



## 유통산업 10년내 2배로 성장 ②

▶ 산업자원부, 2010년 유통산업 발전전략 발표 ◀

### III. 2010 유통산업 전망

#### 1. 국내 유통산업 성장규모

- 유통산업의 실질규모('95년 기준)는 2001년 48.0조에서 연평균 7.8% 성장하여 2010년 94.4조로 약 2배 증가
- 국내총생산(GDP)에서 차지하는 비중은 2001년 9.7%에서 점차 증가하여 2010년에는 11.3%를 기록할 전망

〈유통산업과 부가가치 생산 (1995 불변가격)〉

(단위 : 십억원, %)

	2001	2002	2003	2005	2008	2010
실질GDP(A)	493,026	522,608	553,964	622,434	741,329	832,957
유통산업부가가치생산액(B)	48,019	51,764	55,802	64,847	81,235	94,402
유통산업비중(B/A)*100	9.7	9.9	10.1	10.4	11.0	11.3

\* 전망 : 산업연구원, 2002



- 그러나, 선진국에 비해 對GDP 비중은 여전히 낮은 수준
  - \* 미국 : 16.3%, 일본 13.6%, 이태리 16.1%, 호주 16.75('90년, 불변가격기준)
  - 명목규모는 2001년 52조 → 2010년 130조로 약 2.5배 증가
  - GDP에서 차지하는 비중은 2001년 9.5% → 2010년에 11.0%

〈유통산업과 부가가치 생산 (경상가격)〉

(단위 : 십억원, %)

	2001	2002	2003	2005	2008	2010
경상GDP(A)	545,013	594,610	642,178	749,037	943,571	1,100,581
유통산업 부가가치생산액(B)	51,790	56,503	61,995	73,946	95,105	112,001
유통산업비중(B/A)*100	9.5	9.5	9.7	9.9	10.1	10.2

\* 전망 : 산업연구원, 2002

2. 업체별 전망

- 유통산업의 환경 변화로 신업체가 지속적으로 등장
  - Category Killer(전문할인점), On-line과 Off-line의 강점만을 수용한 Hybrid Merchant, 드럭스토어 등
  - 쇼핑에서 entertainment 요소의 중요성 증가와 도시 재개발 노력 증가로 쇼핑몰 혹은 대규모 상점가가 조성될 전망
    - 향후 소매업의 경쟁 단위는 상권간 경쟁으로 발전할 전망



구분	전망
백화점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 소비양극화를 배경으로 고급화 경쟁 가속화</li> <li>· 차별화전략을 통한 할인점과 공존모색</li> </ul>
할인점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 고성장은 지속될 전망이다. 적정점포수(250~300여개)에 근접으로 성장률이 다소 완화되고 업체간 경쟁이 심화</li> <li>· 장기적으로 M&amp;A를 통한 구조조정에 돌입한 전망</li> <li>· 고성장세 유지시 유통 제1업체 등급 전망</li> </ul>
수퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기업형 수퍼와 중소수퍼간 명암이 엇갈릴 전망</li> <li>· 수퍼의 대형화 추세 지속, 수퍼수퍼마켓의 진입 본격화</li> </ul>
편의점	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 소규모점포를 대체하는 편의점 확산 기대</li> <li>· 대규모 신규출점은 수년간 지속</li> </ul>
무점포	<ul style="list-style-type: none"> <li>· TV홈쇼핑 : 신규3사 가세로 다자간 경쟁구도 본격화</li> <li>· 인터넷쇼핑몰 : 구조조정기를 거쳐 향후 안정성장 전망</li> <li>· 다단계판매를 포함한 방문판매의 지속적 성장</li> </ul>
재래시장 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 신업체 성장에 따른 시장잠식 지속</li> <li>· 재건축·재개발, 리모델링 혹은 업태전환</li> <li>· 소비자 니즈에 부합하는 서비스제공과 상인들의 자구노력이 매출신장의 관건</li> </ul>

#### IV. 국내 유통산업의 문제점

##### □ 국내유통산업의 영세성

○ 아직 구조적으로 취약한 생계존형 중소유통업이 국내유통산업의 다수를 점유

종사자수		매장면적		연간 매출액	
평균	4인이하	평균	300㎡미만	평균	5억원미만
2.6인	91.3%	94.2㎡	95.0%	406백만원	88.6%

\* 자료 : 1999 서비스업 통계조사 보고서, 통계청

\* 인구 1천명당 상점수 : 미국 3개('97년), 한국 15개('00년)



□ 국내유통산업의 저생산성과 비효율성

- '96년 유통시장개방 이후 효율성이 높은 신업체의 확산으로 산업 전체의 생산성은 급속히 향상되고 있는 추세
- 그러나 노동생산성·자본생산성 측면에서 외국 및 국내 타업종과 비교할 때 효율성이 매우 낮은 수준
- \* 소매업의 노동생산성 : 미국의 32% 수준('95년기준, 맥킨지 한국보고서, '98.4)
- \* 제조업 대비 노동생산성 : '01년에 60.5로 추정(제조업=100)

〈국내 주요 업종별 생산성 비교〉

(2000년 기준, 단위: %)

	도소매업	소매업	건설업	제조업	광업
인건비대비매출액	3.21	5.25	19.43	9.66	31.14
총자본투자효율	15.08	14.55	20.63	19.47	21.07

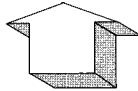
\* 자료 : 한국은행, 총자본투자효율 = (부가가치/총자본)\*100

- 수요가 급증하고 있는 유통전문인력이 부족하고 유통·물류 정보화 및 표준화 인프라가 취약함
  - 또, 국내·국제 물동량의 지속적인 증가에도 불구하고, 아직 물류시설 부족, 비효율적인 물류 체계가 경제발전에 걸림돌로 작용
  - \* 매출액 대비 기업물류비(99년, %) 한국 12.5, 미국 7.3, 일본 6.1
- 머지않아 국내 유통시장도 성숙될 것으로 예상됨에 따라 국내유통기업도 해외진출을 적극 추진할 필요
  - 유망시장 선점 및 글로벌 네트워크 구축을 추진하기에는 국내유통기업들의 해외진출 실적과 노하우가 매우 미흡
  - \* 할인점, 패션쇼핑몰, 프랜차이즈시스템 등이 해외진출 유망업체
- 또한 대형 할인점 등 대형 유통업체와 재래시장 등 중소유통업간 상관갈등 문제가 지역경제발전의 걸림돌로 작용
  - \* 최근 대규모점포 출점관련 분쟁사례 : 동대문시장(A사), 부산재래시장연합회(B사 서면점), 부산 남천시장(C사 남천점), 경기 하남시장(D사 하남점) 등



V. 2010 유통산업 발전전략

국민경제(생산-유통-소비)의 균형발전  
 소비자후생의 증진  
 고용 창출 및 지방경제 활성화



중소유통 혁신	글로벌 경쟁력 강화	인프라 확충
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 권역별 중소 유통·물류 네트워크 형성</li> <li>• 재래시장을 중소유통 특유의 모델로 구조개선</li> <li>• 체인 및 프랜차이즈 활성화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유통혁신인력 양성</li> <li>• 유통·물류정보화 촉진</li> <li>• 국내 유통업의 해외 진출 촉진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유통거래질서 개선 및 소비자보호 강화</li> <li>• 유통산업의 모니터링기능 강화</li> <li>• 유통산업 지원 조직 강화</li> </ul>

연도	2001	2005	2010
유통산업부가가치생산액 유통산업의 對GDP 비중	48조 9.7%	65조 10.4%	94조 11.3%
제조업대비 노동생산성	60.5%	63.0%	68%
재개발·재건축, 리모델링 재래시장	210개 (2002년수치)	430개	-
중소유통 클러스터	-	40개	100개
POS시스템 설치점포	25,129개	42,000개	70,000개
세계 100대 유통기업	0개	2개	5개



VI. 유통산업 발전을 위한 정책과제

1. 권역별 중소 유통·물류 네트워크 형성

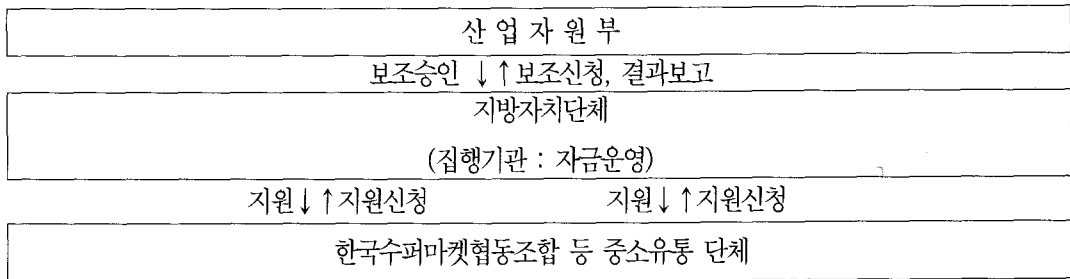
□ 개념

- 재래시장, 수퍼마켓, 체인점포 등 70만 중소유통점포가 지역별, 상권별로 구매-배송-정보-인력 共助를 통해 시너지효과를 창출하여 중소유통업의 경쟁력 제고를 도모
- 중소 유통·물류 네트워크에는 Off-line 집적화(예 : 공동도매물류센터)와 On-line 집적화(예 : 통합콜센터) 모두 포함

□ 주요사업

- 중소유통 단체·지자체·정부 공동으로 중소 유통·물류 네트워크 형성 "중장기 마스터 플랜"을 수립
- 공동 구매·마케팅·배송 등을 통해 물류비용 절감과 유통구조 단축이 가능한 권역별 「중소 유통 공동도매물류센터」 건립

- 사업추진체계



- 2003년도에 우선 3개시를 대상으로 시범실시(부산, 제주, 전주)
- 2004년부터 본격적으로 권역별로 확대 실시
- 상품정보공유, 공동 주문접수·배달, 전자상거래 등이 가능하고 또 대형유통업체와 중소유통업체간의 디지털 격차 완화 효과가 있는 권역별 「중소유통 통합콜센터」 구축
- 2005년까지 총 200개의 재래시장 One-Stop 고객서비스형 통합콜센터 구축('03년 30개, '04년 85개, '05년 85개)
- 전국 중소영세점포들의 리모델링과 네트워크를 위해 추진중인 디지털 수퍼마켓(e-KOSAMART) 구축사업의 활성화(한국수퍼마켓협동조합연합회)
- 2004년부터는 재래시장-수퍼마켓-체인점포 등이 함께 참여하는 권역별 중소유통 통합콜센터



로 확대 추진하고, 상관별 유통정보 제공사업도 병행

### 2. 재래시장을 중소유통 특유의 모델로 구조개선

- 재래시장을 한국 고유의 생활밀착형 유통모델로 탈바꿈시켜 자생력을 갖춘 시장으로 구조개선 촉진
  - 01.12월 제정된 「중소기업구조개선과재래시장활성화에관한특별조치법」을 토대로 재개발·재건축을 활발히 추진하고, 리모델링을 통해 재래시장의 환경을 획기적으로 개선
  - '07년까지 총 450개의 시장의 재개발·재건축(200개) 혹은 리모델링(250개)을 추진
  - \* 상설재래시장 : 520여개
  - 전통문화와의 접목, 어린이방·놀이터 조성 등을 통해 재래시장의 생활밀착형 종합 쇼핑문화 및 관광산업과 연계
  - \* 예) 재래시장 리모델링과 인삼박물관 건립을 동시에 추진, 남대문·동대문시장의 관광산업과 연계 육성

### 3. 체인 및 프랜차이즈 활성화

- 중소점포 가맹점형 체인사업 활성화
  - 지정체인사업자별로 자발적인 "체인사업 정상화 3개년 계획('02~'04)" 수립
  - 정부는 동 정상화계획의 원활한 추진을 위하여 매뉴얼 개발, 전문인력 양성, 가맹점 조직회사업 등에 국고·민자 매칭으로 지원
  - '03년까지 7대 매뉴얼 개발·보급, 1,000명의 전문인력 양성, 70개 가맹본부와 10,000여개 가맹점의 조직회사업 지원
- 10만개 프랜차이즈 가맹점창업 촉진
  - 업종별 프랜차이즈 창업가이드 제작 및 「한국프랜차이즈 총람」 발간, 프랜차이즈 전문인력 양성 등을 추진
  - '03년까지 총 42개 업종 가이드 제작, '05년까지 3,000여명의 전문인력 양성
  - "(가칭) 프랜차이즈 진흥법" 제정 추진(02년 하반기부터)
  - 우수 프랜차이즈 인증제도를 도입하여 인증받은 업체에 대해서 재정지원, 인증마크 사용권 부여, 프랜차이즈 지식재산권 보호 및 평가체계, 유통정보화 등



- 우수 브랜드 및 프랜차이즈시스템 해외진출 촉진
- 해외 프랜차이즈 박람회 참가(매년 30곳 개최중)

#### 4. 지식기반형 유통혁신인력 양성

##### □ 중소기업인 교육·연수를 통한 자발적 구조개선 유도

- 중소기업전문 교육기관 등에 위탁실시하고 소요비용의 70%를 국비지원, '05년까지 총 15,000명을 교육
- \* 교과목 : 유통정보화·마케팅·고객관리기법 교육, 우수재래시장·물류센터 시찰
- '02년에 최초로 총 24개 기관 211개 과정 운영(연 3,000명)
- 중소기업에 비중이 높은 여성유통인력의 양성에 집중
- 인센티브 부여, 현장교육, 실무현장 교육 등으로 교육참여율 제고

##### □ 실무인력 양성

- '02년중 현행 판매관리사를 유통관리사로 변경하고 기업의 현실적인 수요에 맞도록 시험과목 등 선발제도를 전면 개편
- \* 공통과목 및 선택과목으로 나누어 현장수요에 걸맞는 분야별 전문가 선발
- 중장기적으로 유통·물류분야 각종 자격증 제도를 통합하거나 내실화하는 방안을 관계부처 공동으로 마련

##### □ 전문인력 양성

- 대학·대학원의 유통전문과과정 활성화, 산·학·연 네트워크 구성을 통한 인력수급의 원활화
- 중장기적으로 유통전문대학원을 설립하여 우수 유통인력에 대한 수요에 대응
- \* 일본 : '88년 마케팅·유통전문대학 설립
- \* 한국 : 정통부산하 정보통신대학원대학교, 재정부산하 KDI국제대학원

#### 5. 유통구조의 선진화를 위한 유통·물류정보화 촉진

##### □ 유통정보화 인프라 확충 및 표준화 촉진

- 정보화 인프라(바코드, EDI, 전자카탈로그, POS 등)의 지속적인 보급·확산
- 조세감면, 정책자금 지원 등 중소기업의 정보화 투자 인센티브 확대
- 표준화 촉진기구의 설치 및 시장자율적 표준화 유도





- 유통정보센터내에 「유통정보 표준화기구」를 설치하여, 유통·제조 기업간 자율적 협의에 의한 표준화 유도
- 유통·물류 기업간 정보화 네트워크 구축
  - 주요유통기업의 상품정보 인프라를 종합물류정보시스템과 전략적으로 연계하여, 유통-물류 기업간 정보전달의 호환성 제고
  - 「유통-물류 기업간 정보화 컨소시엄」 구성·유도  
(민·관 협의체 신설)
- 유통공급망관리(SCM) 기법의 보급 확산
  - SCM 시범사업 참여기업('02년 현재 25개 기업참여)에 대한 자금지원 등 인센티브 강화 및 국내외 성공사례의 홍보
  - \* 유통공급망관리기법 : 유통·제조기업간 협업을 통해 고객만족 극대화를 도모하는 유통혁신 기법
- 유통부문 전자상거래 활성화를 위한 지원 강화
  - 기업의 투명성과 생산성을 제고할 수 있도록 중소기업의 기업간 전자상거래에 대한 세제지원을 강화
  - SCM 및 CRM 설비에 대한 투자세액공제 적용
  - 「우수 사이버쇼핑몰상」을 제정하여 인터넷쇼핑몰을 통한 유통산업의 구조개편을 촉진

#### 6. 국내유통업의 해외 진출 촉진

- 유통사업자의 해외진출을 체계적으로 지원하기 위해 국제유통·물류 네트워크 구축 유도
  - 할인점, 패션쇼핑몰, 프랜차이즈시스템 등 해외진출 유망업태와 경제단체가 참여하는 협의체를 구성하고 대한상의에 「해외진출 애로해결센터」 설립 (대한상의, KOTRA, 한국소매업협회 등 참여)
  - 중기적으로 해외정보 수집 및 정보제공, 해외 박람회·전시회 참가 지원 등을 담당할 국제유통지원센터를 지정, 운영
- WTO 유통부문 서비스협상에 적극 대응
  - 중국의 WTO 가입에 따른 유통시장 개방에 대비하여 KOTRA등 유관기관 및 유통업체와 공동으로 중국 유통시장 진출 전략 수립



- 소매업 분야에서 취급품목과 체인점수(30개) 등에 대한 외국인 지분제한 철폐 등 중국내 규제 사항 제거 지속 추진
  - \* 현재 신세계 E-마트(상해), 메가마트(심양)가 각 1곳씩 출점
  - o 기타 시장진출 가능성이 높은 국가를 중심으로 다자간·양자간 협상에 초점 (인도네시아, 태국 등)

#### 7. 유통질서의 개선 및 소비자보호 강화

- 대형 유통업체와 지역 중소상인간의 갈등을 완화하기 위하여 유통분쟁조정위원회의 위상 강화(유통산업법령 개정)
  - o 분쟁조정대상을 확대하여 영업활동에 관한 분쟁 이외에 교통·환경·소음 등 생활환경에 관한 분쟁도 포함
  - o 심의 및 조정 권한 부여와 설립·운영근거를 법에 명시
- 판매업자간 경쟁촉진 및 소비자의 권익을 보호하기 위하여 현행 가격표시제를 확대·강화(가격표시제실시요령 개정)
  - o 모든 점포가 판매가격을 표시토록 가격표시 의무 대상점포의 매장면적 기준(현행 33㎡ 이상)을 점진적으로 축소
    - 2005년까지 매장면적 16.5㎡(5평)이상, 2010년까지는 모든 점포로 확대 실시
  - o 권장소비자가격 표시금지 품목 및 단위가격 표시의무 대상품목의 전면 조사·재지정
    - 한국소비자보호원 등을 통한 전면 실태조사 실시

#### 8. 유통산업 통계·모니터링 기능 강화

- 재래시장, 체인점포, 수퍼 등 중소유통업에 대한 실태조사를 정기적으로 실시(매 3년)하여 「중소유통업 총람」 발간
- 유통산업 모니터링 시스템 구축 및 대외서비스
  - o 소표본조사를 통해 매월 「중소유통업 동향」 발표, 대형백화점·할인점을 중심의 매출동향 발표
  - o 분기별 유통경기실사지수(RBSI : Retail-BSI) 공표(대한상의), 매년말 전문가 성장전망 조사 및 업태별 성장전망 발표



### 9. 유통산업 지원조직 강화

- 유통기업과 정부의 중간영역에서 유통산업 발전을 위한 명실상부한 중심센터로서의 대한상의의 기능 강화
  - 유통산업 조사·연구를 통한 Think-tank, 유통산업 통계생산 전담조직, 21세기 유통인력양성, 해외진출의 창구로 기능
  - 이를 위하여 전국 63개 지방상공회의소에 유통전담조직을 결성하여 각 사업을 지원
  - 또 유통산업 분야별·사업별 産·學·研 네트워크 구축에 집중하고, 상의내에 해외MBA 영입, 조사·통계전문가 등 유통전문인력을 확충