



# 유통개방 10년... 대형 할인점 전성시대

- 주요 업체별 판매 변화 : 할인점 780%↑, 편의점 197%↑, 슈퍼마켓 19.4%↓
- 노동생산성 변화 : 중대형 점포 1.4배↑, 영세 점포 거의 정체

이마트, 롯데마트, LG유통, 까르푸, 월마트 등 국내의 대형할인점 업체가 지난 1996년 우리나라 유통산업이 완전개방된 이후 최대의 전성기를 누리고 있는 것으로 조사됐다.

대한상공회의소(회장: 박容晟)가 최근 조사한 「통계로 보는 유통개방 10년」 보고서에 따르면, 국내 유통시장이 완전 개방된 지난 1996년 이후 10년동안 슈퍼마켓 등 소규모 점포의 위상은 추락한 반면, 대형할인점, 편의점, 무점포판매 등 新업체는 급성장했다.

실제로 개방원년인 1996년 대비 대형할인점의 판매액은 779.6%, 편의점은 197.2% 늘어났으며, 무점포 판매업 역시 통계조사를 시작한 2000년 대비 70.0% 증가하였다.

그러나 슈퍼마켓과 구멍가게 등이 주를 이루는 기타소매업은 각각 19.4%, 12.0% 감소한 것으로 분석됐다.

<표1 : 유통업체별 '도소매업판매액지수' 추이>

	백화점	대형할인점	슈퍼마켓	편의점	무점포판매	기타소매업
1996년(지수)	93.3	20.1	111.4	83.3	(00년)100.0	97.9
2000년(지수)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2004년(지수)	95.1	176.8	89.8	247.6	170.0	86.2
증가율	1.9%	779.6%	-19.4%	197.2%	70.0%	-12.0%

\* 자료 : 통계청 (※ 업체별 도소매업판매액지수는 불변가격지수로 2000년을 기준(100)으로 함)

대형할인점의 급성장세는 유통업체별 점포 수에서도 확연히 드러난다. 1996년 28개에 불과하던 대형할인점이 2004년말 기준 275개로 10배가량 증가했고, 개방 원년 70만6천개 정도로 추산되던 종업원 4인 이하 영세 소매상 가운데 8만개 점포는 사라졌다.

<표2 : 유통업체별 점포 수 추이>

	백화점	할인점	편의점	무점포판매업	영세 소매업체(종업원 5인미만)
1996년	109	28	1,885	11,579	705,916
2004년	96	275	8,247	(03년)15,270	(03년)1625,986

\* 자료 : 통계청, 유통업 관련 각 협회

유통시장 개방에 따른 경쟁촉발로 인해 유통업체들의 생산성에도 큰 변화가 있었다. 종업원 20인 이상의 중대형 소매업체의 경우 1인당 매출액이 개방 직후인 1997년 7,600만원에서 2003년 1억8,300만원으로 급상승, 규모의 경제를 통한 노동생산성의 급격한 향상을 경험했다.

그러나 4인 이하 영세 소매업체는 같은 기간 5,700만원에서 5,900만원으로 큰 변화가 없었다.

이와는 대조적으로 규모별 매장생산성은 정반대로 나타났다. 동 기간 매장 1㎡당 매출액의 경우, 20인 이상 소매업체는 32.8% 감소한 반면 4인 이하 업체는 오히려 22.4% 증가했다.

이에 대해, 대한상의는 “대형소매업체간 입지선점을 위한 무리한 과당경쟁을 간접적으로 보여주는 대목”이라고 풀이했다.

<표3 : 규모별 소매업 매출관련 통계>

(단위 : 백만원, 백만원/㎡)

	1인당 매출액		사업제당 매출액		1인당 매출액	
	종업원 4인 이하	종업원 20인 이상	종업원 4인 이하	종업원 20인 이상	종업원 4인 이하	종업원 20인 이상
1997년	57	76	84	1,636	1.70	4.05
2003년	59	183	103	10,634	2.08	2.72

\* 자료 : 통계청

개방의 바람은 유통산업구조의 변화뿐 아니라 소비자의 구매패턴에도 영향을 미쳤다.

구매패턴 변화의 가장 큰 특징은 저가격, 다양한 품목이 확보되어 있는 대형할인점으로 향하는 발길이 잦아지고 있다는 것이다.

품목별로, 과거 동네 슈퍼마켓에서 주로 구입하던 식료품은 대형할인점에서 구매하게 되었고 전자상가, 가구단지 등에서 구입하던 내구재 역시 대형할인점에서 구매하는 소비자들이 늘어나고 있다.

<표4 : 품목별 주요 구매처 추이>

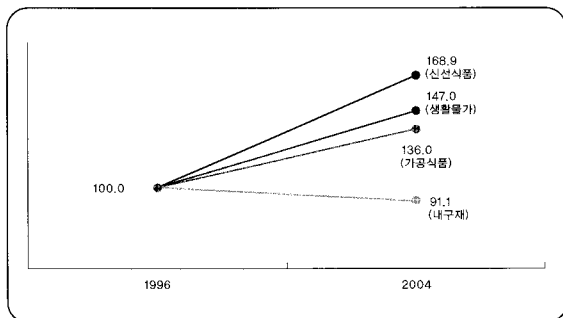
품목	연도	주요 구매처		
		1순위	2순위	3순위
식료품	1977년	(1순위) 슈퍼면의점	(2순위) 재래시장	(3순위) 대형할인점
	2004년	(1순위) 대형할인점	(2순위) 재래시장	(3순위) 슈퍼면의점
생활용품	1977년	(1순위) 대형할인점	(2순위) 슈퍼면의점	(3순위) 재래시장
	2004년	(1순위) 대형할인점	(2순위) 슈퍼면의점	(3순위) 재래시장
의류	1977년	(1순위) 백화점	(2순위) 재래시장	(3순위) 대형할인점
	2004년	(1순위) 백화점	(2순위) 대형할인점	(3순위) 재래시장
내구재	1977년	(1순위) 전문점	(2순위) 백화점	(3순위) 대형할인점
	2004년	(1순위) 대형할인점	(2순위) 백화점	(3순위) 백화점

\* 자료 : 대한상공회의소, '소비자 구매패턴 조사', '04년, '97년

한편, 대형 유통업체의 구매력(Buying Power)이 커지면서 소비자 물가부담을 희석시킨 것으로 분석됐다. 개방 전 8년간 소비자물가가 62.6% 상승했던 반면, 개방 후 물가는 32.8% 상승함으로써 개방이후에 물가상승이 비교적 완만했음을 알 수 있다.

특히 내구재와 가공식품의 물가 상승폭은 '96년 대비 36.0%, - 8.9%로 생활물가 상승폭(147%)을 밑돌았다. 보고서는 "개방으로 인해 구매협상력이 납품업체에서 유통업체로 이동되면서 유통업체들은 소비자에게 싼 가격으로 제품을 공급할 수 있게 됐다"고 풀이했다.

<그림1 : 소비자물가지수 추이>



\* 자료 : 통계청, ('소비자물가지수 추이(2000=100) 물변가격')를 96년 기준으로 전환함.

<표5 : 유통업태별 향후 10년의 과제>

유통업태	향후 10년간 과제
백화점	할인점과 지점을 위하여 상위고객에 집중하는 전략 패션의류, 럭셔리 마켓 확대
대형할인점	식품 위주의 상품 구성으로 특화하여 규모를 축소 상권 규모가 작은 SSM(슈퍼슈퍼마켓)으로 진화
편의점	순수가맹점의 비율을 확대 고마진 상품(가공식품, 잡화, 패스트푸드)의 구성비 증대 여성 및 젊은 고객 증대
무점포판매	고객과의 신뢰 구축을 위해 기업의 이미지 관리 및 철저한 약속 이행 정부의 사회 안전망 구축
중소유통업	전업을 위한 퇴출장벽 완화 지역 상권 활성화를 위한 지원 정책 마련

대한상의 관계자는 "유통서비스산업의 개방으로 경쟁력있는 新유통업태들이 탄생했지만, 동시에 영세소매상의 급격한 감소를 경험했다"면서, "일본의 유통개방 30년사에 비추어 볼 때 영세 소매업체의 퇴출은 지속될 것으로 판단되며, 앞으로의 10년은 '영세소매상의 사회 안전망 구축', '규모의 경제 실현을 위한 중견기업으로 육성', '지역 상권 활성화를 위한 대안 마련' 등 중소 소매업체 지원에 정부의 역량을 집중해야 할 것"이라 덧붙였다. **물류**



## 수입업체, 입항전 수입신고로 화물처리시간 단축

관세청(청장 김용덕)은 수입업체의 물류비와 화물처리시간을 절감할 수 있는 '신속통관 지원제도'를 확대한다고 최근 밝혔다. 특히, 수입업체별로 수입화물처리시간(입항~수입통관)을 조사하여 업체 스스로 화물처리시간을 단축할 수 있도록 당해업체에게 개별 통보하고 있다.

지난해 관세청은 초일류세관 2차년도 중점 추진과제로 「수출입통관 물류체계 혁신 로드맵」을 확정하여 추진한 결과 입항에서 수입통관까지 평균 소요시간을 9.6일에서 5.5일로 단축함으로써, 기업의 물류비용 절감 등 우리나라의 물류경쟁력 강화 및 부족한 물류시설의 활용도 제고를 통해 외국 물류기업의 유치에 상당한 성과를 거둔 바 있다.

이러한 물류혁신 성과의 정착 및 화물처리시간 추가 단축을 위해서는 수입업체의 적극적인 동참이 필요하여, 기업의 CEO에게 자사의 물류정보를 알려줌으로써 자발적인 물류시스템 개선을 유도하기 위하여 업체별로 화물처리시간을 조사하여 통보하게 됐다고 설명했다.

실제로 지난해 우리나라의 대표적인 전자회사(3개)의 업체별 화물처리시간을 분석해 본 결과 A사 4.2일, B사 5.7일, C사 19.3일로 큰 편차를 보이는 것으로 조사됐다.

구분	입항~통관(시간)	입항~반입(일)	반입~신고(일)	신고~수리(시간)
A사	4.2	1.6	2.6	1:03
B사	5.7	3.3	2.4	0:54
C사	19.3	2.5	16.8	0:52

동일한 여건의 동종업체라도 회사의 물류관리체제에 따라 화물처리시간이 크게 차이가 남을 보여주는 것으로서 A사는 반입에서 수입신고까지 2.6일이 소요되는 데 비해, 경쟁사인 C사는 16.8일이 소요되어 총 화물처리시간에서 15.1일이나 차이가 발생하였다.

또한, 평균적인 화물처리시간인 5.5일을 초과하는 업체수는 총 11만개 업체 중 2만4천개 업체이고, 입항 당일에 통관을 완료하는 업체수는 6,362개 업체에 달하는 것으로 파악되고 있어, 입항전 수입신고 등 관세청이 시행중인 신속통관 지원 제도를 적극 활용하는 업체와 그렇지 않은 업체의 차이가 매우 크게 나타났다.

따라서 동종업체라도 CEO가 관심을 갖고 물류관리시스템을 체계적으로 구축·운영할 경우 화물처리시간을 대폭 단축시켜 창고보관료 및 재고비 등 물류비용을 크게 절감할 수 있다는 게 관세청의 설명이다.

관세청의 관계자는 "수출입물류 Process의 지속적인 혁신을 통해 화물처리시간을 단축함으로써 우리나라 공항만이 동북아 물류 중심지로 성장할 수 있도록 최대한 노력할 계획이다"고 밝혔다.

한편 수입업체들이 자사의 화물처리시간을 실제 확인하고자 하는 경우에는 관세청 홈페이지-국민참여서비스-전자민원에서 확인하거나 한국 무역협회(www.kita.net), KTNET(www.ctw.co.kr) 홈페이지에 접속하여 확인할 수 있다. **물류**

