
농축수산업 및 식품산업 활성화를 위한 대중소 유통 상생협력 방안 세미나

2017. 9. 13 (수) 10:00

국회의원회관 제1소회의실

| 주최 | 국회 경제재도약포럼 공동대표 국회의원 정운천·유성엽

| 주관 | 한국농업경영인중앙연합회

| 후원 | 농림축산식품부, 산업통상자원부, 한국식품산업협회, 한국농축산연합회

contents

개회사	<p>정운천 국회의원 / 국회 경제재도약포럼 공동대표 / 바른정당 최고위원 6</p> <p>유성엽 국회의원 / 국회 경제재도약포럼 공동대표 / 국회 교육문화체육관광위원회 위원장 8</p>
축사	<p>김지식 한국농업경영인중앙연합회 회장 10</p> <p>이개호 국회의원 / 농림축산식품해양수산위원회 위원장 직무대리 12</p> <p>이만희 국회의원 / 농림축산식품해양수산위원회 자유한국당 간사 14</p> <p>황주홍 국회의원 / 농림축산식품해양수산위원회 국민의당 간사 16</p>
주제발표	<p>대형마트 규제에 대한 효과 분석 -『휴일 규제』와 『출점규제』가 주변상권에 미치는 영향과 대중소 『유통 상생협력』 방안 - 서용구 숙명여자대학교 경영학과 교수 (前 한국유통학회 회장) 21</p>
토론	<p>좌장 김동환 농식품신유통연구원 원장, 안양대학교 교수</p> <p>01_ 농민 등 모든 유통산업 이해관계자의 이익이 되고, 경제재도약에 일조를 할 수 있다면, 평일휴무전환에 대해 검토 가능 - 오호석 골목상권살리기소비자연맹 상임대표 47</p> <p>02_ 중소기업식품제조업체에서 바라본 대형마트 의무휴업 규제 - 원유천 산클푸드 사장 53</p> <p>03_ 농어민에게 피해를 주는 대형마트 의무휴무 규제는 하루속히 개선되어야 - 강석근 전국경매사연합회 회장 57</p> <p>04_ 소비자를 이해하지 못하는 유통정책은 실패할 정책 - 김진국 배재대학교 교수 63</p> <p>05_ 유통산업의 발전, 중소기업의 보호, 소비자 후생을 균형 있게 고려한 유통제도 합리화 - 정종영 산업통상자원부 유통물류과장</p> <p>06_ 농식품 소비지 유통정책방향 - 김종구 농림축산식품부 유통정책과장</p>

개회사



정운천

국회의원

국회 경제재도약포럼 공동대표
바른정당 최고위원

안녕하십니까.

경제재도약포럼 공동대표 바른정당 정운천 의원입니다.

정기국회 일정으로 바쁘신 가운데에서도 이번 ‘농축수산업 및 식품산업 활성화’를 위한 대중소 유통 상생협력 방안 세미나에 참해주신 관계부처공직자, 농어민, 식품제조업체, 중소유통, 대형유통업체 관계자, 종사자 여러분들께 감사드립니다.

잘 아시겠지만, 그 동안 우리나라 유통산업은 대기업 중심이 되는 새로운 형태의 유통업체가 등장하면서 국가 유통산업을 한 단계 발전시키고, 소비자 후생을 높인 공이 있지만, 그 반면에 많은 중소상인이 어려움을 겪어야 하는 문제도 발생한 것이 사실입니다.

그에 따라 국회에서는 이러한 대중소 유통 간의 불균형을 바로잡고 중소유통이 생존 경쟁력을 갖출 수 있도록 치열한 논의 끝에, 월2회 의무휴업 등의 제도를 도입하여 중소유통 산업의 활력을 도모해왔습니다.

하지만, 국회를 비롯한 정부의 이러한 중소유통 산업의 보호 노력은 대형유통과 중소유통간의 이해관계에 치중하여, 유통산업의 궁극적 가치인 소비자, 그리고 수 많은 중소 납품업자, 지역경제 및 국가경제에 미치는 영향에 대해서는 소홀히 했다는 비판을 면치 못했습니다.

실제 휴무 규제를 도입하여 운영하는 과정에서 기대했던 것 보다는 중소유통이 살아나지 못했고, 오히려 마트 등에 농수산물을 납품하는 농어민이나 중소 식품제조업체에게 판매 기

회가 줄어들면서 매출이 감소하는 등 피해가 나타났고, 아울러 소비자 불편, 소비위축 등 다양한 부작용도 발생했습니다.

따라서 이번 정책 세미나는 그동안 중소유통 산업의 활력을 위해 추진했던 여러 제도들에 대해 과학적으로 분석함으로써 제도 도입에 대한 득과 실을 꼼꼼히 살펴보고, 바람직한 문제해결 방향이 무엇인지 살펴보고자 합니다. 특히 이번 세미나에서는 신용카드 빅데이터를 이용해서 그동안의 여러 제도들의 실질적인 실효성을 실증 분석하고자 합니다.

기존에 나온 연구는 주로 중소유통의 피해에 대해 설문조사 중심으로 이루어진 것에 반해, 객관적인 데이터로 사실에 가장 가깝게 접근한 최초의 시도라는 점에서 매우 의미가 있을 것이라고 생각합니다.

모쪼록 이번 정책세미나를 통해 중소유통뿐만 아니라 농어민, 중소 식품제조업체, 소비자, 등 유통산업에 참여하는 모든 이해관계자가 서로 허심탄회하게 의견을 제시하고 상생을 통해 발전할 수 있는 방안이 무엇인지를 논의하는 뜻 깊은 자리가 될 것이라고 믿어 의심치 않습니다.

아울러 오늘 참석하신 발표자 및 토론자께서 제시하신 의견을 바탕으로 하여 문제 해결을 위한 방안을 열심히 연구해서 많은 국민들이 혜택을 받을 수 있도록 입법화를 위한 노력을 다하겠습니다.

대립과 갈등이 아닌 상생과 화합으로 우리나라 유통산업의 패러다임이 변화한다면 국가경제 재도약을 위한 큰 밑거름이 될 수 있을 것입니다.

끝으로 오늘 주제발표를 맡아주신 숙명여자대학교 서용구 교수님을 비롯하여 토론에 참여해주신 모든 분들께 감사의 말씀을 드리며, 오늘 함께해주신 내외 귀빈 여러분들의 가내에 건강과 행복이 가득하시기를 기원합니다. 감사합니다

2017. 9. 13

국회의원 / 국회 경제재도약포럼 공동대표 / 바른정당 최고위원 **정운천**

개회사



유성엽

국회의원

국회 경제재도약포럼 공동대표

국회 교육문화체육관광위원회 위원장

안녕하십니까.

국회 경제재도약포럼 공동대표를 맡고 있는 국회 교육문화체육관광위원회 위원장 유성엽입니다.

오늘 보험소비자의 권익 신장을 위한 「농축수산업 및 식품산업 활성화를 위한 대중소 유통 상생협력 방안 세미나」를 열게 된 것을 진심으로 기쁘게 생각합니다. 아울러 바쁘신 와중에서도 이 자리에 함께 참여하신 모든 여러분들께 감사의 인사를 드립니다.

이번 정책세미나를 통하여 대중소 유통뿐만 아니라, 농어민, 제조업체, 소비자 등 유통산업에 관계된 모든 분들이 한 자리에 모여 유통산업의 발전을 위해 터놓고 의견을 교환하는 것 자체가 매우 의미 있다고 생각합니다.

우리나라 유통산업 현실은 업체별간의 불균형을 비롯한 의견차이 등으로 갈등이 계속해서 발생하고 있습니다. 이를 해소하기 위해 우리 국회에서는 의무휴업 제도 등 골목상권 보호를 위한 입법조치는 물론이고, 골목상권 경쟁력 강화를 위한 많은 지원 방안을 추진하고 있습니다.

하지만 이런 노력에도 불구하고 아직까지 골목상권이 살아나는 데는 한계가 있는 것이 현실이며, 유통업체 농수산물을 납품하는 농어민과 중소 식품제조업체의 피해뿐만 아니라 이로 인한 소비자들의 이용불편도 빈번히 발생하고 있습니다.

현재 국회에는 이러한 현실들을 개선하고자 하는 유통산업발전법 개정안이 28개나 발의되어 있어, 이번 정기국회 기간 동안 충분히 논의가 될 예정입니다.

따라서 정책세미나가 발판이 되어 유통산업 발전 정책을 차분히 재검토 하고, 기존의 제도들에 대한 실효성과 더불어 개선방안을 마련한다면, 국회에서 보다 더 심도 깊고 다양한 시각에서 충분한 논의가 이루어져 모두가 윈-윈(WIN-WIN) 할 수 있는 개정 법안이 탄생할 것이라 믿어 의심치 않습니다.

더 이상 갈등과 대립이 아니라, 유통산업에 관련된 모든 이해관계자가 서로가 양보하면서 모두에게 이익이 되는 상생의 발전 방향을 모색하는 자리가 되기를 진심으로 바랍니다. 이를 위해 국회에서도 지원 가능한 모든 노력을 하겠습니다.

다시 한 번 오늘 「농축수산업 및 식품산업 활성화를 위한 대중소 유통 상생협력 방안 세미나」에 참석해 주신 내외 귀빈 여러분께 다시 번 감사드리며, 함께하신 모든 분의 가정과 직장에 건강과 행복이 가득하길 기원합니다. 감사합니다.

2017. 9. 13

국회의원 / 국회 경제제도약포럼 공동대표 / 국회 교육문화체육관광위원회 위원장 **유성엽**

축사



김지식

(사)한국농업경영인중앙연합회 회장

국산 농축수산물의 소비를 증진시키고, 이를 활용한 식품산업을 활성화하기 위한 대·중·소규모 유통업체간의 상생협력 방안을 모색하고자 마련된 오늘 토론회에 바쁘신 와중에도 먼 길 마다 않고 달려와 함께해 주신 데 대해 깊이 감사드립니다.

특히 오늘 토론회의 성공적인 개최를 위하여 애써주신 국회 경제제도약포럼의 공동대표를 맡고 계신 바른정당 정운천 의원님, 국민의당 유성엽 의원님의 노고에도 진심 어린 감사의 말씀을 드립니다.

대형마트 및 SSM(대형유통업체가 만든 슈퍼마켓형 중·소규모 점포)에 대한 월 2회 의무 휴무제는 제18대 대선을 앞두고 경제민주화가 핵심 쟁점으로 부상했던 2012년 1월 “유통산업발전법” 개정 이후부터 시행되어 왔습니다.

그런데 지난 봄 제19대 조기 대선을 앞둔 상황에서 발의된 2개의 “유통산업발전법” 개정안은 ▲대형마트와 SSM 점포를 현행 등록제에서 허가제를 바꾸고 한 달에 2회인 의무 휴무일을 4일로 확대하는 것(이언주 의원 대표발의)과 ▲백화점·면세점의 영업시간을 제한하고 의무적으로 매월 쉬게 하며, 설날·추석 전날도 의무 휴무토록 하며, 농협하나로마트 등 농수산물 매출액 비중이 55% 이상인 대규모 점포도 의무 휴무일

대상으로 포함시키는 것(김종훈 의원 대표발의)으로 돼 있습니다.

지역 재래시장 및 소상공인의 반발로 인해 국산 농축수산물의 최대 소비처 중 하나인 대형유통 업체에 대한 규제 강화 위주의 “유통산업발전법” 개정 시도가 이뤄지고 있어, 국산 농축수산물의 소비 촉진과 판로 확보에 많은 애로가 발생하고 있으며 경기 침체 속에서 농어업인의 소득 감소로 이어질 가능성이 높을 것으로 예상됩니다.

대형마트 등에 대한 규제 일변도의 법률·제도만으로 전통시장과 소상공인의 회생을 도모하기는 어려울 것이 분명하며, 대기업·중견기업은 물론 농·축·수협 및 농어업인과의 상생 협력을 통한 발전 방안을 찾는 것이 보다 합리적인 방식일 것으로 판단됩니다.

앞으로는 객관적인 규제의 실효성 검증 및 이를 기반으로 한 상생방안 마련이 앞으로 더욱 중요해질 것으로 보입니다. 이에 오늘 토론회를 통하여 논의되는 내용을 중심으로, 대중소 유통업체 간 갈등과 대립에서 상생과 화합으로의 패러다임 대전환을 통해 중소유통뿐만 아니라 농축수산업, 식품산업이 모두 WIN-WIN할 수 있는 방안이 마련되어야 할 것이라 생각합니다.

아무쪼록 오늘 토론회를 통해, 진정한 의미의 상생을 통해 중소유통뿐만 아니라 농어민을 포함한 중소 납품업자, 소비자, 지역경제에 모두 이익이 되는 방향의 상생 실현이 이뤄질 수 있기를 기대합니다. 감사합니다.

2017. 9. 13

(사)한국농업경영인중앙연합회 회장 **김지식**

축사



이 개 호

국회의원
농림축산식품해양수산위원회
위원장 직무대리

국산 농축수산물의 판로 확대와 농업인 보호를 도모하고, 중소유통 보호와 전통시장과 대형 유통업체간 상생 발전을 도모하기 위해 개최되는 “농축수산업 및 식품산업 활성화를 위한 대중소 유통 상생협력 방안 모색을 위한 세미나”의 개최를 진심으로 축하드립니다.

특히 오늘 세미나의 개최를 위해 애써주신 국회 경제재도약포럼 공동대표이신 바른정당 정운천 의원님과 국민의당 유성엽 의원님의 노고에 깊이 감사드립니다. 아울러 세미나를 주관하시는 한국농업경영인중앙연합회 김지식 회장님께도 감사의 말씀을 드립니다.

저는 국회 농해수위 위원장 권한대행의 입장에서, 또한 농산 어촌을 지역구로 하는 국회의원의 관점에서, 오늘 세미나에 대한 제 나름대로의 생각을 말씀드리고자 합니다.

농축수산물은 품목별로 출하시기가 특정 기간에 몰릴 수밖에 없을뿐만 아니라 신선 식품의 경우 유통기간이 짧을 수밖에 없어 폐기율이 높은 특성을 지니고 있습니다. 문제는 이를 생산하는 농어업인뿐만 아니라, 이의 가공·유통 등과 연관된 중소납품업자, 소상공인, 대중소 유통업체, 식품산업 관련 업체, 소비자 모두가 작게는 시군 단위 넓게는 도나 특·광역시 단위의

지역경제, 나아가 국가 전체의 경제 시스템을 이루는 핵심 경제주체라는 점입니다. 국가 전체 경제의 균형되고 지속가능한 발전을 위해서는 없어서는 안될 소중한 존재라는 점 또한 생각하지 않을 수 없습니다.

그렇기 때문에 어느 특정 경제 주체의 이익만을 일방적으로 옹호하는 경제 정책, 유통 정책이 만들어져서는 안된다는 점은 분명합니다. 하지만, 농축수산업 및 식품산업 종사자는 물론, 대중소 유통업체 모두가 서로를 도우면서 상생할 수 있는 길은 분명히 만들 수 있을 것이라고 저는 생각합니다. 규제 일변도의 정책만으로 문제를 해결할 수 없음은 명백합니다. 진솔한 소통과 대화, 통큰 타협과 상호 협력의 진중한 자세를 통하여, 경제적 약자의 위치에 놓일 수밖에 없는 농어업인과 중소 유통, 소상공인들의 새로운 활로를 열어나가려는 노력이 뒷받침되어야 할 것입니다.

오늘 세미나를 통해서 바로 이러한 내용들이 집중적으로 논의되고, 새로운 대안을 모색하는 자리를 만들 수 있으리라 기대됩니다. 세미나에 참석하신 모든 분들께서 적극 참여하시어 고견을 제시하시면, 국회 농해수위는 물론 여야 정당들 모두가 정책 개선안을 마련하여 법안 개정으로, 관련 예산의 확보를 통하여 여러분의 성원과 요구에 적극 보답해 나갈 것임을 말씀드립니다.

추석 명절 대목을 앞둔 시점에서 바쁘신 가운데도 참여해주신 모든 분들의 가정과 하시는 일에 행운이 함께 하시기를 기원드립니다. 감사합니다.

2017. 9. 13

국회의원 / 농림축산식품해양수산위원회 위원장 직무대리 **이개호**

축사



이만희

국회의원
농림축산식품해양수산위원회
자유한국당 간사

“농축수산업 및 식품산업 활성화를 위한 대중소 유통 상생협력 방안 모색을 위한 세미나”의 개최를 진심으로 축하드립니다. 특히 오늘 세미나의 성공적인 개최를 위하여 힘써주신 국회 경제재도약포럼의 정운천, 유성엽 공동대표님의 노고에 감사드리며, 행사를 주관하고 계신 한국농업경영인중앙연합회 김지식 회장님께도 감사의 인사를 드립니다.

청과물의 경우, 최종 소비단계에서 외식·단체급식·가공을 제외하고 일반 소비자가 최종 소비하는 물량 중 대형마트를 통해 유통되는 비중은 31.5%를 차지하고 있습니다. 2016년 기준 대형마트 전체 매출액이 52조 9천여억원에 이르고 있는데, 이중 신선 농축수산물만 14조 5천여억원, 가공식품 등은 23조여 원이 판매되고 있어 총 37조 5천여억원이 농관련 식품의 매출로 이뤄지고 있음을 알 수 있습니다. 이를 통해 국산 농축수산물의 판로 확대와 부가가치 제고에 있어 대형마트가 차지하는 중요성이 얼마나 큰지를 잘 알 수 있습니다.

그런데 문제는 매 달마다 2회씩 실시토록 돼 있는 대형마트 의무휴무일에 있는 것으로 보입니다. 대다수의 지자체(기초, 광역)들이 일요일 혹은 공휴일에 의무휴무일을 지정·운영토록 자체 조례를 통해 규정하고 있는 것으로 압니다. 이로 인한 피해는 신선 농축수산물의 생산·납품을 담당하는 농어업인과 생산자단체의 몫으로 돌아갈 수밖에 없습니다.

2013년 10월 경대수 의원실의 조사 결과, 대형마트 의무휴업

이후 납품 농업인의 61.5%가 발주량 감소를 경험하였으며, 발주량 감소율은 최고 37%에 이르러 농업인의 피해가 상당하다는 내용이 도출된 바 있습니다.

아울러 2015년 한국농촌경제연구원 김병률 박사의 연구를 보면, 대형마트 의무휴무제에 따른 농산물 납품량 축소 및 시장가격 하락으로 납품 농업인의 판로 위축과 안정적 판매가 제한되고 있으며, 이로 인한 농산물 소비 위축으로 인해 납품 농업인의 애로가 커지고 있다는 연구 결과도 나와 있습니다.

물론 중소 유통업체와 소상공인의 생존권을 보호하기 위한 적절한 규제는 필요합니다. 하지만 좀더 객관적이면서도 체계적인 현장 연구를 통하여 합리적인 정책 개선방안을 마련함으로써, 농어업인은 물론 대중소 유통업체와 식품산업 관련 종사자 모두가 상생할 수 있는 방안을 마련하는 것이 절실하다고 생각합니다.

이번 세미나에서는 바로 이러한 내용들을 집중적으로 논의하여 정책 대안을 찾아나갈 것이라고 들었습니다. 오늘 토론되는 내용들을 면밀히 검토하여, 저를 포함한 국회 농해수위 의원들 모두가 합리적인 개선책을 마련하는 데 최선의 노력을 기울여 나갈 것임을 말씀드립니다. 아울러 대중소 유통업체들은 물론 식품산업 업계, 소상공인 여러분 모두가, 가뜩이나 어려움을 겪고 있는 농어업인들의 입장을 깊이 헤아려주시고, 이 분들에게서도 적절한 가격을 보장받고 안정적인 소득을 올릴 수 있도록 하는 데 적극 협조해 주실 것을 간곡히 요청드립니다.

아무쪼록 오늘 토론회가 성공적인 결과를 도출해낼 수 있게 되기를 기대하며, 참석하신 모든 분들의 가정과 일터에 행복이 가득하시기를 기원드립니다. 감사합니다.

2017. 9. 13

국회의원 / 농림축산식품해양수산위원회 자유한국당 간사 **이만희**

축사



황주홍

국회의원
농림축산식품해양수산위원회
국민의당 간사

“농축수산업 및 식품산업 활성화를 위한 대중소 유통 상생협력 방안 모색을 위한 세미나”의 개최를 진심으로 축하드립니다. 오늘의 뜻깊은 세미나를 통하여, 300만 농어업인이 열정과 정성으로 생산한 농축수산물의 판로가 더 크게 열려 농어업인의 소득이 증진될 수 있는 계기가 될 수 있기를 진심으로 기원합니다. 특히 국산 농축수산물 및 농식품의 유통 및 가공을 담당하는 대중소 유통업체와 소상공인, 식품산업 관련 업체들 모두가 진정한 상생을 통해 지속가능한 발전을 도모할 수 있는 정책 대안을 마련해 낼 수 있기를 기대합니다.

이번 세미나의 준비를 위해 물심양면으로 애써주신 국회 경제제도약포럼의 공동대표이신 바른정당 정운천 의원님과 저희 국민의당 유성엽 의원님의 노고에도 깊이 감사드립니다. 특히 국회 경제제도약포럼의 회원으로서 제가 간사로 있는 국회 농해수위 소속 저희 당 정인화 의원도 참여하고 있어 의의가 크다고 하겠습니다. 세미나를 주관하시는 김지식 한국농업경영인중앙연합회 회장님께도 진심 어린 감사의 인사를 드립니다.

벼 미(米)라는 한자가 “농부의 여든 여덟 번의 정성스러운 손길이 닿아야만 쌀을 생산할 수 있다”는 뜻을 가지고 있습니다만, 국산 농축수산물은 물론 이를 원료로 하는 농식품이 최초 생산자의 손을 떠나 최종 소비자에게 닿게 되기까지 수많은 사

람들의 땀과 정성, 노력이 뒷받침되어야만 한다는 점은 모두들 잘 알고 계실 것입니다.

그렇기 때문에 농축수산업 및 식품산업이 활성화의 문제는, 대중소 유통 부문의 진정한 대화와 소통을 통한 상생협력을 통해서라야 달성될 수 있는 과제라는 점 또한 명백합니다. 깨물어서 아프지 않은 손가락이 열 손가락 중 어느 하나라도 있겠습니까? 오늘 세미나를 통해 제기되는 문제의 궁극적인 해결 방안은 바로 이러한 관점에서 찾아야 할 것이라고 저는 생각합니다.

하지만 제가 각별히 강조드리고자 하는 점은, 그 중에서도 300만 농어업인의 생존권을 보호하고, 위기에 처한 농업·농촌을 살려내기 위한 정책적 대안을 찾아내는 데 여기 계신 모든 분들께서 더욱 관심과 애정을 가져주시는 것입니다. 수출 위주의 경제성장의 전략 하에서 우리 농업·농촌은 너무나 많은 희생을 치러왔다는 점을 여러분께서는 동의하실 것입니다. 우리 민족의 영원한 고향이자 “영원한 생명곳간의 열쇠”를 담당하고 있는 농업·농어촌, 이를 책임지고 있는 농어업인의 정성과 노고가 제대로 인정받는 나라가 되어야만 5천만 국민 모두가 행복한 진정한 대한민국이 될 수 있으리라 생각하기 때문입니다.

아무쪼록 오늘 세미나를 통해 이전과는 다른 보다 생산적인 대안이 적극 논의되어, 정부와 정치권 모두가 여기 계신 모든 분들과 협력하여 새로운 활로를 찾아낼 수 있게 되기를 기대합니다. 감사합니다.

2017. 9. 13

국회의원 / 농림축산식품해양수산위원회 국민의당 간사 **황주홍**

주제발표

대형마트 규제에 대한 효과 분석

- 『휴일 규제』와 『출점규제』가 주변상권에
미치는 영향과 대중소 『유통 상생협력』 방안 -

서용구

숙명여자대학교 경영학과 교수 (前 한국유통학회 회장)

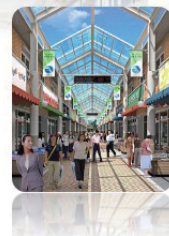
“**대형마트 규제에 대한 효과 분석**”
『휴일 규제』와 『출점규제』가 주변상권에 미치는 영향과
대중소 『유통 상생협력』 방안

2017.09.13

숙명여자대학교
교수서용구

“목차”

- 01 국내외 기존연구
- 02 분석점포 및 방법
- 03 대형마트 및 SSM상권의 범위
- 04 휴일 규제 효과
- 05 출점 규제 효과
- 06 결론
- 07 부록



01	국내외 기존 연구
02	분석점포 및 방법
03	대형마트 및 SSM 상권의 범위
04	휴일 규제 효과
05	출점 규제 효과
06	결론
07	부록



001	국내외 기존 연구 “#01 국내연구_대형마트”
출점 규제 효과	<p>대형마트 출점이 주변 상권에 미치는 영향 (서용구, 한경동 2015)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 대형마트의 출점이 소매업의 사업체 수 및 종사자에 미치는 영향이 없음 ● ‘창조적 파괴’처럼 새로운 업체의 창업으로 기존 업체의 폐업을 상쇄하기 때문임 <p>대형마트 출점이 전통시장에 미치는 영향 (강지수, 전현배, 2015)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 대형마트 출점(또는 대형마트의 점포수가 증가)한 경우 해당 지역의 전통시장 신용카드 결제시행율이 높게 나타남 <p>대형마트 출점이 주변 사업체 수에 미치는 영향 (성낙일, 콕태구, 2014)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 대형마트 출점으로 인해 지역 소규모 슈퍼마켓, 식료품 소매점, 전체 소매업 사업체 수는 감소 <p>대형마트의 특징에 따른 소매업에 미치는 영향 (류주현, 2004)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 식품부문을 강화한 대형마트의 진입이 식음료품 소매업의 폐업을 유발
휴일 규제 효과	<p>대형마트의 휴일규제가 전통시장 및 소규모 점포에 미치는 영향 (신우진, 2015)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 대형마트의 규제가 전통시장 및 소규모 점포의 매출을 증가시킴 ● 주중에는 일반슈퍼마켓과 전통시장을 상대적으로 많이 이용하고, 주말에는 토요일 또는 휴무일 지정일이 아닌 일요일에 대형마트를 집중 이용
결론	<p>대형마트의 출점 및 규제 영향에 대한 연구가 지속적으로 진행이 되고 있으나, 그 결과는 연구 방법 및 대상에 따라 다르게 나타남.</p>

101 국내외 기존 연구 “ #02 국내연구 _준대규모점포, SSM ”	
출점 규제 효과	<p>SSM 출점이 지역 소매에 미치는 영향(조춘한, 안승호, 2010)</p> <ul style="list-style-type: none"> SSM의 출점 여부와 상관없이 지역의 편의점의 매출액은 증가하거나 감소 SSM이 지역 소매에 미치는 부정적인 효과가 미미함 <p>SSM 입점이 개인 슈퍼마켓의 상권을 잠식함(신우진, 문소연, 2010, 2012)</p> <p>SSM의 확산이 다른 업체에 미치는 영향(최지호 등, 2012)</p> <ul style="list-style-type: none"> SSM의 확산이 대형마트와 편의점의 시장점유율을 감소시킨 반면에 백화점, 개인 슈퍼마켓, 기타 음식료품 위주 종합 소매점의 시장점유율에는 긍정적인 영향을 미침 <p>SSM이 진입에 따른 소매업체 변화(권은지, 권현배, 2016)</p> <ul style="list-style-type: none"> SSM이 진입한 시,군,구에서의 소매업체의 증가수가 비진입 지역보다 높음 이러한 두 지역간 차이는 소매업체의 퇴출보다는 진입의 차이에서 발생
	<p>SSM의 의무휴일 효과(김범식, 2015)</p> <ul style="list-style-type: none"> SSM에 대한 의무휴일이 전통시장의 매출액과 고객 수를 증가시킴(김범식, 2012)
	<p>결론</p> <p>준대규모점포 출점에 관한 연구가 지속적으로 진행이 되고 있으나 상반된 결과를 도출함. 또한 의무휴일일에 대한 연구가 절대적으로 부족하기 때문에 추가 연구가 필요한 상태임.</p>

101 국내외 기존 연구 “ #03 해외연구 _대형마트 출점 ”	
출점 효과	<p>The Wal-Mart Effect : Wave of Destruction or Creative Destruction?</p> <ul style="list-style-type: none"> 월마트를 중심으로 형성된 지역 상권은 다양한 고객이 유입이 되기 때문에 다른 지역 상권에 비해 폭넓은 상품과 서비스를 제공함 <p>Mom-and-Pop meet Big-Box : Complements or substitutes?</p> <ul style="list-style-type: none"> 부정적인 영향은 대형 마트와 인접한 지역에 위치해야 하고 동시에 동일한 상품군을 갖추는 경우, 즉 두 가지를 모두 충족해야만 발생 <p>HAS WAL-MART BURIED MOM AND POP?: THE IMPACT OF WAL-MART ON SELF-EMPLOYMENT AND SMALL ESTABLISHMENTS IN THE UNITED STATES</p> <ul style="list-style-type: none"> 소규모 점포의 평균 소득이 감소하는 현상이 나타나지 않음 기존 소규모 업체들이 폐업하더라도 슈퍼마켓의 창조적 파괴처럼 새로운 곳에서 새로운 업체의 창업으로 기존 업체의 폐업을 상쇄 <p>대형마트출점의효과</p> <ul style="list-style-type: none"> WalMart가 진출한 가운티의 경우 5-6% 소매 매출이 증가(WalMart 매출 포함)함(Stone 1995) 미출점 지역은 출점한 도시로 쇼핑을 위해 이동하기 때문에 매출이 지속적으로 감소(Stone 1997) 일반잡화의 매출이 가장 크게 증가하고 외식, 의류, 전문품 서비스의 경우에도 긍정적인 영향(Artz and Stone 2012)
	<p>결론</p> <p>대형마트의 출점 효과는 일부 소매업체에 부정적인 영향이 있으나 새로운 서비스와 변화를 시도하고 외부에서 고객이 유입되기 때문에 대형마트 주변의 상권을 활성화 시킴.</p>

01	국내외 기존 연구
02	분석점포 및 방법
03	대형마트 및 SSM 상권의 범위
04	휴일 규제 효과
05	출점 규제 효과
06	결론
07	부록



002

분석점포 및 방법 “#01 실증분석 방법 요약”

신한카드 빅데이터를 활용해서 2017년 5월 1일 - 2017년 8월 31일까지 연구를 진행

구분	내 용
연구방법	신한카드 가맹점 및 사용자에 대한 빅데이터 분석
연구기간	2017.05.01 - 2017.08.31.
분석방법	추세분석을 통한 규제 효과 검증
분석데이터의 범위	신한카드 가맹점 : 2010년 1월 1일 ~ 2017년 6월 30일 신한카드 소비자 : 2012년 1월 1일 ~ 2017년 6월 30일

102

분석점포 및 방법 " #02 대형마트 분석 점포 현황 "

대형마트는 지역에 따른 구분(상업지구, 주택지구, 신규택지)과 휴일규제에 따른 구분(수요일과 일요일)으로 총 6개의 점포를 대상으로 분석함.

대형마트					
구분	점포명	매장면적	출점일자	지역	휴일규제 현황
상업지구	홈플러스 평촌점	44,600m ²	2008.07	경기도 안양시	매월 24주째 수요일
	이마트 대전터미널점	17,127m ²	2011.12	대전 동구	매월 24주째 일요일
주택지구	홈플러스 김포점	16,033m ²	2001.09	경기도 김포시	매월 24주째 수요일
	롯데마트 상록점	19,855m ²	2012.11	경기도 안산시	10일, 4주 일요일
신규택지	홈플러스 오산점	10,761m ²	2013.05	경기도 오산시	매월 24주째 수요일
	롯데마트 청라점	11,223m ²	2012.12	인천 서구	매월 24주째 일요일

9

102

분석점포 및 방법 " #03 SSM 분석 점포 현황 "

SSM은 지역에 따른 구분(상업지구, 아파트 상가, 전통시장)과 휴일규제에 따른 구분(수요일과 일요일)으로 총 6개의 점포를 대상으로 분석함.

SSM 총괄 비교					
구분	점포명	매장면적	출점일자	지역	휴일규제 현황
상업지구	GS수퍼마켓 목동오거리점	406m ²	2010.09	서울 양천구	매월 24주째 일요일
	홈플러스익스프레스 안양평촌점	221m ²	2013.08	경기도 안양시	매월 24주째 수요일
아파트 상가	롯데슈퍼 안양비산점	330m ²	2013.08	경기도 안양시	매월 24주째 수요일
	이마트에브리데이 대전월평점	132m ²	2016.04	대전 서구	매월 24주째 일요일
전통시장	롯데슈퍼 부곡점	1,348m ²	2014.03	경기도 의왕시	매월 24주째 수요일
	홈플러스익스프레스 부전점	165m ²	2006.11	부산 부산진구	매월 24주째 일요일

10

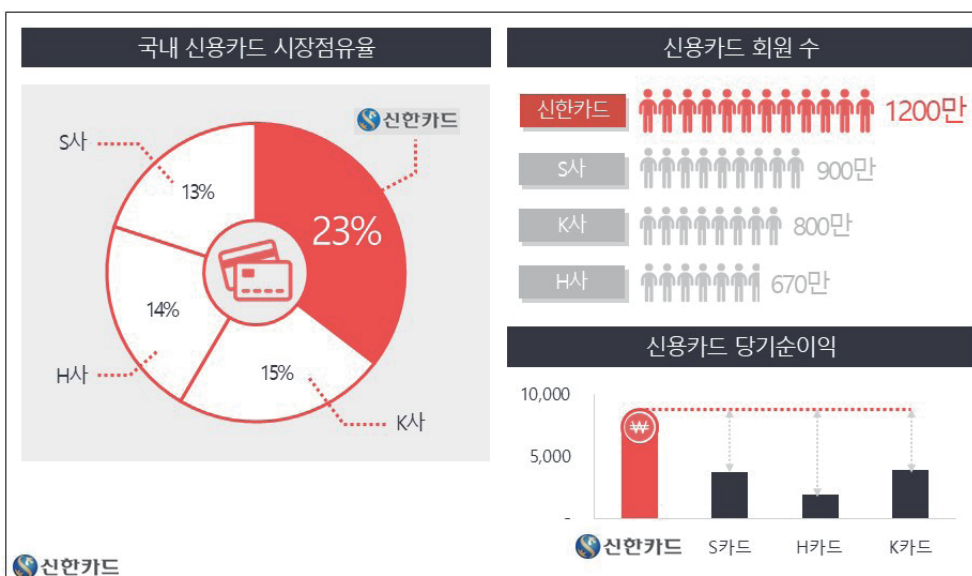
대형마트와 SSM에 대한 출점과 의무휴업일을 분석(출점 지역과 의무 휴업을 구분해서 점포 선정)

SSM 총괄 비교		
구분	일요일	수요일
상업지구	이마트 대전터미널점	홈플러스 평촌점
주택지구	롯데마트 상록점	홈플러스 김포점
신규택지	롯데마트 청라점	홈플러스 오산점

SSM 총괄 비교		
구분	일요일	수요일
상업지구	GS수퍼마켓 목동오거리점	홈플러스익스프레스 안양평촌점
아파트 상가	이마트에브리데이 대전월평점	롯데슈퍼 안양비산점
전통시장	홈플러스익스프레스 부전점	롯데슈퍼 부곡점

11

신한카드의 시장 점유율과 회원 수는 각각 23%, 1,200만명 으로 국내카드사 1위
고객의 1/5이상을 대상으로 조사가 가능함에 따라서 신뢰도를 높음



12

102

분석점포 및 방법 " #06 신한카드 데이터 활용 _의무휴업 기회 매출 분석 "

의무휴업일로 인해서 소비자의 소비 패턴은 어떻게 변하는가 ?

신한카드 1200만

S사 900만

K사 800만

H사 670만

➔

전통시장 및 개인 슈퍼마켓

온라인, 편의점 등 다른업체

소비 위축 및 소비 증발

규제에 따라 소비자가 전통시장 및 개인 슈퍼마켓으로 이동했는가?

아니면 온라인, 편의점 등 다른 업체 이동했는가?

아니면 소비 위축 및 소비 증발 현상이 발생했는가?

13

102

분석점포 및 방법 " #07 신한카드 데이터 활용 _출점 효과 분석 "

새롭게 출점한 대형마트 및 SSM의 고객은 어디에서 오는가 ?
대형마트에 새롭게 유입된 고객은 대형마트만 이용하는 가 ?

신한카드 1200만

S사 900만

K사 800만

H사 670만

➔

전통시장, 주변상권 ▶ 대형마트

대형마트 ▶ 전통시장, 주변상권

외부에서 고객 유입

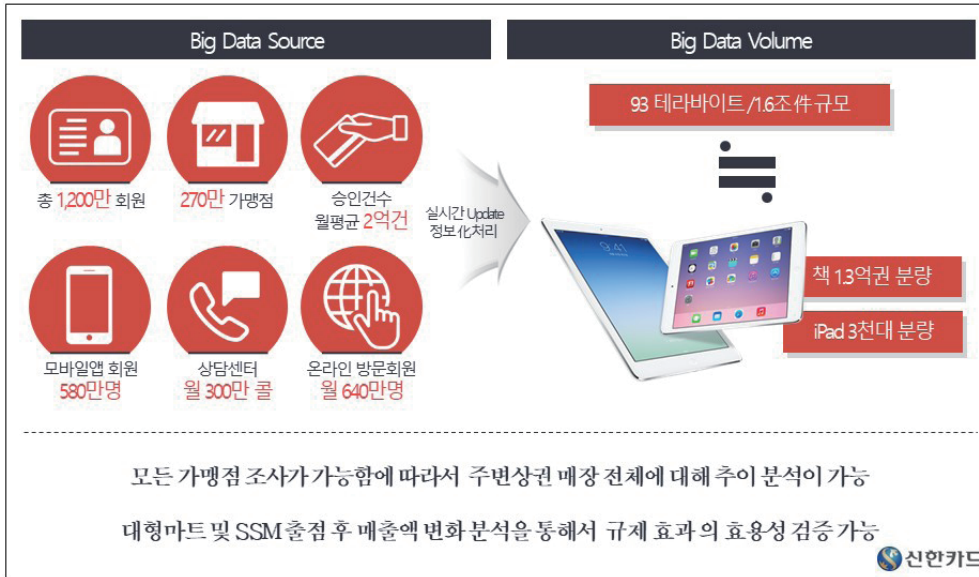
대형마트의 고객은 어디로 부터 오는가?

신규로 유입된 대형마트의 고객은 대형마트만 이용하는가?

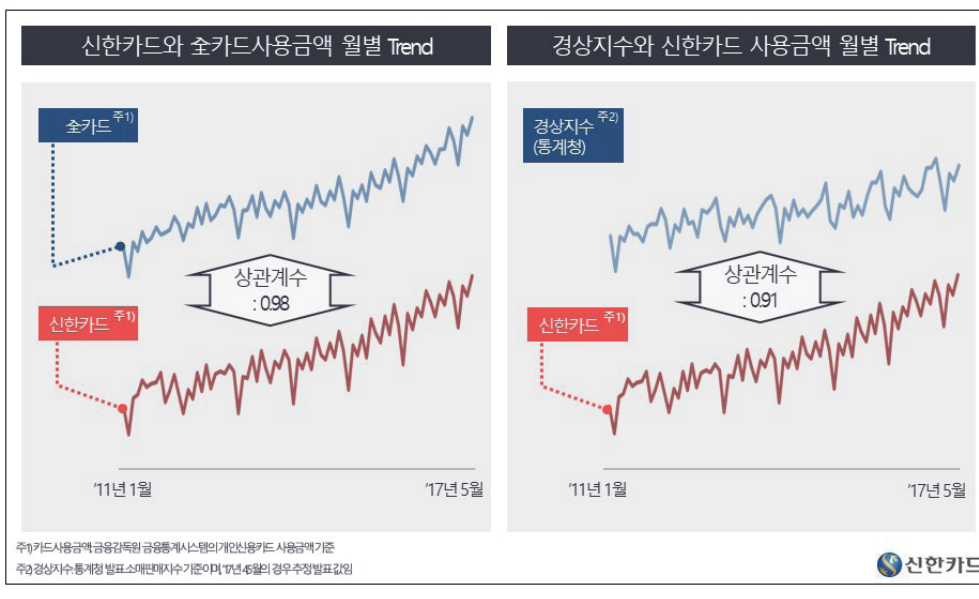
대형마트 상권의 범위는?

14

신한카드는 270만개의 가맹점이 등록되어 있어서 대형마트의 SSM 주변의 다른 점포 및 전통시장에 대한 전수 조사가 가능






신한카드는 국내 카드 점유율 1위이며, 신한카드의 사용 트렌드와 전카드사용금액 및 경상지수 트렌드가 유사하기 때문에 신한카드만을 사용해서 분석하는 것은 가능



102 분석점포 및 방법 “ #10 기존의 분석방법과 본 연구의 차이점 ”

기존 연구	구 분	본 연구
설문조사를 통한 매출액 분석	데이터	신용카드 빅데이터를 통한 분석
해당 점포 중 일부 점포 선정 후 조사	상인조사	신용카드 빅데이터를 활용한 가맹점 조사
설문에 따른 추적 조사	소비자 조사	신용카드 빅데이터를 활용한 소비자 추적 조사
실측을 통한 거리 활용	거리 측정	GPS 활용(가맹점 및 카드 이용자 집주소)

17

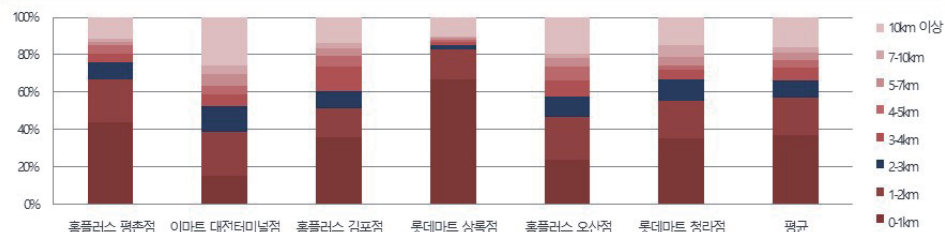
01	국내외 기존 연구	
02	분석점포 및 방법	
03	대형마트 및 SSM 상권의 범위	
04	휴일 규제 효과	
05	출점 규제 효과	
06	결론	
07	부록	

대형마트 핵심 상권의 범위는 반경 3km

일부 점포의 경우 반경 1km 이내로 대형마트 상권의 범위는 예상보다 좁음

대형마트 이용 고객 현황(거리별) 2016년

구 분	점포명	매장면적	0-1km	1-2km	2-3km	3-4km	4-5km	5-7km	7-10km
상업지구	홈플러스평촌점	44,600m ²	44.20%	22.70%	9.29%	4.62%	4.15%	2.10%	1.34%
	이마트대전터미널점	17,127m ²	15.37%	23.31%	13.69%	6.72%	4.10%	6.31%	4.66%
주택지구	홈플러스김포점	16,033m ²	35.87%	15.70%	8.71%	13.68%	5.24%	4.42%	2.47%
	롯데마트상록점	19,855m ²	67.01%	15.95%	2.00%	1.84%	1.26%	0.88%	0.97%
신규택지	홈플러스오산점	10,761m ²	23.97%	23.01%	10.62%	8.85%	7.02%	5.03%	2.31%
	롯데마트청라점	11,223m ²	35.31%	20.01%	11.68%	5.19%	2.27%	4.15%	6.74%
평 균			36.95%	20.11%	9.33%	6.82%	4.01%	3.81%	3.08%
평균누적 합계			36.95%	57.07%	66.40%	73.21%	77.22%	81.03%	84.12%



19

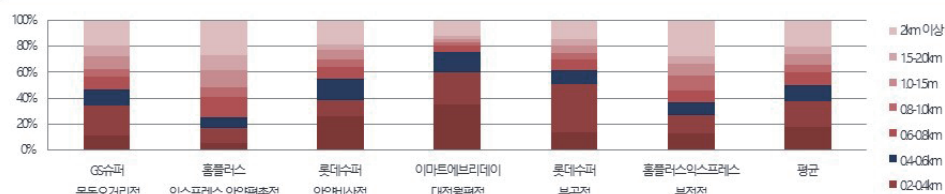
SSM 핵심 상권의 범위는 반경 500m

상업지구와 전통시장이 있는 경우 주변 점포 이용하면서 SSM을 이용함에 따라서 상권의 범위가 확대

(SSM은 주변 상권에 영향을 주기보다는 주변 상황에 따라 영향을 받는 점포로 영향력이 미미함)

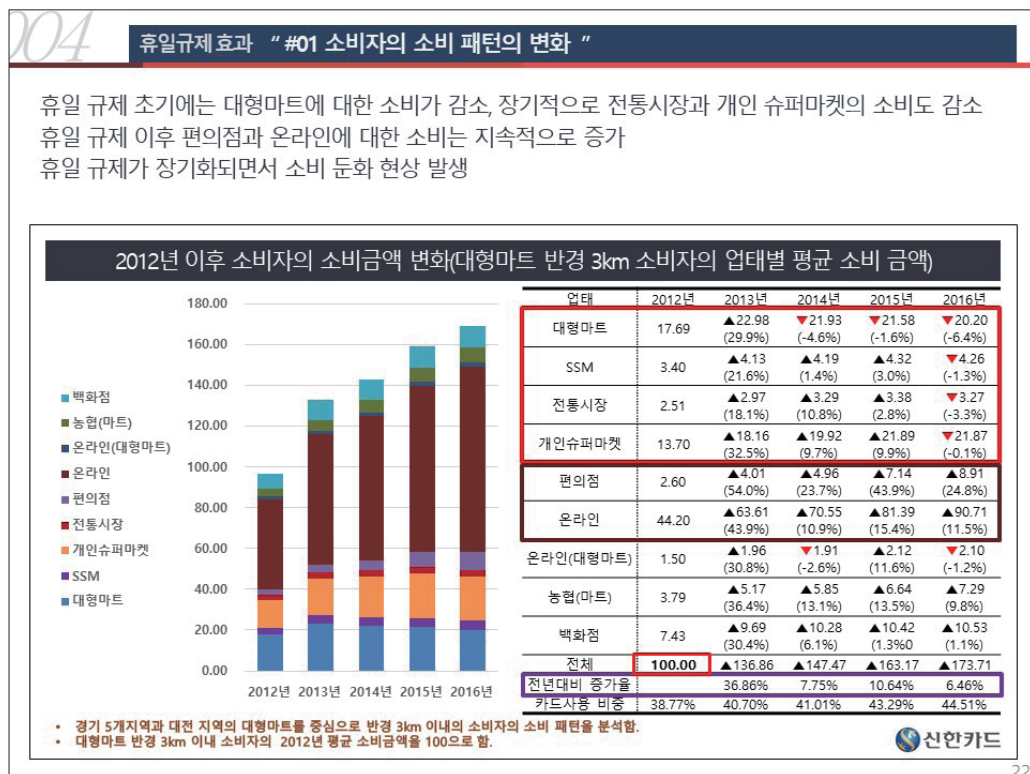
SSM 이용 고객 현황(거리별) 2016년

구 분	점포명	매장면적	0-0.2km	0.2-0.4km	0.4-0.6km	0.6-0.8km	0.8-1.0km	1.0-1.5m	1.5-2.0km
상업지구	GS슈퍼마켓 옥동오거리점	406m ²	10.98%	23.51%	12.28%	10.21%	5.26%	10.35%	7.80%
	홈플러스익스프레스 안양평촌점	221m ²	5.42%	11.05%	8.97%	15.25%	7.88%	12.80%	11.90%
아파트상가	롯데슈퍼안양비산점	330m ²	25.92%	12.79%	15.85%	9.76%	5.16%	8.09%	4.33%
	이마트에브리데이 대전월평점	132m ²	35.10%	24.97%	15.59%	5.23%	2.12%	2.42%	2.35%
전통시장	롯데슈퍼부곡점	1,348m ²	13.43%	37.46%	10.76%	8.43%	4.46%	6.24%	4.51%
	홈플러스익스프레스 부전점	165m ²	12.86%	13.99%	9.53%	9.07%	11.60%	9.51%	5.49%
합 계			17.28%	20.63%	12.16%	9.66%	6.08%	8.24%	6.06%
평균 누적 합계			17.28%	37.91%	50.08%	59.73%	65.81%	74.05%	80.11%



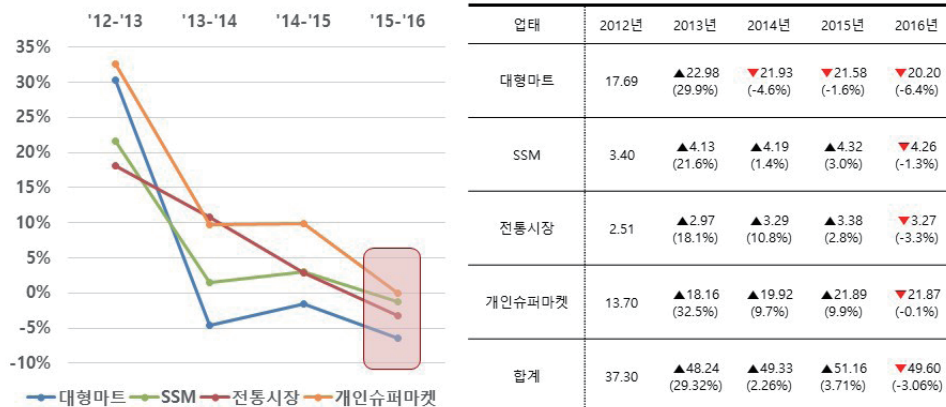
20

01	국내외 기존 연구	
02	분석점포 및 방법	
03	대형마트 및 SSM 상권의 범위	
04	휴일 규제 효과	
05	출점 규제 효과	
06	결론	
07	부록	



휴일 규제 시행 초기에 전통시장 및 개인 슈퍼마켓의 매출 증가
 규제 시행 이후에 시간이 지남에 따라서 성장률이 감소하다가 소비 감소로 연결
 규제 시행 이후 시간이 지남에 따라서 종합소매업과 전통시장에 대한 소비 위축 현상 발생

2012년 이후 소비자의 소비금액 변화(대형마트 반경 3km 소비자의 종합소매업과 전통시장 평균 소비 금액)



경기 5개지역과 대전 지역의 대형마트를 중심으로 반경 3km 이내의 소비자의 소비 패턴을 분석함.
 대형마트 반경 3km 이내 소비자의 2012년 평균 소비금액을 100으로 함.

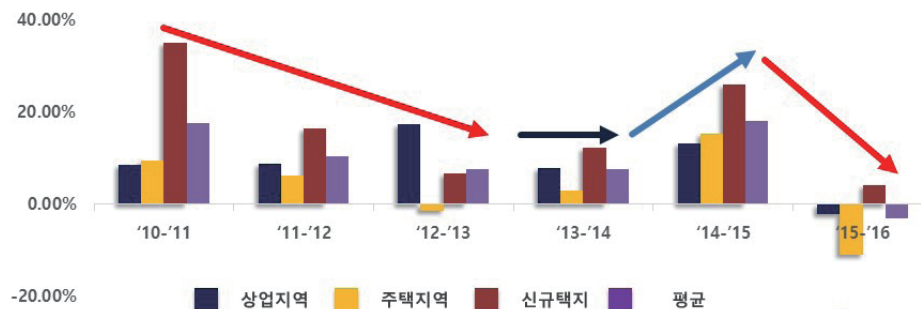
신한카드

23

휴일 규제 이후 슈퍼마켓의 성장을 둔화
 2014년 이후에 급속도로 늘어난 식자재 마트의 영향으로 2015년 슈퍼마켓 매출액 성장을 증가

대형마트 반경 3km 이내 슈퍼마켓의 전년대비 매출액 변화

거리	'10-'11	'11-'12	'12-'13	'13-'14	'14-'15	'15-'16
상업지역	8.51%	8.85%	17.32%	7.96%	13.22%	-2.18%
주택지역	9.47%	6.18%	-1.37%	2.95%	15.39%	-10.95%
신규택지	35.01%	16.44%	6.67%	12.33%	25.97%	4.15%
평균	17.66%	10.49%	7.54%	7.75%	18.19%	-2.99%



신한카드

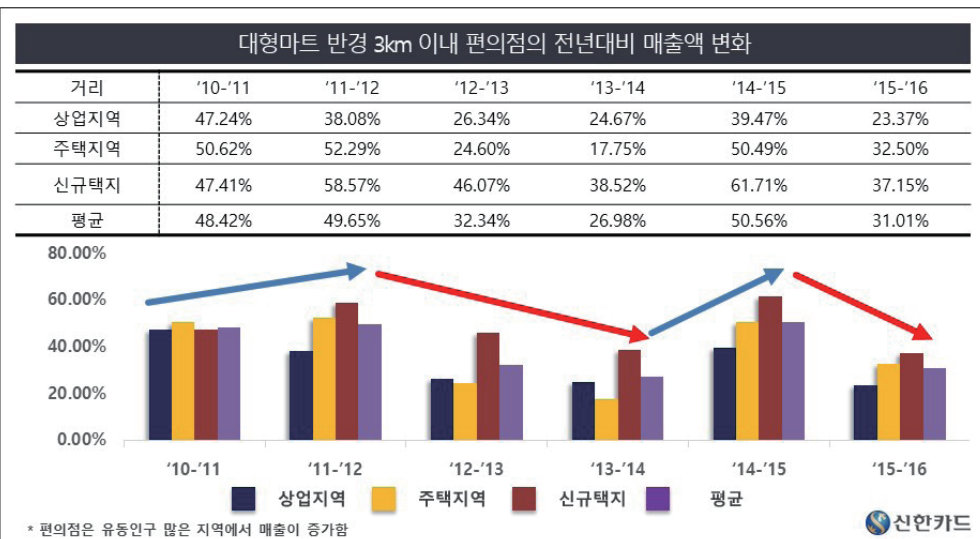
24

104

휴일규제 효과 “ #04 휴일 규제가 편의점에 미치는 영향 ”

휴일 규제 이전에 증가하던 편의점의 성장률이 규제 이후 성장률 감소는 규제로 인해서 대형마트 주변의 유통인구 감소하는 것을 의미*

2015년 편의점의 매출 증가는 HMR 제품의 매출 증가 및 담뱃값 인상으로 매출이 급증한 현상



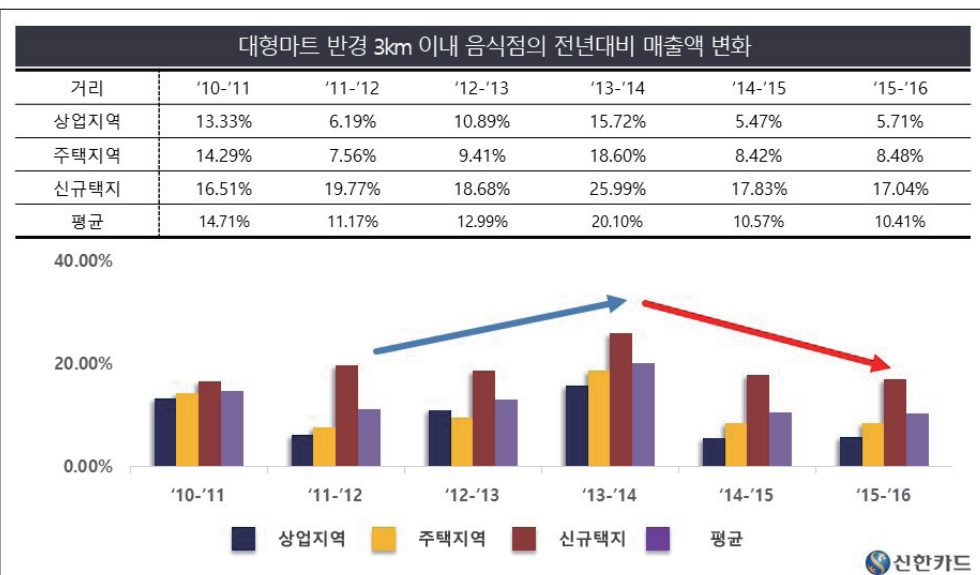
25

104

휴일규제 효과 “ #05 휴일규제가 음식점에 미치는 영향 ”

휴일 규제 후 음식점의 성장을 증가하다가 일정시간이 지난 후에 성장률이 감소

규제에 적응하게 되면 소비 패턴에 변화를 가져옴



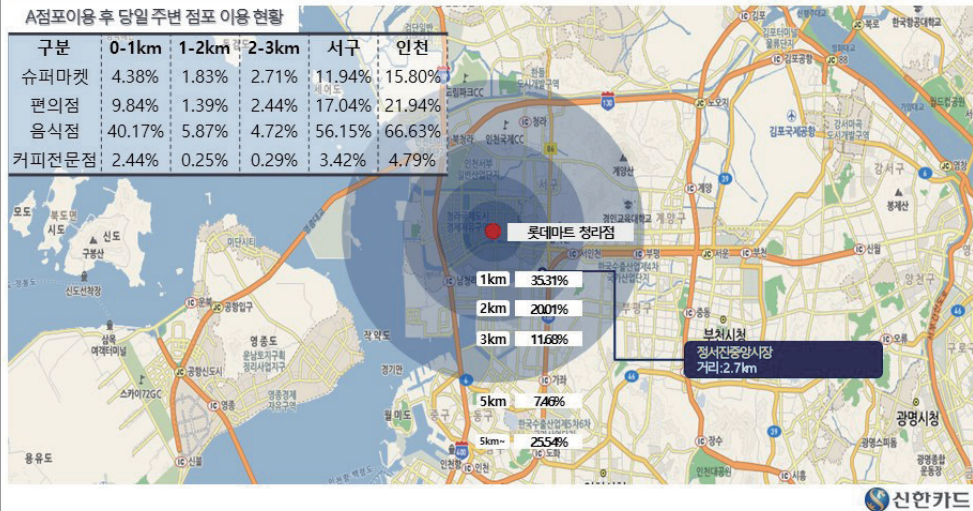
26

대형마트 이용 고객은 대형마트를 이용하면서 주변 점포도 동시에 이용
 휴일 규제는 주말에 대형마트 고객이 다른 점포를 이용하는 기회까지 상실

롯데마트 청라점 이용고객 주변 점포 이용 현황(2016년)

A점포이용 후 당일 주변 점포 이용 현황

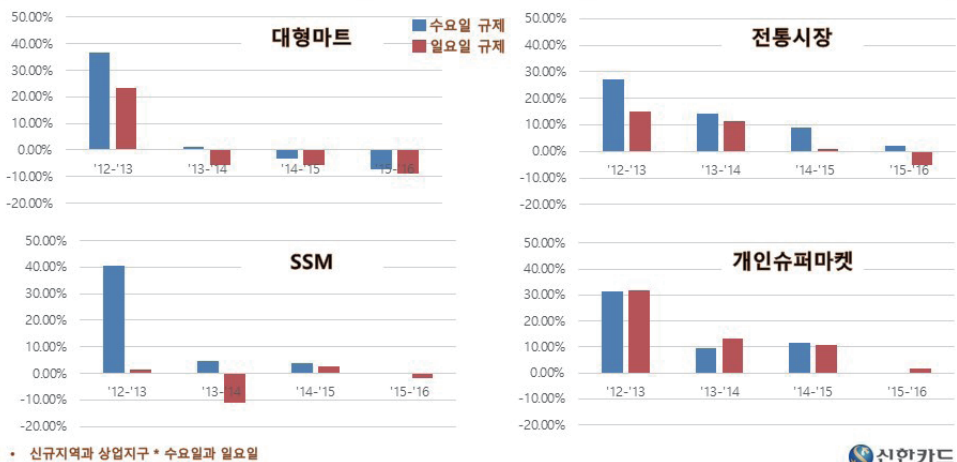
구분	0-1km	1-2km	2-3km	서구	인천
슈퍼마켓	4.38%	1.83%	2.71%	11.94%	15.80%
편의점	9.84%	1.39%	2.44%	17.04%	21.94%
음식점	40.17%	5.87%	4.72%	56.15%	66.63%
커피전문점	2.44%	0.25%	0.29%	3.42%	4.79%



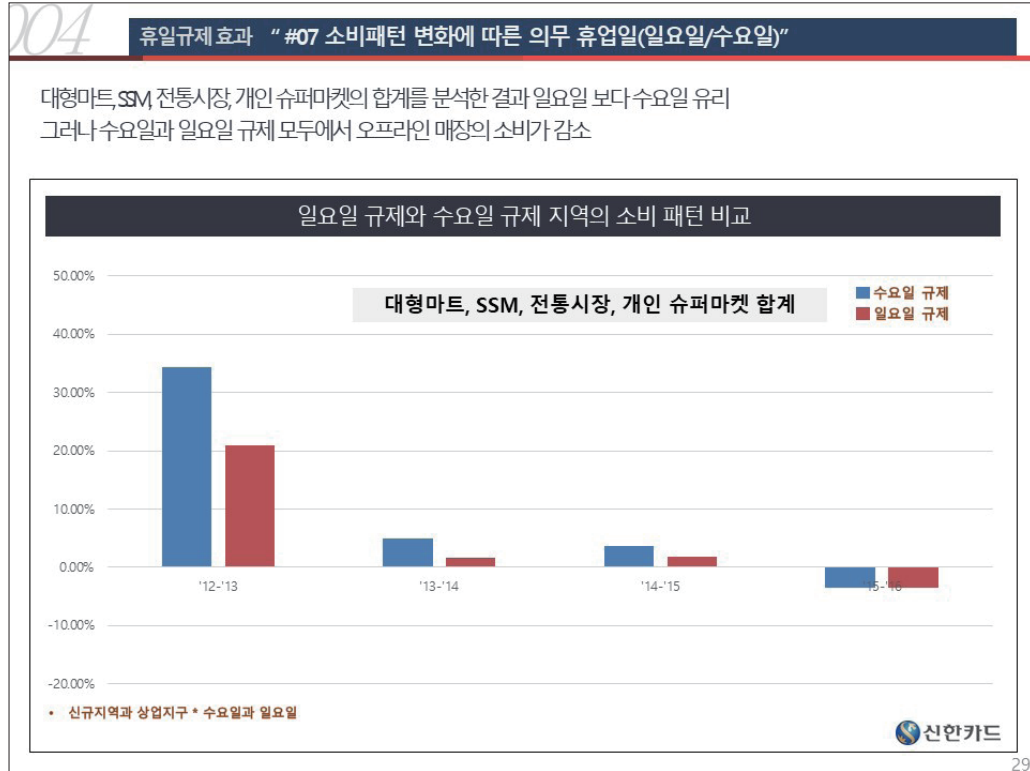
27

의무휴업일 규제로 인해서 매출 성장률이 감소하고 있지만 규제를 지속적으로 시행한다면
 전통시장 수요일 규제가 유리
 개인슈퍼마켓은 일요일 규제가 유리(차이 크지 않음)

일요일 규제와 수요일 규제 지역의 소비 패턴 비교



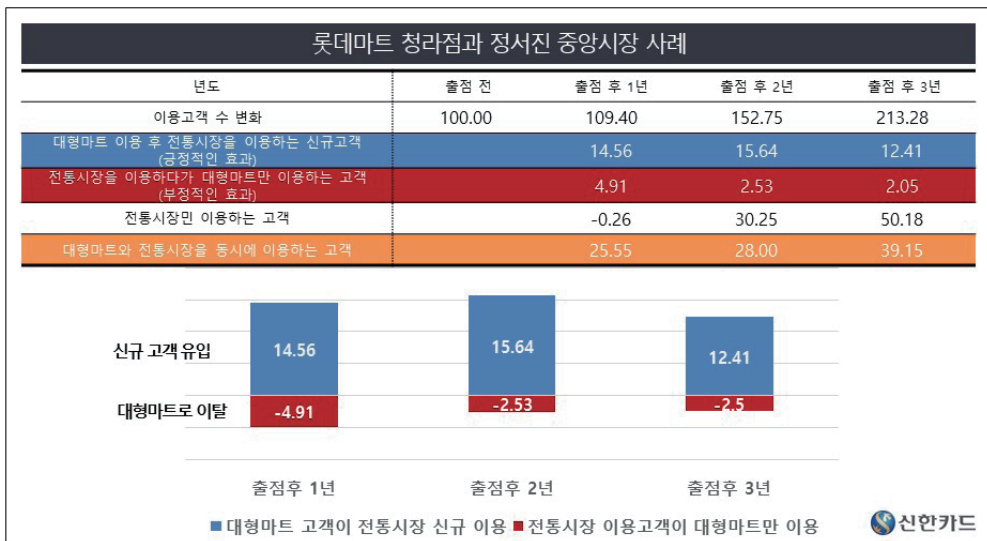
28



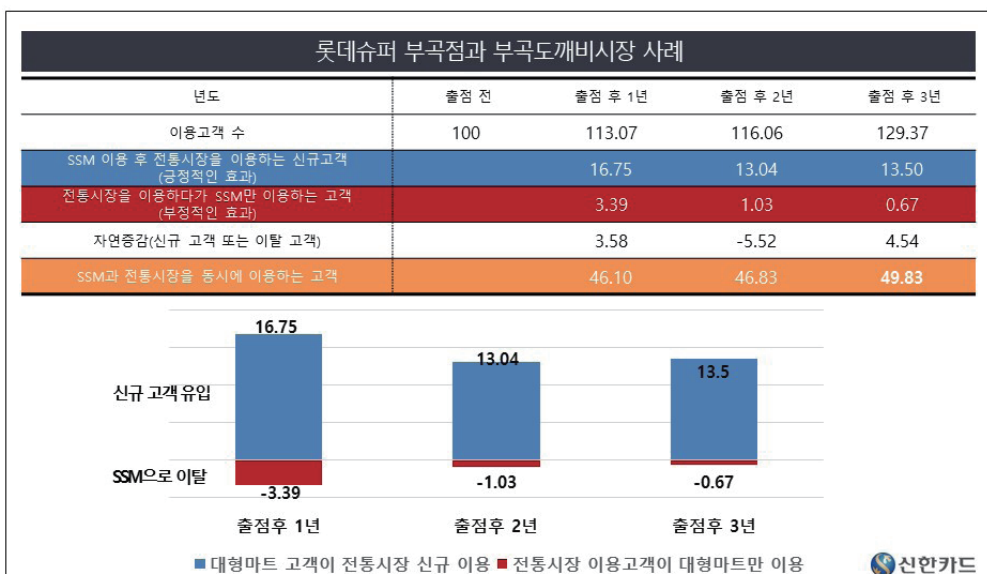
29



01	국내외 기존 연구	
02	분석점포 및 방법	
03	대형마트 및 SSM 상권의 범위	
04	휴일 규제 효과	
05	출점 규제 효과	
06	결론	
07	부록	

전통시장 고객이 대형마트 출점으로 대형마트로 이동하는 고객보다
대형마트의 고객이 전통시장의 신규 고객으로 가는 고객이 많음
대형마트 출점은 전통시장과 고객 공유로 공생하는 관계



SSM 출점 후 전통시장에 신규로 유입되는 고객이 SSM으로 이탈하는 고객 보다 많음
출점 이후 시간이 지날 수록 동시에 이용하는 고객이 증가함에 따라서 공생 관계



01	국내외 기존 연구	
02	분석점포 및 방법	
03	대형마트 및 SSM 상권의 범위	
04	휴일 규제 효과	
05	출점 규제 효과	
06	결론	
07	부록	

006

결론 “#01 대형마트 상권의 범위와 지역내 소비”

분석 결과

대형마트의 상권의 범위는 3km이며, 상권의 특징에 따라서 반경 2km 이내

휴일 규제 이후 대형마트에 대한 소비 위축

대형마트 이용 고객 중 60% 이상이 당일 반경 1km 이내에 있는 다른 점포 이용

- 휴일 규제 이후 슈퍼마켓, 편의점, 음식점 성장률 저하
- 당일 주변 점포 중에서 음식점, 편의점, 슈퍼마켓 순으로 이용함

시사점

대형마트 휴일 규제가 대형마트의 매출 감소뿐만 아니라 주변 상권의 침체로 연결되고 있음.

가족 단위의 주말 이용 고객이 대형마트를 이용하지 않고 다른 여가 활동을 하거나 다른 지역에 소비를 하게 되면 주변의 점포와 상권에도 부정적인 영향

지역 내 소비는 감소하고 지역 외로 유출 증가 현상 발생

34

37

분석
결과

휴일 규제 이후 대형마트 매출 감소와 더불어 슈퍼마켓과 전통시장의 성장을 둔화 현상

- 반경 3km 이내의 소비자가 슈퍼마켓과 전통시장에 대한 소비 위축 현상
- 슈퍼마켓의 성장을 둔화

온라인 소비는 지속 증가

기존 상황에서 향후 온라인 소비는 증가하고 오프라인 소비 위축 현상 가속화

시
사
점

오프라인 소비 위축은 교차방문 및 구매의 기회를 상실

- 계획구매가 아닌 충동구매 제품에 대한 매출 감소

대형마트 및 오프라인 매장에서 판매 비중이 높은 제품 매출 감소

- 신선농축수산물 및 즉석조리식품

분석
결과

대형마트와 SSM 출점 후 전통시장 이용 고객 수 증가

대형마트와 SSM 이용 고객이 전통시장을 동시에 이용하는 비율 증가

- SSM과 전통시장을 동시에 이용한 고객 비율이 높음(출점 후 3년:50%)

대형마트 및 SSM 신규 출점 이후에 전통시장→대형마트 및 SSM으로 이동하는 고객보다
대형마트 및 SSM→전통시장으로 이동하는 고객 수가 더 많았음.

시
사
점

대형마트와 SSM은 전통시장과 경쟁관계 뿐만 아니라 보완적 관계임을 확인함.

대형마트의 집객은 전통시장에 긍정적인 효과

SSM이 전통시장 내에 또는 인근에 있을 경우 동시에 이용하는 비율이 높아져 긍정적인 효과 발생

전통시장의 다양한 먹거리와 제품을 구매하기 위해서는 주말 가족단위의 방문객이 필요함.

106

결론 “#04 휴일 규제 효과에 따른 혜택”

**분석
결과**

- 대형마트에 대한 소비 위축
- 휴일 규제의 목적과 반대로 개인 슈퍼마켓과 전통시장에 대한 소비가 위축되고 매출 성장률은 둔화
- 온라인의 소비가 활성화
- 상권내 편의점 및 음식점의 성장률은 둔화 현상

**시
사
점**

- 슈퍼마켓 경쟁업종의 등장과 성장(식자재마트, 전문점)
- 새로운 아이템을 통한 성장 마련(편의점 HMR, 드럭스토어)
- 지역 상권의 공동화 현상(지역 내 소비 위축 및 외부 유출 현상 발생)

37

106

결론 “#05 일요일과 수요일 규제 효과 비교”

**분석
결과**

- 개인 슈퍼마켓의 경우 수요일 규제보다 일요일 규제가 효과적이나, 그 혜택은 골목형 슈퍼마켓이 아닌 개인 대형슈퍼마켓(식자재마트 포함)으로 전이됨
- 전통시장은 일요일 규제보다 수요일 규제가 더 효과적
- 그러나 일요일 규제와 수요일 규제 모두 오프라인 매장과 상권에서 소비를 위축

**시
사
점**

- 전통시장과 개인 슈퍼마켓에 미치는 휴일 규제 효과가 다르기 때문에 오프라인 매장 전체에 미치는 영향을 통해서 효율적으로 규제를 시행하는 것이 바람직함.
- 오프라인 매장에서 주로 구매하는 신선농/축/수산물 경우에는 일요일 규제보다 수요일 규제가 생산자에게 유리할 것으로 사료됨.
- 의무휴업일은 득과 실이 있으나, 장기적으로는 오프라인 매장에 대한 소비 축소는 농민 및 납품업체의 매출 저하를 가져오기 때문에 이해관계자의 의견을 반영한 규제에 대한 검토가 필요함.

38

오프라인에서의 소비위축 현상을 방지하기 위해서는 대형마트 및 SSM의 휴일 규제보다는 중소기업의 경쟁력 강화 및 오프라인 상권의 경쟁력 강화를 위한 공동의 노력 필요

대형마트 vs. 중소기업의 관계를 경쟁관계 뿐만 아니라 보완관계임을 인식·홍보 할 필요가 있음.

- 대형마트의 집객 효과 및 역외 쇼핑 유출 방지
- 대형마트 이용고객 당일 주변 점포 이용

전통시장 신규 고객 유치 위해서는 SSM과 협력 관계를 강화 할 필요가 있음.

- 전통시장 内の SSM 이용고객의 50% 이상이 전통시장과 SSM을 동시에 이용하고 SSM이 전통시장에 신규 고객 유치 효과 증,
- 이마트 노브랜드의 상생스토어는 전통시장과 SSM이 경쟁관계가 아닌 상생할 수 있는 점포로 인식되었음.
- 전통상업보존구역에 대한 SSM출점 제한에 대한 검토가 필요함.

신선농/축/수산물 위해서는 일요일 규제보다는 주중 규제가 피해 최소화

- 도매시장의 경매가 일요일에 휴업
- 신선농축수산물의 짧은 유통기한으로 휴일 규제 때 납품하지 못한 제품은 폐기 처분
- 가족단위의 고객이 많을 때 신선농/축/수산물의 판매 증대

- 01 국내외 기존연구
- 02 분석점포 및 방법
- 03 대형마트 및 SSM 상권의 범위
- 04 휴일 규제 효과
- 05 출점 규제 효과
- 06 결론
- 07 부록



월마트 효과	본 연구 결과
<p>월마트를 중심으로 형성된 지역 상권은 다양한 고객이 유입이 되기 때문에 다른 지역에 상권에 비해 폭 넓은 상품과 서비스 제공</p>	<p>대형마트 및 SSM은 보완적 관계임.</p>
<p>월마트가 진출한 상권 전체에 5-6% 소매 매출 증가</p>	<p>대형마트 및 SSM출점 지역은 휴일 규제 이전에도 매출액이 증가함.</p>
<p>월마트 미출점 지역은 출점한 도시로 쇼핑을 가기 때문에 매출이 지속적으로 감소</p>	<p>대형마트 출점으로 외부 고객 유입 효과가 있음.</p>
<p>월마트 출점으로 일반잡화의 매출이 가장 크게 증가하고 외식, 의류, 전문품 서비스 경우에도 긍정적</p>	<p>대형마트와 SSM이용 후 주변 점포 및 전통시장을 동시에 이용</p>

41

107

부록 "#02 상권의 범위"

상권분석의 정의

- 상권: 제품, 서비스를 제공하는 사업체나 사업집단의 소비자가 포함된 지역
- 인구적 요소, 사회 경제적 요소가 끊임없이 변화하기 때문에 상권분석은 일회성이 아닌 계속적으로 이루어져야 함
- 소비자 수요 판단 후 지역의 경쟁자 분석
- 시간에 따른 장단점 파악

상권의 크기와 형태

- 계층적 구조: 지역상권, 지구상권, 개별점포
- 대형마트 지역상권에서 지구상권으로 상권이 축소되는 현상
- SSM은 개별점포 상권
- 점포상권 기준: 1차 상권(핵심상권, 고객의 50%), 2차 상권(고객의 20~30%), 기타상권

42

- 강지수, 전현배(2015), “대형마트 진입이 전통시장 서비스 개선에 미치는 영향”, 산업조직연구, 제23권 제2호, 한국산업조직학회, 33-56.
- 권은지, 전현재(2016), “SSM의 시장진입과 소매업체의 진입과 퇴출”, 경제학연구, 제64집 제3호, 한국경제학회, 5-32.
- 권태구, 성낙일(2014), “대규모점포의 시장진입과 소매업종별 사업체수의 변화: 실증분석”, 경제분석, 제20권 제2호, 한국은행경제연구원, 56-91.
- 김법식(2012), “대형마트 영업제한의 전통시장 매출증대 효과와 정책방안”, SDI 정책리포트, 제125호, 서울연구원.
- 류주현(2004), “대형할인점이 소매업 구조에 미치는 영향”, 한국지역개발학회지, 제16권 제3호, 한국지역개발학회, 163-182.
- 서용구, 한경동(2015), “대형마트 출점이 주변 상권에 미치는 영향”, 유통연구, 20(2), 한국유통학회, 4-64.
- 신우진(2015), “영업시간 제한 및 휴무일 지정에 따른 대형마트와 기업형슈퍼마켓(SSM)의 매출액 감소 효과에 관한 연구 -대구광역시를 중심으로-”, 대한부동산학회지, 제30권 제2호, 대한부동산학회, 81-99.
- 조춘한, 안승호(2011), “SSM 상권내의 업종 비율 변화와 편의점 매출액 변화에 대한 연구”, 유통연구, 제16권 제5호, 한국유통학회, 193-209.
- 최지호, 윤민석, 문연희, 최성호(2012), “기업형 슈퍼마켓(SSM)의 시장진입이 소매업태간 시장점유율 변화에 미친 영향”, 유통연구, 제17권 제3호, 한국유통학회.

- Artz, G. M., and K. E. Stone (2012), “Revisiting WalMart's Impact on Iowa Small-Town Retail: 25 Years Later,” *Economic Development Quarterly*, 26(4), 298-310.
- Haltiwanger, J., R. Jarmin, and C. J. Krizan (2010), “Mom-and-Pop Meet Big-Box: Complements or Substitutes?,” *Journal of Urban Economics*, 67, 116-134.
- Paruchuri, S., J. A. C. Baum, and D. Potere (2009), “The WalMart Effect: Wave of Destruction or Creative Destruction?,” *Economic Geographer*, 85, 209-236.
- Sobel, R. S., and A. M. Dean (2008), “Has WalMart Buried Mom and Pop? The Impact of WalMart on Self-Employment and Small Establishments in the United States,” *Economic Inquiry*, 46, 676-695.
- Stone, K. E. (1995), “Competing with the Discount Mass Merchandisers—Impact of WalMart Stores and Other Mass Merchandisers in Iowa, 1983-1993,” Ames: Iowa State University. Retrieved from http://www2.econ.iastate.edu/faculty/stone/1995_IA_WM_Study.pdf
- Stone, K. E. (1997), “Impact of the WalMart Phenomenon on Rural Communities. In *Proceedings: Increasing Understanding of Public Problems and Policies—1997* (pp. 189-200),” Oak Brook, IL: Farm Foundation. Retrieved from

Thank you

토론 ①

**농민 등 모든 유통산업 이해관계
자의 이익이 되고, 경제재도약에
일조를 할 수 있다면, 평일휴무
전환에 대해 검토 가능**

오호석

골목상권살리기소비자연맹 상임대표

농민 등 모든 유통산업 이해관계자의 이익이 되고, 경제재도약에 일조를 할 수 있다면, 평일휴무전환에 대해 검토 가능

오호석

골목상권살리기소비자연맹 상임대표

오늘 중소상인을 대표해서 토론을 하게 된 골목상권살리기소비자연맹의 오호석 상임대표입니다. 반갑습니다.

골목상권살리기소비자연맹은 직능경제인단체총연합회, 한국외식업중앙회, 한국공인중개사협회, 한국요양보호사중앙회, 대한숙박업중앙회, 한국이용사회중앙회 등을 비롯한 유권자시민행동, 한국 시민사회연합, 나눔과기쁨, 녹색어머니회중앙회 등 전국 290여개의 직능인·자영업자단체와 시민 사회단체가 모여 만든 비영리단체로써 “대형마트 강제휴무제 실시”, “신용카드가맹점 수수료 인하”, “구내식당 폐지” 등을 통해 장기경기침체, 수익성 악화, 휴폐업 확산등 생존권이 심각하게 위협받고 있는 전국 골목상권 중소자영업의 경쟁력과 자생력을 증대시키고 궁극적으로 서면경제 활성화에 이바지함을 목적으로 하고 있습니다.

대형마트 등 유통대기업들이 골목상권에 무분별하게 진입하면서 골목상권의 중소상인들이 많이 어려워졌습니다. 특히 골목상권에서 많이 판매하는 신선식품과 공산품을 대기업들이 판매하고 있고, 음식점과, 세탁소도 하면서 많은 골목상권의 상인들이 피해를 보고 있습니다.

500만 서민들이 영위하는 골목상권의 상인들은 업 자체가 생계의 수단입니다. 이 생계수단이 위협을 받고 어려워지면 국가 경제/사회적으로도 큰 문제가 아닐 수 없습니다.

그래서 우리는 국회와 정부에 지속적으로 대형마트 등 유통대기업에 대한 규제를 강력히 요구해왔고, 국회 및 정부에서도 우리의 의견을 받아들여 법을 통해 유통대기업을 규제하였습니다. 뿐만 아

나라 한편으로는 국회 및 정부에서도 골목상권의 사회/경제적 중요성을 인식하여 경쟁력 강화를 위해 시설도 투자하고 교육도 하는 등 많은 지원을 해왔습니다.

그런데 돌이켜 보면, 지난 6년간 지속된 대형마트 및 SSM에 대한 규제로 우리에게 실익이 있었는가? 라고 했을 때, 그렇다고 쉽게 말하기는 어려운 것 같습니다. 대형마트를 규제해도 여전히 골목상권은 살아나지 못하고 있고, 어려움은 지속되고 있습니다.

그 원인으로서는 그 동안 소비자의 니즈가 변화하고 있고, 이런 변화에 따라 소비자들이 온라인, 편의점 등으로 많이 옮겨가고 있기 때문입니다. 결국 규제로 인해 중소유통이 가져가야 할 반사이익을 온라인과 같은 다른 유통기업이 누리고 있는 상황인 것으로 생각됩니다.

그리고, 오늘 발표 내용을 들어보니 놀라운 내용이 들어 있습니다. 일요일 의무휴무 규제가 효과가 없었다고 나오고, 오히려 대형마트 및 SSM 출점한 지역은 기존 골목상권의 고객이탈 보다는 새로운 고객의 유입이 늘어나 전체적으로 긍정적인 효과가 있다고 나왔습니다.

지금까지 이렇다 할 규제의 효과를 체감하지 못해오던 상황에서 빅데이터 분석을 통한 실증적 조사분석 결과는 대형마트 규제효과에 대한 것을 명확히 들여다 볼 수 있는 계기가 되었습니다.

연구 결과에 따르면 결국 골목상권을 살리기 위한 정책수단이 그 목적하는 바가 좋았다 하더라도 실질은 비효율적이었다는 것입니다. 정말로 규제의 효과보다는 부작용이 많은 것이 사실이라면, 우리가 계속 국회나 정부에 유통규제 강화의 목소리를 내야 할 것인가? 라는 의문이 먼저 생겼습니다.

그렇다고 중소상인은 계속 힘들어 하고 있는데 가만히 바라만 볼 수도 없는 것이 현실입니다.

고민 끝에 말씀 드릴 수 있는 것은 우선 정부가 규제를 통해 중소상인을 살리겠다는 기본 정책은 유지하되, 이에 너무 의존해서는 안되겠구나 하는 생각이 들었습니다. 대신 정부는 중소상인을 위한 지원을 강화하고, 그 지원이 단순히 물량이 아닌 실제 자기 경쟁력을 갖출 수 있도록 해야 합니다. 고기를 주는 것이 아니라 고기를 잡는 방법을 가르쳐 주어야 합니다.

결국 바람직한 것은 규제일변도의 정책보다는 대형유통과 골목상권이 상생하는 방향으로 정책을 전환하는 것만이 모두가 살길이라고 생각합니다. 이를 위해서는 대형유통에서 선진적인 유통 노하우를 갖고 있으므로 적절한 상생방안을 먼저 제시해주는 것이 좋겠습니다. 우리 골목상권 상인들은

규제 자체가 목적이 아니고 골목상권이 경쟁력을 갖추어서 생계를 유지할 수 있는 것이 우리가 원하는 목적인 것입니다.

중소기업연구원이 2015년 발표한 연구결과에 따르면 대형마트와 중소유통이 지속 가능한 공존을 유지하기 위해서는 계속 싸우기 보다는 서로 양보하며 줄 것은 주고 받을 것은 받는 상생을 실천해야 한다고 하고 있습니다. 중소기업연구원은 상생모델의 예로 현재 일요일 의무휴업을 평일로 옮기고, 대형마트는 중소유통에 상생협력 지원을 하는 방안을 제시하기도 했습니다.

국회와 정부도 골목상권이 살아날 수 있도록 뒷받침하는 정책방안을 고민해주시기 바랍니다. 골목상권의 어려움 해소 차원에서 신용카드 가맹점 수수료도 인하해주시고, 각종 세제 혜택도 마련해주시기 바랍니다.

아울러 대형유통도 골목상권의 어려움을 잘 헤아려 무조건적으로 확장해서 성장하는 데에만 골몰하지 말고, 골목상권도 같이 공존할 수 있도록 노력해주시기 바랍니다.

저 역시 골목상권의 상인이기도 하지만 소비자이기도 합니다. 소비자의 마음을 얻기 위해 우리 골목상권도 노력하겠습니다.

그리고 현재의 일요일 의무휴업규제 효과가 미미하고, 규제보다는 상생을 통한 문제해결 방안이 놓여만이나 중소납품업체, 그리고 소비자 모두에게 이익이 된다면 있다면, 더욱이 오늘 이 세미나를 주최자 이름 같이 경제재도약에 일조를 할 수 있다면, 평일휴무전환과 같은 조치에 대해서도 얼마든지 적극 검토할 수 있다는 점을 말씀 드립니다.

감사합니다.

토론 ②

중소기업식품제조업체에서 바라본 대형마트 의무휴업 규제

원유천

산클푸드 대표

중소기업식품제조업체에서 바라본 대형마트 의무휴업 규제

원유천

산클푸드 대표

안녕하십니까?

우선 대형마트 영업규제와 관련하여 이렇게 중소기업을 운영하는 제가 소견을 말씀 드릴 수 있는 기회를 주신데 대해 진심으로 감사드립니다.

항상 보면 대형마트의 규제가 대형마트와 중소상인간의 문제로만 인식되는 경향이 있었는데, 오늘 보니 소비자, 농민 등 여러 이해당사자가 토론자로 나와 있는 것을 보면 이제 국회도 영업규제가 대형마트와 중소상인간의 문제만은 아니라는 점을 인식하고 있다는 것을 알게 되었습니다.

저는 대형마트와 거래한지는 약 20년이 되었고, 현재는 전라북도 정읍에서 당면 등 식품을 생산하여 몇몇 대형마트에 납품하고 있는 중소기업체 대표입니다.

과거에는 쥘, 라면, 굴소스 컵누룽지 등 네셔널브랜드 제품과 PB제품을 모두 대형마트에 납품했었습니다.

초창기에는 대형마트가 점포를 확대하면서 저희도 매출이 같이 올라 계속 성장을 할 수 있었고, 그 당시에는 제품개발도 많이 했습니다.

그런데 2012년 부터는 대형마트의 출점도 주춤하고 일요일 의무휴업 규제까지 겹치다보니 매출 하락세가 심각하게 나타났습니다. 초기에는 20% 넘게 감소했고, 저희와 같은 중소식품제조업체의 평균을 보면 약 15%에서 20% 감소했습니다. 그리고 근래에는 소비위축까지 겹쳐 어려움은 더욱 가

중되고 있습니다.

일요일 영업규제에 의한 대형마트 납품 축소로 매출이 감소하면서, 공장 가동률은 심각하게 떨어졌고, 인원도 일부 감원을 했습니다.

저희 같은 중소식품제조업체가 어려움을 겪는 것이 제 책임이라면 할 말이 없겠는데, 정상적으로 회사를 잘 운영하고 있던 상황에서 대형마트 의무휴업 규제라는 외부적 요인으로 경영상 어려움을 맞게 되니 억울한 심정이 들기도 했습니다.

그렇다고 규제로 인해 중소상인의 형편이 좀 나아졌다면 좋았을 텐데, 주위를 둘러 보면 여전히 중소상인은 어려운 것 같습니다.

국회 및 정부 관계자께서는 대형마트와 거래하는 중소기업의 현황도 세심히 파악해 주셨으면 좋겠습니다. 대형마트와 거래하는 중소납품업체의 비중이 90% 이상이라고 합니다. 바꾸어 말하면 대형마트는 중소기업제품의 판매장입니다.

그런데 대형마트와 거래하는 저희와 같은 중소납품업체들은 중소상인처럼 조직화되지도 못하고 국회나 정부에 우리의 입장을 이야기 할 수 있는 소통채널도 없습니다. 이런 점을 고려하시어 중소기업의 목소리도 많이 들어 주셨으면 합니다.

저희 중소납품업체의 어려움만 호소하지는 않겠습니다. 다만, 조금씩 서로 양보하면서 문제를 해결하고, 모두가 상생할 수 있는 방안이 필요하다는 점을 말씀 드리고, 이런 토론의 자리를 통해 그 방안이 모색되었으면 좋겠다는 생각을 말씀 드립니다.

고맙습니다.

토론 ③

농어민에게 피해를 주는
대형마트 의무휴무 규제는
하루속히 개선되어야

강석근

전국경매사연합회 회장

농어민에게 피해를 주는 대형마트 의무휴무 규제는 하루속히 개선되어야

강석근

전국경매사연합회 회장

오늘 세미나에 참석하여 농민을 대표해서 의견을 개진할 기회를 얻게 되어 대단히 기쁘게 생각합니다.

저는 전국경매사연합회 회장을 맡고 있는 강석근이라고 합니다.

제가 이 자리에 참석하여 농민을 대표하여 말씀드리는 것이 적절한지는 모르겠습니다. 하지만, 저는 농업분야에 인연을 맺은지 약 50년 이상 되었고, 산지 농민들, 그리고 농업에 종사하시는 여러분과 동고동락을 같이하면서 그들의 실정을 누구보다 잘 알고 있어 몇 말씀 드리고자 합니다.

농산물 판매 경로 중에 대형마트는 그 비중이 30% 이상을 차지할 정도로 중요한 유통채널입니다. 다시 말하면 농민들은 생산한 농산물을 판매하기 위해 대형마트라는 유통경로를 많이 이용하는 것이고, 대형마트는 우리 농산물의 판매장입니다. 요즘 말로 플랫폼이라고 하죠.

한가지 더 말씀을 드리자면 우리나라 농업발전에 대형마트는 큰 기여를 했다고 할 수 있습니다. 농업발전에 있어 항상 핵심이 되었던 것은 조직화, 규모화, 규격화 등이었는데,

대형마트가 있기 전까지 우리나라 농업의 조직화, 규모화, 표준화 수준이 아주 낮았습니다. 그런데 대형마트가 성장하면서, 일정한 품질의 농산물을 대량으로 납품하기 위해 우리나라 농업도 선진화 되지 않으면 안 되는 상황이었습니다.

과거 외국계 할인점인 까르프가 국내 농산물 구매를 추진하는 과정에서 우리나라 농산물의 산지가 흩어져 물량 공급이 어렵고, 품질이나 규격이 제각각이어서 해외에서 컨테이너로 수입하려 했던 적도 있습니다.

물론 대형마트가 우월적지위를 이용한 소위 갑질을 하는 경우도 있었지만, 대형마트와 농업은 항상 동반성장 관계에 있었다고 말씀 드릴 수 있습니다.

당초 국회에서는 대형마트를 규제하면 대형마트에서 감소하는 매출이 중소상인에게 흘러들어가 중소상인이 살아날 것이라고 생각했었던 것 같습니다. 그런데 법으로 대형마트가 한달에 일요일 두 번을 쉬도록 하는 바람에 농민들이 많이 어려워지고 있습니다.

의무휴무 규제가 대형마트의 매출을 줄이고, 소비자에게 불편을 끼치는 것 뿐만아니라 농산물의 판매에도 매우 부정적인 영향을 주고 있습니다.

제가 접한 사례를 하나 말씀드리면, 한 영농법인은 의무휴업 규제로 인해 대형마트에 납품하는 물량이 줄면서, 고용한 직원들도 일부를 내보내야 했다고 합니다. 또한 업체류 같은 품목은 적기에 납품을 하지 못하면 폐기처분해야 합니다. 공산품처럼 생산 물량을 마음대로 조절할 수 없고, 재고를 장기간 쌓아 놓고 판매할 수도 없습니다.

그뿐만이 아닙니다. 일요일은 1주일 중 매출 비중이 20% 이상 차지할 만큼 중요한 날로 영업하지 못할 경우, 대형마트에서는 농축수산물의 선도와 폐기를 고려해서 재고물량을 조절하려고 발주량을 추가로 줄이게 됩니다. 다시 말해 일요일 영업을 안하게 되면, 일요일 판매분량만 매입을 줄이는데 하니라 그 이상을 줄이게 됩니다.

대형마트에서 발주량을 줄이면 생산된 농산물은 결국 폐기처분하거나 도매시장으로 출하됩니다. 대형마트에 납품되어 팔리지 못한 물량이 한꺼번에 도매시장으로 출하되면 경락가격이 하락하게 됩니다. 결국 규제로 인해 농산물이 제값을 못 받는 상황으로 내몰리는 것입니다.

그렇다고 전통시장이나 동네슈퍼가 물량을 흡수해주지도 못하고 있는 실정입니다. 전통시장이나 동네슈퍼는 그들 나름대로 공급채널이 있고, 설령 가능하다 해도 대형마트와 같이 콜드체인시스템이 되어 있지 않아 품질을 유지할 수가 없습니다.

국회에서 법을 만들 때 대형마트와 중소상인만 보고 판단했지, 이에 영향을 받는 농민들은 염두에 두지 않은 것 같습니다. 우리 농민들도 FTA협상 과정에서 농산물 시장 개방으로 어려운 처지인데, 중소상인 보호를 위해 희생을 강요받고 있는 느낌이 강하게 듭니다.

중소상인을 위해 대형마트를 규제한다고 하는데 대형마트와 관련된 또 다른 농어민 피해에 대해선 외면하고 있습니다.

우리도 법으로 보호 받아야 할 대한민국 국민이며, 약자입니다.

이제라도 잘못된 정책은 수정되어야 합니다. 법을 만들 때 애초에 고려하지 못한 사항들이 있으면 이제 고려해서 반영해줘야 합니다. 지난 5년간 규제가 계속 됐는데, 전통시장과 같은 중소상인들이 형편이 나아졌다는 이야기는 듣지 못했습니다. 그렇다면 이제라도 국회에서 다른 방안을 찾아주시길 바랍니다.

저는 의무휴무 자체가 없으면 제일 좋겠습니다. 하지만 어려운 중소상인의 입장도 있고, 국회에서 규제를 도입한 목적도 중소상인 보호를 위해 같이 살자는 측면도 있기 때문에, 대형마트 의무휴무를 전면 폐지하기 보다는 현행 일요일 의무 휴무를 평일 휴무로 바꾸는 것이 중소상인도 생각하면서 농민의 피해를 최소화 하는 차선의 방법이 될 수 있다고 생각합니다.

이제는 국회에서 대형유통과 중소상인만 보지말고 유통에 관련된 농민들도 봐주시길 바랍니다.

아무쪼록 오늘 토론회를 통해 중소유통뿐만 아니라 농민을 포함한 중소 납품업자, 소비자, 지역경제에 모두 이익이 되는 그런 유통정책이 만들어 지는 계기가 되었으면 합니다.

감사합니다.

토론 ④

소비자를 이해하지 못하는 유통정책은 실패할 정책

김진국

배재대학교 교수

소비자를 이해하지 못하는 유통정책은 실패할 정책

김진국

배재대학교 교수

오늘 소비자를 대표해서 토론을 하게 된 배재대 김진국 교수(컨슈머워치 회장)입니다. 반갑습니다.

유통산업은 상품을 생산하는 제조자, 농산물을 생산하는 농어민, 그리고 이들이 생산한 물품을 매장을 통해 판매하는 유통업자, 마지막으로 물건을 구매하는 소비자 등 여러 경제주체가 한데 어우러진 채 협력과 경쟁을 통해 제품 및 서비스가 유통되는 산업입니다.

정부에서는 유통산업이 발전하는 과정에서 경쟁력이 약해져 소외되고 있는 중소상인을 보호하기 위해 대형마트의 출점을 규제하고, 한 달에 두 번 일요일 의무휴무 규제를 하고 있습니다. 규제의 효과에 대해서는 실효성 논란이 많고, 소비자 입장에서는 많은 불편을 겪고 있습니다.

오늘 발표하신 내용도 분명히 규제가 실효성이 없다고 객관적으로 증명하고 있습니다. 제가 알고 있는 그 동안 중소상인의 피해에 대한 연구가 주로 설문조사 위주로 연구되고 발표되었는데, 오늘 신용카드 데이터라는 객관적 증거를 가지고 실증 분석한 것이라 그 의미가 크다고 생각합니다.

그 동안 정책결정의 과정을 살펴보면, 정치권 또는 정부가 전체적인 이해관계자들의 목소리를 모두 고려하여 결정하지 않고, 일부의 목소리만 반영하여 결정한 것으로 생각이 됩니다.

소비자 단체에서는 규제가 실효성이 없다는 것을 여러 차례 주장하고 건의했지만 받아들여지지 않았습니다. 소비자 입장이 정책 결정에서 배제된 부분이 있었습니다.

최종 물건의 판매가 완료되어 유통의 목적이 달성되는 행위는 소비자의 결정에 의해 완료됩니다. 이때 소비자는 자신이 사고 싶은 물건을 원하는 장소에서 원하는 시간대에 구매하려고 하고, 자신의 선호도와 경제적 가치 기준을 고려하게 됩니다. 지금 유통 규제 정책이 실효성이 없다는 비판이 나오는 이유는 규제정책이 소비자의 마음을 반영하지 못한 결과이기 때문입니다.

지금이라도 정치권과 정부는 소비자의 마음을 움직일 수 있는 정책을 만들어야 하고, 또한 유통을 하는 대기업과 중소기업 모두 어떻게 하면 소비자의 마음을 얻을 수 있는지를 고민해야 합니다.

중소상인 중에서도 자기혁신을 통해 대기업과 어깨를 나란히 하는 상인도 있습니다. 소비자는 대기업이라고 선택하지 않습니다. 소비자는 자기 혁신을 통해 소비자를 감동시키는 매장에서 소비를 할 뿐입니다. 그러한 매장이 중소기업이라면 당연히 소비자는 중소기업의 매장을 이용할 것입니다.

정부의 지원방향은 중소기업이 혁신을 통해 발전하고, 소비자의 선택을 받을 수 있도록 경쟁력을 강화할 수 있는 지원방안을 마련하는 것이 가장 중요합니다. 규제로 한쪽의 선택을 제약한다고 해서 다른 쪽을 선택할 것이라고 생각하는 것은 소비자들을 잘 이해하지 못해서 그런 것입니다.

대형유통점도 자기 혁신을 하지 않으면 결국에는 소비자의 선택을 받지 못해 없어지는 경우도 많습니다. 이미 일본이나 미국의 사례를 보면 많은 유통대기업들이 없어졌습니다.

우리나라 경제가 전체적으로 발전하고 특히 유통산업에서의 대기업과 중소기업 간의 갈등이 없어지고 상생을 통해 동반성장이 가능하기 위해서는 대형유통 뿐만 아니라 중소유통 모두가 혁신하는 노력이 필요합니다.

최근에 소비자는 기술의 발달로 인해 오프라인을 이용하기 보다는 온라인을 이용하는 경향이 높아지고 있습니다. 개인적인 생각으로는 오프라인 간 갈등과 규제가 문제가 아니라 온라인과 오프라인의 경쟁이 유통산업에서 더 큰 이슈가 될 것입니다. 규제가 만능이라면 앞으로 국회와 정부는 온라인도 규제하지 않을까 걱정됩니다.

정부도 이런 급격한 변화가 바로 앞에 와 있음을 직시하고 정책방향의 전환을 심각하게 검토해야 할 것입니다. 특히 소비자들이 불편해 하는 일요일 휴무 보다는 평일 휴무로 전환해서 소비자의 불편도 줄이고, 농어민, 식품제조중소기업들의 매출도 고려하는 방향이 적절하다고 생각합니다. 중소

상인에게는 과밀화되어 있는 골목상권에 내몰리게 하기 보다는 전직을 통해 새로운 분야를 개척할 수 있도록 많은 정보를 제공해야 합니다. 보다 근본적인 해결 방안은 제조업의 발전 또는 4차산업혁명 시대에 걸맞는 새로운 일자리와 미래 먹거리를 준비하여 경제를 살리는 것입니다.

대형유통도 지속적으로 자기 혁신을 해야 생존이 가능한 시대가 되었습니다. 상생을 위한 노력 등 사회적 책임을 다하지 않으면 안되는 시대입니다. 중소기업과의 공존을 찾는 노력을 해야 할 것입니다. 최근에는 대기업 유통점포가 시장 안으로 들어가면서 시장도 잘된다는 뉴스를 본적이 있습니다. 이러한 대중소유통간의 상생협력 방안을 보다 적극적으로 개발하고 추진해야 할 것입니다.

대형유통 규제에 대해 그 동안 소외되어 왔던 농어민 등 납품업체뿐만 아니라 소비자의 의견까지 이야기 할 수 있도록 자리를 마련해 주신 경제재도약포럼 정훈천 대표님과 유성엽 대표님 그리고 모든 관계자 여러분께 진심으로 감사 드립니다.

기타 드리고 싶은 말은 세미나 자료에 정리하여 담았습니다.

감사합니다.

소비자 관점에서 본 유통산업정책

1) 유통업의 궁극적 가치는 소비자이다.

- 유통산업이 창출하는 부가가치는 물리적 상품 그 자체가 아닌 유통의 특성이 가미된 가치 및 서비스가 그 핵심이다.
- 상품을 만드는 제조업자나 이를 매장에서 판매하는 소매업자의 존재 이유는 소비자이다. 특히 소비자와 접점에 있는 소매업자의 궁극적 목적은 소비자 후생증진에 있다고 해도 과언이 아니다. 이런 점에서 소비자가 원하는 서비스로 소비자의 마음을 얻어 ‘소비자와 상생’하는 유통채널만이 지속적으로 소비자의 선택을 받는다.
- 유통산업 정책이나 유통기업 경영전략이 궁극적 가치를 소비자 권익증진에 두지 않고, 다른 요소에 편중할 경우, 그 유통산업 정책이나 유통기업 경영전략은 당위성도 없으며, 실패할 수밖에 없다.

2) 대형마트 등의 규제를 통해 소비자의 발길을 전통시장이나 골목상권으로 돌리려는 것은 잘못된 발상이다.

- 소매업태는 소비자의 니즈와 함께 다양해졌다. 전통시장, 골목슈퍼마켓, 백화점, 대형마트에서 최근 급성장 하고 있는 편의점, 온라인/모바일쇼핑, TV홈쇼핑, 개인대형슈퍼마켓, 각종 전문점, 복합쇼핑몰, 아울렛 등 소비자는 다양한 소매업태를 넘나들며 선택할 수 있다.
- 대형마트나 준대규모점포(SSM)라는 특정업태를 규제한다고, 다양한 소매업태 중에 전통시장이나 골목상점으로 소비자가 발길을 돌릴 것이라는 기대는 애초에 잘못된 것이고, 이는 규제가 시행된지 5년이 지난 지금 이미 증명되었다.
 - ▶ 소상공인시장진흥공단에 따르면 전통시장 당 일평균 매출액은 2012년 4755만원에서 2013년 4648만원으로 감소했고 2015년 4812만원으로 소폭 증가한 것으로 나타남
- ‘현명한 소비자(Smart Consumer)’는 시공간의 제약 없이 많은 정보를 수집하고 소통하면서 원하는 가치를 충족시키는 합리적 쇼핑을 하고 있다. 대형마트 등의 영업규제로 이들을 전통시장

이나 골목상권으로 유도하는 것은 바람직한 유통정책이 아니다.

3) 국민을 대표하는 국회가 국민(소비자)을 무시한 유통정책을 남발하고 있다.

- 경제민주화입법으로 나타난 유통규제는 “대기업 대 중소기업”의 대립구도를 설정하고 대기업의 규제에 치중하였을 뿐, 국민의 실생활에 미치는 영향은 고려하지 않은 결과, 경제민주화 입법 중 일부는 국민의 소비생활에 불편과 불이익을 강요하는 결과를 초래하고 있는 실정이다.
- 특히, 대형마트의 영업규제와 같은 유통산업정책은 해당 기업의 영업규제를 통한 소수 영세상인의 보호측면만 보았을 뿐, 그곳을 이용하며 생활하는 다수 소비자(국민)의 권리를 침해하는 면을 간과 내지 경시하였다.
- 우리나라 소비자들은 지난 약 5년간 전통시장, 골목상권 보호라는 명분아래 그들의 소중한 권익이 침해되어왔다. 그럼에도 불구하고 지금도 국회는 소비자의 선택권을 박탈하는 법안을 만들고 중소상인들은 더 큰 보호를 요구하고 있는 실정이다. 국회에서도, 정부에서도, 각 지자체에서도 소비자 권익 보호에 대한 목소리는 적극적으로 들으려고 하지 않고 있다.

4) 대형마트 등의 영업규제는 헌법에서 보장한 소비자 권리를 침해한다.

- 소비자기본법 제4조(소비자의 기본적 권리)에는 소비자의 기본적 권리를 다음 각호의 사항을 명시하고 있다.
 - ▶ 3. 물품 등을 사용함에 있어서 거래상대방·구입장소·가격 및 거래조건 등을 자유로이 선택할 권리
 - ▶ 4. 소비생활에 영향을 주는 국가 및 지방자치단체의 정책과 사업자의 사업활동 등에 대하여 의견을 반영시킬 권리
 - ▶ 6. 합리적인 소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리
 - ▶ 7. 소비자 스스로의 권익을 증진하기 위하여 단체를 조직하고 이를 통하여 활동할 수 있는 권리
 - ▶ 8. 안전하고 쾌적한 소비생활 환경에서 소비할 권리

- 영업규제는 헌법적 기본권인 소비자 선택권을 침해(소비자의 자기결정권의 제한)하는 것이다.
 - ▶ 소비자는 물품 및 용역의 구입·사용에 있어서 거래의 상대방, 구입장소, 가격, 거래조건, 이용시간 등을 자유로이 선택할 수 있는 자기결정권을 보유하는데, 이러한 자기결정권은 소비자의 행복추구권에서 파생되는 권리임(헌법재판소 1996.12.16 선고 96헌가 18 결정).
- 영업시간/일수 및 출점 제한은 상기의 소비자의 기본적 권리를 명백히 침해하는 잘못된 규제이다.

5) 일요일 의무휴업 규제는 맞벌이 부부 등 소비자 불편을 초래한다.

- 대형마트와 준대규모점포(SSM)의 일요일 휴무 및 영업시간 제한 규제로 인한 가장 큰 부작용은 소비자 피해이다.
- 소비자의 약 40%는 주말을 이용해 쇼핑을 하고 있는데, 특히 500만 맞벌이 부부들이 주로 주말이나 심야시간을 이용해 필요한 물품을 구입하는데, 규제로 인해 많은 불편을 겪고 있다.
 - ▶ 대형마트의 경우 주말에 가족단위 쇼핑이 정착되어 있으며, 이는 단순한 물품구매가 아닌 문화생활을 영위하기 위한 장소로서의 기능을 함.

6) 일요일 의무휴업 규제는 소비자의 소비포기를 유발하여 소비침체로 이어진다.

- 일요일 대형마트 영업규제로 소비자는 전통시장으로 가지 않고, 오히려 소비를 포기하는 현상이 초래된다.
 - ▶ 영업규제로 인한 대형마트 매출감소분 중 일부는 전통시장 등 다른 유통경로로 전환되지 않고 사라짐으로써 소비 증발 및 내수 위축을 초래
 - ▶ 대형마트 영업규제로 소비자들의 장바구니 지출이 월평균 57,100원 감소▶국가 전체로 환산시 1조 1,765억 원의 내수감소 유발
 - 출처 : 리서치앤리서치(2014), 대형마트, SSM 의무휴업 효과에 대한 소비자 조사보고서

7) 소비자는 일요일 휴무 보다는 평일 휴무를 선호하고 있다. / 평일휴무로 전환해야 한다. / 현재 평일휴무 실시 지역의 시장상인도 평일휴무를 찬성한다.

- 일요일 휴무를 평일로 전환하는 것에 대한 의견조사에서 소비자는 매우 긍정적인 것으로 나타났다.
 - ▶ 평일휴무 전환에 긍정적 입장 : 79%(한국경제, 2017), 81%(리서치앤리서치, 2015)
- 평일휴무 전환에 대한 지역 시장상인의 의견도 대부분 긍정적인 것으로 나타났다.
 - ▶ 일요일이 아닌 다른 날로 의무휴업일을 지정해도 상권 없다는 응답이 68.8%(전국상인연합회, 한국갤럽조사연구소, 2015)
 - ▶ 소비자 구성 및 지역 특성에 따라 평일휴업이 더 유리한 지역도 있기 때문에 의무휴업일을 평일로 전환해도 매출 및 방문객 수 변화가 거의 없음.(리서치앤리서치, 2015년 대형마트 평일 의무휴업 이후 시장상인 체감도 조사)
- 현행 제도 내에서도 이해당사자 협의를 거쳐 평일 의무휴업 지정이 가능하나, 대부분의 지자체에서는 이해당사자와의 논의 없이 일요일을 의무휴업일로 지정한 상태다. 일요일 의무휴업 원칙을 개정하여, 지자체별로 대형마트, 중소상인, 소비자가 의무휴업일을 자율적으로 정할 수 있는 기반을 조성할 필요가 있다.
- 평일휴무로 전환해야 소비자 후생이 좀더 나아지고, 중소기업/농어민 등 규제로 인한 어려움을 겪고 있는 이해관계자에게 도움이 될 수 있다.
- 아울러 중소유통도 평일휴무로 전환하는 대신 대형유통과의 상생을 통해 교육/마케팅 등 지원을 받음으로 경쟁력을 강화할 수 있다.
 - ▶ 진정한 의미에서 지역사회 및 대중소유통 등 다자간 상생(WIN-WIN-WIN-WIN...)이 실현될 수 있다.

8) 중소유통 침체의 원인은 대형마트가 아니라 중소유통이 소비자의 선택을 받지 못하는 것에 있다. 소비자 선택을 받은 편의점, 온라인/모바일쇼핑은 급성장 하고 있다.

- 골목상권, 전통시장의 침체는 대형마트나 준대규모점포(SSM)가 아니라 편리하고 쾌적한 쇼핑 환경을 원하는 소비자들의 니즈가 요인이다. 중소유통이 살아남기 위해서는 이런 소비자의 마음을 읽고 대응할 수 있어야 한다.
- 통계청 자료에 따르면 대형마트 영업규제를 시작한 2012년부터 2015년 간, 중소상인들의 매출은 12.9% 줄었다. 반면 온라인/모바일 쇼핑은 161.3%, 편의점은 51.7%로 증가했다. 소비자들은 문 닫은 대형마트 대신, 온라인 쇼핑몰과 편의점을 찾았다.
- 대형마트, 복합쇼핑몰 등 새로운 유통업의 등장은 기술 변화와 소비자 욕구에 따른 자연스러운 현상이다. 중소상인들을 보호하고 하고 싶다면 이들이 유통혁신에 흡수될 수 있는 방안을 고민해야 한다.
- 대기업과의 경쟁을 줄이는 유통규제로는 중소상인들이 변화할 동력을 없앨 뿐만 아니라 소비자의 후생 감소, 유통산업의 침체 등 오히려 경제를 악화시킬 뿐이다.

9) 대형마트 등의 영업규제 피해는 결국 소비자에게 돌아간다.

- 대형마트 및 준대규모점포(SSM) 규제로 인해 대형마트뿐만 아니라 중소납품업체, 농어민 등의 피해를 초래하고, 소비포기로 인한 경기침체, 유통산업 경쟁력 약화 등 다양한 부작용을 유발하는데, 이로 인해 발생하는 피해의 종착점은 소비자라는 점을 명심해야 한다.

10) 소비자의 권익보호를 위한 적극적인 노력이 필요한 때이다..

- 국회가 만든 대형마트 규제법, 지자체가 규제를 위해 만드는 조례의 궁극적 영향은 소비자에게 미친다.

- 대형마트 등의 규제가 있기까지 국회, 정부, 대형유통업자, 중소유통업자 그리고 최근에는 납품업체도 각각의 목소리를 내어 왔다. 그러나 정작 소비자는 침묵으로 일관해온 것이 사실이다.
- 이제는 적극적으로 소비자가 스스로의 권익을 보호해야 할 것이고, 규제와 관련된 모든 이해관계자도 소비자 후생을 고려해야 할 것이다.

토론 ⑤

**유통산업의 발전, 중소기업의 보호,
소비자 후생을 균형 있게 고려한
유통제도 합리화**

정종영

산업통상자원부 유통물류과장

M E M O

토론 ⑥

농식품 소비지 유통정책방향

김종구

농림축산식품부 유통정책과장

M E M O

