

우리나라 都賣構造의 近代化方案 研究 (I)

吳 相 洛

<目 次>	
第 1 章 都賣構造概觀	案
第 1 節 都賣構造의 實態와 그 動向	第 3 章 都賣機能分析
第 2 節 業種別 都賣構造의 分析	第 1 節 都賣機能遂行實態
第 3 節 地域別 都賣構造의 分析	第 2 節 販賣員活動分析
第 4 節 都賣販賣經路分析	第 3 節 價格決定機能分析
第 5 節 都賣마아진 分析	第 4 節 在庫保管機能分析
第 6 節 都賣構造上의 問題點과 改善 方案	第 5 節 流通金融機能分析
第 2 章 都賣機關分析	第 6 節 販賣促進機能分析
第 1 節 都賣機關의 類型과 그 分布	第 7 節 購買機能分析
第 2 節 都賣機關의 立地狀況	第 8 節 都賣機能上의 問題點과 改善 方案
第 3 節 都賣機關의 經營實態分析	第 4 章 問題點과 그 對策
第 4 節 都賣機關의 經營效率分析	第 1 節 都賣構造上의 綜合的 問題點
第 5 節 都賣經營上의 隘路點과 앞으 로의 展望	第 2 節 都賣流通合理化를 위한 方案
第 6 節 都賣機關別 問題點과 改善方 案	第 3 節 政府의 助成役割

第 1 章 都賣構造概觀

第 1 節 都賣構造의 實態와 그 動向

1. 店舖構造의 推移와 分析

經濟企劃院에서 實施한 1968년, 1971년 및 1976年의 都小賣業센서스報告書에 따르면 一般賣業의 店舖數가 68年 13,193店, 71年 16,429店, 76年 20,260店으로 增加함을 볼 수 있다. 이것은 工業化의 進展과 消費水準의 向上에 따른 流通構造의 擴大傾向을 示唆하는 것으로 볼 수 있다. 또한 68년에서 71년 까지의 年平均增加率이 8.1%이고 71년에서 76년까지의 年平均增加率이 4.7%로 나타나 있음을 알 수 있는데, 이것은 前者의 경우 店舖의 絶對數字가 增加한 것이며, 後者의 경우 質的인 擴大를 보여 주는 것이라 할 수 있겠다. 即

筆者: 서울大學校 經營大學 經營研究所 研究員, 서울大學校 經營大學 教授

本 論文은 財團法人 産學協同財團의 支援에 의한 研究論文이며 삼가 同財團에 感謝를 드립니다.

都賣機關의 大型化 혹은 生産業體의 直營販賣의 擴大 等に 依해 店舖數의 增加率이 減少했다고 推測할 수 있는 것이다.

〈表 1〉 店舖數의 推移

調査年度	店 舖 數 (店)	增 加 率 (%)	年平均增加率(%)	備 考
1968년	13,393			※68~76의 增加率
1971년	16,429	24.5 (對 68년)	8.1 (68~71)	총 51.3%
1976년	20,260	23.3 (對 71년)	4.7 (71~76)	平均 6.4%

(註) 各年度 모두 一般都賣業임.

(資料) 經濟企劃院 都小賣業센서스 報告書, 1968年, 1971年, 1976年.

다음 經營組織別로 볼 때 法人企業의 比重은 68年의 4.2%에서 71년에는 法人企業店舖數가 크게 減少하는 바람에 1.7%에 不過했으나 76년에는 803.2%나 增加하여 그 比重이 12.6%로 크게 늘게 되었다. 日本의 경우, 法人企業은 68년에 48.6%, 64년에 55.3%, 68년에 58.0%로서 法人企業이 過半 以上을 占하고 있어 우리나라 都賣構造가 落後했음을 보여준다, 76年의 경우 크게 向上되었음을 알 수 있다.

〈表 2〉 經營組織別 店舖數

調査年度	店 舖 數		構 成 費		增 加 率	
	法人企業	個人企業	法人企業	個人企業	法人企業	個人企業
1968년	552	12,641	4.2%	95.8%		
1971년	283	16,149	1.7%	98.3%	-48.7%	27.7%
1976년	2,556	17,704	12.6%	87.4%	803.2%	9.6%

(資料) 同前

다음 開店年度別店舖數를 보면 解放 以前부터 오랜 營業經歷을 가진 店舖의 數는 1.2%에 지나지 않으며 1960年代 以前에 개설된 店舖數도 累算하여 10.1%에 지나지 않으며 第一次 都小賣業센서스가 실시된 68년까지에 개설된 店舖累算數도 過半에 未達하는 49.8%에 지나지 않아서 過半의 店舖가 營業경력 5年未滿의 店舖이다. 따라서 都賣構造의 擴大는 특히 69年 以後에 현저히 이루어졌다고 類推할 수 있다.

〈表 3〉 開設年別店舖數構成比

〈단위 : %〉

	合 計	1945年 8月 以前	1945.8年 ~1949年	1950年 ~1954年	1955年 ~1959年	1960年 ~1964年	1965年 ~1968年	1969年	1970年	1971年 7
一般都賣業 數 比 率	100.0	1.2	0.7	3.0	5.2	145	25.2	13.6	22.0	14.6
	100.0	1.2		8.9		39.7		13.6	22.0	14.6
累積店舖數 比 率	100.0	1.2		10.1		49.8		63.4	85.4	100.0

(資料) 都小賣業센서스報告書 197년

2. 就業構造의 推移와 分析

都小賣業센서스資料에 따르면 一般都賣業의 從業員數는 68年の 60,394人에서 年平均 0.5%가 증가하여 71년에는 61,349人이 되었고 그후 年平均 10.5%씩 증가하여 76년에는 93,679人이 되었다. 이것을 보면 71년 以後의 一般都賣業의 規模가 커져서 많은 從業員을 두고 運營하는 것을 알 수 있다.

〈表 4〉 從業員數의 推移

調 査 年 度	從 業 員 數	增 加 率	年 平 均 增 加 率
1968年	60,394人		
1971年	61,349	1.6%	0.5%
1976年	93,679	52.7%	10.5%

(資料) 同前

다음 一般都賣業의 家族從事者의 比重이 68年보다 71年이 10.4% 增加하여 43.4%나 되어 家族勞動에의 依存度가 높음을 알 수 있다. 國際比較面에서 볼 때에도 64年度의 터키보다도 家族勞動의 比重이 높음을 알 수 있는데 이는 곧 家族勞動에의 依存度가 높은 零細的, 小規模的인 都賣業이 많음을 示唆하는 것이라고 할 수 있다.

〈表 5〉 都賣就業 構造의 國際比較

國 別	常 時 從 業 員	雇 傭 者 數	家 族 勞 動 者 數
韓 國 (68)	100.0%	63.7%	36.3%
(71)	100.0	53.3	46.7
日 本 (68)	100.0	80.8	19.2
알 젠 틴 (64)	100.0	62.9	37.1
터 키 (64)	100.0	59.2	40.8
오 스트 리 아 (64)	100.0	85.0	15.0
스 페 인 (67)	100.0	84.6	15.4
핀 랜 드 (64)	100.0	96.3	3.7

(資料) UN 世界統界年鑑. 1968 및 日本通産大臣官房 調査統計部 「わが國の商業」 1970. p.21에 의함.

3. 去來構造의 推移와 分析

都小賣業센서스資料에 依하건데 總都賣去來額은 經常價値로 68年の 약 2,234億원으로부터 71년에는 약 倍增되어 4,549億원에 이르렀고 76년에는 매년 거의 倍씩 增加하여 약 2兆 4,486億에 이르렀다. 이것은 70年代 初期의 國民經濟의 급격한 팽창을 반영하는 것이라 할 수 있다. 이러한 都賣去來中 一般都賣業이 占하는 去來比重은 68년에는 81.1%이었으나 71년에는 그 比重이 10.8%나 늘어나 91.9%에 이르고 있다. (76年の 센서스에는 仲介業에 관한 資料가 없다.) 이에 대하여 仲介業은 68年の 18.9%로부터 71년에는 10.8%가 半減하여

8.1%에 지나지 않아 68년에 대비하여 12.3%나 감소되고 있다. 이와 같은 仲介去來의 減少趨勢는 一面 流通過程에 寄生하여 流通利潤만 蠶蝕하던 非能率 내지 不必要한 仲介業의 排除에 起因하는 것이라 類推할 수 있다. 왜냐하면 近年 物價高의 一因이 流通의 非合理性에 있으며 이들 仲介業은 都賣機能中 실제로 需給의 調整등에 寄與하는 運送, 保管, 接客, 促進 및 金融機能을 수행하지는 않고 다만 마아진만 붙여 販賣하는 機能만을 수행하여 왔기 때문이다.

〈表 6〉 年間販賣額의 推移

(단위 : 1000원)

區 分	年 間 販 賣 額			構 成 比			增 加 率	
	1968	1971	1976	1968	1971	1976	68~71	71~76
一般都賣業	181,194,087	417,900,701	2,448,662,614	81.1%	91.9%	100%	130.6%	485.9%
仲介業	42,187,754	37,036,818	—	18.9	8.1	—	-12.3	—
都賣業計	223,381,841	454,937,519	—	100	100	100	103.6	

(資料) 經濟企劃院 都小賣業센서스報告書, 1968년, 1971년, 1976년.

第 2 節 業種別 都賣構造의 分析

1. 業種別 店舖構造의 推移와 分析

1976年度 都小賣業센서스報告書의 分類基準을 中心으로 68년, 71년의 一般都賣業의 業種別 構造를 보면 表와 같다. 이것을 보면 68년의 경우 農產物 및 飲食品이 41.5%로 가장 높고 다음이 섬유 및 의류의 19.1%이다. 71年度에서는 農산물 및 食品료품의 構成比가 1.3% 만큼 감소하여 39.6%에 이르렀지만 역시 가장 큰 部分을 이루었고 그 반면 섬유 및 의류는 7.7%가 증가하여 26.8%에 이르러 그 比重이 커졌으나 76년에 와서는 農산물 및 食品료품의 比重도 35.0%로 감소하였고 섬유 및 의류도 9.8%로 크게 감소하였다. 오히려 家具建具什器, 輸送用機器, 紙類紙製品을 포함한 其他의 比重이 26.2%로 크게 증가하였고 의약 및 화학도 10.3%로 증가하였다. 이것을 보면 都賣店舖의 比重은 分散的, 小量消費가 이루어지는 農產物 및 食品료품과 섬유 및 의류, 의약 및 화학의 比重이 압도적임을 알 수 있다.

業種別로 寄與率을 通해 擴大推移를 보면 68년에서 71년까지 가장 현저한 기여율을 나타낸 것은 역시 農산물 및 食品료품과 섬유 및 의류이다. 71년에서 76년까지는 의약 및 화학의 기여율과 기타의 현저한 기여율이 있음을 알 수 있고, 農산물 및 食品료품의 기여율은 작아졌으며, 섬유 및 의류의 기여율은 負의 기여율을 보여주고 있다. 이것은 종래의 우리나라의 都賣構造가 農산물 및 食品료품과 섬유 및 의류 등 分산적인 業種이 주된 것이었

나, 70年代에 들어서 섬유 및 의류 업종을 中心으로 共販場, 代理店등을 통한 流通近代化가 일어나기 시작했음을 보여주는 것이다. 농산물 및 음식료품의 기여율이 작아진 것도 그것의 量的 擴大추세에도 불구하고 농협이나 음식료품 製造業者들의 直販 및 代理店등의 流通의 質的인 改善이 主要原因임을 類推할 수 있다.

또 기타都賣業, 의약 및 화학, 건축재료, 기계, 전기기기, 철물 등의 기여율이 상당히 커진 것은 70年代의 各 分野의 産業發展을 시사하는 것으로 볼 수 있다. 이러한 都賣構造의 變換은 經濟規模의 擴大에 따른 産業用品의 需要 및 供給의 增加에 對處하는 것이며, 分散的 業種에서의 流通近代化의 進展을 뜻한다.

〈表 7〉 業種別 店舖數의 推移

業 種	1968	1971	1976	증 가 율		構 成 比			構成比변동		기 여 율	
				68~71	71~76	68	71	76	68~71	71~76	68~71	71~76
농산물 및 음식료품	5,478	6,513	7,100	18.9	9.0	41.5	39.6	35.0	-1.3	-4.6	38.1	14.7
섬유 및 의류	2,521	4,400	1,974	75.4	-54.9	19.1	26.8	9.8	7.7	-17.0	60.1	-60.6
의약 및 화학	866	696	2,082	-19.6	199.1	6.6	4.2	10.3	-2.4	6.1	-5.5	34.4
건축재료	442	612	1,281	38.5	109.3	3.3	3.7	6.3	0.4	2.6	5.4	16.7
일반기기(기계)	342	225	809	-34.2		2.6	1.4		-1.2		-3.8	13.5
정밀기기	74	108		45.9	142.9	0.6	0.7	4.0	0.1	1.9	1.2	
전기통신기기	408	472	752	15.7	59.3	3.1	2.9	3.7	-0.2	0.8	2.1	7.1
(전기기기)												
광물재료(금속)	961	517	370	-46.2	-28.4	7.3	3.1	1.8	-4.2	-1.3	14.2	-3.6
철물(철물및가정용기기)	236	297	584	25.8	96.6	1.8	1.8	2.9	-	1.1	2.0	7.2
가구건구집기	302	376		24.5		2.3	2.3		-		2.4	
수송용기기	296	667		125.3	112.9	2.2	4.1	26.2	1.9		11.6	
지류지제품	314	271		-13.7		2.4	1.6		0.8		-1.4	
기타	953	1,175	5,298	23.3		7.2	7.2		-	11.0	7.1	70.7
일반도매업체	13,193	16,429	20,260	24.5	23.3	100.0	100.0	100.0				

(資料) 同前

다음 業種別로서 常時從業員이 있는 「가」店舖(經濟企劃院: 都小賣業센서스報告書의 分類方式에 依함)의 比重이 68년(69.8%) 및 71년(57.3%)을 1.00으로 하였을 때 이를 上廻하는 業種을 68,71년 平均에 따라 順位別로 보면 建築材料가 가장 높으며 다음은 化學製品과 一般機器具, 電氣·通信機器, 鐵物, 鑛物材料, 家建具什器, 精密機器, 醫藥·化粧品 및 紙類紙製品의 順이다. 가장 낮은 業種別은 農產物, 섬유품 其他 畜·水產物, 飲料品, 衣類·裝身器具, 食料品 및 輸送用機器의 順이다.

이에서 볼 때 産業用品의 경우에는 이의 比重이 높으나 分散的 少量消費가 이루어지는 消費用品 特히 農·畜·水產品 및 中小企業의 比重이 높은 消費用品의 경우는 前近代的인

都賣經營이 많음을 알 수 있다(76年の 報告書에는 이런 調査가 없었다)

〈表 8〉 業種別 常時從業員이 있는 店舖數의 平均比重

業 種	「가」店舖 比重에 대한 倍率		平 均 倍 率
	68 年	71 年	
農 產 物	0.83	0.57	0.70
畜 · 水 產 物	0.94	0.86	0.90
食 料 品	0.94	1.12	1.03
飲 料 品	0.86	1.03	0.95
醫 藥 · 化 粧 品	1.12	1.37	1.23
化 學 製 品	1.19	1.41	1.30
機 械 品	0.88	0.72	0.80
衣 類, 裝 身 具	1.05	0.85	0.95
鑲 物 材 料	1.19	1.31	1.25
一 般 機 械 器 具	1.25	1.35	1.30
輸 送 用 機 器	1.26	0.87	1.07
精 密 機 器	1.24	1.23	1.24
電 氣 · 通 信 機 器	1.25	1.31	1.28
建 築 材 料	1.29	1.51	1.38
家 · 建 具 什 器	1.20	1.29	1.25
紙 類 · 紙 製 品	11.8	1.06	1.12
鐵 物	1.23	1.30	1.27
기 타	0.82	0.90	0.86
都 賣 業 平 均	1.00(69.8%)	1.00(57.3%)	1.00

(註) 「가」店舖는 常時 從業員이 있는 店舖.

(資料) 經濟企劃院, 都小賣業센서스報告書, 68, 71.

2. 業種別 就業構造의 推移와 分析

業種別從業員數의 76年の 就業比重을 볼 때 가장 높은 業種은 農產物 및 飲食物이며 다음은 其他 一般都賣業이고 세번째는 의약 및 화학이다. 한편 71年の 경우에서는 첫째는 農產物 및 飲食物이고 두번째는 섬유 및 의류이었다. 이것은 68年에도 마찬가지로, 그 추이를 보면 농산물 및 음식료품과 섬유 및 의류는 71年前에는 그 比重이 增加하였던 경향이 있으나 76년에 이르러 각 각 그 比重이 감소하였으며 감소폭은 섬유 및 의류가 가장 컸음을 알 수 있다.

다음 業種別 1店當從業員數의 推移를 보면 68년부터 71年 사이에 감소한 업종이 대부분이고 광물재료와 철물에서만 增加했다. 76년에 이르러서는 건축재료, 기계, 금속, 철물에서 감소를 나타냈다.

전체적으로 보면 76년에와서 1.5인이 減少하여 4.6인에 불과했다.

〈表 9〉 業種別 從業員數의 推移

業 種	1968	1971	1976	증 가 율		구 성 비			구 성 비 변 동		기 여 율	
				68~71 (%)	71~76 (%)	68 (%)	71	76	68~71	71~76	68~71	71~76
농산물 및 음식료품	19,053	22,359	27,397	17.4	22.5	31.5	37.0	29.2	5.5	-7.8	339.9	15.8
섬유 및 의류	11,263	12,534	8,000	11.7	-36.3	18.6	20.5	8.5	1.9	-12.0	134.9	-14.2
의약 및 화학	6,454	4,849	9,611	-24.9	304.4	10.7	7.9	20.9	-2.8	13.0	-165.2	45.7
건축재료	2,962	3,033	5,557	2.4	83.2	4.9	4.9	5.9	0	1.0	7.3	7.8
일반기기 (기계)	1,922	1,069	3,411	-44.4	123.8	3.2	1.7	3.6	-1.5	1.2	-88.1	5.7
정밀기기	541	455		-15.9		0.9	0.7		0.2		-8.9	
전기통신기기	2,649	1,699	4,394	-35.9	158.6	4.4	2.8	4.7	-1.6	1.9	-98.0	8.4
전기통신기기 (전기기기)	5,756	4,089	1,935	-29.0	-52.7	9.5	6.7	2.1	-2.8	-4.6	-170.8	6.7
광물재료 (금속)	951	1,732	2,075	82.1	12.0	1.6	2.8	2.2	1.2	-0.6	81.4	0.6
철물 (철물 및 가정용기기)	1,830	1,994	21,299	9.0		3.0	3.3		0.3		16.7	
가구진구집기	1,840	2,370		28.8		3.0	3.9		6.9		53.6	
수송용기기	1,567	1,105		-29.5		2.6	1.8		-0.8		-47.6	
지류지제품기	3,609	4,041		12.0	124.0	6.0	6.6	22.7	0.6	7.1	44.6	36.8
計	60,394	61,349	93,679	1.6	52.7	100.0	100.0	100.0				

(資料) 經濟企劃院 都小賣業센서스報告書, 68, 71, 76,

〈表 10〉 一店當 從業員數의 推移

業 種 (68,71)	1968	1971	1976	增 減	
				68~71	71~76
농산물 및 음식료품	3.5	3.4	3.9	-0.1	0.5
섬류 및 의류	4.5	2.9	4.0	-2.6	1.1
의약 및 화학	7.5	7.0	9.4	-6.5	2.4
건축재료	6.7	5.0	4.3	-1.7	-0.7
일반기기	5.6	4.8	4.2	-0.8	-0.6
정밀기기	7.3	4.2		-4.1	
전기통신기기	6.5	3.6	5.8	-2.9	2.2
광물재료	6.0	7.9	5.2	1.9	-2.7
철물	4.0	5.8	3.6	1.8	-2.2
가구진구집기	6.1	5.3		-0.8	
수송용기기	6.2	3.6		-2.6	
지류지제품기	5.0	4.1		-0.9	
기	3.8	3.4	4.0	-0.4	0.6
計	6.0	6.1	4.6	0.1	-1.5

(資料) 同前

第 3 節 地域別 都實構造의 分析

1. 地域別店舖構造의 推移와 分析

都賣業은 그 性格上 都市에의 集中度가 높다. 一般都賣業의 경우 區部에의 集中率을 보면 68년에는 54.9%, 71년에는 56.5%에서 76년에는 62.6%가 되었다. 店舖 增加寄與率을 보더라도 68년에서 71년 사이에서는 63.0%이고 71년에서 76년 사이에는 88.9%나 되어 현저한 都市集中率과 都市立地傾向을 볼 수 있다.

〈表 11〉 地域別店舖數의 推移

區 分	店 舖 數			構 成 比			構成比變動		점포수증가율		기 여 율	
	68	71	76	68	71	76	68~71	71~76	68~71	71~76	68~71	75~76
全 國	13,193	16,429	20,260	100.0	100.0	100.0	-	-	24.5	23.3		
區 部	7,242	9,280	12,687	54.9	56.5	62.6	1.9	6.1	28.1	36.7	63.0	88.9
市 部	3,025	3,944	3,793	22.9	24.0	18.7	1.1	-5.3	30.4	-3.8	28.4	3.9
郡 部	2,926	3,205	3,780	22.2	19.5	18.7	2.7	-3.5	9.5	17.9	8.6	14.9

(資料) 同前

※大田의 出張所는 區部로 간주

다음 市道別로 보면 역시 大都市인 서울에의 集中度가 높아 68년, 71년, 76년 모두 3割以上을 占하고 있으며 부산은 68~71년 사이에 감소했다가 71~76년 사이에 그 比重이 크게 增加하였다. 경북은 68~71 사이에는 15.2%에서 3.3% 증가하여 18.5%에 이르렀으나 76년에는 7.2%나 감소하여 11.3%에 그쳤다. 店舖增大寄與率을 보면 68~71년 사이에는 경북이 가장 높았으나 71~76년 사이에는 서울특별시의 49.9% 부산의 31.1% 경기의 14.6% 全南의 8.1% 順이었으며 경북은 20.5%라는 커다란 負의 寄與率을 나타냈다. 이것을 보면 71~86년 사이에 서울지구와 부산으로 都賣業의 集中化 傾向이 뚜렷한데 이것은 高速道

〈表 12〉 市道別 店舖數의 推移

地 域	店 舖 數			構 成 比			構成比增減		店舖數增減		寄 與 率	
	68	71	76	68	71	76	68~71	71~76	68~71	71~76	68~71	71~76
서울特別市	4,126	5,088	6,834	31.3	31.0	33.7	-0.3	2.7	23.3	34.3	29.7	45.9
釜山直轄市	1,573	1,619	2,794	11.9	9.9	13.8	-2.0	3.9	2.9	72.6	1.4	31.1
京畿道	951	1,273	1,830	7.2	7.7	9.0	0.5	1.3	33.9	43.8	9.9	14.6
江原道	708	785	1,060	5.4	4.8	5.2	-0.6	0.4	10.9	35.0	2.4	7.3
忠清北道	380	503	544	2.9	3.1	2.7	0.2	-0.4	32.4	8.2	3.8	1.1
忠清南道	1,008	1,027	1,057	7.6	6.3	5.2	-1.3	-1.1	1.9	2.9	0.6	0.8
全羅北道	696	707	747	5.3	4.3	3.7	-1.0	-0.6	1.6	5.7	0.3	1.1
全羅南道	869	1,102	1,410	6.6	6.7	7.0	0.1	0.3	26.8	27.9	7.2	8.1
慶尙北道	2,002	3,040	2,288	15.2	18.5	11.3	3.3	-7.2	51.8	-25.7	32.1	-20.5
慶尙南道	702	1,134	1,334	5.3	6.9	6.6	1.6	-0.3	61.5	17.6	13.3	5.2
濟州道	178	151	362	1.3	0.9	1.8	-0.4	0.9	-15.2	139.7	-0.8	5.4

(資料) 同前

路에의 영향이 크지 않을까 생각하며, 全南의 기여율이 높은 것은 그곳의 都賣構造가 分散的인데 그 경향이 계속 擴大되는 것으로 추측할 수 있다.

2. 地域別就業構造의 推移와 分析

먼저 區市郡部別로 都賣業就業比重을 보면 區部の 比重이 6割臺를 占하는데 71년엔 68년에 비해 약간 낮아졌으나 76년에 다시 비슷한 水準을 유지했다. 市部에서는 71년에 4.4% 增加하였으나 다시 감소하여 19.6%에 머물렀다. 寄與率을 보면 71~76년사이의 區部가 71.6%나 되어 大都市立地傾向이 커진다고 볼 수 있다.

<表 13> 地域別 從業員數의 推移

地 域 別	從 業 員 數			構 成 比			構 成 比 變 動		중업원수증감		기 여 율	
	68	71	76	68	71	76	68~71	71~76	68~71	71~76	68~71	71~76
全 國	54,798	61,349	93,679	100.0	100.0	100.0	0	0	12.0	52.7		
區 部	33,701	36,439	59,576	63.9	59.4	63.6	-4.5	4.2	8.1	63.5	44.7	71.6
市 部	11,515	14,121	18,359	18.6	23.0	19.6	4.4	-3.4	22.6	30.0	36.3	13.1
郡 部	9,582	10,789	15,744	17.5	17.6	16.8	0.1	-0.8	12.6	45.9	19.0	15.3

(資料) 同前

다음 市都別로 就業比重을 볼 때 서울시가 압도적이어서 68년의 42.1%, 71년의 35.0%, 76년의 40.9%에 이르며 부산의 比重은 71년까지 변함이 없다고 71년~76년사이에 0.9% 增加하여 11.2%에 이르렀다. 다음으로 慶北地方은 68~71사이에 44.4%나 증가하여 構成比가 14.6%로서 부산보다 높았으나, 71~76사이에 6.9%나 감소하여 그 比重이 8.9%로

<表 14> 市道別 都賣就業者數

地 域	從 業 員 數			構 成 比 及 變 動 율					중업원수증감		기 여 율	
	1968	1971	1976	68	71	76	68~71	71~76	68~71	71~76	68~71	71~76
서울特別市	23,058	21,452	38,296	42.1	35.0	40.9	-7.1	5.9	-7.0	78.5	-24.7	51.6
釜山直轄市	5,655	6,321	10,484	10.3	10.3	11.2	-	0.9	11.8	65.9	10.2	12.7
京畿道	4,113	4,361	7,481	7.5	7.1	8.0	-0.4	0.4	6.0	71.5	3.8	10.5
江原道	2,424	2,458	4,443	4.4	4.0	4.7	-0.4	0.7	1.4	80.8	0.5	6.1
忠清北道	1,270	2,198	2,396	2.3	3.6	2.6	1.3	-1.0	73.1	9.0	14.1	0.6
忠清南道	3,263	3,960	5,025	6.0	6.5	5.4	0.5	-1.1	21.4	26.9	10.8	3.3
全羅北道	2,287	2,803	3,416	4.2	4.7	3.6	0.5	-1.1	28.6	21.9	8.0	1.9
全羅南道	3,614	4,318	7,291	6.6	7.0	7.8	0.4	0.8	19.5	68.9	10.8	9.1
慶尙北道	6,189	8,937	8,327	11.3	14.6	8.9	3.3	-5.7	44.4	-6.9	42.1	-1.9
慶尙南道	2,374	4,003	5,111	4.3	6.5	5.5	2.2	-1.0	68.6	27.7	24.8	3.4
濟州道	556	538	1,409	1.0	0.9	1.5	-0.1	0.6	-3.2	161.9	-0.3	2.7

(資料) 同前

감소했는데 약간 특이한 현상이다. 기여율로 보면 68~71년 사이에는 서울이 24.7%의 負의 기여율을 보였으나 71년~76년에는 51.6%의 正의 기여율을 보여, 부산의 12.7%의 기여율과 함께 大都市 都賣業의 擴大를 보여준다.

다음, 地域別로 單位店舖의 規模를 알 수 있는 1店當 從業員數를 보면 區部의 경우에는 68년~71년 사이에 0.9인이 減少했다가 71~76년에 다시 0.9인이 增加하여 4.7人을 유지하고 있다. 서울의 경우 98년~71년 사이 1.4이나 감소했으나 71~76년에 다시 1.4인이 증가하여 가장 큰 5.6人을 유지하고 있다. 68~76년 사이 전체적으로 봐서 가장 크게 증가한 곳은 충남의 1.6人이다. 반면 경기지역은 68~76년 사이 0.2인이 감소했다. 71~76년 사이에서는 부산을 제외한 全地域이 1店當 從業員數가 增加했다. 이것은 全體的으로 都賣業의 規模가 커지는 것을 보여 준다고 할 수 있다. 71년~76년 사이에 가장 큰 增加를 보인 곳은 서울이며 全南, 江原, 忠南의 順으로 큰 증가를 보인다. 全國的으로는 0.9인이 增加하였다.

〈表 15〉 地域別 1店當 從業員數의 推移

地	域	68 年	71 年	76 年	68~71증감	71~76증감
區	部	4.7人	3.8人	4.7人	-0.9人	0.9人
市	部	3.6	3.9	4.8	0.3	0.9
郡	部	3.3	3.4	4.2	0.1	0.8
全	國	4.2	3.7	4.6	-0.5	0.9
서	울	5.6	4.2	5.6	-1.4	1.4
釜	山	3.6	3.9	3.8	0.3	-0.1
京	畿	4.3	3.4	4.1	-0.9	0.7
江	原	3.4	3.1	4.2	-0.3	1.1
忠	北	3.3	4.4	4.4	1.1	0
忠	南	3.2	3.9	4.8	0.7	0.9
全	北	3.3	3.9	4.6	0.6	0.7
全	南	4.2	3.9	5.2	-0.3	1.3
慶	北	3.1	2.9	3.6	-0.2	0.7
慶	南	3.4	3.5	3.8	0.1	0.3
濟	州	3.1	3.6	3.9	0.5	0.3
全	國	4.2	3.7	4.6	-0.5	0.9

(資料) 同前

3. 主要都市의 都賣販賣集中度

主要都市의 76年의 都賣販賣額集中度에 의해 都賣流通面에서 이들 都市가 遂行하고 있는 役割을 볼때, 全國都賣額上의 比重이 높은 都市는 서울(55.8%)과 釜山(11.7%)이다. 68年과 71年의 경우와 比較해 보면 서울의 全國都賣額上의 比重이 68~71년 사이에 낮아졌다가

71~76년에 급격히 커지고 釜山은 별 변동이 없음에 비해 大邱의 경우는 76년에 그 比重이 급격히 작아졌다. 이것은 서울에로의 都賣去來의 集中을 나타내는 것이며, 近來에 社會的

<表 16> A. 主要都市別 販賣額의 市·道內 占有比率 (1976)

階級區分	市 道 內 占 有 比 率			
	80% 以上	79.9~50%	49.9~20%	19% 以下
55.8 11.7	서울特別市 (100) 釜山直轄市 (100)			
4.2 3.3 2.9 2.3 1.9 0.9		大 邱 (63.9) 大 田 (69.0) 光 州 (52.9) 仁 川 (32.1) 全 州 (57.5) 清 州 (50.8)		
0.9 0.8			馬 山 (28.5) 群 山 (23.6)	
0.8				浦 項 (12.4)
0.6		濟 州 (74.9)		
0.6 0.6 0.6 0.6 0.5 0.5 0.4 0.4 0.4 0.4 0.3 0.3 0.3 0.2 0.2 0.2 0.2 0.2 0.1 0.1 0.1 0.1 0.0				晉 州 (18.5) 蔚 山 (18.5) 順 天 (11.5) 木 浦 (10.4) 天 安 (10.0) 麗 水 (9.8) 原 州 (17.9) 春 川 (16.6) 水 原 (10.2) 議 政 府 (8.5) 忠 州 (14.9) 三 千 浦 (7.9) 安 東 (5.1) 江 陵 (9.2) 束 草 (9.2) 鎭 海 (5.8) 裡 里 (5.3) 金 泉 (2.7) 忠 武 (4.2) 安 養 (3.3) 城 南 (2.8) 慶 州 (1.0) 富 川 (1.0)

全國
販賣
比率
(%)

(資料) 同前

으로 問題되고 있는 서울의 巨大化와 비슷한 것으로 볼 수 있다.

全國集中度가 비교적 높고 道內集中度가 50% 以上인 都市는 大邱(63.9%), 大田(69.0%), 光州(52.9%), 仁川(52.1%), 全州(57.5%)等인데 이들은 副次的 經濟圈의 役割을 수행한

<表 16> B. 主要都市別 販賣額의 全國 및 市·道內 占有比率 (1971)

階級區分	市 道 內 占 有 比 率			
	80% 以上	79.9~50%	49.9~20%	19% 以下
29.5 17.5 10.4	서울特別市 (100.0) 大邱市 (80.8) 釜山直轄市 (100.0)			
5.4 4.3		大田市 (63.4) 光州市 (62.0)		
2.0 2.0 2.0 1.9			仁川市 (40.2) 群山市 (39.0) 晉州市 (35.3) 全州市 (36.8)	
1.7				束草市 (5.6)
1.5 1.5 1.1 1.0			馬山市 (26.8) 水原市 (30.6) 清州市 (28.1) 春川市 (34.1)	
0.9 0.9 0.8 0.7 0.7 0.7 0.7				浦項市 (3.9) 安東市 (4.4) 木浦市 (11.4) 麗水市 (9.8) 忠州市 (17.7) 天安市 (7.9) 蔚山市 (11.7)
0.6			原州市 (20.2)	
0.6	濟州市 (80.6)			
0.5 0.4 0.4 0.3 0.3 0.3 0.2 0.2 0.2				江陵市 (16.6) 議政府市 (7.5) 金泉市 (1.9) 裡里市 (5.6) 順天市 (4.6) 三千浦市 (5.6) 慶州市 (1.1) 忠武市 (3.9) 鎮海市 (2.9)

全國
販賣
額比
率
(%)

(資料) 同前

다코 볼 수 있는데, 71년의 경우와 比較해 보면 이들 都市의 全國都賣額上의 比重이 작아진 것을 알 수 있다. 大邱의 경우 道內集中度가 71년에 비해 크게 떨어졌으며, 注意할 만한 것은 全州로서 道內集中度가 크게 커졌는데 같은 道內의 群山은 크게 작아져서, 全州的

〈表 16〉 C. 主要都市別 都賣額의 全國 및 市·道內 占有比 (1968)

率階級區	市 道 內 占 有 比 率			
	80% 以上	79.9~50%	49.9~20%	19% 以下
45.5	서울特別市 (100.0)			
13.7	釜山直轄市 (100.0)			
9.4	大邱市 (81.6)			
3.3		大田市 (68.9)		
3.2			光州市 (48.9)	
1.6			全州市 (39.7)	
1.6			麗水市 (25.3)	
1.5			仁川市 (37.4)	
1.5			水原市 (36.6)	
1.3			馬山市 (42.4)	
1.1			木浦市 (27.6)	
1.0		清州市 (60.0)		
0.8				群山市 (18.4)
0.6				浦項市 (5.3)
0.6				原州市 (14.6)
0.6				忠武市 (16.0)
0.5	濟州市 (88.9)			
0.5				晋州市 (14.4)
0.5				裡里市 (11.1)
0.4				束草市 (8.9)
0.4				春川市 (9.1)
0.4				天安市 (7.9)
0.3				蔚山市 (10.8)
0.3				江陵市 (6.5)
0.3				三千浦市 (10.4)
0.2				安東市 (1.9)
0.2				金泉市 (1.8)
0.2				慶州市 (1.5)
0.1				忠州市 (6.3)
0.1				順天市 (1.4)
0.1				鎮海市 (3.0)
0.1				議政府市 (2.2)

全國
販賣
比率
(%)

(資料) 同前

商圈의 擴大를 엿볼 수 있다. 이와 비슷하게 淸州의 商圈도 키졌다. 한편 濟州市는 地理的 條件上 道內集中度가 높다.

71년의 경우와 全體의으로 比較해 보면 地方의 部次的 經濟圈이 分散되고 있으며, 서울의 集中은 深化한다는 것을 알 수 있다.

이런 것들은 高速道路의 건설이나 工業化의 進展에 따른 都市化가 都賣去來를 그 地域의 中心의 都市로 吸引하게 했으며, 全國의으로는 서울에로의 뚜렷한 集中現象을 보여주었다.

第 4 節 都賣販賣經路分析

1. 購入處 및 販賣處別 分析

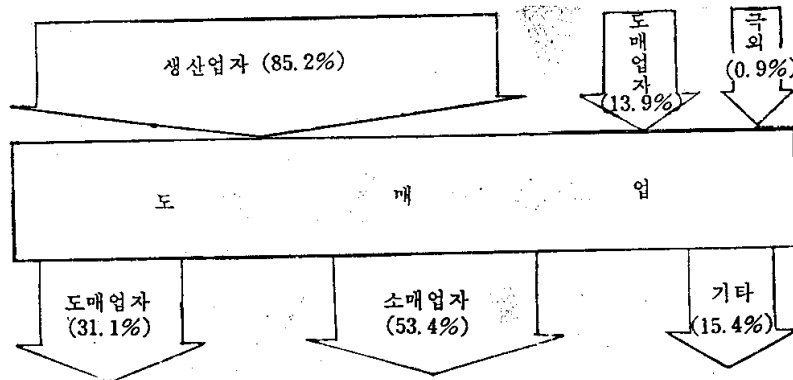
71년의 都小賣센서스資料에 依할 때 一般都賣店舖의 65.2%가 總都賣去來額의 85.2%에 해당하는 商品을 生産業者로부터 구매하였는데 이에 是 都賣商의 自家生産分도 포함된다. 또한 34.5%에 해당하는 店舖가 13.9% 만큼을 都賣業者로부터 구매하고 있다. 이에 대한 23.8%에 해당하는 店舖는 31.1%만큼을 販賣店에 販賣함으로써 中繼都賣業으로서의 性格을 띄고 있고 59.8%에 해당하는 都賣去來量을 生産業者, 同一企業體 또는 一般

〈表 17〉 購買 및 販賣處別 店舖數와 去來比率 (1971)

購 買 處	生 產 業 者	都 賣 業 者	國 外	計
店 舖 數	65.2	34.5	0.3	100.0
去 來 比 率(%)	85.2	13.9	0.9	100.0

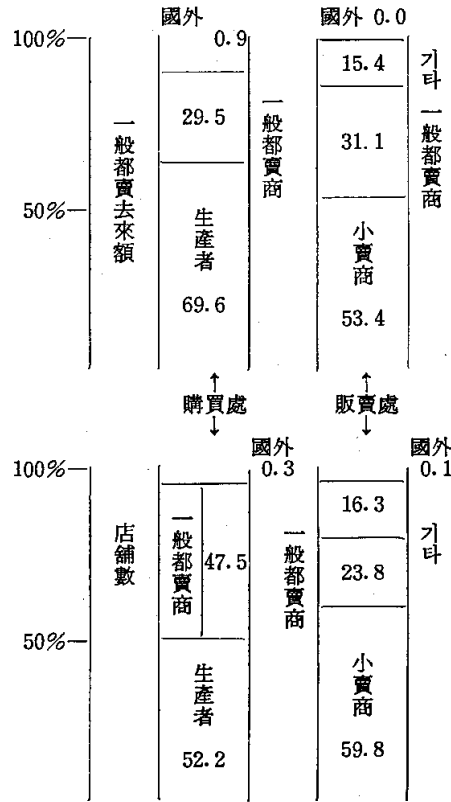
販 賣 處	都 賣 業 者	小 賣 業 者	其 外	國 他	計
店 舖 數	23.8	59.8	16.3	0.1	100.0
去 來 比 率(%)	31.1	53.4	15.4	—	100.0

(註) 其他는 生産業者, 官廳, 同一企業體, 一般消費者 포함.
 (資料) 經濟企劃院, 都小賣業센서스보고서, 1971



〈圖 1〉 都賣去來 流通圖 (1971)

消費者에게 販賣하고 있다. 따라서 産業都賣上 내지 都小賣兼業의 比重은 그다지 높지가 않다. 그러나 中繼都賣의 比重이 31.1%나 됨은 都賣構造의 多段階化 내지 長型化를 招致하는 一因이라 思料된다.



〈圖 2〉購買處 및 販賣處別 店舖數와 去來額 (1971)

2. 都賣經路類型的 分析

1974년에 實施한 標本調査에 依할 때 都賣流通經路에는 16種의 類型이 있다. 이 중 利用 比重이 가장 높은 經路類型은 工產品의 경우 製造業者—都賣商—小賣商의 正統的인 經路로서 利用比重은 46.2%에 이르고 있다. 다음으로 利用比重이 높은 類型은 13.6%의 製造業者—都賣商—都賣商의 經路로서 이러한 經路는 中繼都賣經路이다. 그 다음은 10.4%의 利用比重을 가지고 있는 生産者—都賣商—小賣商의 經路로서 특히 農水產品의 正統的인 經路 類型이다.

業種別로 都賣經路利用類型을 보면 모든 業種을 통털어 가장 널리 利用되는 經路類型은 上述한 바와 같이 製造業者—都賣商—小賣商의 傳統的 내지 正統的 經路인데 이 類型의 利

〈表 18〉 都賣經路의 類型

	經路類型	企業體數	比 率		經路類型	企業體數	比 率
1	M→W→M	64	6.4%	9	W→W→W	8	0.8
2	M→W→P	20	2.0	10	W→W→R	76	7.6
3	M→W→W	136	13.6	11	共→W→P	2	0.2
4	M→W→R	462	46.2	12	共→W→W	8	0.8
5	P→W→W	34	3.4	13	共→W→R	20	2.0
6	P→W→R	104	10.4	14	기타→기타	26	2.6
7	W→W→M	6	0.6	15	M→W→기타	24	2.4
8	W→W→P	8	0.8	16	P→W→기타	2	0.2
						100	100.0

(註) M: 製造業者 W: 都賣商 R: 小賣業 P: 生産者(農水産品) 共: 共販場
 (資料) 全國都賣商實態調査 1974. 4

用比重이 가장 높은 業種은 醫藥·化粧品의 84.2%이고, 다음은 69.8%의 化學製品, 建築材料의 60.0%, 纖維品の 57.1%, 家建具의 54.4%등이며 가장 낮은 業種은 鑛物·金屬材料의 33.3%이고 다음은 機械器具의 45.9%, 飲食料品の 46.1%이다. 다음으로 利用比重이 높은 經路는 製造業者—都賣商—都賣商의 經路로서 前者가 分散都賣經路로서의 性格을 가짐에 대해 이는 中繼都賣經路로서의 特性을 가지고 있는데 이의 利用比重이 높은 業種은 鑛物·金屬材料의 33.3%, 家建具의 27.3%, 및 飲食料品の 22.4%이다.

이에서 미루어 대체로 小規模·分散的으로 消費되는 商品의 경우에는 分散都賣와 아울러 中繼都賣經路가 발달되어 있음을 알 수 있다. 또한 農水産品の 경우에도 역시 工産品の 경우와 같이 生産者—都賣商—小賣商의 正統的 經路가 상대적으로 利用比重이 높아서 47.9%에 이르고 있으며 이는 農水産物은 商人流通에 해당하며 반대로 共販場—都賣商—小賣商의 系統出荷에 따른 經路도 비교적 많이 利用되고 있음을 알 수 있다. 中小企業의 比重이 상대적으로 많고 또한 分散의 小量消費가 이루어져 分散이 특히 必要한 都賣商—都賣商—小賣商의 經路類型은 飲食料品과 纖維品の 경우에 상대적으로 많이 利用되고 있다.

이제 業種別로 이용하는 經路의 多樣性을 보면 農水産品の 경우가 아주 多樣하여 12種이고 食·飲料品 및 機械器具가 같은 順位이어서 각각 8種이고 다음은 纖維品과 建築材料가 각각 7種으로서 多樣性이 있다. 利用經路類型的 多樣性이 가장 적은 業種은 醫藥·化粧品으로서 3種에 不過하다. 이러한 利用經路類型에 多樣性이 있는 業種의 경우에는 經路의 複雜性이 加重되어 經路의 迂迴化 내지 長型化의 可能性이 있으므로 이러한 業種의 경우에는 가장 合理的이고 效率的인 經路類型을 利用하는 方向으로 誘導할 必要가 있고 이를 위해서는 業種別로 類型別 經路研究를 하여 經路시스템의 整備가 이루어지도록 하여야 할 것이다.

<表 19> 業種別 利用經路 類型的 比重

業種	농수산물		음식료품		의약장품		화학제품		섬유품		광속재료		기계기구		건축재료		가 구	
	상접수	비율	상접수	비율	상접수	비율	상접수	비율	상접수	비율	상접수	비율	상접수	비율	상접수	비율	상접수	비율
M→W→M			12	7.9			12	14.0	10	7.9	4	16.7	18	12.2	6	7.5		
M→W→P			8	5.3			4	4.7	2	1.6			2	1.4				
M→W→W			34	22.4	10	13.2	2	2.3	18	14.3	8	33.3	30	20.3	16	20.3	18	27.3
M→W→R			70	46.1	64	84.2	60	69.8	72	57.1	8	33.3	68	45.9	48	60.0	36	54.5
M→W→共																		
M→W→기타													2	8.1	2	2.5	6	9.1
P→W→M																		
P→W→P																		
P→W→W	32	17.0	2	1.3														
P→W→R	90	47.9											4	5.0				
P→W→共																		
P→W→기	2	1.1																
W→W→M									2	1.6	2	8.3	2	1.4				
W→W→P	2	1.1	2	1.3				4	3.2									
W→W→W	8	4.3																
W→W→R	4	2.1	22	14.5			6	7.0	18	14.3	2	8.3	14	9.5	2	2.5	2	3.0
W→W→共																		
W→W→기																		
共→W→M																		
共→W→P	2	1.1																
共→W→W	8	4.3																
共→W→R	20	10.6																
共→W→共																		
共→W→기																		
기→W→M							2	2.3					2	1.4				
기→W→P	2	1.1																
기→W→W	2	1.1													2	2.5		
기→W→R	16	8.5	2	1.3													4	6.1
計 (946)	188	100.0	152	100.0	76	100.0	86	100.0	126	100.0	24	100.0	148	100.0	80	100.0	66	100.0

(資料) 全國都賣商實態調查 1974. 4

<表 20> 業種別 利用經路 類型的 多樣性

業 種	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
		農 產 品	水 產 品	食 飲 料 品	醫 藥 化 粧 品	化 學 製 品	織 維 品	鐵 金 屬 材 料			機 械 器 具		建 築 材 料

利用經路數	12	8	3	6	7	5	8	7	5
順位	1	2	9	6	4	7	2	4	7

(資料) 同前

第 5 節 都賣마아진 分析

마아진 내지 利幅이란 購買原價에 加算되는 營業經費 즉 販賣費 및 一般管理費와 純利益을 말하는 것이다. 그런데 企業이 價格決定力을 가진 경우에는 任意로 이를 정할 수 있으나 그렇지 않다면 이러한 마아진은 流通企業이 결정할 수 있는 性質의 것은 아니다. 이러한 면에서 標本調査에 의해 販賣價格의 決定可能性을 보면 購買原價에 일정한 마아진을 붙여서 自己的 價格決定力을 가진 企業은 55.8%에 지나지 않으며 36.7%는 時價에 따르고 있다. 따라서 사실상 過半의 企業은 流通面에서 價格操作力을 가지고 있는 것은 아니다. 따라서 이러한 경우에 都賣企業이 마아진을 設定할 수는 없다.

標本調査에 의해 都賣販賣額에 대한 마아진率을 보면 43.2%의 企業은 8~12%의 마아진率을 나타내어 가장 많고 36.2%의 企業은 4~7%의 마아진率이고 12.0%는 13~19%이고 6.4%는 3%이하의 낮은 마아진率을 나타내고 있고 0.2%에 해당하는 2企業은 20%이상이라 하고 있다.

<表 21> 販賣額對마아진率

마 아 진 率	業 體 數	比 率
3% 以下	64	6.4%
4 ~ 7%	362	36.2
8 ~ 12%	432	43.2
13 ~ 19%	120	12.0
20% 以上	2	0.2
合 計	1,000	100.0

(資料) 同前

業種別로 보면 4~7%의 마아진率의 比重이 큰 業種으로는 農產物(70.0%), 水產物(50.0%), 輸送用機械器具(50.0%)가 있고 다음 8~12%의 마아진率의 比重이 50% 이상되는 業種으로는 의약·화장품, 화학제품, 광물·금속재료, 一般機械器具, 精密機械器具, 電氣通信機器, 家具建具 등의 業種이고, 13~19%의 利益率의 比重이 20% 이상인 業種으로는 의약·화장품, 금속·광물재료, 輸送用機械器具, 家具建具 등이 있다.

이제 各階級區間의 中央値에 해당하는 마아진率을 기준으로 하여 이에 企業體數를 곱하여 加重平均해보면 調査對象業體 全體의 平均마아진率은 8.6%가 되는데 이는 日本의 11.5%

〈表 22〉 業種別 마아진率

(단위 : %)

業種 마아진率	농산물	수산물	식품 료품	의약 화장품	화학 제품	섬유 품	광물 금속 재료	일반 기기	수송 기기	정밀 기기	통신 기기	건축 재료	가구 전구	기타
3%以下	8.3	—	9.2	5.3	9.3	6.3	—	9.5	—	5.3	8.3	5.0	3.0	7.4
4~7%	70.0	50.0	40.8	15.8	16.3	41.3	16.7	23.8	50.0	15.8	8.3	45.0	12.1	48.1
8~12%	21.7	44.1	43.4	55.3	62.8	46.0	58.3	52.4	30.0	68.4	66.7	32.5	57.6	22.2
13~19%	—	5.9	6.6	23.7	5.3	6.3	25.0	14.3	20.0	10.5	16.7	17.5	27.3	22.2
20%以上	—	—	—	—	2.3	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
業體數 (合計 1,000)	120	68	152	76	86	126	24	42	20	38	48	80	66	54

(資料) 同前

에 비해 2.9%를 下廻하고 있다. 이와 같이하여 計算된 各 業種別 마아진率을 日本의 그것과 對比하여 보면 日本의 그것보다 下廻하는 業種中 格差가 심한 順位에 따라 配列해 보면 10.1%나 下廻하는 것은 家具建具이며 다음은 建築材料(-6.9%), 機械器具(-6.0%), 의약·화장품(-5.5%)등이며 上廻하는 業種으로는 鑛物·金屬材料는 3.1%이며 다음은 食·飲料品の 0.7% 두 業種 뿐이다. 따라서 이 兩 業種을 제외한 모든 業種은 日本의 67년의 마아진 水準을 어느 정도이건 下廻하고 있다. 이러한 면에서 都賣마아진은 아직도 상대적으로 低水準에 있다고 할 수 있다.

都賣業者들의 適正마아진率에 대한 反應을 보면 40.5%가 15%以下를 適正마아진으로 보고 39.3%는 16~20%를, 適正마아진水準으로 보고 있다. 따라서 84.3%가 20% 이상의 利幅은 適正하지 못하다는 反應을 나타내고 있음을 알 수 있다. 參考로 보면 日本의 67년의 都賣業의 平均마아진은 11.5%이다.⁽¹⁾ 業種別로 볼때 20% 이하를 適正마아진率로 보는 業種은 農産物과 기타이며 25%까지로 보는 業種은 水産物, 食·飲料品, 鑛物·金屬材料, 電氣通信機器, 家·建具 등의 業種이며 35%까지로 보는 反應을 나타낸 業種은 一般機械器具 및 精密機器이며 異例의으로 家·建具의 경우에는 40%까지도 適正하다는 反應을 보이는 業體도 있다.

이제 業種別로 適正하다는 反應의 比重이 가장 높은 마아진 階層의 中央値와 日本의 마아진을 對比하여 보면 兩者間의 格差가 가장 현저한 業種은 鑛物·金屬材料로서 日本의 同業種보다 9.8%가 上廻하는 마아진을 適正하다고 보고 있고, 다음은 化學製品으로서 5.9%가 높으며 纖維品과 農産物은 약 4.0% 정도 높으며 餘他の 業種은 약 1.0% 정도의 높은 格

(1) 日本流通經濟研究所 流通統計資料集, 71年版

〈表 23〉 適正마아진率에 對한 反應(業體數)

適正마아진水準	業體數	比率
11 ~ 15% 以下	218	45.0%
16 ~ 20%	190	39.3
21 ~ 25%	48	6.9
26 ~ 30	22	4.5
31 ~ 35%	4	0.8
36 ~ 40%	2	0.4
41% 以上	4	—
計	484	100.0

(資料) 全國都賣商實態調查 1974, 4.

〈表 24〉 適正마아진率에 對한 反應(業種別)

(단위 : %)

業種 適正利幅水準	농산물	수산물	식품	의약품	화학제품	섬유품	광물금속재료	일반기기	수송기기	정밀기기	통신기기	건축재료	가구전구	기타
10~15%以下	64.3	36.4	70.5	—	40.0	57.1	18.2	15.4	—	18.2	66.7	47.6	43.8	50.0
16~20%	35.7	54.4	27.3	38.5	48.0	28.6	63.6	53.8	50.0	72.7	25.0	38.1	25.0	50.0
21~25%	—	9.0	2.3	26.9	8.0	10.7	18.2	7.7	—	—	8.3	8.5	25.0	—
26~30%	—	—	—	1.2	4.0	3.6	—	15.4	—	9.0	—	4.8	—	—
31~35%	—	—	—	—	—	—	—	7.7	50.0	—	—	—	—	—
36~40%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	6.3	—
40%以上	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
企業體數 (484)	28	22	88	52	50	56	22	26	4	22	24	42	32	16

(資料) 同前

차를 보이고 있다. 그러나 家·建具 什器의 경우는 만큼 日本의 경우보다 下廻하고 있어서 이에서 미루어 본다면 都賣業中 상당수가 適正하다고 보고 있는 마아진은 대체로 타당하다고 할 수 있다.

〈表 25〉 마아진의 國際比較(選定業種)

業種 國家	纖維品	農産物	食 飲料品	醫藥 化粧品	化學製品	鑛 金屬材料	機械器具	建築材料	家具 建具	其他
韓國(74年)	12.5	12.5	12.5	17.5	17.5	17.5	16.3	12.5	12.5	12.5
日本(67年)	8.3	8.2	10.7	15.8	11.6	7.7	15.4	15.5	20.9	13.5
格差	4.2	4.3	1.8	1.7	5.9	9.8	0.9	-3.0	-8.4	-1.0

(註) 韓國의 경우는 適正한다고 보는 比重이 많은 利幅階層의 中央值임.

(資料) 日本流通經濟研究所, 流通統計資料集, 71年版, p. 39 第20表

다음 購買價格에 대해 붙이는 마아진의 幅은 39.8%가 9%~12%의 범위내에서 설정하고

있으며 28.2%는 13%~18%의 범위이고 13.3%는 5%이하, 12.9%는 6%~8%의 마아진幅을 設定하고 있다.

다음 그들이 設定하는 마아진幅에 대한 反應을 보면 14.9%는 높다고 보고 있고 6.6%는 적당하다고 보며 78.5%는 낮다는 反應을 보이고 있는데 이와 같은 마아진이 낮다고 생각되는 理由를 보면 51.1%가 競爭激化를 들어 가장 많은 反應을 보이고 있고, 다음은 告示價格으로서 14.4%이고 稅金過多와 物價上昇은 대체로 13%臺의 反應을 보이고 있다. 競爭의 激化는 장기적으로 企業費用의 支出을 증대시켜 利益을 감소시켜 주므로 流通近代化過程에서는 都賣마아진의 減縮이 不可避하게 되며 따라서 費用節減이 都賣經營의 合理化를 위해 필요하게 된다.

<表 26> 購買價格에 對한 마아진比率

購買價格에 대한 마아진比率	業體數	比 率
5% 以下	78	13.3%
6 ~ 8%	79	12.9
9 ~ 12%	234	39.8
13 ~ 18%	166	28.2
19 ~ 25%	32	5.4
26% 以上	2	0.3
合 計	588	100.0

(註) 응답자만 集計 하였음.
(資料) 全國都賣商實態調査 1974. 4.

<表 28> 마아진이 낮다고 생각하는 理由

낮다고 생각하는 理由	業體數	比 率
競爭激化	242	51.1%
稅金過多	64	13.5
物價上昇	62	13.1
告示價格	68	14.4
大量販賣	32	6.8
其 他	6	1.3
合 計	474	100.0

(資數) 同前

<表 27> 購買價格에 불이는 마아진의 高下與否

마아진의 高下與否	業體數	比 率
적 당 하 다	40	6.6%
높 다	90	14.9
낮 다	474	78.5
合 計	604	100.0

(註) 응답자만 集計 하였음.
(資料) 同前

<表 29> 適切하다고 생각되는 마아진 水準

適切하다고 생각되는 마아진의 水準	業體數	比 率
10%以上~15%以下	218	45.04%
16 ~ 20%	190	39.26
21 ~ 25%	50	10.33
26 ~ 30%	20	4.13
31 ~ 35%	4	0.83
36 ~ 40%	2	0.41
41% 以上	0	0
合 計	484	100.0

(註) 높다고 대답한 業體中에서 대답한 10업체포함
(資料) 同前

第 6 節 都賣構造上的 問題點과 改善 方向

都賣構造는 近年 擴大推移를 나타내고 있다. 이러한 擴大傾向은 특히 區部와 같은 大都市에서 뚜렷한데 이는 大都市 中心의 都賣構造가 심화되고 있음을 보여 준다. 高速道路開

通에 의한 全國의 一日生活圈化가 이것의 主要原因이 될 수 있으며, 政府의 強力한 都市開發策이 無爲로 끝남을 보여준다.

한편 都賣構造上의 近代化가 조금씩 나타나고 있지만, 都賣構造의 大多數는 下述하는 바와 같이 非能率 내지 非合理的인 經營 내지 活動을 할 수 밖에 없는 여러 特性을 지니고 있어서 흔히 不合理하게 高率의 流通마아진을 발생시켜 物價高를 招來케 하는 溫床으로 看做되는 경우도 없지 않다. 이와 같은 면에서 앞으로 都賣構造가 合理化되려면 다음과 같은 問題點이 早晚間에 해결 개선되어야만 한다.

첫째, 都賣構造는 상대적으로 規模가 적고 零細인 經營體의 比重이 높은데 이와 같은 事實은 小賣構造에 비해 상대적으로 大規模화할 수 있는 바탕이 있음에도 都賣經營이 都賣本然의 機能을 다하지 못하며 規模의 經濟를 실현시키지 못한데 起因하는 것이라 할 수 있다.

따라서 都賣機關은 앞으로 가능한 한 效率인 經營體質을 갖추어 規模의 經濟를 실현함으로써 합리적인 都賣機能을 수행할 수 있도록 大型化되어야만 하며 가능하면 法人企業化 내지 公開企業化하도록 誘導 育成하여야만 한다. 이를 위한 구체적인 方案으로는 小賣商의 쇼핑센터의 경우와 마찬가지로 中小規模都賣商을 都賣團地에 誘導하여 協業化를 통해 共同生活를 수행하도록 助成하여야만 한다. 또한 單位都賣業의 大型化를 助成하기 위해서는 餘他的 製造業이나 輸出業의 경우와 마찬가지로 稅制面에서의 惠澤이나 政策的 資金支援을 하여 줄 필요가 있다.

둘째, 이처럼 이들 都賣經營은 小規模의 것이 많으므로 專門인 職業人으로서의 常時從業員보다 家族勞動에의 依存도가 높다. 일반적으로 보아 이들 家族就業者는 流通業務에 관한 專門의 知識이나 經驗이 없을 뿐만 아니라 生業的 就業을 하고 있으므로 都賣商의 專門化 내지 專業化를 阻害하는 要因이 되어 分業을 전제로 한 專門化의 利益이 실현되지 않아 都賣商들은 非能率化되어 流通生産性도 低下되고 있다. 이러한 면에서 볼 때 앞으로 都賣業이 合理化되려면 都賣業에의 專門인 常時從業員의 比重이 높아져야만 할 것이다. 이를 위해서는 都小賣를 포함한 流通部門從事員과 이에 就業코자 하는 사람에 대한 보다 體系的인 教育訓練이 制度的으로 이루어져 마치 製造部門에 있어서의 技能工養成의 경우와 같이 販賣技能工養成制度가 確立되어야만 하며 이의 專擔機關으로도 韓國마아케팅開發센터의 活用이 바람직하다.

셋째, 都賣構造上 仲繼都賣의 比重이 상대적으로 높아서 이로 인한 經路의 多樣性이 있어서 經路가 複雜化되고 있다. 따라서 이러한 多段階의이고 복잡한 經路上에는 단순히 商

品の轉賣만 함으로써 都賣利幅만 증대시켜 實質的인 都賣機能은 전혀 수행하지 않는 寄生的인 無機能都賣商이나 혹은 非能率的으로 都賣活動을 수행하는 都賣商이 重複的으로 介在할 수 있는 素地가 있다.

이와같은 寄生的인 都賣機關은 마땅히 排除되어야만 하는데 이를 위해서는 健全한 또한 보다 能率的인 都賣業들이 育成됨으로써 自然淘汰되도록 해야만 할 것이며 同時에 成長性 있는 都賣企業의 健全經營化가 이루어지도록 助成하여야 한다. 都賣團地가 造成되어 여기 에 多數의 都賣業이 入住한다면 이러한 排除效果도 아울러 거둘 수 있을 것이다.

第 2 章 都賣機關分析

第 1 節 都賣機關의 類型과 그 分布

標本調査에 의할 때 調査對象의 64.6%에 해당하는 都賣業이 兼業을 하고 있기 때문에 엄밀한 類型의 區分은 불가능하나 主된 購入處와 販賣處의 類型을 기준으로 하여 分類하여 보면 주로 製造業者나 生産者 또는 다른 都賣商이나 共販場에서 구매하여 주로 小賣商에게 판매하는 正統的流通經路上에 介在하는 分散都賣商이 가장 많아서 66.2%를 占하고 있고 다음은 주로 製造業者나 다른 都賣商 또는 共販場에서 구매하여 주로 다른 都賣商에게 販賣하는 中繼都賣商이 15.2%이며 주로 製造業者나 다른 都賣商 또는 共販場에서 구매하여 주로 製造業者에게 産業用品을 판매하는 産業都賣商이 10.0%이고 農水產品의 蒐集都賣商은 3.4%이다. 共販場을 통한 系統出荷가 활발하여 상대적으로 이와 같은 蒐集都賣 機能은 萎縮되었으리라 類推된다.

〈表 30〉 都小業兼業與否

兼業與否	業體數	比率
경한다	646	64.6%
않는다	354	35.4
合計	1,000	100.0

(資料) 同前

〈表 31〉 都賣機關의 類型別 分布

類 型	業體數	比率
産業都賣商	100	10.0%
中繼都賣商	152	15.2
分散都賣商	662	66.2
蒐集都賣商	34	3.4
其他	52	5.2
合計	1,000	100.0

(資料) 同前

業種別로 볼 때 都小賣業의 比重이 가장 높은 業種은 精密機械器具의 94.4%이고 다음은 家·建具의 90.9%, 電氣通信機器의 84.3%, 輸送用機械器具의 80.0%등이며 가장 낮은 業

〈表 32〉 業種別 兼業與否

(단위 : %)

業 種	都 小 賣 兼 業	都 賣 專 業	計
① 農產品	31.7	68.3	100.0
② 水產品	52.9	47.1	100.0
③ 食·飲料品	63.2	36.8	100.0
④ 醫藥·化粧品	60.5	39.5	100.0
⑤ 化學製品	65.1	34.9	100.0
⑥ 纖維品	71.4	28.6	100.0
⑦ 礦物物金屬材料	58.3	41.7	100.0
⑧ 一般機器	79.2	23.8	100.0
⑨ 輸送機器	80.0	20.0	100.0
⑩ 精密機器	94.4	5.6	100.0
⑪ 通信機器	83.3	16.7	100.0
⑫ 建築材料	65.0	35	100.0
⑬ 家具·建具	90.9	9.1	100.0
⑭ 其 他	63.0	37.0	100.0
計	64.6(646)	35.4(354)	100.0(100)

(註) ()속 數字는 實數
(資料) 同前

種 各 都賣專業의 比重이 상대적으로 높은 業種은 農產品의 68.3%로서 31.7%만이 兼業을 하고 있다.

이제 都小賣兼業의 경우와 專業의 경우로 나누어 資本額規模, 月平均販賣額 및 從業員數 面에서의 差異를 보면 資本規模面에서는 물론 月平均販賣額의 경우나 從業員 規模面에서도 상대적으로 都小賣業의 경우보다 都賣專業의 경우가 훨씬 大規模임을 알 수 있다. 따라서 都賣業의 低能率性 내지 非合理性은 流通分業의 原則에 따라 異質的인 都小賣機能의 分化

〈表 33〉 兼業與否에 따른 經營上의 差異

(단위 : %)

		兼	專
資 本 規 模	800만원 未滿	39.6	22.6
	800~3,000만원	50.4	59.4
	3,000만원 以上	9.9	18.1
年 平 均 販 賣 額	200만원 未滿	25.1	12.4
	200만원~500만원	39.3	28.2
	500만원~1,000만원	24.1	32.2
	1,000만원 以上	11.5	27.1
從 業 員 數	3명 以下	39.9	23.7
	4~10명	58.2	63.2
	11명 以上	1.9	13.0

(資料) 同前

가 이루어져 이를 專門化하여 專擔遂行하는 都賣專業의 店舖의 比重이 낮음에서도 窺知할 수 있다. 따라서 都賣業의 合理化 내지 近代化를 위해서는 都小賣流通機能의 分化和 이를 前題로한 都賣業의 專業化가 이루어져야만 할 것이다. 이를 促求하기 위해서는 都賣專業店에 대한 低率課稅 및 資金支援 등이 效果의이라 생각된다.

第 2 節 都賣機關의 立地狀況

都賣業이 가장 많이 立地하고 있는 곳은 商街地域으로서 47.0%에 해당하는 都賣業이 여기에 立地하고 있고 다음으로는 公設市場으로서 28.2%가 여기에 立地하고 있는데 이는 農水產品의 경우에 현저하다.

<表 34> 都賣業의 立地

內 容	業 體 數	비 율
5日制 市場	2	0.2%
商街地域	470	47.0
驛近處	60	6.0
公設市場	281	28.2
中央都賣市場(青果物, 水産物, 穀物포함)	130	13.0
小賣商이 밀집한 곳	36	3.6
기 타	20	2.0
合 計	1,000	100.0

(資料) 同前

業種別로 볼때 農産物과 水産物의 경우 中央都賣市場에 立地하고 있는 比重이 상대적으로 높는데 兩商品의 流通特性上 여기에 立地하고 있는 都賣商은 中繼都賣商 내지 分散都賣商의 性格을 가지고 있다고 할 수 있다. 또한 兩業種의 경우에는 公設市場에의 立地比重도 상대적으로 높는데 이는 分散都賣商으로 볼 수 있다. 商街地域은 대다수의 工産品의 경우 立地比重이 가장 높는데 이를 順位別로 보면 電氣通信機器(91.7%), 精密機器(89.5%), 家建具(75.8%), 輸送用機器(70.0%), 化學製品(62.8%), 一般機械器具(61.9%)의 順이며 5割臺 이상이 이곳에 立地하고 있는 業種은 醫藥·化粧品·建築材料 등이며 여기의 立地比重이 가장 낮은 工産品은 産業用品이 중심인 鑛物·金屬材料(25.0%), 一般機械器具(23.8%) 建築材料(22.5%), 및 輸送用機器로서 모두 2割臺 이상을 점하고 있다. 公設市場에의 立地比重이 높은 業種을 보면 纖維品の 57.1%가 가장 높으며 3割臺 이상을 占하는 業種은 上述한 農水産品이외에 食·飲料品, 醫藥·化粧品, 鑛物·金屬材料 等이며 小賣商密集地立地比重이 높은 業種은 鑛物·建築材料이다.

이제 各 業種別로 一立地에의 立地比重이 60% 이상이 되는 業種을 暫定的으로 單一立地

〈表 35〉 業種別 立地狀況

業 種	5日 府場	商街地域	驛 근처	公設市場	中央都 賣市場	小賣商 密集地	기 타	計
① 農産物	—	6.7	5.0	33.3	46.7	5.0	3.3	100.0
② 水産物	—	2.9	—	44.1	50.0	2.9	—	100.0
③ 食飲料品	—	46.1	1.3	20.3	17.1	3.9	1.3	100.0
④ 醫藥・化粧品	2.6	55.3	2.6	34.2	—	—	5.3	100.0
⑤ 化學製品	—	62.8	9.3	20.9	4.7	2.3	—	100.0
⑥ 纖維品	—	39.7	—	57.1	—	3.2	—	100.0
⑦ 鑛物・金屬材料	—	16.7	25.0	33.3	—	25.0	—	100.0
⑧ 一般機械器具	—	61.9	23.8	14.3	—	—	—	100.0
⑨ 輸送用機械器具	—	70.0	20.0	—	—	10.0	—	100.0
⑩ 精密機械器具	—	89.5	—	—	10.5	—	—	100.0
⑪ 電氣・通信機械器具	—	91.7	—	4.2	—	—	4.1	100.0
⑫ 建築材料	—	55.0	22.5	15.0	—	2.5	5.0	100.0
⑬ 家具・建具	—	75.8	3.0	9.0	—	9.0	3.0	100.0
⑭ 기 타	—	51.9	3.7	29.6	11.1	—	3.7	100.0
計	0.2	47.0	6.0	28.2	13.0	3.6	2.0	

(資料) 同前

指向型, 二立地에의 立地比重的 合計가 70% 이상이 되는 業種을 兩立地指向型, 三立地에의 立地比重的 合計가 70% 이상이 되는 業種을 三立地指向型으로 나누어 보면 單一立地指向型의 業種으로는 電氣・通信機器, 精密機器, 輸送用機器, 化學製品 및 一般機器의 5業種이 있고 兩立指向型에는 纖維品, 水産産物, 醫藥・化粧品, 家建具, 農産物, 建築材料 및

〈表 36〉 業種別 都市 立地類型의 分析

立地類型	立地比率	業 種	立 地 內 譯	立地의 多樣性
單一立地指向型	90%	電氣・通信機器 (91.7%)	① 商街	3(立地)
	80%	精密機器 (89.5%)	① 商街	2
	70%	輸送用機器 (70.0%)	① 商街	3
	60%	化學製品 (62.8%)	① 商街	5
	60%	一般機器 (61.9%)	① 商街	3
兩立地指向型	90%	纖維品 (96.8%)	① 公市 ② 商街	3
	90%	水産物 (94.1%)	① 中都市 ② 公設市場	4
	80%	醫藥・化粧品 (89.5%)	① 商街 ② 公市	5
	80%	家具・建具 (81.5%)	① 商街 ② 公市	5
	80%	農産物 (80%)	① 中都市 ② 公市	6
	70%	建築材料 (77.5%)	① 商街 ② 驛 근처	5
	70%	食飲料品 (76.4%)	① 商街 ② 公市	6
三立地指向型	80%	鑛物・金屬材料 (83.3%)	① 公市 ② 驛 근처 ③ 小賣商密集地	4

(資料) 同前

食飲料品 등의 7業種이, 三立地指向型에는 鑛物·金屬材料 1業種만이 속하고 있다. 이에서 볼 때 分散的小量消費가 이루어지는 商品의 경우 立地의 多樣性이 있음을 알 수 있다. 또한 대체로 都賣商의 立地가 商街指向性이 강함을 알 수 있는데 都賣去來가 商去來와 아울러 방대한 物的流通을 隨伴하는 것임을 想到할 때 이러한 都賣物量의 商街地域으로의 移動은 都市機能을 沮害할 우려가 있음과 아울러 地代가 비싼 商街地域에서 保管 및 運送等과 같은 物的流通機能을 수행한다는 것은 都賣經營上의 費用負擔을 加重시켜 低能率化의 一因이 되므로 이러한 면에서 立地의 適正化가 都市機能의 再整備와 아울러 都賣經營의 合理化를 위해 필요하다고 하지 않을 수 없다.

〈表 37〉 立地別 主販賣對象

立地	主販賣對象		製造業者	生産者	다른都賣商	小賣商	기타	合計			
5日制市場의 都賣商						2(100.0)		2(100.0)			
商街地域의 都賣商	42	(8.9)	22	(4.7)	70	(14.9)	318	(67.7)	18	(3.8)	470(100.0)
驛 근처의 都賣商	12	(20.0)			12	(20.0)	34	(56.7)	2	(3.3)	60(100.0)
公設市場의 都賣商	10	(3.5)	2	(0.7)	2	(26.2)	194	(68.8)	2	(0.7)	282(100.0)
中央都賣市場의 都賣商	6	(4.6)	2	(1.5)	26	(20.0)	96	(73.8)			130(100.0)
小賣商이 密集된 곳의 都賣商	4	(11.1)			6	(16.7)	24	(66.7)	2	(5.6)	36(100.0)
기타의 都賣商			4		2		12		2		20(100.0)
實數合計	74		30		190		680		26		1000

(資料) 同前

이제 다시 都賣機能의 內容을 알고자 立地別로 主販賣對象을 보면 立地比重上 壓倒的인 商街地域의 都賣商中 67.7%가 小賣商에게 販賣하여 分散都賣를 하고 있고 14.9%는 中繼都賣, 13.6%는 産業用品都賣를 하고 있으며 다음으로 比重이 높은 公設市場의 경우에도 26.2%가 分散都賣, 68.8%가 中繼都賣, 4.2%가 産業都賣를 하고 있다. 이러한 면에서도 都賣流通의 非專門化로 인한 非效率性을 살펴볼 수 있다. 따라서 都賣流通의 效率化를 促求하려면 都賣商이 小賣商에게 제공하는 ① 定性的需要的 豫測 ② 選別과 等別을 통한 충분한 具色品の 제공 ③ 在庫維持 ④ 配送 ⑤ 信用供興 ⑥ 情報·諮問서어비스의 제공 ⑦ 購買機能의 代行과 같은 機能을 제대로 수행할 수 있도록 보다 地代가 低廉하고 또한 都市機能이 沮害되지 않는 立地에 都賣團地를 造成하고 都賣機能 중 物的流通과 관련된 機能을 이곳에 集中시킴으로써 都賣流通의 合理化가 이루어지도록 하여야만 한다.

이러한 都賣團地에 對한 反應을 보면 53.2%가 필요하다는 반응을 나타내고 있는데 그理由를 보면 購買者誘致에 裨利하다는 反應이 가장 높아 68.4%에 이르며 價格均一化가 17.7%, 協業化가 13.9%이다. 都賣團地化가 이루어진다면 이를 통해 價格의 均一化가 이루어져 公

正去來秩序의 確立이라는 流通政策의 效益이 있음과 아울러 都賣業 相互間의 協業化도 가능하여 原價節減效果가 있음은 물론, 經營能力 내지 技術의 交流, 나아가서는 善意의 競爭雰圍氣의 造成을 통한 經營意欲의 增進과 같은 都賣流通 主體의 經營合理化에 대한 刺戟이 될과 동시에 實質的으로는 販賣의 增大에 寄與할 수 있는 것이며 이는 大量去來에 따른 規模의 利得을 실현시켜 줌으로써 上述한 바와 같은 原價節減效果와 相促하여 都賣經營의 合理化를 促進시켜 주리라 展望된다.

〈表 38〉 都賣團地의 必要性與否

都賣團地의 必要性與否	業體數	比率
必要하다	532	53.2
必要하지 않다	388	38.8
無應答	80	3.0
計	1,000	100.0

(資料) 同前

〈表 39〉 都賣團地가 必要한 理由

都賣團地가 必要한 理由	業體數	比率
協業化	74	13.9%
價格均一化	94	17.7
購買者誘致便利	361	68.4
計	532	100.0

(資料) 同前

第 3 節 都賣機關의 經營實態分析

1. 企業形態分析

都小賣業센서스資料에 의하면 68년의 法人都賣企業은 6.6%를 占하였으나 3년후인 71년에는 構成比가 4.7%나 낮아져 1.9%로 激減하고 있다. 그 5年後인 76년에 構成比가 10.7%나 增加하여 12.6%를 占하고 있다. 이것을 보면 都賣機關이 70年代에 들어서서는 構造的 變化가 일어나고 있다고 유추할 수 있다.

〈表 40〉 企業形態別 店舖推移

企業形態	構 成 比			構 成 比 變 化		增 減 率	
	1968	1971	1976	68~71	71~76	68~71	71~76
法人企業	6.6%	1.9	12.6	-4.7	10.7	-63.4	803.2
個人企業	93.4	98.1	87.4	4.7	-10.7	31.6	9.6

(資料) 經濟企劃院 都小賣業센서스報告書, 68, 71, 78.

이와 같은 입장에서 標本調査에 따른 企業形態別 分布를 보면 近代의 法人企業形態인 株式會社는 4.4%에 지나지 않으며 여럿이 모여 공동으로 한다는 回答도 일단 個人企業으로 한다면 個人企業의 比重은 96.6%가 된다.

日本의 경우와 對比하여 보면 한국의 경우의 法人企業의 比重은 아주 낮아서 日本의 60年代에 비해 그 比重이 약 11분의 1밖에 되지 않는다. 이는 곧 日本의 경우에 비해 都賣流通 構造가 아주 落後되고 있음을 나타내어 주는 것이다. 왜냐하면 日本의 경우는 法人企業의

〈表 41〉 企業形態別店舖數

企業形態	業體數	比率
株式會社	44	4.4%
여럿이모여共同으로한다	82	8.2
個人企業	864	87.0
기타	4	0.4
計	1,000	100.0

(資料) 全國都賣商實態調查 1974. 9

〈表 42〉 企業形態의 國際比較

國別	年度	法人企業	個人企業
韓國	74	4.4 (1.00)	96.6※(1.00)
日本	60	48.6(11.0)	51.4 (0.53)
	64	55.3(12.6)	44.7 (0.46)
	68	58.0(13.2)	42.0 (0.43)

(註) ※기타도 포함함.

()는 韓國을 基準으로 한 倍率인.

(資料) 日本通産大臣官房調査統計部, わが國の商業, 1971, p. 24.

比重이 이미 60년대에 48.6%로서 거의 5割臺에 이르렀고 그 이후 꾸준히 이의 比重이 높아지고 있기 때문이다. 이러한 면에서 近代의 企業形態로의 轉換 즉 法人化가 助成되어야만 할 것이다.

2. 施設狀況分析

都賣商이 自家倉庫를 保有하고 있어서 保管機能을 수행하는 경우는 약 70.6%에 이르고 있으며 나머지 29.4%는 自家用保管施設을 가지고 있지 않다. 自家用 保管施設을 가지고 있는 경우 34.0%는 21~50坪의 保管施設을 가지고 있고 25.8%는 11~20坪, 20.4%는 5~10坪의 保管施設을 가지고 있다. 그런데 資金面에서 볼때 2.2%만이 倉庫施設資金이 不足하다고 하고 있음에 미루어 都賣業의 경우 營業倉庫의 利用可能性이 높거나 혹은 充分한 自家保管施設을 가져서 保管施設面에서는 문제가 없다고 할 수 있다.

〈表 43〉 自家保管施設의 有無

自家保管施設保有與否	企業體數	比率
한다	706	70.6%
안한다	294	29.4
計	1,000	100.0

(資料) 全國都賣商實態調查 1974, 4.

〈表 44〉 自家保管施設規模

保管施設規模(坪)	企業體數	比率	保管施設規模(坪)	企業體數	比率
5 미만	52	7.4%	21 ~ 50	240	34.0
5 ~ 10	144	20.4	51 ~ 100	66	9.3
11 ~ 20	182	25.8	100 이상	22	3.1
			計	706	100.0

(資料) 同前

다음 自家運送施設로서 配送業務를 수행하는 경우는 53.8%에 이르고 있으나, 46.2%는 그렇지 않으며 自家運送施設을 保有한 경우 그 施設의 種類로는 三輪車가 壓到的으로 많아 52.8%를 占하여 트럭은 10%에 지나지 않는다. 37.2%는 其他의 施設을 保有하고 있는데 이는 自轉車이다.

일반적으로 볼 때 이와 같은 施設에 대해서는 상당한 정도의 固定投資를 하여야 하므로 그렇지 않아도 資金不足을 겪고 있는 都賣商의 경우에는 가능하면 이러한 施設에의 直接投

〈表 45〉 自家運送施設의 保有與否

保 有 與 否	企業體數	比 率
있 다	538	53.8%
없 다	462	46.2
計	1,000	100.0

(資料) 同前

〈表 46〉 自家運送施設의 종류

종 류	企業體數	比 率
三 輪 車	284	52.8%
트 리	54	10.0
기 타	200	37.2
計	538	100.0

(資料) 同前

資보다는 賃借를 하거나 혹은 營業用施設을 活用함이 유리하지 않을까 싶다. 사실상 流通施設에 固定投資를 한 경우에는 倉庫의 藏置效率이나 運送施設의 運送效率을 높이기 위해 安定的인 在庫保管分이나 혹은 配送分이 있어야만 하므로 不動產保有의 目的이 아닌 경우에는 이를 保有하는 것이 不利한 경우도 많은 것이다. 이와 같은 경우에도 營業倉庫나 定期貨物便을 利用하는 것이 오히려 有利한 경우도 있을 수 있을 것이다. 또한 運送施設資金의 不足을 느끼고 있는 企業도 1.3%밖에 되지 않으므로 이러한 면에서 문제는 없다.

그러나 業種別로 볼때 保管 및 運送施設의 不足을 상대적으로 강하게 느끼고 있는 業種으로는 水産物, 食·飲料品, 一般機械器具, 建築材料 및 家具, 建具 등이 있다. 이러한 業種이 취급하는 商品은 그 性格上 腐敗性商品이어서 신속한 運送이나 特殊保管施設이 필요하거나 혹은 蓄高性商品으로서 넓은 保管場所가 필요하거나 혹은 季節性이 있는 商品으로서 이의 適切한 保管과 신속한 配送이 필요하므로 이러한 業種의 경우에는 企業擴張과 아울러 流通施設에의 投資를 하지 않는다면 이로 인한 配送의 지연이나 在庫品切등으로 顧客을 喪失할 우려가 많다. 따라서 이러한 경우에는 보다 長期的인 觀點에서 施設投資決定을 하거나 아니면 賃借決定을 내리도록 하여야만 할 것이다.

3. 資金構造分析

實態調査를 통해 經營上의 隘路事項을 보면 21.4%에 해당하는 企業이 餘他的 隘路事項에 비해 상대적으로 資金難을 지적하고 있는데 事業資金의 不足與否에 대한 反應을 보면 80.2%가 資金이 不足하다고 하여 流通部門에 있어서도 資金不足이 一般化되고 있음을 알 수 있다.

이를 業種別로 보면 모든 業種의 七割이상의 企業이 資金不足을 느끼고 있는데 상대적으로 그 比重이 낮은 業種은 輸送用機械器具(70.0%), 電氣通信機器(70.8%), 의약· 화장품(71.1%), 일반기계기구(71.4%), 화학제품(74.4%), 농산품(75.0%) 등이다. 따라서 어떤 業種이건 기본적으로는 資金不足에 허덕이고 있다고 할 수 있다. 따라서 流通部門에 있어서의 資本形成이 이루어져 資金不足에서 오는 非合理化要因이 배제되어 都賣流通合理化가

〈表 47〉 業種別 資金不足與否

(단위 : %)

業種 資金不足與否	農產物	水產物	食·醫藥· 飲料品	化粧品	化學 製品	纖維品	鑛物· 屬 金属材料	一般機 械器具	輸送用 機器	精密 機器	電氣· 通信 機器	建築 材料	家具· 器具	기 타
느 낀 다	75.5	79.4	88.2	71.1	74.4	87.3	83.3	71.4	70.0	84.2	70.8	82.5	84.8	81.5
안느 낀 다	25.0	20.6	11.8	28.9	25.6	12.7	16.7	28.6	30.0	15.8	29.2	17.5	15.2	10.5
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
(實 數)	(120)	(68)	(152)	(76)	(86)	(126)	(24)	(42)	(20)	(38)	(48)	(80)	(66)	(54)

(資料) 同前

이루어져야만 할 것이다.

이처럼 慢性的 내지 構造的인 資金不足의 與件下에 있는 都賣流通企業은 不足資金의 調達源으로서는 주로 私債를 個人的으로 融通하여 쓰는 것이 압도적으로 많아서 50.4%에 이르고 있다. 다음으로는 24.4%가 外上買入을 통해 流通信用을 供與받음으로써 不足資金을 調達하고 있는데 流通金融이 制度化되지 못한 우리의 경우 이러한 販賣信用의 授受는 正規的인 都賣機能의 하나가 되고 있다. 따라서 都賣流通機關은 制度的 金融機關으로부터의 金融惠澤은 21.5%밖에 받지 못하고 있고 近年에 發足한 相互信用金庫를 利用하는 경우는 3.7%이다. 이처럼 私債의 利用率이 높기 때문에 都賣經營面에서 私債金利面에서의 負擔이 클 것이라 思料된다.

都賣流通機關의 경우 일반적으로 不足한 資金의 종류는 보다 장기적이고 고정적인 流通

〈表 48〉 事業資金不足與否

事 業 資 金 不 足	業 體 數	比 率
느 낀 다	802	80.2%
안느 낀 다	198	19.8
計		100.0

(資料) 同前

〈表 49〉 不足資金의 調達方法

不 足 資 金 調 達 方 法	業 體 數	比 率
金 融 機 關	172	21.5%
相 互 信 用 金 庫	30	3.7
外 上 買 入	196	24.4
個 人 的 으 로 融 通	404	50.4
計	802	100.0

(資料) 同前

〈表 50〉 不足資金의 種類

不 足 資 金 的 種 類	業 體 數	比 率
商 品 購 買 資 金	744	92.8%
倉 庫 施 設 資 金	18	2.2
運 送 施 設 資 金	10	1.7
기 타	30	3.7
計	802	100.0

(資料) 同前

施設の 擴充을 위한 所要資金이 아니라 일반적인 事業遂行에 所要되는 短期的 내지 流動的인 運轉資金 특히 商品購買資金 즉 在庫投資를 위한 所要資金이라는 점에서 이는 곧 都賣經營의 財務面에서의 弱體的 體質을 나타내어 준다고 할 수 있다. 왜냐하면 流通部門의 경우는 약간의 例外가 있는 것은 아니나 일반적으로 제조부문에 비해 固定施設投資가 적으므로 健全한 經營이 이루어 지려면 自己資本으로 運轉資金을 充當할 수 있어야만 할 것이기 때문이다. 그러므로 무엇보다도 都賣經營의 財務面에서의 健全化 내지 充實化가 요청된다고 하지 않을 수 없으며 이를 위해서는 단기적으로는 成長性 있는 都賣業에 대해서는 資金支援을 하여 주고 장기적으로는 自體資本의 調達에 의한 財務構造가 改善되도록 誘導하여야 할 것이다.

4. 營業經費分析

都小賣業센서스資料를 통해 一般都賣業의 營業費率을 보면 68년에는 7.0%로서 66년의 日本의 7.5%를 0.5% 下廻하고 있고 49년 이래의 美國의 drug store에 공급하는 個人都賣業者의 營業경비보다 약 8割 내지 9割정도나 下廻하고 있어서 상대적으로 낮은 水準에 있음을 알 수 있다. 또한 71년에는 68년에 對比하여 2.3%나 營業經費率이 감소하여 4.7%로 되고 있는데 71년을 기준으로 한다면 美國의 약 1/3의 水準, 日本의 약 1/2 水準 밖에 되지 않는다. 그러나 한국의 資料는 常時從業員이 있는 「가」 店舖만을 대상으로 하여 작성된 것이므로 만약 常時從業員이 없는 「나」 店舖도 포함한 資料의 경우에는 어느 정도 이보다 높아지리라 생각된다.

다음 營業經費率의 構成을 보면 給與率은 68년에 2.4%이어서 日本의 그것을 약간 下廻하고 있으며 71년에는 2.0%로 줄어들고 있다. 또한 雜經費率의 경우에도 68년엔 4.9%이었으나 71년에는 2.7%로 줄어들고 있는데 이는 統計上의 錯誤때문이라 思料된다. 業種別로 볼 때 68년에 營業經費率이 가장 높은 業種은 精密機械의 14.1%이며 다음은 一般機械器具의 9.9% 其他의 9.7%, 의약·化粧品の 9.6%, 건축재료의 9.2% 등이고 가장 낮은

業種은 3.0%의 農産物, 畜·水産物의 3.5%이다. 71년의 경우에는 11.8%의 鐵物, 共히 11.7%인 精密機械 및 紙類·紙製品 등이고 가장 낮은 業種은 1.5%의 建築材料인데 이 業種은 68년의 9.2%에서 1.5%로 격감되고 있어서 異例의이다. 68년에 對比하여 71년에 營業經費率이 增加한 業種은 4.9%增의 紙類·紙製品이며 다음은 3.9%增의 畜水産物, 3.8%增의 鐵物等이다. 이에 반해 營業經費率이 감소된 業種은 7.9%減의 建築材料, 6.1%減의 家·建具, 什器, 4.1%減의 食料品이다.

76년의 都小賣業센서스報告書에는 이와 같은 資料가 없다.

<表 51> 都賣營業經費率의 國際比較

國 別	年 度	營業經費率	倍 率	
			68	71
韓 國	68	7.0%	1.00	1.49
" "	71	4.7	0.67	1.00
日 本	66	7.5	1.07	1.60
美 國※	49	13.2	1.89	2.81
" "	50	12.9	1.84	2.74
" "	51	13.0	1.86	2.77
" "	52	13.3	1.90	2.83
" "	53	13.5	1.93	2.87

※ 드럭·스토어(drug store)에 공급하는 個人都賣業者의 것인.

(資料) 經企院, 都小賣業센서스 보고서, 68, 79.

日本: わが國の商業, 1971, p. 52

美國: Facts on 1953 Operations for Service Wholesale Druggists, 1954, p.14

<表 52> 都賣營業經費率과 그 構成

年 度	營業經費率	給 與 率	雜 經 費 率
68	7.0%	2.4%	4.6%
71	4.7	2.0	2.7
對 68 年 增 減 率	-2.3	-0.4	-1.9
日 本 (66)	7.5	2.7	4.8

(資料) 經企院: 都小賣業센서스보고서, 1968, 1971

日本分: 同前

71年을 기준으로 業種別로 日本의 營業經費率과 對比하여 보면 日本에 비해 상대적으로 높은 業種은 纖維品, 農·畜·水産物, 化學製品, 機械器具 및 등이 있으며 상대적으로 낮은 業種은 建築材料와 家建具·什器인데 兩業種의 경우 日本은 각각 6.6倍, 4.8倍나 上廻하고 있는데 이도 역시 常時雇傭員이 있는 「가」 店舖만 調査對象으로 하였기 때문에 생긴 바이어스(bias)가 그 원인이 아닐까 한다.

〈表 53〉業種別 營業經費率의 推移

(單位: %)

業 種 別	營 業 經 費 率			給 與 率			雜 經 費 率		
	68	71	增 減	68	71	增 減	68	71	增 減
一般都賣業	7.0	4.7	-2.3	2.4	2.0	-0.4	4.6	2.7	-1.0
農 產 物	3.0	4.0	1.0	1.4	1.6	0.2	1.6	2.4	-0.8
畜 產 物		5.9			2.8			3.1	
水 產 物	3.5	8.8	3.9	1.2	3.3	1.9	2.3	5.5	2.0
小 計	3.2	5.2	2.0	1.3	2.1	0.8	1.9	3.1	1.2
食 料 品	7.0	2.9	-4.1	2.4	1.0	-1.4	4.6	1.9	-2.7
飲 料 品	4.4	3.7	-0.7	1.7	1.2	-0.5	2.7	2.5	-0.2
小 計	5.6	3.4	-2.2	2.0	1.2	-0.8	3.6	2.2	-1.4
醫藥品・化粧品	9.6	9.1	-0.5	3.1	4.4	1.3	6.5	4.7	-1.8
化 學 製 品	7.7	10.3	2.6	2.9	3.5	0.6	4.8	6.8	2.0
織 維 品	5.3	6.4	1.1	1.7	3.0	1.3	3.6	3.4	-0.2
衣 類・裝身品	8.6	6.7	-1.9	3.0	3.0	—	5.6	3.7	-1.9
礦 物 材 料	8.1	5.0	-3.1	2.3	2.0	-0.3	5.8	3.0	-2.8
一般機械器具	9.9	10.1	0.2	4.5	4.1	-0.4	5.4	6.0	0.6
輸送用機械器具	8.0	10.6	2.6	1.7	5.6	3.9	6.3	5.0	-1.3
精密機械器具	14.1	11.7	-2.4	6.7	5.2	-1.5	7.4	6.5	-0.9
電氣・通信機器	6.2	9.2	3.0	2.7	4.3	1.6	3.5	4.9	1.4
小 計	7.8	10.1	2.3	2.7	4.8	2.1	5.1	5.3	0.2
建築材料	9.2	1.5	-7.7	3.1	0.7	-2.4	6.1	0.8	-5.3
家具・建具什器	8.9	2.8	-6.1	4.4	1.4	-3.0	4.5	1.4	-3.1
紙類・紙製品	6.8	11.7	4.9	2.9	5.3	2.4	3.9	6.4	2.5
礦 物	8.0	11.8	3.8	3.5	4.7	1.2	4.5	7.1	2.6
其 他 一 般	9.7	9.7	-3.0	4.1	3.1	-1.0	5.6	3.6	-2.0

(註) 常用從業員이 있는 「가」 調査인.
 (資料) 經濟企劃院, 都小賣業센서스報告書, 68, 71.

〈表 54〉業種別 營業經費率의 國際比較

業 種	營 業 經 費 率				業 種	營 業 經 費 率			
	韓 國		日本 66 年 기준			韓 國		日本 66 年 기준	
	68	(a) 71	(b)	(b/a)		68	(a) 71	(b)	(b/a)
織 維 品	5.3%	6.4%	4.9%	0.77	礦物・金屬材料	8.1%	5.0%	5.3%	1.06
衣服・裝身品	8.6	6.7	11.2	1.67	機 械 器 具	7.8	10.1	9.8	0.97
農・畜・水產物	3.2	5.2	4.9	0.94	建 築 材 料	9.2	1.5	9.9	6.60
食 飲 料	5.6	3.4	7.1	2.09	家・建具・什器	8.9	2.8	13.3	4.75
醫 藥・化粧品	9.6	9.1	10.4	1.14	기 타	9.7	6.7	9.2	1.37
化 學 製 品	7.7	10.3	7.6	0.74					

(註) 韓國의 경우는 單純算術平均인. 日本의 경우는 わが國の商業, 1971, p. 52

<表 55> 營業經費率中 給與率과 雜經費率의 國際比較

(單位：%)

業 種	營業經費率	給 與 率			雜 經 費 率		
		韓 國		日 本	韓 國		日 本
		68	71	66	68	71	66
織 維 品	100.0	32.1	46.9	29.1	67.9	53.1	70.9
衣 服 · 裝 身 品	100.0	34.9	44.8	41.7	95.1	55.2	58.3
農 · 畜 · 水 產 物	100.0	40.6	40.4	40.1	59.4	59.6	59.9
食 飲 料 品	100.0	35.7	35.3	36.1	64.3	64.7	63.9
醫 藥 · 化 粧 品	100.0	32.3	48.4	39.1	67.7	51.6	60.9
化 學 製 品	100.0	37.7	34.0	39.4	62.3	66.0	60.6
鑛 物 · 金 屬 材 料	100.0	28.4	40.0	30.0	71.6	60.0	70.0
機 械 器 具	100.0	34.6	47.5	38.6	65.4	52.5	61.4
建 築 材 料	100.0	33.7	46.7	35.1	66.3	53.3	64.9
家 · 建 具 · 什 器	100.0	49.4	50.0	41.6	50.6	50.0	58.4
기 타	100.0	42.3	46.3	39.5	57.7	33.7	60.5

(資料) 同前

<表 56> 營業經費率에 대한 反應

(單位：%)

營 業 經 費 率	企 業 體 數	比 率
1% 이 하	110	11.0%
2 ~ 4%	408	40.8
5 ~ 8%	340	34.0
9 ~ 12%	112	11.2
13 ~ 18%	14	1.4
19% 이 상	16	1.6
計	1,000	100.0

(資料) 全國都賣商實態調查, 1974. 4.

<表 57> 業種別營業經費率

業種 營業 經費率	農產品	水產品	食 飲料品	醫 藥 化粧品	化 學 製 品	織維品	鑛金屬 材 料	一 般 機 器	輸 送 機 器	精 密 機 器	通 信 機 器	建 築 機 器	家 · 建 具	其 他
1%이하	13.3	8.8	15.8	7.9	11.6	14.3	—	9.5	—	10.5	12.5	5.0	6.0	14.8
2~4%	68.3	44.1	50.0	10.5	30.2	39.7	50.0	38.1	60.0	36.8	33.3	40.0	27.3	29.6
5~8%	16.7	47.1	22.4	50.0	53.4	28.6	25.0	23.8	30.0	52.6	45.8	25.0	45.5	37.0
9~12%	1.7	—	7.9	21.1	2.3	12.7	25.0	28.6	10.0	—	8.3	22.5	21.2	14.8
13%이상	—	—	3.9	10.5	2.3	4.8	—	—	—	—	—	7.5	—	3.7
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(資料) 同前

다음 業種別로 營業經費率의 構成을 日本의 그것과 比較하여 볼 때 日本보다 給與率이 상대적으로 높은 業種은 섬유품, 衣服·裝身品, 의약·화장품, 鐵物·金屬材料, 機械器具, 建築材料, 家·建具, 其他 등 거개의 업종이 이에 屬하며 農·畜·水産物은 대체로 비슷하며 日本보다 약간 下廻하는 業種은 食·飲料品 1業種 뿐이다. 이에 대하여 雜經費率은 그 반대가 되고 있다.

實驗調査를 통해 營業經費率에 대한 反應을 살펴보면 2~4%의 營業經費率에 대한 反應을 보인 企業體數가 가장 많아서 40.8%이며, 34.0%는 5~8%의 營業經費率을 나타내고 있다. 따라서 74.8%가 2~8%의 營業經費率을 가지고 있고 11.2%의 企業은 9~12%의 反應을 나타내고 있고, 11.0%는 1% 미만이고, 1.4%는 13~18%이며, 19% 이상은 1.6%만이 反應을 나타내고 있다. 이에서 보면 一般都賣業의 68년의 7.0% 및 71년의 4.7%와 비슷한 反應을 보이고 있다고 할 수 있다. 業種別로 볼 때 2~4%의 營業經費率에 대한 反應을 보인 企業體數가 50% 이상이 되는 業種을 보면 農産物, 食·飲料品, 鐵物·金屬材料, 輸送用機械器具 등이며 5~8%의 營業經費率에 대한 反應을 보인 企業體數가 50% 이상이 되는 업종은 의약·화장품, 化學製品, 精密機器 등이다.

이와 같은 면에서 볼 때 대체로 營業經費率은 상대적으로 美國이나 日本의 경우에 비해 낮은데 이는 上述한 바와 같은 資料의 限界性에 있으므로 信賴性이 적은 것이다. 美國이나 日本의 경우 營業經費率이 상대적으로 높다는 事實은 이들 先進國들이 高人件費인데다가 製造의 成長에 따른 競爭의 激化로 인해 正規的 都賣機能 내지 서어비스를 제대로 수행하였음을 나타낸다고 볼 수 있다. 이와 같은 면에서 都賣經營에 대한 보다 精密한 調査와 分析이 이루어져야만 한다. 만약 都賣經營의 營業經費率의 低率의 原因이, 많은 都賣商이 中間寄生的인 存在로서 中間轉賣를 통한 利益의 획득에만 전념한데 있다면 이러한 都賣商들은 早晚間 競爭場裡에서 淘汰되어 脫落하게 될 것이다.

앞으로 流通近代化가 進展됨에 따라 都賣商들이 正規的인 都賣機能을 수행하는 방향으로 나아가게 된다면 자연히 利益은 減縮되는 반면 營業經費率은 증대할 것이며 都賣利益은 大量去來를 통한 規模의 利益에 의해 확보되어야만 할 것이다.

5. 系列關係分析

標本調査에 의해 代理店關係 혹은 系列關係에 對한 反應을 보면 43.6%에 해당하는 企業이 이러한 關係를 가지고 있다. 이러한 系列關係를 가지고 있는 類型을 보면 製造業者에 의한 都賣流通의 系列化가 상당히 進展되고 있음을 알 수 있다. 이처럼 製造業者에 의한 流通系列化는 一面 競爭力의 強化를 위해서는 도움이 되나 반면 流通自立化의 原則에 비추어

〈表 58〉 代理店 및 系列關係有無

代理店 및 系列別關係有無		業 體 數	比 率
있	다	436	43.6%
없	다	564	56.4
計		1,000	100.0

(資料) 同前

불 때 製造業者 즉 生産者側의 要因에 따라 여러므로 영향을 받게 되어 都賣業의 自主的인 經營이 어려워져서 都賣商이 都賣商 本然의 機能을 제대로 수행하지 못하고 오히려 製造業者의 戰略과 計劃에 安易하게 依存하여 放漫한 經營을 하게 되기 쉬운 弊端도 없지 않은 것이다. 이러한 面에서는 流通面에 介入하는 製造業者의 侵投에 對抗하여 都賣商이 需給調整이라는 社會的 流通機能을 제대로 수행할 수 있겠음 大規模都賣商으로 成長하고 나아가서 健全運營화하지 않으면 안된다. 이러한 面에서도 都賣業의 大型화가 促求되는 것이다.

다른 都賣商과 系列關係를 가진 都賣商은 11.9%에 지나지 않으며 小賣商과 系列關係를 가진 것은 11.0%에 지나지 않는다. 따라서 都賣商이 小賣商에 對한 支配權을 가져 都賣商 主宰任意連鎖店을 組織運營할 수 있는 정도의 都賣商은 거의 없다고 할 수 있다.

〈表 59〉 系列關係의 類型

系 列 關 係 的 種 類	業 體 別	比 率
製 造 業 者	330	75.7%
다 른 都 賣 商	52	11.9
小 賣 商	48	11.0
기 타	6	1.4
計	436	100

(資料) 同前

業種別로 系列關係가 있다는 反應을 보인 企業의 比重이 50% 이상이 되는 業種을 보면 精密機器가 가장 높은 68.4%에 이르며, 다음은 60.5%의 의약·化粧品, 60.0%의 輸送用機器, 57.5%의 建築材料, 53.5%의 化學製品 및 기타의 51.9%이다. 系列關係가 없는 企業의 比重이 50% 이상인 業種을 보면 農產品의 83.3%가 가장 높고 다음은 畜·水產品의 79.4%, 一般機器의 71.4%, 鑛物·金屬材料의 58.3%, 家具·建具의 57.6%, 食·飲料品의 56.6%, 電氣·通信機器의 54.2%, 纖維品の 52.4%등이다. 다시 業種別로 系列類型에 따른 比重을 보면 製造業者와의 系列關係를 가지고 있는 業種中 그 比重이 50% 이상인 것은 輸送用機器와 의약·化粧品の 兩業種이며, 4割臺 이상의 것은 化學製品, 鑛物·金屬材

〈表 60〉 業種別 系列關係의 有無

系列別 關係有無	業種	農 產 品	水 產 品	食 飲 料 品	醫 化 粧 藥 品	化 學 製 品	織 維 品	鑲 金 屬 材 物 料	一 般 機 器	輸 送 機 器	精 密 機 器	電 氣 通 信 機 器	建 築 機 器	家 · 建 具	기 타
있	다	16.7	20.6	43.4	60.5	53.5	47.6	41.7	28.6	60.0	68.4	45.8	57.5	42.4	51.9
없	다	83.3	79.4	56.6	39.5	46.5	52.4	58.3	71.4	40.0	31.6	54.2	42.5	57.6	48.1
計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(資料) 同前

〈表 61〉 系 列 類 型 (業種別)

(單位 : %)

系列類型	業 業	農 產 品	水 產 品	食 飲 料 品	醫 化 粧 藥 品	化 學 製 品	織 維 品	鑲 金 屬 材 物 料	一 般 機 器	輸 送 機 器	精 密 機 器	電 氣 通 信 機 器	建 築 機 器	家 · 建 具	기 타
製 造 業 者		3.3	—	31.6	57.9	46.5	38.1	41.7	19.0	60.0	42.1	45.8	47.5	30.3	44.4
다 른 都 賣 商		10.0	8.8	6.6	2.6	2.8	4.2	16.6	9.5	—	5.3	—	2.5	—	3.7
小 賣 商		1.7	8.8	2.6	—	4.2	6.3	—	—	—	21.0	—	7.5	12.1	3.7
기 타		1.7	3.0	—	—	—	—	—	4.8	—	—	—	—	—	—
無 應 答		83.3	79.4	59.2	39.5	46.5	52.4	41.7	66.7	40.0	31.6	54.2	42.5	57.6	48.1
計		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(資料) 同前

料, 精密機器, 電氣通信機器 및 其他이다. 다음 다른 都賣商과 系列關係를 가지고 있는 業種중 가장 比重이 높은 業種은 10.0%의 農產物, 一般機器의 9.5%, 8.8%의 水產品 등으로 그 比重이 아주 낮으며 小賣商과 系列關係를 가진 都賣商의 比重이 相對적으로 높은 業種은 精密機器의 21.0%, 家具·建具의 12.1%가 10%臺 이상이고 水產品의 8.8%가 다음이다. 이에서 미루어 볼 때 都賣業이 弱體이어서 工產品의 경우에는 製造業者和 系列關係를 가짐이 가장 일반적임을 알 수 있다. 따라서 앞으로 流通近代化가 進展되어 製造業者和 大規模小賣商間의 直接販賣가 一般化되면 이들 都賣商은 正規都賣商으로서의 機能을 수행하여야만 하는데 이는 곧 社會적으로 總去來數를 最少化(Principle of Minimum Total Transaction)시켜 去來所要費用을 감축시켜주고 나아가서 集中貯藏(Principle of Massed Reserve) 내지 不確實性풀(Principle of Pooling Uncertainty)의 原則이 實現되도록 小賣段階에서의 在庫分을 集中保管하여 當用購買를 가능케 함으로써 小賣段階에서의 在庫를 減縮시켜 在庫投資를 줄여주고 아울러 在庫費用을 節減케 하여 주어야만 한다. 그러므로 이들 都賣機關은 앞으로 主體적으로 經營體質을 強化함과 동시에 적극적으로 中規模의 小賣商을 系列化하여 都賣商主宰連鎖店化함으로써 販賣網을 確保하도록 하여야만 할 것이다. 그럼에도 不拘하고 이러한 小賣系列化의 素地는 상대적으로 未備되고 있다고 할 수 있다.

第 4 節 都賣機關의 經營效率分析

1. 都賣去來額 및 店當都賣額分析

都小賣業센서스資料에 의하면 一般都賣業의 경우 67年 7月 1日부터 68年 6月 30日까지의 經常價値에 따른 年間 都賣販賣額은 1,811억 9천만원이었는데 71年의 경우에는 經常價値로 4,179억원이 되었고 76년의 경우는 2조 4,486억 6천만원이었다. 그 增加率을 보면 68~71년 사이에는 年率 76.9%씩 130.6%가 증가했고 71~76년 사이에는 연율 97.2%씩 485.9%가 증가했다. 1店當 平均年間販賣額을 보면 71년에 2,604만원이었는데 76년에는 연평균 92.8%씩 증가하여 모두 364.1%가 증가해서 1억 2,086만원이 되었다. 一年마다 거의 倍로 一店當 年間販賣額이 증가했다고 볼 수 있다.

〈表 62〉 都賣販賣額 및 1店當 販賣額

	販 賣 額 (원)			增 加 率		年平均增加率	
	1968	1971	1976	68~71	71~76	68~71	71~76
年間販賣額	181,194百萬	417,901百萬	2,448,662百萬	130.6%	485.9%	76.9%	97.2%
一店當年間販賣額	21,354千	26,040千	120,862千	17.6	364.1	7.3	92.8

(資料) 經濟企劃院 都小賣業센서스報告書, 68, 71, 76

業種別로 보아서 一店當都賣販賣額이 一般都賣業의 平均을 2倍이상 上廻하는 業種으로는 68년에 鑛物材料(2.22倍), 輸送用機器(2.17倍) 및 의약 및 화학(2.15倍)이며 71년에는 建

〈表 63〉 業種別 1店當年間 販賣額格差

業 種(68, 71)	1店當 年間 販賣額 (단위: 千원)			業 種(76)	增 加 率		一般都賣業 平均과의 格差		
	1968	1971	1976		71/68	76/71	68	71	76
농산물및음식료품	10,457	22,914	101,983	농산물및음식료품	119.1	345.1	0.76	0.90	0.84
섬유 및 의류	9,774	17,655	121,129	섬유 및 의류	80.6	586.1	0.71	0.70	1.00
의약 및 화학	29,609	41,540	117,189	의약 및 화학	40.3	182.1	2.15	1.64	0.97
건축재료	27,198	112,882	163,749	건축재료	315.0	145.1	1.98	4.44	1.35
일반기기	8,690	16,630	179,922	기	91.3	(1,121.5)	0.63	0.65	1.49
정밀기기	11,866	10,767	(14,729)	계	-9.4		0.87	0.42	
전기·통신기기	19,430	8,864	113,160	전기 기기	-53.4	1,176.6	1.41	0.35	0.94
광물재료	30,439	88,251	235,120	금속	189.9	166.4	2.22	3.47	1.95
철물	1,851	10,050	88,445	철물및가정용기기	442.9	780.0	0.13	0.40	0.73
기구·기구·집기	7,931	32,354			307.9		0.58	1.27	
수송용기기	29,868	9,513			-68.1		2.17	0.37	
지류·지제품	10,541	8,112	(9,767)		-23.0		0.77	0.32	
기타	6,319	11,547	108,115	기타	81.5	(1,006.9)	0.46	0.45	0.89
일반도매업 (계)	13,734	25,436	120,862	일반도매업 (계)	85.2	376.8	1.00	1.00	1.00

(資料) 同前

築材料(4.44倍)와 鑛物材料(3.47倍)이고 76年の 경우에는 없다. 또 一般都賣業平均을 50% 이상 下廻하는 業種은 68年の 鐵物(0.13倍), 其他(0.46倍)이며 71년에는 紙類·紙製品이 가장 낮은 0.32倍이고 다음은 電氣·通信機器, 輸送用機器의 順인데 76년에는 없다. 76년에는 業種別로 平均販賣額이 一般都賣業平均과 差異가 현저하지 않은데 이는 業種 區分이 커진 統計的인 理由가 크지 않을까 생각된다.

2. 規模別 販賣生産性分析

68년과 71년의 都小賣業센서스報告書에 의하면⁽²⁾ 常時從業員規模에 따라서 販賣生産性を 나타내는 1人當 販賣額의 變化를 보면 68년은 물론 71년의 경우에도 비슷한 變動패턴을 나타내고 있는데 즉 68年の 경우 1~2人的 規模를 기준으로 할 때 3~4人的 規模가 되면 販賣生産性は 75.0%의 水準으로 낮아지고 5~9人的 規模가 되면 91.5%의 水準으로 上昇하나 1~2人 規模의 水準에 미치지 못하는 못하여 販賣生産성이 상대적으로 낮다. 이 이후의 規模로 부터는 販賣生産성이 上昇하여 20~29人 規模에서 133.7%로 약간 販賣生産성이 떨어지나 30~49人 規模에 이르면 244.6%의 水準으로 다시 上昇하여 販賣生産성은 最高가 된다. 그러나 50人 이상의 規模에서는 10~19人 規模의 水準에도 미달되는 148.2%로 生産성이 급격히 낮아지고 있다. 71년의 경우에도 역시 비슷한 變動패턴이 있음을 알 수 있는데 生産性的의 格差는 68년처럼 크지도 않다. 예컨대 1~2人 規模를 기준으로 하여 볼 때 3~4人 規模의 경우에만 84.2%의 水準으로 生産성이 낮아지나 5~9人 規模에서는 121.1%로 生産性이 현저히 높아지며 10~19人 規模에서 207.4%의 水準에 이르러 生産성이 가장 높아졌다가 20~29人 規模에서 178.9%로 약간 낮아진 다음 다시 30~49人 規模에서는 202.1%로

〈表 64〉 從業員規模別 販賣生産性

從業員 規模別 (人)	1店當年間販賣額			倍 率		常時從業員 1人當 年 間 販 賣 額			倍 率		導 數	
	68 (천원)	71 (천원)	增減率 (%)	68	71	68 (천원)	71 (천원)	增減率 (%)	68	71	68	71
1~2	4,844	10,963	126.3	0.35	0.43	2,760	6,941	151.5	0.83	0.95	100.0	100.0
3~4	8,373	17,735	111.8	0.61	0.70	2,481	5,852	135.9	0.75	0.80	75.0	84.2
5~9	19,682	44,974	128.5	1.43	1.77	3,243	8,396	158.9	0.98	1.15	91.5	121.1
10~19	59,529	144,276	142.4	4.33	5.67	4,269	41,412	237.6	1.29	1.97	155.4	207.4
20~29	84,871	190,584	124.6	6.18	7.49	3,660	12,465	240.0	1.11	1.70	133.7	178.9
30~49	245,980	249,789	1.5	17.91	9.82	6,718	14,051	109.2	2.03	1.92	244.6	202.1
50이상	951,220	660,749	19.8	40.14	25.98	4,075	7,812	91.8	1.23	1.07	148.2	112.6
平 均	13,734	25,437	85.2	1.00	1.00	3,307	7,326	121.5	1.00	1.00	—	—

(資料) 同前

(2) 76년의 센서스報告書에는 規模가 細分되지 않아 比較의 意味가 없어서 고려하지 않았음.

〈表 65〉 規模格差別販賣生産性的 變化의 比較

區 分	常 時 從 業 員 別 規 模							
	1~2人	3~4人	5~9人	10~19人	20~29人	30~49人	50~99人	100人 이 상
韓 國	1.00	0.75	0.92	1.55	1.34	2.45	1.48	—
對前規模增減(%)	—	(-25)	(17)	(63)	(-21)	(111)	(-63)	
日 本	1.00	1.34	1.71	2.09	2.43	2.82	3.26	6.78
對前規模增減(%)	—	(34)	(37)	(38)	(34)	(34)	(44)	(352)

(資料) 同前

높아지나 50人 이상의 規模에서는 112.6%로서 68년의 경우보다 더욱 生産性이 낮아지고 있다. 이에서 미루어 볼 때 10~49人의 中規模에 이르기까지에 都賣業의 規模가 커지면 規模의 利得이 실현되어 販賣生産性 내지 販賣效率이 높아지는 傾向이 있음을 알 수 있다.

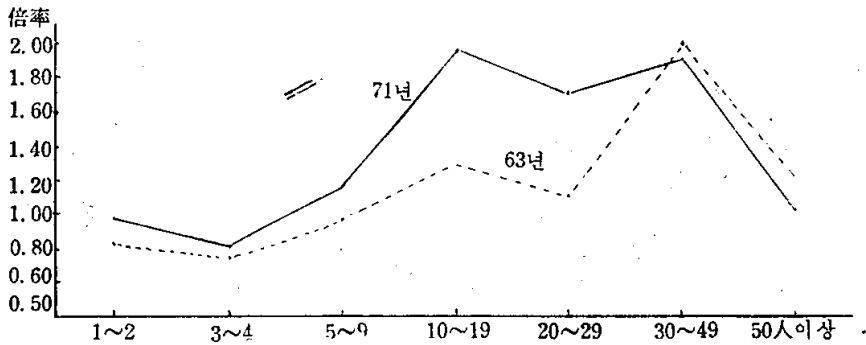
그러나 日本의 경우의 一般都賣業의 規模格差別販賣生産性的 變化를 보면 規模가 커짐에 따라 비교적 安定的인 增加傾向을 가지고 있으며, 大規模일수록 더욱 規模의 利得이 크게 實現되고 있음을 알 수 있다. 이에 미루어 볼 때 비교적 都賣構造가 正常的으로 成長한 日本의 경우에는 都賣販賣生産性이 規模가 擴大됨에 따라 어느정도 規則적으로 向上되고 있으나 우리나라의 경우에는 아직도 都賣構造가 正常的으로 발달하지 못하여서 規模擴大에 따른 販賣生産性的 向上이 規則적으로 이루어지지 못하고 있다고 볼 수 밖에 없으며 따라서 50人 이상의 大規模의 販賣生産性이 낮은 것이 아닌가 한다. 왜냐하면 小賣構造에 對比한 都賣構造의 相對的地位를 日本 및 美國과 비교하여 보면 상당한 差異가 있음을 알 수 있기 때문이다. 즉 各國에 있어서의 小賣業의 店舖數, 從事員數 및 販賣額을 기준으로 한 都賣業의 店舖數, 從業員數 및 販賣額의 比率를 71년의 韓國의 水準을 전제로 비교하여 보면 店舖數比率面에서 日本은 2.83倍, 美國은 3.67倍나 되는데 이는 곧 韓國의 小賣店數에 대한 都賣店數의 比率는 日本의 약 1/3, 美國의 1/3.5 정도 밖에 되지 않음을 뜻하는 것이며 이는 小賣構造에 비해 都賣構造가 제대로 成長하지 못하고 있음을 示唆하는 것이다. 또한 常時從業員數의 比率에 있어서도 日本은 5.27倍, 美國은 3.72倍로서 韓國보다 都賣業에의 就業比重이 훨씬 높은데 이는 곧 店舖數가 상대적으로 적은 것과 관련되는 것이다. 또한 年間 販賣額을 볼 때 68년의 韓國을 기준으로 한다면 日本은 都賣販賣額이 小賣販賣額의 3.31倍나 많으며 美國은 1.21倍이다. 美國의 경우에는 小賣販賣額에 飲食店의 그것이 포함 되어 있으므로 이를 勘案한다면 이도 상대적으로 더욱 증대하리라 생각된다. 이에서 미루어 보더라도 都賣構造가 제대로 成長되지 않고 있음을 알 수 있으며 나아가서 正常的인 都賣機能의 수행을 통한 都賣販賣額의 增大도 실현시키지 못하고 있음도 類推할 수 있다. 즉 현

〈表 66〉 都賣構造의 相對的 地位의 比較 (基準: 小賣業=1.00)

國 別	店 舖 數 比 率			常 時 從 業 員 數 比 率			年 間 販 賣 額 比 率		
	店 舖 數	比 率	—	常 時 從 業 員 數	比 率	—	年 間 販 賣 額	比 率	—
韓 國 (68)	0.05	1.00	—	0.15	1.00	—	1.22	1.00	—
" (71)	0.06	—	1.00	0.11	—	1.00	0.75	—	1.00
日 本 (70)	0.17	3.40	2.83	0.58	3.87	5.27	4.04	3.31	5.39
美 國 (67)	0.22	4.40	3.67	0.41	2.73	3.72	*1.48	1.21	1.97

*飲食店이 포함됨.
 (資料) 美國: Statistical Abstracts of United States, 1970.
 日本: 通産大臣官房調査統計部, わが國の商業, 1971.

실적으로 非能率 내지 無機能的인 流通活動을 수행함으로써 流通의 中間過程에 不必要하게 介在하여 中間利潤을 잠식함으로써 流通費用의 騰化 나아가서는 物價上昇을 誘發시키는 要因이 되고 있다. 이와 같은 면에서 都賣企業의 健全한 育成을 통해 都賣機能이 擴充되고 또한 그것이 效率的으로 수행됨으로써 都賣商의 存立이 流通合理化에 寄與하는 方向으로 都賣構造의 近代化가 이루어져야만 한다.



〈圖 3〉 規格別 販賣生産性의 變化

다음 實態調査에 의하여 종업원규모에 따른 月間販賣額規模別店舖數의 分布를 보면 4~6人 規模까지는 月間販賣額規模가 100~500만원의 比重이 50% 이상을 접하여 이 범위안에 밀집하고 있으며 7~10人 規模의 경우에는 100~500만원 規模가 39.0%이나 500~1,000만원 規模의 比重도 커져 33.8%로 늘어나고 있고 11~19人 規模 및 20人 이상 規模의 경우에

〈表 67〉 從業員規模에 따른 販賣額 規模別 店舖數

從業員規模	月間販賣額				計
	100만원 미만	100~500만원	500~1,000만원	1,000만원 이상	
0 ~ 3명	14.7%	56.1%	17.5%	11.7%	100.0%(342)
4 ~ 6	2.3	51.6	29.6	16.6	100.0 (446)
7 ~ 10	3.9	39.0	33.8	23.4	100.0 (154)
11 ~ 19	—	14.3	57.1	28.6	100.0 (42)
20명 이상	—	37.5	50.0	12.5	100.0 (16)

(註) () 속은 實數
 (資料) 全國都賣商實態調査, 1974. 4.

는 500~1,000만원 규모가 각각 57.1% 및 50.0%를 차지하여 종업원 규모가 커짐에 따라 販賣額規模가 커지는 傾向이 있음을 알 수 있다.

또한 資本額規模에 따른 月間販賣額規模別店舖數의 分布를 보면 100만원 미만의 資本規模群은 100만원 미만의 販賣額規模에 속해 있고 100~400만원 규모의 경우는 41.9%가 100만원 미만에 속하나 반면 53.3%가 100~500만원 규모에 密集되어 있으며 이에 대해 400~800만원의 資本規模의 경우는 73.9%가 100~500만원 規模群에 密集되고 있고, 1,500~3,000만원 規模의 경우에는 39.6%가 100~500만원 규모군, 34.9%가 500~1,000만원 규모군에 속하고 있고 3,000만원 이상의 경우에는 42.2%가 1,000만원 이상의 販賣額規模群에 속하고 있다. 이에서도 資本規模가 커짐에 따라 販賣額이 증대되는 傾向이 있음을 看取할 수 있다. 따라서 都賣經營의 效率化를 위해서는 規模의 擴大가 이루어져야만 한다.

〈表 68〉 資本額規模에 따른 販賣額規模別店舖數

資本額規模	月間販賣額	100만원 미만	100~500만원	500~1,000만원	1,000만원 이상	計
100만원 미만		100.0%	—%	—%	—%	100.0%(20)
100 ~ 400		41.9	53.5	4.7	—	100.0 (86)
400 ~ 800		3.5	73.9	16.5	6.1	100.0 (230)
800 ~1,500		—	53.8	34.5	11.8	100.0 (238)
1,500 ~3,000		0.7	39.6	34.9	24.8	100.0 (298)
3,000 이상		—	25.0	32.8	42.2	100.0 (128)

(註) ()속은 實數

(資料) 同前

3. 規模別 營業經費率分析⁽³⁾

從業員規模에 따른 營業經營率의 變化를 보면 68년과 71년의 경우 변동패턴에 차이가 있다. 즉 68년의 경우에는 規模가 커짐에 따라 營業經費率이 漸增하는 上昇型패턴을 가지고 있는데 대해 71년에는 3~4人 規模에서 激減하여 1~2人 規模에 비하면 40.0%의 水準으로 낮아졌다가 다시 10~19人 규모에서는 더욱 낮아져 35.6%의 水準으로 줄어들고 있다. 그리고 20~29人 규모의 경우에는 63.3%의 수준으로 약간 上昇하였다가 다시 30~49人 규모에서 61.1%로 微落한 다음 50人 이상의 규모에서는 153.3%의 水準으로 急增하고 있다. 日本의 경우를 보면 1~2人 規模에서 점차로 規模가 커짐에 따라 營業經費率은 上昇하여 5~9人 規模에서 가장 높아졌다가 10人 이상의 규모부터는 規模가 커짐에 따라 低下하는 山봉우리型을 가지고 있는데⁽⁴⁾ 이는 68년이나 71년의 우리나라의 그것과는 判異한 것으로

(3) 76註년의 資料는 없음.

(4) 日本通商産業大臣官房調査統計部, わが國の商業, 1971참고.

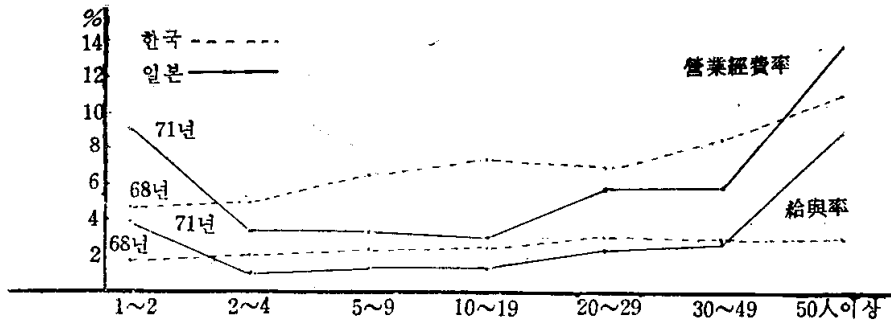
서 日本의 경우에는 10人 이상의 規模에서는 規模의 利得이 실현되어 費用節減이 이루어지고 있음을 示唆해 주는 것이다. 日本의 경우 1~2人, 3~4人의 小規模層의 營業經費率의 낮음은 家族從事者가 많이 就業하고 있는 個人商店의 比率이 높기 때문이라 推測되고 있고 또한 10人 이상의 規模라 하더라도 50~99人 까지의 規模와 100人 이상의 規模와의 사이에는 費用節減上 차이가 있으며 後者의 營業經費率이 매우 낮다. (5)

〈表 69〉 從業員規模別 營業經費率의 變化

(단위 : %)

從業員 規 模	營業經費率			導 數		給 與 率			導 數		雜 經 費 率			導 數	
	68	71	增減	68	71	68	71	增減	68	71	68	71	增減	68	71
一 般 都 賣 業	7.0	4.7	-2.3	—	—	2.4	2.0	-0.4	—	—	4.6	2.7	-1.9	—	—
1~2人	4.7	9.0	4.3	100.0	100.0	1.8	4.2	2.4	100.0	100.0	2.9	4.8	1.9	100.0	100.0
3~4	5.0	3.6	-1.4	106.4	40.0	2.0	1.3	-0.7	111.1	30.9	3.0	2.3	-0.7	103.4	47.9
5~9	6.2	3.5	-2.7	131.9	38.9	2.2	1.4	-0.8	122.2	33.3	4.0	2.1	-1.9	137.9	43.7
10~19	6.7	3.2	-3.5	142.6	35.6	2.5	1.3	-1.2	138.9	31.0	4.2	1.9	-2.3	144.8	39.6
20~29	7.6	5.7	-1.9	161.7	63.3	2.6	2.3	-0.3	144.4	54.8	5.0	3.4	-1.6	172.4	70.8
30~49	8.6	5.5	-3.1	182.9	61.1	2.4	2.3	-0.1	133.3	54.8	6.1	3.2	-2.9	210.3	66.7
50人以上	11.1	13.8	2.7	236.2	153.3	3.1	6.9	3.8	172.2	164.3	7.9	6.9	-1.0	272.4	143.5

(資料) 經濟企劃院, 都小賣業센서스보고서, 68, 71:



〈圖 4〉 規模別 營業經費率의 變化

이에서 미루어 71年의 類型을 進제로 할 때 1~2人 規模는 家族勞動中心이기는 하나 지나치게 零細的이어서 經營效率이 아주 낮음을 물론, 상대적으로 去來量도 적은 반면 不要한 浪費의인 營業經費의 支出이 이루어지거나 아니면 家計支出을 營業經費로 處理하였기 때문에 營業經費率이 높은 것으로 類推되며, 3~4人 規模 이상에서 10~19人 규모까지는 都賣經營이 建實하게 운영되어 經營效率이 높기 때문이라 할 수 있다. 그러나 20人 이상의 규모에서 다시 上昇하게 되는 까닭은 비록 規模가 크다고 하더라도 大量去來에 따르는 規

(5) 前掲書.

模의 利得이 실현되지 않아서 經營效率이 낮기 때문이라 類推된다. 따라서 아직 韓國의 經
 우에는 비록 從業員規模가 큰 都賣業이라 하더라도 이러한 規模에 相應하는 都賣去來吸引
 力이 없어서 規模의 利得을 얻지 못하고 있음을 알 수 있다. 왜냐하면 美國의 경우 販賣額
 規模에 따른 營業經費率의 推移를 보면 年間 \$5,000 이하의 販賣規模를 기준으로 할때 규
 모가 커짐에 따라 營業經費率은 급격히 감소되어 \$10萬에 이르면 72.6%의 水準이 되며
 100萬弗로 販賣額이 증대되면 營業經費率은 半減되어 44.5%의 수준으로 낮아지며 1,000萬
 弗이상이면 18.4%의 수준으로 낮아지게 된다. 이와 같은 事實로 미루어 都賣經營은 一面
 都賣販賣의 伸張을 통한 販賣促進에 注力함과 아울러 浪費의인 營業經費의 節減을 위해 經
 營合理化를 도모하여야만 할 것이다.

〈表 70〉 販賣額規模에 따른 營業經費率의 變化(美國)

販 賣 額 規 模	營 業 經 費 率	導 數
\$ 5 이하 (천)	31.0%	100.0%
\$ 5 ~ 99	25.4	81.9
\$ 100 ~ 199	22.5	72.6
\$ 200 ~ 299	20.5	66.1
\$ 300 ~ 499	18.9	61.0
\$ 500 ~ 999	16.6	53.5
\$ 1,000 ~ 1,999	13.8	44.5
\$ 2,000 ~ 4,999	11.5	37.1
\$ 5,000 ~ 9,999	9.3	30.0
\$ 10,000 이상	5.7	18.4
計	13.1	

(註) 一般都賣業임.

(資料) U.S. Census of Business, 1954 Wholesale Trade Size of Establishment or Firm, Bulletin W-2-2, 1954, pp. 2-2

第 5 節 都賣經營上的 隘路點과 앞으로의 展望

1. 72년 이후의 都賣動向⁽³⁾

72년 이후의 都賣企業의 販賣動向을 보면 回答企業의 59.4%가 增大대고 있다는 反應을 보이고 있고, 40.6%는 그렇지 않다는 反應을 보이고 있다. 이를 業種別로 보아 증대하지 않았다는 反應이 過半 이상을 넘는 業種을 보면 纖維品の 63.5%가 가장 높으며 다음은 化學製品의 55.8% 및 鑛物·金屬材料의 50.0%이다. 地域別로 보면 증대하였다는 反應이 가장 높은 地域은 慶北의 78.3%이고 서울을 제외한 모든 地域에서는 5割臺 이상이 이러한 反應을 보이고 있고 서울의 경우만 50.7%가 증대하지 않았다는 反應을 보이고 있다. 이는

(6) 全國都賣商實態調査에 의거 했음.

곧 賣買構造가 大都市 中心에서 地方으로 移行하는 傾向이 있음을 示唆하는 것이라 할 수 있다.

〈表 71〉 72년 이후의 都賣傾向

販賣額增大與否	業體數	比率
있	594	59.4%
없	406	40.6
計	1,000	100.0

〈表 72〉 72년 이후의 都賣動向 (業種別)

(單位: %)

業種	農産品	水産品	食飲料品	化粧品藥	化學製品	纖維品	材礦物金屬料屬	一般機器	輸送機賣	精密機賣	電氣通信機器	建築材料	家具建具	기
증대하였음	71.7	58.8	55.3	76.3	44.2	36.5	50.0	66.7	80.0	57.9	58.3	80.0	54.5	66.7
증대하지않음	28.3	41.2	44.7	23.7	55.8	63.5	50.0	33.3	20.0	42.1	41.7	20.0	45.5	33.3
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(資料) 全國都賣商實態調查, 1974. 4.

〈表 73〉 72년 이후의 都賣動向 (地域別)

(單位: %)

지역	서울	충청	경북	경남(부산포함)	전라	경기, 강원
증대했다	49.3	60.5	78.3	59.0	56.9	77.8
증대않았다	50.7	39.5	21.7	41.0	43.1	22.2
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(資料) 全國都賣商實態調查, 1974. 4

販賣減少의 原因을 보면, 不景氣 즉 에너지과동으로 인한 需要減退, 物價高 내지 인플레이로 인한 購買力減退 등과 같은 要因에 대한 反應이 가장 높아서 50.5%, 다음은 競爭의 激化가 35.5%이며 高速道路開通에 따른 直去來의 增大는 11.3%에 지나지 않는다. 2.7%를 접하는 기타의 理由로는 中古品の 需要增大로 인한 新製品의 買氣下落, 假需要(買占) 在庫

〈表 74〉 販賣額 減少理由

理由	企業體數	比率
競爭의 激化	144	35.5%
不景氣(구매력감소, 소비억제)	205	50.5
高速道路開通에 따른 直去來의 증가	46	11.3
기타	11	2.7
計	406	100.0

(資料) 同前

의 急激한 放出로 인한 供給增商品의 品貴代替商品의 出現에 따른 需要代替등이 있다.

이러한 原因을 業種別로 보면 競爭의 激化에 대한 反應이 높은 業種은 鑛物·金屬材料, 水産物, 化學製品, 電氣·通信機器 등을 들 수 있으며 高速道路開通에 따른 直去來의 증대에 대한 反應이 상대적으로 높은 業種을 보면 의약·化粧品, 수산물, 食飲料品 및 電氣·通信機器등이며 一般機器, 輸送用機器, 精密機器, 建築材料, 家具·建具 및 其他業種은 이에 대한 反應은 하나도 없다. 不景氣를 중심으로 하는 기타의 反應이 가장 높은 業種은 一般機器의 85.7%이며 그 밖에, 精密機器 및 建築材料 등은 7割臺이상, 섬유품은 6割臺의 反應을 보이고 있다.

〈表 75〉 販賣額 減少理由 (業種別)

(單位: %)

業 種	농 산 물	수 산 물	식 음 료 품	의 화 장 약 품	화 학 제 품	섬 유 품	광 금 속 재 료	일 반 기 기	수 송 기 기	정 밀 기 기	전 통 기 기	진 축 재 료	가 구 건 구	기 타
競爭 激化	35.3	64.3	29.4	33.3	41.7	31.7	66.6	14.3	—	25.0	40.0	25.0	42.9	22.2
直去來 增大	5.9	21.4	20.6	33.3	12.5	7.3	16.7	—	—	—	20.0	—	—	—
기 타	58.8	14.3	50.0	33.3	45.8	61.0	16.7	85.7	100.0	75.0	40.0	57.0	57.1	77.8
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(資料) 同前

2. 經營上의 隘路事項

都賣經營이 當面하고 있는 經營上의 隘路事項을 보면 상대적으로 비중이 가장 높은 隘路事項은 21.4%를 점하는 資金難이며 다음은 不景氣의 18.8%, 競爭熾烈이 12.0%이고 稅金過多가 8.4%, 運送難이 3.8%, 利潤減少가 0.8%이다. 기타(20.0%)로는 原料供給이 順調롭지 못하여 製品의 供給이 제대로 되지 않는다가 9.2%나 占하고 있고 그밖에 資金難의

〈表 76〉 經營上의 隘路事項

經 營 上 의 隘 路 點	業 體 數	比 率
不 資 金 難	188	18.8%
運 送 難	214	21.4
稅 金 多 過	38	3.8
競 爭 熾 烈	84	8.4
利 潤 小 減	120	12.0
기 타	8	0.8
無 應 答	200	20.0
	148	14.8
計	1,000	100.0

(資料) 同前

一要因으로 볼 수 있는 外上去來의 過多와 資金回收의 不如意로 인한 資本回轉率의 低位性 製品業者의 直去來로 인한 需要減少, 季節變動 및 需要變動의 深化와 이로 인한 在庫管理의 不實化 및 市場狹隘 등이 지적되고 있다.

業種別로 볼 때 不景氣의 比重이 가장 높은 業種은 精密機器의 47.1%이며 3割臺 이상의 反應을 보인 業種으로 섬유品, 전기·통신기기 및 一般機器 등이고 資金難에 대한 反應이 가장 높은 業種은 電氣·通信機器의 45.5%이고 3割臺 以上の 反應을 보인 業種은 農產品 뿐이다. 運送難에 대한 反應이 가장 높은 業種은 기타의 16.0%이며, 建築材料, 化學製品이 1割臺 以上の 反應을, 農產品, 水產品, 食飲料品 및 의약·化粧品이 1割 미만의 反應을 각각 보이고 있으며 餘他の 業種의 경우에 이에 대한 反應이 전혀 없는데 이는 대체로 喬高性商品(bulky goods)에 當다. 稅金過多에 대한 反應이 가장 높은 業種은 鑛物·金屬材料의 41.7%이며 다음은 24.1%의 家具·建具이다. 競爭熾烈에 대한 反應이 가장 높은 業種은 輸送用機器의 60.6%이며 鑛物·金屬材料의 경우에는 이에 대한 反應이 없다. 製品不足에 대한 反應이 가장 높은 業種은 35.3%의 建築材料, 의약·化粧品, 一般機器 및 家具·建具가 2割臺의 反應을 보이고 있고 利潤過少는 農產品, 의약·化粧品 및 纖維品만이 약간의 反應을 보이고 있다.

〈表 77〉 經營上の 隘路事項 (業種別) (單位: %)

業 種	農 產 品	水 產 品	食 飲 料 品	醫 化 粧 藥 品	化 學 製 品	纖 維 品	鑛 金 屬 材 料	一 般 機 器	輸 送 機 器	精 密 機 器	電 信 機 器	建 築 材 料	家 具 建 具	기 타
不 景 氣	14.3	16.7	21.8	8.6	16.1	32.8	25.0	30.0	10.0	47.1	31.8	23.5	20.7	16.0
資 金 難	30.6	26.7	27.3	28.6	25.8	25.9	16.7	25.0	10.0	23.5	45.5	5.9	20.7	24.0
運 送 難	4.1	3.3	5.5	2.9	12.9	—	—	—	—	—	—	11.8	—	16.0
稅 金 過 多	6.1	10.0	7.3	5.7	3.2	19.0	41.7	5.0	—	5.9	—	8.8	24.1	4.0
競 爭 熾 烈	14.3	20.0	25.5	14.3	19.4	6.9	—	5.0	60.0	11.8	9.1	5.9	6.9	12.0
製 品 不 足	14.1	6.7	—	22.9	19.4	—	16.7	25.0	—	5.9	—	5.9	—	35.3
利 潤 過 小	20.7	8.0	2.0	—	—	5.7	—	1.7	—	—	—	—	—	—
기 타	24.5	16.7	12.7	11.4	3.2	13.8	—	10.0	10.0	5.9	13.6	8.8	6.9	20.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(資料) 同前

이에서 미루어 볼 때 大多數의 都賣業은 景氣後退와 資金難 및 競爭熾烈 등을 일반적인 經營上の 隘路上으로 지적하고 있으나 競爭上の 制約은 都賣經營의 合理化와 經營體質의 改善에 의해 克服할 수 있는 것이며 景氣後退는 모든 業界가 當면하는 것이므로 일단 고려 의로 돌린다면 資金難이 가장 큰 要因이라 생각된다. 그러나 이러한 資金難도 단기적으로

는 資金調達面에 있어서의 때문에 加重되기 쉬우므로 流通金融에 대한 政策的 配慮가 필요하다.

3. 都賣經營上의 展望

현재 政府가 育成하고자 助成하고 있는 小賣協同連鎖店은 그의 連鎖店本部가 都賣機能을 수행하게 되므로 既存의 都賣商에 대해서는 競合關係에 놓여 威脅의인 存在가 될 수 밖에 없다. 이러한 小賣業協同連鎖店에 대한 都賣商의 反應을 보면 47.9%는 消極的으로 不安을 느낀다는 反應을 보이고 있고 積極적으로 自衛策을 세워야겠다는 反應은 36.7%이어서 86.4%가 이에 대한 威脅을 느끼고 있음을 나타내고 있다.

〈表 78〉 小賣協同連鎖店에 대한 反應

反 應	企 業 體 數	比 率
不安을 느낀다	479	47.9%
自衛策을 세워야겠다	367	36.7
기 타	154	15.4
計	1,000	100.0

(資料) 同前

이러한 小賣商協同組合에 대응하여 都賣商이 세워야 할 自衛策의 內容을 보면 27.7%가 都賣商主宰連鎖店의 經營을 그 對應策으로 보고 있고 39.6%는 都賣業의 協業化를 26.7%는 都賣業의 大型化를 對應策으로 보고 있다. 都賣商이 主宰하는 任意連鎖店을 經營하려면 都賣商自體가 먼저 規模의 利得을 실현할 수 있을 정도로 大規模化하는 것이 必要하나 零細의이고 小規模의인 都賣業의 自生的인 大型化는 단기적으로 실현하기는 어려우므로 가능하다면 共同出資, 共同販賣, 共同廣告등의 활동을 協同的으로 수행할 수 있겠끔 都賣業의 協業化를 助成하도록 하여야만 하는데 이의 政策手段으로서는 都賣團地의 造成이 必要하다. 또한 協業化를 뒷받침하는 法制的 整備가 이루어져야 한다.

〈表 79〉 都賣商이 취할 自衛策의 內容

內 容	企 機 聯 數	比 率
都賣商主宰連鎖店의 經營	234	27.7%
都賣商의 協業化	335	39.6
都賣商의 大型化	226	26.7
기 타	50	5.9
計	845	100.0

(資料) 同前

또한 비록 小賣業協同連鎖店이 생겼다 하더라도 都賣去來를 그대로 持續할 수 있다는 自

信을 가진 都賣商의 比重이 많은데 그와 같은 판단을 하게 된 根據를 보면 76.1%가 오랫동안의 去來關係를 근거로 내세우고 있고, 10.2%는 經營上의 優越性, 資金供給關係와 姻戚關係는 각각 3.6%와 2.6%에 지나지 않는다. 이에서 보듯이 76.1%에 해당하는 都賣業이 오랜동안의 去來關係를 근거로 하여 앞으로 小賣店의 協同連鎖店化가 추진된다 하더라도 都賣去來의 持續이 가능하리라는 展望을 하고 있는데 대해서는 약간의 條件이 갖추어진다면 그것이 可能하리라 推定된다. 왜냐하면 都賣商이 存立한다면 總去來數最少의 原理에 따라 總去來費用이 減縮될 수 있으므로 設令 非能率의인 都賣經營이 排除된다 하더라도 이들이 수행하던 都賣機能은 製造業者나 다른 都賣商 또는 小賣商에 轉嫁되어 반드시 수행되어야만 하므로 만약 既存의 都賣商이 經營을 合理化하여 費用을 節減하고 專門化를 통해 그들의 協同連鎖店이 進出한다 하더라도 이에 對抗할만한 競爭力을 갖출 수 있게 될 것이다. 따라서 都賣業의 經營合理化가 이룩될 수 있는 方向으로 政策的 助成이 이루어져야만 한다.

〈表 80〉 앞으로 계속하여 都賣去來 可能性에 對한 判斷根據

判 斷 根 據	業 體 數	比 率
오랫동안의 去來關係	464	76.1%
資金供給關係	22	3.6
姻戚關係	16	2.6
經營上의 優越性	62	10.2
기 타	46	7.5
計	610	100.0

(註) 回答企業만 集計
(資料) 同前

第 6 節 都賣機關別 問題點과 改善方案

都賣機關은 流通經路上, 製造業者 또는 都賣商과 小賣商의 사이에 介在하여 運送, 金融, 促進, 保管 및 接客 등의 活動을 수행함으로써 社會的으로 商品의 蒐集, 中繼 및 分散流通이 이루어지게하여 需給을 調節하는 役割을 수행하는 것이다. 따라서 이들 都賣機關이 經營合理化를 이룩하여 健實하게 經營된다면 都賣流通은 流通生産性 내지 流通效率의 向上에 寄與하는 것이나 그렇지 않은 경우에는 非能率의으로 都賣機能이 수행되거나 혹은 不必要한 轉賣活動만 恣行하여 오히려 物價上昇의 一因이 되는 中間寄生的인 存在가 되기 쉽다. 都賣機關에 있어서의 問題點과 改善方案을 보면 다음과 같다.

첫째로, 아직도 都小賣兼業의 比重이 높은데 이는 流通專門化의 觀點에서 볼 때 非效率

的이다. 따라서 流通分業의 原則에 따라 都小賣機能을 分離하여 都賣專業化가 이루어지도록 하여야만 한다. 이를 위해서는 專業都賣店의 育成을 위한 助成策이 마련되어야만 한다.

둘째로, 都賣業의 立地傾向이 商街指向性을 가지고 있는데 이는 都小賣兼業으로 인한 것인지 알 수는 없으나 이러한 立地性向은 都賣에 隨伴하는 物的流通機能이 都心地에서 이루어지게 함으로써 都市機能을 阻害시킴과 아울러 物流機能 나아가서는 都賣機能의 非效率化를 招來하고 있다. 따라서 都賣機能中の 商去來機能과 物流機能을 分離시켜 物流機能은 都市周邊에 設置될 流通團地에서 수행되도록 하여야만 한다.

셋째로, 대다수의 都賣業은 資金不足下에 있는데 특히 運轉資金이 不足하며 私債依存도가 높다. 따라서 資金面에서의 負擔이 加重되고 있으므로 健全運營을 하고 있는 都賣業에 대해서는 短期的으로는 流通金融의 惠澤을 받을 수 있도록 制度的 措置가 마련되어야 하며 長期的으로는 自體資金을 造成하는 方向으로 誘導하여야만 한다.

넷째로, 都賣業의 系列關係는 工產品의 경우 造業者偏向的인데 이는 流通自立化의 原則에 비추어 不合理하다. 따라서 生産과 流通이 分業體制위에서 운영되도록 都賣業의 大規模化를 促進하고 이들 大型都賣業으로 하여금 中規模이하의 小賣店을 販路로 하는 都賣商主宰協同連鎖店의 經營主體가 될 수 있도록 助成하여야 한다.

다섯째, 都賣業의 경우 規模의 利得이 실현되지 못하고 있는데 이는 都賣業의 都賣去來吸引力이 낮음을 뜻하며, 결과적으로는 都賣經營이 合理化되지 못하여 非能率的으로 都賣機能이 수행되어 經營效率이 낮기 때문에 생기는 것이다. 따라서 都賣業의 經營合理化가 이루어져 經營效率이 提高되도록 都賣業의 大規模化와 아울러 經營體質이 改善되도록 都賣經營指導事業이 이루어져야만 한다.