

韓國流通構造의 動態的 變化推移의 分析(1968-1993)

金 元 銖

《目 次》

I. 머리말	1. 店舗數의 推移
II. 概觀-流通產業	2. 從事者數의 推移
1. 店舗數의 推移	3. 年間販賣額의 推移
2. 從事者數의 推移	4. 판매효율의 추이
3. 年間販賣額의 推移	5. 流通迴比率의 推移
4. 販賣效率의 推移	6. 經營內容의 推移
III. 都小賣業의 動態的 推移	

I. 머리말

이 글은 한국유통에 관한 실태해명을 위한 기초자료의 수집을 위해 1968년에 처음으로 실시된 도소매업센서스 이후 계속하여 전개된 후속적 도소매 센서스 자료를 중심으로 하여 1993년에 이르기까지의 한국유통구조의 동태적 변화과정의 추이를 분석적으로 살펴본 것이다.

그런데 도소매업 센서스는 매년 실시되지 않고 경우에 따라 3년 또는 5년의 시차를 두어 실시되었으며, 더구나 각 년차의 조사자료에는 조사내용이나 분류기준 및 조사대상 등에 차이가 있어서 각 년차별자료 사이에는 연속성이 없는 것이 많아 정밀한 經時的 推移分析을 하기 어렵다는 한계가 있었다. 이러한 자료상의 한계⁽¹⁾를 무릅쓰고 분석을 시도하였기 때문에 93년까지는 자료의 연속성이 없는 경우에는 1991년까지만 분석의 대상으로 하였음을 밝혀둔다.

(1) 자료의 연속성을 전제로 한 경시적 분석을 어렵게 한 자료의 한계에 대해서는拙稿 “한국유통 구조의 동태적 변화(1968-1976)—도소매업센서스를 중심으로—.” 서울대경영연구소, 경영논집, 12-4, 1978. 12. pp.52-54 참조.

* 서울大學 經營大學 教授

** 本稿는 수암장학재단 기금에 의한 研究論文임

또한 이 글에서는 먼저 概觀에서 도소매업센서스를 통해 자료가 수집되는 고유의(협의) 유통산업인 도소매업과 아울러 유통주변산업으로 정의되는 음식숙박업을 포함한 광의의 유통산업의 동태적 추이를 살펴보고 다음 고유의 유통산업인 도소매업을 중심으로 분석하였다. 따라서 본 분석에서는 통계청이 실시한 도소매업센서스 자료와 총사업체조사자료에 주로 의존하였으므로 간편을 위해 이에 의존한 자료의 경우에는 자료원의 표시는 생략하고 이 이외의 자료원에 의존한 경우에만 이를 표시하기로 하였다.

Ⅱ. 概觀—유통산업⁽²⁾

1. 점포수의 추이

1993년도의 도소매업 및 음식숙박업을 포함한 유통산업의 총 점포수는 139만 8,824점으로서 이는 약 25년 전인 1968년의 372,219점에 대비할 때 102만 6,605점이 증가한 것으로서 약 2.8배의 규모로 확대되고 있다.

1993년의 경우 순수한 유통산업인 도소매업과 유통주변산업인 음식숙박업의 상대적 점포비중을 보면 도소매업의 비중이 과반을 훨씬 넘는 68.8%인 926,168점이며 (이중 도매업은 8.5%인 114,444점, 소매업은 60.3%인 811,724점⁽³⁾이다) 음식숙박업은 31.2%인 419,152점이다. (이중 음식업은 29.2%인 389,514점이며 숙박업은 2.2%인 29,638점이다)

1968년에 대비한 1993년의 점포증가기여율을 보면 순수유통업인 도소매업의 비중이 66.7%이며 이중 도매업은 10.4%, 소매업은 56.38%이어서 소매업의 확대추이가 현저함을 알 수 있다. 또한 음식숙박업의 비중은 33.3%인데, 이중 음식업은 31.5%, 숙박업은 1.8%이어서 유통산업의 25년간의 확대는 소매업과 음식업의 확대에 힘입은 바가 큼을 알 수 있다.

2. 종사자 수의 추이

1) 총 종사자 수의 추이

1993년도의 도소매업 및 음식숙박업을 포함한 유통산업의 총 종사자 수는 33만 1,970명으로서 67.1%인 223만 6,391명이 도소매업에 종사하고 있는데 이 중 도매업에는 16.8%인 55만 8,880명, 소매업에는 50.3%인 167만 7,511명⁽⁴⁾이 종사하고 있다. 또

(2) 도소매업센서스조사의 조사대상인 협의의 유통산업과 유통주변산업만을 포함함.

(3) 이중에는 자동차판매수리점업의 53,504점이 포함되어 있음.

한 음식숙박업의 경우에는 32.9%인 109만 5,579명이 종사하고 있는데 이 중 29.0%인 96만 7353명은 음식업에, 3.8%인 12만 8,226명은 숙박업에 종사하고 있다.

1968년에 대비한 1993년의 종업원 증가기여율을 보면 순수유통업은 67.1%인데 이 중 도매업은 19.6%, 소매업은 47.5%이고 유통주변산업의 기여율은 32.9%인데 이 중 음식업은 29.2%, 숙박업은 3.7%이다.

이에서 미루어 볼 때 68~93년간의 종사자 증가는 주로 소매업 및 음식업 종사자의 증가에 기인하는 것임을 알 수 있다.

2) 점포당 종업원 수의 추이

점포당 종업원 수는 유통산업 전체로서 93년엔 2.5인이며 도매업은 4.9인, 소매업은 1.9인(자동차판매수리업은 4.6인), 음식업은 2.5인, 숙박업은 4.3인이다. 1968년에 대비할 때 도매업은 0.7인증, 소매업은 0.2인증, 음식업은 1인감, 숙박업은 1.4인증이다.

3. 연간 판매액의 추이

1993년도의 도매업 및 음식숙박업의 경상가격에 의한 연간판매액은 166조 3,574억 1,200만원인데 이는 68년의 4,924억 7,500만원에 대비할 때 약 385배의 규모로 확대

〈표 1〉 총점포수의 추이

년도	합계	도매업	소매업	자동차판매수리업	음식업	숙박업
1968	372,219	13,190	264,100		83,262	11,667
1971	450,083	16,429	320,471		97,053	16,130
1976	532,958	20,260	393,651		97,271	21,776
1979	605,083	23,835	422,012		134,851	24,385
1982	29,382	45,568	542,458		207,080	26,754
1986	995,355	48,760	637,762		259,451	29,382
1988	1,063,289	79,685	673,552		279,218	30,834
1989	1,095,127	84,966	691,548		286,999	31,614
1990	1,131,111	90,621	70,988		298,196	32,406
1991	1,197,517	113,255	716,790		337,612	29,860
1992	1,286,721	112,796	737,667	46,462	359,912	39,884
1993	1,345,320	114,444	758,220	53,504	389,514	29,638
	100.0	8.5	56.4	29.0	4.0	2.2

(4) 이 중에는 6.5%에 해당하는 34만 3,981명의 자동차판매수리업의 종사자가 포함됨.

〈표 2〉 점포증가기여율(68~93)

업 종	
협의의 유통산업	66.7
도 매 업	(10.4)
소 매 업	(56.3)
유통주변산업	33.3
음 식 업	(31.8)
숙 박 업	(1.8)
계	100.0

〈표 3〉 총 종사자수의 추이

년 도	합 계	도매업	소매업	자동차판매수리업	음식업	숙박업
1968	761,803	55,405	456,862		215,965	33,571
1971	962,868	61,355	581,174		272,952	47,387
1976	1,093,487	93,679	693,459		255,574	50,775
1979	1,362,847	116,609	765,180		409,018	72,040
1982	1,719,345	173,156	945,778		521,508	78,903
1986	2,373,795	342,522	1,221,289		708,905	101,079
1988	2,618,573	429,112	1,287,421		788,800	113,240
1989	2,726,425	464,403	1,322,987		821,303	117,732
1990	2,859,274	502,476	1,359,876		871,636	125,288
1991	2,967,096	522,001	1,424,435		893,519	127,141
1992	3,209,994	529,450	1,422,138	191,638	938,910	127,858
1993	3,331,970	558,880	1,432,530	244,981	967,353	128,226
100.0	16.8	43.8	7.4	7.4	29.0	3.8

〈표 4〉 총 종사자의 증가기여율(68~93)

도매업	19.6
소매업	47.5
음식업	29.2
숙박업	3.7
계	100.0

〈표 5〉 점포당 종사자수의 추이

(단위: 인)

년도	합계	도매업	소매업	자동차판매수리업	음식업	숙박업
1968	2.0	4.2	1.7		2.6	2.9
1971	2.1	3.7	1.8		2.8	2.9
1976	2.1	4.6	1.8		2.6	2.3
1979	2.3	4.9	1.8		3.0	3.0
1982	2.1	3.8	1.7		2.5	2.9
1986	2.4	5.0	1.9		2.7	3.4
1988	2.5	5.4	1.9		2.8	3.7
1989	2.5	5.5	1.9		2.9	3.7
1990	2.5	5.5	1.9		2.9	3.9
1991	2.5	4.6	2.0		2.6	4.3
1992	2.5	4.7	1.9	4.1	2.6	4.3
1993	2.5	4.9	1.9	4.6	2.5	4.3

된 것이다. 1990년⁽⁵⁾을 기준으로 한 실질로 볼 때 1993년의 판매액은 1조 4,464억4백3십만원이며 1968년의 그것은 476억 4,411만원 이므로 실질로 보면 약 29.4배로 확대되고 있다.

1993년의 경우 경상가격으로 본 도소매업의 연간 총판매액은 146조 4,151억 8,300만 원으로서 유통산업 총판매액의 88.5%를 점한다. 이 중 도매판매액은 39.4%인, 65조 1,716억 6,200만원이며 소매업의 그것은 49.15%인 81조 2,435억 2,100만원⁽⁶⁾이다. 음식숙박업의 연간판매액은 11.5%인 18조 9,422억 2,800만원이며 이 중 음식업의 그것은 9.5%의 15조 8,201억 5,100만원이며 숙박업의 그것은 1.9%의 3조 1,220억 7,700만원이다. 1968년에 대비한 1993년의 경상에 의한 연간총판매액의 증가 기여율을 보면 협의의 유통산업인 도소매업은 88.5%인데 이 중 도매업의 기여율은 39.4%이고 소매업의 그것은 49.1%이다. 유통주변산업인 음식숙박업은 11.5%이다.⁽⁷⁾

4. 販賣效率의 推移

1) 1店當 販賣效率의 推移

1점당 즉 사업체당 평균연간판매액을 보면 93년의 경우 1억 2,291만원인데 도매업은 5억

(5) 생산자 물가지수로서 조정함.

(6) 이 중에는 자동차판매 수리업의 14.6%의 24조 2,167억이 포함되어 있다.

(7) 1968년엔 음식업과 숙박업이 분리계상되지 않고 있어 합산하였음.

〈표 6〉 연간판매액의 추이-경상가치 (단위: 100만원)

년도	합계	도매업	소매업	자동차판매수리업	음식업	숙박업
1968	492,475	183,902	243,404		65,159	
1971	1,176,683	417,990	607,958		145,735	
1976	6,272,764	2,448,662	3,310,255		513,847	
1979	12,988,405	3,851,343	7,187,050		1,676,380	273,632
1982	22,832,547	7,086,020	12,655,471		2,615,991	475,065
1986	40,973,865	21,843,942	21,673,830		4,644,202	911,891
1988	71,448,980	34,208,617	229,036,486		6,965,860	1,238,017
1989	85,456,687	41,226,611	34,207,427		8,489,648	1,533,101
1990	103,646,153	49,816,194	41,108,049		10,667,551	2,054,359
1991	119,662,379	52,714,917	52,177,600		12,308,654	2,451,201
1992	145,773,319	56,024,816	5,362,4564	18,160,955	14,993,502	2,969,482
1993	165,357,411	65,171,662	57,026,820	24,216,701	15,820,151	3,122,077
1994		73,428,181	64,093,162	30,195,470		
1993(%)	39.4	34.5	(14.6)	9.6	1.9	

〈표 7〉 연간판매액수 추이-실질 (단위: 100만원)

년도	합계	도매업	소매업	음식업	숙박업
1968	47,644.111	15,853,6206	26,172,473	5,618,0172	
1971	82,725,135	28,434,6938	44,376,496	9,913,9455	
1976	198,622.23	67,829,9722	116,558.27	14,233,988	
1979	281,043.68	73,780,5172	169,906.61	32,114,559	5,241,9923
1982	289,844.03	77,527,5711	178,497.47	28,621,345	5,197,6477
1986	573,500.81	238,210,926	274,700.0	50,645,605	9,944,1857
1988	781,704.56	361,613,287	333,369.52	73,634,883	13,086,860
1989	905,262.55	429,443,864	371,415.05	88,433,833	15,969,801
1990	1,036,461.5	498,161.94	411,080.49	106,675.51	20,543.59
1991	1,122,837.8	503,485,358	477,379.68	117,561.16	23,411,661
1992	1,309,782.4	523,596,411	618,307.65	140,126.18	27,752,168
1993	1,446,404.3	603,441,314	667,572.07	146,482.87	28,908,120

〈표 8〉 연간판매액 증가기여율(경상)

(단위: %)

매출액	도매업	39.4
	소매업	49.1
	음식업	11.5
	숙박업	100.0%

6천 946만원, 소매업은 7521만원(자동차판매수리업은 5억 6,100만원), 음식업은 4061만 원, 숙박업은 1억 534만원이다. 93년의 사업체당 판매효율의 격차를 보면 도매업만이 평균의 약 4배강이며 소매업은 61.1%, 음식업은 33.0%, 숙박업은 85.7%의 수준이다.

이에서 볼 때 음식업과 소매업의 규모의 상대적인 영세성을 짐작할 수 있다.

68년에 대비할 때 도매업은 3.1배, 소매업은 7.2배, 음식숙박업은 56.7배로 늘어나고 있어서 소매업의 점포당 판매효율의 향상이 현저함을 엿볼 수 있다.(〈표 9〉 참조)

2) 1인당 판매액의 추이

1993년의 유통산업의 생산성을 반영하는 1인당 판매액, 즉 종업원당 판매액을 보면 평균은 4,960만원인데 도매업은 1억 1,660만원, 소매업은 3,980만원, 음식업은 1,640만 원, 숙박업은 2천 4백 30만원으로서 음식업이 가장 낮다. 평균과의 생산성 격차를 보면 도매업은 1.3배, 자동차판매수리업은 1.5배, 숙박업은 49% 평균을 웃도나 소매업은 66.3%, 음식업은 83.1%로 평균을 밟들고 있다. 1968년에 대비할 때 도매업은 35.1 배, 소매업은 74.7배, 음식숙박업은 54.2배로 생산성이 향상되고 있다.(〈표 10〉 참조)

III. 도소매업의 동태적 추이

1. 점포수의 추이

(가) 총 점포수의 추이

1993년도의 도소매업의 총점포수는 92만 6,168점으로서 1968년도의 27만 7,290점에 대비하면 64만 8,878점이 늘어 약 2.3배의 규모로 확대되고 있다. 93년의 경우 도매업은 11만 4,444점으로서 약 12.4%를 점하며 소매업은 81만 1,724점으로서 87.6%를 (자동차판매수리업은 5만 3,504점으로 5.8%)를 점하고 있다.(〈표 11〉 참조)

〈표 9〉 점포당판매액의 추이

(단위: 백만원)

년도	합계	도매업	소매업	자동차판매수리업	음식업	숙박업
1968	1.3	13.9	0.9	—	0.8	—
1971	2.6	25.4	1.9	—	1.5	—
1976	11.8	120.9	8.4	—	5.3	—
1979	21.5	161.6	17.0	—	12.4	11.2
1982	27.8	155.5	23.3	—	12.6	17.8
1986	49.3	317.7	34.0	—	17.9	31.0
1988	67.2	429.3	43.1	—	24.9	40.2
1989	78.0	485.2	49.5	—	29.6	48.5
1990	91.6	549.7	57.9	—	35.8	63.4
1991	99.9	465.5	72.8	—	36.5	82.1
1992	113.3	496.7	72.7	390.0	41.7	99.4
1993	122.9	569.5	75.2	452.6	40.6	105.3
93/68	92.9	40.8	81.6	—	51.9	—

〈표 10〉 종업원당 매출액 추이

(단위: 백만원)

년도	합계	도매업	소매업	자동차판매수리업	음식업	숙박업
1968	0.6	3.3	0.5	—	0.3	—
1971	1.2	6.8	1.0	—	0.5	—
1976	9.5	26.1	4.8	—	2.0	—
1979	13.3	33.0	9.4	—	4.1	3.8
1982	20.7	40.9	13.4	—	5.0	6.0
1986	27.3	63.8	17.7	—	6.6	9.0
1988	31.3	79.7	22.6	—	8.8	10.9
1989	36.2	88.8	25.9	—	10.3	13.0
1990	40.3	99.1	30.2	—	12.2	16.4
1991	45.4	101.0	36.6	—	13.8	19.3
1992	49.6	105.8	37.7	94.8	16.0	23.2
1993	49.6	116.6	39.8	98.9	16.4	24.3
93/68	76.8	35.1	74.7	—	54.2	—

(나) 도매점당 소매점수의 추이

도매점당 소매점수의 추이를 보면 1968년의 20.2점에서 1993년에는 7.0점으로 줄어 1968년에 대비할 때 상대적으로 도매업의 위축경향을 엿볼 수 있다. 왜냐하면 도매업과 거래를 하는 소매점의 수가 적어진다는 것은 도매업이 대규모 소매점과 거래를 확대하기 때문이거나 아니면 영세도매업의 유통과정에의 과다개입 때문이라 생각되기 때문이다. 따라서 이와 같은 도매점당 소매점 수의 감소경향은 대규모 소매업의 발달을 시사해 주는 것이다. (〈표 12〉 참조)

2) 기업형태별 추이

1993년의 기업형태별 점포비중을 보면 법인비율은 도매업이 11.5%, 소매업은 0.7%로서 소매업의 비중이 아주 낮다. 그러나 1968년 이래의 동향을 보면 도매업의 경우 1976년에는 12.6%까지 그 비중이 높아졌으나, 그 후 5~6%대로 낮아진 다음 1986년에는 9%대로 높아져 그 이후 1991년에는 9.9%, 1993년에는 11.5%로 10%대 이상으로 증대하는 동향을 나타내고 있다. (〈표 13〉 참조)

소매업은 68년에는 0.1%로 아주 낮았으나 79년에는 0.7%, 86년에는 0.9%대로 높아진 다음 91년에는 1.2%대로 높아졌다가 93년에는 0.7%로 낮아지고 있다.

〈표 11〉 도소매 점포수의 추이

년도	합계	점포수		년도	합계	구성비(%)			도매점당 소매점수
		도매업	소매업			도매업	소매업	도매업	
1968	277,290	13,190	264,100	1968	100.0	4.8	95.2	20.02	
1971	336,990	16,429	320,471	1971	100.0	4.9	95.1	19.51	
1976	413,911	20,260	393,651	1976	100.0	4.9	95.1	19.43	
1979	445,847	23,835	422,012	1979	100.0	5.3	94.7	17.71	
1982	588,026	45,568	542,458	1982	100.0	7.7	92.3	11.90	
1986	706,522	68,760	637,762	1986	100.0	9.7	90.3	9.28	
1988	753,237	79,685	673,552	1988	100.0	10.6	89.4	8.45	
1989	776,514	84,966	691,548	1989	100.0	10.9	89.1	8.14	
1990	800,509	90,621	709,888	1990	100.0	11.3	88.7	7.83	
1991	830,045	113,255	716,790	1991	100.0	13.6	86.4	6.33	
1992	896,925	112,796	784,129	1992	100.0	12.6	87.4	6.95	
1993	926,168	114,444	811,724	1993	100.0	12.4	87.6	7.09	

〈표 12〉 도매점당 소매점수 추이

년도	R/W	68년 대비(%)
1968	20.2	100.0
1971	19.5	97.4
1976	19.4	97.0
1979	17.7	88.4
1982	11.9	59.5
1986	9.2	46.3
1988	8.45	42.2
1989	8.1	40.6
1990	7.8	39.1
1991	6.3	31.6
1992	6.9	34.7
1993	7.0	35.4

〈표 13〉 기업형태별 점포수의 추이

년도	도매업		소매업	
	법인	개인	법인	개인
1968	6.0	93.4	0.1	99.9
1986	9.1	90.9	0.93	99.07
1991	9.9	90.1	1.23	98.77
1993	11.5	88.5	0.7	99.3
93/68	1.74		5.37	

이에서 미루어 도매업의 경우에는 꾸준한 법인화 추세를 엿볼 수 있으나, 소매업의 경우에는 91년을 고비로 법인화추세가 둔화되고 있다.

3) 점포밀도의 추이

소매업을 전제로 국토면적 1,000km당 소매점 수를 보면, 1968년의 2,681.7점에서 1986년에는 약 2.4배인 6,430.9점으로 늘어났고 1993년에는 7,637.9점이 되고 있다.

또한 인구 10만명당 점포수를 보면 1968년의 90.7점에서 1986년에는 1.7배인 157.8점으로 늘어나고 1993년에는 305.4점으로 늘어나 점포과밀현상을 엿볼 수 있다. (〈표 14〉 참조)

〈표 14〉 점포밀도의 추이

년도	1,000km ² 당 ¹⁾	10만명당 소매점수 ²⁾
1968	2681.7	90.7
1986	6430.92	157.8
1991	7220.61	276.8
1992	7430.9	294.7
1993	7637.9	305.4

1) 1976~1979년간의 일본은 4,214.3점이고 서독은 1,660.3점, 미국은 155.3점이다.*

2) 1976~1979년간의 일본은 140.7점이고 서독은 67.3점 미국은 67.1점이다.*

4) 지역별 추이

1993년도 도매업의 지역별 점포비중을 보면 서울이 가장 높아 50.7%, 부산이 10.8%, 경기 6.6%, 대구 6.4%의 순이며 가장 낮은 지역은 제주로서 0.6%이며 다음은 강원, 충북, 충남의 각 1.7%이다.

1968년 이래의 점유율 변화동향을 보면 서울만이 19.6%증으로 가장 두드러지며 기타 지역은 모두 감소하고 있다. 감소세를 나타내는 지역은 경북의 12.5%감 및 충남의 5.9%감이다. 그 이유는 원래 이 지역에 포함되었던 대도시인 대구와 대전이 별도의 광역시로 분리집계되었기 때문이다.

소매업의 경우에는 서울의 비중이 가장 높아 22.6%이며 다음은 수도권에 인접한 경기의 13.8%, 부산의 9.5%, 경남의 8.7%, 경북의 6.7%, 전남 5.6%, 대구 5.5%의 순이다. 나머지 지역은 모두 5.0% 미만이며 가장 낮은 지역은 제주의 1.3%이다.

자동차 판매수리점의 경우에도 서울의 점유율이 가장 높아 22.0%를 점하며 다음 경기가 14.5%, 경남 8.1%, 경북 7.5%, 부산 6.0% 기타는 5.0% 미만이며 제주는 1.1%로 가장 낮다.

1968~93년간의 점포점유비중의 증감동향을 보면 도매업의 경우에는 서울이 19.6%증 인데 이는 도매업의 서울에의 집중도를 반영하는 것이다. 기타지역은 모두 그비중이 감소하고 있는데 가장 현저한 지역은 12.3% 감의 경북이다. 이는 경북에 포함되던 대도시인 대구가 분리 집계되었기 때문이다. 소매업의 경우를 보면 수도인접도인 경기가 3.3%증으로 가장 높고 다음이 인천의 0.9%증, 부산의 0.8%증, 경남의 0.6%증의 순이며 기타

*자료원: (田島義博, 宮下正彦, 流通の 國際比較, 동경,

有斐閣, 1985, p.38 및 p.39)

〈표 15〉 지역별 도소매 점포비중

(단위: %)

(도매업)	1968	1982	1986	1990	1991	1992	1993	구성비변화(%)
총점포수	13,193	45,568	68,760	90,621	113,255	159,258	167,948	
서울	31.1	57.2	51.8	51.4	51.1	50.9	50.7	19.6
부산	11.9	12.1	11	10.6	11.2	10.7	10.8	-1.1
대구*	0	4.6	6.1	6.3	6.1	6.5	6.4	1.8
인천*	0	2.8	2.5	2.5	2.3	2.3	2.2	-0.6
광주*	0	0	2	2.1	2.5	2.5	2.4	0.4
대전*	0	0	0	2.2	2.5	2.3	2.3	0.2
경기	7.2	4.1	5.6	6.0	6.2	6.6	6.6	-0.6
강원	5.4	1.7	2.1	2.1	1.7	1.7	1.7	-3.7
충북	2.9	1.4	1.8	1.9	1.6	1.7	1.7	-1.2
충남	7.6	3.4	4.4	2.6	1.4	1.7	1.7	-5.9
전북	5.3	1.9	2.1	2.1	2.9	2.8	2.7	-2.6
전남	6.6	4.3	2.4	2.1	2.4	2.3	2.4	-4.2
경북	15.2	2.5	3.3	3.4	2.9	2.8	2.7	-12.3
경남	5.3	3.3	4.4	4.5	4.8	4.8	4.7	-0.6
제주	1.3	0.7	0.6	0.5	0.5	0.6	0.6	-0.7
(소매업)	1968	1982	1986	1990	1991	1992	1993	구성비변화(%)
총점포수	364100	542458	637762	709888.0	716790.0	737667.0	758220	
서울	24.7	26	25.8	26.0	24.1	23.3	22.6	-2.1
부산	8.7	9.6	9.2	9.1	9.7	9.7	9.5	0.8
대구*	0	5.5	5.4	5.5	5.5	5.6	5.5	0.0
인천*	0	3.4	3.6	3.6	4.2	4.3	4.3	0.9
광주*	0	0	2.5	2.6	2.8	2.8	2.9	0.4
대전*	0	0	0	2.4	2.7	2.8	2.8	0.3
경기	10.5	9.7	10.7	11.2	12.8	13.2	13.8	3.3
강원	5.8	4.8	4.4	4.4	4.0	3.9	4.1	-1.7
충북	3.7	3.3	3.3	3.2	3.3	3.3	3.4	-0.3
충남	7.5	7	6.8	4.3	4.1	4.2	4.1	-3.4
전북	6	4.9	4.7	4.6	4.6	4.6	4.6	-1.4
전남	8.6	8.3	7.1	6.7	5.7	5.6	5.6	-3.0
경북	15.1	7.5	6.8	6.3	6.5	6.6	6.7	-8.4
경남	8.1	8.6	8.4	8.3	8.7	8.8	8.7	0.6
제주	1.2	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	0.1

* 대구와 인천은 1982년대비, 광주은 1986년 대비, 대전은 1990년 대비임.

지역은 모두 감소하고 있다. 이는 남부영남권의 소매점포증가세를 반영하는 것이다. (〈표 15〉 참조)

지역별로 소매점 1점당 인구수를 보면 90년의 경우 평균은 54.4인인데 평균을 밑도는 지역은 서울의 45.9인이고, 강원은 48.3인, 대구 49.8인, 부산 51.0인, 제주 51.9인이다. 수도권 인접지역인 강원을 제외하면 모두 소비도시의 성격이 강하다. 1986년의 평균 1점당 인구는 63.4인인데 90년의 54.5인에 대비하면 9인감이다.

인구 1만명당 점포수를 보면 90년의 경우 평균은 183.9점인데 이는 68년의 157.7점보다 26.2점증이다. 평균을 밑도는 지역은 105.1점의 충남, 135.2점의 전남, 137.6점의 경기, 152.2점의 인천, 168.1점의 전북, 171.6점의 경남, 174.7점의 충북, 175.2점의 경북 등이며 나머지 지역은 모두 평균을 웃돌고 있는데 가장 웃도는 비율이 높은 지역은 서울로서 평균보다 33.9점이 많으며 다음은 22.8점이 많은 강원이다. (〈표 16〉 참조)

5) 지역별 점포집중도

1993년도의 지역별 집중도를 보면 도매업의 경우 구부를 반영하는 6대 도시의 그것은

〈표 16〉 지역별 1점당 인구수 및 1만명당 점포수

지역별 점당인구 및 만명당 점포수(1990년 기준)								
	점당인구		만명당점수		배율(점당인구)		배율(인구당점수)	
	1986	1990	1986	1990	1986	1990	1986	1991
전국	63.422	54.370	157.670	183.940	1	1	1	1
서울	58.542	45.920	170.810	217.775	0.923	0.8466	1.0833	1.1839
부산	60.088	51.010	166.420	196.021	0.9474	0.9382	1.0554	1.1057
대구	58.545	49.840	170.800	200.655	0.9231	1.2082	1.0832	1.0909
인천	60.898	65.690	164.310	152.225	0.9565	1.3371	1.0421	1.8276
경기	70.196	72.700	142.450	137.548	1.1068	0.8887	0.9034	0.7478
강원	61.485	48.320	162.630	206.939	0.9694	1.0526	1.0314	1.1250
충북	65.911	57.230	151.710	174.737	1.0392	1.7499	0.9622	0.9500
충남	69.099	95.140	144.710	105.107	1.0895	1.0944	0.9178	0.5714
전북	73.533	59.500	135.990	168.055	1.1594	1.3599	0.8625	0.9136
전남	83.102	73.940	120.330	135.237	1.3102	1.0500	0.7632	0.7352
경북	69.279	57.090	144.340	175.161	1.0932	1.0719	0.9154	0.9523
경남	65.493	58.280	152.680	171.552	1.0326	0.9538	0.9683	0.9327
제주	58.007	51.860	172.390	192.829	0.9146		1.0933	1.0483

75.8%이고 소매는 49.7%, 자동차는 54.3%이다. 대구, 부산을 제외한 나머지 도시는 1968년의 경우 별도의 자료가 집계되지 않았으므로 1989년의 경우를 보면 도매 79.8%, 소매 50%로서 대도시의 도매업의 집중도가 높았으나, 93년에는 4.0포인트만큼 완화되고 있다.(<표 17> 참조)

6) 주요도시별 추이

(가) 50대 도시점포 집중도

1991년의 50대 도시의 도매점포점유 비중은 무려 90%에 이르는데 1968년의 비중은 78.2%이다. 그러나 그 후 1982년까지 계속 확대추이를 나타내어 94.0%에 이르렀다가 1986년에는 91.0%로 전년대비 3.1%가 줄어들었다가 91년에도 그대로 이어지고 있다. 도매업의 도시지향적 성격에 미루어 이는 당연한 추세이다.

1991년의 경우 도매점포 점유비중은 서울이 가장 높아 무려 51.5%이며 다음이 부산의 11.2%, 대구가 6.1%, 대전과 광주가 각 2.5%, 인천이 2.3%이다. 68년에 대비할 때 50대 도시의 점유비중은 12.8%가 증대되었는데 특히 서울의 점유비중은 무려 19.8%나 높아지고 있고 대구는 3.7%, 대전은 1.2% 감소되고 있다. 이에서 미루어 서울의 도매점포 집중현상이 심화되고 있음을 알 수 있다.(<표 18> 참조)

1991년의 50대 주요도시의 소매점포비중은 74.3%인데 68년의 60.9%에 대비하면 13.4%가 낮아진 것이다. 91년의 경우 점유비중이 가장 높은 도시는 서울의 24.1%이고 다음이 9.7%의 부산, 5.5%의 대구, 4.2%의 인천, 그 다음은 2.8%의 광주와 2.7%의 대전의 순이며 울산이 1.5%, 진주 1.3%로 1%대를 점하고 있다.

소매점의 50대 도시집중율은 1968년은 60.9%인데 그 이후 계속 높아져서 71년에는 60.8%로 1% 포인트 그 비중이 낮아진 다음 82년에는 70%대를 넘어서서 전체적으로 13.4%포인트가 높아지고 있다. 따라서 50대 도시의 소매점포비중의 증감동향은 지역산업의 특성을 반영하여 비교적 안정적이다.(<표 19> 참조)

<표 17> 점포집중도 추이(1993)

	6대도시	6대도시 이외
도 매	78.5%(79.8)	24.2
소 매	49.7%(50.6)	50.3
자동차	54.3%	45.7

〈표 18〉 주요도시별 도매점포비중 추이

(단위: %)

	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991	91/68
전 국	13,193	16,429	20,260	23,835	45,568	68,760	113,255	
서 울	31.3	31	33.7	44.4	57.2	51.8	51.1	+19.8
부 산	11.9	9.9	13.8	12.3	12.1	11	11.2	-0.7
대 구	9.8	12.6	6.5	6.3	4.6	6.1	6.1	-3.7
대 전	3.7	3.3	2.6	2.2	2.1	2	2.5	-1.2
인 천	1.9	3	3.5	2.3	2.8	2.5	2.3	+0.4
평 주	1.8	1.7	2.5	2.6	2.3	2	2.5	+0.7
마 산	1.4	1.7	1.5	1.6	1	1.2	1.3	-0.1
목 포	1.3	1	0.8	0.5	0.6	0.5	0.4	-0.9
전 주	1.3	1	1.2	1.1	0.8	0.8	1.1	-0.2
청 주	1.3	0.8	1	0.7	0.5	0.8	0.9	-0.4
수 원	1.1	1	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	-0.2
군 산	0.9	1	0.7	0.5	0.3	0.3	0.4	-0.5
제 주	0.8	0.6	1.2	0.5	0.4	0.4	0.4	-0.4
천 안	0.8	0.9	0.5	0.4	0.3	0.4	0.3	-0.5
원 주	0.8	0.8	0.6	0.5	0.4	0.4	0.4	-0.4
춘 천	0.8	0.9	0.7	0.7	0.3	0.3	0.2	0.0
포 항	0.7	1.1	1	0.6	0.4	0.6	0.7	-0.6
김 천	0.7	0.5	0.3	0.2	0.1	0.2	0.1	-0.7
여 주	0.7	1	0.7	0.9	0.4	0.4	0.0	-0.2
진 주	0.6	1	0.6	0.7	0.4	0.5	0.4	+0.7
울 산	0.6	0.7	1.6	0.7	0.6	0.9	0.3	-0.2
이 리	0.6	0.5	0.5	0.3	0.4	0.3	0.4	-0.4
속 초	0.5	0.3	0.6	0.2	0.1	0.1	0.1	-0.1
강 룡	0.4	0.6	0.4	0.4	0.1	0.3	0.3	-0.1
안 동	0.4	0.6	0.4	0.3	0.2	0.3	0.3	-0.1
충 무	0.4	0.4	0.3	0.3	0.1	0.2	0.2	-0.2
순 천	0.4	0.7	0.5	0.3	0.2	0.3	0.4	0.0
경 주	0.3	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	-0.1
삼 천포	0.3	0.3	0.3	0.2	0.1	0.1	0.1	-0.2
의정부	0.3	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	-0.0
충 주	0.2	0.5	0.5	0.5	0.3	0.3	0.2	-0.0
진 해	0.2	0.4	0.5	0.3	0.2	0.2	0.1	-0.1
창 원	0	0	0	0.1	0.1	0.2	0.3	0.3
안 양	0	0	0.4	0.5	0.5	0.7	0.7	0.7
태 백	0	0	0	0	0.1	0.1	0.1	0.1

〈표 18〉 계속

	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991	1991/68
영 주	0	0	0	0	0.2	0.3	0.2	0.2
성 남	0	0	0	0.5	0.4	0.5	0.4	0.4
제 천	0	0	0	0	0.3	0.4	0.0	0.0
동두천	0	0	0	0	0.1	0.1	0.1	0.1
정 주	0	0	0	0	0.1	0.2	0.2	0.2
서귀포	0	0	0	0	0.2	0.1	0.1	0.1
동 해	0	0	0	0	0.1	0.1	0.1	0.1
연 천	0	0	0	0	0.1	0.1	0.0	0.0
광 명	0	0	0	0	0.1	0.2	0.2	0.2
송 탄	0	0	0	0	0.1	0.1	0.1	0.1
김 해	0	0	0	0	0.1	0.1	0.1	0.1
부 천	0	0	0.2	0.3	0.2	0.8	0.8	0.8
구 미	0	0	0	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3
남 원	0	0	0	0	0.1	0.1	0.1	0.1
나주(금성)	0	0	0	0	0.1	0.1	0.1	
50대도시	78.2	80.4	81.6	85.5	94.0	91.0	91.0	12.8

〈표 19〉 주요도시별 소매점포 추이

(단위: %)

	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991	1991/68
서 울	24.7	24.7	25.4	23.8	26.0	25.8	24.1	-0.6
부 산	8.7	8.7	8.2	9.1	9.6	9.2	9.7	+1.0
인 천	2.5	2.8	3.4	3.4	3.4	3.6	4.2	+1.7
수 원	0.8	0.9	0.9	0.9	0.9	1.2	1.6	+0.8
성 남	0.0	0.0	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0	+1.0
의정부	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4	0.6	+0.1
안 양	0.0	0.0	0.6	0.6	0.8	0.9	1.1	+1.1
부 천	0.0	0.0	0.4	0.5	0.7	1.2	1.5	+1.5
춘 천	0.7	0.6	0.6	0.6	0.5	0.5	0.5	-0.2
원 주	0.5	0.5	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5	-0.1
강 룡	0.4	0.4	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.0
속 초	0.3	0.4	0.3	0.3	0.2	0.3	0.2	-0.1
청 주	0.6	0.7	0.8	0.9	0.9	1.0	1.2	+0.5
충 주	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.0
대 전	1.7	1.8	1.8	1.9	2.1	2.3	2.7	+1.0

〈표 19〉 계속

(단위: %)

	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991	1996/68
천 안	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	+0.1
전 주	1.1	1.1	1.0	1.2	1.1	1.1	1.3	+0.2
군 산	0.7	0.7	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	-0.1
이 리	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	0.0
광 주	2.1	1.9	2.3	2.3	2.3	2.5	2.8	+0.8
목 포	0.9	0.9	0.7	0.8	0.8	0.7	0.8	-0.1
여 수	0.6	0.7	0.6	0.5	0.6	0.6	0.6	0.0
순 천	0.3	0.3	0.4	0.3	0.3	0.4	0.4	+0.2
대 구	6.6	6.2	5.3	5.6	5.5	5.4	5.5	-1.1
포 항	0.4	0.5	0.5	0.5	0.6	0.7	0.8	+0.4
경 주	0.6	0.4	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	-0.1
김 천	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	0.2	0.2	-0.1
안 동	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3	0.0
마 산	1.2	1.0	1.1	1.2	1.3	1.3	1.3	+0.2
진 주	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	+0.1
충 무	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0
진 해	0.5	0.5	0.3	0.4	0.4	0.3	0.3	-0.2
삼천포	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0
울 산	0.6	0.7	1.0	1.0	1.2	1.4	1.5	+0.9
제 주	0.5	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	0.7	+0.2
구 미	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	0.3	0.4	+0.4
창 원	0.0	0.0	0.0	0.1	0.3	0.3	0.6	+0.6
광 명	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.4	0.5	+0.5
동두천	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	0.2	+0.2
송 탄	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2	0.3	+0.3
동 해	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	0.2	+0.2
태 백	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	0.2	+0.2
제 천	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	0.4	+0.4
정 주	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2	0.2	+0.2
남 원	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2	0.2	+0.2
나 주	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.2	+0.2
영 주	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	0.3	+0.3
연 천	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2	0.2	+0.2
김 해	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2	0.3	+0.3
서귀포	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.3	0.2	+0.2
50대도시	60.9	60.8	62.8	63.5	70.1	71.2.	74.3	13.4

(나) 주요도시의 성격

1991년의 도매액, 소매액, 즉 유통우회비율에 의해 50대 주요도시의 성격을 살펴보면 소매기능에 비해 상대적으로 도매기능의 수행비중이 높은 도시는 대전으로서 6.1배이고 다음이 약 1.2배의 청주와 원주, 0.5배의 삼천포, 0.4배의 전주, 0.3배의 대구, 군산, 강릉, 안동 등이 각각 3배 수준이고 서울이 0.2배, 마산이 0.1배, 부산은 3.1% 도매판매비율이 높다. 이 이외의 도시는 소매판매비율이 더 높다. 따라서 소매판매비율보다 도매판매비율이 상대적으로 높은 도시는 도매중심도시로 볼 수 있으며 그 이외의 도시는 소비중심도시로 그 성격을 규정할 수 있다.

1986년의 도소매비율에 대비할 때 대전은 1.4배에서 8.2배로 도매판매비율이 6.8배증이어서 도매중심도시로서의 경향이 아주 강하며 다음은 1.6배증의 청주이고 군산과 삼천포가 60%대, 춘천, 울산이 50%대로 도매판매비율이 증가한 도시이다. 40%대 이하이나 도매판매비율의 증대추이를 나타내는 도시는 구미, 안동, 남원, 정주, 태백, 서울, 충무, 이리, 제천, 광명, 동두천, 여수, 진해, 목포 및 대구 등의 제도시인데 이들 도시는 다소나마 도매판매비율이 증대된 도시이다. 도매판매기능이 가장 크게 위축된 도시는 1.1배감의 원주이다. (〈표 20〉 참조)

이에서 미루어 볼 때 80년대 중반에 지방상업도시적인 성격을 가졌던 도시에서 생활도시 내지 소비중심도시로서의 성격이 크게 강화된 도시는 원주이다. 반면 중부권에서 지방상업의 핵심도시적인 성격이 강화된 도시는 대전과 청주이다.

7) 규모별 추이

종사자 규모별 점포비중을 보면 도매업의 경우 4인 이하가 73.4%, 5~9인 규모가 17.9%이며, 10인 이상 규모가 8.7%이다. 이에 대해 소매업의 경우에는 4인 이하가 96.9%이고 5~9인 규모가 2.3%, 10인 이상 규모가 0.8%여서 소규모가 압도적이다.

구성비의 변화추이를 보면 68년에 대비할 때 소규모는 6.9%감이며 중규모는 3.0%증이며 대규모는 3.9%증이어서 전반적으로 규모확대 경향이 엿보인다. 소매업의 경우는 소규모가 1.8%감, 중규모가 1.1%증, 대규모가 0.7%증이어서 역시 규모확대경향을 시사하고 있다.

매장면적규모별로 보면 93년의 도매업의 경우 $10\sim50m^2$ 규모의 비중이 가장 높아 56.2%이며 소매업의 경우는 $10\sim50m^2$ 규모가 무려 80.4%를 점하고 있어서 상대적으로 소규모점포의 과밀현상을 알 수 있다.

68년에 대비해 볼 때 도매업의 $100m^2$ 이상 규모는 97%증이나 $50m^2$ 이하의 소규모점포

〈표 20〉 유통기능면에서 본 도시의 성격(91년 기준)

	소매거래액	도매거래액	도소매비율(91)	배율(%)	도소매비율(86)	1991/86
합 계	43,586,600	498,669	1.1	100	1.0	1.1
서 울	17,182,072	24,366,183	1.4	23.9	1.2	1.23
부 산	5,040,128	5,945,872	1.2	3.1	1.9	0.62
인 천	2,003,428	1,193,240	0.6	-47.9	0.6	1.00
수 원	971,819	589,792	0.6	-47.0	0.9	0.64
성 남	397,001	104,750	0.3	-76.9	0.4	0.61
의정부	325,263	124,068	0.4	-66.7	0.5	0.70
안 양	644,517	291,838	0.5	-60.4	0.5	0.98
부 천	814,805	255,850	0.3	-72.6	0.4	0.85
춘 천	344,042	268,487	0.8	-31.8	0.3	2.32
원 주	221,228	538,895	2.5	117.9	3.6	0.69
강 릉	293,941	192,001	0.7	-42.9	1.0	0.68
속 초	128,660	550,184	0.4	-65.9	0.3	1.46
청 주	673,036	482,392	2.5	117.9	0.9	0.77
충 주	193,450	145,736	0.8	-34.1	0.5	1.38
대 전	1,582,547	2,373,759	8.2	613.4	1.4	1.06
천 안	290,833	186,565	0.6	-43.9	0.7	0.97
전 주	668,371	1,045,244	1.6	36.7	1.7	0.90
군 산	180,553	271,616	1.5	31.5	0.9	1.69
이 리	204,158	127,656	0.6	-45.3	0.5	1.34
광 주	181,4005	1,488,918	0.8	-28.3	1.5	0.55
목 포	338,382	248,218	0.7	-35.9	0.7	1.01
여 수	284,036	222,320	0.8	-31.6	0.7	1.17
순 천	237,370	269,821	1.1	-0.6	1.3	0.91
대 구	2,963,112	4,484,890	1.5	32.3	1.5	1.00
포 항	521,241	386,744	0.7	-35.1	1.2	0.61
경 주	228,191	111,924	0.5	-56.7	0.9	0.57
김 천	162,218	45,830	0.3	-75.3	0.2	0.23
안 동	182,799	266,258	1.5	27.3	1.1	1.36
마 산	801,139	1,026,228	1.3	12.0	1.6	0.78
진 주	433,841	290,944	0.7	-41.4	0.7	0.94
충 무	127,548	103,665	0.8	-29.0	0.6	1.35
진 해	110,056	39,790	0.4	-68.4	0.3	1.20
삼천포	74,080	132,547	1.8	56.4	1.2	1.54
울 산	775,707	742,232	1.0	-16.4	0.5	2.09
제 주	476,167	356,264	0.7	-34.6	0.8	0.95

〈표 20〉 계속

	소매거래액	도매거래액	도소매비율(91)	배율(%)	도소매비율(86)	1991/86
구 미	221,546	250,303	1.1	-1.2	0.7	1.63
창 원	391,124	208,113	0.5	-53.5	0.7	0.80
광 명	237,209	72,837	0.3	-73.2	0.2	1.59
동두천	80,406	31,851	0.4	-65.4	0.3	1.40
송 탄	88,412	25,057	0.3	-75.2	0.3	0.94
동 해	101,960	45,470	0.4	-61.0	0.5	0.90
태 백	65,177	47,027	0.7	-36.0	0.5	1.60
제 천	117,699	107,332	0.9	-20.3	0.8	1.17
정 주	83,371	74,321	0.9	-22.1	0.6	1.51
남 원	65,704	34,997	0.5	-53.4	0.2	2.79
나 주	54,302	30,269	0.6	-51.3		
영 주	116,911	66,924	0.6	-50.0	0.9	0.61
연천	58,855	24,825	0.4	-63.1	0.2	1.78
김 해	102,195	45,925	0.4	-60.7	0.6	0.75
서귀포	115,092	31,696	0.3	-75.9	0.3	1.01

는 현저히 감소하고 있다. 그러나 소매업의 경우에는 $10m^2$ 이하규모는 82.4%감이나 $50\sim100m^2$ 규모는 40배증의 경향을 가져 도소매업 모두 규모확대 추이를 나타내고 있다. (〈표 21〉 참조)

8) 업종별 도소매 점포추이

1991년도의 산업세분류에 따른 도매업의 업종별 점포비중을 보면 농산물, 음식료품의 비중이 가장 높아 24.1%이며 다음은 20.0%의 섬유, 의류품업이고 기계, 기구가 15.0%, 기타업종이 14.5%, 철물 및 가정용 기구업종이 7%대를 점하고 있다.

또한 소매업의 경우는 음식, 담배업종이 가장 높아 40%이며 다음은 섬유, 의복의 18.3%이고 기타소매업이 10.5%인데 이중 1.9%는 종합도매업이 포함되는 업종이다. 다음은 철물, 가구, 건구소매업의 9.2%, 의약, 화장품이 7.1%, 서적, 문구소매업이 6.6%의 순이다. (〈표 23〉 참조)

1968년에 대비한 91년까지의 점포점유비중의 증감추이를 보면 도매업의 경우 기계 및 장비업종이 6.5%증으로 가장 높고 다음은 철물 및 가정용기구의 5.2%증, 운수, 장비업 종의 2.6%증⁽⁸⁾의 순이다. 비중이 감소한 업종은 농산물 및 음식료품업의 17.4%감, 금

(8) 1986년에 대비한 비율임.

〈표 21〉 규모별 점포추이—종사자 규모별

(단위: 점: %)

		년도	총사업체	4인이하	5인~9인	10인이상
점포수	도매업	1968	13,193	10,594	1966	633
		1986	68,760	48,751	12,858	7,082
		1993	114,444	84,032	20,436	9,976
	소매업	1968	264,110	260,667	3,169	264
		1986	637,762	617,991	13,393	5,740
		1993	758,220	734,619	17,721	5,880
구성비	도매업	1968	100	80.3	14.9	4.8
		1986	100	70.9	18.7	10.3
		1993	100	73.4	17.9	8.7
	소매업	1968	100	98.7	1.2	0.1
		1986	100	96.9	2.1	0.9
		1993	100	96.9	2.3	0.8

〈표 22〉 규모별 점포추이—매장면적별(단위m²%)

(단위: 점: %)

		년도	총사업체	10m ² 미만	10~50	50~100	100 이상
점포수	도매업	1968	13,193	2,012	8,174	1,903	1,104
		1986	68,760	41,373	22,979	2,637	1,771
		1993	114,444	11,331	64,370	19,880	18,863
	소매업	1968	264,100	108,807	149,019	4,603	1,671
		1986	637,762	514,556	116,014	5,045	1,847
		1993	758,220	55,104	609,651	67,467	25,998
구성비	도매업	1968	100%	15.3%	62.0%	14.4%	8.4%
		1986	100%	60.2%	33.4%	3.8%	2.6%
		1993	100%	9.9%	56.2%	17.4%	16.5%
	소매업	93/68		-35.1%	-9.2%	20.4%	97.0%
		1968	100%	41.2%	56.4%	1.7%	1.5%
		1986	100%	80.7%	18.2%	0.8%	0.4%
		1993	100%	7.3%	80.4%	8.9%	3.4%
		93/68		-82.4%	42.5%	410.5%	123.3%

〈표 23〉 업종별 점포추이(도매업) (단위: %)

업 종	점포구성비			점유비변화
	1968	1986	1991	
농산물 및 음식료품	41.5	24.1	24.1	-17.4
섬유 및 의류	19.1	21.4	20.0	0.8
의약품 및 화학제품	6.6	9.1	7.7	1.2
기계 및 장비	8.5	9.8	15.0	6.5
철물 및 가정용기구	2.3	7.2	7.5	5.2
건축재료	3.4	4.3	5.3	1.9
금속 및 광물	9.1	3.3	3.3	-5.8
운수장비	0.0	2.6	2.6	2.6
기타	9.6	18.3	14.5	4.9
합계	100.0	100.0	100.0	

(소매업)

업 종	점포구성비			1991-68
	1968	1986	1991	
음식료품 및 담배소매업	48.9	47.2	40.6	-8.3
섬유, 의복, 신발 및 의복악세사리소매업	20.1	15.9	18.3	-1.8
가구, 철물 및 가정용품	6.1	6.5	9.2	3.1
약, 화장품 및 기타화공약품	6.1	7.5	7.1	1.0
장신구 및 시계소매업	5.8	1.7	2.2	-3.6
종이, 인쇄물 및 문구용품	4	6	6.6	2.6
개인운수장비소매업 및 주유소운영업	1.8	1.3	2.0	0.2
가정용연료소매업	7.1	2.7	1.6	-5.5
달리분류되지 않은 일반소매업 ¹⁾	0	8.8	10.5	1.7
종합소매업	0	1.1	1.9	0.8 *
백화점	0	(0.3)	(0.013)	(-0.29) *
슈퍼마켓	0	(0.8)	(0.3)	(-0.5) *
기타 ²⁾	0	0	(1.6)	(1.6) *
합계	100.0	100.0	100.0	

1) 일반소매업의 기타업종임.

2) 종합소매업의 기타업종임.

* 1986년에 대비한 것임.

속 및 광물업의 5.8%감이다.

소매업의 경우에는 가구, 건구업의 3.1%증이 가장 높으며 다음은 서적, 문구, 소매업의 2.6%증, 의약화장품업의 1.0%증, 연료소매업의 0.2%증의 순이며 비중이 감소된 업종은 음식, 담배업종의 8.3%감, 가정용연료의 5.5%감, 기계기구의 3.0%감 및 섬유, 의복의 1.8%감의 순이다.

다음 종합소매업의 경우를 보면 86년에 대비하여 0.8%증인데 이 중 백화점은 0.29%감이고 수퍼마켓은 5%감, 기타분류 불능업태는 비교가 불가능하다. 백화점과 수퍼마켓이 86~91년에 걸쳐 감소한 것은 통계분류상의 수정때문이라 생각된다. 따라서 업태별 통계의 보완, 정밀화가 요청된다.

9) 업태별 추이

1968년에 실시된 도소매업 센서스의 경우 소매업의 대표적 업태인 백화점은 산업분류상 628 각종 상품소매업에 포함되어 62801로 별도집계를 하도록 되어있었으나, 1968년의 경우 각종 소매업만 225점이 조사집계되었을 뿐이고 백화점은 별도로 집계되지 않아서 업태별 분석이 어려웠다. 백화점 및 수퍼마켓 등의 업태별 통계가 조사, 집계되기 시작한 것은 1986년부터이다.

1986년부터 1991년에 걸친 도소매업센서스자료에 의한 종합소매업의 점포추이를 보면 다음과 같다.

1991년의 종합소매업의 업태별 점포비중을 보면 백화점은 0.7% 수퍼마켓이 15.7%, 미분류업종이 83.6%이어서 이로서는 업태별 추이를 파악하기 힘들다. 따라서 1992년 대한상공회의소에 의해 마련된 자료⁽⁹⁾와 보완하여 업태⁽¹⁰⁾별 추이를 살펴보면 표 24 및 표 25와 같다. 도매업의 경우 도매센터는 1991년에 5,647점을 가진 2개업체가 있을 따름이고 도소매업을 겸업하고 있는 영업장인 일반시장은 1,176개소인데 이는 1983년보다 51.9%증이며 정기시장은 686개소로서 1987년에 대비할 때 9.1%감이다 연쇄화사업자는 1990년 현재 174업체가 있다.(<표 24> 참조)

백화점은 91년의 자료에 따라 차이가 있는데 도소매 센서스 자료를 전제로 하면 83년에 대비할 때 1.5배증이고 대형점은 1983년의 50점에서 91년에는 22점으로 56.0%가 감소되었다. 쇼핑센터는 2.7배증이다.(<표 25> 참조)

(9) 대한상공회의소, 한국도소매업체총람, 1992, 개정판 서울, 대한상공회의소, 1992.

(10) 업태의 정의에 대해서는 상계서 pp. 1-2 참조.

〈표 24〉 업태별 추이(1)－도매업

(단위: 점)

연도	도매센터	일반시장	정기시장	연쇄화사업자
1983	—	1,118	—	—
1987	—	1,083	755	—
1988	1	1,099	752	—
1991	2	1,176	686	174(24)*

* 도소매업 센서스 자료임.

〈표 25〉 업태별 추이(2)－소매업

연도	백화점	수퍼마켓	대형점	쇼핑센터
1983	34	—	50	1,556
1986	97	2,133	—	—
1987	78	—	12	—
1988	80	—	17	5,314
1991	86	2,348	22	5,693

자료: 대한상공회의소, 전국도소매업체 총람, 1992.

2. 종사자수의 추이

1) 총 종사자수의 추이

1993년의 도소매업의 총종사자수는 223만 6,391명이며 그중 25.0%인 60만 3,093명은 도매업에, 75%는 소매업에 종사하고 있다. 소매업 중 약 64%인 143만 2,530명은 일반소매업에 종사하고 있고 11.0%인 60만 3,093명은 자동차판매수리업에 종사하고 있다.

1968년 이후 93년까지의 총종사자점유비중의 추이를 보면 도소매 유통산업의 종사자는 53만 8,412명이 늘어 약 2배의 규모로 확대되고 있다. 그 중 도매업은 14%증, 소매업은 14%감의 추이를 나타내고 있는데 이는 도매업의 대형화와 확대추이에 따른 고용의 흡인경향을 시사하는 반면 소매업은 대형점의 발달에 따른 고용흡인의 상대적정체를 반영하는 것이라 유추할 수 있다.(〈표 26〉 참조)

2) 1점당 종사자수의 추이

(가) 총괄적 추이

1991년의 경우 1점당 평균종사자 수는 도매업은 5.0인, 소매업은 2.7인이다. 1986년에 대비할 때 도매업은 증감이 없고 소매업은 0.8인 증이다.(〈표 27〉 참조)

〈표 26〉 총종사자수의 추이

(단위: 인)

	1968	1986	1993	점유비면화(68-93)
도 매	10.8	21.8	25.0	14.2
소 매	89.2	78.2	75.0	-14.2
합 계	761803 100.0	2373795 100.0	2236391 100.0	

〈표 27〉 1점당 종사자수

(단위: 인)

년 도	1986	1991	증감(91-68)
도 매	5.0	5.0	-
소 매	1.9	2.7	0.8
합 계	3.5	3.9	0.4

(나) 업종별 추이

점포규모를 반영하는 1점당 종사자 수를 업종별로 보면 1991년의 도매업의 경우 규모가 가장 큰 업종은 의약·화학제품업의 6.8인, 다음이 운수장비업의 6.4인, 금속광물재료업의 5.6인, 농산물 음식품업의 5.1인, 기계기구업의 4.9인, 건축재료업의 4.8인, 철물가구업의 4.5인, 섬유·의복업의 5인의 순이어서 섬유의복업종의 규모가 가장 작다.

소매업의 경우는 자동차보급으로 인해 개인운수장비 및 주유소업종의 규모가 가장 커 4.3인이며 다음이 가정용 연료업으로서 2.9인이며 종이·인쇄물·문구용품업종이 2.7인이고 가구·철물업의 2.4인의 순이다. 1인 수준의 규모를 가진 업종은 의약·화장품(1.8인), 섬유·의복업, 장신구 및 시계업(각 1.7인), 음식료품 및 담배업이 1.6인으로서 가장 적다. 91년의 종합도매업은 1점당 6.1인이다.

1968년에 대비할 때 도매업종중 종사자수 규모가 가장 확대된 업종은 운수장비의 6.4인증, 농산물·음식료품업의 2.0인증, 금속·광물의 0.3인 증이다. 감소된 업종은 0.2인감의 의약품·화장품업, 0.5인감의 철물 및 가정용기기업, 0.9인감의 건축재료업, 1.0인감의 기계 및 장비업의 순이고 규모가 가장 축소되어 더욱 영세성이 강해진 업종은 섬유·의복업종이다.

소매업의 경우 규모가 확대된 업종은 2.9인증의 가정용연료업 및 2.5인증의 개인운수장비 및 주유소업, 1.6인증의 종이·인쇄물 및 문구용품업이며 섬유·의복업도 0.9인증,

가구, 철물 및 가정용품업도 0.8인증이다. 반면 의약, 화장품업종은 0.9인감, 장신구 및 시계업종은 0.3인감, 음식료 담배업종은 2.4인 감이다.

이에서 볼때 자동차관련 소비를 반영하는 업종은 규모확대 경향이 있는 반면 선매품, 편의품업종은 규모감축경향이 엿보인다. (〈표 28〉 참고)

3) 성별 및 취업형태별 추이

(가) 성별추이

93년의 성별취업비중을 보면 도매업의 경우 남자의 비중은 68.3%이고 여자의 그것은

〈표 28〉 업종별 1점당 종사원 수의 추이

	(도매업)	(단위: 인)		
	1968	1991	평균대비(%)	비중증감(1991~68)
농산물 및 음식료품	3.1	5.1	103.0	2.0
섬유 및 의류	4.0	2.5	50.9	-1.5
의약품 및 화학제품	7.1	6.8	137.3	-0.2
기계 및 장비	5.9	4.9	98.7	-1.0
철물 및 가정용기구	4.9	4.5	89.3	-0.5
건축재료	5.7	4.8	95.5	-0.9
금속 및 광물	5.3	5.6	112.8	0.3
운수장비	-	6.4	129.0	6.4
달리 분류되지 않는 도매업	3.7	4.6	91.6	0.9
평균	5.0	5.0	100.0	

	(소매업)		
음식료품 및 담배소매업	4.0	1.6	58.4
섬유, 의복, 신발 및 의복약재	0.8	1.7	62.9
가구, 철물 및 가정용품	1.6	2.4	89.0
약, 화장품 및 기타화공약품	2.7	1.8	65.6
장신구 및 시계	2.0	1.7	62.1
종이, 인쇄물 및 문구용품	1.1	2.7	98.0
개인운수장비 및 주유소운영	1.8	4.3	156.8
가정용연료	-	2.9	107.3
달리 분류되지 않는 일반소매업	-	2.0	74.6
종합소매업	-	6.1	225.4
평균	1.7	2.7	100.0

31.7%이다. 그러나 소매업의 경우에는 남자가 54.5%, 여자가 45.5%이다. 이에서 보면 여성의 취업비중은 도매업보다 소매업의 그것이 13.8%나 높다.

1968년에 대비할 때 도매업에의 남자의 취업비중은 10.2% 감이나 여자의 그것은 반대로 10.2% 증이어서 여자의 취업 확대경향이 있다. 소매업의 경우 남자의 취업비중은 3.2% 감이나 여성의 그것은 반대로 3.2% 증이다. (〈표 29〉 참조)

(나) 취업형태별 추이

취업형태별로 보면 91년 도매업의 경우 자영업주는 25.1%이고 상시 종사자는 68.4%, 임시 및 일고는 4.5%, 무급종사자는 2.1%이다. 소매업의 경우에는 자영업주가 압도적으로 많아 69.1%를 차지하며 상시종사자는 26.4%, 임시 및 일고는 2.5%, 무급 종사자는 1.2%이다.

68년에 대비할 때 도매업의 경우 자영업주와 일고는 각각 7.9%감과 4.8%감이고 상시종업원은 10.6%증이다. 소매업의 경우에도 비슷한 취업동향을 나타내는데 자영업자는 11.9%, 일고는 4.8%감이나 상기 종업원은 13.4%증이다.

이는 취업구조면에서 개인자영업주 중심의 유통구조에서 점차 기업화과정을 밟아 기업 중심으로 전환되는 동향을 시사하는 것이라 할 수 있다. (〈표 30〉 참조)

〈표 29〉 성별취업비중

(단위: 인)

도매업			소매업		
총사자수	남	여	총사자수	남	여
1968	5,405	78.5	21.5	456,862	57.7
1971	61,349	75.1	24.9	581,174	53.9
1982	173,156	68.9	31.1	945,778	50.6
1993	558,880	68.3	31.7	1,677,511	54.5

〈표 30〉 취업형태별 종사자 추이

(도매업) (단위: 인)

	총수	자영업주	상시종사자	일고	무급종사자
1968*	55,405	33.0	57.8	9.3	—
1986	342,552	24.6	62.8	5.2	7.4
1991	522,001	25.1	68.4	4.5	2.1

* 68년의 자료는 도소매업 센서스 71년판에 의하고 비율은 68년판을 기준으로 함.

〈표 30〉 계속
(소매업)

	총수	자영업주	상시종사자	일고	무급종사자
1968*	456.862	81.8	13.0	5.3	—
1986	1,228,289	76.1	19.3	2.2	2.4
1991	1,424,435	69.1	26.4	2.5	1.2

* 68년의 자료는 도소매업센서스 71년판에 의하고 비율은 68년판을 기준으로 함

3. 년간판매액의 추이

1) 총연간판매액의 추이

경상가격으로 본 1991년도의 도소매업의 총연간판매액은 104조 9,025억 1,700만원인데 이 중 50.3%인 52조 7,249억 1,700만원은 도매판매액이며 49.7%인 52조 1,776억원은 소매판매액이다.

1990년을 기준으로 한 실질가격으로 환산하여 보면 1991년의 유통거래액은 95조 865억 500만원이데 이 중 52.5%는 도매거래액이고 49.6%는 소매판매액이다.

경상으로 볼 때 1991년의 유통거래액은 2.5배, 도매거래액은 29.7배, 소매거래액은 21배 증이다. 실질가격으로 보면 도매판매액은 3.1배, 소매판매액은 1.8배 증이다. 68-91년간의 국내총생산의 증가배율이 2.8배임에 미루어 유통업의 성장추이도 이와 비슷한 패턴을 가지고 있음을 알 수 있다.(〈표 31〉 참조)

2) 지역별 추이

1991년의 경상가격에 따른 지역별 도매판매액 점유비중을 보면 서울이 46.2%로 가장 높고 다음은 부산의 11.3%, 대구의 8.5%, 경남 5.5%, 대전 4.5%, 경기의 4.4%의 순이며 가장 낮은 지역은 0.8%의 제주, 충남의 1.3%, 충북의 1.6%, 전남의 2.0%의 순이다.

소매판매액의 점유비중이 가장 높은 지역은 서울의 32.9%, 다음은 수도권 인접지역인 경기가 11.7%, 다음이 부산의 9.7%, 경남의 7.1%, 대구의 5.7%, 대전의 5.4%, 경북의 5.0%의 순이다. 가장 낮은 지역은 0.3%의 충북이며 다음이 1.3%의 제주이다.

1968년에 대비할 때 도매판매액점유비중이 증대된 지역은 경남의 2.0%증이고 다음이 서울의 1.1%증이며 대구는 82년에 대비하여 3.5%증을 나타내고 있고 대전은 91년에 4.5%의 비중을 점하고 있다. 비중이 증대된 이외의 지역은 경기, 제주, 인천⁽¹¹⁾ 등이다.

〈표 31〉 연간판매액의 추이(1990년 기준)

(단위: 백만원)

년도	경상가격			실질가격		
	도매업	소매업	물가지수		도매업	소매업
			도매	소매		
1968	183.902	243.404	11.6	9.3	15,853.621	26,172,473
1971	417.990	607.958	14.7	13.7	2,843.469	443,760
1976	244.862	3,310.255	36.1	28.4	6,782.997	1,165,828
1979	3,851.343	7,187.050	52.2	42.3	7,378.052	16,990,622
1992	7,086.020	12,655.471	91.4	70.9	7,752.757	17,849,748
1986	2,1843.942	21,673.830	91.7	78.9	23,821.093	2,470,000
1991	52,724.917	52,177.600	104.7	109.3	50,348.536	44,737,969
1991/68	285	213			21.8 30.8 2.2배	182 218

그 이외의 지역은 감소추이를 나타낸 지역인데 감소비중이 가장 높은 지역은 8.9%감의 경북이다. 다음은 전남의 4.4%감, 충남이 3.4%감, 부산의 2.3%감이다.

소매판매액비중이 증대한 지역은 경기의 3.8%증, 경남의 2.6%증이 현저한데 대전은 91년에 5.4%증을 기록하였으나, 인천은 1982년에 대비하여 1.2%증이다. 제주, 광주, 대구, 부산 등은 1%대 이하의 증가추이를 나타내어 안정세를 나타내고 있다. 강원, 전북, 충북, 충남, 전남, 서울 및 경북 등의 지역은 감소추이를 나타내는데 그 바중이 가장 높은 지역은 경북의 10.1% 감이며 다음은 서울의 7.0%감이다. (〈표 32〉 참고)

3) 업종별 추이

1991년의 업종별 도매판매액 점유비율을 보면 농산물 및 음식료품업의 비중이 가장 높아 27.9%이고 다음은 의약품 및 화학제품업의 18.5%, 기계 및 장비업의 13.4%의 순이며 가장 비중이 낮은 업종은 3.7%의 운송장비업이고 10%대 미만의 비중을 가진 업종은 건축재료업 4.3%, 섬유, 의복, 장신구업의 5.3%, 철물, 가구업 5.7%, 금속, 광물재료업 9.7%의 순이다.

소매업의 경우를 보면 음식료 및 담배판매업의 점유비중이 가장 높아 20.6%이며 다음

(11) 1982년에 대비한 것임

〈표 32〉 지역별 연간판매액 추이-점유비 변화

(단위: %)

전국	도매업			소매업		
	1968	1991	점유비변화	1968	1991	점유비변화
서울	45.1	46.2	1.1	39.9	32.9	-7.0
부산	13.6	11.3	-2.3	9.5	9.7	0.2
대구	5.0 ¹⁾	8.5	3.5	5.4 ²⁾	5.7	0.3
인천	2.2 ¹⁾	2.3	0.1	2.6 ²⁾	3.8	1.2
광주	4.4 ²⁾	2.8	-1.6	3.0 ³⁾	3.5	0.5
대전	—	4.5	—	—	5.4	—
경기	4.2	4.4	0.2	7.9	11.7	3.8
강원	4.3	2.5	-1.8	3.7	3.2	-0.5
충북	1.7	1.6	-0.1	2.4	2.7	0.3
충남	4.7	1.3	-3.4	6.1	3.3	-2.8
전북	4.6	3.3	-1.3	4.4	3.1	-1.3
전남	6.4	2.0	-4.4	6.7	3.8	-2.9
경북	11.9	3.0	-8.9	15.1	5.0	-10.1
경남	3.5	5.5	2.0	4.5	7.1	2.6
제주	0.6	0.8	0.2	0.8	1.3	0.5

1) 1982년도 수치임.

2) 1986년도 수치임.

은 개인운수장비, 주유소업의 15.4%, 가구, 철물, 가정용품업의 13.6%, 섬유, 의복, 장신구업이 13.0%, 종합소매업이 12.8%의 순이어서 10%대 이상을 차지하고 있다. 가장 낮은 업종은 장신구 및 시계업의 2.0%이며 다음은 종이, 인쇄물 및 문구용품업의 4.2%, 가정용연료 4.4%, 약품, 화장품, 기타 화공약품업이 5.5%이다.

1968년에 대비하여 도매판매액 점유비중이 증대한 업종은 8.4%증의 금속·광물재료업, 4.4%증의 의약품 및 화학제품업과 3.7%증의 운송장비업이다. 이에 반해 도매판매액의 점유비중이 감소한 업종은 8.3%감의 의류·섬유업, 5.7%감의 철물 및 가정용 기구업, 3.7%감의 농산물 및 음식료품업, 2.3%감의 건축재료업이다. 소매업의 경우를 보면 개인운수장비, 주유소업이 12.4%증으로서 비중의 증가폭이 가장 크며 다음은 6.1%증의 가구, 철물 및 가정용품업, 4.4%증의 가정용연료업, 1.4%증의 종이인쇄물 및 문구용품업의 순이다. 비중의 감소폭이 가장 큰 업종은 음식료 및 담배소매업의 13.2%감, 다음은 섬유, 의복, 신발, 악세사리업의 12.7%감이며 장신구 및 시계업(6.6%감),

〈표 33〉 지역별 연간판매액추이

(단위: 백만원: %)

도매업	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991	1992	1992	1993	93-68
총매출액	183,902	417,990	2,448,662	3,851,343	7,086,020	21,843,942	52,724,917	56,024,816	56,024,816	65,171,662	
서울	45.1	29.7	59.3	48.1	43.7	39.9	46.2	46.2	42.4	42.4	-2.7
부산	13.6	10.5	11.8	13.9	14.3	16.5	11.3	11.3	13.4	13.4	-0.2
대구	0	0	0	0	5	8.6	8.5	8.5	2.7	7.9	2.9
인천	0	0	0	0	2.2	2.6	2.3	2.3	7.9	2.8	0.6
광주	0	0	0	0	0	4.4	2.8	2.8	3.6	3.7	0.7
대전	0	0	0	0	0	0	4.5	4.5	4.2	4.1	0.4
경기	4.2	4.9	4.4	5.9	4.9	4.4	4.4	4.4	6.1	6.2	2.0
강원	4.3	3	2.2	2.3	4	3	2.5	2.5	2.2	2.3	-2.0
충북	1.7	3.8	1.8	2.1	1.4	1.6	1.6	1.6	1.9	1.9	0.2
충남	4.7	8.6	4.8	4.7	6	5.7	1.3	1.3	1.2	1.3	-3.4
전북	4.6	5.2	3.2	2.6	2.6	3.2	3.3	3.3	2.8	2.8	-1.8
전남	6.4	6.9	5.6	6.1	9.2	1.8	2.0	2.0	2.3	2.3	-4.1
경북	11.9	21.7	6.6	9.8	3.3	3.2	3.0	3.0	2.9	2.9	-9.0
경남	3.5	5.6	3.3	4.5	4.4	4.6	5.5	5.5	5.3	5.2	1.7
제주	0.6	0.7	0.8	0.5	1.1	0.7	0.8	0.8	1.0	0.9	0.3
	101	101	104	101	102	100	100	100	100	100	

2) 1982년도 수치임

3) 1986년도 수치임

소매업	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991	1992	1992	1993	93-68
총매출액	243,404	607,958	3,310,255	7,187,050	12,655,471	21,673,830	52,177,600	53,624,564	53,624,564	57,026,820	
서울	39.9	35	38.4	30.8	41	34.9	32.9	34.0	34.0	33.7	-6.2
부산	9.5	10.9	10.6	10.9	8.8	8.7	9.7	9.1	9.1	9.1	-0.4
대구	0	0	0	0	5.4	5.7	5.7	6.1	6.1	6.2	0.8
인천	0	0	0	0	2.6	4.3	3.8	4.4	4.4	4.5	1.9
광주	0	0	0	0	0	3	3.5	2.5	2.5	2.4	-0.6
대전	0	0	0	0	0	0	3.0	2.9	2.9	2.8	-0.2
경기	7.9	9.2	9.2	13.1	7.6	10.2	11.7	10.9	10.9	11.0	3.1
강원	3.7	4	3.6	4.3	3.1	3.9	3.2	3.1	3.1	3.1	-0.6
충북	2.4	3.5	2.8	3.4	2.6	2.6	2.7	3.0	3.0	3.0	0.6

〈표 33〉 계속

소매업	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991	1992	1993	93/68
충남	6.1	5.6	6	6.6	6.4	6.2	3.3	3.4	3.4	-2.7
전북	4.4	6.1	4.2	4.8	3.7	3.8	3.1	3.1	3.3	-1.1
전남	6.7	7.4	6.4	6.7	7.2	3.6	3.8	4.2	4.0	-2.7
경북	15.1	13.3	9.7	13.2	5.3	5.1	5.0	4.9	4.9	-9.9
경남	4.5	4.9	9	6.3	6.4	6.7	7.1	7.1	7.0	2.5
제주	0.8	0.7	1.3	1.1	1	1.2	1.3	1.5	1.4	0.6
	101	101	101	101	101	100	100	100	100	

약, 화장품 및 기타화공약품업(1.2%감)이 감소추이를 나타내고 있다.(〈표 34〉 참조)

4) 규모별 추이

종업원 규모에 따른 연간판매액의 점유비중을 보면 1991년의 도매업의 경우 10인 이상의 대규모점의 점유비중이 가장 높아 56.4%이고 다음이 4인 이하의 소규모의 23.1%이고 5~9인 규모의 중규모의 비중이 가장 낮아 20.4%이다.

소매업의 경우를 보면 4인 이하의 규모가 56.4%, 10인이상 규모가 30.7%, 5~9인의 중규모가 가장 적어 12.8%이다.

1968년에 대비할 때 도매업의 경우 대규모인 10인 이상 규모는 15.5%증이고 소규모인 4인 이하 규모는 14.7%감, 중규모인 5~9인 규모는 0.9%감이어서 도매 판매액의 대규모점 집중현상이 엿보인다. 소매업의 경우 4인 이하의 소규모의 점유비중이 18.6%가 증가되고, 대규모는 10.2%감이고 중규모도 8.5%감이어서 도매업과는 달리 소규모점 집중현상이 있다.(〈표 35〉 참조)

4. 판매효율의 추이

1) 평균판매효율의 추이

(가) 1점당 판매액에 따른 추이

경상가격에 의한 1993년의 도매업의 1점당 판매액은 5억 6,946만원이고 소매업의 그 것은 7,520만원이다 자동차판매 및 수리업은 4억 5,260만원⁽¹²⁾이다. 1990년을 기준으로 한 실질가격으로 환산한 93년의 도매의 1점당 판매액은 5억 2,731만원이고 소매업의 금액은 6,179만원이다. 1968년에 대비할 때 93년의 도매업의 1점당 판매액은 4.1배증,

(12) 이는 1992년부터 분리, 집계되고 있다.

〈표 34〉 업종별 연간 판매액 추이
(도매업)

	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991	1991/68
농산물 및 음식료품	31.6	35.7	29.6	35.3	37.0	28.8	27.9	-3.7
섬유 및 의류	13.6	18.6	9.8	10.5	12.0	8.3	5.3	-8.3
의약품 및 화학제품	14.2	6.9	10.0	20.9	21.9	24.5	18.5	4.4
기계 및 장비	16.8	11.9	4.5	6.8	7.5	7.8	13.4	-3.5
철물 및 가정용기구	11.4	3.7	9.9	8.7	7.1	6.9	5.7	-5.7
건축재료	6.6	16.5	12.2	5.8	4.0	5.3	4.3	-2.3
금속 및 광물	1.3	2.9	2.7	3.5	1.8	6.8	9.7	8.4
운수장비	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	3.7	3.7 ¹⁾
기 타	4.4	3.8	21.3	8.6	8.8	7.4	11.5	7.0

(소매업)

	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991	1991/68
음식료 및 담배소매업	33.8	37.3	37.6	36.3	27.7	28.2	20.6	-13.2
섬유, 의복, 신발 및 악세사리	25.7	22.7	14.6	18.7	13.8	10.9	13.0	-12.7
가구, 철물 및 가정용품	7.5	7	6.6	12.2	9	11.8	13.6	6.1
약, 화장품 및 기타화공약품	6.7	6.5	8.5	6.2	6.7	7.2	5.5	-1.2
장신구 및 시계	8.6	10.2	2.3	3.4	0	1.5	2.0	-6.6
종이인쇄물 및 문구용품	2.8	2.7	2.3	3	4.2	4.3	4.2	1.4
개인운수장비, 주유소	3	4.4	11.3	9.1	19.2 [*]	17.9	15.4	12.4
가정용연료	0	0	0	0	0	0	4.4	4.4
기타일반소매업	11.9	9.3	13.4	9.8	11.7	7	8.5	-3.4
종합소매업	0	0	3.4	1.4	7.7	11.2	12.8	9.4 ²⁾
백화점	0	0	0	0	0	(4.3)	(7.2)	2.9
수퍼마켓	0	0	0	0	0	(4.1)	(3.4)	-0.7
기타분류되지않은 종합소매업	0	0	0	0	0	(2.7)	(2.2)	-0.5

1) 운수장비업은 86년 대비임

2) 종합소매업은 76년 대비임

소매업의 그것은 8.4배 증이다. (〈표 36, 37〉 참조)

(나) 1인당 판매액에 따른 추이

경상가격으로 본 1993년의 유통업의 1인당 판매액은 도매업의 경우 1억 1,661만원이고 소매업은 3,981만원, 자동차판매 수리업은 9,885만원이다.

〈표 35〉 종사자 규모별 연간판매액 추이

	년도	총판매액	4인 이하	5~9명	10명 이상	계
도 매 업	1968	183902	37.8	21.3	40.9	100
	1971	417990	45.2	25.2	29.5	100
	1976	2448662	30.4	21.9	47.8	100
	1979	3851343	25.4	23.1	51.5	100
	1982	7086050	30	22	47.9	100
	1986	21843942	20.6	22.4	57	100
	1991	51714297	23.1	20.4	56.4	100
	1991~68		-14.7	-0.9	15.5	
	년도	총판매액	4인 이하	5~9명	10명 이상	계
소 매 업	1968	183902	37.8	21.3	40.9	100
	1968	243404	89.3	6	4.8	100
	1971	607958	91.5	5.6	2.9	100
	1976	3310256	83.3	8.2	8.5	100
	1979	7187050	79.7	10.3	9.9	100
	1982	12655472			0	
	1986	21673830	62.6	14.7	22.6	100
	1991	52177600	56.4	12.8	30.7	100
	1991~68		18.6	-8.5	-10.2	

〈표 36〉 판매효율의 추이

경상 실질(90=100) (단위: 100만원)

	년도	도매	소매	도매	소매
1점당 판매액	1968	13.90	0.90	119.83	9.68
	1986	317.70	36.90	346.46	46.77
	1993	569.46	75.20	527.31	61.79
	1993~68	40.97	83.56	4.40	6.39
1인당 판매액	1968	3.30	0.50	28.45	5.38
	1986	63.80	17.70	69.57	22.43
	1993	116.61	39.81	107.97	32.71
	1993~68	35.34	79.62	3.80	6.08

1968년에 대비할 때 도매업과 소매업의 판매생산성은 물가상승분을 감안하더라도 꾸준한 신장세를 나타내고 있는데 이는 유통업의 경영개선이 이루어지고 있음을 시사하는 것

〈표 37〉 1점당 판매액에 의한 판매효율의 추이

(단위: 백만원)

년도	도매업	소매업	자동차판매수리업
1968	13.9	0.9	
1971	25.4	1.9	
1976	120.9	8.4	
1979	161.6	17.0	
1982	155.5	23.3	
1986	317.7	34.0	
1988	429.3	43.1	
1989	485.2	49.5	
1990	549.7	57.9	
1991	465.5	72.8	
1992	496.7	72.7	390.9
1993	569.5	75.2	452.6
1993/68	40.6	83.6	

이다. 68년에 대비하여 도매업은 34.1배, 소매업은 73.7배나 증대되고 있다. (〈그림 1〉 참조)

2) 규모별 추이

경상가격에 따른 1993년의 도매업의 규모별, 1점당 판매액을 보면 10인 이상 규모는 35억 4,320만원, 4인 이하 규모는 1억 8,510만원이어서 양자의 규모격차는 33억 5,810만원이다. 68년에 대비해 보면 모든 규모마다 판매효율이 높아지고 있는데 가장 크게 생산성이 향상된 규모는 35.5% 포인트가 늘어난 5-9인 규모이며 가장 낮은 규모는 28.6% 포인트가 늘어난 4인 이하 규모이다.

소매업의 경우를 보면 10인 이상 규모는 35억 4,315만5천원이며, 4인 이하 규모는 이의 52.2% 수준인 1,843만 8천원이다.

1968년에 대비할 때 중규모(5-9인)의 효율의 증대가 가장 높아서 약 15배 증이며 대규모인 10인 이상 규모는 7배증이다. (〈표 39〉 참조)

3) 업종별 추이

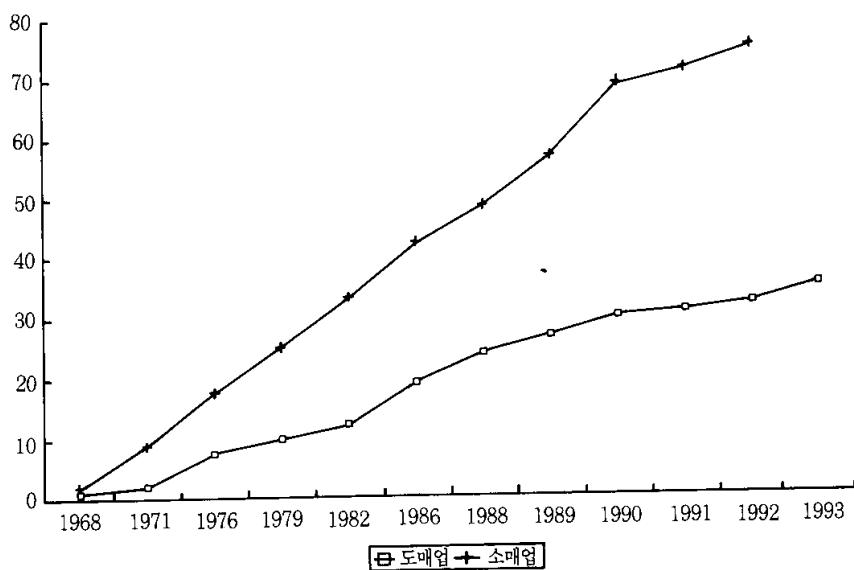
(가) 1점당 판매액에 따른 추이

경상가격으로 본 1991년의 도매업의 1점당 평균은 6억 2,660만원이다. 이를 웃도는 비율이 가장 높은 업종은 운송장비업인데 1점당 판매액은 17억 2,140만원으로서 평균을

〈표 38〉 1인당 판매액의 추이

(단위: 100만원)

년도	1인당 판매액			93/68매비		
	도매	소매	자동차	소매업	소매업	자동차
1968	3.32	0.53		1.00	1.00	
1971	6.81	1.05		2.05	1.96	
1976	26.14	4.77		7.87	8.96	
1979	33.03	9.39		9.95	17.63	
1982	40.92	13.38		12.33	25.12	
1986	63.77	17.75		19.21	33.31	
1988	79.72	22.55		19.21	42.33	
1989	88.51	25.84		26.67	48.51	
1990	99.14	30.23		29.84	56.74	
1991	101.01	36.63		30.43	68.75	
1992	105.82	37.71	94.77	31.88	70.77	1.00
1993	116.61	39.81	98.85	35.12	75.1	1.04



〈그림 1〉 1인당 판매액의 추이

17배나 웃돌고 있다. 다음은 30%대를 웃도는 의약품 및 화학제품(8억 3,890만원)과 금속도매업(8억 2,840만원)의 순이다.

나머지 업종은 모두 평균을 밑돌고 있는데 그 비율이 가장 낮은 업종은 31.6%수준의 섬유 및 의류업이고 다음은 58.0% 수준인 철물 및 가정용기구업, 64.9% 수준의 기계업, 71.4% 수준의 건축재료업, 93.1% 수준의 농산물 및 음식료품업의 순이다.

1968년에 대비할 때 점포당 생산성이 가장 향상된 업종은 금속업으로서 414배이고 다음은 농산품 및 음식품업, 의약품, 화학제품업, 섬유 및 의류업, 건축재료업, 기계업, 철물 및 가정용기기의 순이다.

소매업의 경우를 보면 1991년의 업종별 1점당 평균판매액은 1억 3,020만원인데 이를 웃도는 비율이 가장 높은 업태는 백화점으로서 1점당 판매액은 419억 380만원으로서 평균을 32배나 웃돌고 있다. 다음은 수퍼마켓인데 평균을 약 5배 웃도는 7억 6,320만원이다. 개인운수장비업은 약 4배를 웃도는 5억 4,990만원이다. 평균을 가장 많이 밀도는 업종은 평균의 20%수준인 음식료 및 담배업이고 30%대의 수준을 유지하는 업종은 30%준인 종이, 인쇄물 및 문구업의 4,680만원, 39.8%수준의 섬유, 의복, 장신구업의 5,180만원, 43.6% 수준의 의약 화장품 및 기타화공약품업의 5,680만원, 50.7% 수준의 장신구 및 시계업의 6,600만원의 순이다.

1968년에 대비할 때 개인운수장비업이 37배로 점포당생산성이 높아졌고 다음은 11배 증의 종이인쇄물 및 문구용품업, 약 10배 증의 섬유, 의복 및 신발업종의 순이며 나머지 업종은 모두 증가폭이 1배 이내이다. 업태소매업인 백화점과 수퍼마켓은 1986년에 대비할 때 4.3배와 1.8배가 늘고 있다.(<표 40> 참조)

(나) 1인당 판매액에 따른 추이

경상가격으로 본 1991년의 도매업의 1인당 판매액은 평균하여 1억 1,590만원인데 이를 웃도는 비율이 가장 큰 업종은 1.3배가 되는 운송장비업의 2억 6천 790만원이고 다음은 27.1%가 높은 금속업의 1억 4,740만원, 5%가 많은 의약품 및 화학제품업의 1억 2,260만원이다. 나머지 업종은 모두 평균을 밀돌고 있는데 가장 낮은 업종은 47.4%의 수준인 기타 도매업의 5,500만원이다.

1968년에 대비할 때 금속도매업의 생산성 신장을이 가장 높아 368.5배 증이고 다음은 33.4배증의 농산물 및 음식료품, 32.5배증의 섬유 및 의류, 29배 증의 의약품 및 화학제품업의 순이다. 가장 낮은 업종은 5.9배증의 철물 및 가정용기구이고 그 다음이 18배 증의 기계 및 장비업이다.⁽¹³⁾

(13) 2.7배증의 운수장비업은 86년 이후부터 분류·조사되었으므로 제외하였다.

〈표 39〉 규모별 판매효율의 추이—1점당 판매액

(단위: 100만원)

	년도	4인 이하	5~9인	10인 이상	계
도매업	1968	6.5	19.7	116.5	13.7
	1986	92.4	379.4	1,732.7	317.7
	1993	185.1	698.4	3,543.2	569.5
	1993/68	28.6	35.5	30.4	41.6
	평균대비	0.3	1.2	6.2	1.0
	10인이상규모대비	0.1	0.2	1.0	0.2
소매업	1968	0.833	4.752	50.352	0.922
	1986	92.390	233.220	861.200	34.000
	1993	18.438	698.375	3,543.155	569.463
	1993/68	22.192	146.964	70.367	617.907
	평균대비	0.032	1.2	6.2	1.0
	10인이상규모대비	0.005	0.2	1.0	0.2

소매업의 경우를 보면 91년이 업종별 1인당 판매액 평균은 5,900만원인데 이를 크게 웃도는 업종은 개인운수장비업의 2.2배, 종합 소매업의 1.3배, 가정용 연료업의 1.15배이다. 가장 낮은 업종은 종이, 인쇄물 및 문구용품의 29.7%의 수준이며 다음은 39.3% 수준의 음식료 및 담배업종이며 50%대이상의 수준을 가진 업종은 약품, 화장품업종, 섬유, 의복, 신발, 악세서리 업종이다.

1968년에 대비하여 증가추이를 나타내는 업종은 161배 증의 개인운수장비, 주유소업, 63배증의 기구철물 및 가정용품업, 58배증의 음식료 및 담배업, 56배증의 장신구 및 시계업, 종이, 인쇄물 및 문구용품은 44%대의 신장을 하였으며 86년에 대비한 종합소매업의 증가배율은 약 1.7배이다.(〈표 41〉 참고)

5. 유통우회비율의 추이

경상으로 본 1994년의 유통우회비율, 즉 도소매판매익비율(W/R)은 0.78이다. 이의 추이를 보면 1968년에는 0.76이었다가 1971년에는 0.69 수준으로 낮아진 다음 1976년에는 68년 수준과 비슷한 0.74가 되었다가 1979년과 1982년에는 각각 0.54와 0.56 수준으로 현저히 줄어든 다음 1986년에는 1.01이 되어 증대추이를 나타내어 1986년 이후 1991년 까지 1%대를 넘어선 다음 다시 낮아지는 추이를 나타내고 있다.(〈표 42〉 참조)

〈표 40〉 판매효율의 추이—점당판매액
(도매업)

	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991	91-68
농산물 및 음식료품	10.5	22.9	102.0	195.8	252.3	380.0	583.0	55.8
섬유 및 의류	9.8	17.7	121.1	78.8	62.9	122.8	198.3	20.3
의약품 및 화학제품	29.6	41.5	117.2	360.0	422.8	855.6	838.9	28.3
기계 및 장비	27.3	33.7	66.3	102.6	129.3	255.2	406.9	14.9
철물 및 가정용기구	68.3	41.1	409.2	318.5	384.5	303.2	363.6	5.3
건축재료	27.2	112.9	232.8	247.0	181.7	393.5	447.6	16.5
금속 및 광물	2.0	23.5	95.3	92.5	46.6	663.6	828.4	414.0
운수장비	—	—	—	—	—	507.4	1,721.4	—
기 타	6.4	8.6	107.6	92.4	74.8	128.7	251.0	39.5
평 균	22.6	37.7	156.4	185.9	194.4	401.1	626.6	27.7

(소매업)

	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991	91-68
음식료품 및 담배소매업	1.6	3.5	20.7	34.3	36.1	20.1	36.9	35.3
섬유, 의복, 신발 및 장신구	0.5	0.9	2.4	6.1	7.3	23.1	51.8	51.3
가구, 철물 및 가정용품	1.1	2.5	11.3	43.8	44.3	53	107.5	106.4
약, 화장품 및 기타화공약품	1.5	2.7	19.6	24	29.1	40	56.8	55.3
장신구 및 시계	1.4	3.5	10.2	22.5	—	30.9	66	64.6
종이, 인쇄물 및 문구용품	0.4	1	5.2	8.8	23.3	22	46.8	46.4
개인운수장비 및 주유소운영	1.5	3.9	19.3	58.3	94.6	448.7	549.9	548.4
가정용연료	—	—	—	—	—	—	197.6	—
달리분류되지 않은 일반			680.7	936.9	496	26.7	58.9	—
종합소매업	—	—	—	—	—	330	483.9	—
백화점	—	—	—	—	—	9,699.9	41,903.8	—
수퍼마켓	—	—	—	—	—	420.9	763.2	—
달리분류되지 않는 종합소매업	—	—	—	—	—	115.2	92.6	—
평균	1.1	2.6	96.2	141.8	104.4	73.8	130.2	66.3

이에서 볼 때 한국의 유통우회비율은 60년대 말부터 70년대 말까지 감소경향을 보이다가 80년대 이후 90년대까지 도매거래의 신장을 반영하여 유통우회비율이 높아졌다가 90년대 이후부터 다시 낮아져 92년 이후로는 다시 68년의 수준과 비슷한 수준에서 안정화되는 추이를 나타내고 있다. (〈그림 2〉와 〈표 42, 43〉 참조)

〈표 41〉 판매효율의 추이—1인당 판매액

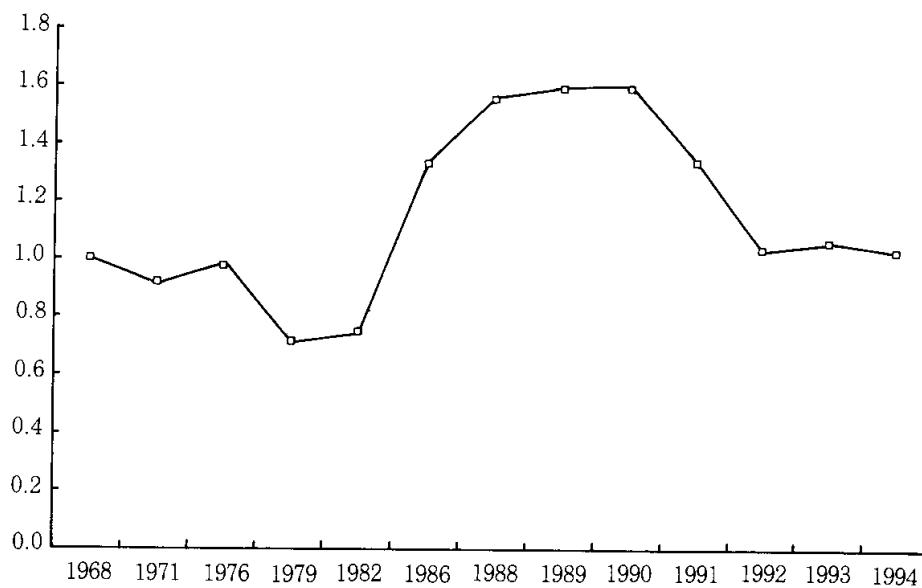
(도매업)

	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991
농산물 및 음식료품	3.4	7.2	26.4	35.3	49.8	65.2	113.7
섬유 및 의류	2.4	6.4	30.0	25.9	28.8	46.7	78.2
의약품 및 화학제품	4.2	6.4	12.4	42.3	57.1	95.4	122.6
기계 및 장비	4.6	9.5	14.4	20.8	35.2	51.0	82.8
철물 및 가정용기구	13.8	8.8	80.6	59.3	107.0	62.5	81.7
건축재료	4.8	25.4	53.7	43.0	43.6	73.4	94.1
금속 및 광물	0.4	3.3	21.3	17.8	10.9	111.2	147.4
운수장비	—	—	—	—	—	97.9	267.9
기타	1.7	2.5	27.0	26.4	23.9	29.4	55.0
평균	4.4	8.7	33.2	33.8	44.5	70.3	115.9

(소매업)

	1968	1971	1976	1979	1982	1986	1991
음식료품 및 담배소매업	0.1	0.9	3.9	7.1	9.1	12.4	23.2
섬유, 의복, 신발 및 의복악세사리	0.6	1.0	4.4	9.9	11.4	14	30.3
가구, 철물 및 가정용품	0.7	1.5	5.8	23.2	19.5	23.1	44.3
약, 화장품 및 기타화공약품	0.6	1.2	19.2	20.9		18.7	31.8
장신구 및 시계	0.7	1.7	2.4	4.1		17.7	39
종이, 인쇄물 및 문구용품	0.4	0.7	3.1	6.5	8.8	8.2	17.5
개인운수장비 및 주유소운영	0.8	1.8	10.0	24	47	120.1	128.7
가정용연료						67.6	
달리분류되지 않은 일반소매업	0.9	1.3	4.1	9.1	9	13.6	29
종합소매업	—	—	13.14	19	39.1	47.5	78.8
백화점	—	—	—	—	—	44.7	110.7
수퍼마켓	—	—	—	—	—	56.8	76.5
달리분류되지 않은 종합소매업	—	—	—	—	—	41.5	41.1
평균	0.6	1.3	7.4	13.8	20.5	28.5	59

1) 온 86년 대비임.



〈그림 2〉 流通迂迴比率의 추이

〈표 42〉 유통우회비율의 추이

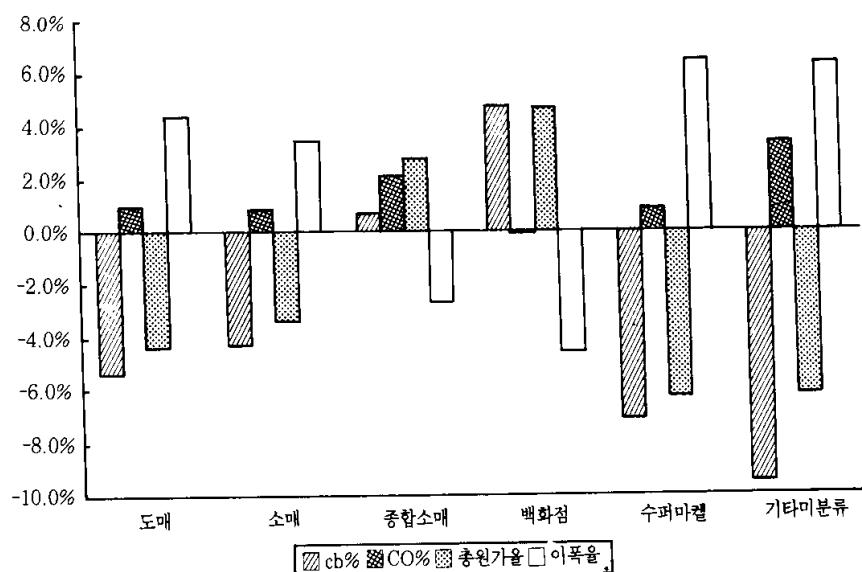
년도	도매업	소매업+자동차	비율	배율	
1968	183,902	243,404	0.76	1.0	-24.4
1971	417,990	607,958	0.69	0.9	-31.2
1976	244,862	3,310,255	0.74	1.0	-26.0
1979	3,851,343	7,187,050	0.54	0.7	-46.4
1982	7,086,020	12,655,471	0.56	0.7	-44.0
1986	21,843,942	21,673,830	1.01	1.3	0.8
1988	34,208,617	29,036,486	1.18	1.6	17.8
1989	41,226,611	34,207,327	1.21	1.6	20.5
1990	49,816,194	41,108,049	1.21	1.6	21.2
1991	52,714,917	52,177,600	1.01	1.3	1.0
1992	56,024,816	71,785,519	0.78	1.0	-22.0
1993	65,171,662	81,243,521	0.80	1.1	-19.8
1994	73,428,181	94,288,632	0.78	1.0	-22.1

6. 경영내용의 추이

그러면 한국의 유통산업의 경영실태는 어떠한가. 1991년을 전제로 한 도매업의 총원가율

〈표 43〉 유통우침이율-경상과 실질의 대비
유통우회비율의 추이

년도	경상	배율	실질 ('90=100)	배율
1968	0.76	1.00	0.61	1.00
1971	0.69	0.91	0.64	1.06
1976	0.74	0.98	0.58	0.96
1979	0.54	0.71	0.43	0.72
1982	0.56	0.74	0.43	0.72
1986	1.01	1.33	0.87	1.43
1988	1.18	1.56	1.08	1.79
1989	1.21	1.60	1.16	1.91
1990	1.21	1.60	1.21	2.00
1991	1.01	1.34	1.05	1.74
1992	1.04	1.38	1.13	1.87
1993	1.14	1.51	1.29	2.13



〈그림 3〉 경영내용의 추이

은 81.5%이고 소매업은 77.8%(종합소매업은 86.7%, 백화점 83.0%, 수퍼마켓 81.4%) 이어서 소매업이 3.7%포인트 낮다. 또한 이폭율은 도매업이 18.5%, 소매업이 22.2%(종

〈표 44〉 경영내용의 추이(1991년 기준)

	원가율(%)	이폭율(%)	총원가율(%)	이폭율(%)
도 매	73.5	8.0	81.5	18.5
소 매	68.4	9.4	77.8	22.2
종합소매	74.7	12.0	86.7	13.3
백화점	68.5	14.5	83.0	17.0
수퍼마켓	71.9	9.4	81.4	18.6
기타미분류	73.1	7.7	80.8	19.2
91/86				
도 매	-5.4	1.0	-4.4	4.4
소 매	-4.3	0.9	-3.4	3.4
종합소매	0.7	2.1	2.7	-2.7
백화점	4.7	-0.1	4.6	-4.6
수퍼마켓	-7.2	0.8	-6.4	6.4
기타미분류	-9.5	3.3	-6.2	6.2

합소매업 13.3%, 백화점 17.0%, 수퍼마켓 18.6%)이어서 3.7%포인트가 높다.

1968년에 대비할 때 도매업의 총원가율은 4.4%감이며 소매업은 3.4%감(종합소매업은 2.7%증, 백화점은 4.6%증, 수퍼마켓은 6.4%감)이다. 또한 이폭율의 경우 도매업은 4.4%증, 소매업은 3.4%증(종합소매업은 2.7%감, 백화점은 4.6%감, 수퍼마켓은 6.4%증)이어서 수익력이 개선되고 있다. (〈그림 3〉, 〈표 42〉 참조)

전체도매업에 비해 업태소매업의 이폭율의 감소는 규모의 이익의 실현에 의한 대형화의 결과가 아니므로 보다 정밀한 분석이 필요하다

참 고 문 현

- [1] Anderson P.F., (1983), "Marketing, Scientific Progress, and Scientific Method," Vol. 47. No. 4.
- [2] Bagozzi, R.P. (1983), "Toward a Formal Theory of Marketing Exchange," in Ferrel D.C., S.W. Brown & C.W. Lamb J.R. eds., Conceptual and Theoretical Developments in Marketing, Ill. Chicago, A.M.A..
- [3] Bagozzi, R.P. (1978), T.V. Bonoma. V.V., & G. Azltman (eds.) Organizational Buying Behavior.

- [4] Bauer, R.A. (1958), "Limits of Persuasion," H.B.R., Sept.-Oct.
- [5] Bormann, E.G. (1980), Communication Theory, New York, Holt, Rinehart and Winston.
- [6] Brown, S.W. & R.P. Fisk, (1984), Marketing Theory, Distinguished Contributions, New York, John Wiley & Sons.
- [7] Cutlip, S.M. & A.H. Center, (1978), Effective Public Relations, 5th ed., Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, Inc..
- [8] Day, G.S. & R. Wensley, (1983), "Marketing Theory With a Strategic Orientation," J.O.M., Vol. 47, Fall.
- [9] Eagleton, T. (1983), Literary Theory, Minneapolis, Univ. of Minneapolis.
- [10] Freeman, R.E. & D.L. Reed, (1983), "Stockholders and Stakeholders: A New Perspectives on Corporate Governance," California Management Review, Spring.
- [11] Gouldner, A.W. (1970), The Coming Crisis of Western Sociology, New York, Basic Books.
- [12] Hirschman E.C. & M.B. Holbrook, (1992), Postmodern Consumer Research, the Study of Consumption as Text, Newbury Park, Cal., Sage Publications, Inc.
- [13] Hirschman E.C. & M.B. Holbrook, (1982), "Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods, and Propositions," J.O.M., Summer.
- [14] Holbrook, M.B. & E.C. Hirschman, (1982) "The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun," J.O.C.R., Sep.
- [15] Howard, J.A. (1983), Marketing Management, Operating, Strategic, and Administrative, 3rd. E.D., Richard D. Irwin, Inc.
- [16] Hunt S.D. (1983), Marketing Theory-The Philosophy of Marketing Science, Homewood, I.L., Richard D. Irwin, Inc.
- [17] Kotler P. (1991), Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation, and Control, 7th ed., Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall International.
- [18] Littlefield, J. E. & C.A. Kirkpatrick, (1970), Advertising-Mass Communication in Marketing.
- [19] Lodge, G.C., (1975), The New American Ideology, (J.T.R.) New York, Alfred A. Knopf.

- [20] Luthans, F. (1977), *Organizational Behavior*, New York, McGraw-Hill Book Co. Inc.
- [21] Meyer, M.W. & Associates, (1978), *Environments and Organizations*, New York, Jossey-Bass.
- [22] Newell A. & H.A. Simon, (1972), *Human Problem Solving*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, Inc.
- [23] Packard, V. (1957), *The Hidden Persuaders*, New York, David McKay.
- [24] Peters J.J. & R.H. Waterman, J.R. (1982), *In Search of Excellence*, (J.T.R.) New York, Harper & Row Publishers, Inc.
- [25] Peterson, R.A. et. al., (1986), *The role of affect in Consumer behavior*, New York, Lexington Books.
- [26] Schweder, R.A. & R.A. Levine, Eds. (1984), *Culture Theory: Essays on Mind, Self and Emotion*, Cambridge, Cambridge Univ. Press.
- [27] Scott, W.R. (1978), "Theoretical Perspectives," in Meyer, M.W. & Associates, *Environments and Organizations*, New York, Jossey-Bass.
- [28] Scott. W.R. (1982), *Organizations, Rational, Natural, and Open Systems*, 3rd ed., Prentice-Hall, Inc.
- [29] Simon, H.A. (1947), *Administrative Behavior*, New York, Free Press.
- [30] Stanley, R.E. (1977), *Promotion, Advertising, Publicity, Personal Selling, Sales Promotion*, Englewood Cliffs N.J., Richard D. Irwin, Inc.
- [31] 石井淳蔵、鳴口充輝編, (1995), 营業の本質-傳統と革新の相克, 東京, 有斐閣.
- [32] 金元鉢, (1995), 經營倫理論, 서울, 서울대출판부.
- [33] 金元鉢, (1994), 新經營學原論, 서울, 경문사.
- [34] 金元鉢, (1993), 기업이미지관리론-CI와 CC의 시각에서, 서울, 經文社.
- [35] 水谷雅一, (1993), "經營勞動と 經營倫理-人間性原理と 效率性原理の 均衡的兩立-", 賃金, 7-5 5月號.
- [36] 大前研一編著, (1992), *Mckinsey, Borderless時代の 經營戰略*, 東京, President社.
- [37] 金元鉢, (1992) *기업정보관리론*, 서울, 博英社.
- [38] 上原征彦, (1992), "Marketingの新しい視座を求めて," 日本 Marketing 協會, *Marketing journal*, No. 43.
- [39] 日本 Marketing 協會, (1992), *Marketing Journal*, No. 43.

- [40] 村上泰亮, (1992), 反古典の 政治經濟學, 上, 進歩主義の 黃昏, 東京, 中央公論社.
- [41] 大坪檀, (1992), **Corporate Communication**, 東京, 中央經濟社.
- [42] 嶋口充輝, (1992), “2000年の Marketingの 特集に 向ゆて,” 日本 Marketing協會, **Marketing Journal**, No. 43.
- [43] 龜井昭廣, (1992), “廣告 Communicationの 新しい 役割と 廣告戰略の 新構造,” 日本 Marketing協會, **Marketing Journal**, No. 43.
- [44] 金元鉢, (1992) 마케팅原論, 서울, 경문사.
- [45] 金元鉢, (1991) 企業環境論, 變化, 適應 그리고 創造, 서울, 茶山出版社.
- [46] Lim, Jong Won, (1991), "Competitive Strength and Relationship Marketing," SNU BMRI, **Journal of Business**.
- [47] 野中郁次郎, (1990), 知識創造の 經營-日本企業の Epistemology, 東京, 日本經濟新聞社.
- [48] 李圭泰, (1990), “企業倫理指數,” 朝鮮日報, 90년 3월 28일자.
- [49] 임종원, 김기찬, (1990) “기업 간 관계구조를 통한 Relationship Marketing 전략에 관한 연구,” 서울대경영연구소, 경영논집.
- [50] 宇野政雄監修/流通政策研究所編, (1989), 流通新世紀, leading industryへの 道, 東京, 日本經濟新聞社.
- [51] 武井壽, (1988), 現代 Marketing Communication -基礎理論的研究, 東京, 白桃書房.
- [52] 谷本寛治, (1987), 企業権力の 社會的制御, 東京, 千倉書房.
- [53] 임종원, (1987), "Relationship Marketing의 도입과 전개에 관한 연구," 서울대경영연구소, 경영논집.
- [54] 宮原義友, (1987), “Corporate Communication-轉換期の企業の情報戰略,” IN (34).
- [55] 日本經營學會編, (1987), 情報化の 進展と 企業經營, 經營學論集 57, 東京, 千倉書房.
- [56] 平林千春, (1987), 新しい消費を見抜く-場を生み出す發想が市場を創る-, 東京, PHP研究所.
- [57] 平林千春, 他 (1986), **Marketing Automation**, 顧客情報と商品開発..販賣戰略を結ぶ system 發想の提唱, 東京, 日本能率協會.

- [58] 金元株, (1986), 廣告學概論, 제3판, 서울, 경문사.
- [59] 村上陽一郎 team, (1985), 科學技術の 歷史的展望, 東京, 大藏成大臣官房調査企劃課財政金融研究室.
- [60] 拓殖大學經理研究所編, (1985), 現代企業の情報と Communication, 東京, 創成社, 1985.
- [61] 阿部周造, (1984), 消費者情報處理論-消費者行動分析の New Frontier-, 東京, 誠文堂新光社.
- [62] 八卷俊雄, (1984), 企業 Image 戰略と CI, 東京, 產能大出版部.
- [63] 裴富吉, (1983), 日本經營思想史, 戰時體制期の 經營學, 東京, マルジコ社.
- [64] Yang, C. (1980), New Marketing-戰術 Levelがら 社會 Levelまでの 企劃化, 東京, Diamond사.
- [65] 久保村隆祐, 村田昭治, 編, (1979), 廣告論, 東京, 同文館.
- [66] (早川善次郎 他, (1979), Mass Communication入門, 東京, 有斐閣.
- [67] 南山大學經濟經營學會編, (1979), 經營學 Guidebook, 東京, 白桃書房, 1979.
- [68] 宇野政雄 監修, (1978), 現代廣告論, 東京, 實教出版, 1978.
- [69] 北村日出夫, (1970), 情報行動論-人間にとつて情報とは何か, 東京, 誠文堂新光社, 1970.