

韓國流通近代化의 方向에 關한 研究

—日木과의 比較를 中心으로—

金 尚 基

經 營 學 科

(1982. 6. 30 접수)

〈要 約〉

韓國에 있어서 流通近代化의 問題意識 및 流通政策의 推進은 크게 뒤떨어져 있다. 流通部門의 近代化는 圓滑한 經濟成長 또는 消費生活의 向上을 위하여 至急 實施되어야 할 課題이다.

本 論文에서는 韓國과 日本의 流通構造, 流通政策을 比較研究하고, 이를 통한 日本의 先行經驗을 參照로 하여, 韓國流通近代化의 問題點과 方向을 提示한다.

A Study on Modernization of Korea's Distribution System

—emphasized on the comparison with Japan—

Kim Sang Ki

Dept. of Management

(Received June 30, 1982)

〈Abstract〉

Korea is backward in the consciousness of distribution modernization and her drive of distribution policy. Modernization of distribution field is an urgent task to solve for the smooth economic growth and the advancement of consumption life.

The purpose of this paper is to compare Korea's distribution system and its policy with those of Japan, to describe their problems, and to show Korea's future direction on the basis of Japan's antecedent experience.

I. 序 言

프릭커(P. F. Drucker)教授는 約 20年前에 流通部門에 對하여 「經濟의 暗黒大陸」이라고 指摘하였다. 經濟大國이며, 先進國인 日本에 있어서도 流通分野는 暗黒大陸에 加깝다고 할 수 있고 韓國에 있어서는 말할 것도 없다.

日本은 1960年代의 高度成長을 거쳐 經濟大國이 되었다. 그러나 高度成長의 弊害라고도 할 수 있는 物價上昇을 招來하였고, 이 物價問題는 流通機構의 近代化·合理化에 의하여 解決策을 講求하게끔 要

求되어졌다. 그 중에서도 더욱 大膽한 비전(vision)을 展開한 것이 林周二教授의 「流通革命」(中央公論社, 1962年)이며 이것을 契機로하여 日本의 流通問題에 對한 關心은 急速히 높아졌다. 流通革命論議는 수퍼마켓트絶對論 또는 都賣商無用論으로부터 始作된 것이다.⁽¹⁾

韓國經濟는 最近 10年間(1979년까지의 10年間) 高度成長을 達成해 왔다. 그 背後에는 生産優位의 經營理念이 强하게 存在하고, 生産部門은 近代의 樣相을 띠게 되었다. 生産面의 物量的擴大, 質的向上, 消費의 大量化·高級化·規格化 등 流通環境의 急進的 變化에도 불구하고 生産과 消費의 兩部門을

連結하는 流通機構는 構造的·生態的으로 根本的인 改革이 없이 傳統的樣相과 不合理性을 그대로 持續해 왔다고 할 수 있다.

流通은 生産과 消費를 結付시키는 行爲이며, 流通組織은 이 兩端을 連結하는 組織이다. 즉 生産者와 消費者를 商品이나 서비스에 의하여 結付시키는 組織이다. 生産·流通·消費는 一連의 經濟活動이며, 相互有機的 關連을 維持하기 위한 流通部門의 近代化는 圓滑한 經濟成長 또는 消費生活의 向上을 위하여 至急實施되어야 할 課題이다.

韓國에 있어서 流通近代化의 問題가 本格的으로 論議되기 始作한 것은 1970年代 初부터이다. 政府의 流通近代化·合理化에 關한 問題意識, 流通政策의 推進은 極히 뒤떨어져 있다고 생각된다. 重要한 施策으로서는 1970年代 初期에 수퍼마켓의 育成(金融支援 등), 中半期에는 볼런타리체인(voluntary chain)의 助成 등을 들 수 있으며, 消費者의 物價對策을 強調한 近代의 流通機構에 對한 育成施策이 그 中心이었다.

最近 韓國政府는 流通近代化·合理化의 必要性을 認識하고, 1980年 1月 4日 「流通産業近代化促進法」, 1980年 5月 26日 「流通産業近代化促進法施行令」을 制定公布하였다. 本法에 의하여 流通構造를 改善하고, 物價安定 및 國民經濟의 均衡있는 發展에 寄與하고자 하고 있다.

本稿에서는 日本의 流通政策, 流通構造 特히 小賣流通構造의 比較, 檢討를 通하여 韓國流通近代化의 方向에 對해 論하기로 한다. 日本을 比較國으로 擇한 理由로서는, 日本은 商業의 發展, 流通構造, 消費者의 購買패턴, 流通法令, 라이프스타일(life style), 文化, 價値觀 등에 있어서 韓國과 많은 共通點이 있고, 同時에 상당한 相違點이 있기 때문이다. 그러면서도 日本은 韓國에 比하여, 流通産業이 發達하였고 流通近代化·合理화가 상당히 앞서 있다. 어떤 意味에서는, 日本의 過去·現狀의 分析을 通하여 部分的인 하지만 韓國의 今後의 流通問題의 豫測이 可能한 지도 모른다고 생각되어지기 때문이다.

II. 日本의 流通政策 및 法規制

本章에서는 戰後 日本政府의 流通政策 및 法的 法規制에 對하여 論하기로 한다. 日本政府의 流通政

策은 3段階의 發展段階를 거쳐 展開되어 왔다고 할 수 있다.

1. 第 1 段階(1947年~1961年)

第 1 段階는 獨占 또는 寡占의 高度化를 防止하고, 그 弊害를 除去하기 위하여, 經濟政策의 基本으로서, 1947年에 獨占禁止法(私的獨占의 禁止 및 公正去來의 確保에 關한 法律)이 처음으로 制定된 時期를 가지고 始作된다. 商業組織 그 自體의 政策分野에 있어서는 中小企業廳의 設置(1948年), 百貨店法의 制定(1956年), 小賣商業調整特別措置法의 制定(1959年) 등 一連의 措置가 취해졌다. 따라서 1947년부터 1961년까지의 期間은 中小企業의 保護育成의 段階라고 할 수 있는 期間이다.

이 段階에 있어서 日本政府의 關心은 中小小賣商을 百貨店이나 生協 등의 脅威로부터 保護하는 것으로 여러가지로 合理化 手法의 導入을 피하고, 그를 위해 經營診斷·經營指導·低利融資 등의 政策을 취하였다.

이 段階의 政策特質은 中小小賣商에 對하여 商業組織의 問題로서 特別한 關心이 賦與된 것이 아니라, 그저 中小이기 때문에, 中小企業의 一環으로서 政策가운데 取扱하였다고 할 수 있다. 즉 中小企業對策으로서 經營合理화가 이 段階의 基調가 되어 있었던 것이다.⁽²⁾

이 段階의 流通政策의 性質은 百貨店法에 더욱 集中的으로 나타나 있다고 할 수 있다. 日本에서 百貨店事業을 始作할 경우, 通産大臣의 許可를 必要로 하고 營業時間 또는 休日 등의 營業活動 그 自體도 嚴重한 法的規制下에 놓여 있었다.

百貨店은 1955年 制定의 百貨店法(第2次)에 의하여 그 活動에 여러가지 制約이 加해졌으나 수퍼마켓에 對해서는 아무런 制約이 없었다. 수퍼마켓 가운데는 賣場面積이 百貨店法에서 規定하고 있는 1,500m², 10大政令都市에서는 3,000m²를 넘어서는 것이 많음에도 불구하고, 營業時間, 開業日數 등의 制約이 없는 것이 이상하다는 主張이 대두되어, 수퍼마켓 등도 規制對象에 包含하고자 하는 「大規模小賣店舖法」(大規模小賣店舖에 있어서 小賣業의 事業活動의 調整에 關한 法律)이 1973年에 制定되므로써 百貨店法은 廢止되었다. 그 후 「大規模小賣店舖法」은 1978年에 規制를 強化하는 方向으로 改定되어(수퍼마켓, 아웃렛 등도 본

法의 適用對象이 됨) 現在에 이르고 있다.

日本에 있어서 流通政策이 流通政策으로서 意識的으로 論議되기 始作한 것은 수퍼마켓의 急速한 成長과 發展을 契機로하여 所謂「流通革命論」이 登場한 후부터 이지만, 그 背景에는 1950年代의 後半부터 1960年代에 걸친 日本經濟의 高度成長이 實現되었기 때문이다. 流通政策이 經濟政策의 重要한 一環으로서 다루어지게 된 直接의 契機는 急激한 消費者物價의 上昇과 그에 關連하여 확실히 밝혀진 日本의 流通機構의 複雜性和 效率이 낮다는 認識이었다.⁽³⁾

이와같은 認識이 바탕이 되어 流通問題는 政府의 經濟政策의 重要한 一環이 되고, 物價問題가 日本에 있어서 最大의 政治問題가 됨에 따라 日本政府는 流通問題를 正面에서 本格的으로 다루지 않을 수 없게 되었다.

2. 第2段階(1962年~1968年)

第2段階는 通產大臣의 諮問機關인 産業合理化審議會(現在의 産業構造審議會)에 流通政策의 基本을 樹立하기 위해, 새로이 流通部會가 組織된 1962년부터 始作된다. 從來의 中小企業保護育成에 重點을 둔 政策은, 流通近代化와 競爭力強化의 方向으로 政策을 바꾸었다.

日本政府는 새로이 組織되어진 「流通部會」에 먼저 수퍼마켓問題의 檢討를 要求했다. 中小小賣商사이에는 수퍼마켓의 法的規制를 要求하는 運動이 活潑하였지만, 同時에 消費者利益의 確保를 求하는 要求가 대두하기 시작하였기 때문에, 이 問題에 對하여 日本政府도 極히 慎重한 態度를 취하였던 것이다. 「流通部會」는 1年以上 檢討를 한 結果, 수퍼마켓에 對하여 새로운 法的規制를 行하지 않아야 한다는 報告를 答申하였다. (1964年 「流通部會」 第1回 答申)

이것을 轉機로하여 日本의 流通政策은 基本的으로는 수퍼마켓의 自由參入을 獎勵하는 일은 있어도 規制하는 일은 없이 推進되어지게 된 것이다.

日本政府는 이렇게하여 一方에서는 수퍼마켓의 急速成長의 機會를 부여함과 同時에, 他方에서는 寄合百貨店,⁽⁴⁾ 寄合수퍼마켓의 設立(1965年 第2回 答申), 都賣센터의 設立(1965年 第4回 答申) 등의 方策을 취하였으나 거의 成功的인 效果를 보지 못하였다. 이러한 方策의 限界를 느낀 通產省

(通商産業省)은 그 解決을 爲하여 1960年代 後半부터 自由連鎖店(voluntary chain) 혹은 小賣商協同에 의한 自由連鎖店(retailer cooperative chain)의 結成으로 그 計劃의 重點을 크게 바꾸었다.

이 段階의 政策은 一方에서는 수퍼마켓의 急速成長을 꾀하면서, 同時에 他方에서는 中小商業의 수퍼마켓에 對한 競爭力을 強化하여, 流通近代化·合理化를 實現하기 위하여 環境의 整備와 集團化·組織化·協業化의 推進을 行하고자 하는 政策이었다.

이 段階의 流通近代化政策은 1968년에 發表된 産業構造審議會流通部會 第6回 答申 「流通近代化의 展望과 課題」에 의하여 거의 體系化되었다고 할 수 있다.⁽⁵⁾

言及할 것도 없이 物價水準이나 그의 變動을 根本적으로 規定하는 것은, 基本的으로는 市場의 競争메카니즘이다. 日本의 消費者物價上昇의 가장 重要한 問題點은 下方硬直인 管理價格으로서의 寡占價格에 있다. 그것은 産業構造의 寡占支配 그 自體에 最大의 原因이 있지만, 더욱이 그의 背景에는 國際市場에 있어서의 需給條件의 變化의 問題가 있었던 것이다. 物價問題만에 關하여 생각해 본다면, 그 原因을 流通機構의 小規模零細性, 複雜多岐한 構造의 特質만으로 分析한다는 것은 잘못된 尺度일지는 모르지만 流通機構는 近代化·合理化되어야 하며, 그것은 굵고 짧은 流通經路를 形成하는 것이어야 한다.

3. 第3段階(1969~)

1969년부터 始作되는 第3段階에 있어서, 日本의 流通政策은 商業組織의 어떤 部分을 保護·育成하는 것이 아니라, 流通機構를 토탈시스템(total system)으로서 近代化·合理化를 推進한다는 目標로 目標 그 自體가 크게 變하여 日本經濟 全體의 均衡 있는 成長과 發展에 關連이 지워지도록 流通政策方向이 設定되어 졌다.

個個의 企業의 內部經濟의 合理化나, 商業組織間의 橫的인 集團化·組織化·協業化 등에 의한 外部經濟의 合理化만으로는 事態에 對應할 수 없게 되었기 때문에 個個의 企業이나 集團이 아니라 오히려 그들이 擔當하는 活動과 機能 그 自體, 즉 生産에서 消費에 이르는 縱的인 關連의 合理化가 政策方向의 中心이 되었다. 換言하면 「流通活動의 시스

덤化]를 軸으로 하는 즉 流通시스템化 政策이 流通 政策의 中心이 되었던 것이다.

이렇게하여 從來의 個個의 企業을 對象으로 하는 政策은 크게 轉換되고 生産과 消費를 포함하는 流通活動 그 自體의 有機的인 連動 즉 流通活動의 合理化와 그것을 뒷받침하는 施設·環境의 整備에 의하여 生産과 消費를 媒介하는 巨大한 시스템으로서의 流通活動 그 自體가 效果의·能率의으로 遂行되는 方途가 要求되어지게 되었다. 日本의 經濟政策 가운데 단지 商業政策 또는 中小商業 政策이 아니라 流通政策다운 政策 즉 流通시스템化政策이 中心이 되는 流通政策이 登場한 것이 바로 이 3段階부터라고 하여도 좋을 것 같다.

이 流通시스템化政策은 1969年 「流通部會」가 發表한 「流通活動의 시스템化에 관하여」(第7回 答申)에 基礎를 두고 있으며, 더욱 나아가 「流通시스템化推進會議」의 報告에 의거하여 1971年에 發表된 「流通시스템化基本方針」에 具體化되어 있다고 할 수 있다. 이렇게하여 日本의 流通政策은 流通시스템化 政策을 基軸으로하여 第1·第2段階의 政策을 内部에 包含하면서 展開된 것이다.

이와같이 日本의 現在의 流通政策은 流通시스템化政策으로서 展開되고 있으며, 極히 廣範圍에 걸쳐 計劃化되어 推進되어지고 있다. 1980年度 通商産業省의 「1980年度 流通合理化施策의 重點」에 의하면, 流通시스템開發事業의 實施, 流通시스템化施策의 普及指導事業推進, 業種別 流通近代化推進 등 流通시스템化實現을 위대 많은 豫算을 投入하여 強力히 推進하고 있다. 그 重要項目을 列擧하면 다음과 같다.⁽⁶⁾

1. 流通시스템化推進(流通시스템化 등 調査)
(97,746千円)⁽⁷⁾
 - (1) 流通시스템化 基盤整備(8,754千円)
 - (2) 業種(商品)別 流通近代化推進(76,070千円)
 - (3) 地域物流시스템化推進(12,922千円)
2. 流通活動適正化促進(8,579千円)
3. 流通近代化關係財政投融资
4. 流通近代化關係稅制
5. 大規模小賣店舖에 있어서의 小賣業 事業活動의 調整(70,082千円)
6. 訪問販賣等の 契約適正化(28,271千円)
7. 消費者相談處理에 뉴얼作成(6,107千円)
8. 家庭用品 品質表示法の 運用(家庭用品 品質表

示의 適正化)(18,570千円)

9. 消費生活用製品의 安全性確保向上對策
(314,326千円)
10. 流通等關連서vice業의 適正化促進
(9,882千円)
11. 生活關連 物資需給價格情報提供協力店 시스템의 整備(74,147千円)
12. 基幹物資需給價格動向의 實態把握의 推進
(25,030千円)

現在 日本의 流通政策은 個別企業의 合理化를 促進하고자 하는 것이 아니라, 流通活動에 關與하는 多數企業間의 相互關係를 改善하고 經營計劃, 商去來流通, 物的流通, 情報流通 등의 綜合的 効率化를 이루고자 하는 流通시스템化政策이 強力히 推進되고 있다.

韓國에 있어서도 「流通시스템化」에 對한 政府와 企業의 認識, 그리고 獨립은 研究가 시급하며, 또한 이것이 流通近代化·合理化·高度化를 위한 政策 가운데 基本方針이 되어야 할 것이다.

III. 韓日小賣流通構造에서 볼 수 있는 共通點 및 相違點

本稿에서는 紙面關係上, 韓日小賣流通構造의 比較分析에서 나타난 共通의 特色과 相違點에 對하여 몇개의 重要한 項目만을 列擧하기로 한다.⁽⁸⁾

1. 韓國과 日本의 小賣流通構造에 있어서의 共通의 特色
 - (1) 大規模小賣店과 零細小賣店의 二極化現象
 - (2) 人口이 比하여 極히 店舖數가 많고, 그 때문에 規模의 零細性이 強하다.
 - (3) 小賣機構全體로서의 生産性이 낮다. 또한 大規模小賣業과 小規模小賣業의 生産性格差가 크다.
 - (4) 兩國의 流通機構의 特色으로서 流通系列化를 볼 수 있다. 이것은 都賣機構, 小賣機構를 縱斷하는 것으로서 寡占메이커에 의한 專賣의 流通經路政策에 의한 것이다.
 - (5) 카운터메이킹파워(countervailing power)로서의 共同購入機構나 볼런타리체인(voluntary chain)化는 協調的 精神의 缺如가문에 比較的 成功하기 어려운 風土이다.
2. 韓國과 日本의 小賣流通構造에 있어서의 相

違點

- (1) 韓國에는 日本에서 볼 수 없는 在來市場, 特히 定期市場이 存在하고 있다.
- (2) 日本에서는 歷史的으로 都賣商資本主導型의 流通이 維持되어 왔으나, 韓國은 都賣商의 發達을 거의 볼 수가 없었다.
- (3) 日本은 商品의 價格表示制實施가 오래전부터 행하여 왔고, 大多數의 商品과 大多數의 小賣商에 實施되고 있으나, 韓國은 아직 百貨店과 슈퍼마켓을 除外하던 거의 實施되고 있지 않는 狀態이다.
- (4) 日本은 「大規模小賣店舖法」에 의하여 大型店의 進出을 規制할 必要性이 있는 狀態에 와 있으나, 韓國은 現時點에서 小賣商의 大規模化가 必要한 狀態에 있다고 생각된다.
- (5) 日本의 슈퍼체인이 주로 레귤러체인(regular chain) 形態로 發達해 왔으나, 韓國의 슈퍼체인은 프랜차이즈체인(franchise chain) 形態가 支配的이다.
- (6) 日本의 체인스토어(chain store)가 成熟期에 들어있다고 한다면, 韓國의 그것은 成長初期의 段階에 있다고 할 수 있다.
- (7) 日本의 百貨店은 全部 法人經營形態의 直營店經營方式이지만, 韓國은 個人經營이 55.2%를 차지하고, 거의가 賃貸式의 百貨店이다.
- (8) 日本의 슈퍼체인은 大規模店舖로서 衣類를 취급하는 슈퍼체인, 즉 슈퍼스토어체인(super store chain, 非食品比率이 全體의 50%以上) 形態가 많으나, 韓國의 슈퍼체인은 거의 食品販賣가 그 中心이 되어 있다. 現在의 韓國슈퍼체인을 正確하게 表現을 한다면, 슈퍼마켓 체인이라고 할 수 있다.

Ⅶ. 韓國流通近代化의 意義 및 推進原則

1. 流通近代化의 意義

韓國에 있어서 最近 流通問題가 많은 分野에서 論議되게된 그 背後에는 經濟의 均衡의 成長과 物價의 安定을 위하여 流通의 落後性을 克服할 必要가 있다는 認識이 存在하고 있다.

그러나 流通業에 있어서 技術革新의 導入은 元來 困難한 領域일 뿐 아니라 流通業者의 意識, 能力은 製造業에 比하여 크게 뒤떨어져 있고, 韓國政府에

의한 流通近代化의 誘導政策이 거의 實施되지 않았기 때문에 製造面의 成長에 比하여 流通面의 發達이 늦어진 것이다. 이를 그대로 放置하면 經濟의 均衡의 運營 또는 成長이 不可能하게 될 것이다.

이러한 問題意識에서 最近 流通近代化의 問題가 마아케팅學者, 政府當局을 中心으로 하여 現實的으로 論議되고 있다. 韓國經濟에 있어서 流通部門의 重要性이 擧論되고 流通政策立案을 위하여 本格的인 調查研究作業이 始作된 것은 1970年이라고 할 수 있다. 即, 韓國에 있어서 最初의 綜合的調查研究인 「韓國마아케팅開發센터」의 「流通近代化 5年計劃(案) 作成을 위한 綜合的 調查研究報告書」로 始作하여, 流通政策이 具體的으로 擧論되기 始作한 것은 1970年代에 들어서 부터이다.⁹⁾ 이와같이 流通에 對한 問題意識, 政策的 構想 및 實施가 늦었기 때문에 오늘날 流通政策의 推進 特히 流通業者에 대한 組織化·協業化의 推進이 크게 뒤떨어져 있으며, 이를 위한 具體的, 積極的인 指導 및 支援政策이 時急하다고 생각된다.

우선, 本章에서 流通近代化의 現代의 意義에 對하여 檢討해 보기로 한다. 韓國의 流通構造에 있어서 競爭의 構造는 少數의 大企業을 軸으로 하고 있다. 即, 大型메이커에 의한 系列化, 組織化(메이커에 의한 voluntary chain의 設立)의 競爭과 그 結果로 나타나는 企業集團間의 市場獲得支配競爭이 큰 特徵이다. 그 위에 이러한 競爭은 價格을 軸으로 하지 않고 製品品質을 軸으로 하여 強力한 販賣促進活動에 支援을 받는 非價格競爭의 形態를 취한다. 이것은 現代의 競爭이 流通過程支配의 成否에 의하여 그 歸趨가 左右된다는 것을 意味하고 있다. 流通近代化는 이러한 事態와 더욱 密接히 結付되어 있다. 이와같은 競爭狀態가 되면, 零細小賣店의 生存權이 問題가 되게 된다. 살아남기 위해서는 零細小賣商 스스로가 自發的으로 組織化, 協業化를 꾀하는 등의 努力을 하게 된다. 그러나 그들에게 있어서는 大規模小賣店에 對應하여 나가는 것은 상당히 어렵다. 消費者志向의 觀點에서 보면, 零細小賣店의 存在도 必要하며 大規模小賣店의 存在도 必要하기 때문에, 兩者의 適切한 空間의 配置가 必要하게 된다. 이러한 狀況때문에 流通近代化政策의 推進이 要求되어지는 것이다.

現代에 있어서 「流通近代化」란, 一般的으로 社會의 制度로서의 商品流通機構의 시스템能率과 有効

性を 높이는 것이다. 即, 現代에 있어서 「流通近代化」는

(1) 社會的 商品流通機構의 시스템能率과 有効性的 向上.

(2) 私의商品流通機構(channel system) 形成에 있어서 變換能率과 有効性的 向上.

(3) 채널시스템(channel system)의 시스템能率과 有効性的 向上을 그 主된 內容으로 하고 있다.⁽¹⁰⁾

2. 韓國 流通近代化的 推進原則

本章에서는 韓國流通近代化推進에 있어서 몇가지의 基本的 原則이라고 생각되는 內容을 提示하고자 한다.

(1) 流通近代化는 物價安定이라고 하는 目標단어 아니라, 製造業과 流通業의 均衡의 成長, 消費者志向의 經濟에의 移行, 失業者對策, 流通企業의 國際化에 대한 自衛策 등의 綜合的 面에서 推進되어야 한다.

(2) 流通部門을 部分的으로 改善하는 것보다 하나의 시스템으로서 把握하고 接近하여야 한다. 特別 流通시스템은 垂直的 企業間水準, 水平的 企業間水準, 國民經濟水準에 걸쳐 效率的 綜合的 調整을 維持하면서 實現되어야 한다.

(3) 流通部門은 機能上, 行政機構의 여러 部署가 각각 나누어서 擔當하고 있으나 統一된 비전(vision)을 公有하고, 그 비전을 위하여 全體의 協力, 檢討, 計劃, 施行이 뒤따르지 않으면 本來 意味의 流通近代化達成은 어렵다. 即, 各部廳別의 所管範圍를 넘어서서, 全體的인 視野에서 一元的인 流通近代化政策을 推進하여야 한다.

(4) 正當한 市場條件 및 良好한 競爭의 雰圍氣를 發展시켜야 한다. 流通部門을 近代化하기 위해서는 革新的인 流通機構의 參入과 成長을 獎勵하고, 여러가지 形態의 流通仲介業者나 流通채널(channel of distribution) 사이에 健全한 競爭을 促進하는 것이 緊要하다.⁽¹¹⁾

(5) 効果의이며 效率的인 物的流通시스템의 創造와 情報流通의 시스템化를 推進하여야 한다. 物的流通시스템에는 包裝, 保管, 輸送, 荷役 및 流通加工이 包含된다. 情報流通시스템化를 위해서는 컴퓨터의 導入이 要求된다.

(6) 流通近代化는 流通機構의 大型化志向과 同時에, 消費者志向의인 觀點에서 消費者의 購買活動의

效率化, 便宜性を 提供한다는 兩面的인 側面 즉, 「集中性的 原則」과 「分散性的 原則」이 相互調和의 方向으로 推進되어야 한다(V章-1을 參照).

V. 韓國流通近代化的 課題 및 方向

韓國小賣流通部門에 있어서 流通近代化를 위하여 今後 改善해 나감에 할 몇가지의 課題와 方向은 提示하기로 한다. 本稿에서는 「流通機構의 大型化 및 協業化」를 主로 들어 詳述하기로 한다.

1. 流通機構의 大型化 및 協業化

(1) 大型化的 長點과 限界

小賣機關의 大型化는 메이커의 大量生産에 對應하여 多樣한 商品의 大量流通을 達成하는 것만이 아니라, 多段階의 流通過程을 短縮化하고, 規模의 利益을 追求하며, 流通의 效率化를 達成하는 것이 그 前提條件이 되는 것이다.

一般的으로 零細小賣店이 經營面에 있어서 後進의 特性을 強하게 나타내고 있음에 比하여, 大規模小賣店은 經營合理化와 去來秩序의 維持, 그리고 革新的 販賣技術의 導入에 의하여 先導的 役割을 擔當해 왔다(表 1 參照).

小賣機構의 大規模化는 經營的 大規模化와 企業的 大規模化로 區分할 수가 있다. 前者는 個個의 小賣機構의 經營規模의 擴大를 意味하는 것으로 百貨店, 슈퍼마켓, 割引店(discount house) 등이 그 典型的인 形態이며, 後者는 個個의 經營規模는 작지만 企業的으로 大規模化되어 多數의 小經營體를 하나의 企業으로서 運營하고 있는 것으로 連鎖러체인(regular chain)이 그 典型的인 形態이다.⁽¹²⁾

小賣構造의 合理化·近代化를 目標로 하는 大規模化는 小賣商業 固有的 社會的 機能, 即 分散的으로 消費生活을 營爲하는 消費者에 對하여 便宜性의 提供을 위해서는 必然的으로 限界가 따르게 된다. 大規模化가 經營規模의 大型化를 意味하는 限, 그것은 오히려 小賣業의 存在意義를 否定하는 結果가 되기 쉽다. 小賣業은 個個企業의 組織, 具色(assortment) 또는 店舖配置에 있어서 小賣構造全體로서 是의 境遇, 消費者購買活動의 效率化, 消費者에게 便宜性을 提供한다는 觀點에서 考慮해 볼 必要가 있다.⁽¹³⁾

大規模經營에 따른 運營上의 經濟性 또는 具色

〈表 1〉 從業員 1人當 月平均 販賣額 比較

(1976年 基準)

區 分	日 本		韓 國	
	販 賣 額 (千円)	小賣業全體의 1人當 月平均 販賣額을 100으로 하 는 指數의 比	販 賣 額 (千圓)	小賣業全體의 1人當 月平均 販賣額을 100으로 하 는 指數의 比
小賣業 全體(百貨店· 수퍼마켓 包含)	837	100	398	100
百 貨 店	2,307	276	617	155
수 퍼 마 아 케 트	1,402	168	4,587	1,153

資料: 1) 日本 ① 小賣業 全體의 統計는 通産省 「1976年 商業統計表」로부터 計算함.

② 百貨店統計는 通産省 「1977年 百貨店販賣統計年報」에 의함.

③ 수퍼마켓의 統計는 通産省 「1976年 商業統計表」에 의한 것으로 셀프서비스 方式을 取하고 있는 各種 食料品小賣業의 統計로부터 計算함.

2) 韓國 ① 小賣業 全體의 統計는 「1976年 都小賣業 인시스」에 의함.

② 百貨店의 統計는 大韓商工會議所刊 「全國百貨店實態調査報告」에 의한 것으로, 1978年 年間販賣額으로부터 年間平均賣出伸張率(77年이 25.7%, 78年이 27.8%)을 計算하여 1976年의 月平均販賣額을 算出함.

③ 수퍼마켓 統計는 韓國産業開發研究所編 「流通構造改善 基本對策方案 調査研究」로부터, 1978年 10月의 販賣額으로 推定한 것이다.

3) 韓一銀行統計에 의하면 1976年 12月末 現在의 円에 對한 圓의 換率은 100円에 對하여 165.1圓이다.

(assortment)의 多樣化라는 觀點에서 볼 때, 小賣商은 可能한 限 大型化가 要求되어지며, 購買의 場所의 便宜性을 中心으로 考慮해 볼 때는 分散的으로 存在하는 것이 有利하고 바람직하다. 이와같이 相互矛盾되는 2개의 原則 即, 「分散性의 原則」과 「集中性의 原則」이 相互調和되지 않으면 안되기 때문에 小賣機構의 近代化過程에서 大型化가 追求되어질에도 불구하고 傳統적인 分散的 小規模小賣店이 機能的으로 重要한 意義를 갖고 있다. 最近 美國과 日本에 있어서 超巨大店舖가 發展하는 한편, 콘비니언스 스토어(convenience store)와 같은 새로운 形態의 中小規模小賣店이 消費者와 隣接한 場所에서 繼續的으로 發達하고 있는 現象을 看過할 수가 없다. 消費者志向的 觀點에서 小賣構造의 問題가 考察될 때 小賣商業의 「集中性의 原則」과 「分散性의 原則」은 各種 小賣店舖와 大型店舖의 適正 配合의 問題와 이들의 適切한 空間的配置의 問題를 提起시켜 주는 것이다.

(2) 協業化의 方向

韓國에 있어서 中小小賣店의 協業化 및 組織化의 動向은 大規模小賣店의 攻勢에 對抗하기 위한 自發的 反應으로서 進展되어 온 것이 아니라 國策的으로 助成된 면이 강한 것 같다. 政府當局의 流通政策에 있어서도, 小賣機構의 機能高度化 및 能率化와 零細店의 保護育成이라는 相互矛盾되는 二面指向性을 統合하는 方法으로 推進되어 왔다.

協業化의 意圖는 個個의 小賣店이 獨立의인 自主性을 維持하면서 機能的으로 結合되어 大規模小賣店이 가지는 利益을 追求하고자 하는 것으로, 同種小賣業의 協業化와 異種小賣店의 協業化로 區分된다.

協業化機構形態로는 2種으로 大別된다. 즉, 統合理化체인(regular chain)과 複合化체인(voluntary chain)이다. 連鎖의 結合關係에서 보면 前者는 構造의 統一(structural unity)이고 後者는 機能的 統一(functional unity)이다. 또한 前者는 法人의 結合(corporative unification)이고, 後者는 協力的 結合(cooperative combination)으로 區別된다.⁽¹¹⁾

小賣店의 協業化는 初步段階에 있어서 共同購買組織이나 業種別 協同組合 등의 形態를 取하게 되지만 이것을 高度化하면 불런타리체인 形態가 되고 더욱 高度化段階에 달하면 結局 레귤러체인(regular chain)으로서 統合理化된다.

① 本章에서는 同種小賣店協業化의 代表的인 形態라고 할 수 있는 불런타리체인에 對하여 주로 언급하기로 한다.

日本은 1960年代 中半期부터 불런타리체인(voluntary chain)이 本格的으로 導入되기 始作하여 불런타리체인에 加盟하는 小賣店의 數는 크게 增加하는 狀態에 있다. 消費, 需要의 增加가 낮음에도 불구하고 大型店의 攻勢가 激化되었기 때문에, 大同團 結하여 對抗하고자 하는 理由에서이다. 1970年에

〈表 2〉 日本 볼런타리체인인의 發展推移

調 査 年	체인數 (都賣商主幸, 小賣商主幸)	店 舖 數	賣出額, ()는 市場占 有率 (億圓, %)	購買集中率(%)
1966	43 (32 11)	11,059	5,495 (5.1)	9.5
1969	104 (66 38)	27,985	12,114 (7.3)	14.8
1970	119 (66 53)	28,078	14,500 (8.1)	21.5
1971	122 (66 56)	28,839	19,800 —	23.6
1972	122 (63 59)	29,317	22,500 —	27.1
1974	127 (63 64)	32,976	28,000 (8.4)	30.4
1976	141 (62 79)	39,690	40,000 —	32.1
1978	150 (61 89)	41,435	53,000 (9.5)	36.2
1980	126 (50 76)	48,176	67,755 (9.2)	38.9

資料: 日本볼런타리체인協會 調査.

出所: 日經流通新聞(1980年 12月 4日字)

註: 賣出額은 有効回答에 基準을 두어 日本볼런타리協會가 推定한 協會加盟체인의 總賣出額임. 同欄의 ()內는 商業統計의 小賣總額에 對한 市場占有率임.

119개의 체인(店舖數 28,078店)이 1980年 3月末 現在 126개의 체인(店舖數 48,176店)으로 增加하였다(表 2 參照). 韓國은 1975年 政府의 助成政策에 의하여 財閥系의 메이커를 中心으로 16개의 체인으로 出發하였으나 불과 5年만인 1980年에 84개의 체인(45,000店)으로 急激하게 增加하고 있다¹⁵⁾(表 3, 參 4) 參照).

〈表 3〉 韓國볼런타리체인인의 發展推移 (單位: 億圓)

年	1979	1980	增加率
區分			
本部數	55	84	1.5倍
加盟店	40,710	45,000	1.1倍
總賣出額	3,030	4,800	1.6倍
集中供給額	1,270	1,800	1.4倍
集中率	45%	47%	

資料: 日本볼런타리체인協會刊, 「月刊 ボランティア」 1980年 8月號

〈表 4〉 韓國流通近代化 5個年投資計劃(1980~1984) (單位: 億圓)

事 業	事 業 量	所 要 額(A)	政府投資(B)	B/A	
部 派 選 任 設 立	5個所	580	100%	174	30.0%
綜合直賣센터 設 立	100個所	800	—	400	50.0%
수퍼체인 育 成	100個本部	1,000	—	200	20.0%
中小商人 連鎖店 擴大 (볼런타리체인인)	100個本部	500	—	100	20.0%
在來市場 近代化	300個市場	600	—	240	40.0%
總 所 要 額	—	3,480	—	1,114	32.0%

資料: 다이아몬드프리드만社 發行 「チェーンストアエイジニコース」 1980年 3月 3日字.

韓國에 있어서는 中小小賣店이 支配的으로 많을 뿐 아니라, 그들에 의한 經營改善의 餘地가 限定되어 있기 때문에 볼런타리체인의 結成이 流通效率의 向上을 위한 効果的 手段이 된다고 할 수 있다. 그러나 볼런타리체인이 可能한 것은 原則的으로 中上層의 店舖에 局限되고, 流通組織의 下部에 位置하고 있는 零細店은 그들의 意識構造 및 經營條件으로 보아 事實上 組織化될 可能性은 稀薄하다.

② 異種小賣業體間의 協業化로서는 店舖共同化, 小賣市場의 開發, 商店街의 再開發 그리고 振興事業 등이 있다. 이와같은 協業化는, 大規模小賣店이 發達하고 中小小賣店의 活動領域이 漸次 縮小된 結果, 大規模小賣店에 對抗하여 規模의 利益을 追求하고자 하는 中小小賣店의 結合이다.

店舖共同化는 多數의 小賣店이 單一建物內에 集合하여 寄合百貨店, 寄合수퍼마켓 등과 같이 複合部門의 大規模店舖를 形成하고, 共同의 努力으로 서 經營의 近代化를 推進할라고 하는 것으로 처음

부터 共同店舖全體가 統一的 計劃下에서 하나의 單一店舖로서 運營되도록 構想되는 것이다.

店舖共同化에 對한 日本의 例를 들면, 1968年「流通近代化 5年計劃」을 策定하여 大型化와 合併·協業 등의 集約化에 各種의 政策(援助·助成)을 推進하였던 것이다. 위의 集約化를 위하여 政府助成의 對象이 된 것은 寄合百貨店, 寄合수퍼마켓, 商店街, 쇼핑센터(shopping center) 등으로 이들을 異種小賣業體間의 協業化의 例로서 들 수가 있다.⁽¹⁶⁾

韓國에 있어서 在來市場은 單一組織體로서 協業化程度가 極히 낮고, 個個店舖의 連帶意識이 없으며, 原始的 形態의 領域을 脫皮하지 못하고 있다. 그러나 市場全體가 하나의 購買中心地로서 統一的 機能을 遂行하기 爲해서는 市場開設者의 統制下에서 보다 組織的인 協業化가 要請된다.

小賣商業의 協業化가 效果的으로 推進되기 爲해서는, 流通環境의 變化에 對한 小賣業者의 危機意識 및 防禦의 協業體構成에 對한 參加意識이 必要하다. 그리고 參加小賣業者가 共同目的의 遂行을 위하여 相互對立의 利害關係를 超越하지 않는 限, 協業體는 瓦解될 危險에 直面할 可能性이 크다. 韓國小賣業者의 意識構造의 後進性과 非他性を 勘案해 본다면, 小賣商業의 協業化를 促進하기 위하여 小賣業者의 自發的 結束에 一任할 것이 아니라 政府當局에 의한 積極的인 啓蒙指導와 獨立的 利害關係를 緩和시키는 指導 및 金融上의 支援이 要請된다.

2. 流通經路의 短縮化

이것은 生産者와 小賣商을 短距離로 連結하고자 하는 것으로서 「짧고 굵은 파이프」方式으로, 都賣商의 仲介活動을 排除하고자 하는 것이다. 이 境遇, 商의 流通과 物의 流通의 兩面에서 生産과 消費間의 間隔을 短縮하고자 하는 機能論的 思考方式과 小賣商을 構造的으로 強化시켜 生産者에게 接近시키고자 하는 機構論的 近代化構想의 兩種으로 區分할 수 있다. 그러나 機能的으로 接近을 꾀하여도, 生産者와의 直去來에는 「大量去來의 條件」이라는 制約이 따르기 때문에 小賣構造를 수퍼마켓 등의 大型小賣業으로 하던지 또는 中小小賣商을 協業化·組織化 등 業務의 共同化에 의하여 大型小賣商과 똑같이 都賣商의 購買活動式(메이커와 直接去來하는 購買活動方式)에 의하여 生産者와 接近하여야 한다.⁽¹⁷⁾

3. 在來市場의 改善

大都市의 在來市場(여기서 言及하는 在來市場 및 市場은 常設市場을 가리킴)도 近年에 이르러 서서히 顧客吸引力이 弱화되고 있다. 이는 所得增大, 中産階層의 增大, 大規模小賣店인 百貨店, 수퍼마켓, 쇼핑센터 등 近代의 小賣流通機構의 出現 및 成長에 의한 相對的인 商團侵食, 消費者志向的인 面에서는 非衛生的이고, 流行性이 적으며, 서비스가 나쁘고, 商道德上의 不正販賣가 많다는 등의 批判의 소리가 높아져 가고 있고, 都小賣機能의 未分化 등 많은 問題點을 가지고 있다.

그러나 오랜 歷史的 傳統가운데서 發生된 市場은 立地의 優位性과 潜在的 顯額吸引力을 가지고 있고 아직도 消費者의 支持는 強하다. 여기에서 在來市場의 近代化 및 效率의 向上을 위하여 「韓國의 쇼핑센터(shopping center)에 轉換政策을 講究할 것을 提案한다. 즉, 수퍼마켓을 核店舖로서 設置하고 從來의 市場店舖를 指導教育하여 專門店으로서 再配置함과 同時에 在來市場型店舖를 一部 導入함으로써 近代의 小賣機能과 在來市場의 좋은 점을 有效適切히 콤비네이션(combination)하는 「韓國의 쇼핑센터」를 助成할 것을 提案한다.

4. 價格表示制度의 實施 및 商道義昇揚

商道義의 確立은 流通業者만이 아니라 製造業者 및 消費者 등 流通業界를 둘러싼 環境全體가 변하지 않으면 根本的인 問題의 解決을 期待하기는 어렵다.

그러나 지금 곧 實施되어야 할 몇가지 問題를 列擧하면 다음과 같다.

- (1) 價格表示制度의 全面的인 實施이다.
- (2) 品質保證制度가 確立되어야 한다.
- (3) 規格 및 内容量의 表示와 賞味期間의 表示이다.

5. 流通專門要員의 養成과 販賣員의 質的 向上

流通業에 從事하고 있는 人的資源의 水準은 製造業에 比하여 낮다.

流通業界의 現在の 賃金水準 및 勞動條件으로는 有能한 人材의 確保가 어려운 狀態에 있다. 따라서 賃金水準을 向上시켜 有能한 人材가 多數 流通業界에 流通되도록 對策을 세울 必要가 있다. 그리고 國內外研修를 통한 流通專門要員의 養成이 行해져야

하며, 資格制度의 하나로서 販賣士制導의 導入 및 效率의 運營이 推進되어야 한다.

6. 綜合的인 流通近代化助成政策의 推進

流通過程을 構成하고 있는 製造業者, 都賣業者, 小賣業者 등은 제각기 企業利潤을 追求하는 經濟活動의 主體로서, 個個의 企業에 있어서는 流通의 合理化에 의한 最大利潤의 追求에는 積極的이지만, 流通過程全體의 效率化, 合理化에 對해서는 積極的으로 協力, 寄與한다고는 期待할 수 없다.

이 때문에 政府가 國民經濟全體의 立場에서 流通近代化·合理化를 積極的으로 推進하여야 할 必要와 必然性이 있게 된다.

특히, 政府는 流通政策을 樹立함에 있어서, 物價對策만이 아니라 製造業과 流通業의 均衡의 成長, 消費者志向의 姿勢, 流通企業의 國際化에 對한 自衛策 및 開放策 등의 觀點까지 考慮, 檢討하여 政策樹立을 行해야 할 것이다.

Ⅶ. 結 言

後進의 特性和 停滯性이 強한 韓國小賣商業이지만 徐徐히 近代化를 向한 段階에 들어가 있다. 1970年代의 高度成長 이후, 急速的인 流通環境의 變化는 流通近代化의 一環으로서 小賣構造의 合理化와 機能의 高度化를 要請함과 同時에, 漸次 小賣業의 革新을 可能하게 하는 條件을 附與해 주기 始作하고 있다. 例를 들면 다음과 같은 內容이 現在 韓國에서 볼 수 있는 環境의 變化이다. ① 生産構造의 高度化 ② 消費水準의 向上 ③ 人口의 都市集中化 傾向 ④ 大型메이커의 資本投資에 의한 流通系列化 現象 ⑤ 交通·通信·情報의 發達 ⑥ 有効競爭의 動態化 ⑦ 雇傭機金の 擴大와 賃金水準의 向上 등을 들 수 있다.

韓國에 있어서 流通近代化의 움직임은 아직 初期의 段階에 있으며, 最近에 이르기까지 流通業者主導下에서 行하여져 왔다. 즉 個個의 製造業者가 自社의 流通經路組織의 整備強化를 推進하기도 하고, 또는 流通業者가 自發的으로 革新을 導入함에 의하여 結果的으로 社會의 流通構造도 部分的으로 近代化가 行해졌다. 그러나 이들 企業의 志向性은 社會的 觀點에서 要求되는 方向과 一致되기 어려울 뿐 아니라, 그 變換速度도 늦은 것이다. 따라서 流通

近代化作業이 이들 企業의 自發性에 一任되어 있는 限 生産과 消費部門의 急進的 變化와 步調를 같이 하는 流通部門의 革新은 期待하기 어렵다. 특히 小賣商業에 있어서는, 그 零細性和 意識構造의 後進性 때문에 外部로 부터 誘導와 支援이 없이는 變革의 可能性이 稀薄하다.

流通構造의 近代化助成過程에 있어서 提起되는 하나의 問題點은 小賣商業의 大多數를 占하고 있는 零細小賣店에 對한 對策이다. 즉 流通機能의 高度化와 零細小賣店의 保護는 相互矛盾하는 性格이다. 政策의 同時的 二面志向性은 오히려 實効性이 없는 保護政策에 의하여 近代化의 進行을 遲延시킬 可能性도 있다. 따라서 盲目的인 溫床的 保護보다는 이들 零細小賣店이 環境變化에 對하여 能動的으로 適應할 수 있도록 支援함과 同時에, 適應과 改革에서 離脫하는 生業的 經營에 對해서는 果敢히 除去되어야 한다는 判斷을 내릴 程度의 勇斷이 要望된다.

流通은 生産에 對應하는 龐大한 部門이다. 政府는 流通近代化作業에 있어서 從來의 部分的이며 斷片的인 施策을 止揚하고 全體流通構造를 어떠한 方向으로 誘導할 것인가에 對한 폭넓은 視野에서 政策을 세우고 推進해 나가지 않으면 안된다.

지금까지의 韓國政府의 流通政策은 消費者物價의 安定만에 重點을 놓아 綜合的 政策이 行해지지 않았다고 하는 印象이 強하다. 즉 流通近代化·合理化는 均衡的 經濟成長, 消費者志向의 經濟에의 移行, 失業者對策, 流通企業의 國際化에 對한 自衛策 등 綜合的이고 長期的인 觀點에서 「流通시스템化」 政策을 세우고 推進해 나갈 必要가 있다고 생각된다.

參 考 文 獻

1. 深見義一, 佐藤肇, 田島義博編著, 「流通問題入門」, pp.3~5, 有斐閣, 1969.
2. 佐藤肇著, 「日本の流通機構」, pp.296~297, 有斐閣, 1976.
3. 佐藤肇著, 前掲書, p.301.
4. 寄合百貨店이란 食料品店, 衣料品店, 洋靴店, 電氣器具店 등의 小賣商이 店舖를 共同化하여 百貨店과 같은 綜合小賣店의 效果를 가지고자 하는 小賣店으로서 日本의 驛驛內의 商店集團은 寄合百貨店의 典型的인 例라고 할 수 있다.

5. 佐藤肇著, 前掲書, pp. 302~303.
6. 流通システム開發センター編, 「流通システム情報ガイドブック」, pp. 135~150. 安信印刷工業株式會社, 1980.
7. 註 1) 流通システム開發センター編, 前掲書, p. 171.
註 2) ()안의 金額은 1980年度 通産省産業政策局의 豫算中 流通合理化에 관한 豫算임.
8. 「韓日小賣流通構造에서 볼 수 있는 共通點 및 相違點」은 著者의 慶應義塾大學 大學院 碩士學位論文인 「韓日小賣流通構造의 比較に關する一考察」中에서 重要項을 拔萃하여 要約한 것임.
9. 「韓國마케팅 開發센터」編, 「流通近代化 5個年計劃作成을 위한 綜合的 調查研究報告書」, pp. 5~6, 1970.
10. 荒川祐吉著, 「流通政策への視角」, pp. 11~12, 千倉書房, 1973.
11. 吉野洋太郎著, 「日本のマーケティング」, pp. 286~287, ダイヤモンド社, 1976.
12. 趙寬洙稿(小賣構造高度化의 方向), 「成均館大學校 經營行政大學院, 創立十周年記念論文集」, p. 112, 1976.
13. 荒川祐吉著, 前掲書, pp. 135~136.
14. 山崎仁著, 「商學流通論」, pp. 223~224. 中央經濟社, 1979.
15. 「日本ボランティア・チェン協會」 刑, 月刊ボランティア, 1980年 8月號, pp. 18~26.
16. 山崎仁著, 前掲書, p. 215.
17. 山崎仁著, 前掲書, p. 214.