

● 1997년도 유통학술발표대회 ●

일본의 도매물류업의 현상과 발전방향

현 병 언

(중앙대학교 산업경영대학원 교수)

1997년 7월 2일

사단법인 한국유통학회

1. 도매물류업의 현상과 문제점

1. 도매물류업의 개념

도매업은 여러가지 기준에 의해서 분류될수 있다. 우선, 산업별분류에 의한 ①생산재도매업과 ②소비재도매업으로, 상품구성기준에 따라서 ①단품도매업, ②전문도매업, ③복합도매업, ④종합도매업 등으로 구분할수 있다. 그리고 상권기준에 따라서 ①전국도매업, ②권역도매업, ③지방도매업으로, 입지기준에 따라서 ①산지도매업, ②집산지도매업, ③소비지도매업 등으로 나눌수 있다. 또한, 기능과 형태에 따라서 ①Merchant Wholesaler와 ②Commission Wholesaler로 구분할수 있다.

상품을 법적으로 소유하는 Merchant Wholesaler로는, 問屋, 판사, 체인본부, 상사 등을 들 수 있고, 그렇지 않은 Commission Wholesaler로는, 브로커, 수출입대리상, 판매대리상, 구매대리상 등을 들 수 있다.

여기서 도매물류업이라 함은, 분류기준에는 없지만, 우리나라 현실에 맞추어서 상적유통과 물적유통을 동시에 수행하는 전기능수행 問屋를 말하는 것으로 한다.

2. 도매물류업의 현상

일본의 도매물류업은 1) 제품의집하·분산기능(물류·상품구색갖추기기능), 2) 제조업체·소매업체 에게 정보전달기능, 3) 소매업의 지도·원조기능, 4) 상품개발기능 등의 중요한 역할수행을 통하여, 유통에있어서 강력한 주도권을 행사해왔다. 그러나 최근 소비재분야를 중심으로 제조업이 직접 판매회사형태로 도매물류업에 진출, 물류업이 도매물류업에 진출, 그리고 소매업의 대형화·다점포화가 진전되면서 도매물류업에 적극적으로 진출하는것 등에 따라서 유통구조의 변화 즉 「유통의 분해·재구성」이 활발히 이루어지고 있어서 도매물류업의 지위가 양적·질적측면에서의 Share의 저하가 눈에 두드러지게 나타나고 있다. 일부에서는 「도매물류업의 무용론」 까지도 제기되고 있어서, 대외적으로 “일본유통의 꽃” 이라고 자랑을 서슴치않았던 도매물류업이 새로운 국면에 직면, 그 존재意義의 명확화가 절실히 요청되고 있다.

3. 도매물류업의 경영상의문제점

1) 외부환경변화에 따른 문제점

(1) 도매업의 요인

도매물류업계에 구조변혁을 초래하는 외부환경의 변화중에 가장 큰 문제점으로는 「도매물류업계간 경쟁격화」를 들수있는데, 그 배경에는 다음과 같은 「구조변혁 촉진인자」가 있다고 생각된다.

- ① 중소소매점의 전·폐업에 따른 유력소매점의 거래집중화
- ② 상권의 광역화에 의한 縣外도매업의 진출
- ③ 대형도매물류업의 규모확대에 따른 전국전개
- ④ 소매업이 교섭력강화에 따른 도매물류업의 선별강화
- ⑤ 중견도매물류업이 기능강화에 따른 거래처의 확대화
- ⑥ 상품Category별 소매업태간의 경쟁심화에 따른 도매물류업의 대응

(2) 사회환경요인

- ① 제조업체의 다품종소량생산에 따른 과잉재고부담
- ② 차입금의 증가에 따른 이자금액 확대
- ③ 지가의 상승

(3) 법적규제요인

- ① 대점법의 규제완화
- ② 독금법의 운용강화

(4) 소매업의 구조변혁요인

- ① 중소소매점의 쇠퇴
- ② 소매업으로부터의 엄격한 물류조건 요청
- ③ 제조업체와 대형소매점간의 직거래의 증가
- ④ 소매업의 대규모화·다점포화의 진전

(5) 제조업체의 요인

- ① 제조업체의 도매물류업진출
- ② 다품종소량생산화
- ③ 도매지배력의 강화

2) 내부환경변화에 따른 문제점

(1) 경영Cost요인

- ① 물류비를 중심으로한 제경비의 증가
- ② 임금의 상승
- ③ 자금회전의 악화

(2)인적요인

- ① 인재의 확보난
- ② 종업원의 고령화
- ③ 종업원의 정착률의 변화

(3) 업적요인

- ① 이익률의 저하
- ② 매출액의 정체

(4) 기타요인

- ① 창고의 협소
- ② 배송계획의 미비

이상과 같이 일본의 도매물류업의 중요문제를 보며는 모두가 구조적 불
 황요인이 되버린 것을 알 수 있다. 이에 따라 일본의 도매물류업은 역사
 적으로 커다란 전환기에 직면하고 있는데 그 해결책을 다양한방법 즉 ①
 전문화, ② 협업화, ③ 흡수·합병(M&A), ④ 그룹화·제휴 등을 통해서
 찾으려고 노력하고 있다.

II. 도매물류업의 발전방향

1. 전문화에 의한 발전방향

최근 소매업의 변화에 대응할 수 있도록 정보화, 물류기술의 향상, 상품조달력의 강화 등을 통해서 소매업에 대한 지원, 정보제공, 상품개발 등의 부가기능을 합리적·효율적으로 수행할 수 있는 전문화된 물류도매업의 필요성이 대두되고 있다.

컴퓨터를 적극적으로 도입하여 고도의 정보화를 지향하는 도매물류업, 수입을 중요한 경영과제로서 생각하고 수입을 적극적으로 지향하는 도매물류업, 업종구분없이 광범위한 범위에 걸쳐서 종합적으로 상품조달을 행하는 도매물류업, 소매업의 변영에 기여할수있는 경영Know-How를 제공하는 등의 소매지원서비스 지향의 도매물류업 등이 그것이다.

1) 정보지향형 도매물류업

최근 정보화에 박차를 가하고 있는 도매물류업은 적지 않지만, 향후는 특히 On-Line Net-Work을 구축하여, 컴퓨터를 고도로 활용하는 것에 의해서 상품을 판매하는 것에 그치지 않고 수집·축적되는 정보와 보충발주 등의 시스템을 제공하는 도매물류업이다.

2) 수입지향형 도매물류업

수입품을 취급하는 도매물류업은 증가하고 있지만, 향후는 특히 해외에 기반을 두고 스스로 상품을 기획·디자인 하기도 하고 세계곳곳에서 독자적인 상품을 조달하여 거래처인 소매업의 상품구색에 충실을 기하는 것을 경영전략상 중요과제로 하는 도매물류업이다.

3) 종합적 Merchandising 도매물류업

도매물류업의 대부분이 제조업에 맞추어서 업종별도매업이 그 주류를 이루고 있지만, 향후는 타업종의 물류대행과 광역물류체제의 정비 등을 통해서 고도의 물류시스템과 고도의 정보시스템의 구축 등을 배경으로 업종관계없이 광범위한 상품조달을 실현하여 경영규모의 확대를 꾀하는 도매물류업을 말한다.

4) 소매지원서비스 도매물류업

소매업의 지원을 최중요경영과제로서 생각하고 있는 도매물류업은 적지 않지만, 앞으로는 특히 거래처인 소매점과 일체화된 Partnership을 형성하는 것에 의해서 소매점이 실제로 필요로 하는 지원Needs를 파악하여, 그 소매점의 발전에 도움이 되는 경영Know-How를 효율적으로 제공하는 도매물류업을 말한다.

2. 협업화에 의한 발전방향

거대한 제조업체와 대형소매점에 대해서 중소도매물류업자가 공동으로 각종사업 -즉, ① 공동종업원교육, ② 공동계산처리, ③ 공동보관, ④ 공동배송 등-을 수행함으로써 저비용, 고기능을 실현하고 있다. 이러한 것을 「협업화」라고 하는데, 그 전형적인 예가 도매물류단지라고 할 수 있다.

도매물류단지는 중소도매물류업 20사 이상이 모여서, 창고의 부족난과 배송업무의 효율화 등을 기하기 위해서 협동조합을 만들고 중소기업진흥사업단의 지도와 지원하에서 교외로 이전한다.

1963년에 「중소기업도매업점포집단지화조성제도」로부터 시작하여 시내 등에 분산되어 있는 중소도매물류업자가 모여서 계획적인 도매물류단지가 형성되어 왔다.

구체적인 예로서 仙臺, 八戶의 공동물류, 공동정보처리, 山形の 공동인재개발, 船橋의 공동판매전략 등이 높은 평가를 받고 있다. 현재 도매물류단지의 수는 50을 넘고있다.

3. 흡수·합병에 의한 발전방향

1) 1차도매물류업이 2차지역도매물류업을 흡수·합병하는 주요인

(1) 소극적대책

- ① Market Share에 중점을 두고 경쟁도매물류업의 재편성에 대응
- ② 대형소매업의 체인전개 확대에 대응

(2) 적극적대책

- ① 도매물류업의 산업화를 목표로 기업규모의 확대를 실현
- ② 신소매업태에 대한 대응
- ③ 광역형 도매물류업태에의 개발에 의한 Buying-Power의 발휘
- ④ 합리적유통시스템의 확립에 의한 수익성의 향상

2) 2차지역도매물류업이 1차도매물류업에 흡수·합병되는 주요인

(1) 소극적대책

- ① 가업적체질에의한 후계자난, 종업원의 고령화, 인재확보난
- ② 대점법의 규제완화의 영향으로 주거래소매점의 쇠퇴, 부진
- ③ 소매업으로부터의 다품종소량다빈도물류 등의 요구조건 강화
- ④ 물류비의 증가
- ⑤ 재무기반의 빈약성에 의한 차입금의 증대

(2) 적극적대책

- ① 소매업지원체제의 강화
- ② 규모의 적정화에 의한 기업기반의 확립

3) 흡수·합병(M&A)의 대표적사례

(1) 식품도매물류업계

- ① 고크부(國分)의 자회사가 中元治商店을 흡수·합병
- ② 고크부의 자회사인 福島종합식품이 吉武를 흡수·합병
- ③ 가또산업이 사사끼와 高松해산물을 흡수·합병
- ④ 산요堂이 산쿄식품을 완전매수
- ⑤ 료오쇼쿠가 아리프레의 가공식품부문을 흡수

(2) 일용잡화도매물류업계

- ① 스끼야와 이이다가 합병하여 ACCESS 설립
- ② 三和상사가 도우테크를 흡수합병

4. 가공식품도매물류업의 그룹화·제휴에 의한 발전방향

현재의 가공식품도매물류업계를 단적으로 표현하면, 「대변혁기」, 「대전환기」에 직면하고 있다고 분석할 수 있다. 소비둔화에 따른 구조불황에 의해서 가공식품도매물류업계를 둘러싼 경영환경은 한층 더 어려움을 더해가고 있다. 시장은 이미 성숙도를 높여나가고 있고, 수요확대가 어려운 상황속에서, 엄격한 생존경쟁이 전개되고 있으며, 그에 따라 기업간격차는 더욱 더 커지고 있다. 이것은 살아남는 기업과 도태되는 기업과의 명암이 선명화되고 있다는 것을 의미한다.

이러한 상황속에서 가공식품도매물류업이 21세기를 향한 생존전략은 지금까지의 제조업체의 특약제도에 의해서 유지되어 왔던 매매차익의존형도매물류업으로부터 판매거래처인 소매업의 번영을 약속할 수 있는 도매물류업으로의 변신하는 것이 선결과제이다.

한편 앞으로의 가공식품도매물류업계를 전망한다면 전국적인 유통 Net-work 시스템의 구축을 향해서 재편성이 급속히 진전되리라고 말할 수 있다. 이에 따라 종래부터의 그룹화의 움직임은 한층 더 그 열을 더해 7그룹 정도의 그룹세력으로 선명화 될 것으로 사료된다.

즉, 대형 종합식품도매물류업이 유통주도권을 장악하여, 지역 2차도매물류업을 그룹화하는 경향이 더욱 거세지리라고 생각된다. 그 목적은, 상호간에 갖고 있는 기능을 분담해나가면서, 광역화되는 CVS 체인등의 소매업에 그룹의 총력을 다해서 대응해 나가는데 있다. 또한, 그룹화를 통해서 상권을 확보함과 동시에 유통 Total Cost를 삭감하여 보다 유리한 입장에서 Market Share를 확대해 나가는데 있다.

이하에서는 전국전개하는 대표적인 가공식품도매물류업의 각각의 발전 방향을 검토해 보기로 한다.

1) 고꾸부(國分)

일본최대의 가공식품도매물류업체로서

(1) 새로운 도매물류업의 실현을 목표로 제 5차장기5개년계획중

기본주력 테마로서는,

- ① 유통사업의 강화
- ② 체인사업
- ③ 상품개발의 강화-(Full Line)상품 공급체계, PB브랜드개발강화
- ④ 신규사업의 본격적 진출

(2) 핵심테마인 유통사업부문에서는

- ① 유통망의정비
 - 상류·물류·정보류의 정비
 - 물류의 거점정비(5개의 유통센터 신설)
 - 물류네트워크의 형성(자사물류거점과 그룹도매물류업)
 - 업태별소매점의 대응체제구축
- ② 물류거점정비로서는 최근 5개의 물류센터를 신설

(3) 체인사업

- 가맹점 1,000점체제의 실현과 그에따른 소매지원체제의 확립
- 저온분야의 물류정비
- 수산가공식품의 신상품개발에 역점

2) 雪印 Access

최근 가장 주목을 받고있는 일본대표적인 판사형 도매물류업체로서,

- (1) 平成 5년, 10월 가동
- (2) 雪印그룹의 도매업체 5사가 통합된 합병회사
- (3) 매출액 : 약 6,300억円정도로 國分에 이어 2위
- (4) 상온·냉장·냉동제품의 전국 네트워크화
- (5) 품질과 선도를 유지하기 위해서, 물류·정보의 제공형Quick

Response를 테마로,

「당신에게 가장 가까운 “제안형총합유통서비스도매업”」을 목표로 하고 있다

그렇게하기위해서,

- ① 소매업의 시점에 선 물류시스템구축
- ② 소매업의 번영에 직결되는 新Merchandising의 창조

- ③ Macro와 Micro의 마케팅시스템의 창조 - AREA 마케팅
 - ④ 신세대를 향한 新정보네트워크의 창조
 - ⑤ 개성화시대에 걸맞는 新판매촉진책 모색
- 등을 통해서 보다 고객에게 Access도를 높이려고 하고 있다.

3) 료오쇼쿠

(1) 미쯔비시의 계열회사로,업계 3위의 도매물류업체로서,
平成 5년부터 3개년에 걸쳐서, 매출액 6,000억円, 경상이익율 1%을 목표로 하는 『Dreams』 계획을 추진하고 있다.

그 실현을 위해서,

- ① 新물류 체제구축
- ② 新영업 체제구축
- ③ 新관리 체제구축
- ④ 기간점그룹과 이업종도매업체와의 제휴강화 등을 꾀하고 있다.

그 과제로서는,기업체질의 슬림화를 통하여 불황에도 견딜 수 있는 강력한 조직체계의 확립에 있다

(2) 新물류측면에서는, 물류센터의 전·후방체제의 강화를 통한, 소매업체와의 일괄수주·일괄물류체제의 확립 (전방물류센타를 전국 8개소에 설치,물류시스템의 차별화를 꾀함)

(3) 新영업측면에서는, 카테고리 매니지먼트체제를 추진해나가면서, 소매업체와의 Partner Ship관계의 강화를 꾀하면서, 『매력있는 매장만들기』에 역점을 두고 있다.

(4) 대형화가 가속화되고 있는 소매업환경변화에 대응하기 위해서 업체별 도매물류업체를 지향하고 있다.

그 일환으로서,

제과도매물류업체를 인수하여 (株)東京료오카를 설립하였고, 향후에는 생활용품도매물류업까지도 설립하여, 궁극적으로 이업종도매물류업의 합병을 통한 신업태도매물류업으로 발전을 꾀하고 있다.

4)메이지야(明治屋)

업계 4위의 식품도매물류업체로서,

- (1) 최근 매출지향으로부터 이익중시의 경영으로 전환
- (2) 자사브랜드(MY)상품의 확장판매에 의욕을 쏟고 있다.
- (3) 소매업체별 각각의 10개의 전용물류센터를 보유하여 작업태별 개별 물류체제의 구축을 꾀하고 있다.
- (4) 각지의 중견수퍼에 대해서는 공동화를 추진
- (5) 새로운 도매물류업의 기능으로서 정보제공시스템을 완성시켜,거래처인 소매점에의 서비스를 철저히 해 나간다는 계획을 구체화
- (6) 소매점에 대한 지원기능을 강화에 주안점, 특히 매장제안에 관한 모든 정보를 제공하는데 그 역점을 두고 있다.

以上 일본의 주요 가공식품도매물류업의 발전방향에 대해서 살펴보았는데, 그 핵심은 「통합화」로 집약할수 있다

그 기본으로서는,

- ① Full Line화 한 도매물류업태상의 확립(업종별도매물류업→업태별도매물류업)
 - ② 소매업체와의 Partner-Ship 관계의 강화
 - ③ 물류·정보 등에 의한 토탈 네트워크시스템의 구축
- 등의 3점으로 요약할수 있다.

Ⅲ. 결 론

-요약 및 우리나라 도매물류업의 성장·발전에 시사하는점-

참고사항)

우리나라의 도매물류업의 성장조건과 발전방향

=====

1. 현 황

2. 성장가능성

3. 성장전제조건

4. 발전방향

5. 미국의 식품도매물류업의 형태 및 특징

-소매업체가 buying- power를 강화하기 위해서 소매업체가 도매물류기
능을 수행

- 독립계의 중소소매업체가 공동출자한 도매물류업 : Cooperative
(略 Coop)

단독소매점을 기반으로 도매물류업을 수행

「도매기능은 수행하지만,파는것은 서비스다」 라고 할 정도로 소매지원
기능의 충실함→Service Merchandiser

- ① 상품 FULL-LINE제공
- ② 시장조사에의한 점포리뉴얼
- ③ 효율적인 매장관리
- ④ 신소매업체 개발
- ⑤ 경영지도

소매업체 > 제조업체

- 단독소매점을 기반으로하는 독립적인 도매물류업 : 소매지원기능이 주 업무

소매업체 > 제조업체

- 브로커 : 소매업체 < 제조업체

6. 국내의 식품도매물류업현황 및 발전전망

1) 현 황

- 최근, 도매물류업의 사업성타당성이 대두

- 유통주도권이 제조업체에서 소매업체로 전환되면서,

제조업체입장에서는 ① 유통지배력을 강화하기 위한 일환으로, ② 신규 부가가치사업으로서 진출을 꾀함

그리고 소매업체입장에서는 신규부가가치사업으로 도매물류업 진출을 시도하고 있음

- 현재 Infra구축중

① 상품 확보

② 거래처 확보

③ 소매업 관리능력 배양

④ 물류체제 구축

2) 발전방향

- 제조업체와 유통업체 특히 다점포를 보유한 그룹측면에서, 물류기능을 주축으로 Service Merchandiser기능을 강화

7. 국내의 식품도매물류 사례

1) 콜럼버스 코아퍼레이션

● 출자 : 빙그레 100%출자

● 사업개시일 : 1989년 3월

● 매출액 : 1995년 기준 1,000억원

● 취급품목 : 식품·비식품·주류 등 1,700여개의 품목

● 현 주요업무

- 물류대행업무 : 씨클K 코리아, 스파메트로 등의CVS, 백화점, 슈퍼마켓
- 판매업무 : 빙그레, KRAFT, MAKRO, 수입제품(100여 수입전문상과 거래)

물 류	상류+물류
유통업체	빙그레
물 류	특 판

● 물류센터 : 경기도 이천, 부산, 마포, 인천, 대구 등 5개소

● 향후 전개방향

현재의 물류대행 및 판매대행 업무를 중심으로 자체상품개발, 자가점포 개발 등 도매기능의 활성화를 통하여 종합도매물류회사로 발전

2) 선경유통

● 출자 : 선경그룹의 계열회사

● 사업개시년도 : 1990년 4월 창동에 멤버스센터의 설립 시점

● 매출액 :약 1,000억원

● 거래처 : ①한국중소상인연합회의 1,300여점

②가맹점 S-Mart 100여점

● 주요사업

- 1차식품 및 가공식품을 구매하여, 1,300여 가맹점에 제품을 공급하는 도매업(주 수입원은 가맹점으로부터의 Royalty)

- 직영 S-Mart 를 통한 소매업

- 컴퓨터 및 통신기기의 도·소매업(직영매장확보)

● 물류센터 : 용인센터 및 죽전 가공센터

● 현재 사업현황 : 도매사업의 활성화를 기하지 못하고 있음

그 주요이유로는

- 가맹점 확보의 어려움

- 도매업무 수행상 중요한 MD(Merchandising)기능의 미비

- 경쟁력있는 NB(National Brand)의 확보의 확고한 기반미비

- 경쟁력있는 PB(Private Brand)개발 부족

- 소매관리 및 경영지도 기능 부족
- 자료 처리문제

● 향후 전개방향

3) 롯데·미쓰이 Logistics

● 자본금 : 15억원(롯데리아 51% , 미쓰이 49%)

● 사업개시일 : 1996년 10월

● 취급품목 : 식품·비식품

● 현 주요업무

-Korea Seven(7- 11)의 물류업무 대행

-실질적인 물류업무는 협력회사에서 수행, 그에 따른 물류수수료 지불

-협력 물류회사에 물류관련 기술제공

● 매출 : 제조업자·Korea Seven으로부터 물류비 약 7%(취급금액대비)

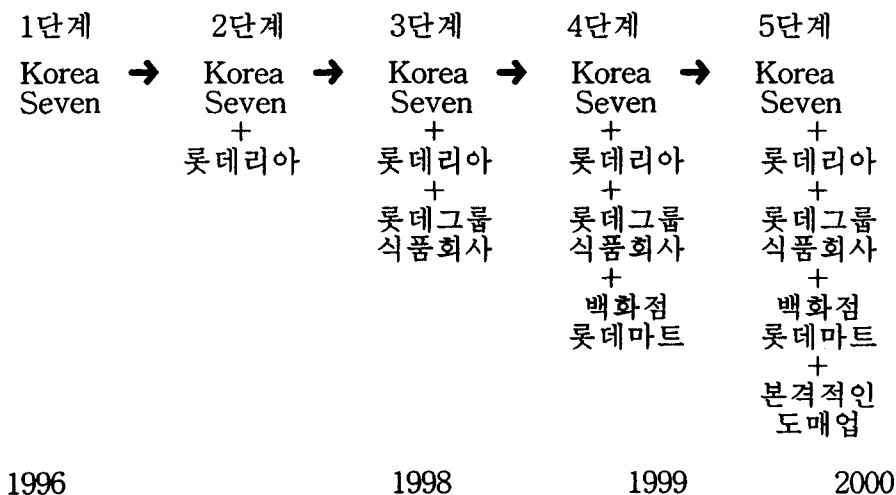
그중에서 약 5%정도 물류협력회사에 지불

● 물류센터 : 현재 가양동 센터(1,000평)에서 물류업무 수행

현재 용인물류센터(2,600평) 건설중

● 향후 전개방향

판매차익상인 + 물류업무 대행을 통한 물류수수료 업자



※기간은 최대한으로 고려한것으로,빠른 기간내에 정착화를 모색

4) 제일제당

- 유통사업(도매업·소매업)진출을 적극적으로 모색
 - 유통사업진출을위해서 유통연구팀을 운영
 - 도매업진출과 관련하여,
 - 부사장스텝 조직으로 도매물류팀을 운영
 - 조직인원은 15명정도
 - MD기능 및 소매점관리 기능을 충실히 하기 위한 방법 등에 관해서 검토
 - 그 일환으로 경합제품이 아닌 상품을 직접구매하여 판매기능을 수행
 - 향후 도매법인으로 발전을 꾀함
- ※최근 유통채널정책에서 기존의 대리점위주정책보다는 직거래중심으로 방향을 전개해 나가는 것도 이와 무관하지 않다고 사료됨
- 소매업진출과 관련하여,
 - K-Project팀을 운영하면서 소매업 진출을 적극적으로 검토
 - 다양한 업태의 진출을 꾀하고 있으며, 제 1진출업태로는 백화점사업을 검토
 - 그 입지로는 방화동공장부지 약 3,000평을 고려

5) 한국물류센터

- 초기출자 : 한국 슈퍼체인협회로 부터 현대백화점이 인수
- 사업 개시일 : 1995년 6월
- 매출목표 : 1996년도 600억원
- 주요사업
 - 공산품 물류업무(생필품 80여개 제조업자의 제품을 취급하고 있고, 백화점, CVS점포 등 300여개의 도매물류 대행)
 - 냉동 사업
 - 연수 사업
 - 임대 사업
- 취급품목 : 2,000여 품목
- 물류센터 : 경기도 용인군 수지에 대지면적 4,200평,건축면적 11,300평
- 향후 전개방향
 - 제조업자및 유통업자의 물류업무를 대행하면서, 판매차익을 노리는

도매업자로서 기능을 강화

- 현대백화점의 도매물류업 진출

6) 해태 T.M.C(Total Merchandising Company)

● 출자 : 해태제과의 자회사형태

● 1992년부터 본격적으로 검토

● 본래, 일본 고꾸부와 기술제휴를 통해서 도매물류운영체계를 확립하려고 했으나 종업원의 교육훈련정도의 제휴에 그침

● 주요 사업의 추진방향

- 해태제과의 물류대행업무를 기반으로 그룹물류대행회사 및 구매기능을(수입제품포함) 갖고, 본격적인 도매사업 진출을 꾀함

● 사업추진상의 어려움

- 그룹사(특히,해태유통 등)와의 협조체제의 결여

- 해태제과 및 그 자회사인 합경운수와의 업무한계성 모호

- 가맹소매점의 모집이 원활치않음으로 인하여, 직영소매점을 설치·운영하였으나, 운영Know-How가 없었음

● 현재 해태제과내 사업부단위로 존속하고 있으나, 의미는 없음

● 최근 해태그룹차원에서 공동물류를 중심으로한 도매물류사업추진을 적극적으로 검토하고 있음

7) 동원산업, 삼양사, 대한통운 등의 도매물류회사

● 동원산업의 신규사업팀을 중심으로 2년전부터 도매물류회사진출 모색

● 공동물류로부터 출발하여 상류기능(판매기능)을 추가

● 도매물류사업의 운영System은 일본 료오쇼쿠가 제공

● 현재 출자방법 및 경영, 운영방법 등에 관해서 총론찬성 각론반대로 인해서 사업추진에 난항을 겪고 있음

8) 진로 Best Store

● 편의점의 본부역할로서 가맹점에 물류업무를 수행

● 주 수입원은 물류수수료

● 향후 물류업무+Service Merchandiser로서 발전을 꾀함

9) 우성유통 등의 벤더

● 특정편의점의 물류대행업무를 주로하는 벤더형태로, 영세성을 면치 못하고 있으며, 물류시스템의 미구축으로 인하여, 현재 대부분이 경영난에

10) 해표-유니레버 : 특정제조업체의 전문도매업체(판사)

● 유니레버 와 신동방의 각각 50%씩 출자한 전국권 판매회사

● 1994년 설립

● 매출액 : 2,000억원(1995년)

● 경영권·마케팅 - 유니레버
판매 - 신동방

● 취급제품 : 식품과 생활용품

● 향후 : 종합식품·종합생활용품의 도매형판매주식회사

● 조직 : 지역별 영업소체제를구축

● 생산은 해표-유니레버의 주문체제(재고부담 있음)

● 물류는 제조업체 물류와 구분된 배송·작업위주의 물류체제

8. 미원의 도매물류사업의 발전방향

1) 기본방향

지역판사체제구축을 통해서,

A안) 일정시점에서 판사의 2원화 즉, ① 지역도매물류업자로, 그리고 ② 미원의 판매조직으로서 판사로 전환

B안) 판사체제가 지역별 도매물류업으로 전환

2) 전개방향(3단계)

● 1단계 : 판사형태

미원제품의 시장확보가 절대명제-유통지배력강화

따라서, In-Share-Up 과 확장매출액을 확보하기 위해서

영업소체제확립을 통한 ①소매점관리능력의 배양 ②시장Needs를 파악할수있는 체제구축 ③효율적인 물류체제구축 등이 필요

● 2단계 : 판사형 도매물류업(미원통상과 서해유통과의 연계체제)

- 취급제품은 업체별소매점 제품으로확산(수입품포함)

PB브랜드 개발 착수

- 주요거래처로서는 ①업종별 소매점 ②특판거래처인 백화점, 체인점, 할인점 등 ③미니스톱의 직영 또는 가맹점 등

- 물류체제는 미원의 물류와 서해유통과 통합

- 거래처 확산을 위한 소매지원기능 강화

- 미원 = 미니스톱을 포함한 소매업체

● 3단계 : 일반도매업

「도매업의 논리」에 따라서 신규사업으로서 수익성을 최대화시킬 수 있는 독립적인 체제 구축

3) 지역

- 현재 판사 대상지역을 중심으로 지역전개
- 시단위로부터 권역권단위로 점진적인 확산