

대형 할인점 포화지수와 결정 요인 분석

— 수도권을 중심으로

서용구*

한경동**

목 차

- I. 서론
- II. 문헌고찰
- III. 실증분석
- IV. 결론

I. 서론

우리나라의 대형 할인점(large-scale discount store) 진출은 1993년 11월 서울시 도봉구 창동에 입지한 E-마트를 시초로 하여 10년이 채 안 되는 짧은 역사를 갖고 있다. 까르푸(Carrefour, 프랑스), 월마트(Wal-Mart, 미국), 코스트코(Costco, 미국), 테스코(Tesco, 영국) 등 다국적 소매기업들과 신세계의 이마트, 롯데쇼핑의 롯데마트, 뉴코아의 김스클럽, 농협외 하나로 클럽 등 국내 기업에 의한 대형 할인점들이 대표적인 예라 할 수 있다.

1996년 유통시장의 완전 개방과 함께 IMF라는 경제적 어려움 속에서도 대형 할인점은 빠른 속도로 성장하여 전국적으로 급속하게 확산되고 있다. 이에 따라 대형 할인점의 지방 진출이 가속화되면서 지방 중소규모 소매점은 위기에 직면하게 되었고,

* 숙명여자대학교 경영학부

** 한국외국어대학교 경제학과

무차별적인 대형 할인점의 입지 허용은 토지 가격의 상승과 무분별한 도시 팽창, 교통 혼잡의 원인이 되고 있다는 지적이다.

더욱이 최근에는 대형 할인점이 지방의 구매 수요에 비해 과도하게 많다는 우려와 함께 대형 할인점의 포화에 대한 논의가 제기되고 있는데, 신세계 유통산업연구소(2003)는 대형 할인점 1개당 적정 인구수를 10만 명으로 보고 전국적인 대형 할인점의 포화 점포수를 470개, 포화 시기를 2008~2009년으로 예상하고 있으며, 대한상공회의소 연구보고서(2003)에서는 대형 할인점 1개당 적정 인구수가 8만 명이며, 전국적으로 598개의 대형 할인점의 개설되어 2008~2010년에는 포화 시점에 이를 것으로 보고 있다.

이와 같은 대형 할인점을 비롯한 소매업의 포화(retail saturation)에 대한 관심이 나 논의는 이미 1980년대 중반 이후 영국이나 미국에서도 제기된 바 있으며, 현재도 계속 전개되고 있다(Guy(1994), Langston et al.(1997), Lord(2000a, 2000b)). 특히 영국에서는 식료 잡화점의 포화에 대한 관심이 높아졌는데, 30~40%의 시장을 차지하는 대형 3, 4개 소매 기업이 출현하고, 일부 소매 기업이 해외 시장에 진출하기 시작함으로써 영국의 국내 소매 시장이 포화되었다는 논의를 촉발한 것이다. 소매 포화에 대한 논의는 대체로 이미 포화 상태에 도달했거나 또는 빠르게 포화되고 있다는 주장이 설득력을 가져 1994년에 Drummond(1994)는 세기말까지 영국의 몇몇 주요 소매 기업이 붕괴하고 소매 시장에 포화가 나타날 것이라고 예상하기도 하였다. 하지만 대형 업체의 시장 점유율 상승과 기업 결합 등의 현상이 제한적으로 나타나고 있을 뿐 아직까지 소매 포화 현상이 지배적인 것으로 받아들여지는 않고 있다.

이에 본 연구에서는 대형 할인점의 포화 논의를 중심으로 II장에서는 대형 할인점의 적정 점포수 또는 포화 수준 논의와 관련된 입지 특성과 상권 분석에 관한 연구와 소매업의 상호 경쟁 효과에 대한 연구 등을 정리하고, III장에서는 서울, 인천, 경기 등 수도권 지역을 중심으로 대형 할인점의 성장 추세를 살펴본 후, 소매 포화 지수를 이용한 대형 할인점 포화 지수를 산출하고 그 결정 요인을 실증 분석한다. 마지막으로 IV장에서는 결과를 요약하고 시사점을 도출한다.

II. 문헌 고찰

1. 대형 할인점과 소매업의 유통경쟁구조에 관한 연구

대형 할인점과 같은 신입태의 급속한 확산은 기존의 소매 구조에 변화를 가져오고,

특히 중소 소매업태에 많은 영향을 준다. 다시 말해, 다양한 형태의 소매업태들이 등장하기 이전에는 같은 상품을 판매하는 업태끼리의 경쟁, 즉, 주유소는 주유소와 서점은 서점과 경쟁하는 업태내 경쟁(intra-type competition)이었으나, 최근의 경쟁 양상은 동일한 소매업태내의 경쟁에서 벗어나 서로 다른 업태간 경쟁(inter-type competition)으로 확대되고 있다.¹⁾

이와 같은 소매업의 구조와 그 구조에서의 경쟁을 살펴보기 위해서는 우선 시장 구조가 미치는 영향을 파악하여야 한다. 시장 구조는 거래 지역에서 소비자와 환경적 요소의 인구통계학적 특성을 포함하는데 이것은 소매점에 대한 수요를 방해하거나 창조하는 변수들이다. 따라서 시장 구조는 이동성, 인구밀도와 소비자의 쇼핑 습관에 영향을 미치는 소득과 나이 같은 사회경제적 변수를 포함하게 된다.

Ingene(1983)은 식료품점과 레스토랑의 업태간 경쟁을, Ingene and Brown(1987)은 주유소간의 업태내 경쟁을 분석하고 있다. 특히 Ingene and Brown(1987)은 시장구조 요소로 인구통계, 환경, 마케팅 믹스 변수를 포함시켜 소매 구조의 모델을 개발하고, 인구통계 변수와 환경적 특성이 마케팅 믹스 변수의 영향을 통해서 직접적, 간접적으로 매출액, 상점의 개수, 서비스 수준의 요소를 포함하는 소매 구조에 영향을 미친다고 보았다. 또한 Miller, Reardon and McCorkle(1999)은 스포츠용품점의 상품 다양성을 바탕으로 소매업태를 분류하여 소매 구조의 상호 경쟁 관계를 고찰하고 있다. 특히 Miller, Reardon and McCorkle은 소매업태의 경쟁 관계가 이전에 생각해왔던 것보다 훨씬 더 복잡하다고 보고, 경쟁 관계의 복잡성을 설명하기 위해 경쟁의 단면 관계를 검토한 후, 대규모 소매점과 소규모 소매점의 연합으로 소매구조를 재정의하였다. 그리고 이제까지의 지배적인 주장, 즉 대형 할인점과 같은 대규모 신입태의 진입으로 중소규모 소매점은 위기에 직면하게 된다는 의견과는 상반되게 대규모 소매점과 중소규모 소매점의 공생 가능성을 제안하고 있다.

한편, 전달영·김용환(1999)은 동일한 유형의 점포가 경쟁할 때인 경쟁 대형 할인점 간 점포선택 결정요인을 점포끼리의 거리, 상품구색, 제품카테고리 선호도, 가격, 품질, 편의성, 점포명, 점포분위기 등으로 측정하고 있다. 심상희(2001)는 Miller, Reardon and McCorkle의 연구를 토대로 서울 지역에서 신입태인 대형 할인점과 기존의 중소 소매업태인 슈퍼마켓의 경쟁 효과를 고찰하고 있다. 또한 박성용(2003)은 춘천지역을 대상으로 대형 할인점의 진입에 따른 유통업태의 특성과 경쟁관계를 소

1) Levy and Weitz(1998)는 업태내 경쟁을 유사한 상품을 판매하는 같은 유형의 소매업자 사이에 존재하는 경쟁으로, 업태간 경쟁은 유사한 상품을 판매하는 다른 유형의 소매업자 사이의 상호 경쟁 관계라고 정의했다. Dunne and Lusch(1999)는 미국의 도소매업 센서스에 존재하는 상품라인을 사용하고 같은 표준사업 분류코드(SIC)에 있는 소매점 사이의 경쟁으로 업태내 경쟁을 설명했다.

비자의 구매행동 변화를 조사하여 구매품목과 구매장소의 연관성, 소비자의 심리적 반응 등으로 파악하고 있다.

2. 대형 할인점의 입지 특성과 확산에 관한 연구

소매업을 생산자와 소비자의 시간적·공간적 거리 극복을 그 기능으로 하는 경제 활동으로 본다면, 소매업은 공간적인 제약을 받게 되며 소매업의 구조 변화는 경제 활동 측면뿐만 아니라 공간적인 측면에서 동시에 파악해야 한다.

대형 할인점의 출현이나 성장은 토지 이용이나 도시 시설의 배치라는 공간적, 도시 계획적 측면에 영향을 미치고 있다. 대형 할인점의 분포 현황과 입지 특성을 파악하여 토지 이용이나 도시 계획적 함의를 유도하고, 상업 지역이나 상업 시설의 입지 특성이 도시 공간 구조에 미치는 영향 등을 파악하고자 하는 연구가 대부분이다. 특히 입지 이론과 관련하여 상업 지역이나 상업 시설로서 대형 할인점에 초점을 맞추고 있는 최근의 국내외 연구는 Dawson and Lord(1985), Carter(1995), White and Gray(1996), 이만형·전성자(1998), 이희연·김지영(2000), 권용걸·강양석(2002) 등을 들 수 있다.²⁾

먼저 Dawson and Lord(1985)는 1930년대 이후 미국의 사례를 중심으로 쇼핑센터의 발달과 관련된 다양한 근거자료를 제시하였다. Carter(1995)는 지리학적 관점에서 중심지 이론을 원용하여 도시 내부의 사업 구역을 유형화하고, 유럽 도시와 관련된 쇼핑센터의 모형을 구상하였다. White and Gray(1996)에서는 21세기 소매업, 쇼핑센터를 위한 시장 수요 분석, 소매 시장의 특성 등을 조사하고, 쇼핑센터로서 할인점(discount store)의 성격과 준거를 규명하였다.

한편, 이만형·전성자(1998)는 도시 계획적 관점에서 사례 조사를 통해 대형 할인점의 입지 특성을 고찰하고, 이를 토대로 대형 할인점의 입지 문제점 도출과 개선 방안

2) 또한 대형 할인점과 같이 대형화된 소매업에 대한 연구는 대형화된 소매업의 입지에 의한 주민들의 쇼핑 행태 변화에도 관심을 두고 있다. Harthshorn(1992)은 미국에서 소매 패턴은 다양한 형태를 나타내며, 소매업의 센터들은 중심지 체제와 비슷한 내포적이고 기능적인 계층을 가지고 있고, 소매패턴의 공간 조직이 발달함에 따라 기능 분화가 발생한다고 설명하였다. 또한 소매업의 역사적 근원에서부터 쇼핑센터의 진화 과정, 쇼핑센터의 위계, 상권 분석의 방법, 쇼핑행태에 관한 소비자 수요와 공간 선호도의 변화 등을 분석하고 있다. Jones(1993)는 시장 수요를 지리학적으로 분석하고, 의사결정의 주체로서 소비자 행동, 즉 소비자의 쇼핑행태에 초점을 두고 있으며, 소매와 주거 패턴, 거대 도시(metropolis) 내에서의 상업구조와 변화, 입지 전략 등을 기술하였다. Golledge and Stimson(1997)은 소비자 행동과 소매센터의 입지이론에 대한 설명과 함께 쇼핑센터의 발전과정, 쇼핑센터의 성격, 쇼핑센터 정책에 대한 최근 경향, 쇼핑센터의 입지에서 정부의 역할, 미래 경향 등을 미국의 사례로 기술하였다.

의 제시를 시도하고 있다. 이희연·김지영(2000)은 인구 10만 명 이상의 전국 도시를 대상으로 도시들간에 대형 할인점 점포수의 변이를 설명해주는 요인들을 추출하기 위해 인구학적 변수, 경제적 변수, 용도 지역 변수 등 3 가지 변수 그룹에 대한 13개 자료를 이용하여 인자 분석(factor analysis)을 한 후에 인구 경제적 인자와 용도 지역 인자를 독립 변수로 중회귀분석을 하였다. 회귀분석의 결과는 도시간 대형 할인점 점포수의 변이가 인구 경제적 인자와 용도 지역 인자에 의해 91% 설명되며, 특히 잠재적 상권 규모나 구매력 수준을 나타내는 인구 경제적 인자의 설명력이 높게 나타났다. 또한 권용걸·강양석(2002)은 2001년 6월 현재 서울에 분포하고 있는 33개 대형 할인점에 대한 경제적 변수, 인구학적 변수, 토지 이용 변수, 교통적 변수 등 4 가지 범주의 22개 자료를 수집하여 인자 분석을 통해 인구학적 요인, 단지 상권 요인, 지가 요인, 역세권 요인, 소득·거리 요인, 접근성 요인 등 6개의 인자 요인을 추출하고 대형 할인점의 입지 결정에 인구학적 요인이 가장 크게 영향을 미치고 있음을 확인하였다.

Ⅲ. 실증 분석

1. 수도권 대형 할인점의 성장 추이

수도권은 가장 먼저 대형 할인점의 확산이 진행된 지역이며, 아직까지도 많은 수의 대형 할인점들이 개설되고 있다.

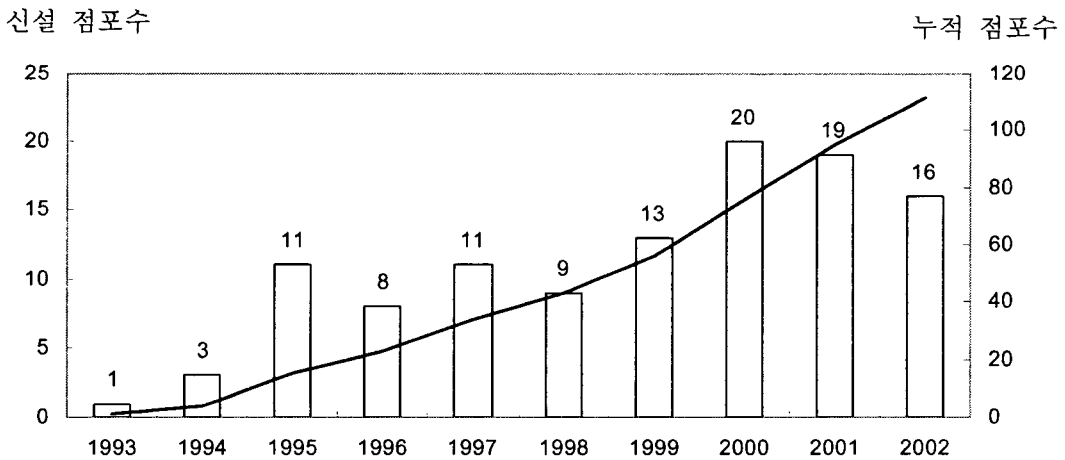
초기 1993-94년에는 서울시를 중심으로 대형 할인점이 개설되었다. 그러나, 1995-96년에는 총 19개의 신설 대형 할인점 가운데 4곳만이 서울시 내부에 개설되었고, 나머지 15곳은 인천시와 성남시, 고양시 등 서울 주변의 위성 도시 및 신도시들에 집중적으로 개설되었다. 즉, 서울시보다는 그 주변지역을 중심으로 대형 할인점의 점포가 개설되었다. 이는 넓은 부지를 필요로 하는 대형 할인점의 특성상 서울에서는 경제성 있는 부지를 구하는 데 어려움이 있는데 비해, 신도시나 위성 도시들에서는 인구밀도에 비해 충분한 상업시설이 들어서 있지 않았으며, 상업지구 내에서도 비교적 저렴한 비용으로 넓은 부지를 확보할 수 있었고, 그에 따라 고정투자 비용을 절감할 수 있었기 때문이라고 볼 수 있다. 이들 도시들은 서울시와 같은 생활권에 있으며, 전반적으로 주민의 소득수준이 높고, 주로 아파트 밀집 지역들로 일반주택가에 비해 배후 상권이 안정적이라는 장점도 갖고 있기 때문에 자연적으로 서울시 보다 많은 수의 대형 할인점이 들어서게 된 것이다.

본격적인 확산의 시기에 들어선 대형 할인점은 1997년부터 현재에 이르기까지 지속적인 확산을 보이고 있다. 특징적인 점으로는 수도권내의 입지가 증가하고 있다는 것이다. 이는 서울시가 다른 어느 지역들 보다 수익성이 높은 지역임에도 불구하고 부지 확보의 어려움 등으로 인해 서울시 내부에서의 확산이 어려워졌다는 것이다. 그러나, 아직까지 수도권내 대형 할인점의 상당수가 서울에 입지해 있는 실정이며 인천시, 고양시, 성남시, 수원시 등으로 분포되어 있다.

2003년 6월 현재 수도권인 서울, 인천, 경기도에 위치한 점포는 각각 42개, 17개, 57개로 국내 237개 대형 할인점 가운데 수도권에만 총 116개가 개설되어 전국 대비 48.9%를 차지하고 있다. 이 가운데 신세계의 E-마트가 국내 최초 할인점인 창동점을 비롯해 총 25개 점포를 구축하여 수도권에서 가장 많은 점포를 가지고 있으며, 롯데쇼핑의 롯데마트와 한국 까르푸는 각각 16개와 15개 점포를 운영 중이다. 특히 신세계의 E-마트를 비롯한 상위 5개사의 수도권 출점은 총 75개로 수도권 대형 할인점의 64.7%를 차지하고 있다.

<그림 1> 수도권 대형 할인점의 연도별 개점 추이

(단위 : 개)



자료 : 한국체인스토어협회

앞으로 각 업체들은 서울을 비롯한 대구와 부산 등 수도권과 대도시에 집중적으로 점포를 개점하여 핵심상권을 장악한다는 전략을 내세우고 있다. 각 유통업체들이 대도시 상권 장악을 서두르는 것은 서틀버스 운행이 금지되어 경쟁사들이 대중 교통이 편리하고, 구매력이 높은 대도시에 점포를 집중시킬 것으로 예상되기 때문이다.

<표 1> 수도권 대형 할인점의 업체별 현황 (2003년 6월 현재 기준)

	서울		인천		경기		소계	
	개	%	개	%	개	%	개	%
신세계	11	9.48	3	2.59	11	9.48	25	21.55
롯데쇼핑	7	6.03	2	1.72	7	6.03	16	13.79
한국까르푸	6	5.17	2	1.72	7	6.03	15	12.93
삼성테스코	1	0.86	3	2.59	7	6.03	11	9.48
월마트코리아	1	0.86	2	1.72	5	4.31	8	6.90
상위 5개사 소계	26	22.41	12	10.34	37	31.90	75	64.66
기타	16	13.79	5	4.31	20	17.24	41	35.34
합계	42	36.21	17	14.66	57	49.14	116	100.00

자료 : 한국체인스토어협회

2. 수도권 대형 할인점의 포화 지수 산출과 결정 요인

수도권 지역에 분포하고 있는 대형 할인점의 적정 점포수 또는 포화 수준을 판단하기 위해 2001년 12월말 현재를 기준으로 서울의 25개 구, 인천의 8개 구, 경기의 25개 시 등 총 58개 수도권의 시·구 지역에 대한 대형 할인점 포화 지수를 산출하고, 그 결정 요인을 분석해 본다.

대형 할인점의 포화 수준은 LaLonde(1961), Ghosh and McLafferty(1987) 등의 소매 포화 지표(index of retail saturation), Ingene and Lusch(1981)의 가구당 점포수³⁾ 등을 원용하여 실질 소매 포화 지표(real saturation index, *RSI*) 또는

- 3) Ingene and Lusch(1981)은 어떤 지역의 총 점포수는
$$N = \frac{z\pi R^2}{\pi r^2}$$
으로 결정된다고 보고 있다. 여기서 πr^2 는 대표적인 점포가 경쟁하는 시장의 면적, πR^2 은 지역의 면적이다. z 는 시장의 중첩 수준을 나타내며, z 가 1이면 체인점이나 프랜차이즈 방식으로 운영되는 점포와 같이 독립적인 지역을 확보함으로써 시장 중첩이 없는 경우이며, z 가 1보다 작으면 어떤 지역에는 점포가 개설되지 않는 경우, z 가 1보다 크면, 동일한 지역에서 시장이 중첩이 있어 점포간 경쟁이 존재하는 경우이다. 총 점포수에 대한 식의 양변을 해당 지역의 가구수(h)로 나누어 가구당 점포수
$$\frac{N}{h} = \frac{zR^2}{hr^2} = \frac{z}{\phi r^2}$$
를 구할 수 있는데, 여기서 $\phi = \frac{h}{R^2}$ 로 정의할 수 있는 인구밀도를 나타낸다. 따라서 가구당 점포수는 어떤 지역의 특정 소매업태의 경쟁도를 측정할 수 있으며, 점포수(N)가 '공급'을, 가구수(h)가 '수요'를

실질 소매 포화 지수(real saturation quotient, RSQ)에 의해 측정할 수 있다. 일반적으로 소매 포화 지수는 어떤 지역 i 의 인구수를 P_i , 1인당 (특정 상품 또는 소매 업체 등에 대한) 지출을 E_i , 그리고 해당 소매 매장의 면적을 R_i 라고 할 때, $S_i = \frac{P_i E_i}{R_i}$ 로 정의된다.⁴⁾ 그러나, 이 지표는 어떤 지역의 소매 공급 수준에 대한 소매 지출 수준을 비교함으로써 소매 포화 수준을 측정하기보다는 새로운 점포의 진출 기회를 나타내고 있다. 또한 이 지표의 값은 지역간 비교 등이 고려되지 않는다면, 지표의 적정성을 판단할 수 없다⁵⁾. 따라서 본 연구에서는 대형 할인점의 포화 수준을 다음 식 (1), (2)로 정의할 수 있는 실질 소매 포화 지표와 실질 소매 포화 지수로 측정한다.

$$RSI_i = \frac{R_i / (P_i E_i)}{\max [R_i / (P_i E_i)]} \quad (1)$$

$$RSQ_i = \frac{R_i / (P_i E_i)}{\text{avg} [R_i / (P_i E_i)]} \quad (2)$$

실질 소매 포화 지표는 0에서 1 사이의 값을 가지며, 1에 근접하는 값을 가질 경우에 상대적으로 포화되었다고 판단할 수 있으며, 실질 소매 포화 지수 역시 평균을 기준으로 대형 할인점의 상대적 포화 수준을 확인할 수 있다.

수도권 대형 할인점의 지역별 포화 수준은 <표 2>와 같이 산출된다. 다만, 시·구의 1인당 대형 할인점 지출의 대위 변수(proxy variable)로 1인당 지방세 납부액을 사용하였다.⁶⁾

측정할 수 있다는 점에서 LaLonde(1961)의 소매포화지수(index of retail saturation)와 관련이 있다는 주장을 하고 있다.

- 4) 소매 포화 지표를 어떤 지역의 인구(P_i)당 점포 매장 면적(S_i), 즉 $\sum_i S_i / P_i$ 로 정의하기도 한다.
- 5) 아울러 소비자가 해당 지역 이외에서 구매할 가능성이나 다른 지역의 소비자가 해당 지역에서 구매하는 경우가 소매 포화 지표에는 반영되지 않기 때문에 해당 지역이 협소할수록 소매 포화 지표는 왜곡될 수 있다.
- 6) 시·구의 가계소비지출에 대한 통계가 없어 1인당 대형 할인점에 대한 가계소비지출이 1인당 지방세 납부액과 비례한다고 가정한다.

<표 2> 수도권 대형 할인점의 지역별 포화수준

지역	대형 할인점수	대형할인점 영업면적	인구수	지방세	1/소매 포화지표	실질소매 포화지표	실질소매 포화지수	
서울 (25)	강남	2	9,240	546,038	1,082,299	0.009	0.016	0.106
	강동	3	16,104	490,585	218,141	0.074	0.136	0.917
	강북	0	0	352,317	97,645	0.000	0.000	0.000
	강서	4	135,323	523,542	248,999	0.543	1.000	6.750
	관악	1	5,280	529,741	187,047	0.028	0.052	0.351
	광진	1	5,445	390,090	167,692	0.032	0.060	0.403
	구로	1	8,250	417,453	212,979	0.039	0.071	0.481
	금천	2	22,900	263,061	109,599	0.209	0.384	2.595
	노원	2	27,143	648,615	205,710	0.132	0.243	1.639
	도봉	2	15,982	372,318	148,975	0.107	0.197	1.332
	동대문	1	7,897	383,822	174,859	0.045	0.083	0.561
	동작	0	0	407,793	169,062	0.000	0.000	0.000
	마포	1	6,174	382,195	241,500	0.026	0.047	0.318
	서대문	0	0	371,316	150,354	0.000	0.000	0.000
	서초	3	26,202	397,983	570,145	0.046	0.085	0.571
	성동	2	16,665	343,471	169,505	0.098	0.181	1.221
	성북	0	0	453,517	162,039	0.000	0.000	0.000
	송파	2	24,948	658,242	556,432	0.045	0.082	0.557
	양천	2	24,420	486,095	227,098	0.108	0.198	1.335
	영등포	4	42,900	409,920	496,290	0.086	0.159	1.074
용산	0	0	250,550	216,725	0.000	0.000	0.000	
은평	0	0	469,242	154,486	0.000	0.000	0.000	
종로	0	0	187,038	363,532	0.000	0.000	0.000	
중	0	0	146,335	531,404	0.000	0.000	0.000	
중랑	3	30,129	449,965	140,586	0.214	0.394	2.662	
인천 (8)	계양	3	37,600	340,830	119,302	0.315	0.580	3.914
	남	0	0	427,339	153,650	0.000	0.000	0.000
	남동	3	39,227	413,342	168,578	0.233	0.428	2.890
	동	1	12,540	76,223	28,028	0.447	0.823	5.557
	부평	3	38,046	553,961	193,857	0.196	0.361	2.437
	서	0	0	351,598	164,109	0.000	0.000	0.000
	연수	2	14,754	261,851	87,343	0.169	0.311	2.098
	중	1	11,550	75,278	135,592	0.085	0.157	1.058

지역	대형 할인점수	대형할인점 영업면적	인구수	지방세	1/소매 포화지표	실질소매 포화지표	실질소매 포화지수	
경기 (25)	고양	10	104,164	814,493	473,402	0.220	0.405	2.733
	과천	0	0	71,525	594,775	0.000	0.000	0.000
	광명	1	8,725	337,175	144,587	0.060	0.111	0.749
	광주	0	0	154,808	150,803	0.000	0.000	0.000
	구리	1	10,250	185,494	110,612	0.093	0.171	1.151
	군포	1	11,220	270,326	135,531	0.083	0.152	1.028
	김포	1	15,840	183,156	152,029	0.104	0.192	1.294
	남양주	1	4,000	376,231	208,392	0.019	0.035	0.238
	동두천	0	0	75,699	31,182	0.000	0.000	0.000
	부천	2	21,450	785,754	406,391	0.053	0.097	0.656
	성남	8	83,857	937,780	611,016	0.137	0.253	1.704
	수원	6	63,864	978,698	570,784	0.112	0.206	1.390
	시흥	2	16,982	342,351	197,213	0.086	0.158	1.069
	안산	3	24,519	598,560	354,427	0.069	0.127	0.859
	안성	0	0	142,799	72,769	0.000	0.000	0.000
	안양	4	30,320	593,967	311,337	0.097	0.179	1.209
	오산	0	0	115,161	64,741	0.000	0.000	0.000
	용인	1	17,820	455,118	583,871	0.031	0.056	0.379
	의왕	0	0	124,772	70,029	0.000	0.000	0.000
	의정부	1	11,550	368,887	165,158	0.070	0.129	0.869
이천	1	8,580	188,367	121,962	0.070	0.129	0.874	
파주	1	3,300	226,858	165,079	0.020	0.037	0.248	
평택	1	10,560	361,992	181,116	0.058	0.107	0.724	
하남	0	0	124,018	72,353	0.000	0.000	0.000	
화성	0	0	214,729	166,751	0.000	0.000	0.000	

서울의 강서구, 인천의 동구, 계양구, 남동구, 경기의 고양시, 서울의 중랑구, 금천구, 인천의 부평구, 연수구, 경기의 성남시 등의 순으로 대형 할인점의 포화 수준이 높은 것으로 나타났으며, 서울의 강북구 등 18개 시·구에는 대형 할인점이 입지하지 않아 대형 할인점의 실질 소매 포화 지표나 실질 소매 포화 지수가 0이 되었다.⁷⁾

7) 인구 10만 명 당 1개의 대형 할인점이 개설될 수 있다는 통상적인 주장에 따르면, 경기의 고양시, 인천의 중구, 동구 등 3개 시·구는 이미 포화 수준을 넘어섰고, (현재 대형 할인점이 없고 인구가 10만 명에 미치지 못하는 경기의 과천시와 동두천시를 제외할 경우) 서울의 영등포구, 인천의 계양구, 연수구, 서울의 금천구,

이와 같은 지역별 대형 할인점의 포화 수준의 차이는 문헌 고찰에서 살펴본 바와 같이 대형 할인점을 비롯한 소매업의 경쟁 구조나 대형 할인점의 입지 특성 및 상권에 영향을 받는다. Ingene and Lusch(1981), Miller, Reardon, and McCorkle (1999) 등의 연구를 토대로 수도권 대형 할인점의 포화 수준 결정 요인을 분석하기 위해 다음과 같은 회귀 모형(a regression model)을 추정한다.

$$RSI \text{ or } RSQ = \alpha + \beta'x + \varepsilon$$

종속변수 *RSI* 또는 *RSQ*는 각각 앞에서 구한 대형 할인점의 지역별 실질 소매 포화 지표 또는 실질 소매 포화 지수이며, 모형의 우변에서 α 는 상수, x 는 설명변수의 벡터, β 는 계수의 벡터, ε 은 랜덤오차이다.

대형 할인점의 지역별 실질 소매 포화 지표 또는 실질 소매 포화 지수를 설명하는 변수는 소매경쟁구조, 인구주거특성, 토지이용특성, 이동교통특성 등으로 구분할 수 있다. 먼저 소매경쟁구조는 동일 지역의 일반시장이나 백화점은 대형 할인점과 직접적인 경쟁관계를 형성하게 되므로 각각의 영업면적은 대형 할인점의 포화수준에 (-)의 영향을 미칠 것으로 예상된다. 반면에 지역에 거주하는 인구수나 아파트 거주 가구수 등은 대형 할인점에 대한 수요를 측정할 수 있는 설명변수로 인구수나 아파트 거주 가구수가 많을수록 대형 할인점의 포화수준에 (+)의 영향을 줄 것으로 기대된다. 더욱이 대형 할인점이 입지하는 지역의 토지이용특성, 즉 준주거지역면적이나 상업지역면적, 준공업지역면적 등도 대형 할인점의 포화수준에 영향을 미칠 것이다. 특히 대형 할인점의 입지에는 넓은 면적의 토지가 필요로 하다는 측면에서 준주거지역이나 준공업지역의 면적이 대형 할인점의 입지를 좌우할 것이다. 마지막으로 대형 할인점에 대한 접근성을 이동교통특성으로 파악하면, 도로나 자동차보유대수가 대형 할인점에 대한 접근을 용이하게 하므로 (+) 요인으로 작용할 수 있으나 대형 할인점 주변의 교통 혼잡 유발 등을 감안할 때 (-) 요인이 될 수도 있을 것으로 보인다. 이와 같은 논의를 정리하면, <표 3>과 같이 정리할 수 있다.⁸⁾

경기의 김포시, 구리시, 이천시 등의 순으로 포화되었다고 할 수 있다. 이와 같은 주장을 지역별 대형 할인점의 포화 수준으로 산출한 결과와 비교할 경우, 경기도 고양시, 인천의 동구, 계양구, 연수구, 서울의 금천구 등 5개 시·구에 대해서는 일치하고 있다.

- 8) 소매경쟁구조를 나타내는 변수로 일반시장이나 백화점의 수, 쇼핑센터의 면적과 수, 인구주거특성으로 인구밀도, 가구수, 토지이용특성으로 상업지역이나 공업지역의 면적 등을 함께 고려하였으나 변수간 상관관계 등을 감안하여 최종적으로 선택한 변수임.

<표 3> 대형 할인점 포화 수준 분석을 위한 모형과 변수

종속변수	설명변수		
	소매포화의 결정요인	대용변수	회귀계수의 예측부호
RSI (실질소매포화지표) 또는 RSQ (실질소매포화지수)	소매경쟁구조	일반시장 영업면적(LGMS)	부 (-)
		백화점 영업면적(LDSS)	
	인구주거특성	인구수(LPOP)	정 (+)
		아파트거주가구수(DFNAPT)	
	토지이용특성	준주거지역면적(SQH)	정 (+)
		준공업지역면적(QIS)	
	이동교통특성	도로면적(LROAD)	정 (+) 또는 부 (-)
		자동차등록대수(LCAR)	

설명변수의 기초 통계량과 상관관계(correlation coefficient)는 각각 <표 4>, <표 5>에 나타나 있다. 특히 <표 5>에서 소매경쟁구조, 인구주거특성, 이동교통특성 등을 나타내는 변수들은 각각 자신의 집단 내에서 유의한 상관관계를 가지고 있고, 하나의 특성을 나타내는 변수 집단에 속한 변수들과 다른 하나의 집단에 속한 변수들의 상관관계가 동시에 높은 경우는 없어 대용변수(proxy variables)의 선택은 무리가 없이 이루어진 것으로 보인다. 다만, 이동교통특성을 나타내는 자동차 보유대수가 다른 특성의 변수, 특히 인구수나 아파트 거주 가구수와 높은 상관관계를 나타내고 있는 것은 최근의 자가용 보급의 확대와 무관하지 않은 자연스러운 결과라고 할 수 있다.

<표 4> 설명 변수의 기초 통계 분석

	변수	표본수	표본 평균	표본 표준편차	최소값	최대값
소매경쟁구조	LGMS	57	11.257	1.411	7.691	14.450
	LDSS	28	11.329	1.012	9.003	13.243
인구주거특성	LPOP	58	12.668	0.638	11.178	13.794
	DFNAPT	58	42.170	33.815	5.063	142.450
토지이용특성	SQH	58	0.400	0.472	0	2.810
	QIS	58	0.910	1.922	0	9.550
이동교통특성	LROAD	58	15.268	0.749	13.838	16.969
	LCAR	58	11.346	0.605	9.830	12.527

<표 5> 설명 변수의 상관계수 분석

변수	LGMS	LDSS	LPOP	DFNAPT	SQH	QIS	LROAD
LDSS	0.646***						
LPOP	0.401***	0.286					
DFNAPT	0.363***	0.376**	0.744***				
SQH	0.114	0.114	0.399***	0.291**			
QIS	0.136	0.143	-0.009	-0.025	0.014		
LROAD	-0.228*	0.052	0.245*	0.315**	0.238*	-0.090	
LCAR	0.365***	0.385**	0.962***	0.786***	0.394***	-0.006	0.427***

주 : * 귀무가설: 상관계수=0의 양측검정시 10% 수준에서 유의함.
 ** 귀무가설: 상관계수=0의 양측검정시 5% 수준에서 유의함.
 *** 귀무가설: 상관계수=0의 양측검정시 1% 수준에서 유의함.

종속변수와 설명변수의 조합에 의해 만들어진 32개의 모형을 이용하여 대형 할인점의 포화수준에 대한 회귀 모형의 추정 결과는 <부록>에 정리되어 있다. 설명변수 계수의 예측부호가 미정(indeterminate)인 경우가 있고, 예측부호가 정해진 계수에 대한 유의성 판단을 보수적으로 하기 위해 양측 검정을 이용한다. <부록 참조>

<부록>에서 설명변수의 추정된 회귀계수의 부호 및 유의수준에 모형 선택에 의해 크게 영향을 받지 않아 추정 결과의 일관성을 유지하고 있다. 대형 할인점의 포화수준에 대한 회귀 모형의 추정 결과는 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 소매경쟁구조는 대형 할인점의 포화수준에 통계적으로 유의하지는 않지만 (-)의 영향을 미치고 있다. 이는 제한적이거나 대형 할인점과 다른 소매업체, 즉 일반상장이나 백화점과 경쟁관계에 있음을 보여주고 있다.

둘째, 인구주거특성, 특히 아파트 거주 가구수는 통계적으로 유의한 (+)의 효과를 나타내고 있다. 대형 할인점의 입지가 신도시 등의 아파트 밀집지역에 집중되어 있다는 일반적 인식과 동일한 결과라고 할 수 있다. 다만, 인구수도 (+)의 계수를 가지지만 통계적으로 유의하지는 않다.

셋째, 토지이용특성을 나타내는 준주거지역면적이나 준공업지역면적에 대한 회귀계수는 통계적으로 유의하지는 않지만 부호가 모두 (+)로 나타났다. 이는 유의하지는 않더라도 대형 할인점의 입지에 넓은 지역의 토지가 필요로 하기 때문에 준주거지역이나 준공업지역의 면적이 대형 할인점의 입지를 좌우할 것이라는 가설을 어느 정도

나타내주고 있다.

넷째, 대형 할인점에 대한 접근성을 나타내는 도로 면적과 자동차 보유대수는 통계적으로 유의하지 않지만, 도로면적은 모두 (+), 자동차 보유대수는 (+) 또는 (-)를 나타내고 있다. 이는 대형 할인점에 접근할 수 있는 도로의 확보가 중요한 의미를 가지지만, 교통 혼잡 등으로 인한 불편도 수반됨을 제한적으로 할 수 있는 결과로 볼 수 있다.

이상에서 볼 때, 대형 할인점의 포화수준은 소매경쟁구조에 대해서는 (-), 인구주거특성에 대해서는 (+), 토지이용특성에는 (+), 이동교통특성에는 (+) 또는 (-)의 영향을 받는 것으로 판단할 수 있으며, 특히 인구주거특성의 하나인 아파트 거주 가구수는 대형 할인점의 포화수준에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있다.

IV. 결론

최근 대형 할인점의 적정 점포수 또는 포화수준 논의와 관련하여 서울, 인천, 경기 등 수도권 지역을 중심으로 대형 할인점의 성장 추세를 살펴본 후, LaLonde (1961), Ghosh and McLafferty(1987) 등의 소매 포화 지표(index of retail saturation), Ingene and Lusch(1981)의 가구당 점포수 등을 원용하여 실질 소매 포화 지표(RSI) 또는 실질 소매 포화 지수(RSQ)를 정의하고, 대형 할인점 포화 지수와 지표를 측정하였다. 이를 기준으로 할 때, 서울의 강서구, 인천의 동구, 계양구, 남동구, 경기의 고양시, 서울의 중랑구, 금천구, 인천의 부평구, 연수구, 경기의 성남시 등의 순으로 대형 할인점의 포화 수준이 높은 것으로 나타났으며, 이와 같은 지역별 대형 할인점의 포화수준은 인구 10만 명 당 1개의 대형 할인점이 개설될 수 있다는 통상적인 주장과 거의 일치하였다. 또한 대형 할인점의 포화수준에 대하여 소매 경쟁구조, 인구주거특성, 토지이용특성, 이동교통특성 등의 설명변수를 사용하여 회귀 분석한 결과, 대형 할인점의 포화수준은 소매경쟁구조에 대해서는 (-), 인구주거특성에 대해서는 (+), 토지이용특성에는 (+), 이동교통특성에는 (+) 또는 (-)의 영향을 받고 있으며, 특히 인구주거특성을 나타내는 아파트 거주 가구수는 대형 할인점의 포화수준에 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있었다.

대형 할인점의 적정 점포수나 포화 수준에 대한 논의는 국내의 대형 유통업체는 물론 이들과 경쟁하면서 위기에 몰리고 있는 지방 중소규모 소매업체의 관심을 끌고 있다. 그러나 1980년대 이후 전개되고 있는 영국이나 미국의 소매 포화 논의와 함께

나타나고 있는 일부 대형 유통업체의 시장 점유율 상승이나 기업 결합 등의 제한적 현상을 감안할 때, 우리나라에서 대형 할인점 또는 소매 포화 현상이 촉발되리라고 기대하기는 어려울 것이다. 다만, 대형 할인점간 또는 일반시장, 백화점, 슈퍼마켓 등 기존 소매업체와의 다양한 경쟁 구조 출현은 충분히 예상할 수 있을 것이다.

마지막으로, 대형 할인점의 적정 점포수 또는 포화수준 등과 관련하여 향후 연구 방향으로 대형 할인점의 입지 특성을 구체화하고 이를 공간적 확산 모형(a model of geographical expansion or dispersion)으로 실증 분석하거나 대형 할인점의 지역 공공재(local public-goods)적인 성격을 인구거주특성이나 이동교통특성에 의해 체계화할 수 있는 연구가 기대된다.

참고문헌

- 권용걸, 강양석 (2002), 대형 할인점 입지 결정 요인에 관한 연구, 「국토계획」, 대한국토·도시계획학회, 37(1), 207 ~ 217.
- 반지명 (2003), 슈퍼마켓, 슈퍼센터 동향과 전망, 2003년 유통학회 동계학술대회 발표 논문
- 대한상공회의소 (2003), 대형 할인점 진출과 지역경제 활성화 방안 연구보고서
- 심상희 (2001), 대형 할인점과 슈퍼마켓의 상호경쟁효과에 관한 실증적 연구, 중앙대학교 석사학위 논문
- 신세계 유통산업연구소 (2003), 국내 할인점 성장 전망 및 적정 점포수 분석
- 이만형, 전성자 (1998), 대형 할인점의 확산 및 입지개선 방안에 관한 연구, 「건설기술연구소 논문집」, 17(2), 43 ~ 62.
- 이희연 (2000), 대형 할인점의 성장과 공간적 확산에 관한 연구, 「지역연구」, 16(2), 47 ~ 65.
- 이희연, 감지영 (2000), 대형 할인점의 입지적 특성과 상권 분석에 관한 연구, 「국토계획」, 대한국토·도시계획학회, 35(6), 61 ~ 80.
- 정연승 (2001), 국내 할인점시장 현황과 성장전략, 삼성경제연구소 한국체인스토어협회, <http://www.kosca.or.kr/>
- Carter, H. (1995), *The Study of Urban Geography*, Arnold, London
- Dawson, J. A., and J. D. Lord (1985), *Shopping Center Development*, Croom Helm, London & Sydney.
- Guy, C. M. (1994), "Grocery Store Saturation," *International Journal of Retail & Distribution Management*, 22(1), 3 ~ 11.
- Hartshorn, T. A. (1992), *Interpreting The City: An Urban Geography*, John Wiley & Sons, New York.
- Ingene, C. A., and R. F. Lusch (1981), "A Model of Retail Structure," *Research in Marketing*, Vol. 5, Jagdish Sheth, ed., Greenwich, CT: JAI Press, 101 ~ 164.
- Langston, P., G. P. Clarke, and D. B. Clarke (1997), "Retail Saturation, Retail Location, and Retail Competition: An Analysis of British Grocery Retailing," *Environment and Planning A*, 29, 77 ~ 104.
- Lord, J. D. (2000a), "Retail Saturation: What the experts say," *Southern Geographer*, 40(1), 106 ~ 115.

- Lord, J. D. (2000b), "Retail Saturation: Inevitable or Irrelevant?," *Urban Geography*, 21(4), 342 ~ 360.
- Miller, C. E., J. Reardon, and D. E. McCorkle (1999), "The Effect of Competition on Retail structure: An Examination of Intratype, Intertype, and Inter- category Competition," *Journal of Marketing*, 63(4), 107 ~ 120
- White, J. K., and K. D. Gray (eds.) (1996), *Shopping Centers and Oter Retail Projects*, John Wiley & Sons, New York.

<부 록> 대형 할인점 포화 수준의 회귀분석 결과대형 할인점 포화지수와 결정 요인 분석

주 : ** 귀무가설: 계수=0dml 양측검정시 5% 수준에서 유의함.

종속 변수	실명변수	예상 부호	모형1	모형2	모형3	모형4	모형5	모형6	모형7	모형8	모형9	모형10	모형11	모형12	모형13	모형14	모형15	모형16		
실질 소매 포화지수 (RSI)	상수	-	0.501	0.507	0.164	0.022	-0.864	-0.985	-1.291	-1.437	0.391	0.371	0.002	-0.089	-0.910	-1.026	-1.295	-1.439		
		LDSS	-0.017	-0.213	-0.018	-0.021	-0.008	-0.010	-0.001	-0.001	-0.001	-0.007	-0.013	-0.009	-0.013	-0.006	-0.010	0.000	-0.002	
	경쟁	LGMS																		
		LPOP					0.023	0.026	0.057	0.060										
	인구	DFNAPT	(+)	0.002**	0.003**	0.002**	0.002**					0.002**	0.002**	0.002**	0.002**					
		SQH	(+)	0.037	0.009	0.032	0.034			0.024		0.036	0.009	0.029	0.009	0.033		0.024		
	이동	QIS	(+)		0.009	0.002	0.008		0.003	0.044	0.004	0.004	0.009	0.007	0.016		0.003	0.044	0.052	
		LROAD	(-)/			0.002	0.014		0.076	0.044	0.052	0.044	0.009	0.007	0.016		0.003	0.044	0.052	
	교통	LCAR	(+)	-0.029	-0.025			0.067	0.076			-0.029	-0.021			0.062	0.078			
		R ²		0.3946	0.3914	0.3886	0.3899	0.2115	0.1890	0.2373	0.2309	0.3829	0.3819	0.3782	0.3836	0.2107	0.1915	0.2373	0.2313	
모형 적합도	F-value		3.748	3.697	3.654	3.675	1.542	1.340	1.789	1.726	3.569	3.553	3.497	3.578	1.535	1.362	1.789	1.729		
	(Prob > F)		(0.017)	(0.018)	(0.019)	(0.019)	(0.223)	(0.285)	(0.165)	(0.179)	(0.021)	(0.021)	(0.023)	(0.021)	(0.225)	(0.278)	(0.165)	(0.178)		

종속 변수	실명변수	예상 부호	모형17	모형18	모형19	모형20	모형21	모형22	모형23	모형24	모형25	모형26	모형27	모형28	모형29	모형30	모형31	모형32	
실질 소매 포화지수 (RSQ)	상수	-	3.370	3.421	1.092	0.133	-5.836	-6.650	-8.717	-9.703	2.633	2.500	-0.005	-0.616	-6.143	-6.930	-8.744	-9.717	
		LDSS	-0.112	-0.144	-0.122	-0.139	-0.056	-0.067	-0.004	-0.008	-0.045	-0.089	-0.059	-0.059	-0.038	-0.064	0.001	-0.013	
	경쟁	LGMS																	
		LPOP					0.156	0.177	0.388	0.403									
	인구	DFNAPT	(+)	0.016**	0.017**	0.013**	0.014**					0.015**	0.016**	0.013**	0.013**				
		SQH	(+)	0.249	0.062	0.216	0.056	0.232		0.159	0.025	0.242	0.063	0.198	0.059	0.224	0.021	0.159	0.026
	이동	QIS	(+)		0.062	0.016	0.093		0.018	0.295	0.354			0.046	0.059		0.021	0.296	0.351
		LROAD	(-)/			0.016	0.093		0.513	0.295	0.354			0.046	0.110				
	교통	LCAR	(+)	-0.197	-0.171			0.445	0.513			-0.194	-0.138			0.420	0.528		
		R ²		0.3944	0.3913	0.3885	0.390	0.2116	0.1892	0.2376	0.2312	0.3827	0.3819	0.3781	0.3836	0.2108	0.1916	0.2376	0.2315
모형 적합도	F-value		3.745	3.697	3.653	3.676	1.544	1.341	1.792	1.729	3.565	3.552	3.495	3.578	1.536	1.363	1.792	1.732	
	(Prob > F)		(0.017)	(0.018)	(0.019)	(0.019)	(0.223)	(0.285)	(0.165)	(0.178)	(0.021)	(0.021)	(0.023)	(0.021)	(0.225)	(0.277)	(0.165)	(0.177)	