

OECD 국가간 유통업 노동생산성 비교와 시사점

2007. 11

김 동 환
(안양대학교 무역유통학과 교수)

1. 머리말

유통업은 생산과 소비의 중간에서 소비자후생을 증진시키고 제조업의 경쟁력을 높이는 역할을 수행하고 있으며, 유통산업의 효율화를 통한 상품, 정보, 지식의 원활한 흐름은 국가 경제발전의 중요한 원동력이 되고 있다. 따라서 유통업의 발전은 국가 발전에 필수적인 요소이고 유통업의 효율화를 위한 제반 시책들이 강구되고 있다.

유통업은 노동집약적 산업으로서 제조업에 비해 생산성이 매우 낮은 문제점을 보이고 있다. 유통업의 생산성 제고는 우리 나라 전체 산업의 생산성 향상에 큰 영향을 미치게 되나 유통업은 노동집약적이고 자본 장비율이 낮기 때문에 노동생산성 향상이 쉽지 않은 것으로 인식되고 있다.

우리 나라 유통업의 생산성은 다른 나라에 비해 낮은 것으로 알려져 있다. 유통업은 생산성, 특히 노동생산성이 낮기 때문에 종사자들이 타 산업에 비해 낮은 노동 보수를 받고 있으며, 과잉 노동력을 고용하고 있어 일종의 잠재실업자를 보유하고 있다. 우리나라가 앞으로 성장을 가속화시키기 위해서는 유통업에 과잉 고용된 인력이 빠져나와 새로운 서비스업을 창출하는 등 생산성 높은 분야에 취업하는 것이 필요하다. 이처럼 유통업 생산성 향상은 유통산업의 효율화 뿐 아니라 국민경제 발전을 위해 중요한 과제이나 아직 제조업에 비해 관련 연구가 부족한 실정이다. 유통업 생산성 관련 정책을 수행하기 위해서는 무엇보다도 유통업 생산성 현황과 생산성에 미치는 요인을 명확히 파악해야 할 필요가 있다.

이러한 배경에서 이 논문은 우리 나라 유통업의 생산성 수준을 계측하고 이를 OECD 제국과 비교하여 시사점을 도출하고 있다. 우리 나라 보다 경제수준이 앞서 있거나 비슷한 국가들을 대상으로 유통업 생산성을 비교함으로써 우리 나라의 수준을 파악하고 앞으로 지향해야 할 바를 설정하고자 하기 때문이다.

본 논문은 다음과 같이 구성되어 있다. 서론에 이어 제2절에서는 우리 나라 유통업의 생산성을 노동생산성으로서 계측하였으며, 제3절에서는 이를 OECD 제국과 비교하고 있다. 제4절에서는 유통업 생산성이 낮은 이유를 분석하였고, 마지막 제5절에서는 시사점을 정리하고 있다.

2. 유통업의 생산성 현황

2.1. 생산성의 개념

생산성은 어떤 산업의 생산 효율을 나타내는 지표로서 투입량과 그것에 의해 이루어진 산출량과의 관계로 표현된다. 생산성은 생산물인 산출량과 투입요소의 비율로 정의되는 기술적 개념이며, 생산성이 증가하는 것은 산출물의 증가가 투입물의 증가보다 크거나 산출물은 일정하나 투입물이 감소하는 것을 의미한다. 생산성은 산출물을 생산요소의 하나로 나누어 얻은 값으로 생산물과 노동, 자본, 원재료 등의 생산요소와 관련되는가에 따라 노동생산성, 자본생산성, 원재료 생산성 등으로 구분한다(OECD).

제조업과 달리 유통업과 같은 서비스업은 재화를 생산하는 것이 아니라 서비스를 생산하는 것이기 때문에 서비스 제공을 통해 발생하는 효용을 측정하는데 어려움이 따른다. 서비스업의 경우 자본생산성은 자본스톡 등의 기초 자료가 필요하나 그러한 자료의 축적이 미약하기 때문에 대부분 노동생산성만을 계측하고 있다. 선진국의 경우도 서비스업에 대해서는 정확한 자본스톡의 추계가 어려워 총요소생산성을 발표하지 않고, 단지 노동생산성만 발표하고 있다.

2.2. 유통업의 노동생산성 계측

노동생산성(P_L)은 산출량(Y)을 노동투입량(L)으로 나누어 구하게 된다.

$$P_L = \frac{Y}{L} \quad (1)$$

일반적으로 산출량으로는 부가가치를 이용하고, 노동투입량은 취업자수, 고용노동량, 총노동시간 등으로 측정가능하나, 본 연구에서는 취업자 1인당 불변부가가치(2000년 가격기준)로 유통업의 노동생산성을 측정하고 있다.

도소매업의 산출량 통계 중에서 생산성 측정에 가장 적합한 자료는 국민계정상의 부가가치 자료이다. 그 이유는 국민계정 자료가 시계열적으로 계속성과 일관성을 가지고 있으며, 산업이 표준산업분류에 의해 편제되어 있어 투입량 통계와 상호 조율이 가능하기 때문이다.

매월 발표되고 있는 '도소매업 판매지수'는 단기의 경기예측을 목적으로 발표되기 때문에 장기적인 시계열 분석에는 적합하지 않다. '서비스업 통계조사보고서'는 표본조사로서 도소매업의 현황을 통계수치로서 표현하고 있으나 조사대상 업체가 대부분 영세하고 응답불응이 많아 조사결과의 신뢰성에 문제가 있으며, 조사대상에서 제외되는 부분이 많아 조사결과를 그대로 사용하기 어려운 문제점이 있다.

한국은행의 발표에 의하면 도소매업의 실질부가가치는 '95년의 33조 9,061억원에서 2006년에는 45조 7,362억원으로 1.35배 증가하였으며, 연평균 2.76% 증가한 것으로 산출되었다.

노동투입통계로는 '경제활동인구조사'상의 취업자수가 적절한 것으로 판단된다. 사업체 노동실태조사는 5인 미만의 사업체를 조사에서 제외하고 있으나 유통업의 경우는 5인 미만 규모 사업체의 종사자 크기와 비중이 크기 때문에 이들 영세 업체의 고용을 망라한 경제활동인구조사가 적절하다고 판단된다. 1995년부터 1999년까지는 경제활동인구조사에서 발표되는 '도소매 음식숙박업'의 총취업자수를 도소매업의 비중 67.8%(인구센서스 결과) 적용하여 산출하였으며, 2000년부터는 '도매 및 소매업'의 총취업자 통계가 별도로 발표되기 때문에 이 수치를 이용하였다. 경제활동인구조사에 의하면 도소매업의 취업자수는 1995년 380만 1천명에서 2006년에는 371만 3천명으로 2.3% 감소하였다(연평균 증가율 -0.21%).

이상의 산출자료와 투입자료를 활용하여 유통산업의 노동생산성을 구하면, 2006년의 노동생산성(취업자 1인당 실질부가가치)은 12.3백만원으로 95년에 비해 38.0% 상승하였으며, 연평균 2.98%의 증가율을 보였다(표 1).

<표 1> 도소매업의 노동생산성

연도	실질부가가치 (10억원)	취업자수 (천명)	노동생산성 (백만원/인)	노동생산성지수
1995	33,906.0	3801.0	8.9	100.0
1996	36,193.2	3908.0	9.3	103.8
1997	37,128.5	3963.0	9.4	105.0
1998	32,682.7	3822.0	8.6	95.9
1999	37,327.2	3923.0	9.5	106.7
2000	40,712.5	3833.0	10.6	119.1
2001	42,117.1	3931.0	10.7	120.1
2002	44,365.0	3991.0	11.1	124.6
2003	42,791.2	3871.0	11.1	123.9
2004	42,718.1	3805.3	11.2	125.8
2005	43,968.8	3748.3	11.7	131.5
2006	45,736.2	3713.0	12.3	138.1
2006/1995	1.35	0.98	1.38	1.38
연평균증가율 (%)	2.76%	-0.21%	2.98%	2.98%

주 1: 실질가격의 기준년도 2000년이며, 노동생산성 지수는 1995년 100 기준

주 2: 표준산업분류상 유통업은 1995년부터 1999년까지는 '도소매업 및 소비자용품 수리업'이었으나, 2000년부터는 한국표준산업분류의 8차 개정으로 '자동차 및 가정용품 수리업'이 도소매업에서 분리되었음.

자료: 한국은행, 「국민계정」, 각년도. 통계청, 「경제활동인구연보」, 각년도.

유통업의 노동생산성은 전산업 평균의 42%, 제조업의 23%에 지나지 않고, 농림어업에 비해서도 낮은 것으로 분석되었다(표 2, 그림 1). 아울러 유통업은 생산성 향상 속도도 타 산업에 비해 늦어 타산업과의 생산성 격차가 더욱 벌어지는 추세이다. 유통업의 노동생산성 연평균 증가율은 2.98%로서 전산업 평균 3.31%, 제조업 8.81%에 비해 월등히 낮은 수준이다(표 3, 그림 2).

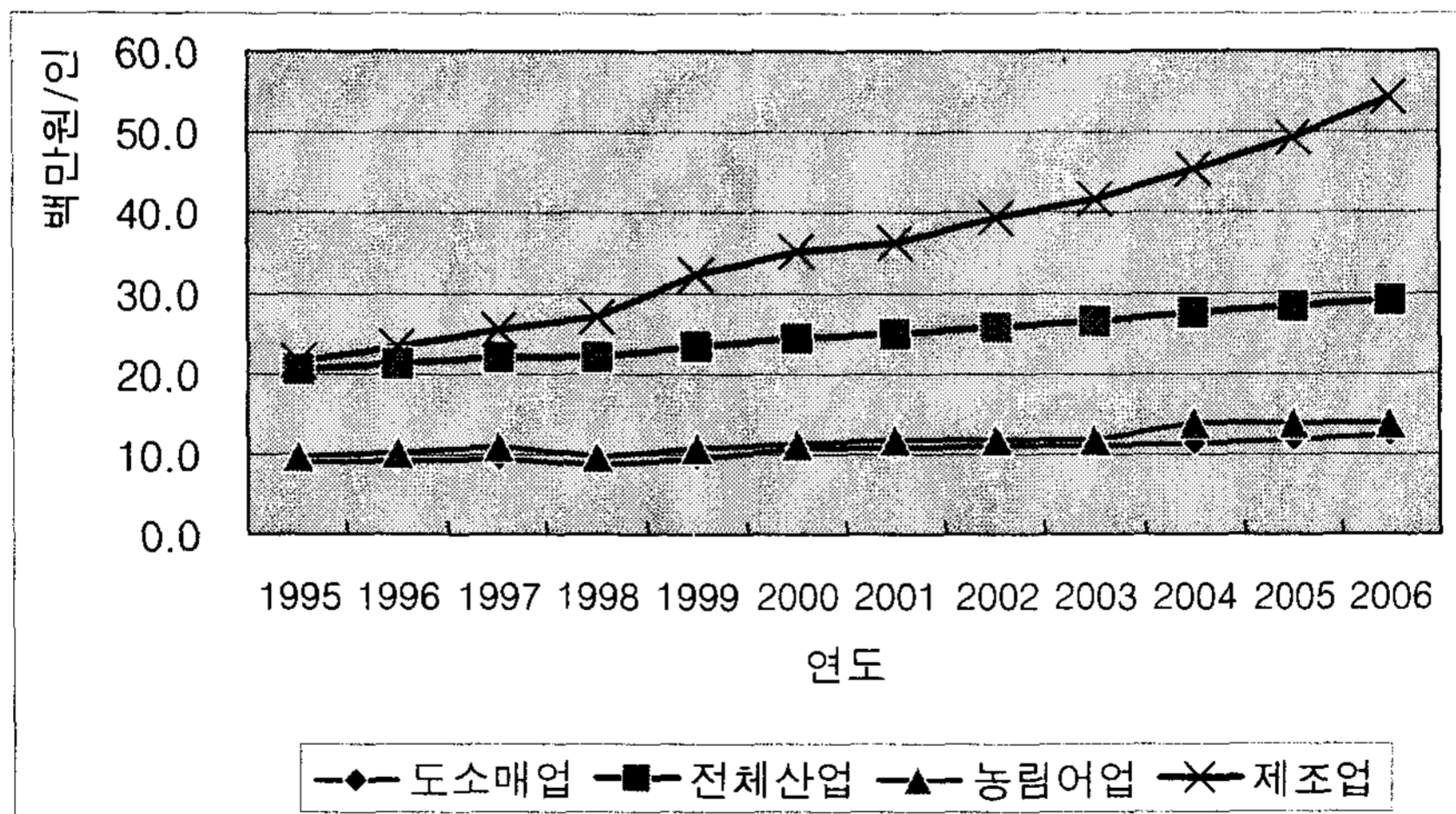
유통업의 생산성 증가 속도가 낮은 이유는 생산성이 높은 백화점, 대형할인점 등이 급속히 확대되었음에도 불구하고, 종사자수의 감소가 크지 않았기 때문이다.

<표 2> 노동생산성의 산업별 비교

(단위: 백만원/인)

연도	도소매업 (A)	전체산업 (B)		농림어업 (C)		제조업 (D)		도소매 음식숙박업 (E)	
		생산성	A/B	생산성	A/C	생산성	A/D	생산성	A/E
1995	8.9	20.4	0.44	9.7	0.92	21.4	0.42	8.5	1.05
1996	9.3	21.2	0.44	10.3	0.90	23.3	0.40	8.7	1.07
1997	9.4	21.9	0.43	10.9	0.86	25.4	0.37	8.6	1.09
1998	8.6	22.0	0.39	9.7	0.88	27.1	0.32	8.0	1.07
1999	9.5	23.4	0.41	10.7	0.89	32.1	0.30	9.0	1.06
2000	10.6	24.3	0.44	11.2	0.95	35.2	0.30	9.7	1.10
2001	10.7	24.8	0.43	11.8	0.91	36.2	0.30	9.9	1.08
2002	11.1	25.7	0.43	11.8	0.94	39.2	0.28	10.2	1.09
2003	11.1	26.6	0.42	11.9	0.93	41.7	0.26	10.2	1.09
2004	11.2	27.4	0.41	13.8	0.81	45.4	0.25	10.1	1.11
2005	11.7	28.2	0.42	14.0	0.84	49.3	0.24	10.5	1.12
2006	12.3	29.2	0.42	13.9	0.89	54.3	0.23	10.9	1.13

자료: 한국은행, 「국민계정」, 각년도. 통계청, 「경제활동인구연보」, 각년도.

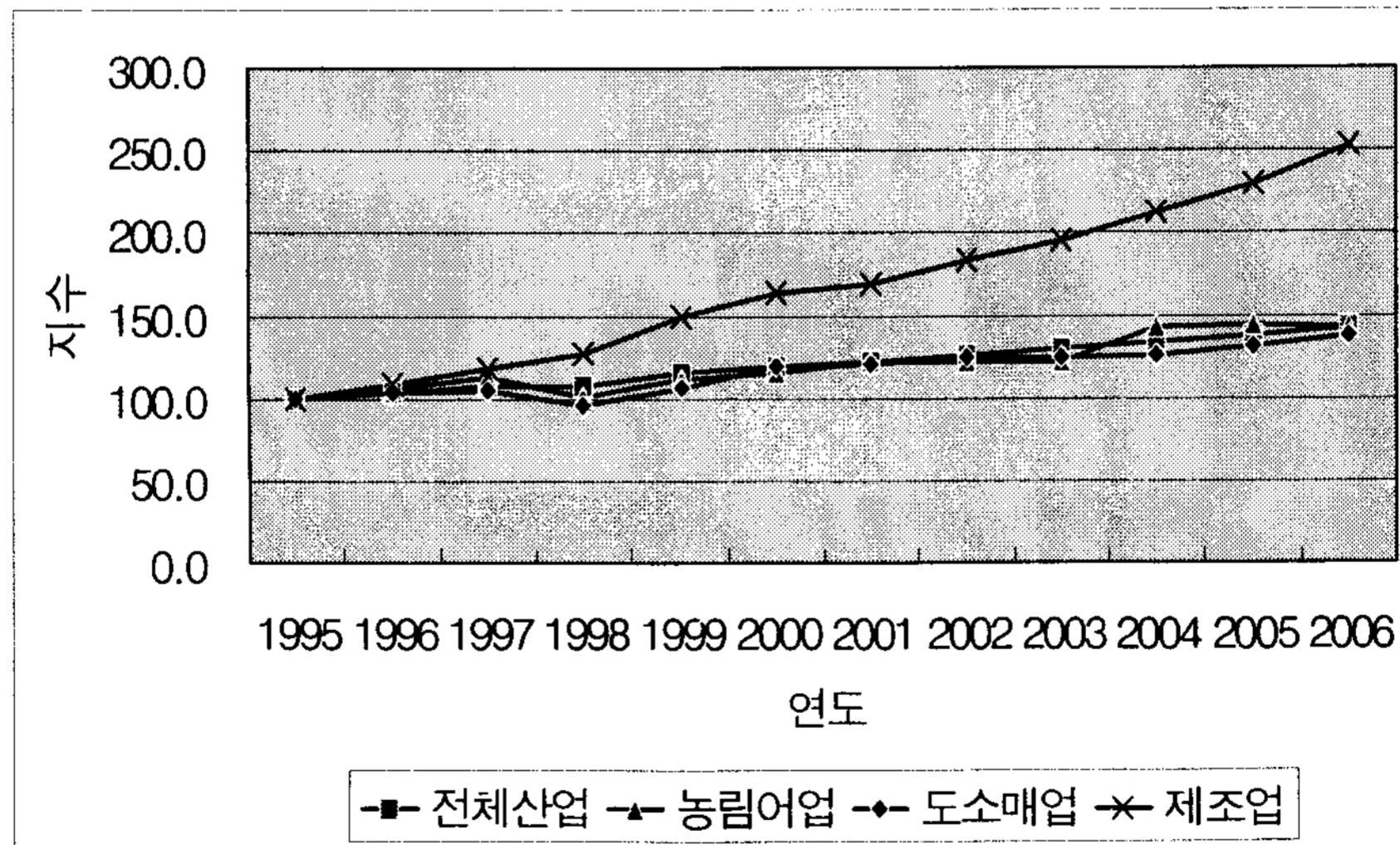


<그림 1> 노동생산성의 산업별 비교

<표 3> 노동생산성 지수의 산업별 비교

	도소매업	전체산업	농림어업	제조업	도소매 음식숙박업
1995	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1996	103.8	104.1	105.8	108.5	101.5
1997	105.0	107.3	112.6	118.5	100.8
1998	95.9	107.6	100.5	126.4	93.6
1999	106.7	114.9	110.8	149.8	105.1
2000	119.1	119.1	115.0	164.3	113.4
2001	120.1	121.5	121.5	168.9	116.1
2002	124.6	126.2	121.7	182.9	119.9
2003	123.9	130.2	122.4	194.6	119.4
2004	125.8	134.3	142.7	211.9	119.0
2005	131.5	138.1	144.5	229.9	122.6
2006	138.1	143.1	143.2	253.2	127.9
2006/1995	1.38	1.43	1.43	2.53	1.28
연평균성장률	2.98%	3.31%	3.32%	8.81%	2.26%

주: 지수는 1995 = 100으로 하였음.



<그림 2> 노동생산성 지수의 산업별 비교

2.3. 업태별 노동생산성 현황

유통업 노동생산성은 타 산업에 비해 낮으나 최근 백화점, 할인점, 통신판매 등 효율성 높은 업태가 확산되면서 생산성 향상에 기여하고 있다. 소매업태별 노동생산성을 비교해 보면, 통신판매의 노동생산성이 소매업전체에 비해 35.9배로 가장 높았는데 그

이유는 전자상거래, TV홈쇼핑 등의 판매가 대폭 증가하였기 때문으로 분석된다. 그 다음으로 백화점이 14.8배 수준을 보이고 있다. 할인점의 노동생산성은 소매업전체대비 7.3배, 슈퍼마켓과 편의점은 각각 2.97배, 1.5배인 것으로 나타났다(표 4).

최근 백화점, 할인점, 통신판매, 슈퍼마켓, 편의점 등 기업형 유통의 비중이 높아지면서 취업자 수의 증가에도 불구하고 유통업의 노동생산성이 매년 2.98%씩 증가하고 있으며, 국가 전체산업의 생산성 향상에도 기여하고 있다. 만약 이들과 같은 생산성 높은 업태가 발전하지 유통업의 노동생산성이 오히려 하락했을지도 모른다.

<표 4> 소매업태별 노동생산성 현황(2003)

업태	점포당 매출액 ¹⁾ (억원)	부가가치율 ²⁾ (%)	점포당 부가가치 (억원)	점포당 종업원수 ³⁾	종업원 1인당 매출액 (억원)	종업원 1인당 부가가치 (억원)	종업원 1인당 부가가치 지수
소매업전체	2.0	15.92	0.3	2.4	0.8	0.13	100
백화점	2,177.0	25.9	563.8	293.1	7.4	1.92	1,480
할인점	885.5	16.3	144.3	152.0	5.8	0.95	730
슈퍼마켓	26.7	14.3	3.8	9.9	2.7	0.39	297
편의점	4.58	27.4	1.3	6.4	0.7	0.20	151
통신판매	2,415.5	46.4	1120.8	240.1	10.1	4.67	3,590

주 1: 통신판매는 업체당 매출액임.

주 2: 소매업 전체는 부가가치율, 기타 업태는 매출이익률 적용

주 3: 상용종사자 기준

자료: 한국수퍼체인협회, 유통업체연감, 2004.

한국은행, 「기업경영분석」, 2004..

3. 유통업 노동생산성의 OECD국가간 비교

유통업의 생산성을 다른 국가와 비교하기 위해서 본 연구에서는 표준산업분류 중 대분류인 “도소매 및 소비자용품 수리업(Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles, motorcycles and personal and household goods)”의 노동생산성을 OECD 국가별로 비교하였다¹⁾. 노동생산성을 구하기 위한 부가가치와 취업자 수는 OECD가 제공하는 각국의 국민계정에서 구할 수 있다. 또한 가능한 최근 자료를 사용하기 위하여 OECD 회원국들 중 유럽연합의 회원국인 오스트리아, 벨기에 등은 유럽연합의 EUROSTAT에서 제공하는 자료를 사용하였다. OECD는 회원국들의 국민계정을 ‘1993 SNA’(‘System of National Accounts 1993’)에 따라 취합하여 일괄적으로 제공하고 있

1) 산업분류의 자세한 내용은 부록 참조

다. 유럽연합은 '1995 ESA'(European System of National and Regional Accounts 1995)에 따라 회원국과 가입후보국의 국민계정을 제공하고 있다.

먼저 유통업의 GDP(Gross Domestic Products)상 비중을 비교해 보면, OECD국가 대부분은 9.0~12.0%의 범위에 있는 것으로 추산되었다(표 5). 예외적으로 폴란드와 일본의 유통업 비중이 16.7%와 13.5%로 높게 산출되었다. 우리 나라는 유통업의 비중이 6.4%로 다른 OECD 국가에 비해 매우 낮은 수준이다. GDP상의 유통업 비중은 유통업의 정의가 국가별로 약간씩 다르기 때문에 정확히 비교하기는 어렵지만, 정의상 약간의 차이가 있음을 감안하더라도 우리 나라의 유통업 비중은 지나치게 낮다고 할 수 있다.

유통업이 차지하는 고용상의 비중은 국가별로 약간의 차이는 있지만 12~17% 범위에 있어 노동집약적인 산업특성이 나타나고 있다. 우리 나라는 유통업의 GDP상의 비중이 낮은 편이지만 고용상의 비중은 16.4%로 높은 그룹에 속해 있다.

<표 5> 유통업의 비중

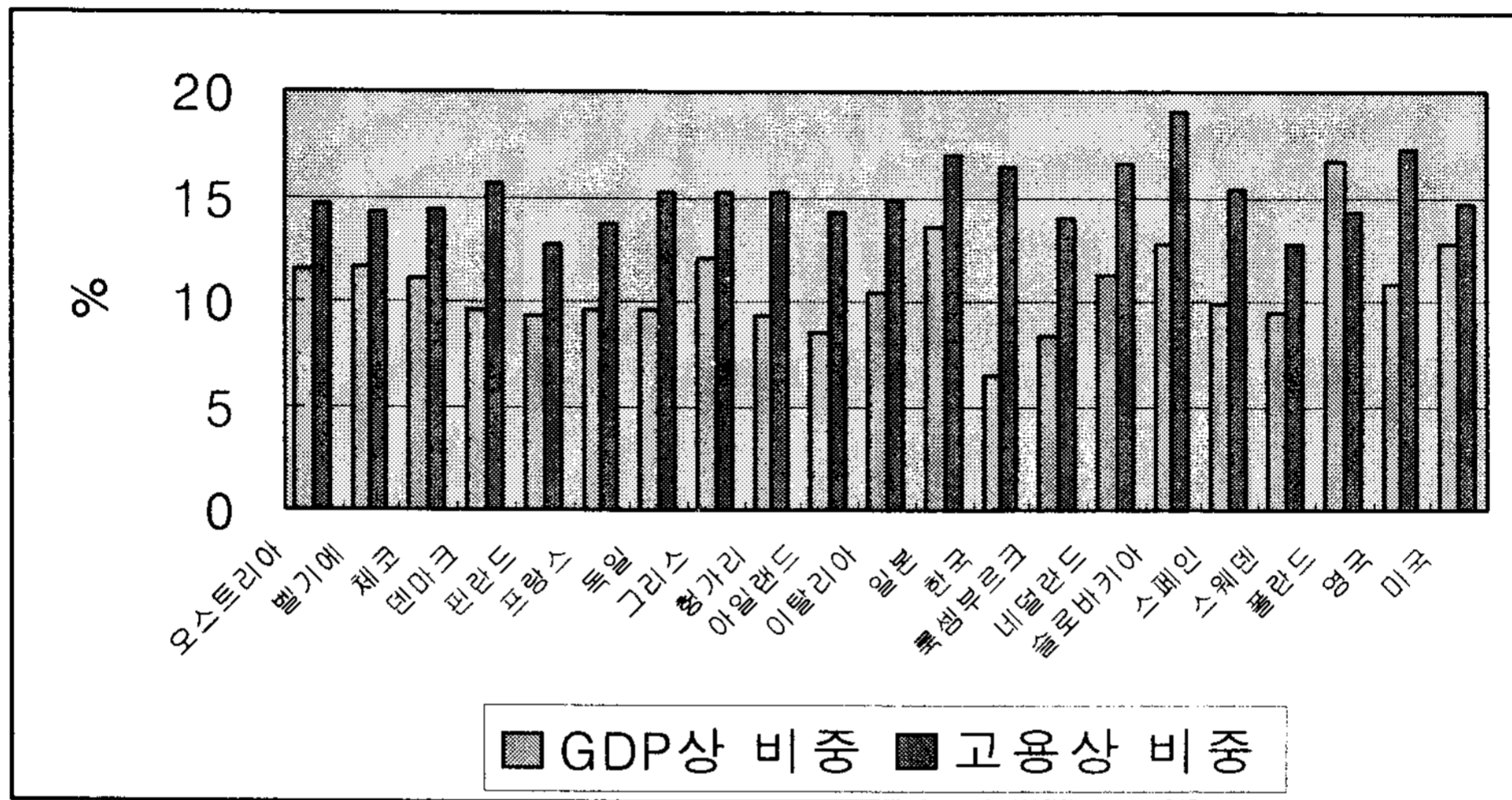
(단위: %)

	GDP상 비중	고용상 비중
오스트리아	11.5	14.6
벨기에	11.6	14.3
체코	11.1	14.4
덴마크	9.6	15.6
핀란드	9.3	12.8
프랑스	9.6	13.7
독일	9.6	15.2
그리스	12.1	15.2
헝가리	9.3	15.2
아일랜드	8.5	14.3
이탈리아	10.4	14.8
일본	13.5	17.0
한국	6.4	16.4
룩셈부르크	8.3	14.0
네덜란드	11.3	16.6
슬로바키아	12.8	19.0
스페인	9.9	15.3
스웨덴	9.4	12.7
폴란드	16.7	14.3
영국	10.8	17.3
미국	12.7	14.7

주 1: 당해연도 명목가격 기준

주 2: 이탈리아와 한국은 OECD의 2005년 자료, 프랑스, 그리스, 일본, 스페인, 미국은 OECD의 2004년 자료를 사용하였음. 오스트리아, 벨기에, 체코, 덴마크, 핀란드, 독일, 헝가리, 아일랜드, 룩셈부르크, 네덜란드, 슬로바키아, 폴란드, 영국은 유럽

연합(EU)의 EUROSTAT에서 2005년 자료를 사용하였음.
 자료: National accounts of OECD Countries-Detailed Tables Vol.2 1993-2004, 2006
 Eurostat(<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>)



<그림 3> OECD 국가간 국민경제상 유통업 비중의 비교

본 연구에서는 유통업의 생산성을 다른 국가와 비교하기 위해서 산업대분류인 “도소매 및 소비자용품수리업”의 노동생산성을 OECD 국가별로 비교하였다²⁾. 생산성의 국제 비교는 국가별 환율에 의해 크게 좌우되기 때문에 정확한 비교가 어려운 한계가 있다. 따라서 유통업 노동생산성은 국가별 구매력평가지수(PPP) 및 환율의 두 가지 기준으로 측정되었다. 구매력평가지수는 국가별 통화의 실질 구매력을 바탕으로 하는 것으로 상세 내역은 부표 1에 나타나 있다. 유통업의 노동생산성을 비교할 때 각 국가별로 유통업의 범위가 약간씩 다른 것이 감안되어야 하나, 동일한 산업 분류에 의해 유통업의 부가가치와 노동투입량이 추산되기 때문에 국가간 산업분류 차이에 의한 수치의 왜곡은 거의 없다고 보아도 무방할 것이다.

우리 나라의 유통업 노동생산성은 OECD 회원국 중 최하위로 구미 제국의 약 3분의 1 수준인 것으로 분석되었다(표 6, 그림 3). 구매력 평가기준(PPP)으로 볼 때 한국의 유통업 생산성은 일본의 39%, 미국의 26%, 프랑스의 36%, 독일의 44.2%, 영국의 45.6% 수준이며, 환율 기준으로 볼 때는 일본의 24%, 미국의 19%, 프랑스의 23%, 독일의 29.7%, 영국의 29.9% 수준이다. 일본의 경우 유통업 부문 노동투입량은 비슷하나

2) 본 연구에서는 30개의 OECD회원국 중에서 “National accounts of OECD Countries-Detailed Tables Vol.Ⅱ 1993-2004, 2006”에서 2004/2005년의 자료를 구할 수 있는 국가들만을 대상으로 유통업의 노동생산성을 비교하였다. 호주, 캐나다, 아이슬란드, 멕시코, 뉴질랜드, 노르웨이, 포르투갈, 스위스, 터키 등 9개 국가들은 노동생산성 계측을 위해 필요한 유통업(도소매업) 부가가치 또는 유통업(도소매업) 취업자 수를 구할 수 없기 때문에 분석에서 제외하였다.

부가가치가 크고 환율이 상대적으로 높기 때문에 유통업의 노동생산성이 높은 것으로 추정되었다.

미국, 일본, 프랑스, 독일, 영국 이외의 OECD국가 중 서유럽 국가들은 우리 나라보다 유통업의 노동생산성이 2.3~3.7배 정도 높으며, 체코, 헝가리, 슬로바키아, 폴란드 같은 동유럽국가도 서유럽국가들보다는 낮지만 유통업의 노동생산성이 우리 보다 높은 수준이다. 동유럽 국가들의 유통업 노동생산성은 우리에게 비해 체코 1.8배, 헝가리 1.5배, 슬로바키아 1.5배 정도 높은 수준이다.

<표 6> 유통업 노동생산성의 국제 비교

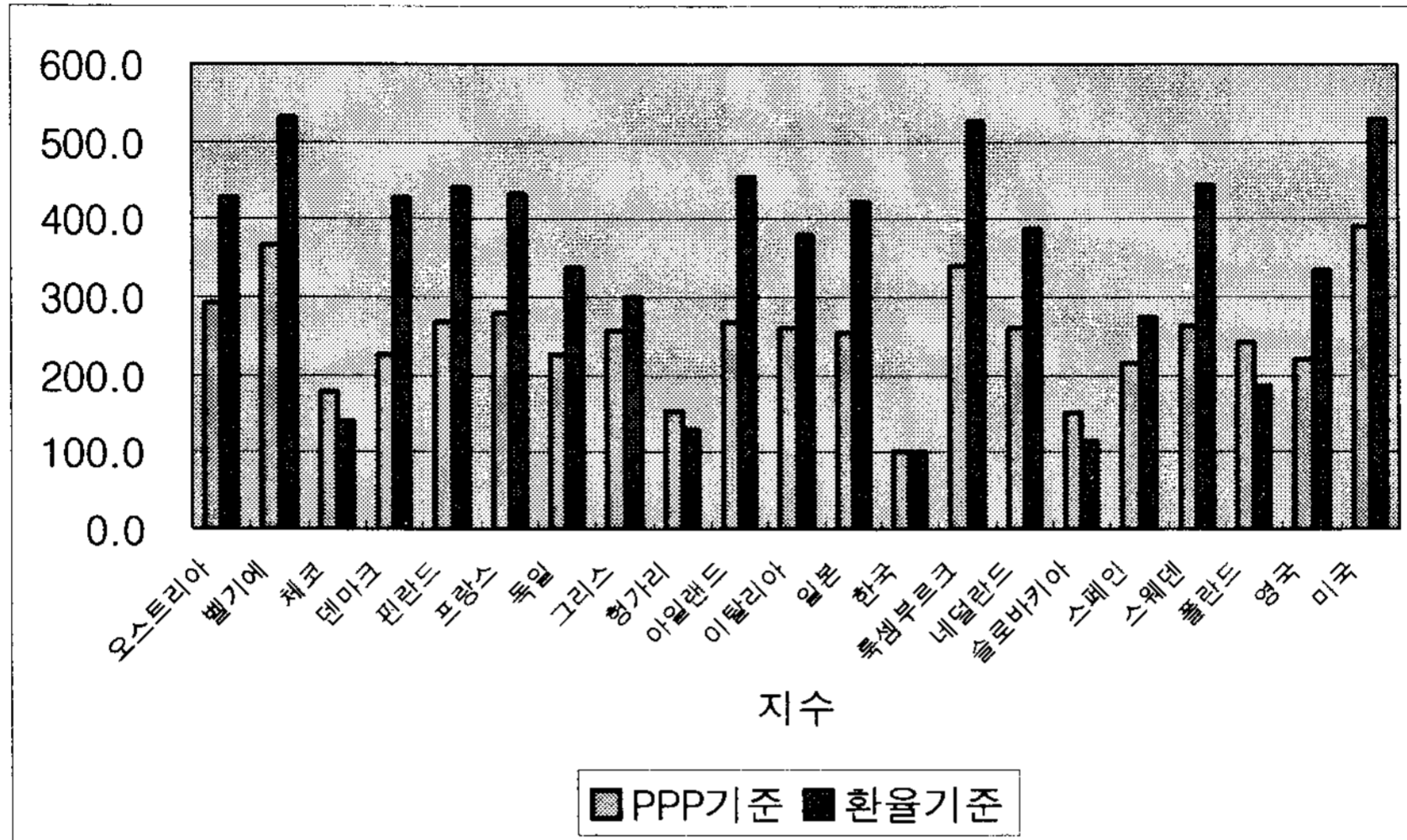
(단위: 지수, 한국=100.0)

	노동생산성 지수	
	PPP기준	환율기준
한국	100.0	100.0
오스트리아	292.7	427.0
벨기에	365.7	531.7
체코	178.0	141.8
덴마크	225.0	427.1
핀란드	269.1	439.4
프랑스	279.4	431.4
독일	226.2	336.6
그리스	257.2	300.5
헝가리	153.0	129.8
아일랜드	268.9	453.0
이탈리아	260.9	378.9
일본	253.9	423.3
룩셈부르크	340.5	525.1
네덜란드	259.9	386.4
슬로바키아	152.3	113.7
스페인	214.7	273.1
스웨덴	262.7	444.6
폴란드	240.8	186.3
영국	219.4	334.5
미국	389.9	528.4

주 1: 당해연도 명목가격 기준

주 2: 이탈리아와 한국은 OECD의 2005년 자료, 프랑스, 그리스, 일본, 스페인, 미국은 OECD의 2004년 자료를 사용하였음. 오스트리아, 벨기에, 체코, 덴마크, 핀란드, 독일, 헝가리, 아일랜드, 룩셈부르크, 네덜란드, 슬로바키아, 폴란드, 영국은 유럽 연합(EU)의 EUROSTAT에서 2005년 자료를 사용하였음.

자료: National accounts of OECD Countries-Detailed Tables Vol.2 1993-2004, 2006 urostat(<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>)



<그림 4> OECD 국가간 유통업 노동생산성의 비교(한국=100)

4. 우리 나라 유통업 노동생산성이 낮은 원인

4.1. 규모의 영세성

우리 나라 유통업의 노동생산성이 낮은 가장 근본적인 원인은 업체의 규모가 영세하기 때문에 노동력을 효율적으로 활용하지 못하기 때문이다. 먼저 도매업의 경우 2004년 현재 사업체당 종사자수 4.0명, 매출액 12.8억원, 건물면적 156.5 평방미터(47평)에 불과하고, 종사자 1인당 매출액도 3.2억원에 불과하다(표 7). 1997~2004년간 사업체당 종사자수는 10%, 사업체당 건물면적은 8% 감소하였으나, 사업체당 매출액은 50% 증가하여 사업체당 외형 규모가 커지고 있다. 이에 따라 종사자 1인당 매출액은 동기간 1.65배 증가하여 노동생산성이 향상되고 있다.

소매업의 경우 경영규모가 더욱 영세하여 2004년도 현재 사업체당 종사자수 2.3명, 매출액 2.1억원, 건물면적 83.7평방미터(25평)에 불과하고, 종사자 1인당 매출액은 8천8백만원에 불과하다(표 8). 그러나 최근 소매업도 약간의 규모 확대 추세를 보이고 있다. 1997~2004년간 사업체당 종사자수는 11% 증가한 반면, 사업체당 매출액, 건물면적은 각각 63%, 45% 증가하였으며, 종사자 1인당 매출액도 동기간 1.47배 증가하였다.

<표 7> 도매업 현황

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004/ 1997
사업체수(A)	145,173	155,773	177,303	189,452	176,368	195,188	205,321	205,442	1.42
종사자수(명,B)	644,356	642,331	743,620	798,471	746,418	827,120	832,354	825,077	1.28
사업체당 종사자수 (B/A)	4.4	4.1	4.2	4.2	4.2	4.2	4.1	4.0	0.90
매출액(조원,C)	123.9	119.3	194.1	210.1	248.4	249.6	250.6	262.3	2.12
사업체당 매출액 (억원, C/A)	8.5	7.7	10.9	11.1	14.1	12.8	12.2	12.8	1.50
종사자1인당 매출액 (억원, C/B)	1.9	1.9	2.6	2.6	3.3	3.0	3.0	3.2	1.65
건물연면적 (백만m ² , D)	24.6	19.5	24.1	25.9	27.6	27.8	30.1	32.2	1.31
사업체당 건물면적 (m ² , D/A)	169.6	125.1	136.1	136.9	156.5	142.4	146.8	156.5	0.92

자료: 통계청, 도소매업통계조사보고서, 각년도

통계청, 도소매업 및 서비스업 총조사보고서(2001)

통계청, 통계정보시스템(kosis.nso.go.kr), 도소매업통계조사

통계청, 통계정보시스템(kosis.nso.go.kr), 도소매업 및 서비스업 총조사

한국표준산업분류 8차개정(2000년) 기준

1997~98년: 상품중개업 및 무역업 제외

<표 8> 소매업 현황

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2004/ 1997
사업체수(A)	732,548	690,689	699,739	693,701	627,044	668,658	653,752	638,017	0.87
종사자수(명,B)	1,549,457	1,417,001	1,448,148	1,533,179	1,414,697	1,618,919	1,537,153	1,497,595	0.97
사업체당 종사자수 (B/A)	2.1	2.1	2.1	2.2	2.3	2.4	2.4	2.3	1.11
매출액(조원,C)	92.6	88.4	102.4	115.5	122.4	139.8	127.9	131.4	1.42
사업체당 매출액 (억원, C/A)	1.3	1.3	1.5	1.7	2.0	2.1	2.0	2.1	1.63
종사자1인당 매출액 (억원, C/B)	0.60	0.62	0.71	0.75	0.87	0.86	0.83	0.88	1.47
건물연면적 (백만m ² , D)	42.2	36.5	39.7	40.3	46.8	46.4	53.6	53.4	1.27
사업체당 건물면적 (m ² , D/A)	57.6	52.8	56.8	58.1	74.6	69.4	82.1	83.7	1.45

자료: 통계청, 도소매업통계조사보고서, 각년도

우리 나라 도소매업의 평균규모는 미국, 일본에 비해 현저히 영세하다. 사업체당 종사자는 도매업의 경우 미국의 31%, 일본의 38%이고, 소매업의 경우 미국의 17%, 일본의 35% 수준에 불과하다(표 9). 사업체당 매출액은 더욱 영세하여 도매업의 경우 미국의 11%, 일본의 12%, 소매업의 경우 미국의 6%, 일본의 9% 수준에 불과하다. 종사자 1인당 매출액도 도매업은 미국의 34%, 일본의 34%, 소매업은 미국의 33%, 일본의 1%에 불과하여 노동생산성이 이들 국가에 비해 극히 낮게 된다.

우리 나라 유통업이 영세한 이유로는 먼저 점포의 과밀화를 들 수 있으며, 인구에 해 유통 사업체수가 많아 점포당 매출 규모가 작을 수밖에 없는 구조이다. 우리 나라 소매업의 인구 1만명당 점포수는 132개이며, 일본은 우리의 77%, 미국은 불과 29% 지나지 않는다(표 10).

<표 9> 한국·미국·일본의 유통구조 비교

구분	도매업			소매업		
	한국 ('01)	미국 ('02)	일본 ('02)	한국 ('01)	미국 ('02)	일본 ('02)
사업체수(A)	176,368	435,521	379,549	627,044	1,114,637	1,300,057
	(100.0)	(246.9)	(215.2)	(100.0)	(177.8)	(207.3)
종사자수(B)	746,418	5,878,405	4,172,696	1,414,697	14,647,675	8,440,574
	(100.0)	(787.5)	(559.0)	(100.0)	(1035.4)	(596.6)
사업체당 종사자수 (B/A)	4.2	13.5	11.0	2.3	13.1	6.5
	(100.0)	(318.9)	(259.8)	(100.0)	(582.5)	(287.8)
매출액(조원, C)	248.4	5799.2	4131.8	122.4	3824.3	1350.5
	(100.0)	(2334.7)	(1663.4)	(100.0)	(3123.7)	(1103.1)
사업체당 매출액 (억원, C/A)	14.1	133.2	108.9	2.0	34.3	10.4
	(100.0)	(945.4)	(772.9)	(100.0)	(1757.3)	(532.0)
종사자 1인당 매출액 (억원, C/B)	3.3	9.9	9.9	0.9	2.6	1.6
	(100.0)	(296.4)	(297.5)	(100.0)	(301.7)	(184.9)

- 1: 미국과 일본의 가용한 센서스 자료가 2002년이 가장 최근으로 한국도 2001년 총조사 자료를 비교하였음
- 2: ()내의 값은 한국=100으로 한 수치임.
- 3: 환율은 1\$=1251원(2002), 100엔=999원(2002) 적용하였음.
- 료: 통계청, 도소매업 및 서비스업 총조사보고서, 2001
U.S. Census Bureau, 2002 Economic Census.
일본 경제산업성, 2002 Census of Commerce.

<표 10> 인구 1만명당 점포수의 국제 비교

구분	도매업			소매업		
	한국 (’01)	미국 (’02)	일본 (’02)	한국 (’01)	미국 (’02)	일본 (’02)
인구 1만명당 점포수	37.2	15.1	29.8	132.4	38.7	102.0
지수(한국=100)	(100.0)	(40.6)	(80.0)	(100.0)	(29.2)	(77.0)

자료: 통계청, 도소매업 및 서비스업 총조사보고서, 2001
 U.S. Census Bureau, 2002 Economic Census.
 일본 경제산업성, 2002 Census of Commerce.

4.2. 경영의 전근대성

우리 나라 유통업은 규모가 영세할뿐더러 대부분의 업체가 가족경영위주로 전근대적인 방식으로 경영되고 있다. 종사자 규모별 업체 분포를 보면, 1~4인 규모가 도매업의 경우 전체의 81.4%, 소매업의 경우 95.2%로 대다수를 차지하고 있다(표 11, 12). 점포면적별 분포도 100평방미터(30평) 미만 업체가 도매업 72.2%, 소매업 69.4%로 영세성을 보이고 있으며, 조직형태별도 개인경영이 도매업 78.2%, 소매업 96.3%로 근대적인 경영의 기틀이 마련되어 있지 못한 실정이다.

<표 11> 점포 규모 및 조직형태별 도매업 분포

(단위: %)

		도매업						
		1997	1998	1999	2000	2002	2003	2004
종사자 규모별 (명)	1~4	66.6	79.9	80.7	84.6	69.6	82.2	81.4
	5~9	18.7	13.6	11.1	10.8	15.4	12.5	12.7
	10~19	8.6	4.2	5.0	3.3	7.5	3.5	4.0
	20이상	6.1	2.3	3.1	1.2	7.4	1.7	2.0
점포 면적별 (㎡)	30미만	26.2	35.3	37.5	37.4	30.0	35.4	32.3
	30~50	18.0	19.4	18.4	19.1	17.7	20.4	18.8
	50~100	22.1	21.8	20.2	20.1	20.5	19.9	21.0
	100~300	20.3	15.7	15.2	15.5	19.0	16.0	17.5
	300이상	13.5	7.9	8.7	7.9	12.8	8.2	10.3
조직 형태별	개인경영	75.3	83.4	82.2	81.2	70.8	81.0	78.2
	회사법인	23.0	15.7	17.6	18.3	27.8	18.2	20.9
	회사이외법인	1.7	0.7	0.2	0.3	1.2	0.7	0.9
	비법인단체	0.0	0.2	0.1	0.2	0.2	0.1	0.0

자료: 통계청, 도소매업통계조사보고서, 각년도

<표 12> 점포 규모 및 조직형태별 소매업 분포

(단위: %)

		소매업						
		1997	1998	1999	2000	2002	2003	2004
종사자 규모별 (명)	1~4	85.6	94.6	94.6	95.9	92.3	95.8	95.2
	5~9	9.1	3.6	2.7	2.5	3.6	2.7	3.2
	10~19	3.3	1.1	1.4	1.1	1.8	0.8	0.9
	20이상	2.0	0.8	1.4	0.6	2.4	0.6	0.7
점포 면적별 (㎡)	30미만	40.5	50.1	49.3	49.2	47.6	45.5	43.2
	30~50	21.7	24.3	24.6	26.5	24.9	27.4	25.5
	50~100	15.1	14.2	15.2	14.7	16.8	17.4	19.5
	100~300	13.8	8.5	7.4	6.6	7.8	7.7	9.5
	300이상	9.0	3.0	3.5	3.0	2.9	2.0	2.3
조직 형태별	개인경영	94.6	96.6	96.8	95.9	94.8	97.3	96.3
	회사법인	4.3	2.2	2.4	3.0	4.7	2.2	3.4
	회사이외법인	1.0	1.2	0.4	0.9	0.3	0.4	0.3
	비법인단체	0.0	0.1	0.4	0.2	0.1	0.1	0.0

자료: 통계청, 도소매업통계조사보고서, 각년도
 통계청, 통계정보시스템(kosis.nso.go.kr), 도소매업통계조사
 한국표준산업분류 8차개정(2000년) 기준
 1997~98년: 상품중개업 및 무역업 제외

더욱이 대부분의 영세유통업체 경영주들이 연로하고 생계유지 형으로 퇴출이 용이하
 지 않고, 젊고 창의적인 경영주들의 유입이 상대적으로 적어 규모 확대를 통한 경영혁
 신이 제대로 이루어지지 않고 있는 문제점도 있다. 아울러 영세 규모의 소매상들이 세
 원 노출을 피하기 위해 과세 자료가 없는 무자료 거래를 선호하고 있는 문제도 경영의
 근대화를 저해하고 규모 확대를 제약하는 요인이다.

4.3. 취약한 유통정보화

선진국에 비해 POS 시스템 등 유통정보화 기기의 보급률이 낮아 유통정보화에 의한
 운영효율성이 낮다. 2004년 현재 POS시스템 보급률은 도매업 0.9%, 소매업 3.8%에 불
 과하다(표 13). POS 시스템 도입의 가장 큰 저해 요인은 소매상의 무자료 거래이며,
 이 때문에 생산성 향상을 위한 제반 유통정보기술의 도입이 지체되고 있다.

<표 13> 유통정보화 기기(POS) 보유율

(단위: %)

	1998	1999	2000	2002	2003	2004
도매업	1.3	1.9	1.2	2.7	1.2	0.9
소매업	2.7	3.8	3.8	5.8	5.1	3.8

주: 2003년까지는 사업체별 기기 보유현황, 즉 각 사업체별 기기 보유대수를 총 사업체 수로 나눈 값이며, 2004년부터는 기기 보유업체수를 총 사업체수로 나눈 값
 자료: 통계청, 도소매업 통계조사보고서, 각년도.

5. 요약 및 시사점

본 연구에서는 한국 유통업의 생산성을 계측하고 유통업의 생산성이 낮은 이유를 분석하였다. 유통업의 노동생산성은 실질부가가치와 경제활동인구상의 취업자 수를 이용하여 추정되었다. 2006년의 취업자 1인당 실질부가가치는 12.3백만원으로 95년에 비해 38.0% 상승하였으며, 연평균 2.98%의 증가율을 보였다. 유통업의 노동생산성은 타 산업과 비교할 때 전산업 평균의 42%, 제조업의 23%에 지나지 않고, 농림어업에 비해서도 낮은 것으로 분석되었다. 유통업의 노동생산성 연평균 증가율도 2.98%로서 전산업 평균 3.31%, 제조업 8.81%에 비해 낮은 수준으로 산업간 노동생산성 격차가 더욱 확대되는 추세이다. 우리 나라 유통업의 노동생산성은 OECD 회원국중 최하위수준으로, 구매력평가지수 기준으로 볼 때 일본의 39%, 미국의 26%, 프랑스의 36% 수준이며, 환율 기준으로 할 때는 일본의 24%, 미국의 19%, 프랑스의 23% 수준이다.

우리 나라 유통업의 노동생산성이 낮은 이유는 규모의 영세성, 경영의 전근대성, 취약한 유통정보화 등에서 찾을 수 있다. 우리 나라의 사업체당 매출액은 도매업의 경우 미국의 11%, 일본의 12%, 소매업은 미국의 6%, 일본의 9%에 불과한 수준이다. 아울러 도매업의 78.2%, 소매업의 96.3%가 개인 경영 형태이고, POS 시스템 보급률은 도매업 0.9%, 소매업 3.8%에 불과하다.

유통업이 국민경제의 성장에 기여하고 유통업 종사자들이 적절한 노동 보수를 받으려면 유통업 노동생산성을 시급히 제고시켜야 한다. 유통업의 노동생산성이 높아져 유통마진이 절감되면 그 이득은 소비자, 생산자에게 모두 돌아가며, 사회 전체적으로도 순손실(Dead Weight Loss)을 감소시켜 후생수준을 증가시키게 된다. 아울러 유통업의 노동생산성이 높아지면 종사자들도 높아진 보수를 받게 될 것이다.

이와 같은 필요성 때문에 유통업의 노동생산성 향상을 위한 다양한 시책이 수립, 추진되어야 한다. 유통업의 노동생산성은 주어진 노동투입량 하에서 부가가치를 높이거나, 주어진 부가가치 하에서 노동투입량을 절감함으로써 달성 가능하고 부가가치 증대와 노동투입의 절감을 동시에 추진할 수도 있을 것이다.

백화점, 대형마트 등은 90년대 이후 급속히 점포수가 증가하여 생산성 향상에 기여

한 것으로 평가되고 있다. 그러나 우리 나라에서 전체소매점에서 대형점이 차지하는 비중은 아직 높지 않아 점포 대형화의 여지가 크다고 하겠다. 2006년 기준으로 우리 나라 소매업 전체의 판매액은 152.8조원으로 추정되는데, 대형마트는 31.2조원의 판매액으로 전체소매업의 20.4%를 차지하고 있으며, 백화점 11.5%(17.6조원), 슈퍼마켓 6.7%(10.3조원)의 비율을 보이고 있다. 이는 미국, 유럽, 일본 등에 비해 대형점의 비중이 낮은 수준으로 앞으로도 대형점의 확대 여지가 있다고 판단된다.

점포의 대형화와 더불어 중소기업의 생산성 향상 대책이 시급하다. 이는 우리 나라 유통업의 대부분을 차지하고 있는 중소기업의 생산성이 낮기 때문이다. 중소기업체들은 하드웨어 측면에서 점포 리모델링에 의한 환경개선과 지역 상권에 대응하는 세밀한 서비스 개발, 상품구색의 차별화 등을 통해 생산성을 높이고 경쟁력을 배양해야 한다. 정부도 중소기업체에 대해서는 보호보다는 자주적인 노력을 전제로 한 지원을 통해 생산성 향상을 유도해야 할 것이다.

중소유통업의 생산성 향상을 위해서는 중소기업체간 조직화 및 협업화가 필요하며, 조직화에 의한 공동 활동 영역은 공동구매, 공동수입, 상품개발, 판매촉진, 물류효율화 등이다. 실제 중소수퍼마켓들이 협동조합을 통한 공동구매를 통하여 가격경쟁력을 확보한 사례도 있어 중소기업체들간의 공동활동을 적극적으로 추진해야 할 것이다.

아울러 중소기업체와 대형 업체 간의 협력 체계 구축이 필요하며, 대형 업체들이 직접 중소규모의 슈퍼마켓을 운영하기보다는 가맹점 형태로 운영하여 중소기업체에 기회를 줌으로써 윈-윈의 관계를 형성할 필요가 있다. 아울러 재래시장 재개발 및 쇼핑몰 개발시 대형점포를 핵으로 하여 강력한 집객력을 바탕으로 중소기업체들이 활성화되는 공존의 모델 개발이 필요하다.

마지막으로 중소기업의 발전을 추진할 인력 육성이 필요하며, 구체적으로 우수 인력의 중소기업 창업 지원과 기존 영세 상인 대상의 교육 프로그램 개발이 필요하다.

둘째, 업태의 다양화와 규제완화가 필요하다. 우리 나라에서는 종합형 할인점의 도입은 활성화되고 있으나 효율성 높은 대규모 전문할인점(Category Killer)의 도입이 미진하여 이의 도입을 활성화시킬 필요가 있다. 미국과 같은 나라에서는 품목별 전문할인점과 대규모 드럭스토어 및 드럭스토어와 슈퍼마켓의 혼합스토어 등 우리 나라에서 발달되지 않은 신업태도 발달하여 유통효율을 높이고 있다.

우리 나라에서는 의약품 유통이 약사법 등에 의해 규제되고 있어 대형화, 전문화가 저해되고 있다. 우리 나라에서도 서구형 드럭스토어의 도입을 위해서는 일반의약품(OTC)의 유통점 판매 확대와 약사법 등에 의한 불합리한 규제의 철폐가 필요하다.

셋째, 유통효율을 높이기 위해서는 정보화가 필수적인데, 현재 3.8%에 불과한 POS 시스템 도입률을 제고시켜 머천다이징 및 재고관리의 효율을 높여 생산성을 향상시켜야 한다. POS 시스템 도입시에는 바코드의 소스마킹을 확대하여 유통업체에서의 코드 부착 비용의 절감이 필요하다.

유통정보화 측면에서 POS 시스템 이외의 ECR, SCM 등 첨단 물류기법의 도입이 필요하다. ECR, SCM(공급망관리기법) 등은 제조업체와 유통업체간의 협력을 통해 고객 만족을 극대화하고 유통과정을 효율화시키는 경영기법이며, ECR, SCM의 도입을 위해

서는 유통업체와 제조업체간의 협력관계 구축은 물론 상품코드 등 유통정보의 표준화가 필요하다.

넷째, 영세 중소유통의 생산성 향상을 위해서는 종합 도매업체의 육성이 필요하다. 종합도매업(general-line wholesaler)은 소매점이 필요로 하는 공산품은 물론 농산물까지 종합적인 상품구색을 공급하며, 상품의 수하와 배송은 물론 보관, 유통가공, 정보처리 등을 종합적으로 수행하는 도매업체이다. 미국에서는 소매업이 할인점, 슈퍼센터 등으로 대형화, 체인화되면서 중소규모 슈퍼마켓의 영업기반이 위축되어 대량물량 구입으로 가격경쟁력이 높은 종합도매업체에 상품 조달을 의존하게 되었다(공동구매 효과 달성). 즉 종합도매업체를 이용하는 것은 일종의 자발적 체인을 형성하는 것과 같은 효과를 가지게 된다.

이상 우리 나라 유통업의 노동생산성 향상을 위한 제반 시책을 제시해 보았다. 최근 대형유통업체의 급속한 확산에 따라 어려움에 처해있는 중소유통업에 대한 보호 시책이 활발하게 논의되고 있다. 유통업은 노동집약적 산업으로서 노동의 흡수력이 높고 자영업자에게 취업기회를 제공한다는 측면에서 큰 역할을 수행해 왔다. 그러나 우리 유통업이 효율화되어 소비자들과 생산자들에게 편의를 제공하고 유통업 종사자들이 타 산업과 동등한 수준의 대우를 받기 위해서는 생산성 향상이 시급한 과제로 대두되고 있다. 따라서 중소유통업 활성화와 생산성 향상이 조화를 이루는 정책 프로그램이 개발되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 대한상공회의소, 「소매업경영동태분석」, 2003.
- 이근희, 「생산성 국제비교」, 한국생산성본부, 2001.
- 이재웅, “경제발전 과정에서 우리 나라 유통산업의 중요성과 역할,” 「유통저널」, 2002. 7월호
- 조성기, 「서비스산업의 노동생산성 측정」, 한국생산성본부 생산성연구총서 93-6, 1993.
- 통계청, 「서비스업통계조사보고서」, 각년도
- 통계청, 「경제활동인구조사」, 각년도.
- 통계청, 「도소매업 및 서비스업 총조사보고서」, 2001.
- 한국수퍼체인협회, 유통업체연감, 2004.
- 한국은행, 「기업경영분석」, 2003.
- 한국은행, 「국민계정」, 각년도.
- U.S. Census Bureau, 2002 Economic Census (www.census.gov/econ/census02/)
- OECD, National accounts of OECD Countries-Detailed Tables Vol.2 1993-2004, 2006.
- Eurostat(<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>)
- 日本經濟産業省, 2002 Census of Commerce (www.meti.go.jp)

부록: OECD국가에서의 유통업 정의

산업분류에 있어서 OECD의 '1993 SNA'는 ISIC Rev.3(International Standard Industrial Classification, Rev.3)을, 유럽연합의 '1995 ESA'는 NACE Rev.1.1 (Statistical Classification of Economic Activities in the European Community, Rev.1.1)을 따르고 있다. 유럽연합의 '1995 ESA'는 비록 표현상의 약간의 차이가 존재하지만, 정의·계정규칙·분류 등에 있어 '1993 SNA'와 완전히 일관되어 두 곳의 자료들은 서로 비교할 수 있다.³⁾ 특히 '1995 ESA'가 채택한 NACE Rev.1.1은 유럽의 여건에 맞는, ISIC Rev.3에 대응되는 산업분류이다. 즉, NACE Rev.1.1은 ISIC Rev.3의 유럽버전이라고 생각할 수 있다. NACE와 ISIC는 중분류까지는 완전히 일치하고, NACE의 추가적인 소분류와 세 분류는 ISIC의 분류에 맞게 묶일 수 있다.⁴⁾ 또한 유럽연합은 회원국들의 산업구조가 다르기 때문에 NACE Rev.1.1의 구성과 위계 틀에 따라 재 집계될 수 있는 범위에서 각국의 산업구조에 따른 NACE의 조정을 인정하고 있다.

비유럽국가들중 한국·미국을 중심으로 한 북미국가·일본의 산업분류를 살펴보면, 한국은 ISIC와 직접적으로 연계된 산업분류를 가지고 있다. 하지만 미국, 캐나다, 멕시코의 북미국가들과 일본은 ISIC와 직접적으로 연계되지 않은 독자적인 산업분류를 선택하고 있다.

한국은 KSIC(Korean Standard Industrial Classification)을 채택하고 있다. KSIC는 기본적으로 ISIC Rev.3을 기반으로 국내의 여건에 맞게 개정된 것이다. 한편 KSIC는 2000년 8차 개정을 하였는데, 대분류 “도소매업”에서도 약간의 개정이 있었다.

자동차 및 가정용품 수리업을 “수리업”으로 이동하였고, 무역업을 삭제하여 취급품목에 따라 구분했다. 도매업에서 전문 도매업을 보다 세분조정하고 상품종합도매업을 신설하였으며, 소매업에서는 전자 상거래업, 대형 종합소매업(창고형매장), 체인화 편의점 등을 신설하였다. 하지만 OECD는 ISIC Rev.3을 채택하고 있기 때문에, OECD에서 사용한 한국의 “도소매업” 자료는 “기타 공공·수리 및 개인서비스업”중 “수리업”을 포함하고 있다.

캐나다, 멕시코, 미국은 NAICS(North American Industry Classification)을 따르고 있다. NAICS는 총 20개의 Sector(ISIC의 대분류에 해당)로 구성되어 있는데, “도매업”과 “소매업”은 각각의 Sector를 구성하고 있다. 다시 도·소매업은 15개의 Subsector들로(ISIC의 중분류에 해당) 나뉜다. 비록 NAICS가 ISIC와는 다른 개념적 기반을 가지고 있지만 NAICS의 최하위분류가 ISIC Rev.3의 대분류를 벗어나는 것을 최소화하려고 하였기 때문에, NAICS에 따라 집계된 자료들도 ISIC Rev.3의 대그룹으로 재집계될 수 있다.⁵⁾

3) Eurostat(<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>)의

ESA(<http://forum.europa.eu.int/irc/dsis/nfaccount/info/data/esa95/esa95-new.htm>)에서

4) Eurostat(<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>)의

ESA(<http://forum.europa.eu.int/irc/dsis/nfaccount/info/data/esa95/esa95-new.htm>)에서

5) International Standard industrial classification of all economic activities (ISIC) Revision 3.1/

15개의 Subsector들의 목록만을 보면 다음과 같다. 도매업은 “Merchant Wholesalers-Durable Goods”, “Merchant Wholesalers-Nondurable Goods”, “Wholesale Electronic Markets and Agents and Brokers”의 4개의 Subsector로 구성되어 있다.

소매업은 “Motor Vehicle and Parts Dealers”, “Furniture and Home Furnishings Stores, Electronics and Appliance Stores”, “Building Material and Garden Equipment and Supplies Dealers”, “Food and Beverage Stores”, “Health and Personal Care Stores”, “Gasoline Stations”, “Clothing and Clothing Accessories Stores”, “Sporting Goods, Hobby, Book, and Music Stores”, “General Merchandise Stores”, “Miscellaneous Store Retailers”, “Nonstore Retailers”의 11개의 Subsector로 구성되어 있다.

일본은 JSIC(Standard Industrial Classification for Japan)을 채택하고 있고, 현재 2002년 개정된 JSIC 2002를 사용하고 있다. JSIC는 일본의 산업구조를 반영하기 위하여 일본 독자적으로 작성한 분류체계로서 ISIC와 직접적으로 연계되어 있지는 않다. JSIC에서 크게 19개의 대분류로 구성되어 있는데, 그 중 “도소매업”이 하나를 이루고 있다. 다시 대분류 “도소매업”은 12개의 중분류, 44개의 소분류, 150개의 세분류로 나뉜다. 12개의 중분류 목록만을 살펴보면 다음과 같다.

JSIC에서 “도소매업”은 “각종상품(종합) 도매업”, “섬유·의복 등 도매업”, “음식료품 도매업”, “건축재료 및 광물·금속재료 등 도매업”, “기계기구 도매업”, “기타 도매업”, “각종상품(종합) 소매업”, “직물·의복·의복 액세서리 소매업”, “음식료품 소매업”, “자동차·자전거 소매업”, “가구·가정용품·기계기구 소매업”, “기타 소매업”으로 나뉜다.

한국과 북미·일본의 가장 큰 차이점은 한국은 대분류 “도소매업”이 “자동차 판매 및 차량연료 소매업”, “도매 및 상품 중개업”, “소매업; 소비자용품 수리업”의 3개의 중분류로 나뉘어져서 자동차 및 자동차관련 도소매업을 일반 도소매업과 따로 분리해 놓았다. 하지만 북미와 일본은 자동차 및 자동차 관련 도소매업을 따로 분리하지 않고, 도소매업의 하위분류에 적절하게 배치하였다. 미국의 경우 “자동차, 자동차 부품 및 부속품 도매업”은 Subsector “Merchant Wholesalers-Durable Goods”의 하위 Group으로 포함되어 있고, “자동차, 자동차 부품 및 부속품 소매업”은 “소매업” Sector의 하나의 Subsector를 구성하고 있다. 일본 또한 이와 유사하다. “자동차 도매업”은 중분류 “기계기구 도매업”의 소분류로 배치되어 있고, 자동차 관련 소매업은 “자동차·자전거 소매업”으로 하나의 중분류를 이루고 있다.

본문에서 한·미·일 3국의 비교에서 사용된 자료 또한 한국은 중분류 “자동차 판매 및 차량연료 소매업”이 제외된 중분류 “도매 및 상품 중개업”, “소매업; 소비자용품 수리업”의 자료만을 사용하였고, 미국과 일본은 본래의 “도소매업” 즉 자동차 및 자동차 관련 산업이 포함된 자료를 사용하였다.

각각의 국가들이 같지 않은 산업분류를 채택하고 있지만, 그 차이가 크지 않고 대부

분의 국가들이 ISIC와 직간접적으로 연계된 산업분류를 채택하고 있다. 그래서 ISIC에서의 유통업 즉, 도소매업만을 살펴보면 다음과 같다.

ISIC Rev.3에서 유통업(도소매 및 소비자용품 수리업)은 “자동차 판매 및 차량연료 소매업”, “도매 및 상품 중개업”, “소매업; 소비자용품 수리업”의 3개의 중분류로 나뉘어진다. 그리고 다시 17개의 소분류와 29개의 세분류로 나뉘어진다.

“자동차 판매 및 차량연료 소매업”은 신상품 및 중고 자동차, 이륜자동차 등과 이들의 부품 및 부속품을 판매하는 산업 활동으로서 자동차 매매중개활동 및 차량용 연료, 윤활유, 냉각제의 소매활동, 수리업, 세차, 견인업도 여기에 포함된다. 단, 차량용 연료 도매업은 “산업용중간재 및 재생재료 도매업”에, “조리 및 난방용 액체연료 소매업”은 “기타 신상품 전문 소매업”에 포함되어 있다. 또한 차량 대여와 관련된 사업들도 포함되어 있지 않다.

“자동차 판매 및 차량연료 소매업”은 다시 “자동차 판매업”, “자동차 수리업”, “자동차 부품 및 부속품 판매업”, “이륜자동차 및 부품 판매업·수리업”, “차량용 연료 소매업”의 5개의 소분류로 나뉜다.

“도매 및 상품 중개업(자동차 및 이륜자동차 제외)”은 구입한 새로운 상품 또는 중고품을 변형하지 않고 소매업자, 산업 및 상업사용자, 단체, 기관 및 전문사용자 또는 다른 도매업자에게 재판매하는 산업 활동을 말한다. 또한 개인이나 사업자를 위한 상품 매매의 중개 또는 대리활동이 포함된다. 도매활동과 관련하여 상품을 물리적으로 조합·분류·선별·분할·재포장·상표부착·보관·냉장 및 배달과 설치 서비스 등이 부수될 수 있다.

도매업의 유형에는 판매하는 상품에 대한 소유권을 갖고 소매업자에게 판매하는 도매업자와 산업체, 단체, 기관, 전문사용자 등에 상품을 공급해 주는 산업공급자 및 수출·입업자, 고물수집상 등이 있다. 광업 및 제조업체에서 별도로 운영하는 도매사업체 또는 도매지부도 포함된다. 상품중개업의 유형에는 상품에 대한 소유권을 갖지 않고 수수료 또는 계약에 의하여 타인을 대신하거나 타인을 위해 상품을 중개하는 상품중개인, 수탁 및 대리판매인, 대리구매 및 대리수집상, 무역중개인, 농산물공동판매조합 등이 있다.

단, 자동차 및 이륜자동차의 도매업은 중분류 “자동차 판매 및 차량연료 소매업”에 포함된다. 또한 현금거래 또는 선물거래 방식에 의하여 미래상품을 공급·중개하는 활동과 보험 중개활동은 대분류 “금융 및 보험업”에 포함되고, 부동산과 관련된 중개활동은 대분류 “부동산임대 및 사업서비스업”에 포함된다.

“도매 및 상품 중개업(자동차 및 이륜자동차 제외)”은 다시 “상품 중개업”, “농축산물, 산동물, 음식료 및 담배 도매업”, “가정용품 도매업”, “산업용중간재 및 재생재료 도매업”, “기계장비 및 관련용품 도매업”, “기타 도매업”의 6개의 소분류로 나뉜다.

“소매업(자동차 및 이륜자동차 제외); 소비자용품 수리업”은 개인 및 소비자용 상품(신품·중고품)을 변형하지 않고 일반 대중에게 재판매하는 산업활동으로 여기에는 백화점, 점포, 노점, 배달 또는 통신판매, 소비조합, 행사인, 경매 등이 포함된다. 이러한 소매상은 대체적으로 자신들이 판매하는 상품에 대한 소유권을 갖고 판매하거나 계약(위탁) 또는 수수료에 의하여 소유자를 대리하여 상품을 판매하는 경우도 있다. 소매업은

일반대중이 용이하게 상품을 구매할 수 있도록 진열매장을 개설하여 판매하는 경우가 일반적이나 가정방문 및 배달판매, 이동판매, 전자통신, 우편 등의 통신판매하거나 행사형식으로 고객을 유치하여 판매하기도 한다.

소매업 분야에서 판매되는 상품은 소비재로 한정되어야 하기 때문에 통상적으로 광물, 원유, 산업용 화합물, 철강 및 산업용 기계장비 등과 같은 산업용 기계장비 및 용품의 판매는 도매업으로 본다. 단, 타이프라이터, 페인트 또는 목재 등은 산업용품일지라도 일반대중을 대상으로 직접 판매할 수 있는 매장을 개설하고 자가 사용자에게 직접 판매하는 경우에는 소매업으로 본다. 또한 소매업과의 결합여부와 상관없이 소비자용품의 수리 및 설치와 관련된 활동 또한 중분류 “소매업; 소비자용품 수리업”에 포함된다.

상품판매와 관련하여 상품의 본질적 성질을 변환시키지 않는 처리활동(분할, 냉장, 포장, 절단 등)이 부수될 수 있다. 또한 소매활동과 관련하여 자기가 판매하는 개인 및 가정용품의 설치활동이 부수될 수 있다.

농가, 광업 및 제조업체가 직접 생산한 생산물을 직접 판매하는 경우는 그 주된 생산 활동에 따라 농업, 광업 및 제조업으로 각각 분류된다. 개인 또는 가정소비를 위하여 일반대중을 대상으로 특정제품(식품, 커튼 등)을 제조하여 소매하는 사업체의 경우에는 제조업으로 분류된다.

자동차, 이륜자동차, 설상용 차량 및 그 부분품 판매(도·소매)와 차량용 연료 소매업은 중분류 “자동차 판매 및 차량연료 소매업”에 포함된다. 자동차 또는 자동차 이외의 각종 상품을 단체 및 산업사용자에게 주로 판매하는 경우는 각각 “자동차 판매 및 차량연료 소매업”과 “도매업”에 포함된다.

직접 소비할 수 있는 상태의 음식을 구내소비 또는 직접 소비자를 대상으로 제공(판매)할 경우는 “숙박 및 음식점업”에 포함된다. 또한 일반대중에게 개인 및 가정용품을 임대하는 경우도 “부동산임대 및 사업서비스업”에 포함된다.

“소매업(자동차 및 이륜자동차 제외); 소비자용품 수리업”은 점포의 판매상품과 판매 방식에 의해 다시 “종합소매업”, “음식료품 및 담배 전문소매업”, “기타 (신)상품 전문소매업”, “중고품 소매업”, “무점포 소매업”, “소비자용품 수리업”의 6개의 소분류로 나뉜다.

<부표 1> 구매력평가지수(PPP) 및 환율(2004, 2005년)

	통화단위	구매력평가지수(PPP)		대미시장평균환율	
		2004	2005	2004	2005
한국	Won	782.1942	755.8199	1145.32	1024.12
오스트레일리아	Austrian \$	1.3594	1.3779	1.3598	1.3095
오스트리아	1999 ATS euro	0.868	0.8656	0.8054	0.8041
벨기에	1999 BEF euro	0.8646	0.8628	0.8054	0.8041
캐나다	Canadian \$	1.2455	1.2478	1.301	1.2118
체코	Koruny	14.0256	14.0848	25.6998	23.9574
덴마크	Kroner	8.3987	8.4008	5.9911	5.9969
핀란드	1999 FIM euro	0.9743	0.9692	0.8054	0.8041
프랑스	1999 FRF euro	0.9177	0.9011	0.8054	0.8041
독일	1999 DEM euro	0.8943	0.883	0.8054	0.8041
그리스	2001 GDD euro	0.6945	0.6947	0.8054	0.8041
헝가리	Forint	124.0533	124.8964	202.746	199.582
아이슬란드	Kronur	94.0237	94.5527	70.1917	62.9817
아일랜드	1999 IEP euro	0.995	0.9999	0.8054	0.8041
이탈리아	1999 ITL euro	0.8605	0.8619	0.8054	0.8041
일본	Yen	133.1009	127.5198	108.193	110.218
룩셈부르크	1999 LUF euro	0.9184	0.9151	0.8054	0.8041
멕시코	Pesos	7.3069	7.4787	11.286	10.8979
네덜란드	1999 NLG euro	0.8965	0.8824	0.8054	0.8041
뉴질랜드	New Zealand \$	1.4716	1.4648	1.5087	1.4203
노르웨이	Kroner	8.9297	8.7256	6.7408	6.4425
폴란드	Zlotys	1.8453	1.8469	3.6576	3.2355
포르투갈	1999 PTE euro	0.707	0.7043	0.8054	0.8041
슬로바키아	Koruny	17.1862	17.0855	32.2569	31.0183
스페인	1999 ESP euro	0.7563	0.7615	0.8054	0.8041
스웨덴	Kronor	9.1786	9.21	7.3489	7.4731
스위스	Francs	1.7273	1.7037	1.2435	1.2452
터키	Liras	0.8315	0.8768	1.4255	1.3436
영국	Pounds sterling	0.6187	0.6188	0.5462	0.55
미국	US \$	1	1	1	1

자료: OECD, www.sourceoecd.com