

## 소매업 경영에서 본 수도권 지역과 대구권 지역의 비교

Comparative Study of the Business Organization of Retailing  
in the Seoul and Taegu Metropolitan Areas

한 주 성\*

요약

우리나라에서 인구규모 이상으로 소매 구매력이 가장 큰 수도권 지역과 3대 도시권으로 구매력이 인구규모보다 작은 대구권 지역의 소매업 경영을 공간적으로 비교한 결과 다음과 같은 점이 밝혀졌다. 첫째, 수도권 지역은 소매업의 경영규모가 크고 쇼핑재화 소매업의 구성비가 높는데 비하여, 대구권 지역은 편의재화 소매업의 구성비가 높은 것이 특징이다. 둘째, 대구권 지역은 수도권 지역보다 소매업 중심지구가 미발달되었고, 법인업체의 비율은 높으나 상용 종사자의 비율과 사업체당 연간 판매액의 비율이 낮아 소매업 경영상의 지역적 차이점을 나타내고 있다. 셋째, 수도권 지역의 중심지구는 대구권 지역의 중심지구에 비하여 편의재화와 일부 쇼핑재화를 취급하는 소매업 법인조직이 발달하였으나, 대구권 지역의 경우는 「섬유, 의복, 신발 및 의복 악세사리 소매업」의 법인조직과 「가정용 연료 소매업」의 상용 종사자 고용이 발달하였다. 그리고 수도권 지역은 「가정용 연료 소매업」의 상용 종사자 고용이, 대구권 지역은 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」, 「약, 화장품 및 화장품 소매업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배소매업」의 개인경영의 발달 유무가 소매업 경영의 지역구조를 결정짓는다.

주요어 : 소매업 경영, 주성분 분석, 수도권 지역, 대구권 지역

### 1. 서론

#### 1) 연구목적

소매지리학의 새로운 연구과제로는 소매업 자본의 집중에 관한 연구, 소매업의 재구조, 소매업과 유연성 논쟁의 변화(transition to flexible accumulation debate), 소매업의 규제에 대한 연구를 들 수 있다(Wrigley and Lowe, 1996, pp.5-16). 이 가운데 소매업 재구조에 관한 내용 중에서 소매업 유통의 조직

적, 기술적 변화에 관한 우리나라의 연구로는 슈퍼마켓의 공간적 확산에 관한 연구(成俊鏞, 1982), 프랜차이즈의 분포특성에 관한 연구(李京喜, 1991), 편의점의 분포와 입지분석에 관한 연구(黃聖媛, 1993; 洪義澤, 1995), 창고형 대형할인 업체의 전개에 따른 소비패턴에 관한 연구(유주현, 1997) 등이 있다. 또 최근에 소득의 향상과 더불어 구매력이 증대되어 백화점, 슈퍼마켓 등의 대형점이 전국적으로 증가된 점을 밝힌 연구(韓柱成, 1992, p.46)에서 소매업의 대규모화가 이룩

\* 충북대학교 지리교육과 교수

되고 있다는 것을 알 수 있으며, 또한 이에 대한 연구(李喜演, 1984; 姜昌淑, 1991)도 진전되었다. 이와 같은 종래의 연구에서 우리나라 소매업체의 경영은 소규모에서 대규모로, 개인조직에서 法人化로 나아가는 多店舖 소매업이 나타나고 있으나 그 정도는 아직 선진국의 수준에 못 미치고 있으며, 이에 대한 연구도 전무한 상태이다.

소매업의 조직적, 기술적 변화 중 기업적 경영의 대표적인 형태로는 대규모 소매업과 다점포 소매업을 들 수 있는데, 유럽에서는 1960년대 이후부터 대규모 소매업과 다점포 소매업의 증가로 소규모 독립 소매업이 감소하여(Dawson and Kirby, 1979, p.96) 소매업의 재구조가 진전되었다.

이와 같은 소매업의 재구조화 과정에서 소매업의 경영규모는 커져 소매업 경영규모의 차이가 나타나게 되었다. 소매업 경영규모의 차이는 단지 양적인 차이에 머물지 않고 소매업 경영이나 생산성의 질적인 면에서도 차이를 나타낸다. 즉, 소규모 소매업은「家業」적 특징을 가져 규모가 큰 「기업」적 특징을 갖는 소매업과 구별된다<sup>1)</sup>(薩園, 1975, pp.75-81). 또한 대규모 소매업체일수록 새로 개발된 소매기술을 채택하는데 대하여, 많은 소규모 소매업체는 전통적인 소매기술을 채택하는 경향이 있다(Dawson, 1982, pp.100-122).

소매업의 입지변화나 機構<sup>2)</sup>의 변화는 서로 밀접한 관계를 맺고 있다. 대도시권에서 대규모 소매업과 다점포 소매업이 소매업의 교외화(Dawson, 1974, pp.155-175)를 주도하는 역할을 하는 것은 유럽과 북아메리카 및 일본에서도 나타나고 있다. 따라서 기업적 경영을 하는 소매업 형태를 지역적 관점에서 논한 연구는 많지만(伊東, 1978; 悅喜, 1987; 志村, 1987) 기업적 경영의 관점에서 소매업의 입지와 소매업 지역의 특징 변화에 대하여 연구한 예는 거의 없다.

최근 소매업의 지역구조를 이해하기 위해서는 소매업 기구의 지역적 전개와 관련지어 고찰하는 것이 의의가 있다고 생각한다. 소매기구는 매우 복잡하므로 그것을 지리학적으로 고찰하는 것은 자료의 제약과 곤란성이 존재한다. 본 연구에서는 먼저 소매업 경영면에서 전술한 바와 같이 소매업을 기업적 경영과 기업적인 것으로 대별하였다. 최근 후자가 대규모 소매업, 다점포 소매업의 형태로 증가하고 있지만, 기업적 경영을 하는 소매업의 형태는 이러한 것 만이 아니고 다양한 수준에서 생각할 수 있다. 기업경영을 명확하게 정의할 수는 없지만 경영학에서는 일반적으로 기업의 특징으로 대규모이고 상시 종사자의 고용 및 자본과 家計와의 분화를 들고 있다(薩園, 1975, pp.57-81; 清成, 1986, pp.54-58). 이와 같이 소매업 경영의 특징을 기업적 내지 기업적 관점에서 연구한 지리학에서의 사례는 根田(1988)와 韓柱成(1996)의 연구뿐이다. 根田은 1972·1976·1982년을 대상으로 日本 수도권 북동 지역을 연구지역으로 하여 소매업의 경영이 기업적인 것에서 기업적인 것으로 변화한 형태와 그 지역차를 고찰하였다. 그 결과 주요 소매업 경영의 변화형태로서 소규모 소매업이 탁월한 단계에서, 먼저「직물·의복·장신품 소매업」의 대규모화와 법인 조직화가 나타났고, 그 다음으로 전업종 개인조직 소매업의 상시 종사자의 고용화와 법인 조직화가 진전되었으며, 마지막 단계에서 대규모 소매점의 집적이 현저하게 나타나는 일련의 과정을 밝혔다. 그리고 韓柱成의 연구에서는 1979년과 1991년 사이의 우리나라 수도권 지역 소매업 경영의 변화는 1979년 일부 소매업이 법인 조직화와 상용 종사자의 고용화가, 1991년에는 소매업의 대규모화와 「개인 운수장비 소매업과 주유소 운영업」의 종사자 고용화가 나타난 점을 밝혔다.

그러나 지역간 소득의 격차로 인하여 구매력의 차

이가 소매업 경영의 지역적 차이를 가져온다고 할 수 있다. 본 연구는 교외화로 대표되는 대도시권내 소매업의 지역구조를 이해하기 위하여 우리나라 제1의 대도시권 지역인 수도권 지역과 제3의 대도시권 지역인 대구권 지역을 대상으로 소매업 경영의 공간적 형태를 비교·고찰하는 것을 목적으로 한다.

## 2) 분석방법과 연구 대상지역

### (1) 자료와 분석방법

본 연구에 사용된 기본자료는 1991년에 통계청에서 조사한 도·소매 센서스 자료의 내용 중 磁氣 테이프에 수록된 소매업 경영과 관련된 내용으로, 이 자료는 소매업 경영에 대한 연구를 수행할 당시 가장 최근의 것이었다.

본 연구에서는 소매업 경영의 家業性과 기업성을 인식하는 지표로서 다음의 지표를 선정하였다. 먼저, 가계와 자본을 나타내는 지표로서 「법인 소매업체 비율」<sup>3)</sup>, 경영규모를 나타내는 지표로서 「사업체당 연간 판매액」, 「종업원 규모 1~4인 소매업체 비율」(이하, 소규모 소매업체 비율이라고 함) 및 「대규모 소매점의 매장면적 비율」, 그리고 종업원의 고용 상태를 나타내는 지표로서 「소매업 상용 고용자 비율」(이하, 상용 종사자 비율이라 함)을 선정하였다. 이들 지표는 업종별로 특징이 있기 때문에 「대규모 소매점의 매장면적 비율」을 제외한 나머지 5개 지표에 대하여 업종분류 중 세분류 업종에 의해 다시 37개의 변수로 구분하였다.

이들 37개 변수들은 지역적 전개가 매우 복잡하기 때문에 본 연구에서는 유사한 변수들을 그룹화하기 위하여 주성분분석을 사용하였다. 즉, 소매업 경영을 나타내는 37개 변수를 열방향으로 배열하고 수도권 지역의 경우 68개 시·군·구를, 대구권 지역의 경우 41개

시·군·구를 행방향으로 하여 68×37과 41×37의 지리행렬을 작성하였다. 다음으로 이 행렬을 표준화<sup>4)</sup>하여 주성분분석을 행하고, 각 시·군·구의 소매업 경영의 특징을 명확하게 파악하기 위하여 성분특점을 자료로 하여 워드(Ward)법에 의한 群集(cluster)분석을 하고 각 권 지역의 시·군·구를 유형화하였다.

그리고 군집분석에 의해 얻어진 각 시·군·구의 유형을 검토하여 소매경영을 고찰하고 각 유형의 특징을 파악하였다.

소매업 연구에서 가장 기초가 되는 단위는 개개 소매점이지만, 소매업은 집적의 이익을 얻기 위해 국지적으로 집적하여 소매 상업지를 형성하고, 그것이 도시 및 도시권내 소매업 지역구조의 분석 단위가 되는 경우가 많다. 그러나 대도시권 수준에서의 시·군·구를 하나의 분석 단위로 하는 것이 많기 때문에 본 연구에서도 시·군·구를 분석 단위로 하여 시·군·구별 소매업 경영의 특징을 고찰하기로 한다.

분석한 소매업 세분류는 다음과 같다. 「음식료품 및 담배 소매업」, 「섬유, 의복, 신발 및 의복 악세서리 소매업」, 「가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)」, 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」, 「장신구 및 시계 소매업」, 「종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업」, 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」, 「가정용 연료 소매업」, 「달리 분류되지 않은 일반 소매업」과 주로 백화점, 슈퍼마켓으로 구성된 「종합 소매업」이다.

### (2) 연구 대상지역

본 연구의 대상지역인 수도권 지역은 우리나라 최대의 대도시권 지역으로 서울·인천·경기도를 포함하며<sup>5)</sup>, 통근권에 의하면 하나의 생활권을 형성하고 있다. 1990년 수도권 지역의 인구는 18,586,128명으로 우리나라 총인구(43,410,899명)의 42.8%를 차지하고

있다. 그리고 1991년 수도권지역의 도내 총생산은 94조891억원으로 우리나라 도내 총생산의 45.8%를 차지하여 인구 점유율 이상의 도내 총생산을 하고 있다.

수도권 지역의 소매업체수, 종업원수, 연간 판매액이 전국에서 차지하는 비율은 각각 41.0%, 43.9%, 48.5%로 인구의 점유율과 같이 소매업에서도 우리나라에서 가장 높은 비율을 차지하는 중요한 지역이며, 연간 판매액에서는 인구규모 이상의 구매력을 가지고 있어 1인당 소매업 연간 판매액이 전국 평균보다 높다. 그리고 종합 소매업의 연간 판매액도 수도권 지역의 점유율이 61.4%를 차지하고 있다(표 1).

한편 대구권 지역의 경우는 우리나라 세번째 큰 대도시권 지역으로 대구시와 경상북도를 포함하는 지역이며, 1990년 대구권 지역의 인구는 5,089,635명으로 우리나라 총인구의 11.7%를 차지하고 있다. 그러나 1991년 대구권 지역의 도내 총생산은 23조84억원으로 우리나라 도내 총생산의 11.7%를 차지하여 인구 점유율과 같은 도내 총생산을 하고 있다.

대구권 지역의 소매업체수, 종업원수, 연간 판매액이 전국에서 차지하는 비율은 각각 12.0%, 11.3%, 10.7%로 종업원수와 연간 판매액은 수도권 지역과 달

리 인구 점유율보다 낮은 지역이며, 1인당 연간 판매액도 전국 평균보다 낮고 종합 소매업의 연간 판매액 점유율도 9.8%로 인구규모에 비하여 낮아 구매력이 수도권 지역보다 낮다(표 1).

## 2. 수도권·대구권 지역 소매업종과 경영의 지역성

### 1) 소매업종의 지역성

수도권과 대구권 지역에서 소매업의 업종별 구성을 연간 판매액에 의해 살펴보면 다음과 같다(표 2). 먼저 수도권 지역은 전국의 소매 업종별 구성비와 비교하여 볼 때 「음식료품 및 담배 소매업」의 구성비가 가장 높은 것은 같은 현상이지만 「종합 소매업」의 구성비는 매우 높으나, 「가정용 연료 소매업」은 낮은 것이 특징이다. 한편 대구권 지역의 경우는 「음식료품 및 담배 소매업」의 구성비가 훨씬 높으며 「섬유, 의복, 신발 및 의복 약세사리 소매업», 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업», 「가정용 연료 소매업», 「달리 분류되지 않은 일반 소매업」의 구성비도 높은 것이 특징이다. 수도권 지

표 2. 소매 업종별 연간 판매액 구성(1991년)

업종	전국	수도권	대구권
음식료품 및 담배 소매업	20.61%	19.03%	22.00%
섬유, 의복, 신발 및 의복 약세사리 소매업	13.02	13.51	13.16
가구, 철물 및 가정용품 소매업 (가전제품 포함)	13.59	13.49	12.66
약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업	5.52	4.89	6.40
장신구 및 시계 소매업	2.00	2.15	2.02
종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업	4.21	4.38	3.61
개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업	15.38	2.89	4.98
가정용 연료 소매업	4.38	2.89	4.98
가정용 연료 소매업	8.47	8.91	9.08
달리 분류되지 않은 일반 소매업	12.82	16.23	11.80
종합 소매업	100.00	100.00	100.00

자료: 표 1과 같음.

표 1. 소매업 제지표의 변화

구분	전국	수도권지역	%	대구권지역	%
사업체수(개)	716,790	294,046	41.0	85,784	12.0
종업원수(명)	1,424,435	625,934	43.9	161,072	11.3
연간 판매액 (백만원)	52,177,600	25,312,260	48.5	5,577,531	10.7
종합 소매업의 연간 판매액 (백만원)	6,689,859	4,107,674	61.4	657,968	9.8
1인당 소매업 연간 판매액 (원)	1,201,947	1,361,890	-	1,095,861	-

자료: 통계청, 1992. 총사업체 통계조사 보고서, 제3권(도·소매업편)에 의해 작성.

역과 대구권 지역을 비교해 보면 수도권 지역에서 업종의 구성비가 높은 것은 「섬유, 의복, 신발 및 의복 액세서리 소매업」, 「가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)」, 「장신구 및 시계 소매업」, 「종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업」, 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」과 「종합 소매업」이다. 한편 대구권 지역은 「음식료품 및 담배 소매업」, 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」, 「가정용 연료 소매업」과 「달리 분류되지 않은 일반 소매업」의 구성비가 높아 수도권 지역은 소평재화<sup>7)</sup>의 소매업이 대구권 지역보다 그 구성비가 높으며, 대구권 지역은 편의재화 소매업의 구성비가 높은 것이 특징이다.

**2) 소매업 경영의 지역적 특성**

다음으로 소매업 경영상의 특징을 보면, 먼저 전국의 소매업 경영상의 특징(표 3)은 사업체당 연간 판매액이 약 7천300만원이며, 상용 종사자의 비율이 종업원수의 1/4 이상이고, 법인업체의 비율은 매우 낮으며,

**표 3. 전국의 소매업종 경영특징(1991년)**

구 분	구 성 비
소규모 소매업체 비율(%)	96.05%
법인 사업체 비율(%)	1.23%
상용종사자 비율(%)	26.37%
사업체당 연간판매액(원)	72,793,426

자료: 표 1과 같음.

소규모 소매업체 비율이 거의 대부분을 차지하고 있다.

한편 수도권과 대구권 지역 소매업종의 경영상 특징을 비교해 보면(표 4), 소규모 소매업체의 비율은 두 지역 모두 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」의 구성비가 가장 낮으며, 수도권 지역이 한 개 업종을 제외한 모든 업종에서 대구권 지역의 구성비보다 약간 낮으나 「가정용 연료 소매업」과 「종합 소매업」은 매우 낮아 경영규모가 크다는 것을 알 수 있다. 한편 대구권 지역의 경우는 수도권 지역보다 「종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업」의 비율이 낮다. 다음으로 법인업체의 비율은 「종합 소매업」의 비율이 가장 높은 것은 공통점이

**표 4. 수도권 지역과 대구권 지역 소매업종의 경영상 특성**

업 종	소규모 소매업체의 비율(%)		법인업체의 비율(%)		상용 종사자 비율(%)		사업체당 연간 판매액(원)	
	수도권	대구권	수도권	대구권	수도권	대구권	수도권	대구권
음식료품 및 담배 소매업	99.09	99.39	0.29	0.41	6.79	4.45	45,542,441	33,700,074
섬유, 의복, 신발 및 의복 액세서리 소매업	97.19	98.02	1.37	0.52	27.55	20.48	57,088,028	47,982,088
가구, 철물 및 가정용품 소매업 (가전제품 포함)	89.68	92.46	1.86	0.98	44.38	35.79	119,401,769	97,931,642
약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업	96.98	96.99	0.96	0.62	24.43	24.02	55,850,149	59,397,304
장신구 및 시계 소매업	98.50	99.02	0.38	0.11	20.98	15.22	74,385,088	61,121,262
종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업	91.11	90.25	1.72	1.57	32.19	25.33	50,477,050	39,501,864
개인 운수 장비 소매업 및 주유소 운영업	72.29	77.92	11.07	9.00	75.37	67.43	702,655,383	401,134,809
가정용 연료 소매업	83.45	92.05	2.32	2.74	53.29	28.56	165,095,131	185,545,758
달리 분류되지 않은 일반 소매업	94.25	96.29	1.24	0.96	36.92	26.80	66,562,452	58,505,487
종합 소매업	75.66	90.79	12.44	13.26	79.05	66.52	860,426,477	369,644,944

자료: 표 1과 같음.

나, 수도권 지역은 「음식료품 및 담배 소매업」, 「가정용 연료 소매업」과 「종합 소매업」을 제외한 모든 업종에서 대구권 지역보다 그 구성비가 약간 높다. 상용 종사자 비율은 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」과 「종합 소매업」에서 종업원의 상용화가 65% 이상으로 매우 높은 점은 두 지역 모두 같은 점이다. 수도권 지역은 대구권 지역에 비하여 「가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)」, 「가정용 연료 소매업」, 「달리 분류되지 않은 일반 소매업」과 「종합 소매업」의 비율이 특히 높으나 그밖의 업종은 대구권 지역과 그 비율이 비슷하다. 끝으로 사업체당 연간 판매액은 수도권 지역이 두 개 업종을 제외하고 모두 많으며 특히 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」과 「종합 소매업」은 매우 많은 것이 특징이다. 한편 대구권 지역의 경우는 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」과 「가정용 연료 소매업」의 연간 판매액이 많은 것이 특징이다.

따라서 수도권과 대구권 지역의 소매업종은 사업체

당 연간 판매액이 매우 많은 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」과 「종합 소매업」은 소규모 소매업체의 비율이 약 3/4(대구권 지역의 「종합 소매업」은 제외)이고 법인업체의 비율이 약 10% 이상이며 상용 종사자 비율도 65% 이상을 차지하고 있다. 그러나 나머지 업종들은 대부분이 개인 경영조직이 탁월하며 소규모 경영을 하고 상용 종사자 비율도 낮다. 그리고 수도권 지역은 대구권 지역에 비하여 소매업의 경영규모가 크고 쇼핑재화를 취급하는 소매업이 발달되었다는 것을 알 수 있다.

다음으로 각 시·군·구의 소매업 특성을 파악하기 위하여 소규모 소매업체의 비율, 법인업체의 비율, 상용 종사자의 비율, 사업체당 연간 판매액에 대하여 수도권·대구권 지역의 평균값을 100으로 하여 평균값(지수값)보다 높은가 혹은 낮은가에 따라 시·군·구(이하 지구라 함)를 유형화하였다. 그 결과 수도권 지역은 12개의 유형, 대구권 지역은 9개 유형으로 구분

표 5. 수도권 지역·대구권 지역 소매업 경영 특성의 유형

유형	소규모 소매업체의 비율	법인업체의 비율	상용종사자 비율	사업체당 연간 판매액	시·군·구수	
					수도권	대구권
a	x	o	o	o	13(19.1)	2( 4.9)
b	x	x	o	o	17(25.0)	4( 9.8)
c	x	x	o	x	3( 4.4)	1( 2.4)
d	o	x	x	x	13(19.1)	11(26.8)
e	o	x	x	o	1( 1.5)	3( 7.3)
f	x	o	x	o	1( 1.5)	
g	x	x	x	x	6( 8.8)	16(39.0)
h	o	o	x	x	4( 5.9)	16(39.0)
i	x	o	o	x	1( 1.5)	
j	x	x	x	o	1( 1.5)	
k	o	x	o	x	3( 4.4)	1( 2.4)
l	o	x	o	o	5( 7.4)	1( 2.4)
계					68(100.0)	41(100.0)

되었다(표 5). 수도권과 대구권 지역의 유형 구성의 차이점은 수도권 지역의 경우 b유형이 가장 많고 이어서 a·d유형의 순으로, 이들 3개 유형의 구성비가 수도권 지역 지구수의 63.2%를 차지하고 있다. 그러나 대구권 지역은 h유형이 가장 많고 그 다음이 d유형으로 이들 2개 유형이 대구권 지역 지구수의 65.8%를 차지하고 있다. 따라서 수도권 지역은 사업체의 규모가 상대적으로 크고 종업원수가 많으며 연간 판매액의 규모가 큰 소매업이 많은 반면에 대구권 지역은 소규모 법인업체가 상대적으로 많은 것이 특징이다.

각 유형의 지역별 분포를 보면, 먼저 수도권 지역의 경우 a유형은 법인업체의 비율, 상용 종사자 비율, 사업체당 연간 판매액이 수도권과 대구권 지역의 평균값보다 높는데, 이 유형에 속하는 지구는 서울시의 중·종로·용산·마포·노원·영등포·서초·강남·송파구와 경기도의 과천·안산·의정부시와 부천시 중구의 13개 지구로, 서울시의 도심 및 부도심 지역과 일부 위성도시들이 이 유형에 속한다. b유형은 법인업체의 비율, 상용 종사자 비율, 사업체당 연간 판매액이 수도권과 대구권 지역의 평균값보다 높는데, 이 유형에 속하는 지구는 서울시 동대문·은평·서대문·양천·강서·구로구와 인천시 중·남·남동·북구, 경기도 구리·평택시, 수원시 권선·장안구, 안양시 만안구, 인천·용인군으로 a유형의 인접지역에 주로 분포하고 있다. 그리고 d유형은 소규모 소매업체의 비율만이 수도권·대구권 지역의 평균값보다 높는데, 이 유형에 속하는 지구는 서울시 도봉구, 인천시 동·서구, 경기도 성남시 중원구, 동두천·군포·의왕시, 양주·평택·화성·파주·고양·포천군으로 주로 수도권 지역의 주변 지역에 분포하고 있다. 모든 경영특성이 수도권과 대구권 지역의 평균보다 낮은 g유형은 안양시 동안구를 포함하여 5개 지구에, 법인업체의 비율을 제외한 나머지

경영특성은 수도권과 대구권 지역의 평균값보다 높은 l유형은 서울시 중랑구를 포함한 4개 지구에 분포하며, 나머지 유형은 1~4개 지구로 구성되어 있다.

이상에서 수도권 지역의 소매업 경영특성의 유형분포는 서울시의 소매업 중심지구<sup>9)</sup>에 a유형이 분포하고, 그 인접지역에는 a유형보다 법인업체의 비율이 낮은 b유형, 주변지역에는 소규모 소매업체의 비율이 높아 a유형과 그 특징이 반대인 d유형이 분포하고 있다(그림 1).

다음으로 대구권 지역에서 유형의 지역별 분포를 보면, 먼저 법인업체의 비율, 상용 종사자 비율, 사업체당 연간 판매액이 수도권·대구권 지역의 평균값보다 높은 a유형은 대구시 중구와 대구시에 인접한 경산시뿐이다. 상용 종사자 비율과 사업체당 연간 판매액이 수도권·대구권 지역 평균값보다 높은 b유형은 경상북도의 포항·경주·안동·구미시 등 지방 중심지가 이 유형에 속한다. d유형은 소규모 소매업체의 비율이 수도권·대구권 지역 평균값보다 높은 지역으로 대구시의 서·북구, 경상북도의 영덕·영일·영천군을 포함하여 11개 지구로 경상북도의 동부지역에 많이 분포하고 있다. 그리고 h유형은 소규모 소매업체의 비율과 법인업체의 비율이 수도권·대구권 지역의 평균값보다 높은 지구로 경상북도의 태백산맥 서부지방에 주로 분포하고 있다. 그밖의 유형은 1~3개 지구로 구성되어 있다.

이상에서 대구권 지역의 소매업 경영특성의 유형 분포는 대구시 중구에 소매업의 중심지역이 분포하고, 지방 중심도시에는 a유형보다 법인업체의 비율이 낮은 b유형이, 그밖의 대부분의 지역에서는 소규모 소매업체의 비율과 법인업체의 비율이 수도권·대구권 지역의 평균보다 높은 h유형이 분포하고 있다(그림 1).

수도권 지역과 대구권 지역의 소매업 경영특성의 유형 분포를 비교해 보면, 수도권 지역은 대구권 지역

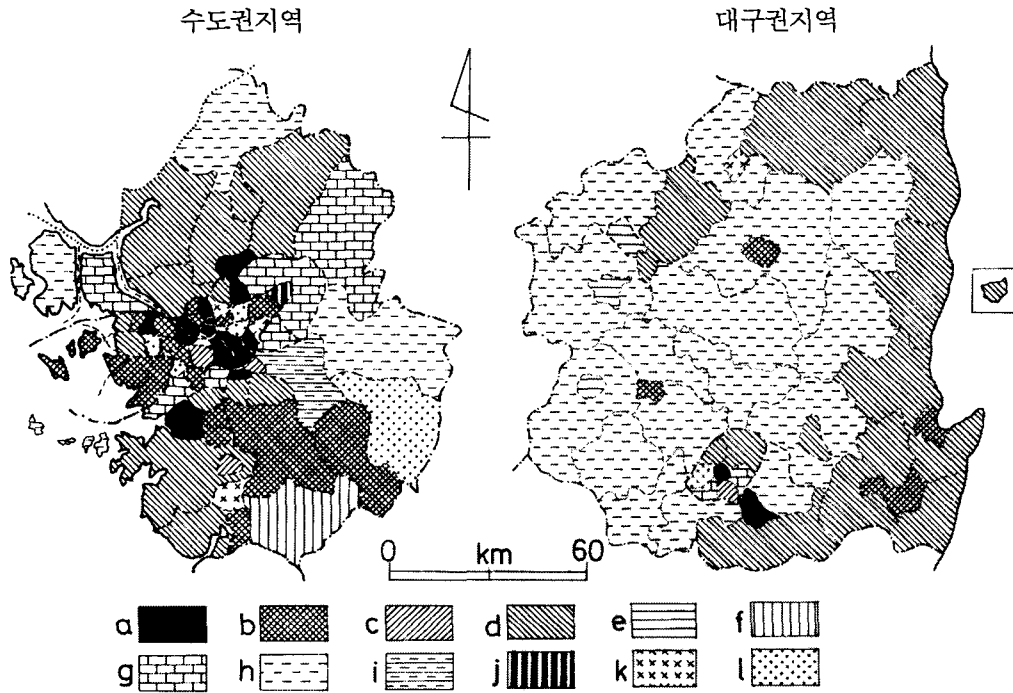


그림 1. 소매업 경영특성의 유형분포

보다 법인업체의 비율이 평균값보다 높은 a유형이 소매업 중심지구에 다수 분포하며, 그 인접지역에 b유형이, 또 주변지역에 d유형이 분포하고 있다. 그러나 대구권 지역은 소매업의 중심지구가 대구시에서 중구뿐이므로 수도권 지역과 같은 소매업 경영특성에 의한 지역구조가 형성되지 못하였다. 이와 같은 현상은 대구권 지역이 수도권 지역보다 소매업 중심지구가 미발달하였고, 법인업체의 비율은 높으나, 상용 종사자의 비율과 사업체당 연간 판매액이 낮은 소매업의 경영상의 차이점 때문이다.

### 3. 소매업의 경영성분과 지역적 분포

#### 1) 수도권 지역의 경영성분과 지역적 분포

수도권 지역에서 각 지구의 소매업 경영의 특성을 파악하기 위하여 소매업의 경영특성을 나타내는 37개 변수를 베리막스(Varimax)법의 회전에 의해 주성분 분석한 결과 固有값 1.0 이상의 8개 성분이 얻어졌는데, 이들 8개의 성분의 尠分散은 79.4%이다. 각 변수의 成分 負荷量 가운데 절대값 0.3 이상을 나타낸 것이 표 7이다. 여기에서 성분의 분산 설명량이 높은 제IV 성분까지를 주요 경영성분으로 간주하고 각 경영성분에 대하여 살펴보면 다음과 같다. 그리고 각 성분 부하량 지역적 분포를 나타낸 것이 그림 2이다.

제I성분은 전분산의 41.0%를 차지하여 높은 설명량을 갖고 있는데, 높은 정의 부하량을 나타내는 변수



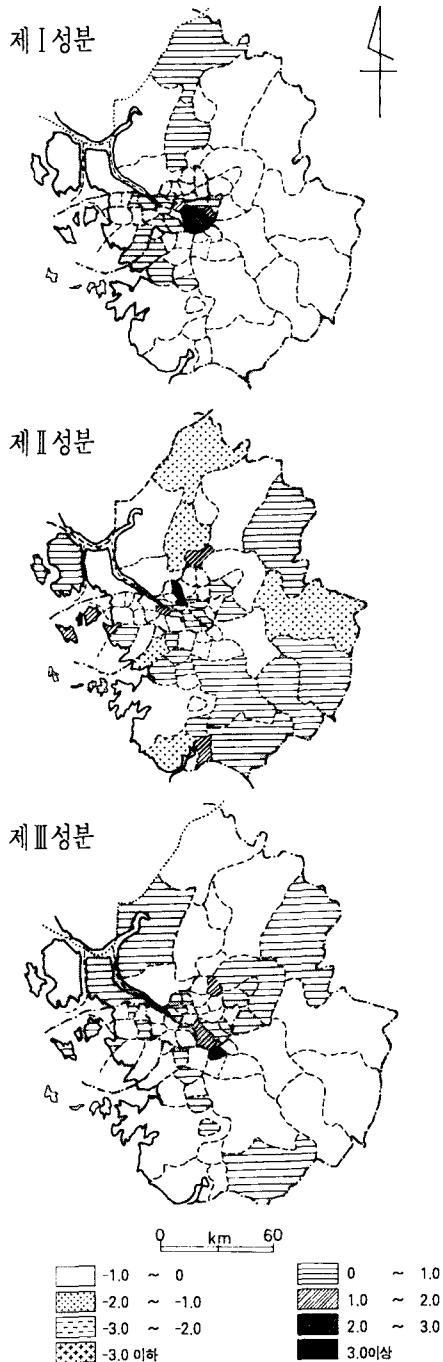


그림 2. 수도권 지역 제 I · II · III 성분특점의 분포

는 법인 소매업체 비율 가운데 「가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)」, 「섬유, 의복, 신발 및 의복 악세서리 소매업」, 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」, 「달리 분류되지 않은 일반소매업」과 대규모 소매점의 매장면적 비율 등이다. 그리고 부의 부하량은 소규모 소매업체 비율에서 「가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)」, 「달리 분류되지 않은 일반 소매업」등으로 나타났다. 따라서 제I성분은 대규모 편의재화 소매업과 소평재화인 「달리 분류되지 않은 일반 소매업」<sup>10)</sup>의 법인조직과 상용종사자 고용을 나타내는 것이라고 생각한다. 제I성분에서 1.0 이상의 높은 정의 성분특점을 나타내는 지구는 서울시의 서초·강남구와 용산·송파구이다.

제II성분은 전분산의 9.5%를 설명하며, 높은 정의 부하량을 나타내는 변수는 상용 종사자 비율 가운데 「개인 운수 장비 소매업 및 주유소 운영업」, 「가정용 연료 소매업」을 제외한 모든 업종과 사업체당 연간 판매액에서 「음식료품 및 담배 소매업」, 「장신구 및 시계 소매업」, 「가정용 연료 소매업」을 제외한 모든 업종에서 높은 값을 나타내고 있지만 특히 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」과 「종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업」의 부하량이 높다. 그리고 높은 부의 부하량은 소규모 소매업체의 비율에서 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」과 「종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업」의 값이 높아, 이 성분은 「가정용 연료 소매업」을 제외한 모든 업종의 대규모 소매업의 상용 종사자 고용을 나타낸다고 할 수 있다. 제II성분에서 높은 정의 성분특점을 나타내는 지구는 서울시의 종로·영등포구, 인천시 중구, 경기도의 의정부·평택시 등이다.

제III성분은 전분산의 8.0%를 설명하는데, 높은 정의 부하량을 나타내는 변수는 법인 소매업체 비율에서 「장신구 및 시계 소매업」과 「개인 운수장비 소매업 및

표 6. 수도권 지역의 변수와 成分 負荷量

변 수 명		共通度	제I성분	제II성분	제III성분	제IV성분	제V성분	제VI성분	제VII성분	제VIII성분
소규모 소매업체 비율	음식료품 및 담배소매업	0.815	-0.364	-0.333	-0.068					0.303
	섬유, 의복, 신발 및 의복 악세사리 소매업	0.647								
	가구, 철물 및 가정용품 소매업	0.867	-0.711	-0.409						
	약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업	0.686	-0.316	-0.742						
	장신구 및 시계 소매업	0.868					0.888			
	종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업	0.773		-0.704					-0.450	
	개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업	0.803			-0.368			-0.742		
	가정용 연료 소매업	0.864			-0.876					
달리 분류되지 않은 일반 소매업	0.840	-0.660	-0.529							
법인 소매업체 비율	음식료품 및 담배 소매업	0.828	0.465		0.306		-0.560	0.355		
	섬유, 의복, 신발 및 의복 악세사리 소매업	0.865	0.898							
	가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)	0.862	0.908							
	약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업	0.885	0.881							
	장신구 및 시계 소매업	0.857		0.906						
	종이 인쇄물 및 문구용품 소매업	0.800		0.456				0.743		
	개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업	0.819			0.798					
	가정용 연료 소매업	0.680				0.729				0.324
달리 분류되지 않은 일반 소매업	0.805	0.799								
상용 종사자 비율	음식료품 및 담배 소매업	0.883	0.563	0.463	0.459					
	섬유, 의복, 신발 및 의복 악세사리 소매업	0.820	0.615	0.496						0.358
	가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)	0.910	0.524	0.594						
	약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업	0.837		0.871						
	장신구 및 시계 소매업	0.868	0.584	0.529	0.394					
	종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업	0.824		0.762					0.341	
	개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업	0.863		0.394	0.435		0.551	0.321		
	가정용 연료 소매업	0.758			0.302	0.646	0.364			
달리 분류되지 않은 일반 소매업	0.833	0.608	0.575							
사업체당 연간 판매액	음식료품 및 담배 소매업	0.593	0.384	0.351	0.348	0.381				
	섬유, 의복, 신발 및 의복 악세사리 소매업	0.842	0.582	0.657						
	가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)	0.768	0.566	0.520						0.312
	약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업	0.838		0.868						
	장신구 및 시계 소매업	0.649						0.791		
	종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업	0.792		0.809						
	개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업	0.564		0.417	0.328					0.479
	가정용 연료 소매업	0.759				0.817				
달리 분류되지 않은 일반 소매업	0.767	0.505	0.586							
대규모 소매점의 매장면적 비율	0.647	0.654								-0.337
고 유 값		15.159	3.529	2.977	2.270	1.660	1.451	1.304	1.032	
분 산 설 명 량		41.0	9.5	8.0	6.1	4.5	3.9	3.5	2.8	
누 적 분 산 설 명 량		41.0	50.5	58.6	64.7	69.2	73.1	76.6	79.4	

주 : 成分 負荷量은 절대값 0.3 이상 만을 기재하였음.

주유소 운영업」이며, 부의 높은 부하량을 나타내는 변수는 소규모 소매업체 비율에서 「가정용 연료 소매업」과 「음식료품 및 담배 소매업」이다. 따라서 이 성분은 대규모 「장신구 및 시계 소매업」과 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」의 법인조직과 상용종사자 고용을 나타낸다고 할 수 있다. 제III성분에서 높은 정의 성분특점을 나타내는 지구는 과천시와 서울시의 노원·서초구 등이고, 다소 높은 부의 성분특점을 나타내는 지구는 서울시의 성동·동대문·영등포·관악·강동구와 인천시 남동구, 포천군 등이다(그림 3).

제IV성분은 법인 소매업체 비율, 상용 종사자 비율, 사업체당 연간 판매액에서 「가정용 연료 소매업」의 정의 부하량 값이 높아 대규모 「가정용 연료 소매업」의 법인조직과 상용 종사자의 고용을 나타낸다고 할 수 있다. 이 성분에서 높은 정의 성분특점을 나타내는 지구는 인천시 서구, 서울시 노원·동작·중·은평·마포·강서·양천·영등포구와 수원시 권선구, 오산시, 양평군 등이 이에 해당된다(그림 생략).

## 2) 대구권 지역의 경영성분과 지역적 분포

대구권 지역에서 각 지구의 소매업 경영의 특성을 파악하기 위하여 소매업의 경영특성을 나타내는 37개 변수를 베리막스(Varimax)법 회전에 의해 주성분 분석한 결과 고유값 1.0 이상의 9개 성분이 얻어졌는데, 이들 9개의 성분의 쏠분산은 80.3%이다. 각 변수의 성분 負荷量이 절대값 0.3 이상을 나타낸 것은 표 8로, 분산 설명량이 높은 제IV성분까지를 주요 경영성분으로 간주하고 각 경영성분의 내용을 살펴보면 다음과 같다. 그리고 이들 각 성분 부하량의 지역적 분포를 나타낸 것이 그림 3이다.

제I성분은 전분산의 39.2%를 설명하는데, 높은 정의 부하량을 나타내는 변수는 상용 종사자 비율의 「음

식료품 및 담배 소매업」이 가장 부하량이 크고, 이어서 사업체당 연간 판매액의 「음식료품 및 담배 소매업」, 「섬유, 의복, 신발 및 의복 악세서리 소매업」의 순이다. 높은 부의 부하량은 소규모 소매업체 비율에서 「음식료품 및 담배 소매업」으로, 이 성분은 대규모 편의재화의 상용 종사자 고용을 나타낸다고 생각한다. 제I성분에서 1.0 이상의 높은 정의 성분특점을 나타내는 지구는 경산시를 위시하여 군위·칠곡군, 경주·안동·구미시로 대구시와 인접한 지구와 대구권 지역의 지방 중심도시가 이에 해당된다.

제II성분은 전분산의 9.3%를 설명하는데, 높은 정의 부하량을 나타내는 변수는 법인 소매업체 비율에서 「섬유, 의복, 신발 및 의복 악세서리 소매업」, 사업체당 연간 판매액의 「가정용 연료 소매업」 등으로, 이 성분은 대규모 「섬유, 의복, 신발 및 의복 악세서리 소매업」의 법인조직과 대규모 「가정용 연료 소매업」의 상용 종사자 고용을 나타내는 것이라 하겠다. 제II성분에서 높은 정의 성분특점을 나타내는 지구는 대구시 중구 등이다.

제III성분은 전분산의 6.7%를 설명하는데, 높은 정의 부하량을 나타내는 변수는 상용 종사자 비율과 사업체당 연간 판매액에서 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」이다. 높은 부의 부하량을 나타내는 변수는 법인 소매업체 비율의 「음식료품 및 담배 소매업」으로 나타나, 대규모 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배 소매업」의 개인경영을 나타내는 것이라고 할 수 있다. 제III성분에서 높은 정의 성분특점을 나타내는 지구는 대구시 남·수성·달서구와 안동·상주·점촌시와 달성·경산·칠곡군 등이고, 높은 부의 성분특점을 나타내는 지구는 경산시와 군위·의성·고령·성주·영풍·울릉군 등이다. 정의 성분특점 분포는 대구시와 대구권 지역의 지방 중심도시, 대구시에 인접한 지구들이, 부의

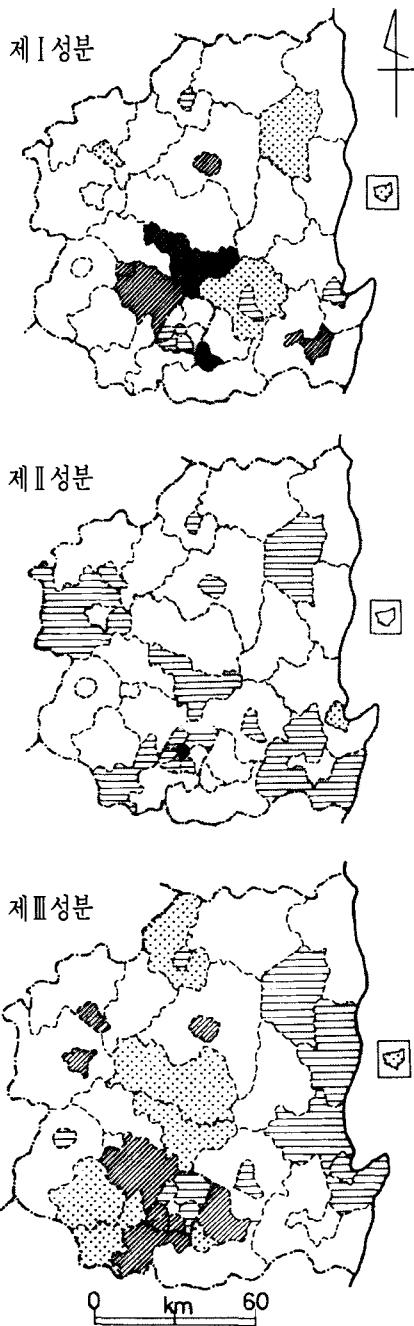


그림 3. 대구권 지역 제 I·II·III 성분특점의 분포(범례는 그림 2와 같음)

성분특점 분포는 대부분 대구시의 인접 지구들이 이에 해당된다.

제IV성분은 사업체당 연간 판매액에서 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」이 가장 높은 정의 부하량을 나타내고, 부의 부하량도 소규모 소매업체 비율 중에서 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」으로 나타나 대규모 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」의 상용 종사자의 고용을 나타내는 것이라 할 수 있다. 높은 정의 성분특점을 나타내는 지구는 점촌시를 포함하여 김천·경산시, 의성·청송·봉화군 등이 이에 해당된다(그림 생략).

여기에서 수도권 지역과 대구권 지역의 성분 부하량간의 유사성과 이질성을 양적으로 측정하기 위하여 상관분석을 하였는데, 이는 성분구성의 문제를 각 성분간의 상관계수에 의해 이해할 수도 있기 때문이다(森川, 1976, p.306). 주성분 분석에서 회전전의 각 성분은 직교축에 의해 정해지기 때문에 완전히 독립되지만 회전후의 성분간에는 상관관계가 나타난다. 회전후의 수도권 지역과 대구권 지역간의 주요 성분 부하량에 의한 상관관계를 보면(표 8), 수도권 지역은 제II·III성분을 제외한 나머지 성분은 완전한 독립관계를 나타내지만 제I성분과 제II·III성분간에는 정의 상관을 나타내고 있다. 따라서 수도권 지역의 성분구성에서 제II·III성분은 제I성분의 副次元(sub-dimension)을 나타낸다고 할 수 있다. 한편 대구권 지역의 경우 제II·III·IV성분은 제I성분과 정의 상관을 나타내어 이들 성분이 제I성분의 부차원이라는 것을 알 수 있다. 그리고 제II성분은 제III성분과 정의 상관관계를 나타내어 제III성분이 제II성분의 부차원이라는 것을 알 수 있다.

그리고 제II성분은 제III성분과 정의 상관관계를 나타내어 제III성분이 제II성분의 부차원이라는 것을 알 수 있다. 따라서 수도권 지역의 제I성분인 대규모 편의

표 7. 대구권 지역의 變數와 成分 負荷量

변 수 명		共通度	제I성분	제II성분	제III성분	제IV성분	제V성분	제VI성분	제VII성분	제VIII성분	제IX성분
소규모 소매업체 비율	음식료품 및 담배 소매업	0.858	-0.875								
	섬유, 의복, 신발 및 의복 악세사리 소매업	0.789	-0.408	-0.437	-0.408		-0.683		-0.329		
	가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)	0.851	-0.543			-0.760					
	약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업	0.723					-0.718				
	장신구 및 시계 소매업	0.718		-0.350							
	종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업	0.788	-0.391	-0.406	-0.409						
	개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업	0.719	-0.557		-0.508						
	가정용 연료 소매업	0.813	-0.538							-0.586	
달리 분류되지 않은 일반 소매업	0.827		-0.308					-0.829			
법인 소매업체 비율	음식료품 및 담배 소매업	0.734			-0.706						
	섬유, 의복, 신발 및 의복 악세사리 소매업	0.943		0.908							
	가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)	0.795		0.580	0.469				0.344		
	약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업	0.766					-0.301	0.596		-0.309	
	장신구 및 시계 소매업	0.791									0.856
	종이 인쇄물 및 문구용품 소매업	0.781	0.323		0.395	0.615					
	개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업	0.897						0.849			
	가정용 연료 소매업	0.799						0.817			
달리 분류되지 않은 일반 소매업	0.734								0.795		
상용 종사자 비율	음식료품 및 담배 소매업	0.821	0.866								
	섬유, 의복, 신발 및 의복 악세사리 소매업	0.944	0.532	0.308		0.306	0.491		0.372		
	가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)	0.770	0.415	0.391	0.436						
	약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업	0.805	0.536			0.539					
	장신구 및 시계 소매업	0.806		0.396			0.705				
	종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업	0.872	0.535	0.439	0.413			0.317			
	개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업	0.838			0.746						
	가정용 연료 소매업	0.847		0.515	0.316					0.558	
달리 분류되지 않은 일반 소매업	0.866		0.388					0.639			
사업체당 연간 판매액	음식료품 및 담배 소매업	0.879	0.768								
	섬유, 의복, 신발 및 의복 악세사리 소매업	0.842	0.560			0.440	0.341				
	가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)	0.662		0.489	0.447				0.352		
	약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업	0.794				0.844					
	장신구 및 시계 소매업	0.747			0.470	0.413		-0.340		0.314	
	종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업	0.779	0.431		0.314	0.301	0.306	-0.313			
	개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업	0.785	0.454		0.705						
	가정용 연료 소매업	0.888		0.903							
달리 분류되지 않은 일반 소매업	0.783							0.424		0.635	
대구모 소매점의 매장면적 비율	0.672			-0.435	-0.474			0.338			
고 유 값		14.503	3.451	2.462	2.154	1.829	1.559	1.391	1.232	1.143	
분 산 설 명 량		39.2	9.3	6.7	5.8	4.9	4.2	3.8	3.3	3.1	
누 적 분 산 설 명 량		39.2	48.5	55.2	61.0	65.9	70.2	73.9	77.2	80.3	

주 : 成分 負荷量은 절대값 0.3 이상 만을 기재하였음.

표 8. 수도권 지역과 대구권 지역의 성분 부하량의 상관계수 행렬

구 분	수도권 지역				대구권 지역				
	제I성분	제II성분	제III성분	제IV성분	제I성분	제II성분	제III성분	제IV성분	
수도권 지역	제I성분	1.0000	0.5613*	0.4078*	0.1316	0.5584*	0.5555*	0.2137	0.2089
	제II성분		1.0000	0.2873	0.1659	0.6911*	0.4716*	0.4956*	0.7007*
	제III성분			1.0000	0.0663	0.5535*	0.1310	0.3422	0.0356
	제IV성분				1.0000	0.2082	0.4623*	0.1544	0.1113
대구권 지역	제I성분					1.0000	0.4537*	0.5658*	0.5440*
	제II성분						1.0000	0.4506*	0.3185
	제III성분							1.0000	0.3289
	제IV성분								1.0000

주 : \*는 t-분포 검정의 신뢰수준 99%에서 유의함.

재화 소매업과 쇼핑재화인 「달리 분류되지 않은 일반 소매업」의 법인조직과 상용 종사자 고용의 성분과 제IV성분인 대규모 「가정용 연료 소매업」의 법인조직과 상용 종사자 고용 및 대구권 지역의 제I성분인 대규모 편의재화의 상용 종사자 고용의 성분이 완전 독립되어 있는 것은 1991년 두 대도시권의 소매업 경영의 특색이라 할 수 있다.

수도권 지역의 경영성분과 대구권 지역의 경영성분 간에는 수도권 지역의 제I성분은 대구권 지역의 제I·II성분과 상관을 인정할 수 있지만 제III·IV성분과는 상관을 인정할 수 없다. 그러나 수도권 지역의 제II성분은 대구권 지역의 제I성분~제IV성분과는 밀접한 상관을 갖고 있다. 그리고 수도권 지역의 제III성분은 대구권 지역의 제I성분과, 수도권 지역의 제IV성분은 대구권 지역의 제II성분과 각각 상관을 인정할 수 있다. 또 두 도시권 지역의 성분 부하량간에 상관관계가 낮은 성분은 각 대도시권 지역만이 가지는 소매업의 경영특성이라 할 수 있다.

#### 4. 시·군·구의 유형화

##### 1) 수도권 지역의 유형화

본 절에서는 앞 장에서 구한 주요한 4개 성분특점 행렬을 워드법의 군집분석을 적용하여 각 지구를 유형화하였다. 유형화의 단계는 먼저 수도권 지역의 경우 정보손실량의 값이 큰 제61단계와 62단계 사이에서連鎖樹를 끊어 7개 유형으로 구분하였으며(그림 생략), 유형별 지구당 연간 판매액이 가장 높은 것부터 A, B, C, D, E, F, G로命名하였다. 그리고 각 유형의 지구당 연간 판매액과 평균 성분특점을 나타낸 것이 표 9이다.

A유형은 제II성분인 「가정용 연료 소매업」을 제외한 모든 업종의 대규모 소매업의 상용 종사자 고용이 아주 높은 정의 평균 성분특점을 나타낸 것이라 하겠다. B유형은 제I성분인 대규모 편의재화 소매업과 쇼핑재화인 「달리 분류되지 않은 일반 소매업」의 법인조직과 상용 종사자의 고용이 아주 높은 정의 평균 성분특점을 나타내는 것이라 하겠다. C유형은 제IV성분인

표 9. 수도권 지역의 유형별 평균 성분특점

유형	시·군·구수	시·군·구 당 연간판매액 (백만원)	평균 성분 특 점			
			제I성분	제II성분	제III성분	제IV성분
A	3	1,695,254	0.1612	3.1835	-0.1999	0.5307
B	4	1,034,477	3.2505	0.1258	0.5731	0.6573
C	12	389,414	-0.1419	-0.3361	0.0918	1.5868
D	22	287,353	-0.3632	0.4928	-0.0908	-0.2470
E	13	234,098	-0.0075	-0.8267	-0.4081	-0.0856
F	13	155,982	-0.2073	-0.4285	-0.2073	1.0375
G	1	74,951	-0.9980	-0.5487	7.2032	-0.8332

대규모 「가정용 연료 소매업」의 법인조직과 상용 종사자 고용이 높은 정의 평균 성분특점을 나타내는 것이라 하겠다. D유형은 제II성분이 다소 높은 정의 평균 성분특점으로, 「가정용 연료 소매업」을 제외한 모든 업종의 대규모 소매업의 상용 종사자 고용을 나타내는 것이라 하겠다. E유형은 제II성분인 「가정용 연료 소매업」을 제외한 모든 업종의 대규모 소매업의 상용 종사자 고용과 다소 높은 부의 평균 성분특점을 나타내는 것이라 하겠다. F유형은 제IV성분이 높은 정의 평균 성분특점으로, 대규모 「가정용 연료 소매업」의 법인조직과 상용 종사자 고용을 나타내는 것이라 하겠다. G유형은 제III성분인 대규모 「장신구 및 시계 소매업」과 「개인 운수 장비 소매업 및 주유소 운영업」의 법인조직과 상용 종사자 고용이 아주 높은 정의 평균 성분특점을 나타내는 것이라 하겠다.

다음으로 수도권 지역의 유형분포를 보면(그림 4), 소매업 연간 판매액이 매우 많은 A·B유형을 중심으로 그 인접지역에는 C유형이 분포하고, 그 다음 인접 지역에는 E유형이, 그리고 그 바깥쪽의 서울시 북부지역에는 F유형이, 남부지역에는 D유형이 분포하고 있다. 즉, 「가정용 연료 소매업」을 제외한 모든 업종의 대규모 소매업의 상용 종사자 고용의 특성과 대규모 편의재화 소매업과 쇼핑재화인 「달리 분류되지 않는 일반

소매업」의 법인조직과 상용 종사자의 고용을 특성으로 나타내는 지역을 중심으로, 그 인접지역에는 대규모 「가정용 연료 소매업」의 법인조직과 상용 종사자 고용의 특성이 분포하고, 그 다음 인접지역에는 「가정용 연료 소매업」을 제외한 모든 업종의 대규모 소매업의 상용 종사자 고용의 특성이, 그 바깥쪽 중 서울시 북부지역에는 대규모 「가정용 연료 소매업」의 법인조직과 상용 종사자 고용이 분포하며, 남부지역에는 「가정용 연료 소매업」을 제외한 모든 업종의 대규모 소매업의 상용 종사자 고용의 특성을 나타내는 지역이 분포하고 있다. 따라서 수도권 지역에 있어서 소매업 경영의 유형 분포를 결정짓는 소매업은 「가정용 연료 소매업」의 상용 종사자 고용의 발달 유무이며, 서울시 도심지역에는 편의재화와 일부 쇼핑재화 소매업의 법인조직이 탁월하다.

2) 대구권 지역의 유형화

다음으로 대구권 지역의 경우도 중요한 4개 성분에 대하여 워드법의 군집분석을 적용하여 각 지구를 유형화하였다. 정보손실량의 값이 큰 제35단계와 제36단계 사이에서 連鎖樹를 끊어 6개 유형으로 구분하였으며(그림 생략), 유형별 지구당 연간 판매액이 가장 높은 것부터 A', B', C', D', E', F'로命名하였다. 그리

고 각 유형의 지구당 연간 판매액과 평균 성분득점을 나타낸 것이 표 10이다.

A'유형은 제II성분인 대규모 「섬유, 의복, 신발 및 의복 약세사리 소매업」의 법인조직과 대규모 「가정용 연료 소매업」의 상용 종사자 고용이 아주 높은 정의 성분득점을 나타내는 것이라 하겠다. B'유형은 제III성분이 다소 높은 정의 평균 성분득점을 나타내어, 대규모 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배 소매업」의 개인경영을 나타내는 것이라 하겠다. C'유형은 제I성분의 평균 성분득점이 높아 대규모 편의재화의 상용 종사자 고용을 나타내는 것이라 하겠다. D'유형은 제IV성분과 제III성분의 평균 성분득점이 높는데, 제IV성분은 대규모 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」의 상용 종사자 고용이, 제III성분은 대규모 「개인 운수 장비 소매업 및 주유소 운영업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배 소매업」의 개인경영을 나타내는 것이라 하겠다. E'유형은 제IV성분이 높은 정의 평균 성분득점으로 대규모 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」의 상용 종사자 고용을 나타내는 것이라 하겠다. F'유형은 제I·III·IV성분인 대규모의 편의재화의 상용 종사자 고용과, 대규모 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배 소매업」의 개인경영, 대규모 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」의 상

용 종사자 고용과 다소 관계가 적다 하겠다.

대구권 지역의 유형분포를 보면(그림 4), 소매업 판매액이 매우 많은 A'유형을 중심으로 그 인접지역에는 B'유형이, 그 인접지역에는 C'유형이, 그 바깥지역에는 F'유형이 각각 분포하며, 지방 중심도시에 C'·D'유형이, 그 인접지역에는 F'유형이 각각 분포하고 있다. 즉, 대구권 지역은 소매업 경영의 측면에서 볼 때 수도권 지역과 달리 대구시를 중심으로 한 대구권 지역 전체가 하나의 소매업 경영지역을 형성하고 있지 않고 지방 중심도시를 중심으로 소규모의 지역구조가 각각 형성되어 있는데, 이것은 대구권 지역의 중심도시인 대구시가 수도권 지역의 중심도시인 서울시보다 중심성이 낮기 때문이다. 대구시를 중심으로 하는 소매업 경영의 지역구조는 대규모 「섬유, 의복, 신발 및 의복 약세사리 소매업」의 법인조직과 대규모 「가정용 연료 소매업」의 상용 종사자 고용의 특성을 나타내는 지역을 중심으로 그 인접지역에는 대규모 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배 소매업」의 개인경영을 나타내는 지역이 분포하고 있다. 그 다음의 인접지역에는 대규모 편의재화의 상용 종사자 고용의 특성을 나타내는 지역이, 가장 바깥지역에는 대규모 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배 소매업」의 개인경영 및 대규모 「약, 화장품 및 기타 화

표 10. 대구권지역의 유형별 평균 성분득점

유형	시·군·구수	시·군·구당 연간판매액 (백만원)	평균 성분득점			
			제I성분	제II성분	제III성분	제IV성분
A'	1	1,185,739	0.1108	5.5467	-0.5808	0.1664
B'	11	187,230	-0.0715	0.0897	0.9147	-0.4332
C'	8	183,892	1.6529	-0.2959	-0.0070	0.1946
D'	3	109,012	-0.6766	-0.2452	1.4330	2.0476
E'	5	38,948	-0.5147	-0.1944	-1.1863	1.0198
F'	13	27,116	-0.6111	-0.1892	-0.5995	-0.5602



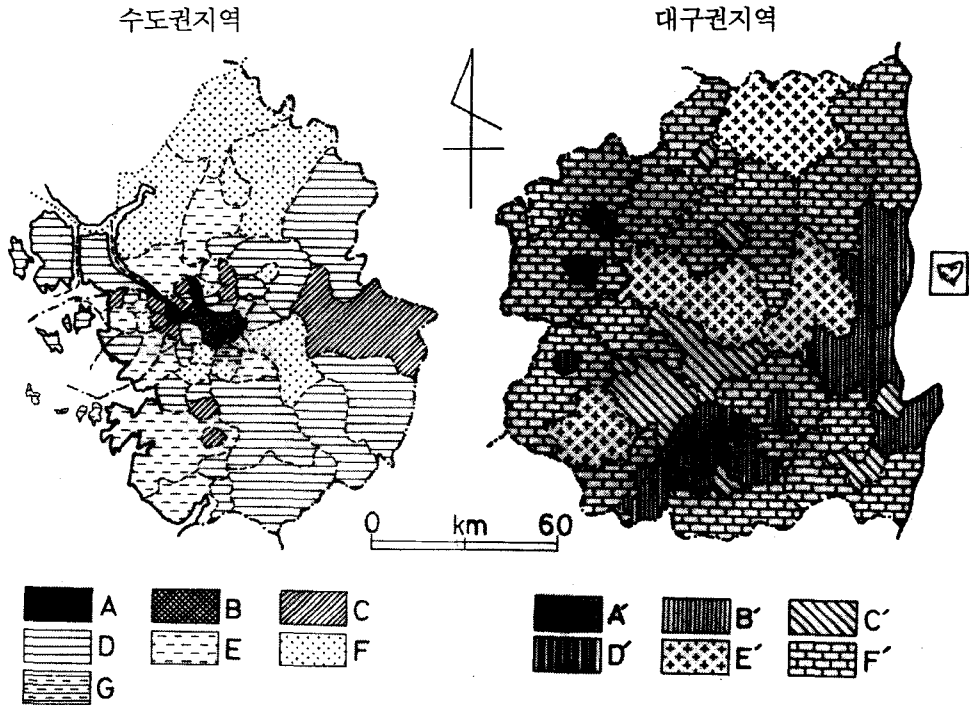


그림 4. 군집분석에 의한 수도권·대구권 지역 시·군·구의 유형분포

공약품 소매업」의 상용 종사자 고용의 다소 관계가 적은 지역이 분포하고 있다.

한편 지방 중심도시는 대규모 편의재화의 상용 종사자 고용의 특성이나, 대규모 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」의 상용 종사자 고용과 대규모 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배 소매업」의 개인경영의 특성을 나타내는 지역을 중심으로 그 인접지역에는 대규모 편의재화의 상용 종사자 고용, 대규모 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배 소매업」의 개인경영, 대규모 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」의 상용 종사자 고용의 다소 관계가 적은 지역이 분포하고 있다. 따라서 대구권 지역에 있어서 대구시나 지방 중심도시를 중심으로 하는 소매

업 경영의 유형분포를 결정짓는 소매업은 대규모 편의재화의 소매업과 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」, 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배 소매업」의 개인경영 발달 유무이고, 대구시 도심에는 대구의 섬유공업의 발달을 잘 나타내는 대규모 「섬유, 의복, 신발 및 의복 약세사리 소매업」의 법인조직과 대규모 「가정용 연료 소매업」의 상용 종사자 고용이 탁월하다.

이상에서 수도권 지역의 중심지구는 대구권 지역의 중심지구에 비하여 편의재화와 일부 쇼핑재화를 취급하는 소매업 법인조직이 발달하였으나, 대구권 지역의 경우는 「섬유, 의복, 신발 및 의복 약세사리 소매업」의 법인조직과 「가정용 연료 소매업」의 상용 종사자 고용이 발달하였다. 그리고 수도권 지역은 「가정용 연료 소

매업」의 상용 종사자 고용이, 대구권 지역은 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」, 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배 소매업」의 개인경영의 발달 유무가 소매업 경영의 지역구조를 결정짓는다. 이러한 현상은 서울시의 중심성과 수도권 지역의 소매 구매력이 대구시와 대구권 지역보다 크기 때문이다.

## 5. 결론

본 연구에서 수도권 지역과 대구권 지역의 소매업 경영의 지역구조를 비교·고찰한 결과 다음과 같은 점이 밝혀졌다.

(1) 수도권 지역에서 업종의 구성비가 높은 것은 「섬유, 의복, 신발 및 의복 악세서리 소매업」, 「가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)」, 「장신구 및 시계 소매업」, 「종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업」, 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」과 「종합 소매업」이다. 한편 대구권 지역은 「음식료품 및 담배 소매업」, 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」, 「가정용 연료 소매업」, 「달리 분류되지 않은 일반 소매업」의 구성비가 높아, 수도권 지역은 쇼핑재화의 소매업이 대구권 지역보다 그 구성비가 높으며, 대구권 지역은 편의재화 소매업의 구성비가 높은 것이 특징이다.

(2) 수도권과 대구권 지역의 소매업종에서 사업체당 연간 판매액이 매우 많은 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」과 「종합 소매업」은 소규모 소매업체의 비율이 약 3/4(대구권 지역의 「종합 소매업」은 제외)이고 법인업체의 비율이 약 10% 이상이며 상용 종사자 비율도 65% 이상을 차지하고 있으나, 나머지 업종들은 대부분이 개인 경영조직이 탁월하며 소규모 경영을 하고 상용 종사자 비율도 낮다. 그리고 수도권 지역

은 대구권 지역에 비하여 소매업의 경영규모가 크고 쇼핑재화의 소매업이 발달되었다.

(3) 수도권 지역은 사업체의 규모가 상대적으로 크고 종업원수가 많으며 연간 판매액의 규모가 큰 소매업이 많은 반면에, 대구권 지역은 소규모 법인업체가 많은 것이 특징이다.

수도권 지역과 대구권 지역의 소매업 경영특성의 유형분포를 비교해 보면, 수도권 지역은 대구권 지역보다 법인업체의 비율이 높은 유형이 소매업 중심지구에 다수 분포하며, 그 인접지역에 상용 종사자와 사업체당 연간 판매액이 높은 지역이 분포하고 있다. 그러나 대구권 지역은 수도권 지역과 달리 소매업 중심지가 매우 좁고, 소매업 경영특성에 의한 하나의 소매업 경영지역을 형성하지 못하고 지방 분할적 지역구조를 형성하고 있다. 이와 같은 현상은 대구권 지역이 수도권 지역보다 소매업 중심지구가 미발달되었고, 법인업체의 비율은 높으나 상용 종사자의 비율과 사업체당 연간 판매액이 낮은 소매업 경영상의 차이점 때문이라고 생각한다.

(4) 수도권 지역의 중심지구는 대구권 지역의 중심지구에 비하여 편의재화와 일부 쇼핑재화를 취급하는 소매업 법인조직이 발달하였으나, 대구권 지역의 경우는 「섬유, 의복, 신발 및 의복 악세서리 소매업」의 법인조직과 「가정용 연료 소매업」의 상용 종사자 고용이 발달되었다. 그리고 수도권 지역은 「가정용 연료 소매업」의 상용 종사자 고용이, 대구권 지역은 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」, 「약, 화장품 및 기타 화공약품 소매업」의 상용 종사자 고용과 「음식료품 및 담배 소매업」의 개인경영의 발달 유무가 소매업 경영의 지역구조를 결정짓는다. 이러한 현상은 서울시의 중심성과 수도권 지역의 소매 구매력의 차이에 의한 것이다.

註

- 1) 경영체의 유형으로 '기업'은 경제적 합리주의에 의해 존재할 수 있지만, '기업'은 가족의 생계유지를 목적으로 하는 전자본주의적 존재이다. ○圖(1975)은 상시 종업원수 4인 이하의 소매업과 그 이상 규모의 소매업을 비교하여 전자를 '기업'적 경영이라 하여 후자와 구분하고 있다.
- 2) 소매업의 기능에 의한 각 소매기관을 말한다.
- 3) 법인 소매업체는 주식회사, 合名회사, 合資회사 및 有限회사 등 회사법인과 민법 또는 특별법에 의해 설립된 회사 이외의 법인 및 외국에서 설립된 회사법인으로 상법의 규정에 따라 국내에 등록된 지사(지점), 출장소, 영업소를 말하며(통계청, 1992, 총사업체 통계조사 보고서, 제3권, p.14).
- 4) 자료행렬의 표준화(Zi)는 자료의 정규분포화를 위해 표준편차(s)와 평균(Xm)에 의한  $Z_i = (X_i - X_m) / s$ 를 이용하였다.
- 5) 수도권 지역은 서울시의 통근권에 의해 설정할 수 있는데, 1990년 통근·통학 인구조사에서 서울에서의 통근·통학이 서울시와 인천시 및 경기도의 모든 시·군으로 1% 이상의 통근이 이루어지고 있기 때문에 수도권 지역은 서울시를 포함하여 인천시·경기도의 지역으로 설정하였다.
- 6) 대구권 지역의 범위는 대구시의 통근권에 의해 설정할 수 있는데, 1990년 통근·통학 인구조사에서 대구시에서의 통근·

통학이 경상북도의 모든 시·군으로 1% 이상의 통근이 이루어지고 있기 때문에 대구권 지역은 대구시를 포함한 경상북도의 지역으로 설정하였다.

- 7) 쇼핑재화는 산업 세분류 중 「섬유, 의복, 신발 및 의복 약세서리 소매업」, 「가구, 철물 및 가정용품 소매업(가전제품 포함)」, 「장신구 및 시계 소매업」, 「개인 운수장비 소매업 및 주유소 운영업」, 「달리 분류되지 않은 일반 소매업」 등이 많이 포함되어 있다.
- 8) 편의재화는 산업 세분류 중 「음식료품 및 담배 소매업」, 「약, 화장품 및 기타 화학약품 소매업」, 「종이, 인쇄물 및 문구용품 소매업」, 「가정용 연료 소매업」 등이 많이 포함되어 있다.
- 9) 서울시에서 a유형에 속하는 지구의 소매업 연간 판매액은 서울시 소매업 연간 판매액의 59.2%를 차지하고 있다. 이 지구에 속하는 대표적인 지구는 서울시의 중·종로·용산·강남·서초·송파구 등으로 이 지구를 서울시의 소매업 중심지구라 한다.
- 10) 「달리 분류되지 않은 일반 소매업」에는 산업 細細分類 수준에서 「안경 소매업」, 「음반 및 테이프 소매업」, 「전기기자재 소매업」, 「관광 민예품 및 선물용품 소매업」, 「운동, 경기, 오락 게임기구 소매업」, 「인형 및 장난감 소매업」, 「골동품 및 예술품 소매업」, 「사진 및 광학용품 소매업」등 쇼핑재화가 포함되어 있다.

## 참고문헌

- 姜昌淑, 1991, 서울시百貨店の立地展開와小賣企業의特性, 청주: 충북대학교 교육대학원, 석사 학위논문.
- 유주현, 1997, 창고형 대형할인 형태 정착에 따른 새로운 소비패턴 구조 형성에 관한 연구, 서울: 서울대학교 대학원 석사 논문.
- 李京喜, 1991, "서울시 프랜차이즈 체인의 분포특성에 관한 연구," 地理教育論集 24, pp.25-52.
- 李喜演, 1984, "都市體系를 통한 刷新의 擴散," 地理學論叢 11, pp.21-37.
- 黃聖媛, 1993, 서울시내 便宜店の 地域的 分布에 關한 研究, 서울: 상명여자대학교 대학원, 석사 학위논문.
- 洪義澤, 1995, GIS기법을 활용한 편의점의 입지분석에 관한 연구, 서울: 건국대학교 대학원, 석사 학위논문.
- 悅喜秀法, 1987, "首都圏における大型店の立地動向," 東北地理 39, pp.16-33.
- 韓柱成, 1992, "韓國における小賣業販賣活動의空間的變容," 季刊地理學 44, pp.37-47.
- 糸園辰雄, 1975, 日本中小商業の構造, 東京: ミネルウ"フ書房.
- 伊東理, 1978, "大都市圏におけるスーパーの展開と立地: 京阪神大都市圏の場合," 人文地理 30, pp.481-501.
- 清成忠南, 1986, 現代中小企業論, 東京: 日本經濟新聞社.
- 森川洋, 1976, "廣島・福岡市における因子生態(Factorial Ecology)의比較研究," 地理學評論 49, pp.300-313.
- 根田克彦, 1988, "首都圏北東セクターにおける小賣業經營의變化形態," 人文地理 40, pp.263-272.
- 志村喬, 1987, "スーパーマーケットチェーン의多店舗展開に關する企業行動的考察: 茨城縣における中規模スーパーを例として," 理論地理學ノド' 87 5, pp.27-42.
- 成俊鏞, 1982, "韓國諸都市におけるスーパーマーケット의擴散," 地理科學 37, pp.127-140.
- Borchert, J.G., 1988, "Recent development in retailing in the Netherlands," *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 79, pp.220-226.
- Dawson, J.A., 1974, "The suburbanization of retail activity," in J.H.Johnston(ed.), *Suburban Growth*, New Jersey: John Wiley & Sons, pp.155-175.
- Dawson, J.A., 1982, *Commercial Distribution in Europe*, London: Croom Helm.
- Dawson, J.A. and D.A.Kirby, 1979, *Small Scale Retailing in the U.K.*, Farnborough: Saxson House.
- Lloyd, W.J., 1991, "Changing suburban retail patterns in metropolitan Los Angeles," *Professional Geographer* 43, pp.335-344.
- Wrigley, N. and Lowe, M.(eds.), 1996, *Retailing, Comsumption and Capital: Towards the New Retail Geography*, London: Longman.

## Abstract

### Comparative Study of the Business Organization of Retailing in the Seoul and Taegu Metropolitan Areas

Ju-Seong Han\*

This paper aims at examining the regional comparison of the business organization of retailing in the Seoul and Taegu metropolitan areas, as an attempt to understand regional structure of retailing within metropolitan areas which represents the suburbanization.

On the national level, retail sales have concentrated on larger metropolitan area, the Seoul metropolitan area, the first largest metropolitan area, having higher sales for population scale. While the Taegu metropolitan area, the third largest metropolitan area, appears to lower retail sales for population scale.

In order to confirm such phenomenon, this paper is to analyze and to compare the industrial composition of retailing by industry in 1991 of Seoul with that of Taegu. And this paper is to analyze the regional comparison of business organization of retailing: the percents of establishments under four employees, of juridical establishments, of employees of ordinary times, the annual sales per establishment of retailing. And the characteristics of business organization of retailing by industry are analyzed by principal components analysis, and the explanation of the types with component in each district(city, county, ward) is analyzed by cluster analysis(Ward method).

The data of 1991 were obtained from the statistics in the Report on Establishment Census(Vol.3 Wholesale and Retail Trade) published by the National Statistics Office.

The results are as follows:

1. The composition of retailing by industry in Seoul metropolitan area by annual sales in 1991 is characterized as appeared very higher composition rates of 'retailing of textiles, clothing, footwear and apparel accessories', 'retailing of furniture, home furnishings and equipment', retailing of jewellery and watches', 'retailing of printed matter and stationery', 'retailing of personal transport equipment and gasoline service stations', and 'general merchandise stores'. But in Taegu metropolitan area, 'retailing of food, beverages and tobacco', 'retailing of drugs, cosmetics and other chemical goods', 'retailing household fuel', and 'general retail trade, n.e.c.' appears very high.

Therefore Seoul metropolitan area has larger business scale and retailing of shopping goods has developed than Taegu metropolitan area.

2. Retailing of 'personal transport equipment and gasoline service stations' and 'general merchandise stores' which shows high annual sales per establishment of retailing is largely distributed in Seoul and Taegu metropolitan area, rates of establishments under four employees are about three-fourths, and rates of juridical establishments are about ten percents over, and rates of employees of ordinary times are about sixty five percents over. But other retailings by industry prevail in largely personal business

\* Professor, Department of Geography Education, Chungbuk National University.

organization, and are managed in small scale, and the rates of employees are low. And the business scale of retailing in Seoul metropolitan area is larger and shopping goods retailing is more developed than Taegu metropolitan area.

3. Establishment scales of retailing are relatively larger, and employees are more, larger annual sales by retailing industry are much more in Seoul metropolitan area, but small juridical establishments are distributed more Taegu metropolitan area.

As compared between Seoul and Taegu metropolitan areas the retailing business characteristics are, the rates of juridical establishment in central region is a little higher in Seoul metropolitan area than Taegu metropolitan area. And neighbored regions of central region is higher the rates of employees of ordinary time and annual sales per establishment in Seoul metropolitan area. But retailing central region is narrower, and a retailing business region by retailing characteristics is not formed, but regional structure decentralized of local is formed in Taegu metropolitan area. These phenomena caused by undeveloped central region of retailing, and rates of juridical establishment is higher but of employees of ordinary and annual sales per establishment is lower in Taegu Metropolitan area.

4. But in central region in Seoul metropolitan area is developed juridical organization of retailing deal with convenience goods and a part shopping goods, but in Taegu metropolitan area, is developed juridical organization of 'retailing of textiles, clothing, footwear and apparel accessories' and employees of ordinary of 'retailing of household fuel'. And regional structure of retailing business is formed depending on the presence of employees of ordinary of 'retailing of household fuel' in Seoul metropolitan, and is formed depending on the presence of employees of ordinary of 'retailing of personal transport equipment and gasoline service stations' and 'retailing of drugs, cosmetics and other chemical goods' and personal business of 'retailing of food, beverages and tobacco' in Taegu metropolitan area. These phenomena is caused by centrality of Seoul city and by the difference of purchasing power of retailing between Seoul and Taegu metropolitan areas.

**Key words** : business organization of retailing, principal components analysis, Seoul and Taegu Metropolitan Areas