

# 대형마트/SSM 출점 및 영업규제 대응에 따른 상생모델방안

박 한 혁\*

\*\*\*\*\*

본 연구는 대형마트, 기업형 슈퍼마켓(SSM)에 대한 출점 및 영업규제를 2009년 이전과 2009년 이후로 구분하여 연구하였다. 대형마트, 기업형 슈퍼마켓 입장에서 영업 및 출점규제 법률시행에 따른 향후영향 및 대응 방안과 대안을 제시 하고자한다.

특히 2009년 이후 기업형 슈퍼마켓의 출점 증가로 중소기업 보호를 위하여 유통법이 개정되어 출점과 영업규제 법률이 통과되고 조례제정을 통하여 규제가 현실화되었다. 이러한 법 개정이 외국사례와 국제법과 비교해서 그 타당성의 여부를 확인하고 향후방향을 제시했으며 실질적인 영세 상인임에도 오히려 과잉규제 대상이 된 프랜차이즈 슈퍼마켓 가맹점의 선의에 피해에 대한 법률적 구제방안도 제안하고자 한다.

본격적인 규제시행으로 유통업계는 해외진출 가속화, 유통업자 상표개발확대, 해외소싱 상품 개발 등 경쟁력 강화를 위한 방안을 강구하고 중소기업과 대기업간의 상생모델인 프랜차이즈 가맹사업으로 사업방향을 전환하여 실질적인 상생협업모델을 추진하고 상생협력도 구축하면서 지속적인 성장을 추구해야한다.

주제어 : 대형마트, 기업형 슈퍼마켓, 출점 및 영업규제, 프랜차이즈 가맹점

\*\*\*\*\*

## I. 서 론

### 1.1. 연구배경

70년대 말 명동을 중심으로 한 롯데, 신세계, 미도파 백화점이 80년대 강남권 개발은 현대백화점, 뉴코아 백화점 개점으로 성장 확대 되었으며 93년 신세계의 이마트 개점은 할인점을 등장시켰다. 1996년 유통시장 개방이후 유통산업은 백화점, 할인점 춘추전국시대가 되었으며 2000년대부터 기업형 슈퍼마켓 사업의 본격적인 경쟁이 시작 되었다 .경제적인 관

\* 세종대학교 일반대학원 경영학과 박사과정(race811245@hanmail.net)

점에서도 국내유통산업이 2003년 GDP 9%로 전체 고용의 17.5%를 차지하는 중요한 사업이 되었다. 시장의 규모 또한 2000년 이후 연평균 4~5%씩 신장하여 2009년 182.4조원으로 GDP의 11%를 차지 할 만큼 비중이 증가되어 사회적인 책임과 역할이 강조되는 시점에 이른 것이다.

현대화된 백화점과 대형 마트의 출점증가, 기업 형 슈퍼마켓 출점과 시장집중화로 시장이 재편되면서 재래시장과 구멍가게로 대표되는 골목상권 중소기업도 시대적인 요청에 의해 생존전략 차원의 변신과 재개발 추진 등으로 유통산업이 재편과 변화 되는 것을 볼 수 있다.

90년대 말부터 롯데의 강력한 다점포화와 인수합병전략으로 백화점은 롯데 신세계 현대의 경쟁력이 있는 빅3로 재편되고 할인점도 대기업에 집중되고 가속화되었으며 슈퍼마켓 또한 2006년 이후 대기업 출점가속화로 일명 골목상권 논쟁으로 비약되어 국민 정서법과 까치밥 침해라는 관점과 현대화라는 논리충돌 속에서 출점규제와 영업규제 도입이 본격 추진되고 있다.

대형마트에 대한 규제가 2009년 이전에도 지자체를 중심으로 입지제한, 교통 유발금 부담, 업무지침, 법률제정을 통한 규제 등이 있었지만 대형마트와 기업 형 슈퍼마켓에 대한 출점 및 영업규제가 2009년 이후 사회의 중요한 이슈로 제기되어지고 이해관계자들의 다양한 관점과 대안 제시가 있는 상황에서 좀 더 실무적인 접근을 해보고자 한다.

## 1.2. 연구목적

유통산업이란 유통활동을 업으로 하는 것을 의미한다. 넓은 의미의 유통산업은 상적유통, 물적 유통, 정보유통, 금융유통, 그 외 부수적인 유통활동을 사업으로 운영하는 것을 의미하며, 좁은 의미의 유통산업은 상적유통과 물적 유통을 영업으로 하는 기업집단을 하나로 묶어서 산업으로 보는 방법이다(김성배 등, 2010).

유통산업 발전 법에 유통산업이라 함은 농산물·임산물·축산물·수산물 및 공산품의 도매·소매 및 이를 영위하기 위한 보관·배송·포장과 이와 관련된 정보·용역의 제공 등을 목적으로 하는 산업을 말한다. 본 연구는 유통산업 중 출점과 영업규제 대상이 되고 있는 대규모 점포인 대형마트와 준 대규모 점포인 기업 형 슈퍼(SSM)에 한정 하고자한다

여러 유형중 대규모 점포와 준 규모점포의 용어의 정의를 유통 산업 발전 법에 의하면 아래와 같다

유통 법에서 대규모점포는 다음 각목의 요건을 모두 갖춘 매장을 보유한 점포의 집단으로서 대통령령이 정하는 것을 말 한다

- 가. 하나 또는 대통령령이 정하는 2이상의 연접되어있는 건물 안에 하나 또는 여러 개로 나누어 설치되는 매장 일 것

- 나. 상시 운영되는 매장 일 것
- 다. 매장면적의 합계가 3천 제곱미터 이상 일 것

준 대규모점포는 다음 각 항목의 어느 하나에 해당하는 점포로서 대통령령으로 정하는 것을 말 한다

- 가. 대규모 점포를 경영하는 회사 또는 그 계열회사 ([독점규제 및 공정거래에 관한 법률]에 따른 계열회사를 말한다)가 직영하는 점포
- 나. [독점규제 및 공정거래에 관한 법률]에 따른 상호출자 제한 기업집단의 계열회사가 직영 하는 점포
- 다. 가목 및 나목의 회사 계열회사가 직영점 형 체인사업 및 프랜차이즈 형 형태로 운영 하는 점포를 말 한다

여기서 직영점 형 체인사업은 체인본부가 주로 소매점포를 직영하되, 가맹계약을 체결한 일부 소매 점포에 대하여 상품의 공급 및 경영 지도를 계속하는 형태의 체인사업을 말한다.

프랜차이즈 형 체인사업은 독자적인 상품 또는 판매. 경영기법을 개발한 체인본부가 상호. 판매방법. 매장운영 및 광고방법등을 결정하고, 가맹점으로 하여금 그 결정과 지도에 따라 운영하도록 하는 형태의 체인사업을 말한다.

본 연구는 신규 출점과 영업 규제의 대상이 되는 대형마트와 SSM에 한정하여 점포의 확장과 골목상권과의 충돌 그리고 출점과 영업규제 내용변화와 그것이 미치는 영향을 통하여 SSM의 방향을 모색하고자 한다. 세부적인 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 유통산업 발전법의 대형마트, 기업 형 슈퍼마켓의 신규점포 출점과 영업시간 제한이 강화되는 원인과 배경, 법의 진행 경과를 조사 하고자 한다.

둘째, 과거 우리나라의 영업규제 사례, 외국의 영업규제 사례를 통하여 법 강화 방향과 대응방안을 벤치마킹 하고자한다.

셋째, 출점 및 영업규제의 입법 타당성과 문제점에 대해서 알아보하고자 한다.

마지막으로 법 시행 될 때 유통업계에서 능동적으로 대응해야 할 전략적 대안을 알아보자한다.

연구방법으로는 유통법 진행절차, 과거의 규제사례, 외국의 사례는 문헌조사를 통하여 실시하고 배경은 체인스토어 협회, 유통업계 자료를 통하여 분석하고자한다. 그리고 법 시행 시 업계의 전략대안은 법적인 분석과 대응, 업계에서 실무적으로 추진하는 영업적인 대안 등을 제시하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 2.1. 대형마트 및 SSM의 확장 현황

#### 2.1.1. 대형마트 확장과 한계

1993년 신세계에서 이마트 창동 점 오픈이 대형마트의 시초라 할 수 있다. 일본할인점을 벤치마킹하여 가격파괴, 유통 과정 단순화를 모토로 매일매일 최저가격으로 판매한다는 전략을 바탕으로 할인점 시대를 개막하고 향후 할인점 전성시대를 이루는 견인차 역할을 하였다.

대형마트의 점포수는 2000년 171개에서 2010년 437개로 증가되었다. 2011년 점포수는 447개 우리나라인구수 48,989천명 고려 시 10만 명당 0.9개의 점포수로 포화라 할 수 있다. 여기에 2010년 빅 3사의 점포수는 343점포로 전체의 78%를 점유하고 매출액에서도 29조 3천억으로 87%를 점유해 대기업으로 집중화되고 있다는 여론을 피할 수 없는 게 사실이다. 점포수에서 포화상태와 빅3로 심화되는 상황에서 대형마트는 중소기업의 따가운 시선을 피할 수 없는 것이 현실이라 할 수 있다.

〈표 1〉 대형마트 연도별 매출액 및 점포수

구 분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
매출액(조원)	23.7	25.7	28.4	30.1	33.2	33.7
점포수(개)	306	337	363	394	409	437
성장률	10.2	8.4	10.3	6.1	3.6	8.1

자료: 2011유통업체연감, 체인스토어협회출판부, 2011,49

〈표 2〉 업체별 2010년 실적

구 분	매출액	성장률	신규출점수(개)	총점포수
이마트	12.6천억	8.7	3	132
홈플러스	10조7,300억	8.8	7	121
롯데마트	5조 8,800억	21.6	7	90
뉴코아 아울렛	2조 1,820억	14.2	2	19
코스코홀세일	1조5,79 억	29.7	-	7
이천일 아울렛	1조1,080억	-1.1	-	12
하나로 클럽	8400억	2.9	-	6
메가마트	6,400억	7.0	1	6

자료: 2011유통업체연감, 체인스토어협회출판부, 2011,51

### 2.1.2. SSM 점포확장

대형마트 시장의 포화로 대기업의 슈퍼마켓 사업에 집중 2006년 이후 SSM의 급격한 증가세를 보였다. 아래표 에서도 볼 수 있듯이 주요 슈퍼마켓 운영업체의 2008년 477점포에서 2009년 696점 2010년 877점으로 점포수를 확장한 것을 볼 수 있다. 출점방법에 있어서는 2008년과 2009년은 신규출점에 중점을 두고 점포확장을 하였고 2010년부터는 중소지역 상인의 반발과 유통산업발전법의 개정으로 신규출점에 어려움에 직면하여 중견기업의 인수 합병에 중점을 둔 점포확장을 하였다.

롯데슈퍼는 2001년 사업을 시작하여 2004년 한화슈퍼를 인수하여 슈퍼사업에 발판을 구축 한 후 2009년 신규점포 90점 출점으로 점포수 업계 1위를 탈환하고 2011년 굿모닝마트 운영업체인 CS유통을 인수하여 점포수 매출 면에서 확실하게 2위와 격차를 벌이는 기업형 슈퍼에서도 1위 기업이 되었다. 이마트는 2009년 슈퍼마켓시장에 진출하여 중소상인들의 저항에 점포확장을 주저하다 김스클럽을 인수하고 에스엠마트를 인수하여 2011년 직영하는 점포 100점이상 확장하는 사업 확장을 가속화 한 것을 볼 수 있다. 홈플러스도 2008년 110개 점포에서 2010년 250여개점포로 중소기업 상인의 반발과 저항이 있는 가운데 도 출점을 증가 시킨 것을 볼 수 있다.

기업형 슈퍼마켓 시장에서 롯데슈퍼, 홈플러스, GS슈퍼, 이마트에브리데이로 집중화되면서 백화점의 롯데, 신세계, 현대로 집중화와 대형마트부분의 이마트 홈플러스 롯데마트의 3강체제에 이어 대기업으로 점포집중도의 심화는 가중되고 있는게 사실이라 할 수 있다. 이런 점에서 중소기업의 반발과 유통법의 개정으로 출점 및 영업규제가 심화가 예상되어 유통업체입장 에서는 신규택지 개발지구에 출점과 프랜차이즈 가맹점형태로 사업을 다각화해야 하는 상황을 직면 하게 되었다. 영세 상인을 보호한다는 것으로 출발한 출점의 규제가 전통 시장반경 500미터에서 1킬로로 확대 되는 것은 유통업체 입장에서 신규출점은 불가능 하다고 할 수 있다.

〈표 3〉 할인점 및 SSM 의 업태비교

구 분	대 형 할 인 점	SSM (기업형 슈퍼마켓)
업 태 특 성	할인점	할인점과 기존중소형 슈퍼마켓의 중간형태
매 장 면 적	3,000평방미터 이상	300~3,000평방미터 미만
입 지	근린형 소상권 (10만평) 아파트촌,주거밀집형	
취 급 품 목	식품과 일용잡화, 생활용품, 실용의류, 다양한 품목취급 주로 내구성 소비재	식품과 생활필수품을 주로판매, 당일 사먹으면 좋은 신선식품과 반 조리식품
상 권	반경 5-10km	1km이내
주 차 면 적	600여대 동시주차	30-150대 정도

구분	대형할인점	SSM (기업형 슈퍼마켓)
장점	저가격, 높은품질, 서비스	인구 밀집지역 입점용이, 출점 실패위험 적음, 입점제약요인이 없음, 매장 운영비 저렴
특징	박리다매, 가격파괴, 표준적인 브랜드 상품	지역생활 밀착형, 체인운영 역량지님
가격범위	저가격	중간가격대

자료: 허정완(2010), 울산의 유통산업 균형발전 방안연구, 울산대학교 석사, 5

(표 4) 2011년말 기준 주요 슈퍼마켓 현황

(단위:개)

구분	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	
홈플러스익스프레스					18	19	18	21	32	57	110	184	248	279	
롯데슈퍼				6	13	14	43	46	52	79	110	190 (11)	284	385	
한화슈퍼	44	50	26	23	23	21	(롯데슈퍼에 인수)								
GS슈퍼	59	59	56	61	66	71	82	80	82	82	107	138	138	210	
탑마트	28	33	37	39	39	39	37	45	46	51	56	70	71	75	
김스마트								32	30	32	37	43	54	(이마트에인수)	
해태슈퍼	66	55	48	46	40	37	32	(김스클럽마트에 인수)							
굿모닝마트	2	2	4	5	7	11	14	15	18	22	25	28	34	(롯데슈퍼에인수)	
에스엠마트			16	13	18	19	18	18	22	20	18	22	26	(이마트에인수)	
이마트												11	11	126	
한라마트		9	9	9	7	3	4	5	5	6	9	5	6	6	
상록스토아								5	5	5	5	5	5	5	
계	199	208	196	202	231	234	253	267	292	354	477	696	877	1,086	

자료: 체인스토어 협회

### 2.1.3. 과거 대형마트 규제사례

한국의 유통산업 관련정책을 과거부터 종합적으로 관찰해보면 정책의 흐름이 통제, 지원에서 개방으로 그리고 다시 규제로 변하고 있다고 말할 수 있다. 50~60년대는 물가안정과 생필품 정찰제등 시장통제가 유통정책의 주목적이었다(양곡관리법 1950년 제정, 중앙도매시장법 1951년 제정, 시장법 1961년 제정). 70~80년대는 경쟁과 소비자문제 중심의 법이 제정되었다(물가안정 및 공정거래에 관한 법 1975년 제정, 유통산업근대화촉진법 1980년 제정, 소비자보호법 1980년 제정). 90년대 이후에는 1996년 유통산업 전면 개방을 하였고 화물유통촉진법(1991년 제정), 유통단지 개발촉진법(1995), 유통산업발전법(1997)이 제정되어 유통법의 체계가 갖추어졌다고 할 수 있다. 특히 90년 이후 대형마트의 급신장으로 재래시장과의 마찰로 지역적이지만 지자체의 출점규제사례를 볼 수 있다.

〈표 5〉 지방자치 단체별 대형 점 출점 규제 사례)

규제유형	지자체 사례
도시계획조례를 이용 입지제한	-청주시(준주거지역 판매 및 영업 시설중 대형 점 건축제한) -여주시(준 공업지역 판매 및 영업시설 건축제한) -부천시(제2종 일반주거지역 판매 및 영업시설 2,000제곱미터에서 1,000미터제곱으로 축소) -영주시(준주거지역 판매 및 영업시설 3,000미터제곱미만 제한) -대전시(준주거지역 판매 및 영업시설중 소매점과 상점 3,000제곱미터미만제한)
교통 유발금	-대구시 (교통유발부담금 상향조정하여 간접규제)
업무지침	-충북(지사 업무지침을 통해 대규모점포출점 간접규제) -대구시 남구 (영세상인 보호를 위한 업무지침을 통해 대규모점포 출점 간접규제)

자료: 서 용구(2007), 대규모점포 규제 정책, 유통 연구 12(5),3

대형점포에 대한 이슈가 유통정책의 중심적 과제로 자리를 잡으면서 지자체에서 표(5)에서 볼 수 있듯이 도시계획 조례를 통한 입지를 제한하거나, 교통 유발 금을 이용한 규제를 허가나 단체장의 업무지침을 통한 간접규제 방식과 아래 표(6)에서 볼 수 있는 대규모점포 사업 활동에 관한 특별법, 유통산업발전법개정안, 지역유통산업 균형발전을 위한 특별법등으로 법률적인 규제 통과 및 발의가 있었다.

〈표 6〉 법률을 통한 대형점규제사례

날짜	규제법규	규제내용				비고
		출점	영업일수	영업시간	품목	
04.10	재래시장 활성화를 위한 특별법(제정) (오영식 의원)	0				출점규제 삭제 후 통과(04.9)
05. 2	유통산업 발전 법(개정안) (안상수의원)	0				법안개정보류(05.6)
05. 9	유통산업 발전법(개정) (주성영의원)	0	0	0		법안개정보류(05.11)
06. 3	대규모점포 사업활동 조정에 관한 특별법(제정) (이상민의원)	0	0	0	0	
06. 4	유통산업 발전법(개정) (김영춘의원)	0				1,000미터제곱이상 허가제
06. 5	지역 유통산업 균형발전을 위한 특별법(제정) (심상정의원)	0	0	0	0	1,000미터제곱이상 허가제

자료: 서용구(2007) 대규모점포 규제정책, 유통 연구 12(5), 6

## 2.2. 국내외 규제 사례 연구

### 2.2.1. 사업조정중심 출점규제

2009년 대형마트와 기업형 슈퍼마켓에 대한 법률적 규제에 대한 본격적인 논의가 시작되었으나 실질적으로 현행법으로 출점규제 할 수 있는 사항은 없었는데 제조업중심의 규제인 사업조정제도의 유권해석이 2009년 7월부터 적용되었고 대형마트와 기업형 슈퍼(프랜차이즈 가맹점포함)에 사업조정이 가능하도록 대중소기업상생협력 촉진에 관한 법률이 2010년 12월 시행되면서 사업조정을 중심으로 간접규제를 할 수 있는 틀을 만들었다. 유통 산업발전 법에서도 전통 시장 및 전통상점가주변 500미터 이내 출점제한의 법이 논란의 거둬 후 2010년 11월 법 개정확정으로 출점의 규제가 본격화되기 시작했다(3년 적용 한시 법 시행).

사업조정은 대기업에 의하여 중소기업경영이 위협받을 가능성이 있는 경우 중소기업청이 개입해 사업진출 연기나 생상품목, 수량 등의 축소를 명하는 제도이다. 이는 법적인 강제력은 없지만 실질적으로 기업 활동에 제재를 가하는 역할을 한다. 중소기업 중앙회는 중소기업의 신청을 받아 실태 조사를 하고 중소기업청에 의견서를 낸다. 이후 중소기업청은 심의를 통해 대기업의 진출을 연기 하거나, 생산 축소를 권고할 수 있는 제도인데 이러한 제도가 2009년부터 기업형 슈퍼마켓출점 증가로 사업조정 대상으로 유권해석 되면서 간접규제 대상이 되었다.

기업형 슈퍼마켓에 사업조정신청은 인천슈퍼조합의 홈플러스 익스프레스를 상대로 한 인천연수구 옥련동의 홈플러스 익스프레스 직영점에 대하여 2009년 7월16일 첫 신청 이래 2012년 6월까지 367건이 접수되었다.

기업형 슈퍼마켓에 대한 사업조정신청은 367건중 서울 131건을 비롯해 제주도를 제외한 모든 시도에서 사업조정신청 접수사례를 볼 수 있고 자율조정, 조정권고, 반려 등으로 처리되고 현재 39건이 진행 되고 있다. 사업조정에 대한 피신청인은 홈플러스가 367건중 166건으로 1위이고 롯데, 홈플러스, GS슈퍼 상위3사가 305건으로 전체 피신청인의 83%를 점유하고 있다.

〈표 7〉 SSM 사업조정 신청내용 2012년 6월 현재

신청 (a)	조정 완료			반려 (c)	진행 (a-b-c)	
	자율조정		조정권고			
	시·도	당사자				
367 (13)	110 (1)	154 (9)	5	269 (10)	59 (3)	39

자료: 중소기업청 정보공개

\* 당사자 조정 : 입점 철회(피신청인) + 신청 철회(신청인) \* 일시정지권고(SSM) : 진행 39건 중 21건/ \* ( )안은 가맹점 재신청 건으로 통계에 포함



〈표 8〉 사업조정처리 현황

구분	홈플러스	롯데슈퍼	GS슈퍼	(주)에브리데이리테일(구)이마트(구)김스클럽(구)이마트슈퍼	탑마트	하나로마트	D마켓	굿모닝	농수산물쇼핑(NS마트)	세계로마트, 에스엠마트	하이웨이마트	세븐일레븐	이랜드리테일	계
신청	166 (13)	87	52	25	12	4	1	10	4	2	1	2	1	367 (13)
처리완료	당사자	101 (9)	22	15	8	2	-	3	2	-	-	1	-	154 (9)
	시·도	33 (1)	30	20	10	9	1	2	2	1	-	-	1	110 (1)
	조정권고	1	1	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	5
	소계	135 (10)	53	37	19	11	1	5	4	1	-	1	1	269
	반려	14 (3)	19	12	3	1	3	-	5	-	1	1	-	59 (3)
진행중	17	15	3	3	-	-	-	-	-	-	-	1	-	39

자료: 중소기업청 정보공개 \* 조정완료(269건)중 98%(264건)를 자율조정으로 처리(평균 소요기간 170일)

〈표 9〉 SSM 관련 지역별 사업조정신청 및 진행 현황

구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	계	
신청	131 (5)	10	11	33 (3)	7	8	6	79 (1)	14	13 (2)	7	16	1	8	23 (2)	-	367 (13)	
처리완료	당사자	59 (4)	1	5	16 (2)	6	5	2	35 (1)	6	4 (1)	2	1	-	1	11 (1)	-	154 (9)
	시·도	5 (1)	6	2	11	-	-	2	27	-	4	1	9	-	6	7	-	80 (1)
	조정	4	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
	소계	68 (5)	8	7	27 (2)	6	5	4	62 (1)	6	8 (1)	3	10	-	7	18 (1)	-	239 (10)
반려	27	-	1	1 (1)	1	-	2	12	2	5 (1)	2	2	1	-	3 (1)	-	59 (3)	
진행	6	2	3	5	-	3	-	5	6	0	2	4	-	1	2	-	39	

자료: 중소기업청 정보공개

### 2.2.2. 출점 및 영업규제 본격화

2010년 12월 대형마트와 기업형 슈퍼마켓(대기업 지분 51%이상 프랜차이즈가맹점포함)이 사업조정대상이 되고 개정유통법에서 전통시장 500미터이내 출점규제로 진정될 것으로 예측하였으나 업계의 지속적 출점과 중소상인의 반발이 심화되어 기업형 슈퍼마켓출점 및

영업규제가 강화 되어야 된다는 여론에 정치권에서 2011년 6월 유통 산업발전 법 재개정으  
로 전통시장보존구역 500미터에서 1KM로 확대하고 지정유효기간을 3년에서 5년으로 연장  
하였다.

〈표 10〉 유통산업발전법 개정주요내용

	내 용
출점규제 (11년6월)	시장보존구역 출점제한(5년) - 1km이내 ,프랜차이즈 가맹점포함 출점시 사업조정(위탁가맹점 포함)
영업규제 (11년 12월)	강제휴무및 영업시간제한 -휴무일 :월1-2회 -영업시간 :08:00~24:00 -농축산물 비중 51% 이상시제외

지속적인 오픈과 중소기업체의 반발 그리고 편법오픈논란으로 국회는 다시 2011년 12월 유통산업 발전법 개정안의 국회통과로 지자체에서 조례를 제정하여 월2회 의무휴무를 실시할 수 있게 되어 2012년 2월 전북전주시 대형마트 영업제한 조례 첫 제정 후 4월 대형마트/SSM (기업형 슈퍼마켓) 첫 의무휴무를 시행하였다

2012년6월 서울행정법원, 강동 송파과구 조례절차상 위법판결로 지자체가 패소함에 따라 다시 대형마트의 영업규제는 한시적 시행 후 잠정적 중단되었다.

2013년 1월1일 여야합의로 유통법 개정안이 최종통과 되었는데 내용은 당초개정안 일부 수정 통과되었다

〈표 11〉 2013년 1월 국회통과 유통법 주요내용

구 분	규 제 내 용	영 향
출점규제	사전개설 예고제 -영업개시일 30일 전까지 전통상업보존구역 확대 -인접지자체추가지정	비규제지역에대한 영업개시전 입점에 고시 사업조정. 일시정지로 개점곤란
영업규제	의무 휴무일 -매월2일 영업시간 -10:00~24:00 쇼핑센터내, 복합쇼핑몰내 대규모점포 예외조 향삭제, 농산물취급 예외적용 확대 -51%에서 55%로 상향조정	출근시간 매출하락

### 2.2.3. 유통업계의 자율휴무실시

2012년 6월 서울시 강동구, 송파구에서 영업시간 제한 등 처분 취소 유통업체 청구 소송에서 원고승소 판결로 의무휴무가 잠정 중단되었는데 2012년9월 전주 광주 등 지자체에서 조례를 재개정하여 의무휴무를 적용하는 지자체가 증가하고 유통법 개정안이 월3회 휴무실시 등으로 논의되자 지식경제부 주관으로 유통산업 발전협의회를 발족하였다 .

정부, 대형마트, SSM, 중소기업대표가 2012년 11월 15일 유통산업 발전협의회를 구성하고 업계의 출점자제와 자율휴무 준수를 선언하고 의무휴무가 실시되지 않는 지자체 점포에서도 월2회 수요일 휴무를 2012년 12월부터 시행 하고 있는데 이러한 점이 2013년1월 여야 합의 유통법 개정안이 당초검토안보다 다소 완화되는 역할을 한 것으로 분석된다.

## 2.3. 외국 규제사례

유통업계에 대한 출점과 영업규제는 해외에서도 쉽게 볼 수 있다. 유통업계와 중소기업간의 갈등도 이미 체험한 외국의 사례를 참고하는 것이 필요하다. 외국의 많은 사례를 연구하여 출점 및 영업규제에 효율적인 대처가 필요하지만 현재 개정안이 통과되어 지자체 조례개정을 통하여 시행 시점인 점과 시간과 정보의 한계로 일본과 프랑스의 사례만을 연구하고자 한다. 특히 외국의 사례를 통하여 향후 우리나라의 추가적인 논의와 법 개정 방향성에 참고하고자 한다.

### 2.3.1. 일본의 사례

일본의 경우 대형유통영업의 영업규제와 관련하여 우리와 같은 갈등을 오래전부터 겪어왔다.

일본에서 중소기업보호를 위한 대형유통업의 규제의 역사는 본격적으로 1974년 대점법의 제정이라 할 수 있다(최우용, 2012).

1980년대에 대점법의 엄격한운용이 1989년 개최된 미일구조 협의회에서 비관세장벽으로 간주되어 완화조치가 약속되었다. 이에 따라 소매 상업정책은 상업조정의 정책적 시점에서 토지 이용계획, 대점포의 외부 규제 등으로 관점을 전환하는 계기가 되었다.

즉 대점법이 폐지되고 1998년에 대규모 소매 점포입지법이 제정되었다. 이 법은 중소소매 점포를 보호하기위한 대점법과는 달리 주변생활 환경의 보호 ,유지를 중요시하며 건전한 점포의 배치 및 운영으로 국민생활 향상에 이바지 하는 것이다. 이들 법의 세부내용은 아래와 같다.

〈표 12〉 대점법과 대점입지법의 비교

법률명칭	대규모 소매점포의 소매사업활동 조정에 관한 법률	대규모 소매점포 입지법
목적	중소소매업 보호	주변지역 생활 환경보호유지
규제대상점포면적	74년: 1500미터제곱 79년개정: 500미터제곱 이상추가	1,000미터제곱이상
운영주체	제1종: 3,000미터제곱이상, 통상산업대신 제2종: 3,000미터제곱미만, 도도부현지사	도도부현및 정령지정도시로 광역또는 준광역도시
조정항목	점포면적, 개점일, 폐점시간, 휴업일수	교통정체, 교통안전문제, 주차/주륜문제, 소음 문제, 폐기물문제
조정방법	사전심사부신고제, 강제성	신고제, 강제성없음
조정절차	1. 건물설치자의신고 2. 사전심사 3. 영향이 있다고 판단될 경우 조정4항목 신고내용변경권고 4. 권고를 따르지 않을 경우 ,조정4항목 변경명령	1.대형점신증설신고와 지역주민설명회 2.주민내지 지자체의 의견표명 3.지자체와 출점자의 협의 4.지자체에 의한 권고등
조정기간	최장1년	1년이내
조정심사방법	통상장관과 지사는 소매점포의 개점이 주변 주변 중소소매업자에게 영향을 미칠 우려가 있다고 판단될 경우 대점심의회 의견을 들어 조정항목에 대해권고	통상장관이 대규모점포입지에관해 배려해야 할 항목에대해 지침을 정하고공포(교통,생활 환경기준) -현은 지역주민 의견을 수렴함과 동시에 지역 생활 환경을 보호하는 입장에서 의견제출 -충분한 대응책없이 주변생활 환경에 현저한 영향을 미친다고 판단될 경우 권고

자료: 최우용(2012),대형마트와 SSM 영업규제 문제점과 제도적 .정책적 방안에관하고찰, 공법학연구, 13(3), 234

### 2.3.2. 프랑스의 사례

프랑스는 1973년 르와이에법 제정으로 대형점 관련정책이 시작되었다. 제정배경은 인구의 도시집중, 자동차 보급및 소득증대로 근대적 소매점이 필요한시기에 쇼핑센터 등의 건립이 도시계획서상 부적합한 경우도 많아 규제필요성의 대두로 제정되었다. 대형점의 신설규정 외에도 상업 근대화에 대한 원조, 사회보장 제도 및 경쟁유지제도를 언급을 하고 있다.

이러한 규제에도 대형점포의 지속한 증가와 중소유통업자들의 요구로 소매점 이외의 업종으로 규제가 확대되고 규제가 강화된 1996년 라파랑 법을 제정하였다. 라파랑 법으로 불리는 1996년 개정은 종래의 도시 인구규모에 의한 기준면적 차이를 철폐하고, 기준 면적을 모든 지역에서 300제곱미터 이상으로 하는 엄격한내용이었다(서용구,2007). 즉 기존에는 인구 4만명 이상도시는 1,500제곱미터 이상, 인구4만명 미만도시는 1,000제곱미터이상 점포면적의 설립을 허가대상 면적으로 하였지만 이 개정에서는 동일하게 300제곱미터 이상을 규

제대상으로 하였다. 또한 점포면적 6,000제곱미터 이상의 점포신설 및 확장에는 당해소매점 설립에 따른 영향에 대하여 구체적인 조사보고서 제출과 공청회가 의무화 되었다.

### 2.3.3. 시사점

일본, 프랑스 등의 사례와 다른 외국의 출점 및 영업규제는 대부분 법규제의 출발점이 중소소매상인의 보호를 위하여 출발하는 경제적인 목적 보다는 토지의 이용과 공간의 효율적인 활용에 초점을 두고 규제방향 설정한 점을 유의해서 보아야 할 것 이다.

일본에서 대점법의 시행이 비관세장벽으로 작용하여 1989년 미일 구조협의회에서 미국의 대일 수출저해와 일본의 폐쇄성이 지적되어 폐지되고 주변생활 환경보호 유지라는 목적으로 완화되어 1998년 대규모 소매점포 입지법의 제정은 국제화시대에 유통법의 추구방향에 시사하는 바가 크다고 할 수 있다.

홈플러스와 같은 외국사들에 대한 출점 및 영업규제는 세계무역기구(WTO)서비스무역협정(GATS) 서비스총량 규제금지 조항에 어긋나 국제법의위반이 될 수 있다는 주장을 참고 할 필요가 있다. 일본사례에서 대점법의 효과를 유통산업의 자본 신장율은 대형점포에 대한 진입규제강화 또는 완화와 직접적인 상관관계를 가지지 않는 것으로 추정할 수 있다고 하고 대점법이 진입의 억제효과는 있었지만 대형 점 의 점포수 증가율과 진입규제간의 관계는 통계적 유의성을 찾을 수 없다고 한 점을 상기할 필요가 있다(박해룡 1999).

## 2.4. 출점 영업규제 문제점

### 2.4.1. 매출영향

체인스토어 협회에 따르면 2012년은 대형마트는 37조4천억 추정 전년대비 1.6%신장하여 소비침체와 의무휴무로 물가 상승률 보다 낮은 최악의해라고 평가하고 있고 12월말 기준 의무휴무점포와 자율휴무점포를 합하면 모든 점포가 월2회 휴무가 실시되는 점을 고려하면 대형마트와 SSM은 성장의 한계를 가지고 있다고 할 수 있다.

〈표 13〉 대형마트 업체별 휴무점포현황

구분	총점포수	강제휴무점포수	자율휴무점포수	휴무점포수	비고
이 마 트	146	45	100	145	신세계백 마산마트 제외
홈플러스	133	37	96	133	
롯데마트	103	22	78	100	리뉴얼2점, 평촌점 제외

자료: 리테일메거진2013, 체인스토어 협회, 01, 50/2012년 12월 20일 기준

## 2.4.2. 법적문제

한국체인스토어 협회는 2012년 2월 유통산업발전법의 제12조 2의 대규모 점포등에 대한 영업시간제한과 전주시의 대규모점포 등의 등록 및 조정 조례 제11조2에 대하여 헌법재판소법 제68조 제1항에 헌법소원심판을 청구하였다. 직업(영업)의자유, 평등권 침해라는 헌법적 권리를 침해 한다는 것이다. SSM의 프랜차이즈 가맹점주도 4월 동일내용으로 헌법소원을 청구하였는데 현재 심의중으로 어떻게 판단될지는 지켜보아야 한다.

대형마트5개사가 제기한 강동구와 송파구를 상대로 영업시간제한 등의 처분 취소청구소송에서 서울행정법원은 2012년 6월 영업시간을 제한하고 의무휴무를 하도록 강제한 지자체의 처분을 취소하라는 원고승소 판결을 하였다. 법원은 본안 판결에서 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정처분을 취소하라고 판단하였는바, 그 주된 이유는 다음과 같다. 첫째, 유통 산업 발전 법에서는 영업시간제한과 의무휴업일 지정의 시행여부를 결정할 수 있는 재량권을 시장군수 구청장에게 부여하고 있는데 해당조례는 법이 부여한 구청장의 판단재량권을 박탈하여 위법하다는 것이다. 둘째, 권리를 제한하고 의무를 부과하는 처분을 하는 경우 행정절차법에 정해진 사전통지와 의견제출기회 부여와 같은 절차를 거쳐야 함에도 조례의제정과 영업제한 처분과정에서 이를 지키지 않아 행정절차법을 위반했다는 주장이다(최우용 2012). 이러한 판결로 다른 지자체도 일시 정지를 하고 조례재개정을 통하여 영업규제를 시행하고 있고 일부 준비중이다.

특히 외국 업체에 대한 SSM규제는 경제적 이유로 대형유통업체 규제를 금지하고 있는 WTO서비스 협정에 위반할 소지가 있다(신석훈,2009). 선진국의 유통업체 규제는 중소기업의 보호측면보다는 효율적토지이용과 공간 활용이라는 목적으로 하는 것으로 경제적 목적의 규제가 아니라고 한국경제연구원의 신석훈 연구원은 주장 하고 있다. 즉 국제법상으로 적용에 문제가 있다는 점이다. 유통산업법제 1조에 의하면 “건전한 유통질서의 확립 ,근로자의 건강권 및 대규모점포등과 중소유통업의 상생 발전을 위하여 필요하다고 인정한 경우”영업규제를 한다고 하여 경제적 목적이 아니고 사회적 규제의 취지를 강조 하지만 영업규제는 서비스무역협정(GATS)의 서비스 영업의 총량제한을 금지하는 것과 면밀한 검토가 필요 하다는 것이 전문가들의 주장이다.

## 2.4.3. 선의에 피해자 구제

유통산업발전법의 의무휴무시행은 대규모 점포 및 준대규모점포가 지자체의 세부조례제정으로 시행되는데 의무휴무대상에서 준대규모점포에 프랜차이즈형 가맹점까지 포함된다는 점이다. 이는 대중소기업 상생협력에 관한 법 제9조 사업조정대상점포를 대기업 지분이 51% 이상인 가맹점만을 대상으로 한다는 점을 고려하여 유통법의 의무휴무대상에서 51% 미만 되는 중소기업체인 프랜차이즈가맹점은 의무휴무에서 제외하는 것이 유통법과 상생법제

정 취지에 부합한다 할 수 있다. 특히 출점에서 대기업을 규제하기 위하여 직영형 프랜차이즈 가맹점을 의무휴무 대상에 포함시키는 것이 효율적이라면 법시행전 오픈한 프랜차이즈 가맹점에 한하여 의무휴무 대상에서 제외하는 것이 프랜차이즈산업 발전과 영세상인을 보호하는 것일 것이다.

조례제정 전 오픈한 프랜차이즈 가맹점은 지역 영세상인점과 선의에 피해자라는 점을 감안하여 투자주체 및 투자지분을 공정하게 평가하여 제외 될 수 있도록 하는 조치가 개정법 시행령에 포함되든 조례에 예외규정이 있어야 실질적인 영세상인을 보호하는 방안일 것이다.

### Ⅲ. 상생의 방향

#### 3.1. 지속적 상생협력 추구

2012년 11월 15일 지경부장관을 위원장으로 유통산업 발전협의회를 구성하였다. 정부측은 지경부와 중기청 대형마트측은 이성한 체인스토어 회장포함 대형 마트 4사, SSM 3사, 중소유통인 4명(전국상인연합회장, 전국상인연합회부회장, 한국슈퍼마켓협동조합연합회장, 한국체인사업협동조합이사장)등이 참여하여 대형유통업체 출점자제 및 자율휴무를 준수하는 것으로 첫 안건을 논의하였는데 향후 지속적인 협의와 의결이 중요하다 할 수 있다. 특히 자율휴무가 정착되어 상생으로 문제해결이 되는 관점으로 법의 규제의 틀을 넘어 관련당사자가 스스로 문제해결을 하도록 하는데 초점을 맞추는 것이 법시행 집행보다 우선해야 하겠다.

특히 중앙에 이어 지역으로 확산되어 지역 유통산업 발전협의체등을 구성하여 실질적으로 상생하고 협의하는 채널구축 및 실행이 중요하다고 할 수 있다.

#### 3.2. 프랜차이즈 가맹사업 확대

프랜차이즈란 프랜차이즈(가맹본부)가 프랜차이즈(가맹점)에게 프랜차이즈 회사의 이름, 상호, 영업방법 등을 제공하여 상품과 서비스를 시장에 판매 하거나, 기타 영업을 할 수 있는 권리를 부여하여 영업에 관하여 통제와 지원을 하고 이러한 관계에 따라 일정한 대가를 수수하는 계속적인 채권관계를 의미한다고 프랜차이즈협회는 정의를 설명하고 있다. 이는 대형마트와 기업형 슈퍼마켓의 방향전환과 깊은 관련성이 있다고 사료된다.

실제로 대형마트의 포화와 영세상인의 반발로 SSM의 출점이 위축되는 2010년 롯데슈퍼, 홈플러스, GS슈퍼 3사가 동시에 중소상인과 윈-윈 하는 모델로서 프랜차이즈사업에 진출하고 가맹본부인 기업형 슈퍼와 가맹점주인 영세상인과의 동반 성장모델을 추구했다고 할 수

있다. 사업초기는 본사의 시스템의 구현이 가능하고 효율적인 통제가 가능한 프랜차이즈형 사업을 전개하였다(체인사업 형태별 현황참고).

다만 유통법의 출점과 영업규제대상에 프랜차이즈 가맹점까지 포함시킨 것은 영세상인보호를 위해 유통법을 개정시킨 입법취지에 반할뿐만 아니라 프랜차이즈 산업의 발전에도 도움이 되지않는 것은 사실이다. 실제로 출점과 영업규제 움직임으로 2011년 점포수 증가대비 2012년의 출점은 부진함을 아래 표에서 확인 할 수 있다.

직영형 프랜차이즈사업이라도 각사의 전략에는 세부적인 차이점이 있다. 롯데슈퍼는 완전 가맹방식인 반면 홈플러스익스프레스는 건물임차권과 임대료를 본사가 부담하는 위탁운영 가맹점으로 투자지분에 의한 이익공유로 완전한 중소기업이라고 주장하기에는 한계가 있는 것 같다.

〈표 14〉 체인사업 형태별 현황

구분	정의요약	운영현황	시장규모
직영점형	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 체인본부가 자기자본으로 소매점포를 직접운영하는 사업</li> <li>• 체인본부는 가맹계약을체결한 소매점포에 대해 지속적으로 상품을 공급하며 경영을 지도하는 형태</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업자단체:체인스토아협회</li> <li>• 주로 대기업이 직영점을 운영하고, 업무 매뉴얼 개발, 사원연수 교육 등 사업추진</li> <li>• 점포수: 대형마트 424개(08년통계청, 전국사업체 기초통계조사), SSM 696개(09년체인스아협회)</li> </ul>	이마트, 홈플러스등 25조6,210억원
프랜차이즈형	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특수한 영업권으로 영업방식을 통일 및 통제하는 사업</li> <li>• 체인본부가 상호, 판매가격, 판매방법, 매장운영및 광고등에 관한 경영방식을 결정하고, 가맹점으로 하여금 그결정과 지도에 따라 운영하도록 하는형태</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업자단체: 한국프랜차이즈협회(FC), 한국편의점 협회(CVS)</li> <li>• 운영실태:점포표준화 및 사원연수 교육, 시스템 경영체제 유지로 신장세 지속</li> <li>• 점포수:13,609개(08년 통계청,전국사업체 기초통계조사)</li> </ul>	헤미리마트등 4조 3천억원
임의가맹점형	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 타인자본의 점포를 체인화(조직화) 하는 사업</li> <li>• 체인본부의 경영지도에 의하여 가맹점의 취급품목·영업방식을 표준화 하거나 체인본부의 경영지도에 의하여 공동구매·공동판매·공동시설 활용등 사업을 수행하는 형태</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업자단체:한국체인사업 협동조합</li> <li>• 운영실태: 도매기능 수행및 본부와 가맹점간 시스템을 갖추고있으나 미약함</li> <li>• 본부:85개,가맹점수:44,450개(09년 자체 실태조사)</li> </ul>	CS유통, 새생활체인등 1조 6천억원
조합형	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소매점 협동조합이 체인사업에 진출</li> <li>• 동일업종의 소매점들이 중소기업 협동조합법에 의하여 협동조합을 설립하여 공동구매·공동판매·공동시설 활용등 사업을 수행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업자단체:한국슈퍼마켓 협동조합연합회</li> <li>• 임의 가맹점과 동일·단,중소기업 협동조합법에 따라 조합설립 인가를 받은 자들이 주류, 중소기업면허 취득을 위해 우수체인사업자 지정을 다시 받음</li> </ul>	KOSA마트 1천 2백억원

자료: 문병철(2010),대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률 일부개정안 검토보고서, 국회지식경제위원회 전문위원



〈표 15〉 프랜차이즈형 가맹점 점포수현황

구 분	2010년	2011년	2012년
롯데슈퍼	19	54	74
홈플러스 익스프레스	18	34	68
GS슈퍼가맹점	8	20	29

자료 :체인스토어 협회제공

〈표 16〉 프랜차이즈형 가맹사업비교

구 분	롯데슈퍼	홈플러스 익스프레스
법 적 용 여 부	가맹사업법/유통법/상생협력법	가맹사업법/유통법/상생협력법
가 맹 방 식	수수료수취방식/완전가맹방식	이익배분방식/본부경영위탁 방식
가 맹 본 부 투 자	POS(계산대포함),내외부 SIGN일체	POS(계산대포함),내외부 SIGN일체 건물임차/임대료는 가맹본부투자
가 맹 점 주 투 자	건물임차/월임대료 가맹점주부담	개점비용의 51%미만 부담
가 맹 비 / 거 래 보 증 금	10백만/추정일매출*15일 지불이행;15~27백만	가맹비10백만/보증금점별상이/상품보증 금3000만원/소모품비 7백만원
계 약 기 간	5년	3년
월 회 원 료	순매출액*1~2%	-
가 맹 점 부 담 물 류 비	평균 3.7%(분류별차등)	-
가맹본부지급장려금	4~5%(분류별차등)	-
수 익 배 분	없음	월매출 총이익기준 46~42%
결 재 조 건	5일 단위 현금결제(연체율 18%)	-
시스템사용료/기타비용	8.5만(통신회선비)	수도광열비 50%본부지원
간 판 설 치	롯데슈퍼와동일시간 본부지원설치 (가맹점이란표기만있음)	홈플러스익스프레스 동일시간 본부설치 (가맹점이란 표기만있음)
물 류 운 영	발주후 2일입고	발주후 2일 입고
FC/교육/행사제안	FC정기적활동/입문교육 4일 현장교육 6일/직영점과 동일한 행사상품 원가제공	FC정기적활동 / 오픈개점전문인력 일정 기간지원 / 판매촉진지원(이익배분을 기준 지원)

자료: 공정거래위원회(2012), 표준정보공개서

### 3.3. 임의 가맹점으로 출점 확대필요

임의가맹점은 체인본부의 지속적인 경영지도 및 체인본부와 가맹점간의 협업에 의하여 가맹점의 취급품목, 영업방식 등의 표준화 사업과 공동구매, 공동판매, 공동시설활용 등 공동사업을 수행하는 형태의 체인사업이라 유통법에 정의되어있다.

유통법의 출점과 영업규제가 프랜차이즈형까지 포함됨으로 규제에서 자유스러운 임의가맹점 즉, 상품공급만을 중심으로 하는 사업의 전개가 효율적인 측면이 있다. 실제자료에 의하면 롯데슈퍼는 2011년 CS유통인수로 하모니마트를 전개해 2012말 260점을 운영하고 있고 이마트는 에브리데이라는 법인으로 2012년 사업을 추진하여 140여점을 운영 하고 있다. 홈플러스도 1호점 개점한 후 본격적인 출점 방향설정을 준비하고 있다고 할 수 있다.

임의형 프랜차이즈는 하모니와 상품 공급점을 추진하는 롯데의 선두로 이마트 역시 본격적으로 추진하고 있는데 중소기업과의 상생전략인 동시에 유통법의 규제로부터 자유로워 향후 역할과 전망이 기대 된다고 할 수 있다.

〈표 17〉 임의형가맹점 점포수 현황

구분	2011년	2012년
롯데슈퍼(하모니 )	195	260(2012년 4월롯데인수)
홈플러스		1
이마트		140여점 추정(2012년 사업시작)
GS 슈퍼		검토중

자료: 실태조사

〈표 18〉 임의형가맹점 사업비교

구분	롯데 상품공급점	이마트 상품공급점
상 품 공 급 범 위	-롯데슈퍼 취급상품	-이마트 웹상에 공개된상품
브 랜 드 사 용	-롯데슈퍼 상품공급점용 외부사인물 시안제공 -롯데슈퍼 직영점과 동일한 배경이미지 사용(글씨체포함)	-이마트 에브리데이 상품공급점 외부사인 시안제공 -간판미설치 타입운영
계 약 조 건	-계약기간 3년 -상권보호:별도협의 -발주한도:최저 저운 30만원 상운 40만원/일	-계약기간 3년 -상권보호:300m -발주한도:최저 저운40만원 상운 50만원/일
가맹점주투자비	-간판1개소(점주) -발주정산프로그램,VPN(무상대여)	-간판1개소,POS 2대,PDA1(점주)
장 려 금	월4천만원 이상 발주시 3% (금액별차등/일부상품 장려금 없음)	월4천만원 이상 발주시 3% (금액별차등/일부상품 장려금 없음)
가맹본부수입	공급원가의 1~2%	공급원가의1~2%
교 육 지 도	집합교육1일,현장1일	현장지도
기타 가맹점주 비용	가입비 3백 /월회원료 1백 (2천이상 발주시 면제)	가입비 무/월회원료 1백 (2천이상발주시 면제)

자료: 롯데슈퍼상품공급점, 이마트회원점 계약서

### 3.4. 기타 상생방안

#### 3.4.1. 해외진출 확대

국내에서도 불투명한 환경으로 신규사업 진출 후 흑자전환까지는 시간과 노력이 필요한데 환경이 다른 해외에서 국내의 노하우로 사업을 확장하는 것은 어려운 것이 사실 일 것이다.

이마트를 시작으로(중국28점) 롯데마트의 중국진출(100점)과 인도네시아진출(30점) 베트남에 사업확장을 추진하고 있는데 이러한 해외사업의 확대로 국내에서의 성장한계를 극복하는 것이 대형마트의 최대의 과제라 할 수 있다.

〈표 19〉 대형마트 해외진출현황

〈단위:개〉

구분	중국	인도네시아	베트남	미국
이마트	28	-	-	-
롯데마트	100	30	2	
메가마트	3	-	-	1

자료: 리테일메거진(2011), 체인스토어협회, 11,88

#### 3.4.2. 상품/경쟁력강화

PB상품의 확대는 수익시스템을 제조업체에서 유통업체로 이동 시키는 것이며 대형마트, 기업형 슈퍼마켓의 차별화 포인트라 할 수 있다.

취급품목수와 매출액에서 차지하는 구성비는 낮으나 향후 지속적으로 매출액 구성비를 높이고 취급품목수를 확대하여 차별성을 부각하고 수익성을 개선하는 것이 주요한 전략 포인트일 것이다.

해외글로벌 소싱의 품목과 금액은 아래 표에서 볼 수 있듯이 급격하게 증가 하고 있지만 매출 구성비 면에서는 아직 미약하다고 할 수 있다. 전문 인력의 확대와 해외상품개발로 저렴한 가격에 상품을 제공하여 회사의 수익을 창출하고 소비자에게 기여하는 채널로 해외소싱을 활용해야 하겠다.

PB상품과 해외글로벌소싱은 유통업체의 가격경쟁력과 ,상품 차별화를 이룰 수 있는 핵심 포인트 이지만 재고에 대한 부담도 동시에 가져야 되는 사항으로 회사의 전폭적인 지원과 M/D의 전문적인 능력개발이 요구된다.

〈표 20〉 대형마트의 유통업자 상표비교

구 분	신세계이마트	롯데마트	홈플러스
상 표 수	11개	7개	8개
품 목 수	3,000	3,900	4,300
주요상표	베스트셀렉트 해피초이스,이베이직	와이즈렉 베이직아이콘	홈플러스좋은상품 홈플러스 알뜰상품
2006년 매출 (전체매출에서 차지하는 비율)	9,200억원 (9.7%)	4,500억원 (12%)	7,200억원 (18%)

자료: 김성배, 노은정, 김규동(2010), 머천다이징, 광선출판사, 488

〈표 21〉 대형마트의 글로벌 소싱에 대한 매출현황 및 품목수

구분	2004	2005	2006	2007
신세계이마트	350억원(71개)	660억원(188개)	1,100억원(340개)	1,480억원(640개)
홈플러스	160억원(300개)	320억원(400개)	420억원(600개)	720억원(1,200개)
롯데마트	50억원(20개)	200억원(100개)	300억원(200개)	500억원(400개)

자료: 김성배, 노은정, 김규동(2010), 머천다이징, 광선출판사, 494

## IV. 결 론

### 4.1. 연구요약

사회적으로 큰 논란이 되고 있는 대형마트, 기업형 슈퍼마켓의 출점 및 영업규제에 대한 연구는 대기업의 사회적 책임과 중소기업의 경쟁력 강화라는 측면에서 이해 당사자들에게 필요한 대안을 중심으로 연구가 필요하다.

1993년 신세계의 이마트 창동점 오픈으로 출현한 대형마트는 1996년 유통시장 개방으로 양적 질적 성장을 거듭하여 국내에서 2011년 12월 대형마트 점포수가 447개로 인구 10만 명당 적정 1점 기준 시, 전국 0.9점으로 포화상태가 되었다. 대기업이 이러한 점을 감안하여 슈퍼마켓 사업에 집중하는 2008년을 기점으로 골목상권과의 논쟁이 심화 되고 업계의 지속적인 출점과 2009년 이후 중소기업들과의 골목상권 충돌이 현실화 되면서 출점과 영업규제의 강화 필요성이 제기 되었다.

출점 및 영업규제가 법적 타당성과 입법에 대한 위헌 논란이 있었지만 2013년 1월 국회 통과로 지자체의 조례제정을 거쳐 본격적인 시행이 예상되고 유통업체에서도 2012년 12월

매월 2회 자율휴무 실시로 유통업계의 휴무 실시는 시행되고 있다. 이러한 출점제한과 영업규제의 현실화로 업계에서는 패러다임의 전환을 가져올 수 있는 전략이 필요한 시점이라 할 수 있다.

외국의 출점 및 영업규제 사례에서 시행 실효성이 크지 않다는 점 및 정책방향이 중소기업 보호라는 경제적인 목적에서 토지의 효율적 이용과 공간 활용 이라는 사회적 목적으로 흐름이 변경 되는 점 과 심의중인 헌법소원 등 의 유리한 결과를 위하여 이해관계자들을 설득시키는 노력이 필요하다.

특히 외국 업체에 대한 영업규제는 세계무역기구(WTO) 서비스무역협정 (GATS)의 서비스영업 총량을 제한 금지하는 조항에 저촉되어 국제 법 위반 될 수 있는 사항은 널리 홍보하고 적극적인 건의가 있어야 하겠다.

의무휴무 대상에 실질적 중소기업인인 프랜차이즈 가맹점이 포함 된 것은 업계만의 힘으로 해결하기는 어려운 과제이다. 이는 정부와 지자체의 협조로 가능한 사항이기 때문이다. 하지만 유통법의 개정이 중소기업의 보호측면으로 제정되었으므로 영세 상인이 운영하는 프랜차이즈가맹점은 과잉규제가 되고 있는 사항으로 규제대상에서 제외 하는 것이 입법논리에 부합한다 할 수 있다. 상생 법에서는 대기업 지분이 51%이상이 되는 프랜차이즈 가맹점에 대해서만 대기업으로 간주하여 사업조정 대상이 되고 그 이하는 중소기업으로 간주 하는 점을 유통 법에서 참고할 필요가 있다. 특히 법 시행 전 오픈한 선의에 가맹점은 지정부와 지자체에서 해결해야 할 과제라 생각한다. 법 시행 후 대기업 프랜차이즈 가맹점이 되면 영업규제가 된다는 사실을 인지하고 가맹점을 개설한 가맹점은 보호되지 않더라도 대기업 출점규제를 목적으로 유통법이 강화 되었으므로 기 오픈된 영세 가맹점까지 영업규제 대상이 되는 것은 과잉규제라 할 수 있다.

출점 및 영업규제는 법이전의 정서적인 측면이 있음을 고려하여 지속적인 상생협력 추구가 필요하다. 일시적이 아닌 정기적으로 협의를 통하여 동반성장의 기틀을 다지는 방향으로 유통 상생 발전 협의회를 유지하고 과제를 해결 하는 것이 필요하다. 자율휴무 실시 등을 통하여 이해 당사자 간 합의로 법 집행이전에 문제를 해결하는 자세가 필요하고 법집행기관에서도 이를 인정하는 성숙한 자세가 필요하다.

아직은 시작단계인 프랜차이즈 가맹점 사업 확대가 필요하다. 특히 임의 형 가맹점은 의무휴무 대상이 되지 않고 지역상인과의 동반성장 모델로서 대기업에서 가지고 있는 능력을 프랜차이즈 본부로서 역량이라 생각하고 프랜차이즈 가맹점주인 실질적인 지역영세상인과의 협업모델은 동반성장의 역할을 하는 동시에 프랜차이즈 산업발전에도 기여 하는 것이라 할 수 있다.

업계에서는 차별화와 경쟁력 강화를 위하여 해외시장 개척을 위한 검토 및 진출을 가속화하고, PB상품개발 및 해외 글로벌 소싱 상품 확대로 차별화하여 포지셔닝 하여 경쟁력 강화가 필요한 시점이라 할 수 있다.

마지막으로 프랜차이즈 학회, 프랜차이즈 협회에서도 유통업계의 중소상인과의 협업모델인 가맹점사업에 적극적인 관심과 지원을 해야 할 것이다.

## 4.2. 한계 및 향후 연구방향

중소상인의 경쟁력 강화라는 측면은 시간의 부족으로 제외하고 유통업체의 대안을 중심으로 연구하여 아쉬움이 남는다.

대형마트에 대한 규제가 과거에도 입지제한, 교통유발금 부담, 업무지침으로 규제되어 지다가 대기업의 기업형 슈퍼마켓의 지속적 출점과 영세상인의 시장잠식에 대한 우려로 골목상권 논쟁으로 심화되면서 출점 및 영업규제가 본격논의 되어 시행하게 된 것이다. `본 연구는 유통업계 입장에서 상생방안을 제시하였고 향후에는 추가적인 연구가 필요하다.

첫째 출점 및 영업규제 정책 시행으로 재래시장과 골목상권에 얼마나 도움이 되고 있는지 실증적이고 체계적인 연구가 필요하다. 영세상인의 보호차원으로 시작된 유통법의 개정의 효과를 파악하여 향후 개선 방안을 도출해야 할 것이다.

둘째 동반성장위원회에서 2013년 2월 5일 중소기업 적합업종지정으로 최종 제조업 2개품목 14가지의 생계형 서비스업종을 지정하면서 제과업과 외식업도 포함 발표 하였다. 기간은 2013년 4월 1일부터 3년 권고안으로 제재는 받지 않지만 적합업종에 지정되면 이행여부 조사와 사업조정에 들어가는 문제가 발생한다. 동반위는 대기업 계열 빵집에 대해 전년말 점포수 기준 신규출점이 연 2%로 제한하고 기존 빵집과 도보기준 500미터 이상 거리를 유지할 것을 권고했다. 이는 소상공인보호를 목적으로 시작된 중소기업 적합업종지정 제도가 오히려 소상공인 프랜차이즈 가맹점주 보호에 역행하고 프랜차이즈 업계의 경쟁력을 약화시킬 것으로 예상된다. 이러한 시점에 골목상권문제, 대중소기업 상생문제를 종합적이고 체계적인 방법으로 이해관계자가 윈윈하는 모델과 방향으로 추가적인 연구가 필요하다.

- 논문접수일 : 2012.10.26.
- 게재확정일 : 2012.12.21.

## ❖ 참고문헌 ❖

- 김성배, 노은정, 김규동(2010), 「머천다이징」, 서울:광선출판사  
대.중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률, 법률 제11173호  
리테일메거진 (2012), 체인스토어 협회, 11, 88  
리테일메거진 (2013), 체인스토어협회, 01, 50

- 문병철(2010), 대중소기업 상생협력촉진에관한 법률 일부개정안검토보고서, 국회지식경제위원회전문위원
- 박해룡(1999), 유통산업에대한 진입규제의효과, 한국행정논집, 11(4), 895-910
- 신석훈(2009), 기업형 슈퍼마켓 규제 입법논리의 문제점, 한국경제연구원, 32-33
- 서용규(2007), 대규모점포 규제정책, 유통연구, 12(5), 1-16
- 유통산업발전법, 법률제11461호
- 유통업체연감(2011), 체인스토어협회 출판부, 49-51
- 유통업체연감(2012), 체인스토어협회 출판부
- 최우용(2012), 대형마트와 SSM영업규제 문제점과 제도적·정책적 정비방안에관한고찰, 공법학연구, 13(3), 213-244
- 한규철(2010), 「프랜차이즈 시스템」, 서울: 범한
- 허정완(2010), 울산의 유통산업 발전방안연구, 울산대학교석사학위논문

## Win-Win Model Strategy According to Regulation on Large-Scale Stores

Park, Han-Hyuk\*

### ABSTRACT

The last year, the government restricted a new store open and business hours of a large-scale stores, discount store and super super market(ssm). So, this research was examined the effect that the retailer was affected and its correspondence strategy

First this research examined how the government restricted a large-scale stores in 2009 earlier and then this research analyzed how the Japan and France restricted it. Second this research examined that a new establishment and business hours change of a large-scale stores. Because of a small trader resistance in 2009 latter. Finally it analyzed the effect that a retail industry was affected in the future. because law was enforced.

On the basis these things, a victim remedy was presented by retailers view. Because of international law and an excess regulation. Also, this research suggest that large retailer should expand a overse market and increase retailers private brand component ratio and develop overse brand. Finally this research also suggest that trader and retailer should continue to cooperate and turn business direction into franchise system

Key Words : Large-Scale Stores(Discount Store and SSM), Regulation. Franchise Store.

---

\* Park, Han-Hyuk, Doctoral student, Dept. of Business Admin., Sejong University(race811245@hanmail.net)