

이 과제는 2020년 고용노동부의 「고용영향평가사업」에 관한 위탁사업에 의한 것임

# 도 · 소매업의 노동시장 진단 보고서



본 보고서는 한국노동연구원 고용영향평가센터의 2020년 고용영향평가 사업으로 수행한 연구결과입니다.

**연구주관 · 시행기관 : 한국노동연구원**

## **연구진**

연구책임자 : 김재호(한국노동연구원 초빙연구위원)

자문위원 : 남윤형(중소기업연구원 연구위원)

정수정(중소기업연구원 연구위원)

## 목 차

요 약 .....	i
-----------	---

<b>[제1부] 도매업 노동시장 진단</b>
--------------------------

<b>제1장 산업현황 .....</b>	<b>3</b>
제1절 도매업의 정의 및 시장규모 .....	3
1. 도매업의 정의 및 종류 .....	3
2. 도매업의 시장규모 .....	10
제2절 도매업의 규제 특성 및 가치사슬 .....	12
1. 도매업의 규제 .....	12
2. 도매업의 가치사슬 .....	13
제3절 도매업의 산업 특성 .....	14
1. 도매업의 일반적 특성 .....	14
2. 도매업의 발전과정과 최근 동향 .....	16
<b>제2장 도매업의 노동시장 현황 .....</b>	<b>19</b>
제1절 도매업 근로자 현황 .....	19
1. 도매업 근로자 분포 .....	19
2. 도매업 근로자 근로실태(고용형태, 임금, 근로시간, 사회보험) .....	27
제2절 최근 사회적 이슈와 도매업 노동시장 .....	30
<b>제3장 도매업 향후 전망 .....</b>	<b>33</b>
제1절 도매업 구조 및 노동시장 전망 .....	33
제2절 도매업 성장 및 경쟁력 전망 .....	36
<b>제4장 도매업 관련 제도 및 정부정책 .....</b>	<b>47</b>

제5장 도매업 노동시장 문제점 .....	51
제6장 정책고용영향평가 연구과제 후보 제안 .....	56
제1절 대형 유통업체(소매)의 도매업 진출이 노동시장에 미친 영향: 식자재유통시장을 중심으로 .....	56
제2절 코로나19, 제4차 산업혁명으로 인한 신기술 도입이 도매업 고용에 미치는 영향 .....	57
제3절 도매업에서 상품 중개업으로의 전환이 고용에 미치는 영향 .....	58

<b>[제2부] 소매업 노동시장 진단</b>
--------------------------

제7장 소매업 현황 .....	63
제1절 소매업의 정의 및 시장규모 .....	63
1. 소매업의 정의 및 종류 .....	63
2. 소매업의 시장규모 .....	67
제2절 소매업의 규제 특성 및 가치사슬 .....	68
1. 소매업의 규제 .....	68
2. 소매업의 가치사슬 .....	70
제3절 소매업의 산업 특성 .....	71
1. 소매업의 일반적 특성 .....	71
2. 소매업의 발전과정과 최근 동향 .....	72
제8장 소매업의 노동시장 현황 .....	75
제1절 소매업 근로자 현황 .....	75
1. 소매업 근로자 분포 .....	75
2. 소매업 근로자 근로실태(고용형태, 임금, 근로시간, 사회보험) .....	78
제2절 최근 사회적 이슈와 소매업 노동시장 .....	80
제9장 소매업 향후 전망 .....	83

제1절 소매업 구조 및 노동시장 전망 .....	83
제2절 소매업 성장 및 경쟁력 전망 .....	85
<b>제10장 소매업 관련 제도 및 정부정책 .....</b>	<b>87</b>
<b>제11장 소매업 노동시장 문제점 .....</b>	<b>91</b>
<b>제12장 정책고용영향평가 연구과제 후보 제안 .....</b>	<b>95</b>
제1절 코로나19 영향 소매업 매출감소에 따른 고용감소 측정 .....	95
제2절 제4차 산업혁명 신기술 도입이 소매업 고용에 미치는 영향 .....	96
제3절 최저임금 인상 등 고용관련 제도가 소매업 노동시장에 미치는 영향 .....	97
제4절 대형유통 규제와 중소유통 활성화 간 고용 상쇄효과 측정 .....	98
<b>참고문헌 .....</b>	<b>100</b>

## 표 목 차

〈표 1- 1〉 도매 및 소매업 중 도매 및 상품 증개업 분류 .....	6
〈표 1- 2〉 도매업 사업체 수, 종사자 수, 매출액 현황(2018년) .....	11
〈표 2- 1〉 도매 및 상품증개업 인력 현황 .....	20
〈표 2- 2〉 2016~2018년 도매 및 상품증개업 인력 현황(서비스업조사) .....	20
〈표 2- 3〉 2019년 하반기 도매 및 상품증개업 인력 현황(직종별사업체 노동력조사) .....	21
〈표 2- 4〉 2018년 도매 및 상품증개업 인력 현황(사업체노동실태현황) .....	21
〈표 2- 5〉 2019년 도매 및 상품증개업 종사자 현황(사업체노동력조사) .....	22
〈표 2- 6〉 사업체 평균 종사자 수 .....	22
〈표 2- 7〉 사업체 평균 매출액 .....	23
〈표 2- 8〉 도매 및 소매업 연도별 종사자 성별 현황(서비스업조사) .....	24
〈표 2- 9〉 도매 및 소매업 연도별 종사자 성별 현황(사업체노동력실태 현황) .....	24
〈표 2-10〉 도매 및 상품증개업 종사자 성별 비중(고용보험 2020년 4월) .....	24
〈표 2-11〉 도매 및 상품증개업 지역별 사업체 수 및 비중 .....	25
〈표 2-12〉 도매 및 상품증개업 지역별 사업장수 및 피보험자 현황 (2020년 4월 기준) .....	26
〈표 2-13〉 도매 및 상품증개업 연령별 피보험자 비중(2020년 4월 기준) .....	27
〈표 2-14〉 도매 및 상품 증개업 규모별 근로형태별 종사자 수(2020년 1분기) .....	27
〈표 2-15〉 도매 및 상품 증개업 규모별 근로형태별 월임금총액(2020년 1분기) .....	28
〈표 2-16〉 도매 및 상품 증개업 규모별 근로형태별 월 근로일수(2020년 1분기) .....	28
〈표 2-17〉 도매 및 상품 증개업 규모별 인력수급 현황(2019년 하반기) .....	29
〈표 2-18〉 도매 및 상품 증개업 규모별 이직 현황(2019년) .....	29
〈표 2-19〉 도매 및 상품 증개업 노동생산성(2019년) .....	30

〈표 3- 1〉 제조업 vs 도소매업 GDP 대비 비중 .....	34
〈표 3- 2〉 도매 및 상품중개업 규모별 종사자 비중 .....	34
〈표 3- 3〉 도매 및 상품중개업 종사자 규모별 매출액 지수 .....	36
〈표 3- 4〉 도매 및 상품중개업 업종별 매출액 지수 .....	37
〈표 3- 5〉 도매 및 상품중개업 업종별 단위매출액 .....	38
〈표 3- 6〉 도매 및 상품 중개업 사업체 수 추이 .....	39
〈표 3- 7〉 소매업(자동차 제외) 사업체 수 추이 .....	39
〈표 3- 8〉 도매 및 상품 중개업 매출액 추이 .....	41
〈표 3- 9〉 소매업(자동차 제외) 매출액 추이 .....	41
〈표 3-10〉 도매 및 상품 중개업 종사자 수 추이 .....	42
〈표 3-11〉 소매업(자동차 제외) 종사자 수 추이 .....	42
〈표 3-12〉 도매 및 상품 중개업 사업체 수, 매출액 증가율, 종사자 수 연평균증가율 .....	43
〈표 5- 1〉 도매업 노동시장 현황 및 문제점 .....	51
〈표 5- 2〉 상품중개업 vs 도매업 사업체 수, 매출액, 종사자 수 증가율 비교 ..	53
〈표 7- 1〉 소매업 분류(한국표준산업분류 G47) .....	65
〈표 7- 2〉 소매업 사업체 수, 종사자 수, 매출액 현황(2018년) .....	67
〈표 8- 1〉 종사자 규모별 소매업 종사자 현황(2016~2018년) .....	75
〈표 8- 2〉 업종별 사업체당 소매업 종사자 현황(2016~2018년) .....	76
〈표 8- 3〉 지역별 소매업 종사자 현황(2016~2018년) .....	77
〈표 8- 4〉 소매업(자동차 제외) 규모별 근로형태별 종사자 수 현황(2019년) ..	78
〈표 8- 5〉 소매업(자동차 제외) 규모별 근로형태별 월임금 현황(2019년) ..	78
〈표 8- 6〉 소매업(자동차 제외) 규모별 근로형태별 월 근로일수 현황 (2019년) .....	79
〈표 8- 7〉 소매업(자동차 제외) 규모별 인력수급 현황(2019년 하반기) .....	80
〈표 9- 1〉 소매업(자동차 제외) 사업체 수 추이 .....	85
〈표 9- 2〉 소매업(자동차 제외) 매출액 추이 .....	86

## 그림목차

[그림 1-1] 전통적인 가치사슬 .....	14
[그림 1-2] 최근의 가치사슬 .....	14
[그림 7-1] 전통적인 소매업 가치사슬 .....	70
[그림 7-2] 최근의 소매업 가치사슬 .....	70

# 요 약

## [제1부] 도매업 노동시장 진단

### 1. 산업현황

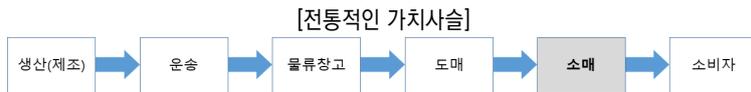
- 도매업은 '구입한 새로운 상품 또는 중고품을 변형하지 않고 소매업자, 산업 및 상업 사용자, 단체, 기관 및 전문 사용자 또는 다른 도매업자에게 재판매하는 산업활동'(통계청, 한국표준산업분류 G46)
- 2018년 기준 도매 및 상품중개업은 319천개 사업체에서 1,285천명이 종사하고 있으며, 매출액 기준 시장규모는 795조 원으로 나타났다(통계청, 서비스업조사).
- 2018년 기준 도매 및 상품중개업의 총사업체 수는 319,208개
- 2018년 기준 도매업의 총종사자 수는 1,285,190명
- 2018년 기준 도매업의 총매출규모는 795,093,553백만 원
- 도매업 전반을 아우르는 규제가 있다기보다는 특정 분야와 관련되는 규제가 있음.
- 점포에 대한 진입규제는 「유통산업발전법」 제8조에 의해 대규모점포를 개설하거나 제13조의3에 따른 전통상업보존구역에 준대규모점포를 개설하려는 자는 영업을 시작하기 전에 산업통상자원부령으로 정하는 바에 따라 상권영향평가서 및 지역협력계획서를 침

부하여 특별자치시장·시장·군수·구청장에게 등록하여야 함.

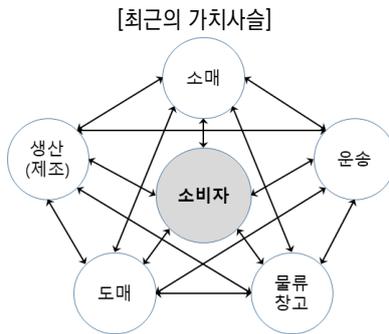
- 도매업자에 대한 진입규제는 「농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률」 제23조, 36조에 의거하여 농수산물도매시장에서 도매활동을 할 수 있는 자를 각 지방자치단체장(도매시장 개설자)이 지정하는 도매시장법인과 시장도매인으로 제한하는 도매법인·시장도매인 지정제 등이 있음.

□ 도매업의 가치사슬

- 전통적으로 도매업은 제조(생산)과정을 통해 만들어진 상품을, 운수 및 창고를 포함한 물류활동을 통해 전달받아, 소매업체에 전달하는 방식



- 그러나 최근에는 선형의 가치사슬 형태를 보이지 않으며, 소비자를 중심으로 생산(제조), 운송, 물류창고, 도매, 소매 등이 네트워크 형태의 생태계를 형성하고 있음.
  - 이는 생산단계에서부터 소비자들의 직접적인 개입욕구의 증가와 기업의 소비자 니즈에 대한 적극적인 반영 욕구가 일치한 현상임.



- 또한, 최근 인터넷 등 정보기술의 발전으로 소매업의 전·후방 산업이 통합되는 유통시장의 변화가 일어나기 때문임.

- 도매업은 거래 형태가 다양, 명칭이 다양, 입지가 다양, 상권의 크기도 다양하기 때문에 특성을 하나로 규정하기는 어렵지만 도매업은 제조업체와 소매업체를 연결해주는 역할을 수행
- 제조업체를 위해 시장을 확대시키는 역할, 대규모 판매조직을 운영하지 않아도 되므로 판매비용을 절감시키는 역할, 재고비용 부담에서 벗어나 생산계획을 집행할 수 있도록 해주는 역할, 소매업체의 주문이 원활하게 처리될 수 있도록 해주는 역할, 시장동향을 제공하여 상품계획과 생산계획을 세울 수 있도록 돕는 역할, 소매업체의 서비스 요구에 부응하여 제조업체의 부담을 경감시키는 역할을 수행
- 소매업체를 위해 다양한 상품 구색을 제공하여 거래비용을 낮추는 역할, 제조업체로부터 구입한 상품을 소단위로 분할하여 판매하는 역할, 제조업체로부터 구입하는 데 발생할 수 있는 운송비와 재고비용 등 물류비용을 경감시키는 역할, 소비자에게 배달, 품질보증, AS 서비스 등을 제공하는 역할, 소매업체에 판매 활성화를 위한 컨설팅 서비스를 제공하는 역할을 수행
- 도매 및 상품 중개업의 발전과정과 최근 동향
- 유통시장 완전개방으로부터 국내 유통업체를 보호하기 위해 1997년 「유통산업발전법」이 제정
- 도매업은 위탁판매, 대리판매, 중개판매 등 수수료 도매형태로 변화
- 대형유통업체가 도소매업체 역할을 겸하고, 도매업체도 직접 상품을 소유하지 않고 제조업체와 소매업체를 연결해주는 중간 역할로만 하게 되면서 도매업체 무용론이 등장

- 프랜차이즈 산업의 활성화로 도매업의 기능을 하는 경우가 발생
- 최근 발생된 코로나19 사태로 인해 도매업 산업의 큰 변화가 이루어지고 있어 새로운 정책방향이 요구되는 시점

## 2. 도매업 노동시장 현황

- 도매 및 상품 중개업 고용현황(2018년 서비스업조사 기준)
  - 도매 및 상품중개업 총종사자(자영업자+상용근로자+임시일용근로자+무급가족 및 기타종사자) 수는 1,285,190명(2016년 1,277,841명에서 2018년 1,285,190명으로, 연평균 0.3% 증가)
  - 1~4명인 사업장에 전체 인원의 40%, 1~9명 사업장으로 확대한다면 전체의 60%에 이릅니다
  - 평균 종사자 수는 4.0명이며 소매업의 평균 종사자 수는 2.7명
  - 평균 매출액은 2,491백만 원이며, 소매업의 평균 매출액은 523백만 원
  - 종사자 중 남성은 66%, 여성은 34%이며 소매업은 남성이 41%, 여성이 60%로 반대
  - 사업체 중 30%는 서울, 20%는 경기도에 집중되어 있으며, 전 지역에서 큰 변동 없이 유지 중
- 도매업 근로자 근로실태(고용형태, 임금, 근로시간, 사회보험)
  - 2020년 1분기 기준 근로형태별 종사자 수는 상용근로자가 96.0%, 임시일용근로자가 3.1%, 기타종사자가 0.9%로, 상용근로자가 68.3%, 임시일용직근로자가 11.8%, 기타종사자가 19.9%였던 소매업과 비교되는 결과
  - 도매업 근로자의 임금은 사업체 규모별로 보면 1~4인 사업체의 경우 월평균 2,827,953원으로, 300인 이상 6,803,961원의 41.5%에 불과할 정도로 큰 차이를 나타냄.

- 도매업 근로자의 근로일수는 월평균 약 20일 정도이며, 상용근로자의 근로일수가 임시일용근로자의 근로일수보다 많음.
  - 도매업 근로자의 부족인력은 13,102명(부족률은 1.9%)으로 사업체 규모별로 보면 5~9인 사업체의 부족률은 2.8%, 20~29인 사업체의 부족률은 2.0%로 높게 나타나, 사업체 규모가 작을수록 충원이 어렵다는 것을 알 수 있음.
  - 전체 이직률은 도매 및 상품중개업이 소매업보다 낮았으나, 임시일용직 이직률은 더 높음.
  - 산업생산지수를 노동투입량지수로 나눈 노동생산성지수에 의하면 도매 및 상품중개업의 노동생산성이 소매업에 비해 높은 편
- 최근 사회적 이슈와 도매업 노동시장
- 최저임금이 급속하게 증가한 2017~2019년의 도매 및 소매업의 고용이 크게 감소한 것으로 나타남(통계청, 2019년 12월 및 연간 고용동향).
  - 「근로기준법」의 근로시간(52시간) 단축에서 도매업은 소매업과 마찬가지로 특례업종에서 제외되었으나, 소규모 사업장이 많아 아직 미적용
  - 인구고령화는 도·소매업의 고용을 하락시킬 것으로 예상됨.
  - 코로나19로 인해 도·소매업의 고용은 더욱 악화될 것으로 예상됨.
  - 정부가 전 국민 고용보험을 추진할 경우 도·소매업 사업주들의 가입이 예상되나, 정부지원에 대한 요구의 증가도 예상

### 3. 도매업 향후 전망

- 도매업 구조 및 노동시장 전망
- 유통산업의 효율적인 진흥과 균형적인 발전을 도모하고, 건전한 상거래질서를 확립함으로써 소비자를 보호하고 국민경제의 발전

에 이바지하고자 1997년 「유통산업발전법」을 제정하였으나 제정 이후 도매업은 큰 변화가 없거나 오히려 감소세

- 「유통산업발전법」 제정에도 불구하고 도소매업이 제조업에 비해 경제적 위상이 높아지지 않는 원인은 규모의 경제를 이루지 못하고 여전히 영세하기 때문임.
- 1~4명 사업장의 사업체 수 비중이 81.2%에 이른 점을 감안할 때, 도매업의 경쟁력을 강화하기 위한 정부의 지원책과 함께 구조조정도 함께 추진되어야 할 것으로 판단됨.

#### □ 도매업 성장 및 경쟁력 전망

- 2008년부터 2018년까지 도매 및 상품중개업 매출성장률은 199%였으며, 규모가 큰 업체일수록 매출성장률이 높았음. 다만 1~4명 사업장의 매출성장률이 1.94%로 50명 이상 사업장 다음으로 성장률이 높았음.
- 하지만 생산성을 분석해 본 결과, 매출증가율이 낮은 상품중개업 뿐 아니라 매출증가율이 높은 세 업종, 즉 산업용 농축산물 및 동식물도매업, 생활용품도매업, 음식료품 및 담배도매업의 단위매출액이 낮았음.
- 2016년부터 2018년까지 도매 및 상품중개업 사업체 수 증가율은 -0.7%로 정체 중
- 2016년부터 2018년까지 도매 및 상품중개업 매출액 증가율은 5.9%로 성장세
- 2016년부터 2018년까지 도매 및 상품중개업 종사자 수 증가율은 0.3%로 정체 중(소매업 종사자 수 증가율 2.8%보다 낮음)

#### 4. 도매업 관련 제도 및 정부정책

- 도매업 관련 제도 및 정책은 크게 중소유통 도매 물류센터 지원정

책, 대형 유통업체(소매)에 대한 규제정책 등으로 볼 수 있음.

- 중기부의 다양한 지원 정책이 운영 중인 소매업과 달리 직접적인 도매업 정책은 중소기업 도매 물류센터 지원정책이 유일
- 대형 유통업체(소매)에 대한 규제정책을 통해 도매업이 간접적으로 영향을 받고 있음.
- 직접적인 도매업 지원정책은 아니지만, 국토부의 물류정책이 있음.
- 도매업 관련 제도 및 정책에서 살펴볼 수 있듯이 도매업 근로자의 인력수급, 직업훈련 등에 관한 정부 지원은 마련되어 있지 못함.

## 5. 도매업 노동시장 문제점

- 도매업 노동시장과 관련된 문제점은 도매업 자체의 문제와 정부의 고용 정책으로 인한 문제로 나뉨
- 도매업의 문제 : 도매업의 영세성, 도매업의 낮은 노동생산성, 열악한 노동조건, 전통적인 도매업에서 상품중개업으로 전환, 도매업의 불공정거래와 낙후된 상거래관행
- 유통환경의 문제 : 내수 부진, 대형유통업체(소매)·제조업체의 도매시장 진출, 4차산업혁명으로 촉발된 비대면 채널이 코로나19로 가속화
- 정부의 정책 문제 : 정부의 적극적인 지원 정책 미비, 최저임금 인상, 근로시간 단축, 전국민 고용보험 확대 등이 도매업 노동시장에 부정적으로 작용

## 6. 정책고용영향평가 연구과제 후보 제안

- 대형 유통업체(소매)의 도매업 진출이 노동시장에 미친 영향: 식자재유통시장을 중심으로

- (배경) 유통시장 완전개방으로부터 국내 유통업체를 보호하기 위해 「유통산업발전법」이 제정되었음. 경쟁력을 갖춘 대형유통업체(소매)가 도매시장에까지 진출하게 되면서 도매시장이 붕괴되었으며, 입지가 좁아진 중소도매상 상당수가 식자재마트라는 새로운 형태로 진화. 최근에는 식자재마트 이외에 대기업 식자재유통업체, 온라인 식자재 플랫폼 등 새로운 업체의 등장으로 중소 도매 유통시장이 큰 변화를 겪고 있음.
- (목적) 대형 유통업체(소매)의 도매업 진출이 중소 도매유통업 노동시장에 미친 영향을 규명
  
- 제2절 코로나19, 제4차 산업혁명으로 인한 신기술 도입이 도매업 고용에 미치는 영향
- (배경) 제4차 산업혁명 시대 도래에 따라 인터넷, 모바일, 스마트 물류, 드론, 배달로봇 등 인력을 대체할 수 있는 신기술이 도매업 분야에도 빠르게 확산되고 있음.
- (목적) 인력대체 신기술에 따라 도매업의 고용이 어떻게 변화되고 있는지 파악
  
- 도매업에서 상품 중개업으로의 전환이 고용에 미치는 영향
- (배경) 동일한 상품을 판매하는 과정이나 최근에는 상품매매를 중개하고 이에 대한 수수료를 수취하는 경우인 상품 중개업으로 전환되는 추세. 산업용 농축산물, 섬유 원료 및 동물 중개업-산업용 농축산물 및 동식물 도매업, 음식료품 및 담배 중개업-음식료품 및 담배 도매업, 섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 중개업-생활용 섬유 및 실 도매업, 목재 및 건축자재 중개업-건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업, 연료, 광물, 1차 금속, 비료 및 화학제품 중개업-연료, 연료용 광물 및 관련제품 도매업, 기계 및 장비 중개업-기계 장비 및 관련 물품 도매업, 상품 종합 중개업-상품 종합 도매업 모

두 중개업의 성장률이 높음.

- (목적) 도매업에서 상품 중개업으로의 전환이 고용에 어떤 영향을 미치는지 파악

## [제2부] 소매업 노동시장 진단

### 7. 산업현황

- 소매업은 개인 및 소비용 상품(신품, 중고품)을 변형하지 않고 일반 대중에게 재판매하는 산업활동(통계청, 한국표준산업분류 G47)
- 22018년 기준 677천개 사업체에 1,831천명이 종사하고 있으며, 매출액 기준 시장규모는 401조 원으로 나타남(통계청, 서비스업 조사)
- 소매업(자동차 제외)의 총사업체 수는 676,718개로 나타남.
- 소매업의 총종사자 수는 1,830,865명으로 나타남.
- 소매업의 총매출규모는 401,211,772백만 원으로 나타남.
- 소매업에 대한 규제는 크게 등록 및 영업규제와 환경규제로 구분됨.
- 점포에 대한 진입규제는 「유통산업발전법」 제8조에 의해 대규모점포를 개설하거나 제13조의3에 따른 전통상업보존구역에 준대규모점포를 개설하려는 자는 영업을 시작하기 전에 산업통상자원부령으로 정하는 바에 따라 상권영향평가서 및 지역협력계획서를 첨부하여 특별자치시장·시장·군수·구청장에게 등록하여야 함.
- 또한, 같은 법 제12조의2에 따라 특별자치시장·시장·군수·구청

장은 필요하다고 인정하는 경우 대형마트와 준대규모점포에 대하여 영업시간 제한 및 의무휴업일을 지정하여 명할 수 있음.

- 이 외에도 「대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률」에 따른 사업조정제도 및 중소기업 적합업종, 「소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법」에 따른 소상공인 생계형 적합업종 등이 대규모 소매업에는 규제로 작용하고 있음.
- 소매업자에 대한 대표적인 소매업 관련 환경규제로 「자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률」에 따른 1회용품 사용규제가 있음.
- 또 다른 소매업 관련 환경규제는 재포장 금지에 관한 것으로 「제품의 포장재질·포장방법에 관한 기준 등에 관한 규칙」에 규정되어 있음.

#### □ 소매업의 가치사슬

- 전통적으로 소매업은 조달된 원료의 제조(생산)과정, 운수 및 창고를 포함한 물류활동을 통해 도매로 전달되는 소매업의 후방산업과 마케팅과 세일즈, 서비스 등을 포함해 고객(소비자)에게 전달하는 전방산업으로 형성되어 있음.
- 그러나 최근의 소매업은 선형의 가치사슬 형태를 보이지 않으며, 소비자를 중심으로 생산(제조), 운송, 물류창고, 도매, 소매 등이 네트워크 형태의 생태계를 형성하고 있음.

#### □ 소매업은 생산자와 소비자를 연결해주는 역할을 수행

- 소매업은 일반적으로 소비자와 근접거리에서 서비스를 제공하는 특성을 가지고 있음.
- 소매업은 대표적인 서비스업종이며, 상대적 저임금 일자리에 해당

#### □ 소매업의 발전과정과 최근 동향

- 2000년 이전에는 「유통산업발전법」 제정으로 유통산업 선진화를 통한 경쟁력 제고를 목표로 함.
- 2000년대 이후 대형 유통업체의 급속한 성장은 시장잠식이라는 우려가 나타나 소상공인(소매업) 보호에 초점을 둠.
- 최근 발생된 코로나19 사태로 인해 도매업 산업의 큰 변화가 이루어지고 있어 새로운 정책방향이 요구되는 시점

## 8. 소매업 노동시장 현황

- 소매업 고용현황(2018년 서비스업조사 기준)
  - 소매업 종사자는 총 1,830,865명으로 나타남(2016년 1,731천명에서 2018년 1,831천명으로 매년 2.8%의 연평균 증가율(CAGR)을 보임).
  - 1~4명 규모의 사업체 종사자가 1,070천명으로 가장 많으며, 다음으로 5~9명 사업체(303천명), 50명 이상 사업체(191천명)의 순으로 나타남.
  - 소매업의 사업체당 평균 종사자 수는 2.7명으로 나타났으며, 세부 업종별로는 무점포 소매업이 가장 높은 것으로 나타남.
  - 지역별 소매업 종사자의 경우 경기도에 가장 많은 411천명의 종사자가 분포하는 것으로 나타남.
- 소매업 근로자 근로실태(고용형태, 임금, 근로시간, 사회보험)
  - 2019년 소매업의 근로형태별 종사자 수는 상용근로자가 812천명으로 68.3%를 차지하고 있으며, 임시일용근로자가 140천명(11.8%), 기타종사자가 136천명(19.9%) 등으로 나타남.
  - 소매업 근로자의 임금은 사업체 규모가 클수록 높아지며, 상용근로자의 임금수준이 일용근로자에 비해 높은 것으로 나타남.
  - 소매업 근로자의 근로일수는 월평균 약 20일 정도이며, 상용근로

자의 근로일수가 많은 것으로 나타남.

- 소매업 근로자의 부족인력은 7,132명으로 나타나며, 부족률은 1.8%인 것으로 나타남.
- 전체 이직률은 도매 및 상품 중개업이 소매업보다 낮았으나, 임시·일용직 이직률은 더 높음.
- 산업생산지수를 노동투입량지수로 나눈 노동생산성지수에 의하면 도매 및 상품중개업의 노동생산성이 소매업에 비해 높은 편

□ 최근 사회적 이슈와 소매업 노동시장

- 최저임금이 급속하게 증가한 2017~2019년의 도매 및 소매업의 고용이 크게 감소한 것으로 나타남(통계청, 2019년 12월 및 연간 고용동향)
- 「근로기준법」의 근로시간(52시간) 단축에서 소매업은 도매업과 마찬가지로 특례업종에서 제외되었으나, 소규모 사업장이 많아 아직 미적용
- 인구고령화는 도·소매업의 고용을 하락시킬 것으로 예상됨.
- 코로나19로 인해 도·소매업의 고용은 더욱 악화될 것으로 예상됨.
- 정부가 전 국민 고용보험을 추진할 경우 도·소매업 사업주들의 가입이 예상되나, 정부지원에 대한 요구의 증가도 예상

## 9. 소매업 향후 전망

□ 소매업 구조 및 노동시장 전망

- 코로나 사태의 장기화에 따라 소매업 구조가 오프라인에서 온라인을 기반으로 한 비대면 서비스 소매업 중심으로 개편될 전망
- 반면, 오프라인 매장들은 업태의 특성에 따라 성장과 쇠퇴로 구분될 것으로 예상
- 중소 소매업의 경우 디지털화 성공 여부에 따라 생존과 경영악화

로 구분될 것으로 예상

- 소매업의 노동시장은 지속적으로 축소될 전망이며, 특히 코로나 사태가 장기화될 경우 가속될 것으로 예상
- 소매업 성장 및 경쟁력 전망
- 소매업은 전체적으로는 점진적으로 사업체 수와 매출액 측면에서 성장할 전망
- 비대면 요구 확대에 따라 온라인 업태 및 미래형 점포를 중심으로 경쟁력이 확보될 전망

#### 10. 소매업 관련 제도 및 정부정책

- 소매업 관련 제도 및 정책은 크게 중소기업(소상공인)에 대한 지원정책, 대형 유통업체에 대한 규제정책 등으로 볼 수 있음.
- 중소기업(소상공인)에 대한 지원정책은 홈쇼핑 입점지원, 시장경 영바우처 지원, 프랜차이즈 지원, 나들가게, 온누리상품권, 특성화 시장 육성, 청년상인 육성 등이 있음.
- 대형 유통업체에 대한 규제정책은 「유통산업발전법」에 따라 출점 제한 및 영업규제로 구분되며, 최근에는 대규모점포 등의 출점 및 영업규제의 대상을 복합쇼핑몰로 확대하는 입법시도가 이루어지고 있음.

#### 11. 소매업 노동시장 문제점

- 소매업 노동시장과 관련된 문제점은 고용규제와 관련된 문제와 소매업 특성 및 환경에 따른 문제점으로 크게 구분됨.
- 고용규제와 관련된 문제: 최저임금 인상, 근로시간 단축, 전 국민

- 고용보험 확대 등이 소매업 노동시장에 부정적으로 작용
- 소매업 특성 및 환경에 따른 문제: 대형유통의 규제, 제4차 산업혁명 및 디지털화 가속, 코로나19로 인한 비대면 서비스 가속 등이 소매업 노동시장 전반에 부정적으로 작용

## 12. 정책고용영향평가 연구과제 후보 제안

- 코로나19 영향 소매업 매출감소에 따른 고용감소 측정
  - (배경) 지난 1월부터 이어지고 있는 코로나19에 따른 소비침체는 전통적인 오프라인 소매업의 매출감소로 이어졌으며, 이는 소매업 분야 고용상황을 악화시킴.
  - (목적) 코로나19로 인한 소매업체의 매출감소가 고용상황을 어떻게 변화시켰는지를 파악
- 제4차 산업혁명 신기술 도입이 소매업 고용에 미치는 영향
  - (배경) 제4차 산업혁명 시대 도래에 따라 인터넷, 모바일, AI, AR·VR 등 인력을 대체할 수 있는 신기술이 소매업 분야에도 빠르게 확산되고 있음.
  - (목적) 인력대체 신기술에 따라 소매업의 고용이 어떻게 변화되고 있는지 파악
- 최저임금 인상 등 고용관련 제도가 소매업 노동시장에 미치는 영향
  - (배경) 최저임금 인상, 주휴수당 지급, 근로시간 단축, 전 국민 고용보험 등 고용관련 제도가 시행·예정됨에 따라 소매업 고용시장에도 변화가 발생하거나 예상되고 있음.
  - (목적) 위 최근 시행되거나 예상되는 고용관련 제도들이 소매업체

에 어느 정도 수준의 규제로 작동되는지 파악

- 대형유통 규제와 중소기업 활성화 간 고용 상쇄효과 측정
- (배경) 전통상업보존구역, 사업조정제도 등 대규모점포 등의 출점 규제, 야간영업 금지, 의무휴업일 지정 등 영업규제 등으로 인해 대형유통기업의 규제가 지속됨에 따라 대형유통의 구조조정(폐점)에 따른 고용상황 악화가 예상됨.
- (목적) 대형유통 규제로 인한 고용감소와 중소기업 활성화로 인한 고용증가 간 고용시장의 상쇄효과 측정



제1부

## 도매업 노동시장 진단



### 제1절 도매업의 정의 및 시장규모

#### 1. 도매업의 정의 및 종류

- 도매업은 '구입한 새로운 상품 또는 중고품을 변형하지 않고 소매업자, 산업 및 상업 사용자, 단체, 기관 및 전문 사용자 또는 다른 도매업자에게 재판매하는 산업활동'(통계청, 한국표준산업분류 G46)
- 표준산업분류에서는 개인이나 사업자를 위하여 상품 매매를 중개하거나 또는 대리하는 활동인 상품 중개업까지 포함하여 분류하며 도매업과 상품 중개업은 상품 소유권에 대한 차이만 있을 뿐 거래 행위 그 자체는 차이가 없으므로 본 연구에서는 상품 중개업까지 포함.
  - 도매업 유형에는 판매하는 상품에 대한 소유권을 갖고 소매업자에게 판매하는 도매업자와 산업체, 단체, 기관, 전문 사용자 등에 상품을 공급해주는 산업 공급자 및 수출, 수입업자, 고물 수집상 등이 있으며 광업 및 제조업체에서 별도로 운영하는 도매사업체 또는 도매지부도 포함.
  - 상품중개업 유형에는 상품에 대한 소유권을 갖지 않고 수수료 또는 계약에 의하여 타인을 대신하거나 타인을 위해 상품을 중개하는 상

품 중개인, 수탁 및 대리 판매인, 대리 구매 및 대리 수집상, 무역 중개인, 농산물 공동 판매조합 등이 포함.

○ 한편, 도매와 소매의 차이는 상품 조달처가 아니라, 상품 판매대상에 있음(이재형·박병형, 2010).

- 판매대상자가 사업자이면 도매업, 소비자면 소매업
- 소비자는 개인적 필요나 효용을 위해 상품을 구입하고 사업자는 이윤 혹은 업무상 이용을 위해 상품을 구입
- 일반적으로 도매는 1회 거래량이 많고 소매는 적지만 산업용의 경우 소량이더라도 도매로 분류

□ 도매 및 상품 중개업은 상품 중개업(461), 산업용 농축산물 및 동·식물 도매업(462), 음·식료품 및 담배 도매업(463), 생활용품 도매업(464), 기계 장비 및 관련 물품 도매업(465), 건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업(466), 기타 전문 도매업(467), 상품 종합 도매업(468) 등으로 구분(통계청, 한국표준산업분류)

○ 상품 중개업

- 수수료 또는 계약에 의하여 타인의 명의로 타인의 상품을 거래하거나 시장 상황, 거래 당사자 신용 상태 파악, 전문 지식 제공 등으로 상품 거래를 지원하고 중개 수수료를 받는 대리 판매점, 상품 중개인, 무역 대리 또는 중개인 및 경매인, 기타 대리 도매인의 활동도 포함.
- 통상 구매자와 판매자를 연결시켜 주어 그들의 사업을 영위하거나 상업적 거래를 대리하는 행위

\* 단, 자동차 및 이륜 자동차, 설비용 차량의 판매 대리(45), 자기 소유나 타인 소유 여부를 불문하고 자기 명의로 상품을 도매하는 경우(4620~4680), 상품 선물거래 중개활동(66122), 보험 대리 활동(66202), 부동산 중개(6822), 사업 및 무형 재산권 중개업(73903)은 제외

○ 산업용 농축산물 및 동·식물 도매업

- 가공하지 않았거나 도정한 농·축산물 및 수렵물을 도매하는 산업활

등으로 산업용으로 많이 사용되며 동·식물을 도매하는 산업활동도 포함.

\* 단, 수산물 및 가공품 도매(463) 제외

○ 음·식료품 및 담배 도매업

- 과일, 채소, 식용유지, 도축고기, 수산물, 설탕, 과자류 및 빵류, 음요, 커피, 차, 코코아 및 조미료, 가공 담배 등을 도매하는 산업활동

\* 신선 식품 및 단순 가공 식품 도매업, 가공식품 도매업, 음료 및 담배 도매업 등이 해당

○ 생활용품 도매업

- 각종 생활용품을 도매하는 산업활동

\* 생활용 섬유제품, 의복, 의복 액세서리 및 모피제품 도매업, 신발 도매업, 생활용 가구, 조명기구 및 비전기식 생활용기기 도매업, 의약품, 의료용품 및 화장품 도매업, 생활용 포장 위생용품, 문구용품 및 출판 인쇄물 도매업, 음반 및 비디오물, 악기, 오락 및 경기용품 도매업, 가방, 시계, 안경 및 기타 생활용품 도매업 등이 해당

○ 기계장비 및 관련 물품 도매업

- 컴퓨터, 가전제품, 산업용 기계·장비 및 기타 기계·장비를 도매하는 산업활동

\* 컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 도매업, 가전제품, 통신장비 및 부품 도매업, 산업용 기계 및 장비 도매업, 기타 기계 및 장비 도매업 등이 해당

○ 건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업

- 일반 건축 자재, 철물 및 냉·난방장치, 기타 건축 자재를 도매하는 산업활동

\* 일반 건축자재 도매업, 냉난방장치 및 철물, 수공구 도매업, 기타 건축자재 도매업 등이 해당

○ 기타 전문 도매업

- 화학제품, 원료 및 관련제품, 재생 재료 및 기타 산업용 중간재 등을 도매하는 산업활동

\* 원료, 연료용 광물 및 관련제품 도매업, 1차 금속제품 및 금속광물

도매업, 화학 물질 및 화학제품 도매업, 방직용 섬유, 실 및 직물 도매업, 종이 원지, 판지, 종이상자 도매업, 재생용 재료 및 기타 상품 전문 도매업 등이 해당

○ 상품 종합 도매업

- 단일 경영 주체가 특정 상품만을 전문적으로 도매하지 않고 각종 상품을 종합적으로 도매하는 산업활동으로 소분류(462-467) 항목의 특정 상품 도매에 따르는 부가가치액이 전체 도매활동에 대한 부가가치액의 50% 미만일 경우에 상품 종합도매업으로 분류

<표 1-1> 도매 및 소매업 중 도매 및 상품 중개업 분류

대분류	중분류	소분류	세분류	세세분류
도매 및 소매업 (G)	도매 및 상품 중개업(46)	상품 중개업 (461)	상품 중개업 (4610)	산업용 농축산물, 섬유 원료 및 동물 중개업(46101)
				음식료품 및 담배 중개업(47102)
				섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 중개업(46103)
				목재 및 건축자재 중개업(46104)
				연료, 광물, 1차 금속, 비료 및 화학제품 중개업(46105)
				기계 및 장비 중개업(46106)
				그 외 기타 특정 상품 중개업(46107)
				상품 종합 중개업(46108)
		산업용 농축산물 및 동식물 도매업(462)	산업용 농축산물 및 동식물 도매업(4620)	곡물 및 유지직물 도매업(46201)
				종자 및 묘목 도매업(46202)
				사료 도매업(46203)
				화훼류 및 식물 도매업(46204)
				육지 동물 및 애완동물 도매업(46205)
				기타 산업용 농산물 도매업(46209)

<표 1-1>의 계속

대분류	중분류	소분류	세분류	세세분류
도매 및 소매업 (G)	도매 및 상품 중개업(46)	음식료품 및 담배 도매업 (463)	신선식품 및 단순가공 식품 도매업(4631)	과실류 도매업(46311)
				채소류, 서류 및 향신작물류 도매업(46312)
				육류도매업(46313)
				건어물 및 젓갈류 도매업 (46314)
				신선, 냉동 및 기타 수산물 도매업(46315)
				기타 신선 식품 및 단순 가공 식품 도매업(46319)
			가공식품 도매업 (4632)	육류 가공식품 도매업(46321)
				수산물 가공식품 도매업 (46322)
				빵류, 과자류, 당류, 초콜릿 도매업(46323)
				낙농품 및 동식물성 유지 도매업(46324)
				커피 및 차류 도매업(46325)
				조미료 도매업(46326)
				기타 가공식품 도매업(46329)
				음료 및 담배 도매업 (4633)
		비알코올 음료 도매업(46332)		
		담배 도매업(46333)		
		생활용품 도매업 (464)	생활용 섬유제품, 의복, 의복 액세서리 및 모피제품 도매업 (4641)	생활용 섬유 및 실 도매업 (46411)
				커튼 및 침구용품 도매업 (46412)
				남녀용 겹옷 및 셔츠 도매업 (46413)
				유아용 의류 도매업(46414)
				속옷 및 잠옷 도매업(46415)
가죽 및 모피 제품 도매업 (46416)				
의복 액세서리 및 모조 장신 구 도매업(46417)				
기타 생활용 섬유 및 직물 제품 도매업(46419)				

<표 1-1>의 계속

대분류	중분류	소분류	세분류	세세분류
도매 및 소매업 (G)	도매 및 상품 중개업(46)	생활용품 도매업(464)	신발도매업(4642)	신발도매업(46420)
			생활용 가구, 조명기구 및 비전기식 생활용기기 도매업(4643)	생활용 가구 도매업(46431)
				전구, 램프 및 조명장치 도매업(46432)
				생활용 유리 요업 목재 금속 제품 및 날붙이 도매업(46433)
			기타 비전기식 생활용 기기 및 가구 도매업(46439)	
			의약품, 의료용품 및 화장품 도매업(4644)	의약품 도매업(46441)
				의료용품 도매업(46442)
				화장품 및 화장품용품 도매업(46443)
			비누 및 세정제 도매업(46444)	
			생활용 포장 위생용품, 문구용품 및 출판 인쇄물 도매업(4645)	생활용 포장 및 위생용품, 문구용품 및 유사제품 도매업(47451)
				문구용품, 화학용품, 사무용품 도매업(46452)
				서적, 잡지 및 기타 인쇄물 도매업(46453)
			음반 및 비디오물, 악기, 오락 및 경기용품 도매업(4646)	음반 및 비디오물 도매업(46461)
				악기 도매업(46462)
				장난감 및 취미, 오락용품 도매업(46463)
운동 및 경기용품 도매업(46464)				
자전거 및 기타 운송장비 도매업(46465)				
가방, 시계, 안경 및 기타 생활용품 도매업(4649)	가방 및 보호용 케이스 도매업(46491)			
	시계 및 귀금속 제품 도매업(46492)			
	안경, 사진장비 및 광학용품 도매업(46493)			
그 외 기타 생활용품 도매업(46499)				

<표 1-1>의 계속

대분류	중분류	소분류	세분류	세세분류
도매 및 소매업 (G)	도매 및 상품 중개업(46)	기계 장비 및 관련 물품 도매업(465)	컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 도매업 (4651)	컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 도매업 (46510)
			가전제품, 통신장비 및 부품 도매업(4652)	가전제품, 통신장비 및 부품 도매업(46521)
				통신 방송장비 및 부품 도매업(46522)
			산업용 기계 및 장비 도매업(4653)	농림업용 기계 및 장비 도매업(46531)
				건설 광업용 기계 및 장비 도매업(46532)
				공작용 기계 및 장비 도매업 (46539)
			기타 기계 및 장비 도매업(4659)	사무용 가구 및 기기 도매업 (46591)
				의료기기 도매업(46592)
				정밀 기기 및 과학 기기 도매업(46593)
				수송용 운송장비 도매업 (46594)
		전기용 기계 장비 및 관련 기자재 도매업(46595)		
		전지 및 케이블 도매업 (46596)		
		그 외 기타 기계 및 장비 도매업(46599)		
		건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업 (466)	일반 건축자재 도매업 (4661)	원목 및 건축관련 목제품 도매업(46611)
				골재, 벽돌 및 시멘트 도매업 (46612)
				유리 및 창호 도매업(46613)
			냉난방장치 및 철물, 수공구 도매업(4662)	배관 및 냉난방장치 도매업 (46621)
				철물, 금속 파스터 및 수공구 도매업(46622)
			기타 건축자재 도매업 (4669)	도료 도매업(46691)
				벽지 및 장판류 도매업 (46692)
그 외 기타 건축자재 도매업 (46699)				

<표 1-1>의 계속

대분류	중분류	소분류	세분류	세세분류
도매 및 소매업 (G)	도매 및 상품 중개업(46)	기타 전문 도매업 (467)	연료, 연료용 광물 및 관련제품 도매업 (4671)	고체 연료 및 관련제품 도매업(46711)
				액체 연료 및 관련제품 도매업(46712)
				기체 연료 및 관련제품 도매업(46713)
			1차 금속제품 및 금속 광물 도매업 (4672)	1차 금속제품 도매업(46721)
				금속광물 도매업(46722)
			화학 물질 및 화학 제품 도매업(4673)	염료, 안료 및 관련제품 도매업(46731)
				비료 및 농약 도매업(46732)
				플라스틱 물질 및 합성고무 도매업(46733)
				기타 화학 물질 및 화학제품 도매업(46739)
			방직용 섬유, 실 및 직물 도매업(4674)	방직용 섬유 및 실 도매업 (46741)
				직물 도매업(46742)
			종이 원지, 판지, 종이 상자 도매업(4675)	종이 원지, 판지, 종이상자 도매업(46750)
		재생용 재료 및 기타 상품 전문 도매업 (4679)	재생용 재료 수집 및 판매업 (46791)	
그 외 기타 상품 전문 도매업 (46799)				
상품 종합 도매업 (468)	상품 종합 도매업 (4680)	상품 종합 도매업(46800)		

자료: 통계청, 한국표준산업분류.

## 2. 도매업의 시장규모

□ 2018년 기준 도매 및 상품중개업은 319천개 사업체에서 1,285천명이 종사하고 있으며, 매출액 기준 시장규모는 795조 원으로 나타남(통계청, 서비스업조사).

○ 2018년 기준 도매 및 상품중개업의 총사업체 수는 319,208개  
 - 생활용품 도매업(23.6%), 식료품 및 담배 도매업(23.3%), 기계장비 및 관련 물품 도매업(19.3%), 기타 전문 도매업(16.2%), 건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업(10.7%), 산업용 농·축산물 및 동·식물 도

매업(3.4%), 상품 중개업(2.7%), 상품 종합 도매업(0.8%) 등의 순으로  
사업체 비중이 높음.

- 2018년 기준 도매업의 총종사자 수는 1,285,190명
  - 생활용품 도매업(25.9%), 식료품 및 담배 도매업(23.4%), 기계장비 및 관련 물품 도매업(21.5%), 기타 전문 도매업(14.3%), 건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업(8.6%), 산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업(2.4%), 상품 중개업(2.4%), 상품 종합 도매업(1.5%) 등의 순으로 총종사자 수가 많았는데, 이는 총사업체 수와 동일한 규모 순임.
- 2018년 기준 도매업의 총매출규모는 795,093,553백만 원
  - 기타 전문 도매업(24.8%), 생활용품 도매업(20.9%), 기계장비 및 관련 물품 도매업(19.7%), 음·식료품 및 담배소매업(19.4%), 상품 종합 도매업(5.9%), 건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업(5.7%), 상품 중개업(2.0%), 산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업(1.7%) 등의 순으로 사업체 비중이 높음.

〈표 1-2〉 도매업 사업체 수, 종사자 수, 매출액 현황(2018년)

(단위: 개, 명, 백만 원)

업종	사업체	종사자	매출액
도매 및 상품중개업	319,208	1,285,190	795,093,553
상품 중개업	8,711	30,775	15,841,438
산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업	10,714	31,056	13,378,607
음·식료품 및 담배 도매업	74,234	300,276	154,134,717
생활용품 도매업	75,412	333,010	166,176,498
기계장비 및 관련 물품 도매업	61,532	276,225	156,488,974
건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업	34,276	110,283	45,180,719
기타 전문 도매업	51,861	183,825	196,870,953
상품 종합 도매업	2,468	19,740	47,021,647

자료: 통계청(2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

## 제2절 도매업의 규제 특성 및 가치사슬

### 1. 도매업의 규제

- 도매업 전반을 아우르는 규제가 있다기보다는 특정 분야와 관련되는 규제가 있음.
- 점포에 대한 진입규제는 「유통산업발전법」상의 대규모점포 등을 규제하여 인근지역 소상공인을 보호하기 위해 시행. 「약사법」에서도 일정 크기 이상의 창고를 갖추지 못한 경우 의약품 도매업 점포에 대한 진입을 규제하고 있음.
- 도매업자에 대한 진입규제는 「농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률」에 의거하여 도매시장에서 거래의 공정성·투명성을 위해 생산자, 소비자 역할을 수행할 수 있는 능력 있는 유통인을 지정하는 제도가 있음.
  
- 점포에 대한 진입규제
- 「유통산업발전법」 제8조에 의해 대규모점포를 개설하거나 제13조의3에 따른 전통상업보존구역에 준대규모점포를 개설하려는 자는 영업을 시작하기 전에 산업통상자원부령으로 정하는 바에 따라 상권영향평가서 및 지역협력계획서를 첨부하여 특별자치시장·시장·군수·구청장에게 등록하여야 함.
  - 등록하려는 위치가 전통상업보존구역(전통시장 및 전통상점가 반경 1km 이내)에 있을 때에는 등록을 제한할 수 있음.
  - 일부 도매업 점포(예, 이마트 트레이더스)는 '그밖의 대규모점포'에 해당하여 점포에 대한 진입규제
  - 이 외에도 「대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률」에 따른 사업조정제도 및 중소기업 적합업종, 「소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법」에 따른 소상공인 생계형 적합업종 등이 대규모 도매업에

는 규제로 작용할 수 있음.

- 「약사법」 제45조 의약품 도매상 창고면적이 2000년 규제완화 차원에서 전면 폐지되었다가 2011년 264㎡로 강화되었다가, 2015년 초 165㎡로 완화됨.

#### □ 도매업자에 대한 진입규제

- 「농수산물유통 및 가격안정에 관한 법률」 제23조, 제36조에 의거하여 농수산물도매시장에서 도매활동을 할 수 있는 자를 각 지방자치단체장(도매시장 개설자)이 지정하는 도매시장법인과 시장도매인으로 제한하는 도매법인·시장도매인 지정제 등이 있음.
  - 도매시장법인과 시장도매인의 지정기간은 5~10년이며 재지정 절차를 통해 연장 가능
  - 유통종사자의 영업을 일정기간 동안 법으로 보호함으로써 당사자로 하여금 투자, 영업활동을 촉진하고, 재지정 절차를 통해 사업성과가 낮거나, 지정요건을 준수하지 않는 경우 지정취소
  - 최근 공정거래위원회에서 소수의 도매시장법인에 의해 장기간 독과점 구조가 형성되어 있어, 효율성이 떨어지는 문제가 생겼으므로, 도매법인·중도매인 지정제를 폐지해야 한다는 움직임(농민신문, 2020. 7. 15).
- 「주세법」 제67조에 의해 유흥음식점용 주류는 1,100여 개로 한정된 '종합주류도매업자'만 취급하는 것이 가능
- 「약사법」에 의거하여 도매업체는 관리약사를 고용하는 것이 의무였으나, 2015년 약사법 개정을 통해 위탁도매의 경우 도매업체 운영이 가능

## 2. 도매업의 가치사슬

#### □ 전통적 가치사슬

- 전통적으로 도매업은 제조(생산)과정을 통해 만들어진 상품을, 운수 및 창고를 포함한 물류활동을 통해 전달받아, 소매업체에 전달하는 방식

[그림 1-1] 전통적인 가치사슬

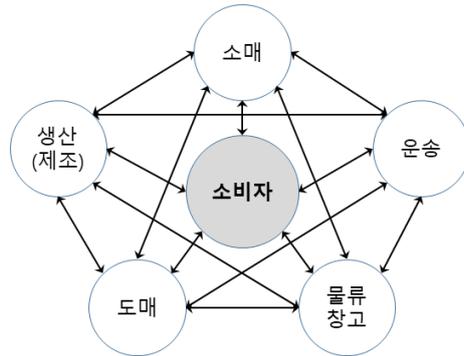


□ 방사형 가치사슬

○ 그러나 최근에는 선형의 가치사슬 형태를 보이지 않으며, 소비자를 중심으로 생산(제조), 운송, 물류창고, 도매, 소매 등이 네트워크 형태의 생태계를 형성하고 있음.

- 이는 생산단계에서부터 소비자들의 직접적인 개입 욕구의 증가와 기업의 소비자 니즈에 대한 적극적인 반영 욕구가 일치한 현상임.
- 또한, 최근 인터넷 등 정보기술의 발전으로 소매업의 전·후방 산업이 통합되는 유통시장의 변화가 일어나기 때문임.

[그림 1-2] 최근의 가치사슬



### 제3절 도매업의 산업 특성

#### 1. 도매업의 일반적 특성

□ 도매업의 특성을 하나로 규정하기는 어려운데 그 이유는 크게 4가지로

구분할 수 있음.

- 거래 형태가 다양하기 때문
    - 도매업체로서 소매업체와 거래하는 경우, 도매업체로서 도매업체와 거래하는 경우, 도매업체와 소매업체를 겸하는 경우
  - 명칭이 다양하기 때문
    - 도매상, 총판, 중개상, 중간유통상, 벤더업체, 대리점 등
  - 입지가 다양하기 때문
    - 점포의 위치나 인테리어 등이 중요하지 않기 때문에 대부분 임대료가 저렴한 외곽지역에 물류창고의 형태로 위치하나, 소매업체를 겸하는 경우 인테리어를 갖추고 도심에 위치하는 경우도 있음.
  - 상권의 크기도 다양하기 때문
    - 근거리를 상권으로 삼고 활동하는 경우도 있으나, 광역·전국을 상권으로 활동하는 경우도 있음.
- 도매업은 제조업체와 소매업체를 연결해주는 역할을 수행
- 제조업체를 위해 시장을 확대시키는 역할, 대규모 판매조직을 운영하지 않아도 되므로 판매비용을 절감시키는 역할, 재고비용 부담에서 벗어나 생산계획을 집행할 수 있도록 해주는 역할, 소매업체의 주문이 원활하게 처리될 수 있도록 해주는 역할, 시장동향을 제공하여 상품계획과 생산계획을 세울 수 있도록 돕는 역할, 소매업체의 서비스 요구에 부응하여 제조업체의 부담을 경감시키는 역할을 수행
  - 소매업체를 위해 다양한 상품 구색을 제공하여 거래비용을 낮추는 역할, 제조업체로부터 구입한 상품을 소단위로 분할하여 판매하는 역할, 제조업체로부터 구입하는 데 발생할 수 있는 운송비와 재고비용 등 물류비용을 경감시키는 역할, 소비자에게 배달, 품질보증, AS 서비스 등을 제공하는 역할, 소매업체에게 판매 활성화를 위한 컨설팅 서비스를 제공하는 역할을 수행

## 2. 도매업의 발전과정과 최근 동향

- 유통시장 완전개방으로부터 국내 유통업체를 보호하기 위해 1997년 「유통산업발전법」이 제정
  - 「유통산업발전법」을 통해 국내 대형유통업체(소매)가 경쟁력을 갖추게 되었고, 글로벌 유통업체가 철수하는 성과를 거둬.
  - 하지만 그 과정에서 대형유통업체(소매)가 도매시장까지 진출하게 되면서 도매시장이 붕괴되는 혼란이 발생
  - 즉 대형유통업체(소매), 특히 대형마트가 싼값에 상품을 공급한다는 명목하에 제조업체, 농수산업자와 직접 거래하게 되면서 중소도매상의 입지가 좁아짐. 즉 원하청 관계를 맺고 있던 중소도매상이 거래처를 잃게 된 것임.
  - 이에 따라 중소도매상은 상당 부분 도태되거나, 식자재마트라는 새로운 형태로 진화
  - 하지만 식자재마트의 대형화로 중소유통업체, 특히 골목상권이 피해를 입게 되고, 식자재마트는 규제(영업시간 제한, 의무휴업일 등) 대상에서 배제되면서 식자재마트를 규제해야 한다는 움직임도 있음.
- 도매업은 위탁판매, 대리판매, 중개판매 등 수수료 도매형태로 변화
  - 상품을 구입하여 소유하고 이를 다시 판매하여 구입가와 판매가의 차액인 마진으로 이익을 발생시키는 중간상이 고전적인 도매업의 형태로, 표준산업분류 도매 및 상품 중개업 중 도매업에 해당하며 일반적으로 독립형 도매상과 계약형 도매상으로 구분
    - 독립형 도매상이란 제조업체나 다른 도매상으로부터 단발적인 계약관계로 상품을 구입한 후 제조업체의 간섭 없이 본인 책임하에 상품을 판매하는 도매상
    - 계약형 도매상이란 특정 제조업체와 계약을 맺고 상품을 공급받아 판매하는 도매상
  - 표준산업분류 도매 및 상품 중개업 중 상품 중개업에 해당하는 형태가

수수료 도매형태임. 직접 구입하여 소유하고 이를 판매하여 이익을 발생시키는 구조의 복잡성 때문에 상품을 소유하지는 않으면서 상품의 소유자인 제조업체로부터 매출액의 일정 비율을 수수료로 취하는 도매상이며, 특히 4차 산업혁명을 계기로 등장한 온라인채널들은 대부분 이에 해당

- 위탁판매 도매상이란 제조업체로부터 위탁을 받아 상품을 판매하고 판매실적에 따라 제조업체로부터 수수료를 취하는 도매상
- 대리판매도매상은 제조업체를 대리하여 상품을 판매하고 판매실적에 따라 제조업체로부터 수수료를 취하는 도매상으로, 온라인 쇼핑에서 취하는 방식
- 중개판매도매상은 제조업체와 소매상의 거래를 연결시켜주고 판매실적에 따른 수수료를 취하는 도매상

□ 대형유통업체가 도소매업체 역할을 겸하고, 도매업체도 직접 상품을 소유하지 않고 제조업체와 소매업체를 연결해주는 중간 역할만 하게 되면서 도매업체 무용론이 등장

○ 도매업체 무용론은 독일과 미국에서는 1910년대, 일본에서는 1950년대 부터 등장

- 유통단계를 축소해야만 제조업체와 소비자의 이익이 높아진다는 논리에 근거

○ 우리나라에서는 앞서 살펴본 바와 같이 1997년 유통시장 개방을 계기로 대형유통업체(소매)의 확장으로 도매시장이 약화되고, 2010년대 4차 산업혁명을 계기로 수수료 도매형태로 전환되면서 도매업체 무용론이 대두

□ 프랜차이즈 산업의 활성화로 도매업의 기능을 하는 경우가 발생

○ 소매업과 음식점업 프랜차이즈 본사의 경우 가맹점에 원재료 등을 공급. 프랜차이즈 본사가 도매업체의 기능을 수행하게 되면서 아이디어의 공유라는 프랜차이즈의 본래 목적에서 벗어나 물류비용을 통해 수익을

## 내는 부작용 발생

- 최근 발생된 코로나19 사태로 인해 도매업 산업의 큰 변화가 이루어지고 있어 새로운 정책방향이 요구되는 시점
- 비대면(Untact) 시대가 가속화됨에 따라 전통적인 오프라인 영업방식의 소매업체들은 쇠퇴할 가능성 높아짐.
  - 대형마트, SSM 등 생필품매장, 중소형 지역거점 슈퍼마켓, 전통방식의 소규모 도소매업 소상공인 등
- 반면, 온라인 및 비대면 소매업체들은 성장이 가속화될 전망
  - 온라인쇼핑몰, 해외직구, TV홈쇼핑, 소셜커머스·배달 등 플랫폼 비즈니스, 개인간 거래(P2P) 등
- 이에 따라 소매업체와 거래관계를 맺던 도매업체도 영업형태를 변경해야 하는 상황에 직면
  - 오프라인 소매업체가 온라인으로 전환되는 경우가 발생하면서 오프라인 도매업체도 온라인으로 거래방식을 변경하지 않으면 도태되는 문제가 발생. 혹은 오프라인 소매업체도 비대면으로 상품을 전달받기를 원하는 경우가 생기면서 배송방식을 변경

## 도매업의 노동시장 현황

### 제1절 도매업 근로자 현황

#### 1. 도매업 근로자 분포

- 도매업 근로자 현황은 직종별사업체노동력조사, 사업체노동력조사, 전국사업체조사 중 사업체노동실태현황, 서비스업조사 등을 통해 살펴볼 수 있는데, 통계의 특성에 따라 차이가 있음.
- 서비스업조사에 따르면 2018년 도매 및 상품중개업 총종사자(자영업자+상용근로자+임시일용근로자+무급가족 및 기타종사자) 수는 1,285,190명
  - 직종별사업체노동력조사에 따르면 2019년 하반기 도매 및 상품중개업 현원은 총 668,247명
  - 사업체노동력조사에 따르면 2019년 도매 및 상품중개업 종사자(상용+임시일용+기타) 수는 총 1,010,546명
  - 사업체노동실태현황에 따르면 2018년 도매 및 상품중개업 총종사자(자영업자+상용근로자+임시일용근로자+무급가족 및 기타종사자) 수는 총 1,115,702명
  - 고용보험통계에 따르면 2020년 4월 피보험자 수는 1,595,655명

□ 근로자 수는 큰 변동 없이 유지 중

○ 서비스업조사에 따르면 2016년 종사자 수는 1,277,841명에서 2018년 1,285,190명으로, 연평균 0.3% 증가

- 직종별사업체노동력조사에 따르면 도매 및 상품중개업 인력은 2017년 하반기 672,409명에서 2019년 하반기 668,247명으로 큰 변동 없이 유지 중(연평균 0.6% 감소)

- 사업체노동실태현황에 따르면 도매 및 상품중개업 총종사자(자영업자+상용근로자+임시일용근로자+무급가족 및 기타종사자) 수는 2017년 1,104,469명에서 2018년 총 1,115,702명으로 큰 변동 없이 유지 중(연평균 1.0%)

〈표 2-1〉 도매 및 상품중개업 인력 현황

(단위: 명, %)

	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
종사자 수	1,277,841	1,269,734	1,285,190	0.3

자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

□ 소규모 사업체에 근로자가 집중

○ 서비스업조사에 따르면 2018년 1~4명인 사업장에 509,761명이 분포되어 있는데 이는 전체 인원의 40%에 해당하며, 1~9명 사업장으로 확대한다면 전체의 60%에 이릅니다

〈표 2-2〉 2016~2018년 도매 및 상품중개업 인력 현황(서비스업조사)

(단위: 명, %)

	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
1~4명	521,652	518,426	509,761	-1.1
5~9명	249,867	249,772	252,862	0.6
10~19명	165,712	162,178	172,813	2.1
20~49명	145,698	141,662	150,868	1.8
50명 이상	194,912	197,696	198,886	1.0

자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

- 직종별사업체노동력조사에 따르면 2019년 하반기 도매 및 상품중개업 인력은 5~9인과 10~29인 사업장에 집중되어 있는데, 특히 5~9인 사업장에 인력 부족률이 높음.

〈표 2-3〉 2019년 하반기 도매 및 상품중개업 인력 현황(직종별사업체노동력조사)

(단위: 명, %)

	현원	구인 인원	채용 인원	미충원 인원	부족 인원	채용계획 인원	부족률 <sup>1)</sup>
1규모 (5~9인)	205,948	8,213	7,121	1,092	5,982	5,808	2.8
2규모 (10~29인)	213,224	10,404	9,154	1,250	4,314	4,447	2.0
3규모 (30~99인)	128,956	4,754	4,168	586	1,532	1,522	1.2
4규모 (100~299인)	67,579	2,244	2,152	92	651	658	1.0
5규모 (300인 이상)	52,541	2,584	2,466	118	623	646	1.2

주: 부족률=부족인원/(현원+부족인원)\*100.

자료: 고용노동부(2017~2019), 직종별사업체노동력조사(<http://kosis.kr>).

- 사업체노동실태현황에 따르면 2018년 도매 및 상품중개업 총종사자(자영업자+상용근로자+임시일용근로자+무급가족 및 기타종사자)는 1~4인 사업장 등에 가장 많이 분포

〈표 2-4〉 2018년 도매 및 상품중개업 인력 현황(사업체노동실태현황)

(단위: 개, 명)

규모별	사업체 수	종사자 수	평균 종사자 수
전규모	186,982	1,115,702	6.0
1~4인	126,959	338,386	2.7
5~9인	39,856	252,620	6.3
10~29인	16,539	247,901	15.0
30~49인	2,046	75,596	36.9
50~99인	1,024	69,460	67.8
100~199인	357	48,392	135.6
200~299인	97	23,537	242.6
300~499인	68	25,175	370.2
500~999인	27	19,847	735.1
1,000인 이상	9	14,788	1,643.1

자료: 고용노동부(2019), 사업체노동력실태현황(<http://kosis.kr>).

〈표 2-5〉 2019년 도매 및 상품중개업 종사자 현황(사업체노동력조사)

(단위: 명)

규모	종사자_전체	근로자_상용	근로자_임시일용	종사자_기타
전 체	1,010,546	970,063	31,520	8,963
30인 미만	746,504	712,965	24,722	8,818
30~299인	207,052	201,371	5,535	146
300인 이상	56,990	55,727	1,263	0

자료: 고용노동부(2019), 사업체노동력조사(<http://kosis.kr>).

- 사업체노동력조사에서도 2019년 도매 및 상품중개업 종사자의 73.9%가 30인 미만 사업체에 집중

□ 도매업 사업체 종사자 수는 별다른 변화 없이 평균 4.0명을 유지 중

○ 서비스업조사에 따르면 2018년 도매업 사업체 평균 종사자 수는 4.0명이며, 상품 종합 도매업(8.0명), 기계장비 및 관련 물품 도매업(4.5명), 생활용품 도매업(4.4명), 음·식료품 및 담배소매업(4.0명), 기타 전문 도매업(3.5명), 상품 중개업(3.5명), 건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업(3.2명), 산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업(2.9명) 등의 순

- 참고로 소매업의 평균 종사자 수는 2.7명

〈표 2-6〉 사업체 평균 종사자 수

(단위: 명, %)

업종	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
도매 및 상품중개업	3.9	4.0	4.0	1.0
상품 중개업	3.7	3.6	3.5	-1.9
산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업	2.9	2.9	2.9	0.1
음·식료품 및 담배 도매업	4.0	4.0	4.0	0.8
생활용품 도매업	4.3	4.3	4.4	1.1
기계장비 및 관련 물품 도매업	4.3	4.4	4.5	1.9
건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업	3.2	3.2	3.2	0.1
기타 전문 도매업	3.4	3.5	3.5	1.6
상품 종합 도매업	9.0	8.0	8.0	-5.7

자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

- 2018년 도매업 평균 매출액은 2,491백만 원으로 연평균 6.6% 성장세
- 서비스업조사에 따르면 2018년 도매 및 상품 중개업 평균 매출액은 2,491백만 원이며, 상품 종합 도매업(19,052백만 원), 기타 전문 도매업(3,796백만 원), 기계장비 및 관련 물품 도매업(2,543백만 원), 생활용품 도매업(2,204백만 원), 음·식료품 및 담배 도매업(2,076백만 원), 상품 중개업(1,819백만 원), 건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업(1,318백만 원), 산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업(1,249백만 원) 등의 순으로 사업체당 매출액이 높음. 사업체당 종사자 수와 마찬가지로 상품 종합 도매업의 사업체당 매출액이 높음.
  - 소매업의 평균 매출액은 523백만 원

〈표 2-7〉 사업체 평균 매출액

(단위: 백만 원, %)

업종	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
도매 및 상품중개업	2,191	2,401	2,491	6.6
상품 중개업	1,700	1,795	1,819	3.4
산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업	1,182	1,220	1,249	2.8
음·식료품 및 담배 도매업	1,973	2,078	2,076	2.6
생활용품 도매업	2,074	2,118	2,204	3.1
기계장비 및 관련 물품 도매업	2,093	2,320	2,543	10.2
건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업	1,252	1,335	1,318	2.6
기타 전문 도매업	2,910	3,495	3,796	14.2
상품 종합 도매업	19,897	21,242	19,053	-2.1

자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

- 도매업 근로자 대부분은 남성
- 서비스업조사에 따르면 2018년 도매 및 상품 중개업에 종사자 중 남성은 66%, 여성은 34%
  - 소매업은 남성이 41%, 여성이 60%로 반대

〈표 2-8〉 도매 및 소매업 연도별 종사자 성별 현황(서비스업조사)

(단위: %)

	규모	남성	여성
2016	G46 도매 및 상품중개업	66.5	33.5
	G47 소매업; 자동차 제외	41.9	58.1
2017	G46 도매 및 상품중개업	66.4	33.6
	G47 소매업; 자동차 제외	41.5	58.5
2018	G46 도매 및 상품중개업	66.3	33.7
	G47 소매업; 자동차 제외	41.1	58.9

자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

- 사업체노동력실태현황에 따르면, 2017년, 2018년 모두 도매 및 상품중개업에 종사하는 남성이 여성보다 더 많은 비중을 차지

〈표 2-9〉 도매 및 소매업 연도별 종사자 성별 현황(사업체노동력실태현황)

(단위: %)

	규모	남성	여성
2017	G46 도매 및 상품중개업	66.5	33.5
	G47 소매업; 자동차 제외	40.3	59.7
2018	G46 도매 및 상품중개업	66.1	33.9
	G47 소매업; 자동차 제외	40.5	59.5

- 고용보험통계에서도, 2020년 4월 기준 도매 및 상품중개업 피보험자 중 남성이 여성보다 더 높은 비중

〈표 2-10〉 도매 및 상품중개업 종사자 성별 비중(고용보험 2020년 4월)

(단위: %)

규모	남성	여성
G46 도매 및 상품중개업	57.3	42.7

자료: 한국고용정보원(2020), 고용보험통계(<http://eis.work.go.kr>).

- 서울, 경기, 부산, 인천 등 수도권과 대도시를 중심으로 많은 분포를 보이고 있음.

- 서비스업조사에 따르면 2018년 도매 및 상품 중개업에 종사하는 사업체 중 30%는 서울, 20%는 경기도에 집중되어 있으며, 전 지역에서 큰 변동없이 유지 중

〈표 2-11〉 도매 및 상품중개업 지역별 사업체 수 및 비중

(단위: 개, %)

	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
서울	483,126	476,117	475,672	-0.8
부산	92,821	93,159	92,405	-0.2
대구	57,179	56,480	55,638	-1.4
인천	45,980	47,082	48,222	2.4
광주	32,330	32,239	32,456	0.2
대전	32,032	31,757	31,428	-0.9
울산	16,511	16,135	15,960	-1.7
세종	1,773	1,882	1,804	0.9
경기	277,593	278,284	290,147	2.2
강원	21,508	21,884	22,234	1.7
충북	24,384	24,021	24,672	0.6
충남	30,026	29,862	30,707	1.1
전북	28,381	27,769	28,566	0.3
전남	30,179	29,691	31,276	1.8
경북	38,854	38,625	39,121	0.3
경남	52,898	52,654	52,702	-0.2
제주	12,266	12,093	12,180	-0.4

자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

- 고용보험 통계에 의하면, 2020년 4월 기준 전체 피보험자가 902,198명인 가운데 서울과 경기도에만 73.0%의 피보험자가 집중되어 있음.

〈표 2-12〉 도매 및 상품중개업 지역별 사업장수 및 피보험자 현황(2020년 4월 기준)

(단위: 개, 명)

	사업장수	피보험자수
전 체	235,283	902,198
서울	73,966	452,551
부산	16,520	45,944
대구	10,114	26,151
인천	10,814	29,818
광주	5,498	13,888
대전	6,033	15,251
울산	2,901	7,264
세종	503	1,127
경기	64,050	205,707
강원	4,089	9,438
충북	4,863	12,454
충남	6,238	14,308
전북	4,869	10,780
전남	5,095	11,956
경북	7,093	16,037
경남	10,201	23,022
제주	2,436	6,502

자료: 한국고용정보원(2020), 고용보험통계(<http://eis.work.go.kr>).

□ 25~54세까지 연령이 고르게 분포되어 있음.

○ 고용보험 통계에 의하면, 2020년 4월 기준 전체 피보험자 중 18세 미만~24세 미만, 55세 이상을 제외한 연령대에 비슷한 비중으로 분포

〈표 2-13〉 도매 및 상품중개업 연령별 피보험자 비중(2020년 4월 기준)

(단위: %)

	피보험자 비중
18세 미만	0.0
18~20세 미만	0.4
20~24세 이하	5.1
25~29세 이하	13.4
30~34세 이하	14.3
35~39세 이하	16.0
40~44세 이하	14.3
45~49세 이하	13.6
50~54세 이하	10.1
55~59세 이하	6.7
60세 이상	6.0

자료: 한국고용정보원(2020), 고용보험통계(<http://eis.work.go.kr>).

## 2. 도매업 근로자 근로실태(고용형태, 임금, 근로시간, 사회보험)

- 도매업 근로자 중 가장 많은 비중을 차지하는 근로형태는 상용근로자
- 도매 및 상품 중개업의 근로형태별 종사자 수는 상용근로자가 970천명으로 96.0%를 차지하고 있으며, 임시일용근로자가 3.1%, 기타종사자 0.9%
  - 이는 상용근로자가 68.3%, 임시일용직근로자가 11.8%, 기타종사자가 19.9%였던 소매업과 비교되는 결과

〈표 2-14〉 도매 및 상품 중개업 규모별 근로형태별 종사자 수(2020년 1분기)

(단위: 명)

규모	전체	상용	임시일용	기타
전체	1,010,546	970,063	31,520	8,963
30인 미만	746,504	712,965	24,722	8,818
30~299인	207,052	201,371	5,535	146
300인 이상	56,990	55,727	1,263	0

자료: 고용노동부(2020), 사업체노동력조사(<http://kosis.kr>).

- 도매업 근로자의 임금은 사업체 규모가 클수록 높아지며, 상용근로자의 임금수준이 일용근로자에 비해 높음.
- 사업체 규모별로 보면 1~4인 사업체의 경우 월평균 2,827,953원으로, 300인 이상 6,803,961원의 41.5%에 불과할 정도로 영세

〈표 2-15〉 도매 및 상품 중개업 규모별 근로형태별 월임금총액(2020년 1분기)

(단위: 원)

규모별	전체임금 총액	상용임금 총액	상용 정액급여	상용 초과급여	상용 특별급여	임시일용 임금총액
1~4인	2,827,953	2,864,375	2,676,378	10,356	177,640	1,222,014
5~9인	3,670,905	3,776,508	3,388,169	52,584	335,755	789,427
10~29인	4,282,837	4,404,371	3,804,980	130,194	469,197	1,305,899
30~99인	5,306,652	5,409,996	4,196,841	193,188	1,019,967	1,220,969
100~299인	5,263,053	5,510,228	4,265,566	263,945	980,718	2,032,875
300인 이상	6,803,961	7,055,064	4,792,105	236,195	2,026,764	1,547,545

자료: 고용노동부(2020), 사업체노동력조사(<http://kosis.kr>).

- 도매업 근로자의 근로일수는 월평균 약 20일 정도이며, 상용근로자의 근로일수가 임시일용근로자의 근로일수보다 많음.
- 사업체 규모별로 보면 사업체 규모가 작은 1~4인 사업체의 근로일수가 더 많았음.
- 근로형태별 근로일수를 보면 상용근로자의 근로일수가 일용근로자보다 길었는데, 이는 파트타임 근로를 하는 임시일용근로자의 특성 때문인 것으로 풀이됨.

〈표 2-16〉 도매 및 상품 중개업 규모별 근로형태별 월 근로일수(2020년 1분기)

(단위: 일)

규모별	전체근로일수	상용근로일수	임시일용근로일수
1~4인	21.1	21.2	17.1
5~9인	20.1	20.5	10.3
10~29인	20.3	20.7	11.2
30~99인	20.1	20.4	8.1
100~299인	19.8	19.9	18.7
300인 이상	19.7	19.9	15.8

자료: 고용노동부(2020), 사업체노동력조사(<http://kosis.kr>).

□ 도매업 근로자의 부족인력은 13,102명, 부족률은 1.9%

○ 사업체 규모별로 보면 5~9인 사업체의 부족률은 2.8%, 10~29인 사업체의 부족률은 2.0%로 높게 나타나, 사업체 규모가 작을수록 충원이 어렵다는 것을 알 수 있음.

〈표 2-17〉 도매 및 상품 중개업 규모별 인력수급 현황(2019년 하반기)

(단위: 명, %)

규모별	현원	구인 인원	채용 인원	미충원 인원	부족 인원	채용계획 인원	부족률 <sup>1)</sup>
1규모(5~9인)	205,948	8,213	7,121	1,092	5,982	5,808	2.8
2규모(10~29인)	213,224	10,404	9,154	1,250	4,314	4,447	2.0
3규모(30~99인)	128,956	4,754	4,168	586	1,532	1,522	1.2
4규모(100~299인)	67,579	2,244	2,152	92	651	658	1.0
5규모(300인 이상)	52,541	2,584	2,466	118	623	646	1.2

주: 1) 부족률=부족인원/(현원+부족인원)\*100.

자료: 고용노동부(2019), 사업체노동력조사(<http://kosis.kr>).

□ 전체 이직률은 도매 및 상품 중개업이 소매업보다 낮았으나, 임시일용직 이직률은 더 높음.

○ 사업체노동력조사에 따르면, 30인 미만 사업체에 종사하는 근로자일수록 이직률이 2.9%로 가장 높았는데, 특히 임시일용직의 이직률이 30.2%로 매우 높았음.

〈표 2-18〉 도매 및 상품 중개업 규모별 이직 현황(2019년)

(단위: 명, %)

	규모	이직자			이직률		
		전체	상용	임시일용	전체	상용	임시일용
도매 및 상품 중개업	전체	28,107	19,154	8,953	2.8	2.0	28.6
	30인 미만	21,714	14,293	7,422	2.9	2.0	30.2
	30~299인	5,152	3,972	1,180	2.5	2.0	21.4
	300인 이상	1,240	890	351	2.2	1.6	27.5
소매업 (자동차 제외)	전체	44,309	22,649	21,661	4.7	2.8	15.5
	30인 미만	39,688	19,871	19,818	5.0	3.0	15.3
	30~299인	4,009	2,361	1,648	3.1	2.0	18.6
	300인 이상	612	417	195	2.2	1.5	20.8

자료: 고용노동부(2019), 사업체노동력조사(<http://kosis.kr>).

〈표 2-19〉 도매 및 상품 중개업 노동생산성(2019년)

(단위: %)

	2019년 1/4	2019년 2/4	2019년 3/4	2019년 4/4
도매 및 상품중개업	103.0	101.5	98.3	101.3
소매업(자동차 제외)	97.7	95.4	94.1	97.5

자료: 한국생산성본부(2019), 노동생산성지수(<http://kosis.kr>).

- 도매업이 소매업에 비해 노동생산성이 높은 편
- 산업생산지수를 노통투입량지수로 나눈 노동생산성지수에 의하면 도매 및 상품중개업의 노동생산성이 소매업에 비해 높은 편

## 제2절 최근 사회적 이슈와 도매업 노동시장

- 최저임금이 급속하게 증가한 2017~2019년의 도매 및 소매업의 고용이 크게 감소한 것으로 나타남(통계청, 2019년 12월 및 연간 고용동향)
- 2017년 도매 및 소매업의 취업자는 3,795천명이었으나, 2018년 3,723천명으로 72천명 감소(감소율 1.9%)하였고, 2019년에는 60천명이 다시 감소(감소율 1.6%)한 것으로 나타남.
- 고용부의 '최저임금 인상이 도·소매업 등 취약 업종의 고용에 미친 영향에 대한 실태조사(2019. 5)'에서도 최저임금 인상으로 인한 고용 감축이 서비스업에도 두드러진 것으로 나타남.
- OECD의 「2018 OECD 한국 경제 보고서」에서도 도·소매 분야에서 고용률 증가가 둔화되는 것으로 보았으며, 한국경제 담당관인 렌달존스는 이러한 둔화가 최저임금 인상과 관련이 있는 것으로 판단하면서 “특히 소매업 분야 둔화가 긴밀히 연관되어 있다”고 평가함.
- 「근로기준법」의 근로시간(52시간) 단축에서 도매업은 소매업과 마찬가지로

지로 특례업종에서 제외되었으나, 소규모 사업장이 많아 아직 미적용

- 2019년 7월부터 시행된 근로시간 단축제도에 따라 주 40시간 및 연장근로 12시간 등 52시간을 초과할 수 없음.
  - 도매 및 상품중개업(KSIC G46)은 근로시간 및 휴게시간 특례제도에 적용을 받고 있었으나, 금번 특례업종 축소에 따라 제외됨.
    - 일반 공중의 생활상 불편을 초래하거나 사업목적의 달성이 어렵게 되는 경우 근로자대표와 서면 합의를 통해 예외적으로 연장근로한도를 초과하여 근로할 수 있게 하거나 휴게시간을 변경할 수 있게 하는 제도
  - 주 52시간 적용은 2019년 7월부터 적용되나, 본 제도는 기업규모에 따라 단계별로 적용
    - 5~50인 미만의 사업장은 2021년 7월부터 적용되며, 5인 미만 사업장은 제도의 대상에서 제외되어 소규모 운영이 절대다수를 차지하는 도매 및 상품 중개업의 경우 영향을 미미할 것으로 판단됨.
- 인구고령화는 도·소매업의 고용을 하락시킬 것으로 예상됨.
- 한국은행(2017)에 따르면, 인구의 고령화로 서비스업 중 도·소매업 및 교육업 등의 고용이 하락할 것으로 예상됨.
    - 반대로 사업서비스업, 보건·복지업은 상승하는 것으로 나타남.
  - 한편, 인구고령화는 도·소매업 근로자들에게도 나타나 고령화 가속에 따라 노동생산성의 저하가 우려되는 상황
    - 고용노동부의 고령자고용현황에 따르면 도매 및 소매업 300인 이상 사업장의 경우 2012년 55세 이상 근로자는 5,607명(근로자의 2.2%)에서 2018년 19,707명(근로자의 6.0%)으로 크게 증가
- 코로나19로 인해 도·소매업의 고용은 더욱 악화될 것으로 예상됨.
- 2020년 1월부터 코로나19의 확산으로 도매 및 소매업의 고용은 크게 감소한 것으로 나타남.
    - 고용노동부의 2020년 6월 고용동향에 따르면 도매 및 소매업의 취업

자는 3,505천명으로 전년 동월 대비 176천명이 감소(감소율 4.8%)한 것으로 나타남.

- 2020년 3월 도매 및 소매업의 취업자는 3,527천명이었으나, 4월에는 3,536천명으로 증가하였으나, 5월 3,520천명, 6월 3,505천명 등으로 지속적으로 감소하고 있어 코로나19가 장기화될 경우 소매업의 고용이 악화될 것이 우려되는 상황

- 정부가 전 국민 고용보험을 추진할 경우 도·소매업 사업주들의 가입이 예상되나, 정부지원에 대한 요구의 증가도 예상
- 사업주가 부담해야 하는 고용보험료에 대한 지원요구가 커질 것으로 전망
- 도·소매업 사업장에 근무하고 있는 무급가족종사자의 문제도 해결과제이므로 정책의 설계에 상당한 시간을 요구
- 다만, 도매 및 상품 중개업의 경우 소매업과 달리 상용 근로자의 비중이 높으므로 소매업과 같은 혼란은 덜할 것으로 판단됨.

## 도매업 향후 전망

### 제1절 도매업 구조 및 노동시장 전망

- 유통산업은 농산물·임산물·축산물·수산물(가공 및 조리물 포함) 및 공산품의 도매·소매 및 이를 영위하기 위한 보관·배송·포장과 이와 관련된 정보·용역의 제공 등을 목적으로 하는 산업(유통산업발전법 제 2조 제1호)
- 유통산업의 효율적인 진흥과 균형적인 발전을 도모하고, 건전한 상거래 질서를 확립함으로써 소비자를 보호하고 국민경제의 발전에 이바지하고자 1997년 「유통산업발전법」이 제정
- 도소매업의 경제적 위상은 「유통산업발전법」 제정 이후 큰 변화가 없거나 오히려 감소세
- 1997년 우리나라 도소매업은 GDP의 8.0%였는데, 2019년 7.4%로 감소. 같은 기간 GDP 중 제조업 비중이 18.6%에서 27.1%로 증가한 것과 큰 차이
- 「유통산업발전법」 제정에도 불구하고 도소매업이 제조업에 비해 경제적 위상이 높아지지 않는 원인은 규모의 경제를 이루지 못하고 여전히 영세하기 때문임.

〈표 3-1〉 제조업 vs 도소매업 GDP 대비 비중

(단위: %)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
제조업	18.6	18.6	20.3	22.2	22.0	22.2	22.8	24.1	24.7	25.7	26.3
도소매업	8.0	7.9	8.2	8.4	8.3	8.1	7.6	7.3	7.3	7.3	7.3

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
제조업	27.2	25.9	27.5	28.6	28.3	28.0	27.9	26.6	26.1	26.2	26.6	27.1
도소매업	7.4	7.2	7.3	7.7	7.8	7.9	7.6	7.4	7.3	7.2	7.3	7.4

자료: 한국은행(1997~2019), 국민계정(<http://kosis.kr>).

- 2018년 도매 및 상품중개업 종사자 수 규모별 사업체 수를 살펴보면 1~4명 사업장에 속한 사업체 수가 81.2%로 대다수를 차지하는 반면, 50명 이상 사업장에 속한 사업체 비중은 0.5%에 불과
  - 59.4%의 종사자가 10명 미만의 사업장에 종사하고 있는데, 이들의 매출액은 42.8%
  - 특히 1~4인 사업장 종사자 1인당 매출액을 비교해본 결과 50명 이상 사업장 종사자 1인당 매출액의 32.9%에 불과

〈표 3-2〉 도매 및 상품중개업 규모별 종사자 비중

(단위: 개, 명, 백만 원, %)

	사업체 수	종사자 수	매출액	비중		
				사업체 수	종사자 수	매출액
전 체	319,208	1,285,190	795,093,553	100.0	100.0	100.0
1~4명	259,136	509,761	192,773,537	81.2	39.7	24.2
5~9명	39,897	252,862	148,035,250	12.5	19.7	18.6
10~19명	13,349	172,813	115,364,927	4.2	13.4	14.5
20~49명	5,245	150,868	110,592,629	1.6	11.7	13.9
50명 이상	1,581	198,886	228,327,210	0.5	15.5	28.7

자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

- 1~4명 사업장의 사업체 수 비중이 81.2%에 이른 점을 감안할 때, 도매업의 경쟁력을 강화하기 위한 정부의 지원책과 함께 구조조정도 함께 추진되어야 할 것으로 판단됨.

- 왜냐하면 도소매업은 내수 중심 산업일 뿐 아니라, 시장환경 및 소비자 요구에 따라 급속도로 변화하는 특성을 가지고 있는데, 도매업과 노동 시장에 대한 향후 전망과 관련된 이슈는 코로나19 확산, 직접유통 등의 발달, 근로시간 단축, 최저임금 인상으로 인한 부정적 영향으로 정리될 수 있기 때문임.
  - 앞서 살펴본 바와 같이, 제조업에서 도매업체를 통해 소매업체를 거쳐 소비자에게 연결되는 경로, 대형유통업체(소매)가 도매업체와 소매업체를 겸하는 경로에서,
  - 최근에는 온라인 유통업체(예, 마켓컬리)를 중심으로 소매유통업체가 제조업까지 겸하는 경로로 변화하고 있음.
  - 이에 따라 선형적인 유통경로에서, 방사형 유통경로로 변화하고 있다고 할 수 있음.
- 코로나19 확산
  - 코로나19 확산이 상당기간 지속될 것으로 예상되면서 도매시장을 비롯한 유통산업 전반에 유통시장 위축, 미래 경제에 대한 극심한 불확실성 증가, 투자 및 소비 전반에 대한 연기, 비접촉 비대면 경제로 패러다임 전환 등이 가속화될 것으로 예상됨.
  - 특히 코로나19로 생산업체는 생산을 미루고 도매업체는 제품 확보를 늦추고 소비자는 최대한 구매를 연기하는 소비패턴을 보이게 된다는 연기-투기이론(postponement-speculation theory) 현상이 벌어질 것임.
  - 일부 전문가는 이에 더해 언택트 방식으로 업무 수행이 이행되면서 도매업에서도 이러한 방식이 정착되고 이에 따라 기계화 자동화를 위한 장비 사용이 증가하면서 도매업 종사자가 감소할 것으로 예상함.
- 직접유통 등의 발달
  - 제조업에서 도매업체를 거쳐 소매업체로, 다시 소비자로 연결되는 유통경로에서 도매업체의 역할이 축소되고, 제조업체가 곧 소매업체의 역할까지 겸하게 되면서, 소비자는 제조업체로부터 직접 비대면으로 상품을 공급받는 직접유통이 발전하게 될 것임.
- 근로시간 단축

- 근로시간 52시간제와 도매업 자동화로 인해 도매업 근로자의 노동시간은 점진적으로 단축될 것임.

○ 최저임금 인상

- 내수부진, 4차 산업혁명, 코로나19 등으로 환경이 변화하는 상황에서 최저임금 인상은 유통산업의 고용시장을 악화시킬 가능성이 높음.

## 제2절 도매업 성장 및 경쟁력 전망

□ 2008년부터 2018년까지 도매 및 상품중개업 매출성장률은 1.99%였으며, 규모가 큰 업체일수록 매출성장률이 높았음. 다만 1~4명 사업장의 매출성장률이 1.94%로 50명 이상 사업장 다음으로 성장률이 높았음.

〈표 3-3〉 도매 및 상품중개업 종사자 규모별 매출액 지수

(단위: %)

	2008	2018
전 체	1.0	1.99
1~4명	1.0	1.94
5~9명	1.0	1.70
10~19명	1.0	1.77
20~49명	1.0	1.93
50명 이상	1.0	2.52

자료: 통계청(2018~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

□ 산업용 농축산물 및 동식물도매업, 생활용품도매업, 음식료품 및 담배도매업의 성장률이 상대적으로 높은 편이었으며, 상품중개업의 매출증가율이 상대적으로 낮았음.

□ 하지만 생산성을 분석해 본 결과 매출증가율이 낮은 상품중개업뿐 아니라 매출증가율이 높은 세 업종, 즉 산업용 농축산물 및 동식물도매업, 생활용품도매업, 음식료품 및 담배도매업의 단위매출액이 낮았음.

〈표 3-4〉 도매 및 상품중개업 업종별 매출액 지수

(단위: %)

	2008	2018
전 체	1.0	1.99
상품 중개업	1.0	1.45
산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업	1.0	2.50
음·식료품 및 담배 도매업	1.0	2.26
생활용품 도매업	1.0	2.47
기계장비 및 관련 물품 도매업	1.0	1.79
건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업	1.0	1.67
기타 전문 도매업	1.0	1.84
상품 종합 도매업	1.0	1.75

자료: 통계청(2008~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

- 도매업 및 상품중개업 업종별 단위 매출액을 비교해본 결과, 2008년 이후 2018년까지 연평균 증가율은 큰 성장이 없었음. 다만, 산업용 농축산물 및 동식물 도매업의 건물면적당 단위 매출액이 연평균 2.3% 감소했으며, 상품 종합도매업의 경우 연평균 2.1% 증가했음.
- 2019년 기준으로, 산업체당, 건물연면적당 단위매출액이 도매업 평균을 상회하는 업종은 기타전문도매업이었는데, 2008년에 기계장비 및 관련 물품도매업, 기타전문도매업, 상품 종합도매업이었던 것에 비해 생산성이 감소된 것이라 할 수 있음.
- 특히 2008년에는 산업용 농축산물 및 동식물 도매업만 생산성이 유독 낮은 업종(사업체당 매출액이 도매업 평균의 43.0%, 종사자당 매출액은 61.4%, 건물연면적당 매출액은 34.6%)이었으나, 2019년에는 산업용 농축산물 및 동식물 도매업(사업체당 매출액이 도매업 평균의 50.1%, 종사자당 매출액은 69.6%, 건물연면적당 매출액은 36.4%)뿐 아니라, 건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업(사업체당 매출액이 도매업 평균의 52.9%, 종사자당 매출액은 66.2%, 건물연면적당 매출액은 45.5%)까지 생산성이 유독 낮음.

〈표 3-5〉 도매 및 상품중개업 업종별 단위매출액

(단위: 백만 원, %)

	2008			2018			CAGR(2008~18)		
	사업체 당	종사자 당	건물 면적당	사업체 당	종사자 당	건물 면적당	사업체 당	종사자 당	건물 면적당
전 체	1,785	423	9.0	2,491	619	11	0.4	0.2	0.3
상품 중개업	1,683	367	7.1	1,819	515	8	0.1	0.4	-0.4
산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업	688	233	2.9	1,249	431	4	0.2	0.2	-2.3
음·식료품 및 담배 도매업	1,379	326	7.5	2,076	513	9	0.0	-0.2	0.4
생활용품 도매업	1,275	282	8.2	2,204	499	10	0.4	0.2	-1.3
기계장비 및 관련 물품 도매업	2,082	432	13.3	2,543	567	14	0.9	0.7	1.3
건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업	1,103	338	4.9	1,318	410	5	-0.1	-0.1	1.2
기타 전문 도매업	2,691	725	10.3	3,796	1,071	13	0.8	0.6	1.4
상품 종합 도매업	21,092	1,865	18.5	19,053	2,382	78	-1.1	-1.1	2.1

자료: 통계청(2018~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

□ 2016년부터 2018년까지 사업체 수를 살펴보면 도매 및 상품중개업 사업체 수 증가율은 -0.7%로 정체 중

- 소매업 사업체 증가율 1.0%와 비슷 정체 중이기는 하나 다소 낮음.
- 상품 종합 도매업과 상품 중개업은 연평균 5.6%, 3.0%의 성장세
  - 상품 중개업은 매출액도 증가세이기 때문에 성장이 예상되나, 상품 종합 도매업은 매출액은 연평균 3.3% 성장세로 사업체 수의 조정이 예상됨.
  - 한편, 소매업 사업체 수도 정체기이며, 무점포 소매업만 연평균 11.9%의 성장세
- 코로나19의 등장 이후 가속화되고 있는 비대면산업의 발전, 단위매출액 정체 등을 고려할 때, 전체 도매 및 상품중개업 사업체 수는 완만한 감소세를 보일 것으로 예상됨.

〈표 3-6〉 도매 및 상품 중개업 사업체 수 추이

(단위 : 개, %)

	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
전 체	323,831	320,770	319,208	-0.7
<b>상품 중개업</b>	<b>8,215</b>	<b>8,326</b>	<b>8,711</b>	<b>3.0</b>
산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업	10,760	10,685	10,714	-0.2
음·식료품 및 담배 도매업	74,258	73,866	74,234	0.0
생활용품 도매업	76,157	75,808	75,412	-0.5
기계장비 및 관련 물품 도매업	63,400	61,794	61,532	-1.5
건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업	34,280	34,319	34,276	0.0
기타 전문 도매업	54,547	53,534	51,861	-2.5
<b>상품 종합 도매업</b>	<b>2,214</b>	<b>2,438</b>	<b>2,468</b>	<b>5.6</b>

자료 : 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

〈표 3-7〉 소매업(자동차 제외) 사업체 수 추이

(단위 : 개, %)

	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
전 체	663,741	672,216	676,718	1.0
종합 소매업	111,189	114,882	112,189	0.4
음·식료품 및 담배 소매업	103,483	104,617	106,837	1.6
가전제품 및 정보 통신장비 소매업	36,444	37,260	38,617	2.9
섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	156,542	157,445	157,908	0.4
기타 생활용품 소매업	55,661	55,328	54,506	-1.0
문화, 오락 및 여가 용품 소매업	31,749	31,519	30,208	-2.5
연료 소매업	19,503	19,588	19,195	-0.8
기타 상품 전문 소매업	124,122	125,460	125,872	0.7
무점포 소매업	25,048	26,117	31,386	11.9

자료 : 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

□ 2016년부터 2018년까지 매출액을 살펴보면 도매 및 상품중개업 매출액  
증가율은 5.9%로 성장세

○ 소매업 매출액 증가율 5.3%와 비슷한 수준

- 기타 전문 도매업, 기계장비 및 관련 물품 도매업, 상품중개업은 연평균 11.4%, 8.6%, 6.5% 성장세
  - 기타 전문 도매업 중 연료, 연료용 광물 및 관련제품 도매업의 연평균 증가율은 24.1%로 급성장 중. 상품 중개업 중 연료, 광물, 1차 금속, 비료 및 화학제품 중개업도 연평균 15.0%의 성장세인 것을 미루어, 석유, 가스, 석탄 등 천연광물 등 기초적인 원료가 많이 쓰이고 있는 것은 광물 가격과 산업발전 등과 밀접한 연관이 있을 것으로 사료됨. 다음으로 재생용 재료 및 기타 상품 전문 도매업, 화학 물질 및 화학제품 도매업, 1차 금속제품 및 금속 광물 도매업, 종이 원지, 판지, 종이 상자 도매업 등의 순. 방직용 섬유, 실 및 작물 도매업만 연평균 4.7% 감소세. 비대면 환경으로 변화하는 트렌드를 고려할 때 코로나19 이후부터 종이, 원지, 판지, 종이상자 도매업은 택배물량 증가로 성장세를 보일 것으로 예상됨.
  - ‘기계장비 및 관련 물품 도매업’ 중 연평균 증가율이 높은 업종은 컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 도매업, 가전제품 통신장비 및 부품 도매업, 기타 기계 및 장비 도매업, 산업용 기계 및 장비 도매업 등의 순. 기타 기계 및 장비 도매업 중에서는 의료기기 도매업(연평균 성장률 9.0%), 전기용 기계·장비 및 관련 기자재 도매업(연평균 성장률 10.9%), 전지 및 케이블 도매업(연평균 성장률 12.8%) 등이 특히 성장세. 의료기기의 중요성이 증대되고 비대면이 활성화되고 있는 현재 상황에서는 이들 세 업종의 성장률이 더 높아질 것으로 예상됨.
  - ‘상품 중개업’은 연평균 6.5% 성장세. 상품 중개업에 속한 세세분류 업종까지 확인해본 결과, 목재 및 건축자재 중기업, 연료, 광물, 1차 금속, 비료 및 화학제품 중개업, 음식료품 및 담배 중개업이 연평균 10%를 넘는 성장세. 다음으로 산업용 농축산물, 섬유원료 및 동물 중개업 등의 순
- 하지만 앞 절에서 살펴보았듯이, 도매업이 대형유통업체(소매)와 제조업체와 통합되어 가는 트렌드, 코로나19의 등장 이후 가속화되고 있는 비대면산업의 발전, 단위매출액 정체 등을 고려할 때, 도매 및 상품중개업 전체적으로는 매출액 감소가 이루어질 것으로 예상됨.

〈표 3-8〉 도매 및 상품 증개업 매출액 추이

(단위: 백만 원, %)

	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
전 체	709,562,725	770,079,776	795,093,553	5.9
<b>상품 증개업</b>	<b>13,964,241</b>	<b>14,942,341</b>	<b>15,841,438</b>	<b>6.5</b>
산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업	12,721,326	13,034,599	13,378,607	2.6
음·식료품 및 담배 도매업	146,523,121	153,523,443	154,134,717	2.6
생활용품 도매업	157,961,456	160,536,269	166,176,498	2.6
기계장비 및 관련 물품 도매업	132,670,507	143,372,041	156,488,974	8.6
건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업	42,927,897	45,805,242	45,180,719	2.6
<b>기타 전문 도매업</b>	<b>158,742,611</b>	<b>187,077,141</b>	<b>196,870,953</b>	<b>11.4</b>
상품 종합 도매업	44,051,566	51,788,700	47,021,647	3.3

자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(http://kosis.kr).

〈표 3-9〉 소매업(자동차 제외) 매출액 추이

(단위: 백만 원, %)

	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
전 체	362,069,408	381,558,917	401,211,772	5.3
종합 소매업	127,197,854	129,248,704	132,908,250	2.2
음·식료품 및 담배 소매업	22,352,540	24,002,140	24,989,717	5.7
가전제품 및 정보 통신장비 소매업	27,827,064	30,984,902	32,643,692	8.3
섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	35,951,069	36,664,603	37,972,566	2.8
기타 생활용품 소매업	12,633,347	13,417,850	13,639,907	3.9
문화, 오락 및 여가 용품 소매업	9,046,341	9,181,506	9,390,366	1.9
연료 소매업	45,440,138	52,109,750	57,254,111	12.2
기타 상품 전문 소매업	40,570,952	42,915,372	45,831,213	6.3
무점포 소매업	41,050,103	43,034,090	46,581,950	6.5

자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(http://kosis.kr).

□ 2016년부터 2018년까지 종사자 수를 살펴보면 도매 및 상품증개업 종사자 수 증가율은 0.3%로 정체 중

○ 소매업 종사자 수 증가율 2.8%보다 낮음

○ 모든 업종에서 종사자 수가 큰 변화 없는 상태

〈표 3-10〉 도매 및 상품 증개업 종사자 수 추이

(단위: 백만 원, %)

	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
전 체	1,277,841	1,269,734	1,285,190	0.3
상품 증개업	30,171	30,120	30,775	1.0
산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업	31,133	30,952	31,056	-0.1
음·식료품 및 담배 도매업	295,895	294,487	300,276	0.7
생활용품 도매업	329,132	328,282	333,010	0.6
기계장비 및 관련 물품 도매업	274,205	270,345	276,225	0.4
건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업	110,112	110,547	110,283	0.1
기타 전문 도매업	187,276	185,493	183,825	-0.9
상품 종합 도매업	19,917	19,508	19,740	-0.4

자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

〈표 3-11〉 소매업(자동차 제외) 종사자 수 추이

(단위: 백만 원, %)

	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
전 체	1,731,265	1,773,340	1,830,865	2.8
종합 소매업	448,927	468,441	493,001	4.8
음·식료품 및 담배 소매업	189,557	195,631	202,003	3.2
가전제품 및 정보 통신장비 소매업	94,951	92,660	97,620	1.4
섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	294,124	304,849	302,377	1.4
기타 생활용품 소매업	100,816	101,593	101,696	0.4
문화, 오락 및 여가 용품 소매업	63,031	62,650	60,923	-1.7
연료 소매업	68,753	69,831	66,864	-1.4
기타 상품 전문 소매업	257,197	264,321	272,699	3.0
무점포 소매업	213,909	213,364	233,682	4.5

자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

〈표 3-12〉 도매 및 상품 중개업 사업체 수, 매출액 증가율, 종사자 수 연평균증가율

(단위: %)

산업별	사업체 수	매출액	종사자 수
도매 및 소매업(45~47)	0.5	5.6	1.7
도매 및 상품 중개업	-0.7	5.9	0.3
상품 중개업	3.0	6.5	1.0
상품 중개업	3.0	6.5	1.0
산업용 농·축산물, 섬유 원료 및 동물 중개업	-7.6	9.1	-5.3
음·식료품 및 담배 중개업	3.5	12.2	3.5
섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 중개업	3.1	4.8	2.0
목재 및 건축자재 중개업	26.0	17.4	17.2
연료, 광물, 1차 금속, 비료 및 화학제품 중개업	10.8	15.0	8.0
기계 및 장비 중개업	5.3	4.1	2.3
그 외 기타 특정 상품 중개업	-0.1	-4.3	-2.7
상품 종합 중개업	-0.6	-0.1	-4.9
산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업	-0.2	2.6	-0.1
산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업	-0.2	2.6	-0.1
곡물 및 유지작물 도매업	-0.1	9.0	0.3
종자 및 묘목 도매업	-0.2	-8.0	-1.7
사료 도매업	-0.3	1.1	1.9
화훼류 및 식물 도매업	0.4	3.9	-0.2
육지 동물 및 애완 동물 도매업	8.9	1.5	10.5
기타 산업용 농산물 도매업	-2.4	-5.5	-4.5
음·식료품 및 담배 도매업	0.0	2.6	0.7
신선 식품 및 단순 가공 식품 도매업	0.3	2.8	1.2
과실류 도매업	0.8	4.6	0.1
채소류, 서류 및 향신작물류 도매업	-0.6	0.9	0.0
육류 도매업	-0.6	1.9	1.3
건어물 및 젓갈류 도매업	-0.9	5.4	1.4
신선, 냉동 및 기타 수산물 도매업	0.5	4.6	2.1
기타 신선 식품 및 단순 가공 식품 도매업	9.2	2.6	5.6
가공식품 도매업	-0.1	3.1	0.7
육류 가공식품 도매업	8.7	13.1	9.9
수산물 가공식품 도매업	1.0	5.8	-0.9
빵류, 과자류, 당류, 초콜릿 도매업	0.3	-0.9	0.7
낙농품 및 동·식물성 유지 도매업	-1.6	-0.5	-3.1
커피 및 차류 도매업	2.5	0.0	-1.6
조미료 도매업	-1.0	1.6	-0.7
기타 가공식품 도매업	-1.1	4.1	1.7
음료 및 담배 도매업	-1.6	0.4	-0.6
주류 도매업	0.2	1.8	-0.5
비알코올 음료 도매업	-3.0	1.2	-1.5
담배 도매업	3.0	-6.7	2.4
생활용품 도매업	-0.5	2.6	0.6
생활용 섬유제품, 의복, 의복 액세서리 및 모피제품 도매업	-1.7	-3.7	-1.6

〈표 3-12〉의 계속

산업별	사업체 수	매출액	종사자 수
생활용 섬유 및 실 도매업	-1.9	3.0	-0.1
커튼 및 침구용품 도매업	0.1	5.6	6.2
남녀용 겹옷 및 셔츠 도매업	-1.4	-4.8	-1.0
유아용 의류 도매업	1.5	-2.2	-2.8
속옷 및 잠옷 도매업	-4.6	0.0	-10.7
가죽 및 모피 제품 도매업	-5.1	-4.7	6.6
의복 액세서리 및 모조 장신구 도매업	-2.9	0.0	-4.0
기타 생활용 섬유 및 직물 제품 도매업	2.0	1.5	2.0
신발 도매업	-3.1	13.1	0.8
신발 도매업	-3.1	13.1	0.8
생활용 가구, 조명기구 및 비전기식 생활용기기 도매업	-0.4	5.5	1.5
생활용 가구 도매업	1.7	13.2	5.8
전구, 램프 및 조명장치 도매업	0.0	1.8	1.5
생활용 유리·요업·목재·금속 제품 및 날붙이 도매업	-2.3	1.8	-1.2
기타 비전기식 생활용 기기 및 기구 도매업	7.3	9.1	4.1
의약품, 의료용품 및 화장품 도매업	4.2	6.1	3.3
의약품 도매업	6.0	6.8	3.7
의료용품 도매업	7.8	6.9	4.7
화장품 및 화장용품 도매업	3.5	5.3	3.4
비누 및 세정제 도매업	-3.5	-4.8	-3.4
생활용 포장·위생용품, 문구용품 및 출판 인쇄물 도매업	-1.8	4.0	-2.3
생활용 포장 및 위생용품, 봉투 및 유사 제품 도매업	-0.3	1.1	-0.5
문구용품, 회화용품, 사무용품 도매업	-1.6	6.9	-1.1
서적, 잡지 및 기타 인쇄물 도매업	-3.6	2.6	-5.3
음반 및 비디오물, 악기, 오락 및 경기용품 도매업	0.3	1.2	0.5
음반 및 비디오물 도매업	4.0	16.4	7.4
악기 도매업	-2.0	12.1	4.1
장난감 및 취미, 오락용품 도매업	0.3	0.4	0.7
운동 및 경기용품 도매업	-0.2	-0.6	-1.2
자전거 및 기타 운송장비 도매업	2.4	-0.2	3.2
가방, 시계, 안경 및 기타 생활용품 도매업	-2.3	-1.3	0.1
가방 및 보호용 케이스 도매업	-4.8	-6.4	0.2
시계 및 귀금속 제품 도매업	-0.9	4.1	-0.8
안경, 사진장비 및 광학용품 도매업	1.9	-3.1	2.0
그 외 기타 생활용품 도매업	-3.1	-0.9	-0.5
기계장비 및 관련 물품 도매업	-1.5	8.6	0.4
컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 도매업	-4.3	11.1	-1.3
컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 도매업	-4.3	11.1	-1.3
가전제품, 통신장비 및 부품 도매업	-2.5	10.0	0.5
가전제품 및 부품 도매업	-2.6	11.0	1.5
통신·방송장비 및 부품 도매업	-2.5	8.9	-0.6

〈표 3-12〉의 계속

산업별	사업체 수	매출액	종사자 수
생활용 섬유 및 실 도매업	-1.9	3.0	-0.1
산업용 기계 및 장비 도매업	0.9	6.4	0.8
농림업용 기계 및 장비 도매업	1.3	4.1	2.4
건설·광업용 기계 및 장비 도매업	-1.6	6.0	-0.4
공작용 기계 및 장비 도매업	1.0	1.4	-1.7
기타 산업용 기계 및 장비 도매업	2.1	11.0	2.3
기타 기계 및 장비 도매업	-1.4	7.9	0.6
사무용 가구 및 기기 도매업	-4.9	-2.2	-4.2
의료 기기 도매업	0.1	9.0	1.7
정밀 기기 및 과학 기기 도매업	-2.4	4.5	0.3
수송용 운송장비 도매업	-6.6	-2.1	-9.4
전기용 기계·장비 및 관련 기자재 도매업	-0.8	10.9	1.2
전자 및 케이블 도매업	2.4	12.8	1.8
그 외 기타 기계 및 장비 도매업	-1.2	4.3	1.9
건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업	0.0	2.6	0.1
일반 건축자재 도매업	-0.6	1.6	0.4
원목 및 건축관련 목제품 도매업	-0.3	2.3	0.2
골재, 벽돌 및 시멘트 도매업	-0.8	1.2	1.2
유리 및 창호 도매업	-0.9	0.8	-0.9
냉·난방장치 및 철물, 수공구 도매업	0.0	3.7	0.4
배관 및 냉·난방장치 도매업	1.8	7.9	2.4
철물, 금속 파스너 및 수공구 도매업	-0.6	1.7	-0.4
기타 건축자재 도매업	0.5	2.6	-0.4
도로 도매업	-1.7	-1.3	-2.9
벽지 및 장판류 도매업	-1.2	2.6	-2.6
그 외 기타 건축자재 도매업	1.6	3.7	0.8
기타 전문 도매업	-2.5	11.4	-0.9
연료, 연료용 광물 및 관련제품 도매업	-1.8	24.1	0.6
고체 연료 및 관련제품 도매업	-3.6	18.4	0.7
액체 연료 및 관련제품 도매업	-2.3	28.3	0.4
기체 연료 및 관련제품 도매업	0.4	9.9	0.8
1차 금속제품 및 금속광물 도매업	-2.6	6.4	-0.4
1차 금속제품 도매업	-3.0	5.9	-0.5
금속광물 도매업	5.8	26.8	3.3
화학 물질 및 화학제품 도매업	-0.9	8.1	0.5
염료, 안료 및 관련제품 도매업	0.7	8.7	2.1
비료 및 농약 도매업	0.2	4.9	2.0
플라스틱 물질 및 합성고무 도매업	-2.1	6.1	-0.2
기타 화학 물질 및 화학제품 도매업	-1.7	9.6	-0.3
방직용 섬유, 실 및 직물 도매업	-3.9	-4.7	-5.2
방직용 섬유 및 실 도매업	-3.9	-3.5	-5.0
직물 도매업	-3.9	-5.1	-5.3

〈표 3-12〉의 계속

산업별	사업체 수	매출액	종사자 수
생활용 섬유 및 실 도매업	-1.9	3.0	-0.1
종이 원지, 판지, 종이상자 도매업	9.7	6.0	5.5
종이 원지, 판지, 종이상자 도매업	9.7	6.0	5.5
재생용 재료 및 기타 상품 전문 도매업	-3.2	12.6	-1.5
재생용 재료 수집 및 판매업	-3.4	15.7	-1.4
그 외 기타 상품 전문 도매업	-2.2	2.7	-1.8
상품 종합 도매업	5.6	3.3	-0.4
상품 종합 도매업	5.6	3.3	-0.4
상품 종합 도매업	5.6	3.3	-0.4

주: 2016년~2018년 연평균 증가율.  
 자료: 통계청(2016~2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

## 제4장

# 도매업 관련 제도 및 정부정책

- 도매업 관련 제도 및 정책은 크게 중소기업 도매 물류센터 지원정책, 대형 유통업체(소매)에 대한 규제정책 등으로 볼 수 있음.
- 중기부의 다양한 지원 정책이 운영 중인 소매업과 달리 직접적인 도매업 정책은 중소기업 도매 물류센터 지원정책이 유일
- 대형 유통업체(소매)에 대한 규제정책을 통해 도매업이 간접적으로 영향 받고 있음.
- 직접적인 도매 지원정책은 아니지만, 국토부의 물류정책이 있음.
- 도매업 관련 제도 및 정책에서 살펴볼 수 있듯이 도매업 근로자의 인력수급, 직업훈련 등에 관한 정부 지원은 마련되어 있지 못함.
  
- 중소기업 도매 물류센터 지원 정책
- 사업목적 : 유통 물류 구조 개선 및 비용절감을 통해 중소기업체의 경쟁력 제고
- 근거 : 「유통산업발전법」 제4장 제17조의2(중소기업공동도매물류센터에 대한 지원)
- 연혁 : 2002년 대통령 공약사업으로 시작
- 사업규모 : 전국 중소기업체(50인 이상 공동 사업자)
- 사업시행방법 : 지자체 보조

- 사업시행주체 : 지방자치단체(시·도)
  - 사업수혜자 : 중소 종합소매업자 50인 이상 또는 도매업 10인 이상 공동사업자
  - 사업내용 : 중소 도소매업이 공동구매 및 배송을 통한 경쟁력을 제고할 수 있도록 물류센터 건립을 지원하고 공동구매 및 배송을 지원
- 대형 유통업체(소매) 규제 정책
- 대형 유통업체 규제는 「유통산업발전법」에 따라 출점제한 및 영업규제로 구분
  - 출점규제는 전통상업보존지역을 지정하여 대규모점포 등의 출점을 제한하고 있음.
    - 전통상업보존지역 : 특별자치시장·시장·군수·구청장이 지역 유통산업의 전통과 역사를 보존하기 위하여 전통시장이나 전통상점가의 경계로부터 1킬로미터 이내의 범위에서 해당 지방자치단체의 조례로 정하고, 대규모점포와 준대규모점포의 입점을 제한할 수 있도록 하고 있음.
  - 영업규제는 대규모점포 등의 영업시간 제한 및 의무휴업일을 운영하도록 의무화한 제도
    - 영업시간 제한 : 특별자치시장·시장·군수·구청장이 오전 0시부터 오전 10시까지의 범위에서 영업시간을 제한할 수 있도록 함.
    - 의무휴업일 : 매월 이틀을 의무휴업일로 지정하여야 하며, 이 경우 의무휴업일은 공휴일 중에서 지정함을 원칙으로 함.
    - 영업시간 제한과 의무휴업일 영업금지 등으로 인해 대형 유통업체들은 의무휴업일에는 온라인배송도 금지이며, 영업시간 제한으로 새벽 배송 등이 금지되어 있음.
  - 대형 유통업체(소매)의 영업 중단은 의무휴업 대상인 대형 유통업체에 납품하는 도매업체와 인근 경쟁 중소 도매업체에도 영향을 미치고 있음. 특히 대형 유통업체 납품 도매업체의 고용과 임금에는 부정적 영향이 나타날 것으로 예측됨.

□ 물류정책

- 국토부는 불필요한 물류비를 절감하여 기업의 경쟁력을 높이고 물가 상승을 억제하기 위해 물류의 효율화 정책을 추진 중
- 특히 변화하는 환경에 맞춰 스마트 물류기술 개발 및 투자 확대, 물류인프라 구축 및 효율적 운영, 제3자 물류시스템 등을 추진 중



## 도매업 노동시장 문제점

□ 도매업 노동시장과 관련된 문제점은 도매업 자체의 문제와 정부의 고용 정책으로 인한 문제로 나뉨.

〈표 5-1〉 도매업 노동시장 현황 및 문제점

현황 및 문제점		고용영향평가 연구과제
도매업	높은 영세성, 낮은 노동생산성, 열악한 노동조건 ① 전통적인 도매업에서 상품중개업으로 전환 ③ 불공정거래와 낙후된 상거래관행 ①②③ 도매업의 성장 정체 및 축소	① 상품중개업으로의 구조 전환이 고용에 미치는 영향  ② 대기업 소매업체와 제조업체의 도매업 확장이 중소 도매유통 노동시장에 미친 영향
유통환경	내수부진 ② 소매업체와 제조업체의 도매시장 진출 ①② 비대면화로 인한 구조 변화	③ 의류도매업의 붕괴가 의류산업과 노동시장에 미친 영향
정부정책	①②③ 도매업에 대한 경쟁력강화 정책 전무 ① 물류정책에 대한 강화 최저임금인상, 근로시간 단축, 전국민 고용보험 확대	

- 도매업의 문제: 도매업의 영세성, 도매업의 낮은 노동생산성, 열악한 노동조건, 전통적인 도매업에서 상품중개업으로 전환, 도매업의 불공정거래와 낙후된 상거래관행
- 유통환경의 문제: 내수 부진, 대형유통업체(소매)·제조업체의 도매시장 진출, 4차산업혁명으로 촉발된 비대면 채널이 코로나18로 가속화
- 정부의 정책 문제: 최저임금 인상, 근로시간 단축, 전국민 고용보험 확대 등이 도매업 노동시장에 부정적으로 작용

□ 도매업의 문제

○ 도매업의 영세성

- 도매업 근로자는 큰 변동 없이 유지 중인 가운데, 소규모 사업체에 근로자가 집중
- 소규모 사업체일수록, 임시일용근로자일수록 낮은 임금 물류기반을 제대로 갖추고 있지 못함.

○ 낮은 노동생산성

- 노동생산성은 소매업에 비해서는 높은 편이나, 여전히 낮은 수준

○ 열악한 노동조건

- 도매업이 소매업에 비해 이직률은 낮은 편이나, 임시일용근로자일수록 이직률은 높은 편
- 도매업에 임시일용근로자의 비중이 3.1%에 불과할 정도로 소수(소매업은 11.8%)
- 도매업의 경우 소매업에 비해 고정된 업무가 안정적으로 지속되기 때문에 상용근로자 채용 비중이 높음. 대신 단순노무 등의 고강도 물류 업무에만 임시일용근로자를 활용하고 있는 것으로 풀이됨

○ 전통적인 도매업에서 상품중개업으로 전환

- 동일한 내용을 영위하는 업종이나 상품소유권 유무에 따라 비교해본 결과 상품중개업이 일부 업종(사업체수와 종사자수가 일부 감소하는 산업용 농축산물 섬유원료 및 동물중개업, 상품종합중개업)을 제외하고는 사업체수, 매출액, 종사자수에 있어서 도매업에 비해 성장세
- 도매업의 경우도 매출액은 모든 업종이 증가세였으나, 생활용 섬유제품, 의복, 의복액세서리 및 모피제품 도매업, 즉 의류도매업의 경우만 감소세

○ 도매업의 불공정거래와 낙후된 상거래관행

- 도매업체와 소매업체, 도매업체와 도매업체간에 불공정거래
- 무자료거래의 등 낙후된 상거래관행(남윤형, 2013)
- 도매업의 유통정보화 미흡해 유통정보화 수준이 선진국에 비해 뒤쳐짐(원천식, 2001).

〈표 5-2〉 상품중개업 vs 도매업 사업체 수, 매출액, 종사자 수 증가율 비교

(단위: %)

상품 중개업	사업체수	매출액	종사자수	도매업	사업체수	매출액	종사자수
산업용 농·축산물, 섬유 원료 및 동물 중개업	-7.6	9.1	-5.3	산업용 농·축산물 및 동·식물 도매업	-0.2	2.6	-0.1
음·식료품 및 담배 중개업	3.5	12.2	3.5	음·식료품 및 담배 도매업	0.0	2.6	0.7
섬유, 의복, 신발 및 가죽 제품 중개업	3.1	4.8	2.0	생활용 섬유 제품, 의복, 의복 액세서리 및 모피 제품 도매업	-1.7	-3.7	-1.6
목재 및 건축 자재 중개업	26.0	17.4	17.2	건축 자재, 철물 및 난방 장치 도매업	0.0	2.6	0.1
연료, 광물, 1차 금속, 비료 및 화학 제품 중개업	10.8	15.0	8.0	기타 전문 도매업	-2.5	11.4	-0.9
기계 및 장비 중개업	5.3	4.1	2.3	기계장비 및 관련 물품 도매업	-1.5	8.6	0.4
상품 종합 중개업	-0.6	-0.1	-4.9	상품 종합 도매업	5.6	3.3	-0.4

자료: 통계청(2016-2018), 서비스업조사(<http://kosis.kr>).

□ 유통환경의 문제

○ 내수 부진

- 유통산업은 내수 의존도가 높은 산업. 그런데 내수 회복 지연과 코로나19로 불경기가 지속되고 있으며, 제조업, 건설업, 운수 및 창고업 등 산업을 가리지 않고 침체되는 상황. 이에 따라 관련 도매업의 하락세가 지속될 것으로 예상된다.

○ 대형유통업체(소매)·제조업체의 도매시장 진출

- 비대면 채널의 활성화로 소비자에게 더 빠르고 싸게 차별화된 상품을 공급해야 하는 필요성이 대두
  - 이에 따라 대형유통업체(소매)는 제조업체로부터 직접 제품을 공급받아 자사 채널에서 판매하거나, 제조업체를 인수하여 소비자에게 직접 판매
  - 제조업체는 자체 온라인채널 등을 활용하여 소비자에게 직접 상품을 판매
  - 대형유통업체(소매), 제조업체의 도매시장 진출은 상대적으로 경쟁력이 약한 중소도매업체의 사업체 및 고용 감소를 유발할 것임.
- 4차산업혁명으로 촉발된 비대면 채널이 코로나19로 가속화
- 인터넷, AI 등 혁신기술은 기존 일자리를 위협하는 요인으로 작용하여 도매업 분야 고용감소를 유발할 것임.
  - 다만, 새로운 기술이 도입됨에 따라 이 기술을 운용할 수 있는 신규 인력에 대한 수요는 증가할 수는 있으나, 현 오프라인 중심의 중소유통업체는 그 수요를 실천하기 어려우므로 도태될 가능성이 높음.
  - 즉 디지털화의 가속은 배달 등 플랫폼 비즈니스 종사자를 증가시킬 것으로 보이나, 이 또한 인건비 부담으로 인해 이들을 대체하는 기술 및 사업모델 혁신이 도입됨에 따라 궁극적으로 고용시장의 악화가 이어질 전망

□ 정부의 정책 문제

- 도매업의 경쟁력을 강화하지 못하면 제조업과 소매업에 주도권을 뺏기고 도매기능을 상실할 상황. 경쟁력 강화를 위해서는 조직화, 대형화를 통해 도매기능 혁신을 하는 것이 필수적이며, 교육이나 경영컨설팅을 통해 수익증대를 해야 함.
- 하지만 도매업에 대한 정부 지원정책 미비로 경쟁력 강화의 기회를 갖지 못함. 정부의 적극적인 지원 정책이 없는 한, 도매업 노동시장에 부정적 영향을 미칠 것임.
  - 중소유통 도매 물류센터가 2004년부터 운영 중이기는 하나, 도매업

- 의 활성화가 아닌, 소매업체의 가격 경쟁력 강화로 추진된 정책
- 최저임금 인상은 도매업의 가격경쟁력 저하, 매출 둔화, 수익성 악화의 원인으로 작용됨.
    - 경제 어려움이 지속되는 상황에서 최저임금 인상은 도매업 사업주에게 인건비 상승에 따른 부담으로 작용. 특히 도매업은 소매업과 달리 상용근로자의 비중이 높는데, 수익악화는 상용근로자의 감소까지 이어질 가능성 있음.
  - 근로시간 단축은 스마트물류라는 자동화·지능화를 촉발할 것이고, 궁극적으로 도매업 노동시장에 부정적으로 작용할 것으로 예상됨.
    - 낮은 숙련도 및 낮은 임금시장인 도매업 노동시장의 경우 기계장치가 인력을 대체할 가능성이 매우 높으므로 도매업의 고용감소를 초래할 것으로 예상됨.
  - 전국민 고용보험 확대는 도매업 노동시장에 부정적으로 작용할 것으로 예상됨.
    - 전통적인 노동집약적 산업이며, 도매업의 경우 고용보험 의무가입은 업체의 경영부담으로 작용하여 기존 근로자의 감소까지 이어질 가능성 높음.

## 정책고용영향평가 연구과제 후보 제안

### 제1절 대형 유통업체(소매)의 도매업 진출이 노동시장에 미친 영향: 식자재유통시장을 중심으로

#### □ 배경 및 목적

- (배경) 유통시장 완전개방으로부터 국내 유통업체를 보호하기 위해 제정된 「유통산업발전법」, 경쟁력을 갖춘 대형 유통업체(소매)가 도매시장에 까지 진출하게 되면서 도매시장이 붕괴되었으며, 입지가 좁아진 중소도매상 상당수가 식자재마트라는 새로운 형태로 진화. 최근에는 식자재마트 이외에 대기업 식자재유통업체, 온라인 식자재 플랫폼 등 새로운 형태의 등장으로 중소 도매유통시장이 큰 변화를 겪고 있음.
- (목적) 대형 유통업체(소매)의 도매업 진출이 중소 도매유통업 노동시장에 미친 영향을 규명

#### □ 주요 연구내용

- 「유통산업발전법」 제정 직후부터 현재까지 도매업 노동시장 고용현황 분석
- 식자재마트, 대기업 식자재유통업체, 온라인 식자재 플랫폼 등 새로운 업체가 중소 도매유통업 고용변화에 미친 영향 분석

- 영업시간 규제, 의무휴업일 등 규제에 식자재마트 등 새로운 업태가 포함될 경우 도매업 노동시장에 미칠 영향력을 분석

□ 관련 정책

- 고용유지지원금 : 사업주가 고용보험에 가입하고 있는 직원의 고용유지 조치(휴업 또는 휴직)하고 휴업 또는 휴직수당(평균임금의 70%)을 지급할 경우 1일 최대 66,000원(월 198만 원) 내에서 사업주 부담의 최대 75%를 지원하는 제도
- 「유통산업발전법」, 「식품위생법」, 「축산물 위생관리법」 등

□ 기대효과

- 소비재시장에 있어 도매유통 노동시장의 변화를 시계열적으로 분석하여 향후 노동시장 변화 방향을 예측
- 경쟁력 강화 정책 수립 및 도매업 고용유지를 위한 지원수준 결정에 활용

## 제2절 코로나19, 제4차 산업혁명으로 인한 신기술 도입이 도매업 고용에 미치는 영향

□ 배경 및 목적

- (배경) 제4차 산업혁명 시대 도래에 따라 인터넷, 모바일, 스마트물류, 드론, 배달로봇 등 인력을 대체할 수 있는 신기술이 도매업 분야에도 빠르게 확산되고 있음.
- (목적) 인력대체 신기술에 따라 도매업의 고용이 어떻게 변화되고 있는지 파악

□ 주요 연구내용

- 코로나19 이후 매출감소 추세와 고용현황 분석
- 인력대체 신기술 분석: 기술의 인력대체 수준
- 신기술 도입 소매업체의 고용변화 분석
- 신기술 도입된 직무분석
- 신기술 도입에 따른 필요 일자리 수요예측 등

□ 관련 정책

- 비대면 비즈니스 디지털혁신기술개발사업: 비대면 비즈니스에 필요한 ICT 특화 기술 개발 및 활성화에 필요한 비대면 비즈니스 디지털혁신 기술개발을 지원
- 생활혁신형 기술개발: 새로운 BM개발, 제품·서비스 개선 등을 통해 급변하는 경영환경(소비·유통·트렌드 변화, 4차 산업혁명에 따른 신기술 등장 등)에 소상공인이 원활히 대응할 수 있도록 지원
- 일학습병행제: 산업현장에서 요구하는 실무형 인재를 기르기 위해 취업을 원하는 청년 등을 '학습근로자'로 채용하여 교육훈련 프로그램(비용)을 제공 등

□ 기대효과

- 신기술 교육 및 직업훈련 정책방향 결정에 활용
- 제4차 산업혁명 진행에 따른 고용정책 결정에 활용

### 제3절 도매업에서 상품 중개업으로의 전환이 고용에 미치는 영향

□ 배경 및 목적

- (배경) 동일한 상품을 판매하는 과정이나 최근에는 상품매매를 중개하고 이에 대한 수수료를 수취하는 경우인 상품 중개업으로 전환되는 추세  
산업용 농축산물, 섬유 원료 및 동물 중개업-산업용 농축산물 및 동식물 도매업, 음식료품 및 담배 중개업-음식료품 및 담배 도매업, 섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 중개업-생활용 섬유 및 실 도매업, 목재 및 건축자재 중개업-건축 자재, 철물 및 난방장치 도매업, 연료, 광물, 1차 금속, 비료 및 화학제품 중개업-연료, 연료용 광물 및 관련제품 도매업, 기계 및 장비 중개업-기계 장비 및 관련 물품 도매업, 상품 종합 중개업-상품 종합 도매업 모두 중개업의 성장률이 높음.
- (목적) 도매업에서 상품 중개업으로의 전환이 고용에 어떤 영향을 미치는지 파악

□ 주요 연구내용

- 동일한 상품을 판매하는 도매업-중개업 간 시장 현황을 파악
- 도매업에서 중개업으로 변화되는 원인을 규명
- 도매업과 중개업 간의 장단점 비교
- 도매업과 중개업의 고용 형태의 차이 분석(직접 고용 vs 재3자 물류 활용 등)

□ 기대효과

- 고용정책 결정에 활용



제2부

## 소매업 노동시장 진단



## 소매업 현황

## 제1절 소매업의 정의 및 시장규모

## 1. 소매업의 정의 및 종류

- 소매업은 개인 및 소비자용 상품(신품, 중고품)을 변형하지 않고 일반 대중에게 재판매하는 산업활동(통계청, 한국표준산업분류 G47)
- 백화점, 점포, 노점, 배달 또는 통신 판매, 소비조합, 행사인, 경매 등이 포함됨.
  - 일반적으로 자신들이 판매하는 상품에 대한 소유권을 갖고 판매하거나 계약(위탁) 또는 수수료에 의하여 소유자를 대리하여 상품을 판매함.
  - 소매업은 일반 대중이 용이하게 상품을 구매할 수 있도록 진열 매장을 개설하여 판매하는 경우가 일반적이나 가정 방문 및 배달 판매, 이동 판매, 전자 통신 및 우편 등으로 통신 판매하거나 행사 형식으로 고객을 유치하여 판매하기도 함.
- 소매업은 소비재 중심의 판매활동이 주로 이루어짐.
  - 소매업 분야에서 판매되는 상품은 소비재로 한정되므로 통상 광물, 원유, 산업용 화합물, 철강 및 산업용 기계장비 등과 같은 산업용 기

계·장비 및 용품 판매는 포함되지 않음.

- 철물 및 기계 공구, 페인트, 목재 등은 산업용품이지만 일반 대중을 대상으로 직접 판매할 수 있는 매장을 개설하고 자가 사용자에게 직접 판매하는 경우에는 소매업으로 볼 수 있음.
- 상품 판매와 관련하여 상품의 본질적 성질을 변환시키지 않는 처리활동(분할, 냉장, 포장, 절단 등)이 부수적으로 포함될 수 있음.
- 소매활동과 관련하여 자기가 판매하는 개인 및 가정용품의 설치활동이 부수적으로 포함될 수 있음.

□ 소매업의 종류는 종합 소매업, 전문 소매업, 중고품 소매업, 무점포 소매업 등으로 구분(통계청, 한국표준산업분류)

○ 종합 소매업

- 일반대중을 대상으로 직접 판매할 수 있는 매장을 개설하고 식품 또는 비식품 위주의 각종 상품을 종합적으로 소매하는 산업활동  
\* 백화점, 대형마트, 등 대형 종합 소매업, 슈퍼마켓, 편의점 등 음·식료품 위주 종합 소매업, 면세점 등

○ 전문 소매업

- 일반 대중을 대상으로 직접 판매할 수 있는 매장을 개설하고 특정 상품을 전문적으로 소매하는 산업활동  
\* 음·식료품 및 담배 소매업, 가전제품 및 정보 통신장비 소매업, 섬유·의복·신발 및 가죽제품 소매업 등

○ 중고품 소매업

- 중고 가구·가전제품·서적 등 각종의 중고 상품을 소매하는 산업활동

○ 무점포 소매업

- 일반 대중을 대상으로 직접 판매할 수 있는 매장(점포)을 개설하지 않고 무점포 판매방법\*에 의하여 각종의 특정 상품 또는 종합 상품을 소매하는 산업활동  
\* 전자상거래 및 기타 통신 판매, 행사 형식에 의한 고객 유치 판매, 배달 및 방문 판매, 노점, 이동 판매, 자동판매기 등

〈표 7-1〉 소매업 분류(한국표준산업분류 G47)

중분류 (2Digit)	소분류 (3Digit)	세분류 (4Digit)	세세분류 (5Digit)
소매업; 자동차 제외	종합 소매업	대형 종합 소매업	백화점 대형 마트 기타 대형 종합 소매업
		음·식료품 위주 종합 소매업	슈퍼마켓 체인화 편의점 기타 음·식료품 위주 종합 소매업
		면세점	면세점
		그 외 기타 종합 소매업	그 외 기타 종합 소매업
	음·식료품 및 담배 소매업	식료품 소매업	곡물, 곡분 및 가축 사료 소매업 육류 소매업 건어물 및 젓갈류 소매업 신선, 냉동 및 기타 수산물 소매업 채소, 과일 및 뿌리작물 소매업 빵류, 과자류 및 당류 소매업 건강 보조식품 소매업 조리 반찬류 소매업 기타 식료품 소매업
		음료 및 담배 소매업	음료 소매업 담배 소매업
	가전제품 및 정보통신장비 소매업	컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 및 통신기기 소매업	컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 소매업 통신기기 소매업
		가전제품 소매업	가전제품 소매업
	섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	의복 소매업	남자용 겹옷 소매업 여자용 겹옷 소매업 속옷 및 잠옷 소매업 셔츠 및 블라우스 소매업 한복 소매업 가죽 및 모피 의복 소매업 유아용 의류 소매업 기타 의복 소매업
			가정용 직물제품 소매업
		신발 소매업	신발 소매업
		가방 및 기타 가죽제품 소매업	가방 및 기타 가죽제품 소매업

〈표 7-1〉의 계속

중분류 (2Digit)	소분류 (3Digit)	세분류 (4Digit)	세세분류 (5Digit)
소매업; 자동차 제외	기타 생활 용품 소매 업	철물, 공구, 창호 및 건설자재 소매업	철물 및 난방용구 소매업 공구 소매업 벽지, 마루덮개 및 장판류 소매업 페인트, 창호 및 기타 건설자재 소매업
		가구 소매업	가구 소매업
		그 외 기타 가정용품 소매업	전기용품 및 조명장치 소매업 주방용품 및 가정용 유리, 요업제품 소매업 약기 소매업 그 외 기타 분류 안된 가정용품 소매업
	문화, 오락 및 여가 용 품 소매업	서적 및 문구용품 소매업	서적, 신문 및 잡지류 소매업 문구용품 및 회화용품 소매업
		음반 및 비디오물 소매업	음반 및 비디오물 소매업
		운동용품 및 자전거 소매업	운동 및 경기용품 소매업 자전거 및 기타 운송장비 소매업
		게임용구, 인형 및 장난감 소매업	게임용구, 인형 및 장난감 소매업
	연료 소매업	운송장비용 연료 소매업	운송장비용 주유소 운영업 운송장비용 가스 충전업
		가정용 연료 소매업	가정용 고체 연료 소매업 가정용 액체 연료 소매업 가정용 가스 연료 소매업
	기타 상품 전문 소매 업	의약품, 의료용 기구, 화장품 및 방향 제 소매업	의약품 및 의료용품 소매업 의료용 기구 소매업 화장품, 비누 및 방향제 소매업
		사무용 기기, 안경, 사진장비 및 정밀 기기 소매업	사무용 기기 소매업 안경 및 렌즈 소매업 사진기 및 사진용품 소매업 기타 광학 및 정밀 기기 소매업
		시계 및 귀금속 소매업	시계 및 귀금속 소매업
		예술품, 기념품 및 장식용품 소매업	예술품 및 골동품 소매업 기념품, 관광 민예품 및 장식용품 소매업
		그 외 기타 상품 전문 소매업	화초 및 식물 소매업 애완용 동물 및 관련용품 소매업 그 외 기타 분류 안된 상품 전문 소매업
		중고 상품 소매업	중고 가구 소매업 중고 가전제품 및 통신장비 소매업 기타 중고 상품 소매업
		통신 판매업	전자상거래 소매 중개업 전자상거래 소매업 기타 통신 판매업
	무점포 소매업	노점 및 유사 이동 소매업	노점 및 유사 이동 소매업
		기타 무점포 소매업	자동 판매기 운영업 계약배달 판매업 방문 판매업 그 외 기타 무점포 소매업

자료: 통계청, 한국표준산업분류.

## 2. 소매업의 시장규모

□ 소매업은 2018년 기준 677천개 사업체에서 1,831천명이 종사하고 있으며, 매출액 기준 시장규모는 401조 원으로 나타남(통계청, 서비스업 조사).

○ 소매업(자동차 제외)의 총사업체 수는 676,718개로 나타남.

- 섬유·의복·신발 및 가죽제품 소매업이 158천개로 가장 높은 사업체 비중(23.3%)을 보이며, 다음으로 기타 상품 전문 소매업(126천개, 18.6%), 종합 소매업(112천개, 16.6%), 음·식료품 및 담배 소매업(107천개, 15.8%)의 순으로 높은 비중을 차지

○ 소매업의 총종사자 수는 1,830,865명으로 나타남.

- 종합 소매업이 493천명으로 가장 높은 종사자 비중(26.9%)을 보이며, 다음으로 섬유·의복·신발 및 가죽제품 소매업(302천명, 16.5%), 기타 상품 전문 소매업(273천명, 14.9%), 무점포 소매업(234천명, 12.8%)의 순으로 높은 비중을 차지

〈표 7-2〉 소매업 사업체 수, 종사자 수, 매출액 현황(2018년)

(단위: 개, 명, 백만 원)

업종	사업체	종사자	매출액
소매업 전체(자동차 제외)	676,718	1,830,865	401,211,772
종합 소매업	112,189	493,001	132,908,250
음·식료품 및 담배 소매업	106,837	202,003	24,989,717
가전제품 및 정보 통신장비 소매업	38,617	97,620	32,643,692
섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	157,908	302,377	37,972,566
기타 생활용품 소매업	54,506	101,696	13,639,907
문화, 오락 및 여가 용품 소매업	30,208	60,923	9,390,366
연료 소매업	19,195	66,864	57,254,111
기타 상품 전문 소매업	125,872	272,699	45,831,213
무점포 소매업	31,386	233,682	46,581,950

자료: 통계청, 2019년 서비스업조사.

- 소매업의 총매출규모는 401,211,772백만 원으로 나타남.
  - 종합 소매업 매출액이 133조 원으로 가장 높은 매출액 비중(33.1%)을 보이며, 다음으로 연료 소매업(57조원, 14.3%), 무점포 소매업(47조원, 11.6%), 기타 상품 전문 소매업(46조 원, 11.4%)의 순으로 높은 비중을 차지
  - 최근 온라인 전자상거래 등 비대면산업의 활성화로 2020년 현재에는 무점포 소매업의 비중이 매우 높아졌을 것으로 판단됨.
  - \* 2020년 3분기 소매유통업태 중 온라인·홈쇼핑의 경기전망지수가 97로 가장 높게 나타남(대형마트 51, 백화점 61 등).

## 제2절 소매업의 규제 특성 및 가치사슬

### 1. 소매업의 규제

- 소매업의 규제는 크게 등록 및 영업규제와 환경규제로 구분됨
  - 등록 및 영업규제는 「유통산업발전법」상의 대규모점포 등에 대한 규제로, 대규모점포 등의 인근지역 소상공인의 보호를 위해 시행
  - 환경규제는 「자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률」상의 1회용품 사용 금지 및 재포장 금지 등 소매업의 플라스틱과 비닐 등의 과대사용으로 인한 환경피해를 줄이기 위해 시행
- 소매업의 등록 및 영업규제
  - 「유통산업발전법」 제8조에 의해 대규모점포를 개설하거나 제13조의3에 따른 전통상업보존구역에 준대규모점포를 개설하려는 자는 영업을 시작하기 전에 산업통상자원부령으로 정하는 바에 따라 상권영향평가서 및 지역협력계획서를 첨부하여 특별자치시장·시장·군수·구청장에게 등록하여야 함.

- 등록하려는 위치가 전통상업보존구역(전통시장 및 전통상점가 반경 1km 이내)에 있을 때에는 등록을 제한할 수 있음.
- 또한, 같은 법 제12조의2에 따라 특별자치시장·시장·군수·구청장은 필요하다고 인정하는 경우 대형마트와 준대규모점포에 대하여 영업시간 제한 및 의무휴업일을 지정하여 명할 수 있음.
  - 오전 0시부터 오전 10시까지의 범위에서 영업시간의 제한 가능
  - 매월 이틀을 의무휴업일로 지정하여야 함.
- 이 외에도 「대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률」에 따른 사업조정 제도 및 중소기업 적합업종, 「소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법」에 따른 소상공인 생계형 적합업종 등이 대규모 소매업에는 규제 로 작용하고 있음.

□ 소매업의 환경규제

- 대표적인 소매업 관련 환경규제로 「자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률」에 따른 1회용품 사용규제가 있음.
  - 이 법 제10조제1항제2호에서는 「식품위생법」 제36조제1항제1호에 따른 식품 제조업·가공업 중 대통령령으로 정하는 업종은 1회용품의 사용을 억제하고 무상으로 제공하지 아니하여야 한다고 규정하고 있는데, 여기서 대통령령으로 정하는 업종이란 「유통산업발전법」 제2조제3호에 따른 대규모점포 내에서 영업하는 식품제조·가공업 및 즉석판매제조·가공업을 의미(시행령 제8조제1항)
  - 또한, 같은 조문에서 「유통산업발전법」 제2조제3호에 따른 대규모점포를 경영하는 사업자 또한 1회용품의 사용을 억제하고 무상으로 제공하지 아니하여야 한다고 규정하고 있음.
  - 또한, 같은 법 같은 조 같은 항 제6호에서는 그 밖에 1회용품의 사용을 억제할 필요가 있어 대통령령으로 정하는 시설 또는 업종도 규정하고 있는데, 이는 도매 및 소매업을 포함하고 있음.
- 또 다른 소매업 관련 환경규제는 재포장 금지에 관한 것으로 「제품의 포장재질·포장방법에 관한 기준 등에 관한 규칙」에 규정되어 있음.

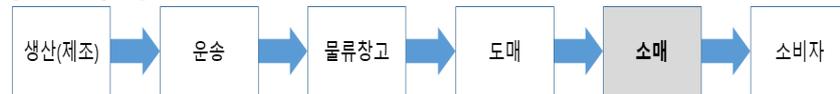
- 이 규칙 제11조에서는 「유통산업발전법」 제2조제3호에 따른 대규모 점포 또는 면적이 33제곱미터 이상인 매장에서 포장된 제품을 판매하는 자의 경우 포장되어 생산된 제품을 재포장하여 제조·수입·판매해서는 안 된다고 규정하고 있음.

## 2. 소매업의 가치사슬

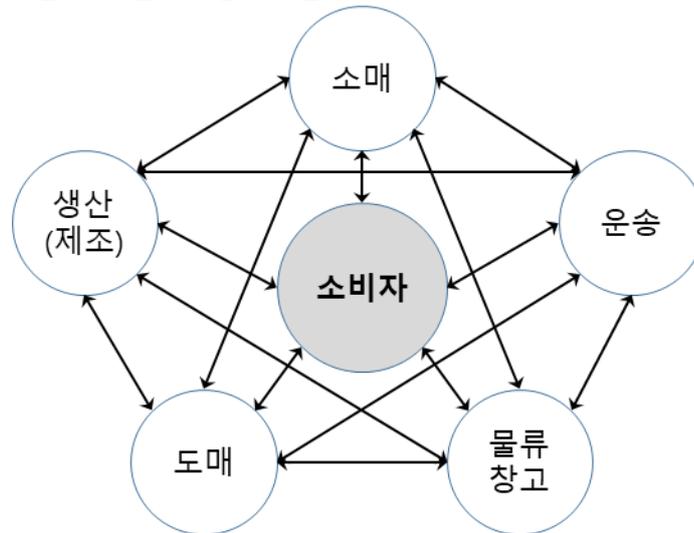
□ 전통적인 방식의 소매업 가치사슬

- 전통적으로 소매업은 조달된 원료의 제조(생산)과정, 운수 및 창고를 포함한 물류활동을 통해 도매로 전달되는 소매업의 후방산업과 마케팅과 세일즈, 서비스 등을 포함해 고객(소비자)에게 전달하는 전방산업으로 형성되어 있음.

[그림 7-1] 전통적인 소매업 가치사슬



[그림 7-2] 최근의 소매업 가치사슬



- 그러나 최근의 소매업은 선형의 가치사슬 형태를 보이지 않으며, 소비자를 중심으로 생산(제조), 운송, 물류창고, 도매, 소매 등이 네트워크 형태의 생태계를 형성하고 있음.
  - 이는 생산단계에서부터 소비자들의 직접적인 개입 욕구의 증가와 기업의 소비자 니즈에 대한 적극적인 반영 욕구가 일치한 현상임.
  - 또한, 최근 인터넷 등 정보기술의 발전으로 소매업의 전·후방 산업이 통합되는 유통시장의 변화가 일어나기 때문임.

### 제3절 소매업의 산업 특성

#### 1. 소매업의 일반적 특성

- 소매업은 생산자와 소비자를 연결해주는 역할을 수행
  - 생산자 입장에서 제품의 판매에 필요한 시장의 변화, 소비자의 소비행태 등 소비시장의 정보를 제공
  - 소비자 입장에서 제품에 대한 기능과 정보를 제공하고, 소비욕구를 충족시켜주는 역할을 수행
- 소매업은 일반적으로 소비자와 근접거리에서 서비스를 제공하는 특성을 가지고 있음.
  - 소비자와 가까운 거리에 위치하며 편리한 시간 때에 개설하는 등 고객의 접근성이 매우 중요함
  - 개설지역에 거주하는 고객, 또는 유동인구의 취향을 고려하여 상품을 구비하는 등 고객의 요구를 고려한 영업활동
  - 저가제품 및 고가제품, 생필품, 편의품, 전문품 등 주력 소비자의 유형을 파악하여 서비스 제공

- 소매업은 대표적인 서비스업종이며, 상대적 저임금 일자리에 해당(2009, 노동부<sup>1)</sup>)
- 소매업의 노동시장 특성은 유통 소매업의 고용구조에 있어 고용시장의 분절화와 파편화로 나타남.
  - 저숙련 및 반숙련의 노동집약적 일자리 특성을 보임.
  - 개별 기업 노동시장 내부적으로는 파트타임·계약직·무기계약직과 같은 고용형태의 다양화가, 기업 노동시장 외부적으로는 외주화 및 파견노동과 같은 고용형태의 다각화가 나타남.

## 2. 소매업의 발전과정과 최근 동향

- 2000년 이전에는 「유통산업발전법」 제정으로 유통산업 선진화를 통한 경쟁력 제고를 목표로 함.
- 유통시장 완전개방 및 대형마트의 개설에 대한 허가제에서 등록제 전환 등 유통규제 완화에 초점
  - 국내 대형유통기업의 확산으로 해외기업(월마트, 카르푸 등) 시장 철수, 국내 기업들의 전국적 확대하여 시장 지배력 강화
- 2000년대 이후 대형 유통업체의 급속한 성장은 시장잠식이라는 우려가 나타나 소상공인(소매업) 보호에 초점을 둠.
- 「대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률」 개정을 통해 유통업분야 사업조정 확대 시행
- 「유통산업발전법」 개정을 통해 대형 유통업체에 관한 규제 확대
  - 준대규모점포(SSM)의 규제대상 확대, 전통상업보존구역 제도 도입, 영업시간 제한 및 의무휴업일 도입 등
- 최근 발생한 코로나19 사태로 인해 소매업 산업의 큰 변화가 이루어지

1) 노동부, 「유통산업 종사자 근로실태 조사 및 근로자 보호방안」, 2009. 8.

고 있어 새로운 정책방향이 요구되는 시점

- 비대면(Untact) 시대가 가속화됨에 따라 오프라인 전통적인 영업방식의 소매업체들은 쇠퇴할 가능성이 높아짐.
  - 대형마트, SSM 등 생필품매장, 중소형 지역거점 슈퍼마켓, 전통방식의 소규모 도소매업 소상공인 등
- 반면, 온라인 및 비대면 소매업체들은 성장이 가속화될 전망
  - 온라인쇼핑몰, 해외직구, TV홈쇼핑, 소셜커머스·배달 등 플랫폼 비즈니스, 개인간 거래(P2P) 등



## 소매업의 노동시장 현황

### 제1절 소매업 근로자 현황

#### 1. 소매업 근로자 분포

- 통계청 서비스업조사에 따르면 2018년 기준 소매업 종사자는 총 1,830,865명으로 나타남.
- 2016년 1,731천명에서 2018년 1,831천명으로 매년 2.8%의 연평균 증가율(CAGR)을 보임.

〈표 8-1〉 종사자 규모별 소매업 종사자 현황(2016~2018년)

(단위: 명, %)

	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
전 체	1,731,265	1,773,340	1,830,865	2.8
1~4명	1,056,209	1,083,110	1,070,487	0.7
5~9명	252,850	270,266	302,650	9.4
10~19명	121,071	120,529	137,822	6.7
20~49명	121,679	122,211	128,853	2.9
50명 이상	179,456	177,224	191,053	3.2

자료: 통계청, 서비스업조사.

- 2018년 기준 종사자 규모별로 1~4명 규모의 사업체 종사자가 1,070천 명으로 가장 많으며, 다음으로 5~9명 사업체(303천명), 50명 이상 사업체(191천명)의 순으로 나타남.
- 규모별 종사자는 5~9명 사업체의 연평균 증가율이 9.4%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 10~19명 사업체(6.7%), 50명 이상 사업체(3.2%) 순으로 나타남.
- 소매업의 사업체당 평균 종사자 수는 2.7명으로 나타났으며, 세부 업종별로는 무점포 소매업이 가장 높은 것으로 나타남.
- 2018년 기준 무점포 소매업의 사업체당 종사자 수는 7.4명으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 종합 소매업(4.4명), 연료 소매업(3.5명), 가전제품 및 정보통신장비 소매업(2.5명) 순으로 나타남.
- 그러나, 무점포 소매업의 경우 사업체당 종사자 수는 2016년에 비해 감소하는 추세로 연평균 증가율 -6.6%를 보이고 있음.

〈표 8-2〉 업종별 사업체당 소매업 종사자 현황(2016~2018년)

(단위: 명, %)

업종	2016	2017	2018	CAGR (2016~18)
소매업	2.6	2.6	2.7	1.8
종합 소매업	4.0	4.1	4.4	4.3
음·식료품 및 담배 소매업	1.8	1.9	1.9	1.6
가전제품 및 정보 통신장비 소매업	2.6	2.5	2.5	-1.5
섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	1.9	1.9	1.9	1.0
기타 생활용품 소매업	1.8	1.8	1.9	1.5
문화, 오락 및 여가 용품 소매업	2.0	2.0	2.0	0.8
연료 소매업	3.5	3.6	3.5	-0.6
기타 상품 전문 소매업	2.1	2.1	2.2	2.3
무점포 소매업	8.5	8.2	7.4	-6.6

자료: 통계청, 서비스업조사.

- 사업체당 종사자 수가 가장 크게 증가한 세부업종은 종합 소매업(CAGR 4.3%)이며, 다음으로 기타 상품 전문 소매업(2.3%), 음·식료품 및 담배 소매업(1.6%), 기타 생활용품 소매업(1.5%)의 순으로 나타남.
- 지역별 소매업 종사자의 경우 경기도에 가장 많은 411천명의 종사자가 분포하는 것으로 나타남.
- 다음으로 서울(392천명), 부산(132천명), 경남(111천명), 대구(103천명) 순으로 많은 소매업 종사자가 분포한 것으로 나타남.
- 증감률을 보면, 세종이 연평균 증가율 18.1%로 급격하게 증가하는 것으로 나타나며, 다음으로 대구(8.8%), 경기(4.6%), 제주(4.2%), 충남(3.0%)의 순으로 증가율이 높은 것으로 나타남.
  - 반대로, 전북(0.8%), 경북(1.4%), 충북(1.4%), 경남(1.5%), 광주(1.5%), 부산(1.5%) 등은 증가율이 낮은 것으로 나타남.

〈표 8-3〉 지역별 소매업 종사자 현황(2016~2018년)

(단위: 명, %)

시도별	2016	2017	2018	CAGR
전국	1,731,265	1,773,340	1,830,865	2.8
서울특별시	379,823	384,043	392,095	1.6
부산광역시	127,912	130,162	131,826	1.5
대구광역시	87,157	90,461	103,129	8.8
인천광역시	83,599	87,184	88,508	2.9
광주광역시	54,476	55,804	56,072	1.5
대전광역시	51,968	53,670	54,458	2.4
울산광역시	36,760	37,174	38,023	1.7
세종특별자치시	4,831	5,515	6,734	18.1
경기도	375,610	390,089	411,174	4.6
강원도	57,112	57,875	59,166	1.8
충청북도	51,369	52,403	52,797	1.4
충청남도	69,768	71,710	73,948	3.0
전라북도	65,439	65,195	66,452	0.8
전라남도	63,743	65,824	66,728	2.3
경상북도	85,709	87,170	88,160	1.4
경상남도	107,963	109,762	111,164	1.5
제주특별자치도	28,026	29,299	30,431	4.2

자료: 통계청, 서비스업조사.

## 2. 소매업 근로자 근로실태(고용형태, 임금, 근로시간, 사회보험)

- 소매업에서 근무하는 인력은 상용근로자가 가장 많은 것으로 나타남.
- 소매업의 근로형태별 종사자 수는 상용근로자가 812천명으로 68.3%를 차지하고 있으며, 임시일용근로자가 140천명(11.8%), 기타종사자가 236천명(19.9%) 등으로 나타남.
  - 30인 미만의 사업체에서 상용근로자의 비중은 64.5%로 상대적으로 낮으며, 30~299인 사업체는 92.2%, 300인 이상 사업체는 96.3%의 비중을 보이고 있음.

〈표 8-4〉 소매업(자동차 제외) 규모별 근로형태별 종사자 수 현황(2019년)

(단위: 명)

규모	종사자_전체	근로자_상용	근로자_임시일용	종사자_기타
전 체	1,187,846	811,708	139,979	236,159
30인 미만	1,029,150	664,189	130,313	234,648
30~299인	130,323	120,206	8,712	1,406
300인 이상	28,372	27,313	954	105

자료: 고용노동부(2019), 사업체노동력조사(<http://kosis.kr>).

- 소매업 근로자의 임금은 사업체 규모가 클수록 높아지며, 상용근로자의 임금수준이 일용근로자에 비해 높은 것으로 나타남.
- 사업체 규모별로 보면 1~4인 사업체의 경우 월평균 2,145,661원인 것으로 나타나며, 300인 이상 사업체의 5,278,472원과 격차가 큰 것으로 나타남.

〈표 8-5〉 소매업(자동차 제외) 규모별 근로형태별 월임금 현황(2019년)

(단위: 원)

규모별	전체임금 총액	상용임금 총액	임시일용 임금총액
1~4인	2,145,661	2,314,217	870,097
5~9인	2,984,899	3,059,260	905,754
10~29인	3,046,355	3,125,519	1,375,406
30~99인	3,476,143	3,612,015	1,547,882
100~299인	3,319,070	3,409,293	1,334,118
300인 이상	5,278,472	5,401,893	1,611,114

자료: 고용노동부(2019), 사업체노동력조사(<http://kosis.kr>).

- 근로형태별 임금을 보면 5~9인 사업체와 300인 이상 사업체에서 상용근로자와 일용근로자 간 차이가 큰 것으로 나타남.
  - 이는 일용근로자 중 파트타임 근무가 많은 소매업의 특성이 반영
- 소매업 근로자의 근로일수는 월평균 약 20일 정도이며, 상용근로자의 근로일수가 많은 것으로 나타남.
- 사업체 규모별로 보면 5~9인인 사업체와 10~29인 사업체의 월평균 근로일수는 가장 많은 21.0일인 것으로 나타나며, 100~299인 사업체의 경우 가장 적은 19.3일로 나타남.
- 근로형태별 근로일수를 보면 상용근로자와 일용근로자 간 차이가 큰 것으로 나타나는데, 이는 일용근로자 중 파트타임 근무가 많은 소매업의 특성이 반영된 것임.

〈표 8-6〉 소매업(자동차 제외) 규모별 근로형태별 월 근로일수 현황(2019년)

(단위: 일)

규모별	전체근로일수	상용근로일수	임시일용근로일수
1~4인	20.3	21.3	13.0
5~9인	21.0	21.5	8.4
10~29인	21.0	21.2	17.5
30~99인	20.2	20.5	15.9
100~299인	19.3	19.4	16.2
300인 이상	19.6	19.7	18.1

자료: 고용노동부(2019), 사업체노동력조사(<http://kosis.kr>).

- 소매업 근로자의 부족인력은 7,132명으로 나타나며, 부족률은 1.8%인 것으로 나타남.
- 사업체 규모별로 보면 5~9인 사업체의 부족인원이 3,432명으로 가장 높게 나타났으며, 부족률은 2.5%인 것으로 나타남.
  - 다음으로 10~29인 사업체가 2,584명(부족률 2.2%), 30~99인 사업체가 808명(부족률 1.3%)의 순으로 나타남.

〈표 8-7〉 소매업(자동차 제외) 규모별 인력수급 현황(2019년 하반기)

(단위: 명, %)

규모별	현원	구인 인원	채용 인원	미충원 인원	부족 인원	채용계획 인원	부족률 <sup>1)</sup>
1규모(5~9인)	131,535	6,552	6,269	283	3,432	3,940	2.5
2규모(10~29인)	113,395	6,647	6,174	473	2,573	2,584	2.2
3규모(30~99인)	58,685	1,564	1,379	185	766	808	1.3
4규모(100~299인)	64,442	2,346	2,253	93	192	216	0.3
5규모(300인 이상)	24,174	1,257	1,190	67	169	169	0.7

주: 1) 부족률=부족인원/(현원+부족인원)\*100.

자료: 고용노동부(2017~2019), 직종별사업체노동력조사(<http://kosis.kr>).

## 제2절 최근 사회적 이슈와 소매업 노동시장

- 최저임금이 급속하게 증가한 2017~2019의 도매 및 소매업의 고용이 크게 감소한 것으로 나타남(통계청, 2019년 12월 및 연간 고용동향).
- 2017년 도매 및 소매업의 취업자는 3,795천명이었으나, 2018년 3,723천명으로 72천명 감소(감소율 1.9%)하였고, 2019년에는 60천명이 다시 감소(감소율 1.6%)한 것으로 나타남.
- 고용부의 '최저임금 인상이 도·소매업 등 취약 업종의 고용에 미친 영향에 대한 실태조사(2019. 5)'에서도 최저임금 인상으로 인한 고용 감축이 서비스업에도 두드러진 것으로 나타남.
- OECD의 「2018 OECD 한국 경제 보고서」에서도 도·소매 분야에서 고용률 증가가 둔화되는 것으로 보았으며, 한국경제 담당관인 렌달존스는 이러한 둔화가 최저임금 인상과 관련이 있는 것으로 판단하면서 “특히 소매업 분야 둔화가 긴밀히 연관되어 있다”고 평가함.
- 「근로기준법」의 근로시간(52시간) 단축에서 소매업은 특례업종에서 제외되었으나, 소규모 사업장이 많아 아직 미적용

- 2019년 7월부터 시행된 근로시간 단축제도에 따라 주 40시간 및 연장근로 12시간 등 52시간을 초과할 수 없음.
  - 소매업(KSIC G47)은 근로시간 및 휴게시간 특례제도에 적용을 받고 있었으나, 금번 특례업종 축소에 따라 제외됨.
    - 근로시간 및 휴게시간 특례제도 : 일반 공중의 생활상 불편을 초래하거나 사업목적의 달성이 어렵게 되는 경우 근로자대표와 서면 합의를 통해 예외적으로 연장근로한도를 초과하여 근로할 수 있게 하거나 휴게시간을 변경할 수 있게 하는 제도
  - 주 52시간 적용은 2019년 7월부터 적용되나, 본 제도는 기업규모에 따라 단계별로 적용
    - 5~50인 미만의 사업장은 2021년 7월부터 적용되며, 5인 미만 사업장은 제도의 대상에서 제외되어 소규모 운영이 절대다수를 차지하는 소매업의 경우 영향을 미미할 것으로 판단됨.
- 인구고령화는 소매업의 고용을 하락시킬 것으로 예상됨.
- 한국은행(2017)에 따르면, 인구의 고령화로 서비스업 중 도·소매업 및 교육업 등의 고용이 하락할 것으로 예상됨.
    - 반대로 사업서비스업, 보건·복지업은 상승하는 것으로 나타남.
  - 한편, 인구고령화는 소매업 근로자들에게도 나타나 고령화 가속에 따라 노동생산성의 저하가 우려되는 상황
    - 고용노동부의 '고령자고용현황'에 따르면 도매 및 소매업 300인 이상 사업장의 경우 2012년 55세 이상 근로자는 5,607명(근로자의 2.2%)에서 2018년 19,707명(근로자의 6.0%)으로 크게 증가
- 코로나19로 인해 소매업의 고용은 더욱 악화될 것으로 예상됨.
- 2020년 1월부터 코로나19의 확산으로 도매 및 소매업의 고용은 크게 감소한 것으로 나타남.
    - 고용노동부의 2020년 6월 고용동향에 따르면 도매 및 소매업의 취업자는 3,505천명으로 전년 동월대비 176천명이 감소(감소율 4.8%)한

것으로 나타남.

- 2020년 3월 도매 및 소매업의 취업자는 3,527천명이었으나, 4월에는 3,536천명으로 증가하였으나, 5월 3,520천명, 6월 3,505천명 등으로 지속적으로 감소하고 있어 코로나19가 장기화될 경우 소매업의 고용이 악화될 것이 우려되는 상황

- 정부가 전 국민 고용보험을 추진할 경우 소매업 사업주들의 가입이 예상되나, 정부지원에 대한 요구의 증가도 예상
- 소매업 사업주가 부담해야 하는 고용보험료에 대한 지원요구가 커질 것으로 전망
- 소매업 사업장에 근무하고 있는 무급가족종사자의 문제도 해결과제이므로 정책의 설계에 상당한 시간을 요구
  - 단기간 내 소매업 고용시장에 미치는 영향은 적을 것으로 판단됨.

## 소매업 향후 전망

## 제1절 소매업 구조 및 노동시장 전망

- 코로나 사태의 장기화에 따라 소매업 구조가 오프라인에서 온라인을 기반으로 한 비대면 서비스 소매업 중심으로 개편될 전망
- 산업통상자원부의 '주요 유통업체 매출동향'에 따르면 2020년 5월 유통업체 매출은 전년 동월 대비 2.0% 증가한 것으로 나타남.
  - 오프라인 유통업체가 6.1% 감소한 반면, 온라인 유통업체는 13.5% 증가한 것으로 나타남.
  - 오프라인은 코로나19의 확산에 따른 다중이용시설 기피 등으로 인해 유통업체 방문이 감소하였으며, 온라인은 비대면 소비의 확산과 으뜸 효율 가전제품 구매비용 환급사업의 영향 등으로 성장
- 코로나 사태의 장기화나 극복 이후에도 비대면 서비스에 익숙해진 고객들은 온라인 유통업체에 대한 로열티 효과로 지속적인 온라인 소매업 확대가 이루어질 전망
  - 오프라인 소매업들의 온라인 전환, 온라인 소매업 창업 등이 활발히 진행될 것으로 판단됨.
- 반면, 오프라인 매장들은 업태의 특성에 따라 성장과 쇠퇴로 구분될 것

### 으로 예상

- 백화점: 명품에 대한 꾸준한 선호, 코로나로 인한 소비욕구 증가 등에 따라 백화점은 당분간 성장할 것으로 예상됨.
  - 대형마트: 온라인으로 고객이탈이 지속적으로 일어날 것으로 보이며, 대형유통 규제 등으로 구조조정 및 지속적 쇠퇴가 예상됨.
  - 편의점: 접근성, 편의성, 물류 등 양호한 영업조건으로 무인점포 등에 요구되는 비대면 서비스에 적응이 용이하고, 품목의 확대 등으로 성장이 이루어질 것으로 예상됨.
  - 면세점: 전 세계 코로나로 인해 In-bound 및 Out-bound 해외이동이 감소하면서 당분간 쇠퇴가 예상됨.
- 
- 중소 소매업의 경우 디지털화 성공 여부에 따라 생존과 경영악화로 구분될 것으로 예상
    - 온라인, 비대면 서비스 등을 적극적으로 도입하는 등 변화관리에 성공하는 중소 소매업의 경우 성장이 예상됨.
    - 오프라인 전통방식을 유지하는 중소 소매업의 경우 고객 및 매출의 감소로 쇠퇴가 예상됨.
  
  - 소매업의 노동시장은 지속적으로 축소될 전망이며, 특히 코로나 사태가 장기화될 경우 가속될 것으로 예상
    - 코로나로 인해 소매업의 고용상황은 악화되고 있으며, 코로나가 장기화될 경우 급격히 축소될 것으로 예상됨.
      - 도매 및 소매의 고용은 금년들어 지속적으로 감소하고 있는 추세이며, 전년과 비교하여도 크게 감소하는 상황
    - 특히, 최저임금 인상, 근로시간 단축, 비대면 서비스 활성화 등의 원인으로 고용이 지속적으로 감소할 것으로 전망됨.

## 제2절 소매업 성장 및 경쟁력 전망

- 소매업은 전체적으로는 점진적으로 사업체 수와 매출액 측면에서 성장할 전망이다
- 소매업 사업체 수의 경우 지속적으로 증가하고 있으며, 무점포 소매업과 음·식료품 및 담배 소매업, 가전제품 및 정보 통신장비 소매업 등에서 크게 증가하고 있음.
  - 반면, 문화, 오락 및 여가 용품 소매업과 기타 생활용품 소매업의 경우 사업체 수의 감소가 이루어지고 있음.

〈표 9-1〉 소매업(자동차 제외) 사업체 수 추이

(단위: 개, 명, %)

	2016	2017	2018	CAGR
전 체	663,741	672,216	676,718	0.97
종합 소매업	111,189	114,882	112,189	0.45
음·식료품 및 담배 소매업	103,483	104,617	106,837	1.61
가전제품 및 정보 통신장비 소매업	36,444	37,260	38,617	2.94
섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	156,542	157,445	157,908	0.44
기타 생활용품 소매업	55,661	55,328	54,506	-1.04
문화, 오락 및 여가 용품 소매업	31,749	31,519	30,208	-2.46
연료 소매업	19,503	19,588	19,195	-0.79
기타 상품 전문 소매업	124,122	125,460	125,872	0.70
무점포 소매업	25,048	26,117	31,386	11.94

자료: 통계청, 서비스업조사.

- 소매업 전체 매출액의 경우 지속적으로 증가하고 있으며, 연료 소매업과 종합소매업, 무점포 소매업, 기타 상품 전문 소매업 등에서 급속한 증가가 이루어지고 있음.

〈표 9-2〉 소매업(자동차 제외) 매출액 추이

(단위: 백만 원, %)

	2016	2017	2018	CAGR
전 체	362,069,408	381,558,917	401,211,772	5.27
종합 소매업	127,197,854	129,248,704	132,908,250	2.22
음·식료품 및 담배 소매업	22,352,540	24,002,140	24,989,717	5.73
가전제품 및 정보 통신장비 소매업	27,827,064	30,984,902	32,643,692	8.31
섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	35,951,069	36,664,603	37,972,566	2.77
기타 생활용품 소매업	12,633,347	13,417,850	13,639,907	3.91
문화, 오락 및 여가 용품 소매업	9,046,341	9,181,506	9,390,366	1.88
연료 소매업	45,440,138	52,109,750	57,254,111	12.25
기타 상품 전문 소매업	40,570,952	42,915,372	45,831,213	6.29
무점포 소매업	41,050,103	43,034,090	46,581,950	6.53

자료: 통계청, 서비스업조사.

- 비대면 요구 확대에 따라 온라인 업태 및 미래형 점포를 중심으로 경쟁력이 확보될 전망
- 대기업 중심의 온라인 매장 확대: 온라인 유통의 성장에 맞추어 대기업의 공격적 투자 전망
  - 롯데ON(앱), 신세계 SSG닷컴 등
- 배송을 기반으로 한 新서비스 증가: 새벽배송, 야간배송, 즉시배송, 정기배송 등 소매업태의 배송을 바탕으로 한 경쟁력 확보 노력
  - 마켓컬리, SSG, 로켓프레쉬, 배달의 민족, 스테디 등
- 무인매장 등 미래형 점포 확산: 인건비 등 비용절감 및 고객 편의성 증대를 위한 오프라인 점포 확산 전망
  - 아마존고, 인텔리전트 리테일 랩(월마트), 무인편의점, 일라이(자율주행 카트), 고객의 시간을 줄여주는 타임테크 서비스 등

## 소매업 관련 제도 및 정부정책

- 소매업 관련 제도 및 정책은 크게 중소기업(소상공인)에 대한 지원정책, 대형 유통업체에 대한 규제정책 등으로 볼 수 있음.
- 최저임금 인상, 근로시간 단축, 전 국민 고용보험 등도 소매업에 큰 영향을 미치는 정책이나, 소매업만이 아닌 전 산업에 적용되는 정책으로, 본 장에서는 다루지 않음.
- 중소기업 지원 정책
  - 홈쇼핑 입점지원: TV홈쇼핑 등 온라인 시장 진출을 희망하는 소상공인을 대상으로 교육상담, 국내외 온·오프라인 채널 입점 및 홍보 등 지원
  - 시장경영바우처 지원: 지역·상권별 특성에 맞는 수요자 맞춤형 정책지원으로 정책 수요자 스스로 선택·설계·추진하는 사업을 통해 전통시장의 자생력을 강화하고 지속가능한 발전 유도
    - 마케팅: 축제 및 이벤트, 문화공연, 플리마켓, 브랜드(BI, CI)개발, 웹사이트 모바일 앱 제작, 온라인 카탈로그, 디자인개발(브로셔, 포장지 등), 전통시장 지도 제작, 스토리 북 제작, 외국어자료, 리플렛, 브로셔 제작, TV, 신문, 잡지, SNS 홍보, 광고제작, 포털마케팅, 온라인쇼핑몰 구축운영, 판촉전 등
    - 상인교육: 경영교육, 마케팅교육, 서비스교육, 제품개발교육, 세법·

- 회계교육, ICT교육 등 경영 현대화를 위한 이론 및 실습교육 등
- 컨설팅 : 코칭, 경영멘토링, 경영전략(로드맵) 수립 및 지원항목 코칭, 법인설립 자문, 지적권 등록, 투자 유치지원, 특허·인증 전략 컨설팅, 중장기 성장전략 컨설팅 등
- 배송서비스 : 시장 고객 대상 근거리 배송서비스 운영을 위한 인력(콜센터, 배송)지원
- 시장매니저 : 상인회 행정, 이벤트 및 축제 기획, 사업유치 지원 등을 수행할 인력 지원
- 프랜차이즈 지원 : 상생협력 프랜차이즈, 유망소상공인 프랜차이즈화 지원, 프랜차이즈 수준평가 등 지원
  - 상생협력 프랜차이즈 : 가맹본부와 가맹점 간 상생을 통한 건전한 프랜차이즈산업 생태계 구축
  - 유망소상공인 프랜차이즈화 : 성장가능성이 큰 소상공인 및 중소기업 프랜차이즈의 성장기반을 마련하여, 경쟁력 있는 가맹본부를 집중 육성
  - 프랜차이즈 수준평가 : 가맹본부에 대한 전문 경영진단으로 취약점을 개선할 수 있는 기반을 마련하여 가맹본부의 역량 강화
- 나들가게 : 골목수퍼가 스스로의 변화와 혁신을 통하여 경쟁력을 갖출 수 있도록 나들가게 점주 교육, 맞춤형 사후관리 서비스, 상품 구매 보증, 부가서비스 등을 지원
- 온누리상품권 : 전통시장 활성화를 위해 발행하는 유가증권으로, 판매 및 회수, 홍보, 환전대행 상인회 지원, 이벤트, 교육제공 등을 통해 매출을 증진시키는 목적으로 발행(지류, 전자, 모바일 등 3종)
- 특성화시장 육성 : 전통시장 특성별 맞춤형 지원으로, 지역선도시장, 문화관광형시장, 특성화 첫걸음 등 지원
  - 지역선도시장 : 지역 대표시장 및 특성화 성과 우수시장을 선별하여 지역 거점이자 전통시장의 롤모델로 육성
  - 문화관광형시장 : 지역문화·관광자원을 연계하여 시장 고유의 특·장점을 집중 육성하는 상인중심의 프로젝트 지원
  - 특성화 첫걸음 : 특성화 기반이 미흡한 시장을 대상으로, 기초단계 종합컨설팅을 실시하여 시장의 원기능 회복 지원

- 청년상인 육성: 고령화된 전통시장에 활력을 제고해줄 청년상인을 육성하여 전통시장 활성화 유도
    - 청년몰 조성: 청년점포 및 공용공간, 고객 편의시설 및 기반시설·환경 개선, 각 부처 및 민간 협업 시설, 창업교육 및 컨설팅, 마케팅 등 지원
    - 청년몰 활성화 및 확장: 공동마케팅, 홍보, 청년상인 교육, 컨설팅, 메뉴개발 등 자생력 강화, 협동조합 운영, 공동상품 개발 등 활성화를 지원하고, 청년상인 영업기반시설, 고객유입 촉진시설, 점포 추가 조성, 기반시설 확장 등 확장을 지원
  - 전통시장 주차장 지원: 전통시장이나 상점가 이용 시 고객이 가장 불편함을 느끼는 주차문제를 완화
- 대형 유통업체 규제
- 대형 유통업체 규제는 「유통산업발전법」에 따라 출점제한 및 영업규제로 구분
  - 출점규제는 전통상업보존구역을 지정하여 대규모점포 등의 출점을 제한하고 있음.
    - 전통상업보존구역: 특별자치시장·시장·군수·구청장이 지역 유통산업의 전통과 역사를 보존하기 위하여 전통시장이나 전통상점가의 경계로부터 1킬로미터 이내의 범위에서 해당 지방자치단체의 조례로 정하고, 대규모점포와 준대규모점포의 입점을 제한할 수 있도록 하고 있음.
  - 영업규제는 대규모점포 등의 영업시간 제한 및 의무휴업일을 운영하도록 의무화한 제도
    - 영업시간 제한: 특별자치시장·시장·군수·구청장이 오전 0시부터 오전 10시까지의 범위에서 영업시간을 제한할 수 있도록 함.
    - 의무휴업일: 매월 이틀을 의무휴업일로 지정하여야 하며, 이 경우 의무휴업일은 공휴일 중에서 지정함을 원칙으로 함.
    - 영업시간 제한화 의무휴업일 영업금지 등으로 인해 대형 유통업체들

은 의무휴업일에는 온라인배송도 금지이며, 영업시간 제한으로 새벽  
배송 등이 금지되어 있음.

- 최근에는 대규모점포 등의 출점 및 영업규제의 대상을 복합쇼핑몰로 확  
대하는 입법 시도가 이루어지고 있음.

## 소매업 노동시장 문제점

- 소매업 노동시장과 관련된 문제점은 고용규제와 관련된 문제와 소매업 특성 및 환경에 따른 문제점으로 크게 구분됨.
- 고용규제와 관련된 문제 : 최저임금 인상, 근로시간 단축, 전국민 고용보험 확대 등이 소매업 노동시장에 부정적으로 작용
- 소매업 특성 및 환경에 따른 문제 : 대형유통의 규제, 제4차 산업혁명 및 디지털화 가속, 코로나19로 인한 비대면 서비스 가속 등이 소매업 노동시장 전반에 부정적으로 작용
- 고용규제와 관련된 문제
- 지속적인 최저임금의 인상은 소매업 노동시장에 부정적으로 작용할 것으로 예상됨.
  - 최저임금 인상은 소매업의 가격경쟁력 저하, 매출 둔화, 수익성 악화의 원인으로 작용됨.
  - 경제의 어려움이 지속되는 상황에서 최저임금 인상은 소매업 사업주에게 인건비 상승에 따른 부담으로 작용되어 고용감소로 이어질 것으로 예상됨.
- 근로시간 단축은 낮은 숙련도를 요구하는 소매업 노동시장에 부정적으로 작용할 것으로 예상됨.

- 낮은 숙련도 및 낮은 임금시장인 소매업 노동시장의 경우 기계장치가 인력을 대체할 가능성이 매우 높아 소매업의 고용감소를 초래할 것으로 예상됨.
- 전 국민 고용보험 확대는 소매업 노동시장에 부정적으로 작용할 것으로 예상됨.
  - 전통적인 노동집약적 산업이며, 비정규직의 활용도가 높은 특성의 소매업의 경우 고용보험 의무가입은 업체의 경영부담으로 작용
  - 소매업 사업주 또한 취지에는 공감할 수 있으나, 실질적인 경영비용 부담으로 나타날 경우 고용축소로 반응할 것으로 예상됨.
- 소매업 특성 및 환경에 따른 문제
  - 대형유통의 규제는 소매업 노동시장에 부정적으로 작용할 것으로 예상됨.
    - 중소기업 보호하는 차원에서 대형유통의 규제는 구조조정 요인이 될 수 있으며, 이는 노동시장의 불안요인으로 작용할 것임.
    - 또한, 대형유통의 출점 및 영업 규제는 오프라인 유통산업의 규모를 축소시키거나 온라인 유통으로의 이동을 가속할 것이므로 궁극적으로 소매업 노동시장에는 부정적 영향을 미칠 것으로 판단됨.
  - 제4차 산업혁명 및 디지털화 가속은 소매업 노동시장에 부정적으로 작용할 것으로 예상됨.
    - 제4차 산업혁명은 유통산업에서 구조적인 변화가 일어날 것으로 예상되며, 직종별로 일자리의 질적인 변화뿐만 아니라 양적인 변화가 일어날 것으로 예상
    - 인터넷, AI 등 혁신기술은 기존 일자리를 위협하는 요인으로 작용하여 소매업 분야 고용감소를 유발할 것임.
    - 다만, 새로운 기술이 도입됨에 따라 이 기술을 운용할 수 있는 신규 인력에 대한 수요는 증가하겠으나, 이는 소매업의 고용시장과는 다른 부문에서 발생할 것으로 예상됨.
    - 디지털화의 가속은 소매업 종사자보다는 배달 등 플랫폼 비즈니스 종사자를 증가시킬 것으로 보이나, 이 또한 인건비 부문의 부담으로 인

해 이들을 대체하는 기술 및 사업모델 혁신이 도입됨에 따라 궁극적으로 고용시장의 악화가 이어질 전망이다

○ 코로나19로 인한 비대면 서비스 가속은 소매업 노동시장에 부정적으로 작용할 것으로 예상된다.

- 코로나19 확산으로 오프라인 소비의 감소는 대형마트 등 대형 유통업체의 매출감소로 나타나고, 기존 대형마트의 경우 상당수 점포를 폐점하며 일자리 감소를 가져올 것으로 예상된다.

- 이는 대형마트를 시작으로 중소유통을 포함한 타 오프라인 업체에도 유사한 결과로 나타날 것임.

- 특히 코로나19 등 전염 위험성에 따라 소비자들의 비대면 거래 선호 경향이 높아질 것으로 예상되며, 이는 그간 소매업 노동 흡수의 상당 부분을 담당하던 오프라인 대형매장의 고용악화를 가속시킬 것으로 판단됨.



## 정책고용영향평가 연구과제 후보 제안

### 제1절 코로나19 영향 소매업 매출감소에 따른 고용감소 측정

#### □ 배경 및 목적

- (배경) 지난 1월부터 이어지고 있는 코로나19에 따른 소비침체는 전통적인 오프라인 소매업의 매출감소로 이어졌으며, 이는 소매업분야 고용상황을 악화시킴.
- (목적) 코로나19로 인한 소매업체의 매출감소가 고용상황을 어떻게 변화시켰는지를 파악

#### □ 주요 연구내용

- 코로나19 이후 매출감소 추세와 고용현황 분석
- 매출감소에 따른 고용감소 시기 분석(매출이 어느 정도 감소할 경우 고용을 줄이려고 결정하는가)
- 종사자규모별, 종사상지위별, 근로형태별 등에 따른 세부 분석
- 정부의 공용유지지원금의 지원효과 측정 등

□ 관련 정책

- 고용유지지원금 : 사업주가 고용보험에 가입하고 있는 직원의 고용유지 조치(휴업 또는 휴직)를 하고 휴업 또는 휴직수당(평균임금의 70%)을 지급할 경우 1일 최대 66,000원(월 198만 원) 내에서 사업주 부담의 최대 75%를 지원하는 제도

□ 기대효과

- 소매업 고용유지를 위한 지원수준 결정에 활용
- 고용유지지원금 지원의 정책방향 결정에 활용

## 제2절 제4차 산업혁명 신기술 도입이 소매업 고용에 미치는 영향

□ 배경 및 목적

- (배경) 제4차 산업혁명 시대 도래에 따라 인터넷, 모바일, AI, AR·VR 등 인력을 대체할 수 있는 신기술이 소매업 분야에도 빠르게 확산되고 있음.
- (목적) 인력대체 신기술에 따라 소매업의 고용이 어떻게 변화되고 있는지 파악

□ 주요 연구내용

- 인력대체 신기술 분석 : 기술의 인력대체 수준
- 신기술 도입 소매업체의 고용변화 분석
- 신기술 도입된 직무분석
- 신기술 도입에 따른 필요 일자리 수요예측 등

□ 관련 정책

- 비대면 비즈니스 디지털혁신기술개발사업: 비대면 비즈니스에 필요한 ICT 특화 기술 개발 및 활성화에 필요한 비대면 비즈니스 디지털혁신 기술개발을 지원
- 생활혁신형 기술개발: 새로운 BM개발, 제품·서비스 개선 등을 통해 급변하는 경영환경(소비·유통·트렌드 변화, 4차 산업혁명에 따른 신기술 등장 등)에 소상공인이 원활히 대응할 수 있도록 지원
- 일학습병행제: 산업현장에서 요구하는 실무형 인재를 기르기 위해 취업을 원하는 청년 등을 '학습근로자'로 채용하여 교육훈련 프로그램(비용)을 제공 등

□ 기대효과

- 신기술 교육 및 직업훈련 정책방향 결정에 활용
- 제4차 산업혁명 진행에 따른 고용정책 결정에 활용

### 제3절 최저임금 인상 등 고용관련 제도가 소매업 노동시장에 미치는 영향

□ 배경 및 목적

- (배경) 최저임금 인상, 주휴수당 지급, 근로시간 단축, 전 국민 고용보험 등 고용관련 제도가 시행·예정됨에 따라 소매업 고용시장에도 변화가 발생하거나 예상되고 있음.
- (목적) 위 최근 시행되거나 예상되는 고용관련 제도들이 소매업체에 어느 정도 수준의 규제로 작동되는지 파악

□ 주요 연구내용

- 노동관련 제도의 규제로서의 소매업체 부담
- 제도 도입 이후 소매업 고용시장 변화
- 제도별 소매업에 미친 영향, 제도의 복합적 영향
- 고용보험 도입에 따른 고용형태 변화 예측 등

□ 관련 정책

- 최저임금제도 : 국가가 임금의 최저 수준을 정하고, 사용자에게 이 수준 이상의 임금을 지급하도록 강제함으로써 저임금 근로자를 보호하는 제도
- 주휴수당 지급 : 1주 동안 규정된 근무일수를 다 채운 근로자에게 유급 주휴일을 주는 것, 이에 대해 임금을 지급하는 것
- 근로시간 단축 : 주당 법정 근로시간을 기존 68시간에서 52시간(법정근로 40시간+연장근로 12시간)으로 단축한 근로제도
- 전 국민 고용보험 : 모든 일하는 국민이 고용보험의 보호를 받을 수 있도록 하는 제도(2025 예정)

□ 기대효과

- 소매업 노동감소에 따른 노동관련 제도의 개선방안 마련
- 노동관련 제도에 따른 소매업 지원대책 마련

## 제4절 대형유통 규제와 중소유통 활성화 간 고용 상쇄효과 측정

□ 배경 및 목적

- (배경) 전통상업보존구역, 사업조정제도 등 대규모점포 등의 출점규제, 야간영업 금지, 의무휴업일 지정 등 영업규제 등으로 인해 대형 유통기

업의 규제가 지속됨에 따라 대형유통의 구조조정(폐점)에 따른 고용상황 악화가 예상된다.

- (목적) 대형유통 규제로 인한 고용감소와 중소기업 활성화로 인한 고용 증가 간 고용시장의 상쇄효과 측정

□ 주요 연구내용

- 대형유통 규제에 따른 고용감소 측정
- 규제지역 중소기업의 고용증가 측정
- 대형유통 규제와 중소기업 활성화 간 고용증감 비교

□ 관련 정책

- 대형유통 규제 제도 : 사업조정제도, 전통상업보존구역, 대규모점포 등록제 등
- 중소기업 활성화 제도 : 홈쇼핑 입점 지원, 시장경영바우처 지원, 프랜차이즈 지원, 나들가게, 온누리상품권, 특성화시장 육성, 청년상인 육성, 전통시장 주차장 지원 등

□ 기대효과

- 대규모점포 규제제도의 고용 영향 측정으로 제도의 개선방안 마련
- 중소기업 활성화 및 고용창출에 필요한 지원방안 정책 수립 등

## 참고문헌

---

이상호(2018), 「지역의 고용위기와 회복력, 그리고 지역 리더십 - 조선업 고용위기 지역을 중심으로」, 한국지역고용학회 학술대회 발표논문, 한국 지역고용학회.

## 도·소매업의 노동시장 진단 보고서

▪ 발행연월일	2020년 12월 24일 인쇄 2020년 12월 31일 발행
▪ 발행인	배규식
▪ 발행처	<b>한국노동연구원</b> ☐☐☐☐☐☐☐ 세종특별자치시 시청대로 370 세종국책연구단지 경제정책동 ☎ 대표 (044) 287-6080 Fax (044) 287-6089
▪ 조판·인쇄	창보문화사 (02) 2272-6997
▪ 등록일자	1988년 9월 13일
▪ 등록번호	제13-155호

※ 본 보고서의 내용은 한국노동연구원의 사전 승인 없이 전재 및 역제할 수 없습니다.