
**『유통산업발전법 개정 관련
소상공인 등 의견조사』 결과 보고서**

2019. 05

KBIZ 중소기업중앙회

목 차

제1장. 조사개요1

- 1. 배경2
- 2. 조사 개요2
- 3. 응답자 특성3

제2장. 조사결과5

- 1. 유통산업발전법 개정 방향에 대한 인식6
 - 1-1. 유통산업발전법 개정 방향 찬성 이유7
 - 1-2. 유통산업발전법 개정 방향 반대 이유8
- 2. 유통산업발전법 관련 제도 중 시급히 개선되어야 하는 것9
- 3. 백화점, 대형마트 거래 업체의 의무휴업일 적용에 대한 인식10
- 4. 백화점, 대형마트 거래 업체의 의무휴업일 적용 찬성 이유11

제1장. 조사개요

1 배 경

※ 본 조사결과는 최근 본회가 발표한 아래의 2개 조사 관련, 유통산업발전법 및 의무휴업일 등에 관한 의견조사 부분만을 모아 정리한 것임

- 최근 대기업의 점포 출점과 관련하여 인근 소상공인 단체와의 분쟁 심화 등 유통시장 관련 잡음이 끊이지 않고 있으며, 국회에 계류 중인 유통산업발전법 등에 대해서도 개정 촉구의 목소리가 거센 상황
 - * 하남시 코스트코 출점 관련 정부 일시정시 권고 무시·영업 강행
 - * 울산·제주·전주지역 이마트 노브랜드 가맹점 전환 출점 논란 등
- 이에 본회에서 실시한 ‘소상공인 경영애로 실태 및 정책과제 조사’, 대규모유통업체(백화점, 대형마트) 거래 중소기업 애로실태조사’ 관련, 유통산업발전법 개정 등 소상공인과 중소기업의 인식 조사 결과를 묶어서 발표

2 조사 개요

(1) 소상공인 경영애로 실태 및 정책과제 조사

조사 항목	내용
1) 조사 대상	종사자 5인 미만 소상공인 500개사 (도·소매업, 숙박·음식점업, 기타 개인서비스업)
2) 조사 방법	구조화된 설문지를 통한 전화조사
3) 표본 오차	95% 신뢰수준에서 ±5.59%P
4) 조사 기간	2019. 04. 19 ~ 04. 26
5) 조사 기관	(주)한국씨앤알

(2) 대규모유통업체(백화점, 대형마트) 거래 중소기업 애로실태조사

조사 항목	내용
1) 조사 대상	백화점, 대형마트 거래 중소기업 501개사 (국내 주요 백화점 3사, 대형마트 4사와 거래중인 중소기업)
2) 조사 방법	구조화된 설문지를 통한 FAX 및 이메일 조사 병행
3) 표본 오차	95% 신뢰수준에서 ±4.38%P
4) 조사 기간	2019. 12. 17 ~ 01. 21
5) 조사 기관	(주)메트릭스

3 응답자 특성

(1) 소상공인 경영애로 실태 및 정책과제 조사

○ 본 조사에 참여한 500개 응답업체의 주요특성은 다음과 같음

구분		업체수 (개사)	비중 (%)
전체		500	100.0
소재지	수도권	250	50.0
	지방	250	50.0
사업체유형	개인사업자	430	86.0
	법인사업자	70	14.0
종업원수	없음	250	50.0
	1인 이상	250	50.0
사업장형태	자가	133	26.6
	임차	367	73.4
기업형태	독립사업체	439	87.8
	가맹사업체(대리점)	61	12.2
주업종	도·소매업	250	50.0
	숙박·음식점업	175	35.0
	기타 개인서비스업	75	15.0
18년 매출액	5,000만원 미만	150	30.0
	5,000만~1억원 미만	110	22.0
	1억~3억원 미만	107	21.4
	3억~5억원 미만	49	9.8
	5억원~10억원 미만	38	7.6
	10억원 초과	46	9.2

(2) 대규모유통업체(백화점, 대형마트) 거래 중소기업 애로실태조사

○ 본 조사에 참여한 501개 응답업체의 주요특성은 다음과 같음

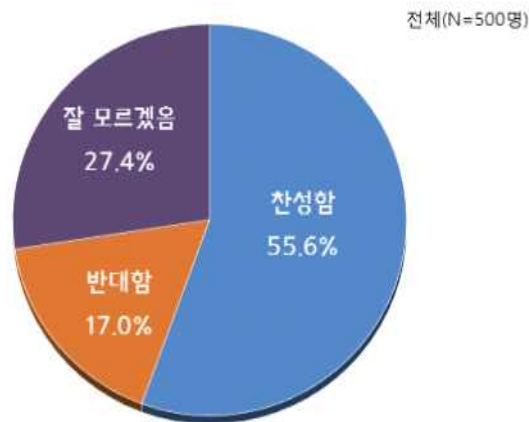
구 분		업체수 (개사)	비중 (%)	
전 체		501	100.0	
주거래처 유형	백화점	195	38.9	
	대형마트	306	61.1	
백화점 주거래처	롯데백화점	65	13.0	
	신세계백화점	65	13.0	
	현대백화점	65	13.0	
대형마트 주거래처	이마트	95	19.0	
	롯데마트	70	14.0	
	홈플러스	70	14.0	
	하나로마트	71	14.2	
연간매출액	5억원 미만	26	5.2	
	5~50억원 미만	116	23.2	
	50~200억원 미만	181	36.1	
	200~500억원 미만	79	15.8	
	500~1,000억 미만	33	6.6	
	1000억원 이상	36	7.2	
	거절	30	6.0	
납품품목	의류(남성, 여성 정장)	77	15.4	
	구두/악세사리/패션잡화	40	8.0	
	자동차 용품	5	1.0	
	유아/어린이용품	29	5.8	
	생활용품/주방용품	81	16.2	
	가전/컴퓨터	24	4.8	
	취미/스포츠/아웃도어	21	4.2	
	식품/건강용품	182	36.3	
	가구/인테리어	18	3.6	
	기타	24	4.8	
입점년도	백화점	1990년 이하	22	11.3
		1991~2000년	35	17.9
		2001~2010년	65	33.3
		2011~2018년	32	16.4
		거절	41	21.0
	대형마트	1990년이하	3	1.0
		1991~2000년	59	19.3
		2001~2010년	125	41.0
		2011~2018년	55	18.0
		거절	63	20.7

제2장. 조사결과

1 유통산업발전법 개정 방향에 대한 인식

- 대규모점포 등 출점 및 영업 관련 규제를 강화하는 내용의 유통산업발전법 개정에 대해 과반수 이상의 소상공인이 개정을 ‘찬성함’(55.6%)이라고 응답했고, ‘잘 모르겠음’(27.4%), ‘반대함’(17.0%) 순으로 조사됨
- 응답자 계층별로는 18년 매출액이 5억원 ~ 10억원 미만 사업체(68.4%), 10억원 초과 사업체(67.4%)에서 ‘찬성’이라는 응답이 상대적으로 높게 나타남

[유통산업발전법 개정 방향에 대한 인식]



응답자 계층별 분석 (*출처: 소상공인 경영애로 실태 및 정책과제 조사)

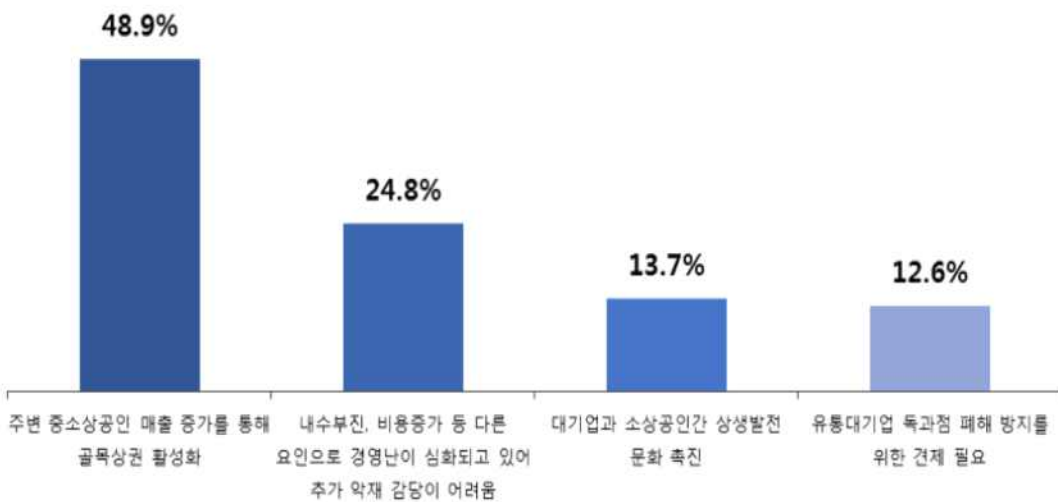
(단위: 명, %)

구분	사례수	찬성함	반대함	잘 모르겠음	
전체	(500)	55.6	17.0	27.4	
소재지	수도권	(250)	58.4	17.2	24.4
	지방	(250)	52.8	16.8	30.4
사업체유형	개인사업자	(430)	54.2	17.4	28.4
	법인사업자	(70)	64.3	14.3	21.4
종업원 수	없음	(250)	54.4	14.8	30.8
	1인 이상	(250)	56.8	19.2	24.0
사업장형태	자가	(133)	48.1	21.1	30.8
	임차	(367)	58.3	15.5	26.2
기업형태	독립사업체	(439)	56.0	17.5	26.4
	가맹사업체(대리점)	(61)	52.5	13.1	34.4
주업종	도·소매업	(250)	60.0	13.2	26.8
	숙박·음식점업	(175)	48.6	21.7	29.7
	기타 개인 서비스업	(75)	57.3	18.7	24.0
18년 매출액	5,000만원 미만	(150)	54.7	14.7	30.7
	5,000만~1억원 미만	(110)	55.5	18.2	26.4
	1억~3억원 미만	(107)	46.7	22.4	30.8
	3억~5억원 미만	(49)	57.1	20.4	22.4
	5억원~10억원 미만	(38)	68.4	10.5	21.1
	10억원 초과	(46)	67.4	10.9	21.7

1-1 유통산업발전법 개정 방향 찬성 이유

- 유통산업발전법 개정 방향에 대해 찬성 이유로는 ‘주변 중소기업 매출 증가를 통해 골목상권 활성화’라는 응답이 48.9%로 제일 많았고, 그 뒤를 ‘내수부진, 비용증가 등 다른 요인으로 경영난이 심화되고 있어 추가 악재 감당이 어려움’이 24.8%로 있고 있음
- 응답자 계층별로는 주업종이 기타 개인 서비스업 사업체에서 ‘주변 중소기업 매출 증가를 통해 골목상권 활성화’라는 응답이 74.4%로 상대적으로 높게 나타남

[유통산업발전법 개정 방향 찬성 이유]



■ 응답자 계층별 분석 (*출처: 소상공인 경영애로 실태 및 정책과제 조사)

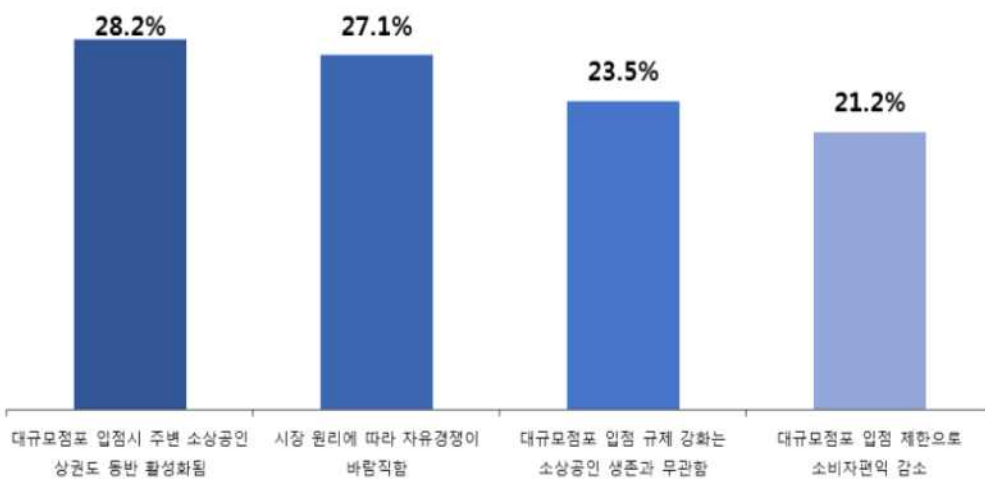
(단위: 명, %)

구분	사려수	주변 중소기업 매출 증가를 통해 골목상권 활성화	내수부진, 비용증가 등 다른 요인으로 경영난이 심화되고 있어 추가 악재 감당이 어려움	대기업과 소상공인간 상생발전 문화 촉진	유통대기업 독과점 피해 방지를 위한 견제 필요
전체	(278)	48.9	24.8	13.7	12.6
소재지	수도권 (146)	50.7	22.6	13.7	13.0
	지방 (132)	47.0	27.3	13.6	12.1
사업체유형	개인사업자 (233)	49.8	24.5	13.7	12.0
	법인사업자 (45)	44.4	26.7	13.3	15.6
종업원 수	없음 (136)	54.4	22.1	11.0	12.5
	1인 이상 (142)	43.7	27.5	16.2	12.7
사업장형태	자가 (64)	45.3	25.0	20.3	9.4
	임차 (214)	50.0	24.8	11.7	13.6
기업형태	독립사업체 (246)	49.2	25.2	12.6	13.0
	가맹사업체(대리점) (32)	46.9	21.9	21.9	9.4
주업종	도·소매업 (150)	44.0	26.0	14.7	15.3
	숙박·음식점업 (85)	44.7	29.4	14.1	11.8
	기타 개인 서비스업 (43)	74.4	11.6	9.3	4.7
18년 매출액	5,000만원 미만 (82)	62.2	20.7	9.8	7.3
	5,000만~1억원 미만 (61)	50.8	24.6	14.8	9.8
	1억~3억원 미만 (50)	38.0	30.0	18.0	14.0
	3억~5억원 미만 (28)	32.1	21.4	14.3	32.1
	5억원~10억원 미만 (26)	46.2	23.1	19.2	11.5
	10억원 초과 (31)	45.2	32.3	9.7	12.9

1-2 유통산업발전법 개정 방향 반대 이유

- 유통산업발전법 개정 방향에 대해 반대 이유로 ‘대규모점포 입점시 주변 소상공인 상권도 동반 활성화 됨’이라는 응답이 28.2%로 제일 많았고, 그 뒤를 ‘시장 원리에 따라 자유경쟁이 바람직함’, ‘대규모점포 입점 규제 강화는 소상공인 생존과 무관함’이 각각 27.1%, 23.5%로 뒤를 이었음
- 응답자 계층별로는 사업체유형이 법인사업자와 18년 매출액이 5억원 ~ 10억원 미만인 사업체에서 ‘대규모점포 입점시 주변 소상공인 상권도 동반 활성화 됨’이라는 응답이 50% 동률로 상대적으로 높게 나타남

[유통산업발전법 개정 방향 반대 이유]



응답자 계층별 분석 (*출처: 소상공인 경영애로 실태 및 정책과제 조사)

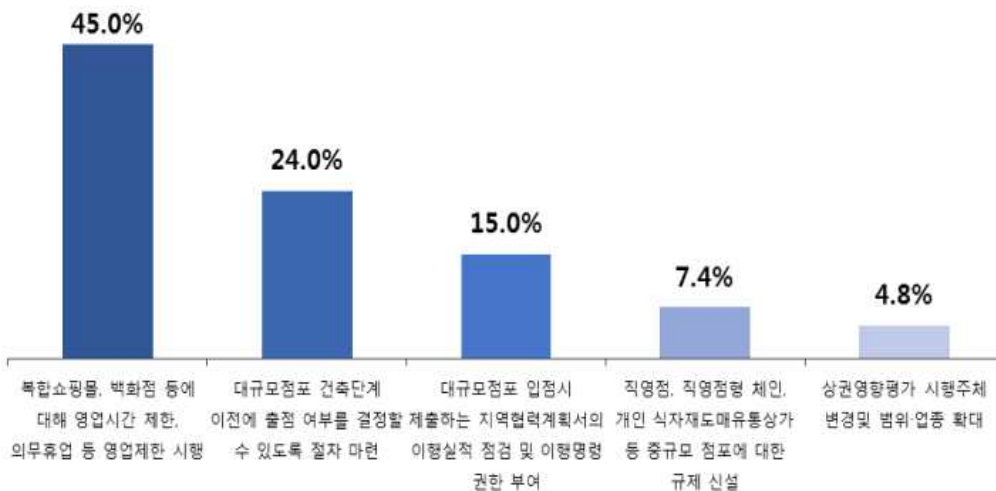
(단위: 명, %)

구분	사례수	대규모점포 주변 소상공인 상권도 동반 활성화됨	시장 원리에 따라 자 유경쟁이 바람직함	대규모점포 입점 규제 강화는 소상공인 생존 과 무관함	대규모점포 입점 제한 으로 소비자편익 감소	
전체	(85)	28.2	27.1	23.5	21.2	
소재지	수도권	(43)	32.6	27.9	20.9	18.6
	지방	(42)	23.8	26.2	26.2	23.8
사업체유형	개인사업자	(75)	25.3	28.0	25.3	21.3
	법인사업자	(10)	50.0	20.0	10.0	20.0
종업원 수	없음	(37)	32.4	16.2	24.3	27.0
	1인 이상	(48)	25.0	35.4	22.9	16.7
사업장형태	자가	(28)	35.7	28.6	17.9	17.9
	임차	(57)	24.6	26.3	26.3	22.8
기업형태	독립사업체	(77)	27.3	28.6	23.4	20.8
	가맹사업체(대리점)	(8)	37.5	12.5	25.0	25.0
주업종	도·소매업	(33)	21.2	15.2	36.4	27.3
	숙박·음식점업	(38)	28.9	36.8	21.1	13.2
	기타 개인 서비스업	(14)	42.9	28.6	0.0	28.6
18년 매출액	5,000만원 미만	(22)	27.3	22.7	27.3	22.7
	5,000만~1억원 미만	(20)	35.0	25.0	25.0	15.0
	1억~3억원 미만	(24)	29.2	20.8	25.0	25.0
	3억~5억원 미만	(10)	10.0	40.0	20.0	30.0
	5억원~10억원 미만	(4)	50.0	50.0	0.0	0.0
10억원 초과	(5)	20.0	40.0	20.0	20.0	

2 유통산업발전법 관련 제도 중 시급히 개선되어야 하는 것

- 유통산업발전법 관련 제도 중 가장 시급히 개선되어야 하는 것은 ‘복합쇼핑몰, 백화점 등에 대해 영업시간 제한, 의무휴업 등 영업제한 시행’이 45.0%로 가장 많았고, 다음으로 ‘대규모점포 건축단계 이전에 출점 여부를 결정할 수 있도록 절차 마련’(24.0%), ‘대규모점포 지역협력계획서의 이행 실적 점검 및 이행명령 권한 부여’(15.0%), ‘직영점·직영점형 체인, 개인 식자재도매 등 중규모 점포에 대한 규제 신설’(7.4%), ‘상권영향평가 시행주체 변경 및 범위·업종 확대’(4.8%) 등의 순으로 나타남

[유통산업발전법 관련 제도 중 시급히 개선되어야 하는 것 (1순위)]



응답자 계층별 분석 (*출처: 소상공인 경영애로 실태 및 정책과제 조사)

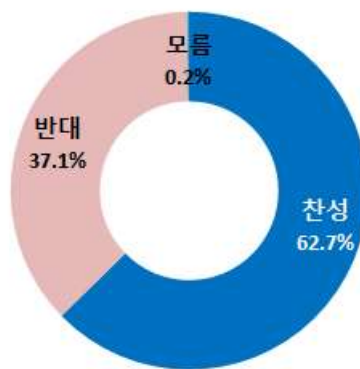
(단위: 명, %)

구분	사례수	복합쇼핑몰, 백화점 등에 영업시간 제한, 의무휴업 등 영업제한 시행	대규모점포 건축단계 이전에 출점 여부를 결정할 수 있도록 절차 마련	대규모점포 입점시 지역협력계획서의 이행실적 점검 및 이행명령 권한 부여	직영점, 직영점형 체인, 개인 식자재도매유통상가 등 중규모 점포 규제 신설	상권영향평가 시행주체 변경 및 범위·업종 확대	기타	
전체	(500)	45.0	24.0	15.0	7.4	4.8	3.8	
소재지	수도권	(250)	45.6	24.8	14.8	6.8	4.8	3.2
	지방	(250)	44.4	23.2	15.2	8.0	4.8	4.4
사업체유형	개인사업자	(430)	45.8	23.5	13.7	8.4	4.9	3.7
	법인사업자	(70)	40.0	27.1	22.9	1.4	4.3	4.3
종업원 수	없음	(250)	45.6	21.2	14.0	8.0	6.8	4.4
	1인 이상	(250)	44.4	26.8	16.0	6.8	2.8	3.2
사업장형태	자가	(133)	36.1	27.8	20.3	8.3	3.8	3.8
	임차	(367)	48.2	22.6	13.1	7.1	5.2	3.8
	독립사업체	(439)	44.9	24.1	14.8	7.5	5.0	3.6
기업형태	가맹사업체(대리점)	(61)	45.9	23.0	16.4	6.6	3.3	4.9
	도·소매업	(250)	45.2	23.6	16.8	6.0	6.0	2.4
주업종	숙박·음식점업	(175)	38.3	28.0	13.7	10.3	4.0	5.7
	기타 개인 서비스업	(75)	60.0	16.0	12.0	5.3	2.7	4.0
	5,000만원 미만	(150)	52.0	17.3	12.7	7.3	7.3	3.3
18년 매출액	5,000만~1억원 미만	(110)	44.5	22.7	16.4	6.4	4.5	5.5
	1억~3억원 미만	(107)	37.4	26.2	16.8	9.3	4.7	5.6
	3억~5억원 미만	(49)	53.1	16.3	14.3	14.3	2.0	0.0
	5억원~10억원 미만	(38)	39.5	36.8	15.8	5.3	0.0	2.6
	10억원 초과	(46)	37.0	41.3	15.2	0.0	4.3	2.2

3 백화점, 대형마트 거래 업체의 의무휴업일 적용에 대한 인식

- 백화점, 대형마트와 거래 중인 중소기업은 백화점 및 대형마트 의무휴업일(월 2회) 적용에 대해 ‘찬성’한다는 의견이 62.7%로 나타났으며, ‘반대’한다는 의견은 37.1%로 나타남
- ※ 현재 유통산업발전법에 따라 대형마트는 의무휴업일을 적용받고 있으나, 백화점 등 대규모점포는 의무휴업일 적용대상 점포가 아님

[의무휴업일 적용(월 2회)에 대한 인식]



응답자 계층별 분석 (*출처: 대규모유통업체(백화점, 대형마트) 거래 중소기업 실태조사)

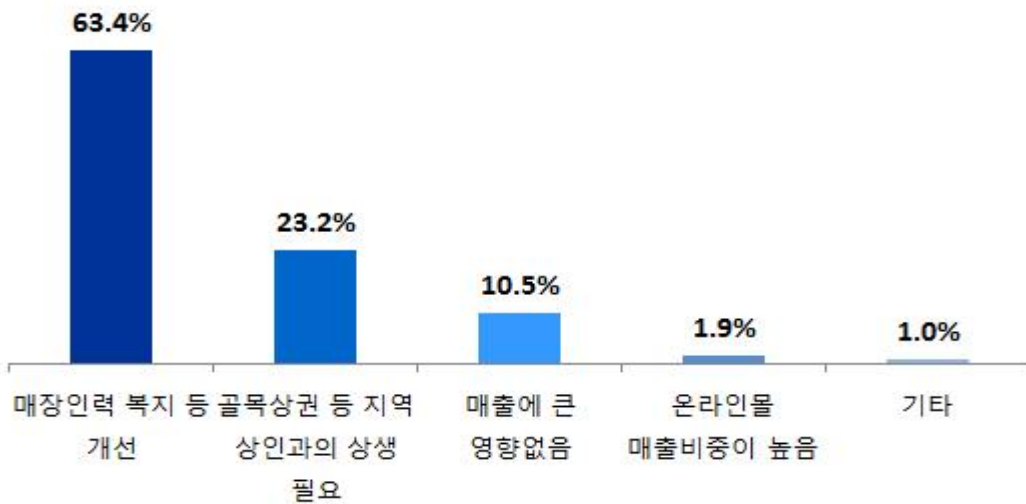
(단위: 명, %)

구분	사례수	찬성	반대	모름	
전체	(501)	62.7	37.1	0.2	
주 거래처	백화점	(195)	61.5	38.5	0.0
	롯데백화점	(65)	66.2	33.8	0.0
	신세계백화점	(65)	64.6	35.4	0.0
	현대백화점	(65)	53.8	46.2	0.0
	대형마트	(306)	63.4	36.3	0.3
	이마트	(95)	54.7	44.2	1.1
	롯데마트	(70)	68.6	31.4	0.0
	홈플러스	(70)	61.4	38.6	0.0
	하나로마트	(71)	71.8	28.2	0.0

4 백화점, 대형마트 거래 업체의 의무휴업일 적용 찬성 이유

- 백화점 등에 의무휴업일(월 2회) 적용 찬성 이유로는 ‘매장인력 복지 등 개선’이라는 응답이 63.4%로 가장 많았고, 다음으로 ‘골목상권 등 지역 상인과의 상생필요’(23.2%), 매출에 큰 영향없음(10.5%), 온라인몰 매출비중이 높음(1.9%), 기타(1.0%) 순으로 조사됨
- 응답자 계층별로는 백화점 거래 중소기업에서 매장인력 복지 등 개선의 이유로 찬성한다는 응답이 상대적으로 높게 나타남

[의무휴업일 적용에 대한 찬성 이유]



■ 응답자 계층별 분석 (*출처: 대구모유통업체(백화점, 대형마트) 거래 중소기업 실태조사)

(단위: 명, %)

구분	사례수	매장인력 복지 등 개선	골목상권 등 지역 상인과의 상생 필요	매출에 큰 영향없음	온라인몰 매출비중이 높음	기타	
전체	(314)	63.4	23.2	10.5	1.9	1.0	
주 거래처	롯데백화점	(43)	83.7	9.3	4.7	2.3	0.0
	신세계백화점	(42)	81.0	14.3	2.4	0.0	2.4
	현대백화점	(35)	77.1	14.3	5.7	2.9	0.0
판매 모형	이마트	(52)	59.6	28.8	9.6	1.9	0.0
	롯데마트	(48)	54.2	35.4	6.3	4.2	0.0
	홈플러스	(43)	51.2	25.6	20.9	0.0	2.3
	하나로마트	(51)	45.1	29.4	21.6	2.0	2.0