

규제연구 2003년 제12권 제2호

유통규제 국가비교 연구

: OECD 국가를 중심으로

노 전 표

(연세대학교 경법대학 경영학과 교수)

본 연구에서는 OECD 국가를 중심으로 유통규제를 국가비교 분석하였다. 유통규제와 관련된 전체적인 추세를 보면, 많은 국가에서 상당한 정도로 시장 접근, 가격통제, 서비스 규제를 완화하고 있다. 반면에 유통에 대하여 자유주의 노선을 취해왔던 주요 유럽 국가들 중에서는 대규모 유통기업에 대한 규제를 재도입하는 경우도 있다. 심한 경우 일부 국가에서는 전통적으로 불필요한 제한적 규제와 과도한 행정부담 등으로 시장접근에 있어 방해 요인으로 작용하고 있는 경우도 있다.

핵심용어: 규제, 유통, OECD

I. 연구의 배경

1. 연구의 필요성

국내외적으로 급변하는 유통 환경은 유통관련 법규 및 제도에 영향을 미친다. 그리고 국가마다 처해 있는 환경이 상이하기 때문에 유통 정책 및 법제도도 다양하다. 또한 유통법제는 유통산업의 발전과 성장에 영향을 미치게 된다. 일본의 대소매점법은 유통환경이 변하면서 대소매점입지법으로 개정되면서 일본의 유통산업 발전에 영향을 미치고 있다. 프랑스의 경우 대규모점포를 규제하는 르와이에법이 규제 환경이 변하면서 최근에 라파린법으로 개정되었다. Bertrand and Kramarz(2000)는 르와이에법이 효력을 발휘했던 시기 동안 대규모소매점에 대한 규제가 완화되었다면 고용이 20% 증가하는 경제적인 효과를 보았을 것으로 분석하였다.

결국 유통산업을 발전시키고 급변하는 유통환경에 대처하기 위해서는 발전적으로 유통법규 및 제도를 마련하고 정비하여 글로벌시장 환경에 대응하는 적극적인 자세가 필요하다. 국내 유통관련 산업의 발전 모형을 해외 선진국의 사례에서 벤치마킹할 수 있다면 이들 주요국의 유통법제를 이해하고 분석하는 것은 국내 유통산업의 발전과 성장을 위해서 반드시 필요한 작업이다.

유통산업의 변화는 국가별 다양한 유통규제 환경에 대응하여 전개되고 있다. 지난 20년 동안 많은 OECD 국가에서는 서비스 분야의 구조적 개혁이 진행되고 있다. 또한 최근에는 WTO의 도하개발아젠다 협상이 재개되면서 서비스 분야 규제개혁이 심도 있게 연구되고 있다. 그러나 우리나라의 유통산업의 규제는 여전히 다양한 형태로 존재하고 있으며, 유통시장에 진입하고자 하는 기업에게 외생적 진입장벽으로 작용하고 있다.

기존 유통규제에 대한 국가간 비교 연구는 타 분야에 비해 상대적으로 아주 제한적이다. 예외적으로 Hoj et al.(1995), Pilat(1997)의 연구를 제외하면 유통규제가 유통산업에 영향을 미치는 연구나, 제도적, 사회적 유통규제가 경제 전반에 미치는 영향에 관한 연구는 국내외적으로 극히 드물다.

2. 연구의 목적

OECD 회원국으로서 우리나라는 유통산업 분야에서 OECD가 추진하는 목표와 이념, 그리고 각종 기준 및 규정에 부합되도록 유통관련 현행법 및 제도를 정비하고 경쟁력 강화에 중점을 두어 구조조정정책을 추진해 나가야 한다.

본 연구에서는 OECD 국가를 중심으로 유통규제를 국가비교 분석하였다. 연구의 주된 내용을 살펴보면, (1) 미국, 일본, 유럽, 한국을 포함하여 OECD 여러 국가의 유통관련 법규 및 제도를 조사하였고, (2) 이들 국가를 대상으로 분석한 결과를 국내의 유통법규 및 제도와 비교·분석하여, (3) 국내 유통규제개혁을 위한 기초 자료로 삼고자 하였다. 이러한 규제연구를 통하여 궁극적으로 21세기 국내 유통산업의 발전과 성장을 위한 중요한 참고자료를 마련하고자 한다. 결국 국내 유통관련 산업이 대내외적인 경쟁력을 갖추어 글로벌화 시대에 능동적으로 국내외 유통환경 변화에 대처할 수 있도록 하자는 것이다.

II. 기존 문헌연구

본 연구의 취지에 부합하도록 첫째, 유통규제가 유통산업 전반에 미치는 영향, 둘째, 국내 유통규제개혁의 현황을 기본방향과 문제점을 중심으로 살펴보았다.

1. 유통규제가 유통산업에 미치는 영향

규제 강화의 논리는 첫째, 소비자 중심사회로 바뀌면서 공급자효율보다는 소비자후생이 우선시되어야 하고, 둘째, 도심내의 대형점 출점은 도시교통 체증, 대기오염, 환경파괴 등의 문제를 야기하며, 셋째, 업체규모별 균형발전을 위해서는 형평성과 공존공영의 원칙이 적용되어야 하고, 불공정 행위나 지역과점의 폐해에 대해서는 공정거래질서를 확립하고 폐해를 최소화해야 한다는 것이다(Pilat 1997; OECD 1997; 김성철 1997).

규제 강화와 대조적으로 공적규제의 비효율성 역시 지적되고 있다(Boylaud & Nicoletti 2001). 점포를 등록할 때 특별한 요구사항을 부가함으로써 시장 접근을 제한하고, 매장의 입지 및 규모에 대하여 규제를 하는 것은 시장의ダイナ미즘을 혼란시킨다. 즉, 유통시장에로의 진입 및 진출을 저해하고 구조조정과 근대화를 막는 요인으로 작용한다. 아울러 경쟁을 저해하여 고용률을 낮추고 소비자 가격을 높이는 결과를 초래한다. 특히 지원 고용의 목적은 고사하고 대규모유통업에 대한 규제는 전문화를 저해하고, 고부가가치/노동집약적인 점포의 창출을 지연시키며, 대규모유통업에 인접해서 영위하는 소규모상점들에게 자극을 주지 못한다. 즉, 대규모유통업의 일출효과Spillover Effect를 차단하는 부정적인 역할을 한다.

유통규제개혁은 이윤, 비용절감과 생산성 상승, 가격, 산출과 고용, 혁신과 신제품 개발에 영향을 미친다(OECD 1997). 특히 소매유통에서는 영업시간에 대한 규제, 매장의 입지에 대한 지나친 규제, 기존 사업자의 시장 진입에 대한 부정적인 영향력 등은 소비자에게 선택의 폭을 제한하며, 부가가치가 높고 새로운 일자리를 창출하는 점포의 신설에 부정적인 영향을 미친다(Mckinsey 1994; Burda 2000). Bertrand and Kramarz(2000)은 1975년-1998년 동안 프랑스 대규모소매점에 대한 규제가 완화되었다면 고용이

20% 이상 증가했을 것으로 예측하고 있다. 대규모소매점에 대하여 규제를 하면 영세한 소규모 소매점의 실업을 방지할 수 있다고 주장할 수 있지만, 산업 전체적인 입장에서 규제완화는 첫째, 소매점의 전문화를 증가시키고, 둘째, 고부가/노동 집약적인 상점의 신설이 늘어나며, 셋째, 동일한 상업지역내의 다른 상점의 성공 가능성을 높여주었을 것이다.

<표 1>에서 유통 관련 규제가 유통산업에 미치는 기존 연구를 요약하였다. 요약하면 첫째, 영업시간과 대규모소매점에 대한 규제를 완화하면 소매유통업체의 성과와 효율성을 제고시킨다는 것이다. 즉, 규제완화는 기업의 성과와 효율성을 높인다. 둘째, 과도한 규제는 소비자의 구매력에 부정적인 영향을 미치고 동시에 업체의 근대화를 저해하는 요인으로 작용한다는 것이다. 이는 <그림 1>에서도 잘 나타나듯이 3대 시장 선도기업이 차지하는 비중으로 측정된 집중화concentration의 정도는 규제 정도와 음(-)의 관계를 보이고 있다. 다시 말해 규제가 심할수록 집중화 정도는 약화된다는 의미이다. 하지만 너무 과도한 집중화는 경쟁을 감소시킨다는 관점에서는 바람직하지 않을 수도 있다.

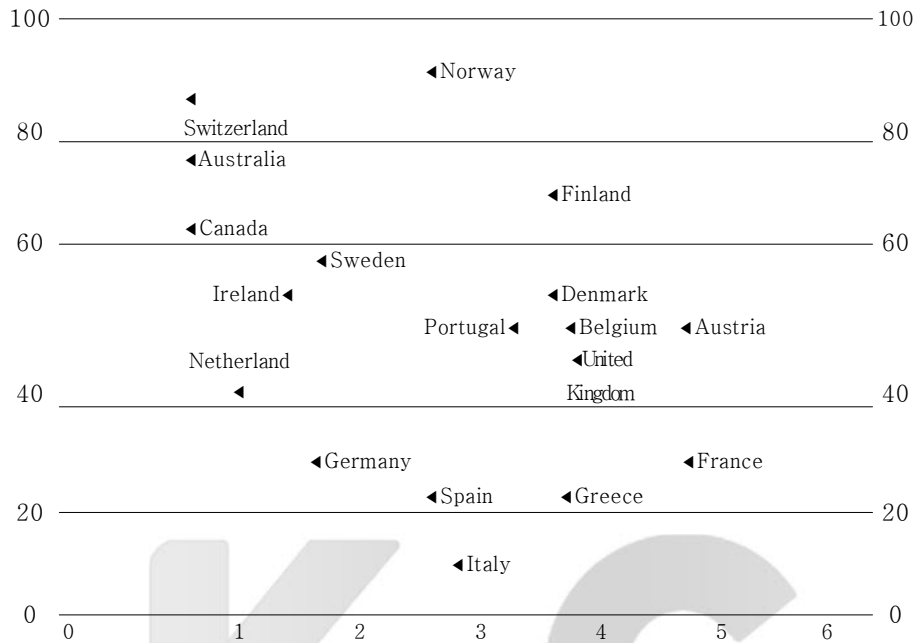


<표 1> 유통규제 연구 요약

저자	국가	설명변수	성과변수	발견된 효과	연구방법
Bertrand and Kramarz, 2000	France, 1975-1998	Large Outlets' restrictions	Employment	Negative Employment in retailing up 20 percent if regulation had not been introduced	Econometric
Centraal Planbureau, 1995	Netherlands	Liberalisation of shop opening hours	Employment Volume of sales Turnover and price	Increase 15,000 jobs (11,000 full time equivalent) Expand by 0.2 percent Effect moderate	Simulation
Civildepartement, 1991 (pilat, 1997)	Sweden	Liberalisation of shop opening hours	Turnover Prices Profits	Rise by 5 percent Fall by 0.6% percent Rise by 3.6 percent	Simulation
Haffner and van Bergeijk, 1997	Netherlands	Liberalisation of entry, shop opening hours and zoning	Prices	Rise by 2 percent	Simulation
Hoj et al., 1995	22 OECD countries, 1990 8 OECD countries, 1960-90	Large outlets' restrictions	Average size Outlet density	Negative Positive	Econometric
Ifo (Pilat 1997 -OECD, 1997)	Germany	Liberalisation of shop opening hours	Turnover Employment	Increase 2-3 percent over a three-year Period. Large store: turnover increase 5-7 percent. Smaller store: turnover decline 1-2 percent Increase 1.3 percent (full time equivalent)	Simulation
OECD, 1997	Japan	Revision of the LSRS (Large Store and Retail Store) law	GDP deflator for the distribution sector	During 1992 and 1993, the GDP deflator for the distribution sector fell by 2 percent each year	Descriptive
Pellegrini, 2000	Italy, 1997	Cost of regulations	Computation of potential savings (using France as a benchmark and margin differentials across store type)	The lower and upper estimates amount to L17.022B (including super and hypermarkets) and L26.858B (excluding super and hypermarkets) respectively	Simulation
Pilat, 1997	10 countries (United States, Japan, Germany, France, United Kingdom, Canada, Australia, Austria, Netherlands and Sweden) and 10 categories of goods 1987: 1993	Impact of distribution margins on price levels	Distribution margins and comparative price levels	"The equation suggests that a 1 percentage point increase in the distribution margin in a particular category of goods would lead to almost a 0.5 percentage point increase in the (relative) price level of that category of goods"	Econometric

〈그림 1〉 집중화와 규제의 국별 비교

세로축: 3대 시장선도기업의 집중화 정도(1996)



가로축: 규제의 정도(0-규제가 약한 경우, 6-규제가 강한 경우)

자료원: OECD Economic Studies No.32, 2001.1

2. 우리나라 유통규제개혁 현황

(1) 유통규제개혁의 기본방향

국내 유통산업에 대한 규제개혁의 기본 방향은 첫째, 외국인 투자 유치를 촉진하기 위하여 전반적인 기업운영 환경의 개선을 목표로 한 규제완화가 추진되고 있다. 둘째, 국내 유통산업의 전반적인 생산성 향상이다. 셋째, 유통업체의 일상적인 운영에 과도한 부담을 주는 각종 규제를 완화하도록 하여 되도록 유통업체의 창의성과 자율성을 발휘하도록 하는 것이다(하병기·심영섭 2000).

(2) 유통규제개혁 현황 및 문제점

1993년부터 1997년 동안 우리나라 유통규제개혁 신청건수 119건 가운데 28건이 시행되었다(전경련 1997). 경쟁촉진과 관련해서는 특수매장에 대한 부가세면세 폐지, 도·소매업의 진입규제 완화, 대형점·도매센터 개설허가, 구비서류의 간소화, 할인 특매기간과 특매품목의 확대 등이 완화되었다. 그 후 1997년에 제정된 유통산업발전법을 통하여 ① 입지관련 규제 ② 대형점포설립 규제 ③ 수직적 제한 ④ 영업시간에 대한 규제 ⑤ 기타 중에서 입지관련 규제와 대형점포설립 규제(유통산업발전법 제8조, 제9조) 등을 완화하고 있다. 그러나 유통업체 입장에서는 여전히 입지, 점포, 경쟁, 영업과 관련된 규제 및 제한 요소가 기업활동의 장애요인으로 남아 있다.

Ⅲ. 연구방법

본 연구에서는 이론적 연구와 실증분석을 병행하였다. 이론적 연구에서는 OECD의 DB를 분석하였고, 실증분석에서는 국내외 전문가와 면접조사를 실시하였다.

1. 2차 자료조사

29개 국가를 대상으로 규제를 광범위하게 분석한 OECD의 국제 규제 DB(International Regulation Database)를 분석·조사하였다. 이 DB는 1997년 회원국에 의하여 요구되어 1998년부터 각국의 유통규제를 조사하여 구축되었다.

본 DB는 1,100개 이상의 변수를 포함하고 있다. 제품시장 전체의 규제를 다루고 있는 동시에 산업부문별 규제를 세부적으로 다루고 있다. 본 연구를 위하여 특히 유통산업 부문의 규제를 중점적으로 분석하였다.

2. 1차 자료조사

2차 자료조사와 병행하여 국내외 유통 분야 전문가를 대상으로 인터뷰하였다. 해외 유통 전문가로서 미국 Univ. of Washington의 Michael Song 교수와 Miami Univ.의 Roger Jenkins 교수와 면접하였다. 국내에서는 학계와 실무의 유통 전문가와 인터뷰하였다. 인터뷰를 통하여 연구의 방향에 대한 아이디어를 얻었고, 특히 OECD 국가의 유통규제에 대한 자료 정보를 제공받았다. 아울러 우리나라 유통규제개혁 방향과 향후 연구과제에 대하여 토론하여 전략적 시사점 부분에 반영하였다.

IV. 연구결과

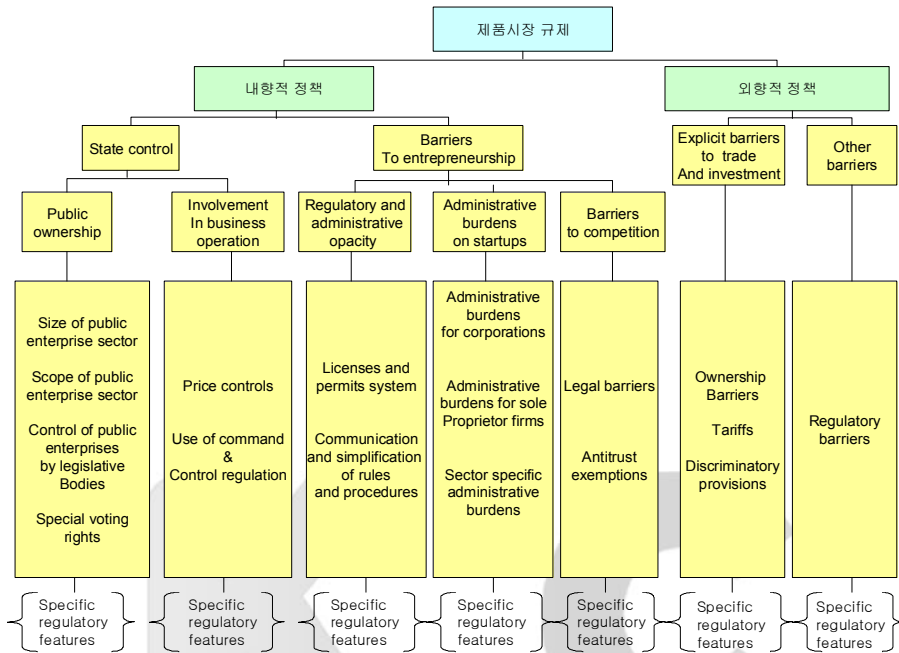
본 장에서는 크게 세 부분, 첫째, 유통시장 분석의 기초가 되는 제품시장 규제에 대한 분석 틀을 제시하였다. 둘째, OECD 회원국을 중심으로 유통사업 규제를 다각도로 분석하였다. 특히 시장접근에 대한 규제와 영업에 대한 규제에 비중을 두었다. 셋째, 미국, 일본, 프랑스를 중심으로 각국의 유통규제개혁 현황을 고찰하였다.

1. 시장 규제에 대한 분석 틀

유통과 관련된 시장 규제의 틀은 OECD가 제시한 제품시장 규제product market regulation 모형에서 찾을 수 있다. <그림 2>에 나타나듯이 제품시장 규제는 내향적 정책과 외향적 정책으로 구분된다. 내향적 정책은 국내기업에 대한 규제정책이고, 외향적 정책은 외국기업에 대한 규제 정책을 의미한다. 다시 내향적 정책은 정부의 통제 state control와 창업에 대한 규제barriers to entrepreneurship로 나누어진다. 외향적 정책은 거래와 투자에 대한 외재적 장벽explicit barriers to trade and investment과 기타 장벽other barriers으로 구분

된다.

〈그림 2〉 시장 규제 분석 틀



자료원: Nicoletti, Scarpetta & Boylaud (1999), "Summary indicators of product market regulation and employment protection legislation for the purpose of international comparisons," OECD Economic Department Working Paper, No.226.

유통산업 규제 역시 제품시장 규제의 틀 속에서 생각할 수 있으며 <그림 2>에서 제시된 분류 틀은 다음에서 이어지는 각 국가별 구체적인 유통규제 분석의 기초가 된다.

2. OECD 회원국 유통산업 규제

(1) 유통산업의 구조

<표 2>는 OECD 각국의 유통산업의 경제구조 및 성과지표를 나타내고 있다. 이 표에 의하면 소매유통의 구조 및 성과는 국가별로 많은 차이를 보이고 있다. 1996년과 1997년 사이에 도매 및 소매 거래 규모는 GDP의 9%~18%를 차지하고, 총고용의 13%~26%를 차지하고 있다. 이 중에서 소매가 차지하는 부분은 GDP의 3%~7%, 총고용의 4%~16%를 차지하고 있다. 소매유통 업체의 종업원 수를 기준으로 측정한 매장의 밀도와 평균 규모에 있어서도 국가별로 아주 큰 차이를 보여주고 있다. 종업원 당 재고회전율과 종업원당 부가가치 역시 OECD 국가별로 큰 차이를 보여주고 있다.

소매유통산업은 전형적으로 참여 기업의 수가 많고 상대적으로 진입과 진출 정도가 높은 산업이다. 1990년 기준으로 전체 기업 수 대비 유통산업 기업 수를 산출하면 미국과 덴마크의 경우 20% 미만이고, 그리스, 포르투갈, 한국의 경우는 40% 미만이다(Pilat 1997). 그러나 지난 20년간 유통산업은 아주 역동적으로 변화했고, 급격한 변화를 경험하고 있다. 게다가 시장구조 역시 국가마다 아주 다른 양상을 보여주고 있다. 최근에는 집중화의 경향에 있어 국가마다 차별화를 보여주고 있고, 전자상거래의 성장 등 새로운 형태의 경쟁이 급속하게 전개되고 있다.

<표 2>에 나타난 우리나라의 특징을 살펴보면, 총고용 중에서 소매업에 종사하는 고용의 비중이 9.2%이다. 이 수치는 일본의 11.2%보다는 낮지만 미국의 8.9%보다는 높은 수준이다. 종업원당 재고회전율은 USD 86,000로서, 미국의 USD 132,000와 일본의 USD 166,000보다 낮은 수준이다. 소매업체당 종업원 수는 2.3명으로서 미국의 15.3명, 일본의 5.7명보다 낮은 수준으로서 상대적으로 업체의 소규모적 특성을 보여주고 있다. 그러나 거주자 1,000명당 점포의 수는 18.6개로서 미국의 5.8개와 일본의 11.3개 보다 많은 수준으로서 점포의 밀도가 상대적으로 높음을 알 수 있다.

〈표 2〉 OECD 각국의 유통산업 경제 구조 및 성과지표(1996년, 1997년)

	Employment (percentage of total employment)		Value added (percentage of total GDP)		Value added per employed (1,000 US\$ PPP)		Turnover per employed in retail (1,000 US\$ PPP)	Employe d per enterpris e in retail	Outlets per 1,000 inhabitants
	Retail	Wholesale and retail	Retail	Wholesale and retail	Retail	Wholesale and retail			
Australia	9.9	17.4	..	10.8	..	31	104 ¹	10.8 ^{1,5}	4.0 ¹
Austria	6.6	13.4	4.3	11.9	31	42	142	7.4	3.7
Belgium	12.7	13.3	..	10.9	..	50	104	4.7	14.0 ⁸
Canada	12.7	18.7	..	9.3	..	25	63 ²	8.4 ^{2,6}	6.9 ²
C z e c h Republic	8.5	15.0	3.7	10.8	12	20	59	3.4	6.8
Denmark	6.9	15.9	3.8	11.5	27	36	180	6.9	6.3
Finland	6.0	11.9	3.1	9.4	26	39	177	5.2	7.6 ⁹
France	7.2	13.8	4.0	9.2	31	36	199	4.7	6.7 ⁹
Germany	8.2	15.5	4.1	10.0	25	31	138	6.6	4.9 ³
Greece	15.6	14.4	6.5	13.1	16	34	..	2.9 ³	18.3 ⁸
Hungary	10.7	13.9	4.7	10.2	12	20	41	3.1 ⁶	12.1
Iceland	7.0	13.6	183	5.2	6.7 ⁸
Ireland	9.6	114	5.1	14.4
Italy	7.6	17.3	2.9	12.6	24	44	138	2.1	9.8
Japan	11.2	17.1	..	11.8	..	33	166	5.7 ³	11.3
Korea	9.2	86 ⁴	2.3 ^{4,6}	18.6 ⁹
Luxembourg	10.0	21.1	3.4	10.2	30	43
Mexico	15.2	15.1	42 ³	2.1 ^{3,6}	13.1 ³
Netherlands	6.9	15.1	3.7	12.0	30	45	157	5.2	7.4 ⁹
New Zealand	6.8	15.3	5.4	9.5 ⁸
Norway	8.8	15.2	..	9.8	..	34	212	5.8	9.3
Poland	7.4	13.2	..	18.4	..	26	62	1.8	24.8
Portugal	8.4	17.2	4.4	13.3	17	26	90	3.3	15.2
Spain	12.8	22.3	..	13.3	..	28	113	2.9	14.2
Sweden	4.6	12.9	..	9.5	..	34	253	6.0	5.0
Switzerland	9.4	182	8.8 ⁷	7.8
Turkey	4.3	..	5.4	14.4	22	..	13	2.9 ⁶	5.1
U n i t e d Kingdom	10.0	16.4	..	10.7	..	30	132	8.7	3.4 ¹⁰
United States	8.9	25.8	..	16.8	..	43	132	15.3	5.8

1. 1992
2. 1985
3. 1993
4. 1985
5. Dependent employees only
6. Retail outlet
7. 1995/1996
8. 1990
9. 1995

10. 1994

자료원: Doson 1999; OECD International Regulation Database; Eurostat.

최근 유통산업의 추세 중 하나는 집중화의 증가이다. 집중화의 추세는 특히 식품유통에 있어 두드러진 현상이다. 노르웨이, 스위스, 호주, 캐나다, 핀란드, 스웨덴에서는 가장 규모가 큰 3개 업체가 전체 식품소매 거래의 60% 이상을 차지한다. 대조적으로 폴란드, 체코, 한국, 이탈리아의 경우 구매 집단을 제외한 10대 소매 유통기업이 총거래의 20% 미만의 규모를 차지하고 있다(Doson 1999, Pilat 1997, Pellegrini 2000, DREE 1999).

이와 같이 국가별로 산업구조에 있어 차이가 발생하는 이유는 각국의 경쟁 및 산업 발달 정도에 기인할 뿐만 아니라 다양한 소매거래에 있어서 국가별 규제 정도 및 사업관행의 차이에 기인한다고 볼 수 있다. 결국 유통규제는 유통산업 발전에 직접적인 영향을 미친다.

도매와 소매기능이 수직적으로 통합되면서 도매와 소매유통간 구분이 모호해지고 있다. 유통에서 JIT 방법이 도입되면서 제조-도매-소매간의 관계를 변화시키고 있는데, 전통적으로 독립적인 관계에서 공동협력의 형태로 바뀌고 있다. 특히 로지스틱스에 있어서 이러한 현상이 두드러지고 있다(EC 1997). 식품소매업자들은 타 소매업자들과의 공동협력 계약을 체결하면서 계약 지위를 강화하고 있다. 이러한 계약을 통하여 식품소매업자들은 식품제조기업에 대응하고 대규모 소매업체와의 경쟁에서 효과적으로 생존하고자 한다(EC 1996). 개별 기업들이 네트워크를 구축하면서 도매업자 주도, 소매업자 주도, 메이커 주도의 공동협력체, 구매집단, 자발적 체인 등을 구성한다. 이러한 기업간 네트워크는 프랜차이즈 형태로 나타나기도 한다(Dobson 1999). 결국 다양한 통합형태가 등장하면서 식품유통의 집중화 정도는 다수의 국가에서 훨씬 높아질 것으로 보인다(Boylaud 2000).

집중화와 수직적 통합의 경향이 강해지면서 대규모 유통업자가 공급자보다 더 강력한 파워를 누리게 되었고, 자체브랜드 상품의 유통이 증가하게 되었다(Boylaud 2000). 생산자의 수가 많고, 독주하는 브랜드가 시장에서 존재하지 않은 경우에는 소매기업간 국내 또는 국제 제휴가 활발히 진행되면서 결과적으로 소매업체간 경쟁을 감소시키고, 소매업체가 메이커를 통제하는 구매자 독점이 발생할 가능성이 높다.

집중화와 국제화의 과정을 살펴보면, 기업은 규모의 경제를 얻기 위해서 우선적으로 국내에서 기업 규모를 확장하고자 한다. 일단 일정 수준의 집중화가 국내에서 달성되면 국내시장에서의 확장은 더 이상 힘들게 되면서 유통업

체는 해외시장에 눈을 돌리게 된다. 진입규제가 큰 경우, 이미 지위를 확보하고 있는 기업을 매입하거나 또는 기존 업체와 팀을 이루어 시장에 침투하게 된다. 1991년과 1998년 사이에 국제 유통거래에 있어서 흡수와 합병의 총규모는 USD 17억 2천9백만에서 USD 179억 6천7백만으로 증가하였다(ILO 1999). 이러한 증가 추세는 기업 확장의 과정을 단적으로 보여주고 있다. 주요 국제적 유통집단들의 진출 및 확장과 관련된 유통 기법들은 유통부문의 현대화를 촉진했고(특히 폴란드와 한국의 경우), 경쟁을 촉진시켰다(특히 영국, 독일의 경우). 이태리와 같이 전통적으로 매우 엄격한 규제가 있는 국가에서는 산업의 국제화는 물론 규모가 큰 전국적 유통 집단의 성장과 발전을 저해하였다.

(2) OECD 국가의 유통규제

일반적으로 경쟁적인 성격이 강한 유통산업에서도 소매유통은 다양한 형태의 규제를 경험하고 있다. 1998년을 기준으로 보면, 규제의 엄격성과 범위에 있어서 OECD 국가들간에도 상당한 차이를 보여주고 있다. 유통규제를 시장접근에 대한 규제, 영업에 대한 규제로 나누어 살펴보면 다음과 같다.

1) 시장 접근에 대한 규제

시장진입과 진출이 빈번한 특성을 가지고 있는 유통시장은 일반적으로 진입에 대한 규제가 적은 산업이다. 시장진입과 관련된 주요한 규제 내용은 유통점을 신설하여 개점하는 경우에 관한 것이다. 예를 들면, 사업체 등록과 같은 진입 규정, 신설에 대한 규제, 상업 시설물의 확장 및 입지, 특정 영업 활동 및 제품에 대한 규제, 지정된 제품에 대한 독점적 판매의 존재 여부, 대규모 사업장의 신설에 대한 법적 제한 등이다.

(가) 영업등록에 관한 규제

대부분의 국가에서 사업체 등록은 영업을 하기 위해서 필요한 조건은 아니다. 사업체 등록이 필수적인 국가에서는 영업을 시작하기 위해서는 해당 행정기관의 등록 절차를 마칠 때까지 기다려야 하는 불편함이 있다. 일부 국가에서는 영업을 시작하기 전에 사업 및 사업자의 적합성이 요구되는 경우는 있다(오스트리아, 체코, 프랑스, 헝가리, 이탈리아, 한국, 네덜란드 등). 반면에 벨기에, 프랑스, 헝가리, 아이슬란드를 제외하고는 사전교육과 학위를 필수적인 것으로 규정하는 국가는 상대적으로 적은 편이다. 그러나 소비자의 건강이나 위험물에 대한 안전이 요구되는 특정 형태의 사업장에게는 보다 엄

격한 기준이 적용되는 경우가 많다.

(나) 상업용 부동산과 구획에 관한 규제

상업용 부동산과 지역제(zoning, 예를 들면, 상업지역과 주택지역의 구분)에 대한 규제는 소매서비스 발전에 가장 큰 장애로 작용하고 있다(OECD 2000). 지역제란 지방자치 단체가 토지이용에 대한 사유권을 제한하고 공공 복지와 발전을 촉진할 목적으로 관할지역내의 토지·건물위치·규모·용도 등을 통제하는 제도로서 이 제도하에서는 관할지역 전체 토지가 지역으로 구분되고 세부적인 용도가 지정되어 용도별로 용도규제use regulation 및 개발기준 development standard이 정해진다. 이는 토지이용의 적정화를 목적으로 만들어 졌지만 경우에 따라 소매업의 경쟁을 조정하는 기능도 가지고 있다.

상대적으로 영업 행위가 자유로운 미국의 경우에도 상점의 입지를 확보하는 것은 소매업에 신규 진출하는 경우 가장 주요한 외생적 장애 요인이다(Gable et al. 1995). 대부분의 OECD 국가에서는 도시계획 규제보다 더 강한 상위 법에 해당하는 특별 규제가 소매업 사업장 신설에 적용된다. 호주, 핀란드, 아일랜드, 노르웨이, 스위스만이 이러한 특별규제를 가지고 있지 않다. 최근 유럽연합에서는 전통적으로 규제가 적었던 국가의 경우 규제를 강화하는 경향이 심화되고 있다(EU 2000). 필요 이상의 과도한 규제는 경직성으로 이어질 수 있고, 유통산업의 현대화를 저해하는 요인이 된다.

지방자치단체 및 도시계획법의 상위법으로 작용하는 국가단위의 입법은 유통 산업에서 경쟁을 완화시키기 위해 사용되기도 한다. 동시에 지방자치단체의 입법(예를 들면, 미국의 주법, 독일의 란트법)은 전국적 규모의 입법(예를 들면, 미국의 연방법)처럼 전국에 영향을 미치는 효력을 가질 수도 있다. 예를 들면, 지역에서 소매업 매장 면적을 양적으로 규제하는 법규는 신참 기업을 억제하는 경쟁 제한 요소로 작용할 수 있다. 특히 기존의 소매점들이 의사결정에 참여하여 이러한 경쟁을 제한하는 경우도 발생 가능하다. 이처럼 지역의 로비력이 지역 정부에 영향을 미치는 경우에는 외국기업을 포함해서 외부 기업이 그 시장에 진입하는 것이 사실상 힘들어진다.

(다) 소매점 입지 및 등록에 관한 규제

소매점 입지에 대한 등록 및 허가와 함께 OECD 대부분의 국가에서는 소매점 운영에 관한 특별한 허가를 요구한다. 예를 들면, 매장에서 판매할 수 있는 제품 종류에 대한 허가이다. 추가적인 면허 또는 허가가 요구되는 제품 유형도 존재한다. 이와 같이 규제가 심화될수록 시장에 진입하고자 하는 기

업에게는 비용으로 작용하기 때문에 경쟁이 제한되는 위험이 존재한다.

결과적으로 지역독점은 경쟁을 저해하고 소비자 선택을 제한한다. 현재 OECD 국가의 다수가 정해진 제품에 대해서만 지역독점을 할 수 있도록 권고하고 있다. 이러한 예를 살펴보면 약품의 경우 9개국(오스트리아, 벨기에, 덴마크, 프랑스, 이탈리아, 네덜란드, 스페인, 스웨덴, 영국), 주류의 경우 6개국(핀란드, 아이슬란드, 노르웨이, 폴란드, 스웨덴, 터키), 담배의 경우 5개국(호주, 프랑스, 헝가리, 이탈리아, 스페인) 등이다. 북유럽 국가에서는 매장의 일부분은 국가에서 관리하고 있는 경우도 있다. 이러한 제한은 전통적으로 공공 안전 및 건강의 외부효과성(externalities)에 기초하고 있다.

(라) 대규모소매점포에 관한 규제

대규모소매점포에 대한 제한은 다음과 같은 결과를 가져왔다. 첫째, 규모와 범위의 경제 효과를 활용하여 효율성을 얻지 못함으로 발생하는 통합과 근대화 지연이다(Hoj et al. 1995). 대규모 소매점의 신설이 가져다주는 주변의 상점들에게 미치는 긍정적인 효과를 감소시키면서 결국 소비자에게는 새로운 서비스의 수혜 기회를 박탈하는 결과를 가져올 수 있다(Bertrand and Kramarz 2000). 둘째, 새로운 진입자가 시장에 진입하는 것을 저해함으로써 기존의 기업들만이 독점적 혜택을 누릴 가능성이 높고, 경우에 따라서는 시장에서 지배적 위치를 차지할 수 있다. 이런 기업들은 국가수준에서는 임계 규모를 찾음으로써 집중화될 경향이 높고, 국제적 수준에서는 해외 시장에 침투하기 위해서 그 시장에 이미 시장 지위가 지배적인 기업과 제휴할 가능성이 높다. 마지막으로 대규모소매점포에 대한 제한은 공급자에 대한 기업의 시장과위를 감소시킬 수도 있다(Pellegrini 2000).

OECD 국가를 대상으로 매장 면적을 기준으로 대규모소매점포에 대한 제한을 정리하면, 제한이 없는 경우(24%), 5,000m² 이상(13%), 2,000-3,000m²(21%), 1,000-2,000m²(25%), 500-1,000m²(4%), 500m² 미만(13%)을 차지하고 있다. 제한이 되는 매장면적의 기준이 국가마다 다른데 최소 300m²(스위스)에서 최대 5,000m²(멕시코)이다. 대다수 국가의 경우 제한 면적은 1,000m² 이하이다. 가장 제한적인 규정을 가지고 있는 국가는 프랑스, 일본, 폴란드, 오스트리아, 벨기에, 이탈리아 등이다. 반면에 호주, 캐나다, 체코, 네덜란드, 스웨덴은 제한 규정이 없다. 전반적인 추세는 매장면적을 제한하는 경향이 강하지만 독일, 이탈리아, 일본, 한국, 터키는 지난 5년 동안 규정을 강화하지 않았다.

해당기관으로부터 대규모소매점포 허가를 얻기 위하여 소요되는 기간 역시 규제의 성격을 띠고 있다. 이 경우 면적에 대한 규제는 약하지만 소요기간이

상대적으로 긴 국가의 예를 주목할 필요가 있다. 일본의 경우 매장 면적에 대한 규정은 상대적으로 약하지만 허가 신청 처리기간은 1년이다. 이탈리아, 오스트리아, 벨기에의 경우 처리기간은 6개월이며, 프랑스의 경우 4개월이다. 반면에 상대적으로 면적에 대한 규제가 강한 국가인 멕시코와 한국의 경우 허가 처리기간은 20일로 매우 짧은 편이다.

국가 입법의 제한적인 성격도 국가마다 차이를 보여주고 있다. 대규모소매점포가 일본에서는 아주 흔하지 않지만 프랑스의 경우는 대규모소매점포가 증가를 하면서 이에 대한 입법을 강화하고 있다. 게다가 허가에 대한 의사결정이 지역차원에서 이루어지면서 그 지역의 압력집단(예를 들면, 소규모 소매업체)이 영향력을 행사하는 경우가 있다. 결과적으로 대규모 소매점의 밀도는 국가적 차원에서의 엄격한 규제가 존재하는지 여부와는 관련성이 매우 적다. 예를 들면, 국가 입법이 엄격한 이탈리아와 국가 입법이 전혀 없는 네덜란드를 비교하면 1995년 두 나라 모두 대규모소매점의 밀도가 낮았다. 그리고 국가 입법이 강한 프랑스의 경우는 하이퍼마켓의 밀도가 상대적으로 높았다(Pilat 1997).

유럽의 경우 가구별 연령 및 구성원 수에 따라 대형 유통점의 세부적인 매장 위치 및 매장환경 조성, 가격, 서비스제공 종류 및 방법도 차이를 보이고 있다. 개인주의 및 현대화가 지속되면서 유럽에서는 독신 및 자녀가 없는 가정의 비율이 늘어나고 있으며 전반적으로 청년층의 비율이 줄고 장년층의 비율이 높아지는 현상을 보이고 있다. 이러한 변화가 가장 두드러진 국가로는 스웨덴, 노르웨이, 핀란드, 덴마크, 네덜란드, 영국, 스위스 등의 대부분 북유럽 국가들로서 장년층이 많은 인구 구조는 높은 개인소득과 연결된다. 이에 따라 가격에 중점을 두기보다는 다양한 상품을 구비하고 실버계층을 목표시장으로 한 여행 및 건강서비스를 제공하는 것이 새로운 마케팅전략으로 부상하고 있으며, 장년층을 위한 휴식 공간, 노약자를 위한 매장환경 설계 등이 주요 고려사항이 되고 있다.

소비자의 소득, 연령구조 등 소비자 측면뿐만 아니라 상행위와 관련된 각국의 법률 또한 소매업의 형태를 결정짓는 중요한 요소 중 하나이다. 특히, 프랑스에서는 1996년 300㎡ 이상의 점포 개설시 정부의 허가를 의무화한 라파린법Raffarin Law을 도입, 대형 하이퍼마켓 및 독일식 디스카운트 스토어의 성장을 억제함으로써 프랑스 소형 소매업체들을 보호하고자 노력하고 있다. 이러한 현상은 유럽 여러 나라로 확대되어 스페인, 포르투갈도 최근 대형 소매업체의 확장을 제한하는 법안을 도입했으며, 이탈리아도 대형 소매 아울렛

개설을 금지하는 국가예산법을 1997년 도입한 바 있다. 한편, 독일은 이와는 반대로 사회적인 논란이 돼왔던 영업시간 제한을 완화하는 법안을 도입하는 등 쇠퇴했던 대형 아울렛과 대형 디스카운트 스토어의 경쟁을 촉발시키는 조치를 취함으로써 대형유통업체들의 성장을 위한 환경을 제공하고 있다.

일본, 한국, 이탈리아에서는 대규모소매점포에 대한 규제가 완화되고 있다. 일본의 경우, 대규모 소매점의 발달을 상당히 저해했던 대규모소매점포법이 2000년 6월을 기준으로 새로운 입법으로 대체되었다. 한국의 경우, 유통산업의 자유화 추세에 힘입어 1998년 3,000m²를 초과하는 대규모소매점포의 운영을 제한하는 주요 규정을 삭제했다. 하지만 한국과 일본의 경우 매장을 확보하기가 상당히 힘들고 구획 정책이 엄격하다는 것을 지적하고 있다(OECD 2000). 마지막으로 이탈리아의 경우 1998년 소매업에 관한 입법을 상당 부분 수정하였다.

2) 영업에 대한 규제

(가) 영업시간에 관한 규제

소매업에서 영업에 영향을 미치는 규제는 영업시간과 가격설정에 대한 자유권이다. 영업시간에 대한 규제는 종종 종교적인 이유나 종업원을 보호하기 위한 목적이 있다. 예를 들면, 프랑스의 경우 영업시간은 간접적으로 노동법에 의하여 규제를 받는다. 문화적 및 역사적인 차이가 국가간의 영업시간을 설명하는 경우도 있다(상세한 내용은 Pilat 1997; Boylaud 2000 참조). 1998년 기준으로 체코, 헝가리, 아일랜드, 한국, 멕시코, 폴란드, 스웨덴 등의 국가에서는 일요일을 제외한 영업시간에 대한 규제가 상대적으로 약하다. 그러나 주목할 것은 영업시간에 대한 규제가 약하다고 해서 실제로 점포가 상시 영업을 할 수 있다는 의미는 아니다.

최근에는 소비자의 요구가 있으면 영업시간을 자유화하는 추세로 가고 있다(OECD 2000). Pilat(1997)은 영업시간을 신축적으로 운영할 때 경제에 미치는 영향을 연구하면서 스웨덴과 네덜란드와 같이 상대적으로 이 분야 개혁을 일찍 시작했던 국가의 사례를 분석하였다. 대체적으로 신축적인 영업시간 운영은 소비자 복지를 향상시키고, 유통 분야의 고용을 촉진하고, 소규모 점포보다는 대규모 점포의 시장 지위를 강화하는 것으로 나타났다. 그러나 매출에 미치는 영향은 기대보다는 낮은 수준이었다. 신축적인 영업시간 운영의 혜택이 규모에 따라 서로 다르게 창출되는 이유는 대규모소매점포의 경우 규

모의 경제를 효율적으로 활용할 수 있기 때문이고 반면에 소규모소매점의 경우는 그 혜택이 적기 때문이다. 또 다른 혜택은 새로운 진입이 발생하고, 임시직 고용이 늘면서 유통 종업원의 교섭력이 약화되며, 제품 믹스가 확대되고 제품 및 노동시장 렌트가 낮아진다. 이러한 고용 효과는 개혁 전, 후(예, 네덜란드) 유통 인력의 진화와 규제가 자유적인 국가와 제한적인 국가들간에 유통고용의 차이를 비교해 보면 크게 나타난다.

(나) 가격통제에 관한 규제

대부분의 OECD 국가에서는 가격통제가 존재하는데 대체로 해당되는 제품이 제한되어 있다. 가격제한은 주로 의약품, 담배, 휘발유 등에 적용되고 있다. 벨기에, 아이슬란드, 멕시코, 터키에서는 식품류에 대하여 부분적으로 제한을 두고 있다. 또한 한시적으로 적용되는 가격통제는 가끔 실시되고 있다.

(다) 촉진에 대한 규제

가격통제와는 달리 촉진에 대한 통제는 상대적으로 많은 편이다. 촉진에 대한 통제는 소비자 보호 및 불공정 행위에 대한 제한 조치로 행해지는 경우가 많다(OECD 1979). 아울러 제품 안전, 위생, 라벨 및 품질 기준에 의하여 규제되는 경우도 있다. 촉진을 규제하는 것이 바람직한지에 대해서는 합의가 이루어지지 않았지만 촉진이 규제되는 행태는 국가마다 서로 차이를 보이고 있다. 오스트리아, 캐나다, 체코, 헝가리, 스위스, 영국의 경우는 촉진 규제에 관한 구체적인 입법이 존재하지 않는다. 반면에 독일, 벨기에, 덴마크, 핀란드 등에서는 촉진의 거의 모든 분야를 망라하여 규제 입법이 있다. 나머지 국가에서는 부분적으로 언급을 하고 있다. Loss-leading 즉, 원가 이하로 판매하는 출혈 경쟁은 OECD 회원국의 절반 정도가 규제하거나 금지하고 있다.

주요국의 경품제한 현황을 살펴보면, 경품 총액에 관해서는 일본의 경우 일정액을 정해놓고 있지만 미국의 경우는 제한이 없다. 프랑스의 경우는 소액으로 제한하고 있으며, 독일은 소액의 판매촉진 상품을 제외하고는 금지하고 있다. 사업자에 대해서는 일본의 경우 제공방식과 대상품목을 제한하고 있지만 미국의 경우 제한이 없다. 프랑스는 제한이 없지만 독일의 경우 원칙적으로 제한하고 있다. 일반적으로 경품제공 규제 등을 불공정행위 근절이나 공정경쟁 촉진차원에서 강화하고 있고, 동 규제는 통상 법률에 근거를 두고 있지만 행정지도나 시행령을 통해 이뤄지는 경우도 많다.

(3) 유통규제의 지표 분석

Boylaud & Nicoletti(2001)의 연구에서 소매유통 산업에의 진입의 용이성과 소매유통 기업의 운영을 요인분석한 결과, 다음의 세 가지 부류로 구분하였다. 첫째, 일반적인 접근의 제한(사업을 시작하기 위해서 필요한 형식 절차, 특정 제품을 판매하기 위해서 필요한 승인, 대규모점포에 대한 제한 등), 둘째, 영업 운영에 대한 규제(영업시간, 지역 독점 등), 셋째, 가격 규제이다. 이 세 가지 요인이 전체 변동의 74%를 설명하고 있다. 이상의 요인 점수를 기초로 살펴보면, 1998년 기준으로 가장 유통 규제가 엄격한 국가가 프랑스, 일본, 그리스, 오스트리아 등이다. 가장 유통 규제가 자유로운 국가는 체코, 스위스, 호주 등이다. 참고로 연방 체제를 유지하고 있는 국가의 경우 규제가 지방자치단체별로 규제되어 있거나 전국적인 영향력이 없는 경우에는 자료의 정확성이 떨어질 수도 있다.

가격과 영업에 대한 규제는 프랑스와 벨기에의 경우 상대적으로 높았으며, 시장에서의 접근에서는 오스트리아, 폴란드, 프랑스, 그리스, 일본 등이 규제가 높은 것으로 나타나고 있다. 여기서 주의할 것은 규제가 명문화되어 있는 경우 실무에서는 신축적으로 법규를 적용하는 경우가 존재할 수 있다는 사실이다. 또한 이상의 분석은 판매매장과 촉진에 관한 규제를 고려하지 않은 자료이다.

3. 주요국 유통규제개혁 현황

미국에서는 유통과정에 관한 특별한 공공정책이 없으며 유통업자에 대한 특별한 지원정책도 없다. 유통업에도 반트러스트법을 적용시키면서 경쟁촉진에 비중을 두고 있다. 그러나 예외적으로 반트러스트법 체계 가운데 로빈슨-패트만법은 차별대가를 규제하고 있는데, 이는 일종의 경쟁규제가 아닌 경쟁조정 정책으로 볼 수 있다.

일본의 경우 2000년 대소매점법이 대소매점입지법으로 대체되면서 사회적 규제의 틀을 마련하였다. 대점법 폐지 후 신규진입이 용이해지면서 지방경제 발전과 중소소매업의 건전한 발전에 기여하고 있다. 그러나 규제관청이 중앙정부에서 지방정부로 이관함으로써 규제주체는 바뀌었지만 각종 사회적 규제의 기준설정이 더욱 애매해졌다. 게다가 지방자치단체의 재량이 커지고 중소규모점의 단순한 보호욕구가 가미되어 부작용의 우려가 여전히 존재한다.

프랑스의 경우 대규모 점포를 규제하는 르와이에법이 최근에 라파린법으로 개정되었다. 전통적으로 유통산업 고유정책을 통하여 도시계획에 따른 개점 규제를 하였으나 규제환경이 바뀌면서 유통규제를 완화하고 있다.

V. 결론 및 제언

1. 우리나라와 OECD의 유통규제 비교

분석결과 OECD 국가들은 유통환경 변화에 대하여 다양한 반응을 보이고 있다. 유통규제와 관련된 전체적인 추세를 보면, 많은 국가에서 상당한 정도로 시장접근, 가격통제, 서비스 규제를 완화하고 있다. 반면에 유통에 대하여 자유주의 노선을 취해왔던 주로 유럽 국가들 중에서는 대규모 유통기업에 대한 규제를 재도입하는 경우도 있다. 심한 경우 일부 국가에서는 전통적으로 불필요한 제한적 규제와 과도한 행정부담 등으로 시장접근에 있어 방해 요인으로 작용하고 있는 경우도 있다.

전반적으로 OECD 국가들과 비슷한 유형과 정도로 국내 유통산업에서 규제가 존재한다고 할 수 있지만 몇 가지 차이를 발견할 수 있다. 우선 도시계획상의 상업입지 시설에 대한 규정 이외에는 국내에서는 대형점의 설립을 직접적으로 제한하는 규제는 존재하지 않고 있다. 아울러 여러 OECD 회원국에서

는 영업시간에 대한 규제가 있는데 영업시간에 대한 제약은 원래 동일한 휴일을 정하고 근로자들의 초과근무를 막기 위한 것이었으나 소비자의 선택권을 제한함과 동시에 영업시간을 연장하기 힘든 소형 점포주들을 보호하는 결과를 가져오고 있다. 영업시간에 대해 좀 더 유연한 운영을 요구하는 목소리가 높아짐에 따라 많은 국가에서 이에 대한 개선을 서두르고 있다. 다행히도 현재 국내에서는 이러한 영업시간에 대한 규제가 존재하지 않고 있다. 대신 매장 운영에 대한 규제가 매우 많다는 점이 특이 사항이다.

2. 우리나라 유통규제개혁의 방향

유통규제는 그 자체 산업과 제조업 경쟁력에 영향을 미치기 때문에 경제적 규제는 철폐되고 사회적 규제는 최소한에 그쳐야 한다. 다행히 우리나라의 경우 대규모점포의 입점에 관한 규제는 여타 개도국 혹은 선진국 일부에 비해 조기 완화되어 왔다. 그럼에도 불구하고 여전히 경제적 규제와 사회적 규제로 인한 자유로운 시장진입이 저해 받고 있다.

규제는 철폐되어야 하지만 동시에 경쟁촉진을 통한 경쟁력강화를 위해서는 새로운 규제가 신설될 필요도 있다. 따라서 규제개혁은 구체적인 사안별로 분석대상과 가정을 엄밀하게 설정, 검토되고 정책대안이 제시되어야 할 것이다. 유통규제개혁 방향을 제시할 때 검토되어야 할 원칙들은, 첫째, 소비자선택과 시장 논리의 존중이다. 유통규제개혁의 전개방향은 소비자선택의 권리가 우선되는 방향으로 전개되어야 할 것이다. 소비자의 자유의사에 따라 가격과 상품을 선택할 수 있는 권리가 확보되어야 한다. 따라서 소비자이익을 증진시키기 위한 유통규제개혁의 전개에는 가격과 상품을 자유로이 선택할 수 있는 유통체계의 형성을 위한 제도적 장치가 마련되어야 한다.

아울러 유통규제개혁은 시장 경제원리를 최대한 존중하고 민간의 자율성을 보장하는 방향으로 추진되어야 하지만 업체의 담합을 통한 사적규제가 등장할 수 있어 특정 규제의 완화에 따른 보완적인 대책이 필요하다. 특히 소비자에게 불리하게 작용하고 있는 사적규제는 규제완화의 근본 취지를 무색하게 만든다. 국내의 유통산업은 업체나 기업의 전문성 차원에서 선진국에 비해 뒤떨어져 있어 이러한 사적규제의 등장 가능성이 매우 크다.

둘째, 글로벌 기준에 부합하는 규제개혁이 요구된다. 최근에는 WTO 협상이 재개되면서 도하개발아젠다에 대한 논의와 서비스협상이 국가간에 진행되고 있다. 유통서비스와 관련해서는 국내의 경우 대부분의 영역이 시장개방 되어

있다. 예외적으로 육류도매점의 경우에만 외국인투자비율(50% 미만)을 제한하고 있다. WTO 서비스협상의 주요 내용은 국내규제, 시장접근, 내국민대우 등으로 구분하여 진행하고 있다. 우리나라의 유통규제개혁 역시 이러한 내용에 부합되도록 이루어져야 할 것이며, 궁극적으로 규제개혁은 우리 유통기업의 해외진출을 적극적으로 지원하는 방향과 해외투자를 유치하기 위한 국내 유통시장의 규제적, 문화적 환경 조성에 동시에 초점이 맞추어져야 할 것이다.

셋째, 유통산업의 독자성 인정이다. 유통규제개혁은 제조업 우대의 정책적 패러다임을 전환하여 유통업의 생산적 기능을 인정하고 제조업과의 차별을 없애야 한다는 시각으로 접근해야 한다(하병기·심영섭 2000). 아직까지 유통업을 과소비와 연관시켜 소비 억제를 유도하기 위한 판매시설에 대한 규제가 존재하고 있어 개선의 여지가 많다. 비슷한 맥락에서 판매시설과 물류시설의 인위적인 구별과 차별적인 규제수준은 유통기능과 물류기능의 유기적인 조화를 방해하고 유통산업 전체의 효율성을 저하시키고 있어 보다 적극적으로 이와 관련된 규제개혁을 추진하여야 한다.

마지막으로 규제에 대한 전략적 적합성 및 정당성 제시가 필요하다. 규제개혁이 궁극적으로 추구하는 목표를 고려한다면 반드시 규제를 폐지하는 것이 바람직한 것은 아니다. 시장경쟁의 촉진을 위해 그리고 사회적 목적을 달성하기 위해 특정 분야의 규제는 강화되는 것이 바람직하다. 이러한 점에서 규제개혁의 초점을 단지 특정 법률안의 조항들을 삭제하는 무차별적인 완화에 맞추기보다는 거시적인 관점에서 정책 운영의 목표 달성을 위해 관련법안을 체계적으로 재구성하여 중복규제를 피하고 기업의 자율성을 향상시키는 방향으로 진행되어야 할 것이다.

3. 연구의 한계점과 향후 연구과제

향후 국내 유통규제개혁의 방향이 유럽형, 미국형, 일본형 중 어디에 비중을 둘 것인지에 대한 심도 있는 연구가 필요하다. 이를 위해 유통규제에 영향을 미치는 경제적, 사회문화적 요인들이 진입 및 운영규제, 가격 등에 미치는 영향을 분석할 필요가 있다. 이와 관련하여 본 연구에서는 OECD 개별국가의 특수성을 고려하지 않은 한계점을 가지고 있다. 이를 보완하기 위하여 향후 연구에서는 개별국가의 유통산업관련 각종 사회규제에 대한 심도 있는 연구가 수행되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 김도형, 『일본의 공적규제와 사업자단체』, 산업연구원 정책자료, 1999. 9.
- 김성철, 「유통산업의 경쟁촉진을 위한 규제개혁 방안」, 『유통연구』, 제2권 제2호,
1997. 12, pp.153-172.
- 김영추, 「우리나라의 유통관계법제 개관」, 법제, 제57호, 1981. 9, pp.47-48.
- 남일충, 『한국의 유통산업』, 한국개발연구원 연구보고서, 1992. 12.
- 대한무역투자진흥공사, 『미국유통시장진출가이드』, 2001.
- _____, 『유럽유통업체는 이런 상품을 산다』, 2002.
- 산업연구원, 『벤치마킹을 통한 한국산업의 대해부』, 1997. 6.
- 송호달 외, 『유통경영론』, 두남, 2000.
- 서용구, 『유통산업분야 규제에 관한 구조적 개혁방안 연구』, 산업연구원 연구
보고서, 1997.
- 신광식, 『경쟁정책의 국제비교: 미국, 일본, 독일』, 한국개발연구원 연구보고
서,
1994. 12.
- 옥선중, 『유통경제』, 창현출판, 1995.
- 임종인 외, 『한미일 유통산업의 구조분석』, 산업연구원 연구보고서, 1998. 5.
- 조병택, 「일본형 유통정책전환의 기본내용 및 문제점」, 『연세경제연구』, 제
3권 제2호, 1996. 9, pp.293-313.
- 전경련, 『유통부문 규제완화 과제』, 1997.

- 정연학, 「유통산업의 정부정책방향」, CS Journal, 2002. 2.
- _____, 「유통산업정책」, CS Journal, 2002. 3.
- _____, 「국내 유통산업의 현황과 지원정책」, CS Journal, 2002. 4.
- _____, 「유통산업의 이해」, CS Journal, 2002. 5.
- 최성근, 『물류관계법의 체계분석과 개선방안』, 한국개발연구원 연구논문집, 1995. 12.
- 하병기·심영섭, 『규제개혁의 경제효과 분석』, 산업연구원 연구보고서, 2000. 1.
- 한국백화점협회, 『유통법령집』, 2000.
- 황적인·권오승, 『경제법』, 법문사, 1991, pp.46-49.
- Bertrand, M. and F. Kramarz, "Does Entry Regulation Hinder Job Creation? Commercial zoning and retailing employment in France," mimeo, 2000.
- Boylaud, O., "Regulatory reform in road freight and retail distribution," *OECD Economics Department Working Papers*, No.255, OECD, Paris, 2000.
- _____ and Giuseppe Nicoletti, "Regulatory Reform in Retail Distribution," *OECD Economic Studies*, No.32, 2001. 1.
- Burda, M. C., *Product market regulation and labor market outcomes: how can deregulation create jobs?*, *CESifo Working Paper*, No.230, January, 2000.
- Business Law and Practices*, CD ROM, USA, 2002.
- Carree, M. and R. Thurix, "Entry and exit in retailing: Incentives, barriers, displacement and replacement," *Review of Industrial Organization*, 11, 1996, pp.155-172.
- Centraal Planbureau, "The economic effects of liberalised shop opening hours in the Netherlands," *Working Paper*, No. 74, The Hague, 1994.
- Dobson Consulting, "Buyer power and its impact on competition in the food retail distribution sector of the European union," prepared for the European Commission-DG IV-Study Contract, No. IV/98/ETD/078, 1999.
- Dobson, P. and M. Waterson, "Retailer power : recent development and

- policy implications," with discussion, *Economic Policy*, April, 1999, pp.135-166.
- EC, *Panorama of EC Industry*, Brussels, 1994.
- ___, *Green Paper on Commerce*, Brussels, November, 1996.
- ___, *Panorama of EC Industry*, Brussels, 1997(a).
- ___, *Green Paper on Vertical Restraints in EC Competition Policy*, Brussels, 1997(b).
- ___, *Economic Reform: Report on the Functioning of Community Product and Capital Markets*, Commission of the European Communities, Brussels, 2000.
- Gable, M., M. T. Topol., S. Mathis and M. E. Fisher, "Entry barriers in retailing," *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.2, No.4, 1995, pp.211-221.
- Gersbash, H., "Promoting product market competition to reduce unemployment in Europe: An alternative approach?," University of Heidelberg, mimeo, 1999.
- Gradus, R., "The economic effects of extending opening hours," *Journal of Economics*, Vol.64, 1996.
- Haffner, C.G. and P.A.G. Van Bergeijk, "Regulatory reform in the Netherlands—Macroeconomic consequences and industry effects," Directie Martwerking, Ministerie van Economische Zaken, October, 1997.
- Hermon, P., "Discussion Forum: National Information Policy," *Government Information Quarterly*, 1989, p.229.
- Hewitt, G., "Buying power of multiproduct retailers," Background note, *OECD Journal of Competition Law and Policy*, Vol.2, No.1, Paris, 2000.
- Hoj, J., T. Kato and D. Pilat, "Deregulation and Privatisation in the service sector," *OECD Economic Studies*, No.25, Paris, 1995.
- ILO, *Human Resource Implications of Globalization and Restructuring in Commerce*, International Labour Organization, Geneva, 1999.
- Jetro, *Japanese Market Report*, 2000.
- Mckinsey Global Institute, *Employment Performance*, Washington DC,

November, 1994.

- _____, *Removing Barriers to Growth and France and Germany*, Paris, Frankfurt, Washington, 1997.
- Nicoletti, G., S. Scarpetta and O. Boylaud, "Summary indicators of product market regulation with an extension to employment protection legislation," *OECD Economics Department Working Paper*, No.226, OECD, Paris, 1997.
- OECD, *Bargain Price Offers and Similar Marketing Practices*, Paris, 1997.
- _____, *Report on Regulatory Reform*, Volume II, Thematic Studies, Paris, 1997.
- _____, *The Eco-Wide Effects of the Regulatory Reform*, 1997.
- _____, *Forum on Electronic Commerce, Report on the Forum*, SG/EC(99)12, 1999.
- _____, "Assessing barriers to trade in services: retail trade services," TC/WP(99)41/FINAL, OECD, Paris, 2000.
- _____, "Roundtable: Buying power of multiproduct retailers," *OECD Journal of Competition Law and Policy*, No.1, 2000(a).
- _____, *Economic Outlook*, 67, Paris, 2000(b).
- _____, *Economic Outlook*, 66, Paris, 1999.
- Pellegrini, L., "Regulations and the retail trade," in G. Galli and J. Pelkmans (eds.), *Regulatory Reform and Competitiveness in Europe*, 2, Vertical Issues, Edward Edgar Publishing Limited, Northampton, Massachusetts, 2000.
- Pilat, D., "Regulation and performance in the distribution sector," *OECD Economics Department Working Paper*, No.180, OECD, Paris, 1997.
- Reardon, J., R. Hasty and B. Coe, "The effect of information technology on productivity in retailing," *Journal of Retailing*, Vol.72, No.4, 1996, pp.445-461.
- Rothwell, R., and W. Zegveld, *Industrial Innovation and Public Policy*, Greenwood Press Westport, 1981, p.60.
- Scherer, F.M. and D. Ross, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Houghton Mifflin Company, Boston, 1990.
- WTO, *Distribution Services Reports*, 1998.

Regulations in the Distribution Sector of OECD

Jeon Pyo Noh

This study investigates and compares regulations in the distribution sector of OECD. It is noteworthy that the regulations of OECD distribution sector show contradiction. Through regulatory reforms in many European countries the regulations are to a greater extent becoming liberalized especially in such areas as market access, price control, and service regulations. On the contrary some major European nations in line with liberalization in the distribution sectors change their lines and tend to restrict large-scale retail stores. In the extreme cases regulations in the distribution sector often play obstacles to market access due to unnecessary limited regulations and excessive governmental burdens.

Key words: regulations, distribution sectors, OECD