

보도설명자료 (19. 8. 20)

수신 : 산업통상자원부 등록기자

제목 : 대형마트 등 대규모점포에 대한 영업·등록제한은 대·중소 유통 균형발전을 위해 사회적 합의를 거쳐 마련된 제도입니다. 최근 유통업태별 영업 성과는 온라인 쇼핑으로의 소비패턴 변화, 물류·배송혁신에 대한 효율적 대응 등이 복합적으로 작용한 결과입니다.
(한국경제 8.20일자 보도에 대한 설명)

◇ 8월 20일 한국경제 <‘역차별 마트규제’ 일자리 수만개 날렸다> 기사에 대하여 아래와 같이 설명드립니다.

1. 기사내용

□ 대형마트·백화점 등 오프라인 유통사에 대한 규제와 역차별로 유통 일자리 창출이 줄어들고 있음

① 대형마트 영업시간 규제(0시~10시 영업제한)는 대표적인 역차별 조항으로, 이로 인해 새벽배송이 불가능하여 온라인 유통업체와의 역차별 발생

② 전통시장 활성화를 위해 대형마트·SSM에 대해 월 2회 의무휴업 규제를 시행 중이나, 규제 시행 후 시장이 활성화되었다는 증거가 없음

③ 시장 상인들과 반드시 해야 하는 ‘상생협약’으로 인해 신세계백화점, 이마트 등의 업체들은 신규 출점을 포기하고 있음

2. 동 보도내용에 대한 산업부의 입장

□ 대규모점포에 대한 영업제한(12년 도입)·등록제한(13년 도입)은 대·중소 유통 균형발전, 유통 생태계의 다양성 유지와 건전한 유통질서 확립, 근로자의 건강권 보호 등을 목적으로 사회적 논의와 숙고를 거쳐 마련된 제도로, 헌법재판소 결정에 따르면 온-오프라인 유통간의 역차별 문제가 아님

* (영업제한) 월 2회 의무휴업(공휴일 원칙) 및 0시~10시 범위 영업시간 제한 (등록제한) 대규모점포 및 전통상업보존구역 내 출점하는 준대규모점포는 상권영향평가서·지역협력계획서를 첨부하여 기초지자체에 등록해야 하며, 전통상업보존구역 내 출점하는 경우 지자체 재량에 따라 등록금지·조건부가 가능

○ 또한, 최근 유통업태별 영업성과의 차이가 두드러지게 나타나고 있는 것은 유통제도상의 역차별에 원인이 있다기보다는, 온라인쇼핑으로의 소비패턴 변화, 물류·배송혁신 등 다양한 요인이 작용한 결과로 보고 있음

□ 기사내용 ①과 관련하여,

○ 대형마트 영업시간 규제는 오프라인 점포에 대한 제한으로서, 대형마트의 온라인 영업에 대해서는 영업시간 제한 등의 규제 조치가 시행되고 있지 않음

○ 따라서 이는 대형마트에 대한 역차별 문제가 아니며, 실제 다수 대형마트 업체가 규제를 받지 않고 온라인몰을 운영 중에 있음

□ 기사내용 ②와 관련하여,

○ 대형마트 영업제한(월 2회 의무휴업 및 영업시간 제한)에 따라

의무휴업 도입 전 급격하게 감소하고 있었던 전통시장 매출액이 안정화되는 데 기여한 것으로 나타나는 등 시장 활성화 효과가 있었다는 결과들이 있음

- 소상공인시장진흥공단의 전통시장 실태조사에 따르면 의무휴업 도입 이전인 '05년부터 '12년에는 전통시장 총 매출액 규모가 27.3조원에서 20.1조원으로 7.2조원 감소(△26%)하였으나,
- 의무휴업 도입 이후인 '12년부터 '17년까지는 20.1조원에서 22.6조원으로 2.5조원 증가(12.4%)하여 소폭 증가세로 전환하였음

□ 기사내용 ③과 관련하여,

- 대규모점포 개설을 위해 시장 상인들과의 상생협약을 체결하도록 하는 별도의 규정은 없음
- 대규모점포를 개설하려는 사업자는 상권영향평가서와 지역협력계획서를 첨부하여 기초지자체에 등록하도록 하고 있으며, 등록 서류를 검토하는 과정에서 지자체의 장이 유통업상생발전협의회 의견 청취하는 등의 절차를 거치면 됨

※ 문의 : 산업통상자원부 유통물류과 김호성 과장(044-203-4380)
조은형 사무관(044-203-4381)