

지역 유통업의 성장과정 및 발전과제*

- 서귀포시를 중심으로 -

허 정 욱**

<요 약>

본 논문은 서귀포시 유통업의 성장과정을 시대상황별로 살펴보고 이를 통해 발전을 위한 과제를 모색하고 새로운 방향을 제안하기 위해 쓰여졌다. 서귀포시 유통업은 성장의 속도나 시기는 다소 차이가 있지만 우리나라 유통업의 변천과정과 거의 같은 맥락에서 성장궤도를 그려왔다고 할 수 있다. 특히 6.25에 의한 새로운 상인집단의 출현과 1970년대 밀감산업을 통한 주민소득의 증가에 힘입어 서귀포시 유통업은 가장 큰 성장을 이룰 수 있었다.

하지만 1990년대 들어 국내유통시장이 개방됨에 따라 경영환경이 급속히 변화되면서 서귀포시 유통업은 다음과 같은 문제점을 안게 되었다. 첫째, 점포규모가 영세하고 점포수가 과밀해 지역의 기반산업임에도 불구하고 종사자들의 경제적 지위가 그다지 높지 못하다. 둘째, 점포경영이 전근대적이고 비합리적이어서 현대적 경영기법을 도입한 대규모

* 이 글은 2001년도 서귀포시지의 상업 부분을 재구성하고 수정 및 보완하여 작성한 것이다.

** 탐라대학교 경영학과 조교수

유통업체들의 위협을 받고 있다. 셋째, 재래시장들이 대부분 침체되어 있어 지속적인 수요창출에 어려움을 겪고 있다. 넷째, 유통업체의 기본 시스템이 취약해서 경영정보, 인력교육, 상품수급 등이 원활치 못하다. 다섯째, 상권 중심지의 교통기반시설이 충분치 못해 고객 유인 및 유지에 한계를 드러내고 있다.

이러한 문제점을 해결하기 위해서는 첫째, 유통업체 경영자들이 시장지향적으로 경영 의식과 태도를 전환해야 한다. 둘째, 유통업체 전체적으로 공동의 물류, 교육, 정보 등의 기본시스템을 갖추어야 한다. 셋째, 행정기관이 유통업 환경을 개선하고 유통기반 조성에 협력하고 지원해야 한다. 넷째, 시민 모두가 외부고객(관광객)에게 우호적인 쇼핑분위기를 조성하고 독특한 쇼핑문화를 창조해야 한다. 다섯째, 제주도의 국제자유도시 추진과 같은 환경의 변화를 지역 유통업 발전의 새로운 기회로 활용해야 한다.

주요 색인어 : 서귀포시 유통업, 성장과정, 발전과제

1. 서 론

1996년도부터 국내 유통시장이 전면 개방됨에 따라 월마트, 까르푸 등 세계적인 다국적 유통업체들이 국내시장에 진입해 들어왔다. 국내에서도 유통업을 21세기형 유통산업으로 인식한 대기업들이 할인점·양판점·하이퍼마켓·아웃렛·카테고리킬러 등의 신업태에 진출하면서 우리나라 유통업은 무한경쟁시대로 접어들게 되었다. 게다가 인터넷상점 및 전자상거래에 의한 가상점포들이 새롭게 개설되면서 경쟁영역 또한 한층 확대되고 있다. 따라서 대다수가 영세업체, 전근대적 재래시장, 전통적 상점 등으로 구성된 지역 유통시장은 생존경쟁의 틈바구니 속에서 더욱 힘겨운 싸움을 전개하게 되었다. 동시에 다른 한편으로는 보다 규모가 큰 지역 자본들이 유통시장에 뛰어들어오면서 지역 유통업체가 구조적으로 재편되고 유통환경이 보다 현대화되어 나가고 있다. 이러한 제반 환경의 변화 속에서 고객들의 구매성향과 소비패턴이 실속위주, 시간절약, 야간 및 주말 쇼핑, 개성추구, 고급화 및 다양화 등 대도시형으로 변화되는 양상을 보이고 있다.

서귀포시는 1981년에 서귀읍과 중문면이 통합되어 탄생한 도시로서 인구 약 8만 5천명의 소도시에 불과하다. 하지만 산남지역¹⁾의 중심도시로서 지역민들의 소비욕구를 충족시키는 역할을 수행해 오는 과정에서 유통업이 점진적으로 성장해 왔다. 1999년 말 현재 서귀포시의 유통업은 총사업체의 37.7%, 종사자의 23.2%를 차지함으로써 3차산업의 중심축을 형성하고 있다(서귀포시, 2000). 하지만 제주시에 E-마트를 비롯한 대규모 소매업체들이 들어서기 시작하면서 상당수의 고객이탈이 발생하는 동시에 홈쇼핑, 인터넷쇼핑 등 새로운 유통채널의 등장으로 고객확보의

1) 제주도에서는 한라산을 중심으로 해서 그 아래쪽 지역을 통상적으로 산남지역이라 부른다. 공식인 행정구역으로 서귀포시와 남제주군이 여기에 해당된다.

어려움이 한층 심화되고 있다. 더욱이 IMF와 감귤산업의 침체로 소비수요가 감소됨에 따라 상대적으로 규모가 영세한 유통업체들이 심각한 경영난에 직면해 있는 실정이다. 자생력이 없는 점포들은 타 업종으로 전환하거나 아예 영업을 포기하는 경우가 속출하고 있다. 1999년도의 예를 보면 397개 업체가 업종을 변경하거나 점포를 정리했으며 매출액은 전년대비 22.6%의 감소율을 기록하고 있다. 이는 감소된 전체 사업체 수의 약 15%에 해당하는 것으로 유통업의 부진이 가장 두드러지게 나타나고 있다(서귀포시, 2000).

이제 서귀포시 유통업은 새로운 활로를 모색하지 않으면 안 되는 중요한 기점에 서 있는 셈이다. 요즘처럼 변화와 경쟁이 치열한 시대에는 새로운 시각과 체계적인 접근을 통해 적절한 대안을 준비하지 않으면 생존 자체가 불투명하기 때문이다. 이 점에 있어서 제주도의 국제자유도시 지정과 국제자유도시구상 중 서귀포시의 선도적 위치는 서귀포지역 유통업에 새로운 발전기회를 제공하게 될 것으로 예상된다.

이상의 배경 하에서 본 논문은 서귀포시 유통업의 성장과정을 살펴보고 오늘날의 유통구조를 분석해 봄으로써 발전을 위한 향후과제를 모색해 보고자 한다. 이러한 목적을 수행하기 위해 본 연구자는 일제시대 이래로 대략적인 시대구분을 지어 우리나라 유통업의 변천과정 및 서귀포시 유통업의 변천과정을 고찰하는 동시에 유통업의 구조와 특성, 문제점을 진단하고 발전을 위한 몇 가지 과제를 제안하고자 한다.

연구방법은 기존의 문헌자료를 중심으로 역사적 사실에 근거해 종단적인 이론고찰을 실시하고자 한다. 그러나 본 연구의 범위가 서귀포시에 한정된 만큼 별도의 기록이 없는 부분에 대해서는 증언채록법으로 내용을 보완해 나가고자 한다.

II. 우리나라 유통업의 변천과정

1. 일제시대

1910년에 일본은 한국을 합병하자마자 임시토지조사국을 설치해 1913년부터 전국의 시장을 정밀조사하기 시작하였다. 이것이 우리나라 최초의 시장조사이다. 1914년에는 총독부령 제 136호로써 오늘날 시장법의 모체가 된 시장규칙을 제정하였다. 동 규칙의 부령(府令)에서는 시장의 종류를 재래시장·식료품판매시장·조(糶)시장의 3종으로 한정하고, 시장의 개설을 허가제로 하여 공공단체(市) 또는 이에 준하는 기관이 아니면 새로운 시장을 일체 허가하지 않기로 하였다. 다만 수산물시장과 시장규칙공표 이전부터 개인 또는 회사가 경영하던 것은 예외로 두었다. 그리고 시장의 설치·이전·폐기·기타 시장에 관한 중요사항은 모두 도지사의 권한에 맡기고, 시장의 조직·관리·감독에 관해서도 상세한 규정을 만들었다.

이 기간 중 재래시장의 변화를 살펴보면, 첫째 오일시장의 일부가 일제말기에 이르러 매일시장으로 변화하는 경향을 나타내었다. 지방의 군청소재지, 기타 주요 읍·면의 이른바 역내시장에 매일마다 조석으로 약 2시간씩 저자라는 시장이 서기 시작했는데, 그 중에 번창한 것들이 하루 종일 개시하는 매일시장으로 발전하였다. 둘째, 농촌지역에도 점차 상설 점포들이 출현해 조그만 상설시장을 형성하기 시작했다. 물론 상설시장 내의 점포수는 그리 많지가 않았고 여전히 5일 장날의 거래가 주된 것이었다. 1938년에는 촌락시장 소재지에 산재한 점포의 수가 74,493개소에 이르렀는데, 이를 시장수로 나누면 1개시장당 평균 54개의 점포수가 나온다. 셋째, 시장내부의 거래내용들이 달라지기 시작하였다. 애초에는 자급자족에 의한 농민들의 물물교환이 주류를 이루었는데 농회(農會),

금융조합 등이 각종 공동판매사업을 강화하고 화폐경제가 발전함에 따라 시장은 공산품의 판매시장으로 변화하기 시작하였다(상무달, 1993).

한편 1930년에 현 신세계백화점의 전신인 미쓰코시 백화점 경성지점이 개점되었고, 1931년에는 화신백화점, 1935년에는 미도파백화점이 문을 열었다. 이들이 우리나라 백화점의 효시라고 할 수 있다.

2. 해방 이후

1945년 해방이 되고, 그동안 상권을 장악해 있던 일본인들이 물러감에 따라 우리나라 사람들이 그 자리를 잇게 되었다. 미쓰코시 백화점도 한국인 소유로 바뀌어 서울의 세 개 백화점은 모두 한국인이 운영하게 되었다. 하지만 그 운영형태는 이름만 백화점이지 소규모 면적의 매장을 보증금만 받고 빌려주는 임대업에 불과하였다.

1950년에 발발한 6.25는 해방으로 인해 잠시 후퇴한 듯한 우리나라의 유통업을 다시 한 번 주춤거리게 하였다. 휴전 이후의 유통업은 원조경제에 기초해 있어 국민소득이나 산업구조가 유통업의 발전을 촉진하기 어려운 실정이었다. 게다가 어지러운 사회상황 속에서 각종 유통기구들이 난립하고 상거래관행이 무질서해짐에 따라 유통업은 오히려 그 내용이 퇴보하는 듯 하였다. 일 예로, 백화점업계의 조사에 의하면 유통마진율이 무려 60-80%에 이를 정도로 유통질서가 문란하였다(이성근·배수현 1996).

따라서 시장제도를 제대로 관리하기 위한 시장법과 유통질서를 개선하기 위한 여러 가지 방법들이 검토되기 시작하였다. 1961년 시장법이 제정·공표되었고, 따라서 시장 및 백화점들이 합법적으로 개설·운영되기 시작하였다. 1963년에는 미도파백화점이 국내 최초로 경찰제를 실시하였고, 1964년에는 정부가 경찰제 시범점포 실시요령을 발표하는 등 유통분야의 불합리한 가격을 개선하기 위한 노력들이 집중되었다.

1960년대 들어 경제개발계획이 개시됨에 따라 경공업을 중심으로 한

공산품의 국내생산이 본격화되었고, 미국에서 발전한 현대식 유통제도가 도입되어 들어오기 시작하였다. 1969년 신세계백화점이 직영제를 실시하고, 1973년 미도파백화점도 직영으로 전환하면서부터 사실상 우리나라에도 본격적인 백화점시대가 개막되었다. 특히 1979년 롯데백화점 명동점이 개점되고 강남지역에 잇달아 백화점들이 들어서면서 백화점의 대형화와 다점포화가 이루어졌다.

또한 미국식 유통기구 중 대표적인 것으로 슈퍼마켓이 국내에 소개되면서 1964년 한국 슈퍼마켓, 1968년 뉴서울 슈퍼마켓·삼풍슈퍼마켓, 1970년에 미도파슈퍼마켓 등이 문을 열었다. 1971년에는 8개의 독립점포가 새마을슈퍼체인본부를 결성하면서 본격적인 슈퍼마켓의 도입이 이루어졌다.

한편 1968년에는 우리나라 처음으로 도소매업센서스가 실시되었다. 조사 결과 도매업체수가 1만 3천여 개, 소매업체수가 26만여 개에 이를 정도로 상점들이 난립해 있었다. 이에 서울시는 물자유통정상화합동위원회를 구성하고 슈퍼마켓의 체인화를 실시하였다. 새서울연쇄점과 화신연쇄점이 3백50여 개 점포를 한 데 묶어 출범하는 등 소매상협동화사업이 진행되었다. 하지만 실제적인 협업화 움직임은 70년대 들어와서야 구체화되었는데, 1971년에 사단법인 새마을슈퍼체인본부가 가맹점 8개를 가지고 등록함으로써 우리나라 최초의 슈퍼마켓 연쇄화사업자가 되었다.

이러한 슈퍼마켓이 새로운 점포형태로 전국에 확산되기 시작한 것은 1970년대 중반 경에 이르러서이다. 오늘날 우리나라의 대표적인 슈퍼마켓체인 기업군인 LG유통, 한양유통, 롯데쇼핑 등이 이때에 개설되었다. 이들 대기업의 슈퍼마켓시장 진출로 인해 슈퍼마켓업태가 본격적인 성장궤도에 들어가게 되었으며 80년대까지 지속적인 성장세를 기록하였다.

1980년대에는 '상회'라는 이름으로 영업해 오던 소규모 구멍가게들조차 '미니슈퍼'라는 상호를 달 정도로 슈퍼마켓이 전국에 일반화되었다. 80년대 후반까지 슈퍼마켓들은 왕성한 영업활동을 계속하였는데, 이즈

음에 대기업들이 편의점사업에 뛰어들기 시작하였다. 1988년에 국내 최초의 편의점인 세븐일레븐이 1호점을 개설하면서 로손·씨클케이·웨이마트·LG25 등이 생겨나 급속하게 시장규모를 키워 나갔다. 이들은 전통적인 구멍가게를 대체하는 위치에 있었으나 슈퍼마켓 시장을 상당 폭 잠식하기도 하였으며, 도심권내 구멍가게가 들어가기 어려운 곳에 진입해 새로운 수요를 개발하기에 이르렀다. 그리고 1980년대부터 기존의 백화점들이 부도심 상권과 역세권으로 상권의 다극화를 지향하면서 백화점 수 및 고객 수가 급증하기 시작하였다.

1990년대 들어 가격파괴라는 용어가 일상화되면서 1993년 신세계백화점이 할인점 형태로 E-마트를 개점하였다. 그리고 1996년 유통시장이 완전히 개방되고, 점포수 및 매장면적의 제약 없이 외국의 유통업체들이 국내시장에 마음대로 진출할 수 있게 되면서 까르푸, 월마트 등 외국의 할인점들이 진입해 들어 왔다. 그리고 국내의 타 백화점들도 뉴-마트, K마트 등 할인점들을 속속 열기 시작했다. 이제 유통업의 역사는 백화점, 슈퍼마켓에서 할인점의 시대로 바뀌고 있다. 동네의 미니슈퍼들이 이제는 마트로 간판을 바꾸어 달 정도이다(오세조, 1996; 이성근·배수현, 1996).

1997년 유통산업발전법이 제정되면서부터 우리나라의 모든 상거래기구들이 이 법에 의거, 개설되고 현재까지 운영되어 오고 있다. 다양한 종류의 신업태로서 회원제 도매클럽(MWC), 양판점(GMS), 카테고리킬러(Category Killer), 슈퍼센터(Super Center), 하이퍼마켓(Hiper Market), 아울렛(Outlet) 등이 치열한 고객유치경쟁을 전개하고 있다. 1999년 말 현재 우리나라의 유통업체수는 908,588개소로 총사업체의 31.1%를 점하고 있으며, 종사자수는 2,260,003명으로 총사업체 종사자의 18%를 차지하고 있다(통계청, 2000).

III. 서귀포시 유통업의 성장 과정²⁾

이상에서 요약된 우리나라 유통업의 변천과정을 참고로 서귀포시 유통업의 성장과정을 시대별로 고찰해 보고자 한다. 여기에서 시대구분은 일제시대, 해방후-1960년대 중반, 시가지 형태가 달라지면서 상권이동이 시작된 1960년대 후반-1970년대, 서귀읍이 중문면과 통합해서 서귀포시로 확장된 1981년부터 최근까지로 설정하였다.

1. 일제시대

이 당시 서귀포시의 유통업은 아주 미미한 수준이었다. 1934년의 예를 보면 제주도의 총취업인구 92,488명 중 2,974명이 상업 및 교통업에 종사하고 있는데, 그 비율은 약 3.2%이다(천청일·홍성목, 1999). 이들 대부분이 제주시에서 유통업을 수행하였고, 서귀포시의 거주자는 극히 일 부분에 불과한 것으로 추정된다.

서귀포시는 전형적인 농어촌으로서 주민들 대부분이 자급자족의 경제 형태를 취하고 있는데다가 식량이나 고무신, 설탕, 광목, 비누 등의 공산품도 배급제였기 때문에 상점은 소위 통제경제하의 배급소 역할을 수행하는 정도에 불과했다. 계란, 고사리, 무, 배추 등 일부 농산물을 제외하고는 행정기관이 발급하는 배급표가 있어야만 구매가 가능했다. 그러므로 상품은 상점에 진열되었으되 자유로이 사고 팔 수 있는 대상이 아니었다. 말하자면 유통업의 기능은 거의 휴면상태에 빠져 있었다. 빨래비

-
- 2) 1970년대 초반까지 서귀포시 유통업에 대한 공식적인 기록이나 통계자료는 거의 찾아볼 수 없었다. 따라서 이 부분은 당시의 상황을 기억하고 있는 지역의 원로들과 종사자들을 중심으로 일일이 면담하는 방식의 증언채록법에 의해 서술하였다. 이 일에 기꺼이 협조를 해 주신 고성진, 강길화, 현학선, 송정호, 차순홍, 김용화, 조승필, 양원집 어른들께 감사를 드린다. 또한 1981년 서귀포시 승격 이전의 자료는 남제주군 서귀읍과 중문면의 자료를 통합하여 기술하였다.

누 1장을 4등분해서 한쪽씩 배급하였는데, 이는 당시의 열악한 경제상황을 짐작케 하는 부분이기도 하다. 단적인 예로 식량배급소 직원이 지역에서 가장 권위 있는 사람으로 대접을 받았다.

서귀포 항을 비롯한 지금의 송산동 일대에 사람들이 시가지를 형성해서 살았다. 면사무소(1935년에 제주도 우면의 지청에서 서귀면으로 개정됨), 주재소, 소방서, 우체국, 대서소 등 대부분의 관공서와 학교(서귀보통학교 : 지금의 서귀초등학교)가 모두 이 지역에 위치해 있었다. 그리고 솔동산이라 불리는 송산동의 중심지역에 대부분의 상점들이 모여 있었다.

일본인들은 주로 솔동산 길 하단에서 서귀포 항에 이르는 해안가에 거주하면서 상대적으로 윤택한 생활을 영위하였다. 대부분이 관공서 직원이거나 밀감과수원(西本濟州農園 등), 표고버섯을 재배하는 사람들이었으며 고래공장·해산물공장 등을 크게 운영하였고, 어업분야에서도 우선 어획권이 있었기 때문에 소득이 풍부한 편이었다. 한국인은 생선을 사먹고 싶어도 일본인이 구매하다가 남아야 살 수 있을 정도로 차별이 심하였다.

서귀포 항 주변은 일본인이 경영하고 일본인들이 주로 이용하는 요정(靑木料亭, 三吉野料亭)과 여관(長田旅館, 小島旅館) 등이 있었으며, 이곳들은 제법 경기가 좋아서 대개 활기를 띄고 있었다. 이밖에 잡화점, 식당, 당구장, 어구류 상점 등(中山虎吉商店, 西郷商店, 中村商店, 吉田商店 등)을 일본인들이 운영했고, 병원(植田醫院)이 하나 있었다. 말하자면 서귀포 항 일대는 일본인경제특구였다고 할 수 있다. 하지만 학교(심상초등학교)를 제외하고는 돈 있는 한국사람들도 출입이 가능했으며 서귀포 항을 통해 표고버섯이 일본으로 수출되어 나갔다.

당시 서귀포시 유통업의 중심지라 할 수 있는 솔동산 길에서는 중국인들이 가장 큰 상점을 열고 있었다. 산동성 출신으로 추정되는 이들은 포목을 많이 취급하였다. 그리고 식당이 하나 있었는데, 주로 면류를 취급하였다. 짜장면이 그때에도 가장 인기가 있어 중국집의 대표적인 음식

역할을 하였다. 특이한 점은 중국인이 경영하는 상점들에는 간판이 없었다는 사실이다.

한국인들은 술동산 길의 중심부에서 잡화점, 양복점, 철물점, 제재소, 약방, 식당, 목욕탕 등을 운영했다. 일본인들이 정주상점을 운영하는 데 자극을 받아 시장, 행상 등에 의존했던 한국인들이 상설점포를 열기 시작한 것으로 간주된다. 대표적인 상인으로 강임용(康壬龍)이 복옥상회(福屋商會)를 열어 고급 양복·모직·비단·포복·모자·양산·화장품·축음기·레코드·일용잡화 등을 판매하였다. 이창건(李昌建)의 상점에서는 면사·면포·마포·고무신·일용잡화 등을 취급하였다. 강성익(康性益)의 상점은 부돗가에 위치해 주로 패류 등 수산물을 이용한 제조업을 했는데 부분적으로 해륙물산(海陸物産) 매매도 수행하였다.

대부분의 한국인 상점들은 일본인이나 중국인이 경영하는 상점에 비해 규모가 작았지만 숫자적으로는 월등히 많았다. 몇 개소를 제외하고는 대부분이 간판들을 달고 있지 않았으며, 거래가 뜸해서 반농반상의 형태로 가게를 운영하는 실정이었다. 목욕료는 5전이었는데, 당시에는 50전으로 2~3명이 술을 마실 수 있었다. 50전이 지금의 5만원 정도에 해당하는 금액이었을 것으로 추정된다³⁾. 낙원식당이라는 한국식당이 있었는데, 간단한 정식류를 팔았다. 그리고 한국인이 운영하는 약국으로 오석당 약방과 화생 약방이 있었는데, 오석당 약방은 서귀포시 최초의 약국으로 기억되고 있다. 하지만 사람들은 일본약이 더 잘 듣는다 하여 일본인이 운영하는 약국을 보다 선호하였다.

1938년 총독부가 제주도의 생활실태조사를 실시한 바에 따르면 서귀포시에는 서귀장이 정기적으로 열리고 있었는데, 장날은 4·9일이었다. 그리고 1년간 총매출액은 46,848엔으로 성내·조천·한림·애월·성산장 다음의 규모를 이루고 있었다. 서귀장의 연간 매출액 비율은 제주도

3) 참고로 일제말기의 물가를 소개하면 가축이 두 당 소 17원, 말 12원, 돼지 2원, 닭 20전, 도시의 여관비 1원, 식당식사 15전이였다(변승중, 1992).

전체 시장 매출액의 약 6%에 해당하는 것으로 상대적인 영세성을 나타내고 있다(천청일·홍성목, 1999).

<표 1> 일제시대 제주도의 시장별 상거래 현황

(단위 : 엔)

시장명	장 날	농산물	수산물	직 물	축 류	기타잡품	계
州城市場	2.7	28,361	9,985	61,211	65,000	57,037	221,594
삼양시장	1.6	1,972	376	6,231	3,211	5,210	17,000
애월시장	3.8	25,900	7,000	8,085	47,000	6,500	94,485
한림시장	4.9	45,855	9,650	34,750	-	38,550	128,805
모슬포시장	-	-	-	-	-	-	-
화순시장	-	-	-	-	-	-	-
중문시장	-	-	-	-	-	-	-
서귀시장	4.9	12,240	4,320	8,640	12,000	9,648	46,848
남원시장	-	-	-	-	-	-	-
성산시장	1.6	15,500	1,820	17,550	14,900	30,500	80,270
조천시장	3.8	25,236	4,230	38,240	18,700	69,530	155,936
계		155,074	37,381	174,707	200,013	216,975	784,140

자료원 : 천청일·홍성목(1999), 제주도의 경제, 제주시우당도서관.

서귀포시의 경우 사람들이 술동산을 중심으로 집단취락지를 형성하고 있어 상설점포·행상인 등에 의한 거래가 비교적 활발하게 이루어졌기 때문인 것으로 추정된다. 서귀장의 위치는 서귀면사무소(서귀읍사무소) 동쪽편이었던 것으로 추정되는데 시장허가를 받은 공식시장이 아니라

임의적으로 형성된 임시시장인 것으로 간주된다. 따라서 단지 장소만 지정되었을 뿐 오늘날처럼 일정한 시설을 갖춘 것은 아니었다. 노천에 오두막을 세워 영업을 하는 이들도 있었으나 특정한 시설 없이 길가에 좌판을 벌여 놓은 사람들이 대부분이었다. 장날에는 인근각처에서 사람들이 모여들어 필요한 물건들을 사고 팔거나 물물교환을 하였다. 소규모 행상인들은 주로 이 오일장을 중심으로 상거래활동을 전개하였으며, 시외곽지대의 정주상인이 없는 부락들에는 소행상인(보부상)들이 생필품을 지고 다니면서 팔았다. 이 오일시장은 1944년부터 공식적인 정기시장으로 등록되어 명실상부하게 지역의 대표적인 오일장으로 인정을 받기 시작하였다(제주도, 1965).

<표 2> 일제시대 제주도의 지역별 상거래액 현황

(단위 : 엔)

주요거래지 명 및 기타	농 산	수 산	공 산	축 산	임 산	일용화비	기 타	계
제 주	158,545	74,238	62,522	36,537	93,309	663,641	134,532	1,223,324
한 립	228,225	39,750	1,655,500	285,150	6,825	123,750	98,850	2,438,050
모 슬 포	24,003	73,212	103,518	7,845	4,860	85,412	7,215	306,065
서 귀 포	37,310	86,500	102,300	45,700	4,280	48,309	6,500	330,899
성 산 포	18,550	7,500	59,700	23,900	10,550	178,500	33,200	331,900
조 천	57,840	22,830	95,285	32,540	1,900	85,650	12,500	308,545
추 자	28,634	-	1,908	1,079	997	15,324	17,511	65,453
기 타	126,850	230,767	210,706	188,370	124,313	145,950	55,550	1,082,506
계	679,957	534,797	2,291,439	621,121	247,034	1,346,536	365,858	6,086,742

자료원 : 천청일 · 홍성목(1999), 제주도의 경제, 제주시우당도서관.

1938년(昭和13년) 중의 상거래액을 보면 제주도 총액이 약 6백만엔에 이르고 있다. 이 중에서 서귀포시는 약 33만엔으로 도전체의 약 5.4%를 점유하고 있으며, 제주·한림·성산포 다음의 순위를 나타내고 있다. 서귀포시에서 이루어지는 상거래의 특성은 수산물의 거래비중이 제주도 전체에서 가장 높은 편이나 일용화비는 가장 낮은 점이 두드러진다.

2. 해방~1960년대 중반

해방이 되자 일본인들은 본국으로 돌아가고 그들이 남긴 재산은 적산 관리처에서 연고자에게 불하하였다. 이때부터 솔동산 길가의 상점들은 대부분 한국인에 의해 운영되었으나 상권 그 자체는 해방전과 비교해서 그다지 크게 다를 바가 없었다. 왜냐하면 일본인들은 규모가 큰 고래공장과 어업을 주축으로 대부분이 서귀포항 주변에서 활동을 하였고, 소득이 높은 과수원 경작 및 표고발 운영에 더 심혈을 기울였었기 때문이다.

그러나 중국인들이 운영하던 포목상은 그대로 존속했으며, 잡화 등을 추가하여 솔동산 길에서는 여전히 가장 큰 상점으로 자리매김 하였다. 이곳은 비단을 많이 취급하여 한국인 포목점보다 구색이 좋았다.

해방 후 우리나라의 유통업은 식량과 섬유를 중심으로 한 미국의 원조물자에 근거하여 발전하였다. 그러나 서귀포 지역 사람들은 대개가 이러한 물품들을 자급자족하고 있었기 때문에 이에 대한 수요가 매우 미미해 원조경제의 영향도 서귀포시 유통업에는 거의 미치지 않았다. 해방 직후 솔동산 길에 밀집해 있던 상점들의 취급품목은 잡화·고무신·포목·철물·목재·양복·책·문구류·빵·과절·포목·우산·석유·식용유·육고기·술 등이었는데, 유통업의 소유구조나 운영체제가 일제시대와 크게 다를 바가 없었다.

잡화점에서는 주로 설탕·밀가루·계란 등을 취급하였는데, 요즘의 슈퍼마켓과는 달리 사탕이나 과자류는 별로 없었다. 포목점에서는 재봉틀을 두어 고객이 원할 경우 박음질을 해주었으며 철물점에서는 건축자

재 관련 부속품들을 함께 팔았다. 양복점은 두 곳이 있었는데 고객이 주문하면 만들어주는 맞춤식이었고, 수선집이 한 군데 있었다. 서점은 허가를 받아야 하는 업종으로서 주로 교과서와 잡지를 취급하였는데 그야말로 소설도 만화도 없는 책방이었다. 대원서점(大原書店)이라는 간판을 달고 있었는데 문방구를 함께 팔았으며 도장(印章)도 같이 취급하였다. 서점은 산남지역에 1개소 뿐이었는데, 강서국이 운영하던 것을 강태홍이 1939년도에 인수받아서 계속하였다. 이것이 서귀포시에서는 최초의 서점이었던 것으로 기억되고 있다.

빵집에서는 주로 전빵을 팔았는데 요즘보다 크기가 훨씬 큰 편이었다. 과절은 밀가루를 반죽해서 넓게 펼친 후 네모나게 도려내어 기름에 튀긴 다음 꿀에 바르고 쌀 튀긴 것을 입힌 과자류인데, 공정과정이 복잡한 만큼 상당히 고급으로 취급되었다. 기름집에서는 유채, 동백, 참기름 등을 직접 짜서 팔거나 짜준 후 수수료를 받았다. 정육점은 2개소가 있었으나 생선류는 부두에 가서 직접 사야만 하였다. 주류소매점이 있었고 소장사도 있었다. 그리고 소화식당이라는 한국식당이 지금의 분식점 수준에서 간단한 정식류를 팔고 있었다.

대부분의 상점들이 상호도 간판도 없이 '누구네 점방'으로 불려졌으며 비슷비슷한 규모에 생계를 유지해 나갈 정도의 소득을 올리고 있었다. 같은 업종에서는 대개 하나의 상점이 있었는데, 시장수요도 그다지 크지 않았지만 이미 동네사람이 운영하는 업종에 대해서는 가급적 중복을 피하고자 하는 배려 탓으로도 여겨진다. 상점을 하면서도 농사를 짓는 반상반농의 경우가 많았는데, 이는 유통업이 그다지 활성화되지 않았음을 시사한다. 그리고 대부분의 거래에서 외상이 아주 흔하게 이루어졌다.

이때의 대표적인 상인으로는 술동산 길 동쪽의 이갑출, 서쪽의 강성모를 들 수 있다. 이갑출은 부친인 이창근 때부터 포목 및 밀가루 등의 잡화를 취급하였으며 강성모는 약방 및 잡화를 하였는데, 이 둘은 지역의 유지로서 모두 서귀면장을 각각 역임하기도 하였다. 이밖에 고운호가 포

목·마포(삼배)·청목 등을 취급하였고, 강익수가 석유·밀가루·운송을, 강임용이 잡화점을, 이도백이 십일상회(十一商會)에서 무역을, 중국인 덕기호(德記豪)가 천생상회(天生祥會)에서 포목을 취급하였다.

당시의 시장은 자연발생적으로 형성된 것인데, 지금의 천주교회 서쪽편에 매일시장 겸 오일시장 형태로 운영되었다. 해방 전에 서귀읍사무소 동쪽 편에 위치해 있던 오일시장이 보다 사람들이 많이 모이고 거래가 활발하게 이루어지는 이곳으로 이동하게 된 것으로 추정된다. 사람들은 필요한 일용품들을 주로 이곳에서 구입하였다. 근처에 버스 정류소가 있어서 시장으로서의 위치가 적합했던 것 같다. 떡·나물·두부·과자류·생선·장작·숯 등의 품목들은 이곳에서 상시 구입할 수가 있었고, 쌀·잡화·포목 등은 오일마다 큰 장이 형성될 때 매매되었다. 상설시장이란 개념이나 제도는 없었지만 이곳에서는 매일의 생활, 특히 식생활에 필요한 것들을 언제나 구입할 수 있었다. 생선·장작·숯 등은 행상들이 주로 팔러 다니는 품목이었고, 두부나 콩나물 등은 거의가 집에서 손수 만들어 먹었다. 그리고 행상인들이 각종 잡화류를 등에 지거나 머리에 이고 다니면서 집집마다 팔았는데, 서귀포시 외곽의 농어촌 지역 주민들은 주로 이들에게 의존해서 필요한 공산품을 구입하였다.

1948년도에 발생한 4.3사건 때 솔동산 길 일대에 대규모 화재가 발생하였다. 이때에 솔동산 길 아래에 위치한 몇몇 상점을 제외하고 대부분의 상점들이 불에 타는 재앙을 입었다. 화재 후 상점들이 새로 지어졌고, 주인들이 바뀌기도 하였는데, 이 시기를 계기로 간판이 본격적으로 등장하기 시작하였다. 이즈음에 다방들이 생겨났는데, 해성다방이 최초로 문을 열었고, 이어서 향촌다방과 피서지 다방이 개점하였다. 그러나 도로 폭은 변하지 않고 거의 지금까지 그대로 유지되었다. 솔동산 길 일대가 해방 이후 지금까지도 그다지 변모되지 않은 것은 바로 이 도로 때문이라는 견해들이 제기되고 있다.

1950년에 발발한 6.25는 서귀포의 유통업 및 상권에 커다란 파문을 일

으켰다. 피난민들 대부분이 생계유지를 위해 적극적으로 장사에 뛰어들었는데, 이들의 유통행위는 해방이나 화재보다도 서귀포시의 유통업을 발전시키는 데 더 큰 영향을 미쳤다. 피난민들의 눈을 통해 본 1950년대 초반의 서귀포시 유통업은 서귀포 토착민들이 설명하는 일제시대나 해방후의 모습과 별로 다를 바가 없다. 대부분의 상점들은 솔동산 길에 위치해 있었으나 상점이라고 하기에는 너무나 허술하였으며 밥을 사먹을 데가 없을 정도였다. 가장 큰 상점이라면 중국인이 운영하는 잡화상이었는데, 문을 닫고 장사를 하였으며, 상점 내에 진열된 것은 그다지 많지가 않았다.

피난민들이 오일장을 중심으로 난전(노점)의 보따리 장사를 시작하면서 일단 상인수가 많아지고, 취급품목도 다양해졌다. 상품의 조달경로나 방법도 달라지고 고객수가 증가하였으며 거래분위기도 보다 활발해졌다. 그 중에는 계란을 수집해서 부산에 나가 파는 상인도 있었는데, 1개 당 구매원가는 1원이고 판매가는 1원 50전이었지만 운송도중 깨지거나 부패해서 밀지거나 본전에 그칠 때도 많았다. 그러나 국제시장에서 각종 잡화를 도매로 사다가 서귀포에서 소매로 팔아 이윤을 남길 수가 있었다. 사채이자자가 월 8부, 연 96부(96%)의 고리⁴⁾였지만 매매마진이 더 높아서 장사가 가능했다. 금융조합이 있었으나 피난민을 비롯한 상인들에게는 거의 대출의 기회가 주어지지 않았다. 따라서 계가 생겨났고, 사채가 이들의 주된 자본조달원이 되었으며, 어음거래가 상당히 빈번하게 이루어졌다.

당시의 거래상황을 짐작할 수 있는 예로, 백만표 고무신(자주색)이 1 켤레에 쌀 1말 값에 판매되었다. 서귀포 항에서 대성호를 타면 보통 저

4) 1948년 우리 정부가 수립된 후 천정부지로 물가가 상승하였으므로 1953년에 통화안정을 도모하기 위해 환(圓)을 단위로 100대 1의 화폐개혁을 단행하였지만 매년 수십 %가 아닌 몇 배로 물가가 상승하여 민생고가 막심하였으므로 5.16혁명후인 1962년에 또 10대 1로 원을 단위로 한 화폐개혁이 단행되었다(변승중, 1992).

녁 5~6시에 출발하는데 꼬박 하루, 24시간이 걸려야 부산에 도착하였다. 서귀포시에서 제주시까지 가는 데는 목탄을 연료로 한 자동차들이 운행되고 있었으며 약 6시간 정도가 소요되었다. 제주항에서는 평택호·이리호 등이 정기적으로 부산과 목포로 운항되었는데, 이들은 약 20~30톤급의 소형 여객선으로써 일기가 안 좋으면 목적지까지 3일씩 걸리기도 하였다.

1952년경 솔동산 일대에 전기가 가설되었다. 그리고 노점에 있던 피난민들이 하나 둘 점포를 마련하면서 상점수가 많아지고 상가지역이 활기를 띄어 갔다. 부두로 이어지는 솔동산 길 중심과 아래쪽보다 태평로와 연결되는 솔동산 길 입구와 오일장을 주축으로 한 태평로 양쪽으로 신설점포들이 증가하였다. 즉, 상권의 중심이 솔동산 길 중앙에서 약간 북쪽으로 이동하고 권역이 동서 방향으로 확대되었다. 포목·양품(미국산 생활용품들)·고무신·잡화가 상거래의 중심품목이었는데, 대부분 한 상점이 다양한 상품들을 종합적으로 취급하였다. 이를테면 1954년경 지금의 서귀초등학교 입구에서 개점을 한 OK상회의 경우 양품·잡화·학용품 등을 모두 팔았다. 어떤 이들은 서로 자본금을 모아서 상점을 열기도 했는데, 포목·의류·양품의 도매상이었던 대광상회가 그 한 예이다.

시의 규모가 커지면서 1956년에 서귀면이 서귀읍으로 승격하였으며, 이듬해인 1957년에 매일시장이 서귀리 587번지 5,230m²의 부지에 430m²의 상점건물을 마련하여 개설되었다. 서귀포시 최초로 공식적인 상설 매일시장이 생겨난 1950년대 후반부터 사실상 우리나라의 소비재 생산이 증가하기 시작하였다. 따라서 육지로부터 제주도에 들어오는 상품의 공급상황이 원활해져갔고, 서귀포의 유통업도 서서히 활기를 띄기 시작하였다. 또한 1961년 우리나라에 시장법이 제정됨에 따라 비공식적으로 유지되어 오던 재래시장들이 정비되기 시작하였다. 서귀 및 중문 오일시장은 제주도지사의 허가에 의해 1965년 1월 15일에 정기시장으로 등록되었다.

<표 3> 1960년대 서귀포시의 시장분포 현황(1965.12.31)

(단위 : 평)

시 장 명 칭	종류	소 재 지	부지면적	건물면적	건물동수
서귀매일시장	상설	서귀동 587	533	130.5	3
서귀오일시장	정기	서귀동 272	1,200	94.5	4
중문오일시장	정기	중문동 2125	907	51	2

자료원 : 남제주군(1966), 남제주군 통계연보

한편 1960년대에 접어들면서부터 상점들이 간판을 제대로 붙이기 시작하였고, 피난민 출신의 상인들이 서귀포 상권의 대부분을 장악하기에 이르렀다. 이들의 활발한 상거래 활동에 밀려 중국인 잡화점이 문을 닫았고, 이들은 지역의 소매상뿐만 아니라 남제주군 일대의 소상공인들에게 도매상 역할도 수행하였다. 이때의 대표적인 상인으로는 송정호가 포목·양품, 김정수가 잡화, 정인혁이 포목·의류, 차순홍이 잡화 등을 취급하였고, 주로 부산 국제시장에서 물건을 도매해 왔다.

하지만 이때까지도 산업구조상에 있어서 유통업이 차지하는 비중은 매우 미미한 수준이었다. 해방전과 비교해 유통업의 종사자수는 증가하였으나 상대적인 점유비는 그다지 나아진 게 없었다. 1963년의 경우 제주도 전체의 취업인구는 151,550명인데, 유통업 및 교통업의 종사자수는 5,241명으로 3.5%의 점유비를 나타내고 있다(천청일·홍성목, 1999). 1934년 기준 유통업 및 교통업의 종사자수 비율이 3.2%인 점을 감안하면 30년 동안 제주도의 유통업은 별로 달라진 게 없다고 할 수 있다. 그리고 이중에서 서귀포시 지역에 해당하는 부분 또한 그다지 변화가 발생하지 않았을 것으로 간주된다.

3. 1960년대 후반~1970년대

1960년대 중반에 중정로가 개설되면서 서귀포시의 시가지 형태가 달라지기 시작하였다. 그동안은 4.3사건 때 주거지를 보호하기 위해 중정로 아래에 동서로 쌓았던 성을 경계로 해서 그 밑에만 사람들이 살았다. 그 윗쪽은 ‘뒷병디’라 하여 무덤과 밭뿐이었고 사람들이 거주할 수 있는 곳으로 간주되지 않는 땅이었다.

그러나 일주도로에 해당하는 중정로 주변으로 버스정류소가 옮겨오고 남제주군청, 경찰서 등 관공서들이 이전해 오면서 이 일대에 주택과 상점들이 들어서기 시작하였다. 지금의 상설시장 자리로 오일장이 옮겨오면서부터는 솔동산 길가의 상점들이 중정로 일대로 이동해 올라오고 새로운 상점들이 대거 생겨났다. 1966년도에 서귀백화점이 문을 열면서 서귀포시 최초로 백화점이 등장하게 되었고, 뒤를 이어 OK, 새시대, 삼정 등이 백화점 간판을 달기에 이르렀다. 이들은 우리나라 도·소매진흥법에서 규정하는 백화점의 규정⁵⁾에는 미치지 못하는 것들이었지만, 지역의 대표적인 소매점⁶⁾으로서 일상생활에 필요한 거의 모든 품목들을 취급하였다. 서귀백화점의 경우 모체인 대광상회의 포복과 의류뿐만 아니라 양품, 화장품, 모사, 가방, 내의 등을 취급하였고, OK백화점은 OK상회의 잡화류를 모사, 카메라, 의류, 내복, 장신구, 그릇, 우산, 가방, 금은방, 다방재료, 미장원용품, 이발용품 등으로 확대하였다. 남제주군 일대의 소상공인들이 이들 백화점에서 물건을 사다가 팔기도 하였으므로 이들은 소매와 도매를 겸하였던 셈이다.

1966년도 기준으로 제주도의 유통업은 953백만원을 생산해 3차산업 총생산액의 8.9%를 차지하면서 산업 내에서 가장 높은 점유비를 나타내

5) 백화점은 부문별로 상품구성을 해놓고 매장면적이 1천평(지방은 7백평)을 초과하고, 직영비율이 50% 이상인 대형소매점이다.

6) 대개 중소도시에서 흔히 볼 수 있는 중규모의 소매점으로서 백화점(small department stores)이라는 명칭하에 편의품, 선매품에 속하는 각종 상품을 종합적으로 취급하는 상점(general merchandise stores)이다.

고 있다(이경남·주문부, 1968). 하지만 서귀포시 지역의 통계는 별도로 조사된 바가 없어 과거의 실적을 참고로 제주도 전체의 약 1/5~1/4이 될 것으로 추산할 수밖에 없다.

1974년 3월 22일에 서귀오일시장이 정기시장으로 허가되면서 서귀포시 서흥동 477번지로 이전을 하게 되었다. 시장의 부지면적은 477평, 건평은 192평, 건물은 8개 동, 점포수는 약 90개소였다. 오일시장은 소매점이나 상가가 거의 없는 농촌지역 주민들의 물물교환 및 상품거래 장소로서 중추적 역할을 수행하였다. 특히 가축의 거래가 활발하게 이루어졌으며, 농민들은 직접 생산한 농산물을 소량씩 등에 지든지 우마차에 싣고 오일장에 가서 매매한 후 가족들의 생활용품을 구입하였다.

1960년대부터 본격적으로 재배되기 시작한 감귤은 1970년대 이르러서는 서귀포시 주민들의 전반적인 소득수준을 상당히 높여주었다. 이에 따라 생활용품을 중심으로 한 공산품의 수요가 급격하게 증가하기 시작하였다. 이는 서귀포시의 상거래를 활성화시키는 요인이 되어 소매점의 수 및 규모를 증가시키기에 이르렀으며, 상설시장의 개설을 촉진하였다.

1975년 5월에 동명백화점이 문을 열었고, 1978년 5월에는 목화백화점이 설립되었다. 그러나 이 두 백화점은 우리나라 도·소매진흥법이 규정하는 백화점의 조건에는 미치지 못하는 매장면적과 운영형태를 취하고 있었다. 이름이 백화점이지 사실은 기타 종합소매점에 해당하는 정도의 규모에 불과하였다. 그러나 이보다 앞서 개설된 서귀백화점이나 OK백화점과는 비교가 안 될 정도로 규모가 크고 매장 구성 및 상품 구색이 다양해 사실상 서귀포시의 대표적인 백화점으로 인식되었으며 오늘날까지 그 명맥을 이어오고 있다. 뿐만 아니라 전국적인 유명상표의 의류매장들이 생겨나고, 각종 전문점·대리점들이 출현하면서 기존 백화점들이 활력을 잃기 시작하였다. 1976년에 서귀백화점이 문을 닫고, 이어서 삼정·새시대·OK(1980년) 백화점들이 차례로 사업을 종료하였다.

1975년에는 서귀포 상설시장이 개설되었는데, 이를 기점으로 해서 중

정로 일대에 신규 소매점들이 대거 들어서기 시작하였다. 1979년에는 서귀포중앙시장이 상설시장 서쪽 편에 개설되었는데, 이로써 1970년대 후반에 이르러 서귀포시의 상권은 솔동산 길에서 중정로 일대로 변화양상을 띄기 시작하였다.

<표 4> 1970년대 서귀포시의 시장분포 현황(1979.12.31)

(단위 : 평, 개소)

구 분	1968	1970	1975	1976	1977	1978	1979
도 매	33	44	47	14	29	27	28
소 매	662	670	867	1,118	1,202	1,102	1,138
계	695	714	914	1,132	1,231	1,129	1,166

자료원 : 남제주군 통계연보 1980; 제주상공회의소(1991), 제주상의50년사.

한편 1979년 말 현재 서귀포시에서 유통업에 종사하는 사업체수를 조사해 보면 1,138개소에 이르고 있다. 이는 제주도 전체의 19.1%를 점하는 수치로, 1968년도와 비교해 보면 10년만에 약 60% 정도 증가된 것이다. 전반적인 추세를 살펴보면 1970년대 중반경에 유통업체들의 수가 현저히 증가했음을 알 수 있다. 제주도 전체적으로는 점포수가 5,965개소, 종사자 수가 11,218명에 이르고 있다.

<표 5> 1970년대 서귀포시 유통업의 변화 추이

(단위 : 개소)

구 분	소 재 지	허가연월일	면 적	건 평	동 수	점포수
서귀중앙시장	서귀동 276-5	79.5.4	961.5	438	1	127
서귀상설시장	서귀동 273-4	75.5.6	894.6	1,459	2	240
중문오일시장	중문동 2125	65.1.15	907	51	2	34
서귀오일시장	서홍동 477	74.3.22	1,622	192	8	96
동명백화점	서귀동 273-3	75.5.23	398.3	1,099	1	70
목화백화점	서귀동 273-4	78.5.11	300.9	535.3	2	80

자료원 : 남제주군 통계연보 각년도.

업종별로 보면 1968년에서 1979년 기간 동안 식료품, 섬유·의류, 의약품, 전기제품, 건축자재 등을 취급하는 상점들은 그 수가 현저히 증가한데 반해 음료·주류, 가구류를 취급하는 상점의 수는 오히려 감소하고 있다. 1968년도에는 어느 업종에도 속하지 않는 소규모 상점(일명 잡화구멍가게)의 수가 전체의 67%를 차지하고 있으나, 1979년도에는 그 비율이 40%로 감소해 전반적으로 유통업체들의 규모가 커질 뿐만 아니라 전문화되고 있음을 암시하고 있다.

<표 6> 1970년대 서귀포시 유통업의 업종별 분포 현황

(단위 : 개소)

구분	총계	식료품	음료주류	섬유원품	농림수산	의류	장신구	화장품	의약품
1968	695	31	54	2	43	14	5	6	14
1979	1,138	149	37	100	69	72	20	18	37
화학 제품	기계 기구	전기 제품	가구 집기	건축 자재	서적	문방구	연료	지류	기타 상점
-	7	-	19	9	5	13	6	1	463
6	15	30	17	40	12	26	22	11	457

자료원 : 남제주군 통계연보 각년도.

4. 1981~1990년대

1980년대에 들어서면서부터 제주시내에 지하상가·시장·대규모 소매점들이 다수 개설되고 도내외 교통사정이 현저히 양호해지면서 제주시가 명실상부 제주도 전체 유통업활동의 중심역할을 수행하기 시작하였다. 따라서 그동안 산남지역 상권의 중심지로서 지속적인 성장을 거듭해 오던 서귀포시 유통업이 상대적으로 침체되기에 이르렀다. 여기에는 1950년대 이래 활발하게 유통업에 종사해 온 피난민 1세대들이 사업일선에서 은퇴하게 된 시대적 상황도 적지 않은 영향을 미친 것으로 간주된다. 또한 1981년 남제주군에 속해 있던 서귀읍이 중문면을 통합해 서귀포시로 승격하면서 산남지역이 동서로 양분된 것도 서귀포시 유통

업의 활력을 어느 정도 떨어뜨리는 원인이 되었다. 이러한 복합적인 요인에 의해 서귀포시는 1980년대에 접어들면서부터 산남지역의 소비수요를 창출하고 끌어들이는 영향력이 상당히 약화되었다.

1979년 말로 6개이던 시장의 수와 그 유형이 10년이 지난 1989년 말에도 그대로인 점은 이러한 서귀포시 유통업의 실태를 어느 정도 반영하는 것으로 이해된다. 1989년 12월 31일 현재 공설시장 중 상설시장은 전무하고 중문오일시장과 서귀오일시장이 정기시장으로서 각각 3·5일과 4·9일에 열리고 있다. 사설시장은 서귀상설시장과 서귀중앙시장이 일반시장 형태로 10년간 계속 그 명맥을 이어오고 있다. 백화점으로서는 동명백화점과 목화백화점이 1970년대 중반에 개설된 이래 계속 그 자리를 지켜오고 있는데, 매장운영이 직영보다 수수료 위주로 편성되어 있어 업종·규모·상품구색 등은 소비자의 기호변화에 따라 조금씩 달라지고 있다.

<표 7> 1980년대 서귀포시의 시장분포 현황

(단위 : 개소)

구 분	총 수	공 설 시 장		사 설 시 장		백 화 점
		상 설	정 기	일 반	상 가	
1980	6	-	2	2	-	2
1981	6	-	2	2	-	2
1982	6	-	2	2	-	2
1983	6	-	2	2	-	2
1984	6	-	2	2	-	2
1985	6	-	2	2	-	2
1986	6	-	2	2	-	2
1987	6	-	2	2	-	2
1988	6	-	2	2	-	2
1989	6	-	2	2	-	2

자료원 : 서귀포시 통계연보 각 연도, 남제주군 통계연보 1981, 1982.

1980년대에 이르러 주민들의 전반적인 소득수준이 향상되고 소비욕구가 증가하면서 소매업의 대형화 및 연쇄화가 진행되기 시작하였다. 1982년에 목화슈퍼가 서귀포시 최초의 슈퍼마켓으로 문을 열었고, 1984년에는 원보슈퍼가 서귀포시에서 가장 규모가 큰 소매업체로 세간의 관심을 끌면서 개점하였다. 하지만 1989년도 슈퍼마켓연합회 제주지회에 가입된 60여명의 회원현황을 살펴보면 90%가 제주시에 위치해 있는 점포의 소유주로, 서귀포시에서 영업중인 슈퍼마켓 수는 매우 미미한 수준에 머물러 있다(제주상공회의소, 1990).

1989년 말을 기준해서 보면 유통업이 제주도 전체사업체의 56.8%를 차지함으로써 제주도 상공업의 대표업종으로 부각되고 있다. 1989년 말 기준으로 제주도의 유통업체 수는 1,550개소, 종사자 수는 31,597명으로 전국대비 각각 1.3%, 0.6%의 비중을 차지하고 있다. 지역별로는 제주시가 68.7%로 제주도 상권의 중심역할을 담당하고 있으며, 서귀포시는 17.5% 정도를 점유하고 있다. 업종별로는 식음료품, 섬유, 의류, 피혁제품, 전기용품, 건축자재 순으로 활기를 띄고 있어, 여기에서도 슈퍼마켓의 활성화를 읽을 수가 있다.

한편 1990년대 들어 서귀포시의 유통업체 수와 종사자 수는 1996년도까지 지속적인 증가세를 기록하다가 1997년도부터는 감소세를 나타내고 있다. 여기에는 IMF와 감귤산업의 침체가 적지 않은 영향을 미친 것으로 간주된다. 1999년 말 현재 서귀포시의 유통업체 수는 2,247개소, 종사자수는 5,607명에 이르고 있다. 전년대비 사업체 수는 397개소, 종사자수는 826명이 감소한 수치인데, 제주도내 4개 시 군 가운데 가장 높은 감소율을 기록하고 있다. 이들은 업종을 변경하거나 점포를 정리한 것으로 조사되고 있으며, 매출액은 전년대비 약 23% 감소한 2,979억 원을 기록하고 있다. 참고로 1999년 말 현재 제주도의 유통업 관련 사업체 수는 11,532개소, 종사자 수는 28,558명을 나타내고 있다. 이는 전국대비 각각 1.3%, 1.2%의 비율을 점유하는 수치이다.

1999년 말 기준으로 서귀포시의 유통업체 수는 제주도 전체의 18.7%, 종사자수는 19.2%를 차지하고 있다. 서귀포시 기준으로는 총사업체 수의 37.7%, 종사자 수의 23.2%를 점유함으로써 3차산업의 중심을 형성하고 있다. 입지계수를 이용한 서귀포시의 산업구조분석에 의하면 유통업은 숙박 및 음식점업, 공공행정 및 사회보장 서비스업, 교육서비스업 등과 함께 지역의 기반산업을 형성하고 있다(허정옥, 1999).

IV. 서귀포시 유통업의 최근 구조

1. 유통업의 구성 및 상권분포 현황

해방 이래로 제주도의 산업은 전국평균에 비해 1차산업에 더 의존하는 구조를 형성해 왔다. 따라서 유통업의 성장이 상대적으로 더딘 편이며, 전통적으로 감귤산업 의존도가 높은 편인 서귀포시는 더 낮은 성장폭을 나타내고 있다. 1998년도 말을 기준해서 보면 제주도에서는 제주시가 전체 유통업체 수 및 종사자 수의 59%, 62% 정도를 점유하면서 유통업의 중심역할을 수행하고 있다. 서귀포시의 유통업 비중은 사업체 수 및 종사자 수 공히 제주시의 약 1/3을 밑도는 수준에 있다.

<표 8> 1990년대 서귀포시의 유통업 현황

(단위 : 개소, 명)

구 분	서 귀 포 시						제주시	제주도	전 국
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1998	1998	1998
사업체수	2,179	2,358	2,712	2,719	2,644	2,247	6,980	12,010	2,854,673
종사자수	5,524	5,574	6,331	6,574	6,433	5,607	18,021	29,122	12,416,558

자료원 : 제주도, 사업체기초통계조사보고서 각년도

서귀포시 유통업의 업종별 구성내용을 보면 소매업이 대부분으로 의류, 슈퍼·마트, 건축·농자재, 가전제품·휴대폰 등의 순으로 분포되어 있다. 특히 의류가 업종 전체의 19%, 슈퍼·마트가 12%를 차지하고 있다. 이들이 전체적으로 생산해낸 상거래 규모는 통계자료가 별도로 산출되지 않아 알 수 없으며, 1997년도 기준으로 제주도내 유통업의 총생산업이 4,846억원인 점에 비추어서 서귀포시는 이 금액의 15-20% 정도가 될 것으로 간주된다.

주요 상권은 중정로, 중앙로, 동문로 양편으로 밀집되게 형성되어 있으며, 정방동은 중정로와 연계되어 대단위 상권을 이루고 있다. 외곽으로는 중문동의 일주도로변에 상점들이 밀집해 소규모 상권을 형성하고 있다. 동명백화점과 매일시장이 입지해 있는 중정로는 유동인구가 가장 많은 거리로 의류판매업이 전체상권의 절반 이상을 점유하고 있다. 중앙로는 3층 이상의 건물이 밀집되어 있으며 도소매업, 서비스업종 순으로 상권이 형성되어 있다. 동문로는 서쪽편으로 매일시장을 끼고 있으며 소매업, 서비스업, 음식점 순의 업종분포를 이루는 가운데, 특히 PC게임방들이 집중되어 있어 10대 유동인구가 많은 곳이다(제주지방 중소기업청, 2000).

<표 9> 1990년대 서귀포시 유통업의 업종별 구성비

(단위 : 개소, %)

업종	슈퍼 마트	가구 백지	건축자재 농자재	남시용 품	농수산물	문구완 구도서	스포츠용 품 신발	악세사리 가방	안경 도장
업체수	102	38	69	21	46	30	35	25	22
구성비	12	5	8	3	6	4	4	3	3
오토바이 자전거	의류	의약 품	가전제품 휴대폰	침구류 커튼	컴퓨터 사무기기	화장품	화훼	금은시계	기타
21	158	25	66	20	19	40	31	25	43
3	19	3	8	2	2	5	4	3	5

자료원 : 제주지방중소기업청(2000), 상권분석

주 : 1999년 12월 31일 기준임. 서귀포시 상권이 형성된 지역을 중심으로 조사한 업체수이며 시장 및 백화점 내에 입점한 점포는 조사대상

에서 제외됨. 조사된 유통업체수는 836개임.

2. 할인매장의 현황

1990년대 중반부터 서귀포시에도 대형 할인매장들이 들어서기 시작했다. 도·소매진흥법상 대형점은 매장면적이 2,000m² 이상으로서 시장·군수의 허가사항이다. 일반적으로 서귀포시에서 대형점이라 불리는 점포들은 이보다 규모가 작은 편이며, 보통 매장면적 100평 이상이 되면 대형점으로 분류되고 있다.

이들 대형할인점의 특성은 슈퍼마켓보다 물건값이 저렴하다는 것이다. 예를 들면 1997년도 한라산소주(360ml)의 값이 E-마트, 월마트에서는 각각 660원, 670원인데 반해 일반슈퍼마켓에서는 850원에 판매되고 있다. 유통단계의 축소, 인건비 등 제반비용의 절감, 대량구입, 박리다매 등으로 할인점의 판매단가는 일반 슈퍼마켓보다 약 29% 정도 싸게 책정되고 있다. 이 때문에 골목마다 들어서 있는 기존의 영세상점들은 생존 자체의 위협과 경영상의 어려움을 겪고 있다. 실 예로 E-마트가 개점된 후 중소유통업체의 비식료품 매출액이 20-50% 정도 감소추세를 나타내고 있다(제주도, 1997).

서귀포시의 경우에도 대형매장들이 개설된 후 서귀포시 공무원 연금매점의 매출액이 큰 폭 감소세를 기록하고 있다. 1997년도에 서귀포시에서 가장 규모가 큰 코리아마트가 개점되었는데, 1997년 말에 공무원연금매점의 매출액은 전년대비 약 47%의 감소세를 나타내고 있다. 이듬해인 1998년도에는 1990년대를 통틀어 가장 많은 수의 유통업체들이 문을 닫았다. 즉, 397개 업체가 업종을 변경하거나 점포를 정리했으며 매출액은 전년대비 22.6%의 감소율을 기록하고 있는데, 이는 감소된 서귀포시 전체 사업체 수의 약 15%에 해당하는 것으로 유통업의 부진이 가장 두드러진 편이다(서귀포시, 2000).

사실상 소비자들이 보다 가격에 민감해지고, 한 번 쇼핑시 대량으로 구입하며, 쇼핑의 편의를 위해 원스탑쇼핑(one-stop shopping)을 즐기게

됨에 따라 이제는 서귀포시에도 할인매장 중심의 쇼핑문화가 형성되기 시작하였다. 따라서 대형 할인매장들이 다수 개설되었는데, 도시 전체의 인구수에 비해 점포수가 과다해 운영난을 겪는 점포들이 생겨나고 있다. 또한 E-마트를 비롯한 제주시의 대형할인매장으로 쇼핑을 가는 경우도 많아 서귀포시 유통업의 발전을 위해서는 다양한 대책들이 강구되어야 할 것으로 생각된다. 특히 우리나라 유통업의 변천과정을 참고해 볼 때 앞으로 할인점은 소매업의 대표주자로서 당분간 성장이 예상되므로 할인점들의 연합된 조정 노력이 요구된다.

<표 10> 서귀포시 대형 할인매장 현황

점포명	소재지	점포개설일	매장면적
코리아마트	동홍동 구획정리지구 88B1,2,8L	1997.12.19	232평
엘-마트	동홍동 구획정리지구 70-2롯데	1996.12.19	174평
수협바다마트	동홍동 1583-1	1995.10.20	120평
서귀포농협 천지간이지소	서귀동 319-10	1995.12.22	102평
임산물직매장	서호동 1236-1	1996.4.15	100평
한라마트	서홍동 311-3	1998.12.1	560평
J마트	서홍동 1661	1999.10.	294평

자료원 : 서귀포시 지역경제과

1999년 말 현재 서귀포시에 소재 해 있는 100평 이상 규모의 할인매장은 코리아마트를 비롯해서 약 7개소에 이르고 있으며, 이들은 주로 식료품 중심의 상품구색을 갖추고 있다.

3. 재래시장의 현황

할인점들이 성업을 하는 이면에서 재래시장들은 상대적으로 다소 정체 내지 고전을 면치 못하고 있는 실정이다. 1990년대 동안 서귀포시에

실제로 개설되어 있는 시장의 수는 1980년대와 별반 차이가 없지만 시로부터 허가받은 공식시장은 5개소에 불과하다. 중앙시장은 1979년도에 개설된 후 상설시장과 함께 계속 영업을 해오고 있지만 시로부터 허가를 받지 않아 공식적인 통계에서 제외되고 있다. 매일시장은 행정자치부의 지역경제활성화사업과 연계해 관광명소화 시장으로 계획하고 서귀포시가 자본을 투입해 아케이드 시설을 갖추는 등 현대적 시장으로의 변신을 도모하고 있다.

서귀포시 서홍동에 위치해 있던 오일시장은 부지면적과 주차공간이 협소해서 불편을 겪어 왔다. 그러던 중 1995년 9월에 동홍동으로 이전하면서 면적을 대폭 확대하고 명칭을 서귀포향토오일시장으로 바꾸었다. 이전되기 전보다 이용객 수가 증가하고 상거래문화가 보다 개선된 것으로 평가되고 있다. 중문동에 있는 중문오일시장도 시설이 낙후한 데다가 주차시설의 미비, 무질서한 점포밀집, 시장면적의 협소 등으로 시장의 활성화에 어려움을 겪어 왔다. 최근 들어 재래시장의 현대화사업 차원에서 시설의 개선 및 주차장의 확보, 도로교통의 정비 등에 신경을 쓰고 있다.

1999년 말 현재 서귀포시의 시장현황은 <표 11>과 같다. 참고로 제주시에 1999년 말 현재 17개의 상설시장이 개설되어 있는데 이중에서 11개소가 90년대 들어 신설된 것들이다. 이는 서귀포시의 시장현황과 매우 대조적인 것으로 상권의 제주도 집중화 현상을 설명하는 실 예라고 할 수 있다.

<표 11> 1990년대 서귀포시 시장허가 현황

(단위 : m², 개소)

명칭	위치	개장연도	부지면적	건물면적	매장면적	점포수
서귀포향토오일시장	동홍동 774-3	1995.9.28	23,283	12,662	-	527
중문오일시장	중문동 2123-1	1965.1	2,889	-	-	80
상설시장	서귀동 273-1	1975.5	2,266	3,901	1,880	72
동명백화점	서귀동 273-3	1975.5	398	3,634	1,928	74
목화백화점	서귀동 273-4	1975.5	995	2,524	1,590	95

자료원 : 서귀포시(2000), 제 19회 통계연보.

IV. 서귀포시 유통업의 특성 및 발전 과제

1. 서귀포시 유통업의 특성과 문제점

이상에서 살펴본 서귀포시 유통업의 성장과정에 의하면 서귀포시 유통업은 다음과 같은 특성과 문제점을 안고 있다.

첫째, 전통적인 형태의 유통업은 제주도 전체의 경우와 마찬가지로 점포규모가 영세하고 점포수가 과밀하다(제주상공회의소, 1994). 따라서 노후시설이 그대로 방치되어 있고 청결상태가 미흡해 쇼핑분위기가 쾌적치 못하다. 이로 인해 대형 할인점과 각종 신업체들이 등장하고 전자상거래가 활성화되고 있는 경영환경의 변화 속에서 이들 기존 유통업체들은 생존자체에 위협을 받고 있다. 특히 인근지역에 동일업종의 점포들이 과다하게 밀집되어 있어 한정된 소비인구를 두고 치열한 경쟁을 벌이고 있는 실정이다. 뿐만 아니라 대형 할인점이나 유명 브랜드를 갖춘 전문점의 경우에도 제주시에 비해 상대적으로 단위점포의 규모 및 구성·주차공간·브랜드의 구성 등이 열악해 고객이탈이 발생하고 있다.

둘째, 일반적으로 점포경영이 전근대적이고 비합리적이다. 대부분의 점포들이 기술이나 경험, 지식의 축적 없이 생계유지 목적으로 가족경영 형태를 이루고 있다. 대체로 가격경쟁력의 취약, 재고관리의 문제, 불친절한 고객응대, 카드사용의 미흡, 반품 및 환불의 어려움, 상품 및 산업정보의 부족 등 상거래상의 기본적인 문제점들을 그대로 안고 있다. 또한 산업 내 새로운 진입자와의 경쟁이나 환경변화에 대한 적응, 새로운 경영기법 및 정보 취득의 필요성 등에 대한 의식도 상당히 부족한 편이다. 따라서 유통비용이 증가할 뿐만 아니라 소비자의 욕구불만을 야기해 고객유지가 제대로 이루어지지 않고 있는 실정이다.

셋째, 재래시장들이 대부분 침체되어 있다. 매일시장에 대해 부분적으로 시설을 현대화하고 오일시장의 위치를 변경하는 등 행정기관이 노력

을 기울이고 있으나 기대했던 만큼 영업이 활성화되지 못하고 있다. 특히 매일시장은 서귀포시의 관광명소화 계획이 무색할 정도로 주변의 인도를 목조블럭으로 바꾸어 깔고 대형 아케이드를 설치한 이후에도 관광객의 방문이 거의 이루어지지 않고 있다. 향토오일시장의 경우에도 그 이름이 무색할 정도로 향토적인 특성이 별로 없어 예상했던 관광객의 방문이 증가되지 않고 있으며 주민들의 이용 또한 대형할인점의 박리다매 판매의 영향으로 이전보다 활발하지 못한 실정이다.

넷째, 전반적으로 유통업 전체의 기본시스템이 취약하다. 개별점포들에게 유통 및 소비자 정보를 제공할 수 있는 유통정보시스템과 새로운 지식과 기술을 전수시킬 수 있는 교육훈련시스템, 상품의 수급시스템 등이 제대로 갖추어져 있지 않다. 이로 인해 신규고객 창출 및 구매욕구의 확대가 순조롭게 이루어지지 못하고, 따라서 유통업 내부에서 점포들간 서로 고객을 끌어들이기 위한 경쟁(cannibalization competition)이 치열하게 전개되고 있다.

다섯째, 서귀포시 현 중심상권의 교통기반시설이 취약하다. 서귀포시 유통업의 성장과정을 보면 고객을 유인하고 유지하는 데 주된 역할을 수행해 온 것이 도로와 교통수단이다. 매일시장과 동명백화점을 중심으로 한 중심상권은 도로폭이 협소해 차량정체현상이 발생할 뿐만 아니라 주차시설이 미비해 고객을 끌어들이는 데 한계를 드러내고 있다. 이는 서귀포시가 정책적으로 설치한 매일시장의 아케이드 시설이 거의 효과를 나타내지 못하는 점을 통해 입증된 사실이기도 하다. 오일시장의 경우에도 주차장이 협소해서 시장에 진입해 들어가기까지 장시간이 소요될 뿐만 아니라 주차하는 일이 원만치 않아 고객불편과 불만이 초래되고 있다.

이상의 제반 특성에 따라 서귀포시 유통업은 경기변화에 과민한 문제점을 안고 있다. 특히 감귤산업의 영향을 크게 받고 있는데, 주민들의 감귤소득이 감소하게 되면 서귀포시 상권 전체가 흔들릴 정도로 유통업의

기반과 구조가 취약한 상태에 있다.

2. 서귀포시 유통업의 발전 과제

이상의 문제점을 해결하고 서귀포시 유통업이 앞으로 발전해 나가기 위해서는 다음과 같은 과제들을 고민하고 해결방안을 모색해 나가야 할 것으로 생각된다.

첫째, 영세한 점포 및 재래시장의 점포 경영자들이 직업 의식과 태도를 전환할 필요가 있다. 단순한 생계유지 목적에서 벗어나 점포의 비전과 경영계획을 수립하고 시장지향적인 관점에서 고객만족을 추구하며 유통업 전체의 발전을 위한 자기점포의 역할을 설정해야 할 것이다. 특히 시장지향성은 고객의 욕구를 이해하고 그 욕구에 부응하는 제품과 서비스를 고객에게 제공할 수 있게 해주므로 경쟁우위 개발의 필수요인임을 개별 점포들이 인식할 필요가 있다(Jaworski and Kohli, 1993). 그래야만 어떻게 해서든 방문고객에게 타 점포보다 우월한 가치를 지속적으로 전달할 수 있는 방안을 강구하고 그것을 통해 고객관계를 강화함으로써 생존과 발전의 토대를 마련할 수 있기 때문이다. 무엇보다도 우월한 가치를 창출하기 위해서는 종사자 모두의 참여 속에 끊임없이 시장정보를 수집하고 확산시킨 후 반응을 피드백 시켜야 하며, 고객의 욕구·경쟁사의 능력·주요 시장대리인 및 관계기관과의 조화를 도모해야 한다(Slater and Narver, 1994a; 1994b). 이 점에 있어서는 지금까지 전개해 온 가격 중심의 경쟁에서 벗어나 소비자들이 가치를 느낄 수 있는 품질과 기능, 필요와 욕구에 부합된 가치창조형 상품을 기획하고 판매할 수 있는 머천다이징 능력을 제고할 필요가 있다(이동철, 1999). 특히 영세한 점포의 경우 관광객과 소규모 틈새시장의 독특한 욕구를 발견해 충족시킴으로써 지속적인 생존을 모색해 가야 할 것이다. 또한 환경의 변화를 따라잡고 업계 및 고객 정보를 습득하며 적절한 상품 및 서비스를 제공하기 위해 경영 학습과 훈련을 강화할 필요가 있다. 뿐만 아니라

점포를 지속적으로 유지해 나가기 위해서는 재투자를 통한 끊임없는 개선이 필요함을 인식하고 항상 자신에게 불리하게 작용할 환경의 변화에 준비하는 자세를 견지해야 할 것이다.

둘째, 유통업계 전체적으로는 상공회의소나 협회, 조합 등을 통해 교육의 기회를 마련하고 상호 경영관련 정보를 교환하는 등의 활동을 통해 결집력을 갖춰나갈 필요가 있다. 그래야만 유통업 종사자들이 공동의 물류시스템, POS시스템, 경영정보시스템, 고객관리시스템 등을 구축해서 경영의 현대화를 도모하는 일이 가능해지기 때문이다. 특히 협회나 조합 등이 주도해서 구성원들의 고객서비스에 대한 의식을 고취하고 업계 전체의 서비스 질을 제고하는 것이 고객유지 및 관리에 필수요소임을 인식해 실천해 나갈 필요가 있다. 이를 위해서는 거래관행의 개선, 카드결제 확대, 정찰제 시행, 친절한 응대 등이 폭넓게 전개되어야 할 것이다(변명식, 2001). 뿐만 아니라 유통업 구성원들간 협조와 조정을 통해 전반적인 상품구색 및 브랜드의 구성, 품질과 가격, 쇼핑 문화와 환경을 제고함으로써 타도시로의 고객이탈을 방지해야 할 것이다. 서귀포시 유통업의 서비스 질을 제고하는 것은 유통업 종사자들의 이익을 제고할 뿐만 아니라 시민 전체의 삶의 질이 향상됨을 지각하고 이를 유통업의 최우선 과제로 설정해서 실천해 나가야 할 것이다.

셋째, 지역경제를 총괄하는 행정기관은 유통업 종사자들이 원활하게 경제활동을 수행할 수 있도록 유통기반 조성에 지원과 노력을 아끼지 말아야 할 것이다. 주요 간선도로의 상점가 및 시장의 활성화를 위해 도로교통을 정비하고 주차시설을 확충해야 한다. 뿐만 아니라 시가지의 미관 및 도시의 이미지 차원에서 영세점포들의 시설, 간판, 인테리어, 주변 환경 등에도 정책적인 배려를 아끼지 말아야 할 것이다. 더 나아가서는 골목길을 정비해 이름을 지정하고 업종을 재배치하는 등의 사업에도 지원을 할 필요가 있다. 특히 유통업은 서귀포시의 기반산업임을 인식하고 지역경제의 활성화 차원에서 항상 업계의 변화와 소비자의 동향에 주의

를 기울여야 할 것이다.

넷째, 상거래의 전반적 분위기를 제고할 수 있도록 상가의 환경정비 및 시장의 활성화에 신경을 써야 할 것이다. 특히 전략적인 관점에서 소비수요를 확충하고 방문고객 수를 증가시키기 위해 유통업계 종사자들이 주축이 되어 관광객의 시내관광을 활성화시킬 수 있는 방안들을 강구해야 한다. 우선 향토오일시장을 제주도 특유의 민속시장으로 특성화시켜 관광지 프로그램에 연계함으로써 관광객들이 보고 즐기고 구매할 수 있도록 할 필요가 있다. 이를 위해서는 오일시장 내에 토속상품·토속음식·관광상품 등을 추가하고 민속 이벤트·지역축제 등을 보완하는 동시에 교통환경의 개선에 보다 신경을 써야 할 것이다. 매일시장은 교통혼잡을 해소하기 위해 주말에 차 없는 거리를 지정하거나 관광객의 방문을 유도할 수 있는 공연을 개최하고 이중섭 거리와 연계시켜 토속상품 판매구역을 설정하는 등의 방안들을 검토해 볼 필요가 있다. 또한 야간에는 토속 음식이나 관광기념품 중심의 야시장을 개설함으로써 관광객들의 상가 방문을 증진시키는 동시에 해변시장과 같이 새로운 환경을 갖춘 시장의 개설을 통해 관광객들의 전반적인 소비수요를 진작시킬 수 있을 것이다. 하지만 무엇보다도 전반적인 쇼핑환경 개선을 위해서는 개별점포의 시설, 공영주차장, 공중화장실, 종합 안내소, 만남의 장소, 안내간판 등의 기본시설에 대한 총체적인 정비가 우선되어야 할 것이다. 또한 상인들의 의식개혁을 위해 고객서비스 교육 및 경영관리 교육 등을 실시할 필요가 있을 것이다.

다섯째, 관광객의 쇼핑참여를 촉진하기 위해서는 도시 전체가 외부인에게 호의적이고 친절한 거리 분위기를 연출할 수 있어야 할 것이다. 서귀포시의 유통업이 경기변화에 안정적인 동시에 장기적인 발전을 지속해 나가기 위해서는 관광객의 구매욕구를 자극하고 구매행동을 불려일으켜야만 한다. 뿐만 아니라 서귀포시 거주 고객들의 역외이탈을 방지하기 위해서는 좀 더 편리하고 쾌적한 쇼핑환경이 전반적으로 조성되어져

야만 한다. 이를 위해서는 일반시민들의 쇼핑문화에 대한 인식 개혁, 유통업 종사자들의 모범적 행동, 행정당국의 시스템적 지원이 종합적으로 이루어져야 할 것이다.

여섯째, 제주도의 국제자유도시 추진에 대한 대비가 있어야 할 것이다. 제주국제자유도시기본계획에 의하면 7대 선도프로젝트를 추진하는 것으로 되어 있는데, 중문관광단지 확충과 서귀포 관광미항 개발이 서귀포시에 해당하는 사업이다(제주도 2001). 중문관광단지는 소매점 등의 상업시설을 확충해서 종합 위락관광단지로 육성하게 되고, 서귀포항은 면세쇼핑점·상업시설·어류 도소매시장 등이 설치될 계획이다. 이러한 계획이 예정대로 추진될 경우 서귀포시 유통업은 새로운 발전의 계기를 맞이하게 될 것으로 예상된다. 과거에 번영을 누렸던 서귀포항과 솔동산길이 다시 번영의 시기를 누릴 수도 있는데, 그러기 위해서는 보다 체계적이고 진취적인 유통업발전계획이 수립되어야 할 것이다. 국제자유도시계획대로 서귀포시 관광산업이 발전해 나가기 위해서는 유통업이 동반해서 성장되어야 함을 인식하고 유통업에 대한 행정적인 지원 및 유통업 종사자들의 투자가 이루어져야 할 것이다.

V. 결 론

제품시장이 성숙기에 접어들어 따라 그동안 눈부신 성장에 익숙해 온 우리나라의 대형 제조업체들은 그 한계의 돌파구를 유통업에서 찾고 있다. 그들이 발견한 유통업은 그야말로 ‘황금알을 낳는 거위’로서 콜럼버스의 신대륙과도 같은 개척과 도전의 새로운 기회를 제공하고 있다. 뿐만 아니라 일찍이 유통업에 눈을 돌려 개척과 성장의 결실을 수확해 온 선진 외국자본들이 국내시장에 진입해 들어와 거대한 세력으로 국내의

전통적인 유통업체들을 내어쫓고 있다. 일면 제국주의 시대에 외국자본과 민족자본이 국내시장을 두고 벌였던 한 바탕의 싸움이 재현된 듯한 양상을 볼 수가 있는 것이다.

제주도는 특수한 환경 요인에 의해 국내 유통시장과 다른 또 하나의 격전장을 이루고 있다. 국내의 대형 유통업체와 지역의 대규모 유통자본들이 제주시를 중심으로 대형점포들을 설립해 규모의 경제를 실현하기 시작하였다. 이러한 움직임은 소비자의 욕구에 적합한 유통문화를 시장에 접목시킴으로써 새로운 유통 기회를 창조하고 시장규모를 확장하고 있다. 하지만 이 과정에서 제주지역 유통업의 대부분을 구성하고 있는 전통적인 유통업체들과 소규모 영세점포들이 생존위험에 직면하게 되었다. 또한 서귀포시와 같은 중소도시의 점포들이 기존고객을 대도시에서 빼앗김으로써 유통기반 자체가 흔들리는 위기를 맞이하게 되었다.

따라서 본 논문은 서귀포시를 중심으로 유통업의 성장과정과 오늘날의 현황을 살펴봄으로써 유통업의 발전 과제를 모색해 보고자 하였다. 서귀포시 유통업은 점포규모가 영세하고 과밀하며 점포경영이 전근대적이고 비합리적인 문제점을 안고 있다. 유통업 전체의 전근대적 시스템, 재래시장의 침체, 유통기반시설의 취약성 등도 해결되어야 할 과제이다. 앞으로 유통업이 존속하고 발전해 나가기 위해서는 점포경영자들의 시장지향적 의식과 태도, 유통업계 공동의 시스템적 노력, 행정기관의 유통기반시설 지원, 시민 모두의 유통문화 개선, 제주국제자유도시에 대한 대비 등이 이루어져야 할 것으로 제안된다.

연구과정에서 공식적인 통계자료가 부족해 지역의 원로들로부터 증언을 채록하고 남제주군이나 제주의 통계로부터 추론할 수밖에 없는 한계가 있었다. 이러한 문제점에도 불구하고 이번 기회를 통해 서귀포시의 유통업을 역사적으로 고찰해 볼 수 있었던 것은 나름대로 의미가 있는 작업이라고 생각한다. 본 연구를 통해 그동안 거의 간과되어 온 서귀포시 유통업이 잠깐이나마 지역의 현안으로서 주목되고 논의되었다는 점이 본

연구자와 조력자들의 보람으로 남을 수 있었으면 한다. 동시에 본 연구가 서귀포시와 같은 우리나라 중소도시의 유통업을 진단하고 발전과제를 모색해 보는 데 참고자료가 될 수 있었으면 하는 기대를 가져본다.

후속연구자들을 통해 소비자 의식이나 태도, 점포 경영자의 시장지향적 행태, 새로운 유통채널에 대한 소비자 반응, 점포 고객간 관계특성과 수익구조, 업종별 마케팅전략과 시장구조 등 보다 정성적인 연구들이 진행된다면 본 연구의 피상성이 어느 정도 보완될 수 있을 것으로 간주된다. 마지막으로 그러한 관심과 참여를 소망하며 본 연구의 계기를 제공해 준 서귀포시에 감사를 드린다.

<참고문헌>

- 남제주군(1986), 『남제주군지』.
- 남제주군(1963-1882)0, 『통계연보』.
- 변명식(2001), 「전통재래시장의 활성화방안」, 『2001년도 한국유통학회 춘계학술대회 발표논문집』, 한국유통학회.
- 변승중(1992), 『제주도약사』, 제주 : 제주문화.
- 상무달(1993), 『유통관리』, 서울 : 형설출판사.
- 서귀포시(1981-2000), 『통계연보』.
- 서귀포시(1988), 『서귀포시지』.
- 서귀포시(1996-2000), 『지역경제활성화대책』.
- 오세조(1996), 『유통관리』, 서울 : 박영사.
- 이경남·조문부(1968), 「제주도 개발을 위한 제도적 연구」, 화신옵셀 인쇄사.
- 이동철(1999), 「유통산업의 변화와 그 전망에 관한 고찰」 『산경논집』, 제 17집, 동의대학교.

- 이성근·배수현(1996), 『새유통관리론』, 서울 : 무역경영사.
- 제주도(1992-1998), 『사업체기초통계조사보고서』.
- 제주도(1997), 『지역경제활성화대책』.
- 제주도(1982), 『제주도지』.
- 제주도(2001), 『제주국제자유도시 기본계획』.
- 제주상공회의소(1989, 1994, 1999), 『제주경제현황』.
- 제주상공회의소(1991), 『제주상의 50년사』.
- 제주상공회의소(1994), 『제주 서비스산업의 발전방향과 과제』.
- 제주도(1999), 『제주도의 경제』, 제주 : 우당도서관.
- 제주지방중소기업청(2000), 상권분석(서귀포시편).
- 천청일·홍성목(1999), 『제주도』, 제주우당도서관.
- 통계청(2000), 『사업체기초통계조사』.
- 허정옥(1999), 「서귀포시 지역경제의 활성화에 관한 연구」, 『탐라대학교 논문집』, 제 2집, 탐라대학교.
- Jaworski, Bernard J. and Ajay K. Kohli(1993), 「Market Orientation : Antecedents and Consequences」, 『Journal of Marketing』, Vol. 57(July), pp.53-70.
- Slater, Stanley F. and John C. Narver(1994), 「Does Competitive Environment Moderate the Market Orientation-Performance Relationship」, 『Journal of Marketing』, Vol. 58(January), pp.46-55.
-
- (1994), 「Market Orientation and the Learning Organization」, 『Journal of Marketing』, Vo. 59(July), pp.63-74.

The Growth Process and Development Issues of Regional Distribution Industry

- Seogwipo City Case -

Hur, Jeong-ok

Department of Business Management, Tamna University

<Abstracts>

The purpose of this paper is to review and analyze the growth process of previous and current regional distribution industry in Seogwipo city and find new directions for the development issues in the future.

In the study since 1945 (after liberation from Japanese ruling), it is shown that the regional distribution industry in Seogwipo city has have following problems : Small scale but large number of stores, poor management, inactive traditional markets, weak industrial infra system (like management information, employee education, merchandise supply), and vulnerable traffic system and facilities.

For resolution of these problems, following directions are suggested :

- 1) The store managers should have market-oriented mind and attitude.
- 2) The distribution industrial members should establish and share certain cooperative distribution systems.
- 3) The city administrative office should improve the environment and support industry's infra facilities.
- 4) All the citizens should cooperate to make comfortable shopping atmosphere and create their own shopping culture.

Key words : distribution industry, growth process, development issues