

편의점 거리 제한에 대한 소비자의 판단은?

<소비자지향성 지수>

[Anti 또는 Friendly 점수]

Anti						Friendly
5						5

주요 평가 의견

- ◇ 정부, 기존 편의점업계 시장장벽 세워 입막음
- ◇ 최저임금 인상의 피해, 소비자에게 전가
- ◇ 소비자 선택, 편의성 저하

■ 이 리포트는,

편의점의 매장 수 증가와 편의점 이용고객의 증가, 둘 사이의 정확한 선 후관계는 알 수 없으나 다수의 사람들이 이미 편의점을 즐기는 소비자가 되었다. 지난 몇 달간 편의점의 신규 출점시 거리 제한을 두는 시도가 뜨거운 논란을 빚었지만 정작 소비자의 입장에서 이 문제를 바라보는 논의는 거의 없었다. 이에 편의점 시장의 주요 주체인 소비자 시선으로 편의점 거리 제한 사안을 들여다보고자 한다.

■ 편의점 거리 제한 연혁

- 1994년 편의점 업계는 '근접출점 자율규약'을 제정하자 2000년 공정위는 이를 공동행위금지 위반이라며 폐기.
- 공정위는 2012년 편의점, 카페 등 5개 업종에 대해 신규출점 시 거리 제한을 하도록 모범거래기준 제정 (편의점 250m)했으나 2015년 폐지.
- 현재 편의점은 2012년 당시 공정위 기준을 준용해 250m를 임시 범위로 설정.

■ 편의점 거리 제한 재논의 배경

- 최저임금의 급격한 인상으로 편의점업계가 강하게 반발하자, 정부와 업계는 첨예화되는 갈등을 잠재울 수단 중 하나로 '편의점 신규출점시 거리제한'을 논의.
- 하지만 공정위는 이미 2000년도에 편의점의 획일적인 거리 제한을 '담합' 또는 부당 공동행위로 판단한 전례가 있어 심각한 고민에 직면.
- 결국 편의점 출점 기준에 '담배소매인 지정업소 간 거리제한(*)'을 준용하는 형식의 우회적 규제를 담은 편의점업계 자율규약을 공정위가 승인.

<이슈 일자>

- 7월. 최저임금위원회, 2019년도 최저임금 10.9%인상, 8350원으로 결정
- 7월. 전국편의점가맹점협회, 공동휴업과 심야할증 등 대정부 투쟁 예고 업종·지역별 최저임금 차등 적용, 가맹수수료 인하, 근접 출점 중단 요구
- 7월. 한국편의점산업협회, '80m내 편의점 출점 제한 자율규약안' 공정위에 유권해석·심사요청했으나 반려
- 8/22. 정부, '편의점 과당출점경쟁 자율축소 유도' 발표
- 8/29. 서울시, 담배소매인 거리제한을 50m에서 100m로 강화 방안 발표
- 12/3. 당정, '편의점 자율규약 제정 협의회' 열어 담배소매인 거리 같도록 논의
- 12/4. 공정위, 6개 편의점 가맹본부의 자율 규약 승인
신규 편의점 출점거리 기준을 '담배소매인 지정거리'로 간주

“담배소비 억제 목적의
거리 제한이
편의점 출점 기준
될 수 있나?”

“최저임금 인상
파장의 결과,
최종적으로 소비자
생활 편의성 저하로 귀결”

“수요예측 무시한
일률적 제한,
지나친 시장개입”

■ 쟁점과 문제점

- **거리제한 기준의 부당결부성:** 담배소매인 지정업소 간 거리 제한은 담배소비의 억제를 목적으로 도입된 것인데, 이를 편의점 출점 거리 제한의 기준으로 삼는 것은 논리적으로 부당. 또한 편의점을 둘러싼 유동인구나 상권의 특성이 다른데 수요예측을 무시한 채 일률적으로 출점을 제한하는 것은 지나친 시장개입.
- **공정위의 일관성 상실:** 2000년도에 ‘편의점 80m 이내 신규 출점 금지’ 협정을 맺은 편의점업계 행위를 담합으로 판단했던 공정위가, 이번의 ‘담배소매인 지정업소 간 거리 제한’ 기준이라는 우회적 출점 제한엔 승인한 것은 일관성을 상실한 결정. 현재 과다출점으로 꼽히는 커피전문점이나 치킨집, 부동산중개소 등 다른 업계에 출점 제한의 잘못된 선례를 제공.
- **최저임금 인상 파장의 돌려막기 대책:** 정부의 불합리한 결정은 결국 최저임금의 급격한 인상에 따른 편의점 업계의 피해를 당장 덮어보자는 긴급조치. 편의점업계의 인건비 부담 논란을 과다출점 문제로 그 원인을 돌려 문제의 본질을 흐림.
- **시장 진입장벽과 소비자 서비스 저하:** 신규 출점이 거의 불가능하면 권리금이 치솟을 수밖에 없는데, 이를 회수하기 위한 과정은 최종적으로 편의점 소비자의 서비스 문제와 연결. 또한 편의점들은 과거 가격이 정가이고 비싸다는 인식을 깨고 편의점내 묶음·할인 행사 진행을 비롯해, 간단하게 한끼 해결가능한 음식이나 가정상비약 판매, 택배업무 등 생활의 소소한 불편을 해결해주는 플랫폼으로 진화중. 이번의 시장 진입장벽이 어떤 형태로든 소비자의 생활 편의성을 저하시킬 수 있다는 우려는 계속 제기되리라 예상.

(*) 담배사업법 시행령 제7조의3(소매인의 지정 기준 등)은 소매인 영업소 간 거리를 50미터 이상으로 하며, 구체적인 기준은 시장·군수 및 구청장이 규칙으로 정하도록 규정하고 있다. 서울시는 편의점 출점거리와 관련해 8월말 '담배소매인 거리제한'을 50m에서 100m로 강화하는 방안 발표했고, 12월말에는 각 자치구에 '담배소매인 지정 기준 등에 관한 규칙'을 개정하도록 권고했다.



컨슈머워치 ‘정책 감시’ 소비자단체

소비자 선택권 + 재산권 + 편의성 + 안전성 수호
지능정보사회 유연한 규제, 시장참여 제고
소비자에게 피해 전가시키는 눈속임 정책 감시
이익집단-정부방조로부터 소비자 권익 보호