대형유통업체와 중소납품업체간의

거 래 실 태 조 사 결 과

2001. 11

중 소 기 업 청

조 사 평 가 과

목 차

Ⅰ. 설문조사 개요---------- 2

Ⅱ. 조사결과 ---------- 3

1. 요 약 ---------- 3

2. 세부 조사내용 ---------- 4

가. 중소납품업체 현황---------- 4

나. 납품대금 지급 ---------- 4

다. 대형유통업체의 불공정거래행위 ---------- 5

라. 거래애로·건의 및 개선사항 ---------- 6

Ⅰ. 설문조사 개요

□ 조사목적

○ 대형유통업체(백화점 및 대형할인점)에 납품하는 중소납품업체를 대상으로 거래실태, 불공정관행 및 애로조사

□ 조사기간 : 2001. 9. 6 ~ 10. 27

□ 조사대상업체 : 대형유통업체에 납품하는 500개 중소기업
(설문응답 : 62업체)

□ 조사방법 : 우편 및 FAX설문조사

□ 조사내용

○ 업체개황 및 거래현황

○ 납품대금 결제방법 및 기간

○ 대형유통업체의 일방적인 거래조건 요구사례(거래활동 제한, 가격인하 등)

○ 대형유통업체의 위법부당한 요구 사례
(상품권 구매, 경품류 제공, 광고비 부담, 매장수리비 부담, 판촉요원 파견 등)

○ 기타 거래관련 애로 및 건의사항

Ⅱ. 조사결과

1. 요약

□ 조사대상업체는 대부분 30인이하(61.7%)의 소기업으로서 대형유통업체에 대한 판매의존도가 높음

□ 대형유통업체의 중소납품업체에 대한 납품대금지급수단은

○ 현금결제는 87.5%이며 이중 85.7%가 60일이내에 지급하고 어음결제는 12.2%로서 이중 64.0%가 60일이내에 지급

- 어음을 대신하여 구매자금융제도를 이용하고 있는 업체가 응답업체의 51.0%이며 동 제도자체를 모르는 업체는 11.8%

□ 대형유통업체가 우월적지위를 이용한 불공정거래행위로서는

○ 상품권구매요구(46.2%), 경품류제공요구(53.7%), 광고비 분담요구(73.7%), 매장수리비 부담 (41.5%), 반품(36.4%) 및 판촉사원 파견요구(38.7%) 등이 있음

□ 인터넷 등의 사용이 보편화됨에 따라 전자상거래를 이용한 거래방식의 개선계획이 있는 납품업체는 46.6%로 파악됨

□ 납품업체의 주요 거래애로는 수수료율 임의결정, 매장위치 선정, 광고비 및 상품권의 구매강요 등임

2. 세부 조사내용

가. 중소납품업체 현황

□ 조사대상 중소납품업체는 30인이하가 61.7%로 대부분을 차지

종업원수	30인이하	31~50인이하	50~100인이하	101~200인이하	200인이상	계
비율(%)	61.7	15	5.0	10.0	8.3	100

□ 주거래 대상품목은 의류(32.7%), 생활용품(27.6%)이 주류를 이루고 있음

품 목	의 류	생활용품	음식료	가구·주방기구	기 타	계
비율(%)	32.7	27.6	20.6	10.3	8.6	100

□ 2000년도 중소납품업체당 평균납품금액은 45.9억원이며 대형유통업체에 대한 납품액의 비중이 50%이상인 업체가 78.8%를 점유

□ 거래형태는 특정매입(68.4%), 직매입(25.2%), 하도급(6.4%) 순으로 나타남

나. 납품대금 지급

□ 중소납품업체의 납품대금지급수단은 현금 87.5%, 어음 12.2% 기타 0.3%로서 2000년보다 현금지급(73.3%)비중이 높아(14.2%)짐

□ 납품대금 결제에 있어 현금결제는 60일이하 85.7% 61~90일 14.3%이고, 어음결제시에는 60일이하 64%, 61~90일이하 20%, 91~120일이하 16%를 나타냄

○ 납품대금을 60일 초과하여 지급받은 경우

- 어음할인료 등을 지급받은 경우는 6.7%뿐이고 이를 지급받지 않고 이의제기도 못하게 강요받은 경우가 66.7%라고 응답

□ 어음을 대신하여 구매자금융제도를 이용하고 있는 업체(51.0%)가 이를 이용하지 않는 업체(29.4%)보다 많았으며 제도자체를 모르는 업체(11.8%)도 있었음

다. 대형유통업체의 불공정거래행위

□ 납품업체의 반품요구 등

○ 납품업체가 대형유통업체로부터 36.4%가 반품을 요구받은적이 있으며 이는 대부분 재고상품(42.1%)과 판매부진(31.6%)이며 그외에 제품하자(10.5%), 판매부진(10.5%) 및 기타 등으로 나타났음

○ 납품업체중 계약체결후 납품상품을 거부하거나 지연당한 경우도 5.2%에 이름

□ 광고비, 상품권 구매

○ 납품업체중 대형유통업체로부터 상품권 구매요구를 받은 경우가 46.2%로서 평균 728천원으로 나타남

○ 판촉행사시에 구매자에게 제공하는 경품류제공을 요구받은 경우도 53.7%로서 평균 124천원임

○ 대형유통업체로부터 광고비의 비용분담을 요구받은 경우가 73.7%로서 316천원임

○ 매장수리비의 경우 입점업체 부담이 41.5%, 대형유통업체 부담이 39.6%이고, 입점업체 일부부담도 18.9%를 나타냄
- 입점업체 일부부담의 경우 부담비율은 평균 56.7%

□ 중소납품업체의 29.5%가 납품대금 인하요구를 받은적이 있으며

○ 이는 타 납품업체와의 가격형평 유지(31.8%), 유통업체의 이익 확대(27.3%) 및 유통업체의 판매부진(22.7%) 등의 이유로 나타남

□ 판촉사원의 파견요청을 받은 업체는 38.7%로서 업체당 평균 5.5명임

○ 이에 대해 92.1%가 대형유통업체의 파견요구를 수용하고 있음

□ 대형유통업체가 입점 또는 납품업체와의 거래를 자사점포로 제한토록 강요받은 업체는 23.7%

□ 대형유통업체의 공정거래를 위한 노력에 대해 납품업체의 38.3%가 양호, 31.7%는 보통이라고 평가한 반면 30.0%가 미흡한 수준이라고 평가

라. 거래애로·건의 및 개선사항

□ 전자상거래 증가에 따라 거래방식의 개선계획이 있는 납품업체는 46.6%임

○ 개선계획은 인터넷을 통한 판매, 전자상거래방식 도입 및 구매전용카드 결제 등임

□ 대형유통업체와 거래시 겪는 주요애로사항은

① 매장위치 선정문제(36업체)
② 고율의 판매수수료(31업체)
③ 거래지속여부 불안(26업체)
④ 납품업체선정 불투명(9업체)
⑤ 광고비 부당전가(9업체)
⑥ 판촉사원 파견강요(9업체)
⑦ 부당반품처리(8업체)
⑧ 납품단가인하(4업체)
⑨ 경품류제공 강요(3업체)
⑩ 납품대금지연(2업체)
⑪ 상품권구매 강요(2업체)
⑫ 기타(2업체)

□ 공정거래관행을 위한 건의사항

○ 상호협의를 통한 수수료율 결정, 우월적 지위를 이용한 매장위치수시 변경, 광고비 및 상품권 구매 강요 등의 개선