

물류산업 동향 및 전망

서강민 | 평가 6실 선임연구원(CFA,FRM) | 02-368-5386 | kmseo@korearatings.com

일반적으로 영세한 사업규모, 지입차량 위주의 수직적/다단계 사업 구조

통계청의 2013년 기준 “운수업통계조사”를 재구성해보면, 국내 화물운송업체의 총 매출액은 2009년 대비 24.9% 증가한 140조원 수준으로 추산된다. 국내 화물운송업 시장은 글로벌 경기침체 여파로 인해 수상운송업종을 중심으로 2009년 중 크게 위축되었지만, 다시금 성장을 이어가며 지난 십년간 연평균 증가률이 10%에 달할 정도로 양호한 성장세를 기록하고 있는 상황이다. 세부 업종별로는 육상운송업 58.6조원(41.8%), 수상운송업 40.8조원(29.1%), 항공운송업 21조원(14.9%), 기타운송서비스업 19.9조원(14.2%)의 매출 규모를 보이고 있다.

육상운송업 및 기타운송서비스업 시장은 수많은 영세사업체들이 경쟁하면서 이들 업종의 2013년도 업체당 평균매출 규모는 각각 1.8억원 및 8.5억원에 불과한 실정이다. 물류업체의 경쟁력은 물류 네트워크 및 물류 서비스 범위 등에 좌우된다는 사실을 감안할 때, 항공·해상운송업을 제외한 일반 화물운송업체들의 물류경쟁력은 영세한 사업규모로 인해 전반적으로 미흡한 수준에 머물러 있다고 판단된다. 이는 국내 물류산업이 지입차량 위주의 수직적/다단계 사업 구조 하에서 영세 중소 물류기업 중심의 산업구조를 형성하고 있기 때문이다.

또한 국내 물류기업들은 주로 국내 물류 서비스 중심의 사업을 영위하고 있다. 대기업 물류 자회사들의 해외진출이 일부 이루어지고 있으나, 현지 내 물류 네트워크 형성 및 현지 서비스 보다는 우리나라와의 수출입 물류를 대행하는 수준이며, 기업규모, 서비스 범위 및 품질, 국제화 역량 등의 측면에서 글로벌 물류기업에 비해 경쟁력이 상대적으로 낮은 수준에 머무르고 있다.

초기 투자비가 많이 소요되는 택배, 항만 등의 경우 상대적으로 큰 사업 규모

한편, 육상운송업 및 기타운송서비스업 시장을 좀더 세분화해서 살펴보면, 화물자동차운송업 및 화물주선업의 평균 매출이 10억원 미만으로 매우 낮은 수준인데 반해, 택배업 및 항만운송업은 상대적으로 높은 평균 매출을 보여주고 있다. 이는 택배업의 경우 전국적인 택배터미널, 분류장치, 전용차량, 조지방, 정보시스템 등을 갖추어야 하는 자본집약형 장치산업으로서 영세사업자들이 진입하기 어려워 대규모



사업자들이 사업을 영위하고 있기 때문이다. 특히 온라인 쇼핑 등 택배 수요가 크게 증가하고, 규모의 경제 실현을 위한 시설 확대가 이루어지면서 택배업의 평균매출은 큰 폭으로 성장하고 있다.

항만운송업은 항만 운영권의 확보와 항만 시설 설치를 위해 초기 투자비 및 운영비가 많이 소요되며, 항만 시설이 한정되어 있어 적은 수의 업체가 사업을 영위하면서 평균적인 규모가 상대적으로 큰 편이다. 물류터미널 운영업의 경우에도 초기 자본 투자 규모가 큰 편이나 다수의 소규모 사업자들이 터미널을 운영하고 있어 상대적으로 적은 평균 매출을 보여주고 있다. 하지만 점차 대형 터미널로 규모를 확대하는 추세로 평균매출은 증가세를 보이고 있다.

[국내 화물운송 업체수 및 업체당 평균매출]

(단위: 억원)

연도	육상운송업		수상운송업		항공운송업		기타운송서비스업	
	업체수	평균매출	업체수	평균매출	업체수	평균매출	업체수	평균매출
1999	73,144	1.15	230	685	9	6,963	1,337	13.05
2000	98,246	0.92	258	671	7	10,447	2,172	13.03
2001	122,805	0.90	272	659	7	10,831	10,079	3.47
2002	130,711	1.02	234	690	8	10,691	12,687	3.46
2003	145,525	1.05	238	729	8	10,551	13,999	3.34
2004	148,343	1.17	252	1,016	7	14,223	14,426	3.99
2005	150,686	1.28	260	989	9	11,579	14,317	4.38
2006	149,819	1.33	264	956	11	10,267	14,132	4.57
2007	155,648	1.35	271	1,197	11	11,436	14,173	4.94
2008	155,172	1.49	284	1,823	13	11,236	11,197	6.77
2009	154,167	1.57	326	1,085	15	9,073	11,093	7.02
2011	158,263	1.92	293	1,391	34	5,985	11,248	8.30
2012	155,196	1.91	321	1,375	34	6,283	11,610	8.04
2013	170,349	1.81	413	964	33	6,353	11,687	8.54

주) 1. 육상운송은 화물자동차 운송업 및 택배업 합산.

2. 수상운송은 외·내항화물운송업 합산.

3. 기타운송서비스업은 창고업, 화물취급업, 주선업 등 합산.

4. 2010년 기준 운수업조사는 5년 주기 경제총조사 통합실시에 따라 미 실시.

자료) 통계청 자료 재구성.

'2020 글로벌 물류강국'을 비전으로 한 정부의 지원 계획

한편, 정부는 '2020 글로벌 물류강국'을 비전으로 물류산업을 제조업 지원 기능을 넘어 국부 창출이 가능한 성장동력 산업으로 육성하기 위하여 '물류를 통한 국부 창출'과 '국가 물류체계의 효율성 강화'라는 2대 추진목표를 세우고, 5대 추진전략과 208개 세부 추진과제를 중심으로 정책을 추진하고 있다. 정부가 구상중인 5대 추진 전략은 ① 육해공 통합 물류체계 구축을 통해 물류 효율화 구현, ② 고품질의 물류 서비스 제공을 위한 소프트 인프라 확보, ③ 녹색물류체계 구축과 물류보안 강화로 선진물류체계 구현, ④ 글로벌 물류시장 진출을 위한 물류산업 경쟁력 강화, ⑤ 시장기능 회복을 통한 물류산업 경쟁력 제고로써 관련 세부 추진과제를 설정하고 지속적인 투자를 진행중이다.

[국내 화물운송 업체수 및 업체당 평균매출]

(단위: 억원)

연도	화물자동차운송업		택배업		물류터미널 운영업		항만운영업		화물취급 및 주선업	
	업체수	평균매출	업체수	평균매출	업체수	평균매출	업체수	평균매출	업체수	평균매출
2000	98,240	0.9	6	385.4	1,241	6.4			931	21.9
2001	122,795	0.9	10	274.9	1,217	6.6			8,862	3.0
2002	130,690	1.0	22	199.6	1,226	7.1			11,461	3.1
2003	145,510	1.0	15	320.5	1,220	8.0			12,779	2.9
2004	148,319	1.1	24	461.1	1,219	8.2	5	300.0	13,207	3.6
2005	150,659	1.2	27	468.0	1,209	8.4	6	291.0	13,108	4.0
2006	149,788	1.2	31	436.4	1,179	8.4	6	328.7	12,953	4.2
2007	155,619	1.2	29	571.2	1,166	9.5	6	415.6	13,007	4.5
2008	155,148	1.4	24	772.3	1,349	10.9	7	398.2	9,848	6.2
2009	154,140	1.4	28	853.0	1,301	10.6	5	547.1	9,792	6.5
2011	158,235	1.7	28	1,082.2	1,242	14.1	5	692.9	10,013	7.8
2012	155,175	1.7	21	1,597.7	1,168	15.5	5	693.0	10,464	7.3
2013	170,328	1.6	21	1,697.5	1,200	16.5	6	753.4	10,508	7.8

주) 1. 항만운영업은 항구 및 기타 해상 터미널 운영업.
 2. 물류터미널 운영업은 창고업 및 보관업, 화물자동차 터미널 운영업 합산, 화물주선업은 화물취급 및 주선업 합산.
 3. 2010년 기준 운수업조사는 5년 주기 경제총조사 통합 실시에 따라 미 실시.
 자료) 통계청 자료 재구성.

종합 물류 서비스 제공을 지향하는 3PL 시장 확대 가능성 높음

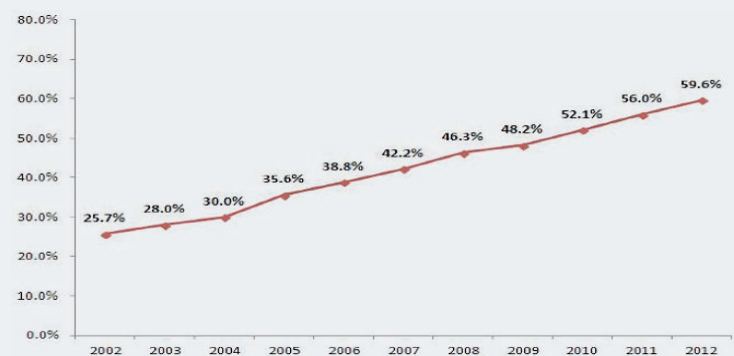
CL(Contract Logistics, 계약물류)이라고도 불리는 3PL(Third(3) Party Logistics, 3자 물류)은 화주가 전문 물류기업에 원자재 조달에서부터 유통업체 및 최종 소비자에게 이르기까지의 수배송, 보관, 포장, IT, 항만하역, 수출입 통관 업무 등을 일정 기간 이상 총괄 위탁하는 것을 말한다. 그러나 현실에서 물류의 전 과정을 모두 대행하기는

어려워 이중 2개 업무 이상을 위탁받아 운영하면 3자 물류업체로 인정하고 있다. 이에 따라 현실적으로 기존 물류업체와 3PL 물류를 분류하기가 쉽지 않아 정확한 시장규모를 파악하는 데에는 어려움이 있다.

한국무역협회의 기업물류비 실태조사에 따르면, 국내 기업의 물류비/매출액 비중은 2005년 9.7%, 2007년 9.1%, 2009년 8.4%, 2011년 8.0%를 기록하며 감소세를 보이고 있으나, 국내 기업의 국내 물류비는 6.5%로 일본기업의 4.9%에 비해 여전히 높은 수준인 것으로 분석된다. 이는 물류비용 절감을 위해 물류전문기업을 활용하는 기업들이 증가함에 따라 제3자 물류 비중이 25.7%(2002)에서 59.6%(2012)로 증가하고 있으나, 선진국에 비해서는 여전히 낮은 수준에 머물러 있는 사실에 기인한다.

국내 물류시장은 지입차량을 운영하는 영세 중소운송업자의 비중이 높아 종합 물류 서비스를 제공하는 데에 어려움이 있었다. 이에 따라 보다 안정적인 물류 서비스를 원하는 대규모 기업집단의 경우 2PL 물류기업을 중심으로 자가물류를 선호해 왔다. 그러나 물류업체들이 점차 대형화, 전문화되면서 3PL 시장도 확대되고 있다. 물류 시장 규모도 지속적으로 증가하면서, 3PL 또한 물류시장 규모 추이에 동행하여 증가하고 있다. 특히, 기업들의 물류 아웃소싱에 대한 관심이 높아지고 있어 3PL을 중심으로 물류전문기업들의 성장 가능성은 긍정적으로 평가된다.

3PL 활용 비중 추이



자료) 한국무역협회 '2012년 제3자물류 활용 실태조사.'

물류업무 주선하는 포워딩 사업은 수익성 낮은 수준

화물운송주선업/포워딩(Forwarding)은 일반적으로 운송주선인(Forwarder)이 운송수단을 직접 소유하지 않은 채 운송을 위탁한 고객의 화물을 인수하여 수하인에게 인도할 때까지의 집화, 입출고, 선적, 운송, 보험, 보관, 배달 등의 업무를 주선 또는

Analysis - 산업분석 ①

수행하는 사업을 말한다.

이러한 주선업의 경우, 일반적인 계약물류에 비해 경쟁이 심하며, 제3자 물류업체의 업무영역 확장에 따라 쉽게 경쟁이 확장될 수 있다. 또한 고객인 화주의 대체비용이 작고 화주의 협상력이 커서 포워딩 업체의 마진이 낮게 책정된다. 고정 영업자산을 필요로 하지 않아 고정비용은 적게 들지만, 이를 통한 서비스 차별화가 어려워 인적 서비스가 중요한 차별화 요인이 된다.

물류산업 내 가장 대표적인 장치산업

국내 택배시장은 물류산업의 대표적인 장치산업으로써 지난 20년간 대형 택배업체를 중심으로 인프라 구축 및 IT 부문에 대한 투자와 함께 서비스 개선 노력을 지속해 왔다. 이와 더불어 홈쇼핑 및 온라인 쇼핑시장의 급성장이 택배시장의 새로운 수요를 창출하는 견인차 역할을 하면서 2011년까지 매년 두 자릿수 성장률로 꾸준히 시장규모를 확대해 왔다.

택배란 소형, 소량의 운송물을 고객의 주택, 사무실 또는 기타의 장소에서 수탁하여 수하인의 주택, 사무실 또는 기타의 장소까지 운송하여 인도하는 것을 말하며(택배 표준약관 제2조 제1항, 2007), 택배화물은 가로, 세로 및 높이의 합이 160cm 이내(단, 최장변 100cm 이내)로 30kg 이하인 소형화물을 의미한다.

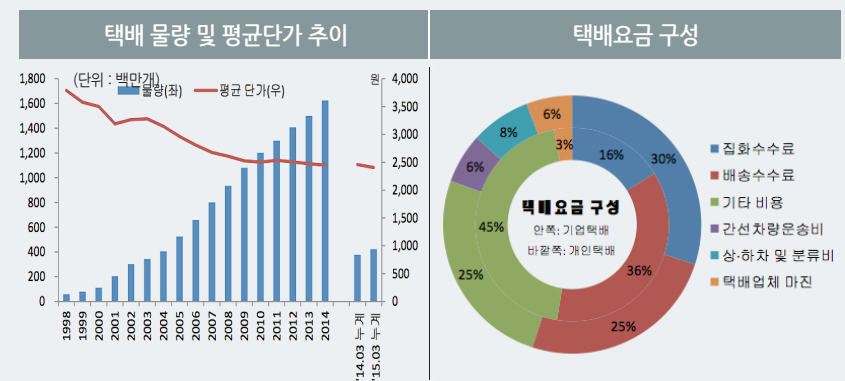
택배산업은 소화물을 신속하고 편리하게 송하인으로부터 집하여 수하인에게 배송해주는 운송체제로서 도시 내 및 도시 간 소화물 수송에 적합하며, 소형차량을 이용한 도시 내 권역별 공동 집·배송 체제를 유지하고 있다. 이러한 배송체제를 형성하기 위해서는 전국적으로 택배터미널, 분류장치, 전용차량, 조직망, 정보시스템 등을 갖추어야 한다. 따라서 택배산업은 대규모 자금이 투입되는 자본집약형 장치산업이며 전국적인 배송망을 갖추어야 하는 네트워크 산업으로 분류할 수 있다. 또한 규모가 클수록 단위 단가가 감소하여 경쟁력을 갖게 되는 규모의 경제 산업이다.

최근 대부분의 택배업체들은 터미널간 거점운송(Hub and Spoke) 방식을 통해 여러 지역에 환적 터미널을 입지시켜 운송하는 방식을 이용하고 있는데, 이러한 방식은 택배운송서비스 네트워크 규모에 따라서 역내 터미널(예: 발송지 터미널, 도착지 터미널)과 중계터미널(Hub)로 구분되며, 이러한 터미널의 연결로 운송망이 구축된다. 전국적으로 화물의 집하와 배달을 효율적으로 하기 위해서는 최소한 130개 정도의 영업소와 50~60개 정도의 집배송센터를 설치·운영하여야 한다.

택배시장의 성장에도 불구하고 평균단가는 지속적으로 하락

이러한 택배시장의 성장에도 불구하고, 택배의 평균단가는 지속적인 하락세를 보이고 있다. 이는 서비스 차별화가 어려운 택배시장의 특성으로 인해 다수의 중소형 업체들을 포함하여 치열한 가격 경쟁이 전개되었기 때문이다. 국내 택배시장의 평균단가는 1997년 택배시장에 대한 규제완화 이후 우체국택배와 CJ GLS 등과 같은 대형업체는 물론 중소업체들의 시장 진입에 따른 과열경쟁이 가속화되면서 1997년 Box당 4,732원을 정점으로 지속적으로 하락하고 있다. 1999년 4,000원 이하로 하락한 이후, 2005년 3,000원대가 붕괴되었으며, 2010년에는 2,504원까지 하락하였다. 2011년에는 전년대비 소폭의 반등세를 보이기도 하였으나, 2012년 이후 CJ대한통운이 주도적으로 가격경쟁을 재개하면서 택배평균단가는 다시 소폭 하락하고 있다.

택배요금의 구성을 살펴보면, 개인택배(C2C) 평균요금인 4,000원 중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 약 30%의 집화수수료이다. 그리고 지역 물류센터나 허브센터로 이동하는 간선차량 운송비 6.3%, 물류센터에서 화물 상·하차 및 분류에 들어가는 비용 7.5%, 배송수수료 25%로 구성되며, 그외 임차료, IT시스템 구축, 수선비, 직영운영비, 간접비, 판매비 등 기타 비용이 15.5%를 차지한다. 이러한 비용을 제외한 5.7% 가량이 택배업체의 마진이 된다. 전체 택배물량 중 이러한 개인택배 비중은 10%로, 나머지 90%를 차지하는 기업택배(B2B, B2C)의 경우, 집화수수료 16%, 배송수수료 36%, 기타비용 44%로 구성되며, 택배업체 마진은 3% 정도인 것으로 파악된다.




자료) 통합물류협회, 데일리로그 등.

신규 업체 진입, 유통기업들의 자체배송 등으로 경쟁 심화 전망

최근 택배시장은 씨제이대한통운, 한진, 현대로지스틱스, 우체국 등이 시장을 주도하고 있는 가운데 중소형사들이 나머지 시장에서 점유율 유지를 위해 경쟁하고 있는 모습이다. 2014년 씨제이대한통운의 시장점유율은 38%로 2013년 CJ GLS와의

합병 과정에서의 마찰로 점유율이 다소 하락하였으나 2014년 들어 시스템 보완에 따른 원가 절감과 공격적인 마케팅으로 시장점유율을 회복하면서 시장지배력을 강화해 가고 있다. 한진 및 현대로지스틱스의 경우에는 이러한 경쟁여건 속에서 수익성 및 효율성 개선을 위한 투자를 진행하고 있다. 서울 동남권터미널 입점을 통해 수도권 물류 서비스를 강화하고 있으며, 단가 인상을 위한 화주와의 협상도 적극적으로 추진하고 있다.

최근에는 농협의 택배업 진출이 논의되고 있는데, 전국 단위 네트워크망을 갖춘 농협이 택배업에 본격적으로 들어올 경우 우체국택배 및 농어촌 물량을 상당수 처리하던 중견 택배업체들이 상당한 타격을 받을 것으로 보인다. 또한 이베이, 쿠팡 등 대형 유통업체들이 물류센터를 확장하면서 자체 전담배송 체제 구축을 준비하고 있다. 이는 미국 아마존의 유통-물류 결합 트렌드를 모방하는 것으로 배송서비스 및 배송속도를 향상, 관리하려는 전략이다. 신규업체의 택배업 진출과 온라인 유통업체들의 자체 배송 증가 등 최근의 환경 변화로 택배시장의 경쟁은 보다 심화될 것으로 예상된다. 

[국내 택배시장 경쟁구도(2014년)]

구분	CJ대한통운	현대로지스틱스	한진	우체국택배	로젠택배	기타
점유율	38.0%	12.9%	11.5%	8.9%	7.8%	20.8%

자료) 한국통합물류협회, 물량 기준.

