

국내 택배시장 현황과 향후 전망

손 정 우*

최근 국내 택배시장의 특징은 대기업을 중심으로 한 시장재편과 극심한 출혈경쟁으로 요약할 수 있다. 본고에서는 연도별 국내 택배시장 현황과 택배산업에 필수적인 요소인 택배 터미널 구축 현황을 살펴본다. 그리고 택배 시장을 안정적으로 성장시켜 나가기 위해서는 업체간 상호 긴밀한 협력관계를 구축하는 것과 더불어 정부차원의 정책적 지원이 꼭 필요하다라는 점을 강조한다.

I. 서론

국내 택배시장은 자가 물류서비스 시장(2PL) 또는 제3자 물류서비스 시장(3PL)과 달리 완전히 개방된 경쟁시장으로, 현재 크고 작은 100여개 업체가 활동하고 있는 대표적 물류 서비스 시장이다. 국내 택배시장의 연간 매출 규모는 2007년 말 기준으로 약 2조 5천억원 정도이며, 연간 9억개에 달하는 택배 화물들이 처리되고 있다. 또한 19세 이상 성인 1인이 일년에 이용하는 택배 서비스의 빈도는 약 25회 정도로, 이제 택배는 국내 경제활동에 매우 필수적인 역할을 담당하고 있음은 물론이고 국민생활에 매우 유용하게 이용되고 있다.

최근 들어 국내 택배시장은 온라인 쇼핑물 산업의 급성장(2006년 21.6%, 2007년 17.1%)에 힘입어 년 평균 20% 이상의 급격한 물량 성장세를 기록하고 있다. 대형 택배업체와 중소

* 세계일보 뉴미디어 본부 이허브 기자

택배업체로 양분되던 국내 택배시장은 점차 대형 택배업체 중심으로 재편되고 있으며 시장내 과당경쟁으로 인하여 후발 택배업체들은 수익률 확보에 어려움을 겪고 있다. 택배 1개 당 서비스 단가의 하락으로 수익률은 지속적인 하락추세를 보이고 있어, 향후 시장 진출을 계획하고 있는 기업들의 경우 신중한 검토가 필요할 것으로 보인다.

1992년 국내에서 처음 서비스되기 시작한 택배산업은 지금까지 여전히 관련 법규가 없어 대다수 사업체가 정상적인 운영에 어려움을 겪고 있으며, 정부의 지원도 전무한 상태이다. 지금까지 택배산업은 참여 업체들 스스로의 힘으로 성장시켜 왔던 만큼 이제부터는 정부의 관심과 정책적 배려를 통해 시장내 올바른 경쟁상황을 유도하고 일반 소비자들이 택배 서비스 피해를 입지 않도록 하는 조치가 필요하다. 이와 함께 택배 운영인력과 택배단가 하락에 따른 현장 직원들의 실질적인 처우개선이 될 수 있도록 물류 현장과의 긴밀한 협의체 구성이 필요하며, 업계 자체적으로 공동화 방안도 적극적인 논의가 있어야 할 것으로 보인다. 본고에서는 국내 택배시장의 최근 동향과 함께 국내 택배 터미널 구축 현황을 정리한 후 향후 택배시장의 안정적 성장을 위해 필요한 조치들에 대해 살펴본다.

II. 국내 택배시장 개관

1. 택배물류의 국민경제적 의의

2007년 국내 택배 서비스 시장 규모는 매출 2조 5천억원, 물량 8억 8천만개에 달하는 것으로 집계되었다. 국민 일인당 연간 택배 서비스 이용량은 성인인구 기준으로 약 25회 정도이다. 국내에서 택배 서비스가 급속하게 성장할 수 있었던 이유는 무엇일까? 이는 2~3천원의 요금만 지불하면 서비스를 의뢰한 다음날 전국 방방곡곡 바로 집 앞까지 정시에 배송되는 편리함 때문이다. 사실 2조 5천억원의 매출은 전체 물류시장에서 볼 때 큰 비중은 아니다. 그러나 택배전문가들은 “택배 매출액과 비교해 전체 국민생활에 미치는 택배서비스의 의미는 상상외로 크다”고 지적한다. 물류산업의 매출을 100으로 봤을 때, 택배 매출은 15정도 밖에 차지하지 않지만 물

류산업의 이미지를 대변하고 있는 만큼 택배는 전체 물류산업에서 70~80%의 비중을 차지할 정도로 그 중요도는 높다 하겠다.

2. 새로운 성장산업 인가?

택배 물량이 폭발적으로 증가하는 이유는 전자상거래의 대중화와 더불어 일반 국민의 택배 수요가 보다 다양한 분야로 확대되고 있기 때문이다. 통계청이 발표한 전자상거래통계조사 결과에 따르면 2007년 우리나라 전자상거래 총규모는 516조 5,140억원으로 전년에 비해 24.9% 증가했다. 또한 온라인쇼핑협회가 발표한 '2007년 온라인쇼핑시장에 대한 이해와 전망'에 따르면 2006년 국내 온라인쇼핑몰 시장 규모는 2005년 8조 2,000억원의 규모에서 24% 성장한 10조 4,000억원에 이르렀으며, 2007년에는 15조 7,656억으로 전년 대비 17.1%가 성장한 것으로 조사되었다. 이처럼 온라인 쇼핑몰 시장의 지속적인 성장은 택배시장을 견인해 오늘날 택배 서비스가 대중적인 서비스 산업 군으로 자리 잡는데 일조하였다. 그렇다면 일반 물류기업 혹은 국내 굴지의 대기업 군에서 택배산업을 새로운 성장 산업 군으로 선택하려는 배경은 무엇일까?

이는 전체 물류서비스의 마지막 종점이 택배 서비스이기 때문이다. 육상, 해상, 항공운송, 보관, 재고 관리 등 전체 물류 서비스 과정에서 마지막으로 고객에게 물건을 배송하는 서비스의 종점이 바로 택배 서비스이다. 따라서 물류사업에서 택배 서비스 부분이 없다면 전체 물류 서비스의 흐름을 완성시킬 수 없기 때문에 택배 서비스 하나만을 놓고 이익이 되는지, 아닌지를 논한다는 것은 무의미하다. 결국 택배 사업이 수익률이 낮음에도 불구하고 기업들이 쉽게 포기할 수 없는 이유가 바로 그것이다.

3. 택배시장의 실태: 물량 성장 속 수익성 악화

현재 전국적인 택배네트워크를 갖추고 서비스를 제공하고 있는 택배업체들은 약 16~17개사 정도이다. 택배화물 개당 단가는 매출액을 물량으로 환산해 보면 2005년의 경우 박스 당 2,920원에서 180원 하락한 2,750원 수준을 나타내고 있으며, 2006년은 또 다시 운임이 120원 하

락해 2,630원 수준을 보였고, 2007년은 이보다 130원이 하락해 2,500원으로 하락하는 등 택배 서비스 단가는 지속적인 하락세를 보이고 있는 것으로 나타났다. 지금까지 택배 서비스 물량은 폭발적으로 증가해왔지만 물량 증가세와는 대조적으로 개당 운임은 하락 추세를 보이고 있으며, 더 내려갈 수도 있다는 전망이다. 따라서 대형 택배업체 뿐만 아니라 중견 택배기업 모두 수익성 악화에 어려움을 겪고 있는 만큼 향후 이 부분은 별도의 대책마련이 필요할 것으로 보인다. 저단가 현상이 지속되어 일부 업체들이 서비스를 제공하지 못하게 될 경우, 전자상거래 시장과 일반 소비자들에게 미치는 영향은 예상외로 막대할 수 있다.

〈표 1〉 택배 서비스 시장 규모¹⁾

| 연도 | 세계일보 집계치 | | 업계추정치 | |
|-------|----------|---------|---------|---------|
| | 물량(천만개) | 매출액(억원) | 물량(천만개) | 매출액(억원) |
| 2004년 | 46 | 13,000 | 50 | 15,000 |
| 2005년 | 56 | 16,000 | 60 | 19,000 |
| 2006년 | 72 | 19,000 | 80 | 23,000 |
| 2007년 | 88 | 22,000 | 94 | 25,000 |

주: 2004년의 경우, 정기화물 택배 운송사 물량과 군소업체 물량 취합수치는 제외.

Ⅲ. 연도별 택배시장 분석

1. 2004년: 중견택배업계 약진과 우체국 택배 성장

2004년 택배시장에서 가장 주목할 만한 부분은 신생 택배업체들과 중견 택배업체들의 물량 합계가 대기업의 물량을 넘어서는 등 중하위 그룹에 속하는 택배업체들이 크게 성장했다는 점이다. 전체 택배시장 규모는 약 1조 4,000억원 수준으로 추정되며, 대기업 택배업체들의 경우

1) 현재 국내 택배시장은 관련 단체나 정부의 전체 시장에 대한 택배부분 물량과 매출액에 대한 일반화된 통계 자료가 없는 실정임. 따라서 본 보고서에서 제시된 자료와 통계는 신뢰할 수는 있지만 추정치임을 밝혀둠.

상반기에는 월 평균 500만개, 하반기에는 600만개를 상회하는 물량을 처리한 것으로 집계되었다. 반면 중견 택배업체들의 경우 전체적으로 2004년 한해에 1천만개를 상회하는 물량을 처리한 것으로 집계되며, 월 평균 80만개에서 많게는 100만개 정도의 물량을 처리하여 2003년과 비교해 적게는 30%에서 많게는 60% 내외의 성장률을 기록하였다.

각 업체별로 2004년 물량과 매출액을 살펴보면 (주)한진의 경우 4,577만개의 택배 물량을 처리해 6,603억원(7.3% 성장)의 매출을 기록했으며, 대한통운은 약 5,000만개를 택배 물량을 기록했다. 대한통운의 경우, 국내 택배업체 중 가장 많은 개인물량을 처리한 것으로 집계되었으며, 그 양은 약 1,500만 개에 달한다. 택배업계 4위로 자리한 CJ GLS의 경우 전년 대비 6% 성장한 1,400억원의 매출과 4,450만개의 물량을 기록하였으며 전반적인 경기침체에도 불구하고 신규 고객사 영업의 확대로 안정적인 성장세를 보였다. 특히 주목할 부문은 물류업계 최초로 6시그마를 전사적으로 확산해 20억원의 원가를 절감했으며 고객 불만율도 전년 0.025%에서 0.009%로 줄이는 성과를 거두었다. 현대택배의 경우 추석을 기점으로 하루 최고 36만 박스를 처리해 업계 최초로 일년 처리 물량 6천만개를 뛰어넘는 기업을 토했다.

한편 국내 택배시장의 거대 공룡인 우체국 택배의 경우 전체 매출액 2조 3,300억원 중에서 택배 매출액이 약 2,000억원을 기록하고, 물량의 경우 2004년 한해 3,500만개를 처리했다. 우체국택배의 경우 2004년을 기점으로 콜센터 완비 등을 통해 민간 택배업체들과 동일한 서비스 품질을 선보이기 시작했으며 부가세 징수로 인한 가격조정에도 나서면서 전체 시장을 긴장하게 했다.

중견 택배업체들의 경우 KGB특급택배가 2004년 4월부터 영업을 시작해 일년간 약 700만개의 물량을 처리한 것으로 집계되었으며, 옐로우 캡 택배의 경우 연간 택배물량 1천 만개를 달성하였고 2004년 매출은 400억원을 넘어섰다. 아주택배는 홍한영 대표를 영입하면서 처리 물량과 매출액 면에서 지난해와 비교해 약 40%의 성장세를 기록했다.

2. 2005년: 대·소형 업체간 이분화 현상 심화

2005년 국내 택배시장 물량은 총 16개사의 물량을 합하여 약 5억 4천만개 정도로 집계되었

다. 이같이 집계된 택배 물량에 개당 단가를 3천원으로 적용해 전체 매출액을 추산해 보면 2005년 택배 전체 매출액은 약 1조 6,200억원에 달하는 것으로 추산된다. 그리고 집계에서 제외된 물량과 군소 택배업체의 물량을 총 집계할 경우 2005년 국내 택배시장 전체 물량은 6억 개 이상이고 매출액 역시 2조원에 달할 것으로 추정된다.

2005년 택배 서비스 물량 측면에서는 전체 시장이 정확히 3등분된다. 우선, 상위 택배그룹의 연간 물량 5천 만개 이상을 넘어서며 후발 주자들의 추격을 따돌린 형상을 보이고 있으며, 중견 그룹은 3천만 개에서 4,600만 개 수준을 보이며, 메이저 사 추격에 고삐를 늦추지 않고 있는 형국이다. 또한 나머지 하위그룹은 지난해와 비교해 월등한 물량 증가세에도 불구하고 선두권 택배업체를 따라잡기에는 시기적으로 늦은 시점에 봉착해 있는 것으로 추정된다. 따라서 이들 그룹은 특화 된 시장을 주 영업대상으로 하는 차별적인 시장 개척이 필요해 보인다. 이와 함께 전체시장 형태는 중간 역할의 택배업체는 3~4개인 반면 하위그룹은 여전히 다수여서 기형적인 사업구도를 갖추고 있는 것으로 나타났다.

업체별 실적을 살펴보면 (주)한진의 경우 총 6,329만개의 물량을 처리했으며 2,119억원의 매출을 올려 지난해와 비교해 무려 19.6%의 매출 증가를 기록하였다. 대한통운 역시 총 물량이 6,340만개, 매출액이 2,100억원 대를 기록해 한진과 유사한 규모의 성과를 기록했다.

택배시장 부동의 1위를 고수하고 있는 현대택배는 2005년 총 7,616만개의 물량을 처리해 2위 그룹과의 물량차이를 무려 1,300만개 차이로 벌리며 독주했다. 이 같은 물량은 하위 그룹의 1,100만개 수준을 무려 7배 앞서는 등 상위 그룹과 하위 그룹의 격차는 더욱 확대되고 있는 것으로 보인다. 현대택배는 매출액과 수익률 역시 지난해와 비교해 18% 증가한 것으로 나타나 저가 경쟁에서도 안정적인 성과를 낸 것으로 추정된다. 우체국 택배의 경우도 하반기 들어 월 평균 400만개 수준의 물량을 처리하며 높은 성장세를 기록했다.

중견 택배업체들 중에서는, 로젠택배와 HTH택배가 각각 4,400만개와 3,400만개의 물량을 처리하여 메이저 택배업체들의 뒤를 바짝 뒤쫓는 형상을 보이고 있는 것으로 조사되었다. 또한 다른 중견 택배업체들도 여전히 천만개 이상의 물량을 처리하면서 지난해와 비교해 빠른 성장 속도를 보이고 있다.

한편 그 동안 전체 택배시장에 추정치로만 알려진 정기화물 운송업체 4사의 총 물량은 약 7,713만개로 집계되었으며 선두 업체의 경우 3천만개를 넘어서는 물량을 처리하여 중견 택배 업체의 처리 물량과 비슷한 수준을 보였다. 특히 정기화물운송사의 경우 영업소를 최종 도착지로 하여 배송된 화물이어서 향후 도어 투 도어 서비스를 공략할 경우 선두 택배업체를 능가할만한 저력이 있는 것으로 보인다.

〈표 2〉 주요 택배업체 물량 및 매출 실적

| 업체명 | 2004년 물량 (만개) | 2005년 물량 (만개) | 전년대비 물량 증가율(%) | 2005년 매출액 (억원) |
|------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| 한진 | 4,577 | 6,329 | 38.3 | 2,119 |
| 대한통운 | 5,500 | 6,340 | 15.3 | 2,100 |
| 현대택배 | 6,225 | 7,616 | 22.4 | 2,500 |
| CJ GLS | 4,450 | 5,624 | 26.4 | 1,600 |
| 우체국 택배 | 3,502 | 4,613 | 31.7 | 1,360 |
| 로젠택배 | 3,225 | 4,430 | 37.4 | 1,473 |
| HTH택배 | 2,710 | 3,400 | 25.5 | 1,000 |
| 아주택배 | 1,350 | 1,705 | 26.3 | 475 |
| 엘로우캡 택배 | 1,163 | 1,884 | 62.0 | 565 |
| 훼미리택배 | 1,210 | 1,236 | 2.2 | 330 |
| KT로지스 택배 | 908 | 1,282 | 41.2 | 428 |
| KGB택배 | - | 1,510 | - | 356 |
| 정기화물운송사 택배 | - | 7,714 | - | 1,930 |
| 합계 | 34,820 | 53,683 | 29.0 | 16,236 |

자료: 세계일보 자체 집계

3. 2006년: 택배운임 하락으로 수익성 악화

2006년 국내 택배시장은 그동안과는 다른 시장 변화 양상을 보였으며, 이에 따라 그동안 유지해오던 삼각균형이 무너지기 시작했다. 메이저사들의 택배 처리 물량이 1억 6,800만개에 이르러 50% 이상의 전체 시장을 점유하게 되면서 그동안 유지해오던 상위권, 중위권, 하위권의 안정적 균형이 무너졌으며, 상위권 그룹의 영향력은 더욱 확대될 전망이다. 상위권과 중하위권

으로 양분된 국내 택배시장에서는 그룹간 매출액 격차도 심화되고 있다. 이 같은 양극화 현상은 하위 그룹 운영을 더욱 어렵게 해 시장에서 퇴출시키거나 업체간 인수합병을 발생시키는 원인을 제공했다.

이와 더불어, 한 동안 뒷짐을 지고 시장을 관망하던 몇몇 대기업들이 택배시장 진출을 본격적으로 시도하고 있어 2007년 택배시장은 메이저 택배기업들을 중심으로 한 본격적인 경쟁의 장이 될 것으로 전망된다.

2006년 국내 택배시장은 물량 부분에서는 예상했던 대로 표면적으로는 순풍에 돛을 단 것처럼 순항하고 있는 것으로 나타나 향후 시장 전망을 밝게 하고 있다. 하지만 개당 운임단가가 지속적인 하향세를 보이고 있어 물량 증가에 따른 매출액은 확대되고 있지만, 전체 수익률은 점차 악화상황을 보이고 있다. 더욱이 이 같은 추세는 대기업을 중심으로 한 시장 재편에 따라 더욱 심화될 것으로 예상되고 있다. 이 같은 현상은 시장에서의 서비스 수준이 평준화되면서 고객의 택배업체 선정 폭이 확대됨에 따른 업체간 과당 경쟁유도가 주요 원인으로 지목되고 있다.

〈표 3〉 2006년 주요 택배업체 물량 및 매출액 현황

| 업체 | 물량(만개) | 매출액(억원) |
|------------|---------|---------|
| 한진 | 85,550 | 2,255 |
| 대한통운 | 84,366 | 2,278 |
| 현대택배 | 93,000 | 2,750 |
| CJ GLS+HTH | 97,524 | 2,626 |
| 합계 | 360,440 | 9,909 |

자료: 세계일보 자체 집계

4. 2007년: 대기업 택배시장 진출에 따른 경쟁 심화

2007년의 경우 전체 국내 택배 서비스 시장은 지난해와 비슷한 수준의 성장을 유지하였으며, 대한통운과 현대택배는 2006년 하반기 대단위 터미널 완비를 통해 업계 최초로 1억개 이상의 물량을 처리한 기록을 세웠다.

이와 함께 중견 택배업체들의 거점 투자여력이 한계를 보이면서 시장에서의 업체간 인수 합병

이 활발하게 진행되었으며 동부그룹과 동원그룹, KG케미칼그룹 등이 속속 시장에 진출하여 새로운 경쟁구도를 만들어 냈다. 업체간 인수합병의 배경은 물량 증가에 따른 택배업체 운영의 부대비용은 갈수록 증가하는데 반해 수익을 좌우하는 택배운임은 여전히 하락 추세를 보이고, 그 추세가 여전히 꺾이지 않으면서 중견기업들이 투자여력을 상실했기 때문이다.

2007년 시장에서 택배업체들을 가장 어렵게 만든 요소는 택배 서비스에 필요한 각종 부대비용의 증가이다. 정부의 노동 관계법이 국회를 통과하면서 터미널 인력 운영뿐만 아니라 다양한 서비스 부대비용이 증가했고, 택배차량 수급과 배송인력 보강이 점차 어려워져 특별히 나아진 것이 없는 시장에서 고통만 증가했다는 평가를 받고 있다. 또한 계속해서 인상되는 유가에 대한 부담과 피해도 고스란히 업계가 떠안아야 할 몫이 됐으며, 여기에다 대기업의 신규진출로 매년 지적된 저 단가 마케팅이 극에 달해 택배운임이 개선될 여지가 전혀 없다는 점도 택배업체들을 짓누르는 요소로 작용했다.

이와 함께 몇 년째 해결되지 않고 있는 택배관련 제도와 환경도 택배업체 운영을 어렵게 하는 한 요인이 되고 있다. 정부의 택배관련 법규 마련이 지지부진한 가운데, 개선에 대한 택배업계의 요구가 몇 년째 묵살되고 있으며 물량 증가에 따라 신속적인 대응이 필수적인 택배차량 신규 증차는 여전히 예외를 인정받지 못해 냉동차 등의 신차 출고로 인해 택배업체들의 비용을 증가시키는 결과를 가져왔다.

IV. 국내 택배터미널 시설 현황

1. 택배물류센터 현황 및 확보계획

택배 터미널은 택배기업들에게 필수적인 물류 거점이지만 대단위 투자가 소요되는 부담스러운 인프라 시설 중 하나다. 특히 택배운영 합리화와 원가절감, 서비스의 최적화 차원에서 필수 불가결한 요인이기도 하다.

매년 택배 물량이 20% 이상 성장함에 따라 택배업체들은 터미널 운영의 한계에 봉착해 있다.

따라서 대형 택배업체 및 중견 택배업체들은 터미널 확보를 위해 2005년 말부터 택배터미널 확장 또는 신축에 착수하였으며 2006년 하반기에 와서 안정적인 인프라를 갖추게 되었다.

1) 국내 택배터미널 현황

택배시장의 필수적인 서비스를 제공하기 위한 택배 터미널은 전국에 얼마만큼 확보되어 있을까? 현재 국내에는 크고 작은 터미널을 모두 합쳐 약 400여개의 택배터미널이 있는 것으로 추정된다. 이는 지난 2002년 상공회의소에서 발표한 자료에 따른 것으로 당장 정확한 택배터미널 수를 정리한 자료는 없다.

한편 대다수 택배업체들의 택배터미널 중 중급 터미널은 수도권에, 허브급 터미널은 중부지역인 충청남도 대전, 옥천, 충청북도 청원, 경기도 안성 등지에 집중되어 있다. 지난 2002년 대한상공회의소가 조사한 택배터미널 현황에 따르면, 국내 택배업체 터미널은 총 395개로 이 중 47.9%는 수도권에 위치하고 있었으며, 영남지역 21.5%, 충청과 호남지역 각각 11.6%, 강원지역 5.6%, 제주지역 1.8%로 조사됐다. 이 자료에 따르면 메이저사 터미널은 영남지역 27.0%, 경기지역 22.2% 등 전국에 골고루 분포되어 있는 반면, 중소기업의 터미널은 수도권(52.8%)에 집중되어 있었다. 특히 터미널 보유 개수는 5개 이상이 25.8%, 4개 이상 업체가 9.7%였으며, 3개 이하를 보유한 업체는 64.5%에 달했다. 또한 터미널 부지는 회사가 직접 보유하고 있는 비율은 34.2%, 임차사용이 65.8%로 나타났으며, 대기업은 자기소유 비중이 60.5%로 높았고, 중견기업은 임차사용 비중이 71.4%에 달했다.

각 택배업체 터미널의 위치는 허브터미널과 각 지점 및 영업소까지의 간선운송 거리와 물량에 따라 결정되는데, 이는 직접비용인 운송비와 각 지역에서의 화물집하 및 최종 고객에게 배송되는 화물 분류 현장 근무자들의 노동력 공급과 밀접한 상관관계가 있다. 또한 터미널 위치에 따라 최종 소비자에게 배송되는 시간에 영향을 줘 터미널 위치는 정시배송이라는 서비스 질에도 막대한 영향을 미쳐, 각 택배업체들은 터미널 위치와 운영전략에 짧게는 1년 많게는 2~3년에 면밀한 검토가 뒤 따르는 것으로 알려지고 있다.

2006년 현재 택배터미널 수는 이전보다 증가한 것으로 추정되지만, 큰 폭은 아닌 것으로 보이며, 개별 터미널의 규모 측면에서는 대형화 된 것으로 보인다. 특히 대기업 택배업체들은 메

인 허브 터미널과 서브터미널을 모두 합쳐 50개 이상에 거미줄과 같은 거점을 확보하고 있었으며, 중견 택배업체들도 수도권에는 서브 터미널을, 충청지역의 옥천 및 대전 등에는 허브터미널을 완공해 운영하고 있었다. 또한 최근 들어 허브 앤 스포크 방식의 운영에서 탈피해 포인트 투 포인트 방식을 혼합하는 형태의 터미널 운영형태를 보이고 있었다. 따라서 최근에는 경기도 인근에 서울을 비롯한 수도권 공략을 위한 메인 터미널을 갖추고 있는 것으로 나타났다.

현재 메이저 급 택배업체들의 경우 현대택배, 한진, 대한통운, 우체국택배가 충청남도 대전에 허브급 터미널을 두고 있으며, 이 밖에도 신생택배업체인 신세계 세덱스가 대전에 메인 허브 터미널을 완성했으며, 동부익스프레스 택배 역시 대전에 메인 허브를 두고 있다. 반면 중견 택배업체들의 경우 KGB택배, 옐로우캡 택배가 충청북도 일죽지역에, 로젠택배가 경기도 안성, 동원택배가 서이천과 충청남도 옥천에 메인 허브터미널을 두고 지역을 메인 거점으로 운영하고 있다.

한편 경동·합동택배를 비롯해 대신정기화물과 천일정기 등 정기화물 택배업체 대부분이 경기도 군포 한국복합터미널 내 화물 터미널을 임대해 운영하고 있으며, 최근 들어 우체국 택배의 경우 광진구에 대단위 물류센터 겸 택배 터미널과 목동터미널 운영에 들어갔다.

〈표 4〉 주요 택배업체의 택배물류센터 보유 및 운영 현황

| 업체 명 | 택배터미널 운영 현황 | 운영상의 특징 |
|------|---|---|
| 현대택배 | <ul style="list-style-type: none"> 대전허브터미널(지하 1층, 지상 6층) 자동분류기 2기와 수동분류기 2기 전국 총 14개 터미널 | <ul style="list-style-type: none"> HUB & SPOKE 변형 시스템 |
| 한진택배 | <ul style="list-style-type: none"> 대전허브터미널(자동 분류기 2개, 수동 분류기 1, 입고라인 16개, 출고라인 32개, 차량 동시 접안대수 76대, 창고시설 보유) 전국 9개 허브터미널과 48개 서브터미널 등 총 57개소의 터미널 | <ul style="list-style-type: none"> HUB & SPOKE 시스템 |
| 대한통운 | <ul style="list-style-type: none"> 대전 허브터미널, 부곡수도권서브터미널, 양산 영남서브터미널, 광주 호남서브터미널, 남양주 터미널 등 허브 터미널 1개와 4개의 서브터미널 | <ul style="list-style-type: none"> HUB & SPOKE 시스템을 주축으로 대전 허브터미널을 중심으로 신속하고 효율적인 분류배송 설, 추석 등 성수기에는 POINT TO POINT 시스템을 절충 |

| 업체 명 | 택배터미널 운영 현황 | 운영상의 특징 |
|--------------|--|--|
| CJ GLS + HTH | <ul style="list-style-type: none"> • CJ GLS: 허브 터미널 4개와 서브터미널 40개로 총 44개 • HTH: 청원 허브 포함 30개 • 총 74개의 터미널 확보 • 국내 최대의 터미널 보유 | <ul style="list-style-type: none"> • POINT TO POINT 방식 외 CJ GLS와 HUB & SPOKE 시스템의 HTH택배가 상호 보완 |
| 우체국 택배 | <ul style="list-style-type: none"> • 서울 및 수도권에 7개 집중국과 지방 주요도시 15개 집중국 등 총 22개 터미널 | <ul style="list-style-type: none"> • HUB & SPOKE 시스템과 더불어 각 지역별 집중국이 포인트 역할 |
| 엘로우캡 택배 | <ul style="list-style-type: none"> • 이천 허브 터미널(대지 총 1만 7천평, 터미널 3,200평 도크가 240M, 폭 45M) 과 4개 서브터미널 포함 • 전국 총5개 터미널 | <ul style="list-style-type: none"> • 이천 허브터미널을 중심으로 POINT TO POINT 시스템과 HUB & SPOKE 시스템을 유기적으로 혼용 |
| KGB택배 | <ul style="list-style-type: none"> • 옥천 허브 터미널(대지 33,000m²에 터미널 작업 건평은 5,000m²(1,500평)의 대규모 시설) 1개 | <ul style="list-style-type: none"> • 전형적인 HUB & SPOKE 시스템 |
| 로젠택배 | <ul style="list-style-type: none"> • 안성 허브 터미널(8천평 대지, 터미널 3,100평 2층 1,300여평 보관창고) 및 3개(일죽, 수원, 대구) 서브 터미널 | <ul style="list-style-type: none"> • 허브터미널을 중심으로 POINT TO POINT 시스템과 HUB & SPOKE 시스템 혼용 |
| 세덱스 | <ul style="list-style-type: none"> • 대전 1허브(5천평, 바닥 1,760평) | <ul style="list-style-type: none"> • 1허브 시스템을 근간으로 기존3PL 센터를 유기적으로 운영 |
| 동부익스프레스 택배 | <ul style="list-style-type: none"> • 대전 1허브(5천평, 바닥 1,760평) | <ul style="list-style-type: none"> • 전형적 HUB & SPOKE |

자료: 각사 내부자료

2) 운영전략 특징

전체 택배업체들이 운영하고 있는 터미널 운영전략을 살펴보면 터미널 운영 방식에 따라 소유하고 있는 터미널 개수부터 차이가 난다. 대체적으로 각사들의 터미널 운영은 화물의 종류와 크기 및 노선 운행시스템의 종류에 따라 달라지는데, 이마저도 정확한 전략이 아니라 시스템 상황에 따라 크게 다른 특징을 갖고 있었다.

우선 국내 택배 부동의 1위 기업인 현대 택배의 경우 대표적인 포인트 투 포인트 시스템을 표방해 왔지만, 최근 들어 대전 허브를 새롭게 확대하고 허브 앤 스포크 방식과 적절한 혼합형태의 터미널 운영전략을 갖추면서 대응력에 높인 것이 특징이다. 한편 허브 앤 스포크 방식은

중급 물량에 적합한 시스템으로 알려져 있지만, 최근 들어서는 물량 증가에 따라 중견택배업체들 역시 포인트 투 포인트와 허브 앤 스포크 시스템을 적절히 혼합해 운영하고 있는 경향을 보이고 있는 것으로 나타났다. 결국 이 같은 추세는 각 사의 터미널 운영전략이 평준화 되고 있음을 보여주고 있음을 의미하며, 고정화된 한 가지 방식을 고집하지 않고, 각 시스템의 장점을 도출해 최적화하는 형태의 운영전략을 짜고 있는 것으로 추정된다. 하지만 각 업체별로 터미널 운영전략은 화물의 종류와 서비스 형태에 따라 달라지고, 각 지역별 인력 공급 여건에 따라 다양한 운영형태를 보이고 있다.

한편 터미널 운영 전문가들은 “포인트 투 포인트 시스템은 어느 하나의 터미널에서 다른 터미널로 수송할 화물을 각각의 터미널로 직접 발송하는 형태로 일정 물량을 확보한 업체들만이 가능한 운행시스템을 말하며, 물량 예측이 가능해야 효과를 볼 수 있다”고 지적했다. 즉 터미널에 집하되는 화물량이 각각의 터미널로 적절한 운송수단을 통해 직배송이 가능해야 효과적이며, 그렇지 못한 경우에는 운송 효율이 급격히 떨어지고 비용이 증가하는 단점을 갖고 있다. 또한 허브 앤 스포크 방식은 각 지점 및 영업소에서 집하한 화물을 하나의 대형터미널에 집결시킨 후 배송할 지역별로 분류해 각 지역 별로 운송하는 시스템으로 대부분의 화물이 허브터미널에서 중계, 분류하는 시간이 소요되기 때문에 불필요한 운송이 효율을 떨어지게 하는 단점이 발생한다. 하지만 일 5만개 이하 수준을 보이는 택배업체들의 경우 포인트 투 포인트 운영방식보다는 훨씬 효율적인 운영이 가능한 장점이 있다.

최근 들어 대다수 택배업체들은 포인트 투 포인트 시스템과 허브 앤 스포크 시스템의 장점만을 살려 운영하는 혼합형 시스템을 선호 하고 있다. 이 시스템은 운행물량이 많은 터미널간에는 최적화된 운송수단을 통해 직송을 하고, 각 지역별로 큰 이동이 필요 없는 화물의 경우 메인 터미널까지 운송하는 불편을 없애면서 효율을 높이고 있다. 따라서 향후 터미널 운영은 하드웨어를 기반으로 이를 운영하는 소프트웨어에 따라 성공적인 운영의 묘가 살아나는 특징을 보일 것으로 전망된다.

3) 택배 터미널 운영 애로사항과 대안

최근 각 택배업체들이 기존 터미널을 확장하거나 신축하는 배경은 급증하는 택배수요를 원활

하게 서비스하기 위한 것으로 보인다. 특히 대기업을 포함해 중견 택배업체들 모두 물량의 대부분이 서울을 비롯해 수도권 및 대도시에 집중되어 효과적인 서비스를 위해 메인 허브 터미널과 수도권 및 대도시 공략을 위한 서브 터미널을 별도로 확보하는데 심혈을 기울이고 있다. 하지만 국내 택배 물량의 경우 도심지역이 전체지역 물량 가운데 70% 이상을 차지하고 있어 수도권 접근이 용이한 지역을 선호하고 있으나 부동산 지가가 급등하고 수도권 규제가 심해 터미널 구축에는 많은 어려움이 뒤따르고 있다는 점이 가장 큰 문제이다. 이 같은 실정은 물량은 급증하는데 반해 택배단가는 하락하는 것이 가장 큰 원인으로 작용하고 있으며, 이로 인해 업체들에게는 수도권 근교에 접근성이 뛰어난 거점 확보에 눈에 보이지 않는 비용 상승은 물론, 도심으로 집중되는 교통 혼잡 및 환경오염 등 부정적인 효과가 발생시킴으로써 다양한 문제점을 발생시키고 있다.

중견 택배업체 관계자는 “정부가 일괄적으로 물류단지를 선정해 입주하라는 계획이 실제 서비스 현장에서의 괴리는 갈수록 커지고 있다”며, “각 각의 택배업체가 화물의 종류와 노선 운영 및 인력 공급 등을 고려해 최적화된 터미널 부지를 확보하기 위해서는 정부의 절대적인 지원이 필요한 시점이라고 지적했다. 예를 들어 모 중견 택배업체들의 경우 터미널 확보를 위해 무려 3년이 걸렸으며, 이마저도 각종 준비서류와 규제 및 정부의 비협조로 인해 관공서 출입에만 1년 넘게 걸리는 어려움이 겪어 실제 물류현장에서 느끼는 택배터미널 확보의 어려움은 상상 그 이상인 것으로 취재 결과 나타났다. 이 밖에도 택배터미널에 들어가는 각종 시설에 대한 투자 지원 및 세제감면 방안도 전무한 실정이고, 택배터미널의 경우에도 제조업 공장용지의 경우와 같이 분리과세를 적용하는 등에 지원이 필요할 것으로 보인다. 또한, 건폐율 등 건축면적 규제도 재검토해 도시계획법상 녹지지역 안에서의 건폐율 20% 이하 규제를 완화하고 물류센터나 터미널 등의 건설 시 특례적으로 건폐율을 상향 조정해 주는 조치가 고려되어야 할 것으로 보인다. 결국 물류공동화 자금과 집배송센터 건립자금 지원은 지원 금액이 한정되어 있어 택배터미널의 건립에는 한계가 있는 만큼 택배터미널을 공동 집배송 단지에 포함시키고 지원 금액의 현실성을 높여야 할 것이라고 강조했다. 예를 들어 택배터미널로는 최적지로 여기고 있는 한국복합물류(주)의 군포터미널이 현재 포화상태에 이르러 확장추세에 있으나 군포 터미널의 경우 높

은 임차료 등으로 중소기업이 진입하기엔 장벽이 너무 높은 상황이다. 결국 대다수 택배업체업자관계자들은 터미널 신축 시 국가기간사업이라며 나름대로 기업 배려에 주력한다고 하지만, 실제 현장에서 느끼는 현실은 배려는 고사하고 휘방이나 놓지 않았으면 하는 바람을 표시하고 있었다. 한 택배업체 관계자는 “일상에서의 택배서비스는 이제 없어서는 안 될 필수적인 서비스로 자리 잡았음에도 불구하고 시종 일관 정부정책만을 따르라는 것은 택배산업이 국민의 편익 서비스로서 자리매김하는데 가장 큰 장애요인으로 작용하고 있다”고 말했다. 이 관계자는 “택배 터미널 확보와 확장에 따른 정부의 지원까지는 바라지도 않지만, 제발 발목을 잡는 일은 없어야 할 것”이라고 지적했다.

이와 함께 각 택배업체들은 택배터미널 운영 측면에서의 가장 애로점으로 지적되고 있는 야간 분류작업 인력 확보 역시 정부의 전향적인 지원이 필요한 시점이라는 지적이다. 택배업계는 택배터미널 운영이 대부분은 저녁 9시부터 새벽 5시에 일어나는 야간작업이어서 야간에 인력 구하기가 어려운 만큼 일정부분 상주 외국인노동자 사용이 가능하도록 법적 제도를 바꿔야 할 필요가 있다고 말했다.

2. 택배 터미널 운영에 따른 정책적 제언

택배업체들이 기존 터미널을 확장하거나, 신축하는 가장 배경은 택배수요를 원활하게 처리하기 위한 전략 가장 큰 원인이다. 택배 물량은 도심지역이 전체 물량의 70% 이상을 차지하고 있어 터미널의 경우 수도권 접근이 용이한 지역을 선호되고 있다. 그러나 지가가 급등하고, 수도권 규제가 심해 터미널 부지 확보에는 많은 어려움이 뒤 따르고 있다. 특히 수도권 택배터미널 확보의 어려움은 택배단가 하락에 따라 서비스의 부재로 나타날 수 있는 만큼 일정부분 정부의 지원이 필요한 상황이다. 그럼 택배업계의 요구사항은 무엇이며, 이에 대한 정부의 정책은 어떻게 지원되고 있는지 알아본다.

〈표 5〉 택배업계별 요구사항

| | 거점운영 관련 요구사항 | 정책지원 관련 요구사항 |
|---------|---|--|
| 전체 업계 | <ul style="list-style-type: none"> • 수도권 택배수요가 전국 수요의 65%이상을 차지하고 있는 만큼 접근이 용이한 지역에 별도의 터미널 부지를 저렴하게 이용할 수 있도록 지정해 줘야 함(공동화 부지도 가능) • 택배업체업자의 터미널에 부과되는 과세율 역시 이원화 되어 있는 만큼 이에 대한 통합 과세서비스 제공 필요 • 택배터미널 운영이 대부분은 저녁 9시부터 새벽 5시에 일어나므로 야간 인력 구하기가 어려운 상황임. 따라서 가장 애로점으로 지적되고 있는 야간 분류작업인력 외국인 노동 인력 도입 필요 • 터미널 건축허가 부분이 산림과, 건축과, 세제과 등 여러 부서로 나뉘어져 있어 허가 부서별 유기적인 협조가 필요하며, 각종 허가와 관련된 규제가 많아 사업추진에 어려움이 많음 | <ul style="list-style-type: none"> • 개별 특성을 고려한 터미널 운영전략에 따른 수도권 공동화 터미널 부지의 별도 지정 및 허가 완화 필요 • 택배업체업자에 대한 과세가 이원화 되어 전기는 일반요금, 부동산은 업무용 등 통일된 과표 부재로 업무 부담이 큰 만큼 일원화된 표준 과표가 필요 • 대부분 터미널 운영인력 운영에서 일정부분 상주 외국인 노동자 운영이 가능하도록 법적 제도 개선 요구 • 물류공동화 자금과 집배송 센터 건립자금 지원은 지원 금액이 한정되어 있어 택배터미널의 건립에는 한계가 있는 만큼 택배터미널을 공동 집배송 단지에 포함시키고 지원 금액의 현실성을 높일 것 |
| 대형 택배업계 | <ul style="list-style-type: none"> • 택배터미널에 들어가는 각종 시설에 대한 투자 금융지원 및 조세 감면 방안 전무한 실정 • 따라서 택배터미널의 경우에도 제조업 공장 용지조성과 같은 별도 업무용 부동산에 부과되는 세제 감면 지원 필요 | <ul style="list-style-type: none"> • 터미널 건축에 필요한 투자 금융지원과 세제 지원. 제조업 수준의 업무용 토지 인정과 규제 완화 및 이에 대한 세제 지원 |
| 중견 택배업계 | <ul style="list-style-type: none"> • 택배터미널 최적지로 알려진 수도권 지역 진입의 경우 현재 포화상태여서 입주가 어려운 만큼 이에 대한 대책 마련 필요 • 예를 들어 한국복합물류(주) 군포터미널의 경우 현재 포화상태에 이르러 확장추세에 있으나 높은 임차료 등으로 중소기업이 진입하기엔 장벽이 너무 높은 상황 | <ul style="list-style-type: none"> • 접근성 뛰어난 수도권 공동화 부지 개발과 지원 |

1) 정부의 개발계획

정부의 택배터미널 공동화 개발계획은 현재로써는 전무한 상황이며, 향후 택배관련법이 마련되게 되더라도 별도 정책적 계획을 세우기 쉽지는 않을 전망이다. 특히 택배업체들에게 터미널

은 자산이면서도 필수적인 하드웨어이지만, 여전히 외부적으로는 부동산적 이미지가 커 정부 정책을 세우기가 어려운 상황이며, 특히 걸림돌로 작용하는 것은 물류업계에만 별도의 개발 계획과 특혜를 줄 경우 형평성에도 문제가 생길 것을 우려하고 있는 것으로 보인다. 따라서 정부 관계자에게 확인 한 결과, 별도의 정책적 개발 계획은 없는 것으로 확인되었다.

2) 택배물류센터의 개발정책대안 제안

택배물류센터 개발정책에 대한 업계의 의견은 각 각의 택배업체들의 전략적으로 운영할 수 있는 폭을 넓혀달라는 것이다. 자율성을 최대한 높여달라는 것이며, 허가 및 건축 등에 있어서 지원은 바라지도 않지만, 관 관할청이 방해만 하지 않았으면 하는 바람으로 보인다. 하지만 택배 터미널의 경우 시간이 갈수록 물량이 증가하고 있는 만큼 정책적 지원이 반드시 필요하다는 인식이다. 구체적으로 언급하면 현재의 운임구조로는 중견 택배업체 뿐만 아니라 대기업이 운영하고 있는 택배터미널도 더 이상의 투자에 대한 부담이 확대되고 있으며, 따라서 공동화 단지를 구성하는 방안이 대두되고 있다.

일단 택배업체들 끼리 컨소시엄을 만들어 대상 지역 지자체와 별도 협상을 가짐으로써 합리적인 부지확보가 필요하며, 이를 위한 정부 지원이 필요하다는 지적이다. 결국 안정적인 물량 처리를 위해서는 갈수록 대형화된 택배터미널이 필요한 상황인 만큼 개별 기업에게 모든 부담을 감당하라는 것은 무리가 있다는 지적이다. 이에 따라 향후 택배관련 물류센터의 개발정책의 대안은 정부와 지자체 그리고 개별 택배업체들 모두가 머리를 맞대고 상생의 방안 마련이 시급한 상황을 맞고 있다. 대단위 투자가 요구되는 택배터미널 확보방안을 이대로 방치할 경우 서비스 누수가 불가피할 뿐만 아니라 연간 20회에 가까운 서비스를 이용하는 일반 고객들의 피해도 명약관화한 만큼 이에 대한 구체적이면서도 장기적인 계획안 마련이 시급할 것으로 보인다.

V. 향후 택배시장 전망

이상에서 국내 택배시장의 개략적인 현황과 문제점들을 살펴보고, 특히 택배산업에 있어 가장

중요한 요소 중의 하나인 택배터미널과 관련된 이슈들을 살펴보았다. 택배시장 전문 인력 수급에 대한 대안으로는 업체간 상호 긴밀한 협력관계 구축과 정부차원의 정책적 지원이 꼭 필요하다는 지적이 제기되고 있다. 즉 현재 불합리한 제도 및 정책에 대해 택배 및 물류산업을 활성화할 수 있도록 불합리한 제도를 개선하고 제조업에 준한 지원체제를 구축하는 등 제도적 지원을 강화해야 할 것으로 보인다. 또한 현재 택배 전문 인력의 경우 수요에 비해 공급이 훨씬 부족하므로 물류 전문가 배출을 위한 교육시스템을 재정비하는 것도 필요 할 것으로 전망된다.

가속화 되는 운임경쟁 속에서 시설투자가 뒷받침 되지 않는 중소형 부실 택배업체들의 경우 2008년에는 또 다른 기업 생존 기로를 맞게 될 것으로 예상된다. 또한 택배에 대한 규제완화가 시장을 교란시키는 요인으로 작용하면서 일부 규제 강화가 필요하다는 지적도 제기되고 있다. 따라서 향후 시장은 대형 택배업체 위주로 시장 재편 가능성은 커 질 것으로 보인다.

한편 2008년 택배시장은 기존 서비스를 넘어서 첨단 시스템 도입에 따라 정교한 서비스 경쟁이 심화 될 것으로 보이며, 이로 인해 대형 택배업체 위주로 부가가치가 높은 상품이 속속 시장을 확대 할 것으로 전망된다. 이와 함께 정부에서 추진 중인 종합물류기업 인증제 도입으로 대형물류기업 중심의 물량집중화 현상도 예상된다. 당장 시장에 큰 영향력을 미치지 는 않겠지만, 非인증 기업은 기존물량 방어를 위한 단가인하가 불가피할 것으로 보이며, 이는 전반적인 택배 단가 하락으로 나타날 수 있다는 것이 전문가들의 견해이다.

앞에서도 언급한 바와 같이 택배산업은 국내 경제활동 및 국민생활에 없어서는 안 될 필수적 서비스로 자리 잡았으며, 향후에도 국민들에게 안정적인 서비스를 제공할 수 있어야 한다. 이를 위해서는 우선 시장내 경쟁상황을 조절하여 기업들이 충분히 수익을 창출할 수 있고 사업을 운용할 동기를 부여할 수 있어야 하며, 사업운용에 필요한 터미널, 차량, 인력 등을 원활히 공급받을 수 있도록 해야 한다. 그동안 택배시장을 이끌어온 힘이 개별 택배업체들로 부터 나온 것이 라면, 이제는 택배업체들의 단결된 목소리로 정부의 지원을 이끌어낼 때가 아닌가 생각한다.