

# 우체국사의 고도화비전의 체계화에 관한 연구조사

## I. 배경

우리들을 둘러싸고 있는 사회환경은 크게 변화하고 있다. 그 조류는 고령화, 국제화, 기술선진화, 가치관의 다양화, 정보화, 소프트화, 서비스화 등 다방면으로 나뉘어져 상호간에 관계를 맺고 있고, 생활자, 행정(중앙/지방), 기업의 존립기반에 영향을 미치고 있다. 공공기관으로서의 역할과 독립채산제 기업체로서의 입장을 함께 지니고 있는 우체국은 이에 어떻게 대처해 나갈 것인가라는 문제가 제기되고 있는 바이다. 1985년의 「우체국의 장래비전 간담회」를 비롯하여 최근 수년간 각종의 연구회 등에서 그에 대응하기 위한 우체국의 장래비전에 관하여 다양한提言이 있었다. 90년대를 맞아서 현실의 움직임은 더 활발하다. 예컨대, 1989년도에 있어서 저금국에는 도시대책실이 설치되었고, 우무국에서는 90년도 우체국 토지의 고도이용방안 등 우편사업 운영기반의 정비에 관한 조사연구를 하여, 91년도에는 그 실현을 가능케 하는 구체적 실시방법 등의 검토를 추진해 나가기로 하고 있다. 또한 통신정책국의 90년도 정보통신정책 대강에 있어서도 우체국네트워크의 정보

화의 추진이 제기되고 있다.

시설관리부문으로서 건축부에서는 우체국의 네트워크내에서의 기능분담이나 입지조건의 차이에 따라 고도화의 비전을 정리하여, 장래에 걸친 사업을 위하여 효과적인 시설개선의 방향과 실현을 위한 과제를 명확하게 할 필요가 있다. 또한 일방에서는 설비투자를 우정 제3사업의 경영이라는 관점에서 재검토했을 경우의 장기적인 설비투자계획을 구체적으로 책정해 나가기 위한 기초 데이터로서 국사시설의 현상파악과 설비투자의 문제를 중심으로 한 경영분석의 수법을 획득함이 급선무이다.

관방건축부기획조사실에서는 「우체국사의 고도화비전의 체계화에 관한 조사연구」(89년 3월)를 해서 동시에 유식자에 의한 연구회를 개최하고 국사시설에 관한 전문한 바 있는 문제해결의 전망을 얻었다. 여기에 그 대략적인 내용을 기술한다.

연구委託은 野村종합연구소다. 여기에서 「우체국사의 고도화」란, 「시대의 변화를 판단·파악하여 고객수요를 미리 파악하는 기능과 공간을 창출하는 것」과 「현재의 수준에 대해 劣位에 있는 국사를 수준급으로 하는 것」의 양자를 의미하고 있다.

## II. 조사연구의 내용

조사연구의 내용은 다음과 같이 구성되어 있다.

1. 문헌을 조사한다. 최근 수년간 우정성 내부의 각종 보고서에서 우정서비스의 자세, 우체국의 기능·성격에 대한 의견, 희망 등을 수행한다.
2. 경합하는 다른기업의 시설을 연구한다.
3. 특정지역의 우체국시설과 다른 기업시설의 실태를 조사한다.
4. 국사시설 스톡을 분석한다.

### 1. 문헌의 조사

서두에서 언급한 사회환경변화의 조류 속에서 정보화, 소프트화·서비스화는 우정사업에 대해 특히 큰 영향을 미치고 있는 요인이다. 최근 수년간 省内 각부로부터 내놓은 각종의 보고서의 제언을

- ① 사람(인적자원)
- ② 돈(자본)
- ③ 물건(토지건물, 설비, 기계 등)
- ④ 노하우·채널(판매수법·수단)
- ⑤ 정보
- ⑥ 이미지

이상과 같은 우정사업을 경영자원에 의하여 분류하면 사업의 將來像, 서비스의 새로운 전개의 가능성이 제시된다. 이제부터의 수요를 「우체국사」의 시설내용에 반영함으로써 우체국사의 고도화가 실현될 것으로 생각된다.

예컨대 물건(토지건물, 설비, 기기 등)의 향에 대해서 보면, 토지이용·공간의

고도화, 시설내용·기능의 고도화, 出店 전략 등을 들 수 있다. 더우기 직장환경의 질적향상을 추구하는 것도 이제부터의 과제일 것이다.

### 2. 경합 관계에 있는 다른 기업의 시설

우정사업과 같은 네트워크를 갖고 있는 기업의 시설전개의 동향을 파악해서 우체국사 시설과 비교하고 고도화를 검토하는데 참고로 해보았다. 이에서 우체국의 기능과 대응시켜 육운업, 금융업(도시은행, 생명보험), 유통업(컴비니언스스토어)을 택했다.

○ 유통업……약 16만점(「아마또」 취급 점포수)

육운업에서는 전국적인 네트워크를 다룬 육운업에 앞질러 구축함으로써 다른 기업과 차별화를 피하는 것이 최대의 방침이다. 그렇기 위해서 세밀한 집합거점 확보와 대규모의 수송거점을 만들고 있다. 뒤에서 기술하는 지역실태조사에 있어서도 확인되는 바와 같이 택배(宅配)중계점은 생활에 밀착한 거점으로서 매우 세밀하고 균등하게 배치되어 있어 고객의 편리성을 높이고 있는 것이다. 현시점에서는 전국 네트워크의 그 네트워크 자체를 경영자원으로 한 부가가치가 높은 서비스를 개발하여 새로운 사업분야로의 전개를 상정하고 있다. 예를 들면 저온수송, 이사짐, 국제수송 등이다.

○ 금융업……10,846(道銀・地銀・信託・長信銀의 점포수)

## II. 조사연구의 내용

1. 문헌의 조사
2. 경합관계에 있는 다른 기업의 시설

도시은행 등의 점포는 시장성에 대응한 유연하고 효율적인 전개가 이루어지고 있다. 그래서 채산성이 명확하게 규정돼 있다. 시장에 대응하여 적극적으로 점포가 운영되고 있고, 또 신규 유망시장으로 전개도 적극적이다. 지역실태 조사에서는 은행의 점포는 균등하게 배치되지는 않았지만, 역 주변처럼 사람들의 왕래가 많아 고객에게 편리하게 (동시에 은행으로서도 수익성이 높음) 배치가 되어 있음을 확인할 수 있었다.

○유통업(예 : 컴비니엔스스토어)

컴비니엔스스토어는 규모, 종업원수, 매상고, 고객수 등에서 무집배특정국에 유사한 점이 많고, 택배편, 우편소포의 중계점을 겸하고 있는 것도 많다.

점포수의 증대가 매상의 신장에 직결하는 점도 있어 점포수의 확대에 대한 의욕이 높다. 최근은 기존 소매점(주류판매점 등)의 프랜차이스체인화가 일단락되어 본부측이 적극적으로 신규점포 개발을 진행하고 있다. 특히 수도권처럼 점포밀도가 높은 지역에서도 시장조사를 기초로 유망하다고 판단하게 되면 적극적으로 점포를 개설하고 있다. 개설에는 각체인 스스로 시장조사를 해서 수익성의 가능성을 검토하고 있다. 본부가 직원채용에서부터 점포 개설, 그후의 운영방법까지 완벽한 매뉴얼을 가지고 지도하고 있다.

**3. 경합 관계에 있는 다른 기업의 出店실태조사**

구체적인 특정지역을 선정하여 네트워

크를 형성하는 타기업의 시설과 우체국사 및 관련시설의 분포실태를 파악하는 지역 실태조사를 했다.

대상지역으로서는 東京都内 세지역을 선정했다.

- ㉠ 涉谷(涉谷역중심의 업무상업지역)
- ㉡ 武藏野·三鷹(吉祥寺역중심의 주거 상업혼합지역)
- ㉢ 世田谷(三軒茶屋중심의 순주거지역)

각각의 지역을 교통거점·터미널역을 중심으로 한 세개의 권역에 나누어 조사했다.

- ㉣ 250 m 권=중심으로부터 반경 250 m 의 원내
- ㉤ 500 m 권=중심으로부터 250 m 이상, 500 m 미만
- ㉥ 1 Km 권=중심으로부터 500 m 이상 1 Km 이하

우체국 관련시설 배치면에서의 특징은, 1 Km 권(500 m ~ 1 Km)에 전체의 약 7할(面積比와 같은 정도)이 균등하게 배치되어 있는 점이다. 소포취급소, 우편함도 또한 같다. 涉谷에서는 250 m 권내에는 1국도 배치되어 있지 않다.

금융기관은 250 m 권내에 전체의 약 반수가 배치돼 있고, 왕래가 많은 각지역의 중심지에 집중적으로 배치되어 있다. 특히 武藏野·三鷹지구는 집중도가 높다. 한편, 보통국은 250 m 권 밖에 있다.

택배의 중계점은 거의 균등하게 배치되어 있고 수도 많다(涉谷지역 20점, 武藏野·三鷹지역 23점, 世田谷지역 33점)

**4. 국사시설 스톡의 현상**

- 3. 경합관계에 있는 다른 기업의 出店실태조사
- 4. 국사시설 스톡의 현상

그림 1 볼륨그래트

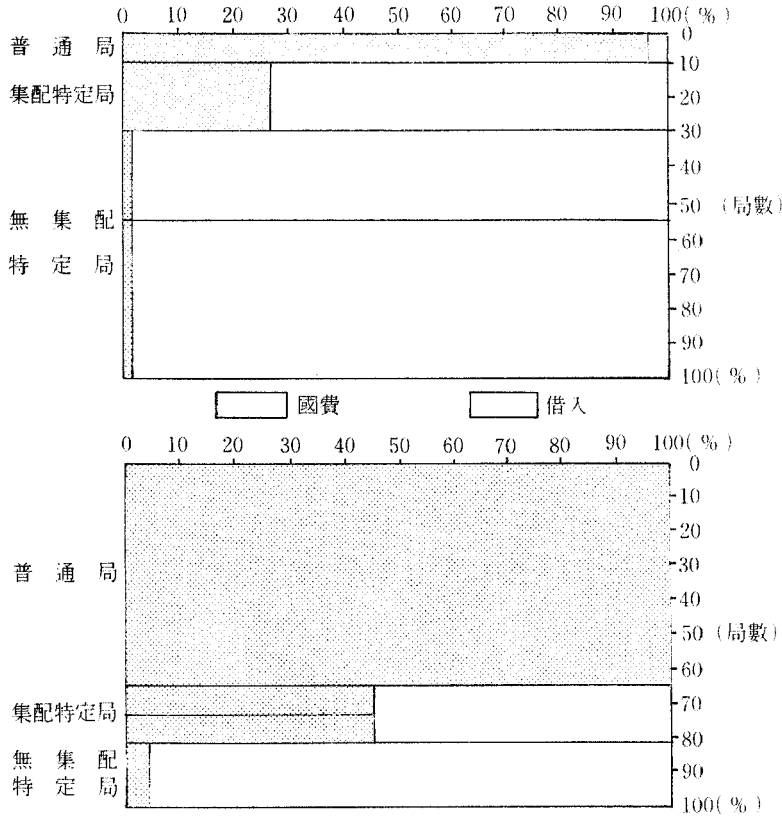


그림 2 郵政局別經年그래프

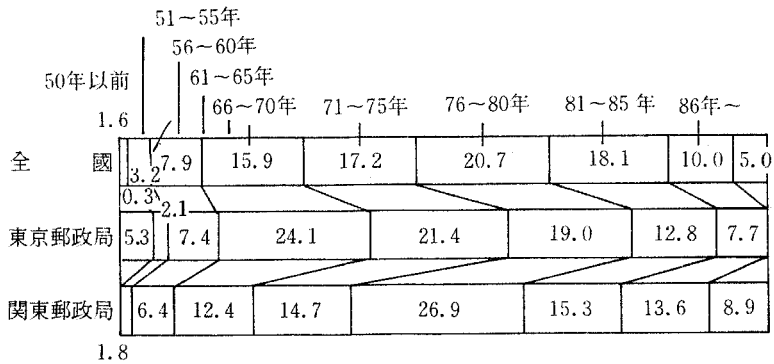


그림 3 地域別容積活用度

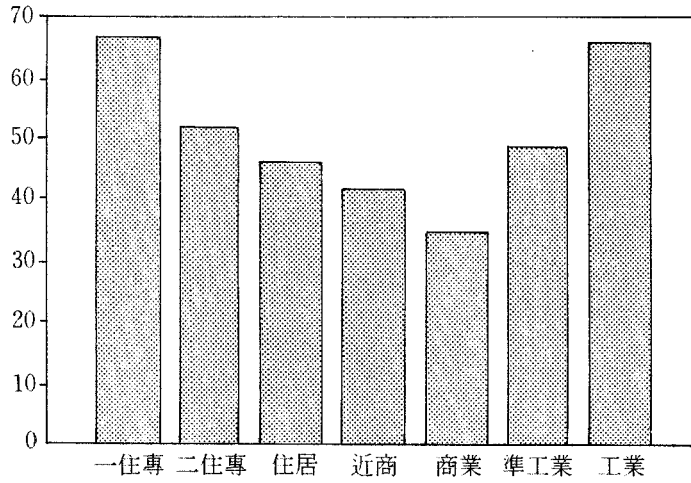


그림 4 既存스톡의 殘存狀況

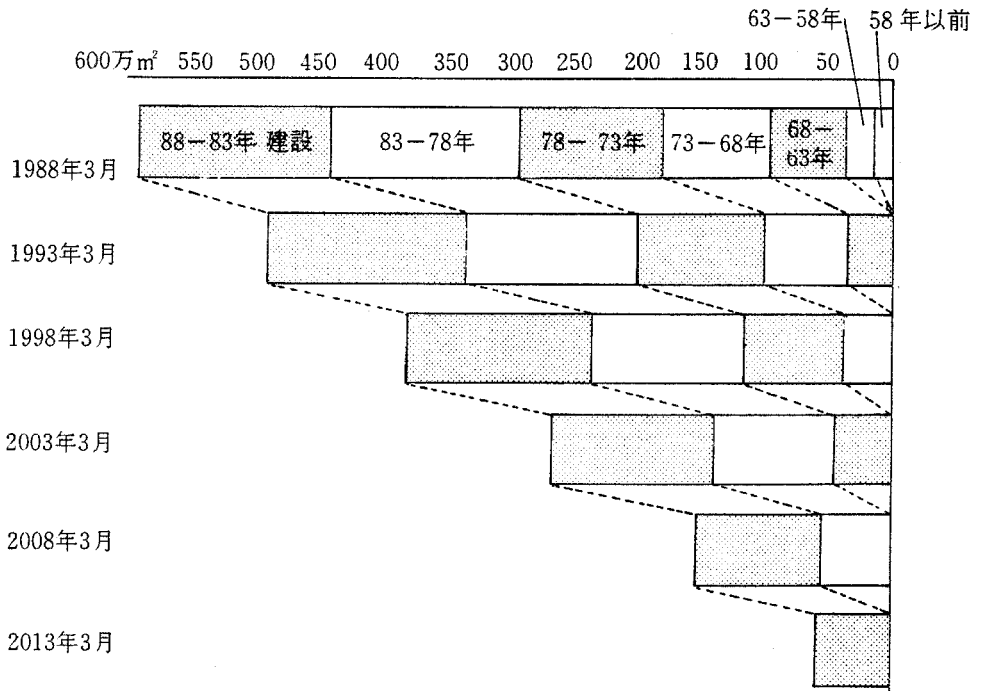
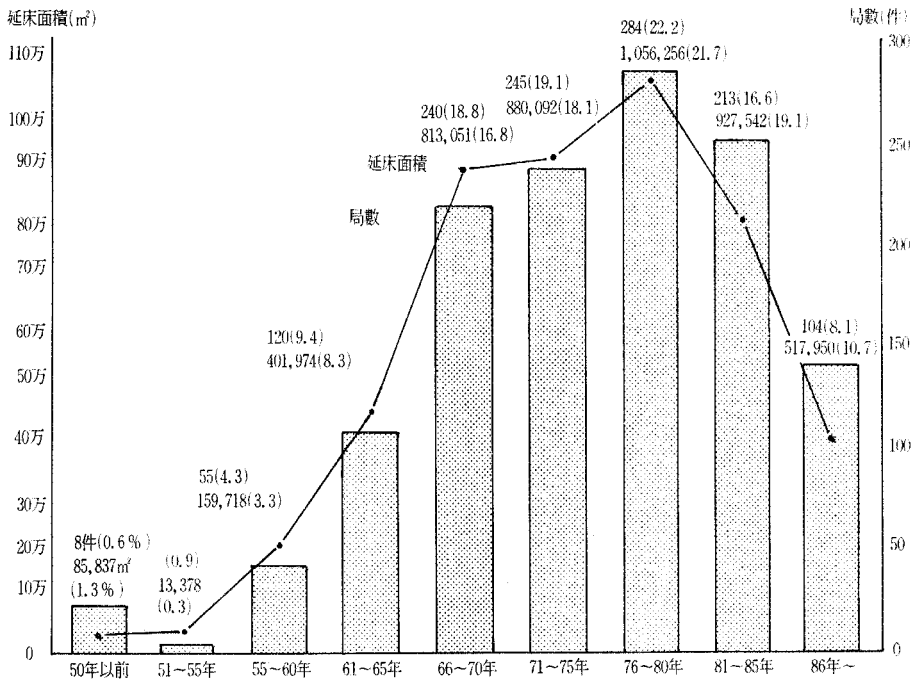


표 1 建設時期別殘存率

	建設時	建設後經過年數					
		10年	15年	20年	25年	30年*	35年*
國有普通局 (非木造構造의 本局만)	100	95	85	65	40	10	0
無集配借入持定局 (木造構造의 本局만)	100	90	80	60	40	10	0

注) \*30, 35年은 相定直

그림 5 建設年度別延床面積



우체국사 스탁의 현상은 總延床面積으로 국유국사가 약 530만㎡, 차입국사가 205만㎡이다. 그중에서도 보통우체국(국비)의 스탁은 전국에 약 473만㎡로 방대하며, 특히 東京, 大阪 등의 도시부에 집중하고 있다. [그림 1]

또한 1965년대 75년대에 건설한 국사가

대반이다. 그리고 지방우정국별로 국사의 經年의 정도에 차이가 있으며, 특히 절대량(총연상면적 및 취급물량)이 많은 東京 지방우정국관내에서는 經年이 큰 국이 많다. 經年이 큰 국사는 作業부하(대상인구 및 취급물량)의 증대에 시설의 대응이 늘어져 作業환경이 나빠지고 있다고 생

각된다. [그림 2]

법정 용적율과 현향용적율을 비교해 보면 창구로서의 중요성이 높은 상업지역내의 국사는 평균용적활용도가 4할 전후로 다른 지역에 비하여 낮다. 또한 全用途지역을 통하여 오래된 국사일수록 容積活用度는 낮다. 그러나 이들 국에서는 신규로 재건하는 시점에서는 용적율을 꽉 채워서 건설해도 필요예정면적을 채우지 못하는 예가 많다. [그림 3]

經年데이터를 근거로 하면 국사의 經年과 잔존율은 다음표와 같다.

이를 현재의 국사스톡에 적합시켜보면 기존국사의 장래의 건설년도별 면적비율이 나온다. ([그림 4], <표 1>)

또한 먼저의 표를 현재의 국비보통국사의 건설년도별 총연상면적에 비취보면, 필요총상면적을 유지하기 위한 재건수요는 약 10년 이후에 극단적인 증가경향을 나타낼 것으로 예측된다. 장래 정책적으로 투자를 증대하든가, 스톡의 수명을 연장하여 재정부담을 경감하든가, 개선을 위한 대책을 검토하는 것이 필요하다. [그림 5]

### Ⅲ. 提言拔粹

민간기업과의 경합이 격화하는 가운데서 우정사업이 이용자로부터 높은 평가를 받아 수요를 선장시켜 나가려면 더 섬세한 서비스를 제공함이 필요하다. 이에 는 예컨대 대도시권, 인구집중지구에서의 CD·ATM의 증설이나 창구 카운타의 다기능화를 도모하는 등 서비스시스템을 정비하는 것이 중요하다. 또 그러한 서비스를

더 효율적으로 제공하기 위해서는 전국 규모로 생산성의 향상과 직원들이 일하기 쉽도록 환경을 정비하기 위한 설비투자를 해야 할 필요가 있다.

이용자에게 더 섬세한 서비스를 제공하기 위한 시설만들기와 직원이 일하기 좋은 환경만들기는 밀접한 관계가 있다. 그렇기 위해서는 양질의 소프트웨어(업무내용, 수행방법 등)를 위한 양질의 하드웨어(국사의 건물·설비)의 종합적인 시스템화를 추진해 나가는 것이 앞으로의 최대의 과제이다.

이에 대해 정리해보면 다음과 같다.

## 1. 우체국사 고도화의 전략전개

국사네트워크를 강화하기 위해서는 필요한 곳에 새로운 거점을 확보하든가, 기존시설을 정비하든가 해야 한다.

### 가. 「대도시권, 인구집중지구의 시장에 대응한 새로운 거점을 확보할 것」

(1) 대도시권에서는 기존의 네트워크를 보충하는 새로운 거점을 확보하는 것이 매우 곤란하다. 이를 극복하려면 행정청과 제휴를 밀접히 하고 용도지역에 관한 정보, 재개발에 관한 정보, 거대빌딩건설계획에 관한 정보 등의 수집에 노력하고 조기에 대응하는 체제를 취할 필요가 있다.

특히, 東京에서의 거점확보는 급선무이며 郵政省에서는 이미 우체국의 증설을 향하여 움직이기 시작했다. 東京都에서는 종합설계의 허가요항을 정하고 공익시설을 설치했을 경우의 용적율완화를 하고 있다. 우체국이 공익시설로 인정되면 재

#### Ⅲ. 提言拔粹

##### 1. 우체국사고도화의 전략전개

- \* 「대도시권, 인구집중지구의 시장에 대응한 새로운 거점을 확보할 것」

개발빌딩 속의 양호한 공간을 확보할 수 있으므로 그 조건정비를 검토할 필요가 있다.

(2) 사람이 많이 모이는 역, 백화점, 컴비니언스스토어 등에 차입에 의한 국사 공간을 확보하여 그것과 우체국 기능과의 상승효과를 발휘할 수 있도록 적극적인 전개를 할 필요가 있다.

(3) 양호한 입지에 있으면서 기준에 맞게 공간을 확보할 수 없을 때에는 공간절약형의 국사를 개발하여 이를 적용할 필요가 있다.

(4) 간이우체국은 우체국의 창구취급업무를 국민에게 널리 공평하게 서비스를 제공한다는 기본정신에서 일정요건을 갖춘 개인에 한하여 위탁계약한 것이다. 같은 뜻에서 인구밀도가 높은 관제로 서비스를 충분히 제공하기 어려운 대도시권에서도, 앞으로 간이우체국을 기동적으로 점포전개하는 수단으로 자리잡아갈 필요가 있다고 생각된다.

### 나. 「기존우체국사네트워크의 시장대응 강화를 위한 국사정비를 할 것」

현재의 네트워크를 유지하면서 그것을 지역의 立地條件에 맞춘 형태로 再構築을 도모할 필요가 있다. 그런 의미에서 국사의 재구축 비중이 커질 것으로 예측된다.

기존 네트워크의 시장대응도를 높혀 기존국사의 수준향상을 도모하는 것이 중요하다. 보통국의 기존창구 개선계획을 실시하고 있으나, 창구네트워크 전체의 수준을 향상시키기 위해서는 개선대책을 특정국, 나아가서는 간이우체국에까지 넓힐 필요가 있다.

自治體 등 타시설과 合築 하여 空門의 이용을 더 높인다라는 새로운 대응도 고려할 수 있다.

종래의 네트워크로서는 대응이 안될 경우 移動體(集配車 등)나 통신미디어를 이용하여 가정이나 사업소 등의 이용자에게 접근해간다는 새로운 대응방법도 필요할 것이다.

### 다. 「네트워크를 지원하는 정보시스템을 강화할 것」

앞으로 고도정보사회가 성숙해감에 따라 지역의 정보거점으로서의 우체국의 정보대응화는 더욱더 중요한 과제로 되어 간다.

각사업은 이미 저금·보험의 온라인화, 우편소포의 추적시스템 등 온라인·네트워크에 의한 서비스향상이 진행중이다. 그밖에 창구업무에 대한 AI 라든가 POS의 도입, P 네트워크에 따른 각종시스템 단말의 충실 등 점점더 민간과 경합이 격화되어가는 가운데에서 우정사업의 고도화전략으로서 정보화대응의 중요성의 비중이 높아갈 것이다.

## 2. 우체국사의 認知構造의 강화

### 가. 「기업이념으로서의 비주얼아이덴티의 확립」

우체국사의 지역밀착화, 입지적응화가 진행되면, 국사의 디자인표현이 다양해진다. 우정성으로서의 통일성을 호소하고 국사의 인지도를 높이기 위해서는 국유국사를 포함한 차입특정우체국이나 간이우체국에도 통일적으로 디자인 된 사인시스

\*「기존우체국사 네트워크의 시장대응 강화를 위한 국사정비를 할 것」  
2.우체국사의 認知構造의 강화  
\*「기업이념으로서의 비주얼아이덴티의 확립」



템을 도입할 필요가 있다.

#### 나. 「공공디자인에 의한 지방사회에 공헌」

공공디자인에 대한 관심이 높아지고 있는 오늘날, 건축디자인의 도시경관이나 시가형성에 대한 배려가 강력히 요청되고 있다. 전국에 24,000국이 있는 우체국사는 그 하나하나가 공공적이고 또 다수의 서비스를 갖는 건물이므로 우체국사 전체의 수준향상은 공공디자인에 크게 공헌하게 된다. 그러므로 사업시설로서의 우체국사라는 관점에서 뿐만 아니라 지역의 사회자본으로서의 건축이라는 관점을 가질 필요가 있다.

### 3. 우체국사 스톡의 현황파악을 위한 조사경영분석의 확립

본조사연구에서는 우체국사 스톡의 분석에 관하여 여러번에 걸친 방법이 있음을 알게 되었는데 앞으로는 그들의 단년도상황 및 經年변화 등, 時系列的인 시설관련 데이터를 분석해서 국사의 장기개선계획에 반영해나갈 방법을 확립해나감이 요망된다.

### 4. 우정성의 지방정책을 지원하는 건축업무

#### 가. 「우체국을 지원하는 건축부문의 역할」

지방도시에 있는 우체국에는 정보센터로서의 보급기능, 종합서비스센터로서의 지역에서의 공적기능(창구대행 「마을만들기 담당」을 두는 등), 커뮤니티센터로서의 지역정보의 교류기능을 만족시키는 공간, 설비를 정비함이 요망되고 있다. 이와

같이 하드를 정비할 때는 지역의 시설에 대한 수요를 정확히 파악함이 중요하다. 앞으로 우체국의 다양한 서비스를 전개함과 동시에 시설운영의 소프트의 충실을 도모하기 위하여 건축부는 시설운영 상담원으로서의 역할을 수행해 나갈 것을 기대하고 있다.

#### 나. 「도시개발의 핵형성에 적극적협력」

지방도시에 있는 우체국은 도시재개발의 핵이 될 수 있는 좋은 입지에 있는 것이 많다. 그런 경우는 우체국과 시청, 집회소, 또는 集客力을 갖는 半公共의 시설 등을 건축적으로 合體하거나, 인접시키든지 하여 우체국이 도시재개발의 협력자로서의 역할을 담당하도록 도시형성의 측면에서 자치단체와 제휴하는 것이 필요할 것이다.

#### 끝으로

우정사업은 공익사업이며 그 범위안에서 간편한 민간의 금융, 물류사업에 대처하는 것이 용이하지 않다. 우정성은 약2만4천의 점포를 갖고 있다. 그 수량은 방대하기 때문에 사업환경의 변화에 대응하기 위해서는 연간 천의 점포를 개수해도 24년을 필요로 한다. 이러한 점을 생각할때 민간기업 이상으로 시설관리의 전략성과 계획성이 불가결하다.

지금 시설을 관리하는 것에 의해서 우정사업경영을 양호하게 하는 노력이 절실히 요망되고 있다.

(사이또 키운아키 우정성건축부  
기획조사실장보좌)  
(우정연구, 1990.3.)

- \*「공공디자인에 의한 지방사회에 공헌」
- 3. 우체국사 스톡의 현황파악을 위한 조사경영분석의 확립
- 4. 우정성의 지방정책을 지원하는 건축업무
- \*「우체국을 지원하는 건축부문의 역할」
- \*「도시개발의 핵형성에 적극적협력」