

2011년 물류시장 전망

박 찬 석*

2011년 세계경제는 경제성장률이 3.6%로 하락할 전망이다, 이로 인해 경기부양 여력이 약화되고, 더딘 고용회복과 설비과잉으로 인해 소비 및 투자기반도 취약할 것으로 전망됨에 따라 국내물류산업도 상당한 영향이 예상되고 있다. 국내물류시장의 경우 전체 소매업의 성장세는 둔화되고 있으나, 홈쇼핑 및 인터넷 쇼핑물의 약 20% 내외의 성장세 등에 힘입어 택배 및 3PL 분야에서 견실한 성장을 보일 것으로 전망된다. 2011년은 대기업들의 물류 자회사 설립 움직임, 중견 택배업체의 M&A, 녹색물류인증제도의 시행, 물류보안의 중요성 인식 등으로 많은 변화가 있는 한 해가 될 것으로 예상된다. 또한 협소한 국내시장을 탈피하여 해외에서 신규시장을 개척하려는 기업들의 노력이 가시화 되는 한해가 될 것이다.

I. 물류산업 및 시장 동향

1. 2010년 글로벌 물류시장

1.1 Logistics Performance Index(LPI)

세계은행에서 주요 국가들 간의 물류경쟁력을 평가하기 위해 개발하여 발표하는 국가별 물류수행지수(LPI)는 매 2년마다 800명 이상의 국제물류전문가(글로벌 물류기업의 운영자 등)를 대상으로 실시한 설문조사 결과를 바탕으로 산출된다.

설문방식에 의한 평가는 7가지 평가요소에 대해 무작위로 선택된 국가를 5점 척도로 비교, 평가

* 미래물류 컨설팅 대표, mincho79@empal.com

하는 것으로 평가요소는 통관프로세스의 효율성, 물류관련 교통 및 정보통신 인프라의 품질, 선적 절차의 용이성, 지역 내 물류산업의 경쟁력, 화물추적역량, 물류비용, 적시배송 등이다.

이 보고서에 따르면 1위는 독일이 차지했으며, 싱가포르와 스웨덴이 각각 2, 3위에 랭크됐다. 그 밖에 일본, 영국, 벨기에, 노르웨이 등이 상위 그룹을 형성 했으며, 전통적인 물류 강대국인 미국과 중국은 전체 155개 국 중 각각 15위와 27위에 올랐다.

〈표 1〉 2010년 주요 국가별 LPI 순위

구 분	전체		동관		인프라		국제운송		물류품질		화물추적		정시성	
	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수
독일	1	4.11	3	4.00	1	4.34	9	3.66	4	4.14	4	4.18	3	4.48
싱가포르	2	4.09	2	4.02	4	4.22	1	3.86	6	4.12	6	4.15	14	4.23
스웨덴	3	4.08	5	3.88	10	4.03	2	3.83	2	4.22	3	4.22	11	4.32
네덜란드	4	4.07	4	3.98	2	4.25	11	3.61	3	4.15	9	4.12	6	4.14
룩셈부르크	5	3.98	1	4.04	9	4.06	7	3.67	21	3.67	19	3.92	1	4.58
스위스	6	3.97	12	3.73	6	4.17	25	3.32	1	4.32	1	4.27	15	4.2
일본	7	3.97	10	3.79	5	4.19	12	3.55	7	4.00	8	4.13	13	4.26
영국	8	3.95	11	3.74	16	3.95	8	3.66	9	3.92	7	4.13	8	4.37
벨기에	9	3.94	9	3.83	12	4.01	26	3.31	5	4.13	2	4.22	12	4.29
노르웨이	10	3.93	6	3.86	3	4.22	24	3.35	12	3.85	10	4.10	10	4.35
홍콩	13	3.88	8	3.83	13	4.00	6	3.67	14	3.83	17	3.94	26	4.04
한국	23	3.64	26	3.33	23	3.62	15	3.47	23	3.64	23	3.83	28	3.97
중국	27	3.49	32	3.16	27	3.54	27	3.31	29	3.49	30	3.55	36	3.91
인도	47	3.12	52	2.70	47	2.91	46	3.13	40	3.16	52	3.14	56	3.61

자료: 세계은행

그 밖에 신생 물류 강국으로 부상하는 브라질과 인도는 각각 41위와 47위를, 러시아는 94위를 기록했다. 우리나라는 이번 보고서에서 23위에 랭크됐다.

1.2 글로벌 물류시장 동향

1) 물류시장의 경쟁 구도

글로벌 물류시장은 화주의 통합 서비스에 대한 수요가 증가하면서, 경쟁심화와 더불어 진입장벽이 높아지는 양상을 보이고 있다.

〈표 2〉 글로벌 물류시장의 경쟁 구도

Category	설 명	영향
물류시장의 경쟁구도 (High)	• Consolidation이 지속적으로 활발하게 추진되고 있으며 업체간 경쟁이 매우 치열함	+
	• IT 및 물류 컨설팅 회사의 3자물류 시장 입지가 커지고 있음	+
	• 일부 차별화된 서비스 이외에 회사별 차별화된 서비스 제공이 어려움	+
	• 주요 3자물류 업체들이 중국 및 인도 시장을 겨냥한 유사한 전략을 갖고 있어 더욱 경쟁이 치열해짐	+
시장 진입장벽 (Medium-Low)	• 자산기반 업체들은 상당한 규모의 인프라 보유가 요구되므로 시장 진입 장벽이 높음	-
	• 자산기반이 아닌 부문에서는 자본 보유력이 낮아도 진입 및 탈퇴가 가능함	+
	• 경험이 있는 인력을 구하기 어려움	-
	• 규모의 경제가 요구되어 대형 업체에게 유리함	-
	• 화주들의 브랜드에 대한 선호도가 높아 신규 업체의 시장 내 입지가 약함	-
	• 화주의 통합적 서비스를 제공하는 글로벌 업체에 대한 선호도가 높음	-
	• 타 물류영역에 비해 자본수익률이 높음	+
대체제의 위협 (Medium)	• 지리적 위치 및 서비스 범위에 따라 해상운송사나 항공사와 경쟁을 해야 하는 경우가 있으며, 대형 유통사가 운송사로서의 역할을 하는 경우가 있으나 대체제의 위협은 비교적 중간정도 된다고 볼 수 있음	+
화주의 Buying Power (Medium)	• 다수의 화주가 존재하며 물류회사의 전체 매출액 대비 각각의 화주가 차지하는 비중은 낮음	-
	• 화주의 통합서비스에 대한 선호도는 높으나 시장에서 실제 통합 서비스를 제공할 수 있는 업체는 제한적임	-
	• 3자물류 업체를 바꾸는데에 따른 비용이 낮음	+
	• 화주들은 최근 사용 중인 물류업체의 수를 줄이려는 경향을 보이고 있음	+
Supplier의 Power (Medium)	• 물량기반 3자물류 업체는 주로 다수의 운송사를 이용하며 각각의 운송사가 Supplier Cost에서 차지하는 비중은 낮음	-
	• 서비스 제공 비용 대비 Input 비용이 높으며 대부분의 업체에서는 전체 매출액의 약 80~90%를 차지함	+

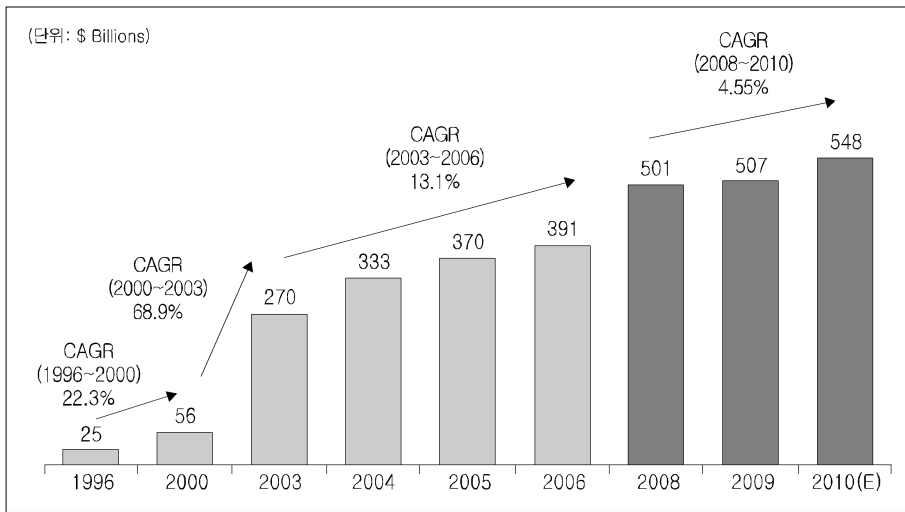
주:(+) 물류회사에 불리하게 작용하는 요소, (-) 물류회사에 유리하게 작용하는 요소

자료: A.T Kearney, Global 3PL Market Research & Analysis, 2007.

2) 글로벌 3PL 시장

글로벌 3PL시장은 2008~2009년 금융위기에도 불구하고 지속적으로 성장해 나가고 있다.

(그림 1) 글로벌 3자물류 기업 매출액



자료: Armstrong & Associates, 2005~2009

2010년 3자물류 시장 규모는 경기회복이 시작되면서 2009년 대비 약 8% 성장이 예상되며, 단기적으로는 5~10%, 중장기적으로는 10~20%의 성장을 할 것으로 예측된다.

1.3 미국 물류시장 동향

1) 포춘 500대 물류기업 실적

미국 포춘 선정 500대 기업 중 운송이나 물류와 관련된 약 16개 기업의 지난해 평균 매출 증감률이나 평균 순익 증감률을 살펴보면 상당한 어려움이 있었던 것을 알 수 있다.

16개 업체들 중 가장 상위에 랭크된 UPS의 지난해 매출은 약 453억 달러, 순익은 약 21억 달러를 기록하여 지난해 경기침체의 영향을 피하지 못했다.

16개 업체 중 2위인 페덱스는 지난해 매출액 약 355억 달러로 전년 대비 6.5% 감소하였으며, 순이익은 9,800만 달러에 불과해 전년대비 91.3% 감소하였다.

〈표 3〉 포춘 500대 물류기업 실적

(단위: 100만 달러)

순위	업체명	포춘 500 순위	2009년매출액	증감(%)	2009년순익	증감(%)
1	United Parcel Service	43	45,297.0	-12	2,152.0	-28.3
2	FedEx	60	35,497.0	-6.5	98.0	-91.3
3	Deta Air Lines	84	28,063.0	23.6	-1,237.0	-
4	AMR	120	19,917.0	-16.2	-1,463.0	-
5	UAL	140	16,335.0	-19.1	651.0	-
6	Union Pacific	164	14,143.0	-21.3	1,893.0	-18.8
7	Burington Northern Santa Fe	167	14,016.0	-22.2	1,721.0	-18.6
8	Continental Airlines	183	12,586.0	-17.4	-282.0	-
9	US Airway's Group	222	10,458.0	-13.7	-205.0	-
10	Southwest Airlines	229	10,350.0	-6.1	99.0	-44.4
11	CSX	259	9,041.0	-19.7	1,152.0	-15.6
12	Norok Southern	287	7,969.0	-25.3	1,034.0	-39.7
13	C.H.Robinson Worldwide	301	7,577.2	-11.7	360.8	-0.5
14	YRC Worldwide	396	5,282.8	-40.9	-622.0	-
15	Ryder System	426	4,957.6	-20.1	61.9	-69
16	Con-way	483	4,269.2	-15.2	-107.7	-246.1
평균	-	-	15,359.9	-15.24	250.3	-57.13

출처: Fortune

2) 미국 3PL시장

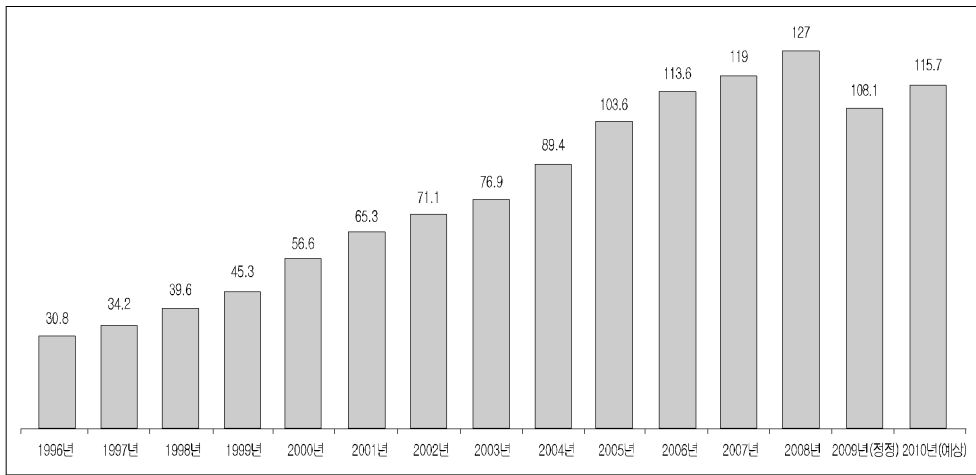
□ 3PL 매출 처음 감소

미국의 시장조사기관인 A&A(Armstrong & Associates)는 지난 1995년부터 미국의 3PL 시장을 조사해 그 결과를 발표하고 있다. 2009년은 3PL시장의 전년대비 수익이 감소한 최초의 해가 되었다.

△지역운송서비스, △국제운송서비스, △프레이트포워딩, △물류창고 및 물류허브 등 전반적인 3PL부문에서 지난해 매출은 2008년 대비 15.2% 감소했다. 물류소프트웨어 부문을 제외한 지난해 미국지역 3PL 시장 총 매출은 1,051억 달러로 2008년 1,270억 달러에서 크게 줄었다. 지난해 미국 3PL시장 순이익도 546억 달러를 기록하며 전년대비 6.5% 감소하였다.

(그림 2) 미국 3PL 매출액 변동 추이

(단위: 10억 달러)



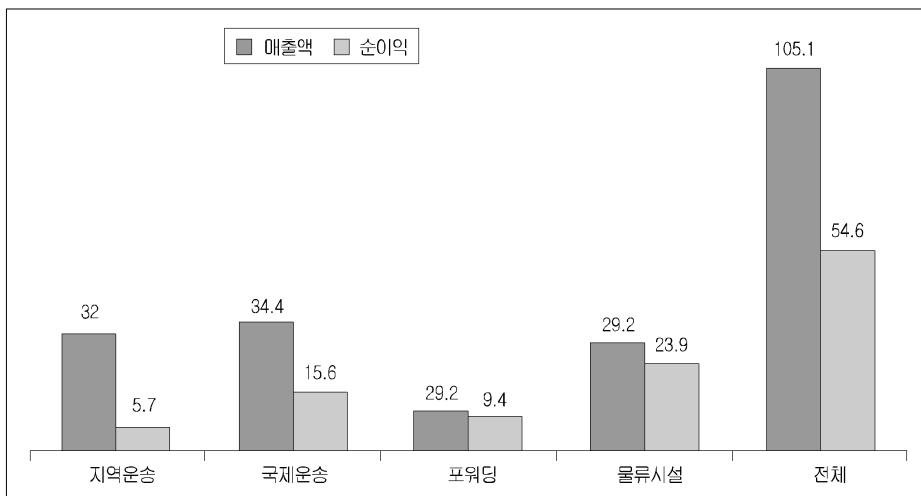
출처: Armstrong & Associates

□ 부문별 매출액 및 순이익

부문별로는 국제운송부문에서 매출 감소폭이 가장 컸고 지역운송과 포워딩은 비슷한 수준의 감소폭을 보였다. 반면 물류창고나 물류허브 부문의 매출감소는 미미한 수준으로 조사됐다.

(그림 3) 미국 3PL 부문별 매출액, 순이익

(단위: 10억 달러)



□ 2010년 3PL 매출 증가 예상

지난해 하반기 이후 항공화물 물동량이 증가하고 있고, 해상 물동량도 올해 중반부터 성장세로 돌아섬에 따라 미국 3PL기업의 2010년 매출액은 전년대비 약 7.2% 증가할 것으로 전망되고 있다. 특히 국제운송부문에서 매출증가율이 9%를 기록하여 375억 달러의 매출이 예상된다.

1.4 일본물류시장

1) 일본 택배시장 동향

□ 시장규모 및 점유율

일본의 택배시장 규모는 2조 엔으로 약 33억 개의 물량을 취급하고 있으며, 성숙·포화된 시장을 형성하고 있다. 국민 1인당 택배 취급물량은 26개(2009년)로 한국 25개(2009년)와 비슷한 수준을 보이고 있다.

택배시장의 경우 야마토운수와 사가와큐빈의 시장 점유율이 70%이상이며, 우편사업과 일본통운(JP) 3강 포함시 9할 이상의 시장을 점유하고 있다.

〈표 4〉 Big4의 택배시장 점유율

C2C		B2C		B2B	
야마토운수	54%	야마토운수	42%	사가와큐빈	48%
일본우정	40%	사가와큐빈	38%	야마토운수	38%
일본통운	4%	일본통운	13%	일본통운	13%
사가와큐빈	2%	일본우정	7%	일본우정	1%
합계	100%	합계	100%	합계	100%

□ 일본 택배업 전망

택배물량의 안정적 물량증가로 시장확대가 지속될 예정이며, 택배의 국제화가 본격화 될 것으로 예상된다.

B2B, C2C의 감소현상과는 대조적으로 B2C 물량이 증가하여 업체 간 B2C 부문에서의 경쟁이 치열하게 전개되고 있다.

특히 전자상거래와 통관물량 증가로 협업체제(택배+제조, 유통, 통관기업간)를 통한 신규 비즈니스의 창출이 기대되며, 향후 일본 택배시장은 아마토운수, 사가와큐빈, 일본통운/우정공사택배(JPEX)와 같이 2强+1中+30여개社로 전개될 것으로 보인다.

2) 일본 3PL시장

일본의 3자물류 시장 규모는 전체 물류시장(약 24조 엔)의 8%인 1.5~2조원 엔으로 추정되며, 2008년 금융위기로 감소추세를 보였고 2009년에는 정체현상 후 2010년에는 규모가 확대되어 최대 2조 엔의 3자물류 시장이 형성될 것으로 추정되고 있다.

3자물류 업체들의 매출액을 비교해 보면 히다찌물류가 2,522억 엔으로 1위를 차지하고 있으며 일본통운, 센코가 2, 3위를 차지하고 있다.

2. 2010년 국내 물류시장 분석

2.1 물류기업 매출 현황

전 세계적인 경기침체가 국내 주요 물류기업들의 2009년 매출실적에 적지 않은 영향을 미친 것으로 나타났다. 대표적인 물류기업 7개 기업 중 2007년과 2008년 매출실적이 마이너스를 기록한 곳은 한 곳도 없었으나 지난해 상위 3개 기업만을 제외하고 4개 기업 모두 매출이 감소했다. 지난해 이들 기업들의 평균 매출액은 1조 225억 원 정도이다.

〈표 5〉 주요물류기업 매출액 추이

(단위: 백만원)

업체명	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
글로벌비스	1,540,836	1,885,087	2,510,188	3,065,235	3,192,755
대한통운	1,208,150	1,170,323	1,266,910	1,828,322	1,831,700
한진	742,679	753,641	759,578	855,309	903,167
세방	381,652	410,246	461,212	502,393	496,121
동방	286,422	321,015	360,206	446,377	431,707
KCTC	138,340	137,357	147,147	173,201	167,412
한익스프레스	102,455	115,314	123,987	136,959	135,129
평균	628,648	684,712	804,175	1,001,114	1,022,570

〈표 6〉 주요물류기업 영업이익 추이

(단위: 백만원)

업체명	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
글로벌비스	78,521	55,621	92,936	129,079	145,270
대한통운	59,920	60,056	62,992	70,572	94,505
세방	22,586	23,782	21,955	31,577	41,044
한진	26,129	881	16,940	29,133	27,059
동방	16,318	17,964	20,128	20,259	19,735
한익스프레스	3,629	2,710	3,417	4,465	6,123
KCTC	3,412	195	548	5,435	3,203
평균	30,074	23,030	31,274	41,503	48,134

□ 글로벌비스

작년 총체적인 악조건 속에서도 사상 최대 실적을 달성하며 거침없는 성장세를 이어갔다. 지난해 매출액은 3조 1,927억 원으로 전년대비 4.2%를 기록했다. 국내 물류부분 매출액은 8,367억 원, 해외 물류에서 9,515억 원을 비롯 CKD사업부문에서 1조 2,244억 원, 중고차 사업 및 기타 산업분야에서 1,801억 원의 매출을 기록하는 등 전 사업 영역에서 고른 성장을 기록했다.

한편 글로벌비스는 완성차 해상운송 및 현대제철 고로가동에 따른 원료 운송 등 본격적인 사업 영역 확대를 통해 올해 국내에서 20.3% 증가한 3조 8,400억 원의 매출 목표를 설정했으며, 해외법인에서는 1조 1,900억 원의 매출을 기록해 총 5조 300억 원의 매출을 기록할 전망이다.

□ 대한통운

대한통운 역시 경기침체에도 불구하고 지난해 2008년 보다 5.5% 증가한 1조 8,317억 원의 매출을 기록했다. 2010년 통합운영 중인 대한통운과 한국복합물류, 아시아공항개발 3개사의 매출목표를 2조 1,000억 원, 영업이익 목표는 1,400억 원으로 확정했다.

올해 경영방침을 “경쟁력 제고”로 정한 대한통운은 영업력을 강화하고 프로세스를 개선해 효율성을 높이는 한편 성장사업에 대한 투자를 확대하고 있다.

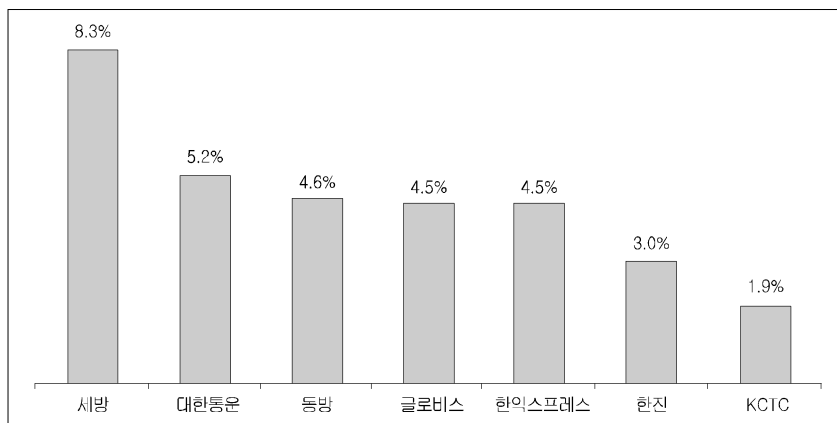
□ 한진

지난해 매출증가율이 5.63%를 기록하며 대한통운과 글로벌비스를 비롯한 국내 주요 물류업체

중 가장 높은 수준을 기록하였다. 올해 들어 정기화물운송사업 등을 통해 서비스 다양화에 주력하고 있다.

2010년 2월부터 30kg이상 2톤 미만의 중량화물을 취급하는 '한진정기화물' 서비스를 시작하였다. 이번에 서비스 대상이 되는 '중소형 중량화물'이란 택배화물의 취급범위를 초과하는 산업재 물품과 대형화물에 미달하는 2톤 미만의 화물을 뜻한다.

[그림 4] 주요물류기업 영업이익 추이



□ (주) 세방

지난해 경기침체의 영향으로 매출액이 1.2% 감소했다. 2009년 매출액은 4,961억 원으로 2008년 5,023억 원보다 63억 원 가량 줄었다.

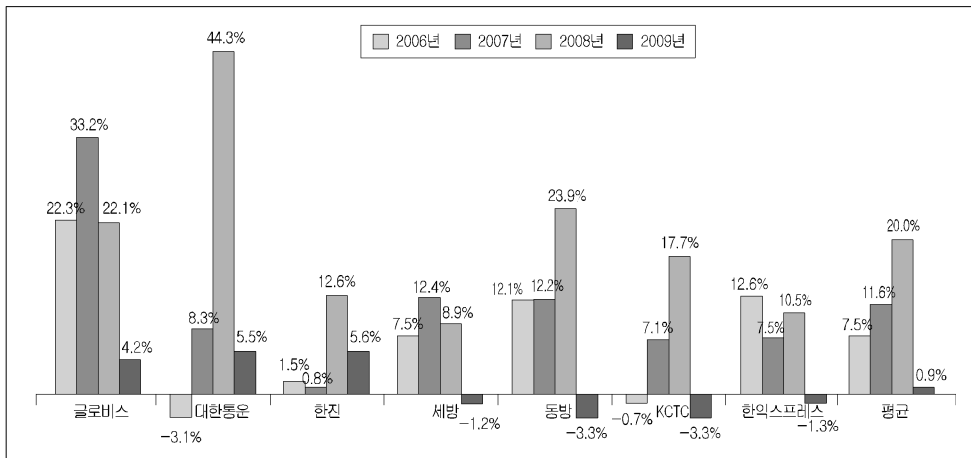
2009년 영업이익은 2008년 대비 30% 증가하였다. 영업이익률은 8.3%에 달해 7개 물류업체 중 가장 높은 것으로 나타났다.

□ 동방

동방의 지난해 총 매출액은 4,317억 원으로 2008년 4,463억 원보다 3.3% 감소하였다. 지난 2006년부터 2008년 까지 12.1%, 12.2%, 23.9%의 꾸준한 매출증가세를 유지해 왔지만 지난해 경기 불황의 직격탄을 피하지 못했다.

2009년 영업이익도 2008년 202억 원에서 2.6% 감소한 197억 원을 기록하였다.

(그림 5) 주요물류기업의 매출액 증감율(2006~2009년)



2.2 2010년 3PL시장

1) 상반기 결산

올해 상반기 3PL 시장에서 가장 주목받은 아웃소싱 프로젝트는 연간 300억 원 규모의 오비맥주 물류대행 계약이었다. 오비맥주는 그동안 각 부문별로 여러 물류회사에 아웃소싱했지만 이번에 3PL 회사를 한 곳으로 통합했다.

이 물량을 수주한 CJ GLS는 “오비맥주는 여러 업체로 나뉘어져 있던 물류를 하나로 통합할 수 있는 능력과 운영구조 개선 및 효율화 추진 등에서 우리에게 좋은 점수를 줬다”고 말했다.

오비맥주 프로젝트를 두고 3PL 업계에서는 신규가 아닌 기존 물량이 서비스 공급업체만 바꿨다며 아쉽다는 반응이다. 즉 아웃소싱 시장에 새로운 ‘대어’가 나타나지 않고 3PL 업체만 갈아타는 수평 이동됐다는 것이다.

오비맥주 외에 상반기에 눈에 띄는 아웃소싱 물량은 굿이어타이어, 한국존슨 등이다. 표면적으로 드러난 아웃소싱 물량이 많지는 않지만 3PL 시장 자체 분위기가 경색된 것은 아니다.

2009년 힘든 한해를 보낸 기업들은 미래의 성장 동력 및 핵심역량에 더욱더 집중하기 위해 물류부문에 3PL을 도입해 경쟁력 강화 및 비용 절감을 꾀하는 경우가 많았다.

화주기업들이 경제성장의 한계와 손익 개선 문제를 물류에서 극복하려는 경향을 보이면서 상

반기 화주기업들의 니즈는 크게 두 가지로 나타났다. 물류비 규모가 큰 대형 화주들의 경우 공개 입찰을 통해 가격과 서비스 경쟁을 추진했으며, 중소기업들은 정부의 지원을 통해 우회적 아웃소싱을 검토, 추진하는 경향이 많았다. 이에 따라 3PL업체들은 각각 자신들이 강점을 가진 부분을 특화시켜 영업에 주력했다.

2) 하반기 전망

하반기 3PL시장에 대한 전망은 긍정과 보수로 엇갈린다.

먼저 긍정적으로 보는 기업은 작년 하반기부터 지속돼 온 고객사의 아웃소싱에 대한 관심과 의지가 더욱 활발해지고, 최근 글로벌 경제동향을 볼 때 핵심역량을 강화하고 물류 부문의 전문성 확보를 위해 물류 아웃소싱이 두드러질 것이라는 전망이다. 아웃소싱이 활발할 것으로 생각되는 분야는 전기/전자/자동차/유통 산업이다.

반면 보수적인 견해를 가진 3PL기업은 일부 대형화주들이 직영에서 아웃소싱 전환을 추진할 수 있으나 워낙 비용절감 등을 강하게 거는 분위기여서 금액적 측면에서 크게 늘어나지는 않을 것으로 보인다는 반응이다.

결론적으로 하반기 3PL 시장은 화주들의 원가절감 경쟁에 따른 물류비 인하 압력이 가중되면서 아웃소싱 물량이 늘어나도 가격에만 집중할 것으로 보여 시장성은 저조할 것이라는 분위기다. 즉 아웃소싱 물량이 있어도 3PL 기업의 수익성은 좋지 않을 것이라는 의견이다.

따라서 3PL 기업들이 원가경쟁력을 더 높여야만 살아남을 수 있는 팍팍한 시장이 전개될 것으로 보인다.

2.3 2010년 택배시장

1) 택배시장의 환경 변화

미국발 금융위기 이후 소비심리의 위축이 가시화되고 있으며, 국제유가의 불안정 등과 화물자동차 증차 금지, 택배표준약관 개정, 업체간 출혈 경쟁심화 등에 따른 단가의 하락 등이 국내 택배시장에 (-)요인으로 작용하고 있는 반면에 인터넷쇼핑몰을 포함한 전자상거래의 증가와 TV홈쇼핑 물량의 증가는 (+)요인으로 작용하고 있다.

(그림 6) 국내 택배시장의 환경 변화 동인



인터넷쇼핑몰 및 TV홈쇼핑 등의 연관산업의 급성장으로 인해 택배산업은 황금알을 낳는 거위로 인식되면서 대기업계열은 물론 중소기업체들의 시장진입이 가속화되어 2000년대 전반기에는 약200여개의 택배업체가 난립하기도 하였다.

<표 7> 국내 택배업체의 경쟁 구도(2010년 3월)

구 분	상위그룹		중위그룹		기타그룹
	국영기업	민간기업	중견기업	정기화물	특화기업
업체명	우체국택배	한진택배 대한통운택배 현대로지엠 CJ GLS택배	로젠택배 동부익스프레스택배 엘로우캡택배 KGB택배 하나로택배 용마로지스 일양택배	대신택배 천일택배 경동합동택배 건영택배 양양택배 호남택배 한서택배	성화기업택배 네덱스 한방택배

2000년 중반기부터 시작된 기업간 M&A에 의한 구조조정으로 현재 전국적인 네트워크를 기

반으로 서비스를 제공하는 업체는 15개 전후로 파악되고 있다. 경쟁강도에 있어서는 상위 5개사가 전체시장의 약 70%를 차지하고 있으며 중위그룹과의 격차를 벌리면서 상위그룹간의 경쟁구조가 심화되어 가고 있는 추세를 보이고 있다.

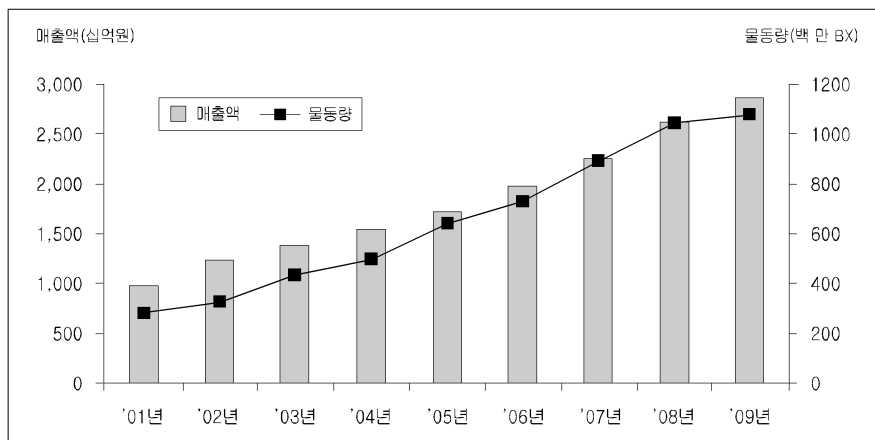
2) 택배사업 현황

□ 택배산업 일반

택배산업은 2001년 이후 전자상거래 및 홈쇼핑 활성화로 매년 10% 이상 성장하고 있으며, 시장규모가 2009년 2.9조원에서 2014년 약 4조원으로 성장할 것으로 전망되고 있다.

국민 1인당 연간 택배 이용횟수가 9회('02)에서 21회('09)로 증가하면서 생활밀착형 산업으로 변화되고 있으며, 택배업체수는 크게 증가('92년 9개, '04년 26개, '09년 19개)하고, 종사자도 '09년 약3.5만 명(운전자 3.14만 명)으로 화물운송산업(약33만 명)의 12%를 차지하고 있다.

(그림 7) 택배 물동량 및 매출액



자료: 한국교통연구원, 「택배산업 선진화 방안」, 2010. 3. 12.

□ 택배시장 성장 추이

1992년부터 시작된 국내 택배산업은 도입단계와 성장단계를 거쳐 현재 성숙단계에 진입한 상황이라고 볼 수 있으며 연평균 20% 내외의 빠른 성장을 보이면서 2009년도에 취급물량 12억 개, 매출 2조 9,000억 규모의 거대 시장으로 성장하였다.

특히 국내 택배시장은 택배업체들의 물류인프라 구축, IT 시스템 도입 등에 따른 서비스의 질적 향상과 함께 IT의 급속한 발달에 따른 인터넷 쇼핑몰의 성장으로 말미암아 지속적으로 성장할 것으로 전망된다.

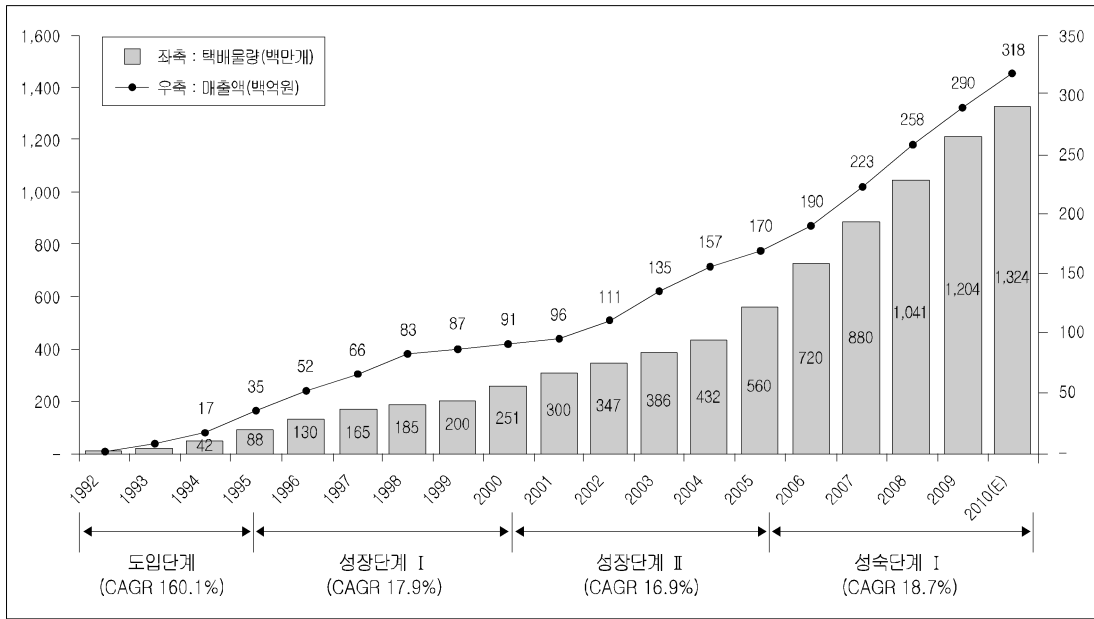
〈표 8〉 국내 택배시장의 단계별 성장 추이

구분	주요 특징
도입단계 (1992~1995년)	연평균 160%의 고속 성장, 물동량은 1992년 500만 개에서 1995년 8,800만 개로 증가(base effect로 인해 초기단계에서는 폭발적인 성장세 시현)
성장단계 I (1996~2000년)	연평균 17.9% 성장, 물동량은 1996년 1억 3,000만 개에서 2000년 2억 5,000만 개로 증가(1998~1999년 IMF 금융위기 시기에 일시적으로 증가세 둔화)
성장단계 II (2001~2005년)	연평균 16.5% 성장, 물동량은 2001년 3억 개에서 2005년 5억 6,000만 개로 증가(2003~2004년 신용카드사태 및 내수시장 침체에도 불구하고 인터넷 쇼핑몰을 비롯한 무점포 판매시장의 성장세에 힘입어 높은 성장세 지속)
성숙단계 I (2006~2010년)	연평균 18.7% 성장('06~'09), 물동량은 2006년 7억 2,000만 개에서 2009년 12억 개로 증가(2008년 미국발 금융위기로 인한 내수 침체에도 불구하고 고성장 유지, 대형택배업체 중 일부 수익개선 실현)
성숙단계 II (2011~2015년 전망)	정부의 택배업종 신설에 따른 중소기업들의 사업포기 및 대형택배사 위주의 경쟁구도로 시장 재편이 예상되며 택배단가의 상승이 기대됨으로써 택배사들의 수익구조 또한 상당부분 개선될 것으로 전망됨

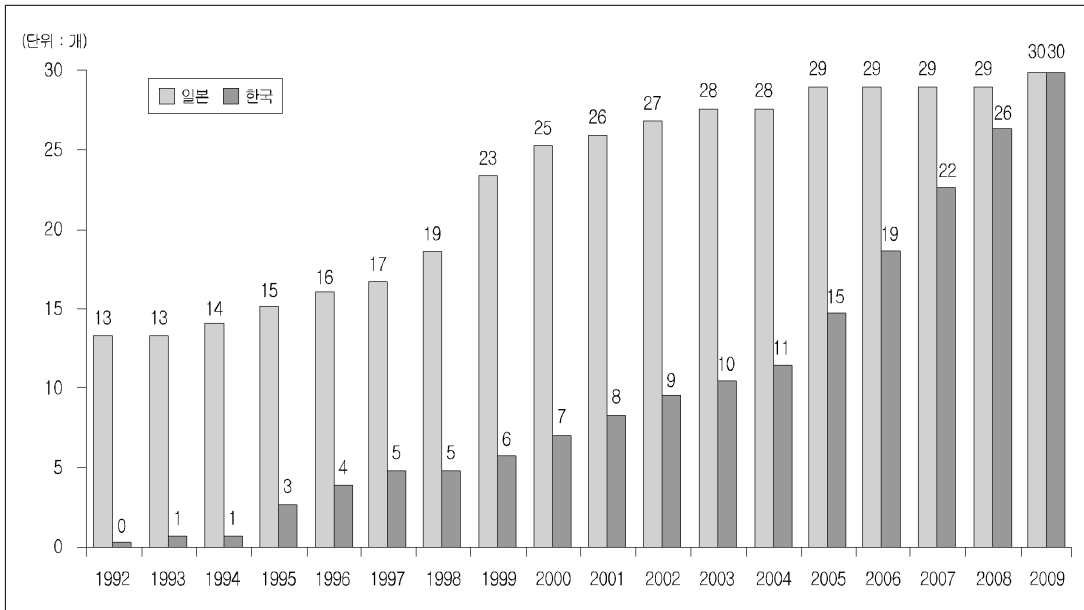
국내 택배물량은 지난해 12억 개 정도로 일본의 1/3 수준에 불과하지만 국민 1인당(15세 이상 경제활동인구 기준) 연간 택배이용건수로 비교할 경우 양국 모두 30건에 달하는 것으로 분석된다. 한편 일본의 경우 1976년 최초로 택배가 도입된 이후 1980년대까지는 연평균 20%의 성장세를 유지해 왔으나 2000년 이후 2~3%대의 저성장 국면을 보이고 있다.

국내 택배시장의 물량 증가세는 성장기를 지나 한계점에 도달했다는 시각도 있지만 일본의 성장과정을 비추어 볼 때 물량이 20억 개에 도달하기까지는 당분간 10~15%의 성장세가 지속될 것으로 예상된다.

(그림 8) 국내 택배시장의 성장 추이



(그림 9) 한일간 국민 1인당 연간 택배 이용건수 비교(15세 이상 인구 기준)

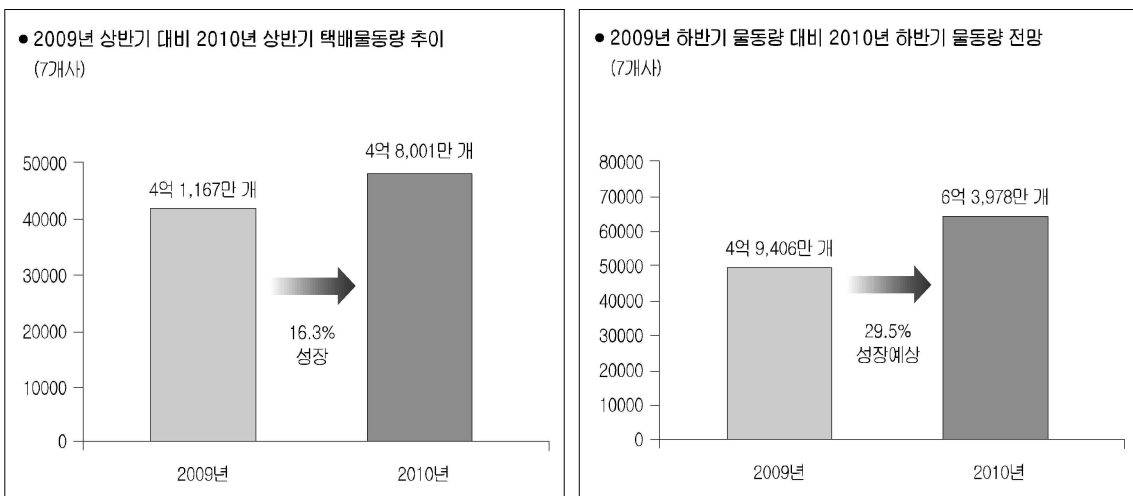


□ 2010년 택배 물량 추이

주요 택배사 7개 기업의 2010년 상반기 물동량 분석 결과 올 상반기 택배시장은 2009년 상반기 성장률인 16%보다 소폭 상승한 16.3%, 전체물동량은 4억 8,001만 개로 집계됐다.

7개 주요 택배기업들의 하반기 예상 물동량을 분석해 본 결과 지난해 4억 9,406만 개 보다 약 29.5% 성장한 6억 3,978만 개로 예상되고 있다.

〔그림 10〕 2010년 택배 물동량 추이



자료: 물류신문, 2010년 7월 14일 기사

2.4 항공 특송시장 현황

1) 글로벌 특송시장 일반 동향

2009년 세계적인 경제 불황의 충격은 그대로 항공화물에 영향을 주어 급격한 물량의 하락으로 이어졌다. 항공IATA 보고서(2010. 1. 27)에 의하면 2009년도 전 세계의 항공화물량은 전년대비 10.1% 감소하였다.

터키, 러시아, 브라질, 중국 시장의 지속적인 성장이 있었음에도 불구하고 전통적인 세계 물량을 좌지우지하는 유럽과 미주시장의 저조가 세계적인 물량을 대폭 감소하게 만든 원인이 되었다.

〈표 9〉 글로벌 특송사 Fact Sheet

	DHL	FedEx	UPS	TNT
창립 년도	1969	1971	1907	1946
2009 Express매출 (그룹매출)	€10.3b, -24% €46.2b, -15%	\$22.3b, -8.5% \$35.5b, -6.5%	\$37.9b, 11.0% \$45.3b, -12.1%	€6.0b, -10.0% €10.4b, -6.8%
세계적 네트워크	220	220	200	200
항공기	420	559	510	40
지상운송차량	62,000	43,000	96,105	30,361
직원 수	100,000	143,000	408,000	152,174
한국진입 년도	1977년	1988년	1988년	1983년

2009년도 실적의 전년대비 감소추세는 세계적 경제 불황을 반영하고 있는 것으로서 2009년도 4분기부터 일부 회복되기 시작한 경기 회복의 신호는 2010년에 와서 적극적인 상승추세를 유지할 것으로 예측되고 있다. 일반 항공화물 물량추세와 글로벌 특송물량의 추세는 동반해서 움직이는 경향이므로 글로벌 특송도 2010년에서의 상승이 예상되고 있다.

〈표 10〉 글로벌 특송사의 경영변화

회사	경영변화	Operation변화	비 고
DHL	<ul style="list-style-type: none"> • 2009년 초 미국시장 철수 • 단 국제영업은 계속 • 인도 Blue Dart와 제휴 • 환경보호 B757SF 도입 	<ul style="list-style-type: none"> • Europe Leipzig Halle Hub 확장 E300M 투자 • Polar Air와 파트너쉽 아시아 항공편 강화 	<ul style="list-style-type: none"> • 원가절감정책 발동 • 1 billion Euro 절약목표
TNT	<ul style="list-style-type: none"> • 유럽 특정고객 직접배달 • Direct Express Service 실시 	<ul style="list-style-type: none"> • 유럽-홍콩 직항 747 투입 	<ul style="list-style-type: none"> • 긴축재정
FedEx	<ul style="list-style-type: none"> • 화물전용기 14대 감축 B777노선 투입 • Asia노선 Dim wgt 기준 5,000cm³로 개정 	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 광조우 허브 개통 한국 등 2시간 cut-off 연장 • 파리허브 확장 	<ul style="list-style-type: none"> • 긴축재정
UPS	<ul style="list-style-type: none"> • 화물기 5대 감축 • DHL의 미국내운송 위탁으로 영업이익 증가 	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 제2의 쉐첸 허브 개통 	<ul style="list-style-type: none"> • 원가절감 긴축재정 강력 실시

경영환경 변화에 따라 글로벌 특송업체들은 다양한 자국책을 마련하고 있으며, 특히 중국에 대한 투자는 그대로 계속되어 중국 내 허브 설치에 글로벌 특송사들의 경쟁이 계속되고 있다.

Transport Intelligence 분석에 의하면 2010년 물량의 증가는 2012년까지 이어질 것이며 중국, 인도, 터키, 러시아, 브라질 시장물량이 상승률을 선도할 것으로 전망되고 있다.

2) 국내 특송시장 현황

글로벌 특송사업을 국내에서 운영하고 있는 사업군은 다음과 같이 구분지어 질 수 있다.

- ① 글로벌 특송물류 DHL, UPS, FedEx, TNT의 국제 특송영업
- ② 우정사업본부의 EMS사업
- ③ 국내대기업 물류사의 국제특송사업
- ④ 해외특송 콘솔리테이터
- ⑤ 중소 특송전문회사

그 외에도 쿠리어(courier)업을 하는 위탁대리점 등이 있다.

〈표 11〉 국내 특송시장의 경쟁구도

구분	회사명	중점 경쟁서비스	주 경쟁지역	국내공격고객
글로벌 4사	DHL	Doc & Non-Doc	전 세계	일반, 섬유, 대기업
	FedEx	Non-Doc IP/IPF	북미, 유럽	전자, 대 기업
	UPS	Non-Doc Express pkg	북미, 아시아	대 기업
	TNT	Doc & Non-Doc	전 세계	일반, 기업
우정사업	EMS사업	소포 1~20kg	일본, 중국, 미주, 호주, 홍콩	SME/개인고객 80%
대기업	판토스	특정국 outbound	아시아, 중동	전기, 전자
	한진	전자상거래Inbound, Outbound	미주, 호주	개인고객
	CJ	주요국 Outbound 시도	미주	기업고객
	현대	쇼핑몰	미주, 호주, 뉴질랜드, 홍콩	개인고객
	대한통운	국제택배 Inbound Outbound가동(TNT협력)	미주, 일본, 호주, 베트남, 중국	쇼핑몰, 전자상, 수출
중소특송	약200사	통관상 이점	미주, 중국, 베트남	개인, 기업

국내 특송시장의 범위를 정하는 데는 여러 가지 기준이 있어서 중소 특송사들은 운송편과 OBD(수탁운송)편으로 나누어지고 운송편 위탁일 경우 콘솔리데이터나 국제 글로벌회사에 재 위탁하는 경우 이중 또는 삼중으로 판매실적이 잡히고 있어 정확한 데이터를 작성하기에는 어려움이 있다.

국내 항공운송업의 매출액은 2009년 기준 13조 6,101억 원이며, 여객부문이 8조 2,192억 원으로 60.4%, 화물부문이 3조 7,349억 원으로 27.4%, 기타부문이 1조 6,560억 원으로 12.2%를 차지하고 있다.

〈표 12〉 항공운송업 매출액

구분	항공운송업매출액			
	계	여객부문	화물부문	기타부문
2009년	13조 6,101억(100.0)	8조 2,192억(60.4)	3조 7,349억(27.4)	1조 6,560억(12.2)
2008년	14조 6,065억(100.0)	8조 7,567억(60.0)	4조 2,011억(28.8)	1조 6,487억(11.3)

자료: 통계청 2010. 11. 9 보도자료(운수업 잠정 추정 결과)

〈표 13〉 국제 특송시장 규모 추정(2009년)

구분	회사명	물량(천 건)	전년대비 성장	금액	비고
글로벌 4사	DHL, TNT, FedEx, UPS	10,000	-1~2%	5,500억	Outbound 위주 Fuel surcharge 제외
정부, 우정사업	EMS사업	6,000	18%	2,200억	한국교민, 유학생
물류 대기업	판토스, 한진, CJ, 현대, 대한통운	4,000	10%	1,000억	Inbound 주류(홈쇼핑), Outbound(틈새지역)
특송Consolidator	약 8개사	1,000	-2~1%	600억	중소특송사위탁분 50%로 간주
중소특송전문	약 340개사	2,000	-5~-8%	1,000억	중국 매출 감소
계		23,000		1조 3백 억	

주: 물류산업연구원 추정

통계적 정확성이 확실하지 않은 상태로 추정된 국제 특송시장은 약 1조원 시장으로 파악되고

있다. 각 업체들의 매출을 전부 통합하면 1조보다 많을 것으로 보이지만 통계적 기준을 적용하면 1조원이 미처 안되는 정도로 파악한다. 더구나 각사들이 매출로 밝히고 있는 금액도 항공사 측에 보내는 전체 송금금액일 경우와 세무신고 액과는 다를 수 있다. 부가차액만 신고하는 경우, 할인포함/미포함, 도착지 지급물건 포함여부 등의 기준이 없는 통계로 추정할 뿐이다.

3) 국내 물류업체들의 글로벌 지향

한진, 판토스, 현대택배, 대한통운, CJGLS 등이 글로벌 사업확대를 표방하고 있다. 대부분 수입하는 국제 택배에서 시작한 특송사업이 판토스 등에서 해외 진출 수출사업에 진력하면서 대한통운도 별도 사업부를 만들어 정식으로 수출 특송사업을 전개하고 있다. 대규모 투자가 선행해야하는 글로벌 사업이기 때문에 무역교류가 많은 일부 국가를 선택하여 택배서비스를 시도하거나 현지 택배서비스 파트너와 계약하여 물량을 위탁하기도 한다.

〈표 14〉 국내 물류기업들의 글로벌 지향

회사 명	중점지역	중점 전략	비 고
한진	<ul style="list-style-type: none"> • 미주지역 이코노미택배 • 프리미엄 3일내 배달 • 한일간 해상국제택배 	<ul style="list-style-type: none"> • Inbound & outbound 강화 • 미주10 영업소(월500~1,000건) • 전세계 유학서류 2만원 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> • outbound EMS와 경쟁, 년 55억 목표
판토스	<ul style="list-style-type: none"> • 주요아시아 9국, 중동10개국, 유럽5개국 서비스 확대 • 아시아 1일 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> • Outbound(B2C) 중동지역 물류벨트 • 유럽GX Inbound (미주, 일본, 호주) 	<ul style="list-style-type: none"> • 월 15,000건 GX(Global Express) 강화
현대택배	<ul style="list-style-type: none"> • 중국, 인도, 독일, 영국, 베트남, 미국/일본(예) 	<ul style="list-style-type: none"> • Inbound 주력(미국, 호주, 홍콩) • Outbound: 2008. 10월 시작 	<ul style="list-style-type: none"> • 신선물류특화 • 년 100만건(80억)예상
대한통운	<ul style="list-style-type: none"> • 중국전역운송사업 • 전 세계 특송 준비 	<ul style="list-style-type: none"> • 미, 일, 호주로부터 Inbound 18개 도시 • Outbound 특송 직접 운송 (수입의 75%, 특수지역은 TNT) 	<ul style="list-style-type: none"> • 쇼핑물, 전자상거래 • 년 100만건 목표 • Inbound-Outbound • 년 100억 목표
CJ GLS	<ul style="list-style-type: none"> • 청도, 싱가포르, 멕시코, 말레이시아 거점화 M&A 	<ul style="list-style-type: none"> • Inbound 홈쇼핑 & Outbound (미주, 호주, 일본, 홍콩, 중국) 	<ul style="list-style-type: none"> • 20만건 년 목표 • Outbound 월 1,000건 (남성 GDA 활용)

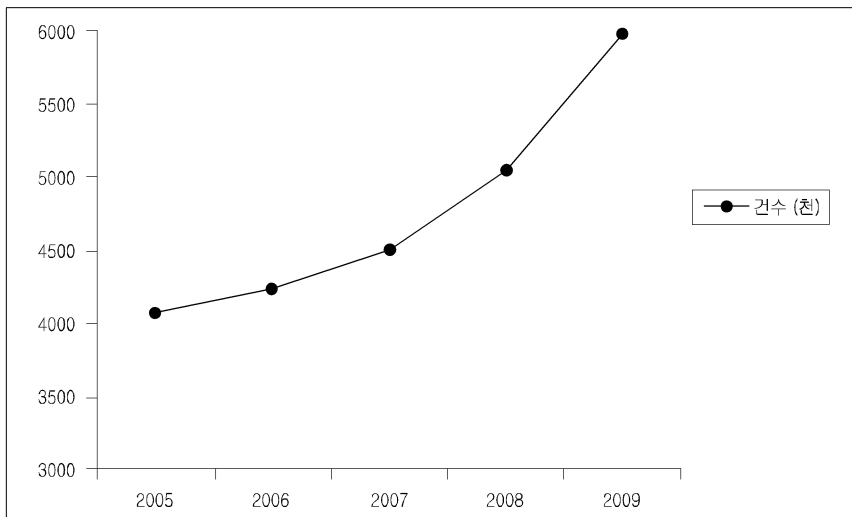
2009년 경제침체에 의하여 전 특송업체의 물량이 소강상태에 있었지만 우정사업본부의 국제 특급(EMS)서비스는 예외였다. 고객들도 글로벌 특송사 사용으로부터 저 중량 특송가격에 매력이 있는 EMS 사용으로 전환이 두드러졌다.

EMS서비스는 카할라 회원국 중 배달보장서비스 대상국을 중국, 일본, 미국, 홍콩, 호주 등 5개국에서 영국, 스페인, 불란서 등으로 확대하는 중인데, EMS의 성격상 약 70%가 우리나라 교민들과의 교환되는 특송물품인 것을 감안하면 배달보장국 안에 우리나라 교민이 많은 나라는 전부 포함하고 있기 때문에 시일만 약간 늦을 뿐 특송서비스의 품질도 경쟁력이 있다고 고객은 판단하고 있고, 배달기간보다는 운임의 매력이 고객을 늘리는 요인으로 작용하고 있음을 반증한다.

2009년 상반기에는 가격의 장점이 두드러진 20kg미만의 소중량 특송물품들의 증가로 전년 대비 26%성장을 가져오기도 했는데 하반기에서는 2008년도 실적 자체가 높아졌던 면이 있어서 상대적으로 상승률이 저조해서 년 평균 18.5%로 마감되었다. 글로벌 특송사들은 물량의 이동이 일어나는 경제침체기에서 EMS와 경쟁하기 위한 경쟁우위 서비스를 더욱 강조할 것으로 보인다.

우정사업본부의 EMS서비스의 매출액이 2,200억 원을 초과하고 있어 글로벌 특송사로서는 대단한 경쟁자를 만나고 있으며 이러한 추세는 앞으로도 계속될 것으로 보인다.

(그림 11) EMS 취급 건수 변화



II. 2011년 물류시장 현황과 전망

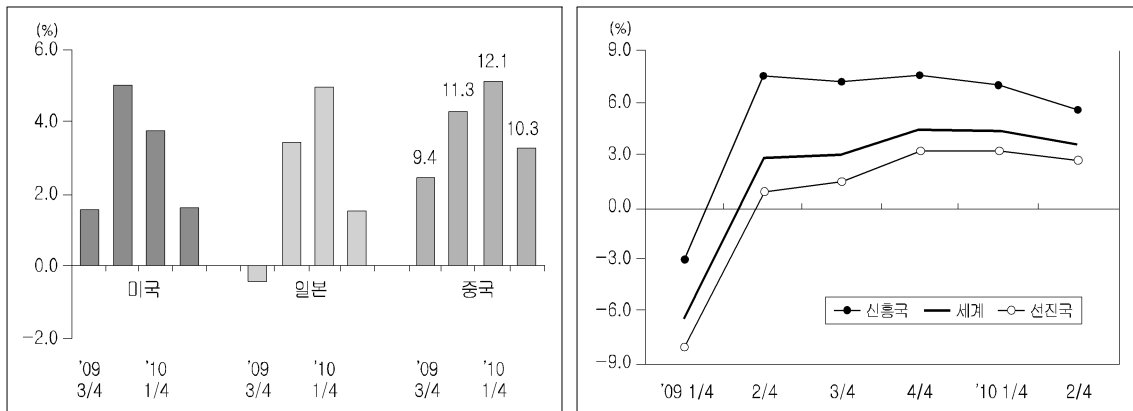
1. 2011년 산업전망

1) 세계 경기 전망

세계경제는 2010년 각국 정부의 경기부양책에 효과에 힘입어 4.4%의 성장률을 기록할 것으로 보이지만, 2011년에는 경제성장률이 3.6%로 하락할 전망이다. 선진국의 경우 정부지출 확대에 따른 재정부실화 문제로 인해 경기부양 여력이 약화되고, 더딘 고용회복과 설비과잉으로 인해 소비 및 투자기반도 취약해 성장률이 2010년의 2.5%에서 2011년에는 1.6%로 크게 하락할 전망이다.

선진국보다 비교적 양호한 성장세를 보이고 있는 신흥국의 경우 물가상승에 대비한 유동성 관리 강화 등으로 내수가 둔화되고, 선진국 경기둔화로 인해 수출도 위축되면서 성장률이 2010년의 6.4%에서 2011년에는 5.7%로 하락할 전망이다.

(그림 12) 세계 및 주요국 GDP 성장률 전망



자료: 삼성경제연구원

국제유가는 세계경제의 성장세 둔화로 2011년 수요 증가율이 1.5%로 전년보다 0.7% 감소함에 따라 전년보다 4.1% 하락한 72.4달러로 전망되고 있다.

〈표 15〉 국내 물류기업들의 글로벌 지향

(단위: 달러/배럴)

구 분	2009년	2010년			2011년 연간
		상반기	하반기	연간	
두바이油 평균	61.9	77.1	73.9	75.5	72.4

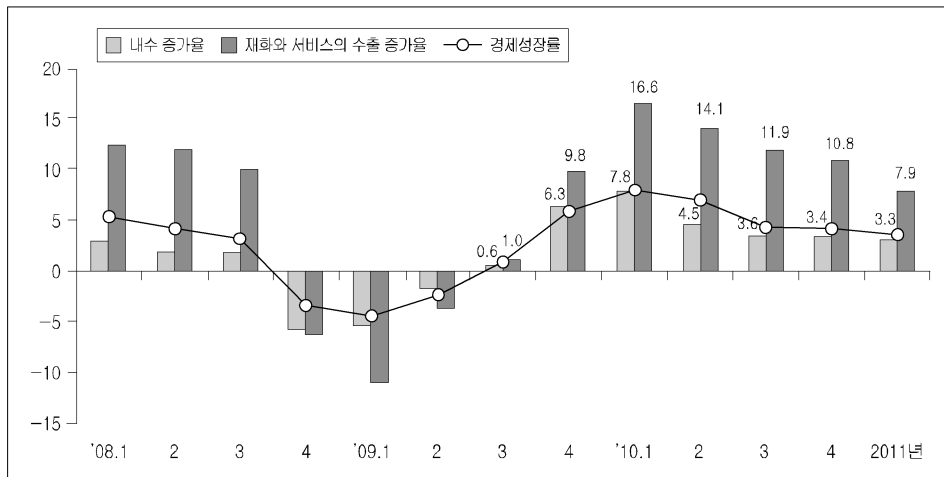
2) 국내 경기 전망

2011년 한국경제는 세계경기 둔화, 부동산 경기 부진 등으로 3.8% 성장할 것으로 예상되고 있으며 수출둔화의 영향과 내수확대 폭의 축소로 연간 경제성장률이 3.8%로 낮아질 전망이다.

대외여건 악화로 총 수출증가율이 2010년 13.2%에서 7.9%로 하락하는 등 최대 성장 동력인 수출이 둔화될 것으로 예상된다.

〔그림 13〕 분기별 내수 및 경제성장률 추이

(단위: 전년동기 대비, %)

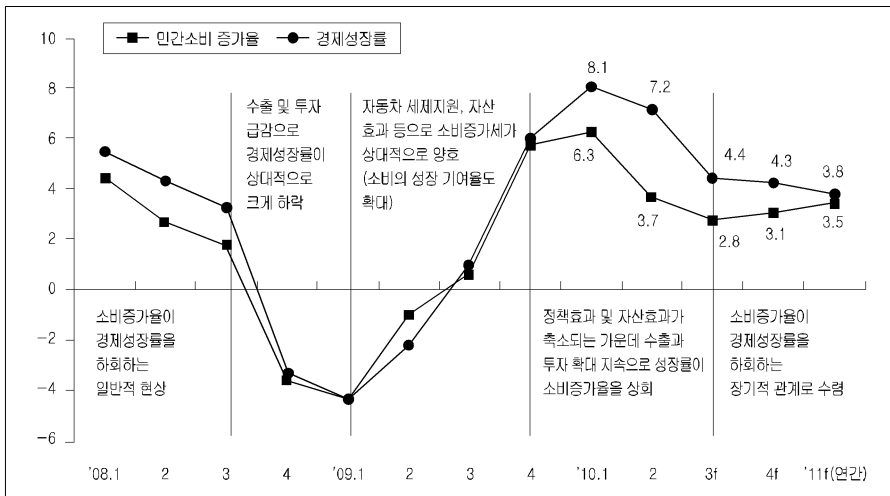


주: 2010년 3/4분기부터는 삼성경제연구소 전망치(2011년은 연간 증가율)

자료: 한국은행, ECOS, 삼성경제연구소

임금 및 고용의 개선이 소비의 근간이 되는 소득증대 요인으로 작용하여 2010년 하반기 중에 민간소비는 전기 대비 0.8%의 증가세를 보일 전망이나 2011년에는 연간 3.5% 성장에 머물 것으로 전망되고 있다.

(그림 14) 민간소비 증가율 및 경제성장률 추이
(단위: 전년동기 대비, %)

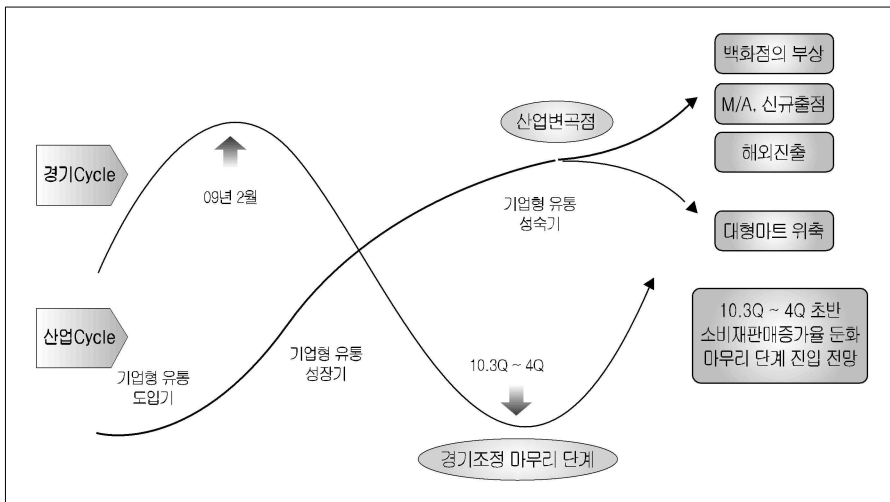


자료: 한국은행, ECOS

3) 소매·유통시장 전망

□ 유통산업의 변화

(그림 15) 국내 유통산업의 변화



자료: 대신증권리서치센터

국내 소비재산업은 성숙기 진입에 따라 기업별 전략 차별화로 생존을 모색하고 있다. 유통산업을 변화시키는 요인은 온라인 쇼핑부상/오프라인 유통업 성숙기 진입, 백화점의 재부상/대형마트위축 등 산업 환경 변화, M&A, 신규출점, 해외진출 통한 신규 성장동력원 발굴 등을 들 수 있다.

□소매업 현황

국내 소매업 전체 매출규모는 252조원(09년, 경상금액기준)이며, 2006년 이후 한자리수대 성장을 보이고 있다. 특히 온라인쇼핑몰, SSM의 성장세가 두드러지게 나타나고 있으며, 그동안 유통업 성장을 견인해 왔던 대형마트의 성장률은 크게 낮아지고 있다.

□주요 업태별 성장률

국내 소비자 심리지수는 2010년 8월 현재 110으로 안정세를 유지하고 있다.

전체 소매업의 성장세는 둔화되고 있으나, 홈쇼핑 및 인터넷 쇼핑몰의 경우약 20% 내외의 성장세를 유지할 것으로 예상된다.

소매업태별로는 TV 홈쇼핑(18.1%), 인터넷쇼핑몰(17.5%) 등 무점포 업태들이 올해에 이어 소매시장 성장세를 견일 할 것으로 전망되며, 오프라인에서는 편의점(11.9%)과 백화점(8.7%)의 활약이 예상되고 있다.

<표 16> 소매 업태별 성장 전망

구 분	백화점	대형마트	슈퍼마켓	편의점	TV홈쇼핑	인터넷몰	전통시장, 소형점포
성장률	8.7%	6.9%	5.7%	11.9%	18.1%	17.5%	-3.3%

자료: 대한상공회의소

2011년 소비시장 키워드로 전문가들은 ‘웰빙, 건강지향(37.5%)’, ‘합리적 소비(36.3%)’, ‘가치소비(36.0%)’, ‘안전, 안심(15.0%)’, ‘편리성 소비(13.8%)’, ‘고급화 지향(12.5%)’ 등을 꼽았으며, 내년 소매업계의 주요이슈로는 ‘대중소유통 균형발전(45.7%)’, ‘유통기업 해외시장 개척(28.4%)’ 등으로 답하고 있다(복수 응답).

2. 2011년 물류시장 전망

1) 육상 운송업

2009년 금융위기 여파로 상당한 어려움을 겪은 국내 물류기업들은 수출증가세와 무점포 소매업(TV 홈쇼핑, 인터넷 쇼핑몰 등)의 활성화 힘입어 2010년 1/4분기 평균 매출액, 순이익 증가율은 글로벌 경기침체 이전인 2008년 평균을 훨씬 상회하는 실적을 기록하고 있다.

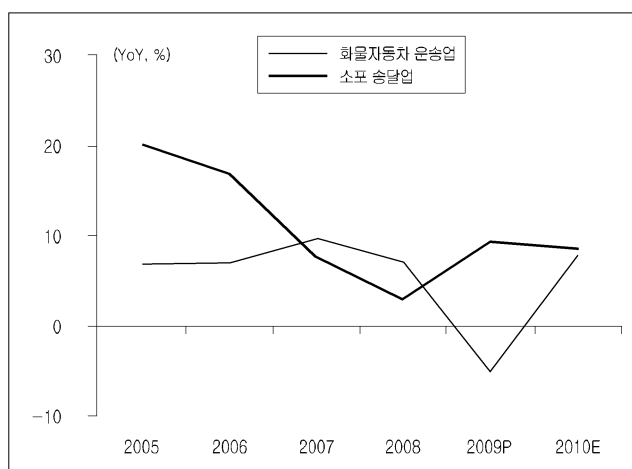
〈표 17〉 주요업체 실적

(단위: 백만원)

업체명	2010년 1/4분기			2009년 1/4분기		
	매출액	영업이익	순이익	매출액	영업이익	순이익
글로벌비스	1,256,228	51,367	57,476	575,031	32,129	30,494
대한통운	477,008	24,363	8,215	427,955	23,154	21,404
한진	269,064	9,288	13,108	207,543	2,385	-49,694
세방	133,270	11,964	19,734	112,376	9,319	13,439
동방	104,204	4,167	-290	100,783	2,965	-4,828
한솔CSN	80,343	1,289	4,571	60,159	-1,369	-155
KCTC	37,535	-616	-900	37,017	45	792
한익스프레스	37,911	946	172	32,403	1,671	917

출처: 로지스 넷, 2010년 6월호

〔그림 16〕 육상 운송업 생산지수 증감율(%)



자료: 통계청, 하나금융경제연구소

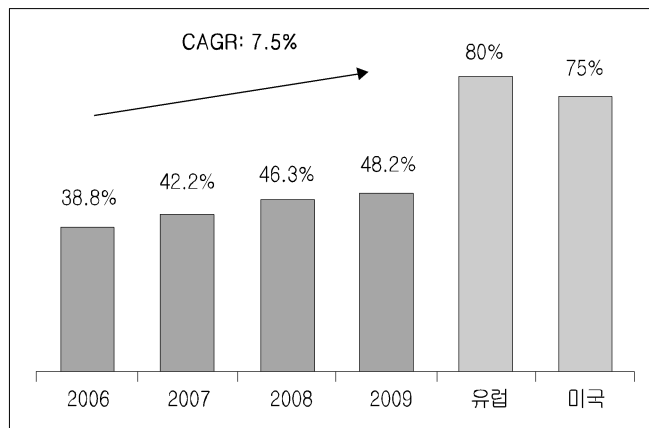
2011년의 경우 2010년의 물동량 증가세가 유지되면서 택배 생산지수가 전년대비 증가 할 것으로 예상되고 있다.

온라인 상거래는 성장세가 둔화되지만 연간 10% 수준의 성장세를 유지할 것으로 예상되어 2011년 소포 송달업 생산지수도 9% 이상 성장 할 것으로 전망되고 있다.

2) 3PL 부문

국내 3자물류시장 규모는 약 8조원 대로 추정되며 전체 물류 시장의 약 8.0%를 차지할 것으로 추정되고 있다. 국내 3자물류 시장 규모는 지속적으로 성장해 왔으며 규모 측면에서 단기적으로는 5~10%, 중장기적으로는 20~30%의 성장세를 이어 갈 것으로 전망되고 있다.

(그림 17) 국내 3자물류 활용률

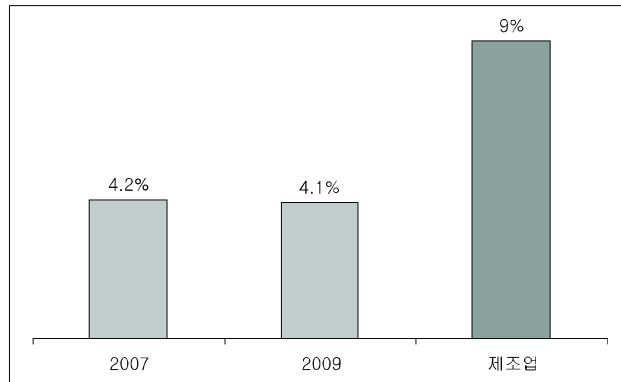


자료: 무역협회

국내 3자물류시장이 성장하고 있기는 하지만 국내 기업의 3자물류 활용률은 2009년 기준 48.2% 수준으로 미국(75%), 유럽(80% 이상)에 비해 아직 낮은 수준에 머물러 있다.

규모의 성장에 비해 3자물류 기업들의 수익성은 2007년 4.2%에서 2009년 4.1%로 약간 감소하는 경향을 보이고 있다. 이는 화주의 비용절감에 대한 노력이 3자물류 서비스 비용절감에 대한 압박으로 작용한 결과로 볼 수 있으며, 이러한 현상은 향후에도 지속되어 물류기업들의 수익성에 상당한 영향을 미칠 것으로 예상되고 있다.

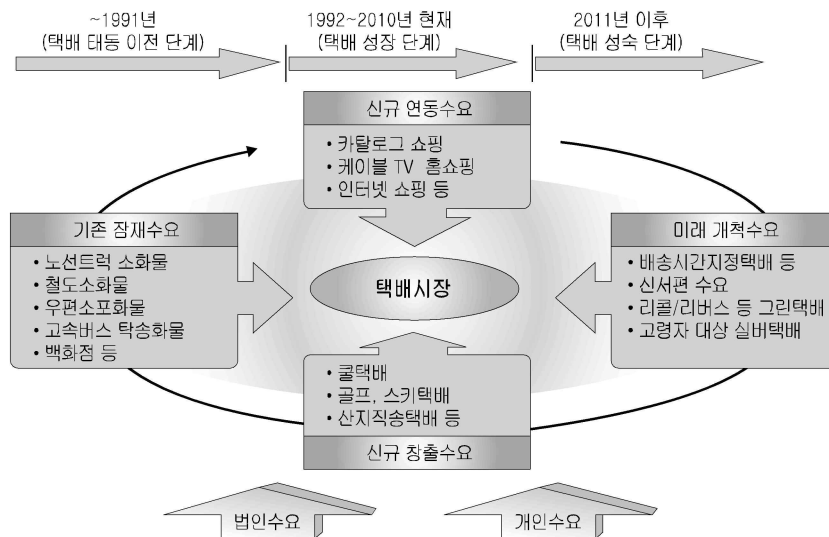
(그림 18) 국내 3자물류기업의 수익성



3) 택배업 부문

택배시장을 성장시키고 확대시키는 원동력은 시장이며 택배시장을 구성하는 수요는 크게 택배 비즈니스가 탄생하기 직전의 잠재수요와 전·후방 연관산업과 연동하여 새롭게 형성된 신규 연동수요, 택배업체의 상품개발 노력에 의해 만들어진 신규 창출수요, 그리고 미래의 개척수요로 구분할 수 있다.

(그림 19) 국내 택배시장 수요 변화



국내 택배산업의 시장규모는 행정관서나 관련단체에서 공식적으로 집계·발표되지 않고 있으며 더욱이 1997년 규제완화 이후 택배사업은 사업법에 의해 업종구분이 되지 않고 있어 정확한 업체수와 시장규모를 파악하기 어려운 실정이다.

1992년부터 시작된 국내 택배산업은 도입단계와 성장단계를 거쳐 현재 성숙단계에 진입한 상황이라고 할 수 있으며 연평균 20% 내외의 고성장을 보이면서 2009년도에 취급물량은 약 12억개로 2조 9,000억 규모의 거대 시장으로 성장하였다.

특히 국내 택배시장은 택배업체들의 물류인프라 구축, IT 시스템 도입 등에 따른 서비스의 질적 향상과 함께 TV 홈쇼핑 개국(1995년), IT의 급속한 발달에 따른 인터넷 쇼핑몰의 성장이 택배시장의 새로운 수요를 창출하는 견인차 역할을 하면서 당분간 택배시장의 고성장은 지속될 것으로 전망된다.

2011년 택배시장은 온라인 거래품목이 다양화되고 있지만 업체들의 ‘박리다매’식 경쟁으로 인해 단가인하 압력은 가중될 것이며, 물류거점이 부족한 중견업체들의 수익성 개선은 제한적일 전망이다. 따라서 택배업계는 브랜드 인지도와 소비자 만족도가 높은 대형 5개사(한진, 대한통운, 현대택배, CJ GLS, 우체국) 중심으로 개편이 가속화될 전망이다.

〈표 18〉 국내 택배규모 및 성장 추이

연도	GDP 성장률(%)	물량 (백만개)	매출액 (백억원)	물량증감률 (YoY, %)	물량 CAGR(%)	비 고
1992	5.9	5	2	-	160.1	민간택배업체 출현, 한진택배 사업 개시
1993	6.1	18	7	260.0		대한통운택배 사업 개시
1994	8.5	42	17	133.3		현대택배 사업 개시
1995	9.2	88	35	109.5		TV 홈쇼핑 개국
1996	7.0	130	52	47.7	17.9	
1997	4.7	165	66	26.9		택배사업 허가제 폐지(자유화)
1998	-6.9	185	83	12.1		IMF 경제위기
1999	9.5	200	87	8.1		우체국, CJ GLS 택배사업 개시
2000	8.5	251	91	25.1		제1차 택배단가 급락(4,000원대 붕괴)

연도	GDP 성장률(%)	물량 (백만개)	매출액 (백억원)	물량증감률 (YoY, %)	물량 CAGR(%)	비 고
2001	4.0	300	96	19.5	16.9	택배시장 진입업체 속출로 경쟁 심화 신규 화물동차 증차 제한 조치 시행 제2차 택배단가 급락(3,000원대 붕괴)
2002	7.2	347	111	15.7		
2003	2.8	386	135	11.2		
2004	4.6	432	157	11.9		
2005	4.0	560	170	29.6		
2006	5.2	720	190	28.6	18.7	철도소화물 사업 폐지 미국발 금융 위기
2007	5.1	880	223	22.2		
2008	2.2	1,041	258	18.3		
2009	0.2	1,204	290	15.7		
2010(E)	4.6	1,324	318	10.0	-	

자료: 2010년 물류 연감, 물류신문사

참 고 문 헌

- 대한상공회의소, 「SCM CEO Report」, Vol 3, 2010. 11.
- 대신증권, 「2011년 유통산업 투자 전략」, 2010. 10.
- 물류신문, 「2010년 물류연감」, 2010. 6.
- 물류신문, 택배 및 3PL 관련 기사, 2010. 7.~11.
- 미래물류컨설팅, 「물류산업 관련 내부 자료」, 2010. 12.
- _____ , 「택배산업 현황 및 이슈」, 2010. 11.
- 산업연구원, 「2010년 경제·산업전망」, 2009. 12.
- 삼성경제연구소, 「2011년 세계경제 및 한국경제 전망」, 2010. 9.
- 우리투자증권, 「2011년 소매업 전망」, 2010. 11.
- 전경련, 「택배산업 경쟁력 재고위한 관련 제도 개선 과제」, 2010. 11.
- 현대경제연구원, 「2011년 주요산업 현황과 전망」, VIP Report, 2010. 11.
- Logis-Net, 해외물류 관련 기사, 2010. 3~8.