



제435회국회(임시회)
제1차 산업통상자원중소벤처기업위원회

유통산업발전법 일부개정법률안

검 토 보 고

〈대형마트 온라인배송을 영업시간 제한 대상에서 제외〉

■ 김동아의원 대표발의(의안번호 제2216611호)

2026. 5.

산업통상자원중소벤처기업위원회

수석전문위원 박희석

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	2
※ 참고자료	7

I. 제안경위

1. 발 의 자 : 김동아의원 등 15인
2. 발의연월일 : 2026. 2. 5.
3. 회부연월일 : 2026. 2. 6.

II. 제안이유 및 주요내용

「유통산업발전법」상 의무휴업 및 영업시간 제한의 취지는 전통시장, 슈퍼마켓 등 중소유통의 보호에 있음. 그러나 맞벌이·1인 가구의 증가, 코로나19 등 소비 패턴의 변화가 커지고 유통의 중심이 오프라인에서 온라인으로 빠르게 이동하고 있는 추세임. 특히, 주말과 새벽 시간대에 소비자들이 온라인 주문과 새벽배송을 제공하는 온라인 플랫폼을 점점 더 이용하고 있어, 대형마트 등의 온라인 영업 규제가 중소유통 보호라는 효과가 크지 않으며, 오히려 온라인 플랫폼에 대한 규제가 없는 상황에 비추어 대형마트 등에만 영업규제를 유지하는 것이 규제의 형평성, 유통산업의 경쟁 활성화, 소비자 선택권 측면에서 바람직하지 않다는 지적이 제기되고 있음.

이에 대형마트 및 준대규모점포에 대해 「유통산업발전법」상 의무휴업 및 영업시간 제한 범위에서 온라인 배송은 제한 없이 허용하되, 기존의 오프라인 영업규제는 유지하여, 제도의 시행 취지는 유지하면서도 온라인-오프라인 간 규제의 불균형을 해소하고 소비자의 선택권을 확대하려는 것임(안 제12조의2제5항 신설).

Ⅲ. 검토의견

개정안은 대형마트¹⁾ 및 준대규모점포²⁾(이하 “대형마트”)에 적용되는 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정에 대한 규제가 「전자상거래법」상 전자상거래³⁾(온라인 배송)에는 적용하지 않도록 함.

조문대비표

현행	개정안
제12조의2(대규모점포등에 대한 영업시간의 제한 등) ① ~ ④ (생략)	제12조의2(대규모점포등에 대한 영업시간의 제한 등) ① ~ ④ (현행과 같음)
<신설>	⑤ 제1항에서 제4항까지에 따른 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정은 대형마트 및 준대규모점포가 수행하는 전자상거래(「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조 제1호에 따른 전자상거래를 말한다)를 위한 영업행위(포장, 반출, 배송 등을 포함한다)에는 적용하지 아니한다.

- 1) **대형마트**: 대통령령으로 정하는 용역의 제공장소(이하 “용역의 제공장소”라 한다)를 제외한 매장면적의 합계가 3천제곱미터 이상인 점포의 집단으로서 식품·가전 및 생활용품을 중심으로 점원의 도움 없이 소비자에게 소매하는 점포의 집단
- 2) **준대규모점포(SSM)**: 매장면적 3,000㎡ 미만 점포 중, 아래 ①~③에 해당하는 점포로서 표준산업분류상 슈퍼마켓(47121)과 기타 음·식료품 위주 종합소매업(47129)을 영위하는 점포
 - ① 대규모점포를 경영하는 회사 또는 그 계열회사가 직영하는 점포
 - ② 상호출자제한기업집단(대기업)의 계열회사가 직영하는 점포
 - ③ ① 또는 ②가 직영점형 또는 프랜차이즈형 체인사업 형태로 운영하는 점포
- 3) 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.
 1. “전자상거래”란 전자거래(「전자문서 및 전자거래 기본법」 제2조제5호에 따른 전자거래를 말한다. 이하 같다)의 방법으로 상행위(商行為)를 하는 것을 말한다.
「전자문서 및 전자거래 기본법」 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.
 5. “전자거래”란 재화나 용역을 거래할 때 그 전부 또는 일부가 전자문서 등 전자적 방식으로 처리되는 거래를 말한다.

현행법은 건전한 유통질서 확립, 근로자의 건강권 및 대형마트와 중소기업의 상생발전을 위한 취지로 대형마트에 대해 오전 0시~10시 사이에 영업시간을 제한하고 한 달마다 공휴일 중 이틀을 의무적으로 휴업하도록 규정하고 있음⁴⁾.

현행법상 대형마트가 오프라인 영업이 제한된 시간에 온라인으로 주문받은 상품을 배송하는 행위도 제한되는지 여부가 문제된 적이 있는데, 법제처의 법령 해석⁵⁾ 이후 실무적으로 대형마트의 영업제한 범위는 온라인배송 영업을 포함하는 것으로 해석되고 있음.

4) 「유통산업발전법」 제12조의2(대규모점포등에 대한 영업시간의 제한 등) ① 특별자치시장·시장·군수·구청장은 건전한 유통질서 확립, 근로자의 건강권 및 대규모점포등과 중소기업의 상생발전(相生發展)을 위하여 필요하다고 인정하는 경우 대형마트(대규모점포에 개설된 점포로서 대형마트의 요건을 갖춘 점포를 포함한다)와 준대규모점포에 대하여 다음 각 호의 영업시간 제한을 명하거나 의무휴업일을 지정하여 의무휴업을 명할 수 있다. 다만, 연간 총매출액 중 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」에 따른 농수산물의 매출액 비중이 55퍼센트 이상인 대규모점포등으로서 해당 지방자치단체의 조례로 정하는 대규모점포등에 대하여는 그러하지 아니하다.

1. 영업시간 제한
2. 의무휴업일 지정

② 특별자치시장·시장·군수·구청장은 제1항제1호에 따라 오전 0시부터 오전 10시까지의 범위에서 영업시간을 제한할 수 있다.

③ 특별자치시장·시장·군수·구청장은 제1항제2호에 따라 매월 이틀을 의무휴업일로 지정하여야 한다. 이 경우 의무휴업일은 공휴일 중에서 지정하되, 이해당사자와 합의를 거쳐 공휴일이 아닌 날을 의무휴업일로 지정할 수 있다.

④ 제1항부터 제3항까지의 규정에 따른 영업시간 제한 및 의무휴업일 지정에 필요한 사항은 해당 지방자치단체의 조례로 정한다.

5) 주: 영업시간 제한 중 및 의무휴업일에 오프라인 영업이 아닌 온라인배송 영업이 가능한지 여부에 대해 관련 법령 또는 지방자치단체의 조례에서 명확히 규정하고 있지 않지만, 2012년 법제처 법령 해석 이후 실무상 온라인배송 영업도 영업시간 제한 및 의무휴업일의 적용을 받도록 하고 있음.

법제처 법령해석(12-0517)

대규모점포를 등록한 자가 동시에 통신판매 사업자로서 인터넷쇼핑몰을 운영하는 경우, 인터넷쇼핑몰을 통하여 주문된 상품을 의무휴업일에 배송하기 위하여 의무휴업일의 적용을 받는 그 대규모점포매장의 물건을 반출하여 배송하는 것은 「유통산업발전법」 제12조의2에 따른 의무휴업 명령을 위반한 것으로 볼 수 있다고 할 것입니다.

그런데 최근 유통업체 매출의 상당 부분이 온라인에서 발생하고 있고 온·오프라인이 결합된 다양한 사업모델이 등장하고 있는 상황에서 오프라인 매장을 운영하지 않는 온라인 업체는 온라인 영업 시간에 제한을 받지 않는 반면 대형마트만 온라인 영업 시간을 제한하는 것은 공정한 경쟁을 저해하고,

실제로 최근 온라인 유통업계는 폭발적 성장하고 있는 반면 대형마트의 유통산업 경쟁력은 갈수록 낮아지고 있는데(참고자료), 이러한 유통환경의 변화가 「유통산업발전법」상 온라인 업체와 오프라인 업체간 차등적인 규제에 기인한다는 지적이 있음.

또한 최근 1인가구 증가, 비대면 소비 확대, 소비자의 생활 패턴 다양화 등으로 다양한 시간대에 상품을 배송받고자 수요가 지속적으로 증가하고 있고, 현재는 새벽배송이 도시 중심으로 이뤄지고 있어 수도권과 지방간 정주 여건 격차가 지속되고 있으므로 소비자의 편의 제고를 위해 대형마트의 영업제한 시간이나 의무휴업일에 온라인배송을 허용하여야 한다는 의견이 있음.

이에 개정안은 온라인배송 영업에 대해서는 영업시간 제한 및 의무휴업일 규정의 적용을 배제하여 대형마트도 온라인배송 영업을 할 수 있도록 하려는 것으로, 소비자의 선택권 확대 및 대형마트와 온라인 업체간 규제의 형평성을 제고하는 효과가 있을 것으로 보임.

다만, 대형마트의 영업시간 외 온라인배송 허용 문제는 대형마트와 소상공인⁶⁾ 등 업계 간 찬반 의견이 첨예하게 대립하는 사안으로,

찬성 논거	반대 논거
○ 맞벌이·1인가구 등 소비자 편익 증대 및 소비자 선택권 확대 ○ 온라인 유통업체와의 규제 형평성 제고 ○ 지역 오프라인 매장 경쟁력 강화를 통한 지역 상권 활성화 ○ 온라인 소비 확산 등 변화된 유통환경 반영 필요 ○ 배송경쟁 촉진으로 가격·서비스 개선 ○ 물류·배송·IT분야 관련 분야 고용 창출	○ 전통시장·골목상권 매출 감소 ○ 대기업 중심 유통시장 재편 심화 ○ 지역 기반 중소 유통업체 및 소상공인 경쟁력 약화 ○ 유통산업발전법 의무휴업·영업제한 취지 훼손 ○ 심야배송 노동으로 근로자 건강권 악화 ○ 과도한 배송 출혈 경쟁 ○ 포장재·심야 운행 증가 등 환경 부담

대형마트 영업시간 외 온라인배송을 허용하는 것은 결국 소비자의 편익 및 유통혁신과 지역상권 보호·노동권 보장 간의 균형을 어떻게 설정할 것인가에 대한 문제이므로 입법 과정에서 이에 대한 충분한 논의와 이해관계자 간의 의견 조율이 필요할 것으로 보임.

또한 개정안 심의 과정에서 현행 규제와 온라인 업계의 성장·오프라인 업계의 침체 결과와의 인과성, 대형마트 새벽배송 허용이 전통시장·골목상권에 미치는 실질적인 영향, 온라인 플랫폼·대형마트·소상공인 간 공정경쟁 환경 조성 및 상생 방안 등에 대한 충분한 논의가 필요해 보이며,

6) 소상공인연합회, [공동성명서] 소상공인업계, ‘대형마트 새벽배송 허용’ 방침 중단 촉구, 26.2.6.

개정안은 부칙을 통해 개정 법률이 공포 후 즉시 시행되도록 규정하고 있으므로 국민에게 법률의 시행을 알리는 한편 유통업계가 변화하는 제도 및 유통환경을 준비할 수 있도록 일정한 유예기간을 두는 방안도 검토할 여지가 있을 것으로 보임.

한편, 우리 위원회에 대형마트에 영업시간 외 온라인배송을 허용하는 유사 개정안이 다수 발의되어 있으므로, 병합 심사를 통하여 비교 검토할 필요가 있을 것으로 보임.

개정안별 주요 내용 비교

	최수진의원안 (제2201014호)	이종배의원안 (제2201730호)	강승규의원안 (제2204513호)	김성원의원안 (제2216537호)	개정안 (제2216611호)
대상	대형마트	대형마트 준대규모점포	대형마트 준대규모점포	대형마트 준대규모점포	대형마트 준대규모점포
허용 범위	의무휴업일 영업시간제한	의무휴업일 영업시간제한	의무휴업일 영업시간제한	의무휴업일 영업시간제한 ⁷⁾	의무휴업일 영업시간제한
허용 거래	통신판매	전자상거래 통신판매	통신판매	전자상거래 통신판매	전자상거래
조항 구성	제5항 신설	제1항 단서 추가	제5항 신설	제1항 단서 추가	제5항 신설
시행일	공포 후 6개월	공포 후 1개월	공포 후 6개월	공포 후 6개월	공포 후 즉시

문 의 처

02)6788-5458

7) 주: 「유통산업발전법 일부개정법률안(김성원의원 대표발의, 의안번호 제2216537호)」는 의무휴업일에 대형마트 새벽배송을 허용하는 내용과 함께 대형마트에 대한 영업시간 제한 규정을 삭제하고 있는데, 결과적으로 의무휴업일이 아닌 평일에 오전 0~10시까지 영업시간을 제한하지 않게 되므로 해당 시간대에 온라인배송 영업이 가능하게 될 것으로 보임.

참고

온·오프라인 유통 통계(자료: 산업통상부)

1. 2020년~2025년 온·오프라인 업태별 매출 동향

(단위 : 조원)

구분		'20	'21	'22	'23	'24	'25	연평균
온라인 등 (무점포소매)	전체	104.6	118.8	124.2	131.4	137.7	142.7	6.4%
	주요 11사	73.9	92.1	101.5	107.4	121.0	135.3	12.8%
대형마트	전체	33.8	34.6	34.8	36.7	37.1	36.4	1.5%
	주요 3사	25.0	24.3	22.4	21.5	20.9	20.0	△4.4%
편의점		26.5	28.4	31.2	31	31.7	31.6	3.6%
수퍼마켓 및 잡화점	전체	65.4	64	64.7	67.6	68.1	66.9	0.5%
	SSM(4사)	5.2	4.8	4.7	4.8	5.0	5.0	△0.8%
백화점		27.4	33.7	37.8	40.5	40.6	41.4	8.6%
전통시장		25.1	25.3	25.3	28.7	30.1	-	4.6%

<참고> 온·오프라인 업태별 매출동향 출처

- ▶온라인·대형마트·편의점·슈퍼마켓·백화점: 소매업태별 판매액(데이터처)
- ▶온라인·대형마트·SSM 주요 업체: 주요 유통업체 매출동향(산업부)
 - 온라인 11사: 쿠팡, 네이버, G마켓, 11번가, 인터파크, SSG, AK몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온
 - 대형마트 3사: 이마트, 홈플러스, 롯데마트
 - SSM 4사: 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, GS더프레시, 홈플러스익스프레스
- ▶전통시장: 전통시장·상점가 점포경영 실태조사(소상공인시장진흥공단)

2. 대형마트 주요 3사 점포수 및 매출액

구분	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22	'23	'24	'25
점포수 (개)	395	409	410	408	406	394	384	379	375	368	362
폐점수 (개)	1	0	3	5	5	12	10	4	6	8	9
매출액 (조원)	26.6	28.3	28.4	28.3	25.8	25.0	24.3	22.4	21.5	20.9	20.0