



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

제주지역화폐 정책의 효과 분석

- 탐나는전을 중심으로 -

제주대학교 대학원

행정학과

강 주 현

2022년 8월



제주지역화폐 정책의 효과 분석

- 탐나는전을 중심으로 -

지도교수 김형아

강주현

이 논문을 행정학 석사학위 논문으로 제출함

2022년 8월

강주현의 행정학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장

김주경



위원

함경수



위원

김형아



제주대학교 대학원

2022년 8월



Analysis of the Effectiveness of Local Currency Policy in Jeju

- Focusing on TAMNANEUNJEON -


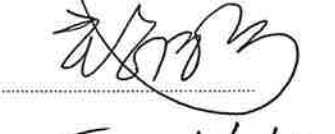

JooHyun Kang

(Supervised by professor HyoungAh Kim)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for
the degree of Master of Public Administration

2022. 8.

This thesis has been examined and approved.

Jukyong, Kim 
Kyungsoo, Hwang 
HyoungAh, Kim 

Date . . .

Department of Public Administration
GRADUATE SCHOOL
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

제1장 서론	1
제1절 연구의 목적과 배경	1
제2절 연구의 범위와 방법	2
제3절 연구 분석의 틀	4
제2장 이론적 논의 및 선행연구 검토	5
제1절 지역화폐의 개념과 정의	5
제2절 지역화폐의 유형과 범주	10
제3절 지역화폐의 특성과 운영	13
1. 지역화폐의 특성	13
2. 지역화폐의 운영방식	14
제4절 지역화폐의 현황	16
1. 국내·외 지역화폐	16
2. 지역화폐의 도입 배경 및 필요성	20
3. 지역화폐(지역사랑상품권) 발행 현황	21
제5절 지역화폐의 플랫폼	26
1. 지역화폐 플랫폼의 개념	26
2. 카드형 플랫폼	27
3. 모바일형 플랫폼	30
제6절 제주지역화폐 탐나는전	35
1. 탐나는전의 도입 배경	35
2. 탐나는전의 현황	38
3. 탐나는전의 특징	40

제7절 선행연구 검토	44
1. 양적 선행연구	44
2. 질적 선행연구	51
제3장 탐나는전 효과 분석	56
제1절 연구설계	56
제2절 거시경제지표를 활용한 탐나는전의 지역경제 효과 분석	57
1. 데이터 수집방법	57
2. 분석모형	58
3. 분석결과	60
제3절 소상공인 설문조사를 통한 탐나는전의 매출액 효과 분석	63
1. 설문방법	63
2. 분석방법	65
3. 분석결과	68
제4장 결론 및 정책적 함의	75
참고문헌	79
부 록	84
ABSTRACT	92

표 목 차

<표 1> 지역화폐 용어의 의미	9
<표 2> 지역화폐의 유형	12
<표 3> 전국 행정구역 현황	22
<표 4> 지역사랑상품권 발행 지역	23
<표 5> 전국 지역사랑상품권 발행 현황	25
<표 6> 지급결제서비스 종류	30
<표 7> 국내 주요 모바일 간편결제서비스	32
<표 8> 제로페이 결제 수수료	34
<표 9> 가맹점 부담 수수료	43
<표 10> 선행연구(양적 연구) 정리	50
<표 11> 선행연구(질적 연구) 정리	54
<표 12> 시계열 분석 결과	62
<표 13> 카이제곱검정 분석 결과	69
<표 14> 순서형 로지스틱 회귀분석 결과	71

그림 목 차

<그림 1> 연구분석의 틀	4
<그림 2> 지역화폐시스템 운영 절차	15
<그림 3> 제주지역화폐 플랫폼 모형도	28
<그림 4> 제로페이 플랫폼 모형도	34
<그림 5> 탐나는전 종류	39
<그림 6> 탐나는전 가맹점 스티커	42
<그림 7> 지역화폐 연구 대상	43
<그림 8> 연구설계 모형	56
<그림 9> 변수의 시계열 변화 그래프	60
<그림 10> 설문조사 표본의 지리적 분포도	64

식 목 차

(식 1)	58
(식 2)	58
(식 3)	65
(식 4)	67
(식 5)	68

부 록 목 차

<부록 1> 시계열 분석 기술통계표	84
<부록 2> 순서형 로지스틱 회귀분석 결과표	85
<부록 3> 설문조사 : 응답기업 정보 기술통계표	86
<부록 4> 설문조사 : 기업 월평균 매출규모 기술통계표	87
<부록 5> 설문조사 : 매출변화(2020.11~) 기술통계표	88
<부록 6> 설문조사표	89

국 문 초 록

우리나라의 지역화폐는 1997년 IMF 이후부터 운영되기 시작하였고, 2018년 지방선거과정에서 정책화 되어 2020년 이후부터는 코로나19로 타격을 입은 소상공인을 돕기 위한 정책으로 적극 추진되고 있다. 제주특별자치도 역시 코로나19로 인한 지역경기 침체를 극복하기 위해 2020년 11월 30일 제주지역화폐 탐나는전을 시행하였다. 지역화폐 정책은 현재 큰 효과성이 기대되어 대부분의 지자체에서 시행하고 있으나 급격히 확장되는 지역화폐 정책의 부작용을 지적하는 목소리도 많다.

본 연구의 목적은 지난 약 2년 동안 시행된 탐나는전의 지역 거시경제에 끼친 파급력을 살펴보고, 지역화폐의 활성화 방안과 정책적 효용성에 대해 알아보는 것이다. 이를 위해 먼저 정책 관계자와 탐나는전 가맹점주를 대상으로 반구조화된 질문(semi-structured questions)을 바탕으로 심층면접조사를 실시하여 운영 현황, 활성화 체감도, 개선사항을 조사하였다. 그리고 탐나는전의 효과의 실증분석을 위해 제주지역의 거시경제지표를 활용한 시계열 분석, 가맹주를 대상으로 실시한 300부의 설문조사표를 활용한 매출효과 분석을 하였다.

분석 결과, 지역화폐 탐나는전은 지역경제 활성화에는 큰 영향을 미치는 요인은 아니었으나, 업종별 매출액 범주 및 매출효과에 따른 상관성이 발견되고, 업종마다 탐나는전의 영향이 다르게 나타났다는 것을 확인할 수 있었다.

본 연구는 탐나는전을 사용하는 업체의 직접적인 매출액 데이터를 수집하여 분석하지 못해 탐나는전의 경제 활성화 효과를 간접적으로 탐색했다는 한계점을 지닌다. 그러나 행정·정책학적 관점에서 볼 때, 본 연구는 탐나는전의 효과를 다각도로 살펴보려고 노력한 초기 연구가 될 것이다. 앞으로 추가적인 연구가 지속적으로 나와 제주도 지역화폐 정책의 효과성이 제고되기를 기대해본다.

주제어 : 제주특별자치도, 지역화폐, 탐나는전, 정책효과

제1장 서론

제1절 연구의 목적과 배경

우리나라 사회에서 높은 관심을 받고 있는 지역화폐정책은 1997년 IMF 이후부터 지역경제 활성화에 대한 과제를 지방정부차원에서 풀어가기 위해 민간의 자조적(自助的)인 공동체 운동 차원으로 시작되어 운영되었다. 그러다가 2018년 지방선거 과정에서 당시 지방자치단체장 후보자들이 지역 소상공인에 대한 지원책의 하나로 지역화폐 정책을 공식적으로 제시하였고, 이 정책이 지역주민들에게 많은 인기를 얻자 주변 지자체에서 비슷한 정책들을 도입하기 시작하여 지금에 이르고 있다(심재영, 2021). 특히 2020년 이후부터는 코로나19로 타격을 입은 소상공인을 돕기 위한 정책으로 그 지원규모가 확대되었으며, 제주특별자치도(이하 제주도)에서도 2020년 11월부터 지역경제 활성화 방안의 하나로 지역화폐 정책이 채택되어 지금까지 집행되고 있다.

초기 지역화폐 정책은 상부상조에 근거를 둔 품앗이와 중고품 교환의 공유경제를 지향하는 규모가 작은 단위의 공동체 운동이었다. 그러다가 2008년 글로벌 금융위기로 인해 세계경제가 침체되었고, 이로 인해 타격을 받은 지역경제를 활성화하기 위한 방안으로 지역화폐 활용에 대한 지방정부의 관심이 집중되기 시작했다(이수연, 2014a).

여기서 중요하게 생각해야 할 부분은 먼저 지역화폐의 발행 양상이 이전의 전통적 지역화폐와는 다르게 지류형에서 모바일 기기 등을 활용한 전자식 지역화폐로 변화하고 있다는 부분이고, 또한 지역화폐의 발행 주체가 시민사회 주도에서 지방자치단체 주도로 변화하고 있다는 것이다. 이로 인해 최근에 실행되고 있는 지역화폐 정책은 전통적 지역화폐보다 급속도로 그 규모가 확장되고 있으며, 단순히 결제수단의 역할을 뛰어넘어서 다각도의 서비스를 제공하는 플랫폼으로 그 역할을 확장해나가고 있다.

지역화폐의 편익에 대한 인식 제고와 함께 지역화폐 정책이 주민들과 지자체

의사결정자들로부터 높은 인지도를 얻게 되면서 지방정부마다 자체적인 지역화폐를 운영하고 있다. 제주도에서도 ‘제주지역화폐 탐나는전’(이하 탐나는전)을 2020년 11월 30일부터 개시하였다. 탐나는전은 지역 내 자금의 역외 유출¹⁾을 막고, 지역내 소비촉진을 통한 지역상권 보호와 경제 활성화를 위해 제주도내 가맹점에서만 사용할 수 있는 제주전용 지역화폐이다. 이 지역화폐는 제주지역 영업자와 소상공인 그리고 주민 모두에게 이익이 돌아갈 수 있는 구조를 가진다. 소상공인에게는 지역화폐 사용을 촉진시켜 매출증대로 이어질 수 있게 하고, 지역 소비자들에게는 현금에서 지역화폐로 환전 시 10%의 추가적립을 통해 주민들의 소비력을 증가시킨다는 이익이 있다. 즉, 소비가 제주지역에 집중되게 하여 지역 경제를 활성화시키는 것을 주된 목적으로 한다.

이 정책이 시행된 지 만 1년이 지난 시점에, 실제 지역화폐가 지역경제에 끼치는 영향을 실증적으로 측정한 연구는 많지 않다. 따라서 본 연구는 제주지역화폐 정책 시행 이후, 지역화폐의 사용이 얼마나 활성화 되었는지를 확인하고, 지역화폐 정책이 지역의 거시경제에 어떤 영향을 끼쳤는지, 더 나아가 지역화폐가 활성화 되고 그 정책적 효용성이 극대화되기 위해서 필요한 것은 무엇인지 알아보고자 한다.

제2절 연구의 범위와 방법

본 연구는 제주지역 소상공인을 대상으로 설문조사를 실시하여 실제 지역화폐 정책이 지역 소상공인의 매출에 미치는 영향이 있는지를 연구하고자 한다. 연구 범위는 제주도를 공간적 범위로 설정하고, 탐나는전 지역화폐가 시행된 2020년 11월부터의 시기를 시간적 범위로 설정한다.

연구방법으로는 먼저 지역화폐와 관련된 연구기관의 보고서, 학술지 등 선행연구를 이론적으로 검토하여 기존 연구에서 지역화폐가 어떻게 정의되고 구분되었

1) 지역자금의 역외유출이란 생산 및 금융활동으로 조성된 자금이 지역의 경제활동에 재투입되지 않고 산업활동, 금융·투자활동, 재정활동의 경로를 통해 타지역으로 일시적 또는 영구적으로 유출되는 것을 말한다(대전발전연구원, 2003).

는지, 또한 어떠한 정책적·경제적 이론을 적용하여 분석되었는지, 그 분석의 근거는 무엇인지를 양적 연구와 질적 연구로 구분하여 살펴보고자 한다.

주요 조사방법으로는 제주지역 소상공인을 대상으로 탐나는전의 매출 효과에 대한 설문조사를 실시할 것이다. 지역 상인들의 매출신장에 탐나는전이 얼마나 효과가 있는지 탐색하기 위해서는 실제 상인들의 매출신고액 관련 데이터를 수집하는 것이 필요하다. 이에 제주도청 담당부처에 정보 공개 청구를 하였으나 요청이 기각되었다. 따라서 이를 간접적으로 측정할 수 있는 방법인 소상공인을 대상으로 한 직접 설문조사법을 선택하였다.

설문조사의 표본 집단은 제주지역 소상공인들이다. 탐나는전 결제가 가능한 업체(가맹점 가입) 5,300여개(2020. 11월 기준)와 탐나는전 결제가 가능하지 않은 1,000여개 업체(가맹점 미가입)에서 연구대상을 비확률표집 기법(non-probability sampling)으로 추출하였다. 원칙적으로 무작위 추출방식(random sampling)을 취하려 하였으나 설문응답률이 낮아 눈덩이 표집(snowball sampling)방식을 채택하였다. 이러한 표집방식으로 횡단적 조사의 한 종류인 실태조사를 실시하여 지역별·업종별로 매출액을 비교하고, 매출액 추이 중 탐나는전이 차지하는 비중을 분류하여 지역화폐 활성화 정도를 분석하고, 정책시행이 가져온 경제효과를 도출하고자 한다.

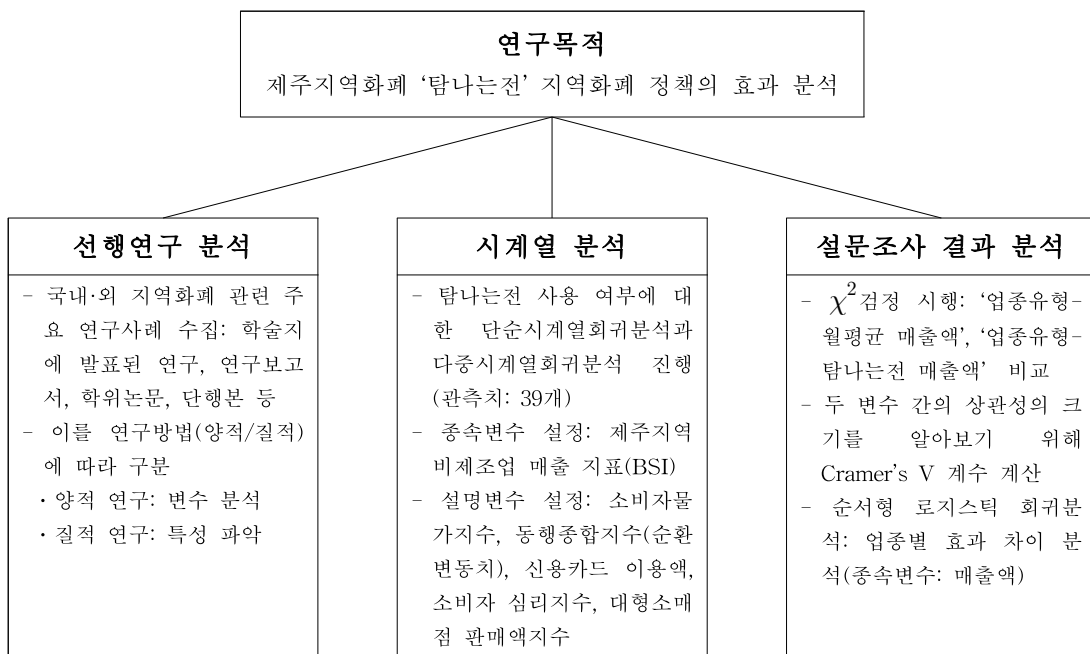
본 연구의 설문조사는 몇 가지 한계점을 지닌다. 설문문항 응답의 진실성에 대한 우려이다. 조사 내용 중 업체의 매출액에 대해 조사 대상자가 응답을 꺼리거나 매출액을 축소해서 응답할 가능성이 있어 설문조사를 통해 추정된 매출액이 실제보다 작거나, 해당 설문 문항의 응답률이 낮을 가능성이 있다고 생각한다. 따라서 이러한 한계를 극복하고, 통계 분석 결과를 뒷받침하기 위해서 제주지역의 거시경제지표에 대한 시계열 분석(time series analysis)을 추가적으로 실행하고자 한다. 시계열 분석은 코로나19 발생 이전 시점인 2019년 1월부터 연구가 진행되는 최근 시점인 2021년 12월 31일까지의 제주지역 거시경제지표 지수를 활용하여 탐나는전 시행이 산업별 매출에 끼친 영향을 분석하고자 한다.

더불어 위와 같은 실증분석 결과를 통해 제주지역화폐 정책이 소상공인을 포함한 제주 지역경제에 어떤 영향을 미쳤는지를 살펴보고, 정책집행에 문제가 있다면 이를 극복할 수 있는 대안을 제시하고자 한다.

제3절 연구 분석의 틀

본 연구는 탐나는전을 중심으로 제주지역화폐 정책이 지역경제에 미치는 효과를 분석하고자 한다. 다음과 같은 연구절차를 거쳐 연구목적을 효과적으로 달성하고자 한다. 본 연구에서 수행한 분석의 절차를 도식화하여 나타내면 다음 <그림 1>과 같다.

본 연구는 전체 4장으로 구성하였으며, 제1장 서론은 연구배경과 목적, 그리고 연구범위와 방법으로 구성하였다. 제2장은 본 연구의 주요 주제인 지역화폐에 대한 이론적 고찰과 함께 ‘탐나는전’을 소개하고, 지역화폐와 관련된 기존의 다수 문헌자료를 찾아 연구방법에 따라 선행연구를 분석하였다. 제3장에서는 탐나는전의 효과를 알아보기 위한 실증분석을 진행하였는데, 먼저 제주지역 거시경제지표를 수집하여 시계열 회귀분석을 진행하였고, 제주지역 소상공인을 대상으로 실시한 설문조사를 통해 수집한 자료를 근거로 카이제곱분석과 순서형 로지스틱 회귀분석을 실시하여 탐나는전이 업종에 미치는 영향을 제시하였다. 제4장은 결론으로서 연구요약 및 시사점, 정책적 제언, 한계 및 향후 연구 방향을 정리하였다.



<그림 1> 연구 분석의 틀

제2장 이론적 논의 및 선행연구 검토

제1절 지역화폐의 개념과 정의

지역화폐(community currency)운동은 미국, 영국, 캐나다, 호주 등을 중심으로 유럽, 남아메리카, 아시아 각국을 포함한 2천 개가 넘는 지역에서 시행되고 있는 새로운 형태의 지역사회 운동이다. 지역화폐 운동은 가상의 화폐를 이용하여 노동력이나 물품 등을 거래할 수 있는 시스템을 체계화하려는 노력이다. 이 운동은 돈이 없더라도 그 능력을 최대한 발휘하면서 생활할 수 있어야 한다는 취지에서 시작되었고, 그 기본원칙은 지금도 변하지 않고 있다(이창우, 2002). 저마다 특성의 차이를 보이고는 있지만 지역화폐 운동은 일반적으로 지역사회를 활성화 시키려는 차원에서 시작되어 실업자 및 저소득층 보호, 자원봉사 활성화, 지역사회 상호부조 증진, 주민들의 사회적 관계에 기반을 둔 경제제도 재구성 등의 역할을 하고 있는 것으로 평가받고 있다(김동배·김형용, 2001).

지역화폐란 법률로 정해진 국가화폐와 대비되는 단어로 정해진 한 지역에서만 사용이 가능한데, 한정된 지역에서만 통용되는 화폐를 사용하여 그 지역 내의 돈을 순환시킴으로써 경제의 안정화와 활성화를 꾀함과 동시에 세계 경제로 인해 붕괴되고 있는 지역 공동체를 구축하는 것을 그 목적으로 하고 있다(아베 요시히로 외, 2003). 즉 지역화폐는 보편적으로 특정한 지역에서만 통용되는 화폐이지만, 국가화폐를 대체하는 것이 아니라 국가화폐와 병행하면서 또 다른 하나의 지불결제 수단으로 사용된다(이수연, 2014b). 또한 이숙례(1999)는 지역화폐를 하나의 지역, 하나의 집단 즉 특정 지역에서만 통용되는 화폐를 발행해 상품이나 서비스를 교환하는 체제로 정의하고 있다.

지역화폐에 대한 다양한 이론적 논의는 19세기부터 시작됐다. 우리나라에 지역화폐가 정식으로 도입된 것은 1997년 발발한 IMF 이후이다. 그 당시 일반시민에게 대중화된 개념은 아니었으나 마을공동체를 만들어 운영할 수 있는 지방자치 실현의 도구로서 등장하였다.

이러한 지역화폐는 여러 형태의 실험대상으로 사용되었다. 지역화폐의 원형적 시작은 1832년 영국의 ‘노동증서’이지만, 이론적으로는 독일의 경제학자인 Silvio Gesell의 저서에서 먼저 시작되었다. 그가 1916년에 저술한 『자유토지와 자유화폐에 의한 자연적 경제 질서』라는 책에서 지역화폐 등장의 이론적 토대를 제시한다(최준규·전대욱, 2017). 그는 국가화폐 제도의 불공평함의 해결방안을 찾기 위해 시간 대비 상품과 화폐가 가지는 가치에 주목한다. 일반적인 상품은 시간에 비례하여 그 가치가 하락하지만, 화폐는 그와 무관하다고 보았다. 따라서 인간은 대체로 상품보다는 화폐를 소유하고자 하는 욕망이 크기 때문에 화폐를 소유하고 있는 사람은 이를 대여하고 이자라는 이용대금을 받을 수 있다. 즉 빈자(貧者)로부터 부자(富者)에게 소득이전이 일어난다. 그는 보통의 상품가치와 마찬가지로 돈의 가치를 줄이는, 즉, ‘감가하는 화폐’를 도입하여 ‘노화하는 돈(aging money)’을 만들자고 주장하였다(조재욱, 2013).

이와 같은 논의 이후 지역화폐는 그 지역의 특성에 맞게 다양한 형태로 전개되고 있는데, 노동증서에서 나타난 본래적 형태에서 발전한 오늘날 지역화폐 운동의 선구적인 형태는 레츠(LETS)에서 확인할 수 있다(최준규·전대욱, 2017).

레츠(LETS)는 지역 교환(고용) 거래 체계(Local Exchange(Employment) and Trading System)로, 1983년 높은 실업률로 침체에 있던 캐나다 브리티시 콜롬비아주의 코목스 밸리(Comox Valley)라는 작은 섬 마을에서 컴퓨터 프로그래머인 Michael Linton에 의해 시작되었다. 그는 목재산업의 침체로 인해 지역의 경제상황이 악화되자 주민들끼리 물품과 노동 서비스를 거래하고, 그 거래 내역을 컴퓨터에 공유하는 형태의 ‘녹색달러’를 만들었다. 이는 화폐가 없어도 상호 거래·교환할 수 있는 시스템으로, 예를 들어 환자나 아기를 돌보거나 텃밭을 가꾸는 등의 행위를 제공하면 그 대가로 공동체 내에서 타인으로부터 서비스나 물건을 획득할 수 있는 자격을 부여받는다. 여기서의 핵심은 사회에서 소외되었던 사람들이 공동체의 구성원으로서 기능할 수 있게 되어 공동체에 활기를 되찾을 수 있게 되었다는 점이다.

이러한 레츠가 시작된 코목스 밸리에는 현재 ‘공동체의 길(community way)’이라는 이름의 화폐(쿠폰) 시스템이 존재한다. 일반적인 쿠폰의 역할은 구매자들에게 상품에 대한 가격을 할인받을 수 있는 혜택을 제공하여 물건의 판매량을 증

가시키는 수단이지만, 이 화폐(쿠폰)는 단순히 판매 활성화를 위한 목적으로 만들어지지 않았다.

이 지역화폐의 발행자는 상인이며, 비영리단체와 주민들이 함께 참여하여 운영된다. 먼저 이 화폐를 발행하고자 하는 지역의 상인들이 모여 할인 품목을 정한 후, 화폐(할인권)를 인쇄하여 지역 내 비영리단체에게 전달한다. 비영리단체는 상인들에게 받은 화폐를 해당 단체를 위한 자원봉사 활동에 참여하거나 기부금을 제공한 주민들에게 일종의 답례품으로 화폐를 준다. 선행(善行)의 대가로 화폐를 받은 주민은 지역 내 상점에 들러 필요한 물건을 사거나 자신이 받은 서비스에 대한 봉사료를 낼 때 사용한다. 상인들은 화폐 발행을 통해 지역사회를 위해 봉사하는 비영리단체를 도와줌과 동시에 본인들의 상점 매출도 늘어서 이익이며, 비영리단체는 재정구조가 안정됨에 따라 기부금을 모집하기 위해 투입되는 인원과 시간이 감소하여 본래의 자신들의 사명과 업무에 집중할 수 있다. 또한 주민들은 기대하지 않았던 자신의 기부나 봉사에 대한 대가를 제공받아 지산지소(地產地消) 할 수 있게 되어 자연스럽게 본인과 지역의 경제를 풍성하게 하는 효과를 얻게 된다.

또한 영수증 화폐(earth rescue receipt)는 비영리단체가 단체의 기부자에게 기부의 대가로 제공하는 일종의 간이영수증으로서, 이 영수증이 화폐의 기능을 한다. 영수증은 지역 내 가맹점에서 실물화폐처럼 사용할 수 있고, 이 화폐가 유통되다가 실제 기부를 하고자 하는 이가 발행처에 영수증을 제출하면 세금이 감면이 가능한 기부금영수증을 정식으로 발급해 주는 방식이다. 이러한 사례를 통해 볼 때, 지역화폐의 본질은 신뢰 기반의 작은 공동체에서 비자본, 비시장적 교환 방식으로 서로가 가진 상품과 서비스를 나누는 도구라는 점에서 호혜적 거래 관계를 만들어가는 매개물이라고 할 수 있다(문진수, “돌고 돌아야 진짜 돈이다”, 오마이뉴스, 2014.02.07).

지역화폐란 특정 지역 내에서 재화나 서비스 제공자에게는 플러스(+) 포인트가 부여되고, 반대로 그것을 제공받은 사람들은 마이너스(-) 포인트가 부여되는 시스템이다. 지역화폐는 공동체에 속한 개인 간의 신뢰관계를 기반으로 발행된다. 국가화폐와 지역화폐의 본질적인 차이점은 유통범위에 있는 것이 아니라 화폐의 성격, 즉 이윤창출과 상호부조에 있다. 교환의 기능을 가진 지역화폐는 내재된

통제와 지침서, 한도가 있으며 공식적인 통화로 쉽게 연결될 수 있기 때문에 기존의 것과는 다른 원칙과 윤리가 정해져 있고, 그 목적과 목표도 다르다. 또한 지역 공동체를 수월하게 보강해줄 수 있고, 지역 연결망을 강화하고 새로운 사회적 연결망을 만들 수 있도록 도와준다는 장점이 있다(김민정, 2012).

기존 연구에서 제시된 개념들을 바탕으로 보면 지역화폐 운동은 회원 간에 통용되는 화폐를 발행하거나 계좌를 개설함으로써 돈이 없이도 회원 간에 재화와 서비스를 주고받는 제도를 만들어가는 실천(김민정, 2012)이라고 할 수 있다.

지역화폐는 특정 지역에서 재화나 서비스를 교환하는 것을 도와주는 화폐로 정의된다. 이러한 지역화폐는 국가화폐, 즉 법정통화(public currency)에 대비되는 용어로 보완화폐(complimentary currency), 생태·경제·지역·돈의 합성어인 에코머니(eco-money), 자주(自主)·자유(自由)통화 등으로 명명되는 모든 형태의 화폐를 의미한다. 초기 우리나라에서는 무엇보다 레츠(LETS)가 국내에 도입되어 소개되면서 지역화폐를 대신하는 용어처럼 사용되어 왔다(김민정, 2012).

지역화폐와 관련된 용어의 다양성을 정리하면 지역화폐(local currency)는 특정 지역에서만 통용되는 화폐의 형태로, 국가화폐를 대체하는 것이 아니라 국가화폐와 함께 사용되는 또 다른 결제 수단을 의미한다. 지역화폐는 목적에 따라 다양하게 표현될 수 있는데, 실제로 공동체화폐(community currency), 보완화폐(complimentary currency), 전환/이행화폐(transition currency), 가치절감화폐(depreciative currency)와 같이 다양한 표현방식을 가지며, 다양한 지역화폐가 가진 특징과 등장하게 된 배경에 따라 강조하고자 하는 지점이 조금씩 다르게 파악된다(이수연, 2014b). 지역화폐의 표현방식에 따라 용어를 정리하면 아래 <표 1>과 같이 제시할 수 있다.

<표 1> 지역화폐 용어의 의미

용어	의미
지역화폐 (local currency)	특정한 지역 내에서만 통용되면서 국가화폐와 함께 사용되는 또 하나의 결제 수단
공동체화폐 (community currency)	물리적 지역을 포함하여 특정한 공통요소를 가진 공동체 내에서 통용되는 화폐
보완화폐 (complimentary currency)	국가화폐를 보완하는 기능이 주(主)가 되는 화폐
전환/이행화폐 (transition currency)	특정 목적의 전환 또는 이행을 지원하는 화폐
가치절감화폐 (depreciative currency)	감가상각되는 화폐로 Silvio Gesell의 aging money와 동일한 개념

자료: 이수연(2014b) 참고하여 정리

이러한 지역화폐의 특징을 국가화폐와 비교해서 제시하면 다음과 같다. 첫째, 지역화폐는 국가화폐와 달리 특정 지역 내에서만 유통이 가능하다. 둘째, 유통이 되는 과정에서 국가화폐처럼 이자가 발생하지 않는다. 셋째, 지역화폐의 발행주체는 국가화폐의 발행주체(중앙은행)가 아니라 지역사회의 모든 구성원 혹은 구성체이다.

이와 같은 특징으로 미루어 볼 때, 지역화폐란 어느 한 지역에서 자체적으로 화폐를 발행하여 유통하는 과정을 통해 구성원들이 재화나 서비스를 교환하는 경제활동의 매개체이다. 이러한 점에서 지역화폐는 하나의 제도이자 동시에 지역화폐 운동이라고 할 수 있다(조재욱, 2013).

다양하게 정의할 수 있는 지역화폐는 수천 가지의 종류로 파악된다. 우리나라에서도 서울특별시와 경기도, 인천광역시, 대전광역시 등 전국에서 지역화폐들이 통용되고 있다. 그 형태와 내용은 각기 다르지만 상부상조, 품앗이라는 과거의 전통을 이어 노동과 교환 개념에 기초한다는 점이 유사하다(문진수, 2015). 또한 최근 코로나19의 위기를 맞으면서 재난지원금 등이 지역화폐의 형태로 제공되고, 더불어 침체된 지역경제 활성화를 위해 지역화폐 제도에 대한 정부 및 지자체 차원의 연구가 활발히 진행되기 시작하였다. 이는 지역화폐가 지역경제 활성화에 긍정적인 효과를 주는지 아닌지를 떠나 전통적인 경제 정책과는 다른 접근법을

취하고 있다는 점에서 지역화폐 활동으로 인한 새로운 시도라고 할 수 있다.

본 연구에서는 우리나라의 각 지역에서 발행되는 지역사랑상품권을 지역화폐로 보고, 지역화폐를 특정한 지역에서만 통용되는 하나의 결제수단으로 정의하고자 한다.

제2절 지역화폐의 유형과 범주

지역화폐 운동의 지향점을 한성일(2013)에서는 지역경제의 자립성 구축과 수평적인 호혜관계 구축으로 요약하고 있으나 두 지향점을 동시에 만족하기는 쉽지 않다. 수평적 호혜관계의 소규모 공동체를 조직하는 것은 쉬울지 모르지만, 보다 큰 규모의 지역경제 조직을 구축하는 것은 현실적으로 어렵다. 따라서 어떠한 부분을 지향하느냐에 따라 지역화폐 운동을 두 유형으로 구분할 수 있다.

먼저 레츠(LETS)와 타임뱅크시스템(time bank system) 등은 수평적 호혜관계에 입각한 공동체 경제 구축을 가장 핵심으로 하며 자립적 구축으로 건강한 지역경제를 회복하고자 하는 운동이다. 레츠와 타임뱅크시스템은 화폐가 가시적(可視的)이지 않고, 거래되는 순간에 발행되며 이자가 없다. 두 시스템 모두 호혜적인 선물교환의 원리와 연결할 수 있다는 공통점을 가지지만 각자 구성원의 적자 한도와 가치평가 방식에서 차이점이 있다. 타임뱅크시스템은 적자 한도가 없고 모든 구성원의 시간을 동일하게 평가하지만, 레츠는 일반적으로 적자의 한도가 있고, 시간이 아닌 거래하는 구성원들 사이의 합의를 통해 평가가 이루어진다. 적자 한도가 존재한다는 것은 선물교환의 원리가 제한적이라는 것을 의미하기 때문에 일반적으로 레츠가 타임뱅크시스템에 비해 선물교환의 원리가 제한적인 수준에서 작동한다고 할 수 있다.

조혜경(2018)에 따르면 전 세계에서 운영되는 지역화폐 운동의 방법과 그 형태는 가지각색이고 지역화폐의 유형을 구분하는 방법과 이를 범주화하는 방식도 다양하다. 국내에서 진행된 연구는 지역화폐를 지류형, 카드형, 모바일형 등 형태적 차이를 기준으로 구분하고 있는데, 형태는 다르지만 그 기능은 전부 동일하다. 앞서 살펴본 것처럼 지역화폐의 지향점이 공동체 활성화에 있는지 또는 지역

순환경제 구축에 있는지에 따라 그 유형을 구분하기도 한다. 지역화폐를 운영하면서 편향될 가능성이 있지만, 결국 공동체 활성화는 긍정적인 관점에서 지역화폐 운영의 조건이고, 지역 순환경제 구축은 지역화폐 운영의 결과라는 점에서 둘 다 지역화폐의 공통점이다.

사회경제적 의미의 관점에서 국가화폐 보완 기능을 하는 지역화폐의 범주는 세 가지로 구분되는데 국가화폐의 보조(補助), 상호신용(mutual credit), 두 기능을 결합한 혼합형이다. 이 중에서는 보조화폐가 가장 일반적이라 할 수 있으나, 대안적 성격이 강한 상호신용의 경우 대체로 혼합형으로 운영되고 있으며, 혼합형은 보조화폐와 상호신용을 어떻게 조합하느냐에 따라 운영하는 방식이 달라지므로 다양하게 설계하고 응용할 수 있다는 특성이 있다.

이와는 다르게 지역화폐의 범주를 나누기도 하는데 첫째, 국가화폐 기반 바우처 제도이다. 여기서의 바우처는 일반적인 의미와 동일하게 상품이나 서비스를 구매할 수 있는 일종의 증서인데, 지정된 판매점에서 지역화폐를 구매함으로써 화폐를 획득할 수 있다. 바우처의 형태는 지류, 카드, 무형(無形)의 전자거래 등으로 다양하며 지폐 형태가 대부분을 차지한다. 여기서 지역화폐가 가지는 가치는 국가화폐에 연동된다. 그 이유는 국가화폐와 동일하게 일상적인 결제수단으로 사용되므로 발행량만큼 국가화폐를 예치할 수 있고, 언제든지 사용자가 원하면 국가화폐로 교환할 수 있기 때문이다.

둘째, 상호신용 제도에서의 지역화폐는 물품을 팔거나 서비스를 제공하면 획득할 수 있으며, 획득한 지역화폐는 법정통화로 태환할 수 없다. 지역화폐를 획득하기 위해 물품을 판매하거나 서비스를 제공하면 그에 해당하는 금액이 개설한 계정에 축적되고, 반대로 물품을 구매하거나 서비스를 제공받으면 그만큼 차감되어 잔고가 줄어든다. 공동체 내에서 유통될 수 있는 총 화폐량은 공동체 전체 계정의 잔액과 일치하기 때문에 과도하게 신용이 팽창할 가능성이 없으며, 또한 거래되는 만큼만 공급되므로 통화가 부족해지는 현상도 발생하지 않는다. 타임뱅크는 '1타임달러=1시간 노동'의 공식을 세우는데 이는 1832년 Robert Owen의 노동증서를 계승한 것으로서, '모든 노동은 동일한 가치를 가진다'를 전제로 한다.

셋째, 혼합형은 보조화폐와 상호신용을 조합한 다양한 사례에 따라 설계와 운영방식이 달라지기 때문에 일반화하기가 어렵다. 혼합형은 타임뱅크시스템이 가

지고 있는 단점을 바우처 제도의 장점으로 보완하는 형태이다. 노동을 노동으로 보상하는 타임뱅크는 거래 내용이 개인과 개인으로 제한되므로 확장성이 부족하다는 약점이 있다. 이러한 한계를 극복하는 방법 중의 하나가 타임달러의 가치를 국가화폐로 환산하여 사업자도 거래에 참여할 수 있는 길을 여는 것이다. 1타임달러가 국가화폐로 표시되면 개인과 개인의 거래뿐만 아니라 B2C(기업·소비자간 거래), B2B(기업간 거래)로 사용처가 확대되어 타임달러의 활용도를 높이면서 동시에 지역경제를 활성화할 수 있는 수단으로도 활용이 가능하다. 미국 뉴욕주 이타카(Ithaca)에서 1991년부터 시행 중인 이타카아워(ithaca hours)가 혼합형의 대표적 사례이다. 타임달러와 같이 ‘1이타카아워=1시간 노동’의 가치이며, 1이타카아워는 국가화폐 10달러의 가치로 환산되어 실물화폐의 형태로 회원들 사이에서 유통된다. 특히 지역사회공헌사업 등에는 이타카아워를 무이자로 용자해주기도 한다. 이타카아워의 거래 대상은 1,000여종이며 2015년부터는 전자화폐인 ‘이타캐쉬’(ithacash)가 주로 통용되고 있다.

위 내용에 따라 지역화폐의 유형을 정리하면 아래 <표 2>와 같다.

<표 2> 지역화폐의 유형

	바우처형 보조화폐	상호신용	혼합형
구조	중앙집권형	분산형	중앙집권형
화폐취득방법	구매	노동 및 물품교환	매매, 교환, 구입
태환원칙	100% 태환	불가	혼용
용도	국가화폐와 동일	국가화폐를 사용하지 않는 교환경제 전용화폐	국가화폐와 유사
목적	골목상권 활성화	상호교환 기반구축	지역경제 활성화
확장 가능성	높음	낮음	중간

자료: 조혜경(2018) 참고하여 정리

제3절 지역화폐의 특성과 운영

1. 지역화폐의 특성

지역화폐를 지역공동체 활성화 기능에 초점을 두고, 현대 자본주의를 변혁하는 도구 또는 보편적으로 적용될 수 있는 대안 경제체제로서가 아니라, 보완적 의미에서 지역사회 기능 강화에 기여하는 것을 본래적 성격(DeMeulenaere, 1998; 김동배·김형용, 2001 재인용)으로 볼 때, 이와 같은 기능으로서의 지역화폐 특성을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 자립적인 지역사회의 건설이다. 지역화폐는 지역 내 모든 자원들의 교환을 촉진하여 지역 내 소규모의 기업을 지원하고 일자리를 창출함으로써 자립적인 지역사회 경제를 창출한다. 따라서 지역화폐는 지역경제에 활력을 불어넣고, 특히 Williams(1996)는 지역화폐가 노동시장에 지역의 유휴 노동력을 편입시킴으로써 실업자를 구제하는 데에 효과가 있다고 판단하였으며, 실업과 불완전고용으로부터 야기되는 문제들을 감소시키는 도구로 강조되었다. 따라서 지역화폐는 취약한 지역사회 계층에게 소비가 가능한 품목과 소득원을 제공하고, 일자리를 제공한다는 점 때문에 공공 부문과 민간 부문에서 해결하지 못한 문제들을 해결할 수 있는 방안이 된다.

둘째, 지역사회 상호원조 기능의 확대이다. 지역화폐의 교환거래는 주민들에게 상호 호혜적 교환이 일어날 수 있는 지역사회의 관계망을 확장시키는 것이다(Cahn, 1997; 김동배·김형용, 2001 재인용). 지역화폐는 자본이 부족하여 경제활동에 참여하지 못하는 소외된 지역주민에게 실질적인 도움과 참여할 수 있는 기회를 제공하고, 서로 상부상조하는 방식을 지향한다. 그리고 구성원이라면 누구든지 지역화폐를 스스로 만들어낼 수 있으며, 이러한 창출은 상호원조의 기능이 확대되는 결과를 기대할 수 있다.

셋째, 지역주민의 역량강화이다. 지역화폐는 주민들의 집합적 의사결정을 통해 시행된다는 점에서 지역사회개발에 보다 근본적으로 기능한다고 할 수 있다. 즉 지역주민들의 자립적 삶을 위한 경제활동 참여 조건을 제공함으로써 그동안 현금경제가 부여하였던 무용성을 극복하고 지역주민들의 역량을 강화시킨다. 또한

개인 수준에서 사장될 수 있는 기술이 직업이라는 테두리로부터 벗어날 수 있는 기회를 제공함으로써 그들이 가지고 있는 비전문적인 능력도 가치가 있다는 것을 보여준다(김동배·김형용, 2001).

넷째, 생태주의 사회로의 진보이다. 지역화폐는 중앙집권적인 국가의 영향력을 최소화하고, 지리적으로 좁은 생태계의 경계 내에서 인간 활동의 범위가 기초해야 한다는 생물지역주의(bioregionalism)와 부합한다. 근대화가 초래한 불균등한 지역발전, 생산의 무분별성과 소비의 과잉, 환경오염 등의 문제는 자본건의 경쟁적 이직에 의해 추진되는 효율성 경쟁이 사회적·환경적 비용들을 계산하지 않은 데에서 기인한 반면, 지역통화는 지역 중심의 생태적 욕구에 따른 경제를 정착시켜 사회적·환경적 생산비용의 완전한 내부화를 가능하게 한다는 점에서 지속가능한 생태주의 경제를 정착시킬 수 있다(Seyfang, 1994; 김동배·김형용, 2001 재인용). 지역화폐의 경제체제는 소규모 공동체 및 지역별로 만들어지는 새로운 노동방식과 환경 친화적 성장 발전 계획이며, 지역사회에서 공동으로 관리하는 지역자원에 대한 사회적 책임성과 소유의식을 갖게 해준다. 생태주의적 세계관 속에서의 지역화폐는 지역 내에서의 상호거래를 적극 권장하여 에너지 소비를 줄이고 지속가능한 순환경제체제를 지향하기 때문에 인간과 자연이 공존할 수 있게 한다(김동배·김형용, 2001).

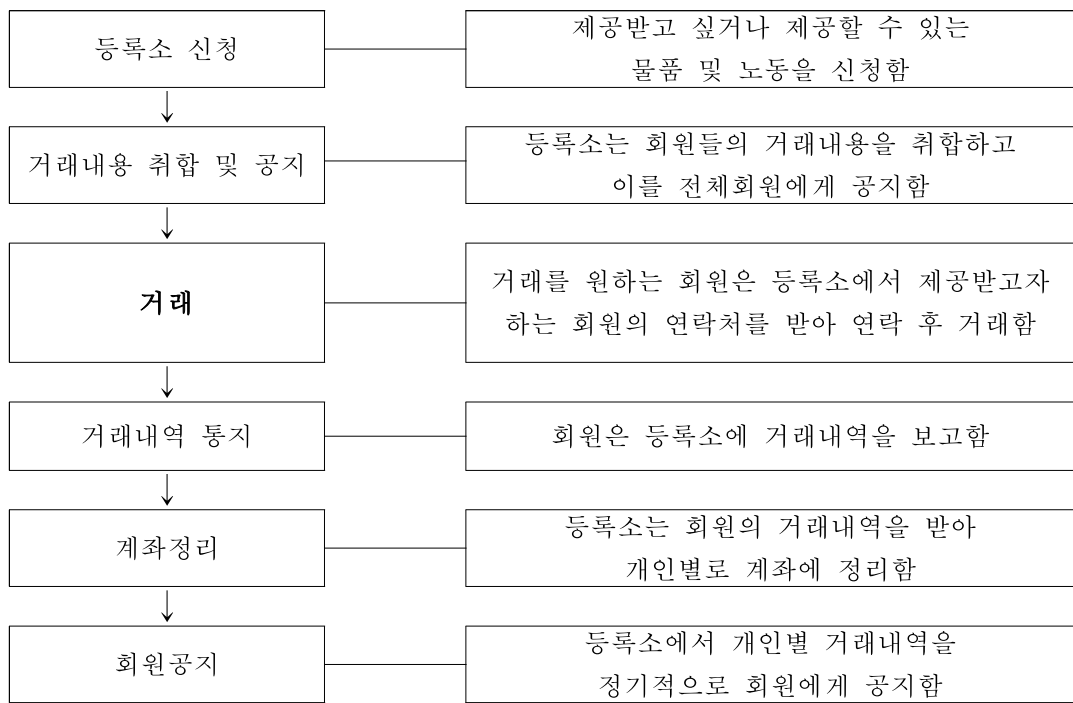
2. 지역화폐의 운영방식

지역화폐 운동은 그 지역공동체 주민들이 운영하고자 하는 의지를 가지고 시작한 곳이 대부분이지만, 지방자치단체가 주체가 되어 그 취지를 긍정적으로 평가하면서 정책적으로 지원하여 시작하는 경우도 있다. 각 단체는 활동하는 지역이 다르며, 각기 다른 지역화폐명을 사용하고 있고, 화폐의 단위 또한 다르게 운영되고 있다(천경희, 2007).

지역화폐 운동의 운영 지역은 지역의 규모나 특성에 따라 대도시, 중소도시, 농촌 등의 유형으로 그 범위를 대별할 수 있으며, 시나 군 전체를 포괄하는 대규모 유형, 구·읍·면 지역을 포괄하는 중간 유형, 동이나 마을 단위를 포괄하는 소규모 유형 등으로 분류할 수도 있다. 공간의 규모보다 구성원들의 공동체의식

이 지역화폐 운동 활성화에 큰 영향을 미치기도 하지만 포괄하는 범위에 따라 제공되는 서비스, 물품의 품목이 제약을 받을 수밖에 없어 필요한 시기에 적절하게 공급되지 못해 활성화를 이루지 못하는 경우도 있다(류은화, 2000).

대부분의 거래 방식은 운영 원칙에 따라 진행되는데, 지역 주민들은 지역화폐 운동에 가입하여 회원들끼리 거래를 진행한다. 거래가 발행하면 그 내역을 정기적으로 전체 회원들에게 알리는데 거래의 절차를 정리하면 아래 <그림 2>와 같다. 결국 지역화폐는 적극적으로 사용하는 것이 지역화폐의 효용을 늘리는 방법이라 할 수 있다.



자료: 지역품앗이 한발레츠 10주년 자료집(김혜진, 2010 재인용)

<그림 2> 지역화폐시스템 운영 절차

제4절 지역화폐의 현황

1. 국내·외 지역화폐

1) 국내 지역화폐

국내의 지역화폐는 1997년 IMF 이후 지역경제를 활성화하고 실업을 구제하는 등의 정책적인 목적으로 활발하게 도입되었다. 1998년에 ‘미래를 내다보는 사람들의 모임’에서 ‘미래화폐’를 사용하며 공동체 화폐제도를 운영했다. 한밭레츠는 지역화폐 ‘두루’를 사용하였는데, 1999년 회원모집을 시작하여 2000년에 출범했다. 과천 품앗이는 ‘아리’를 기반으로 하며 2001년부터 본격적으로 활동을 시작했으며 ‘송파머니’를 사용하는 송파 품앗이는 1999년에 선보여 위와 같이 지역경제의 위기 상황을 극복하기 위한 방안으로 시작되었다. 이후 고잔 품앗이, 광명 그루, 대구 늘품 등 많은 지역화폐가 등장하여 전국적으로 확산되었다. 그러나 이와 같은 지역화폐는 소기의 목적을 잘 거두지 못하였다. 2005년 이후부터는 우리나라 최초의 교육 통화인 ‘민들레’와 전주 품앗이 등 크고 작은 지역화폐가 생겨났으나 현재는 사용되지 않고 있다. 그밖에 태백 지역화폐, 대구시 중구지역의 지역화폐 활성화 센터도 현재 운영이 정지된 상태이고 불교환경교육원 두레는 2011년에 운영이 중지되었으며 안양시 자원봉사센터의 품앗이도 2001년 중단되면서 제대로 관리되지 않아 거래가 활발하게 이루어지지 못하고 있었다(천경희 외, 2005).

활발하게 운영되고 있는 지역화폐 운동단체인 ‘한밭레츠’는 지자체나 비영리단체의 지원 없이 지역주민의 힘으로 운영되는 곳이다. 한밭레츠는 우리나라에서 운영되고 있는 공동체 지역화폐제도 중에서 회원 수가 가장 많은 곳이며, 현재에도 다양한 활동을 시도하고 있다. 거래 회수가 매년 두 배 이상 증가하며 거래되는 품목도 농산물, 재활용품, 의료, 나아가 교육 등으로 해마다 그 종류를 늘려가고 있다.

과천 품앗이 ‘아리’는 2001년에 과천 지역의 주부(主婦)들이 모여 만든 일종의 교육 품앗이다. 1시간 노동에 대해 1만 아리를 제공하며 통장형의 거래 방식을

사용한다. 운영 초기에는 가족 단위로 운영되며 교육 및 학습 거래를 중심으로 거래되었으나 현재는 다양한 종류의 노동 품앗이가 거래되고 있다.

송파 품앗이는 자원봉사 센터에서 시작되어 구청에서 운영비를 지원받는다. 회원들 사이에 학습지도와 차량 정비, 집 수리 등이 거래되고 월 1회 장터를 개최하여 회원들 간의 물물교환의 활성화를 돕는다.

고잔 품앗이는 2002년에 안산시 단원구 고잔1동 주민자치센터에서 시작되었다. 거래금액의 10~50%를 ‘고잔머니’로 지불한다.

광명 ‘그루’는 2004년에 광명시 평생학습원에서 Agenda21과의 협조 하에 결성되었다. 운영방식은 통장형이며 ‘1그루=1원’인 등가원칙이 적용되고 매월 토요일마다 장터 학교가 열린다.

대구지역화폐 늘품은 2005년 대구시 달서구 본동 종합복지관에서 시작되었는데 거래 시 거래금액의 50% 이상을 ‘품’으로 지불한다. 회원들 간 사용이 매우 활발하고, 도시락 배달이나 물품을 판매할 때 화폐를 받을 수 있다.

부천 희망품앗이는 2008년 부천여성노동자회에서 시작된 지역화폐 운동이다. 시장을 봐준다거나 청소를 해주거나 반찬을 만들어주거나 물건을 빌려주는 등 삶의 다양한 영역에서 품앗이가 가능하다. 품앗이 장터에서 주로 사용되는데, 사용하던 물건이나 필요가 없어진 물건 또는 새 제품을 장터에 내놓으면 거래하는 사람의 물건으로 교환하거나, 원플러스 씨앗 시스템을 통해 현금화한 나머지 금액은 씨앗으로 기록해놓는 방법으로 운영된다.

지역주민들이 주도하는 단체의 성격이거나 지자체 주도로 운영되는 다양한 국내의 지역화폐운동이 대부분 지금까지 이어지면서 생명력을 유지할 수 있었던 이유는 회원들끼리 각종 소모임을 구성하고 다양한 행사, 장터를 개최하면서 유기체적인 네트워크를 구축해왔기 때문이다. 대표적인 행사로는 소식지 발간, 운동회, 주말농장, 등산모임, 간병도우미모임, 나눔장터, 품앗이학교 등을 개최하였고, 탁구와 서예, 토피어리 만들기, 기타 배우기 등 소모임도 운영하였다. 또한 그 내부 운영에 있어서도 운영위원회를 결성하여 총무, 회계, 서기를 비롯해 홍보분과, 행사분과, 교육분과, 품앗이사업부 등으로 조직을 체계화하고 각 분과별로 업무를 분담하여 회원들 간의 관계형성 및 참여를 도모한다. 체계적인 조직과 책임감 부여, 정기적인 모임은 지역화폐 운동의 성패를 가름하는 중요한 요건이

된다. 지역적 대면관계가 증폭되면 될수록 지역화폐의 거래 역시 활발해지며 지역경제를 활성화할 수 있게 된다. 대표적으로 한발레츠는 운영의 어려움을 극복할 수 있는 계기를 마련한 사례로 가장 유명하다. 이처럼 지역화폐 운동은 대부분 도시를 중심으로 이뤄지는데 내용을 살펴보면 물품의 생산보다는 품앗이와 같은 노동 제공과 물품 교환 및 거래가 주된 활동 내역임을 알 수 있다. 한발레츠의 경우 다른 지역화폐 운동 단체에서 주로 수행하는 노동 품앗이에 더해 물품 교환 및 다양한 거래 품목을 확대했다(김민정, 2012).

2) 해외 지역화폐

앞서 제1절에서 언급한 레츠(LETS: Local Exchange and Trading System)는 오늘날 지역화폐의 시초 형태라고 할 수 있다. 당시 도입의 목적은 부족한 국가 통화를 보완하기 위해 특정지역 내에서만 유통되는 통화를 만들어 지역 내의 경제순환을 구축하는 것이었다(아베 요시히로 외, 2003). 당시에는 회원 수가 다섯 명에 불과하였으나, 2년 후엔 500명 이상으로 늘어났으며(이채언, 2000), 당시 회원들 간의 거래량을 달러로 환산하면 30만 달러 수준이었다. 현재 레츠는 영국에서 가장 활성화되어 있으며 전 세계 약 2,000개 지역에서 사용되고 있다. 레츠의 기본적인 체계는 현금을 사용하는 대신에 생산물품이나 서비스를 교환하는 것이다. 레츠의 회원은 자신이 필요로 하는 서비스를 다른 회원으로부터 제공받을 수 있고, 여기서 생긴 채무는 자신이 제공하고자 하는 서비스가 필요한 다른 회원에게 제공함으로써 변제된다. 레츠는 정기적으로 회보를 발행하는데, 서비스를 제공받은 자가 누구인지, 어떤 서비스를 제공받았는지, 무엇을 얻었는지 등을 회원들에게 알리고, 회원들은 이러한 정보에 따라 서로 거래한다. 이렇듯 최초의 지역화폐 형태인 레츠의 거래운영은 지폐나 동전의 형태의 국가화폐가 아니라 회원들 간의 신용(credit)으로만 존재해왔다. 그리고 수입은 물론 지출로서도 신용 창출이 가능하며, 특히 부채에 대한 상환이자가 따로 없고 정해진 상환기간도 없다는 특징이 있다(한국은행, 1999).

이후에 레츠와 같으면서도 실제로는 물리적인 형태를 갖고 있는 다수의 지역화폐가 등장하였다. 대표적인 예로는 앞서 언급한 이타카아워(ithaca hour)나 토

론토 달러(toronto dollar), 킴가우어(chiemgauer) 등의 화폐가 있다. 이 화폐들은 레츠와 같이 거래 당사자가 직접 발행하는 것이 아니라 중앙운영위원회 등의 조직을 통해서 화폐 발행량을 결정하고 지폐를 발행한 뒤, 참가자들에게 일정량을 배부하며, 거래 시 이를 이용해야 하는 방식을 도입한다. 특히 토론토 달러와 킴가우어는 국가화폐인 캐나다 달러, 유로화로도 교환이 가능한 담보통화 형태이며, 유통기간도 정해져 있다. 이러한 지폐형식의 화폐는 기존 계정방식과 비교하였을 때, 일단 발행되고 난 뒤에는 관리에 대한 부담이 훨씬 적다는 장점이 있고, 사용자들도 실제 국가화폐나 상품권과 같은 기존의 방식에 대한 이질감이 적기 때문에 상용화하고, 거래를 촉진시킨다는 장점도 가질 수 있다(류동민·최한주, 2003). 또한 이러한 지역화폐들은 레츠처럼 참여기회가 일부 회원들에게 국한되는 것이 아니라 지역주민 모두가 사용할 수 있기 때문에 규모가 협소하다는 단점도 어느 정도 해결할 수가 있다.

이외에도 자원봉사 형태인 지역화폐도 등장하였는데, 대표적으로 시간을 예탁하는 방식인 타임달러(time dollar)가 있다. 이 화폐는 미국의 많은 주에서 운영되고 있는데, 지역에 따라 티켓 또는 계정형식으로 발행된다. 기본체제는 시스템에 참가하고 있는 회원들이 제공하는 서비스를 시간으로 계산하고, 회원들이 모은 시간을 사용하여 타인으로부터 서비스를 받는 것이다. 사무국의 코디네이터가 서비스수요자에게 적절한 사람을 매칭하고, 서비스 제공자와 피제공자 간의 거래를 성사시킨다. 시스템에 참여하는 대부분의 사람들은 비교적 고령자이고, 장래에 자신이 개호(介護) 등의 서비스를 사용하기 위하여 타임달러를 적립하고 있는 경우가 많다. 이렇듯 타임달러는 복지적 성격을 강하게 갖고 있다고 할 수 있다(박상현, 2002).

일본의 지역사회 역시 서구 못지않게 지역화폐 운동이 활성화하게 진행되어 있으며, 그 수가 급속히 증가하는 추세를 보이고 있다. 일본에서 일반적으로 통용되고 있는 지역화폐는 ‘에코머니(eco-money)’이며, 이의 취지나 목적, 운영형태 등은 타임달러와 거의 유사하다. 이 화폐는 환경을 뜻하는 에코로지(ecology), 경제를 뜻하는 이코노미(economy), 공동체를 뜻하는 커뮤니티(communitiy)의 합성어인 ‘에코뮤니티(ecommunity)’를 실현하려는 목적으로 만들었는데 현재 일본에서는 500개 종류 이상의 에코머니가 상용화되고 있으며 환경미화, 복지, 자녀 양

육 등의 서비스를 제공받는 대가로 거래되고 있다. 최근의 에코머니는 환경보호 차원에서 크게 주목을 받고 있으며, 가격결정은 타임달러와 같이 시간을 척도의 기준으로 하고 있으나 '1시간=1에코머니'같이 획일적인 규정을 강제화하지는 않고 있다. 그리고 이 화폐의 형태는 계정 및 지폐로 발행이 되고 있는데, 지폐로 발행되는 것은 유효기간이 정해져 있고, 일반통화와의 교환은 금지되어 있다(조재욱, 2013).

2. 지역화폐의 도입 배경 및 필요성

서민층의 경제안정과 지역경제의 뿌리라는 중요성 때문에 재래시장의 경쟁력 회복을 위하여 정부는 지방자치단체와 더불어 재래시장 활성화를 지원하였다. 그러나 대부분의 재래시장의 물리적 환경개선과 경영현대화 측면에서 영업기법을 개선하는 데 초점이 맞춰져 있다(류기환, 2015).

지역화폐가 필요한 이유는 자본의 역외유출과 지역경제의 불안정성에서 기인한다. 지역 외부로의 자금 유출은 여러 가지 방식을 통해서 이루어질 수 있다. 먼저 지역 내 생산 활동을 통해 창출된 소득이 외부로 유출될 수 있는데, 이러한 소득 유출은 두 가지 유형으로 구분할 수 있다. 첫 번째는 생산 과정에서 발생하는 소득이 임금, 이자, 배당, 영업이익 등의 방식으로 유출되는 것인데, 특히 본사가 다른 지역에 있는 경우 또는 거대 유통업체가 지배적인 경우에 이런 유출은 더욱 심화될 수 있다. 두 번째는 지역기업이나 주민의 지출을 통해 외부로 유출되는 것이다. 지역 내의 산업연관성이 크지 않거나 근접한 다른 지역에 거대 상업중심지가 존재하는 경우에 이러한 유형의 유출은 더 클 수 있다.

다음으로 지역의 저축된 자금이 해당 지역에 투자되지 않고 외부로 유출될 수 있는데 이 역시 일종의 소득 유출이라고 할 수 있다. 지역 내의 저축된 자금이 대부분의 지역에서 형성된 소득이라고 할 수 있기 때문이다. 이러한 방식의 외부 유출은 결국 더 큰 수익성을 찾아서 떠나는 경우라고 할 수 있는데, 이는 언급한 것처럼 지역 간 불균등 발전을 더욱 가속화시키는 요인이 된다(류기환, 2015).

오늘날 지역경제가 겪는 어려움은 지역 내에서의 경제활동의 결과가 지역 내에 재투자되는 것이 아니라, 세금 또는 외부의 계약자들, 지역 외부(non-local)에

존재하는 공급 체인, 국가적 체인 스토어의 주주들을 통해서 빠져나감에 따라 가중되고 있다. 계속적으로 사람들이 빠져나가고 자금이 유출되는 지역은 물론, 외부 자금이 유입되고 있는 지역도 안심할 수 없으며, 언제든지 상황이 역전될 수 있는 위험성에 노출되어 있다. 또한 외부 자금의 유입에 대해 주변 지역들이 서로 경쟁을 하게 된다면 유입하고자 하는 기업에게 더 많은 특혜를 줄 수밖에 없게 되고, 이는 해당지역 소상공인들의 노동조건이나 지역의 환경문제 등을 등한시하게 되는 결과를 초래하게 된다. 결국 현재 이러한 상황이 자본이 유입되고 있는 지역에게도 반드시 바람직하다고 볼 수만은 없다는 것이다. 이와 같이 신자유적 지구화로 인해 가속화되는 지역경제의 불안정성을 극복하기 위해서 지역경제의 발전을 위한 다른 방식의 전략은 이를 위한 하나의 중요한 대안이 될 수 있다(황한식, 2008).

3. 지역화폐(지역사랑상품권) 발행 현황

행정안전부에 따르면 전국 행정구역은 2020년 12월 기준 17개 시도와 226개 시·군·구가 있다. 이는 지역화폐를 발행할 수 있는 시도 및 시·군·구 지방자치단체가 243개소가 있다는 것을 의미한다. 2020년 6월 기준 행정안전부에 따르면 지역화폐 발행 현황은 전국 17개 시도 중 서울특별시, 경기도, 충청북도, 충청남도, 전라북도, 전라남도, 경상북도를 제외한 10개, 226개 시·군·구 중 속초시, 횡성군, 평창군, 양양군, 울릉군, 사천시를 제외한 220개 지방자치단체가 지역사랑상품권을 발행하고 있다(<표 3> 참고). 2018년에 60여 개의 지자체에서 발행하던 수준에서 현재 전국 대부분의 지방자치단체가 발행을 하고 있다는 점에서 큰 변화가 아닐 수 없다(<표 4> 참고).

행정안전부에서는 지역사랑상품권을 지자체가 발행하고 해당 지자체 가맹점에 서만 사용가능한 상품권으로 정의하고 있다. 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」(’20.5.1. 제정)에 따른 지역화폐의 다른 표현이다, 발행액은 2018년 3,714억원, 2019년 2.3조 원, 2020년 13.3조 원으로 늘어났다(<표 5> 참고).

또한 백화점이나 대형마트 등을 제외한 지역 내 소상공인 가맹점에서 사용가능하고, 사행산업이나 중소기업기본법에 따른 중소기업에 해당하지 않는 기업은 가

맹업종에서 제한될 수 있다. 구매할인 또는 포인트 적립(5% 내외~최대 10%)은 지자체에서 자율적으로 결정하여 시행하고 있고, 그 유형은 지류형, 카드형, 모바일형의 3가지로 분류된다.

<표 3> 전국 행정구역 현황

(‘20. 12월 기준)

구분 시도별		시군구				행정시 자치구가 아닌 구		읍면동				출장소			
		계	시	군	구	시	구	계	읍	면	동	계	시 도	시 군 구	읍 면
계(17)		226	75	82	69	2	32	3,501	232	1,180	2,089	84	7	14	63
특별시	서울	25			25			425			425				
광역시	부산	16		1	15			205		2	200	1		1	
	대구	8		1	7			141	6	3	132	2			2
	인천	10		2	8			154	1	19	135	6	1	1	4
	광주	5			5			96			96				
	대전	5			5			79			79				
	울산	5		1	4			56	5	6	44				
특별자치시	세종							20	1	9	10				
도	경기	31	28	3			17	551	37	103	411	8	1	5	2
	강원	18	7	11				193	24	95	74	8	2		6
	충북	11	3	8			4	153	16	86	51	3	3		
	충남	15	8	7			2	207	25	136	46	4			3
	전북	14	6	8			2	243	15	144	84	1		1	
	전남	22	5	17				297	33	196	68	26		1	29
	경북	23	10	13			2	332	36	201	94	14		1	13
	경남	18	8	10			5	305	21	175	109	7		3	4
특별자치도	제주					2		43	7	5	31				

자료: 행정안전부(2020.12.31), 『지방자치단체 행정구역 및 인구 현황』

<표 4> 지역사랑상품권 발행 지역

(‘22. 6월 기준)

구분	발행	미발행
서울	동대문구, 서대문구, 은평구, 종로구, 강동구, 동작구, 마포구, 관악구, 도봉구, 성북구, 성동구, 중구, 강북구, 양천구, 금천구, 중랑구, 광진구, 구로구, 영등포구, 강서구, 송파구, 노원구	서울특별시
부산	부산광역시, 동구, 남구	
대구	대구광역시	
인천	인천광역시, 서구, 연수구, 남동구, 미추홀구, 계양구, 부평구, 동구	
광주	광주광역시	
대전	대전광역시	
울산	울산광역시	
세종	세종특별자치시	
경기	수원시, 고양시, 용인시, 성남시, 부천시, 안산시, 화성시, 남양주시, 안양시, 평택시, 의정부시, 파주시, 시흥시, 김포시, 광명시, 광주시, 군포시, 이천시, 오산시, 하남시, 양주시, 구리시, 안성시, 포천시, 의왕시, 여주시, 양평시, 동두천시, 과천시, 가평군, 연천군	경기도
강원	강원도, 강릉시, 춘천시, 원주시, 태백시, 삼척시, 영월군, 정선군, 철원군, 화천군, 양구군, 인제군, 고성군, 홍천군, 횡성군, 동해시	속초시, 평창군, 양양군

구분	발행	미발행
충북	청주시, 충주시, 제천시, 보은군, 옥천군, 영동군, 증평군, 진천군, 괴산군, 단양군, 음성군	충청북도
충남	천안시, 공주시, 보령시, 아산시, 서산시, 논산시, 계룡시, 당진시, 금산군, 부여군, 서천군, 청양군, 홍성군, 예산군, 태안군	충청남도
전북	전주시, 익산시, 군산시, 정읍시, 남원시, 김제군, 완주군, 진안군, 무주군, 장수군, 임실군, 순창군, 고창군, 부안군	전라북도
전남	목포시, 여수시, 순천시, 나주시, 광양시, 담양군, 곡성군, 구례군, 고흥군, 영암군, 보성군, 화순군, 장흥군, 강진군, 해남군, 무안군, 함평군, 영광군, 장성군, 완도군, 진도군, 신안군	전라남도
경북	포항시, 경주시, 김천시, 안동시, 구미시, 영주시, 상주시, 문경시, 영천시, 경산시, 의성군, 청송군, 영양군, 영덕군, 청도군, 고령군, 성주군, 칠곡군, 예천군, 봉화군, 울진군, 군위군	경상북도, 울릉군
경남	경상남도, 창원시, 진주시, 통영시, 김해시, 밀양시, 거제시, 양산시, 의령군, 함안군, 창녕군, 고성군, 남해군, 하동군, 산청군, 함양군, 거창군, 합천군	사천시
제주	제주특별자치도	

자료: 행정안전부

<표 5> 전국 지역사랑상품권 발행 현황

(‘20. 12월 기준, 단위: 억원)

구분	국비지원 발행규모 (A)	국비지원 규모 중 판매액(B)	지원규모 대비 비율 (B/A)	지자체 자체발행 판매액 (C)	총판매액 (D=B+C)	지원규모 대비 총판매액비율 (D/A)
계	95,642	92,401	96.6%	40,515	132,916	139.0%
서울	-	-	-	5,484	5,484	-
부산	8,100	9,004	111.2%	3,381	12,385	152.9%
인천	11,065	11,065	100.0%	13,880	24,945	225.4%
광주	6,100	6,151	100.8%	0	6,151	100.8%
대전	6,500	6,500	100.0%	1,717	8,217	126.4%
울산	3,000	3,137	104.6%	16	3,153	105.1%
대구	2,995	3,000	100.2%	193	3,193	106.6%
세종	1,870	1,746	93.4%	0	1,746	93.4%
경기	16,588	16,420	99.0%	8,680	25,100	151.3%
강원	3,187	2,879	90.3%	798	3,677	115.4%
충북	3,250	3,106	95.6%	1,511	4,617	142.1%
충남	5,023	4,118	82.0%	928	5,046	100.5%
전북	9,471	8,409	88.8%	1,527	9,936	104.9%
전남	5,060	4,151	82.0%	916	5,067	100.1%
경북	7,480	7,241	96.8%	570	7,811	104.4%
경남	5,753	5,418	94.2%	904	6,322	109.9%
제주	200	56	28.0%	10	66	33.0%

자료: 행정안전부

제5절 지역화폐의 플랫폼²⁾

1. 지역화폐 플랫폼의 개념

IT기술이 발전하고 우리나라 국민의 90% 이상이 모바일 기기를 보유하게 되면서 이는 기업과 정부의 새로운 서비스 확대로 연결되고, 여러 이해관계자를 연결하여 주는 플랫폼 전성시대로 이어지고 있다.

플랫폼의 사전적 정의는 국립국어원 표준국어대사전에 따르면 ‘1」 역에서 기차를 타고 내리는 곳’이며, ‘5」 정보 시스템 환경을 구축하고 개방하여 누구나 다양하고 방대한 정보를 쉽게 활용할 수 있도록 제공하는 기반 서비스’ 등의 의미도 가진다. 플랫폼을 구성하는 요소는 두 가지 관점에서 정의할 수 있다. 먼저 정보통신기술 관점에서의 플랫폼은 컴포넌트(component)와 룰(rule)로 구성되어 있다. 컴포넌트는 하드웨어(HW), 소프트웨어(SW), 서비스 모듈(service module), 아키텍처(architecture)를 의미한다. 컴포넌트(component)는 모바일 폰 등의 단말기, 안드로이드, iOS 운영체제 등이며, 룰(rule)은 네트워크에 참여하는 구성원, 해당 플랫폼에 직접적 또는 간접적으로 관여하고 있는 이해관계자를 조정하거나 조율하는 데 필요한 규칙을 의미한다.

다음으로 가치 교환의 관점이다. 이 관점에 따르면 플랫폼은 플랫폼의 사업자와 플랫폼의 참여자로 구성되어 있다. 먼저 플랫폼 사업자는 플랫폼을 공급하고 운영하는 주체이고, 플랫폼 참여자는 플랫폼 내에서 가치를 교환하는 그룹을 의미한다. 참여자는 다시 공급자와 수요자로 나눌 수 있다. 예를 들면 애플의 앱스토어 상에 어플리케이션을 개발하여 등록하는 개발자를 공급자로 볼 수 있고, 이를 다운로드하여 사용하는 유저는 사용자가 된다. 요약하면 플랫폼이란 공급자와 수요자 등 여러 그룹이 참여할 수 있는데, 공정한 거래를 통해 각각의 그룹이 얻기를 원하는 가치를 서로 교환할 수 있도록 구축하는 환경이라고 말할 수 있다.

모바일 플랫폼은 서비스 어플리케이션의 구현이 가능한 구글의 안드로이드, 애플의 iOS 운영체제의 ‘OS 플랫폼’과, 서비스 영역별 통합된 기능을 사용자와 연

2) Thomas R. Eisenmann, Geoffrey Parker, Marshall Van Alstyn(2008) 및 참여사회 2019년 5월호(통권 265호)를 참고하여 정리하였다.

결시켜주는 ‘서비스 플랫폼’으로 구분할 수 있다. 와이파이(wi-fi) 및 데이터 패킷망을 이용하여 과금 없이 사용자들과 메시지를 주고받을 수 있는 카카오톡, 사용자가 동영상을 자유롭게 공유하는 비디오 플랫폼인 유튜브 등이 서비스 플랫폼에 해당한다. 또한 이러한 플랫폼을 이용하여 사업을 운영하고, 수익을 얻는 과정을 플랫폼 비즈니스라고 한다.

지역화폐는 초기엔 지류로 발행되어 유통되었지만, 모바일 기기가 발전하고, 사용자가 급증함에 따라 모바일 기기와 결합하여 디지털 형태로 유통가능한 모바일 상품권으로 발전되었다. 이에 따라 지역화폐는 지류형, 카드형, 모바일형으로 그 유형을 나눌 수 있으며, 대부분의 지역에서는 2개 이상의 유형을 선택하여 혼합형으로 발행하고 있다. 특히 지류형이 아닌 카드형이나 모바일형의 발행을 위해서는 지역화폐 구매(충전)와 잔액 및 사용내역 조회 등 일반 카드사가 제공하는 것과 비슷한 서비스를 제공할 필요가 있다. 이에 따라 지역화폐를 카드형 또는 모바일형으로 발행하는 지자체에서는 모바일 플랫폼을 구축하여 제공하고 있다.

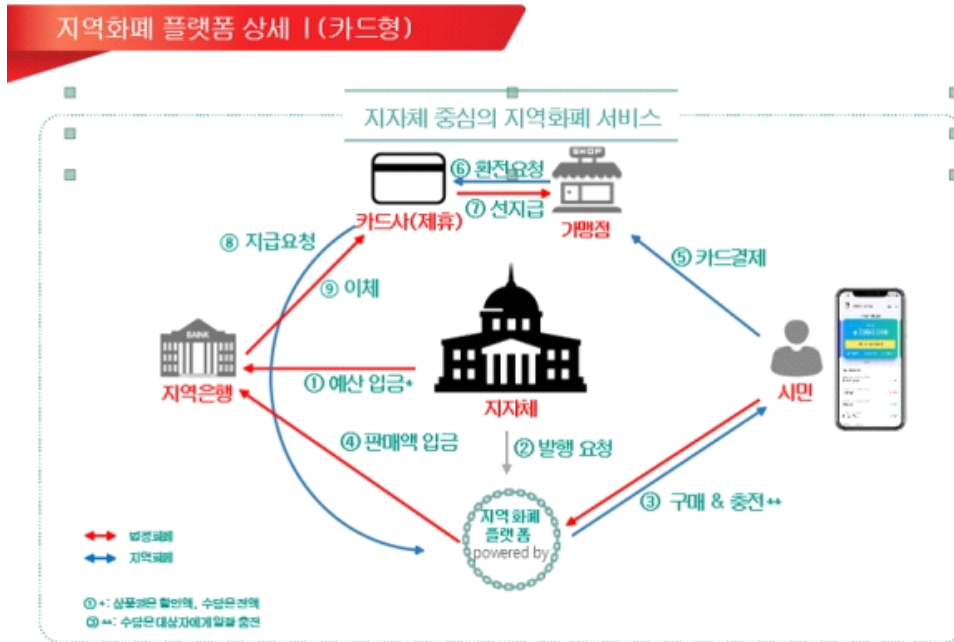
2. 카드형 플랫폼

대표적인 카드형 지역화폐 기반의 플랫폼은 코나아이(KONA I Co., Ltd.)에서 론칭한 코나카드 기반의 플랫폼이다. 코나카드 플랫폼은 사용자가 어플리케이션을 이용하여 금액을 충전한 뒤 선불카드처럼 사용할 수 있으며, 기존 결제 인프라와 호환이 가능하기 때문에 가맹점에서 결제 인프라를 변경할 필요 없이 그대로 사용할 수 있다. 만 14세 이상이면 누구나 모바일 어플리케이션에 접속하여 비대면 카드 발급 신청이 가능하다. 또한 어플리케이션 내에서 연말정산을 위한 소득공제 신청을 미리 할 수 있다. 코나아이는 사업비 및 플랫폼 제공 및 운영 대가로 결제대금의 1%대 수수료를 지급받고 있다³⁾.

2018년부터 인천 서구를 시작으로 인천e음카드, 경기도 28개의 지자체 등 55여

3) 충전수수금을 지자체 계좌로 관리하고 광고비를 운용사가 집행하는 타 지역사랑상품권과 달리 경기지역화폐는 충전수수금을 코나아이가 관리하고 광고비는 경기도 산하 공공기관인 경상원이 집행하기 때문에 경기도에서는 코나아이에 별도의 위탁 수수료를 지급하지 않고 있다.

개 지자체가 카드형 지역화폐 플랫폼을 사용해오고 있으며, 제주도의 탐나는전 또한 코나아이에 지역화폐 운영대행 용역을 시행하고 있다(<그림 3> 참고).



<그림 3> 제주지역화폐 플랫폼 모형도

카드형 지역화폐 플랫폼은 별도의 단말기가 필요하지 않아 일반카드 결제가 가능한 곳이라면 지역화폐의 가맹점이 될 수 있기 때문에 다수의 가맹점 확보가 용이하며, 카드사용이 보편화된 우리나라 소비자의 특성상 전 연령층이 선호한다는 것이 장점이다. 반면 이용자들은 결제를 위해 카드를 사용하기 위해서는 항상 카드를 소지하여야 한다는 점에서 편의성이 떨어지며, 기존 신용카드와 마찬가지로 지역화폐카드 사용 시 결제액의 0.5~1.3%의 수수료가 발생하여 가맹점주의 부담이 발생한다는 단점이 있다. 그러나 이는 플랫폼이 진화됨에 따라 QR코드 등 모바일 간편결제서비스가 제공되고 있어 보완이 가능하다.

1) 카드 지급결제서비스

지급결제란 개인·기업·정부와 같은 경제주체들이 각종 경제활동을 하게 될 때 거래 당사자들 사이에서 발생하는 채권 및 채무관계를 지급수단을 이용하여 해소하는 행위이다(한국은행 홈페이지). 지급수단은 현금지급, 계좌이체, 카드결제 등을 사용하며, 이중 현금지급, 계좌이체와 같은 직접결제가 아닌 전자방식의 체크카드결제, 신용카드결제, 모바일 간편결제 등 제3의 기관이 개입하여 결제를 가능하게 하는 서비스를 지급결제서비스라고 한다(<표 6> 참고).

지급결제서비스는 사후에 지급되는 신용카드(credit card), 구입시점에 지급되는 체크카드(check card) 및 직불카드(debit card), 금액을 미리 충전하여 사용하는 선불카드(prepaid card)로 구분된다.

신용카드는 신용카드업자가 가맹점 확보 등의 일정한 자격을 갖추고, 카드 신청인의 소득과 신용상태를 근거로 하여 발행하며 상품이나 서비스를 신용으로 구매하거나 현금서비스, 카드로 등의 대출을 받을 수 있도록 하는 지급수단이다. 신용카드 사용 시 소상공인 자영업자들은 수수료를 부담하는데, 연매출액 3억 원 이하는 결제금액의 0.8%, 3~5억 원 이하는 1.3%, 5~10억 원 이하는 1.4%의 수수료를 부담한다.

체크카드와 직불카드는 은행에서 발급받을 수 있으며, 소비자가 결제 시 은행 계좌에서 실시간으로 대금을 직접 인출해가는 방식으로 거래되는 카드이다. 또한 연말정산 시 소득공제를 받을 수 있다. 체크카드의 경우 신용카드 전산망을 사용하며, 카드 사용에 따른 유효기간이 존재한다. 결제 시 가맹점주가 부담하는 체크카드 수수료는 가맹점주의 연매출액 3억 원 이하는 결제금액의 0.5%, 3~5억 원 이하는 1.0%, 5~10억 원 이하는 1.1%의 수수료를 부담한다. 반면 직불카드는 은행 전산망을 사용하고, 카드 사용 유효기간이 따로 없으며, 결제 시 비밀번호를 입력하거나 수수료를 부담하는 비율은 체크카드와 유사하다.

선불카드는 사용자가 카드 발행자로부터 전·자기적 방법으로 일정금액을 충전한 카드를 구입한 후 물건을 구매하거나 서비스를 이용할 때 해당 대금이 자동으로 충전금액에서 차감되도록 한 카드이다. 사용범위에 따라 단일목적 선불카드와 범용 선불카드로 구분할 수 있다. 단일목적 선불카드는 일정지역 또는 특정

목적으로만 사용할 수 있는 선불카드로 버스카드, 지하철 정액권 등이 해당되며, 범용 선불카드는 광범위한 지역에서 상품 또는 서비스 대금의 지급에 사용될 수 있다.

<표 6> 지급결제서비스 종류

구분		개요	
전자 방식	카드	신용카드	가장 대표적인 전자방식 지급결제 서비스
		체크카드	신용카드 시스템을 그대로 사용하는 직불방식 카드
		직불카드	체크카드와 유사한 방식으로, 차이점은 은행 공동망을 통한 서비스 방식
		선불카드	해당 카드에 연결된 가상 계좌에 돈을 입금하여 카드를 충전한 후에 사용할 수 있는 카드
	간편결제	모바일 간편결제 - 충전식 또는 카드등록방식, QR코드 이용 방식 등	
비전자 방식	수표	발행인이 소지인에 일정금액의 지불을 위탁하는 유가증권	
	어음	일정한 금액을 일정한 날짜에 지급하기로 하는 유가증권	
	지로	특정한 계좌를 이용하여 결제대금을 주고 받는 방식	

자료: 노용관(2018) 참고하여 정리

3. 모바일형 플랫폼

모바일형 지역화폐 플랫폼에는 제로페이(ZeroPay), KT 착한페이, 한국조폐공사 Chak 등이 있다. 제로페이는 소상공인의 수수료 부담을 줄이기 위해 민관이 합작하여 만든 모바일 간편결제서비스이지만, 여기에 지역화폐를 연계하여 제로페이 어플리케이션 내에서 지역화폐 충전, 결제, 사용내역 조회 등의 서비스가 가능하여 지역화폐 플랫폼으로서 사용되고 있다. 서울시 25개 자치구와 경남, 전남, 강원, 충북 등의 지자체에서 채택하여 사용하고 있다.

착한페이는 KT에서 개발하고 운영 중인 블록체인 기반의 모바일 지역화폐 플랫폼이다. 5G 네트워크망에 블록체인을 적용하여 보안성을 높였으며, QR코드 결제 방식을 지원하여 가맹점이 카드 수수료를 부담하지 않아도 된다. 카드형과 모바일형의 복합형이며 카드형의 경우에는 하나카드, 농협카드 등 체크카드 기반으로 운영된다. 김포시와 울산광역시 등이 도입하여 사용하고 있다.

Chak은 한국조폐공사에서 개발 및 운영 중인 블록체인 기반의 지역화폐 서비스이다. QR코드 결제방식을 지원하며, 카드형과 모바일형의 복합형이다. 카드형은 신한카드, 농협카드, 우체국 체크카드 등 체크카드 기반으로 운영되고, 지역상품권 착 어플리케이션을 통해 별도로 신청해야 한다. 또한 카드로 결제 시 충전된 착 어플리케이션 내 금액에서 빠져나가는 형태이다. 경기도 성남시와 시흥시에 이어 전라도, 경상도 등 다수의 지자체가 사용하고 있다.

모바일형 지역화폐 플랫폼은 카드를 소지하지 않아도 스마트폰만 있으면 결제가 가능하고, 결제 시 카드사와 VAN(Value Added Network, 부가가치 통신망)⁴⁾사에 내는 수수료가 없기 때문에 결제 수수료에 대한 가맹점의 부담이 적으며 지류형이 가진 단점 중 하나인 부정유통 우려가 적다는 장점이 있다. 반면 가맹점을 개별적으로 모집해야 하는 불편함이 있다. 또한 스마트폰이 없거나 제로페이 어플리케이션을 별도로 설치하지 않으면 사용이 제한되며, 결제금액을 일일이 입력해야 하는 번거로움 때문에 신용카드가 보편화되어 있는 국내의 사용자가 불편함을 느낄 수 있다.

1) 간편결제 지급결제서비스 : 충전식 또는 카드등록방식

소비자들이 스마트폰에 의존하는 정도가 높아지고 바이오 인증이 가능해지면서 기업들은 이를 활용한 다양한 형태의 서비스를 확대하고 있다. 전통적인 금융산업인 은행과 인터넷, 모바일의 결합은 ‘핀테크(fintech; financial technology)’라는 새로운 산업형태를 만들었으며, 지급결제·예금·대출 등 다양한 영역으로 발전하고 있다. 특히 지급결제(payment)는 모바일 기기를 이용한 안전한 결제방식

4) 카드사와 가맹점 간 네트워크망 구축, 오프라인의 전 가맹점에 대해 카드사와 데이터 중계 역할 수행

을 구축함으로써 크게 발전하고 있다. 모바일 결제(mobile payment)는 스마트폰 등의 모바일 기기를 활용하여 온·오프라인 상에서 제품 또는 서비스를 구매하는 기술이다(M.Krueger, 2001; 변주영, 2021 재인용). 국내에서는 기본적으로 신용카드의 정보를 모바일 기기에 저장한 후에 사용하는 방식으로 운영되며 주로 신용카드 서비스의 일부분으로 인식되고 있다.

모바일 간편결제서비스는 편의성이 가장 큰 장점이다. 스마트폰만 휴대하면 결제에 필요한 카드를 별도로 소지하지 않아도 되고, 계좌송금 및 상품구입을 위한 결제가 가능하기 때문에 소비자들의 일상에 적합한 결제수단으로 정착하고 있다.

<표 7> 국내 주요 모바일 간편결제서비스

간편결제서비스명	운영사	업종	서비스 개요
삼성페이	삼성전자	제조업	2015년 출시되어 오프라인 간편결제 시장 선도
네이버페이	네이버	인터넷	네이버 포털 기반
카카오페이	카카오	인터넷	2014년 최초로 국내 간편결제서비스 도입
L PAY	롯데	유통	백화점, 마트 등 유통업 기반, 자사 신용카드와 연계 마케팅
LG페이	LG전자	제조업	LG스마트폰 사용자 대상 간편결제 서비스
페이코	NHN엔터	게임	NHN엔터테인먼트(게임)에서 운영, 삼성페이와 연계 협력 중
SSG PAY	신세계	유통	백화점, 마트 등 유통업 기반
뱅크월렛	금융결제원	공공기관	금융결제원이 운영하는 간편결제 서비스

주: 이외에도 11Pay, BC페이, Paynow, T페이 등 다양한 간편결제서비스 운영중

자료: 노용관(2018) 참고하여 정리

모바일 간편결제서비스의 국내 시장 규모는 급속도로 커지고 있다. 국내의 모바일 간편결제서비스 총 이용액은 2017년 기준 39조9,000억 원으로 전년도 대비 3배 이상 크게 성장한 수치이다. 하루 평균 결제 건수도 2017년 기준 212만 4,000건으로 전년도 대비 약 2.5배 증가한 기록이다(조영은, 2019).

그러나 간편결제는 소비자에게는 편리성을 제공하지만, 간편결제 수수료가 기존 신용카드 수수료보다 높아 가맹점에게는 부담이 되고 있다. 간편결제는 전체 90% 이상이 신용카드 연동형으로, 실제 결제과정에서 발생하는 비용은 그대로 적용된다. 소비자가 오프라인 매장에서 카드결제를 하면 소비자 → 가맹점 → 부가가치통신업자(VAN사) → 카드사 순으로 결제 정보가 전달된다. 소비자는 결제 수수료, 가맹점은 가맹점 수수료를 각각 카드사에 지급하게 되고, 카드사는 VAN사에 VAN수수를 지급한다. 온라인 페이의 경우는 PG(Payment Gateway, 전자지급결제대행서비스)사⁵⁾가 더 추가된다. 소비자가 간편결제를 이용하여 물품을 구매하거나 서비스를 이용하면 PG사가 가맹점과 간편결제 사용자에게 수수료를 떼어가고, PG사는 카드사에 가맹점 수수료를 지급한다. 카드사도 VAN사에 수수료를 지급한다(매일일보, 2020.6.3).

이러한 문제를 보완하기 위해 소비자와 가맹점주를 직접 연결해서 결제 수수료를 낮추는 QR코드 기반의 모바일 간편결제서비스인 제로페이가 서울시에서 시행되었다. 앞서도 살펴본 제로페이는 QR코드를 활용한 계좌이체 기반의 모바일 간편결제서비스다. 소비자가 가맹점주에게 계좌이체를 하면서 직접 결제하는 App to App 방식으로, 소비자는 소득공제 30% 혜택이 있으며, 가맹점주는 결제 수수료가 0%이다. QR코드를 이용하여 결제가 가능하다는 점에서 중국의 알리페이와 국내 카카오페이와 동일한 방식으로 VAN 또는 PG사를 거치지 않고도 결제 및 정산을 수행할 수 있어 소상공인 자영업자의 수수료를 대폭 줄일 수 있다는 장점이 있다(<표 8> 참고).

이용방법은 사전에 제로페이를 이용할 수 있는 결제앱을 휴대폰에 설치하고, 매장에서 결제앱을 실행하여 결제한다. 이용 가능한 결제앱은 별도의 제로페이 결제앱이 있는 것이 아니라 22개 은행, 23개 전자금융업자사의 결제앱을 활용한다.

5) 온라인에서 상품과 서비스 판매시에 소비자가 신용카드와 여러 결제수단을 사용하여 결제할 수 있도록 지원하는 서비스

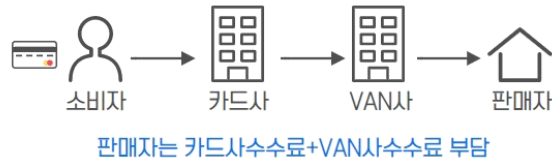
<표 8> 제로페이 결제 수수료

매출	8억이하	8억초과~ 12억원 이하	12억 초과	소상공인 91.7%가 매출액 8억 이하
수수료	0%	1.3%	0.5%	

자료: 노용관(2018) 참고하여 정리

제로페이(Zero Pay)

· 카드결제



· 제로페이결제



<그림 4> 제로페이 플랫폼 모형도

서울시의 제로페이는 고정형 방식의 QR코드를 사용한다. 가맹점주는 고정형 QR코드를 가맹점에 부착하고, 소비자는 부착된 고정형 QR코드를 스마트폰으로 스캔(촬영)함과 동시에 결제가 진행된다. 사용자는 거래를 위해 QR코드를 스캔하여 해당 물품의 거래금액을 입력하고, 가맹점주가 금액을 확인하고 승인하면 거래금액이 소비자의 은행계좌에서 가맹점주 계좌로 이체된다.

제로페이는 소비자 입장에서 요구되는 편리함이 다소 부족하여 최초 도입 시

에는 이용하는 소비자가 많지 않아 성과가 부진하였으나, 코로나19가 확산되면서 이로 인한 비대면 소비가 불가피하게 되고, 지역사랑상품권과의 연계와 더불어 서울시에서 재난긴급생활비를 지역사랑상품권으로 지급하면서 활성화 되어 서울시에서 주요 결제수단으로 자리잡아가고 있다.

제로페이 가맹점 신청은 2020년 2월 8,900건에서 코로나19가 감염이 확산된 3월과 4월에는 각각 8만5,000건, 5만9,000건으로 6배 이상 급증했다(한국일보, 2020.5.11).

제6절 제주지역화폐 탐나는전

1. 탐나는전의 도입 배경

1) 제주사랑상품권

(1) 개념 및 운영 현황

제주지역에서 제주사랑상품권은 전통시장으로 소비수요를 유도하여 지역경제 활성화를 목적으로 2006년부터 도입하였다. 제주사랑상품권은 제주도 상인연합회가 발행주체이며, 상품권의 제작은 한국조폐공사가 하고 제주은행이 판매와 환전을 담당하고 있다. 상품권 구입은 현금과 신용카드로 가능하며, 발행권종은 3천 원, 5천 원, 1만 원권으로 구분된다.

제주사랑상품권을 처음 실시하게 된 배경은 제주도와 상인연합회가 주축이 되어 도입의 필요성을 제기하였고, 제주도는 소상공인을 보호·육성하는 차원에서 발행비용에 대한 재정지원⁶⁾을 하면서 시작되었다. 이후 제주도와 상인연합회, 제주은행의 3자 협약을 통해 제주사랑상품권을 발행하여 운영하였다. 즉 제주사랑상품권은 민간주도형이다. 우리나라에서 시행되고 있는 지역사랑상품권 대부분이

6) 발행액 지원내역은 인쇄비, 인지세(만 원권, 50원), 봉투제작, 신용카드수수료(2.5%) 등으로 구성됨

지방자치단체를 중심으로 하는 행정주도형인 것에 비하여 제주지역에서는 제주도 상인연합회가 주도하는 민간주도형이라는 것이 특색이다. 그런데 이러한 민간주도형은 자발적으로 지역공동체를 형성하여 자율적인 활용을 할 수 있다는 장점을 가지는 반면, 제도적 기반이나 운영체계, 전문성 측면에서 미흡한 측면이 있다. 제주사랑상품권은 지역화폐 관련 조례의 제정 없이 「제주특별자치도 전통시장의 운영 및 관리 등에 관한 조례」에서 제주상인회에 대한 제주사랑상품권 발행 및 홍보사업을 위한 보조금을 지급할 수 있다는 규정만 두고 있다.

한편, 제주사랑상품권의 운영주체가 당해 제주도가 아닌 제주도 상인연합이기 때문에 체계적인 운영조직과 전문성을 갖춘 관리가 어렵다는 한계도 나타난다. 그러나 이보다 더 큰 문제점은 일반적으로 지방자치단체는 지역경제 활성화를 위하여 보다 넓은 활용을 모색하겠지만, 상인연합회 입장에서는 유통범위를 재래시장과 골목상권의 활성화를 목표로 하기 때문에 유통범위가 제한되기를 희망하기 때문이다(이중화·이준호, 2020).

제주사랑상품권의 유통범위는 지역 내 전통시장 상점가 30개소이며 관련 점포수는 4,882개에 달한다. 여기에는 상설시장 15곳, 정기시장 10곳, 상점가 5곳이며, 관련 점포수는 4,882개 수준이다. 당초 제주사랑상품권은 전통시장에서만 유통이 가능했으나, 2009년 들어 경조사 및 답례품용으로 활용되기 시작하였으며, 슈퍼마켓협동조합 등 동네슈퍼까지 확대된 바 있다(공공데이터포털, 2020).

(2) 문제점

지역사랑상품권의 일반적인 문제점을 정리하면 이용측면, 판매측면 등으로 정리해 볼 수 있는데(이민정, 2014), 제주사랑상품권 또한 다음의 문제점들을 내포하고 있다. 먼저, 이용측면에서는 소비자 측과 점포 측으로 구분된다. 소비자 측에서는 홍보 부족, 가맹점포 부족, 판매소 찾기 불편, 상인의 상품권 외면, 상품권으로 물품 구매 시 점포에서 주차권 제공 기피 경향이 있으며, 점포 측에서는 환전 불편, 훼손된 상품권 환불 거부 등이 문제이다. 다음으로 판매측면에서는 낮은 회수율(20% 미만), 온누리상품권 이용 촉진으로 인한 판매 저조의 문제를 안고 있다(이중화·이준호, 2020).

제주지역 내 유통되고 있는 상품권의 이용 규모는 증가하고 있으나, 이중 제주사랑상품권의 규모는 기타 상품권의 증가율보다 낮고, 지역 내 제주사랑상품권의 유통규모 비중이 감소하고 있다. 농촌사랑상품권의 경우 명확한 사용처인 하나로 마트인 경우 전통시장이나 동네 소형 슈퍼마켓에 비해 상대적으로 다양한 상품 구색 등의 경쟁력을 갖추고 있고, 은누리상품권인 경우에도 전자상품권(5만 원, 10만 원권)이 도입되어 있으며, 할인판매제도 도입 등의 효과로 최근 들어 제주 지역에서 제주사랑상품권의 유통비중이 점차 낮아지고 있다(이중화·이준호, 2020).

지역사랑상품권은 전국 60개가 넘는 지방자치단체에서 고향사랑상품권 형태로 발행되고 있으며, 제주지역은 제주사랑상품권이 존재하지만 일부 전통시장과 슈퍼마켓 등 일부 상가에만 적용되고 있어 지역경제 활성화에는 한계가 있다는 지적이 나오고 있다(제주일보, 2019.4.7). 이와 관련하여 전통시장과 골목상권, 동네슈퍼 일부에서만 제주사랑상품권을 사용할 수 있어 도민들이 외면하고 있고, 공무원 복지포인트를 통한 의무 구매에 의존하게 된다(뉴제주일보, 2019.1.13).

제주사랑상품권의 사용처가 오일장, 전통시장 및 일부 상가지역에만 국한돼 소비자들의 접근성이 떨어진다는 의견이 있고, 이러한 문제 해소를 위해 빵집, 세탁소, 일반 식당까지 사용처를 확대 및 카드와 모바일 형태의 상품권 개발 필요성 역시 제시된 바 있다(미디어제주, 2019.4.5).

이중화·이준호(2020)에서는 이와 같은 제주사랑상품권 활용의 개선방안으로 지방자치단체의 주도를 통한 제도적 기반 마련, 지역화폐 네트워크의 확대, 지역화폐 활용의 편의성 제고 등을 제시하고 있다. 특히 지류형 상품권 형태인 제주사랑상품권과 같은 지역화폐는 편의성 제고를 위하여 모바일과 카드형 지역화폐 발행 추진 필요성을 제안한다. 2018년 제주지역 전통시장 매출동향조사에 따르면, 전통시장의 불편한 점과 이용하지 않는 이유에 대한 조사 중 “신용카드 사용이 안됨”은 2016년 25.5% 수준에서 2018년 29.2%로 증가하였다(제주도청 소상공인기업과, 2018). 이는 소비에 있어 편리성이 매우 중요함을 의미하며, 지류형인 제주사랑상품권의 편의성이 개선되어야 함을 시사하고 있다.

2) 탐나는전 발행

이에 제주도는 기존의 제주사랑상품권의 문제점을 보완하면서 지역내 자금의 역외유출을 막고, 지역 내 소비촉진을 통한 지역상권 보호와 제주지역경제 활성화를 도모하기 위해 2020년 11월 30일에 탐나는전 발행을 시작하였다. 제주도내 자영업자와 소상공인의 경쟁력 강화, 그리고 골목상권 매출증대를 통해 지역경제를 살리겠다는 전략으로 만들어졌다.

2. 탐나는전의 현황

1) 종류

탐나는전은 카드형과 지류형으로 구분되며, <그림 5>와 같이 카드형은 코나아이, KB체크카드를 선택할 수 있으며, 지류형은 5천 원권, 1만 원권, 5만 원권이 발행되고 있다. 또한 모바일에서 탐나는전 어플리케이션을 설치하면 QR결제도 가능하다. 어플리케이션 내에서는 사용 가능 금액 조회, 충전, 이용내역 조회, 받은 혜택, 가맹점 찾기 등의 서비스가 제공된다.



KB 체크카드



코나카드

<카드형>



구권



신권

<지류형>

<그림 5> 탐나는전 종류

2) 발행 현황

탐나는전은 2020년 11월 30일 발행이 시작되어 그해 발행 규모는 총 200억 원으로, 카드형·모바일형 120억 원(60%), 지류형 80억 원(40%)이다. 2021년의 경우 제주도는 탐나는전 1,500억 원 어치를 발행하였으며 판매 급증으로 조기 소진되었고, 이에 행정안전부와 추가 협의를 거쳐 700억 원을 추가 발행했지만 이마저도 빠르게 판매가 완료되었다. 2,050억 원 규모가 추가 발행되어 2021년 12월 기준 발행 규모는 총 4,250억 원으로 당초 예산 계획보다 183.3% 증가한 수치이다. 제주도는 2022년 탐나는전 발행 규모를 국비를 확보하여 3,000억 원으로 정하였으나 이에 따른 예산 과편성 및 빅데이터 관련 예산 미반영 사항에 대한 제주도의회의 지적을 받기도 하였다(제주환경일보, 2021.11.25).

탐나는전 가맹점은 2021년 9월 기준 37,160곳이다. 코로나19 경제 위기로 인해 폐업하는 가맹점이 1,036곳이었으나 창업이나 신규로 등록된 가맹점도 300여 곳이다(뉴제주일보, 2021.9.27).

3. 탐나는전의 특징

1) 발급 방법

제주지역화폐 탐나는전의 명칭은 대국민 명칭(네이밍) 공모를 통해 결정되었다. 제주의 옛 이름 ‘탐라’에서 아이디어를 얻어, 모두가 ‘탐내는’ 지역화폐가 되길 기원한다는 의미가 담겨 있다.

탐나는전의 발급방법은 온라인과 오프라인 신청으로 구분된다. 먼저 KB체크카드를 선택한 사용자의 경우 온라인에서는 KB국민카드 웹 또는 어플리케이션에서 연동 계좌를 선택한 후 카드를 신청할 수 있으며, 오프라인에서는 도내 KB국민은행 영업점을 방문하면 된다. 선불카드인 코나아이를 선택한 사용자의 경우 모바일에서 탐나는전 어플리케이션을 설치한 후 카드를 신청할 수 있으며, 오프라인에서는 농협은행 지점, 지역 농·축협 본점 및 제주은행 영업점을 방문하면 된다. 종이상품권(지류형) 구매를 원하는 사용자는 농협은행 지점, 지역 농·축협 본점, 제주은행 영업점을 방문하여 구매할 수 있다.

2) 사용자

탐나는전은 카드형·모바일형 충전시 사용자에게 10%의 추가적립(최대 월 70만 원, 연 500만 원까지), 종이상품권 구매시 10% 즉시 할인 혜택을 제공한다. 또한 카드형·모바일형은 연말정산시 소득공제 혜택(30% 소득공제, 전통시장 40%), 지류형의 경우 현금영수증 발급이 가능하다. 1인당(만 14세 이상) 구매한도는 월 70만 원⁷⁾으로 연 5백만 원 이내 한도까지 현금으로 구매할 수 있으며, 한도를 초과했을 시에는 할인 혜택이 제공되지 않는다. 지역화폐를 80%이상 사용할 경우에는 남은 금액을 현금으로 돌려받을 수 있다.

7) 2021년 12월은 개인별 구매 한도가 100만 원까지 상향되었다. 이는 제주도가 연말을 맞이하여 소비 촉진과 단계적 일상 회복 지원, 코로나19 장기화로 어려움에 처한 소상공인의 매출 확대를 통한 지역경제 활성화를 도모하기 위해 추진하였다. 당초 탐나는전 혜택은 최대 7만 원(70만 원 구매시 10%)이었으나 특별구매 조치로 10만원까지 받을 수 있으며, 연 구매한도 800만 원까지만 혜택이 적용되었다.

탐나는전은 가맹점으로 등록된 업소라면 어디에서든 사용을 할 수 있으나 도내 소비의 촉진과 소상공인 역량강화 및 지원을 위해 마련된 점을 고려하였을 때 「지역사랑상품권법」에 따라 중소기업이 아닌 경우 가맹점 등록이 거부될 수 있다. 일례로 농협 하나로마트의 경우 관련법에서 정한 중소기업에 해당하지는 않아 원칙적으로 가맹점 등록에 제한을 받았으며, 도내 읍면 지역 소비자의 이용편의를 고려하여 도내 하나로마트 중 읍면지역 31곳(동(洞)지역 15곳, 애월·하귀 제외)에서만 사용이 가능했다. 그러나 2022년 6월 1일부터는 제주도가 동(洞)지역 하나로마트 15곳과 애월·하귀농협 하나로마트를 가맹점으로 추가하여 도내 모든 농·축협 하나로마트에서 탐나는전 사용이 가능해졌다. 이와 더불어 농민들에게 특화된 농자재판매장 78곳과 주유소 21곳에서도 사용이 허용되었다. 단, 사행산업, 불법사행산업, 단란주점, 유흥주점 등을 비롯해 도내 5개 대규모점포, 준대규모점포, 대기업 직영 프랜차이즈, 종합병원, 「중소기업기본법」의 정한 매출액 기준 이상의 업체 등은 가맹점 등록을 할 수 없어 이용이 제한된다.

3) 가맹점(주)

탐나는전 가맹점은 제주도에 사업자로 등록된 중소기업(자영업)이면 누구나 신청할 수 있다. 단, 프랜차이즈 직영점, 유흥·단란주점, 대규모 점포, 본사가 도외(道外)인 법인 등은 등록이 제한된다. 프랜차이즈의 경우 가맹점(자영) 사업자 등록 소재지가 제주도인 경우에만 가능하며, 도외 소재지이거나 직영점인 경우 등록이 불가하다.

탐나는전 가맹점으로 등록하면 가맹점 신청분에 한해 등록 승인 시 SMS안내 문자가 발송되며, <그림 6>과 같은 가맹점 스티커가 배송된다. 가맹점 출입구 밖에 부착하면 사용자가 탐나는전 가맹점임을 인지할 수 있으며 스티커는 제주도청 소상공인기업과에서 즉시 수령도 가능하다.



<그림 6> 탐나는전 가맹점 스티커

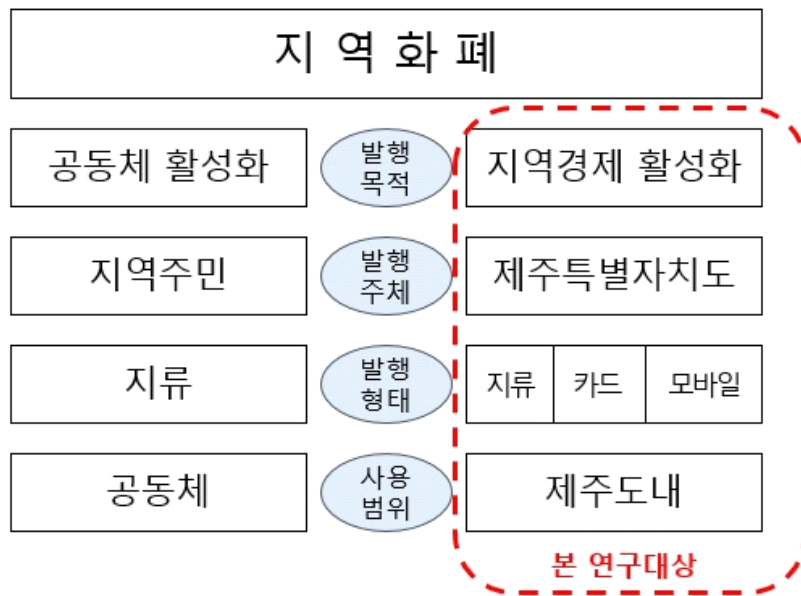
가맹점은 탐나는전 발행액이 전액 역내에서 소비되기 때문에 안정된 매출을 확보할 수 있다는 장점이 있으며, 제주도에서 제공하는 ‘탐나는전 제주지역화폐 가맹점포털(<https://jj.merchant-portal.co.kr>)’을 사용하여 간편하고 안정적으로 매출을 관리할 수 있다. 또한 탐나는전 어플리케이션 등에서 가맹점 안내를 통해 마케팅 지원을 받을 수 있으며, 종이상품권 환전 시 별도의 환전 수수료 없이 전액 매출 전환이 가능하다(타행 수수료 제외). 환전은 제주은행 및 농협은행지점, 지역 농·축협 본점에서 가능하다. 환전 시 개인사업자일 때 대표 본인이 방문하는 경우 본인 확인을 위한 신분증이 필요하며, 대리인이 방문하는 경우 대리인 신분증, 위임장, 인감증명서가 필요하다. 법인사업자일 때 대표 본인이 방문하는 경우 사업자등록증과 법인인감증명이 필요하며, 대리인의 경우 대리인 신분증과 위임장이 필요하다. 사용자가 탐나는전으로 결제를 하게 되면 모바일·카드 결제의 경우 3영업일 이내 POS단말기에 연결된 계좌로 입금 처리되며, 지류형인 경우 은행에서 환전 신청 후 5영업일 이내 입금 처리된다. 사용자에게 제공되는 10% 할인혜택은 제주도의 예산으로 보전하며, 가맹점주는 일반적인 체크카드 결제에서 발생하는 수수료만 부담한다(<표 9> 참고).

<표 9> 가맹점 부담 수수료

구 분	연간매출액 3억 이하	연간매출액 3억 초과 5억 이하	연간매출액 5억 초과 10억 이하	연간매출액 10억 초과 30억 이하	연간매출액 비교
체크카드	0.5%	1.0%	1.1%	1.3%	전자 선불카드

자료: 제주도청

지금까지 지역화폐에 대한 이론적 논의를 통하여 본 국내 지역화폐의 주된 흐름은 공동체 활성화와 지역경제 활성화로 구분할 수 있다. 이에 따라 지역화폐 발행목적, 주체, 형태, 사용범위에 따라 <그림 7>과 같이 연구대상을 정리하였다. 따라서 본 연구는 제주 탐나는전을 중심으로 지역화폐정책의 효과를 연구하고자 한다.



<그림 7> 지역화폐 연구 대상

제7절 선행연구 검토

1. 양적 선행연구

지역화폐의 경제적 효과에 대한 선행연구는 주로 연구기관에 의한 정책연구로 수행되었고, 일부 공동체 단위 지역화폐의 효과에 대한 연구가 있다.

지역화폐가 지역의 거래량, 고용, 산업생산 유발 등 경제활성화에 끼치는 영향을 다룬 실증분석연구는 다음과 같다.

먼저 이병기·전대욱·고경훈·김건위·최인수, 『고향사랑 상품권의 경제적 효과분석 및 제도화 방안』(한국지방행정연구원, 2017)의 연구는 행정안전부가 지역화폐를 중앙정부의 예산을 지원하는 과정에서 주요한 근거로 활용된 연구로, 지역을 도입 시기, 외지 방문객 판매 정도 등의 특성을 반영할 수 있는 강원도 춘천, 화천, 양구 3개 지역을 대상으로 한정하여 경제적 효과 추정을 위한 설문조사를 실시하여 분석하였다. 이 연구에서는 외부인이 환불받은 지역화폐액 전액을 지역화폐 발행액으로 간주하는데, 지역화폐의 순수한 경제효과를 구하려면 이 환불액은 외부인에게 현금으로 지급했을 때의 경제효과를 차감해 주어야 할 것이다. 그러나 이 연구에서는 차감되어야 할 요소가 전부 0으로 처리됨에 따라 지역화폐의 순수한 경제효과가 과대 추정되었다는 한계점을 가진다.

이상훈·박누리, 『경기도 지역화폐의 지역경제 파급효과: 청년배당 등 정책수당을 중심으로』(경기연구원, 2018)의 연구는 경기도 31개 기초자치단체의 산업연관분석표를 작성하여 2019~2022년 범위 청년배당, 산모건강지원의 생산유발효과, 부가가치 유발효과, 취업유발효과를 포함하는 지역경제파급효과를 분석하였다. 이를 위해 2010년 국가산업연관표의 연장표(한국은행, 2014)를 기반으로 투입산출모형(Input-Output Model)을 활용하였다. 산업연관분석을 이용하여 경기도의 지역화폐로 지급된 현금성 복지정책(청년배당, 산모건강지원사업 등)의 파급효과를 분석하고, 산후조리비 지원액 및 지역화폐 보급액이 생산유발효과, 부가가치 유발효과, 취업유발효과 등 파급효과에 미치는 효과를 파악하기 위해 기업이익, 고정자본감가상각비, 간접세, 보조금 등을 통제변수로 사용하였다. 이 연구는 경기도의 청년배당과 산모건강지원을 목적으로 실시한 지역화폐 지급액의 효과를

추정하였으나 지역화폐발행액의 총 경제효과에 그쳤고, 지역화폐 발행의 순 경제효과를 추정하지는 않는다. 이병기 외(2017)와 마찬가지로, 이 연구에서도 청년배당 및 산모건강지원이 일반화폐로 지급될 때의 경제효과를 계산하지 않으므로, 이 부분이 0으로 간주되고 이에 따라 지역화폐 발행의 순 경제효과가 과대 추정된다는 한계를 지닌다.

여효성·김성주, 「지역사랑상품권 전국 확대발행의 경제적 효과 분석」(한국지방행정연구원, 2019) 연구는 2013년 지역산업연관표를 활용하여 지역사랑상품권 발행액과 할인율의 통계의 의미를 새롭게 유통되는 지역 내의 통화량, 지역주민에게 지급하는 현금성 보조금으로 조작적 정의를 하고, 예상되는 경제적 효과를 발행액 자료를 기초로 산업연관분석을 활용하여 분석하였다. 시도별 지역사랑상품권 발행액이 민간최종소비지출 즉 생산유발계수, 부가가치유발계수, 취업유발계수에 미치는 효과를 파악하였다. 이 연구에서 주장하는 지역사랑상품권 전국 확대발행의 경제적 효과도, 기존 결제수단의 대체효과임을 고려하지 않은 것으로 확인된다.

유영성·윤성진·김태영·김병조·마주영, 「지역화폐의 경기도 소상공인 매출액 영향 분석: 2019년 1~4분기 종합」(경기연구원, 2020)의 연구는 지역화폐 도입이 경기도 지역 소상공인 매출액에 미친 효과를 분석한 연구로, 경기도 지역화폐의 이용이 소비자 행동변화 및 경기도 소상공인 월평균 매출액에 끼치는 영향을 파악하기 위해 소상공인 점포와 소비자를 대상으로 조사한 두 종류의 자료를 활용했고, 업체의 규모, 지역화폐 결제액, 점포별 종사자수, 업력, 점포유형더미, 상권유형더미, 업종더미를 통제변수로 사용하였다. 소비자를 대상으로 실시한 조사 결과로는 사용가능한 업종 및 규모가 제한된 지역화폐는 소상공인으로서의 소비를 유도하고 또한 추가 소비를 유도하는 것으로 나타났다고 설명한다. 지역화폐 발행은 소상공인의 매출 증가로 이어지며, 2019년 1분기부터 2020년 3분기까지 실시한 소상공인 점포 설문조사를 활용한 패널 분석 결과에서도 유의미한 정의 상관관계를 보인다고 설명한다. 업종별 효과 분석 또한 특정 업종에 국한되는 것이 아니라 대부분의 업종에서 효과가 나타나 소상공인 보호를 위한 수단으로써 지역화폐의 유용성이 입증됨을 설명한다. 그러나 이 연구에서는 지역화폐 발행의 총 경제효과를 계산하며, 정책의 효과를 보기 위해 확인해야 할 순 경제효과를

계산하지 않았다. 그러므로 지역화폐 발행의 경제효과는 실제 경제효과보다 과장되게 보이는 경향이 있다.

지역화폐의 경제효과를 추정할 위의 선행연구들은 공통적으로 지역화폐의 총 경제효과만을 추정할 뿐 지역화폐의 순 경제효과를 추정하지 않는다. 지역화폐의 순 경제효과란 해당 지역 주민들이 일정한 소비를 일반화폐로 사용할 때와 지역화폐로 사용할 때의 경제과급효과 차이를 의미한다. 그러므로 지역화폐의 순 경제효과를 계산하기 위해서는 반드시 주민들이 지역화폐 발행액만큼을 일반화폐로 사용하는 경우의 경제효과도 계산해야 한다.

강창희·강지원·김성아, 「지역화폐가 지역의 고용에 미치는 효과」(대통령직속 정책기획위원회, 2020) 연구는 2010년~2018년 통계청 전국사업체조사를 활용하여 시군구 지역 내 지역화폐 발행이 지역고용에 미친 효과를 실증분석한 연구로, 시군구별·산업소분류별 종사자 규모에 대해 이중차분법(DID)을 활용하여 지역화폐가 지역 고용에 미치는 영향을 분석하였다. 분석 결과 지역화폐의 신규 도입이나 확대 발행과 지역의 고용 규모는 유의미한 상관관계가 나타나지 않았다. 그러나 지역화폐는 사업체규모 및 취업자의 직군·종사하는 지위에 따라 서로 상이한 영향을 미칠 수 있는데, 주로 소규모 사업체들에게 이러한 상관관계가 보여질 가능성이 높다고 설명한다. 보통 소규모 사업체들이 고용하는 규모가 전체 고용처에서 차지하는 비중이 현저히 낮다면, 지역화폐의 고용 효과가 전체 고용규모를 대상으로 한 경우에는 명확하게 드러나지 않을 수 있기 때문이라고 설명한다. 마찬가지로, 지역화폐의 고용 효과는 임금근로자 집단(상용직, 임시, 일용직근로자, 기타 근로자)과 자기 혼자 또는 무급가족종사자와 함께 자기 책임하에 독립적인 형태로 전문적인 업을 수행하거나 사업체를 운영하는 자영자(자영업자, 무급가족종사자) 사이에, 그리고 각 집단 내에서도 서로 상이할 수 있다고 설명한다. 이 연구는 종속변수로 지역별·산업별 종사자 수를 설정하였고 총 인구, 지역 내 총생산, 재정자립도를 통제변수로 활용하였다.

최준규·전대욱, 「지역화폐의 경제적 효과에 관한 시스템 다이내믹스 분석: 과천 품앗이 사례를 중심으로」(한국시스템다이내믹스학회, 2018)의 연구는 시스템 다이내믹스 모델링을 활용해 과천 품앗이를 이용하는 44가구의 설문조사 결과와 통계청 자료를 이용하여 마을공동체 단위의 지역화폐가 가지는 경제적 효과를

분석하고 있다. ‘과천 품앗이’는 회원 본인의 노동서비스를 통장에 적립하고 재화와 서비스 구입을 적립된 노동서비스로 소비하는 형태로, 신뢰를 기반으로 한 지역화폐이다. 지역 내에서 지역화폐에 대한 거래량증가 및 주민의 소득보전효과 등의 경제파급효과 분석을 위해, 시스템 다이내믹스 모델을 개발·적용하여 정량적인 효과를 추정한 결과, 전체 과천 품앗이 공동체에서 월평균 402.51만원의 부가가치 창출효과를 나타냈고, 과천품앗이를 적극적으로 이용한 가구에서는 연간 평균 1,416.84만원의 소득증가 효과가 나타났다. 소비의 승수효과는 2.69로 나타나 최초로 1만권의 소비량이 최종 2.69배의 유효소비량으로 확대되고 순환되는 경제효과를 볼수 있다고 제시하고 있다. 결론적으로 공동체를 기반으로 하는 지역화폐 역시 지방자치단체에서 발행하는 지역화폐처럼 부가가치를 창출 할 수 있고, 가구소득증대에 유의한 경제적 효과를 가진다고 주장한다. 그러나 지역화폐를 이용한 가구를 대상으로 하는 설문조사와 특정 지역화폐 사례에 제한된 분석 결과를 일반화하기에는 신뢰도의 문제가 있을 수 있다는 한계를 지닌다.

송경호·이환웅, 「지역화폐 도입이 지역경제에 미친 영향」(한국조세재정연구원, 2020) 연구는 지역화폐의 순수 경제효과를 정의하고 있다. 즉 지역화폐 발행의 경제효과를 동일한 액수의 일반화폐와 비교할 때 지역화폐 발행액이 가져오는 추가적인 경제효과로 정의하고 있다. 이 연구에 의하면, 지역화폐의 긍정적인 경제적 효과는 주로 대형마트로부터 소상공인으로의 매출 이전과 외부 지역으로의 소비 유출 감소에 의해 발생한다. 이 연구는 ‘전국사업체조사’의 전체사업체 매출액 정보와 종사자수 데이터를 활용해서 지역화폐 발행의 순수한 경제효과를 추정하고 있다. 이 연구는 지역화폐 발행의 순수한 경제효과를 이론적이고 실증적으로 파악한다는 목적을 가지며, 지역화폐가 사업체의 매출액에 미치는 경제효과를 분석하고 고용 효과는 분석의 일부분으로 포함되고 있다. 주목해볼 부분은 이 연구가 지역화폐의 순수 경제효과를 정의내리는 방식과 통계분석에 사용되는 기초자료를 대통령직속정책기획위원회(2020)와 공유하고 있다는 것이다. 두 연구의 분석결과가 대체로 일치한다면 향후 지역화폐의 순수 경제효과를 논할때 과학적인 증거로 활용될 수 있다.

송경호·이환웅, 「지역화폐(지역사랑상품권)의 경제적 효과: 소상공인 매출액에 미친 영향을 중심으로」(한국금융연구원, 2021)의 연구는 2020년에 이은 후속연구

이며, 지역화폐의 도입이 소상공인 매출액에 미친 영향을 파악하기 위해 가중회귀분석방법을 사용한 연구이다. 지역화폐 연간판매액이 소상공인 매출액에 미친 효과를 파악하기 위해 지역별 GRDP, 지역화폐 연간판매액 GRDP(%), 업종을 설명변수로 사용하였다. 그러나 업종의 규모에 대한 통제는 하지 않았다는 한계가 있다. 이 연구는 2011~2018년 기업등록부 데이터를 시군구·산업소분류 단위로 집계하여 삼중차분법을 활용하였으나 지역화폐의 효과성이 입증되지 않았다.

이중화·김형길, 「탐나는전 유통현황과 활성화 방안」(제주연구원, 2021) 연구는 제주지역화폐인 탐나는전이 도입되고 나서 유통되는 현황과 활성화 방안을 파악하기 위해 산업연관분석을 진행한 연구로 변수간의 상관관계보다는 지역별·산업유형별로 파급효과를 분석하였는데, 산업대분류별로 구분된 산출액을 외생변수로 설정하여 분석을 진행하였다. 탐나는전 총 결제액이 산업연관분석 즉 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과, 생산세유발효과, 소득유발효과에 미치는 효과를 파악하기 위해 가맹점 업종, 가맹점 규모, 소비자 소비패턴을 분석하였으나 변수를 찾기 어려웠으며, 파급효과분석은 산업 대분류별로 구분된 산출액을 외생변수로 설정하여 분석을 진행하고, 가맹점 분류를 했다는 특징을 발견할 수 있었다. 그러나 이 연구 역시 지역화폐 발행의 순 경제효과가 과대 추정된다는 한계가 있다.

황영순·박충훈·정혜진, 「부산지역화폐의 경제효과와 발전방향」(부산연구원, 2019)의 연구는 부산지역화폐의 도입으로 인한 경제적 효과와 발전방향을 제안하는 연구로, 신용카드승인액과 동백전의 결제액이 투입예산규모대비 소비창출액 규모에 미치는 효과를 알아보기 위해 이중차분모형 패널회귀분석 연구방법을 활용했다. 소비에 가장 큰 변화요인이 된 코로나19로 인한 유입이동성 지수, 지역별 거주자 수 통계를 통제변수로 설정하여 고정효과모형 패널회귀분석 추정결과, 투입 예산과 대비해 불 때 소비창출액이 2.56배 더 많은 것으로 추정이 되었는데 이 연구는 일반적인 상황에서 쿠폰은 불경기이거나, 사용자의 소득이 낮을수록 더 많이 사용되는 경향에 비추어 볼 때, 코로나19로 인한 경기침체는 지자체가 발행한 거시적으로는 쿠폰의 성격을 갖고있는 동백전 지역화폐 정책이 효과적이었던 이유일 수 있다고 설명한다. 한편 이 연구가 추정하는 결과는 어디까지나 지역화폐가 없을 경우를 가정한 매출수준차이를 나타낸 것이므로, 어떤 방법론으

로 가상 매출 수준을 추정하는지 어떤 데이터를 사용하는지에 따라 추정결과값이 달라질 수 있다고 설명한다.

윤성진·유영성, 「경기도 지역화폐의 소상공인 활성화 효과 분석: 코로나 위기 대응을 중심으로」(경기연구원, 2021) 연구는 2020년 지역화폐 연구의 후속 연구로, 코로나19 위기에 경기도 지역화폐 이용이 소상공인에게 미치는 효과를 분석한 연구이다. 경기도 지역화폐가 소상공인 매출액과 고용의 변화에 미치는 효과를 파악하기 위해 점주업력, 점포유형, 상권, 업종, 지역 고정효과, 시간 고정효과를 설명변수로 사용하였다. 지역화폐는 정책수당이 현금으로 지급될 경우 저축으로 전환(45.3%)되거나 대형매장이나 인터넷 구매, 타지역 매장에서 소비(53.7%)될 자금을 소상공인 점포로 유입시키는 효과가 존재하는 것으로 보인다고 설명한다. 주목할 부분은 이 연구에서는 송경호·이환웅(2020)연구와의 상충되는 결과를 보였는데, 이러한 차이는 규모의 통제때문이라고 주장한다. 즉 송경호·이환웅(2020)은 여러 통제변수 중 매출액, 사업체 종사자 수 등의 규모를 통제하지 않았으나, 이 연구는 소상공인 점포만을 대상으로 분석하였다고 설명한다. 그러므로 업종별 분석결과에 있어서 규모가 통제되는 슈퍼마켓, 기타 식료품 위주의 소매업에서 나타난 효과를 설명할 수 있다는 것이다.

이종현·최필선, 『성남사랑 상품권의 경제적 효과와 소상공인 만족도 분석』(성남시, 2020) 연구는 복지 수단으로 지급한 성남사랑상품권의 경제적 효과를 회귀분석 모형을 통해 설명하였다. 상관관계를 분석하는 회귀식에서 상품권에 의한 매출 증가를 설명하는 통제변수는 총 5개로서 월평균 매출액(로그값), 상품권 매출액(2014년 4월 이후 상품권 환전 총액, 로그값), 시장내 소재 여부, 가맹점 소재 구, 가맹 연차 등이다. 성남사랑상품권의 가맹점 및 매출현황을 분석하고, 가맹점의 설문조사 결과를 분석하여 성남사랑상품권이 생산·부가가치·고용유발 효과를 발생시키는 것과 소상공인의 매출 증대 효과에 영향을 주었다는 것을 확인하였다.

이상의 양적 연구의 내용을 변수에 따라 구분하여 정리하면 <표 10>과 같다.

<표 10> 선행연구(양적 연구) 정리

번호	연구	결과(종속)변수	독립변수	설명(통제)변수
1	이병기 외 (한국지방행정연구원, 2017)	지역소득 인상, 부가가치창출효과	고향사랑상품권	도입 시기, 외지 방문객 판매 정도
2	이상훈·박누리 (경기연구원, 2018)	생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과	산후조리비 지원액, 지역화폐 보급액	기업이익, 고정자본감가상각비, 간접세, 보조금
3	여효성·김성주 (한국지방행정연구원, 2019)	생산유발계수, 부가가치유발계수, 취업유발계수	시도별(지역별) 상품권 발행액	한계소비성향
4	유영성 외 (경기연구원, 2020)	소비자행동변화, 월평균 매출액	경기도 지역화폐	지역화폐 결제액, 점포별 종사자수, 업력, 점포유형더미, 상권유형 더미, 업종 더미
5	강창희 외 (대통령직속정책기획위원회, 2020)	지역 고용인 수	2015년 지역화폐액/GRDP	인구수, 재정자립도, 관측지수, 시군구수
6	최준규·전대욱 (한국시스템다이내믹스학회, 2018)	부가가치창출효과 (월간), 이용가구소득증가분 (연간)	과천품앗이	지역소득수준, 지역 외 부가가치 유출률 등
7	송경호·이환웅 (조세재정연구원, 2020)	사업체 매출액	지역화폐 발행	종사자수
8	송경호·이환웅 (한국금융연구원, 2021)	소상공인 매출액	지역화폐연간판매액	지역별 GRDP, 지역화폐연간판매액/ GRDP(%)

번호	연구	결과(종속)변수	독립변수	설명(통제)변수
9	이중화 · 김형길 (제주연구원, 2021)	생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과, 생산세유발효과, 소득유발효과	산업대분류별 구분 산출액	업종, 지역
10	황영순 외 (부산연구원, 2019)	투입예산규모대비 소비창출액 규모	신용카드 승인액, 동백전 결제액	유입이동성 지수, 거주자 수
11	윤성진 · 유영성 (경기연구원, 2021)	소상공인 매출액, 고용	경기도 지역화폐	점주업력, 점포유형, 상권, 업종, 지역 고정효과, 시간 고정효과
12	이중현 · 최필선 (성남시, 2020)	생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과	성남사랑상품권	월평균 매출액, 상품권 매출액, 시장내 소재 여부, 가맹점 소재 구, 가맹 연차

자료 : 저자 작성

2. 질적 선행연구

아래의 연구들은 지역화폐의 성질이나 의미, 기본적인 관찰과 해석에 대한 내용을 다루고 있다. IMF 경제위기 이후에 지역 공동체적인 관점에서 지역화폐를 발행하고 적극적으로 유통시키려는 움직임을 전개해 나가기 시작한 한편, 이숙례. 「지역화폐」(대한지방행정공제회, 1999) 연구에서는 돈의 부족으로 인한 교역의 위축, 노동력의 상실, 지역경제의 침체로 이어지는 일련의 과정에서 지역화폐를 지역경제 활성화를 위한 대안적 수단으로 바라보았다.

이득연, 「지역만들기와 지역통화운동의 다양한 가능성」(한국도시연구소, 2000) 연구는 지역통화운동의 경제적 효과를 여덟 가지로 제시하고 있다. 첫째, 지역화폐를 활성화시켜 지역 내의 통화량을 증대시킨다. 둘째, 지역 내의 유동성을 증대시킨다. 셋째, 지역시장에 대한 접근성을 높인다. 넷째, 지역 내 수입대체의 가능성을 높여준다. 다섯째, 지역 내 고용기회를 증진시킨다. 여섯째, 전통적으로 기존의 시장경제에서 저평가받았던 경제적 활동들의 가치를 재평가하게 한다. 일곱째, 환경 파괴적인 활동들을 억제시킨다. 여덟째, 지역교환거래에 참여하는 거래 주체의 관계망을 확장시키고 질적으로 제고한다.

김동배·김형용, 「지역통화운동이 지역사회 공동체의식 강화에 미치는 영향에 관한 연구」(한국사회복지학회, 2001)에서는 일반적으로 지역사회를 활성화 시키려는 차원에서 시작되어 자원봉사 활성화, 실업자 및 저소득층 보호, 지역사회 상호부조 증진, 주민들의 사회적 관계에 기반을 둔 경제 제도 재구성 등의 역할을 하는 것으로 지역화폐를 평가하고 있다.

류기환, 「지역화폐를 통한 지역경제 활성화 방안」(국제지역학회, 2015) 연구는 지역화폐를 경제적 관점에서 정성적 연구를 하였으며 한발레츠의 사례 등을 바탕으로 지역경제 활성화 효과를 제시했다.

최근 지역화폐에 대한 경제적 관점의 연구에서는 지역화폐의 정책적 수혜자를 지역 내 도·소매, 음식·숙박 및 기타서비스업에 종사하는 소상공인으로 규정하고 있다. 최조순·이사라, 『경기도 지역화폐 도입 및 활성화 방안: 복지화폐를 중심으로』(경기복지재단, 2015) 연구에서는 지역화폐의 최종적인 정책적 목표를 지역 소상공인의 매출 증진으로 정의하고, 김병조, 「지역화폐 연계형 경기도 재난기본소득에 관한 몇 가지 소고」(한국자치학회, 2020)에서는 지역화폐 차원에서 지역경제의 급속한 경기침체로 인한 소상공인 자영업자의 지원을 통한 지역경제 활성화를 위해 어떠한 정책이 필요한가에 대한 요구에 대해 향후 지역경제 위기 시 지역화폐가 경제-행정-복지정책으로서 기축적인 역할을 할 수 있고, 코로나19를 계기로 지역화폐는 단순히 핀셋 정책이 아니라 다른 사회적 사안 및 정책들과 유기적인 연관을 맺으면서 융·복합형 거버넌스의 종합적 통찰적 역할을 수행하고 있음을 주장하였다.

지역화폐를 정책수단으로 지급하면서 경제적 효과에 대해 분석한 강남훈, 「성

남시 청년배당 실행방안 연구」(성남시, 2015)는 복지 정책수당을 지역화폐로 지급할 경우 생산유발 효과와 소득증가 효과, 일자리 창출 효과를 거둘 수 있음을 제안했으며, 이한주·김병조, 「지역경제 활성화를 위한 지역화폐 도입에 관한 연구: 기초연금을 중심으로」(국회예산결산특별위원회, 2017)는 기초연금의 지역사랑상품권 지급 정책에 대한 지역경제효과를 분석했다.

김수은·김시백·안동신, 『전라북도 지역상품권 운영 활성화 방안』(전북연구원, 2019) 연구는 지역사랑상품권의 본질적인 목적에 해당하는 지역 소득의 역외 유출 방지 및 지역경제 순환 측면에서 상품권의 보급 확대를 위한 지역 차원의 대응 방안을 제안하였다. 이들은 광역자치단체(전라북도) 대응 방안으로 지역사랑상품권 활성화 지원 체계 구축과 지역사랑상품권 인지도 제고를 위한 홍보 및 확산을, 기초자치단체(전라북도 내 14개 시군) 대응 방안으로는 지역사랑상품권 자율 발행을 제안하였다.

임성복, 「지역사랑상품권 경제적 효과 분석 및 도입방안」(대전세종연구원, 2019)의 연구는 지역화폐 발행 및 운영에 따른 정책적 효과 등을 탐색하고, 대전 지역 차원의 지역화폐 도입·운영 방안을 도출하기 위한 연구로, 단순 효과 분석을 하여 사업추진의 타당성 여부를 검토하는 기초자료로서의 역할을 하고 있어 양적 연구에 해당하지 않는다.

이내준·이호, 「지역경제 활성화를 위한 지역화폐 활용 방안」(한국도시연구소, 2020)의 연구는 변수 간의 상관관계를 분석한 양적 연구는 아니며, 지역화폐 시스템의 장애와 한계를 극복하고, 지역경제의 활성화를 위해 수행해야 하는 역할과 이에 대한 개선과제를 제시하고 있다.

이상의 질적 연구를 정리하면 <표 11>과 같다.

<표 11> 선행연구(질적 연구) 정리

번호	연구	내용 및 특징
1	이숙례 (대한지방행정공제회, 1999)	지역화폐 개념 정립, 해외 지역화폐 소개, 지역화폐로 인해 지역이 얻을 수 있는 이익(긍정적인 면)과 극복해야 할 잠재적 과제 제시함
2	이득연 (한국도시연구소, 2000)	지역통화운동의 경제적 효과를 제시함
3	김동배 · 김형용 (한국사회복지학회, 2001)	실태조사와 심층면접조사 실시하여 지역통화운동 참여자들이 구성원의식 · 영향의식 · 욕구의 통합과 충족 · 정서적 연대를 고양시키고 있음을 파악함
4	류기환 (국제지역학회, 2015)	IT기술과 지역화폐를 결합, 지역 내 재화와 용역의 유통 구조 확보하여 사회 선순환 구조를 마련하고자 하였으며 지역사회 복지사업과 IT를 접목했다는 데 의의가 있음
5	최조순 · 이사라 (경기복지재단, 2015)	지역화폐의 최종 목표를 지역 소상공인의 매출 증진으로 정의함
6	김병조 (한국자치학회, 2020)	지역화폐 연계형 경기도 재난기본소득에 대한 견해를 제시하며 지역화폐의 정책적 효과를 제시함
7	이한주 · 김병조 (국회에결특위, 2017)	기초연금의 지역사랑상품권 지급 정책에 대한 지역경제효과를 분석함
8	김수은 외 (전북연구원, 2019)	지역사랑상품권 보급 확대를 위한 지역 차원의 대응 방안을 제안함
9	임성복 (대전세종연구원, 2019)	지역화폐 발행 및 운영에 따른 정책적 효과 등을 탐색하고, 사업추진의 타당성 여부를 검토함
10	이내준 · 이호 (한국도시연구소, 2020)	지역화폐 시스템 장애와 한계 극복, 지역경제 활성화를 위해 필요한 역할과 이에 대한 개선과제를 제시함

자료 : 저자 작성

이상으로 지역화폐의 선행연구들을 양적 연구와 질적 연구로 나누어 살펴보았다. 양적 연구에서는 주로 지역화폐가 당 지역의 구매력이나 거래량, 지역고용, 산업생산 유발 등 지역의 경제 활성화에 끼치는 영향을 분석했다. 그리고 질적 연구에서는 지역화폐의 도입과정과 국내에서 지역화폐가 지향해야 할 목표 등을 정의하고, 그에 따른 활성화 방안과 개선과제를 제시하였다.

이를 참고하여 본 연구에서는 지역화폐가 여러 가지 목적이 있으나 소상공인의 매출을 돕는 목적에 초점을 맞추어 연구를 실시하고자 한다.

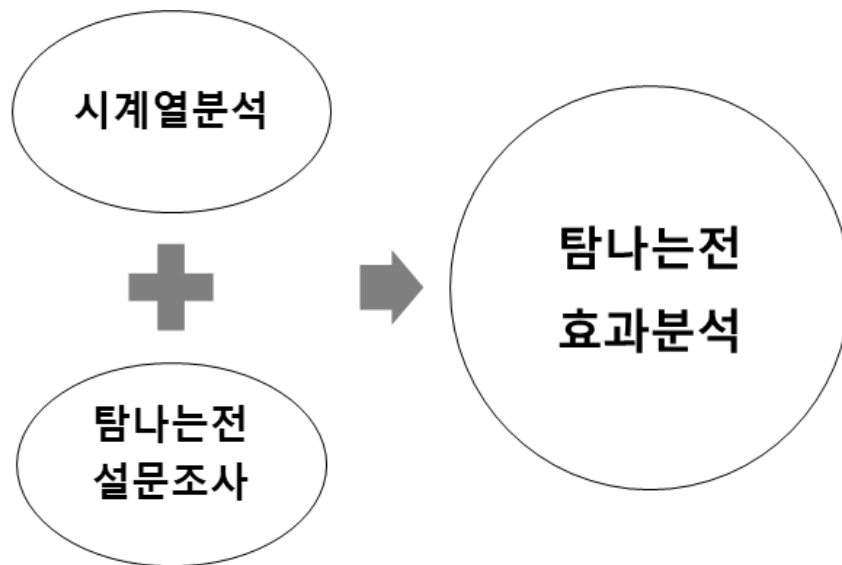
먼저 질적 연구방법에 따라 지역화폐에 대한 기본적인 관찰과 해석을 하여 성질이나 의미를 도출하고, 반구조화된 질문(semi-structured questions)을 바탕으로 탐나는전 가맹점주, 제주도청 담당자, 정책 관계자 등과의 심층면접조사를 실시하여 운영 현황, 활성화 체감도, 개선사항을 도출하고자 한다. 다음으로 양적 연구방법에 따라 제주지역의 거시경제지표를 활용한 시계열 분석, 설문조사를 통한 실증분석을 실시하여 탐나는전의 매출효과 등을 분석하고 정책적 함의를 도출하고자 한다.

제3장 탐나는전 효과 분석

제1절 연구설계

본 연구는 시계열분석과 제주도내 소상공인 가맹점(주)을 대상으로 실시한 설문조사 결과를 활용한다(<그림 8> 참고). 먼저 시계열분석을 통해 탐나는전 지역화폐 정책이 시행되기 이전인 2019년 1월부터 최근 2022년 4월까지의 제주도 지역경제 데이터를 활용하여 탐나는 전 시행의 거시적인 경제효과를 살펴보았다.

다음으로 설문조사는 지역화폐 도입으로 인한 세부적인 정책효과를 분석하기 위하여 제주도내 소상공인(탐나는전 가맹점 및 비가맹점 포함)을 대상으로 2021년 11월 8일부터 2022년 4월 말까지 실시하였다. 제주도내 약 2,900여개 업체를 대상으로 조사표를 배부하였고, 총 300곳이 응답하였다. 설문 문항은 지역화폐 이용에 따른 매출액 변화를 파악하기 위하여 지역별 지역화폐 결제액, 지역화폐 결제 비중, 월평균 매출액, 업종별 특성을 중심으로 구성되었으며, 시기적 특성에 따라 정책 수요나 개선방안에 대한 의견 조사가 포함되었다.



<그림 8> 연구설계 모형

제2절 거시경제지표를 활용한 탐나는전의 지역경제 효과 분석

1. 데이터 수집 방법

본 연구에서는 탐나는전 지역화폐의 추진과정과 현황 및 성과에 대한 실태를 파악하기 위해 관련된 연구보고서, 통계자료, 설문조사표 등을 활용하였다. 이와 더불어 제주도 정보공개청구를 통해 탐나는전 가맹점의 실제 매출의 추이를 확인하고 싶었으나 자료를 제공받지 못해 연구에 어려움을 겪었다. 본 연구에서는 첫 번째로 시계열 자료를 분석하여 여러 변수들 간의 인과관계를 분석하는 방법을, 두 번째로 설문조사 방법을 채택하였다.

먼저 시계열 분석을 위한 자료 중 제주지역 경제 동향 데이터는 제주연구원 제주경제 동향 웹사이트⁸⁾에서 수집하였다. 제주경제 동향은 매월 제주의 고용(취업자 수, 실업자 수, 고용률, 실업률), 경기(동행종합지수, 선행종합지수, 기업경기실사지수, 소비자심리지수), 물가(소비자물가지수, 생활물가지수, 신선식품물가지수), 소비(대형소매점판매액지수, 신용카드 이용액), 건설(건축허가면적, 건축착공면적, 건설수주액), 부동산 등의 지표를 종합한 자료이며 시계열 분석을 위해 중요한 통제변수 자료로 활용하였다.

다음으로 소비자동향 및 제주지역 실물경제 동향은 한국은행 제주본부 홈페이지⁹⁾에서 제주도 물가지수, 신용카드 이용액, 소비자심리지수, 소비_대형소매점판매액지수, 동행종합지수 등의 통계자료를 수집하였다. 이러한 지표들은 실제 경기순환과 함께 변동하는 개별지표를 가공하여 종합한 지수로, 현재 경기상황 및 미래예측을 판단하는 데 활용되었다.

이러한 거시경제지표를 활용하여 탐나는전의 효과를 분석하였으나, 실제 탐나는전 가맹점의 매출현황을 파악했다면 더욱 직관적인 분석을 할 수 있었을 것이다. 앞서 언급한 정보 공개 청구를 통해 매출지표를 수집할 수 있었다면 이와 같은 한계를 보완할 수 있었을 것이라 생각한다.

8) <https://www.jri.re.kr/contents/index.php?mid=1202>

9) <https://www.bok.or.kr/portal/bbs/P0000720/list.do?menuNo=200570>

2. 분석모형

제주지역 경제 데이터를 활용하여 시계열 분석(time series analysis)을 진행하였다. 분석에 사용된 종속변수는 비제조업 매출 지표(BSI)로, 제주지역 상공업자들의 매출을 반영한다. 비록 소상공인 매출을 직접적으로 추정하지 않고 제조업이 제외된 지표이기는 하지만, 지역경제지표 중 소상공인 매출의 시계열적인 추정을 가장 잘 반영한 지표라고 판단하여 모형의 종속변수로 선정하였다. 종속변수에 영향을 줄 수 있는 설명변수로는 제주도 소비자 물가지수¹⁰⁾, 동행종합지수 중 순환변동치¹¹⁾, 신용카드 이용액, 소비자 심리지수¹²⁾, 대형소매점 판매액지수¹³⁾를 선정하여 분석하였다. 분석 모형은 아래 식(1), 식(2)와 같다.

$$y_t = \beta_0 + \beta_1 tamna_t + \epsilon_t \quad (1)$$

$$y_t = \beta_0 + \beta_1 tamna_t + \beta_2 X_{2t} + \beta_3 X_{3t} + \beta_4 X_{4t} + \beta_5 X_{5t} + \beta_6 X_{6t} + \epsilon_t \quad (2)$$

$$tamna_t = \begin{cases} 0, & \text{탐나는전 시행되지 않은 달} \\ 1, & \text{탐나는전 시행된 달} \end{cases}$$

여기서 y_t 는 비제조업 매출지표, X_{2t} 는 제주도 소비자 물가지수, X_{3t} 는 동행종합지수 중 순환변동치, X_{4t} 는 신용카드 이용액, X_{5t} 는 소비자 심리지수, X_{6t} 는 대형소매점 판매액지수이다. 설명변수를 이와 같이 설정한 이유는 이훈자(2012) 등

-
- 10) 소비자가 구입하는 상품과 서비스의 가격변동을 측정하기 위한 지표이다. 일상 소비생활에 필요한 상품 및 서비스를 구입하기 위해 지불하는 가격의 변동을 측정해주는 소비자물가지수는 일반국민들의 일상생활에 직접 영향을 주는 중요한 경제지표의 하나이다.
 - 11) 현재 경기의 국면이나 전환점을 파악하기 위하여 동행 종합 지수에서 계절 변동과 불규칙 변동에 따른 변수를 제거하여 계산한 주요 경제 지표의 경기 지수이다.
 - 12) 가계부문의 현재생활형편, 생활형편전망, 가계수입전망, 소비지출전망, 현재경기판단, 향후경기전망 총 6개의 주요 개별지수를 표준화하여 합성한 지수이다.
 - 13) 지역화폐는 이마트, 롯데마트 등 대형마트에서 이용할 수 없으므로 대형마트의 매출액이 지역 내 소상공인에게로 이전되는 효과를 기대할 수 있다.

에서 소비자 물가지수를 경제 동향, 경제정책, 화폐구매력 등을 보는 중요한 경제지표로 삼고 있으며, 이와 더불어 설명변수로서 경기동행지수를 사용하고 있는 김영덕(2000), 김기호와 윤성훈(2009), 주세우 외(2010), 임성식(2011)의 연구가 있다. 또한 신용카드를 소비자의 대표적 결제 수단이기 때문에 변수로 설정하였고, 가계부문의 현재생활형편, 생활형편전망, 가계수입전망, 소비지출전망, 현재경기판단, 향후경기전망을 대표하는 소비자 심리지수. 마지막으로 송경호·이환웅(2021)에서 지역화폐 도입의 효과가 산업별로 다르게 나타남을 알 수 있었는데 그 중 대형매장의 매출 증대 효과가 크게 나타난 것을 참고하여 대형소매점 판매액지수를 변수로 사용하였다.

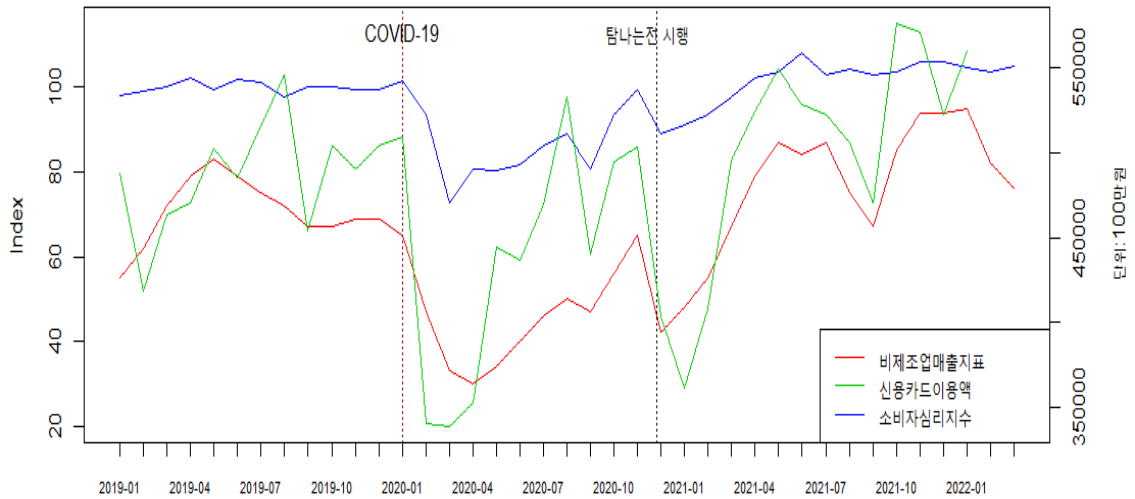
시계열 분석의 단위(t)는 월이다. 2019년 1월부터 2022년 3월까지의 데이터를 사용하여 관측치는 총 39개이다. 시계열 분석 회귀모형에서 $tamna_t$ 는 가변수(dummy), 탐나는전이 시행된 달은 1로, 그렇지 않은 달은 0으로 코딩되어 분석에 사용되었다. 탐나는전은 2020년 11월 말에 발행이 시작되었는데, 본 연구에서는 2020년 12월부터 시행된 것으로 코딩하여 분석하였다. ϵ_t 는 오차항으로, 모형에 의해 설명되지 않는 불규칙한 변동성을 설명해준다.

모형에 내재할 수 있는 이분산성(heteroscedasticity)과 시계열 데이터에서 자주 보이는 자기상관(autocorrelation)은 Newey-West기법을 사용하여 조정하였다. Newey-West기법이란 회귀분석을 시행하는 과정에서 오차 간의 이분산성(heteroscedasticity)이나 자기상관(autocorrelation)이 존재한다는 판단이 들 때 사용하는 추정방법이다. 오차 간의 분산이 같지 않거나 오차 간에 상관관계가 존재하는 경우, 회귀분석에서의 베타 추정치의 분산($Var[\hat{\beta}]$) 식이 기존 가정에서의 식과 달라지는데, 달라진 식으로 계산해도 되지만 문제는 새로운 분산 식의 값이 발산할 가능성이 존재한다. 따라서 분산 식에 특정한 가중치를 주어 분산 값이 수렴하도록 만든 추정방법이 Newey-West 기법이다(Newey, W.K. and West, K.D., 1987).

보통 회귀분석을 할 때 모든 오차의 분산이 같고(등분산성; homoskedasticity) 자기상관(autocorrelation)이 존재하지 않는다는 가정을 할 수도 있는데, 본 연구에서 사용하는 데이터의 경우 위 가정들이 성립하지 않을 수도 있다고 판단하여

이를 해결하기 위해 Newey-West 기법을 사용하였다.

주요 변수의 시계열 변화를 살펴보면 <그림 9>과 같다.



<그림 9> 변수의 시계열 변화 그래프

3. 분석결과

<표 12>는 비제조업 매출 지표(BSI)를 종속변수로 사용한 추정결과를 보여준다. 탐나는전 시행으로 인한 비제조업 매출지표 상관관계를 파악하기 위해 회귀 분석을 시행하였다. 비제조업 매출 지표를 종속변수로 설정한 이유는 수집이 가능한 지역경제지표 중 본 연구 대상인 소상공인 매출을 가장 잘 반영한 지표라고 판단하였기 때문이며, 실제로도 탐나는전의 결제처가 대부분 비제조업체이기 때문이다.

탐나는전이 비제조업 매출에 미치는 영향을 살펴보기 위해서, <표 12>의 두 모형에 공통적으로 포함되어 있는 탐나는전 변수를 함께 검토해볼 필요가 있다. 비제조업 매출액에 대해서 탐나는전 사용여부에 대한 단순 시계열 회귀분석을 진행한 모형(1)에서는 탐나는전 변수가 통계적으로 유의미($p < 0.05$)한 반면, 다중

시계열 회귀분석을 진행한 모형(2)에서는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 다른 설명변수들이 종속변수인 비제조업 매출지표를 더 많이 설명해 주고 있다는 의미가 된다. 이 결과는 탐나는전이 비제조업 매출변화에 통계적으로 유의미한 영향을 주지 않았다는 것을 실증해준다.

모형(1)의 상관관계 분석 결과, 탐나는전과 비제조업 매출 지표 간의 모형 설명력(R^2)은 22.1%이고, F값은 10.507($p < 0.01$)로 나타났다. 그리고 탐나는전 이외의 설명변수를 추가한 모형(2)의 상관관계 분석은, 설명변수가 총 5개로써 제주도 물가지수, 동행종합지수 중 순환변동치, 신용카드 이용액, 소비자심리지수, 대형소매점 판매액지수다. 분석 결과, 동행종합지수 중 순환변동치(1.368, $p < 0.05$), 신용카드 이용액(0.107, $p < 0.01$), 소비자심리지수(0.619, $p < 0.1$)가 정(+)의 유의미한 상관성이 있는 것으로 나타났다. 반면 대형소매점은 탐나는전 결제처가 아니므로 대형소매점 판매액지수(-0.366, $p < 0.1$)는 부(-)의 유의미한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 여기에서의 모형 설명력(R^2)은 92.6%이고, F값은 62.441($p < 0.01$)이다.

<표 12> 시계열 분석 결과

	종속변수 비제조업 매출 지표(BSI)	
	(1)	(2)
상수	59.217*** (3.329)	-188.576 (107.761)
탐나는전	16.845** (5.197)	2.864 (3.645)
소비자 물가지수		0.392 (1.146)
동행종합지수 순환변동치		1.368** (0.399)
신용카드 이용액(단위: 10억)		0.107*** (0.025)
소비자 심리지수		0.619* (0.260)
대형소매점 판매액지수		-0.366* (0.176)
Observations	39	37
R ²	0.221	0.926
Adjusted R ²	0.2	0.911
Residual Std. Error	15.964 (df = 37)	5.386 (df = 30)
F Statistic	10.507*** (df = 1; 37)	62.441*** (df = 6; 30)

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

제3절 소상공인 설문조사를 통한 탐나는전의 매출액 효과 분석

1. 설문방법

본 연구에서 시행한 설문조사는 2021년 11월 8일부터 2022년 4월 30일까지 약 6개월간 진행되었다. 조사는 제주도내 소상공인 가맹점(주)을 대상으로 눈덩이 표집 방법을 채택하여 팩스·이메일을 활용한 수집 및 현장방문 조사를 시행하였다. 총 회수율은 9.61%로, 2,883개 설문지를 배포하여 300개를 회수하였다.

시계열 분석방법에 이어서 설문조사 방법을 선택한 이유는 가맹점의 총매출 중 탐나는전이 차지하는 어느 정도의 비중을 차지하고 있는지, 실제로 가맹점들의 매출 증감 정도 등 현상 요인에 대하여 이를 실제로 체감하고 있는 현장의 목소리를 듣고 싶었기 때문이다. 또한 본 연구에서 다루는 지역화폐인 탐나는전 정책 시행의 목적이 내수활성화로 인한 지역경제 발전이기 때문에 소상공인을 대상으로 한 의견의 수합이 필요하다고 판단했다.

설문조사를 시행하는 과정에서 탐나는전 가맹점주 및 제주도청 탐나는전 업무 담당자와의 면담을 통해서도 여러 이야기를 들을 수 있었다. 면담은 반구조화된 질문(semi-structured questions)을 바탕으로 이루어졌으며, 면담 참여자와의 직접 대화에 따라 연구자가 필요한 질문을 하는 방식으로 이루어졌다.

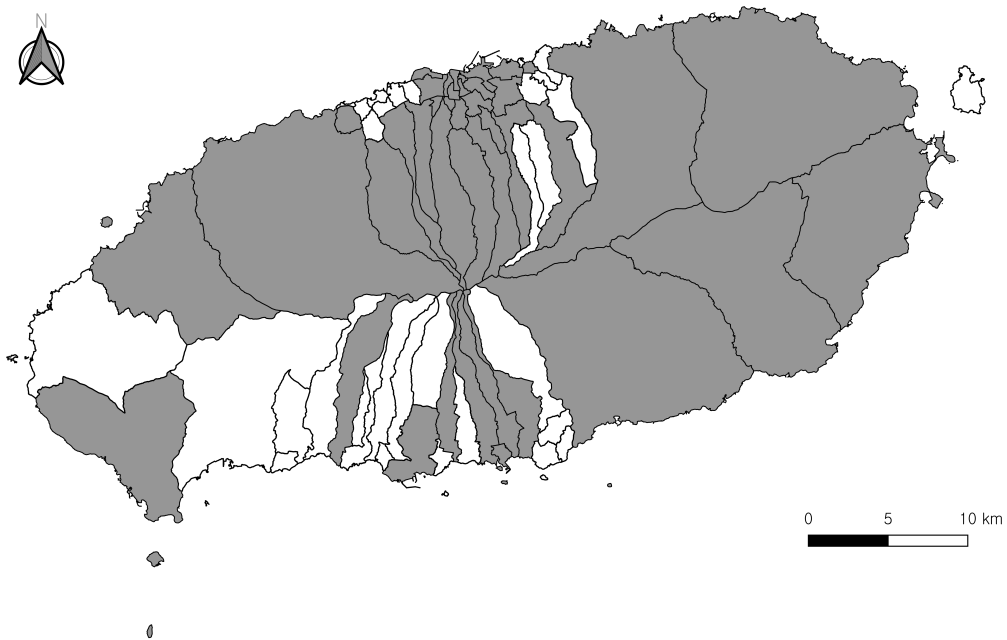
면담 장소는 가맹점주의 경우 매장 운영시간 전이나 손님이 없는 시간에 주로 방문하여 진행하였다. 제주도청 탐나는전 업무 담당자의 경우는 점심식사(오후 12시~1시) 시간을 활용하여 유선으로 면담을 진행하였다.

면담은 현장 가맹점주들의 의견을 구체적으로 듣고자 진행한 것으로, 면담자의 기억오류와 주관성으로 인한 자료 왜곡을 최소화하기 위해 면담자의 동의하에 내용을 메모하며 진행하였다. 면담을 마친 이후에 연구자가 정리한 내용을 면담자와 공유하며 재확인하였으며, 면담 중 참여자가 하지 못했던 말을 덧붙임으로써 자료의 질적 신뢰성을 확보하였다.

결과적으로 설문조사 및 현장면담은 관련 자료들을 종합하기 위한 데이터와 아이디어를 제공해주었고, 현장의 목소리를 생생하게 들을 수 있었으며, 이를 통

해 정책의 개선방안을 제시하는 데 큰 역할을 하였다.

아래 <그림 10>은 조사에 응답한 업체의 도내 지역별 분포를 나타낸 것이다. 그림을 보면 일부 지역을 제외한 제주도내 대부분의 지역에서 골고루 회수되고 있음을 볼 수 있다. 따라서 분석에 사용된 표본이 지리적으로 제주도 전역에 분포하고 있는 소상공인을 어느 정도 대표할 수 있다고 하겠다.



<그림 10> 설문조사 표본의 지리적 분포도

2. 분석방법

시계열 분석은 탐나는전이 지역경기에 미치는 영향을 탐색할 수 있도록 도와준다면, 설문조사를 통한 분석은 탐나는전이 소상공인의 매출에 직접적으로 영향을 주는지를 탐색할 수 있게 해준다. 이를 위해 설문조사에 응답한 업종유형과 월평균매출액, 업종유형과 탐나는전의 매출액에 대한 영향을 비교하기 위해 카이제곱검정(chi-squared test)을 진행하였다. 그 후 두 변수 간에 상관성이 있다고 검정이 되면 상관성의 크기를 알아보기 위해 크래머 V(Cramer's V) 계수를 계산해보고자 한다.

1) 카이제곱검정(chi-squared test)¹⁴⁾과 Cramer's V 계수

카이제곱 검정은 두 개 이상의 변수가 서로 독립인지를 알아볼 수 있는 방법이다. 통계 분할표(contingency table)에서 둘 혹은 그 이상의 변수가 서로 독립인지를 검정할 수 있는 방법으로, 여기서의 기대빈도는 두 변수가 서로 상관없고 독립적이라고 기대하는 것을 의미하며, 관찰빈도와 차이를 통해 기대빈도의 진위여부를 밝힌다. 귀무가설(H_0)은 두 변수가 독립(두 변수는 연관성이 없음)임을, 대립가설(H_1)은 두 변수가 독립이 아님(두 변수는 연관성이 있음)을 검정할 수 있다. 본 분석에서는 업종에 따라 매출 범주가 다르게 나타나는지를 살펴볼 예정이다. 카이제곱 통계량은 아래 식 (3)으로 측정된다.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \quad (3)$$

14) 회기분석에서의 독립성 검정방법(independence test)으로서, 일반적으로 명목척도(nominal scale)로 측정된 두 변수(범주형 변수) 간의 관계성을 확인하는 것이다. 즉, χ^2 검정에서는 두 변수가 관계가 없는지 또는 관계가 있는지를 검정한다(서영숙, 2020).

위에서 O_i 는 관찰빈도(observed frequency counts in each category : 각 범주의 관측 빈도 수), E_i 는 기대빈도(expected frequency counts in each category : 각 범주의 예상 빈도 수)를 가리킨다. 검정통계량 χ^2 는 자유도가 $i-1$ 인 χ^2 분포를 근사적으로 따르게 된다. 이는 표본크기가 충분히 크고 어떤 빈도가 나타날 확률이 너무 낮지 않을 때(즉, 너무 적은 빈도가 교차표에 나타나지 않을 때) 이항분포 또는 다항분포가 근사적으로 정규분포를 따르게 되고, 다시 표준정규분포의 제곱 또는 제곱의 합이 χ^2 분포를 따르는 원리에 기반한다. 그러므로 표본크기가 작으면 정확한 검정 결과를 주지 못한다(Amiri & Modarres, 2017; 서영숙, 2020 재인용).

앞서 살펴본 시계열분석 결과 탐나는전의 가시적인 효과성은 나타나지 않았다. 그러나 업종별, 매출액 변수의 연관성에 따라 탐나는전의 효과를 관측할 수 있고, 설문조사 과정에서 업종별 특수에 따라 효과성을 일부 도출할 수 있을 것이라고 판단하여 카이제곱 검정을 실시하였다. 즉 탐나는전의 매출 효과는 해당 사 업체 업종에 따라 이질적으로 나타날 가능성이 존재하므로 본 연구에서 검정할 귀무가설(H_0)과 대립가설(H_1)은 다음과 같다.

H_0 : 업종변수와 매출액변수는 서로 독립이다.

H_1 : 업종변수와 매출액변수는 서로 독립이 아니다.

각 업종별 매출액 13개 구간에 대한 관측치가 적기 때문에 Monte Carlo 시뮬레이션 기법으로 2,000회의 반복을 통해 통계적 유의성인 p 값을 계산하였다.

Cramer's V 계수는 변수 간의 연관성의 크기를 측정하는 방법으로, 본 연구에서는 카이제곱검정을 시행한 후의 결과가 연관성이 있다고 나온다면 그 정도는 어느 정도인가를 알아보기 위해 사용하였다. Cramer's V 계수는 범주형 변수의 구간이 3개 이상인 경우에 사용되는데, 본 연구에서 탐색하려는 변수인 매출액

변수는 범주가 13개, 업종유형은 범주가 7개이므로 Cramer's V 방법을 채택하였다.

Cramer's V 계수는 항상 0과 1(포함) 사이의 값을 취하고 양수로 표현되며, 두 변수가 최대의 관련성을 가질 때 1에 가깝고, 아무런 상관이 없을 때는 0에 수렴한다. Cramer's V 공식은 아래 식(4)와 같다.

$$V = \sqrt{\frac{\chi^2}{n(q-1)}} \quad (4)$$

χ^2 은 카이제곱 공식에 의해 구하며, n 은 총 사례의 개수, q 는 두 이산형 변수의 수준 중 작은 값을 의미한다. 이 식을 통해 V 는 χ^2 값에 의해서 달라지고, χ^2 값은 기대빈도와 관찰빈도에 따라서 달라지며, 관찰빈도와 기대빈도간의 차이가 클수록 χ^2 의 수치가 커진다는 것을 알 수 있다. 즉, 차이가 크다는 것은 두 변수간에 연관성이 있다는 것을 의미한다.

2) 순서형 로지스틱 회귀분석(Ordered Logistic Regression Analysis)

설문조사로 수집된 자료를 바탕으로 업종별로 탐나는전의 효과가 다른지를 살펴보았다. 이는 앞서 윤성진·유영성(2021), 송경호·이환웅(2021), 이중화·김형길(2021), 황영순 외(2021), 이종현·최필선(2019) 등에서도 그 효과가 확인되었듯이 업종별로 효과를 분석하는 것은 필요하다.

이를 위해 순서형 로지스틱 회귀분석(Ordered Logistic Regression Analysis)을 진행하였다. 이는 종속변수가 매출액을 범주로 나눈 서열변수(ordered variable)이기 때문이다. 본 연구에서 사용한 분석모형은 아래의 식 (5)와 같고, 분석단위는 소상공인 업체이다.

$$\frac{P(Y_i \leq j)}{P(Y_i > j)} = \alpha_i + \beta_1 tamna_i + \beta_2 X_i + \beta_3 tamna_i \times X_i + \epsilon_i \quad \text{for } j = 1, \dots, J-1 \quad (5)$$

종속변수인 매출액은 설문 답변의 응답률을 높이기 위해 구간을 두어 조사하였다. 월매출을 200만원 미만을 최소 단위로 해서 50억 원 이상 등의 13개의 구간으로 나누었다(한국지방행정연구원, 2020). 따라서 J 는 매출규모를 나타내는 순서형 응답을 나타낸다. 종속변수의 순서형 범주 값이 13개가 되기 때문에 절편 값이 각 구간의 상대적인 추정값으로 나타나게 된다. $tamna_i$ 는 i 업체가 탐나는전을 사용하는지의 여부를, X_i 는 i 업체의 유형(업종)을 나타낸다.

설문문항에서 업체는 마트, 슈퍼마켓, 식료품으로 대표되는 소매업, 음식점업, 병원·약국, 학원, 여행·숙박·레저스포츠업, 서비스업, 그리고 위 범주 중 아무 곳에도 속하지 않은 기타로 구분된다. X_i 변수가 범주형 변수(categorical variable)이기 때문에 로지스틱 회귀분석의 추정값을 해석하기 위해서는 기준이 되는 범주가 있어야 한다. 본 분석에서는 서비스업을 기준으로 하여 분석하였음을 밝혀둔다.

3. 분석결과

1) 카이제곱검정(chi-squared test)과 Cramer's V 계수

업종과 매출액, 업종과 탐나는전 매출 효과에 대한 독립성 검정을 실시한 결과(<표 13> 참고), 두 검정 모두 p 값이 0.001보다 작게 나타났다. 즉 귀무가설(H_0)인 두 변수간의 독립성 존재에 대해 기각을 할 수 있다. 따라서 업종유형별 매출액과 탐나는전 사용여부 간에 상관성이 있는 것을 알 수 있다.

각 범주형 변수의 상관관계의 정도를 알아보기 위해 Cramer's V 계수를 계산한 결과, 업종유형과 매출액의 Cramer's V 계수는 0.31, 그리고 업종유형과 탐나

는전의 매출에 대한 영향의 Cramer's V 계수는 0.29로 추정되었다. 대략 0.3 정도의 추정값은 각각 변수들이 아주 약하거나 강하지 않은 중간 정도(moderate)의 상관성을 보인다고 할 수 있다.

<표 13> 카이제곱검정 분석 결과

	서비스업	기타	병의원·약국	소매업	여행·숙박·레저·스포츠	음식점업	학원	χ^2 검정
매출액 범주								
	빈도수(업종내 비율%)							
200만원 미만	1 (2.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	n=298
200만원~500만원 미만	5 (13.9%)	1 (4.5%)	0 (0.0%)	3 (4.8%)	1 (2.3%)	9 (10.8%)	7 (22.6%)	$\chi^2=168.48^{***}$
500만원~2천만원 미만	14 (38.9%)	3 (13.6%)	3 (15.8%)	16 (25.4%)	9 (20.5%)	41 (49.4%)	16 (51.6%)	Cramer's V = 0.31 ^{***}
2천만원~5천만원 미만	6 (16.7%)	6 (27.3%)	6 (31.6%)	18 (28.6%)	24 (54.5%)	13 (15.7%)	6 (19.4%)	
5천만원~1억원 미만	7 (19.4%)	3 (13.6%)	6 (31.6%)	16 (25.4%)	7 (15.9%)	17 (20.5%)	2 (6.5%)	
1억원~3억원 미만	1 (2.8%)	2 (9.1%)	4 (21.1%)	8 (12.7%)	0 (0.0%)	3 (3.6%)	0 (0.0%)	
3억원~5억원 미만	2 (5.6%)	3 (13.6%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	
5억원~10억원 미만	0 (0.0%)	4 (18.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	
10억원~20억원 미만	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.6%)	2 (4.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	
50억원 이상	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.6%)	1 (2.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	
탐나는전 매출 효과								
	빈도수(업종내 비율%)							
감소	1 (2.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.7%)	0 (0.0%)	1 (1.2%)	6 (19.4%)	n=292
변화 없음	21 (58.3%)	17 (85.0%)	10 (52.6%)	25 (41.7%)	15 (34.9%)	43 (51.8%)	13 (41.9%)	$\chi^2=48.65^{***}$
증가	14 (38.9%)	3 (15.0%)	9 (47.4%)	34 (56.7%)	28 (65.1%)	39 (47.0%)	12 (38.7%)	Cramer's V = 0.29 ^{***}

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

2) 순서형 로지스틱 회귀분석(Ordered Logistic Regression Analysis)

앞서 지역경제지표 분석에서는 탐나는전의 지역경기부양효과가 통계적으로 유의미하지 않게 나왔기 때문에 업체 유형별로 탐나는전의 사용여부에 따라 업체의 매출에 영향이 있는지를 살펴보았다. 추가분석으로 순서형 로지스틱 회귀분석(Ordinal Logistic Regression Analysis)을 진행한 결과는 아래 <표 14>와 같다. 분석에 사용된 종속변수는 매출액 구간이다. 종속변수의 구간은 200만원 미만부터 50억 원 이상으로 더 자세한 내용은 기초통계분석 결과를 참고 바란다. 또한 총 13구간 중 응답이 있는 구간은 10구간이었다. 따라서 분석 모형에서의 상수항은 총 9개가 나타난다. 지면상의 이유로 상수항은 부록에 첨부하였다.

우선 탐나는전 사용여부를 살펴보면, 탐나는전의 사용여부가 업체 매출의 규모와 부(-)의 관계가 있다는 것을 알 수 있다($p < 0.05$). 즉, 매출이 작은 업체가 더 많이 탐나는전을 사용했다는 사실을 알 수 있다. 특히 추정계수를 통해 알 수 있는 사실은 탐나는전을 사용한 업체는 그렇지 않은 업체보다 매출이 더 작을 확률이 평균적으로 약 $98.5\% (= (1 - 0.015) \times 100)$ 된다는 의미이다. 이런 실증결과는 탐나는전에 가입한 대부분의 업체가 그렇지 않은 업체보다 매출 규모가 작다는 사실을 알려준다. 탐나는전이 본연의 정책 목적대로 소상공인이 많이 가입했음을 간접적으로 확인할 수 있었다.

업종유형에 따른 매출규모를 살펴기 위해, 업종유형 변수의 범주(category)가 소매업, 음식점업, 병원·약국, 학원, 여행·숙박·레저스포츠업, 서비스업, 기타의 7개로 구성됐다는 사실을 염두해 두고 결과분석 표를 살펴보고자 한다. 범주형 독립변수를 해석하기 위해서는 연속형 변수와는 다르게 기준범주(baseline category)를 바탕으로 상대적으로 해석해야 한다.

<표 14> 순서형 로지스틱 회귀분석 결과

Variables	Estimate	Std. Error	p-value	Odd-ratio
	종속변수(업종별 매출액 구간)			
탐나는전 사용여부	-4.224**	1.496	0.005	0.015
업종유형				
병의원·약국	1.665***	0.518	0.001	5.288
소매업	-3.02*	1.782	0.09	0.049
여행·숙박·레저스포츠	-2.137	1.87	0.253	0.118
음식점업	-3.898	2.807	0.165	0.020
학원	-5.074**	2.204	0.021	0.006
기타	-1.707	1.521	0.262	0.181
교차항				
탐나는전×소매업	4.184**	1.831	0.022	65.628
탐나는전×여행·숙박·레저스포츠	3.009	1.917	0.117	20.264
탐나는전×음식점업	3.919	2.833	0.167	50.373
탐나는전×학원	4.294*	2.251	0.056	73.241
탐나는전×기타	3.146*	1.756	0.073	23.245
Log-Likelihood		-459.9182 (df=21)		
AIC		961.836		

*p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

주: 종속변수의 범주에 따른 9개의 상수항은 생략되었음.

본 분석에서는 서비스업을 기준범주로 설정하였다. 업종유형 중 통계적으로 유의미한 유형은 병원·약국($p < 0.001$), 소매업($p < 0.1$), 학원($p < 0.05$)으로 나타났다. 그중 병원·약국은 정(+)의 상관계수를 보여주는데, 이는 추정계수를 통해 해석해보면 병원·약국업이 서비스업에 비해 평균적으로 5.3배정도 해당 매출이 클 확률을 있다는 사실을 나타낸다. 한편, 매출액에 대해 소매업과 학원은 부(-)의 관계로 나타났는데, 이 사실은 소매업과 학원에 속한 업체들은 서비스업에 속한 업체보다 매출이 작을 확률이 각각 $95.1\% (= (1 - 0.049) \times 100)$, $99.4\% (= (1 - 0.006) \times 100)$ 가 된다는 것을 의미한다. 우선 소매업에는 주로 마트, 슈퍼마켓, 잡화점, 서점, 안경, 문구점, 주유소 및 가구들이 있는데, 이런 업체들의 매출이 서비스업에 속하는 이·미용실, 세탁소, 육탕업체, 자동차정비업으로 대표되는 서비스업체들보다 작은 것으로 나타난 것이다.

탐나는전의 각 업체 유형에 대한 영향을 살펴보기 위해서 교차항에 대한 분석 결과를 살펴보면 소매업과, 학원, 기타업체와 탐나는전의 교차항이 통계적으로 유의미하게 나타난 것을 확인할 수 있다. 통계적 유의미성은 나타나지 않더라도 모든 업체유형의 교차항이 정(+)인 것으로 나타났다는 사실은 탐나는전이 대부분의 업체매출에 긍정적인 영향을 준 것으로 확인된다.

특히 통계적으로 유의미한 업체를 중심으로 그 효과의 크기를 살펴보면, 소매업의 경우 통계적으로 5%의 유의수준에서 유의미한 결과를 나타냈고, 추정계수를 살펴봤을 때, 서비스업 기준 약 65.6배 정도 더 큰 매출을 보일 확률을 보여준다. 이런 결과는 송경호·이환웅(2021)과 비슷한 결과인데, 탐나는전과 같은 지역화폐가 대형마트나 타지역에 본사를 두고 있는 대형 프랜차이즈에서 사용할 수 없는 특징 때문에, 골목 마트나 슈퍼마켓의 매출이 증가했던 결과와 비슷하다고 할 수 있겠다. 앞서 언급한 송경호·이환웅(2021)에서는 매출액 효과가 대형 슈퍼마켓과 종합소매업에서 크게 나타나고 있음을 보여준다. 여기서 흥미로운 점은 송경호·이환웅(2021)에서 “지역화폐의 도입의 주요한 정책적 목표가 지역 내 소상공인의 보호임을 감안한다면, 슈퍼마켓과 같은 특정 업종에 정책효과가 집중되고 동일한 업종에서도 매장의 규모에 따라 혜택의 편차가 존재하는 것에 대한 제도적 보완이 필요하다”(송경호·이환웅, 2021, p.36)고 결론내리고 있는 것에 대하여 김영철(2021)은 “대형마트와의 직접적 대체성이 큰 종합소매업에서 긍정

적 효과가 드러난 것은 오히려 반길만한 결과이지 문제점으로만 치부될 사안은 아니며, 종합소매업 중에서 비교적 규모가 큰 ‘슈퍼마켓’이 ‘기타 음식료품 위주 점포’에 비해 매출액 증대가 큰 것도 ‘슈퍼마켓’이 대형마트와의 대체성이 보다 크다는 사실을 반영하고 있을 뿐이다”(김영철, 2021, p.88)고 지적하고 있다.

또한 학원은 10%의 통계적 유의수준에서 서비스업보다 약 73.2배의 확률로 매출이 클 것으로, 기타업체는 23.2배의 확률로 서비스업보다 더 큰 매출을 보일 것으로 나타났다. 특히, 코로나19 시기에 탐나는전은 지역경기부흥을 위해 월 70만원 한도 내에서 충전액의 10%를 추가로 부여하는 인센티브 제도를 운영하였다(2021.11.29~2022.4.21). 이런 제도는 대부분의 주민들이 인센티브가 부여되는 액수만큼 구매를 해서 사용할 것으로 가정했을 때, 주민들의 소비행태가 한 달 지출 중 단위지출이 제일 큰 소비, 예를 들어 자녀 학원비와 같은 고정지출에 우선 지출되는 행태에서 비롯됐다고 추측할 수 있다. 그러나 이를 실증하기 위해서는 추가적인 연구가 필요할 것이다. 이와 비슷한 소비행태를 보일 수 있는 업종이 병의원·약국일 수도 있는데, 특히 코로나19 시기라 반드시 소비를 해야 하는 비용이 치료비, 약제비일 수밖에 없기 때문이다. 그러나 아쉽게도 설문에 응답한 병원, 약국 중 탐나는전을 사용하지 않은 업체가 없었다. 즉 설문에 응답한 모든 병원, 약국이 탐나는전 서비스에 가입했기 때문에 교차항에 나타나지 않았다. 그렇다면 로지스틱 회귀식에서 두 번째 항 즉 식(5)의 $\hat{\beta}_1$ 에 탐나는전의 효과가 포함됐다는 의미가 된다. 따라서 앞서 해석한 병의원·약국의 매출액 확률이 다른 업체보다 높았던 이유가 탐나는전 사용 때문일 수도 있다고 볼 수 있다.

실증분석 결과를 종합해보면, 탐나는전 정책 시행은 거시경제 측면으로 보았을 때, 종속변수인 비제조업 매출 지표(BSI)에 통계적으로 유의미한 영향이 있는 것으로 나타나지는 않았다.

그러나 업종별 매출액 구간의 상관성과 탐나는전 사용 여부에 따른 매출액 구간의 상관성이 발견되었는데, 이는 탐나는전 매출효과가 업종마다 다르게 나타나고 있음을 알 수 있는 결과로 볼 수 있다.

탐나는전에 의해 매출에 효과를 본 업종은 병의원·약국으로 나타나며, 서비스업에 비해 평균 5.3배정도 매출이 늘었음을 알 수 있었다. 한편 소매업과 학원

또한 유의미한 영향을 받은 업종인데, 서비스업에 비해 소매업(95.1%), 학원(99.4%)의 매출이 작을 것으로 나타났다. 병의원·약국은 코로나19 시기의 특수 상황으로 인해 필수적 소비가 행해지는 업종이었기 때문에 타업종에 비해 우선 소비되는 행태로 인한 것임을 추정해볼 수 있다.

탐나는전 교차항에 대한 분석 결과, 소매업, 학원, 기타업체 등에 유의미한 영향을 준 것으로 나타났다. 서비스업에 비해 소매업이 65.6배($p < 0.05$), 학원은 73.2배($p < 0.1$) 더 큰 매출을 보이는 것으로 나타났다. 이는 대형 프랜차이즈 매장과 대형 하나로마트 등에서 사용할 수 없는 탐나는전의 특성으로 인해 규모가 작은 마트나 슈퍼마켓 등 소매업의 매출에 영향을 주었고, 학원은 가계지출의 고정비용으로서 지역화폐로 먼저 소비되어 우선 지출된 것으로 추정할 수 있다.

나머지 업체 유형에 대해서는 통계적으로 유의미성을 가지지는 않았으나 모든 업체유형의 교차항이 정(+)의 값을 가지는 것으로 볼 때 탐나는전이 대부분의 업체의 매출에 긍정적인 영향을 주었다고 할 수 있다.

제4장 결론 및 정책적 함의

제주지역화폐 탐나는전은 코로나19로 인한 지역경기 침체를 극복하고자 2020년 11월 30일 시행되었다. 본 연구는 지난 2년 동안 집행된 탐나는전의 정책 효과를 분석하기 위하여 제주경제지표를 활용한 시계열 분석(time series analysis) 및 소상공인을 대상으로 실시한 설문조사를 바탕으로 탐나는전의 효과가 상공업체 매출변화에 영향이 있는지를 알아보기 위해 카이제곱검정(chi-squared test) 및 순서형 로지스틱 회귀분석(logistic regression analysis)을 진행하였다.

주요 분석결과를 요약해보면 가장 먼저 시계열분석을 시행한 결과, 탐나는전이 지역경제 활성화에 거시적인 측면에서는 효과가 없는 것으로 나타났다. 비제조업 매출액에 대해서 탐나는전 사용여부에 대한 단순 시계열 회귀분석결과, 탐나는전과 비매출액이 통계적으로 유의미한 영향이 있는 것으로 나왔다. 그러나 다른 설명변수를 포함하여 다중 시계열 회귀분석을 진행한 결과에서는 탐나는전 시행이 매출액 변화에 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 즉, 이 결과는 비제조업 매출 변화에 탐나는전의 효과가 있지 않았다는 것을 의미한다.

나아가 본 연구는 소상공인을 대상으로 매출효과에 대한 설문조사를 실시하였다. 이를 위해 6개월간 300개의 표본을 수집하였고, 수집된 자료를 바탕으로 업종별로 매출에 탐나는전이 다른 영향을 미쳤는지에 대해 탐색하였다.

설문조사 결과로는 서비스업, 음식점업, 학원 등은 매출액이 '500만 원~2천만 원 미만'인 경우의 비율이 가장 높은 반면, 기타, 병의원·약국, 소매업, 여행·숙박·레저스포츠 등은 매출액이 '2천만 원~5천만 원 미만'인 경우의 비율이 가장 높았다. 또한 다른 업종에 비해 기타나 소매업에서는 매출액 응답이 상대적으로 고르게 나타났다.

이런 업종유형과 매출액 그리고 탐나는전의 사용여부간의 상관성이 존재하는지를 탐색하기 위해 카이제곱검정(chi-squared test)을 실시하였고, 업종별로 매출과 탐나는전 사용으로 인한 효과가 다르다는 사실을 알게 되었다. 그 상관성의 크기를 추정하기 위해 Cramer's V 계수를 계산하였다. Cramer's V 추정값은 약 0.3으로 중간정도의 상관성이 있는 것으로 나타났다.

지역화폐와 업종의 상관관계에 대한 기존 연구(윤성진·유영성, 2021; 송경호·이환웅, 2021; 이중화·김형길, 2021; 황영순 외, 2021; 이중현·최필선, 2019)와 같이 매출액 구간에 따른 업종별 탐나는전의 효과를 탐색하기 위해 본 연구에서는 순서형 로지스틱 회귀분석(Ordinal Logistic Regression Analysis)을 실시하였다. 특히 분석결과 병의원·약국, 소매업, 학원에서 그 탐나는전의 효과가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 실증분석 결과를 종합해서 살펴보면 지역화폐 탐나는전은 지역경제 활성화에는 큰 영향을 미치는 요인은 아니었으나, 업종별 매출액 범주 및 매출효과에 따른 상관성이 발견되고, 업종마다 탐나는전의 영향이 다르게 나타났다는 것을 확인할 수 있었다.

한편, 설문조사를 진행하면서 탐나는전 가맹점주들과 탐나는전 업무 담당자의 현장 이야기를 들을 수 있었는데, 면담자 동의하에 내용을 메모하였으며 내용 재확인 과정을 통해 질적 신뢰성을 확보하였다. 면담결과는 연구 진행을 위한 아이디어 자료로서 활용되었다. 면담과 설문조사를 통해 얻은 의견을 종합하면 다음과 같다. 탐나는전 정책의 집행 상 개선점을 찾기 위해 설문문항 중 개선해야 할 사항을 묻는 질문(중복가능, 미답변자 존재)에 대한 응답에서는 탐나는전 가맹점에 대한 추가적 지원(49.0%), 지자체 및 정부의 더욱 적극적인 홍보(36.7%), 기타(8.7%), 기술적 지원(5.6%)으로 ‘탐나는전 가맹점에 대한 추가적 지원’이 가장 많은 비중을 차지하였으며, 기타 의견으로는 ‘환전 가능한 은행지점의 추가’, ‘가맹점주를 위한 혜택 추가’, ‘카드디자인 추가지원’ 등이 있었다.

이상의 결과들을 종합하여 본 연구에서 제시하고자 하는 정책적 함의는 다음과 같다.

실증분석을 통해 나타난 업종별로 탐나는전 사용이 매출에 미치는 영향이 다르게 나타난 점을 통해 소상공인 지원을 위한 지역화폐정책은 정책설계과정에서의 세심한 정책대안이 마련되어야 한다. 코로나19와 같은 위기는 모든 소상공인이 겪는 어려움이나 그 어려움의 크기는 상대적으로 나타날 것이다. 그렇다면 정부의 지원 정책이 상대적으로 더 어려운 업종에게 혜택이 돌아갈 수 있도록 설계되어야 할 필요가 있겠다.

이번 분석을 통해 탐나는전의 혜택을 받은 업종은 주로 병·의원, 마트 등으로 대표되는 소매업, 학원 등으로 나타났다. 물론 이런 업체들도 규모가 작을 수 있

겠으나, 더 매출이 떨어질 것으로 예상되는 규모가 작은 음식점업 등으로 지역화폐의 혜택이 배분될 수 있는 전략이 추가된다면 탐나는전의 정책 목적이 더 잘 달성될 수 있을 것이라 판단된다.

설문조사 시행과정에서 탐나는전 정책에 관한 개방형 질문을 통해서 수집된 업체 입장에서의 탐나는전 개선 사항을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 가맹점주에 대한 혜택 추가가 필요하다. 현재 제주도에서는 수수료 감면 등 가맹점을 위한 지원을 시행하고 있으나, 면담 과정에서 ‘탐나는전 가맹점주가 되어야 할 이유를 찾지 못하겠다’는 응답이 있었다. 따라서 가맹점주에 대한 추가적인 지원방안이 필요하다.

둘째, 환전 시스템 체계 확대가 필요하다. 현재 탐나는전은 농협은행과 제주은행에서 구매 및 환전이 가능하다. 그러나 면담 과정에서 ‘환전이 불편하다’, ‘환전이 가능한 은행이 추가되었으면 좋겠다’는 의견이 있었다. 따라서 추후 환전 가능 은행을 확대하고, 현금자동인출기에서도 시간 및 공간의 제약 없이 환전이 가능할 수 있도록 시스템에 대한 보완이 필요하다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 지닌다.

첫째, 탐나는전을 사용하는 업체의 매출액 데이터를 수집하여 분석하지 못해 탐나는전의 경제 활성화 효과를 지역경제지표등을 통해 간접적으로 탐색했다는 것이다. 탐나는전의 효과를 정책시행 전후로 비교해 본다면 더 정확한 효과분석이 가능하나 지방정부인 제주도를 대상으로 신청한 정보 공개 청구가 기각되어 수집하지 못하였다. 이를 보완하기 위해 지역 업체들을 직접 조사하는 설문조사 방법을 채택하였으나, 매출액과 같은 민감한 정보를 묻는 문항이 많아, 설문조사 기간이 길어지고, 응답률이 낮았다(10.3%).

둘째, 설문조사에 있어 샘플링 방법이 편의에 의한 눈덩이 표집(snowball sampling)법을 사용하여 탐나는전 결제가 가능한 업체와 가능하지 않은 업체 수의 차이가 커서 정책의 시험군과 테스트군을 나누는 데 어려움이 있었다. 만약 탐나는전 결제가 가능하지 않은 업체 수가 충분히 많다면 집단 간 비교를 통해 탐나는전의 효과를 좀 더 직접적으로 추정할 수 있었을 것이다.

2020년부터 탐나는전 정책을 시행하기 위해 집행된 예산은 총 8,950억 원이다. 이러한 대규모 정책은 그 설계부터 집행, 그리고 평가와 환류의 절차를 거쳐서

특히 코로나19와 같은 위기가 다시 도래하였을 때 과거보다 더 효과성 있게 정책을 집행해야 한다고 생각한다. 행정·정책학적 관점에서 볼 때, 본 연구는 탐나는전의 효과를 다각도로 살펴보려고 노력한 초기 연구가 될 것이다. 앞으로 추가적인 연구가 지속적으로 나와 제주도 지역화폐 정책의 효과성이 제고되기를 기대해본다.

참 고 문 헌

- 강남훈. (2015). 성남시 청년배당 실행방안 연구. 성남시 정책연구보고서.
- 강창희 · 강지원 · 김성아. (2020). 지역화폐가 지역의 고용에 미치는 효과. 대통령 직속정책기획위원회.
- 공공데이터포털 <https://www.data.go.kr> 제주특별자치도 제주사랑상품권가맹점.
- 김기호 · 윤성훈. (2009). 소비자물가에 대한 유가 및 환율충격의 비대칭성, 비선형성 분석. 국제경제연구 15(2): 131-152. 한국국제경제학회.
- 김동배 · 김형용. (2001). 지역통화운동이 지역사회 공동체 의식 강화에 미치는 영향에 관한 연구. 한국사회복지학 45: 40-71. 한국사회복지학회.
- 김민정. (2012). 민주주의의 새로운 흐름들; 지역화폐 운동의 성과와 한계-한국사례를 중심으로. 기억과 전망 26: 116-148. 민주화운동기념사업회 한국민주주의연구소.
- 김병조. (2020). 지역화폐 연계형 경기도 재난기본소득에 관한 몇 가지 소고. 공공정책 175: 56-50. 한국자치학회.
- 김성혁 · 윤상진 · 이광석 · 장홍배. (2019). 플랫폼, 노동의 기회인가 위기인가. 참여사회 265: 5-16.
- 김소라. (2021). 지역화폐의 도입과 제도화 과정. 석사학위, 고려대학교 대학원. riss.
- 김수은 · 김시백 · 안동신. (2019). 전라북도 지역상품권 운영 활성화 방안. 전북연구원.
- 김영덕. (2000). 국제유가와 소비자물가의 변동. 자원·환경경제연구 9(2): 373-391. 한국환경경제학회 한국자원경제학회.
- 김영철. (2021). 지역화폐 도입의 지역경제 영향에 관한 연구: 학술적 평가와 점검. 한국경제연구 39(3): 67-94. 한국경제연구학회.
- 김종광. (2019.04.07). 지역상권 살리는 지역화폐 활성화해야. *제주일보*. <http://www.jejuilbo.com/news/articleView.html?idxno=2135176>
- 김지우. (2019.01.13). 쌓이는 잔고...제주사랑상품권 사용처 확대 시급. *뉴제주일보*. <http://www.jejuilbo.net/news/articleView.html?idxno=112550>

- 김태홍. (2021.11.25). 제주도의회, 제주지역화폐 탐나는전 내년 3,000억 발행 과편성 지적. *제주환경일보*. <http://www.newsje.com/news/articleView.html?idxno=247573>
- 김현중. (2021.09.27). 탐나는전 가맹점 폐업 속출...코로나 경제 위기 반영. *뉴제주일보*. <http://www.jeuilbo.net/news/articleView.html?idxno=170673>
- 김혜진. (2020). 地域貨幣運動의 欲求滿足도가 共同體意識에 미치는 影響에 관한 研究. 석사학위, 고려대학교 인문정보대학원. riss.
- 노용관. (2018). 국내 지급결제 서비스의 변천 및 시사점: 전자방식 지급결제 서비스를 중심으로. 755. 한국산업은행.
- 대전발전연구원. (2003). 지역자금의 역외유출 방지방안.
- 류기환. (2015). 지역화폐를 통한 지역경제 활성화 방안. *국제지역연구* 19(1): 103-126. 국제지역학회.
- 류동민·최한주. (2003). 지역통화운동 활성화방안에 관한 연구: 한밭레츠 사례를 중심으로. *經濟發展研究* 9(1): 85-106. 한국경제발전학회.
- 류은화. (2000). 국내 지역통화운동의 실태 및 효과에 관한 연구: 인천연대 ‘나눔’을 중심으로. 석사학위, 계명대학교 대학원. riss.
- 문진수. (2014.02.07). 돌고 돌아야 진짜 돈이다. *오마이뉴스*. <http://omn.kr/6ohd>
- _____. (2015). 은평구 지역화폐 유통방안 연구. 사회혁신공간 데어. 은평구청.
- 박상현. (2002). 에코머니의 도입과 세계 각지의 도입실태. 강원발전연구원.
- 변주영. (2021). 전자지역화폐 플랫폼이 지역공동체에 미치는 영향: 인천광역시 서구 ‘서로e음’을 중심으로. 박사학위, 인하대학교 대학원. riss.
- 서영숙. (2020). 독립성 검정의 역사적 고찰: χ^2 검정부터 부스트래핑 방법까지. *교육평가연구* 33(2): 323-351. 한국교육평가학회.
- 송경호·이환웅. (2020). 지역화폐 도입이 지역경제에 미친 영향. 한국조세재정연구원.
- _____. (2021). 지역화폐(지역사랑상품권)의 경제적 효과: 소상공인 매출액에 미친 영향을 중심으로. 한국금융연구원.
- 심재영. (2021). 신용화폐의 대안으로서의 지역화폐와 그 지향점. 석사학위, 인천대학교 일반대학원. riss.
- 아베 요시히로·이즈미. (2003). 누구나 알 수 있는 지역통화 입문. (전정근, 역).

- 아르케.
- 여효성 · 김성주. (2019). 지역사랑상품권 전국 확대발행의 경제적 효과 분석. 한국지방행정연구원.
- 유영성 · 윤성진 · 김태영 · 김병조 · 마주영. (2020). 지역화폐의 경기도 소상공인 매출액 영향 분석: 2019년 1~4분기 종합. 경기연구원.
- 윤성진 · 유영성. (2021). 경기도 지역화폐의 소상공인 활성화 효과 분석: 코로나 위기대응을 중심으로. 경기연구원.
- 윤태석. (2020.05.11). ‘제로(0)페이’ 오명 듣던 ‘제로페이’ 코로나로 부활?. *한국일보*. <https://www.hankookilbo.com/News/Read/202005111841022450>
- 이내준 · 이호. (2020). 지역경제 활성화를 위한 지역화폐 활용 방안. *한일경상논집*.
- 이득연. (2000). 지역만들기와 지역통화운동의 다양한 가능성. 한국도시연구소.
- 이병기 · 전대욱 · 고경훈 · 김건위 · 최인수. (2017). 고향사랑 상품권의 경제적 효과분석 및 제도화 방안. 한국지방행정연구원.
- 이상훈 · 박누리. (2018). 경기도 지역화폐의 지역경제 파급효과: 청년배당 등 정책수당을 중심으로. 경기연구원.
- 이수연. (2014a). 세계 지역화폐의 이해와 유형분석. *이슈진단(66)*. 새로운 사회를 여는 연구원.
- _____. (2014b). 지역화폐와 지역경제 발전. *이슈진단(78)*. 새로운 사회를 여는 연구원.
- 이숙례. (1999). 지역화폐. *도시문제* 34(371): 123-126. 대한지방행정공제회.
- 이정민. (2019.04.05). 제주사랑상품권 사용처 확대 · 모바일 상품권 개발 등 필요. *미디어제주*. <http://www.mediajeju.com/news/articleView.html?idxno=315586>
- 이종현 · 최필선. (2020). 성남사랑 상품권의 경제적 효과와 소상공인 만족도 분석. 성남시.
- 이중화 · 김형길. (2021) 탐나는전 유통현황과 활성화 방안. 제주연구원.
- 이중화 · 이준호. (2020). 지역경제 활성화를 위한 지역화폐 활용방안: 제주사랑상품권 사례를 중심으로. *e-비즈니스연구* 21(4): 19-37. 국제e-비즈니스학회.
- 이창우. (2002). 우리나라 지역화폐 운동의 현황 및 과제. *한발레츠 실험3년 평가*

워크숍 자료집.

- 이채연. (2000). 상호부양의 교환체제, “레츠”시스템에 관한 이론 및 경험의 연구. *經濟發展研究* 6(2): 263-305. 한국경제발전학회.
- 이한주·김병조. (2017). 지역경제 활성화를 위한 지역화폐 도입에 관한 연구: 기초연금을 중심으로. 국회예산결산특별위원회.
- 이훈자. (2012). 소비자물가지수의 시계열모형 연구. 한국데이터정보과학회지 23(3): 535-542. 한국데이터정보과학회.
- 임성복. (2019). 지역사랑상품권 경제적 효과 분석 및 도입방안. 대전세종연구원.
- 임성식. (2011). 시계열모형에 의한 인플레이션 예측력 비교. *産業技術研究所論文集* 26: 19-26. 서경대학교 산업기술연구소.
- 주세우·이민환·황규선. (2010). 구조적 VAR 모형을 이용한 환율전가 효과분석: 한국의 수입물가와 소비자물가를 중심으로. *경제연구* 28(2): 85-108. 한국경제통상학회.
- 제주연구원. <https://www.jri.re.kr/contents/index.php?mid=1202> 제주지역 경제 동향 데이터.
- 제주특별자치도. (2018.09.12). 제주도, 소상공인·자영업자 지원 대책 발표.
- 조재욱. (2013). 새로운 화폐정책의 공간 만들기: 지역화폐제 도입을 통한 보완경제의 가능성 시탐. *비교민주주의연구* 9(1): 37-68. 비교민주주의연구센터.
- 조혜경. (2018). 지역화폐의 개념과 국내 논의 현황. 정치경제연구소 대안.
- 천경희. (2007). 지역화폐운동의 실천적 의미와 향후 전망. *울산발전* 17(524): 57-67.
- 천경희·이기춘. (2005). 지역화폐운동의 소비문화적 의미 연구: “한밭레츠” 참여자의 소비행동을 중심으로. *한국생활과학회지* 14(4): 593-611. 한국생활과학회.
- 최조순·이사라. (2015). 경기도 지역화폐 도입 및 활성화 방안: 복지화폐를 중심으로. 경기복지재단.
- 최준규·전대욱. (2017). 공동체 단위 지역화폐 운영에 따른 경제적 효과 분석. *한국미래행정학회 학술대회*. 2017(11): 147-164. 한국미래행정학회.
- _____. (2018). 지역화폐의 경제적 효과에 관한 시스템 다이내믹스 분석: 과천 품앗이 사례를 중심으로. 한국시스템다이내믹스학회.

- 한국은행. (1999). 주간해외경제. 99(13).
- 한국은행 제주본부. <https://www.bok.or.kr/portal/bbs/P0000720/view.do?nttId=10069534&menuNo=200570> 최근 제주지역 실물경제 동향.
- 한성일. (2013). 지역화폐운동과 지역경제. *지역사회연구* 21(4): 191-217. 한국지역사회학회.
- 황영순 · 박충훈 · 정혜진. (2019). 부산지역화폐의 경제효과와 발전방향. 부산연구원.
- 황한식. (2008). *분권사회 지역경제학 연구*. 부산대학교출판부.
- 홍석경. (2020.06.03). 간편결제 수수료 아깝다면 카드 대신 선불. *매일일보*.
<http://www.m-i.kr/news/articleView.html?idxno=716482>
- Amiri, S., and von Rosen, D. (2011). On the efficiency of bootstrap method into the analysis contingency table. *Computer Methods and Programs in Biomedicine*, 104(2), 182-187.
- Cahn, E. (1997). The Co-Production Imperative. *Social Policy*, Vol.62.
- DeMeulenaere, S. (1998). An Overview of Parallel, Local and Community Currencies in Asia, Africa.
- Newey, W. K. and West, K. D. (1987). A Simple, Positive Semi-definite, Heteroskedasticity and Autocorrelation Consistent Covariance Matrix. *Econometrica*, 55(3), 703-708.
- Seyfang, G. J. (1994). The local Exchange Trading System: Political Economy and Social Audit. Unpublished MSc thesis, University of East Anglia, Norwich, UK.
- Thomas R. Eisenmann, Geoffrey Parker, Marshall Van Alstyne. (2008). Opening Platforms: How, When and Why?. Harvard Business School, 9-30.
- Williams, C. C. (1996). Local exchange and trading systems: a new source of work and for the poor and unemployed?. *Environment and Planning*, Vol.28.

<부록 1> 시계열 분석 기술통계표

변수명	관측치	평균	표준편차	최소값	최대값
비제조업 매출 지표(BSI)	39	66.13	17.85	30.00	95.00
탐나는전	39	0.41	0.50	0.00	1.00
소비자 물가지수	39	101.14	2.09	98.77	106.77
동행종합지수_순환변동치	38	99.81	5.07	87.32	108.87
신용카드이용액(단위: 10억)	37	478.49	62.28	338.99	575.97
소비자 심리지수	39	96.97	8.56	72.50	107.90
대형소매점 판매액지수	39	92.73	6.43	77.80	104.90

<부록 2> 순서형 로지스틱 회귀분석 결과표

Var.	Value	Std. Error	t value	p value	OR
탐나는전(t) 사용여부	-4.224	1.496	-2.824	0.005	0.015
서비스업-기타	-1.707	1.521	-1.122	0.262	0.181
서비스업-병의원·약국	1.665	0.518	3.212	0.001	5.288
서비스업-소매업	-3.02	1.782	-1.695	0.09	0.049
서비스업-여행·숙박·레저스포츠	-2.137	1.87	-1.143	0.253	0.118
서비스업-음식점업	-3.898	2.807	-1.389	0.165	0.02
서비스업-학원	-5.074	2.204	-2.302	0.021	0.006
t:서비스업-기타	3.146	1.756	1.792	0.073	23.245
t:서비스업-소매업	4.184	1.831	2.285	0.022	65.628
t:서비스업-여행·숙박·레저스포츠	3.009	1.917	1.569	0.117	20.264
t:서비스업-음식점업	3.919	2.833	1.383	0.167	50.373
t:서비스업-학원	4.294	2.251	1.907	0.056	73.241
500만원 미만	-9.645	1.772	-5.442	0	0.015
200만원~2천만원 미만	-6.207	1.475	-4.207	0	0.181
500만원~5천만원 미만	-3.942	1.462	-2.697	0.007	5.288
2천만원~1억원 미만	-2.677	1.458	-1.836	0.066	0.049
5천만원~3억원 미만	-1.271	1.449	-0.877	0.38	0.118
1억원~5억원 미만	-0.256	1.43	-0.179	0.858	0.02
3억원~10억원 미만	0.258	1.43	0.18	0.857	0.006
5억원~20억원 미만	0.877	1.463	0.599	0.549	23.245
20억원 이상	1.807	1.563	1.156	0.248	65.628

<부록 3> 설문조사 : 응답기업 정보 기술통계표

번호	업종	세부연번	세부업종	응답수	비고
1	소매업	1	마트·슈퍼마켓·식료품	13	
		2	패션·의류·잡화	20	
		3	서점	9	
		4	안경	8	
		5	문구·완구점(장난감)	2	
		6	주유	10	
		7	가구	4	
2	음식점업	8	한식	18	
		9	일식·중식·양식	12	
		10	베이커리·빵집	13	
		11	커피전문점	23	
		12	패스트푸드	3	
		13	기타요리	15	
3	병의원·약국	14	병·의원	4	
		15	약국	15	
4	학원	16	학원	31	
5	여행·숙박·레저스포츠	17	여행·교통·숙박	5	
		18	문화, 예술공연	14	
		19	스포츠·헬스	25	
6	서비스업	20	뷰티(이·미용)	10	
		21	세탁소	12	
		22	욕탕업(사우나, 찜질방, 목욕탕)	2	
		23	자동차정비, 용품	12	
7	기타	24	기타	20	
합 계				300	

<부록 4> 설문조사 : 기업 월평균 매출규모 기술통계표

번호	매출규모	응답수	비고
1	200만원 미만	1	
2	200만원~500만원 미만	26	
3	500만원~2천만원 미만	102	
4	2천만원~5천만원 미만	79	
5	5천만원~1억원 미만	58	
6	1억원~3억원 미만	18	
7	3억원~5억원 미만	5	
8	5억원~10억원 미만	4	
9	10억원~20억원 미만	3	
10	20억원~30억원 미만	0	
11	30억원~40억원 미만	0	
12	40억원~50억원 미만	0	
13	50억원 이상	2	
14	미응답	2	
합 계		300	

<부록 5> 설문조사 : 매출변화(2020.11~) 기술통계표

번호	매출변화	응답수	비고
1	30% 이상 매출 감소	0	
2	20~30% 미만 매출 감소	0	
3	10~20% 미만 매출 감소	2	
4	~10% 미만 매출 감소	7	
5	현상유지 (변화 없음)	144	
6	~10% 미만 매출 증가	69	
7	10~20% 미만 매출 증가	46	
8	20~30% 미만 매출 증가	19	
9	30% 이상 매출 증가	5	
합 계		292	

<부록 6> 설문조사표

제주지역화폐 「탐나는전」에 관한 조사

안녕하십니까.

저는 제주대학교 일반대학원 행정학과 석사과정에 재학 중인 강주현입니다.

본 조사는 저의 석사학위 졸업논문 연구대상인 제주지역화폐 '탐나는전'을 살펴보기 위해 작성된 질문으로 '탐나는전' 정책의 실제 효과와 개선점을 찾는 연구에 활용될 예정입니다.

코로나19로 어려워진 지역 경제를 살리기 위한 한 정책으로 '탐나는전'이 지난해 11월부터 사용되고 있습니다. 실제로 이러한 정책이 우리 지역 소상공인에게 도움이 되는지를 이번 연구를 통해 탐구할 계획입니다.

귀하께서 응답해 주신 내용은 조사목적 이외에는 사용되지 않으며 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의거하여 통계 목적 이외의 다른 용도로는 사용되지 않을 것이며, 응답 결과에 대한 비밀은 보호됩니다. 바쁘시겠지만, 설문 내용을 잘 읽으신 후 문항에 답해주시면 제 연구에 큰 도움이 될 것입니다.

감사합니다.

연구자 : 강주현

(email: kangjoohyun7@gmail.com / 전화:)

지도교수: 김형아(제주대학교 행정학과)

※ 탐나는전 : 지역 내 소비촉진을 통한 지역경제를 활성화를 도모하기 위해 제주특별자치도가 발행하고 제주지역 내에서만 사용가능한 지역화폐

I. 응답기업 정보

소매업	① 마트·슈퍼 마켓·식료 품	② 패션·의 류·잡화	③ 서점	④ 안경	⑤ 문구·완 구점(장 난감)	⑥ 주유	⑦ 가구
음식점업	① 한식	② 일식·중식· 양식	③ 베이커리· 빵집	④ 커피전문점	⑤ 패스트푸 드	⑥ 기타요리	
병의원·약국	① 병·의원			② 약국			
학원	① 학원(일반 교육학원, 음악·미술학원, 외국어학원, 운전학원, 컴퓨터학원 등)						
여행·숙박· 레저스포츠	① 여행·교통·숙박		② 문화, 예술공연			③ 스포츠·헬스	
서비스업	① 뷰티(아·미용)	② 세탁소		③ 욕탕업(사우나, 찜질방, 목욕탕)		④ 자동차정비, 용품	
기타	업종을 작성해주세요()						

1. 귀 업체의 주소를 행정동(면) 단위까지 작성해 주세요. (예: 제주시 노형동)

()

II. 사용현황 및 기업실적

1. 귀하의 사업체 월평균 매출규모를 응답하여 주십시오.

① 200만원 미만	② 200만원 ~ 500만원 미만	③ 500만원 ~ 2천만원 미만
④ 2천만원 ~ 5천만원 미만	⑤ 5천만원 ~ 1억원 미만	⑥ 1억원 ~ 3억원 미만
⑦ 3억원 ~ 5억원 미만	⑧ 5억원 ~ 10억원 미만	⑨ 10억원 ~ 20억원 미만
⑩ 20억원 ~ 30억원 미만	⑪ 30억원 ~ 40억원 미만	⑫ 40억원 ~ 50억원 미만
⑬ 50억원 이상		

2. 귀 사는 제주지역화폐인 ‘탐나는전’을 사용하고 있습니까?

- ① 사용함 (▶2-1로 이동) ② 사용 안 함 ③ 알지 못 함

2-1. 귀사의 수익에 ‘탐나는전’의 비중이 어느 정도 됩니까? ()%

ABSTRACT

Analysis of the Effectiveness of Local Currency Policy in Jeju
- Focusing on Tamnaneunjeon -

JooHyun Kang

Department of Public Administration

The Graduate School of Jeju National University

Many local governments in South Korea have been actively issuing local currencies to help boost the local economy by increasing sales of small business owners. Jeju Special Self-Governing Province also launched own local currency, named “Tamnaneunjeon” on November 30th, 2020 to overcome a regional economic downturn caused by COVID-19.

The purpose of this study is to examine the impact of the “Tamnaneunjeon” on the local macroeconomy and to find out the effectiveness of local currency on sales of local business owners. To achieve the purpose, first, I interviewed public officials who in charge of the policy and franchise owners who are members of “Tamnaneunjeon” to investigate problems and improvements in its policy implementation. In addition to the interviews, a time series analysis with the variables of local economic and business indicators was conducted, and a ordered logistic regression analysis was used to analyze survey data, collected from 300 local business owners in order to empirically measure the effectiveness of the “Tamnaneunjeon”. The results of the aforementioned analyses show that Jeju’s local currency, “Tamnaneunjeon”, is ineffective to boost local economy. However, the benefits of the policy of using local currency vary by business types as founded that

a correlation between the increase of sales and the type of business is statistically significant. For example, retail business and private education business have statistically significant increases of their sales when they affiliate the “Tamnaneunjeon” members.

This study has a limitation to indirectly explore the policy effects of “Tamnaneunjeon” due to the difficulty of obtaining raw data about sales amounts of local business stores before and after the issuance of the local currency. Meanwhile, the contribution of this study is that it provides empirical evidence regarding what type of local business had benefits from the policy of promoting local currency in the Jeju province. I hope that additional research will continue to be conducted in the future so that the Jeju government can improve the “Tamnaneunjeon” policy as every type of small business can increase their sales as its policy is designed.

Keywords: Jeju’s Local Currency, Tamnaneunjeon, Policy Effects, Orderd Logistic Regression Analysis