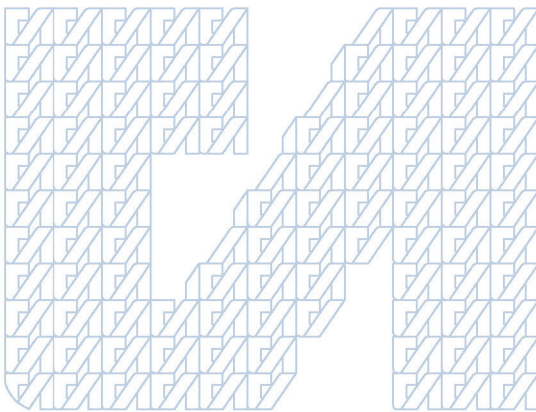


지역화폐의 경제적 효과에 관한 연구

양준석



연구책임

• 양준석 / 도시경영연구실 연구위원

공동연구

• 장윤섭 / 중소기업연구원 책임연구원

연구지원

• 구남규 / 충남대학교 경제학과 석사과정

정책연구 2020-66

지역화폐의 경제적 효과에 관한 연구

발행인 정 재 근

발행일 2020년 12월

발행처 대전세종연구원

34863 대전광역시 중구 중앙로 85(선화동)

전화: 042-530-0000 팩스: 042-530-3528

홈페이지 : <http://www.dsi.re.kr>

인 쇄 대전문화사 TEL 042-252-7208 FAX 042-255-7209

이 보고서의 내용은 연구책임자의 견해로서 대전광역시와 세종특별자치시의 정책적
입장과는 다를 수 있습니다.

출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단 전재나 복제는 금합니다.

요약 및 정책건의

■ 서론

□ 연구 배경 및 목적

- 지역화폐는 역외 소비 유출 방지와 소상공인 지원을 목적으로 대부분 지자체에서 도입·운영하고 있음.
 - 액면금액의 8%를 지원하는 행정안전부의 적극적 정책지원과 최근 코로나19로 인한 내수 부진을 타개하고자 지역화폐의 발행 규모가 대폭 확대
 - 전국 228개 시군구의 96%가 지역화폐를 도입('20.6월 기준)하고 있으며, 2016년 1,168억 원에 불과하던 발행 규모는 2020년에는 9조 원에 육박할 것으로 추정
- 대전광역시의 경우 2020년 5월 대전지역화폐 '온통대전'을 출시하여 출시 5개월 만에 가입자 40만 명, 발행액 4,595억 원을 달성
 - 출시 직후 15%의 캐시백 지급 등 공격적 마케팅으로 온통대전 저변을 확대
- 본 연구는 온통대전의 역내소비 제고, 소상공인 지원 효과, 소비진작 및 경제적 파급효과 등 지역경제에 미치는 영향을 분석
 - 지역화폐 발행규모가 확대되고, 정책 수단으로써 중요성은 커지고 있으나 지역화폐의 경제적 효과에 대한 이해는 부족한 실정
 - 지역화폐 관련 예산의 효율적 집행과 효과성 제고를 위한 운영상의 개선을 위해 우선 지역화폐의 경제적 효과에 대한 객관적 평가가 수행될 필요

□ 연구 내용 및 방법

- 연구 범위
 - 지역화폐의 경제적 효과에 대한 이론적 배경
 - 대전 등 주요 지자체 지역화폐 현황 분석

- 온통대전 경제적 효과 추정(역내소비 제고, 소상공인 매출 이전 및 순 소비 진작 효과)
- 온통대전 파급효과 추정(세수증대, 생산 및 부가가치유발액, 고용유발)

○ 연구 방법

- 온통대전 소비행위에 대한 서베이를 통해 데이터를 구축하고, 이를 이용하여 실증분석
- 연구 수행 시점이 온통대전 출시 초창기로 분석에 적합한 2차 자료의 획득이 쉽지 않기 때문에 연구를 통해 직접 자료를 생성

■ 이론적 배경

□ 지역화폐의 경제적 효과

○ 지역화폐의 경제적 효과는 소상공인 매출 이전효과, 역내소비 제고 효과, 순소비 증가 효과로 구분

- 새로운 유효 수요 창출이 없다면 소상공인 매출 이전효과, 역내소비 진작효과는 소득이 대중소기업간 또는 지역간 재분배되는 것으로서 거시경제 측면에서 효과적인 정책이라 보기 어려움.
- 소상공인 매출 이전효과, 역내소비 진작 효과로 특정 지역의 경제가 활성화될 수 있으나, 이는 대기업의 매출 감소, 타지역의 경제위축을 대가로 이루어지기 때문에 진정한 의미에서 순소비 증가로 보기 어려운 측면이 있음.
- 그러나 대중소기업 상생 및 국가균형발전이라는 측면에서 재분배 정책으로써 일정한 효과를 기대할 수 있음.

○ 지역화폐에 관한 가장 큰 논쟁은 위축된 소비심리 회복에 긍정적 영향을 미치는가인데, 이는 지역화폐의 순소비 진작 효과로 귀결

- 지역화폐 사용으로 지급되는 캐시백 등으로 가처분소득이 증가한다면 소비자의 한계소비성향(marginal propensity to consume)에 따라 또는 그 이상으로 추가적인 소비가 이루어질 가능성
- 또는 소비평탄화(consumption smoothing)에 따라 캐시백으로 인한 가처분소득 증가가 소비가 아닌 저축으로 이어질 가능성

□ **선행연구 검토**

- 지역화폐의 경제적 효과에 대한 연구는 발행액(또는 사용액) 자체를 순 효과로 간주하여 소상공인 매출증대액, 산업유발효과 등을 추정하는 연구가 있음(이병기 외, 2017; 양준호, 2019; 이상훈·박누리, 2018)
 - 지역화폐를 사용한 소비가 기존에 사용하던 결제수단으로 이루어지는 소비를 대체하는 구축효과(crowding out effect)가 분석에 반영되어 있지 않기 때문에 효과가 과대추정 되었을 가능성
- 지역화폐가 현금, 신용카드 등 기존 결제수단으로 소비되는 금액을 대체하는 효과를 반영하여 보다 엄밀한 인과관계를 추정하는 연구(송경호·이환웅, 2020; 강창희, 2020)가 있음
 - 이에 해당하는 연구들은 ‘기업등록부 데이터베이스’를 이용하였는데 이 자료는 분석대상 시점이 2018년까지로 제한되어 지역화폐가 활성화된 2019년 이후의 효과는 파악할 수 없다는 한계

[표 1] 지역화폐의 경제적 효과 파급경로

구분	분석기간	지역	경제적 효과	결과
이병기 외 (2017)	2016~2017	강원	소상공인 소득증대	○
양준호 (2019)	2018	경기	소상공인 소득증대	○
이상훈·박누리 (2018)	2019~2022	경기	산업연관효과	○
이중화·김형길 (2017)	2016	제주	산업연관효과	○
유영성 외 (2020)	2019	경기	소상공인 매출	○
송경호·이환웅 (2020)	2010~2018	전국	소상공인 매출, 고용	△ (소상공인 매출은 증가하나, 전체 소매업으로 확대하면 유의미한 효과 없음)
강창희 외 (2020)	2010~2018	전국	고용	×

- 본 연구는 지역화폐가 기존 현금, 신용카드 등의 소비를 대체하는 효과를 고려함과 동시에 지역화폐가 활성화된 2020년을 대상으로 한다는 점에서 기존 연구와 차별성을 가짐.

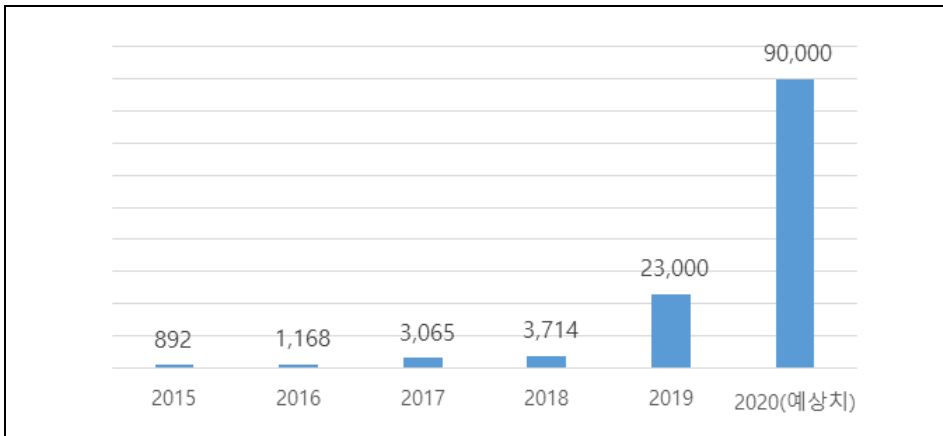
■ 지역화폐 현황

□ 도입 현황 및 발행 실적

- 우리나라 243개 지방자치단체 중 228개(광역 9개, 기초자치단체 219개)가 지역화폐 ‘지역사랑상품권’을 발행하고 있는 것으로 확인(2020년 9월 기준)
- 지역화폐 발행액은 2019년에 2조 3천억 원으로 그 규모가 비약적으로 증가하였으며, 행정안전부에 따르면 2020년에는 9조 원에 이를 것으로 예상

[그림 1] 지역화폐(지역사랑상품권)발행 규모

(단위 : 억원)



주 : 류영아(2020)에 따른 2019년 발행규모는 32,000억원으로 행안부 홈페이지에 기재된 수치와는 차이가 있다. 본 연구에서는 행정안전부의 공식 수치를 사용한다.

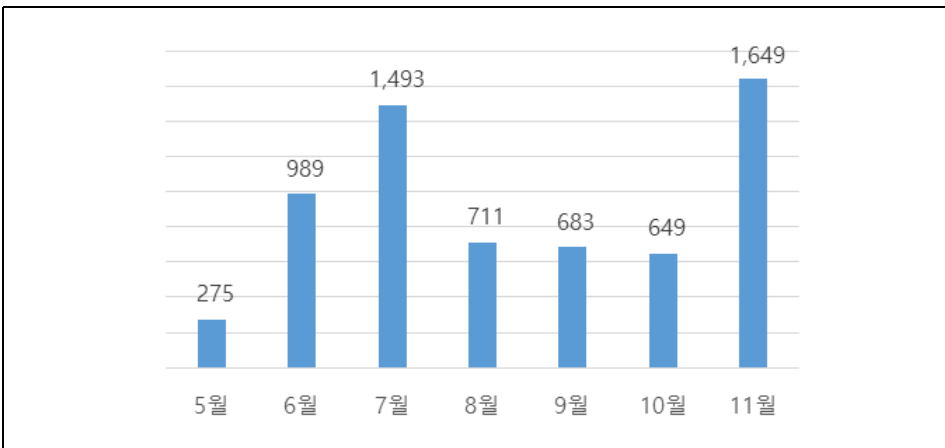
자료 : 행정안전부

□ **온통대전 현황**

- 대전 지역화폐 ‘온통대전’은 대전광역시 내에서만 사용 가능한 충전식 카드형 지역화폐로 2020년 5월 14일부터 발행된 이후 금년 11월 누적 총 476,369장의 카드가 발급
 - 대전 내 IC카드 단말기 사용점포에서 사용 가능하며, 백화점, 대형마트, SSM 등은 사용처에서 제외
- 온통대전 충전액은 11월 기준 누계 6,450억원으로 집계
 - 5월 275억원에서 6~7월 중 충전액이 증가추세를 보이다가 8~10월 중에는 다시 감소세로 전환
 - 캐시백 20% 등 공격적인 마케팅을 선보인 11월 온통대전 충전액은 1,649억원으로 온통대전이 발행되기 시작한 이래 최고치를 기록

[그림 2] 월별 온통대전 충전액

(단위 : 억원)

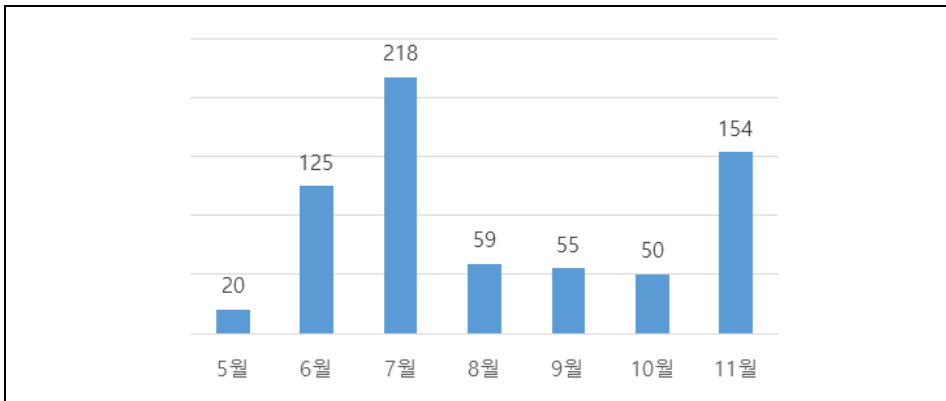


자료 : 대전광역시

- 캐시백 충전 등을 위한 예산집행은 1~11월 누계 682억원으로 같은 기간 충전액(6,450억원)의 10.6%을 집행

[그림 3] 온통대전 예산집행액 현황

(단위 : 억원)



자료 : 대전광역시

■ 지역화폐의 경제적 효과분석

(1) 방법론

- Kan et al.(2017)의 방법론을 차용하여 분석을 수행하며, 온통대전 이용자를 대상으로 사용패턴에 대한 서베이를 실시하여 데이터셋을 구축하고, 이를 기반으로 경제적 효과를 실증분석
 - 이용자의 진술에 근거해 온통대전 전체 사용액에서 역내소비 전환분, 소상공인 매출 이전분, 순소비 증대분을 알아낼 것이며, 분석에 적합한 2차 자료 획득이 어려운 지금 시점에는 최선의 대안
 - 2차 자료의 사용이 가능하다고 하더라도 전국 지자체의 98%가 지역화폐를 도입하고 있는 현시점에 적절한 대조군(control group)을 설정하는게 쉽지 않음.

(2) 설문조사

□ 조사개요

- 조사는 온라인조사를 통해 이루어졌으며 대전에 거주하는 19세 이상 65세 미만 성인을 대상으로 진행
 - 캐시백 혜택의 변화에 따라 효과가 변하는지 확인하기 위해 7월(15% 캐시백), 9월(5%~10% 캐시백)에 2회에 걸쳐 조사 진행

[표 2] 조사개요

	1차	2차
조사대상 이용실적	2020.7.1.~7.31 (100만원 한도 캐시백 15%)	2020. 9.1.~9.30. (20만원 한도 캐시백 10%, 20~50만원 한도 캐시백 5%)
실사기간	2020.9.23.~10.7	2020.10.21.~11.4
조사항목	응답자의 인구학적·경제적 특성, 온통대전 사용여부, 사용하지 않는 이유, 품목별 온통대전 결제액, 온통대전으로 결제한 이유/목적, 온통대전 만족도 등	
표본수	1,000명	1,000명

□ 온통대전 소비 현황

- 1차 조사(캐시백 15%)의 온통대전 평균 총소비액은 50.3만 원, 2차 조사(캐시백 5~10%) 평균 총소비액은 38.7만 원으로 조사
 - 품목별로는 식료품이 전체 지출액에서 차지하는 비중이 43.3%, 그 뒤로 외식이 23.7%로 식료품과 외식의 합이 67.0% 정도로 온통대전을 이용한 소비의 절반 이상이 집중

[표 3] 평균 품목별 구매액

(단위 : 만 원, %)

구분	1차	2차	전체
1) 식료품	18.5 (42.3)	15.8 (44.4)	17.2 (43.3)
2) 의류·잡화	2.6 (5.6)	2.0 (4.5)	2.3 (5.0)
3) 생활용품	2.4 (4.6)	2.0 (5.1)	2.2 (4.9)
4) 가전·가구	1.3 (1.7)	0.6 (1.2)	1.0 (1.4)
5) 외식	10.5 (22.7)	8.8 (24.8)	9.7 (23.7)
6) 보건서비스	6.2 (9.8)	3.6 (7.6)	4.9 (8.7)

구분	1차	2차	전체
7) 교육서비스	5.3 (6.4)	3.5 (5.6)	4.4 (6.1)
8) 기타 상품 및 서비스	3.6 (7.0)	2.4 (6.7)	3.0 (6.8)
합계	50.3 (100.0)	38.7 (100.0)	44.8 (100.0)

주 : 괄호는 비중

온통대전 소비행위(consumption behavior)

○ 온통대전으로 인해서 소상공인 상점을 이용하였는가?

- 온통대전으로 식료품/의류/생활용품을 구매한 응답자의 59.3%는 평소에 대형마트, 백화점, 온라인쇼핑 등을 이용하나 온통대전을 사용하기 위해서 소상공인 상점을 이용
- 가전/가구의 경우 62.9%가 온통대전으로 인해 소상공인 운영하는 상점을 이용했다고 응답

[표 4] 소상공인 상점 이용 여부

(명, %)

소상공인 상점 이용 여부	(A) 식료품/의류/ 생활용품	(B) 가전/가구
Q1. 귀하는 평상시에도 소상공인·자영업자 상점에서 _____ 를(을) 구입하십니까?		
1) 온통대전과 상관없이 평상시에도 주로 소상공인·자영업자 상점에서 구입한다	587 (37.7)	44 (35.5)
2) 평상시에는 주로 대형마트, 백화점, 온라인에서 구입한다. 온통대전을 사용하기 위해 소상공인·자영업자 상점을 이용했다	924 (59.3)	78 (62.9)
3) 잘 모르겠다	47 (3.0)	2 (1.6)
합계	1,558	124

주 : 괄호는 비중

○ 온통대전으로 인해서 지역 상점을 이용하였는가?

- 온통대전을 이용하기 위해 지역의 소상공인으로 구매처를 전환한 응답자는 전체를 기준으로 가전/가구가 37.1%, 그 뒤로 식료품/의료/생활용품(18.4%), 외식비(17.1%) 순
- 반면 의료비, 교육비, 기타 품목에서 지역 구매처로 전환된 비중은 10% 초반대 수준으로 상대적으로 낮은 수치

[표 5] 지역 소상공인 이용 여부

		(명, %)					
지역 상점 이용 여부	(A) 식료품/ 의류/ 생활용품	(B) 가전/ 가구	(C) 외식비	(D) 의료비	(E) 교육비	(F) 기타	
Q2. 귀하는 평상시에도 대전지역의 상점에서 _____ 를(을) 구입하십니까?							
1) 온통대전과 상관없이 평상시에도 대전 지역에서 구입한다	1,251 (80.3)	73 (58.9)	989 (82.1)	526 (86.7)	219 (85.5)	489 (86.5)	
2) 주로 대전 외 지역(예: 세종, 청주, 공주 등)을 이용한다. 온통대전을 사용하기 위해 대전지역 에서 소비했다	286 (18.4)	46 (37.1)	206 (17.1)	77 (12.7)	34 (13.3)	71 (12.6)	
3) 잘 모르겠다	21 (1.4)	5 (4.0)	9 (0.8)	4 (0.7)	3 (1.2)	5 (0.9)	
합계	1,558	124	1,204	607	256	565	

주 : 괄호는 비중

○ 온통대전으로 인해서 추가적인 소비가 있었는가?

- 온통대전의 캐시백 혜택 등으로 계획하지 않은 소비를 했다고 응답한 비중(3번을 응답)은 20.7%~27.5% 수준
- 계획된 소비였으나 온통대전으로 인해 지출액이 평상시보다 증가했다고 응답한 비중(2번을 응답)은 25.4%~36.4%로 나타남.

[표 6] 추가소비 여부

(명, %)

추가소비 여부	(A) 식료품/ 의류/ 생활용품	(B) 가전/ 가구	(C) 외식비	(D) 의료비	(E) 교육비	(F) 기타
---------	----------------------------	------------------	------------	------------	------------	-----------

Q3. 귀하가 온통대전으로 _____ 를(을) 구입하신 주된이유는 무엇입니까?

1) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다	543 (34.9)	39 (31.5)	453 (37.6)	312 (51.4)	129 (50.4)	292 (51.7)
2) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다. 다만, 캐시백 혜택이 있어서 평상시보다 지출액은 늘었다	567 (36.4)	51 (41.1)	427 (35.5)	154 (25.4)	70 (27.3)	152 (26.9)
3) 캐시백으로 추가적인 수입이 생겼기 때문이다. 캐시백 혜택이 없었다면 지출하지 않았을 것이다	429 (27.5)	32 (25.8)	312 (25.9)	138 (22.7)	55 (21.5)	117 (20.7)
4) 잘 모르겠다	19 (1.2)	2 (1.6)	12 (1.0)	3 (0.5)	2 (0.8)	4 (0.7)
합계	1,558	124	1,204	607	256	565

주 : 괄호는 비중

○ 추가 소비 지출 정도(Q3의 2번 응답자만 조사)

- 구매할 계획이었으나 온통대전으로 지출액이 증가했다고 응답한 자에 한해 추가 지출된 소비의 정도를 설문
- 전반적으로 추가 지출액이 5%~10% 미만이라고 응답하는 경향이 높게 나타났으나, 가전/가구에서는 추가 지출액이 10~15% 미만이 가장 높은 비중을 차지

[표 기] 추가소비 지출 정도

(명, %)

추가소비 지출 정도	(A) 식료품/ 의류/ 생활용품	(B) 가전/가구	(C) 외식비	(D) 의료비	(E) 교육비	(F) 기타
Q3-1. 귀하는 캐시백 혜택 때문에, _____ 를(을) 평상시 지출금액보다 대략 몇 %를 더 추가적으로 지출하셨습니다까? (Q3의 2번 응답자만 응답)						
1) 5% 미만	95 (16.8)	12 (23.5)	64 (15.0)	36 (23.4)	17 (24.3)	45 (29.6)
2) 5%~10% 미만	218 (38.4)	16 (31.4)	156 (36.5)	58 (37.7)	14 (20.0)	60 (39.5)
3) 10%~15% 미만	142 (25.0)	17 (33.3)	105 (24.6)	32 (20.8)	20 (28.6)	30 (19.7)
4) 15%~20% 미만	103 (18.2)	6 (11.8)	95 (22.3)	25 (16.2)	15 (21.4)	17 (11.2)
5) 20% 이상	9 (1.6)	-	7 (1.6)	3 (1.9)	4 (5.7)	-
합계	567	51	427	154	70	152

주 : Q3에서 2)를 선택한 응답자에 한해 추가로 설문한 결과이며 괄호는 비중

(3) 경제적 효과

□ 경제적 효과의 계산

- 온통대전의 순소비 증대효과와 첫 번째 계산 방법은 보수적으로 전체 온통대전 사용액에서 온전한 계획되지 않는 소비(캐시백 등 지역화폐 혜택이 유발한 소비)의 비중으로 정의

$$MPC1 = \sum_j m_j \times \frac{e_j}{T}, \quad j = A, B, C, D, E, F$$

- MPC1은 첫 번째 방법으로 정의한 순소비 효과이며 e_j 는 j 는 품목에 대한 온통대전 지출액이고, m_j 는 온통대전으로 인한 캐시백으로 혜택으로 인해 이루어진 지출(Q3의 3번)인 경우 1의 값 그 외의 경우 0의 값이 부여되는 이변수이며 T 는 전체 온통대전 지출액
- 두 번째 계산 방법은 원래 계획했던 소비이나 온통대전의 혜택으로 구매액수가 증가한 경우(Q3의 2번)도 순효과에 추가적으로 포함하여 정의하는 방법

$$MPC2 = \sum_j \left(\frac{m_j e_j}{T} + \frac{\sum_k q_j^k k \hat{e}_j}{T} \right), \quad j = A, B, C, D, E, F$$

- q_j^k 는 계획된 소비였으나 온통대전 혜택으로 지출액이 늘어나면서, 그 증가분이 k 라고 응답한 경우 1의 값을 그 외의 경우 0의 값을 가지는 이변수, k 는 추가소비 지출의 선택항목별 중간값으로, $k = (2.5\%, 7.5\%, 12.5\%, 17.5\%, 20\%)$
- 소상공인 매출이전 효과, 역내소비 전환효과 또한 동일한 방식으로 계산
- 온통대전의 경제적 효과를 살펴보면 소상공인 매출이전 효과 0.317, 역내소비 전환 효과 0.168 및 순소비 증가효과는 0.260~0.290으로 추정(전체 기준)
- 다시 말하면 온통대전 사용액 1억원당 대형마트, 온라인에서 소상공인으로 이전된 금액이 3.2천만원, 역외에서 역내로 전환된 금액이 1.7천만원 그리고 새롭게 창출된 소비액이 2.6천만원에서 2.9천만원으로 계산됨.

- 캐시백 비율이 15%으로 한시적으로 높게 적용되었던 기간을 대상으로 조사한 1차 조사의 결과가 평달 대상의 2차의 경우보다 순소비 증가 효과가 약 3.2%p 높게 나타남.

[표 8] 온통대전 경제적 효과 계수

	1차	2차	전체
<i>SMALL</i> (소상공인 전환)	0.320 (0.012)	0.315 (0.012)	0.317 (0.009)
<i>LOCAL</i> (역내소비 전환)	0.162 (0.011)	0.173 (0.012)	0.168 (0.008)
<i>MPC1</i> (순소비 증가1)	0.263 (0.014)	0.257 (0.014)	0.260 (0.010)
<i>MPC2</i> (순소비 증가2)	0.295 (0.013)	0.285 (0.013)	0.290 (0.009)
N	893	826	1,719

주 : 괄호는 표준오차

- 경제적 효과의 추정계수를 실제 사용실적에 반영하면, 2020년 5월에서 11월 동안 온통대전으로 인하여 소상공인으로 전환된 금액은 1,953억 원, 역내소비로 전환된 금액은 1,039억 원이다. 온통대전으로 인한 순소비증가분은 최소 1,598억 원~1,781억 원으로 추정

[표 9] 온통대전 경제적 효과의 화폐가치

(백만 원)

	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	전체
사용금액	13,646	84,821	148,793	79,822	71,652	63,319	154,024	616,077
<i>SMALL</i>	4,367	27,143	47,614	25,144	22,570	19,946	48,517	195,301
<i>LOCAL</i>	2,211	13,741	24,104	13,809	12,396	10,954	26,646	103,861
<i>MPC1</i>	3,589	22,308	39,133	20,514	18,415	16,273	39,584	159,815
<i>MPC2</i>	4,026	25,022	43,894	22,749	20,421	18,046	43,897	178,055

주 : 사용금액에서 캐시백, 정책수당 사용액은 제외된 수치임.

□ **세수 증대효과**

- 온통대전으로 인한 소비촉진과 소상공인의 소득증대는 각각 소비세와 소득세 세수 증대로 이어짐.
 - 위에서 계산된 온통대전의 순소비증가분을 기준으로 소비효과를 계산
- 온통대전으로 인한 소득세 수입은 종합소득세의 경우 38억원~42억원, 지방소득세의 경우 3.8억~4.2억원으로 추정
 - 소상공인 평균 영업이익률 15.8%, 과세표준은 1천200만 원 초과 4천 600만 원 이하 가정하여 계산(종합소득세율은 15%이며, 지방소득세율은 1.5%)

[표 10] 온통대전으로 예상되는 소득세 부문 세수 증가액

(백만 원)

구분	순소비증가분	영업이익액	종합소득세 증가분	지방소득세 증가분
최소	159,815	25,251	3,788	379
최대	178,055	28,133	4,220	422

- 온통대전으로 인한 소비세 수입은 부가가치분의 경우 145억~162억이며, 여기서 지방소비세분은 31억~34억으로 추정
 - 온통대전으로 구매한 상품의 가격은 부가세가 포함된 가격이므로, 공급가액(판매가격을 1.1로 나눈 금액)의 10%를 계산하여 소비세 증가분 추정

[표 11] 온통대전으로 예상되는 소비세 부문 세수 증가액

(백만원)

구분	순소비증가분	부가가치세 증가분	지방소비세 증가분*
최소	159,815	14,529	3,051
최대	178,055	16,187	3,399

* 부가가치세 수입의 15%

□ 파급효과

- 온통대전의 경제적 파급효과를 추정하기 위해 2015년 지역산업연관표를 이용한 산업연관분석을 수행
 - 온통대전으로 인한 수요 증대는 연계 산업의 생산 증가로 이어지며, 생산량 증대는 고용을 증가
 - 산업연관분석은 일정 기간 상품별 투입구조가 안정적이라는 가정 하에 최종수요의 변동이 각 상품의 생산활동에 미치는 파급효과를 계측
 - 또한 생산과 부가가치 및 고용 간 관계를 이용하여 최종수요의 변동이 부가가치와 고용에 미치는 파급효과도 파악
- 온통대전의 순소비증가로 인한 직간접적인 생산유발효과는 3,171억 원이며, 이 중 69%인 2,172억 원이 대전지역내 산업의 생산량 증대분
 - 부가가치유발효과는 1,781억 원이며 1,158억 원이 대전지역에서 발생한 것으로 추정됨.
 - 취업유발효과는 3,886명이며 여기서 83%인 3,212명이 대전지역의 취업자로 나타남.

[표 12] 온통대전의 경제적 파급효과

(백만원, 명)

	생산유발효과	부가가치유발효과	취업유발효과
전체 (A+B)	317,104	178,055	3,886
대전(A)	217,235	115,827	3,212
대전 외(B)	99,869	62,228	674

주 : 온통대전 순소비 증가분 최대값을 가정하여 추정한 결과임.

■ 결론 및 정책제언

□ 요약 및 결론

- 온통대전 사용액의 26%~29%는 순소비증대분으로 추정되어, 소비 진작 효과가 있는 것으로 나타남.
 - 대형마트, 온라인 등에서 소상공인으로 전환된 매출은 온통대전 지출액의 31.7%로 나타남.
 - 역내소비 전환률은 16.8%로 온통대전이 출시되지 않았더라면 대전 외 지역에서 사용되었을 금액
- 순소비증대 효과 등 경제적 효과가 응답자의 주관에 기반한 설문조사로 추정되었기 때문에 객관성 측면에서 한계 존재
 - 장기적인 소비행위에 대한 설문조사가 아니므로, 온통대전 이용자의 소비시점 변화로 인한 편향 가능성
 - 예컨대 15%의 캐시백 혜택을 얻기 위해서 미래에 계획한 소비를 미리 하는 경우, 미래의 소비가 앞당겨져 이루어진 것이므로 장기적에서 온통대전으로 인한 소비증대 효과가 희미해짐.

□ 정책제언

- 소상공인 상생과 시민의 행복 증진을 온통대전의 최우선 정책목표로 설정
 - 지역화폐는 새로운 부를 창출하는 성장정책보다는 지역별·사업체 규모별 불균형을 완화하는 재분배정책의 성격이 강하므로, 경제적 효율성만으로 그 효과를 가늠할 수 없음.
 - 시민들에게 소비에 대한 보조금을 지급하여, 조금이나마 여유로운 소비생활을 가능하게 함으로써 시민들의 행복과 시정에 대한 만족감을 향상시키는 수단임.
- 제한된 예산으로 소비 효과 증대를 위해 이용금액, 구매 품목, 사용기한 등 다양한 기준에 따라 캐시백 차등
 - 건당 결제액이 클수록 소비재보다는 구매 빈도가 낮은 내구재에 더 큰 캐시백 혜택을 부여하는 등 추가적 소비를 유인할 방안을 강구

- 온통대전 구매 이후 사용 시점이 늦어질수록 캐시백 혜택을 낮춰, 지역화폐가 저장 목적이 아닌 구매 목적으로 사용되도록 장려

○ 지류형 지역화폐 발행

- 지류형 지역화폐가 역내 재유통으로 인하여 지역승수 효과가 모바일 형태보다 높음.
- 선물용도 등의 상품권으로도 지류형 지역화폐의 활용성이 높고, 대전의 상징성을 살린 도안으로 시민에게 친숙하게 다가갈 이용을 촉진할 수도 있음.
- 다만 상대적으로 비싼 발행 및 운영비용, 악용사례(상품권깡 등)등 단점 존재

차 례

1장 서론	3
1절. 연구 배경 및 목적	3
2절. 연구 내용 및 방법	4
2장 이론적 배경	7
1절. 지역화폐의 경제적 효과	7
2절. 선행연구 검토	9
3장 지역화폐 현황	15
1절. 지역화폐 도입 현황 및 발행 실적	15
2절. 대전광역시 ‘온통대전’ 현황	17
4장 지역화폐의 경제적 효과분석	25
1절. 방법론	25
2절. 설문조사	26
1. 조사개요	26
2. 조사대상의 인구학적 특성	27
3. 품목별 구매액	29
4. 온통대전 소비행위	30
3절. 경제적 효과	37
1. 경제적 효과의 계산	37
2. 세수증대 효과	40
3. 경제적 파급효과	43

5장 결론 및 정책제언	49
1절. 요약 및 결론	49
2절. 정책제언	50
참고문헌	52
부록	55
부록 1. 온통대전에 대한 인식조사	55
부록 2. 설문지	59

표 차례

[표 2-1] 지역화폐의 경제적 효과 관련 선행연구	11
[표 3-1] 지역별 지역화폐(지역사랑상품권)발행 현황	15
[표 3-2] 결제 유형별 온통대전 카드발급 현황	18
[표 3-3] 온통대전 월별 충전자수 및 1인 평균 충전액	19
[표 3-4] 온통대전 월별 결제자수 및 1인 평균 충전액	20
[표 4-1] 조사개요	26
[표 4-2] 인구학적 특성	28
[표 4-3] 평균 품목별 구매액	30
[표 4-4] 소상공인 상점 이용 여부	31
[표 4-5] 지역 소상공인 이용 여부	32
[표 4-6] 추가소비 여부	35
[표 4-7] 추가소비 지출 정도	36
[표 4-8] 온통대전의 경제적 효과 계수	39
[표 4-9] 온통대전 경제적 효과	40
[표 4-10] 소득세와 소비세 부과 체계	41
[표 4-11] 온통대전으로 예상되는 소득세 부문 세수 증가액	42
[표 4-12] 온통대전으로 예상되는 소비세 부문 세수 증가액	42
[표 4-13] 온통대전의 경제적 파급효과	45

그림 차례

[그림 2-1] 지역화폐 도입을 통한 구매처 전환으로 발생하는 효과	8
[그림 3-1] 지역화폐(지역사랑상품권)발행 규모	16
[그림 3-2] 월별 온통대전 카드발급 현황	17
[그림 3-3] 월별 온통대전 충전액	19
[그림 3-4] 온통대전 충전액 대비 사용액 비율	21
[그림 3-5] 온통대전 예산집행액 현황	21
[그림 4-1] 지역산업연관표 예시	43

서론

- 1절. 연구 배경 및 목적
- 2절. 연구 내용 및 방법

1장

1장 서론

1절. 연구 배경 및 목적

지역화폐는 지역 자금의 역외 유출 방지와 소상공인과 자영업자 보호를 목적으로 대부분의 지자체에서 도입하고 있다. 도입 초기에는 상대적으로 낙후된 지역의 경제활성화를 목적으로 도입되었다. 그러나 지역화폐 액면금액의 4%를 지원하는 행정안전부의 적극적 정책지원과 최근 코로나19로 인한 내수부진을 타개하고자 지역화폐의 발행규모가 대폭 확대¹⁾되면서 거의 모든 지자체로 확대 도입되고 있다. 2020년 6월 기준으로 속초시 외 8개 지자체를 제외한 모든 지자체에서 지역화폐를 도입하고 있다.²⁾ 2016년 1,168억원에 불과하던 발행규모는 2020년에는 9조원에 육박할 것으로 추정된다.

대전광역시의 경우 2020년 5월 대전지역화폐 ‘온통대전’을 출시했다. 당초 7월 출시가 예정이었으나 코로나19로 인해 매출이 급감한 소상공인을 지원하고 상권을 회복하기 위해 시점을 앞당겨 출시했다. 출시 직후 온통대전 이용 확대를 위해 결제금액의 한시적으로 15%의 캐시백이 지급되었다. 이러한 혜택은 온통대전의 저변 확대에 긍정적인 영향을 미쳤다. 대전광역시에 따르면 온통대전은 출시 3개월 만에 가입자 37만 명, 발행액 3,000억 원을 달성했다.

온통대전의 발행규모가 확대되는 현재 시점에서 온통대전의 경제적 효과를 살펴볼 필요가 있다. 발행규모가 커질수록 재정지원의 부담도 커지기 마련이다. 만약 사업의 효과성이 뛰어나다면 재정지원의 당위성과 예산 증액의 근거가 될 것이다. 반대의 경우 지원 규모의 축소나 효과성 제고를 위한 운영상의 개선이 필요할 것이다. 이에 본 연구는 온통대전이 소비진작, 역대소비

1) 지역화폐와 관련하여 배정된 중앙정부 예산은 1,203억원이었으나 1차 추가경정예산으로 2,400억원이 추가되면서 2020년 8월 현재 3,603억원이다(한국경제, 2020.5.27.)

2) 행정안전부(<https://www.mois.go.kr/frt/sub/a06/b07/localVoucher/screen.do>), 2020년 8월 14일 출력

제고 및 소상공인 지원이라는 본래 목적을 달성하고 있는지를 실증 분석한다. 또한 추정된 소비진작 효과를 근거로 하여 부가가치, 세수증대 효과 등의 지역경제에 미치는 파급효과를 추정한다.

2절. 연구 내용 및 방법

본 연구의 구성은 다음과 같다. 이어지는 2장에서는 지역화폐의 경제적 효과에 대한 이론적 배경을 살펴본다. 어떤 재정사업의 경제적 효과를 그 사업으로 인해 순수하게 창출된 효과라고 한다면 온통대전 발행액 그 자체가 경제적 효과일 수는 없다. 지역화폐가 증가는 신용카드 등 다른 결제수단의 사용액 감소로 이어지기 때문이다. 여기서는 지역화폐의 순수한 효과는 어떻게 정의할 수 있는지 살펴볼 것이다. 또한 지역화폐의 경제적 효과를 분석한 기존 연구들을 검토하고 장점과 한계점에 대해서 논할 것이다.

3장에서는 전국의 지역화폐 발행 현황을 살펴보고 각 지자체별 운영형태, 발행형태, 사용업종, 발행규모 등을 비교 분석한다. 이를 통해 대전지역화폐 온통대전의 특성을 분석한다.

4장에서는 지역화폐의 경제적 효과를 실증분석한다. 온통대전이 출시된 기간이 1년이 되지 않기 때문에 현시점에서 2차 자료를 획득하는 것은 불가능하다. 이에 본 연구는 서베이를 통하여 데이터를 구축하고, 이를 이용하여 지역화폐의 효과를 실증한다. 추정된 소비진작 효과에 근거하여 산업유발효과, 취업유발효과, 세수증대효과 등의 파급효과를 추정한다.

5장에서는 연구결과의 요약과 결론을 제시한다. 그리고 향후 온통대전의 효과를 향상할 수 있는 정책적 제언을 제시한다.

이론적 배경

- 1절. 지역화폐의 경제적 효과
- 2절. 선행연구 검토

2장

2장 이론적 배경

1절. 지역화폐의 경제적 효과

지역화폐는 본래 중앙은행이 발행하는 실물화폐에 대한 대안화폐의 개념³⁾이나, 우리나라에서는 통상 자금의 외부 유출을 방지하여 소상공인과 자영업자의 소득을 증대하고 지역경제 활성화에 기여하기 위해서 지방자치단체에서 발행하는 상품권이나 결제수단을 의미한다. 통상적으로 지역화폐는 도입목적에 따라 사용처를 지역의 소상공인으로 제한하고 있다. 따라서 지역화폐의 경제적 효과는 소상공인의 매출 증대 효과를 분석하는 데 주안점을 둔다.

지역화폐를 통한 소상공인 매출 증가의 원천은 다른 구매처로부터 지역의 소상공인으로 이전되는 매출분과 지역화폐를 통해 새롭게 창출되는 매출분으로 구분된다. 전자의 경우 온라인쇼핑, 대형마트 등에서 소상공인으로 이전분(소상공인 매출 이전 효과)과 타지자체 구매처에서 지역 소상공인으로의 이전분(역내소비 이전 효과)로 구분된다. 이와 같은 이전효과는 새로운 유효수요의 창출 없이 기존의 소비가 대중소기업간 또는 지역간 재분배되는 것으로서 국가 전체로 보면 제로섬 게임(zero-sum game)으로 볼 수 있다. 따라서 거시경제학적 측면에서 지역화폐는 효율성 있는 정책이라 보기 어렵다는 견해도 있다. 송경호·이환웅(2020)의 연구에서도 이러한 점을 강조하고 있다. 지역화폐는 지역 내 소비자들의 지출이 외부로 유출되는 것을 막아 지역 내 소상공인의 매출을 증가시킬 수는 있지만, 이는 동시에 인접 지역의 소매업 매출을 감소시킬 수 있다. 따라서 사회 전체의 후생 측면에서 효율적이지 않을 수 있다는 것이다. 그러나 소상공인 보호를 통한 대·중소기업 상생, 지역간 형평성 제고를 통한 국가균형발전이라는 관점에서 지역화폐는 일정한 효과를 기대할 수도 있다. 예컨대, 대규모 유통업체는 대부분 수도권에 본사를 두고 있기에 이들이 거둬들이는 수익이 다시 지역 내에서 순환하기

3) 대안화폐의 본래적 개념에 대해서는 강창희 외(2020)를 참고

어렵다. 반면 지역화폐는 대규모 유통업체가 아닌 지역 내 소상공인이 운영하는 점포로 사용처를 제한하고 있기 때문에 소상공인 매출 증대를 통해 지역의 소비활성화를 기대할 수 있다.

[그림 2-1] 지역화폐 도입을 통한 구매처 전환으로 발생하는 효과

지역화폐 도입 전	A지역의 기대효과	지역화폐 도입 후
A지역 대형마트	소상공인 매출이전 효과 (○) 역내소비 전환 효과 (×)	A지역 소상공인
A지역 소상공인	소상공인 매출이전 효과 (×) 역내소비 전환 효과 (×)	
B지역 대형마트	소상공인 매출이전 효과 (○) 역내소비 전환 효과 (○)	
B지역 소상공인	소상공인 매출이전 효과 (×) 역내소비 전환 효과 (○)	

소상공인 매출 증가의 두 번째 원천은 지역화폐를 통해 새롭게 창출되는 부분이다. 앞서 설명한 기존 구매처 매출에서의 대체분은 엄밀히 말하면 현금, 신용카드 등 기존 결제수단이 지역화폐로 바뀐 것에 불과하다. 그러나 이에 더해, 지역화폐가 기존 소비와 대체되지 않는 소비(순소비 증대효과)를 촉진하는 효과도 기대할 수 있다. 지역화폐는 사용처를 제한하기 때문에 어떤 혜택이 없다면 소비자들이 지역화폐를 구입할 유인이 낮다. 이에 따라 대부분의 지방자치단체는 보조금 지원 등을 통해 지역화폐의 구입을 장려하고 있다. 예컨대, 대전광역시의 경우 지역화폐 온통대전의 사용액 일부를 캐시백 형태로 제공하고 있다. 보조금이나 캐시백 등으로 가처분소득이 증가한다면 소비자의 한계소비성향(marginal propensity to consume)만큼 또는 그 이상의 추가적 소비가 이루어질 가능성이 있다. 이러한 소비증가분은 지역화폐로 인해 발생한 기존 소비와 대체되지 않는 순수한 효과라고 할 수 있다. 하지만 소비평탄화(consumption smoothing)⁴⁾라는 경제학적 개념에 따라 보조금으로 인한 가처분소득 증가가 소비가 아닌 저축으로 이어질 수도 있다.

4) 미래의 불확실성을 완화하기 위해 소득이 높은 시기의 소비를 줄이고 저축을 한다는 이론

쉽게 말하면 지역화폐로 인해 지급받은 캐쉬백으로 본래 계획했던 상품이나 서비스를 구매한다면 이를 지역화폐의 순소비증가효과로 보기 어렵다. 지역화폐 캐쉬백의 대체효과로 본래 소비하려던 금액이 저축으로 전환되기 때문이다.

2절. 선행연구 검토

지역화폐의 경제적 효과에 대한 연구는 우선 발행액(또는 사용액) 자체를 순효과로 간주하여 소상공인 매출증대액, 산업유발효과 등을 추정하는 연구가 있다(이병기 외, 2017; 양준호, 2019; 이상훈·박누리, 2018; 이중화·김영길, 2017). 이러한 부류의 연구들은 지역화폐를 사용한 소비가 기존에 사용하던 결제수단으로 이루어지는 소비를 대체하는 구축효과(crowding out effect)가 분석에 반영되어 있지 않기 때문에 경제적 효과가 과대추정되었을 가능성이 존재한다. 예컨대, 이상훈·박누리(2018)의 분석은 청년배당 및 산모건강지원 사업이 지역화폐 발행액만큼 일반화폐로 지원되었을 경우의 경제 효과를 계산하지 않고 있다. 지역화폐 도입에 따른 순 경제효과를 추정하기 위해서는 해당 사업이 지역화폐로 지원되었을 경우와 일반화폐로 지원되었을 경우의 경제효과를 차감하여 분석하는 것이 타당하다. 마찬가지로 이중화·김영길(2017)의 연구도 제주도의 제주사랑상품권 지역 화폐 발행액의 총 경제효과만을 추정하고 있다. 지역화폐에 따른 소비가 일반화폐에 따른 소비를 대체하는 구축효과(crowding out effect)가 분석에 반영되어 있지 않아 분석결과가 과대추정되었을 가능성이 있다. 또한, 이러한 연구들은 대부분 특정한 지역에서 발생한 경제효과만을 보여주기 때문에, 그 결과를 지역화폐가 전국적으로 확대되는 경우 발생할 경제효과로 일반화시키기에는 무리가 따른다는 지적도 있다(강창희 외, 2020).

두 번째로 지역화폐가 현금, 신용카드 등 기존 결제수단으로 소비되는 금액을 대체하는 효과를 반영하여 보다 엄밀한 인과관계를 추정하는 연구 부류가 있다(송경호·이환웅, 2020; 강창희, 2020). 송경호·이환웅(2020)은 2010

~2018년 사업체 통계 자료를 활용하여 지역화폐 도입이 슈퍼마켓과 식료품점 등 소상공인의 매출을 증대시키는 효과가 있는지를 검증하였다. 분석결과, 지역화폐 도입으로 인해 대형마트와 경쟁관계에 있는 동네마트, 식료품점의 매출액 증가가 일부 확인되었으나, 소매점 전체의 매출 변화에 영향을 미쳤다는 증거는 찾을 수 없었다. 강창희 외(2020)의 연구에서도 동일한 방법론으로 지역화폐의 고용창출 효과를 분석했다. 이 연구에서는 지역화폐가 지역 내 고용창출에 영향을 미쳤다는 유의미한 증거를 확인할 수 없었다. 송경호·이환웅(2020)과 강창희 외(2020)의 연구는 엄밀한 계량분석 모형을 통해 순 경제효과를 추정했다는 점에서 기존 연구와 차별점을 갖는다. 그러나 이 연구들이 제시한 결과만을 근거로 지역화폐의 경제적 효과가 없다고 단정하기는 어렵다. 두 연구 모두 자료 가용성의 한계로 분석대상 시점이 2018년까지로 제한되어 있기 때문이다. 따라서 지역화폐가 본격적으로 활성화되기 시작한 2019년 이후 효과는 파악할 수 없다는 한계를 가진다. 이들 연구보다 분석대상 기간이 최근인 연구로 유영성 외(2020)의 연구가 있다. 서베이 조사를 통해 2019년 4개 분기에 걸쳐 경기도 내 약 3,800개 사업체를 대상으로 조사된 패널자료를 구축하여 지역화폐의 경제적 효과를 추정하였다. 그 결과 지역화폐 결제고객이 있는 점포의 매출액이 상대적으로 높다는 결과를 보였다. 다만, 이러한 매출액 증대가 지역화폐의 실질적 효과인지 생산성이 높은 점포에 지역화폐 고객이 모이는 선택편의(selection bias)에 기인한 결과인지 불분명하다는 한계가 있다. 지역화폐 도입 여부를 주요 변인으로 설정한 추가적 분석에서는 지역화폐의 효과를 제시하지 못했다.

본 연구는 지역화폐가 기존 현금, 신용카드 등의 소비를 대체하는 효과를 고려함과 동시에 지역화폐가 활성화된 2020년을 대상으로 한다는 점에서 기존 연구와 차별성을 가진다고 할 수 있다. 다만, 연구가 진행되는 현 시점에는 2020년을 포함한 2차 자료의 획득이 어렵다는 제약이 있다. 이에 따라 온통대전의 소비행태에 관한 서베이를 통해 데이터셋을 구축하여 경제적 효과를 추정하였다. 이러한 접근법은 2009년 글로벌 금융위기에 따른 경기부진을 타개하기 위한 대만의 소비쿠폰 프로그램의 효과를 추정한 Kan et al. (2017)에서 차용했다. 이 연구는 소비쿠폰이 대만시민의 소비행태에 미친 영향을 추정하는 데 목적을 두고 대규모 서베이를 통해 상품권 지급 이후 소

비자의 소비변화를 관찰하였다. 분석 결과, 소비쿠폰 사용액의 30% 정도는 새롭게 창출된 순소비 증가분으로 나타났다.

[표 2-1] 지역화폐의 경제적 효과 관련 선행연구

구준	분석기간	지역	경제적 효과	결과
이병기 외 (2017)	2016~2017	강원도	소상공인 소득증대	○
양준호 (2019)	2018	경기도	소상공인 소득증대	○
이상훈·박누리 (2018)	2019~2022	경기도	산업연관효과	○
이중화·김형길 (2017)	2016	제주도	산업연관효과	○
유영성 외 (2020)	2019	경기도	소상공인 매출	○
송경호·이환웅 (2020)	2010~2018	전국	소상공인 매출, 고용	△ (소상공인 매출은 증가하나, 전체 소매업으로 확대하면 유의미한 효과 없음)
강창희 외 (2020)	2010~2018	전국	고용	×

지역화폐 현황

1절. 지역화폐 도입 현황 및 발행 실적

2절. 대전광역시 '온통대전' 현황

3장

3장 지역화폐 현황

1절. 지역화폐 도입 현황 및 발행 실적

2020년 9월 기준 우리나라 243개 지방자치단체 중 228개(광역시 9개, 기초자치단체 219개)가 지역화폐 ‘지역사랑상품권’을 발행하고 있는 것으로 확인된다. 또한, 제주도와 전라북도 전주시는 금년 내에, 강원도 횡성군은 2021년 중 발행할 예정이다. 이는 지난 2019년 7월 177개(광역시 6개, 기초자치단체 171개) 보다 42개 기관이 늘어난 수치이다. 지역사랑상품권 발행 현황을 카드, 모바일, 지류(紙類) 등 유형별로 살펴보면, 광역시의 경우 카드가 6개 기관, 모바일이 2개 기관, 모바일+지류가 1개로 나타났다. 기초자치단체별로는 카드가 78개 기관, 지류가 64개 기관, 모바일이 31개 기관 등으로 나타났다.

[표 3-1] 지역별 지역화폐(지역사랑상품권)발행 현황

구분	광역시	합계	기초					
			카드	카드+지류 카드+모바일	모바일	모바일+지류	지류	카드+지류 +모바일
서울	-	25	-	-	25	25	-	-
부산	카드	16	16	-	-	-	-	-
인천	카드	10	10	-	-	-	-	-
광주	카드	5	5	-	-	-	-	-
대전	카드	5	5	-	-	-	-	-
울산	모바일	5	-	-	5	-	-	-
대구	카드	8	8	-	-	-	-	-
세종	카드	-	-	-	-	-	-	-
경기	-	31	21	8	-	1	-	1
강원	모바일, 지류	14	4	2	2	1	8	-
충북	-	11	2	1	-	2		-

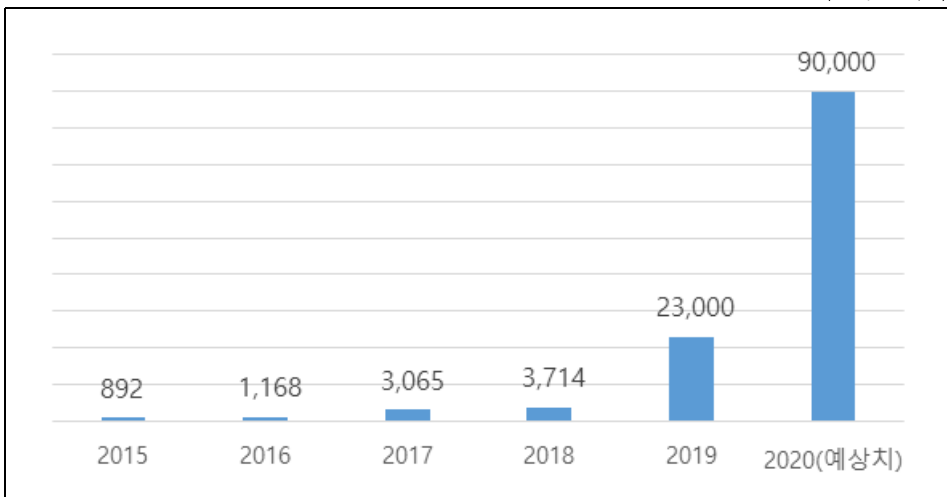
구분	광역	기초						
		합계	카드	카드+지류 카드+모바일	모바일	모바일+지류	지류	카드+지류 +모바일
충남	-	15	2	-	-	4		-
전북	-	13	1	2	-	3	7	-
전남	-	22	1	1	-	3	17	-
경북	-	22	3	3	-	2	12	2
경남	모바일	17	1	1	-	9	6	-
제주	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	9	219	78	18	31	25	64	3

자료 : 행정안전부 내부자료, 류영아(2020)에서 재인용

지역화폐 ‘지역사랑상품권’ 발행액은 2015년 892억원에서 2018년 3,714억 원으로 연평균 60.9%의 높은 성장률을 기록해 왔다. 2019년 발행액은 2조 3천억 원으로 그 규모가 비약적으로 증가하였으며, 행정안전부에 따르면 2020년에는 9조 원에 이를 것으로 예상된다.

[그림 3-1] 지역화폐(지역사랑상품권)발행 규모

(단위 : 억원)



주: 류영아(2020)에 따른 2019년 발행규모는 32,000억원으로 행안부 홈페이지에 기재된 수치와는 차이가 있다. 본 연구에서는 행정안전부의 공식 수치를 사용한다.

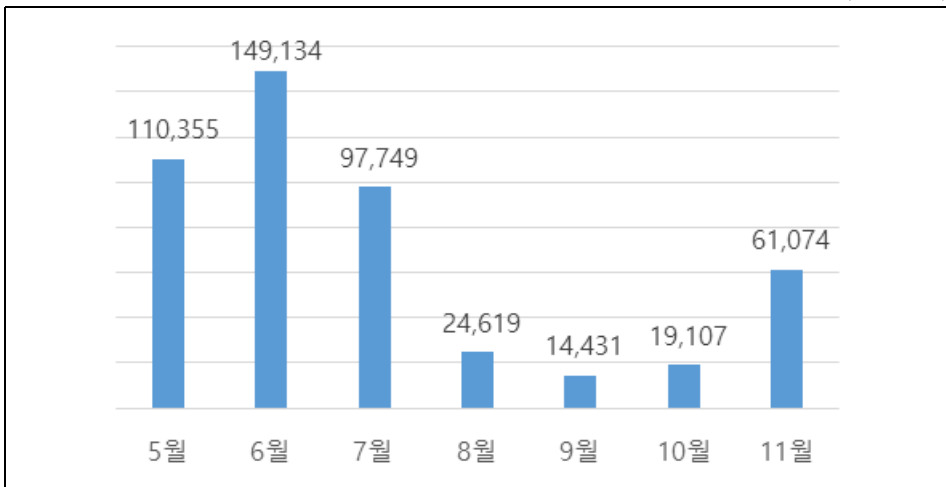
자료 : 행정안전부

2절. 대전광역시 ‘온통대전’ 현황

대전 지역화폐 ‘온통대전’은 대전광역시 내에서만 사용 가능한 충전식 카드형 지역화폐로 2020년 5월 14일부터 발행되었다. 대전 내 IC카드 단말기 사용점포에서 사용 가능하며, 백화점, 대형마트, SSM 등은 사용처에서 제외된다. 온통대전이 처음 발행된 5월 중 110,355장의 카드가 발급된 이후 금년 11월 누적 총 476,369장의 카드가 발급되었다. 카드 발급건수는 6월 이후 3개월 연속 감소하였으나, 10월 이후에는 다시 증가하고 있는 모습이다.

[그림 3-2] 월별 온통대전 카드발급 현황

(단위 : 장)



자료 : 대전광역시

결제 유형별 온통대전 카드발급 현황을 보면 11월 누계 기준 체크카드가 80.6%, 재난카드 애플회원 14.1%, 선불카드 5.4% 순으로 나타났다. 월별로 살펴보면 체크카드 발급 비중은 5월 중 77.7%였으나, 8월 이후 85%대 이상의 높은 비중을 유지하고 있으며, 선불카드도 5월 중 3.6%에서 11월 중 5.4%로 발급비중이 확대되었다. 이에 반해 재난카드 애플회원은 같은 기간 18.7%에서 9.2%로 비중이 축소되었다.

[표 3-2] 결제 유형별 온통대전 카드발급 현황

(단위 : 장, %)

구분	체크카드	선불카드	재난카드 중 애플회원	계
5월	85,737 (77.7)	4,007 (3.6)	20,611 (18.7)	110,355 (100.0)
6월	113,808 (76.3)	10,567 (7.1)	24,759 (16.6)	149,134 (100.0)
7월	82,009 (83.9)	4,537 (4.6)	11,203 (11.5)	97,749 (100.0)
8월	21,320 (86.6)	1,354 (5.5)	1,945 (7.9)	24,619 (100.0)
9월	12,503 (86.6)	787 (5.5)	1,141 (7.9)	14,431 (100.0)
10월	16,430 (86.0)	973 (5.1)	1,704 (8.9)	19,107 (100.0)
11월	52,177 (85.4)	3,284 (5.4)	5,613 (9.2)	61,074 (100.0)
누계	383,984 (80.6)	25,509 (5.4)	66,976 (14.1)	476,469 (100.0)

주 1 : 괄호안은 유형별 비중

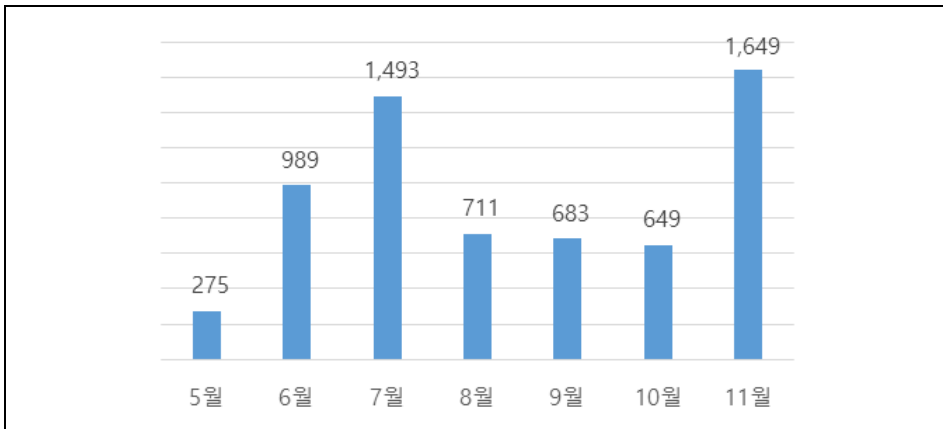
주 2 : 재난카드 중 애플회원은 탈퇴회원수를 반영한 수치임

자료 : 대전광역시

온통대전 충전액은 11월 기준 누계 6,450억원으로 집계되었다. 월별 추이를 살펴보면 5월 275억 원에서 6~7월 중 충전액이 증가추세를 보이다가 8~10월 중에는 다시 감소세로 전환되었다. 11월 중 온통대전 충전액은 1,649억원으로 5월 온통대전이 발행되기 시작한 이래 최고치를 기록하였다.

[그림 3-3] 월별 온통대전 충전액

(단위 : 억원)



자료 : 대전광역시

온통대전 충전자수는 5~11월 평균 199,525명으로 나타났다. 충전자수는 5월 중 50,738명에서 7월 238,178명, 9월 216,486명, 11월 295,077명으로 전반적으로 증가추세를 보이고 있다. 온통대전 사용 소비자 1인 평균 충전액은 5~11월 평균 468,388원으로 나타났다. 월별로 살펴보면 8~10월 중 충전액이 저조하였으나, 11월 중 5월 수준을 회복한 모습이다.

[표 3-3] 온통대전 월별 충전자수 및 1인 평균 충전액

(단위 : 명, 원)

구분	충전자수	1인 평균 충전액
5월	50,738	542,952
6월	162,990	606,547
7월	238,178	626,863
8월	222,324	319,994
9월	216,486	315,709
10월	210,883	307,686
11월	295,077	558,968
평균	199,525	468,388

자료 : 대전광역시

온통대전 결제자수는 5~11월 평균 216,823명으로 나타났다. 온통대전 결제자수는 5월 중 42,225 명에서 7월 53,636 명, 9월 249,196 명, 11월 309,727 명으로 전반적으로 증가추세를 보이고 있다. 온통대전 1인 평균 사용액은 5~11월 평균 397,624 원으로 나타났다. 월별로 살펴보면 충전액과 마찬가지로 8~10월 중 사용액이 저조하였으나, 11월 중 5월 수준을 회복한 모습이다.

[표 3-4] 온통대전 월별 결제자수 및 1인 평균 충전액

(단위 : 명, 원)

구분	결제자수	1인 평균 사용액
5월	42,225	323,178
6월	64,255	516,397
7월	53,636	586,640
8월	58,950	308,252
9월	249,196	287,534
10월	239,775	264,078
11월	309,727	497,288
평균	216,823	397,624

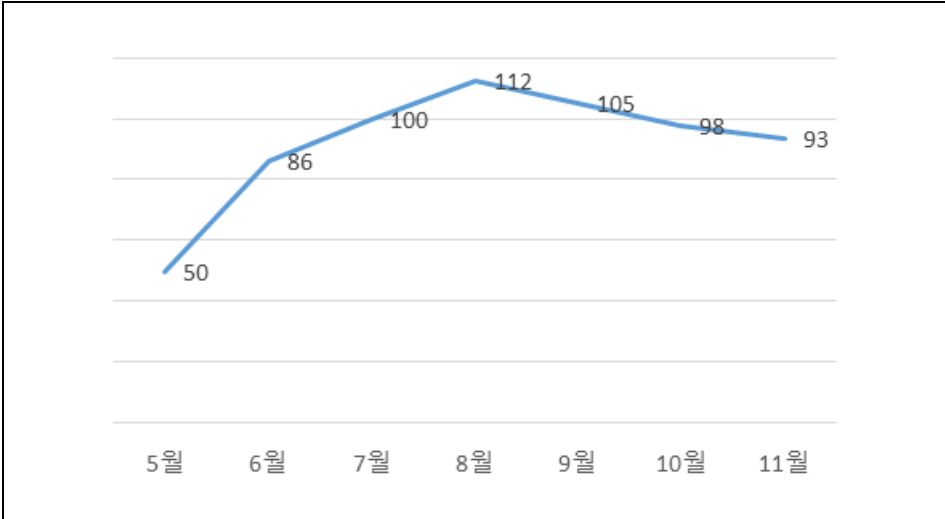
자료 : 대전광역시

온통대전 충전액 대비 사용액 비율은 5~11월 평균 96%로 5월 50%, 7월 100%, 8월 112%로 증가하다가 9월 이후 소폭 하락추세이나, 여전히 높은 비율을 보이고 있다.

한편, 캐시백 충전 등을 위한 예산집행은 5~11월 누계 682억원으로 같은 기간 충전액(6,450억원)의 10.6%을 집행한 것으로 나타났다.

[그림 3-4] 온통대전 충전액 대비 사용액 비율

(단위 : %)

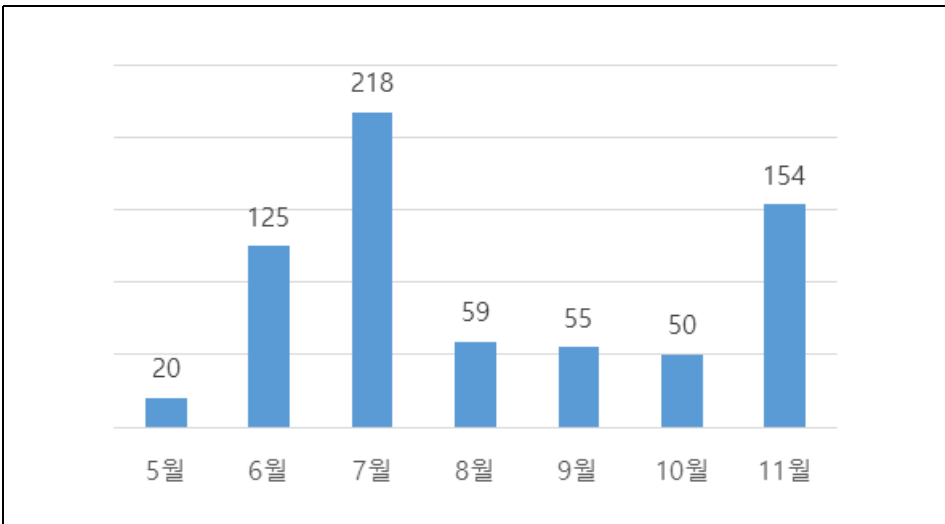


주 : 온통대전은 충전 후 이월하여 사용 가능하기 때문에 100% 보다 높은 수치가 나올 수 있음

자료 : 대전광역시

[그림 3-5] 온통대전 예산집행액 현황

(단위 : 억원)



자료 : 대전광역시

지역화폐의 경제적 효과분석

- 1절. 방법론
- 2절. 설문조사
- 3절. 경제적 효과

4장

4장 지역화폐의 경제적 효과분석

1절. 방법론

지역화폐는 역외 소비 유출 방지, 소상공인 지원 및 소비촉진을 목적으로 하고 있다. 따라서 지역화폐의 경제적 효과는 역외소비가 역내로 얼마나 이전되었는지(역내소비 이전효과), 대형마트에서 골목상권으로 얼마만큼의 매출이 이전되었는지(소상공인 지원효과), 캐시백 등의 지급을 통해 얼마만큼의 새로운 소비를 촉진했는지(순소비 증대효과)로 구분된다.

경제학에서 정의하는 정책 효과란 모든 상황이 동일한 상태에서 오직 정책의 도입 여부에 따라 나타나는 결과의 변화이다. 정책과 결과는 엄밀한 인과관계를 가져야 한다는 의미이다. 이러한 사고를 온통대전의 경제적 효과분석에 대입하면 대전과 인구규모, 산업구조 등이 가장 유사한 지역을 대조군으로 하여, 온통대전 도입 전후 두 지역간 역내소비, 소상공인 매출 및 소매 매출 등의 변수를 비교하는 방법을 생각할 수 있다.⁵⁾ 그러나 전국 지자체의 98%가 지역화폐를 도입하고 있기 때문에 이러한 방법을 적용하는데 제한이 있다. 또한 데이터 확보 측면에서도 한계가 있다. 현 시점에 온통대전이 도입된 기간이 6개월여에 불과하기 때문에 지자체 수준으로 적절하게 집계된 2차 자료 획득이 어렵다.

본 연구에서는 Kan et al.(2017)의 방법론을 차용하여 분석을 수행한다. 온통대전 이용자를 대상으로 사용패턴에 대한 설문조사를 통해 데이터셋을 구축하고, 이를 기반으로 온통대전의 경제적 효과를 분석한다. 이용자의 진술에 근거해 온통대전의 전체 사용액에서 역내소비 전환분, 소상공인 지원분, 순소비 증대분을 알아낼 것이다. 분석에 적합한 2차 자료 획득이 어려운 지금 시점에는 최선의 대안이다.

5) 정책분석에 자주 사용되는 이중차분법(DID : Difference In Difference)의 전형적인 형태이다.

2절. 설문조사

1. 조사개요

설문조사는 온라인조사를 통해 이루어졌으며, ㈜엠브레인퍼블릭이 조사를 수행했다. 조사단위는 개인이며 대전에 거주하는 19세 이상 65세 미만 성인을 대상으로 설문조사를 진행했다. 조사대상은 대표성을 확보하기 위해 대전시의 자치구별·연령별 인구분포에 비례하여 선정했다.

[표 4-1] 조사개요

	1차	2차
조사대상 이용실적	2020.7.1.~7.31 (100만원 한도 캐시백 15%)	2020. 9.1.~9.30. (20만원 한도 캐시백 10%, 20~50만원 한도 캐시백 5%)
실사기간	2020.9.23.~10.7	2020.10.21.~11.4
조사항목	응답자의 인구학적·경제적 특성, 온통대전 사용여부, 사용하지 않는 이유, 품목별 온통대전 결제액, 온통대전으로 결제한 이유/목적 등	응답자의 인구학적·경제적 특성, 온통대전 사용여부, 사용하지 않는 이유, 품목별 온통대전 결제액, 온통대전으로 결제한 이유/목적, 온통대전 만족도 등
표본수	1,000명	1,000명

캐시백 혜택의 변화에 따라 효과가 변하는지 확인하기 위해 설문조사는 2회에 걸쳐 수행되었다. 1차조사는 15% 캐시백이 지급되었던 7월의 이용실적 그리고 2차조사는 5%~10% 캐시백이었던 9월의 이용실적에 대해 조사를 했다.⁶⁾ 표본 규모는 각각 1,000명이며 이중 온통대전 이용자가 80% 이상이

6) 온통대전은 5월 14일 출시된 직후 이용자 확산을 위해 7월 30일까지 한시적으로 15% 캐시백을 지급했다. 15% 캐시백 혜택의 마지막 달인 7월의 이용실적에 대해 조사한 이유는, 5월 11일부터 6월까지 코로나19로 인한 경기침체를 해소하기 위해 지급되었던 긴급재난지원금로 인한 효과와 중복을 피하기 위함이다. 긴급재난지원금을 지역화폐로 지급받은 경우, 소비의 변화가 긴급재난지원금 때문인지 아니면 지역화폐의 캐시백 때문인지가 모호하다. 이러한 혼돈을 피하고자 설문과정에서 오직 자비로 충전한 지역화폐의 사용실적을

되도록 조사를 설계했다. 최종적으로 1차조사의 경우 온통대전 이용자 893명, 미이용자 107명, 2차조사의 경우 이용자 826명, 미이용자 174명에 대한 정보가 수집되었다.

설문항목은 이용자의 인구학적·경제적 특성, 온통대전 사용여부, 사용하지 않는 이유(미사용자에 한해서), 품목별 온통대전 결제액 및 온통대전으로 결제한 이유, 향후 사용의사 등의 문항으로 구성된다. 여기서 경제적 효과 산출과 관련된 항목은 온통대전 결제액 및 결제 목적에 대한 설문이다. 식료품 등 8개 품목에 대해 각각 온통대전으로 결제한 금액을 설문했다. 그리고 8개 품목을 대중소기업 경쟁, 내구재 여부 등의 특성에 따라 (A) 식료품/의류/생활용품, (B) 가전/가구, (C) 외식비, (D) 의료비, (E) 교육비, (F) 기타로 범주화하여 온통대전을 사용한 목적에 대해서 설문했다. 결제의 목적은 온통대전으로 인하여 소상공인 상점을 이용한 것인지?, 지역에서 소비한 것인지?, 캐시백 등을 이유로 본래 계획했던 이상의 추가적 소비가 있었는지 세 가지 항목으로 구성된다.

2. 조사대상의 인구학적 특성

1) 조사대상의 인구학적 특성

[표 4-2]는 조사대상의 인구학적 특성을 제시하고 있다. 상대적으로 남성의 온통대전 사용 경향이 낮게 나타나고 있다. 전체 조사대상을 기준으로 온통대전 사용여부별 남성 비중은 사용자 집단에서 49.6%, 미사용 집단에서 52.7%로 미사용 집단에서 남성 비중이 더 크게 나타난다.

평균연령은 사용자 집단이 38.2세, 미사용 집단이 45.3세로 미사용 집단의 연령이 높게 나타나고 있다. 즉 주로 나이가 어릴수록 지역화폐를 사용하는 경향을 보인다. 행정구역별로는 동구, 대덕구는 미사용 집단에서 차지하는 비중이 높은 반면, 서구와 유성구는 사용자 집단에서 차지하는 비중이 더 높

기입하도록 하였다. 그러나 긴급재난지원금의 일부는 기존의 소비를 대체하므로, 지역화폐(자비로 충전한)로 인한 지출이 감소할 수 있다. 이와 같은 이유로 재난지원금이 대부분 소진되었거나, 최소한 5~6월보다는 재난지원금의 영향이 적었을 7월을 대상으로 설문을 진행했다.

있고, 중구는 비교적 큰 차이를 보이지 않는다. 이러한 차이는 행정구역간 연령별 인구분포, 직업군 등의 차이에서 비롯된 것으로 추측된다.

[표 4-2] 인구학적 특성

(단위 : %, 세)

변수명	1차		2차		전체		
	사용	미사용	사용	미사용	사용	미사용	
남성	50.2	53.3	48.9	52.3	49.6	52.7	
연령	38.2	49.0	38.2	43.0	38.2	45.3	
행정구역	동구	13.1	28.0	13.6	20.1	13.3	23.1
	중구	15.7	15.0	15.4	16.7	15.5	16.0
	서구	34.4	23.4	33.9	29.9	34.1	27.4
	유성구	25.5	16.8	26.8	14.4	26.1	15.3
	대덕구	11.3	16.8	10.4	19.0	10.9	18.1
직업	직장인	65.3	49.5	67.3	44.8	66.3	46.6
	자영업자	6.9	9.3	6.7	8.6	6.8	8.9
	학생	10.5	4.7	9.7	12.1	10.1	9.3
	전업주부	10.2	20.6	8.6	17.8	9.4	18.9
	기타	7.1	15.9	7.7	16.7	7.4	16.4
가구원 수	1인	12.1	15.0	12.6	15.5	12.3	15.3
	2인	12.9	20.6	15.3	14.9	14.0	17.1
	3인	30.2	24.3	26.2	32.2	28.3	29.2
	4인	36.4	35.5	37.4	26.4	36.9	29.9
	5인 이상	8.4	4.7	8.6	10.9	8.5	8.5
최종학력	고졸이하	24.3	22.4	18.6	25.3	21.6	24.2
	전문대졸	12.4	12.1	13.3	12.6	12.9	12.5
	대졸	49.2	53.3	53.0	51.7	51.0	52.3
	대학원졸 이상	14.1	12.1	15.0	10.3	14.5	11.0
월평균 소득	100만원 미만	8.2	16.8	8.8	20.7	8.5	19.2
	100~200 미만	9.5	14.0	11.1	11.5	10.3	12.5
	200~300 미만	23.5	17.8	27.0	24.1	25.2	21.7
	300~400 미만	15.9	18.7	16.6	10.9	16.2	13.9
	400~500 미만	13.5	12.1	12.0	12.1	12.8	12.1
	500~600 미만	10.9	8.4	8.4	8.0	9.7	8.2
	600~700 미만	7.8	6.5	7.9	5.2	7.9	5.7
	700~800 미만	4.7	2.8	3.1	2.3	4.0	2.5
	800만원 이상	5.9	2.8	5.1	5.2	5.5	4.3
N	893	107	826	174	1,719	281	

직장인의 온통대전 사용 경향이 높게 나타났다. 직장인의 경우 사용자 집단 비중이 66.3%로 미사용 집단의 46.6%에 비해 크게 나타나고 있다. 자영업자, 학생은 비교적 큰 차이를 보이지 않고 있다. 전업주부 및 기타 직업군의 경우 미사용 집단에서 차지하는 비중이 더 높다.

가구원 수가 적을수록 온통대전을 사용하는 경향이 낮게 나타났다. 1인 가구가 차지하는 비중은 사용 집단에서 12.3%, 미사용 집단에서는 15.3%로 나타난 반면, 4인 가구는 사용 집단의 36.9%를, 미사용 집단에서는 29.9%를 차지하여 1인 가구와 상반되는 결과를 보였다.

최종학력이 높아질수록 온통대전이 활용하는 경향이 높게 나타났다. 고졸 이하의 경우 미사용 집단에서는 차지하는 비중이 24.2%로 사용 집단의 21.6%보다 높았다. 그러나 그 이상의 학력 수준에서는 두 집단간 비중 차이가 큰 차이가 없거나, 사용집단에서 높게 나타났다.

월평균소득이 높을수록 사용자 집단에서 차지하는 비중이 더 높게 나타났다. 100만원 미만 소득을 보고한 응답자가 미사용 집단에서 차지하는 비중은 19.2%로, 사용자 집단에서의 비중 8.5%에 비해 현저하게 높았다. 그러나 200만원보다 더 높은 소득을 보고한 응답자들의 경우 사용자 집단에서 차지하는 비중이 높게 나타나고 있다.

3. 품목별 구매액

[표 4-3]은 온통대전을 통해 지출한 금액을 8개 품목으로 나누어 살펴본 결과이다. 조사결과 1차조사(7월) 평균 총소비액은 50.3만 원, 2차조사(9월) 평균 총소비액은 38.7만 원으로 나타났다. 7월과 비교하여 9월의 총소비액이 11.6만 원 정도 적게 나타나고 있는데, 이는 캐시백 혜택이 15%에서 5%~10%으로 하향조정된 결과로 판단된다. 각 품목별로 살펴보아도 모든 품목에서 2차조사 소비액이 1차조사보다 낮게 나타났다.

품목별로는 식료품이 전체 지출액에서 차지하는 비중이 43.3%로 가장 높게 나타나고 있으며, 그 뒤로 외식이 23.7%로 나타나고 있다. 식료품과 외식의 합이 67.0% 정도로 온통대전을 이용한 소비의 2/3 이상이 식료품과 외식에

집중되었음을 알 수 있다. 다음으로 보건서비스 8.7%, 기타 상품 및 서비스 6.8%, 교육서비스 6.1%, 의류·잡화 5%, 생활용품 4.9%, 가전·가구 1.4% 순으로 나타났다.

[표 4-3] 평균 품목별 구매액

(단위 : 만 원, %)

구분	1차	2차	전체
1) 식료품	18.5 (42.3)	15.8 (44.4)	17.2 (43.3)
2) 의류·잡화	2.6 (5.6)	2.0 (4.5)	2.3 (5.0)
3) 생활용품	2.4 (4.6)	2.0 (5.1)	2.2 (4.9)
4) 가전·가구	1.3 (1.7)	0.6 (1.2)	1.0 (1.4)
5) 외식	10.5 (22.7)	8.8 (24.8)	9.7 (23.7)
6) 보건서비스	6.2 (9.8)	3.6 (7.6)	4.9 (8.7)
7) 교육서비스	5.3 (6.4)	3.5 (5.6)	4.4 (6.1)
8) 기타 상품 및 서비스	3.6 (7.0)	2.4 (6.7)	3.0 (6.8)
합계	50.3 (100.0)	38.7 (100.0)	44.8 (100.0)

주 : 괄호안은 비중

4. 온통대전 소비행위

1) 온통대전으로 인해서 소상공인 상점을 이용하였는가?

온통대전의 사용처는 지역의 소상공인으로 제한되기 때문에 소상공인 입장에서는 새로운 고객이 생기는 것이다. 그러나 본래부터 소상공인 상점을 이용했던 사람들이 주로 온통대전을 사용한다면 이러한 효과는 반감될 것이다. 이를 확인하기 위해 온통대전을 사용하기 위해 소상공인 상점을 이용한 것인

지, 온통대전과 관계없이 소상공인 상점을 이용한 것인지 설문했다.

소상공인 이용에 대한 설문은 실질적으로 대형마트 등의 대규모 점포와 소상공인이 경쟁관계를 가진 품목에 한해서 조사했다. 온통대전으로 식료품/의류/생활용품을 구매한 응답자는 1차 조사 802명, 2차 조사 756명으로 총 1,558명이며, 이 중 59.3%는 평소에 대형마트, 백화점, 온라인쇼핑 등을 이용하나 온통대전을 사용하기 위해서 소상공인 상점을 이용한 것으로 나타났다. 가전/가구를 온통대전으로 구매한 응답자의 경우 1차 조사 67명, 2차 조사 57명으로 총 124명이다. 이 중 전체에서 62.9%가 온통대전으로 인해 소상공인 운영하는 상점을 이용했다고 응답했다.

[표 4-4] 소상공인 상점 이용 여부

(단위 : 명, %)

소상공인 상점 이용 여부	조사	(A)	(B)
		식료품/의류/ 생활용품	가전/가구
Q1. 귀하는 평상시에도 소상공인·자영업자 상점에서 _____ 를(을) 구입하십니까?			
1) 온통대전과 상관없이 평상시에도 주로 소상공인·자영업자 상점에서 구입한다	1차	293 (36.5)	20 (29.8)
	2차	294 (38.9)	24 (42.1)
	전체	587 (37.7)	44 (35.5)
2) 평상시에는 주로 대형마트, 백화점, 온라 인에서 구입한다. 온통대전을 사용하기 위해 소상공인·자영업자 상점을 이용했다	1차	486 (60.6)	45 (67.2)
	2차	438 (57.9)	33 (57.9)
	전체	924 (59.3)	78 (62.9)
3) 잘 모르겠다	1차	23 (2.9)	2 (3.0)
	2차	24 (3.2)	-
	전체	47 (3.0)	2 (1.6)

소상공인 상점 이용 여부	조사	(A)	(B)
		식료품/의류/ 생활용품	가전/가구
	1차	802	67
합계	2차	756	57
	전체	1,558	124

주 : 괄호안은 비중

2) 온통대전으로 인해서 지역 상점을 이용하였는가?

지역화폐는 사용처를 지역내 상점으로 제한함으로써 역외 소비를 역내로 전환하는 기능을 가진다. 따라서 지역이 전체 소비에서 역외 소비가 차지하는 규모가 클수록, 역외 소비 성향이 강한 사람들이 지역화폐를 많이 사용할수록 역내 소비 전환 효과는 커지게 된다. 이를 파악하기 위해 평소에도 주로 대전에서 소비를 하는지 아니면 지역화폐를 이용하기 위해 대전의 상점을 이용한 것인지 설문했다.

[표 4-5] 지역 소상공인 이용 여부

(단위 : 명, %)

지역 상점 이용 여부	조사	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
		식료품/ 의류/ 생활용품	가전/ 가구	외식비	의료비	교육비	기타
1) 온통대전과 상관없이 평소에도 대전 지역에서 구입한다	1차	647 (80.7)	38 (56.7)	497 (81.7)	292 (89.0)	125 (86.8)	249 (86.2)
	2차	604 (79.9)	35 (61.4)	492 (85.5)	234 (83.9)	94 (83.9)	240 (87.0)
	전체	1,251 (80.3)	73 (58.9)	989 (82.1)	526 (86.7)	219 (85.5)	489 (86.5)

지역 상점 이용 여부	조사	(A) 식료품/ 의류/ 생활용품	(B) 가전/ 가구	(C) 외식비	(D) 의료비	(E) 교육비	(F) 기타
2) 주로 대전 외 지역(예 : 세종, 청주, 공주 등)을 이용한다. 온통대전을 사용하기 위해 대전지역에서 소비했다	1차	142 (17.7)	25 (37.3)	106 (17.4)	33 (10.1)	16 (11.1)	36 (12.5)
	2차	144 (19.0)	21 (36.8)	100 (16.8)	44 (15.8)	18 (16.1)	35 (12.7)
	전체	286 (18.4)	46 (37.1)	206 (17.1)	77 (12.7)	34 (13.3)	71 (12.6)
3) 잘 모르겠다	1차	13 (1.6)	4 (6.0)	5 (0.8)	3 (0.9)	3 (2.1)	4 (1.4)
	2차	8 (1.1)	1 (1.8)	4 (0.7)	1 (0.4)	-	1 (0.4)
	전체	21 (1.4)	5 (4.0)	9 (0.8)	4 (0.7)	3 (1.2)	5 (0.9)
합계	1차	802	67	608	328	144	289
	2차	756	57	596	279	112	276
	전체	1,558	124	1,204	607	256	565

주 : 괄호안은 비중

평소에는 세종, 청주 등 대전 외 지역에서 주로 소비를 했으나 온통대전을 이용하기 위해 지역의 소상공인으로 구매처를 전환한 응답자는 전체를 기준으로 가전/가구가 37.1%로 가장 높게 나타났다. 그 뒤로 식료품/의료/생활용품(18.4%), 외식비(17.1%) 순으로 나타났다. 반면 의료비, 교육비, 기타 품목에서 지역 구매처로 전환된 비중은 10% 초반대 수준으로 상대적으로 낮은 수치를 보인다.

3) 온통대전으로 인해서 추가적인 소비가 있었는가?

온통대전이 새로운 소비를 촉진했는지 분석하기 위해 온통대전으로 이루어진 지출이 본래 계획했던 지출인지, 아니면 캐시백 등 혜택으로 추가적인 지

출이었는지를 설문했다. [표 4-6]은 온통대전으로 해당 품목을 구입한 주된 이유를 설문한 결과이다. 온통대전이 없었더라도 동일하게 현금, 신용카드 등 다른 결제수단을 이용해서 지출했을 것이라는 응답한 비중은 전체를 기준으로 의료비, 교육비, 기타 품목에서 50% 이상으로 나타났다. 반면 식료품/의류/생활용품, 가전/가구, 외식비는 40% 미만으로 비교적 낮은 비중을 보였다.

온통대전으로 이루어진 소비가 계획된 소비였으나, 캐시백 등의 혜택으로 지출금액이 증가한 사례를 생각해볼 수 있다. 예컨대, 캐시백을 통한 추가적 수입을 기대하여 신용카드, 현금으로 결제하는 경우보다 더 비싼 음식을 주문할 수도 있다. 이와 같이 캐시백 혜택 등으로 인해서 평소보다 지출액이 늘었다고 응답한 자의 비중은 전체를 기준으로 가전/가구가 41.1%로 가장 높았다. 그 뒤로 식료품/의료/생활용품 36.4%, 외식비가 35.5%로 나타났다.

온통대전의 캐시백 혜택 등으로 계획하지 않은 소비를 했다고 응답한 비중(순전히 온통대전이 유발한 소비)은 품목별로 20.7%~27.5% 수준으로 나타났다. 그러한 응답자의 비중은 전체를 기준으로 식료품/의료/생활용품이 27.5%로 가장 높았으며 그 뒤로 외식비와 가전/가구가 각각 25.9%, 25.8%를 기록했다.

[표 4-6] 추가소비 여부

(단위 : 명, %)

추가소비 여부	차수	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
		식료품/ 의류/ 생활용품	가전/ 가구	외식비	의료비	교육비	기타
Q3. 귀하가 온통대전으로 _____ 를(을) 구입하신 주된이유는 무엇입니까?							
1) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다	1차	268 (33.4)	18 (26.9)	214 (35.2)	172 (52.4)	67 (46.5)	145 (50.2)
	2차	275 (26.4)	21 (36.8)	239 (40.1)	140 (50.2)	62 (55.4)	147 (53.3)
	전체	543 (34.9)	39 (31.5)	453 (37.6)	312 (51.4)	129 (50.4)	292 (51.7)
2) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다. 다만, 캐시백 혜택이 있어서 평상시보다 지출액은 늘었다	1차	301 (37.5)	29 (43.3)	231 (38.0)	76 (23.2)	40 (27.8)	77 (26.6)
	2차	266 (35.2)	22 (38.6)	196 (32.9)	78 (28.0)	30 (26.8)	75 (27.2)
	전체	567 (36.4)	51 (41.1)	427 (35.5)	154 (25.4)	70 (27.3)	152 (26.9)
3) 캐시백으로 추가적인 수입이 생겼기 때문이다. 캐시백 혜택이 없었다면 지출하지 않았을 것이다	1차	222 (27.7)	18 (26.9)	156 (25.7)	78 (23.8)	35 (24.3)	65 (22.5)
	2차	207 (27.4)	14 (24.6)	156 (26.2)	60 (21.5)	20 (17.9)	52 (18.8)
	전체	429 (27.5)	32 (25.8)	312 (25.9)	138 (22.7)	55 (21.5)	117 (20.7)
4) 잘 모르겠다	1차	11 (1.4)	2 (3.0)	7 (1.2)	2 (0.6)	2 (1.4)	2 (0.7)
	2차	8 (1.1)	-	5 (0.8)	1 (0.4)	-	2 (0.7)
	전체	19 (1.2)	2 (1.6)	12 (1.0)	3 (0.5)	2 (0.8)	4 (0.7)
합계	1차	802	67	608	328	144	289
	2차	756	57	596	279	112	276
	전체	1,558	124	1,204	607	256	565

주 : 괄호는 비중

[표 4-7] 추가소비 지출 정도

(단위 : 명, %)

추가소비 지출 정도	차수	(A) 식료품/ 의류/ 생활용품	(B) 가전/가구	(C) 외식비	(D) 의료비	(E) 교육비	(F) 기타
Q2. 귀하는 캐시백 혜택 때문에, _____ 를(을) 평상시 지출금액보다 대략 몇 %를 더 추가적으로 지출하셨습니까? (Q1의 2번 응답자만 응답)							
1) 5% 미만	1차	41 (13.6)	8 (27.6)	32 (13.9)	14 (18.4)	10 (25.0)	24 (31.2)
	2차	54 (20.3)	4 (18.2)	32 (16.3)	22 (28.2)	7 (23.3)	21 (28.0)
	전체	95 (16.8)	12 (23.5)	64 (15.0)	36 (23.4)	17 (24.3)	45 (29.6)
2) 5%~10% 미만	1차	114 (37.9)	6 (20.7)	80 (34.6)	31 (40.8)	6 (15.0)	29 (37.7)
	2차	104 (39.1)	10 (45.5)	76 (38.8)	27 (34.6)	8 (26.7)	31 (41.3)
	전체	218 (38.4)	16 (31.4)	156 (36.5)	58 (37.7)	14 (20.0)	60 (39.5)
3) 10%~15% 미만	1차	84 (27.9)	12 (41.4)	59 (25.5)	15 (19.7)	11 (27.5)	15 (19.5)
	2차	58 (21.8)	5 (22.7)	46 (23.5)	17 (21.8)	9 (30.0)	15 (20.0)
	전체	142 (25.0)	17 (33.3)	105 (24.6)	32 (20.8)	20 (28.6)	30 (19.7)
4) 15%~20% 미만	1차	59 (19.6)	3 (10.3)	55 (23.8)	14 (18.4)	12 (30.0)	9 (11.7)
	2차	44 (16.5)	3 (13.6)	40 (20.4)	11 (14.1)	3 (10.0)	8 (10.7)
	전체	103 (18.2)	6 (11.8)	95 (22.3)	25 (16.2)	15 (21.4)	17 (11.2)
5) 20% 이상	1차	3 (1.0)	-	5 (2.2)	2 (2.6)	1 (2.5)	-
	2차	6 (2.3)	-	2 (1.0)	1 (1.3)	3 (10.0)	-
	전체	9 (1.6)	-	7 (1.6)	3 (1.9)	4 (5.7)	-
합계	1차	301	29	231	76	40	77
	2차	266	22	196	78	30	75
	전체	567	51	427	154	70	152

주 : Q3에서 2)를 선택한 응답자에 한해 추가로 설문한 결과이며 괄호는 비중

[표 4-7]은 [표 4-6]의 Q3에서 본래 구매할 계획이었으나 온통대전으로 지출액이 증가했다고 응답한 자에 한해 추가 지출된 소비의 정도를 설문한 결과이다. 전반적으로 추가 지출액이 5%~10% 미만이라고 응답하는 경향이 높게 나타났으나, 가격이 다른 품목에 비해 높고 내구재라는 특성을 가진 가전/가구에서는 추가 지출액이 10~15% 미만이라고 응답한 비중이 33.3%로 가장 높게 나타났다.

3절. 경제적 효과

1. 경제적 효과의 계산

지금까지의 설문결과를 이용하여 온통대전의 경제적 효과를 분석한다. 첫 번째로 소상공인 전환비중은 전체 온통대전 구매액에서 온통대전으로 인해 대형마트에서 소상공인 상점으로 전환된 구매액의 비중으로 정의한다. 산식은 식(1)과 같으며 여기서 *SMALL*은 소상공인 전환 비중을 의미하는데, e_j 는 j 는 품목에 대한 온통대전 지출액, s_j 는 온통대전을 사용하기 위해 구매처를 소상공인으로 전환한 경우 1의 값 그 외의 경우 0의 값이 부여되는 이변수이다. U 는 (A)식료품/의류/생활용품 및 (B)가전/가구의 온통대전 지출액을 합산한 값이다.

$$SMALL = \sum_j s_j \times \frac{e_j}{U} \quad , j = A, B \quad (1)$$

마찬가지로 역내소비 전환효과는 전체 온통대전 구매액에서 온통대전으로 인해 타지역에서 대전으로 전환된 구매액의 비중으로 정의한다. 식(2)에서 *LOCAL*은 대전으로의 소비 전환 비중을 의미하며, e_j 는 j 는 품목에 대한 온통대전 사용액이며, l_j 는 온통대전을 사용하기 위해 구매처를 타지역에서 대전시 사업체로 전환한 경우 1의 값 그 외의 경우 0의 값이 부여되는 이변

수, E 는 전체 온통대전 지출액을 의미한다.

$$LOCAL = \sum_j l_j \times \frac{e_j}{T}, \quad j = A, B, C, D, E, F \quad (2)$$

온통대전의 순소비 증대효과는 두 가지 방법을 통해서 계산하는데, 첫 번째는 보수적인 측정으로 전체 온통대전 사용액에서 온전한 계획되지 않는 소비(캐시백 등 지역화폐의 혜택이 유발한 소비)의 비중으로 정의한다. 식(3)에서 MPC1은 첫 번째 방법으로 정의한 순소비 효과이며 e_j 는 j 는 품목에 대한 온통대전 지출액이고, m_j 는 온통대전으로 인한 캐시백으로 혜택으로 인해 이루어진 지출인 경우(온통대전이 없었더라면 이루어지지 않았을 소비) 1의 값 그 외의 경우 0의 값이 부여되는 이변수이며 T 는 전체 온통대전 지출액이다.

$$MPC1 = \sum_j m_j \times \frac{e_j}{T}, \quad j = A, B, C, D, E, F \quad (3)$$

순소비 증대효과 산정의 두 번째 방법은 온전히 계획되지 않는 소비와 불완전하게 계획되지 않은 소비를 모두 고려하는 방법으로, 원래 계획했던 소비이나 온통대전의 혜택으로 구매액수가 증가한 경우도 순효과에 포함하여 정의하는 방법이다. 산식은 식(4)와 같다. 첫 번째 항은 식(3)과 동일하고 식(4)가 불완전 계획소비의 추가분이다. q_j^k 는 계획된 소비였으나 온통대전 혜택으로 지출액이 늘어나면서, 그 증가분이 k 라고 응답한 경우 1의 값을 그 외의 경우 0의 값을 가지는 이변수이다. k 는 추가소비 지출의 선택항목별 중간값으로, $k = (2.5\%, 7.5\%, 12.5\%, 17.5\%, 20\%)$ 이다. 불완전 계획소비로 인한 순소비 증대분($\hat{e}_j \times k$)은 본래 계획했던 지출액(\hat{e}_j)의 k 만큼이 된다. 본래 계획했던 지출액(\hat{e}_j)은 설문에서 응답한 지출액(e_j)을 $1+k$ 로 나눈 값이 된다. 즉 $\hat{e}_j = e_j / (1+k)$ 로 계산된다.

$$MPC2 = \sum_j \left(\frac{m_j e_j}{T} + \frac{\sum_k q_j^k k \hat{e}_j}{T} \right), \quad j = A, B, C, D, E, F \quad (4)$$

결과는 [표 4-8]에 제시되어 있다. 전체를 기준으로 소상공인 전환비중은 0.317이며 쉽게 말하면 온통대전 지출액의 31.7%는 온통대전이 출시되지 않았더라면 대형마트, 온라인 등에서 지출되었을 금액으로, 그만큼이 온통대전으로 인해 소상공인 상점에서 지출되었다는 의미이다.

역내소비 전환률은 0.168로 도출되었다. 마찬가지로 온통대전 지출액의 16.8%는 온통대전이 출시되지 않았다면 역외에서 지출되었을 금액이라는 의미를 담고 있다. 다만 이 수치가 순유출량이 감소했다고 해석이 되어선 곤란하다. 순유출량은 대전에서 타지역으로 유출되는 지출 규모 뿐만 아니라 타지역에서 대전으로 지출되는 지출 규모에 영향을 받는다. 타지역의 지역화폐 도입으로 인해 타지역에서 대전으로 지출되던 금액도 감소했을 가능성이 크기 때문에 순유출량이 얼마나 변했는지 이 정보만으로는 확인할 수가 없다.

[표 4-8] 온통대전의 경제적 효과 계수

	1차	2차	전체
<i>SMALL</i> (소상공인 전환)	0.320 (0.012)	0.315 (0.012)	0.317 (0.009)
<i>LOCAL</i> (역내소비 전환)	0.162 (0.011)	0.173 (0.012)	0.168 (0.008)
<i>MPC1</i> (순소비 증가1)	0.263 (0.014)	0.257 (0.014)	0.260 (0.010)
<i>MPC2</i> (순소비 증가2)	0.295 (0.013)	0.285 (0.013)	0.290 (0.009)
N	893	826	1,719

주 : 괄호는 표준오차

순소비증가는 보수적으로 측정(*MPC1*)한 결과 전체 온통대전 지출액의 26%가 계획되지 않았던 소비, 즉 온통대전이 유발한 소비촉진 분이다. 불완전 계획까지 포함(*MPC2*)하면 그 비중은 29%까지 상승했다. 캐시백 혜택에 따라 순소비 증가효과도 변화하는 것으로 나타났다. 15%의 캐시백이 적용되던 1차 조사의 순소비 증가효과는 0.263~0.295로 나타나고 있는데, 캐시백 혜택이

5%~10%로 감소한 2차 조사에서는 0.257~0.285로 대략 1%p 감소하는 결과를 보였다.7)

위에서 도출한 계수를 온통대전 사용실적에 반영하면 각각의 경제적 효과의 규모를 계산할 수 있다. [표 4-9]는 월별 온통대전 사용금액과 그에 따르는 경제적 효과가 제시되어 있다. 15% 캐시백이 적용되었던 5~7월은 1차 조사를 기반으로 도출한 계수를, 나머지 기간은 2차 조사의 계수를 적용하였다. 온통대전 누적 사용금액은 6,161억 원이다. 이중 소상공인으로 전환된 금액은 1,953억원, 역내소비로 전환된 금액은 1,039억 원이다. 온통대전으로 인한 소비촉진분은 최소 1,598억 원~1,781억 원으로 추정되었다.

[표 4-9] 온통대전 경제적 효과

(단위 : 백만 원)

	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	전체
사용금액	13,646	84,821	148,793	79,822	71,652	63,319	154,024	616,077
<i>SMALL</i>	4,367	27,143	47,614	25,144	22,570	19,946	48,517	195,301
<i>LOCAL</i>	2,211	13,741	24,104	13,809	12,396	10,954	26,646	103,861
<i>MPC1</i>	3,589	22,308	39,133	20,514	18,415	16,273	39,584	159,815
<i>MPC2</i>	4,026	25,022	43,894	22,749	20,421	18,046	43,897	178,055

주 : 사용금액에서 캐시백, 정책수당 사용액은 제외된 수치임.

2. 세수증대 효과

온통대전으로 인한 소비촉진은 소상공인의 소득 증대로 이어진다. 소비 향상은 부가가치세, 소상공인의 소득향상은 법인세(개인사업자의 경우 소득세)의 세수 증대로 이어진다. 지자체가 걷어 들이는 지방세의 경우 지방소비세와 지방소득세가 각각 이에 대응한다. 온통대전의 세수증대 효과는 소비촉진분

7) 이러한 패턴은 Kan et al.(2017)에서 제시한 소비쿠폰의 효과와 유사하다. 그들의 연구에서도 소비쿠폰에 추가적인 할인혜택을 제공하는 경우 소비진작 효과가 크게 나타났다. 할인 혜택 여부에 따른 효과 크기의 차이도 현저하게 나타났는데 순소비증가분이 30%에서 22.3% 수준까지 약 8%포인트가 하락하는 것으로 나타났다.

만을 대상으로 계산한다. 지역화폐로 인해 대형마트에서 소상공인 상점으로 전환된 매출분으로 인한 세수증대 효과는 대형마트 등의 매출감소로 인해 감소되는 세수로 상쇄되기 때문이다.

[표 4-10] 소득세와 소비세 부과 체계

과세대상	국세	지방세
소득	법인세/종합소득세 법인 (10%~25%) 개인 (6%~42%)	지방소득세 법인 (1.0%~2.5%) 개인 (0.6%~4.2%)
소비	부가가치세 (공급가액의 10%)	지방소비세 (부가가치세액의 21%)

1) 소득세에 미치는 영향

온통대전으로 인한 소득세 증대효과는 개인사업자를 기준으로 계산한다. 온통대전 사용처가 소상공인이 운영하는 상점으로 제한되는데, 대부분 소상공인은 개인사업자로 법인의 수는 미미하기 때문이다.⁸⁾ 소득세는 순이익(연 매출액에서 필요 경비를 제외한 금액)을 기준으로 부과된다. 따라서 영업이익률에 대한 정보가 필요한데, 중소기업벤처부의 「2017년도 소상공인 실태 시험조사」에서 조사된 소상공인 평균 영업이익률 15.8%를 적용했다⁹⁾. 또한 소득세는 순소득에 따라 세율이 달리 적용되므로 소상공인의 순소득에 대한 정보가 필요하다. 마찬가지로 「2017년도 소상공인 실태 시험조사」에서 제시된 소상공인 월평균 영업이익 269만 원(연평균 3,228만 원)을 참조하여 과세표준 1천200만 원 초과 4천600만 원 이하 소상공인을 가정하여 분석했다. 이 구간의 종합소득세율은 15%이며, 지방소득세율은 1.5%이다.

[표 4-11]에 결과가 제시되어 있다. 온통대전으로 인한 종합소득세 증가분은 38억~42억 원이며, 지방소득세 증가분은 3.8억 원에서 4.2억 원으로 추산되었다.

8) 중소기업벤처부의 통계에 의하면 2018년 기준 전체 소상공인(324만)의 91%가 개인사업자이다.

9) 법인에 비해 소상공인의 영업이익률이 높게 보고되는데, 그 원인은 소상공인의 영업이익에는 자영업주와 무급가족종사자의 임금이 포함되는 경향이 크기 때문이다.

[표 4-11] 온통대전으로 예상되는 소득세 부문 세수 증가액

(백만 원)

구분	순소비증가분	영업이익액	종합소득세 증가분	지방소득세 증가분
최소	159,815	25,251	3,788	379
최대	178,055	28,133	4,220	422

2) 소비세에 미치는 영향

소비자는 공급가액에서 공급가액의 10%가 더해진 가격, 즉 부가가치세가 포함된 가격에 상품을 구매한다. 만약 1,000원에 상품을 구입한다면 공급가액은 909원이며, 부가가치세는 90.9원이 되는 식이다. 즉 판매가격을 1.1로 나눈 금액이 공급가액이 되며, 공급가액의 10%가 부가가치세가 되는데 이러한 방식을 통해 대략적으로 온통대전의 부가가치세 수입을 계산할 수 있다. 온통대전의 소비촉진으로 인한 부가가치세수입은 145억에서 162억 원으로 추산되었다. 여기서 15%는 지방소비세수입이 되며 30억~34억 원으로 추산된다.

[표 4-12] 온통대전으로 예상되는 소비세 부문 세수 증가액

(백만원)

구분	순소비증가분	부가가치세 증가분	지방소비세 증가분
최소	159,815	14,529	3,051
최대	178,055	16,187	3,399

3. 경제적 파급효과

1) 산업연관분석 개요¹⁰⁾

온통대전의 경제적 파급효과를 추정하기 위해 2015년 지역산업연관표¹¹⁾를 이용한 산업연관분석을 수행한다. 온통대전으로 인한 수요 증대는 연계 산업의 생산 증가로 이어지며, 생산량 증대는 고용 증가로 이어지게 된다. 산업연관분석은 일정 기간 상품별 투입구조가 안정적이라는 가정 하에 최종수요의 변동이 각 상품의 생산활동에 미치는 파급효과를 계측한다. 또한 생산과 부가가치 및 고용 간 관계를 이용하여 최종수요의 변동이 부가가치와 고용에 미치는 파급효과도 파악할 수 있다(한국은행, 2015).

[그림 4-1] 지역산업연관표 예시

		중간수요				최종 소비	수입 (공제)	총 산출액	
		대전		세종					
		1	2	1	2				
중 간 투 입	대전	1	X_{11}^{dd}	X_{12}^{dd}	X_{11}^{ds}	X_{12}^{ds}	Y_1^d	M_1^d	X_1^d
		2	X_{21}^{dd}	X_{22}^{dd}	X_{21}^{ds}	X_{22}^{ds}	Y_2^d	M_2^d	X_2^d
	세 종	1	X_{11}^{sd}	X_{12}^{sd}	X_{11}^{ss}	X_{12}^{ss}	Y_1^s	M_1^s	X_1^s
		2	X_{21}^{sd}	X_{22}^{sd}	X_{21}^{ss}	X_{22}^{ss}	Y_2^s	M_2^s	X_2^s
부가가치			V_1^d	V_2^d	V_1^s	V_2^s			
총산출액			X_1^d	X_2^d	X_1^s	X_2^s			

10) 산업연관분석에 대한 개요는 한국은행에서 2005년 발간한 “우리나라의 실측 지역산업연관표 작성과 활용”을 참조하여 작성했다.

11) 한국은행은 2003년 지역산업연관표를 최초로 작성하여 2007년 3월에 공표한 이래 2005년, 2010년 및 2013년 지역산업연관표를 작성 및 공표해왔다. 2020년 7월에는 기준년 개편 및 최근 지역별·지역간 산업구조의 변화를 반영하고자 세종이 추가된 17개 광역자치단체를 기준으로 한 2015년 지역산업연관표를 작성하여 공표하였다(한국은행, 2020).

(1) 생산유발효과

어떤 상품에 대한 최종수요가 발생하는 경우 그 상품의 생산과 관련된 중간재의 생산까지 영향을 미치게 된다. 이러한 파급효과로 경제 전체의 산출량이 결정된다. 이 같은 최종수요 증가에 따른 직간접적 효과를 모두 포함한 총산출량의 증가를 생산유발효과라고 한다.

[그림 4-1]의 예시에서 제1열 대전의 1산업의 중간투입 X_{11}^{dd} , X_{21}^{dd} , X_{11}^{sd} , X_{21}^{sd} 를 총투입액 X_1^d 으로 나눈 값을 투입계수라고 한다. 예컨대 대전 1산업의 생산량 1단위 증가에 필요한 세종 2산업의 생산물에 상응하는 투입계수는 $a_{21}^{sd} = X_{21}^{sd} / X_1^d$ 이다. 투입계수행렬(input coefficient matrix)은 투입계수를 산업연관표의 중간계와 동일하게 배열한 행렬을 의미하는데, 이를 이용하면 다음과 같은 방정식을 도출할 수 있다.

$$AX + Y - M = X \quad (1)$$

식 (1)에서 A 는 투입계수행렬, X 와 Y 는 각각 총산출과 최종수요의 벡터, M 은 수입액이다. 이를 X 에 대하여 정리하면

$$X = (I - A)^{-1}(Y - M) \quad (2)$$

식 (2)에서 $(I - A)^{-1}$ 는 생산유발계수이며 I 는 대각선 원소가 모두 1이고, 그 이외 원소는 0인 정사각 행렬이다. 산업연관표의 총산출액은 해당 경제의 총수요를 충족하기 위하여 직간접 생산액의 합계이며, 이러한 구조 하에 최종수요의 변동($Y - M$)에 대하여 생산유발계수 $(I - A)^{-1}$ 를 따라 국내 총산출(X)가 변하게 된다(김상우·권일, 2020).

(2) 부가가치유발효과

생산유발계수를 이용하여 부가가치유발계수도 계산할 수 있다. 부가가치벡터를 V 라고 하면, 부가가치투입계수($A^v = V/X$)의 대각행렬을 \widehat{A}^v 라 하면 $V = \widehat{A}^v X$ 와 같은 균형식을 도출할 수 있다. X 에 식 (2)를 대입하면 다음과 같은 식을 얻을 수 있다.

$$V = \widehat{V}^v (I - A)^{-1} (Y - M) \quad (3)$$

최종수요의 변동($Y - M$)에 대하여 생산유발계수($I - A$)⁻¹와 부가가치투입 계수의 대각행렬 \widehat{A}^v 에 따라 부가가치가(V)가 변하게 된다.

(3) 고용유발효과

노동계수는 일정기간 동안 생산활동에 투입된 노동량을 총산출액으로 나눈 계수이며, 수식으로는 $l = L/X$ 이다 $L = lX$ 로 정리하여 X 에 식 (2)를 대입 하면 최종수요를 충족하기 위해 필요한 노동량을 구할 수 있다.

$$L = \widehat{l} (I - A)^{-1} (Y - M) \quad (3)$$

여기서 L 을 취업자수로 하면 취업계수가 되며, 피용자수로 하면 고용계수가 되는데, 본 연구에서는 취업자수로 하면 취업유발효과를 구한다.

2) 파급효과 추정

파급효과 추정결과는 [표 4-13]과 같다. 온통대전의 순소비증대효과로 인한 직간접적인 생산유발효과는 3,171억 원이며, 이 중 69%인 2,172억 원이 대전지역내 산업의 생산량 증대분이었다. 부가가치유발효과는 1,780억 원이며 1,158억 원이 대전지역에서 발생한 것으로 추정되었다. 취업유발효과는 3,886명으로 추정되었고 여기서 83%인 3,212명이 대전지역의 취업자인 것으로 나타났다.

[표 4-13] 온통대전의 경제적 파급효과

(백만원, 명)

	생산유발효과	부가가치유발효과	취업유발효과
전체 (A+B)	317,104	178,055	3,886
대전(A)	217,235	115,827	3,212
대전 외(B)	99,869	62,228	674

주 : 온통대전 순소비 증가분 최대값을 가정하여 추정한 결과임.

결론 및 정책제언

1절. 요약 및 결론

2절. 정책제언

5장 결론 및 정책제언

1절. 요약 및 결론

본 연구는 대전시민을 대상으로 대전 지역화폐 온통대전의 사용패턴에 대한 설문을 통해 데이터셋을 구축하고, 이를 이용하여 온통대전의 경제적 효과를 추정했다. 분석결과를 요약하면 온통대전은 역내소비 증진, 소상공인 지원 효과뿐만이 아니라 새로운 소비를 촉진하여 지역경제 활성화에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 온통대전 지출액의 31.7%는 온통대전이 출시되지 않았더라면 소상공인 상점이 아닌 대형마트, 온라인 등에서 지출되었을 금액으로 나타났다. 역내소비 전환률은 16.8%이며 온통대전이 출시되지 않았더라면 대전 외 지역에서 사용되었을 금액이다. 또한 온통대전 사용액의 26%~29%는 순소비 증대분으로 추정되어 소비진작 효과가 있는 것으로 나타났다.

최근 코로나19로 인한 경제적 피해가 누적되면서 지역경제의 회복, 자영업자의 어려움을 덜어주기 위한 정책 수단으로 지역화폐의 활용성이 커지고 있다. 그러나 최근의 정책환경이 반영된 지역화폐 효과에 관한 연구가 충분치 아니하여 그 실효성을 판단하기 어려웠다. 본 연구는 지역화폐의 경제적 효과에 대한 이해의 폭을 넓혀 새로운 판단 기준을 제시했다는 점에서 의미를 가진다. 그런데도 순소비증대 효과 등 경제적 효과가 응답자의 주관에 기반한 설문조사로 추정되었기 때문에 객관성 측면에서 일정한 한계가 존재한다. 또한 장기적인 관점에서의 소비행위에 대한 설문조사가 아니므로, 온통대전 이용자의 소비시점의 변화로 인한 편향이 있을 수 있다. 예컨대 15%의 캐시백 혜택을 얻기 위해서 미래에 계획한 소비를 미리 할 수도 있다. 이 경우 미래의 소비가 앞당겨져 미리 이루어졌으므로 현재의 소비증가는 미래의 소비감소와 상응하며 온통대전으로 인한 소비증대 효과가 희미해질 가능성도 있다.

2절. 정책제언

온통대전 사용자의 70% 이상은 캐시백 등의 혜택 때문에 온통대전을 사용한다고 응답하고 있다(부표 4-14). 따라서 현재의 지역화폐 모델은 예산의 투입이 없으면 지속되기 어려운 구조로 경제적 효율성의 잣대로 본다면 정책의 적절성에 대한 논란이 불어질 수밖에 없다. 본 연구는 온통대전의 경제적 효과에 관심을 두고 있으나 지역화폐는 새로운 부를 창출하는 성장정책보다는 지역별·사업체 규모별 불균형을 완화하는 재분배정책의 성격이 강하다. 따라서 경제적 효율성만으로 그 효과를 모두 판단하는 것은 무리가 있다. 경제적인 효과보다는 소상공인 상생과 시민의 행복 증진을 온통대전의 최우선 정책목표로 설정할 필요가 있다. 온통대전 사용자의 81.7%는 온통대전에 대해 만족하고 있다(표4-17). 이러한 결과는 지역화폐가 시민들에게 소비에 대한 보조금을 지급하여, 조금이나마 여유로운 소비생활을 가능하게 함으로써 시민들의 행복과 시정에 대한 만족감을 향상시키는 효과적인 수단임을 의미한다.

세금이 투입되는 정책인 만큼 경제적 효율성이라는 측면을 완전히 소홀히 할 수는 없다. 위에서 제시한 분석결과와 같이 캐시백 비율이 높을수록 순소비 증가효과도 크게 나타난다. 그러나 캐시백 비율이 높을수록 예산 부담도 커진다는 한계점이 있다. 따라서 제한된 예산으로 소비 진작 효과 증대를 위해 이용금액, 구매 품목, 사용기한 등 다양한 기준에 따라 캐시백을 차등하는 방안을 강구해야 한다. 예컨대, 건당 결제액이 클수록 소비재보다는 구매 빈도가 낮은 내구재에 더 큰 캐시백 혜택을 부여하는 등 다양한 마케팅 기법의 적용을 고민해야 한다. 또한 온통대전 구매 이후 사용 시점이 늦어질수록 캐시백 혜택을 낮춰, 유통속도를 높이고 지역화폐가 저장 목적이 아닌 구매 목적으로 사용되도록 장려해야 한다.

지류형 지역화폐 발행도 고려해볼 필요가 있다. 현재 온통대전은 카드형으로만 발급되고 있는데, 지류형 지역화폐가 역내 재유통으로 인하여 지역승수 효과가 카드형보다 높다고 알려져 있다(양준호, 2020). 선물용도 등의 상품권으로도 지류형 지역화폐의 활용성이 높고, 대전의 상징성을 살린 도안으로

시민에게 친숙하게 다가가 이용을 촉진할 수도 있다. 다만 상대적으로 비싼 발행비용과 운영비용 그리고 악용사례(상품권깡 등)등 단점이 존재하므로 이에 대한 보완책이 함께 제시되어야 한다.

참고문헌

- 강창희·강지원·김성아(2020). 지역화폐가 지역의 고용에 미치는 효과. 정책기획위원회.
- 류영아(2020). 지역사랑상품권의 의의와 주요 쟁점. 국회입법조사처.
- 송경호 이환웅(2020). 지역화폐 도입이 지역경제에 미친 영향 분석. 한국조세재정연구원.
- 양준호(2019). 시흥 지역화폐 ‘시루’의 경제효과 분석: 지역 내 소비 증대와 그 거시적 파급. 인천대학교.
- 유영성·윤성진·김태영·김병조·마주영(2020). 지역화폐의 경기도 소상공인 매출액 영향 분석(2019년 1~4분기 종합). 경기연구원.
- 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.
- 이중화·김형길(2017). 제주사랑상품권 발행에 따른 경제적 효과 분석. 제주연구원.
- Kan, Kamhon, Shin-Kun Peng, and Ping Wang(2017). “Understanding Consumption Behavior: Evidence from Consumers’ Reaction to Shopping Vouchers.” *American Economic Journal: Economic Policy*, 9(1), 137-53.

DSI

1. 온통대전에 대한 인식조사
2. 설문지

부록

부록 1. 온통대전에 대한 인식조사

온통대전을 사용하는 사람들을 대상으로 사용이유에 대한 설문결과 전체 기준 75.2%가 캐시백, 소득공제 등 혜택으로 인해 온통대전을 사용한다고 응답하여 가장 높게 나타났다. 다음으로 대전지역 경제 활성화가 10.9%이고, 정부의 재난지원금을 지급받기 위해서라는 응답은 8.7%로 나타났다. 자영업자와 전통시장에 도움을 주기 위해서 하는 응답은 4.8%로 낮게 나타났다.

[부표 1] 온통대전을 사용하는 이유

(단위 : 명, %)

사용한 이유	1차	2차	전체
캐시백, 소득공제 등 혜택	629 (70.4)	664 (80.4)	1,293 (75.2)
대전지역 경제 활성화	115 (12.9)	73 (8.8)	188 (10.9)
자영업자와 전통시장에 도움	44 (4.9)	39 (4.7)	53 (4.8)
재난지원금 지급	103 (11.5)	47 (5.7)	150 (8.7)
기타	2 (0.2)	3 (0.4)	5 (0.3)
전체	893	826	1,719

주 : 괄호는 비중

온통대전을 사용하지 않는 사람들을 대상으로 사용하지 않는 이유에 대한 설문결과 전체기준 31.3%가 필요성을 못 느낀다고 응답했고, 지역화폐에 대해 잘 모른다는 응답이 23.5%, 신청·사용이 번거롭다는 응답이 22.8%로 나타났다. 이어서 사용처가 제한적이기 때문이라는 응답이 11.0%, 완판되어 살 수 없었다는 응답이 2.5%로 나타났다.

[부표 2] 온통대전을 사용하지 않는 이유

(단위 : 명, %)

사용하지 않은 이유	1차	2차	전체
지역화폐에 대해 잘 모름	26 (24.3)	40 (23.0)	66 (23.5)
완판되어 살 수 없었음	2 (1.9)	5 (2.9)	7 (2.5)
지역화폐 신청·사용이 번거로움	27 (25.2)	37 (21.3)	64 (22.8)
사용처가 제한적임	14 (13.1)	17 (9.8)	31 (11.0)
필요성을 못느낌	31 (29.0)	57 (32.8)	88 (31.3)
기타	7 (6.5)	18 (10.3)	25 (8.9)
전체	107	174	281

주 : 괄호는 비중

온통대전을 사용한 응답자와 사용하지 않은 응답자를 포함한 모든 응답자에 대해 만약 캐시백 혜택이 없더라도 온통대전을 사용할 의향이 있는지에 대한 설문 결과 73.0%는 캐시백 혜택이 없다면 온통대전을 사용하지 않을 것이라고 응답했다.

[부표 3] 캐시백 혜택이 없더라도 온통대전을 사용할 의향

(단위 : 명, %)

	1차	2차	전체
그렇다	295 (29.5)	245 (24.5)	540 (27.0)
아니다	705 (70.5)	755 (75.5)	1,460 (73.0)
전체	1,000	1,000	2,000

주 : 괄호는 비중

앞선 문항에서 캐시백 혜택이 없다면 온통대전을 사용하지 않을 것이라고 응답한 표본에 대해 향후 캐시백 혜택이 최소 어느 정도 되어야 온통대전을 사용할 의향이 있는지를 설문한 결과, 전체 기준 10~15% 미만 응답자가 44.5%로 가장 높았고, 5~10% 미만 응답자는 38.6%로 나타났다. 15% 이상은 14.0%의 표본이 응답했고, 5% 미만은 2.9%로 가장 낮게 나타났다.

[부표 4] 희망하는 최소 캐시백 정도

(단위 : 명, %)

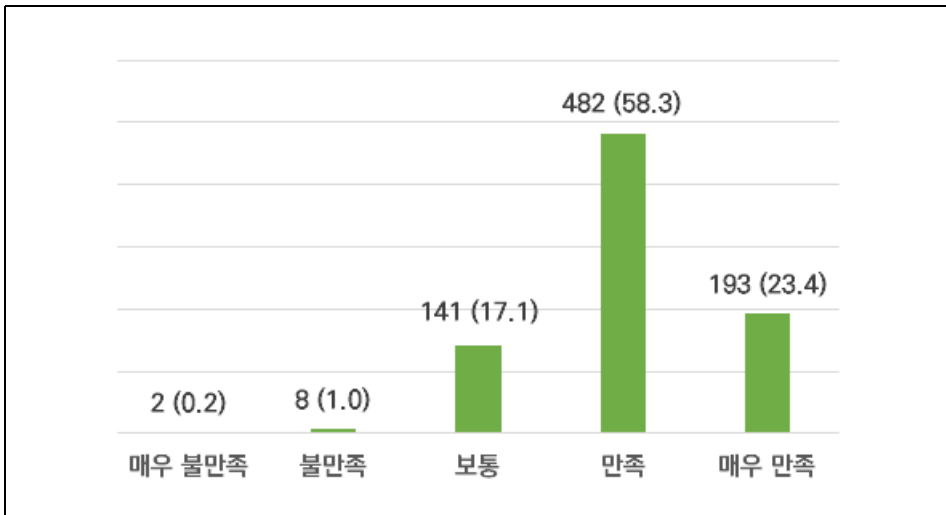
	1차	2차	전체
5% 미만	20 (2.8)	22 (2.9)	42 (2.9)
5~10% 미만	291 (41.3)	273 (36.2)	564 (38.6)
10~15% 미만	312 (44.3)	338 (44.8)	650 (44.5)
15% 이상	82 (11.6)	122 (16.2)	204 (14.0)
전체	705	755	1,460

주 : 괄호는 비중

[부도 1]은 2차 조사에서 온통대전을 사용한 826명에 대해 온통대전의 만족도를 설문한 결과이다. 만족은 58.3%, 매우만족은 23.4%로 만족한다는 응답이 전체의 81.7%를 차지하여 온통대전 사용자 대다수는 전반적으로 만족하고 있음을 알 수 있다. 보통은 17.1%이고 불만족과 매우 불만족은 각 1.0%와 0.2%를 차지하고 있어 전반적으로 불만족 비율이 매우 낮게 나타났다.

[부도 1] 온통대전 만족도

(단위 : 명, %)



주 : 2차 조사의 온통대전 이용자 826명에 대한 만족도 조사 결과이며 괄호는 비중

부록 2. 설문지

대전 지역화폐 ‘온통대전’ 이용 실태 조사(2차)

안녕하십니까. 대전세종연구원은 대전광역시와 세종특별자치시가 출연한 연구기관입니다. 대전시와 세종시의 균형개발과 지역경제 및 사회발전 등 시정 전반에 관한 과제에 대하여 체계적으로 조사·분석하여 구체적인 정책 대안을 제시함으로써 지역발전에 기여하고 있습니다.

본 설문조사의 목적은 대전의 지역화폐 ‘온통대전’의 이용 실태를 파악하기 위해서입니다. 이를 통해 ‘온통대전’의 유통 활성화를 위한 기초자료로 사용될 예정입니다. 귀하의 고견이 정책 수립에 반영될 수 있도록 성실하고 진지한 답변을 부탁드립니다. 응답하신 의견은 통계법 제33조에 의거하여 철저한 비밀이 보장되며 오직 통계적 분석을 위해서만 사용됩니다.

2020년 10월 대전세종연구원

SQ. 응답자 선정 질문

SQ1. 귀하의 현재 거주 지역은 어디입니까? [1개 선택]

1) 대전

2) 그 외 거주 지역 (→ 중단)

SQ2. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까? [1개 선택]

1) 남성

2) 여성

SQ3. 귀하의 출생연도를 네 자리 숫자로 입력해 주세요. [직접 입력]

▶ _____년

1) 만 18세 이하 (→ 중단)

2) 만 19-29세

3) 만 30-39세

4) 만 40-49세

5) 만 50-59세

6) 만 60-64세

7) 만 65세 이상 (→ 중단)

SQ4. 귀하가 현재 거주하고 있는 대전의 행정 지역은 어디입니까? [1개 선택]

1) 동구

2) 중구

3) 서구

4) 유성구

5) 대덕구

※ 지금부터는 온통대전 사용금액에 대해 질문 드리겠습니다.

본 조사는 2020년 9월 1일부터 9월 30일까지의 온통대전 사용실적을 대상으로 합니다.

오직 자비로 충전한 금액 또는 사용실적에 따라 지급 받은 캐시백으로 구매한 금액을 기준으로 응답하여 주십시오. 사용금액은 총 금액이 아닌 9월 사용금액 기준입니다.

문3. 귀하는 ‘온통대전’으로 2020년 9월 1일부터 9월 30일까지 얼마를 사용하셨습니다? [직접 입력]

※ 재난지원금 포인트로 사용한 금액은 제외해 주세요.

자비로 충전하여 사용한 금액과 캐시백으로 지급 받아서 사용한 금액을 합산하여 기입해 주십시오.

_____만원

문4. 귀하는 2020년 9월 1일부터 9월 30일까지 ‘온통대전’으로 어떠한 종류의 상품을 얼마나 구매하셨습니다? 다음의 각 상품 카테고리별로 ‘온통대전’으로 구입한 금액을 직접 입력해 주세요.

구입 금액의 총합은 앞에서 응답해 주신 ‘온통대전’ 사용 금액과 일치하도록 기입해 주세요.

[직접 입력]

※ 정확한 구입 금액이 생각나지 않으실 경우, 대략적인 금액을 입력하신 후 옆에 제시되는 비중을 참고해 주시면 됩니다. 구매하지 않은 상품은 ‘0’을 입력해 주십시오.

구분	예시	구입액/비중	
		구입액(만원)	비중
1) 식료품	식재료, 식품, 주류, 담배 등	_____만원	[]%
2) 의류·잡화	옷, 신발, 악세사리 등	_____만원	[]%
3) 생활용품	주방용품, 욕실용품, 문구 등	_____만원	[]%
4) 가전·가구	가전제품·가구·조명 등	_____만원	[]%
5) 외식	음식점, 패스트푸드, 카페 등	_____만원	[]%
6) 보건서비스	병원(한의원), 약품 및 의료용품, 안경, 콘택트렌즈	_____만원	[]%
7) 교육서비스	학원비, 교육비 등	_____만원	[]%
8) 기타 상품 및 서비스	이·미용실, 세탁소, 카센터, 서적 등 1~7에 포함되지 않는 상품과 서비스	_____만원	[]%
총합		_____만원	100%

Part B. 식료품 · 의류 · 생활용품

- B1. ‘온통대전’은 소상공인 · 자영업자 상점에서만 사용이 가능합니다.
귀하는 평상시에도 식료품/의류/생활용품을 주로 소상공인 · 자영업자 상점에서 구입하십니까? [1개 선택]
- 1) 온통대전과 상관없이 평상시에도 주로 소상공인 · 자영업자 상점에서 구입한다
 - 2) 평상시에는 주로 대형마트, 백화점, 온라인에서 구입한다.
온통대전을 사용하기 위해 소상공인 · 자영업자 상점을 이용했다
 - 3) 잘 모르겠다
- B2. ‘온통대전’은 대전광역시 내에서만 사용할 수 있습니다.
귀하는 평상시에도 식료품/의류/생활용품을 주로 대전지역의 상점에서 구입하십니까? [1개 선택]
- 1) 온통대전과 상관없이 주로 대전에 위치한 상점에서 구입한다
 - 2) 주로 대전 외 지역(예: 세종, 청주, 공주 등)에서 구입한다.
온통대전을 사용하기 위해 대전지역의 상점에서 구입했다
 - 3) 잘 모르겠다
- B3. 귀하가 ‘온통대전’으로 식료품/의류/생활용품을 구입한 주된 이유는 무엇입니까? [1개 선택]
- 1) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 구입했을 것이다
 - 2) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 구입했을 것이다.
다만, 캐시백 혜택이 있어서 평상시보다 지출액은 늘었다
 - 3) 캐시백으로 추가적인 수입이 생겼기 때문이다. 캐시백 혜택이 없었다면 구입하지 않았을 것이다
 - 4) 잘 모르겠다

B3-1. (B3=2 응답자) 귀하는 캐시백 혜택 때문에, 식료품/의류/생활용품을 구입 하는데 평상시 지출금액보다 대략 몇 %를 더 추가적으로 지출하셨습니까?

[1개 선택]

1) 5% 미만

2) 5%~10% 미만

3) 10%~15% 미만

4) 15%~20% 미만

5) 20% 이상 (____%)

Part C. 가전·가구

- C1. ‘온통대전’은 소상공인·자영업자 점포에서만 사용이 가능합니다.
귀하는 평상시에도 가전/가구를 주로 소상공인 점포에서 구입하십니까?
[1개 선택]
- 1) 온통대전과 상관없이 평상시에도 주로 소상공인·자영업자 점포에서 구입한다
 - 2) 평상시에는 주로 대형마트, 백화점, 온라인에서 구입한다.
온통대전을 사용하기 위해 소상공인·자영업자 점포를 이용했다
 - 3) 잘 모르겠다
- C2. ‘온통대전’은 대전광역시 내에서만 사용할 수 있습니다.
귀하는 평상시에도 가전/가구를 주로 대전지역의 매장에서 구입하십니까?
[1개 선택]
- 1) 온통대전과 상관없이 가전/가구를 주로 대전에 위치한 매장에서 구입한다
 - 2) 주로 대전 외 지역(예: 세종, 청주, 공주 등)에서 구입한다.
온통대전을 사용하기 위해 대전지역의 매장에서 구입했다
 - 3) 잘 모르겠다
- C3. 귀하가 ‘온통대전’으로 가전/가구를 구입한 주된 이유는 무엇입니까?
[1개 선택]
- 1) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 구입했을 것이다
 - 2) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 구입했을 것이다.
다만, 캐시백 혜택이 있어서 평상시보다 지출액은 늘었다
 - 3) 캐시백으로 추가적인 수입이 생겼기 때문이다. 캐시백 혜택이 없었다면 구입하지 않았을 것이다
 - 4) 잘 모르겠다

C3-1. (C3=2 응답자) 귀하는 캐시백 혜택 때문에, 가전/가구를 구입하는데 평상 시 지출금액보다 대략 몇 %를 더 추가적으로 지출하십니까? [1개 선택]

1) 5% 미만

2) 5%~10% 미만

3) 10%~15% 미만

4) 15%~20% 미만

5) 20% 이상 (____%)

Part D. 외식

D1. ‘온통대전’은 대전광역시 내에서만 사용할 수 있습니다.

귀하는 평상시에도 외식을 주로 대전지역의 음식점에서 하십니까? [1개 선택]

- 1) 온통대전과 상관없이 주로 대전에 위치한 음식점을 이용한다
- 2) 주로 대전 외 지역(예: 세종, 청주, 공주 등)의 음식점에서 외식을 한다.
온통대전을 사용하기 위해 대전지역 음식점을 이용했다
- 3) 잘 모르겠다

D2. 귀하가 ‘온통대전’으로 외식비를 지출한 주된 이유는 무엇입니까? [1개 선택]

- 1) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다
- 2) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다.
다만, 캐시백 혜택이 있어서 평상시보다 지출액은 늘었다
- 3) 캐시백으로 추가적인 수입이 생겼기 때문이다. 캐시백 혜택이 없었다면
지출하지 않았을 것이다
- 4) 잘 모르겠다

D2-1. (D2=2 응답자) 귀하는 캐시백 혜택 때문에, 외식비로 평상시 지출금액보다
대략 몇 %를 더 추가적으로 지출하십니까? [1개 선택]

- 1) 5% 미만
- 2) 5%~10% 미만
- 3) 10%~15% 미만
- 4) 15%~20% 미만
- 5) 20% 이상 (_____%)

Part E. 보건서비스

- E1. ‘온통대전’은 대전광역시 내에서만 사용할 수 있습니다.
귀하는 평상시에도 대전지역의 의료기관, 약국, 안경점 등을 이용하십니까?
[1개 선택]
- 1) 온통대전과 상관없이 주로 대전에서 이용한다
 - 2) 주로 대전 외 지역(예: 세종, 청주, 공주 등)에서 이용한다.
온통대전을 사용하기 위해 대전지역에서 이용했다
 - 3) 잘 모르겠다
- E2. 귀하가 ‘온통대전’을 진료비, 약제비, 안경, 콘택트렌즈 등에 지출한 주된 이유는 무엇입니까? [1개 선택]
- 1) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다
 - 2) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다.
다만, 캐시백 혜택이 있어서 평상시보다 지출액은 늘었다
 - 3) 캐시백으로 추가적인 수입이 생겼기 때문이다. 캐시백 혜택이 없었다면 지출하지 않았을 것이다
 - 4) 잘 모르겠다
- E2-1. (E2=2 응답자) 귀하가 캐시백 혜택 때문에, 진료비, 약제비, 안경(콘택트렌즈 포함) 구입 등에 평상시 지출금액보다 대략 몇 %를 더 추가적으로 지출 하셨습니까? [1개 선택]
- 1) 5% 미만
 - 2) 5%~10% 미만
 - 3) 10%~15% 미만
 - 4) 15%~20% 미만
 - 5) 20% 이상 (_____%)

Part F. 교육서비스

- F1. ‘온통대전’은 대전광역시 내에서만 사용할 수 있습니다.
귀하는 평상시에도 대전에 소재한 **학원, 교습소** 등을 이용하십니까?
[1개 선택]
- 1) 온통대전과 상관없이 주로 대전에서 이용한다
 - 2) 주로 대전 외 지역(예: 세종, 청주, 공주 등)에서 이용한다.
온통대전을 사용하기 위해 대전지역에서 이용했다
 - 3) 잘 모르겠다.
- F2. 귀하가 ‘온통대전’으로 **교육비**를 지출한 주된 이유는 무엇입니까? [1개 선택]
- 1) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다
 - 2) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다.
다만, 캐시백 혜택이 있어서 평상시보다 지출액은 늘었다
 - 3) 캐시백으로 추가적인 수입이 생겼기 때문이다. 캐시백 혜택이 없었다면 지출하지 않았을 것이다
 - 4) 잘 모르겠다
- F2-1. (F2=2 응답자) 귀하는 캐시백 혜택 때문에, **교육비**에 평상시 지출금액보다 **대략 몇 %**를 더 **추가적으로 지출**하셨습니까? [1개 선택]
- 1) 5% 미만
 - 2) 5%~10% 미만
 - 3) 10%~15% 미만
 - 4) 15%~20% 미만
 - 5) 20% 이상 (____%)

Part G. 기타(이·미용실, 세탁소, 카센터, 서점 등)

G1. ‘온통대전’은 대전광역시 내에서만 사용할 수 있습니다.

귀하는 평상시에도 대전지역의 이·미용실, 세탁소, 카센터, 서점 등을 이용하십니까? [1개 선택]

- 1) 온통대전과 상관없이 주로 대전에서 이용한다
- 2) 주로 대전 외 지역(예: 세종, 청주, 공주 등)에서 이용한다.
온통대전을 사용하기 위해 대전지역에서 이용했다
- 3) 잘 모르겠다

G2. 귀하가 ‘온통대전’으로 이·미용실, 세탁소, 카센터, 서점 등을 이용하신 주된 이유는 무엇입니까? [1개 선택]

- 1) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다
- 2) 온통대전이 없었더라도 현금, 신용카드를 이용해서 지출했을 것이다.
다만, 캐시백 혜택이 있어서 평상시보다 지출액은 늘었다
- 3) 캐시백으로 추가적인 수입이 생겼기 때문이다. 캐시백 혜택이 없었다면 이용하지 않았을 것이다
- 4) 잘 모르겠다

G2-1. (G2=2 응답자) 귀하는 캐시백 혜택 때문에, 이·미용실, 세탁소, 카센터, 서점 등을 이용하는데 평상시 지출금액보다 대략 몇 %를 더 추가적으로 지출하셨습니다까? [1개 선택]

- | | |
|--------------------|---------------|
| 1) 5% 미만 | 2) 5%~10% 미만 |
| 3) 10%~15% 미만 | 4) 15%~20% 미만 |
| 5) 20% 이상 (_____%) | |

Part H. 향후 온통대전 사용 계획

[PROG: Part H는 모든 응답자 대상 질문]

H1. 귀하는 향후 캐시백 혜택이 없다고 하더라도 ‘온통대전’을 사용할 의향이 있으십니까? [1개 선택]

- 1) 그렇다 (→ H3으로 이동)
- 2) 아니다

H2. (H1=2 응답자) 향후 캐시백 혜택이 최소 어느 정도 되어야 ‘온통대전’을 사용할 의향이 있으십니까? [1개 선택]

- 1) 5% 미만
- 2) 5%~10% 미만
- 3) 10%~15% 미만
- 4) 15% 이상

H3. 귀하는 대전지역 지역화폐 ‘온통대전’에 대해 전반적으로 얼마나 만족하십니까?
[1개 선택]

매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1	2	3	4	5

I. 응답자 기본 정보

11. 귀하의 직업은 무엇입니까? [1개 선택]
- 1) 직장인
 - 2) 자영업자
 - 3) 학생
 - 4) 전업주부
 - 5) 기타
- 11-1. (11=1~3 응답자) 귀하의 직장, 사업장 또는 학교가 대전에 위치하고 있습니까?
[1개 선택]
- 1) 네
 - 2) 아니오
12. 귀하 본인을 포함하여 귀 닥의 가구원 수는 총 몇 명입니까? [1개 선택]
- 1) 1인
 - 2) 2인
 - 3) 3인
 - 4) 4인
 - 5) 5인 이상
13. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까? [1개 선택]
- 1) 중학교 졸업 이하
 - 2) 고등학교 졸업
 - 3) 전문대학 졸업
 - 4) 대학교 졸업
 - 5) 대학원 졸업 이상
14. 귀하의 월 평균 개인 소득(세전 소득 기준)을 아래 보기 중에서 선택하여 주십시오. [1개 선택]
- 1) 월 100만원 미만
 - 2) 월 100만원~199만원
 - 3) 월 200만원~299만원
 - 4) 월 300만원~399만원
 - 5) 월 400만원~499만원
 - 6) 월 500만원~599만원
 - 7) 월 600만원~699만원
 - 8) 월 700만원~799만원
 - 9) 월 800만원 이상