

고향사랑상품권의 경제적 효과분석

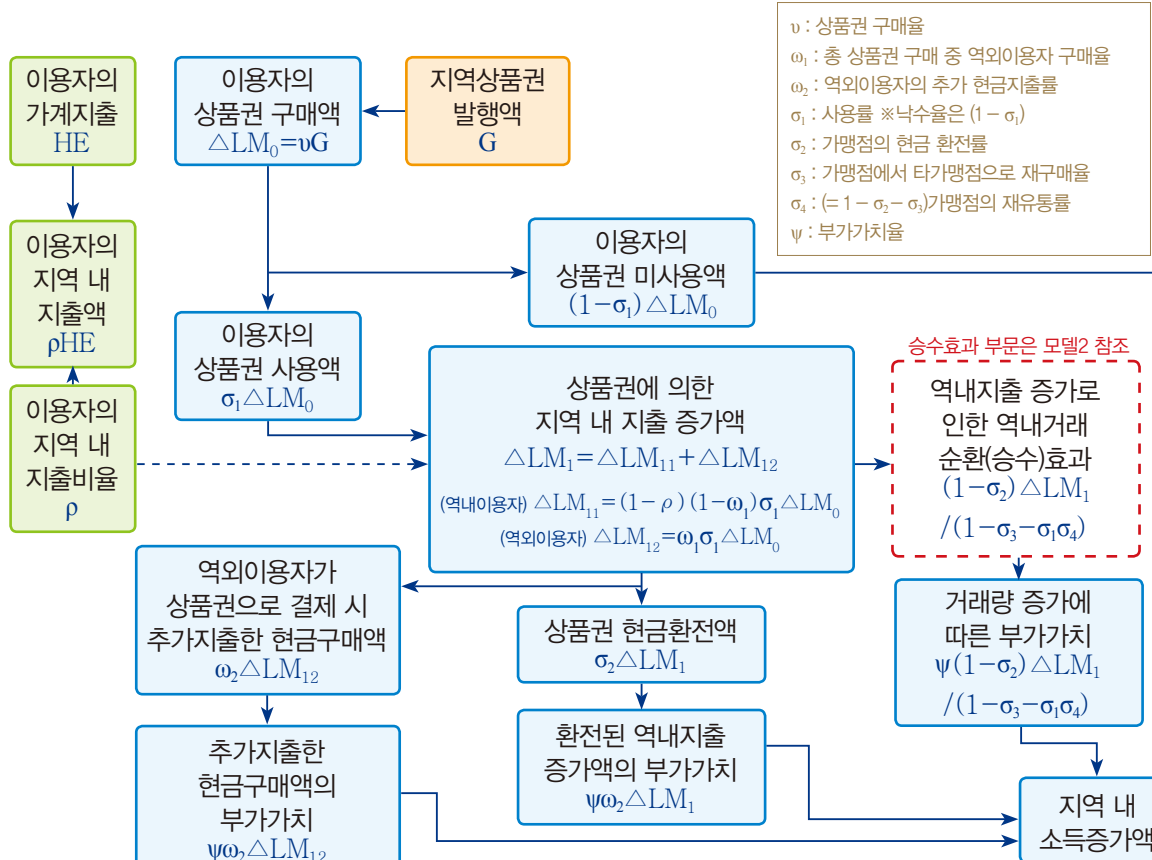
고향사랑상품권의 지역소득 증대효과 분석 개요

문재인 정부는 최저임금 1만원 인상을 발표하면서 인건비 부담이 커진 소상공인들을 실질적으로 지원할 수 있는 방안 중 하나로 고향사랑상품권(혹은 지역사랑상품권, 이하 "상품권"으로 약칭) 활성화 정책을 국정과제로 채택하였음

- 이러한 동향에 따라 최근 고향사랑상품권에 관심이 고조되고 있으나, 실제적으로 상품권이 지역경제를 얼마나 활성화 시킬지에 대한 효과분석은 이루어지지 않음

상품권의 실제적인 효과를 가능하기 위해, 각 지역 혹은 기초자치단체 수준에서 상품권으로 인해 창출된 지역내 소상공인의 소득증대 효과를 시범적으로 측정함

- 지역내 소득(혹은 부가가치) 창출효과는 상품권 사용시 지역내 매출증가로 인한 부가가치 증가액, 지역내 거래순환에 따른 부가가치 증가액, 지역의 사용자들의 추가 현금지출에 따른 부가가치 증가액, 낙전수입 등의 합으로 볼 수 있음(그림 참조)
- 상품권이 활성화된 3개 사례지역(화천, 양구, 춘천)을 대상으로, 주민방문객 및 상품권 가맹점에 대한 설문조사(지역별 200부, 총 600부)를 통해 관련 액수를 추정함



고향사랑상품권이 창출한 부가가치

3개 사례지역 중 올해 초 상품권이 도입된 춘천지역과 상품권이 도입된지 10년 이후 성공적으로 정착된 화천 및 양구의 효과분석 결과는 다음과 같음

(단위: 억원/년)

사례 지역	기준 연도	상품권 예산	상품권 발행액	상품권 판매액	창출된 부가가치	현금환전 부가가치	거래순환 부가가치	외지인 추가지출 부가가치	낙전수입
		A	B1	B2	C=C1+C2+C3+C4	C1	C2	C3	C4
춘천	2017*	11.62(0.62)	6.09	6.09	5.97	1.28	0.36	4.31	0.03
화천	2016	0.44	23.60	17.38	6.98	3.31	0.37	3.08	0.22
양구	2016	2.02	54.20	77.41	12.81	9.58	2.25	0.00	0.98

* 춘천지역의 경우, '17년 1월초~8월말까지의 판매량에 대한 분석결과임. 다만 이 중 11억원은 예약금으로 세외수입원으로 회수되므로 이를 제외한 운영경비(인쇄비 등) 순지출은 0.62억원으로 볼 수 있음

- 관광객에게 주로 판매하는 춘천화천의 경우 외지 방문객의 추가지출 부가가치가 높고, 주민들이 전적으로 활용하는 양구는 지역내 거래순환 부가가치가 높게 나타남

고향사랑상품권이 창출한 부가가치의 지역내 소득증대에 대한 기여도

3개 지역의 지역내총생산(GRDP)은 KOSIS 통계DB의 가장 최근자료인 '14년 추정치를 활용하였으며, 소상공인의 소득은 대리지표를 활용하여 추정함

- 다만 소상공인의 소득 혹은 지역내생산액은 기초자치단체 수준에서 자료가 존재하지 않아, 중소벤처기업부 통계DB의 「전국 소상공인 실태조사」 중 가장 최근인 2013년 강원도 지역 소상공인들의 월평균 순이익의 설문 응답치를 환산하여 활용하였음

3개의 사례지역의 고향사랑상품권으로 인한 소상공인 1인당 소득증대 효과는, 춘천은 도입 첫해라 0.21만원/년으로 크지 않지만, 도입된지 10년이 지나 정착된 화천의 경우 약 22.9만원/년, 양구의 경우 43.5만원/년 증가한 것으로 나타남

- 소상공인의 소득증대 효과는 춘천 0.1%, 화천 1.12%, 양구 2.13%로 나타남
- 주민 1인당 GRDP 대비 상품권의 부가가치 기여도는 현재 상품권의 유통규모가 소상공인에게 집중되어 전체 경제규모에 비해 크지 않으므로 상대적으로 크지 않지만, 소상공인 1인당 소득의 경우 양구 및 화천 등과 같이 상품권이 활성화된 지역에서는 소득을 일정수준 높이는 결과를 보이고 있음
- 각 지자체의 상품권 발행예산 대비 부가가치 창출효과의 경우 춘천은 0.51배(연말 1.0에 근접, 예산 중 예약금을 제외한 순지출 0.62억원에 대비한 경우 9.63배)에 불과하나, 정착기를 맞아 지류화폐에 대한 인쇄비 외에 특별한 예산지출이 필요없는 화천 및 양구의 경우, 각각 15.86배 및 6.34배로서 예산대비 효과가 매우 뛰어남

	주민등록 인구	지역내 총생산 (GRDP)	주민1인당 GRDP	주민1인당 상품권 유통규모	GRDP대비 상품권 유통규모	주민1인당 상품권 부가가치	상품권 예산대비 부가가치	상품권 유통규모 대비 부가가치 창출효과
	(명, '16년)	(억원, '14년 기준)	(만원/명년, '14년 기준)	(만원/명년)	(%)	(만원/명년)	(비용편익 비율)	(%)
	D1	E1	F1=E1/D1	G1=(B1+B2)/2/D1	H1=G1/F1	I1=C/D1	J=C/A	K1=I1/G1
춘천	280,070	56,595	2,052	0.22	0.01	0.21	0.51* (9.63)	0.98
화천	26,264	11,364	4,187	7.80	0.19	2.66	15.86	0.34
양구	24,010	7,921	3,316	27.41	0.83	5.34	6.34	0.19

* 춘천지역의 경우, '17년 1월초~8월말까지의 판매량에 대한 분석결과임. '17년 예산 11.62억원 예산대비 '17년말까지 판매량 11.4억원을 감안한다면 부가가치 창출효과가 예산투입액에 근접하며, 예산 11.62억원 중 순지출 0.62억원을 기준으로 볼 때에는 효과가 9.63배로 볼 수 있음

	소상공인 종사자수	지역전체 소상공인 소득	소상공인 1인당 순이익*	소상공인 1인당 상품권 유통규모	소상공인 소득대비 상품권 유통규모	소상공인 1인당 상품권 부가가치	소상공인 소득대비 상품권 부가가치율	상품권 유통규모 대비 부가가치율
	(명, '14년)	(억원/년)	(만원/명년, '13년 실사)	(만원/명년)	(%)	(만원/명년)	(%)	(%)
	D2	E2=F2*D2	F2	G2=(B1+B2)/2/D2	H2=G2/F2	I2=C/D2	I3=I2/F2	K2=I2/G2
춘천	31,611	6,649	2,040	1.93	0.09	1.89	0.09**	0.98
화천	3,048	622	2,040	67.22	3.30	22.90	1.12	0.34
양구	2,944	601	2,040	223.52	10.96	43.51	2.13	0.19

* 2013년 전국 소상공인 실태조사의 강원도 지역 소상공인 평균 순이익 170만원/월 X 12개월 = 2,040만원

** 위와 같이 '17.1~8월말까지의 결과이며, 12월말 기준으로 약 0.13임

- 상품권의 유통규모*에 대비한 부가가치 창출효과는 춘천 0.98%, 화천 0.34%, 양구 0.19%로서 외지인에게 관광시설축제 등을 활용해 유통을 촉진시키는 경우 그 효과가 더 크다고 볼 수 있음

* 지역상품권의 발행액 및 판매액이 매년 일치하지 않고 변동하므로 본 연구에서는 상품권의 발행액 및 판매액의 평균을 유통규모로 보며, 유통규모는 통상적으로 상품권 제작 및 홍보 등에 지출되는 자치단체의 예산과 무관함

분석결과의 정책적 시사점

이상의 분석결과로부터 특히 고향사랑상품권은 소상공인이 주민 중 큰 비중을 차지하는 농산어촌이나 지방 소도시의 경우 그 도입효과가 큰 것으로 볼 수 있음

- 이와 같은 경제적인 효과를 높이기 위해서는 소상공인들이 상품권 수령시 즉시 현금으로 환전하는 것 보다 지역 내에서 통용시킴으로써 역내순환 부가가치를 높이고, 관광객들에게 객단가를 높여 추가 현금지출을 늘려 추가지출 부가가치를 제고시키는 것이 지역경제 활성화에 효과적으로 볼 수 있음
- 고향사랑 상품권은 대도시나 광역시도 보다는 주민의 지역 애착도와 공동체성이 높은 농산어촌이나 지방 소도시의 경우 불법환전(소위 "깡")의 개연성이 낮고 도입에 따른 소득효과도 큰 것으로 나타났지만, 지방 거점도시나 특광역시의 경우라고 하더라도 지역공동체와 소상공인과 같은 특정 취약계층을 보호하기 위한 목적으로 활용되는 경우 그 도입효과를 기대할 수 있음
- 다만 이러한 분석결과는 현존하는 자료를 바탕으로 한 시론적이며 개략적인 추정치로서의 한계를 지니며 결과의 해석에 있어서 이러한 한계점에 유의할 필요가 있음