

제주도내 하나로마트가 지역경제 미치는 영향 분석

문태완, 고성보, 김화년, 양성준, 김배성*

제주대학교 산업응용경제학과·친환경농업연구소·아열대농업생명과학연구소

An Analysis of the Impact of Hanaro Mart on the Regional Economy in Jeju Island

Tae-Wan Moon, Seong-Bo Ko, Hwa-Nyeon Kim, Seong-Jun Yang, Bae-Sung Kim*

Department of Applied Economics & SARI, Jeju National University
Reserch Institute for Subtropical Agriculture and Animal Biotechnology

요약 이 연구는 제주도내 하나로마트가 지역경제에 기여하는 영향을 면밀히 분석하여 하나로마트가 지역 및 주변 상권과 상생할 수 있는 방안을 분석하고자 수행되었다. 먼저 주요 분석 방법으로 지역산업연관분석, 설문조사 분석을 하였다. 지역산업연관모형을 이용한 지역경제에 미치는 기여도 분석을 하였고 설문조사를 통한 이용행태 및 상권분석을 하였다. 지역경제 파급효과분석에 앞서 하나로마트의 설립 및 운영에 따른 매출액, 건축투자비, 판매촉진비, 인건비 등 최종 수요 증대에 따른 지역경제효과 파급경로를 파악하였다. 하나로마트 상권 및 인식조사 분석에서는 하나로마트에서 향후 확대되어야 할 품목, 가격 및 품질에서 경쟁력 있는 품목, 하나로마트를 이용하는 이유, 이용빈도, 만족도, 하나로마트 이용 후 주변 지역상권 이용빈도 감소여부, 하나로마트를 이용하지 않을 경우 주로 어떤 곳을 이용하는지 등에 대해 분석하였다. 지역산업연관분석 결과 하나로마트의 농축수산물, 식품 및 생필품 판매, 판매촉진비, 임금소비 지출 등의 최근 5개년(2016-2020) 총합계 생산유발효과 4조 4,421억원, 부가가치유발효과 1조 9205억원, 취업유발효과 57,019 명으로 나타났다. 설문조사 분석결과 제주도 읍면 및 서귀포시 읍면 하나로마트 주변 상권과의 상생 방안 강구가 필요하겠다. 종합적인 분석 결과 하나로마트가 지역경제에 기여하는 효과는 큰 반면에, 지역 소상공인 업종을 잠식하는 부정적인 효과는 제한적인 상황이며, 대형마트와 경쟁관계에 대한 대응방안 강구와 더불어 주변 상권 소매업종과 보완 상생방안에 대한 선제적으로 강구할 필요성이 있는 것으로 나타났다.

Abstract This study was conducted to analyze the impact of Hanaro Mart on the regional economy of Jeju island and determine how it can coexist with the region and surrounding commercial districts. Contribution to the local economy was analyzed using a regional input-output model, and usage behavior and commercial district analysis were determined using surveys. Prior to analyzing the ripple effect on the regional economy, the ripple path of its regional economic effects according to increases to final demand was identified. To analyze Hanaro Mart commercial districts and perceptions, we analyzed items planned for expansion, reasons for using Hanaro Mart, and usage frequency and satisfaction. Regional input-output analysis showed the total production inducement and value-added induction effect of Hanaro Mart over the last five years (2016-2020) were KRW 4,442.1 and KRW 1,920.5 billion, respectively, and that the employment-inducing effect was 57,019 people. Survey analysis showed win-win measures with regional commercial districts should be devised around some branches. In conclusion, Hanaro Mart was found to contribute greatly to the regional economy and to have limited negative effects on local small businesses.

Keywords : Hanaro Mart, Regional Economic Ripple Effect Analysis, Commercial District and Perception Survey Analysis, Local Commercial District and Win-win Plan, Jeju Island

이 논문은 2022학년도 제주대학교 교원성과지원사업에 의하여 연구되었음.

*Corresponding Author : Bae-Sung Kim(Jeju National Univ.)

email: bbskim@jejunu.ac.kr

Received January 18, 2023

Revised March 17, 2023

Accepted April 7, 2023

Published April 30, 2023

1. 서론

제주지역 하나로마트가 도내 농식품 유통의 중심 역할을 수행하고 지역경제에 기여하고 있는 한편, 하나로마트의 대형마트 역할로 인해 주변 상권의 소비를 흡수하게 되면 지역 소상공인에게 부정적인 영향을 미칠 우려도 지속적으로 제기되고 있는 상황이다. 그러나 지역 생산자들을 위한 하나로마트 고유의 역할 및 농업이 지역 경제에서 차지하는 비중이 상대적으로 크다는 점은 하나로마트가 육지부 대형마트와 차별화된 기능을 수행한다는 의견도 상존하고 있다[1-3,6,7]. 농업이 제주지역 내 GRDP에서 차지하는 비중이 전국 평균의 약 5배로 농업이 제주지역경제에서 차지하는 비중이 크다. 농림업이 지역 내 비중이(19) 제주8.8%전국 1.8%, 약 5배이고 전남7.2%보다도 크다. 따라서 하나로마트가 지역 경제에 기여하는 영향을 면밀히 분석할 필요가 있겠다. 2020년 제주도가 지역화폐인 탐나는전의 사용 가맹점을 모집·지정하는 과정에서 하나로마트의 긍정적, 부정적 영향이 상충하며 지역 내 갈등이 노출되었다. 이에 따라 제주도는 동 지역 하나로마트를 사용처에서 배제하는 절충안을 만들어 발표하였다.

이 연구는 하나로마트가 지역경제에 미치는 기여효과와 지역 상권에 미치는 영향을 분석하여, 하나로마트가 지역 및 주변 상권과 상생할 수 있는 방안을 분석하고자 수행되었다[4-6,9].

대형마트가 지역경제 및 주변 상권에 미치는 영향에 대한 연구는 다양한 분야에서 진행되고 있으나, 하나로마트 관련 연구는 매우 미흡한 실정이다. 이동엽, 천상현, 천성근(2020)은 고양시 원마운트와 스타필드의 개점 시점 전과 후의 개/폐업 점포 변화를 중심으로 복합 엔터테인먼트 쇼핑센터의 출점이 인근 상권에 미치는 영향을 분석하였으며, 박안수(2016)는 설문조사를 통해 농협 하나로마트가 지역농업인의 농가경제에 미치는 영향을 분석하였으나 소비자 및 판매자 만족도 분석으로 제한되었다.

아울러 본 연구는 지역별 하나로마트 현황분석과 소상공인 업종과 관계분석, 지역경제 기여효과를 분석하여 지역경제에 미치는 영향을 분석하였다. 이를 위해 지역 산업연관도형을 활용하여 하나로마트가 생산유발, 부가 가치 유발 및 취업유발 등 지역경제에 미치는 영향을 종합적으로 분석하는 기여도분석을 수행하였다. 또한 도내 지역화폐인 탐나는전의 사용이 가능 및 불가능한 지역의 하나로마트 이용객의 표본을 각각 추출하고, 이들을 대

상으로 설문 조사를 수행하여 소비자 인식 비교, 주변상권에 부정적으로 미치는 영향(경쟁효과), 주변상권을 추가로 이용하는 상황(집객효과) 등을 분석하였다.

2. 하나로마트 현황 분석

2016~2020년 5년 간의 하나로마트의 농축수산물 매출액은 Table 1과 같이 2016년 1,803.9억원에서 점차 증가하여, 2018년 2천억원을 돌파했고, 2020년에는 2,741억원으로 나타났다. 농축수산물 품목별 매출액추이를 보면, 축산물이 3,738.5억원으로 가장 높고, 과일 2,177.7억원, 채소 2,048.3억원, 수산물 1,455.2억원, 곡류 1,374.8억원, 특산물 96.6억원 순으로 나타났다.

Table 1. Annual Sales Trends of Agricultural, Livestock and Fisheries Products (Unit: 100M/Won)

Year	Cereal	Fruit	Vegetable	Specialty	Livestock	Fisheries	Total
2016	23,309	34,719	37,092	1,830	59,955	23,497	180,394
2017	22,429	37,681	37,392	1,912	66,123	26,181	191,714
2018	28,354	42,363	38,959	1,900	69,802	27,992	209,367
2019	30,936	45,587	40,991	1,959	77,677	30,375	227,527
2020	32,449	51,421	50,393	2,062	100,297	37,479	274,100
Total	137,477	211,771	204,827	9,663	373,854	145,524	1,083,102
Average	27,495	42,354	40,965	1,933	74,771	29,105	216,620

하나로마트의 공산품(생필품 및 식료품) 매출액은 Table 2에서 보는 바와 같이 2016년 1,901.6억원에서 점차 증가하여 2018년 2천억원을 돌파했고 2020년에는 2,530.5억원으로 나타났다. 2016~2020년 5년 동안 공산품(생필품 및 식료품) 품목별 추이를 보면, 식료품이 2016년 1,483.5억원에서 점차 증가해 2020년 2,047.7억원으로 증가하였고, 생필품은 동기간 동안 418.0억원에서 소폭 증가해 483.4억원으로 나타났다.

Table 2. Annual Sales Trends of Industrial Products (Unit: 100M/Won)

Year	Industrial goods		Total
	Daily necessity	Foodstuffs	
2016	41,807	148,353	190,166
2017	41,801	156,209	198,006
2018	44,502	168,615	213,123
2019	44,822	180,480	225,300
2020	48,342	204,714	253,056
Total	221,274	858,371	1,079,651
Average	44,255	171,674	215,930

따라서, Table 3과 같이 전체 취급품목(농축수산물+공산품)의 연도별매출액은 2016년 3,705.6억원에서 증가해 2018년 4,224.9억원으로 4천억원을 돌파하였고, 2020년에는 5,271.6억원으로 나타났다. 2016~2020년 5년 동안 전체 취급품목(농축수산물+공산품) 매출액의 합계는 농축수산물 1조 831억원, 공산품 1조 796억원 등 총합계 2조 1,627억원으로 나타났다.

Table 3. Annual Total Sales Trends of All items (Unit: 100M/Won)

Year	All items		
	Livestock and fishery products	Industrial goods	Total
2016	180,394	190,166	370,560
2017	191,714	198,006	389,720
2018	209,367	213,123	422,490
2019	227,527	225,300	452,827
2020	274,100	253,056	527,156
Total	1,083,102	1,079,651	2,162,753
Average	216,620	215,930	432,550

하나로마트의 농산물 주요 품목별 매출액 추이를 Table 4에서 보는 바와 같이 2016~2020년의 5년간의 평균을 기준으로 살펴보면, 감귤류가 59.8억원으로 농산물 전체 매출액 252.3억원의 23.7%를 차지해 가장 높고, 다음으로 마늘과 양파가 각각 28.7억원, 28.3억원으로 11.3%대로 거의 같고, 다음으로 무 15.2억원으로 6%, 당근류 12.5억원으로 4.9%의 순으로 나타났다.

Table 4. Annual Sales Trends of Citrus and Vegetables (Unit: 100M/Won)

	2016	2017	2018	2019	2020	Total	Average
Citrus(field)	3,565	3,815	4,944	4,438	4,438	21,201	4,240
Citrus (rain shelter)	16	55	33	38	19	160	32
Citrus(house)	78	338	382	610	884	2,290	458
Citrus(kumquat)	20	28	19	31	28	126	25
Citrus(late)	1,156	1,260	1,262	1,104	1,351	6,133	1,227
Citrus(total)	4,835	5,495	6,639	6,221	6,720	29,910	5,982
Carrot	880	1,17	1,009	1,115	1,810	5,991	1,198
Carrot(mini)	72	55	34	35	49	245	49
Carrot(total)	952	1,233	1,042	1,150	1,858	6,235	1,247
Garlic	2,900	2,939	2,758	2,709	3,031	14,337	2,867
Radish	1,586	1,396	1,545	1,423	1,670	7,619	1,524
Cabbage	700	701	753	670	1,073	3,897	779
Onion	2,562	3,097	2,513	2,282	3,695	14,149	2,830

하나로마트의 지역인력 고용창출 효과는 Table 5와 같이 2016년 698명(정규직 190명+비정규직 508명)에서 점차 증가해 2020년 천명을 돌파해 1,032명(정규직 264명+비정규직 768명)으로 나타났다. 따라서, 2016~

2020년 5년 동안의 총 고용창출 효과는 정규직 1,130명, 비정규직 3,272명으로 총 4,402명으로 나타났다. 하나로마트의 지역 고용인력의 급여소득은 2016년 212.6억원, 2017년 243.2억원 등으로 꾸준히 증가하여 2020년 370.7억원으로 나타났다. 따라서, 2016~2020년 5년 동안의 총급여소득은 정규직 571.7억원, 비정규직 869.6억원 등 총급여소득은 1,441.2억원으로 나타났다.

Table 5. Annual Job Creation Effect of Hanaro Mart (Unit: 100M/Won)

Year	Employment				Labor costs			
	Regular	Temporary		Total	Regular	Temporary		Total
		Full time	Part time			Full time	Part time	
2016	190	425	83	698	8,850	12,212	204	21,266
2017	208	445	143	796	10,035	13,917	374	24,326
2018	215	481	192	888	11,112	16,636	548	28,296
2019	238	539	196	973	12,911	19,668	580	33,159
2020	264	582	186	1,032	14,256	22,270	549	37,075
Total	1,130	2,472	800	4,402	57,165	84,703	2,255	144,122

3. 하나로마트 지역경제 파급효과 분석

3.1 하나로마트 지역경제 파급경로

하나로마트의 설립 및 운영에 따른 매출액, 건축투자비, 판매촉진비, 인건비 등 최종 수요 증대에 따른 지역 경제효과 파급경로는 Fig. 1의 그림과 같다.

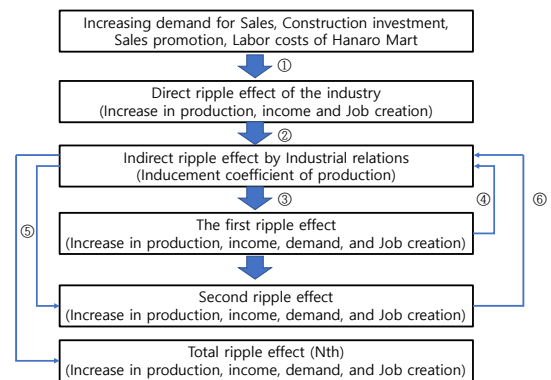


Fig. 1. The Path of Regional Economic Ripple Effect following the Establishment and Operation of Hanaro Mart

먼저 하나로마트의 설립과정에서 투자된 토지구입비를 제외한 건축 및 시설자재비의 건축투자비지출과 운영에 따른 매출액, 판매촉진비, 인건비 지출 등의 최종수요

가 증대된다. 이러한 최종수요의 증대는 해당산업의 직접적인 생산증가와 이 산업의 중간재를 사용하는 타산업의 생산증가를 초래하게 되고, 이러한 생산과정에 참여한 사람들의 추가적인 소득과 고용을 창출하게 된다. 즉 재화의 생산과정에서 중간재 투입에 대한 수요 외에 노동, 자본 등 기초 투입에 대한 수요를 발생시켜 새로운 고용기회를 창출하고, 새로운 부가가치(소득)를 유발시키며, 해외 중간재 수요를 증대시켜 수입을 유발시킨다. 이러한 연쇄 파급과정은 그 효과가 소멸되는 n차까지 영속적으로 영향을 미친다. 이러한 과정을 지역산업연관표의 행렬을 이용해서 나타내면 (1)과 같다.

$$AX+F-M = X \rightarrow X-AX = (F-M) \rightarrow (I-A)X = (F-M)$$

$$\therefore X = (I-A)^{-1}(F-M) \quad (1)$$

위에서 X는 지역산업 부문별 산출액 열「벡터」, I는 단위행렬, A는 지역투입계수행렬, F는 지역최종수요 열「벡터」, M는 지역수입 열「벡터」, 위의 (I-A)를 레온티에프 행렬이라 한다. (I-A)⁻¹를 생산유발계수행렬 또는 다부문승수라고 하는데, 역행렬(I-A)⁻¹을 (I-A)⁻¹=B=(b_{ij})_{n×n}으로 표기 하면 b_{ij}는 j부문의 최종수요 1단위를 충족하기 위해 필요한 i부문의 재화 또는 용역의 직·간접 생산단위를 나타낸다. 다시 말하면, 1단위 최종수요 충격(impact)에 의해서 직·간접으로 유발되는 생산유발효과를 나타낸다.

하나로마트의 설립 및 운영에 따른 지역경제 파급효과 분석모형은 한국은행에서 2015년 작성·발표한「2013년 제주지역산업연관표」의 통합대분류모형이며 이 모형의 세부 28개 중 주요 항목은 농림수산물, 광산품, 음식료품, 화학제품, 비금속광물제품, 1차 금속제품, 금속제품, 일반기계, 전기 및 전자기기, 정밀기기, 수송장비, 가구 및 기타제조업, 전력·가스 및 수도, 건설, 도소매서비스, 음식점 및 숙박서비스, 운수 및 보관, 통신 및 방송, 금융 및 보험 서비스, 부동산 및 사업서비스, 공공행정 및 국방, 교육 및 보건서비스, 사회 및 기타서비스 등이다.

3.2 하나로마트 지역경제 파급효과 분석

제주지역산업연관모형을 이용하여 하나로마트 농축수산물 매출액 증대에 따른 지역경제 파급효과를 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과로 나누어 분석하였으며 위의 분석을 하려면, 하나로마트의 농축수산물 매출액을 제주지역산업연관모형의 분류에 맞추어 재분류를 해야 되며 농축수산물의 매출액은 제주지역산업연관모형의 농림수산물 부문으로 분류하였다. 2016~2020년 과거 5년 동안의 하나로마트 농축수산물 매출액 증대에 따른 지

역경제 파급효과 분석결과에 따르면, Table 6과 같다.

생산유발효과는 3,202.6억원(2016년) ~ 4,866.3억원(2020년)총 1조 9,229억원(평균 3,845.8억원)이며 부가가치유발효과는 1,552.2억원(2016년)~2,358.6억원(2020년)총9,319.8억원(평균 1,863.9억원)이다. 취업유발효과는 4,881명(2016년)~7,417명(2020년)으로 총 29,308명(평균 5,862명)이다.

Table 6. Annual Ripple Effect on the Local Economy from the Increase in Sales of Hanaro Mart's Agricultural, Livestock and Fisheries Products

Year	Production (100M/Won)	Value-added (100M/Won)	Employment (Person)
2016	320,266	155,224	4,881
2017	340,364	164,965	5,188
2018	371,704	180,155	5,665
2019	403,945	195,781	6,157
2020	486,630	235,856	7,417
Total	1,922,909(384,582)	931,981(186,396)	29,308(5,862)

제주지역 산업연관모형을 이용하여 하나로마트 식품 및 생필품 매출액 증대에 따른 지역경제 파급효과를 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과로 나누어 분석하였으며 위의 분석을 하려면, 하나로마트의 식품 및 생필품 매출액을 제주지역산업연관모형의 분류에 맞추어 재분류를 해야 된다. 제주지역산업연관모형에서 하나로마트의 식품 매출액은 음식료품 부문으로, 생필품 매출액은 화학제품 부문으로 분류했다. 2016~2020년 과거 5년 동안의 하나로마트 공산품(식품 및 생필품)매출액 증대에 따른 지역경제 파급효과 분석결과에 따르면, Table 7과 같다.

생산유발효과는 4,131.2억원(2016년)~5,525.2억원(2020년)총 2조 3,516.3억원(평균 4,703.3억원)이며 부가가치유발효과는 1,585.6억원(2016년)~2,138.2억원(2020년)총 9,064.7억원(평균 1,812.9억원)이다. 취업유발효과는 4,418명(2016년) ~ 5,988명(2020년)으로 총 25,323명(평균 5,065명)이다.

Table 7. Annual Ripple Effect on the Local Economy from Hanaro Mart's Industrial Products

Year	Production (100M/Won)	Value-added (100M/Won)	Employment (Person)
2016	413,127	158,569	4,418
2017	430,836	165,781	4,626
2018	463,890	178,617	4,986
2019	491,253	189,685	5,305
2020	552,524	213,821	5,988
Total	2,351,630(470,326)	906,472(181,295)	25,323(5,065)

제주지역 산업연관모형을 이용하여 초기투자에 따른 지역경제 파급효과를 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과로 나누어 분석하였으며 위의 분석을 하려면, 초기 투자비를 제주지역산업연관모형의 분류에 맞추어 재분류를 다음과 같이 하였다. 토지비는 원래 산업연관분석에서는 제외하므로 포함시키지 않았고, 건축비는 건설부문으로, 시설자재비(인테리어 포함)는 산업연관표에서는 전문 과학 및 기술서비스업으로 28개의 분류상으로는 부동산 및 사업서비스로 분류하였다. 하나로마트의 설립과정에서 건축비 및 시설자재비(인테리어 포함) 투자에 따른 지역경제 파급효과 분석결과에 따르면, Table 8에서 보는 바와 같이 생산유발효과는 1,901.2억원, 부가가치유발효과는 886.1억원, 취업유발효과는 1,523명으로 나타났다.

Table 8. Annual Ripple Effect on the Local Economy from Initial Investment of Hanaro Mart

Production (100M/Won)	Value-added (100M/Won)	Employment (Person)
190,128	88,612	1,523

제주지역 산업연관모형을 이용하여 하나로마트의 판매촉진비 지출증대에 따른 지역경제 파급효과를 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과로 나누어 분석하였으며 위의 분석을 하려면, 판매촉진비를 제주지역산업연관모형의 분류에 맞추어 재분류를 다음과 같이 하였다. 판매촉진비(광고선전비 포함) 전체를 부동산 및 사업서비스로 분류하여 분석하였다. 2016~2020년 과거 5년 동안의 하나로마트 판매촉진비 지출 증대에 따른 지역경제 파급효과 분석결과에 따르면, Table 9와 같이 생산유발효과는 12.8억원(2016년) ~ 22.7억원(2020년)으로 총 92.2억원(기간평균 18.5억원) 부가가치유발효과는 8.6억원(2016년) ~ 15.2억원(2020년)으로 총 9,064.7억원(기간평균 12.3억원) 취업유발효과는 9명(2016년) ~ 16(2020년)으로 총 65명(기간평균 13명)으로 나타났다.

Table 9. Annual Ripple Effect on the Local Economy from Sales Promotion Expenditure of Hanaro Mart

Year	Production (100M/Won)	Value-added (100M/Won)	Employment (Person)
2016	1,284	858	9
2017	1,733	1,159	12
2018	1,968	1,316	14
2019	1,968	1,316	14
2020	2,273	1,520	16
Total(Average)	9,226(1,845)	6,169(1,234)	65(13)

하나로마트의 인건비 지출증대에 따른 지역경제 파급효과를 분석하기 위해서는 전체 인건비의 소비항목별 지출비율을 알고 이를 기준으로 소비항목별 지출액을 추정하는 작업이 선행되어야 하며 먼저, 통계청의 도시근로자 가계의 연도별 소비항목별 지출비율을 최근 2년간(2019~2020년)의 평균비율을 통해 산정하였다. 앞에서 산정한 가계의 연도별 소비항목별 지출비율을 근거로 총임금(인건비)을 곱하고 여기에 고성보(2004.1)을 참조하여 전체의 근로소득중 소비지출로 이뤄지는 비율을 0.55를 가정하여 최종적인 임금지출에 따른 소비항목별 지출액을 추정하였다.

제주지역 산업연관모형을 이용하여 인건비 지출증대의 지역경제파급효과를 분석하기 위해서는 앞에서 산정한 임금지출에 따른 소비항목별 지출액 추정을 제주지역 산업연관모형의 28개의 대분류에 맞추어 재분류하여 다음과 같이 연도별, 품목별로 세분하여 정리하였다. 임금지출의 산업연관표상 분류에 따르면, 사회 및 기타서비스, 교육 및 보건, 음식료품, 음식점 및 숙박 등의 순으로 나타났다. 위에서 분류된 자료를 이용하여, 제주지역 산업연관모형을 이용하여 하나로마트의 임금소비 지출증대에 따른 지역경제 파급효과를 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과로 나누어 분석하였다. 하나로마트의 임금소비 지출증대에 따른 지역경제 파급효과 2016~2020년 과거 5년 동안의 분석결과에 따르면, Table 10에서 보는 바와 같이 생산유발효과는 214.7억원(2016년)~374.3억원(2020년)총 1,583.7억원(기간평균 316.8억원)이고 부가가치유발효과는 102.9억원(2016년)~179.4억원(2020년)총 759.3억원(기간평균 151.9억원)이며 취업유발효과는 315명(2016년) ~ 549명(2020년)총 2,324명(기간평균 465명)으로 나타났다.

Table 10. Annual Ripple Effect on the Local Economy by Increase in Wage Consumption Expenditure of Hanaro Mart

Year	Production (100M/Won)	Value-added (100M/Won)	Employment (Person)
2016	21,470	10,294	315
2017	37,430	17,946	549
2018	28,567	13,697	419
2019	33,477	16,051	491
2020	37,430	17,946	549
Total(Average)	158,374(31,675)	75,934(15,187)	2,323(465)

4. 하나로마트 상권 및 인식 조사 분석

4.1 설문조사 개요

조사대상은 제주지역 농협 하나로마트 이용 고객500명을 대상으로 하였으며, 조사기간은 2021년 10월 19일~25일까지 일주일간 1:1 개별 면접조사로 진행하였다. 설문응답자의 특성은 Table 11에서 보는 바와 같으며 Table 12는 제주지역 하나로마트 현황이다.

Table 11. Survey Respondent Characteristics

Division		N	%
Total		500	100
Mart location	Jeju-si dong	90	18
	Jeju-si eup-myeon	187	37.4
	Seogwipo-si dong	95	19
	Seogwipo-si eup-myeon	128	25.6
Gender	Man	205	41
	Woman	295	59
Age group	20's	37	7.4
	30's	60	12
	40's	123	24.6
	50's	123	24.6
	60's	94	18.8
	70's over	63	12.6
Residence	Jeju-si dong	102	20.4
	Jeju-si western eup-myeon	119	23.8
	Jeju-si eastern eup-myeon	60	12
	Seogwipo-si dong	87	17.4
	Seogwipo-si western eup-myeon	59	11.8
	Seogwipo-si eastern eup-myeon	73	14.6
Job	Agriculture, Fisheries and Livestock Industry	112	22.4
	Self-employment	77	15.4
	Clerical, Professional, and Public Officials	81	16.2
	Sales service industry	43	8.6
	Technical profession	34	6.8
	Housewife	105	21
	Student	16	3.2
	Unemployed	32	6.4
Household income	Less than 2 million won	100	20
	Less than 2 to 3 million won	113	22.6
	Less than 3 to 4 million won	142	28.4
	Less than 4 to 5 million won	85	17
	Less than 5 to 6 million won	44	8.8
	More than 6 million won	16	3.2
Union member	Union member	227	45.4
	Non-union member	273	54.6

Table 12. Current Status of Hanaro Mart in Jeju

Division	Location	Total
Jeju-si dong	Jeju Branch	1
	Nohyeong Branch	1
	Ara Branch	1
	Ora Branch	1
Aewol-eup	Samhwa Branch	1
	Hagwi Branch	1
	Aewol Branch	1
Hanlim-eup	Mini Bongseong Branch	1
	Hanlim Branch	1
Hankyung-myeon	Gosan Branch	1
	Hankyung Branch	1
Jocheon-eup	Hamdeok Branch	1
	Jocheon Branch	1
	Sinchon Branch	1
	Hamdeok Central Branch	1
	Jocheon Nonghyup Local Food Direct Store	1
Gujwa-eup	Gujwa Branch	1
	Gujwa Nonghyup udo	1
	Gimnyeong Branch	1
Seogwipo-si dong	Gimnyeong Nonghyup Hanaro Mini Woljeong Branch	1
	Seogwipo Nonghyup Hanaro Mart Main Branch	1
	Jeju Citrus Nonghyup Hanaro Mart	1
	Seogwipo Nonghyup Hanaro Mart Cheonjigani Branch	1
	Seogwipo-si livestock industry cooperative New Town Branch	1
	Seogwipo-si Livestock Cooperative Black Korean Beef Premium Mart	1
	Hyodon Nonghyup Hanaro Mart	1
	Seogwipo Nonghyup Hanaro Mart Topyeong Branch	1
	Seogwipo Nonghyup Hanaro Mart Beophwan Branch	1
	Seogwipo Nonghyup Hanaro Mart Sanghyo Branch	1
Daejeong-eup	Daejeong Nonghyup Hanaro Mart Main Store	1
	Daejeong Nonghyup Hanaro Mart Mureung Branch	1
Andeok-myeon	Andeok Nonghyup Hanaro Mart	1
	Andeok Nonghyup Hanaro Mart sagye Branch	1
Jungmun	Andeok Nonghyup Hanaro Mart changcheon Branch	1
	Jungmun Nonghyup Hanaro Mart Main Branch	1
Namwon-eup	Jeju Namwon Nonghyup Hanaro Mart	1
	Wimi Nonghyup Hanaro Mart	1
	Wimi Nonghyup Hanaro Mart sinrye Branch	1
	Wimi Nonghyup Hanaro Mart harye Branch	1
	Wimi Nonghyup Hanaro Mart harye 2-ri Branch	1
	Namwon Nonghyup Hanaro Mart Shinheung 2-ri Branch	1
Pyoseon-myeon	Pyoseon Nonghyup Hanaro Mart	1
	Pyoseon Nonghyup Hanaro Mart Seongeup Branch	1
	Pyoseon Nonghyup Hanaro Mart Jeju Training Center	1
Seongsan-eup	Pyoseon Nonghyup Hanaro Mart Gasi Branch	1
	Seongsan Ilchulbong Nonghyup Hanaro Mart	1
	Seongsan Ilchulbong Nonghyup Hanaro Mart Seongsanpo Branch	1
	Seogwipo Livestock Farm Livestock Plaza Seongsan Branch	1

4.2 설문조사 통계와 의미

하나로마트에서 향후 확대되어야 할 품목으로 반찬류(20.4%), 가공식품(18.7%), 의류·신발(11.5%)을 주로 확대해야 한다고 응답했으며 연령대별로 20대는 가공식품(28.6%), 30·40대는 반찬류 품목 확대를 희망했다. 하나로마트에서 가장 가격 경쟁력이 있는 품목으로는 채소류(40.8%), 축산물(23.6%), 과일류(20.8%) 등 신선 농산물의 가격 경쟁력이 있다고 응답하였다. 하나로마트에서 가장 품질 경쟁력이 있는 품목으로는 축산물(40.4%), 과일류(25.4%), 채소류(23.6%)의 품질 경쟁력이 있다고 응답되었다. 서귀포시 동지역 하나로마트 외에 나머지 지역에서 모두 축산물의 품질 경쟁력이 가장 높다고 응답되었다. 제주도 동지역 하나로마트 이용객은 축산물, 채소류의 경쟁력이 높다고 응답했으며 서귀포시 동지역 하나로마트 이용객은 과일류의 품질 경쟁력이 가장 높다고 응답하였다. 서귀포시 읍면지역 하나로마트 이용객 중 50% 이상이 축산물 품질 경쟁력이 가장 높다고 응답하였다. 따라서 하나로마트 농산물의 품질 경쟁력은 고객들에게 신뢰를 주고 있는 상황이라고 할 수 있다. 하나로마트를 이용하는 주된 이유는 매장 접근성(53.2%), 상품의 품질(29.0%), 상품 종류의 다양성(10.6%) 등 순으로 조사되었다. 제주도 동지역 이용객은 상품의 품질(43.4%)을 가장 중요한 요인으로 선택했으며 제주도 읍면, 서귀포시 동지역, 서귀포시 읍면지역 이용객 중 50% 이상이 매장접근성을 주된 요인으로 선택하였다. 따라서 매장 접근성 및 상품의 품질 제고는 하나로마트의 성장에 기여할 것으로 사료된다. 하나로마트 이용 빈도는 '1주일에 한번'(37.0%), '2~3일에 한번'(21.4%), '4~5일에 한번'(19.2%) 순으로 조사되었다. 모든 지역의 하나로마트에서 '1주일에 한번'이라는 응답비율이 가장 높았으며 제주도 읍면지역에서 '거의 매일'과 '2~3일에 한번' 이용한다는 응답비중(36.9%)이 높은 것이 특징이었다. 제주도 동지역은 '거의 매일' 이용한다는 응답이 1.1%로 낮은 수준이었다. 따라서 1주일에 한번 정도 방문 구매(주 단위 소비량)를 하는 이용자의 만족도를 높이는 전략 집중이 필요하겠다. 하나로마트 이용 만족도는 만족하는 편(60.4%), 보통(22.6%), 매우만족(13.2%)의 순으로 응답되었다. 하나로마트 이용 후 주변 지역상권 이용 빈도 감소 여부는 비슷하다(43.4%), 그렇지 않은 편이다(11.2%), 전혀 그렇지 않다(1.6%)가 56.2% 감소한 편이다(40.4%), 매우 감소한 편이다(3.4%)가 43.8%로 조사되었다. 모든 지역에서 하나로마트 이용 후 주변

지역상권 이용 빈도가 '비슷하다'는 응답비율이 가장 높게 나타났는데 특히 제주도 동지역은 '비슷하다', '그렇지 않다', '전혀 그렇지 않다'는 응답이 75.5%로 매우 높고, '감소한 편이다'와 '매우 감소한 편이다'는 응답이 24.4%로 낮게 나타났다. 제주도 읍면지역 하나로마트 이용객이 주변 지역상권 이용 빈도가 감소하였다는 질문에 '감소한 편이다'와 '매우 감소한 편이다'라고 응답한 비중의 합이 절반(55.1%)을 상회한 것이 특징이다. 제주도 읍면 및 서귀포시 읍면 하나로마트, 주변 상권과의 보완, 상생 방안 강구가 필요하겠다(6,8).

5. 요약 및 결론

제주지역 하나로마트가 도내 농식품 유통의 중심 역할을 수행하고 지역경제에 기여하고 있는 한편, 하나로마트의 대형마트 역할로 인해 주변 상권의 소비를 흡수하게 되면 지역 소상공인에게 부정적인 영향을 미칠 우려도 지속적으로 제기되고 있는 상황이다.

이 연구는 하나로마트가 지역경제에 미치는 기여효과와 지역 상권에 미치는 영향을 분석하여, 하나로마트가 지역 및 주변 상권과 상생할 수 있는 방안을 분석하였다.

지역산업연관분석 결과 하나로마트의 농축수산물, 식품 및 생필품 판매, 판매촉진비, 임금소비 지출 등의 최근 5개년(2016-2020) 총합계 생산유발효과 4조 4,421억 원, 부가가치유발효과 1조 9,205억 원, 취업유발효과 57,019명으로 나타났다. 2016-2020년 동안 기간평균 생산유발효과 8,884억 원, 부가가치유발효과 3,841억 원, 취업유발효과 11,404명으로 나타났다. 하나로마트 설립 시 초기 건축투자에 따른 생산유발효과는 1,901억 원, 부가가치유발효과 889억 원, 취업유발효과 1,523명 창출되는 것으로 나타내었다.

이 연구결과는 향후 하나로마트가 제주 농업과 경제에 미치는 영향을 정량적으로 분석한 결과를 바탕으로 홍보와 발전 전략에 활용될 수 있을 것으로 사료된다. 이 연구는 하나로마트가 지역경제에 기여하는 효과는 큰 반면에, 지역 소상공인 업종을 잠식하는 부정적인 효과는 제한적인 상황이라는 것은 확인을 하였다. 향후 농협은 하나로마트 주변 지역 상권에 미치는 영향을 고려하여 상생방안에 대해 선제적으로 강구하는 방안에 대해서는 향후 과제로 남긴다.

References

- [1] A. S. Park, "An Analysis of Economic Impact on Farm Household Economy by Hanaro Marts-Focusing on Jeollanam-do Hanaro Marts", Chonnam National University, 2016.
- [2] Y. G. Suh, K. D. Han, "The impact of Large Discount Stores on the Retail Trading Area in Seoul Metropolitan Area: A Spatial-Econometric Analysis", Journal of Channel and Retailing, Vol. 20 No. 2, pp. 47-64, 2015.
DOI: <https://dx.doi.org/10.17657/jcr.2015.04.30.3>
- [3] H. Chung, Y. K. Lim, P. H. Choi, "A Study on Differential Effects of Large Retailers on Local Economies: Changes in the Numbers of Establishments and Workers", Journal of Channel and Retailing, Vol. 25 No. 1, pp. 101-115, 2020.
DOI: <https://dx.doi.org/10.17657/jcr.2020.01.31.5>
- [4] M. J. Lee, Y. J. Kim, "The Influence of Discount Stores on the Profit Rate of Small Merchants in Local Downtown : Focusing on Chungnam Prefecture", GRI REVIEW, VOL. 21 NO. 2, pp. 1-21, 2019.
- [5] Y. S. Lee, "Analysis of Encroachment of Traditional Market's Trade Area by Location of Large Retail Store - Focused on Pohang-si, Kyeongsankbuk-do", Journal of Real Estate Analysis, Vol. 4 No. 2, pp. 119-140, 2018.
DOI: <https://dx.doi.org/10.30902/jrea.2018.4.2.119>
- [6] Y. C. Lee, C. H. Kim, C. S. Lee, "The Study of Effects of Super-Store and SSM on the Regional Commercial District: Based on CBD of the Gangneung-Wonju-Geojie", Journal of the Korean Regional Development Association, Vol. 27 No. 5, pp. 147-166, 2015.
- [7] K. H. Cho, "Economic Contributions of Discount Store and Super Super Market(SSM) to Regional Economy", Journal of Distribution and Management Research, Vol. 17 No. 3, pp 99-114, 2014.
DOI: <https://dx.doi.org/10.17961/jdmr.17.3.201406.99>
- [8] C. H. Cho, J. H. Suh, "A Study on the Effect of Super-Low-priced Franchise Stores' Openings on the Revenue of Commercial Areas and Local Stores : DAISO Stores as Case", Franchising Journal, Vol. 6 No. 1, pp. 1-26, 2020.
DOI: <https://dx.doi.org/10.22985/kasof.2020.6.1.001>
- [9] D. Y. Lee, S. H. Cheon, H. G. Sung, "How Does the Opening of Complex Urban Entertainment Centers Affect a Nearby Retail Trading Area? : Focused on Onemount and Starfield in Goyang City", Journal of Korea Planning Association, Vol. 55 No. 5, pp. 70-82, 2020.
DOI: <https://dx.doi.org/10.17208/jkpa.2020.10.55.5.70>

문 태 원(Tae-Wan Moon)

[정회원]



- 2018년 2월 : 제주대학교 일반대학원 농업경제학과 (경제학석사)
- 2018년 3월 ~ 현재 : 제주대학교 일반대학원 농업경제학과 박사과정

<관심분야>

농업경제학, 생산경제학, 농산물 수급분석

고 성 보(Seong-Bo Ko)

[종신회원]



- 1995년 2월 : 고려대학교 농업경제학과 박사
- 1997년 5월 ~ 2004년 8월 : 제주발전연구원 연구실장
- 2004년 9월 ~ 현재 : 제주대학교 산업응용경제학과 교수

<관심분야>

생명산업정책, 농업관측론, 지역산업연관분석, 응용계량경제

김 화 년(Hwa-Nyeon Kim)

[정회원]



- 2007년 5월 : Texas A&M Univ. 농경제학과 박사
- 2006년 12월 ~ 2017년 8월 : 삼성경제연구소 수석연구원
- 2017년 9월 ~ 현재 : 제주대학교 산업응용경제학과 부교수

<관심분야>

자원환경경제, 국제원자재시장, 국제농업

양 성 준(Seong-Jun Yang)

[준회원]



- 2022년 3월 ~ 현재 : 제주대학교
농업경제학과 석사과정

〈관심분야〉

농업경제학, 농산물 수급분석

김 배 성(Bae-Sung Kim)

[종신회원]



- 1996년 6월 : 고려대학교 대학원
경제학 박사
- 1997년 7월 ~ 2003년 1월 : 한국
생명공학연구원, Post-Doc. 연구
원, 선임기술원
- 2003년 2월 ~ 2012년 2월 : 한국
농촌경제연구원 연구위원
- 2012년 3월 ~ 현재 : 제주대학교 산업응용경제학과 교수

〈관심분야〉

생산경제학, 농산물가격론, 농산물 수급분석, 농업에너지