

세계도시동향

Global Urban Trend

헤드라인뉴스 지역 관광산업 부흥을 위한 새로운 마케팅 전략 추진

사회·복지 이웃 간에 시간과 재능을 나누는 '시간은행' 프로젝트 시행

도시계획·주택 코로나 시대 '지역 공동체를 위한 거리 만들기 프로그램' 시행

정보·기타 시민 편의를 위해 공공 애플리케이션 운영 확대
금융서비스 선진화를 위한 모바일송금시스템 '엠펙사' 운영

세계도시동향 해외통신원

〈북·중·남미〉

뉴욕	윤규근
로스앤젤레스	최윤경
샌디에이고	김민희
샌프란시스코	박신아
시카고	강기향
올랜도	박혜진
워싱턴 D.C.	이정근
하와이	임지연
휴스턴	이경선
에드먼턴	장지훈
토론토	고한나

〈아시아·아프리카〉

쿠알라룸푸르	홍성아
싱가포르	이은주
뉴델리	박원빈
	박효택
자카르타	박재현
도쿄	이선인
광저우	손지현
베이징	정민욱
상하이	문혜정
충칭	모종혁
칭다오	강경이
나이로비	한 울

〈유럽〉

암스테르담	장한빛
베를린	신희완
	유진경
	홍남명
프랑크푸르트	이은희
하노버	이희재
스톡홀름	허윤희
바르셀로나	박정수
	진광선
런던	이용훈
로마	서동화
피렌체	김예름
보르도	김준광
파리	김나래

지역 관광산업 부흥을 위한 새로운 마케팅 전략 추진

미국 플로리다주 / 문화·관광

미국 플로리다주 경제에서 가장 중요한 역할을 차지하고 있는 관광산업은 코로나19 팬데믹으로 인해 직격탄을 맞았음. 이에 플로리다주와 플로리다 관광산업 간의 민관 파트너십으로 운영되는 'Visit Florida'를 중심으로 플로리다 관광산업 전문가들이 협력하여 지역 관광산업을 부흥하기 위한 새로운 마케팅 전략을 수립. 2024년까지 진행되는 이 마케팅 전략은 현재 성공적으로 진행되고 있음

배경

- 미국 플로리다주는 2021년 2분기 3,170만 명의 관광객 유치에 성공
 - 이는 코로나19 팬데믹으로 전 세계 관광산업이 황폐화된 2020년 같은 기간 대비 223.4% 증가한 수치임
 - 플로리다 관광산업의 회복은 미국 내 타 지역에서 온 관광객들에 의해 견인되었으며, 2021년 1월부터 3월까지 플로리다를 방문한 미국 내 방문객 수는 약 3천만 명임
- 코로나19 백신접종 확산과 플로리다주의 지속적인 관광마케팅 노력의 결과가 나타남
 - 현재 플로리다주 관광산업의 긍정적인 현황은 코로나19 확산 방지를 위한 백신 접종의 확대와 플로리다주의 지속적인 관광마케팅 노력의 결과임
 - 코로나19로 인해 2020년 한 해 미국 내 대부분 지역에서 호텔, 테마파크, 관광명소를 폐쇄했지만, 플로리다주는 최소한의 관광자원을 활용하면서 지역관광마케팅 조직인 Visit Florida를 중심으로 상황을 조금씩 개선시켜 나감
 - 관광산업 회복을 위한 Visit Florida의 새로운 마케팅 전략은 2020년 여름 본격적으로 시작되었으며, 현재 진행 중임
- 관광산업 부흥을 통한 지역경제 재활성화를 목표로 대규모 예산 확보
 - 2021년 7월 1일 플로리다주는 Visit Florida의 성공적인 관광마케팅 활동을 위해 5천만 달러의 예산을 투입하기로 결정
 - 코로나19로 인한 위기를 극복하기 위해 제정된 법으로 알려진 미국 연방 경기부양 법인 CARES(Coronavirus Aid, Relief, and Economic Security Act)를 통해 미 상무부 경제개발청에서 5백만 달러, 소상공인 및 중소기업 구제를 위한 미국 구조 계획법(American Rescue Plan Act)을 통해 2,500만 달러의 예산을 연방정부로

부터 추가 확보

- 또한, 민간 부문의 관광산업 단체와 기업들이 Visit Florida와의 협동 마케팅 전략 및 광고 참여를 위해 약 9백만 달러를 제공하기로 함

Visit Florida 관광 활성화 전략의 주요 내용

- Visit Florida는 미국 내 코로나19 백신접종의 확산과 전 세계적으로 국제 여행이 어려운 상황을 고려해 2021년 국내 여행객 유치를 우선 목표로 정함
 - 코로나19로 인한 제약으로 집에만 머물고 있던 잠재관광객들에게 휴가가 주는 가치와 플로리다의 다양한 관광자원을 통해 휴가를 알차게 즐길 수 있음을 지속적으로 홍보
 - Visit Florida는 소비자 행동 데이터를 분석한 후 공공위생에 기반한 스토리텔링 및 마케팅 캠페인을 시작하였으며, 미국 전역의 국내관광객 유치를 위한 캠페인과 플로리다 주민 관광객 유치를 위한 캠페인으로 나누어 진행
- 미국 전역의 국내 관광객 유치를 위한 캠페인(Domestic Rebound Campaign)
 - 사람들이 여행을 떠날 가치가 있다고 믿게 하고, 휴가 장소로 플로리다를 가장 먼저 떠올릴 수 있도록 하는 것을 목표로 설정
 - 야외 활동, 가상세계에서의 활동 및 이벤트, 사회적 거리두기를 고려한 휴가 계획, 당일 여행, 차량 렌탈 등에 초점을 맞춘 150개 이상의 콘텐츠를 제작하여 홍보. 이 과정에서 많은 광고 노출을 목표로 다음과 같은 광고채널을 활용
 - 플로리다에서 반경 700마일 이내의 지역을 대상으로 한 디지털TV
 - 온라인에서 많은 시간을 보내는 잠재관광객을 대상으로 한 온라인 디스플레이 광고
 - 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 스냅챗, 아마존, 핀터레스트 등 소셜 미디어의 유료 광고 및 미디어 인플루언서 활용
 - 미국 내 주요 언론매체 및 출판물(신문, 잡지 등)과의 콘텐츠 제휴
- 플로리다 주민 관광객 유치를 위한 캠페인(In-State Rebound Campaign)
 - Visit Florida는 플로리다의 전반적인 경제 회복과 코로나19 팬데믹으로 어려움을 겪고 있는 소규모 관광사업을 지원하기 위해 플로리다 내 관광 마케팅 캠페인도 함께 진행
 - 이 캠페인은 플로리다에 거주하고 있는 주민들에게 다른 지역의 많은 사람이 플로리다를 직접 경험하기 위해 먼 곳에서 올 정도로 플로리다가 세계적 수준의 관광 기회를 제공한다는 점을 지속적으로 상기시키고, 플로리다 내 여행을 통해 플로리다 지역 경제를 지원하고 플로리다에 사는 것에 대한 자부심을 고취하고자 함

- 플로리다 주민을 대상으로 한 관광 캠페인에서는 플로리다의 대표적인 관광지뿐 아니라 잘 알려지지 않은 관광명소를 새롭게 소개
- 이 과정에서 많은 광고 노출을 목표로 다음과 같은 광고채널을 활용
 - 잭슨빌, 마이애미-포트로더데일, 펜사콜라, 올랜도-데이토나, 탬파-세인트, 사라 토사, 팜비치, 텔러해시 등에 위치한 플로리다 내 지역 방송국 광고
 - 훌루(Hulu), 판도라(Pandora) 및 디즈니 채널 등의 디지털 광고
 - 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 스냅챗, 아마존, 핀터레스트 등 소셜 미디어의 유료 광고(소셜 미디어의 인플루언서 활동 포함)

<https://www.wtsp.com/article/news/regional/florida/tourism-in-florida/67-296ccec3-bf89-4e83-9454-456186bdbfcf>

<https://www.marketwatch.com/story/floridas-desantis-on-surge-in-states-tourism-when-you-reject-lockd-owns-and-unnecessary-mandates-your-economy-will-thrive-11629398047>

<https://www.mysuncoast.com/2021/08/16/florida-sees-tourism-rebound-second-quarter/>

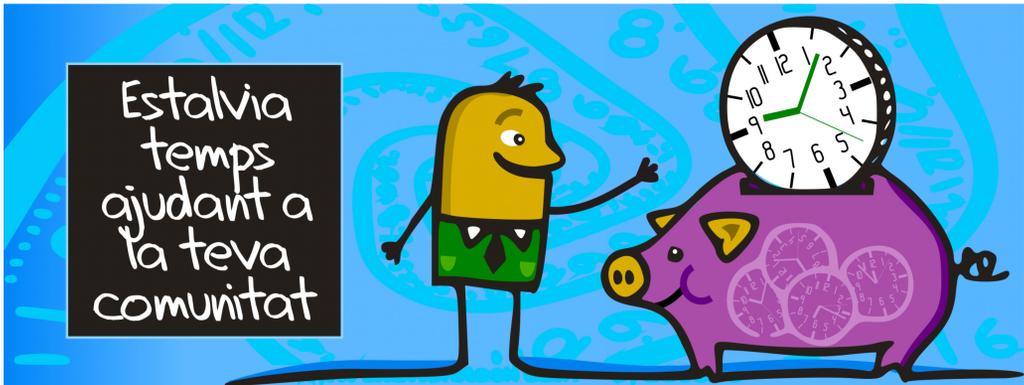
<https://www.visitflorida.org/>

박혜진 통신원, hj2201@ufl.edu

이웃 간에 시간과 재능을 나누는 ‘시간은행’ 프로젝트 시행

스페인 바르셀로나시 / 사회·복지

바르셀로나시에서는 시민들이 시간을 화폐로 사용하여 각자에게 필요한 서비스를 서로 교환하는 ‘시간은행(Bancs del temps)’ 프로젝트를 지역별로 운영. 아픈 아이 돌봐주기, 아이 숙제 도와주기, 반려 동물 및 식물 돌보기, 가전제품 수리 등 이웃 간의 생산적인 서비스 교환과 교류를 통해 지역사회 내 연대를 강화



[그림] 시간은행은 시간을 화폐 단위로 삼고 서비스를 상호 교환하는 지역 단위 플랫폼

배경

- 시민들의 시간을 효율적으로 사용하기 위한 시간 활용 정책 수립
 - 노동시장에 따라 개인, 가족, 지역사회 생활이 크게 좌우되는 시민들의 일상생활을 개선
 - 돌봄을 사회 경제적 삶의 중심으로 삼고 수립한 ‘돌봄의 민주화 정책(Mesura de Govern per una Democratització de la Cura)’의 일환
 - 효율적인 시간 활용을 통한 사회적 불평등 및 고립 개선, 삶의 질 향상
- 대부분의 일상생활이 이루어지는 지역 차원의 시간 활용 정책
 - 돌봄의 민주화를 위해 지역 공동체의 돌봄 관련 이니셔티브 지원
 - 돌봄이 필요한 구성원이 있는 가정을 지원
 - 청년 실업 해결을 위한 교육 프로그램 지원
 - 방과후 활동을 제공하는 학교, 기관, 단체 간의 네트워크 구축을 통한 협력

- 일과 가정, 개인 활동의 조화를 위한 기업 및 단체 차원의 시간 활용 정책
 - 일, 가정, 개인 활동의 조화는 시민 모두의 평등한 시간을 만들기 위한 기본이며, 이를 위해 개인을 중심에 두고, 공동 책임과 돌봄에 가치를 부여
 - 시간 관리 개선 및 일, 가정, 개인 생활의 조화를 촉진하고 생산성과 신뢰도 향상을 위해 노력하는 90개 이상의 회사들로 기업 네트워크 조직 구성
 - 시간 관리에 혁신적인 기업을 선정하여 시상
 - 돌봄 서비스 제공 등에 부정적인 영향을 미치는 불평등에 맞서고, 돌봄에 가치 등을 부여하는 일련의 조치를 통해 돌봄 경제를 지원하고 공동 책임을 촉진
- 시간 공유를 기반으로 한 시간 활용 정책
 - 시간은 현대 사회에서 그 가치가 가장 크게 변화하고 있는 요소 중 하나이며, 인터넷 P2P 네트워크를 통해 교환 화폐 기능도 수행
 - 바르셀로나市는 각 지역 단체 네트워크와 가족보건협회 및 돌봄 프로그램 추진 기관과의 협력을 통해 시민들의 시간과 서비스를 교환·교류하는 시간은행 프로젝트를 진행
 - 책임 있는 소비 촉진을 위한 물물교환 네트워크 구축
 - 모두가 동등한 위치에서 상호주의를 통해 저렴한 비용으로 학습을 공유하고 교환하는 지식 교환 시행
 - 투자 커뮤니티에서 문화 프로젝트를 위한 크라우드 펀딩 네트워크까지 다양한 대체 자금 조달을 위한 이니셔티브를 만들고, 지역경제 활성화를 위한 경제 네트워크 구축
 - 협업 네트워크 활성화를 위한 무료 소프트웨어 제공과 다양한 네트워크 운영에 필요한 연구 및 법률 정보 제공
 - 도시 내 교환 네트워크 구축에 관심이 있는 시민과 단체를 위해 市에서 관련 자료 제공

‘시간은행’ 프로젝트의 주요 내용

- 프로젝트의 목적
 - 지역사회 내 유대를 강화하고 개인의 삶의 질 향상에 기여하는 연대 및 교류 활성화
 - 연령대와 세대가 다른 사람들 사이의 교류를 통해 협력, 타인에 대한 신뢰, 반소비주의 가치를 형성
- 프로젝트 운영 내용
 - 일상생활의 문제점 해결을 위해 서로 돕고자 하는 사람들 간에 시간 교환을 기반으로 하는 활동 수행

- 시간은행은 돈을 사용하지 않는 은행으로 교환 화폐 단위는 시간이며, 제공받는 모든 서비스에 동일한 가치를 부여
- 시간을 제공하는 사람은 자신이 제공하는 시간과 동일한 시간만큼 다른 사람의 서비스를 신청할 수 있음
- 시간은행에 등록된 회원들이 요청할 수 있는 서비스 목록과 받은 서비스에 대한 대가로 제공할 시간 등이 기록
- 시간은행에서 교환되는 서비스는 동일한 시간은행에 등록된 회원에게 제공되며, 모든 회원은 각자의 능력에 맞는 서비스를 제공하고, 다른 회원에게 동일한 시간의 서비스를 요청하는 것이 가능
 - 아픈 아이 돌봐주기, 고령자에게 책 읽어주기, 아이 숙제 도와주기, 반려 동물 및 식물 돌보기, 가전제품 수리, 산책 시 동반 등의 활동이 가능
- 시간은행 프로그램은 제공되는 서비스가 시간이라는 화폐 단위를 통해 교환되기 때문에 자원봉사 프로젝트가 아니며, 시간은행에서는 시간이 주요 자산이자 가치의 단위
- 회원들에게 서비스 목록을 제공하고, 이를 관리하며, 새로 제공되는 서비스가 등록되었을 때 회원들에게 알려주고, 서비스를 제공하는 시간과 제공받는 시간 등을 관리하는 사무국 존재
 - 시간은행 사무국은 회원 간의 신뢰를 구축하고 안정적인 서비스 교환/교류 및 촉진을 위해 정기적으로 회의를 개최

Soy del Banc de temps de Sants porque...



"Me riegan las plantas durante mis vacaciones en la playa."
(Arantxa)



[그림] 시간은행에서 제공하는 '휴가 기간 동안 화분에 물 주는 서비스'와 '악기 연주 강습 서비스'

○ 프로젝트 현황

- 바르셀로나에서는 市의 지원하에 1988년부터 시간은행이 생겨나기 시작
- 시간은행 네트워크가 점점 증가하여 도시 내 모든 지역으로 확장
- 시간은행을 통해 시작된 다양한 이니셔티브가 교육 커뮤니티와 디지털 플랫폼을 통해 성장하면서 시민들의 일, 가정, 개인 생활의 조화에 기여
- 인터넷을 통해 서비스 교환이 이루어지는 가상 시간은행도 존재
- 시간은행 축제를 통해 다양한 워크숍과 활동을 제공해 회원 간 서비스 교환 촉진
- ‘시간은행의 날’을 정해 시간은행 프로젝트 및 이와 관련된 주제에 대해 논의

정책 평가

- 시간의 활용은 경제적인 가치뿐 아니라 사회적으로도 중요한 가치를 지니며, 시간의 가치 있는 활용은 개인의 삶의 질을 향상
- 이웃 간의 생산적인 서비스 교환·교류를 통해 연대를 강화
- 돌봄이 필요한 이웃들에게 다양한 형태로 서비스를 제공할 수 있는 대안적인 방법을 제시함으로써 돌봄의 민주화를 촉진

시간 활용 정책, 바르셀로나 시청, 2015, 확인 날짜 2021.10.5

<https://ajuntament.barcelona.cat/tempscures/es>

시간은행, 바르셀로나 시청, 2015, 확인 날짜 2021.10.5

<https://ajuntament.barcelona.cat/tempscures/es/canal/banc-del-temps>

진 광 선 통신원, sunnyice@hanmail.net

코로나 시대 ‘지역 공동체를 위한 거리 만들기 프로그램’ 시행

캐나다 밴쿠버시 / 도시계획·주택

캐나다 밴쿠버시는 주민들이 지역사회와 물리적으로 거리를 두면서 코로나19의 위험을 완화하고, 경제 회복 등을 지원하기 위해 ‘지역 공동체를 위한 거리 만들기 프로그램’의 일환으로 거리와 공공장소 이용 방법을 임시 변경하여 ‘느린 거리(Slow Street)’, ‘팝업 광장(Popup Plaza)’ 등을 조성하는 정책을 시행

배경

- 캐나다에서는 코로나19로 인해 격리되거나 대면 접촉 및 실내 모임 금지 등이 지속되면서 시민들의 정신건강에 대한 우려가 증가
- 또한 소규모 식당, 상점 등을 운영하는 자영업자들은 줄어든 방문객으로 인해 영업난을 겪음
- 밴쿠버시는 코로나19의 1차 유행 이후 파티오(야외 공간) 테이블 배치 및 영업을 임시 허가하여 지역 상권, 특히 음식점의 영업을 활성화한 바 있음
- 파티오 공간 사용 임시 허가의 연장선상에서 시가 제안한 ‘지역 공동체를 위한 거리 만들기 프로젝트’는 코로나19 팬데믹 초기 야외 공간 부족에 대한 대응으로 시작하게 되었으며, 이후 ‘느린 거리(Slow Street)’, ‘팝업 광장(Popup Plaza)’ 조성 등으로 확대 시행

주요 내용

- ‘느린 거리(Slow Street)’ 만들기로 보행자 중심 거리 조성
 - 이는 방역 규칙을 준수하기 위해 주민들 간 물리적인 거리를 확보할 수 있도록 하고 코로나19의 위험을 완화하기 위해 거리와 공공장소를 이용하는 방식을 변경하는 계획의 일부
 - ‘느린 거리’는 걷거나, 자전거 및 스쿠터를 탈 수 있는 기회를 제공해 주민들이 가까운 거리에서 운동하거나 지역 상점에 갈 수 있도록 편의를 제공
 - 2020년 5월부터 소규모의 교통 장벽과 표지판을 설치한 제한속도 시속 40km의 ‘느린 거리’를 설계 및 조성

- 2021년 가을 市는 자동차 통행량을 줄이고 걷기, 자전거 중심의 교통망 구축을 위해 일부 ‘느린 거리’에 콘크리트 바리케이드와 보행 및 자전거 우회로를 설치하는 등 임시 조치를 시행



[사진] ‘느린 거리’ 조성의 예(임시 바리케이드(상), 우회로(하))

(출처: <https://vancouver.ca/streets-transportation/slow-streets.aspx>)

- ‘팝업 광장’을 통해 지역 주민들을 위한 야외 공간 확보 및 지역 상권 살리기 추진
 - 팝업 광장은 주민과 지역 상공인이 코로나19 팬데믹으로 인해 실내 모임과 소통이 제한된 상황을 극복하기 위해 市가 실시하고 있는 프로그램
 - 팝업 광장은 임시 마을 공공공간으로서 안전한 물리적 거리두기, 지역 상점 이용, 식사, 소규모 모임 개최, 휴식, 걷기, 자전거 타기, 기타 활동 등을 지원하는 공간
 - 일반적인 광장을 비롯해 비를 피할 수 있는 이른바 우천 광장과 골목길 형태의 선형 광장도 포함
 - 우천 광장은 기존 교량 아래의 야외 공간을 활용하여 피크닉 테이블, 탁구대 등을 설치하여 운영
 - 팝업 광장은 기존 거리에 변화를 줘 걷기, 자전거 타기, 휴식, 기타 활동 등을 위한 공공공간을 조성해 시민들이 즐길 수 있도록 하면서 물리적 거리두기도 준수할 수 있도록 함
 - 2020년 6월 처음으로 팝업 광장을 설치, 향후 총 13개소로 확충할 예정

- 팝업 광장이 위치한 마을의 지역 공동체와 제휴한 기업 및 비영리 단체와 협력해 거리 및 시설물 보수와 청결 유지, 광장에서의 활동 등을 관리
- 밴쿠버市도 이들 공간의 지속적인 유지 관리 및 개선을 위해 지원



[사진] 도로를 임시 폐쇄하고 ‘팝업 광장’으로 사용하고 있는 모습

(출처: <https://vancouversun.com/news/local-news/covid-19-pop-up-public-plazas-have-some-residents-feeling-left-out-in-the-cold>)

시민 반응

- 설문조사 응답자의 약 90%가 팝업 광장 등을 영구적으로 설치하는 것에 동의
 - 응답자의 대다수가 동의하는 이유로 주민들에게 식사, 상점 방문, 휴식 등을 즐길 수 있는 공간을 제공할 뿐 아니라 이웃 간 소통의 장과 보행자 중심의 교통공간을 제공한다는 점을 제시
 - 다만 약 6% 정도의 응답자들은 이러한 공간이 교통혼잡을 초래하기 때문에 코로나 19 사태에 따른 임시 조치로만 시행할 것을 제안

<https://vancouver.ca/streets-transportation/making-streets-for-people-program.aspx>

<https://shapeyourcity.ca/slow-streets>

<https://vancouversun.com/news/local-news/covid-19-pop-up-public-plazas-have-some-residents-feeling-left-out-in-the-cold>

장 지 훈 통신원, macgyvar@gmail.com

시민 편의를 위해 공공 애플리케이션 운영 확대

인도 델리NCT¹⁾ / 정보·기타

인도 델리NCT 정부는 코로나19 지속에 따른 비대면 시스템 확대와 주민 편의 제공을 위해 교육, 환경 등 다양한 부문의 공공 애플리케이션을 개발하여 운영하고 있음. 이는 행정의 효율성을 높이고 정보 사각지대에 있는 취약계층에 긍정적인 영향을 줄 것으로 예상

정책적 배경

- 코로나19에 따른 봉쇄령이 지속됨에 따라 지역 내 행정업무 공백이 확대되었고, 이에 이를 개선하기 위한 비대면 지원 시스템 구축이 필요
- 평상시에도 효율적인 행정에 대한 요구가 높았던데다가, 민간 애플리케이션이 점점 활성화되고 있는 상황에서 공공 부문에서도 스마트 기기 보급 확대를 활용하는 방안의 필요성이 제기

주요 내용

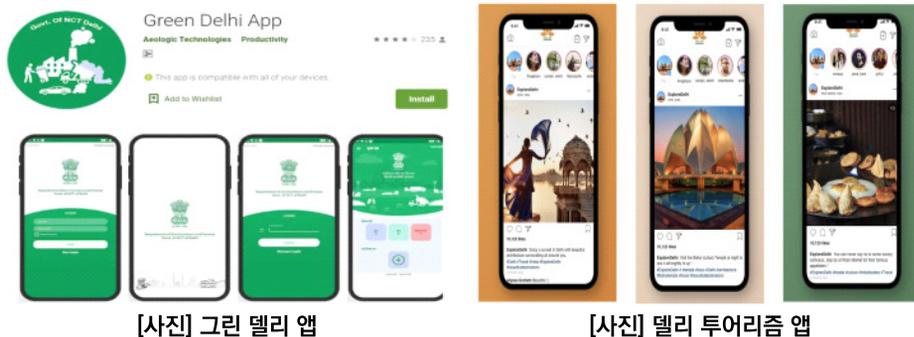
- 델리NCT 정부는 주민 편의를 제공하고 행정업무 효율을 높이기 위해 부문별로 다음과 같은 애플리케이션을 개발·보급하고 있음
 - 첫 번째, 코로나19 관련 지역 내 정보 제공을 위해 ‘델리 코로나(Delhi Corona)’를 제작해 코로나 감염자 수, 의료시스템 등과 관련한 실시간 정보를 제공하고 있음
 - 이외에도 메신저 앱인 왓츠 앱(Whats App)에 코로나19 상담 채널을 개설하고, 환자 이송 요청용 애플리케이션인 ‘생명 서비스(Jeevan Seva)’를 제공
 - 두 번째, 환경오염과 관련된 정보 제공을 위해 ‘그린 앱(Green App)’을 보급하여 지역 내 오염 정보를 제공하고, 오염물질 신고 시스템을 도입
 - 세 번째, 기존에 산재해 있던 앱을 통합하여 대중교통 종합 애플리케이션인 ‘원 델리(One Delhi)’를 개발하여 수도권 대중교통 이용 편의를 확대
 - QR 카드 결제를 통해 지역 대중교통 이용자에게 10% 할인 서비스를 제공하는 동시에, 대중교통 월·연간 이용권을 판매·구입·사용할 수 있도록 하는 시스템 구축

1) 델리 NCT(National Capital Territory of Delhi)는 올드델리(Old Delhi)와 뉴델리(New Delhi)를 합친 델리 수도직할지역, 뉴델리시가 인도의 수도

- 네 번째, 지역 관광객 편의를 위한 ‘델리 투어리즘(Delhi Tourism)’을 보급하여 지역 내 관광지, 교통, 음식, 숙소 등 관광자원에 대한 종합정보를 제공
- 다섯 번째, 지역 내 교육정보 사각지대 방지를 위해 ‘국가의 멘토(Desh ke mentor)’를 보급하여 지역 내 고등학생들에게 진로 적성 검사 및 상담 서비스를 제공하는 동시에 멘토 지정을 통한 진로 지원 서비스를 제공
 - 일정 요건을 충족하는 성인과 진로 상담이 필요한 학생과의 매칭을 통해 진로에 대해 고민하는 학생들에게 진로 관련 정보를 제공하는 기반을 마련

정책 평가

- 코로나19 봉쇄령으로 인해 기존 행정망의 사각지대가 확대됨에 따라 델리NCT 정부는 다양한 분야의 애플리케이션을 제작·보급하고 있으며, 이는 대면 중심의 행정 시스템을 디지털화하는 방식으로 시민 편의를 증진
- 지역 주민들이 애플리케이션을 통해 손쉽게 정보를 이용하고 시스템에 접근할 수 있게 되었으며, 코로나19 팬데믹이 종식되더라도 스마트 기기 보급 확대에 이리한 기조는 지속될 것으로 예상



[사진] 그린 델리 앱

[사진] 델리 투어리즘 앱

<https://www.hindustantimes.com/cities/delhi-news/delhi-govt-to-launch-one-delhi-app-to-cater-to-all-transport-needs-101631211715647.html>

<https://indianexpress.com/article/cities/delhi/cm-arvind-kejriwal-launches-delhi-tourism-mobile-application-7537292/>

<https://www.indiatvnews.com/technology/news-delhi-corona-app-check-oxygen-availability-status-702662>

<https://www.tribuneindia.com/news/schools/delhi-govt-launches-desh-ke-mentor-initiative-to-help-students-make-career-choices-323131>

<https://www.wionews.com/india-news/delhi-government-launches-advanced-green-war-room-app-to-address-10-kinds-of-pollution-418359>

박 원 빈 통신원, samc21@naver.com

금융서비스 선진화를 위한 모바일송금시스템 ‘엠페사’ 운영

케냐 / 정보·기타

케냐에서는 ‘엠페사(M-Pesa)’가 4차 산업혁명과 코로나 시대에 규모가 점점 커지고 있는 모바일금융시스템의 우수사례로 주목받고 있음. 케냐 통신사인 사파리콤(Safaricom)은 2007년부터 모바일송금시스템인 엠페사를 제공. 이를 통해 누구나 모바일로 개인 간 송금, 가맹점과의 거래, 저축, 공과금 납부, 은행 거래, 해외 송금까지 가능. 엠페사는 현재 케냐 전역에서 널리 사용되고 있으며, 해외시장과 국외거래에까지 진출

배경

- 은행 및 금융 서비스가 낙후된 케냐
 - 케냐는 넓은 영토에 비해 적은 인구가 분산해 거주. 면적은 한반도의 약 2.7배¹⁾이자 한국의 약 5.8배이고 인구는 약 4,765만 명으로 약 5,170만 명인 한국²⁾보다 6배 가까이 큰 영토에 한국과 비슷한 인구가 거주
 - 빈약한 경제구조(GDP 749.4억 달러, 1인당 GDP 1,507.8달러³⁾)에 은행 지점은 전국적으로 수백 개에 불과. 이처럼 금융 인프라가 부족해 시민들의 금융 접근성이 매우 낮은 국가
- 소비자의 금융 접근성 제고 필요성 대두
 - 금융 접근성이 낮아 시민들이 사업, 학비, 이사 등으로 목돈이 필요할 때 자금을 융통하기 어려워 부득이 다량의 현금을 보유. 그런데 치안이 좋지 못한 케냐에서 현금을 보유하는 것은 범죄자의 표적이 될 수 있음
 - 은행을 직접 방문하지 않아도 계좌를 개설하고 소액을 송금할 수 있는 서비스에 대한 수요에 부응하기 위해 모바일송금서비스인 엠페사(M-Pesa) 출시
 - 영국 Vodafone의 케냐 협력사인 통신사 사파리콤(Safaricom)이 2007년 3월 엠페사를 출시
 - M은 모바일(Mobile), Pesa는 스와힐리어로 돈을 의미
 - 엠페사를 출시한 지 1년도 채 되지 않아 가입자 100만 명을 확보
 - 현재 케냐 시민은 은행을 직접 방문할 필요 없이 엠페사로 다양한 금융서비스를 이용

1) 2018 케냐 개황, 외교부, 2018.7.

2) 통계청, 2019, 「장래인구추계 2017-2067년」

3) 2018 케냐 개황, 외교부, 2018.7.

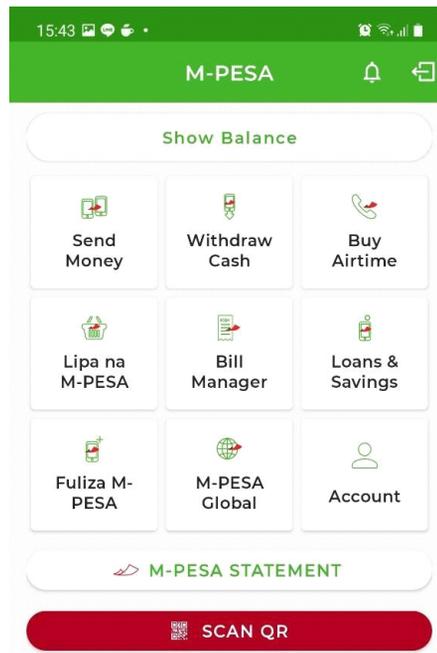
- 스마트폰 번호와 연동된 계좌로 송금, 공과금 납부, 가맹점과의 거래 등이 가능
- 엠페사 홈페이지에 따르면, 2019년 3월 기준 약 2,260만 명의 가입자가 엠페사를 이용

주요 내용

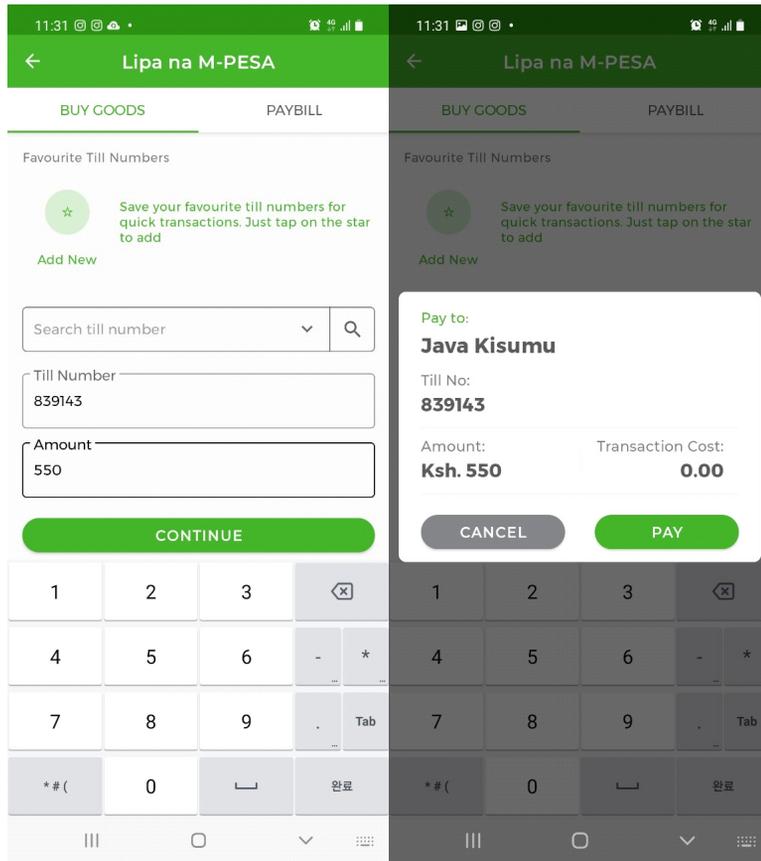
- 스마트폰으로 송금·결제 등 다양한 서비스 이용
 - 엠페사 개설절차
 - 'My Safaricom' 앱 다운로드 후 스마트폰 개통 시 발급받은 번호를 등록
 - 별도로 발급받은 PIN 번호는 암호로 활용
 - 등록 시 신분증(외국인은 여권이나 ID 카드) 번호, 이메일 주소 등도 등록해 거래 내역을 이메일로 수령 가능
 - 물품 거래에 따른 결제 및 공과금 납부 등 생활 전반에서 이용 가능
 - 물품 거래 금액을 송금하거나 휴대폰 요금 충전도 가능
 - 모든 거래내역은 스마트폰 문자로 전송. 출금액, 잔액, 수수료 등이 기재
 - 현금 출금·입금, 저축/대출 등 금융서비스 제공
 - 송금과 물품 거래 외에도 에이전트를 통해 현금을 엠페사로 자유롭게 입금 가능. 에이전트는 특별한 지점이 아니라 엠페사를 취급하는 일반 매장 전체를 말함
 - 'My Safaricom' 앱 내에서 소액대출 및 저축도 가능. 지점 방문이나 등록절차 없이 PIN 번호로 인증 후 엠페사 내에서 이용 가능
- 서비스 확대를 위한 끊임없는 노력
 - 케냐 전역에서 엠페사로 편리하게 거래할 수 있도록 서비스를 확대
 - 2008년 주유소에서 엠페사로 유류비를 결제할 수 있게 되었고, 카드 없이도 ATM에서 엠페사로 현금 인출 가능
 - 2009년 전기요금을 엠페사로 납부할 수 있게 되었고, 주요 슈퍼마켓과 제휴하여 물품 대금도 엠페사로 결제 가능
 - 2010년 도서 및 콘서트 비용 결제, 2015년 정부 서비스 이용 수수료 납부, 2019년 주차요금을 엠페사로 결제할 수 있게 됨
 - 해외시장 진출, 국외거래 확대
 - 2018년 Google Play Store에서 엠페사로 결제 가능. 신용카드 보급률이 낮은 케냐에서 이용자가 수월하게 구글 서비스 이용 가능
 - 2019년 페이팔(Paypal)에 달러로 금액을 충전할 수 있게 됨

정책 평가

- 낙후된 금융서비스를 발전시키고 국제화 및 코로나 시대에 맞는 적정기술 개발
 - 사파리콤(Safaricom)은 적정기술로 케냐 전역에 모바일송금시스템을 보급. 아프리카 국가 외에도 동유럽 국가까지도 진출하여 해외에서도 그 가능성을 입증
 - 비대면 거래와 전자결제가 활발하게 이루어지고 있는 현대 사회의 흐름에 발맞춰 가맹점과의 거래, 공과금 납부, 행정 수수료 납부, 해외거래 등 모바일결제가 생활 전반에 걸쳐 빠르게 성장
- 안전한 계좌 관리, 금융거래 기록 확보 등 금융의 선진화 촉진
 - 대량의 현금을 보유할 필요 없이 스마트폰으로 자금을 보유·거래·저축·대출할 수 있어 사업자, 특히 외국인에게 유용
 - 거래내역은 문자로 제공되고, 이메일로도 받아볼 수 있는 등 모든 거래내역이 기록되어 금융거래의 안정성 제고



[그림] 엠페사(M-Pesa) 실행화면



[사진] 엠페사(M-Pesa)를 이용한 실제 결제 화면

https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2020/02/19/2020021900074.html

<https://www.joongang.co.kr/article/22590652>

<https://www.safaricom.co.ke/personal/m-pesa/m-pesa-home>

https://www.safaricom.co.ke/mpesa_timeline/

<https://www.vodafone.com/about-vodafone/what-we-do/consumer-products-and-services/m-pesa>

<https://www.pymnts.com/news/mobile-payments/2018/google-play-international-m-pesa-kenya/>

<https://blogs.lse.ac.uk/africaatlse/2020/01/20/fin-tech-kenya-poverty-financial-inclusion-gambling-mpesa/>

<https://www.science.org/doi/10.1126/science.aah5309>

한울통신원, woolhan0309@gmail.com

세계도시동향 제512호

발행인 유기영
발행처 서울연구원
06756 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57
02-2149-1234
www.si.re.kr
ISSN 2586-5102
발행일 2021년 11월 15일

세계도시동향은 서울시 정책 개발과 도시 관련 연구에 참고할 가치가 있는 해외 주요도시의 정책사례와 동향을 소개하는 정기간행물입니다. 세계 각지에서 활동 중인 해외통신원들이 시의성 있는 사례와 정확한 현지 정보를 전해드리고 있습니다.

세계도시동향에 관한 문의나 건의사항이 있으신 분은 서울연구원 도시정보실 출판팀 세계도시동향 담당 (trees29@si.re.kr)에게 연락 바랍니다.

ISSN 2586-5102

06756

서울특별시 서초구

남부순환로 340길 57

02-2149-1234

www.si.re.kr