
대구시 행복페이 활성화 방안에 대한 연구

2021. 11.



| 소통 · 배려 · 존중 · 협동 |
유)따뜻한 사회정책 연구원

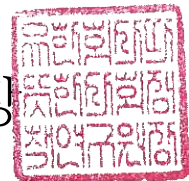
제 출 문

대구광역시의회 의장 귀하

본 보고서를 대구광역시의회 「대구시 행복
페이 활성화 방안에 대한 연구」용역의 최종 성과
품으로 제출합니다.

2021년 11월

(유)따뜻한사회정책연구원장



목 차

서 론 -----	1
제 1 장 일반현황 -----	4
① 대구시 -----	4
② 예산 -----	7
제 2 장 지역사랑 상품권 -----	13
① 정의 -----	13
② 상품권의 역사 -----	15
③ 개념 및 유형 -----	16
④ 지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률 -----	17
⑤ 장점 -----	23
⑥ 단점 -----	24
⑦ 주요 운영 대행사 -----	27
⑧ 전국 지역사랑 상품권 현황 -----	28
제 3 장 2021년도 지역사랑상품권 발행지원사업 종합지침 ---	31
① 사업 개요 -----	31
② 세부 사업 내용 -----	32
③ 운영체계 및 사업주체별 책무 -----	32
④ 지역사랑상품권 발행 -----	33
⑤ 예산 편성 및 운용 지침 -----	34

제 4 장 인천e음	37
① 개요	37
② 2020년 사업 추진 계획	38
③ 2020년 추진 성과	41
④ 2021년 중점 추진방향	42
⑤ 가맹점(소상공인) 및 사용자(인천시민) 혜택	42
⑥ 인천e음 특징	43
⑦ 2021년 군·구 인천e음 도입·운영 현황	45
⑧ 인천광역시·군·구 지역사랑상품권 조례 현황	49
제 5 장 대구행복페이	52
① 대구행복페이 개요	52
② 2021년 대구사랑상품권 운영 계획(안)	55
③ '20년 대구사랑상품권 추진 성과	60
제 6 장 지역사랑상품권 활성화 분석	63
① 지역사랑상품권의 지역경제 활성화 효과 분석	63
② 지역사랑상품권 효과성 분석	66
③ 인천광역시 e음 성과분석	67
제 7 장 `2020년 지역사랑상품권 실적	71
제 8 장 대구행복페이 발행 경제적 효과	74
① 지역화폐 발생 규모	74
② 경제적 효과분석	78
③ 정책 방향 및 과제	81

④ 지방자치단체 주도의 지역화폐 문제점 개선 방향 -----	82
⑤ 지역사랑상품권 활성화 과제 -----	82
⑥ 활성화 접근 방안 -----	84
⑦ 2021년 발행액의 경제적 파급효과 예측 -----	86
제 9 장 정책제언 -----	90

[참고문헌]

서 론

1. 연구의 목적

- 발행 1년이 된 현 시점에서 ‘대구행복페이’에 대해 진단을 해보는 시간을 가지며, 행복페이가 더 활성화되어 지역 경제에 더 큰 효과를 줄 수 있는 방안을 의회차원에서 연구하여, 의정활동의 기초자료로 삼고자 함

2. 연구의 배경

- 지역사랑 상품권을 통한 지역상권 활성화 사례의 확산, 정부의 적극적인 지원 정책 등에 따라 지역상품권 도입 및 활용의 필요성이 증대되고 있으며, 지역 상품권의 긍정적 측면인 지역자금의 외부 유출 방지, 지역 자금순화를 통해 지역 상권을 보호하고 지역경제를 활성화에 기여 할 뿐 아니라 지역공동체의 결속과 지역민으로서의 자긍심 향상 등의 요인도 있어 지역상품권 발행에 대한 심도 있는 고민을 할 필요성을 느끼게 됨
- 지역차원에서의 지역사랑 상품권이 본격적으로 도입된 시기는 대부분 2005년부터 사용되기 시작하였으며, 행정안전부 2020년 3월 기준으로 전국 217개 광역, 기초 자치단체에서 이미 발행하였거나 발행 계획을 가지고 있는 것으로 나타남
- 발행 계획을 가지고 있지 않는 지역은 20곳에 불과해 90% 이상이 지역상품권을 발행했거나 발행예정으로 있음
- 행정안전부는 지역사랑상품권 발행 규모를 2020년 9조6000억 원에서 2021년 15조 원으로 늘리겠다고 발표해 지역사랑상품권은 날로 발행규모가 증가하는 추세임

- 지역사랑 활성화를 위해 부산광역시, 인천광역시, 경기도, 강원도 등에서 지역사랑상품권 발행이 이슈가 되면서 정부와 각 지자체에서도 정책적 관심이 높아져가고 있음
- 대구광역시는 작년 6월 전자카드 형태로 최초로 도입하는 지역화폐를 발행하였으며, DGB대구은행을 운영 대행사로 선정해 출시함

3. 연구의 범위

가. 시간적 범위 : 2021년

나. 공간적 범위 : 대구광역시

다. 내용적 범위

- 지역사랑 상품권 개념
- 타 지자체 지역사랑상품권 주요 도입 및 운영 사례 검토
- 지역사랑상품권 관련 문헌 검토
- 지역사랑상품권 활성화 방안 연구

4. 과업기간 : 착수일로부터 3개월

5. 세부 과업내용

1. 대구의 환경 분석

가. 대구지역 현황 파악

- (일반환경 변화 및 전망) 대구와 관련된 인구 등 제반 환경 파악
- (경제현황 분석) 대구의 경제지표 파악

나. 지역사랑상품권(대구행복페이) 개념 및 유형

2. 세부 연구계획

1) 법률검토 및 문헌연구

- 관련 법률 일체를 검토하여 적용의 범위 및 한계를 분석하고, 문제점과 개선방안을 도출함.
- 학술자료, 기사 및 관련 보고서 등 문헌 등을 분석하여 지역사랑상품권의 개념과 이론적 토대를 구축함.
- 타 시도의 사례를 파악 후 대구사랑상품권 운영 사례 비교

2) 정책 및 행정 자료 조사

- 지역사랑상품권 관련 정부의 정책 분석
- 지역사랑상품권 종합지침

3) 전문가 자문 및 의견청취

- 각계 각층의 지역사랑상품권 전문가 및 경제 관련 교수 등

제 1 장 일반현황

① 대구시

1. 개요

- 광역자치단체. 대경권을 대표하는 대도시
- 시 자체 인구로는 서울특별시, 부산광역시, 인천광역시에 이어 대한민국 4위,
- 도시권 전체 인구로는 수도권, 부산·울산권에 이어 대한민국 3위
- 연혁
 - 1981년 7월 1일 직할시로 승격되어 경상북도에서 분리독립
 - 1995년 직할시에서 광역시로 명칭을 승격하여 개칭
 - 1995년 3월 1일 경상북도에 속해있던 달성군을 대구광역시에 편입시킴으로써 경상남도와의 직접 맞닿게 되었음

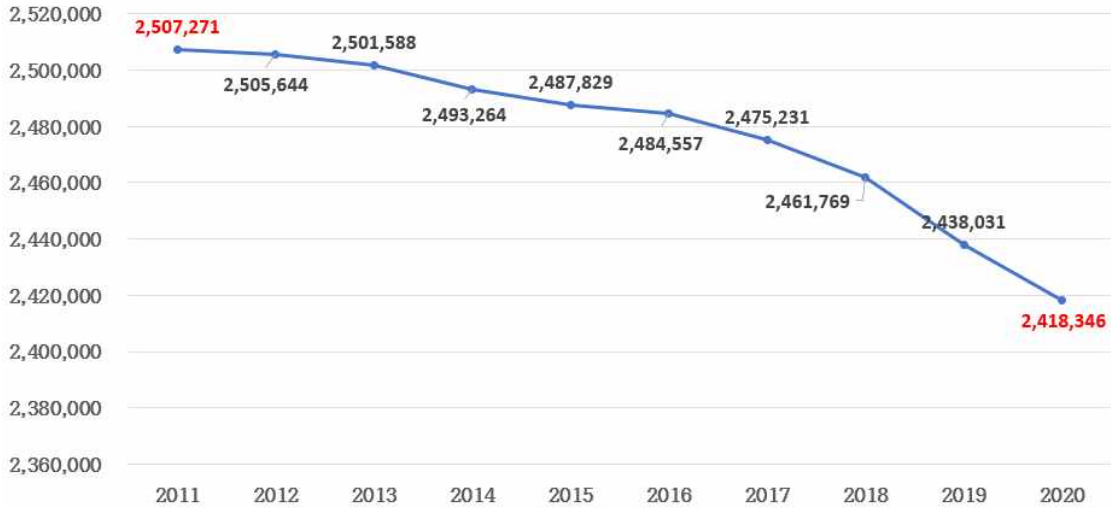
2. 인구 현황

- 1969년 100만 명, 1984년 200만 명을 돌파, 2003년 254만 명으로 정점을 찍고 이후로는 다른 영남권 대도시들과 비슷하게 인구가 꾸준히 감소하고 있음
- 1999년 수도권의 인천광역시가 250만 명을 넘겨 대구 인구를 추월했고이후 지금까지 그 격차는 더 벌어지고 있음
- 그도 그럴 것이 대구는 대기업 공장이나 본사, 연구소와 같은 일자리가 상대적으로 적어서 경북대, 영남대, 계명대 등 지역 대학을 졸업한 청년들이 일자리를 찾아 수도권으로 빠져나가기 때문
- 그나마 지역에 남아있는 인구도 취업은 포항, 구미, 경산, 칠곡 등에 취업하는 경우가 많으며, 동구와 수성구에 인접한 위성도시 경산시로 빠져나가는 인구도 많음
- 2015년 이후 일자리 부족으로 인한 수도권 및 타 지역으로의 인구 유출과

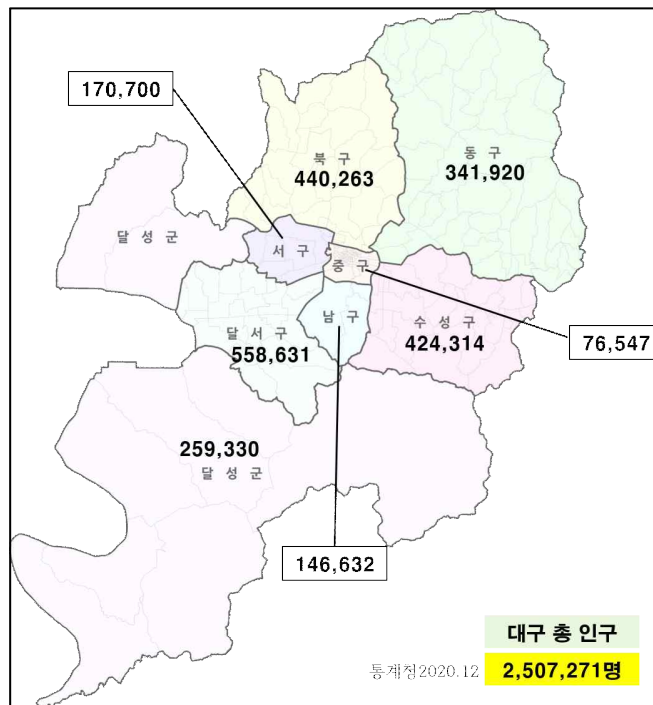
저출산으로 인해 인구가 급격하게 감소하고 있다. 2021년 6월 단 한 달만에 5,294명이 감소해 기어코 240만 명 선이 붕괴되는 상황에 이른다
 □ 2011년부터 2020년 까지 10년간 대구시 총 인구는 88,925명 감소

대구시 인구 변화

자료 : 통계청, 단위(명)



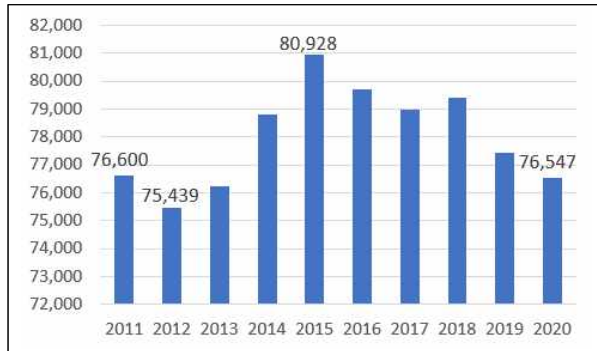
연도	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
인구	2,507,271	2,505,644	2,501,588	2,493,264	2,487,829	2,484,557	2,475,231	2,461,769	2,438,031	2,418,346



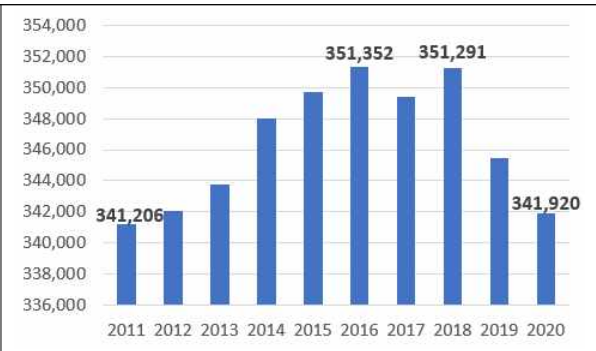
제 1 장 일반현황

대구 각 구별 인구 변화

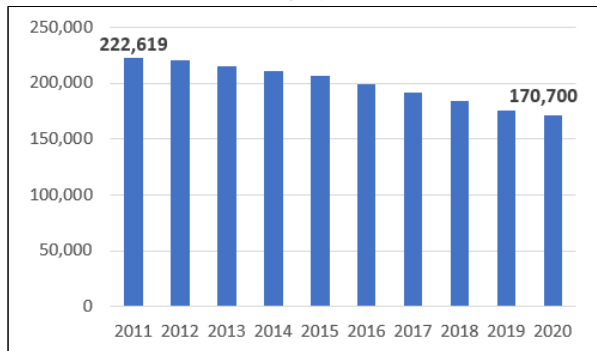
(단위 : 명)



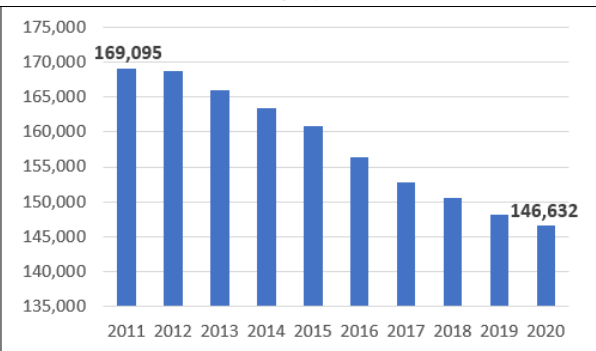
중구



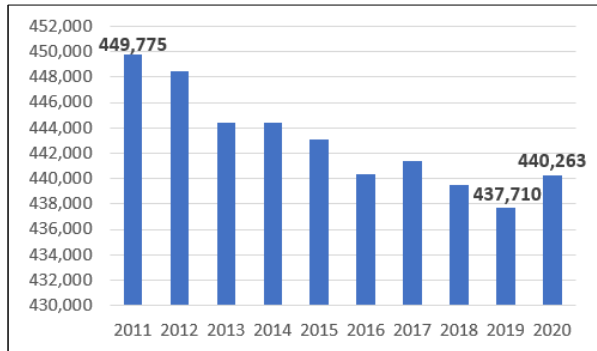
동구



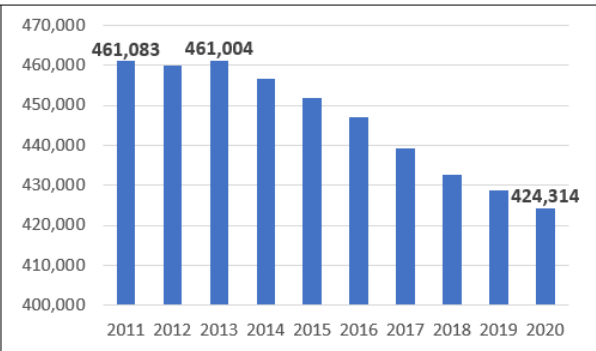
서구



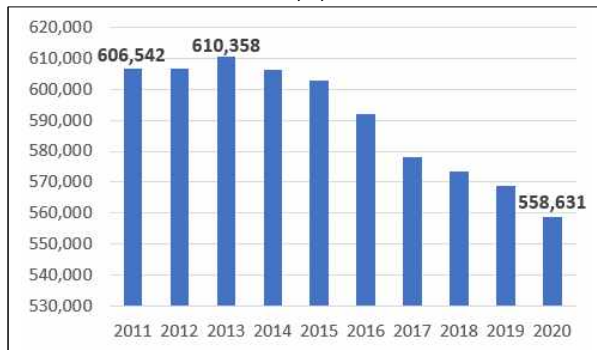
남구



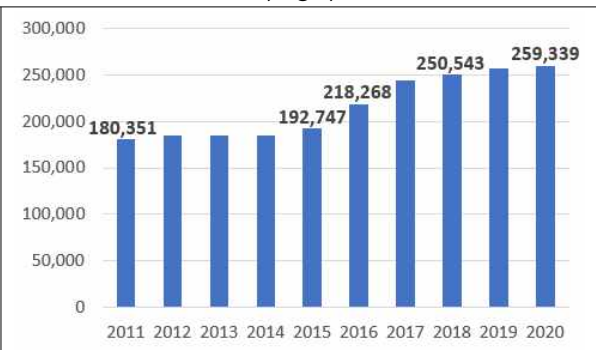
북구



수성구



달서구



달성군

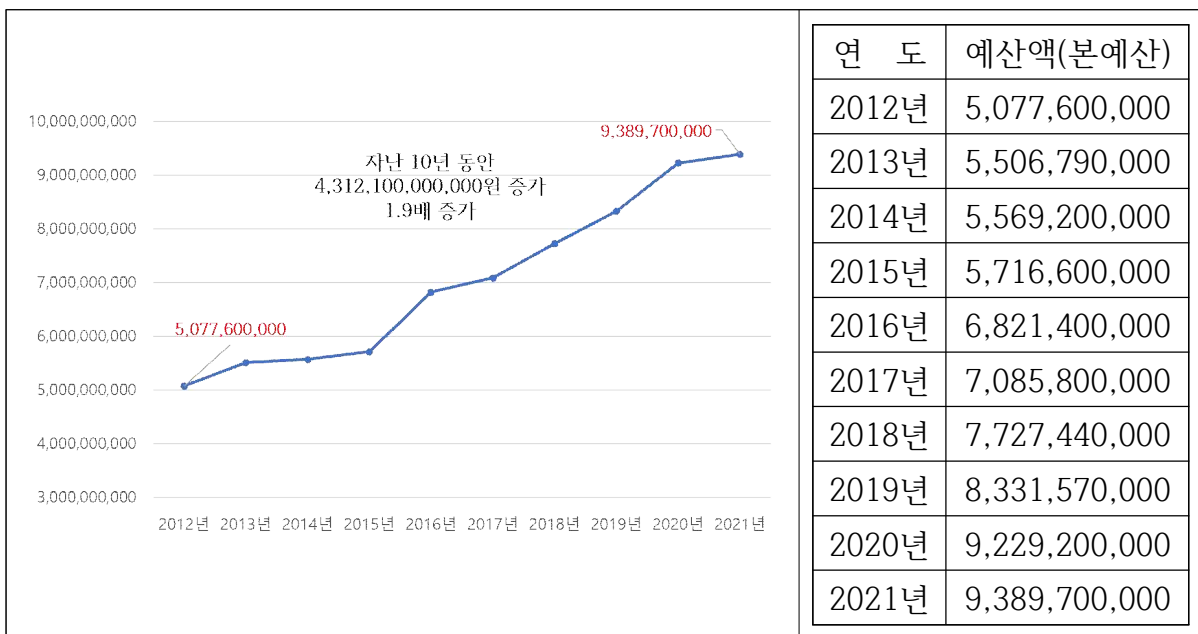
자료 : 통계청

2 예산

1. 대구시 예산

- ◎ 대구시 예산은 10년동안 4,312억원이 증가 하였음
- ◎ 2012년 대비 2021년 약 1.9배의 예산 증가

대구시 2012년~2020년 예산 변동 현황



2. 대구시 재정자립도¹⁾

단위 : 백만원, %

재정자립도 (B/A)	세입 합계 (A=B+C+D+E)	자체세입 (B)	이전재원 (C)	지방채 (D)	보전수입 등 및 내부거래(E)
39.99 (43.13)	7,079,400 (7,079,400)	2,830,811 (3,053,157)	3,573,541 (3,573,541)	342,307 (452,702)	332,741 (0)

- ▶ 일반회계기준, ()는 2014년 세입과목이 개편되기 이전을 기준으로 산출한 값입니다.
- * 2014년 세입과목 개편으로 잉여금, 이월금, 전입금, 예탁.예수금 등이 세외수입에서 제외
- ▶ 자체세입 : 지방세(지방교육세 제외) + 세외수입
- ▶ 이전재원 : 지방교부세 + 조정교부금 등 + 보조금

1) 스스로 살림을 꾸릴 수 있는 능력을 나타내는 지표

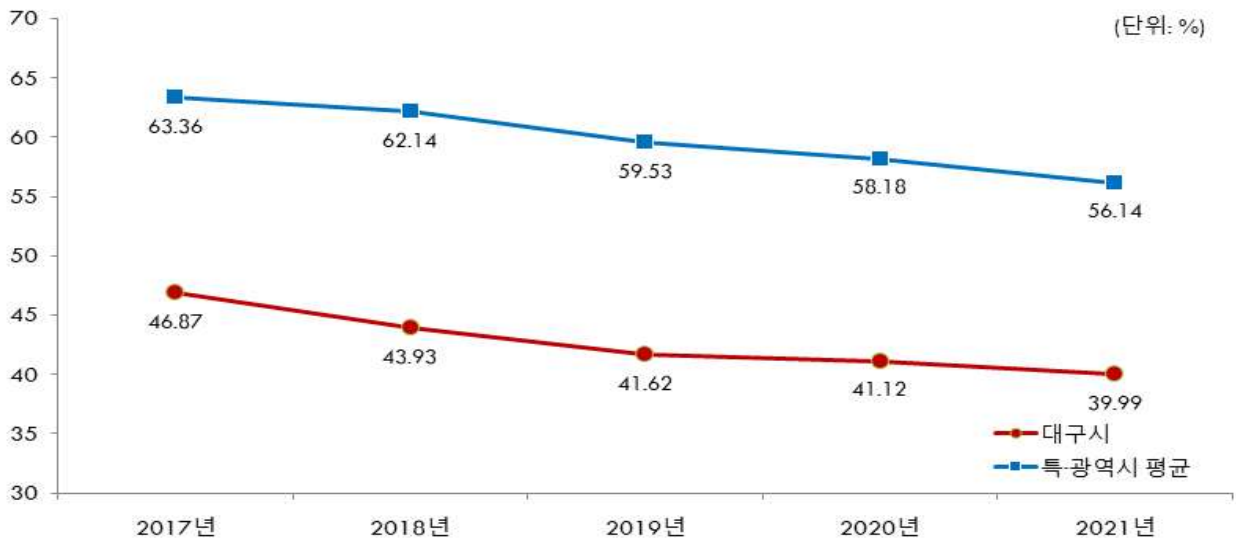
제 1 장 일반현황

재정자립도 연도별 현황

(단위 : %)

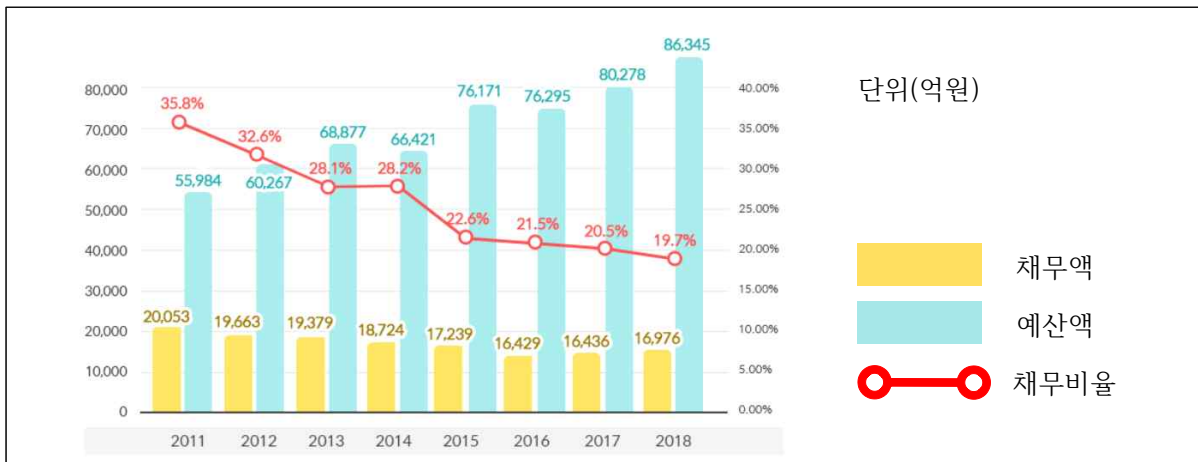
2017	2018	2019	2020	2021
46.87 (51.22)	43.93 (48.19)	41.62 (45.15)	41.12 (44.60)	39.99 (43.13)

유형 지방자치단체와 재정자립도(당초예산) 비교



- ☞ 세입재원 중 지방세 비중이 지방소비세 감소 등으로 전년대비 감소(41.17→40.68%)된 반면, 정부의 복지지출 확대 등에 따른 국고보조금 비중이 증가(32.96→34.62%)됨에 따라 재정자립도가 전년대비 감소하고, 유형 지방자치단체 평균보다 재정자립도가 낮음

대구시 채무 비율



3. 대구시 재정자주도²⁾

(단위 : 백만원, %)

재정자주도 (B/A)	세입 합계 (A=B+C+D+E)	자주자원 (B)	보조금 (C)	지방채 (D)	보전수입 등 및 내부거래(E)
54.48 (57.62)	7,079,400 (7,079,400)	3,857,148 (4,079,494)	2,547,204 (2,547,204)	342,307 (452,702)	332,741 (0)

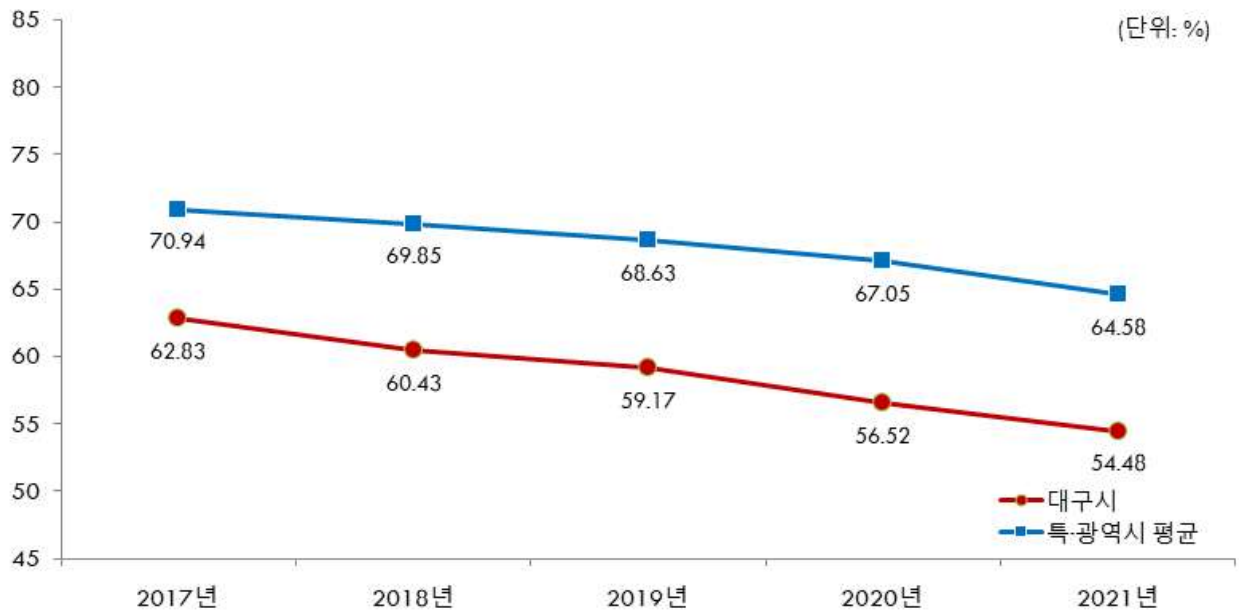
- ▶ 일반회계 기준, ()는 2014년 세입과목이 개편되기 이전을 기준으로 산출한 값입니다.
- * 2014년 세입과목 개편으로 잉여금, 이월금, 전입금, 예탁.예수금 등이 제외수입에서 제외
- ▶ 자주자원 : 자체세입 + 지방교부세 + 조정교부금 등

재정자주도 연도별 현황

(단위 : %)

2017	2018	2019	2020	2021
62.83 (67.18)	60.43 (64.68)	59.17 (62.71)	56.52 (60.01)	54.48 (57.62)

유형 지방자치단체와 재정자주도(당초예산) 비교



2) 전체 세입에서 용처를 자율적으로 정하고 집행할 수 있는 자원의 비율

제 1 장 일반현황

☞ 자주재원(자체수입+지방교부세)이 전년보다 감소(△1.92%)하였고, 정부의 복지지출 확대 등에 따른 사회복지비 증가 등으로 의존재원인 국고보조금이 전년대비 증가(1.66%)하여 재정자주도가 감소하고, 유형 지방자치단체 평균보다 낮음

- ▶ 통합재정규모 = 지출(경상지출+자본지출) + 순융자(음자지출-음자회수)
- ▶ 통합재정수지 1 = 세입(경상수입 + 이전수입 + 자본수입) - 통합재정규모
- ▶ 통합재정수지 2 = 세입(경상수입 + 이전수입 + 자본수입) - 통합재정규모 + 순세계잉여금

4. 통합재정수지 연도별 현황

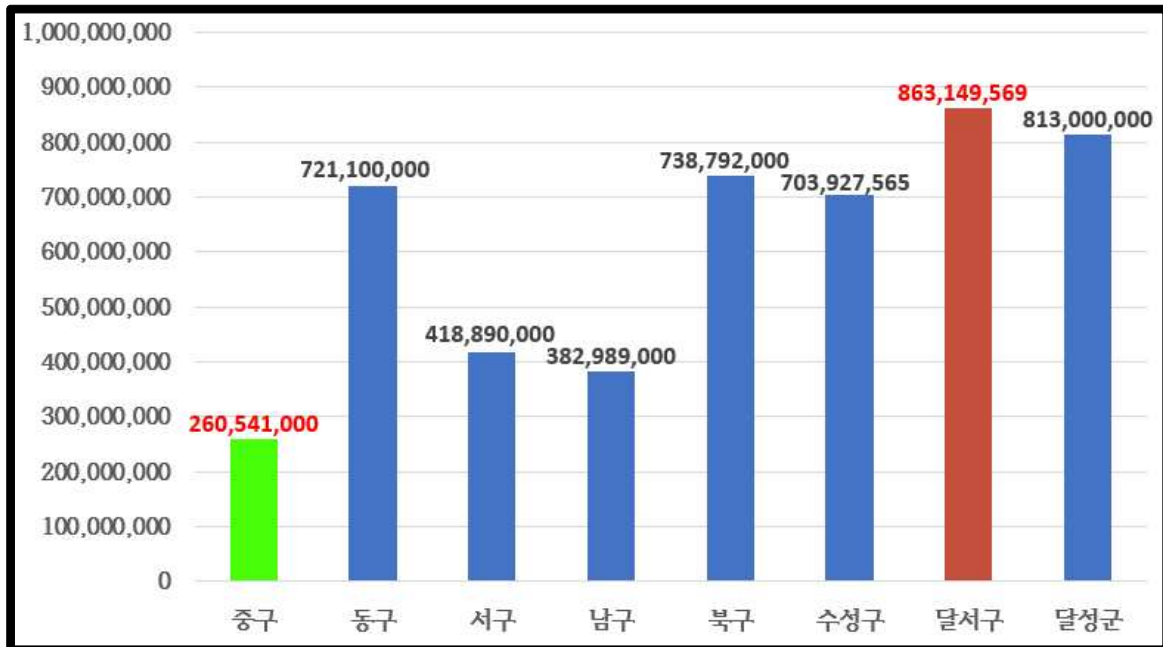
(단위 : 백만원)

구 분	2017	2018	2019	2020	2021
통합재정수지 1	△292,561	△521,170	△544,093	△853,650	△585,107
통합재정수지 2	50,056	△68,544	△28,158	△269,608	△428,298

☞ 2021년 통합재정규모는 전년대비 1,626억원 증가한 8조 4,690억원이며, 통합재정수지1(순세계잉여금 제외)은 5,851억원 적자, 통합재정수지2(순세계잉여금 포함)은 4,283억원의 적자를 보이고 있음.

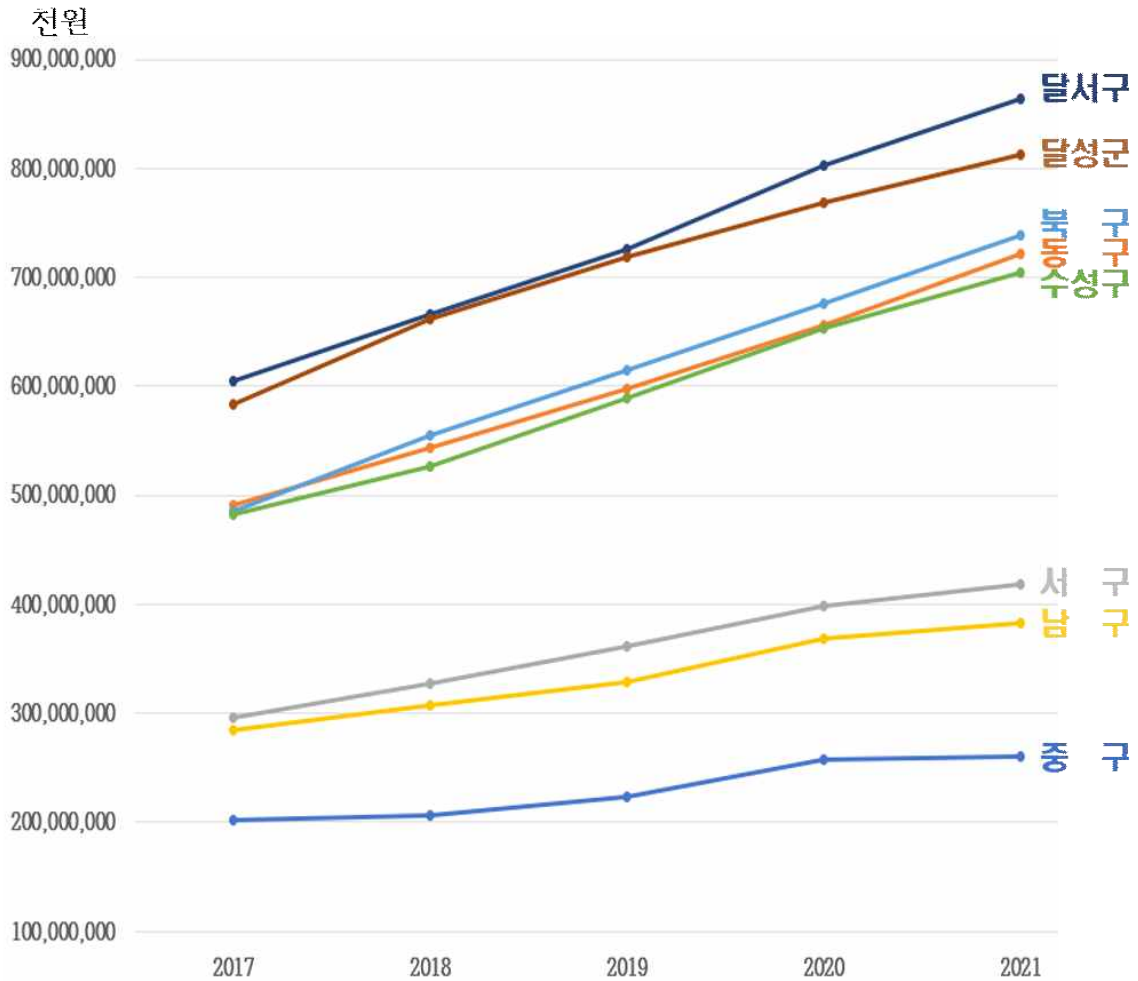
5. 2021년 각 구별 본예산

(단위 : 천원)



자료 : 각 구별 예산서

6. 5년간 대구광역시 최근 구·군별 당초예산



	2017년(천원)	2018년(천원)	2019년(천원)	2020년(천원)	2021년(천원)
대구시	7,085,800,000	7,727,440,000	8,331,570,000	9,229,200,000	9,389,700,000
중구	201,237,000	206,194,000	223,642,000	257,141,000	260,541,000
동구	490,700,000	543,300,000	598,100,000	655,700,000	721,100,000
서구	296,300,000	327,320,000	361,710,000	397,970,000	418,890,000
남구	284,507,302	307,244,000	329,197,000	367,990,000	382,989,000
북구	485,500,000	554,300,000	614,100,000	675,500,000	738,792,000
수성구	481,986,000	527,171,000	589,333,000	652,471,000	703,927,565
달서구	605,400,000	666,550,000	725,670,000	802,248,878	863,149,569
달성군	584,000,000	661,000,000	719,300,000	769,000,000	813,000,000

제 1 장 일반현황

7. 구별 연도별 예산 변화 추이

(단위 : 천원)



제 2 장 지역사랑 상품권

1 정의

① 지역사랑상품권은 지역상권 활성화 및 공동체 강화를 위해 지방자치단체가 발행하고 해당 지자체의 행정구역 내에서만 사용할 수 있는 상품권으로 지역 내 소비증가 및 자금의 역외유출 방지, 지역 소상공인과 자영업자의 소득증대 효과가 있는 것으로 평가됨(행정안전부, 2018)

② 지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률 제2조(정의)

"지역사랑상품권"이란 지역상품권, 지역화폐 등 그 명칭 또는 형태와 관계없이 지방자치단체의 장이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 지방자치단체의 장 또는 가맹점(이하 "상품권발행자등"이라 한다)에 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 상품권발행자등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권, 「전자금융거래법」 제2조제14호에 따른 선불전자지급수단 및 「여신전문금융업법」 제2조제8호에 따른 선불카드를 말한다.

③ 지역 경제 활성화를 위해 지역 내에서만 통용되는 유가증권의 일종³⁾.

- 지역경제 활성화를 위해 지방자치단체 주관으로 시·군·구별로 발행하고 운영 대행사를 선정해서 해당 지역에서만 사용할 수 있으며, 발급된 해당 지자체 관내 가맹점에서만 사용이 가능하고 이외의 지역에는 사용이 불가능하며, 각 지역별로 자영업자에게 혜택을 주는 것
- 공통적으로 카드 단말기가 설치된 음식점, 소상공인(자영업자) 업체, 전통시장, 편의점 등에서 사용 가능하고, 백화점, 쇼핑센터, 대형마트, 기업형 슈퍼(SSM)⁴⁾, 유흥업소, 사행성업소, 연매출액 10억 초과 사업체, 주유소, 전자상거래에서는 사용이 불가능하다.

3) 온누리상품권의 경우는 중소벤처기업부(정부)가 발행한다.

4) SSM은 직영점이 아닌 가맹점인 경우 사용이 가능한 지자체도 있다. 예를 들어 공주시 관내 GS슈퍼마켓은 두 개 지점 모두 직영점이 아닌 관계로 공주페이 사용이 가능하도록 해놓았다.

제 2 장 지역사랑 상품권

- ④ 지역사랑상품권은 기본적으로 경제위기에 따른 지역 자본 고갈에 대응하는 움직임에서 나타남
- 국가의 경제가 휘청여서 자본이 고갈되면 시장에서 현금 유동성이 사라지는데, 특히 중앙과 거리가 먼 지방에서는 이러한 상황이 현저하게 나타남
 - 이 때문에 다수의 실업자가 발생하게 되면, 아이러니하게도 '인력은 평평 남아 도는데 자본이 없어서 사람들이 아무 일도 할 수 없는 상태'가 됨
- ⑤ 이러한 상황에서 개인, 혹은 단체가 임의의 지역 화폐를 고안하여 퍼트리면 지역단위에서는 경제활동이 활성화 될 수 있음
- 물론 국가단위의 자본이 아니므로 한계가 있으나, 서비스업 노동력 교환이나 간단한 상품 경제는 지역내부에서 어떻게든 성립하게 됨
 - 굳이 국가 단위의 경제 위기가 아니더라도 지방의 자본이 중앙으로 빠져나가 지역 단위의 경제 위기가 발생할 수도 있는데, 지역화폐는 이런 현상을 어느 정도 차단해줌
 - 외환으로 환전하는 것이 불가능하고, (투기를 포함해) 재테크에 활용하기도 어렵다는 부가적인 특징도 있음
- ⑥ 지역사랑상품권은 소상공인 지원을 명목으로 2017년부터 본격적으로 발행되었고 2018년 정부가 전북 군산과 경남 거제의 지역화폐 발행금액의 10%를 국비지원하면서 이름도 '○○사랑상품권'이라는 이름으로 통일하였음
- 현재 전국 243개 지자체 중에서 지역화폐를 발행하는 곳은 191곳으로 약 79%에 이른다.
- ⑦ 간편하게 '지역화폐'라고도 하지만 정부에서는 "지역사랑상품권"이라고 부름
- 대한민국의 법정 '화폐'는 원화 현금과 K-Cash밖에 없고, 이외의 지불수단은 모두 상품권 자격으로 발행 및 유통되기 때문
- ⑧ 지역화폐의 법적 근거부터가 <지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률>임. 사실 지역사랑상품권은 화폐의 항목에서 보듯이 화폐의 조건부터가 충족되지 않으므로 지역화폐라는 용어 자체가 잘못된 용어임.

2 상품권의 역사

- ① 상품권은 1961년 관련법(상품권법)이 제정되면서 본격적으로 시장에 유통되었으며, 백화점, 제화업체를 중심으로 발행되었음
- ② 70~80년대에는 자금 추적이 힘들다는 특징을 악용해 지하경제에서 유통되는 등 부작용이 나타나면서 전면 판매금지가 논의되기도 함
- ③ 1994년 상품권법이 개정되면서 현재와 같은 다용도 상품권이 등장
- ④ 1999년 2월 경제행정 규제완화 시책의 일환(1998년 외환위기 후 소비 활성화와 기업의 자율활동)으로 전면 폐지됨
 - 별도의 등록, 허가 절차 없이 인지세⁵⁾만 납부하면 누구나 상품권 발행이 가능
 - 다만 모바일상품권 및 충전식 선불카드는 인지세 과세 대상에서 제외되고, 정부·지자체가 발행한 상품권은 인지세 납부 의무 없음

[표 1-1] 국내 상품권제도 관련 주요 연혁

시기	내용
1933년	국내 최초의 상품권 등장 - 조선 상품권 취체령(取締令)
1961년	「상품권법」 제정
1971년	정부, 상품권 발행 업소 8개 지정
1973년	「상품권법」 개정(상품권 발행에 대한 등록 제도 도입)
1975년	상품권 발행 전면 금지(과소비 조장 및 사회 비리 관련 우려)
1990년	‘도서상품권’ 및 ‘양곡상품권’ 등에 한하여 발행 허용
1994년	상품권 발행 전면 허용
1999년	「상품권법」 폐지
2002년	경품 제공에 ‘도서/문화상품권’ 사용가능(경품 취급 기준 고시)
	신용카드의 ‘백화점 상품권’ 매입 허용(여신금융법 시행규칙 개정)
2020년	「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 제정

자료 : KB금융지주 경영연구소(2014), 국내상품권 시장 현황과 시사점

5) 인지세법에 의하면 상품권 권면금액에 따라 장당 50원~800원 부과

3 개념 및 유형

- ① 현행 상품권 관련 법제 중 상품권을 정의하고 있는 것은 소비자분쟁해결 기준으로 이는 1999년 폐지된 상품권법 정의규정과 동일함(김성천, 2012)
- ② "상품권"이라 함은 그 명칭 또는 형태에 관계없이 발행자가 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량이 기재(전자 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함)된 무기명증표를 발행·매출하고 그 소지자가 발행자 또는 발행자가 지정하는 자에게 이를 제시 또는 교부하거나 기타의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 상품권발행자 등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권을 의미
- ③ 발행처, 사용처, 사용방법 및 형태 등에 따라 다양한 유형
 - 백화점·대형마트·도서·외식·문화·주유상품권 등과 같은 “기업직접 발행 상품권”, 상품권 전문 업체가 관리하는 “제휴형 상품권”, 온누리 상품권, 고향사랑상품권 등과 같은 “정부(공공기관)·지자체 주도형 상품권” 등이 유통

[표 1-2] 발행처 유형에 따른 상품권 종류

구분	내용
기업직접 발행 상품권	백화점, 정유, 제화, 도서, 외식, 문화, 여행상품권 등 상품권에 대한 물품/용역 제공처와 상품권 발행처가 동일한 경우
제휴형 상품권 (간접 발행 상품권)	발행처가 재화 및 용역을 직접 제공하지 않고, 제휴사(재화/용역 제공)를 연계하여 발행하는 상품권
정부·지자체 및 공공기관 발행 상품권	온누리상품권(전통시장 전용), 지자체 상품권 등

자료: KB금융지주 경영연구소(2014), 국내상품권 시장 현황과 시사점

- ④ 저장 매체의 종류에 따라 지류형, 전자형, 온라인, 모바일 상품권으로 구분하고, 사용방법에 따라 금액형, 물품(용역)제공형 상품권으로 구별함

[표 1-3] 저장매체에 따른 상품권의 종류

구분	사용방법
지류형	• 상품권면에 제시된 금액을 해당 점포(백화점)에서 결제 수단으로 사용
전자형	• 충전된 금액을 해당 매장에서 결제 수단으로 사용하여 차감하는 방식으로 사용함.
온라인 상품권	• 온라인 사용처에서 지류상품권면의 스크래치 번호를 입력, 금액을 충전하여 사용함. • 온라인 전용 핀(PIN)번호 상품권도 있음.
모바일 상품권	• 문자메시지(MMS) 형태로 전국 홈플러스 매장과 온라인 사용처에서 즉시 사용 가능함.

자료: 공정거래위원회 보도자료(2015. 4. 3)

[표 1-4] 상품권의 유형 : 사용방법에 따른 구별

구분	내용 예시
금액형 상품권	상품권에 기재된 금액에 상응하는 물품 또는 용역을 제공할 수 있는 상품권
물품교환형 상품권	상품권에 기재된 물품을 제공할 수 있는 상품권
용역교환형 상품권	상품권에 기재된 용역을 제공할 수 있는 상품권

자료: 공정거래위원회 보도자료(2015. 4. 3)

4 지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률

법률 제17252호로 2020. 5. 1 제정되었으며, 2020. 7. 2시행

① 제정이유

- 각 지방자치단체에서 지역 상권을 기반으로 하는 지역사랑상품권을 조례에 근거하여 발행·유통함으로써 지역 내 영세·중소상공인의 소득이 증가하는 등 긍정적인 효과가 발생하고 있음.
- 그러나 지방자치단체의 상품권 사업은 법률의 근거 없이 지방자치단체의 조례에 따라 운영되고 있어 상품권 발행·유통에 대한 관리·감독이 제대로 이

제 2 장 지역사랑 상품권

루어지고 있지 못하고 있고, 명확한 법적 근거 및 체계적·제도적 지원의 부족으로 인하여 지역사랑상품권 이용을 활성화하는 데 한계가 존재함.

- 이에 지방자치단체의 장이 발행하는 상품권의 발행·유통 등에 관한 사항을 법률에 규정하되, 그 운영에 관한 세부적인 사항은 지방자치단체의 조례 등에 위임함으로써, 지방자치단체의 자율성을 확보하는 동시에 지역사랑상품권의 유통질서를 확립하고 지역경제 활성화를 도모하려는 것임.

② 주요내용

[표 1-13] 지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률

	내용	비고
제1조(목적)	<ul style="list-style-type: none"> • 상품권의 건전한 유통질서를 확립하고, 지역공동체 강화 및 지역경제 활성화에 기여 	
제2조(정의)	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사랑상품권(유가증권, 선불카드), 판매대행점, 가맹점(개별가맹점, 환전대행가맹점) 	
제3조(다른 법률과의 관계)	<ul style="list-style-type: none"> • 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법에서 정하는 바 	
제4조(지역사랑상품권의 발행)	<ul style="list-style-type: none"> • 지방자치단체의 장, 상품권을 발행할 수 있음 • 상품권의 유효기간은 발행일부터 5년 <ul style="list-style-type: none"> - 유효기간 단축하거나 연장 가능 • 유통 지역은 지역사랑상품권을 발행하는 지방자치단체의 장이 관할하는 행정구역으로 함 <ul style="list-style-type: none"> - 유통지역을 달리 정할 수 있음 • 상품권의 종류, 권면금액, 기재사항 등 지역사랑상품권 발행에 필요한 사항 	조례 조례 조례
제5조(지역사랑상품권 발행 및 발행 폐지의 신고)	<ul style="list-style-type: none"> • 지방자치단체의 장, 상품권의 종류·권면금액 등을 기재한 서류를 갖추어 대통령령으로 정하는 바에 따라 행정안전부장관에게 신고 	
제6조(판매대행점의 협약 및 관리)	<ul style="list-style-type: none"> • 판매대행점, 지방자치단체의 장과 판매대행 협약 체결 • 지방자치단체의 장, 협약을 체결한 판매대행점에 관한 정보를 공개하여야 함 • 판매대행점은 지역사랑상품권의 판매량, 재고량, 회수량 등을 지방자치단체의 장에게 제출 	조례 조례 조례
제7조(가맹점의 등록)	<ul style="list-style-type: none"> • 가맹점을 하고자 자, 지방자치단체의 장에게 등록 • 지방자치단체의 장 등록 거부 • 불법사행산업을 영위하는 경우 	조례

	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업에 해당하지 아니하는 기업을 영위하는 경우 • 등록 제한업종을 영위하는 경우 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 제한업종 • 가맹점 등록 신청을 받은 날부터 7일 이내에 등록 여부를 결정 • 가맹점의 자격 요건, 등록 기준 등 가맹점 등록에 필요한 사항 	조례 조례
제8조(가맹점 등록의 취소)	<ul style="list-style-type: none"> • 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 가맹점 등록을 한 경우 • 등록 제한 업종을 영위 하는 경우 • 가맹점 준수사항을 위반하는 행위를 한 경우 • 등록을 취소한 경우 그 사실을 이용자 등이 알 수 있도록 공개 	조례
제9조(지역사랑상품권의 환전)	<ul style="list-style-type: none"> • 가맹점이 아니면 상품권을 판매대행점에서 환전할 수 없음, 환전대행가맹점은 개별가맹점을 위한 경우에만 지역사랑상품권의 환전을 대행할 수 있음 	
제10조(가맹점의 준수사항)		
제11조(사용자의 준수사항)		
제12조(지역사랑상품권의 재발급 등)		
제13조(지역사랑상품권의 목적 외 사용금지)	<ul style="list-style-type: none"> • 지방자치단체의 장, 임금 또는 보수, 계약에 대하여 그 대가를 지급 할 수 없음 	
제14조(발행실적 등의 제출)	<ul style="list-style-type: none"> • 지방자치단체의 장 매 반기 종료 후 1개월 이내에 행정안전부장관에게 제출 	
제15조(지역사랑상품권 활성화 지원)	<ul style="list-style-type: none"> • 국가와 지방자치단체, 상품권의 발행·판매·환전 등 운영에 필요한 지원 • 지방자치단체의 장, 할인하여 판매 가능 • 행정안전부장관 및 지방자치단체의 장, 전산관리시스템 구축 및 관련 프로그램의 개발과 보급에 노력 	조례
제16조(지역사랑상품권기금의 설치)	<ul style="list-style-type: none"> • 지방자치단체의 장, 기금을 설치할 수 있음 • 상품권기금의 조성·용도 및 운용 등에 필요한 사항 	조례
제17조(위반행위의 조사 등)		
제18조(지역사랑상품권의 발행 및 운영위탁)	<ul style="list-style-type: none"> • 지방자치단체의 장, 위탁사업의 추진에 필요한 비용을 예산의 범위에서 지원할 수 있다. 	조례
제19조(고유식별정보의 처리)		
제20조(과태료)		

자료 : 국가법률정보시스템

제 2 장 지역사랑 상품권

③ 도입 근거

- 지역사랑상품권의 도입과 활용은 지자체별 고향사랑 상품권 조례에 근거하며, 지역상품권 관련 법령은 다음 [표 1-9]와 같이 정리됨

[표 1-9] 지역상품권 관련 법령

관련 법규	주요 내용	소관부처
소비자 기본법	상품권 잔액 환급에 관한 기준 등	공정거래위원회
여신전문금융업법	선불카드 발행한도 등에 관한 규정	금융위원회
전자금융거래법	전자화폐 및 선불전자지급수단의 발행 권면 최고 한도 등	금융위원회
대규모 유통업에서의 거래 공정화에 관한 법률	대규모 유통업자의 상품권 구입 금지 등	공정거래위원회
표시·광고의 공정화에 관한 법률 중요한 표시·광고사항 고시	유효기간이 경과한 상품권에 대한 보상 기준 등 권면에 표시 해야 할 사항 등	공정거래위원회
상품권 표준약관	상품권의 유효기간, 발행자의 최종 책임과 의무 등	공정거래위원회
소비자분쟁해결기준	상품권의 상환 및 환급 등의 분쟁해결 기준	공정거래위원회
지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률	지역사랑상품권의 발행과 환전, 운영 등에 필요한 사항 규정	행정안전부

- 지역사랑상품권은 명칭 또는 형태와 관계없이 지자체가 발행하고 해당 지자체가맹점에서만 사용가능한 유가증권으로 소상공인과 전통시장의 육성 발전 및 지역자금의 역외유출 방지 등을 통한 지역공동체 강화 및 지역경제 활성화, 자영업자·소상공인 지원을 목적으로 하고 있음
- 지역 자금의 역외유출을 막으며 지역 내 소비촉진을 통한 지역경제 선순환을 이끄는 지역화폐 역할을 톡톡히 하고 있음
- 지자체가 자율적으로 조례로 발행·운영하고, 모든 지자체가 공통적으로 지켜야 되는 최소한의 기준⁶⁾만 지침을 통해 규정하고 있으며, 지류상품권, 모바일상품권, 카드상품권이 있으며 2종류 이상 상품권을 발행 할 수 있음
- 2020년 지역사랑상품권의 사업규모는 197개 지자체에서 발행계획으로 있으며, '18년 3,714억원, '19년 2.3조원, '20년 6조원 예정(3+3조원)
- 각 지자체별로 발행규모의 4%를 지원할 계획이며 고용위기지역은 국비 4%, 그 외 지역은 국비 2%, 특별교부세 2%를 지원하고, 발행비용(할인비율 5% + 부대비율 3%)의 절반을 국가에서 지원
- 그러나 상인회, 은행 등 민간에서 발행하는 상품권과 도 및 특·광역시 내

6) 1인당 구매한도, 가맹점 환전한도, 적정 할인율, 가맹점 기준 등

자치구 발행분⁷⁾, 지자체 장이나 행안부 지원을 제안할 만한 사유가 있다고 인정한 경우에는 지원 대상에서 제외

- 지자체별 지역사랑상품권 활성화 조례를 근거로 시행되며, 대형마트, 백화점 등을 제외한 관내 자영업자·소상공인 가맹점에서 사용 할 수 있으며, (불법) 사행산업, 「중소기업기본법」상 중소기업에 해당하지 않는 기업제외 및 조례로 가맹 업종 제한 가능
- 지자체 자율로 구매할인 또는 포인트 적립(5% 내외~최대 10%)할 수 있으며, 모바일 및 카드는 만 14세 이상 구매 가능(「전자금융거래법」) 지류는 지자체 별로 구매자격 다양함
- 지역사랑상품권을 발행하는 지자체에서는 초기에는 주로 지류 상품권만 발행하고 있으며, 행정안전부에서는 인터넷 및 스마트폰을 이용한 20~30대 중심 모바일 쇼핑 급증으로 전자 상거래량이 급속하게 증가하고 있는 추세로 모바일 및 충전식 선불카드 상품권을 확대 추진 중에 있음

④ 도입 배경

- 지역화폐는 지역 경제 활성화를 목적으로 지자체가 발행하는 대안화폐
- 지역화폐는 지자체가 발행하고 지자체 행정구역에서만 사용할 수 있는 대안 화폐로서 지역 경제 활성화 역외 자금 유출 방지 특정행사 참여 유도 등을 위해 활용
- 사용 시 액면가의 일정 부분을 할인 또는 마일리지로 적립 등의 혜택을 제공
- 국내에는 1996년 잡지 녹색평론을 통해 지역화폐의 개념이 소개되었으며 2년 뒤 미래를 내다보는 사람들의 모임이 처음으로 미래화폐란 명칭의 지역화폐를 발행
- 일부 지자체의 사례가 언론 주목을 받고 국비 지원 방침의 영향으로 관심 증대
- 지방정부가 재정정책의 수단으로 지역화폐를 적극적으로 활용하고 있으며, 일부 지자체의 지역화폐가 언론의 주목을 받으며 관심이 증대
- 성남시는 2006년부터 전통시장 특화사업의 일환으로 성남사랑상품권을 도입한 선도 지자체로서 아동수당 청년소득 산후조리지원 등 정책수당과 연계하여 활성화

7) 국비 중복지원 방지, '20년~'19년 이전 발행 자치구의 경우 중복지원 방지 시스템(구매한도 통합관리) 구축 시 특·광역시 지원분 내에서 지원가능(특·광역시 행안부 간 협의 필요)

제 2 장 지역사랑 상품권

- 화천군은 산천어축제를 방문한 관광객에게 입장료의 일부를 ‘화천사랑상품권’으로 지급하여 관광객 유치 확대와 더불어 지역 내 소비를 유도
- 행정안전부는 2019년 지역화폐 발행액(2.3조원)의 4%인 920억원 지자체에 지원하였으며 올해에는 1,200억원으로 국비 지원을 확대할 예정
- 행정안전부가 발행액의 4%를 지원하고 지방정부가 자체 재원을 추가하여 혜택 제공

⑤ 모바일 상품권 발행 확대

- 지자체는 모바일 상품권 발행을 확대하고 권장
- 위·변조 가능성이 낮은 모바일 상품권 발행을 확대하고 부정유통 등 의심거래를 실시간 확인하는 등 지속 관리하여야 함
- 지자체 사정에 맞게 공모하되, 계약은 특정 업체에 우선순위를 주는 것 없이 공정하게 진행되어야 함
- 상품권 유통과정에서 발생하는 데이터는 유출되지 않도록 하여야 하며, 데이터의 보관, 활용 등은 지자체 소관으로 관리

⑥ 예산 편성 및 운용 지침

- 국비 이중지원 금지
 - 광역·기초 모두에게 지역사랑상품권 발행비용을 지원 할 경우, 해당 지역 구매자는 타 지역 대비 2배의 예산 지원을 받는 결과 발생
 - 구매자는 지역 내에서 1인당 구매한도를 2배로 적용받는 결과
 - ‘20년부터 국비 지원 대상을 조정하여 중복지원을 방지
 - 기초지역을 우대하기 위해 시·군 대상으로 지원
 - 다만, 주민 생활권을 고려하여 특·광역시는 특·광역시 대상으로 지원
 - 자치구는 상품권 발행을 할 수 있으나 국비 지원 대상에서 제외되고, 예외적으로 ‘19년 이전 발행 자치구의 경우 중복지원 방지 시스템(구매 한도 통합관리) 구축 시 특·광역시 지원분 내에서 지원 가능
 - 특·광역시와 자치구 간 사전협의를 되어야 하며 1인당 구매한도를 통합하여 구매자가 예산지원을 타 지역 대비 2배로 받지 않아야 함
 - 타 정부부처의 예산을 동일한 명목으로 지원받는 경우, 행안부 지역사랑상품권 발행지원 사업 대상에서 제외

- 지원 한도 설정
 - 인구 및 경제규모가 큰 지자체에서 지역사랑상품권이 활성화되어 국가 지원이 특정지자체로 쏠릴 우려가 존재
 - '20년부터 지자체 예산 지원한도를 설정
 - 광역지자체, 고용·산업위기지역, 강원 산불피해지역 및 포항지진 피해지역은 발행액 3,000억원까지 지원
 - 기초지자체는 발행액 300억원까지 지원
 - 지자체가 한도를 초과하여 발행할 경우 국비는 지원되지 않으나, 지방비를 사용하여 발행하는 것은 가능함
 - 적정 할인을 위반 금지
 - 지자체는 할인을 10% 초과하여 설정할 수 없으며, 이를 위반할 경우 보조금 교부결정의 전부 또는 일부를 취소할 수 있음

5 장점

① 지역의 자원을 지역 내에 묶을 수 있음

- 애초에 순수하게 지역 내 소비를 목적으로 발행되는 것이니 만큼, 지역 내부의 경기를 활성화하는 데에 도움을 줄 수 있음
- 지방에 대형마트가 들어왔을 때 문제가 되었던 점도 바로 이것 때문인데, 전국을 대상으로 하는 대기업이 운영하는 대형마트는 지역 쇼핑 인프라는 다소 나아지는 방향으로 제공하는 대신 기존 지역기반으로 도소매영업을 하는 상인들의 수입을 크게 뺏게 되어 골목상권을 중심으로 지역경제가 침체 될 수 있음
- 그러면서도 정작 본사는 서울에 있는지라 지방에 사는 시민들이 낸 소비액과 세수가 서울에 유출된다는 문제점도 있음
- 하지만 지역화폐는 대형마트, 대형온라인 쇼핑몰을 사용처에서 제외하는 경우가 많아 이러한 문제를 차단할 수 있음.
- 특히 대한민국 경제의 가장 큰 문제점 중 하나가 서울, 지방간 경제격차가 지나치게 심하고 전국의 모든 산업에서 창출하는 부가가치가 이런 식으로 상위 0.1% 재벌가의 주머니로 빨려 들어간다는 점인데 지역화폐를 통해 이를

제 2 장 지역사랑 상품권

억제할 수 있다는 점

② 지역내 부의 유출을 막아 지역사회에 돈을 돌게 만드는 의미가 있음⁸⁾⁹⁾

- 지역화폐로 결제하면 다른 결제수단보다 저렴하게 구입할 수 있음
- 시중에 개시하고 있는 신용카드, 체크카드 중 다양한 매장에서 무실적으로 최대 10% 할인되는 카드는 지역화폐를 제외하면 없음. 다만 지자체 예산에 따라 할인율이나 사용 한도가 조정될 수 있음.

③ 지역화폐 자체를 하나의 '관광상품'으로 만들 수도 있음

- 도안에 제약이 있는 중앙화폐와는 달리 지역의 상징을 화폐 도안에 반영할 수 있음
- 지역화폐의 구입 및 사용을 위해서는 발행 지역을 반드시 찾아가야 하기에 관광객 유치에도 효과가 있으며, 우표 수집 같은 수집욕을 자극할 수도 있음

6 단점

① 경제 파편화(Nikolaus Läufer)

- 지역 단위의 통화는 일시적으로 지역 내부의 거래를 활성화 시킬 수는 있으나, 장기적으로는 국가의 경제를 파편화시키기 때문에 악영향을 줄 것이라고 주장
- 사실, 지방 단위로 유통되는 화폐는 역사적으로는 흔히 나타나는 것이었으며, 현재의 국가의 중앙 발행 화폐는 이 같은 화폐의 파편화를 해결하려는 목적을 가지고 있었음
- 원래 이것은 상술한 지역의 자본 고정과는 배치되는 결과인데 재벌이라는 경제주체가 갖는 문제점 때문에 역효과가 일어나는 셈.

8) 일본 여행불매운동의 사례로 확인할 수 있었다. 일본의 지방경제가 돌아가는 원리는 한국 중심으로 유입되는 관광객들이 지불하는 엔화인데 거의 대다수의 지방에서는 카드결제가 먹히지 않기때문에 현금결제를 하고, 이 현금이 지역내 도소매 유통에만 돌아가면서 지방의 중,소규모 관광업을 운영할 수 있는 중요한 재정 원천이 되었었기때문이다.

9) 이건 장점이자 단점인데 결국 자가지역만 살겠다는 이기주의로 해석될 수 있고 지역내에 돈을 묶는 것 이외에는 별다른 효과가 없다는 것이다

- 게다가 상술했듯이 결국 모든 지역이 지역화폐를 쓰게 되는 순간 앞에서 말한 지역에 묶는 효과도 사실상 유명무실함
- 결국 우리지역만 쓰고 타지역은 지역화폐가 없을 때 지역에 가장 많은 돈을 끌어들이는데 모두가 쓰게되면 오히려 자본유입이 적어져 힘들어지는 지역이 나올 수도 있는 것

② 악용 우려

- 지역화폐의 환불규정을 이용하여 액면가의 60%만 사용하고 나머지를 현금으로 받는다던가 또는 이른바 상품권 깡이라 하여 상품권을 현금으로 교환하여 지역화폐 발행의 목적을 벗어날 수 있음
- 하지만 이러한 악용은 애초에 규제 대상이며, 이미 제도적 장치도 마련되어 있음
- 그래서 사용자들도 한번 꼬아서 지역화폐로 구매가능한 상품을 구입한 뒤 이를 즉시 중고거래하여 약간의 수수료를 떼인 수준의 가치로 현금화하는 방식으로 합법적인 깡을 시도하고 있음
- 2020년에도 이 중고거래에 대해서는 아직 이렇다 할 대응을 하고 있지는 않으며 법적으로도 막는게 쉽지는 않아 보임
- 또한, 코나아이 발 지역 상품권은 말소시효가 지난 뒤엔 잔액과 그에 따른 이자가 코나아이에 귀속되는 식으로 악용이 예정되고 있음

③ 화폐가치 하락 우려

- 지방정부에서 평소에는 5%할인 판매를 하고, 명절 등이 있는 특별한 기간에는 할인 폭을 늘려 10%로 판매하는 곳이 많음
- 지역화폐는 "현금 및 현금등가물"로서 현금과 동일한 효력을 가짐
- 만원짜리 지역화폐를 10% 할인된 9천원에 구입했어도, 만원짜리 지역화폐는 만원의 효력을 가짐
- 90만원을 가진 어떤 한 사람이 100만원의 지역화폐를 구매했다고 한다면, 시장에서 돌아다니는 화폐의 양은 만원짜리 90장에서 100장으로 늘어나는 효과가 나타남
- 수요와 공급의 법칙에 의해서 공급량이 많아지면 많아질수록, 공급되는 재화의 가치는 하락

제 2 장 지역사랑 상품권

- 즉, 화폐라고 하는 재화가 90장에서 100장으로 공급량이 많아지면, 그만큼 화폐가치는 떨어지게 되어있음
- 이것은 어디까지나 지방정부가 지역화폐를 할인판매를 지속적으로 할 때 나타나는 문제점

④ 세금 비용 발생

- 지역화폐를 발행하려면, 지역화폐에 위조방지가 되어있어야 함
- 위조방지가 되어있는 지역화폐를 발행하려면 이에 대한 예산, 세금이 필요
- 지역화폐가 할인 판매될 경우, 할인된 금액만큼의 세금이 들어감
- 뿐만아니라, 위에 언급한 화폐가치 하락의 문제점을 해결하기 위해서 화폐량을 조절하는 담당부서, 인력이 필요

7 주요 운영 대행사

연번	운영 대행사	비고
1	한국간편결제진흥원	•제로페이 연계 QR코드 및 카드형 ¹⁰⁾ 결제
2	KT	•착한페이 기반 모바일 앱 QR코드 결제, 세종 여민전 어플리케이션 관리
3	하나카드	•KT 착한페이 & 부산 동백전과 연계된 체크카드형 결제
4	농협은행	•경기도 지역화폐 충전 및 발급업무 대행(코나아이) 및 부산 동백전, 세종시 카드형 여민전 지역화폐카드(NH카드), 창녕사랑 체크카드(창녕군) 발급
5	한국조폐공사	•지류형, 모바일형
6	신한카드	•성남사랑카드. 원래 아동, 청년 등 특수 수당 대상자에만 발급했으나 2021년 4월부터 위의 조폐공사 지역화폐 앱과 연동되는 실물 체크카드를 발급 •대전광역시 대덕구 대덕 e로움의 체크카드 발행 대행사
7	코나아이	•코나카드 플랫폼을 기반으로 한 카드형 지역화폐를 발행.
8	광주은행	•광주광역시 내 카드형 지역화폐 발행 •광주광역시 광주상생카드 운영 대행사
9	대구은행	•대구광역시 내 카드형 지역화폐 발행
10	글로스퍼	•서울 노원구 지역화폐 노원 대행사
11	나이스그룹	•높을고창카드(고창군) 및 무주사랑페이(무주군)의 대행사 •대전지역화폐 온통대전 앱 개발 및 관리, 전주사랑상품권 앱 개발 및 관리 ¹¹⁾
12	우정사업본부	•남원사랑 체크카드(남원시), 예산사랑 체크카드(예산군), 화순사랑 체크카드(화순군), 순천사랑상품권 체크카드(순천시), 괴산사랑 체크카드(괴산군), 금산사랑상품권 체크카드(금산군), 제천화폐 모아 체크카드(제천시) 발급.

10) 경남 창원과 김해시가 제로페이와 연계된 카드형을 사용하고 있다.

11) 계열사인 KIS정보통신을 통해 서비스중이다

8 전국 지역사랑 상품권 현황

	발행		미발행		기초자치단체 계
	광역자치단체	기초자치단체	광역자치단체	기초자치단체	
서울		25	1		25
부산	1	2		14	16
대구	1			8	8
인천	1	7		3	10
광주	1			5	5
대전	1	1		4	5
울산	1			5	5
세종	1				0
경기		31	1		31
강원	1	13		5	18
충북		11	1		11
충남		15	1		15
전북		14	1		14
전남		22	1		22
경북		23	1		23
경남	1	17		1	18
제주	1				0
계	10	181	7	45	243

- 인천은 높은 캐시백 비율, 경기도는 정책수당과 연계 등으로 지역화폐 활성화
- 지역별로 발행액('19년 1~8월 기준)을 살펴보면, 인천이 7,423억원으로 발행 규모가 가장 크며 경기, 전북, 경북의 발행액도 비교적 큰 편
- 지역화폐 발행액 상위 지역('19년 1~8월 기준) : 인천 7,423억원, 경기 3,109억원, 전북 3,040억원, 경북 1,986억원, 경남 900억원, 전남 698억원
- 인천의 지역화폐 'e음카드'는 발행 초기에 제공한 높은 캐시백 비율로 인기를 끌었으며('19년 12월 기준 가입자 92만명), 군·구별로 자체 추가 캐시백도 제공
- 발행 초기에는 액수 제한 없이 결제액의 6%를 캐시백으로 지급하였으며 서구와 연수구는 자체 예산을 활용하여 10%의 캐시백 혜택을 제공

지역 사랑 상품권 발행 지자체 현황

구분	발행	미발행
서울(25)	종로구, 중구, 용산구, 성동구, 광진구, 동대문구, 중랑구, 성북구, 강북구, 도봉구, 노원구, 은평구, 서대문구, 마포구, 양천구, 강서구, 구로구, 금천구, 영등포구, 동작구, 관악구, 서초구, 강남구, 송파구, 강동구	서울특별시,
부산(3)	부산광역시(동백전), 동구(e바구페이), 남구(오륙도페이)	서구, 동구, 영도구, 부산진구, 동래구, 북구, 기장군, 해운대구, 사하구, 금정구, 강서구, 연제구, 수영구, 사상구
대구(1)	대구광역시(행복페이)	중구, 동구, 서구, 남구, 북구, 수성구, 달서구, 달성군
인천(8)	인천광역시(인천e음), 동구(동구사랑상품권), 미추홀구(미추홀e음), 연수구(연수e음), 부평구(부평e음), 계양구(계약e음), 서구(서로e음), 남동구(너나e음)	중구, 강화군, 옹진군
광주(1)	광주광역시(광주상생카드)	동구, 서구, 남구, 북구, 광산구
대전(2)	대전광역시(온통대전), 대덕구(대덕e로움)	중구, 동구, 서구, 유성구
울산(1)	울산광역시(울산페이)	중구, 동구, 남구, 북구, 울주군
세종(1)	세종특별자치시(여민전)	
경기(32)	경기도, 수원시, 고양시, 용인시, 성남시, 부천시, 안산시, 화성시, 안양시, 평택시, 파주시, 시흥시, 김포시, 광명시, 광주시, 군포시, 이천시, 오산시, 하남시, 양주시, 구리시, 안성시, 포천시, 의왕시, 여주시, 양평군, 과천시, 가평군, 연천군, 의정부시, 남양주시, 동두천시,	
강원(14)	강원도, 춘천시, 원주시, 강릉시, 삼척시, 태백시, 동해시, 횡성군, 영월군, 인제군, 고성군, 정선군, 화천군, 철원군	속초시, 양양군, 홍천군, 평창군, 양구군,
충북(11)	청주시, 충주시, 제천시, 단양군, 영동군, 보은군, 옥천군, 음성군, 진천군, 괴산군, 증평군	충청북도
충남(15)	공주시, 천안시, 보령시, 아산시, 서산시, 태안군, 금산군, 논산시, 계룡시, 당진시, 부여군, 서천군, 홍성군, 청양군, 예산군	충청남도
전북(14)	전주시, 군산시, 익산시, 정읍시, 남원시, 김제시, 완주군, 진안군, 무주군, 장수군, 임실군, 순창군, 고창군, 부안군	전라북도
전남(22)	목포시, 여수시, 순천시, 나주시, 광양시, 담양군, 장성군, 곡성군, 구례군, 고흥군, 보성군, 화순군, 장흥군, 강진군, 완도군, 해남군, 진도군, 영암군, 무안군, 영광군, 함평군, 신안군	전라남도
경북(23)	포항시, 경주시, 김천시, 안동시, 구미시, 영주시, 영천시, 예천군, 경산시, 청도군, 고령군, 성주군, 칠곡군, 의성군, 청송군, 영양군, 영덕군, 봉화군, 상주시, 문경시, 군위군, 울진군, 울릉군	경상북도
경남(18)	경상남도, 창원시, 진주시, 통영시, 고성군, 김해시, 밀양시, 거제시, 의령군, 함안군, 창녕군, 양산시, 하동군, 남해군, 함양군, 산청군, 거창군, 합천군	사천시
제주(1)	제주도(탐나는전)	

제 2 장 지역사랑 상품권

- 현재는 월 30만원(결제액 기준)까지 4%의 캐시백을 지급하고 있으며, 군·구별로 1%수준의 추가 캐시백을 제공하는 등 혜택이 조정된 상황
- 대신 시민들에게 1~7%의 선할인을 제공하는 가맹점을 확대하는 등 비캐시백 인센티브 강화를 통해 캐시백 지원의 한계를 보완할 예정
- 행정안전부는 '20년 총 발행목표를 3조원으로 정하고, 199개 지자체에 발행액의 4%인 약 1,200억원을 지원할 예정
- 작년에 이미 3조원을 초과하였기 때문에 올해도 발행예정액을 상회할 가능성이 높음

제 3 장 2021년도 지역사랑상품권 발행지원 사업 종합지침¹²⁾

1 사업 개요

① 상품권 개념 및 목적

개념	<ul style="list-style-type: none"> • 자치단체장이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재하여 증표를 발행·판매하고 해당지자체 가맹점에서만 사용 가능한 상품권 - 「지역사랑상품권이용 활성화에 관한 법률」 제2조제1호
목적	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 내 소비진작 및 소상공인지원을 통한 지역경제 활성화

② 사업 운영

법적 근거	<ul style="list-style-type: none"> • 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」에 근거, • 지자체가사업 운영상필요한사항을 조례로규정
지침 마련	<ul style="list-style-type: none"> • 예산집행 및 사업운영 과정에서 고려사항 - 보조율준수, 1인당 月 구매한도설정, 운영자금 적정관리등
종류	<ul style="list-style-type: none"> • 지류형상품권(109개), 모바일상품권(64개), 카드형상품권(112개) - 두 종류이상의 상품권을 발행하는 지자체도 있음('20.11월기준)

③ '21년“지역사랑상품권 발행지원”사업 개요

사업기간	<ul style="list-style-type: none"> • '21년
사업주체	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사랑상품권을 발행하는 지방자치단체
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사랑상품권 15조원 규모10% 할인판매지원
사업예산	<ul style="list-style-type: none"> • 1,052,244백만원

12) 행정안전부

제 3 장 2021년도 지역사랑상품권 발행지원사업 종합지침

④ 지원 제외 대상

- 상인회, 은행등 민간에서 발행하는 상품권
- 법령위반 등 행안부장관이 지원을 제한 할 만한 사유가 있다고 인정한 경우

2 세부 사업 내용

사업내용	• 지역사랑상품권 10% 할인판매를 위한 할인 비용지원
조기지원	• 지역경제회복을 위해 9조원에 대해 8%지원
추가지원	• 지역소비진작을 위해 4.84조원에 대해 6%지원
한시지원	• 보통교부세 불교부단체 경제회복을 위해 1.16조원에 대해 4%, 3% 한시적지원
지원대상	• 지역사랑상품권 발행 지자체
지원예산	• 1,052,160백만원(231개지자체15조원발행규모지원) - '20년 지원규모·판매율, 산업·고용위기지역 및 재난지역, 인구수 등을 고려하여 지자체간 형평성에 맞도록 예산을 배분
지원시기	• 1사분기에 조기지원(8%)·한시지원(4%, 3%) 사업예산을 우선 지원 하고, 2사분기에 추가지원(6%) 사업수요를 받아 3사분기경 교부 (잠정)
집행조건	• 10% 할인판매를위한할인보전비용으로만집행가능

3 운영체계 및 사업주체별 책무



① 행정안전부

- ‘지역사랑상품권 발행지원사업’ 기본계획및 지침수립
- ‘지역사랑상품권 발행기반조성’을 위한 국비 지원
- 지역사랑상품권 적정유통을 위한현황관리, 현장 점검
 - 발행실적등 반기보고서 확인, 부정유통·신고포상제 등 관리·감독
- 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 관련 유권해석, 제도 관련 의견 수렴 및 법령 개정
- 국비정산·반납 절차 진행, 우수지자체포상

② 상품권 발행 지자체(광역시·도, 시·군·구)

- ‘지역사랑상품권 발행 기반 조성’ 사업적정 수행
- 발행 규모 결정, 발행·판매·환전, 상품권 폐기 등 지역사랑상품권 유통이 적정하게 이루어 지도록 관리
- 부정유통방지를 위한 관리시스템 도입·구축, 모바일·카드상품권 확대
 - 가맹점 등 현장 수시 점검, 신고포상제 운영 등 부정 유통 단속 철저
- 지역사랑상품권 발행·판매·환전 현황제출
- 지원 된 예산을 목적에 맞게 사용하고 집행률 제고를 위해 노력
- 가맹점모집·등록, 휴·폐업 확인 등 지속관리
 - 가맹점등록 여부결정, 등록 현황 지자체홈페이지 등 공개
- 지역사랑상품권 운영자금 적정관리, 안전장치마련
- 자영업자·소상공인 지원을 위한 시책 마련
- 판매활성화를 위해 다양한 홍보·이벤트등 추진

4 지역사랑상품권 발행

① 지역사랑상품권 발행

- 자치단체장은 지역사랑상품권을 발행할 수 있으며 적정하게 관리
 - 지역내 소비진작 및 소상공인지원을 위해 지역사랑상품권 발행

제 3 장 2021년도 지역사랑상품권 발행지원사업 종합지침

※ 「지역사랑상품권이용 활성화에 관한 법률」 제4조, 제5조

- 지자체는 상위법에 위반되지 않는 범위 내에서 법령이나 조례에 근거하여 지역사랑상품권을 지역주민에게 지급 할 수 있음

「아동수당법」제10조(아동수당의 지급 시기 및 방법 등) ③ 아동수당은 현금으로 지급한다. 다만, 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장은 대통령령으로 정하는 바에 따라 해당 지방자치단체의 조례로 정하는 다른 방법으로도 지급할 수 있다.

「아동수당법 시행령」제10조(아동수당의 상품권에 의한 지급) ① 특별자치시장·특별자치도지사·시장·군수·구청장은 법 제10조제3항 단서에 따라 아동수당을 해당 지방자치단체가 발행하는 상품권으로 지급할 수 있다.

② 지역사랑상품권 명칭

□ “지역사랑상품권” 명칭 사용 장려

- 지역 특성을 반영한 별도 명칭을 선정, 사용하는 것은 무방하나, 법정통화와의 혼동을 방지하기 위해 ‘화폐’라는 표현은 지양
- 플랫폼이나 발행·관리업체 명칭 등을 상품권에 사용할 경우, 주민에게 혼동을 줄 수 있으므로 자제
※예시)OO페이, OO페이상품권, OO은행 상품권 등

5 예산 편성 및 운용 지침

① 예산 배분기준

- 8% 지원사업(지역경제 회복을 위한 조기지원, '20년 수준) < 광역시 배분기준 >
 - '20년 판매액('10월말 현재)을 기준으로 그룹화하여 일정금액 지원
 - 다만, '20년 신규발행지역은 '21년 발행계획, 지자체규모 등 추가 감안 6% 지원사업(지역소비 진작을 위한 추가지원)
 - 별도 추가 수요조사 통해 배분액 산정(4월, 잠정)
 - 8% 사업 + 6% 사업 합계기준으로 지원 상한액 적용(광역 1.4조원/시군 1,400억, 잠정)
※ 예시)8% 사업1,000억 지원받은 경우,6% 사업은 최대400억 지원

- '21년조기 판매율(판매규모/지원규모) 높은 경우인센티브부여
 - 조기집행 및 경기 진작 차원에서 1/4분기 판매액이 많은 지역은 6% 사업배분시 인센티브 부여
- '20년사업 최종판매율(12월말) 기준 인센티브 또는 페널티 부여

② 국비 이중지원 금지

- 광역·기초 모두에게 상품권 발행비용을 지원할 경우, 해당 지역 구매자는 지역내에서 1인당 구매한도를 2배로 적용받는 결과 우려
 - '22년은 이중지원이 발생하지 않도록 광역차원에서 대책 마련·시행
- '22년부터는국비 지원대상을 조정하여 중복지원을 방지
 - 특·광역시는주민생활권을고려하여특·광역시대상으로지원
 - ※ 다만, 특·광역시,도는 자체적으로 자치구나 시·군에 지원가능

③ 보조금 지급 조건 준수

- 지원된 국비는 10% 할인판매를 위하여 사용하여야 하며, 보조율을 임의로 변경할 수 없음
 - ※ 예시) 보조율을 10%로 이하로 낮춰서 발행물량을 증가하는 행위 등
- 교부조건 위반 시, 보조금 교부결정의 전부 또는 일부 취소 가능

④ 국비 집행

- “지역사랑상품권 발행 지원사업” 국비는 지역사랑 상품권 10%할인 판매를 위한 할인 보전비용으로만 사용되어야 함
 - 할인판매와 관계없는 발행비용, 홍보비, 운영비 등으로 사용불가
- 지자체는 보조율에 따라 사업을 e호조에서 각각 구조화¹³⁾하여야 하며, 10% 할인판매를 위한 지방비를 사업단위에 맞게 매칭하여야함
 - 8% 지원사업은 지방비 2%, 6% 지원사업은 지방비 4%를 매칭
- 국비는 지자체수요 및 배분기준에 따라 조정된 '21년 발행지원규모를 기준으로 지원되며, 지자체는 '21년내 이를 모두 판매하여야 함
 - 모바일·카드형 상품권은 앱(app) 등을 통해 충전되었을 때 판매된 것으로 평가
- 판매되었으나 가맹점 등에서 환전되지 않은 상품권예산은 '22년으로 이월하

13) 예시)상품권발행지원(8%), 상품권발행지원(6%)

제 3 장 2021년도 지역사랑상품권 발행지원사업 종합지침

여 사용가능

⑤ 국비 정산

- 특·광역시, 도는 사업연도 종료 후3개월 이내에 판매실적과 예산 집행내역을 담은 실적·정산보고서를 취합하여 검토 후 행안부에 제출
- '21년 내 판매되지 않은 상품권, 지방비 매칭이 되지 않은 경우, 사용목적에 위반되는 경우 등에는 정산과정에서 국비환수 예정

구분	'20년 사업 지침	'21년 사업 지침
신설		<도(서울시 포함)> • 시·군·구별 예산 배분기준 마련 - 집행률 등 고려, 시·군·구 간 재조정
		<지역사랑상품권 운영자금 관리> • 자치단체장이 자신의 책임 아래 상품권 운영자금을 적정 관리
		<가맹점 등록> • 전자적 방법을 통한 가맹점 등록, 주민·가맹점 대상 적극 안내, 홍보 • 지역 여건에 맞게 계도기간 추가 설정 등을 통해 가맹점 등록
		<판매 활성화 시책 추진> • 지자체 배달앱을 통해 상품권 온라인 결제 가능토록 추진
		<예산 배분기준> • 8%, 6%, 4%, 3% 사업별로 예산 배분 기준 마련, 안내
수정	<상품권 구매·환전 한도 설정> • (판매) 1인당 월 70만원 이내 - 100만원 상향시 행안부 협의 • (환전) 월 5,000만원 이내	<상품권 구매·환전 한도 설정> • (판매) 1인당 월 100만원 이내 자율결정 • (환전) 매출액 증빙 등을 통해 지자체 사정에 맞게 자율결정
	<적정 할인을 설정> • 권면금액의 5~8% 이내 설정 - 10% 확대 시 행안부 협의	<적정 할인을 설정> • 조례로 정하는 비율로 설정 - 지역경제 활성화 취지 및 부정유통 방지 등 고려 적정 설정

제 4 장 인천e음

1] 개요

1. 카드명 변경

- (인천E음카드) '인천사랑 전자상품권(인처너카드, INCHEONer CARD)라는 이름으로 도입
- 2018년 8월부터 발급되기 시작
- 2019년 4월 1일부로 인천 e음카드로 변경

2. 발행취지

- 역외 소비 감축 및 관내 소비 촉진, 소상공인의 매출 증대를 통한 지역경제 활성화를 도모하고
- 소상공인 경쟁력 강화를 위한 서비스 플랫폼 제공과 연계 가능한 시책 및 컨텐츠 구성안 도출을 통한 지역경제 선순환 구조 구축 함

3. 발급매체 : 모바일 App + 선불카드

- 기명카드 : IC카드(일반시민, 사업자), 모바일 카드
- 무기명 카드 : 정액형 카드(인천관내 농협지점에서 구입 가능)

4. 유통지역 : 인천시 일원으로 한정, 교통카드 기능은 전국 사용

5. 가맹 대상

- 백화점, 대형마트, SSM 등을 제외한 전 사업장
- 등록된 가맹점이 아니어도 사용 가능

6. 사업 내용

- 소상공인 중심의 서비스 모델 구축
- 신용카드 수수료 절감
- 매출증대를 위한 부가서비스 제공(주문배달, 쇼핑몰, 마케팅 지원 등)
- 서비스 플랫폼 구축 운영 및 가맹점 모집 등 서비스 환경 조성
- 사용자와 가맹점의 피드백을 통한 서비스 개선 방안 도출

2 2020년 사업 추진 계획

① 광역시 - 기초 군·구 역할 분담 : 캐시백 요율 통일

시는 법용성과 규모경제(효율성) 추구하고 군·구는 지역 특화 및 차별화된 서비스를 구현

② 캐시백 예산(안)

- 839억원(국비 260억원, 시비 578억원)
- 캐시백 요율 : 최소 3% 캐시백 제공

③ 비 캐시백 인센티브 기능 강화 - 인천e몰 및 인천굿즈 활성화

사업목적	<input type="checkbox"/> 소공인의 비용절감 및 판로 개척 지원 • 시중 쇼핑몰 대비 입점 및 매출수수료 20~30% 절감 (단, 온라인결제 수수료 3% 부담)
사업목표	<input type="checkbox"/> 인천e몰 1만4천개 상품 ⇨ 5 만개 상품 • 인천굿즈 106개 업체 ⇨ 300개 업체 / 인천대표 ‘히트상품’ 배출 - 매출액 실적(2019.12.22.기준) : 인천e몰 2,827백만원, 인천굿즈 153백만원
사업내용	<input type="checkbox"/> 최저가 시민복지물 • 인천e몰 : 인천지역외 업체 입점 가능 (입점 및 매출수수료 부과) • 인천굿즈 : 인천지역 업체만 입점 (입점 및 매출수수료 무료)

④ 혜택*가맹점 활성화

사업목적	<input type="checkbox"/> QR 간편결제 도입과 연계하여 소상공인의 카드 수수료를 절감(0%)을 통한 매출증대 및 다양한 결제 수단을 제공하며 정부와 지자체는 예산을 지원하고, 소상공인은 1~7% 선할인을 받아 소비를 진작시켜 매출증대로 이어짐
사업목표	<input type="checkbox"/> 60,000 개 가맹점 모집
모집방법	<input type="checkbox"/> 가맹점 모집인 운영하며, 모집건당 수수료는 15,000원(예산 명시 이월 600백만원)
집중지원	<ul style="list-style-type: none"> • 혜택*가맹점 선 할인을 조정 : 3,5,7% ⇨ 1~7% • 사회적 기업(협동조합, 마을기업 등) : 최소 1% 적용 • 인천 소재 프랜차이즈 본부를 활용한 혜택*가맹점 모집 확대 • 인천e음 도입 군·구 자체, 혜택*가맹점 위주 지원 권장 • 특화카드 발행을 통한 혜택*가맹점 모집 활성화 • 홍보 강화 : 타겟별 (소상공인 및 시민) 투트랙 홍보 진행

⑤ 캐시백 요율 통일

도입현황	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 인천e음 도입 군·구 : 기발행 3개구 • 서구 ('19.5.1) , 연수구 ('19.6.29) , 미추홀구 ('19.7.1) • 2020년 인천e음 도입 예정 : 4개군·구(중구, 부평구, 계양구, 용진군)
추진방안	<ul style="list-style-type: none"> • 군·구 : 지역 특화 및 차별화된 서비스를 구현하고 광역의 인프라를 활용하여 자체 실정에 맞는 인센티브 추가제공하고, 광역시-기초군·구간 역할분담을 통한 캐시백 요율 통일 • 2020년에 한해 市 동일구간 + 군·구 자율구간 1~2% 캐시백 제공하며, 초과 캐시백 적용시 초과분 만큼 시비지원 배제

[표 2-7] 시-군·구 캐시백 지급 비율(2020년 1월 1일부터 적용되는 현재 적립율)

월결제액구간	인천시	서구	연수구	미추홀구
30만원이하	4%	5%	5%	4%
~50만원이하	2%	3%	3%	2%
~100만원이하	1%(인천시전역공통)			
100만원초과	0%(인천시전역공통)			

※ 2020년 3월 1일부터 2020년 6월 30일까지 한시적으로 자가 충전금에 한해 50만원 이하까지는 10% 적립 진행

제 4 장 인천e음

[표 2-6] 캐시백 조정 내역

2019.08.01부터 적용

월 결제액 구간	인천시	서구(7.19 적용)	연수구	미추홀구
30만원 이하	6%	10%	10%	8%
30만원~50만원		7%		7%
50만원~100만원		6%	6%	6%
100만원 초과	0%			



2019.10.22.부터 적용

월 결제액 구간	캐시백 지급율		비고
	10.22~10.31	11.1~12.31	
30만원 이하	3%	3%	
50만원~100만원		0%	
100만원 초과	0%		
서구의 서로e음 30만원 이하 7%, 연수구e음 30만원 이하 10%			



2020. 1. 1.부터 적용

월 결제액구간	인천시	서구	연수구	미추홀구
30만원이하	4%	5%	5%	4%
~50만원이하	2%	3%	3%	2%
~100만원이하	1%(인천시 전역공통)			
100만원초과	0%(인천시 전역공통)			

※ 1차 조정 사유

일부 사용자에게 캐시백 혜택이 집중되는 '빈익빈 부익부'와 사행서, 대형 유통 등 쟁점 업종에 대한 논란 발생

※ 2차 조정 사유

2019.8.1. 사업 조정 이후 실사용자 비율(59%→72%) 및 1인당 사용액 증가에 따른 캐시백 예산(728억원)의 조기소진

[표 2-11] 2019년 인천시 및 각 구별 캐시백 및 인센티브 제공 현황

	사용자 캐시백	가맹점 인센티브
인천시	6%(국 4 : 시 2)	
서구	10%(국 4 : 시 2 : 구 4)	연매출 10억원 미만 업체 카드 수수료 0.5% 지원
연수구	10%(국 4 : 시 2 : 구 4) + 혜택가맹점(3억원미만)사용자 2% 추가 지원	카드수수료 전액 지원
미추홀구	8%(국 4 : 시 2 : 구 2)	

3 2020년 추진 성과

① 코로나19로 침체된 지역 소비 진작에 기여

캐시백	• 총 2,136억 원의 캐시백 지급으로 소비 촉진			
발행실적	• 전국 1위 발행액으로 지역경제 활성화			
	구 분	가입자수	발행액	결제액
	누 계	1,379,152명	3조 9,258억	4조 4,085억
	2020.12.20 기준	449,624명	2조 4,188억	2조 8,620억
* (2020년당초목표)가입자수(누계)120만명, 발행액 2조 5천억원				
* (가입자현황)가구수125만의109%, 경제활동인구164만명의83%				

② 인천e음 플랫폼 통한 소상공인 지원

혜택+가맹점	• 소상공인 QR간편결제 수수료 제로, 6천개로 확대
인천e몰	• 인천업체 입점수수료 제로 인천굿즈몰, 우수기업 상품전, 사회적기업 상품전 등 소상공인 온라인 판로 지원
배달서구	• 소상공인 배달수수료 절감 지원, 군구 주도 사업모델 구축
꾸러미몰	• 학교급식 중단으로 위기에 처한 급식납품업체 매출 확보

③ 연계시책 활성화로 가입자 및 역내소비 확대

정책수당	• 긴급재난지원금, 저소득층한시생활지원 등 코로나19 대응 • 정책수당 3천억원 규모를 e음으로 지급, 골목상권 소비로 연결
교육재난지원금	• 31만명 학생 대상 인천e음으로 현금, 현물 지원
특화카드	• 예술인e음카드, 푸르지오입주자 카드, 청운e음카드 등 • 특화카드 발행을 통한 지역상권 및 공동체 활성화

④ 인천e음 플랫폼 부가서비스 강화

- 혜택+가맹점 쿠폰, 스탬프 기능 시범 운영
- 공유경제몰, 기부서비스, 두레자금 등 신규 서비스 개시

4 2021년 중점 추진방향

중점	현 상황	개선방향	비고
① 중층구조 활용 지역 공동체 기능 강화	지역경제 활성화에 중점	• 지역경제 활성화와 동시에 지역공동체 역할 확장	
② 혜택+가맹점 활성화	일방적, 인위적 가입 유도 방식 모집(6천개)	• 사용자 스스로 찾아다니고, 사업주 스스로 가입할 수 있는 환경 조성 (2만개)	
③ 법인전환 통한 운영 체계 확립	민간기업 운영대행에 따른 리스크 존재	• 안정적이고 지속가능한 운영 체계 정립	
④ 플랫폼 부가서비스 활성화	잔액 충전을 위해 짧은 시간 앱 접속	• 시민·소상공인 니즈에 맞는 맞춤형 서비스 제공 • 스스로 방문하여 즐기는 플랫폼으로 발전	
⑤ 군구 연계 협력 강화	시 주도 운영	• 군구 주도 지역기반 서비스 확대 (배달앱, 특화카드 등)	

5 가맹점(소상공인) 및 사용자(인천시민) 혜택

① 소상공인의 매출 증대 및 경쟁력 강화

- (매출 증대) 발행액 상당의 안정된 매출액 확보
- (카드 수수료 절감) 0.3% 인하 ⇒ 연차별 제로화 추진
* 연매출 3억원 미만(0.8%→0.5%), 3억~5억(1.3%→1.0%)
- (부가서비스 무료 제공) 주문배달, 인처너몰, 공유경제몰 등
- (마케팅 지원) 위치 기반의 푸시 메시지 송출, 빅데이터 기반의 매출분석 및 맞춤형 시책개발 지원 등

② 인천시민의 자긍심으로 윤택한 가계경제 지원

- (할인 혜택) 가맹점으로부터 제공되는 현장 할인(3~7%) 혜택 수혜
- (계획 소비) 성북 충전식 카드로서 계획된 소비 기능

- * (예시) 외식카드 : 일반 정액을 충전하여 그 범위 내에서만 외식
- 학생용돈 카드 : 월별 용돈을 충전하여 주고 소비패턴 분석 가능
- (稅 테크) 연말정산시에 현금과 같은 30%의 소득공제
 - * 전통시장 사용시 40% 적용

[표 2-8] 인천사랑 상품권 개요

구 분	내 용
카드수수료 절감	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 3억 미만 : 0.5%(0.3% 절감) ▶ 3억~5억 : 1.0%(0.3% 절감) ▶ 5억 이상 : 1.7%
사용자 혜택	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 가맹점별 3%~7% 先할인 ▶ 소득공제 30% (전통시장40%)
부가서비스 무료 제공	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 주문배달(소상공인 대상) : 시중앱 대비 13~17% 절감 ▶ 인천 e몰(소상공인 대상) : 시중몰 대비 20%내외 절감 ▶ 공유경제몰(인천시민 대상)
통합플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 시책성카드 통합(바우처카드, 공공시설 회원 등) ▶ 중층제카드(군·구, 단체 등), 특화카드(축제연대) ▶ 온라인예약, 스마트 물류 등

자료 : 인천광역시 소상공인정책과

[표 2-9] 연 매출 기준 소상공인 e음카드 수수료 비교(체크카드 결제기준)

연매출	신용카드	체크카드	일반가맹점		혜택+가맹점	
			區지원	자부담	區지원	자부담
3억 이하	0.8%	0.5%	0.5%	0%	0.5%	0%
3억~5억	1.3%	1.0%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
5억~10억	1.4%	1.1%	0.5%	0.6%	0.5%	0.6%
10억 초과	1.6%	1.3%	비대상	비대상	0.5%	0.8%

6 인천e음 특징

- ① 인천광역시의 지역화폐인 ‘인천e음’이 지역화폐 비즈니스 모델을 개선하고 가맹점을 대규모 확보하는 등 정착되고 있음

제 4 장 인천e음

- ② 앱+카드 형태로, 앱을 통해 카드에 돈을 충전하는 것은 물론 부가서비스를 이용하는 것이 가능하며, 결제액의 5%를 인센티브로 제공
- ③ 기존의 지역화폐는 정부정책과 맞물려 확산되고 있으나, 기존에 지자체들이 도입한 지류상품권이나 모바일 형태 지역화폐의 경우 할인혜택을 받고 현금화하는 ‘상품권 깡’에 취약하거나, 결제방식이 익숙하지 않아 중장년층의 접근이 어렵고, 가맹점주가 따로 결제수단을 준비해야 하는 등의 문제점 대두
- ④ 인천e음은 신용카드 표준인 EMV카드 형태이기 때문에 악용을 원천차단할 수 있으며, 기존의 신용카드 결제 시스템을 활용할 수 있어 가맹점 확보에 유리
- ⑤ 실제로 2019년 상반기 인천e음 가맹점수는 17만5천개로 인천 지역점포 99.8%가 등록되어 있으며, 이는 성남사랑상품권 가맹점(9,100여개)의 20배에 달함
- ⑥ 광역지자체와 기초지자체가 혜택을 중복지원 하지 않기 위해 기초지자체 내에서 사용 할 경우와 그 외 지역에서 사용 할 경우의 혜택을 구분하여 사용하고 있음
- ⑦ 시책연계 서비스를 다양하게 시행

<p>각종 수당 지급</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 월정액 수당(복리후생비, 정액급식비 등) : 자동충전 기능 활용 • 수당지급계좌를 인천너카드와 연결된 계좌로 변경 <ul style="list-style-type: none"> - 인처너카드 앱에서 자동충전 기능을 활용하여 매월 수당 금액 만큼을 인처너카드로 충전하여 사용 • 비정기적 수당(위원회 수당, 포상금, 당지구당 등) : 정액권 구입 • 농협 12개 지점에서 법인카드로 정액권 구입 • 정액권을 수령자에게 지급 후 수령 확인서 첨부 • 정액권 수령자는 인처너앱 가입 후 정액권을 등록, 소득공제 신청 후 사용(인처너앱 가입절차 없이 사용가능하나, 무기명이므로 사용내역 확인 및 소득공제 불가)
<p>보조금사업의</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 보조사업자 : 법인명의로 인처너카드 발급 후 운영비 등 경

운영비 지급 연계	상적 경비를 카드에 충전하여 결제
각종 시설 입장료 연계	<ul style="list-style-type: none"> • 해당시설 : 지자체 운영 박물관, 체험장, 체육시설 등 • 연계 방법 : 인천사랑 전자상품권 가맹점 등록 후 입장료 및 사용료 등 할인(3%이상) 적용
축제·공연 등 행사 연계	<ul style="list-style-type: none"> • 행사 입장료를 인천사랑 전자상품권으로 결제 • 행사장 매장에서 인천사랑 상품권으로 결제 • 각 매장을 사전에 가맹점으로 등록하도록 요청하여 인천사랑 전자상품권으로 결제 및 할인을 적용
지역경제 활성화 연계	<ul style="list-style-type: none"> • 입장료 징구시 입장료+추가금액을 징구하여 추가금액에 해당하는 전자상품권을 지급 • 방문객들에게 전자상품권을 지급함으로써 행사장 내 또는 인근매장 등 인천지역 내 소비를 촉진하는 효과 도모
자녀용돈 카드 사용	<ul style="list-style-type: none"> • 부모가 인천너 카드를 발급 받아 자녀에게 제공 • 부모 : 모바일 앱에서 카드충전이나 카드이용 내역 확인 • 자녀 : 인천너 카드 사용(용돈사용, 교통카드 기능 등) ⇒ 부모가 모바일 앱에서 이용 내역 확인 등을 통해 자녀 용돈관리 및 조기 경제교육 가능 • 자녀가 14세 이상이고 본인 명의의 핸드폰을 소유한 경우에는 자녀핸드폰에 앱을 설치하여 자녀명의로 카드 등록 후 사용 가능

7 2021년 군·구 인천e음 도입·운영 현황



제 4 장 인천e음

구 분	2021년 사업계획		비고	
	추가 혜택 및 서비스	예산액		
기 도입 (5)	서구	<ul style="list-style-type: none"> •혜택*가맹점 사용자 5% 추가 캐시백 •배달서구 •남남서구몰, 온리서구몰 •서로도움, 소통1번가 •경품지급 	* 7,100백만원 •혜택*가맹점 결제수수료 지원 460백만원 •혜택*가맹점 캐시백(5%) 지원 3,000백만원 •사업자카드 지원 1,440백만원 •경품지급 600백만원 •부가서비스 운영 : 1,000백만원 •홍보비 등 200백만원 •인건비 200백만원 •기금예치금 200백만원	19. 5. 1. 발행
	연수구	<ul style="list-style-type: none"> •혜택*가맹점 사용자 7% 추가 캐시백 •배달e음 •혜택*가맹점 특화거리 조성 •특화카드(아파트단지, 기업 등) 	* 2,794백만원 •혜택*가맹점 캐시백(7%) 지원 2,300백만원 •혜택*가맹점 특화거리 지원 80백만원 •부가서비스 운영 360백만원 •홍보비 등 5백만원 •인건비(기간제근로자 등) 49백만원	19. 6.29. 발행
	미추홀구	-	•예산 미확보	19. 7. 1. 발행
	부평구	<ul style="list-style-type: none"> •혜택*가맹점 사용자 2% 추가 캐시백 •부평소식, 문화소식 	* 718백만원 •혜택*가맹점 결제수수료 지원 100백만원 •혜택*가맹점 캐시백(2%) 지원 600백만원 •홍보비 10백만원 •부가서비스운영 8백만원	20. 3. 2. 발행
	계양구	<ul style="list-style-type: none"> •혜택*가맹점 사용자 5% 추가 캐시백 	* 385백만원 •혜택*가맹점 결제수수료 지원 24백만원 •혜택*가맹점 캐시백(5%) 지원 286백만원 •홍보비 등 30백만원 •인건비 45백만원	20. 3.16. 발행
2021년 도입 예정 (3)	중구	•관광특화카드, 배달 서비스(추경 확보 시)	* 300백만원 •가맹점 수수료 지원 300백만원	20. 7. ~12. 카드수수료 지원
	옹진군	•혜택*가맹점 사용자 추가 캐시백(추경 확보 시)	•조례 제정 예정 •예산 미확보	
	남동구	•특화카드(소래포구, 아파트 단지 등)	•추경확보 시 특화카드 발행 지원 예정	

※ (동 구) 2019. 4. 25. 동구사랑상품권(지류형) 발행(2021년 예산 591백만원)
 (강화군) 2018. 7. 23. 강화사랑상품권 운영 폐지(2020. 7.까지 환전)

1. 2021년 캐시백 운영

① 정책상황

- 코로나19 상황 지속에 따른 지역경제 활성화 지원 및 인천형 재난지원금인 인천 e음 캐시백(소비지원금) 지급 필요성 지속, 시민 만족도가 높은 지역화폐 정책의 일관성 유지 필요

② 예산액

- 1,950억원 (국비 940 억, 시비 1,010억)
* (국비기준) 10% 할인조건, 국비지원 발행규모 1조 3천억원 (전국 15조)

※ 연도별 인천e음 캐시백 예산 및 발행규모

연 도	인센티브 예산액			발행규모		비 고
	합계	국비	시비	국비지원	총규모	
합 계	4,814억	1,862억	2,952억	3조 565억	8조	
2019	728억	260억	468억	6,500억	1조 5천억	
2020	2,136억	662억	1,474억	1조 1,065억	2조 5천억	
2021	1,950억	940억	1,010억	1조 3천억	4조	

③ 캐시백 비율

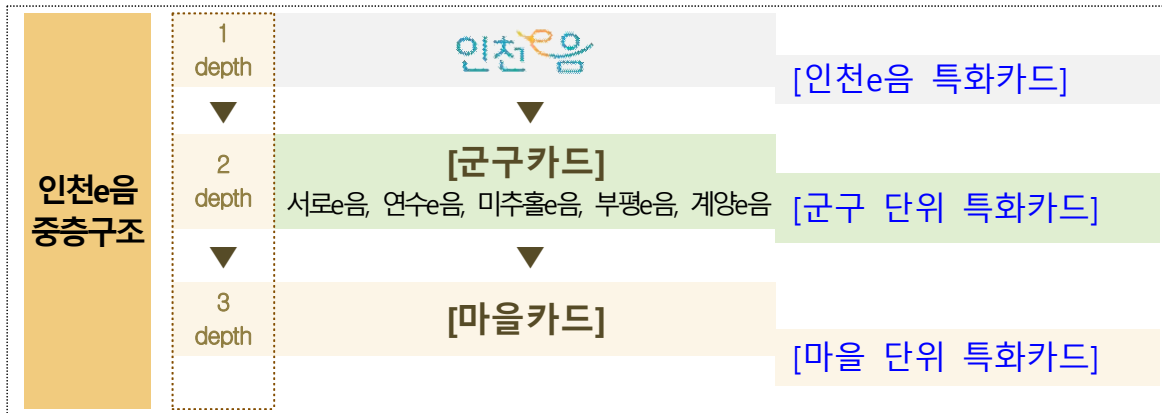
- 현행 비율 유지 (50만원 이하 10%, 50만원~100만원 이하 1%)
 - 코로나19 상황 진정, 지역경제 활성화 시점에 지급기준 조정 검토
 - 발행 규모 최대화, 지속가능성 고려 캐시백 지급 기준 의견수렴
- * (캐시백 지출액) 최근 3개월간 평균 월 225억 지급

2. 중층구조 활용 지역공동체 기능 강화

① 사업목적

- 지역화폐의 목적인 지역경제 활성화와 지역공동체 활성화 중 지역경제 활성화 소기의 성과 이후 지역공동체 강화로 정책 변화 필요

제 4 장 인천e음



② 추진계획

- 중층구조 1단계(군·구)에서 한 단계 내려온 2단계(마을단위) 본격 추진
- 모임·단체 단위 특화카드 발급·사용 통해 지역 공동체 강화
 - 마을카드(마을+골목상권), 기업카드(기업+지역상권)
 - 대학 특화카드 확대로 학교경제권 형성(학교+지역상권)
 - 아파트 커뮤니티 연계 특화카드
 - 섬 관광 등 내외국인 대상 관광 특화카드
- ex) 입주자 카드 : 인천e음 - 연수e음 - 푸르지오 카드(글로벌캠퍼스 푸르지오 입주자)
 학세권 카드 : 인천e음 - 미추홀e음 - 청운e음 카드(청운대 학생, 교직원, 가족)
- 교육청 연계 협력 ‘교육e음카드’ 추진
 - 교육e음카드 발행 및 플랫폼 구축(교직원, 학생, 학부모)
- 고유 디자인 카드 제작, 혜택*가맹점 연계 추가 할인

3. 군·구 연계 협력 강화

① 군·구 협의기구(TF) 운영 정례화

구성	• 인천시 인천e음 운영팀장, 10개 군·구 담당 과장
운영	• 분기별 및 수시 개최
내용	• 지역별 차별화된 서비스 구현 협의 • 혜택*가맹점 모집단체 운영 및 소상공인 대상 홍보 등 • 인천e음 모바일 앱 개선방안 논의 • 군·구 사업자 카드 및 특화카드 발급 협의 • 그 외 특색있는 부가서비스 개발 협의

② 군·구 지원체계 구축

대상	• 인천e음 모바일 앱 UI ¹⁴⁾ 디자인 및 혜택 신설·변경 등
절차	• 사전협의 후 시행 • 시와 사전협의 후 시의 승인 및 시행 • 군·구 인천e음 활성화를 위한 차별화된 서비스 위주로 지원
행정	• 각 군·구별 2021년 인천e음 관련 사업계획 수립 • 자체계획 수립 후 시에 제출

8 인천광역시 · 군 · 구 지역사랑상품권 조례 현황

[표 2-1] 인천광역시 · 군 · 구 지역사랑상품권 조례 현황

	상품권명	상품권 발행일	상품권 종류	조례	
				제정	시행
인천광역시	인천e음전자상품권	2018. 7. 31	카드/모바일	2018. 4. 23	2018. 7. 23
동구	동구사랑상품권	2019. 4. 25	지류	2018. 12. 26	2018. 12. 26
부평구	부평e음전자상품권	2020. 3. 2	카드	2019. 9. 23	2019. 9. 23
계양구	계양e음전자상품권	2020. 3. 16	카드	2019. 9. 27	2019. 9. 27
연수구	연수e음전자상품권	2019. 6. 29	카드	2018. 12. 24	2018. 12. 24
미추홀구	미추홀e음전자상품권	2019. 7. 1	카드	2019. 4. 29	2019. 4. 29
서구	서로e음전자상품권	2019. 5. 1	카드/모바일	2018. 10. 02	2018. 10. 02
옹진군	미발행	-	-	2021. 07. 14	2021. 07. 14
남동구	미발행	-	-	2018. 12. 21	2019. 1. 1
강화군	미발행	-	-	2014. 11. 28	2014. 11. 28
중구	미발행	-	-	-	-

㉠ 인천지역의 광역자치단체 1곳, 기초자치단체 10곳 중 지역사랑상품권을 발행하는 곳은 인천광역시를 포함해 총7곳에서 발행을 하고 있음

14) User Interface : 사용자 인터페이스는 사람과 컴퓨터 시스템 프로그램간 상호작용

제 4 장 인천e음

- ㉞ 남동구와 강화군은 조례는 제정되어 있으나 상품권은 발행하지 않음
- ㉟ 동구는 지류형을 발행하고 있으며, 동구를 제외하고는 나머지 6개 지역이 카드형 상품권을 발행하고 있음
- ㊱ 동구는 ‘동구사랑상품권’으로 지역화폐 명칭을 사용하고 있지만 다른 지역은 ‘e음전자상품권’이란 통일된 명칭으로 인천시의 ‘인천 e음상품권’과 연계한 상품권으로 운영되고 있음

1. 지역별 조례비교

① 목적, 상품권 종류, 유효기간, 환급, 상품권운영위원회

[표 2-2] 조례비교:목적, 상품권 종류, 유효기간, 환급, 상품권운영위원회

	목적	상품권의 종류	유효기간	환급	상품권운영위원회
인천광역시	인천사랑상품권의 발행 및 운영 등에 필요한 사항 규정			60퍼센트 이상, 1만원 이하 80퍼센트 이상	인천사랑상품권 운영위원회
동구	동구사랑상품권의 관리 및 운영에 관한 사항 규정	5천원권 1만원권	5년	100분의 80 이상	
서구	서구 지역화폐 발행 및 기금 설치 조례		3년 5년	100분의 70 이상	서구지역화폐 민관운영위원회
부평구	부평사랑상품권의 발행 및 운영에 필요한 사항 규정				
계양구	계양사랑상품권의 발행 및 운영 등에 필요한 사항 규정				
연수구	연수사랑상품권의 발행 및 운영 등에 필요한 사항 규정	전자식 지류형		구청장이 정한 비율 이상	연수사랑상품권 운영위원회
미추홀구	미추홀사랑상품권의 발행 및 운영 등에 필요한 사항 규정				
남동구	인천사랑상품권에 대한 남동구 지원에 필요한 사항 규정				

강화군	강화사랑 상품권의 발행 및 운영에 필요한 사항 규정	5천원권 1만원권	2년	100분의 80 이상	
용진군	용진사랑상품권 발행 및 운영조례	전자식 충전식			
중구	조례없음				

- 상품권의 목적 중구는 조례가 없으며, 남동구를 제외하고 모든 지역에서 “해당 지역상품권의 발행, 운영, 관리 등에 관한 필요한 사항을 규정”하고 있지만 남동구는 상품권을 발행하지 않고 인천e음 상품권을 사용하고 있으면서 조례에는 “인천사랑상품권에 대한 남동구의 지원에 필요한 사항 규정”이라고 목적을 두고 있음

제 5 장 대구행복페이

① 대구행복페이 개요

1. 개요

- ① 2020년 6월 3일부터 전자카드 형태로 대구광역시 최초로 도입하는 지역 화폐
- ② DGB대구은행을 운영 대행사로 선정해 출시하는 대구광역시 주관의 대구 지역 지역사랑상품권
- ③ ‘대구행복페이’란 이름은 2020년 3월에 시민 공모전을 거쳐서 당선된 것으로 6월 3일에 발행됨
- ④ 대구광역시 관내에서만 사용 가능한 지역화폐 카드로, 무기명 충전식 선불 카드
- ⑤ 연말정산 시 소득공제는 30%이며 충전시 7% 즉시할인 혜택(대구광역시의 정책에 따라 변경될 수 있음)을 제공
- ⑥ 연 매출 10억 원 이하의 일반 가맹점에 결제 수수료 전액을 지원
- ⑦ 출시 기념으로 2020년 6월부터 9월까지 10% 즉시할인 혜택을 제공하였음
- ⑧ 발행한지 3일 뒤인 6월 6일에 하루에만 23억 8,000만 원이 발행되면서 누적 충전금액이 56억 8,000만 원에 도달
- ⑨ 발행 첫날에만 10억 6,000만원 2일차에는 22억 4,000만 원이 충전된 것으로 집계
- ⑩ 발행 1달만인 7월 초 누적 충전금액 582억 7,756만원을 달성
- ⑪ 2020년 10월 4일 기사에서 대구광역시가 밝힌 바에 따르면 10월 초 예산

조기 소진이 예상되며 9월 28일 기준 총 판매금액 2,893억 4,484만원, 카드 발급건수 28만 8,205건을 기록

- ⑫ 2020년 7월 20일 기사에 따르면, 연령대별로 40~50대가 전체 발급건수의 50%를 차지했고, 지역별로는 달서구(24.7%), 수성구(21.8%), 북구(16.4%)로 발급건수가 높았음
- ⑬ 업종별로는 음식점과 정육 및 농축수산업(32.2%)에서 가장 많이 사용되었으며, 병·의원과 약국(17.9%), 슈퍼마켓과 편의점(14.1%), 학원·교육(10.5%) 등도 주요 사용처였음
- ⑭ 2020년 10월 6일, 공식 홈페이지에 2020년 집행예산 3,000억 원이 모두 소진되었다는 공지가 올라옴

2. 발급 및 사용

- ① 카드 발급은 신분증을 지참하고 DGB대구은행 영업점을 방문해야 신청할 수 있음
- ② DGB대구은행 이용자가 아니라도(계좌가 없어도) 발급 가능하며, 대리인 발급은 불가하고 본인 카드만 발급받을 수 있음
- ③ 선불카드이기 때문에 금액을 충전해야 사용 가능한데, 스마트폰 앱(IM샵안드로이드 폰, 아이폰)을 내려받아 회원 가입 후 카드를 등록하여 연결된 계좌¹⁵⁾로 충전하거나 DGB대구은행 영업점에서도 충전할 수 있음. 단, 충전 취소는 충전한 당일에 한해서만 가능하니 주의¹⁶⁾.
- ④ 만 14세 이상이면 누구나 발급받을 수 있으며, 별도의 가입비나 연회비, 재발급 수수료가 없음
- ⑤ 대구광역시청에서 제공한 긴급생계자금 선불카드와 동일한 BC 선불카드 기반으로 만들어졌고, 경기지역화폐나 체크카드형 동백전과 달리 LG 페이나 삼성 페이에는 등록 및 사용이 불가능

15) DGB대구은행을 비롯한 일반 시중은행, 증권사, 상호금융(저축은행, 새마을금고 등), 우체국 계좌 다 이용할 수 있다.

16) 앱을 통한 충전 건은 앱에서, 영업점을 통한 충전 건은 영업점에서 충전 취소가 가능하다.

제 5 장 대구행복페이

- ⑥ 페이코, ISP/페이북 앱 역시 사용할 수 없음
- ⑦ 지역사랑상품권 치고는 굉장히 사용 범위가 넓은 편이며, 일부 전국단위 프랜차이즈도 대구지점이라면 사용이 가능
- ⑧ 음식점이라는 카테고리 안에 KFC, 버거킹, 롯데리아, 맥도날드같은 패스트푸드 프랜차이즈도 포함되어 있기 때문에 보이어나 같은 카페 프랜차이즈 중에서도 스타벅스는 사용이 불가능한 반면, 투썸플레이스, 카페베네, 빵다방은 사용 가능한 경우도 있음
- ⑨ 전자제품 서비스센터에서 부속품을 구입하는 경우에도 대구행복페이를 사용할 수 없음
- ⑩ 비씨카드 기반 선불카드이기 때문에, BIN은 9460으로 시작하며 IC칩이 없기 때문에 IC카드만 인식하는 키오스크를 이용할 수가 없음

3. 사용 제한업소

대구광역시 외 타 지역에서는 이용 불가¹⁷⁾하며, 온라인업종, 백화점, 대형마트, 유흥/사행성 업종 등의 일부 업종은 사용이 제한



17) 특히 시지지구-경산시처럼 시 경계를 넘어 생활권이 연결되어 있는 지역이라면 주의하자. 평소 행복페이를 잘 이용하다가 결제가 되지 않는다면 일단 매장의 주소부터 확인해보자.

2 2021년 대구사랑상품권 운영 계획(안)

지역자본의 역외유출을 방지하고 소상공인 매출증대를 통한 지역 경제 활성화 도모를 위해 '20년 대구사랑상품권 운영계획 수립·추진 <총발행목표 1조원>

1. 관련근거

- 지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률('20. 7. 2. 시행)
- 대구사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례('20. 3. 10. 시행)
- 지역사랑상품권 발행지원 사업 종합지침(행안부)

2. 추진방향

- 코로나19 지역경기 대응을 위해 발행규모 확대(3,000억원 → 6,000억원)
- 대행사 운영경비 절감 및 지역금융과 연계한 대구형 상생모델 구축
- 사용자와 가맹점 지원을 통한 '대구행복페이' 이용 활성화
 - 사 용 자 : 대구행복페이 충전시 10% 구매할인 및 카드발급수수료 면제
 - 소상공인 : 연매출 10억원 이하 가맹점 상품권 결제수수료 전액 지원
- 사용자 불편사항 개선 등 이용 편의성 제고
 - 대구행복페이 전용 앱(IM샵) 내 실시간 PUSH 알림 기능 추가
 - 대구행복페이 전용 앱(IM샵) 내 모바일 결제 기능 추가 *하반기 예정



제 5 장 대구행복페이

3. 발행개요

상품명	대구행복페이						
발행형태	모바일 '앱' 충전식 선불카드						
발행규모	총6,000억원						
발행목적	총1조원 - 행안부 추가수요조사 시 반영						
운영대행사	(주)대구은행						
혜택	사용자	대구행복페이 충전시 10% 구매할인, 카드발급수수료 면제					
	소상공인	연매출 10억원 이하 가맹점 상품권 결제수수료 전액 지원					
구매한도	1인당 월50만원, 연600만원 *충전한도(카드당 50만원)						
소요예산	661억원(국비 480, 시비 181) *1조원 발행 시 1,101억원						
	발행규모 (억원)	소요예산(억원)					
		총계	국비	지방비			
			할인인센티브	소계	할인인센티브	결제수수료지원	홍보비 등
6,000	661	480 ^(8%)	181	120 ^(2%)	60 ^(1%)	1	
사 용 처	지역내 카드단말기가 설치된 전통시장·소상공인 업소						

《제 한 업 종》

- 유통산업발전법 제2조3호에 따른 대형마트, 백화점, 쇼핑센터, 온라인가맹점 등
*공공배달앱, 지역온라인장터 등에 대구행복페이 결제기능을 지원하기 위해 PG사(전자지급결제대행사) 등 온라인가맹점을 예외적 허용((조례 개정안에 반영)
- 식품위생법 시행령 제21조제8호의 단란주점, 유흥주점 등
- 사행산업통합감독위원회법 제2조 및 제3조의 사행산업 및 불법사행산업 등 기타

4. 2021년도 주요 추진 사항

관리자 페이지 운영	• 월별 판매 및 할인 현황, 월별 이용 내역 등 일 단위 정보 조회
이용내역 PUSH 알림	• 대구행복페이 전용 앱(IM샵) 내 실시간 PUSH 알림 기능 추가
모바일 결제	• 대구행복페이 전용 앱(IM샵) 내 모바일 결제 기능 추가 • QR결제 기능 도입('21년 7월) 후, 삼성페이 등록('21년 하반기) 추진
공공앱 결제기능 지원	• 배달앱 및 모빌리티 통합 플랫폼 구축 시

5. 세부추진계획

① 대구사랑상품권운영위원회 구성 및 운영

근거	•대구사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례 제14조~제21조
임기	•2년(한 차례만 연임 가능)
구성	•위원장(경제부시장) 1인 포함 11명 이내 임명 또는 위촉 •당연직 - 2명(경제부시장, 경제국장) •위촉직 - 9명(시민사회단체·소상공인 단체·기관 추천, 대학교수 등)
기능	•사업추진 주요사항 협의·조정(제한업종 지정 및 할인을 조정 등)
운영	•상·하반기 2회

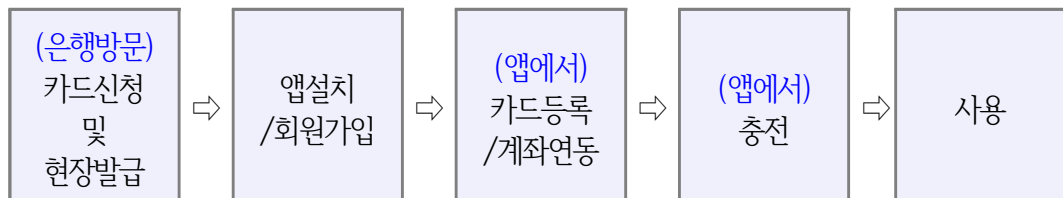
② 대구사랑상품권 발행

□ 상품권 발급 및 판매

- 업무흐름도



- 근거 : 대구사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례 제8조~제13조, 제22조
- 절차 : 신청(일반시민)→카드발급→충전→사용



제 5 장 대구행복페이

◆ 대구은행 오프라인 채널현황(취약계층 지원)

채널구분	제공업무
영업점 158개	판매/조회/충전/환불/소득공제
자동화코너 787개(1,663대)	조회/충전/환불/소득공제
고객센터(24시간 365일)	일반상담 및 민원 응대
모바일이동점포(모바일뱅크, 포터블브랜치)	금융소외지역 방문서비스

- 혜택 : ㉠ 구매금액 10% 할인
 - ㉡ 연말정산 시 소득공제율 30% 적용
 - ㉢ 상품권 결제수수료 지원(카드 연매출 10억원 이하 가맹점)

◆ (예시)100,000원 상품권 구매 시,
10%인 10,000원 할인(100,000원 상품권을 90,000원에 구매)

- 할인한도 : 1인당 월50만원, 연600만원 *충전한도(카드당 50만원)
- 유효기간 : 5년 *(환불)충전 후 최종 카드잔액 기준으로 60% 이상 사용시
- 환불기준 : 충전 후 최종 카드잔액 기준으로 60% 이상 사용시
- 사 용 처 : 지역내 카드단말기 설치 가맹점

◆ (제한업종 사례)

- 백화점, 대형마트, 쇼핑센터, 복합쇼핑몰 등
- 롯데슈퍼, 홈플러스익스프레스, GS슈퍼마켓 등 기업형 슈퍼마켓
- 스타벅스, 맥도날드, 커피빈 등 직영체제 중대형 브랜드 및 타 지역 본사 직영점
- 단란주점, 유흥주점, 온라인 가맹점*(PG, 인터넷몰) 등
- *공공배달앱, 지역온라인장터 등에 대구행복페이 결제기능을 지원하기 위해 PG사(전자 지급결제대행사) 등 온라인가맹점을 예외적 허용(조례 개정안에 반영)
- 카지노, 경마, 경륜, 체육진흥투표, 소싸움 등 사행산업 및 불법사행산업

- 모니터링 : 시스템을 통한 사용처 통계분석(대구시 관리페이지)
 - 전체 발행금액 및 한도소진 현황, 발행유형별(일반, 정책) 판매현황, 지역별, 업종별, 가맹점별 사용현황 등
- 부정사용시 제재 : 가맹점 등록 취소(조례 제11조)

□ 수요처(활용처) 조사 및 발굴

- 근거 : 대구사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례 제22조
- 대상 : 전부서 및 유관기관·단체, 기업체, 대학 등
- 내용 : 정책수당, 각종수당, 포상금 및 시상금, 맞춤형복지혜택, 인센티브 등
 - 정식발행 전 카드 제작기간(통상 4주) 고려 물량 확보 등 구매수요 대응

- 부정유통 발생 차단을 위해 법인·단체(공공기관 포함) 할인판매 미적용
- 기명화 및 충전 등 재사용 가능하도록 설정
- 절차 : 신청(필요부서)→카드제작및 발급(운영대행사)→배부(필요부서)

5. 향후계획

① 지속적인 모니터링 및 운영비 정산지급

- 모니터링 : 상황실 및 고객센터(운영대행사) 운영
 - 문제점 보완 및 사용자 불만 신속처리
 - 대응메뉴얼 마련 및 문제 해결 능력 향상
- 정산지급 : 일/월/분기 통계자료(판매·사용실적 등)에 의한 정산
 - 운영대행사 통계자료 확인·검토 후 매월 지급

② 대구사랑상품권 홍보 지속으로 일반판매율 제고

- 구매 등 시민 적극 참여 유도(동영상 및 리플릿 등 홍보물 활용)
- 유관기관·단체, 기업체 등 참여 유도로 수요처 확대
- 관련부서 협의 및 각종 인센티브 등 적극 발굴

③ 사용처 확장방안 강구

- 지역축제 및 이벤트 연계 방안 강구(프로축구 입장료 현장할인 등)
- 지역 특화 쇼핑몰 연계(다채몰 등 소상공인 생산제품 판매 연계), 결제방식 지원(배달앱 등 공공서비스에 결제수단 연계)

3 '20년 대구사랑상품권 추진 성과

1. 2020년 성과

□ '20년 판매금액 3,190억원 사용자수 30여만명으로 4개월만에 조기소진

- 총발행액 : 3,507억원 *일반발행 3,190억원, 정책발행(대구희망지원금) 317억원
- 판매실적/판매율 : 3,190억원/106.4% *판매기간 6.3. ~ 10.6.
- 사용실적/사용률 : 3,059억원/ 95.9% *사용기간 6.3. ~ 11.30.

월	판 매			사 용		
	발급수(명)	판매금액(원)	판매율(%)	사용건수(건)	사용금액(원)	사용률(%)
계	298,281	319,061,337,600	106.4	12,959,428	305,992,183,374	95.9
6	103,993	49,090,780,000	16.4	745,415	20,779,630,968	42.3
7	91,588	72,611,670,000	24.2	2,413,756	60,904,927,912	83.9
8	55,410	82,956,310,000	27.6	3,230,059	77,810,483,746	93.8
9	45,368	94,401,407,600	31.5	3,355,191	82,425,830,918	87.3
10	1,922	20,001,170,000	6.7	2,404,716	50,656,914,167	253.3
11	-	-	-	810,291	13,414,395,663	-

자료 : 대구시 2020년 대구사랑상품권 발행 성과(평가)보고서

행복페이 각 구별 사용 현황

	사용액(원) ①	인구수(명) ②	인구대비 구별 사용 가능 총액(원) ③ ¹⁸⁾	실사용액-구별사용가능 총액(원) ①-③
중구	27,094,406,890	76,547	9,840,276,499	17,254,130,391
동구	35,293,933,554	341,920	43,954,529,119	- 8,660,595,565
서구	15,406,820,203	170,700	21,943,841,017	- 6,537,020,814
남구	15,358,576,536	146,632	18,849,849,420	- 3,491,272,884
북구	51,117,652,074	440,263	56,596,726,876	- 5,479,074,802
수성구	67,449,234,242	424,314	54,546,449,662	12,902,784,580
달서구	76,387,949,778	558,631	71,813,180,148	4,574,769,630
달성군	22,774,848,799	259,339	33,338,569,335	- 0,563,720,536
계	310,883,422,076	2,418,346		

자료 : 대구시, 2020 대구행복페이 이용금액(구군별)

- 사용 금액이 많은 지역으로 달서구, 수성구, 북구 순으로 나타남
- 인구 대비 사용액이 높은 지역으로 중구 275.3%, 수성구 123.7%, 달서구 106.4% 순으로 나타남
- 반대로 인구 대비 사용액이 낮은 지역으로 달성군 68.3%, 서구 70.2%, 동구 80.3%, 남구 81.5%, 북구 90.3%로 나타남
- 대구 인구 대비 1인당 평균 사용금액은 128,555.09원

2. 경제효과 분석

- ①카드형으로 사용이 쉽고, ②가맹점이 전체 카드가맹점의 82% 수준인 14만 개로 사용처가 다양하고, ③월 할인 구매 한도 및 보유 한도가 50만원으로 소비 후 재충전 주기가 짧아 골목상권 등 소비촉진 효과가 높음
- * 대구행복페이 3,000억원 발행에 따른 경제적 파급효과는 생산유발효과 3,582억원, 부가가치효과 1,870억원, 취업유발효과 5,811명(대구경북연구원 성과분석)

3. 업종별 사용실적 분석

- ①음식점(26.2%, 평균 19,100원), ②슈퍼마켓(14.1%, 평균 14,300원), ③병의원(12.8%, 평균 45,300원), ④학원/교육(9.8%, 평균 231,000원), ⑤정육/농축수산물(8.6%, 평균 23,100원) 등 **민생중심의 소비로 연결**

순위	업종	사용금액(원)	사용건수(건)	금액비율(%)	평균사용금액(원)
1	음식점	80,128,425,733	4,208,626	26.2%	19,100
2	슈퍼마켓	43,090,200,858	3,023,076	14.1%	14,300
3	병의원	39,186,892,116	865,782	12.8%	45,300
4	학원/교육	30,122,168,245	130,446	9.8%	231,000
5	정육/농축수산물	26,352,492,380	1,143,364	8.6%	23,100
6	주유소/충전소	15,934,336,654	381,902	5.2%	41,800
7	약국	11,020,601,195	696,321	3.6%	15,900
8	의류	8,908,001,078	150,343	2.9%	59,300
9	편의점	7,983,023,467	1,145,877	2.6%	7,000
10	농,축협직영매장	6,750,777,369	252,291	2.2%	26,800

➔ 2020년 대구시정 베스트 10(4위) 선정('20.12.16.)으로 사업 우수성 검증

18) 각 구별 인구수 X 128,555.09원(이용금액 총계/대구 인구수)

4. 경제적 파급효과

구 분	효 과	수 치
생산유발효과	지역 내 소비 및 수요 촉진	3,582억원
부가가치유발효과	지역 내 가계소득, 영업이익, 조세수입 증가	1,870억원
취업유발효과	지역 내 생산 및 매출 증가에 따른 고용 증가	5,811명
경제성장률기여도	부가가치유발효과로 지역내총생산 증가	0.36%

*대구경북연구원 정책연구자료 인용

5. 추진성과

- '20년 6월 대구행복페이 정식 발행으로 자영업자 매출 증대 및 골목상권 활성화 등 지역경제 활성화 도모
- 코로나19로 침체된 지역경기 대응을 위해 조기 발행(8월→6월) 및 발행규모 확대(300억원→1,000억원→3,000억원)
- 지역금융과 연계한 대구형 상생모델 구축
 - 대행사 운영경비 절감으로 시민에게 추가 할인혜택 제공 및 소상공인 카드결제 수수료 지원 재원 마련

6. 정산 결과

(단위 : 원, %)

세부사업명	예산액(A)	집행액(B)	발생이자	반환대상액
계	32,940,000,000 - 국 23,400,000,000 - 특교 540,000,000 - 시 9,000,000,000	32,940,000,000 - 국 23,400,000,000 - 특교 540,000,000 - 시 9,000,000,000	66,648,060	66,648,060
지역상품권 발행지원 (4% 사업)	4,740,000,000 - 국 600,000,000 - 특교 540,000,000 - 시 3,600,000,000	4,740,000,000 - 국 600,000,000 - 특교 540,000,000 - 시 3,600,000,000	3,850,420	3,850,420
지역상품권 발행지원 (8% 사업)	27,000,000,000 - 국 21,600,000,000 - 시 5,400,000,000	27,000,000,000 - 국 21,600,000,000 - 시 5,400,000,000	59,016,820	59,016,820
지역상품권 발행지원 (추가 4% 사업)	1,200,000,000 - 국 1,200,000,000	1,200,000,000 - 국 1,200,000,000	3,780,820	3,780,820

제 6 장 지역사랑상품권 활성화 분석

1 지역사랑상품권의 지역경제 활성화 효과 분석

1. 조사 개요

조 사 처	• 한국지방행정연구원
조사기관	• 한국리서치
조사기간	• '20.10.5.~11.26일
설문방법	• 온라인 설문
응 답 자	• 1,021명(소상공인·자영업자 522명)

2. 지역사랑상품권의 경제적 효과

① 거주 지역 내 소비 증가

- 상품권 이용자의 월평균 거주 지역 내 소비 금액은 29.9만원 증가한 것으로 나타남
 - 상품권 현금 구매자의 월평균 거주 지역 내 소비 금액은 37.6만원 증가하였고, 현금 비 구매자(아동수당 등 정책발행 상품권 사용)는 10.9만원 증가하였음
- 전체 지출 중 거주 지역 내에서 50% 이상을 지출하는 소비자의 비중은 15.3%p 증가함
 - 상품권 현금 구매자의 경우 거주 지역 내 50% 이상 지출하는 소비자 비중이 20.5%p 증가한 반면, 현금 비 구매자는 7.5%p 증가하였음

상품권 도입 전후 역내 소비 비율 변화

지역내 소비비율이 50% 이상인 소비자 비중	도입 이전 (A)	도입 이후 (B)	도입 전후 변화 (A-B, %p)
계	34.9%	50.2%	15.3%p
현금 구매자	32.1%	52.6%	20.5%p
현금 비구매자	39.3%	46.8%	7.5%p

제 6 장 지역사랑상품권 활성화 분석

- 상품권 도입 전후의 역내 소비 비율 분포를 비교하면, 역내 소비 비율은 도입 이전 40%에서 도입 이후 50%로 높아짐
- 또한 이용자의 77%는 보유한 상품권을 3개월 이내 모두 사용하는 것으로 나타나, 현금에 비해 상품권의 사용 및 유통속도가 빨라 소비 확대 효과가 큼을 알 수 있음
 - 이용자의 26%는 상품권 전액을 1개월 이내 모두 사용하며, 51%는 1~3개월 이내 사용함
- 이용자들이 상품권을 주로 사용하는 곳은 마트·슈퍼마켓 > 음식점 > 병·의원·약국 > 서점·안경·문구 > 주유소·가구점 > 이미용·세탁소 등 서비스업종 순으로 나타남

3. 소상공인·자영업자 매출증대

- 설문조사 결과 상품권 도입 후 상품권 가맹점의 월평균 매출액은 87.5만원 증가(+3.4%)한 반면, 비 가맹점의 월 평균 매출액은 8.6만원 감소(Δ 0.4%)한 것으로 나타남
 - 전국 가맹점 매출액 증가 규모는 월평균 최대 1.83조원¹⁹⁾, 연평균 매출액 증가 규모는 최대 22.0조원으로 추산되어, '20년 상품권 발행 총액 약 17.5조원²⁰⁾과 비교할 때 약 4.5조원의 추가 매출 증가가 발생한 것으로 추산됨
- 한편, 매출 규모를 기준으로 볼 때, 월평균 매출 증가율은 저위 매출 > 중위 매출 > 상위 매출 순으로 나타남 - 소상공인·자영업자 매출 규모별 월평균 매출증가율은 저위 13.6% > 중위 12.9% > 상위 9.9% 순임

4. 지역 내 소득 증가

- 상품권 발행의 선순환 구조를 바탕으로 한 경제적 효과 모형을 분석한 결과, '20.1.~10월까지 전국적으로 지역 내 소득 증가는 약 2.0조원에 달하는 것으로 나타남
 - 상품권 발행·유통에 따라 소비·거래가 증가하면서 창출된 부가가치로 인한 지역 내 소득증가가 발생하며, 전국적으로 지역 내 소득 증가 규모는 약 2.0조원임
- 상품권 발행비용 0.1조원을 제외하면, 지역 내 부가가치 순증은 약 1.9조원 규모로 추정됨

19) 전국 가맹점 약 209만개와 월평균 매출 증가액 87.5만원을 기준으로 추산한 결과임

20) '20년 상품권 발행 총액은 국비 지원 발행 9.6조원과 지자체 자체 발행 및 아동수당 등 정책발행 포함을 포함하여 약 17.5조원임

- 상품권은 유형별로 발행규모에 비례해 지류형 1.88%, 모바일 1.22%, 카드형 0.24%의 발행비용이 발생하며, 전국적으로 상품권 발행규모 대비 평균 발행비용은 0.88%이 소요됨
- 여기서 상품권 발행에 지원된 국비와 지방비(1.1조원)를 비용으로 고려할 경우, 지역 내 부가가치 순증은 약 0.8조원으로 추정됨
 - '20.1~10월까지 총 발행액 11조 4,028억 중 10%를 국비와 지방비로 지원한 것으로 가정함

5. 시사점

- 지역사랑상품권은 지자체의 역외소비 유출 방지와 지역내 가맹점 소상공인의 매출증대에 기여하는 긍정적 효과가 큼
- 지역사랑상품권은 '09년부터 온누리상품권이 지난 10년간에 걸쳐 달성하고자 했던 발행규모를 단기간에 추월하였음
- 상품권 발행이 곧바로 주민들의 판매로 이어지는 것이 아니라는 점을 상기하면, 소비자들은 ㉠ 더 오랜 기간 발행되어 인지도가 높고, ㉡ 동일한 할인율을 적용받으며, ㉢ 전국 전통시장에서 사용가능한 대안 대신 지역사랑상품권을 구매하였음
- 이는 발행 주체인 지자체가 지역 내 자영업자, 소상공인, 주민과 밀접히 접촉하고 유연하게 대처하면서 가맹점 및 이용자 기반을 확대하는데 무엇보다 효과적이었음을 반증함
- 따라서 지역사랑상품권과 온누리상품권은 각각 목적과 지원대상이 다르므로 향후에도 서로의 장점을 극대화하여 상호 보완적 발전이 필요함
- 한편 지역사랑상품권의 특성을 감안할 때 경제적 파급효과와 함께 소상공인 자영업 지원 및 지역경제 활성화라는 정책적 측면도 종합적으로 고려하여 제도를 발전시켜 나가야 할 것임
- 업종별로는 여행, 숙박, 레저스포츠, 소매업, 음식점업, 서비스업의 매출 증가율이 높아, 코로나19로 인한 소비위축으로 타격을 입은 업종들의 매출유지에 특히 도움이 된 것으로 판단됨
- 이를 고려할 때 향후 지역사랑상품권의 발행·유통은 경제적 편익에 대한 고려와 함께 침체된 지역경제 활성화를 위한 경기대응적 정책수단으로써 접근할 필요성이 높음

2 지역사랑상품권 효과성 분석

구분	내용
한국지방행정연구원 『지역사랑상품권 전국 확대발행의 경제적 효과 분석』	2019년 8월 상품권 발행액 기준으로, 전국 광역자치단체를 낙관적 경제 파급효과와 보수적 경제파급효과로 나누어 분석, 생산유발액·부가가치유발액·취업유발 인력 수가 나타났다(여효성, 『지역사랑상품권 전국 확대발행의 경제적 효과 분석』, 한국지방행정연구원, 2019, pp.106-109).
경기연구원 지역화폐 도입·확대에 따른 성과분석 및 발전방안	2019년 9월 30일 기준의 지역화폐 사용액과 두 차례에 걸친 소상공인 설문조사 결과를 바탕으로, 경기도 31개 시·군별 지역화폐 최종수요액을 계산해 분석하였다(이상훈 외, 『지역화폐 도입·확대에 따른 성과분석 및 발전방안』, 경기연구원, 2019, pp.76-95)
한국조세재정연구원 조세재정 브리프	2010년~2018년 전국 사업체 전수조사 자료를 분석하였는데, 지역사랑 상품권과 지역경제 활성화 효과 간에 통계적으로 유의미한 효과가 관측되지 않았다(송경호 외, 「지역화폐의 도입이 지역경제에 미친 영향」, 『조세재정 브리프』 통권 제105호, 한국조세재정연구원, 2020.9.15)

1. 긍정적으로 분석한 연구

- 2019년 기준으로 지역사랑상품권의 회수율이 89%로 높고 법정화폐 유통 속도보다 빠르기 때문에 지역사랑상품권이 지역소비로 연결된다는 연구
- 경기도 31개 시·군의 지역경제 파급효과를 분석한 결과, 생산유발효과·부가가치유발효과·취업유발효과 등 이 나타난다는 연구

2. 부정적으로 분석한 연구

- 사회 전체의 후생을 고려해야 하는 중앙정부 관점에서 소비지출을 특정 지역에 한정하는 지역사랑상품권을 긍정적으로 보기 어렵다는 연구

3 인천광역시 e음 성과분석

1. 인천e음 성과

[표 2-13] 인천e음 성과



* 자료 : 인천광역시청 소상공인정책과 내부자료

2. 인천연구원 인천 e음 분석

- 인천의 2020년 10월까지의 일반발행액 합계는 20,063억 원으로, 상품권 사용액은 19,912억원이며, 이중 상품권 사용으로 인한 역내소비 자의 추가 소비는 5,247억원, 역외 소비자의 상품권 사용액은 410억원으로 역내 소비증가는 5,657억원임
- 경제적 효과는 역외소비자의 추가 지출 455억원, 역내 소비증가분 중 즉시 환전되는 현금환전액 3,977억원, 환전되지 않고 역내거래순환 효과를 발생시키게 되는 거래순환효과 5,670억 원이 발생함
- 이로 인한 가맹점 수익의 증가액은 평균 부가가치율을 적용하여 추가 현금지출액 부가가치 154억원, 환전액 부가가치 1,344억원, 순환거래 부가가치 1,917억원이며, 여기에 상품권 미사용액 151억을 합하여 상품권 발행으로 인한 경제적 편익은 3,566억원으로 추산함
- 평균 발행비용을 적용한 인천의 상품권 발행비용은 177억원이며, 상품권 발행에 국비와 지방비가 8% 지원된다고 가정할 때 투입되는 보조금은 1,605억원이고, 국비와 지방비가 10% 지원된다고 가정할 때 투입되는 보조금은 2,006억원
- 따라서 상품권 발행으로 인한 경제적 편익에서 발행비용 및 8%의 보조금 등의 비용을 차감하면 1,784억원(10% 적용 시 1,383억원)의 순증 효과가 발생하는 것으로 추산됨

① 시사점

- 지자체의 지역화폐 도입목적은 크게 지역경제 활성화(지역자본의 역외 유출 방지, 소상공인 지원 등)와 지역공동체 회복
- 지역화폐 발행규모는 2019년을 기점으로 급속히 증가(발행지자체 수 2018년 66개 → 2019년 177개)
- 지역화폐 활용 유인기제로 사용되는 캐시백, 할인 제도는 단기적인 지역화폐 활성화에는 도움이 되나 지원금 소진으로 제도 축소 시 사용액이 급감
- 지자체 규모별 재정여건의 차이로 재정자립도가 낮은 지자체의 경우 발행액이 낮으며, 상권이 활성화되지 않은 기초자치단체의 경우 지역화폐를 통한 지역경제 활성화에는 한계

3. 대경연구원 인천 e음 카드 분석

① 배경

- 인천 e음카드는 지역경제 활성화를 내세워 지역 내 IC 결제 가맹점에서 현금 처럼 사용 가능한 모바일앱과 선불카드가 결합형의 전자상품권
 - 2018년 8월부터 발급 시작, 2019년 4월부터 인천 e음카드로 변경

② 발행 및 운영 방식

- 발행형태는 카드형(선불카드, 결제)+모바일형(충전 및 결제) 결합 형태
 - 모바일형 결제 활성화를 위해서 인천시에서 가맹점에 QR코드 단말기 보급 (60,000대) 등을 장려 중
 - 캐시백은 결제 즉시 10% 캐시백 (2020년 3월 상향조정), 혜택+ 가맹점에서 사용시 최대 7% 현장할인, 연말정산 시 30%(전통시장 외에서 사용) 및 40%(전통 시장에서 사용) 소득공제
 - 혜택 범위는 1인당 월 100만 원이며, 법인은 구매 가능하나 혜택 적용은 없음
- 동구, 강화군, 옹진군을 제외한 6개 구는 별도의 e음 지역카드를 출시해 해당 가맹점에서는 추가혜택 제공
 - 서구, 연수구, 남동구, 미추홀구, 부평구, 계양구 사용처는 인천에 사업자 등록을 한 점포에서만 사용
 - 인천지역 점포의 99.8% (17만 5천여개)에서 결제 가능
 - 백화점, 대형마트, 기업형슈퍼마켓, 일부 프랜차이즈 직영점 등의 점포에서는 결제 불가

③ 현황

- 2019년 말 기준 인천 e음의 누적 가입자수는 929,528명으로 인천 지역 15세 이상 인구의 36.6%, 경제활동인구의 56.4% 차지
 - 발행액은 2019년 총 1조 5,063억 원으로 전국 발행액의 65% 수준
 - 1회 이상 거래된 점포수는 99,125개로 인천지역 100대 생활업종 사업자수의 81.3% 차지
- 2019년 결제액의 업종별 비중은 요식업소(29.0%), 유통업(16.6%), 의료기관(13.8%), 학원(8.8%) 등의 순
 - 캐시백 한도가 축소된 이후 결제액 하락폭 상승

④ 평가

- 2019년 분석결과 신용·체크카드의 결제수단을 대체하는 효과와 역내 소비 증가, 역외소비율 하락 등 효과가 있는 것으로 조사

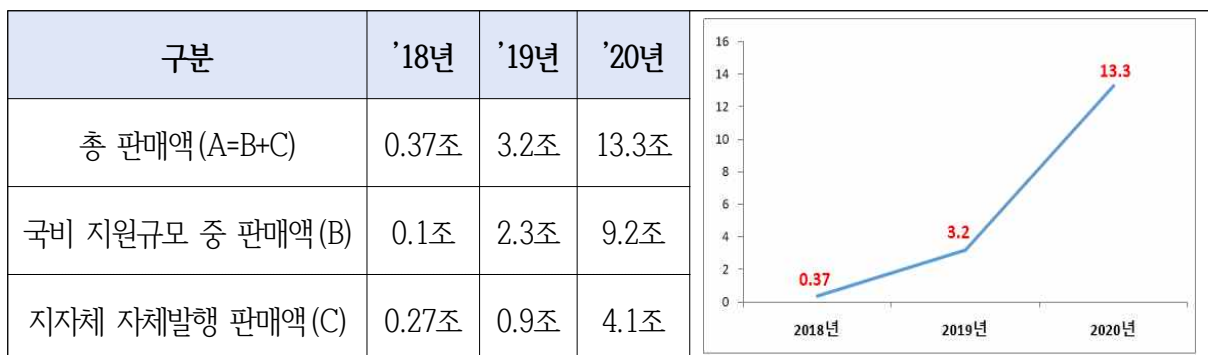
제 7 장 2020년 지역사랑상품권 실적²¹⁾

1. 지난해 지역사랑상품권이 전국 230개 지자체에서 13.3조 규모로 판매되어 코로나 19로 침체된 지역 경제에 온기를 불어 넣은 것으로 나타남
2. 행정안전부는 2020년 한 해 동안 전국 230개 지자체에서 판매된 지역사랑상품권은 총 13.3조 원으로, 이는 2018년 대비 35.9배, 2019년 대비 4.2배 수준에 달한다고 밝힘
 - 행안부가 국비를 지원한 9.6조 원(국비 지원금액 6,690억 원) 중 9.2조 원이 판매되었으며,
 - 지자체가 국비 지원 없이 지방비를 들여 자체적으로 판매한 지역사랑상품권도 4.1조 원에 달함

※ (참고) 일부 지역에서 아동수당, 긴급재난지원금 등을 지역사랑상품권으로 지급한 정책발행 규모는 총 3.8조 원이며, 2020년 판매된 지역사랑상품권과 정책발행된 지역사랑상품권을 합하면 총 17.1조 원 규모에 달함

3. 지역사랑상품권은 행정안전부가 지자체에 대한 지원사업을 시작한 2018년 이후 각 지역에서 큰 호응을 얻고 있으며, 그에 따른 판매액도 매년 큰 폭으로 증가하는 추세

< 연도별 지역사랑상품권 판매현황 (2018 ~ 2020) >



21) 행정안전부 자료

제 7 장 2020년 지역사랑상품권 실적

4. 시·도별 지역사랑상품권 판매실적을 살펴보면 경기 2.5조 원 (151%), 인천 2.5조 원(225%), 부산 1.2조 원(153%) 순으로 판매액이 높은 것으로 나타났으며, 대부분 지역에서는 총 판매액이 국비 지원 발행규모를 초과하는 것으로 나타남

※ 판매액 상위 5개 시·군: 군산 4,971억, 포항 4,034억, 화성 2,799억, 안산 2,016억, 청주 1,975억
 < 2020년 시·도별 지역사랑상품권 판매실적 >

(단위: 억 원)

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

5. 특히, 주민에게 판매된 지역사랑상품권이 실제 소비되어 최종 환전된 비율도 99.8%에 달해 지역사랑상품권이 지역 내 소비 진작, 소상공인 매출 증대 등 지역경제 활성화에 실질적인 도움이 되고 있는 것으로

로 나타남

6. 이에 행정안전부는 2021년 지역사랑상품권 발행 지원규모를 총 15조 원으로 확대하고, 10% 할인 판매를 위한 국비 1조 522억 원을 지원

- 첫째, 9조 원 규모에 대해서는 조기지원 사업으로 국비 8%를 지원하고, (국비 지원 금액 7,200억 원, 지방비 2% 매칭)
- 둘째, 4.84조 원 규모에 대해서는 추가지원 사업으로 상반기 판매실적 점검 및 별도 수요조사를 거쳐 국비 6%를 지원할 예정
(국비 지원금액 2,904억 원, 지방비 4% 매칭)
- 마지막으로, 서울, 성남, 화성 등 불교부 지자체에 대해서는 한시지원 사업으로 1.16조 규모에 대해 국비 3~4%를 지원
(국비 지원금액 418억 원, 지방비 6~7% 매칭)

< 2021년 지역사랑상품권 발행 지원규모 및 예산 >

구 분	발행규모	지원비율	지원예산
① 지역경제 회복을 위한 조기지원	9조	8%	7,200억
② 지역소비 진작을 위한 추가지원	4.84조	6%	2,904억
③ 보통교부세 불교부단체 한시지원	1.16조	3~4%	418억
계	15조	-	1조 522억

7. 행정안전부는 코로나19로 어려운 지역경제의 회복 지원을 위해 지자체와 협조하여 설 명절 전까지 2.7조 원을 판매하고 1/4분기인 3월까지 4.5조 원의 지역사랑상품권을 판매한다는 방침

- 더불어 판매실적 등이 우수한 지자체에 대해서는 추가 인센티브를 지원하는 한편, 지자체와 협력하여 부정유통 방지를 위한 수시 현장점검 등도 추진할 계획

제 8 장 대구행복페이 발행 경제적 효과²²⁾

① 지역화폐 발생 규모

1. 국비지원 비중

① 행안부 '21년 지역사랑상품권 발행지원 사업 국비예산 1차 가내시(9.18.)

- 배정금액 : 480억원(발행규모 6,000억원의 8%)
- 부산 640억원(0.8조원 8%), 대전 904억원(0.62조원 8%, 0.68조원 6%), 광주 480억원(0.6조원 8%), 울산 240억원(0.3조원 8%) 등

특·광역시 신청현황

단위 : 억원

	'19년	발행금액				'21년		대행사	발행시기
		계	당초예산	1차추경	1차추경	신청	1차		
부산	300	8,100	2,500	3,500	2,100	20,000	8,000	KT	'19.12
대구	미발행	3,000	300	700	2,000	10,000	6,000	대구은행	'20.6
인천	6,500	8,505	3,000	3,500	2,005	30,000		코나아이	'18.8
광주	827	8,100	3,000	3,000	2,100	10,000	6,000	광주은행	'19.4
대전	미발행	8,000	2,500	2,500	3,000	31,000	13,000	하나은행	'20.5
울산	300	4,000	1,000	2,000	1,000	3,000	3000	KT	'19.8

- 국비지원 기준 : 발행규모 4%, 지원한도 3,000억원
- 추경 국비지원 : 발행규모 8%, 지원한도 3,5000억원

② 지자체 수요 범위 내에서 8% 지원사업을 우선 배정, 6% 지원사업 추가 수요조사 예정, 현재 8% 지원기준금액 1조원으로 국회 예산 협의 중

- (당초) 우선지원(국비 8%, 지방비 2%), 추가지원(국비 6%, 지방비 4%)
- (변경) 1조 이하(국비 8%, 지방비 2%), 1조 초과(국비 6%, 지방비 4%)
- 국회 예산 협의 시, 시 예산 80억 원 절감(수수료절감 포함 시 최대 120억 원)

22) 임규채 2020.12 '행복페이 성과 분석'. 대경연구원

대구행복페이 발행규모 및 예산 비교

	당초 행안부 안	국회 협의 안	
발행규모	1조원	1조원	
소요예산	1,100억원(국비 720, 시비 380) (단위:억)		
	총액	국비	시비
		할인	할인 수수료
	1,100	720	280 100
660	480	120 60	
	할인(8%)	(할인2%) (수수료1%)	
440	240	160 40	
	(할인6%)	(할인4%) (수수료1%)	
	1,100억원(국비 720, 시비 380) (단위:억)		
총액	국비	시비	
	할인	할인 수수료	
1,100	800	200 100	
660	480	120 60	
	할인(8%)	(할인2%) (수수료1%)	
440	320	80 40	
	(할인8%)	(할인2%) (수수료1%)	

2. 대구행복페이 사용패턴 및 지출 유형

① 사용패턴

□ 대구행복페이 구매금액 추이를 보면, 초기부터 발행시점인 6월부터 증가하였고 10월 초 전체 발행금액 소진

- 매주 월요일 기준 전주대비 구매금액

대구행복페이 구매금액



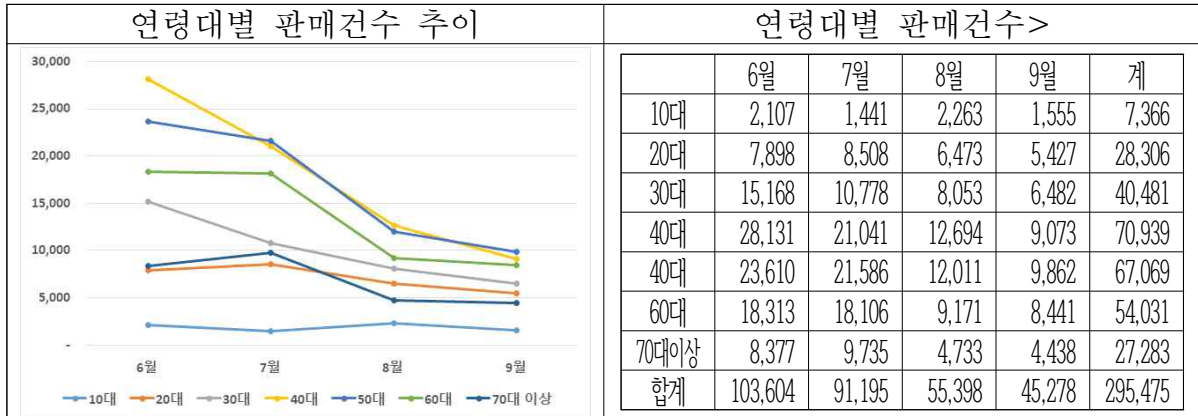
자료 : 대구광역시 내부자료

□ 발행금액이 소진되어가는 10월 경 연령대별 구매금액은 감소

- 연령대별 판매건수는 40대(24.0%)→50대(22.7%)→60대(18.3%) 등의 순으로 높고 10~30대 연령대와 70대 이상 고령층은 낮은 비중 차지
- 경제활동 수준에 따라 활용빈도가 높은 수준

제 8 장 대구행복페이 발행 경제적 효과

대구 행복 페이 실적 추이



자료 : 대구광역시 내부자료

③ 총 발행금액

□ 대구행복페이는 6월부터 9월까지 총 발행금액 3,507억 1,793만 원이며, 이중 대구희망지원금 지원을 위한 발행액이 316억 5,660만 원(9.5%)

구분	금액(원)	비중(%)
정책발행(대구희망지원금)	31,656,600,000	9.5
일반발행	319,061,337,600	90.5
총 발행금액	350,717,937,600	100.0

자료 : 대구광역시 내부자료

④ 연매출규모별 사용 패턴

□ 가맹점 규모별 이용금액은 10억 원 이상의 가맹점이 37.1%로 가장 높고 다음으로 3억 원 미만의 영세업체가 28.4% 차지

⑤ 가맹점 규모별 이용현황

구분	이용건수(건)	이용금액(원)	이용금액 비율(%)
영세(3억미만)	2,726,040	68,687,948,727	28.4
중소(5억미만)	1,321,969	29,826,899,283	12.3
일반(10억미만)	1,697,605	36,550,971,287	15.1
일반(10억 초과)	3,270,013	89,747,771,870	37.1
신규(기타)	728,794	17,107,282,377	7.1
합계	9,744,421	241,920,873,544	100.0

자료 : 대구광역시 내부자료

⑥ 업종별 이용 현황

□ 서비스업 중 생활과 직접적인 연관성이 높은 업종에 대부분 사용

업종별 이용액

업종	합계 : 건당 평균이용금액(원)	업종	합계 : 건당 평균이용금액(원)
산후조리원	423,300	이미용	36,100
학원/교육	234,500	노래방	36,100
가전제품	200,900	서적	35,700
가구	160,900	화원	35,400
의료용품	129,500	블링장	28,500
독서실	105,600	농,축협직영매장	28,200
건강식품	99,500	정육/농축수산	24,000
수영장	98,300	레저	21,600
안경	85,200	기타잡화	19,700
자동차 정비/유지	82,100	음식점	19,600
헬스	79,300	문구용품	18,000
침구수예점	74,300	약국	16,400
숙박	62,800	당구장	15,900
의류	59,100	슈퍼마켓	15,000
화장품	52,600	세탁소	12,400
사진관	51,000	영화관	11,900
병의원	49,400	택시	7,400
동물병원	42,900	편의점	7,200
주유소/충전소	42,300	주차장	5,400
기타	39,800	총합계	2,567,800

3. 대구행복페이 적정 발행 규모

① 기존 자치단체의 발행규모는 합리적인 근거를 찾기 어렵고 관 주도의 정책발행 수준으로 결정

제 8 장 대구행복페이 발행 경제적 효과

- 경기, 경남 등 광역자치단체의 발행규모는 인구규모, 경제활동인구 등 시장 수요를 고려한 발행 규모 추정은 없는 상황
- ② 인구규모나 이용도를 고려할 때 인천광역시 수준으로 발행하는 것이 적절한 것으로 판단
 - 향후, 사용 추이를 고려하여 발행규모를 탄력적으로 조절하는 것이 적절

2 경제적 효과분석

1. 지역사랑상품권 경제적 효과 분석 및 제도정착을 위한 정책 제언²³⁾

- 대구의 2020년 10월까지의 일반발행액 합계는 3,191억 원으로, 상품권 사용액은 3,167억원이며, 이중 상품권 사용으로 인한 역내소비자의 추가 소비는 834억원, 역외 소비자의 상품권 사용액은 65억원 으로 역내 소비증가는 900억원임
- 경제적 효과는 역외소비자의 추가 지출 72억원, 역내 소비증 가분 중 즉시 환전되는 현금환전액 632억원, 환전되지 않고 역내 거래순환 효과를 발생시키게 되는 거래순환효과 902억원이 발생함
- 이로 인한 가맹점 수익의 증가액은 평균 부가가치율을 적용하여 추가 현금지출액 부가가치 24억원, 환전액 부가가치 214억원, 순환거래 부가가치 305억원이며, 여기에 상품권 미사용액 24억을 합하여 상품권 발행으로 인한 경제적 편익은 567억원으로 추산함
- 평균 발행비용을 적용한 대구의 상품권 발행비용은 28억원이며, 상품권 발행에 국비와 지방비가 8% 지원된다고 가정할 때 투입되는 보조금은 255억원이고, 국비와 지방비가 10% 지원된다고 가정할 때 투입 되는 보조금은 319억원
- 따라서 상품권 발행으로 인한 경제적 편익에서 발행비용 및 8%의 보조금 등의 비용을 차감하면 284억원(10% 적용 시 220억원)의 순증 효과가 발생하는 것으로 추산됨

23) 2020.12 한국지방행정연구원

2. 분석결과

- 대구지역 경제적 파급효과는 생산유발효과는 358,217백만 원, 부가가치 유발효과는 187,023백만원, 취업유발효과는 5,811명으로 분석
- 시스템을 고려한 전체 생산유발효과 중 약 83.8%는 대구지역으로 파급되며, 기타지역은 16.2%로 분석
- 도소매업을 포함하는 유통산업과 음식점 및 숙박업 등은 지역 서비스생산에 직접적인 영향을 미치며 생산유발, 부가가치유발, 취업유발 등 지역생산과 경제에 크게 기여

3. 주요 업종별 지역경제 파급효과

- 대구지역 업종별 파급효과는 대구행복페이의 특성상 서비스업에서 높은 효과 발생

산업코드	부문명칭	생산유발액	부가가치유발액	취업유발인원
001	농림수산물	122	66	5
002	광산품	0	0	0
003	음식료품	933	132	5
004	섬유 및 가죽제품	491	132	4
005	목재 및 종이, 인쇄	1,749	497	9
006	석탄 및 석유제품	22	7	0
007	화학제품	1,457	369	6
008	비금속광물제품	57	15	0
009	1차 금속제품	114	17	0
010	금속제품	591	186	2
011	기계 및 장비	366	109	1
012	전기 및 전자기기	495	150	2
013	정밀기기	144	34	1
014	운송장비	1,812	426	8
015	기타 제조업 제품 및 임가공	348	163	3
016	전력, 가스 및 증기	261	97	0
017	수도, 폐기물 및 재활용서비스	780	367	5
018	건설	426	138	3
019	도소매서비스	191,724	105,471	3,261
020	운송서비스	5,827	2,717	130
021	음식점 및 숙박서비스	6,890	2,436	126
022	정보통신 및 방송 서비스	11,368	4,614	69
023	금융 및 보험 서비스	8,467	4,570	55
024	부동산 및 임대	7,437	6,206	52
025	전문, 과학 및 기술 서비스	2,353	1,416	35

제 8 장 대구행복페이 발행 경제적 효과

026	사업지원서비스	5,412	3,578	152
027	공공행정 및 국방	651	492	5
028	교육서비스	272	192	4
029	보건 및 사회복지서비스	6,730	3,427	96
030	문화 및 기타 서비스	47,215	23,119	1,222
합 계		305,535	161,144	5,262

2. 경제적 파급효과 분석 방법

- 단일지역 산업연관모형(SRIO)은 산업연관표의 대상 지역을 전국이 아닌 특정 지역으로 한정하여 전국산업연관표와 동일한 방법으로 지역내 산업연관관계를 파악하고자 제시된 모형
- 기본 가정으로 ①결합생산, ②대체생산방법, ③규모의 경제, ④외부경제가 존재하지 않는다는 것을 전제
- 지역산업연관표는 전국산업연관표의 수출 및 수입과 유사한 항목으로 국내 다른 지역과의 거래 관계를 나타내는 이출과 이입을 추가

3. 지역경제 파급효과 분석 결과 - 2020년 발행액의 경제적 파급효과 추정

① 분석방법

- 대구행복페이 발해에 따른 경제적 파급효과 측정은 한국은행이 2016년 에 발행한 “2013년 지역산업연관표”를 기본 분석 틀로 활용
- 경제적 파급효과는 공공부문에서 민간으로의 재정투자 사업에 대한 투 입산 출분석 결과
- 경제적 파급효과 산출을 위한 최종수요(투입)는 도소매서비스, 문화 및 기타 서비스, 보건 및 사회복지서비스, 음식점 및 숙박업, 운송서비스, 교 육서비스 등으로 설정

② 분석결과

- 대구지역 경제적 파급효과는 생산유발효과는 305,535백만 원, 부가가치 유발 효과는 161,144백만 원, 취업유발효과는 5,262명으로 분석
- 기존 국가화폐 시스템만을 고려한 전체 생산유발효과 중 약 71.4%는 대구지

역으로 파급되며, 기타지역은 28.6%로 분석

- 도소매업을 포함하는 유통산업과 음식점 및 숙박업 등은 지역 서비스생산에 직접적인 영향을 미치며 생산유발, 부가가치유발, 취업유발 등 지역생산과 경제에 크게 기여

2020년 지역경제 파급효과(국가화폐 시스템)

(단위 : 백만 원, 명)

지역	생산유발액	부가가치 유발액	취업유발액
대구	305,535	161,144	5,262
기타지역	122,184	41,632	756
전국	427,720	202,776	6,017

③ 주요 업종별 지역경제 파급효과

- 대구지역 업종별 파급효과는 대구행복페이의 특성상 서비스업에서 높은 효과 발생

④ 분석결과(외부유출 방지 효과)

- 지역화폐 이용으로 인한 외부유출 방지효과는 생산유발효과는 52,681백 만 원, 부가가치유발효과는 25,879백만 원, 취업유발효과는 550명으로 분석

2020년 외부유출 방지 효과

(단위 : 백만 원, 명)

지역	생산유발액	부가가치유발액	취업유발인원
대구	52,681	25,879	550

3 정책 방향 및 과제

- ① 지역사랑상품권 지원정책 방향은 광역자치단체와 기초자치단체가 협의하여 지역사랑상품권을 발행·운영하고, 광역·기초자치단체가 합심하여 지역사랑상품권이 활성화되도록 지원하는 모델을 제시

- ② 지역소득의 역외유출 방지와 지역경제순환이라는 지역사랑상품권 도입의 본질적인 목적 측면에서 광역자치단체와 기초자치단체가 상호 연계하고 협력하는 모델이 적합하다고 판단됨
- ③ 광역시에서 발행하는 경우 지역사랑상품권을 통합 운영·관리에 있어서 효율적일 수 있지만, 상품권 사용의 쏠림현상(중구, 수성구, 달서구 등에서 주로 사용)등 부작용이 예상되고 지역경제와 골목상권 활성화라는 근본적 취지에 부합한다고 보기 어려움

4 지방자치단체 주도의 지역화폐 문제점 개선 방향

1. 사회경제적 정의 측면으로 바람직하지 않은 지역상품권 발행 자제
 - 지역경제 활성화라는 이름으로 추진되는 계층 간 불평등 심화와 지방재정 건전성 훼손 방지
2. 지역화폐는 지역 특성에 맞는 추진 방식으로 개발
 - 청년취업희망카드, 출산장려금, 아동수당, 참전유공자 명예수당 등 사회복지 기금 과 연계된 지역화폐 시스템(정책발행) 구축
3. 기존 지역화폐 시스템의 운영 효율성 및 투명성을 높이기 위해 블록체 인 기술을 도입하고, 행·재정 지원을 추진
 - 세계적으로 지역화폐 시스템이 경제적으로 성공한 사례가 미미하다는 인식이 가 지고 복지 등과 연계한 시스템 개발 필요

5 지역사랑상품권 활성화 과제

1. 지역사랑상품권 이용편의성 증대

- 타 광역시를 볼 때 지역사랑상품권이 도입된 지 많은 시간이 흘렀지만, 상품권의 실제 이용에 여러 제약들이 있음
- 따라서 지역의 상가와 점포들에 대한 지역사랑상품권 가맹 등록 인센티브 마련, 소비자의 최근 구매 패턴 등을 반하는 등 지역사랑상품권의 실질적 사용자가 적극적으로 참여할 수 있도록 편의성을 제공할 필요가 있음

2. 상품권 인지도 제고

- 타 시·군에서 발행되는 지역사랑상품권의 매출 중 대부분이 해당지역 공무원, 산하기관 및 관련 단체를 통해 판매되고 있으며, 개인이 직접 구매하는 경우는 적은 비중을 차지하는 것으로 나타남
- 공무원이나 산하기관 등을 통한 상품권의 판매에만 의존하는 경우 지역사랑상품권 매출이 일정 수준 이상 성장하는 것을 기대하기 어렵기 때문에 지역 주민 대상으로 지역사랑상품권 이용에 대한 필요성을 인지시킴으로써 상품권 구매 수요를 증대시킬 필요가 있음

[그림 4-1] 지역사랑상품권 활성화



3. 상품권 활용 촉진

- 지역사랑상품권 활성화를 위해서는 이용편의성, 상품권 인지도 상승을 통한 수요측면의 증가와 더불어 지역사랑상품권의 공급측면에 대한 고려도 필요함
- 필요에 의해 지역사랑상품권을 직접 구매하여 사용하는 것뿐만 아니라 직장

인을 대상으로 지급하는 각종 수당, 복지비, 성과급 등 별도의 인센티브를 지역사랑상품권으로 지급하여 직접적으로 공급확대(지역사랑상품권의 발행과 판매확대)를 유도할 수 있는 방안도 모색되어야 함

4. 제도적 기반 마련

- 지역사랑상품권 도입을 효과적으로 추진하고 효율적으로 운영하기 위해서는 실행계획 수립, 추진상황 점검 및 개선 등 활성화를 위한 제도적 뒷받침이 필요함
- 지역사랑상품권 이용 확대를 통해 지역경제 활성화 및 소상공인 육성에 이바지하기 위해 종합적이고 체계적인 정책을 수립하고, 지원방안 및 운영에 대한 가이드라인이 제시될 필요가 있음

6] 활성화 접근 방안

1. 다양한 결제 수단 도입

- 종이상품권에서 카드형 또는 모바일 상품권에 대한 수요가 증가하고 있으며, 결제 수단의 안정성과 편리성 측면에서도 전자상품권 발행을 검토할 필요가 있음

2. 가맹등록 및 환전 간소화

- 가맹점 등록을 구청 홈페이지에 접속해 신고서를 작성 후에 온라인으로 신청하거나 가맹점으로 신청하지 않은 상점도 우선 상품권을 받고, 환전 가능한 금융기관에서 간단히 등록 가능하도록 함
- 지류형 상품권의 경우 환전에 걸리는 시간을 당일 또는 익일 이내로 줄임으로써 상품권 가맹점의 상품권 현금화에 대한 부담을 덜어줌

3. 지역사랑상품권 홍보 확대

- 지역사랑상품권 이용 규모를 지속적으로 증가 및 확대시키기 위한 방안으로

관련 전문가, 지역경제 단체, 정책담당자, 주민이 참여하는 행사 개최를 통해 지역사랑상품권 필요성에 대한 인식 제고 및 공감대 형성에 기여

- 지역 소상공인 및 지역경제를 연구하는 학회와 연계하여 학술세미나 개최
- 주민 대상 지역사랑상품권 활성화 아이디어 공모전 개최
지역사랑상품권 브랜드명, 슬로건, 활성화 시책 아이디어 등을 공모하여 수상자 시상

4. 지역사랑상품권 관계자 역량강화 교육

- 지역사랑상품권 담당자가 사업을 관리할 수 있는 역량을 키우고 지역 소상공인과 소비자가 지역순환경제에 기여하고자 하는 동기를 부여할 수 있도록 각자의 역량을 배양하고 관계자 간 지속적 교류 기회 제공 필요
- 광역 및 기초자치단체 지역사랑상품권 담당자를 대상으로 매년 역량강화 워크숍을 개최하여 지속적인 소통과 협력체계를 구축하고 의견을 수렴하여 지역사랑상품권 정책 추진의 성공적 도입과 확대를 도모
- 지역사랑상품권의 필요성과 이용방법, 유의사항 등 홍보 및 확산을 위하여 소상공인연합회 회원, 전통시장 상인 등을 대상으로 찾아가는 교육을 실시

5. 지역정책(시책)과 연계

- 지역사랑상품권 활성화는 상품권의 수요뿐만 아니라 전체적인 공급 증가도 병행되어야 하며, 이용 규모를 확대하기 위해서는 지역에서 추진하는 정책사업을 통해 주민에게 지역사랑상품권을 공급하는 방안을 검토할 수 있음
- 타 지자체의 경우 지역의 재량으로 추진하는 정책사업과 연계하여 지역사랑상품권 이용확대 및 지역경제 활성화에 기여하고 있음

6. 지역사랑상품권 이용자(구매자·소비자) 인센티브 제공

구매자 인센티브	일정 금액 이상 지역사랑상품권을 구매한 소비자를 대상으로 포인트를 제공하고 포인트가 쌓이면 지역사랑상품권을 지급하는 방식 또는 지역사랑상품권 구매 시 프리미엄을 제공하는 방안 추진 필요
소비자 인센티브	골목상권 이용 활성화를 위해 가맹점 내 포인트를 공동 적립하고 사용하는 방안, 가맹점에서 소비를 많이 한 경우 별도의 인센티브를 지원하는 방안도 고려해 볼 수 있음

7. 민간기업 참여 확대

- 지역사랑상품권의 판매 활성화를 위해서는 상품권을 수요로 하는 기관이나 기업 등과 연계하는 방안도 고려해야 함
- 지자체, 지역대학, 교육청, 상공회의소, 지역기업 등 지역사랑상품권 구매 협력기업으로 MOU 체결 및 이용촉진협약 등 사업 추진
- 지역사랑상품권 구매에 적극적으로 참여하는 기업에게는 기업지원 사업 우선 선정, 법인세 감면 등의 인센티브 제공

7 2021년 발행액의 경제적 파급효과 예측²⁴⁾

1. 주요 업종별 지역경제 파급효과

- 대구지역 업종별 파급효과는 대구행복페이의 특성상 서비스업에서 높은 효과 발생
- 서비스업 중 생활밀착형서비스인 도소매서비스와 문화 및 기타서비스업에 효과가 집중

2. 분석결과

① 2021년 대구지역 경제적 파급효과는 예측치 중 생산유발효과는 1,480,718백만 원, 부가가치유발효과는 773,075백만 원, 취업유발효과는 24,022명으로 분석

- 지역화폐 시스템을 고려한 전체 생산유발효과 중 약 83.8%는 대구지역으로 파급되며, 기타지역은 16.2%로 분석

② 도소매업을 포함하는 유통산업과 음식점 및 숙박업 등은 지역 서비스생산에 따른 전후방연관 산업의 외부유출이 제한되어 서비스업 파급효과 추

24) 대경연구원 2020.12 대구행복페이 성과분석 42P~48P

가로 발생

- ③ 대구지역 업종별 파급효과는 대구행복페이의 특성상 서비스업에서 높은 효과 발생
- ④ 2021년 대구지역 경제적 파급효과는 예측치 중 지역화폐 이용으로 인한 외부유출 방지효과 생산유발효과는 217,762백만 원, 부가가치유발 효과는 106,973백만 원, 취업유발효과는 2,273명으로 분석

3. 지역내총생산에 미치는 효과

① 2020년 대구행복페이 발행의 경제성장률 기여도 추정

- 2018년 명목 지역 내 총생산은 56,714,479백만 원, 순생산물세는 4,109,187백만 원, 총부가가치는 52,605,292백만 원
- 대구행복페이 사용에 따른 경제적 파급효과는 도매 및 소매업, 문화 및 기타 서비스업에서 큰 파급효과 발생
- 경제성장률 개선 효과는 2018년 명목기준으로 도매 및 소매업 2.3%, 문화 및 기타서비스업 1.2%의 개선 등으로 대구경제성장률 0.36% 개선효과 발생

② 2021년 대구행복페이 발행의 경제성장률 기여도 예측

- 2021년 약 1조원의 대구행복페이 사용에 따른 경제적 파급효과는 도매 및 소매업, 문화 및 기타서비스업 등에서 큰 파급효과 발생
 - 경제성장률 개선 효과는 2018년 명목기준으로 도매 및 소매업 9.4%, 문화 및 기타서비스업 4.9%의 개선 등으로 대구경제성장률 1.47% 개선효과 발생
 - 2021년 발행 예정인 대구행복페이 지출패턴이 2020년과 동일하다는 가정 하에 산출

4. 결론

- ① 기존 화폐경제 시스템은 전국을 대상으로 화폐가 유통되지만 지역화폐 시

제 8 장 대구행복페이 발행 경제적 효과

시스템은 지역화폐 시스템은 지역 내에서만 유통되므로 타지역 유출 방지효과 발생

- ② 대구행복페이는 2020년 6월부터 9월까지 총 발행금액 3,507억 1,793만원이며, 이중 대구희망지원금 지원을 위한 발행액이 316억 5,660만원 (9.5%)
- ③ 연령대별 판매건수는 40대~60대가 대부분이며 경제활동 수준이 높은 연령대에서 구매 증가
- ④ 가맹점 규모별 이용금액은 10억 원 이상의 가맹점이 37.1%로 가장 높고 다음으로 3억 원 미만의 영세업체가 28.4% 차지
- ⑤ 2020년 대구지역 경제적 파급효과는 생산유발효과는 358,217백만 원, 부가가치유발효과는 187,023백만 원, 취업유발효과는 5,811명으로 분석
- ⑥ 지역화폐 시스템을 고려한 전체 생산유발효과 중 약 83.8%는 대구지역으로 파급되며, 기타지역은 16.2%로 분석
- ⑦ 지역화폐 이용으로 인한 외부유출 방지효과는 생산유발효과는 52,681백만 원, 부가가치유발효과는 25,879백만 원, 취업유발효과는 550명으로 분석
- ⑧ 2021년 대구행복페이 발행예산 1조원에 대한 경제적 파급효과는 예측치 중 생산유발효과는 1,480,718백만 원, 부가가치유발효과는 773,075백만 원, 취업유발효과는 24,022명으로 분석
- ⑨ 2021년 대구지역 경제적 파급효과는 예측치 중 지역화폐 이용으로 인한 외부유출 방지효과는 생산유발효과는 217,762백만 원, 부가가치유발효과는 106,973백만 원, 취업유발효과는 2,273명으로 분석
- ⑩ 2018년 지역내총생산 기준으로 대구행복페이 사용에 따른 경제성장률 개

선 효과는 도매 및 소매업 2.3%, 문화 및 기타서비스업 1.2%의 개선 등으로 대구 경제성장률 0.36% 개선효과 발생

- ⑪ 2021년 약 1조원의 대구행복페이 사용에 따른 경제적 파급효과 예측치는 경제성장률 개선 효과는 2018년 명목기준으로 도매 및 소매업 9.4%, 문화 및 기타서비스업 4.9%의 개선 등으로 대구경제성장률 1.47% 개선효과 발생
- ⑫ 향후 대구시 인구 규모나 이용도를 고려할 때 인천광역시와 유사한 수준으로 발행, 사용 추이를 고려하여 발행규모를 탄력적으로 조절하는 것이 적절

5. 시사점

- ① 지자체의 지역화폐 도입목적은 크게 지역경제 활성화(지역자본의 역외 유출 방지, 소상공인 지원 등)와 지역공동체 회복
- ② 지역화폐 발행규모는 2019년을 기점으로 급속히 증가(발행지자체 수 2018년 66개 → 2019년 177개)
- ③ 지역화폐 활용 유인기제로 사용되는 캐시백, 할인 제도는 단기적인 지역화폐 활성화에는 도움이 되나 지원금 소진으로 제도 축소 시 사용액이 급감
- ④ 지자체 규모별 재정여건의 차이로 재정자립도가 낮은 지자체의 경우 발행액이 낮으며, 상권이 활성화되지 않은 기초자치단체의 경우 지역화폐를 통한 지역경제 활성화에는 한계

제 9 장 정책제언

1. 복지비 등 공공부문 재정지출 중심 발행

- 정책발행 위주로 적정규모를 선정하여 실질적 경제적 효과에 기여

2. 대구행복페이 발행 효과분석을 위한 데이터 관리

- 고용 개선효과, 지역내 총생산 기여도, 소득1분위에 해당하는 취약계층의 구매력 변화, 이용실적이 높은 지역의 인구이동 등

3. 대구행복페이 사용범위 확대

- `2020년 행복페이 구·군별 사용금액은 일부 지역에 편중되어 사용되고 있음
- 중구 275.3%, 수성구 123.7%, 달서구 106.4%
- 그 외 지역은 행복페이의 소외지역으로 나타나 대구의 각 구·군에 골고루 경제적으로 활성화가 나타나지 않고 있음
- 달성군 68.3%, 서구 70.2%, 동구 80.3%, 남구 81.5%, 북구 90.3%
- 지역화폐 활용도 개선을 위해 대구에 인접한 경북의 시·군지역(경산, 칠곡, 성주등)과 협력 및 인천e음과 같이 대구의 각 구·군에서도 지역상품권 발행으로 광역자치단체와 기초자치단체의 시너지 효과 극대화

4. 대구행복페이 긴급사용액 확대 방안 모색

- 코로나19 등의 재난 상황에 대구시의 정책적 지원을 신속하게 구현할 수 있도록 발행액 규모 등을 제도화
- 취약계층의 긴급생계자금지원을 대구행복페이로 지급할 수 있는 방안 모색

5. 대구행복페이 운영주체 확대

- 서민경제 지원과 지역경제 활성화가 대구행복페이의 중요한 목적인 만큼 서민들이 많이 이용하는 새마을금고나 신용협동조합 같은 서민금융도 참여하여 발급과 충전이 쉽게 이루어질 수 있게 하면 행복페이 활성화에 큰 도움이 될 수 있을 것으로 기대함

6. 대구 사랑상품권 활성화 기금 설치 및 운용 조례 제정 필요

법률과 조례 분석

지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률		대구사랑 상품권 이용 활성화에 관한 조례
제4조(지역사랑상품권의 발행)	유효기간 단축하거나 연장 가능	제4조(상품권의 발행)②
	유통지역을 달리 정할 수 있음	제5조(유통지역)
	상품권의 종류, 권면금액, 기재사항 등 지역사랑 상품권 발행에 필요한 사항	제4조(상품권의 발행) ④, ⑤, ⑥
제6조(판매대행점의 협약 및 관리)	판매대행점, 지방자치단체의 장과 판매대행 협약 체결	제6조 (판매대행의 협약 등)②
	지방자치단체의 장, 협약을 체결한 판매대행점에 관한 정보를 공개하여야 함	제6조 (판매대행의 협약 등)①
	판매대행점은 지역사랑상품권의 판매량, 재고량, 회수량 등을 지방자치단체의 장에게 제출	제6조 (판매대행의 협약 등)③
제7조(가맹점의 등록)	가맹점을 하고자 자, 지방자치단체의 장에게 등록	제9조(가맹점의 등록)①
	등록 제한업종	제9조(가맹점의 등록)②
	가맹점의 자격 요건, 등록 기준 등 가맹점 등록에 필요한 사항	제9조(가맹점의 등록)③
제8조(가맹점 등록의 취소)	등록을 취소한 경우 그 사실을 이용자 등이 알 수 있도록 공개	제11조 (가맹점 등록의 취소)③
제15조(지역사랑상품권 활성화 지원)	지방자치단체의 장, 할인하여 판매 가능	제22조 (상품권 활성화 지원)
제16조(지역사랑상품권 기금의 설치)	상품권기금의 조성·용도 및 운용 등에 필요한 사항	없음
제18조(지역사랑상품권의 발행 및 운영위탁)	지방자치단체의 장, 위탁사업의 추진에 필요한 비용을 예산의 범위에서 지원할 수 있다.	없음

- 제16조(지역사랑상품권기금의 설치)에 관한 조례는 「경기도 성남사랑상품권 활성화 기금 설치 및 운용 조례」, 「인천광역시 서구 지역화폐 발행 및 기금 설치 조례」 2곳만 있음

[참고문헌]

국가법령정보센터 홈페이지 <http://www.law.go.kr>

소상공인시장진흥공단 홈페이지 <http://www.sbiz.or.kr>

통계청 홈페이지

국가법률정보센터 홈페이지

행정안전부 홈페이지

대구광역시청 홈페이지

인천광역시청 홈페이지

KB금융지주 경영연구소(2014) ‘국내상품권 시장 현황과 시사점’

전북연구원 김수은, 김시백, 안동신(2019.3) ‘전라북도 지역상품권 운영 활성화 방안’
국회입법조사처 2020.10.05. 지역사랑상품권의 의의와 주요 쟁점 이슈와 논점 제
1760호

행정안전부(2019.12) ‘2020년도 지역사랑상품권 발행지원 사업 종합지침’

행정안전부(2021.01) ‘2021년도 지역사랑상품권 발행지원 사업 종합지침’

행정안전부(2017.1) 컨설팅 자료

하나금융경영연구소 이황희(2020.3), ‘지역화폐의 운영구조 및 현황 분석’

전북연구원 김수은, 김시백, 안동신(2019.6), ‘지역경제 마중물, 지역사랑상품권 활
성화 방안’

제주발전연구원 고대호(제주발전포럼 제42호), ‘제주사랑상품권 도입에 따른 효과와
활성화 방안’

한국지방행정연구원 전대욱(2018.2), ‘고향사랑상품권의 경제적 효과 분석’

한국지방행정연구원 2020.12 지방사랑상품권의 지역경제 활성화 효과분석

한국지방행정연구원 여흥성 외 3인. 2020.12 지역사랑상품권 경제적 효과 분석 및
제도정착을 위한 정책 제언

인천연구원 조승현(2019.12), ‘이음카드의 지역경제 영향 분석’

한양대학교 에리카산학협력단(2018.5) ‘온누리 모바일 상품권 도입 방안 연구’

가천대학교 산학협력단 이종현, 최필선(2019.11), 성남사랑 상품권의 경제적 효과와 소
상공인 만족도 분석

대전세종연구원 임성복(2019.9), ‘지역사랑상품권 경제적효과분석 및 도입 방안’

대경연구원 임규채, 2020.12 대구행복페이 성과 분석

전태욱(2018), ‘고향(지역)사랑상품권의 도입 사례와 경제효과 추정’

인천연구원 보도자료(2019.12.31.), ‘이음카드가 인천시민 소비만족도 향상에 기여’

공정거래위원회(2015. 4. 2) 보도자료

행정안전부 2021.01.14. (보도자료) 지역사랑상품권 13.3조원 판매되어 지역경제에
온기 불어 넣었다.

인천광역시청 2021년 인천e음 플랫폼 사업계획(안)

인천광역시청 소상공인정책과, '2020년 인천e음 플랫폼 사업계획'

인천광역시청 내부자료, '2019년도 인천e음 실적현황'

인천광역시청, '2019년도 판매 및 환전 현황'

인천광역시 서구청 경제에너지과, '(2020년)품격있게 앞서가는 서로e음 시즌2 추진을 위
한 플랫폼 경쟁력 확보방안(안)'

인천광역시 서구청, '2019년 서로e음 실적현황'

인천광역시 연수구청, 2021년 연수구 전자상품권「연수e음」추진계획

인천광역시 연수구청, '2020 연수구 전자상품권『연수e음』추진계획'

인천광역시 부평구청, 2021년 부평e음 전자상품권 운영 활성화 계획(안)

인천광역시 부평구청, '2020년도 부평e음 전자상품권 발행 및 운영계획(안)'

인천광역시 동구청, 2021년 동구사랑상품권 발행계획

인천광역시 동구청, '2020 지역사랑상품권 발행 세부 추진계획'

인천광역시 계양구청, '2020년도 계양구 전자상품권(계양e음) 발행 및 사업계획(안)'

부산광역시 동구, '2020년 발행 및 운영 기본계획'

대구광역시 2020.12.30. 2021년 대구사랑상품권 운영 계획(안)

대구광역시 2021.04. 2020년 지역사랑상품권 발행지원 국비보조사업 실적 및 정산
보고

대구광역시 대구시 2020년 대구사랑상품권 발행 성과(평가)보고서

대구광역시 2020 대구행복페이 이용금액(구군별)

부산일보 2020.01.06. '부산시 동백전 발행에 동구 e바구페이 '어찌하오리까'

연합뉴스 2020.01.08. '부산 동구 e바구페이 인센티브 축소되나...국·시비 지원 중단'

과업참여자

대구광역시의회 의원연구단체 「 대구의정 미래포럼 」

연구대표자 의원 임태상

공동참여자 의원 강성환

공동참여자 의원 이태손

공동참여자 의원 박우근

참여업체

(유)따뜻한사회정책연구원 책임연구원 박진홍
연 구 원 박민수