

## 충남 지역화폐의 지역경제 파급효과 분석 및 활성화 방안

이 민 정

충남연구원 경제·산업연구실 책임연구원  
minjoung1006@cni.re.kr

본 연구는 충남 시군에서 발행하는 지역화폐(지역사랑상품권)의 파급효과 분석을 통해 지역경제에 미치는 영향을 살펴보고 지역화폐 활성화 방안을 모색하는 연구임

### CONTENTS

1. 지역화폐 개요
2. 충남 지역화폐 파급효과
3. 지역화폐 문제점
4. 지역화폐 활성화 방안
5. 요약 및 제언

### 요약

- “지역화폐” “OO페이”로 통칭되고 있는 지역사랑상품권은 지자체가 발행하고 해당 지자체 가맹점에서만 사용 가능한 상품권. 운영대행사를 선정하여 해당지역에서만 발급됨
  - 소상공인 및 전통시장 활성화 등과 같이 지역경제 순환시스템 구축의 목적을 띄고 있음
- 충남의 지역화폐는 2020년3월말 현재 발행액 57,247백만원
  - 발행액은 천안→서산→아산→공주·서천 順
- 올해 충남 지역화폐 3,328억원 발행시 경제적 파급효과는 다음과 같이 추산됨
  - 충남내 생산 유발액 : 총효과 1,960 억원, 재정투입효과 196 억원
  - 충남내 부가가치 유발액 : 총효과 939억원, 재정투입효과 94억원
  - 전국 생산유발액 : 총효과 5,911억원, 재정투입효과 591억원
  - 전국 부가가치 유발액 : 총효과 2,563억원, 재정투입효과 256 억원
- 할인율 상향을 통한 판매위주, 공급자위주의 활성화 전략에서 이용편의성 제고, 우리지역에 관심도 제고로 이어지는 사용자위주 전략으로 보완 필요
- 더불어, 빠른 시간 내에 지역화폐의 선순환 경험을 축적하여 인센티브가 축소되어도 동참하는 공감대 형성 필요

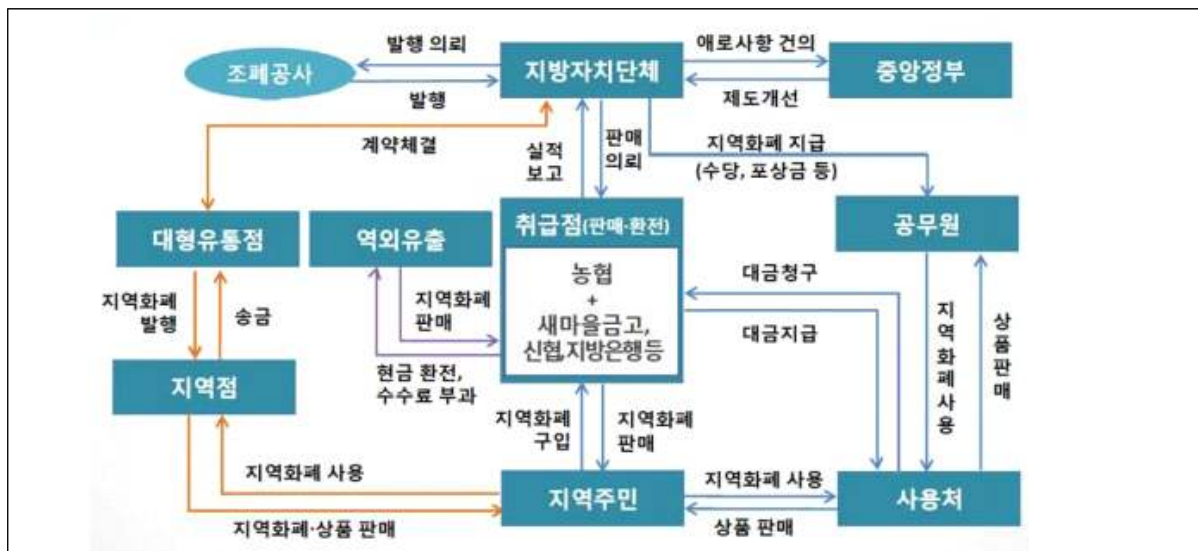


# 01 지역화폐 개요

## ● 지역사랑상품권이 “지역화폐” “OO페이” 라는 명칭으로 통용

- “지역화폐” “OO페이” 로 통칭되고 있는 지역사랑상품권은 지자체가 발행하고 해당 지자체 가맹점에서만 사용 가능한 상품권. 운영대행사를 선정하여 해당지역에서만 발급됨
- 소상공인 및 전통시장 활성화 등과 같이 지역경제 순환시스템 구축의 목적을 띄고 있음.
- 종류는 모바일형(QR코드), 체크카드형, 선불카드형, 지류형 등 4가지
  - \* 지류형은 인쇄비, 카드·모바일형은 발급비용, 시설투자비용, 제휴업체 수수료 등 필요
  - \* 선불카드는 행정복지센터 또는 농협지점에서만 접수
- 지역화폐 발행액의 4%는 국비지원. 충남은 2019년 308억원 발행기준 국비보조금 1,229백만원
- 현재 ‘지역사랑상품권 이용활성화에 관한 법률’ 법안심사소위 심사 중

〔그림 1〕 지역사랑상품권의 유통구조



자료) 한국지방행정연구원(2017)

● 농민수당 지급수단과 코로나 19 사태로 지방자치단체에서 지역화폐를 도입하는 사례 증가

- 2015년 892억원(30곳), 2016년 1087억원(56곳), 2017년 3065억(56곳), 2018년 3714억원(66곳) 규모에 머물렀으나 2019년 177개 지자체에서 22,573억원으로 대폭 확대되었고, 2020년은 전국 확대발행 3조원 규모를 계획하고 있었음(당초).
- 각종 수당을 지역화폐로 지급하는 지자체 등장으로 지역화폐 발행액 증가 (부여군은 도내최초로 농민수당을 지역화폐와 연계)
- 코로나19 사태가 장기화 되면서 침체된 경기 활성화 방안으로 재난기본소득을 지역화폐로 지급하는 사례 증가
- 2020년 3월 현재 193개 지자체 발행. 올해 6조규모로 확대발행 추진중<sup>1)</sup>

(그림 2) 지역화폐 종류

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
| 모바일(QR코드)형 (공주시)   | 체크카드형(천안시)   | 지류형(논산시)   |

(표 1) 전국 지역화폐 발행 추이(2017~2019) (단위: 억원)

| 지자체 | 2017  | 2018  | 2019   | 3년간 합계 |
|-----|-------|-------|--------|--------|
| 인천  | -     | 5     | 6,500  | 6,505  |
| 부산  | -     | -     | 560    | 560    |
| 대전  | -     | -     | 100    | 100    |
| 울산  | -     | -     | 300    | 300    |
| 광주  | -     | -     | 827    | 827    |
| 경기  | 295   | 485   | 3,901  | 4,681  |
| 강원  | 857   | 525   | 584    | 1,966  |
| 충남  | 64    | 82    | 308    | 454    |
| 충북  | 90    | 100   | 426    | 617    |
| 경남  | 149   | 352   | 1,264  | 1,765  |
| 경북  | 1,442 | 1,171 | 2,360  | 4,972  |
| 전남  | 137   | 224   | 1,108  | 1,469  |
| 전북  | 32    | 770   | 4,335  | 5,137  |
| 합계  | 3,066 | 3,714 | 22,573 | 29,353 |

출처) 한국지방행정연구원 “지방자치브리프”(2019.12)

자료) 행안부 발표자료

1) 한국경제 3.20일 기사 “코로나로 망가진 지역경제, 지역화폐로 살린다고?”

● 충남의 지역화폐는 2020년 3월말 현재 발행액 57,247백만원

- 충남의 지역화폐는 1999년 1월 발행된 예산사랑상품권이 시작(1999년 태백, 고령, 예산에서 전국 최초발행)
- 2019년 308억원에서 2020년 발행규모는 3328억원 확대발행 계획
- 구입시 인센티브도 강화하여 2020년6월까지 10% 할인판매, 1인당 구매한도 100만원까지 상향

[표 2] 충남 지역화폐 발행 유통 현황 및 계획(2020.3.31 현재)

(단위: 백만원, 개소)

| 구분 | 20년<br>발행계획 | 발행유통현황 |        |        | 가맹점현황  |             | 판매점<br>(환전점) | 비 고              |
|----|-------------|--------|--------|--------|--------|-------------|--------------|------------------|
|    |             | 발행액    | 판매액    | 환전액    | 가맹대상*  | 가맹업소(%)     |              |                  |
| 계  | 332,820     | 57,247 | 48,281 | 35,116 | 99,563 | 68,987(69)  | 340<br>(365) |                  |
| 천안 | 60,000      | -      | -      | -      | 46,472 | 46,472(100) | 해당<br>없음     | 20.4.7.발행,<br>카드 |
| 공주 | 20,000      | 3,383  | 3,383  | 2,314  | 2,869  | 1,481(51)   | 해당<br>없음     | 모바일              |
| 보령 | 18,000      | 3,500  | 2,526  | 1,678  | 2,662  | 1,226(46)   | 25<br>(25)   | 지류<br>*모바일(6월)   |
| 아산 | 32,000      | 10,000 | 10,393 | 4,005  | 8,610  | 3,567(41)   | 48<br>(48)   | 지류<br>*모바일(4.20) |
| 서산 | 33,000      | 10,000 | 6,306  | 4,986  | 5,069  | 2,594(51)   | 32<br>(32)   | 지류,모바일           |
| 논산 | 15,400      | 4,000  | 4,179  | 2,300  | 8,864  | 1,800(20)   | 63<br>(63)   | 지류<br>*모바일(7월)   |
| 계룡 | 6,000       | 2,000  | 1,662  | 1,698  | 1,107  | 648(58)     | 8<br>(8)     | 지류<br>*모바일(4.16) |
| 당진 | 14,000      | 3,000  | 1,831  | 1,256  | 6,855  | 2,092(30)   | 36<br>(36)   | 지류<br>*모바일(5월)   |
| 금산 | 8,500       | -      | 1,396  | 361    | 2,142  | 974(45)     | 23<br>(23)   | 지류<br>*모바일(7월)   |
| 부여 | 55,380      | 6,764  | 7,526  | 8,980  | 2,400  | 1,635(68)   | 13<br>(13)   | 카드,모바일           |
| 서천 | 20,000      | 9,300  | 4,891  | 4,347  | 2,215  | 1,908(86)   | 25<br>(25)   | 지류,모바일           |
| 청양 | 9,300       | 3,300  | 939    | 725    | 1,104  | 389(35)     | 19<br>(19)   | 지류<br>*모바일(7월)   |
| 홍성 | 12,400      | -      | 546    | 165    | 3,906  | 733(18)     | 34<br>(34)   | 지류<br>*카드(하반기)   |
| 예산 | 14,500      | 1,000  | 845    | 791    | 1,995  | 709(35)     | 2<br>(25)    | 지류<br>*카드(하반기)   |
| 태안 | 14,340      | 1,000  | 1,858  | 1,510  | 3,293  | 2,759(83)   | 12<br>(14)   | 지류<br>*카드(하반기)   |

출처) 충남도청 내부자료

주) 시군 가맹점 전수조사 결과(2019.12.31. 기준). 전년도 이월로 판매·환전액이 발행액보다 많을 수 있음

● 지역화폐(지역사랑상품권) 관련 조례를 통해 할인율, 구매액 한도 등을 명시

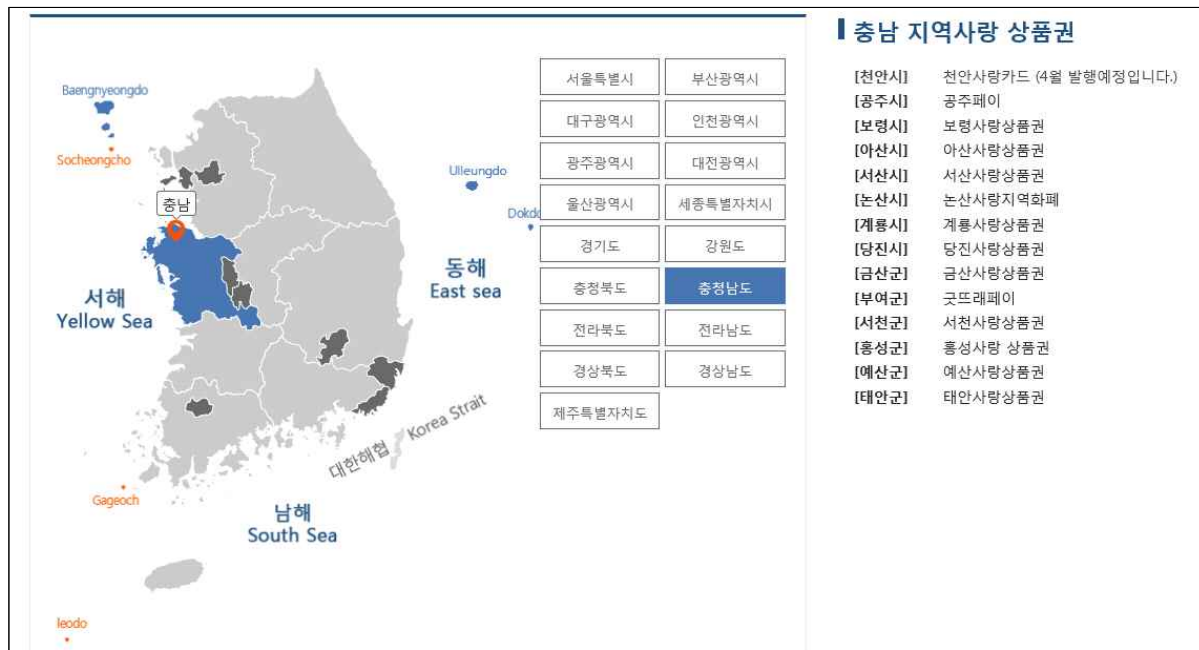
- 발행 지자체에 따라 유효기간 3년~5년
  - \* 도내 시군의 경우 행안부 표준조례안에 따라 유효기간 5년 설정 (천안시는 유효기간 없음)
  - \* 코로나19에 따른 각종 수당이 지역화폐로 지급되는 경우는 유효기간을 3개월로 한정하여 지역경제 활성화 촉진 유도(예. 재난지원금, 담양사랑상품권)
- 할인율은 대부분 상시 5%, 명절 및 특별한 경우 10%로 설정  
 할인구매액은 개인 월 30만원~70만원 으로 설정  
 결제 인센티브를 추가제공하는 경우도 있음(예. 공주시. 전통시장 가맹점 10%, 로컬푸드 및 친환경 가맹점 7%, 그밖의 가맹점 5%)

[표 3] 충남 시군별 지역사랑상품권 조례

| 시군 | 조례명                                     | 주요내용  |
|----|---|---|
| 공주 | 공주사랑상품권 발행 및 운영에 관한 조례 (2019. 8. 16 제정) | 유효기간(5년)<br>할인판매(5%, 특별 10%) 할인구매(개인 월100만원이하)<br>결제인센티브 추가제공(전통시장, 로컬푸드 등)   |
| 부여 | 부여사랑상품권 관리 및 운영에 관한 조례 (2012.6.27. 제정)  | 유효기간(5년)<br>상품권구매(현금으로 판매대행점 구매), 가맹점에서 사용<br>예산범위 내에서 상품권 구매자, 가맹점 추천하여 경품지급<br>정기구매자 인센티브(해당연도 총구매액 1%를 상품권 지급, 6만원 이내) |
| 계룡 | 계룡사랑상품권 발행 및 운영에 관한 조례 (2008.10.20. 제정) | 유효기간(5년)<br>판매대행점 지정 판매<br>할인판매 (명절 및 특별기간 10%, 연중상시 5%)<br>구매한도(개인 월 50만원)<br>판매대행점에 위탁판매 수수료 지급 가능                      |
| 금산 | 금산사랑상품권 관리 및 운영조례 (2019.5.30. 제정)       | 유효기간(5년)<br>가맹점 환전한도 (월 1천만원)<br>할인판매(10%), 할인구매(개인 50만원)   |
| 논산 | 논산사랑지역화폐 발행 및 운영에 관한 조례 (2019.4.30)     | 유효기간(5년)<br>할인율(10%) 할인구매(개인 월40만원 연400만원)<br>판매 및 환전수수료(판매 및 환전금액의 1% 범위내 협약결정)  |
| 당진 | 당진사랑상품권 발행 및 운영에 관한 조례 (2019.4.30.)     | 유효기간(5년, 단 유효기간 단축, 연장 가능)<br>할인율(10%) 할인구매(개인 50만원 연 600만원)  |
| 보령 | 보령사랑상품권 관리 및 운영조례 (2019.8.20.)          | 유효기간(5년, 단 유효기간 단축, 연장 가능)<br>할인율(10%) 할인구매(개인 월50만원, 연 400만원)  |
| 서산 | 서산사랑상품권 관리 및 운영조례 (2019.5.31)           | 유효기간(5년)<br>노점상도 소속상인회 통해 가맹점 지정 가능<br>할인율(10%), 할인구매(개인 월50만원)<br>환전수수료(0.5% 범위내에서 협약으로 결정)                              |
| 서천 | 서천사랑상품권 관리 및 운영조례 (2008.6.17. 제정)       | 유효기간(5년)<br>할인율(5%, 일정기간 10%), 할인구매(개인 월 70만원)<br>운영대행사 수수료(발행액 2% 범위내에서 협약으로 결정)<br>판매대행점 수수료(판매금액+회수금액 1% 내에서 협약으로 결정)  |
| 아산 | 아산사랑상품권 관리 및 운영조례 (2016.9.5.)           | 유효기간(5년)<br>가맹점 계약기간(2년. 이의없으면 계약연장)<br>할인율(20%) 구매한도(개인 30만원)  |
| 예산 | 예산사랑상품권 관리 및                            | 유효기간(5년)  |

|    |  |   |
|----|--|---|
|    | 운영조례<br>(2019.7.1.)  | 할인율(10%) 할인가매(개인 50만원)  |
| 천안 | 천안사랑상품권 발행 및<br>운영조례<br>(2019.9.6.)  | 유효기간 없음<br>할인율(10%), 할인가매(개인 50만원, 연 500만원)   |
| 청양 | 청양사랑상품권<br>이용활성화에 관한 조례<br>(2019.7.18.)  | 유효기간(5년)<br>할인율(10%) 할인가매(개인 월50만원)<br>환전 및 판매수수료 (판매 및 환전금액에서 판매대행점과 협의 결정)        |
| 태안 | 태안사랑상품권 운영 및<br>관리조례<br>(2001.11.30.)<br>태안사랑상품권 발행 및<br>특별회계 설치 운영조례<br>시행규칙<br>(2001.11.30.) | 유효기간(5년)<br>할인율(5~10%) 할인가매(개인 월50만원)   |
| 홍성 | 홍성사랑상품권 관리 및<br>운영조례<br>(2019.12.20.)  | 유효기간(5년, 단 단축 및 연장가능)<br>할인율(5~10%), 할인가매(개인 월30만원)<br>판매대행점 및 판매대행단체 수수료(1.5% 범위내) |

〔그림 3〕 충남 지역화폐 안내



## 02 충남 지역화폐의 파급효과

### ● 전국적 지역화폐 발행에 따른 경제적 파급효과

- 한국지방행정연구원(2019)의 연구에서는 전국 지역사랑상품권 발행액에 따른 경제적 효과를 상품권 발행에 따른 “상품권 총효과”로 나타냄
  - \* 발행액 총액에 대한 지역사랑상품권 유통효과 중에는 할인율 인센티브 등에 따른 결제수단 대체 효과가 상당부분이라는 가정
- 소비자 입장에서는 정부와 지자체가 제공하는 지역화폐 할인액은 가계의 소득증가로 볼 수 있고, 이에 대한 경제적 파급효과를 “재정투입에 따른 상품권 순효과”로 봄

[표 4] 전국적 상품권 발행에 따른 경제적 파급효과

| 구분               | 항목        | 지역사랑상품권 총효과 | 재정투입 순효과 |
|------------------|-----------|-------------|----------|
| 민간 최종소비지출 증가액    |           | 18,025      | 503      |
| 생산유발액<br>(억원)    | 자기지역(A)   | 11,074      | 309      |
|                  | 타지역(B)    | 21,054      | 588      |
|                  | 합계(C=A+B) | 32,128      | 898      |
| 부가가치 유발액<br>(억원) | 자기지역(A)   | 5,332       | 149      |
|                  | 타지역(B)    | 8,504       | 237      |
|                  | 합계(C=A+B) | 13,837      | 387      |
| 취업유발인원<br>(명)    | 자기지역(A)   | 13,365      | 373      |
|                  | 타지역(B)    | 15,996      | 447      |
|                  | 합계(C=A+B) | 29,360      | 820      |

출처) 한국지방행정연구원 “지방자치브리프”(2019.12)

- [표 4]에서 보듯, 2019년 8월까지 전국 지역사랑상품권 발행에 따른 “발행의 총효과”는 발행액 1조 8025억원에 대한 파급효과는 다음과 같이 추산됨



- \* 생산유발액 3조 2128억원
- \* 부가가치 유발액 1조 3837억원
- \* 취업유발인원 29,360명
- “재정투입에 따른 순효과”, 즉 지역사랑상품권 발행의 인센티브 금액인 민간최종소비지출 증가액 503억원에 대한 파급효과는 다음과 같이 추산됨
  - \* 생산유발액 898억원
  - \* 부가가치유발액 387억원
  - \* 취업유발인원 820명
- 재정투입에 따른 지역사랑상품권 발행의 승수효과는 생산유발액 기준 1.78배, 부가가치유발액 기준으로 0.76배로 나타남
  - \* 지역사랑상품권 할인율(구입시 인센티브)은 지역별로 6~10%로 편차가 있고, 국비보조금 4% 기준으로 산출한 경제적 효과는 보수적으로 추계

● 전국적 지역화폐 발행 파급효과를 참고하여 충남 지역화폐 발행의 파급효과를 추산

- 지역산업연관표(2013년)을 활용 (지역산업연관표에 대한 설명은 후술내용 참고)
  - \* 지역내 승수효과는 전국적 승수효과보다 작음
  - \* 지역화폐 재정투입 순효과는 현재 대부분 지자체의 할인율이 10%로 설정되어 이를 적용
  - \* 취업유발인원은 고려하지 않음
- [표 5]에서 보듯, 충남 지역화폐 3,328억원 발행시 경제적 파급효과는 다음과 같이 추산됨
  - \* 충남지역 내 생산 유발액 : 총효과 1,960 억원, 재정투입효과 196 억원  
 충남지역 부가가치 유발액 : 총효과 939억원, 재정투입효과 94억원
  - \* 전국 생산 유발액 : 총효과 5,911억원, 재정투입효과 591억원  
 전국 부가가치 유발액 : 총효과 2,563억원, 재정투입효과 256 억원

[표 5] 충남 지역화폐 발행에 따른 경제적 파급효과

| 구분                | 항목   | 지역사랑상품권 발행<br>총효과 | 재정투입 순효과<br>(10% 할인율 적용) |
|-------------------|------|-------------------|--------------------------|
| 민간 최종소비지출 증가액     |      | 332,820           | 33,282                   |
| 생산유발액<br>(백만원)    | 충남 내 | 196,031           | 19,603                   |
|                   | 전국   | 591,088           | 59,109                   |
| 부가가치 유발액<br>(백만원) | 충남 내 | 93,855            | 9,386                    |
|                   | 전국   | 256,271           | 25,627                   |

- 시군별로는 발행액수에 따라 천안→ 부여→ 서산→ 아산→ 공주·서천 順.
- 발행 총효과는 [표 6]와 같이 추산됨.
  - \* 천안 600억 발행시, 지역내(생산유발 353억원, 부가가치유발 169억원) 전국(생산유발 1066억원, 부가가치 유발 462억원)
  - \* 부여 554억원 발행시, 지역내(생산유발 326억원, 부가가치유발 156억원), 전국(생산유발 984억원, 부가가치 유발 426억원)
  - \* 서산 330억 발행시, 지역내(생산유발 194억원, 부가가치유발 93억원), 전국(생산유발 586억원, 부가가치유발 254억원)
  - \* 아산 320억 발행시, 지역내(생산유발 188억원, 부가가치유발 90억원), 전국(생산유발 568억원, 부가가치유발 246억원)
  - \* 공주·서천 각 200억 발행시, 지역내(생산유발 각 118억원, 부가가치유발 각 56억원), 전국(생산유발 355억원, 부가가치유발 154억원)

[표 6] 시군별 지역화폐의 경제적 파급효과(발행 총효과)

| 시군   | 발행액<br>(백만원) | 지역내            |                   | 전국             |                   |
|------|--------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|
|      |              | 생산유발액<br>(백만원) | 부가가치 유발액<br>(백만원) | 생산유발액<br>(백만원) | 부가가치 유발액<br>(백만원) |
| 충남 계 | 332,820      | 196,031        | 93,855            | 591,088        | 256,271           |
| 천안   | 60,000       | 35,340         | 16,920            | 106,560        | 46,200            |
| 공주   | 20,000       | 11,780         | 5,640             | 35,520         | 15,400            |
| 보령   | 18,000       | 10,602         | 5,076             | 31,968         | 13,860            |
| 아산   | 32,000       | 18,848         | 9,024             | 56,832         | 24,640            |
| 서산   | 33,000       | 19,437         | 9,306             | 58,608         | 25,410            |
| 논산   | 15,400       | 9,071          | 4,343             | 27,350         | 11,858            |
| 계룡   | 6,000        | 3,534          | 1,692             | 10,656         | 4,620             |
| 당진   | 14,000       | 8,246          | 3,948             | 24,864         | 10,780            |
| 금산   | 8,500        | 5,007          | 2,397             | 15,096         | 6,545             |
| 부여   | 55,380       | 32,619         | 15,617            | 98,355         | 42,643            |
| 서천   | 20,000       | 11,780         | 5,640             | 35,520         | 15,400            |
| 청양   | 9,300        | 5,478          | 2,623             | 16,517         | 7,161             |
| 홍성   | 12,400       | 7,304          | 3,497             | 22,022         | 9,548             |
| 예산   | 14,500       | 8,541          | 4,089             | 25,752         | 11,165            |
| 태안   | 14,340       | 8,446          | 4,044             | 25,468         | 11,042            |

- 지역화폐 구입에 따라 구매자에게 적용되는 할인율, 즉, 재정투입 부분의 순효과는 [표 7]와 같이 추산됨.
- 10% 할인율 적용

- \* 천안 600억 발행시, 지역내(생산유발 35억원, 부가가치유발 17억원) 전국(생산유발 107억원, 부가가치 유발 46억원)
- \* 부여 554억원 발행시, 지역내(생산유발 33억원, 부가가치유발 16억원), 전국(생산유발 98억원, 부가가치 유발 43억원)
- \* 서산 330억 발행시, 지역내(생산유발 19억원, 부가가치유발 9억원), 전국(생산유발 59억원, 부가가치유발 25억원)
- \* 아산 320억 발행시, 지역내(생산유발 19억원, 부가가치유발 9억원), 전국(생산유발 57억원, 부가가치유발 25억원)
- \* 공주·서천 각 200억 발행시, 지역내(생산유발 각 12억원, 부가가치유발 각 6억원), 전국(생산유발 36억원, 부가가치유발 15억원)

[표 7] 시군별 지역화폐의 경제적 파급효과(재정투입 순효과)

| 시군   | 발행액<br>(백만원) | 지역내            |                   | 전국             |                   |
|------|--------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|
|      |              | 생산유발액<br>(백만원) | 부가가치 유발액<br>(백만원) | 생산유발액<br>(백만원) | 부가가치 유발액<br>(백만원) |
| 충남 계 | 332,820      | 19,603         | 9,386             | 59,109         | 25,627            |
| 천안   | 60,000       | 3,534          | 1,692             | 10,656         | 4,620             |
| 공주   | 20,000       | 1,178          | 564               | 3,552          | 1,540             |
| 보령   | 18,000       | 1,060          | 508               | 3,197          | 1,386             |
| 아산   | 32,000       | 1,885          | 902               | 5,683          | 2,464             |
| 서산   | 33,000       | 1,944          | 931               | 5,861          | 2,541             |
| 논산   | 15,400       | 907            | 434               | 27,350         | 11,858            |
| 계룡   | 6,000        | 353            | 169               | 1,066          | 462               |
| 당진   | 14,000       | 825            | 395               | 2,486          | 1,078             |
| 금산   | 8,500        | 501            | 240               | 1,510          | 655               |
| 부여   | 55,380       | 3,262          | 1,562             | 9,835          | 4,264             |
| 서천   | 20,000       | 1,178          | 564               | 3,552          | 1,540             |
| 청양   | 9,300        | 548            | 262               | 1,652          | 716               |
| 홍성   | 12,400       | 730            | 350               | 2,202          | 955               |
| 예산   | 14,500       | 854            | 409               | 2,575          | 1,117             |
| 태안   | 14,340       | 845            | 404               | 2,547          | 1,104             |

- 전국차원에서 보면 지역화폐 발행의 총효과는 발행액 이상의 생산유발효과를 거둘 수 있다는 결과가 도출됨
  - 지역화폐의 발행 및 유통이 지역의 생산과 부가가치 증대에 긍정적 효과를 불러올 것이라 생각할 수 있음
  - 지역내 선순환경제 체제 정착을 위해 제도 활성화 필요성 있음

## <참고>

### ● 지역산업연관표란?

- 국가 경제에서 각 산업은 다양한 재화와 서비스를 구입하여 생산 활동을 하고, 생산된 재화와 서비스는 판매 과정을 거쳐 다른 산업의 생산 활동에 원·부재료로 사용되거나 국내에서 소비·투자되며 또는 해외로 수출됨

- 산업연관표는 일정 기간(보통 1년) 동안 이와 같은 재화와 서비스의 생산 및 처분 내역을 일정한 원칙에 따라 일목요연하게 행렬(matrix) 형태로 정리하여 기록한 표.

\* 이 표를 이용하여 산업간 상호연관관계를 수량적으로 파악하는 분석 방법을 산업연관분석(interindustry analysis) 또는 투입산출분석(input-output analysis)이라고 함.

- 산업연관표는 작성 대상 지역을 기준으로 전국산업연관표와 지역산업연관표로 구분

\* 전국산업연관표는 전국을 기준으로 산업별 거래 내역을 나타낸 것. 지역별로 다양한 생산기술구조를 평균적인 개념으로 작성

\* 지역산업연관표는 지역간에 상이한 산업구조와 기술구조 그리고 거래 형태를 반영하기 위해 지역으로 구분하여 지역별 산업별 거래 내역을 나타낸 것. 예를 들어 도시지역은 농촌지역으로 공산품 이출이 많고 농촌지역으로부터는 농산물 이입이 많은 반면, 농촌지역은 이와는 반대되는 현상이 나타나는 등 각 지역에 따라 상품 거래 내역이나 형태가 다르게 나타남. 지역산업연관표는 이러한 지역별 및 산업별 산업구조는 물론 지역간 및 산업간 상호연관관계를 파악하는 지역산업연관분석에 그 목적이 있음.

- 특히 지방자치제 도입 이후 지역경제 개발을 위한 정책 수립과 성과 분석을 위해 지역내 산업간 또는 다른 지역과의 상호연관관계를 파악하는 것이 매우 중요해짐.

- 지역산업연관표는 각 지역의 경제구조와 지역간·산업간 상호연관관계를 일정한 기준에 따라 수량적으로 나타내기 때문에 지역 단위의 산업구조 분석과 지역경제정책 수립 및 효과 분석등 다양한 분야에 유용한 분석도구로 활용되고 있음.

### ● 지역산업연관표의 기본구조

총투입액 = 총산출액

총투입액 = 중간투입 + 부가가치 [투입구조]

총산출액 = 중간수요 + 최종수요(소비+투자+수출+이출) - 수입 - 이입 [배분구조]

총수요(=총공급)

- 타지역 생산품(이입품)과 수입품을 구분하지 않은 지역내 산업연관표의 일반적인 형식은 <그림 4>과 같음.

- 동 산업연관표에서 산업 1부문의 세로 방향은 해당 지역의 산업 1부문이 생산 활동을 위해 자부문 및 타부문에서 생산된 중간재  $U_1 (= \sum_{i=1}^n X_{i1})$ 과 본원적 생산요소인 부가가치  $V_1 (= R_1 + S_1 + D_1 + T_1)$ 을 구입하였음을 나타냄.
- 가로 방향은 산업 1부문이 자가지역에서 산한  $X_1$ 과 해외에서 수입한  $M_1$  및 타지역에서의 이입한  $N_1$ 을 합한 총공급액( $X_1 + M_1 + N_1$ )이 자가지역의 산업 1부문 및 타부문의 중간수요로  $W_1 (= \sum_{j=1}^n X_{1j})$ 만큼 판매되고 소비, 투자, 수출, 그리고 타지역으로의 이출을 통해서 최종수요로  $Y_1 (= C_1 + I_1 + E_1 + O_1)$ 만큼 판매되었음을 나타냄.
- 지역내 산업연관표에서 타지역으로 이출된 제품은 해외로 수출된 것과 마찬가지로 타지역에서 중간재 또는 최종재로 사용되었는지를 구분하지 않고 일괄하여 이출로 처리.

(그림 4) 지역내 산업연관표의 기본구조

|                  |         | 내 생 부 문  |                       |           |       | 외 생 부 문 |       |       |       | 수 입   | 이 입   | 지역내   |       |  |
|------------------|---------|----------|-----------------------|-----------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--|
|                  |         | 산업1      | ...                   | 산업n       | 중간수요계 | 소비      | 투자    | 수출    | 이출    | 최종수요계 | (공제)  | (공제)  | 산출액   |  |
| 내<br>생<br>부<br>문 | 산업 1    | $X_{11}$ | 투<br>입<br>구<br>조<br>↓ | $X_{1n}$  | $W_1$ | $C_1$   | $I_1$ | $E_1$ | $O_1$ | $Y_1$ | $M_1$ | $N_1$ | $X_1$ |  |
|                  | :       |          |                       | 배 분 구 조 → |       |         |       |       |       |       |       |       |       |  |
|                  | 산업 n    | $X_{n1}$ |                       | $X_{nn}$  | $W_n$ | $C_n$   | $I_n$ | $E_n$ | $O_n$ | $Y_n$ | $M_n$ | $N_n$ | $X_n$ |  |
|                  | 중 간투입계  | $U_1$    |                       | $U_n$     |       |         |       |       |       |       |       |       |       |  |
| 외<br>생<br>부<br>문 | 피 용 자보수 | $R_1$    |                       | $R_n$     |       |         |       |       |       |       |       |       |       |  |
|                  | 영 업 잉 여 | $S_1$    |                       | $S_n$     |       |         |       |       |       |       |       |       |       |  |
|                  | 고정자본소모  | $D_1$    |                       | $D_n$     |       |         |       |       |       |       |       |       |       |  |
|                  | 기타 생산세  | $T_1$    |                       | $T_n$     |       |         |       |       |       |       |       |       |       |  |
|                  | 부가가치계   | $V_1$    | $V_n$                 |           |       |         |       |       |       |       |       |       |       |  |
| 지역내 산출액          |         | $X_1$    |                       | $X_n$     |       |         |       |       |       |       |       |       |       |  |

## 03

## 지역화폐의 문제점

● 문제점은 크게 이용, 유통, 판매, 제도적 측면에서 생각해볼 수 있음

### ① 이용측면

\* 소비자측 : 홍보부족, 가맹점포 부족,

구입 불편(앱의 경우는 계좌이체만 가능, 지류는 판매소 방문),

사용 불편(지역화폐 보유금액보다 결제금액이 크면 타수단 분리결제 번거로움),

지역화폐 전용 앱 별도 설치(지자체에 따라서는 QR코드로만 결제 가능),

상인의 인식 부족, 지역화폐로 구매시 점포에서 주차권 제공 기피 경향

\* 점포측 : 가맹점의 자체 이벤트/할인쿠폰 등의 마케팅 연계 불가, 환전 번거로움<sup>2)</sup>

### ② 유통측면

\* 지자체가 가맹점 별도 모집

\* 수수료 부담 (단, 최근에는 조례개정을 통해 대부분 지자체가 부담 경우 증가)

\* 대리구매<sup>3)</sup>, “깡, 꼼수 재테크” 문제 (규정 악용을 활용한 현금 환불)<sup>4)</sup>

### ③ 판매측면

\* 지자체 자체적 마케팅 등과 연동 불가 (예. 지역특산물 판매 등)

\* 바우처 등 지자체의 다른 서비스로 확장 어려움

\* 유관기관 및 기업체 등 의무구매에 대한 불만

### ④ 제도측면

\* 지류는 1회 유통으로 회수 후 폐기(반복이용 불가)

\* 조례에 근거한 운영으로 체계적 추진에 한계

2) 환전 불편은 점차 해소되고 있는 것으로 보임. 2019년 환전율은 94.7%로 한달내 사용되고 은행에서 환전된 것으로 나타남(한겨레 2020.3.24. ‘지역사랑상품권 발행, 3조원에서 6조원으로 늘린다’)

3) 군산사랑상품권을 농협 직원이 필요서류를 미리 받고 따로 파는 방법으로 대리구매 (전주방송 2020.1.7.)

4) 서울사랑상품권 100만원어치를 현금 85만원에 구입→ 60만원 사용 후 40만원 현금 환불 (서울경제 2020.4.12. ‘지역상품권 꼼수재테크 활개’)

\* 지역화폐 이용으로 매출규모가 노출되는 중소기업의 가맹점 이탈 우려<sup>5)</sup>

● 특히 유통과정 문제점에 대해서는 다양한 방법으로 규제 논의 중

- 환불조건을 액면가 60% 사용에서 80% 사용으로 상향 논의중
- 지자체 단속반 통한 적발 강화 및 신고포상제 운영
- 지류권에서 모바일 앱을 통한 상품권 배포 (모바일 상품권 플랫폼에서 부정유통 원천방지 시스템 도입)

● 규제보다는 민간의 혁신기술을 통한 개선방안 고민 필요

- 현재 도내의 모바일앱 형태로 운영중인 지역화폐(예. 공주페이) 사례에서 다음 [표 8]과 같은 개선방안 도출 가능
- 규제를 통한 개선보다는 민간시장의 혁신기술을 통해 해결해나가는 것이 바람직<sup>6)</sup>

[표 8] 지역화폐 개선방안

| 현행                                  | 개선방향   |
|-------------------------------------|--|
| 지역화폐 전용 앱 설치해야 함<br>(예. 공주시 “착한페이”) | 지역민이 사용중인 앱에 지역화폐 기능 추가<br>(인앱 형태)                   |
| 계좌이체 구입만 가능                         | 신용카드 구입, 기존 포인트 전환 등 확대                              |
| QR결제만 가능<br>(POS사용 가맹점 별도 가입)       | QR, 바코드, NFC(지근거리 무선통신) 등 다양한 매체로 확대                 |
| 배달서비스 이용시 QR코드 사용 불가                | 앱 상에서 주문, 결제, 배달/픽업 가능 <sup>7)</sup><br>(공공 배달앱 기능)  |
| 가맹점 별도 모집                           | 제로페이 등 타결제 가맹점을 지역화폐 가맹점으로 호환                        |
| 지역화폐 보유액보다 결제액이 크면 나눠서 결제           | 한번 결제로 지역화폐 초과금액은 신용/체크 등으로 자동결제<br>(신용카드 연계한 자투리결제) |
| 가맹점들의 자체 마케팅 이벤트 연계 불가              | 가맹점이 자기업체의 모바일 할인쿠폰 발행,<br>특가상품/ 이벤트 푸쉬 메시지 발송       |
| 지자체 이벤트 연계 불가                       | “농사랑” 등과 연계하여 로컬푸드 홍보,<br>지자체 축제 안내 등                |
| 지자체 수당 바우처 연계                       | 각종 수당을 지역화폐 통해 지급                                    |

● 지역화폐 발행 급증에 따른 재원 고민 필요

5) 문화일보(2019.8.8.) ‘상품권깡 기승, 차 살때도 캐시백.. 지역화폐 혈세낭비 지적’

6) 전자신문(2020.4.19.) ‘지역사랑상품권 콤보활용, 규제가 아닌 혁신으로 해결해야’ 참조 및 가필

7) IT조선 (2020.4.8.) ‘배민 운명, 지자체에 달렸다... 수수료 없는 공공배달앱 속속 등장’

- 지자체 발행의 지역화폐는 정부가 발행액의 4% 보조
  - \* 산업고용위기, 강원산불, 포항지진 지역에는 국비 4%
  - \* 그 외 지역에는 국비 2% + 특별교부세 2% 각각 지원
  - \* 발행비 (발행액의 약 8%)의 절반도 정부 보조
  - \* 2020년 지역화폐 활성화 공모사업 선정 지자체 8곳에는 비용의 50% 지원
- 작년까지는 정부의 예비비로 지역화폐 발행 지원
  - \* 2022년까지 한시적으로 국고 본격 지원
- 민선 8기(2022년~)부터는 지자체가 스스로 지원자금 마련해야 함. 경우에 따라서는 인센티브 축소도 고려해야 함
  - \* 할인정책을 상시에서 한시로 전환하고 명절, 재난 등 소비진작 필요시 집중 활용



## 04 지역화폐 활성화 방안

### 1) 현재의 활성화 대책

- 행정안전부에서는 2020년 발행규모를 3조원에서 6조원으로, 할인율 10%로 상향 조정 하는 등 지역사랑상품권 활성화에 힘쓰고 있음.

- 2019년 월평균 환전액 2513억원 → 2020년3월 환전액 6118억원 으로 급증

- 지자체에서도 자체적 할인율 상향을 통한 할인판매로 지역경제활성화 도모

- 대부분 지자체에서 상시 5~8% 할인율을 10%로 상향

- 개인구매 한도액도 100만원으로 상향

- 2020년 3월 서울사랑상품권은 5% 캐시백+ 15% 할인구매 으로 총 20% 할인혜택으로 1300억원 판매

- \* 국비지원 없이 자체예산으로 할인폭 확대

- 캐시백 비율 상향을 통해 지역경제 활성화 도모

- 인천시 e음, 태백시 탄탄페이, 부산시 동백전, 세종시 여민전, 군산시 군산페이 등은 결제금액에 따른 캐시백 시스템

- 단, 캐시백으로 돌려받는 현금이 정부예산에서 나오므로 정부세금을 지역별로 다르게 지원한다는 형평성 문제<sup>8)</sup>

8) 서울경제(2019.10.13.) '비장의 머니 지역화폐, 캐시백 없인 무용지물?'

## 2) 지역화폐 선진사례

### ● 서울시 노원구 노원(NW)

- 블록체인 기술을 활용한 지역화폐 (2018년 2월 개시)
- 1NW=1원 의 가치를 지님 (기존 암호화폐와 달리 가치를 정해놓은 프라이빗 블록체인). 노원구에서만 사용 가능
- 마일리지, 포인트 개념에 가까움
  - \* 블록체인 활용으로 모니터링 용이. 데이터 집계 수월
  - \* 갱 등 불법행위 불가
- 앱, 카드로 적립 및 사용 가능 (지류 없음)
- 물건, 서비스구입 시 5~40% 할인혜택 (결재액에서 사용기준을 만큼 NW 사용가능)
  - \* 노원 품앗이데이 (매월 2째 수요일, 4째 목요일) 사용가능
- 회원수 급성장 : 2018년 2월 1526명→ 6월 5403명
- 자원봉사 (1시간 700NW), 기부(마을공동체 지원센터 거래시 기부액 및 판매액의 10% 적립), 교류(배움, 돌봄, 이미지 등 제공시 1시간 700NW) 등 사회적 가치 증진활동과 연계
- 창출된 NW은 회원1명당 5만NW까지 적립가능. 유효기간 3년
- 노원구에서는 ‘지역화폐 길라잡이’ 운영 통해 홍보 및 교육(찾아가는 교육) 실시

### ● 일본 타카마츠시 “메구링마일”

- 지역화폐가 우리나라보다 먼저 활성화했던 일본의 경우, 캐시백 혹은 포인트 적립방식을 통해 다양한 적립방법 마련, 적립의 즐거움, 적립의 동기부여에 힘쓴 사례들이 지속적 운영의 수범사례가 되고 있음을 알 수 있음
- 일본의 지역화폐는 1990년도 후반에 등장. 2000년대 중반에는 약 300여개의 지역화폐가 존재했고 2017년말에는 186개로 조사됨.
  - \* 발행주체는 시민단체, NGO(60.8%), 상점가 상인회(7.4%), 지자체(11.3%) 로 구성됨
- 수범사례로 카가와현 타카마츠시 “메구링 마일” 을 살펴보면, 2010년 개시하여 대형유통업체 AEON사의 포인트카드 WAON과 결합한 지역화폐
- 다양한 포인트적립
  - \* 점포에서 적립 : 100엔=1마일 (1회 점포이용으로 50~100마일 적립가능)

- \* 500마일 적립하는 렌터카, 120마일 적립가능한 보건소 건강상담센터도 있음
- \* 지역 스포츠팀 응원으로 적립
- \* 지역 청소봉사활동으로 적립 (1회=300마일)
- \* 인근 지역 이동의 고속버스 이용시 적립
- \* 건강증진 활동으로 적립 등
- 메구링마일로 지불이 안되는 서비스는 핸드폰 요금과 학비 정도
  - \* 지역점포와 공공시설에서 1마일=1엔 으로 이용가능
  - \* 시민단체 등에 기부 가능
- 대형마트와 협업한 WAON카드를 이용하여 대형유통업체의 결제시스템 이용(별도 카드발행비용, 단말기 보급비용, 보안비용 등 절약)
- 지역내 다양한 활동(지역스포츠팀 응원, 봉사활동, 이벤트 참가 등)을 포인트 적립으로 연계하여 시민의 지역관심도 제고
- 소상공인/전통시장 vs. 대형마트 라는 단순한 대립구도를 넘어 ‘살기좋은 지역만들기’ 라는 큰 틀 안에서 협력체계 구축

(그림 5) 일본 타카마츠시 메구링마일 안내팸플릿



출처) 타카마츠시 홈페이지([www.city.takamatsu.kagawa.jp/kurashi/shinotorikumi/gyosei\\_kaikaku/number/seido/20180412163054726.files/megurin.pdf](http://www.city.takamatsu.kagawa.jp/kurashi/shinotorikumi/gyosei_kaikaku/number/seido/20180412163054726.files/megurin.pdf))

## ● 시사점

- 지역화폐 활성화를 위해서는 구매유도 보다는 사용의 즐거움, 더불어 사용과 연계된 포인트 등을 활용하여 이를 적립하는 다양한 방법을 고민하는 것이 필요
- 지역내 다양한 활동(지역팀 응원, 봉사활동, 이벤트 참가 등)을 포인트로 연계해 주민의 애향심 및 관심도 제고
- 지류형태보다는 앱, 카드, 암호화폐 형식을 통해 관리 및 모니터링 용이, 마케팅 안내 등 여타 활동이 가능하도록 함
- 소상공인/전통시장 vs 대형마트 라는 구도를 넘어 ‘살기좋은 지역만들기’ 라는 큰 틀 안에서 대형마트 결제시스템 협력체계를 구축하는 사례도 보임

## 3) 향후 활성화대책 및 유의점

### ● 할인을 상향을 통한 판매위주, 공급자위주의 활성화 전략에서 이용편의성 제고, 우리지역에 관심도 제고로 이어지는 사용자위주 전략으로 보완 필요

- 현재 지역화폐는 관 주도로 운영되어 가맹점 모집수, 판매액 증가량 등 가시적 성과에 치우치기 쉽고, 행정에서 관리하기 편한 지역화폐 플랫폼을 선호하는 경향이 있음
  - \* 그렇기 때문에 사용자 모집도 할인율, 캐시백, 소득공제 등에 기댈 수 밖에 없음
- 이미 사용자들은 다른 가상화폐(예. 네이버 포인트, 각종 은행포인트 등) 이용을 통해 가상화폐 이용이 익숙해져있음. 혹은 노원구 사례처럼 찾아가는 교육을 통해 지속적으로 이용이 익숙해지도록 유도

### ● 더불어, 빠른 시간 내에 지역화폐의 선순환 경험을 축적하여 인센티브가 축소되어도 동참하는 공감대 형성 필요

- 지역화폐 판매시 구입금액의 10% 할인과 소득공제가 인센티브
  - \* 코로나 사태로 할인율, 캐시백, 소득공제율, 1인당 구매한도 상향 등 인센티브 한시적 확대
- 지자체가 지역화폐 발행에 적극적이었던 것은 정부의 정책자금을 주민에게 할인, 캐시백 등의 인센티브로 돌려주었기 때문
- 지금부터는 빠른 시간 안에 주민들이 지역화폐가 골목상권 활성화, 지역경제 선순환에 이롭게

작용한다는 경험을 축적시켜 향후 인센티브 없이도 동참할 수 있는 공감대 형성 만들어야 함

● 지역화폐 운영의 새로운 국면에 대한 고민 필요

- 관 주도 시스템을 소상공인 · 지역기업 · 지역주민으로 이루어진 자율적 민간 거버넌스로 전환
- 향후 고향사랑기부제 시작되면 지역화폐로 보상
- 지역축제의 입장료, 체험비용 등을 지역화폐 활용하여 외지 방문객이 소진하고 가도록 유도 등등

## 05 요약 및 제언

- 지역화폐(지역사랑상품권)은 침체된 지역상권 활성화를 도모하고 지역경제를 살리며 애향심 고취, 지역자금 타지역 유출억제, 지역민의 내고장 상품소비 촉진 증진 등을 목적으로 해당 지자체가 발행하는 상품권
  - 1999년 강원도 태백, 충남 예산, 경북 고령에서 최초 발행
  - 2015년 892억원(30곳), 2016년 1087억원(56곳), 2017년 3065억(56곳), 2018년 3714억원(66곳) 규모에 머물렀으나 2019년 177개 지자체에서 22,573억원으로 대폭 확대되었고, 2020년은 전국 확대발행 3조원 규모를 계획하고 있었음(당초).
  - 각종 수당을 지역화폐로 지급하는 지자체 등장으로 지역화폐 발행액 증가 (부여군은 도내최초로 농민수당을 지역화폐와 연계)
  - 코로나19 사태가 장기화 되면서 침체된 경기 활성화 방안으로 재난기본소득을 지역화폐로 지급하는 사례 증가
  - 2020년 3월 현재 193개 지자체 발행. 올해 6조규모로 확대발행 추진중
- 충남의 지역화폐는 2020년 3월말 현재 발행액 57,247백만원
  - 2019년 308억원에서 2020년 발행규모는 3328억원 확대발행 계획
- 충남 지역화폐의 파급효과
  - 지역산업연관표(2013년)을 활용
  - 충남 지역화폐 3,328억원 발행시 경제적 파급효과는 다음과 같이 추산됨

- \* 충남지역 내 생산 유발액 : 총효과 1,960 억원, 재정투입효과 196 억원  
 충남지역 부가가치 유발액 : 총효과 939억원, 재정투입효과 94억원
- \* 전국 생산 유발액 : 총효과 5,911억원, 재정투입효과 591억원  
 전국 부가가치 유발액 : 총효과 2,563억원, 재정투입효과 256 억원

● 전국차원에서 보면 지역화폐 발행의 총효과는 발행액 이상의 생산유발효과를 거둘 수 있다는 결과가 도출됨

- 지역화폐의 발행 및 유통이 지역의 생산과 부가가치 증대에 긍정적 효과를 불러올 것이라 생각할 수 있음
- 지역내 선순환경제 체제 정착을 위해 제도 활성화 필요성 있음

● 문제점은 크게 이용, 유통, 판매, 제도적 측면에서 생각해볼 수 있음

① 이용측면

- \* 소비자측 : 홍보부족, 가맹점포 부족,  
 구입 불편(앱의 경우는 계좌이체만 가능, 지류는 판매소 방문),  
 사용 불편(지역화폐 보유금액보다 결제금액이 크면 타수단 분리결제 번거로움),  
 지역화폐 전용 앱 별도 설치(지자체에 따라서는 QR코드로만 결제 가능),  
 상인의 인식 부족, 지역화폐로 구매시 점포에서 주차권 제공 기피 경향
- \* 점포측 : 가맹점의 자체 이벤트/할인쿠폰 등의 마케팅 연계 불가, 환전 번거로움

② 유통측면

- \* 지자체가 가맹점 별도 모집
- \* 수수료 부담 (단, 최근에는 조례개정을 통해 대부분 지자체가 부담 경우 증가)
- \* 대리구매, “깡, 꼼수 재테크” 문제 (규정 악용을 활용한 현금 환불)

③ 판매측면

- \* 지자체 자체적 마케팅 등과 연동 불가 (예. 지역특산물 판매 등)
- \* 바우처 등 지자체의 다른 서비스로 확장 어려움
- \* 유관기관 및 기업체 등 의무구매에 대한 불만

④ 제도측면

- \* 지류는 1회 유통으로 회수 후 폐기(반복이용 불가)
- \* 조례에 근거한 운영으로 체계적 추진에 한계

\* 지역화폐 이용으로 매출규모가 노출되는 중소기업의 가맹점 이탈 우려

● 특히 유통과정 문제점에 대해서는 다양한 방법으로 규제 논의 중. 하지만 규제보다는 민간의 혁신기술을 통한 개선방안 고민 필요

- 현재 도내의 모바일앱 형태로 운영중인 지역화폐(예. 공주페이) 사례에서 다음과 같은 개선방안 도출 가능
- 규제를 통한 개선보다는 민간시장의 혁신기술을 통해 해결해나가는 것이 바람직

[표] 지역화폐 개선방안

| 현행                                  | 개선방향   |
|-------------------------------------|--|
| 지역화폐 전용 앱 설치해야 함<br>(예. 공주시 “착한페이”) | 지역민이 사용중인 앱에 지역화폐 기능 추가<br>(인앱 형태)                   |
| 계좌이체 구입만 가능                         | 신용카드 구입, 기존 포인트 전환 등 확대                              |
| QR결제만 가능<br>(POS사용 가맹점 별도 가입)       | QR, 바코드, NFC(지근거리 무선통신) 등 다양한 매체로 확대                 |
| 배달서비스 이용시 QR코드 사용 불가                | 앱 상에서 주문, 결제, 배달/픽업 가능<br>(공공 배달앱 기능)                |
| 가맹점 별도 모집                           | 제로페이 등 타결제 가맹점을 지역화폐 가맹점으로 호환                        |
| 지역화폐 보유액보다 결제액이 크면 나눠서 결제           | 한번 결제로 지역화폐 초과금액은 신용/체크 등으로 자동결제<br>(신용카드 연계한 자투리결제) |
| 가맹점들의 자체 마케팅 이벤트 연계 불가              | 가맹점이 자기업체의 모바일 할인쿠폰 발행,<br>특가상품/ 이벤트 푸쉬 메시지 발송       |
| 지자체 이벤트 연계 불가                       | “농사랑” 등과 연계하여 로컬푸드 홍보,<br>지자체 축제 안내 등                |
| 지자체 수당 및 바우처 연계                     | 각종 수당을 지역화폐 통해 지급                                    |

● 국내외의 사례를 통해 지역화폐 활성화에 대해 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있음.

- 지역화폐 활성화를 위해서는 구매유도 보다는 사용의 즐거움, 더불어 사용과 연계된 포인트 등을 활용하여 이를 적립하는 다양한 방법을 고민하는 것이 필요
- 지역내 다양한 활동(지역팀 응원, 봉사활동, 이벤트 참가 등)을 포인트로 연계해 주민의 애향심 및 관심도 제고
- 지류형태보다는 앱, 카드, 암호화폐 형식을 통해 관리 및 모니터링 용이, 마케팅 안내 등 여타 활동이 가능하도록 함
- 소상공인/전통시장 vs 대형마트 라는 구도를 넘어 ‘살기좋은 지역만들기’ 라는 큰 틀 안에서 대형마트 결제시스템 협력체계를 구축하는 사례도 보임



- 할인을 상향을 통한 판매위주, 공급자위주의 활성화 전략에서 이용편의성 제고, 우리지역에 관심도 제고로 이어지는 사용자위주 전략으로 보완 필요
  - 현재 지역화폐는 관 주도로 운영되어 가맹점 모집수, 판매액 증가량 등 가시적 성과에 치우치기 쉽고, 행정에서 관리하기 편한 지역화폐 플랫폼을 선호하는 경향이 있음
    - \* 그렇기 때문에 사용자 모집도 할인을, 캐시백, 소득공제 등에 기댈 수 밖에 없음
  - 이미 사용자들은 다른 가상화폐(예. 네이버 포인트, 각종 은행포인트 등) 이용을 통해 가상화폐 이용이 익숙해져있음. 혹은 노원구 사례처럼 찾아가는 교육을 통해 지속적으로 이용이 익숙해지도록 유도
  
- 더불어, 빠른 시간 내에 지역화폐의 선순환 경험을 축적하여 인센티브가 축소되어도 동참하는 공감대 형성 필요
  - 지역화폐 판매시 구입금액의 10% 할인과 소득공제가 인센티브
    - \* 코로나 사태로 할인을, 캐시백, 소득공제를, 1인당 구매한도 상향 등 인센티브 한시적 확대
  - 지자체가 지역화폐 발행에 적극적이었던 것은 정부의 정책자금을 주민에게 할인, 캐시백 등의 인센티브로 돌려주었기 때문
  - 지금부터는 빠른 시간 안에 주민들이 지역화폐가 골목상권 활성화, 지역경제 선순환에 이롭게 작용한다는 경험을 축적시켜 향후 인센티브 없이도 동참할 수 있는 공감대 형성 만들어야 함

- 한국지방행정연구원(2017) 고향사랑상품권의 경제적 효과분석 및 제도화방안
- 한국지방행정연구원(2019.12) 지방자치 정책브리프 제79호
- 이상훈 외(2018) 경기도 지역화폐의 지역경제 파급효과 :청년배당 등 정책수당을 중심으로
- 이상훈 외(2019) 지역화폐 도입확대에 따른 성과분석 및 발전방안, 경기연구원
- 大和総研調査季報 (2018) '地域通過は地域金融システムに何をもたらすか'  
vol.30
- 泉留維・山里裕美 (2017) '日本における地域通過の実態について' 「専修経済学  
論集」 50 (2)
- 坂本広顕 (2018) 'フィンテックと地方創生' 「Best Value extra」 春号
- 자치법규정보시스템(<http://www.elis.go.kr>)
- 행정안전부 내고장알리미(<https://www.laiis.go.kr/lips/mlo/lcl/localGiftList.do>)