

금산사랑상품권이 지역경제에 미치는 영향

이 민 정

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

본 연구는 금산군에서 발행하는 지역화폐(금산사랑상품권)의 파급효과 분석을 통해 지역경제에 미치는 영향을 살펴보고 활성화 방안을 모색하는 연구임

CONTENTS

1. 지역사랑상품권(지역화폐) 개요
2. 금산사랑상품권 인식조사
3. 금산사랑상품권의 경제적 효과 및 발전방안
4. 요약 및 제언

요약

- 금산사랑상품권은 2020년12월말 현재 340억원 발행. 경제적 파급효과는 전국과 금산내로 파악 가능
 - 전국 생산 유발액 : 총효과 604억원, 재정투입효과 60억원
 - 전국 부가가치 유발액 : 총효과 262억원, 재정투입효과 26억원
 - 금산내 생산유발액 : 총효과 200 억원, 재정투입효과 20 억원,
 - 금산내 부가가치 유발액 : 총효과 96억원, 재정투입효과 10억원
- 금산사랑상품권 가맹점은 가맹후 82.7%가 긍정적 변화 체감
 - 하루 이용자는 평균 3.2명, 1인당 약 2만원 이용
 - 가맹후 매출 약 18.9만원 증가
 - 골목상권 활성화에 도움된다는 응답은 88.2%
- 금산사랑상품권 이용자의 95.5%는 지역경제 활성화에 도움이 되고 있다고 응답
 - 1회 구입액 평균 29,3만원, 하루에 약 1만7700원 사용
 - 금산사랑상품권 이용으로 추가소비 경험은 71.2%
 - 가장 큰 불편사항은 가맹점수 부족 60.7%
- 할인율 상향을 통한 판매위주, 공급자 위주의 활성화 전략 → 이용편의성 제고, 우리지역 관심도 제고로 이어지는 사용자 위주 전략으로 보완 필요
 - 더불어 빠른시간내에 지역화폐 선순환 경험 축적을 통해 10% 할인율이 축소되어도 동참하는 공감대 형성 필요

01

지역사랑상품권(지역화폐) 개요

- 지역사랑상품권은 “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.
 - 2020년 5월 ‘지역사랑상품권 이용활성화에 관한 법률’ 제정하여 지자체장의 지역화폐 발행 및 판매권한 명확히 함
 - * 행정안전부는 2018년이후 지자체 발행금액의 4~8%를 국비 지원
 - 2021년에는 전체 예상발행액 15조원의 약 7% 해당액 1조522억원 국비 지원 예정
 - * 충남은 2020년 발행액 730,586백만원, 2021년 발행액 1조원 예정
 - 종류는 모바일형(QR코드), 체크카드형, 선불카드형, 지류형 등 4가지
 - * 지류형은 인쇄비, 카드·모바일형은 발급비용, 시설투자비용, 제휴업체 수수료 등 필요
 - * 체크카드는 우체국 또는 농협지점에서 접수, 발급
 - * 금산군 모바일형 지역화폐는 조폐공사앱 ‘지역상품권chak’ 과 연계 운영

(그림 1) 지역화폐 종류

 <p>모바일형 (지역상품권chak)</p>	 <p>체크카드형</p>	 <p>지류형</p>
---	--	---

사질출처) 구글이미지

● 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 13.3조원 확대발행(정책발행 포함시 17.1조원)

* 코로나19 사태가 장기화 되면서 침체된 경기 활성화 방안으로 재난지원금을 지역화폐로 지급하는 사례 증가

* 2021년 행안부 지원내용 및 예산은

- ①지역경제 회복을 위한 조기자원(발행액의 8%) : 7200억원 지원
- ②지역소비진작을 위한 추가지원(발행액의 6%) : 2904억원 지원
- ③보통교부세 불교부단체 한시지원(발행액의 3~4%) : 418억원 지원

- 각종 수당을 지역화폐로 지급하는 지자체 등장으로 지역화폐 발행액 증가

* 충남에서는 부여군이 최초로 농민수당을 지역화폐와 연계

- 2021년 231개 지자체 발행. 올해 15조원 규모로 확대발행 계획

〔표 1〕 지역화폐 발행 지자체수 및 발행금액

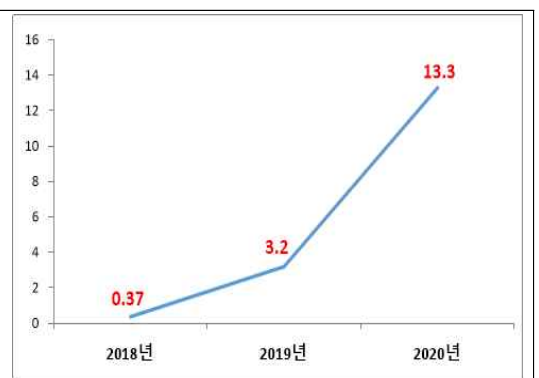
년도	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
발행지자체 수 (개)	53	56	66	177	230
발행금액 (억원)	1,087	3,066	3,714	32,000	133,000

주) 2020년 총 발행액은 17.1조원 (이 중, 재난지원금 등 정책발행액 3.8조원, 할인발행 규모 13.3조원)

자료) 행정안전부 보도자료(2021.124)

〔표 2〕 지역화폐 판매추이(2018~2020)

구분	' 18년	' 19년	' 20년
총 판매액 (A=B+C)	0.37조	3.2조	13.3조
국비 지원규모 중 판매액 (B)	0.1조	2.3조	9.2조
지자체 자체발행 판매액 (C)	0.27조	0.9조	4.1조



자료) 전계 행정안전부 보도자료(2021.124)

● 충남의 지역화폐는 2020년 12월말 기준, 발행액 7,306천억원

- 충남의 지역화폐는 1999년 1월 발행된 예산사랑상품권이 시작
- 2019년 308억원에서 2021년 발행규모는 1조원 확대발행 계획
- 코로나19로 인한 경기침체 부흥 목적으로 구입시 인센티브도 강화 10% 할인판매, 1인당 구매 한도 100만원까지 상향 (금산군은 월50만원)

[표 3] 충남 지역화폐 발행 유통 현황 및 계획(2020.12.31 현재)

(단위: 백만원, 개소)

구분	2020년 발행 계획 (정책발행 포함)	발행유통현황(정책발행포함)			가맹점현황		판매점 (환전점)	비 고
		발행액	판매액	환전액	가맹대상	가맹업소(%)		
계	659,475	730,586	716,218	556,682	94,199	90,656(96)	459 (459)	
천안	130,000	178,551	178,551	129,788	46,472	53,777(115)	-	카드
공주	50,000	58,412	58,412	45,418	2,869	3,299(115)	-	모바일, 카드
보령	50,000	35,000	33,487	23,682	2,662	2,420(91)	37 (37)	지류,모바일
아산	70,000	71,490	71,490	59,100	8,610	6,688(77)	48 (48)	지류,모바일
서산	70,000	70,000	69,118	68,137	5,069	4,637(91)	47 (47)	지류,모바일
논산	19,000	21,000	20,520	18,463	3,500	3,463(99)	63 (63)	지류,모바일
계룡	12,000	13,982	12,221	11,070	1,107	964(87)	8 (8)	지류,모바일
당진	14,000	25,400	29,602	14,524	6,855	3,040(44)	53 (53)	지류,모바일
금산	34,000	34,000	26,187	20,577	2,142	1,967(92)	29 (29)	지류,모바일, 카드
부여	90,000	78,499	81,973	71,016	2,400	2,441(102)	13 (13)	모바일, 카드
서천	41,300	42,300	43,022	35,047	2,215	1,948(88)	38 (38)	지류,모바일
청양	13,675	18,600	12,286	9,619	1,104	854(80)	19 (19)	지류,모바일
홍성	22,000	22,000	20,713	12,555	3,906	2,209(57)	48 (48)	지류,모바일, 카드
예산	22,500	37,350	37,350	22,784	1,995	1,751(87)	30 (30)	지류,카드
태안	21,000	24,000	21,279	14,902	3,293	1,198(36)	26 (26)	지류,카드

출처) 충남도청 내부자료

주) 시군 가맹점 전수조사 결과(2019.12.31. 기준). 2020년 신규가맹대상 업체수 미반영. 판매·환전액은 전년도
이월액 포함

● 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)
- 할인율은 대부분 상시 5%, 명절 및 특별한 경우 10%로 설정 (코로나상황으로 10% 연장중)
 - 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) 할인판매(5%, 특별 10%) 할인구매(개인 월100만원이하) 결제인센티브 추가제공(전통시장, 로컬푸드 등)
부여	부여사랑상품권 관리 및 운영에 관한 조례 (2012.6.27. 제정)	유효기간(5년) 상품권구매(현금으로 판매대행점 구매), 가맹점에서 사용 예산범위 내에서 상품권 구매자, 가맹점 추천하여 경품지급 정기구매자 인센티브(해당연도 총구매액 1%를 상품권 지급, 6만원 이내)
계룡	계룡사랑상품권 발행 및 운영에 관한 조례 (2008.10.20. 제정)	유효기간(5년) 판매대행점 지정 판매 할인판매 (명절 및 특별기간 10%, 연중상시 5%) 구매한도(개인 월 50만원) 판매대행점에 위탁판매 수수료 지급 가능
금산	금산사랑상품권 관리 및 운영조례 (2019.5.30. 제정)	유효기간(5년) 가맹점 환전한도 (월 1천만원) 할인판매(10%), 할인구매(개인 월 50만원, 연 500만원)
논산	논산사랑지역화폐 발행 및 운영에 관한 조례 (2019.4.30)	유효기간(5년) 할인율(10%) 할인구매(개인 월40만원 연400만원) 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) 할인율(10%) 할인구매(개인 50만원 연 600만원)
보령	보령사랑상품권 관리 및 운영조례 (2019.8.20.)	유효기간(5년, 단 유효기간 단축, 연장 가능) 할인율(10%) 할인구매(개인 월50만원, 연 400만원)
서산	서산사랑상품권 관리 및 운영조례 (2019.5.31)	유효기간(5년) 노점상도 소속상인회 통해 가맹점 지정 가능 할인율(10%), 할인구매(개인 월50만원) 환전수수료(0.5% 범위내에서 협약으로 결정)
서천	서천사랑상품권 관리 및 운영조례 (2008.6.17. 제정)	유효기간(5년) 할인율(5%, 일정기간 10%), 할인구매(개인 월 70만원) 운영대행사 수수료(발행액 2% 범위내에서 협약으로 결정) 판매대행점 수수료(판매금액+회수금액 1% 내에서 협약으로 결정)
아산	아산사랑상품권 관리 및 운영조례 (2016.9.5.)	유효기간(5년) 가맹점 계약기간(2년. 이의없으면 계약연장) 할인율(20%) 구매한도(개인 30만원)
예산	예산사랑상품권 관리 및	유효기간(5년)

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

자료) 자치법규정보시스템

〔그림 3〕 충남 지역화폐 안내

충남 지역사랑 상품권

[천안시]	천안사랑카드	카드형
[공주시]	공주페이	모바일
[보령시]	보령사랑상품권	지류형
	모바일 보령사랑상품권	모바일
[아산시]	아산사랑상품권	지류형 모바일
[서산시]	서산사랑상품권	지류형 모바일
[논산시]	논산사랑지역화폐	지류형 모바일
[계룡시]	계룡사랑상품권	지류형 모바일
[당진시]	당진사랑상품권	지류형 모바일
[금산군]	금산사랑상품권	지류형 모바일 카드형
[부여군]	굿드래페이	모바일 카드형
[서천군]	서천사랑상품권	지류형 모바일
[청양군]	청양사랑상품권	지류형 모바일
[홍성군]	홍성사랑 상품권	지류형
[예산군]	예산사랑상품권	지류형

출처) 행정안전부 내고장알리미

● 금산사랑상품권은 2019년 7월 발행이후 꾸준히 증가

- 2019년 7월 이후 2,500백만원, 2020년 34,000백만원

* 2020년 일반발행 19,600백만원, 정책발행 14,400 백만원

- 가맹점은 2019년 759개소, 2020년 1957 개소, 2021년 2월기준 2012개소로 꾸준히 증가 중

〔표 4〕 금산사랑상품권 개요

구분	지류	모바일	카드
종류	1천원, 5천원, 1만원	5천원, 1만원, 5만원	
구매한도	개인 : 모바일 지류 합산 월50만원 법인 : 구매한도 제한 없음 (모바일, 카드 법인구매 불가)		
구매방법	본인 신분증 지참 *2019.9.2.부터 금융기관에서 지류상품권 구매시 본인인증 필수 (최초1회, 본인명의 핸드폰 지참)	지역상품권chak 어플	온라인: 지역상품권chak 어플 오프라이 : 농협,우체국 방문구매 (본인명의 핸드폰 지참)
구매처	관내 농협, 신협, 새마을금고	지역상품권chak 어플	온라인 : 지역상품권chak 어플 오프라인 : 농협, 우체국
가맹점 전환	관내농협, 신협, 새마을금고(신분증, 통장 지참) *환전수수료 없음	가맹점주 연결계좌에 2일내 자동입금 *환전수수료 없음	카드사(농협,우체국) 정책에 따른 *환전수수료 없음 카드결제수수료 별도부과
비고	금산사랑상품권 가맹점주 구매 불가	금산사랑상품권 가맹점주 구입가능 (단, 본인업체에서 사용 불가)	

출처) 금산군 홈페이지

● 금산사랑상품권을 비롯한 지역화폐의 SWOT분석

〔표 5〕 금산사랑상품권의 SWOT 분석

<ul style="list-style-type: none"> -정부의 높은 관심 및 추진의지 -높아진 신뢰성 -재정정책 및 정책 연계 (정책수당, 지원금 등 연계) -공동체경제 활성화 	S	W
	O	T
<ul style="list-style-type: none"> -경기침체로 인한 지역화폐 관심도 상향 -필요성 공감 (경기침체, 역외유출 등) -전자결제수단(모바일앱) 연계로 편리성 제고 	<ul style="list-style-type: none"> -부정유통(예. 현금강) 문제 지속적 제기 -수요예측 어려움 및 계속적 재정투입 부담 -타지역 성공사례의 우리지역 적용 가능여부 불투명 -정치적 변수 -구매 인센티브 하락시 지속가능성 	

출처) 강원도 지역통화 유통방안 연구(2014) 추가

02

금산사랑상품권 인식조사

● 설문 개요

- 다단계 군집추출법으로 조사지역내 업종, 지역 등을 검토하고 반영하여 확률적으로 선정하여 진행
- 1:1 개별면접조사

〔표 5〕 설문조사 개요

조사목적	금산사랑상품권의 이용중인 금산군 소상공인(가맹점) 및 군민(이용자)의 만족도, 희망정책 등을 파악하고 다양한 의견을 수렴하여 정책평가 및 향후 정책수립에 제언
조사지역	금산군
표본크기	가맹점 : 110개 (신뢰구간 95%, 표본오차 $\pm 9\%$) 이용군민 : 111명 (신뢰구간 95%, 표본오차 $\pm 9\%$)
표본추출방법 및 프로세스	다단계 군집추출법으로 조사지역 내 업종, 지역 등을 검토하고 이를 반영하여 확률적으로 선정함
자료수집방법	일대일 개별 면접조사
조사대상자	금산군내 금산사랑상품권 가맹점 및 이용군민
조사기간	2021. 02. 15. ~ 2021. 03. 5. (20일간)

〔표 6〕 설문표본 일반현황 (가맹점)

구 분		비율	구 분		비율
성별	남	47.6	점포 위치	군북면	4.5
	여	52.4		금산읍	22.7
연령대	20~30대	14.5		금성면	8.2
	40~50대	84.6		남이면	4.5
	60대 이상	0.9		남일면	7.3

업종	제조업	14.5		복수면	9.1
	도매 및 소매업	23.6		부리면	8.2
	음식 및 숙박업	39.1		제원면	11.8
	서비스업	22.7		진산면	9.1
연평균 매출액	~5천만원	49.1	소유형태	추부면	14.5
	5천만원~1억원	47.3		보증금 있는 월세	47.3
	1억원~3억원	1.8		보증금 없는 월세	2.7
	3억원 이상	1.8		전세	3.6
설립 년도	5년 미만	14.5	소유	소유	46.4
	5년 ~ 10년 미만	20.9		-	-
	10년 ~ 15년 미만	20.9	총 직원수	1명	26.4
	15년 ~ 20년 미만	12.7		2명	51.8
	20년 이상	30.9		3명 이상	21.8

(표 7) 설문표본 일반현황 (이용자)

구 분		비율	구 분		비율
성별	남	49.5	거주지	군북면	4.5
	여	50.5		금산읍	25.2
연령대	10대	3.6		금성면	9.9
	20대	7.2		남이면	6.3
	30~40대	26.1		남일면	5.4
	50~60대	47.7		복수면	8.1
	70대 이상	15.3		부리면	7.2
월소득	200만원 이하	22.5		제원면	9.0
	400만원 이하	45.9		진산면	9.9
	600만원 이하	30.6		추부면	14.4
	600만원 초과	0.9		-	-
직업	학생	6.3	직업	직장인	24.3
	주부	14.4		전문직	0.9
	자영업	13.5		공무원	4.5
	농림업	36.0		-	-

1. 가맹점

1) 이용 측면

● 금산사랑상품권 가맹 전후 비교시, 긍정적 변화가 있다는 응답이 82.7%에 달함

- 금산사랑상품권 가맹 이전의 하루평균 매장방문객은 평균 29.6명

* 제조업(23.1명) 도소매업 (30.8명) 음식및숙박업(36.3명), 서비스업(21.1명)

	가맹이전 1일 방문객(명)	응답수(개)	표준편차
제조업	23.1	12	12.3
도소매업	30.8	26	40.0
음식및숙박업	36.3	43	21.6
서비스업	21.2	25	29.0
전체	29.6	110	27.8

- 가맹 이전의 객단가는 평균 22,327원

* 제조업(30,750원) 도소매업(38,654원) 음식및숙박업(13,512원) 서비스업(25,520원)

	가맹이전 객단가(원)	응답수(개)	표준편차
제조업	30,750	16	25,218
도소매업	28,654	26	24,451
음식및숙박업	13,512	43	6,254
서비스업	25,520	25	18,521
전체	22,327	110	19,188

- 금산사랑상품권 가맹 이후 긍정적 변화가 ‘있다’ 82.7%, ‘없다’ 17.3% 응답

*음식및숙박업에서 긍정변화 ‘있음’ 응답률이 가장 높음(33.6%)

		제조업	도소매업	음식및숙박업	서비스업	전체
있음	응답수(개)	14	22	37	18	91
	비율(%)	12.7%	20.0%	33.6%	16.4%	82.7%
없음	응답수(개)	2	4	6	7	19
	비율(%)	1.8%	3.6%	5.5%	6.4%	17.3%
전체	응답수(개)	16	26	43	25	110
	비율(%)	14.5%	23.6%	39.1%	22.7%	100.0%

- 가맹의 장점을 가장 크게 느끼는 측면은 ‘평소 안보이던 손님, 새로운 손님 유입’ (33.6%)

*1인당 구매액 상승(25.5%)→ 카드수수료 절약(21.8%)→ 상품권을 소재로 손님과 대화 증가 (11.8%)

* 특히, 음식및숙박업에서는 새로운 손님 유입, 1인당 구매액 상승 응답이 높게 나타남.

* 카드수수료 절약 효과에 대해서는 제조업을 제외한 전 업종에서 높은 응답 보임.

		제조업	도소매업	음식및숙박업	서비스업	전체
새로운 손님 유입	응답수(개)	7	7	15	8	37
	비율(%)	6.4%	6.4%	13.6%	7.3%	33.6%
대화 증가	응답수(개)	1	2	5	5	13
	비율(%)	0.9%	1.8%	4.5%	4.5%	11.8%
1인당 구매액 상승	응답수(개)	4	8	14	2	28
	비율(%)	3.6%	7.3%	12.7%	1.8%	25.5%
선결제	응답수(개)	0	0	0	1	1
	비율(%)	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.9%
기타 (지역상권 이용객 증가)	응답수(개)	2	1	1	3	7
	비율(%)	1.8%	0.9%	0.9%	2.7%	6.3%
기타 (카드수수료 절약)	응답수(개)	2	8	8	6	24
	비율(%)	1.8%	7.3%	7.3%	5.5%	21.8%
전체	응답수(개)	16	26	43	25	110
	비율(%)	14.5%	23.6%	39.1%	22.7%	100.0%

- 가맹 이후 월매출이 평균 약 18.9만원 증가했다고 응답

* 제조업(43.3만원) 도소매업(26.9만원) 음식및숙박업(10.8만원) 서비스업(8.8만원)

	가맹이후 평균이익 (원)	응답수(개)	표준편차
제조업	43.3	16	96.2
도소매업	26.9	26	64.9
음식및숙박업	10.8	43	11.5
서비스업	8.8	25	12.2
전체	18.9	110	49.7

● 금산사랑상품권 하루 이용자는 평균 3명, 월매출액의 15% 수준

- 금산사랑상품권 하루 이용자수는 평균 3.2명

* 제조업(3.0명) 도소매업(2.9명) 음식및숙박업(4.3명) 서비스업(1.7명)

	하루 이용자(명)	응답수(개)	표준편차
제조업	3.0	16	2.7
도소매업	2.9	26	2.6
음식및숙박업	4.3	43	4.9
서비스업	1.7	25	2.1
전체	3.2	110	3.7

- 금산사랑상품권 결제액은 월매출액의 약 14.9% 수준

*제조업(17.4%) 도소매업(15.0%) 음식및숙박업(12.1%) 서비스업(17.9%) 으로 결제액 기준으로 볼 때 아직 지역화폐가 활성화되었다고 보기는 어려움

	월매출 비율(%)	응답수(개)	표준편차
제조업	17.4	16	13.9
도소매업	15.0	26	12.7
음식및숙박업	12.1	43	9.7
서비스업	17.9	25	19.8
전체	14.9	110	13.9

- 가장 많이 들어오는 상품권 형태는 지류형(60.0%)

* 카드형(25.5%) 모바일형(14.5%)

	응답수(개)	비율(%)
지류	66	60.0
체크카드	28	25.5
모바일	16	14.5
전체	110	100.0

- 매장방문객 1인이 이용하는 상품권 금액은 약 2만원 수준

* 제조업(25,00원) 도소매업(24,700원) 음식및숙박업(13,200원) 서비스업(23,200원)

	1인당 사용금액(원)	응답수(개)	표준편차
제조업	25,875.0	16	16,007.8
도소매업	24,730.8	26	22,214.5
음식및숙박업	13,209.3	43	5,280.5
서비스업	23,160.0	25	18,322.8
전체	20,036.4	110	16,248.0

2) 활성화 측면

● 금산사랑상품권이 골목상권 활성화에 도움이 된다는 응답은 88.2%

- 음식및숙박업(34.5%)로 가장 응답수가 많았고 도소매업(21.8%) 서비스업(20.0%) 제조업(11.8%) 순으로 응답

-활성화에 도움이 안된다는 응답에서 가장 많은 업종도 음식및숙박업(4.5%)

		제조업	도소매업	음식및숙박업	서비스업	전체
도움됨	응답수(개)	13	24	38	22	97
	비율(%)	11.8%	21.8%	34.5%	20.0%	88.2%
도움 안됨	응답수(개)	2	1	5	2	10
	비율(%)	1.8%	0.9%	4.5%	1.8%	9.1%
모르겠음	응답수(개)	1	1	0	1	3
	비율(%)	0.9%	0.9%	-	0.9%	2.7%
전체	응답수(개)	16	26	43	25	110
	비율(%)	14.5%	23.6%	39.1%	22.7%	100.0%

● 기맹점들이 금산사랑상품권 이용시 가장 불편한 점은 ‘지류상품권 환전불편’ (69.4%)
(2개응답)

- 모바일 이용시, 손님의 결제완료를 확인하는 번거로움(51.4%)
- 현금매출 노출(36.9%)
- 지류상품권 1회 사용제한(26.1%)
- 모바일손님 결제실수 발생(16.2%)

● 금산사랑상품권 가맹점이 가장 바라는 서비스는 ‘이벤트(상품/서비스, 할인) 알림메시지’
62.2% (2개응답)

- 지역화폐 사용자 추가할인 및 서비스(42.3%)
- 인근업체간 연계할인 이벤트 (39.6%) 예) 미용실 이용시 인근커피숍 가격할인
- 배달서비스 연계(21.6%)
- 스탬프/쿠폰 서비스, 추천행사 등 (17.1%)
- 이벤트 알림메시지의 요구가 가장 높은 업종은 음식및숙박업
- 지역화폐 사용자 추가할인 및 서비스 요구가 가장 높은 업종은 음식및숙박업
- 인근업체간 연계할인 요구가 가장 높은 업종은 음식및숙박업
- 배달서비스 요구가 가장 높은 업종은 도소매업, 음식및숙박업

		제조업	도소매업	음식및숙박업	서비스업	전체
이벤트 알림메시지	응답수(개)	7	15	28	18	68
	비율(%)	10.3%	22.1%	41.2%	26.5%	62.2%
배달서비스	응답수(개)	5	9	9	0	23
	비율(%)	21.7%	39.1%	39.1%	0.0%	21.6%
스탬프/쿠폰	응답수(개)	1	6	7	5	19
	비율(%)	5.3%	31.6%	36.8%	26.3%	17.1%
지역화폐이용 자 추가할인	응답수(개)	7	9	22	9	47
	비율(%)	14.9%	19.1%	46.8%	19.1%	42.3%
추천행사	응답수(개)	5	5	7	2	19
	비율(%)	26.3%	26.3%	36.8%	10.5%	17.1%
인근업체 연계할인	응답수(개)	7	8	13	16	44
	비율(%)	15.9%	18.2%	29.5%	36.4%	39.6%

2. 이용자

1) 이용 현황

● 금산사랑상품권을 이용하는 군민의 55%는 지류형을 사용, 1회 충전액은 평균 29만원

- 지류(55.0%) 체크카드 (27.9%), 모바일 (17.1%)

	응답수(명)	비율(%)
지류	61	55.0
체크카드	31	27.9
모바일	19	17.1
전체	111	100.0

- 1회 구입/충전액은 평균 29.3만원

*10대(7.5만원), 20대(20만원), 30~40대(37.1만원) 50~60대(33.4만원), 70대이상(12.9만원)

	충전액 (만원)	응답수(명)	표준편차
10대	7.5	4	2.9
20대	20.0	8	10.7
30~40대	37.1	29	12.9
50~60대	33.4	53	15.8
70대 이상	12.9	17	8.1
전체	29.3	111	16.3

-금산사랑상품권 이용 군민은 하루평균 1만7720원을 사용

*30~40대는 평균 23,100원, 50~60대는 평균 18,150원을 이용

	하루평균 이용액 (원)	응답수(명)	표준편차
10대	4,250.0	4	1500.0
20대	12,500.0	8	5345.2
30~40대	23,103.4	29	8063.8
50~60대	18,150.9	53	10111.7
70대 이상	12,823.5	17	4461.4
전체	17,720.72	111	9469.7

- 구매/충전 금액은 1개월만에 소진(66.7%)로 가장 많음

	응답수(명)	비율(%)
1개월 이내	74	66.7%
3개월 이내	34	30.6%
6개월 이내	3	2.7%
전체	111	100.0%

● 사용해본 업종은 도소매업이 89.2%로 가장 많음 (해당사항 모두 응답)

- 음식업(82.9%) 개인서비스업(58.6%) 병원및약국(52.3%) 순으로 높게 응답

* 케이스 비율이 300% 로 나온 것에서 1인당 평균 3개업종 정도 이용해본 것을 알 수 있음

	응답수(명)	케이스 중 비율(%)
도소매	99	89.2%
음식점	92	82.9%
개인서비스 (미용실,네일숍 등)	65	58.6%
병원,약국	58	52.3%
숙박	6	5.4%
교육(학원)	22	19.8%
보건,사회복지	1	0.9%
예술,스포츠 관련	1	0.9%
전체	344	309.9%

2) 이용 효과

● 금산사랑상품권 사용후 가장 많이 달라진 점은 새로운 가게 방문 55.9% (모두 응답)

-평소보다 좀더 소비하게 됨(52.3%). 상품권할인(할인인센티브)를 주위에 홍보(45.9%) 순으로 높게 나타남

* 케이스비율이 200%로 나온 것에서 1인당 평균 2개이상 응답했음을 알 수 있음

	응답수(명)	케이스 중 비율(%)
평소 안가던 새로운 가게 방문	62	55.9%
상품권이 애깃거리가 되어 주인과 대화	39	35.1%
선결제	22	19.8%
평소보다 좀더 소비	58	52.3%
상품권할인을 주위에 홍보	51	45.9%
전체	232	209.0%

● 금산사랑상품권 사용으로 추가소비를 한 경험은 71.2%, 지원금 및 수당이 법정화폐로 지급된다면 금산외 지역소비 의향이 76.8%로 나타남

-추가소비 경험 있음(71.2%) 없음 (28.8%)

* 금산사랑상품권의 할인 인센티브를 고려해서 당초 구매예상액보다 추가소비

-각종 지원금 및 수당이 법정화폐(원)으로 지급된다면 금산 외 지역에서 소비할 것이라는 응답이 76.8% (2개 응답)

	응답수(명)	케이스 중 비율(%)
금산에서 소비 지속	68	60.7%
금산 외 지역에서 소비	86	76.8%
인터넷 쇼핑 등으로 소비	38	33.9%
저축	32	28.6%
전체	224	200.0%

● 금산사랑상품권의 가장 큰 불편사항은 가맹점수 부족(60.7%) *2개 응답

- 지류상품권의 구입불편(48.2%) 모바일·카드상품권의 잔액확인 번거로움(34.8%) 순으로 응답

	응답수(명)	케이스 중 비율(%)
구입불편(지류)	54	48.2%
1회 사용제한 (지류)	26	23.2%
결제실수 (모바일)	8	7.1%
잔액확인 필요(모바일, 카드)	39	34.8%
가맹점수 부족	68	60.7%
1회 구매/충전금액 작음	29	25.9%
전체	224	200.0%

● 금산사랑상품권 활성화를 위해 이용자는 지역화폐사용자 추가 할인/서비스를 가장 희망(55.4%) *2개 응답

-그 뒤를 인근업체간 연계할인(42.0%), 이벤트 알림메세지(40.2%) 등이 나옴

	응답수(명)	케이스 중 비율(%)
이벤트 알림 메세지	45	40.2%
배달서비스 연계	27	24.1%
스탬프/쿠폰 서비스	13	11.6%
지역화폐사용자 추가 할인/서비스	62	55.4%
인근업체간 연계할인	47	42.0%
교통카드	29	25.9%
전체	223	199.1%

- 이용자의 95.5%는 금산사랑상품권이 지역경제 활성화에 도움이 되고 있다고 응답

* 도움되지 않음(0%), 잘 모르겠음(4.5%)

* 관련하여, 금산사랑상품권의 정책효과로 지역경제 활성화 기여(39.6%)를 가장 많이 응답

	응답수(명)	케이스 중 비율(%)
소상공인 매출상승	27	24.3%
소비자 편익증대	39	35.1%
지역경제 활성화 기여	44	39.6%
고용효과	1	0.9%
전체	111	100.0%

3. 요약

1) 가맹점

● 금산사랑상품권 가맹 전후 비교시, 긍정적 변화가 있다는 응답이 82.7%

- 금산사랑상품권 가맹 이전의 하루평균 매장방문객은 평균 29.6명
- 가맹의 장점을 가장 크게 느끼는 측면은 ‘평소 안보이던 손님, 새로운 손님 유입’ (33.6%)→ 1인당 구매액 상승(25.5%)→ 카드수수료 절약(21.8%)→ 상품권을 소재로 손님과 대화 증가 (11.8%)

● 금산사랑상품권 하루 이용자는 평균 3명, 월매출액의 15% 수준

- 금산사랑상품권 하루 이용자수는 평균 3.2명, 1인이 이용하는 상품권 금액은 약 2만원 수준
- 금산사랑상품권 결제액은 월매출액의 약 14.9% 수준
- 가장 많이 들어오는 상품권 형태는 지류형(60.0%)
- 가맹 이후 월매출이 평균 약 18.9만원 증가

● 금산사랑상품권이 골목상권 활성화에 도움이 된다는 응답은 88.2%

- 금산사랑상품권 이용시 가장 불편한 점은 ‘지류상품권 환전불편(69.4%) →모바일 이용시, 손님의 결제완료를 확인하는 번거로움(51.4%) →현금매출 노출(36.9%) *2개 복수응답

● 가맹점이 가장 바라는 서비스는 ‘이벤트(상품/서비스, 할인) 알림메시지’ 62.2%→ 지역화폐 사용자 추가할인 및 서비스(42.3%)→ 인근업체간 연계할인 이벤트 (39.6%) → 배달서비스 연계(21.6%) *2개 복수응답

2) 이용자

● 금산사랑상품권을 이용하는 군민의 55%는 지류형을 사용, 1회 충전액은 평균 29만원

- 1회 구입/충전액은 평균 29.3만원
- 이용자는 하루평균 1만7720원을 사용

- 구매/충전 금액은 1개월만에 소진(66.7%)

- 사용해본 업종은 도소매업 89.2%→ 음식업(82.9%)→ 개인서비스업(58.6%)→ 병원및약국(52.3%) * 해당사항 모두 응답

- 금산사랑상품권 사용후 달라진 점은 새로운 가게 방문 55.9%→ 평소보다 좀더 소비하게 됨(52.3%)→ 상품권할인(할인인센티브)를 주위에 홍보(45.9%) *모두 응답

- 금산사랑상품권으로 추가소비를 한 경험은 71.2%

- 지원금 및 수당이 법정화폐로 지급된다면 금산외 지역에서 소비 76.8%→ 금산에서 소비 지속 60.7%→ 인터넷쇼핑 등으로 소비 33.9% (2개 응답)

- 이용자의 95.5%는 금산사랑상품권이 지역경제 활성화에 도움이 되고 있다고 응답

- 금산사랑상품권의 가장 큰 불편사항은 가맹점수 부족(60.7%)

- 금산사랑상품권 활성화를 위해서는 지역화폐 사용자 추가할인/서비스 55.4%→ 인근업체 연계할인 42.0%→ 이벤트 알림메세지 40.0% (2개 응답)

03

금산사랑상품권 경제적 효과 및 발전방안

1) 경제적 효과

● 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

● 전국적 지역화폐 발행 파급효과를 참고하여 금산사랑상품권 발행의 파급효과를 추산

- 지역산업연관표(2013년)을 활용
 - * 지역내 승수효과는 전국적 승수효과보다 작음
 - * 지역화폐 재정투입 순효과는 현재 할인율이 10%로 설정되어 이를 적용
 - * 취업유발인원은 고려하지 않음
- [표 8]에서 보듯, 2020년 금산사랑상품권 340억원 발행에 대한 경제적 파급효과는 다음과 같이 추산됨
 - * 금산지역 내 생산 유발액 : 총효과 200 억원, 재정투입효과 20 억원
금산지역 부가가치 유발액 : 총효과 96억원, 재정투입효과 10억원
 - * 전국 생산 유발액 : 총효과 604억원, 재정투입효과 60억원
전국 부가가치 유발액 : 총효과 262억원, 재정투입효과 26억원

〔표 8〕 금산사랑상품권 발행에 따른 경제적 파급효과

구분	항목	지역사랑상품권 발행 총효과	재정투입 순효과 (10% 할인율)
민간 최종소비지출 증가액 (=발행액)		340	34
생산유발액 (백만원)	금산 내	200	20
	전국	604	60
부가가치 유발액 (백만원)	금산 내	96	10
	전국	262	26

● 전국차원에서 보면 금산사랑상품권 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
- 특히 커뮤니티 경제, 상권 지원 측면의 정성적 장점은 있는 것으로 나타남. 지역내 선순환경제 체제 정착을 위해 제도 활성화 필요성 있음

2) 활성화 방안

● 일본 타카마츠시 “메구링마일” 사례

- 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
 - *2020년도 발행액은 1조엔(한화 약 10조원) 돌파
- 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



출처)일본상공회의소 Assist Biz (<https://ab.jcci.or.jp/article/36420/>)

● 시사점

- 지역화폐 활성화를 위해서는 구매유도 보다는 지역내 사용의 즐거움, 더불어 사용과 연계된 포인트 등을 활용하여 이를 적립하는 다양한 방법을 고민하는 것이 필요
- 지역내 다양한 활동(지역팀 응원, 봉사활동, 이벤트 참가, 건강 프로그램 참여 등)을 포인트로 연계해 주민의 애향심 및 관심도 제고
- 지류형태보다는 앱, 카드 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 할인율, 캐시백, 소득공제 등에 기댈 수 밖에 없음
- 이미 사용자들은 다른 가상화폐(예. 네이버 포인트, 각종 은행포인트 등) 이용을 통해 가상화폐 이용이 익숙해져있음. 서울시 노원구 사례처럼 찾아가는 교육을 통해 지속적으로 이용이 익숙해지도록 유도

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

- 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
- 금산군 로컬푸드, 미더유 매장 등과 연계시켜 지역성을 느낄 수 있는 콘텐츠를 플랫폼에 연계
- 충남도 차원의 농사랑, 아라유, 건쥬 등의 프로그램도 연계시켜 도-시군 연계 및 협업형 지역사랑상품권으로 활성화 기대

● 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

3) 개선방안

● 크게 이용, 유통, 판매, 제도적 측면에서 현재의 문제점을 생각해볼 수 있음

① 이용측면

- * 이용자 측 : 홍보부족(특히 모바일과 카드), 낮은 구매 상한액

사용처 부족 (하나로마트 이용가능하도록, 축제행사, 교통카드 연계 등)

구입 불편(앱의 경우는 계좌이체만 가능, 지류는 판매소 방문,

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

지역성 높이는 사용(지역화폐 사용처 이벤트 알림, 추가서비스 등)

- * 가맹점 측 : 사용불편 (5만원권 희망, 지류의 위조방지, 모바일 신속성 부족)

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)

- * 대리구매¹⁾, “깡, 꼼수 재테크” 문제 (규정 악용을 활용한 현금 환불)²⁾

③ 판매측면

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

④ 제도측면

- * 지류는 1회 유통으로 회수 후 폐기(반복이용 불가)

- * 조례에 근거한 운영으로 체계적 추진에 한계

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

2018년 이후 3년간 단속실적도 늘고 있어(13건→54건→93건) 전국 일제단속 중

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

* 지역화폐 이용으로 매출규모가 노출되는 중소기업의 불만³⁾

● 인식조사 결과에서 가맹점과 이용주인이 요구하는 금산사랑상품권 기능으로는 다음의 내용들이 언급

- 가맹점 : 우리가게 이벤트/서비스 알림 메시지, 지역사랑상품권 이용자 추가할인/서비스, 인근 업체의 연계할인

* 즉, 지역성 제고, 상품권 이용자간 생태계 구축에 도움이 되는 서비스에 관심이 많음

- 소비자 : 지역사랑상품권 이용자 추가할인/서비스, 인근업체 연계할인, 이벤트 알림메세지, 교통카드 기능

* 즉, 할인인센티브 및 교통카드 연계와 같이 소비자 편익 증대, 기능 제고 관련 서비스에 관심이 많음

● 지역화폐 발행 급증에 따른 재원 고민 필요

- 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

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

04 요약 및 제언

1) 요약

- 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
 - 2020년 5월 ‘지역사랑상품권 이용활성화에 관한 법률’ 제정하여 지자체장의 지역화폐 발행 및 판매권한 명확히 함
 - * 행정안전부는 2018년 이후 지자체 발행금액의 4~8%를 국비 지원
 - 2021년에는 전체 예상발행액 15조원의 약 7% 해당액 1조522억원 국비 지원 예정
 - 종류는 모바일형(QR코드), 체크카드형, 선불카드형, 지류형 등 4가지
 - * 지류형은 인쇄비, 카드·모바일형은 발급비용, 시설투자비용, 제휴업체 수수료 등 필요
 - * 체크카드는 우체국 또는 농협지점에서 접수, 발급
 - * 금산군 모바일형 지역화폐는 조폐공사앱 ‘지역상품권chak’ 과 연계 운영
- 충남의 지역화폐는 2020년 12월말 현재 발행액 7306억원
 - 금산사랑상품권 발행액은 2020년12월말 현재 340억원
- 금산사랑상품권의 경제적 파급효과
 - 지역산업연관표(2013년)을 활용
 - 2020년 금산사랑상품권 340억원 발행에 대한 경제적 파급효과는 다음과 같이 추산됨

* 금산지역 내 생산 유발액 : 총효과 200 억원, 재정투입효과 20 억원

금산지역 부가가치 유발액 : 총효과 96억원, 재정투입효과 10억원

* 전국 생산 유발액 : 총효과 604억원, 재정투입효과 60억원

전국 부가가치 유발액 : 총효과 262억원, 재정투입효과 26억원

- 지역화폐의 발행 및 유통이 전국적으로는 생산과 부가가치 증대에 긍정적 효과를 불러올 것이라고 생각할 수 있음
- 특히 커뮤니티 경제, 상권 지원 측면의 정성적 장점은 있는 것으로 나타남. 지역내 선순환경제 체제 정착을 위해 제도 활성화 필요성 있음

* 가맹점 인식조사

● 금산사랑상품권 가맹 전후 비교시, 긍정적 변화가 있다는 응답이 82.7%

- 금산사랑상품권 가맹 이전의 하루평균 매장방문객은 평균 29.6명
- 가맹의 장점을 가장 크게 느끼는 측면은 ‘평소 안보이던 손님, 새로운 손님 유입’ (33.6%)→ 1인당 구매액 상승(25.5%)→ 카드수수료 절약(21.8%)→ 상품권을 소재로 손님과 대화 증가 (11.8%)

● 금산사랑상품권 하루 이용자는 평균 3명, 월매출액의 15% 수준

- 금산사랑상품권 하루 이용자수는 평균 3.2명, 1인이 이용하는 상품권 금액은 약 2만원 수준
- 금산사랑상품권 결제액은 월매출액의 약 14.9% 수준
- 가장 많이 들어오는 상품권 형태는 지류형(60.0%)
- 가맹 이후 월매출이 평균 약 18.9만원 증가

● 금산사랑상품권이 골목상권 활성화에 도움이 된다는 응답은 88.2%

- 금산사랑상품권 이용시 가장 불편한 점은 ‘지류상품권 환전불편(69.4%) →모바일 이용시, 손님의 결제완료 여부를 확인하는 번거로움(51.4%) →현금매출 노출(36.9%) *2개 복수응답

● 가맹점이 가장 바라는 서비스는 ‘이벤트(상품/서비스, 할인) 알림메시지’ 62.2%→

지역화폐 사용자 추가할인 및 서비스(42.3%)→ 인근업체간 연계할인 이벤트 (39.6%) →
배달서비스 연계(21.6%) *2개 복수응답

* 이용자 인식조사

- 금산사랑상품권을 이용하는 군민의 55%는 지류형을 사용, 1회 충전액은 평균 29만원
 - 1회 구입/충전액은 평균 29.3만원
 - 이용자는 하루평균 1만7720원을 사용
 - 구매/충전 금액은 1개월만에 소진(66.7%)
 - 사용해본 업종은 도소매업 89.2%→ 음식업(82.9%)→ 개인서비스업(58.6%)→ 병원및약국(52.3%) *
- 금산사랑상품권 사용후 달라진 점은 새로운 가게 방문 55.9%→ 평소보다 좀더 소비하게 됨(52.3%)→ 상품권할인(할인인센티브)를 주위에 홍보(45.9%) *모두 응답
 - 금산사랑상품권으로 추가소비를 한 경험은 71.2%
 - 지원금 및 수당이 법정화폐로 지급된다면 금산외 지역에서 소비 76.8%→ 금산에서 소비 지속 60.7%→ 인터넷쇼핑 등으로 소비 33.9% (2개 응답)
- 이용자의 95.5%는 금산사랑상품권이 지역경제 활성화에 도움이 되고 있다고 응답
- 금산사랑상품권의 가장 큰 불편사항은 가맹점수 부족(60.7%)
 - 금산사랑상품권 활성화를 위해서는 지역화폐 사용자 추가할인/서비스 55.4%→ 인근업체 연계할인 42.0%→ 이벤트 알림메세지 40.0% (2개 응답)

2) 제언

- 문제점은 크게 이용, 유통, 판매, 제도적 측면에서 생각해볼 수 있음
 - ① 이용측면

- * 이용자 측 : 홍보부족(특히 모바일과 카드), 낮은 구매 상한액
 사용처 부족 (하나로마트 이용가능하도록, 축제행사, 교통카드 연계 등)
 구입 불편(앱의 경우는 계좌이체만 가능, 지류는 판매소 방문,
 사용 불편(지역화폐 보유금액보다 결제금액이 크면 타수단 분리결제 번거로움,
 잔액확인 번거로움)

지역성 높이는 사용(지역화폐 사용처 이벤트 알림, 추가서비스 등)

- * 가맹점 측 : 사용불편 (5만원권 희망, 지류의 위조방지, 모바일 신속성 부족)
 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)

④ 제도측면

- * 지류는 1회 유통으로 회수 후 폐기(반복이용 불가)
- * 조례에 근거한 운영으로 체계적 추진에 한계
- * 지역화폐 이용으로 매출규모가 노출되는 중소기업의 불만

● 할인율 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

- 현재는 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
- 인센티브가 예전 수준으로 복귀하기 전까지 주민들이 지역화폐가 골목상권 활성화, 지역경제 선순환에 이롭게 작용한다는 경험을 축적시켜 향후 인센티브가 낮아져도 계속 동참할 수 있는 공감대 형성 만들어야 함

참 고 자 료

새로운 사회를 여는 연구원(2014) 강원도 지역통화 유통방안 조사연구

한국지방행정연구원(2017) 고향사랑상품권의 경제적 효과분석 및 제도화방안

한국지방행정연구원(2019.12) 지방자치 정책브리프 제79호

행정안전부 보도자료(2021.1.14.) ‘지역사랑상품권 13.3조원 판매되어 지역경제에 온기 불어넣었다’

행정안전부 보도자료(2021.3.16.) ‘3/16부터 지역사랑상품권 부정유통 「전국일제단속」 실시’

자치법규정보시스템(<http://www.elis.go.kr>)

행정안전부 내고장알리미(<https://www.laiis.go.kr/lips/mlo/lcl/localGiftList.do>)

금산군 홈페이지(<https://www.geumsan.go.kr/>)