

2019

정책연구 2019-05

# 전라북도 지역상품권 운영 활성화 방안

연구진 김수은 · 김시백 · 안동신

Jeonbuk Institute



정책연구 2019-05

# 전라북도 지역상품권 운영 활성화 방안





## 연구진

---

|      |     |                  |
|------|-----|------------------|
| 연구책임 | 김수은 | • 전북연구원 부연구위원    |
| 공동연구 | 김시백 | • 전북연구원 부연구위원    |
|      | 안동신 | • 전북연구원 전문연구원    |
| 연구자문 | 홍운선 | • 중소기업연구원 연구위원   |
|      | 김진이 | • 광주전남연구원 책임연구위원 |
|      | 유대근 | • 우석대학교 교수       |
|      | 정미화 | • 전북도청 소상공인팀장    |

---

연구관리 코드 : 18JU03

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서  
전라북도의 정책과는 다를 수도 있습니다.



# ■ 목 차 | Contents

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 제1장 서론 .....                        | 3  |
| 1. 연구의 배경 및 목적 .....                | 3  |
| 2. 연구의 내용 및 방법 .....                | 4  |
| 제2장 지역상품권의 정책 및 연구 동향 .....         | 9  |
| 1. 국내 상품권 관련 현황 .....               | 9  |
| 2. 지역사랑상품권 정책동향 .....               | 16 |
| 3. 지역사랑상품권 관련 연구동향 .....            | 21 |
| 제3장 전라북도 지역사랑상품권 유통 실태 및 인식조사 ..... | 29 |
| 1. 도내 지역사랑상품권 현황 .....              | 29 |
| 2. 지역상품권 인식조사결과 .....               | 33 |
| 3. 소결 .....                         | 46 |
| 제4장 지역상품권 도입 및 활성화 사례 .....         | 51 |
| 1. 국외 사례 .....                      | 51 |
| 2. 국내사례 .....                       | 54 |
| 3. 소결 .....                         | 60 |

|      |                |    |
|------|----------------|----|
| 제5장  | 지역사랑상품권 활성화 방안 | 65 |
| 1.   | 기본 방향          | 65 |
| 2.   | 활성화 방안         | 66 |
| 3.   | 활성화 지원사업(안)    | 68 |
| 제6장  | 결론             | 83 |
| 1.   | 연구의 요약         | 83 |
| 2.   | 정책적 제언         | 85 |
| 참고문헌 |                | 89 |
| 부 록  |                | 93 |
| 1.   | 설문문항           | 93 |
| 2.   | 교차분석 결과        | 95 |

## 표목차 | Contents

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| [표 1-1] 연구 주요내용과 방법 .....            | 5  |
| [표 2-1] 국내 상품권제도 관련 주요 연혁 .....      | 10 |
| [표 2-2] 발행처 유형에 따른 상품권 종류 .....      | 11 |
| [표 2-3] 상품권의 유형 : 저장매체에 따른 구별 .....  | 11 |
| [표 2-4] 상품권의 유형 : 사용방법에 따른 구별 .....  | 12 |
| [표 2-5] 지역상품권 관련 법령 .....            | 15 |
| [표 2-6] 고향사랑상품권 발행 지자체 세부내역 .....    | 17 |
| [표 2-7] 지역화폐의 다양한 표현과 의미 .....       | 21 |
| [표 2-8] 지역화폐 발행 유형 .....             | 22 |
| [표 2-9] 국내 주요 공동체 화폐운동 현황 .....      | 22 |
| [표 2-10] 고향사랑 상품권의 경제적 효과 .....      | 25 |
| [표 2-11] 경기도 지역상품권 도입 모형(안) 비교 ..... | 26 |
| [표 3-1] 전라북도 지역사랑상품권 발행 및 예정현황 ..... | 29 |
| [표 3-2] 군산사랑상품권 사업예산 .....           | 30 |
| [표 3-3] 기관별 구입액 및 비중 .....           | 31 |
| [표 3-4] 완주군으뜸상품권 업종별 가맹점 현황 .....    | 31 |
| [표 3-5] 구매처별 구매금액 및 비중 .....         | 32 |
| [표 3-6] 임실사랑상품권 업종별 가맹점 현황 .....     | 32 |
| [표 3-7] 설문조사 내용 .....                | 33 |
| [표 3-8] 점포형태 .....                   | 34 |
| [표 3-9] 상가업종 .....                   | 35 |
| [표 3-10] 소비자 성별 .....                | 36 |
| [표 3-11] 소비자 연령대 .....               | 36 |
| [표 3-12] 소비자 거주지 .....               | 37 |
| [표 3-13] 소비자 소득수준 .....              | 38 |

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| [표 3-14] 발행목적(상가점포) .....           | 39 |
| [표 3-15] 활성화 요건(상가점포) .....         | 40 |
| [표 3-16] 상품권의 발행 및 사용범위(상가점포) ..... | 41 |
| [표 3-17] 상품권 사용경험여부(소비자) .....      | 42 |
| [표 3-18] 상품권 사용계기(소비자) .....        | 43 |
| [표 3-19] 상품권 발행목적(소비자) .....        | 43 |
| [표 3-20] 상품권 활성화요건(소비자) .....       | 44 |
| [표 3-21] 상품권 발행 및 사용범위(소비자) .....   | 45 |
|                                     |    |
| [표 4-1] 주요사업 연차별 추진계획 .....         | 54 |
| [표 4-2] 재원투자 실적 및 계획 .....          | 55 |
| [표 4-3] 경기지역화폐 추진개요 .....           | 56 |
| [표 4-4] 포항사랑상품권 유통현황 .....          | 57 |
| [표 4-5] 성남사랑상품권 발행액 현황 .....        | 59 |
| [표 4-6] 활성화사례 특징 비교 .....           | 61 |
|                                     |    |
| [표 5-1] 주요 결제수단의 특징비교 .....         | 68 |
|                                     |    |
| [표 6-1] 지역사랑상품권 활성화 지원사업(안) .....   | 84 |
| [표 6-2] 온누리상품권과 지역사랑상품권 비교 .....    | 85 |

## 그림목차 | Contents

|   |    |
|---|----|
| [그림 2-1] 상품권 발행절차 .....                 | 9  |
| [그림 2-2] 고향사랑 상품권 견본 이미지 .....          | 14 |
| [그림 2-3] 지역사랑상품권의 유통구조 .....            | 20 |
| [그림 3-1] 점포형태 분포 .....                  | 34 |
| [그림 3-2] 상가업종 분포 .....                  | 35 |
| [그림 3-3] 소비자 성별 분포 .....                | 36 |
| [그림 3-4] 소비자 연령대 분포 .....               | 37 |
| [그림 3-5] 소비자 거주지 분포 .....               | 38 |
| [그림 3-6] 소비자 소득수준 분포 .....              | 38 |
| [그림 3-7] 발행목적(상가점포) 분포 .....            | 39 |
| [그림 3-8] 활성화 요건(상가점포) 분포 .....          | 40 |
| [그림 3-9] 상품권의 발행 및 사용범위(상가점포) 분포 .....  | 41 |
| [그림 3-10] 상품권 사용여부(소비자) 분포 .....        | 42 |
| [그림 3-11] 상품권 사용계기(소비자) 분포 .....        | 43 |
| [그림 3-12] 상품권 발행목적(소비자) 분포 .....        | 44 |
| [그림 3-13] 상품권 활성화 요건(소비자) 분포 .....      | 45 |
| [그림 3-14] 상품권 발행 및 사용범위(소비자) .....      | 45 |
| [그림 4-1] 프리스톨파운드 결제시스템 개요 .....         | 53 |
| [그림 4-2] 강원상품권 종류 .....                 | 55 |
| [그림 4-3] 광역과 기초지자체의 역할 .....            | 56 |
| [그림 4-4] 성남사랑 상품권 .....                 | 58 |
| [그림 5-1] 전라북도 지역사랑상품권 정책방향 .....        | 65 |
| [그림 5-2] 활성화 전략 .....                   | 66 |
| [그림 5-3] 경기도 지역화폐 발행행태 선호도 조사 .....     | 68 |
| [그림 5-4] 전라북도 지역사랑상품권 운영협의회 구성(안) ..... | 79 |
| [그림 6-1] 전라북도 지역사랑상품권 정책방향 .....        | 83 |



# 1

장

## 서론

Jeonbuk Institute

- 
1. 연구의 배경 및 목적
  2. 연구의 내용 및 방법



# 제1장 서론

## 1. 연구의 배경 및 목적

- 지역상권 활성화를 위해 추진된 강원도, 성남시 등의 지역사랑상품권 발행이 이 슈가 되면서 정부와 각 지자체에서도 정책적 관심이 높아짐
  - 정부는 지역상권 매출증대를 위해 특정 지역 내 소상공인 업체에서 사용가능한 지역사 랑상품권(고향사랑상품권)의 법·제도적 기반을 마련할 계획
- 지역차원에서의 지역사랑상품권이 본격적으로 도입된 시기는 대부분 2005년 즈음이며, 주로 주요 정책에 대한 대체적 지불수단으로 활용하고 있음
  - 지역사랑상품권은 지역경제를 활성화할 뿐만 아니라 지역자원의 활용과 순환을 통해 지 역소비의 역외유출을 줄이는 등의 효과로 지역 내에서 선순환경제를 구축하고 있다고 평가됨
- 전라북도 내 기초지자체에서도 지역사랑상품권에 대한 관심이 높아지고 있으며, 기 발행지역을 중심으로 발행 규모가 점차 확대되고 있음
  - 도내에서는 군산시, 김제시, 남원시, 완주군, 임실군, 장수군, 군산시 6개 지역이 이미 지역사랑상품권을 발행운영하고 있으며, 익산시, 무주군, 진안군, 고창군, 부안군에서 도 2019년 지역사랑상품권 발행을 예정하거나 검토 중임
  - 도내 일부 지역에서는 자체상품권을 도입 5년 내 폐지한 경우도 발생함  
(익산시 : '07년 도입 '11년 폐지, 순창군 : '06년 도입 '11년 폐지)
- 지역사랑상품권을 통한 지역상권 활성화 사례 확산, 정부의 적극적 지원 정책 등에 따라 지역사랑상품권 도입 및 활용의 필요성이 증대되고 있지만 기초지자 체 차원에서는 시스템 준비와 유지비용 발생, 가맹점 확보의 어려움 등으로 지 역사랑상품권 활성화에 제약으로 작용함
- 지역사랑상품권은 지역자금의 외부 유출 방지, 지역 자금순환을 통해 지역상권 을 보호하고 지역경제를 활성화에 기여할 뿐만 아니라 지역 공동체의 결속과 지 역민으로서의 자긍심 향상 등에 긍정적인 요인으로 작용

- 이 연구의 목적은 현재 유통되고 있는 지역사랑상품권의 실태를 조사하고 전라북도 광역차원에서 지역사랑상품권의 도입가능성을 검토하고 운영 활성화 방안을 논의하는 데 있음

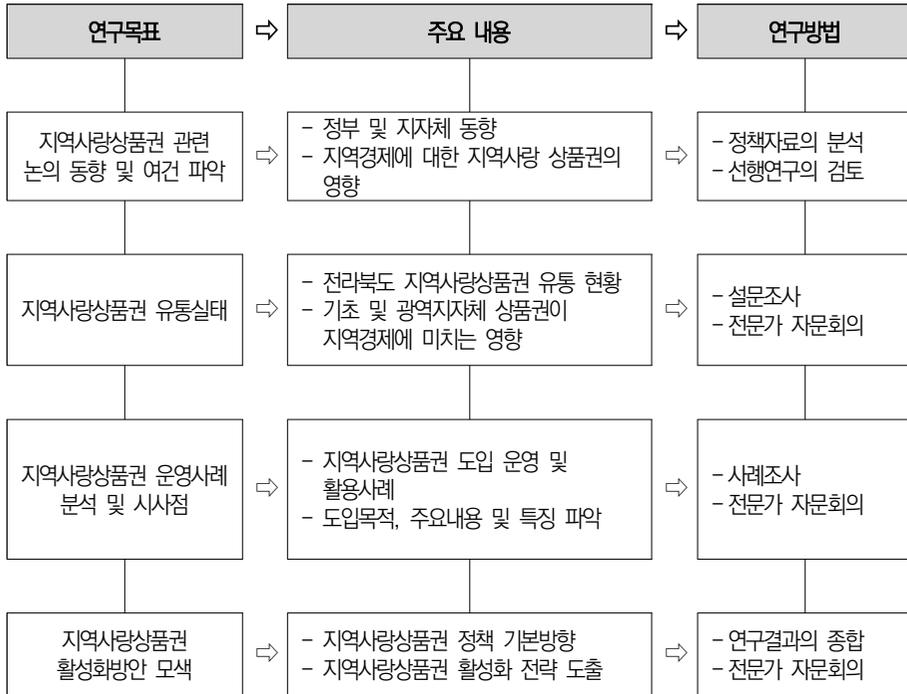
## 2. 연구의 내용 및 방법

- 이러한 연구목적과 연구관점에 근거하여 지역사랑상품권 도입 및 활용과 관련한 정부와 지자체의 동향 및 지역사랑상품권의 연구동향 검토, 도내 지역사랑상품권 유통실태 및 인식도 파악, 국내외 지역사랑상품권 활용 사례 분석, 지역사랑상품권의 활성화 방안 등을 주로 논의하고자 함
- 지역사랑상품권 관련 동향 분석
  - 지역사랑상품권 관련 정부 및 지자체 동향분석을 정리하여 지역사랑상품권의 도입과 활용을 정책적으로 지원할 조건이 마련되고 있음을 확인하고자 함
  - 지역사랑상품권 관련 선행연구 검토를 통해 그 동안 지역경제에 대한 지역사랑상품권의 영향효과에 대한 논의 및 시사점을 도출
- 전라북도 지역사랑상품권 유통실태 파악
  - 지역사랑상품권이 유통되고 있는 도내 4개 지역(김제, 완주, 임실, 장수) 대상으로 지역사랑상품권의 유통실태를 살펴봄으로써 지역사랑상품권의 성과와 한계에 대한 시사점을 도출
  - 주요내용은 도입목적, 발행현황, 판매 및 사용현황, 유통체계 등임
- 지역사랑상품권 인식수준 분석
  - 지역사랑상품권 이용에 대한 설문조사 및 분석을 통해 지역사랑상품권의 인식도, 발행범위(광역, 기초)에 대한 검토와 시사점을 제시
- 전라북도 지역사랑상품권 활성화 방안
  - 지역사랑상품권의 정책동향, 타 지자체 사례, 전라북도 지역사랑상품권 유통실태, 지역사랑상품권에 대한 인식 등을 토대로 전라북도(광역) 지역사랑상품권 도입 가능성, 기초지자체와의 연계 및 활성화 방안을 검토

- 지역사랑상품권의 활성화 방안은 광역차원 뿐만 아니라 시군차원에서도 인지도 제고, 이용 수요 증대 지원, 운영모델 발굴 등 다양한 측면에서 정책방안을 모색하고자 함

○ 이 연구의 주요 내용과 방법에 대한 체계는 다음과 같이 정리할 수 있음

[표 1-1] 연구 주요내용과 방법





# 2장

## 지역상품권의 정책 및 연구동향

- 
1. 국내 상품권 관련 현황
  2. 지역사랑상품권 정책동향
  3. 지역사랑상품권 관련 연구동향



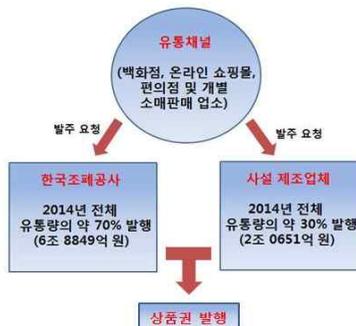
## 제2장 지역상품권의 정책 및 연구동향

### 1. 국내 상품권 관련 현황

#### 1) 일반 상품권

##### ■ 상품권의 역사

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



[그림 2-1] 상품권 발행절차

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

[표 2-1] 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) |

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

## ■ 개념 및 유형

- 현행 상품권 관련 법제 중 상품권을 정의하고 있는 것은 소비자분쟁해결기준으로 이는 1999년 폐지된 상품권법 정의규정과 동일함(김성천, 2012)
- (정의) "상품권"이라 함은 그 명칭 또는 형태에 관계없이 발행자가 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량이 기재(電子 또는 磁氣의 方法에 의한 기록을 포함한다. 이하 같다)된 무기명증표를 발행·매출하고 그 소지자가 발행자 또는 발행자가 지정하는 자(이하 "상품권발행사"이라 한다)에게 이를 제시 또는 교부하거나 기타의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 상품권발행사 등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권을 의미
- (유형) 발행처, 사용처, 사용방법 및 형태 등에 따라 다양한 유형
  - 백화점/대형마트/도서/외식/문화/주유 상품권 등과 같은 "기업직접 발행 상품권", 상품권 전문 업체가 관리하는 "제휴형 상품권", 온누리 상품권, 고향사랑상품권 등과 같은 "정부(공공기관)·지자체 주도형 상품권" 등이 유통

[표 2-2] 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<br>(간접 발행 상품권) | • 발행처가 재화 및 용역을 직접 제공하지 않고, 제휴사(재화/용역 제공)를 연계하여 발행하는 상품권              |
| 정부지자체 및<br>공공기관 발행 상품권 | • 온누리상품권(전통시장 전용), 지자체 상품권 등  |

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

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

[표 2-3] 상품권의 유형 : 저장매체에 따른 구별

| 구분         | 예시   | 사용방법   |
|------------|--|--|
| 지류형        | <p>○ 롯데백화점 상품권</p>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품권면에 제시된 금액을 해당 점포(백화점)에서 결제 수단으로 사용</li> </ul>  |
| 전자형        | <p>○ 스타벅스 카드</p>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 충전된 금액을 해당 매장에서 결제 수단으로 사용하여 차감하는 방식으로 사용함.</li> </ul>                                      |
| 온라인<br>상품권 | <p>○ 도서문화상품권</p>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 사용처에서 지류상품권면의 스크래치 번호를 입력, 금액을 충전하여 사용함.</li> <li>- 온라인 전용 핀(PIN)번호 상품권도 있음.</li> </ul> |
| 모바일<br>상품권 | <p>○ 홈플러스 모바일상품권</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문자메시지(MMS) 형태로 전국 홈플러스 매장과 온라인 사용처에서 즉시 사용 가능함.</li> </ul>                                  |

자료: 공정거래위원회 보도자료(2015. 4. 3)

[표 2-4] 상품권의 유형 : 사용방법에 따른 구별

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

자료: 공정거래위원회 보도자료(2015. 4. 3)

## 2) 정책발행 상품권

### (1) 온누리 상품권

#### ■ 정의

- 중소벤처기업부와 소상공인시장진흥공단에서 발행하여 전국 전통시장에서 물품 등의 구매 시 현금처럼 통용하여 액면가로 거래할 수 있는 지류 또는 전자상품권

#### ■ 추진목적 및 도입시기

- (목적) 대형마트 및 기업형 슈퍼마켓의 진출확대 등으로 어려움을 겪고 있는 전통시장을 보호하고 지역경제 활성화를 위한
- (도입시기) 2009년 7월 20일
  - 온누리 상품권 도입 이전, 이미 지방자치단체별로 각각 전통시장 상품권을 발행하여

사용해왔지만 사용지역 범위의 제한 등으로 판매실적 부진, 소비자의 관심과 인지도 부족, 지자체 및 관련 기관 위주의 구매 등으로 전통시장 활성화에 한계 노출

- 이에 정부(기 중소기업청)에서 '전국 공동 상품권 도입계획'을 수립하여 공모를 통해 '전통시장 온누리 상품권'으로 공식명칭을 정한 후 발행시작

## ■ 발행유형 및 구매환전

- 2가지 유형(지류, 카드형)으로 발행되고 있음
  - 발행권종 : (지류)5천원권, 1만원권, 3만원권 (카드) 5만원, 10만원, 기명충전식(온누리멤버십카드)
    - 전자카드는 기명충전식임 : 온누리멤버십카드

## ■ 구매환전

- (구매·환전) 14개 금융기관
  - 신한은행, 우리은행, 국민은행, 대구은행, 부산은행, 광주은행, 전북은행, 경남은행, IBK 기업은행, 농협은행, 수협, 신한, 새마을금고, 우체국
    - 지역농축협(지역00농협)은 온누리상품권 미취급

### 〈결제수단〉

| 구분 | 결제 가능 수단    | 비고                    |
|----|-------------|-----------------------|
| 개인 | 현금, 공무원복지카드 | 개인신용카드 사용불가           |
| 법인 | 현금, 법인카드    | BC법인 포인트로 전자상품권 구매 가능 |

### 〈할인혜택〉

| 구분 | 할인율 | 비고                             |
|----|-----|--------------------------------|
| 개인 | 5%  | 현금구매 시 (본인 신분증 제시 필요, 대리구매 불가) |
| 법인 | 없음  | -                              |

### 〈구매한도〉

| 구분 | 구매한도               | 비고             |
|----|--------------------|----------------|
| 개인 | 1인당 월 30만원(할인 구매시) | 할인 비 적용 시 한도없음 |
| 법인 | 한도없음               | -              |

## (2) 지역사랑상품권

### ■ 도입배경

- 소비진작을 통한 자영업자 매출증진 및 생산고용유발 등 지역경제 활성화
- 과소지역 균형발전과 공동체 형성에 기여



[그림 2-2] 고향사랑 상품권 견본 이미지

자료 : 한국조폐공사

### ■ 정의

- (정의) 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 소득 증대 효과가 있는 것으로 평가됨(행정안전부, 2018)
- (도입근거) 지역사랑상품권의 도입과 활용은 지자체별 고향사랑 상품권 조례에 근거하며, 지역상품권 관련 법령은 다음 [표 2-5]과 같이 정리됨

[표 2-5] 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 표시해야 할 사항 등 | 공정거래위원회 |
| 「상품권 표준약관」                            | • 상품권의 유효기간, 발행자의 최종 책임과 의무 등               | 공정거래위원회 |
| 「소비자분쟁해결기준」                           | • 상품권의 상환 및 환급 등의 분쟁해결 기준                   | 공정거래위원회 |

## ■ 구매·환전

- 구매와 환전이 가능한 금융기관은 지역별로 해당 금융기관과의 업무협약을 통해 이루어지고 있음

## 2. 지역사랑상품권 정책동향

### 1) 정책동향

- 행안부는 국정과제인 '소상공인·영세 중소기업 지원대책'의 하나로 고향사랑상품권 발행을 적극 지원·권장해 나갈 계획임

#### ■ 지원규모

- '19년 지역사랑상품권 발행규모를 2조원으로 확대할 계획임
- 각 지자체별로 발행규모의 4%를 지원할 계획
  - 고용위기지역 : 국비 4%, 그 외 지역 : 국비 2%, 특별교부세 2%
    - 발행비용(할인비용 5%+부대비용 3%)의 절반을 국가에서 지원
    - '18년에는 고용위기지역과 산업위기대응특별지역 내 지자체 고향사랑상품권의 할인판매 부담액을 국비로 지원하고 있음(위기지역 9개 지역 대상으로 상품권 10% 할인)

#### ■ 법률 제정 추진

- 「지역사랑상품권 활성화에 관한 법률」 제정 추진('19년 상반기)
  - (상품권 운영) 발행 등록, 가맹점 등록 및 제한 업종 명시
  - (소비자 보호) 위법행위 규정 및 과태료 부과 근거, 훼손 시 재발급 등
  - (상품권 활성화 지원) 국가와 지자체의 활성화 지원 근거, 할인 판매 근거
- '17년 9월 '지방공무원 맞춤형 복지제도 운영 기준' 개정 지방공무원에 지급되는 복지포인트의 경우 30%까지 상품권으로 지급이 가능하게 됨

#### ■ 모바일 상품권 도입

- 지역사랑상품권을 발행하는 지자체에서는 주로 지류 상품권만을 발행하고 있으며, 정부(행정안전부)에서는 지류상품권의 지역제한 장애요인을 개선하기 위하여 모바일 상품권 도입을 추진 중('19. 2월 시범사업 추진(시흥, 성남) 후, '19년 하반기 전국단위 확대 보급 예정)

- (사용자) 모바일 기반 다양한 형태의 상품권 제공, 온라인에서 지역 특산물 구입
- (가맹점) 신청등록 절차 자동화 및 결제수수료 절감
- (지자체) 사용자 가맹점 정보 통합관리로 가맹점 등록심사관리의 편의성 증대

## 2) 발행 현황

### ■ 발행현황

- '19년 1월 현재 지역사랑상품권을 도입한 지자체는 총70개(광역 2, 기초 68)개이며, '19년 도입 예정 지자체는 39개로 총 발행 지자체는 109곳으로 확대될 전망임(지역사랑상품권 설명회 자료, 2019)
  - 지역사랑상품권 도입이 가장 많은 지역은 경북지역으로 12개 시군이며, 전남과 강원 이 각각 10곳에서 발행운영 중임
  - 지역사랑상품권을 기초지역이 아닌 광역에서 도입한 경우는 강원과 인천 2곳으로 강원은 지류상품권, 인천은 전자상품권의 형태로 발행하고 있음
  - 광주광역시와 울산광역시도 2019년에 광역상품권을 도입할 계획이며, 전남의 경우도 민선7기 공약으로 전남페이를 도입할 예정임

[표 2-6] 고향사랑상품권 발행 지자체 세부내역

(‘19. 1.10일 기준)

| 구분 | 계  | 광역 | 기초 | 제도 既 도입(70)*       | 도입예정(39)  |
|----|----|----|----|--------------------|---|
| 총계 | 70 | 2  | 68 |                    |   |
| 서울 | -  | -  | -  | -                  |   |
| 부산 | -  | -  | -  | -                  | 동구(1)   |
| 대구 | -  | -  | -  | -                  |   |
| 인천 | 1  | 1  | -  | 인천광역시              |   |
| 광주 | 1  | -  | 1  | 남구                 | 광주광역시(1)  |
| 대전 | -  | -  | -  | -                  | 대덕구(1)  |
| 울산 | -  | -  | -  | -                  | 울산광역시(1)  |
| 세종 | -  | -  | -  | -                  |   |
| 경기 | 4  | -  | 4  | 성남시, 안양시, 시흥시, 가평군 | 수원, 용인, 부천, 안산, 화성, 평택, 김포, 광명, 광주, 군포, 이천, 오산, 하남, 안성, |

| 구분 | 계  | 광역 | 기초 | 제도 既 도입(70)*   | 도입예정(39)  |
|----|----|----|----|--|---|
|    |    |    |    |  | 의왕, 여주, 양평, 과천, 고양, 남양주, 의정부, 파주, 양주, 구리, 포천, 동두천, 연천(27) |
| 강원 | 11 | 1  | 10 | 강원도, 춘천시, 원주시, 태백시, 삼척시, 정선군, 철원군, 화천군, 양구군, 인제군, 고성군      | 동해시(1)  |
| 충북 | 9  | -  | 9  | 제천시, 보은군, 옥천군, 영동군, 증평군, 진천군, 괴산군, 음성군, 단양군                | 충주시(1)  |
| 충남 | 9  | -  | 9  | 공주시, 아산시, 계룡시, 당진시, 부여군, 서천군, 청양군, 예산군, 태안군                | 서산시, 논산시, 금산군, 홍성군(4)                                     |
| 전북 | 5  | -  | 5  | 군산시, 김제시, 장수군, 임실군, 완주군                                    | 남원시, 무주군, 진안군, 고창군, 부안군(5)                                |
| 전남 | 10 | -  | 10 | 여수시, 순천시, 나주시, 광양시, 곡성군, 구례군, 보성군, 강진군, 영암군, 함평군           | 진도군, 해남군(2)   |
| 경북 | 12 | -  | 12 | 포항시, 경주시, 김천시, 안동시, 군위군, 의성군, 영양군, 영덕군, 청도군, 고령군, 성주군, 칠곡군 | 구미시, 영주시, 청송군, 예천군(4)                                     |
| 경남 | 8  | -  | 8  | 거제시, 의령군, 함안군, 고성군, 남해군, 하동군, 산청군, 합천군                     | 경상남도, 창원시, 양산시, 김해시, 거창군, 함양군(6)                          |
| 제주 | -  | -  | -  | -  |   |

주1) 민간에서 운영 중인 상품권은 제외(전남 담양, 제주도)

주2) 8개 지자체(광주광역시 남구, 강원 태백·화천, 경북 경주·김천·안동·군위, 전남 보성)는 '19년 발행 계획 없음

## ■ 운용현황

- (조례 제정) 지역사랑상품권 운영을 위하여 조례를 제정한 지역은 '18년 9월 기준 전체 지역 중 48개 지역으로 그 외 지역은 조례를 제정하지 않고 규정 등에 근거하여 운영하고 있는 것으로 나타남

## ■ 제조업체

- 지역사랑상품권은 4개 업체에서 제조하고 있는 것으로 나타났으며, 이중 한국 조폐공사가 대부분 제조하고 있음

| 구분   | 총계   | 한국 조폐공사 | 농협은행 | (주)KSP | 기타   |
|------|------|---------|------|--------|------|
| 지자체수 | 64   | 55      | 4    | 4      | 1    |
| 비율   | 100% | 85.9%   | 6.3% | 6.3%   | 1.5% |

## ■ 상품권 권종 및 발행빈도

- 지역사랑상품권 발행 권종은 1종~6종까지 각 지자체별로 다양하게 발행하고 있는데, 이중 2종을 발행하는 경우가 가장 많음

| 구분   | 총계   | 1종    | 2종    | 3종    | 4종   | 5종   | 6종   |
|------|------|-------|-------|-------|------|------|------|
| 지자체수 | 64   | 12    | 29    | 15    | 5    | 1    | 2    |
| 비율   | 100% | 18.7% | 45.3% | 23.4% | 7.8% | 1.6% | 3.1% |

- 발행빈도는 5,000원권과 10,000권이 가장 높음

| 구분   | 1천원 | 2천원 | 3천원 | 5천원 | 1만원 | 2만원 | 3만원 | 5만원 | 7만원 | 10만원 |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| 지자체수 | 7   | 4   | 3   | 51  | 63  | 1   | 7   | 15  | 1   | 2    |

## ■ 기타

- 구매할인 : 상시 1~6% 할인, 수시(명절 등) 5~10% 할인
  - 8개 자치단체는 상품권 구매 시 포인트 적립
  - 포인트(마일리지)를 상품권으로 교환 가능
- 현금영수증 : 59개 자치단체는 현금영수증 처리 가능
- 수수료 : 판매대행점, 환전대행가맹점
  - 판매대행점의 판매수수료와 환전수수료는 최대 3%
  - 환전대행가맹점의 수수료는 최대 2%까지 지원



### 3. 지역사랑상품권 관련 연구동향

#### 1) 지역사랑상품권의 이론적 논의

- 지역사랑상품권은 보완화폐 또는 대안화폐의 성격으로 특정 지역에서 발행·사용되는 지역화폐의 일환으로 추진되고 있음

#### ■ 지역화폐의 개념

- 법정화폐를 대신하는 것은 아니나 법정화폐와 함께 또 하나의 지불결제 수단으로 사용됨
  - 지역화폐 중 일부는 법정화폐를 기준으로 가치가 책정되고 있어 법정화폐를 보완하는 역할로서 의미를 가짐
- 지역화폐는 공동체화폐, 보완화폐, 전환/이행화폐, 가치절감화폐 등으로 나타내기도 함

[표 2-7] 지역화폐의 다양한 표현과 의미

| 용어                                | 의미   |
|-----------------------------------|--|
| 지역화폐<br>(Local Currency)          | • 지역에 기반하여 지역 내에서 통용되는 화폐로서의 의미 강조   |
| 공동체화폐<br>(Community Currency)     | • 물리적 지역뿐 아니라 특정 공통요소를 갖고있는 공동체 내에서 통용되는 화폐로서의 의미 강조   |
| 보완화폐<br>(Complementary Currency)  | • 자원순환 활성화 등 법정화폐를 보완하는 화폐로서의 의미 강조  |
| 전환/이행화폐<br>(Transition Currency)  | • 기존의 에너지 의존적이고 환경파괴적인 사회에서 더 생태적인 사회로의 전환/이행을 추구하며, 이러한 과정을 지원하는 화폐로서의 의미 강조  |
| 가치절감화폐<br>(Depreciative Currency) | • 이자를 붙이지 않고, 스탬프나 인지 등의 방식을 통해 시간이 지날수록 화폐의 가치를 떨어뜨리는 방식을 통해 감가상각되는(노화되는) 화폐로서의 의미 강조, 계절의 자유화폐이론에 기반한 노화하는 돈(Aging Money)과 같은 개념 |

자료 : 서수연(2014), 세계 지역화폐의 이해와 유형분석, 새사연 이슈진단, 새로운사회를 여는 연구원

- 지역화폐는 화폐발행 원리의 차이를 기준으로 3가지로 구분됨

[표 2-8] 지역화폐 발행 유형

| 구분       | 바우처형 보조화폐 | 상호신용                     | 혼합형      |
|----------|-----------|--------------------------|----------|
| 구조       | 중앙집권형     | 분산형                      | 중앙집권형    |
| 화폐 취득 방법 | 구매        | 노동/물품 교환                 | 교환 및 구매  |
| 태환 원칙    | 100% 태환   | 불가                       | 혼용       |
| 용도       | 법정화폐와 동일  | 법정화폐를 사용하지 않는 교환경제 전용 화폐 | 법정화폐와 동일 |
| 목적       | 지역상권 활성화  | P2P 상호교환 기반 공유경제         | 지역순환경제   |
| 확장 가능성   | 높음        | 낮음                       | 중간       |

자료 : 조혜경(2018), 지역화폐의 개념과 국내 논의 현황

## ■ 도입현황

- 우리나라 지역화폐의 시초는 대전지역 품앗이 형태인 ‘한발레츠(LETS)’로 IMF 금융위기 이후 1999년 민간의 자조적 공동체운동 차원에서 도입되었음
  - 현행 화폐제도에 대한 비판에서 출발한 대안적 사회운동의 실천전략의 성격으로 상부 상조의 정신에 입각한 서비스 품앗이와 중고물품 교환의 공유경제를 지향하고 있음

[표 2-9] 국내 주요 공동체 화폐운동 현황

| 지역      | 품앗이명(또는 운영단체명)    | 화폐명 | 도입연도  | 운영주체 |
|---------|-------------------|-----|-------|------|
| 경기도 과천시 | 과천품앗이             | 아리  | 2000년 | 민간   |
| 서울시     | 관악사회복지            | 사랑  | 2010년 | 민간   |
| 경북 구미시  | 구미사랑고리            | 사랑  | 2004년 | 민간   |
| 경기도 광명시 | 광명 그루             | 그루  | 2004년 | 지자체  |
| 서울시     | 난곡동 청소년 공부방       | 널리  | 2011년 | 민간   |
| 대구시     | 대구본동종합사회복지관       | 늘품  | 2005년 | 민간   |
| 서울시     | 미래를 내다보는 사람들(미내사) | FM  | 1998년 | 민간   |
| 서울시     | 사람과 마을            | 누리  | 1994년 | 민간   |
| 부산시     | 사하품앗이             | 송이  | 2007년 | 민간   |
| 서울시     | 서울e품앗이            | 문   | 2012년 | 지자체  |
| 서울시     | 강남사회복지관           | 한울  | 2010년 | 지자체  |

| 지역        | 품앗이명(또는 운영단체명)           | 화폐명 | 도입연도  | 운영주체 |
|-----------|--------------------------|-----|-------|------|
|           | 서울시주택정책과S머니              |     |       |      |
| 서울시       | 방화11종합복지관<br>서울시주택정책과S머니 | 가든  | 2010년 | 지자체  |
| 서울시       | 평화종합사회복지관<br>서울시주택정책과S머니 | 사랑  | 2011년 | 지자체  |
| 충남 서천군    | 서천 레츠                    | 서래  | 2008년 | 민간   |
| 서울시       | 서초자원봉사센터 서초품앗이           | 품   | 2009년 | 지자체  |
| 경기도 성남시   | 성남누리                     | 누리  | 2012년 | 지자체  |
| 경기도 성남시   | 성남문화재단 문화통화              | 문화  | 2007년 | 지자체  |
| 서울시       | 송파자원봉사센터 송파품앗이           | SM  | 2007년 | 지자체  |
| 전북 지리산    | 실상사 살레품앗이                | 살레  | 2010년 | 민간   |
| 경기도 안산시   | 안성 바우                    | 바우  | 2010년 | 민간   |
| 전국 11개 지역 | 여성노동자회 희망품앗이 사업          | 씨앗  | 2008년 | 민간   |
| 인천시       | 연수구청                     | 냥   | 2012년 | 지자체  |
| 경기도 의정부   | 의정부 레츠                   | 누리  | 2009년 | 지자체  |
| 인천시       | 인천평화 레츠                  | 평화  | 2011년 | 민간   |
| 부산시       | 전모종합사회복지관                | 두락  | 2008년 | 지자체  |
| 서울시       | 하자센터                     | 별   | 2012년 | 민간   |
| 대전시       | 한밭레츠                     | 두루  | 2000년 | 민간   |

자료 : 천경희 외(2017), 서울품앗이 지원사업 성과 연구, 서울시복지재단

- 2016년 이후 지역화폐에 대한 정치적 관심이 높아지고, 일부 지자체가 지역 내 소상공인 지원정책 수단으로 지역화폐를 도입
  - 지자체의 소상공인 지원정책에 가까우며 지역사랑상품권이 대표적인 사례임
    - 지역사랑상품권의 경우 지역화폐 명칭 사용 자제(행안부 요청)
- 우리나라 지역화폐 운동은 민간주도 자생적 지역공동체 화폐운동으로 시작되었으나 점차 지역경제 및 민생경제 지원정책 일환으로 전국적으로 확산되고 있음
  - 민간주도 자생적 지역화폐 운동의 경우 소규모 지역공동체 운동으로 유통의 확장성이 어려운 근본적 한계가 있음
  - 정부주도 지역화폐의 경우 정부가 활용할 수 있는 재정적, 제도적 자원 등을 적극 동원하고 있음

## 2) 지역사랑상품권 관련 선행연구

- 대안경제를 지향하는 민간주도의 지역화폐운동은 지역경제의 자립 및 활성화에 목적을 두고 있기 때문에 초기 연구는 경제시스템의 의미와 현황을 분석하는 것에 주력해왔고(이채언, 2000; 원용찬, 2001; 강수돌, 2002; 권희선, 2006), 새로운 방식의 복지제도로서의 의미 고찰(이창우, 2000; 류은화, 2000; 김동배·김형용, 2001; 임중환, 2004; 강환세, 2005), 지역화폐운동 활성화 방안(류동민·최한주, 2003), 우리나라 적용현황 및 사례분석(류은화, 2001; 강환세, 2005; 김현옥, 2008)에 대한 관심을 두고 연구가 진행되었음
- 반면 지자체 차원에서 지역소득의 역외유출 방지 및 지역경제 활성화를 위해 도입한 지역사랑상품권의 효과 분석과 정책적 활용가능성 검토 및 지역상품권의 활성화방안 등과 관련된 연구가 진행되고 있음(고태호, 2012; 김진이, 2012; 이병기 외, 2017, 최준규, 2018)
- 고태호(2012)는 제주사랑상품권의 도입에 따라 기대되는 효과들을 유형화하여 살펴보고, 지역주민 대상 홍보 강화 등의 제주사랑상품권 이용을 활성화하기 위한 세부방안을 제시하였음
  - 제주사랑상품권의 경제적 효과는 전통시장 활성화 효과와 지역소득의 역외 유출 감소 효과가 있다는 것을 설명하고 제주사랑상품권 이용 수요 증대를 위하여 지역주민 대상 인센티브 제공(상품권 구매시 총 구매액의 3% 할인), 상품권 이용방법 간소화(상품권을 즉시 현금화), 상품권 이용 편의 제고(전자상품권 및 모바일 상품권 등의 새로운 상품권 유형 도입) 등을 제안하였음
  - 다만 경제적 효과가 계량적으로 분석되지 않아 제주사랑상품권이 지역경제에 얼마만큼의 효과가 있는지를 파악하기는 어려움
- 이병기(2017) 고향사랑상품권의 경제적 효과분석을 위해 고향사랑상품권을 도입한 기초 지자체 중 각기 다른 세 가지 모델별로 분석을 실시하였음
  - (내부형-양구군) 지역주민을 주대상으로 상품권 판매, (외부형-춘천시) 외부 관광객을 주요대상으로 판매, (통합형-화천군) 주민·외지인 모두에게 판매

- 3개 지역의 경제적 효과 분석 결과를 살펴보면, 양구의 경우(내부형)는 지역 주민만을 대상으로 상품권을 판매하여 지역주민이 타 지역 소비를 줄이고 지역 내 소상공인을 이용함으로써 나타나는 소비대체 효과가 가장 크게 나타났으며,
- 춘천(외부형)은 관광객을 대상으로 상품권이 판매됨으로써 외지인의 지역 내 추가 매출효과가 가장 크게 나타났고,
- 화천(통합형)은 산천어 축제를 활용한 관광객과 내부 주민들이 이용하는 통합형으로 GRDP 대비 상품권 유통규모가 적은 비율(0.19%)임에도 불구하고 소상공인 소득상승 효과(1.13%)는 크게 나타남

[표 2-10] 고향사랑 상품권의 경제적 효과

| 구분               | 상품권의 특성   | 경제적 효과  |
|------------------|---|---|
| 내부형<br>(강원도 양구군) | - 판매대상 : 지역 주민<br>- 효과 : 타 지역 소비 감소, 지역 내 소상공인 사업체 이용으로 소비대체 효과 | - 상품권 유통량은 지역내 총생산(GRDP) 대비 0.83%<br>- 상품권 발행에 따른 소상공인 1인당 추가 소득 2.13% 증가                                 |
| 외부형<br>(강원도 춘천시) | - 판매대상 : 관광객<br>- 효과 : 외지인 지역 내 추가 매출효과                         | - 상품권 판매액 6억원(2017. 8월말 기준) 대비 지역 내 지출 22.8억원 (3.75배)   |
| 통합형<br>(강원도 화천군) | - 판매대상 : 지역주민+관광객   | - GRDP 대비 상품권 유통규모 0.19%, 소상공인 소득상승 효과 1.13%<br>- 상품권 발행 및 운영에 따른 행정기관의 예산 0.44억 원 대비 부가가치 6.98억 원(15.9배) |

자료 : 행정안전부 보도자료(2018. 1. 18)

- 김진이(2012)는 온누리상품권(전국)과 시·군에서 자체적으로 발행하고 있는 지역상품권의 사용 현황 및 실태를 조사하여 운용상의 문제점을 분석한 후 지역상품권 활성화 방안을 제시하였음
  - 전라남도 4개 지역(나주, 보성, 여수, 광양)의 전통시장 상인과 8개 지역 시군 공무원 대상 심층면접조사를 진행한 결과 상품대금 지불수단 중 지역상품권 비율이 가장 낮게 나타났으며, 명절전후 상품권 유통이 평소보다 더 많은 것으로 나타남
  - 지역상품권의 활성화 방안으로 상품권 이용 편의성 제고 및 유통확대, 발행기관 지원, 전통시장 자생력 확보 등을 제안하였음
- 최근에는 지역경제 활성화 차원에서 광역의 역할과 기초의 역할에 대한 정책적 논의가 진행되면서, 지역사랑상품권의 형태를 ‘광역 지원 모형’과 ‘범용 화폐 모형’을 검토하는 연구가 제안되었음(최준규, 2018)

- (광역 자원 모형) 지역화폐 활성화에 있어 광역의 역할은 31개 시군이 지역화폐를 구축하고 운용할 수 있도록 인프라 제공
- (범용 화폐 모형) 경기도 전체에서 사용가능한 범용 지역화폐를 설계하고 운영

[표 2-11] 경기도 지역상품권 도입 모형(안) 비교

| 구분    | 광역 자원 모형  | 범용 화폐 모형  |
|-------|---|---|
| 광역 역할 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역화폐 발행 플랫폼 구축</li> <li>• 기초단위 지역화폐 발행 및 운영 지원</li> <li>• 지역화폐 활성화를 위한 제도 개선 (재정사업 집행수단으로 활용 등)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역화폐 발행 및 운영</li> <li>• 지역화폐 가맹점 지정 및 확대</li> <li>• 지역화폐 활성화를 위한 제도 개선 (재정사업 집행수단으로 활용 등)</li> </ul> |
| 장점    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 기초단위 지역화폐 활성화</li> <li>• 기초단위 특성을 반영한 지역화폐 운영 기능성 증대</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 도 차원의 정책도구로 통일된 활용 가능</li> <li>• 지역경제 활성화의 정책목표 희석</li> </ul>  |
| 단점    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 간 운용능력의 격차 발생</li> <li>• 31개 시군의 협력에 대한 전제 필요</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 광역단위에서의 행재정적 부담 증가(가맹점 관리 등)</li> <li>• 지역 쏠림현상 발생</li> </ul>  |
| 극복 방안 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 공통의 운영플랫폼을 통한 기초단위 운영의 비효율성 제거</li> <li>• 광역-기초 간 상시적 정책협력기구 운영</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적경제 등 정책목표의 세분화</li> <li>• 블록체인 등 전자화폐 도입을 통한 운용 비용 절감</li> </ul>                                  |

자료 : 최준규(2018) 지역활성화를 위한 지역화폐의 정쟁과 과제, 이슈&진단, 경기연구원

- 위 연구를 기반으로 경기도의 경우 31개 기초자치단체가 지역사랑상품권을 모두 발행하고, 경기도가 지원하는 방식으로 추진되고 있음

# 3 장

## 전라북도 지역사랑상품권 유통실태 및 인식조사

- 
1. 도내 지역사랑상품권 현황
  2. 지역사랑상품권 인식조사결과
  3. 소결



# 제3장 전라북도 지역사랑상품권 유통 실태 및 인식조사

## 1. 도내 지역사랑상품권 현황

- 도내에서는 김제시가 최초로 지역사랑상품권을 발행한 이후 현재까지 6개 지역이 지역사랑상품권을 운영 중이며, 7개 지역은 2019년 하반기 발행을 계획하고 있음
  - 김제시, 완주군, 임실군, 장수군, 군산시는 발행금액을 점차 확대하고 있으며, 남원시는 3월에 발행을 시작함
  - 익산시, 정읍시, 진안군, 무주군, 순창군, 고창군, 부안군에서도 2019년 지역사랑상품권 발행을 예정하거나 검토 중임
- 도내 지역사랑상품권 발행 누계액은 2018년 12월 기준 1,335억원이며, 2019년 발행 예정액은 4,303억원으로 전국에서 가장 많은 수준임

[표 3-1] 전라북도 지역사랑상품권 발행 및 예정현황

(단위 : 억원)

| 구분     | 시·군          | 발행일       | 발행권종     | 기맹점    | 화수율 | '18년<br>발행누계 | '19년  |       | 할인율           |
|--------|--------------|-----------|----------|--------|-----|--------------|-------|-------|---------------|
|        |              |           |          |        |     |              | 발행    | 판매    |               |
| 13개 시군 |              |           |          | 12,997 | -   | 1,335        | 4,303 | 1,074 |               |
| 발행     | 군산시          | 2018. 9.  | 51만원,5천원 | 8,500  | 80% | 910          | 4,000 | 1,050 | 10%           |
|        | 김제시          | 2000. 11. | 5천원, 1만원 | 1,005  | 98% | 180          | 25    | 4     | 5%            |
|        | 완주군          | 2015. 1.  | 5천원, 1만원 | 552    | 90% | 50           | 30    | 11    | 5%<br>(명절10%) |
|        | 임실군          | 2012. 12. | 1만원      | 315    | 95% | 40           | 20    | 4     | 5%            |
|        | 장수군          | 2005. 7.  | 5천원, 1만원 | 1,025  | 93% | 155          | 14    | 3     | 5%            |
|        | 남원시          | 2019. 3.  | 5천원, 1만원 | 1,600  | -   | -            | 15    | 2     | 5%<br>(명절10%) |
| 준비중    | 진안군          | 2019. 7.  | 5천원, 1만원 | -      | -   | -            | 10    | -     | 10%           |
|        | 무주군          | 2019. 10. | 5천원, 1만원 | -      | -   | -            | 10    | -     | 10%           |
|        | 고창군          | 2019. 7.  | 5천원, 1만원 | -      | -   | -            | 59    | -     | 5%            |
|        | 부안군          | 2019. 9.  | 5천원, 1만원 | -      | -   | -            | 10    | -     | 5%            |
|        | 순창군<br>(재발행) | 2019. 8.  | 5천원, 1만원 | -      | -   | -            | 10    | -     | 7%            |
|        | 정읍시          | 2019. 10. | 5천원, 1만원 | -      | -   | -            | 100   | -     | 10%           |
|        | 익산시          | 미정        | 카드형      | -      | -   | -            | -     | -     | -             |

자료 : 전북도청 내부자료(2019년 2월 기준)

## ■ 군산사랑상품권

- 군산사랑상품권은 2018년 9월에 최초 발행하여 지난해 910억원 발행 및 전액 판매, 8,500개소 가맹점을 모집하는 등의 성과를 기록하여 지역상품권 운영의 성공적 사례로 주목을 받고 있음

[표 3-2] 군산사랑상품권 사업예산

(단위 : 억원)

| 구분   | 발행금액  | 사업예산   | 기확보액                    | 추가소요액 | 비고                          |
|------|-------|--------|-------------------------|-------|-----------------------------|
| 2018 | 910   | 111.67 | 111.67<br>(국71, 시40.67) | 0     | - 할인율 91<br>- 발행 및 운영 20.67 |
| 2019 | 3,000 | 375    | 154<br>(국120, 도5, 시29)  | 221   | - 221<br>(10%할인 180, 운영 41) |

자료 : 군산시 내부자료

- 이러한 성과의 배경에는 가맹점(8,500여개)과 구매처(72개)를 다수 확보하여 시민과 상점의 사용 및 환전을 용이하게 하고 있으며, 할인율 10% 적용이라는 혜택으로 지역주민들에게 인지도와 선호도가 높기 때문임
  - 군산지역이 고용·산업위기지역으로 지정되면서 이 지역에서 발행하는 상품권 할인율을 국비로 지원했음
  - 2018년 군산사랑상품권 인식조사 결과 응답자 90%이상이 군산사랑상품권을 인지하고 있으며, 73.2%가 군산사랑상품권이 시민의 가계와 지역경제에 도움이 된다고 응답하였고, 가맹점 전수조사 결과 군산사랑상품권 시행이후 가맹점 66.5%가 매출이 상승했다고 응답하였음(시 내부자료, 2018)

## ■ 김제사랑상품권

- 김제사랑상품권은 도내에서 최초로 발행하였으며, 2001년부터 현재까지 19년 동안 발행·운영되고 있음
- 지역상품권의 구매처의 부족, 주 구매층의 편중현상이 지적되고 있어 향후 판매점과 가맹점의 확대, 지역상품권 활성화에 대한 논의가 활발하게 이루어지고 있는 상황임
  - 김제사랑상품권 판매처는 1개소(농협은행 김제시청출장소)에 불과하며, 상품권 구매의 대부분이 공무원과 유관기관 등(각각 87.2%, 6.0%)에 의존하는 형태임

[표 3-3] 기관별 구입액 및 비중

(단위 : 백만원, %)

| 구분  | 공무원    | 유관기관 및 단체 | 학교   | 기타   |
|-----|--------|-----------|------|------|
| 구입액 | 15,799 | 1,083     | 445  | 793  |
| 비중  | 87.2%  | 6.0%      | 2.5% | 4.3% |

자료: 김제시청 내부자료(2018년 기준)

## ■ 완주 으뜸상품권

- 완주 으뜸상품권은 2015년 5월부터 유통되었으며, 발행 누적액은 2018년말 기준 50억 500만원으로 2019년에는 30억원을 발행할 계획임
- 상품권 할인율은 평상시 5%, 명절 특별할인은 10% 할인율을 적용하고 있으며, 판매와 환전은 농협은행 군금고와 13개 읍면 단위농협에서도 취급하고 있음
- 대부분의 지역에서 상품권의 구매시 현금결제만 가능하지만 완주군의 경우 상품권 구매 활성화를 위해 카드구매가 가능함
- 완주 으뜸상품권 업종별 가맹점 현황을 살펴보면 음식점이 가장 많고 식음료, 슈퍼 등의 순으로 나타나고는 있지만 병원, 미용실, 세탁소, 학원 등 생활밀착형 상점들이 가맹 등록을 하고 있어 소비자 이용편의성이 높음을 알 수 있음

[표 3-4] 완주군 으뜸상품권 업종별 가맹점 현황

| 구분          | 가맹점(개소) | 구분  | 가맹점(개소) |
|-------------|---------|-----|---------|
| 음식(제과포함)    | 500     | 의류  | 26      |
| 상회(슈퍼)      | 114     | 농약사 | 14      |
| 식품 및 음료     | 144     | 회원  | 10      |
| 주유소(충전 등)   | 56      | 학원  | 8       |
| 의료업(병원, 약국) | 49      | 문구  | 7       |
| 미용          | 34      | 잡화  | 52      |
| 자동차(카센터 등)  | 24      | 기타  | 185     |
| 계           |         |     | 1,240   |

자료 : 완주군 내부자료(2019.2월 기준)

## ■ 장수사랑상품권

- 장수사랑상품권은 2005년 7월부터 발행되고 있으며, 타 지역과 달리 규정으로 운영되고 상품권 구매에 대한 할인율을 적용하고 있지 않음
- 판매와 환전은 농협 군 지부 1곳 이루어지고 있고, 판매 및 환전수수료도 없음

- 상점가와 전통시장 인근 새마을금고에서 환전기능을 수행하고 농협에서 다시 새마을금고에서 환전을 하는 경우도 발생하고 있는데 이는 지역단위 공동체의 특성으로 보임
- 장수사랑상품권 구매현황을 살펴보면 군청 공무원의 구매비중이 매우 높은 것을 알 수 있음. 실제로 공무원이 매월 평균 5만원 정도를 상품권을 구매하고 있는 것으로 나타남

[표 3-5] 구매처별 구매금액 및 비중

(단위: 백만원, %)

| 구분 | 계         | 군청      | 기관단체   | 일반인 등 기타 |
|----|-----------|---------|--------|----------|
| 금액 | 1,019,600 | 960,013 | 45,965 | 13,622   |
| 비중 | 100.0     | 94.2    | 4.5    | 1.3      |

자료: 장수군 내부자료(2018년 기준)

- 상품권 활성화를 위해 탄소포인트, 관내 각종 시상식 상금 등을 장수사랑상품권으로 지급하고 있으며, 장수 ‘한우랑 사과랑 축제’ 체험비용 20,000원에 대해서 1만원권 장수사랑상품권 지급함

## ■ 임실사랑상품권

- 임실사랑상품권은 2012년 발행하여 운영하고 있으며 발행권종은 1만원권 1종임
- 판매처는 농협은행 임실군지부 및 지역농협이며, 기존 3%할인율을 적용하다가 2017년 5%로 상향조정하였음
- 임실사랑상품권 가맹점현황을 살펴보면 소매업, 음식점업이 주를 이루고 있음을 확인

[표 3-6] 임실사랑상품권 업종별 가맹점 현황

| 구분       | 계   | 소매업 | 음식업 | 주유소 | 서비스업 | 기타 |
|----------|-----|-----|-----|-----|------|----|
| 가맹점 (개소) | 284 | 117 | 120 | 20  | 15   | 12 |

자료: 임실군 내부자료(2017년 12월 기준)

- 민선 7기 공약인 ‘취약계층 임실사랑상품권 지원사업’과 연계하여 임실 관내 경제적 취약계층인 차상위수급자 중 65세 이상 어르신, 중증장애인, 다문화가정 등을 대상으로 임실사랑상품권을 지원할 예정임

## 2. 지역상품권 인식조사결과

### 1) 조사개요

- 전라북도 도내 소상공인업체와 도민들이 지역사랑상품권의 발행과 활성화 방안에 대하여 어떻게 인식하고 있는지 알아보기 위해 설문조사를 실시하였음
  - 설문조사는 대상은 전라북도 전통시장 및 상점가 900업체, 도내 거주 소비자 600명이며,
  - 설문을 위한 표본추출 및 설문조사 수행은 전라북도 유통산업 실태조사를 통해 이루어짐
- 지역사랑상품권을 직접 이용하는 당사자인 상점과 소비자 간에 인식의 차이가 있을 것으로 판단하고 설문조사 내용은 상가점포용과 소비자용으로 구분하여 작성되었으며 주요 내용은 다음과 같음

[표 3-7] 설문조사 내용

| 구분   | 설문내용   |
|------|--|
| 상가점포 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 발행 목적 및 역할</li> <li>- 활성화 요건</li> <li>- 발행사용범위</li> </ul>   |
| 소비자  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품권 사용 경험</li> <li>- 상품권 사용 계기</li> <li>- 발행 목적 및 역할</li> <li>- 활성화 요건</li> <li>- 발행사용범위</li> </ul> |

## 2) 설문결과

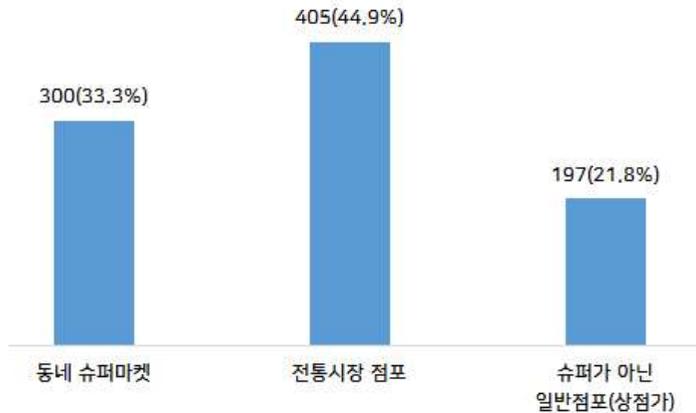
### (1) 응답자 특성

#### ■ 상가점포

- (점포형태) 점포형태 에서는 전통시장 점포가 405개소(44.9%)로 가장 많은 것으로 나타났으며, 동네 슈퍼마켓은 300개소(33.3%), 슈퍼가 아닌 일반점포(상점가) 197개소(21.8%)로 나타남

[표 3-8] 점포형태

| 점포형태             | 빈도  | 비중(%) |
|------------------|-----|-------|
| 계                | 902 | 100.0 |
| 동네 슈퍼마켓          | 300 | 33.3  |
| 전통시장 점포          | 405 | 44.9  |
| 슈퍼가 아닌 일반점포(상점가) | 197 | 21.8  |



[그림 3-1] 점포형태 분포

- (업종) 동네 슈퍼마켓을 제외한 전통시장 점포 및 일반점포(상점가)의 업종을 살펴보면 의류점, 신발점이 122개소(20.3%)로 가장 많은 것으로 나타났으며 육류, 생선 등 식품점이 120개소(19.9%), 기타(미용실, 세탁소, 지물포 등) 88개소(14.6%) 순으로 나타남

[표 3-9] 상기업종

| 업종                  | 빈도  | 비중(%) |
|---------------------|-----|-------|
| 계                   | 602 | 100.0 |
| 의류점, 신발점            | 122 | 20.3  |
| 채소, 과일 등 식품점        | 71  | 11.8  |
| 육류, 생선 등 식품점        | 120 | 19.9  |
| 요식업, 음식점            | 73  | 12.1  |
| 제과, 제빵점             | 2   | 0.3   |
| 피자, 치킨점             | 10  | 1.7   |
| 반찬점                 | 21  | 3.5   |
| 떡집, 방앗간             | 30  | 5.0   |
| 공산품점                | 48  | 8.0   |
| 전자, 가전점             | 6   | 1.0   |
| 화장품점                | 11  | 1.8   |
| 기타(미용실, 세탁소, 지물포 등) | 88  | 14.6  |



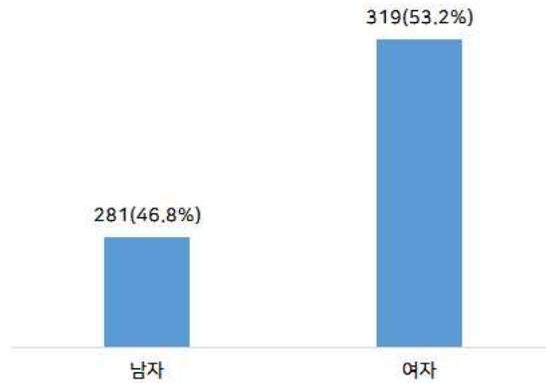
[그림 3-2] 상기업종 분포

## ■ 소비자

- (성별) 소비자의 성별을 살펴보면 여자 319명(53.2%)으로, 남자 281명(46.8%) 보다 많은 것으로 나타남

[표 3-10] 소비자 성별

| 성별 | 빈도  | 비중(%) |
|----|-----|-------|
| 계  | 600 | 100.0 |
| 남자 | 281 | 46.8  |
| 여자 | 319 | 53.2  |

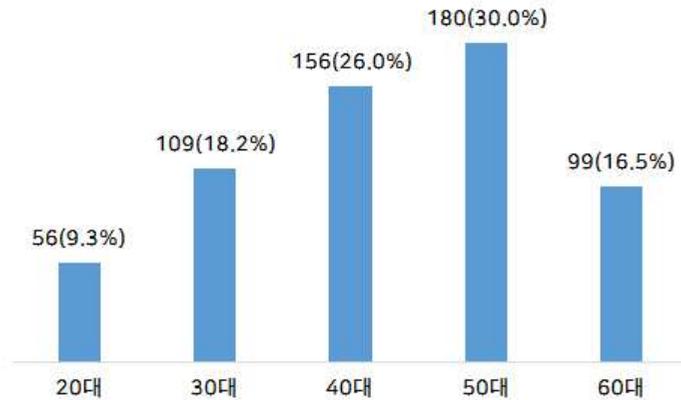


[그림 3-3] 소비자 성별 분포

- (연령대) 소비자의 연령은 50대에서 180명(30.0%)으로 가장 많은 것으로 나타났다으며, 40대 156명(26.0%), 30대 109명(18.2%) 순으로 나타남

[표 3-11] 소비자 연령대

| 연령대 | 빈도  | 비중(%) |
|-----|-----|-------|
| 계   | 600 | 100.0 |
| 20대 | 56  | 9.3   |
| 30대 | 109 | 18.2  |
| 40대 | 156 | 26.0  |
| 50대 | 180 | 30.0  |
| 60대 | 99  | 16.5  |

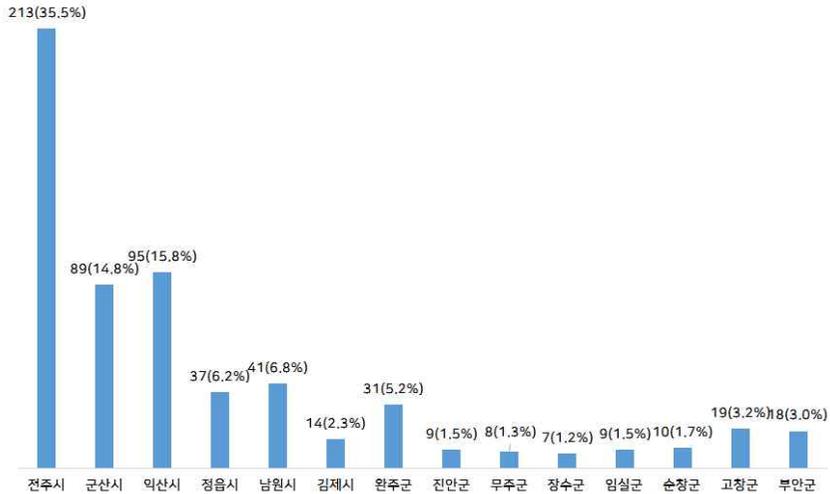


[그림 3-4] 소비자 연령대 분포

- (거주지역) 소비자들의 거주지역을 살펴보면 전주시가 213명(35.5%)으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 익산시 95명(15.8%), 군산시 89명(14.8%) 순으로 나타남

[표 3-12] 소비자 거주지

| 거주지 | 빈도  | 비중(%) |
|-----|-----|-------|
| 계   | 600 | 100.0 |
| 전주시 | 213 | 35.5  |
| 군산시 | 89  | 14.8  |
| 익산시 | 95  | 15.8  |
| 정읍시 | 37  | 6.2   |
| 남원시 | 41  | 6.8   |
| 김제시 | 14  | 2.3   |
| 완주군 | 31  | 5.2   |
| 진안군 | 9   | 1.5   |
| 무주군 | 8   | 1.3   |
| 장수군 | 7   | 1.2   |
| 임실군 | 9   | 1.5   |
| 순창군 | 10  | 1.7   |
| 고창군 | 19  | 3.2   |
| 부안군 | 18  | 3.0   |

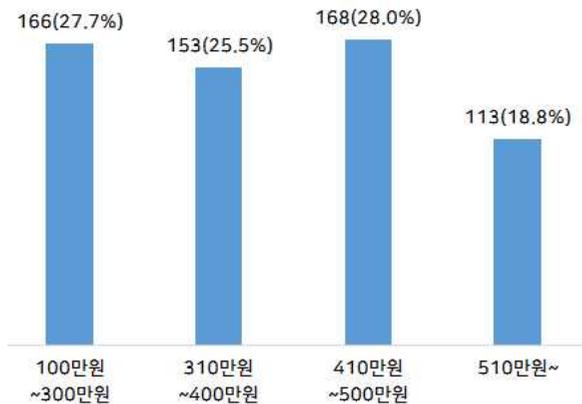


[그림 3-5] 소비자 거주지 분포

- (소득) 소비자의 소득 수준은 410만원~500만원이 168명(28.0%)이 가장 높은 것으로 나타났으며, 100만원~300만원 166명(27.7%), 310만원~400만원 153명(25.5%) 순으로 나타남

[표 3-13] 소비자 소득수준

| 소득수준          | 빈도  | 비중(%) |
|---------------|-----|-------|
| 계             | 600 | 100.0 |
| 100만원 ~ 300만원 | 166 | 27.7  |
| 310만원 ~ 400만원 | 153 | 25.5  |
| 410만원 ~ 500만원 | 168 | 28.0  |
| 510만원 이상      | 113 | 18.8  |



[그림 3-6] 소비자 소득수준 분포

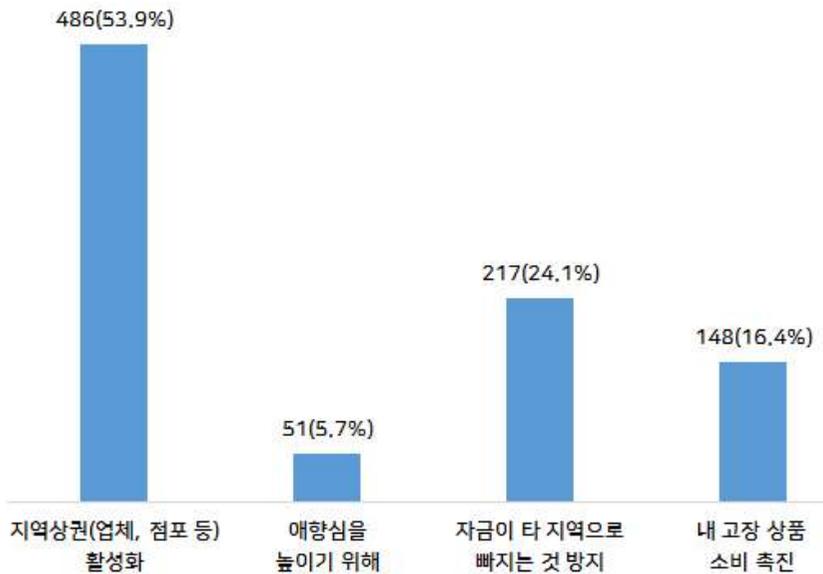
## (2) 지역사랑상품권에 대한 상가점포 인식

### ■ 지역사랑상품권 발행 목적 인식

- 지역사랑상품권의 발행목적에 살펴보면 “지역상권(업체, 점포 등) 활성화를 위해”가 53.9%로 가장 높게 나타났으며, “자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지”가 24.1%, “내고장 상품소비 촉진” 16.4% 순으로 나타남

[표 3-14] 발행목적(상가점포)

| 구분                  | 빈도  | 비중(%) |
|---------------------|-----|-------|
| 계                   | 902 | 100.0 |
| 지역상권(업체, 점포 등) 활성화  | 486 | 53.9  |
| 애항심을 높이기 위해         | 51  | 5.7   |
| 자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지 | 217 | 24.1  |
| 내고장 상품 소비 촉진        | 148 | 16.4  |



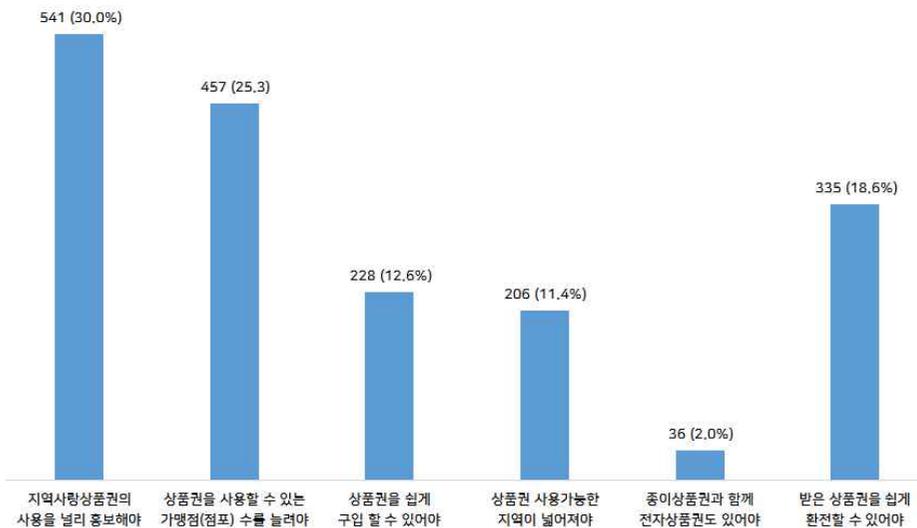
[그림 3-7] 발행목적(상가점포) 분포

## ■ 활성화 요건

- 지역사랑상품권의 활성화 요건을 살펴보면 “지역사랑상품권의 사용을 널리 홍보해야 한다”가 30.0%로 응답이 가장 많았으며, “상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야 한다”가 25.3%, “받은 상품권을 쉽게 환전할 수 있어야 한다”가 18.6% 순으로 나타남

[표 3-15] 활성화 요건(상가점포)

| 구분                           | 빈도    | 비중(%) |
|------------------------------|-------|-------|
| 계                            | 1,803 | 100.0 |
| 지역사랑상품권의 사용을 널리 홍보해야         | 541   | 30.0  |
| 상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야 | 457   | 25.3  |
| 상품권을 쉽게 구입할 수 있어야            | 228   | 12.6  |
| 상품권 사용가능한 지역이 넓어져야           | 206   | 11.4  |
| 종이상품권과 함께 전자상품권도 있어야         | 36    | 2.0   |
| 받은 상품권을 쉽게 환전할 수 있어야         | 335   | 18.6  |



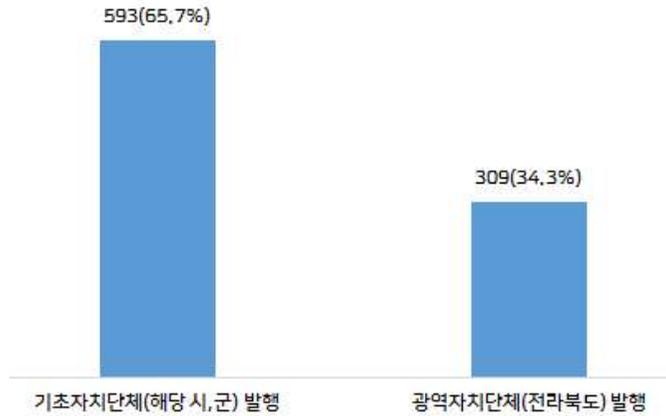
[그림 3-8] 활성화 요건(상가점포) 분포

## ■ 발행주체 및 사용범위에 대한 인식

- 지역사랑상품권의 발행 및 사용범위를 살펴보면 “기초자치단체(해당 시,군) 발행”은 65.7%, “광역자치단체(전라북도) 발행”은 34.3%로 나타남

[표 3-16] 상품권의 발행 및 사용범위(상가점포)

| 구분                | 빈도  | 비중(%) |
|-------------------|-----|-------|
| 계                 | 902 | 100.0 |
| 기초자치단체(해당 시,군) 발행 | 593 | 65.7  |
| 광역자치단체(전라북도) 발행   | 309 | 34.3  |



[그림 3-9] 상품권의 발행 및 사용범위(상가점포) 분포

### (3) 지역사랑상품권에 대한 소비자 인식

#### ■ 상품권 사용경험

- 지역사랑상품권을 사용해 본 경험이 없는 소비자는 398명(66.3%)로 사용 경험이 있는 소비자 202명(33.7%) 보다 높은 것으로 나타남

[표 3-17] 상품권 사용경험여부(소비자)

| 상품권 사용경험여부 | 빈도  | 비중(%) |
|------------|-----|-------|
| 계          | 600 | 100.0 |
| 있다         | 202 | 33.7  |
| 없다         | 398 | 66.3  |



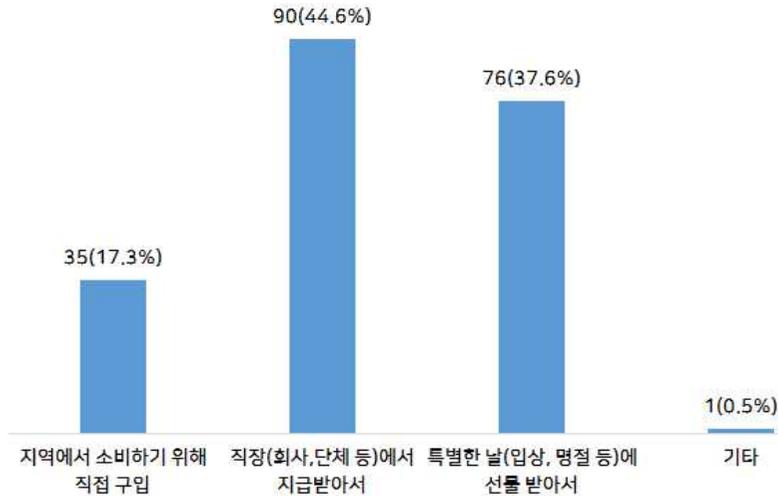
[그림 3-10] 상품권 사용여부(소비자) 분포

#### ■ 지역상품권 사용계기

- 지역사랑상품권을 사용해 본 경험이 있는 소비자 중 사용계기를 살펴보면 직장(회사, 단체 등)에서 지금 받은 경우가 90명(44.6%)로 가장 높게 나타났으며, 특별한 날(입상, 명절 등)에 선물 받은 경우가 76명(37.6%), 지역에서 소비하기 위해 직접구입 한 경우 35명(17.3%) 순으로 나타남

[표 3-18] 상품권 사용계기(소비자)

| 상품권 사용계기               | 빈도  | 비중(%) |
|------------------------|-----|-------|
| 계                      | 600 | 100.0 |
| 지역에서 소비하기 위해 직접구입      | 35  | 17.3  |
| 직장(회사, 단체 등)에서 지급받아서   | 90  | 44.6  |
| 특별한 날(입상, 명절 등)에 선물받아서 | 76  | 37.6  |
| 기타                     | 1   | 0.5   |



[그림 3-11] 상품권 사용계기(소비자) 분포

## ■ 상품권 발행목적

- 소비자의 상품권 발행목적을 살펴보면 “지역상권(업체, 점포 등) 활성화”가 328명(54.7%)로 가장 높게 나타났으며, “내고장 상품 소비 촉진” 115명(19.2%), “자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지” 105명(17.5%) 순으로 나타남

[표 3-19] 상품권 발행목적(소비자)

| 상품권 발행목적            | 빈도  | 비중(%) |
|---------------------|-----|-------|
| 계                   | 600 | 100.0 |
| 지역상권(업체, 점포 등) 활성화  | 328 | 54.7  |
| 애항심을 높이기 위해         | 52  | 8.7   |
| 자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지 | 105 | 17.5  |
| 내 고장 상품 소비 촉진       | 115 | 19.2  |



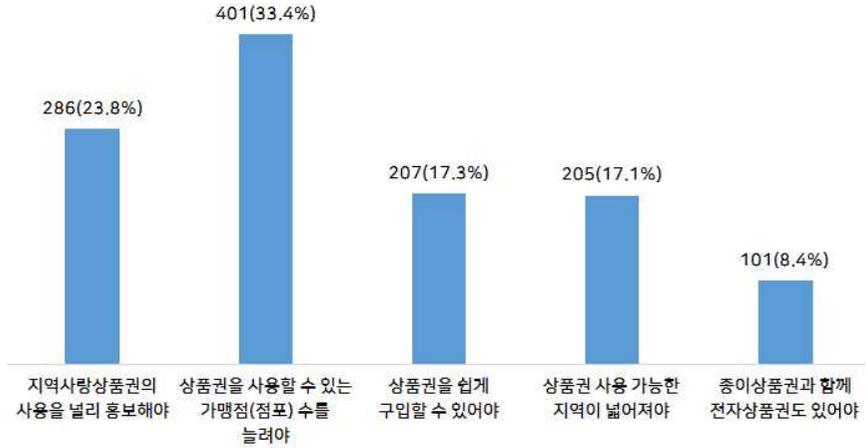
[그림 3-12] 상품권 발행목적(소비자) 분포

## ■ 상품권 활성화 요건

- 소비자가 생각하는 지역사랑상품권의 활성화 요건을 살펴보면 “상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야 한다”가 33.4%로 가장 높은 것으로 나타났으며, “지역사랑상품권의 사용을 널리 홍보해야 한다” 23.8%, “상품권을 쉽게 구입할 수 있어야 한다” 17.3% 순으로 나타남

[표 3-20] 상품권 활성화요건(소비자)

| 상품권 활성화요건                   | 빈도  | 비중(%) |
|-----------------------------|-----|-------|
| 계                           | 600 | 100.0 |
| 지역사랑상품권의 사용을 널리 홍보해야        | 286 | 23.8  |
| 상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포)수를 늘려야 | 401 | 33.4  |
| 상품권을 쉽게 구입할 수 있어야           | 207 | 17.3  |
| 상품권 사용 가능한 지역이 넓어져야         | 205 | 17.1  |
| 종이상품권과 함께 전자상품권도 있어야        | 101 | 8.4   |



[그림 3-13] 상품권 활성화 요건(소비자) 분포

### ■ 상품권 발행 및 사용 범위

- 소비자의 상품권 발행 및 사용범위를 살펴보면 광역자치단체(전라북도) 발행이 316명(52.7%)으로 기초자치단체(해당 시,군) 발행 284명(47.3%)보다 높은 것으로 나타남

[표 3-21] 상품권 발행 및 사용범위(소비자)

| 상품권 발행 및 사용범위    | 빈도  | 비중(%) |
|------------------|-----|-------|
| 계                | 600 | 100.0 |
| 기초자치단체 (해당시,군)발행 | 284 | 47.3  |
| 광역자치단체 (전라북도)발행  | 316 | 52.7  |



[그림 3-14] 상품권 발행 및 사용범위(소비자)

### 3. 소결

#### 1) 요약

- 본 장에서는 지역사랑상품권 광역 도입이 가능할 것인지에 대한 검토를 위하여 도내 지역사랑상품권 도입현황과 지역상품권에 대한 도민 인식을 조사하였음
- 정부(행정안전부) 지역경제활성화 차원에서 지역사랑상품권 도입을 적극적으로 지자체에 권장하면서, 도내에서도 13개 지역이 지역사랑상품권을 이미 운영하고 있거나 발행을 검토하는 등 지역사랑상품권에 대한 관심이 증폭되고 있음
- 도민 인식조사 결과 지역사랑상품권은 상점과 소비자 모두 지역상권 활성화 목적으로 발행하는 것으로 인식하고 있는 것으로 나타남
  - 상점의 경우 “지역상권(업체, 점포 등) 활성화를 위해”가 53.9%, “자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지”가 24.1%로 나타났으며, 소비자의 경우 “지역상권(업체, 점포 등) 활성화”가 54.7% “내고장 상품 소비 촉진” 19.2%로 나타남
- 지역사랑상품권 활성화를 위해서는 상점과 소비자 모두 홍보와 이용편의성을 주요 요건으로 응답하였음
  - 상점의 경우 “지역사랑상품권의 홍보”, “가맹점 확대” 순으로 나타난 반면 소비자는 “가맹점 확대”, “지역사랑상품권 홍보” 순으로 응답하였음
- 지역사랑상품권의 발행 범위는 상점과 소비자 간 서로 다른 의견을 보이고 있는데, 상점은 기초자체단체 발행이 타당하다고 응답한 비율이 66.3%로 높은 반면 소비자는 광역자치단체가 발행하는 것이 타당하다고 응답한 비율이 52.7%로 더 높았음

## 2) 시사점

- 위의 설문조사 결과를 요약해 보면 지역사랑상품권 운영에 대한 몇 가지 시사점을 도출할 수 있음
- **첫째**, 지속적인 홍보와 교육을 통해 지역상품권 사용의 필요성을 인식시킬 필요가 있음
  - 설문조사 응답결과를 분석해 본 결과 전라북도 도민들은 지역사랑상품권 도입목적 이 지역상권(업체, 점포 등) 활성화를 위해서임을 인지하고 있는 비율이 높고, 지역 사랑상품권을 이용해본 경험이 있는 소비자들은 직장에서 지급받거나 선물을 받은 경우가 대부분을 차지하고 있어 지역 내 소비를 촉진하기 위하여 직접 구입 장려책을 마련해야 함
- **둘째**, 지역사랑상품권 활성화를 위해 상품권을 실질적으로 활용하는 당사자(가맹점, 소비자)의 이용편의성을 제고해야 할 것임
  - 지역사랑상품권의 구매나 환전이 쉽도록 판매처와 환전소 확대, 지역사랑상품권으로 제품이나 서비스를 구매가 편하도록 다양한 분야의 가맹점 발굴·등록, 환전절차 및 기간의 간소화 등이 필요함
- **셋째**, 지역사랑상품권의 광역도입여부에 대해서는 각각의 장단점을 비교하고 면밀한 검토가 필요함
  - 지역사랑상품권의 도입취지와 관리·운영의 비용 및 효율성, 지역경제주체 간 이해관계 등이 충분히 고려되어야 함



# 4

장

## 지역상품권 도입 및 활성화 사례

Jeonbuk Institute

- 
1. 국외 사례
  2. 국내 사례
  3. 소결



## 제4장 지역상품권 도입 및 활성화 사례

### 1. 국외 사례

#### 1) 프랑스 낭트 화폐 : 소낭트(Sonantes)

- 프랑스에서 유통되고 있는 지역통화는 20여개로 유럽경제가 장기 침체국면의 상황에서 실업률이 증가하고 저렴한 수입품이 내수 시장을 점령하면서 생산 농가의 경제적 어려움이 가중되면서 지역경제를 활성화하기 위한 도구로 주목받고 있음
- 프랑스 남서쪽 대서양 연안에 위치한 낭트시는 프랑스에서 6번째로 큰 도시로 페이 드 라루아르(Pays d la Loire)주의 수도이며, 거주인구는 30만 명임
- (도입배경)낭트화폐는 프랑스 낭트시(Nante City)와 인근 지역을 대상으로 하는 통화로 2008년부터 모델구축 작업을 시작했으며, 2012년 금융 전문가, 시민사회 대표, 사업가, 학생, 공무원 등 각계 각층 대표들이 참여한 민관 거버넌스 조직(TFT)을 중심으로 ‘낭트 프로젝트’를 통해 정식 출범하였음
- (목적) 낭트화폐는 유로화의 보완통화로서 전세계적 차원에서 일어나고 있는 통화 변동성의 위험을 줄이기 위한 대안이라는 목적 외에 지역 내 소비 촉진을 통해 지역 중소기업 및 소상공인을 살리는 것이 본래 지향하는 바임
- 소낭트는 이전의 지역화폐들이 지류 형태를 가지고 있던 것과는 달리 전자결제 방식으로만 유통되는 디지털 통화임. 실제 돈을 사용하지 않은 채 서비스와 재화를 거래할 수 있는 상호신용 화폐임(서울품앗이 지원사업 성과연구, 2017)
  - 온라인 결제 : 통화 교환 및 회원 간 계좌 이체
  - 모바일 banking : 문자메시지를 활용한 결제 방식
  - 스마트카드 결제 : 포스(POS) 단말기를 통한 지급결제 방식
  - 계좌이체, 신용카드, 모바일 등을 통해 디지털 방식을 채택하고 있음

- 협력 금융기관(시립 낭트은행)에서 연결계좌를 만들어 가맹점에서 사용할 수 있으며, 법정화폐를 기준으로 지역화폐로 교환하는 형태이므로 유로와 소낭트가 동일한 가치를 가짐
  - 단 유로를 직접 지역화폐로 교환하는 방식이 아닌 제공된 신용한도 내에서 사용자 간 자유로운 거래방식임
- 지역 내 기업에서 지불 및 저축의 용도로 사용 가능하며, B2C(Buiness to Consumer) 모델뿐만 아니라 B2B(Business to Business) 관계에서도 적극적으로 활용될 수 있도록 기획
- 소낭트는 환경 관련 기업과 각종 사회서비스를 제공하는 기관 등 공공 이익을 창출하는 주체들이 참여하고 있으며 대기업은 참여할 수 없음

## 2) 영국 브리스톨 파운드(Bristol Pound)<sup>2)</sup>

- 브리스톨파운드(파운드B)는 영국 브리스톨시(Bristol City)에서 유통되는 지역통화로 시민사회가 중심이 되어 2012년부터 본격적으로 유통되기 시작함
- 브리스톨시는 영국 남서부의 항구도시로 도심인구 43만 명이며 인근 지역까지 포함하면 100만명이 거주하고 있음
- 브리스톨파운드는 법정화폐와 동일한 가치를 가지며, 신뢰도와 안정성을 높이기 위하여 발행액만큼 담보(법정통화)를 금융기관에 예치해두고 있음
  - 온라인 은행계좌를 개설하거나 시내의 access point를 방문하여 영국 파운드를 같은 금액의 브리스톨 파운드로 환전 가능(£→£B)
  - 소비자는 브리스톨 파운드를 영국 파운드로 환전 불가(£B↯£), 가맹점은 사용처가 제한적이므로 영국 파운드로 환전 가능(£B→£)
- 결제수단은 총 3가지 방식으로 실물화폐 4종류, 온라인 결제 및 모바일 결제 방식을 병행하여 적용하고 있으며, 전자결제를 통해 거래되는 비중이 종이화폐보다 더 많음

---

2) 행정자치부 2016. 12. 10 보도자료, 제1회 지역금융포럼 간담회

○ 브리스톨파운드 사업 추진을 위한 민관거버넌스가 잘 이루어지고 있음

- 사무국은 종이화폐 발행 및 관리, 지급결제 시스템관리, 가맹점 및 환전소 개설관리, 홍보 및 마케팅 등의 업무를 담당하고 있음. 브리스톨 신탁은 거래계좌 개설 및 운영, 지급결제서비스 등을 담당하고, 브리스톨시는 지역화폐가 잘 운영되도록 지원하고 있음



[그림 4-1] 프리스틀파운드 결제시스템 개요

자료 : 새사연(2014), p. 5

○ 특히 브리스톨파운드 이용활성화를 위해 브리스톨시는 직원 월급 일부를 브리스톨 파운드로 지급(브리스톨 시장의 급여 전액을 브리스톨 파운드로 지급), 지방세납부, 에너지요금 납부 등 각종 정책과 연계하고 있음

- (지방세 납부) 온라인으로 본인 계좌에 접속하여 지불금액과 고유번호(BCC Council Tax Acct No.)를 입력하여 납부, 매달 자동납부 가능
- (에너지요금 납부) 'Bristol Energy\*', 'Good Energy\*\*' 2개사 납부 가능
  - 브리스톨 지역 기업 \*\* 신재생에너지 기업, 최초 전환 시 25£를 지급

## 2. 국내 사례

### 1) 강원상품권

- 강원상품권(Gang Won)은 지역경제 침체의 주원인인 지역자금 외부 유출(매년 약 4조원) 방지 및 막고 지역경제를 활성화를 목표로 「강원상품권 발행 및 운용조례」를 제정하고, 강원상품권 유통사업 추진계획을 수립

[표 4-1] 주요사업 연차별 추진계획

| 공약명          | 주요사업       | 2014            | 2015           | 2016           | 2017          | 2018       |
|--------------|------------|-----------------|----------------|----------------|---------------|------------|
| 지역화폐 유통사업 도입 | 추진기반 조성    | 연구용역 추진 추진방침 결정 |                |                |               |            |
|              | 전자결제시스템 구축 |                 | 금융기관 용역        |                |               |            |
|              | 지역화폐운영     |                 | 화폐도안 결정 및 화폐발행 | 1~2개소(시범) 카드발급 | 시범지역 및 가맹점 확대 | 희망지역 화폐 운영 |
|              | 가맹점 확보     |                 | 공청회 개최         | 가맹점 발굴         | 가맹점 확대        | 가맹점 확대     |

자료 : '도지사 공약사항 세부실천계획' 강원도 홈페이지, 최준규 외(2016) 재인용

- 강원상품권은 민선 6기 공약으로서 도지사가 발행하는 상품권으로 유통지역을 강원도 일원으로 정하고 있으며, 판매 대행기관인 농협이 전산관리 시스템의 구축, 상품권 판매, 환전 및 관리를 담당
- 2017년 1월 1일부터 상품권의 판매와 유통을 시행하였으며, 5천원권, 1만원권, 5만원권의 3종류가 있음



[그림 4-2] 강원상품권 종류

자료 : 강원상품권 홈페이지(<http://gwgc.gwd.go.kr/>)

- 강원상품권의 2017년말 기준 발행액은 550억원, 유통액은 481억 원, 가맹점 수는 16,405개소로 향후 가맹점을 확대할 계획이며, 모바일 및 전자상품권 도입을 검토 중임
- 강원사랑상품권은 우리나라 최초의 태환통화, 광범위한 유통범위, 지방정부의 공식 지원으로 추진되었다는 점에서 주목을 받고 있음

[표 4-2] 재원투자 실적 및 계획

(단위 : 백만원)

| 구 분 | 총사업비  | 연도별 투자실적 및 계획 |      |      |      |       |       |       |
|-----|-------|---------------|------|------|------|-------|-------|-------|
|     |       | 기투자           | 2014 | 2015 | 2016 | 2017  | 2018  | 임기 이후 |
| 계   | 5,082 | 0             | 80   | 0    | 535  | 1,895 | 2,268 | 304   |
| 국 비 | 0     |               |      |      |      |       |       |       |
| 도 비 | 4,682 |               | 80   |      | 135  | 1,895 | 2,268 | 304   |
| 시군비 | 0     |               |      |      |      |       |       |       |
| 기타  | 400   |               |      |      | 400  |       |       |       |

자료 : '민선6기 도지사 공약사업 이행상황 자료(2017년 4분기)', 강원도 홈페이지

## 2) 경기지역화폐

- ‘경기지역화폐’ 는 31개 시군에서 발행하고 해당 지역 내에서 사용하는 대안 화폐로 민선 7기 경기도정의 주요 공약사업임
- 경기도는 소상공인의 경영난 해소와 지역경제 활성화를 위해 광역자치단체 중 최초로 시·군 단위로 발행하는 ‘지역화폐’의 발행을 지원하고 있음



[그림 4-3] 광역과 기초지자체의 역할

자료 : 지역사랑상품권 설명회 발표자료(2019)

[표 4-3] 경기지역화폐 추진개요

| 구분   | 내용                                       |
|------|--|
| 추진목표 | 경기도 31개 전 시·군에서 지역화폐 발행                  |
| 발행주체 | 시장·군수(도 지원)                              |
| 발행범위 | 일반발행+정책발행(청년배당, 산후조리비)                   |
| 추진방향 | 지류, 카드, 모바일 병행 추진(시·군이 자율 선택)            |
| 발행규모 | 1조 5,905억원(4년, 일반발행액 7,053억+정책발행 8,852억) |

- 경기도는 시·군의 통일적 진행을 위해 「경기도 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 관한 조례」를 제정하고 시군 지원 예산확보, 도-시군 협약체결 등을 추진하고 있음

**〈경기도 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 관한 조례안〉**

(목적) 경기도 지역화폐의 유통기반 조성과 이용 활성화를 지원함으로써 전통시장 및 골목상권의 활성화, 소상공인의 소득향상을 도모하여 지역경제 발전과 경기도민의 복리증진에 기여

(주요내용)

- 지역화폐의 정의
- 지역화폐의 보급 및 이용활성화, 지역화폐의 건전한 유통질서 확립 등에 대한 도지사의 책무
- 지역화폐의 발행 및 이용 활성화를 위한 기본계획 수립
- 사업 및 지원, 이용 활성화 조치, 시군 지원, 지원 조건 및 평가
- 지역화폐센터의 설치 근거 마련 및 개인·단체 포상

### 3) 포항사랑상품권

- 포항사랑상품권은 지역자금의 역외유출 방지와 상권 활성화를 위해 「포항사랑상품권 관리 및 운영조례」를 제정(2016.12.29)하고 2017년 1월 최초발행으로 발행년수는 오래되지 않았지만 지역사랑상품권 우수사례로 꼽힘
- 발행권종은 2종(5천원권, 1만원권)으로 6% 할인율로 연간 400만원 범위에서 월 50만원 범위 내 구매할 수 있음. 법인은 할인율을 적용받지 않지만, 구매 한도에 제한이 없음
- 포항시내 53개 금융기관 159개 점포에서 구매할 수 있으며, 사업자로 등록된 포항시내 대부분의 업소(백화점, 대형유통점, 기업형슈퍼, 유흥업소 제외)에서 사용 가능함
- 포항사랑 상품권 유통현황을 살펴보면 지난 2년간 총 2,300억원을 발행·판매하였으며, 환전액은 98.4%에 달하고 있음. 포항시민 389,482명중 27%인 107,501명이 상품권을 구매한 것으로 나타났으며, 2018년 법인구매액은 전년보다 2배 증가한 52억을 기록하였음

**[표 4-4] 포항사랑상품권 유통현황**

| 구분    | 2017년          | 2018년    |
|-------|----------------|----------|
| 발행액   | 1,300억원        | 1,000억원  |
| 판매액   | 1,300억원        | 1,000억원  |
| 환전액   | 2,263억원(98.4%) |          |
| 구매자 수 | 101,322명       | 107,501명 |
| 법인구매액 | 26억            | 52억      |

자료 : 행안부(2019), 지역사랑상품권 설명회 자료

- 포항시는 포항사랑상품권의 운영성과로 9,000억원의 지역경제 파급효과가 있다고 평가하고 있으며, 성공요인은 이용의 편리성(구매, 소비)과 이용자(소비자,가맹점) 인센티브로 요약할 수 있음
  - 상품권 구매와 소비의 접근성을 높이기 위해 포항시내 53개 금융기관 159개 점포에서 구매가 가능하며, 포항소재 사업체의 76%인 13,706개가 가맹점으로 등록하였음
  - 소비자는 온누리상품권보다 더 좋은 조건으로 구매가 가능하며(할인율 6%), 가맹점은 소비자들이 상품권으로 제품과 서비스를 구매함에 따라 카드수수료를 절감하고 그 만큼 매출이 향상되었음

#### 4) 성남사랑상품권

- 성남사랑상품권은 2006년 12월에 발행되었으며, 초기에는 상품권 구매 촉진을 위한 공용쿠폰을 발행했으나 2011년 폐지하였으며, 2008년 전용전산망 구축, 2009년 기금 100억원을 조성하여 현재까지 진행되고 있음
- 성남사랑 상품권은 5,000원권과 10,000원권 2종류가 있음



[그림 4-4] 성남사랑 상품권

자료 : 성남뉴스자료 사진

- 성남사랑 상품권은 농협중앙회 성남시지부 27개지점(시·구 농협출장소 및 일반농협)에서 판매하며, 현금 및 신용카드로 결제하여 구매할 수 있음
  - 성남사랑상품권의 할인율은 6%(설·추석도 동일)이며, 개인 구매 한도는 하루 10만원(월 50만 원), 단체 구매 한도는 한 달에 100만 원까지임

- 가맹점은 2015년 5천277곳에서 2017년 현재 7,679곳으로 증가하였음
  - 성남사랑상품권 발행액은 2006년 20억원에서 2017년 285억으로 크게 증가하였음

**[표 4-5] 성남사랑상품권 발행액 현황**

(단위: 억원)

| 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 20   | -    | 80   | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 133  | 249  | 285  |

자료: 강남훈(2015), 이병기(2017), 언론기사 등 자료를 토대로 작성

- 성남사랑상품권은 성남시가 운영하고 있는 복지정책(청년배당, 산후조리지원)과 연계하면서 유통량이 증가하였음
  - 시책과 상품권 연계는 유통된 상품권의 회수율을 높이는 등 선순환 유통구조를 구축하는데 기여

### 3. 소결

#### 1) 요약

- 소낭트는 낭트시가 지역경제 활성화를 위해 2008년부터 모델을 개발하여 2012년부터 사용하기 시작한 공동체화폐 모델로, 낭트 시내 2만 6천여 개의 중소 영세기업과 소상공인 활성화정책의 일환으로 개인 간 거래보다는 기업 간 거래의 통로를 열어 사업에 필요한 자원을 확보할 수 있도록 설계
  - 소낭트화폐 네트워크에 가입한 기업은 직원의급여 일부를 소낭트화폐로 지급 가능하며, 개인은 소낭트화폐를 유로화와 등가로 교환 가능
- 영국 브리스톨 파운드는 2012년 브리스톨 시에서 태환형 공동체화폐 형태로 유통을 시작. 현존하는 공동체 화폐 중 유통공간이 가장 넓으며 파운드화와 등가로 교환
  - 종이화폐, 온라인시스템, 모바일 문자결제시스템 등 3가지 결제방식을 이용. 민관협치로 지방정부가 사업소득세의 일부를 브리스톨 파운드로 받는 등 세금납부 영역 확대를 준비하고 있음
- 강원사랑상품권은 전국 최초의 광역에서 도입한 상품권으로 지역자금의 외부 유출 방지 및 지역경제활성화 목적으로 민선6기 공약으로 추진되었음
  - 강원도 내 기초지자체와 연계 및 전통시장 상인회 주도로 단기간에 가맹점을 다수 확보하였으며, 지역상품권 구매 촉진을 위해 소책자를 제작하여 협약 체결기관과 단체에 배포
- 포항사랑상품권은 2017년 1월 발행하였으며, 발행 2년 만에 활성화 사례에 선정되었음
  - 활성화 요인으로 상품권 구매와 소비의 접근성 제고, 민간기업의 적극적 참여, 상품권 구매 시 인센티브 제공 등으로 나타남
  - 성남사랑상품권은 2006년 12월에 발행되었으며, 청년배당, 산후조리원 지원, 생활임금 도입 등 성남시 재량의 정책과 연계하면서 복지와 지역경제 활성화를 동시에 달성하고 있음

- 발행초기에는 전통시장 영세상인 지원, 지역상권 공동체 형성을 통한 경쟁력 향상 및 전통시장 이용률 향상을 위해 주로 전통시장에서 사용하였으나 성남소재 전 상점 및 소속 공공기관으로 사용처를 확대하면서 지역자본의 역외 유출 방지 및 지역순환경제 구축 도모하고 있음

## 2) 시사점

- 국내외 지역화폐 및 지역사랑상품권 도입 사례를 살펴보면 대부분의 경우 이용 편의성과 활용범위 확장으로 요약됨
  - 다수의 판매처와 가맹점 확보 및 다양한 결제방식 도입으로 지역화폐 또는 지역사랑상품권을 실질적으로 이용하는 가맹점과 소비자가 편리하도록 하였으며,
  - 지역상품권 홍보, 민간기업 구매와 참여 권장 및 지역정책과 연계한 지역상품권을 지급을 통해 지역상품권의 전체 수요와 공급을 확대하고 있음
  - 특히 해외 사례에서는 시민사회가 주도하고 민관의 협력적 거버넌스 구축을 통해 지역경제의 자립과 지역공동체 활성화를 도모하고 있음

[표 4-6] 활성화사례 특징 비교

| 구분      | 소농트                    | 브리스틀 파운드                            | 강원사랑상품권    | 포항사랑상품권                             | 성남사랑상품권       |
|---------|------------------------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|---------------|
| 실물화폐 여부 | 없음                     | 지폐발행                                | 지폐발행       | 지폐발행                                | 지폐발행<br>모바일발행 |
| 거래수단    | 계좌거래<br>신용카드           | 계좌거래<br>신용카드                        | 현금         |                                     | 현금<br>신용카드    |
| 법정화폐 전환 | 불가                     | 가맹점만 가능                             | 가맹점만 가능    | 가맹점만 가능                             | 가맹점만 가능       |
| 특징      | · 민관거버넌스<br>· 다양한 결제방식 | · 시민사회 주도<br>· 다양한 결제방식<br>· 지역정책연계 | · 광역 사용 가능 | · 민간기업 참여 촉진<br>· 상품권구매 및 가맹점 다수 확보 | · 지역복지정책 연계   |



# 5

장

## 지역사랑상품권 활성화 방안

Jeonbuk Institute

- 
1. 기본방향
  2. 활성화 방안
  3. 활성화 지원사업(안)



# 제5장 지역사랑상품권 활성화 방안

## 1. 기본 방향

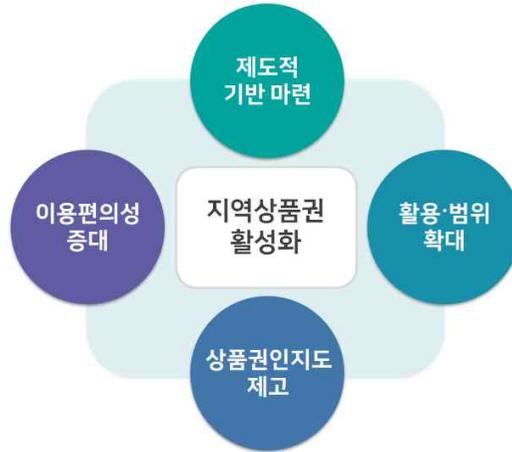
- 본 연구의 목적은 전라북도 지역사랑상품권의 광역도입 가능성을 검토하고 활용 활성화 방안을 논의하는데 있음
- 정부 정책동향, 전라북도 도내 지역사랑상품권 도입현황 및 도민 인식조사 결과를 종합해 본 결과 현재 기초지자체에서 추진되고 있는 지역상품권을 광역적으로 도입하는 문제는 기초와 광역 지자체간 갈등으로 이어질 가능성도 상존하므로 심도있는 논의가 요구됨
  - 광역에서 발행하는 경우 지역사랑상품권을 통합 운영관리에 있어서 효율적일 수 있지만, 상품권 사용의 쏠림현상(전주, 익산, 군산 등 도시지역에서 주로 사용) 등 부작용이 예상되고 지역경제와 골목상권 활성화라는 근본적 취지에 부합한다고 보기 어려움
- 따라서 본 연구에서는 시·군 자체적으로 지역사랑상품권을 발행·운영하고, 광역에서는 지역사랑상품권이 활성화되도록 지원하는 방안을 모색하고자 함
  - 지역소득의 역외유출 방지와 지역경제순환이라는 지역사랑상품권 도입의 본질적인 목적 측면에서 광역과 시·군이 상호 연계하고 협력하는 모델이 적합하다고 판단됨



[그림 5-1] 전라북도 지역사랑상품권 정책방향

## 2. 활성화 방안

- 본 연구에서는 지역사랑상품권 활성화 방안을 이용 편의성, 인지도 제고, 활용 범위 확대, 제도적 지원 등 4가지로 측면에서 고려하고자 함



[그림 5-2] 활성화 전략

### 1) 지역사랑상품권 이용 편의성 증대

- 도내에서 지역사랑상품권이 도입된지 20년 차이이며(2000년 김제시 최초도입), 최근 지역사랑상품권에 대한 관심이 고조되고는 있지만 가맹점 수와 판매금액이 미미한 수준임
  - 이는 가맹점에게 특별한 인센티브가 없고 환전비용(시간, 환전기간 등)을 부담해야 하는 불편이 있어 가맹점 등록이 원활하지 않고 가맹점부족으로 소비자는 상품권을 이용이 제한적인 악순환이 발생. 또한 대부분 지류상품권 형태로 발행하고 있는 점도 소비자의 구매활동에 제약으로 작용함.
- 따라서 지역의 상가와 점포들에 대한 지역상품권 가맹 등록 인센티브 마련, 소비자의 최근 구매패턴 등을 반영하는 등 지역사랑상품권의 실질적 사용자가 적극적으로 참여할 수 있도록 편의성을 제공할 필요가 있음

## 2) 지역사랑상품권 인지도 제고

- 도내 시군에서 발행되는 지역사랑상품권의 매출 중 대부분이 해당지역 공무원, 산하 기관 및 관련 단체를 통해 판매되고 있으며 개인이 직접 구매하는 경우는 극히 드문 것으로 나타남.
  - 개인 구매비율이 낮다는 것은 상품권의 실 수요자인 지역주민이 전통시장이나 골목 상점 등 지역상권 활성화와 지역순환경제에 대한 필요성을 크게 인식하지 못하고 있다고 해석될 수 있음
- 시군 공무원이나 산하 기관 등을 통한 상품권의 판매에만 의존하는 경우 지역 사랑상품권매출이 일정 수준이상 성장하는 것을 기대하기 어렵기 때문에 지역주민 대상으로 지역사랑상품권 이용에 대한 필요성을 인지도시킴으로써 상품권 구매 수요를 증대시킬 필요가 있음

## 3) 지역사랑상품권 활용범위 확대

- 지역사랑상품권 활성화를 위해서는 이용 편의성, 상품권 인지도 상승을 통한 수요측면의 증가와 더불어 지역사랑상품권의 공급량 확대도 필요함. 필요에 의해 지역사랑상품권을 직접 구매하여 사용하는 것 뿐만 아니라 각종 직장인을 대상으로 지급하는 각종수당, 복지비, 성과급 등 별도의 인센티브를 지역 사랑상품권 상품권으로 지급하여 직접적으로 공급확대를 유도(지역사랑상품권의 발행과 판매)할 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 정책적 매개가 될 수 있음

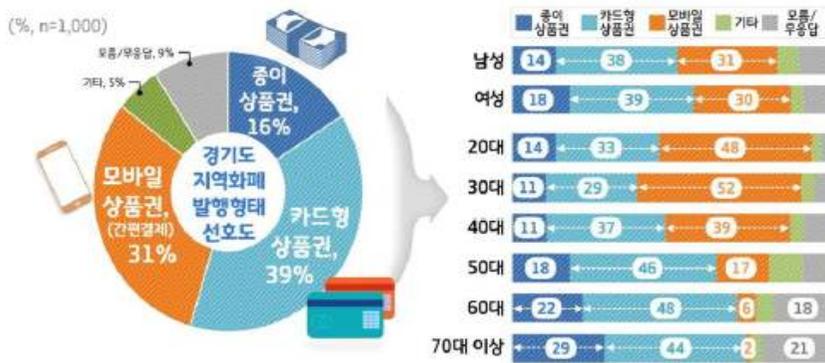
### 3. 활성화 지원사업(안)

#### 1) 이용편의성 증대

##### (1) 전자 플랫폼 도입

##### ■ 배경 및 필요성

- 소비자의 소비트렌드 변화에 따라 지역사랑상품권의 발행형태를 다양한 측면에서 검토할 필요가 있음
  - 종이상품권에서 카드형 또는 모바일 상품권에 대한 수요가 증가하고 있으며, 결제수단의 안정성과 효율성 측면에서도 전자상품권 발행을 고려할 필요
  - 경기도 지역화폐 발행형태 선호도 조사에서 카드형 상품권 39%, 모바일상품권 31%, 종이상품권 16%로 조사되었으며, 연령대별로 살펴보면 2~40대의 경우 모바일 상품권에 대한 선호도가 높고, 50대 이상의 경우는 카드형 상품권 선호도가 더 높은 것으로 나타남



[그림 5-3] 경기도 지역화폐 발행형태 선호도 조사

자료 : 최준규(2017)

[표 5-1] 주요 결제수단의 특징비교

| 구분  |    | 안정성       |         |
|-----|----|-----------|---------|
|     |    | 높음        | 낮음      |
| 효율성 | 높음 | 직불전자 지급수단 | 전자 자금이체 |
|     | 낮음 | -         | 종이상품권   |

자료 : 최조순 외(2015), 경기도 지역화폐 도입 및 활성화 방안-복지화폐를 중심으로, 경기복지재단

## ■ 추진방안

- 전자 결제방식을 결제수단으로 활용하는 방안은 전자금융회사를 직접 설립하는 것과 기존 금융기관을 활용하는 방법의 2가지가 있음
- 범위의 경제 측면에서 보면 직접 전자금융회사를 설립하는 것이 경제적이지만, 운영 경험이 전무한 상황에서 효율적인 관리가 필요한 경우에는 전자결제 취급 자격을 갖춘 지역 금융기관과의 협력을 우선으로 고려하는 것이 바람직함
- 금융기관과 협력을 통해 사업을 추진하면서 경험과 노하우를 취득한 후 장기적으로 전문기관을 설립하는 방향으로 고려해 볼 수 있음

### 〈전자상품권 사례〉

- 인천광역시는 전국 최초로 모바일을 기반으로 한 선불충전 방식의 전자상품권<sup>3)</sup> “인천e음”을 발행 하였음
  - 인천지역 전체사업장 17만 5천여개 점포에서 사용가능하며,(백화점, 대형마트, SSM 등 제외)
  - 사용액의 4~15%를 캐시백(포인트) 및 할인액으로 제공하며, 모바일 앱에서 간편한 충전과 잔액관리 가능함
- 전자상품권 플랫폼은 각 시군이 각각 구축하는 것보다 광역에서 통합적으로 추진하는 것이 바람직하며, 향후 플랫폼을 통해 구축된 데이터를 활용하여 도내 지역사랑상품권 운영현황 파악 및 전반적 관리가 가능할 것으로 기대됨



〈인천e음 전자상품권 BI〉



〈인천e음 카드〉

자료 : 인천시청

3) 초기에는 “INCHEONer card”로 출범했으나 “인천e음”으로 변경  
 신청방법 : 모바일 앱 설치 -> 회원가입->카드신청->계좌등록->발급->충전->체크카드처럼 이용

## (2) 가맹등록 및 환전 간소화

### ■ 배경 및 필요성

- 지역사랑상품권 가맹점 등록은 사전신청으로 이루어지기 때문에 상품권을 사용하려는 도민은 등록되지 않은 상점에서는 상품권 사용에 불편이 발생
- 일반 상점에서 상품과 서비스의 결제수단으로 상품권을 받는 경우 환전처에서 이를 현금화하는 데 일정기간(평균 3일)이 소요되기 때문에 중소기업들의 경우 가맹등록에 소극적인 태도를 보일 수 있음
- 따라서 지역 소상공인과 소비자들의 불편을 최소화함으로써 지역사랑상품권의 이용 촉진과 적극적인 참여를 유도할 필요가 있음

### ■ 추진방안

- (가맹등록 간소화) 가맹점 등록을 시군 홈페이지에 접속해 신고서를 작성 후에 온라인으로 신청하거나 가맹점으로 신청하지 않은 상점도 우선 상품권을 받고, 환전 가능한 금융기관에서 간단히 등록 가능하도록 함
  - 지역사랑상품권 가맹점신청은 시군 읍면사무소, 동주민센터에 신분증과 사업자등록증 사본을 직접 제출하는 사전신청을 원칙으로 함
- (환전간소화) 환전에 걸리는 시간을 당일 또는 익일 이내로 줄임으로써 상품권 가맹점의 상품권 현금화에 대한 부담을 덜어줌
  - 가맹점이 지역사랑상품권을 환전시 첫 방문시에는 사업자 대표자가 사업자통장(사본 가능), 사업자등록증, 신분증을 가지고 환전처에 직접 방문하며, 상품권의 환전은 3~4일 정도 소요됨

## 2) 상품권 인지도 제고

### (1) 지역사랑상품권 활성화 세미나 개최

#### ■ 배경 및 필요성

- 지역사랑상품권 이용규모를 지속적으로 증가 및 확대시키기 위해서는 지역공무원이나 산하기관의 구매에 의존하기 보다는 일반 도민들의 자발적인 참여가 담보되어야 함
  - 그러나 현재 지역사랑상품권 주요 구매자인 시군 공무원 및 산하기관 등을 제외하면 지역사랑상품권에 대한 관심도가 저조함
- 지역사랑상품권의 역할과 효과(지역 전통시장 및 소상공인 매출 증대와 지역순환경제에 긍정적인 영향을 주며 궁극적으로 지역경제의 성장에 기여)를 도민에게 홍보함으로써 지역사랑상품권 사용을 권장하는 계기 마련 필요

#### ■ 추진방안

- (학술행사) 지역소상공인 및 지역경제를 연구하는 학회(한국지역경제학회, 소상공인학회 등)와 연계하여 학술세미나 또는 전라북도 주관 세미나를 개최
  - 관련 전문가, 지역경제단체, 정책당국자 등이 참여하여 지역사랑상품권의 활성화와 발전방안을 논의
  - 지역사랑상품권 발전방안 모색을 통해 도민들의 지역사랑상품권 필요성에 대한 인식제고 및 공감대 형성에 기여
- (도민 공모전) 도민 대상 지역사랑상품권 활성화 아이디어 공모전 개최- 지역사랑상품권 브랜드명, 슬로건, 활성화 시책 아이디어 등을 공모하여 수상자들을 시상하고 도 출자·출연기관 및 지역기업 채용 시 가산점 부여

## (2) 지역사랑상품권 관계자 역량강화 교육

### ■ 배경 및 필요성

- 지역사랑상품권의 도입뿐만 아니라 지속적으로 유지하고 관리하는 것을 고려하면 관계자를 중심으로 역량강화 교육의 중요성이 매우 큼
  - 지역사랑상품권의 원활한 운영과 성공적 정착을 위해서는 관련 업무담당자의 역량과 실질 이용자인 가맹점과 소비자의 건전한 의식이 기반이 되어야 함
- 지역사랑상품권 담당자가 사업을 유지관리할 수 있는 역량을 키우고 지역 소상공인과 소비자가 지역순환경제에 기여하고자 하는 동기를 부여할 수 있도록 각자의 역량을 배양하고 관계자간 지속적 교류 기회 제공 필요

### ■ 추진방안

- (시군 담당공무원 워크숍) 전라북도 및 시군 지역사랑상품권 담당자를 대상으로 매년 역량강화 워크숍을 개최하여 지속적인 소통과 협력체계를 구축하고 의견을 수렴하여 지역사랑상품권 정책 추진의 성공적 도입과 확대를 도모
  - 전문가 초청 강연, 지역사랑상품권 정책방향 소개 및 우수사례 등을 공유
- (가맹점·주민 교육) 지역사랑상품권의 필요성과 이용방법 등 홍보 및 확산을 위하여 소상공인연합회 회원, 전통시장 상인 등을 대상으로 찾아가는 교육을 실시
  - 가맹점 등록으로 인한 점포 홍보 효과와 지역사랑상품권 사용 시 유의사항(불법환전 등) 설명
  - 지역사랑상품권의 발행 형태, 지원사업의 개선 등에 대한 의견 수렴

### 3) 활용범위 확대 및 촉진

#### (1) 지역정책과 연계

##### ■ 배경 및 필요성

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

##### 1. <성남시 : 청년배당 도입/산모 건강지원>

###### ■ 청년배당

- 성남사랑상품권은 2006년 전통시장 특화사업 일환으로 도입되었으나, 민선6기 청년배당 등과 연계한 후 유통량이 이전보다 1.8배 증가하였음(회수율 99.7%)
- 지원대상 : 성남시 3년 이상 거주, 만24세 이상 청년 대상
- 지원금액 : 연간 100만원(분기당 25만원) 지급
- 지원규모 : 2017년 발행액 260억원 중 청년배당 102억원 지급

###### ■ 산모 건강지원

- 지원대상 : 신생아 출생일 기준 1년 전 부모 중 1명 이상이 성남시에 주민등록 돼 있는 출산가정
- 지원금액 : 1인당 50만원  
※ 쌍둥이 100만원, 세쌍둥이 : 150만원
- 지원내용(용도) : 모유수유 용품구입, 산모용품(영양제, 의류 등)·신생아 용품(내의, 기저귀 등) 구입, 산후우울증 예방관리 비용, 산후조리비용 등
- 지원규모 : 2017년 32억원(6,484명) 지급

##### 2. <화천군 : 화천산천어축제 입장권>

- 강원도 산천어축제에서 관광객을 대상으로 지역사랑상품권 제공
- 제공내역 : 입장권 12,000원 구매시 5천원권 지역사랑상품권 제공
- 지원규모 : 2017년 발행액 17억 4,000만원 중 7억 2,000만원 축제기간에 판매(상품권 발행 금액의 41.3%)

### 3. <임실군 : 취약계층 임실사랑상품권 지원사업>

- 임실군은 민선7기 공약사업 '취약계층 임실사랑상품권 지원사업' 추진(임실군 취약계층 상품권 지원조례 제정)
- 지원대상 : 차상위수급자 중 65세 이상 노인, 중증장애인, 다문화가정 등
- 지원금액 : 연간 30만원 상당 상품권 지원
  - ※ 세대당 대상자 2명이면 40만원, 3명 이상이면 50만원
- 지원규모 : 1,200여명(2019년)



### ■ 추진방안

- 전라북도에서 추진하고 있는 축제, 복지수당 등과 연계하여 지역사랑상품권 이용활성화 방안 모색 필요
  - 일부 지역축제의 경우 입장권 구매시 축제장 내에서 사용가능한 일정금액의 교환권(쿠폰)을 제공하는 경우가 있는데, 대신 지역사랑상품권으로 지급하면 축제장에서 사용하거나 여의치 않은 경우에는 지역 상점에서 이용할 수 있음
  - 민선 7기 전라북도 공약 '청년기능수당(사회적 가치활동 연계)'의 수혜자를 대상으로 금액의 전부 또는 일부를 지역사랑상품권으로 받는 것을 선택하도록 함으로써 청년들이 지역순환경제에 기여하도록 할 수 있음

#### <청년기능수당>

- 지급대상 : 전라북도 거주 만18세~39세 미만 미취업 청년
- 지원내용 : 매년 1,000을 선발, 매월 50만원씩, 최대 6개월지급
- ※ 문화예술, 귀농귀촌, 사회복지, 중소기업 분야 등 사회적 가치활동과 연계시켜 지급

## (2) 지역사랑상품권 이용자(구매자·소비자) 인센티브 제공

### ■ 배경 및 필요성

- 지역사랑상품권은 지역에 거주하는 소비자가 지역 내에서 제품과 서비스를 구매하고 지불하는 현금과 같은 역할을 하고 있는데, 현금이나 신용카드와는 별도로 지역사랑상품권을 판매하는 지역 금융기관 등에서 구매하는 수고를 해야 한다는 점에서 소비자들은 소극적인 태도를 보일 수 있음
- 지역사랑상품권 이용 활성화를 위해서 상품권을 발행하는 지자체에서는 일정 비율로 할인율을 도입하여 판매하고 있는데, 구매금액의 5% 할인 판매가 일반적으로 제공되며, 명절 등 특별할인의 경우에는 10% 할인율을 제공하고 있음
  - 2018년 고용위기지역의 경우 지역경제 활성화를 위해서 일시적으로 10% 할인율을 적용하였으며, 할인금액은 국비로 보전한 바 있음
- 그러나 제공하는 할인은 불법 환전이라는 부작용이 발생하는 경우도 발생하고 있어 별도의 인센티브를 고안할 필요가 있음
- 현재 지역사랑상품권을 발행하는 지자체의 경우 조례로 정하는 범위 내에서 할인 판매하고 있지만, 중장기적으로 할인 판매를 지양하고 지역사랑상품권 소비자 각각 인센티브 제공 방안 마련 필요

### ■ 추진방안

- (구매자 인센티브) 일정 금액 이상 지역사랑상품권을 구매한 소비자를 대상으로 포인트를 제공하고 포인트가 쌓이면 지역사랑상품권을 지급하는 방식 또는 지역사랑상품권 구매시 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

### 〈프리미엄 상품권 사례 : 일본 이즈미사노시〉

- 오사카 남서부에 위치한 이즈미사노시에서 발행하는 상품권으로 간사이공항, 린쿠타운역 주변, 이즈미사노역 주변 상가, 히네노역 등 오사카 내 250여개의 점포에서 사용 가능
  - 현금처럼 사용할 수 있는 1,000엔권 12매가 한 세트로 구성되어 있으며, 1만엔에 판매
  - 일본 저비용항공사 피치항공(MM)이 일본에서 최초로 '이즈미사노시 프리미엄 상품권'의 기내 판매를 실시
    - ↳ 외래방문객의 상품권 구매 및 사용으로 현지의 소비를 촉진하고 지역상권 활성화 도모
  - 최근에는 고향납세 기부자에게 답례품 이외에 금액의 10~20% 가액에 상당하는 상품권을 지급하는 방안을 검토중임



이즈미사노시 프리미엄 상품권

자료 : 여행신문(<http://www.traveltimes.co.kr/news/articleView.html?idxno=93537>)

### (3) 민간기업 참여 확대

#### ■ 배경 및 필요성

- 지역사랑상품권을 발행하고 있는 도내 시군 중 군산시를 제외하면 발행과 판매규모가 저조한 상황임
  - 군산사랑상품권의 2018년 발행액 910억을 모두 판매하였으나 할인율 10%를 적용한 것이 효과가 컸고, 그 외 지역의 상품권은 발행액이 매년 15억 수준이었음
- 지역사랑상품권의 판매활성화를 위해서는 상품권을 수요로 하는 기관이나 사업 등과 연계한 추진이 필요함

## ■ 추진방안

- (지자체- 기관간 MOU 체결) 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

### 〈제주시, 답례품문화 개선운동〉

- 제주특별자치도와 새마을부녀회는 지역경제 살리기 일환으로 '답례품문화개선운동' 추진
  - 경조사시 답례품을 공산품으로 제공하는 행태를 개선하여 제주사랑상품권으로 지급
  - 읍면동 새마을부녀회가 주도하여 읍면동 순회설명회 개최

### 〈포스코, 포항지역사랑상품권 구입〉

- 포스코 입직원, 협력사 협회장, 부장단 등이 매년 대구은행에서 50만원 한도 내에서 포항사랑상품권 자율적 구매
  - 명절 기간에 상품권을 구매해 전통시장 장보기 행사에 사용
  - 소상공인 매출 증대 및 실물경제 활성화에 기여

## 4) 제도적 기반 마련

### (1) 조례 제정

#### ■ 배경 및 필요성

- 세계 금융환경 변화, 재정위기, 경제침체 등이 지속됨에 따라 지역경제 활성화 대안으로 지역화폐에 대한 관심이 높아지고 있으며, 지역소득의 역외유출 방지 및 지역순환경제 활성화를 위해 지역사랑상품권을 도입하는 지자체가 급증하고 있음
- 지역사랑상품권 도입한 지역은 대부분 관련 조례를 제정하여 발행·운영의 기준으로 활용하고 있으나, 해당 지역의 인력, 예산 등의 여건에 따라 지원의 범위가 차별적임
- 지역사랑상품권 이용 확대를 통해 지역경제 활성화 및 소상공인 육성에 이바지하기 위해 광역차원에서 관련 제도를 마련하고 종합적이고 체계적인 정책을 수립하는 것이 필요한 상황임

#### ■ 추진방안

- 지역사랑상품권 유통 및 이용활성화를 위한 사업 및 지원의 근거를 마련하는 차원에서 추진하되, 시·군에게 재정지원만을 하는 것이 아니라 광역자치단체로서의 역할을 확립하기 위한 추가적인 사업 구상도 포함하는 것을 고려할 필요가 있음

#### 〈전라북도 지역사랑상품권 보급 및 이용 활성화에 관한 조례안〉

- 기본방향
  - 지역사랑상품권의 이용활성화를 지원하여 전통시장 및 골목상권의 활성화, 소상공인 소득 향상을 도모하여 지역경제의 발전과 전라북도민의 복리증진 기여
- 주요내용
  - 지역사랑상품권 보급 및 이용활성화를 위한 도지사의 책무와 기본계획 수립사항
  - 지역사랑상품권 이용활성화를 위한 사업 및 지원에 관한 사항
  - 지역사랑상품권 협의회 구성과 운영에 관한 사항
  - 지역사랑상품권 지급범위 및 내용에 관한 사항
  - 지역사랑상품권 사군 발행과 유통 소요비용 지원과 운영평가에 관한 사항
  - 지역사랑상품권 불법 유통에 관한 제재 사항
  - 기타 지역사랑상품권 보급 및 이용에 필요한 사항 등

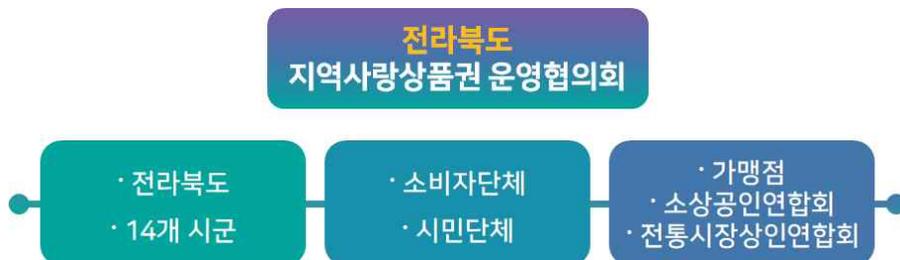
## (2) 협의체 구성

### ■ 배경 및 필요성

- 지역사랑상품권의 발행과 운영은 개별 지자체가 주도적으로 추진하고 있기 때문에 도-시군간 정보교류와 협력이 미흡함
  - 도내에서 지역사랑상품권을 도입한 적이 있는 지역은 총 7개 지역으로 이 중 2개 지역은 지역사랑상품권을 폐지하였음에도 불구하고 광역의 역할이 없기 때문에 활성화에 대한 지원이 이루어지지 않았음
- 따라서 지역사랑상품권 발행·운영 관련 지역간 소통을 강화하고 협력 증진을 통한 지역사랑상품권 활성화를 위해서는 지속가능한 협의체를 구성할 필요가 있음

### ■ 추진방안

- 구성 : 전북도, 시군, 관련 기관 및 단체, 가맹점 및 주민 등이 참여하며, 매년 반기별 1회 회의 개최
- 기능
  - 지역사랑상품권 활용도 제고 방안
  - 지역사랑상품권 운영 및 성과평가 제고 방안
  - 지역사랑상품권 홍보마케팅
  - 정기(수시) 간담회 및 정보교류 등



[그림 5-4] 전라북도 지역사랑상품권 운영협의회 구성(안)



# 6

장

## 요약 및 결론

Jeonbuk Institute

- 
1. 연구의 요약
  2. 정책적 제언



# 제6장 요약 및 결론

## 1. 연구의 요약

- 본 연구의 목적은 전라북도 내에서 유통되고 있는 지역사랑상품권의 현황을 살펴보고 활성화를 위해 광역차원의 지원방안을 모색하는 데 있음
  - 이를 위해 도내 지역사랑상품권의 유통실태, 지역사랑상품권에 대한 인식조사, 국내외 활성화 사례를 검토하고 전라북도 지역사랑상품권 활성화 전략을 도출하고 지원 사업을 제시하였음
- 전라북도에서는 군산시, 남원시, 김제시, 완주군, 임실군, 장수군 등 6개 지역이 이미 지역사랑상품권을 발행·운영하고 있으며, 발행금액도 점차 확대하고 있음. 그 외 7개 지역에서도 2019년 지역사랑상품권 발행을 예정하거나 검토 중임
- 도민 인식조사 결과 지역사랑상품권은 상점과 소비자 모두 지역상권 활성화 목적으로 발행하는 것으로 인식하고 있는 것으로 나타났으며, 지역사랑상품권 활성화를 위해서는 상점과 소비자 모두 홍보와 이용편의성을 주요 요건으로 응답하였음
- 국내외 지역화폐 및 지역사랑상품권 도입 사례를 살펴보면 대부분의 경우 이용편의성과 활용촉진, 민관협력 등으로 요약됨
- 연구내용과 결과를 바탕으로 본 연구에서는 지역소득의 역외유출 방지와 지역경제순환이라는 지역사랑상품권 도입의 본질적인 목적 측면에서 광역과 시군이 상호 연계하고 협력하는 모델이 적합한 것으로 제시하였음



[그림 6-1] 전라북도 지역사랑상품권 정책방향

- 이러한 정책방향에 기초하여 지역사랑상품권 활성화 방안을 이용 편의성, 인지도 제고, 활용범위 확대, 제도적 지원 등 4가지로 측면에서 지원사업을 제안 하였음

[표 6-1] 지역사랑상품권 활성화 지원사업(안)

| 구분                   | 광역   | 기초   |
|----------------------|--|--|
| 상품권이용<br>편의성 증대      | - 전자상품권 플랫폼 구축   | - 가맹등록 및 환전 간소화  |
| 상품권<br>인지도 제고        | - 지역사랑상품권 활성화 세미나<br>- 지역사랑상품권 관계자 역량강화 교육<br>(시군 담당자 워크숍)         | - 지역사랑상품권 관계자 역량강화 교육<br>(가맹점, 주민교육)   |
| 상품권<br>활용범위<br>확대·촉진 | - 지역정책 연계(복지수당 등)<br>- 민간참여기업 발굴 및 확대<br>(업무협약, 기업지원 인센티브, 세금감면)   | - 지역정책 연계 (취약계층, 출산장려금, 이주장려금, 지역축제 등)<br>- 지역사랑상품권 구매소비자 인센티브 제공<br>- 민간참여기업 발굴 및 확대<br>(업무협약, 기업지원 인센티브, 세금감면) |
| 제도적<br>기반마련          | - 지역사랑상품권 활성화 지원 조례 제정<br>- 지역사랑상품권 활성화 협의체<br>(사례공유, 성과 확산, 정책건의) | - 지역사랑상품권 발행운영 조례<br>- 지역사랑상품권 활성화 위원회<br>(운영 계획/성과보고, 활성화 시책건의)   |

## 2. 정책적 제언

### 1) 정책효율화를 위한 정책수단 통합 운영

- 정부는 지역경제 활성화를 위해 다양한 정책을 추진해오고 있는데, 그 일환으로 온누리상품권(중소벤처기업부)과 지역사랑상품권(행정안전부, 지자체)을 도입 운영하고 있음
- 온누리상품권과 지역사랑상품권은 지역 소상공인의 소득증대와 지역 소득의 역외유출 방지라는 동일한 정책목표를 가지고 있으나, 지역사랑상품권과 온누리상품권은 상호보완 관계를 가짐
  - 온누리상품권은 전국 전통시장에서 사용할 수 있는 전통시장 전용 결제수단이며, 지역사랑상품권은 해당 지역에 등록된 가맹점에서만 사용 할 수 있음
- 지역차원에서 보면 온누리상품권이 지역의 상점가에서 가맹등록을 하면서 두 상품권은 경쟁관계에 있다고도 볼 수 있음
  - 명절기간에 온누리상품권이 10% 할인율을 적용하면서 할인율이 상대적으로 낮은 지역사랑상품권 판매에 영향을 미치는 경우가 있기 때문임

[표 6-2] 온누리상품권과 지역사랑상품권 비교

| 구분   | 온누리상품권                             | 지역사랑상품권                         |
|------|------------------------------------|---------------------------------|
| 발행기관 | 중소벤처기업부, 소상공인시장진흥공단                | 해당 지자체(광역, 기초)                  |
| 종류   | 5천원권, 1만원권(종이)<br>5만원권, 10만원(전자)   | 1천원권 ~ 10만원권                    |
| 취급점  | 시중은행                               | 농협중앙회 등                         |
| 사용처  | 전국 전통시장                            | 시·군 지정 가맹점(전통시장 포함)             |
| 장점   | 제작비 절감(자양 100원)<br>- 소상공인시장진흥공단 제작 | 가맹점포 다양(전통시장, 일반상점)             |
| 단점   | 사용처가 다양하지 않음                       | 제작비용 부담<br>이용지역 제한(해당 시군에서만 사용) |

- 이 외에도 지역경제 침체가 지속되면서 중소벤처기업부는 소상공인·자영업자 대책으로 신용카드 수수료 부담을 줄이기 위해 제로페이를 도입하였고, 행정안전부는 모바일상품권을 도입할 계획임

- 모바일상품권은 지역사랑상품권 이용 편의성 제고의 목적으로 도입하는 것이지만 소상공인 신용카드 수수료가 없기 때문에 정책효과가 동일하다고 볼 수 있음
- 이처럼 서로 다른 부처에서 동일한 정책목표로 비슷한 정책수단을 사용하는 경우 예산의 중복문제가 발행할 수 있고 사업을 추진하는 공무원과 정책수혜 대상인 소상공인과 소비자들에게 혼란을 초래할 수 있음
- 따라서 정책의 효율화와 효과 극대화를 위해 지역사랑상품권과 온누리상품권 간 제도적 통합 운영이 필요함

## 2) 지역사랑상품권의 소득공제 도입

- 지역경제 활성화와 소상공인 매출 증대를 위해 지역사랑상품권을 도입하는 지역이 많아지고 있고, 최근 모바일이나 카드형태의 지역사랑상품권 발행도 증가하고 있음
- 그러나 모바일 및 카드형 지역사랑상품권 사용 영수증은 법인세법과 부가세법 상 세액공제 대상 서류로 인정되지 않기 때문에 가맹점들은 별도로 세금계산서를 발행해야 하는 불편함으로 가맹점 등록에 소극적이며 지역사랑상품권 활성화에 장애요소가 되고 있음
- 모바일이나 카드형 지역사랑상품권 영수증도 신용카드나 체크카드 영수증과 동일하게 세액공제 대상으로 인정받을 수 있도록 관련 법률 개정이 필요함
- 더불어 대중교통이나 전통시장을 이용하는 경우 소득공제 한도(300만원)과는 별개로 100만원 추가공제(소득공제율 40%)를 인정받는 경우와 마찬가지로 소비자가 지역사랑상품권 가맹점에서 사용하는 경우에도 추가로 세액공제를 해주는 경우를 검토할 필요가 있음

# 참고문헌





## 〈 참고문헌 〉

- 강수돌(2002). 이윤과 권력을 동시에 넘는 실험: LETS 운동, 문학과과학 32(겨울호).
- 강환세(2005). 지역통화운동에 관한 사례연구 : 사회감사접근법을 중심으로. 경남대학교 대학원 석사학위논문.
- 권인천(2001). 지역화폐운동 참여의 결정요인 분석을 위한 서설적 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 권희선(2006). 지역통화운동이 갖는 경제교육적 함의에 관한 연구, 성공회대학교 대학원 석사학위논문.
- 고태호(2011), “제주사랑상품권 도입에 따른 경제적 효과분석”, 제주연구원,
- 김동배, 김형용(2001). 지역통화운동이 지역사회 공동체 의식 강화에 미치는 영향에 관한 연구. 한국사회복지학회지 . 45. 40-71.
- 김민정(2011). 지역화폐운동의 성과와 한계-한국사례를 중심으로, 기억과 전망 . 통권 26호: 116-148.
- 김성천(2012) 상품권거래와 법제개선방안연구, 한국소비자원
- 김진이(2012), “전라남도 지역사랑상품권 사용 실태조사 및 활성화 방안”, 광주 전남연구원
- 김현욱(2008). 지역화폐운동의 참여경험 연구: 송과품앗이와 한밭레츠를 중심으로. 한국사회복지질적연구 . 12(2). 85-107.
- 서수연(2014), 세계 지역화폐의 이해와 유형분석, 새사연 이슈진단, 새로운사회를 여는 연구원
- 류은화(2000). 국내 지역통화운동의 실태 및 효과에 관한 연구: 인천연대 ‘나눔’을 중심으로. 계명대학교 대학원 석사학위논문.
- 류동민, 최한주(2003). 지역통화운동 활성화방안에 관한 연구: 한밭레츠의 사례연구. 경제발전연구 . 9(1). 85-106
- 양준호(2017), 지역활성화 방안으로서의 지역화폐, 시흥형 지역화폐 도입을 위한 열린 토론회 자료집
- 원용찬(2001). 화폐의 심블리즘. 한국경영경제연구 . 1(1).
- 이병기·전대욱·고경훈·김건·최인수(2017), 고향사랑 상품권의 경제적 효과분석 및 제도화 방안 연구, 한국지방행정연구원
- 이창우(2000). 지역품앗이운동 소개, 제2건국을 위한 지역품앗이운동 설명회 자료집

이채언(2000). 화폐가치 및 화폐제도에 관한 가치론적 접근. 경제분석 6(2).  
1-28.

조혜경(2018) 지역화폐의 개념과 국내 논의 현황, 정치경제연구소 대안 연구위원  
천경희·이경란(2017). “서울품앗이 지원사업 성과 연구”, 서울복지재단

최준규(2018), 지역활성화를 위한 지역화폐의 쟁점과 과제, 이슈&진단, 경기연  
구원

최준규·전대욱·윤소은(2016), 외 경기도 지역화폐 활용방안 연구, 경기연구원

행정안전부(2017), 고향사랑상품권: 발행 및 운영 안내서

행정안전부(2019), 지역사랑상품권 설명회 자료

정훈(2014), 국내 상품권 시장 현황과 시사점, KB금융지주 경영연구소

# 부 록





## 〈 부 록 〉

### 1. 설문문항

#### ■ 소상공인 점포용

지역사랑상품권이란 기초지자체(시, 군)가 발행하는 상품권으로 지역내에서만 사용가능한 일종의 지역화폐입니다.

<문 1> 귀하께서는 지역사랑상품권 이용이 활성화되기 위해서 가장 필요한 것이 무엇이라고 생각하십니까? (2개를 선택해 주세요)

- ① 지역사랑상품권의 사용을 널리 홍보해야
- ② 상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야
- ③ 상품권을 쉽게 구입할 수 있어야
- ④ 상품권 사용가능한 지역이 넓어져야
- ⑤ 종이상품권과 함께 전자상품권도 있어야
- ⑥ 받은 상품권을 쉽게 환전할 수 있어야

<문 2> 다음은 지역사랑상품권을 발행하는 일반적인 목적입니다.

귀하께서는 어느 것이 가장 중요한 목적이라고 생각하십니까?

- ① 지역상권(업체, 점포 등) 활성화
- ② 애乡심을 높이기 위해
- ③ 자금이 타지역으로 빠지는 것 방지
- ④ 내 고장 상품 소비 촉진

<문 3> 다음은 상품권의 사용지역에 대한 설명입니다. 아래 글을 잘 읽으신 후, 귀하께서 생각하시는 상품권의 적절한 발행 및 사용 범위를 어떻게 하는 것이 좋을까요?

- 발행하는 시, 군의 지역경제를 활성화하기 위해서는 해당 시, 군에서만 이용가능한 상품권을 발행하는 것이 일반적으로 바람직하다고 합니다.
- 소비자의 사용편리성을 높이기 위해서는 광역지자체(전라북도) 상품권을 발행하는 것이 일반적으로 바람직하다고 합니다.

- ① 기초자치단체(해당 시, 군) 발행
- ② 광역자치단체(전라북도) 발행

## ■ 소비자용

**지역사랑상품권**이란 기초지자체(시, 군)가 발행하는 상품권으로 지역내에서만 사용가능한 일종의 지역화폐입니다.

<문 1> 귀하께서는 **지역사랑상품권을 사용해 본 경험**이 있으십니까?

- ① 있다 ☞ **1-1번 문항으로 가세요**  
 ② 없다 ☞ **2번 문항으로 가세요**

<문1-1> 귀하께서 **지역사랑상품권을 사용하게 된 계기**는 무엇입니까?

- ① 지역에서 소비하기 위해 직접 구입  
 ② 직장(회사, 단체 등)에서 지급받아서  
 ③ 특별한 날(입상, 명절 등)에 선물 받아서  
 ④ 기타( )

<문 2> 귀하께서는 **지역사랑상품권 이용이 활성화되기 위해서 가장 필요한 것이 무엇**이라고 생각하십니까? (2개를 선택해 주세요)

- ① 지역사랑상품권의 사용을 널리 홍보해야  
 ② 상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야  
 ③ 상품권을 쉽게 구입할 수 있어야  
 ④ 상품권 사용 가능한 지역이 넓어져야  
 ⑤ 종이상품권과 함께 전자상품권도 있어야

<문 3> 다음은 지역사랑상품권을 발행하는 일반적인 목적입니다.

귀하께서는 어느 것이 **가장 중요한 목적**이라고 생각하십니까?

- ① 지역상권(업체, 점포 등) 활성화  
 ② 애乡심을 높이기 위해  
 ③ 자금이 타지역으로 빠지는 것 방지  
 ④ 내 고장 상품 소비 촉진

<문 4> 다음은 상품권의 사용지역에 대한 설명입니다. 아래 글을 잘 읽으신 후, 귀하께서 생각하시는 **상품권의 적절한 발행 및 사용 범위**를 어떻게 하는 것이 좋을까요?

- 발행하는 시, 군의 지역경제를 활성화하기 위해서는 해당 시, 군에서만 이용가능한 상품권을 발행하는 것이 일반적으로 바람직하다고 합니다.
- 소비자의 사용 편리성을 높이기 위해서는 광역지자체(전라북도) 상품권을 발행하는 것이 일반적으로 바람직하다고 합니다.

- ① 기초자치단체(해당 시, 군) 발행  
 ② 광역자치단체(전라북도) 발행

## 2. 교차분석 결과

### 1. 소상공인 점포

#### (1) 상품권 발행지역 여부에 따른 비교

〈상품권 발행여부 \* 상품권 활성화 교차표〉

| 상품권 발행 | 구분 | 상품권 활성화               |                              |                   |                    |                      |                      | 합계    |
|--------|----|-----------------------|------------------------------|-------------------|--------------------|----------------------|----------------------|-------|
|        |    | 지역사랑 상품권의 사용을 널리 홍보해야 | 상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야 | 상품권을 쉽게 구입할 수 있어야 | 상품권 사용가능한 지역이 넓어져야 | 중이상품권과 함께 전자상품권도 있어야 | 받은 상품권을 쉽게 환전할 수 있어야 |       |
| 합계     | 빈도 | 541                   | 457                          | 228               | 206                | 36                   | 335                  | 902   |
|        | %  | 60.0                  | 50.7                         | 25.3              | 22.8               | 4.0                  | 37.1                 | 100.0 |
| 미발행    | 빈도 | 405                   | 349                          | 171               | 166                | 32                   | 259                  | 691   |
|        | %  | 58.6                  | 50.5                         | 24.7              | 24.0               | 4.6                  | 37.5                 | 100.0 |
| 발행     | 빈도 | 136                   | 108                          | 57                | 40                 | 4                    | 76                   | 211   |
|        | %  | 64.5                  | 51.2                         | 27.0              | 19.0               | 1.9                  | 36.0                 | 100.0 |

〈상품권 발행여부 \* 발행목적 교차표〉

| 상품권 발행 | 구분 | 발행목적               |             |                     |               | 합계    |
|--------|----|--------------------|-------------|---------------------|---------------|-------|
|        |    | 지역상권(업체, 점포 등) 활성화 | 애항심을 높이기 위해 | 자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지 | 내 고장 상품 소비 촉진 |       |
| 합계     | 빈도 | 486                | 51          | 217                 | 148           | 902   |
|        | %  | 53.9               | 5.7         | 24.1                | 16.4          | 100.0 |
| 미발행    | 빈도 | 399                | 45          | 150                 | 97            | 691   |
|        | %  | 57.7               | 6.5         | 21.7                | 14.0          | 100.0 |
| 발행     | 빈도 | 87                 | 6           | 67                  | 51            | 211   |
|        | %  | 41.2               | 2.8         | 31.8                | 24.2          | 100.0 |

〈상품권 발행여부 \* 발행범위 교차표〉

| 상품권 발행 | 구분 | 발행범위               |                  | 합계    |
|--------|----|--------------------|------------------|-------|
|        |    | 기초자치단체 (해당 시,군) 발행 | 광역자치단체 (전라북도) 발행 |       |
| 합계     | 빈도 | 593                | 309              | 902   |
|        | %  | 65.7               | 34.3             | 100.0 |
| 미발행    | 빈도 | 440                | 251              | 691   |
|        | %  | 63.7               | 36.3             | 100.0 |
| 발행     | 빈도 | 153                | 58               | 211   |
|        | %  | 72.5               | 27.5             | 100.0 |

(2) 지역별 비교

〈점포주소 \* 지역사랑상품권 활성화 요건 교차표〉

| 점포 주소 | 구분 | 상품권 활성화 요건            |                              |                    |                    |                        |                      | 합계    |
|-------|----|-----------------------|------------------------------|--------------------|--------------------|------------------------|----------------------|-------|
|       |    | 지역사랑 상품권의 사용을 널리 홍보해야 | 상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야 | 상품권을 쉽게 구입 할 수 있어야 | 상품권 사용가능한 지역이 넓어져야 | 중이상품 권과 함께 전자상품 권도 있어야 | 받은 상품권을 쉽게 환전할 수 있어야 |       |
| 합계    | 빈도 | 541                   | 457                          | 228                | 206                | 36                     | 335                  | 1,803 |
|       | %  | 30.0                  | 25.3                         | 12.6               | 11.4               | 2.0                    | 18.6                 | 100.0 |
| 전주시   | 빈도 | 180                   | 177                          | 53                 | 88                 | 10                     | 142                  | 650   |
|       | %  | 27.7                  | 27.2                         | 8.2                | 13.5               | 1.5                    | 21.8                 | 100.0 |
| 군산시   | 빈도 | 77                    | 57                           | 24                 | 18                 | 2                      | 31                   | 209   |
|       | %  | 36.8                  | 27.3                         | 11.5               | 8.6                | 1.0                    | 14.8                 | 100.0 |
| 익산시   | 빈도 | 63                    | 38                           | 72                 | 25                 | 3                      | 61                   | 262   |
|       | %  | 24.0                  | 14.5                         | 27.5               | 9.5                | 1.1                    | 23.3                 | 100.0 |
| 정읍시   | 빈도 | 91                    | 84                           | 24                 | 19                 | 13                     | 19                   | 250   |
|       | %  | 36.4                  | 33.6                         | 9.6                | 7.6                | 5.2                    | 7.6                  | 100.0 |
| 남원시   | 빈도 | 21                    | 11                           | 11                 | 12                 | -                      | 11                   | 66    |
|       | %  | 31.8                  | 16.7                         | 16.7               | 18.2               | -                      | 16.7                 | 100.0 |
| 김제시   | 빈도 | 19                    | 12                           | 13                 | 6                  | 1                      | 13                   | 64    |
|       | %  | 29.7                  | 18.8                         | 20.3               | 9.4                | 1.6                    | 20.3                 | 100.0 |
| 완주군   | 빈도 | 18                    | 15                           | 10                 | 7                  | 1                      | 19                   | 70    |
|       | %  | 25.7                  | 21.4                         | 14.3               | 10.0               | 1.4                    | 27.1                 | 100.0 |
| 진안군   | 빈도 | 8                     | 5                            | 1                  | 2                  | -                      | 4                    | 20    |
|       | %  | 40.0                  | 25.0                         | 5.0                | 10.0               | -                      | 20.0                 | 100.0 |
| 무주군   | 빈도 | 6                     | 5                            | 4                  | 1                  | -                      | 2                    | 18    |
|       | %  | 33.3                  | 27.8                         | 22.2               | 5.6                | -                      | 11.1                 | 100.0 |
| 장수군   | 빈도 | 6                     | 3                            | 2                  | 1                  | -                      | 4                    | 16    |
|       | %  | 37.5                  | 18.8                         | 12.5               | 6.3                | -                      | 25.0                 | 100.0 |
| 임실군   | 빈도 | 16                    | 21                           | 8                  | 8                  | -                      | 9                    | 62    |
|       | %  | 25.8                  | 33.9                         | 12.9               | 12.9               | -                      | 14.5                 | 100.0 |
| 순창군   | 빈도 | 6                     | 5                            | 1                  | 5                  | -                      | 7                    | 24    |
|       | %  | 25.0                  | 20.8                         | 4.2                | 20.8               | -                      | 29.2                 | 100.0 |
| 고창군   | 빈도 | 16                    | 10                           | 4                  | 7                  | 1                      | 8                    | 46    |
|       | %  | 34.8                  | 21.7                         | 8.7                | 15.2               | 2.2                    | 17.4                 | 100.0 |
| 부안군   | 빈도 | 14                    | 14                           | 1                  | 7                  | 5                      | 5                    | 46    |
|       | %  | 30.4                  | 30.4                         | 2.2                | 15.2               | 10.9                   | 10.9                 | 100.0 |

〈점포주소 \* 발행목적 교차표〉

| 점포 주소 | 구분 | 발행목적               |             |                     |               | 합계    |
|-------|----|--------------------|-------------|---------------------|---------------|-------|
|       |    | 지역상권(업체, 점포 등) 활성화 | 애항심을 높이기 위해 | 자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지 | 내 고장 상품 소비 촉진 |       |
| 합계    | 빈도 | 486                | 51          | 217                 | 148           | 902   |
|       | %  | 53.9               | 5.7         | 24.1                | 16.4          | 100.0 |
| 전주시   | 빈도 | 152                | 26          | 74                  | 73            | 325   |
|       | %  | 46.8               | 8.0         | 22.8                | 22.5          | 100.0 |
| 군산시   | 빈도 | 39                 | 1           | 36                  | 29            | 105   |
|       | %  | 37.1               | 1.0         | 34.3                | 27.6          | 100.0 |
| 익산시   | 빈도 | 124                | 2           | 5                   | -             | 131   |
|       | %  | 94.7               | 1.5         | 3.8                 | -             | 100.0 |
| 정읍시   | 빈도 | 67                 | 5           | 42                  | 11            | 125   |
|       | %  | 53.6               | 4.0         | 33.6                | 8.8           | 100.0 |
| 남원시   | 빈도 | 24                 | 1           | 5                   | 3             | 33    |
|       | %  | 72.7               | 3.0         | 15.2                | 9.1           | 100.0 |
| 김제시   | 빈도 | 17                 | -           | 12                  | 3             | 32    |
|       | %  | 53.1               | -           | 37.5                | 9.4           | 100.0 |
| 완주군   | 빈도 | 10                 | 1           | 12                  | 12            | 35    |
|       | %  | 28.6               | 2.9         | 34.3                | 34.3          | 100.0 |
| 진안군   | 빈도 | 4                  | 1           | 2                   | 3             | 10    |
|       | %  | 40.0               | 10.0        | 20.0                | 30.0          | 100.0 |
| 무주군   | 빈도 | 6                  | 1           | 2                   | -             | 9     |
|       | %  | 66.7               | 11.1        | 22.2                | -             | 100.0 |
| 장수군   | 빈도 | 5                  | -           | 2                   | 1             | 8     |
|       | %  | 62.5               | -           | 25.0                | 12.5          | 100.0 |
| 임실군   | 빈도 | 16                 | 4           | 5                   | 6             | 31    |
|       | %  | 51.6               | 12.9        | 16.1                | 19.4          | 100.0 |
| 순창군   | 빈도 | 4                  | -           | 7                   | 1             | 12    |
|       | %  | 33.3               | -           | 58.3                | 8.3           | 100.0 |
| 고창군   | 빈도 | 9                  | -           | 11                  | 3             | 23    |
|       | %  | 39.1               | -           | 47.8                | 13.0          | 100.0 |
| 부안군   | 빈도 | 9                  | 9           | 2                   | 3             | 23    |
|       | %  | 39.1               | 39.1        | 8.7                 | 13.0          | 100.0 |

〈점포주소\*발행범위 교차표〉

| 점포주소 | 구분 | 발행범위                  |                     | 합계    |
|------|----|-----------------------|---------------------|-------|
|      |    | 기초자치단체<br>(해당 시,군) 발행 | 광역자치단체<br>(전라북도) 발행 |       |
| 합계   | 빈도 | 593                   | 309                 | 902   |
|      | %  | 65.7                  | 34.3                | 100.0 |
| 전주시  | 빈도 | 170                   | 155                 | 325   |
|      | %  | 52.3                  | 47.7                | 100.0 |
| 군산시  | 빈도 | 65                    | 40                  | 105   |
|      | %  | 61.9                  | 38.1                | 100.0 |
| 익산시  | 빈도 | 89                    | 42                  | 131   |
|      | %  | 67.9                  | 32.1                | 100.0 |
| 정읍시  | 빈도 | 98                    | 27                  | 125   |
|      | %  | 78.4                  | 21.6                | 100.0 |
| 남원시  | 빈도 | 20                    | 13                  | 33    |
|      | %  | 60.6                  | 39.4                | 100.0 |
| 김제시  | 빈도 | 26                    | 6                   | 32    |
|      | %  | 81.3                  | 18.8                | 100.0 |
| 완주군  | 빈도 | 26                    | 9                   | 35    |
|      | %  | 74.3                  | 25.7                | 100.0 |
| 진안군  | 빈도 | 8                     | 2                   | 10    |
|      | %  | 80.0                  | 20.0                | 100.0 |
| 무주군  | 빈도 | 9                     | -                   | 9     |
|      | %  | 100.0                 | -                   | 100.0 |
| 장수군  | 빈도 | 6                     | 2                   | 8     |
|      | %  | 75.0                  | 25.0                | 100.0 |
| 임실군  | 빈도 | 30                    | 1                   | 31    |
|      | %  | 96.8                  | 3.2                 | 100.0 |
| 순창군  | 빈도 | 10                    | 2                   | 12    |
|      | %  | 83.3                  | 16.7                | 100.0 |
| 고창군  | 빈도 | 18                    | 5                   | 23    |
|      | %  | 78.3                  | 21.7                | 100.0 |
| 부안군  | 빈도 | 18                    | 5                   | 23    |
|      | %  | 78.3                  | 21.7                | 100.0 |

(3) 점포형태별 비교

〈점포형태 \* 활성화 요건 교차표〉

| 점포형태              | 구분 | 상품권 활성화 요건            |                              |                   |                    |                      |                      | 합계    |
|-------------------|----|-----------------------|------------------------------|-------------------|--------------------|----------------------|----------------------|-------|
|                   |    | 지역사랑 상품권의 사용을 널리 홍보해야 | 상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야 | 상품권을 쉽게 구입할 수 있어야 | 상품권 사용가능한 지역이 넓어져야 | 종이상품권과 함께 전자상품권도 있어야 | 받은 상품권을 쉽게 환전할 수 있어야 |       |
| 합계                | 빈도 | 541                   | 457                          | 228               | 206                | 36                   | 335                  | 1,803 |
|                   | %  | 30.0                  | 25.3                         | 12.6              | 11.4               | 2.0                  | 18.6                 | 100.0 |
| 동네 슈퍼마켓           | 빈도 | 157                   | 168                          | 55                | 61                 | 11                   | 148                  | 600   |
|                   | %  | 26.2                  | 28.0                         | 9.2               | 10.2               | 1.8                  | 24.7                 | 100.0 |
| 전통시장 점포           | 빈도 | 251                   | 176                          | 126               | 94                 | 15                   | 147                  | 809   |
|                   | %  | 31.0                  | 21.8                         | 15.6              | 11.6               | 1.9                  | 18.2                 | 100.0 |
| 슈퍼가 아닌 일반점포 (상점가) | 빈도 | 133                   | 113                          | 47                | 51                 | 10                   | 40                   | 394   |
|                   | %  | 33.8                  | 28.7                         | 11.9              | 12.9               | 2.5                  | 10.2                 | 100.0 |

〈점포형태 \* 발행목적 교차표〉

| 점포형태              | 구분 | 발행목적               |             |                     |               | 합계    |
|-------------------|----|--------------------|-------------|---------------------|---------------|-------|
|                   |    | 지역사랑(업체, 점포 등) 활성화 | 애항심을 높이기 위해 | 자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지 | 내 고장 상품 소비 촉진 |       |
| 합계                | 빈도 | 486                | 51          | 217                 | 148           | 902   |
|                   | %  | 53.9               | 5.7         | 24.1                | 16.4          | 100.0 |
| 동네 슈퍼마켓           | 빈도 | 150                | 14          | 86                  | 50            | 300   |
|                   | %  | 50.0               | 4.7         | 28.7                | 16.7          | 100.0 |
| 전통시장 점포           | 빈도 | 223                | 24          | 93                  | 65            | 405   |
|                   | %  | 55.1               | 5.9         | 23.0                | 16.0          | 100.0 |
| 슈퍼가 아닌 일반점포 (상점가) | 빈도 | 113                | 13          | 38                  | 33            | 197   |
|                   | %  | 57.4               | 6.6         | 19.3                | 16.8          | 100.0 |

〈점포형태\*발행범위 교차표〉

| 점포형태                    | 구분 | 발행범위                  |                     | 합계    |
|-------------------------|----|-----------------------|---------------------|-------|
|                         |    | 기초자치단체<br>(해당 시,군) 발행 | 광역자치단체<br>(전라북도) 발행 |       |
| 합계                      | 빈도 | 593                   | 309                 | 902   |
|                         | %  | 65.7                  | 34.3                | 100.0 |
| 동네 슈퍼마켓                 | 빈도 | 205                   | 95                  | 300   |
|                         | %  | 68.3                  | 31.7                | 100.0 |
| 전통시장 점포                 | 빈도 | 249                   | 156                 | 405   |
|                         | %  | 61.5                  | 38.5                | 100.0 |
| 슈퍼가 아닌<br>일반점포<br>(상점가) | 빈도 | 139                   | 58                  | 197   |
|                         | %  | 70.6                  | 29.4                | 100.0 |

(4) 업종별 비교

〈업종\*상품권 활성화 요건 교차표〉

| 업종                 | 구분 | 상품권 활성화                           |  |                             |                              |                                    |                                  | 합계    |
|--------------------|----|-----------------------------------|--|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|-------|
|                    |    | 지역사랑<br>상품권의<br>사용을<br>널리<br>홍보해야 | 상품권을<br>사용할 수<br>있는<br>가맹점(점<br>포) 수를<br>늘려야 | 상품권을<br>쉽게 구입<br>할 수<br>있어야 | 상품권<br>사용가능<br>한 지역이<br>넓어져야 | 종이상품<br>권과 함께<br>전자상품<br>권도<br>있어야 | 받은<br>상품권을<br>쉽게<br>환전할 수<br>있어야 |       |
| 합계                 | 빈도 | 384                               | 289  | 173                         | 145                          | 25                                 | 187                              | 1,203 |
|                    | %  | 31.9                              | 24.0   | 14.4                        | 12.1                         | 2.1                                | 15.5                             | 100.0 |
| 의류점,<br>신발점        | 빈도 | 74                                | 63   | 37                          | 30                           | 6                                  | 34                               | 244   |
|                    | %  | 30.3                              | 25.8   | 15.2                        | 12.3                         | 2.5                                | 13.9                             | 100.0 |
| 채소,<br>과일 등<br>식품점 | 빈도 | 49                                | 36   | 13                          | 17                           | 2                                  | 25                               | 142   |
|                    | %  | 34.5                              | 25.4   | 9.2                         | 12.0                         | 1.4                                | 17.6                             | 100.0 |
| 육류,<br>생선 등<br>식품점 | 빈도 | 82                                | 52   | 33                          | 30                           | 2                                  | 41                               | 240   |
|                    | %  | 34.2                              | 21.7   | 13.8                        | 12.5                         | 0.8                                | 17.1                             | 100.0 |
| 요식업,<br>음식점        | 빈도 | 44                                | 31   | 27                          | 14                           | 6                                  | 24                               | 146   |
|                    | %  | 30.1                              | 21.2   | 18.5                        | 9.6                          | 4.1                                | 16.4                             | 100.0 |
| 제과,<br>제빵점         | 빈도 | -                                 | 1  | 2                           | 1                            | -                                  | -                                | 4     |
|                    | %  | -                                 | 25.0   | 50.0                        | 25.0                         | -                                  | -                                | 100.0 |
| 피자,<br>차킨점         | 빈도 | 7                                 | 4  | 3                           | 2                            | 1                                  | 3                                | 20    |
|                    | %  | 35.0                              | 20.0   | 15.0                        | 10.0                         | 5.0                                | 15.0                             | 100.0 |
| 반찬점                | 빈도 | 14                                | 6  | 9                           | 4                            | -                                  | 9                                | 42    |
|                    | %  | 33.3                              | 14.3   | 21.4                        | 9.5                          | -                                  | 21.4                             | 100.0 |
| 떡집,<br>방앗간         | 빈도 | 18                                | 14   | 4                           | 12                           | 1                                  | 10                               | 59    |
|                    | %  | 30.5                              | 23.7   | 6.8                         | 20.3                         | 1.7                                | 16.9                             | 100.0 |
| 공산품<br>점           | 빈도 | 38                                | 22   | 14                          | 10                           | 2                                  | 10                               | 96    |
|                    | %  | 39.6                              | 22.9   | 14.6                        | 10.4                         | 2.1                                | 10.4                             | 100.0 |
| 전자,<br>가전점         | 빈도 | 3                                 | 3  | 3                           | 2                            | 1                                  | -                                | 12    |
|                    | %  | 25.0                              | 25.0   | 25.0                        | 16.7                         | 8.3                                | -                                | 100.0 |
| 화장품<br>점           | 빈도 | 9                                 | 4  | 1                           | 2                            | 1                                  | 5                                | 22    |
|                    | %  | 40.9                              | 18.2   | 4.5                         | 9.1                          | 4.5                                | 22.7                             | 100.0 |
| 기타                 | 빈도 | 46                                | 53   | 27                          | 21                           | 3                                  | 26                               | 176   |
|                    | %  | 26.1                              | 30.1   | 15.3                        | 11.9                         | 1.7                                | 14.8                             | 100.0 |

〈업종\*발행목적 교차표〉

| 업종           | 구분 | 발행목적               |             |                     |               | 합계    |
|--------------|----|--------------------|-------------|---------------------|---------------|-------|
|              |    | 지역상권(업체, 점포 등) 활성화 | 애항심을 높이기 위해 | 자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지 | 내 고장 상품 소비 촉진 |       |
| 합계           | 빈도 | 336                | 37          | 131                 | 98            | 602   |
|              | %  | 55.8               | 6.1         | 21.8                | 16.3          | 100.0 |
| 의류점, 신발점     | 빈도 | 55                 | 6           | 35                  | 26            | 122   |
|              | %  | 45.1               | 4.9         | 28.7                | 21.3          | 100.0 |
| 채소, 과일 등 식품점 | 빈도 | 45                 | 3           | 15                  | 8             | 71    |
|              | %  | 63.4               | 4.2         | 21.1                | 11.3          | 100.0 |
| 육류, 생선 등 식품점 | 빈도 | 68                 | 7           | 29                  | 16            | 120   |
|              | %  | 56.7               | 5.8         | 24.2                | 13.3          | 100.0 |
| 요식업, 음식점     | 빈도 | 41                 | 5           | 10                  | 17            | 73    |
|              | %  | 56.2               | 6.8         | 13.7                | 23.3          | 100.0 |
| 제과, 제빵점      | 빈도 | -                  | -           | -                   | 2             | 2     |
|              | %  | -                  | -           | -                   | 100.0         | 100.0 |
| 피자, 치킨점      | 빈도 | 6                  | -           | 4                   | -             | 10    |
|              | %  | 60.0               | -           | 40.0                | -             | 100.0 |
| 반찬점          | 빈도 | 12                 | 1           | 3                   | 5             | 21    |
|              | %  | 57.1               | 4.8         | 14.3                | 23.8          | 100.0 |
| 떡집, 방앗간      | 빈도 | 15                 | 4           | 6                   | 5             | 30    |
|              | %  | 50.0               | 13.3        | 20.0                | 16.7          | 100.0 |
| 공산품점         | 빈도 | 30                 | 5           | 8                   | 5             | 48    |
|              | %  | 62.5               | 10.4        | 16.7                | 10.4          | 100.0 |
| 전자, 가전점      | 빈도 | 3                  | 1           | 1                   | 1             | 6     |
|              | %  | 50.0               | 16.7        | 16.7                | 16.7          | 100.0 |
| 화장품점         | 빈도 | 6                  | 1           | 3                   | 1             | 11    |
|              | %  | 54.5               | 9.1         | 27.3                | 9.1           | 100.0 |
| 기타           | 빈도 | 55                 | 4           | 17                  | 12            | 88    |
|              | %  | 62.5               | 4.5         | 19.3                | 13.6          | 100.0 |

〈업종\*발행범위 교차표〉

| 업종              | 구분 | 발행범위                  |                     | 합계    |
|-----------------|----|-----------------------|---------------------|-------|
|                 |    | 기초자치단체<br>(해당 시,군) 발행 | 광역자치단체<br>(전라북도) 발행 |       |
| 합계              | 빈도 | 388                   | 214                 | 602   |
|                 | %  | 64.5                  | 35.5                | 100.0 |
| 의류점,<br>신발점     | 빈도 | 90                    | 32                  | 122   |
|                 | %  | 73.8                  | 26.2                | 100.0 |
| 채소, 과일<br>등 식품점 | 빈도 | 49                    | 22                  | 71    |
|                 | %  | 69.0                  | 31.0                | 100.0 |
| 육류, 생선<br>등 식품점 | 빈도 | 69                    | 51                  | 120   |
|                 | %  | 57.5                  | 42.5                | 100.0 |
| 요식업,<br>음식점     | 빈도 | 39                    | 34                  | 73    |
|                 | %  | 53.4                  | 46.6                | 100.0 |
| 제과, 제빵점         | 빈도 | 1                     | 1                   | 2     |
|                 | %  | 50.0                  | 50.0                | 100.0 |
| 피자, 치킨점         | 빈도 | 6                     | 4                   | 10    |
|                 | %  | 60.0                  | 40.0                | 100.0 |
| 반찬점             | 빈도 | 17                    | 4                   | 21    |
|                 | %  | 81.0                  | 19.0                | 100.0 |
| 떡집, 방앗간         | 빈도 | 22                    | 8                   | 30    |
|                 | %  | 73.3                  | 26.7                | 100.0 |
| 공산품점            | 빈도 | 33                    | 15                  | 48    |
|                 | %  | 68.8                  | 31.3                | 100.0 |
| 전자, 가전점         | 빈도 | 3                     | 3                   | 6     |
|                 | %  | 50.0                  | 50.0                | 100.0 |
| 화장품점            | 빈도 | 5                     | 6                   | 11    |
|                 | %  | 45.5                  | 54.5                | 100.0 |
| 기타              | 빈도 | 54                    | 34                  | 88    |
|                 | %  | 61.4                  | 38.6                | 100.0 |

## 2. 소비자

### (1) 상품권 발행지역별 비교

〈상품권발행여부\*상품권사용경험 교차표〉

| 상품권 발행여부 | 구분 | 상품권사용경험 |      | 합계    |
|----------|----|---------|------|-------|
|          |    | 있다      | 없다   |       |
| 합계       | 빈도 | 202     | 398  | 600   |
|          | %  | 33.7    | 66.3 | 100.0 |
| 미발행      | 빈도 | 117     | 333  | 450   |
|          | %  | 26.0    | 74.0 | 100.0 |
| 발행       | 빈도 | 85      | 65   | 150   |
|          | %  | 56.7    | 43.3 | 100.0 |

〈상품권발행여부\*사용계기 교차표〉

| 상품권 발행여부 | 구분 | 사용계기               |                     |                         |     | 합계    |
|----------|----|--------------------|---------------------|-------------------------|-----|-------|
|          |    | 지역에서 소비하기 위해 직접 구입 | 직장(회사, 단체 등에서 지급받아서 | 특별한 날(입상, 명절 등)에 선물 받아서 | 기타  |       |
| 합계       | 빈도 | 35                 | 90                  | 76                      | 1   | 202   |
|          | %  | 17.3               | 44.6                | 37.6                    | 0.5 | 100.0 |
| 미발행      | 빈도 | 16                 | 56                  | 44                      | 1   | 117   |
|          | %  | 13.7               | 47.9                | 37.6                    | 0.9 | 100.0 |
| 발행       | 빈도 | 19                 | 34                  | 32                      | -   | 85    |
|          | %  | 22.4               | 40.0                | 37.6                    | -   | 100.0 |

〈상품권발행여부\*상품권 활성화 요건 교차표〉

| 상품권 발행여부 | 구분 | 상품권 활성화 요건           |                              |                   |                     |                      | 합계    |
|----------|----|----------------------|------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------|-------|
|          |    | 지역사랑상품권의 사용을 널리 홍보해야 | 상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야 | 상품권을 쉽게 구입할 수 있어야 | 상품권 사용 가능한 지역이 넓어져야 | 종이상품권과 함께 전자상품권도 있어야 |       |
| 합계       | 빈도 | 286                  | 401                          | 207               | 205                 | 101                  | 1,200 |
|          | %  | 23.8                 | 33.4                         | 17.3              | 17.1                | 8.4                  | 100.0 |
| 미발행      | 빈도 | 225                  | 298                          | 157               | 145                 | 75                   | 900   |
|          | %  | 25.0                 | 33.1                         | 17.4              | 16.1                | 8.3                  | 100.0 |
| 발행       | 빈도 | 61                   | 103                          | 50                | 60                  | 26                   | 300   |
|          | %  | 20.3                 | 34.3                         | 16.7              | 20.0                | 8.7                  | 100.0 |

〈상품권발행여부\*발행목적 교차표〉

| 상품권<br>발행여부 | 구분 | 발행목적                  |                |                              |                     | 합계    |
|-------------|----|-----------------------|----------------|------------------------------|---------------------|-------|
|             |    | 지역상권(업체,<br>점포 등) 활성화 | 애항심을<br>높이기 위해 | 자금이 타<br>지역으로<br>빠지는 것<br>방지 | 내 고장<br>상품 소비<br>촉진 |       |
| 합계          | 빈도 | 328                   | 52             | 105                          | 115                 | 600   |
|             | %  | 54.7                  | 8.7            | 17.5                         | 19.2                | 100.0 |
| 미발행         | 빈도 | 250                   | 40             | 71                           | 89                  | 450   |
|             | %  | 55.6                  | 8.9            | 15.8                         | 19.8                | 100.0 |
| 발행          | 빈도 | 78                    | 12             | 34                           | 26                  | 150   |
|             | %  | 52.0                  | 8.0            | 22.7                         | 17.3                | 100.0 |

〈상품권발행여부\*발행범위 교차표〉

| 상품권<br>발행여부 | 구분 | 발행범위                   |                     | 전체    |
|-------------|----|------------------------|---------------------|-------|
|             |    | 기초자치단체<br>(해당 시, 군) 발행 | 광역자치단체<br>(전라북도) 발행 |       |
| 합계          | 빈도 | 284                    | 316                 | 600   |
|             | %  | 47.3                   | 52.7                | 100.0 |
| 미발행         | 빈도 | 206                    | 244                 | 450   |
|             | %  | 45.8                   | 54.2                | 100.0 |
| 발행          | 빈도 | 78                     | 72                  | 150   |
|             | %  | 52.0                   | 48.0                | 100.0 |

(2) 거주지역별 비교

〈거주지\*지역사랑상품권 사용경험 교차표〉

| 거주지 | 구분 | 상품권사용경험 |       | 합계    |
|-----|----|---------|-------|-------|
|     |    | 있다      | 없다    |       |
| 합계  | 빈도 | 202     | 398   | 600   |
|     | %  | 33.7    | 66.3  | 100.0 |
| 전주시 | 빈도 | 85      | 128   | 213   |
|     | %  | 39.9    | 60.1  | 100.0 |
| 군산시 | 빈도 | 60      | 29    | 89    |
|     | %  | 67.4    | 32.6  | 100.0 |
| 익산시 | 빈도 | 25      | 70    | 95    |
|     | %  | 26.3    | 73.7  | 100.0 |
| 정읍시 | 빈도 | 3       | 34    | 37    |
|     | %  | 8.1     | 91.9  | 100.0 |
| 남원시 | 빈도 | -       | 41    | 41    |
|     | %  | -       | 100.0 | 100.0 |
| 김제시 | 빈도 | -       | 14    | 14    |
|     | %  | -       | 100.0 | 100.0 |
| 완주군 | 빈도 | 22      | 9     | 31    |
|     | %  | 71.0    | 29.0  | 100.0 |
| 진안군 | 빈도 | -       | 9     | 9     |
|     | %  | -       | 100.0 | 100.0 |
| 무주군 | 빈도 | -       | 8     | 8     |
|     | %  | -       | 100.0 | 100.0 |
| 장수군 | 빈도 | 3       | 4     | 7     |
|     | %  | 42.9    | 57.1  | 100.0 |
| 임실군 | 빈도 | -       | 9     | 9     |
|     | %  | -       | 100.0 | 100.0 |
| 순창군 | 빈도 | 4       | 6     | 10    |
|     | %  | 40.0    | 60.0  | 100.0 |
| 고창군 | 빈도 | -       | 19    | 19    |
|     | %  | -       | 100.0 | 100.0 |
| 부안군 | 빈도 | -       | 18    | 18    |
|     | %  | -       | 100.0 | 100.0 |

〈거주지\*사용계기 교차표〉

| 거주지 | 구분 | 사용계기               |                      |                         |     | 합계    |
|-----|----|--------------------|----------------------|-------------------------|-----|-------|
|     |    | 지역에서 소비하기 위해 직접 구입 | 직장(회사, 단체 등)에서 지급받아서 | 특별한 날(입상, 명절 등)에 선물 받아서 | 기타  |       |
| 합계  | 빈도 | 35                 | 90                   | 76                      | 1   | 202   |
|     | %  | 17.3               | 44.6                 | 37.6                    | 0.5 | 100.0 |
| 전주시 | 빈도 | 13                 | 44                   | 28                      | -   | 85    |
|     | %  | 15.3               | 51.8                 | 32.9                    | -   | 100.0 |
| 군산시 | 빈도 | 10                 | 24                   | 26                      | -   | 60    |
|     | %  | 16.7               | 40.0                 | 43.3                    | -   | 100.0 |
| 익산시 | 빈도 | 2                  | 9                    | 13                      | 1   | 25    |
|     | %  | 8.0                | 36.0                 | 52.0                    | 4.0 | 100.0 |
| 정읍시 | 빈도 | 1                  | 1                    | 1                       | -   | 3     |
|     | %  | 33.3               | 33.3                 | 33.3                    | -   | 100.0 |
| 완주군 | 빈도 | 9                  | 7                    | 6                       | -   | 22    |
|     | %  | 40.9               | 31.8                 | 27.3                    | -   | 100.0 |
| 장수군 | 빈도 | -                  | 3                    | -                       | -   | 3     |
|     | %  | -                  | 100.0                | -                       | -   | 100.0 |
| 순창군 | 빈도 | -                  | 2                    | 2                       | -   | 4     |
|     | %  | -                  | 50.0                 | 50.0                    | -   | 100.0 |

〈거주지\*상품권 활성화 요건 교차표〉

| 거주지 | 구분 | 상품권활성화               |                              |                   |                     |                      | 합계    |
|-----|----|----------------------|------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------|-------|
|     |    | 지역사랑상품권의 사용을 널리 홍보해야 | 상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야 | 상품권을 쉽게 구입할 수 있어야 | 상품권 사용 가능한 지역이 넓어져야 | 종이상품권과 함께 전자상품권도 있어야 |       |
| 합계  | 빈도 | 286                  | 401                          | 207               | 205                 | 101                  | 1,200 |
|     | %  | 23.8                 | 33.4                         | 17.3              | 17.1                | 8.4                  | 100.0 |
| 전주시 | 빈도 | 105                  | 149                          | 67                | 65                  | 40                   | 426   |
|     | %  | 24.6                 | 35.0                         | 15.7              | 15.3                | 9.4                  | 100.0 |
| 군산시 | 빈도 | 35                   | 61                           | 32                | 36                  | 14                   | 178   |
|     | %  | 19.7                 | 34.3                         | 18.0              | 20.2                | 7.9                  | 100.0 |
| 익산시 | 빈도 | 48                   | 59                           | 35                | 38                  | 10                   | 190   |
|     | %  | 25.3                 | 31.1                         | 18.4              | 20.0                | 5.3                  | 100.0 |
| 정읍시 | 빈도 | 20                   | 23                           | 12                | 11                  | 8                    | 74    |
|     | %  | 27.0                 | 31.1                         | 16.2              | 14.9                | 10.8                 | 100.0 |
| 남원시 | 빈도 | 17                   | 28                           | 19                | 8                   | 10                   | 82    |
|     | %  | 20.7                 | 34.1                         | 23.2              | 9.8                 | 12.2                 | 100.0 |
| 김제시 | 빈도 | 6                    | 9                            | 2                 | 9                   | 2                    | 28    |
|     | %  | 21.4                 | 32.1                         | 7.1               | 32.1                | 7.1                  | 100.0 |
| 완주군 | 빈도 | 17                   | 21                           | 12                | 8                   | 4                    | 62    |
|     | %  | 27.4                 | 33.9                         | 19.4              | 12.9                | 6.5                  | 100.0 |
| 진안군 | 빈도 | 7                    | 4                            | 4                 | 3                   | -                    | 18    |
|     | %  | 38.9                 | 22.2                         | 22.2              | 16.7                | -                    | 100.0 |
| 무주군 | 빈도 | -                    | 2                            | 5                 | 6                   | 3                    | 16    |
|     | %  | -                    | 12.5                         | 31.3              | 37.5                | 18.8                 | 100.0 |
| 장수군 | 빈도 | 2                    | 4                            | -                 | 5                   | 3                    | 14    |
|     | %  | 14.3                 | 28.6                         | -                 | 35.7                | 21.4                 | 100.0 |
| 임실군 | 빈도 | 1                    | 8                            | 4                 | 2                   | 3                    | 18    |
|     | %  | 5.6                  | 44.4                         | 22.2              | 11.1                | 16.7                 | 100.0 |
| 순창군 | 빈도 | 4                    | 7                            | 3                 | 4                   | 2                    | 20    |
|     | %  | 20.0                 | 35.0                         | 15.0              | 20.0                | 10.0                 | 100.0 |
| 고창군 | 빈도 | 12                   | 13                           | 7                 | 4                   | 2                    | 38    |
|     | %  | 31.6                 | 34.2                         | 18.4              | 10.5                | 5.3                  | 100.0 |
| 부안군 | 빈도 | 12                   | 13                           | 5                 | 6                   | -                    | 36    |
|     | %  | 33.3                 | 36.1                         | 13.9              | 16.7                | -                    | 100.0 |

〈거주지\*발행목적 교차표〉

| 거주지 | 구분 | 발행목적               |             |                     |               | 합계    |
|-----|----|--------------------|-------------|---------------------|---------------|-------|
|     |    | 지역상권(업체, 점포 등) 활성화 | 애항심을 높이기 위해 | 자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지 | 내 고장 상품 소비 촉진 |       |
| 합계  | 빈도 | 328                | 52          | 105                 | 115           | 600   |
|     | %  | 54.7               | 8.7         | 17.5                | 19.2          | 100.0 |
| 전주시 | 빈도 | 123                | 16          | 33                  | 41            | 213   |
|     | %  | 57.7               | 7.5         | 15.5                | 19.2          | 100.0 |
| 군산시 | 빈도 | 45                 | 9           | 17                  | 18            | 89    |
|     | %  | 50.6               | 10.1        | 19.1                | 20.2          | 100.0 |
| 익산시 | 빈도 | 55                 | 12          | 11                  | 17            | 95    |
|     | %  | 57.9               | 12.6        | 11.6                | 17.9          | 100.0 |
| 정읍시 | 빈도 | 20                 | 3           | 6                   | 8             | 37    |
|     | %  | 54.1               | 8.1         | 16.2                | 21.6          | 100.0 |
| 남원시 | 빈도 | 19                 | 2           | 9                   | 11            | 41    |
|     | %  | 46.3               | 4.9         | 22.0                | 26.8          | 100.0 |
| 김제시 | 빈도 | 9                  | 1           | 1                   | 3             | 14    |
|     | %  | 64.3               | 7.1         | 7.1                 | 21.4          | 100.0 |
| 완주군 | 빈도 | 13                 | 1           | 13                  | 4             | 31    |
|     | %  | 41.9               | 3.2         | 41.9                | 12.9          | 100.0 |
| 진안군 | 빈도 | 4                  | 2           | 2                   | 1             | 9     |
|     | %  | 44.4               | 22.2        | 22.2                | 11.1          | 100.0 |
| 무주군 | 빈도 | 5                  | -           | 3                   | -             | 8     |
|     | %  | 62.5               | -           | 37.5                | -             | 100.0 |
| 장수군 | 빈도 | 5                  | -           | 2                   | -             | 7     |
|     | %  | 71.4               | -           | 28.6                | -             | 100.0 |
| 임실군 | 빈도 | 6                  | 1           | 1                   | 1             | 9     |
|     | %  | 66.7               | 11.1        | 11.1                | 11.1          | 100.0 |
| 순창군 | 빈도 | 4                  | 2           | 2                   | 2             | 10    |
|     | %  | 40.0               | 20.0        | 20.0                | 20.0          | 100.0 |
| 고창군 | 빈도 | 8                  | 2           | 2                   | 7             | 19    |
|     | %  | 42.1               | 10.5        | 10.5                | 36.8          | 100.0 |
| 부안군 | 빈도 | 12                 | 1           | 3                   | 2             | 18    |
|     | %  | 66.7               | 5.6         | 16.7                | 11.1          | 100.0 |

〈거주지\*발행범위 교차표〉

| 거주지 | 구분 | 발행범위                   |                     | 합계    |
|-----|----|------------------------|---------------------|-------|
|     |    | 기초자치단체<br>(해당 시, 군) 발행 | 광역자치단체<br>(전라북도) 발행 |       |
| 합계  | 빈도 | 284                    | 316                 | 600   |
|     | %  | 47.3                   | 52.7                | 100.0 |
| 전주시 | 빈도 | 97                     | 116                 | 213   |
|     | %  | 45.5                   | 54.5                | 100.0 |
| 군산시 | 빈도 | 55                     | 34                  | 89    |
|     | %  | 61.8                   | 38.2                | 100.0 |
| 익산시 | 빈도 | 37                     | 58                  | 95    |
|     | %  | 38.9                   | 61.1                | 100.0 |
| 정읍시 | 빈도 | 16                     | 21                  | 37    |
|     | %  | 43.2                   | 56.8                | 100.0 |
| 남원시 | 빈도 | 17                     | 24                  | 41    |
|     | %  | 41.5                   | 58.5                | 100.0 |
| 김제시 | 빈도 | 4                      | 10                  | 14    |
|     | %  | 28.6                   | 71.4                | 100.0 |
| 완주군 | 빈도 | 10                     | 21                  | 31    |
|     | %  | 32.3                   | 67.7                | 100.0 |
| 진안군 | 빈도 | 5                      | 4                   | 9     |
|     | %  | 55.6                   | 44.4                | 100.0 |
| 무주군 | 빈도 | 7                      | 1                   | 8     |
|     | %  | 87.5                   | 12.5                | 100.0 |
| 장수군 | 빈도 | 4                      | 3                   | 7     |
|     | %  | 57.1                   | 42.9                | 100.0 |
| 임실군 | 빈도 | 5                      | 4                   | 9     |
|     | %  | 55.6                   | 44.4                | 100.0 |
| 순창군 | 빈도 | 9                      | 1                   | 10    |
|     | %  | 90.0                   | 10.0                | 100.0 |
| 고창군 | 빈도 | 9                      | 10                  | 19    |
|     | %  | 47.4                   | 52.6                | 100.0 |
| 부안군 | 빈도 | 9                      | 9                   | 18    |
|     | %  | 50.0                   | 50.0                | 100.0 |

(3) 성별 비교

〈성별\*상품권사용경험 교차표〉

| 성별 | 구분 | 상품권사용경험 |      | 합계    |
|----|----|---------|------|-------|
|    |    | 있다      | 없다   |       |
| 합계 | 빈도 | 202     | 398  | 600   |
|    | %  | 33.7    | 66.3 | 100.0 |
| 남자 | 빈도 | 95      | 186  | 281   |
|    | %  | 33.8    | 66.2 | 100.0 |
| 여자 | 빈도 | 107     | 212  | 319   |
|    | %  | 33.5    | 66.5 | 100.0 |

〈성별\*사용계기 교차표〉

| 성별 | 구분 | 사용계기               |                      |                         |     | 합계    |
|----|----|--------------------|----------------------|-------------------------|-----|-------|
|    |    | 지역에서 소비하기 위해 직접 구입 | 직장(회사, 단체 등)에서 지급받아서 | 특별한 날(입상, 명절 등)에 선물 받아서 | 기타  |       |
| 합계 | 빈도 | 35                 | 90                   | 76                      | 1   | 202   |
|    | %  | 17.3               | 44.6                 | 37.6                    | 0.5 | 100.0 |
| 남자 | 빈도 | 17                 | 40                   | 38                      | -   | 95    |
|    | %  | 17.9               | 42.1                 | 40.0                    | -   | 100.0 |
| 여자 | 빈도 | 18                 | 50                   | 38                      | 1   | 107   |
|    | %  | 16.8               | 46.7                 | 35.5                    | 0.9 | 100.0 |

〈성별\*상품권 활성화 요건 교차표〉

| 성별 | 구분 | 상품권 활성화 요건           |                              |                   |                     |                      | 합계    |
|----|----|----------------------|------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------|-------|
|    |    | 지역사랑상품권의 사용을 널리 홍보해야 | 상품권을 사용할 수 있는 기맹점(점포) 수를 늘려야 | 상품권을 쉽게 구입할 수 있어야 | 상품권 사용 가능한 지역이 넓어져야 | 종이상품권과 함께 전자상품권도 있어야 |       |
| 합계 | 빈도 | 286                  | 401                          | 207               | 205                 | 101                  | 1200  |
|    | %  | 23.8                 | 33.4                         | 17.3              | 17.1                | 8.4                  | 100.0 |
| 남자 | 빈도 | 132                  | 193                          | 106               | 82                  | 49                   | 562   |
|    | %  | 23.5                 | 34.3                         | 18.9              | 14.6                | 8.7                  | 100.0 |
| 여자 | 빈도 | 154                  | 208                          | 101               | 123                 | 52                   | 638   |
|    | %  | 24.1                 | 32.6                         | 15.8              | 19.3                | 8.2                  | 100.0 |

〈성별\*발행목적 교차표〉

| 성별 | 구분 | 발행목적               |             |                     |               | 합계    |
|----|----|--------------------|-------------|---------------------|---------------|-------|
|    |    | 지역상권(업체, 점포 등) 활성화 | 애항심을 높이기 위해 | 자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지 | 내 고장 상품 소비 촉진 |       |
| 합계 | 빈도 | 328                | 52          | 105                 | 115           | 600   |
|    | %  | 54.7               | 8.7         | 17.5                | 19.2          | 100.0 |
| 남자 | 빈도 | 145                | 22          | 61                  | 53            | 281   |
|    | %  | 51.6               | 7.8         | 21.7                | 18.9          | 100.0 |
| 여자 | 빈도 | 183                | 30          | 44                  | 62            | 319   |
|    | %  | 57.4               | 9.4         | 13.8                | 19.4          | 100.0 |

〈성별\*발행범위 교차표〉

| 성별 | 구분 | 발행범위                |                  | 합계    |
|----|----|---------------------|------------------|-------|
|    |    | 기초자치단체 (해당 시, 군) 발행 | 광역자치단체 (전라북도) 발행 |       |
| 합계 | 빈도 | 284                 | 316              | 600   |
|    | %  | 47.3                | 52.7             | 100.0 |
| 남자 | 빈도 | 142                 | 139              | 281   |
|    | %  | 50.5                | 49.5             | 100.0 |
| 여자 | 빈도 | 142                 | 177              | 319   |
|    | %  | 44.5                | 55.5             | 100.0 |

(4) 연령별 비교

〈연령대\*상품권사용경험 교차표〉

| 연령대 | 구분 | 상품권사용경험 |      | 합계    |
|-----|----|---------|------|-------|
|     |    | 있다      | 없다   |       |
| 합계  | 빈도 | 202     | 398  | 600   |
|     | %  | 33.7    | 66.3 | 100.0 |
| 20대 | 빈도 | 15      | 41   | 56    |
|     | %  | 26.8    | 73.2 | 100.0 |
| 30대 | 빈도 | 28      | 81   | 109   |
|     | %  | 25.7    | 74.3 | 100.0 |
| 40대 | 빈도 | 55      | 101  | 156   |
|     | %  | 35.3    | 64.7 | 100.0 |
| 50대 | 빈도 | 76      | 104  | 180   |
|     | %  | 42.2    | 57.8 | 100.0 |
| 60대 | 빈도 | 28      | 71   | 99    |
|     | %  | 28.3    | 71.7 | 100.0 |

〈연령대\*사용계기 교차표〉

| 연령대 | 구분 | 사용계기               |                      |                         |     | 합계    |
|-----|----|--------------------|----------------------|-------------------------|-----|-------|
|     |    | 지역에서 소비하기 위해 직접 구입 | 직장(회사, 단체 등)에서 지급받아서 | 특별한 날(입상, 명절 등)에 선물 받아서 | 기타  |       |
| 합계  | 빈도 | 35                 | 90                   | 76                      | 1   | 202   |
|     | %  | 17.3               | 44.6                 | 37.6                    | 0.5 | 100.0 |
| 20대 | 빈도 | 1                  | 3                    | 11                      | -   | 15    |
|     | %  | 6.7                | 20.0                 | 73.3                    | -   | 100.0 |
| 30대 | 빈도 | 4                  | 16                   | 8                       | -   | 28    |
|     | %  | 14.3               | 57.1                 | 28.6                    | -   | 100.0 |
| 40대 | 빈도 | 9                  | 29                   | 16                      | 1   | 55    |
|     | %  | 16.4               | 52.7                 | 29.1                    | 1.8 | 100.0 |
| 50대 | 빈도 | 12                 | 32                   | 32                      | -   | 76    |
|     | %  | 15.8               | 42.1                 | 42.1                    | -   | 100.0 |
| 60대 | 빈도 | 9                  | 10                   | 9                       | -   | 28    |
|     | %  | 32.1               | 35.7                 | 32.1                    | -   | 100.0 |

〈연령대\*상품권 활성화 요건 교차표〉

| 연령대 | 구분 | 상품권활성화               |                              |                   |                     |                      | 합계    |
|-----|----|----------------------|------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------|-------|
|     |    | 지역사랑상품권의 사용을 널리 홍보해야 | 상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야 | 상품권을 쉽게 구입할 수 있어야 | 상품권 사용 가능한 지역이 넓어져야 | 종이상품권과 함께 전자상품권도 있어야 |       |
| 합계  | 빈도 | 286                  | 401                          | 207               | 205                 | 101                  | 1,200 |
|     | %  | 23.8                 | 33.4                         | 17.3              | 17.1                | 8.4                  | 100.0 |
| 20대 | 빈도 | 19                   | 42                           | 19                | 20                  | 12                   | 112   |
|     | %  | 17.0                 | 37.5                         | 17.0              | 17.9                | 10.7                 | 100.0 |
| 30대 | 빈도 | 45                   | 61                           | 37                | 39                  | 36                   | 218   |
|     | %  | 20.6                 | 28.0                         | 17.0              | 17.9                | 16.5                 | 100.0 |
| 40대 | 빈도 | 62                   | 104                          | 64                | 60                  | 22                   | 312   |
|     | %  | 19.9                 | 33.3                         | 20.5              | 19.2                | 7.1                  | 100.0 |
| 50대 | 빈도 | 96                   | 131                          | 58                | 53                  | 22                   | 360   |
|     | %  | 26.7                 | 36.4                         | 16.1              | 14.7                | 6.1                  | 100.0 |
| 60대 | 빈도 | 64                   | 63                           | 29                | 33                  | 9                    | 198   |
|     | %  | 32.3                 | 31.8                         | 14.6              | 16.7                | 4.5                  | 100.0 |

〈연령대\*발행목적 교차표〉

| 연령대 | 구분 | 발행목적               |             |                     |               | 합계    |
|-----|----|--------------------|-------------|---------------------|---------------|-------|
|     |    | 지역사랑(업체, 점포 등) 활성화 | 애향심을 높이기 위해 | 자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지 | 내 고장 상품 소비 촉진 |       |
| 합계  | 빈도 | 328                | 52          | 105                 | 115           | 600   |
|     | %  | 54.7               | 8.7         | 17.5                | 19.2          | 100.0 |
| 20대 | 빈도 | 34                 | 2           | 13                  | 7             | 56    |
|     | %  | 60.7               | 3.6         | 23.2                | 12.5          | 100.0 |
| 30대 | 빈도 | 59                 | 17          | 12                  | 21            | 109   |
|     | %  | 54.1               | 15.6        | 11.0                | 19.3          | 100.0 |
| 40대 | 빈도 | 87                 | 12          | 24                  | 33            | 156   |
|     | %  | 55.8               | 7.7         | 15.4                | 21.2          | 100.0 |
| 50대 | 빈도 | 102                | 6           | 44                  | 28            | 180   |
|     | %  | 56.7               | 3.3         | 24.4                | 15.6          | 100.0 |
| 60대 | 빈도 | 46                 | 15          | 12                  | 26            | 99    |
|     | %  | 46.5               | 15.2        | 12.1                | 26.3          | 100.0 |

〈연령대\*발행범위 교차표〉

| 연령대 | 구분 | 발행범위                   |                      | 합계    |
|-----|----|------------------------|----------------------|-------|
|     |    | 기초자치단체<br>(해당 시, 군) 발행 | 광역시자치단체<br>(전라북도) 발행 |       |
| 합계  | 빈도 | 284                    | 316                  | 600   |
|     | %  | 47.3                   | 52.7                 | 100.0 |
| 20대 | 빈도 | 30                     | 26                   | 56    |
|     | %  | 53.6                   | 46.4                 | 100.0 |
| 30대 | 빈도 | 42                     | 67                   | 109   |
|     | %  | 38.5                   | 61.5                 | 100.0 |
| 40대 | 빈도 | 56                     | 100                  | 156   |
|     | %  | 35.9                   | 64.1                 | 100.0 |
| 50대 | 빈도 | 103                    | 77                   | 180   |
|     | %  | 57.2                   | 42.8                 | 100.0 |
| 60대 | 빈도 | 53                     | 46                   | 99    |
|     | %  | 53.5                   | 46.5                 | 100.0 |

(5) 소득별 비교

〈소득수준\*상품권사용경험 교차표〉

| 소득수준        | 구분 | 상품권사용경험 |      | 합계    |
|-------------|----|---------|------|-------|
|             |    | 있다      | 없다   |       |
| 합계          | 빈도 | 202     | 398  | 600   |
|             | %  | 33.7    | 66.3 | 100.0 |
| 100만원~300만원 | 빈도 | 41      | 125  | 166   |
|             | %  | 24.7    | 75.3 | 100.0 |
| 310만원~400만원 | 빈도 | 37      | 116  | 153   |
|             | %  | 24.2    | 75.8 | 100.0 |
| 410만원~500만원 | 빈도 | 70      | 98   | 168   |
|             | %  | 41.7    | 58.3 | 100.0 |
| 510만원~      | 빈도 | 54      | 59   | 113   |
|             | %  | 47.8    | 52.2 | 100.0 |

〈소득수준\*사용계기 교차표〉

| 소득수준        | 구분 | 사용계기               |                      |                         |     | 합계    |
|-------------|----|--------------------|----------------------|-------------------------|-----|-------|
|             |    | 지역에서 소비하기 위해 직접 구입 | 직장(회사, 단체 등)에서 지급받아서 | 특별한 날(입상, 명절 등)에 선물 받아서 | 기타  |       |
| 합계          | 빈도 | 35                 | 90                   | 76                      | 1   | 202   |
|             | %  | 17.3               | 44.6                 | 37.6                    | 0.5 | 100.0 |
| 100만원~300만원 | 빈도 | 8                  | 13                   | 20                      | -   | 41    |
|             | %  | 19.5               | 31.7                 | 48.8                    | -   | 100.0 |
| 310만원~400만원 | 빈도 | 5                  | 18                   | 14                      | -   | 37    |
|             | %  | 13.5               | 48.6                 | 37.8                    | -   | 100.0 |
| 410만원~500만원 | 빈도 | 16                 | 28                   | 25                      | 1   | 70    |
|             | %  | 22.9               | 40.0                 | 35.7                    | 1.4 | 100.0 |
| 510만원~      | 빈도 | 6                  | 31                   | 17                      | -   | 54    |
|             | %  | 11.1               | 57.4                 | 31.5                    | -   | 100.0 |

〈소득수준\*상품권 활성화 요건 교차표〉

| 소득수준        | 구분 | 상품권활성화                |                              |                   |                     |                      | 합계    |
|-------------|----|-----------------------|------------------------------|-------------------|---------------------|----------------------|-------|
|             |    | 지역사랑 상품권의 사용을 널리 홍보해야 | 상품권을 사용할 수 있는 가맹점(점포) 수를 늘려야 | 상품권을 쉽게 구입할 수 있어야 | 상품권 사용 가능한 지역이 넓어져야 | 종이상품권과 함께 전자상품권도 있어야 |       |
| 합계          | 빈도 | 286                   | 401                          | 207               | 205                 | 101                  | 1,200 |
|             | %  | 23.8                  | 33.4                         | 17.3              | 17.1                | 8.4                  | 100.0 |
| 100만원~300만원 | 빈도 | 86                    | 118                          | 52                | 58                  | 18                   | 332   |
|             | %  | 25.9                  | 35.5                         | 15.7              | 17.5                | 5.4                  | 100.0 |
| 310만원~400만원 | 빈도 | 77                    | 92                           | 59                | 41                  | 37                   | 306   |
|             | %  | 25.2                  | 30.1                         | 19.3              | 13.4                | 12.1                 | 100.0 |
| 410만원~500만원 | 빈도 | 74                    | 110                          | 58                | 67                  | 27                   | 336   |
|             | %  | 22.0                  | 32.7                         | 17.3              | 19.9                | 8.0                  | 100.0 |
| 510만원~      | 빈도 | 49                    | 81                           | 38                | 39                  | 19                   | 226   |
|             | %  | 21.7                  | 35.8                         | 16.8              | 17.3                | 8.4                  | 100.0 |

〈소득수준\*발행목적 교차표〉

| 소득수준        | 구분 | 발행목적               |             |                     |               | 합계    |
|-------------|----|--------------------|-------------|---------------------|---------------|-------|
|             |    | 지역상권(업체, 점포 등) 활성화 | 애항심을 높이기 위해 | 자금이 타 지역으로 빠지는 것 방지 | 내 고장 상품 소비 촉진 |       |
| 합계          | 빈도 | 328                | 52          | 105                 | 115           | 600   |
|             | %  | 54.7               | 8.7         | 17.5                | 19.2          | 100.0 |
| 100만원~300만원 | 빈도 | 90                 | 12          | 27                  | 37            | 166   |
|             | %  | 54.2               | 7.2         | 16.3                | 22.3          | 100.0 |
| 310만원~400만원 | 빈도 | 86                 | 19          | 17                  | 31            | 153   |
|             | %  | 56.2               | 12.4        | 11.1                | 20.3          | 100.0 |
| 410만원~500만원 | 빈도 | 90                 | 9           | 33                  | 36            | 168   |
|             | %  | 53.6               | 5.4         | 19.6                | 21.4          | 100.0 |
| 510만원~      | 빈도 | 62                 | 12          | 28                  | 11            | 113   |
|             | %  | 54.9               | 10.6        | 24.8                | 9.7           | 100.0 |

〈소득수준\*발행범위 교차표〉

| 소득수준        | 구분 | 발행범위                |                   | 합계    |
|-------------|----|---------------------|-------------------|-------|
|             |    | 기초자치단체 (해당 시, 군) 발행 | 광역시자치단체 (전라북도) 발행 |       |
| 합계          | 빈도 | 284                 | 316               | 600   |
|             | %  | 47.3                | 52.7              | 100.0 |
| 100만원~300만원 | 빈도 | 85                  | 81                | 166   |
|             | %  | 51.2                | 48.8              | 100.0 |
| 310만원~400만원 | 빈도 | 76                  | 77                | 153   |
|             | %  | 49.7                | 50.3              | 100.0 |
| 410만원~500만원 | 빈도 | 71                  | 97                | 168   |
|             | %  | 42.3                | 57.7              | 100.0 |
| 510만원~      | 빈도 | 52                  | 61                | 113   |
|             | %  | 46.0                | 54.0              | 100.0 |





정책연구 2019-05

## 전라북도 지역상품권 운영 활성화 방안

---

발행인 | 김 선 기

발행일 | 2019년 3월 29일

발행처 | 전북연구원

55068 전북 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696

전화: (063)280-7100 팩스: (063)286-9206

---

ISBN 978-89-6612-255-4 93320

본 출판물의 판권은 전북연구원에 속합니다.



