

# 지역화폐와 소비자 상생 방안 연구

| 이경아



정책연구 20-08

---

# 지역화폐와 소비자 상생 방안 연구

---

이경아



## 머 리 말

2020년은 지역화폐 제도의 추진에 있어 획기적인 분기점이 되는 시기입니다. 올해 초 코로나19 위기에 따른 소위 재난지원금 지급 수단의 하나로 지역화폐가 포함되면서 발행액의 추가 지원과 함께 소비자들의 관심도 크게 증가하였습니다.

지역화폐는 과거 대안적 사회운동의 하나로 운영되어 온 상호부조에 기반한 공동체화폐와 2000년 중반 이후 지역경제 활성화를 위해 발행된 고향사랑상품권 제도가 발전하여 현재의 모습으로 자리매김하게 되었습니다. 지역화폐 규모는 전국 229개 지자체에서 발행 또는 발행 예정에 있어 대부분의 지자체에서 지역화폐를 발행하고 있다고 볼 수 있습니다. 각 지자체들은 정부 및 지자체 자체 예산 투입, 정책 수당과의 연계 지급, 소상공인 지원책 마련 등 재정정책 차원에서 활발히 운영하고 있습니다.

그러나, 지역화폐는 이를 결제수단으로 사용하는 지역 주민과 지역 상인들이 함께 상생할 수 있는 지역순환경제 구축을 목적으로 합니다. 정책 수혜자이자 이용자인 소비자 관점이 배제되어서는 지역화폐가 효과적인 정책 도구로 기능할 수 없습니다. 이에, 본 연구에서는 지역화폐의 도입 목적인 지역경제 활성화라는 사회적 가치에 공감하고, 소비자 관점에서 지역화폐 관련 이슈를 다각도로 살펴봄으로써 관련 정책을 추진하는 정부 및 지자체의 다양한 시사점을 제시하고자 시행되었습니다.

지역화폐가 소비자 및 소비생활에 미치는 영향을 파악하고, 국내외 지역화폐 운영사례 및 최근 제·개정된 법·제도 현황을 검토하였으며, 소비자들을 대상으로 한 설문조사를 통해 이용현황, 인식수준, 애로사항, 정책수요 등을 파악하였습니다. 이를 바탕으로 법·제도적 관점에서의 애로사항과 소비생활 관점에서의 향상방안을 제시하였습니다. 이러한 연구 결과를 통해 본격적인 이용단계에 접어든 지역화폐가 본래의 도입 취지인 지역경제의 활성화 뿐 아니라 지역소비자와 함께 더불어 상생할 수 있는 정책도구로 활용될 수 있을 것으로 기대합니다.

끝으로, 본 연구의 논의 과정에서 도움을 주신 학계 및 원내·외 지역화폐 전문가 여러분들께 깊은 감사의 뜻을 전하며, 향후에도 관련 연구가 지속적으로 추진될 수 있도록 많은 관심 가져주시기를 바랍니다.

2020. 12.

한국소비자원

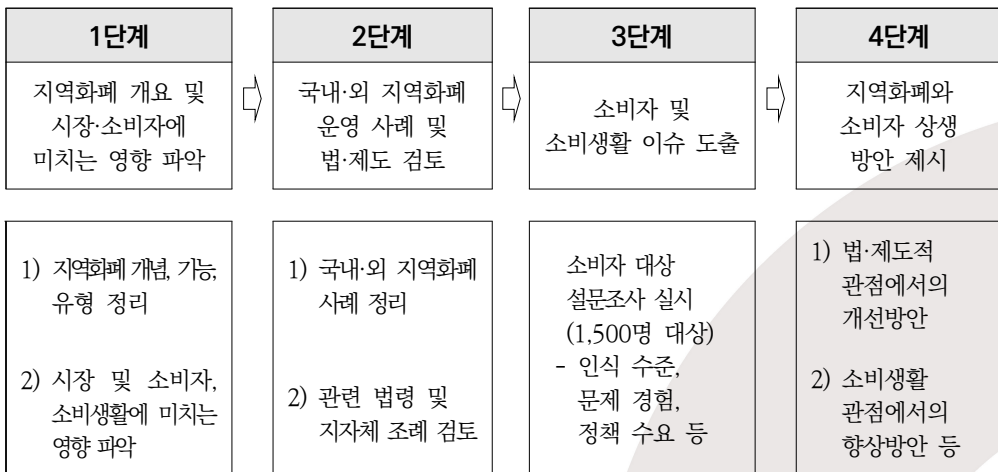
원장 이희숙

## I. 국 문 요 약

### I. 연구 배경

- 2020년은 국내 지역화폐 제도에 있어 획기적인 분기점을 이루는 시기임. 2019년은 기존 발행액 대비 6.19배, 2020년은 8월 기준, 약 3.91배의 폭발적인 증가율을 보임
- (발행규모) 행정안전부는 2020년 6조원에서 9조원으로 규모 확대
- (발행현황) 2020년 11월 기준, 총 230개 지역에서 발행/발행 예정
- (법 명칭) 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 [시행 2020.7.2.]에서 지역사랑 상품권 명칭 사용
- (연구목적) 지역화폐의 도입 목적인 지역경제 활성화라는 사회적 가치에 공감하고 참여하는 소비자 관점에서 지역화폐 관련 소비자 이슈를 살펴봄으로써, 정부 및 지자체에 개선 방안을 제시

### □ (연구방법)



## II. 연구 내용

### 1. 지역화폐와 소비자 이슈

□ (정의) “지역화폐는 특정 지역 또는 공동체 내에서 자체적으로 발행·통용되는 법정화폐 이외의 지불수단으로, 상호 신뢰에 기반한 상생과 지역가치 제고를 위해 기꺼이 지속 이용하는 경제활동 방식”으로 정의

□ (소비자 이슈) 지역화폐 관련 예상되는(나타나는) 문제점은 다음과 같음

항목		예상되는(나타나는) 문제점
구 매 단 계 별	구입 단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 구입처 등 지역화폐 구입 방법에 대한 정보 부족</li> <li>• 지역화폐 신청 및 처리, 수령까지 걸리는 기간에 대한 번거로움</li> <li>• 사용등록, 계좌연결 등 지역화폐 사용 개설 절차가 복잡하고 어려움</li> <li>• 지역화폐 앱의 경우 오류 발생 등 시스템에 대한 높은 불안감</li> <li>• 개인 이용 데이터의 저장 및 빅데이터 활용에 따른 개인정보 유출 문제</li> </ul>
	이용 단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 구매 가능한 상품/서비스가 다양하지 못함(지역 내 가맹점 수 부족)</li> <li>• 온/오프라인 상에서 지역 내 가맹점 위치 등 관련 정보제공 부족</li> <li>• 지역화폐와 타 신용카드 수단 간 분리 결제의 번거로움</li> <li>• 지역화폐로 구매 시 주차권 제공 기피 등 차별 발생</li> <li>• 가맹점의 자체 이벤트/할인쿠폰 등의 마케팅 연계 불가</li> <li>• 지자체 자체 마케팅 등과 연동 불가(예로 지역특산물 판매 등)</li> <li>• 비가맹점 대비 안좋은 경우에도 어쩔 수 없이 이용해야 하는 경우 발생</li> </ul>
제도 전반		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대리구매, 깡, 폼수 재테크 문제(규정을 악용한 현금 환불 등)</li> <li>• 유관 기관 및 기업체 등 의무 구매에 대한 불만</li> <li>• 고령층 등 디지털 소외 계층에 대한 배려 부족</li> <li>• 재정자립도에 따른 지자체 간 양극화 발생(과도한 할인 경쟁 등)</li> <li>• 광역(시·도) 단위 발행의 경우 거점 상권으로의 쏠림현상 등</li> <li>• 인센티브 비율의 잦은 변동에 따른 신뢰도 저하</li> <li>• 지역화폐 발행 및 운영에 드는 제반 비용으로 인한 향후 세금 부담</li> <li>• 착한소비/가치소비/윤리적소비 이슈로 소구하는 정책에 대한 막연한 거부감</li> </ul>



## 2. 지역화폐 법제 현황

□ (소비자보호 조항) 조례 28개를 대상으로 소비자보호 관련 조항 분석

- ① 가맹점 취소범위 : 지역화폐 목적에 적합하지 않는, 제외되는 가맹점 업종 규정, 취소 시 관련 정보 공개 방식 등 명시
- ② 가맹점 준수사항 : 가맹점이 하여서는 안되는 행위로 지역화폐 결제를 거절하거나 사용자를 불리하게 대우하는 차별행위 금지 등
- ③ 사용자 준수사항 : 사용자가 사용해서는 안되는 상품권 또는 행위
- ④ 위원회 및 위원 구성<sup>1)</sup> : 관련 위원회 구성 및 위원에 소비자 또는 시민사회 단체에서 추천하는 사람 등 포함 여부 등
- ⑤ 기타 : 도지사(또는 시장)의 책무, 기본계획의 수립 등, 사업지원, 재정지원의 조건 등 포함
- ⑥ 추가 : 전자지급수단 형태(카드형, 모바일형 등) 발행 시 「전자금융거래법」에 따른 판매대행점/운영대행사 요건, 준수사항, 운영시스템 보안, 개인정보보호 조항 등

지자체	조례명	시행일	가맹점 취소 및 공개 <sup>1)</sup>	가맹점 준수 사항 <sup>2)</sup>	사용자 준수 사항 <sup>3)</sup>	위원회 구성 <sup>4)</sup>	기타 <sup>5)</sup>	추가 <sup>6)</sup>
서울	서울특별시 서울사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례	2019.12.31	○	○	○	×		
	서울특별시 성북구 성북사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례	2020.11.05	○☆	○	○	×		
	서울특별시 영등포구 영등포사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례	2019.12.26	○☆	×	×	×		
부산	부산광역시 지역화폐 이용 활성화에 관한 조례	2020.09.30	○☆	○	○	○★	●	◇
	부산광역시 동구 지역화폐 발행 및 운영 조례	2020.10.30	○☆	○	○	△		◇

1) 소비자기본법 제4조(소비자의 기본적 권리) 중 '4. 소비생활에 영향을 주는 국가 및 지방 자치단체의 정책과 사업자의 사업활동 등에 대하여 의견을 반영시킬 권리', '7. 소비자 스스로의 권익을 증진하기 위하여 단체를 조직하고 이를 통하여 활동할 수 있는 권리' 기준

지자체	조례명	시행일	가맹점 취소 및 공개 <sup>1)</sup>	가맹점 준수 사항 <sup>2)</sup>	사용자 준수 사항 <sup>3)</sup>	위원회 구성 <sup>4)</sup>	기타 <sup>5)</sup>	추가 <sup>6)</sup>
대구	대구사랑 상품권 이용 활성화에 관한 조례	2020.03.10	○☆	○	○	○★		
인천	인천사랑상품권 발행 및 운영 조례	2020.11.09	○☆	×	×	○		
	인천광역시 미추홀구 미추홀사랑 상품권 발행 및 운영 조례	2020.11.09	○☆	×	○	×		◇
광주	광주사랑 상품권 이용 활성화에 관한 조례	2019.04.15	○	○	○	○		
대전	대전광역시 지역화폐 이용 활성화 조례	2020.01.01	×	×	×	×	●	
울산	울산사랑상품권 발행 및 운영 조례	2020.04.09	○	×	×	×		
세종	세종특별자치시 세종사랑 상품권 발행 및 운영에 관한 조례	2020.04.01	○	○	○	○★		◇
경기	경기도 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 관한 조례	2020.10.08	×	×	×	△	●	소비 지원금 신설
	수원시 지역화폐 발행 및 운영에 관한 조례	2019.03.29	○	○	○	△		◇
	시흥시 지역화폐 발행 및 운영에 관한 조례	2020.10.07	○☆	○	○	○★	●	◆
	성남시 사랑상품권 활성화기금 설치 및 운용 조례	2020.11.02	○☆	○	○	△	●	
강원	춘천시 사랑상품권 발행 및 운영 조례	2020.11.05	○☆	×	×	×		
충북	청주시 사랑상품권 발행 및 운영 조례	2020.11.06	○☆	×	×	△		
	진천군 진천사랑상품권 관리 및 운영 조례	2020.04.17	○	○	○	×		
	음성군 음성사랑상품권 발행 및 운영 조례	2020.11.05	○☆	×	○	×		
충남	충청남도 지역화폐의 이용 활성화에 관한 조례	2019.04.10	×	×	×	×	●	
	공주시 사랑 상품권 발행 및 운영에 관한 조례	2020.09.21	○☆	○	○	×		◆
전북	군산시 사랑 상품권 관리 및 운영 조례	2020.09.29	○☆	○	○	×		◆◆
전남	전라남도 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 관한 조례	2019.07.09	×	×	×	×	●	
	목포시 지역화폐 발행 및 운영 조례	2019.07.01	○	○	○	△		◇

지자체	조례명	시행일	가맹점 취소 및 공개 <sup>1)</sup>	가맹점 준수 사항 <sup>2)</sup>	사용자 준수 사항 <sup>3)</sup>	위원회 구성 <sup>4)</sup>	기타 <sup>5)</sup>	추가 <sup>6)</sup>
경북	경상북도 지역사랑상품권의 보급 및 이용 활성화 지원 조례	2019.10.31	×	×	×	×	●	
	포항시 포항사랑 상품권 관리 및 운영 조례	2020.11.03	○☆	○	○	×		◆
경남	창원사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례	2019.11.15	○☆	○	○	×		◆◆

- 1) 가맹점 취소 및 공개 : 지역화폐 목적에 적합하지 않는 가맹점 업종 규정(○), 가맹점 취소 시 관련 정보 공개 방식이 명시된 경우(☆)
- 2) 가맹점 준수사항 : 가맹점이 하여서는 안되는 행위
- 3) 사용자 준수사항 : 사용자가 사용해서는 안되는 상품권 또는 행위
- 4) 위원회 위원구성 : 위원 구성에 소비자 또는 시민사회단체에서 추천하는 사람 등 조건이 구체적으로 명시된 경우(○), 명시되지 않은 경우(△), 그 외 성별 고려가 명시된 경우(★)
- 5) 기타 : 도지사(또는 시장)의 책무, 기본계획의 수립·시행 등, 운영 평가, 전담조직 운영, 사업 지원, 재정 지원의 조건 등 이 모두 포함된 경우(●), 일부 포함된 경우(◐)
- 6) 추가 : 전자지급수단 형태(신용카드형, 모바일형) 발행 시 「전자금융거래법에 따른 판매대행점/운영대행사 요건/준수사항, 운영시스템 보안, 개인정보보호 조항 등(◇), 별도 인센티브제도 운영, 부정유통 신고 포상제(◆), 유효기간 경과 상품권 처리 조항 등(◆)

### 3. 소비자 대상 설문조사

□ (조사개요) 15개 시·도(제주도 제외)에 거주하는 성인 남녀 중 지역화폐를 이용해 본 경험이 있는 소비자 1,500명을 대상으로 ① 지역화폐 이용 현황, ② 지역화폐 관련 지식 수준, ③ 이용에 있어 애로사항 또는 불편한 점, ④ 기대되는 정책 효과 및 세부 정책과제 수요를 조사함

#### □ (주요 결과)

- (이용 이유) '지역화폐의 인센티브(할인율, 캐시백 등) 혜택이 좋아서' 71.1%<sup>1순위</sup>, '소비자와 사업자가 상생할 수 있는 지역경제 활성화 등 도입 목적에 공감하기에' 36.5%<sup>2순위</sup>, '내가 살고 있는 지역 영세 상인들을 도울 수 있는 간편한 방식이기에' 35.1%<sup>3순위</sup>

○ (현재 금액 및 향후 이용 비중)

- '10만원 이상~30만원 미만' 36.3%, '5만원 이상~10만원 미만' 24.9%
- '현재와 비슷하게 유지' 56.7%<sup>1순위</sup>, '현재보다 약간/크게 늘림' 32.8%<sup>2순위</sup>

○ (신규 이용자의 계속 이용 의사) '인센티브가 클 때만 이용' 42.0%, '계속 이용' 30.2%, '현재로서는 이용의향 없음' 27.8%

○ (지식 수준) 거래 역량인 ▲타 지역화폐의 구입·이용 가능, ▲이용약관의 인지, ▲약관 내 환불 등 세부 내용에 대해서는 '모름' 비율이 30% 이상

○ (불편한 점) 구입단계 5개, 이용단계 9개, 제도전반 10개 문항 별 체감 불편수준과 개선 우선 순위 파악

	조사 항목	5점 평균 (점)	5점 비율(%)			1순위 비율 (%)	1+2 순위 비율 (%)	최종 우선 순위
			아님 (1+2)	보통 (3)	그려함 (4+5)			
구입 단계	① 구입처, 가능한 지역화폐 유형 등 구입 방법에 대한 정보를 얻기 어려웠다.	3.16	21.8	41.7	36.5	36.4	56.3	1
	② 개인정보보호, 해킹 대응 등 관련 정보가 부족하여 개인정보 유출 가능성 등 보안 시스템에 대한 불안감을 느꼈다.	3.15	20.6	46.7	32.7	19.9	42.2	2
	③ 신용/체크카드형(실물형태)은 신청 후 받기까지 기간이 길어 번거로웠다.	2.99	27.9	42.1	29.9	20.5	38.1	3
	④ 지역화폐 앱의 처음 설치/업데이트 시 오류 발생 등 아직 시스템이 불안정하다고 느꼈다.	2.99	28.3	42.4	29.3	12.7	35.9	4
	⑤ 사용등록, 계좌연결, 비밀번호 설정 등 개설 절차가 복잡하고 어려웠다.	2.85	33.1	43.9	22.9	10.5	27.5	5

○ (정책 수요) 제도 운영단계 8개, 제도 발전단계 7개 문항 별 필요수준과 정책 우선 도입 순위 파악

	조사 항목	5점 평균 (점)	5점 비율(%)			1순위 비율 (%)	1+2+3 순위 비율 (%)	최종 우선 순위
			필요 없음 (1+2)	보통 (3)	필요함 (4+5)			
제도 운영 단계	① 환불이나 결제취소 조건, 유효기간, 재발급 등 관련 이용 정보를 쉽게 찾고, 확인할 수 있도록 지역화폐 앱 화면의 효율적 구성	3.89	2.6	30.3	67.1	30.9	56.4	1
	② 지역 내 업종별 가맹점 비율 등을 고려한 가맹점 확보	4.19	2.0	19.5	78.5	21.3	51.8	2
	③ 지역화폐 발행 예산의 확보로 사용한도액 및 인센티브(선할인, 캐시백 등)의 안정적 유지	4.14	2.5	19.2	78.3	16.6	49.1	3
	④ 지역화폐 사용에 있어 소비자문제(파해)가 발생했을 때 어디에 문의하면 되는지 관련 정보 표시 등 정보 제공 강화	4.02	2.3	23.1	74.6	11.7	45.9	4
	⑤ 유통질서를 교란시키는 각종 불법 환전 행위(속칭 '깡') 예방	4.13	2.7	23.4	73.9	8.4	30.8	5
	⑥ 문제가 있는 가맹점 퇴출 등 철저한 가맹점 관리 운영	4.15	1.9	21.0	77.1	4.7	28.6	6
	⑦ 지역화폐 제도의 장점, 현황, 성과에 대한 다양한 홍보 강화(지역주민센터, 홈페이지, SNS 등)로 참여자(소비자, 가맹점) 확대	3.92	3.1	28.4	68.5	3.8	19.0	7
	⑧ 정보취약계층(고령자 등)의 이용 접근성 제고를 위한 맞춤형 정보 개발	4.01	2.7	23.5	73.8	2.7	18.3	8

	조사 항목	5점 평균 (점)	5점 비율(%)			1순위 비율 (%)	1+2+3 순위 비율 (%)	최종 우선 순위
			필요 없음 (1+2)	보통 (3)	필요함 (4+5)			
제도 발전 단계	① 기존 온라인 결제수단과의 연계 등 온라인상에서도 결제할 수 있도록 방식 확대	4.11	3.7	19.6	76.7	40.8	60.3	1
	② 현 지자체 조례나 이용약관(예로, 서비스 이용약관, 전자금융거래 이용약관 등) 등에 소비자 보호 관련 내용이 미비하거나, 들어가야 할 항목이 빠져있지는 않는지 점검하고 제·개정하는 작업	3.78	1.9	34.9	63.2	22.2	34.5	2
	③ 개인별 맞춤형 지역화폐 소비패턴 정보 제공으로 합리적 소비생활 지원(예로, 일반 카드 명세서에서 제공하는 그래프 형태 등)	3.60	6.1	40.5	53.4	11.5	28.7	3
	④ 지역화폐 구매전용 지역 특성화 상품 개발 및 판로 개척 등 지역 상생 플랫폼으로 발전	3.82	3.7	29.3	67.0	7.0	22.7	4
	⑤ 지역화폐 제도 시행 시 지역 주민들의 참여 기회 제공(지역주민협의회 운영 및 참여 등)	3.73	4.5	34.9	60.5	7.1	19.5	5
	⑥ 자원봉사, 기부금품, 재능나눔, 물품거래 등의 활동을 사회적 가치로 환산하여 일정 부분 지역화폐로도 지급하는 혼합방식 도입	3.71	6.1	32.5	61.3	5.5	19.3	6
	⑦ 지역화폐의 비용성과 분석을 통한 합리적 운영체계 마련	3.86	2.5	30.1	67.4	5.9	15.0	7

#### 4. 법·제도적 관점에서의 개선방안

(1) 지역사랑상품권 표준 조례안 개정 : 소비자보호 조항 등

- 행정안전부 『2020년도 지역사랑상품권 발행지원 사업 종합지침』(2019.12.24.발행) 내 지자체 참고 가이드라인인 【지역사랑상품권 표준 조례안】 개정

## □ (제1안) 제11조(가맹점 등록의 취소) 조항 수정 및 위원회 조항 신설

현행	개정(안)
<p>00사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례안</p> <p>제11조(가맹점 등록의 취소)            ①~② 생략            ③ 시·군의 장은 제1항 또는 제2항에 따라 등록을 취소한 경우 <u>그 사실을</u> 이용자 등이 알 수 있도록 00시·군 <u>인터넷 홈페이지</u>에 공개하여야 한다.</p> <p>&lt;신설&gt;</p>	<p>00사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례안</p> <p>제11조(가맹점 등록의 취소)            ①~② 생략            ③ 시·군의 장은 제1항 또는 제2항에 따라 등록을 취소한 경우 <u>취소가맹점의 상호와 사업장 주소</u>를 이용자 등이 알 수 있도록 00시·군 인터넷 홈페이지, <u>해당 주민센터</u> 등에 공개하여야 한다.</p> <p><b>제0조(위원회 설치)</b> 시·군의 장은 상품권 운영과 관련하여 다음 각 호에 관한 사항을 협의조정하기 위하여 00위원회를 둘 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상품권 발행 및 유통 활성화에 관한 사항</li> <li>2. 판매대행업·운영대행사 지도·감독에 관한 사항</li> <li>3. 그 밖에 시·군의 장이 필요하다고 인정하는 사항</li> </ol> <p><b>제0조(위원회 구성)</b> ① 위원회는 위원장과 부위원장 각 1명을 포함하여 00명 이내의 위원으로 구성한다.</p> <p>② 위원장은 시·군의 장이 되고, 부위원장은 위촉직 위원 중에서 호선한다.</p> <p>③ 당연직 위원은 -----으로 구성하고, 위촉직 위원은 다음 각 호에 해당하는 사람 중에서 성별을 고려하여 시·군의 장이 위촉한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 시·군의 상품권 이용자 또는 시민사회단체에서 추천하는 사람</li> <li>2. 소상공인 지원 관련 공공기관, 법인 또는 단체에서 추천하는 사람</li> <li>3. 경제 및 금융기관 종사자</li> <li>4. 상품권 분야에서 학식과 경험이 풍부한 사람</li> <li>5. 그밖에 시·군의 장이 필요하다고 인정하는 사람</li> </ol> <p><b>제0조(운영세칙)</b> 그 밖에 위원회의 운영에 관한 세부적인 사항은 위원회의 의결을 거쳐 위원장이 정한다.</p>

- (제2안) 각 지자체에서 운영 중인 『소비자 기본 조례』 내 소비자정책위원회 기능의 하나로 '00사랑상품권 발행 및 운영에 관한 사항' 조항 신설 제안

현행	개정(안)
<p><b>제0조(소비자정책위원회 기능)</b>                      ① 위원회는 소비자권의 증진과 지방단위 물가안정을 위하여 다음 각 호의 사항을 심의·의결한다.                      1. 소비자정책 시행계획의 수립에 관한 사항                      2. 소비자정책의 평가 및 제도개선에 관한 사항                      3. 소비자단체의 지원·육성에 관한 사항                      &lt;신설&gt;</p>	<p><b>제0조(소비자정책위원회 기능)</b>                      ① 위원회는 소비자권의 증진과 지방단위 물가안정을 위하여 다음 각 호의 사항을 심의·의결한다.                      1. 소비자정책 시행계획의 수립에 관한 사항                      2. 소비자정책의 평가 및 제도개선에 관한 사항                      3. 소비자단체의 지원·육성에 관한 사항                      4. 00사랑상품권 발행 및 운영에 관한 사항</p>

(2) 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 시행령 개정 : 환불기준

- (제1안) 환급요청 대상, 환급기준, 소멸시효, 귀속조건 등을 규정하고, 세부 사항은 조례에 위임하는 개정안 제시

현행	개정(안)
<p>&lt;신설&gt;</p>	<p><b>제0조(유효기간 경과 상품권)</b>                      ① 지역사랑상품권 사용자가 유효기간이 경과하였으나 소멸시효(발행일 또는 최종 충전일로부터 5년)가 완성되지 않은 상품권에 대한 환급을 요청하는 경우 지방자치단체의 장은 조례에서 정하는 비율에 따라 환급하여야 한다.                      ② 소멸시효 완성 시까지 환급이 청구되지 아니한 상품권의 잔액은 지방자치단체에 귀속할 수 있다.</p>

- (제2안) 지역화폐는 영리 목적의 사업자가 아닌 지방정부가 발행하는 특징을 고려하여 자발적으로 사용을 허락한 경우 소멸시효를 적용하지 않는 ③항을 추가한 개정안 제시



현행	개정(안)
〈신설〉	<p><b>제0조(유효기간 경과 상품권)</b></p> <p>① 지역사랑상품권 사용자가 유효기간이 경과하였으나 소멸시효(발행일 또는 최종 충전일로부터 5년)가 완성되지 않은 상품권에 대한 환급을 요청하는 경우 지방자치단체의 장은 조례에서 정하는 비율에 따라 환급하여야 한다.</p> <p>② 소멸시효 완성 시까지 환급이 청구되지 아니한 상품권의 잔액은 지방자치단체에 귀속할 수 있다.</p> <p>③ 다만, 지방자치단체가 자발적으로 상품권의 사용을 허락한 경우에는 소멸시효를 적용하지 아니한다.</p>

## 5. 소비생활 관점에서의 향상방안

### (1) 지역화폐 유통 네트워크의 확대 노력 : 경제주체 간 상생 차원

- 구체적 실행방안으로 ▲온라인 채널로의 결제방식 확대 검토, ▲오프라인 가맹점의 유인 요인 파악, ▲정책수당 지급수단으로 연계 모색, ▲이용자 측면에서의 효과 분석 조사 등 소비자이슈의 정기적 점검 필요 제안

### (2) 가치교환형 지역화폐로의 확대 검토 : 정책의 지속가능성 차원

- 이용자들의 지속적 참여를 유인할 수 있는 방안의 하나로 개인의 경제활동을 사회적 가치로 환산하여 이를 지역화폐로 지급하는 방식 도입 제안

### (3) 이용자 중심의 맞춤형 정보제공 강화 : 합리적 소비생활 관점

- 주기적으로 개인의 이용 현황 정보를 가공·활용한 소비패턴 정보 분석 및 시각화된 제공 방식을 통해 개인의 합리적인 소비생활을 지원할 수 있는 도구로 활용



# 차 례

머리말	iii
국문요약	v

## 제1장 서론

제1절 연구 배경 및 목적	3
제2절 연구 범위와 방법	6

## 제2장 지역화폐와 소비자 이슈

제1절 지역화폐 개요	11
제2절 지역화폐 도입과 지역 경제	17
제3절 지역화폐와 소비자, 소비생활	28

## 제3장 지역화폐 운영 사례 및 법제 현황

제1절 국내·외 지역화폐 운영 사례	37
제2절 관련 법제	43
제3절 소결	55

## 제4장 지역화폐 관련 소비자조사

---

제1절	조사 개요	61
제2절	조사 결과 분석	66
제3절	요약 및 소결	100

## 제5장 지역화폐와 소비자 상생 방안

---

제1절	법·제도적 관점에서의 개선방안	111
제2절	소비생활 관점에서의 향상방안	122
제3절	결론 및 시사점	127

참고문헌	129
------	-----

---

## 부록

---

별첨 1	지자체별 조례 중 소비자보호 이슈 관련 정리	135
별첨 2	지역화폐 이용 관련 소비자 설문조사지	177

Executive Summary	185
-------------------	-----

---

## 표 차례

〈표 1-1〉	국내 지역화폐의 연도별 발행액 추이 및 증가율	4
〈표 2-1〉	지역화폐의 여러 용어	11
〈표 2-2〉	지역화폐 목적에 따른 운영형태	13
〈표 2-3〉	지역화폐 기준에 따른 유형 분류	14
〈표 2-4〉	지역화폐(공동체화폐, 지역사랑상품권), 법정화폐, 일반상품권 비교	15
〈표 2-5〉	지역화폐와 온누리상품권 비교	16
〈표 2-6〉	3개 지역 지역사랑상품권 부가가치	19
〈표 2-7〉	전국 지역화폐 발행액 추이(2017~2020, 상반기)	21
〈표 2-8〉	지자체별 지역화폐 발행(예정포함) 현황	22
〈표 2-9〉	지자체별 지역화폐 발행 종류	24
〈표 2-10〉	지역화폐 관련 예상되는(나타나는) 문제점	33
〈표 3-1〉	지자체 조례 비교	52
〈표 3-2〉	지자체 조례 중 소비자보호 이슈 관련 조항 정리	53
〈표 4-1〉	소비자 설문조사 설계	62
〈표 4-2〉	조사항목 및 내용	62
〈표 4-3〉	조사대상자의 인구통계학적 특성	64
〈표 4-4〉	인구통계학적 특성에 따른 지역화폐 이용(이용해 본) 기간	67
〈표 4-5〉	연령, 거주지역별 지역화폐 유형 이용 이유와 인센티브 방식	74
〈표 4-6〉	연령, 거주지역, 주관적 소득수준별 향후 이용 비중	76

〈표 4-7〉 주 이용 업종별 이용 비중	78
〈표 4-8〉 거주지역별 발행 범위에 대한 인식	81
〈표 4-9〉 지역화폐 관련 지식 수준	85
〈표 4-10〉 연령, 거주지역, 주관적 소득수준별 지식 수준	86
〈표 4-11〉 구입단계 : 체감불편수준과 개선시급순위	89
〈표 4-12〉 이용단계 : 체감불편수준과 개선시급순위	90
〈표 4-13〉 제도 전반 : 체감불편수준과 개선시급순위	91
〈표 4-14〉 제도 운영 단계 : 필요수준, 우선도입순위	95
〈표 4-15〉 제도 발전 단계 : 필요수준, 우선도입순위	96
〈표 5-1〉 【지역사랑상품권 표준 조례안】 개정	117
〈표 5-2〉 각 지자체의 『소비자 기본 조례』 내 소비자정책위원회 기능 개정	118
〈표 5-3〉 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 시행령 개정(1안)	121
〈표 5-4〉 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 시행령 개정(2안)	121

## 그림 차례

〈그림 1-1〉 연구 추진 단계와 내용	7
〈그림 2-1〉 주요 지자체의 업종별 사용 현황(상위 10개 업종)	26
〈그림 2-2〉 인천e음 카드 결제금액 비중 트리맵	27
〈그림 2-3〉 경기도 지역화폐 인지도 및 활용 의향	29
〈그림 2-4〉 경기도 지역화폐 활용 시, 예상 참여 동기	29
〈그림 2-5〉 경기도 지역화폐 도입의 기대효과	30
〈그림 2-6〉 경기도 지역화폐 도입의 적정범위 및 형태	30
〈그림 2-7〉 시흥화폐 시루 소비자만족도 조사	31
〈그림 4-1〉 전체 및 거주지역별 지역화폐 이용 경로	69
〈그림 4-2〉 전체 및 거주지역별 지역화폐 이용 이유	70
〈그림 4-3〉 성, 연령, 주관적 소득수준별 지역화폐 이용 이유	72
〈그림 4-4〉 월 평균 이용 금액	75
〈그림 4-5〉 거주지역별 이용 비중이 큰 3개 업종	79
〈그림 4-6〉 발행 범위	80
〈그림 4-7〉 재난지원금 지불수단 및 계속 이용의향	82
〈그림 4-8〉 성, 연령, 소득수준, 지역별 만족도 비교	84
〈그림 4-9〉 기대되는 경제적 효과 : 성, 연령, 소득수준, 지역별 비교	94
〈그림 4-10〉 공동체화폐 이용경험, 미이용 이유	97
〈그림 4-11〉 공동체화폐를 활용한 제도 확장방식	98
〈그림 4-12〉 소비유형에 대한 인식	99







---

# 제1장

## 서론

제1절 연구 배경 및 목적

제2절 연구 범위와 방법





## 제1장 서론

### 제1절 연구 배경 및 목적

- 1990년대 후반 경제 위기에 따라 대안적 사회운동의 하나로 떠올랐던 지역화폐(Local Currency)가 최근 사회적 경제 활성화 및 지역순환 경제 구축의 필요성이 증대되면서 새롭게 주목받고 있음
  - 문재인정부에서 소득주도 성장정책, 특히 자영업 소득증대 정책과 연동 차원에서 지역상권 매출증가를 위해 지역상품권의 발행을 확대해야 한다는 입장 제시(소득주도성장특별위원회, 2018.12)
- 2020년은 국내 지역화폐 추진에 있어 획기적인 분기점을 이루는 시기라 할 수 있음. 발행액 측면에서 2016년 대비 매년 지속적인 증가세를 보였으며, 2019년에는 기존 발행액 대비 6.19배, 2020년 8월 기준으로는 약 3.91배의 폭발적인 증가율을 보임
  - 2020년 상반기에 이미 약 5조8천억원(96%)이 판매되었으며, 행정안전부는 코로나19로 어려움을 겪고 있는 지역소비 제고를 위해 2020년 6조원으로 예정된 발행 규모에 3조원\*을 더 추가한 9조원까지 확대 발표<sup>2)</sup>
    - \* 지역사랑상품권 3조원 발행액의 8% 지원(2,400억원, '20.7.24 교부)  
지역사랑상품권 본예산 잔여분 1.9조원에 대해 4% 지원(776억원, '20.8.31 교부)<sup>3)</sup>
- 지역화폐의 제도상 명칭은 기존 '고향사랑상품권(2017.1월)'에서 최근 '지역사랑상품권(2019년)'으로 개칭하였으며, 관련 법률인 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률(약칭: 지역사랑상품권법), [시행 2020.7.2.] [법률 제17252호, 2020.5.1. 제정] 및 동법 시행령([시행 2020.7.2.] [대통령령 제30817호, 2020.7.1. 제정])에서 지역사랑상품권 명칭을 유지

2) 행정안전부 보도자료(2020.7.17일자), "지역사랑상품권 상반기 약 5.8조원 판매, 3차 추경을 통해 추가 지원", [https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type010/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR\\_000000000008&nttId=78627](https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type010/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR_000000000008&nttId=78627)

3) 행정안전부 설명자료(2020.9.8.일자), "행안부 소관 3차 추경 사업은 연말까지 정상 집행 예정", [https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type001/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR\\_000000000009&nttId=79852](https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type001/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR_000000000009&nttId=79852)

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “**지역사랑상품권**”이란 **지역상품권, 지역화폐** 등 그 명칭 또는 형태와 관계없이 지방자치단체의 장이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 지방자치단체의 장 또는 가맹점(이하 “**상품권발행자등**”이라 한다)에 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 상품권발행자등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 **유효증권** 「전자금융거래법」 제2조제14호에 따른 **선불전자지급수단** 및 「여성전문금융업법」 제2조 제8호에 따른 **선불카드**를 말한다.

- 2020년 4월 기준<sup>4)</sup>, 전국 243개 광역시·도 및 시·군·구 기초지자체 중 총 229개 지역에서 지역화폐를 발행하고 있거나 연내 발행 예정 중에 있어, 대부분의 지자체에서 발행하고 있다고 해석

〈표 1-1〉 국내 지역화폐의 연도별 발행액 추이 및 증가율

연도	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년 (8월 기준)
발행액	1,087억원	3,100억원	3,717억원	2조 3,000억원	9조원
증가율	-	2.85	1.20	6.19	3.91

출처: 행정안전부(2019) 내부자료를 참고하여 연구자가 재작성

- 지역화폐는 일정한 지역 내지는 공동체 안에서 발행·통용되는 것으로, 법정화폐와 병행하면서 또 하나의 지불결제 수단으로 사용되고 있음. 이는 권역 내 지역화폐를 활성화하여 내수 진작에 의한 지역경제 자립 효과를 얻고자 하는 지방자치 발전의 의미도 내포
- 올해 코로나19 위기에 따른 ‘재난지원금’(다른 명칭으로 ‘긴급생활지원금’, ‘재난 기본소득’ 등)을 경제정책 차원에서 지역화폐를 지급수단의 하나로 포함 지급
  - 경기도의 경우, 2019년부터 복지정책 차원에서의 ‘청년수당’<sup>5)</sup>을 지역화폐로 지급해 왔으며, 충남 부여군은 농민수당을 지역화폐와 연계 등 추진

4) 행정안전부 보도자료(2020.4.13일자), “지역사랑상품권 3월 7,208억원 판매, 월 최고금액 기록해”, [https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type010/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR\\_000000000008&ntId=76650](https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type010/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR_000000000008&ntId=76650)

5) 2019년 4월부터 경기도에 거주하는 만 24세 청년 모두에게 분기별 25만원씩 연간 100만원 지급

- 국내의 초기 지역화폐는 LETS(Local Exchange Trading System)로 대표되는 상호부조에 기반을 둔 공동체화폐 제도의 형태로 도입. 그러나, 구성원 간의 상호 신뢰형성을 바탕으로 한 화폐 가치를 창출하다 보니 화폐의 운영 범위가 협소하고 지속가능성 등에서 한계가 존재
  - ‘대전 한밭레츠’, ‘과천 품앗이’, ‘광명 그루’, ‘송파 품앗이’ 등 다양한 지역화폐들이 지역 차원에서 발생과 소멸을 거듭하며 공동체 기반으로 지속되고 있으나, 많은 경우 운영상의 한계를 경험
- 2000년대 중반 이후, 지역경제 활성화를 위한 지역기반의 상품권 형태로 전환되면서 현재로서는 도입을 통한 파급효과가 가장 직접적으로 나타날 수 있는 정책수단으로 평가받고 있음(최준규, 2018). 즉, 지역화폐는 지방정부가 추진할 수 있는 새로운 경제정책 수단으로, 그간 정부 예산 지원이나 기업 유치 외에 마땅한 지역 경제정책 수단이 없었던 지방정부의 한계를 보완하는 하나의 새로운 정책도구로 등장(황영순, 2019)
  - 민선 7기 지방자치단체가 출범하는 과정에서 지역화폐 활성화를 핵심 공약으로 내세운 곳이 많았으며, 중앙정부(행정안전부)차원에서도 지역화폐 제도의 활성화를 위한 다양한 정책 방안 모색
  - 소상공인 지원 및 지역상권 활성화 등과 같이 지역순환경제 구축의 목적을 강하게 띠는 지역상품권 형태의 지역화폐 형태로 설계
- 이렇듯, 지방정부의 재정정책 도구로서 효과적으로 기능하기 위해서는 정책 수혜자이자 이용자인 소비자 중심의, 소비자 지향적인 시장 환경이 조성될 필요가 있음
  - 초기에 한계로 지적된 지불거래 수단의 접근성이나 사용 편의성 등의 문제는 전자화폐 방식을 통해 일부 해결되고 있으나 아직 보완되어야 할 문제가 다수 존재. 지역화폐를 제도적으로 잘 안착시키기 위해서는 소비자 측면에서의 정책적 고민이 필요한 시기임

- 소비생활 측면에서는 가맹점 정보 부족, 온라인 결제방식의 제약, 상품·서비스 선택의 한계, 지자체 예산에 기반한 인센티브(할인율, 캐시백 등) 운영 문제, 모바일카드형(앱카드형태) 사용에 따른 디지털 소비격차 이슈, 기타 이용에 있어 차별(또는 역차별) 문제 등 다양
- 법적 측면에서는 각 지자체 조례 중 소비자권의 보호 차원에서 포함될 필요가 있는 조항들에 대한 검토를 지역사랑상품권법 시행(2020.7.2.) 전/후로 구분하여 살펴볼 필요
- 본 연구는 지역화폐의 도입 목적인 지역경제 활성화라는 사회적 가치에 공감하고 참여하는 소비자 관점에서 지역화폐 관련 소비자 이슈를 다각도로 살펴봄으로써 관련 정책을 수립·실행하는 정부 및 지자체에 다양한 시사점을 제시하고자 함
- 지역 상권의 지속가능 차원에서 사업자(가맹점)의 적극적인 참여 및 소비자의 이용률을 효과적으로 제고할 수 있는 정책 수립의 기초자료로 제공

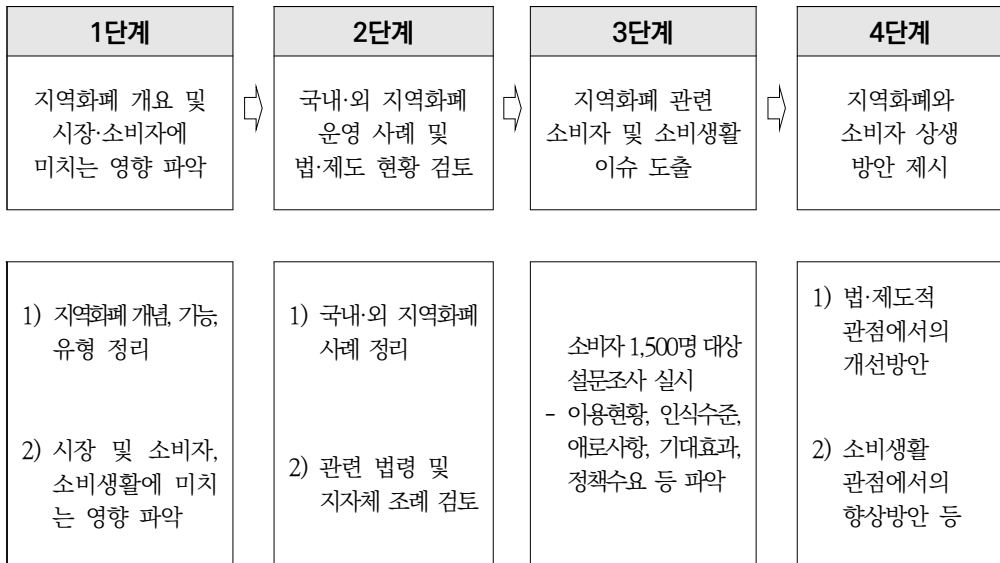
## 제2절 연구 범위와 방법

- (연구 범위) 본 연구는 기존 공동체 기반 지역화폐가 아닌, 지역 기반으로 각 광역/기초 지자체에서 도입·운영하고 있는 지역화폐를 대상으로 함<sup>6)</sup>
- 구체적으로 (1) 지역화폐가 소비자 및 소비생활에 미치는 영향을 파악하고, (2) 국내·외 지역화폐 운영 및 법·제도 현황을 최신 사례를 중심으로 검토하고, (3) 소비자 및 소비생활 관련 이슈를 소비자 대상 설문조사를 통해 도출한 후, (4) 이를 바탕으로 법·제도적 개선방안, 소비생활 관점에서의 향상방안을 제시하는 것을 목적으로 함

6) 본 연구에서는 지역화폐 범주에 온누리상품권(발행·운영 주체: 중소벤처기업부, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」으로 운용)은 제외함. 온누리상품권은 전 국민이 전국 전통시장 어디서나 사용할 수 있는 전용 결제수단으로 전통시장과 같은 특정 목표 집단을 대상으로 한다는 점에서 본 연구의 범위와는 다르다고 판단

- (연구 방법) 연구 추진 단계 및 방법은 다음 <그림 1-1>과 같음. (1) 지역화폐 개요 및 시장과 소비자에 미치는 영향 파악, (2) 국내·외 지역화폐 운영 사례 및 법·제도 현황 검토, (3) 소비자대상 설문조사를 실시하여 지역화폐 관련 소비자 및 소비생활 이슈 도출, (4) 지역화폐와 소비자 상생방안 제시의 4단계로 구성

**<그림 1-1> 연구 추진 단계와 내용**









---

## 제2장

### 지역화폐와 소비자 이슈

- 제1절 지역화폐 개요
- 제2절 지역화폐 도입과 지역 경제
- 제3절 지역화폐와 소비자, 소비생활





## 제2장 지역화폐와 소비자 이슈

### 제1절 지역화폐 개요

- (개념) 지역화폐는 특정 지역이나 지역 공동체 내에서만 쓸 수 있는 법정화폐 이외의 돈으로, 발행목적이나 유통범위 등 그 유형에 따라 다양한 차원으로 정의되고 있음. 일반적으로는 ‘지역에서 자체적으로 스스로 돈을 발행하여 유통시키고, 이를 통해 주민들이 서로에게 재화와 서비스를 주고받는 경제 활동 방식’으로 정의(최준규·윤소은, 2018)
- 그간 여러 명칭으로 불리워진 지역화폐 관련 용어 및 의미는 다음 <표 2-1>과 같음

<표 2-1> 지역화폐의 여러 용어

용어	의미
지역화폐 (local currency)	특정 지역에 기반하여 그 지역 내에서만 통용되는 화폐로서의 의미를 강조하는 개념
공동체화폐 (community currency)	물리적 차원의 지역 뿐 아니라 특정 공통 요소를 지니고 있는 어떤 공동체 내에서 통용되는 화폐로서의 의미를 강조하는 개념
보완화폐 (complementary currency)	지역 내 자원순환을 활성화하는데 기여하는 등의 측면에서 법정화폐를 보완하는 화폐로서의 의미를 강조하는 개념
전환 / 이행화폐 (transition currency)	기존의 에너지 의존적이고 환경 파괴적인 사회에서 더 생태적인 사회로의 전환/이행을 추구하며, 이러한 과정을 지원하는 화폐로서의 의미를 강조하는 개념
가치절감화폐 (depreciative currency)	이자를 붙이지 않고, 스탬프나 인지 등의 방식을 통해 시간이 지날수록 화폐의 가치를 떨어뜨림으로써 감가상각되는(노화되는) 화폐로서의 의미를 강조하는 개념

출처: 이수연(2014), 최준규·윤소은(2018), 이한주 외(2020)에서 재인용

- (특징) 지역화폐는 기본적으로 3가지 특징을 갖고 있음(여효성·김성주, 2019)
  - 첫째, 지역화폐는 지역 내에서만 통용되기 때문에 상대적으로 유동성에 제약을 받음. 즉, 지역화폐는 소비자와 소상공인들의 선택의 범위를 좁힌다는 의미에서 지역 주민들이 자율적으로 도입하는 경제제재의 한 형태. 해당 지역이 아닌 곳에서는 유통이 불가능하거나 제한되기에 어디까지나 법정화폐를 보완하는 ‘부차적(secondary)’ 화폐로 기능
  - 둘째, 지역화폐의 유통은 지급보증에 대한 신뢰로부터 자유롭지 못함. 법정화폐와 달리 지역화폐는 중앙은행의 보증을 받지 못하기에 소비자들은 필요 이상으로 보유하려는 위험을 피하고자 하게 됨
  - 셋째, 지역화폐는 법정화폐와 달리 거래비용이 소요될 수 있다는 제약이 따름
- (순기능) 지역화폐는 ▲지역 경제를 활성화하고 실업자를 구제·지원할 수 있으며, ▲화폐의 사회적 이용을 강화하고 시민사회가 경제적·화폐적 의사결정에 참여하도록 하며, ▲지역 주민들 간의 유대를 강화하고 사회 네트워크를 통합하는 데 기여하며, ▲새로운 생산과 소비의 관행을 형성하고, 사회적·생태학적 가치를 중시하도록 하는 등의 순기능을 가지고 있음(이성남·박철우, 2019)
- (유형) 지역화폐 유형은 분류 기준으로 ① 화폐의 가치기준, ② 화폐의 발행형태, ③ 화폐의 발행목적, ④ 가치보존 여부 등 다양한 세분화 가능
  - (가치기준) ① 시간을 기준으로 가치를 측정하는 방식인 레츠(LETS), 아워즈(HOURS), 타임뱅크(Time Bank), 과천 품앗이 아리, 서울 노원구 노원 등, ② 법정화폐를 기준으로 가치를 측정하는 방식(즉, 법정화폐를 지역화폐로 교환해서 사용)인 독일 김가우어(Chiemgauer), 영국 브리스톨파운드(Bristol Pound), 국내 대부분의 지역화폐가 이에 해당
    - 시간 기준 : 투입된 노동시간을 기준으로 일률적으로 산정하거나 당사자의 합의로 시간을 계산하여 가치
      - \* 과천 품앗이 아리는 1시간 노동을 1만아리로 계산, 서울 노원구 노원(NW)은 자원봉사 1시간을 700NW으로 계산
    - 법정화폐 기준 : 법정화폐로 교환이 가능한 경우도 있고 그렇지 않은 경우도 있음
      - \* 기타) 이타카 아워즈(Ithaca HOURS)는 시간과 법정화폐 기준 모두 해당

- (발행형태) ① 종이돈(지류상품권), ② 실물카드, ③ 전자화폐 등 다양한 형태로 혼합 발행. 최근 블록체인 기반의 지역화폐 도입 추세
  - 그 외, 기장 형태로 레츠(LETS), 타임뱅크(Time Bank)와 같이 교환 단위로는 화폐를 사용하지만, 실제 돈으로는 발행하지 않고 단지 회원들의 계좌 차변과 대변에 기장하는 방식으로 유통
- (발행목적) ① ‘공동체 활성화’를 주 목적으로 지역 공동체를 복원하기 위해 구성원 간 서로 제공할 수 있는 재화와 서비스를 거래하는 품앗이 방식을 기본으로 수평적 호혜관계 구축, ② ‘지역순환경제 구축’을 주 목적으로 지역 소득이나 자금의 역내 선순환, 지역 일자리 창출, 영세 상인들의 상권 활성화 등 지역경제 자립과 활성화 추진 <표 2-2>에서 보듯이 지역화폐가 추구하는 목적에 따라 운영 형태별 차이를 보임. 예로, 통화 공간을 넓히게 되면 구성원 간 신뢰는 상대적으로 감소하고, 화폐 안정성은 상대적으로 증가하는 경향 대두(최준규·윤소은, 2018)
  - 공동체 활성화 : 구성원 상호 간의 관계 형성에 초점을 두고, 신뢰 구축이 필수적이기 때문에 상대적으로 유통범위가 좁은 형태로 구현
  - 지역순환경제 구축 : 지역경제와의 연계 강화를 위하여 법정화폐를 기반으로 설정하는 경우가 많으며, 법정화폐로의 환전 가능성을 열어두는 경우가 많음

**<표 2-2> 지역화폐 목적에 따른 운영형태**

	공동체 활성화	<----->	지역순환경제 구축
매개물(담보)	없음(신뢰기반)	<----->	있음(물적자산)
화폐 안정성	낮음	<----->	높음
구성원 간 신뢰	높음	<----->	낮음
환전 가능성	상호신용통화 <----->	<----->	불태환통화 <-----> 태환통화
통화 공간	좁음	<----->	넓음
주요 사례	레츠	킵가우어	브리스톨 파운드 지역상품권

출처: 최준규·윤소은(2018)

○ (가치보존 여부) ① 액면가치가 고정되는 가치보존형, ② 시간 경과에 따라 실질적으로 가치가 저하되는 감가화폐(depreciative currency)형으로 구분

- 감가화폐형 : 스탬프화폐(stamp scrip)<sup>7)</sup>와 같이 화폐를 보유하기 위해서는 일정 기간 동안 비용(스탬프 수수료)을 지출해야 함. 이는 화폐의 가치 저장 기능을 희생하여 화폐 사용을 촉진하고 화폐 유통속도를 높임으로써 지역경제를 활성화하는데 큰 효용 발휘

〈표 2-3〉 지역화폐 기준에 따른 유형 분류

구분	레츠	타임달러 (타임뱅크)	아워즈	킴가우어	브리스톨 파운드
주요 발행국	캐나다	미국	미국	독일	영국
발행 관리주체	운영위원회 (사무국)	운영위원회	운영위원회 (유통위원회)		운영위원회 (브리스톨 사무국)
가치 평가 기준	시간 (물품, 서비스)	시간 (서비스)	시간 (서비스)	법정화폐	법정화폐
실물화폐 존재여부	×	×	지폐발행	지폐발행	지폐발행
화폐 형태	- 계좌거래	- 계좌거래	- 계좌거래 - 지폐	- 계좌거래 - 지폐	- 계좌거래 - 신용카드
법정화폐로 환전	×	×	×	가능	가맹점만 가능
기타	- 적자한도 존재	- 적자한도없음 - 거래내역에 비과세			- 모바일 결제 가능 - 지방세 등 납부 가능
특징	- 품앗이와 유사한 거래 방식 - 물품 및 서비스를 상호간 협의를 통해 사전적으로 조정 ⇒ 낮은 수급불균형	- 일종의 자원 봉사은행 성격 - 운영하기 가장 간편한 제도로 알려짐	- 회원이아니여도 지역시민이면 누구나이용가능 - 지폐 사용, 사용자간 거래 관리 필요없음		

7) 1930년대 미국에서 화폐의 유통속도를 크게 향상시킨 스탬프 통화를 발행함. 이는 화폐 보유자가 매일 우체국에서 인지를 구입해 첨부하지 않으면 가치를 보유할 수 없음

구분	레츠	타임달러 (타임뱅크)	아워즈	킴가우어	브리스틀 파운드
사례	- 대전 한밭 레츠 '두루' - 광명 '구루' - 과천 '아리' - 대구 달서구 '늘품' 등	- 서울 노원구 '노원'			
지향점	수평적 호혜관계와 상호부조			지역경제의 자립과 활성화	
한계	- 규모의 효과 문제 - 대중화 가능성 낮음		- 지폐발행에 따른 법정화폐의 문제점 답습 가능성		

출처: 이수연(2014), 최준규 외(2016)에서 재인용, 연구자가 일부 수정·보완

□ (타 화폐와의 비교) 법정화폐, 일반상품권, 온누리상품권과 비교하면 다음 <표 2-4>, <표 2-5>와 같음

**<표 2-4> 지역화폐(공동체화폐, 지역사랑상품권), 법정화폐, 일반상품권 비교**

항목 \ 유형	지역화폐 (공동체화폐, 지역사랑상품권)	법정화폐	일반상품권
발행주체	- 개인, 기관, 단체 등 - 정부, 지자체	중앙은행 또는 국가	상품판매자
사용처	지역 내 가맹점	무제한	가맹점
재사용 여부	가능	가능	불가
강제성 여부	없음	있음	없음
유통기간	- 기본적으로 없음(단, 감가 설정 시 기한을 둠)* - 발행일로부터 3~5년 이내	없음	발행일로부터 5년 이내
근거법	- 자체 규정 등 - 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」, 지자체 조례 등	중앙은행법 등	상품권법 폐지(1992.2)로 발행에 제한 없음

\* 일정 기간이 지나면 지역화폐의 가치를 줄이는 감가시스템인 유통기간을 설정함(예: 일본 아톰화폐, 독일 킴가우어 등)

출처: 한국은행 강원본부(2018) 내용 수정 및 인용

- 지역화폐와 온누리상품권은 상호보완적 관계이면서 경쟁 관계이기도 함. 온누리상품권과 전통시장 내 소상공인들의 성과를 분석한 이철성 외(2018)에 따르면, 온누리상품권을 취급하는 전통시장 내 소상공인들은 그렇지 않은 소상공인들에 비하여 매출액과 방문고객 수 모두 높은 것으로 나타남

〈표 2-5〉 지역화폐와 온누리상품권 비교

구분	지역화폐(지역사랑상품권)	온누리상품권
발행 기관	해당 지자체(광역, 기초)	중소벤처기업부, 소상공인시장진흥공단
종류	1천원권 ~ 10만원권	5천원권, 1만원권(종이) 5만원권, 10만원권(전자)
취급점	농협중앙회 등	시중은행
사용처	시군 지정 가맹점(전통시장 포함)	전국 전통시장
장점	가맹점포 다양(전통시장, 일반상점)	제작비 절감 (소상공인시장진흥공단 제작)
단점	제작비용 부담, 이용지역 제한 (해당 시군에서만 사용)	사용처가 다양하지 않음

출처: 여효성 외(2019)에서 재인용

- (지역화폐 정의) 본 연구에서는 기존 전통적인 지역화폐 개념에 상호 신뢰를 바탕으로 한 지속가능성과 더불어 상생 가능한 사회적 가치 개념을 포함하여 “지역화폐는 특정 지역 또는 공동체 내에서 자체적으로 발행·통용되는 법정화폐 이외의 지불수단으로, 상호 신뢰에 기반 한 상생과 지역가치 제고를 위해 가까이 지속 이용하는 경제활동 방식”으로 정의함
- 지역화폐와 관련된 기존 선행 연구들을 살펴보면, 지역화폐의 개념을 소개하거나, 사례를 중심으로 그 운영원리를 기술적으로 제시하는 연구들이 주를 이루고 있음. 일부 정책적 개선방안을 제시하기 위한 연구도 존재하지만, 이 역시 이론과 사례를 바탕으로 한 규범적 차원에서 진행



- 최근 각 연구기관들에서 지역화폐 도입과 관련된 정량적 성과를 분석한 결과들이 나오고 있으나(경기연구원, 2018, 2019; 인천연구원, 2019; 한국지방행정연구원, 2019; 충남연구원, 2020) 대부분 경제적 효과분석과 관련된 것들로, 실제 소비자들을 대상으로 지역화폐 이용 현황 및 인식을 조사하고 산출 가능한 정량적 정책효과를 도출한 연구는 최준규 외(2016)가 유일

## 제2절 지역화폐 도입과 지역 경제

- (도입의 유용성) 지역화폐 도입의 유용성에 대한 논의는 지난 50년간 전 세계적으로 지속되어 왔으며, 향후에도 이어질 전망이다. 도입에 대한 찬·반론을 정리하면 다음과 같음(한국은행 강원본부, 2018)
  - (찬성) 지역경제 발전 및 사회적 관계 강화에 기여한다고 주장
    - 지역화폐 사용을 통해 지역 자금이 역외로 유출되지 않고 역내에서 활용될 경우 역외로부터의 재화 및 용역 유입은 줄어드는 반면, 역내 선순환 거리가 늘어나면서 지역민의 소득과 일자리 증가, 중소기업 육성 등 효과 발생
    - 지역화폐는 법정통화와 달리 보유/축적해도 이자가 발생되지 않기에 역내 화폐 유통 속도가 빨라지면서 지역 경기를 부양시킬 수 있음
  - (반대) 지역경제의 효율성 저하, 투자재원의 조달 한계, 위변조 및 부정사용 용이 등과 같은 경제의 비공식화 초래 등 부정적 효과를 지적
    - 역내·외 생산자 간 경쟁이 느슨해짐에 따라 경제 전체적으로는 효율성이 낮아지는 문제, 소비자와 기업의 선택 폭을 축소시키는 문제 발생
    - 사용을 강제할 수 없고 사용 유인도 부족하여 유동성이 크게 취약. 특히, 공동체 화폐의 경우 거래 품목이 제한적이고, 거래 절차가 번거롭다는 단점

- (경제적 효과) 지역화폐의 경제적 효과는 개념적으로 크게 지역 소득의 역외 유출 감소 효과와 지역 상권 활성화에 따른 2차 소비 증대 등으로 발생함. 지역 내 소비자와 지역 외 소비자를 구분해 볼 경우, ▲지역 내 소비자는 다른 지역에서 구매할 비용을 지역 내에서 소비하게 되는 대체 효과를 발생시키고, ▲관광객 등과 같은 지역 외 소비자는 지역 내 구매 및 추가적 현금 지출 효과를 발생시킨다고 볼 수 있음(최준규, 2018)
- 행정안전부가 한국지방행정연구원에 의뢰한 “지역사랑상품권 전국 확대 발행의 경제적 효과분석” 보고서에서는 낙관적 경제적 파급효과와 보수적 경제적 파급 효과의 2가지 시나리오를 구성하여 생산유발액, 부가가치유발액, 취업유발인원을 추산(여효성·김성주, 2019)
- 낙관적 효과 : 상품권 발행액 전체가 소비 증가로 이어지는 낙관적 경제적 파급 효과로 인해, 생산유발액은 3조2,128억원, 부가가치유발액은 1조3,837억원, 취업유발인원은 29,360명이 될 것으로 추산
  - 보수적 효과 : 상품권 발행액 중 민간의 소득 증가분인 할인액이 소비 증가로 이어지는 보수적 경제적 파급효과로 인해, 생산유발액은 898억원, 부가가치 유발액은 387억원, 취업유발인원은 820명이 될 것으로 추산
- 한국지방행정연구원(2018)이 시범적으로 실시한 지역사랑상품권<sup>8)</sup>의 경제적 효과 분석 자료에 따르면, 상품권이 활성화된 3개 사례지역(화천, 양구, 춘천)의 소상공인 1인당 소득증대 효과는 춘천은 0.21만원/년<sup>9)</sup>, 화천 약 22.9만원/년, 양구 43.5만원/년 증가한 것으로 나타남<sup>10)</sup>
- 부가가치 : 관광객에게 주로 판매하는 춘천·화천의 경우 외지 방문객의 추가지출 부가가치가 높고, 주민들이 전적으로 활용하는 양구는 지역 내 거래순환 부가가치가 높게 나타남
    - 양구(내부형) : 지역 주민만을 대상으로 상품권을 판매해 타 지역 소비를 줄이고, 지역 내 소상공인을 이용함으로써 나타나는 소비대체 효과가 가장 크게 나타남. 즉 지역 내 거래순환 효과가 큼

8) 조사시점(2016~2017)에서는 고향사랑상품권 명칭으로 조사됨

9) 조사시점(2016~2017)시 춘천은 도입 단계(1년차), 화천, 양구는 정착 단계(10년차~)임을 감안할 필요

10) 조사방식은 주민·방문객 및 상품권 가맹점에 대한 설문조사(지역별 200부씩)를 통해 관련 액수를 추정함

- 춘천(외부형) : 관광객을 대상으로 상품권이 판매됨으로써 외지인의 지역 내 추가매출 효과가 가장 크게 나타남. 즉, 상품권 판매액당 지역소득 효과가 상대적으로 큼. 관광객 1인이 상품권 1만원을 구매하면 지역 내 37,500원을 소비하는 것으로 나타남
  - 화천(통합형) : 축제를 활용한 관광객과 내부 주민들이 이용하는 통합형으로 소상공인 소득상승 효과가 크게 나타남
- 창출효과 : 상품권의 유통규모 대비 부가가치 창출효과를 보면, 춘천 0.98%, 화천 0.34%, 양구 0.19%로 외지인에게 관광시설·축제 등을 활용해 유통을 촉진시키는 경우 그 효과가 더 크다고 볼 수 있음

〈표 2-6〉 3개 지역 지역사랑상품권 부가가치

(단위: 억원/년)

사례 지역	기준 연도	상품권 예산	상품권 발행액	상품권 판매액	창출된 부가가치 (C1+C2+C3+C4)	현금환전 부가가치 (C1)	거래순환 부가가치 (C2)	외지인 추가지출 부가가치 (C3)	낙전 수입 (C4)
춘천	2017	0.62	6.09	6.09	5.97	1.28	0.36	4.31	0.03
화천	2016	0.44	23.60	17.38	6.98	3.31	0.37	3.08	0.22
양구	2016	2.02	54.20	77.41	12.81	9.58	2.25	0.00	0.98

출처: 한국지방행정연구원(2018) 인용

- 이에, 소상공인들이 상품권 수령 시 즉시 현금으로 환전하는 것 보다 지역 내에서 통용시킴으로써 역내 순환 부가가치를 높이고, 관광객들에게 객단가를 높여 추가 현금지출을 늘림으로써 추가지출 부가가치를 제고시키는 것이 지역경제 활성화에 효과적이라고 제시
- 대도시나 광역시도 보다는 주민의 지역 애착도와 공동체성이 높은 농산어촌이나 지방 소도시의 경우 불법 환전의 개연성이 낮고, 도입에 따른 소득 효과도 큰 것으로 해석

- (발행예산) 2020년 7월, 행정안전부는 코로나19로 어려움을 겪고 있는 지역소비를 연말까지 이어가기 위해 2020년 6조원으로 예정된 지역화폐(지역사랑상품권) 발행 규모를 9조원까지 확대 계획을 발표
  - 상반기에 이미 약 5조8천억원(96%)이 판매됨. 인천(1조474억원), 경기도(1조334억원)에서 1조원 이상 발행. 부산(7,204억원), 전북(4,641억원), 전남(3,554억원) 등 전국적으로 높은 판매량 보임
- (국비지원) 기본적으로 국비지원은 발행액의 4%임. 올해 3월, 행정안전부는 계획된 6조원 중 당초 발행 규모인 3조원에 대해서는 발행액의 4%(1,200억원), 추가 발행금액인 6조원은 8%(4,800억원)를 지원<sup>11)</sup>

**[머니투데이(2020.7.31.일자 보도)]<sup>12)</sup>**

당정청은 31일 국회에서 '당정청 을지로민생회의'에서... 행정안전부는 10조원 발행 규모에 8,000억원 지원을 내년 국고반영에 요청했으나, 민주당은 이를 30조원 규모로 늘리고 2조 4,000억원 가량을 국고로 책정할 것을 강하게 요구..(이하 생략)

- 각 지자체는 월 구매 한도 100만원 이내에서 연말까지 10% 할인 판매 가능하며, 발행 시점부터 4개월 동안 정부 지원을 받을 수 있음<sup>13)</sup>
  - 군산시는 지역화폐를 배 달 앱에서도 결제할 수 있도록 하거나, 인천시의 경우 코로나19 사태 초기 정부 지원이 결정되기 전부터 할인율(캐시백)을 최대 10%로 상향하는 등 각 지자체에서 발행규모 확대를 적극 추진

11) 파이낸셜뉴스(2020.7.16.일자 기사), "지역상품권 5조8000억 풀려.. 정부, 3177억 추가 지원", <https://www.fnnews.com/news/202007160943392115>

12) 머니투데이(2020.7.31.일자 기사), "당정청, 지역사랑상품권 30조원 발행 검토.. '골목형상점가' 지정", <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2020073109287613902>

13) 통상적으로는 월 개인 구매한도 70만원 내, 할인율 5% 내외로 판매되어 옴

〈표 2-7〉 전국 지역화폐 발행액\* 추이(2017~2020, 상반기)

(단위: 억원)

지자체	2017년	2018년	2019년	2020년 상반기 (잠정)	합계
서울+	-	-	-	2,478	2,478
부산	-	-	560	7,204	7,764
인천	-	5	6,500	10,474	16,979
광주	-	-	827	2,258	3,085
대전	-	-	100	1,527	1,627
대구	-	-	-	491	491
울산	-	-	300	1,624	1,924
세종	-	-	-	300	300
경기	295	485	3,901	10,334	15,015
강원	857	525	584	1,809	3,775
충북	90	100	426	1,880	2,496
충남	64	82	308	2,865	3,319
전북	32	770	4,335	4,641	9,778
전남	137	224	1,108	3,554	5,023
경북	1,442	1,171	2,360	3,554	8,527
경남	149	352	1,264	2,798	4,563
<b>합계</b>	<b>3,066</b>	<b>3,714</b>	<b>22,573</b>	<b>57,747</b>	<b>87,100</b>

\* 연도별 지역별 발행액 총액은 광역과 기초지자체 발행액 합계

+ 서울은 국비(국고보조금) 미지원 대상으로 2019년까지 발행액 추계 자료에서 제외됨

출처: 한국지방행정연구원(2019), 이민정(2020), 행정안전부 보도자료(2020.7.17.) 재인용 및 연구자가 수정·재작성

○ 발행 지자체는 2019년 172개에서 2020년 230개로 늘어, 대부분의 지자체<sup>14)</sup>에서 발행하고 있다고 해석 가능(〈표 2-7〉 참조)

- 3월에 10% 할인판매를 한 지자체는 130개로, 이후 발행 지자체에서 10% 할인 판매를 본격적으로 시작

14) 전국 광역·기초자치단체는 243개임

〈표 2-8〉 지자체별 지역화폐 발행(예정포함) 현황

(2020년 4월 9일 기준)

구분	계	광역시	기초		발행(229곳)	미발행(14곳)
			총	발행		
총계	229	10	226	219		
서울	25	-	25	25	서울특별시 자치구(23+2)	서울특별시
부산	17	1	16	16	부산광역시(16)	
대구	9	1	8	8	대구광역시(8)	
인천	11	1	10	10	인천광역시(10)	
광주	6	1	5	5	광주광역시(5)	
대전	6	1	5	5	대전광역시(1+4)	
울산	6	1	5	5	울산광역시(5)	
세종	1	1	-	-	세종특별자치시	
경기	31	-	31	31	수원시, 고양시, 용인시, 성남시, 부천시, 안산시, 화성시, 남양주시, 안양시, 평택시, 의정부시, 파주시, 시흥시, 김포시, 광명시, 광주시, 군포시, 이천시, 오산시, 하남시, 양주시, 구리시, 안성시, 포천시, 의왕시, 여주시, 양평시, 동두천시, 과천시, 가평군, 연천군	경기도
강원	14	1	18	13	강원도, 강릉시, 춘천시, 원주시, 태백시, 삼척시, 영월군, 정선군, 철원군, 화천군, 양구군, 인제군, 홍천군, 고성군	속초시, 동해시, 횡성군, 평창군, 양양군
충북	11	-	11	11	청주시, 충주시, 제천시, 보은군, 옥천군, 영동군, 증평군, 진천군, 괴산군, 단양군, 음성군	충청북도
충남	15	-	15	15	천안시, 공주시, 보령시, 아산시, 서산시, 논산시, 계룡시, 당진시, 금산군, 부여군, 서천군, 청양군, 홍성군, 예산군, 태안군	충청남도
전북	14	-	14	14	전주시, 익산시, 군산시, 정읍시, 남원시, 김제군, 완주군, 진안군, 무주군, 장수군, 임실군, 순창군, 고창군, 부안군	전라북도
전남	22	-	22	22	목포시, 여수시, 순천시, 나주시, 광양시, 담양군, 곡성군, 구례군, 고흥군, 영암군	전라남도

구분	계	광역	기초		발행(229곳)	미발행(14곳)
			총	발행		
					보성군, 화순군, 장흥군, 강진군, 해남군, 무안군, 함평군, 영광군, 장성군, 완도군, 진도군, 신안군	
경북	22	-	23	22	포항시, <b>경주시</b> , 김천시, 안동시, 구미시, 영주시, <b>상주시</b> , <b>문경시</b> , 영천시, <b>경산시</b> , 의성군, 청송군, 영양군, 영덕군, 청도군, 고령군, 성주군, 칠곡군, 예천군, 봉화군, <b>울진군</b> , 군위군	경상북도, 울릉군
경남	18	1	18	17	경상남도, 창원시, 진주시, 통영시, 김해시, 밀양시, 거제시, 양산시, 의령군, 함안군, 창녕군, 고성군, 남해군, 하동군, 산청군, 함양군, 거창군, 합천군	사천시
제주	1	1	-	-	<b>제주도+</b>	

\* **기울임체** : 연내 발행 예정인 지자체(25개 : 광역 3개 + 기초 22개)

+ 전주시 및 제주도 : 2020.11월 발행됨

출처: 행정안전부 보도자료(2020.4.13.)

□ (발행 종류) 그간 발행 종류는 대부분 지류형으로, 최근 모바일 유형이 40여개 지자체로부터 발행되기 시작(신두섭, 2020)

○ 2020년 11월 기준, 지자체별 발행 종류를 보면 지류 110곳, 모바일 67곳, 카드 71곳으로, 이중 카드 형태는 단순 지불의 편리성 때문에 종이에서 카드로 형태만 바뀐 상황으로 오프라인 상에서만 사용 가능함(〈표 2-9〉 참조)

- 행정안전부 '내고장 알리미([www.laiis.go.kr](http://www.laiis.go.kr))' 사이트에서 각 지역별 발행 정보 제공

〈표 2-9〉 지자체별 지역화폐 발행 종류

(2020.11.20일자 접속 기준)

지자체	유형		
	지류(110곳)	모바일(67곳)	카드(71곳)
서울 (0/25/0)		종로구, 중구, 용산구, 성동구, 광진구, 동대문구, 중랑구, 성북구, 강북구, 노원구, 도봉구, 은평구, 서대문구, 마포구, 양천구, 강서구, 구로구, 금천구, 영등포구, 동작구, 관악구, 강동구, 서초구, 강남구, 송파구	
부산(0/0/2)			부산, 동구
인천(1/1/3)	동구	서구	인천, 계양, 부평
광주(0/0/1)			광주
대전(0/0/2)			대전, 대덕구
대구(0/0/1)			대구
울산(0/1/0)		울산	
세종(0/0/1)			세종
경기 (9/3/29)	<u>성남, 안산, 안양, 평택, 시흥, 포천, 의왕, 가평, 과천</u>	<u>성남, 시흥, 김포</u>	수원, 고양, 용인, <u>성남</u> , 부천, 화성, <u>안산</u> , 남양주, <u>안양</u> , <u>평택</u> , 파주, 의정부, 광주, 광명, 군포, 하남, 오산, 양주, 이천, 구리, 안성, <u>포천</u> , <u>의왕</u> , 양평, 여주, 동두천, <u>가평</u> , <u>과천</u> , 연천
강원 (12/2/5)	<u>강원도</u> 춘천, 원주, 태백, 삼척, 홍천, 정선, 철원, 화천, 양구, <u>인제</u> , <u>고성</u>	<u>강원도</u> , 춘천	강릉, 태백, 영월, <u>인제</u> , <u>고성</u>
충북 (9/2/5)	<u>충주</u> , 제천, 보은, 옥천, 영동, 증평, <u>진천</u> , 괴산, 단양	<u>제천</u> , <u>진천</u>	청주, <u>충주</u> , <u>제천</u> , <u>옥천</u> , 음성



지자체	유형		
	지류(110곳)	모바일(67곳)	카드(71곳)
충남 (12/11/2)	<b>보령, 아산, 서산, 논산, 계룡, 당진, 금산, 서천, 청양</b> , 홍성, 예산, 태안	공주, <b>보령, 아산, 서산, 논산, 계룡, 당진, 금산, 부여, 서천, 청양</b>	천안, <b>부여</b>
전북 (12/3/5)	<b>군산, 정읍, 남원, 김제</b> , 완주, 진안, <b>무주</b> , 장수, 임실, 순창 <b>고창</b> , 부안	<b>군산, 정읍, 남원</b>	전주, 익산, <b>김제, 무주, 고창</b>
전남 (21/4/4)	<b>목포, 담양, 곡성</b> , 여수, 순천, <b>나주</b> , 구례, 고흥, 보성, 화순, 장흥, <b>강진</b> , 해남, 영암, 무안, 함평, <b>영광</b> , 장성, 완도, 진도, 신안	<b>담양, 곡성, 강진</b>	<b>목포, 나주, 광양, 영광</b>
경북 (19/4/8)	포항, <b>김천</b> , 안동, 구미, <b>영주</b> , 영천, <b>상주</b> , 문경, 군위, <b>의성</b> , 청송, 영양, 영덕, <b>청도, 고령</b> , 성주, <b>칠곡</b> , 예천, 봉화	<b>김천, 영주, 청도, 고령</b>	경주, <b>김천, 상주</b> , 경산, <b>의성, 청도, 칠곡</b> , 울진
경남 (15/12/3)	<b>창원</b> , 진주, 통영, <b>밀양</b> , 거제, 의령, <b>함안</b> , 창녕, <b>고성</b> , <b>남해</b> , 하동, <b>산청</b> , <b>함양</b> , 거창, <b>합천</b>	경상남도, <b>창원, 김해, 밀양, 거제, 함안, 고성, 남해, 하동, 산청, 함양, 합천</b>	<b>김해</b> , 양산, <b>고성</b>
제주 (2020.11월 발행 예정)			

\* **밑줄** : 지자체 내에서 두 유형 이상의 상품권을 발행하는 경우

출처 : '내고장 알리미'<https://www.laiis.go.kr/lips/mlc/lcl/localGiftList.do>

□ (지역별 가맹점 수) 서울 18만 3,259곳, 인천 17만 5,000곳, 광주 9만 800곳, 대전 1만 7,600곳, 강원 1만 1,428곳, 충북 7만 8,860곳, 충남 6만 6,886곳, 경북 3만 2,807곳, 경남 4만 7,707곳 등으로, 특히 서울과 강원의 경우 가맹점 수가 무려 18배의 큰 차이를 보이고 있음<sup>15)</sup>

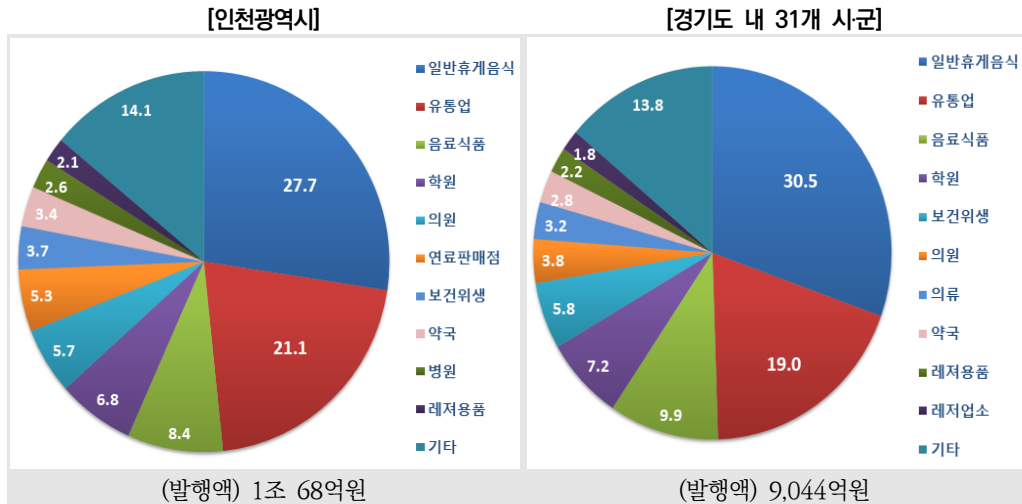
15) 서울신문 기사(2020.4.5.일자), “재난지원금 지역상품권으로 준다는데, 지역별 가맹점 편차 커”, <https://go.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20200406002014>

○ 가맹점 유형은 주로 음식점 위주로 가맹되어 있어 다양한 사용이 어렵다는 문제가 제기됨

- 서울 : 음식점업 33%, 운수업 28%, 서비스업 7%, 보건업 5%, 교육 3% 등으로 다른 지자체들도 비슷한 분포를 보임
- 인천 : 음식점 32%, 편의점·슈퍼마켓 등 유통업 22%, 학원 11%, 제과점·정육점 등 음료식품 9%, 주유소 등 연료판매점 8%, 미용실, 안경점 등 보건·위생 4% 순으로 약국과 병원은 각각 3%에 그침

□ (가맹점 사용 현황) 주로 음식점, 유통업(슈퍼마켓, 편의점 등), 학원, 음료·식품, 의원 등 생활밀착형 업종<sup>16)</sup>에서 사용

〈그림 2-1〉 주요 지자체의 업종별 사용 현황(상위 10개 업종)



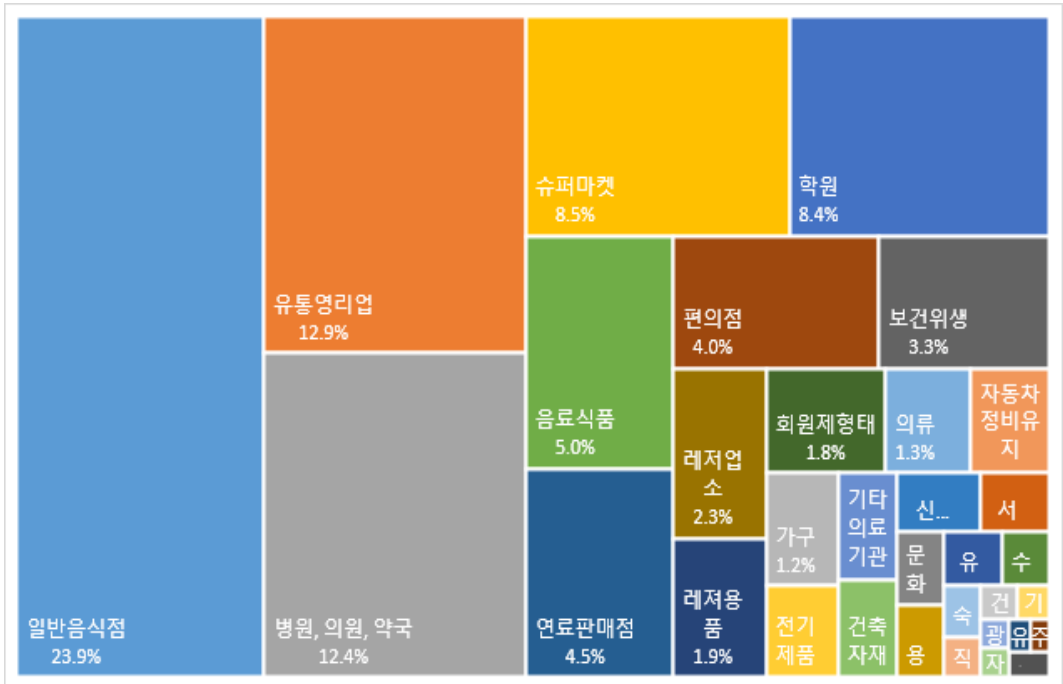
\* 범례: 일반휴게음식(일반한식, 서양음식 등), 유통업(중합소매업(슈퍼마켓, 편의점 등), 음료식품(제과점, 정육점 등), 레저용품(스포츠용품, 악기 등), 레저업소(볼링장, 수영장 등), 보건위생(미용원, 안경 등)  
출처: 행정안전부 보도자료(2020.7.17.)

16) 2020년 카드형 상품권 발행액 약 2.6조원 대상 사용처 분석 결과(1월~5월)

- (사례 : 인천e음) 인천e음 카드의 업종별 결제액 비중을 보면 <그림 2-2>와 같음. 트리맵은 e음 카드가 사용된 업종별 비중 크기를 사각형의 크기로 시각화 한 것으로, 상품권의 주요 사용처는 일반음식점, 유통영리업, 병원/의원/약국, 슈퍼마켓, 학원, 연료판매점, 편의점, 보건위생, 레저업소, 레저용품 순으로 나타남
- 상위 11개 업종에 전체 결제액의 87.2%가 집중되어 있음
  - 이들 상위 업종을 제외한 나머지 사용처들은 회원제형태, 의류, 자동차정비유지, 가구, 전기제품, 기타의료기관, 건축자재, 신변잡화, 서적문구, 문화 취미, 용역서비스, 유통업 비영리, 수리서비스, 숙박업, 식물, 건강식품, 기타, 광학제품, 자동차판매, 유흥단란, 주방용품, 사무통신, 여행, 농업, 보험의 순임
  - 하위 업종의 경우 전체 결제금액 대비 비중이 2% 이하로 낮으며, 하위 25개 업종의 전체 결제금액 비중은 12.8%임

<그림 2-2> 인천e음 카드 결제금액 비중 트리맵

(단위 : 백분율, 업종별)



출처: 여효성·김성주(2019)

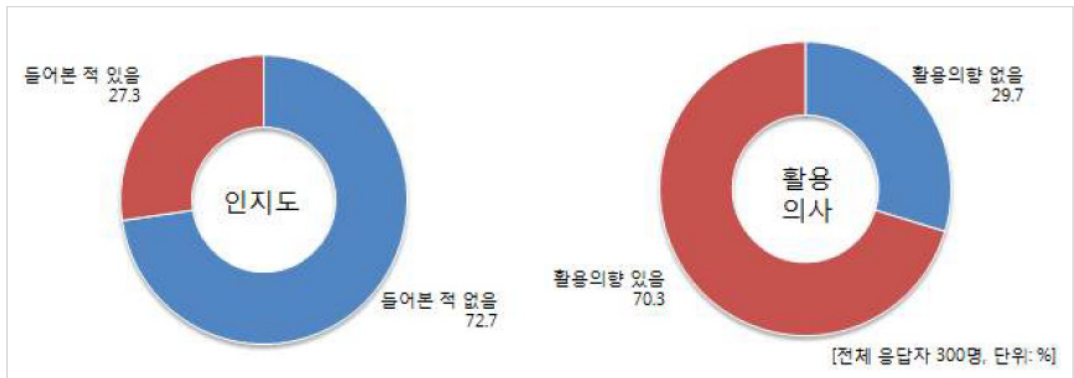
### 제3절 지역화폐와 소비자, 소비생활

- 지역화폐와 소비자 관련 연구는 기존 공동체화폐 참여자들을 대상으로 한 소비행동, 참여경험, 소비유형 등에 관한 연구가 일부 있으며, 최근 연구는 거의 없음
  - 천경희·이기춘(2005)은 한밭레츠 참여자의 소비행동을 중심으로 지역화폐 운동의 소비문화적 연구에서 참여관찰과 집단 심층면접을 통해 화폐의 가치를 창출하는 소비행동, 지속가능한 소비행동, 공동체와 나누는 소비행동을 함으로써 지역화폐 안에서 즐겁고 행복한 소비자로서의 삶을 살고 있는 것으로 분석
  - 김현옥(2008)은 송파품앗이와 한밭레츠의 지역화폐 운동에 참여하고 있는 참여자들을 대상으로 한 심층면접 결과를 바탕으로, 참여자들 간 네트워크와 신뢰 형성, 새로운 생산·소비 문화의 창조, 지역사회 안에서의 정서적 만족감과 연대감을 얻고, 지역사회로의 참여수단으로서의 참여경험을 갖게 된다는 결과를 제시
  - 천경희·송인숙(2012)은 한밭레츠 참여자를 대상으로 소비생활에서 나타나는 윤리적 소비 특성 연구를 통해 공동체 내에서 소비생활을 하면서 공동체화폐 거래로 화폐 가치를 창조하고 있으며, 공동체와 나누는 소비행동, 지구환경을 고려하는 소비행동, 아울러 소유 욕구에서 자유로운 소비태도를 보이는 소비생활을 하고 있다고 밝힘. 이러한 공동체화폐 운동은 자발적 참여와 사회적 책임, 생태적 가치, 간소한 삶을 실현하는 윤리적 소비 의미를 지니고 있어, 공동체화폐 제도는 현대 자본주의 사회에서 지향해야 하는 윤리적 소비를 실천하고 있는 대안적 경제제도로 볼 수 있다고 제시
- 2016년 조사된 지역화폐 관련 경기도 도민의식 조사 결과를 보면, 지역화폐의 도입에 따른 효과를 경제적 측면으로 인식하고 있는 것으로 나타남(최준규 외, 2016; 최준규·윤소은, 2018). 즉, 지역화폐의 일반적 논의와 다르게 ‘경제적 목적에 따른 광역 차원의 일반화된 서비스’로 인식하는 경향을 보임<sup>17)</sup>

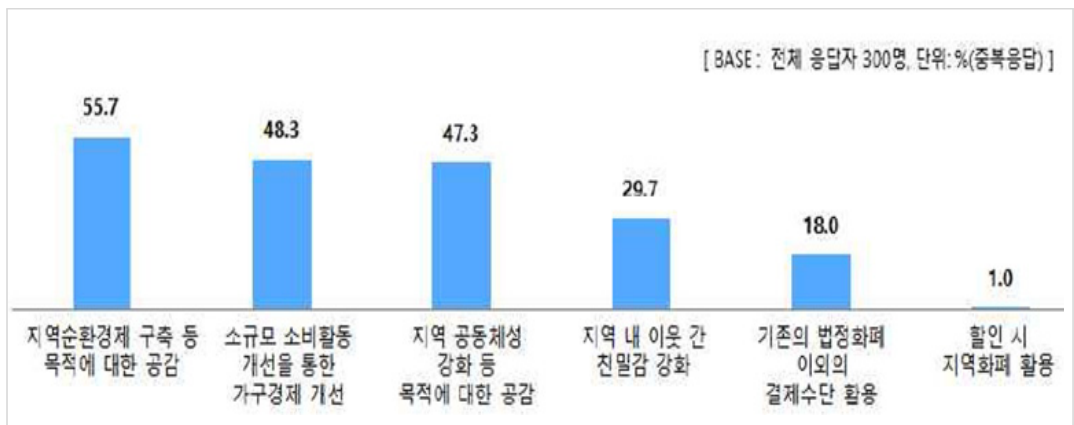
17) 2016년 하반기 조사 결과임을 감안하여 해석될 필요

- (인지도 등) 2016년 하반기 당시, 지역화폐, 대안화폐, 레츠(LETS) 등에 대해 알고 있다고 응답한 비중이 27.3%, 들어본 적 없다는 응답이 72.7%로 대다수가 지역화폐 개념이 생소한 것으로 나타남. 하지만 지역화폐 개념을 설명하고, 이러한 정책도구 도입 시 활용 의향에 대해서는 70.3%가 의향이 있다고 응답하여 정책적 수요가 있음을 확인
- (참여 동기) 참여하고자 하는 가장 큰 동기로는 지역순환경제 구축 등 목적에 대한 공감감이 55.7%로 가장 높았으며, 그 다음으로 소규모 소비활동 개선을 통한 가구경제 개선이 48.3%로 높게 나타남. 이에 경제적 효과에 대한 기대감이 높게 형성되어 있음을 보여줌

〈그림 2-3〉 경기도 지역화폐 인지도 및 활용 의향

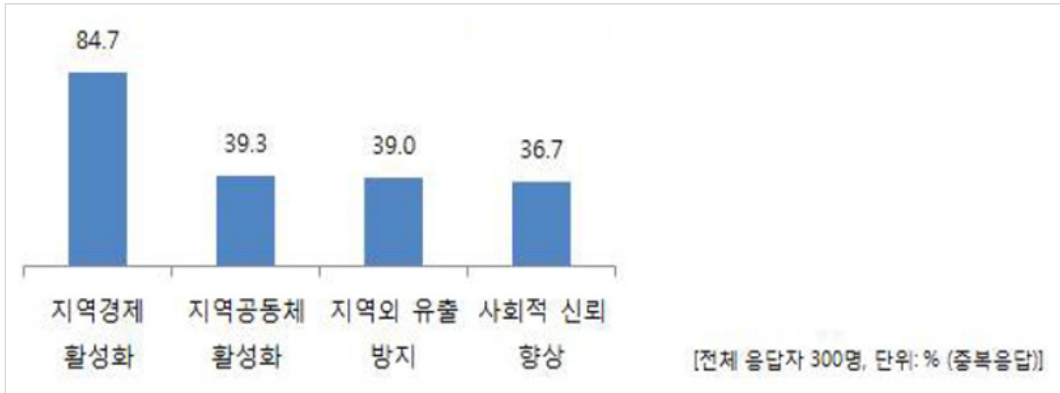


〈그림 2-4〉 경기도 지역화폐 활용 시, 예상 참여 동기



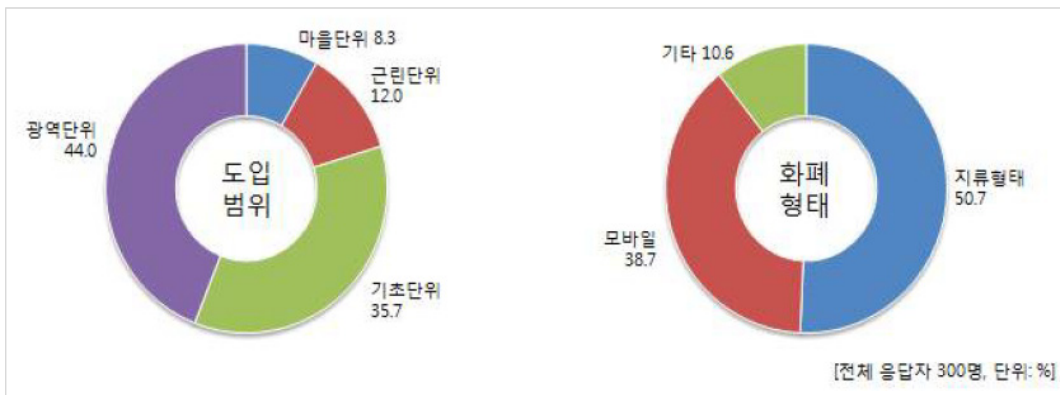
- (기대효과) 지역화폐 도입을 통한 기대효과에 대해서는 지역경제 활성화에 대한 기대가 압도적으로 높게 나타남

〈그림 2-5〉 경기도 지역화폐 도입의 기대효과



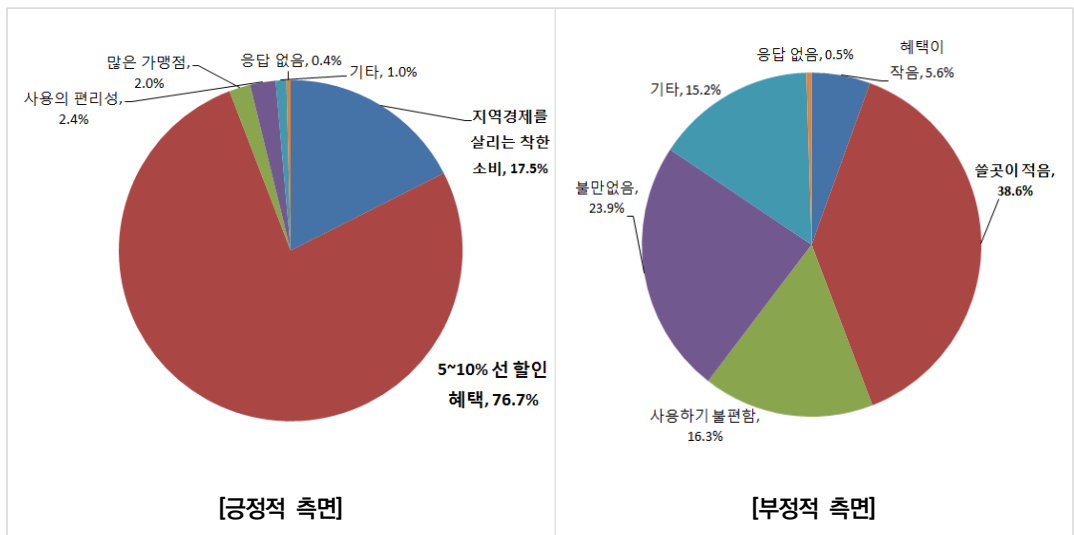
- (도입범위) 지역화폐의 도입범위는 광역자치단체 차원의 도입에 대한 선호가 가장 높게 형성. 이러한 인식은 대다수의 도민이 지역화폐를 공동체나 지역경제 활성화의 수단으로 보기보다는 새로운 형태의 결제수단으로 인식하는 경향이 크기 때문으로 판단
- (선호형태) 지역화폐가 도입될 경우 선호하는 지역화폐의 형태에 있어서는 지류 상품권에 대한 선호가 가장 높았으며, 모바일에 대한 선호도 또한 높게 형성

〈그림 2-6〉 경기도 지역화폐 도입의 적정범위 및 형태



- (기타) 지역화폐 도입을 위해 정책적 기반이 필요하다는 부분에는 상당 부분 공감하지만 그 형태에 있어서는 운영에 대한 직접 지원보다 가맹점 확대나 인프라 조성 등 지역화폐에 대한 자립적 운영환경을 조성하는 쪽을 보다 중요하게 인식하는 것으로 파악
- 2019년 말 조사된 시흥시 모바일 지역화폐인 '시루'18) 관련 소비자 만족도 조사 (응답자 1,481명)에서는 5점 기준 평균 4.37점의 만족도를 보였으며 만족 이유로는 '간편함'이 가장 높게 나타나 이용 편리성 제고 관련 시사점을 제시
- (긍정측면) 시흥화폐 시루의 긍정적인 측면으로 '5~10% 선 할인 혜택'이 76.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '지역경제를 살리는 착한 소비'가 17.5%로 뒤를 이어 높은 응답률 차이를 보임
- (부정측면) 시흥화폐 시루의 부정적인 측면으로 '쓸 곳이 적음' 38.6%, '사용하기 불편함' 16.3% 등으로 '불만없음' 응답도 23.9%를 차지함

〈그림 2-7〉 시흥화폐 시루 소비자만족도 조사



18) 조사 시점 기준, 지난 1년간 총 370억원이 판매됨. 모바일 시루는 시흥시 경제활동인구 21%에 해당하는 5만7,000명이 사용, 결제건수 87만건, 구매 후 사용한 결제액은 269억원으로 구매액의 80%가 소비됨

- 지주형 외(2019)에서는 향후 지역화폐 운용 과정에서 소비자의 이용활성화를 위해 정기적인 이용현황 분석과 도입효과 분석이 의무적으로 이루어질 필요가 있다고 주장함. 또한, 지자체의 재정자립도를 높이고자 하는 지자체의 도입 의도가 소비자의 소비 의도나 소상공인의 판매 의도와 일치하기도 어려울 수 있다는 많은 사례가 있기에 정책적 정교함이 수반되어야 한다고 강조
- 유명성 외(2020)에서는 코로나 19에 따른 재난지원금 지급의 경우에도 현금 지급 대신 지역화폐로 지급하는 것에 대해 대다수가 찬성하는 입장. 소상공인, 골목 및 시장상권 등 지역경제가 어려움을 인식하고 다소의 불편이 있더라도 지역경제 활성화를 위해 지역화폐로 지급되는 것에 공감
- 유문무(2019)는 지역화폐 제도의 효율적인 정착을 위한 성공요인으로 제공되는 재화와 서비스의 다양화, 지역 상인들의 적극적인 참여, 소비자들의 높은 이해도를 꼽고 있음
- 이상의 논의를 종합하여, 지역화폐 사용에 있어 예상되는(나타나는) 애로사항이나 불편한 점들을 구매단계별(구입단계, 이용단계), 전반적인 제도 측면에서 정리하면 다음 <표 2-10>과 같음



〈표 2-10〉 지역화폐 관련 예상되는(나타나는) 문제점

항목		예상되는(나타나는) 문제점
구입 단계	구입 단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 구입처 등 지역화폐 구입 방법에 대한 정보 부족</li> <li>• 지역화폐 신청 및 처리, 수령까지 걸리는 기간에 대한 번거로움</li> <li>• 사용등록, 계좌연결 등 지역화폐 사용 개설 절차가 복잡하고 어려움</li> <li>• 지역화폐 앱의 경우 오류 발생 등 시스템에 대한 높은 불안감</li> <li>• 개인 이용 데이터의 저장 및 빅데이터로의 활용에 따른 개인정보 유출 문제</li> </ul>
	구 매 단 계 별  이 용 단 계	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 구매 가능한 상품/서비스가 다양하지 못함(지역 내 가맹점 수 부족)</li> <li>• 온/오프라인 상에서 지역 내 가맹점 위치 등 관련 정보제공 부족</li> <li>• 충전 등 구입 불편 : 일부 모바일카드는 계좌이체만 가능, 지류는 판매소 방문 등</li> <li>• 지역화폐 보유 금액보다 결제 금액이 크면 타 수단으로 분리 결제의 번거로움</li> <li>• 지역 상점의 경우에도 온라인 결제 불가(지자체에 따라서는 QR코드로만 결제 가능)</li> <li>• 지역화폐로 구매 시 주차권 제공 기피 등 차별 발생</li> <li>• 가맹점의 자체 이벤트/할인쿠폰 등의 마케팅 연계 불가</li> <li>• 지자체 자체 마케팅 등과 연동 불가(예로 지역특산물 판매 등)</li> <li>• 가맹점의 상품/서비스가 비가맹점 대비 안좋은 경우에도 어쩔 수 없이 이용해야 하는 경우 발생</li> </ul>
제도 전반		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대리구매, 깡, 꼼수 재테크 문제(규정을 악용한 현금 환불 등)</li> <li>• 유관 기관 및 기업체 등 의무 구매에 대한 불만</li> <li>• 고령층 등 모바일카드 사용의 어려움이 있는 디지털 소외 계층에 대한 배려 부족</li> <li>• 재정자립도에 따른 지자체 간 양극화 발생(과도한 할인 경쟁 등)</li> <li>• 광역(시도) 단위 발행의 경우 거점 상권으로의 쏠림현상, 관내 중복으로 인한 경제적 효과 저해, 운영 상의 비효율 발생 등</li> <li>• 인센티브(충전한도액, 캐시백 등) 비율의 잦은 변동에 따른 신뢰도 저하</li> <li>• 지역화폐 발행 및 운영에 드는 제반 비용으로 인한 주민세 등 향후 세금 부담 우려</li> <li>• 착한소비/가치소비/윤리적소비 이슈로 소구하는 정책에 대한 막연한 거부감</li> </ul>

출처: 이민정(2018) 일부 내용을 기반으로 연구자가 보완·재구성





---

## 제3장

# 지역화폐 운영 사례 및 법제 현황

- 제1절 국내·외 지역화폐 운영 사례
- 제2절 관련 법제
- 제3절 소결





## 제3장 지역화폐 운영 사례 및 법제 현황

### 제1절 국내·외 지역화폐 운영 사례<sup>19)</sup>

- 앞서 <표 2-3>에서 제시된 지역화폐 유형에 따라 국내·외 지역화폐 운영 사례를 도입배경, 발행방식, 결제방식, 운영방식 등으로 간략 정리함

#### 1. 레츠(LETS : Local Exchange Trading Systems)

- (도입배경) 1983년 캐나다 코목스밸리에서 경기 침체로 지역 내 법정통화의 유동성이 크게 부족한 상황에서 법정통화를 통하지 않은 재화와 서비스 거래를 통해 실업자 등에게 도움을 주기 위해 도입
- (발행방식 및 가치) 개인 회원이 다른 회원에게 지정된 재화 또는 서비스를 제공하고 그 가치를 지역화폐로 환산하여 운영위원회 내 회원 계좌에 기록
  - 거래되는 재화와 서비스의 가치는 회원 상호간에 합의하여 결정
- (결제방식) 재화 또는 서비스를 제공받은 회원은 '-', 제공한 회원은 '+' 포인트를 갖게 되며 양 당사자가 시스템관리자에게 거래내역을 통보하면 시스템관리자는 각 회원의 계좌에 기록
  - 쌍방 거래로 인해 시스템의 계좌 총합은 항상 '0'이 되는 구조이며 '-' 포인트에 대해서는 이자가 부과되지 않고 상환의무 기한도 없기 때문에 회원간 신뢰가 필수적으로 요구됨
- (운영방식) 시스템관리자는 정기적으로 회보나 홈페이지를 통해 회원이 제공할 의사가 있거나 찾고 있는 재화 및 서비스 내용을 공개하고, 각 회원은 정보를 검색하여 원하는 재화 및 서비스가 공개되면 상대에게 직접 연락하여 지역화폐 단위의 가격으로 협상 후 거래를 실행

19) 한국은행 강원본부(2018), '국내외 지역화폐 도입사례 및 시사점, 자체조사연구보고서 내 'III. 주요 지역화폐 도입사례', 이한주 외(2020), '뉴머니 지역화폐가 온다, 저서 내 '6. 세계의 지역화폐 살펴보기' 내용 인용 및 연구자가 일부 재정리

## ○ 운영의 4가지 조건

- 서비스비용 : 공동체를 위한 공동체 부담
- 동의사항 : 거래의 강제성 없음
- 공표사항 : 대차대조표 상황 정보는 모든 구성원에게 공표
- 무이자

**2. 아워즈(Hours) : 이타카 아워(Ithaca Hour)**

□ (도입배경) 1991년 미국 이타카 시 자금의 역외유출을 완화하기 위해 실물형태의 지역화폐인 이타카 아워 발행

○ 폴 글로버는 레츠 운영경험을 통해 관리 운영상의 부담이 적은 단순한 시스템의 필요성을 느꼈고 컴퓨터 기록없이 실물 형태로 통용되는 지역화폐를 고안

- 이를 통해 레츠보다 이해하기 쉽고 주민이면 누구나 사용할 수 있어 이용 편의성이 높아질 것으로 기대

○ 그러나 전반적인 지급결제수단이 기존 현금 중심에서 신용 및 현금카드로 변화함에 따라 2000년대 후반 이후 쇠퇴

- 쇠퇴 극복을 위해 2015년 Tompkins County(이타카 시 소속)는 지역화폐 프로젝트인 Ithacash를 통해 지폐와 디지털 형태의 Ithaca Dollar(i\$, 1i\$ = 1\$)를 발행

□ (발행방식 및 가치) '1이타카 아워 = 1시간 노동'의 가치를 지니며 추가적으로 '1시간 노동 = 법정통화 10달러'의 가치를 가진다고 정의

○ 노동의 가치에 차등을 두지 않은 타임달러와 달리 의사, 변호사 등 고급서비스 제공자의 경우 1시간 노동의 가치를 1이타카 아워보다 높은 수준에서 협상을 통해 산정

○ 6종류를 발행하며, 법정통화로의 환전은 불가능

□ (결제방식) 이타카 아워는 개인 간 거래 또는 지역 내 가맹점에서 실물화폐를 제시하여 사용

○ 가맹점 거래 시 법정통화와 함께 사용할 수 있어 이타카 아워의 수용 폭이 확대

- (운영방식) 지역화폐 관리위원회에서는 2주마다 회의를 개최하여 이타카 아워의 발행량과 시기, 용자사업 등을 결정
  - 위원회는 지역주민으로부터 선발된 9명의 평의원(임기 2년)으로 구성
  - 지역사회 공헌사업의 경우 무이자 용자 가능
  - 주민들은 정기적으로 발행하는 회보(「HOUR TOWN」)에 자신이 교환하거나 받기를 원하는 재화나 서비스를 게재
    - 이타카 아워로 거래할 수 있는 대상은 1,000여종\*을 상회
    - \* 어린이 돌보기, 노인 돌보기, 마사지, 상담, 진료, 회계처리, 자동차수리 등

### 3. 타임뱅크(Time Bank) : 타임달러(Time Dollar)

- (도입배경) 1986년 미 워싱턴에서 구성원들 간의 서비스 교환을 통한 새로운 공동체 가치 창출을 목적으로 타임달러 고안
  - 자원봉사 활동에 가치를 부여하고 그 가치를 시간으로 환산하여 필요 시 이를 사용할 수 있도록 함으로써 상호부조 활동을 장려
- (발행방식 및 가치) 개인이 제공한 자원봉사활동에 따라 발생한 가치를 화폐로 환산하여 운영위원회 내 회원계좌에 기록
  - 타임달러는 모든 사람의 시간가치는 균등하다고 보고 단위시간당 노동을 1타임달러로 계산
    - 성별, 나이, 장애인 및 사회적 약자를 불문하고 모두 지역사회에 공헌할 수 있는 서비스를 가지고 있다고 가정
- (결제방식) 타 회원에게 1시간의 서비스를 제공한 회원은 '+1' 타임달러, 서비스를 받은 회원은 '-1' 타임달러가 계좌에 기록
  - '+ 타임달러는 본인이 서비스를 제공받을 때 사용할 수 있고, 타 회원 또는 단체에 기부도 가능 : 주로 가사 도우미, 육아 도우미 서비스 등

- (운영방식) 타임달리는 시스템관리자가 자원봉사자 및 서비스 요구자를 서로 등록시킨 후 각자에게 맞는 봉사내용을 연결
- (특징) 타임달리운영위원회는 타임달리 대상거래에 상업적인 경제교류는 제외하고 ‘The gift economy’라고 불리는 상호부조 성격의 거래로 한정
  - 미 국세청은 타임달리 거래를 사회복지분야 프로그램으로 인식하여 비과세하고 있으며 이는 타임달리의 지역사회 확산에 기여
  - 많은 참가자들이 순수한 봉사 목적을 위해 시스템에 참가하고 있으므로 타임달리의 실제 사용률은 평균 15% 수준에 불과

#### 4. 전환화폐(Convertible Currency) : 김가우어(Chiemgauer)

- (도입배경) 2003년 독일 바바리아 주에서 지역 내 고용과 지역문화를 활성화하고 지역 식품공급을 효율적으로 하기 위한 목적으로 도입
  - 고등학교 교사와 그 학생들에 의해 프로젝트가 시작되었으며, 경제학자들과의 아이디어 협업으로 해당 지역화폐 형태로 추진
  - 국가적 수준에서 보완적 지역화폐의 성공사례
- (발행방식 및 가치) 고정환율 시스템을 고수하고 있으며, 1김가우어 = 1유로의 가치에 해당
- (결제방식) 지역의 40여 개소에서 유로 ⇄ 김가우어 교환 가능. 화폐 가치 유지를 위해, 매 3개월마다 화폐가치의 2%가 감소하는 통용세 적용(즉, 화폐가치가 매 3개월마다 2% 하락)으로 적극 사용을 견인
  - 유로 → 김가우어로 교환할 경우 : 3% 보너스 지급
  - 김가우어 → 유로로 교환할 경우 : 5% 수수료 차감
- (특징) 고용창출, 지속가능성 지원, 지역경제 활성화 등 다양한 활동 지원
  - 고용창출 : 실업자, 학생, 자원봉사자가 일을 위해 고용되거나 수혜를 받는 활동



- 문화적, 교육적, 환경보호활동 지원 : 비영리 목적으로 이러한 활동을 하는 사람을 지원
- 지속가능성 지원 : 유기농 식품, 신재생에너지 관련 활동
- 친목 강화 : 지역 쇼핑객과 비즈니스 간 인간적 관계 활성화
- 지역경제 활성화 : 지역의 구매력을 유지시키기 위해 화폐 통용세 부과

## 5. 전환화폐(Convertible Currency) : 브리스톨 파운드(Bristol Pound)

- (도입배경) 2012년 9월 영국 브리스톨 시에서 시민사회 주도로 자금의 역외 유출 완화를 통한 지역 내 소매점 및 시장 활성화, 지역고용 유지 등을 위해 도입
  - 영국에서 시 전역을 대상으로 발행된 첫 지역화폐로서 영국 및 유럽에서 가장 잘 조직화된 최대 규모의 지역화폐라는 평가
- (발행방식 및 가치) 4종류의 실물화폐로 발행되며 화폐가치는 법정통화와 동가
  - 회원 여부에 관계없이 가맹점에서 현금처럼 사용할 수 있으며 법정통화와 혼합 사용도 가능
  - 거래에 따른 공식 전환 수수료는 1%로 온라인 거래도 같은 요율 적용
- (결제방식) 실물화폐를 이용한 결제 뿐만 아니라 브리스톨 파운드 신탁 계좌 개설을 통해 온라인 및 모바일 결제도 가능
  - 온라인 결제는 브리스톨 파운드 신탁 홈페이지를 통해 직접 수행하며, 모바일 결제는 계좌의 잔액 범위 내에서 수행
- (운영방식) 비영리단체인 브리스톨 파운드 사무국이 브리스톨 파운드 신탁과 계약을 체결하고 시스템을 공동 운영하며 브리스톨 시는 감사, 홍보 등을 담당
  - 사무국 : 온라인 홈페이지 유지, 브리스톨 파운드 발행 담당
  - 브리스톨 파운드 신탁 : 전자결제, 온라인 계좌관리 등 업무 수행
  - 브리스톨 시 : 브리스톨 파운드 타당성 조사연구비 지원, 주민과 가맹점의 인식

제고를 위한 홍보 등을 지원, 시 직원의 월급 일부를 브리스톨 파운드로 지급하며 지방세 및 에너지 요금의 브리스톨 파운드 납부도 허용 등

## 6. 레츠(LETS) : 한밭레츠(LETS)

- (도입배경) 대전에서 공동체내 상호부조 및 지역경제 활성화를 위해 1999년 10월부터 회원 모집을 시작하여 2000년 2월에 출범
- (발행방식 및 가치) 개인회원은 다른 회원에게 지정 재화 또는 서비스를 제공함으로써 가상의 화폐가치를 창출할 수 있고 창출된 화폐가치는 운영위원회 내 회원 계좌에 기록
  - 2002년 8월부터는 거래의 편의성 제고를 위해 실물화폐인 '두루' 지폐를 추가적인 결제수단으로 발행
  - 거래되는 재화와 서비스의 가치는 회원 상호간에 합의하여 결정
- (운영방식) 회원가입 시 제공할 물품 목록을 작성한 후 동 목록을 회원소식이 담긴 소식지와 게시판을 통해 회원들에게 홍보
  - 거래가 성사되면 한밭레츠가 자체적으로 운영하는 등록소에 보고하고 등록소 운영을 위해 거래액의 5%를 공제
  - 거래내역은 각 회원들에게 공지되고 정산 후 개인 계좌에 거래액 이체
  - 주거래 물품은 상호 신뢰가 중요한 음식료품과 의료 서비스 등

## 7. 레츠(LETS)·타임뱅크(Time Bank) : 서울 노원구 노원(NOWON)

- (도입배경) 서울 노원구는 자원봉사, 기부 등 사회적 가치를 실현하여 지역공동체를 강화하기 위해 2016년 지역화폐 노원(NOWON) 도입
  - 2018년 2월부터는 블록체인 기반의 지역화폐를 개발하여 상용화 시작
- (발행방식 및 가치) 자원봉사, 기부, 물품거래 시 일정금액을 온라인 형태의 지역 화폐로 제공

- 자원봉사는 1시간에 700노원, 기부 시 기부금액의 10%, 노원구 마을 공동체지원센터를 통한 물품거래 시 실거래 금액을 지역화폐로 적립
  - (운영방식) 지역 내 가맹점에서 재화와 서비스를 지역화폐 카드 또는 앱을 이용하여 구매 가능
    - 최대 적립가능액은 5만 노원이며 지역화폐 회원간 선물하기를 통해 노원을 자유롭게 거래
    - 각 가맹점 사용기준율\*에 따라 카드 또는 앱으로 노원사용 가능
- \* 사용기준율 10% 가맹점에서 1,000원 결제 시, 100노원 사용 후 900원 결제

## 제2절 관련 법제

- 본 절에서는 지역화폐 관련 법령으로 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 및 동법 시행령, 각 지자체 조례를 중심으로 정리함
  - 그 외, 관련 법령으로 「소비자 기본법」, 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」(상품권 표시 사항 등), 「상품권 표준약관」(상품권의 유효기간, 발행자의 최종책임과 의무 등), 「소비자 분쟁해결기준」(상품권 관련업, 전자지급수단 발행업) 등이 있음

### 1. 지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률[시행 2020. 7. 2] [제정 2020. 5. 1]

- (제정 이유) 이 법은 지역사랑상품권의 발행과 환전, 운영 등에 필요한 사항을 규정함으로써 지방자치단체가 발행하는 상품권의 건전한 유통질서를 확립하고, 지역공동체 강화 및 지역 경제 활성화에 기여함을 목적으로 함
  - 각 지방자치단체에서 지역 상권을 기반으로 하는 지역사랑상품권을 조례에 근거하여 발행·유통하고 있음. 그러나, 지방자치단체의 상품권 사업은 법률의 근거 없이 지방자치단체의 조례에 따라 운영되고 있어 상품권 발행·유통에 대한 관리·감독이 제대로 이루어지지 못하고 있고, 명확한 법적 근거 및 체계적·제도적 지원의 부족으로 인하여 지역사랑상품권 이용을 활성화하는 데 한계가 존재함

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

□ (주요 내용) 제1조(목적)~제20조(과태료)로 구성됨. 이중 소비자보호와 관련된 조항을 정리하면 다음과 같음

- 제2조(정의) 지역사랑상품권, 판매대행점, 가맹점 정의를 규정함

#### 제2조(정의)

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

- 제4조(지역사랑상품권의 발행)

- 지방자치단체의 장은 지역경제 활성화 및 지역공동체 강화를 위하여 지역사랑 상품권을 발행할 수 있도록 하고, 지역사랑상품권의 유효기간은 발행일로부터 5년을 원칙으로 하되, 소지자 등의 권리를 침해하지 않는 범위에서 조례로 정하는 바에 따라 유효기간을 단축하거나 연장할 수 있도록 하며, 지역사랑상품권의 종류, 권면금액, 기재사항 등 지역사랑상품권 발행에 필요한 사항은 조례로 정하도록 함

- 제7조(가맹점의 등록), 제8조(가맹점 등록 취소)

#### 제7조(가맹점의 등록)

- ② 지방자치단체의 장은 가맹점 등록을 신청한 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 **그 등록을 거부할 수 있다.**
  1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조제1호에 따른 사행산업 및 같은 조 제3호에 따른 불법사행 산업을 영위하는 경우
  2. 「중소기업기본법」 제2조제1항의 중소기업에 해당하지 아니하는 기업을 영위하는 경우

3. 이 법의 목적에 적합하지 아니한 업종으로서 지방자치단체의 조례로 정하는 등록 제한업종을 영위하는 경우
- ③ 지방자치단체의 장은 가맹점 등록 신청을 받은 날부터 7일 이내에 등록 여부를 결정하고, 그 결과를 신청인에게 알려야 한다.
- ④ 가맹점의 자격 요건, 등록 기준 등 가맹점 등록에 필요한 사항은 조례로 정한다.

**제8조(가맹점 등록의 취소)** ① 지방자치단체의 장은 가맹점이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 해당 가맹점의 등록을 취소할 수 있다. 다만, 제1호에 해당하는 경우에는 등록을 취소하여야 한다.

1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 가맹점 등록을 한 경우
  2. 제7조제2항제3호에 따른 등록 제한업종을 영위하는 경우
  3. 제10조를 위반하는 행위를 한 경우
- ② 지방자치단체의 장은 제1항에 따라 등록을 취소한 경우 그 사실을 조례로 정하는 바에 따라 이용자 등이 알 수 있도록 공개하여야 한다.

○ 제10조(가맹점의 준수사항), 제11조(사용자의 준수사항)

**제10조(가맹점의 준수사항)** ① 개별가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 지역사랑상품권 결제를 거절하거나 지역사랑상품권 소지자를 불리하게 대우하는 행위
2. 다음 각 목의 지역사랑상품권을 환전하거나 환전대행가맹점에 환전을 요청하는 행위
  - 가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 지역사랑상품권
  - 나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 지역사랑상품권
- ② 개별가맹점은 지역사랑상품권 소지자가 권면금액 중 대통령령으로 정하는 비율의 금액 이상에 상당하는 물품을 구입하거나 용역을 제공받고 그 잔액을 환급하여 줄 것을 요구하는 경우에는 즉시 이에 응하여야 한다.
- ③ 환전대행가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.
  1. 개별가맹점이 아닌 자를 위하여 지역사랑상품권의 환전을 대행하는 행위
  2. 제1항제2호 각 목에 해당하는 지역사랑상품권임을 알면서도 그 환전을 대행하는 행위

**제11조(사용자의 준수사항)** ① 지역사랑상품권 사용자는 상품권을 재판매하여서는 아니 된다.

- ② 지역사랑상품권 사용자는 판매대행점이나 가맹점에 지역사랑상품권의 환전을 요구하여서는 아니 된다.

- 제12조(지역사랑상품권의 재발급 등) 지역사랑상품권을 소지한 자가 훼손된 지역사랑상품권의 재발급을 요구하는 경우

**제12조(지역사랑상품권의 재발급 등)**

② 지역사랑상품권이 훼손되어 해당 지방자치단체의 장이 발행한 지역사랑상품권임을 확인할 수 없는 경우 상품권발행자등은 지역사랑상품권의 재발급과 사용을 거부할 수 있다. 다만, 해당 지방자치단체의 장이 발행한 지역사랑상품권임을 알 수 있으나 그 지역사랑상품권의 종류, 금액 또는 수량 등이 불명확한 경우 지역사랑상품권 소지자는 확인 가능한 범위에서 최저 가격의 지역사랑상품권으로 재발급 받거나 사용할 수 있다.

- 제15조(지역사랑상품권 활성화 지원), 제16조(지역사랑상품권기금의 설치)
  - 국가와 지방자치단체는 지역사랑상품권의 발행·판매·환전 등 운영에 필요한 지원을 할 수 있고, 지방자치단체의 장은 지역사랑상품권 활성화를 위한 사업이나 활동을 지원하기 위하여 지역사랑상품권기금을 설치할 수 있도록 함
- 제20조(과태료)
  - 지방자치단체의 장은 협약을 체결하지 아니하고 지역사랑상품권의 보관·판매·환전 업무를 대행한 자, 가맹점으로 등록하지 아니하고 가맹점 업무를 수행한 자 등에게는 2천만원 이하의 과태료를 부과할 수 있도록 하고, 위반행위 조사 등을 거부·방해 또는 기피한 자에게는 500만원 이하의 과태료를 부과할 수 있도록 함

## 2. 지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률 시행령<sup>[시행 2020. 7. 2] [제정 2020. 7. 1]</sup>

- (제정 이유) 이 법은 지역사랑상품권의 불법환전 행위(속칭 “깡”)를 한 가맹점이나 법 위반행위 조사 거부·방해자 등 법 위반행위자에 대한 위반행위별 과태료 금액기준을 마련하는 등 모법에서 위임된 사항을 반영
- (주요 내용) 제1조(목적)~제7조(과태료의 부과기준)으로 구성됨. 이중 소비자보호와 관련된 내용을 정리하면 다음과 같음

- 제3조(지역사랑상품권 잔액의 환급) 지역사랑상품권 사용자가 상품권 사용 시 잔액을 현금으로 환급받을 수 있도록 하는 환급금액의 비율(사용금액/권면금액)을 100분의 60 이상 100분의 80 이하의 범위에서 조례로 정하도록 규정

**제3조(지역사랑상품권 잔액의 환급)** 법 제10조제2항에서 “대통령령으로 정하는 비율”이란 100분의 60 이상 100분의 80 이하의 범위에서 조례로 정하는 비율을 말한다.

- 제5조(지역사랑상품권의 운영 지원) 국가와 시·도의 지역사랑상품권의 운영 지원에 관한 사항을 규정
  - 국가는 자치단체에 상품권의 운영지침 수립, 활성화를 위한 공모사업 실시 등 운영에 필요한 사항을 지원
  - 시·도는 관할 시·군·구에 상품권의 홍보 및 현황관리 등 운영에 필요한 행정적 지원 및 예산의 범위에서 발행·할인 등에 드는 소요 비용 지원

### 3. 지자체 조례

#### (1) 현황

- 법제처 국가법령정보센터(www.law.go.kr)에 ‘지역화폐’, ‘사랑상품권’으로 자치법규 검색 결과<sup>20)</sup>, 현재 지방자치단체의 조례<sup>21)</sup> 제정 건수는 총 169개로 확인
- ‘지역화폐’ 검색 조례 39개, ‘사랑상품권’ 검색 조례 130개로 여기에 각 시행규칙까지 포함하면 관련 법규는 총 247개임(조례 169개+시행규칙 78개)
- 이중, 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 시행일(2020.07.02.) 이후 제·개정된 조례 수는 67개(39.6%), 시행규칙 19개(24.4%)로 파악<sup>22)</sup>

20) 2020년 11월 18일자, 국가법령정보센터(www.law.go.kr) 검색 기준

21) 조례는 「지방자치법」 제22조, 제26조에 의거 지방자치단체가 법령의 범위 안에서 그 권한에 속하는 사무에 관하여 지방의회의 의결로써 제정하는 규범

22) 2020년 11월 20일자, 국가법령정보센터(www.law.go.kr) 검색 기준

- (광역 도 단위) 2020년 11월, 제주도가 지역화폐 발행을 위한 관련 조례를 제정(제주 지역화폐 발행 및 운영에 관한 조례[제정 2020.11.13])
  - 현재 발행 중인 강원도 '강원사랑상품권', 경상남도 '경남사랑상품권'은 해당 지역 제로페이 가맹점에서만 이용하는 지역화폐로 관련 조례 부재
  - 광역 도 단위 지역화폐를 발행하고 있지 않는 경기도, 충청북도, 충청남도, 전라북도, 전라남도, 경상북도 중 4곳(경기도, 충청남도, 전라남도, 경상북도)는 “보급 및 이용 활성화” 관련 조례를 제정하여 운영 중에 있음
    - 조례에는 주로 도지사의 책무, 기본계획의 수립·시행 등, 운영 평가, 전담조직 운영, 사업 지원, 재정지원의 조건 등 구성
      - 경기도 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 관한 조례  
[일부개정 2020.10.08.]
      - 충청남도 지역화폐의 이용 활성화에 관한 조례  
[시행/제정 2019.04.10.]
      - 전라남도 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 관한 조례  
[시행/제정 2019.07.09.]
      - 경상북도 지역사랑상품권의 보급 및 이용 활성화 지원 조례  
[시행/제정 2019.10.31.]
- (광역 시 단위) 서울을 포함한 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종 모두 조례 제정 및 운영 중에 있음
  - 서울특별시의 경우 25개 자치구 별로 지역화폐(00사랑상품권)를 발행 중이며 관련 조례를 운영하고 있는 곳은 총 8곳(32%)<sup>23)</sup>에 불과
    - 서울특별시 강북구 강북사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례  
[시행/제정 2020.10.30.]
    - 서울특별시 관악구 관악사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례  
[시행/제정 2020.10.22.]

23) 노원구는 두 개의 조례(노원구 노원사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례, 노원구 지역화폐 운영에 관한 조례) 시행 중



- 서울특별시 광진구 광진사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례  
[시행/제정 2020.04.24.]
- 서울특별시 성북구 성북사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례  
[시행/제정 2020.11.05.]
- 서울특별시 영등포구 영등포사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례  
[시행/제정 2019.12.26.]
- 서울특별시 노원구 노원사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례  
[시행/제정 2020.11.12.] \* 소관부서 : 기획재정국 일자리경제과
- 서울특별시 노원구 지역화폐 운영에 관한 조례  
[시행 2018.01.01., 제정 2017.11.09.] \* 소관부서 : 행정지원국 마을공동체과
- 서울특별시 강동구 지역화폐 발행 및 운영에 관한 조례  
[시행/제정 2020.05.06.]
- 서울특별시 중구 지역화폐 발행 및 운영에 관한 조례  
[시행/제정 2018.12.28.]

○ 대전, 울산의 경우 2020년 들어 제정되었으나, 타 광역 시 조례에 비해 구체적 조항 부재

## (2) 소비자보호 조항

□ (소비자보호 조항) 광역지자체(도), 광역지자체(특별시, 광역시, 특별자치시) 및 기초지자체(시·군·구) 중 도청소재지를 포함한 대표 조례 28개<sup>24)</sup>를 대상으로 소비자보호 관련 조항을 정리함

(자치법규정보시스템, [www.elis.go.kr](http://www.elis.go.kr)) \* 구체적인 조항은 <별첨 1> 참조

○ 분석 항목인 소비자보호 관련 조항은 다음과 같음

- ① 가맹점 취소범위 : 지역화폐 목적에 적합하지 않는, 제외되는 가맹점 업종 규정, 취소 시 관련 정보 공개 방식 등 명시
- ② 가맹점 준수사항 : 가맹점이 하여서는 안되는 행위로 지역화폐 결제를 거절하거나 사용자를 불리하게 대우하는 차별행위 금지 등

24) 28개 조례 중 본원이 위치한 충북혁신도시(음성·진천)를 포함함

- ③ 사용자 준수사항 : 사용자가 사용해서는 안되는 상품권 또는 관련 행위
- ④ 위원회 및 위원 구성<sup>25)</sup> : 관련 위원회 구성 여부 및 위원에 소비자 또는 시민 사회단체에서 추천하는 사람 등 포함 여부
- ⑤ 기타 : 도지사(또는 시장)의 책무, 기본계획의 수립 등, 사업지원, 재정지원의 조건 등 포함
- ⑥ 추가 : 전자지급수단 형태(카드형, 모바일형 등) 발행 시 「전자금융거래법」에 따른 판매대행점/운영대행사 요건, 준수사항, 운영시스템 보안, 개인정보보호 조항 등

□ (소비자보호조항 : 광역지자체) 광역지자체(서울, 부산, 대구, 광주, 대전, 울산, 세종, 경기, 인천, 충남, 전남, 경북) 12곳 조례를 분석함

○ 관련 조항(①~④)이 없는 경우

- 가맹점 취소 조항 부재 : 4곳(대전, 충남, 전남, 경북)
- 가맹점 준수사항과 사용자 준수사항 조항 부재 : 7곳(대전, 울산, 경기, 인천, 충남, 전남, 경북)
- 위원회 구성 조항 부재 : 6곳(서울, 대전, 울산, 충남, 전남, 경북)
  - 구성 조항은 있으나 위원 구성에 소비자 또는 시민사회단체에서 추천하는 사람 등 구체적 조건이 명시되어 있지 않은 경우 : 1곳(경기)

○ 관련 조항(⑤~⑥) 여부

- 지역화폐의 이용활성화 조치, 지역화폐 운영 평가, 지역화폐센터 운영, 지역화폐 심의위원회<sup>26)</sup> 구성 등 조항 포함/일부포함 : 4곳(부산, 경기, 전남, 경북)
- 「전자금융거래법」에 따른 판매대행점/운영대행사 요건/준수사항, 운영시스템 보안, 개인정보보호 조항 등 포함 : 2곳(부산, 세종)
- 별도 인센티브제도 운영, 부정유통 신고포상제, 유효기간 경과 상품권 처리 조항 등 포함 : 없음

25) 소비자기본법 제4조(소비자의 기본적 권리) 중 '4. 소비생활에 영향을 주는 국가 및 지방자치단체의 정책과 사업자의 사업활동 등에 대하여 의견을 반영시킬 권리', '7. 소비자 스스로의 권익을 증진하기 위하여 단체를 조직하고 이를 통하여 활동할 수 있는 권리' 기준

26) 단, 전남은 위원회 조항 부재

□ (소비자보호조항 : 기초지자체) 총 16곳 조례(시 10곳 : 수원, 시흥, 성남, 춘천, 청주, 공주, 군산, 목포, 포항, 창원), 군 2곳 : 충북 진천군, 충북 음성군), 구 4곳 : 서울 성북구, 서울 영등포구, 부산 동구, 인천 미추홀구)을 분석함

○ 관련 조항(①~④)이 없는 경우

- 가맹점 취소 조항 부재 : 없음
- 가맹점 준수사항과 사용자 준수사항 조항 모두 부재 : 2곳(청주, 서울 영등포구)
- 가맹점 준수사항만 부재 : 2곳(충북 음성군, 인천 미추홀구)
- 위원회 구성 조항 부재 : 10곳(춘천, 공주, 군산, 포항, 창원, 충북 진천군, 충북 음성군, 서울 성북구, 서울 영등포구, 인천 미추홀구)
  - 위원회 구성 조항은 있으나 위원 구성에 소비자 또는 시민사회단체에서 추천하는 사람 등 구체적 조건이 명시되어 있지 않은 경우 : 4곳(수원, 성남, 청주, 목포)

○ 관련 조항(⑤~⑥) 여부

- 시장의 책무 조항 포함 : 1곳(시흥)
- 기본계획<sup>27)</sup> 운영 조항 포함 : 1곳(성남)
- 전자지급수단 형태(신용카드형, 모바일형) 발행 시 「전자금융거래법」에 따른 판매대행점/운영대행사 요건/준수사항, 운영시스템 보안, 개인정보보호 조항 등 포함 : 4곳(수원, 목포, 부산 동구, 인천 미추홀구)
- 별도 인센티브제도 운영, 부정유통 신고포상제, 유효기간 경과 상품권 처리 조항 등 포함 : 4곳(시흥<sup>28)</sup>, 군산, 포항, 창원)

□ (조례 조항 비교) 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 시행일(2020.07.02.) 이후 일부 개정된 부산광역시 조례, 전부 개정된 시흥시와 군산시 조례 비교를 통해, 향후 지자체 조례 개정 시 포함되어야 할 조항을 살펴보고자 함(〈표 3-1〉)

27) 제8조(기금운용의 계획)

28) 시흥은 별도 인센티브제도 운영만 해당

〈표 3-1〉 지자체 조례 비교

부산광역시 지역화폐 이용 활성화에 관한 조례 (일부개정, 2020.9.30.)	시흥화폐 발행 및 운영에 관한 조례 (전부개정, 2020.10.07.)	군산사랑상품권 관리 및 운영 조례 (전부개정, 2020.09.29.)
<b>제1장 총칙</b> 제1조(목적) 제2조(정의) 제3조(시의 책무) 제4조(다른 조례와의 관계) <b>제2장 지역화폐 활성화</b> 제5조(추진계획의 수립·시행) 제6조(지역화폐 활성화 사업) 제7조(지역화폐 유통 및 활성화 시책) 제8조(지역화폐센터) <b>제3장 부산광역시상품권의 운영</b> 제9조(상품권의 발행) 제10조(상품권 업무의 위탁) 제10조의2(판매대행사의 협약 및 관리) 제11조(운영대행사 등의 준수사항) 제12조(운영시스템 등의 보안) 제13조(위탁계약의 해지 등) 제14조(가맹점의 등록 및 취소) 제15조(가맹점 준수사항) 제16조(사용자 준수사항) 제17조(지원금액의 환수) <b>제4장 구·군 지원</b> 제18조(구·군 지원) 제19조(지원의 조건 등) 제20조(평가의 반영) <b>제5장 부산광역시 지역화폐 정책위원회</b> 제21조(부산광역시 지역화폐 정책위원회) 제22조(위원회의 구성) 제23조(위원의 해촉) 제24조(위원회 제척·기피·회피) 제25조(위원장의 직무) 제26조(위원회의 회의) 제27조(간사) 제28조(수당 등) 제29조(운영세칙)	<b>제1장 총칙</b> 제1조(목적) 제2조(정의) 제3조(시장의 책무) <b>제2장 시흥화폐 발행 및 운영</b> 제4조(시흥화폐 발행) 제5조(판매대행점) 제6조(가맹점 등록) 제7조(가맹점 등록 대상) 제8조(가맹점 등록 제한) 제9조(가맹점 등록의 취소) 제10조(가맹점 준수사항) 제11조(판매대행점의 준수사항) 제12조(사용자 준수사항) 제13조(시흥화폐의 환불 및 재발급) <b>제3장 시흥화폐 발행위원회</b> 제14조(위원회 설치) 제15조(위원회 구성) 제16조(위원회 회의) 제17조(위원의 해촉) <b>제4장 시흥화폐 활성화 등</b> 제18조(시흥화폐 활성화 시책) 제19조(유통질서 확립) 제20조(수수료 등의 환수)	제1조(목적) 제2조(정의) 제3조(상품권의 발행 및 판매) 제4조(상품권의 종류 및 유효기간) 제5조(상품권 사용대상) 제6조(가맹점 등록 및 취소) 제7조(가맹점 준수사항) 제8조(판매대행점 지정 및 준수사항) 제9조(환전대행가맹점 준수사항) 제10조(사용자 준수사항) 제11조(환전청구 및 환전) 제12조(상품권 구입 및 할인수수료) 제13조(상품권 활성화시책) 제13조의2(상품권의 재발급 등) 제14조(위반행위의 조사 등) 제15조(부정유통 신고포상제) 제16조(유효기간 경과상품권) 제17조(지원금의 반환) 제18조(고유식별정보의 처리) 제19조(과태료) 제20조(시행규칙)  [별표1] 인센티브 지급기준 (제13조제4항 관련) [별표2] 신고포상금 지급기준 (제15조제3항 관련) [별지 제1호서식] 골목상권 상가 이용 인센티브 신청서 [별지 제2호서식] 시 소유 시설물 이용 인센티브 신청서

□ 상기 내용들을 요약 표로 정리하면 <표 3-2>와 같음

**<표 3-2> 지자체 조례 중 소비자보호 이슈 관련 조항 정리**

지자체	조례명	시행일	가맹점 취소 및 공개 <sup>1)</sup>	가맹점 준수 사항 <sup>2)</sup>	사용자 준수 사항 <sup>3)</sup>	위원회 구성 <sup>4)</sup>	기타 <sup>5)</sup>	추가 <sup>6)</sup>
서울	서울특별시 서울사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례	2019.12.31	○	○	○	×		
	서울특별시 성북구 성북사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례	2020.11.05	○☆	○	○	×		
	서울특별시 영등포구 영등포사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례	2019.12.26	○☆	×	×	×		
부산	부산광역시 지역화폐 이용 활성화에 관한 조례	2020.09.30	○☆	○	○	○★	●	◇
	부산광역시 동구 지역화폐 발행 및 운영 조례	2020.10.30	○☆	○	○	△		◇
대구	대구사랑 상품권 이용 활성화에 관한 조례	2020.03.10	○☆	○	○	○★		
인천	인천사랑상품권 발행 및 운영 조례	2020.11.09	○☆	×	×	○		
	인천광역시 미추홀구 미추홀사랑 상품권 발행 및 운영 조례	2020.11.09	○☆	×	○	×		◇
광주	광주사랑 상품권 이용 활성화에 관한 조례	2019.04.15	○	○	○	○		
대전	대전광역 지역화폐 이용 활성화 조례	2020.01.01	×	×	×	×	●	
울산	울산사랑상품권 발행 및 운영 조례	2020.04.09	○	×	×	×		
세종	세종특별자치시 세종사랑 상품권 발행 및 운영에 관한 조례	2020.04.01	○	○	○	○★		◇
경기	경기도 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 관한 조례	2020.10.08	×	×	×	△	●	소비 지원금 신설
	수원시 지역화폐 발행 및 운영에 관한 조례	2019.03.29	○	○	○	△		◇
	시흥시 시흥화폐 발행 및 운영에 관한 조례	2020.10.07	○☆	○	○	○★	●	◆
	성남시 성남사랑상품권 활성화기금 설치 및 운용 조례	2020.11.02	○☆	○	○	△	●	

지자체		조례명	시행일	가맹점 취소 및 공개 <sup>1)</sup>	가맹점 준수 사항 <sup>2)</sup>	사용자 준수 사항 <sup>3)</sup>	위원회 구성 <sup>4)</sup>	기타 <sup>5)</sup>	추가 <sup>6)</sup>
강원	춘천	춘천사랑상품권 발행 및 운용 조례	2020.11.05	○☆	×	×	×		
충북	청주	청주사랑상품권 발행 및 운영 조례	2020.11.06	○☆	×	×	△		
	진천군	진천사랑상품권 관리 및 운영 조례	2020.04.17	○	○	○	×		
	음성군	음성군 음성사랑상품권 발행 및 운영 조례	2020.11.05	○☆	×	○	×		
충남	충남	충청남도 지역화폐의 이용 활성화에 관한 조례	2019.04.10	×	×	×	×	⊙	
	공주	공주사랑 상품권 발행 및 운영에 관한 조례	2020.09.21	○☆	○	○	×		◆
전북	군산	군산사랑 상품권 관리 및 운영 조례	2020.09.29	○☆	○	○	×		◆◆
전남	전남	전라남도 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 관한 조례	2019.07.09	×	×	×	×	●	
	목포	목포시 지역화폐 발행 및 운영 조례	2019.07.01	○	○	○	△		◇
경북	경북	경상북도 지역사랑상품권의 보급 및 이용 활성화 지원 조례	2019.10.31	×	×	×	×	⊙	
	포항	포항시 포항사랑 상품권 관리 및 운영 조례	2020.11.03	○☆	○	○	×		◆
경남	창원	창원사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례	2019.11.15	○☆	○	○	×		◆◆

1) 가맹점 취소 및 공개 : 지역화폐 목적에 적합하지 않는 가맹점 업종 규정(○), 가맹점 취소 시 관련 정보 공개 방식이 명시된 경우(☆)

2) 가맹점 준수사항 : 가맹점이 하여서는 안되는 행위

3) 사용자 준수사항 : 사용자가 사용해서는 안되는 상품권 또는 행위

4) 위원회 위원구성 : 위원 구성에 소비자 또는 시민사회단체에서 추천하는 사람 등 조건이 구체적으로 명시된 경우(○), 명시되지 않은 경우(△), 그 외 성별 고려가 명시된 경우(★)

5) 기타 : 도시사(또는 시장)의 책무, 기본계획의 수립·시행 등, 운영 평가, 전담조직 운영, 사업 지원, 재정 지원의 조건 등 이 모두 포함된 경우(●), 일부 포함된 경우(⊙)

6) 추가 : 전자지급수단 형태(신용카드형, 모바일형) 발행 시 「전자금융거래법에 따른 판매대행점/운영대행사 요건/준수사항, 운영시스템 보안, 개인정보보호 조항 등(◇), 별도 인센티브제도 운영, 부정유통 신고 포상제(◆), 유효기간 경과 상품권 처리 조항 등(◆)

### 제3절 소결

- 국내·외 지역화폐 운영 사례의 특징으로는 첫째, 지역 공동체를 활성화하고 지역 경제 활성화를 위해 지역 내에서 화폐가 통용되도록 설계, 둘째, 마이너스 이자율, 전자화폐 등 유통 확대를 위한 다양한 노력 추진, 셋째, 뉴욕 이타카 아워나 독일 킴가우어처럼 경제학자의 이상적인 아이디어와 지역운동가가 결합된 형태 추진, 넷째, 민간 중심의 발행 및 운영 시스템 유지 등으로 정리
  - 한정된 지역 내에서 보완적 기능인 지역화폐를 기존의 화폐와 환전 가능토록 운용하고, 지역의 구매력을 증진시키고, 다양한 형태로 유통시키는 등 지역상권 유지를 위한 노력의 결과로 해석
  - 지역 내에서의 사용 촉진을 위해 가지고 있을 경우 가치를 감소시켜서 보다 신속히 사용할 수 있도록 하는 방식 도입
  - 민간부문 주도가 아닌 공공부문 주도에 의한 지역화폐는 재정문제가 극복되지 않으면 결국 지속가능성에 문제 발생 예측
- 다만, 운영 사례에서 보듯이 공동체 화폐의 경우 공동체 의식 함양 등의 측면에서는 일부 성과를 거두었으나 지역경제 활성화 측면에서는 성과가 크지 않았던 것으로 보는 견해도 있음
  - 지역 내 사회적 네트워크 개선에 기여한 것으로 평가되고 있으나, 참여 인원 확대의 한계, 거래 대상 상품/서비스의 제한 등으로 지역경제의 자립도 제고에는 부족
    - \* 브리스톨 파운드 관련 조사결과에 따르면, 도입 이후 지역 내 조달(local procurement)이 늘지 않았다고 응답
  - 국내 한발레츠는 노동교환형 공동체화폐로 역할을 했으나, 유통 규모의 파악 등에 어려움이 있어 지역경제에 미치는 영향은 크지 않다는 의견 존재
    - \* 한발레츠의 총 거래금액은 2.4억(2017년 기준)으로 미미한 수준

□ 국내 지역화폐 정책의 특징을 정리하면 다음과 같음

- 첫째, 정부 주도형 지역화폐로 기존 공동체화폐 형태인 소지역 단위의 주민중심(한밭레츠), 또는 일부 노동교환형 지역화폐(서울시 노원구 노원;NW)를 제외하면 모두 상품권형 지역화폐로 광역 및 기초지자체 단위로 추진되고 있음. 정부, 광역, 기초지자체의 결합으로 중앙정부가 재정 지원에 나서고, 광역시도가 행정지원 및 운용하고, 기초지자체가 운용하는 매우 독특한 형태임(이한주 외, 2020)
- 둘째, 융·복합형 경제-복지 정책으로 이번 코로나19 사태에 있어서도 재난지원금 등을 지역화폐로 지급하여 그 결과로서 지역의 소상공인 및 자영업자들의 매출 증대로 연결되는 지역경제 선순환 추구
- 셋째, 4차산업혁명 시대에 접어들면서 전통적 지류형에서 카드형, 모바일형으로 전환되면서 정보접근성과 사용편리성 추구
- 마지막으로, 각 지자체별 조례에 기반하여 각각 다르게 운용(대행사, 할인율, 가맹점 기준, 위원회 등)되고 있음

□ 그러나, 이러한 정책적 특징이 소비자에게는 한편 단점으로도 작용되기에 관련 인프라 및 법령 정비가 필요한 시점

- 향후 중앙정부의 재정지원 중단 이후에는 지자체별 재정자립도 정도에 따라 지역화폐 운영 수준의 차이를 보일 수 있기에 소비자들의 자발적 수요 부진 야기 가능
- 코로나19 관련 재난지원금이 지역화폐 형태로도 지급되다보니 일반 신용카드 상의 거래, 결제 문제도 지역화폐 상의 문제로 오인되어 지속 사용 유인 저하
- 복합 방식이 아닌 모바일형 지역화폐만 도입한 일부 지자체의 경우 디지털 취약계층(고령자, 결혼이민자 등)에 대한 정보제공, 교육 등 필요
- 앞서 ‘〈표 3-2〉 지자체 조례 중 소비자 이슈 관련 조항’에서 보듯이 일부 조례의 경우 소비자 권익을 저해하거나, 필요 조항 등이 부재한 경우가 있어 개정 필요
  - 관련 조례 제·개정 시 참고할 수 있는 가이드라인 등 마련 필요



- 기타, 제2장에서 제시된 ‘〈표 2-10〉 지역화폐 관련 예상되는(나타나는) 문제점’에 대한 개선방안 마련 등
  - 구매단계별(구입, 이용), 제도 전반에 걸친 문제점들을 소비자 대상 설문조사를 통한 파악 필요





## 제4장

### 지역화폐 관련 소비자조사

제1절 조사 개요

제2절 조사 결과 분석

제3절 요약 및 소결





## 제4장 지역화폐 관련 소비자조사

### 제1절 조사 개요

#### 1. 조사방법 및 항목

- 앞서 기술한 바와 같이, 지역화폐 발행액은 2019년을 기점으로 폭발적으로 증가하였으며, 코로나19 사태 이후 재난지원금 지급수단의 하나로 활용됨에 따라 본격적인 이용 단계에 접어들었다고 볼 수 있음
  - 재난지원금 지급수단이 아닌 지역 내 보완적 지불수단으로 “지역화폐”가 충실히 기능하기 위해서는 소비자 관점에서의 실태조사가 필요한 시점임
  - 다만, 지역화폐 관련 소비자 이슈 연구가 기존 ‘공동체 성격의 화폐’ 외에는 선행 연구가 부재한 상황임. 이에 탐색적 연구의 일환으로 주요 지자체 지역화폐 담당자 및 도 연구원, 본원 내부 연구자들을 중심으로 한 연구협의회 개최를 통해 구체적인 설문조사 항목을 설계함
- (조사개요) 지역화폐를 이용해 본 경험이 있는 소비자를 대상으로 한 온라인 조사 설계는 다음 <표 4-1>과 같음
  - 전국 16개 시·도(제주도 제외<sup>29)</sup>)에 거주하는 만 19세 이상 성인 남·녀 소비자를 모집단으로, 성·연령·지역별 변형인구비례할당 표본방식을 적용하여 총 1,500명의 유효 표본을 추출함(신뢰수준: 95%±2.53%p)
    - 일반적인 인구비례할당 표본방식의 경우 세종시가 30명 미만으로 표본 타당성 확보에 어려움이 있음. 이에 세종시에 최소 분석기준인 30명 지정 할당 후, 나머지 시·도에 변형인구비례할당 방식을 적용

29) 조사시점 시 제주도는 미발행 상태

〈표 4-1〉 소비자 설문조사 설계

구분	내용
모집단	· 전국에 거주하는 만 19세 이상 성인 남녀
표본 크기	· 총 1,500명
신뢰수준	· 95% 신뢰수준에서 $\pm 2.53\%p$ 의 표준오차
표본추출방법	· 성별·연령별·지역별 변형 인구비례할당 방식
조사지역	· 서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종, 경기, 강원, 충북, 충남, 전북, 전남, 경남(총 15곳)
조사항목	· 4개 영역, 총 40개 내외 설문항목
조사방법	· 구조화된 설문지를 통한 온라인 조사
조사기간	· 2020년 10월 20일 ~ 29일(10일)

- (조사항목) 지역화폐를 이용해 본 경험이 있는 소비자를 대상으로 ① 지역화폐 이용 현황, ② 지역화폐 지식 정도, ③ 지역화폐 정책 수요, ④ 지역화폐 관련 소비자 문제 등을 조사함

〈표 4-2〉 조사항목 및 내용

구분	내용
지역화폐 이용 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역화폐 이용 기간</li> <li>· 가장 최근에 지역화폐로 결제한(결제해 본) 연도와 월</li> <li>· 지역화폐 이용 경로와 이유</li> <li>· 주로 이용하고 있는 지역화폐 유형 및 인센티브 방식</li> <li>· 월 평균 지역화폐 이용 금액</li> <li>· 지역화폐로 주로 이용하고 있는 업종</li> <li>· 타 지역 지역화폐 이용 경험 및 이용 갯수</li> <li>· 지역화폐 발행 및 이용 범위에 대한 인식</li> <li>· 코로나19로 지급된 재난지원금을 지역화폐로 받은 경우</li> <li>· 재충전 등 계속 이용 의향</li> <li>· 향후 지역화폐 이용금액 비중</li> <li>· 지역화폐 이용 시 전반적인 만족도</li> </ul>
지역화폐 지식 정도	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역화폐의 다양한 명칭</li> <li>· 인센티브가 개별지자체 예산 내에서 지원된다는 사실</li> <li>· 연말정산 소득공제 대상</li> <li>· 타 지역 지역화폐 사용 가능 여부</li> </ul>

구분	내용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지자체마다 다른 이용불가 가맹점 유형</li> <li>· 지역화폐 이용약관 유무 및 이용약관 내용</li> <li>· 지역화폐와 온누리상품권 차이</li> <li>· 공동체 기반의 지역화폐</li> </ul>
지역화폐 관련 소비자 문제	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 구입단계에서 애로사항이나 불편한 점, 개선이 시급한 항목 등 (구입방법에 대한 정보를 얻기 어려움 등 총 5개 항목)</li> <li>· 이용단계에서 애로사항이나 불편한 점, 개선이 시급한 항목 등 (재충전하는 방법의 어려움 등 총 9개 항목)</li> <li>· 전반적인 애로사항이나 불편한 점, 개선이 시급한 항목 등 (지역별 발급 등 사용의 번거로움 등 총 10개 항목)</li> </ul>
지역화폐 정책 수요	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가장 기대되는 정책 효과</li> <li>· 제도 운영 단계에서 정부 및 지자체에서 우선적으로 해야 할 일 (지역화폐 앱 화면의 효율적 구성 등 총 8개 항목)</li> <li>· 제도 발전 단계에서 정부 및 지자체에서 우선적으로 해야 할 일 (지자체 조례나 이용약관 등의 소비자보호 관련 조항 등 총 7개 항목)</li> <li>· 공동체화폐 이용 경험 및 없는 경우 그 이유</li> <li>· 지역화폐 제도의 다양한 확장 방식</li> <li>· 지역화폐 이용에 가장 가까운 소비유형</li> </ul>
응답자 일반현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 변형인구비례할당 : 성별, 연령, 거주지역</li> <li>· 월 평균소득(세후) 금액</li> <li>· 직업</li> <li>· 학력</li> <li>· 소득 수준(하, 중하, 중상, 상)</li> <li>· 거주지역 총 거주 년수</li> <li>· 혼인상태</li> </ul>

## 2. 조사대상자의 인구통계학적 특성

□ 온라인 조사에 응답한 조사대상자 특성은 다음 <표 4-3>에 제시된 바와 같음

- 성비는 남성 50.8%, 여성 49.2%로 구성되었으며, 연령별로는 20대가 18.1%, 30대 18.9%, 40대 22.4%, 50대 23.1%, 60대 이상이 17.6%를 차지함
- 거주지역 빈도는 세종 30명(2.0%) 할당을 기준으로 제주도를 제외한 변형인구 비례 할당방식을 적용한 결과이며, 거주지역의 거주 년수는 평균 26년(최소 1년 이상 거주)으로 나타남

- 월 평균소득(세후)은 300만원 이상~450만원 미만인 26.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 450만원 이상~600만원 미만 23.2%, 150만원 이상~300만원 미만 21.0%, 600만원 이상~750만원 미만 12.4%, 750만원 이상 10.8%, 150만원 미만 5.9% 순으로 나타남
- 주관적 소득수준은 중하 수준이 51.4%, 중상 수준이 27.3%, 하(하하+하상) 19.5%, 상(상하+상상) 1.9%로 나타나, 월 평균 소득(세후)에 비해 본인이 속한 소득수준 계층을 낮게 평가하는 경향을 보임
- 그 외, 직업은 판매/서비스/영업직이 27.6%, 학력은 대학교 재학/졸업이 71.8%, 혼인상태는 기혼인 경우가 64.6%로 가장 많이 차지함

〈표 4-3〉 조사대상자의 인구통계학적 특성

항목		표본수(명)	%
전체		1,500	100.0
성별	남자	762	50.8
	여자	738	49.2
연령	20대	271	18.1
	30대	283	18.9
	40대	336	22.4
	50대	346	23.1
	60대 이상	264	17.6
거주지역	서울	291	19.4
	부산	98	6.5
	대구	71	4.7
	인천	86	5.7
	광주	42	2.8
	대전	44	2.9
	울산	34	2.3
	세종	30	2.0
	경기도	390	26.0
	강원도	44	2.9
	충청북도	45	3.0



항목		표본수(명)	%
	충청남도	58	3.9
	전라북도	50	3.3
	전라남도	50	3.3
	경상북도	73	4.9
	경상남도	94	6.3
거주지역의 평균 거주 년수		평균(26)년 거주	
월 평균 소득 (세후)	150만원 미만	88	5.9
	150만원 이상~300만원 미만	315	21.0
	300만원 이상~450만원 미만	401	26.7
	450만원 이상~600만원 미만	348	23.2
	600만원 이상~750만원 미만	186	12.4
	750만원 이상	162	10.8
주관적 소득수준	하(하하+하상)	292	19.5
	중하	771	51.4
	중상	409	27.3
	상(상하+상상)	28	1.9
직업	공무원, 공공기관 종사자	195	13.0
	자영업자/경영자	168	11.2
	판매/서비스/영업직	414	27.6
	전업주부	224	14.9
	학생	80	5.3
	농/임/축산/수산업	10	0.7
	기타	409	27.3
학력	고등학교 졸업 이하	268	17.9
	대학교 재학/졸업	1,077	71.8
	대학원 이상	155	10.3
혼인상태	미혼	475	31.7
	기혼	969	64.6
	기타	56	3.7

## 제2절 조사 결과 분석

### 1. 지역화폐 이용 현황

#### (1) 지역화폐 이용 기간 및 이용 경로

- (이용 기간) 지역화폐를 이용한(이용해 본) 총 기간(개월) 및 최저, 최고 이용 개월 수를 인구통계학적 특성별로 정리하면 <표 4-4>와 같음. 또한, 가장 최근에 지역화폐로 결제한(결제해 본) 연, 월에 대한 응답치도 별도 체크하여 본 조사 결과의 타당성을 확보함
- (전체) 평균 이용 개월 수는 6.6개월로, 최저 1개월(11.8%)에서 최고 36개월 (2.1%)까지 이용해 본 것으로 나타남
- (인구통계학적 특성)
  - (연령, 거주지역) 연령대로는 60대 이상이 7.4개월, 40대 7.2개월 순이며, 거주지역은 인천 10.2개월, 전라북도 9.3개월 순으로 높게 나타남
    - 세종은 2020년 3월 이후 출시된 시기 대비 평균 6.8개월로 전체 평균을 약간 웃도는 수치로 나타남. 이는, 최고 이용 개월 수인 12개월 비중이 10.0%로 상대적으로 높게 나타났고, 세종이 거주지역이긴 하나 타 지역 지역화폐 이용 개월 수도 일부 포함된 수치로 해석
  - (소득) 월 평균소득(세후)은 750만원 이상이 8.1개월, 450만원 이상~600만원 미만은 7.6개월, 주관적 소득수준은 상(상하+상상) 7.6개월, 중상 7.3개월 순으로 높게 나타남
  - (기타) 직업은 공무원 및 공공기관 종사자가 8.1개월, 학력은 대학원 이상이 7.2개월, 혼인상태는 기혼인 경우가 7.0개월로 해당 그룹 내 가장 긴 평균 이용기간을 보임

〈표 4-4〉 인구통계학적 특성에 따른 지역화폐 이용(이용해 본) 기간

항목		표본수(명)	평균 이용개월	최저~최고 이용개월(비율)
전체		1,500	6.6	1(11.8%)~36(2.1%)
성별	남자	762	6.7	1(12.1%)~36(1.8%)
	여자	738	6.6	1(11.5%)~36(2.4%)
연령	20대	271	5.7	1(14.0%)~36(1.5%)
	30대	283	6.9	1(11.3%)~36(2.5%)
	40대	336	7.2	1(10.7%)~36(2.7%)
	50대	346	5.9	1(12.4%)~36(1.4%)
	60대 이상	264	7.4	1(10.6%)~36(2.7%)
거주 지역	서울	291	6.2	1(14.1%)~36(1.7%)
	부산	98	7.2	1(9.2%)~36(1.0%)
	대구	71	5.5	1(18.3%)~36(5.6%)
	인천	86	10.2	1(9.3%)~36(2.3%)
	광주	42	5.6	1(14.3%)~36(2.4%)
	대전	44	6.4	1(2.3%)~36(2.3%)
	울산	34	7.9	1(5.9%)~30(2.9%)
	세종	30	6.8	2(6.7%)~12(10.0%)
	경기도	390	5.9	1(10.3%)~36(0.8%)
	강원도	44	7.8	1(18.2%)~36(9.1%)
	충청북도	45	7.2	1(11.1%)~24(4.4%)
	충청남도	58	7.5	1(8.6%)~36(5.2%)
	전라북도	50	9.3	1(18.0%)~36(6.0%)
	전라남도	50	6.0	1(12.0%)~24(6.0%)
	경상북도	73	6.1	1(12.3%)~36(4.1%)
	경상남도	94	6.2	1(16.0%)~36(2.1%)
	월 평균 소득 (세후)	150만원 미만	88	4.4
150만원 이상~300만원 미만		315	5.4	1(14.0%)~36(1.0%)
300만원 이상~450만원 미만		401	6.7	1(11.5%)~36(3.0%)
450만원 이상~600만원 미만		348	7.6	1(8.0%)~36(3.2%)

항목		표본수(명)	평균 이용개월	최저~최고 이용개월(비율)
주관적 소득 수준	600만원 이상~750만원 미만	186	6.5	1(12.9%)~36(0.5%)
	750만원 이상	162	8.1	1(9.9%)~36(2.5%)
	하(하하+하상)	292	5.6	1(16.1%)~36(1.4%)
	중하	771	6.6	1(11.3%)~36(2.5%)
	중상	409	7.3	1(10.0%)~36(2.0%)
	상(상하+상상)	28	7.6	1(7.1%)~36(3.6%)
직업	공무원, 공공기관 종사자	195	8.1	1(8.7%)~36(3.1%)
	자영업자/경영자	168	6.3	1(13.1%)~36(1.2%)
	판매/서비스/영업직	414	7.1	1(8.9%)~36(2.2%)
	전업주부	224	6.7	1(9.8%)~36(3.1%)
	학생	80	4.8	1(17.5%)~36(1.3%)
	농/임/축산/수산업	10	4.2	1(10.0%)~11(10.0%)
	기타	409	6.0	1(15.6%)~36(1.7%)
학력	고등학교 졸업 이하	268	6.0	1(11.2%)~36(1.9%)
	대학교 재학/졸업	1,077	6.7	1(12.2%)~36(2.1%)
	대학원 이상	155	7.2	1(10.3%)~36(2.6%)
결혼 상태	미혼	475	5.9	1(14.9%)~36(1.9%)
	기혼	969	7.0	1(10.3%)~36(2.2%)
	기타	56	6.7	1(10.7%)~36(3.6%)

□ (이용경로) 지역화폐를 이용하게 된 경로에 대한 응답(중복응답 수치)을 전체 및 인구통계학적 특성 중 의미있는 항목인 거주지역 별로 보면 다음 <그림 4-1>과 같음

- (전체) 이용 경로로는 ① '코로나19 사태 이후 재난지원금(긴급생활자금, 재난기본소득 등) 지급수단으로' 이용하게 된 것이 64.9%로 가장 높았으며, 그 다음으로 ② '지역 화폐를 이용해 본 지인 등 이웃 주변의 권유로' 33.5%, ③ '지역 주민센터, 시/도청 등 지자체 홍보(소식지, 블로그, SNS, 홈페이지 등)를 통하여' 26.1% 순으로 나타남

## 〈그림 4-1〉 전체 및 거주지역별 지역화폐 이용 경로

[BASE : 전체응답자 (n=1500), 단위 : %, 중복응답]

	전체	거주지역															
		서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기도	강원도	충청북도	충청남도	전라북도	전라남도	경상북도	경상남도
(Base)	(1500)	(291)	(98)	(71)	(86)	(42)	(44)	(34)	(30)	(390)	(44)	(45)	(58)	(50)	(50)	(73)	(94)
① 코로나19 사태 이후 재난지원금(긴급생활자금, 재난기본소득 등) 지급 수단으로	64.9	68.4	43.9	76.1	41.9	73.8	45.5	44.1	36.7	80.3	70.5	55.6	55.2	48.0	82.0	64.4	54.3
② 지역화폐를 이용해 본 지인 등 이웃 주변의 권유로	33.5	37.1	50.0	36.6	46.5	35.7	43.2	58.8	43.3	20.0	34.1	31.1	34.5	40.0	16.0	30.1	38.3
③ 지역 주민센터, 시/도청 등 지자체 홍보(소식지, 블로그, SNS, 홈페이지 등)를 통하여	26.1	24.7	30.6	23.9	30.2	33.3	43.2	38.2	23.3	21.8	22.7	44.4	22.4	32.0	30.0	9.6	29.8
④ 지역 상점(가맹점) 등에 붙어있는 안내문(홍보물) 등을 통하여	22.2	27.8	22.4	18.3	25.6	4.8	20.5	23.5	20.0	13.6	25.0	28.9	27.6	30.0	26.0	23.3	34.0
⑤ 정부/지자체/공공기관/기업 등에서 수당 형태로 일부 지급하여	20.2	21.6	10.2	11.3	19.8	26.2	6.8	11.8	16.7	24.6	25.0	11.1	29.3	28.0	20.0	19.2	16.0
⑥ TV방송, 일반 인터넷 매체(블로그, 카페, SNS 등)를 통하여	12.5	18.9	23.5	15.5	9.3	7.1	25.0	11.8	0.0	10.0	4.5	20.0	5.2	6.0	4.0	4.1	11.7
⑦ 온라인 지역커뮤니티(00지역맘카페, 00지역밴드 등)를 통하여	10.7	15.5	11.2	12.7	7.0	9.5	11.4	11.8	26.7	8.7	4.5	6.7	10.3	4.0	6.0	6.8	13.8
기타	1.7	0.3	2.0	0.0	3.5	2.4	4.5	0.0	3.3	1.5	4.5	2.2	3.4	0.0	0.0	0.0	5.3

## ○ (인구통계학적 특성)

- (항목별 높은 거주지역) ① ‘코로나19 이후 재난지원금(긴급생활자금, 재난기본소득 등) 지급수단으로’ 항목의 응답은 경기도 80.3%, 대구 76.1%로 가장 높게 나타났으며, ② ‘지역화폐를 이용해 본 지인 등 이웃 주변의 권유로’ 항목은 울산 58.8%, 부산 50.0% 순, ③ ‘지역 주민센터, 시/도청 등 지자체 홍보(소식지, 블로그, SNS, 홈페이지 등)를 통하여’ 항목은 충청북도 44.4%, 대전 43.2% 순으로 나타남
  - 그 외, ④ ‘지역 상점(가맹점) 등에 붙어있는 안내문(홍보물) 등을 통하여’ 항목은 경상남도 34.0%, 전라북도 30.0%로 높게 나타남
- (거주지역별 높은 항목) 부산, 인천, 울산, 세종의 경우 전체 응답 순위와 달리 ② ‘지역화폐를 이용해 본 지인 등 이웃 주변의 권유로’ 항목이 제일 높게 나타남. 나머지 지역은 전체 응답 순위와 비슷한 추세를 보임

- 세종의 경우 타 지역에 비해 상대적으로 ⑦ ‘온라인 지역커뮤니티(00지역맘 카페, 00지역밴드 등)를 통하여’ 응답이 26.7%로 매우 높게 나타남(그 다음으로 서울 15.5% 순)

## (2) 지역화폐 이용 이유와 주 이용 유형

□ (이용 이유) 지역화폐를 이용하고 있는 이유에 대하여 각 응답 항목의 1순위, 2순위를 합친 결과를 보면, 전체 및 거주지역은 <그림 4-2>, 인구통계학적 특성 중 의미있는 항목인 성별, 연령, 주관적 소득수준(하, 중하, 중상, 상)은 <그림 4-3>과 같음

- (전체) ① ‘지자체가 주는 지역화폐의 인센티브(할인율, 캐시백 등) 혜택이 좋아서’ 항목이 71.1%로, 두 번째, 세 번째 순위인 ② ‘소비자와 사업자가 상생할 수 있는 지역경제 활성화 등 도입 목적에 공감하기’ 36.5%, ③ ‘내가 살고 있는 지역 영세 상인들을 도울 수 있는 간편한 방식이기에’ 35.1%에 비해 2배 가까이 높게 나타났음

**<그림 4-2> 전체 및 거주지역별 지역화폐 이용 이유**

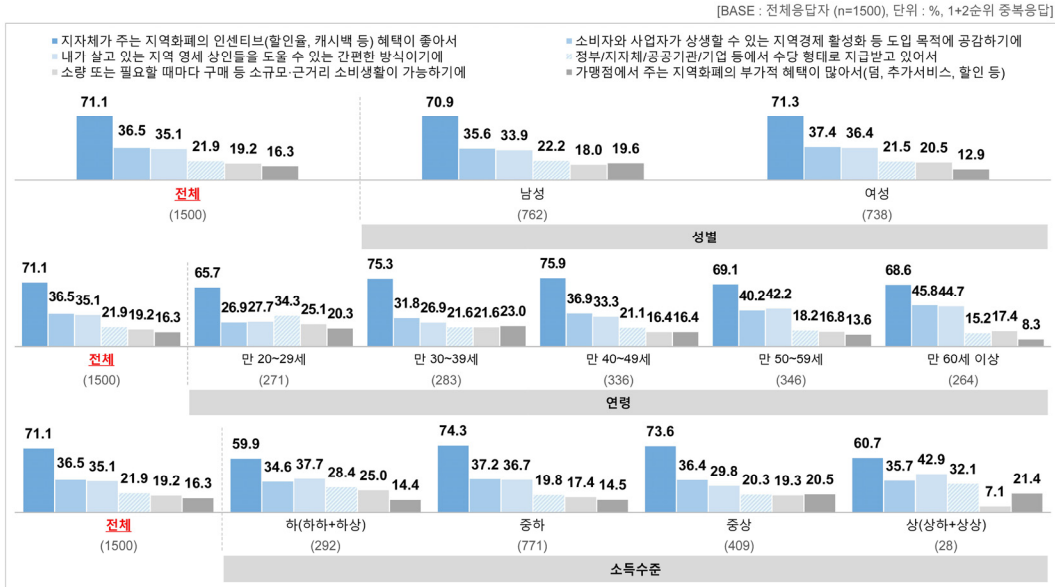
[BASE : 전체응답자 (n=1500), 단위 : %, 1+2순위 중복응답]

	전체 (1500)	거주지역															
		서울 (291)	부산 (98)	대구 (71)	인천 (86)	광주 (42)	대전 (44)	울산 (34)	세종 (30)	경기도 (390)	강원도 (44)	충청 북도 (45)	충청 남도 (58)	전라 북도 (50)	전라 남도 (50)	경상 북도 (73)	경상 남도 (94)
① 지자체가 주는 지역화폐의 인센티브(할인율, 캐시백 등) 혜택이 좋아서	71.1	69.8	86.7	59.2	84.9	59.5	86.4	88.2	93.3	70.0	63.6	75.6	63.8	74.0	48.0	54.8	73.4
② 소비자와 사업자가 상생할 수 있는 지역경제 활성화 등 도입 목적에 공감하기	36.5	34.7	41.8	36.6	26.7	42.9	34.1	38.2	23.3	36.7	43.2	40.0	43.1	30.0	48.0	32.9	37.2
③ 내가 살고 있는 지역 영세 상인들을 도울 수 있는 간편한 방식이기에	35.1	27.5	26.5	42.3	33.7	38.1	29.5	44.1	26.7	35.9	43.2	35.6	31.0	44.0	40.0	47.9	42.6
④ 정부/지자체/공공기관/기업 등에서 수당 형태로 지급받고 있어서	21.9	22.0	12.2	22.5	8.1	26.2	15.9	8.8	13.3	28.5	18.2	13.3	22.4	16.0	36.0	30.1	19.1
⑤ 소량 또는 필요할 때마다 구매 등 소규모·근거리 소비생활이 가능하기	19.2	22.3	11.2	25.4	20.9	23.8	11.4	5.9	13.3	17.7	22.7	20.0	24.1	22.0	26.0	21.9	13.8
⑥ 가맹점에서 주는 지역화폐의 부가적 혜택이 많아서(점, 추가서비스, 할인 등)	16.3	23.7	21.4	14.1	25.6	9.5	22.7	14.7	30.0	11.3	9.1	15.6	15.5	14.0	2.0	12.3	13.8

## ○ (인구통계학적 특성)

- (항목별 높은 거주지역) ① ‘지자체가 주는 지역화폐의 인센티브(할인율, 캐시백 등) 혜택이 좋아서’ 항목은 세종 93.3%, 울산 88.2%로 가장 높게 나타났으며, ② ‘소비자와 사업자가 상생할 수 있는 지역경제 활성화 등 도입 목적에 공감하기에’ 항목은 전라남도 48.0%, ③ ‘내가 살고 있는 지역 영세 상인들을 도울 수 있는 간편한 방식이기에’ 항목은 경상북도 47.9%, ④ ‘정부/지자체/공공기관/기업 등에서 수당 형태로 지급받고 있어서’는 전라남도 36.0%로 다른 지역에 비해 상대적으로 가장 높은 수치를 보임
- (거주지역별 높은 항목) 전라남도가 다른 지역과 달리 각 항목별로 고른 응답 분포(① 48.0%, ② 48.0%, ③ 40.0%, ④ 36.0%...)를 보였으며, 전체 2, 3순위가 큰 차이로 바뀐 곳도 대구, 인천, 울산, 전라북도, 경상북도, 경상남도가 해당되며, 이 6곳은 ② 상생 방식 보다는 ③ 영세상인 돕기 방식으로 소비자들이 접근하고 있는 것으로 나타남
  - 세종의 경우 타 지역 순위와 달리 ⑥ ‘가맹점에서 주는 지역화폐의 부가적 혜택이 많아서(덤, 추가서비스, 할인 등)’ 항목이 30.0%로 2순위를 차지함
  - 나머지 지역은 전체 응답 순위와 비슷한 추세를 보임

〈그림 4-3〉 성, 연령, 주관적 소득수준별 지역화폐 이용 이유



- (성별) 남성이 여성에 비해 ⑥ ‘가맹점에서 주는 지역화폐의 부가적 혜택이 많아서(덤, 추가서비스, 할인 등)’ 응답 비중이 19.6%로 여성(12.5%)에 비해 차이를 보임
- (연령대) 20대는 ④ ‘정부/지자체/공공기관/기업 등에서 수당 형태로 지급받고 있어서’ 응답 비중(34.3%), 30대는 ⑥ ‘가맹점에서 주는 지역화폐의 부가적 혜택이 많아서(덤, 추가서비스, 할인 등)’ 응답 비중(23.0%)이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높게 나타남. 50대는 ③ ‘영세상인 돕기 방식’ 응답 비중(42.2%), 60대는 ② ‘상생 방식’, ③ ‘영세상인 돕기 방식’ 응답 비중(각각 45.8%, 44.7%)이 다른 연령대에 비해 높게 나타남
- (주관적 소득수준) 상(상하+상상) 그룹은 ② 상생 방식 보다는 ③ 영세상인 돕기 방식으로 소비자들이 이용하고 있는 것으로 나타났으며, ⑥ ‘가맹점에서 주는 지역화폐의 부가적 혜택이 많아서(덤, 추가서비스, 할인 등)’ 응답 비중(21.4%)이 타 그룹 대비 상대적으로 높게 나타남



□ (주 이용 유형 및 이유) 주로 이용하고 있는 지역화폐 유형 및 이용 이유, 지류형(종이형태)을 제외한 나머지 유형 이용 시 인센티브 방식에 대한 응답 결과는 다음 <표 4-5>와 같음

○ (전체) ▲주 이용 유형으로 지류형(종이형) 이용자가 전체(1,500명)의 56.0%, 신용/체크카드형(실물형태) 24.6%, 모바일카드형(앱카드형태) 19.4% 순임 ▲이용 이유로는 ‘이용에 있어 별 문제나 어려움이 없기에’ 응답이 64.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 ‘지자체에서 해당 유형만 발행하고 있어서(예: 우리 지역은 모바일카드형만 가능)’ 21.5%, ‘다른 유형을 구입하고 싶어도 관련 정보를 찾기 어려워’ 11.1% 순임 ▲인센티브 방식으로는 이용해 본 응답자(총 1,131명)의 64.8%가 ‘충전식 선할인’ 방식을 사용하고 있으며, ‘후불식 캐시백’ 21.5%, ‘두 방식 혼합형’ 11.2% 순으로 나타남

○ (인구통계학적 특성)

- (연령) 20대의 경우 다른 연령대에 비해 상대적으로 ‘다른 유형을 구입·이용하고 싶어도 관련 정보를 찾기 어려워(16.2%)’, ‘다른 유형을 구입·이용하는 것이 번거롭고 귀찮아서(5.2%)’라는 응답이 다른 연령대에 비해 상대적으로 높게 나옴
  - 인센티브 방식은 전체 응답 수치와 크게 다르지 않음
- (거주지역) 총 5곳(대구, 세종, 충청북도, 충청남도, 전라남도)에서 ‘지자체에서 해당 유형만 발행하고 있어서(예: 우리 지역은 모바일카드형만 가능)’ 응답이 높게 나왔으며, 3곳(서울, 울산, 강원도)의 경우 다른 유형을 구입·이용하고 싶어도 관련 정보를 찾기 어려워’ 응답이 각각 17.9%, 17.6%, 15.9%로 높게 나옴
  - 인센티브 방식은 총 3곳(부산, 인천, 세종)에서 ‘후불식 캐시백’ 방식을 더 많이 이용하고 있으며, 두 방식 혼합형은 총 2곳(강원도, 전라남도)에서 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

〈표 4-5〉 연령, 거주지역별 지역화폐 유형 이용 이유와 인센티브 방식

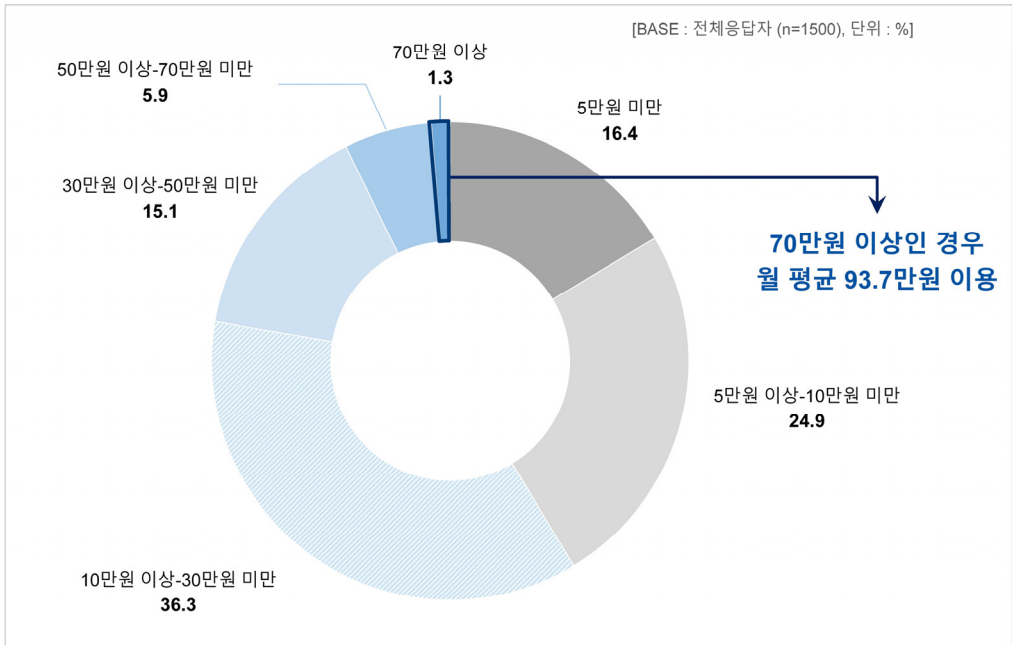
(N=1,500, 단위: % / N=1,131, 단위: %)

항목	표본 수 (명)	해당 유형을 이용하는 이유				표본 수 (명)	인센티브 방식				
		문제나 어려움 없음	해당 유형만 발행	다른 유형 찾기 어려움	번거롭고 귀찮음		충전식 선할인	후불식 캐시백	두 방식 혼합형	기타	
전체	1500	64.7	21.5	11.1	2.8	1131	64.8	21.5	11.2	2.5	
연령	20대	271	55.7	22.9	16.2	5.2	219	62.6	23.7	11.4	2.3
	30대	283	64.0	20.8	13.4	1.8	227	65.6	20.3	11.9	2.2
	40대	336	65.5	21.4	11.0	2.1	274	67.9	19.7	10.6	1.8
	50대	346	69.1	20.8	7.8	2.3	233	61.8	24.9	11.2	2.1
	60대 이상	264	67.8	21.6	7.6	3.0	178	65.7	18.5	11.2	4.5
거주지역	서울	291	61.5	16.2	17.9	4.5	236	72.9	14.0	10.6	2.5
	부산	98	75.5	20.4	3.1	1.0	90	31.1	48.9	15.6	4.4
	대구	71	63.4	32.4	4.2	0.0	49	83.7	4.1	10.2	2.0
	인천	86	69.8	20.9	7.0	2.3	75	36.0	46.7	14.7	2.7
	광주	42	59.5	26.2	14.3	0.0	30	66.7	13.3	16.7	3.3
	대전	44	68.2	29.5	2.3	0.0	43	32.6	51.2	14.0	2.3
	울산	34	79.4	2.9	17.6	0.0	28	100.0	0.0	0.0	0.0
	세종	30	56.7	40.0	3.3	0.0	29	41.4	55.2	3.4	0.0
	경기도	390	64.4	21.0	11.3	3.3	364	75.0	12.9	9.6	2.5
	강원도	44	77.3	4.5	15.9	2.3	18	55.6	22.2	22.2	0.0
	충청북도	45	48.9	35.6	13.3	2.2	27	85.2	3.7	7.4	3.7
	충청남도	58	56.9	32.8	10.3	0.0	36	47.2	36.1	16.7	0.0
	전라북도	50	76.0	14.0	10.0	0.0	28	64.3	28.6	7.1	0.0
	전라남도	50	52.0	34.0	8.0	6.0	10	60.0	20.0	20.0	0.0
	경상북도	73	63.0	24.7	8.2	4.1	18	61.1	33.3	5.6	0.0
	경상남도	94	67.0	17.0	10.6	5.3	50	66.0	12.0	16.0	6.0

### (3) 지역화폐 이용 금액과 향후 이용 비중

- (이용 금액) 월 평균 이용금액은 <그림 4-4>에서 보듯이 '10만원 이상~30만원 미만'이 36.3%으로 가장 많았으며, 그 다음으로 '5만원 이상~10만원 미만' 24.9% 순임. '월 70만원 이상'이 전체의 1.3%로 이 경우 월 평균 93.7만원 이용하는 것으로 응답함

<그림 4-4> 월 평균 이용 금액



□ (향후 이용 비중) 향후 이용금액에 대한 증감 비중에 대해서는 ‘현재와 비슷하게 유지’ 한다는 응답이 56.7%로 과반을 차지하였으며, ‘현재보다 약간/크게 늘림’ 응답이 32.8%로 전체 응답자의 89.5%가 비교적 적극적인 이용 의도를 보이는 것으로 해석됨

○ (인구통계학적 특성)

- (연령) 20대, 30대의 경우 ‘줄이는 방향(부정)으로 간다’는 비중(각각 10.7%, 10.3%)이 전체 평균 8.0%에 비해 높게 나타남
- (거주지역) 2곳(전라북도, 전라남도)에서 ‘줄이는 방향(부정)으로 간다’는 비중(각각 14.6%, 18.4%)로 다른 지역에 비해 상대적으로 높게 나타났으며, 광주외의 경우 ‘더 이용할 생각이 없다’ 비중이 14.3%로 전체 평균 대비 거의 3.5배 높게 나타남
  - ‘늘리는 방향(긍정)으로 간다’는 비중은 서울(39.2%)과 대구(38.8%)에서 높게 나타남
- (주관적 소득수준) 상(상하+상상) 그룹에서 ‘줄이는 방향(부정)으로 간다’는 비중(18.5%)이 전체 평균 8.0%에 비해 높게 나타남
  - ‘늘리는 방향(긍정)으로 간다’는 비중은 중상 그룹이 38.2%로 전체 평균보다 높게 나타남

〈표 4-6〉 연령, 거주지역, 주관적 소득수준별 향후 이용 비중

(N=1,500, 단위: %)

항목	표본 수(명)	현재 보다 크게 줄임	현재 보다 약간 줄임	현재와 비슷하게 유지	현재 보다 약간 늘림	현재 보다 크게 늘림	더 이용할 생각이 없음	5점 평균	줄이는 방향 (부정)	늘리는 방향 (긍정)	
전체	1500	3.2	4.5	56.7	26.2	5.3	4.1	3.27	8.0	32.8	
연령	20대	271	3.0	7.0	57.6	22.5	3.0	7.0	3.17	10.7	27.4
	30대	283	4.9	4.9	59.4	23.7	3.5	3.5	3.16	10.3	28.2
	40대	336	2.7	4.5	53.0	31.3	4.8	3.9	3.32	7.4	37.5
	50대	346	2.9	4.0	57.2	26.6	6.6	2.6	3.31	7.1	34.1
	60대 이상	264	2.7	1.9	57.2	25.8	8.3	4.2	3.37	4.7	35.6

항목	표본 수(명)	현재 보다 크게 줄임	현재 보다 약간 줄임	현재와 비슷하게 유지	현재 보다 약간 늘림	현재 보다 크게 늘림	더 이용할 생각이 없음	5점 평균	줄이는 방향 (부정)	늘리는 방향 (긍정)	
거주 지역	서울	291	3.8	5.5	49.8	31.6	6.5	2.7	3.33	9.5	39.2
	부산	98	2.0	5.1	64.3	20.4	6.1	2.0	3.24	7.3	27.1
	대구	71	2.8	4.2	50.7	26.8	9.9	5.6	3.39	7.5	38.8
	광주	42	2.4	2.4	52.4	19.0	9.5	14.3	3.36	5.6	33.3
	대전	44	2.3	2.3	65.9	22.7	6.8	0.0	3.30	4.5	29.5
	울산	34	0.0	0.0	61.8	20.6	8.8	8.8	3.42	0.0	32.3
	세종	30	3.3	0.0	56.7	30.0	3.3	6.7	3.32	3.6	35.7
	경기도	390	3.3	4.6	56.2	26.9	3.1	5.9	3.23	8.4	31.9
	인천광역시	86	2.3	2.3	66.3	20.9	7.0	1.2	3.28	4.7	28.2
	강원도	44	2.3	9.1	63.6	22.7	2.3	0.0	3.14	11.4	25.0
	충청북도	45	2.2	0.0	75.6	20.0	0.0	2.2	3.16	2.3	20.5
	충청남도	58	1.7	3.4	53.4	27.6	12.1	1.7	3.46	5.3	40.4
	전라북도	50	6.0	8.0	46.0	34.0	2.0	4.0	3.19	14.6	37.5
	전라남도	50	12.0	6.0	56.0	20.0	4.0	2.0	2.98	18.4	24.5
	경상북도	73	2.7	5.5	60.3	23.3	4.1	4.1	3.21	8.6	28.6
	경상남도	94	1.1	4.3	57.4	27.7	4.3	5.3	3.31	5.6	33.7
주관 적 소 득 수 준	하(하하+하상)	292	6.5	5.8	53.8	20.9	5.5	7.5	3.14	13.3	28.5
	중하	771	2.1	4.4	59.8	26.8	3.6	3.2	3.26	6.7	31.5
	중상	409	2.4	3.4	53.8	28.9	8.1	3.4	3.38	6.1	38.2
	상(상하+상상)	28	10.7	7.1	46.4	25.0	7.1	3.6	3.11	18.5	33.3

#### (4) 주 이용 업종 중 이용 비중이 큰 3개 업종

□ (전체) 총 12개 대상 업종 중 이용 비중이 큰 업종의 1+2+3순위 결과는 ‘음식점·커피숍·제과점 등’ 75.9%, ‘편의점·슈퍼마켓 등’ 74.1%로 가장 많이 이용하는 업종으로 나타났고, ‘병의원, 한의원, 약국 등 의료서비스업’ 22.5%, ‘미용실, 안경점, 네일숍 등 보건위생서비스업’ 18.6% 순임

○ 그 외, 대부분의 지자체 조례에서 가맹점 등록이 불가한 업종인 ‘노래방, 골프 연습장, 오락실 등’, ‘금은방, 복권방 등’, ‘유흥주점’ 사용도 전체의 1%(15명)가 응답함

〈표 4-7〉 주 이용 업종별 이용 비중

(N=1,500, 단위: %, 1+2+3 순위 중복응답)

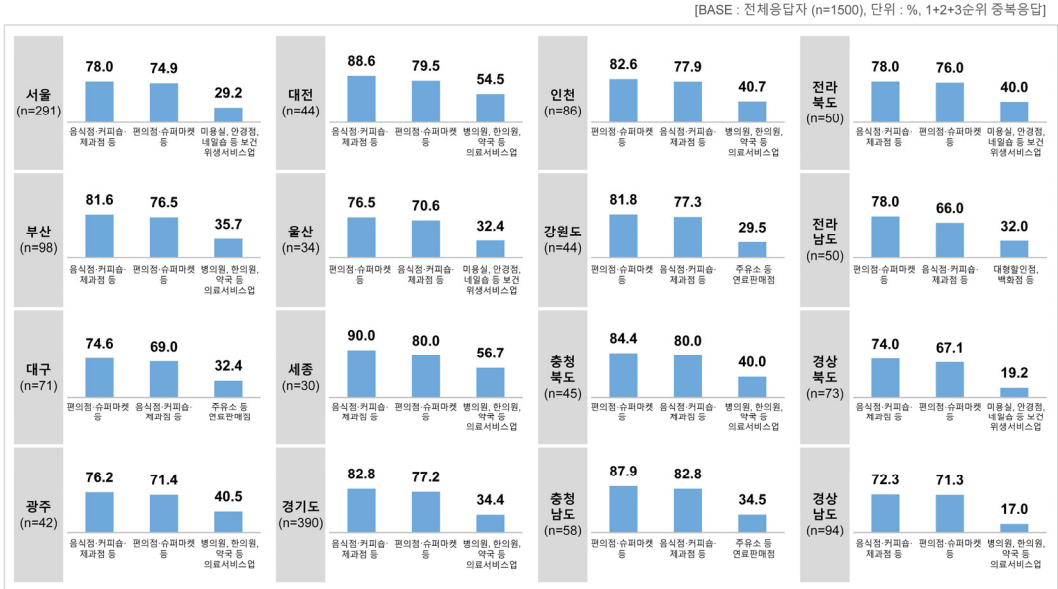
항목	음식점·커피숍·제과점 등	편의점·슈퍼마켓 등	병의원, 한의원, 약국 등 의료서비스업	미용실, 안경점, 네일숍 등 보건위생서비스업	주유소 등 연료 판매점	대형 할인점, 백화점 등
	75.9	74.1	22.5	18.6	16.5	13.7
	보습학원, 어학원, 자격증 취득학원 등 교육서비스업	헬스장, 수영장 등 체육시설업	전시장, 서점, 여행사 등 문화여가 서비스업	노래방, 오락실, 골프연습장 등*	금은방, 복권방 등*	유흥주점*
	5.9	2.7	3.5	0.6	0.1	0.3

\* 해당 업종의 응답치 해석에 있어 응답자가 재난지원금 업종으로 오인해서 응답했을 가능성도 배제할 수는 없음

#### ○ (인구통계학적 특성)

- (거주지역) 대부분의 지역에서 전체 응답 순위와 비슷한 순위를 보임. 다만, 3곳(대구, 강원도, 충청남도)에서 ‘병의원, 한의원, 약국 등 의료서비스업’ 이 아닌 ‘주유소 등 연료판매점’이 세 번째로 높은 비중을 보였고, 전라남도는 ‘대형 할인점, 백화점 등’으로 나타남

〈그림 4-5〉 거주지역별 이용 비중이 큰 3개 업종



### (5) 타 지역화폐 이용 경험 및 지역화폐 발행 범위

□ (이용 경험) 타 지역 지역화폐에 대한 이용 경험은 ‘있음’ 14.4%, ‘없음’ 85.6%로 응답자의 대부분이 경험이 없는 것으로 나타났으며, 이용한 경험자의 평균 이용 개수는 1.2개로 조사됨

#### ○ (인구통계학적 특성)

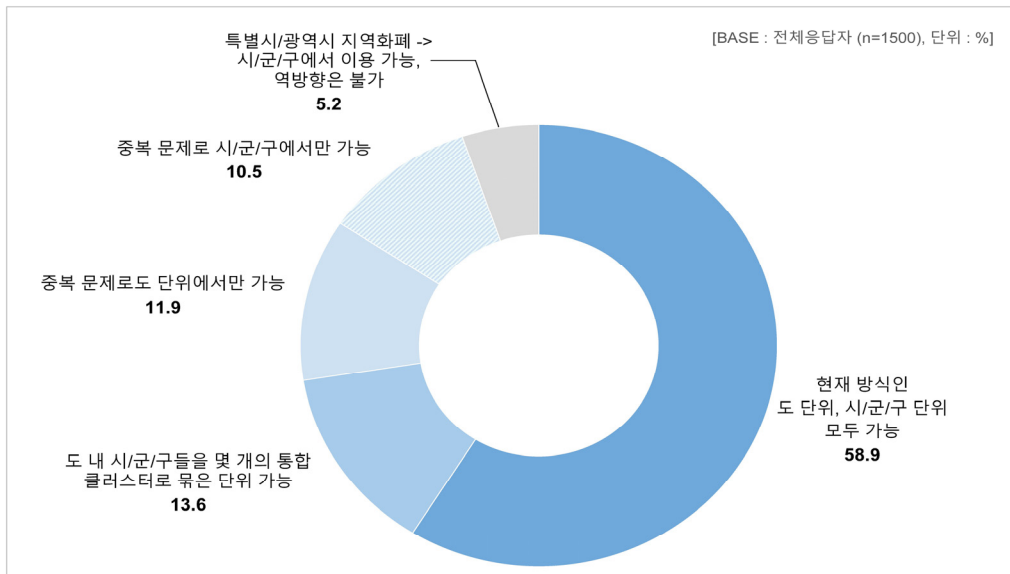
- (거주지역) 세종의 경우 ‘있음’ 30.0%, ‘없음’ 70.0%로 상대적으로 타 지역화폐 이용 경험자 비율이 높았으며, 평균 이용 개수도 1.4개로 나타남. 그 다음으로 서울이 ‘있음’ 24.7%, ‘없음’ 75.3% 순이며 평균 이용 개수는 1.3개임

- 나머지 지역은 전체 응답 수치와 크게 다르지 않음

□ (발행 범위) 현재의 지역화폐 발행 방식인 도 단위와 시/군/구 단위에서 모두 발행이 가능한 방식에서 발전하여 향후 발행 및 이용 범위에 대한 의견을 조사한 결과, <그림 4-6>에서 보듯이 '현재 방식인 도 단위와 시/군/구 단위 모두 발행 및 이용해도 문제없다고 생각'하는 응답이 전체의 58.9%로 과반 이상은 현재 방식을 고수하는 쪽으로 나타남

○ 다만, '도 내 시/군/구들을 몇 개의 통합 클러스터로 묶은 단위로 발행 및 이용해야 함'이 13.6%, 중복문제로 '도 또는 시/군/구 단위에서만 발행 및 이용 가능하다'는 응답도 22.4%를 차지한 만큼 발행 범위에 대한 논의는 지속될 필요가 있음

<그림 4-6> 발행 범위



○ (인구통계학적 특성)

- (거주지역) 2곳(광주와 전라북도)의 경우 '도 내 시/군/구들을 몇 개의 통합 클러스터로 묶은 단위로 발행 및 이용해야 함'이 각각 21.4%, 20.0%로 타 지역 대비 높았으며, 2곳(강원도, 경상남도)은 '중복 문제로 도 단위에서만 발행'이 34.1%, 25.5%, 3곳(경상북도, 대구, 울산)은 '중복문제로 시/군/구에서만 발행'이 16.4%, 15.5%, 4.7%로 높게 응답함



- 특히, 광주의 경우에는 ‘특별시/광역시 지역화폐->시/군/구에서 이용 가능, 역방향은 불가’ 의견이 14.3%로 타 지역 대비 높게 나옴

〈표 4-8〉 거주지역별 발행 범위에 대한 인식

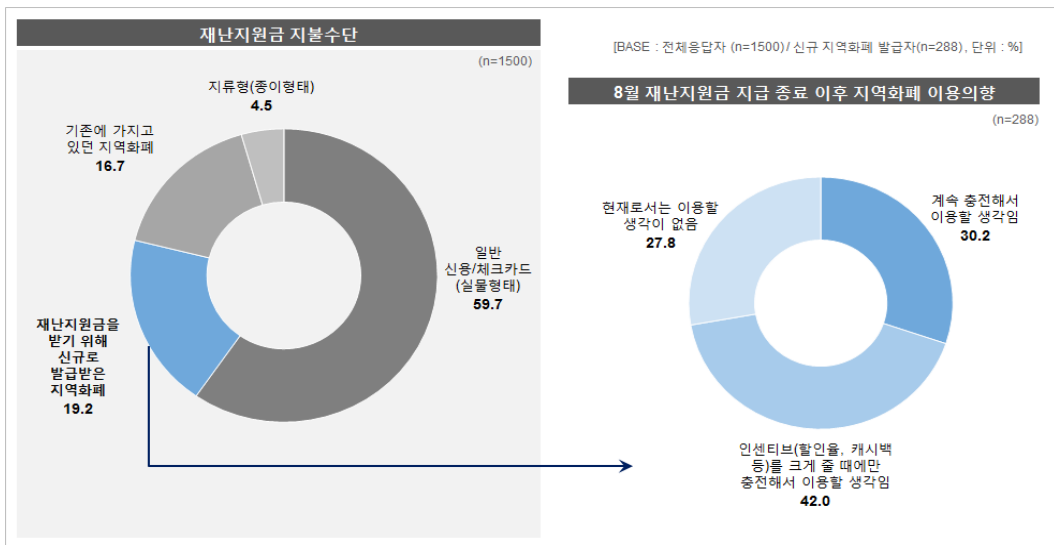
(N=1,500, 단위: %)

항목	표본 수(명)	현재 방식인 도 단위, 시/군/구 단위 모두 가능	도 내 시/군/구들을 몇 개의 통합 클러스터로 묶은 단위	중복 문제로 도 단위에서만	중복 문제로 시/군/구 에서만	특별시/광역시 지역화폐-> 시/군/구에서 이용 가능, 역방향은 불가	
전체	1500	58.9	13.6	11.9	10.5	5.2	
거 주 지 역	서울	291	61.5	10.0	10.0	11.7	6.9
	부산	98	55.1	17.3	7.1	13.3	7.1
	대구	71	52.1	15.5	4.2	15.5	12.7
	광주	42	57.1	21.4	2.4	4.8	14.3
	대전	44	59.1	15.9	9.1	11.4	4.5
	울산	34	64.7	8.8	5.9	14.7	5.9
	세종	30	66.7	13.3	6.7	10.0	3.3
	경기도	390	60.8	13.8	13.3	8.7	3.3
	인천광역시	86	65.1	16.3	7.0	5.8	5.8
	강원도	44	43.2	13.6	34.1	9.1	0.0
	충청북도	45	62.2	11.1	11.1	11.1	4.4
	충청남도	58	62.1	12.1	13.8	8.6	3.4
	전라북도	50	54.0	20.0	14.0	10.0	2.0
	전라남도	50	52.0	14.0	18.0	10.0	6.0
	경상북도	73	67.1	9.6	5.5	16.4	1.4
	경상남도	94	45.7	14.9	25.5	9.6	4.3

## (6) 코로나 19 이후 재난지원금 수단 및(신규 이용자 대상) 재충전 등 계속 이용 의향, 전반적인 만족도

- (재난지원금 수단) 코로나 19로 인해 지급된 재난지원금의 지불수단에 대한 조사 결과, ‘일반 신용/체크카드(실물형태)’가 59.7%로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘재난지원금을 받기 위해 신규로 발급받은 지역화폐’ 19.2%, ‘기존에 가지고 있던 지역화폐’ 16.7% 순서로 나타남
- (신규 이용자의 지속 이용 의향) 2020년 ‘재난지원금을 받기 위해 신규로 발급받은 지역화폐’ 이용자 288명(19.2%)을 대상으로 한 재충전 등 지속 이용 의향에 대해서는 ‘인센티브가 클 때만 이용’ 42.0%, ‘계속 이용’ 30.2%로 신규 이용자의 경우 인센티브 조건에 따른 영향을 많이 받는 것으로 해석

〈그림 4-7〉 재난지원금 지불수단 및 계속 이용의향

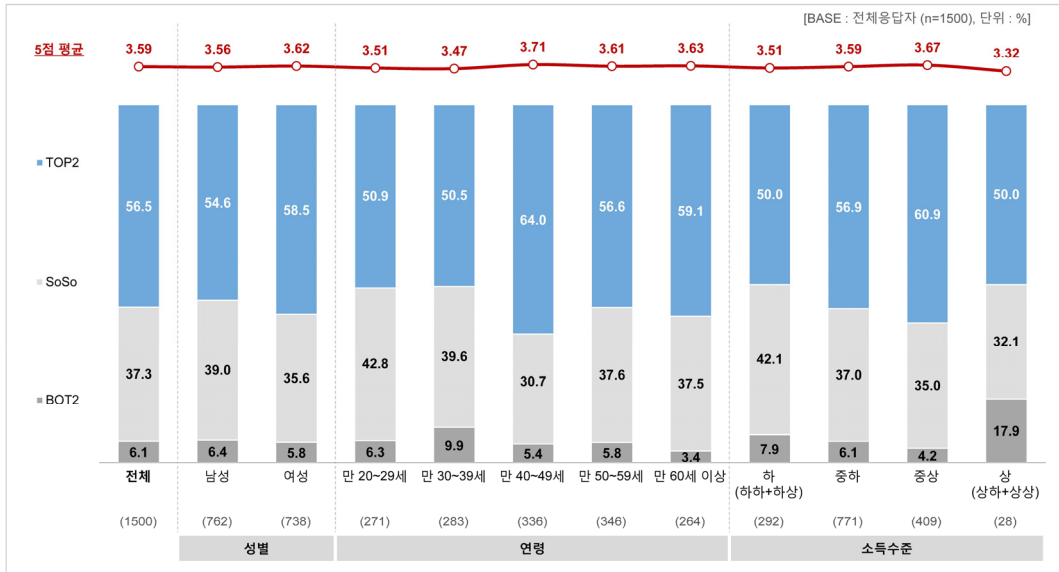
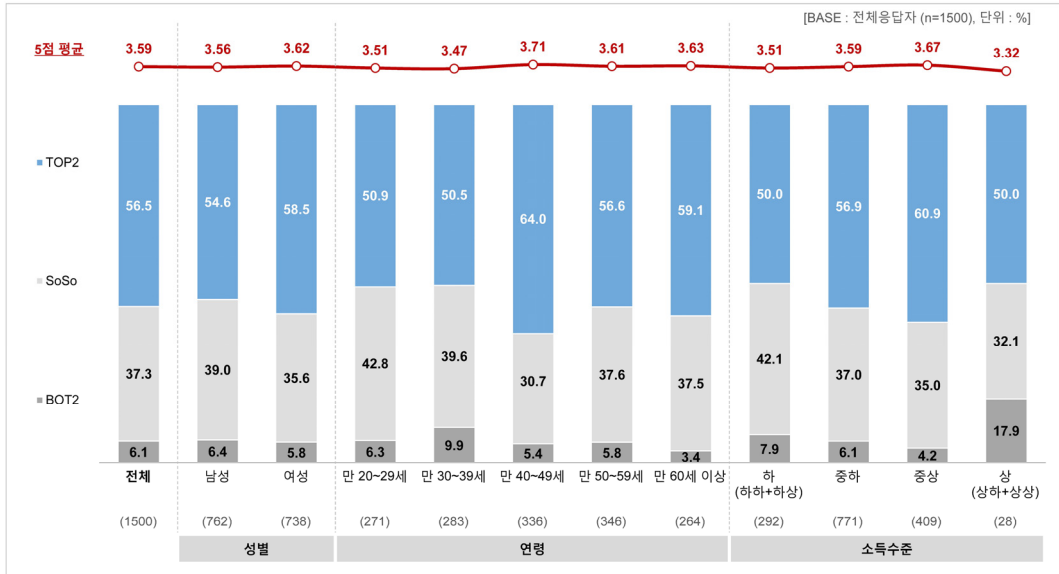


- (전반적인 만족도) 지역화폐의 전반적인 이용(구입-사용-재충전 등)에 있어 만족도를 조사한 결과, ‘어느정도 만족’ 응답이 46.7%, ‘보통수준’ 응답이 37.3%, ‘매우 만족’ 9.9% 순으로 나타남. 이를 5점 만점으로 환산 시 평균 3.59점으로 만족 정도가 보통 수준보다 높다고 해석 가능

## ○ (인구통계학적 특성)

- (성별, 연령) 평균 3.59점(5점 만점)을 기준으로 보면, 성별은 여성이 남성에 비해 0.6점 높은 3.62점이며, 연령대는 40대가 3.71점으로 가장 높고, 그 다음으로 60대 이상 3.63점, 50대 3.61점 순으로 나타남
- (주관적 소득수준) 하(하하+하상) 그룹에서 중하, 중상으로 갈수록 만족도 점수가 높아지며, 상(상하+상상) 그룹은 3.32점으로 최하위 점수를 보임
- (거주지역) 울산이 3.88점으로 만족도 점수가 가장 높게 나타났으며, 충청북도 3.87점, 인천 3.86점 순으로 나타남. 경상북도가 3.33점으로 최하위 점수를 보였으나 이는 보통수준이 52.1%의 큰 비중을 차지함에 따른 결과로 해석
  - 다만, 대구와 서울의 경우 평균 점수(각각 3.54점, 3.51점)에 비해 상대적으로 불만족 비중이 높고(각각 9.9%, 7.2%), 만족 비중은 낮게(58.3%, 53.6%) 나타나 타 지역 대비 두드러진 차이를 보임

〈그림 4-8〉 성, 연령, 소득수준, 지역별 만족도 비교



## 2. 지역화폐 관련 지식 정도

- (지식 정도) 지역화폐 관련 지식을 묻는 총 10개 문항에 대해 알고 있는 수준을 3점 척도(모름-대략 알고있음-잘 알고있음)로 조사한 결과, ① 1인당 충전 한도액, ② 연말 정산 소득공제, ③ 명칭, ④ 인센티브 예산에 대해서는 보통 수준 이상으로 잘 알고 있는 것으로 나타남
- ⑤ 타 지역화폐의 구입·이용 가능, ⑥ 지자체별 다른 이용불가 업종, ⑦ 이용약관의 인지, ⑧ 약관 내 세부 내용에 대해서는 ‘대략적으로 알고 있음’ 비율이 가장 많았음. 특히, 이용약관 관련 항목은 ‘잘 알고있음’ 비율이 다른 항목들에 비해 상대적으로 낮게 나타났음
- ⑨ 온누리상품권과의 차이, ⑩ 공동체화폐에 대한 지식은 ‘모름’ 비율이 각각 41.5%, 61.9%로 대부분 잘 모르는 것으로 나타남

〈표 4-9〉 지역화폐 관련 지식 수준

(N=1,500, 단위: %)

지식 문항	모름	대략 알고 있음	잘 알고 있음
① 1인당 지역화폐 충전 한도액이 있음	26.5	33.7	39.8
② 지역화폐 이용액이 연말정산 소득공제 대상임	21.9	35.7	42.4
③ 지역화폐 용어가 00지역사랑상품권, 00페이 등 지역에 따라 다양한 명칭으로 불리고 있음	7.1	59.4	33.5
④ 지역화폐의 인센티브(선할인, 캐시백 등)가 개별 지자체 예산 내에서 지원됨(예로, 상반기에 예산 소진 시, 하반기에는 발행 못함)	19.3	49.3	31.4
⑤ 타 지역의 지역화폐를 구입해서 그 해당 지역에서 이용할 수 있음(예로, 서울 거주자가 부산 지역화폐를 구입해서 부산에서 사용 가능)	32.8	39.2	28.0
⑥ 지역화폐 이용이 불가능한 업종이 각 지자체마다 다를 수 있다는 것을 알고 있음	28.5	49.1	22.4
⑦ 지역화폐 관련 이용약관이 있음(예로, 서비스 이용약관, 전자금융거래 이용약관, 위치기반서비스 이용약관 등)	32.0	50.0	18.0
⑧ 지역화폐 이용약관에 환불, 유효기간, 재발급, 계약해제 등의 내용이 있음	30.5	51.5	18.1
⑨ 지역화폐와 온누리상품권의 차이에 대해 알고 있음	41.5	41.3	17.1
⑩ 전통적인 품앗이방식에 기반한 지역 공동체에서 사용해 온 지역 화폐가 있다는 것을 알고 있음(예로, 대전 한밭레츠 ‘두루’, 과천 품앗이 ‘아리’ 등)	61.9	30.0	8.1

## ○ (인구통계학적 특성)

- (연령) 20대가 ① 1인당 충전한도액, ④ 인센티브 예산, ⑨ 온누리상품권과의 차이 문항에서 평균 대비, 다른 연령대 대비 '모름' 비율이 상대적으로 높게 나옴
  - 나머지 연령대는 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않음
- (거주지역) ▲강원도와 경상남도는 ⑩ 공동체화폐에 대한 지식, ▲전라북도는 ⑧ 약관 내 세부 내용, ▲전라남도는 총 5개 문항(① 1인당 충전한도액, ② 연말 정산 소득공제, ④ 인센티브 예산, ⑥ 지자체별 다른 이용불가 업종, ⑦ 이용 약관의 인지), ▲경상북도는 총 3개 문항(④ 인센티브 예산, ⑦ 이용약관의 인지, ⑩ 공동체화폐에 대한 지식)에서 평균 대비, 다른 지역 대비 '모름' 비율이 상대적으로 높게 나옴
  - 그 외, 항목별로 지역간 통계적으로 유의미한 차이를 보이는 값들 중 평균 대비 10%p 이상의 차이를 보이지 않는 경우, 상세 해석의 의미가 없다고 판단하여 생략

〈표 4-10〉 연령, 거주지역, 주관적 소득수준별 지식 수준

(N=1,500, 단위: %)

항목	표본 수 (명)	①		②		③		④		⑤		
		모름	알*	모름	알*	모름	알*	모름	알*	모름	알*	
전체	1500	26.5	73.5	21.9	78.1	7.1	92.9	19.3	80.7	32.8	67.2	
연령	20대	271	36.2	63.8	29.9	70.1	12.2	87.8	32.1	67.9	35.4	64.6
	30대	283	18.0	82.0	15.9	84.1	4.9	95.1	19.8	80.2	26.9	73.1
	40대	336	25.9	74.1	17.6	82.4	6.0	94.0	19.6	80.4	28.0	72.0
	50대	346	29.8	70.2	21.4	78.6	6.6	93.4	13.9	86.1	36.1	63.9
	60대이상	264	22.3	77.7	26.1	73.9	6.4	93.6	12.5	87.5	38.3	61.7
거주 지역	서울	291	33.7	66.3	19.6	80.4	5.5	94.5	19.9	80.1	26.1	73.9
	부산	98	19.4	80.6	21.4	78.6	6.1	93.9	14.3	85.7	32.7	67.3
	대구	71	19.7	80.3	22.5	77.5	4.2	95.8	22.5	77.5	35.2	64.8
	인천	86	18.6	81.4	16.3	83.7	10.5	89.5	11.6	88.4	36.0	64.0
	광주	42	19.0	81.0	31.0	69.0	16.7	83.3	26.2	73.8	38.1	61.9
	대전	44	15.9	84.1	18.2	81.8	15.9	84.1	9.1	90.9	27.3	72.7

항목	표본 수 (명)	①		②		③		④		⑤		
		모름	알*	모름	알*	모름	알*	모름	알*	모름	알*	
거주 지역	울산	34	20.6	79.4	17.6	82.4	0.0	100.0	5.9	94.1	32.4	67.6
	세종	30	10.0	90.0	23.3	76.7	3.3	96.7	6.7	93.3	23.3	76.7
	경기도	390	27.2	72.8	21.8	78.2	8.7	91.3	21.3	78.7	36.2	63.8
	강원도	44	31.8	68.2	25.0	75.0	4.5	95.5	15.9	84.1	29.5	70.5
	충청북도	45	20.0	80.0	11.1	88.9	11.1	88.9	13.3	86.7	33.3	66.7
	충청남도	58	20.7	79.3	22.4	77.6	6.9	93.1	19.0	81.0	32.8	67.2
	전라북도	50	24.0	76.0	10.0	90.0	4.0	96.0	24.0	76.0	36.0	64.0
	전라남도	50	42.0	58.0	42.0	58.0	8.0	92.0	30.0	70.0	32.0	68.0
	경상북도	73	34.2	65.8	28.8	71.2	4.1	95.9	30.1	69.9	35.6	64.4
	경상남도	94	28.7	71.3	26.6	73.4	4.3	95.7	18.1	81.9	36.2	63.8
항목	표본 수 (명)	⑥		⑦		⑧		⑨		⑩		
		모름	알*	모름	알*	모름	알*	모름	알*	모름	알*	
연령	20대	271	29.5	70.5	28.8	71.2	28.8	71.2	53.1	46.9	64.2	35.8
	30대	283	25.4	74.6	33.2	66.8	28.6	71.4	37.1	62.9	63.3	36.7
	40대	336	26.8	73.2	35.1	64.9	32.4	67.6	42.6	57.4	64.3	35.7
	50대	346	29.5	70.5	31.8	68.2	32.4	67.6	41.0	59.0	59.0	41.0
	60대이상	264	31.8	68.2	30.3	69.7	29.2	70.8	32.6	67.4	59.1	40.9
거주 지역	서울	291	30.9	69.1	28.9	71.1	26.8	73.2	38.8	61.2	56.7	43.3
	부산	98	18.4	81.6	23.5	76.5	27.6	72.4	42.9	57.1	55.1	44.9
	대구	71	31.0	69.0	36.6	63.4	29.6	70.4	31.0	69.0	59.2	40.8
	인천	86	26.7	73.3	23.3	76.7	25.6	74.4	40.7	59.3	62.8	37.2
	광주	42	31.0	69.0	40.5	59.5	31.0	69.0	47.6	52.4	59.5	40.5
	대전	44	27.3	72.7	25.0	75.0	27.3	72.7	36.4	63.6	65.9	34.1
	울산	34	20.6	79.4	23.5	76.5	29.4	70.6	35.3	64.7	61.8	38.2
	세종	30	26.7	73.3	30.0	70.0	26.7	73.3	26.7	73.3	63.3	36.7
	경기도	390	30.5	69.5	32.8	67.2	32.3	67.7	47.7	52.3	62.3	37.7
	강원도	44	34.1	65.9	36.4	63.6	36.4	63.6	43.2	56.8	75.0	25.0
	충청북도	45	20.0	80.0	17.8	82.2	22.2	77.8	37.8	62.2	62.2	37.8
	충청남도	58	15.5	84.5	29.3	70.7	29.3	70.7	41.4	58.6	55.2	44.8
	전라북도	50	28.0	72.0	36.0	64.0	48.0	52.0	34.0	66.0	66.0	34.0

항목	표본 수 (명)	⑥		⑦		⑧		⑨		⑩	
		모름	알*	모름	알*	모름	알*	모름	알*	모름	알*
전라남도	50	38.0	62.0	46.0	54.0	26.0	74.0	44.0	56.0	64.0	36.0
경상북도	73	28.8	71.2	47.9	52.1	31.5	68.5	32.9	67.1	71.2	28.8
경상남도	94	30.9	69.1	39.4	60.6	39.4	60.6	45.7	54.3	71.3	28.7

\* 알: '대략 알고있음 + 잘 알고있음'을 더한 %

### 3. 지역화폐 관련 애로사항이나 불편함 정도

□ 지역화폐의 구입 및 이용 단계, 제도 전반에 걸쳐 겪은 애로사항이나 불편한 점(이하 '체감불편수준'으로 칭함) 정도와 개선이 시급한 순위(이하 '개선시급순위'로 칭함)를 조사함

○ 구입단계 5개 문항, 이용단계 9개 문항, 제도 전반 10개 문항으로 구성

□ (구입단계) <표 4-11>에서 보듯이 체감불편수준(5점 평균 값)과 개선시급순위(1+2위 합계 비율)를 보면, '구입처, 가능한 지역화폐 유형 등 구입 방법에 대한 정보를 얻기 어려움' 항목이 3.16점, 56.3%, '개인정보보호, 해킹 대응 등 관련 정보가 부족하여 개인정보 유출가능성 등 보안 시스템에 대한 불안감'이 3.15점, 42.2% 순으로 체감불편수준도 높고, 개선시급순위도 높은 1, 2위를 차지함

○ 구입단계에서는 구입을 위한 사전 정보 획득에 대한 어려움, 개인정보유출 등 보안에 대한 우려 문제가 크며, 개선 또한 시급한 분야로 해석



〈표 4-11〉 구입단계 : 체감불편수준과 개선시급순위

(N=1,500, 단위: 점, %, 순위)

구입 단계	조사 항목	5점 평균 (점)	5점 비율(%)			1순위 비율 (%)	1+2 순위 비율 (%)	최종 우선 순위
			아님 (1+2)	보통 (3)	그러함 (4+5)			
구입 단계	구입처, 가능한 지역화폐 유형 등 구입 방법에 대한 정보를 얻기 어려웠다.	3.16	21.8	41.7	36.5	36.4	56.3	1
	개인정보보호, 해킹 대응 등 관련 정보가 부족하여 개인정보 유출 가능성 등 보안 시스템에 대한 불안감을 느꼈다.	3.15	20.6	46.7	32.7	19.9	42.2	2
	신용/체크카드형(실물형태)은 신청 후 받기까지 기간이 길어 번거로웠다.	2.99	27.9	42.1	29.9	20.5	38.1	3
	지역화폐 앱의 처음 설치/업데이트 시 오류 발생 등 아직 시스템이 불안정하다고 느꼈다.	2.99	28.3	42.4	29.3	12.7	35.9	4
	사용등록, 계좌연결, 비밀번호 설정 등 개설 절차가 복잡하고 어려웠다.	2.85	33.1	43.9	22.9	10.5	27.5	5

□ (이용단계) 〈표 4-12〉에서 보듯이 체감불편수준(5점 평균 값)과 개선시급순위(1+2+3위 합계 비율)를 보면, 1위~3위까지 모두 가맹점과 관련된 항목으로 나타남

- ‘오프라인 상에서 지역 내 가맹점이 어디인지 정보를 얻기 어려움’ 3.49점, 1순위, ‘지역화폐 앱에서 지역 내 가맹점이 어디인지 찾기가 어려움’ 3.38점, 2순위, ‘지역 내 이용하고 싶은 업종의 가맹점 수가 적어 번거로움’ 3.47점, 3순위로 나타남
  - 이용하고 싶은 가맹점 규모 부족으로 느끼는 체감불편수준에 비해 상대적으로 온/오프라인 상에서 가맹점 정보(위치 등)를 쉽게 찾을 수 있는 관련 제도 도입이 시급하다고 해석
- 그 다음 순위로, 결제와 관련된 항목(절차의 번거로움, 취소기간에 대한 불안감, 캐시백 사용 불편 등)이 차지하였으며, ‘가맹점에서 실시하는 자체 마케팅 행사와의 연계 불가 등 손해액 발생’의 경우 체감불편수준에 비해 개선시급 순위가 낮게 나타난 것은 발생 기대가 낮기 때문으로 해석

- 앱에서 개인 이용 정보를 확인하거나 재충전하는 방법에 대해서는 상대적으로 낮은 불편함을 느끼는 것으로 나타남

〈표 4-12〉 이용단계 : 체감불편수준과 개선시급순위

(N=1,500, 단위: 점, %, 순위)

조사 항목	5점 평균 (점)	5점 비율(%)			1순위 비율 (%)	1+2+3 순위 비율 (%)	최종 우선 순위
		아님 (1+2)	보통 (3)	그러함 (4+5)			
오프라인 상에서 지역 내 가맹점이 어디인지 정보를 얻기 어려웠다.	3.49	15.1	33.3	51.6	12.3	49.7	1
지역화폐 앱에서 지역 내 가맹점이 어디인지 찾기가 어려웠다.	3.38	17.1	36.7	46.2	14.4	45.2	2
지역 내 이용하고 싶은 업종의 가맹점 수가 적어 번거로웠다.	3.47	15.6	35.0	49.4	10.5	43.5	3
신용/체크카드형(실물형태)나 모바일카드형(앱카드형태) 잔액이 결제액보다 적은 경우, 일반 신용카드 등과 나누어서 2번 결제 해야 하는 등 절차가 번거로웠다.	3.22	19.7	41.9	38.4	16.2	36.7	4
지역화폐 결제의 취소/부분취소 후 취소 결과를 확인 기간이 일반신용카드에 비해 오래 걸려 불안했다.	3.06	24.1	44.4	31.5	11.1	31.7	5
신용/체크카드형(실물형태)나 모바일카드형(앱카드형태)로 결제 시 가맹점에서 캐시백 사용이 안되서 불편했다.	3.00	27.2	42.0	30.8	10.6	26.1	6
결제 시 가맹점의 자체 마케팅 행사(마일리지, 포인트 적립, 사은품 등)와 연계가 불가하여 손해였다.	3.20	18.1	47.7	34.2	5.7	25.1	7
지역화폐 앱에서 이용내역, 잔액조회 등 내 정보를 확인하는 방법이 복잡하고 어려웠다.	2.92	31.7	39.9	28.4	7.8	25.1	8
신용/체크카드형(실물형태)나 모바일카드형(카드형태)에서 재충전하는 방법이 어려웠다.	2.71	35.8	45.4	18.8	11.4	16.9	9

- (제도 전반) 체감불편수준(5점 평균 값)과 개선시급순위(1+2+3위 합계 비율)를 보면, '디지털 격차 등 정보취약계층 소외', '온라인결제시스템 사용 불가' 평균이 다른 항목에 비해 상대적으로 높으며, 1순위 비율로는 26.2%로 가장 높게 나타난 '지역간 경계에 속한 경우 사용의 번거로움'이 합친 순위로는 3위로 나타났음(〈표 4-13〉 참조)
- '향후 주민세 등 세금 부담', '충전한도액이나 캐시백의 변동 가능성에 따른 낮은 신뢰' 등 제도 자체에 대한 부정적인 인식도 있기에 이를 개선할 수 있는 방안이 검토될 필요
- '가맹점의 결제 방법 미숙' 등 관련 2개 항목은 체감불편수준은 평균 이하, 개선시급 순위는 중간 정도로 나타남
- '지역화폐 이용에 따른 차별 또는 역차별 경험'이나 '불법 환전행위(깡) 경험' 등은 경험하지 않은 비율이 높게 나타나 아직까지 시장 건전성이 좋은 것으로 해석

〈표 4-13〉 제도 전반 : 체감불편수준과 개선시급순위

(N=1,500, 단위: 점, %, 순위)

조사 항목	5점 평균 (점)	5점 비율(%)			1순위 비율 (%)	1+2+3 순위 비율(%)	최종 우선 순위
		아님 (1+2)	보통 (3)	그려함 (4+5)			
고령층 등 IT에 익숙하지 못한 분들은 소외될 수 있는 환경이라고 생각한다.	3.81	9.1	25.1	65.7	21.1	57.3	1
배달앱 등 온라인상에서 결제 연동이 되지 않아 불편하다.	3.64	11.1	32.8	56.1	17.6	53.0	2
지역간 경계에 살다보니, 지역별로 별도로 발급 받고, 이용 전에 가맹점이 어느 지역 소재지 인지 확인해야 하는 등 사용이 번거로웠다.	3.32	17.1	37.1	45.8	26.2	43.7	3
지역화폐 발행 및 운영에 드는 제반 비용으로 인해 향후 주민세 등 세금 부담이 증가될까 염려된다.	3.30	19.5	37.6	42.9	8.4	33.5	4
가맹점에서 지역화폐 결제 방법이 미숙하여(또는 잘 몰라서) 결제를 못한 적이 있다.	2.77	37.1	37.2	25.7	8.3	24.8	5

	조사 항목	5점 평균 (점)	5점 비율(%)			1순위 비율 (%)	1+2+3 순위 비율(%)	최종 우선 순위
			아님 (1+2)	보통 (3)	그려함 (4+5)			
제도 전반	가맹점에서 지역화폐 캐시백 차감 방법을 몰라서 결제를 못한 적이 있다.	2.82	35.2	38.9	25.9	6.0	22.5	6
	지역화폐 가맹점의 상품/서비스의 가격/품질이 비가맹점 대비 안좋은 경우가 있지만 어쩔 수 없이 이용하고 있다.	2.84	32.7	43.1	24.1	3.5	21.3	7
	충전한도액이나 캐시백 비율 등의 변동(증감)이 심해서 지역화폐 제도가 신뢰가 안간다.	3.04	24.8	46.9	28.3	3.8	20.2	8
	예약이나 결제 취소 시 지역화폐 이용에 따른 차별(또는 역차별)을 경험한 적이 있다.	2.81	34.8	41.5	23.7	1.9	13.5	9
	불법 환전 행위(속칭 '깡')를 주변에서 경험하거나 본적이 있다.	2.45	49.9	31.9	18.2	3.1	10.2	10

#### 4. 지역화폐 관련 정책 수요

##### (1) 기대되는 정책적 효과

□ (정책효과) 현재 운영되고 있는 지역화폐를 통해 가장 기대되는 정책적 효과에 대해서는 '지역 내 지역경제 활성화(소상공인, 자영업자 등 지역 상권 살리기)'가 80.4%로 매우 높게 나타났으며, 그 다음으로 '근거리 소용량 소비생활 가능으로 가정(가구)의 효율적 소비경제 실현'이 13.2%로 1, 2위간 큰 차이를 보임

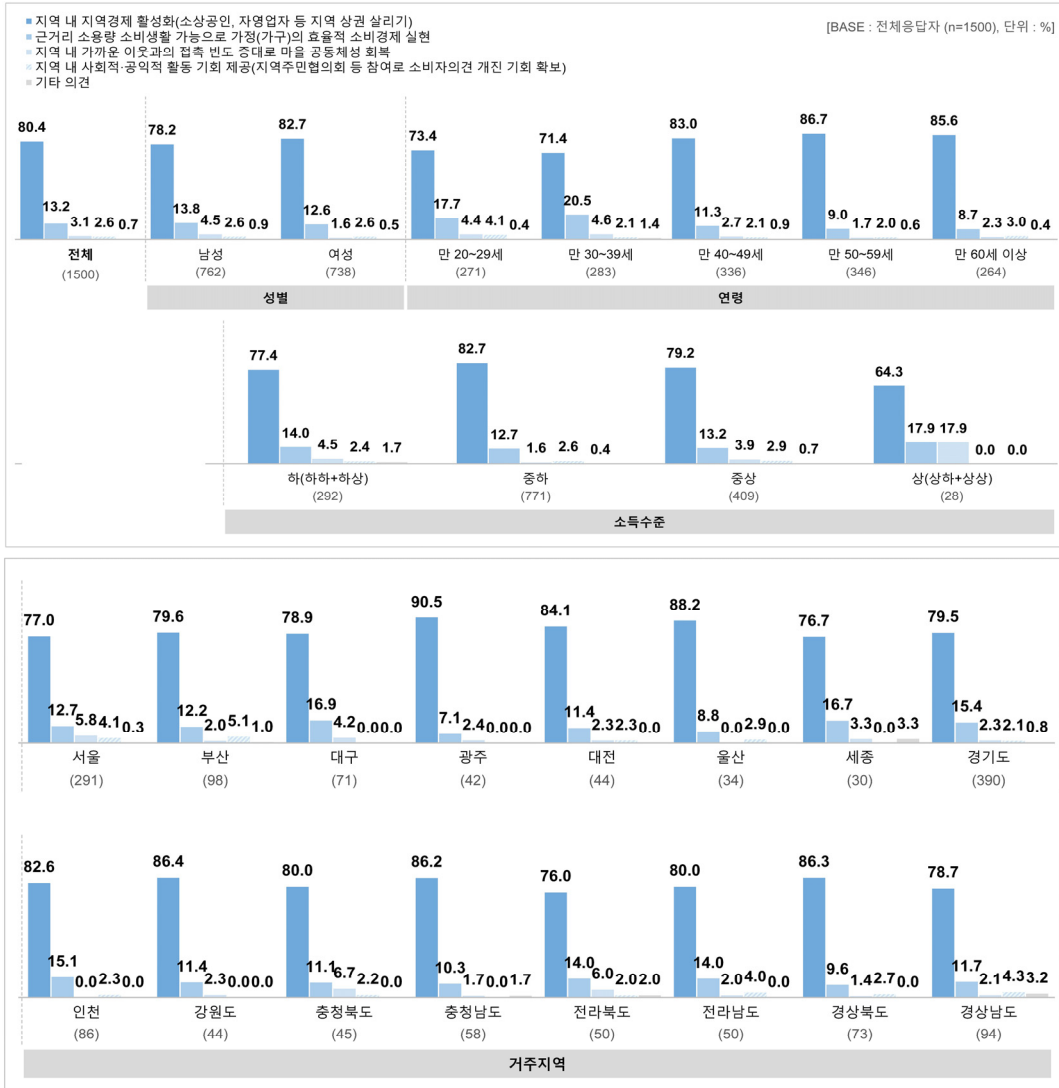
○ 대부분의 이용자들이 해당 제도의 운영을 통해 '가구의 효율적인 소비 경제', '마을 공동체성 회복' 차원보다는 지역 상권을 살리는 '지역경제 활성화'를 기대하고 있는 것으로 나타남

○ (인구통계학적 특성)

- (성별, 연령) 남성이 여성보다 '지역경제 활성화'는 낮고(-2.9%p) '마을 공동체성 회복'은 높은(+4.5%p) 기대 수준을 보임. 연령대로는 20대와 30대가 다른 연령대에 비해 '가구의 효율적인 소비경제 실현'에 대한 기대감이 높게 나타남

- (주관적 소득수준) 상(상하+상상) 그룹이 다른 그룹 대비 '가구의 효율적인 소비경제 실현' 뿐 아니라 '마을 공동체성 회복'에 더 큰 기대 가치를 두는 것으로 보임
- (주거지역) '지역경제 활성화'의 경우 평균(80.4%)보다 통계적으로 유의미한 높은 차이를 보인 지역은 총 2곳(광주 90.5%, 울산 88.2%)으로 타 지역보다 기대수준이 높게 나타났음
  - '가구의 효율적인 소비경제 실현'은 평균(13.2%) 대비 총 2곳(대구 16.9%, 세종 16.7%)이 상대적으로 높았으며,
  - '소비자참여 활동 기회 제공'은 평균(2.6%) 대비 총 4곳(부산 5.1%, 경상남도 4.3%, 서울 4.1%, 전라남도 4.0%)이 유의미한 차이를 보였음

〈그림 4-9〉 기대되는 경제적 효과 : 성, 연령, 소득수준, 지역별 비교



(2) 지역화폐 운영을 위한 정부 및 지자체 역할

□ (정부 및 지자체 역할) 지역화폐 운영을 위해 정부 및 지자체에서 우선적으로 해야 할 일에 대한 필요한 정도(이하 ‘필요수준’으로 칭함)와 해야 할 우선순위(이하 ‘우선도입순위’로 칭함)를 조사함

- 제도 운영단계 8개 문항, 제도 발전단계 7개 문항으로 구성
- (운영단계) <표 4-14>에서 보듯이 필요수준(5점 평균 값)을 보면, 8개 항목 모두 ‘어느 정도 필요하다(4점)’는 결과를 보였으며, ② 가맹점 확보 및 ⑥ 철저한 관리, ③ 인센티브의 안정적 유지 등에 대한 필요수준이 높게 나타남
- 다만, 우선적으로 해야 할 일에 대한 도입순위로 보면 필요수준 대비 순위 차이를 보이고 있기에 순차적으로 접근할 필요가 있다고 해석

**<표 4-14> 제도 운영 단계 : 필요수준, 우선도입순위**

(N=1,500, 단위: 점, %, 순위)

	조사 항목	5점 평균 (점)	5점 비율(%)			1순위 비율 (%)	1+2+3 순위 비율(%)	최종 우선 순위
			필요 없음 (1+2)	보통 (3)	필요함 (4+5)			
제도 운영 단계	① 환불이나 결제취소 조건, 유효기간, 재발급 등 관련 이용 정보를 쉽게 찾고, 확인할 수 있도록 지역화폐 앱 화면의 효율적 구성	3.89	2.6	30.3	67.1	30.9	56.4	1
	② 지역 내 업종별 가맹점 비율 등을 고려한 가맹점 확보	4.19	2.0	19.5	78.5	21.3	51.8	2
	③ 지역화폐 발행 예산의 확보로 사용한도액 및 인센티브(선할인, 캐시백 등)의 안정적 유지	4.14	2.5	19.2	78.3	16.6	49.1	3
	④ 지역화폐 사용에 있어 소비자문제(피해)가 발생했을 때 어디에 문의하면 되는지 관련 정보 표시 등 정보 제공 강화	4.02	2.3	23.1	74.6	11.7	45.9	4
	⑤ 유통질서를 교란시키는 각종 불법 환전 행위 (속칭 '깡') 예방	4.13	2.7	23.4	73.9	8.4	30.8	5
	⑥ 문제가 있는 가맹점 퇴출 등 철저한 가맹점 관리 운영	4.15	1.9	21.0	77.1	4.7	28.6	6
	⑦ 지역화폐 제도의 장점, 현황, 성과에 대한 다양한 홍보 강화(지역주민센터, 홈페이지, SNS 등)로 참여자(소비자, 가맹점) 확대	3.92	3.1	28.4	68.5	3.8	19.0	7
	⑧ 정보취약계층(고령자 등)의 이용 접근성 제고를 위한 맞춤형 정보 개발	4.01	2.7	23.5	73.8	2.7	18.3	8

□ (발전단계) <표 4-15>에서 보듯이 필요수준(5점 평균 값)을 보면, 7개 항목 대부분 '보통(3점) 결과'를 보였으며, ① 온라인 결제방식 도입, ⑦ 비용성과 분석을 통한 합리적 운영체계 마련, ④ 지역화폐 전용 구매상품 개발 및 판로 개척에 대한 필요정도가 약간 높게 나타남

- 앞서 운영단계 결과와 비슷하게, 우선적으로 해야 할 일에 대한 도입순위를 보면 ① 온라인 결제방식 도입을 제외하고 필요정도 대비 일부 순위 차이를 보이고 있어 ② 약관 제·개정 작업, ③ 개인별 맞춤형 소비패턴 정보제공 등에 대한 검토가 선행될 필요가 있음

**<표 4-15> 제도 발전 단계 : 필요수준, 우선도입순위**

(N=1,500, 단위: 점, %, 순위)

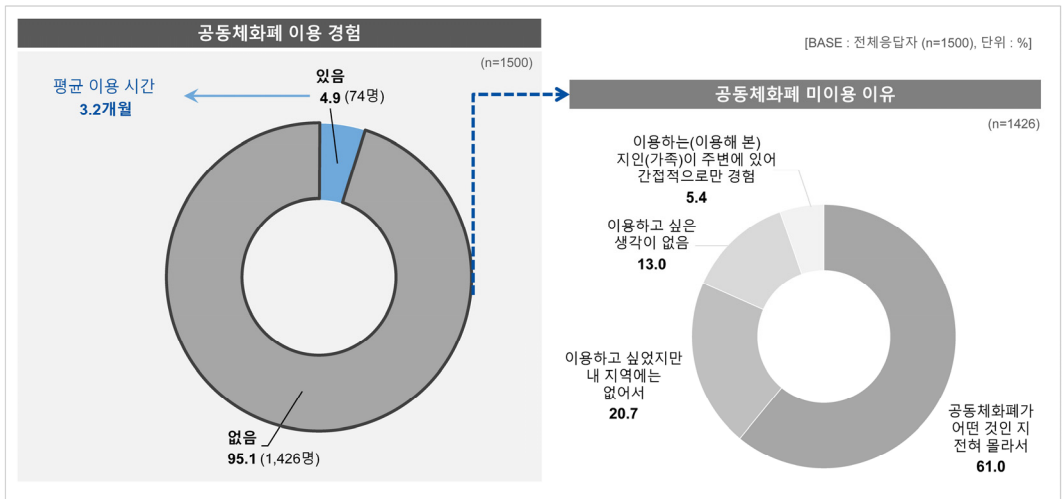
조사 항목	5점 평균 (점)	5점 비율(%)			1순위 비율 (%)	1+2+3 순위 비율(%)	최종 우선 순위
		필요 없음 (1+2)	보통 (3)	필요함 (4+5)			
① 기존 온라인 결제수단과의 연계 등 온라인 상에서도 결제할 수 있도록 방식 확대	4.11	3.7	19.6	76.7	40.8	60.3	1
② 현 지자체 조례나 이용약관(예로, 서비스 이용 약관, 전자금융거래 이용 약관 등) 등에 소비자 보호 관련 내용이 미비하거나, 들어가야 할 항목이 빠져있지는 않는지 점검하고 제·개정하는 작업	3.78	1.9	34.9	63.2	22.2	34.5	2
③ 개인별 맞춤형 지역화폐 소비패턴 정보 제공으로 합리적 소비생활 지원(예로, 일반 카드 명세서에서 제공하는 그래프 형태 등)	3.60	6.1	40.5	53.4	11.5	28.7	3
④ 지역화폐 구매전용 지역 특성화 상품 개발 및 판로 개척 등 지역 상생 플랫폼으로 발전	3.82	3.7	29.3	67.0	7.0	22.7	4
⑤ 지역화폐 제도 시행 시 지역 주민들의 참여 기회 제공(지역주민협의회 운영 및 참여 등)	3.73	4.5	34.9	60.5	7.1	19.5	5
⑥ 자원봉사, 기부상품, 재능나눔, 물품거래 등의 활동을 사회적 가치로 환산하여 일정부분 지역화폐로도 지급하는 혼합 방식 도입	3.71	6.1	32.5	61.3	5.5	19.3	6
⑦ 지역화폐의 비용성과 분석을 통한 합리적 운영체계 마련	3.86	2.5	30.1	67.4	5.9	15.0	7



### (3) 기타

- (공동체화폐 이용경험) 기존 품앗이방식에 기반한 지역공동체 활성화 차원에서 사용되는 지역화폐인 ‘공동체화폐’에 대한 이용 경험은 4.9%(74명)로 평균 이용 기간은 3.2개월로 조사됨
- (미이용 이유) 이용해보지 않은(못한) 응답자들을 대상으로 조사한 결과, ‘공동체 화폐가 어떤 것인지 전혀 몰라서’ 61.0%로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘이용하고 싶었지만 내 지역에는 없어서’가 20.7%로 관련 지식이 없거나, 이용 의지는 있지만 거주지역에 도입되지 않아 이용경험이 부재한 것으로 나타남
  - 이용할 생각이 전혀 없거나, 지인(가족) 등을 통해 간접적으로 경험하는 것에 족하다는 응답도 18.4%를 차지함

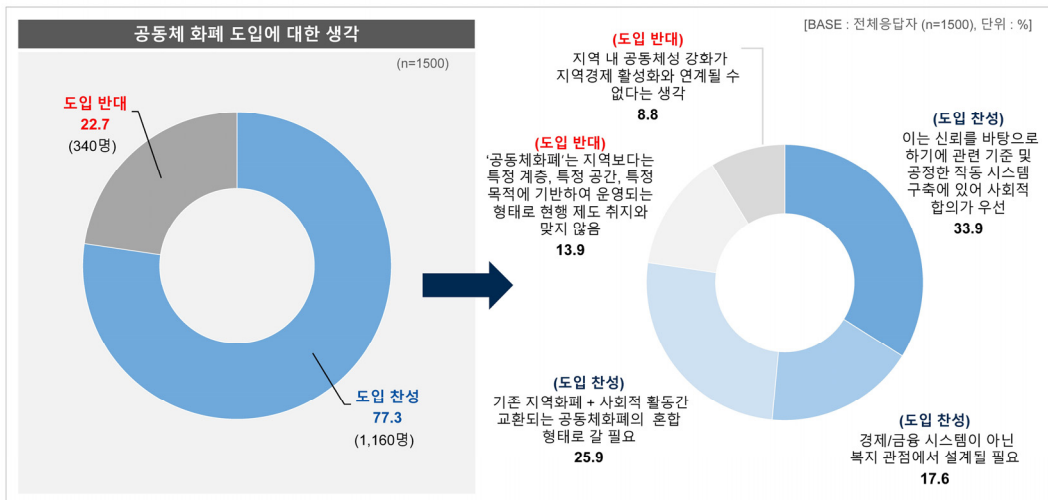
〈그림 4-10〉 공동체화폐 이용경험, 미이용 이유



- (제도 확장방식) 지역화폐 제도의 확장 차원에서 ‘공동체화폐’를 활용하여 자원 봉사, 기부금품, 재능나눔, 물품거래 등의 활동을 사회적 가치로 환산하여 일정부분 지역화폐로 지급하는 방식의 도입에 대한 의견을 조사한 결과, 응답자의 77.3% (1,160명)가 도입에 찬성하는 것으로 나타남

- (찬성하는 경우) 도입 찬성의 경우, 어떤 방식으로 설계될 필요가 있는 지에 대한 결과를 보면, ‘신뢰를 바탕으로 하기에 관련 기준 및 공정한 작동 시스템 구축에 있어 사회적 합의가 우선’이라는 의견이 33.9%로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘기존 지역화폐+사회적 활동간 교환되는 공동체화폐의 혼합 형태로 갈 필요’ 25.9%, ‘경제/금융 시스템이 아닌 복지 관점에서 설계될 필요’ 17.6% 순으로 나타남
- (반대하는 경우) 도입 반대 이유로는 ‘공동체화폐는 지역보다는 특정 계층, 특정 공간, 특정 목적에 기반하여 운영되는 형태로 현행 제도 취지와는 맞지 않음’ 13.9%, ‘지역 내 공동체성 강화가 지역경제 활성화와 연계될 수 없다는 생각’이라는 의견이 8.8%임

〈그림 4-11〉 공동체화폐를 활용한 제도 확장방식

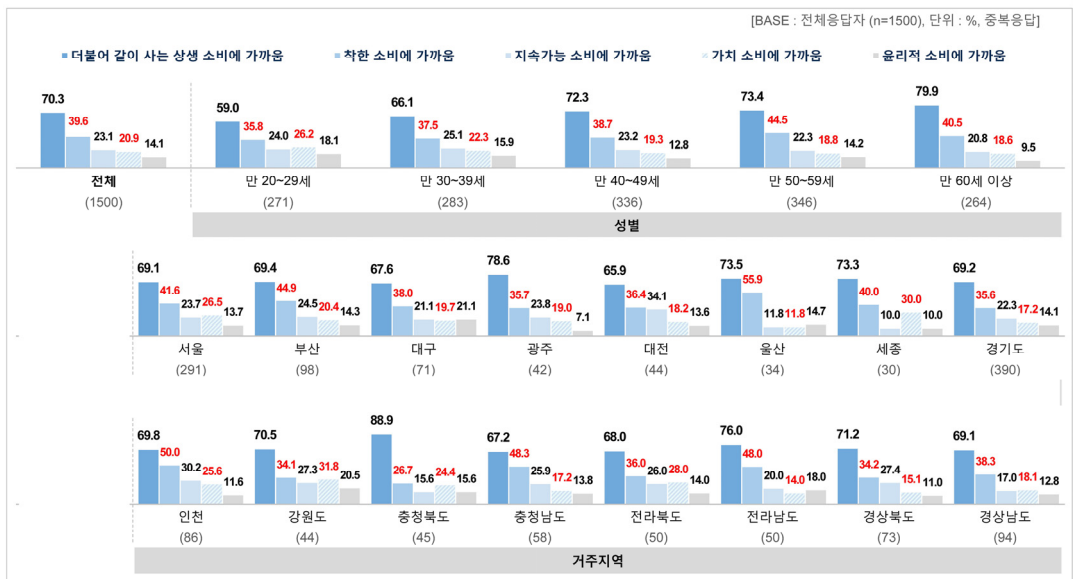


- (소비유형) 지역화폐 이용이 어떤 소비 유형에 가장 가깝다고 생각하는 지에 대한 조사 결과(중복응답), ‘더불어 같이 사는 상생 소비’가 70.3%로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘착한 소비’ 39.6%, ‘지속가능 소비’ 23.1%, ‘가치 소비’ 20.9%, ‘윤리적 소비’ 14.1%로 나타나 상생 소비와 착한 소비 유형에 가까운 것으로 인식하고 있는 것으로 나타남

## ○ (인구통계학적 특성)

- (연령) 20대의 경우 다른 연령대에 비해 상대적으로 ‘가치 소비’를 인식하는 비율(26.2%)이 높았으며, 50대의 경우 ‘착한 소비’, 60대는 ‘상생 소비’가 높게 나타남
- (거주지역) ‘상생 소비’로 인식하고 있는 비율이 충청북도가 88.9%로 평균(70.3%)대비 가장 높게 나타난 지역으로 나타남
  - ‘착한 소비’의 경우 평균(39.6%) 대비 총 3곳(울산, 55.9%, 인천 50.0%, 충청남도 48.3%)이 타 지역보다 상대적으로 높게 나타났으며, ‘가치 소비’는 평균(20.9%) 대비 총 3곳(강원도 31.8%, 세종 30.0%, 전라북도 28.0%)에서 타 지역보다 높게 나옴

〈그림 4-12〉 소비유형에 대한 인식



### 제3절 요약 및 소결

- 본 장에서는 2019년을 기점으로 폭발적인 증가세를 보인 지역화폐가 코로나19 이후 재난지원금 지급수단의 하나로 활용됨에 따라 본격적인 이용단계에 접어들었다는 전제 하에, 소비자 권익 제고 관점에서 설문조사를 설계하고 그 결과를 분석함
  - 15개 시·도(제주도 제외)에 거주하는 20세 이상 성인 남녀 중 지역화폐를 이용해 본 경험이 있는 소비자 1,500명을 대상으로 첫째, 지역화폐 이용 현황, 둘째, 지역화폐 관련 지식 수준, 셋째, 이용에 있어 애로사항 또는 불편한 점, 마지막으로, 기대되는 정책 효과 및 세부 정책과제 수요를 조사
  - 인구통계학적 분석은 통계적으로 유의미하게 나온 성별, 연령, 거주지역, 주관적 소득수준 등을 중심으로 그 차이를 해석함
- 첫째, 지역화폐 이용 현황은 크게 8개 항목(① 이용기간, ② 이용경로, ③ 이용이유 및 주로 이용하는 지역화폐 유형, ④ 이용금액과 향후 이용 비중, ⑤ 주 이용업종, ⑥ 타 지역화폐 이용 및 발행 범위, ⑦ 신규 발급자의 지속이용 의향, ⑧ 전반적인 만족도)으로 다음과 같이 정리
  - (이용기간) 응답자의 평균 이용 개월 수는 6.6개월로, 인구통계학적 특성별로 보더라도 평균 1년 미만으로 나타나 마지막 결제월 조사 결과와 비교해보더라도 최근에 유입된 이용자들이 많다고 해석 가능. 이용기간은 최저 1개월(11.8%)에서 최고 36개월 (2.1%)까지 분포됨
    - 60대(7.4개월), 인천(10.2개월), 월 평균소득(세후) 750만원 이상(8.1개월), 주관적 소득수준은 상(상하+상상) 그룹(7.6개월), 공무원 및 공공기관 종사자(8.1개월), 대학원 이상(7.2개월), 기혼(7.0개월)이 상대적으로 긴 이용기간을 보임
  - (이용경로) ‘코로나19 재난지원금 지급수단’의 하나로 지역화폐가 포함된 것이 인식 확산의 견인차 역할을 한 것으로 보이며, ‘이용경험 있는 지인·이웃의 추천’이나 ‘지자체 홍보’의 적극성도 주요 촉진 요인으로 파악. 지역별로 순위 차이를 보이는 이용경로에 대해서는 지자체 차원에서 차년도 홍보 시책 개발 시 검토 필요

- ‘코로나19이후 재난지금 지급수단’ 64.9%<sup>1순위</sup>, ‘이용 경험이 있는 지인·이웃의 권유, 추천’ 33.5%<sup>2순위</sup>, ‘지역 주민센터, 시/도청 등 지자체 홍보(소식지, 블로그, SNS, 홈페이지 등)를 통하여’ 26.1%<sup>3순위</sup>임
  - ‘이용경험 있는 지인·이웃의 추천’이 1순위<sup>~2순위</sup> 지역 : 울산(58.8%), 부산(50.0%), 인천(46.55), 세종(43.3%)이 해당
  - ‘지역 주민센터, 시/도청 등 지자체 홍보(소식지, 블로그, SNS, 홈페이지 등)를 통하여’ 2순위<sup>~3순위</sup> 지역 : 충청북도(44.4%), 대전(43.2%)
  - ‘온라인 지역커뮤니티(00지역맘카페, 00지역밴드 등)를 통하여’ 3순위<sup>~7순위</sup> 지역 : 세종(26.7%)
- (이용이유 및 유형) 이용이유로 경제적 관점에서의 인센티브(할인율, 캐시백 등) 혜택이 사회적 가치 관점에서의 상생 또는 도움을 주는 방식에 비해 두배 가까이 높게 나타나, 지속적으로 안정적인 인센티브 비율을 가져가기 위한 정부/지자체의 예산 확보가 관건임
- 다만, 전라남도·세종은 ‘가맹점의 부가적 혜택’ 비율이 높게 나타난 만큼 그간 두 지자체가 추진해 온 활동에 대한 분석이 필요

#### ① 이용 이유

- ‘지역화폐의 인센티브(할인율, 캐시백 등) 혜택이 좋아서’ 71.1%<sup>1순위</sup>, ‘소비자와 사업자가 상생할 수 있는 지역경제 활성화 등 도입 목적에 공감하기에’ 36.5%<sup>2순위</sup>, ‘내가 살고 있는 지역 영세 상인들을 도울 수 있는 간편한 방식이기에’ 35.1%<sup>3순위</sup>임
- ‘소비자와 사업자가 상생할 수 있는 지역경제 활성화 등 도입 목적에 공감하기에’ 1순위<sup>~2순위</sup> : 전라남도(48.0%)
- ‘내가 살고 있는 지역 영세 상인들을 도울 수 있는 간편한 방식이기에’ 2순위<sup>~3순위</sup> : 50대(42.2%), 상(상하+상상) 그룹(42.9%), 대구(42.3%), 울산(44.1%), 전라북도(44.0%), 경상북도(47.9%), 경상남도(42.6%)
- ‘가맹점에서 주는 지역화폐의 부가적 혜택이 많아서(덤, 추가서비스, 할인 등)’ 2순위<sup>~6순위</sup> 지역 : 세종(30.0%)

## ② 주 이용 유형 및 이유

- (주 이용유형) 지류형(종이형) 이용자가 56.0%, 신용/체크카드형(실물형태) 24.6%, 모바일카드형(앱카드형태) 19.4% 순으로 아직까지는 지류형(종이형)이용이 많음
- (이유) ‘이용에 있어 별 문제나 어려움이 없기에’ 64.7%<sup>1순위</sup>, ‘지자체에서 해당 유형만 발행하고 있어서(예: 우리 지역은 모바일카드형만 가능)’ 21.5%<sup>2순위</sup>, ‘다른 유형을 구입하고 싶어도 관련 정보를 찾기 어려워서’ 11.1%<sup>3순위</sup> 임
  - ‘다른 유형을 구입하고 싶어도 관련 정보를 찾기 어려워서’ 2순위<sup>~3순위</sup> : 서울(17.9%), 울산(17.6%), 강원도(15.9%)

○ (이용금액과 향후 이용 비중) 전반적으로 5만원 이상~30만원 미만 금액 범위 내에서 주로 사용되고 있으며, 현재와 비슷하게 유지 또는 늘리는 긍정적인 방향인 지속적인 이용의도를 보임. 다만, 현재보다 줄이거나 더 이용할 생각이 없는 부정적인 이용의도가 유의미하게 나온 전라남북도과 광주의 경우에는 발행액 추이 등 별도의 2차 자료 분석 필요

## ① 이용금액

- ‘10만원 이상~30만원 미만’이 36.3%, ‘5만원 이상~10만원 미만’, 24.9%로 전반적으로 5만원 이상~30만원 미만 금액 범위 내에서 많이 사용되고 있음

## ② 향후 이용 비중

- ‘현재와 비슷하게 유지’ 56.7%<sup>1순위</sup>, ‘현재보다 약간/크게 늘림’ 32.8%<sup>2순위</sup>로 전체 응답자의 89.5%가 비교적 적극적인 이용 의도를 보임
  - ‘줄이는 방향(부정)으로 감’ 평균<sup>8.0%</sup> 대비 높은 경우 : 전라북도 14.6%, 전라남도 18.4%, 상(상하+상상) 그룹 18.5%
  - ‘더 이용할 생각이 없음’ 평균<sup>4.1%</sup> 대비 높은 경우 : 광주 14.3%으로 평균대비 거의 3.5배 높음

- (주 이용업종) 시장 유형은 식음료판매업, 의료서비스업, 보건위생서비스업, 판매 채널로는 지역 상권인 편의점·슈퍼마켓 등을 가장 많이 이용하고 있음. 다만, 대부분의 지자체 조례에서 가맹점 등록 불가에 속한 업종의 일부가 조사 결과 나타났기에, 가맹점에 대한 주기적인 시장 모니터링 필요
  - ‘음식점·커피숍·제과점 등’ 75.9%<sup>1순위</sup>, ‘편의점·슈퍼마켓 등’ 74.1%<sup>2순위</sup>, ‘병원, 한의원, 약국 등 의료서비스업’ 22.5%<sup>3순위</sup>, ‘미용실, 안경점, 네일숍 등 보건위생 서비스업’ 18.6%<sup>4순위</sup> 순임
  - ‘주유소 등 연료판매점’ 3순위<sup>-5순위</sup> : 대구, 강원도, 충청남도
  - ‘대형 할인점, 백화점 등’ 3순위<sup>-6순위</sup> : 전라남도
- (타 지역화폐 이용, 발행 범위) 타 지역화폐 이용 경험은 대다수가 없으며, 이용한 경우에는 평균 1.2개로 거주와 소비지역이 다른 경우 이용함. 향후 발행 범위는 현재 방식 외에 ‘몇 개의 통합 클러스터로 묶은 단위’ 또는 ‘중복문제로 도 또는 시/군/구 단위’ 의견도 있기에 향후 발행 범위에 대한 논의가 중앙정부 차원에서 이루어질 필요

#### ① 타 지역화폐 이용 경험

- ‘있음’ 14.4%, ‘없음’ 85.6%이며, 이용자의 평균 이용 개수는 1.2개임
  - 이용경험 ‘있음’ : 세종이 30.0%로 상대적으로 높았으며, 나머지 지역은 평균과 비슷

#### ② 발행 범위

- ‘현재 방식인 도 단위와 시/군/구 단위 모두 발행 및 이용해도 문제 없음’ 58.9%<sup>1순위</sup>, ‘도 내 시/군/구들을 몇 개의 통합 클러스터로 묶은 단위로 발행 및 이용해야 함’ 13.6%<sup>2순위</sup>, ‘중복문제로 도 또는 시/군/구 단위에서만 발행 및 이용 가능함’을 합쳐서 22.4%<sup>3순위</sup>
  - ‘중복문제로 도 단위에서만 발행 및 이용 가능’ 2위<sup>-3순위</sup> : 강원도(34.1%), 경상남도(25.5%)
  - ‘중복문제로 시/군/구 단위에서만 발행 및 이용 가능’ 2위<sup>-4순위</sup> : 대구(15.5%), 울산(14.7%), 경상북도(16.4%)
  - ‘특별시/광역시 지역화폐 -> 시/군/구에서 이용 가능, 역방향은 불가’ 3위<sup>-5순위</sup> : 광주(14.3%)

- (신규 발급자의 지속이용 의향) 2020년 코로나19 재난지원금을 받기 위해 처음 발급받은 지역화폐 이용자의 경우 인센티브 조건 여하에 따른 지속이용 의향을 가장 강하게 나타냈기에 제도 운영의 지속성을 담보하기 위해서는 정부/지자체의 여러 지원금 수단으로의 외연 확장과 더불어 관련 예산의 적절한 투입산출 계획이 마련될 필요
  - '인센티브가 클 때만 이용' 42.0%, '계속 이용' 30.2%, '현재로서는 이용의향 없음' 27.8%임
- (전반적인 만족도) 지역화폐의 전반적인 이용(구입-사용-재충전 등)에 있어 어느정도 만족하는 수준으로 나타나, 현재까지 지역화폐 운영이 이용자 중심으로 추진되고 있다고 해석 가능
  - '어느정도 만족' 46.7%, '보통수준' 37.3%, '매우 만족' 9.9% 순으로 이를 5점 만점으로 환산 시 평균 3.59점으로 보통 수준보다 약간 높음
  - 만족도 순위 : 지역 울산 3.88점 → 충청북도 3.87점 → 인천 3.86점, 연령 40대 3.71점 → 60대 이상 3.63점, 소득수준 중상 그룹 3.67점 → 중하 그룹 3.59점
- 둘째, 지역화폐 관련 지식(총 10개 문항, 3점 척도; 모름-대략 알고있음-잘 알고 있음) 중 거래 역량에 해당되는 ⑤ 타 지역화폐의 구입·이용 가능, ⑦ 이용약관의 인지, ⑧ 약관 내 환불 등 세부 내용에 대해서는 '모름' 비율이 30% 이상 되기에 공정거래 활성화 차원에서 이와 관련된 소비자 인지도를 제고할 수 있는 개선방안 마련 필요
- ① 1인당 충전 한도액, ② 연말정산 소득공제, ③ 명칭, ④ 인센티브 예산, ⑥ 지자체별 다른 이용불가 업종 : 보통 수준 이상 알고 있음
- ⑤ 타 지역화폐의 구입·이용 가능, ⑦ 이용약관의 인지, ⑧ 약관 내 환불 등 세부 내용 : 모름 비율이 높음
  - 이용약관 인지' 모름 비율 평균32.0%이 높은 지역 : 광주(40.5%), 전라남도(46.0%), 경상북도(47.9%)
  - '이용약관 내 환불 등 세부내용' 모름 비율 평균30.5%이 높은 지역 : 전라북도(48.0%)
- ⑨ 온누리상품권과의 차이, ⑩ 공동체화폐의 존재 : 대부분 잘 모르는 것으로 나타나 향후 지역화폐 제도의 확장 차원에서 해당 지식에 대한 단계적 인식 제고 필요



- 셋째, 이용에 있어 애로사항 또는 불편함 정도를 구입단계, 이용단계, 제도 전반으로 구분하여 체감불편수준(5점 척도)과 개선시급순위(1+2+3순위 비율)를 분석한 결과를 요약하면 다음과 같음
- 구입단계 : 구입을 위한 사전 정보 획득에 대한 어려움, 개인정보 유출 등 보안에 대한 우려 문제가 크며, 개선 또한 시급한 분야로 나타났기에 구입 방법 등 사전 맞춤정보 제공, 개인정보 보안에 대한 불안감 해소 등을 위한 방안 마련에 초점을 둘 필요
    - ‘구입처, 가능한 지역화폐 유형 등 구입 방법에 대한 정보를 얻기 어려움’ 3.16점, 56.3%<sup>1순위</sup>, ‘개인정보보호, 해킹 대응 등 관련 정보가 부족하여 개인정보 유출 가능성 등 보안 시스템에 대한 불안감’ 3.15점, 42.2%<sup>2순위</sup>
  - 이용단계 : 가맹점과 관련된 항목이 1~3순위를 차지함에 따라 온/오프라인 상에서 가맹점 정보(위치 등)를 쉽게 찾을 수 있도록 정보제공 방식 및 채널의 다양화, 관련 앱 기능 개선 등 추진 필요
    - ‘오프라인 상에서 지역 내 가맹점이 어디인지 정보를 얻기 어려움’ 3.49점, 49.7%<sup>1순위</sup>, ‘지역화폐 앱에서 지역 내 가맹점이 어디인지 찾기가 어려움’ 3.38점, 45.2%<sup>2순위</sup>, ‘지역 내 이용하고 싶은 업종의 가맹점 수가 적어 번거로움’ 3.47점, 43.5%<sup>3순위</sup>
  - 제도전반 : 디지털 격차를 줄일 수 있는 정보 취약계층에 대한 배려 정책 마련, 온라인 결제시스템과의 연동, 지역화폐 발행범위에 대한 지속적 논의 등 진행될 필요
    - ‘고령층 등 IT에 익숙하지 못한 분들에게 소외될 수 있는 환경임’ 3.81점, 57.3%<sup>1순위</sup>, ‘배달앱 등 온라인상에서 결제 연동이 되지 않아 불편함’ 3.64점, 53.0%<sup>2순위</sup>, ‘지역간 경계에 살다보니, 지역별로 별도로 발급받고, 이용 전에 가맹점이 어느 지역 소재지인지 확인해야 하는 등 사용이 번거로움’ 3.32점, 43.7%<sup>3순위</sup>
- 마지막으로, 기대되는 정책 효과 및 세부 정책과제 수요, 그리고 기타 향후 제도 발전을 위한 공동체화폐, 소비유형 등에 대한 분석 결과를 정리함
- (기대되는 정책적 효과) 대다수의 응답자들이 해당 제도의 운영을 통해 ‘가구(가정)의 효율적인 소비경제 추구’, ‘마을 공동체성 회복’ 차원보다는 ‘지역 상권을 살리는 지역경제 활성화’를 기대

- '지역 내 지역경제 활성화(소상공인, 자영업자 등 지역 상권 살리기)' 80.4%<sup>1순위</sup>, '근거리 소용량 소비생활 가능으로 가정(가구)의 효율적 소비경제 실현' 13.2%<sup>2순위</sup>, '지역 내 가까운 이웃과의 접촉빈도 증대로 마을 공동체성 회복' 3.1%<sup>3순위</sup>로 1, 2위 간 큰 격차
  - '지역 상권을 살리는 지역경제 활성화' 평균<sup>평균80.4%</sup> 대비 높은 지역 : 광주 90.5%, 울산 88.2%
  - '가구(가정)의 효율적인 소비경제 추구' 평균<sup>평균13.2%</sup> 대비 높은 연령대 : 20대 17.7%, 30대 20.5%
- (정부 및 지자체 역할) 운영단계와 발전단계에 속한 제도들의 필요수준(5점 척도)과 우선도입순위(1+2+3순위 비율) 간 차이를 보이기에 관련 제도들 간 개선을 위해서는 순차적인 도입 접근이 필요
  - 운영단계 : 거의 모든 항목에서 '어느 정도 필요함(4점대)' 결과로, '가맹점 확보' 및 '이의 철저한 관리', '인센티브의 안정적 유지' 등이 높은 필요 수준을 보임. 다만, 우선도입 과제로 '관련 이용 정보를 쉽게 찾고, 확인할 수 있도록 효율적인 앱 화면 구성'을 꼽았음
    - '환불이나 결제취소 조건, 유효기간, 재발급 등 관련 이용 정보를 쉽게 찾고, 확인할 수 있는 효율적인 앱 화면 구성' 3.89점<sup>1순위</sup>, '지역 내 업종별 가맹점 비율 등을 고려한 가맹점 확보 방안' 4.19점<sup>2순위</sup>, '발행 예산의 확보로 사용 한도액 및 인센티브(선할인, 캐시백 등)의 안정적 유지' 4.14점<sup>3순위</sup>
  - 발전단계 : 대부분 '보통 수준(3점대)' 결과로, 이 중 '온라인 결제방식 도입'의 필요수준 및 우선도입순위가 가장 높게 나타남. 우선도입순위 2, 3위로 '약관 제·개정 작업', '개인별 맞춤형 소비패턴 정보제공'이 차지함
    - '기존 온라인 결제수단과의 연계 등 온라인상에서도 결제할 수 있도록 방식 확대' 4.11점<sup>1순위</sup>, '현 지자체 조례나 이용약관(예로, 서비스 이용약관, 전자금융 거래 이용약관 등) 등에 소비자보호 관련 내용이 미비하거나, 들어가야 할 항목이 빠져있지는 않는지 점검하고 제·개정하는 작업' 3.78점<sup>2순위</sup>, '개인별 맞춤형 지역화폐 소비패턴 정보 제공으로 합리적 소비생활 지원(예로, 일반카드 명세서에서 제공하는 그래프 형태 등)' 3.60점<sup>3순위</sup>

- (공동체화폐 이용) 경험율은 5% 미만으로 낮고, 미 이용 사유로 공동체화폐에 대한 지식 부족과 이용 의지는 있지만 지역에 도입되지 않은 점 등을 꼽음. 앞서 지식수준 결과와 마찬가지로 공동체화폐를 활용한 지역화폐제도의 확장을 위해서는 우선 관련 지식역량 수준이 제고될 필요
  - 공동체화폐 경험율은 4.9%(74명), 평균 이용기간은 3.2개월
  - 미 이용 사유로 '공동체 화폐가 어떤 것인지 전혀 몰라서' 61.0%, '이용하고 싶었지만 내 지역에는 없어서' 20.7% 순임
- (제도 확장방식) '공동체화폐'를 활용하여 자원봉사, 기부금품, 재능나눔, 물품거래 등의 활동을 사회적 가치로 환산하여 일정부분 지역화폐로 지급하는 방식의 도입'에 응답자의 77.3%(1,160명)가 찬성하고 있기에 중장기적 관점에서 이에 대한 사회적 논의의 장 마련 검토
  - 방식 : '신뢰를 바탕으로 하기에 관련 기준 및 공정한 작동시스템 구축에 있어 사회적 합의가 우선' 33.9%<sup>1순위</sup>, '기존 지역화폐+사회적 활동간 교환되는 공동체화폐의 혼합 형태로 갈 필요' 25.9%<sup>2순위</sup>
- (소비유형) 지역화폐 이용과 가장 가까운 소비유형으로 '더불어 같이 사는 상생 소비'로 나타났으며, 제도 홍보 시 연령과 지역별 차이를 보이는 소비유형을 참고하여 지역 주민들에게 소구할 수 있는 방향 시사
  - '더불어 같이 사는 상생 소비' 70.3%<sup>1순위</sup>, '착한 소비' 39.6%<sup>2순위</sup>, '지속가능 소비' 23.1%<sup>3순위</sup>, '가치 소비' 20.9%<sup>4순위</sup>, '윤리적 소비' 14.1%<sup>5순위</sup>
    - '더불어 같이 사는 상생 소비' 가장 높은 연령, 지역 : 연령 60대(79.9%), 지역 충청북도(88.9%)
    - '착한 소비' 평균<sup>평균39.6%</sup> 대비 높은 지역 : 울산(55.9%), 인천(50.0%), 충청남도(48.3%)
    - '가치 소비' 평균<sup>평균20.9%</sup> 대비 높은 연령, 지역 : 연령 20대(26.2%), 지역 강원도(31.3%), 세종(30.0%), 전라북도(28.0%)





---

## 제5장

# 지역화폐와 소비자 상생 방안

제1절 법·제도적 관점에서의 개선방안

제2절 소비생활 관점에서의 향상방안

제3절 결론 및 시사점





## 제5장 지역화폐와 소비자 상생 방안

- 본 장에서는 제3장에서 검토된 관련 법제 현황 및 제4장에서 분석된 소비자조사 결과를 바탕으로 법·제도적 관점에서의 개선방안과 소비생활 관점에서의 발전 방안을 제시하고자 함. 이를 통해 본격적인 이용단계에 접어든 지역화폐 제도가 본래의 도입 취지인 지역경제의 활성화 뿐 아니라 지역 소비자와 함께 더불어 상생할 수 있는 정책 도구로 활용될 수 있을 것임

### 제1절 법·제도적 관점에서의 개선방안

#### 1. 지역사랑상품권 표준 조례안 개정 : 소비자보호 조항 등

- 2020년 7월 시행된 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률(약칭: 지역사랑상품권법)」은 지방자치단체의 장이 발행하는 상품권의 발행·유통 등에 관한 사항을 규정하고 있으며, 그 운영에 관한 세부적인 사항은 지방자치단체의 조례 등에 위임하여 지방자치단체의 자율성을 확보하고 있음
  - 그 전년도인 2019년 12월 24일, 행정안전부는 『2020년도 지역사랑상품권 발행 지원 사업 종합지침』을 발행하고, 해당 종합지침 내 지자체 참고 가이드라인 형태인 **【지역사랑상품권 표준 조례안】**을 제시함
    - **【표준 조례안】**은 그 후 시행된 「지역사랑상품권법」 조항 중 ‘조례로 정하는...’ 각 사항에 대한 가이드라인으로 구성됨
  - 『2020년도 지역사랑상품권 발행지원 사업 종합지침』 내용 중 <주민이 참여하는 발행위원회 구성·운영>의 경우 “지자체는 상품권 발행 과정에서 지역 특성 반영과 주민의 자율적 의사결정 논의를 활성화 하여야한다”고 기술되어 있으며 다음과 같은(예) 제시

- 중요한 내용임에도 불구하고, 현재 **【표준 조례안】** 및 「지역사랑상품권법」에는 포함되어 있지 않음

**「2020년도 지역사랑상품권 발행지원 사업 종합지침」**

**: <주민이 참여하는 발행위원회 구성·운영>**

**예) 00지역사랑상품권 발행위원회**

- 조례에 근거, 위원회 위원 구성계획 수립 및 공개 모집 후 3개월 뒤 출범
- (구성) 주민·가맹점·판매대행점 등 이용자 대표, 시민사회단체 및 전문가, 지방의회, 담당공무원 등 30명
- (역할) 시책 수립 및 운영기준 마련 등 00지역사랑상품권 최고 심의·의결 기구
- (결정) 가맹점 가입 기준 마련(예, 대기업 편의점 가맹 제외 결정) 발행규모 및 권종 기준 마련(예, 추가발행 및 5만원권 발행 결정), 지역공동체 내 학교, 학습 모임 운영 등

□ 본 연구에서 분석된 조례는 광역 및 기초지자체의 28개<sup>30)</sup> 조례로, 소비자보호 조항<sup>31)</sup>(가맹점 취소 및 공개, 가맹점 준수사항, 사용자 준수사항, 위원회 및 위원 구성)과 기타 조항(운영시스템 보안, 개인정보보호 조항 등)을 중심으로 검토한 결과(제3장 <표 3-2> 참조),

**(1) 소비자보호 조항**

- (전반) 「지역사랑상품권법」 시행 전 제정된 조례에는 소비자보호 조항의 부재, 또는 일부 조항만 있는 경우가 다수 있어, 해당 조례들의 개정작업이 반드시 추진될 필요
  - 소비자 조사결과 <표 4-15>에서 보듯이, 정부나 지자체가 우선적으로 추진해야 할 일 중 '지자체 조례나 이용약관 등에 소비자 보호 조항 여부를 점검하고 제·개정하는 작업'이 2순위로 시급성이 높게 나타남

30) 조례 총 169개(시행규칙까지 포함하면 총 247개)로, 이중 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 시행일(2020. 07.02.) 이후 제·개정된 조례 수는 67개(39.6%), 시행규칙 19개(24.4%)임

31) ▲가맹점 취소 및 공개 : 지역화폐 목적에 적합하지 않는 가맹점 업종 규정, 가맹점 취소 시 관련 정보 공개 방식, ▲가맹점 준수사항 : 가맹점이 하여서는 안되는 행위, ▲사용자 준수사항 : 사용자가 사용해서는 안되는 상품권 또는 행위, ▲위원회 위원구성 : 위원 구성에 소비자 또는 시민사회단체에서 추천하는 사람 등 명시



- (가맹점 취소 및 공개) 조항이 있는 경우, 가맹점 취소 시 관련 정보의 공개 방식에 대해서는 대부분 **【표준 조례안】** 조항을 그대로 준용하고 있음. 이에 취소가맹점 정보 항목의 구체적 적시, 공개장소의 다변화를 피하여야 함
  - 소비자 조사결과 <표 4-14>의 제도 운영단계에서 문제가 있는 가맹점 관리, 각종 유통질서 교란 행위의 예방 관련 필요 수준이 높게 나타났기에 해당 취소가맹점에 대한 명확한 정보 및 온·오프라인 동시에 제공하는 방식을 통해 시장에 대한 경고 신호로 활용

#### **[현행 표준 조례안]**

제11조(가맹점 등록의 취소)

- ③ 시·군의 장은 제1항 또는 제2항에 따라 등록을 취소한 경우 그 사실을 이용자 등이 알 수 있도록 00시·군 인터넷 홈페이지에 공개하여야 한다.

- (가맹점, 사용자 준수사항) 「지역사랑상품권법」 시행 이후 제·개정된 조례 중 일부는 모법 제10조(가맹점의 준수사항), 제11조(사용자의 준수사항)를 준용, 관련 조항을 삭제하기도 함. 그러나, 여타 다른 조례의 경우 관련 조항의 삭제보다는 오히려 가맹점 준수사항을 추가하거나, 사용자 준수사항을 구체적으로 명시하는 등 보다 엄격하게 규정하고 있기에 다음의 예시 조항들을 참고한 수정 검토

#### **<현재 조례에 있는 조항들 : 예시>**

- 가맹점은 상품권 판매 활성화를 위한 시책 등에 적극 참여하여야 한다.
- 가맹점은 상품권 판매 활성화와 사용자의 편익을 도모하기 위하여 실시하는 할인행사 등에 적극 참여하여야 한다. 다만, 할인에 있어서 담배, 신간서적 등 법규로서 할인을 제한하는 품목은 그러하지 아니하다.
- 가맹점은 매출증대 및 홍보를 위해 자체 특별행사를 할 수 있다. 다만, 시장이 정하는 경우에는 예외로 한다.
- 가맹점은 농가소득 창출 등 지역경제 활성화를 위해 지역 내에서 생산, 유통되는 물품을 우선 매입 및 판매하기 위해 노력해야 한다.
- 사용자는 이윤을 남기고자 하는 일체 행위를 하여서는 아니된다.
- 다만, 상품권의 훼손이 상품권 소지자의 책임인 경우에는 재발급에 따르는 실제 비용을 상품권 소지자가 부담하게 할 수 있다.
- 사용자는 상품권을 위법행위에 이용하거나 위법행위에 이용될 것을 알면서 유통하여서는 아니된다.

- (위원회 및 위원 구성) 「지역사랑상품권법」 시행 이후 제·개정된 조례 중 해당 조항이 아예 없거나, 구성 조항이 있더라도 위원에 “소비자 또는 시민사회단체에서 추천하는 사람”이 명시되어 있는 경우는 분석 대상 28곳 중 총 6곳에 불과하여 신설 필요
  - 참고로, 성별까지 고려한 ‘성별을 고려하여’ 포함은 총 4곳

## (2) 기타 조항

- (운영시스템 보안, 개인정보 보호) 전자지급수단 형태(신용카드형, 모바일형) 발행 시 「전자금융거래법」에 따른 운영대행사/판매대행점 관련 보안 사고가 발생하지 않도록 하는 운영시스템 보안, 개인정보보호 조항 등이 있는 경우는 분석 대상 28곳 중 총 6곳에 불과
  - 소비자 조사결과에서도(〈표 4-11〉 참조), 소비자들이 관련 정보 부족으로 개인정보 유출 가능성 등 보안시스템에 대한 불안감을 보통 수준 이상 느끼고 있으며, 개선 우선순위도 2위로 높게 나타남
- 운영대행사/판매대행점을 지정하여 관련 업무를 대행하게 하는 경우, 다음 〈예〉 제0조(운영시스템의 보안), 제0조(개인정보 보호) 조항에 대한 검토 필요

<p style="text-align: center;"><b>&lt;예1&gt; 세종특별자치시 세종사랑상품권 발행 및 운영에 관한 조례</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>&lt;예2&gt; 인천광역시 미추홀구 미추홀사랑상품권 발행 및 운영 조례</b></p>
<p><b>제15조(운영시스템의 보안)</b></p> <p>① 운영대행사는 외부로부터의 불법적인 방법에 의한 접근·변경·유출 등의 보안 사고가 발생하지 않도록 필요한 안전대책을 수립·시행하여야 한다.</p> <p>② 운영대행사는 정보의 손상 및 파괴 등 사고에 대비하여 일정한 주기로 백업한 자료를 별도의 안전한 장소에 보관·관리하여야 하며, 사고 발생 시 신속한 복구가 가능하도록 조치하여야 한다.</p> <p><b>제16조(개인정보 보호)</b></p> <p>① 운영대행사는 운영시스템을 통하여 개인 정보가 다른 사람에게 노출되지 않도록 하는 등 개인정보 보호를 위하여 필요한 안전대책을 마련하여야 한다.</p> <p>② 운영대행사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 외에는 서비스 제공과 관련하여 취득한 개인정보를 본인의 승낙 없이 제3자에게 누설 또는 배포할 수 없으며 다른 용도로 사용할 수 없다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 관계 법령에 따라 수사상 목적으로 관계 기관으로부터 요구가 있는 경우</li> <li>2. 그 밖에 관계 법령에서 정한 절차에 따라 요청한 경우</li> </ol>	<p><b>제8조(운영시스템의 보안)</b></p> <p>① 판매대행점은 외부로부터의 불법적인 방법에 의한 접근·변경·유출 등의 보안 사고가 발생하지 않도록 필요한 안전대책을 수립·시행하여야 한다.</p> <p>② 판매대행점은 정보의 손상 및 파괴 등 사고에 대비하여 일정한 주기로 백업한 자료를 별도의 안전한 장소에 보관·관리하여야 하며, 사고 발생 시 신속한 복구가 가능하도록 조치하여야 한다.</p> <p>③ 시스템의 보안에 관하여 그 밖에 필요한 사항은 국가정보통신보안 관련 규정에 따라 관리하여야 한다.</p> <p><b>제9조(개인정보 보호)</b></p> <p>① 판매대행점은 운영시스템을 통해 개인정보가 다른 사람에게 노출되지 않도록 하는 등 개인정보 보호를 위하여 필요한 안전대책을 마련하여야 한다.</p> <p>② 판매대행점은 서비스 제공과 관련하여 취득한 개인정보를 본인의 승낙 없이 제3자에게 누설 또는 배포할 수 없으며 다른 용도로 사용할 수 없다. 다만, 다음 각 호의 경우에는 예외로 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 관계 법령에 따라 수사상 목적으로 관계 기관으로부터 요구가 있는 경우</li> <li>2. 통계작성 및 판매분석 등의 목적을 위하여 필요한 경우로서 특정개인을 알아볼 수 없는 형태로 가공하여 제공하는 경우</li> <li>3. 그 밖에 관계법령에서 정한 절차에 따라 요청한 경우</li> </ol>

○ (별도 인센티브 제도, 부정유통 신고포상제 등) 분석대상 지자체 중 공주, 군산, 시흥(가나다순) 조례에서는 상품권 활성화 방안의 일환으로 다양한 ‘인센티브 제공’ 방식을 개발·운영하고 있음. 또한 군산의 경우에는 ‘부정유통 신고포상제’를 두어 상품권 유통에 대한 자율 모니터링과 인센티브 제공을 결합한 새로운 형태의 지급 방식을 도입하여 지역화폐의 지속 이용을 견인하고 있음

- 이에, 타 지자체에서 지역화폐 이용 활성화를 제고할 수 있는 참고 가능한 시범 모델로 제안

- 【표준 조례안】 제14조(상품권 활성화 지원)에 따르면 각종 장려금, 포상금 및 시상금 등 일부를 상품권으로 지급할 수 있도록 함

<p>공주시랑상품권 발행 및 운영에 관한 조례</p>	<p>제14조(상품권 활성화 지원)</p> <p>⑥ 다음의 가맹점에서 결제할 시에는 인센티브를 추가로 제공한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 전통시장 가맹점 10%</li> <li>2. 로컬푸드·친환경 가맹점 7%</li> <li>3. 그밖의 가맹점 5%</li> </ol>
<p>군산사랑상품권 관리 및 운영 조례</p>	<p>제13조(상품권 활성화시책)</p> <p>④ 시장은 지역경제 활성화를 위하여 다음 각 호에 해당하는 경우[별표1]에 따라 인센티브 성격의 상품권을 예산의 범위 안에서 지급할 수 있으며 상품권을 지급받고자 하는 자는 인센티브 지급 신청서[별지 제1호~제2호]를 작성하여 신청하여야 한다. 다만, 상품권 지급수량을 자체 프로그램에서 확인 가능한 경우 신청서 작성을 생략할 수 있다</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 골목상권 상가 이용자</li> <li>2. 시 소유의 문화·체육 등 관련 시설물을 유료로 이용한 자</li> <li>3. 그밖에 지역경제 활성화를 위하여 시장이 지원이 필요하다고 인정하는 자</li> </ol> <p>제15조(부정유통 신고포상제)</p> <p>① 시장은 상품권의 부정유통방지를 위하여 신고포상제도를 운영할 수 있다.</p> <p>② 제6조제2항의 가맹점 취소 사유 중 각 호의 어느 하나에 해당하는 가맹점을 신고한 사람 및 제17조에 해당하는 사항을 신고한 사람을 포상금 지급 대상자로 한다. 다만 신고내용이 위반 사실의 직접적인 근거가 되지 못한 신고자에게는 포상금을 지급하지 아니한다.</p> <p>③ 신고포상금은 예산의 범위에서 상품권으로 지급하되, 지급대상 위반행위 유형별 지급 기준은(별표2)와 같으며 신고자 1인 연간 지급 한도액은 100만원으로 한다.</p>
<p>시흥화폐 발행 및 운영에 관한 조례</p>	<p>제18조(시흥화폐 활성화 시책)</p> <p>⑥ 시장은 시흥화폐 유통촉진을 위하여 다음 각 호에 해당하는 시흥화폐 홍보 마케팅 활동에 필요한 시책을 시행할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 시흥시에서 개최하는 행사 참가자에 대하여 2천원 이내의 시흥화폐 판촉물 배부</li> <li>2. 모바일 시흥화폐와 연계한 건강걷기앱 사용자에게 대하여 일 100원 이내의 범위에서 걷기포인트 시흥화폐 지급</li> </ol> <p>⑦ 시흥시(출자·출연기관을 포함한다)가 운영하는 공공 및 관광시설 등 입장료 및 각종 행사 참가비의 일부를 시흥화폐로 환급할 수 있다.</p>

- (제1안) 본 연구에서는 소비자권의 제고 차원에서 【표준 조례안】 개정 및 신설 조항을 다음과 같이 제안함

〈표 5-1〉 【지역사랑상품권 표준 조례안】 개정

현행	개정(안)
<p>00사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례안</p> <p>제11조(가맹점 등록의 취소) ①~② 생략 ③ 시·군의 장은 제1항 또는 제2항에 따라 등록을 취소한 경우 그 사실을 이용자 등이 알 수 있도록 00시·군 인터넷 홈페이지에 공개하여야 한다.</p> <p>〈신설〉</p>	<p>00사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례안</p> <p>제11조(가맹점 등록의 취소) ①~② 생략 ③ 시·군의 장은 제1항 또는 제2항에 따라 등록을 취소한 경우 <b>취소가맹점의 상호와 사업장 주소를</b> 이용자 등이 알 수 있도록 00시·군 인터넷 홈페이지, <b>해당 주민센터</b> 등에 공개하여야 한다.</p> <p><b>제0조(위원회 설치)</b> 시·군의 장은 상품권 운영과 관련하여 다음 각 호에 관한 사항을 협의·조정하기 위하여 00위원회를 둘 수 있다. 1. 상품권 발행 및 유통 활성화에 관한 사항 2. 판매대행업·운영대행사 지도·감독에 관한 사항 3. 그 밖에 시·군의 장이 필요하다고 인정하는 사항</p> <p><b>제0조(위원회 구성)</b> ① 위원회는 위원장과 부위원장 각 1명을 포함하여 00명 이내의 위원으로 구성한다. ② 위원장은 시·군의 장이 되고, 부위원장은 위촉직 위원 중에서 호선한다. ③ 당연직 위원은 -----으로 구성하고, 위촉직 위원은 다음 각 호에 해당하는 사람 중에서 성별을 고려하여 시·군의 장이 위촉한다. 1. 시·군의 상품권 이용자 또는 시민사회단체에서 추천하는 사람 2. 소상공인 지원 관련 공공기관, 법인 또는 단체에서 추천하는 사람 3. 경제 및 금융기관 종사자 4. 상품권 분야에서 학식과 경험이 풍부한 사람 5. 그밖에 시·군의 장이 필요하다고 인정하는 사람</p> <p><b>제0조(운영세칙)</b> 그 밖에 위원회의 운영에 관한 세부적인 사항은 위원회의 의결을 거쳐 위원장이 정한다.</p>

- **(제2안) 【표준 조례안】**은 지자체에서 관련 조례의 제·개정 시 참고하는 가이드라인 성격으로 강제력이 낮음. 이에 관련 위원회 설치 및 운영 규정의 대안으로 현재 각 지자체에서 운영 중인 『소비자 기본 조례』내 소비자정책위원회 기능의 하나로 ‘00사랑 상품권 발행 및 운영에 관한 사항’을 신설하는 방식 제안

**〈표 5-2〉 각 지자체의 『소비자 기본 조례』 내 소비자정책위원회 기능 개정**

현행	개정(안)
<p><b>제0조(소비자정책위원회 기능)</b>            ① 위원회는 소비자권의 증진과 지방단위 물가안정을 위하여 다음 각 호의 사항을 심의·의결한다.            1. 소비자정책 시행계획의 수립에 관한 사항            2. 소비자정책의 평가 및 제도개선에 관한 사항            3. 소비자단체의 지원·육성에 관한 사항  <b>〈신설〉</b></p>	<p><b>제0조(소비자정책위원회 기능)</b>            ① 위원회는 소비자권의 증진과 지방단위 물가안정을 위하여 다음 각 호의 사항을 심의·의결한다.            1. 소비자정책 시행계획의 수립에 관한 사항            2. 소비자정책의 평가 및 제도개선에 관한 사항            3. 소비자단체의 지원·육성에 관한 사항  <b>4. 00사랑상품권 발행 및 운영에 관한 사항</b></p>

## 2. 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 시행령 개정 : 환불기준

- 「지역사랑상품권법」 및 동법 시행령에 ‘미사용 상품권에 대한 환불기준’ 조항이 부재하여, 일부 지자체 조례에서는 현행 관련 법(전자금융거래법 시행령, 신유형 상품권 표준약관, 지류형 상품권 표준약관)과 상이한 근거 기준 적용으로 소비자권의 침해 우려
- (근거 법) 전자화폐의 발행 및 환금방법, 상품권 표준약관 내 환불기준 및 소멸시효에 대한 규정을 두어, 유효기간 경과 후에도 소멸시효(5년)가 완성되지 않은 경우 미사용 부분에 대한 반환 청구 가능

### 〈전자금융거래법 시행령(금융위원회)〉

#### 제11조(전자화폐의 발행 및 환금방법)

④ 전자화폐발행자는 전자화폐보유자가 교환을 요구하면 교환요구금액 전부를 즉시 현금으로 지급하거나 전자화폐보유자의 예금계좌로 지급하여야 한다. 다만, 전자화폐의 파손 등으로 인하여 교환요구금액을 확인할 수 없으면 교환을 요구받은 날부터 15일 이내에 해당 전자화폐 가맹점의 대금청구와 이에 따른 결제내역 등을 확인한 후 즉시 그 금액을 지급하여야 한다.

### 〈신유형 상품권 표준약관(공정거래위원회)〉

#### 제7조(환불)

- ③ 유효기간 경과 전, 특정 물품 등의 제공형 신유형 상품권 경우, 신유형 상품권 상의 물품 등의 제공이 불가능하거나 제공에 필요한 통상적인 기간보다 현저히 지체되는 경우 고객의 요구에 따라 발행자 등은 해당 신유형 상품권과 동일한 금전적 가치의 신유형 상품권으로 즉시 교환하거나 구매액을 반환하여야 한다.
- ④ 유효기간 경과 후(제8조의 소멸시효가 완성되지 않은 경우에 한함), 구매일 또는 최종 충전일로부터 5년까지 고객은 발행자 등에게 신유형 상품권의 미사용 부분에 대한 반환을 청구할 수 있으며, 발행자 등은 잔액(제2항의 기준에 따라 계산된 금액)의 90%를 반환해야 한다.
- ⑤ 환불을 요청할 수 있는 권리는 신유형 상품권의 최종 소지자가 가진다. 다만, 최종 소지자가 환불을 요청할 수 없는 경우에 한하여, 구매자가 환불을 요청할 수 있다. 이때 구매자에게 환불한 경우 발행자는 환불에 관한 책임을 면한다.

#### 제8조(소멸시효)

- ① 신유형 상품권을 구매한 날 또는 충전일로부터 5년이 경과하면 상법상의 상사채권소멸시효가 완성되어 고객은 발행자 등에게 물품 등의 제공, 환불 및 잔액반환을 요청할 수 없다. 다만, 발행자 등이 자발적으로 신유형 상품권의 사용을 허락한 경우에는 소멸시효를 적용하지 아니한다.
- ② 제1항의 기간을 산정함에 있어 금액형 신유형 상품권의 경우 충전일을 기점으로 순차적으로 소멸시효가 완성된다.

### 〈지류형 상품권 표준약관(공정거래위원회)〉

#### 제7조(소멸시효)

상품권을 발행한 날로부터 5년이 경과하면 상법상의 상사채권소멸시효가 완성되어 고객은 발행자등에게 물품 등의 제공, 환불 및 잔액반환을 요청할 수 없다. 다만, 발행자등이 자발적으로 상품권의 사용을 허락한 경우에는 소멸시효를 적용하지 아니한다.

- (일부 지자체 조례) 유효기간 경과 상품권에 대한 처리 조항에 있어 소비자에게 불리한 조건으로 규정

<p><b>군산사랑상품권 관리 및 운영 조례</b></p>	<p><b>제16조(유효기간 경과 상품권)</b> 유효기간 만료 시까지 환전 청구되지 아니한 상품권 판매대금은 군산시로 귀속한다. 이 경우 귀속되는 금액은 판매금액이 확인되는 경우에는 판매금액, 확인이 불가능한 경우에는 액면금액의 100분의90으로 한다.</p>
<p><b>포항시 포항사랑 상품권 관리 및 운영 조례</b></p>	<p><b>제16조(유효기간 경과 상품권)</b> 유효기간 만료 시까지 환전 청구되지 않은 상품권의 판매대금은 시에 귀속된다.</p>

<p><b>청주사랑상품권 발행 및 운영 조례</b></p>	<p><b>제7조(상품권 잔액의 환급)</b></p> <p>① 시장은 상품권 금액(충전형 상품권의 경우 사용자의 최종 충전 시점에 기재된 금액)의 100분의 60 이상에 해당하는 물품 등을 제공받은 고객이 잔액의 반환을 요구하는 경우 잔액을 반환하여야 한다. 다만, 반환하는 잔액 중 인센티브 금액은 시로 귀속한다.</p> <p>② 유효기간 만료 시까지 환전이 청구되지 아니한 상품권 판매대금은 시로 귀속한다.</p>
<p><b>음성군 음성사랑 상품권 발행 및 운영 조례</b></p>	<p><b>제8조(상품권의 이용 활성화 조치)</b></p> <p>② 군수는 판매대행점, 가맹점 또는 상품권 사용자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 제1항제1호에 따라 할인된 금액의 전부 또는 일부를 환수할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상품권 충전금액 중 사용하고 남은 금액을 현금으로 환전할 경우 환전한 금액에 지원된 할인금액</li> <li>2. 상품권 유효기간 만료 시까지 사용하지 않은 상품권에 지원된 할인금액</li> </ol>
<p><b>진천사랑상품권 관리 및 운영 조례</b></p>	<p><b>제16조(환전되지 않은 상품권의 귀속)</b></p> <p>유효기간 만료 시까지 환전 청구되지 않은 상품권의 판매금액은 군에 귀속된다.</p>

- 지역화폐 관련 이용약관 중 [코나카드 서비스 이용약관]의 경우, '환급 및 유효기간'에 대한 규정을 두고 있음. 그러나, 소비자 설문조사 결과 <표 4-9>에서 보듯이 '이용약관 유/무 및 내용' 지식에 있어 대략 알고 있거나 모르는 비율이 높고, '이러한 정보(환불, 결제취소 조건, 유효기간 등 이용정보)를 쉽게 찾고 확인할 수 있도록 지역화폐 앱화면의 효율적 구성'이 정부나 지자체에서 우선적으로 해야 할 1순위 정책으로 나타남(<표 4-14> 참조)
- 소비자가 확인해야 할 이용약관도 '서비스 이용약관', '전자금융거래 이용약관', '위치기반서비스 이용약관' 등 종류와 내용, 제공방식 측면에서 가독성과 이해도 저하 야기



- **(제1안)** 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 시행령 개정으로 환급 요청 대상, 환급기준, 소멸시효, 귀속조건 등을 규정하고, 세부 사항은 조례에 위임하는 개정안 제시

〈표 5-3〉 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 시행령 개정(1안)

현행	개정(안)
〈신설〉	<p><b>제0조(유효기간 경과 상품권)</b></p> <p>① 지역사랑상품권 사용자가 유효기간이 경과하였으나 소멸시효(발행일 또는 최종 충전일로부터 5년)가 완성되지 않은 상품권에 대한 환급을 요청하는 경우 지방자치단체의 장은 조례에서 정하는 비율에 따라 환급하여야 한다.</p> <p>② 소멸시효 완성 시까지 환급이 청구되지 아니한 상품권의 잔액은 지방자치단체에 귀속할 수 있다.</p>

- **(제2안)** 현재 두 표준약관 모두 소멸시효 조항에서, “소멸시효 후에도 발행자 등이 자발적으로 상품권의 사용을 허락한 경우에는 소멸시효를 적용하지 아니한다.”라고 되어 있음. 이에, 지역화폐의 경우 영리 목적의 사업자가 아닌 지방정부가 발행하는 특징을 고려하여 자발적으로 사용을 허락한 경우 소멸시효를 적용하지 않는 ③항을 추가한 개정안 제시

〈표 5-4〉 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 시행령 개정(2안)

현행	개정(안)
〈신설〉	<p><b>제0조(유효기간 경과 상품권)</b></p> <p>① 지역사랑상품권 사용자가 유효기간이 경과하였으나 소멸시효(발행일 또는 최종 충전일로부터 5년)가 완성되지 않은 상품권에 대한 환급을 요청하는 경우 지방자치단체의 장은 조례에서 정하는 비율에 따라 환급하여야 한다.</p> <p>② 소멸시효 완성 시까지 환급이 청구되지 아니한 상품권의 잔액은 지방자치단체에 귀속할 수 있다.</p> <p>③ 다만, 지방자치단체가 자발적으로 상품권의 사용을 허락한 경우에는 소멸시효를 적용하지 아니한다.</p>

## 제2절 소비생활 관점에서의 향상방안

### 1. 지역화폐 유통 네트워크의 확대 노력 : 경제주체 간 상생 차원

- 지역 내 지역화폐 이용이 활성화되기 위해서는 지자체의 도입 목적, 소비자의 이용 의도, 가맹점의 참여 의지의 세 가지 축을 중심으로 하는 확대 전략이 잘 맞물려 돌아가야 함. 이를 위한 지역 상권 내 유통 네트워크의 구축 및 규모의 확대는 전적으로 운영 주체인 지자체의 역할임
- 최근 들어 지역화폐 유통 네트워크의 확대를 위한 다양한 시책들이 지자체별로 기획·추진되고 있음. 이에 각 지자체에서는 ▲온라인 채널로의 결제방식 확대 검토, ▲오프라인 가맹점의 유인 요인 파악, ▲정책수당 지급수단으로 연계 모색, ▲이용자 측면에서의 효과분석 조사 등 소비자이슈의 정기적 점검 필요
- (온라인으로 확대 : 지역화폐 활용 배달앱) 기존 배달앱의 수수료 논란 이후, 전국 최초로 군산시에서 공공배달앱인 ‘배달의 명수’ 출시(2020.3월)를 시작으로 서울시 ‘제로배달유니온’(2020.9월), 시흥시 ‘시루 배달앱’(2020.11월, 시범운영), 천안시 ‘천안형 공공배달앱’(2020.12월), 경기도 ‘배달특급’(2020. 12월, 시범운영)<sup>32</sup> 등 본격적인 도입·운영
  - 소비자 설문조사 <표 4-15>의 제도발전 단계 결과에서도 ‘기존 온라인 결제 수단과의 연계 등 온라인상에서도 결제할 수 있도록 방식 확대’ 항목이 필요 수준(5점 만점에 4.11점) 및 우선도입순위(1순위) 모두 높게 나타남
- (오프라인 가맹점 유인 : 집중홍보 제공 등) 세종시는 상생+(플러스)가맹점(2020. 9월) 제도를 도입. 이는 지역화폐 사용 시 해당 가맹점에서 자체적으로 5~10% 선 할인을 실시하여 소비자에게 2배 할인 혜택을 제공하는 방식임

32) 경기도청(2020.11.17일자), ‘12월 1일 경기도 공공배달앱 ‘배달특급’이 온다’, <https://www.gg.go.kr/bbs/boarView.do?bsIdx=464&blIdx=13973242&menuId=1534>

- 상생+(플러스)가맹점 입장에서는 시청 홈페이지와 여민전 앱 상에 별도 홍보 공간이 마련되어 가맹점이 자체적으로 주소, 전화번호, 제공품목, 사진 등을 게시할 수 있도록 하고 있어 소비자에게 노출 빈도가 높은 마케팅 효과를 기대할 수 있기에 지자체 입장에서는 다양한 가맹점 유인 도구로 활용 가능
- (정책수당 지급수단과의 연계) 경기도는 청년기본소득, 아동수당, 산후조리비 지원 등의 정책수당을 지역화폐 수단으로 지급하고 있으며, 올해 들어 여러 지자체(세종, 전라남도, 충청남도 등)에서 출산장려금, 농어민 수당 등 지급 시작으로 이용자 확대를 통한 지역경제 살리기의 선순환 구조를 꾀하고 있음
- (이용자 측면에서의 도입 효과분석) 가맹점 모집 수, 발행액, 생산유발액, 부가가치 유발액, 취업유발인원 등 계량화된 경제적 파급효과 분석은 재정 투입 입장에서는 매우 중요. 다만, 공급자 위주의 전략에서 이용자의 편의성 제고를 위한 소비자 이슈를 점검하는 전략으로 전환될 필요가 있음. 주기적인 이용자 현황조사 실시 등을 통해 발생 가능한 소비자문제에 선제적으로 대응할 수 있는 체계 마련 필요

## 2. 가치교환형 지역화폐로의 확대 검토 : 정책의 지속가능성 차원

- 현재 지역화폐 제도는 단기적으로는 지역 내 소득의 역외 유출 방지 및 지역소상공인들의 소득 증가에 따른 지역 경제 활성화를 목적으로 하며, 장기적으로는 지역 내 이용자-사업자 간 선순환 거래구조에 따른 시장 경제 안정화를 꾀할 수 있어야 함
- 기존 연구들에서 지역화폐 기대효과의 하나로 공동체성 유대감이나 신뢰 관계의 증진을 통하여 이용자에게 새로운 가치를 부여할 수 있다고 언급하고 있으며(이중화 외, 2020), 이용자들의 지속적 참여를 유인할 수 있는 방안의 하나로 개인의 경제활동을 사회적 가치로 환산하여 이를 지역화폐로 지급하는 방식에 대한 검토가 필요한 시점

- 소비자 설문조사 <4-15>에서 ‘자원봉사, 기부금품, 재능나눔, 물품거래 등의 활동을 사회적 가치로 환산하여 일정 부분 지역화폐로도 지급하는 혼합방식의 도입’이 보통이상(5점 만점에 3.71점) 필요한 수준으로 나타남. 지역화폐의 확장방식으로 ‘공동체화폐’를 활용한 제도의 도입에 대해서는 응답자의 77.3%가 도입에 찬성하며 (<그림 4-11> 참조), 선행 조건으로 ‘관련 기준 및 공정한 작동 시스템 구축에 있어 사회적 합의가 우선’이라는 의견이 가장 많아, 각 지자체별로 기획에서 실제 도입·운영까지 주민공청회 등 이해관계자 집단을 대상으로 다양한 의견수렴 절차가 마련될 필요
- 현재 사회적 가치 활동과 연계하여 몇몇 지자체에서 시행하고 있는 방식을 소개하면 다음과 같음
  - (서울시 노원구) 2017년부터 자원봉사, 재능나눔, 기부금품, 물품거래 등의 활동을 노원(NW) 지역화폐로 환산해서 지급하는 등 회원 간의 신뢰를 바탕으로 한 지역 공동체 회복과 지역경제 활성화를 추구하는 지역화폐 제도를 도입·운영
  - (시흥시) 모바일 시루와 연계된 건강걷기 앱(가칭 만보시루)을 개발·오픈 예정에 있음. 만보를 걸으면 시흥시 지역화폐 100포인트를 적립시켜 주는 방식으로 시민의 건강권 증진과 지역경제 활성화를 연결시키겠다는 목적과 함께 ‘쓰는 지역화폐’에서 ‘버는 지역화폐’로의 인식 전환을 기대<sup>33)</sup>
  - (성남시) 2020년 1월, 재활용이 가능한 쓰레기를 가져오면 현금이나 지역화폐로 주는 ‘자원순환가게 re 100(recycling 100%)’을 시작함. ‘제대로 비우고, 행구고, 분리한’ 재활용품을 가져오면 무게에 따라 현금 또는 모바일 성남사랑상품권으로 보상하는 방식<sup>34)</sup> 도입

33) <http://hrights.or.kr/susan/?uid=12872&mod=document&pageid=1>

34) 최근 1년간 232가구의 주민이 가져온 2만1,625kg 분량의 재활용 쓰레기에 538만 1,608원 보상(품목별 보상액은 2020.7월 기준 1kg당 알루미늄 캔 800원, 의류 400원, 플라스틱 150원, 서적 100원, 섬유 100원 등)

- (춘천시) 2020년 1월부터 신재생에너지 보급 확산을 위해 지역 에너지화폐인 ‘춘천 소양에너지페이’를 지급<sup>35)</sup>. 에너지화폐란 단독·공동주택을 지으면서 태양광 등 신재생에너지를 설치하면 에너지 포인트를 지급하는 방식으로, 온실가스 감축과 에너지 절약 정책에 기여한 이용자들에게 제공하는 인센티브임. 현금처럼 사용 가능하고 지방세, 주차료 등 공공요금도 납부할 수 있도록 인프라 구축 계획을 밝힘
  - ‘춘천시 소양에너지페이 지급 및 운용 조례’ 제정(2020.09.07.)
- 이는 향후 지역화폐 예산 규모에 전적으로 의존하는 인당 사용한도액 및 인센티브 비율의 안정성이 확보되지 못하더라도 지속적 이용에 동참하고 지역 구성원으로서 공감대를 형성하는 촉진 도구로의 기능을 기대
  - 기존 전통적인 품앗이 방식에 기반한 상호부조 방식의 ‘공동체화폐’는 마을공동체 그룹에서 주도하는 형태로 지속가능성 차원에서 일부 한계를 보이기도 함. 앞서 기술된 지자체 주도형 가치교환형 지역화폐로의 도입은 기존 공동체화폐가 지닌 공동체 활동에의 참여와 즐거움, 소속감을 바탕으로 현재 지역화폐가 주는 인센티브 효익, 지역상권 거래에 대한 신뢰 형성 등이 결합된 방식이기에 정책 실패의 가능성이 낮음
    - 가치교환형은 이용자와 가맹점의 수용 가능성이 높고, 운영을 위한 예산 투입이 먼저 이루어지지 않아도 되기에 시범사업으로의 위험도 또한 낮음
  - 다만, 해당 방식의 도입 당위성에 대해서는 공감하지만 현실적인 차원에서 그 성과를 담보할 수 없다는 의견도 있을 수 있음. 사회적 가치 활동이 새로운 화폐가치로 인식되고 능동적인 이용 행태가 정착되기 위해서는 사회적 합의 또는 정책적 합의가 반드시 필요

### 3. 이용자 중심의 맞춤형 정보제공 강화 : 합리적 소비생활 관점

- 지역화폐를 전자지급수단 형태(신용카드형, 모바일형)로 발행하는 경우, 지역화폐 앱을 통한 가맹점 정보, 개인별 이용 현황, 잔액 조회, 이용약관 확인, 공지사항 등 이용자에게 다양한 정보를 제공하고 있음. 현재 지자체에서는 개인의 지역화폐 이용정보를 수집,

35) 연합뉴스(2020.9.10.일자 기사), ‘춘천시 전국 첫 ‘에너지 화폐’ 내년 1월 지급’, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20200910112200062?input=1195m>

- 비식별정보로 가공하여 연구소, 학교, 기업 등에 제공하는 등 수익사업으로 운영 중
- (경기도) 소비자들의 권리를 보장하고 지역화폐를 통한 지역경제 활성화를 추진한다는 목적 하에 ‘경기도형 데이터 배당제도’를 실시. 이는 기업이 소비자들의 데이터를 수집·활용하여 수익을 창출할 경우 데이터 생산에 기여한 개인에게 수익의 일부를 되돌려 주어야 한다는 개념임
  - 가맹점 등에는 이러한 정보를 주기적으로(월별, 분기별) 제공하여 가맹점 운영에 도움이 될 수 있도록 제공하는 지자체도 있음. 다만, 이 경우에도 이용자에게는 주/월별 이용 업종, 소비 행태 등 다양한 정보가 제공되지 않음에 따라 개인의 합리적인 소비생활을 지원한다는 차원에서 이용자 맞춤형 정보제공이 강화될 필요
    - 소비자 설문조사 <그림 4-3>에서 보듯이 지역화폐를 통해 기대되는 정책적 효과로 ‘지역 내 지역경제 활성화’ 다음으로 ‘근거리 소용량 소비생활 기능으로 가정(가구)의 효율적 소비경제 실현’을 꼽음
    - <그림 4-4> 월 평균 이용금액도 ‘10만원 이상~30만원 미만’이 가장 많았으며, 이 또한 현재 수준을 유지하거나 향후 늘리겠다는 비중도 89.5%로 비교적 적극적인 이용의도를 보이고 있기에 개인별 이용현황이나 소비 행태 등에 대한 맞춤형 정보제공을 통해 보다 효율적이고 지속적인 이용을 견인할 수 있을 것임
    - <표 4-15>의 지역화폐 운영을 위한 정부 및 지자체의 역할 중 ‘개인별 맞춤형 지역화폐 소비패턴 정보 제공으로 합리적 소비생활 지원(예로, 일반 카드 명세서에서 제공하는 그래프 형태 등)’ 항목이 3.60점(5점 만점), 3순위로 나타남
  - 이에, 주기적으로 개인의 이용 현황 정보를 가공·활용한 소비패턴 정보 분석 및 시각화된 제공 방식을 통해 개인의 합리적인 소비생활을 지원할 수 있는 도구로 활용되기를 기대

### 제3절 결론 및 시사점

- 본 연구는 지역화폐의 도입 목적인 지역경제 활성화라는 사회적 가치에 공감하고 참여하는 소비자 관점에서 지역화폐 관련 소비자 이슈를 다각도로 살펴봄으로써 관련 정책을 수립·실행하는 정부 및 지자체에 다양한 시사점을 제시하고자 추진함
  - 지역화폐 제도가 지방정부의 재정정책 도구로서 효과적으로 기능하기 위해서는 정책 수혜자이자 이용자인 소비자 중심의, 소비자 지향적인 시장 환경이 조성될 필요가 있음
  - 연구방법은 (1) 지역화폐가 소비자 및 소비생활에 미치는 영향을 파악하고, (2) 국내외 지역화폐 운영 및 법·제도 현황을 최신 사례를 중심으로 검토하고, (3) 소비자 및 소비생활 관련 이슈를 소비자 대상 설문조사를 통해 도출한 후, (4) 이를 바탕으로 법·제도적 개선방안, 소비생활 관점에서의 향상방안을 제시
- 제3장에서 검토된 관련 법제 현황 및 제4장에서 분석된 소비자조사 결과를 바탕으로 법·제도적 관점에서의 개선방안과 소비생활 관점에서의 발전방안을 다음과 같이 제시함
  - 법·제도적 관점에서의 개선방안으로,
    - 첫째, 지역사랑상품권 표준 조례안 또는 『소비자 기본 조례』 개정을 제안함(2개안). 행정안전부의 '00사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례(안)'의 <수정조항>으로 제11조(가맹점 등록의 취소) 이용자 고지 부분에 대한 명확화, <신설조항>으로 소비자 또는 시민사회단체에서 추천하는 사람이 포함된 위원회 설치 등(1안), 또는 <신설조항>으로 각 지자체의 『소비자 기본 조례』 내 소비자정책위원회 기능의 하나로 추가하는 방안(2안)
    - 둘째, 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 시행령 개정(2개안)을 제안함. 현재 '미사용 상품권에 대한 환불기준' 조항이 부재하여 소비자권의 침해 우려가 있기에 <신설조항>으로 유효기간 경과 상품권에 대한 환급 요청 대상, 환급기준, 소멸시효, 귀속조건 등을 규정하고, 세부 사항은 조례에 위임하는 방안(1안), 여기에 지방정부가 발행하는 특징을 고려하여 자발적으로 사용을 허락한 경우 소멸시효를 적용하지 않는다는 항을 추가함(2안) 제시

## ○ 소비생활 관점에서의 향상방안으로,

- 첫째, 경제주체 간 상생 차원에서 지역화폐 유통 네트워크의 확대 노력 필요성을 설명하고, 구체적 실행방안으로 ▲온라인 채널로의 결제방식 확대 검토, ▲오프라인 가맹점의 유인 요인 파악, ▲정책수당 지급수단으로 연계 모색, ▲이용자 측면에서의 효과분석 조사 등 소비자이슈의 정기적 점검 필요 제안
- 둘째, 정책의 지속가능성 차원에서 가치교환형 지역화폐로의 확대 검토를 모색함. 이를 위해 이용자들의 지속적 참여를 유인할 수 있는 방안의 하나로 개인의 경제 활동을 사회적 가치로 환산하여 이를 지역화폐로 지급하는 방식 도입을 제안
- 마지막으로, 합리적 소비생활 관점에서 이용자 중심의 맞춤형 정보제공 강화를 제안함. 주기적으로 개인의 이용 현황 정보를 가공·활용한 소비패턴 정보 분석 및 시각화된 제공 방식을 통해 개인의 합리적인 소비생활을 지원할 수 있는 도구로 활용 가능

□ 본 연구에서 제시한 여러 방안들을 토대로 이제 본격적인 이용 단계에 접어든 지역화폐 제도가 본래의 도입 취지인 지역경제의 활성화 뿐 아니라 지역 소비자와 함께 더불어 상생할 수 있는 효과적인 정책 도구로 활용되기를 기대함

## ○ 이번 연구에서 다루지 못한 몇 가지 사안은 향후 관련 연구 수행 시 참고할 수 있도록 기술하고자 함

- 첫째, 지속적으로 안정적인 중앙정부/지자체 예산을 확보할 수 있는 재정방안
- 둘째, 이와 반대로 향후 인센티브 비율이 낮아진 이후에도 지역화폐 제도가 지속가능할 수 있는 발전방안
- 셋째, 본 설문조사 결과의 하나인 광역 또는 클러스터 차원에서의 지역화폐 발행범위 확대방안, 마지막으로 디지털·금융 리터러시 격차 해소를 위한 교육, 인구통계학적 특성별(예로, 소득수준) 접근 등 소비자역량 강화방안 등이 검토될 필요



## [ 참고 문헌 ]

- 류기환(2015), “지역화폐를 통한 지역경제 활성화 방안”, 국제지역연구 제19권제1호.
- 신두섭(2020), [코로나극복특집회] 코로나19로 인한 지역경기 침체, 전자지역사랑상품권으로 살린다, 지방자치 정책브리프 제90호, 2020.04.
- 여효성·김성주(2019), 지역사랑상품권 전국 확대발행의 경제적 효과 분석, 한국지방행정연구원, 정책연구 2019-17.
- 유문무(2019). “지역복지운동으로서의 지역화폐운동 정착방안”. 노동연구, 제39집. 2019.12.
- 유영성 외(2020), 경기도 기본소득의 1년 회고, 긍정적 정책효과가 보인다, 경기연구원 이슈&진단, No.402., 2020.1.29.
- 유영성, 정원호, 김병조, 이관형, 김을식, 마주영(2020). 코로나19로 인한 경제재난, ‘재난기본소득’이 해법이다!. 이슈&진단, 1-2.
- 이득연(1999), 소비생활에서의 사회안전망 구축방안 연구, 한국소비자원 연구보고서 99-07.
- 이민정(2020), “충남 지역화폐의 지역경제 파급효과 분석 및 활성화 방안”, 충남연구원, Issue Report, 2020.4.30.
- 이상훈 외(2018), 경기도 지역화폐의 지역경제 파급효과 : 청년배당 등 정책수당을 중심으로, 경기연구원 정책연구 2018-76.
- 이수연(2014), “세계 지역화폐의 이해와 유형 분석”, 새사연 이슈진단.
- 이성남·박철우(2019), “지역화폐 발행에 따른 법적 문제”, 금융법연구, 제16권제1호.
- 이중화·이준호(2020), “지역경제 활성화를 위한 지역화폐 활용방안:제주사랑상품권 사례를 중심으로”, e-비즈니스연구, 21(4), 2020.8.
- 이철성 외 2인(2018), “온누리 상품권과 신용카드가 전통시장내 소상공인들의 성과에 미치는 영향”, 유통경영학회지 제21권제2호.
- 이한주 외(2020), 뉴머니 지역화폐가 온다, 다할미디어.
- 조혜경(2018), “지역화폐의 개념과 국내 논의 현황”, 정치경제연구소 Alternative Paper, No.07, 2018.11.10.
- 천경희·송인숙(2012), “공동체화폐운동 참여자의 소비생활에서 나타나는 윤리적 소비 특성 연구”, 한국생활과학회지 제21권4호.

- 천경희·이기춘(2005), “지역화폐운동의 소비문화적 의미 연구 : 한발레츠 참여자의 소비생동을 중심으로”, 한국생활과학회지 제14권4호.
- 최준규 외(2016). 경기도 지역화폐 활용방안 연구, 경기연구원 정책연구 2016-102
- 최준규(2018), “지역화폐 도입 동향 및 과제”, 공공정책, 2018. Oct.
- 최준규·윤소은(2018), 지역활성화를 위한 지역화폐의 쟁점과 과제, 경기연구원, 이슈&진단, No.325., 2018.6.14.
- 최준규·전대욱(2018), “지역화폐의 경제적 효과에 관한 시스템 다이내믹스 분석 : 과천 품앗이 사례를 중심으로”, 한국시스템다이내믹스 연구, 제19권제1호.
- 한국은행 강원본부(2018), 국내외 지역화폐 도입사례 및 시사점, 자체조사연구, 2018.12.
- 황영순(2017), “지역화폐, 경제활성화와 소비확대 효과로 민간부문에서의 필요성 제기 증가할 듯”, 부산발전포럼, vol.168., 2017.12.
- 황영순·오동하(2018), “지역화폐와 블록체인 기술의 접목”, DBI 정책포커스, 제334호, 2018.4.2.
- 경기도청 사이트(2020.4.7.일자 접속) <https://www.gg.go.kr/bbs/boardView.do?bIdx=4835257&bsIdx=464&bcIdx=521&menuId=1534&page=1>
- 공주시 공주페이 [https://www.gongju.go.kr/kr/sub06\\_06\\_03\\_01.do](https://www.gongju.go.kr/kr/sub06_06_03_01.do)
- 국가법령정보센터 <http://www.law.go.kr/>
- 국회의안정보시스템 <http://likms.assembly.go.kr/bill/main.do>
- 시흥시 시루 <https://www.si-ru.kr/>
- 인천시 인천e음 <https://www.incheoneum.or.kr/>
- 자치법규정보시스템 <http://www.elis.go.kr/>
- 행정안전부 [www.mois.go.kr](http://www.mois.go.kr)
- <http://hrights.or.kr/susan/?uid=12872&mod=document&pageid=1>
- 경기도청(2020.11.17일자), ‘12월 1일 경기도 공공배달앱 ‘배달특급’이 온다’ <https://www.gg.go.kr/bbs/boardView.do?bsIdx=464&bIdx=13973242&menuId=1534>
- 노원뉴스 나우온(2018.1.19.일자 기사), “지역화폐 최초의 블록체인 ‘노원(NW)’ 개발했다”, <http://www.nowonnews.net/20180119s1>

- 뉴시스(2018.12.4.일자 기사), “홍장표 소득주도성장특별위원회 위원장, 자영업 소득증대 대책, 소득주도성장 매우 중요한 축” [https://newsis.com/view/?id=NISX20181204\\_0000492217&cID=10301&pID=10300](https://newsis.com/view/?id=NISX20181204_0000492217&cID=10301&pID=10300)
- 디지털투데이(2020.4.9.일자 기사), “캐시백에 긴급재난지원금 수단으로...지역화폐 주목” <http://www.digitaltoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=229800>
- 머니투데이(2020.7.31.일자 기사), “당정청, 지역사랑상품권 30조원 발행 검토 ‘골목형상점가 지정’” <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2020073109287613902>
- 파이낸셜뉴스(2020.7.16.일자 기사), “지역상품권 5조8000억 풀려.. 정부, 3177억 추가 지원” <https://www.fnnews.com/news/202007160943392115>
- 연합뉴스(2020.4.6.일자 기사), “세종 지역화폐 여민전 한 달 만에 79억원 어치 팔려” <https://www.yna.co.kr/view/AKR20200406051200063?input=1195m>
- 연합뉴스(2020.9.10.일자 기사), ‘춘천시 전국 첫 ‘에너지 화폐’ 내년 1월 지급’ <https://www.yna.co.kr/view/AKR20200910112200062?input=1195m>
- 행정안전부 보도자료(2020.4.13.일자), “지역사랑상품권 3월 7,208억원 판매, 월 최고금액 기록해” [https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type010/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR\\_000000000008&nttId=76650](https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type010/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR_000000000008&nttId=76650)
- 행정안전부 보도자료(2020.6.30.일자), “지역사랑상품권 불법환전 가맹점 최대 2천만원, 법 위반행위 조사 거부-방해자 최대 5백만원 과태료 부과” [https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type010/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR\\_000000000008&nttId=78228](https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type010/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR_000000000008&nttId=78228)
- 행정안전부 보도자료(2020.7.17일자), “지역사랑상품권 상반기 약 5.8조원 판매, 3차 추경을 통해 추가, 지원” [https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type010/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR\\_000000000008&nttId=78627](https://www.mois.go.kr/frt/bbs/type010/commonSelectBoardArticle.do?bbsId=BBSMSTR_000000000008&nttId=78627)





---

## 부 록

---

- 별첨 1 지자체별 조례 중 소비자보호 이슈 관련 정리
- 별첨 2 지역화폐 이용 관련 소비자 설문조사지





## [별첨 1] 지자체별 조례 중 소비자보호 이슈 관련 정리

### □ 서울

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
서울특별시	서울특별시 서울사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례	서울특별시 제로페이담당관	2019.12.31. (2019.12.31.)
<b>목적</b>	<b>제1조(목적)</b> 이 조례는 서울사랑상품권의 유통기반 조성과 이용 활성화를 지원함으로써 전통 시장 및 골목상권의 활성화, 소상공인의 소득향상을 도모하여 지역경제 발전과 서울시민의 복리증진에 기여함을 목적으로 한다.		
<b>정의</b>	<b>제2조(정의)</b> 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “서울사랑상품권”(이하 “상품권”이라 한다)이란 그 명칭이나 형태에 관계없이 서울특별 시장(이하 “시장”이라 한다)이 일정한 금액을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 시장 또는 가맹점에 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법을 사용함으로써 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유효증권을 말한다.</li> <li>2. “판매대행점”이란 시장과 협약을 체결하여 상품권의 판매·충전·환전 등의 업무를 대행하는 「전자금융거래법」 제2조제3호·제4호에 따른 금융회사 전자금융업자를 말한다.</li> <li>3. “운영대행사”란 시장과 협약을 체결하여 상품권의 발행·유통·시스템 관리 및 운영, 유지보수 등의 업무를 대행하는 업체를 말한다.</li> <li>4. “가맹점”이란 상품권을 사용한 거래에 의하여 상품권의 사용자에게 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자로서 제5조제1항에 따라 시장에게 등록된 자를 말한다.</li> <li>5. “사용자”란 상품권을 구입하여 사용하거나 보유한 사람을 말한다.</li> </ol>		
<b>상품권 발행</b>	<b>제4조(상품권의 발행)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 시장은 지역경제 활성화를 위하여 상품권을 발행할 수 있다.</li> <li>② 상품권의 유효기간은 발행일부터 5년 이내로 한다. 다만 필요한 때에 1회에 한하여 5년의 범위에서 유효기간을 연장할 수 있다.</li> <li>③ 상품권의 유통지역은 서울특별시(이하 “시”라 한다) 일원으로 하되, 시장이 필요하다고 인정하는 경우에는 그 유통지역을 달리 정할 수 있다.</li> </ol>		
<b>유통지역</b>	-		
<b>가맹점 범위</b>	<b>제5조(가맹점의 등록 및 취소)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>② 시장은 가맹점 등록을 신청한 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그 등록을 거부할 수 있다.               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조에 따른 사행산업 및 불법사행산업을 운영하는 경우</li> <li>2. 「식품위생법시행령」 제21조제8호의 단란주점과 유흥주점</li> <li>3. 「유통산업발전법」 제2조에서 정한 대규모점포와 준대규모점포</li> <li>4. 그 밖에 이 조례의 목적에 적합하지 아니한 업종으로서 시장이 지역발전과 지역 공동체에 긍정적인 영향을 미치지 않는다고 인정하는 경우</li> </ol> </li> <li>③ 시장은 가맹점이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 해당 가맹점의 등록을 취소할 수 있다.               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 가맹점을 등록한 경우</li> <li>2. 제2항 각 호에 따른 등록 제한업종을 영위하는 경우</li> <li>3. 제6조에 따른 가맹점 준수사항을 위반하는 행위를 한 경우</li> </ol> </li> </ol>		
<b>가맹점 준수사항</b>	<b>제6조(가맹점 준수사항)</b> 가맹점은 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 이유 없이 상품권의 결제를 거절하거나 상품권 사용자를 현금거래자와 차별하는 행위</li> <li>2. 다음 각 목의 상품권을 환전하거나 판매대행점에 환전을 요청하는 행위               <ol style="list-style-type: none"> <li>가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 상품권</li> <li>나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 상품권</li> </ol> </li> </ol>		
<b>사용자 준수사항</b>	<b>제7조(사용자의 준수사항)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 상품권 사용자는 상품권을 재판매하거나 환전을 요구하여서는 아니 된다.</li> <li>② 사용자는 상품권을 위법행위에 이용하거나 위법행위에 이용될 것을 알면서 유통 하여서는 아니 된다.</li> </ol>		
<b>위원회 구성</b>	-		

## □ 서울 : 성북구

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
서울특별시 성북구	서울특별시 성북구 성북사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례	안전생활국 일자리경제과	2020.11.05. (2020.11.05.)

목적	제1조(목적) 이 조례는 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」과 같은 법 시행령에서 위임된 사항과 그 시행에 관하여 필요한 사항을 규정하고 성북사랑상품권의 유통기반 조성과 이용 활성화를 지원함으로써 전통시장 및 골목상권의 활성화, 소상공인의 소득향상을 도모하여 지역경제 발전과 서울특별시 성북구민의 복리증진에 이바지함을 목적으로 한다.
정의	제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “성북사랑상품권”(이하 “상품권”이라 한다)이란 그 명칭이나 형태와 관계없이 서울특별시 성북구청장(이하 “구청장”이라 한다)이 일정한 금액을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 구청장 또는 가맹점에 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법을 사용함으로써 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권, 「전자금융거래법」 제2조제14호에 따른 선불전자지급수단 및 「여신전문금융업법」 제2조제8호에 따른 선불 카드를 말한다. 2. “판매대행점”이란 구청장과 협약을 체결하여 상품권의 판매·충전·환전 등의 업무를 대행하는 「전자금융거래법」 제2조제3호·제4호에 따른 금융회사·전자금융업자를 말한다. 3. “운영대행사”란 구청장과 협약을 체결하여 상품권의 발행·유통·시스템 관리 및 운영, 유지 보수 등의 업무를 대행하는 업체를 말한다. 4. “가맹점”이란 제5조제1항에 따라 구청장에게 등록된 자로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자를 말한다. 가. 상품권을 사용한 거래에 따라 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자(이하 “개별가맹점”이라 한다) 나. 개별가맹점을 위하여 상품권의 환전을 대행하는 자(이하 “환전대행가맹점”이라 한다). 5. “사용자”란 상품권을 구매하여 사용하거나 보유한 사람을 말한다.
상품권 발행	제4조(상품권의 발행) ① 구청장은 지역경제 활성화를 위하여 상품권을 발행할 수 있다. ② 상품권의 유효기간은 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제4조 제2항에 따라 발행일부터 5년으로 한다. 다만, 구청장이 필요하다고 인정하는 경우에는 유효기간을 단축하거나 연장하여 상품권을 발행할 수 있다. ③ 상품권의 유통지역은 법 제4조제3항에 따라 서울특별시 성북구(이하 “구”라 한다) 일원으로 하되, 구청장이 필요하다고 인정하는 경우에는 그 유통지역을 달리 정할 수 있다. ④ 법 제4조제4항에 따른 상품권의 종류와 권면금액은 다음 각 호와 같다. 1. 상품권의 종류는 선불전자지급수단으로 한다. 다만, 구청장이 필요하다고 인정하는 경우에는 그 외의 종류도 보조적으로 활용할 수 있다. 2. 권면금액은 1만원권, 5만원권, 10만원권으로 한다. 다만, 구청장이 필요하다고 인정하는 경우에는 권면금액을 별도로 정할 수 있다.
유통지역	-
가맹점 범위	제5조(가맹점의 등록 및 취소) ② 구청장은 법 제7조제2항제3호 및 제4항에 따라 가맹점 등록을 신청한 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그 등록을 거부할 수 있다. 1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조에 따른 사행산업이나 불법사행산업을 운영하는 경우 2. 「식품위생법 시행령」 제21조제8호의 단란주점과 유흥주점



	<p>3. 「유통산업발전법」 제2조에서 정한 대규모점포와 준대규모점포</p> <p>4. 그 밖에 이 조례의 목적에 적합하지 아니한 업종으로서 구청장이 지역발전과 지역 공동체에 긍정적인 영향을 미치지 않는다고 인정하는 경우</p> <p>③ 구청장은 가맹점이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 해당 가맹점의 등록을 취소할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 가맹점을 등록한 경우</li> <li>2. 제2항 각 호에 따른 등록 제한업종을 영위하는 경우</li> <li>3. 제6조에 따른 가맹점 준수사항을 위반하는 행위를 한 경우</li> </ol> <p>④ 구청장은 법 제83조제2항에 따라 제3항에 따른 가맹점 등록을 취소한 경우 그 사실을 이용자 등이 알 수 있도록 구의 인터넷 홈페이지에 공개하여야 한다.</p>
<p><b>가맹점 준수사항</b></p>	<p><b>제6조(가맹점 준수사항)</b></p> <p>① 개별가맹점은 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 이유 없이 상품권의 결제를 거절하거나 상품권 사용자를 현금거래자와 차별하는 행위</li> <li>2. 다음 각 목의 상품권을 환전하거나 환전대행가맹점에 환전을 요청하는 행위             <ul style="list-style-type: none"> <li>가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 상품권</li> <li>나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 상품권</li> <li>다. 「복권 및 복권기금법」 제2조제1호에 따른 복권 및 타 상품권의 판매를 통하여 수취한 상품권</li> </ul> </li> </ol> <p>② 환전대행가맹점은 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 개별가맹점이 아닌 자를 위하여 상품권의 환전을 대행하는 행위</li> <li>2. 제1항제2호에 해당하는 상품권임을 알면서도 그 환전을 대행하는 행위</li> </ol>
<p><b>사용자 준수사항</b></p>	<p><b>제7조(사용자의 준수사항)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 상품권 사용자는 상품권을 재판매하거나 환전을 요구하여서는 아니 된다.</li> <li>② 사용자는 상품권을 위법행위에 이용하거나 위법행위에 이용될 것을 알면서 유통하여서는 아니 된다.</li> </ol>
<p><b>위원회 구성</b></p>	<p>-</p>

## □ 서울 : 영등포구

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
서울특별시 영등포구	서울특별시 영등포구 영등포사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 조례	기획재정국 일자리경제과	2019.12.26. (2019.12.26.)

<b>목적</b>	제1조(목적) 이 조례는 영등포구 영등포사랑상품권의 발행 및 운영에 관한 구체적인 사항을 규정함으로써 영등포사랑상품권의 유통기반 조성과 그 이용의 활성화를 도모하여 지역공동체 강화 및 지역경제 활성화에 기여함을 목적으로 한다.
<b>정의</b>	제2조(정의) 이 조례에서 “영등포사랑상품권(이하 “상품권”이라 한다)”이란 그 명칭 또는 형태를 불문하고 일정한 금액을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다) 하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 가맹점에 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법을 사용함으로써 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권을 말한다.
<b>상품권 발행</b>	제4조(상품권의 발행) ① 구청장은 지역경제 활성화를 위하여 상품권을 발행할 수 있다. ② 상품권의 유효기간은 발행일부터 5년 이내로 한다. 단 상품권 소지자 등의 권리를 침해하지 않는 범위에서 상품권의 유효기간을 1회에 한하여 5년의 범위 내에서 연장할 수 있다.
<b>유통지역</b>	-
<b>가맹점 범위</b>	제8조(가맹점의 등록) ② 구청장은 가맹점 등록을 신청한 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그 등록을 거부할 수 있다. 1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조에 따른 사행산업 및 불법사행 산업을 운영하는 경우 2. 「식품위생법시행령」 제21조제8호의 단란주점과 유흥주점 3. 「유통산업발전법」 제2조에서 정한 대규모점포와 준대규모점포 4. 그 밖에 이 조례의 목적에 적합하지 아니한 업종으로서 구청장이 지역발전과 지역공동체에 긍정적인 영향을 미치지 않는다고 인정하는 경우
<b>가맹점 준수사항</b>	-
<b>사용자 준수사항</b>	-
<b>위원회 구성</b>	-

□ 부산

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
부산광역시	부산광역시 지역화폐 이용 활성화에 관한 조례	민생노동정책관 소상공인지원담당관	일부개정 2020.09.30. (2019.07.10.)
<b>목적</b>	<p><b>제1조(목적)</b> 이 조례는 자금의 역의 유출을 방지하여 전통시장 및 골목상권을 활성화하고, 지역사랑 정신과 공동체 의식을 함양하기 위하여 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」에서 위임한 사항과 지역화폐의 이용 활성화에 관한 사항을 규정하여 지역경제 및 지역 공동체 활성화에 이바지함을 목적으로 한다.</p>		
<b>정의</b>	<p><b>제2조(정의)</b> 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. &lt;개정 2020. 9. 30.&gt;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “지역화폐”란 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 지역사랑상품권으로서 다음 각 목에 해당하는 상품권을 말한다. 가. 부산광역시장(이하 “시장”이라 한다)이 발행하는 부산광역시상품권(이하 “시상품권”이라 한다) 나. 구청장·군수가 발행하는 구·군상품권(이하 “구·군상품권”이라 한다)</li> <li>2. “운영대행사”란 제10조에 따라 시상품권 유통에 따른 시스템 관리·운영 및 유지·보수 등의 업무를 위탁받은 업체를 말한다.</li> <li>3. “판매대행사”란 운영대행사를 통해 시상품권의 보관·판매·충전·환전 등의 업무를 대행하는 「전자금융거래법」 제2조제3호에 따른 금융회사와 같은 조 제4호에 따른 전자금융업을 말한다.</li> <li>4. “가맹점”이란 제14조에 따라 등록을 한 자로서 시상품권을 사용한 거래에 의하여 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자를 말한다.</li> <li>5. “사용자”란 상품권을 소지하여 가맹점에 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용하는 자를 말한다.</li> </ol>		
<b>상품권 발행</b>	<p><b>제9조(시상품권의 발행)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 시장은 지역경제 및 지역공동체를 활성화하기 위하여 시상품권을 발행할 수 있다.</li> <li>② 시상품권의 유효기간은 발행일부터 5년 이내로 한다.</li> <li>③ 시상품권의 유통지역은 지역 내로 하며, 시장이 필요하다고 인정하는 경우에는 따로 지정할 수 있다.</li> <li>④ 시상품권의 명칭은 동백전으로 하고, 시상품권의 종류는 카드 및 모바일 상품권으로 한다.</li> <li>⑤ 시상품권의 권면금액은 5천원, 1만원, 5만원, 10만원으로 한다.</li> <li>⑥ 시상품권의 기재사항은 시상품권의 명칭, 판매대행사명, 유효기간 등으로 한다.</li> <li>⑦ 시장은 필요에 따라 시상품권의 종류를 추가할 수 있으며, 그 밖에 시상품권의 발행에 필요한 사항은 규칙으로 정한다</li> </ol>		
<b>유통지역</b>	-		
<b>가맹점 범위</b>	<p><b>제14조(가맹점의 등록 및 취소)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>④ 시장은 제1항에 따라 가맹점 등록을 신청한 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그 등록을 거부할 수 있다. 1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조제1호에 따른 사행산업 및 같은 조 제3호에 따른 불법사행산업을 영위하는 경우 2. 「중소기업기본법」 제2조제1항의 중소기업에 해당하지 아니하는 기업을 영위하는 경우 3. 「유통산업발전법」 제2조의 대규모점포에 해당하는 경우 4. 그 밖에 이 조례의 목적에 적합하지 아니한 업종으로 시장이 인정한 경우 ⑤ 시장은 가맹점이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 해당 가맹점의 등록을 취소할 수 있다. 이 경우 등록 취소 사항을 시 인터넷 홈페이지에 공개하여야 한다. 1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 가맹점을 등록한 경우 2. 제4항 각 호에 따른 등록 제한업종을 영위하는 경우 3. 제15조에 따른 가맹점 준수사항을 위반하는 행위를 한 경우</li> </ol>		

가맹점 준수사항	<p><b>제15조(가맹점의 준수사항)</b> 가맹점은 다음 각 호의 행위를 하여서는 아니 된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 이유 없이 상품권 결제를 거절하거나 상품권 사용자를 현금거래자와 차별하는 행위</li> <li>2. 다음 각 목의 상품권을 환전하거나 판매대행사에 환전을 요청하는 행위       <ol style="list-style-type: none"> <li>가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 상품권</li> <li>나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 상품권</li> </ol> </li> <li>3. 상품권 사용자가 권면금액 중 100분의 60 이상에 해당하는 물품을 구입하거나 용역을 제공받고 그 잔액을 환급하여 줄 것을 요구하는 경우에 이를 거절하는 행위</li> </ol>
사용자 준수사항	<p><b>제16조(사용자 준수사항)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 사용자는 다음 각 호의 상품권을 사용하여서는 아니 된다.       <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상품권이 훼손되어 상품권인임을 확인할 수 없는 경우</li> <li>2. 위조·변조 또는 부정하게 발행되었거나 부정한 방법으로 취득한 상품권인 경우</li> </ol> </li> <li>② 사용자는 상품권을 재판매하여서는 아니 되며, 이윤을 남기려는 일체의 행위를 하여서는 아니 된다.</li> <li>③ 사용자는 판매대행사 또는 가맹점에 상품권의 환전을 요구하여서는 아니 된다.</li> </ol>
위원회 구성	<p><b>제22조(위원회의 구성)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 위원회는 위원장 1명을 포함하여 20명 이내의 위원으로 구성하며, 위원장은 위원 중에서 호선한다.</li> <li>② 위원회의 위원은 민생노동정책관을 당연직 위원으로 하며, 다음 각 호의 사람 중에서 성별을 고려하여 시장이 임명하거나 위촉한다.       <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 시 소속 4급 이상 공무원</li> <li>2. 부산광역시의회에서 추천하는 사람</li> <li>3. 시민사회단체에서 추천하는 사람</li> <li>4. 소상공인 관련 법인 또는 단체에서 추천하는 사람</li> <li>5. 그 밖에 지역화폐 분야에 관한 학식과 경험이 풍부한 사람</li> </ol> </li> <li>③ 위촉직 위원의 임기는 2년으로 하며, 한 차례만 연임할 수 있다. 다만, 보궐위원의 임기는 전임자 임기의 남은 기간으로 한다.</li> </ol>
시의 책무	<p><b>제3조(시의 책무)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 부산광역시(이하 “시”라 한다)는 지역상권 활성화 및 소상공인의 육성을 위하여 지역화폐의 보급 및 이용을 활성화하여야 한다.</li> <li>② 시는 지역화폐의 건전한 유통질서 확립과 안전성 확보를 위한 방안을 마련하여야 한다.</li> </ol>
기본 계획 수립 시행	<p><b>제5조(기본계획의 수립·시행)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 시장은 지역화폐의 활성화를 위하여 부산광역시지역화폐 활성화 추진계획(이하 “추진계획”이라 한다)을 매년 수립·시행하여야 한다.</li> <li>② 추진계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.       <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역화폐 정책의 목표 및 추진방향에 관한 사항</li> <li>2. 지역화폐 이용 활성화 시책에 관한 사항</li> <li>3. 제6조 및 제7조에 따른 사업에 관한 사항</li> <li>4. 상품권 종류·발행규모 및 재원조달방안에 관한 사항</li> <li>5. 상품권의 유통 가맹점 확보·제한 등에 관한 사항</li> <li>6. 그 밖에 지역화폐 활성화를 위하여 필요한 사항</li> </ol> </li> <li>③ 시장은 추진계획을 수립하기 위하여 필요한 경우에는 관계 기관 또는 단체에 필요한 자료나 의견 등의 제출을 요청할 수 있다.</li> </ol>
운영 평가	<p><b>제20조(평가의 반영)</b> 시장은 제18조에 따라 지원을 받은 구·군에 대하여 다음 각 호의 사항을 포함한 구·군 상품권의 운영 성과를 평가하고, 그 사항을 다음 추진계획 수립 시 반영하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역상권 활성화, 사회적 관계 구축 등에 미친 영향</li> <li>2. 구·군상품권 보급 및 이용률에 관한 사항</li> <li>3. 그 밖에 규칙으로 정한 사항</li> </ol>

<p style="text-align: center;"><b>센터</b></p>	<p><b>제8조(지역화폐센터)</b></p> <p>① 시장은 지역화폐의 보급 및 이용을 전문적이고 효율적으로 추진하기 위하여 부산광역시 지역화폐센터(이하 “센터”라 한다)를 설치·운영할 수 있다.</p> <p>② 센터는 다음 각 호의 업무를 수행한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역화폐의 활성화를 위한 정책 및 제도개선 연구에 관한 사항</li> <li>2. 시상품권 및 구·군상품권 운영 실태조사 및 평가에 관한 사항</li> <li>3. 지역화폐 이용 활성화를 위한 교육 및 홍보에 관한 사항</li> <li>4. 운영대행사와 판매대행사의 업무 지원</li> <li>5. 지역화폐 관련 보안, 불법 할인·환전 등 위협관리에 관한 사항</li> <li>6. 그 밖에 지역화폐의 활성화를 위하여 시장이 필요하다고 인정하는 사항</li> </ol> <p>③ 시장은 센터를 효율적으로 관리·운영하기 위하여 필요한 경우에는 운영 목적에 적합한 지역화폐 관련 비영리 법인·단체에 그 운영을 위탁할 수 있다.</p>
<p style="text-align: center;"><b>특이 사항</b></p>	<p><b>제11조(운영대행사 등의 준수사항)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 운영대행사와 판매대행사는 선량한 관리자로서의 주의의무를 다하여야 한다.</li> <li>② 운영대행사는 판매 분석 등을 통한 가맹점 지원 및 시책 개발을 위하여 자료를 수집·분석·저장하는 등 철저히 관리하여야 한다.</li> <li>③ 운영대행사는 상품권 운영시스템을 항상 최신의 정보통신기술을 접목하여 활용할 수 있도록 관리하여야 하며, 시스템 구축 시 다른 사업과 연계될 수 있는 확장성을 갖추어야 한다.</li> <li>④ 운영대행사와 판매대행사는 시장이 시상품권의 운영과 판매에 관한 자료를 기한을 정하여 요구하면 그 지정한 날까지 제출하여야 한다.</li> <li>⑤ 이 조례에서 정한 것 외의 세부사항은 계약서 및 부속 합의서에 정한다.</li> </ol> <p><b>제12조(운영시스템 등의 보안)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 운영대행사와 판매대행사는 외부로부터의 불법적인 방법에 의한 접근·변경·유출 등의 보안 사고가 발생하지 않도록 필요한 안전대책을 수립·시행하여야 한다.</li> <li>② 운영대행사와 판매대행사는 정보의 손상 및 파괴 등 사고에 대비하여 일정한 주기로 백업한 자료를 별도의 안전한 장소에 보관·관리하여야 하며, 사고 발생 시 신속한 복구가 가능하도록 조치하여야 한다.</li> <li>③ 시스템 등의 보안에 관하여 그 밖에 필요한 사항은 국가정보통신보안 관련 규정에 따라 관리하여야 한다.</li> </ol>

## □ 부산 : 동구

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
부산광역시 동구	부산광역시 동구 지역화폐 발행 및 운영 조례	일자리복지국 일자리경제과	일부개정 2020.10.30. (2019.05.31.)

목적	제1조(목적) 이 조례는 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」에서 위임된 사항과 그 시행에 필요한 사항을 규정하고, 부산광역시 동구 지역화폐의 발행 및 운영 등에 필요한 사항을 규정함으로써 전통시장 및 소상공인의 육성에 기여하고 지역자금의 역외 유출 방지 등을 통한 지역경제 활성화에 이바지함을 목적으로 한다.
정의	제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “지역화폐”란 부산광역시 동구청장(이하 “구청장”이라 한다)이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 부산광역시 동구(이하 “구”라 한다) 내 가맹점에 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권, 「전자금융 거래법」 제2조제14호에 따른 선불전자지급수단 및 「여신전문금융업법」 제2조제8호에 따른 선불카드를 말한다. 2. “가맹점”이란 제5조에 따라 등록된 자로서 다음 각 목의 자를 말한다. 가. 지역화폐를 사용한 거래에 따라 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자(이하 “개별가맹점”이라 한다) 나. 개별가맹점을 위하여 제24조제2항에 따라 지역화폐의 환전을 대행하는 상인 조직(이하 “환전대행 가맹점”이라 한다) 3. “판매대행점”이란 구청장과 협약을 체결한 자로서 지역화폐의 보관, 판매, 환전 업무 등을 대행하는 「전자금융거래법」 제2조제3호에 따른 금융회사와 같은 조 제4호에 따른 전자금융업자를 말한다. 4. “운영대행사”란 제26조에 따라 계약을 체결한 자로서 전자지역화폐 유통에 따른 시스템 관리·운영 및 유지보수 등의 업무를 대행하는 업체를 말한다.
상품권 발행	제4조(지역화폐의 발행) ① 구청장은 전통시장 및 소상공인의 경쟁력 강화와 지역경제 활성화를 위하여 지역화폐를 발행할 수 있다. ② 지역화폐의 유효기간은 발행일부터 5년으로 한다. 다만, 구청장은 정책발행 등 목적 달성을 위해 필요한 경우 사용자의 권리를 침해하지 않는 범위에서 유효기간을 단축하거나 연장할 수 있다. ③ 지역화폐의 유통지역은 구로 한다. 다만, 구청장은 필요한 경우 유통지역을 달리 정할 수 있다. ④ 지역화폐의 종류는 종이지역화폐 및 전자지역화폐로 하며, 다음 각 호의 사항을 기재하여야 한다. 다만, 카드 또는 모바일 등으로 발행하는 전자지역화폐는 권면금액을 따로 명시하지 않을 수 있다. 1. 권면금액 : 5천원권, 1만원권 2. 유효기간 또는 발행일 3. 이용안내 및 유의사항 ⑤ 지역화폐의 종류, 권면가액, 발행규고는 구청장이 따로 정한다.
유통지역	-
가맹점 범위	제5조(가맹점의 등록) ② 제1항에도 불구하고 구청장은 「유통산업발전법」 제2조제3호에서 정한 대규모점포 또는 「사행산업통합 감독위원회법」 제2조제3호에서 정한 불법사행산업 등 지역화폐 사용이 적합하지 않다고 인정되는 업종이나 업소의 대표자를 개별가맹점으로 등록하지 아니할 수 있다.

<p><b>가맹점 준수사항</b></p>	<p><b>제6조(가맹점의 준수사항)</b></p> <p>① 개별가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 해서는 아니 된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역화폐 결제를 거절하거나 지역화폐 소지자를 불리하게 대우하는 행위</li> <li>2. 다음 각 목의 지역화폐를 환전하거나 환전대행가맹점에 환전을 요청하는 행위             <ul style="list-style-type: none"> <li>가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 지역화폐</li> <li>나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 지역화폐</li> </ul> </li> </ol> <p>② 개별가맹점은 지역화폐 소지자가 권면금액 중 100분의 80(1만원 초과일 경우 100분의 60)이상에 상당하는 물품을 구입하거나 용역을 제공받고 그 잔액을 환급하여 줄 것을 요구하는 경우에는 즉시 이에 따라야 한다.</p> <p>다만, 전자지역화폐의 경우 운영대행사가 개별 가맹점을 대신하여 환급할 수 있다.</p> <p>③ 환전대행가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 해서는 아니 된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 개별가맹점이 아닌 자를 위하여 지역화폐 환전을 대행하는 행위</li> <li>2. 제1항제2호 각 목에 해당하는 지역화폐임을 인지하고 그 환전을 대행하는 행위</li> </ol>
<p><b>사용자 준수사항</b></p>	<p><b>제9조(지역화폐 소지자의 준수사항)</b></p> <p>① 지역화폐 소지자는 개별가맹점에서 지역화폐를 사용하여야 하며, 다른 부당한 방법으로 지역화폐를 현금으로 환전받을 수 없다.</p> <p>② 지역화폐 소지자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 지역화폐를 사용할 수 없다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역화폐가 훼손되었거나 구청장이 발행한 지역화폐임을 확인할 수 없는 경우</li> <li>2. 지역화폐가 위조·변조 또는 부정하게 발행되었거나 지역화폐를 부정한 방법으로 취득한 경우</li> </ol> <p>③ 지역화폐 소지자는 지역화폐를 재판매해서는 아니 되며, 이윤을 남기려는 어떠한 행위도 해서는 아니 된다.</p>
<p><b>위원회 구성</b></p>	<p><b>제15조(위원회의 구성)</b></p> <p>① 위원회는 위원장 1명을 포함하여 10명 이내의 위원으로 구성한다.</p> <p>② 위원장은 부구청장이 되고, 부위원장은 위원 중에서 호선한다.</p> <p>③ 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람 중에서 성별을 고려하여 구청장이 임명 또는 위촉한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역화폐 업무 담당 국장 및 부서의 장</li> <li>2. 부산광역시 동구의회에서 추천하는 의원 1명</li> <li>3. 지역화폐 발행 및 유통 활성화 분야에 관한 학식과 경험이 풍부한 사람</li> </ol>
<p><b>특이 사항</b></p>	<p><b>제27조(운영대행사의 준수사항)</b></p> <p>① 운영대행사는 판매분석 등을 통하여 자료의 수집·분석·저장 등 자료 관리를 철저히 하여야 한다.</p> <p>② 운영대행사는 전자지역화폐의 운영시스템이 최신 정보통신기술을 활용할 수 있도록 관리하여야 하며, 시스템 구축 시 다른 사업과의 연계를 위한 확장성을 갖추어야 한다.</p> <p>③ 운영대행사는 구청장으로부터 전자지역화폐의 운영에 따른 발급현황, 판매실적 등에 관한 자료제출 요구가 있을 때에는 구청장이 지정한 날까지 제출하여야 한다.</p> <p><b>제28조(운영시스템의 보안)</b></p> <p>① 운영대행사는 외부로부터 불법적인 접근·변경·유출 등의 보안사고가 발생하지 않도록 필요한 안전대책을 수립하여 시행하여야 한다.</p> <p>② 운영대행사는 정보의 손상 및 파괴 등 사고에 대비하여 일정한 주기로 저장한 자료를 별도의 안전한 장소에 보관·관리하여야 하며, 사고 발생 시 신속한 복구가 가능하도록 조치하여야 한다.</p>

## □ 대구

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
대구광역시	대구사랑 상품권 이용 활성화에 관한 조례	경제국 경제정책과	2020.03.10. (2020.03.10.)

목적	<b>제1조(목적)</b> 이 조례는 소상공인과 전통시장의 육성 발전 및 지역자금의 역외 유출 방지 등을 통한 지역공동체 강화와 지역경제 활성화를 위해 대구사랑 상품권의 발행 및 운영 등에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.
정의	<b>제2조(정의)</b> 이 조례에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. 1. “대구사랑 상품권”이란 그 명칭 또는 형태와 관계없이 대구광역시(이하 “시장”이라 한다)이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 가맹점에 이를 제시 또는 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 가맹점 등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권을 말한다.
상품권 발행	<b>제4조(상품권의 발행)</b> ① 시장은 지역경제 활성화, 지역공동체 강화 등을 위하여 상품권을 발행할 수 있다. ② 상품권의 유효기간은 발행일로부터 5년으로 한다. 다만, 시장은 상품권 사용자의 권리를 침해하지 않는 범위에서 유효기간을 단축 또는 연장하여 상품권을 발행할 수 있다. ③ 상품권의 권면 금액 등 발행에 필요한 사항은 규칙으로 정한다.
유통지역	<b>제5조(유통지역)</b> 상품권의 유통지역은 대구광역시 일원으로 하되, 시장이 필요하다고 인정하는 경우에는 따로 지정할 수 있다.
가맹점 범위	<b>제9조(가맹점의 등록)</b> ② 시장은 제1항에 따라 가맹점으로 등록하려는 자가 다음 각 호의 업종 또는 사업장을 운영하는 경우에는 가맹점 등록을 거부할 수 있다. 1. 「유통산업발전법」 제2조제3호에서 정한 대규모 점포 2. 「식품위생법 시행령」 제21조제8호의 단란주점, 유흥주점 3. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조제1호의 “사행산업” 및 동법 동조 제3호의 “불법사행산업” 4. 그 밖에 시장이 지역발전과 지역공동체에 긍정적인 영향을 미치지 않는다고 인정하는 경우.
가맹점 준수사항	<b>제10조(가맹점의 준수사항)</b> 가맹점은 상품권 결제를 거절하거나 상품권 사용자를 불리하게 대우하는 행위를 하여서는 아니 된다.
사용자 준수사항	<b>제12조(사용자 준수사항)</b> ① 사용자는 상품권을 가맹점에서 사용하여야 한다. ② 사용자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 상품권을 사용할 수 없다. 1. 사용자의 부주의로 상품권이 훼손되어 시장이 발행한 상품권임을 확인할 수 없는 경우 2. 위·변조 또는 부정하게 발행되었거나 부정한 방법으로 취득한 상품권인 경우
위원회 구성	<b>제15조(위원회의 구성)</b> 1. 시민사회단체에서 추천하는 사람 2. 소상공인 지원 관련 법인 또는 단체에서 추천하는 사람 3. 소상공인 지원 관련 공공기관에서 추천하는 사람 4. 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 사람



□ 인천

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
인천광역시	인천사랑상품권 발행 및 운영 조례	일자리경제국 소상공인정책과	전부개정 2020.11.09. (2018.04.23.)

<b>목적</b>	제1조(목적) 이 조례는 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」에서 위임한 사항과 그 시행에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.
<b>정의</b>	제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “인천e음”이란 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제2조 제1호에 의하여 「전자금융거래법」 제2조제14호에 따른 선불전자지급수단 및 「여신전문 금융업법」 제2조제8호에 따른 선불카드로 발행하는 지역사랑상품권으로서, 인천광역시(이하 “시장”이라 한다)이 발행한 인천사랑상품권을 말한다. 2. “충진(판매)대행점”(이하 “대행점”이라 한다)이란 시장과 제6조제1항에 따른 협약을 체결하여 상품권의 충전&#12539;판매 등의 업무를 대행하는 은행, 점포 등을 말한다. 3. “인센티브”란 인천e음의 활성화를 위하여 사용자에게 제공되는 적립금 등의 혜택을 말한다. 4. “증충구조”란 인천e음을 기본으로 하여 각 군·구 및 법인, 단체 등의 개별적 서비스가 추가된 구조를 말한다.
<b>상품권 발행</b>	제4조(인천e음의 발행) ① 시장은 법 제4조제1항에 따라 인천e음을 발행할 수 있다. ② 인천e음의 유효기간은 발행일로부터 5년으로 한다. ③ 중앙정부 또는 지방자치단체가 지역사랑상품권을 정책적 지급수단으로 활용하는 경우에는, 제2항에도 불구하고 별도로 유효기간을 정할 수 있다. ④ 인천e음 정액권의 권면금액은 5만원권, 10만원권으로 한다. 단, 시장이 필요하다고 인정하는 경우에는 별도로 정할 수 있다.
<b>유통지역</b>	제5조(유통지역) 인천e음의 유통지역은 인천광역시(이하 “시”라 한다) 관할구역으로 한다. 다만 시장이 필요하다고 인정하는 바에 따라서 별도로 정할 수 있다.
<b>가맹점 범위</b>	제8조(제한업종) 법 제7조제2항제3호에서 “조례로 정하는 등록 제한업종”이란 다음 각 호와 같다. 1. 「부가가치세법」 제8조에 의하여 인천지역에 사업자등록이 되어 있지 않거나, 해당 사업자의 매출로 잡히지 않는 경우 2. 그 외 시장이 인천e음 발행목적에 적합하지 아니하다고 인정하는 업종
<b>가맹점 준수사항</b>	-
<b>사용자 준수사항</b>	-
<b>위원회 구성</b>	제22조(위원회의 구성) ① 위원회는 위원장 2명(이하 “공동위원장”이라 한다)을 포함하여 30명 이내의 위원으로 구성한다. ② 위원회의 위원장은 인천e음 관련 업무 소관 부서장과 위원회 위원 중에서 호선하는 1명으로 한다. ③ 위원회의 위원은 다음 각 호의 사람 중에서 시장이 성별을 고려하여 위촉한다. 1. 시민사회단체에서 추천하는 사람 2. 소상공인 지원 관련 법인 또는 단체에서 추천하는 사람 3. 지역화폐 분야의 전문가 4. 소상공인 지원 관련 공공기관에서 추천하는 사람 5. 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 사람 ④ 위촉위원의 임기는 2년으로 하며, 한 차례만 연임할 수 있다.

## □ 인천 : 미추홀구

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
인천광역시	인천광역시 미추홀구 미추홀사랑상품권 발행 및 운영 조례	문화경제국 경제지원과	일부개정 2020.11.09. (2019.04.29.)

목적	제1조(목적) 이 조례는 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 및 같은 법 시행령에서 위임된 사항과 그 시행에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.
정의	제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “미추홀사랑상품권”(이하 “상품권”이라 한다)이란 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제2조제1호에 따라 인천광역시 미추홀구청장(이하 “구청장”이라 한다)이 발행하는 지역사랑상품권을 말한다. 2. “사용자”란 상품권을 사용하는 사람을 말한다. 3. “가맹점”이란 법 제7조제1항에 따라 등록된 자로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자를 말한다. 가. 지역사랑상품권을 사용한 거래에 의하여 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자(이하 “개별가맹점”이라 한다) 나. 개별가맹점을 위하여 지역사랑상품권의 환전을 대행하는 자(이하 “환전대행가맹점”이라 한다) 4. “판매대행점”이란 구청장과 제6조의2제1항에 따른 협약을 체결하여 상품권의 보관·판매·환전 등의 업무를 대행하는 「전자금융거래법」 제2조제3호에 따른 금융 회사와 같은 조 제4호에 따른 전자금융업자를 말한다.
상품권 발행	제4조(상품권의 발행 및 운영위탁) ① 구청장은 지역경제 활성화 및 지역공동체 강화를 위하여 상품권을 발행할 수 있다. ② 구청장은 상품권의 발행 및 운영, 시스템 유지보수 등에 관한 권한의 일부를 위탁할 수 있으며, 위탁 운영 수수료 등 그 위탁한 사업의 추진에 필요한 비용을 예산의 범위에서 지원할 수 있다 ③ 상품권의 유효기간은 발행한 날부터 5년으로 한다. 다만, 구청장이 필요하다고 인정하는 경우 상품권 사용자의 권리를 침해하지 않는 범위에서 유효기간을 단축 또는 연장할 수 있다. ④ 법 제4조제4항에 따라 발행할 수 있는 상품권의 종류는 종이형, 카드(전자적 방식의 발행을 포함한다) 및 모바일로 하고, 종이형 상품권의 권면금액은 다음 각 호의 범위 안에서 발행할 수 있다. 1. 소액권: 5천원 이상 3만원 이하 2. 고액권: 5만원 이상 10만원 이하 ⑤ 종이형 상품권의 기재사항은 다음과 같다. 1. 해당 상품권의 발행권자 2. 해당 상품권의 발행일 및 유효기간 3. 해당 상품권의 유통지역 4. 상품권의 판매대행점 및 가맹점 정보를 확인할 수 있는 구 인터넷 홈페이지 주소
유통지역	제4조의2(유통지역) 상품권의 유통지역은 미추홀구로 하되, 상품권의 종류에 따라 달리 할 수 있다.
가맹점 범위	제4조의3(가맹점의 등록 및 제한) ③ 구청장은 가맹점 등록 신청을 한 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그 등록을 거부 할 수 있다. 1. 법 제7조제2항제1호 및 제2호에 해당하는 업소 2. 「부가가치세법」 제8조에 따라 인천지역에 사업자등록이 되어 있지 않거나, 사업매출이 인천지역으로 잡히지 않는 경우 3. 그 외에 구청장이 상품권 발행목적에 적합하지 아니하다고 인정하는 업종 및 업소 ④ 법 제7조제4항에 따른 가맹점의 자격 요건은 다음 각 호와 같다 1. 구의 관할 구역 내 소재한 업소일 것 2. 그 외에 구청장이 상품권 발행목적에 적합하다고 인정하는 업종 및 업소
가맹점 준수사항	-

<p><b>사용자 준수사항</b></p>	<p><b>제5조(사용자 준수사항)</b>                  ① 상품권은 가맹점에서 사용하여야 한다.                  ② 사용자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 상품권을 사용할 수 없다.                      1. 사용자의 부주의로 상품권이 훼손되어 구청장이 발행한 상품권임을 확인할 수 없는 경우                      2. 위·변조 또는 부정하게 발행되었거나 부정한 방법으로 취득한 상품권인 경우                  ③ 사용자는 상품권을 재판매하여서는 아니 된다.&lt;신설 2020.11.9.&gt;                  ④ 사용자는 판매대행점이나 가맹점에 지역사랑상품권의 환전을 요구하여서는 아니 된다.</p>
<p><b>위원회 구성</b></p>	<p>-</p>
<p><b>특이 사항</b></p>	<p><b>제8조(운영시스템의 보안)</b>                  ① 판매대행점은 외부로부터의 불법적인 방법에 의한 접근·변경·유출 등의 보안 사고가 발생하지 않도록 필요한 안전대책을 수립·시행하여야 한다.                  ② 판매대행점은 정보의 손상 및 파괴 등 사고에 대비하여 일정한 주기로 백업한 자료를 별도의 안전한 장소에 보관·관리하여야 하며, 사고 발생 시 신속한 복구가 가능하도록 조치하여야 한다.                  ③ 시스템의 보안에 관하여 그 밖에 필요한 사항은 국가정보통신보안 관련 규정에 따라 관리하여야 한다.</p> <p><b>제9조(개인정보 보호)</b>                  ① 판매대행점은 운영시스템을 통해 개인정보가 다른 사람에게 노출되지 않도록 하는 등 개인정보보호를 위하여 필요한 안전대책을 마련하여야 한다.                  ② 판매대행점은 서비스 제공과 관련하여 취득한 개인정보를 본인의 승낙 없이 제3자에게 누설 또는 배포할 수 없으며 다른 용도로 사용할 수 없다. 다만, 다음 각 호의 경우에는 예외로 한다.                      1. 관계 법령에 따라 수사상 목적으로 관계기관으로부터 요구가 있는 경우                      2. 통계작성 및 판매분석 등의 목적을 위하여 필요한 경우로서 특정개인을 알아볼 수 없는 형태로 가공하여 제공하는 경우                      3. 그 밖에 관계법령에서 정한 절차에 따라 요청한 경우</p>

## □ 광주

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
광주광역시	광주사랑 상품권 이용 활성화에 관한 조례	일자리경제실 민생경제과	2019.04.15. (2019.04.15.)
<b>목적</b>	제1조(목적) 이 조례는 소상공인과 전통시장의 육성 발전 및 지역자금의 역외 유출 방지 등을 통한 지역공동체 강화와 지역경제 활성화를 위해 광주사랑 상품권의 발행 및 운영 등에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.		
<b>정의</b>	제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. 1. “광주사랑 상품권”이란 그 명칭 또는 형태와 관계없이 광주광역시(이하 “시장”이라 한다)이 일정한 금액 등을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 가맹점에 이를 제시 또는 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 가맹점 등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권을 말한다. 2. “운영대행사”란 광주사랑 상품권의 발행·보관·판매 등의 업무의 일부 또는 전부를 대행하는 「전자금융거래법」 제2조제3호·제4호에 따른 금융기관 및 전자금융업자를 말한다. 3. “가맹점”이란 광주사랑 상품권을 사용한 거래에 의하여 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자를 말한다. 4. “사용자”란 광주사랑 상품권을 구입하여 사용하거나 소지한 사람을 말한다.		
<b>상품권 발행</b>	제4조(상품권의 발행) ① 시장은 지역경제 활성화, 지역공동체 강화 등을 위하여 상품권을 발행할 수 있다. ② 상품권의 유효기간 및 권면금액은 시장이 정한다.		
<b>유통지역</b>	제5조(유통지역) 상품권의 유통지역은 광주광역시 일원으로 하되, 시장이 필요하다고 인정하는 경우에는 따로 지정할 수 있다.		
<b>가맹점 범위</b>	제9조(가맹점의 등록) ② 시장은 제1항에 따라 가맹점으로 등록하려는 자가 다음 각 호의 업종 또는 사업장을 운영하는 경우에는 가맹점 등록을 거부할 수 있다. 1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조제1호의 “사행산업” 및 동법 동조 제3호의 “불법사행산업” 2. 「유통산업발전법」 제2조제3호에서 정한 대규모 점포 3. 그 밖에 시장이 지역발전과 지역공동체에 긍정적인 영향을 미치지 않는다고 인정하는 경우		
<b>가맹점 준수사항</b>	제10조(가맹점의 준수사항) 가맹점은 상품권 결제를 거절하거나 상품권 사용자를 불리하게 대우하는 행위를 하여서는 아니 된다.		
<b>사용자 준수사항</b>	제12조(사용자 준수사항) ① 사용자는 상품권을 가맹점에서 사용하여야 한다. ② 사용자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 상품권을 사용할 수 없다. 1. 사용자의 부주의로 상품권이 훼손되어 시장이 발행한 상품권임을 확인할 수 없는 경우 2. 위·변조 또는 부정하게 발행되었거나 부정한 방법으로 취득한 상품권인 경우		
<b>위원회 구성</b>	제14조(위원회의 구성) ③ 위원회의 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람 중에서 시장이 위촉한다. 1. 시민사회단체에서 추천하는 사람 2. 소상공인 지원 관련 법인 또는 단체에서 추천하는 사람 3. 지역화폐 분야의 전문가 4. 소상공인 지원 관련 공공기관에서 추천하는 사람 5. 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 사람		

□ 대전

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
대전광역시	대전광역시 지역화폐 이용 활성화 조례	일자리경제국 소상공인과	2020.01.01. (2019.12.27.)
<b>목적</b>	제1조(목적) 이 조례는 대전광역시 지역화폐의 유통기반 조성과 이용 활성화를 규정함으로써 전통시장 및 골목상권 활성화, 소상공인 소득향상 등 지역경제 발전과 대전광역시민의 복리 증진에 기여함을 목적으로 한다.		
<b>정의</b>	제2조(정의) 이 조례에서 “지역화폐”란 그 명칭 또는 형태에 관계없이 발행자인 대전광역시(이하 “시장”이라 한다)이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 발행·매출한 증표로서, 그 소지자가 발행자 또는 발행자가 지정하는 자(이하 “발행자등”이라 한다)에게 이를 교부 또는 제시하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 발행자등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 증표를 말한다.		
<b>상품권 발행</b>	-		
<b>유통지역</b>	-		
<b>가맹점 범위</b>	-		
<b>가맹점 준수사항</b>	-		
<b>사용자 준수사항</b>	-		
<b>위원회 구성</b>	-		
<b>시장의 책무</b>	<p>제3조(시장의 책무)</p> <p>① 시장은 지역상권 활성화 및 소상공인의 육성을 위하여 지역화폐 이용을 활성화하여야 한다.</p> <p>② 시장은 지역화폐의 건전한 유통질서 확립과 안전성 확보를 위한 방안을 마련하여야 한다.</p> <p>③ 시장은 법령에 위반되지 아니하는 범위에서 보조금의 전부 또는 일부를 지역화폐로 지급되도록 노력하여야 한다.</p>		
<b>기본 계획 수립 시행</b>	<p>제4조(기본계획의 수립·시행)</p> <p>① 시장은 지역화폐 이용 활성화를 위하여 대전광역시 지역화폐 이용 활성화 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 5년마다 수립·시행하여야 한다.</p> <p>② 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역화폐 발행규모에 관한 사항</li> <li>2. 지역화폐 이용 활성화에 관한 사항</li> <li>3. 지역화폐 이용 활성화를 위한 비용지원에 관한 사항</li> <li>4. 지역화폐 가맹점 확보에 관한 사항</li> <li>5. 지역화폐 이용에 관한 교육 및 홍보에 관한 사항</li> <li>6. 지역상권 활성화를 위한 지역화폐 유통 확대에 관한 사항</li> <li>7. 그 밖에 지역화폐 이용 활성화를 위하여 필요한 사항</li> </ol>		
<b>운영 평가</b>	-		
<b>센터</b>	-		

## □ 울산

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
울산광역시	울산사랑상품권 발행 및 운영 조례	일자리경제국 중소벤처기업과	2020.04.09. (2019.04.25.)

목적	제1조(목적) 이 조례는 지역자금의 역외 유출 방지와 역내 순환촉진 등을 통해 지역공동체 강화와 지역경제 활성화를 위해 울산사랑상품권의 발행 및 운영 등에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.
정의	제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. 1. “울산사랑상품권”(이하 “상품권”이라 한다)이란 그 명칭 또는 형태와 관계없이 울산광역시(이하 “시장”이라 한다)이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 울산광역시 또는 가맹점(이하 “상품권 발행자 등”이라 한다)에 이를 제시, 교부 또는 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 상품권 발행자 등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유효증권을 말한다. 2. “가맹점”이란 제7조에 따라 가맹점 등록을 하고, 상품권을 사용하는 거래에서 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자를 말한다. 3. “운영사”란 제6조에 따라 위탁 협약을 체결한 자로서 상품권의 보관·판매·환전·관리·운영 및 유지·보수 등의 업무를 수행하는 업체를 말한다. 4. “사용자”란 상품권을 구입하여 사용하거나 소지한 사람을 말한다.
상품권 발행	제4조(상품권의 발행) ① 시장은 지역경제 활성화, 지역공동체 강화 등을 위하여 상품권을 발행할 수 있다. ② 상품권의 유효기간은 발행일부터 5년으로 한다. 다만, 시장은 상품권 사용자의 권리를 침해하지 않는 범위에서 유효기간을 단축 또는 연장하여 상품권을 발행할 수 있다. ③ 상품권의 종류, 권면가액 및 발행규모 등 상품권 발행에 필요한 사항은 시장이 정한다.
유통지역	제5조(유통지역) 상품권의 유통지역은 울산광역시 관할 구역으로 하되, 시장이 필요하다고 인정하는 경우에는 따로 지정할 수 있다.
가맹점 범위	제7조(가맹점의 등록) ③ 다음 각 호 어느 하나에 해당하는 자는 가맹점이 될 수 없다. 1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조제1호에 따른 사행산업 및 같은 법 제2조제3호에 따른 불법사행 산업 2. 그 밖에 시장이 지역발전과 지역공동체에 긍정적인 영향을 미치지 않거나 이 조례의 목적에 적합하지 않다고 인정하는 경우
가맹점 준수사항	-
사용자 준수사항	-
위원회 구성	-

□ 세종

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
세종특별자치시	세종특별자치시 세종사랑상품권 발행 및 운영에 관한 조례	경제산업국 기업지원과	2020.04.01. (2019.09.30.)

<b>목적</b>	<p><b>제1조(목적)</b> 이 조례는 세종특별자치시가 발행하는 세종사랑상품권의 발행 및 관리·운영에 관한 사항을 규정함으로써 지역자금의 관의 유출을 방지하고 관내 소비촉진을 통한 자립경제 구축과 지역경제 활성화 및 지역공동체 강화를 목적으로 한다.</p>
<b>정의</b>	<p><b>제2조(정의)</b> 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “세종사랑상품권”(이하 “상품권”이라 한다)이란 명칭 또는 형태와 관계없이 세종특별자치 시장(이하 “시장”이라 한다)이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 사용자가 세종특별자치시(이하 “시”라 한다) 내 가맹점에 제시하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권을 말한다.</li> <li>2. “가맹점”이란 상품권을 이용하여 물품의 판매 또는 용역을 제공하는 자를 말한다.</li> <li>3. “판매대행점”이란 시장과 계약(협약)을 체결하여 상품권의 발행·보관·판매·충전·환전 등의 업무를 대행하는 「전자금융거래법」 제2조제3호·제4호에 따른 금융기관과 전자금융업자를 말한다.</li> <li>4. “운영대행사”란 시장과 계약을 체결하여 상품권 발행·유통, 시스템 관리·운영 및 유지보수 등의 업무를 대행하는 업체를 말한다.</li> <li>5. “사용자”란 상품권을 구입하여 사용하거나 소지한 사람을 말한다.</li> </ol>
<b>상품권 발행</b>	<p><b>제4조(상품권의 발행 등)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 시장은 지역경제 활성화 및 지역공동체 강화 등을 위하여 상품권을 발행할 수 있다.</li> <li>② 시장은 해당 사업연도의 예산규모와 수요량을 고려하여 상품권의 종류, 권면가액, 발행규모, 기재사항 등을 결정한다.</li> <li>③ 시장은 상품권의 판매 활성화를 위하여 권면금액의 100분의 10의 범위에서 포인트를 지급하거나 상품권을 할인하여 판매할 수 있다. 다만, 할인구매는 개인의 경우 월 50만원, 연 500만원을 초과할 수 없으며, 법인 및 가맹점 상인의 경우 할인구매를 적용하지 아니할 수 있다.</li> <li>④ 상품권의 유효기간은 발행일로부터 5년으로 한다. 다만, 시장은 유효기간 연장이 필요하다고 인정하는 경우 상품권 사용자의 권리를 침해하지 않는 범위에서 유효기간을 연장할 수 있다.</li> <li>⑤ 상품권의 유통지역은 시 일원으로 하되, 시장이 필요하다고 인정하는 경우에는 그 유통 지역을 달리 정할 수 있다.</li> <li>⑥ 상품권의 종류, 권면가액 및 발행규모 등 상품권 발행에 필요한 사항은 시장이 정한다.</li> </ol>
<b>유통지역</b>	-
<b>가맹점 범위</b>	<p><b>제7조(가맹점의 등록)</b></p> <p>② 시장은 가맹점 등록을 신청한 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그 등록을 거부할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조제1호에 따른 사행산업 및 같은 법 같은 조 제3호에 따른 불법사행산업을 운영하는 경우</li> <li>2. 「식품위생법시행령」 제21조제8호의 단란주점과 유흥주점</li> <li>3. 「유통산업발전법」 제2조에서 정한 대규모점포와 준대규모점포</li> <li>4. 그 밖에 이 조례의 목적에 적합하지 아니한 업종으로서 시장이 지역발전과 지역 공동체에 긍정적인 영향을 미치지 않는다고 인정하는 경우</li> </ol>
<b>가맹점 준수사항</b>	<p><b>제8조(가맹점의 준수사항)</b></p> <p>① 가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상품권 결제를 거절하거나 상품권 사용자를 불리하게 대우하는 행위</li> <li>2. 다음 각 목의 상품권을 환전하는 행위</li> </ol>

	<p>가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 상품권 나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 상품권 ② 가맹점의 소재지 또는 대표자 등이 변경되거나 가맹점 등록의 취소를 요청하는 경우에는 사유 발생일로부터 30일 이내에 시장에게 신고 또는 신청하여야 한다. ③ 가맹점은 상품권 판매 활성화를 위한 시책 등에 적극 참여하여야 한다.</p>
<p><b>사용자 준수사항</b></p>	<p><b>제10조(사용자 준수사항)</b> ① 사용자는 상품권을 가맹점에서만 사용하여야 한다. ② 사용자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 상품권을 사용할 수 없다. 1. 사용자의 부주의로 상품권이 훼손되어 시장이 발행한 상품권임을 확인할 수 없는 경우 2. 위·변조 또는 부정하게 발행되었거나 부정한 방법으로 취득한 상품권인 경우 ③ 상품권 소지자가 훼손 등의 사유로 상품권의 재발급을 요구하는 경우에는 시장이 지정한 장소에서 상품권의 금액을 확인하고 재발급 받을 수 있다. 다만, 상품권의 훼손이 상품권 소지자의 책임인 경우에는 재발급에 따르는 실제 비용을 상품권 소지자가 부담하게 할 수 있다. ④ 사용자는 상품권을 재판매하여서는 아니 되며, 이윤을 남기고자 하는 일체의 행위를 하여서는 아니 된다.</p>
<p><b>위원회 구성</b></p>	<p><b>제19조(위원회의 구성)</b> ③ 당연직 위원은 상품권 업무 소관 실·국장으로 하고, 위촉직 위원은 다음 각 호의 사람 중에서 성별을 고려하여 시장이 위촉한다. 1. 시민사회단체에서 추천하는 사람 2. 소상공인 지원 관련 공공기관, 법인 또는 단체에서 추천하는 사람 3. 경제 및 금융기관 종사자 4. 지역상품권 분야에서 학식과 경험이 풍부한 사람 5. 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 사람</p>
<p><b>특이 사항</b></p>	<p><b>제14조(운영대행사의 준수사항)</b> ① 운영대행사는 판매 분석 등을 통하여 자료의 수집·분석·저장 등 자료 관리를 철저히 하여야 한다. ② 운영대행사는 상품권의 운영시스템이 항상 최신의 정보통신기술을 활용할 수 있도록 관리하여야 하며, 시스템 구축 시 다른 사업과의 연계를 위한 확장성을 갖추어야 한다. ③ 운영대행사는 시장으로부터 상품권의 운영에 따른 발급현황, 판매실적 등에 관한 자료제출 요구가 있을 때에는 시장이 지정한 날까지 제출하여야 한다. ④ 운영대행사는 법령에 위반되지 않는 범위 내에서 시장의 승인을 얻어 통계작성 및 판매 분석 등을 목적으로 개인정보를 이용할 수 있다.</p> <p><b>제15조(운영시스템의 보안)</b> ① 운영대행사는 외부로부터의 불법적인 방법에 의한 접근·변경·유출 등의 보안 사고가 발생하지 않도록 필요한 안전대책을 수립·시행하여야 한다. ② 운영대행사는 정보의 손상 및 파괴 등 사고에 대비하여 일정한 주기로 백업한 자료를 별도의 안전한 장소에 보관·관리하여야 하며, 사고 발생 시 신속한 복구가 가능하도록 조치하여야 한다.</p> <p><b>제16조(개인정보 보호)</b> ① 운영대행사는 운영시스템을 통하여 개인정보가 다른 사람에게 노출되지 않도록 하는 등 개인정보 보호를 위하여 필요한 안전대책을 마련하여야 한다. ② 운영대행사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 외에는 서비스 제공과 관련하여 취득한 개인정보를 본인의 승낙 없이 제3자에게 누설 또는 배포할 수 없으며 다른 용도로 사용할 수 없다. 1. 관계 법령에 따라 수사상 목적으로 관계기관으로부터 요구가 있는 경우 2. 그 밖에 관계 법령에서 정한 절차에 따라 요청한 경우</p>



□ 경기

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
경기도	경기도 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 관한 조례	경제실 경제기획관 소상공인과	일부개정 2020.10.08. (2018.11.13.)

목적	<p><b>제1조(목적)</b> 이 조례는 경기도 지역화폐의 유통기반 조성과 이용 활성화를 지원함으로써 전통시장 및 골목상권의 활성화, 소상공인의 소득향상을 도모하여 지역경제 발전과 경기도민의 복리증진에 기여함을 목적으로 한다.</p>
정의	<p><b>제2조(정의)</b> 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “지역화폐”란 그 명칭 또는 형태와 관계없이 시장·군수가 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 시장·군수 또는 가맹점(이하 “발행자등”이라 한다)에게 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 발행자등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 증표를 말한다.</li> <li>2. “가맹점”이란 지역화폐를 사용하는 거래에 의하여 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자로서 시장·군수에게 등록한 자를 말한다. 다만, 전자지역화폐 등은 시장·군수에게 등록하지 않더라도 시·군의 등록요건을 충족한 자는 가맹점으로 본다.</li> <li>3. “공동 운영대행사”란 시·군과 협의하여 지역화폐 유통에 따른 시스템 관리·운영 및 유지보수 등의 업무를 대행하기 위해 경기도지사(이하 “도지사”라 한다)가 선정한 사업자를 말한다.</li> <li>4. “이용자”란 지역화폐를 구입하여 사용하는 사람을 말한다.</li> </ol>
상품권 발행	-
유통지역	-
가맹점 범위	<p><b>제5조의2(지역화폐 가맹점 운영기준)</b> 도지사는 효율적인 지역화폐 가맹점 관리를 위하여 매년 운영기준을 정하여 시·군에 권고할 수 있다. 이 경우 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역화폐의 사용지역 제한</li> <li>2. 지역화폐의 가맹점 매출 기준</li> <li>3. 지역화폐의 사용업종과 제한업종</li> <li>4. 그 밖에 도지사가 필요하다고 인정하는 사항</li> </ol>
가맹점 준수사항	-
사용자 준수사항	-
위원회 구성	<p><b>제15조(위원회 구성)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 위원회는 위원장 및 부위원장 1명을 포함하여 15명 이하의 위원으로 구성한다.</li> <li>② 위원회의 위원장은 행정2부지사로 하며, 부위원장은 위촉직 위원 중에서 호선한다.</li> <li>③ 위원회의 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람 중 도지사가 임명 또는 위촉하는 사람으로 한다. 이 경우 위촉직 위원은 특정 성별이 위촉직 위원수의 10분의 6을 초과하지 아니하도록 하여야 한다. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 경기도의회 의원</li> <li>2. 지역화폐 업무 담당 실·국장</li> <li>3. 소상공인 지원 관련 관련기관 및 비영리단체, 학회, 협회 등의 추천을 받은 사람</li> <li>4. 지역화폐 분야의 전문가</li> <li>5. 그 밖에 도지사가 필요하다고 인정하는 사람</li> </ol> </li> <li>④ 위촉위원의 임기는 2년으로 하며, 한 차례만 연임할 수 있다.</li> </ol>

도지사 책무	<p><b>제3조(도지사의 책무)</b></p> <p>① 도지사는 지역상권 활성화 및 소상공인의 육성을 위하여 지역화폐의 보급 및 이용을 활성화하여야 한다.</p> <p>② 도지사는 지역화폐의 건전한 유통질서 확립과 안전성 확보를 위한 방안을 마련하여야 한다.</p>
기본 계획 수립 시행	<p><b>제5조(기본계획의 수립·시행)</b></p> <p>① 도지사는 지역화폐의 발행 및 이용 활성화를 위하여 경기도 지역화폐 이용 활성화 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 5년마다 수립·시행하여야 한다.</p> <p>② 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역화폐의 발행규모에 관한 사항</li> <li>2. 지역화폐의 이용 활성화에 관한 사항</li> <li>3. 지역화폐의 발행 및 이용 활성화 비용지원에 관한 사항</li> <li>4. 지역화폐 가맹점 확보에 관한 사항</li> <li>5. 지역화폐 이용에 관한 교육 및 홍보에 관한 사항</li> <li>6. 지역상권 활성화를 위한 지역화폐의 유통확대에 관한 사항</li> <li>7. 지역화폐 이용대상 및 제한에 관한 사항</li> </ol> <p>③ 도지사는 기본계획을 수립하기 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 관계 행정기관 및 지역화폐와 관련된 기관 또는 단체에 필요한 자료나 의견 등의 제출을 요청할 수 있다.</p>
운영 평가	<p><b>제10조(지역화폐 운영의 평가)</b></p> <p>① 도지사는 제8조에 따라 재정지원을 받은 시·군의 지역상권 활성화를 위한 지역화폐의 보급 및 이용에 대하여 평가하여야 한다.</p> <p>② 도지사는 제1항에 따른 평가를 실시한 결과 그 평가결과가 우수한 시·군에 대하여는 제8조에 따른 재정지원을 우선적으로 할 수 있다.</p>
센터	<p><b>제11조(지역화폐센터)</b> 도지사는 지역화폐의 보급 및 이용을 전문적이고 효율적으로 추진하기 위하여 경기도지역화폐센터를 두어 다음 각 호의 사업을 지원하게 할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역화폐의 발행 및 유통</li> <li>2. 가맹점의 모집</li> <li>3. 분쟁의 조정</li> <li>4. 지역화폐의 이용 활성화</li> <li>5. 그 밖에 도지사가 필요하다고 인정하는 사업</li> </ol>

□ 경기도 : 수원

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
수원시	수원시 지역화폐 발행 및 운영에 관한 조례	경제정책국 지역경제과	2019.03.29. (2019.03.29.)

<b>목적</b>	제1조(목적) 이 조례는 수원시가 발행하는 지역화폐의 관리·운영에 관한 사항을 규정함으로써 지역자금의 역외유출을 방지하고 전통시장 및 소상공인의 경쟁력 강화와 지역경제 활성화를 목적으로 한다.
<b>정의</b>	제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “수원시 지역화폐”란 발행자인 수원시가 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 발행·매출한 증표로서, 그 소지자가 수원시장(이하 “시장”이라 한다) 또는 제2호가목에 따른 개별 가맹점에 이를 교부 또는 제시하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 시장 또는 해당 개별가맹점으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 증표를 말한다. 2. “가맹점”이란 제8조에 따라 등록된 자로서 다음 각 목의 자를 말한다. 가. 수원시 지역화폐(이하 “지역화폐”라 한다)를 사용한 거래에 의하여 물품의 판매 또는 용역의 제공을 하는 자 (이하 “개별가맹점”이라 한다) 나. 지역화폐를 수취한 개별가맹점을 위하여 제21조 단서에 따라 지역화폐의 환전을 대행하는 상인조직(이하 “환전대행가맹점”이라 한다) 3. “판매대행점”이란 제20조에 따라 위탁계약을 체결한 자로서 지역화폐의 보관, 판매, 환전 업무 등을 대행하는 은행 또는 금융기관을 말한다. 4. “운영대행사”란 제22조에 따라 위탁계약을 체결한 자로서 전자지역화폐 유통에 따른 시스템 관리·운영 및 유지보수 등의 업무를 대행하는 업체를 말한다.
<b>상품권 발행</b>	제4조(지역화폐의 발행 등) ① 시장은 전통시장 및 소상공인의 경쟁력 강화와 지역경제 활성화를 위하여 지역화폐를 발행할 수 있다. ② 종이지역화폐의 유효기간은 발행일로부터 5년으로 하고, 전자지역화폐의 유효기간은 발행일로부터 3년으로 한다. 다만, 시장은 유효기간 연장이 필요하다고 인정하는 경우 유효기간을 연장할 수 있다. ③ 지역화폐의 유통지역은 수원시 일원으로 하되, 시장이 필요하다고 인정하는 경우에는 그 유통지역을 달리 정할 수 있다. ④ 지역화폐의 종류, 권면가액, 발행규모는 시장이 정한다.
<b>유통지역</b>	-
<b>가맹점 범위</b>	제8조(가맹점의 등록) ② 시장은 「유통산업발전법」 제2조제3호에서 정한 대형마트, 전문점, 백화점, 쇼핑센터, 복합쇼핑몰과 그 밖의 대규모점포 등 지역화폐 사용이 적합하지 않다고 인정되는 업종이나 업소의 대표자를 개별가맹점으로 등록하지 아니할 수 있다. ③ 가맹점의 등록 요건 및 절차 등에 관하여 필요한 사항은 규칙으로 정한다.
<b>가맹점 준수사항</b>	제9조(가맹점의 준수사항) ① 개별가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다. 1. 지역화폐 결제를 거절하거나 지역화폐 소지자를 불리하게 대우하는 행위 2. 다음 각 목의 지역화폐를 환전하거나 환전대행가맹점에 환전을 요청하는 행위 가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 지역화폐 나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 지역화폐 ② 개별가맹점은 종이지역화폐 소지자가 권면금액 중 100분의 70 이상에 상당하는 물품을 구입하거나 용역을 제공받고 그 잔액을 환급하여 줄 것을 요구하는 경우에는 즉시 이에 응하여야 한다. ③ 환전대행가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다. 1. 개별가맹점이 아닌 자를 위하여 지역화폐 환전을 대행하는 행위 2. 제1항제2호 각 목에 해당하는 지역화폐임을 인지하고 그 환전을 대행하는 행위 ④ 가맹점의 소지자 또는 대표자 등을 변경하거나 지점의 취소를 요청하는 경우에는 규칙이 정하는 바에 따라 사유 발생일로부터 30일 이내에 시장에게 신고 또는 신청하여야 한다.

<p><b>사용자 준수사항</b></p>	<p><b>제11조(지역화폐 소지자의 준수사항)</b>          ① 지역화폐 소지자는 개별가맹점에게 지역화폐를 사용하여야 하며, 다른 부당한 방법으로 지역화폐를 현금으로 환전 받을 수 없다.          ② 지역화폐 소지자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 지역화폐를 사용할 수 없다.          1. 지역화폐가 훼손되어 지역화폐의 권면금액 또는 발행번호를 식별할 수 없거나 수원시가 발행한 지역화폐임을 확인할 수 없는 경우          2. 지역화폐가 위·변조 또는 부정하게 발행되었거나 지역화폐를 부정한 방법으로 취득한 경우          ③ 지역화폐 소지자는 지역화폐를 재판매하여서는 아니 되며, 이윤을 남기려는 일체의 행위를 하여서는 아니 된다.</p>
<p><b>위원회 구성</b></p>	<p><b>제13조(협의회의 구성)</b>          ② 위원장은 소관 부시장이 되고 협의회의 위원은 다음 각 호에 해당하는 사람 중에서 시장이 임명 또는 위촉한다.          1. 수원시의회 시의원          2. 협의회 소관 업무를 담당하는 수원시 소속 공무원          3. 지역화폐 발행 및 유통 활성화 분야에 관하여 학식과 경험이 풍부한 사람</p>
<p><b>특이 사항</b></p>	<p><b>제23조(운영대행사의 준수사항)</b>          ① 운영대행사는 판매 분석 등을 통하여 자료의 수집·분석·저장 등 자료 관리를 철저히 하여야 한다.          ② 운영대행사는 전자지역화폐의 운영시스템이 항상 최신의 정보통신기술을 활용할 수 있도록 관리하여야 하며, 시스템 구축 시 다른 사업과의 연계를 위한 확장성을 갖추어야 한다.          ③ 운영대행사는 시장으로부터 전자지역화폐의 운영에 따른 발급현황, 판매실적 등에 관한 자료제출 요구가 있을 때에는 시장이 지정한 날까지 제출하여야 한다.</p> <p><b>제24조(운영시스템의 보안)</b>          ① 운영대행사는 외부로부터의 불법적인 방법에 의한 접근·변경·유출 등의 보안 사고가 발생하지 않도록 필요한 안전대책을 수립·시행하여야 한다.          ② 운영대행사는 정보의 손상 및 파괴 등 사고에 대비하여 일정한 주기로 백업한 자료를 별도의 안전한 장소에 보관·관리하여야 하며, 사고 발생 시 신속한 복구가 가능하도록 조치하여야 한다.</p> <p><b>제25조(개인정보 보호)</b>          ① 운영대행사는 운영시스템을 통하여 개인정보가 다른 사람에게 노출되지 않도록 하는 등 개인정보보호를 위하여 필요한 안전대책을 마련하여야 한다.          ② 운영대행사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 외에는 서비스 제공과 관련하여 취득한 개인정보를 본인의 승낙 없이 제3자에게 누설 또는 배포할 수 없으며 다른 용도로 사용할 수 없다.          1. 관계 법령에 따라 수사상 목적으로 관계기관으로부터 요구가 있는 경우          2. 통계작성 및 판매분석 등의 목적을 위하여 필요한 경우로서 특정개인을 알아볼 수 없는 형태로 가공하여 제공하는 경우          3. 그 밖에 관계 법령에서 정한 절차에 따라 요청한 경우</p>

□ 경기도 : 시흥

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
시흥시	시흥화폐 발행 및 운영에 관한 조례	소상공인과	전부개정 2020.10.07. (2018.05.03.)

<b>목적</b>	<p><b>제1조(목적)</b> 이 조례는 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」에 따라 지역 자금의 역외 유출 방지를 통한 지역경제 활성화와 소비 불균형 해소, 지역공동체 강화를 위해 시흥화폐 발행 및 운영 등에 관하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.</p>
<b>정의</b>	<p><b>제2조(정의)</b> 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “시흥화폐”란 시흥시장(이하 “시장”이라 한다)이 발행한 지역화폐로서 지역화폐에 기재된 가액에 따라 가맹점으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권, 「전자금융거래법」 제2조제14호에 따른 선불전자지급수단 및 「여신전문금융업법」 제2조제8호에 따른 선불카드를 말한다.</li> <li>2. “판매대행점”이란 시장과 협약을 체결하여 시흥화폐의 보관·판매·환전 등의 업무를 대행하는 「전자금융거래법」 제2조제3호에 따른 금융회사와 같은 조 제4호에 따른 전자금융업자를 말한다.</li> <li>3. “가맹점”이란 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」(이하 “지역사랑상품권법”)이라 한다) 제7조제1항에 따라 등록된 자로서 시흥화폐를 사용한 거래에 의하여 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자를 말한다.</li> <li>4. “사용자”란 시흥화폐를 구입·선물·정액수당 등으로 취득한 시흥화폐를 사용하여 물품을 구입하거나 용역을 제공받는 자를 말한다.</li> </ol>
<b>상품권 발행</b>	<p><b>제4조(시흥화폐 발행)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 시흥화폐는 시장이 발행하며 그 명칭은 ‘시루’로 한다.</li> <li>② 시흥화폐의 종류는 지류형, 모바일, 카드형이며, 지류형의 권면금액은 다음 각 호와 같다.                     <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 1천원권</li> <li>2. 5천원권</li> <li>3. 1만원권</li> <li>4. 5만원권</li> </ol> </li> <li>③ 시흥화폐의 유통지역은 시흥시로 한다.</li> <li>④ 시흥화폐의 유효기간은 발행일로부터 5년으로 하며, 경제정책 등 시장이 필요하다고 인정하는 경우 유효기간을 단축 또는 연장할 수 있다.</li> </ol>
<b>유통지역</b>	-
<b>가맹점 범위</b>	<p><b>제8조(가맹점 등록 제한)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 시장은 가맹점으로 등록하려는 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 등록을 제한할 수 있다.                     <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「유통산업발전법」 제2조에 따른 대규모점포(그 밖의 대규모점포는 제외한다) 및 준대규모점포</li> <li>2. 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제14조에 따른 상호출자제한기업과 그 계열사의 대리점과 프랜차이즈점</li> <li>3. 외국계 기업 및 브랜드의 대리점과 프랜차이즈점(브랜드의 글로벌본사 소재지 기준)</li> <li>4. 시흥시에 본점을 두지 않은 법인사업자의 직영점</li> <li>5. 「식품위생법 시행령」 제21조제8호다목에 따른 단란주점영업 및 같은 호 라목에 따른 유흥주점영업</li> <li>6. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조제1호에 따른 사행산업 및 같은 조 제3호에 따른 불법 사행산업</li> <li>7. 제1호부터 제6호까지 준하는 사항으로서 시장이 필요하다고 인정하는 업종 중 발행위원회 의결을 거쳐 규칙으로 정하는 업종</li> </ol> </li> </ol>
<b>가맹점 준수사항</b>	<p><b>제10조(가맹점 준수사항)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 가맹점은 모바일과 지류형을 모두 취급하여야 하며, 결제를 거절하거나 시흥화폐 사용자를 불리하게 대우하여서는 아니 된다.</li> <li>② 가맹점은 시흥화폐 가맹점 스티커를 점포 입구에 부착하여야 하며, 모바일 결제를 위한 QR키트를 결제 장소에 비치하여야 한다.</li> <li>③ 가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 부당행위를 하여서는 아니 된다.                     <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 시흥화폐를 환전하는 행위</li> </ol> </li> </ol>

	<p>2. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 시흥화폐를 환전하는 행위</p> <p>④ 개별가맹점은 시흥화폐 사용자가 지류형 권면금액의 100분의 70 이상에 해당하는 물품을 구입하거나 용역을 제공받고 그 잔액을 요구하는 경우에는 즉시 현금으로 지급하여야 한다.</p>
사용자 준수사항	<p><b>제12조(사용자 준수사항)</b></p> <p>① 사용자는 시흥화폐를 가맹점에서 사용하여야 하며, 상품·서비스의 거래 없이 부당한 방법으로 유통하여서는 아니 된다.</p> <p>② 사용자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 시흥화폐를 사용할 수 없다.</p> <p>1. 시흥화폐가 훼손되어 시흥화폐 권면금액 또는 발행번호를 식별할 수 없거나 시장이 발행한 시흥화폐임을 확인할 수 없는 경우</p> <p>2. 시흥화폐가 위·변조 또는 부정하게 발행되었거나 부정한 방법으로 취득한 경우</p> <p>③ 사용자는 시흥화폐를 재판매하여서는 아니 되며, 이윤을 남기고자 하는 일체의 행위를 하여서는 아니 된다.</p>
위원회 구성	<p><b>제15조(위원회 구성)</b></p> <p>① 위원회는 위원장 및 부위원장 1명을 포함하여 30명 이내의 위원으로 구성한다.</p> <p>② 위원회의 위원장은 시장으로 하고, 부위원장은 위촉직 위원 중에서 호선한다.</p> <p>③ 위원회의 위원은 다음 각 호에 해당하는 사람 중에서 공모를 통해 시장이 위촉한다. 이 경우 특정 성별이 위촉직 위원 수의 10분의 6을 초과하지 아니하여야 한다.</p> <p>1. 시흥시민</p> <p>2. 지역화폐 분야에서 학식과 경험이 풍부한 사람</p> <p>3. 공동체 분야에서 학식과 경험이 풍부한 사람</p> <p>④ 다음 각 호에 해당하는 사람은 발행위원회의 당연직 위원이 된다.</p> <p>1. 시흥시의회에서 추천하는 사람 2명</p> <p>2. 판매대행점 총괄지점에서 추천하는 사람 1명</p> <p>3. 시흥화폐 업무 담당 국장 및 관계 부서 공무원 9명</p> <p>④ 위원의 임기는 2년으로 하며, 한 번만 연임할 수 있다. 다만, 보궐 위원의 임기는 전임자 임기의 남은 기간으로 하며, 공무원과 시흥시의회에서 추천하는 위원의 임기는 해당 직위에 재직하는 기간으로 한다.</p>
시장의 책무	<p><b>제3조(시장의 책무)</b></p> <p>① 시장은 지역상권 활성화와 소비 불균형 해소, 지역공동체 강화를 위하여 시흥의 지역특성에 맞게 시흥화폐의 이용을 활성화하여야 한다.</p> <p>② 시장은 시흥화폐 도입 과정과 취지를 존중하여 시흥화폐 발행위원회(이하 “발행위원회”라 한다)의 활동과 민주적인 의사결정을 지원하여야 한다.</p> <p>③ 시장은 시흥화폐의 건전한 유통질서 확립을 위한 방안을 마련하여야 한다.</p>
기본 계획 수립 시행	-
운영 평가	-
센터	-

□ 경기도 : 성남

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
성남시	성남사랑상품권 활성화기금 설치 및 운용 조례	재정경제국 상권지원과	일부개정 2020.11.02. (2018.11.17.)

<b>목적</b>	제1조(목적) 이 조례는 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」의 위임사항에 따라 소상공인과 전통시장 육성 발전 및 지역경제 활성화를 위하여 성남사랑상품권 활성화기금을 설치하고, 이를 효율적으로 관리·운용하는데 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.
<b>정의</b>	제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “성남사랑 상품권”(이하 “상품권”이라 한다)이란 그 명칭 또는 형태와 관계없이 성남시장이(이하 “시장”이라 한다)이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 시장 또는 가맹점에 이를 제시, 교부 또는 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 상품권발행자 등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권, 「전자금융거래법」 제2조제14호에 따른 선불전자지급수단 및 「여신전문금융업법」 제2조 제8호에 따른 선불카드를 말한다. 2. “인센티브”란 상품권 구매자와 가맹점 및 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 경우의 보상을 말한다. 3. “판매대행점”(이하 “대행점”이라 한다)이란 시장과 제18조제2항에 따라 상품권 위탁관리 협약을 체결하여 상품권의 보관·판매·환전 등의 업무를 대행하는 「전자금융거래법」 제2조제3호에 따른 금융회사와 같은 조 제4호에 따른 전자금융업자를 말한다. 4. “가맹점”이란 상품권을 이용하여 재화와 용역을 거래할 수 있도록 제24조에 따라 등록된 업소를 말한다. 5. “사용자”란 상품권을 구입하여 사용하거나 소지하는 사람을 말한다.
<b>상품권 발행</b>	제18조(상품권의 발행 등) ① 시장은 관내 금융회사 또는 전자금융업자에게 상품권 보관·판매·환전 등의 업무를 대행하게 할 수 있다. ② 제1항에 따라 판매대행을 하고자 하는 금융회사 또는 전자금융업자는 시장과 대행점 협약을 체결하여야 한다. ③ 시장은 제2항에 따라 협약을 체결한 대행점에 관한 정보를 시 인터넷 홈페이지에 공개하여야 한다.
<b>유통지역</b>	-
<b>가맹점 범위</b>	제24조의3(가맹점의 등록 거부) 상품권 운영 목적에 적합하지 아니하다고 판단되는 다음 각 호의 경우에는 그 등록을 거부할 수 있다. 1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조제1호에 따른 사행산업 및 같은 조 제3호에 따른 불법사행 산업을 영위하는 경우 2. 「중소기업기본법」 제2조제1항의 중소기업에 해당하지 아니하는 기업을 영위하는 경우 3. 「유통산업발전법」 제2조에 따른 대규모점포 및 준대규모점포 4. 「식품위생법 시행령」 제21조제8호다목에 따른 단란주점영업 및 같은 호 라목에 따른 유흥주점영업 5. 그 밖에 시장이 지역발전과 지역공동체에 긍정적인 영향을 미치지 않는다고 인정하는 경우
<b>가맹점 준수사항</b>	제25조(가맹점의 준수사항) ① 가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다. 1. 상품권 결제를 거절하거나 상품권 소지자를 불리하게 대우하는 행위 2. 다음 각 목의 상품권을 환전하거나 환전을 요청하는 행위 가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 상품권 나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 상품권 ② 가맹점은 사용자가 상품권 권면금액 중 100분의 80이상에 상당하는 물품을 구입하거나 용역을 제공받고 그 잔액을 요구하는 경우에는 즉시 현금으로 지급하여야 한다.
<b>사용자 준수사항</b>	제27조(사용자 준수사항) ① 사용자는 상품권을 가맹점에서 사용하여야 하며, 대행점이나 가맹점에 상품권 환전을 요구하여서는 아니 된다. ② 사용자는 다음 각 호의 하나에 해당하는 경우에는 상품권을 사용할 수 없다.

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상품권이 훼손되어 상품권 권면금액 또는 발행번호를 식별할 수 없거나 시장이 발행한 상품권임을 확인할 수 없는 경우</li> <li>2. 상품권이 위조·변조 또는 부정하게 발행되었거나 부정한 방법으로 취득한 경우</li> <li>③ 사용자는 상품권을 재판매하거나 그 거래를 통하여 이익을 남기고자 하는 일체의 행위를 하여서는 아니 된다.</li> </ol>
위원회 구성	<p><b>제9조(기금운용심의위원회의 설치 및 구성)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 기금의 효율적인 관리·운영에 관한 사항을 심의하기 위하여 위원회를 둔다.</li> <li>② 위원회는 위원장과 부위원장 각 1명을 포함하여 10명 이내의 위원으로 구성한다.</li> <li>③ 위원장은 업무담당국장(단장)이 되고 부위원장은 위원중에서 호선한다.</li> <li>④ 위촉직 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람 중에서 시장이 위촉한다. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 성남시의회가 추천한 시의원 2명</li> <li>2. 전통시장·상점가 유통경영현대화에 관한 학식과 전문성을 가진 사람 3명</li> <li>3. 상품권 관련 금융기관·단체 대표자 2명</li> <li>⑤ 위촉직 위원의 임기는 2년으로 하되, 1회에 한하여 연임할 수 있다. 다만, 당연직 위원인 경우에는 해당 직위에 재직하는 기간으로 한다.</li> <li>⑥ 위원회의 사무를 처리하기 위하여 간사 및 서기를 두되, 간사는 업무담당 과장이 되고 서기는 기금운용 관련 업무담당팀장이 된다.</li> </ol> </li> </ol>
시장의 책무	-
기본 계획 수립 시행	<p><b>제8조(기금운용의 계획)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 시장은 회계연도마다 기금운용계획을 수립하여야 한다.</li> <li>② 제1항에 따라 수립된 기금운용계획에는 다음 각 호의 사항을 포함하여야 한다. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 기금의 수입 및 지출에 관한 사항</li> <li>2. 해당연도 사업계획 및 자금계획에 관한 사항</li> <li>3. 기금재산에 관한 사항</li> <li>4. 그 밖에 기금운용상 필요하다고 인정되는 사항</li> </ol> </li> <li>③ 제1항에 따라 수립된 기금운용 계획안은 회계연도 개시 40일 전까지 의회에 제출하여야 한다.</li> </ol>
운영 평가	-
센터	-



□ 강원 : 춘천

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
춘천시	춘천사랑상품권 발행 및 운용 조례	경제재정국 사회적경제과	전부개정 2020.11.05. (2016.11.03.)

목적	제1조(목적) 이 조례는 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」에서 위임된 사항과 그 시행에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.
정의	<p>제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 춘천사랑상품권(이하 “상품권”이라 한다)이란 춘천시장(이하 “시장”이라 한다)이 증표를 발행·판매하고 그 소지자가 이를 사용하여 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 「지역 사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제2조제1호에 따른 지역사랑상품권을 말한다.</li> <li>2. “중이상품권”이란 제1호에 따른 상품권의 표기금액이 종이 형태의 상품권을 말한다.</li> <li>3. “전자상품권”이란 제1호에 따른 상품권의 표기금액이 전자적인 방법으로 입력 또는 충전되어 표시된 모바일, 카드 등 형태의 상품권을 말한다.</li> <li>4. “운영대행사”란 법 제18조제1항에 따라 상품권 발행 및 운영에 관한 업무를 수행하기 위하여 시장과 제4조의 위·수탁 계약을 체결한 자를 말한다.</li> <li>5. “상품권 관리시스템”이란 상품권 발행, 판매(충전을 통한 판매를 포함한다. 이하 같다), 결제, 환전 등의 처리와 관련되는 기기와 소프트웨어의 조직화된 체계를 말한다.</li> <li>6. “판매대행점”(이하 “대행점”이라 한다)이란 제5조에 따라 시장과 협약을 체결한 법 제2조 제2호에서 정한 금융회사 또는 전자금융업자를 말한다.</li> <li>7. “가맹점”이란 제6조에 따라 시장이 등록된 자로서 법 제2조제3호에서 정한 개별가맹점과 환전대행가맹점을 말한다.</li> <li>8. “사용자”란 상품권을 구입하여 사용하거나 보유한 개인 또는 법인·단체를 말한다.</li> </ol>
상품권 발행	<p>제3조(상품권의 발행 등)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 상품권의 유효기간은 발행일부터 5년으로 한다. 다만, 법 제4조제2항 단서에 따라 시장은 대규모 경기 침체로 소상공인의 보호 및 지역경제 활성화를 위하여 필요하다고 인정하는 경우 유효기간을 3년의 범위에서 단축하거나 연장하여 발행할 수 있다.</li> <li>② 법 제4조제4항에 따른 상품권의 종류와 권면금액은 다음 각 호로 한다. 다만, 권면금액의 경우 시장이 필요하다고 인정할 때에는 달리 정할 수 있다. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상품권의 종류 <ol style="list-style-type: none"> <li>가. 중이상품권</li> <li>나. 전자상품권</li> </ol> </li> <li>2. 상품권의 권면금액 <ol style="list-style-type: none"> <li>가. 2천원권</li> <li>나. 5천원권</li> <li>다. 1만원권</li> </ol> </li> </ol> </li> <li>③ 시장은 중이상품권의 위·변조와 부정 발행 방지를 위하여 한국조폐공사 등 전문 업체와 인세계약을 체결하여 발행하여야 한다.</li> </ol>
유통지역	-
가맹점 범위	<p>제6조(가맹점의 등록 및 관리)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>③ 법 제7조제2항제3호에 따라 시장이 등록을 거부할 수 있는 “조례로 정하는 등록 제한업종을 영위하는 경우”란 다음 각 호와 같다. <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「식품위생법 시행령」 제21조제8호의 단란주점과 유흥주점을 운영하는 경우</li> <li>2. 「유통산업발전법」 제2조제3호의 대규모점포를 운영하는 경우</li> <li>3. 그 밖에 시장이 등록 제한업종으로 인정하는 경우</li> </ol> </li> </ol>
가맹점 준수사항	-
사용자 준수사항	-
위원회 구성	-

## □ 충북 : 청주

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
청주시	청주사랑상품권 발행 및 운영 조례	재정경제국 경제정책과	전부개정 2020.11.06. (2019.06.14.)

목적	제1조(목적) 이 조례는 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 및 같은 법 시행령에서 위임된 사항과 그 시행에 필요한 사항을 규정하고, 청주사랑상품권의 유통기반 조성과 그 이용의 활성화를 도모하여 지역공동체 강화 및 지역경제 활성화에 기여함을 목적으로 한다.
정의	-
상품권 발행	<p><b>제3조(상품권의 발행 및 유통)</b></p> <p>① 청주시장(이하 “시장”이라 한다)은 지역경제 활성화를 위하여 유가증권, 「전자금융거래법」 제2조제14호에 따른 선불전자지급수단 및 「여신전문금융업법」 제2조제8호에 따른 선불카드 형태의 상품권을 발행할 수 있다. 이 경우 시장은 상품권 발행 및 운영 등에 필요한 업무의 전부 또는 일부를 위탁할 수 있다.</p> <p>② 상품권의 유효기간은 발행일부터 5년으로 한다. 다만, 시장은 지역경제 활성화를 위하여 특별히 필요하다고 인정하는 경우에는 유효기간을 따로 정할 수 있다.</p> <p>③ 상품권의 유통지역은 청주시(이하 “시”라 한다)의 관할 구역으로 하되, 시장이 필요하다고 인정하여 자치단체 간 협약이 있을 경우 달리 정할 수 있다.</p> <p>④ 제1항에 따라 발행되는 상품권의 종류는 종이형, 카드형(전자적 방식의 발행을 포함한다) 및 모바일 등으로 하고, 권면금액, 디자인 등은 시장이 정한다.</p> <p>⑤ 상품권의 기재사항은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상품권의 발행권자</li> <li>2. 상품권의 유효기간</li> <li>3. 그 밖에 시장이 상품권의 발행 및 유통을 위하여 필요하다고 인정하는 사항</li> </ol>
유통지역	-
가맹점 범위	<p><b>제5조(가맹점의 등록)</b></p> <p>② 시장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 가맹점 등록을 제한할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「식품위생법 시행령」 제21조제8호에 따른 단란주점과 유흥주점</li> <li>2. 「유통산업발전법」 제2조에서 정한 대규모점포와 준대규모점포</li> <li>3. 그 밖에 시장이 지역공동체 강화 및 지역경제 활성화에 적합하지 않다고 인정하는 업종</li> </ol>
가맹점 준수사항	-
사용자 준수사항	-
위원회 구성	<p><b>제13조(위원회의 구성)</b></p> <p>① 위원회는 위원장과 부위원장 각 1명을 포함하여 10명 이내로 구성한다.</p> <p>② 위원장은 부시장이 되고, 부위원장은 위원 중에 호선한다.</p> <p>③ 위원은 다음 각 호의 사람 중에서 시장이 위촉한다. 다만, 상품권 업무 담당과장은 당연직으로 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 청주시의회에서 추천하는 의원</li> <li>2. 전통시장 및 상점가 등 소상공인 관련 법인·단체에서 추천하는 사람</li> <li>3. 상품권 발행 및 유통활성과 분야의 학식과 경험이 풍부한 사람</li> <li>4. 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 사람</li> </ol> <p>④ 위원회의 사무를 처리하기 위하여 간사를 두며, 간사는 상품권 업무 담당팀장이 된다.</p> <p>⑤ 위촉위원의 임기는 2년으로 하고, 한 차례 연임할 수 있다. 다만, 위촉직 위원의 사임 등으로 인하여 새로 위촉된 위원의 임기는 전임위원의 남은 기간으로 한다.</p>

□ 진천군

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
진천군	진천사랑상품권 관리 및 운영 조례	미래도시국 일자리경제과	전부개정 2020.04.17. (2014.12.29.)

목적	<p><b>제1조(목적)</b> 이 조례는 진천군 소상공인·전통시장의 건전한 육성·발전과 진천군 내 소비 촉진을 통한 지역경제 활성화를 위하여 진천사랑상품권을 발행 및 운영하는 데 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.</p>
정의	<p><b>제2조(정의)</b> 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “진천사랑상품권”이란 진천군수(이하 “군수”라 한다)가 발행하는 상품권으로서 제3호가목에 따른 개별가맹점에 이를 제시, 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 권면금액(券面金額)에 상당하는 물품 또는 용역을 해당 개별가맹점으로부터 제공받을 수 있는 유가 증권을 말한다.</li> <li>2. “판매대행점”이란 군수를 대신하여 진천사랑상품권을 판매하고, 진천사랑상품권을 현금으로 환전하여 주는 관내 금융기관(「전자금융거래법」 제2조제3호에 따른 금융회사를 말한다)을 말한다. 다만, 전자식상품권을 발행하는 경우에는 군수가 따로 정할 수 있다.</li> <li>3. “가맹점”이란 제6조에 따라 지정된 자로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자를 말한다. 가. 개별가맹점: 진천사랑상품권을 사용한 거래에 따라 물품의 판매 또는 용역을 제공하는 자 나. 환전대행가맹점: 개별가맹점을 위하여 진천사랑상품권을 현금으로 환전을 대행(代行)하는 자</li> </ol>
상품권 발행	<p><b>제3조(상품권의 발행)</b> 군수는 소상공인·전통시장의 건전한 육성·발전과 지역경제 활성화를 위하여 진천사랑상품권(이하 “상품권”이라 한다)을 발행할 수 있다.</p>
유통지역	-
가맹점 범위	<p><b>제6조(가맹점의 지정 등)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 영업소가 진천군에 소재할 것</li> <li>2. 「부가가치세법」 제8조에 따른 사업자등록을 한 자</li> <li>3. 「유통산업발전법」 제2조제3호에 따른 대규모점포 또는 대규모 점포 운영회사 및 계열회사 직영점포가 아닐 것</li> <li>4. 유통업소 등 상품권을 사용하기에 적합하지 않다고 규칙으로 정하는 영업소가 아닐 것</li> </ol>
가맹점 준수사항	<p><b>제7조(가맹점의 준수사항)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 개별가맹점은 상품권 사용자가 상품권을 사용하려는 경우 위조·변조 또는 훼손 등 특별한 사유가 없으면 거부할 수 없다.</li> <li>② 개별가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 해서는 안 된다. 1. 상품권 결제를 거절하거나 상품권 사용자를 불리하게 대우하는 행위 2. 다음 각 목의 상품권을 환전하거나 환전대행가맹점에 환전 대행을 요청하는 행위 가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 상품권 나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 상품권 ③ 개별가맹점은 상품권 사용자가 권면금액의 60퍼센트 이상에 해당하는 물품을 구입하거나 용역을 제공받고 그 잔액을 요구하면 즉시 현금으로 지급해야 한다. ④ 개별가맹점은 상품권 판매 활성화와 사용자의 편익을 도모하기 위하여 실시하는 할인행사 등에 적극 참여해야 한다. ⑤ 환전대행가맹점은 제2항제2호 각 목에 해당하는 상품권임을 인지하고 그 환전을 대행하는 행위를 해서는 안 된다.</li> </ol>
사용자 준수사항	<p><b>제9조(사용자의 준수사항)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 상품권 사용자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 상품권을 사용할 수 없다. 1. 상품권 사용자의 부주의로 상품권이 훼손되어 상품권 권면금액 또는 발행번호를 식별할 수 없는 상품권 2. 위조·변조된 상품권 또는 부정한 방법으로 발행된 상품권</li> <li>② 상품권 사용자는 상품권을 재판매하는 등 이윤을 남기려는 일체의 행위를 해서는 안 된다.</li> </ol>
위원회 구성	-

## □ 음성군

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
음성군	음성군 음성사랑상품권 발행 및 운영 조례	경제산업국 경제과	전부개정 2020.11.05. (2019.11.15.)

목적	제1조(목적) 이 조례는 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 및 같은 법 시행령에서 위임된 사항과 그 시행에 필요한 사항을 규정하고, 음성사랑상품권의 유통기반 조성과 그 이용의 활성화를 도모하여 지역 공동체 강화 및 지역경제 활성화에 기여함을 목적으로 한다.
정의 〈시행 규칙 제2조〉	〈시행규칙〉 제2조(정의) 이 규칙에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “총괄 판매대행점”이란 「음성군 음성사랑상품권 발행 및 운영 조례」(이하 “조례”라 한다) 제2조제2호에 따른 판매대행점 중 판매대행 업무를 총괄하는 판매대행점을 말한다. 2. “운영대행사”란 조례 제14조에 따라 상품권 유통시스템의 구축·운영에 전문성을 가진 기관을 말한다. 3. “상품권 공카드”란 향후 충전·구매할 것으로 예상되는 결제가능 금액이 없는 전자형 상품권을 말한다. 4. “충전”이란 판매대행점 또는 전용 모바일앱에서 전자형 상품권에 금액을 채우는 것을 말한다
상품권 발행	제3조(상품권의 발행 및 유통) ① 음성군수(이하 “군수”라 한다)는 음성군(이하 “군”이라 한다) 내 소비 촉진과 소상공인 육성을 통한 지역경제 활성화를 위하여 음성사랑상품권(이하 “상품권”이라 한다)을 발행할 수 있다. ② 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제4조제2항 단서에 따라 상품권의 유효기간은 발행일부터 3년으로 하고, 군수는 상품권 소지자 등의 권리를 침해하지 아니하는 범위에서 필요하다고 인정하는 경우에는 유효 기간을 별도로 정할 수 있다. ③ 상품권의 유통지역은 군의 관할 구역으로 하되, 군수가 필요하다고 인정하여 자치단체 간 협약이 있을 경우 달리 정할 수 있다. ④ 법 제4조제4항에 따라 상품권의 종류는 충전식 선불카드형(전자식 방식의 발행을 포함한다)으로 한다.
유통지역	-
가맹점 범위	제5조(가맹점의 등록 등) ① 가맹점을 등록하려는 자는 업소의 소재지, 업종 등의 정보를 포함한 별지 제1호서식을 제출 하여야 하며, 등록된 사항을 변경하거나 해지하려는 경우에는 별지 제2호서식을 제출하여야 한다. ② 군수는 다음 각 호의 요건을 모두 갖춘 영업소를 가맹점으로 한다. 1. 군 소재 영업소일 것 2. 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 제2조에 따른 소상공인 다만, 신용 카드 단말기를 보유한 영업소일 것 3. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호의2에 따른 사행성 게임물을 이용하여 사람들이 사행행위를 할 수 있게 서비스를 제공하는 자 등 상품을 사용하기에 적합하지 않다고 판단되는 영업소가 아닐 것 ③ 그 밖에 가맹점 등록에 관하여 필요한 사항은 규칙으로 정한다.
가맹점 준수사항	-
사용자 준수사항	제7조(사용자의 준수사항) 상품권 사용자는 상품권을 재판매하는 등 이윤을 남기려는 일체의 행위를 해서는 안 된다.
위원회 구성	-

□ 충남

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
충청남도	충청남도 지역화폐의 이용 활성화에 관한 조례	경제실 소상공기업과	2019.04.10. (2019.04.10.)

<b>목적</b>	<p><b>제1조(목적)</b> 이 조례는 지역화폐의 유통기반 조성 및 이용 활성화를 지원함으로써 지역상권 활성화 및 소상공인 육성을 통한 지역경제 발전에 이바지함을 목적으로 한다.</p>
<b>정의</b>	<p><b>제2조(정의)</b> 이 조례에서“지역화폐”란 그 명칭 또는 형태에 관계없이 발행자인 시장·군수가 일정한 금액을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 발행한 것으로, 그 소지자가 발행자가 지정한 자에게 이를 교부하여 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 증표를 말한다.</p>
<b>상품권 발행</b>	-
<b>유통지역</b>	-
<b>가맹점 범위</b>	-
<b>가맹점 준수사항</b>	-
<b>사용자 준수사항</b>	-
<b>위원회 구성</b>	-
<b>도지사 책무</b>	<p><b>제3조(도지사의 책무)</b> ① 충청남도지사(이하 “도지사”라 한다)는 지역화폐의 이용 활성화를 위한 시책을 수립하여야 한다. ② 도지사는 법령에 위반되지 아니하는 범위에서 보조금의 일부를 지역화폐로 지급되도록 노력하여야 한다.</p>
<b>기본 계획 수립</b>	<p><b>제4조(기본계획의 수립 등)</b> ① 도지사는 지역화폐의 발행 및 이용 활성화를 위하여 충청남도 지역화폐 이용 활성화 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다. ② 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다. 1. 지역화폐의 이용 활성화 2. 지역화폐의 발행 및 이용 활성화 비용지원 3. 지역화폐 가맹점 확보 4. 지역화폐 이용에 관한 교육 및 홍보 5. 지역상권 활성화를 위한 지역화폐의 유통확대 ③ 도지사는 기본계획을 수립하기 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 관계 행정기관 및 지역화폐와 관련된 기관 또는 단체에 필요한 자료나 의견 등의 제출을 요청할 수 있다.</p>
<b>운영 평가</b>	-
<b>센터</b>	-

## □ 충남 : 공주

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
공주시	공주시사랑 상품권 발행 및 운영에 관한 조례	경제도시국 지역경제과	일부개정 2020.09.21. (2019.08.16.)

목적	<p><b>제1조(목적)</b> 이 조례는 공주시 소상공인의 소득향상 및 지역자금의 역외 유출 방지 등을 통한 지역공동체 강화와 지역경제 활성화를 위해 공주시사랑 상품권의 발행 및 운영 등에 필요한 사항을 규정함에 목적으로 한다.</p>
정의	<p><b>제2조(정의)</b> 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “공주시사랑 상품권”(이하 “상품권”이라 한다)이란, 그 명칭 또는 형태와 관계없이 공주시장(이하 “시장”이라 한다)이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 공주시 또는 가맹점에 이를 제시, 교부 또는 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유통권을 말한다.</li> <li>2. “충전·판매 대행점(이하 “대행점”이라 한다)”이란, 시장과 상품권 위탁관리 계약을 체결하여 상품권의 충전, 판매 등의 업무를 대행하는 전자금융업자를 말한다.</li> <li>3. “가맹점”이란 상품권을 사용한 거래에 의하여 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자를 말한다.</li> </ol>
상품권 발행	<p><b>제4조(상품권의 발행)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 시장은 전통신장 활성화, 지역공동체 강화 등을 위하여 상품권을 발행할 수 있다.</li> <li>② 시장은 전자상품권을 발행함에 있어, 상품권의 위·변조와 부정발행 예방을 위해 안전한 전자시스템을 보유한 업체와 계약을 체결하며 구매자 이용 편의를 위해 카드, 모바일 결제시스템을 도입할 수 있다.</li> <li>③ 시장은 상품권의 발행 및 운영, 시스템 유지보수 등에 관한 사항의 일부를 기관, 단체, 사업체 등이 대행토록 할 수 있으며 대행수수료 등 사업의 추진에 필요한 비용을 예산의 범위 내에서 지원할 수 있다.</li> </ol>
유통지역	<p><b>제6조(유통지역)</b> 상품권의 유통지역은 공주시 일원으로 하되, 시장이 필요하다고 인정하는 경우에는 따로 지정할 수 있다.</p>
가맹점 범위	<p><b>제9조(가맹점의 등록)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>③ 시장은 제1항에 따라 가맹점으로 등록하려는 자가 다음 각 호와 같이 이 조례의 목적에 적합하지 아니한 어느 하나의 업종 또는 사업장을 운영하는 경우에는 등록을 거부할 수 있다.</li> <li>1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조의 사행산업 및 불법사행산업</li> <li>2. 「중소기업기본법」 제2조에 해당하지 않는 기업</li> <li>3. 「유통산업발전법」에서 정한 대규모 점포와 준대규모 점포</li> <li>4. 유흥주점 등 상품권 사용이 적합하지 않다고 인정되는 업종 또는 사업장</li> <li>5. 그 밖에 시장은 지역발전과 지역공동체에 긍정적인 영향을 미치지 않는다고 인정하는 경우</li> </ol>
가맹점 준수사항	<p><b>제10조(가맹점의 준수사항)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.</li> <li>1. 상품권 결제를 거절하거나 상품권 사용자를 불리하게 대우하는 행위</li> <li>2. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 상품권을 수취하는 행위</li> <li>3. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 상품권을 수취하는 행위</li> <li>② 가맹점은 매출증대 및 홍보를 위해 자체 특별행사를 할 수 있다. 다만, 시장이 정하는 경우에는 예외로 한다.</li> </ol>
사용자 준수사항	<p><b>제12조(사용자 준수사항)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 사용자는 상품권을 가맹점에서 사용하여야 한다.</li> <li>② 사용자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 상품권을 사용할 수 없다.</li> <li>1. 상품권이 훼손되어 상품권의 주요내용을 확인할 수 없는 경우</li> <li>2. 위·변조 또는 부정하게 발행되었거나 부정한 방법으로 취득한 경우</li> <li>③ 사용자는 상품권을 재판매 하여서는 아니 되며, 이윤을 남기고자 하는 일체의 행위를 하여서는 아니 된다.</li> </ol>
위원회 구성	-

□ 군산

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
군산시	군산사랑 상품권 관리 및 운영 조례	경제항만혁신국 소상공인지원과	전부개정 2020.09.29. (2018.07.12.)

목적	<p><b>제1조(목적)</b> 이 조례는 군산시에 소재한 소상공인 및 전통시장의 건전한 육성발전과 지역 경제 활성화를 위하여 군산시장이 발행하는 군산사랑 상품권의 관리 및 운영에 관한 사항을 규정하고 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」에서 위임된 사항과 그 시행에 필요한 사항을 정함을 목적으로 한다.</p>
정의	<p><b>제2조(정의)</b> 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “군산사랑 상품권”(이하 “상품권”이라 한다.)이란 군산시장(이하 “시장”이라 한다.)이 발행한 상품권으로서 이를 소지한 사람에게 재화 및 용역 제공을 약속하고, 미리 대가를 받고 일반인에게 판매하는 무기명 유가증권 「전자금융거래법」 제2조제14호에 따른 선불전자 지급수단 및 「여신전문금융업법」 제2조제8호에 따른 선불카드를 말한다.</li> <li>2. “판매대행점”이란 시장과 협약을 체결하여 상품권의 보관·판매 및 환전업무를 대행하는 금융기관을 말한다.</li> <li>3. “환전대행가맹점”이란 시장과 협약을 체결하여 개별 가맹점의 환전을 대행하는 단체를 말한다.</li> <li>4. “가맹점”이란 상품권을 이용하여 재화와 용역을 거래할 수 있도록 군산시에 등록된 업소를 말한다.</li> <li>5. “사용자”란 상품권을 구입하여 사용하는 사람을 말한다.</li> <li>6. “인센티브”란 상품권 판매대행점 및 환전대행가맹점, 가맹점, 사용자에게 대한 보상을 말한다.</li> </ol>
상품권 발행	<p><b>제3조(상품권의 발행 및 판매)</b> ① 상품권은 시장이 발행한다.</p> <p>② 시장은 상품권 발행시 위·변조와 부정발행 방지를 위하여 한국조폐공사 등 전문업체와 인세계약을 체결하여야 하며, 구매자 이용 편의를 위해 신유형 상품권을 도입할 수 있다.</p> <p>③ 시장은 상품권의 보관·판매 및 환전업무를 시 금고 등 관내 금융기관에 대행하게 할 수 있다.</p> <p>④ 시장은 상품권의 이용 활성화와 사용자의 편익을 도모하기 위하여 개별 가맹점의 환전 업무를 가맹점주로 구성된 단체에 대행하게 할 수 있다.</p>
유통지역	<p><b>제5조(상품권 사용대상)</b> 판매된 상품권은 군산시에 가맹점으로 등록된 업소에서 사용할 수 있다.</p>
가맹점 범위	<p><b>제6조(가맹점 등록 및 취소)</b></p> <p>① 시장은 업소에서 가맹점 등록 신청서를 제출하는 경우 다음 각 호의 요건에 적합한지 심사하여 7일 이내에 등록 여부를 결정하고 그 결과를 신청인에게 알려야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 영업소가 군산시에 소재할 것</li> <li>2. 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 제2조에 따른 소상공인 중 「부가가치세법」 제8조에 따른 사업자등록을 한 자와 이와 유사한 범위의 상행위자</li> <li>3. 「유통산업발전법」 제2조 제3호에 따른 대규모점포 또는 같은 조 제4호에 따른 준대규모점포 내에 위치한 업소가 아닐 것</li> <li>4. 가맹점 등록이 적합하지 않다고 인정되는 업종이나 업소로서 규칙으로 정한 영업소가 아닐 것</li> </ol> <p>② 시장은 가맹점이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 가맹점 등록을 취소하고 그 사실을 사용자 등이 알 수 있게 군산시 홈페이지에 공개하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 거짓이나 그 밖의 위법·부당한 방법으로 가맹점으로 등록한 경우</li> <li>2. 동 조례 시행규칙 제2조의 가맹점 등록 제한 업종에 해당하는 경우</li> <li>3. 제7조를 위반하는 경우</li> </ol>
가맹점 준수사항	<p><b>제7조(가맹점 준수사항)</b></p> <p>① 가맹점은 사용자가 재화 또는 용역의 대가로 상품권을 사용하고자 하는 때에는 위·변조 또는 훼손 등 특별한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.</p> <p>② 가맹점은 사용자에게 재화 또는 용역을 제공할 경우 현금 거래자와 차등을 두어서는 아니 된다.</p> <p>③ 가맹점은 상품권을 받은 경우 위·변조와 발행번호 인식여부를 확인하여야 하며, 이에 대한 책임을 진다.</p>

	<p>④ 가맹점은 사용자가 상품권 권면 금액(상품권을 여러 장 동시에 사용하는 경우에는 총 금액) 중 100분의 70 이상에 해당하는 물품을 구입하거나 용역을 제공받고 그 잔액을 요구하는 경우에는 즉시 현금으로 지급하여야 한다.</p> <p>⑤ 가맹점은 상품권 판매활성화와 사용자의 편익을 도모하기 위하여 실시하는 할인행사 등에 적극 참여하여야 한다. 다만, 할인에 있어서 담배, 신간서적 등 법규로서 할인을 제한하는 품목은 그러하지 아니하다.</p> <p>⑥ 가맹점의 소재지, 대표자 등의 변경 또는 등록을 해지하고자 하는 사람은 규칙이 정하는 바에 따라 사유 발생일로부터 30일 이내에 시장에게 신고 또는 신청하여야 한다.</p> <p>⑦ 가맹점은 재화 또는 용역의 공급 없이 수취한 상품권을 환전하여서는 아니 된다.</p> <p>⑧ 가맹점은 농가소득 창출 등 지역경제 활성화를 위해 지역 내에서 생산, 유통되는 물품을 우선 매입 및 판매하기 위해 노력해야 한다.</p>
<p><b>사용자 준수사항</b></p>	<p><b>제10조(사용자 준수사항)</b></p> <p>① 사용자는 상품권을 가맹점에서 사용하여야 한다.</p> <p>② 사용자는 다음 각 호의 하나에 해당하는 경우에는 상품권을 사용할 수 없다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상품권이 훼손되어 상품권 권면 금액 또는 발행번호를 식별할 수 없거나 시장이 발행한 상품권임을 확인할 수 없는 경우</li> <li>2. 상품권이 위조·변조 또는 부정하게 발행되었거나 부정한 방법으로 취득한 경우</li> </ol> <p>③ 사용자는 상품권을 재판매하여서는 아니 되며, 할인구매 한도를 초과하여 구매하는 등 이윤을 남기고자 하는 일체의 행위를 하여서는 아니 된다.</p> <p>④ 사용자는 판매대행점이나 가맹점에 상품권의 환전을 요구하여서는 아니된다.</p> <p>⑤ 시장은 사용자 준수사항을 지키지 아니한 사용자에 대하여 상품권 구매를 제한할 수 있다.</p>
<p><b>위원회 구성</b></p>	<p>-</p>
<p><b>특이 사항</b></p>	<p><b>제13조(상품권 활성화시책)</b></p> <p>① 시장은 지역경제 발전을 위하여 상품권 유통 활성화 시책을 시행할 수 있다.</p> <p>② 시장은 판매대행점, 가맹점, 사용자 등에 예산의 범위에서 인센티브를 지급할 수 있다.</p> <p>③ 시장은 상품권 유통 활성화를 위하여 다른 법을 위반하지 않는 범위에서 주민이나 공무원, 공공기관 임직원 등에 지급하는 각종 수당 및 시상금 등의 일부를 상품권으로 지급할 수 있다.</p> <p>④ 시장은 지역경제 활성화를 위하여 다음 각 호에 해당하는 경우[별표1]에 따라 인센티브 성격의 상품권을 예산의 범위 안에서 지급할 수 있으며 상품권을 지급받고자 하는 자는 인센티브 지급 신청서(별지 제1호~제2호)를 작성하여 신청하여야 한다. 다만, 상품권 지급수량을 자체 프로그램에서 확인 가능한 경우 신청서 작성을 생략할 수 있다</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 골목상권 상가 이용자</li> <li>2. 시 소유의 문화·체육 등 관련 시설물을 유료로 이용한 자</li> <li>3. 그밖에 지역경제 활성화를 위하여 시장이 지원이 필요하다고 인정하는 자</li> </ol> <p>⑤ 시장은 상품권의 안정적인 운영을 위하여 가맹점 및 판매대행점에서 주의의 의무를 다 하였음에도 훼손되어 환전되지 않는 상품권 환전액을 보전할 수 있다.</p> <p>⑥ 시장은 지역경제 및 상품권 이용의 활성화를 위해 예산의 범위에서 경품행사 개최 및 지원을 할 수 있다.</p> <p><b>제15조(부정유통 신고포상제)</b></p> <p>① 시장은 상품권의 부정유통방지를 위하여 신고포상제도를 운영할 수 있다.</p> <p>② 제6조제2항의 가맹점 취소 사유 중 각 호의 어느 하나에 해당하는 가맹점을 신고한 사람 및 제17조에 해당하는 사항을 신고한 사람을 포상금 지급 대상자로 한다. 다만 신고내용이 위반 사실의 직접적인 근거가 되지 못한 신고자에게는 포상금을 지급하지 아니한다.</p> <p>③ 신고포상금은 예산의 범위에서 상품권으로 지급하되, 지급대상 위반행위 유형별 지급 기준은(별표2)와 같으며 신고자 1인 연간 지급 한도액은 100만원으로 한다.</p> <p><b>제16조(유효기간 경과 상품권)</b> 유효기간 만료 시까지 환전 청구되지 아니한 상품권 판매대금은 균산시로 귀속한다. 이 경우 귀속되는 금액은 판매금액이 확인되는 경우에는 판매금액, 확인이 불가능한 경우에는 액면금액의 100분의90으로 한다.</p>



□ 전남

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
전라남도	전라남도 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 관한 조례	경제에너지국 중소벤처기업과	2019.07.09. (2019.07.09.)

<b>목적</b>	<p><b>제1조(목적)</b> 이 조례는 전라남도 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 관한 사항을 규정하여 소상공인의 소득 향상에 따른 지역경제 발전과 전라남도민의 복리증진에 기여함을 목적으로 한다.</p>
<b>정의</b>	<p><b>제2조(정의)</b> 이 조례에서 “지역화폐”란 그 명칭 또는 형태에 관계없이 발행자인 전라남도(이하 “도”라 한다)와 시·군이 일정한 금액을 기제(전자적 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 발행한 것으로, 그 소지자가 발행자 또는 발행자가 지정하는 자에게 이를 교부하여 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 증표를 말한다.</p>
<b>상품권 발행</b>	-
<b>유통지역</b>	-
<b>가맹점 범위</b>	-
<b>가맹점 준수사항</b>	-
<b>사용자 준수사항</b>	-
<b>위원회 구성</b>	-
<b>도지사 책무</b>	<p><b>제3조(도지사의 책무)</b> ① 전라남도지사(이하 “도지사”라 한다)는 소상공인의 소득향상에 따른 지역경제 발전을 위하여 지역화폐의 보급 및 이용 활성화에 대한 정책을 수립하고 시행하여야 한다. ② 도지사는 지역화폐의 건전한 유통질서 확립과 안전성 확보를 위한 방안을 마련하여야 한다.</p>
<b>기본 계획 수립 시행</b>	<p><b>제5조(기본계획의 수립·시행)</b> ① 도지사는 지역화폐의 보급 및 이용 활성화를 위하여 전라남도 지역화폐 이용 활성화 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 5년마다 수립하고 시행하여야 한다. ② 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다. 1. 지역화폐의 발행 규모 2. 지역화폐의 이용 활성화 3. 지역화폐의 발행 및 이용 활성화 비용 지원 4. 지역화폐 가맹점 확보 5. 지역화폐 이용에 관한 교육 및 홍보 6. 지역상권 활성화를 위한 지역화폐의 유통 확대 7. 지역화폐 이용대상 및 제한 ③ 도지사는 기본계획을 수립하기 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 관계 기관 및 단체에 필요한 자료나 의견 등의 협조를 요청할 수 있다.</p>
<b>운영 평가</b>	<p><b>제10조(지역화폐 운영의 평가)</b> ① 도지사는 제8조에 따라 재정 지원을 받은 시·군의 지역상권 활성화를 위해 지역화폐의 보급 및 이용에 대하여 평가하여야 한다. ② 도지사는 제1항에 따른 평가결과가 우수한 시·군에 대하여는 제8조에 따른 재정 지원을 우선적으로 할 수 있다.</p>
<b>센터</b>	<p><b>제11조(지역화폐센터)</b> 도지사는 지역화폐의 보급 및 이용을 전문적이고 효율적으로 추진하기 위하여 전라남도지역화폐센터를 두어 다음 각 호의 사업을 지원하게 할 수 있다. 1. 지역화폐의 발행 및 유통 2. 가맹점의 모집 3. 분쟁의 조정 4. 지역화폐의 이용 홍보 등의 활성화 사업 5. 그 밖에 도지사가 필요하다고 인정하는 사업</p>

## □ 전남 : 목포

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
목포시	목포시 지역화폐 발행 및 운영 조례	관광경제국 지역경제과	일부개정 2020.08.10. (2019.0128.)

목적	제1조(목적) 이 조례는 목포시가 발행하는 목포시 지역화폐의 발행 및 관리·운영에 관한 사항을 규정함으로써 지역자금의 역외유출을 방지하고 전통시장 및 소상공인의 경쟁력 강화와 지역경제 활성화를 목적으로 한다.
정의	제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “목포시 지역화폐”란 발행자인 목포시가 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 발행·매출한 증표로서, 그 소지자가 목포시장(이하 “시장”이라 한다) 또는 제2호 가목에 따른 개별 가맹점에 이를 교부 또는 제시하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 시장 또는 해당 개별가맹점으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 증표를 말한다. 2. “가맹점”이란 제9조에 따라 등록된 자로서 다음 각 목의 자를 말한다. 가. 목포시 지역화폐(이하 “지역화폐”라 한다)를 사용한 거래에 의하여 물품의 판매 또는 용역의 제공을 하는 자(이하 “개별가맹점”이라 한다) 나. 지역화폐를 수취한 개별가맹점을 위하여 제21조제3항에 따라 지역화폐의 환전을 대행하는 상인조직(이하 “환전대행가맹점”이라 한다) 3. “판매대행점”이란 제22조에 따라 위탁계약을 체결한 자로서 지역화폐의 보관, 판매, 환전 업무 등을 대행하는 은행 또는 금융기관을 말한다. 4. “운영대행사”란 제23조에 따라 위탁계약을 체결한 자로서 전자지역화폐 유통에 따른 시스템 관리·운영 및 유지보수 등의 업무를 대행하는 업체를 말한다.
상품권 발행	제4조(지역화폐의 발행 등) ① 시장은 전통시장 및 소상공인의 경쟁력 강화와 지역경제 활성화를 위하여 지역화폐를 발행할 수 있다. ② 중·지역화폐의 유효기간은 발행일로부터 5년으로 하고, 전자지역화폐의 유효기간은 발행일로부터 3년으로 한다. 다만, 시장은 유효기간 연장이 필요하다고 인정하는 경우 유효기간을 연장할 수 있다. ③ 지역화폐의 유통지역은 목포시 일원으로 한다. ④ 지역화폐의 종류, 권면가액, 발행규모는 시장이 정한다.
유통지역	-
가맹점 범위	제9조(가맹점의 등록) ① 시장은 다음 각 호의 자 또는 상인조직을 가맹점으로 등록할 수 있다. 다만, 전자지역화폐의 경우에는 운영대행사와 가맹계약을 맺은 자를 개별가맹점으로 볼 수 있다. 1. 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률 시행령」 제2조에 따른 소상공인 2. 「전라남도 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례, 제3조제2호에서 정한 사회적경제조직의 대표자 3. 시(출자·출연기관 포함)에서 운영하는 관광시설, 문화시설, 체육시설 등 4. 그 밖에 시장이 인정하는 자 ② 시장은 「유통산업발전법」 제2조제3호에서 정한 대형마트, 전문점, 백화점, 쇼핑센터, 복합 쇼핑몰과 그 밖의 대규모점포 등과 유흥업, 대부업, 사행성 영업장, 노점 등 지역화폐 사용이 적합하지 않다고 인정되는 업종이나 업소의 대표자를 개별가맹점으로 등록하지 아니할 수 있다. ③ 가맹점의 등록 요건 및 절차 등에 관하여 필요한 사항은 규칙으로 정한다.
가맹점 준수사항	제10조(가맹점의 준수사항) ① 개별가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다. 1. 지역화폐 결제를 거절하거나 지역화폐 소지자를 불리하게 대우하는 행위 2. 다음 각 목의 지역화폐를 환전하거나 환전대행가맹점에 환전을 요청하는 행위 가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 지역화폐 나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 지역화폐 ② 개별가맹점은 지역화폐 소지자가 권면금액 중 100분의 70 이상에 상당하는 물품을 구입하거나 용역을 제공받고 그 잔액을 환급하여 줄 것을 요구하는 경우에는 즉시 이에 응하여야 한다.

	<p>③ 환전대행가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 개별가맹점이 아닌 자를 위하여 지역화폐 환전을 대행하는 행위</li> <li>2. 제1항제2호 각 목에 해당하는 지역화폐임을 인지하고 그 환전을 대행하는 행위</li> <li>④ 종이지역화폐 가맹점의 소재지 또는 대표자 등을 변경하거나 지정의 취소를 요청하는 경우에는 규칙이 정하는 바에 따라 사유 발생일로부터 30일 이내에 시장에게 신고 또는 신청하여야 한다.</li> </ol>
<p><b>사용자 준수사항</b></p>	<p><b>제12조(지역화폐 소지자의 준수사항)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 지역화폐 소지자는 개별가맹점에 지역화폐를 사용하여야 하며, 다른 부당한 방법으로 지역화폐를 현금으로 환전 받을 수 없다.</li> <li>② 지역화폐 소지자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 지역화폐를 사용할 수 없다.             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 지역화폐가 훼손되어 지역화폐의 권면금액 또는 발행번호를 식별할 수 없거나 목포시가 발행한 지역화폐임을 확인할 수 없는 경우</li> <li>2. 지역화폐가 위·변조 또는 부정하게 발행되었거나 지역화폐를 부정한 방법으로 취득한 경우</li> <li>③ 지역화폐 소지자는 지역화폐를 재판매하여서는 아니 되며, 이윤을 남기려는 일체의 행위를 하여서는 아니 된다.</li> </ol> </li> </ol>
<p><b>위원회 구성</b></p>	<p><b>제14조(협의회의 구성)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 협의회는 위원장 1명을 포함하여 10명 이내의 위원으로 구성한다.</li> <li>② 위원장은 부시장이 된다.</li> <li>③ 협의회의 위원은 다음 각 호의 사람 중에서 시장이 임명 또는 위촉한다.             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 협의회 소관 업무를 담당하는 목포시 소속 공무원</li> <li>2. 지역화폐 발행 및 유통 활성화 분야에 관하여 학식과 경험이 풍부한 사람</li> </ol> </li> </ol>
<p><b>특이 사항</b></p>	<p><b>제24조(운영대행사의 준수사항)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 운영대행사는 판매 분석 등을 통하여 자료의 수집·분석·저장 등 자료 관리를 철저히 하여야 한다.</li> <li>② 운영대행사는 전자지역화폐의 운영시스템이 항상 최신의 정보통신기술을 활용할 수 있도록 관리하여야 하며, 시스템 구축 시 다른 사업과의 연계를 위한 확장성을 갖추어야 한다.</li> <li>③ 운영대행사는 시장으로부터 전자지역화폐의 운영에 따른 발급현황, 판매실적 등에 관한 자료제출 요구가 있을 때에는 시장이 지정한 날까지 제출하여야 한다.</li> </ol> <p><b>제25조(운영시스템의 보안)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 운영대행사는 외부로부터의 불법적인 방법에 의한 접근·변경·유출 등의 보안 사고가 발생하지 않도록 필요한 안전대책을 수립·시행하여야 한다.</li> <li>② 운영대행사는 정보의 손상 및 파괴 등 사고에 대비하여 일정한 주기로 백업한 자료를 별도의 안전한 장소에 보관·관리하여야 하며, 사고 발생 시 신속한 복구가 가능하도록 조치하여야 한다.</li> </ol> <p><b>제26조(개인정보 보호)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 운영대행사는 운영시스템을 통하여 개인정보가 다른 사람에게 노출되지 않도록 하는 등 개인정보보호를 위하여 필요한 안전대책을 마련하여야 한다.</li> <li>② 운영대행사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 외에는 서비스 제공과 관련하여 취득한 개인정보를 본인의 승낙 없이 제3자에게 누설 또는 배포할 수 없으며 다른 용도로 사용할 수 없다.             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 관계 법령에 따라 수사상 목적으로 관계기관으로부터 요구가 있는 경우</li> <li>2. 통계작성 및 판매분석 등의 목적을 위하여 필요한 경우로서 특정개인을 알아볼 수 없는 형태로 가공하여 제공하는 경우</li> <li>3. 그 밖에 관계 법령에서 정한 절차에 따라 요청한 경우</li> </ol> </li> </ol>

## □ 경북

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
경상북도	경상북도 지역사랑상품권의 보급 및 이용 활성화 지원 조례	일자리경제실 민생경제과	2019.10.31. (2019.10.31.)

목적	제1조(목적) 이 조례는 지역사랑상품권의 보급 및 이용 활성화 지원에 관한 사항을 규정함으로써 전통 시장 및 골목상권의 활성화, 소상공인의 소득향상을 통해 경상북도 지역경제 발전에 기여하는 것을 목적으로 한다.
정의	제2조(정의) 이 조례에서 “지역사랑상품권”이란 그 명칭 또는 형태에 관계없이 경상북도(이하 “도”라 한다) 내 시·군이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 의한 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 발행·매출한 증표로, 그 소지자가 발행자 또는 발행자가 지정하는 자(이하 “발행자등”이라 한다)에게 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 발행자등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권을 말한다.
상품권 발행	-
유통지역	-
가맹점 범위	-
가맹점 준수사항	-
사용자 준수사항	-
위원회 구성	-
도지사 책무	제3조(도지사의 책무) 경상북도지사(이하 “도지사”라 한다)는 지역상권 활성화 및 소상공인의 육성을 위하여 지역사랑상품권의 보급 및 이용 활성화에 노력하여야 한다.
기본 계획 수립	-
운영 평가	제8조(지역사랑상품권 운영의 평가) ① 도지사는 제6조에 따라 재정지원을 받은 시·군의 지역사랑상품권의 보급 및 이용 실적을 평가하여야 한다. ② 도지사는 제1항에 따른 평가실적이 우수한 시·군에 대하여 제6조에 따른 재정지원을 우선적으로 할 수 있다.
센터	-

□ 경북 : 포항

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
포항시	포항시 포항사랑 상품권 관리 및 운영 조례	일자리경제국 일자리경제노동과	전부개정 2020.11.03. (2016.12.29.)

<b>목적</b>	제1조(목적) 이 조례는 포항시 소상공인과 전통시장의 육성 발전 및 지역자금의 역외 유출 방지 등을 통한 지역공동체 강화와 지역경제 활성화를 위하여 포항사랑 상품권의 발행 및 운영 등에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.
<b>정의</b>	제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “포항사랑 상품권”이란 그 명칭 또는 형태와 관계없이 포항시장(이하 “시장”이라 한다)이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 가맹점에 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 상품권 발행자 등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권과 전자적 형태의 상품권을 말한다. 2. “판매대행점”이란 시장과 협약을 체결하여 포항사랑 상품권의 보관·판매·환전 등의 업무를 대행하는 「전자금융거래법」 제2조제3호에 따른 금융회사와 같은 조 제4호에 따른 전자 금융업자를 말한다. 3. “판매대행단체”란 시장과 협약을 체결하여 포항사랑 상품권의 판매 홍보, 가맹점 관리 및 환전대행 등의 업무를 대행하는 단체를 말한다. 4. “가맹점”이란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자를 말한다. 가. 개별가맹점: 포항사랑 상품권을 사용한 거래에 따라 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자 나. 환전대행가맹점: 개별가맹점을 위하여 포항사랑 상품권의 환전을 대행(代行)하는 자 5. “사용자”란 상품권을 구입하여 사용하거나 소지한 사람을 말한다.
<b>상품권 발행</b>	제4조(상품권의 발행) ① 시장은 지역경제 활성화, 지역공동체 강화 등을 위하여 상품권을 발행할 수 있다. ② 시장은 사용자의 편의를 위하여 지류 상품권 외에 카드나 모바일 상품권으로도 발행할 수 있다. ③ 상품권의 유효기간은 발행일부터 5년으로 한다. 다만, 시장은 상품권 사용자의 권리를 침해하지 않는 범위에서 유효기간을 단축 또는 연장하여 상품권을 발행할 수 있다. ④ 상품권의 권면 금액은 다음 각 호와 같다. 다만, 시장이 필요하다고 인정하는 경우 권면 금액을 별도로 정할 수 있다. 1. 5천원권 2. 1만원권 3. 5만원권
<b>유통지역</b>	제5조(유통지역) 상품권의 유통지역은 포항시(이하 “시”라 한다) 일원으로 하되, 시장이 필요하다고 인정하는 경우에는 따로 지정할 수 있다.
<b>가맹점 범위</b>	제9조(가맹점의 등록 등) ① 가맹점으로 등록하려는 자는 업소의 소재지, 업종 등의 정보를 포함한 가맹점신청서를 작성하여 시장에게 제출하여야 한다. ② 시장은 제1항에 따라 가맹점으로 등록하려는 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 등록을 거부할 수 있다. 1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조제1호에 따른 사행산업 및 같은 조 제3호에 따른 불법사행산업을 영위하는 경우 2. 「중소기업기본법」 제2조제1항의 중소기업에 해당하지 아니하는 기업을 영위하는 경우 3. 그 밖에 시장이 지역발전과 지역공동체에 긍정적인 영향을 미치지 않는다고 인정하는 경우 ③ 시장은 제1항에 따라 가맹점신청서를 제출받은 날부터 7일 이내에 등록 여부를 결정하고, 그 결과를 신청인에게 알려야 한다. ④ 가맹점이 소재지, 대표자 등을 변경하려 하거나 등록을 해지하려는 경우에는 사유 발생일부터 30일 이내에 시장에게 신고하거나 신청하여야 한다. ⑤ 그 밖에 가맹점 등록에 관하여 필요한 사항은 규칙으로 정한다.

가맹점 준수사항	<p>제12조(가맹점의 준수사항)</p> <p>① 개별가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상품권 결제를 거절하거나 사용자를 불리하게 대우하는 행위</li> <li>2. 다음 각 목의 상품권을 환전하거나 판매대행단체 및 환전대행가맹점에 환전을 요청하는 행위             <ol style="list-style-type: none"> <li>가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 상품권</li> <li>나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 상품권</li> </ol> </li> </ol> <p>② 개별가맹점은 사용자가 권면금액 중 100분의 70이상에 해당하는 물품을 구입하거나 용역을 제공받고 그 잔액을 환급하여 줄 것을 요구하는 경우에는 즉시 이에 응하여야 한다.</p>
사용자 준수사항	<p>제13조(사용자 준수사항)</p> <p>① 사용자는 상품권을 가맹점에서 사용하여야 한다.</p> <p>② 사용자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 상품권을 사용할 수 없다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 사용자의 부주의로 상품권이 훼손되어 시장이 발행한 상품권임을 확인할 수 없는 경우</li> <li>2. 위조·변조 또는 부정하게 발행되었거나 부정한 방법으로 취득한 상품권인 경우</li> </ol> <p>③ 사용자는 상품권을 재판대하여서는 아니 되며, 판매대행점이나 가맹점에 상품권의 환전을 요구하여서도 아니 된다.</p>
위원회 구성	-
특이 사항	제16조(유효기간 경과 상품권) 유효기간 만료 시까지 환전 청구되지 않은 상품권의 판매대금은 시에 귀속된다.

□ 경남 : 창원

구분	조례	소관부서	시행일(제정일)
창원시	창원사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례	경제일자리국 경제살리기과	일부개정 2019.11.15. (2019.04.15.)

목적	제1조(목적) 이 조례는 소상공인과 전통시장의 육성 발전 및 지역자금의 역외유출 방지 등을 통한 지역공동체 강화와 지역경제 활성화를 위해 창원사랑상품권의 발행 및 운영 등에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.
정의	제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “창원사랑상품권”(이하 “상품권”이라 한다)이란 그 명칭 또는 형태와 관계없이 창원시장(이하 “시장”이라 한다)이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재(전자적 또는 자기적 방법에 따른 기록을 포함한다. 이하 같다)하여 증표를 발행·판매하고, 그 소지자가 창원시 또는 가맹점(이하 “상품권 발행자 등”이라 한다)에 이를 제시, 교부 또는 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 증표에 기재된 내용에 따라 상품권 발행자 등으로부터 물품 또는 용역을 제공받을 수 있는 유가증권을 말한다. 2. “판매대행점”이란 상품권의 보관·판매·환전 등의 업무를 대행하는 「전자금융거래법」 제2조제3호 및 같은 조 제4호에 따른 금융기관 및 전자금융업자를 말한다. 3. “가맹점”이란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 자를 말한다. 가. 개별가맹점: 상품권을 사용한 거래에 의하여 물품을 판매하거나 용역을 제공하는 자 나. 환전대행가맹점: 개별가맹점을 위하여 상품권의 환전을 대행(代)하는 자 4. “사용자”란 상품권을 구입하여 사용하거나 소지한 사람을 말한다. 5. “인센티브”란 상품권 판매대행점, 가맹점 및 사용자에 대한 보상을 말한다.
상품권 발행	제4조(상품권의 발행) ① 시장은 지역경제 활성화, 지역공동체 강화 등을 위하여 상품권을 발행할 수 있다. ② 상품권의 유효기간은 발행일로부터 5년으로 한다. 다만, 시장은 상품권 사용자의 권리를 침해하지 않는 범위에서 유효기간을 단축 또는 연장하여 상품권을 발행할 수 있다. ③ 상품권의 권면금액은 다음 각 호와 같다. 다만, 시장이 필요하다고 인정하는 경우 권면 금액을 별도로 정할 수 있다. 1. 2천원권 2. 5천원권 3. 1만원권 4. 5만원권
유통지역	제5조(유통지역) 상품권의 유통지역은 창원시(이하 “시”라 한다) 일원으로 하되, 시장이 필요하다고 인정하는 경우에는 따로 지정할 수 있다.
가맹점 범위	제8조(가맹점의 지정) ① 가맹점으로 지정받으려는 자는 별지 제2호서식을 작성하여 시장에게 제출하여야 한다. ② 시장은 제1항에 따라 가맹점으로 지정받으려는 자가 다음 각 호와 같이 이 조례의 목적에 적합하지 아니한 어느 하나의 업종 또는 사업을 운영하는 경우에는 지정을 거부할 수 있다. 1. 「사행산업통합감독위원회법」 제2조제1호의 “사행산업” 및 같은 법 같은 조 제3호의 “불법사행산업” 2. 「중소기업기본법」 제2조의 범위에 해당하지 않는 기업 3. 그 밖에 시장이 지역발전과 지역공동체에 긍정적인 영향을 미치지 않는다고 인정하는 경우 ③ 시장은 제1항에 따라 가맹점 지정 신청서를 제출받은 날부터 7일 이내에 지정 여부를 결정하여 그 결과를 신청인에게 알리고, 별지 제3호서식의 지정서를 교부한다.
가맹점 준수사항	제10조(가맹점의 준수사항) ① 개별가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 해서는 안 된다. 1. 상품권 결제를 거절하거나 상품권 사용자를 불리하게 대우하는 행위

	<p>2. 다음 각 목의 상품권을 환전하거나 환전대행가맹점에 환전을 요청하는 행위  가. 물품의 판매 또는 용역의 제공 없이 수취한 상품권  나. 실제 매출금액 이상의 거래를 통하여 수취한 상품권</p> <p>② 개별가맹점은 상품권 사용자가 권면금액 중 100분의 60 이상에 해당하는 물품을 구입하거나 용역을 제공받고 그 잔액을 환급하여 줄 것을 요구하는 경우에는 즉시 이에 응하여야 한다.</p> <p>③ 환전대행가맹점은 제1항제2호 각 목에 해당하는 상품권의 환전을 대행하는 행위를 해서는 안 된다.</p>
<p><b>사용자 준수사항</b></p>	<p><b>제12조(사용자의 준수사항)</b></p> <p>① 사용자는 상품권을 가맹점에서 사용하여야 한다.</p> <p>② 사용자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 상품권을 사용할 수 없다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 사용자의 부주의로 상품권이 훼손되어 시장이 발행한 상품권임을 확인할 수 없는 경우</li> <li>2. 위조·변조 또는 부정하게 발행되었거나 부정한 방법으로 취득한 상품권인 경우</li> </ol> <p>③ 사용자는 상품권을 재판매해서는 안 되며, 이윤을 남기고자 하는 일체의 행위를 해서는 안 된다.</p> <p>④ 발행된 상품권은 가맹점을 거치지 않고 바로 현금으로 교환할 수 없다.</p>
<p><b>위원회 구성</b></p>	<p>-</p>
<p><b>특이 사항</b></p> <p><b>〈시행 규칙〉</b></p>	<p><b>〈시행 규칙〉</b></p> <p><b>제7조(상품권 이용규약 등)</b> ① 시장은 별표 2에 따른 상품권 이용규약을 시 홈페이지 등에 게시하여야 한다.</p> <p>② 조례 제12조제3항에 따른 준수사항을 지키지 않은 사용자는 2년간 상품권 할인혜택을 제한 할 수 있다.</p> <p><b>제15조(유효기간 경과 상품권)</b> 유효기간 만료 시까지 환전 청구되지 아니한 상품권 판매대금은 시로 귀속한다. 이 경우 귀속되는 금액은 판매금액이 확인되는 경우에는 판매금액, 확인이 불가능한 경우에는 권면금액의 100분의 90으로 한다.</p> <p><b>제16조(부정유통 신고포상제)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 조례 제16조에 따라 시장은 상품권의 부정유통 방지를 위하여 신고포상제도를 운영할 수 있다.</li> <li>② 조례 제11조에 해당하는 가맹점을 신고한 사람을 포상금 지급대상자로 한다. 다만, 신고 내용이 위반 사실의 직접적인 근거가 되지 못한 신고자에게는 포상금을 지급하지 않는다.</li> <li>③ 신고포상금은 예산의 범위 내에서 상품권으로 지급되되, 신고자별 1회 1십만원, 연간 5십만원을 초과할 수 없다.</li> </ol>





Q3. 귀하께서는 다음 중 어떤 경로를 통하여 지역화폐를 이용하시게 되었습니까(중복 응답 가능)

- ① 지역화폐를 이용해 본 지인 등 이웃 주변의 권유로
- ② 코로나19 사태 이후 재난지원금(긴급생활자금, 재난기본소득 등) 지급 수단으로
- ③ 정부/지자체/공공기관/기업 등에서 수당 형태로 일부 지급하여
- ④ 지역 주민센터, 시/도청 등 지자체 홍보(소식지, 블로그, SNS, 홈페이지 등)를 통하여
- ⑤ 온라인 지역커뮤니티(00지역맘카페, 00지역밴드 등)를 통하여
- ⑥ TV방송, 일반 인터넷 매체(블로그, 카페, SNS 등)를 통하여
- ⑦ 지역 상점(가맹점) 등에 붙어있는 안내문(홍보물) 등을 통하여

Q4. 귀하께서 지역화폐를 이용하고 계신 이유를 중요한 순서대로 2개를 선택하여 주십시오.

(1순위:           , 2순위:           )

- ① 지자체가 주는 지역화폐의 인센티브(할인율, 캐시백 등) 혜택이 좋아서
- ② 가맹점에서 주는 지역화폐의 부가적 혜택이 많아서(덤, 추가서비스, 할인 등)
- ③ 소량 또는 필요할 때마다 구매 등 소규모·근거리 소비생활이 가능하기에
- ④ 정부/지자체/공공기관/기업 등에서 수당 형태로 지급받고 있어서
- ⑤ 내가 살고 있는 지역 영세 상인들을 도울 수 있는 간편한 방식이기에
- ⑥ 소비자와 사업자가 상생할 수 있는 지역경제 활성화 등 도입 목적에 공감하기에

Q5. 귀하께서 주로 이용하고 있는 지역화폐 유형은 무엇입니까

- ① 지류형(종이형태)   ② 신용/체크카드형(실물형태)   ③ 모바일카드형(앱카드형태)

Q6. (Q5에서 ②, ③번 응답자 대상) 현재 이용하고 있는 인센티브 방식은 무엇입니까

- ① 충전식으로 선할인   ② 후불식으로 캐시백   ③ 두 방식 혼합형   ④ 기타(           )

Q7. Q5에서 응답하신 지역화폐 유형을 주로 이용하고 계신 이유는 무엇입니까

- ① 응답한 지역화폐 유형을 이용하는데 별 문제나 어려움이 없어서
- ② 응답한 지역화폐 유형만 지자체에서 발행하고 있어서(예: 우리 지역은 모바일카드형만 가능)
- ③ 다른 유형을 구입·이용하고 싶어도 관련 정보를 찾기 어려워서
- ④ 다른 유형을 구입·이용하는 것이 번거롭고 귀찮아서

Q8. 귀하의 월 평균 지역화폐 이용 금액은 어느정도입니까

- ① 5만원 미만           ② 5만원 이상~10만원 미만           ③ 10만원 이상~30만원 미만
- ④ 30만원 이상~50만원 미만           ⑤ 50만원 이상~70만원 미만
- ⑥ 70만원 이상인 경우 작성해주세요 : \_\_\_\_\_ 만원

Q9. 귀하께서 현재 지역화폐로 주로 이용하고 있는 업종을 모두 골라주시기 바랍니다.

Q9-1. 그 중 이용 비중이 큰 3개 업종을 선택해주시기 바랍니다.( , , )

- ① 음식점·커피숍·제과점 등                      ② 편의점·슈퍼마켓 등                      ③ 대형할인점, 백화점 등
- ④ 보습학원, 어학원, 자격증취득학원 등 교육서비스업                      ⑤ 헬스장, 수영장 등 체육 시설업
- ⑥ 미용실, 안경점, 네일숍 등 보건위생서비스업                      ⑦ 병의원, 한의원, 약국 등 의료서비스업
- ⑧ 전시장, 서점, 여행사 등 문화여가서비스업                      ⑨ 주유소 등 연료판매점
- ⑩ 노래방, 골프연습장, 오락실 등                      ⑪ 금은방, 복권방 등                      ⑫ 유흥주점

Q10. 귀하께서는 타 지역의 지역화폐를 구매·이용해 본 경험이 있으신가요?

- ① 있음(총 개 지역의 지역화폐를 이용해 본)                      ② 없음

Q11. 귀하가 현재 시/군/구 단위에서 이용하고 있는 지역화폐 외에, 해당 도 단위(예로, 경기도, 충청북도) 지역화폐가 추가로 발행되어 해당 도에 속한 모든 시/군/구에서 모두 가능하면 이용하실겠습니까

- ① 이용함                      ② 이용하지 않음                      ③ 잘 모르겠음

Q12. 현재 지역화폐는 도 단위와 시/군/구 단위에서 모두 발행 가능합니다. 지역화폐 이용범위에 대한 귀하의 의견은 무엇입니까(중복응답 가능)

- ① 현재 방식인 도 단위 지역화폐와 시/군/구 단위 모두 발행 및 이용해도 문제 없다고 생각
- ② 도 단위 지역화폐와 시/군/구 단위 지역화폐 간 중복 문제가 발생하기에 시/군/ 구에서만 발행 및 이용해야 함
- ③ 도 단위 지역화폐와 시/군/구 단위 지역화폐 간 중복 문제가 발생하기에 도 단위에서만 발행 및 이용 해야 함
- ④ 도 내 시/군/구들을 몇 개의 통합 클러스터로 묶은 단위로 발행 및 이용 해야 함
- ⑤ 특별시/광역시 지역화폐 -> 시/군/구에서 이용 가능, 시/군/구 지역화폐 -> 특별시/ 광역시에서 이용 불가의 단방향 이용방식이 적합하다고 생각

Q13. 귀하께서는 이번 코로나19 사태로 인해 지급된 재난지원금(긴급생활자금, 재난 기본소득 등)의 경우 어떤 지불수단으로 받으셨나요

- ① 기존에 가지고 있던 지역화폐                      ② 재난지원금을 받기 위해 신규로 발급받은 지역화폐
- ③ 일반 신용/체크카드(실물형태)                      ④ 지류형(종이형태)

Q13-1. (Q13에서 ②번 응답자 대상) 지역화폐로 받은 재난지원금(긴급생활자금, 재난기본소득 등) 사용이 2020년 8월로 종료되었습니다. 이후 재충전 등 지역화폐를 계속 이용하실 의향이 있으신가요

- ① 계속 충전해서 이용할 생각임
- ② 인센티브(할인율, 캐시백 등)를 크게 줄 때에만 충전해서 이용할 생각임
- ③ 현재로서는 이용할 생각이 없음

Q14. 귀하께서는 Q8에서 월 평균 지역화폐 이용금액에 대해 응답하셨습니다. 향후, 지역화폐의 이용금액비중을 어떻게 하실 생각이신지요

- ① 현재보다 크게 줄임      ② 현재보다 약간 줄임      ③ 현재와 비슷하게 유지  
 ④ 현재보다 약간 늘림      ⑤ 현재보다 크게 늘림      ⑥ 더 이용할 생각이 없음

Q15. 귀하께서는 지역화폐의 전반적인 이용(구입~사용~재충전 등)에 있어 어느정도 만족하고 계신가요

- ① 매우 만족      ② 어느정도 만족      ③ 보통 수준      ④ 어느정도 불만족      ⑤ 매우 불만족

## Part 2. 지역화폐 관련 지식 정도

Q16~25. 다음 문항 중 귀하의 생각과 가장 일치하는 곳에 표시해주시시오.

설문문항	모름	대략	잘
	①-----	②-----	③
Q16. 귀하께서는 지역화폐 용어가 00지역사랑상품권, 00페이 등 지역에 따라 다양한 명칭으로 불려지고 있다는 것을 알고 계신가요	①-----	②-----	③
Q17. 귀하께서는 지역화폐의 인센티브(선할인, 캐시백 등)가 개별 지자체 예산 내에서 지원된다는 것을 알고 계신가요 (예로, 상반기에 예산 소진 시, 하반기에는 발행 못함)	①-----	②-----	③
Q18. 귀하께서는 1인당 지역화폐 충전 한도액이 있다는 것을 알고 계신가요	①-----	②-----	③
Q19. 귀하께서는 지역화폐 이용액이 연말정산 소득공제 대상이라는 것을 알고 계신가요	①-----	②-----	③
Q20. 귀하께서는 타 지역의 지역화폐를 구입해서 그 해당 지역에서 이용할 수 있는 것을 알고 계신가요 (예로, 서울 거주자가 부산 지역화폐를 구입해서 부산에서 사용 가능)	①-----	②-----	③
Q21. 귀하께서는 지역화폐 이용이 불가능한 업종이 각 지자체마다 다를 수 있다는 것을 알고 계신가요	①-----	②-----	③
Q22. 귀하께서는 지역화폐 관련 이용약관이 있다는 것을 알고 계신가요 (예로, 서비스 이용약관, 전자금융거래 이용약관, 위치기반서비스 이용약관 등)	①-----	②-----	③
Q23. 귀하께서는 지역화폐 이용약관에 환불, 유효기간, 재발급, 계약해제 등의 내용이 있다는 것을 알고 계신가요	①-----	②-----	③
Q24. 귀하께서는 지역화폐와 온누리상품권의 차이에 대해 알고 계신가요	①-----	②-----	③
Q25. 귀하께서는 전통적인 품앗이방식에 기반한 지역 공동체에서 사용해 온 지역화폐가 있다는 것을 알고계신가요 (예로, 대전 한밭레츠 '두루', 과천 품앗이 '아리' 등)	①-----	②-----	③

## Part 3. 지역화폐 관련 정책 수요

Q26. 귀하께서는 현재 운영되고 있는 지역화폐 제도를 통해 가장 기대되는 정책적 효과는 무엇이라고 생각하십니까

- ① 지역 내 지역경제 활성화(소상공인, 자영업자 등 지역 상권 살리기)
- ② 근거리 소용량 소비생활 가능으로 가정(가구)의 효율적 소비경제 실현
- ③ 지역 내 가까운 이웃과의 접촉 빈도 증대로 마을 공동체성 회복
- ④ 지역 내 사회적·공익적 활동 기회 제공(지역주민협의회 등 참여로 소비자의견 개선 기회 확보)
- ⑤ 기타 의견( )

Q27. 귀하께서는 정부 및 지자체에서 지역화폐 운영 시 우선적으로 해야 할 일들 중 우선 순위 1~3위를 선택해주시기 바랍니다.

	설문문항	전혀 필요없음	보통	매우 필요함	순위
		①-----②-----③-----④-----⑤			
제 도 운 영 단 계	① 환불이나 결제취소 조건, 유효기간, 재발급 등 관련 이용 정보를 쉽게 찾고, 확인할 수 있도록 지역화폐 앱 화면의 효율적 구성	①-----②-----③-----④-----⑤			1순위 ( )
	② 지역화폐 사용에 있어 소비자문제(피해)가 발생했을 때 어디에 문의하면 되는지 관련 정보 표시 등 정보 제공 강화	①-----②-----③-----④-----⑤			
	③ 지역 내 업종별 가맹점 비율 등을 고려한 가맹점 확보	①-----②-----③-----④-----⑤			2순위 ( )
	④ 유통질서를 교란시키는 각종 불법 환전 행위(속칭 '깡') 예방	①-----②-----③-----④-----⑤			
	⑤ 문제가 있는 가맹점 퇴출 등 철저한 가맹점 관리 운영	①-----②-----③-----④-----⑤			3순위 ( )
	⑥ 지역화폐 발행 예산의 확보로 사용 한도액 및 인센티브(선할인, 캐시백 등)의 안정적 유지	①-----②-----③-----④-----⑤			
	⑦ 정보취약계층(고령자 등)의 이용 접근성 제고를 위한 맞춤형 정보 개발	①-----②-----③-----④-----⑤			
	⑧ 지역화폐 제도의 장점, 현황, 성과에 대한 다양한 홍보 강화(지역주민센터, 홈페이지, SNS 등)로 참여자(소비자, 가맹점) 확대	①-----②-----③-----④-----⑤			

	설문문항	전혀 필요없음	보통	매우 필요함	순위
		①-----②-----③-----④-----⑤			
제 도 발 전 단 계	① 현 지자체 조례나 이용약관(예로, 서비스 이용약관, 전자금융거래 이용약관 등) 등에 소비자보호 관련 내용이 미비하거나, 들어가야 할 항목이 빠져 있지는 않는지 점검하고 재개정하는 작업	①-----②-----③-----④-----⑤			1순위 ( )  2순위 ( )  3순위 ( )
	② 개인별 맞춤형 지역화폐 소비패턴 정보 제공으로 합리적 소비생활 지원(예로, 알바신용카드 명세서에서 제공하는 그래프 형태 등)	①-----②-----③-----④-----⑤			
	③ 기존 온라인 결제수단의 연계 등 온라인상에서도 결제할 수 있도록 방식 확대	①-----②-----③-----④-----⑤			
	④ 지역화폐 제도 시행 시 지역 주민들의 참여 기회 제공 (지역주민협의회 운영 및 참여 등)	①-----②-----③-----④-----⑤			
	⑤ 자원봉사, 기부금품, 재능나눔, 물품거래 등의 활동을 사회적 가치로 환산하여 일정 부분 지역화폐로도 지급하는 혼합 방식 도입	①-----②-----③-----④-----⑤			
	⑥ 지역화폐 구매 전용 지역특성화 상품 개발 및 판로 개척 등 지역상생 플랫폼으로 발전	①-----②-----③-----④-----⑤			
	⑦ 지역화폐의 비용성과 분석을 통한 합리적 운영 체계 마련	①-----②-----③-----④-----⑤			

Q28. 기존 품앗이방식에 기반한 지역공동체 활성화 차원에서 사용되는 지역화폐인 '공동체화폐' 이용 경험이 있으신가요? (예 : 대전 한밭레츠 '두루', 과천 품앗이 '아리' 등)

- ① 있음(이용기간: 총 \_\_\_\_\_개월)      ② 없음

Q28-1. (Q28에서 ②번 응답자 대상) 귀하께서 '공동체화폐'의 이용경험이 없는 이유는 무엇입니까

- ① 공동체화폐가 어떤 것인지 전혀 몰라서
- ② 이용하고 싶었지만 내 지역에는 없어서
- ③ 이용하는(이용해 본) 지인(가족)이 주변에 있어 간접적으로만 경험
- ④ 이용하고 싶은 생각이 없음

Q29. 기존 품앗이방식에 기반한 지역공동체 활성화 차원에서 사용되는 지역화폐인 '공동체화폐'의 경우 자원봉사, 기부금품, 재능나눔, 물품거래 등의 활동을 사회적 가치로 환산하여 지역화폐(공동체화폐)로 지급하는 방식도 있습니다. 귀하께서는 지역화폐 제도의 확장 차원에서 이러한 형태의 도입에 대해 어떻게 생각하십니까

- ① 도입에 찬성하며, 이는 신뢰를 바탕으로 하기에 관련 기준 및 공정한 작동 시스템 구축에 있어 사회적 합의가 우선
- ② 도입에 찬성하며, 경제/금융 시스템이 아닌 복지 관점에서 설계될 필요
- ③ 도입에 찬성하며, 기존 지역화폐 + 사회적 활동간 교환되는 공동체화폐의 혼합 형태로 갈 필요
- ④ 도입에 반대하며, '공동체화폐'는 지역보다는 특정 계층, 특정 공간, 특정 목적에 기반하여 운영되는 형태로 현행 지역화폐 제도 취지와는 맞지 않음
- ⑤ 도입에 반대하며, 지역 내 공동체성 강화가 지역경제 활성화와 연계될 수 없다는 생각

Q30. 귀하께서는 지역화폐의 이용이 어떤 소비 유형에 가장 가깝다고 생각하십니까(중복 응답 가능)

- ① 윤리적 소비에 가까움    ② 지속가능 소비에 가까움    ③ 착한 소비에 가까움
- ④ 가치 소비에 가까움    ⑤ 더불어 같이 사는 상생 소비에 가까움

Q31. 귀하께서 지역화폐를 구입, 이용 시 겪은 애로사항이나 불편한 점에 대한 설문입니다. 각각 애로사항이나 불편함 정도를 체크해 주시고, 개선이 시급한 항목 1위, 2위를 선택해주시기 바랍니다.

단 계	설문문항	전혀 아님	보통			매우 그려함	개선시급 순위	
		①	②	③	④	⑤		
구 입 단 계	Q31-1. 구입처, 가능한 지역화폐 유형 등 구입 방법에 대한 정보를 얻기 어려웠다.	①	②	③	④	⑤	1순위 ( )	
	Q31-2. 신용/체크카드형(실물형태)은 신청 후 받기까지 기간이 길어 번거로웠다.	①	②	③	④	⑤		
	Q31-3. 사용등록, 계좌연결, 비밀번호 설정 등 개설 절차가 복잡하고 어려웠다.	①	②	③	④	⑤		
	Q31-4. 지역화폐 앱의 처음 설치/업데이트 시 오류 발생 등 아직 시스템이 불안정하다고 느꼈다.	①	②	③	④	⑤		2순위 ( )
	Q31-5. 개인정보보호, 해킹 대응 등 관련 정보가 부족하여 개인정보 유출가능성 등 보안 시스템에 대한 불안감을 느꼈다	①	②	③	④	⑤		
이 용 단 계	Q31-6. 신용/체크카드형(실물형태)나 모바일카드형(앱카드 형태)에서 재충전하는 방법이 어려웠다.	①	②	③	④	⑤	1순위 ( )	
	Q31-7. 신용/체크카드형(실물형태)나 모바일카드형(앱카드 형태)로 결제 시 가맹점에서 캐시백 사용이 안되어 불편했다.	①	②	③	④	⑤		
	Q31-8. 지역화폐 결제의 취소/부분취소 후 취소 결과를 확인 기간이 일반신용카드에 비해 오래 걸려 불안했다.	①	②	③	④	⑤		
	Q31-9. 신용/체크카드형(실물형태)나 모바일카드형(앱카드 형태) 잔액이 결제액보다 적은 경우, 일반 신용카드 등과 나누어서 2번 결제해야 하는 등 절차가 번거로웠다.	①	②	③	④	⑤		2순위 ( )
	Q31-10. 지역화폐 앱에서 이용내역, 잔액조회 등 내 정보를 확인하는 방법이 복잡하고 어려웠다.	①	②	③	④	⑤		
	Q31-11. 지역화폐 앱에서 지역 내 가맹점이 어디인지 찾기가 어려웠다.	①	②	③	④	⑤		3순위 ( )
	Q31-12. 오프라인 상에서 지역 내 가맹점이 어디인지 정보를 얻기 어려웠다.	①	②	③	④	⑤		
	Q31-13. 지역 내 이용하고 싶은 업종의 가맹점 수가 적어 번거로웠다.	①	②	③	④	⑤		
	Q31-14. 결제 시 가맹점의 자체 마케팅 행사(미일리지, 포인트 적립, 사은품 등)와 연계가 불가하여 손해였다.	①	②	③	④	⑤		





## [ Executive Summary ]

### A Study on Measures to Create a Win–Win Situation for Local Currency Operation and Consumers

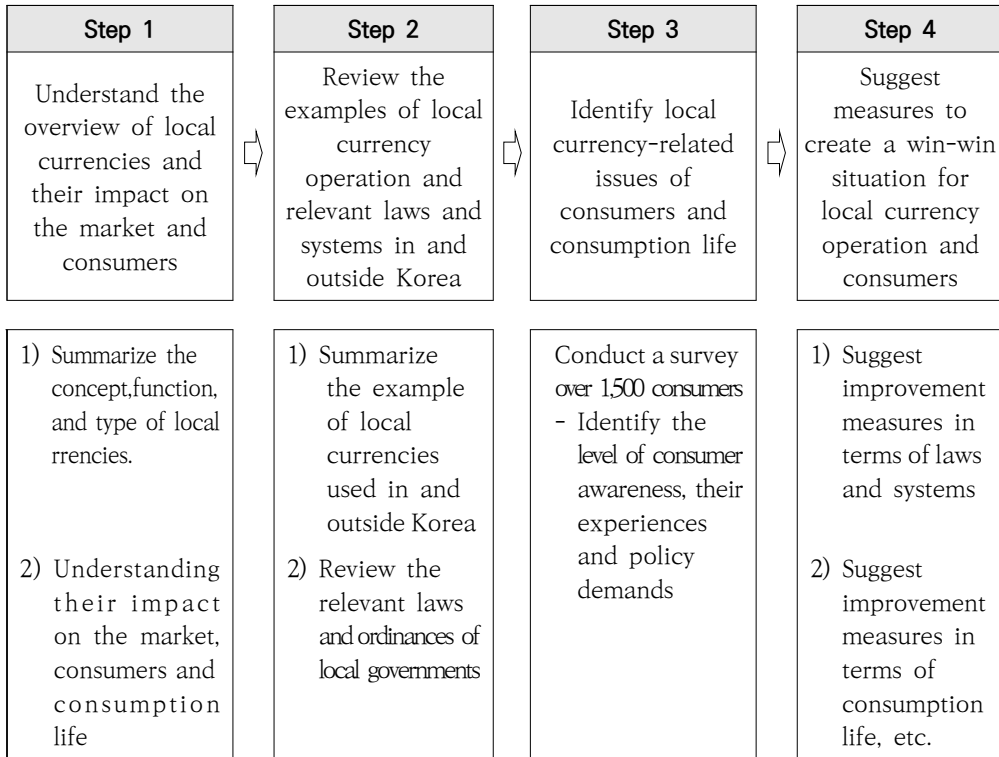
Lee, Kyoung A

#### I. Background

- The year 2020 served as a milestone for the local currency system in Korea with an exponential increase in the total amount of local currencies issued during the past few years. In 2019 alone, the total issuance amount increased by 6.19 from the previous total, while it increased again by 3.91 times between Jan and Aug in 2020.
- (Issuance Volume) Ministry of Public Administration and Security increased the issuance volume of local currencies from 6 trillion won to 9 trillion won in 2020.
- (Issuance Status) As of Nov, 2020, total 230 communities already issued or expected to issue local currencies.
- (Statutory Name) “Local Love Gift Certificate” is the official name used in the 「Act on the Activation of the Use of Local Love Gift Certificates」
- (Purpose) The purpose of this study is to identify local currency-related consumption issues from the viewpoint of consumers who are participating in the usage of local currencies, understanding the social value of local currencies that can revitalize the local economy, which is also the reason why the local currency system has been introduced, and

to suggest some improvement measures for the government and local municipalities.

#### □ (Methodology)



## II. Contents

### 1. Issues related to Local Currencies and Consumers

□ (Consumer Issues) Expected(emerging) consumer issues related to local currencies are as follows:

Categories		Expected(emerging) Issues
For each purchase stage	Purchase stage	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lack of information about where and how to purchase local currencies</li> <li>✓ Inconveniences related to application/handling/receiving processes and the time that it takes</li> <li>✓ Complex and difficult set up processes including the process of registration and account connection for the actual usage of local currencies</li> <li>✓ High level of anxiety about the stability of local currency systems(ex. errors with local currency applications)</li> <li>✓ Issues with potential personal data leakage due to the storage of personal usage data and utilization of big data</li> </ul>
	Usage stage	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lack of diversity in available products/services(due to limited number of affiliated stores in the community)</li> <li>✓ Insufficient information about the location of affiliated stores(both on-and off-lines) in each local area</li> <li>✓ Inconveniences due to different payment systems used for local currencies and credit cards</li> <li>✓ Discriminative treatment that consumers may experience when they use local currencies(ex. service parking tickets are not provided when they pay with local currencies)</li> <li>✓ Inability to associate marketing events of affiliated stores with local currency users(ex. provision of discount coupons)</li> <li>✓ Inability to associate marketing events of local governments with local currency users(ex. sales of local specialty products, etc.)</li> <li>✓ Sometimes, consumers must use affiliated stores to pay with local currencies even when products/services in non-affiliated stores are better.</li> </ul>
Overall Systems		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Issues with proxy purchases, illegal cash-back transactions, and tricky investment techniques(ex. abuse of regulations and illegal cash refunds, etc.)</li> <li>✓ Complaints about compulsory purchases by relevant organizations and companies</li> <li>✓ Insufficient caring of disadvantaged class of digital divide including senior citizens</li> <li>✓ Polarization of local currency usage among different local governments in accordance with the level of their financial independence(excessive discount races, etc.)</li> <li>✓ Concentration of local currency issuance and usage only in commercial herb areas when local currencies are issued at the metropolitan(city, province) level</li> <li>✓ Decrease in the level of confidence due to frequent changes in incentive rates</li> <li>✓ Future tax burden due to various expenses incurred in issuing and operating local currencies</li> <li>✓ Vague resistance towards the government's policy that dismisses local currency-related issues just as good consumption/valuable consumption/ethical consumption issues</li> </ul>

## 2. Current Legislations on Local Currencies

- (Provisions regarding Consumer Protection) Provisions regarding consumer protection in 28 ordinances of local governments have been analyzed.
  - ① The Scope of Canceling the Affiliation: Provisions regarding the type of businesses that are excluded from the scope of affiliation due to their business objectives unsuitable for the usage of local currencies, and the method of information disclosure when their affiliations are canceled.
  - ② Compliance Details of Affiliated Stores: Provisions regarding prohibited practices of affiliated stores including the rejection of consumers' payment with local currencies or discriminatory treatments towards them.
  - ③ Compliance Details of Users: Provisions regarding gift vouchers that users are not allowed to use or any prohibited behaviors of users.
  - ④ Committee and Committee Members: Provisions regarding the formation of Committee and Committee members including whether consumers or those recommended by civic groups will be included as Committee members or not
  - ⑤ Others: Provisions regarding roles and responsibilities of provincial governors(or mayors), establishment of basic plans, support for business, conditions for funding, etc.
  - ⑥ Additional Information: Provisions regarding the requirements of sales/operation agencies in case local currencies are issued in the form of electronic payment types(card type, mobile type, etc.), their compliance details, operating system security, personal data protection policies, etc.

### 3. Consumer Surveys

- (Survey Information) Surveys have been conducted over 1,500 adult male and female consumers in 15 cities and provinces(excluding Jeju island), who have experiences of using local currencies, about ① their current usage of local currencies, ② their level of knowledge about local currencies, ③ difficulties and inconveniences related to the usage of local currencies, and ④ the expected policy effects and demand for detailed policy tasks.
  
- (Major Findings)
  - (Reasons for Using Local Currencies): 71.1% of survey respondents said they use local currencies “because they like the incentives and benefits(discount rate, cashback service, etc.) of local currencies, 36.5% said “because they understand the purposes of introducing local currencies, i.e., to revitalize the local economy which will create a win-win situation for both consumers and business operators,” and 35.1% said “because it is an easy way for them to help small-scale local business owners.”
  
  - (Amount of Usage & Percentage of Future Usage):
    - 36.3% of respondents said they spend “100,000~300,000 won” while 24.9% said they spent “50,000~100,000 won” using local currencies.
    - 56.7% of respondents said “they will use similar amount of local currencies in the future,” while 32.8% said “they will increase the amount of usage either slightly or significantly in the future.”
  
  - (New User’s Intention of Continuous Usage): 42.0% of respondents said “they will continue to use local currencies only if there are big incentives,” while 30.2% said “they have will keep using local

currencies in the future,” and 27.8% said “they have no intention to use local currencies in the future” as of the date when the survey was.

- (Level of Knowledge about Local Currencies): More than 30% percent of respondents said they do not have knowledge about ▲the possibility of purchasing/using other local currencies, ▲the terms and conditions of using local currencies, and ▲detailed terms and conditions including refund conditions.
- (Inconveniences related to the Usage of Local Currencies) Using 5 questions related to purchase stage, 9 questions related to usage stage, and 10 questions related to overall systems, the level of inconveniences and priorities for improvement have been identified.
- (Policy Demand) Using 8 questions related to system operation stage and 7 questions related to system development stage, the level of necessity and priorities for introducing relevant policies have been identified.

#### 4. Improvement Measures in terms of Laws and Systems

- (1) Revision of Standard Ordinance for Local Love Gift Certificates: including provisions about consumer protection, etc.
  - **【Standard Ordinance for Local Love Gift Certificates】** under the “omprehensive Guidelines for 2020 Local Love Gift Certificate Issuance Projects” of the Ministry of Public Administration and Security’s(released on Dec 24th, 2019), which serves as the reference guidelines for local governments, need to be revised.
  - (Alt 1) Revise the contents of relevant provisions in Article 11 (Cancellation of the Registration as Affiliated Stores), and add a new provision about the formation of the Committee.

- (Alt 2) Add a new provision about “Issuance and Operation of Local Love Gift Certificates” as one of the functions of the Consumer Policy Committee specified in the 『Framework Ordinance on Consumers』 which is currently being operated by local governments.
- (2) Revision of the Enforcement Decree of the 「Act on the Activation of the Use of Local Love Gift Certificates」: including criteria for refund
- (Alt 1) Specify the qualifications, criteria, time limits, and attribution conditions for refund in the Enforcement Decree of the Act on the Activation of the Use of Local Love Gift Certificates, and add detailed requirements in its ordinance.
- (Alt 2) Add a condition not to apply the time limit to business owners who voluntarily participated in the usage of local currencies, considering the characteristics of local currencies that they are issued by local governments not by profit-making corporations.

## **5. Improvement Measures from the perspective of Consumption Life**

- (1) Efforts to Expand the Local Currency Distribution Network: in terms of creating a win-win situation for all economic players
  - Specific action plans include: ▲consideration of expanding the payment methods to online channels, ▲identification of factors to attract off-line affiliated stores, ▲exploration of ways to use local currencies as a means to provide allowance for policy fulfillment, ▲suggestion of the need for regular examination of consumer issues by, for example, conducting a survey to analyze the effect of local currencies from the viewpoint of local currency users.

- (2) Consideration of Expanding the Usage of Local Currencies to Use them as Value Exchange Type Local Currencies: in terms of maintaining the sustainability of relevant policies
- Suggest that the rewards for individuals' economic activities be paid with local currencies after calculating the social value of such activities, as one of the ways to encourage their continuous participation in the usage of local currencies.
- (3) Reinforcement of Providing Customized User-oriented Information: from the perspective of rational consumption life
- Utilize local currencies as a means to support the rational consumption life of individual consumers through the analysis of consumption patterns and visualization of such information using the local currency usage data on a regular basis.



정책연구 20-08

## 지역화폐와 소비자 상생 방안 연구

---

인 쇄 2020년 12월

---

발 행 2020년 12월

---

인 쇄 인 (사)아름다운사람들복지회 / 1833-9605

---

발 행 인 한국소비자원 원장 이희숙

---

등 록 제3-348호 (1991년 5월 17일)

---

우편번호 27738

충청북도 음성군 맹동면 용두로 54 한국소비자원

Tel. 043-880-5500

---

ISBN 979-11-5649-506-2

\*본 연구의 내용은 연구자 개인의 견해이며 공식 견해가 아닙니다.



Policy Analysis 20 - 08

# A Study on Measures to Create a Win-Win Situation for Local Currency Operation and Consumers

Lee, Kyoung A

대표전화 | 043-880-5500

홈페이지 | [www.kca.go.kr](http://www.kca.go.kr)

주 소 | (27738) 충청북도 음성군 맹동면 용두로 54 한국소비자원

