

한국지방행정연구원은 코로나19 감염병이 조기 종식되기를 바라며, 특집호를 통해 전문가들의 정책 제안을 한시적으로 수시 발간하고자 합니다.

## 코로나19로 인한 지역경기 침체, 전자 지역사랑상품권으로 살린다

### 코로나19, 사람의 발뿐만 아니라 소비심리까지 묶어 놓았다

- 코로나19 감염병의 공포로 모든 사람이 외출을 꺼려하고, 사회적 거리두기 운동으로 개인의 소비 심리를 위축시켜 결국 지역경제에 큰 타격을 주고 있는 상황임
  - 통계청의 '2월 산업활동동향'에 따르면, 소비동향을 알 수 있는 소매판매액지수는 6.0% 감소(신발·가방 -32.6, 의복 -22.3, 자동차 -22.3)하였으며, 산업생산은 전월 대비 3.5% 감소(자동차 -27.8, 항공운송업 -33.1, 숙박업 -32.1)한 것을 알 수 있음
- 분야를 불문하고 대부분의 산업계에서는 코로나19 사태로 직격탄을 맞았으며, 항공·관광·유통 등의 업종을 시작으로 지역의 전통시장과 같은 소상공인들까지 모든 업종에 있어서 무급휴직·희망퇴직·실직 등 대대적 인력재편이 발생 중임
- 그러나, 이런 상황에서도 온라인쇼핑·배송·방역업체와 같이 코로나19로 인한 인력 수요가 폭증한 사례도 있어 이 분야에서는 새로운 고용창출 분야로 관심이 쏠리고 있음
  - 온라인근무, 재택근무로 인해 IT관련 업종 비율도 지난 2월 한 달 간 전년 동기 대비 5.6% 증가한 것을 알 수 있음
- “소비는 집에서”, “홈코노미”로 인해 농산물 판매가 끊기자 지자체가 발 빠르게 판매에 앞장섰으며, 경북도, 강원도, 제주도, 청도군 등 지자체들에서는 택배비를 지원하기 시작했고 지원 건수도 전국으로 확대되고 있음
- 이와 같이 오프라인보다 온라인 판매에 대한 관심이 높아지면서 수요 및 공급 모든 측면에서 온라인매체를 활용한 판매와 구매의 체계 개편에 대한 목소리가 높아지고 있으며, 이를 통해 유통 활성화, 지역경제 활성화를 모색하고자 하고 있음
- 그렇다면 대안은 무엇일까. 비대면·지역 대상·지역경제 활성화·일자리 창출 등 현 경제 상황을 고려할 때 이를 타개할 수 있는 대안으로 지역사랑상품권의 전자화폐 발행이 제안될 수 있을 것임
- 아래에서는 우리나라 지역사랑 상품권의 현황 및 전자화폐 발행 현황을 알아보고, 이를 활용해 지역경제 활성화 및 일자리 창출로 이어질 수 있는 방안 등을 찾고자 함

### 지역사랑상품권 지자체에서 발행 확대되고 있다

- 정부는 지난 3월 8일, 지역사랑 상품권 발행규모를 현재 3조원에서 6조원으로 확대를 위해 2,400억원(발행액의 8%를 국비를 통해 지원)의 추경을 편성하기로 하였음
- '20년 1월 기준 지역사랑상품권 발행액은 총 5,267억원 규모임
- 이를 통해 10% 할인된 금액으로 개인당 월 구매한도 100만원까지 판매할 것으로 추정됨
- 지역사랑상품권의 가장 큰 장점은 발행되는 지역 내에서만 사용할 수 있다는 것이며, 주 사용처는 지역사랑상품권 사용을 등록한 업체에 한정됨

- 주요 업종은 음식점·유통업·학원·음료식품·의원 등 지역민들의 실생활과 밀접한 업종이 대부분 차지하고 있는 것으로 '19년 행안부 분석결과를 통해 알 수 있음
- 아울러, '19년 기준 월평균 환전율이 94.7%로 현재와 같이 코로나로 인해 지역 소상공인 및 자영업자들의 매출액이 급감하는 상황에서 전통시장의 매출액 증가에 기여하고 있음
  - 하지만, 지역사랑상품권의 취급점, 상품권 환전소 등이 적어 사용의 편리성 측면에서 개선이 필요한 상황임
- 지역별 발행 현황을 보면 '20.3.6. 기준, 총 198개 광역 및 기초자치단체에서 발행하고 있으며, 이 중 광역자치단체는 부산·인천·광주·울산·세종·강원·경남 등 7곳이, 기초자치단체는 서울특별시 17개 자치구를 포함하여 총 191곳 등임
- 특히, 광역자치단체보다는 기초자치단체에서 높은 발행 비율을 보이고 있는 것을 알 수 있음

【 <표 1> 지역별 지역사랑상품권 발행현황 】

( '20.3.6. 기준 )

구분	계	광역	기초		발행(198)	미발행(45)
			총	발행		
총계	198	7	226	191		
서울	17	-	25	17	서울특별시 자치구(17)	서울특별시(8)
부산	17	1	16	16	부산광역시(16)	
대구	-	-	8	-	-	대구광역시(8)
인천	11	1	10	10	인천광역시(10)	
광주	6	1	5	5	광주광역시(5)	
대전	1	-	5	1	대덕구	대전광역시(4)
울산	6	1	5	5	울산광역시(5)	
세종	1	1	-	-	세종특별자치시	
경기	31	-	31	31	수원, 고양, 용인, 성남, 부천, 안산, 화성, 남양주, 안양, 평택, 의정부, 파주, 시흥, 김포, 광명, 광주, 군포, 이천, 오산, 하남, 양주, 구리, 안성, 포천, 의왕, 여주, 양평, 동두천, 과천, 가평, 연천	경기도
강원	13	1	18	12	강원도, 춘천시, 강릉시, 원주시, 태백시, 삼척시, 영월군, 정선군, 철원군, 화천군, 양구군, 인제군, 고성군	속초시, 홍천군, 횡성군, 평창군, 양양군, 동해시
충북	11	-	11	11	청주시, 충주시, 제천시, 보은군, 옥천군, 영동군, 증평군, 진천군, 괴산군, 단양군, 음성군	충청북도
충남	14	-	15	14	공주시, 보령시, 아산시, 서산시, 논산시, 계룡시, 당진시, 금산군, 부여군, 서천군, 청양군, 홍성군, 예산군, 태안군	충청남도, 천안시
전북	13	-	14	13	군산시, 익산시, 정읍시, 남원시, 김제군, 완주군, 진안군, 무주군, 장수군, 임실군, 순창군, 고창군, 부안군	전라북도, 전주시
전남	22	-	22	22	목포시, 여수시, 순천시, 나주시, 광양시, 담양군, 곡성군, 구례군, 고흥군, 영암군, 보성군, 화순군, 장흥군, 강진군, 해남군, 무안군, 함평군, 영광군, 장성군, 완도군, 진도군, 신안군	전라남도
경북	17	-	23	17	포항시, 김천시, 안동시, 구미시, 영주시, 영천군, 의성군, 청송군, 영양군, 영덕군, 청도군, 고령군, 성주군, 칠곡군, 예천군, 봉화군, 군위군	경상북도, 상주시, 문경시, 울진군, 울릉군, 경산시, 경주시
경남	18	1	18	17	경상남도, 창원시, 진주시, 김해시, 밀양시, 거제시, 양산시, 의령군, 함안군, 창녕군, 고성군, 남해군, 하동군, 산청군, 함양군, 거창군, 합천군, 통영시	사천시
제주	-	-	-	-	-	제주도

## 지역사랑상품권, 전자 상품권 발행으로 발행 유형 확대해야

- 지역사랑상품권의 발행은 대부분 지류형 상품권이며, 전통시장과 같이 오프라인 마켓에서 사용이 주가 되었음
- 최근 모바일상품권이 40여 지자체로부터 발행되기 시작했으며, 이중 절반이 서울의 자치구에서 발행되고 있음
- 지금과 같은 감염병으로 인해 사회적 거리두기 · 외출 기피 · 집 안에서의 원클릭 소비형태로 바뀌면서 오프라인보다 온라인상에서의 소비가 급증하고 있는 상황임
- 그렇다면, 소비 패턴에 맞춰 전자상품권을 확대 발행하여 온라인 및 모바일을 통한 옥내 소비가 촉진될 수 있도록 환경을 조성해 주는 것이 중요함
- 아울러, 주요 상품권 소비처가 소상공인 및 자영업자의 영업점이 되는 상황에서 지원 정책으로서도 큰 효과가 기대될 수 있음
- 소비자들의 심리를 반영하고, 감염병 전파를 억제하면서 지역특산품을 소비하기 위한 매체로 지역사랑상품권을 지류 형태가 아닌 전자상품권으로 발행이 확대되어야 할 것임
- '19년 12월 기준, 지자체별 지역사랑상품권 발행종류를 보면, 종이형태인 지류가 103개 지자체(65.2%), 모바일 16개 지자체(10.1%), 카드 39개 지자체(24.7%)이며, 이중 카드 형태는 단순 지불의 편리성 때문에 종이에서 카드로 형태만 바뀐 상황으로 오프라인에서만 사용가능함
- 현재 지역사랑상품권은 전국에서 10.1% 정도가 모바일 상에서 사용할 수 있는 상황임. 소비 촉진을 위해서는 현 상황을 고려하여 온라인 및 모바일에서 사용할 수 있는 형태의 전자상품권 발행이 확대되어야 할 것임

■ <표 2-1> 지자체별 지역사랑상품권 발행종류 ■

( '19.12. 기준 )

지자체	상품권 종류		
	지류(103)	모바일(16)	카드(39)
서울		제로페이	
부산 (0/0/2)			동구, 부산광역시
인천 (0/0/1)			인천광역시
광주 (0/0/1)			광주광역시
울산 (0/1/0)		울산광역시	
대전 (0/0/1)			대덕구
경기 (9/3/29)	성남, 안산, 안양, 평택, 시흥, 포천, 의왕, 가평, 과천	성남, 시흥, 김포	수원, 고양, 용인, 성남, 부천, 화성, 안산, 남양주, 안양, 평택, 파주, 광주, 의정부, 광명, 군포, 하남, 오산, 양주, 이천, 구리, 안성, 포천, 의왕, 양평, 여주, 동두천, 가평, 과천, 연천
강원 (11/0/1)	강원도, 춘천, 원주, 태백, 삼척, 정선, 철원, 화천, 양구, 인제, 고성		영월
충북 (9/1/1)	충주, 제천, 보은, 옥천, 영동, 증평, 진천, 괴산, 단양	제천	청주
충남 (13/2/0)	보령, 아산, 서산, 논산, 계룡, 당진, 금산, 부여, 서천, 청양, 홍성, 예산, 태안	공주, 부여	

지자체	상품권 종류		
	지류(103)	모바일(16)	카드(39)
전북 (12/1/0)	<b>군산</b> , 정읍, 남원, 김제, 완주, 진안, 무주, 장수, 임실, 순창, 고창, 부안	<b>군산</b>	
전남 (20/2/2)	목포, 여수, 순천, 나주, 곡성, 구례, 고흥, 보성, 화순, 장흥, 강진, 해남, 영암, 무안, 함평, <b>영광</b> , 장성, 완도, 진도, 신안	담양, 곡성	광양, <b>영광</b>
경북 (15/1/0)	포항, 김천, 안동, 구미, <b>영주</b> , 영천, 의성, 청송, 영양, 영덕, 청도, 성주, 칠곡, 예천, 봉화	<b>영주</b>	
경남 (14/5/1)	<b>창원</b> , 진주, 밀양, 거제, 의령, 함안, 창녕, 고성, <b>남해</b> , <b>하동</b> , 산청, 함양, 거창, 합천	경상남도, <b>창원</b> , 김해, <b>남해</b> , <b>하동</b>	양산

**볼드(Bold)** : 지자체 내에서 두 종류 이상의 상품권을 발행하는 경우  
 자료 : 행정안전부 내부자료 참조

## 전자상품권 확대 발행을 위해서는 몇 가지의 선결 과제가 필요하다

- 지역사랑상품권과 연계한 구입 상품의 묶음 배송이 가능하도록 플랫폼 구성이 우선 선행되어야 할 것임
  - 온라인 구매의 큰 단점은 현물을 보지 못하고 사진으로만 확인 후 구매해야 한다는 점임
  - 따라서, 지자체에서 플랫폼 구축·관련 상품정보의 구체적 제공 및 지역 특산품에 대한 품질을 담보해 줄 수 있는 신뢰 구축이 함께 전제되어야 할 것임
- 지금과 같은 위기 상황에서는 전자 지역사랑상품권으로 구매 시 일정 비율의 추가 할인 적용과 함께, 한시적으로라도 배송(택배) 비용을 지자체가 지원함으로 조기 착수 및 안정적 운영이 될 수 있도록 유도가 필요함
  - 인프라 구축까지는 시간이 걸리기 때문에 조기 실시를 위해 단기적으로는 민간 배달시스템을 활용하도록 하며, 이때 배달 수수료가 높아 일부 배달 비용을 지자체가 부담할 수 있도록 함
  - 지자체에서는 군산시가 2월 13일 ‘배달의 명수’ 앱을 개발하여 중개수수료를 없앤 사례와 같이 착한 배달앱 개발 및 제공을 하며, 지역 내 소상공인 및 전통시장 중심의 배달협의체를 구성하여 온라인 및 모바일 구매자들에 대한 상품 배송이 가능하도록 함
- 주요 지역별로 가맹점 수 편차가 심하여, 상품 구매에 대한 유인이 낮을 수밖에 없는 상황으로, 지역별 가맹점 수 확대를 통한 구매 상품의 다양성 확대가 필요함
  - 지역별 가맹점 수 현황을 보면, 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 강원 의 경우 가맹점 수가 무려 18배의 큰 차이를 보이고 있음(서울신문, ’20.04.06)
- 지금 대부분의 상품권은 지역민들 중심으로 구매 및 소비가 이루어지고 있으나, 전자상품권 발행으로 지역 외 거주민의 상품권 사용 확대가 이루어질 수 있도록 홍보가 필요함
  - 전자상품권 특성 상 IT환경에 익숙한 연령층에서 사용 및 구매가 확대될 것으로 예상되기 때문에 각 지자체에서도 소비자와 생산자를 연결할 수 있는 매체의 개발 및 맞춤형 홍보전략이 필요할 것임
- IT환경 소외계층(특히 판매자측)을 위해 전자상품권 사용 체계를 단순 및 명료화하여 판매자가 쉽게 접근할 수 있도록 시스템 개발이 필요함

- 특히 IT환경에 익숙하지 않은 고령층의 판매자를 위해 플랫폼에 접속 및 판매가 가능하도록 시스템을 단순 및 편리하도록 개발하고, 이러한 접근도 어려운 경우, 적응시 까지 지역 상권에 익숙한 배달업체가 플랫폼 접근을 도울 수 있도록 협력체계를 마련하도록 함
- 지금까지 고객의 매장 방문형 판매에서, 택배를 통한 가정 방문형 판매로 인식의 전환이 필요할 것임
  - 무엇보다 새로운 시스템을 도입하게 되면 이를 수용하는 상공인들의 인식 전환이 전제되어야 할 것임

#### <33년 동안 운영한 텃 빈 식당에서 도시락 만들어 팔기 시작, 위기 극복에 도전>

3월 26일 한국일보에 의하면, 자영업을 하는 33년 된 식당에서 손님을 마냥 기다리다 망할 수 없어 도시락 만들어 팔고(테이크아웃), 메뉴에 따라서는 배달을 시작한 사례가 있음. 이렇듯 이제는 소비자를 찾아 나서야 하는 상황이 발생하고, 이마저도 온라인상에서 소비가 이루어지는 형태로 바뀌고 있음

- 코로나19와 관련하여 중앙정부 및 지자체별 재난지원금을 지역상품권으로 지급할 계획이기 때문에 지금 전 전자상품권으로의 발행을 준비하여 지역 내 소상공인 매장 및 전통시장에서 사용할 수 있도록 발 빠른 조치가 필요할 것임

## 전자상품권 확대 발행, 지역경제 활성화가 기대된다

- 첫째, 전자상품권 발행은 해당 지역 거주자뿐만 아니라 타 지역 거주자도 상품권 구매를 통해 다양한 소비욕구를 충족시킬 수 있으며, 중소기업 및 영세상인의 생산물 소비 촉진으로 이어질 것임
  - 기존의 지류 및 카드 형태의 지역사랑상품권의 특성이 발행 지역 내 오프라인에 한해 구매 및 소비가 가능하기 때문에, 해당 지역 방문이나 거주자만이 사용이 가능하였음
  - 전자 상품권은 거주 지역에 상관없이 온라인 및 모바일을 통해 구매 관심 지역의 중소기업 및 영세상인의 생산물 구매가 가능하며, 그동안 구입자가 대부분 지역 내 거주자였던 한계를 극복할 수 있음
  - 또한 전자상품권을 통해 특산물 구매 시 가격이 할인되어 소비를 촉진하고, 생산자도 판매 증대로 이어져 지역경기 침체를 극복하는 중요한 계기가 마련될 수 있을 것임
  - 강원도의 감자 팔아주기·동해시의 오징어 팔아주기 운동과 같이 지역 내 전자상품권 발행은 지역 특산물 소비를 촉진하는 기폭제가 될 것임
- 둘째, 새로운 일자리 창출로 이어질 수 있음
  - 전술한 바와 같이 코로나19로 인해 대부분의 업종에서 실직자가 증가하고 있는 상황에서 배송관련 고용확대가 이어지고 있음. 지역단위의 새로운 일자리 창출의 기회로 활용 가능할 것임
- 셋째, 전자상품권 발행을 통해 지류 및 카드 발행 비용을 절감할 수 있으며, 사용범위 확대로 이어질 수 있음
  - 전자상품권은 발행 비용 절감뿐만 아니라, 상품권 선택의 폭을 다양화함으로써 사용의 기회를 확대하고, 사용 빈도를 높이며 사용자의 전국 확대가 가능함

▶ 내용문의 : 신두섭(한국지방행정연구원 연구위원, 033-769-9860, sds@krila.re.kr)

지번호 보기 : 코로나19 극복, 이제는 지역경제활성화다(여효성 부연구위원)

원문보기 >

✉ 본 메일의 수신을 원하지 않으실 경우 [brief@krila.re.kr](mailto:brief@krila.re.kr)로 회신해주시기 바랍니다.