

지역사랑상품권 부정유통 방지 제도정착 방안

지역사랑상품권의 개념 및 현황

지역화폐의 하위개념인 지역사랑상품권

- 흔히 지역화폐로 통칭되며 지자체가 발행하고 유통하고 있는 지역사랑상품권은 본질적으로 화폐의 기능을 목표로 하고 있지 않으며, 화폐의 기능 중 교환의 매개수단으로서만 활용이 가능함¹⁾
- 또한 지역공동체성 회복을 목표로 시민단체가 발행하고, 지역주민들이 자발적으로 구매, 사용하는 전통적인 지역화폐와 비교하여서도 지역사랑상품권은 지자체가 국비와 자체재원을 투입하여 발행한다는 특징이 있음

상품권 발행구조 및 발행규모

- 상품권은 사용자가 현금을 주고 직접 구매하는 일반발행분과 아동수당, 재난지원금 등 주민복지 차원에서 현금성 지원수단으로 지급하는 정책발행분으로 구분됨
- 정책발행분의 경우 현금성 복지의 지급수단을 상품권으로 하는 것으로 사회복지 관련 예산이 투입되며, 사용자의 직접 구매가 이뤄지는 일반발행분에 대해서는 5~10프로의 할인율이 적용되어 할인된 금액만큼을 정부와 지자체가 보전해 주게 됨
- 즉 발행규모 전체가 정부와 지자체의 예산으로 사용되는 것이 아니며, 2020년의 경우 전국적으로 일반발행분 13.3조원, 정책발행분 3.8조원이 판매·지급되었으며 이중 9.6조원에 대해 6,690억원의 국비가 지원됨
- 내년도 정부의 예산안 통과 결과 상품권 발행지원 규모는 최대 30조원이 될 것으로 보도됨²⁾

1) 가치저장의 수단, 회계의 단위로서의 기능이 결여되어 있어 법정화폐인 한국은행권과는 차별됨

2) 與 “소상공인 손실보상 하한 50만원…내년 지역화폐 30조원 발행”(2021.12.02.), 조선비즈, 김보연 기자, “정부 15조원, 지자체 15조원 교부세 발행”

상품권 부정유통의 원인

할인율에 따른 부정유통 유인

- 상품권은 구매 이후 현금과는 다르게 사용지역이 제한됨에 따라 할인율 제공이라는 유인(incentive)이 필요함
- 할인율 수준별 소비자들의 상품권 구매 의향은 거래제약에 수반되는 불편을 얼마만큼의 보상이 주어져야 현금과 동일하거나(경우에 따라서는 우월한) 거래의 수단으로 인식할 것 인지와 관련이 있음
- 사용자의 상품권 구매의향 조사결과는 상품권 판매를 위해서는 5% 이상의 할인율이 필요한 것으로 나타남(할인율 5%에서 현금구매 의향이 48.68%)

할인을 수준에 따른 상품권 구매의향

(단위 : 백분율, 만원)

할인율 수준	구매하지 않음(구매액 = 0)	현금 구매(구매액 > 0)	상품권 평균 구매액
할인율 0%	92.67%	7.23%	0.29 만원
할인율 3%	75.93%	22.97%	1.78 만원
할인율 5%	51.22%	48.68%	6.99 만원
할인율 7%	42.33%	57.58%	10.76 만원
할인율 9%	8.90%	91.01%	25.41 만원

※ 자료 : 한국지방행정연구원(2020.12), "지역사랑상품권의 경제적 효과 분석 및 제도정착을 위한 정책제언"




상품권 부정유통 방지의 필요성

- 지역사랑상품권 정책은 많은 긍정적 효과가 검증됨에도 불구하고 이런 일부의 부정유통 사례의 언론 노출이 빈번해 짐에 따라 부정적 인식이 확산될 우려가 있어, 제도정착 및 성숙을 위해서는 일부의 사례로 간과해서는 안 됨
- 결론적으로 상품권 부정유통 방지를 위한 기본방향은 철저한 관리·감독과 함께 사용자 및 가맹점 홍보 및 유인을 통한 부정유통 적발건수 최대한 줄여나가는 것임

발행 유형별 부정유통 행태

- 상품권의 발행유형인 지류형, 카드형, 모바일형 가운데 카드형 및 모바일형의 경우 상품권의 구매자 및 거래내역의 추적이 용이하여 부정유통 시 적발 또는 포착이 가능함
- 따라서 부정유통 방지 정책의 초점은 지류형에 두는 것이 타당해 보이며, 지류형의 경우 부정유통에 취약한 단점에도 불구하고 모바일, 디지털 기기의 접근성이 취약한 계층의 거래편의 제공 차원에서도 지속적으로 발행을 유지해 나갈 필요가 높음
- 단, 현재 전체 발행유형 가운데 지류형의 발행 비중이 높은 상황은 카드형 등의 보급 확대를 통해 점차 낮춰나갈 필요성이 있음
- 장기적으로 카드형, 모바일형의 정착은 전체 발행규모 대비 부정유통 적발 사례를 줄이는 효과가 있을 것으로 판단됨

발행 유형별 주요 부정수취 및 불법환전 방식

유형	위반 형태
 지류형	<ul style="list-style-type: none"> • 가족·지인(소규모), 알바생 등을 동원(대규모)하여 대리(할인)구매하고 본인의 가맹점에서 상품·용역의 제공 없이 결제·환전하는 사례가 발생
 카드형	<ul style="list-style-type: none"> • 특별히 상품권 형태에 의해 발생하는 위반형태는 찾기 어려움 • 미가맹점이 가맹점의 카드 단말기를 대여하는 형태로 발생
 모바일형	<ul style="list-style-type: none"> • 상품권을 대리(할인)구매토록 하고 QR코드를 불법 복사 및 전송하여 상품권 구매자에게 물품·용역의 제공 없이 결제·환전하는 사례 발생

※ 출처 : 행정안전부(21.12.15.) "전국 지역사랑상품권 부정유통 90건 적발, 가맹점 등록취소"

상품권 제도정착을 위한 부정유통 방지방안

1인당 구매금액 제한

- 기본적으로 지역사랑상품권의 현금 구매자의 경우 여타 상품권의 경우와 마찬가지로 할인율의 차액을 부정유통 업자와 나누어 사용하려는 경제적 유인이 있으며, 이에 따라 개인당 월별로 상품권을 구매할 수 있는 금액에 제한이 있음
- 본질적으로는 개인당 상품권 구매한도를 줄이거나 할인율을 낮추게 될 경우 개인별로 속칭 ‘현금깡’을 통한 금전적 이익이 줄어들게 될 것임
- 1인당 구매한도를 축소하여 부정유통을 통한 경제적 이익의 절대적 크기가 미미하고, 사용자가 부정유통 채널을 찾아 현금화 하는 비용에 비해 이익이 크지 않다면 부정유통 시도는 크게 줄어들 것임
- (부정유통 적발 시 구매제한) 부정유통 거래에 참여한 가맹점의 경우 가맹점 취소 및 과태료 부가 등의 행정조치가 내려지고 있으며, 사용자의 경우에도 상품권의 본래 취지에 걸맞지 않게 부정적 편익을 취하려는 시도가 적발될 경우에는 상품권 구매를 일정기간(1년~3년 이상) 제한할 필요성이 있음
- 이는 부정유통 채널의 차단과 함께 부정유통 수요의 차단을 가져올 것으로 생각됨

부정유통 적발사례의 지자체 공유

- 앞서 살펴본 바와 같이 지류형 등의 상품권 부정유통 적발 사례는 몇 가지 유형화가 가능함
 - (1) 지인, 타인 등의 명의를 도용
 - (2) 사용제한 업종에서 사용
 - (3) 비가맹점 업소에서 가맹점 단말기를 대여하여 결제
- 각 지자체의 상품권 부정유통 단속반이 공통된 적발사례를 공유하고, 이에 대한 트렌트, 새로운 부정유통 기법 등에 대한 정보를 확산시킨다면 사례 감소에 기여할 것임

부정유통 방지를 위한 주민 홍보강화

- 상품권 사용자에게 상품권 제도가 갖는 지역공동체 강화, 경제활성화 효과 등에 대해 적극 홍보하고 각자의 부정유통 사례가 이러한 긍정적 효과의 확산에 부정적 인식을 더하게 된다는 점을 적극 홍보하여 자발적으로 부정유통에 참여를 방지하도록 할 필요가 있음
- 사용자 스스로가 상품권 정책을 일부 금전적 혜택을 누리기 위한 근시안적 시각을 갖기 보다는, 우리가 거주하는 공동체를 위한 다양한 혜택이 존재한다는 인식이 확산된다면 일종의 지역애착 관계가 형성되어 공동체에 피해가 가려는 행위를 제한할 가능성이 있음
- 단, 부정유통 방지홍보는 자발적 참여를 이끌어 냈과 동시에 적발 시 처벌의 가능성에 대한 정보의 제공도 있어야 함

참고자료 여효성·김도형(2021), 「지역사랑상품권 부정유통 방지 대책연구」, 한국지방행정연구원

내용문의 여효성(한국지방행정연구원 부연구위원, hsyseo@krila.re.kr, 033-769-9877)

지번호 지방자치단체 조직관리 책임성 확보방안 : 조직관리위원회를 중심으로(박현욱 부연구위원)

원문
보기

✉ 본 메일의 수신을 원하지 않으실 경우 brief@krila.re.kr로 회신해주시기 바랍니다.