

인천e음 플랫폼 효율적 운영을 위한 사업주체 변경 타당성 및 사업개발 검토 연구용역

2020. 12.



제 출 문

인천광역시장 귀하

본 보고서를 「인천e음 플랫폼 효율적 운영을 위한 사업주체
변경 타당성 및 사업개발 검토 연구용역」의 최종보고서로 제출
합니다.

2020년 12월

(재)한국산업관계연구원 이사장 임 승택

참여연구진	(재)한국산업관계연구원
-------	--------------

책임연구원	이 석
연 구 원	최 우 제
연 구 원	김 준 식
연 구 원	김 솔
연구보조원	정 소 희
연구보조원	이 수 진

목 차

제 1 장 연구의 개요	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
2. 연구의 범위	2
3. 추진체계	4
제 2 장 인천e음 플랫폼의 환경여건	7
1. 지역화폐의 개념	7
2. 주요 성과	16
3. 여건 변화	22
4. 기존 지역화폐 선행연구 검토	35
5. 국내 지역화폐 운영 사례 연구	39
6. 국외 지역화폐 운영 사례 연구	44
7. 시사점	47
제 3 장 인천e음 플랫폼 운영주체 변경 타당성 및 변경 방식 등 조사분석	51
1. 운영주체의 주요 역할	51
2. 운영주체 변경 기준	52
3. 운영주체 변경(안)	53
4. 운영주체별 장단점 분석	57
5. 운영주체 사례조사	60
6. 관점별 운영주체 변경 타당성	67
제 4 장 인천e음 플랫폼 사업의 타당성 검토	81
1. 운영 형태별 법적 타당성 분석	81
2. 기존 및 신규사업 검토	87
3. 운영 형태별 기관의 출자범위 검토	95
4. 정책적 분석	114
5. 경제적 분석	118
6. 타당성 검토 종합	129
7. 종합결론	134
제 5 장 발전방안(안)	141
1. 플랫폼 사업의 확장성을 고려한 발전방안 모색	141
2. 수익사업 발굴	142
제 6 장 정책제언	155
1. 상법 상 적용되는 주식회사 설립 및 운영	156
부록	163
1. AHP 분석	163
2. 자문의견	165

〈표 차례〉

[표 2-1] 5대 국정목표, 4대 복합 혁신과제와 지역화폐 관련성	12
[표 2-2] 인천시 전체, 연수구, 서구 적립율 추이	15
[표 2-3] 월별 및 연도별 인천e음카드 사용규모	17
[표 2-4] 연도별 1인당 인천e음카드 사용규모	19
[표 2-5] 월별 및 연도별 전국 대비 인천 대형소매점 판매증감율	20
[표 2-6] e음카드의 경제효과, 재정지출 대비 파급효과	21
[표 2-7] 인천e음 사업 규모 추이	23
[표 2-8] 지자체별 지역사랑상품권 운영대행사 현황	25
[표 2-9] 운영 플랫폼의 차별성	30
[표 2-10] 인천e음 주요사업 변화	31
[표 2-11] 경제적 효과성 관련 한국지방행정연구원, 한국조세재정연구원 연구 내용 분석 ..	39
[표 2-12] 지자체별 지역사랑상품권제도 발행(예정 포함) 현황 ('20.9.23. 기준)	40
[표 2-13] 국비지원대상 지자체별 지역사랑 상품권 3월 판매현황	42
[표 3-1] 민간기업 설립·운영(2안)에 따른 역할 구분	54
[표 3-2] 스마트시티주식회사 중심(3안)에 따른 역할 구분	56
[표 3-3] 대안 1에 대한 장단점 비교	57
[표 3-4] 대안 2에 대한 장단점 비교	57
[표 3-5] 대안 3에 대한 장단점 비교	58
[표 3-6] 운영주체별 장단점 분석	58
[표 3-7] 지자체별 지역사랑상품권 도입 사례	66
[표 3-8] 공공성 확보 관점 추진사업 특징	69
[표 4-1] 기존 사업의 법적·제도적 타당성 검토	90
[표 4-2] 신규 사업의 법적·제도적 타당성 검토	94
[표 4-3] 민간기업 설립·운영(2안)의 적정지분(안)	97
[표 4-4] 스마트주식회사 중심(3안)의 적정지분(안)	101
[표 4-5] 출자기관 사례	102
[표 4-6] 현금흐름 추정기간 산출 단계	107
[표 4-7] 현금흐름할인법에 의한 기술가치 정의	108
[표 4-8] 현금흐름 추정기간 산출 단계	108
[표 4-9] 기술가치평가 할인율 구조	109
[표 4-10] 경제적 분석 기초자료	118
[표 4-11] 경제적 분석(현행 유지)	120
[표 4-12] 경제적 분석(신규 사업 추진)	123
[표 4-13] 현행 유지 및 신규 사업 추진 시 BEP(손익분기점) 결제액	125
[표 4-14] 현행 유지 및 신규 사업 추진 시 캐시백율에 따른 재정지원 규모	126
[표 4-15] 검토 항목별 비교분석	131
[표 4-16] 인천e음 검토 항목 별 비교분석	134

〈그림 차례〉

[그림 1-1] 연구의 배경 및 목적	2
[그림 1-2] 연구의 공간적 범위	2
[그림 1-3] 연구의 추진체계	4
[그림 2-1] e음 활용 학생증 발급, 인천교통공사	16
[그림 2-2] 연도별 인천e음카드 가입자 수(명)	18
[그림 2-3] 연도별 인천e음카드 발행(충전)액(백만원)	18
[그림 2-4] 연도별 인천e음카드 결제액(백만원)	18
[그림 2-5] 연도별 인천e음카드 사용규모	19
[그림 2-6] 전국 대비 인천 대형소매점 판매 증감율	20
[그림 2-7] 이음카드의 경제효과와 재정지출대비 파급효과 승수	22
[그림 2-8] 지역별 거주자의 서울/경기지역에서의 역외소비율 변화	22
[그림 2-9] 주요 사업자(코나아이) 운영구조	27
[그림 2-10] 주요 사업자(KT) 운영구조	28
[그림 2-11] 국비지원대상 지자체별 지역사랑 상품권 3월 판매현황(억 원)	42
[그림 2-12] 캐나다 LETS	45
[그림 2-13] 일본 아톰 통화	46
[그림 2-14] 독일의 김가우어, 영국의 브리스톨 파운드	47
[그림 2-15] 국내·외 지역화폐 사례를 통한 시사점 도출	48
[그림 3-1] 지역화폐 운영주체의 목적, 필요성 및 역할 기능	52
[그림 3-2] 현재 상황 유지(1안)	53
[그림 3-3] 민간기업 설립·운영(2안)	54
[그림 3-4] 스마트시티주식회사 중심(3안)	56
[그림 3-5] 민간기업 설립·운영(2안)에 따른 지속가능성 확보 관점 조직구조	73
[그림 3-6] 스마트주식회사 중심(3안)에 따른 지속가능성 확보 관점 조직구조	74
[그림 4-1] 2안의 적정지분(안)	98
[그림 4-2] 특허기술가치 평가방법	112
[그림 4-3] 공공기관 지분이 낮은 타 지자체 기업 구성비(%)	113
[그림 4-4] AHP 분석 수행 절차	114
[그림 4-5] AHP 설문 계층 구조	115
[그림 4-6] 경제적 및 정책적 분석에 대한 AHP 분석 결과	116
[그림 4-7] AHP 분석 결과 : 인천e음 운영주체별 평가	116
[그림 4-8] AHP 분석에 의한 항목별 중요도	117
[그림 4-9] 공공성, 지속가능성 및 수익성에 대한 중요도	117
[그림 4-10] 현행 유지 및 신규 사업 추진 시 BEP(손익분기점) 결제액(억 원)	125

[그림 4-11] 캐시백율 10%일 때 재정지원 규모(신규사업 추진시)	126
[그림 4-12] 캐시백율 6% 일 때 재정지원 규모(신규사업 추진시)	127
[그림 4-13] 캐시백율 4% 일 때 재정지원 규모(신규사업 추진시)	127
[그림 4-14] 현행 유지 및 신규 사업 추진 시 캐시백율에 따른 재정지원 규모	128
[그림 4-15] 경제적 및 정책적 분석에 대한 AHP 분석 결과	131
[그림 4-16] AHP 분석 결과 : 인천e음 운영주체별 평가	132
[그림 4-17] 신규사업 실시여부에 따른 캐시백 금액변화	133
[그림 4-18] 인천e음 검토 항목 별 비교분석	134
[그림 5-1] 인천e음 플랫폼 발전방안	141
[그림 5-2] 전자금융업자 등록 업무처리 흐름도	142
[그림 5-3] 전자지급결제대행업(PG)	146
[그림 5-4] 선불전자지급수단발행업	147
[그림 5-5] 신규 부가서비스(안) - 인천e음 교통카드	148
[그림 5-6] 신규 부가서비스(안) - 데이터 판매	149
[그림 5-7] 신규 부가서비스(안) - B2B거래(전자결제)	150
[그림 5-8] 신규 부가서비스(안) - 광고수입	151
[그림 6-1] 상법 상 주식회사(인천e음카드주식회사(안)) 설립 과정	157
[그림 6-2] 상법 상 주식회사(인천e음카드주식회사(안)) 지분 구조(예시)	160
[그림 1] AHP 설문 계층 구조	163
[그림 2] AHP 분석 결과 : 인천e음 운영주체별 평가	164
[그림 3] AHP 분석 결과 : 제1계층 항목 평가(경제적 vs. 정책적 분석)	164
[그림 4] AHP 분석 결과 : 제2계층 항목 평가(항목별 중요도)	164

I

연구의 개요

- 연구의 배경 및 목적
- 연구의 범위
- 추진체계

제 1 장 연구의 개요

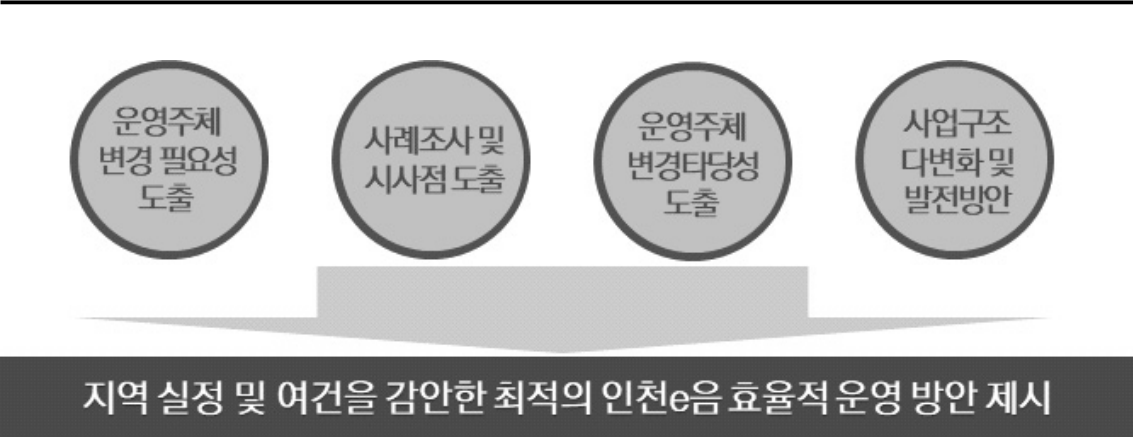
1. 연구의 배경 및 목적

1) 연구의 배경

- 지역화폐의 도입이 광역자치단체를 중심으로 기초 지역자치단체까지 점차 확대되는 추세에 있으며, 도입 목적은 유효기간 설정에 따른 소비 촉진, 사용처와 사용지역이 제한된 역외 소비의 제한, 소상공인 지원 및 전통시장 활성화 도모 등임.
- 인천광역시는 2018년 12월 기존 인치너카드를 인천e음카드로 개편함. 당해 6개월여 만에 1조1000억원이 넘는 결제가 이뤄졌으며, 1000억 원 가량의 캐시백 예산이 집행됨.
 - 서로 e음, 연수 e음 등과 같은 군·구별 카드는 각 자치단체에 따라 도입하여 운영 중이며, 동구는 지류화폐(동구사랑상품권)를 도입함.

2) 연구의 목적

- 인천광역시의 지역화폐 운영에 따른 현재 타 지자체 운영 현황 및 성공·실패 요인에 대한 조사 분석을 실시하여 인천광역시 지역화폐 운영 방법, 운영주체 변경 방식 등에 대하여 검토함.
- 인천광역시 지역실정을 반영한 조직·인력 운영방안 및 소요 예산을 도출하여 운영주체 변경에 따른 법적·제도적 타당성 및 근거를 마련하고자 함.
- 또한, 민간운영에 따른 사고위험을 방지하고 공익성과 지속가능성을 확보할 필요성이 요구됨. 이를 위해 사업다변화 구조 재구성, 발전방안에 따라 지속가능성 확보 및 수익사업 발굴 등을 도출함.



[그림 1-1] 연구의 배경 및 목적

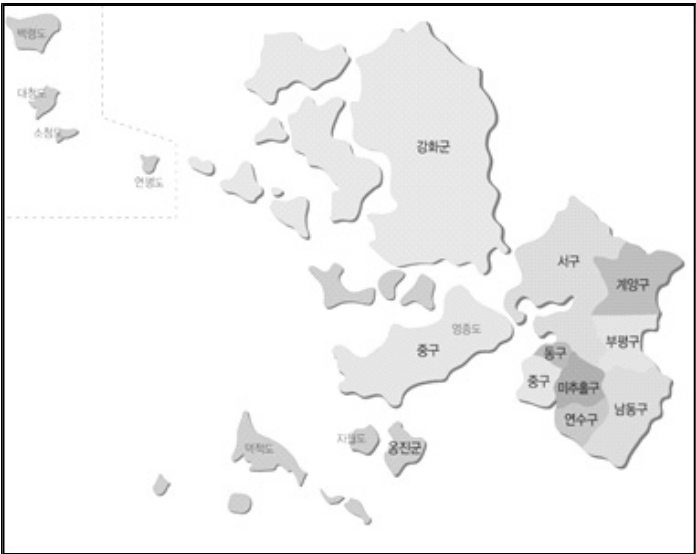
2. 연구의 범위

1) 시간적 범위

- 연구수행기간 : 2020. 08. 18. ~ 2020. 12. 18.
- 기 준 연 도 : 2020년 현재

2) 공간적 범위

- 인천광역시 전 지역 및 주변 영향권
 - 위 치 : 인천광역시 전 지역(10개 군·구)
- ※ 사례조사는 지역화폐를 운영하고 있는 일부 광역 및 기초자치단체



[그림 1-2] 연구의 공간적 범위

3) 내용적 범위

○ 인천e음 플랫폼의 환경여건

- 국내 및 해외 지역화폐 운영현황 등 분석을 통한 운영주체 변경 필요성 검토
 - 문헌 조사 및 국내·외 관련 사례 연구
 - 국내 및 해외 사례 및 분석을 통한 성공·실패 요인 분석
 - 인천시 군·구 지역화폐 운영현황 분석을 통한 운영방법
 - 타 지자체 및 타 광역시 지역화폐 운영현황 분석

○ 인천e음 플랫폼 운영주체 변경 타당성 및 변경 방식 등 조사·분석

- 운영주체 변경의 타당성
 - 운영의 목적, 필요성, 역할, 기능 등 검토
 - 인천e음 전자상품권 발행 및 특화카드 운영 등 현황 분석
 - 인천e음 부가서비스(인천e몰, 전화주문서비스 등) 현황 분석
 - 인천e음 플랫폼 특성에 따른 운영주체 변경 필요성 검토
- 인천e음 플랫폼 운영주체 변경 방식
 - 인천e음 플랫폼의 운영환경 및 유사 사례분석을 통한 운영주체 변경 방식 검토

○ 인천e음 플랫폼 사업의 타당성 검토

- 운영 형태별 법적·제도적 타당성 분석
- 운영 형태별 기관의 출자범위 검토(관련 법규 및 출자비율 등)
- 경제성 분석을 통한 인천e음 플랫폼의 경쟁력 제고 및 원가 절감 방안 검토

○ 조직·인력 운영방안 및 소요예산

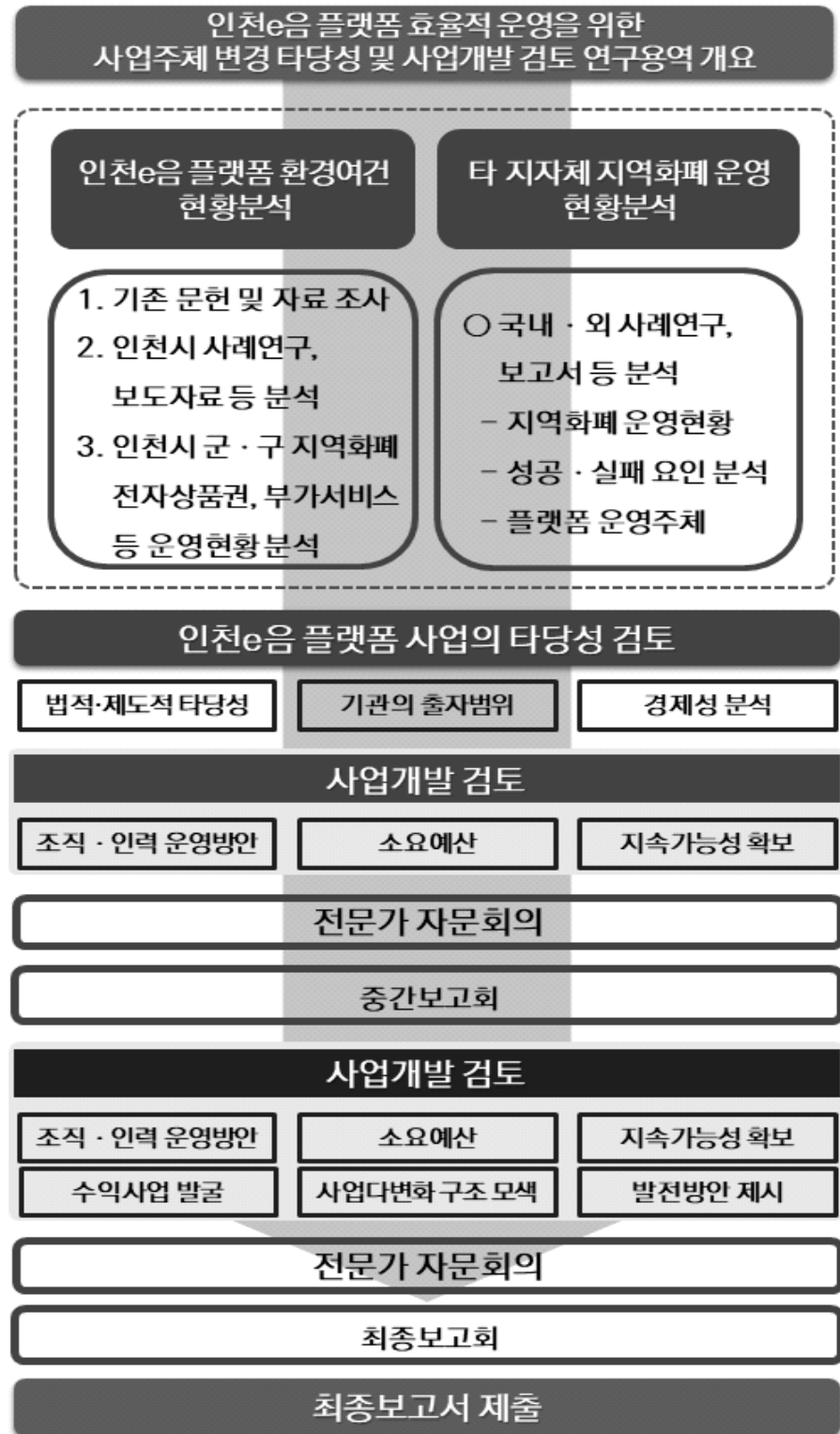
- 운영 형태별 조직체계 및 구성, 인력 운영 방안
- 조직 및 인력 운영에 따른 소요 예산 검토

○ 지속가능성 확보 및 수익사업 발굴 등 향후 발전방안

- 플랫폼 사업의 확장성을 고려한 발전방안 모색
- 민간사업 영역과의 제휴 및 자체 수익사업 발굴

○ 공익성 및 지속가능성을 담보한 사업다변화 구조 모색

3. 추진체계



[그림 1-3] 연구의 추진체계

II

인천e음 플랫폼의 환경여건

1. 지역화폐의 개념
2. 주요 성과
3. 여건 변화
4. 기존 지역화폐 선행연구 검토
5. 국내 지역화폐 운영 사례 연구
6. 해외 지역화폐 운영 사례 연구
7. 시사점

제 2 장 인천e음 플랫폼의 환경여건

1. 지역화폐의 개념

1) 지역화폐의 역사

- 지역화폐의 기원은 1820년대 유토피아 사회주의 이념과 협동조합운동의 창시자였던 로버트 오웬의 노동 바우처(labour voucher)에서 찾을 수 있음.
 - 노동바우처는 협동조합적 생산과 소비를 기반으로 경제적 자립능력을 가진 공동체에서 공동생산에 참여하는 구성원 간 노동을 서로 교환하기로 한 약속 증서에서 시작하여 지불수단으로 확장됨.
 - 노동시간을 교환비율 산정기준으로 삼았다는 측면에서 시간기반 화폐의 시초로 이해할 수 있음.
- 19세기 말 국제통화체제의 근간이었던 금본위제는 금 공급량에 의해 결정되기 때문에 국가 차원의 통화량 조절이 원천적으로 불가능함.
 - 경기변동에 신축적인 대응이 불가능한 상황 가운데 극심한 디플레이션과 인플레이션 상태가 주기적으로 반복됨. 이로 인한 경제적 위기상황과 사회적 혼란이 가중되자 그에 대한 대안적 해법으로 지역화폐 구상이 주목을 받게 됨.
 - 1930년대 초반 유럽 일부 도시에서는 게젤의 자유화폐 원리를 적용한 지역화폐를 발행하여 큰 성공을 거두는 성과가 있었음.
- 20세기 초반 정치적, 경제적 혼란 속에서 국가화폐를 대체하는 대안화폐를 구상함.
 - 1930년대 대공황기를 거치며 금본위제의 폐지, 제2차 세계대전 후 미국 달러의 가치와 금을 연동한 금환본위제를 핵심으로 하는 브레튼 우즈 체제(Bretton Woods system, BWS)가 성립됨.
 - 이에 따라, 통화 공급의 유연성과 가치안정성이 확보되는 긍정적인 기능도 있지만, 지역화폐운동의 동력을 상실하게 되는 부정적 영향을 미침.

- 1970년대 전후 자본주의 황금기의 쇠퇴와 경제위기가 발생하여 지역 화폐운동이 다시 등장함.
 - 브레튼 우즈 체제의 붕괴와 함께 심각한 인플레이션을 동반한 경제위기가 전 세계를 강타함.
- 1983년 캐나다 브리티쉬 콜롬비아주 코목스밸리(Comox Valley)에서 시행된 지역교환거래소(LETS; Local Exchange Trading System) 실험에서 지역화폐운동이 재시작됨.
 - 오늘날 지역화폐운동을 대표하는 LETS는 가상의 공동체화폐를 사용하여 회원 간 서비스와 재화를 거래하는 교환제도임.
 - 1980년대 말 미국에서 시작된 시간은행(Time Bank)운동은 오웬식 노동바우처 패러다임을 따르는 시간기반 공동체화폐제도로써 LETS와 마찬가지로 상호신용제도로 분류할 수 있음.
- 최근 블록체인기술의 암호화폐가 대안화폐운동의 중심으로 대두됨.
 - 비트코인(Bitcoin) 등의 암호화폐와 블록체인(Blockchain) 기술의 등장은 기술 및 금융 환경의 변화를 촉진하였고, 이를 통해 다양한 대안화폐의 발행 및 유통을 가능하게 하고 있음.
 - 글로벌 금융위기 이후 세계적으로도 재정위기가 지속되면서 경제 안정 기능, 지역경제 활성화에 기여 가능한 대안으로 지역화폐에 대한 관심도가 증가함.
 - 현행 금융통화제도의 틀 내에서 화폐공급 메커니즘이 갖는 문제점에 대처하는 보완적 역할을 수행함.
 - 또한, 현행 통화금융제도의 부작용이 지역경제에 미치는 영향을 최소화하려는 점에서 대안적 역할 또한 기대할 수 있음.
 - 캐나다의 렛츠(LETS), 영국 브리스톨의 브리스톨 파운드(Bristol Pound)등의 지역화폐가 실험적으로 발행된바 있으며, 유럽연합의 지역발전기금(ERDP)은 지역화폐 활성화를 목적으로 한 기금을 준비하는 중임.

2) 지역화폐의 주요 특징

○ 지역화폐는 회원제로 운영됨.

- 지역화폐를 사용하는 공동체가 구성되어야 함. 공동체를 조직하고 관리하는 단위가 필요하기 때문에 운영비용이 발생하며, 네트워크 구축과 거래내역을 기록하는 경우를 제외하면 지폐, 카드와 같이 현물형태의 화폐는 발행비용, 전자거래는 시스템 구축 비용, 카드의 경우 온·오프라인 결제시스템 구축 및 유지비용 등이 추가됨.
- 지자체의 사업으로 지역화폐 공동체를 조직하여 운영한다면 재정으로 비용을 충당할 수 있지만 민간의 자발적 운동 경우에는 자체적으로 재원 기반을 마련해야 함.

○ 지역화폐는 다양한 관계성을 기반으로 그 역할 또한 다양함.

- 지역사회 내 주민-주민, 생산자-공급자, 수요자-판매자, 생산자-자영업자 등의 관계가 중첩되고 융합되면서, 지역 내 관계성이 다층적으로 형성됨.
- 지역주민, 소상공인, 자영업자들의 존재는, 고정된 역할을 맡는 것이 아니라, 자신의 필요에 따라 때에 따라서는 여러 가지 역할을 동시에 수행함.

○ 지역화폐는 가치산정이 어려움.

- 법정화폐와의 교환가치가 지역화폐의 가치 간에 교환비율의 산정 기준과 근거가 불명확함. 법정통화와 지역통화의 교환비율이 1:1인 경우가 대부분인데 미국 매사추세츠 주 버크셔셔(Berkshare) 카운티의 1:0.95로 교환과 같이 등가교환의 공식을 따르지 않는 사례 등에서 볼 수 있듯이, 교환비율의 산정 기준이나 근거는 설명되지 않는다는 점에서 신뢰도에 대한 문제가 제기됨.
- 지역사회 내에서만 통용되어 상대적으로 지역 간 불균등성이 존재하는 부분에 대해 설명이 미비함. 지역은 역사적 배경과 사회문화적 여건에 따라 다른 특성을 가지고 있으며, 따라서 발전의 방향, 발전의 질, 발전의 속도가 다름.
- 지역 간의 상호 불만족이 상충될 수 있으며, 이러한 불만족은 지역 간 갈등을 야기하고, 더 크게는 전체 공동체의 발전을 저해할 요인이 됨.

3) 지역화폐의 의의 및 한계

(1) 지역화폐의 의의

- 지역화폐는 국가의 법정화폐와 구별되어 지역주민의 교환 매개 수단 기능과 경영실적평가 결과에 인센티브 수단 기능을 함.
 - 지역 내의 인간관계, 지인관계, 자원활동, 물품의 통용 등 사회적 자본에 기초하여 상호 간의 신뢰를 증진시키고, 이러한 믿음을 기반으로 거래 및 교환이 이루어짐.
 - 한정된 장소에서만 사용가능한 지역사랑상품권의 특성을 반영하여 기획재정부는 2019년 공공기관 경영실적평가 결과에 따른 성과급 중 일부를 공공기관 소재지의 지역사랑상품권이나 온누리상품권으로 지급하도록 권고함¹⁾.
- 지역화폐는 기존의 비효율적 유통과정을 효과적으로 개선할 수 있음
 - 일반적인 유통은 중앙 단위를 거쳐 지역 단위로 전달되면서 유통방식은 복잡하고 다단계적인 과정을 거침. 비효율, 유통기간의 지체, 유통비 부담, 가격인상, 에너지 낭비, 폐기물 증가 등의 문제점을 발생시킴.
 - 지역화폐는 이러한 문제점을 지역단위에서 완화하고자 하는 지역주민들의 자구적인 활동으로 이해 가능함.
- 지역경제 활성화 등 경제적 문제에 대한 대안으로 활용 가능함.
 - 빈부격차에 따른 양극화, 경제위기, 물가인상, 실업, 지역공동체 의식 약화에 대한 지역사회 차원의 대안에 대한 필요성이 요구됨.
 - 지역화폐는 이러한 필요성에 대한 해결 방안으로 저소득층 지원, 실업자 구제, 물가인상 충격 완화 및 대비, 자원봉사 적극화, 지역사회 내 상호부조, 지역주민간의 네트워크 강화를 유도할 수 있음.
 - 또한, 궁극적으로 지역경제 활성화를 도모할 목적으로 시작되었기 때문에 골목상권, 전통시장의 주요 참여자인 지역 내 소상공인, 자영업자 등 생산물과 서비스의 공급자에게도 지역경제 활성화를 위해 그 영역을 확대함.

1) 자료 : 기획재정부, 『2019년도 공공기관 경영실적 평가 결과』, 언론 보도자료, 2020.6.19.

(2) 지역화폐의 한계

- 지역화폐 거래 시 지역 외부에서 조달되는 상품·서비스와 거래되지 못하게 될 경우 다양한 교환 활성화를 저해할 수 있음.
 - 결국 지역화폐가 교환의 수단으로서 역할을 못하고 퇴장하거나 순환되지 못하여 도태될 가능성이 있음.
 - 이에 대한 해결방안으로 인천시에서는 인천지역 업체와 인천지역외 업체를 구분하여 각 다른 지원을 실시하고 있음. 인천지역 업체만 입점하여 입점 및 매출수수료를 무료로 하는 인천굿즈와 인천지역외 업체 입점이 가능하며, 입점 및 매출수수료 부과되는 인천e몰은 그 예임.
- 지역화폐의 운영을 위해 많은 인력과 예산이 소요됨.
 - 법정화폐와 달리 지역화폐의 원활한 운영을 위하여 재정의 관리, 운영, 갱신 등에 있어서 상당한 관리 업무량이 발생함. 재정이 부족하여 일부 지자체와 공동체에서는 지속적인 실무자 인력난을 겪고 있음.
 - 공동체 기반의 지역화폐는 지역경제 활성화, 지역 내 관계망의 개선 등 다양한 기대효과를 가지고 있지만, 지금도 지속되고 있으나, 많은 경우 운영상의 한계가 존재하여 공동체 화폐가 원활하게 운영되기 위해서는 회원 간의 신뢰 형성이 필수적임.
- 지자체의 재정여건에 따라 발행규모의 차이 및 지역 분절화 심화
 - 지역화폐는 발행액의 4%를 지원하는 국비 지원 외에는 지자체 자체 예산으로 발행해야 하는 특성을 감안하면 어느 정도 재정여건이 확보되는 지자체가 더 많은 지역화폐를 발행할 수 있는 여력이 있음.
 - 이러한 지자체 재정여건에 따라 지역화폐의 차별적 발행으로 추가적인 지역 화폐 발행이 가능한 지역 중심으로 경제 활성화가 진행됨. 나아진 재정여건으로 더 많은 지역화폐를 발행하는 악순환의 반복이 예상됨. 지역 경제 활성화라는 기존 정책적 목표보다 지역 간 양극화가 심화되는 부작용이 발생할 수 있음.

4) 정부 및 지자체의 지역화폐 정책

(1) 정부

- 2017년 7월, 문재인 정부는 5년의 정책 기초를 시사하는 5대 국정목표와 4대 복합 혁신과제를 발표함.
- 5대 국정목표는 ‘국민이 주인인 정부’, ‘더불어 잘사는 경제’, ‘내 삶을 책임지는 국가’, ‘고르게 발전하는 지역’, ‘평화와 번영의 한반도’ 임.
- 4대 복합 혁신과제는 ‘일자리 경제’, ‘혁신 창업국가’, ‘인구절벽 해소’, ‘자치분권과 균형발전’ 임.
- 이러한 국정목표와 복합 혁신과제에 대해 지역화폐의 관련성을 제시하면 다음 [표 2-1]과 같음.

[표 2-1] 5대 국정목표, 4대 복합 혁신과제와 지역화폐 관련성

구분	주제	지역화폐 관련성
5대 국정목표	국민이 주인인 정부	주민참여
	더불어 잘사는 경제	전통시장, 시민, 소상공인, 자영업자
	내 삶을 책임지는 국가	-
	고르게 발전하는 지역	지역사회, 지방자치, 지역균등
	평화와 번영의 한반도	-
4대 복합 혁신과제	일자리 경제	서민(시민), 소상공인, 자영업자, 소득중심 성장
	혁신 창업국가	자영업자, 소상공인
	인구절벽 해소	주민참여, 지방자치, 지역균등
	자치분권과 균형발전	지방자치, 지역균등

자료 : 새정부 국정기획자문위원회(2017) 재구성

- 또한, 6개의 경제정책 방향을 발표함.
- ‘사람중심의 경제’를 근간으로 두고, 소득주도 성장, 일자리 중심경제, 공정경제 혁신성장, 재정역할 강화, 국내소비 촉진, 경제위험요인 대응 강화 등 총 6가지 정책방향이 구체적으로 제시됨.

- 문재인 정부 국정과제 중 “소상공인·영세중소기업 지원대책”을 통해 지역 경제 활성화에 지역 화폐가 긍정적인 영향을 준다는 인식과 함께 지역 화폐에 대한 정책적 관심이 높아지고 있음.
 - 전국 지방자치단체에 공무원 맞춤형 복지비의 30%까지 골목상권 전용화폐(온누리상품권 및 고향사랑상품권)로 지급비율 상향 권고
- 아울러 행정안전부 차원에서 법적 근거 신설 및 표준조례를 배포함.
 - 『고향사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률』의 제정 및 이에 근거한 지방자치단체 차원의 고향사랑상품권 표준조례 추진
 - 전국 공통 상품권 플랫폼 보급 등 기능강화 기반·인프라 조성 등 추진 예정
- 또한, 지역화폐는 지역 내 소비를 증가시키고 자금의 외부 유출을 방지함으로써 지역 경제 활성화에 기여할 것이라는 기대에 따라 일부 지방자치단체에서는 한국조폐공사와의 계약을 통해 발행하는 지역사랑상품권의 형태로 발급되고 있음.
- 일부 지방자치단체에서는 지역화폐를 통해 복지정책을 구현함.
 - 경기도 성남시가 대표적인 사례로 신규 도입 복지수당과 복지포인트의 일부를 지역 화폐의 형태로 지급하면서 지역 단위 복지정책으로 지역 주민의 복지 증진과 동시에 경제 활성화를 추구함.
 - 성남시는 가맹점들의 성남사랑상품권 환전 한도를 전혀 제한하지 않고 있음. 일반 영업점, 개인택시 사업자도 지역상품권 가맹점으로 등록함.
 - 2020년 9월 기준 농협중앙회 25개, 단위농협 19개, 축협 4개, 신협 12개, 새마을금고 58개 등 총 118개 기관이 성남사랑상품권을 판매하고 환전 업무도 수행하여 접근성을 높이고 있음.
 - 성남시에서는 만24세 사회 구성원에게 분기별로 25만원씩, 연 100만원을 모바일이나 성남사랑 카드 형태의 지역화폐로 지급하는 청년 복지정책 등과 같은 청년기본소득이나 아동수당, 산후조리지원 등 정책수당이 성남사랑상품권으로 지급되고 있음.

5) 인천광역시 지역화폐 개요

(1) 광역자치단체 단위(인천e음)

- 인천광역시가 소상공인 지원을 위해 출시한 인천e음은 모바일 앱이나 실물 카드에 자신의 은행 계좌를 연결해 체크카드처럼 사용할 수 있는 기능을 갖춘 인천사랑 전자상품권임.
- 2018년 7월 인처너카드로 출범했다가 시민공모를 거쳐 이름이 인천e음으로 바뀌었으며, 전국 최초로 모바일앱과 선불카드가 결합된 형태로 만들어서 보급되고 있음.
 - 인천광역시 내 IC 결제 가맹점에서 인천광역시청 주관에 의해 '인천사랑 전자상품권(인처너카드, INCHEONer CARD)라는 이름으로 도입되어 2018년 8월부터 발급되기 시작하였었고, 2018년 12월에 인천 e음카드로 변경됨.
- 이러한 인천e음의 배경으로는 인천광역시의 고질적인 역외소비 및 자본의 유출을 차단하고, 소비유입을 확대시켜 지역경제 활성화를 도모하기 위해 만들어짐.
 - 300만 인천시민 중에 서울이나 경기 등 수도권으로 출·퇴근자가 많아 거주는 인천이지만 다른 시에서 돈을 쓰는 경우가 많기 때문에 인천 내에서 소비를 장려하고자 함.
- 인천광역시 내에서 사용 가능한 혜택*가맹점으로 지정된 곳에서는 인천e음 전자상품권으로 결제하면 사용금액의 3~7%가 즉시 할인됨. 음식점, 소상공인(자영업자) 업체, 전통시장, 편의점, 주유소 등 인천 시내 대부분의 사업장에서 사용이 가능함.
 - 백화점, 쇼핑센터, 대형마트, 기업형 슈퍼, 유흥업소, 사행성업소, 프랜차이즈 직영매장 중 본사가 인천이 아닌 사업장, 사업장은 인천에 있으나 결제 단말기가 타 지역으로 등록되어 있는 매장 등에서는 사용이 제한됨.

(2) 기초자치단체 단위

○ 2019년 5월부터 서구를 시작으로 인천 내 기초자치단체카드를 출시함.

서구, 연수구, 미추홀구, 부평구, 계양구 등에서 지역카드를 출시하고,
동구에서는 지류로 지역화폐를 운영 중임.

- 인천 전역에서 결제할 수 있지만 카드를 발행한 지자체 내 상점(혜택플러스가맹점)에서 쓰면 추가적인 혜택을 제공함.

○ 인천시 전체, 연수구, 서구 적립율의 추이는 다음 [표 2-2]와 같음.

[표 2-2] 인천시 전체, 연수구, 서구 적립율 추이

차수	기간	요율		
		인천시 전체	연수구	서구
1차	2019. 1. ~ 3.	4%		
	2019. 5. 1. ~ 7. 18.			10%
2차	2019. 4. ~ 7.	6%		
	2019. 6. 29. ~ 7.		11%	
	2019. 7. 19. ~ 8. 9.			10%(30만원 이하) 7%(30~50만원 이하) 6%(50만원 초과)
3차	2019. 8. ~ 10. 21.	6%(100만원 한도)		
			10%(50만원 한도)	
	2019. 8. 10. ~ 9. 9.			6%(100만원 한도)
4차	2019. 10. 22. ~ 12.	3%(30만원 한도)		
			10%(30만원 한도)	
	2019. 9. 10. ~ 10. 21.			7%(100만원 이하)
5차	2020. 1. ~ 2.	4%(30만원 이하) 2%(30~50만원 이하) 1%(50~100만원 이하)	5%(50만원 한도) 3%(30~50만원 이하) 1%(50~100만원 이하)	
	2019.10.22. ~ 12.			7%(30만원 이하) 3%(30~100만원 이하)
6차	2020. 3. 1. ~ 현재	10%(50만원 이하) 1%(50~100만원 이하)	10%	
	2020. 1. ~ 2.			5%(30만원 이하) 3%(30~50만원 이하) 1%(50~100만원 이하)

(3) e음카드의 또 다른 기능(신분증 겸용)

○ 학생증

- 교육청과의 협업을 통해 대다수의 중·고등학생 및 대학생들의 학생증을 인천e음 전자상품권으로 제작·발급하고 있음.
- . 연수구 지역화폐인 「연수e음」 카드로 인천 글로벌캠퍼스의 학생증을 발급함.
- . 학생들은 캠퍼스 출입을 위한 신분증, 구내식당, 카페 등 캠퍼스 내 편의시설 이용, 연수구내에서 학생증으로 결제할 경우 최대20%(기본 10%)까지 캐시백 할인혜택, e음 앱을 이용한 온라인 결제기능, 10+1과 같은 스탬프 기능, 교통카드 지원(교통카드 충전기능 제공), 외국학생 및 교직원을 위한 다국어서비스 지원 등의 다양한 기능이 탑재됨.
- . 학생편의 증진과 지역경제 활성화 기여 예상
- 중·고등학생들은 용돈카드로 활용하며, 교통카드 기능도 탑재되어 있음.
- . 인천기계공업고등학교, 부평공업고등학교 등 자체적인 체크카드 학생증을 사용하는 학교나 사립학교에서도 발급하지 않음.

○ 사원증, 의원증, 공무원증

- 인천교통공사를 비롯한 인천 내 공기업, 관공서 사원증도 인천e음 카드로 발급 및 교체됨.
- 인천시의회 주관으로 시의원 전원에게 인천 e음카드 기반 시의원증이 발급됨.



자료 : 인천일보(2020. 08. 19.일자) “IGC 학생증=연수e음카드’ 인천글로벌캠퍼스 연수e음 학생증 발급을 위한 업무협약 체결”

뉴스웨이(2018. 12. 31.일자) “인천교통공사, 市 최초 ‘인천e음카드 사원증’ 발급”

[그림 2-1] e음 활용 학생증 발급, 인천교통공사

2. 주요 성과

1) 연도별 인천e음카드 사용규모 확대

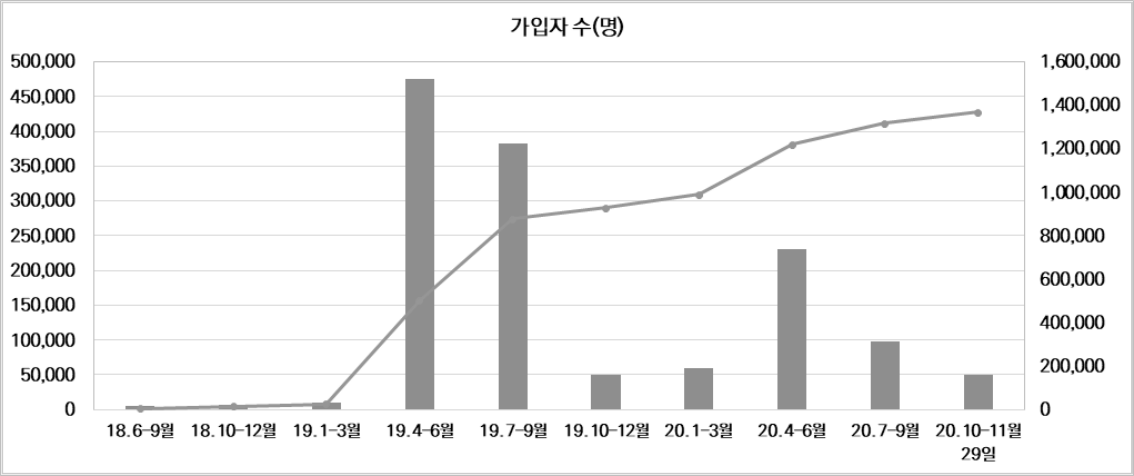
- 2020년 11월 기준, 인천e음의 총 가입자는 1,368,572명임.
- 동 기간 기준 누적발행액(충전액)은 3,754,329백만원이며, 누적결제액은 4,223,568백만원임.

[표 2-3] 월별 및 연도별 인천e음카드 사용규모

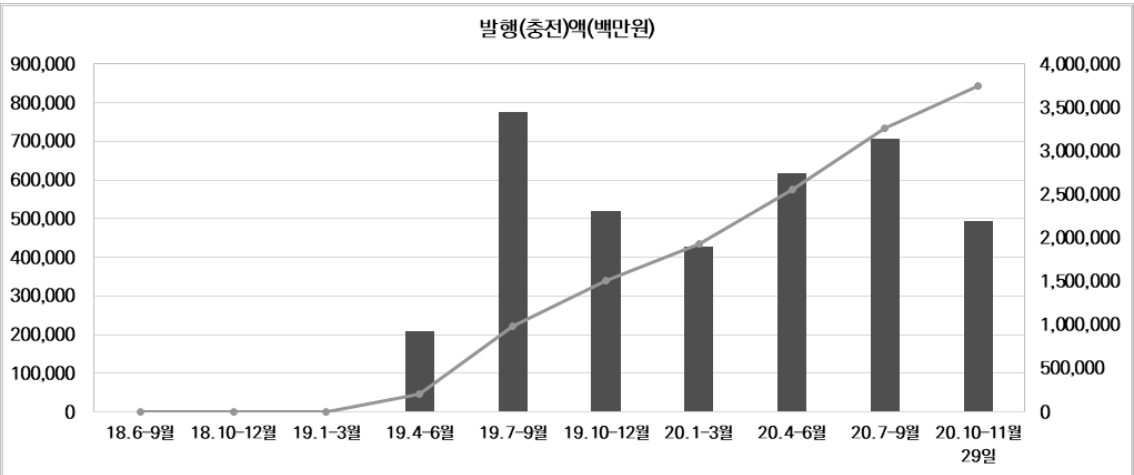
(단위 : 명, 백만원)

구분	가입자 수	충전액	결제액
2018년	6월	541	6
	7월	769	20
	8월	2,521	48
	9월	1,390	188
	10월	2,602	102
	11월	1,505	106
	12월	2,802	143
	소계	12,130	613
2019년	1월	3,426	643
	2월	1,745	136
	3월	4,944	873
	4월	40,753	4,989
	5월	196,822	57,099
	6월	238,125	148,486
	7월	231,188	278,897
	8월	98,276	251,264
	9월	52,319	245,264
	10월	30,899	232,358
	11월	10,751	151,825
	12월	8,150	134,478
	소계	917,398	1,506,313
	누계	929,528	1,506,926
2020년	1월	7,686	129,247
	2월	9,160	111,301
	3월	43,002	188,296
	4월	108,551	216,833
	5월	97,031	197,376
	6월	25,422	204,365
	7월	23,947	225,285
	8월	18,627	235,577
	9월	55,893	245,383
	10월	32,353	252,621
	11월	17,372	241,120
	소계	439,044	2,247,403
총 계		1,368,572	3,754,329
			4,223,568

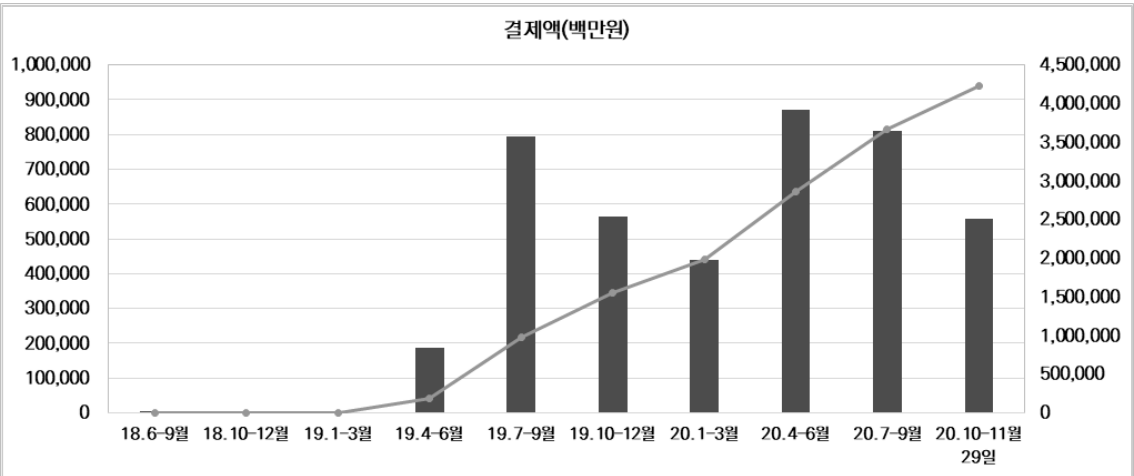
자료 : 인천시 내부자료



[그림 2-2] 연도별 인천e음카드 가입자 수(명)



[그림 2-3] 연도별 인천e음카드 발행(충전)액(백만원)



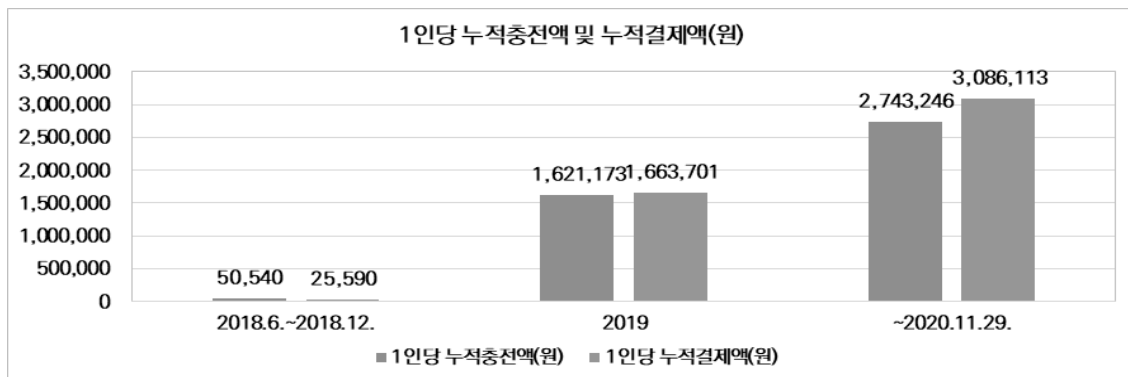
[그림 2-4] 연도별 인천e음카드 결제액(백만원)

- 1인당 누적충전액은 2019년 말 1,621,173원에서 2020년 11월 29일 기준 2,743,246원으로 전년 대비 69.2%가 증가함.
- 1인당 누적결제액은 2019년 말 1,663,701원에서 2020년 11월 29일 기준 3,086,113원으로 전년 대비 85.5%가 증가함.

[표 2-4] 연도별 1인당 인천e음카드 사용규모

(단위 : 원, %)

구분	1인당 누적충전액	1인당 누적결제액
2018년	50,540	25,590
2019년	1,621,173	1,663,701
2020년	2,743,246	3,086,113
전년대비 증감률	69.2	85.5



주 : 2018년은 6~12월, 2020년은 1~11월 집계임.

자료 : 인천광역시 내부자료

[그림 2-5] 연도별 인천e음카드 사용규모

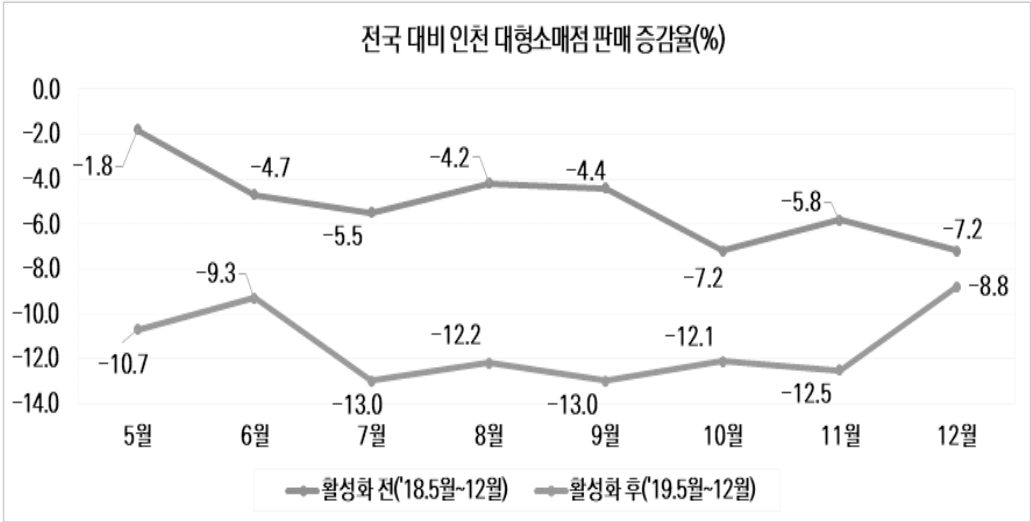
2) 대형소매점(백화점, 마트) 판매 증감율

- 인천e음카드 활성화 후 대형소매점(백화점, 마트) 매출이 감소함.
 - 대형소매점 판매 증감율은 전년 동기대비 대형소매점(백화점, 대형마트)의 판매 증감율을 의미함.
 - 인천과 전국 수치를 비교한 결과, 인천e음 카드가 활성화 된 '19년 5~12월까지 전년도 동기 대비 대형소매점 판매율이 더 큰 차이로 감소(평균 약 5.3%)하는 것으로 나타남.

[표 2-5] 월별 및 연도별 전국 대비 인천 대형소매점 판매증감율

		(단위 : %)			
구분		인천(A)	전국(B)	인천-전국(A-B)	비고
2018년	5월	-3.1	-1.3	-1.8	
	6월	-2.1	2.6	-4.7	
	7월	-6.6	-1.1	-5.5	
	8월	-4.9	-0.7	-4.2	
	9월	-1.2	3.2	-4.4	
	10월	-14.8	-7.6	-7.2	
	11월	-11.0	-5.2	-5.8	
	12월	-8.3	-1.1	-7.2	
2019년	1월	1.3	8.0	-6.7	
	2월	-21.7	-10.5	-11.2	
	3월	-9.4	2.0	-11.4	
	4월	-14.5	-4.1	-10.4	
	5월	-9.6	1.1	-10.7	인천e음 활성화
	6월	-9.9	-0.6	-9.3	
	7월	-19.7	-6.7	-13.0	
	8월	-7.4	4.8	-12.2	
2020년	9월	-16.6	-3.6	-13.0	
	10월	-14.2	-2.1	-12.1	
	11월	-8.7	3.8	-12.5	
	12월	-12.3	-3.5	-8.8	
	1월	1.1	5.1	-4.0	
	2월	-12.7	-12.6	-0.1	
	3월	-17.6	-22.6	5.0	
	4월	-1.3	-4.0	2.7	

자료 : 한국은행 인천본부, 인천지역 실물경제동향(월별)



자료 : 한국은행 인천본부, 인천지역 실물경제동향(월별)

[그림 2-6] 전국 대비 인천 대형소매점 판매 증감율

3) 지역경제 효과

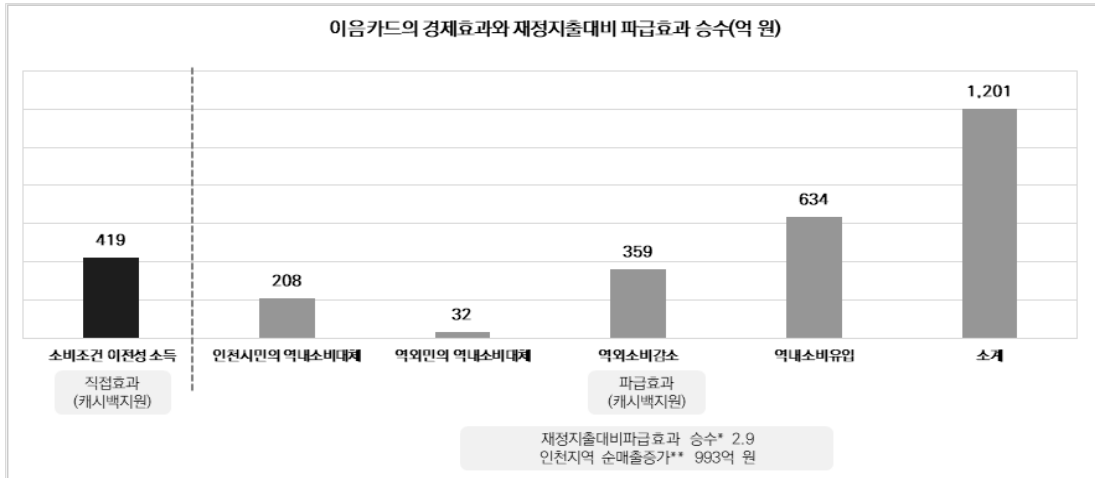
- 선행 연구에서는 이음카드의 규모와 관심의 증가에 따른 재정, 생산, 소비부문에 미치는 영향에 대해 e음카드 지속의 타당성을 경제, 재정 관점에서 여 이음카드 정책의 경제성과를 실증 분석함.
 - 2018년과 2019년 각각 1월~8월 신용카드, 체크카드, 이음카드 결제자료 이용
- 전체 역내소비 대체액은 240억 원으로 나타남.
 - 인천 소비자에 의한 대체액은 208억 원으로 87%를 차지하며, 서울·경기 소비자 32억 원으로 13%를 차지함.
- 2019년 5월~8월 기간 e음카드 도입으로 유발된 인천시민 관점의 역외 소비감소액은 359억 원으로 추정하며, 동 기간 e음카드로 인하여 순증가된 역내소비 유입액은 634억 원으로 추정함.
- 효과분석에 연계된 소비조건부 이전성 소득에 해당하는 캐시백 형태의 재정지출은 419억 원이며, 이에 따른 파급효과는 총 1,201억원임.
 - 캐시백에 소요된 재정지출 419억 원으로 나눈 값인 재정지출대비 파급효과 승수는 2.9로 나타남.

[표 2-6] e음카드의 경제효과, 재정지출 대비 파급효과

(단위 : 억 원)

구분	항목	규모	비고
직접효과	소비조건 이전성소득	419	충전금액결제액 기준 평균 캐시백 7.4% 적용
파급효과	인천시민의 역내소비대체	208	
	역외인의 역내소비대체	32	
	역외소비감소	359	
	역내소비유입	634	
	소계	1,233	역외민의 역내소비대체는 역내소비유입과 중복되어 제외
	인천지역 순매출증가	993	역외소비감소 + 역내소비유입
	재정지출 파급효과 승수	2.9	파급효과/캐시백 지원

자료 : 인천연구원, 이음카드의 지역경제 영향분석(2019)



주 : * 재정지출대비 파급효과 승수는 [파급효과 소계/직접효과(캐시백 지원)]

** 순매출증가: 역외소비감소+역내소비유입

자료 : 인천연구원, 이음카드의 지역경제 영향분석(2019)

[그림 2-7] 이음카드의 경제효과와 재정지출대비 파급효과 승수

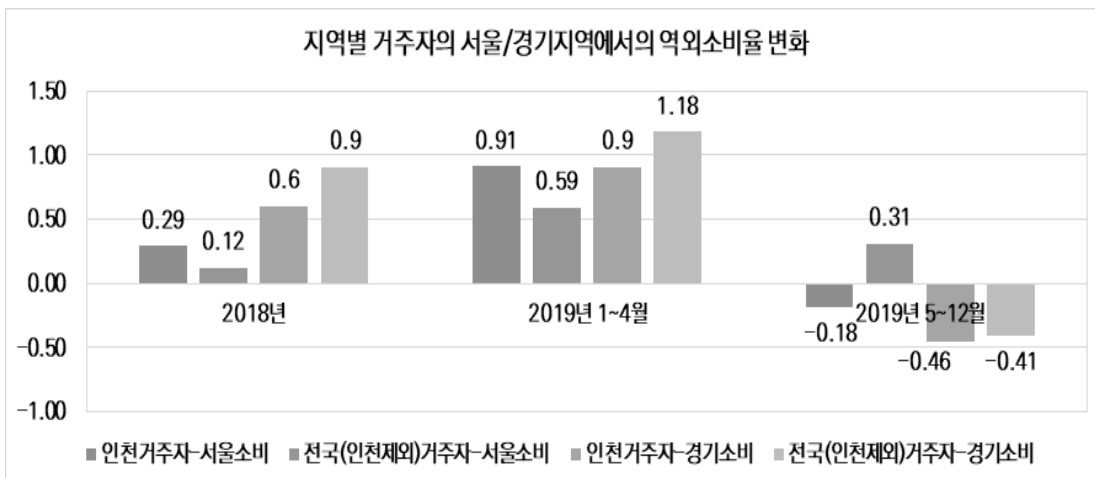
4) 역내소비 및 역외소비 영향

○ 역내소비 확대

- 인천광역시의 역내소비는 5.4%에서 2.4%였으며, 인천을 제외한 전국은 5.8%에서 2.0%로 나타나 전국 대비 역내소비 증가율이 양호함.
- 역내소비 증가율은 2019년 1~4월 0.1%에서 2019년 5~12월 3.6%로 상승함.

○ 역외소비율 하락

- 2019년 1~4월 59.3%에서 2019년5~12월 58.9%로 하락함.



자료 : 한국은행 인천본부, 지역사랑상품권 도입이 지역소비에 미친 영향(2020)

[그림 2-8] 지역별 거주자의 서울/경기지역에서의 역외소비율 변화

3. 여건 변화

1) 사업, 캐시백, 사업구조 및 사업특성 관점 검토

(1) 사업규모 확대

- 2020년 11월 기준 누적 가입자 1,368,572명, 누적 충전액 3.75조원, 누적 결제액 4.22조원으로 나타남.

[표 2-7] 인천e음 사업 규모 추이

(단위 : 명, 억 원)

구분	2018년	2019년	2020년	계
가입자 수(명)	12,130	917,398	439,044	1,368,572
충전액(억 원)	6.13	15,063	22,474	37,543
결제액(억 원)	3.10	15,461	26,771	42,235
월 평균 가입자 수(명)	1,733	77,461	39,913	
월 평균 충전액(억 원)	0.88	1.255	2.043	
월 평균 결제액(억 원)	0.44	1.288	2.434	

주 : 2018년은 6~12월, 2020년은 1~11월 집계임.

자료 : 인천광역시 내부자료

(2) 캐시백 규모 증가

- 2020년 11월 기준으로 연간 1,800억원 규모로 나타남.
 - 결제액 기준 캐시백 규모
 - . 2019년 : 1,333억원(평균 4%)
 - . 2020년 : 1,876억원(10%)

(3) 사업구조 다변화 욕구

- 지속적인 캐시백 증가로 인천광역시 재정부담 가중
 - 2019년 10월 15일 인천시 국정감사에서는 “이음카드의 높은 캐시백 혜택이 시의 재정 상황을 고려하지 않은 선심성 사업 아니냐”는 질의가 제기된 바 있음(자료: 중앙일보. 2019년 10월 29일자).

○ 재정부담 축소를 위한 부분적인 수익사업 추진 필요

- 국비와 지방비로 캐시백 예산을 충당하기 때문에 재정부담 확대에는 한계가 예상되기 때문에 수익사업의 필요성이 요구됨.

○ 수익사업 추진을 위한 적절한 운영주체 선정 필요

- 공공 및 민간 차원 각각 사업 추진 및 운영에 한계가 있음. 이에 상호 보완할 수 있는 대책이 필요함.

(4) 공공성 및 지속가능성 확보

○ 초기(2018년 6~12월) 시범사업 규모에서 조 단위 사업규모로 확장

○ 규모의 경제를 총괄 및 통제할 수 있는 운영주체 및 조직규모 필요

○ 공공성 및 수익성 사업 추진에 따른 재정지원과 창출수익의 적절한 관리가 요구됨.

2) 플랫폼 운영사

(1) 지자체별 지역상품권 운영대행사 현황

○ 코나아이, KT, 한국조폐공사, 제로페이가 주요 운영대행사임.

- 순수 민간기업보다는 공공성 있는 기관이 운영(KT, 한국조폐공사, 한국간편결제진흥원, 은행권 등)
- 코나아이는 가장 많은 자치단체의 플랫폼 운영 중임.

○ 한국조폐공사는 당초 지류상품권을 발행하였으나 카드와 모바일(QR형) 지역상품권으로 영역을 확대하고 있음. 영덕, 홍천 등 지류상품권을 먼저 도입하고 카드 또는 모바일 지역화폐를 개발하는 경우가 그 예임.²⁾

- 대구, 전주 등은 대구은행, 전북은행 등 각 지역은행과 연계하여 운영함.

2) 자료 : 보도자료

[표 2-8] 지자체별 지역사랑상품권 운영대행사 현황

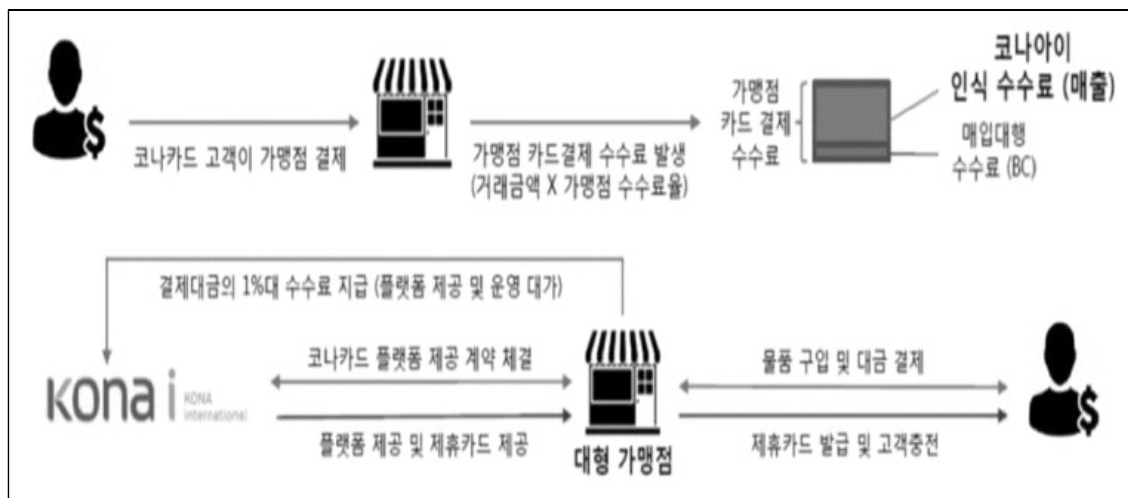
구분	코나아이 (카드)	KT (QR, 카드)	한국조폐공사 (종이, QR, 카드)	제로페이 (QR)	기타
서울	강동구	-	-	24개 구	-
인천	인천시, 부평구, 서구, 연수구, 미추홀구, 계양구	-	-	-	-
부산	동구	부산시	-	-	-
대구	-	-	-	-	대구(대구은행)
광주	-	-	-	-	광주(광주은행)
울산	-	울산시	-	-	-
대전	대덕구		-	-	하나은행(대전)
세종		세종시	-	-	-
경기	28개 시·군	김포시	시흥시, 성남시	-	-
강원	강릉, 영월, 인제, 태백	-	-	강원도, 춘천	홍천(카드 하반기)
충북	청주, 음성	-	제천, 괴산, 단양, 보은	진천	-
충남	천안	공주	아산, 당진, 서산, 서천, 계룡, 금산, 보령, 영동, 예산군, 옥천, 증평, 진천, 청양, 충주, 홍성	-	-
전북	-	익산	군산, 정읍	-	전주(전북은행)
전남	영광	하동, 남해	나주, 해남	하동, 담양, 밀양, 강진, 곡성	-
경북	경주, 의성, 경산, 김천	칠곡	영주, 포항, 청송, 영덕	고령	-
경남	양산	-	창녕, 통영	경남도, 거제, 고성, 김해, 남해, 창원, 함양, 산청, 함천	-
제주	제주도	-	-	-	-

(2) 주요 사업자 운영구조

■ 코나아이

- 코나아이는 스마트카드를 시작으로 지역화폐로 사업 부문을 확장함.
- 코나아이는 1998년 설립된 스마트카드 제조 전문기업으로 SE(보안칩) 기반의 금융 IC칩 카드, 통신용 USIM 카드, 전자여권 등을 제조하여 주요 고객사에 공급하고 있음.
 - '19년 6월 기준 전 세계 금융기업 500여개와 통신사 50개 등의 고객사 확보
- '17년까지는 금융기업 및 통신사를 대상으로 B2B 사업을 주력으로 하였으며 '18년에 자체 선불카드 플랫폼인 코나카드를 출시하여 B2C 부문으로 사업을 확장함.
- '18년 인천을 시작으로 B2G 부문인 지역화폐 사업에 진출하였으며, 코나카드플랫폼을 활용하여 지역화폐 결제시스템을 구축해주고 운용 비용과 수수료를 수취함.
 - IC카드 형태의 지역화폐 발행을 통해 기존의 지류형 지역화폐 대체
- 코나아이는 인천에 이어 지역화폐 운영 지역을 확대하여 경기, 강원 영월군, 충북 청주시, 대전 대덕구, 경북 의성군, 경남 양산, 부산 동구, 전남 영광 등에서 지역화폐 플랫폼을 운영 중('19년 말 기준)이며 높은 거래성과를 기록하고 있음.
 - 인천시와 함께 전국 최초로 선불형 지역 전자화폐에 대한 사업 모델 특허가 등록되어 있음.
 - 경기도는 김포, 성남, 시흥을 제외한 28개 시군에서 운영대행사로 선정
- 코나아이의 지역화폐 플랫폼을 통한 '19년 연간 거래액은 1.88조원이며(결제건수 9,260만 건), 누적 가입자는 160만명으로 집계됨.
 - 연간 충전액은 2.02조원으로 추산되고 사용 비율은 93%로 높은 편

- 고객의 성별 비율은 여성 57%, 남성 43%이며, 연령 비율은 10~20대가 30%, 30대가 23%, 40대가 22%, 50대 이상이 25%를 차지
- '19년 11월에 App ‘그리고’ 를 출시하여 전남 영광, 강원 영월, 경북 의성, 충북 음성의 지역화폐를 통합 관리하고 있으며, 대상 지역을 추가 확대할 예정임.

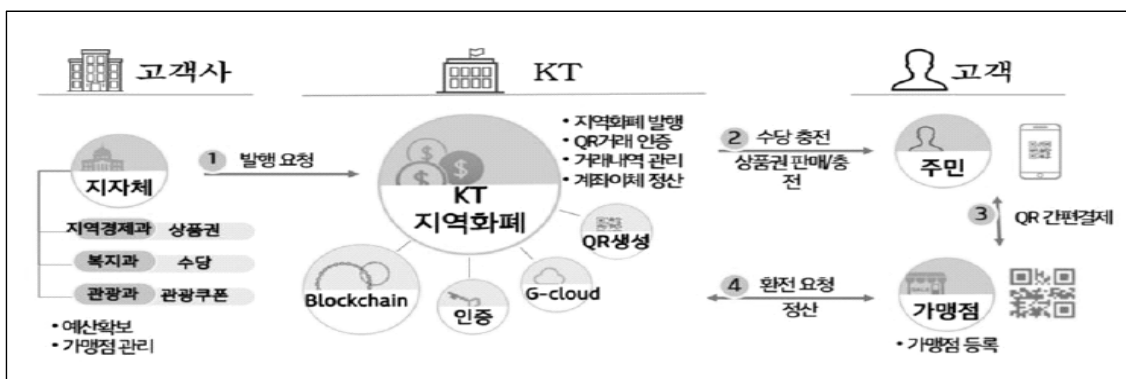


[그림 2-9] 주요 사업자(코나아이) 운영구조

■ KT

- KT는 블록체인을 기반으로 모바일형과 카드형 지역화폐를 함께 제공하고 있음.
- '19년 초에 기존 블록체인 조직을 확대하고 지역화폐, BaaS(서비스형 블록체인), 헬스케어 등의 사업팀을 편성하며 블록체인 사업화를 본격적으로 추진함.
- '15년부터 블록체인 연구를 시작하였으며 '17년에 개발 조직을 구축함.
- 지역화폐 등 금융 분야는 KT가 가장 중점적으로 추진하는 블록체인 사업 영역으로 '19년 4월에 지역화폐 플랫폼 ‘착한페이’를 공개하고 김포시에서 서비스를 시작함.

- 블록체인 기술을 적용하여 사용 지역, 업체, 기간 등 조건을 설정할 수 있고, 사용이력 추적이 가능하여 불법 현금화 문제를 원천 차단이 가능함.
- ‘착한페이’는 모바일 App. 기반의 QR결제 시스템을 제공하며, IT 취약계층의 편의성을 도모하기 위해 하나카드 기반으로 카드 결제 서비스도 추가로 제공함.
- 소비자가 QR 코드를 제시하는 방식과 가맹점주가 QR코드를 제시하는 방식을 모두 제공하며, 가맹점주는 결제 후 자신의 은행 계좌로 환금 환전을 신청
- 카드 발급·관리는 모바일 App. 또는 하나은행 및 지역 내 제휴 은행에서 가능
- KT는 '19년 4월에 김포시에서 지역화폐 서비스를 시작하였으며 8월에 공주시, 9월에 울산광역시, 이후 부산광역시와 칠곡군에서 지역화폐를 발행함.
- 공주시를 제외한 모든 발행 지역에서 모바일형과 카드형 화폐를 함께 발행
- 첫 발행지역인 김포시의 경우 초기의 '19년 발행량 목표는 110억원이었지만, 발행 5개월 만에 200억원을 돌파함에 따라 발행 목표를 250억원으로 상향 조정함.
- 발행 초기 3개월간 할인율 10%를 적용하고, 이후 6%로 조정했다가 추석 관련 9월에 다시 10%를 특별할인 혜택으로 제공함.
- 각 주요 사업자별 장점으로 코나아이는 다수의 지역화폐 운영 경험, KT는 블록체인 기술력과 데이터 분석임.



[그림 2-10] 주요 사업자(KT) 운영구조

3) 운영 플랫폼의 차별성

- 주요 지자체별 운영 플랫폼에 따라 유형을 크게 4개로 분류하여 각 유형별로 사례를 비교분석하고 시사점을 도출하고자 함.
- 유형1(인천)
 - 광역자치단체 단위에서 시스템 구축·운영, 기본 인센티브 등과 같은 기본 인프라를 제공함.
 - 기초자치단체 단위(5개 자치구)에서 인프라 활용 및 자체 실정에 맞는 인센티브를 추가함. 특히, 동·마을·단체 단위 특화카드를 발행함.
 - 광역-기초-지역사회 간 중층구조 플랫폼을 구축하고 있어 광역-기초 간 연계 활용을 통해 시너지가 발생할 수 있음.
- 유형2(서울, 경기)
 - 서울은 25개 구, 경기도는 31개 시·군에서 발행하고 있음.
 - 광역자치단위 발행 없이 기초자치단체 별 플랫폼 운영으로 상호 시너지 효과를 기대하기 어려움.
 - 특히 서울시는 기초자치단체별 ‘제로페이’ 기반으로 하며, 강동구에서만 ‘강동빛살머니’ 선불카드를 추가 운영 중임.
- 유형3(부산, 대전)
 - 부산, 대전 각각 자치구인 동구와 대덕구에서 선불카드를 운영 중이며, 광역자치단체 단위에서 ‘동백전’과 ‘온통대전’을 운영 중임.
 - 기초단위에서 진행한 이후 광역단위 별도 플랫폼이 추가되어 주민 혼란 및 광역자치단체와 기초자치단체 간 경쟁이 발생함,
- 유형4(대구, 울산)
 - 대구, 울산 각각 광역자치단체 단위 플랫폼만 운영하고 있음.
 - 대구의 7개 구와 1개 군, 울산의 4개 구와 1개 군에서는 별도 기초자치단체 단위의 지역화폐를 발행하지 않음.
 - 대구는 선불카드, 울산은 체크카드 방식으로 운영 중임.

○ 시사점

- 인천광역시는 광역-기초-지역사회 간 시스템을 구축하였기 때문에 주민 편의 제공 및 서비스 강화를 위해 지역 내 다양한 공공기관 중심의 사업추진 필요

[표 2-9] 운영 플랫폼의 차별성

구분	유형1	유형2		유형3		유형4	
	인천	서울	경기	부산	대전	대구	울산
광역 발행	발행	-	-	발행	발행	발행	발행
기초 발행	5개 자치구	25개 전체 자치구	31개 전체 자치구	1개 자치구 (동구)	1개 자치구 (대덕구)	-	-
운영 방식	선불카드 (코나아이)	모바일 (제로페이) 선불카드 (코나아이)	선불카드 (코나아이), 체크카드 (하나, 신한), 모바일 (조폐공사,KT), 지류	선불카드 (코나아이), 체크카드 (하나), 모바일 (KT)	선불카드 (코나아이, 하나은행)	선불카드 (대구은행)	체크카드 (하나, 경남, 농협) 모바일(KT)
특징	광역-기초 단체 간 '인천e음' 중층구조	기초 단체별 '제로페이' 기반 발행, 강동구에서만 '강동 빗살머니' 선불카드 추가	기초 단체 별도 운영	동구 'e바우페이' 선불카드 운영 → 광역단위 '동백전' 운영	대덕구 '대덕e로움' 선불카드 운영 → 광역단위 '온통대전' 운영	광역단체 '대구 행복페이'만 발행	광역 단체 '울산페이'만 발행

4) 주요사업 변화

- 주요사업은 기존에 단순 공공사업에서 부분 수익창출형 사업(교통카드, B2B & O2O, 데이터 판매 등)이 추가될 예정이다.

[표 2-10] 인천e음 주요사업 변화

구분		법률적 관점	공공성 관점	수익성 관점
기존	혜택+가맹점	지역 선순환경제 구현 (QR 간편결제 도입, 연계)	소상공인 카드 수수료 절감 다양한 결제수단 제공	모집주체 다양화, 가맹점 거리 및 상점가 조성
	인천e몰· 인천굿즈	소공인의 비용절감 및 판로 개척 지원	입점 및 매출수수료 20~30% 절감	모바일 앱 및 홈페이지 통한 홍보 활성화
	전화주문앱	“ “	입점 및 매출수수료 무료	사용자(시민) 및 가맹점 편의 개선
	송금 서비스	상품권 송금을 통한 소비(추가 캐시백) 촉진	송금 수수료 무료	서비스 지속
신규	클라우드 펀딩	인천e음을 통한 신규창업(3년 이내)지원	리워드형 클라우드 펀딩	기부형 클라우드 펀딩 상품 출시
	공유경제물	공유경제 실현으로 자원절약, 부가가치 창출	유·무형 자산의 매매/대여/기부 서비스	모바일앱 및 홈페이지 통한 홍보 활성화
	기부 서비스	지역 공동체 강화	캐시백 기부	추진 예정
	무료 컨설팅	소상공인 경영 지원	소상공인 무료 컨설팅 (노무, 세무, 법무, 경영 등)	“ “
	쿠폰발행	시민, 소상공인 경제활동 지원	시민 : 할인 등 혜택 제공 소상공인 : 마케팅(혜택+ 가맹점) 지원	“ “
	그룹핑	“ “	시민 : 사용자 그룹핑 포인트 공유, 공동 활용(단체 운영비, 단체 명의 기부) 소상공인 : 가맹점 그룹핑- 포인트 공유, 공동 마케팅(전통시장별, 상점가별그룹핑)	“ “
	기부형 클라우드 펀딩	소외계층 지원	인천e음 충전액 및 캐시백 기부	“ “
	교통카드	대중교통 활성화, 시 대중교통 결제 체계 구축	인천e음 활용 교통카드 시스템 구축 및 활용	“ “(인천교통공사 연계)
	데이터 판매	데이터 선순환체계 구축, 캐시백 예산 환수	이용자(개인)의 정보 비식별 형태 가공, 판매	“ “

(1) 기존사업 검토

■ 혜택+가맹점 활성화

- 사업목적 : QR간편결제 도입과 연계
 - 소상공인의 카드 수수료 절감(0%)을 통한 매출증대 및 다양한 결제수단 제공
 - 범국가적(국가, 광역·기초지자체, 소상공인) 참여를 통해 지역 선순환 경제 구현 및 캐시백 감소분 대체 효과
- 사업목표 : 60,000개 가맹점 모집
- 모집방법 : 자체 홍보 및 군·구 협조를 통한 가맹점 확보
- 집중지원 : 혜택+가맹점 홍보 및 집중지원
 - 인천e음 혜택+가맹점 및 QR간편결제 모집주체 다양화
 - 혜택+가맹점 선할인율 조정 : 3,5,7% → 1~7%
 - 사회적 기업(협동조합, 마을기업 등) : 최소 1% 적용
 - 인천소재 프랜차이즈 본부를 활용한 혜택+가맹점 모집 확대
 - 인천e음 도입 군·구 자체, 혜택+가맹점 위주 지원 권장
 - 특화카드 발행을 통한 혜택+가맹점 모집 활성화
 - 홍보 강화 : 타겟별(소상공인 및 시민) 투트랙 홍보 진행
 - 혜택+가맹점만을 위한 부가서비스 집중 지원
 - 혜택+가맹점 거리 및 상점가 조성 지원 : 구도심 상권 활성화

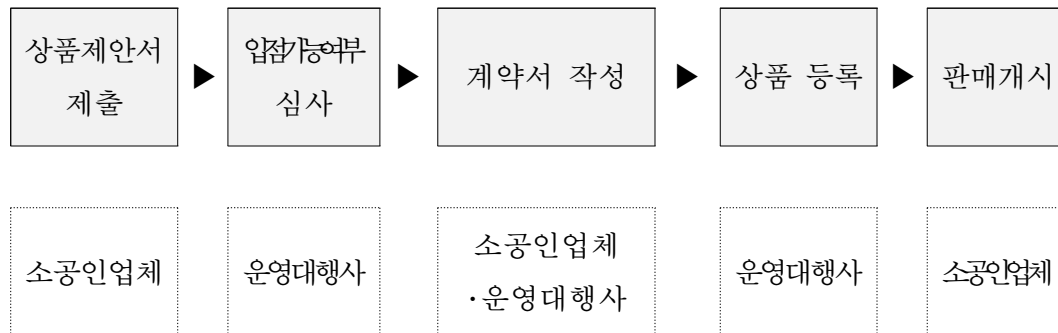
■ 인천e몰 및 인천굿즈 활성화

- 사업목적 : 소상공인의 비용절감 및 판로 개척 지원
- 사업목표 : 인천e몰 1만4천개 상품 → 5만개 상품
 - 인천굿즈 106개 업체 → 300개 업체(인천대표 ‘히트상품’ 배출)
- 사업내용 : 최저가 시민복지몰
 - 인천e몰 : 인천지역외 업체 입점 가능(입점 및 매출수수료 부과)
 - 인천굿즈 : 인천지역 업체만 입점(입점 및 매출수수료 무료)

○ 사업계획 : 인천e음 모바일앱 및 홈페이지 등을 통한 홍보 활성화

- 각 부서 및 군·구 연계 홍보 및 입점업체 모집
- 인천e음 모바일앱내 인천굿즈 홍보 강화 및 기획전 실시 등

○ 입점절차



■ 전화주문앱

○ 사업목적 : 음식배달업 소상공인의 비용절감 및 판로 확보 지원

○ 혜택 : (시민) 최대 7% 즉시 할인

(가맹점) 입점 및 매출 수수료 무료

○ 방식 : “전화주문” 에서 배달 가능한 가맹점을 검색한 후 전화 주문

○ 가맹점 수 : 총 1,777개 업체(배달서구 1,141개 포함, ' 20.7.2.기준)

○ 개발사항

- 카테고리별 서비스 구성(12개) : 분식/한식/양식 등
- GPS기반, 위치별 가맹점 리스트 정렬(거리순) 및 주변매장 검색 기능
- 업체 정보 : 길찾기/주소복사/검색하기/전화하기 아이콘 추가
- 메인화면 물범캐릭터 이미지 및 가맹점 아이콘 이미지 제작

○ 행정사항 “인천e음 주문배달 활성화 방안” 계획 수립(' 20.4월)

- 재정투입 없이 지속가능한 구조로 공공배달 서비스 체계 구축
- 주문배달 시장의 문제점 해소
- 사업주체별 WIN-WIN구조로 공정경제 구현

■ 송금서비스

- 혜택 : 이용자에게 상품권으로 송금되고 송금 받은 상품권은 소비로 이어지며, 소비 시에는 추가 캐시백 혜택
- 이용한도 : 1회 50만원, 1일 200만원 이내

■ 클라우드 펀딩

- 목적 : 인천e음을 통한 신규창업(3년이내) 지원
- 내용 : 리워드형 클라우드 펀딩(목표 금액 미달성시 펀딩 취소)
- 대상 : 창의적 아이디어 상품을 보유한 회사(신청자), 가입자(참여자)

(2) 신규사업 검토

■ 공유경제물

- 목적 : 공유경제 실현을 통한 자원절약 및 부가가치 창출
- 내용 : 개인의 각종 유·무형의 자산 관련 매매/대여/기부 서비스
- 특징 : 개인 간 P2P(person to person) 거래(거래당사자의 부담 책임)

■ 기부서비스

- 추진목표 : 기부문화 확산을 통한 지역공동체 강화
- 기부재원 : 인천e음 전자상품권 및 캐시백
- 기부방식
 - 일반기부 : 기부 상품 선정 후, 정기적·장기적으로 기부
 - 기부형 클라우드펀딩 : 특정 문제 해결을 위해 단기적·일시적으로 기부하는 형태로 일시적이기 때문에 개별 펀딩에 대해 지속성이 불필요함.

■ 무료 컨설팅

- 대상 : 소상공인
- 사업목적 : 소상공인의 컨설팅 비용절감
- 사업내용 : 노무, 세무, 법무, 경영 등 컨설팅 지원

■ 쿠폰 발행

- 대상 :
 - 저소득층 한시생활지원 소비쿠폰(기초생활수급자, 차상위계층)
 - 특수고용직·무급휴직자 생계비 지원 소비쿠폰(교육, 문화예술관광 등 특수형태 종사자 및 프리랜서, 무급휴직근로자)
 - 긴급재난지원금 소비쿠폰(가구 구성원 수별 차등 지급, 기초생활수급자, 차상위계층 우선 지급)
- 지급방식 :
 - 발행 목적에 맞춰 소비쿠폰 우선 지출
 - 캐시백 미지급을 통해 중복지원 논란 불식

■ 그룹핑

- 대상 : 소상공인, 시민
- 추진목표 : 유형별 그룹핑을 통해 혜택을 공유하여 공동체 의식 강화
- 추진방식 :
 - 가맹점 그룹핑 : 전통시장별, 상점가별 그룹핑을 통해 ‘포인트 공유’ 및 ‘공동 마케팅’ 지원
 - 사용자 그룹핑 : 사용자별 그룹핑을 통해 ‘포인트 공유’ 및 ‘공동 활용’
예) 단체 운영비 사용, 단체명의 기부

4. 기존 지역화폐 선행연구 검토³⁾

1) 한국지방행정연구원(2017). 고향사랑상품권의 경제적 효과 분석 및 제도화 방안

- 지역사랑상품권에 해당하는 고향사랑상품권 도입에 따른 경제적 효과를 분석함. 또한, 춘천, 양구, 화천 등 3개 지역을 공간적 범위로 설문조사를 실시하여 시나리오를 추정함.
- 춘천시, 화천군 등과 같은 관광객이 상품권 유통의 주요 대상인 지역에서는 외지 방문객의 추가지출 부가가치가 높고, 양구군과 같은 지역주민이 상품권 유통의 주요 대상인 지역에서는 지역 내 거래순환 부가가치가 높은 것으로 나타남.
- 고향사랑상품권은 지역 공동체 활성화라는 측면에 입각하여 운영되기 때문에 소상공인이 주민 중 큰 비중을 차지하는 농어촌이나 지방 소도시에서 도입 효과가 클 것으로 예상됨.
- 특별시, 광역시, 지역거점 대도시와 같은 광역지역에서도 청년과 소상공인을 비롯하여 취약계층 등을 보호·육성하기 위한 목적으로 활용하는 것이 고향 사랑 상품권을 제한하기보다 더 좋은 경제적 효과를 예상함.

2) 경기연구원(2018). 지역활성화를 위한 지역화폐의 쟁점과 과제

- ‘광역 지원 모형(경기도 내 31개 기초자치단체 대상)’ 과 ‘범용 화폐 모형(경기도 전체 지역 대상)’ 으로 구분된 경기도의 지역화폐 도입 내용을 설명함
- 광역 지원 모형은 경기도 내 각 기초자치단체가 지역화폐를 발행 및 운영함. 지역화폐 활성화를 위한 제도 개선이 필요하며 재정사업 집행수단으로 활용될 수 있는 것으로 간주함. 기초자치단체 단위 지역화폐를 활성화할 수 있는

3) 대전세종연구원, 세종시 지역화폐 도입 방안 연구(2019), 각 지방자치단체 홈페이지 및 보도자료, 본 연구진 내용 분석·작성 등

장점이 있는 반면, 지역 간 운용능력 격차가 발생하는 단점이 있음. 광역 및 기초 지자체 간 상시적 정책협력기구 운영을 통해 극복하고자 함.

- 범용 화폐 모형은 경기도가 지역화폐를 발행 및 운영함. 도 차원의 정책도구로 통일된 활용이 가능하다는 장점이 있는 반면, 광역단위의 행정 및 재정적 부담이 증가할 수 있다는 단점이 있음. 사회적 경제 등 정책목표의 세분화를 통해 극복하고자 함.

3) 정치경제연구소(2018). 지역화폐의 개념과 국내 논의 현황

- 지역화폐가 법정통화의 보완통화로서 바우처형 보조화폐, 상호신용(Mutual Credit), 혼합형(바우처형 보조화폐+상호신용)으로 구분할 수 있음을 제시함.
- 국내 지역화폐는 민간 주도 소규모 지역공동체운동과 정부 주도 보조화폐로 분류 가능함.
 - . 민간 주도 소규모 지역 공동체 운동은 대부분 LETS 기반 혼합형이며, 유통의 확장성에 한계가 있음.
 - . 정부 주도 보조화폐는 지역경제 및 민생경제 지원 정책의 일환으로 전국으로 확산되고 있으며, 이 경우 정부의 지원이 핵심적인 역할을 함.

4) 전북연구원(2019). 지역경제 마중물, 지역사랑상품권 활성화 방안

- 지역사랑상품권의 본질적인 목적에 해당하는 지역소득의 역외유출 방지 및 지역경제 순환 측면에서, 상품권의 보급 확대를 위해 광역 및 기초자치단체 차원의 대응 방안을 제안함.
- 광역자치단체(전라북도) 대응 방안으로 지역사랑상품권 활성화 지원 체계 구축과 지역사랑상품권 인지도 제고를 위한 홍보 및 확산을 제안함.
- 기초자치단체(전라북도 내 14개 시군) 대응 방안으로 지역사랑상품권 자율 발행을 제안함
- 상품권 활성화 방안은 지역사랑상품권 이용편의성 증대 등 4개 과제(전략) 및 9개 지원방안(세부 전략)으로 제시함.

5) 대전세종포럼(2019). 대전 사회적 경제 주도 블록체인 기반

호혜거래 시스템 개발 전략

- 지자체에서 발행하는 관행 지역화폐의 특징을 정리하고 대전의 지역 화폐 경험을 통해, 민간주도 대전형 지역화폐 플랫폼 구축방안에 대해 설명함
 - 민간주도 대전형 지역화폐 플랫폼은 독일의 지역화폐인 킴가우어 시스템에 기반하여 구축할 계획임.
 - 킴가우어 시스템은 법정화폐와의 환전이 가능하지만 지역화폐 소비자에게 소비액의 3%만큼 기부권리를 제공하는 특징을 가지며, 가맹점이 킴가우어를 법정통화로 환전할 경우 5%의 환전 수수료를 부과함.
 - 또한 실비오 게젤의 자유화폐 원리에 입각하여 발행 이후 3개월마다 해당 지역화폐의 가치가 2%씩 감소하게끔 하였으며, 이는 해당 지역화폐를 일정 기간 안에 지역 사회 내에서 유통시키는데 기여함.
 - 대전시에서는 산업통상자원부 지원을 받아 2020년까지 블록체인 기반 호혜거래 시스템을 구축하여 대전형 지역화폐 시스템으로 활용할 예정이며, 감소 원리를 제외한 킴가우어 시스템 방식을 준용할 계획임.

6) 한국지방행정연구원(2019). 지역사랑상품권 전국발행의 경제적 효과

- 행정자치부 산하의 연구원으로 지역 균형 발전 등을 지방자치 관련 연구하는 기관임.
- 지역화폐 발행규모는 2020년 지역화폐 발행규모 15조원을 전망함.
- 효과 산출 관련 ‘19년 8월까지’발행의 총효과’는 발행액 1조 8025억 원에 대하여 생산유발액은 3조 2128억 원, 부가가치 유발액은 1조 3837억 원, 취업 유발인원은 2만9360원으로 추산함.
- 재정 투입에 따른 상품권 발행의 승수효과는 생산 유발액 기준으로 1.76배, 부가가치유발액 기준으로는 0.76배로 나타남.

- 상품권 발행규모 이상의 생산유발효과를 거둘 수 있어 지역사랑상품권의 발행, 유통이 지역의 생산과 부가가치 증대에 긍정적 효과. 전국적으로 발행액 규모 확대가 필요하다는 의견을 제시함.

7) 한국조세재정연구원(2020). 지역화폐 도입이 지역경제에 미치는 영향

- 국무총리실 산하의 연구원으로 국가 조세 재정을 연구하는 기관임.
- 지역화폐 발행규모는 2016년부터 전국 53개 지자체에서 1,168억원 규모를 발행, 2020년 229개 지자체가 9조원 규모를 발행할 예정임.
- 효과 산출 관련 2010~2018년 전국사업체 전수조사자료를 이용해 지역 화폐 발행 효과를 분석, 경제적 순손실 460억원으로 추산하는 등 지역 화폐 발행에 따른 손실 2,260억 원
- 지자체를 불문하고 사용할 수 있는 정부 발행 온누리상품권 사용이 지역화폐보다 우월하다고 평가, 지역화폐보다 사업체 직접 지원이 더 바람직 필요하다는 의견을 제시함.

[표 2-11] 경제적 효과성 관련 한국지방행정연구원, 한국조세재정연구원 연구 내용 분석

구분	한국지방행정연구원 지역사랑상품권 전국발행의 경제적 효과 (지방자치 정책브리프 제79호, 2019)	한국조세재정연구원 지역화폐 도입이 지역경제에 미치는 영향 (조세재정 브리프 제 105호, 2020)
기관 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 행정자치부 산하 • 지역 균형발전 등 지방자치 연구 기관 	<ul style="list-style-type: none"> • 국무총리실 산하 • 국가 조세 재정 연구 기관
발행규모	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 지역화폐 발행규모 15조원 전망 	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 229개 지자체 9조원 규모 발행 예정
보조금에 대한 시각	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 순환 경제를 강조하고 ‘지방 거주 가계의 소득’으로 인식 	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자 후생으로 이어지지 못하는 ‘지출’로 인식
효과 산출	<ul style="list-style-type: none"> • 19년 8월까지 발행의 총효과는 발행액 1조 8025억 원 <ul style="list-style-type: none"> - 생산유발액은 3조 2128억 원 - 부가가치 유발액은 1조 3837억 원 - 취업 유발인원은 2만9360명으로 추산 	<ul style="list-style-type: none"> • 2010~2018년 전국사업체 전수조사자료 이용한 지역 화폐 발행 효과 분석 • 경제적 순손실 460억원으로 추산 • 지역화폐 발행에 따른 손실 2,260억 원
결론	<ul style="list-style-type: none"> • 상품권 발행규모 이상 생산유발효과를 거둘 수 있어 지역사랑상품권의 발행, 유통이 지역의 생산과 부가가치 증대에 긍정적 효과. 전국적으로 발행액 규모 확대 필요 	<ul style="list-style-type: none"> • 지자체를 불문하고 사용할 수 있는 정부 발행의 온누리상품권 사용이 지역화폐보다 우월하다고 평가, 지역화폐보다는 사업체 직접 지원이 더 바람직

자료 : 각 정책 브리프 보고서, 보도자료 등

5. 국내 지역화폐 운영 사례 연구

1) 국내 지역사랑상품권 운영현황

(1) 지역사랑상품권 개요

- (개념)지자체가 발행하고 해당 지자체 가맹점에서만 사용가능한 상품권
- (근거)「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」(* 20.5.1., 제정)
 - ※ 지자체별 지역사랑상품권 활성화 조례를 통해 운영 중
- (발행) ‘18년 3,714억원→ ’ 19년 2.3조원→ ’ 20년 9조원 예정(3+3+3조원)
- (사용)대형마트, 백화점 등을 제외한 관내 자영업자·소상공인 가맹점
 - (불법)사행산업, 「중소기업기본법」상 중소기업에 해당하지 않는 기업제외 및 조례로 가맹 업종 제한 가능
- (혜택)지자체 자율로 구매할인 또는 포인트 적립(5% 내외~최대 10%)
- (유형)지류, 모바일, 카드 등 3가지로 분류
- (구매한도)1인당 월 70만원 이내로 구매 가능, 최대 100만원까지 확대

(2) 지역사랑상품권 발행 현황

- 2020년 9월 기준으로 광역자치단체 9개, 기초자치단체 219개 등과 같이 총 228개(전체 93.8%)의 지역사랑상품권이 발행됨.⁴⁾

[표 2-12] 지자체별 지역사랑상품권제도 발행(예정 포함) 현황 (*20.9.23. 기준)

구분	계	광역	기초		발행(228)	미발행 (14)
			총	발행		
서울	25	-	25	25	서울특별시 자치구(25)	서울시
부산	17	1	16	16	부산광역시(16)	
인천	11	1	10	10	인천광역시(10)	
광주	6	1	5	5	광주광역시(5)	
대전	6	1	5	5	대전광역시(5)	
울산	6	1	5	5	울산광역시(5)	
대구	9	1	8	8	대구광역시(8)	

4) 자료 : 국회입법조사처 이슈와 논점 제1760호, 지역사랑상품권의 의의와 주요 쟁점

구분	계	광역	기초		발행(228)	미발행 (14)
			총	발행		
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	15	1	18	14	강원도, 강릉시, 춘천시, 원주시, 태백시, 삼척시, 영월군, 정선군, 철원군, 화천군, 양구군, 인제군, 홍천군, 고성군, 동해시	속초시, 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	13	-	13	13	익산시, 군산시, 정읍시, 남원시, 김제군, 완주군, 진안군, 무주군, 장수군, 임실군, 순창군, 고창군, 부안군	전라북도
전남	22	-	22	22	목포시, 여주시, 순천시, 나주시, 광양시, 담양군, 곡성군, 구례군, 고흥군, 영암군, 보성군, 화순군, 장흥군, 강진군, 해남군, 무안군, 함평군, 영광군, 장성군, 완도군, 진도군, 신안군	전라남도
경북	22	-	22	22	포항시, 경주시, 김천시, 안동시, 구미시, 영주시, 상주시, 문경시, 영천시, 경산시, 의성군, 청송군, 영양군, 영덕군, 청도군, 고령군, 성주군, 칠곡군, 예천군, 봉화군, 울진군, 군위군	경상북도 울릉군
경남	18	1	17	17	경상남도, 창원시, 진주시, 통영시, 김해시, 밀양시, 거제시, 양산시, 의령군, 함안군, 창녕군, 고성군, 남해군, 하동군, 산청군, 함양군, 거창군, 합천군	사천시
제주	-	-	-	-		
총계	228	9	223	219		

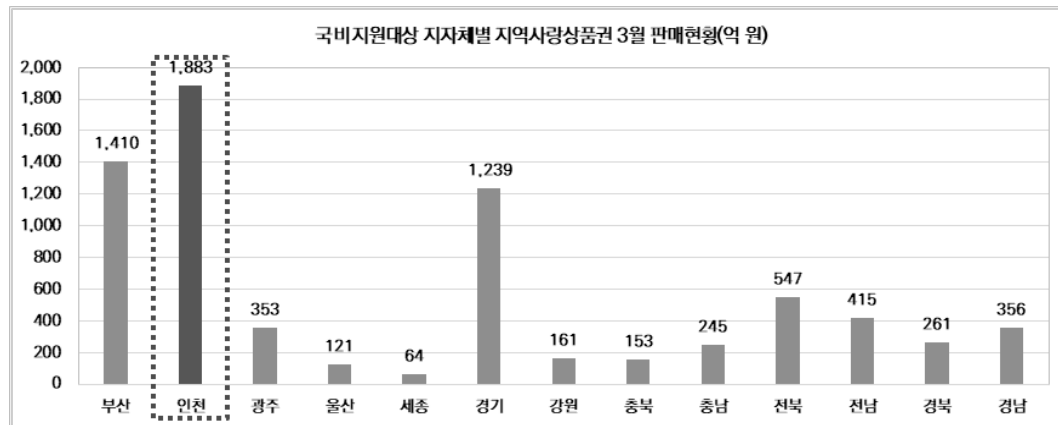
(3) 지역사랑상품권 판매현황⁵⁾

- '19년 월 평균 판매액은 2,651억원, '20년 1월 5,266억원, 2월 4,124억원, 3월 7,208억원 판매
- '20년 3월 인천시의 판매액은 1,883억 원으로 전국에서 가장 높은 것으로 나타남. 전체 7,208억 원 가운데 26.1%에 해당하며, 부산, 경기, 전북 순임.
- 서울시는 국비 미지원(3월 356억원 판매), 대구·대전은 미발행

[표 2-13] 국비지원대상 지자체별 지역사랑 상품권 3월 판매현황

(단위 : 억 원)

지자체	'20년 3월 판매액	지자체	'20년 3월 판매액
부산	1,410	충북	153
인천	1,883	충남	245
광주	353	전북	547
울산	121	전남	415
세종	64	경북	261
경기	1,239	경남	356
강원	161	합계	7,208



[그림 2-11] 국비지원대상 지자체별 지역사랑 상품권 3월 판매현황(억 원)

- 코로나19로 어려움을 겪고 있는 지역경제를 살리기 위해 올해 3조원 규모인 지역사랑상품권 발행규모를 연간 6조원까지 늘리고 추가되는 3조원에 대해서는 할인율도 10%로 상향
- 추가로 발행되는 3조원에 대해 지자체 부담을 줄여주기 위해 지난 3월 추경을 통해 발행액의 8%에 해당하는 국비 2,400억 원을 지원함.

5) 자료 : 행정안전부, 지역사랑상품권 3월 7,208억원 판매, 월 최고금액 기록해

(4) 그 외 국내 지역화폐 사례

○ 본 절에서는 보완화폐, 공동체화폐, 상품권, 노동력 교환형 중심으로 국내 지역화폐 사례를 정리함.

○ 보완화폐

- 보완화폐는 다양한 형태가 존재함. 제로 이자율 또는 네거티브 이자율 형태를 유지함. 유통기일이 명시되어 있으며, 화폐 순환이 지역사회로 한정됨.
- 이러한 보완화폐는 정부 통화로 회수될 수 있고 정부화폐와 완전히 분리될 수 있음.
- 보완화폐 발행자는 화폐가치를 결정하고 어느 지역에서 어떠한 방법으로 화폐가 교환될 것인가를 결정함.
- 지리적으로 구분되는 특정 지역 안에서만 통용되도록 설계되며, 지역사회에 거주민으로 하여금 지역상품을 구매하여 수송비용을 절감하는 등 지역사회 발전 및 활용을 위해 설계됨.

○ 공동체 화폐

- 특정 마을이나 도시 내에서 통용되도록 발행되는 화폐로 어떠한 활동에 참여하는 가맹점과 함께 유효하게 통용되고 있음.
- 지역 비즈니스를 활성화할 목적으로 활용되며 제품수송에 따른 환경적 손실을 감소시키고 지역사회 내에서 결속력을 강화시키기 위해 발행됨.
- 대표적인 예는 “모아”로 2015년 12월 창립된 마포 공동체경제네트워크는 마포구 내 소매상점의 네트워크로 지역 공동체경제 구축을 위해 지역화폐를 발행함. 모아 발행기관 및 지정 판매처에서 현금으로 구매 가능하며 구매자에 대해서는 아무런 제한이 없음. 액면가를 5천원, 1만원, 5만원으로 구분하여 실물상품권으로 발행하며 가치는 법정통화와 등가적인 위치임. 2019년 기준 공동체 가게의 수는 망원시장 85개 점포를 포함해 총 155곳으로 지정 판매처는 19곳, 모아 구매 약정회원은 100여명임. 또한, 모아 발행액은 월평균 2,000만원으로 기준연도까지 총 2억 6,259억 원의 규모의 모아가 발행되었음.

○ 상품권

- 지자체가 아닌 민간단체(상품 판매자)에서도 상품권을 기반으로 함.
- 가맹점에서 사용할 수 있으며, 가치평가 기준으로 법정화폐를 사용함.
- 대표적인 예는 “성남사랑상품권”으로 경기도 성남시에서 재래시장 특화사업의 일환으로 2006년 12월 도입한 재래시장 이용 상품권에서 시작함. 인터넷 쇼핑몰 등 소매유통의 새로운 업체가 확산됨에 따라 어려움을 겪고 있는 재래시장의 영세 상인들을 지원하기 위해 기획되었으며, 지역상권 공동체를 형성하여 경쟁력을 높이고 시민들의 재래시장 이용을 높이는 것이 목적임.
- 성남시가 상품권 발행 및 운영 주체이므로 지자체에서 운영비를 지원함.
- 성남시의 대표적인 복지정책인 청년배당(청년의 복지향상과 취업역량 강화를 통해 지역경제를 활성화한다는 목적으로 성남시가 2016년 대한민국 최초로 기본소득개념을 적용해 도입한 청년복지정책), 산후조리비 지원, 생활임금 등을 성남사랑상품권으로 지급하며 발행액과 유통량을 활성화함.

○ 노동력 교환형

- 시민들이 자발적으로 조직한 지역공동체를 중심으로 하는 지역화폐가 각지에서 운영되고 있음.
- 대표적인 예는 “노원(NW)”으로 서울 노원구는 자원봉사, 기부 등 사회적 가치 실현을 통해 지역공동체를 강화하기 위해 지역화폐 노원(NW)을 도입함.
- 지역주민의 자원봉사활동에 대한 보상으로 지역화폐가 발행됨. 1노원(NW)은 법정통화 1원의 가치와 동일하지만 노원구 내 가맹점에서만 그 가치가 인정되며 사용 가능함.
- 자원봉사, 기부금품 기증, 품(돌봄, 수리·제작, 이·미용 서비스 등 각종 서비스 활동), 중고물품 기증 등 4가지 활동에 대해 개인이나 단체의 활동에 대한 결과로 지급됨.
- 2019년 기준 264개 가맹점에서 카드 또는 앱으로 노원(NW)을 사용할 수 있음. 가맹점 중 공공기관은 44개소(17%), 민간 222개소(83%)로 민간 가맹점 수가 많지만, 가맹점 사용액 기준으로는 공공기관이 전체의 88%를 차지함.

6. 국외 지역화폐 운영 사례 연구

1) 캐나다 LETS(Local Exchange Trading System)

- LETS는 1983년 캐나다 브리티시컬럼비아 주 코목스 벨리에서 마이클 린튼(Michael Linton)에 의해 지역 환전 거래 시스템(Local Exchange Trading System)이라는 이름으로 시작함.
- 초창기에 구상된 시스템은 국가화폐를 대체하기 보다는 국가화폐의 보조적 활용으로 구상을 하였으며 초기에는 녹색달러(Green Dollars)로 불리면서 지역사회 치과를 이용하는데 대부분 활용되었음.
- LETS는 지역에서 발행되고 민주적 방식으로 조직된 비영리 공동체 기업으로 공동체 구성원들의 지역화폐 사용에 의한 재화와 서비스 거래상황 및 정보를 제공하고 있음. 아울러, 정보통신 기술의 발달은 LETS를 국내 및 국제적으로 활용할 수 있는 계기를 마련함.



자료 : PacificEdge Magazine(<https://www.pacific-edge.info>).

[그림 2-12] 캐나다 LETS

2) 일본 치바 피너츠(통장)

- 일본 치바 시에서는 1999년 지역화폐 ‘피너츠’를 도입하여 대형마트에 대응하기 위한 소상공인의 대응전략에서 시작하였으며, 물건을싼 값에 구입한 후에 구매자가 시간이 될 때 다른 사람이나 단체의 일을 거드는 품앗이 방식임.

- 즉, ‘피너츠클럽’에 가입한 주민들은 소상공인을 대상으로 물건을 할인된 금액으로 싸게 사고 ‘피너츠’라는 화폐로 적립되어, 정기적으로 그 가게나 지역에 봉사활동을 하는 것임.
- 주민의 참여를 높이고 주민간의 관계성을 만드는 것을 목적으로 누구나 지역의 주민이 될 수 있다는 인식 확산 및 지역의 다양한 사업 구상으로 공동체가 함께 만들어가는 지역 만들기가 이루어지고 있음.
- 손쉬운 관리 및 운영으로 주민참여율이 높음. 사용 확대를 위한 자체 이벤트 홍보, 정보 교환, 프로젝트 추진 등을 하고 있음.

3) 일본 아톰 통화(Atom Community Currency)

- 일본 도쿄 지역에서 지역 커뮤니티와 거리 활성화를 위한 목적으로 2004년 4월7일부터 도입됨.
- 지역 내에서 사회 공헌 활동에 참여한 사람에게 지급되며, 지역에서 식사나 쇼핑할 때 사용하여 지역 경제 활성화에 이바지함.
- 지구 환경을 해치지 않는 것, 활발한 지역 커뮤니티, 적극적인 국제 협력, 교육에 진지하게 임하는 것 등의 4가지 이념으로 사회공헌 활동을 지원함.
- 가맹점에서 현금 대신 사용할 수 있음. 가맹점 수는 2005년 3,000개에서 2015년 800여개로 감소함(한겨레 2019.07.29.). 지류발행으로 인한 관리로 인력, 예산소요 등이 그 원인으로 지목됨.



자료 : 아톰 통화 홈페이지(<http://atom-community.jp/>) 등

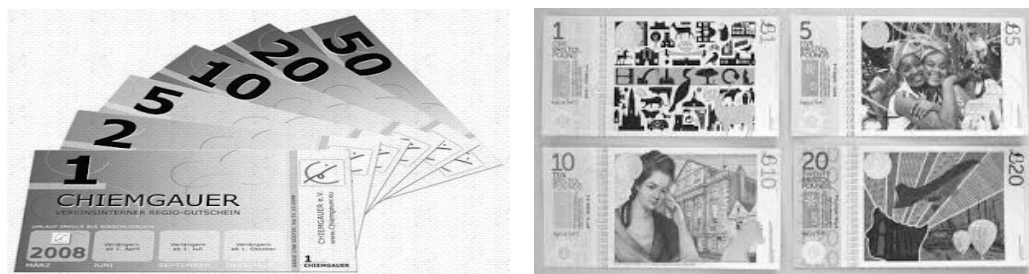
[그림 2-13] 일본 아톰 통화

4) 독일의 김가우어(Chiemgauer)

- 2003년 독일 남부 바이에른 주의 프리엔 암 킴제(Bavaria Prien am Chiemsee) 지역에서 도입됨.
- 발행 형태는 종이, 카드, 전자화폐형태(e-Chiemgauer)가 있으며, 이용 금액의 70% 이상이 전자화폐형태임.
- 소비자 회원은 등록할 때 지원하려는 사회사업(환경보호, 문화 활동 등)을 하나 선택하고 유로를 김가우어로 바꾼 뒤 지역상점에서 사용하며, 바꾼 금액의 3%는 해당 사회사업에 기부됨.
- 2020년 7월 기준 유통범위는 로젠하임(Rosenheim)시와 군, 트라운슈타인(Traunstein)군으로 476개 기업, 그리고 291개의 사회사업이 참여하고 있으며, 925,278김가우어(약 12억 8600만 원)가 유통되고 있음.

5) 영국의 브리스톨 파운드(Bristol Pound)

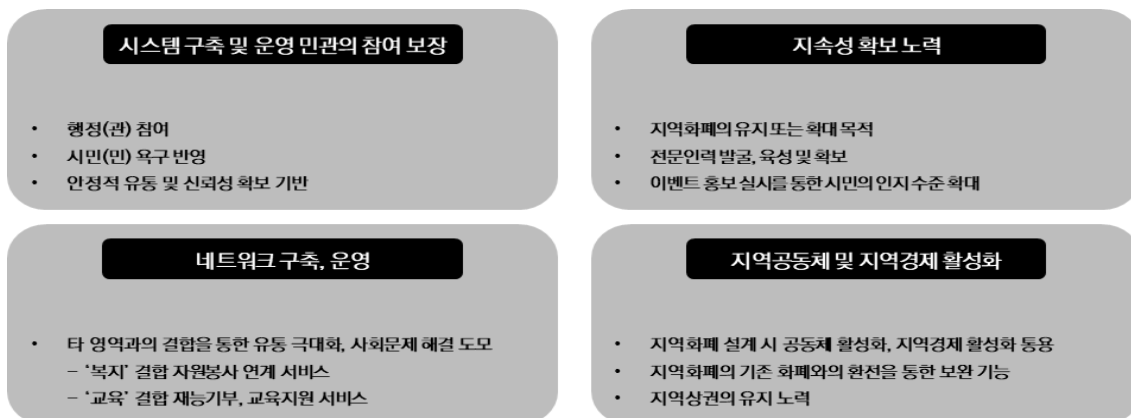
- 2012년 영국 남서부 브리스톨시에서 도입됨.
- £ B1, £ B5, £ B10, £ AB20 등 4가지 종이화폐를 사용하고 스마트폰과 PC로 결제가 가능한 TXT2PAY라는 전자지불시스템을 운영함.
- 브리스톨시에서만 사용할 수 있으며, 2012년부터 2020년 5월까지 8만 건 이상, 금액은 £ B500만 브리스톨 파운드(한화 70억 원)에 달함.
- 세금이나 급여를 브리스톨 파운드로 지급 가능하고, 최근 자영업자 회원을 대상으로 무이자 대출제도를 운영함.



[그림 2-14] 독일의 김가우어, 영국의 브리스톨 파운드

7. 시사점

- 시스템 구축 및 운영 측면에서 민관의 참여 보장이 필요함.
 - 행정(관)이 참여하고, 시민(민)의 욕구를 반영할 필요성이 요구됨. 이는 공공 체계를 기반으로 한 안정적 유통 및 신뢰성 확보할 수 있는 기반이 됨.
- 지속성 확보에 대한 노력이 필요함.
 - 지역화폐를 유지 또는 확대하기 위해 경제학자, 지역사회 전문가 등 전문 인력을 발굴, 육성 및 확보할 필요가 있음.
 - 또한 이벤트 홍보 등을 실시하여 이용 주체인 시민의 인지 수준을 확대함.
- 다양한 네트워크를 구축하여 운영하여야 함.
 - 타 영역과의 결합을 통해 지역화폐의 유통 극대화, 사회문제 해결을 도모함.
 - 한 예로 ‘복지’와의 결합을 통한 자원봉사 연계 서비스, ‘교육’과의 결합을 통한 재능기부, 교육지원 서비스 등은 대안이 될 수 있음.
- 지역공동체 및 지역경제 활성화 목적에 대한 기반 마련
 - 지역화폐 설계 시에 지역사회 내에서 공동체를 활성화하고 지역경제 활성화를 위해 통용되기 위함.
 - 한정된 지역 내에서 보완적 기능으로 지역화폐를 기존의 화폐와 환전 가능하도록 운영함.
 - 지역의 구매력을 증진시키고 다양한 형태로 유통시킴으로써 지역상권 유지를 위한 노력을 실시함.



[그림 2-15] 국내·외 지역화폐 사례를 통한 시사점 도출

III

인천e음 플랫폼 운영주체 변경 타당성 및 변경 방식 등 조사·분석

1. 운영주체의 주요 역할
2. 운영주체 변경 기준
3. 운영주체 변경(안)
4. 운영주체별 장단점 분석
5. 운영주체 사례조사
6. 관점별 운영주체 변경 타당성

제 3 장 인천e음 플랫폼 운영주체 변경 타당성 및 변경 방식 등 조사·분석

1. 운영주체의 주요 역할

1) 목적, 필요성 및 역할, 기능

(1) 목적

- 지역경제 보호 및 촉진
 - 지역화폐 발행은 화폐가 발행되는 지역 내에서 자금이 머무르면서 순환하여 경제를 안정시키는 기능과 지역경제 활성화에 기여를 목표로 함.
- 정치, 사회 및 환경적 활용
 - 정당의 이념에 따라 특정한 정책이 수용될 가능성이 달라진다는 것으로 선행 연구에서는 진보정당일 경우 적극적으로 새로운 정책인 지역화폐를 채택할 것으로 추정함.

(2) 필요성 및 역할

- 지역자원의 순환활용으로 정책효과 극대화
 - 한 예로 지역 기업에 대한 자금지원으로 기업 입장에서는 수수료 면제, 저금리 대출 및 상환을 할 수 있으며, 주민 입장에서는 지역화폐 활용을 통해 지역경제 활성화에 이바지하고 있음.
- 다양한 형태의 사업수행 및 부분수익 창출

(3) 기능

- 지역 및 공동체 발행·유통되는 대안화폐
 - 사용액의 일부를 현금으로 되돌려 주는 ‘캐시백 서비스’ 도입을 통해 이용자 수의 확대와 거래액 증가 등 성과를 내면서 시민들의 호응을 유도함.
- 지역사회 구성원의 재화와 서비스 교환 도모



[그림 3-1] 지역화폐 운영주체의 목적, 필요성 및 역할 기능

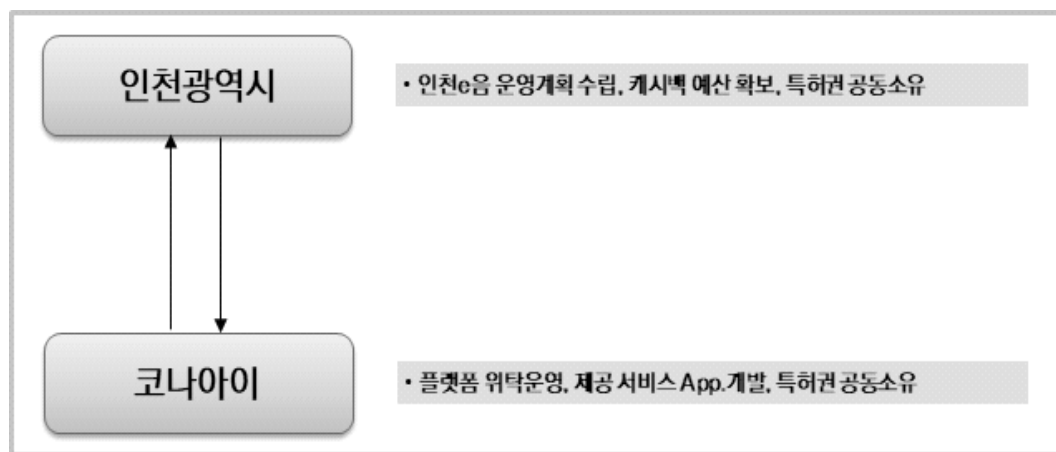
2. 운영주체 변경 기준

- 현재의 운영주체는 인천e음 전자상품권을 기반으로 한 통합 플랫폼을 구축하여 소상공인과 시민에게 다양한 서비스를 제공하고, 중간재의 조달, 생산 및 소비가 관내에서 이루어지는 선순환 경제시스템을 구축함.
- 현재의 통합 플랫폼은 코나아이가 독자 개발한 오픈형 결제 플랫폼을 적용해 국내 최초로 선보인 충전식 IC카드형 지역화폐로 인천광역시의 지원 하에 지역화폐 플랫폼으로 급성장함.
- 인천광역시는 정부 및 인천광역시가 제공하는 캐시백 외 군구의 추가적인 캐시백을 지원하여 인천e음 카드의 활성화에 크게 기여하고 있음.
- 현재 운영대행사인 코나아이(주)와 인천광역시는 인천e음 플랫폼에 대한 국내특허를 취득하였으며, 추가적으로 국제특허를 출원 중임.
- 이러한 상황을 반영하여 운영주체 변경 검토기준은 현재 상황 유지(1안), 민간기업(코나아이) 설립 · 운영(2안), 스마트시티주식회사를 운영주체(3안)하는 변경(안)을 설정하여 각각에 대하여 검토함.

3. 운영주체 변경(안)

(1) 현재 상황 유지(1안)

- 인천e음 카드사업 관련 현재 상황 유지에 따른 인천광역시 및 코나아이의 기능은 다음과 같음.
- 인천광역시에서는 인천e음 카드 관련 운영계획 수립 및 캐시백 예산을 확보하여 사업의 공공성을 기반으로 시민들의 인천e음 활용을 지원함은 물론 통합플랫폼에 대한 특허권을 공동으로 소유하고 있음.
- 코나아이는 인천광역시의 인천e음 플랫폼을 위탁 운영차원에서 제공되는 서비스 App. 개발·운영하고 있으며, 인천광역시와 특허권을 공동으로 소유함.



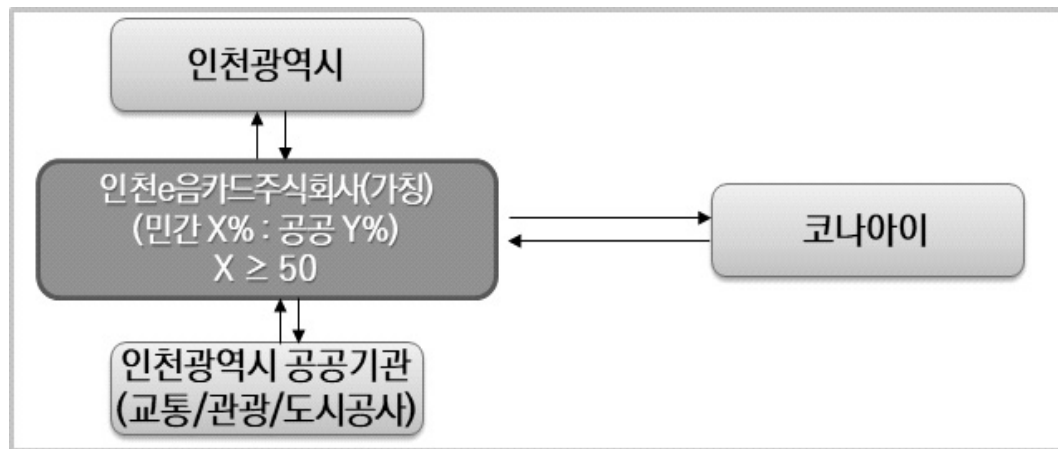
[1안]

[그림 3-2] 현재 상황 유지(1안)

(2) 민간기업 설립·운영(2안)

- 민간기업(코나아이) 중심의 상법 상 주식회사(가칭 : 인천e음카드주식회사)를 설립하여 운영주체로서 인천e음 사업을 직접 운영함.
- 민간과 공공의 비율은 추후 조율을 통해 설정함.
- 공공의 비율은 50%보다 낮게 하여 혁신성을 강조하고, 민간기업의 효율성을 극대화할 필요성이 있음.

- 공기업인 인천스마트시티 대신 민간기업 중심으로 변경 시 운영비 지원은 물론 캐시백 지원이 기존 인천광역시(군·구 포함) 차원의 예산 집행이 아닌 기업에서의 투자 개념으로 이루어져야 함.
- 이에 따라, 기업의 재정에 따라 캐시백율이 달라질 수 있으며, 캐시백율 변경 시 인천e음 이용률 또한 변화가 예상됨.
 - 캐시백율 감소 시 결제액 및 이용률 감소 가능성이 있으므로 인천e음의 지속적 홍보, 이벤트 등의 전략이 필요함.
- 코나아이, 인천광역시 및 인천광역시 공공기관의 주체별 역할은 다음과 같음.
 - 코나아이는 인천e음 운영관리 및 운영비를 지원하며, 인천e음만을 위한 플랫폼을 구축하고 운영함은 물론 신규사업 관련 개발과 수행을 담당함.
 - 인천광역시는 지분 출자에 따른 수익을 시 예산으로 환원하며, 공공성 사업 추진에 대해 신규 부가서비스 등을 제안함.
 - 인천광역시 공공기관(교통·관광·도시공사)에서는 지분을 출자하고, 각 공사별 해당하는 서비스를 운영함.
 - . 교통카드, Tour Card, 스마트홈, 임대 Apt 등



[2안]

[그림 3-3] 민간기업 설립·운영(2안)

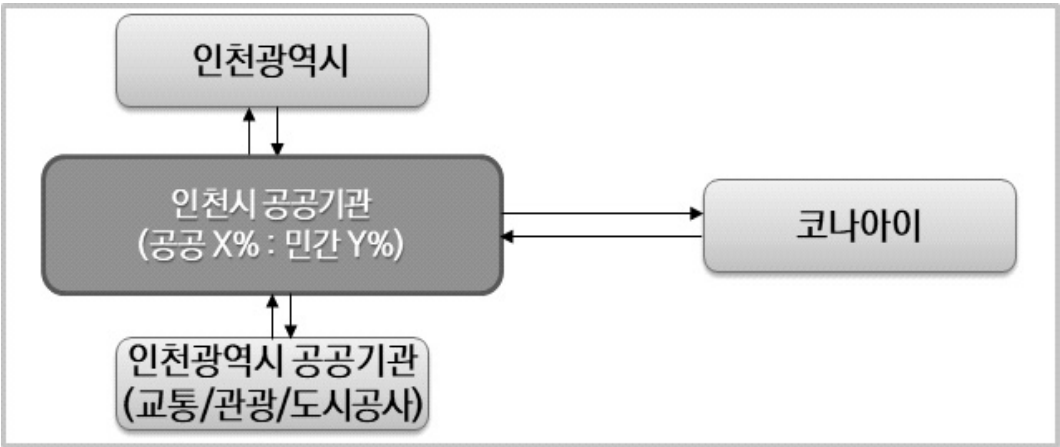
[표 3-1] 민간기업 설립·운영(2안)에 따른 역할 구분

구분	역할
코나아이 (상법 상 주식회사)	<ul style="list-style-type: none"> • 인천e음 운영관리(운영비 지원) • 인천e음만을 위한 플랫폼 구축 및 운영 • 신규사업 개발, 수행
인천광역시	<ul style="list-style-type: none"> • 지분 출자에 따른 수익 환원 • 공공성 사업 추진 서비스 제안
인천광역시 공공기관 (교통·관광·도시)	<ul style="list-style-type: none"> • 지분 출자 • 해당 서비스 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 교통카드, Tour 카드, 스마트홈, 임대 Apt 등

(3) 스마트시티주식회사 중심(3안)

- 인천광역시 출자출연기관인 스마트시티주식회사를 중심으로 코나아이와 인천광역시 공공기관이 출자하는 형태로 운영
 - 공공과 민간의 비율은 추후 조율을 통해 설정하는데 특히 코나아이와 인천광역시가 공동으로 등록한 특허에 대한 가치평가 후 지분을 산정 필요
- 해당 안으로 운영주체를 변경할 경우에는 인천스마트시티주식회사를 중심으로 코나아이의 기술 인력이 포함되며, 인천광역시의 지속적인 운영비 지원이 필요함.
 - 조직 개편 및 인력의 확장 등을 위해 정관 등의 개정이 불가피함.
- 아울러, 출자출연법에 의거하여 인천광역시의 공공기관 참여는 인천광역시 차원에서 참여한 것으로 간주할 수 있기 때문에 인천광역시의 전체 지분은 공공기관의 합산으로 이루어짐.
- 스마트시티주식회사, 코나아이, 인천광역시 공공기관 등 주체별 역할은 다음과 같음.
 - 스마트시티주식회사는 인천e음 운영관리를 담당하며 운영비를 지원함. 또한, 지속가능성을 위한 수익사업을 추진함.
 - 코나아이는 인천e음 플랫폼을 운영관리하고, 신규 App. 및 사업을 개발함.

- 인천광역시 공공기관(교통·관광·도시공사)는 현물 또는 현금 출자를 통해 해당 서비스 운영함.
- . 교통카드, Tour Card, 스마트홈, 임대 Apt 등



[3안]

[그림 3-4] 스마트시티주식회사 중심(3안)

[표 3-2] 스마트시티주식회사 중심(3안)에 따른 역할 구분

구분	역할
스마트시티 주식회사	<ul style="list-style-type: none">• 인천e음 운영관리(운영비 지원)• 지속가능성을 위한 수익사업 추진
코나아이	<ul style="list-style-type: none">• 인천e음 플랫폼 운영관리• 신규 App. 개발• 신규사업 개발
인천광역시 공공기관 (교통·관광·도시)	<ul style="list-style-type: none">• 현물 또는 현금 출자• 해당 서비스 운영<ul style="list-style-type: none">- 교통카드, Tour 카드, 스마트홈, 임대 Apt 등

4. 운영주체별 장단점 분석

1) 현재 상황 유지(1안)

○ 대안 1은 인천광역시와 코나아이의 현 상태를 유지하는 것으로 공공성은 담보할 수 있으나, 민간기업인 코나아이는 인천광역시와 협약에 의거 위탁운영 형태로 자체적인 수익사업을 추진하기에는 많은 제한 사항이 있음.

- 인천광역시에서 코나아이에 위탁한 사업만 운영·관리함.

[표 3-3] 대안 1에 대한 장단점 비교

구분	장점	단점
대안 1	<ul style="list-style-type: none"> • 운영의 연속성 및 지속성 확보 • 플랫폼 구축 완료로 별도의 홍보 수수료가 부과되지 않음. • 지자체(보조)-민간(운영관리) 간 조합으로 수익성보다는 공익성을 추구함. 	<ul style="list-style-type: none"> • 시 차원 지속적인 운영비, 캐시백 재정지원 필요 • 민간 업체의 자금관리로 지속가능성 불확실 • 매년 계약기간 종료 및 갱신 필요

2) 민간기업 설립·운영(2안)

○ 대안 2는 민간기업 중심으로 신규 주식회사를 설립하여 민간의 전문성 및 효율성을 적극 활용한 수익사업을 추진하는 형태임.

○ 다양한 수익창출로 캐시백 지원에 대한 인천광역시의 재정지원을 감소시킬 수 있다는 장점은 있으나, 인천e음 카드의 사업특성인 공공성 확보 및 지속가능성을 부분적으로 훼손할 수 있는 단점이 있음.

[표 3-4] 대안 2에 대한 장단점 비교

구분	장점	단점
대안 2	<ul style="list-style-type: none"> • 시장경제 경쟁을 통한 효율성, 능률성 극대화 • 민간기업의 지식, 기술로 업무 전문성 제고 • 자본시장 저변 확대, 민간경제 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> • 책임소재 불분명 가능성 • 기업의 재정상황에 따른 서비스의 안정적 공급 어려움 • 저소득층 대상 서비스 이용 어려움 등 공공성 일부 저해 가능성

3) 스마트시티주식회사 중심(3안)

- 대안 3은 인천e음 카드의 사업특성인 공공성 확보를 위해 선정한 대안이나, 다양한 수익사업을 추진하는 것은 법적(출자출연법)으로 제한됨.
- 그럼에도 불구하고 대안 3은 부분적으로 수익사업을 추진하여 캐시백 지원에 대한 인천광역시의 재정지원을 감소시킬 수 있는 장점이 있음.
- 반면, 공공기관과 민간인력의 혼재에 따른 조직구성 및 운영에 불협화음이 발생할 수 있으며, 사업규모 차이에 따른 기존 사업부분의 축소 불가피할 수도 있음.

[표 3-5] 대안 3에 대한 장단점 비교

구분	장점	단점
대안 3	<ul style="list-style-type: none"> 공공기관을 통한 공공성 확보로 신뢰성 제고 신규 시장 개척에 대한 유연성이 부족 수익 창출 시 보조금 규모 절감 기대 	<ul style="list-style-type: none"> 민간업체 전문인력의 이탈 우려 인천시 재정상황에 따른 운영비 변동 운영 노하우 부족에 따른 이용률 저하 우려

4) 대안별 장단점 종합

- 인천e음 카드사업의 운영주체 변경을 위해 설정한 3가지 대안에 대한 장단점을 다음 [표 3-3]과 같이 정리함.
- 각 대안별 운영, 서비스와 관련성이 있으며, 대안 선택 시 단점 보완이 필요함.

[표 3-6] 운영주체별 장단점 분석

구분	현재 상황 유지(1안) (인천시+코나아이)	민간기업 설립·운영(2안) (코나아이 중심)	스마트주식회사 중심(3안) (스마트시티 중심)
장점	<ul style="list-style-type: none"> 운영의 연속성, 지속성 확보 플랫폼 구축 완료로 별도의 홍보 수수료가 	<ul style="list-style-type: none"> 시장경제 경쟁을 통한 효율성, 능률성 극대화 민간기업의 지식, 기술로 업무 전문성 제고 	<ul style="list-style-type: none"> 공공기관을 통한 공공성 확보로 신뢰성 제고 신규 시장 개척에 대한 유연성 부족

구분	현재 상황 유지(1안) (인천시+코나아이)	민간기업 설립·운영(2안) (코나아이 중심)	스마트주식회사 중심(3안) (스마트시티 중심)
	부과되지 않음. • 초기 지자체(보조)-민간 (운영관리)간 조합으로 수익성보다 공공성 추구	• 자본시장 저변 확대, 민간경제 활성화	• 수익 창출 시 보조금 규모 절감 기대
단점	• 시 차원 지속적인 운영비, 캐시백 재정지원 • 민간 업체의 자금관리 및 지속가능성 불확실 • 매년 계약기간 종료 및 갱신	• 책임소재 불분명 가능성 • 기업의 재정상황에 따른 서비스의 공공성 일부 저해 가능성	• 민간업체 전문인력의 이탈 우려 • 인천시 재정상황에 따른 운영비 변동 • 운영 노하우 부족에 따른 이용률 저하 우려

5. 운영주체 사례조사³⁾

1) [울산광역시] 울산사랑상품권(울산페이)

- 도입 시기: 2019년 8월
- 도입 목적: 지역경제 활성화
- 발행 및 사용 기준
 - 발행 기준: 금융기관과 계좌 연결 및 현금 구매
 - 사용 기준: 모바일형(QR코드 결제)은 울산시 내 가맹점에 한해 현금처럼
 - 사용 가능하며, 카드형(체크카드)은 울산시 내 제한업종(대형마트 등)
 - 외 IC카드(신용카드) 단말기가 있는 모든 점포에서 현금처럼 사용 가능
- 발행 형태: 카드형(체크카드, 결제)+모바일형(충전 및 결제)
- 발행 혜택: 상시 구매 시 5% 할인, 출시 기념(2019.09) 구매 시 특별
- 할인(10%(50만원 구매 시), 9%(30만원 구매 시), 7%(20만원 구매시)), 연말정산 시 30% 소득공제
 - 혜택 범위: 50만원/월 & 500만원/년 (1인당)
 - 법인은 구매 가능하지만 혜택 적용 없음
- 발행 규모
 - 300억원(2019.08~2019.09)
- 가맹점 및 잠재 사용자
 - 가맹점 수: 5,240개(2019.09, 모바일형 결제 가능한 곳)
 - 잠재 사용자 수: 1,170,220명(2019.08, 울산광역시 주민등록현황), 모바일 회원 15,300명(2019.09)
- 지자체 담당 인력
 - 담당 인력: 1명
 - 전담 부서: 없음

○ 조례 제정

- 울산사랑상품권 발행 및 운영조례(2019.04.25)

○ 지역화폐 운영 시 애로사항(또는 유의사항)

- 모바일형으로 결제 시 가맹점에 카드 수수료가 발생하지 않아 소비자와 가맹점 모두 이득을 취할 수 있으나, 소비자는 카드 사용을 선호하는 경향이 있어 소비자의 모바일형 사용을 활성화 할 수 있는 방안 모색이 필요하다고 생각함

2) [광주광역시] 광주상생카드

○ 도입 시기: 2019년 3월

○ 도입 목적: 지역경제 활성화

○ 발행 및 사용 기준

- 발행 기준: 금융기관(광주은행)과 계좌 연결 및 현금 구매
- 사용 기준: 광주시 내 제한업종(대형마트 등) 외 IC카드(신용카드) 단말기가 있는 모든 점포에서 현금처럼 사용 가능

○ 발행 형태: 카드형(체크카드, 선불카드)

- 선불카드는 충전금액에 따라 3만원, 5만원, 10만원, 20만원, 50만원으로 구분됨

○ 발행 혜택: 체크카드 5% 캐쉬백, 선불카드 5% 할인, 연말정산 시 30% 소득공제

- 혜택 범위(체크카드): 전월 이용실적 20만원 이상인 경우만 적용되며, 전월 이용실적 규모에 따라 혜택 범위가 달라짐
- 혜택 범위(선불카드): 50만원/월 (1인당)
- 법인은 구매 가능하지만 혜택 적용 없음

○ 발행 규모

- 300억원(2019.03~2019.09)

○ 가맹점 및 잠재 사용자

- 가맹점 수: 광주시 내 제한업종(대형마트 등) 외 IC카드(신용카드)단말기가 있

는 모든 점포(2019)

- 잠재 사용자 수: 1,459,438명(2019.08), 카드(체크카드 및 선불카드) 79,631장 발급(2019.09)

○ 지자체 담당 인력

- 담당 인력: 1명
- 전담 부서: 무

○ 조례 제정

- 광주사랑상품권 이용 활성화에 관한 조례(2019.04.15)

○ 지역화폐 운영 시 애로사항(또는 유의사항)

- 특별한 애로사항 없음
- 광주시의 경우 타 지자체와는 달리 지류형 및 모바일형이 아닌 카드형(체크카드 및 선불카드)으로만 사용되고 있으나, 사용자들이 이에 만족하고 있으며, 다른 지불수단에 대한 요청은 없음.

3) [강원도] 강원상품권

○ 도입 시기: 2017년 1월

○ 도입 목적: 지역경제 활성화

○ 발행 및 사용 기준

- 발행 기준: 지정된 금융기관(NH농협은행)에서 현금 구매
- 사용 기준: 강원도 내 가맹점에 한해 현금처럼 사용 가능

○ 발행 형태: 지류형, 모바일형

- 강원상품권은 5천원, 1만원, 5만원으로 구분됨

○ 발행 혜택: 상시 구매 시 5% 할인, 특별 구매(출시기념, 명절 등) 시 8% 할인, 연말정산 시 30% 소득공제

- 혜택 범위(상시 구매 시): 30만원/월 (1인당)
- 혜택 범위(특별 구매 시): 50만원/월 (1인당)
- 법인은 구매 가능하지만 혜택 적용 없음.

○ 발행 규모

- 830억원 발행(2017.01~2019.09)

○ 가맹점 및 잠재 사용자

- 가맹점 수: 24,785개(2019, 강원상품권 홈페이지)
- 잠재 사용자 수: 1,540,780명(2019, 강원도 주민등록인구 현황)

○ 지자체 담당 인력

- 담당 인력: 5명
- 전담 부서: 사회적경제과 상품권유통팀

○ 조례 제정

- 강원상품권 발행 및 운용 조례(2016.07.08)
- 강원상품권 발행 및 운용 조례 시행규칙(2019.04.26)

○ 지역화폐 운영 시 애로사항(또는 유의사항)

- 지역화폐 유통이 활성화되기 위해서 가장 중요한 점은 가맹점 확보라고 생각하며, 지류형의 경우 권종별 분배에 대한 고민도 필요함.
- 지류형은 환전 시 직접 방문을 해야 하기 때문에 이에 대해 가맹점 관계자들이 불편함을 호소하는 경우가 있으므로, 지역화폐의 신속한 정산이 가능한 시스템이 도입될 필요가 있다고 생각함.

4) [경상남도] 경남사랑상품권

○ 도입 시기: 2019년 8월

○ 도입 목적: 지역경제 활성화

○ 발행 및 사용 기준

- 발행 기준: 금융기관과 계좌 연결 및 현금 구매
- 사용 기준: 경상남도 내 제로페이 가맹점에서 현금처럼 사용 가능

○ 발행 형태: 모바일형(결제 및 충전)

- 모바일형 경남사랑상품권은 5천원권, 1만원권, 3만원권, 5만원권, 10만원권으로 구분됨.

- 발행 혜택: 상시 구매 시 5% 할인, 특별 구매(출시기념, 명절 등) 시 10% 할인, 연말정산 시 40% 소득공제
 - 혜택 범위(상시 구매 시): 50만원/월 (1인당)
 - 혜택 범위(특별 구매 시): 100만원/월 (1인당)
 - 법인도 구매 가능하며, 구매 시 5% 할인 적용(법인 할인은 초기 홍보를 위해 한시적으로 진행 중이며, 법인 할인적용 기간은 미정됨)
- 발행 규모
 - 200억원(2019.08~2019.09)
- 가맹점 및 잠재 사용자
 - 가맹점 수: 31,000개(2019.09)
 - 잠재 사용자 수: 3,439,512명(2019.08), 경남 지역 내 제로페이 사용자
- 지자체 담당 인력
 - 담당 인력: 4명
 - 전담 부서: 일자리경제국 소상공인정책과 소상공인페이담당팀
- 조례 제정
 - 경상남도 소상공인 지원에 관한 조례(2019.02.08)
- 지역화폐 운영 시 애로사항(또는 유의사항)
 - 모바일형으로만 운영하고 있기 때문에 50대 이상 분들이 사용 수단의 이질감으로 인해 불편을 호소하는 경우가 있음

5) 타 자치단체 지역사랑상품권 주요 도입 사례 검토 결과

- 발행 형태에 대한 검토 결과
 - 최근에 도입한 지자체일수록 지류보다는 모바일 및 카드 형태의 지역화폐를 발행하는 경향을 보이고 있으며, 스마트폰 사용자 증가에 따라 모바일 지역화폐가 증가하고 있음
- 발행 혜택에 대한 검토 결과
 - 주요 도입 사례 중 발행 혜택을 검토한 결과, 개인의 상시 구매 기준으로

5~6% 할인(또는 캐시백) 혜택이 있는 것으로 나타남.

- 혜택이 제공되는 지역화폐의 경우 할인구매 범위에 제한을 두고 있으며, 각 지자체별로 개인당 30만원/월부터 100만원/월까지의 할인구매 상한선을 규정하여 특정인에 대한 할인 혜택 집중을 방지함.

○ 담당 인력 및 전담 부서에 대한 검토 결과

- 주요 도입 사례 중 지역화폐 담당 인력 및 전담 부서 존재 여부를 검토한 결과 전담 부서가 존재하는 경우는 3건, 타 업무와 지역화폐 업무를 병행하는 경우는 2건으로 나타남.
- 전담 부서가 존재하는 지자체의 지역화폐 담당 인력의 수는 4~5명, 타 업무와 지역화폐 업무를 병행하는 경우의 담당 인력의 수는 평균 1명임.

○ 운영 시 애로사항에 대한 검토 결과

- 주요 도입 사례 지역의 지역화폐 담당 인력들을 대상으로 지역화폐 운영과정에서 느끼는 애로사항 또는 개선사항을 확인한 결과, 발행 형태, 예산 지원, 운영 인력과 관련된 의견을 제시함.
- (발행형태) 지역화폐 사용 시 중장년층에서 모바일 사용에 대한 불편함을 호소하는 경우가 있어 모바일형 지역화폐의 홍보 및 사용 방법에 대한 교육이 필요함.
- (발행형태) 모바일 플랫폼 기능 확장을 통해 소비자 편의성을 향상시켜, 더 많은 소비자가 모바일형 지역화폐를 활용할 수 있도록 유인책을 제공함.
- (발행형태) 지류형의 경우 환전 시스템을 불편해 하는 경우가 있음.
- (예산지원) 현재 지역화폐는 정부 및 지자체의 보조금에 기반한 할인 혜택 제공으로 소비자들의 참여를 유도하고 있으나 지속적인 보조금 지원에는 한계가 있다고 생각함.
- (예산지원) 만약 보조금 지원이 지속적으로 이루어질 수 있다면 지역화폐 유통활성화에는 기여할 수 있다고 생각함.
- (운영인력) 지역화폐 업무는 그 특성 상 외근이 잦은데 전담 부서가 없는 곳에서는 담당 인력도 적고 타 업무와 병행하여 제대로 된 업무수행이 어려움.

[표 3-7] 지자체별 지역사랑상품권 도입 사례

	강원 (강원사랑상품권)	인천 (인천e음카드)	광주 (광주상생카드)	경남 (경남사랑상품권)	울산 (울산페이)
도입시기	2017.01	2018.08	2019.03	2019.08	2019.08
발행형태	지류, 모바일	카드, 모바일	카드	모바일	카드, 모바일
발행혜택	5% 할인	6% 캐시백	5% 할인 (or 캐시백)	5% 할인	5% 할인
발행액	830억원 (~2019.09)	9,158억원 (~2019.09)	300억원 (~2019.09)	200억원 (~2019.09)	300억원 (~2019.09)
가맹점	24,785개 (2019.09)	175,000개 (2019.09)	광주시 내 카드사용 시설 (제한업종 제외)	31,000개 (2019.09)	5,240개 (2019.09)
모바일 회원	-	86.00만명 (2019.09)		경남 내 제로페이 사용자	1.53만명 (2019.09)
지자체 담당인력	5명	4명	1명	4명	1명
담당부서	유	유	무	유	무
조례제정	2016.07.08.	2018.04.23.	2019.04.15.	2019.02.08.	2019.04.25.
비고	· 가맹점 확보 중요 · 지류형은 환전 불편	· 모바일 플랫폼 부가기능 제공 · 소비자 편의성 향상	· 카드형으로만 발행하지만, 소비자불만은 없음	· 모바일형으로 만 사용 · 50대 이상은 불편 호소	· 모바일형에 대한 소비자 사용 활성화 방안모색 필요

6. 관점별 운영주체 변경 타당성

1) 타당성 검토 조건

(1) 전제 조건

- 운영주체 변경 시 변경 주체(기관)의 사업추진 적합성
 - 지역경제를 활성화하여 인천시민의 소득 수준을 증대할 수 있어야 함.
 - 주민 편익을 도모하여 삶의 질을 향상시킬 수 있어야 함.
- 운영주체 변경에 대한 가능성 검토
 - 1안의 경우 현재 운영하고 있는 주체 및 체계를 활용하기 때문에 별도의 소요 기간이 발생하지 않음.
 - 2안의 경우 민간기업의 크기에 따라 변경의 시간적 범위가 다름.
 - . 민간기업의 장점으로 민자유치를 통한 재정 상 어려움을 극복할 수 있음.
 - . 관 차원에서 범접할 수 없는 수익성을 추구할 수 있음.
 - . 민간이 가지는 특징인 창의성, 독립성, 신축성을 가지고 있음.
 - 3안의 경우 인천시 외에 공사 등 공공기관의 투입
 - . 위험부담을 최소화하며, 출자 지분을 높일 수 있음.
- 인천광역시 캐시백 보완 가능성
 - 수익사업 추진 가능성, 신규 시장 진입 시 신뢰성 확보 가능성 등
 - 캐시백은 인천시 예산을 활용하기 때문에 매년 다소 유동적인 비율이 적용될 수 있으며, 한계가 있기 때문에 제한된 범위 내에서 활용 가능함.
 - 시민의 참여를 유도하여 캐시백율이 감소하더라도 지속적으로 활성화될 수 있는 정책대안이 필요함.
- 중장기적인 사업추진 가능성
 - 변경하고자 하는 기관의 목적사업과 부합해야 함.
 - 관(정부 및 인천광역시)의 지원 가능성, 민간기업의 운영비 부담 해소 정도 등을 통해 안정적인 상황 가운데 지속적 및 중장기적으로 사업이 유지되어야 함.

(2) 검토 항목

○ 공공성 확보

- 인천e음 카드 도입 목적(지역경제 활성화, 주민 편의 도모)에 부합되는 항목
- 기존 공공기관이 가지고 있는 공공성이라는 책임은 민간기업보다 강하기 때문에 해당 내용에 대해 보완할 수 있는 정도 확인
- 기존 시에서 운영하던 공공성 성격의 사업을 민간기업에서 유지 가능성

○ 지속가능성 확보

- 단기간의 사업운영보다는 지역 내 소비구조 변화가 정착될 때까지 추진할 수 있는 항목
- 기업의 사회적 활동 측면에서 다양한 이해관계자와의 경쟁 불가피
- 정부의 규제, 정책적 대응 및 기존 이용자의 사회적 기대에 대한 부응 정도

○ 수익창출 사업 추진

- 자체 운영비 및 캐시백의 부분 대체 확보
- 투자, 비용 지출에 대한 수입과 자산 보전 등 최소한의 손익분기점 확보
- 수익성 보장을 통한 경영의 효율성, 이용자의 만족도 제고 방안

2) 공공성 확보 관점

(1) 전제 조건

○ 적용 대상 사업 검토

- 지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률 제4조(지방자치단체의 출자·출연과 대상 사업 등)에서는 주민의 복리 증진에 이바지, 지역주민의 소득 증대, 지역경제 발전 및 지역개발의 활성화 사업 등이 해당됨.
- 인천시에서 향후 추구하려는 교통카드 관련 교통 분야에서의 공공성은 이동권을 시민의 기본권으로 규정하고 모든 시민이 언제 어디서나 편리하게 할 수 있도록 하는 것임.

(2) 추진사업 특징

○ 대상사업 관점

- 대상사업은 온-오프라인으로 구성되어 있으며, 주이용자는 인천시민과 소상공인 중심의 가맹점 또한 대상으로 포함함.
- 쇼핑몰을 제외하고는 수익정보다는 이용 편의성의 제공을 중심으로 함.
- 가맹점 및 혜택+가맹점, 쇼핑몰(인천e몰 및 인천굿즈) 등 인천e음의 기존 및 신규사업을 포함함.

○ 담당기관 관점

- 민영기업 설립·운영 관련 현재 플랫폼을 운영하는 코나아이를 중심으로 함.
- 인천시 출자·출연기관인 인천스마트시티주식회사를 대상으로 간주함.

○ 사업성 관점

- 이용자들에게 이용 편의성 및 이용접근성 중심 서비스를 구현함.
- 수익보다는 편익창출(캐시백) 기능을 수행함.
- 시민, 공공복리(공동체 구성원에게 공개적인 의사소통과정을 통하여 귀속되는 이익)에 해당하는 공공성과 공동체 구성원으로서 참여하는 과정인 공개성이 있음.

[표 3-8] 공공성 확보 관점 추진사업 특징

구분	주요내용	비고
1. 대상사업 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 온-오프라인 사업구성 • 주이용자가 인천시민 • 가맹점이 소상공인 중심 • 수익정보다는 이용 편의성 제공 중심(쇼핑몰 제외) 	가맹점 및 혜택+가맹점, 쇼핑몰(인천e몰 및 인천굿즈), 전화주문앱, 송금 서비스, 클라우드펀딩, 공유경제몰, 기부 서비스, 무료 컨설팅, 쿠폰 발행, 사용자 그룹핑, 기부형클라우드펀딩
2. 담당기관 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 인천e음 플랫폼 운영 관리 기업 • 인천시 출자·출연기관 	코나아이, 인천스마트시티주식회사
3. 사업성 관점	<ul style="list-style-type: none"> • 이용자들에게 이용 편의성 및 이용접근성 중심 서비스 • 수익보다는 편익창출(캐시백) 기능 	공공성 : 국민(시민), 공공복리(공동체 구성원에게 공개적인 의사소통과정을 통하여 귀속되는 이익), 공개성(공동체 구성원으로서 참여하는 과정)

(3) 산업구조 변화 및 소상공인 매출 상승

○ 인천e음카드 도입 후 역내소비율 증가 및 역외소비율 감소

- 한국은행(2020)에 따르면, 인천거주자의 역내소비 증가율이 2018년 1월부터 2019년 4월 중 전국과 비슷하거나 낮은 수준이었지만, 인천e음의 활성화로 전국 수준의 역내소비 증가율이 높게 나타남.
- 또한, 이러한 역내소비 주요 지출 대상은 요식업소, 의료기관, 학원 등이었음. 요식업은 역외소비 둔화에 따른 역내소비 대체, 의료기관과 학원은 역외소비 및 역내소비가 함께 증가하여 소비율이 하락함.
- 반면, 인천거주자의 주된 역외소비 지역인 서울과 경기에서의 역외소비율은 인천e음 활성화 이후 하락한 것으로 나타남. 서울지역으로의 역외소비율은 2019년 1월부터 4월까지 0.9%에서 2019년 5월부터 12월까지 -0.2%로 감소하였고, 경기지역의 역외소비율은 동 기간 -0.5%로 감소함.

○ 산업구조(생산 → 가공 → 유통 → 판매 → 소비)의 긍정적인 변화 (지역산업)유도

- 생산은 지역적(regional) 범위의 생산체계, 자체적 생산기반 등이 해당함.
- 가공은 지역 내 공급주체와 소비주체가 원하는 형태로 바꾸는 것으로 인천시 전체 지역사회가 큰 영역임.
- 유통은 이러한 지역 단위에서 생산자(공급자)와 소비자(이용자)를 연결하는 거래관계자인 동시에 유통 관련 주체의 활동방식과 판매의 장을 의미함.
- 판매와 소비는 지역사회에서 인천e음을 통해 공급자의 판매와 이용자의 소비하는 모든 영역이 해당함. 개인, 가정, 공공 등 각 개인 영역, 부분 영역, 전체 영역을 다 포함함.

○ 2019년 지역 내 소상공인의 매출이 상승함.

- 인천시 소상공인의 매출액은 캐시백 4%가 적용되던 1~2월 월 평균 711억 원에서 캐시백 10%가 적용되던 3~9월에 월 평균 1,498억 원으로 2.1배 증가함.

(4) 운영주체별 비교

- 현재 상황 유지(1안) 시 행정적인 측면에서 별도로 운영주체를 선정하는 작업이 불필요하며, 손쉬운 의사결정이 이루어짐. 공공 위주의 사업 추진이 용이하다는 장점이 있는 반면 단점으로는 행정지원이 계속 필요하고, 매년 운영협약을 체결해야 하는 번거로움이 있음.
- 민간기업 설립·운영(2안)으로 변경 시 공무원의 인력 증원이 불필요하며, 시장경제 흐름에 따른 서비스 생산비용을 절감하여 민간의 전문성을 극대화하여 운영할 수 있는 반면 단점으로는 기존에는 소요되지 않는 지방세 등 행정비용이 발생하고, 지자체의 책임 수준이나 통제가 약화됨. 이윤 추구로 공공성이 저해될 가능성이 있음. 서비스의 제공이 중단되거나, 파업 등에 대한 우려가 있음.
- 스마트주식회사 중심(3안)으로 변경 시 운영주체의 독립적 의사결정 가운데 동일 조직 내 업무 추진 및 조직 간 협업으로 다양한 사업이 발굴될 수 있다는 장점이 있는 반면, 단점으로는 지분구조의 다양화로 인해 의사결정에 애로, 어려움이 예상되거나, 민간인력의 유입으로 기존 조직 및 구성원 간의 불협화음 발생에 대한 우려가 있음.

(5) 공공성 확보의 한계

- 공공성 확보 관점에서 인천시의 적정수준의 지속적인 재정지원이 필요함.
 - 역내소비 활성화 → 생산활동 증가 → 매출액 증대 → 세수 증가로 이어짐.
 - 인천시 사업목표 이용자로 시민의 80%인 240만명 기준 관련 예상 캐시백(10% 적용)이 약 7,407억 원으로 추정(2020년 1인당 결제액 적용)
- 현재의 운영체제는 인천광역시 주관으로 진행되는 특성 상 이윤 창출을 목적으로 하는 수익성 사업 추진의 어려움이 있음.

3) 지속가능성 확보 관점

(1) 전제 조건

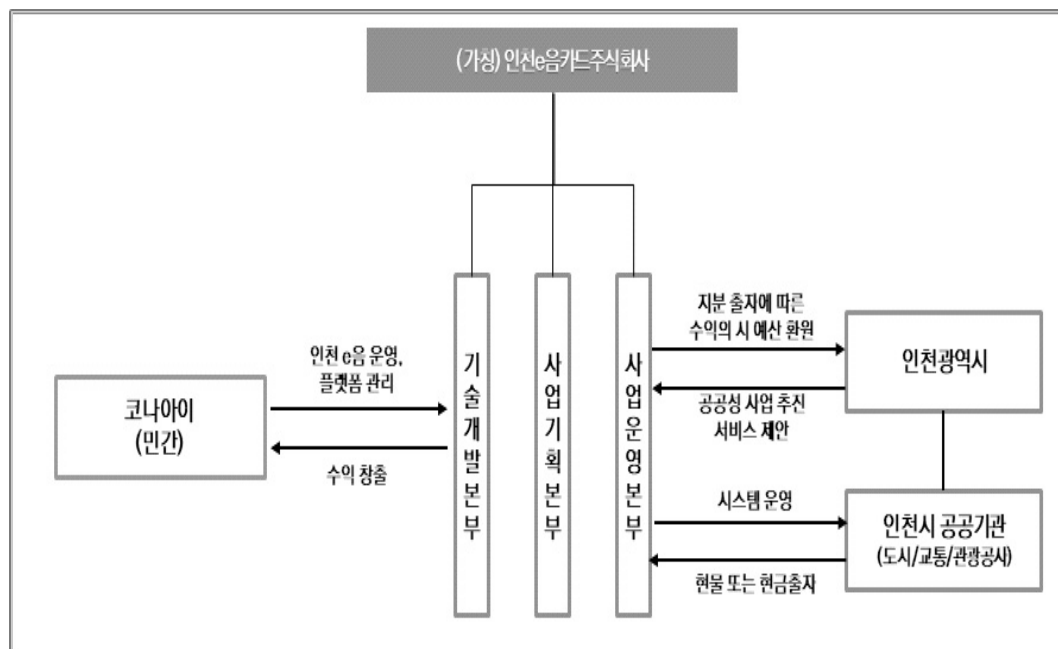
- 해당 사업의 지속적인 실시
 - 인천광역시에서는 인천e음을 통해 기존 사업 5개를 운영하고 이를 위해 예산 선정, 집행 등 기존 사업의 규모를 확대하여 운영함.
- 이용자에게 지속적으로 동일 서비스 이상 제공 가능
 - 인천광역시에서는 인천e음을 통해 실시 중인 기존 사업 외 별도로 2020년에 신규 사업 5개를 운영하고자 함.
- 사업 추진 운영주체의 지속적인 존재
 - 사업 추진에 따른 운영비 지급, 캐시백 등에 대한 예산의 범위 내에서 적절한 금액을 설정하여 지원할 수 있는 운영주체가 존재해야 함.

(2) 제한 요소 및 확보 방안

- 캐시백 제공
 - 캐시백 조정내용 이용자와 사전 협의 필요(캐시백 비율 하향 조정 : 10% → X %)
. 캐시백은 정부 및 인천시 지속적인 지원의 한계가 있음.
 - 민간기업 설립·운영 시 캐시백 지원 어려움을 예상함. 구매 시 할인혜택 적용
- 이용 편의성
 - 온라인 사용 적극 홍보
. 신용카드 대신 전자카드 및 QR결제를 홍보함.
 - 휴대폰 내 적정 어플 유지
. 화면, 페이지 이동시 이용불편으로 이용자의 감소에 대한 방안을 마련함.
 - 신규 인천e음 가입자 대상 사용방법 홍보, 교육
- 이용 접근성
 - 인천e음 가맹점(혜택*가맹점 포함) 지속적인 확보에 노력해야 함.
 - 가맹점 및 어플 인센티브를 추가로 제공함.(서비스 우수 가맹점, 인당 사용액 우수 가맹점, 최다 방문 가맹점 및 어플 등)

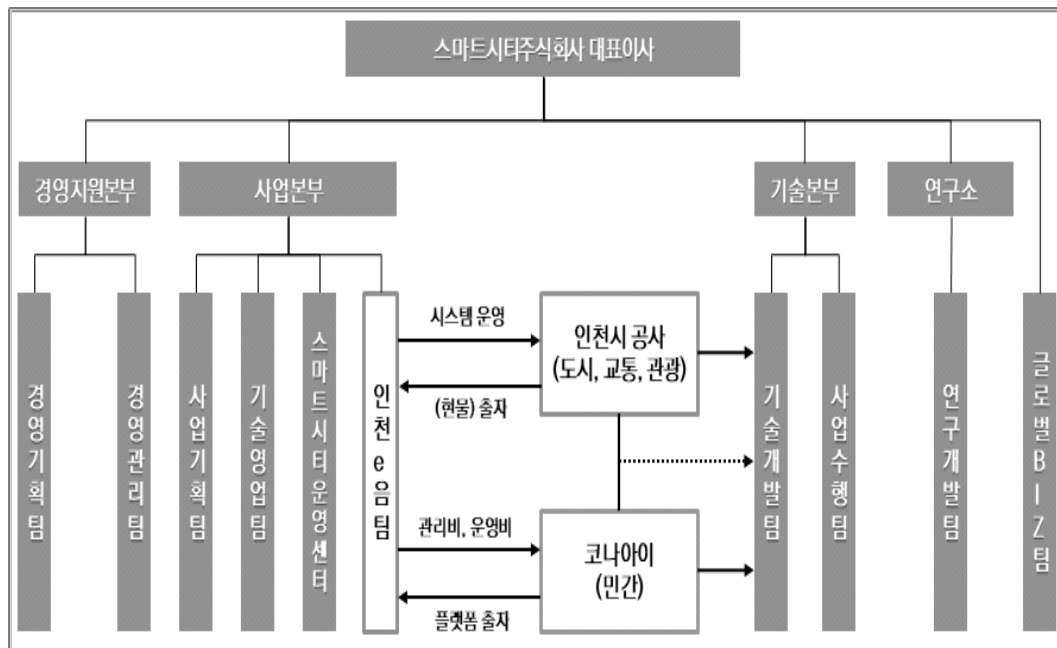
(3) 운영주체별 비교

- 현재 상황 유지(1안) 측면에서 지속가능성이 있음. 기존에 운영되던 방식을 유지할 수 있기 때문에 시에서 예산으로 충당되는 캐시백 부분에 대한 지원을 제외한 조건은 지속가능성을 유지할 수 있음.
- 민간기업 설립·운영(2안)에서는 관이 아닌 기업의 중심으로 운영되기 때문에 기업의 재정상태에 따라 지속가능성에 어려움이 발생할 가능성이 있음. 또한, 최근 중요시되는 개인정보 유출 위험에 대해 보다 엄격하게 점검하고 단속하여야 할 필요성이 요구됨.
 - 현재의 조직으로는 지속가능성을 유지하기 어렵고 대응성을 확보하는 어려움 때문에 새로운 조직구조가 필요함. 이에, 본 연구진에서는 대응전략으로 새로운 조직구조 안을 제시함.
 - 기술개발, 사업기획, 사업운영 관련하여 본부를 구성하여 상법 상 주식회사를 설립함. 인천시 및 공공기관의 참여로 지분을 보전하고, 코나아이의 주도로 지속가능성을 기반으로 운영함.



[그림 3-5] 민간기업 설립·운영(2안)에 따른 지속가능성 확보 관점 조직구조

- 스마트주식회사 중심(3안)에서는 관이 아닌 기업의 중심으로 운영함.
기존 운영 중인 주식회사에 새로운 팀을 구성하여 운영되기 때문에
본부, 팀과의 마찰이 있을 수 있음.
 - 현행 구조 하에서 인천e음만을 위한 팀을 구성함.
 - 수행 및 개발인력을 사업본부 및 기술본부에 나누어 배치하여 인천e음 운영,
기술개발을 하도록 함.
- 또한, 현재 자체적으로 운영 중인 스마트시티 주식회사의 사업보다
더 큰 규모의 예산을 수반하는 인천e음 사업을 감당하기 때문에 재
정 환경이 달라야 함.
 - 인천시 공공기관(도시/교통/관광공사)의 출자로 시스템 운영 등을 수행함.
 - 코나아이 대상으로 관리비, 운영비를 지불하고 플랫폼 출자 등을 진행함.
- 공기업의 효율적인 관리 및 경영부실을 방지하기 위해 시 차원에서
매년 운영성과 평가를 실시하거나, 외부감사 등을 포함하여 문제점
및 개선사항을 도출할 수 있음.



[그림 3-6] 스마트주식회사 중심(3안)에 따른 지속가능성 확보 관점 조직구조

4) 수익성 확보 관점

(1) 전제 조건

- 인천e음 카드사업은 이윤을 창출하는 수익정보다는 지역경제 활성화(역내소비 창출, 역외소비 억제)가 목적
 - 월 충전한도액 설정으로 습관적인 소비를 유도함.
- 경제성 관점에서 수익보다는 이용자 편익이 우선
 - 캐시백에 대해서는 세금지출이 곧 이용자 편익(100% 사용 가능)으로 간주됨.
- 교통카드 사업을 역내로 한정시 기존 이용자와 차별화가 필요하며, 지역주의 한계를 극복함.

(2) 제한 요소

- 인천e음 카드사업 수입
 - 이용자의 카드 수수료(단순평균 0.9%, 가중평균 0.7%)에 의존하고 있음.
- 캐시백 포함시 수익성 확보는 곤란(정부 및 인천시 재정지원의 한계), 캐시백 비율 조정시 결제액 감소 대책이 필요함.
- 신규로 구상중인 사업 역시 수익정보다는 공공편익 제공에 중점
 - 교통카드 사업 : 기존 이용카드 대체시 수익성이 확보 가능함.
 - . 인천시민에게 교통기능 인천e음 카드 사용 권장
 - . 기존 이용카드 대비 비교 우위성 확보
 - 그 외 사업 : 공공성 중심

(3) 확보 방안

- 수익성 확보는 민간기업 설립·운영에만 해당하므로 공공(이용자)편익(비용이 편익으로 인식)에 중점을 둔 타당성 분석이 필요함.

(4) 운영주체별 비교

- 본 연구 결과, 신규 사업(부가서비스)을 추진하지 않고 현재 상황 유

지로 사업 지속은 손익 분기점을 맞추기 위해서는 인천시민의 결제
액이 지속적으로 증가되어야 하며, 수익성 확보에 어려움이 있음.

- 2안에서는 민간 기업이 가지는 전문성과 즉각적인 대응력으로 수익
을 창출할 수 있을 것으로 보이며, 또한 주식회사의 목적이 이익 창
출인 만큼 수익성 확보는 다른 대안에 비해 많을 것으로 보임.
- 3안에서는 시 차원에서 수익사업을 실시할 수 없기 때문에 수익성은
거의 존재하지 않음. 또한, 출자 지분에 따른 수익이 발생하더라도
시 입장에서는 다시 세금으로 환원하여 시민을 대상으로 활용할 수
있기 때문에 수익보다는 편익의 개념이 바람직함.

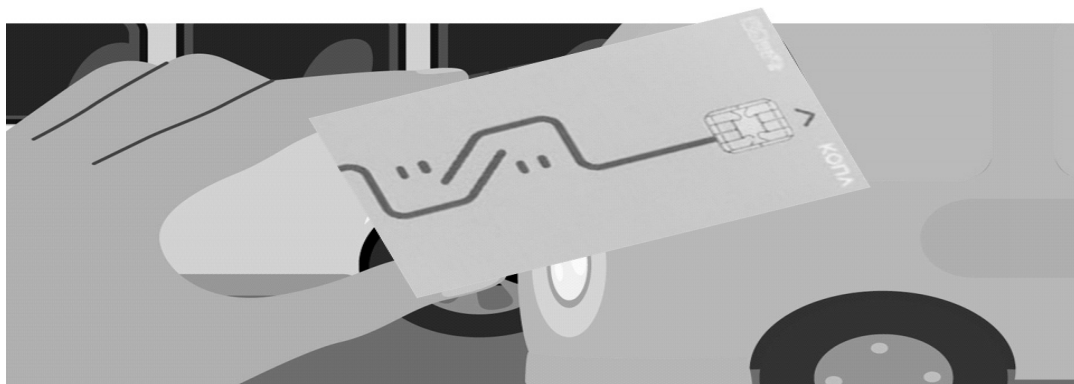
(5) 수익사업 적극 추진

- 교통카드 : 인천시민 이용카드 대체효과

(기본요금 1,250원 기준, 교통카드 수수료 0.2%, 이용지수 154)

(단위 : 명/년, 명)

도시철도 수송인원(A) (명/년)	시대버스 수송인원(A) (명/년)	계(C = A + B) (명)	인천광역시 인구(D) (명)	이용지수(C/D)
121,700,125	329,536,529	451,236,654	2,945,565	154



- 데이터 판매

- 군·구 단위 성별, 연령별 인천e음 이용자 수, 이용 요금, 이용 시간 등 분석
을 통해 관련한 경제활동 영향을 파악하고, 집중적이거나 추가가 필요한 정책

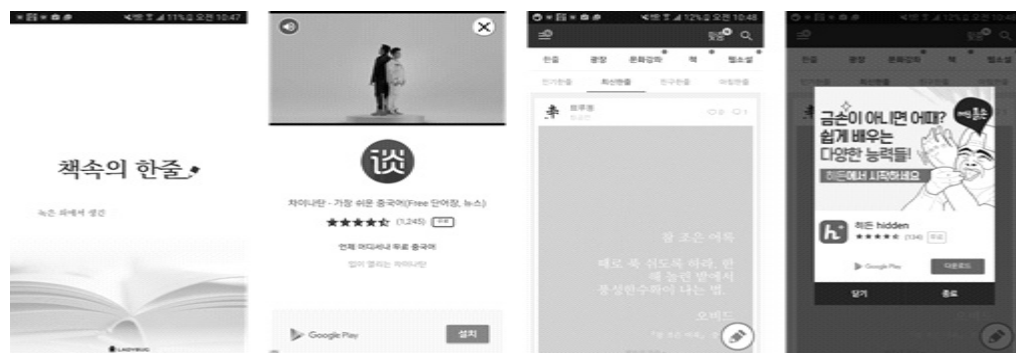
지원이 필요한 지역, 업종을 선별하는 등 지자체의 맞춤 정책 수립에 활용

○ B2B 거래

- 기업과 기업 간의 거래를 알선하며, 니즈를 동시에 만족시키며 수수료 획득을 통해 수익을 창출함.

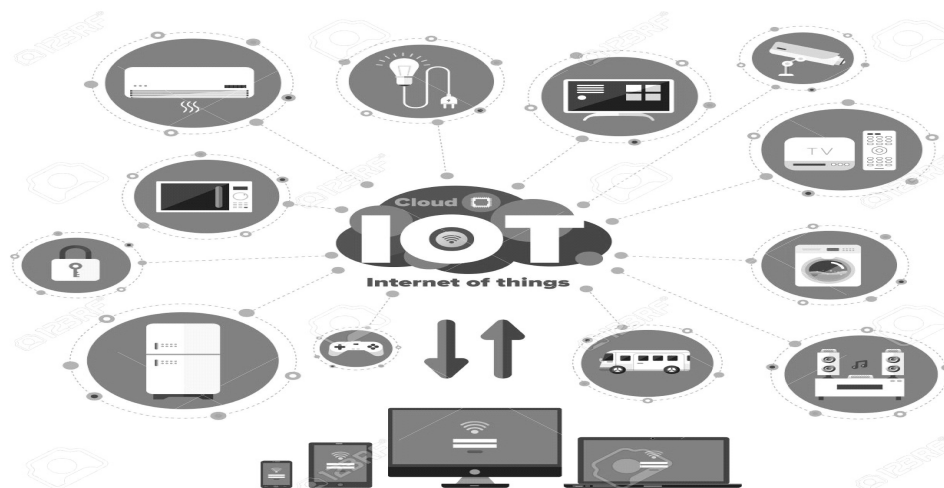
○ 광고수입

- 인천e음 플랫폼 내에 광고를 제시하고 이에 따른 이용자의 반응에 따라 수익으로 받을 수 있음.



○ IoT사업

- 스마트시티에서 기 구축한 관련 인프라 활용으로 방화, 방재, 방법, 수도 및 공과금 시스템 개발·적용



○ 배달서비스

- 인천e음 카드 가입자 대상 배달App. 개발·서비스

IV

인천e음 플랫폼 사업의 타당성 검토

1. 운영 형태별 법적 타당성 분석
2. 기존 및 신규사업 검토
3. 운영 형태별 기관의 출자범위 검토
4. 정책적 분석
5. 경제적 분석
6. 타당성 검토 종합
7. 종합결론

제 4 장 인천e음 플랫폼 사업의 타당성 검토

1. 운영 형태별 법적 타당성 분석

1) 현재 상황 유지(1안)

○ 근거 : 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」,

「인천사랑상품권 발행 및 운영 조례」

제1조(목적) 이 법은 지역사랑상품권의 발행과 환전, 운영 등에 필요한 사항을 규정함으로써 지방자치단체가 발행하는 상품권의 건전한 유통질서를 확립하고, 지역공동체 강화 및 지역경제 활성화에 기여함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 1. “인천e음”이란 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」(이하 “법”이라 한다) 제2조제1호에 의하여 「전자금융거래법」제2조제14호 에 따른 선불전자지급수단 및 「여신전문금융업법」제2조제8호에 따른 선불카드로 발행하는 지역사랑상품권으로서, 인천광역시(이하 “시장”이라 한다)이 발행한 인천사랑상품권을 말한다.

○ 인천e음 발행

- 「인천사랑상품권 발행 및 운영 조례」 제4조(인천e음의 발행)에 근거함.

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.

○ 제한업종

- 2020년 12월 기준으로 백화점, 쇼핑센터, 대형마트, 기업형 슈퍼, 유흥업소, 사행성업소, 프랜차이즈 직영매장 중 본사가 인천이 아닌 사업장, 사업장은 인천에 있으나 결제 단말기가 타 지역으로 등록되어 있는 매장 등으로 사용이 제한되어 있음. 「인천사랑상품권 발행 및 운영 조례」 제8조에 업종이 제시됨.

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

○ 인천e음의 발행 및 운영 위탁

- 「인천사랑상품권 발행 및 운영 조례」 제12조에 근거함.

제12조(인천e음의 발행 및 운영 위탁) ① 시장은 법 제18조제1항에 따라 인천e음의 발행 및 운영에 관한 다음 각 호의 업무를 출자·출연기관, 법인 및 단체에게 위탁할 수 있다.

1. 상품권의 발행 및 운영
2. 시스템 유지보수

2) 민간기업 설립·운영(2안)

○ 근거 : 「상법」

제170조(회사의 종류) 회사는 합명회사, 합자회사, 유한책임회사, 주식회사와 유한회사의 5종으로 한다.[전문개정 2011. 4. 14.]

제317조(설립의 등기) ①주식회사의 설립등기는 발기인이 회사설립시에 발행한 주식의 총수를 인수한 경우에는 제299조와 제300조의 규정에 의한 절차가 종료한 날로부터, 발기인이 주주를 모집한 경우에는 창립총회가 종결한 날 또는 제314조의 규정에 의한 절차가 종료한 날로부터 2주간내에 이를 하여야 한다.

○ 임원 선임

- 제296조(발기설립의 경우의 임원선임), 제312조(임원의 선임)에 근거함.

제296조(발기설립의 경우의 임원선임) ①전조의 규정에 의한 납입과 현물출자의 이행이 완료된 때에는 발기인은 지체없이 의결권의 과반수로 이사와 감사를 선임하여야 한다.②발기인의 의결권은 그 인수주식의 1주에 대하여 1개로 한다.

제312조(임원의 선임) 창립총회에서는 이사와 감사를 선임하여야 한다.

○ 설립 등기

- 제317조(설립의 등기)에 근거함.

. 발기설립 시 정관에 변태설립사항이 없는 경우

: 이사·감사의 조사·보고가 종료한 날부터 2주 이내

. 발기설립 시 정관에 변태설립사항이 있는 경우

: 감사인의 조사절차 및 법원의 변경처분 절차가 종료한 날부터 2주 이내

. 모집설립의 경우

: 창립총회가 종결한 날 또는 창립총회에서 변태설립사항의 변경절차가 종료한 날부터 2주 이내

제317조(설립의 등기) ①주식회사의 설립등기는 발기인이 회사설립시에 발행한 주식의 총수를 인수한 경우에는 제299조와 제300조의 규정에 의한 절차가 종료한 날로부터, 발기인이 주주를 모집한 경우에는 창립총회가 종결한 날 또는 제314조의 규정에 의한 절차가 종료한 날로부터 2주간내에 이를 하여야 한다.

②제1항의 설립등기에 있어서는 다음의 사항을 등기하여야 한다. <개정 1962. 12. 12., 1984. 4. 10., 1995. 12. 29., 1999. 12. 31., 2009. 1. 30., 2011. 4. 14.>

1. 제289조제1항제1호 내지 제4호, 제6호와 제7호에 기재한 사항

2. 자본금의 액

3. 발행주식의 총수, 그 종류와 각종주식의 내용과 수

3의2. 주식의 양도에 관하여 이사회에 승인을 얻도록 정한 때에는 그 규정

3의3. 주식매수선택권을 부여하도록 정한 때에는 그 규정

3의4. 지점의 소재지

4. 회사의 존립기간 또는 해산사유를 정한 때에는 그 기간 또는 사유

5. 삭제 <2011. 4. 14.>

6. 주주에게 배당할 이익으로 주식을 소각할 것을 정한 때에는 그 규정

7. 전환주식을 발행하는 경우에는 제347조에 기재한 사항

8. 사내이사, 사외이사, 그 밖에 상무에 종사하지 아니하는 이사, 감사 및 집행임원의 성명과 주민등록번호

9. 회사를 대표할 이사 또는 집행임원의 성명·주민등록번호 및 주소

10. 둘 이상의 대표이사 또는 대표집행임원이 공동으로 회사를 대표할 것을 정한 경우에는 그 규정

11. 명의개서대리인을 둔 때에는 그 상호 및 본점소재지

12. 감사위원회를 설치한 때에는 감사위원회 위원의 성명 및 주민등록번호

③ 주식회사의 지점 설치 및 이전 시 지점소재지 또는 신지점소재지에서 등기를 할 때에는 제289조제1항제1호·제2호·제6호 및 제7호와 이 조 제2항제4호·제9호 및 제10호에 따른 사항을 등기하여야 한다. <개정 2011. 4. 14.>

④제181조 내지 제183조의 규정은 주식회사의 등기에 준용한다.

○ 주주 모집

- 제301조(모집설립의 경우의 주식모집)에 근거함.

제301조(모집설립의 경우의 주식모집) 발기인이 회사의 설립시에 발행하는 주식의 총수를 인수하지 아니하는 때에는 주주를 모집하여야 한다.

○ 현물출자 증명

- 제299조의2(현물출자 등의 증명)에 근거함.

제299조의2(현물출자 등의 증명) 제290조제1호 및 제4호에 기재한 사항에 관하여는 공증인의 조사·보고로, 제290조제2호 및 제3호의 규정에 의한 사항과 제295조의 규정에 의한 현물출자의 이행에 관하여는 공인된 감정인의 감정으로 제299조제1항의 규정에 의한 검사인의 조사에 갈음할 수 있다. 이 경우 공증인 또는 감정인은 조사 또는 감정결과를 법원에 보고하여야 한다. <개정 1998. 12. 28.> [본조신설 1995. 12. 29.]

○ 창립총회

- 제308조(창립총회)에 근거함.

제308조(창립총회) ①제305조의 규정에 의한 납입과 현물출자의 이행을 완료한 때에는 발기인은 지체없이 창립총회를 소집하여야 한다.

②제363조제1항·제2항, 제364조, 제368조제2항·제3항, 제368조의2, 제369조제1항, 제371조제2항, 제372조, 제373조, 제376조 내지 제381조와 제435조의 규정은 창립총회에 준용한다. <개정 1984. 4. 10., 2014. 5. 20.>

○ 해산 관련

- 제176조(회사의 해산명령), 제517조(해산사유)에 근거함.

제176조(회사의 해산명령) ①법원은 다음의 사유가 있는 경우에는 이해관계인이나 감사의 청구에 의하여 또는 직권으로 회사의 해산을 명할 수 있다.

1. 회사의 설립목적이 불법한 것인 때

2. 회사가 정당한 사유없이 설립후 1년내에 영업을 개시하지 아니하거나 1년 이상 영업을 휴지하는 때
 3. 이사 또는 회사의 업무를 집행하는 사원이 법령 또는 정관에 위반하여 회사의 존속을 허용할 수 없는 행위를 한 때
 ②전항의 청구가 있는 때에는 법원은 해산을 명하기 전일지라도 이해관계인이나 감사의 청구에 의하여 또는 직권으로 관리인의 선임 기타 회사재산의 보전에 필요한 처분을 할 수 있다.
 ③이해관계인이 제1항의 청구를 한 때에는 법원은 회사의 청구에 의하여 상당한 담보를 제공할 것을 명할 수 있다.
 ④회사가 전항의 청구를 함에는 이해관계인의 청구가 악의임을 소명하여야 한다

제517조(해산사유) 주식회사는 다음의 사유로 인하여 해산한다. <개정 1998. 12. 28.>

1. 제227조제1호, 제4호 내지 제6호에 정한 사유
 1의2. 제530조의2의 규정에 의한 회사의 분할 또는 분할합병
2. 주주총회의 결의

3) 스마트주식회사 중심(3안)

○ 근거 : 「지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률」

제2조(적용 대상 등) ① 이 법은 지방자치단체가 설립하고 제5조에 따라 지정·고시된 출자기관 또는 출연기관(이하 "출자·출연 기관"이라 한다)에 대하여 적용한다. 이 경우 출자기관은 지방자치단체의 지분(대통령령으로 정하는 방법과 산정 기준에 따라 계산한 것을 말한다. 이하 같다)이 100분의 10 이상인 경우를 말한다.

제4조(지방자치단체의 출자·출연과 대상 사업 등) ② 제1항에 따라 지방자치단체가 출자하거나 출연하는 비율을 산정할 때에 그 지방자치단체가 설립한 출자·출연 기관 또는 지방공기업이 출자하거나 출연한 경우에는 그 지방자치단체가 출자하거나 출연한 것으로 본다. <개정 2019. 12. 3.>

○ 적용 대상 사업 검토

- 제4조(지방자치단체의 출자·출연과 대상 사업 등) 제1항에 근거함.

제4조(지방자치단체의 출자·출연과 대상 사업 등) ① 1. 문화, 예술, 장학(獎學), 체육, 의료 등의 분야에서 주민의 복리 증진에 이바지할 수 있는 사업
 2. 지역주민의 소득을 증대시키고 지역경제를 발전시키며 지역개발을 활성화하고 촉진하는 데에 이바지할 수 있다고 인정되는 사업

○ 재정 지원

- 제20조(재정 지원)에 근거함.

제20조(재정 지원) ① 지방자치단체는 제4조제1항 각 호의 사업을 위하여 필요하다고 인정되는 경우에는 해당 출자·출연 기관에 출자금·출연금 또는 보조금을 교부할 수 있다.
② 제1항에도 불구하고 제24조에 해당하거나 해당할 것으로 예상되는 출자·출연 기관에 대해서는 재정 지원을 할 수 없다.
③ 출자금·출연금 또는 보조금의 교부·관리 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

○ 주주권 행사

- 제23조(지방자치단체의 주주권 행사)에 근거함.

제23조(지방자치단체의 주주권 행사) 지방자치단체가 출자기관에 대하여 소유하는 주식에 대한 주주권(株主權)은 지방자치단체의 장이나 지방자치단체의 장이 지정하는 소속 공무원이 행사한다.

○ 해산 관련

- 제24조(출자·출연 기관의 해산 요청 등)에 근거함.

제24조(출자·출연 기관의 해산 요청 등) ① 지방자치단체의 장은 출자기관에 대한 해당 지방자치단체의 지분이 100분의 10 미만이었을 때에는 지체 없이 지방의회의 의결을 거쳐 소유한 주식을 전부 처분하거나 다른 사람의 주식을 인수하는 등 필요한 조치를 하여야 한다.
② 지방자치단체의 장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생한 출자·출연 기관에 대해서는 해산을 요청하는 등 필요한 조치를 하여야 한다.
1. 설립 목적의 달성, 존립기간의 만료, 그 밖에 조례나 정관으로 정한 해산 사유가 발생한 경우
2. 합병하거나 파산한 경우
3. 법원의 명령 또는 판결에 따라 해산 사유가 발생한 경우
4. 제30조제1항에 따라 경영진단을 실시하여 같은 조 제3항제3호에 따라 해산을 청구하거나 민영화 추진의 대상 기관으로 정하여진 경우
③ 제2항에 따라 해산되는 출자·출연 기관의 해산 절차와 방법 등은 관계 법령과 해당 기관의 정관으로 정하는 바에 따른다.

2. 기존 및 신규사업 검토

- 인천e음 플랫폼 사업의 타당성 검토를 위해 최소 작년(2019년)부터 계속 진행되고 있는 기존 사업 5개와 2020년부터 계획하여 운영 중이거나 향후 운영 예정인 신규 사업 5개를 대상으로 함.
- 각 사업에 대해 법률적, 공공성, 수익성 관점에서 정성 분석 결과를 바탕으로 사업의 타당성을 종합적으로 검토, 평가하고자 함.
 - 법률적 관점은 상법, 출자출연법을 근거로 활용함.
 - 공공성 관점은 시 차원이나 이용자의 접근성, 편의성을 검토함.
 - 수익성 관점은 시 차원, 시민, 소상공인 등으로 대상을 나누어 검토함.

1) 기존사업 검토

(1) 혜택⁺가맹점 활성화

- 법률적 관점
 - 출자출연법 제4조제2호에서 명시된 지역경제의 발전 등을 기대할 수 있음.
 - 상법 상 해당되는 내용 없음.
- 공공성 관점
 - 시민, 소상공인 등 인천e음을 이용하는 이용자 모두의 경제적 이익이 예상되므로 공공성이 보장됨.
 - 시 차원 자체 홍보, 군·구 협조를 통한 가맹점 모집, 상점가 조성 지원을 통한 구도심 상권 활성화 등은 공공성을 보장하고 있음.
- 수익성 관점
 - 시 차원은 역외소비 방지 및 지역 선순환 경제 구현으로 수익성이 예상됨.
 - 소상공인은 카드 수수료 절감, 매출 증대 등을 통해 수익이 발생할 수 있음.
- 종합 검토 결과
 - 법률적 관점은 출자출연법 적용 대상으로 충족하고 있으며, 공공성 및 수익성 관점 모두 매우 적합함.

(2) 인천e몰 및 인천굿즈 활성화

○ 법률적 관점

- 출자출연법 제4조제2호에서 명시된 지역 주민의 소득 증대, 지역경제의 발전 등을 기대할 수 있음.
- 상법 제46조(기본적 상행위)에 해당되는 내용임.

○ 공공성 관점

- 시 차원의 진행으로 인천지역 업체(소상공인)를 대상으로 공공성을 확보함.
- 인천e음 이용자의 접근성 차원에서 최저가 시민복지몰인 본 사업 내용은 시민을 대상으로 이미 공공성이 보장되어 있음.

○ 수익성 관점

- 시 차원, 시민 대상 별도의 수익은 없음.
- 소상공인 대상으로 인천 외 지역은 매출수수료가 부과되는 등 타 지자체와 구별되는 것과 입점 및 매출수수료 지원(무료)은 수익성이 있음.

○ 종합 검토 결과

- 법률적 관점은 출자출연법, 상법 모두 적용 대상으로 충족하고 있으며, 공공성(시민 대상) 및 수익성(소상공인 대상) 관점 모두 적합함.

(3) 전화주문앱

○ 법률적 관점

- 시민 대상으로는 출자출연법 제4조제1호에서 명시된 주민의 복리 증진, 소상공인 대상으로는 동법 제4조제2호의 지역주민의 소득 증대, 지역경제의 발전 등을 기대할 수 있음.
- 상법 상 해당되는 내용 없음.

○ 공공성 관점

- 시 차원에서 소상공인을 지원하는 것과 군·구별 협동조합을 설립하여 운영함으로써 공공성을 보장함.
- 시민 대상으로 누구나 이용할 수 있는 편의성을 제고하여 공공성을 확보함.

○ 수익성 관점

- 시 차원, 시민 대상 별도의 수익은 없음.
- 소상공인 대상으로 입점 및 매출수수료 지원(무료)은 수익성이 있음.

○ 종합 검토 결과

- 법률적 관점은 출자출연법 적용 대상으로 충족하고 있으며, 공공성(시민 및 소상공인) 및 수익성(소상공인 대상) 관점 모두 매우 적합함.

(4) 송금서비스

○ 법률적 관점

- 출자출연법 제4조제1호에서 명시된 주민의 복리 증진을 기대할 수 있음.
- 상법 상 해당되는 내용 없음.

○ 공공성 관점

- 시 차원의 진행으로 지역 공동체 강화를 목표로 할 수 있기 때문에 공공성을 추구하는 것으로 간주함.
- 인천e음 이용자의 접근성을 극대화함으로 공공성을 보장함.

○ 수익성 관점

- 본 서비스 이용 시 인천e음 이용자는 평균 400원 정도 소요되는 주거래 은행의 수수료 부담을 해소하여 무료로 이용할 수 있음.
- 송금 받은 상품권을 사용할 때도 캐시백이 지급되어 각종 모임이나 단체의 경우 캐시백을 통한 부가수입을 모임의 재정에 활용함.

○ 종합 검토 결과

- 법률적 관점은 출자출연법 적용 대상으로 충족하고 있으며, 공공성(지역사회 공동체, 시민 대상) 및 수익성(시민, 소상공인 대상) 관점 모두 적합함.

(5) 클라우드 펀딩

○ 법률적 관점

- 출자출연법 제4조제2호에서 명시된 지역개발 활성화 등을 기대할 수 있음.
- 상법 상 해당되는 내용 없음(청년 창업지원은 중소기업창업지원법이 해당함).

○ 공공성 관점

- 인천e음 이용자 중 전 계층에 해당하지 않지만, 기존 시장에서 경쟁 상 밀릴 수 있는 초기 창업을 고려중인 청년을 대상으로 지원하여 공공성을 보장함.

○ 수익성 관점

- 시 차원 지자체는 해당 사업의 차주로 일부 수익성이 예상됨.
- 청년을 제외한 시민, 소상공인은 별도의 수익이 없음.

○ 종합 검토 결과

- 법률적 관점은 출자출연법 적용 대상으로 충족하고 있으며, 공공성(청년) 및 수익성(지자체) 관점에서 일부 적합함.

[표 4-1] 기존 사업의 법적·제도적 타당성 검토

구분	법률적 관점	공공성 관점	수익성 관점	종합 검토 결과
혜택* 가맹점	출자출연법은 적용 (지역경제의 발전), 상법은 미적용임.	시민, 소상공인, 시 모두 공공성 보장	시 차원만 수익성이 예상되며, 시민 및 소상공인은 미대상	법률적 관점(출자출 연법) 충족, 공공성 및 수익성 적합
인천e몰· 인천굿즈	출자출연법(지역 주 민 소득 증대, 지역 경제의 발전), 상법 (기본적 상행위) 적용	시민, 소상공인 모두 공공성 보장	소상공인만 수익성 예상, 시 차원 및 시 민 미대상	법률적 관점(출자출 연법, 상법) 충족, 공공성 및 수익성 적합
전화주문앱	출자출연법(시민, 소 상공인 대상), 상법은 미적용임.	시민, 소상공인 등 지원 공공성 보장	소상공인만 수익성 예상, 시 차원 및 시 민 미대상	법률적 관점(출자출 연법) 충족, 공공성 (시민, 소상공인) 및 수익성(소상공인) 적합
송금 서비스	출자출연법(시민, 소 상공인 대상), 상법은 미적용임.	시민, 소상공인, 시 모두 공공성 보장	인천e음 이용자의 수익성이 있음	법률적 관점(출자출 연법) 충족, 공공성 (시민, 소상공인) 및 수익성 적합
클라우드 펀딩	출자출연법(지역개발 측면), 상법은 미적용 임.	시민 중 청년창업을 위한 대상 중심으로 공공성 보장	시 차원, 청년 수익, 그 외 시민 및 소상공 인 수익 없음.	법률적 관점(출자출 연법) 충족, 공공성 (청년) 및 수익성 (시) 일부 적합

2) 신규사업 검토

(1) 공유경제물

○ 법률적 관점

- 개인의 재능 및 자산, 사회적인 기업, 일자리, 공간 등을 거래하는 것으로 출자출연법 상 해당되는 내용 없음.
- 상법 상 해당되는 내용 없음.

○ 공공성 관점

- 개인 간 자신이 보유한 유·무형 자산의 P2P 거래를 통해 자원재활용 친환경 운동 등으로 공공성을 추구함.

○ 수익성 관점

- 시는 공간을 제공하는 역할만을 수행함.
- 거래로 인해 직접적인 경제적 이익은 아니더라도, 거래 책임인 당사자들 간에 교환을 통해 개인 간에 수익이 발생함.

○ 종합 검토 결과

- 법률적 관점, 수익성 관점은 없으며 개인 간 거래로 공공성만 일부 충족됨.

(2) 기부 서비스

○ 법률적 관점

- 출자출연법 제4조제2호에서 명시된 지역 주민의 소득 증대, 지역경제의 발전 등을 기대할 수 있음.
- 상법 상 해당되는 내용 없음.

○ 공공성 관점

- 지역 공동체 강화라는 인천e음의 도입 목적과 일치하여 공공성을 확보함.
- 캐시백 기부로 시민 간에 공동의식 형성을 예상함.

○ 수익성 관점

- 시 차원, 시민, 소상공인 대상 별도의 수익은 없음.

○ 종합 검토 결과

- 이윤을 창출하는 경제적 수익성을 추구하기보다 지역경제의 발전이나 주민의 삶의 질 향상, 공동체 강화 등의 목표로 하는 공공성은 충족됨.

(3) 무료 컨설팅

○ 법률적 관점

- 출자출연법 상 해당되는 내용이 없음.
- 상법에 직접적인 조항은 없지만, 노무, 경영, 법무 등을 컨설팅하여 기업이나 기관의 운영에 일조할 수 있는 간접적 기능을 수행함.

○ 공공성 관점

- 인천지역 소상공인을 대상으로 공공성을 확보함.
- 시민과 시에서는 서비스의 대상에서 제외되어 공공성이 부족함.

○ 수익성 관점

- 무료로 진행되는 사업 특성 상 수익이 발생할 수 없음.
- 섭외 등 예상되는 지출 또한 비용이 아닌 편익으로 보는 것이 바람직함.

○ 종합 검토 결과

- 법률상 적용은 해당하고 수익성은 부적합함.
- 소상공인을 대상으로 일부 공공성에서 적합함.

(4) 쿠폰 발행

○ 법률적 관점

- 출자출연법 제4조제2호에서 명시된 지역 주민의 소득 증대, 지역경제의 발전 등을 기대할 수 있음.
- 상법 제46조(기본적 상행위)를 지원할 수 있는 내용임.

○ 공공성 관점

- 시 차원의 진행으로 인천지역 업체(소상공인)를 대상으로 공공성을 확보함.
- 저소득층, 특수형태 종사자 등 일부 지원이 필요할 것으로 요구되는 계층에 대해 생계비 지원을 목적으로 하여 공공성을 추구함.

○ 수익성 관점

- 지급된 쿠폰은 회수율을 예상할 수 없으며, 수익성 또한 예측이 어려움.
- 시 차원, 시민 대상 별도의 수익은 없음.

○ 종합 검토 결과

- 법률적 관점은 출자출연법 적용 대상으로 충족하고 있으며, 일부 지원 필요 계층을 대상으로 공공성을 확보함.
- 수익성은 지급하는 양에 비해 수익을 가늠할 수 없음.

(5) 그룹핑

○ 법률적 관점

- 출자출연법 상 해당되는 내용 없음.
- 상법 상 해당되는 내용 없음.

○ 공공성 관점

- 시민, 소상공인이 각각 포인트 공유, 공동 활용하는 것으로 공공성을 확보함.

○ 수익성 관점

- 시 차원, 별도의 수익은 없음.
- 시민 공동 활용은 수익이 발생하지 않음.
- 소상공인의 공동 마케팅 지원은 수익이 예상됨.

○ 종합 검토 결과

- 법률적 관점은 출자출연법, 상법 모두 적용 대상으로 충족하고 있으며, 공공성(시민 대상) 및 수익성(소상공인 대상) 관점 모두 적합함.

[표 4-2] 신규 사업의 법적·제도적 타당성 검토

	법률적 관점	공공성 관점	수익성 관점	종합 검토 결과
공유경제물	출자출연법, 상법 모두 미적용임.	개인 간 자산의 P2P 거래로 공공성 추구	시는 공간 제공만 역할 수행, 시 및 시민 모두 수익성 없음.	개인 간 거래 공공성만 일부 충족
기부 서비스	출자출연법(지역 주민 소득 증대, 지역경제의 발전) 적용, 상법 미적용임.	인천e음 도입 목적(지역 공동체 강화) 일치, 시민 간 공동의식 형성	시, 시민, 소상공인 대상 수익 없음.	지역경제 발전, 주민의 삶의 질 향상, 공동체 강화 목표로 공공성을 충족함.
무료 컨설팅	출자출연법은 미적용, 상법은 간접적으로 기능을 수행함.	소상공인 대상으로 공공성 확보, 시민 및 시 차원은 대상에서 제외됨.	수익 발생하지 않음.	소상공인 대상 일부 공공성에서 적합함.
쿠폰발행	출자출연법(지역주민 소득 증대, 지역경제 발전), 상법은 간접적 지원 내용	소상공인의 공공성 보장, 시민 중 지원 필요 계층 대상에게 생계비 등 공공성 추구	회수율 예상 등의 어려움으로 수익성 예측 불가. 시 차원 및 시민 대상 수익은 없음.	법률적 관점은 충족하고, 일부 지원 계층 대상으로 공공성을 확보함. 수익성은 없음.
그룹핑	출자출연법, 상법 모두 미적용임.	시민, 소상공인 모두 공공성 보장	시 차원 수익 없음. 소상공인의 공동 마케팅 지원만 수익이 예상됨.	법률적 관점(출자출연법) 충족, 공공성(청년) 및 수익성(시) 일부 적합

3. 운영 형태별 기관의 출자범위 검토

1) 현재 상황 유지(1안)

○ 현재 인천e음은 인천광역시와 코나아이 두 주체가 참여하고 있으며, 출자는 이루어지지 않고 있음.

- 시에서는 운영비 지원, 이용자를 대상으로 캐시백 재정을 지원함.
- 코나아이에서는 인천e음 플랫폼에 대해 위탁운영하고 있음.

2) 민간기업 설립·운영(2안)

(1) 운영주체 관점

○ 코나아이 중심의 상법 상 주식회사가 운영할 경우 상법 제317조에 의거하여 설립근거를 찾을 수 있음.

제317조(설립의 등기) ①주식회사의 설립등기는 발기인이 회사설립시에 발행한 주식의 총수를 인수한 경우에는 제299조와 제300조의 규정에 의한 절차가 종료한 날로부터, 발기인이 주주를 모집한 경우에는 창립총회가 종결한 날 또는 제314조의 규정에 의한 절차가 종료한 날로부터 2주간내에 이를 하여야 한다.

②제1항의 설립등기에 있어서는 다음의 사항을 등기하여야 한다. <개정 1962. 12. 12., 1984. 4. 10., 1995. 12. 29., 1999. 12. 31., 2009. 1. 30., 2011. 4. 14.>

1. 제289조제1항제1호 내지 제4호, 제6호와 제7호에 기재한 사항
2. 자본금의 액
3. 발행주식의 총수, 그 종류와 각종주식의 내용과 수
 - 3의2. 주식의 양도에 관하여 이사회의 승인을 얻도록 정한 때에는 그 규정
 - 3의3. 주식매수선택권을 부여하도록 정한 때에는 그 규정
 - 3의4. 지점의 소재지
4. 회사의 존립기간 또는 해산사유를 정한 때에는 그 기간 또는 사유
5. 삭제 <2011. 4. 14.>
6. 주주에게 배당할 이익으로 주식을 소각할 것을 정한 때에는 그 규정
7. 전환주식을 발행하는 경우에는 제347조에 기재한 사항
8. 사내이사, 사외이사, 그 밖에 상무에 종사하지 아니하는 이사, 감사 및 집행임원의 성명과 주민등록번호
9. 회사를 대표할 이사 또는 집행임원의 성명·주민등록번호 및 주소
10. 둘 이상의 대표이사 또는 대표집행임원이 공동으로 회사를 대표할 것을 정한 경우에는 그 규정

- 11. 명의개서대리인을 둔 때에는 그 상호 및 본점소재지
- 12. 감사위원회를 설치한 때에는 감사위원회 위원의 성명 및 주민등록번호
- ③ 주식회사의 지점 설치 및 이전 시 지점소재지 또는 신지점소재지에서 등기를 할 때에는 제289조제1항제1호·제2호·제6호 및 제7호와 이 조 제2항제4호·제9호 및 제10호에 따른 사항을 등기하여야 한다. 〈개정 2011. 4. 14.〉
- ④ 제181조 내지 제183조의 규정은 주식회사의 등기에 준용한다

(2) 사업추진 관점

○ 주식회사가 법률(상법)에 근거하여 인천e음과 관련하여 할 수 있는 업무는 다음과 같음.

- 제46조(기본적 상행위)
- 제6장 중개업 제93조(의의)
- 제9장 운송업 제125조(의의)

제46조(기본적 상행위) 영업으로 하는 다음의 행위를 상행위라 한다. 그러나 오로지 임금을 받을 목적으로 물건을 제조하거나 노무에 종사하는 자의 행위는 그러하지 아니하다. 〈개정 1995. 12. 29., 2010. 5. 14.〉

- 7. 광고, 통신 또는 정보에 관한 행위
- 8. 수신·여신·환 기타의 금융거래
- 10. 상행위의 대리의 인수
- 11. 중개에 관한 행위
- 12. 위탁매매 기타의 주선에 관한 행위
- 22. 신용카드, 전자화폐 등을 이용한 지급결제 업무의 인수

제93조(의의) 타인간의 상행위의 중개를 영업으로 하는 자를 중개인이라 한다.

제125조(의의) 육상 또는 호천, 항만에서 물건 또는 여객의 운송을 영업으로 하는 자를 운송인이라 한다.

○ 지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률 제4조제2항에 의거하여 사업의 확장성 및 시의 재정 부담 완화를 위해 도시공사, 교통공사, 관광공사 등을 포함할 수 있음.

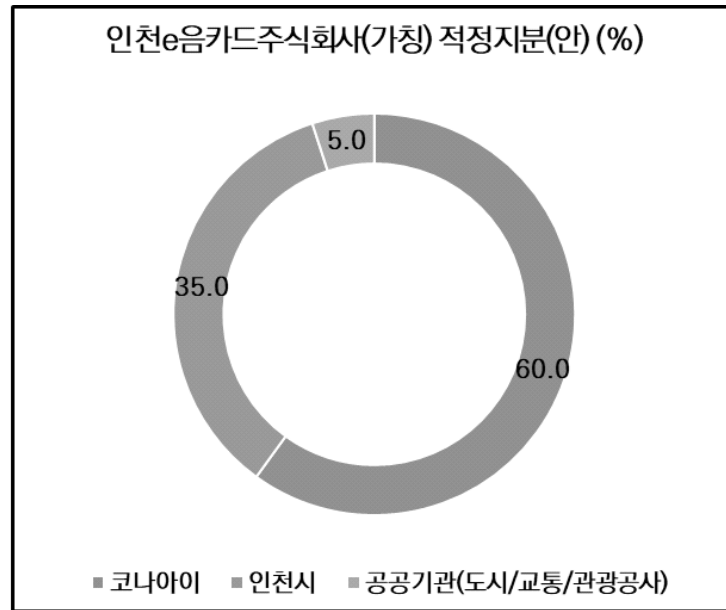
제4조(지방자치단체의 출자·출연과 대상 사업 등) ① 지방자치단체는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업 ② 제1항에 따라 지방자치단체가 출자하거나 출연하는 비율을 산정할 때에 그 지방자치단체가 설립한 출자·출연 기관이 출자하거나 출연한 경우에는 그 지방자치단체가 출자하거나 출연한 것으로 본다.

(3) 적정지분(안)

- 지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률 제24조에 의거하여 지자체는 최소 10% 이상의 지분을 보유하고 있어야 함.
- 아울러, 시 차원에서 공공성을 확보하도록 지분을 보유하도록 하고, 수익사업을 할 수 없지만 출자 비율에 따른 수익 발생 시 예산으로 환원할 수 있도록 함.
 - 인천시에서는 1/3 이상인 35% 지분을 확보하도록 하고, 향후 지분의 확장에 대해 조율할 수 있도록 함.
- 출자·출연 비율 관련 인천도시공사, 인천교통공사, 인천관광공사 등 공사의 출자, 지분 참여를 유도함(출자출연법 제4조).
 - 기관의 출자 참여 관련 현실적인 여건을 고려하여 최소 5% 수준으로 설정하고, 향후 지분의 확장에 대해 조율할 수 있도록 함.
- 민간 차원에서 회사의 경영권을 안정적으로 확보할 수 있는 과반수 지분을 가지는 지분을 설정하여 혁신성을 극대화할 수 있도록 함.
 - 민간기업의 지분을 최소 50%+1주로 60% 정도의 수준을 설정함.

[표 4-3] 민간기업 설립·운영(2안)의 적정지분(안)

최소 10% 보유	35%	50%+1주
10% 미만 시에는 지체 없이 지방의회의 의결을 거쳐 소유한 주식을 전부 처분(해산 사유), 다른 사람의 주식을 인수하는 등 조치가 이루어짐.	단독 출석 시 특별결의사항(정관변경, 이사 및 감사의 해임 등) 통과 가능-상법 제434조	(과반이 되는 최소한의 지분, 전체 지분의 67% 미만): 보통결의사항 통과 가능

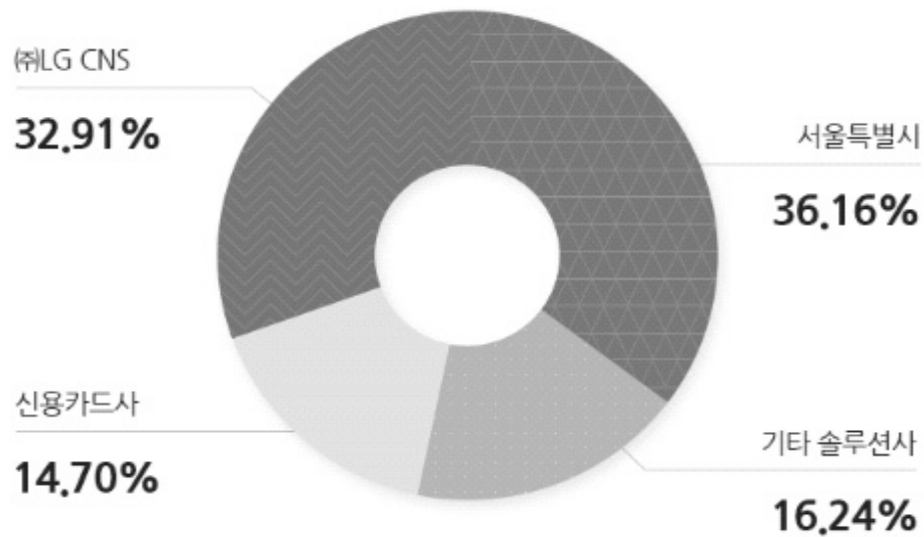


[그림 4-1] 2안의 적정지분(안)

(4) 유사 사례

○ (주)티머니

- (주)티머니의 주주구성을 보면 서울특별시 36.16%, (주)LG CNS, 기타 솔루션사, 신용카드사가 지분을 각각 32.91%, 16.24%, 14.70% 가지고 있음.



출처 : (주)티머니 웹사이트(<https://www.tmoney.co.kr/>)

- 이익배당이나 잔여 재산분 배에 있어 어떠한 제한, 우선권도 주어지지 않는 주식인 기본주(common shares 또는 common stocks) 형태로 2020년 12월 기준 11,934,085주, 자본 59,670백만원임((주)티머니 웹사이트 참조).

3) 스마트주식회사 중심(3안)

(1) 운영주체 관점

○ 인천스마트시티는 인천경제자유구역(IFEZ)의 스마트시티 구축·운영 사업 대행, 도시개발사업 정보통신기술(ICT) 설계·구축·운영 등을 사업영역으로 하는 시의 출자회사임.

- 2012년 인천 유시티로 설립되어 운영 당시에 시가 최대 주주로 지분 28.57%, 12개 민간주주가 나머지 71.43% 지분을 보유한 바 있음.

- 시 지분을 51%로 확대하기 위해 추가 출자금 7억8500만원에 대한 동의안을 제출했지만, 지분율 100% 확보를 미리 앞당기는 차원에서 22억1500만원을 더해 총출자금 30억원의 투입으로 2018년 4월부로 시 지분 100%를 확보함.

○ 추진사업의 특성 반영은 참여기관별 출자(현금 또는 현물)비율에 의한 배분이 되어야 함.

- 현물출자 시 가치평가가 필요함.

※ 인천광역시 공기업 및 출자·출연기관의 지분 참여 시에 인천광역시 출자·출연 비율로 간주함(지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률 제4조).

제4조(지방자치단체의 출자·출연과 대상 사업 등) ① 지방자치단체는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업을 효율적으로 수행하기 위하여 자본금 또는 재산의 전액을 출자 또는 출연하거나 지방자치단체 외의 자(외국인 및 외국법인을 포함한다)와 공동으로 출자하거나 출연하여 「상법」에 따른 주식회사나 「민법」 또는 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」에 따른 재단법인을 설립할 수 있다.

1. 문화, 예술, 장학(獎學), 체육, 의료 등의 분야에서 주민의 복리 증진에 이바지할 수 있는 사업
2. 지역주민의 소득을 증대시키고 지역경제를 발전시키며 지역개발을 활성화하고 촉진하는데에 이바지할 수 있다고 인정되는 사업

② 제1항에 따라 지방자치단체가 출자하거나 출연하는 비율을 산정할 때에 그 지방자치단체가 설립한 출자·출연 기관 또는 지방공기업이 출자하거나 출연한 경우에는 그 지방자치단체가 출자하거나 출연한 것으로 본다. <개정 2019. 12. 3.>

③ 출자·출연 기관과 관련한 다음 각 호의 사항은 해당 지방자치단체의 조례로 정한다.

1. 설립 목적
2. 주요 업무와 사업
3. 출자 또는 출연의 근거와 방법
4. 그 밖에 기관의 운영 등에 관한 기본적인 사항

(2) 사업추진 관점

- 지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률 제24조(출자·출연 기관의 해산 요청 등)에 의거하여, 인천시는 최소 10%의 지분을 확보해야 함. 10% 미만 시 지체 없이 지방의회의 의결을 거쳐 소유한 주식을 전부 처분, 다른 사람의 주식을 인수하는 등 조치가 이루어짐.

제24조(출자·출연 기관의 해산 요청 등) ① 지방자치단체의 장은 출자기관에 대한 해당 지방자치단체의 지분이 100분의 10 미만이 되었을 때에는 지체 없이 지방의회의 의결을 거쳐 소유한 주식을 전부 처분하거나 다른 사람의 주식을 인수하는 등 필요한 조치를 하여야 한다.

② 지방자치단체의 장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생한 출자·출연 기관에 대해서는 해산을 요청하는 등 필요한 조치를 하여야 한다.

1. 설립 목적의 달성, 존립기간의 만료, 그 밖에 조례나 정관으로 정한 해산 사유가 발생한 경우
2. 합병하거나 파산한 경우
3. 법원의 명령 또는 판결에 따라 해산 사유가 발생한 경우
4. 제30조제1항에 따라 경영진단을 실시하여 같은 조 제3항제3호에 따라 해산을 청구하거나 민영화 추진의 대상 기관으로 정하여진 경우

③ 제2항에 따라 해산되는 출자·출연 기관의 해산 절차와 방법 등은 관계 법령과 해당 기관의 정관으로 정하는 바에 따른다.

- 지분의 비중과는 달리 사업추진에서는 비중을 고려하지 않고 시에서 하는 사업의 경우 공공성을 확보한 것으로 간주 가능함.
- 지방자치단체 출자·출연 기관의 운영에 관한 법률 제20조(재정 지원)에 의거하여 재정 지원을 받을 수 있음.

- ① 지방자치단체는 제4조제1항 각 호의 사업을 위하여 필요하다고 인정되는 경우에는 해당 출자·출연 기관에 출자금·출연금 또는 보조금을 교부할 수 있다.
- ② 제1항에도 불구하고 제24조에 해당하거나 해당할 것으로 예상되는 출자·출연 기관에 대해서는 재정 지원을 할 수 없다.
- ③ 출자금·출연금 또는 보조금의 교부·관리 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

- 동법 제4조제2항에 의거하여 사업의 확장성 및 시의 재정 부담 완화를 위해 도시공사, 교통공사, 관광공사 등을 포함할 수 있음. 이 때 인천광역시 공기업 및 출자·출연기관의 지분 참여 시에 인천광역시 출자·출연 비율로 간주함.

제4조(지방자치단체의 출자·출연과 대상 사업 등) ① 지방자치단체는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업 ② 제1항에 따라 지방자치단체가 출자하거나 출연하는 비율을 산정할 때에 그 지방자치단체가 설립한 출자·출연 기관이 출자하거나 출연한 경우에는 그 지방자치단체가 출자하거나 출연한 것으로 본다.

(3) 적정지분(안)

- 지분 및 사업 성격에 의한 공공성 확보가 우선되어야 함.
 - 50%+1주, 즉 지분의 과반수 확보를 통해 보통 결의사항을 통과함.
 - 지자체 출자·출연기관 특성 상 최소 10% 이상 확보가 필요함.
- 현재 인천e음의 플랫폼 개발비 및 특허가치에 대한 산정이 필요함.

[표 4-4] 스마트주식회사 중심(3안)의 적정지분(안)

최소 10% 보유	50%+1주	100%
10% 미만 시에는 지체 없이 지방의회의 의결을 거쳐 소유한 주식을 전부 처분(해산 사유), 다른 사람의 주식을 인수하는 등 조치가 이루어짐.	(과반이 되는 최소한의 지분, 전체 지분의 67% 미만): 보통 결의사항 통과 가능	현재 체제 (인천스마트시티 주식회사)

(4) 출자출연기관 사례

- 자치단체, 자치단체 + 공공기관, 민간 등 지분 소유에 사업성격에 따라 지분구조가 명확함.
- 50% 이상 지분을 소유한 자치단체는 파주시 1곳으로 67.68%임.
 - 50% 이상 지분을 소유하지 않은 자치단체는 부산시, 세종시, 강릉시, 임실군, 경상남도 등 5곳으로 평균 86.5%임.
 - 민간이 50% 이상 지분 소유한 자치단체는 광주시, 용인시, 강원도, 영월군, 인제군, 완도군 등 6곳으로 평균 73.6%임.

[표 4-5] 출자기관 사례

구분	형태	시도	시군구	기관명	설립연도	주요사업	주요주주(2018.12.31기준)
1	출자기관	부산시	본청	(주)백스코	2001	전시장 건립, 전시장·회의장 시설의 관리, 운영 및 임대, 국내외 박람회 및 전시회의 개최	부산광역시 42.5%, 대한무역투자진흥공사 26.0%, 현대건설(주) 21.7%, 한국조선해양(주) 8.0%, 현대종합상사(주) 1.8%
2	출자기관	광주시	본청	한국씨이에스(주)	1999. 3. 24	증기 및 온수공급/증기 및 온수공급 부대시설 등 증기, 냉온수 및 공기조절 공급업체 농축산물 도소매,	광주광역시 20.0%, 로드맵주식회사 70.0%, 강영신 5.76%, 김효수 4.24%
3	출자기관	세종시	본청	농업회사법인 세종로컬푸드(주)	2015. 6. 24	김치/쫄임/절임류/식품소분판매 제조, 휴게음식점, 행사 대행 등 과일 및 채소 도매업체 부동산	세종특별자치시 48.0%, 세종공주축산업협동조합 15.0%, SK텔레콤 10.0%, 각 농협 3.0%씩
4	출자기관	경기도	용인시	경기용인 테크노밸리(주)	2015. 6. 5	신축판매/매매 등 비주거용 건물 개발 및 공급업체	용인시 20.0%, (주)한화도시개발 75%, (주)한화건설 5%
5	출자기관	경기도	파주시	(주)파주장단콩 웰빙마루	2016. 2. 24	시설물,부지 관리,판매장,체험장 운영	파주시 67.68%, 북파주농업협동조합 7.2%, 광탄농업협동조합 3.34%, 각 농업협동조합 2.41%씩, (주)글로벌 신우 0.07%

구분	형태	시도	시군구	기관명	설립연도	주요사업	주요주주(2018.12.31기준)
6	출자기관	강원도	본청	(주)강원심층수	2006	마시는 해양심층수/기능성음 료 및 식품/해양심층수 활용 원료사업(화장품 또는 식품)	강원도 13.09%, 고성군 16.59%, (주)대교홀딩스 63.08%, (주)크리스탈원 7.24%
7	출자기관	강원도	강릉시	(주)강릉농산물 도매시장	1999. 11. 19	법정도매시장	강릉시 17.0%, 강릉원에농업협동조합 66.0%, 강릉농업협동조합 8.0%, 북강릉농업협동조합 4.5%, 옥계농업협동조합 및 사천농업협동조합 각 2.25%
8	출자기관	강원도	영월군	(주)영월에너지 스테이션	2012. 4. 20	태양광발전	영월군 11.85%, 중소기업은행 28.0%, (주)영월솔라테크 60.15%
9	출자기관	강원도	인제군	(주)아름다운 인제관광	2003 . 5. 13	유원지운영,여행알선 ,래프팅,출판문화예 술/유원지매점/연수 시설/한식당	인제군/김용남/윤영희 각 10.0%, 김용호 28.33%, 추교권/김용봉/김용수/ 상인건설 각 8.33%, 그 외 개인들
10	출자기관	전북	임실군	임실고추앤 농산물가공판매	2008. 11. 25	고추가루,농산물,메 주 제조,도소매	임실군청 43.3%, 농가 26.1%, 임실농업협동조합/오수 관촌농업협동조합 각 15.3%
11	출자기관	전남	완도군	완도전북(주)	2009. 3. 26	신선, 냉동 및 기타 수산물 도매업	완도군 33.1%, 강대옥외1,232명 61.3%, 완도금일수산업협동조 합 5.6%
12	출자기관	경남	본청	경남항노화 주식회사	2017.3. 10	일반여행	경상남도/산청군/함양 군/거창군/합천군 각 20.0%

4) 현물 출자 시 가치 평가방법

- 국비 지원사업을 적극적으로 활용하여 특히 기술가치를 평가하여 코나아이 참여에 따른 지분율을 산정함.
- 기술평가에 대한 기준으로 「기술의 이전 및 사업화 촉진에 관한 법률」 제32조 및 동법 시행령 제32조 제1항, 제3호, 제4호에 따른 기술평가기준 운영에 관한 세부사항에 따른 기술평가기준 운영지침이 기재된 산업통상자원부 고시 제2016-114호를 준용함.

제9조(기술평가의 실시원칙 및 기준) ① 기술평가자는 기술평가를 수행함에 있어 객관성과 전문성 및 신뢰성을 확보하여야 하고, 기술성·권리성·시장성·사업성 등을 종합적으로 분석·평가하도록 하여야 한다.

(1) 정성적 평가(기술사업성 평가, Assessment)

- 목적
 - 기술의 사업추진 타당성을 위한 심층평가로 이러한 기술이 적용될 프로젝트에 대한 평가까지 그 범위를 확장함.
- 기술성평가
 - 대상기술의 유용성 및 경쟁력 수준을 분석하는 것을 의미함.
 - 기술의 비교우위·경쟁성, 기술의 완성도·구현 가능성, 기술 활용성 등에 대한 분석이 포함되어야 함.
 - 즉, 평가대상 기술의 제품적용가능성(기술구현가능성)이 이러한 기술구현가능성을 극대화하기 위한 최적의 방법을 찾아 이익을 극대화하기 위한 기술의 한계점과 보완사항 등에 대한 평가를 중심으로 진행됨.
 - 평가 대상 기관에서는 평가기관에 현재 적용되어 높은 부가가치를 내고 있는 대용회사의 사례를 제공하고, 기업 자체적으로 기술의 구현이 가능함을 객관적 데이터로 제시할 필요성이 요구됨.

○ 권리성평가

- 대상기술을 지식재산권으로 적절히 보호하고 있는지 여부 및 대상기술의 지식재산권으로서의 완전성 여부를 분석하는 것을 의미함.
- 선행기술과의 대비를 통한 권리의 안정성, 대상기술의 권리범위 포함여부 및 정도, 권리 행사 또는 제한 가능성, 특허 포트폴리오의 적절성 등에 대한 분석이 포함되어야 함.
- 즉, 대상기술의 법적 한정성 및 권리범위를 확인하여 시장 내에서 독점적 지위 확보여부를 중점으로 평가가 진행됨.
- 평가 대상 기관에서는 대상기술과 유사한 선행특허 중 사업화에 성공한 선행특허를 미리 확보하여 제시하고, 기존유사기술보다 권리의 범위가 넓고 깊이가 있는 특허임을 적극적으로 어필하고 모방가능성이 낮은 기술적 보호장치를 가지고 있음을 객관적 자료로 제시할 경우 기술기여도 및 할인율 산정에 많은 도움이 예상됨.

○ 시장성평가

- 대상기술 제품이 속한 시장의 환경 및 경쟁 조건 분석을 통하여 적용제품의 시장경쟁력을 분석하는 것을 의미함.
- 시장 구조분석을 통한 시장 및 업계 동향, 시장규모와 성장성, 시장점유율 확보 가능성 등에 대한 분석이 포함되어야 함.
- 즉, 평가대상기술이 적용된 제품이나 서비스가 속한 시장의 환경분석과 경쟁 분석을 통하여 기술적용제품의 시장 내 경쟁력을 평가함.
- 시장환경분석은 평가대상기술이 속한 제품이나 서비스의 시장규모와 시장진입가능성을 분석평가하고, 시장경쟁력분석은 시장 내 경쟁자들과의 경쟁구조 및 시장 내 독점, 과점적 지위의 확보가능성을 평가함.
- 평가 대상 기관에서는 일정한 시장점유율을 확보할 수 있는 가능성에 대하여 객관적 자료를 제시하고, 경쟁제품대비 평가기술 적용제품의 기능적 차별성, 가격 경쟁력 등 경쟁우위 요소에 대한 근거자료를 제시할 경우 기술의 경제적 유효기간 산정 및 할인율 적용에 많은 도움이 예상됨.

○ 사업성평가

- 대상기술을 활용한 사업의 경제성을 분석하는 것을 의미함.
- 대상기술 제품의 제품 경쟁력 분석을 통해 기술제품이 속한 업종 또는 업체의 매출액, 수익성, 성장성과 더불어 대상기술의 상용화 투자규모 등에 대한 분석이 포함되어야 함.
- 즉, 평가대상 기술에 대한 기술성, 권리성, 시장성분석을 기반으로 실제 기술 적용제품의 수익창출 가능성을 판단하기 위한 것으로서 사업주체의 사업화 기반, 생산능력, 영업능력 등 경영능력을 감안하여 사업전망을 평가함.
- 평가 대상 기관에서는 자사의 기술보유수준(연구인력 및 유사응용특허건수, 정부개발과제참여성공 건수 등)과 생산역량(자동화수준, 생산전문 인력 보유 수준 등) 및 영업 및 마케팅역량(마케팅 성공 사례/전문 인력 보유 수준 등)등 인적, 물적 사업화 인프라를 제시하여야 함.
- 또한, 기술적용제품이 다른 경쟁사 제품 대비 비교우위를 확보할 수 있는 전략이나 제품속성에 대하여 강조하여야 하며, 평가대상기술 적용제품을 통한 현금흐름의 창출가능성을 보여 줄 필요성이 요구됨.

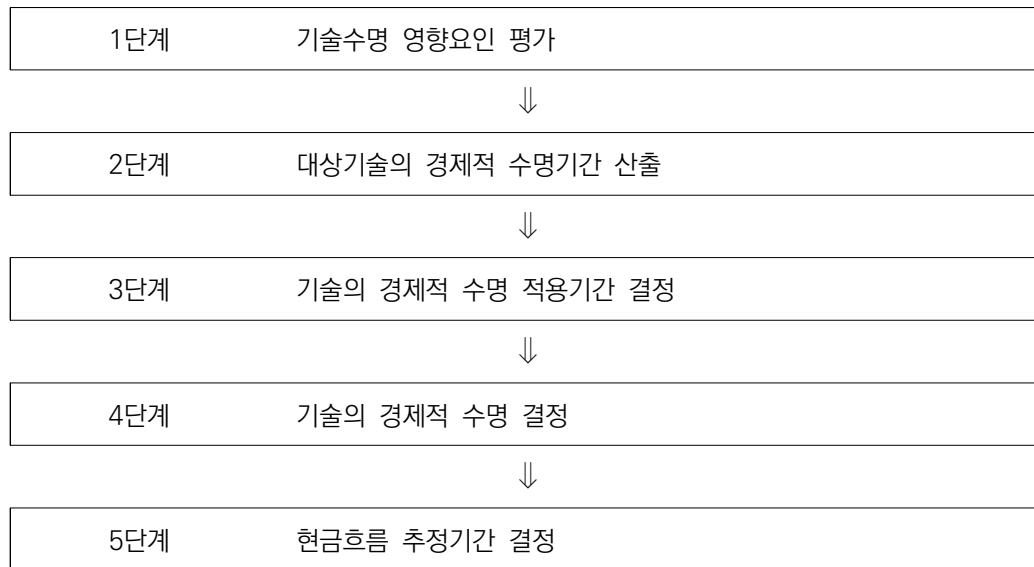
(2) 정량적 평가(가치평가, Valuation)

○ 기술의 경제적 수명

- 기술수명(물리적 마모, 기능적 진부화 등 기술 자체의 수명, 경제적 수명 등을 포함)에 부정적 영향을 미치는 요인들이 발생하여 기술이 시장에서 경쟁우위를 잃게 될 것으로 기대되는 시점까지를 말하는 것으로, 특정 기술을 기반으로 경쟁우위를 유지할 수 있는 기간으로 정의함.
- 여러 방식을 이용하여 추정할 수 있으나, 어느 방식이든 최종적으로는 전문가 합의방식으로 결정하는 것을 원칙으로 함. 유의한 영향을 미칠 것으로 판단되는 요인을 분석하여 각각의 수명기간을 도출한 후, 상호 비교·분석을 통하여 객관성을 높이는 방향으로 결정할 것을 권장함.
- 특허기술에 대한 인용빈도는 기술지식이 확산되고 진부화되는 정도를 포함하기 때문에 기술의 경제적 수명을 추정하는 방법의 하나로 이해되고 있음.

- 또한, 기술 자체의 수명뿐만 아니라 기술이 사용되는 제반 환경적 요인을 고려하여 결정되어야 함. 기술의 경제적 수명을 통해 현금흐름 추정기간을 결정할 수 있음.

[표 4-6] 현금흐름 추정기간 산출 단계



- 기술의 경제적 수명(현금흐름 추정기간)을 산출하는 데 유의사항으로 대상기술의 사업화에 따른 초기 사업화 준비기간(기술제품의 생산, 판매 이전 기간), 즉 매출이 이루어지기 전 자본적 지출이 이루어지는 기간을 별도로 고려할 필요가 있음.

○ 현금흐름

- 가장 일반적인 적용방법은 대상기술로부터 발생하는 미래 현금흐름을 적절하게 할인하여 현재 가치를 산출하는 방법인 현금흐름할인법(Discounted Cash Flow, DCF)임. 평가대상 자산(기술)을 소유 또는 운영함으로써 발생하는 추가적인 현금흐름을 추정하여 대상기술자산의 가치를 평가하는 방법으로 미래지향적인 가치산정 방법이라 할 수 있음.
- 현금흐름은 사업주체가 사업을 수행함으로써 획득한 부가가치 중에서 계속기업으로서 부가가치 창출력을 지속적으로 유지하기 위해 필요한 투하자본의 증감액을 차감한 금액을 의미함. 쉽게 말해 사업주체가 자유롭게 쓸 수 있는 현금으로, 필요한 곳에 자금을 모두 집행하고 남아 있는 가용현금을 의미함.

- 현금흐름할인법에 의한 기술가치(V_t)는 대상기술의 사업가치(Business Value, BV)에 기술이 기여한 정도인 기술기여도를 곱한 값으로 정의하며, 다음과 같이 나타냄.

[표 4-7] 현금흐름할인법에 의한 기술가치 정의

$V_t = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \times \text{기술기여도}$	
• t :	현금흐름 추정이 이루어지는 기간
• n :	기술의 경제적 수명을 고려한 현금흐름 추정기간
• CF_t :	t 기간의 현금흐름
• r :	할인율(discount rate)
• 기술기여도 :	사업가치(BV) 중 기술이 기여하는 비율

- 현금흐름 추정 시 적용순위는 ① 직접 추정하는 것을 우선으로 하고, ② 직접 추정과 유사기업·동종 업종 평균재무정보의 혼합방식, ③ 유사기업의 재무정보 활용 방식, ④ 동종 업종 평균재무정보 활용 방식 순으로 적용함.

[표 4-8] 현금흐름 추정기간 산출 단계

현금흐름 추정방식 (우선순위)	내 용
직접 추정방법	대상기술의 특성 및 사업주체의 사업계획을 활용하여 평가자가 현금흐름 요소를 직접 추정하는 방식
↓	
혼합 추정방법	직접 추정방법과 유사기업·동종 업종 평균재무정보를 혼합하여 추정하는 방식
↓	
유사기업 재무정보 활용	대상기술 제품과 유사한 제품을 사업화하는 3~5개의 유사기업 재무정보를 활용하는 방식
↓	
동종 업종 평균재무정보 활용	기술이 초기단계이거나 사업주체의 재무정보를 활용하기 어렵거나, 사업주체가 없어서 직접 추정 또는 유사기업의 재무정보를 활용하기 어려운 경우 적용하는 방식

- 현금흐름 산출 시 유의사항으로 매출액 추정은 가치금액에 결정적인 영향을 주는 사항으로, 충분한 시간과 노력을 투입하여 신뢰성 있는 논거를 갖추어야 하며, 미래 투자계획을 활용하여 사업주체의 공급능력을 판단해야 함.

○ 할인율

- 대상기술에 의한 미래 현금흐름을 현재가치로 전환할 때 사용되는 환원율로 기술사업화 과정에 내재된 다양한 위험이 포함된 할인율(Risk-adjusted Discount Rate)을 의미함.
- 할인율은 대상기술이 연관된 사업에서 발생 가능한 잠재적인 위험을 정량화한 것이므로 대상기술이 갖는 기술위험, 시장위험, 사업위험 등을 분석하여 그 결과를 반영하여야 함. 할인율을 산출할 때는 할인율을 구성하는 개별위험의 정의와 위험의 원천별로 마련된 기준에 따른 평가결과가 반영되어야 함.
- 대상기술의 사업화 과정에서 발생하는 제반 위험을 평가자가 직접 측정하여
- 할인율을 산출하는 것이 원칙임. 가중평균자본비용(Weighted Average of Cost of Capital, WACC) 개념에 조정계수 또는 추가 위험프리미엄 (spread/risk premium)을 적용하고 있음. 가중평균자본비용은 다음 식과 같이 자기자본비용과 타인자본비용을 자본구성비로 가중평균하고, 법인세율을 적용하여 산출함.
- 기술위험 평가항목은 사업화를 수행하는 데 기술적 관점에서 탐색한 위험수준을 평가하는 것으로 시장 및 사업위험 평가항목은 시장 및 사업 관점에서 탐색한 위험수준을 평가함.

[표 4-9] 기술가치평가 할인율 구조

$$\bullet \text{ 가중평균자본비용(WACC)} = \text{자기자본비용} \times \text{자기자본구성비} + \text{타인자본비용} \times (1 - \text{법인세율}) \times \text{타인자본구성비}$$

- 할인율 적용 관련 유의사항으로 평가자는 관측 가능한 자본시장이나 재무정보 등을 분석하여 기술가치평가에 적용할 할인율을 직접 산출할 수 있으며, 직접 추정된 경우에는 그 산출 절차와 근거를 명확히 제시하여야 함.

○ 기술기여도

- 대상기술이 수익 창출 또는 비용절감에 공헌한 정도를 말함. 기술요소법에서는 기술사업을 통해 창출된 미래 현금흐름의 순현재가치에 기여한 유·무형 자산 중 기술자산(또는 기술요소)이 공헌한 상대적인 비중을 의미함.

- 기업이 기술거래를 통해 기술을 도입하는 주요 동기는 사업상 원가절감(Cost reduction)이나 수익증대(Revenue enlargement)를 통한 증분이익(Incremental profit)의 실현을 통해 이윤을 극대화하는 데 있음.
 - 경제적 공헌이익의 배분에 관한 문제로 추정방식은 전문가 직접 추정방법과 간접 추정방법(경험치 방법, 기술요소법 등)으로 구분할 수 있음.
- 기술기여도 관련 유의사항으로 평가자는 기술기여도(또는 개별기술강도)의 개념과 평가지표에 대한 충분한 이해를 바탕으로 평가 업무를 수행하여야 함.
- 또한 평가지표에 평점을 부여하기 위해서는 대상기술에 대한 사전 지식과 이해를 바탕으로 조사와 분석이 선행되어야 하며, 평가 참여자들의 충분한 논의를 거쳐 결정하여야 함.
 - 그리고 대상기술이 사업가치를 창출하는 데 전적으로 기여한 것인지를 충분히 고려해야 함.

(3) 가치평가방법 및 적용

○ 비용접근법

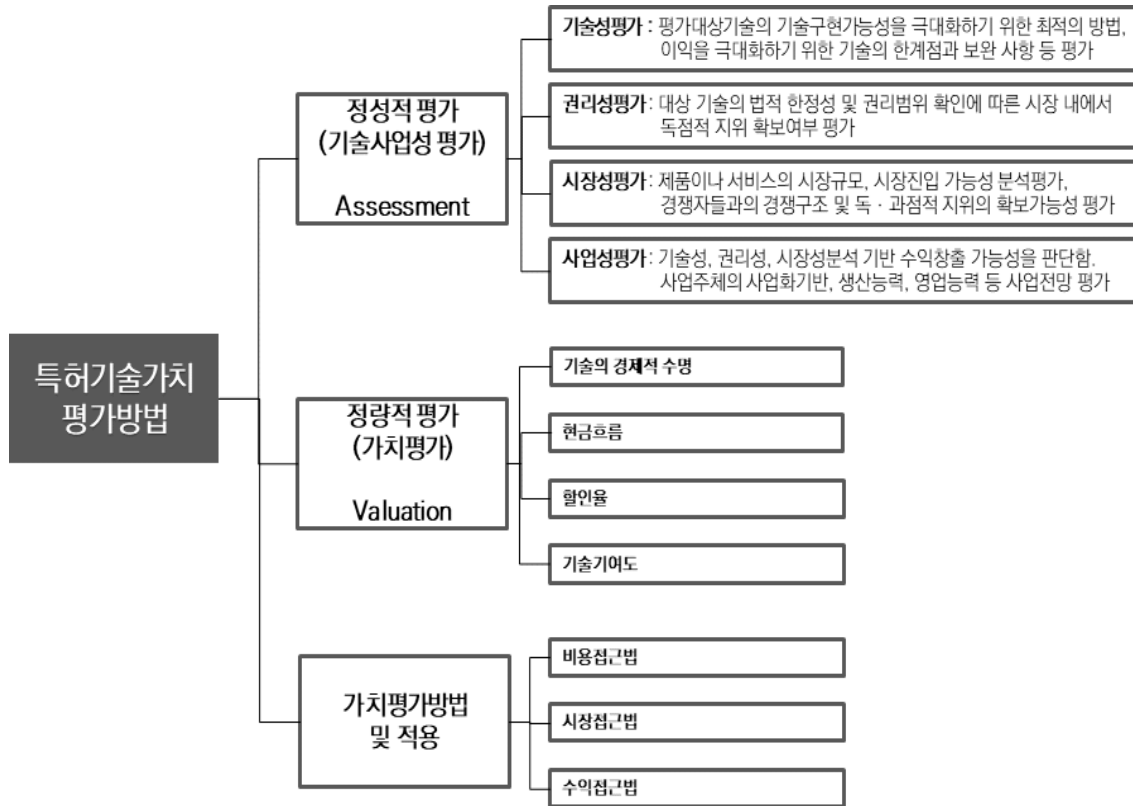
- 경제적 효익(economic benefit)을 가지고 있는 기술을 개발 혹은 구입하는 원가를 추정하여 가치를 산정하는 방법
- 상세한 원가 정보가 필요하기에 초기단계의 기술가치 평가에 주로 적용됨.
- 이는 “기술도입자가 개발비용보다 더 많은 비용을 지불하고 기술을 도입하지는 않을 것”이라는 가정을 하며, 과거에 지출된 값에 근거를 두고 있기에 미래수익의 잠재력을 평가하지 못하는 맹점이 있음.
- 역사적 원가법, 재생산원가법, 대체원가법 등으로 구분됨.
 - 역사적 원가법 : 대상기술개발에 소요된 비용을 산출할 수 있는 경우
 - 재생산원가법 : 동일한 기술을 개발하여 완성하는데 소요되는 총원가 계산
 - 대체원가법 : 대상기술과 동일한 효용을 갖는 대체기술을 완성하는데 소요되는 총원가

○ 시장접근법

- 해당 기술과 같거나 유사한 기술이 활성시장에서 거래된 가치를 근거로 비교 분석을 통해 평가하고자 하는 기술의 상대적인 가치를 산정함.
- 일반적으로 가장 우선시 적용하는 평가방법으로, 시장 참여자들 사이에서의 거래를 가장 잘 반영하기에 그 기술의 가치를 가장 잘 나타낼 수 있음.
- 하지만 거래사례가 없거나 적을 경우에 그 적용이 제한적이며, 기존 거래와 다른 대상기술의 차별적 특성을 얼마나 반영하는지가 핵심변수로 작용함.
- 위 방법의 진행은 비교 가능한 기술거래 사례 조사 → 조사한 거래 여부 확인 및 신뢰성 검증 → 비교대상의 항목 분석, 대상 기술과의 조건 비교 → 가격 조정 또는 거래가격 추정 순으로 진행됨.

○ 수익접근법

- 대상 기술의 경제적 수명 기간 동안 기술사업화로 인해 발생될 경제적 이익 추정, 적정 할인율을 적용하여 현재가치로 환산함.
- 논리적으로 엄격하며 구조적으로 체계화된 가치분석 방법론으로 주요 경제적 평가요소를 얼마나 분명하고 객관적으로 추정하는지가 중요함.
- 만약 추정이 정확하지 않거나 값이 잘못되는 경우 기술의 가치가 크게 달라질 수 있음. 대부분 할인율의 추정이 잘못되어 발생하는 경우가 많으며, 추정 과정에서 필요한 투입정보의 양과 질이 중요한 변수로 작용하며, 유가증권분석이나 기업가치분석 등에 사용되는 수익접근법과 다른 점을 고려해야 함.
- 정량적 평가(가치평가) 방법에서 제시한 기술의 경제적 수명 추정 → 수익기간별 매출액 추정 → 재무분석 → 경제적 현금흐름 추정 → 사업위험 분석을 통한 할인율 추정 → 사업가치 추정 (NPV) → 기술기여도 추정 → 기술가치 산정 순으로 진행되는 것이 일반적임.



[그림 4-2] 특허기술가치 평가방법

5) 공공기관 지분이 낮은 가운데 대주주(민간) 통제 관련

(1) 목적

- 공익성 유지를 위한 경영 상 통제장치 필요

(2) 타 지자체 사례

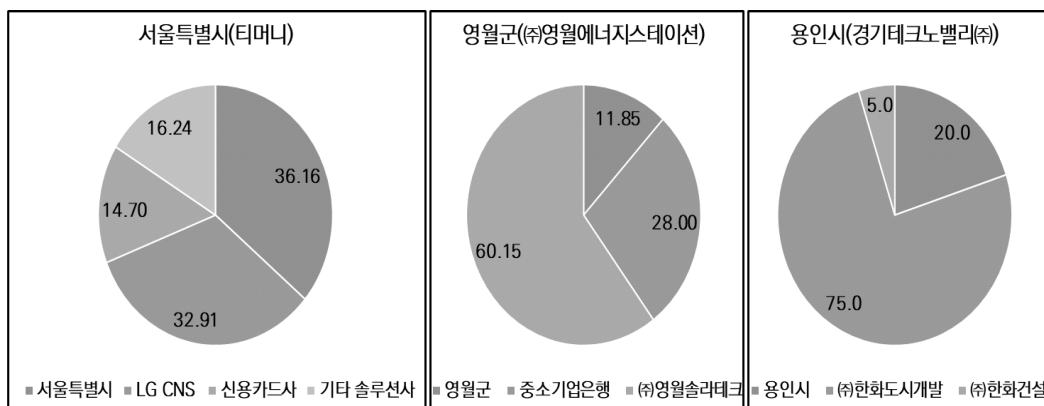
- 서울특별시(티머니) : 소유할 수 있는 지분한도 제한
 - 공모사업 당시 선정업체는 반드시 SPC를 설립하도록 하고, 무조건 서울시에 지분을 주는 등의 조건이 있었음.
 - 서울시에서는 현재 1회만 배당받았으며, 광역교통망 정산, 검증 등 업무만 수행하고 그 외 영역은 개입하지 않고 있음.
 - 지분 구조는 서울특별시 36.16%, LG CNS 32.91%, 신용카드사 14.7%, 기타솔루션사 16.24%로 구성됨.

○ 영월군((주)영월에너지스테이션) : 일부 지분 확보

- 처음에 출자출연할 때부터 부지를 제공하여 부지만큼 지분을 확보하여 운영되고 있음.
- 주주 통제는 군 차원에서 이루어지지 않음.
- 지분 구조는 영월군 11.85%, 중소기업은행 28.0%, (주)영월솔라테크 60.15%로 구성됨.

○ 용인시(경기용인테크노밸리(주)) : 최소한의 지분 참여

- 최초 토지공사에서 LH공사로 변경되어 추진 후 포기한 이후 최소한의 지분으로 시에서 참여한 사항임.
- 경전철 시작과 함께 지방채 발행 등이 없었기 때문에 책임 소지 등 민간에 다 맡길 수 없는 부분으로 최소화 지분인 20.0%로 투입됨.
- 지분 구조는 용인시 20.0%, (주)한화도시개발 75.0%, (주)한화건설 5.0%로 구성되어 있음.



[그림 4-3] 공공기관 지분이 낮은 타 지자체 기업 구성비(%)

○ 시사점 도출

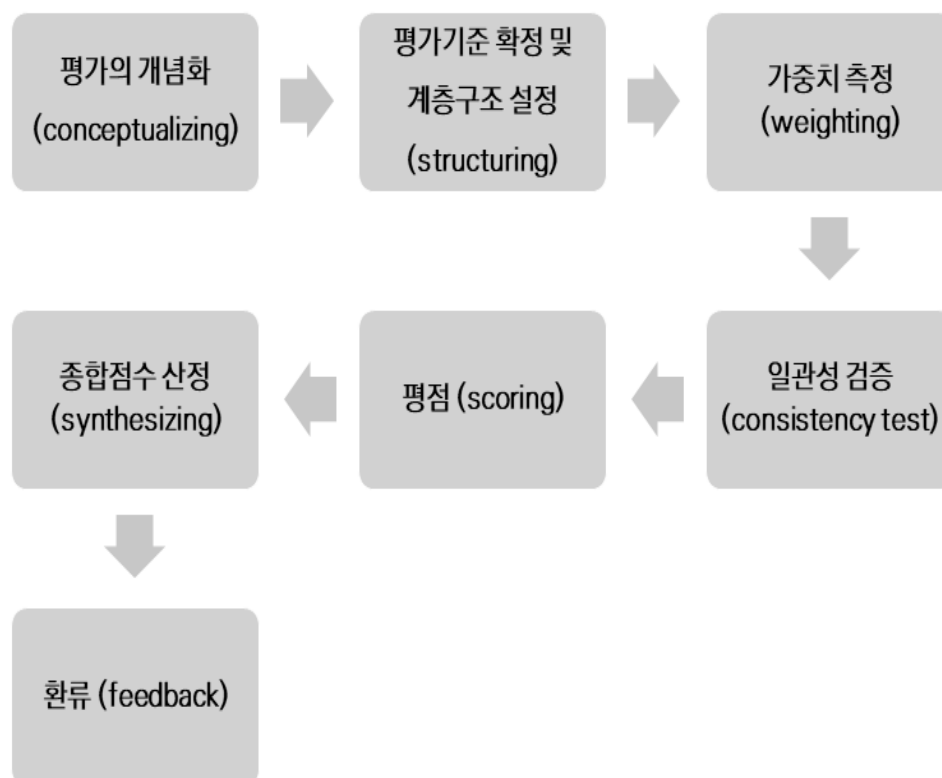
- 시 지분에 대한 권리 행사를 규정함.
 - 정관의 개정을 통해 시에서 행사할 수 있는 부분, 최소 보유 규모에 대해 정관에 명시함.
 - 시의 기관(도시/교통/관광공사)의 지분 확대를 통한 안정성 확보

4. 정책적 분석

1) AHP 분석

(1) 개요

- 두 요소 간의 상대적 선호도만을 필요로 하여 정량적, 정성적 정보를 동시에 처리할 수 있는 분석
- 정성 요소를 포함하는 다기준적인(계량화 또는 화폐가치화가 어려운 요소에 대한) 의사결정 시 사용됨.
- 일반적인 수행 절차는 다음과 같음

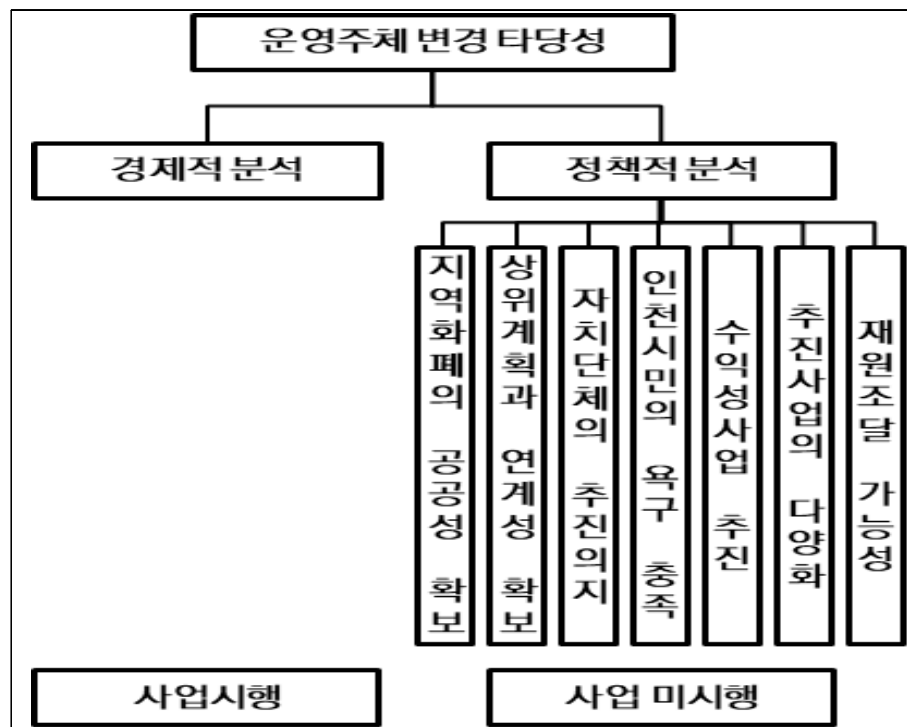


[그림 4-4] AHP 분석 수행 절차

- AHP 분석 결과의 활용
 - 전문가 및 관련 연구자 대상 AHP 분석은 분야 및 항목별 중요도 분석과 해당 사업의 타당성 여부를 판단하는데 활용

(2) AHP 설문 계층 구조

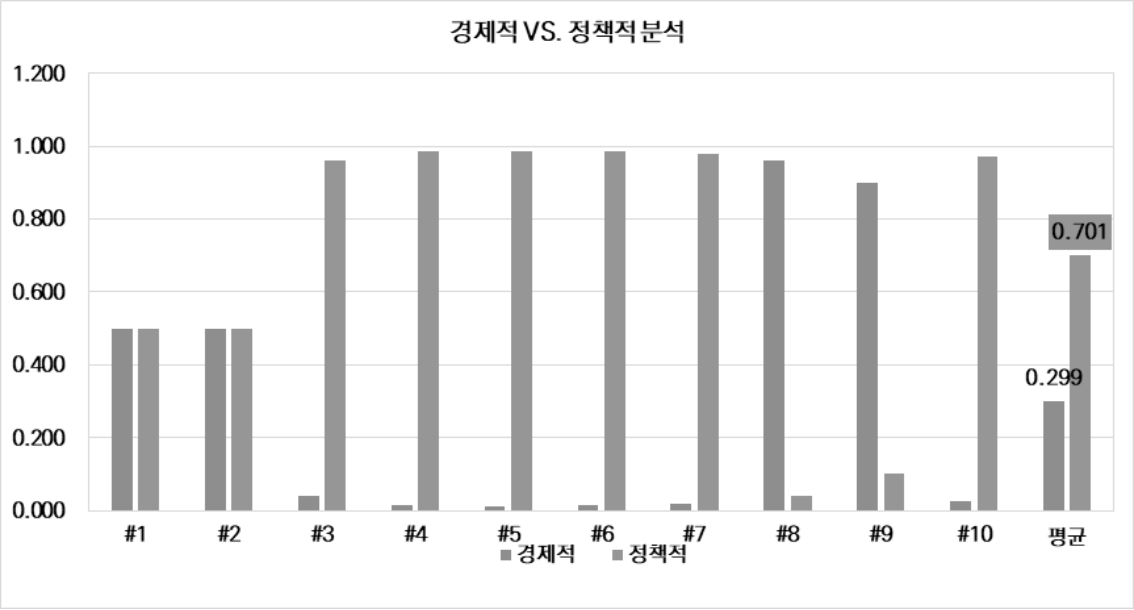
- 제1계층 : 경제성 분석 vs. 정책적 분석
- 제2계층 :
 - 지역화폐의 공공성 확보
 - 상위계획과 연계성 확보
 - 자치단체의 추진의지
 - 인천시민의 욕구 충족
 - 수익사업 추진
 - 추진사업의 다양화
 - 자원조달 가능성
- 전문가에 의한 AHP 분석 결과 인천광역시에 적합한 설치모형, 경제성 및 정책적 분석에 중요도에 따라 의사결정 반영
- 응답자의 일치성 지수(CR)값이 0.3 이하의 응답 결과만을 대상으로 분석



[그림 4-5] AHP 설문 계층 구조

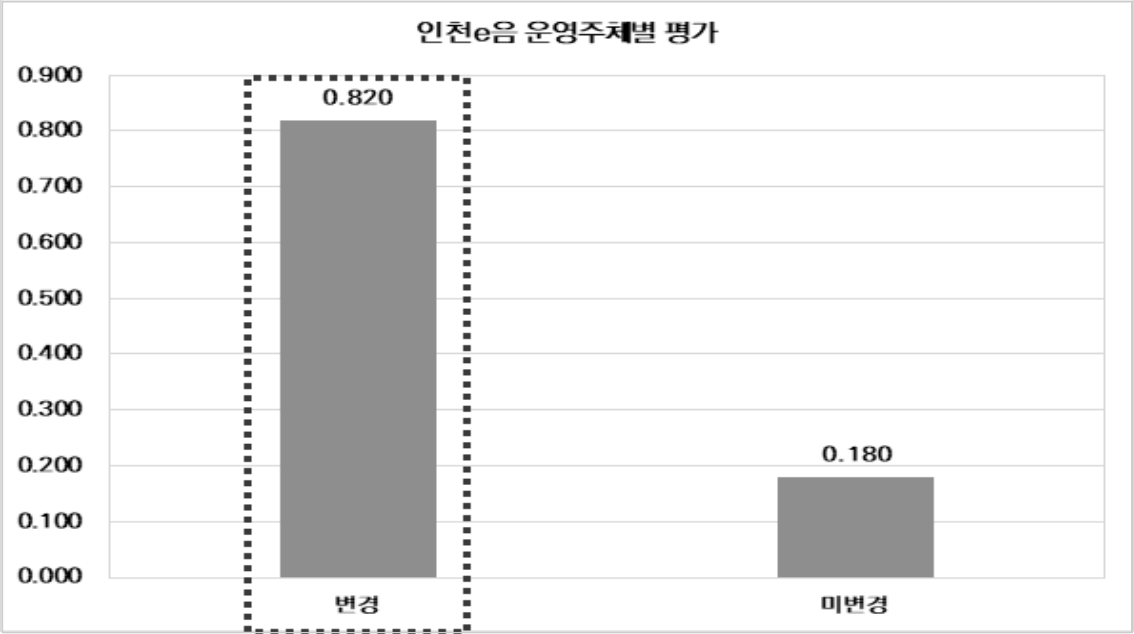
(3) AHP 분석 결과

- 경제적 분석과 정책적 분석에 대한 AHP 분석 결과 인천e음 카드사
업의 운영주체 변경은 정책적 분석(0.701)이 매우 중요한 것으로 분
석됨.



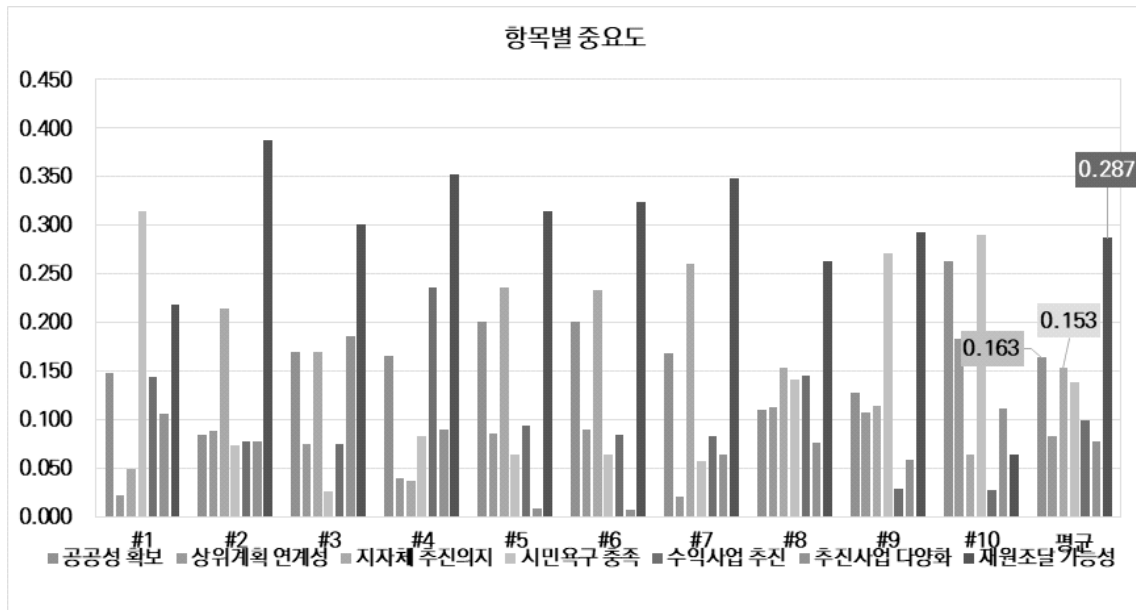
[그림 4-6] 경제적 및 정책적 분석에 대한 AHP 분석 결과

- 운영주체 변경에 대한 의견은 미변경보다는 변경의견이 매우 높음.



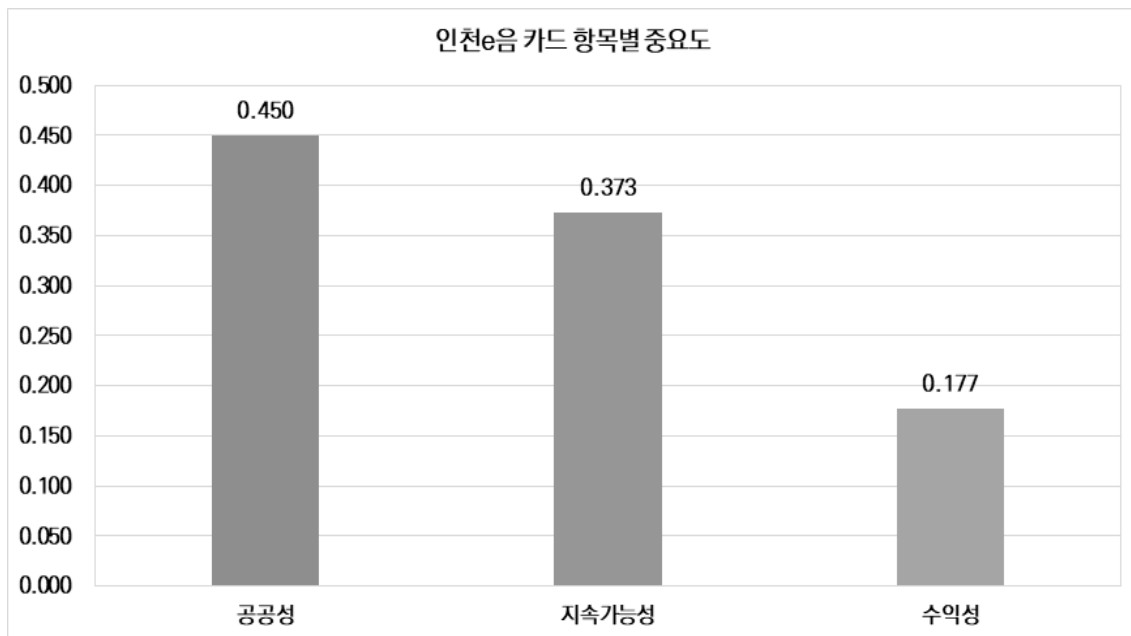
[그림 4-7] AHP 분석 결과 : 인천e음 운영주체별 평가

- 제2계층의 항목별 중요도는 재원조달 가능성 0.287, 공공성 확보 0.163, 지자체 추진의지 0.153으로 재원조달 가능성이 가장 중요함.



[그림 4-8] AHP 분석에 의한 항목별 중요도

- 제2계층의 항목을 공공성, 지속가능성 및 수익성으로 구분하여 분석한 결과 공공성 0.450, 지속가능성 0.373, 수익성 0.177로 인천e음 커든 사업은 공공성이 매우 중요한 항목으로 분석됨.



[그림 4-9] 공공성, 지속가능성 및 수익성에 대한 중요도

5. 경제적 분석

1) 기초자료

[표 4-10] 경제적 분석 기초자료

구 분	주요 내용	비고
1. 인천e음 플랫폼 개발	. 60억원 추정(2019.8월, 법인전환TF팀 회의)	
2. 협약서 주요내용	. 운영대행사(코나아이)	
	- 인천e음 발행 및 운영업무 대행	
	- 플랫폼 운영 및 유지보수	
	- 2020년 운영비용 : 시의 2020년 예산 범위 내에서 지급	
	- 2020년 가입자 수 : 120만명, 충전금액 25,000억원	
3. 스마트시티 주식가치	. 안진회계 - 5,916원, 하나감정평가 - 5,914원	
4. 인천e음 사업수지	. 수입 - 고정수입, 변동수입	
	- 고정수입 : 6억(은행대행비)	
	- 변동수입 : 가맹점 수수료 - 0.9%또는 평균 0.7%(매입사), PG수수료 - 거래금액의 3%	
	. 운영비 - 고정비, 변동비	
	- 고정비 : 1억원(플랫폼 보안솔루션)	
	- 변동비 : 26.5억원(플랫폼 운영 인건비)	
	. 관관비: 6.89억원(인건비 26%)	
	. 수수료 : 매입사 보전수수료, 충전수수료, 카드제작비	
	- 매입사 보전수수료 : 거래금액의 0.4%	
	- 충전수수료 : 건당 42원	
	- 카드제작비 : 장당 2,000원	
	- 광고상품건수 : 상품 수 1,000건, 단가 50,000원 기준(연 5% 증가)	
	- 배달서비스 운영비 : 2억원(유지, 홍보 등)	
	- 배달수수료 : 평균 수도권 배달 비중 11.6%, 월 평균 배달앱 비용 수도권 366,493원, 수수료율 0.3% 적용	
	- IoT사업 구축 및 운영비 : 18억원(구축), 15%(운영), 매년 5% 인상	
	- IoT수수료 : 평균 가구원 2.5명(2019년 기준), 검침 5,700원 적용, 수수료율 5%	
5. 인천e음 운영비	. 발행액의 0.04%(15,000억원 발행시 약 6억원)	

2) 기본조건

- 인건비 인상율은 연 4.5%를 적용함.
- 수수료 및 카드제작비 인상율은 연 5.0%를 적용함.
- 평균 충전액은 행안부 구매한도에 의거하여 백만원을 적용함.
- 가입자 증가율은 2020년 1,300,000명을 시작으로 연 5.0%를 적용함.

(1) 현행 유지

- 가입자 1명당 거래 금액은 2021년에는 2,280,586원을 예상하며, 2050년에 2,361,205원으로 증가 추세를 추정함.
- 수입은 플랫폼 운영비, 가맹점 수수료 등이 예상됨.
 - 고정수입으로 설정한 플랫폼 운영비는 10년 간 매년 600백만원임.
 - 가맹점 수수료는 당해연도 거래금액의 0.5%를 적용하여 2021년 15,565백만원에서 2030년 25,000백만원으로 증가 추정됨.
- 비용은 운영비, 수수료, 제작비, 캐시백 등이 예상됨.
 - 플랫폼 운영은 인건비, 판관비, 보안솔루션비로 재분류할 수 있으며 2021년 3,439백만원에서 2030년 5,062백만원으로 추정됨.
 - . 인건비
 - . 판관비는 인건비의 26%로 계산함.
 - . 보안솔루션비는 고정비용으로 연 100백만원씩 소요될 예정임.
 - 매입사 보전수수료는 당해연도 거래금액의 0.4%를 적용하여 2021년 12,452백만원에서 2030년 20,000백만원으로 증가 추정됨.
 - 충전수수료는 각각 실비인 42원/1건을 그대로 적용하였으며, 가입자 수와 마찬가지로 5%씩 증가하는 것을 적용함.
 - 카드제작비는 실비인 2,000원/1장을 그대로 적용함. 가입자 수 중에 신규 가입자에 해당하는 것으로 해당년도에서 전년도의 가입자 수를 제한 다음 5%씩 증가하는 방법을 채택함.

[표 4-11] 경제적 분석(현행 유지)

가입자(명)		1,300,000(2020년)										(단위 : 명, 억 원, 백만원)									
거래금액(억원)		1,365,000	1,433,250	1,504,913	1,580,158	1,659,166	1,742,124	1,829,231	1,920,692	2,016,727	2,117,563										
가입자 1명당 결제금액(원)		31,130	32,770	34,570	36,460	38,440	40,528	42,720	45,020	47,440	50,000										
		2,280,586	2,286,412	2,297,144	2,307,364	2,316,827	2,326,355	2,335,408	2,343,947	2,352,327	2,361,205										
구분		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030										
1. 수입		16,165	16,985	17,885	18,830	19,820	20,864	21,960	23,110	24,320	25,600										
1) 플랫폼 운영비		600	600	600	600	600	600	600	600	600	600										
2) 가맹점 수수료		15,565	16,385	17,285	18,230	19,220	20,264	21,360	22,510	23,720	25,000										
3) 기타수입		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0										
- 선수금 수입																					
- 부가서비스 수입																					
- 서비스 제휴 수입																					
구분		2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030										
2. 비용		16,165	16,985	17,885	18,830	19,820	20,864	21,960	23,110	24,320	25,600										
1) 플랫폼 운영		3,439	3,589	3,746	3,910	4,082	4,261	4,448	4,644	4,848	5,062										
. 인건비		2,650	2,769	2,894	3,024	3,160	3,302	3,451	3,606	3,769	3,938										
. 관관비		689	720	752	786	822	859	897	938	980	1,024										
. 보안솔루션비		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100										
2) 매입사 보전수수료		12,452	13,108	13,828	14,584	15,376	16,211	17,088	18,008	18,976	20,000										
3) 충전수수료(원/건)		137	145	160	177	196	217	240	266	294	326										
4) 카드제작비(원/장)		137	143	150	158	166	174	183	192	202	212										
5) 캐시백		311,300	327,700	345,700	364,600	384,400	405,280	427,200	480,200	474,400	500,000										
3. 운영수지		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0										

(2) 신규 사업 추진

- 가입자 1명당 거래 금액은 2021년에는 3,145,421원을 예상하며, 2050년에 737,404원으로 감소 추세를 추정함.
- 수입은 현행 유지와 마찬가지로 플랫폼 운영비, 가맹점 수수료, 신규 사업 추진에 따른 기타수입 등이 예상됨.
 - 고정수입으로 설정한 플랫폼 운영비는 10년 간 매년 600백만원임.
 - 가맹점 수수료는 당해연도 거래금액의 0.5%를 적용하여 2021년 21,468백만원에서 2030년 7,808백만원으로 감소 추정됨.
 - 기타수입은 낙전수입 및 선수금이자, 부가서비스 운영 수입으로 재분류할 수 있으며 2021년 1,132백만원에서 2030년 3,698백만원으로 추정됨.
 - . 낙전수입 및 선수금이자 관련 낙전수입은 5년 후 0.1% 적용, 선수금이자자는 평잔의 10%를 적용함.
 - . 교통카드에 대한 수입은 개발 후 이루어지기 때문에 2023년부터 수수료를 0.2%를 적용함. 이 때 이용지수는 인천시의 도시철도 수송 인원 121,700,125명과 시내버스 수송 인원 329,536,529원의 합인 451,236,654원에 인천시 인구 2,945,565명을 나눈 154를 활용함. 당해연도 가입자와 이용지수, 현재 기본요금인 1,250원에 대한 수수료율 결과에 대해 매년 해당 값을 추정함.
 - . 데이터판매 수입은 가입자 수에 대해 건당 20원, 30개소로 계산하였으며 가입자 수 외에 별다른 증가 요인은 없음.
 - . B2B거래 수입은 개발 후 이루어지기 때문에 2022년부터 결제금액의 10%에 대한 수수료율 0.5%를 적용하였으며, 가입자 수 외에 별다른 증가 요인 없음.
 - . 광고수입은 기존 플랫폼 내에서 이루어지기 때문에 별도의 개발 없이 2021년부터 상품당 수수료율 0.5%를 적용하였으며, 초기 일 단위로 상품 수 1,000건에 대해 단가 50,000원을 기준으로 매년 가입자 수인 5% 증가 추정을 적용함.
 - . 배달수수료는 2019년 수도권 외식 중 평균 배달 이용이 11.9%로 식품소비행태조사(한국농촌경제연구원) 결과 나타났으며, 외식비용은 외식업 경영실태조사 결과 수도권 배달앱 비용 월 366,492.6원으로 이에 대해 수수료율 0.3%를 적용함. 경기도 공공배달앱 '배달특급' 1%로 화성, 오산, 파주에서 3곳 시범 운영 예정이며, 인천시에서는 절반(0.5%)도 되지 않는 수수료율을 적용함.

. IoT 수수료는 개발 이후에 수급되기 때문에 2024년부터 가입자 수에 대해 당해연도 인천광역시 2019년 평균 가구원 2.5명을 나누어 가구 단위로 평균 검침 비용 5,700원에 대해 매년 가입자 수인 5% 증가 추정에 따른 수수료를 5%를 적용함.

○ 반면, 비용은 운영비, 수수료, 제작비, 캐시백 등이 예상됨.

- 플랫폼 운영은 인건비, 판관비, 보안솔루션비로 재분류할 수 있으며 2021년 3,439백만원에서 2030년 5,062백만원으로 추정됨.
- 교통카드 개발비는 2021년과 2022년, 2년에 걸쳐 1식으로 1,500백만원이 소요되며, 매년 유지보수로 5%의 비용이 추가적으로 소요되는 것을 추정하였으며, 매년 가입자 수인 5% 증가를 추정함.
- B2B플랫폼 개발비는 2021년에 1식으로 500백만원이 소요되며, 매년 유지보수로 5%의 비용이 추가적으로 소요되는 것을 추정하였으며, 매년 가입자 수인 5% 증가를 추정함.
- 매입사 보전수수료는 당해연도 거래금액의 0.4%를 적용하여 2021년 12,452백만원에서 2030년 20,000백만원으로 증가 추정됨.
- 충전수수료는 각각 실비인 42원/1건을 그대로 적용하였으며, 가입자 수와 마찬가지로 5%씩 증가하는 것을 적용함.
- 카드제작비는 실비인 2,000원/1장을 그대로 적용함. 가입자 수 중에 신규 가입자에 해당하는 것으로 해당연도에서 전년도의 가입자 수를 제한 다음 5%씩 증가하는 방법을 채택함.
- 배달서비스 운영은 타 지자체 군산시 배달앱 운영비 2억 3천 594만원, 광진구 배달앱 운영비 2억 5천만원을 예산서 참조하였으며, 인천e음은 기존 앱 활용으로 앱 개발비가 불필요하고, 홍보비용 감소로 매년 200백만원으로 추정함.
- IoT 구축 및 운영은 타 지자체인 서울특별시가 스마트시티 조성 초기 IoT 구축 당시(2017년) 총액 및 인구 비례로 구축비용 및 인천광역시에서는 3년에 걸쳐 총액 18억 원이 소요되며, 유지·보수, 고도화 등 운영비용으로 2024년에 15%를 추가 지불하며, 매년 운영비는 가입자 수와 마찬가지로 5%씩 증가하는 것을 적용함.

[표 4-12] 경제적 분석(신규 사업 추진)

(단위 : 명, 억 원, 백만원)

가입자(명)	1,300,000(2020년)	1,365,000	1,433,250	1,504,913	1,580,158	1,659,166	1,742,124	1,829,231	1,920,692	2,016,727	2,117,563
거래금액(억 원)		42,935	25,745	13,345	12,530	13,151	12,915	13,545	14,205	14,895	15,615
가입자 1명당 결제금액(원)		3,145,421	1,796,267	886,763	792,959	792,627	741,336	740,475	739,577	738,573	737,404
구분	적용기준	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
1. 수입		16,789	15,375	8,635	9,072	9,530	9,650	10,131	10,634	11,162	11,712
1) 플랫폼 운영비	6억원(고정수입)	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
2) 가맹점 수수료	. 가맹점수수료 : 평균 0.7% 중 0.5%적용 . PG수수료 : 3%(온라인) ※ 온라인결제(인천e몰) : 약 0.5%적용	13,865	12,540	5,855	6,180	6,520	6,433	6,780	7,143	7,523	7,919
3) 기타수입		2,324	2,235	2,180	2,292	2,410	2,617	2,751	2,892	3,039	3,193
- 선수금 수입	선수금 이자 : 평균의 10%, 납전수입 : 5년 후(0.1%)	28	25	12	12	13	142	149	157	166	174
- 부가서비스 운영 수입											
. 교통카드	수수료율 0.2%			579	608	639	671	704	739	776	815
. 데이터판매	건당 20원, 50개소	819	860	903	948	995	1,045	1,098	1,152	1,210	1,271
. B2B 거래	수수료율 0.5%(결제금액의 10%)	1,386	1,254	586	618	652	643	678	714	752	792
. 광고수입	수수료율 : 상품당 0.5%	91	96	101	106	111	116	122	128	135	142
. 배달수수료	평균 배달 이용 : 11.9% 월 366,492.6원, 수수료율 0.3%										
. IoT수수료	평균 가구원 : 2.5명, 집침 5,700원 적용, 수수료율 5%										
- 서비스 제휴수입	스마트홈 및 임대아파트 관리카드										

인천e음 플랫폼 효율적 운영을 위한 사업타당성 연구

구분	적용기준	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
2. 비용		23,199	15,929	9,733	9,553	9,998	10,104	10,571	11,060	11,571	12,106
1) 플랫폼 운영		3,439	3,589	3,746	3,910	4,082	4,261	4,448	4,644	4,848	5,062
· 인건비		2,650	2,769	2,894	3,024	3,160	3,302	3,451	3,606	3,769	3,938
· 관관비	인건비 x 26%	689	720	752	786	822	859	897	938	980	1,024
· 보안솔루션비	1억 원(고정비용)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2) 교통카드 개발비	1식, 유지보수 5%, 매년 5% 증가	1,500	1,500	150	158	165	174	182	191	201	211
3) 매입사 보전수수료	1식, 유지보수 5%, 매년 5% 증가	500	25	26	28	29	30	32	34	35	37
4) 매입사 보전수수료	거래금액 x 0.4%	17,174	10,298	5,338	5,012	5,260	5,166	5,418	5,682	5,958	6,246
5) 충전수수료(원/건)	42원	189	114	62	61	67	69	76	84	92	102
6) 카드제작비(원/장)	2,000원	137	143	150	158	166	174	183	192	202	212
7) 배달서비스 운영비	1식	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
8) IoT구축 및 운영비	18억(구축-3년), 15%(운영), 매년 5% 인상	60	60	60	27	28	30	31	33	34	36
9) 캐시백		429,350	257,450	133,450	125,300	131,510	129,150	135,450	142,050	148,950	156,150
3. 운영수지		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

3) BEP

(1) 현행 유지 및 신규 사업 추진 시 BEP(손익분기점) 결제액

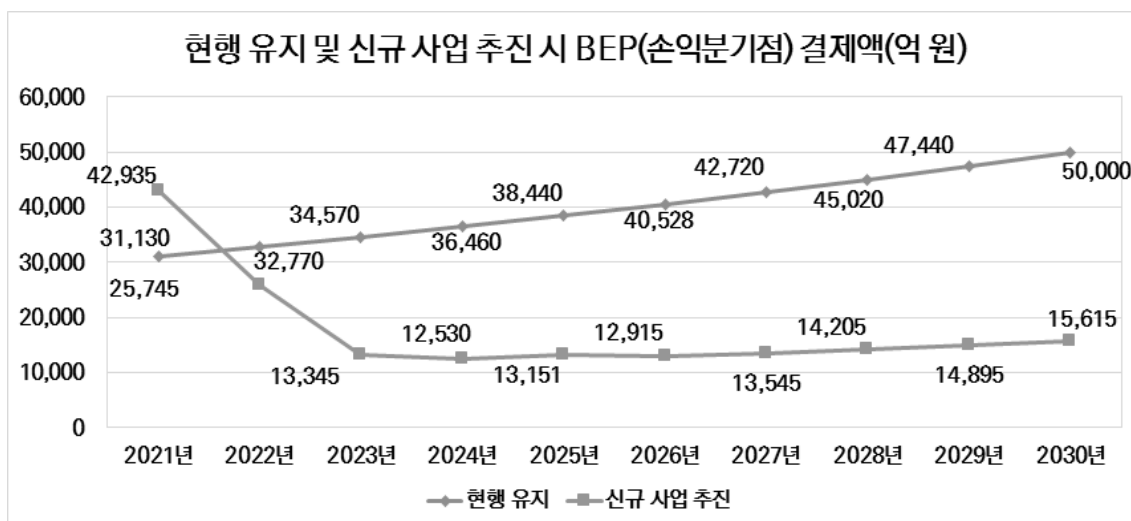
○ 손익분기점을 맞추기 위해서 현행 유지 시에는 2021년 31,130억원의 결제액이 필요하며, 점차 증가하여 2030년에는 50,000억원의 결제액이 필요함.

○ 손익분기점을 맞추기 위해서 신규 사업 추진 시에는 2021년 42,935억원의 결제액이 필요하며, 증가와 감소가 반복하여 2030년에는 15,615억원의 결제액이 필요함.

[표 4-13] 현행 유지 및 신규 사업 추진 시 BEP(손익분기점) 결제액

(단위 : 억 원)

구분	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
현행 유지	31,130	32,770	34,570	36,460	38,440	40,528	42,720	45,020	47,440	50,000
신규 사업 추진	42,935	25,745	13,345	12,530	13,151	12,915	13,545	14,205	14,895	15,615



[그림 4-10] 현행 유지 및 신규 사업 추진 시 BEP(손익분기점) 결제액(억 원)

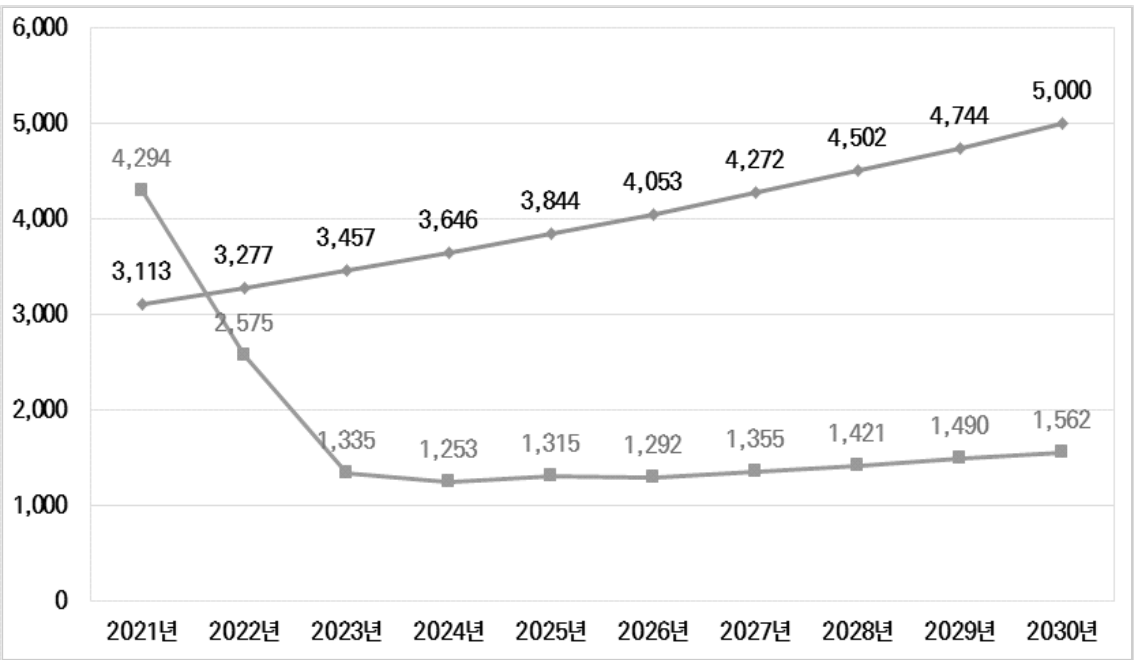
(2) 현행 유지 및 신규 사업 추진 시 캐시백율에 따른 재정지원 규모

○ 현재 캐시백율은 10%이지만, 예산으로 충당되는 재정지원은 한계가 있기에, 현행 유지 및 신규 사업 추진에 대해 10%, 6%, 4%를 추정함.

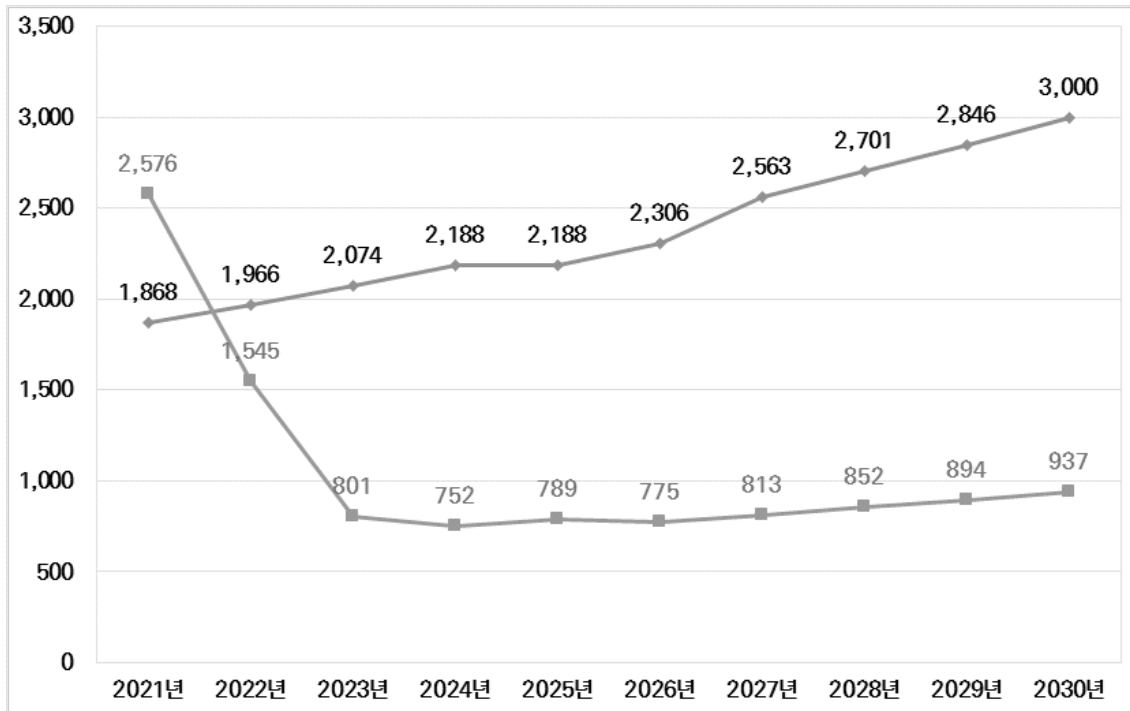
[표 4-14] 현행 유지 및 신규 사업 추진 시 캐시백율에 따른 재정지원 규모

(단위 : 억 원)

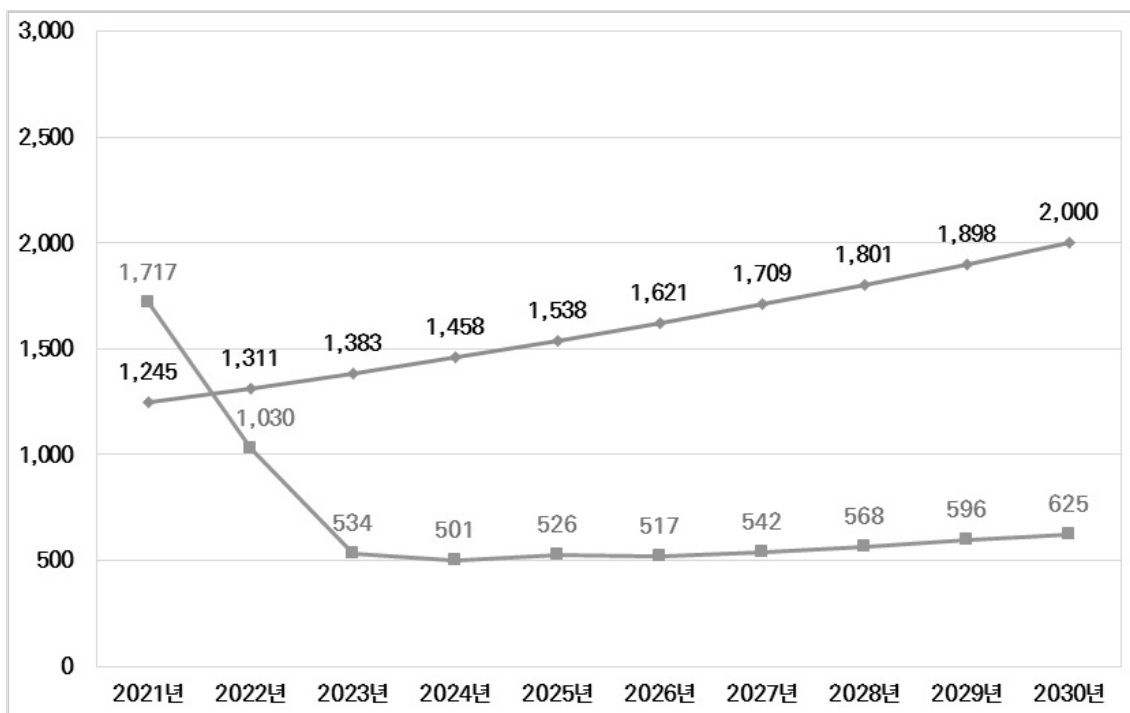
구분	캐시백율	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
현행 유지	10%	3,113	3,277	3,457	3,646	3,844	4,053	4,272	4,502	4,744	5,000
신규 사업 추진		4,294	2,575	1,335	1,253	1,315	1,292	1,355	1,421	1,490	1,562
현행 유지	6%	1,868	1,966	2,074	2,188	2,306	2,432	2,563	2,701	2,846	3,000
신규 사업 추진		2,576	1,545	801	752	789	775	813	852	894	937
현행 유지	4%	1,245	1,311	1,383	1,458	1,538	1,621	1,709	1,801	1,898	2,000
신규 사업 추진		1,717	1,030	534	501	526	517	542	568	596	625



[그림 4-11] 캐시백율 10%일 때 재정지원 규모(신규사업 추진시)



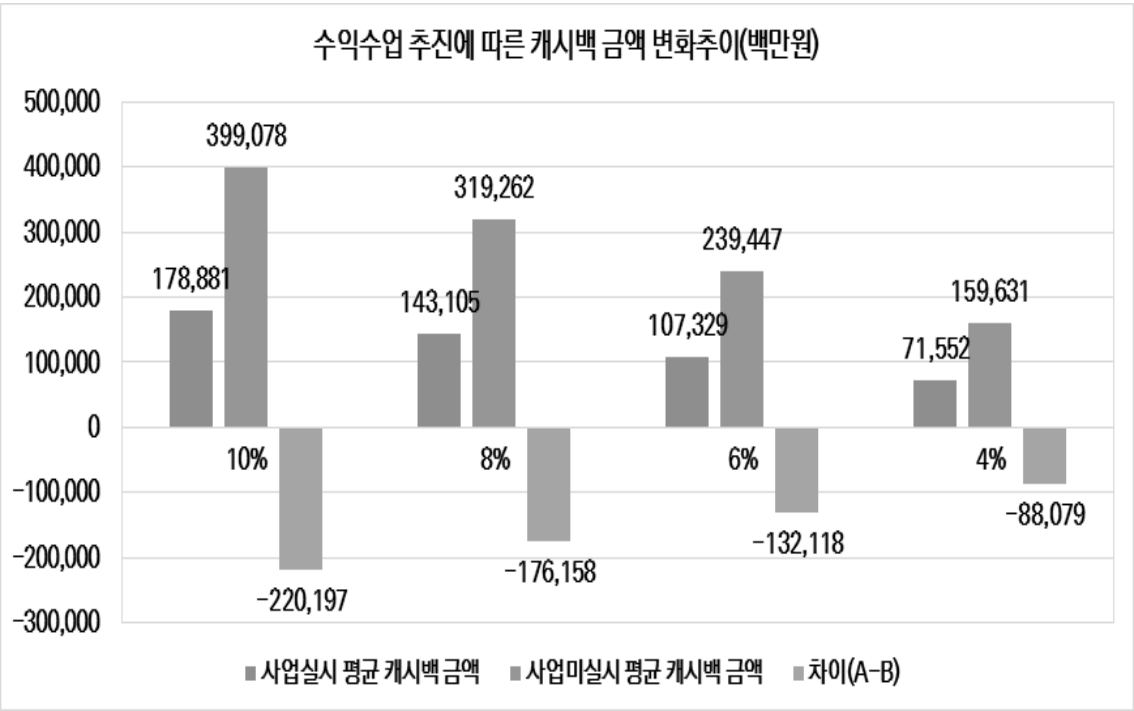
[그림 4-12] 캐시백율 6% 일 때 재정지원 규모(신규사업 추진시)



[그림 4-13] 캐시백율 4% 일 때 재정지원 규모(신규사업 추진시)

4) 민감도분석(캐시백율)

- 분석 대상기간(2021~2030) 운영주체 변경에 따른 평균 캐시백 금액의 변화 추이는 다음과 같음.
 - 운영주체 미변경에 따른 수익사업 미실시로 인한 평균 캐시백 지원규모는 연간 1,596 ~ 3,991억원으로 나타남.
 - 운영주체 변경에 따른 수익사업 실시로 인한 평균 캐시백 지원규모는 연간 716 ~ 1,789억원
- 이를 통해, 운영주체 변경에 따른 수익사업 실시로 평균 캐시백 절감 효과는 연간 880 ~ 2,202억원으로 예상됨.



[그림 4-14] 현행 유지 및 신규 사업 추진 시 캐시백율에 따른 재정지원 규모

6. 타당성 검토 종합

1) 정책적 분석 결과

- 인천e음 카드 운영주체 변경에 대한 정책적 분석은 사업 도입 목적 및 정책 부합성, 다양한 사업추진 및 재정지원 규모 등에 대하여 종합 분석함.
- 아울러 설정된 대안 3가지에 대하여 비교분석한 장단점을 기준으로 가장 적합한 운영주체에 대한 의견을 제시함.

(1) 사업 도입목적 달성 및 정책 부합성

- 인천e음 카드는 지역경제 활성화, 지역소비증대 및 역외소비 억제를 목적인 도입한 결과 사업성과를 고찰할 때 타당성이 있는 것으로 분석됨.
- 또한, 인천광역시 도입한 인천e음 카드의 통합플랫폼이 전국적인 우수사례로 홍보됨은 물론 이를 지속 발전시키고자 하는 인천광역시의 추진의지를 볼 때 정책적인 부합성이 있는 것으로 분석됨.

(2) 다양한 사업 추진 가능성

- 현재 인천e음 카드사업은 인천광역시를 사업기관으로 하여 민간회사에 위탁운영을 실시하고 있음.
- 자치단체 특성상 공공목적의 사업을 추진하는 것은 가능하나 수익사업을 추진하기에는 관련 법규 및 민간기업의 영업침해로 인해 많은 제한이 따르고 있음.
- 이에 지금처럼 인천e음 카드사업을 추진하는 것은 지속적인 재정지원이 뒷받침되지 않는 한 다양한 사업을 추진하기에 제한요소가 많아 타당성이 미흡함.

(3) 재정지원 규모

- 인천e음 카드사업 초기 캐시백율은 4%로 시작하여 사업의 활성화를 위해 인천광역시, 관내 군·구 모두를 합하여 캐시백율은 10% 달하고 있음.
- 캐시백율 상향은 이용활성화를 위해서는 바람직하나 인천광역시의 재정지원 규모는 지속적으로 증가할 것임.
- 따라서 인천e음 카드사업이 공공편익 제공 및 지속추진을 위해서는 인천광역시의 재정지원이 담보가 되지 않을 경우 수익성 확보가 미흡하여 타당성이 부족함.

(4) 정책적 분석 종합

- 인천e음 카드사업의 도입 목적 및 정책 부합성, 다양한 사업추진 및 재정지원 규모에 대한 분석결과를 종합할 때 가장 적절한 운영주체는 민간기업(가칭 : 인천e음카드주식회사)을 설립하여 운영하는 것이 바람직할 것으로 생각됨.
 - 민간 기업을 신설할 경우 민간 인력의 전문성, 창조성 및 효율성 등을 적극 활용하여 통합플랫폼의 효율적인 운영은 물론 수익창출을 통한 재정지원 축소를 위해 다양한 사업추진이 필요함.
 - 이를 위해서는 민간기업의 주주구성(인천광역시, 코나아이, 인천광역시내 공공기관)을 공공보다는 민간지분이 높은 쪽으로 구성하는 것이 바람직 할 것으로 생각됨.
- 민간이 대주주일 경우 별도의 협약을 통하여 통제장치(공공사업의 사유화 방지) 확보가 필요함.
 - 민간의 적정지분 산정을 위해 특허에 대한 가치평가가 선행되어야 함.
 - 타 자치단체의 경우 특별한 통제장치 없이 목적사업에 적합한 조직구조를 가지는 동시에 의사 결정이 이루어짐.

- 민간의 지분율이 높을 경우 공공목적의 사업이 수익사업 위주로 구성될 수 있으므로 인천광역시는 별도의 협약을 통하여 이사회 구성 참여 및 감사직의 역할을 맡는 것이 필요함.

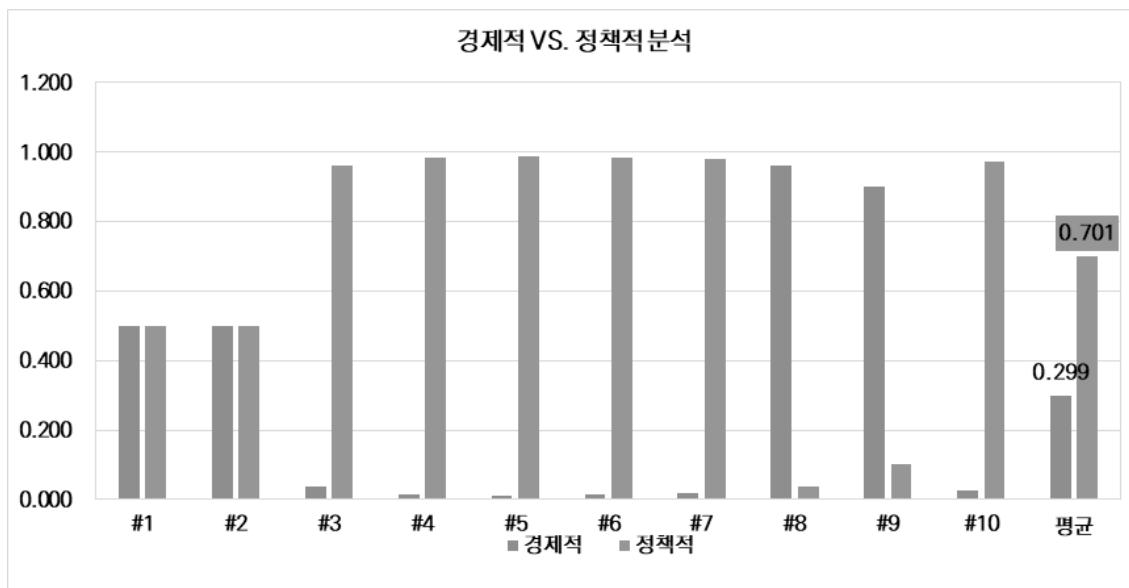
[표 4-15] 검토 항목별 비교분석

구 분	대안 1(현행)	대안 2(민간기업 설립)	대안 3(스마트시티 중심)
1. 공공성 확보 분야	●(5)	◎(3)	●(4)
2. 지속가능성 유지 분야	●(4)	●(4)	●(4)
3. 수익성 확보 분야	○(2)	●(5)	◎(3)
4. 조직구성 유연성 분야	○(2)	●(5)	●(3)
5. 자본 및 주주확보 분야	○(1)	●(4)	●(4)
6. 민간통제 분야	●(5)	◎(3)	◎(3)
계	19	24	21

주 : ● - 매우 적합(5), ● - 적합(4), ◎ - 보통(3), ○ - 미흡(2), ○ - 매우 미흡(1)

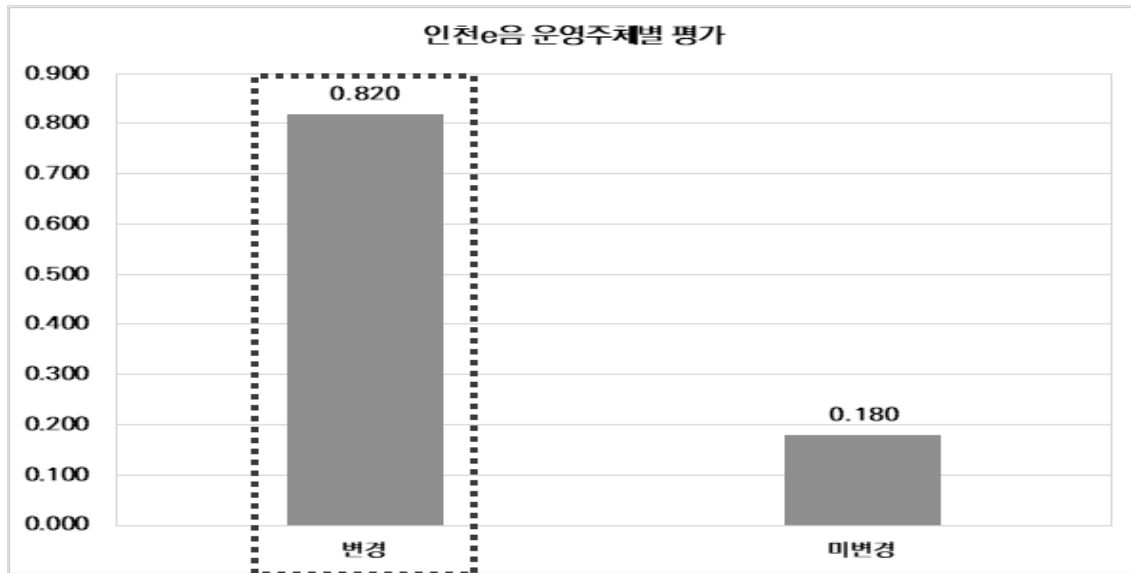
2) AHP 분석 결과

- 인천e음 카드사업에 전문가 대상 AHP 조사 분석 결과 경제적 분석 보다는 정책적 분석이 더 중요한 것으로 됨.



[그림 4-15] 경제적 및 정책적 분석에 대한 AHP 분석 결과

- 인천E음 카드사업의 공공성 확보, 지속 가능성 및 수익성 확보 관점에서 볼 때 운영주체의 변경은 필요한 것으로 분석됨.



[그림 4-16] AHP 분석 결과 : 인천e음 운영주체별 평가

3) 경제적 분석

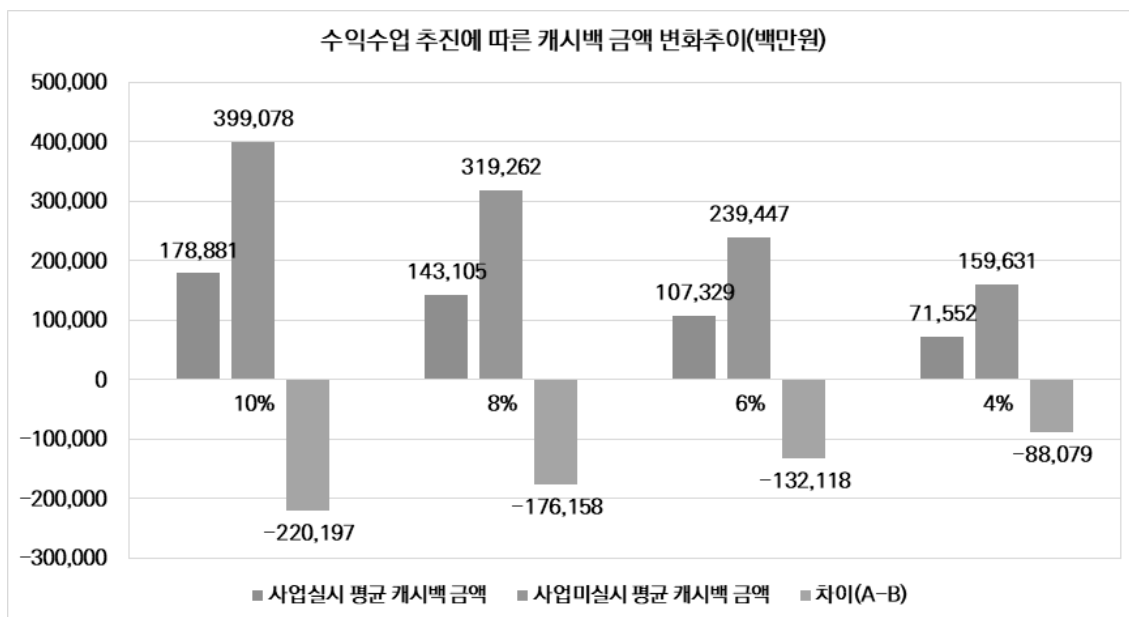
- 경제적 분석은 현재의 사업구조와 다양한 사업을 추진할 수 있는 사업구조를 비교하여 향후 10년간의 수입과 비용을 대차하는데 필요한 결제액 및 인천광역시의 재정지원 규모를 비교하였음.

(1) 사업구조 유지 및 변경에 따른 필요 결제액과 재정지원 규모

- 현행 유지 시 : 2021년 31,130억 원부터 2030년에 50,000억 원의 결제액이 필요하며, 이에 수반되는 캐시백(10% 가정) 금액은 약 3,113억 원~5,000억원으로 추정됨.
- 신규사업 추진시 : 2021년에 42,935억 원부터 2030년에 15,615억 원의 결제액이 필요하며, 이에 필요한 캐시백 금액은 약 4,294억원~1,562억원으로 추정됨.
- 지역화폐 특성 및 결제액의 현실여건 등을 고려하였을 때 신규사업 추진 확장이 더 바람직함.

(2) 캐시백율 변화에 따른 재정지원 민감도 분석

- 신규사업 추진에 따른 재정지원 규모는 신규사업 추진 초기에는 개발비 등으로 인해 투자가 수반되어 이에 필요한 결제액이 증가하나 초기투자가 완료되는 3년 후부터는 오히려 캐시백 금액이 감소함.
- 캐시백율에 따른 캐시백 금액은 10%일 때 평균 약 1,789억원, 8%일 때 평균 약 1,432억원, 6%일 때 1,073억원, 4%일 때 715억원으로 추정됨.



[그림 4-17] 신규사업 실시여부에 따른 캐시백 금액변화

- 캐시백 지분이 적을수록 결제액의 감소 가능성이 있음.
- 캐시백 지분의 감소 시에 인천e음의 지속적인 홍보, 이벤트 등을 통해 최대한의 결제를 유도해야 함.

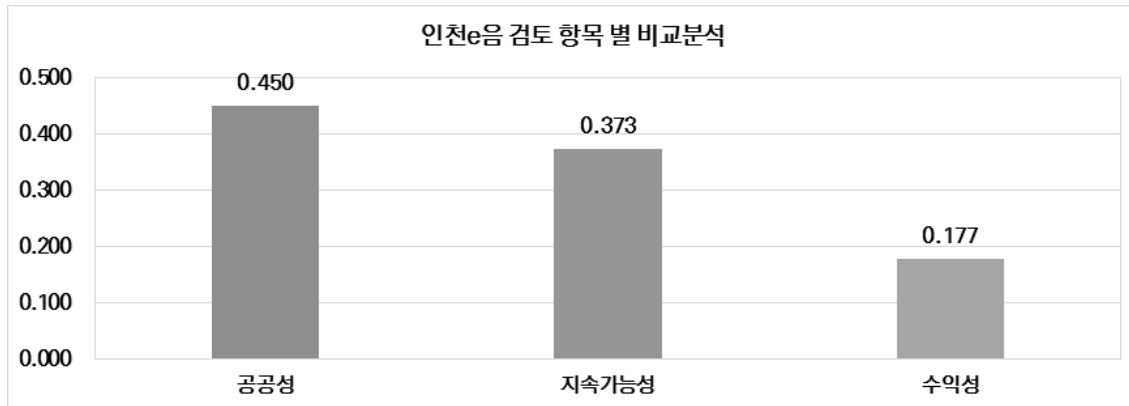
7. 종합결론

1) 정책적 분석 결과

- 인천e음 카드사업 활성화로 지역경제 활성화를 위한 목표는 달성이 가능하나, 캐시백 지급에 의한 재정지원 규모 확대에 대책이 마련되어 있음.
- 운영주체 변경대안 설정에 따른 분석결과 신규 민간기업(가칭 : 인천 E음카드주식회사)설립하여 운영하는 것이 가장 바람직할 것으로 생각됨.
- 정책적 분석항목에 대한 AHP 분석 결과는 다음과 같음.
 - 정책적 분석(0.701)이 경제적 분석(0.299)보다 더 중요한 것으로 나타남.
 - 공공성 확보(0.450) > 지속가능성 확보(0.373) > 수익성 확보(0.177) 순으로 중요한 것으로 나타남.
 - 인천e음 카드사업을 위해서는 운영주체 변경(0.820)이 운영주체 미변경(0.180)보다 중요함.

[표 4-16] 인천e음 검토 항목 별 비교분석

구분	가중치 평균	분류	분류 가중치 평균 계
공공성 확보	0.163	공공성 확보	0.450
채원조달 가능성	0.287		
상위계획 연계성	0.082	지속가능성 확보	0.373
지자체 추진의지	0.153		
시민욕구 충족	0.138		
수익사업 추진	0.099	수익성 확보	0.177
추진사업 다양화	0.078		



[그림 4-18] 인천e음 검토 항목 별 비교분석

2) 경제적 분석 결과

- 신규사업 미추진시는 향후 10년간 기준시 연간 평균 결제액 액 4.0조 원, 캐시백율 10% 기준시 연간 평균 약 4,000억원의 재정지원이 필요하여 인천광역시의 재정적인 부담이 매우 클 것으로 생각됨.
- 신규사업 추진시는 초기 투자비로 인해 요구되는 결제액 및 캐시백 규모가 크나, 10년 기준시 평균 결제액 및 캐시백 규모가 감소하는 것으로 나타남.
 - 신규사업 추진시는 연간 평균 결제액 약 1.8조원, 캐시백율 10% 기준시 연간 평균 약 연간 1,788억원의 재정지원이 필요할 것으로 분석됨.
- 따라서 신규사업 추진에 따라 연 평균 약 2,202억원의 재정지원 감소 효과가 있음.

3) 전문가 의견

- 공공성 확보 및 사업목적에 적합하게 운영주체 변경이 필요함.
- 캐시백은 점진적 하향 추진하는 것이 바람직하며, 세수로 보상 가능한 수준에서 결정
- 캐시백 하락 시 다른 커뮤니티(가맹점)와 연계 강화할 필요가 있음.
- 민간의 전문성 활용, 정관 및 이사회 구성으로 통제하여야 함.

구 분	자문의견	반영의견
전문가 1	<ul style="list-style-type: none"> • 시민의 삶의 질 향상과 지역경제 발전을 위해 ‘인천 e 음’의 지속 가능성과 정책 영속성 확보에 주력 • 현행 민간기업의 경험과 기술적 노하우 등에 매몰되지 않고 인천시와 협력 관계 유지 • 인천 내 기초자치단체의 주주참여방식도 검토 (특히 등 관계 기술력 보유 기업의 주주참여 필수요소) • 별도의 이사회 및 경영진은 인천시 주도로 운영하는 게 바람직함. • 캐시백을 저하 시 자영업자 및 소상공인 단체 등과 논의를 통해 추가 할인 등 다양한 인센티브 방안 모색 • 민간기업의 적극적 참여가 가능해야 하며, 적정 캐시백은 현행 10%로 유지 	자문의견에 대해 대부분 반영하였으나 적정 캐시백율은 실증데이터 미흡으로 제시 곤란
전문가 2	<ul style="list-style-type: none"> • 인천 e 음의 지속가능성을 위해 수익사업은 반드시 실현 (공익성 확보 전제 필요) • 관련 법률상 시에서 감사청구의 제도적 장치 마련 • 캐시백을 하락 시 다른 커뮤니티 기능들과 연계 강화 필요(민간기업의 캐시백은 최대 2% 수준) • 운영주체는 결정은 사업의 지속 가능성이 담보되는 방향으로 진행 • 적정 캐시백은 5~6% 수준 	관련 법률과 사례분석을 통하여 지분율에 따른 통제방법을 제시
전문가 3	<ul style="list-style-type: none"> • 최초 사업방향이 공공성 또는 수익성이냐에 따라 선택 (공공성 - 세부 범위 내, 수익성 - 수익 추구) • 통제방법 <ul style="list-style-type: none"> - 대표이사 및 임원 선임 시 인천시와 합의 (다만, 대주주 권한을 제한하는 것으로 법적 효력은 높지 않음.) - 사업의 공공성에 문제가 발생한다면 (예 : 높은 수수료 등) 사업 운영권 회수 조항 등을 포괄적으로 정관 및 조례에 삽입 - 배당금 및 임원 보수 설정 (이사회 위임 조항 등)을 인천시와 합의 및 관선 이사의 파견 • 캐시백 비율을 매년 0.5% 정도 조정하면서 다른 대체안 (예 : 기부금 공제 처리, 마을 꾸미기 사업 자금으로 전환 등)으로 충격 완화 필요 	통제방법에 대해 사례조사 결과와 함께 제시
전문가 4	<ul style="list-style-type: none"> • 인천 e 음 카드사업은 수익성보다는 공공성에 초점을 맞춰 추진 • 인천시와 시민사회 공동의 감사권을 사전 협의를 통해 제도화 (지역 화폐에 대한 대 시민교육 필요) • 인천시 출자출연기관을 신규 운영주체로 설정하는 것이 상대적으로 더 바람직함. • 지방세 세수로 커버 가능한 수준 에서 캐시백율이 결정되어야 함 . 	상기 자문의견과 대부분 동일하여 반영

4) 종합의견

- 인천e음 카드사업에 대한 운영주체 변경에 대하여 3가지의 대안을 설정하여 정책적 분석, AHP 분석 및 경제적 분석결과를 검토한 결과 대안 2(민간기업 설립)가 가장 적합한 것으로 생각됨.
- 그러나 대안 2의 경우 인천광역시 및 인천광역시 공공기관(도시, 교통, 관광 분야)이 참여한다 해도 지분구조 특성상 대주주 아님.
- 따라서 인천e음 카드사업의 도입 목적인 공공성 확보를 위해 법인 정관, 이사회 구성 및 감사 선임 등에 대해 인천광역시 및 공공기관의 참여가 필수적임.
- 이를 통하여 공공성 확보와 함께 수익성을 창출하여 사업의 도입 목적 달성은 물론 캐시백 지원에 따른 인천광역시의 재정적인 부담을 완화시킬 필요가 있음.

V

발전방안(안)

제 5 장 발전방안(안)

1. 플랫폼 사업의 확장성을 고려한 발전방안 모색

1) 플랫폼 발전방안

(1) 시(인천e음 운영)

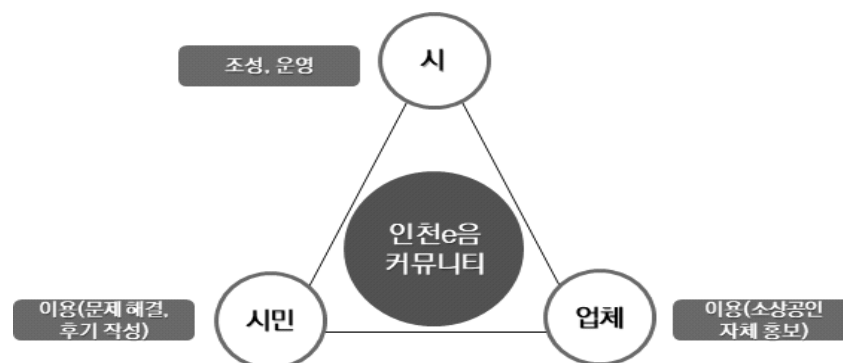
- 온라인 가맹점 추가(인천시에서 생산되어 판매하는 로컬 푸드, 인천 시 마을공동체 및 사회적 기업 제품)
- 인천e음 운영자료 분석을 통한 개선방안 모색(지역/업종별 소비 유형 분석, 개선사항 도출) 및 지속적인 홍보
- 인천e음 커뮤니티 운영 : 커뮤니티 공간을 인천e음 플랫폼 내에 조성

(2) 시민(수요자)

- 인천시민의 적극적인 참여(적정 캐시백 제공으로 선순환적인 소비구조 유지)
- 인천e음 커뮤니티 이용 : 궁금증, 불편사항 공유 등 문제 해결, 후기 작성(바이럴 마케팅 기능)

(3) 업체(공급자)

- 높은 서비스, 제품 제공을 통한 지속적인 유통망 노력
- 인천e음 커뮤니티 이용 : 소상공인 자체 홍보



[그림 5-1] 인천e음 플랫폼 발전방안

2. 수익사업 발굴

1) 핀테크 사업 확장

(1) 핀테크 사업 등록

○ 비금융기관이 전자금융업을 영위하기 위해 금융위원회에 등록해야 함.

- 구비서류로는 등록신청서(상호명, 본점소재지, 연락처, 대표자 성명, 대표자 주민등록번호, 자본금(수권자본금, 납입자본금(단위: 억원)), 출자자의 성명 또는 명칭과 지분을, 영위하고자 하는 전자금융업(전자지급결제대행업, 결제대금예치업, 전자고지결제업, 선불전자지급수단 발행 및 관리업, 직불전자지급수단 발행 및 관리업), 정관, 법인의 등기부 등본재무제표와 그 부속서류업무개시 후 3년간 사업계획서, 추정재무제표, 예상 수지계산서전문인력, 물적 시설 설비 현황을 기재한 서류 등이 필요함.
- 처리 기관은 금융감독원(IT·핀테크전략국)이며, 소요기간은 제출일, 토요일, 일요일, 공휴일 및 실지조사 기간 등을 제외한 20일이 예상됨.
- 다음 [그림 5-2]는 해당 업무처리 흐름도임.



자료 : 금융위원회 홈페이지(<https://www.fcsc.kr/>)

[그림 5-2] 전자금융업자 등록 업무처리 흐름도

○ 전자지급결제대행과 선불전자지급수단 발행·관리의 공통적 요건은

- ① 이용자 보호 및 전자금융업무 수행이 가능한 충분한 전문인력(전산업무 종사경력 2년 이상 임직원이 5명 이상 확보)과 전산설비 등 물적시설(전산기기, 백업장치, 각종 전자금융 프로그램, 정보보호시스템 등)을 갖추고 있을 것(전자금융거래법 제31조 제1항, 전자금융감독규정 제50조 제1항)

전자금융거래법 제31조(허가 및 등록의 요건) ①제28조 및 제29조의 규정에 따라 허가를 받거나 등록을 하고자 하는 자는 다음 각 호의 요건을 모두 갖추어야 한다. 제4호 및 제5호는 허가의 경우에 한한다.

1. 제30조의 규정에 의한 자본금 또는 기본재산을 보유할 것
2. 이용자의 보호가 가능하고 행하고자 하는 업무를 수행함에 있어서 충분한 전문인력과 전산설비 등 물적 시설을 갖추고 있을 것
3. 대통령령이 정하는 재무건전성 기준을 충족할 것
4. 사업계획이 타당하고 건전할 것
5. 대통령령이 정하는 주요출자자가 충분한 출자능력, 건전한 재무상태 및 사회적 신용을 갖추고 있을 것

전자금융감독규정 제50조(인력 및 물적 시설 세부요건) ① 법 제28조 및 제29조에 따라 허가를 받거나 등록을 하고자 하는 자는 인력과 물적 시설에 대한 다음 각 호의 요건을 모두 갖추어야 한다. <개정 2013. 12. 3.>

1. 신청 당시 전산업무 종사 경력이 2년 이상인 임직원을 5명 이상 확보하고 있거나 허가·등록 시점에 확보 가능할 것
2. 전자금융업을 원활히 영위하는데 필요한 전산기기를 갖추 것 <개정 2018. 12. 21.>
3. 전산장애 발생 시 전산자료 손실에 대비한 백업(backup)장치를 구비할 것
4. 전자금융업의 원활한 영위를 위한 각종 프로그램을 갖추 것 <개정 2018. 12. 21.>
5. 전산자료 보호 등을 위한 적절한 정보처리시스템 관리방안을 확보하고 정보보호시스템 등 감시운영체제를 구축할 것
6. 전산실 등의 구조 및 내장, 설비 등의 안전성을 확보하고 적절한 보안대책을 수립할 것

② 법 시행령 제18조 제1항에 따른 재무건전성 요건을 갖추 것

전자금융거래법 시행령 제18조(재무건전성 기준 등) ①법 제28조 및 법 제29조에 따른 허가를 받거나 등록을 하려는 자(이하 이 조에서 "신청인"이라 한다)가 「금융위원회의 설치 등에 관한 법률」 제38조에 규정된 금융감독원의 검사대상기관인 경우에는 그 기관의 설립·운영 등에 관한 법령에서 정하는 경영건전성에 관한 기준 등을 감안하여 금융위원회가 정하여 고시하는 재무건전성 기준에 적합하여야 한다. <개정 2008. 2. 29.>

③ 사업계획이 타당하고 건전할 것

④ 법 시행령 제18조 제3항이 정하는 주요출자자가 충분한 출자능력, 건전한 재무상태 및 사회적 신용을 갖출 것(동법 제31조).

전자금융거래법 제31조(허가 및 등록의 요건) ①제28조 및 제29조의 규정에 따라 허가를 받거나 등록을 하고자 하는 자는 다음 각 호의 요건을 모두 갖추어야 한다. 제4호 및 제5호는 허가의 경우에 한한다.

1. 제30조의 규정에 의한 자본금 또는 기본재산을 보유할 것
2. 이용자의 보호가 가능하고 행하고자 하는 업무를 수행함에 있어서 충분한 전문인력과 전산설비 등 물적 시설을 갖추고 있을 것
3. 대통령령이 정하는 재무건전성 기준을 충족할 것
4. 사업계획이 타당하고 건전할 것
5. 대통령령이 정하는 주요출자자가 충분한 출자능력, 건전한 재무상태 및 사회적 신용을 갖추고 있을 것

②제1항의 규정에 따른 허가 및 등록의 세부요건에 관하여 필요한 사항은 금융위원회가 정한다. <개정 2008. 2. 29.>

○ 이 밖에 추가로 전자지급결제대행 사업을 하기 위해서는 ① 상법상 회사 또는 민법상 법인으로서 ② 자본금으로 분기별 결제대행금액 등이 30억원 이하에 해당하는 경우에는 3억 원, 그 외의 경우에는 10억 원을 구비해야 함(동법 제30조 제3항, 동법 시행령 제17조 제2항·제3항, 전자금융감독규정 제42조의2 제1항).

전자금융거래법 제30조(자본금) ③제28조제2항제4호·제5호 및 제29조의 규정에 따라 등록할 수 있는 자는 「상법」제170조에서 정한 회사 또는 「민법」제32조에서 정한 법인으로서 업무의 종류별로 자본금·출자총액 또는 기본재산이 다음 각 호의 구분에 따른 금액 이상이어야 한다. <개정 2016. 3. 29.>

1. 분기별 전자금융거래 총액이 30억원 이하의 범위에서 금융위원회가 정하는 기준 이하로 운영하고자 하는 자(제29조에 따라 등록을 하고자 하는 자는 제외한다): 3억원 이상으로 대통령령으로 정하는 금액
2. 제1호 외의 자: 5억원 이상으로 대통령령으로 정하는 금액

전자금융감독규정 제42조의2(거래금액 기준) ① 법 제30조제3항제1호에서 "금융위원회가 정하는 기준"이라 함은 당해 전자금융업에 대한 분기별 결제대행금액(이용자가 지급한 재화 및 용역의 매출총액), 결제대금예치금액 또는 전자고지결제금액이 30억원 이하에 해당하는 경우를 말한다.

○ 선불전자지급수단의 발행 및 관리를 업으로 하기 위해서는

- ① 상법상 회사 또는 특별법에 따라 설립된 법인이어야 하며,
- ② 자본금 또는 출자총액이 20억 원 이상의 등록요건을 갖추어야 함
(동법 제30조 제2항).

전자금융거래법 제30조(자본금) ② 제28조제2항제1호부터 제3호까지의 규정에 따라 등록할 수 있는 자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자로 하되, 업무의 종류별로 자본금 또는 출자총액이 20억원 이상으로서 대통령령으로 정하는 금액 이상이어야 한다. <개정 2013. 5. 22.>

1. 「상법」 제170조에서 정한 회사
2. 특별법에 따라 설립된 법인(해당 법률에서 정한 업무를 수행하기 위하여 행하는 제28조 제2항제3호의 선불전자지급수단의 발행 및 관리업무로 한정한다)

○ 한편, 동법 제28조 제2항에서는 위와 같은 전자금융거래업무를 하더라도 비교적 규모가 작은 경우에는 금융위원회에 등록하지 않고도 해당 업무를 할 수 있도록 하고 있음.

전자금융거래법 제28조(전자금융업의 허가 및 등록) ② 다음 각 호의 업무를 행하고자 하는 자는 금융위원회에 등록하여야 한다. 다만, 「은행법」에 따른 은행 그 밖에 대통령령이 정하는 금융회사는 그러하지 아니하다. <개정 2008. 2. 29., 2010. 5. 17., 2013. 5. 22.>

1. 전자자금이체업무
2. 직불전자지급수단의 발행 및 관리
3. 선불전자지급수단의 발행 및 관리
4. 전자지급결제대행에 관한 업무
5. 그 밖에 대통령령이 정하는 전자금융업무

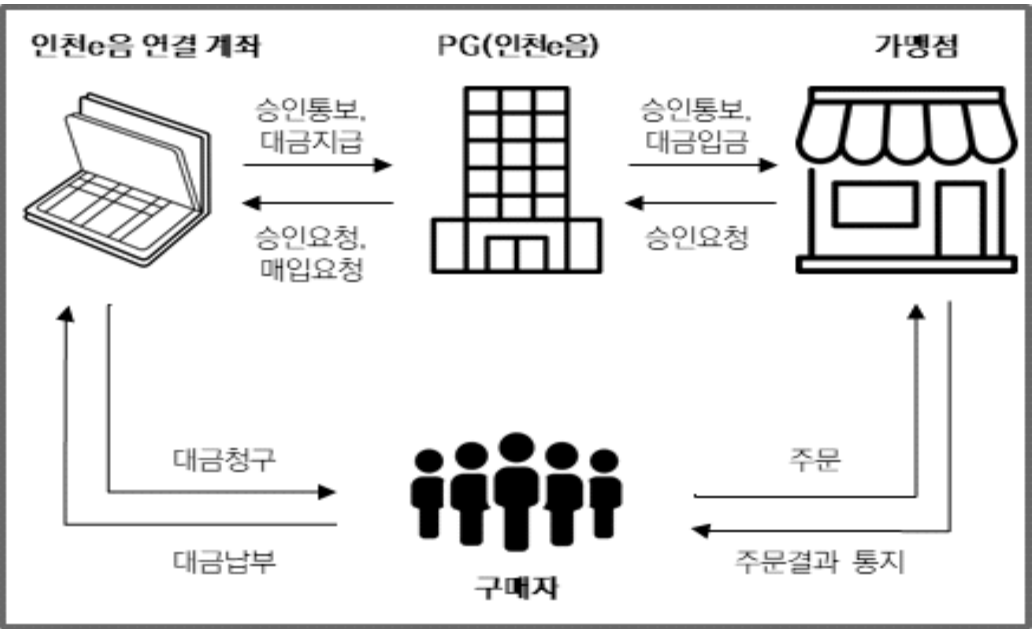
○ 전자지급결제대행업의 경우에는 자금이동에 직접 관여하지 아니하고 전자지급거래의 전자적 처리를 위한 정보만을 전달하는 업무를 하는 경우 등록의무를 면제해주고 있음(동법 시행령 제15조 제4항, 제7항).

전자금융거래법 시행령 제15조(허가 또는 등록면제 등) ④ 법 제28조제3항제1호가목에서 "대통령령이 정하는 기준"이라 함은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다. <개정 2013. 6. 28.>

1. 가맹점이 1개의 기초자치단체(「지방자치법」 제2조제1항제2호에 따른 지방자치단체를 말하며, 제주특별자치도의 경우에는 행정시를 말한다) 안에만 위치할 것
2. 가맹점 수가 10개 이하일 것
3. 가맹점이 1개의 건축물(「건축법」 제2조제1항제2호에 따른 건축물을 말한다) 안에만 위치할 것
4. 가맹점이 1개의 사업장(「부가가치세법 시행령」 제8조 및 제10조에 따른 사업장을 말한다) 안에만 위치할 것

(2) 전자지급결제대행업(PG)

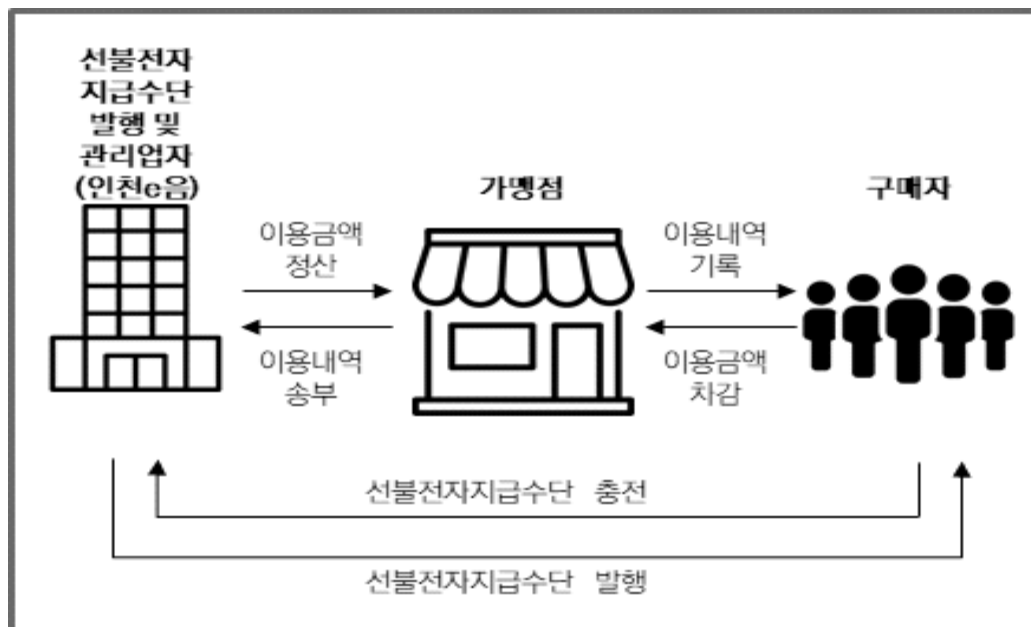
- 인터넷 쇼핑몰 등의 전자상거래에서 구매자로부터 대금을 수취하여 판매자에게 최종적으로 지급될 수 있도록 지급결제정보를 송수신하거나 그 대가의 정산을 대행하거나 매개하는 서비스를 의미함.
- 구매자가 인천e음을 통해 신용카드로 대금을 결제하는 경우 PG업자(인천e음 담당 부서/기관)는 해당 쇼핑몰(가맹점)을 대신하여 신용카드사에 거래내역 및 승인정보 등 지급결제정보를 전송하고 신용카드사로부터 대금을 지급받아 수수료 일부를 공제 후 가맹점에 지급함.
- 온라인상의 전자상거래 규모가 급속히 늘어남에 따라 PG업자(인천e음 담당 부서/기관)는 중심이 되어 지급서비스를 제공하는 대가로 수수료를 수취하는 수익구조를 기반으로 한 서비스를 제공함.



자료 : 한국은행, 한국의 지급결제제도(2014) 재구성
[그림 5-3] 전자지급결제대행업(PG)

(3) 선불전자지급수단발행업

- 선불전자지급수단 발행업자(인천e음 담당 부서/기관)는 구매자가 상품이나 서비스를 구매하기 전에 미리 대금을 지불할 수 있는 선불전자지급수단을 발행함.
- 선불업자가 IC칩 내장 카드나 정보통신망에 연결된 PC, 서버에 화폐적 가치를 저장함.
- 구매자는 가맹점에서 상품, 서비스 구매 위해 대금을 지급하고 선불업자는 가맹점에 이용금액을 정산함.



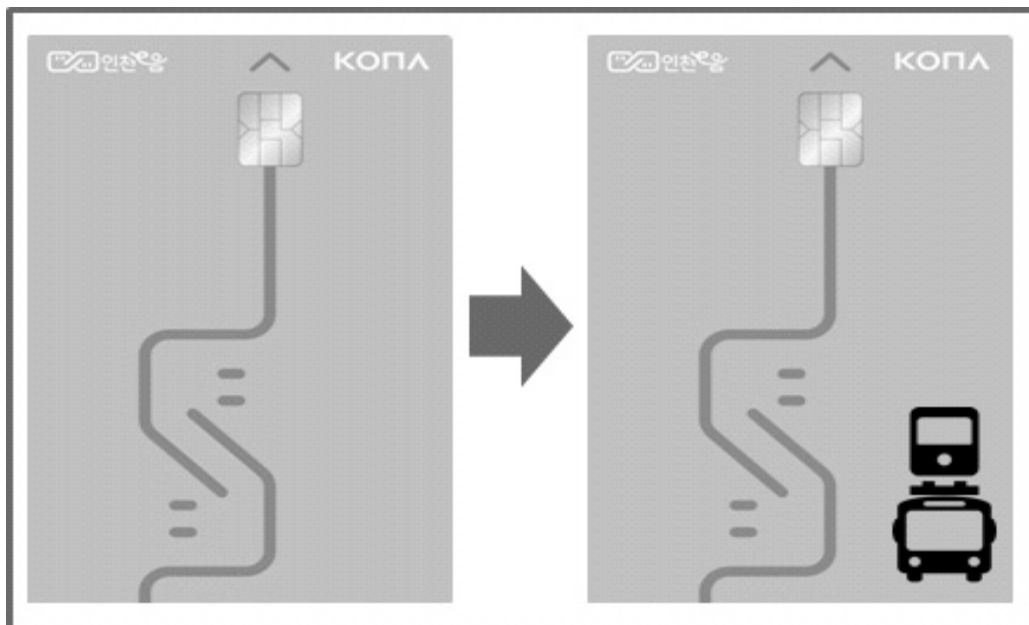
자료 : 한국은행, 한국의 지급결제제도(2014) 재구성

[그림 5-4] 선불전자지급수단발행업

2) 부가서비스 사업

(1) 교통카드

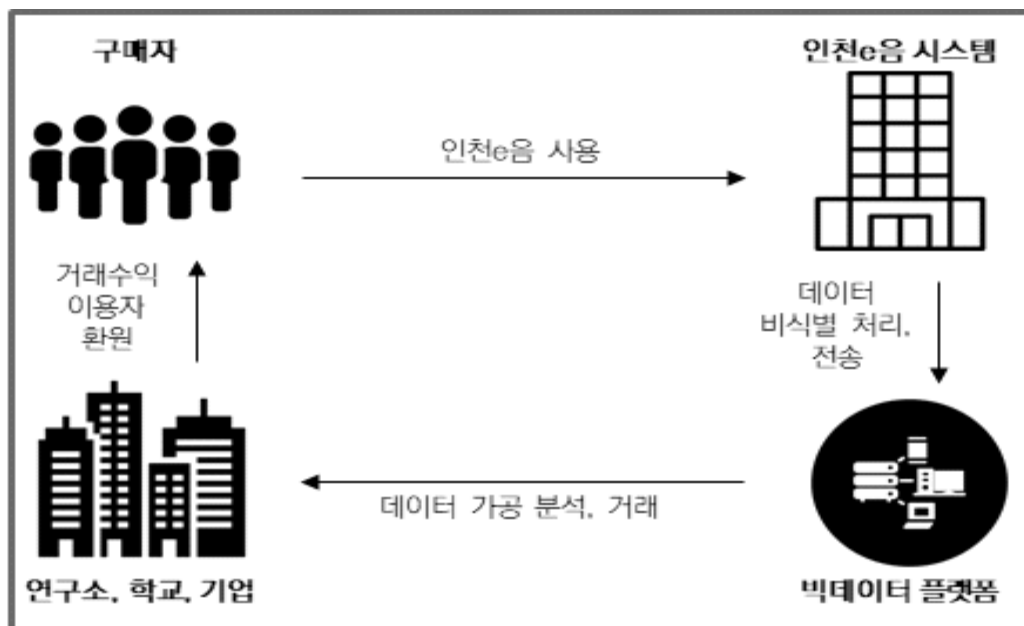
- 기존 인천e음카드는 교통카드 기능이 없어 대중교통을 이용하는 시민들이 교통카드를 따로 들고 다니는 불편에 대한 대안으로 연간 시에서 지불하는 환승보조금, 운영지원금의 절약이 가능함.
- 이러한 교통카드시스템은 자체 연산이 가능한 카드와 버스에 장착된 GPS를 이용해 교통카드로 대중교통을 이용하는 승객이 언제, 어디서, 어떤 교통수단으로 이동한 거리를 파악하여 요금을 계산함.
- 교통수단별로 다양한 곳에서 결제된 카드의 사용내역을 분석·정산하여 차량, 노선, 운수사 등에 따라 대금을 지급함. 또한, 교통기관의 거래내역 및 유통 거래내역을 시스템으로부터 수집하여 통계자료를 생성할 수 있어야 함. 그리고 타 시, 도 단위 정산과의 연계 및 처리 업무 기능의 정산연계 기능을 가지고 있어야 함.



[그림 5-5] 신규 부가서비스(안) - 인천e음 교통카드

(2) 데이터 판매

- 한국 데이터베이스 진흥원이 발표한 ‘2019년 데이터 산업 현황조사 보고서’에 따르면 국내 데이터 거래는 2017년 2,918억 원, 2018년 4,175억 원, 2019년에는 전년 대비 3.4% 증가한 4,315억 원을 기록함.
- 기업이 가지고 있는 방대한 고객 행동이나 금융정보를 암호화한 후에 판매가 이루어지는 데이터 거래소를 통해 정보를 구입한 기업은 상품 기획, 구성 등을 통해 맞춤형 상품을 개발할 수 있음.
- 신용정보법의 개정으로 판매자의 요청 시 데이터의 익명 및 가명처리 적정성, 구매자의 정보 보호 대책 적정성을 확인 후 전송해야 함.
 - 신용정보법 개정안 관련 목적은 사생활의 비밀 등을 적절히 보호함으로써 건전한 신용질서의 확립에 이바지함으로 두고 있음.
- 인천e음 이용 시 이용자의 거래일자, 성별, 연령대, 구매 상품 등 데이터들이 축적되고, 인천시는 축적된 데이터를 판매해 수익이 발생할 경우 이를 인천e음 이용자들에게 환원함.



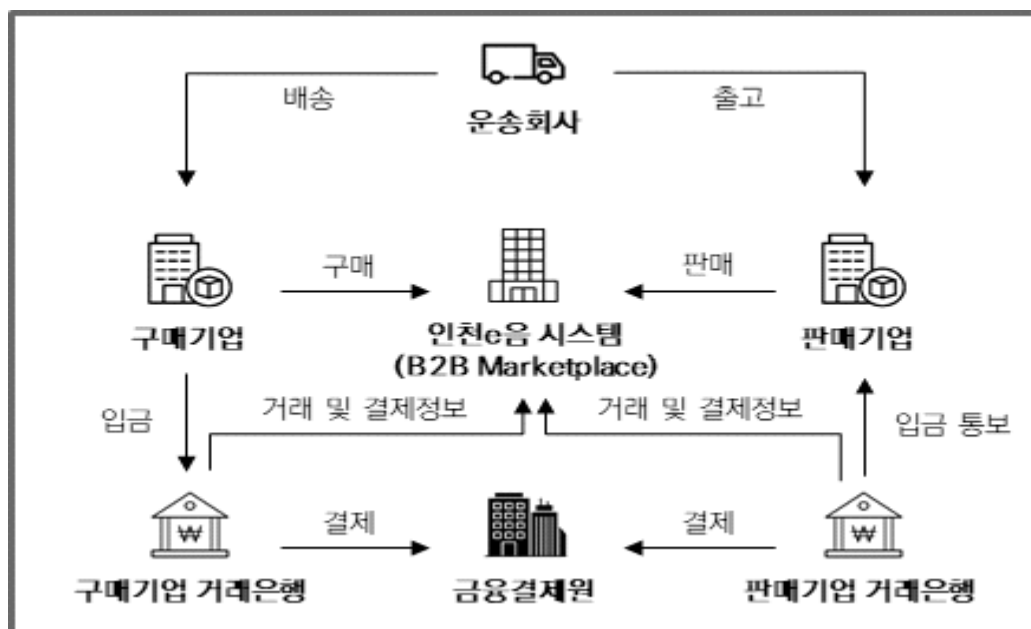
[그림 5-6] 신규 부가서비스(안) - 데이터 판매

(3) B2B거래(전자결제)

○ B2B시장의 특성은 다음과 같음.

- 기업과 기업 간의 거래를 대상으로 제품의 특성 및 사용목적에 따라 고객별 대규모 구매가 이루어짐.
- 공급자와 고객 간 장기적이고 밀접한 관계형성이 이루어짐. 상대적으로 가치창조의 필요성이 커 고객과의 장기적인 거래관계가 형성될 가능성이 높음.
- 제품 생산과 관련된 원자재 및 대형설비를 제외한 경영자문, 회계, 광고, 기업 금융서비스 등과 같은 전문 서비스들도 여기에 포함할 수 있음.
- 상호 니즈와 요구사항 등이 이미 사전에 합의되어 있고 거래의 주체가 확실히 구분되어 있기 때문에 유통 관계는 상대적으로 짧고 단순한 편임.
- 제품, 서비스의 우수성을 검비하고 고객의 요구에 신속하게 대응하고 그 요구를 만족시키는 역량이 기업의 지속가능한 성장에 중요한 사항으로 인식됨.

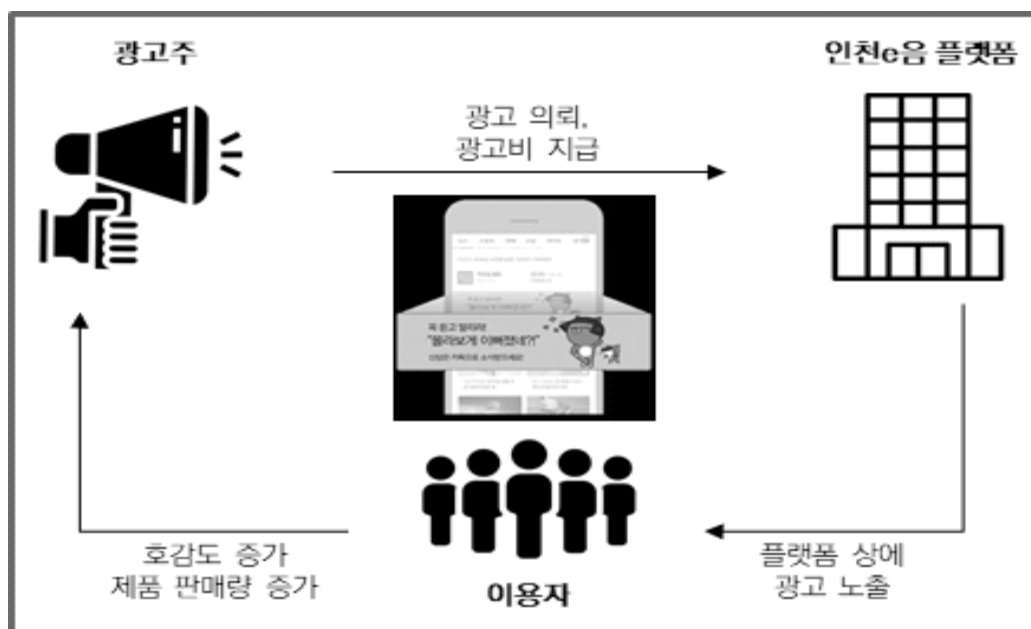
○ 기업 간 상거래(B2B)에서 발생하는 구매기업과 판매기업 간의 각종 상품과 용역 거래에 따른 대금결제를 인천e음 시스템(B2B Marketplace)을 통하여 제공하는 서비스를 실시함.



[그림 5-7] 신규 부가서비스(안) - B2B거래(전자결제)

(4) 광고수입

- 플랫폼 내에 막대(배너) 광고를 삽입하여 플랫폼 이용자에게 광고를 노출하거나, 배너를 클릭함으로 방문을 유도하는 광고를 CPC, CPM, CPI 등의 형태로 수익이 발생함.
- CPC(Cost per Click)는 클릭 당 비용으로, 광고가 클릭되었을 때 광고비용이 부과되며 클릭 1회당 비용으로 책정됨. 자사 브랜드 페이지나 제품 및 서비스의 소개 페이지, 앱 다운로드 페이지 등 특정 웹사이트 유입에 효과적임.
- CPM(Cost per Mile)은 노출 당 비용으로, 광고 노출 시 광고비가 부과되며 노출 1,000회당 비용으로 책정됨. 많은 사람들에게 노출하여 브랜드나 제품 및 서비스의 브랜딩 효과를 위해 활용 가능함. 클릭 수보다는 노출 수가 보장됨.
- CPI(Cost per Install)는 설치 당 비용으로, 광고로 인해 사용자가 특정 앱을 설치하였을 때 광고비가 부과되며 설치 1회당 비용으로 책정됨. 많은 사용자(또는 가입자) 수를 위한 앱 다운로드에 효과적임.
- 이용자와 인천e음 플랫폼, 그리고 광고주가 상호작용을 할 수 있는 성과형에 가까운 CPI로 광고를 진행하는 것이 효과적임. 단, 참여를 이끌어내기 어려움.



[그림 5-8] 신규 부가서비스(안) - 광고수입

3) 자체 수익사업(안)

■ 이사 서비스

○ 추진배경 및 현황

- 여러 가지 사유로 인하여 거주이전이 불가피한 상황이 발생할 경우 건강 및 경제적 부담 등의 문제로 인하여 자력에 의한 거주 이전이 어려운 사례가 빈번히 보도되고 있음. 이러한 사안은 수급자, 저소득층 주민의 경우 어려움이 더 배가될 것으로 예상됨.
- 타 지자체에서는 장애인, 저소득층, 국민기초생활수급자 등과 같은 주거 취약계층을 대상으로 해당 서비스를 실시하고 있으며, 대체적으로 월 1회 실시하는 것으로 나타남.

○ 목적

- 인천시 차원에서 이사 업체와의 MOU체결을 통해 이사지원을 실시하여 공공 측면에서 공익성과 수수료 등을 활용하여 수익성을 창출하고자 함.

○ 추진근거

- 인천광역시 차원의 조례 제정 필요

○ 사업개요

- 대상 : 인천시민 누구나(저소득층, 차상위계층 등 시 복지 수혜자 대상 이사는 무료(또는 일부분 자부담)지원 서비스 연계)
- 내용 :
 - . 인천광역시 관내 이사에 한함.
 - . 이용자 대상 이사 체크리스트, 계약 시 유의사항 제공
 - . 업체별 비교견적
 - . 종류별 비교견적(원룸, 가정, 사무실 등)
 - . 이용후기 작성 등을 통한 시민의 참여 유도
 - . 인천e음으로 결제 시 캐시백 지급

VI

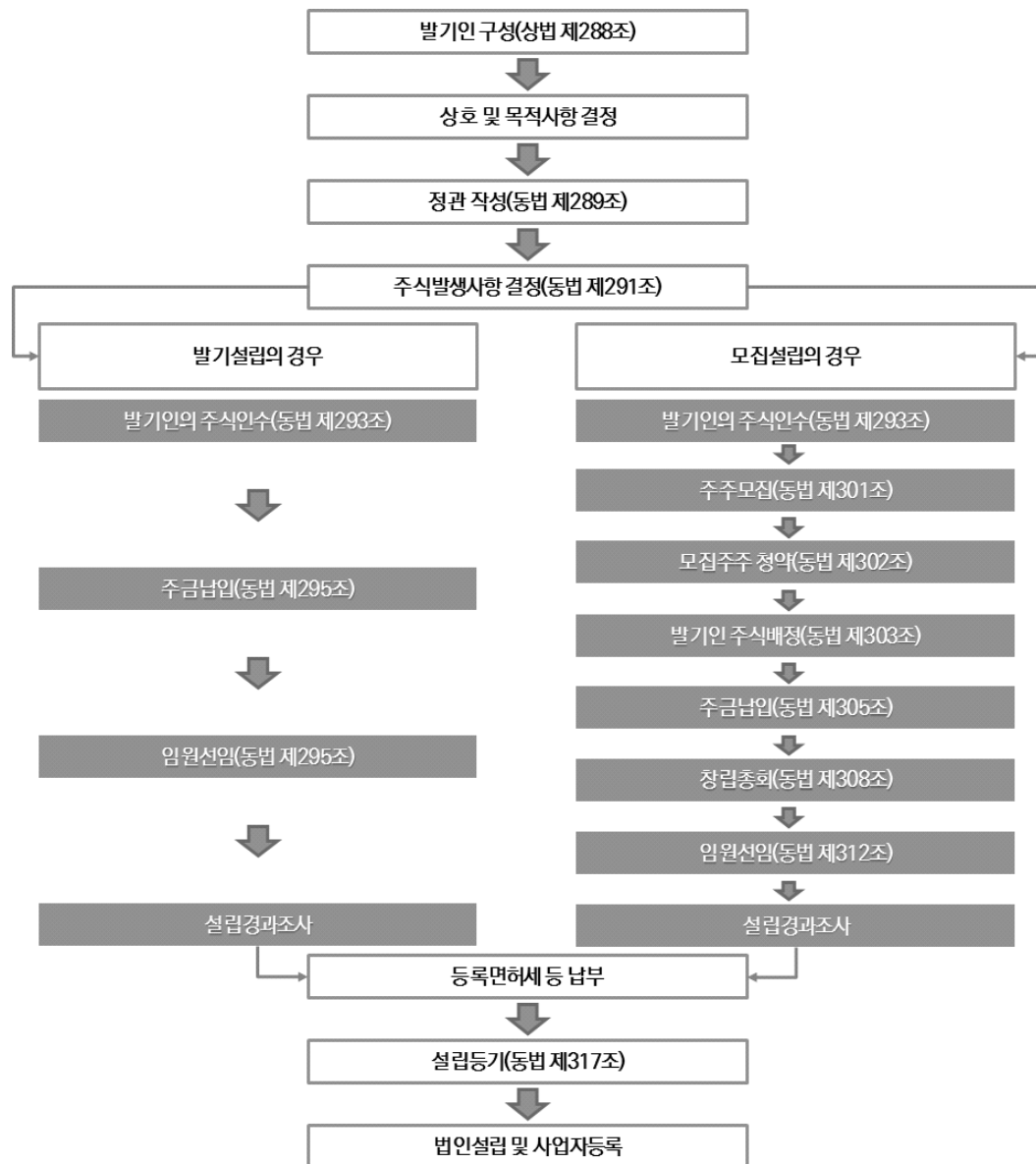
정책제언

제 6 장 정책제언

- 2020년 6월 16일부터 3일간 인천시민 1천명을 대상으로 실시되었던 ‘시정소통 역량강화와 효과증진을 위한 2020년 여론조사’에서 민선7기의 8가지 주요 정책·사업 중 ‘인천e음 인천사랑 전자상품권 사업’이 시민들의 가장 높은 만족 수준을 보임.
- 이처럼 인천e음은 인천시민의 지역사회 내 만족도를 높이는 동시에 지역경제 활성화를 도모하며, 사용자와 사업자가 모두 혜택을 누릴 수 있는 전자상품권으로 그 위상을 높이고 있음.
 - 이러한 인천e음의 타 지자체와 구별되는 가장 큰 특징으로 시와 군·구 단위에서 중층구조를 이루어 활용성 측면이 극대화된다고 할 수 있음.
- 이러한 배경으로 혜택*가맹점에서는 현장할인, 연말정산의 소득공제 등보다 시민이 직접적으로 더 체감할 수 있는 정책으로 캐시백을 논하고자 함. 2019년에 1,333억원의 규모로 평균 4%였지만, 2020년 코로나19 특수상황과 맞물려 추경 예산을 통해 10%까지 지급되는 등 그 규모가 확대됨. 하지만, 캐시백의 재원이 시의 예산으로 충당되기 때문에 이러한 현상을 담보로 지속성을 논하기에는 한계가 예상되며, 재정압박의 요인으로 그 비율이 낮아질 수 있는 가능성 또한 제기됨.
- 이에, 본 연구에서는 정책제언으로 인천e음 카드사업에 가장 적합한 운영주체로서 공공성 확보, 지속 가능성 여부, 수익성 확보 및 참여인력의 전문성, 창조성, 연속성 관점에서 앞서 비교한 결과를 기준으로 다음과 같이 정책적인 제언을 하고자 함.
 - 운영주체 변경 1순위 : 민간기업(코나아이, 인천광역시, 시 출자출연 공공기관)
 - 우선 2순위 : 인천광역시내 공공기관(스마트시티, 코나아이, 교통, 관광 및 도시공사 등)

1. 상법 상 적용되는 주식회사 설립 및 운영

- 합명회사, 합자회사, 유한책임회사, 주식회사, 유한회사 등 상법에서는 회사의 종류를 5가지로 분류하고 있음(상법 제170조).
- 그 중 인천e음이 향후 추진되기 위해 적합한 형태는 주식회사임.
 - 주식회사는 1인 이상의 사원(주주)으로 구성됨. 주식회사의 주주는 회사채권자에게 아무런 직접적인 책임을 부담하지 않고 자신이 가진 주식의 인수가액 한도 내에서 간접·유한의 책임이 있음(동법 제331조).
 - 또한, 주식회사는 주주라는 다수의 이해당사자가 존재하므로 의사결정기관으로 주주총회를 두어 정기적으로 이를 소집해야 함(동법 제361조, 제365조).
 - 업무집행기관으로 이사회 및 대표이사를 두어 회사의 업무를 집행함. 또한 이사의 직무집행을 감사하고, 회사의 업무와 재산상태를 조사하기 위해 감사와 같은 감사기관을 두도록 함(동법 제382조, 제389조 및 제409조).
 - 주식회사는 주식을 단위로 자본이 구성되므로 자본집중이 쉽고, 주주가 유한 책임을 부담하므로 사업실패에 대한 위험이 적어 공동기업의 형태로 자주 이용됨.
- 상법 상 주식회사에서 회사대표는 대표이사를 두고, 의사결정은 주주총회에서 이루어지며, 업무집행은 이사회, 대표이사를 통해 이루어짐. 아울러 감사기관을 두는 조직구조를 가지고 있음.
- 주식회사를 설립하기 위해서는 우선 발기인을 구성하여, 회사상호와 사업목적을 정한 다음, 발기인이 정관을 작성함. 정관작성 후에 주식발행사항을 결정하고 발기설립 또는 모집설립의 과정을 거쳐 법인설립등기, 법인설립신고 및 사업자등록을 하도록 하며, 다음 [그림 6-1]은 설립절차에 대한 모식도임.



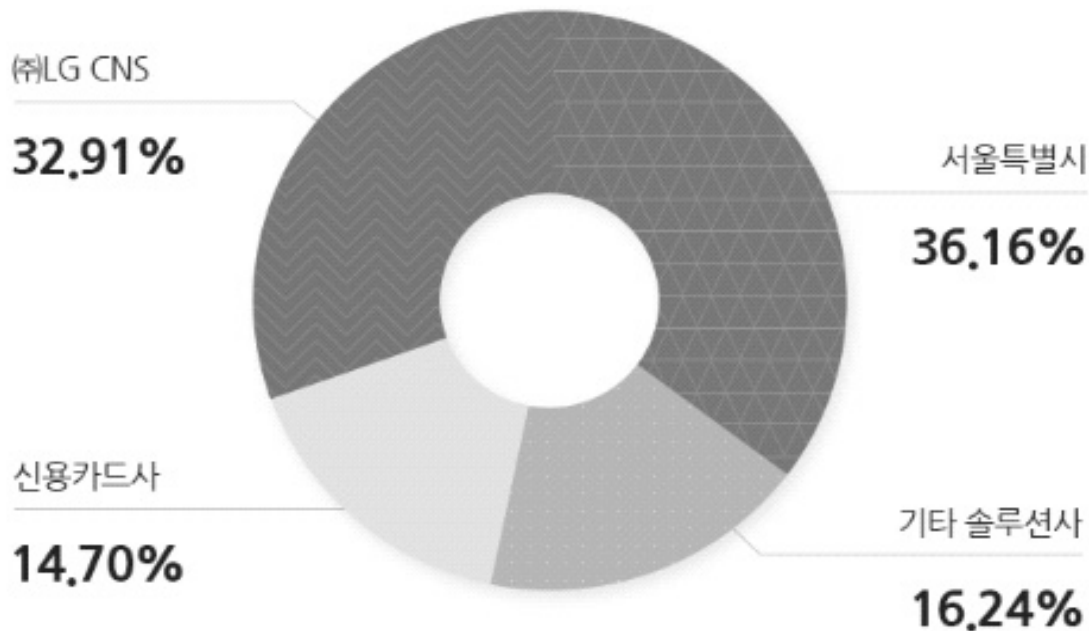
자료 : 법무부 중소기업법률지원단, 『주식회사 설립절차』

[그림 6-1] 상법 상 주식회사(인천e음카드주식회사(인)) 설립 과정

- 주식회사의 특징 중 하나로 지분을 설정해야 함. 지분이 가지는 의미는 1주, 또는 1좌의 금액을 정하여 출자자가 보유한 주식수 또는 좌수에 따라 지분을 소유함. 지분에 비례하여 의결권을 부여하기 때문에 주주총회, 사원총회에서 의결권을 행사할 수 있음. 통상적으로 지분이 많으면 의결권의 영향력도 커짐.
- 위와 관련하여 인천e음 운영을 위한 신규 주식회사(이하 인천e음카

드주식회사)는 지분에 참여할 대상을 구성하고, 각 대상별 지분을 설정해야 함.

- 대상으로는 현재와 같은 인천광역시, 코나아이가 포함되며, 인천광역시내 공공기관(도시공사, 교통공사, 관광공사 등)이 추가로 참여할 수 있음. 이러한 경우 사업의 확장성 및 시의 재정부담 완화를 기대할 수 있으며, 인천광역시 공기업 및 출자·출연기관의 지분 참여 시 인천광역시 출자·출연 비율로 간주함.(출자출연법 제4조).
 - 지분의 비중과는 달리 사업추진에서는 비중을 고려하지 않고 시에서 하는 사업의 경우 공공성을 확보한 것으로 간주 가능함.
 - 출자출연법 제24조(출자·출연 기관의 해산 요청 등)에 의거하여, 최소 10%의 인천시(및 공공기관) 지분을 확보하여야 하며, 10% 미만 시에는 지체 없이 지방의회의 의결을 거쳐 소유한 주식을 전부 처분, 다른 사람의 주식을 인수하는 등 조치가 이루어짐.
 - 민간이 대주주가 될 경우 별도의 협약을 통하여 인천광역시 및 인천광역시 공공기관이 법인의 이사회 참여 및 감사로 반드시 참여할 필요성이 있음.
- 일례로 사례조사에 나타난 것처럼 자치단체에서 추진하고자 하는 사업의 성격에 따라 민간 또는 공공이 대주주가 되는데 이는 추진하는 사업특성을 적극적으로 반영한 결과로 분석됨,
- 따라서 인천e음 카드사업 역시 공공성과 함께 지속가능성 및 수익성을 확보해야 하므로 민간기업 형태가 가장 바람직할 수 있음.
- (주)티머니의 교통분야 사업을 영위하는 관계로 공공성과 수익성 확보가 모두 중요한데 주주구성을 보면 서울특별시 36.16%, (주)LG CNS, 기타 솔루션사, 신용카드사가 지분을 각각 32.91%, 16.24%, 14.70% 가지고 있음.
 - 그럼에도 불구하고 서울특별시는 기업의 조직(이사회, 감사, 사업조직 등)에 별다른 참여를 하고 있지 않는 것으로 조사됨.
- 본 연구에서 기존 사업을 유지하기보다 신규사업을 추진하는 것은

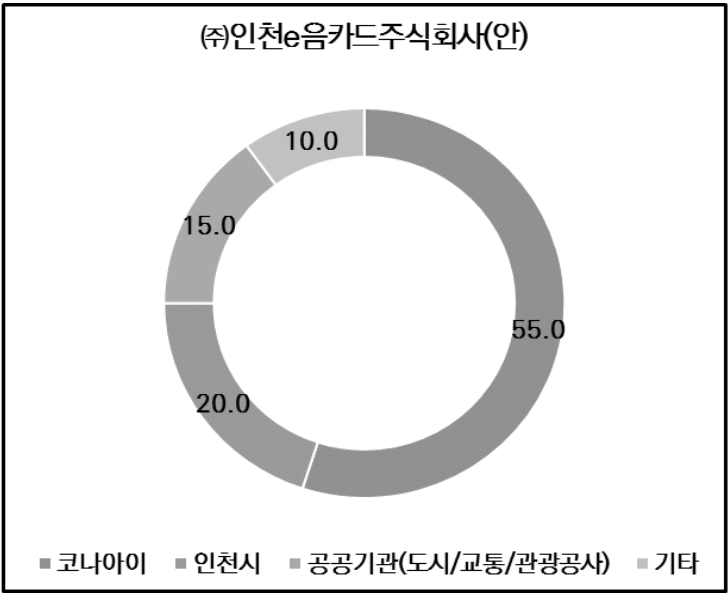


출처 : ㈜티머니 웹사이트(<https://www.tmoney.co.kr/>)

초기 구축 비용이나 추진 과정 중 운영비 소요가 예상되지만, 장기적 관점에서 볼 때, 캐시백에 따른 재정지원 규모 감소 및 손익분기점을 맞추기 위한 과다한 결제액의 불필요 등 장점이 더 많음.

○ 위와 관련하여 민간의 혁신성을 강조하여 기존 사업의 유지 및 신규 사업을 추진할 수 있도록 기반을 조성하고, 이에 따른 수익은 기업의 이익 및 시에 환원되어 다시 캐시백으로 활용될 수 있도록 함.

- 민간인 코나아이가 지분의 55%를 차지하여 과반이 되기 때문에 결의사항을 통과할 수 있도록 함.
- 인천광역시에서는 재정 지원 등 공공성 확보 차원에서 시 및 공공기관(도시공사, 교통공사, 관광공사)은 35%, 기타 지분 10%로 설정함.
- 단, 정관 또는 별도의 협약을 통하여 공공기관의 역할, 행사 범위 등을 명시하여 안정성을 확보하는 것이 필요함.



[그림 6-2] 상법 상 주식회사(인천e음카드주식회사(안)) 지분 구조(예시)

부록

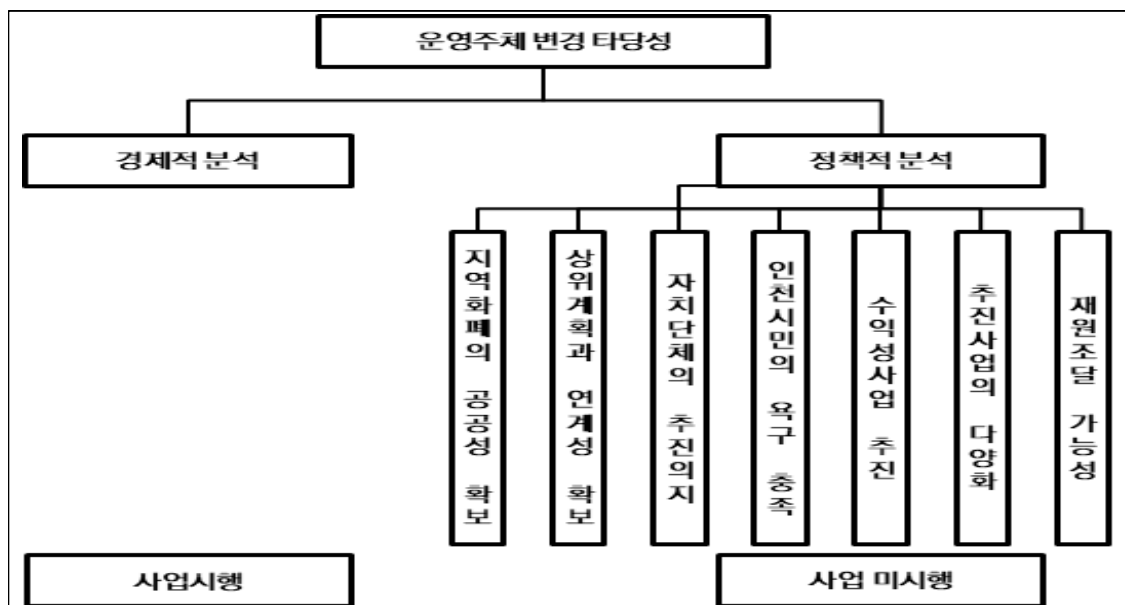
1. AHP 분석결과
2. 자문의견

부록

1. AHP 분석결과

1) 설문 계층 구조

- 제1계층 : 경제성 분석 vs. 정책적 분석
- 제2계층 :
 - 지역화폐의 공공성 확보
 - 상위계획과 연계성 확보
 - 자치단체의 추진의지
 - 인천시민의 욕구 충족
 - 수익사업 추진
 - 추진사업의 다양화
 - 재원조달 가능성
- 전문가에 의한 AHP 분석 결과 인천광역시에 적합한 설치모형, 경제성 및 정책적 분석에 중요도에 따라 의사결정 반영
- 응답자의 일치성 지수(CR)값이 0.3 이하의 응답 결과만을 분석



[그림 1] AHP 설문 계층 구조

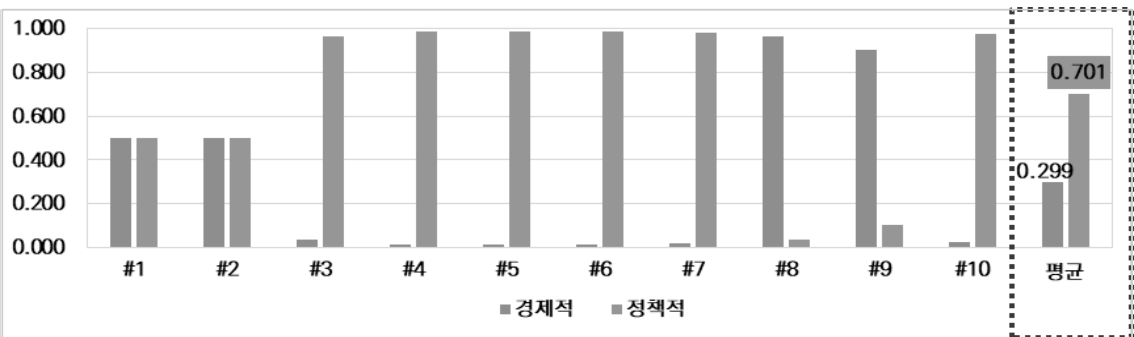
2) 분석 결과

○ 운영주체별 평가로는 변경이 높게 나타남.



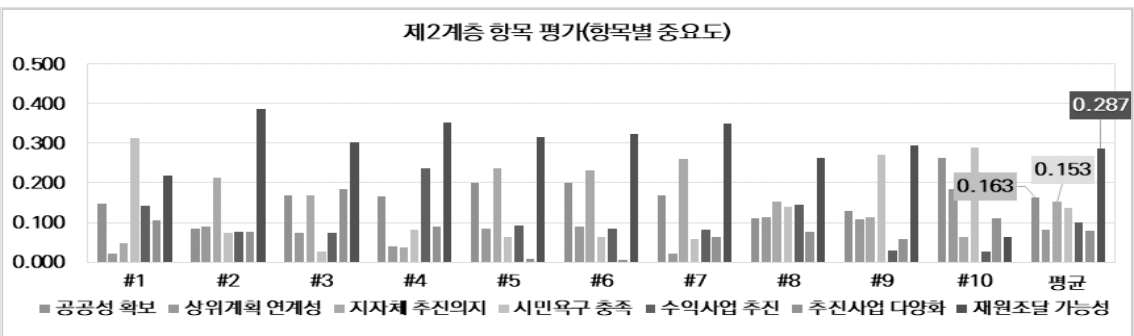
[그림 2] AHP 분석 결과 : 인천e음 운영주체별 평가

○ 제1계층 항목의 평가 결과, 정책적 분석의 가중치가 0.701로 경제적 분석(0.299)보다 높게 나타남.



[그림 3] AHP 분석 결과 : 제1계층 항목 평가(경제적 vs. 정책적 분석)

○ 제2계층 항목의 평가 결과, 항목별 중요도는 재원조달 가능성이 0.287점. 공공성 확보가 0.163점, 지자체 추진의지가 0.153점 순임.



[그림 4] AHP 분석 결과 : 제2계층 항목 평가(항목별 중요도)

2. 자문의견

1. 인천e음카드사업의 사업적 성격(공공성사업, 수익성사업)에 대한 의견은?

- 인천시의 최초의 정책적 방향이 무엇인가에 따라 일관성 유지 필요
- 만약, 공공성을 강조하는 사업이라면, 세수 범위에서 경제를 살릴 수 있는 방향으로 전개되고 있는가를 검토하고, 세수가 효율적으로 사용되는 방향으로 민간이나 공익 단체를 활용하면 됨
- 만약, 수익성사업을 강조하는 것이라면, 투자금액의 효율적인 활용을 통해 부수적으로 인천경제의 활성화에 기여하면 됨.
- 인천e음 카드사업은 수익성보다는 공공성에 초점을 맞춰 영위되어야 함
- 인천e음이 지속가능하기 위해서는 수익사업은 반드시 실현되어야 함. 그러나 공익성 확보가 전제되어야 함. 어느 정도 수익사업이 담보되어야 이를 토대로 지속가능성이 확보 될 수 있음.
- 공공성과 수익성에 대한 논의에 앞서 인천시민의 삶의 질 향상과 지역경제 발전을 위해 '인천e음'의 지속 가능성과 정책의 연속성을 확보에 주력하여 사업주체의 변경에 대한 연구가 진행되어야 할 것임. 나아가 현행 인천e음 카드의 운영대행주체가 지닌 경험적, 기술적 노하우 등이 매몰되지 않고 인천시와 협력적 관계로 발전되어야 할 것임

2. 신규 운영주체의 대주주(50% + 1주)가 민간으로 결정되었을 경우, 적절한 통제방법은?

- 민간이 운영주체로 대주주가 된다는 것은 수익성을 높이는 방향으로 정의된 것으로, 민간 기업을 통제하는 것은 현재 법적/사회적 구조 상 바람직하지 않음. 다만, 일정 수준의 공익성을 기반으로 한 사업 구조를 취하는 기업인 관계로, 다음과 같은 방법을 제안할 수 있음.
 - 1) 대표이사 및 임원 선임 시 인천시와 합의(다만, 대주주의 일정한 권한을 제한하는 것으로 법적인 효력은 높지 않음)
 - 2) 사업의 공익성에 문제가 발생한다면(예를 들어, 중개수수료를 지나치게 높이는 등) 사업 운영권을 회수할 수 있는 조항 등을 포괄적으로 정관 및 조례에 삽입.
 - 3) 배당금 및 임원 보수에 대한 설정(이사회 위임 조항 등)을 인천시와 합의하는 조항 및 관선 이사의 파견
- 인천시와 시민사회 공동의 감사권을 사전 협의를 통해 제도화해놓아야 함.
- 관련 법률상 시에서 감사청구를 할 수 있다고 기술되어 있으니 이를 활용하여야 함. 예시로 활용되었던 선례들을 통해 제도적 장치를 마련하여야 함.
- 인천e음 운영주체의 지배구조는 단순 인천광역시와 민간투자에 국한하기보다 연수구, 미추홀구, 서구 등 인천 내 기초자치단체의 주주참여방식을 제안하며 또한 특허 등 관계 기술력을 보유한 기업의 주주참여가 필수요소임. 킨텍스 사례 등을 검토(정부, 경기도, 고양시 3자 지분 구분)하여 민간이 아닌 '인천광역시, 기초자치구, 기술보유기업 등'이 주주로 참여하되 별도의 이사회 및 경영진은 정부주도로 운영함이 바람직할 것임.

3. 인천e음카드에 대한 캐시백 지급율이 현행10%에서 점차 낮아질 경우 이용자의 결재금액은 하향될 것으로 생각되는데 이에 대한 견해는?
 - 캐시백 지급율 10%는 부가세 금액 정도로 간주할 수 있을 정도로 큰 수치임.
 - 유사한 예로 항공사 마일리지는 0.1% 비율(1,000원의 1마일)로 적립하고 있음에도 불구하고, 거래액의 규모가 커서 IFRS상의 가치평가상 부채로 기록되고 있음.
 - 중개수수료의 경우, 2~3%는 상당히 높은 수준의 수수료이나, 필요에 따라 사용하고 있음.
 - 인천e음카드도 거래액의 감소를 고민하는 것보다 이 카드가 인천시민들의 생활 속에서 필수재로 자리매김되는 것이 중요함.
 - 아울러, 캐시백 비율을 매 년 0.5% 정도(대략적인 수치이며, 추가적인 분석이 필요함) 조정하면서, 다른 대체안(예를 들어, 기부금 공제로 처리하거나 마을 꾸미기 사업 자금으로 전환되었다는 등을 제시하는 방향을 충격을 완화시킬 필요 있음.
 - 캐시백율이 낮아짐에도 불구하고 인천e음 사용자를 늘리기(유지하기) 위해서는 시민들의 인천 e음의 의의, 지역화폐의 의의에 관한 이해가 매우 중요함. 따라서 지역화폐에 관한 대 시민 교육을 보다 전면적으로 또 주기적으로 시행해야 함
 - 단순한 캐시백율에 대한 정책 유지를 탈피한 다른 커뮤니티 기능들과 연계를 강화해야 함. 실질적으로 일반 민간 결제 수단의 캐시백은 최대 2퍼센트 수준에도 이르지 못함.
 - 인천e음 카드는 사용자의 주결제카드의 전환을 추구하여 왔음. 캐시백 등 금전적 인센티브 제공이 이용자와 결재금액의 증가요인이 되었으나 향후 다양한 생활서비스와 연계하여 인천 생활카드로 자리매김한다면 크게 흔들리지 않을 것으로 사료됨. 또한 수익자부담원칙에 따라 사용자가 아닌 수취자인 자영업자 및 소상공인 단체 등과의 논의를 통해 추가 할인 인센티브 등을 상인이 제공할 수 있는 방안을 모색해야 할 것임.
4. 인천e음카드사업의 신규 운영주체를 스마트시티(인천시출자출연기관)를 활용하는 방법과 신규 SPC를 설립하여 운영하는 방법에 대해 장단점비교를 통한의견?
 - 우선적으로 SPC를 만든다는 의미는 ‘한시적’을 의미함.
 - 본 사업이 한시적으로 운영할 예정인지, 장기적으로 이어질 사업인지에 대한 정책적 판단이 선행되어야 함.
 - 스마트시티를 신규 운영주체로 했을 경우 코나아이를 통해 운영하는 방식과 결정적인 차이가 있는지를 검토해 볼 필요 있음.
 - 스마트시티는 본 서비스와 관련된 사업을 운영해 본 경험 등과 인프라가 없다면, 운영주체로서 적합하지 않음.
 - 만약, 스마트시티를 운영주체로 하면서, 대부분의 사업을 아웃소싱할 방향으로 설계된다면, 굳이 신규 운영주체를 변경할 필요가 없음.
 - 본 서비스는 카드사, PG사, Settlement 회사, 앱 개발회사, 단말기 제조회사, 인터넷 보안회사 등 관련 기관이 다양하며, 통합 서비스에 대한 강력한 플랫폼이 필요함. 단순히 중개 서비스 회사로 스마트 시티를 활용한다면 복잡성만 높아지며, 효율성은 낮아질 수 있음.

- 인천시 출자출연기관을 신규 운영주체로 설정하는 것이 상대적으로 더 바람직함. 이는 인천시가 새 운영주체에 대한 감사권 또는 정책 주도권을 가질 수 있기 때문임. 이 경우, 새 운영주체는 상대적으로 더 높은 수준에서 담보될 수 있음.
- 방법론에 대해서는 논의의 실익이 없다고 판단되며, 사업의 지속 가능성이 담보되는 방향으로 진행돼야 됨. 양자에 대한 법적, 절차적 검토가 구체적이고 예시적으로 보강되었으면 함.
- 기존 또는 신규 SPC 설립 등에 대한 방식결정은 인천시에서 적이 판단할 사항임. 다만 상품과 서비스에 대한 결제패러다임이 변화되는 현실을 고려하여 새로운 인천e음 운영주체는 반드시 기술적 발전역량을 갖출 수 있는 법인을 추구해야 할 것임. 따라서 위에서 언급한바와 같이 기술력을 갖춘 민간기업에 대한 적극적인 참여가 가능해야 할 것임

5. 경제성 분석시 인천광역시에서 지급하는 캐시백은 비용과 편익의 양면성을 가지고 있는데 지속적인 사업 추진을 위한 적정 캐시백 지급율은 어느 정도라고 생각하시는지? 또한, 운영주체가 변경되더라도 인천광역시의 캐시백 지급은 지속(신규사업을 추진하더라도 수익성보다는 공공성 성격이 강하여 부족분에대한 인천시의 재정지원 필요)되어야 한다고 생각되는데 이에 대한 의견은?

- 운영주체 변경은 운영의 비효율성이나 정책적인 목적의 달성을 위한 수단 또는 도구의 문제이며, 캐시백 지급은 목적 달성을 위한 내용임. 캐시백지급과 운영주체 변경은 완전히 별개의 의사 결정 사항임.
- 정책적인 목적 달성을 위해 운영주체를 변경할 필요가 있으면, 변경해야 하지만, 이에 따른 비용 및 예산 문제는 추가적인 검토가 꼭 필요함.
- 캐시백 지급과 관련된 문제는 인천시의 경제 활성화를 위한 목표 달성의 결과로 발생한 경제 유발효과 그리고 이에 따른 세수의 증대분과 사전적으로 집행되는 캐시백 지급액을 비교하여 유사한 수준으로 연계하는 방안 연구가 필요함. 다만, 항공사 마일리지의 사례와 같이 캐시백은 증대 승수 효과가 부채로서 규모가 크다는 점을 감안할 필요 있음.
- 원론적으로(지역화폐에 관한 이론적/경험적 논의를 바탕으로 해서 보면) 사실 중앙정부로부터의 캐시백은 소멸되는 것이 바람직함. 지역화폐는 지방재정 분권을 위한 정책 매개이기도 하기 때문임. 따라서 장기적으로 볼 때(중앙정부의 캐시백 지원이 소멸되는 것을 고려해서 볼 때), 지방세 세수로 충분한 커버 가능한 수준에서 캐시백율이 결정되어야 한다고 봄(해서, 수치에 대한 자문은 별 의미가 없다고 사료됨)
- 5~6% 수준이라고 생각함. 캐시백 재원은 국비와 시비가 기본적으로 뒷받침되어야 함. 과도한 수익성 추구는 본질을 훼손할 우려가 큼.
- 적정 캐시백은 현행 10%라고 생각함. 최근 정부의 재난지원금 등이 전액 현금으로 지급되는 복지지출 관점이었다면 인천e음 사용에 따른 10% 캐시백은 인천시 지역경제 활성화 정책임. 또한 비용이 아닌 시민이 납부한 세금을 1석 2조의 효과를 보기 위해 다시 돌려주는 예산임. 따라서 캐시백을 비용적 관점에서 접근하면 안 될 것임.
- 운영대행주체가 민간(코나아이)에서 지방정부가 출자하여 안정성이 확보된 법인으로 변경될 뿐, 재정지원을 지속되어야 함. 정부가 시행하는 경제정책을 대행하여 수행하는 법인일뿐이지 예산지원이 배제되어 해당 법인의 자체 수익으로 운영되어진다면 공공성의 확보가 불가능해짐.