



제 422회 국회 (임시회)
제1차 농림축산식품해양수산위원회

농어업인 삶의 질 향상 및 농어촌지역 개발촉진에 관한 특별법 일부개정법률안 검 토 보 고

〈「농업협동조합법」 및 「수산업협동조합법」에
따른 조합의 온누리상품권 가맹점 등록 등〉
■ 김선교의원 대표발의(의안번호 제2206894호)

2025. 2.

농림축산식품해양수산위원회

수석전문위원 최 용 훈

목 차

I . 제안경위	1
II . 제안이유 및 주요내용	1
III . 검토의견	3
1. 농협 조합 또는 수협 조합이 농어촌지역에 설치한 사업장에 온누리 상품권 가맹점 등록 특례 부여	3
2. 농어촌의 기초생활여건 개선을 위해 식품 소매점, 도매시장·소매시 장 등의 확충	22
【참고】 온누리 상품권 개요	31

I. 제안경위

1. 제 안 자 : 김선교 의원 등 13인
2. 제 안 일 : 2024. 12. 24.
3. 회 부 일 : 2024. 12. 26.

II. 제안이유 및 주요내용

현행법은 국가와 지방자치단체로 하여금 농어촌 주민의 생활편의를 증진하고 경제활동 기반을 구축하기 위하여 주택 공급 및 개량, 대중교통체계의 확충 등 기초생활여건 개선 사업을 지원하도록 하고 있음.

그런데 통계청이 실시한 농림어업총조사 결과에 따르면, 2020년 기준 식료품을 구매할 수 있는 점포가 없는 지역이 전국 행정리(行政理)의 73.5%에 달하여 농어촌 지역의 ‘식품 사막화’ 현상이 심각한 것으로 나타남.

또한 전통시장의 수요진작과 지역경제 활성화를 위하여 발행하는 온누리상품권은 상권이 미약한 농어촌에서는 그 사용처가 제한됨에 따라 사실상 무용지물이라는 비판이 있음.

이에 농어촌 지역 기초생활여건 개선 사업에 식품 소매점 및 도매시장·소매시장 등 확충 사업을 추가하고, 「농업협동조합법」 및 「수산업협동조합법」에 따른 조합에 대하여 온누리상품권 가맹점으

로 등록할 수 있도록 함으로써 농어촌 주민의 먹거리 기본권을 보장하고 온누리상품권 사용 기회를 확대하여 농어촌 주민 삶의 질 향상에 기여하려는 것임(안 제29조제1항제5호의2 및 제40조의2 신설).

Ⅲ. 검토의견

1. 농협 조합 또는 수협 조합이 농어촌지역에 설치한 사업장에 온누리 상품권 가맹점 등록 특례 부여

가. 개정안의 내용 및 취지

현행 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」은 특정지역에서 영업활동을 하는 상인에게 온누리상품권 가맹점 등록 자격을 부여하고 있음.

개정안은 상인이 아닌 「농업협동조합법」 및 「수산업협동조합법」에 따른 조합 중 농어촌지역에 설치한 사업장은 온누리상품권 가맹점으로 등록할 수 있도록 하려는 것임(안 제40조의2 신설).

현행	개정안
<신설>	제40조의2(농어촌 지역 내 온누리상품권 가맹점 등록 특례) ① 「농업협동조합법」 제2조제1호 또는 「수산업협동조합법」 제2조제4호에 따른 조합(이하 “조합”이라 한다)이 농어촌지역(읍·면 지역에 한정한다)에 설치한 사업장으로서 다음 각 호에 따른 사업장은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제2조제13호가목에 따른 가맹점(이하 “가맹점”이라 한다)으로 등록할 수 있다.

현 행	개 정 안
	1. 조합의 조합원(이하 “조합원”이라 한다)이 생산한 농산물, 수산물을 판매하는 사업장 2. 농약, 비료, 사료, 어망 등 조합원의 사업 및 생활에 필요한 물자를 판매하는 사업장 ② 조합의 가맹점 등록, 준수사항, 등록의 취소 등에 관하여는 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제26조의4(제2항은 제외한다), 제26조의5, 제26조의6(제1항제2호 및 제4항제1호는 제외한다) 및 제74조를 준용한다.

1) 농림축산식품부

식품사막 문제를 해소하고자 하는 입법 취지에는 공감하나, 온누리상품권 주관부처인 중소기업벤처부 및 이해관계자가 반대하고 있는 점을 감안할 필요가 있다는 입장임.

2) 해양수산부

해양수산부는 주무 부처인 중소기업벤처부의 우려, 이해관계자의 반대 등을 고려할 때 신중 검토가 필요하다는 입장임.

3) 산림청

산림청은 상권이 미약한 농어촌지역에서 임산물을 포함한 식료품 접근성을 강화할 필요가 있고, 임산물 판매 활성화와 판매점 육성을 통한 지역경제 활성화를 위해 온누리상품권 사용 기회를 확대할 필요가 있으므로, 온누리상품권 가맹점에 임산물을 취급하고 있는 산림조합을 추가하여야 한다는 의견¹⁾을 제시함.

4) 중소기업벤처부

중소벤처기업부는 ‘농업협동조합법에 따른 조합’ 등이 운영하는 사업장에 온누리상품권 가맹 허용 시, 현재 온누리상품권 가맹점과 온누리상품권이 허용되지 않는 조합 운영 사업장 인근 영세상권의 매출을 잠식할 우려가 있다는 이유로 반대의견을 제시함.

5) 농협 및 수협

온누리상품권 발행을 위한 정부 예산이 매년 투입되고 있음에도, 농촌 주민들은 상대적으로 혜택을 받지 못하고 있는 상황임을 고려할 때, 농협 및 수협 마트 등을 온누리상품권 가맹점으로 포함하는 개정안이 반영되는 경우 도시와 농촌 간의 차별적 요소가 완화될 수 있을 것이라는 의견을 제시함.

1) 산림조합 142개, 산지유통센터 38개소임(산림청, 산림산업정책국, 사유림경영소득과, '25.2.17.)

6) 상인단체(전국상인연합회²⁾)

상인단체는 대형유통망과 안정적인 금융기반을 가진 기관(농협, 수협 등)과 연계되어 있어 전통시장 및 상점가 경영에 악영향이 우려되므로 반대한다는 입장임.

나. 검토의견

1) 개정안의 내용 및 취지

온누리상품권은 전국 전통시장·상점가의 매출기반을 확대하고 지역 상권을 활성화 하려는 목적으로 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제26조의3부터 제26조의5까지에 따라 발행되는 상품권으로, 관련 사업은 중소기업벤처부가 수행 중에 있음.

온누리상품권은 기존 일부 전통시장에서만 사용되던 상품권을 전국의 모든 전통시장 및 상점가 등에 통용되는 공동 상품권으로 대체하기 위하여 2009년 최초로 종이 형태로 발행되었으며, 이후 모바일(2019년) 및 충전식상품권(2022년)의 방식의 발행이 추가되었음.

온누리상품권은 소비자가 5%~10% 할인된 가격(특정기간 한정 추가 할인)으로 구매할 수 있도록 설계되어 소비자에게는 실질적인 경제적 이득을 제공하고, 전통시장·상점가의 이용을 유도할 수 있도록 운영되고 있음.

2) 전통시장 및 상점가를 대표하는 단체로, 전통시장 활성화 및 상인의 권익 보호를 목적으로 운영

【온누리상품권 개요】

구분	 지류	 모바일	 충전식 카드형
판매방식	시중 16개 금융기관 방문 구매	모바일 온누리상품권 전용앱(온누리페이) 구매	카드형 온누리상품권 전용앱(온누리상품권) 구매
사용방법	지폐처럼 상품 및 용역대금 지급	가맹점에서 QR·바코드로 스캔하여 결제	고객이 보유한 신용·체크카드로 결제
사용처	전국의 전통시장과 상점가에 위치한 가맹점		
할인율 및 구매한도	(할인율) 발행금액의 5% (구매한도) 월 50만원	(할인율) 발행금액의 10% (구매한도) 월 200만원	(할인율) 발행금액의 10% (구매한도) 월 200만원

※ 자료: 농림축산식품부, 농촌정책국, 농촌정책과 ('25. 1. 20.제출)

그런데, 온누리상품권이 사용될 수 있는 지역은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법³⁾에 따른 전통시장, 상점가, 골목형상점가 및 상권 활성화구역 등(이하 “전통시장 등”)임.

온누리상품권을 사용한 거래가 가능한 가맹점은 이러한 전통시장 등 내에 위치한 업체로 한정되며, 해당 지역 외에 위치한 업체는 「전통

3) 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

12. “온누리상품권”이란 그 소지자가 제13호가목에 따른 개별가맹점에게 이를 제시 또는 교부하거나 그 밖의 방법으로 사용함으로써 그 권면금액(券面金額)에 상당하는 물품 또는 용역을 해당 개별가맹점으로부터 제공받을 수 있는 유가증권으로서 중소벤처기업부장관이 발행한 것을 말한다.

13. “가맹점”이란 제26조의4에 따라 등록한 자로서 다음 각 목의 자를 말한다.

가. 온누리상품권을 사용한 거래에 의하여 물품의 판매 또는 용역의 제공을 하는 시장등의 상인(이하 “개별가맹점”이라 한다)

나. 온누리상품권을 수취한 개별가맹점을 위하여 제26조의3제2항 단서에 따라 온누리상품권의 환전을 대행(代行)하는 상인조직(이하 “환전대행가맹점”이라 한다)

제26조의3(온누리상품권의 환전) ② 개별가맹점이 아니면 온누리상품권을 중소벤처기업부장관이 지정한 금융기관에서 환전할 수 없다. 다만, 환전대행가맹점은 소속된 개별가맹점을 위하여 환전을 대행할 수 있다.

제26조의4(가맹점의 등록) ① 가맹점으로 등록하고자 하는 상인 또는 상인조직은 중소벤처기업부령으로 정하는 바에 따라 가맹신청서를 작성하여 중소벤처기업부장관에게 제출하여야 한다. 등록한 사항 중 사업장 소재지 등 대통령령으로 정하는 중요한 사항을 변경하고자 하는 경우에도 같다.

제26조의5(가맹점의 준수사항) ③ 환전대행가맹점은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 행위를 하여서는 아니 된다.

1. 개별가맹점이 아닌 자를 위하여 온누리상품권 환전을 대행하는 행위

시장법」에 따른 가맹점이 될수 없으므로, 온누리상품권을 취급할 수 없음.

그런데, ① “전통시장”의 경우 농어촌지역은 5일장이 여전히 많아 가맹점으로 등록할 수 있는 여건이 되지 못하는 경우가 있고,

또한 ② “상점가”는 일정 범위의 가로 또는 지하도에 30개 이상의 도매점포·소매점포 또는 용역점포가 밀집해 있어야 하고, ③ “골목형 상점가”는 2,000m²이내 소상공인 운영 점포가 30개 이상이어야 하며, ④ “상권활성화구역”의 경우는 700개소 이상(인구 50만 미만은 400개소)의 점포가 밀집하여 상권을 이루고 있어야 하는 등의 요건이 있어 상가가 많지 않은 농어촌지역은 사실상 지정이 어려운 측면이 있음.

【전통시장 등의 지정요건】

구분	지정요건
전통시장	(점포수) 도소매업·용역업 등 50개 이상 (범 위) 「유통산업발전법」상 매장과 50%이상 중첩되지 않을 것 (면 적) 1,000m ² 이상
상점가	2,000m ² 이내의 가로 또는 지하도에 30개 이상의 도소매업·용역업 점포가 있을 것(단, 기타 지정요건 있음)
골목형 상점가	2,000m ² 이내의 면적에 30개 이상의 소상공인 점포가 있을 것
상권 활성화 구역	① 전통시장, 상점가, 골목형상점가가 하나 이상 포함될 것 ② 상업지역이 50% 이상을 차지할 것 ③ 전체 도·소매, 용역점포수가 700개(인구 50만 미만은 400개) 이상 ④ 실태조사 결과 인구사업체 수가 2년 이상 감소하는 등 위축 또는 위축우려지역

※ 자료 : 국회 법률정보시스템 자료 재구성

소상공인시장진흥공단이 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제9조4)에 따라 실시한 ‘2023 전통시장·상점가 점포경영 실태조사’에 따르면, ① 전국 전통시장 1,393개소 중, 746개소(53.6%)는 ‘특별시·광역시·수도권(경기도 포함)’지역에, 647개소(46.4%)는 ‘수도권을 제외한 도 지역’에 위치하고 있고, ② 상점가의 경우는 전체 275개소 중 180개소(65.4%)와 95개소(34.6%)가, ③ 골목형상점가의 경우 전체 147개소 중 137개소와(93.2%) 10개소(6.8%)가 각각 위치하고 있음.

해당 결과를 통해서도 ‘수도권을 제외한 도 지역’에서의 전통시장, 상점가, 골목형상점가의 비율이 낮은 것을 알 수 있음.

【전통시장, 상점가, 골목형상점가 지정현황】

(‘23.12월 기준, 단위 : 개)

지 역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	비율
전통시장 수	195	155	104	45	25	27	42	4	149	53.6%
지 역	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계	비율
전통시장 수	61	56	56	57	96	139	159	23	1,393	46.4%
지 역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	비율
상점가 수	55	11	11	6	11	11	9	8	58	65.4%
지 역	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계	비율
상점가 수	9	1	15	17	21	15	12	5	275	34.6%
지 역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	비율
골목형상점가 수	56	5	2	20	6	14	7	3	24	93.2%
지 역	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계	비율
골목형상점가 수	3	2	-	1	1	-	-	3	147	6.8%

※자료: 2023 전통시장·상점가 점포경영 실태조사 결과보고서(소상공인시장진흥공단, 2025.1.발간)

4) 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제9조(시장 및 상점가 실태조사) ① 중소벤처기업부장관과 지방자치단체의 장은 기본계획, 지원계획 및 지역추진계획의 수립 등을 위하여 매년 시장과 상점가의 실태조사(이하 “실태조사”라 한다)를 실시하여야 한다.

또한 온누리상품권의 판매 및 사용량의 경우 역시 특별시·광역시·수도권에 비해 도 지역의 실적이 저조한 것으로 나타나고 있음.

【온누리상품권 지역별 판매(발행)·구매 현황】

(단위 : 억원, %)

지 역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	소계	전자
금 액 (비율)	28,911 (19.4)	19,967 (13.4)	16,131 (10.8)	5,597 (3.7)	5,123 (3.4)	3,775 (2.5)	6,374 (4.3)	534 (0.4)	15,737 (10.5)	102,149 (68.4)	1,717 (1.1)
지 역	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	-	소계	모바일
금 액 (비율)	2,172 (1.5)	1,962 (1.3)	2,645 (1.8)	7,022 (4.7)	5,765 (3.9)	9,419 (6.3)	10,089 (6.8)	1,267 (0.8)	-	40,431 (27.1)	5,116 (3.4)

※ 자료 : 농업협동조합 ('25. 1. 20.제출), 소상공인진흥공단 자료('09~'21년말 누적 기준)

【온누리상품권 지역별 회수 현황】

(단위 : 억원, %)

지 역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	소계	전자
금 액 (비율)	27,303 (19.1)	22,299 (15.6)	19,876 (13.9)	5,670 (4.0)	5,935 (4.1)	3,399 (2.4)	4,778 (3.3)	298 (0.2)	10,492 (7.3)	100,050 (69.9)	1,578 (1.1)
지 역	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	-	소계	모바일
금 액 (비율)	2,115 (1.5)	2,023 (1.4)	2,964 (2.1)	7,015 (4.9)	5,674 (4.0)	7,318 (5.1)	8,254 (5.8)	1,421 (1.0)	-	36,784 (25.8)	4,624 (3.2)

※ 자료 : 농업협동조합 ('25. 1. 20.제출), 소상공인진흥공단 자료('09~'21년말 누적 기준)

개정안은 온누리상품권 가맹점으로 가입할 수 있는 매장을 ① 조합원이 생산한 농산물, 수산물을 판매하는 사업장(제1호)과 ② 농약, 비료, 사료, 어망 등 조합원의 사업 및 생활에 필요한 물자를 판매하는 사업장(제2호)으로 규정하고 있는데, (제1호)는 로컬푸드 직매장을, (제2호)는 농자재판매점과 농·수협 마트를 의미하는 것으로 보임.

개정안은 식료품 판매점 등의 기초 생활시설이 부족하고, 원거리 매장에서 식재료를 구입하거나 온라인으로 구매하기 어려운 고령인구가 증가하고 있는 농어촌지역(읍·면 지역 한정)의 특성을 고려하여,

현재 농어촌 주민의 이용도가 높은 농협마트, 농자재매장도 온누리상품권 가맹점으로 등록할 수 있는 근거를 마련하여 온누리상품권을 사용할 수 있도록 하려는 취지로 보임.

2) 개정안 도입 시 긍정적·부정적 측면

개정안은 다음과 같은 긍정적 효과가 있을 것으로 기대됨.

① 농어촌 주민의 온누리상품권 사용 기회 확대

농협조합 및 수협조합은 읍·면 지역을 포함하여 전국적으로 고르게 분포되어 있음.

농협이 운영하는 농협마트, 로컬푸드직매장, 농자재판매점의 경우 전국에 5,027개, 읍·면 지역에 3,753개의 매장이 있으며, 수협이 운영하는 수협마트와 회원조합마트의 경우 전국에 60개, 읍·면 지역에 28개의 매장이 있음.

【농협·수협 개소수 및 매출액 현황】

(단위: 개소수, 억원)

구분		전지역		읍·면지역	
		개소수	매출액	개소수	매출액
농협	농협마트	2,204	122,420	1,679	70,667
	로컬푸드직매장	738	6,570	376	3,154
	농자재판매점	2,085	48,655	1,698	39,883
	소계	5,027	177,645	3,753	113,704
수협	수협마트	13	13,524	-	-
	회원조합마트	47	47,854	28	535
	소계	60	61,378	28	535
총계		5,087	239,023	3,781	114,239

※ 자료 : 농협중앙회, 수협중앙회 (2025.1.22. 제출)

따라서 개정안이 반영되는 경우 읍·면 지역 주민들이 온누리상품권을 편리하게 사용할 수 있을 것으로 기대됨.

특히 농·수협 매장을 주로 이용하는 고령층의 경우 온누리상품권 사용을 통해 생활비 절감과 접근성 개선의 효과를 직접적으로 체감할 수 있을 것으로 보임.

② 지역농어업인·소상공인 등의 판로확대 및 소득증대

농협·수협조합은 지역 농어업인과 소상공인의 주요 판로로 기능하는 경우가 많으며, 로컬푸드 직매장은 조합원이 생산한 농산물과 수산물을 주로 판매하고 있음.

2024년 현재 농협 조합원은 205만여명에 이르고, 수협조합원 역시 15만여명 수준임을 고려할 때, 농협 및 수협의 판매시설에서 온누리상품권 사용이 활성화될 경우, 지역 경제에 활력을 불어넣고, 지역 농어업인·소상공인 및 조합원의 소득 증대에 실질적으로 기여할 수 있을 것으로 기대됨.

【농협 조합 및 수협 조합 현황】

(농협 : 2024년 11월 말 기준, 수협 : 2024년 8월 말 기준)

소관	조합 분류		개소수(개소)	조합원 수(명)	비고
농식품부 (농협)	지역 조합	지역농협	916	1,867,227	
		지역축협	116	109,760	
		소계	1,032	1,976,987	
	품목 조합	품목농협	45	62,835	
		품목축협	23	10,232	
		인삼협	11	8,713	
		소계	79	81,780	
	합계		1,111	2,057,767	
해수부 (수협)	지구별 수산업협동조합		70	147,349	경인, 강원, 충남 등
	업종별 수산업협동조합		19	4,326	근해안강망, 근해유망 등
	수산물가공 수산업협동조합		2	159	통조림가공, 냉동냉장 등
	합계		91	151,834	
			1,202	2,210,601	

※ 자료: 농림축산식품부, 농촌정책국, 농업금융정책과(2024. 1. 20. 제출)

③ 온누리상품권 제도 활성화

현재 온누리상품권 제도는 가맹률 저조 및 사용처 부족으로 인해 판매실적이 부진한 문제점이 지적되고 있음.

온누리상품권 판매목표 대비 판매실적은 2022년은 77.2%, 2023년은 71.3%, 2024년은 86.1%로 목표액에 미달하고 있음.

【온누리상품권 판매 목표 대비 실적】

(단위 : 억원, %)

구 분	2022년	2023년	2024년
판매액/목표액	27,034 / 35,000	28,537 / 40,000	43,092 / 50,000
목표달성률	77.2	71.3	86.1

※ 자료 : 중소기업벤처부

이에 중소기업벤처부는 온누리 상품권 사용 활성화를 위하여 2024. 9. 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 시행령」을 개정하여 온누리상품권의 사용 가능 업종을 종합병원, 변호사·변리사·회계사, 음악·미술·외국어 학원 등까지 확대한 바 있음.

이런 상황을 고려할 때, 개정안과 같이 농협 및 수협까지 온누리상품권의 사용 범위를 확대하면 온누리상품권의 활용도가 높아져 소비자들의 상품권 구매와 사용이 더욱 활성화될 가능성이 크고, 이를 통해 온누리상품권 제도의 효과적인 활성화도 기대할 수 있을 것으로 보임.

다만, 개정안을 수용하는 경우 다음과 같은 부정적 측면도 있을 수 있을 것으로 보임.

① 온누리상품권 제도 취지 희석

온누리상품권은 애초에 전통시장과 소상공인을 지원하기 위해 설계된 정책 제도로, 농협·수협과 같은 대형 유통망에서 사용이 가능해질 경우 전통시장과 소상공인을 지원하고자 하는 제도의 본래 취지가 희석될 우려가 있음.

② 기존 가맹점인 전통시장 등과의 경쟁 심화

온누리상품권의 발행 규모가 한정적(2024년 기준 5조 원, 2025년 기준 5.5조원)인 상황에서, 농협 및 수협 매장에서 온누리상품권 사용이 가능해지면 기존 전통시장 등에서의 사용분이 잠식될 가능성이 있음.

다만, 온누리상품권 판매목표 대비 실적이 '24년 기준 86.1%에 불과한 점은 함께 고려할 필요가 있을 것으로 보임.

③ 농어촌지역 소상공인 경쟁력 약화 및 조합 의존도 심화

농협과 수협에서 온누리상품권 사용이 허용될 경우, 농협 및 수협이 지역 경제에서 차지하는 영향력이 더욱 확대될 가능성이 있고, 이는 가맹점이 아닌 일반 농촌지역의 소상공인의 경쟁력을 약화시키거나 농협 및 수협에 대한 경제적 의존도 심화시킬 우려가 있을 것으로 보임.

【농협·수협 개소수 및 매출액 현황】

(단위: 개소수, 억 원)

구분		전지역		읍·면지역	
		개소수	매출액	개소수	매출액
농협	농협마트	2,204	122,420	1,679	70,667
	로컬푸드직매장	738	6,570	376	3,154
	농자재판매점	2,085	48,655	1,698	39,883
	소계	5,027	177,645	3,753	113,704
수협	수협마트	13	13,524	-	-
	회원조합마트	47	47,854	28	535
	소계	60	61,378	28	535
총계		5,087	239,023	3,781	114,239

※ 자료 : 농협중앙회, 수협중앙회 (2025.1.22. 제출)

2024년 현재 농협 및 수협 매장의 연 매출액은 약 24조원에 달하며, ‘읍·면 소재 농협 및 수협 매장’(개정안에 따라 온누리상품권 사용가능)의 경우도 연매출액이 약 11조 4천억원 규모로, 경쟁력이 높은 유통망을 보유하고 있음.

이러한 점을 고려할 때, 온누리상품권 사용처 확대가 전통시장 및 소상공인 지원이라는 제도의 본래 목적에 미치는 부정적 영향을 면밀히 검토할 필요가 있을 것으로 보임.

또한 개정안을 수용하는 경우에도, 다음과 같은 법 체계 정합성, 제한업종 규정의 적용제외 등에 대한 추가적인 검토가 필요할 것으로 보임.

3) 제한업종 적용제외에 관한 검토

현행 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 따르면, 중소벤처기업부장관은 특정 업종에 해당할 경우 가맹점 등록을 거부할 수 있도록 하고, 이미 등록된 가맹점이 제한업종을 영위하는 경우는 의무적으로 등록을 취소하도록 규정하고 있음.

또한 시장 밖의 지역으로 이전하는 경우 가맹점의 등록을 말소할 수 있도록 하고 있음.

【가맹점 등록 제한업종 및 적용제외 규정】

구분	「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」	개정안
가맹점 등록 거부 (재량)	(제26조의4제2항) 등록 제한업종을 영위	조합의 가맹점 등록, 준수사항, 등록의 취소 등에 관하여,
가맹점 등록 취소 (의무)	(제26조의6제1항제2호) 가맹점이 제한업종을 영위	「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제26조의4부터 제26조의6까지 및 제74조를 준용하되,
가맹점 등록 말소 (재량)	(제26조의6제4항제1호) 가맹점이 시장 구역 밖으로 이전	(제26조의4제2항), (제26조의6제1항제2호), (제26조의6제4항제1호)는 적용을 제외
< 등록제한 업종 >		
골동품, 귀금속 중개업 주류 도매업 도박기계 및 사행성, 불건전 오락기구 도매업 귀금속 도매업 귀금속광물 도매업 주류 소매업 도박기계 및 사행성, 불건전 오락기구 소매업 성인용품 판매점 도박기계 및 사행성, 불건전 오락기구, 성인용품 전자상거래 소매업 다단계 방문판매 주점업 경마, 경륜, 경정 관련 잡지 발행업 도박 및 사행성, 불건전 게임 S/W개발 및 공급업		온라인게임 아이템 중개업, 게임 아바타 중개업 금융업 보험업 금융 및 보험관련 서비스업 부동산업 컨설팅 또는 자문서비스 중 부동산컨설팅 서비스 신용조사 및 추심대행업 경품용 상품권 발행업, 경품용 상품권 판매업 도박기계 및 사행성, 불건전 오락기구 임대업 연금업 일반교습학원 경주장 및 동물 경기장 운영업 성인용게임장, 성인오락실, 성인PC방, 전화방

※자료: 국회 의안정보시스템, 국회 법률정보시스템 자료 재구성

그런데 개정안은 조합의 가맹점 등록, 준수사항, 등록의 취소 등에 관하여 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제26조의4부터 제26조의2까지 및 제74조를 준용하고 있으나,

등록제한 업종 및 가맹점 지역 이전과 관련된 조항 일부(제26조의4제2항⁵⁾ 및 제26조의6제1항제2호 및 제4항제1호⁶⁾)는 준용에서 제외하고 있음.

이는 농협 및 수협 조합이 법인 등록을 할 때, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 따른 가맹점 등록 제한업종인 금융업, 보험업, 주류소매업 등을 포함하여 법인 등록을 하고 있고, 농협 및 수협 매장 역시 시장 외부에 위치한 경우가 다수인 점을 고려한 것으로 보임.

그러나 「부가가치세법」은 단일 법인이라도 사업장마다 별도의 사업자등록을 하도록 하고 있어⁷⁾ 가맹점 제한업종에 대한 적용제외 규정이 필요한지 여부에 대한 검토가 필요할 것으로 보이고,

5) 제26조의4(가맹점의 등록) ② 중소벤처기업부장관은 제1항에 따라 가맹신청서를 제출한 상인 및 상인조직이 이 법의 목적에 적합하지 아니한 업종으로서 대통령령으로 정하는 등록 제한업종을 영위하는 경우에는 등록을 거부할 수 있다.

6) 제26조의6(가맹점 등록의 취소 등) ① 중소벤처기업부장관은 가맹점이 다음 각 호의 어느 하나에 해당되는 경우에는 해당 가맹점의 등록을 취소하거나 3년의 범위에서 대통령령으로 정하는 바에 따라 이 법에 따른 지원을 중단할 수 있다. 다만, 제1호 또는 제2호에 해당하는 경우에는 등록을 취소하여야 한다.

2. 제26조의4제2항에 따른 등록 제한업종을 영위하는 경우

④ 중소벤처기업부장관은 가맹점이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 해당 가맹점의 등록을 말소할 수 있다.

1. 가맹점이 소속 시장등의 구역 밖으로 이전하는 경우

7) 「부가가치세법」 제8조(사업자등록) ① 사업자는 사업장마다 대통령령으로 정하는 바에 따라 사업 개시일부터 20일 이내에 사업장 관할 세무서장에게 사업자등록을 신청하여야 한다.

오히려 농협 또는 수협 매장이기만 하면 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 따른 가맹점 제한업종을 제한 없이 운영할 수 있는 것으로 해석될 우려가 있는 것으로 보임.

한편, 하나의 사업장에서 신용점포와 하나로마트가 공존하는 협소 매장의 경우는 사업자 등록시 보험업, 금융업, 소매점업 등을 함께 사업자등록하고 있는데, 이 경우 온누리상품권으로 금융상품 및 보험상품 거래가 가능하다고 오인될 수 있는 여지가 있는지에 대한 검토도 필요할 것으로 보임.

【협소 매장 사례】



- 장면면은 거주인구가 적어 신용점포 공간에 하나로마트가 공존하는 형태로 운영 중
- 면 내 소상공인은 53개소(상권정보시스템)
- 하나로마트 이외 종합슈퍼가 4개소 있으나,
- 농협 반경 1.5km내 2개소는 매출 추정이 되지 않는 소형 업체로 생필품 구입 불가
- 유일한 편의점은 고속도로 휴게소 내 소재

한편 체계·자구와 관련하여 개정안을 수용하는 경우, 제40조의2제1항 제2호의 경우 의미가 명확하지 아니한 측면이 있으므로, 개정안을 수용하는 경우 이를 제2호와 제3호로 나누어 별도로 규정⁸⁾하는 것이 바람직할 것으로 보임.

8) 예컨대, 2. 농약, 비료, 사료, 어망 등 조합원의 사업에 필요한 물자를 판매하는 사업장
3. 식품 등 조합원의 생활에 필요한 물자를 판매하는 사업장

4) 법 체계에 관한 검토

동 개정안과 유사한 취지의 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 일부개정법률안」(신정훈의원안, 제2204980호)가 산업통상자원중소벤처기업위원회에 24년 10월 29일 회부되어 있음.

온누리상품권 가맹점에 관한 사항을 규정하는 방식으로 ① 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 일부개정법률안」에 해당 내용을 담는 방식과 ② 다른 개별법률에서 온누리상품권 가맹점 특례를 두는 방식이 존재함.

개별법에서 특례를 두는 방식은 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 제29조(자율상권구역)와 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 제16조의6(백년소상공인)에서 찾아볼 수 있음.

【관련 규정】

「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」

제29조(온누리상품권 가맹점 특례) ① 자율상권구역 내 상인 및 자율상권조합은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제2조제13호에 따른 가맹점으로 등록할 수 있다.

② 가맹점의 등록, 준수사항, 등록의 취소 등에 관하여는 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제26조의4부터 제26조의6까지 및 제74조의 규정을 준용한다.

「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」

제16조의6(온누리상품권 가맹점 특례) ① 백년소상공인은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제2조제13호에 따른 가맹점으로 등록할 수 있다.

② 가맹점의 등록, 준수사항, 등록의 취소 등에 관하여는 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제26조의4부터 제26조의6까지 및 제74조를 준용한다.

다만, 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」과 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」의 경우 ① 그 소관부처가 중소벤처기업부로 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」과 같고, 해당 규정 도입시 중소벤처기업부가 찬성의견이었다는 점, ② 가맹점 특례의 대상이 상인 또는 상인조합으로서 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」과 유사하다는 점을 고려할 필요가 있을 것으로 보임.

이에 개정안을 반영하는 경우 중소벤처기업부와 논의가 선행될 필요가 있을 것으로 보이고,

아울러 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」과 현행법 중 어떤 법률을 개정하는 것이 바람직할지에 대한 추가적인 검토가 필요할 것으로 보임.

2. 농어촌의 기초생활여건 개선을 위해 식품 소매점, 도매시장·소매시장 등의 확충

가. 개정안의 내용 및 취지

현행법은 국가와 지방자치단체로 하여금 농어촌 주민의 생활편의를 증진하고 경제활동 기반을 구축하기 위하여 주택 공급 및 개량, 대중교통체계의 확충 등 기초생활여건 개선 사업을 지원하도록 하고 있음

개정안은 농어촌지역의 ‘식품사막화’ 현상을 개선하기 위하여 농어촌 지역 기초생활여건 개선 사업에 식품 등 소매점, 도매시장·소매시장 확충 사업을 추가하려는 것임(안 제29조제1항제5의2 신설).

현행	개정안
제29조(농어촌의 기초생활여건 개선) ① 국가와 지방자치단체는 농어촌 주민의 생활편의를 증진하고, 경제활동 기반을 구축하기 위하여 다음 각 호의 사업을 지원하여야 한다.	제29조(농어촌의 기초생활여건 개선) ① ----- ----- ----- -----.
1. 「농어촌정비법」 제2조제11호에 따른 농어촌 주택의 공급 및 개량 2. 「농어촌정비법」 제2조제12호에 따른 빈집의 철거 및 정비 3. 「수도법」 제3조제9호에 따른 마을상수도 및 같은 조 제14호에 따른 소규모 급수시설 등 용수시설의 확보 4. 「농어촌도로 정비법」 제2조제1항에 따른 농어촌도로의 정비 5. 농어촌의 대중교통체계의 확충	
<신설>	5의2. 「건축법」 제2조제2항제3호 및 제7호에 따른 제1종 근린생활

현행	개정안
	시설 및 판매시설 중 식품, 식자재 등을 판매하는 소매점 및 도매시장·소매시장 등의 확충
6. 「하수도법」 제2조제3호에 따른 하수도와 「농어촌정비법」 제2조제10호라목에 따른 마을하수도의 개량·정비 및 하수처리시설의 확충 7. 「폐기물관리법」 제2조제2호에 따른 생활폐기물의 처리 7의2. 「석면안전관리법」 제25조제2항에 따른 석면의 해체·제거 및 처리 8. 그 밖에 농어촌 주민의 생활편의 증진을 위한 사업 6. ~ 8. (현행과 같음)	②·③ (현행과 같음) 부 칙 이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.

나. 관계기관 의견

농림축산식품부 및 해양수산부는 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」, 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 등을 통해 정부와 지방자치단체가 유통 물류 활성화를 위한 지원사업들을 추진할 수 있는 근거가 마련되어 있고,

현행법 제29조는 도로·교통, 상·하수도 등 농어촌 주민 생활편의 증진을 위한 공익적 목적의 사업을 지원하기 위함으로 소매점의 확충과 같은 민간영역의 업무는 국가 또는 지방자치단체의 지원이 어려운 측면이 있다는 의견을 제시하였음.

다. 검토의견

식품사막화는 1990년대 스코틀랜드에서 처음 사용된 용어로, 도시 빈민층이 주변에서 기본적인 식품을 구할 수 없는 상황을 설명하기 위해 등장했으며, 근래 한국 농촌의 소멸 위기를 경고하는 맥락에서 사용되고 있음⁹⁾.

2019년부터 2023년까지의 농가인구 중 65세 이상 비율을 살펴보면, 2019년 38.5%에서 2023년 52.6%까지 지속적으로 증가하고 있고,

농가인구는 2019년 224만명에서 2023년 209만명으로 지속적으로 감소하고 있음.

9) 식품사막과 농촌 삶의 질(한국농촌경제연구원, 김용렬, KREI 논단, 2024, 10.)

【농가 인구 중 65세 이상 비율】

연도	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
농가인구중 65세 이상 비율	38.5%	42.3%	46.8%	49.8%	52.6%

※자료: 통계청, 2023년도 농림어업조사

【농가인구 증감율】

(단위: 천명, %)

연도	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
농가인구	2,245	2,314	2,215	2,166	2,089
전년대비 증감률	-	-3.07	-4.28	-2.22	-3.55

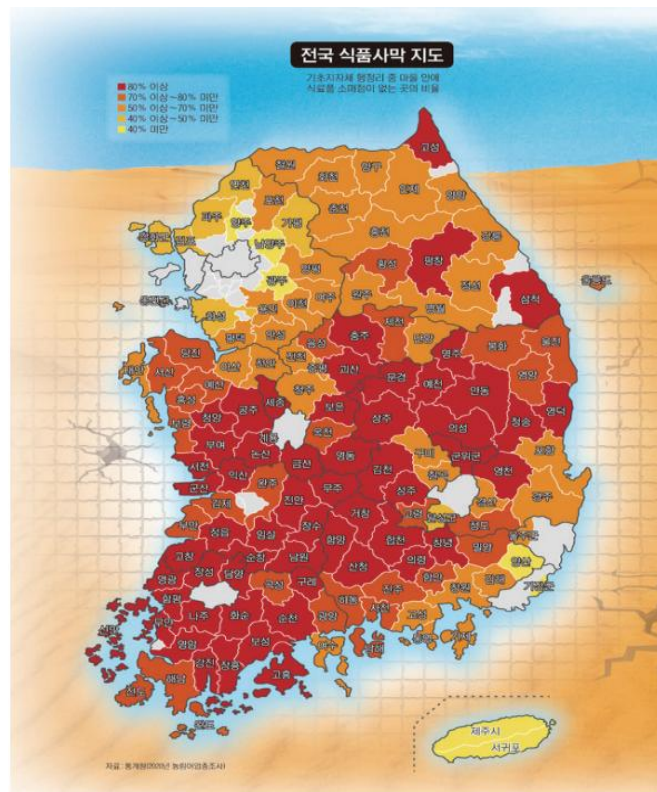
※자료: 통계청, 2023년도 농림어업조사

이러한 농어촌 지역 인구감소로 해당 지역의 소비 여력이 감소하고, 이는 다시 소매점 등 생활 서비스의 시설의 감소로 이어지며, 이로 인해 농가를 포함한 농촌주민들의 삶의 질 저하가 발생하고 있음.

통계청이 5년마다 실시하는 ‘농림어업총조사’에 따르면, 2020년 기준 전국 3만7563곳 행정리(行政理) 가운데 소매점이 없는 곳이 2만7609곳으로, 이는 전체 행정리 중 식품 등을 살 수 있는 점포가 없는 지역이 73.5%임을 의미함.

따라서 농촌지역의 경우 필요한 식품을 구매하기 위해 먼 거리를 이동해야 하고, 이는 고령화된 주민들에게는 더 큰 부담이 되는 측면이 있음.

【전국식품사막지도】



※자료: 전북연구원, 2020 농림어업인 총조사 기반 작성

한편, 2023년 한국농촌경제연구원이 실시한 ‘식품소비행태 조사결과’에 따르면, 온라인으로 식품을 구입하지 않는 가구의 비율이 농어촌은 (읍·면 기준)는 59.0%로 도시(동 기준)의 31.8% 보다 현저히 높음.

이는 농어촌(읍·면)은 식품의 온라인 새벽배송 등이 불가능한 경우가 있고, 가능한 지역이더라도 고령층의 온라인 사용이 어렵다는 점 때문으로 보이며, 온라인을 통한 식품접근성 역시 농촌지역이 도시지역에 비하여 낮은 편임.

【권역별·행정구역별 온라인 식품구입 주기】

(단위 : %)

구분		매일 1회 이상	주 4~6회	주 2~3회	주회	2주일 1회	1달 1회	그보다 드물게	구입하지 않음
전체		0.0	0.1	5.9	19.2	17.6	12.9	7.9	36.3
권역	수도권	0.0	0.1	9.1	24.4	19.4	11.3	7.2	28.5
	충청권	0.0	0.2	1.8	10.4	19.1	18.4	13.0	37.1
	호남권	0.0	0.0	0.6	8.8	8.5	17.1	12.7	52.2
	대경권	0.0	0.2	2.8	16.1	19.7	10.0	4.0	47.2
	동남권	0.0	0.0	3.8	19.5	16.7	13.4	3.6	43.0
	강원권	0.0	0.4	9.2	11.7	13.6	12.0	17.8	35.2
행정 구역	동	0.0	0.1	6.8	21.6	19.0	13.0	7.7	31.8
	읍면	0.0	0.0	1.5	7.2	10.8	9.0	9.0	59.0

※자료: 한국농촌경제연구원, 2023 식품소비행태조사 기초분석보고서

이러한 통계를 볼 때 농촌지역 주민들이 식품을 구입하는 데 상당한 어려움을 겪고 있음을 보여주며, 농촌지역의 식품 접근성 개선을 위한 정책적 노력이 필요한 측면이 있음을 알 수 있음.

이러한 상황을 개선하기 위하여, 농림축산식품부는 지역농협과 협업하여 차량이 농촌을 방문하여 생필품 구입을 지원하는 ‘가가호호 농촌 이동장터’ 사업을 추진 중에 있음.

【가가호호 농촌 이동장터 개요】

- (목적) 농촌 식품사막 및 교통 접근성 취약 문제 해결을 위해 마을 곳곳을 찾아가는 이동식 생필품 판매배달 서비스 제공 및 주민과의 소통 확대

□ (운영방안) 일반농산어촌개발사업 등과 연계

- 농식품부-지자체-지역공동체가 협업을 통해 일반농산어촌개발사업(농촌중심지활성화, 기초생활거점조성)을 기반으로 참여 기관의 예산(사업 운영비 등)을 포함한 지속 가능한 사업계획 수립
- 사업 참여 주체간 협약에 기반한 상호 협업 지원체계 플랫폼 구축
 - * 지자체와 지역 공동체(농협 등) 중 이동장터 운영주체 간 참여 범위와 역할, 예산지원 등에 대한 협약체결(지자체 주관 협약서 작성)

《사업 주체별 역할》

농식품부	일반농산어촌개발사업의 농촌중심지활성화 및 기초생활거점조성 사업의 배후마을 전달 프로그램 사업비 일부(차량 구입) 활용
지자체	이동식 차량 운영에 필요한 예산 지원 * 「농촌 지역 공동체 기반 경제·사회 서비스 활성화에 관한 법률」(‘24.8.17.시행) 및 ‘일반농산어촌개발사업 지원 조례 제·개정’을 통한 예산지원, 고향사랑기부금 활용 방안 등 검토
지역 공동체	이동식 차량 및 인력 운영 * 지역공동체는 농협, 협동조합, 마을기업, 사회적기업, 중간지원조직 등을 포함

개정안은 이러한 농어촌의 현실을 고려하여 현행법 제29조(농어촌의 기초생활여건 개선)에 “식품, 식자재 등을 판매하는 소매점 및 도매시장·소매시장 등의 확충”에 관한 사항을 추가함으로써,

국가와 지방자치단체가 이를 지원하도록 의무를 부여하려는 것으로, 그 입법취지는 타당한 측면이 있는 것으로 보임.

다만, “식품, 식자재 등을 판매하는 소매점 및 도매시장·소매시장 등의 확충”이 의미하는 바가 명확하지 아니한 측면이 있음.

즉, 개정안의 내용이 소매점 등 영업을 위한 인프라구축·창업자금 지원을 의미하는지, 공영방식의 점포 운영 또는 그 밖의 또다른 지원

방식을 의미하는지 명확하지 아니한 측면이 있어 그 의미와 법문에 대한 추가적인 검토가 필요할 것으로 보임.

또한 현행 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」 제57조에 따라 공영도매시장 현대화를, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제20조에 따라 상업기반시설 현대화를, 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 제11조에 따라 판매장 설치 등을 포함하는 소상공인 지원 사업이 추진되고 있다는 점도 함께 고려할 필요가 있을 것으로 보임.

【관련 규정】

「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」

제57조(기금의 용도) ① 기금은 다음 각 호의 사업을 위하여 필요한 경우에 용자 또는 대출할 수 있다.

② 기금은 다음 각 호의 사업을 위하여 지출한다.

4. 도매시장 시설현대화 사업 지원

「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」

제20조(상업기반시설 현대화사업의 지원) ① 정부와 지방자치단체는 시장의 상인조직 또는 제67조에 따른 시장관리자가 추진하는 다음 각 호의 상업기반시설 현대화사업(이하 “시설현대화사업”이라 한다)에 필요한 비용을 예산의 범위에서 지원하거나 보조할 수 있다. 이 경우 주차장, 비 가리개 및 안전시설물을 설치·개량·보수하는 사업은 시장등별로 제2항에 따른 사업신청을 위한 동의비율을 달성한 정도, 점포 및 상인의 수, 안전점검 결과 등을 종합적으로 고려하여 우선순위를 두어 지원할 수 있다.

1. 상업시설: 영업에 직접 제공되는 건물과 시설물 등의 개량, 수리
 2. 공동시설: 상인이나 고객이 공동으로 이용하는 비 가리개, 창고, 상인교육시설, 전기·가스·화재·풍수해 등에 관한 안전시설물 등의 설치·개량·보수 및 관광(테마)거리 등의 조성
 3. 고객편의시설: 고객이 주로 이용하는 주차장, 진입로, 화장실, 고객지원센터 등의 설치·확장 및 수리 등
- 3의2. 「장애인·노인·임산부 등의 편의증진보장에 관한 법률」 제2조제2호의 편의시설의 설치·확장 및 보수 등
- 3의3. 홍보시설: 고객을 대상으로 홍보용으로 설치하는 게시시설, 전광판, 방송시설 등의 설치·개량·보수

4. 공설시장에 대한 제1호부터 제3호까지, 제3호의2 및 제3호의3에 해당하는 시설의 신축 또는 개축 등

② 시설현대화사업의 지원대상, 사업별 지원한도, 사업신청을 위한 상인, 토지나 건축물의 소유자 및 지상권자의 동의비율, 절차 및 사후 관리, 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

③ 정부와 지방자치단체는 전통시장으로 인정되지 아니한 곳 중 대통령령으로 정하는 기준에 적합한 곳에 대하여는 제1항제2호의 공동시설 중 전기·가스·화재·풍수해 등에 관한 안전시설물 등의 설치·개량·보수에 대한 지원을 할 수 있다.

④ 정부와 지방자치단체가 시설현대화사업을 지원·보조하는 경우 제24조의2제1항에 따른 전통시장 화재공제의 가입률이 중소벤처기업부장관이 정하여 고시하는 기준 이상인 전통시장을 우대할 수 있다.

⑤ 상인조직 또는 시장관리자가 제1항에 따른 사업 중 비 가리개 설치를 위한 비용의 지원·보조를 받기 위하여 다음 각 호의 동의를 받은 경우에는 「건축법」 제20조에 따른 가설건축물의 건축허가·축조신고에 필요한 대지사용승낙서를 모두 받은 것으로 본다.

1. 해당 시장 상인의 5분의 4 이상의 동의

2. 비 가리개 설치 지역의 토지나 건축물의 소유자 및 지상권자 10분의 9 이상의 동의

⑥ 정부와 지방자치단체가 제1항제2호의 공동시설 중 비 가리개 및 안전시설물을 설치·개량·보수하는 사업을 지원·보조하는 경우 대통령령으로 정하는 난연등급 이상의 성능을 갖춘 시설자재를 사용하는 등 화재안전 확보를 위하여 노력하여야 한다.

⑦ 시장·군수·구청장은 제1항제2호의 공동시설 중 비 가리개 및 안전시설물을 설치·개량·보수하는 사업을 지원·보조하는 경우 제6항에 따라 대통령령으로 정하는 난연등급 이상의 성능을 갖춘 시설자재를 사용하는지 확인하여야 한다.

「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」

제11조(소상공인의 조직화 및 협업화 지원 등) ① 중소벤처기업부장관은 소상공인의 조직화 및 협업화를 위하여 다음 각 호의 사항에 관한 지원사업을 할 수 있다.

1. 「협동조합 기본법」 제2조제1호에 따른 협동조합의 설립

2. 제품 생산 및 서비스 제공 등에 필요한 시설 및 장비의 공동 이용

3. 상표 및 디자인의 공동 개발

4. 제품 홍보 및 판매장 설치 등 공동 판로 확보

5. 그 밖에 소상공인의 조직화 및 협업화를 지원하기 위하여 필요한 사항

참고 1

온누리상품권 개요

- 목적 : 전통시장·상점가에서 사용 가능하고 환전이 편한 전국형 상품권을 발행·유통하여 상인 매출기반 확대('09년 ~)
- 발행목표 : '24년 5.0조원(예산 3,513억원)
- 가맹점 : 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」상 전통시장, 상점가, 골목형상점가, 상권활성화구역과 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」상 자율상권구역 내 상인, 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」에 따른 백년소상공인
- 발행권종 : 지류 상품권, 모바일 상품권, 카드형 상품권 등 3종

구분	 지류	 모바일	 충전식 카드형
판매방식	시중 16개 금융기관 방문 구매	모바일 온누리상품권 전용앱(온누리페이) 구매	카드형 온누리상품권 전용앱(온누리상품권) 구매
사용방법	지폐처럼 상품 및 용역대금 지급	가맹점에서 QR·바코드로 스캔하여 결제	고객이 보유한 신용·체크카드로 결제
사용처	전국의 전통시장과 상점가에 위치한 가맹점		
할인율 및 구매한도	(할인율) 발행금액의 5% (구매한도) 월 50만원	(할인율) 발행금액의 10% (구매한도) 월 200만원	(할인율) 발행금액의 10% (구매한도) 월 200만원

유통 현황

(단위 : 억원, %)

구분	발행금액	판매금액	회수	
			금액	누적회수율 (누적판매액/누적회수액)
2009년	200.0	104.6	63.1	60.3
2010년	900.0	753.3	638.3	81.8
2011년	2,400.0	2,224.3	1,809.8	81.5
2012년	4,060.0	4,257.7	3,862.1	86.8
2013년	5,000.0	3,257.8	2,918.3	87.7
2014년	6,360.0	4,801.0	4,676.4	90.7
2015년	7,381.0	8,607.2	7,818.7	90.8
2016년	10,030.0	10,945.8	10,858.4	93.4
2017년	12,850.0	10,742.6	11,169.8	95.9
2018년	15,016.3	14,916.0	14,703.5	96.5
2019년	20,074.1	16,852.8	16,622.4	97.0
2020년	40,486.7	40,138.5	34,084.8	92.9
2021년	31,573.1	31,721.4	33,808.6	95.8
2022년	35,391.2	27,034.4	25,259.8	95.4
2023년	20,241.8	28,536.6	30,563.3	97.1
2024년6월말	15,818.4	18,463.6	18,794.2	97.4
총누계	227,782.5	223,357.5	217,651.6	97.4