

정책연구 2024-05

착한가격업소 활성화 방안 연구

유보람 · 이서희



참여연구진

저 자 유보람, 이서희

연구진 연구책임자 유보람 | 한국지방행정연구원 부연구위원
공동연구원 이서희 | 한국지방행정연구원 부연구위원

연구요약

1. 연구배경 및 목적

□ 지역물가 안정화 정책으로 착한가격업소 지원제도의 역할 강화 필요

- 고물가로 인해 침체된 민생경제 회복 필요성 증가에 따라 행정안전부, 기획재정부, 농림축산식품부, 해양수산부, 중소벤처기업부 등 많은 중앙부처에서 지역물가 안정화를 위한 정책을 수행 중임
- 착한가격업소 지원제도는 행정안전부에서 추진하는 대표적인 지역물가 안정화 정책으로 지역물가 안정을 통해 지역경제 활성화를 도모함
 - 행정안전부와 자치단체가 개인서비스 요금의 가격 안정을 위해 운영하는 제도로 행정안전부는 지침 제공 및 홍보를 통해 자치단체의 업무를 지원, 자치단체는 직접 업소를 지정하고, 공공요금 및 물품 지원을 제공함
 - 착한가격업소는 가격, 위생, 품질 서비스 등을 기준으로 선정되며, 특히 주변 상권보다 낮은 가격을 유지하는 사업체를 선정하고 있어 지역 물가 안정에 기여하는 바가 크다 할 수 있음
- 2011년 제도 도입 이후, 중앙부처의 재정적 지원이 이루어지지 않았고 제도 운영에 관한 법적 근거도 마련되어 있지 않아 제도의 지속성 및 활성화를 도모하기 어려운 상황임
- 지방자치단체 중심으로 제도가 운영·관리됨으로 인해 착한가격업소 지원이 충분히 이루어지지 않아, 제도가 갖는 긍정적 효과가 존재함에도, 제도의 인지도가 낮거나 활성화되지 못하는 측면이 있음
- 제도의 안정적 운영을 도모하고, 제도의 확산을 위해서는 착한가격업소 지원 제도의 타당성을 확보하고, 타당성을 기반으로 발전방안을 모색할 필요가 있음

- 따라서 착한가격업소의 실질적인 정책효과를 분석하여 제도의 타당성을 확보하고, 제도 발전 방안을 모색하는 것은 본 연구의 주요 목적이라 할 수 있음
 - 연구 목적에 따른 주요 내용은 착한가격업소 지원제도의 실태분석을 통한 제도의 한계점 검토, 제도 성과 분석을 통한 타당성 확보, 법·제도 측면 및 착한가격업소 지정 사업체 측면에서 제도 활성화 방안 모색으로 구성됨

2. 연구범위 및 방법

- 법제 및 제도 분석은 2024년 기준 현존하는 법령과 조례를 검토하였으며, 제도 성과 분석은 2010년 이후의 데이터를 포함하되 중앙 지원사업 효과성은 2022년부터 2년 데이터를 이용함
- 분석 대상은 전국 지방자치단체이며, 설문조사의 경우 착한가격업소 대상 전수 조사를 실시함
 - 법제 검토는 전국 243개 지방자치단체와 관련 제도를 운영하는 중앙부처를 대상으로 함
 - 성과분석은 전국 243개 지방자치단체 대상으로 하며 부분적으로 읍, 면, 동 지역을 구분하여 세부 분석을 실시함
- 연구 수행을 위하여 법률 및 정책분석을 실시하였으며, 지방자치단체별 착한가격업소 지원 현황 분석, 지원제도 성과 분석을 실시함
 - 법률 및 정책분석을 위하여 착한가격업소 관련 법제 및 조례를 검토하고, 지역경제 활성화 정책 및 지역물가 안정화 정책, 소상공인 지원 정책을 종합적으로 검토함
 - 지방자치단체별 착한가격업소 지원 및 지정 현황 분석을 통해 지원 실태를 조사함
 - 착한가격업소 사업체 대상 전수조사를 통해 착한가격업소 지정 제도에 관한 체감 효과를 검토함

- 마지막으로 매출액, 영업이익, 생존율 분석 및 지역별·품목별 물가 비교를 통해 제도 효과를 검토함

3. 주요 연구내용

1) 법률 및 정책분석 결과

□ 지역경제 활성화 정책 및 지역물가 안정화 정책과 차별점 존재

- 행정안전부의 착한가격업소 지원제도는 지역물가 안정을 목표로 지역경제 활성화를 추진하며, 물가 안정화 정책의 새로운 시각을 제시하여, 고물가 시대에 지역경제 안정화에 정책으로써 중요한 의미가 있음
- 착한가격업소 지원제도는 기존의 규제 중심 정책에서 벗어나 협력과 유도적 접근을 통해 물가 안정과 지역경제 활성화를 동시에 달성하고자 하는 차별화된 정책임
 - 착한가격업소 지원제도는 정부와 민간 간 협업체계를 통해 물가안정을 유도하는 새로운 접근방식을 제공, 이는 행정목표 달성을 위한 중요한 유도적 수단이 됨

2) 지원현황 분석 결과

□ 착한가격업소 신규지정 2023년 큰 폭으로 확대

- 2011년 제도시행 이후 2012년 일시적으로 신규지정 사업체 확대
- 2022년까지 신규지정 사업체 규모 10%미만이었으나 2022년 이후 큰 폭으로 확대됨

□ 착한가격업소 전체 취소율 높지 않으나, 자진취소 비중 높은편으로 나타남

- 2023년 총 취소건수는 171건(전체 사업체 7,172개)
- 취소사유를 검토하면 휴·폐업(50%) > 가격 인상 등에 따른 변동(22%) > 기타 자격기준 미달(18%) > 자진취소(9%)로 확인됨

- 낮은 가격유지는 착한가격업소 지정의 주요 평가 기준이며, 가격 인상 결정은 착한가격업소 자진취소로 볼 수 있음
- 착한가격업소는 상권 내 평균 가격보다 낮은 가격으로 서비스를 제공하고 있어 일반사업체 보다 영업이익이 크지 않은 한계점이 있으므로 현장 의견을 반영한 착한가격업소 지원체계 구축을 통해 이탈 방지 및 신규지정 확대를 도모할 필요가 있음

3) 제도 성과 분석결과

□ 매출 및 생존율 증대 긍정적 효과

- 착한가격업소로 지정된 사업체는 매출액과 생존율에서 긍정적인 효과를 보이는 것으로 분석됨
 - 사업체 절반 이상이 2022년 대비 2023년 매출액이 증가함
 - 지정업소는 미지정업소보다 매출액과 영업이익이 증가함
 - 행정구역별로는 2015-2020년 평균 매출액과 영업이익이 미지정 행정구역에 비해 10.13%p, 10.03%p 더 높은 것으로 나타남
 - 생존율 분석에서 지정업소는 1년 생존율 4.94%p, 5년 생존율 23.12%p 높음

□ 지역 물가 안정화 기여

- 착한가격업소는 지역 물가를 낮은 수준으로 유지하며, 최대 12년 전 수준 까지도 유지되는 품목이 있음
- 7천여 개 지정업소가 지속적으로 확대된다면 지역물가 안정화와 지역경제 활성화에 기여할 것으로 기대됨
 - 메뉴가격 비교 결과 착한가격업소 메뉴가격이 일반업소 메뉴가격보다 19.06% 저렴한 것으로 나타남

4) 설문조사를 통한 체감효과 분석 결과

- 지원사업 참여를 통한 체감효과 분석 결과, 본 제도가 사업체 운영 전반에 긍정적 영향을 준다고 응답한 비율이 높았고, 낮은 요금을 유지하는 데 도움이 된다고 응답한 비율도 그렇지 않다고 응답한 비율보다 높게 나타남
 - 지원사업 효과 결과를 보면, 이미지 개선 및 향상(39.7%), 홍보 효과(21.9%) 순으로 높게 나타남
 - 낮은 요금을 유지하는 것에 도움을 주는지 질의한 결과 전체 응답자의 34.7%가 도움이 된다고 응답하였으며 특히 공공요금 지원, 물품지원 사업이 도움이 되는 것으로 확인됨
- 향후 지원사업 확대 분야에 대한 의견으로는 홍보 지원 강화, 물가 상승 반영한 가격 인상 또는 대체제 지원, 물품 및 공공요금 지원 확대, 세금 감면 혜택 또는 카드 수수료 지원에 관한 의견이 많았음

4. 정책제언

1) 착한가격업소 지원제도 활성화를 위한 정기적 의견수렴 채널 마련

- 착한가격업소 지정에 따른 사업체 매출액 및 생존율이 높게 나타났고, 체감효과 측면에서도 지원 효과가 있는 것으로 파악되나 자진취소 비중도 높게 나타나고 있어 이에 따른 대응 방안 마련 필요
- 현재 사업체 지원 방향성을 검토하여 현물 및 현금 지원을 모두 고려할 필요가 있으며, 홍보 강화를 통해 착한가격업소 정책에 대한 인식을 고취시킬 필요가 있음

2) 지역 물가 안정화를 위한 부처 간 협업체계 구축

- 지역 물가 안정화라는 공동의 목표를 가진 부처 간 통합된 협업체계 구축을 통해 일관되고 효과적인 물가 안정화 정책 추진 필요함

- 행정안전부 중심으로 산업통상자원부, 국토교통부, 농림축산식품부 등 관련 부처 간 협업팀을 구성하여 상시 협력체계 마련하고, 부처 간 협력과 조율을 담당
- 데이터 공유 플랫폼 구축을 통해 부처 간 물가 관련 데이터와 정보를 공유하고, 부처별 수집 데이터를 정책 결정에 활용할 필요가 있음

3) 착한가격업소 지원 활성화를 위한 법적 근거 마련 및 예산 지원 필요

- 착한가격업소 지정 및 지원을 확대하는 상황에서 근거 법령의 미비는 제도 운영의 어려움을 초래할 수 있으므로 법률 제정을 통한 예산 확보 및 안정적 사업추진의 토대 마련이 필요함
- 착한가격업소는 「물가안정에 관한 법률」을 근거로 추진하고 있다고는 하나, 착한가격업소 지원에 대한 직접적인 근거 규정이 없고 사실상 지방자치단체 조례를 근거로 운영하고 있음

목 차

제 1 장 서 론

제1절 연구의 배경 및 목적	3
1. 연구배경	3
2. 연구 목적	5
3. 연구수행 체계	7
제2절 연구의 범위 및 방법	8
1. 연구 범위	8
2. 연구 방법	8

제 2 장 착한가격업소 법제 및 현황 분석

제1절 착한가격업소 제도 소개 및 현황 분석	13
1. 착한가격업소 제도 개요	13
2. 착한가격업소 현황	14
제2절 착한가격업소 법제 분석	21
1. 착한가격업소의 법적 근거	21
2. 착한가격업소 활성화를 위한 법제화 검토 필요성	25
제3절 착한가격업소 지원제도 정책 특성 분석	31
1. 정책적 차별성	31
2. 유사 제도 비교	48
제4절 시사점	54
1. 착한가격업소 지원제도의 정책적 차별성	54
2. 법적 근거 마련 필요	56

제 3 장 착한가격업소 지원 실태조사

제1절 설문조사 개요	63
1. 설문 개요	63
2. 설문 문항 구조	64
제2절 분석 결과	68
1. 착한가격업소 지원사업 참여 경위 및 인지도	68
2. 착한가격업소 선정 전후 변화	72
제3절 시사점	105

제 4 장 착한가격업소 지원제도 효과 분석

제1절 착한가격업소 정책효과 분석 기본방향	109
제2절 착한가격업소 제도 사전적 효과 분석결과	112
1. 연구설계	112
2. 분석결과	114
제3절 지역별 착한가격업소 시행에 따른 효과 분석결과	120
1. 연구설계	120
2. 분석결과	123
제4절 지역물가 안정화 효과 분석 결과	127
1. 연구설계	127
2. 분석결과	128
제5절 시사점	132

제 5 장 종합 및 정책제언

제1절 연구결과 종합 137

1. 착한가격업소 지원제도 차별점 137
2. 착한가격업소 지원제도 체감효과 138
3. 착한가격업소 지원제도 성과 138

제2절 정책제언 140

1. 착한가격업소 지원 활성화를 위한 법적 근거 마련 및 예산 지원 필요 ... 140
2. 착한가격업소 지원 활성화를 위한 법률체계 정비 142
3. 착한가격업소 지원제도 활성화 위해 사업체 대상 정기적 의견수렴
 채널 마련 144
4. 지역 물가 안정화를 위한 부처 간 협업체계 구축 145

【참고문헌】 147

표 목차

표 1-1 연구수행 체계	7
표 2-1 착한가격업소 지정 현황(2023.12월말 기준)	16
표 2-2 연도별 착한가격업소 지정 현황	19
표 2-3 지역·연도별 착한가격업소 신규 지정 현황	19
표 2-4 착한가격업소 지정기준(신규 및 재지정)	20
표 2-5 행정안전부 지역경제지원 분야 사업 예산	35
표 2-6 중소벤처기업부 지역경제 활성화(소상공인 및 전통시장 활성화 지원) 사업 예산	38
표 2-7 산업통상자원부 지역경제 활성화 분야 예산	40
표 2-8 국토교통부 지역균형발전특별회계 예산	42
표 2-9 농림축산식품부 농촌 일자리 및 경제활성화 분야 예산	43
표 2-10 농림축산식품부 물가안정 관련 예산	46
표 2-11 해양수산부 물가안정 관련 예산	47
표 2-12 온누리상품권 및 지역사랑상품권 제도 비교	50
표 2-13 백년가게·백년소공인 예산 추이	52
표 2-14 착한가격업소 및 백년가게 제도 비교	53
표 2-15 부처별 지역경제 활성화 정책 주요내용	54
표 2-16 부처별 물가안정 정책 주요내용	55
표 2-17 농림축산식품부 물가안정 관련 사업 근거법령	57
표 2-18 해양수산부 물가안정 관련 사업 근거법령	58
표 3-1 착한가격업소 사업체 대상 설문조사 문항 구조	64
표 3-2 회수 결과	65
표 3-3 응답자 특성	66
표 3-4 착한가격업소 지원사업 참여하게 된 주요 경로	68
표 3-5 시도별 착한가격업소 지원사업을 알게 된 주요 경로	68
표 3-6 착한가격업소 지원사업에 참여하게 된 주요 동기	70

표 3-7 시도별 착한가격업소 지원사업에 참여하게 된 주요 동기	70
표 3-8 착한가격업소 지정에 따른 점포 운영 체감 효과	72
표 3-9 시도별 착한가격업소 지정에 따른 점포 운영 체감 효과	72
표 3-10 착한가격업소 지정으로 도움이 된 지원사업 <전체, 복수응답>	74
표 3-11 착한가격업소 지정으로 도움이 된 지원사업 <시도, 복수응답>	74
표 3-12 착한가격업소 지정에 따른 낮은 요금 유지 효과	76
표 3-13 시도별 착한가격업소 지정에 따른 낮은 요금 유지 효과	76
표 3-14 세부사업별 체감효과	78
표 3-15 시도별 체감효과: 지정표찰	79
표 3-16 시도별 체감효과: 물품지원	80
표 3-17 시도별 체감효과: 공공요금	82
표 3-18 시도별 체감효과: 안전점검 보조	83
표 3-19 시도별 체감효과: 자금지원 우선 추천 의뢰	85
표 3-20 시도별 체감효과: 경영환경 개선 지원	86
표 3-21 시도별 체감효과: 홍보	88
표 3-22 확대 및 축소 요구 지원사업: 전체	89
표 3-23 확대 및 축소 요구 지원사업: 지정표찰	90
표 3-24 확대 및 축소 요구 지원사업: 물품지원	92
표 3-25 확대 및 축소 요구 지원사업: 공공요금	93
표 3-26 확대 및 축소 요구 지원사업: 안전점검 보조	95
표 3-27 확대 및 축소 요구 지원사업: 자금지원 우선 추천 의뢰	96
표 3-28 확대 및 축소 요구 지원사업: 경영환경 개선 지원	98
표 3-29 확대 및 축소 요구 지원사업: 홍보	99
표 3-30 확대 및 축소 요구 지원사업: 카드사 혜택제공 행사	100
표 3-31 확대 및 축소 요구 지원사업: 지도검색 서비스(예정)	102
표 4-1 착한가격업소 정책효과 분석틀	111
표 4-2 22-23년도 착한가격업소 매출액 기초통계량	115
표 4-3 22-23년도 착한가격업소 월별 매출액 기초통계량	115
표 4-4 생존율 분석결과 I	118
표 4-5 생존율 분석결과 II	119

표 4-6 연구 모형	121
표 4-7 시군구 단위 연도별 착한가격업소 최초지정 분포	122
표 4-8 행정구역 단위 연도별 착한가격업소 최초지정 분포	122
표 4-9 행정구역 매출액 경제적 효과 분석결과	123
표 4-10 행정구역 영업이익 경제적 효과 분석결과	124
표 4-11 시도별·품목별 외식물가 인상율('22년대비 '23년도)	128
표 4-12 착한가격업소 여부에 따른 평균 외식물가 비교(23년 12월 기준)	129

그림 목차

그림 2-1	착한가격업소 지정 절차	14
그림 2-2	시도 단위 착한가격업소 분포	17
그림 2-3	지역단위별 착한가격업소 분포	18
그림 3-1	회수 결과	65
그림 4-1	22년도와 23년도 착한가격업소 매출액 비교 결과	116
그림 4-2	착한가격업소 전년도 대비 매출액 증감 비교(22-23년)	117
그림 4-3	착한가격업소 생존율 변화	119
그림 4-4	평행 추세 가정 여부	121
그림 4-5	전국 착한가격업소 지정 여부에 따른 경제성 차이(1기)	125
그림 4-6	전국 착한가격업소 지정 여부에 따른 경제성 차이(2기)	125
그림 4-7	품목별 일반 외식물가 대비 착한가격업소 물가수준	130

제 1 장 서 론

제1절 연구의 배경 및 목적

제2절 연구의 범위 및 방법



01 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구배경

- **착한가격업소란, 개인서비스 요금의 가격 안정 유도를 목적으로 행정안전부와 자치단체가 공동으로 협력하여 운영하는 제도임**
 - 행정안전부는 착한가격업소 지정 및 관리 지침 제공을 통해 자치단체의 착한가격업소 운영 업무를 지원하며, 착한가격업소 대국민 홍보를 통해 착한가격업소의 경영 안정화 지원을 강화하고 있음
 - 지방자치단체는 지역별 착한가격업소를 직접 지정하고, 상·하수도 요금 감면과 같은 공공요금 지원과 종량제 봉투 등 물품 지원을 제공함
- **착한가격업소 지원제도는 지역물가 안정을 통한 지역경제 활성화 및 소상공인 경영 활동 지원 측면에서 특히 중요한 의미가 있음**
 - 착한가격업소는 가격, 위생 및 청결도, 품질 서비스, 공공성을 기준으로 선정되며, 특히 주변 상권의 평균 가격 대비 낮은 가격으로 서비스를 제공한다는 점에서 지역 물가 안정화에 기여하고 있음
 - 착한가격업소 지원을 위한 자치법규에서도 지역의 물가 안정 및 지역경제 활성화 기여를 목적으로 제도를 운영·지원하고 있음을 확인할 수 있음
 - 또한 착한가격업소에 대한 세제 및 물품 지원, 경영활동 지원을 통해 소상공인의 안정적 경영을 가능하게 한다는 점에서 지역 경제 안정화에 기여하는 바가 있음
 - 특히, 소상공인 영업은 내수시장을 기반으로 하고 있어 경기 침체 및 코로나 19 팬데믹과 같은 환경변화에 직접적 영향을 받기 쉬움

- 실제 코로나 19 발생 이후 소상공사업체 영업이익(전체 업종)을 살펴보면 전년도(2019년) 대비 43.1% 감소하였고, 그중 숙박·음식점업(-56.8%) 피해가 큰 상황임(통계청, 2020)
- 숙박·음식점업은 전체 소상공 사업체의 17.6%로 도·소매업(32.8%) 다음으로 업종 비율이 높으며(통계청, 2022), 2023년 기준 착한가격업소 지원 업종의 75.6%가 숙박·음식점업에 해당된다는 점에서 지역경제 안정화에 기여하는 바가 크다고 볼 수 있음

□ 착한가격업소 지원제도의 중요성에도 불구하고 착한가격업소에 관한 법·재정적 지원 근거가 마련되지 않아 계속 사업으로 진행이 어려운 측면이 존재함

- 2023년 기준 16개의 광역자치단체와 219개의 기초자치단체에서 착한가격업소 지원 조례를 제정하고 있으나 근거 법률이 부재하여 지방자치단체에서 관련 사무를 수행하는 데 절차적 정당성과 제도적 실효성을 충분히 확보하기 어려움
- 특히, 착한가격업소 지원제도는 정부에서 추진하는 사업임에도 2011년 제도 시행 이후, 국비 지원이 이루어지지 않아 지자체의 재정 부담이 가중된 측면이 있음
 - 제도 시행 이후 2023년 최초 국비 15억원이 지원되었고, 2024년 18억원으로 확대되면서 업소당 평균지원액이 대폭 상향되는 성과를 이루었으나 지원의 지속성을 담보하기 어려운 상황임
 - 비슷한 예로 중소벤처기업부의 백년가게·백년소공인 사업은 2022년도에 최대 77억원 규모의 예산이 투입되었으나 2024년 4억 규모로 예산이 급감됨
 - 이에 2024년 1월 9일 백년 소상공인 지정·법적 근거를 마련하기 위한 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률(소상공인법)」에 “백년소상공인” 지원에 관한 내용을 포함되면서 경영지원, 재정지원의 법적 근거를 마련함
- 착한가격업소로 지정된 이후, 사실상 가격 상승이 어려운 상황에서 차별화된 법·재정적 지원이 뒷받침되지 않는 현 제도는 7천 여개의 착한가격업소 사업체의 경영 어려움을 해소하기 부족함

- 국비 지원이 되지 않았던 2022년 A 기초자치단체의 경우, 사업체당 지원 금액은 약 2만원 정도 수준으로 매우 미미함(경인일보, 2022.08.12.)
- 그러나 2023년 국비 지원을 통해 평균 지원액이 ('22년) 45만원 → ('23년) 85만원으로 증액되면서 사업체에 대한 지원 규모가 확대됨

□ **착한가격업소에 대한 안정성과 지속성을 확보하고, 실효성 있는 정책 설계를 위해서는 착한가격업소 지원에 관한 법·재정 체계의 마련이 필요함**

- 서비스 제공 비용을 낮춤으로써 위축된 소비 심리를 완화하고, 소비 촉진을 통한 지역경제 활성화를 도모한다는 측면에서 착한가격업소 지원제도의 역할이 중요함
- 따라서 착한가격업소에 대한 체계적 지원이 가능하도록 법·재정 측면에서 개선 방안을 검토할 필요가 있음

2. 연구 목적

□ **착한가격업소 활성화를 위한 법률체계 정비 필요성 검토**

- 착한가격업소에 관한 법적 근거 검토를 통해 착한가격업소 지원제도 활성화 저해 요인을 발견하고, 동 제도 활성화를 위한 법제화 검토 필요성 논의
 - 구체적으로 현행법의 개정 가능성과 별도의 법률 제정 필요성을 검토하고자 하며, 특히 타 부처와 소관 사무가 겹치지 않는 범위에서 법률 제정 필요성을 논의하고자 함
- 착한가격업소와 유사 제도 간 법률체계 및 지원 현황 검토를 통하여 착한가격업소 지원제도의 한계점을 발견하고, 지원 확대 방안을 모색함
 - 중앙부처 중심의 지역경제 활성화 정책, 지역물가 안정화 정책, 착한가격업소 유사 제도 분석을 통해 착한가격업소 지원제도의 차별점 및 한계점 발견하고 제도의 발전 방안을 모색함

□ 착한가격업소 지원제도의 효과성 분석

- 정성적 측면에서 착한가격업소 지원 효과를 분석함
 - 착한가격업소 지원사업체 대상 설문조사를 통하여 제도 효과 파악
- 정량적 측면에서 착한가격업소 정책효과를 분석함
 - 착한가격업소 제도 시행으로 인한 효과 분석
 - 착한가격업소 지정 전후의 매출액(영업이익) 변화 분석
 - 재정지원 확대를 통한 착한가격업소에 미치는 조절효과를 분석함
 - 착한가격업소 22년도와 23년도의 매출액 변화율 비교
 - 착한가격업소 지정에 따른 지역경제 활성화 효과를 분석함
 - 착한가격업소 지정 업소 및 미지정 업소의 생존율 분석

□ 착한가격업소 지원제도의 타당성 확보를 통한 제도 발전 방안 모색

- 착한가격업소 지원에 따른 효과성 분석을 통하여 동 제도의 활성화 방안을 모색함
 - 법·제도적 측면에서 착한가격업소 활성화 방안 논의
 - 현행 법률 개정 방안과 신규 법률 제정 방안을 중심으로 법제화 가능성 검토
 - 착한가격업소 지원제도 한계점 발견하여 제도의 실효성 확보 방안 모색
 - 착한가격업소 지원 사업체 대상 설문조사 및 심층 면접을 통하여 실태 및 제도의 한계점을 파악하고, 제도의 실효성을 높일 수 있는 개선 방안 모색

3. 연구수행 체계

| 표 1-1 | 연구수행 체계

연구추진단계	연구추진내용	연구수행방법
문제 인식 및 연구 설계	연구 필요성 및 목적 검토	
	연구 범위 및 추진 방법 설계	
착한가격업소 법률체계 검토 및 현황 분석	착한가격업소 추진 현황 검토	
	착한가격업소 법률체계 검토	관련 법제도 및 지침 검토
	착한가격업소 유사제도 검토	중앙 및 지자체 지원 유사제도 검토
착한가격업소 지원 실태조사	착한가격업소 사업체 대상 설문조사	모바일 설문조사
	착한가격업소 지원 사업체 서면조사	서면 조사
착한가격업소 정책효과 분석	착한가격업소 제도 시행 효과	DID
	국비 투입으로 인한 재정 지원 확대 효과	DID 등
	착한가격업소 지정 제도에 따른 지역물가 안정화 효과	지역물가 비교 분석
개선 방안 도출 및 정책 제안	법제화 필요성 및 가능성 검토	
	착한가격업소 활성화 방안 제안	

제2절 연구의 범위 및 방법

1. 연구 범위

□ 시간적 범위

- (법제 및 제도 분석) 2024년 기준 현존하는 관계 법령, 조례 등 검토
- (지역 경제효과) 분석 내용에 따라 상이하나, 2010년 이후 활용 가능한 데이터를 모두 포함
 - 중앙 지원사업에 따른 효과성의 경우 2년 검토 예정
 - * 2023년부터 중앙 지원(국비 투입)이 이루어짐

□ 공간적 범위

- (법제 및 제도 분석) 전국 자치단체 조례 및 중앙부처 유사 제도 분석
- (실태조사 및 매출액 효과) 전국 243개 지방자치단체 대상
- (지역 경제효과) 데이터 접근 가능성에 따라 1-2개 광역자치단체를 선정하여 시, 군, 구 단위 분석 예정임
 - 매출액 분석과 같이 미시 데이터를 사용하는 경우 읍, 면, 동 수준까지 분석

2. 연구 방법

□ 법률 및 정책 분석

- 착한가격업소 관련 법제 분석
 - 착한가격업소 조례 분석
 - 착한가격업소 관련 법률 분석(물가 안정 관련, 소상공인 지원 관련)
- 중앙부처, 지자체 개별사업 중 착한가격업소와 유사한 제도를 선별하여 제도 분석
 - 지원 대상, 지원 내용, 시행 기간, 투입 예산, 지원 근거(법령) 등

□ 현황 분석

- 지방자치단체별 착한가격업소 지원 현황
 - 사업 내용, 예산, 사후관리 방안, 조례 지정 여부 등 전반
- 지자체별 착한가격업소 지정 현황
 - 연도별, 지역별 착한가격업소 지정 현황

□ 설문조사

- 자치단체 별 착한가격업소 대상 전수조사
 - 지원사업 참여 동기, 지원사업 참여 전후 변화, 향후 필요 사업 등에 관한 내용을 구성하여, 설문조사 실시(모바일 및 현장 설문)
- 착한가격업소 지원사업체 대상 서면 인터뷰 실시
 - 지원사업체 대상 서면 인터뷰를 통해 실효성 있는 지원 방안 모색

□ 효과성 분석

- 매출액, 영업이익, 생존율 분석 및 지역별·품목별 물가 비교를 중심으로, 착한가격업소 사업체에 대한 제도 효과 및 지역물가 안정화 효과를 검토함

□ 문헌연구

- 정책효과 분석 및 지역경제 분석을 위한 방법론 검토
 - DID 분석, 생존율 분석, 빅데이터 분석, 지역경제 효과 분석 등 검토
 - 지역경제 정책 분석, 입법 방안 마련 등 관련 선행연구 검토

제 2장

착한가격업소 법제 및 현황 분석

제1절 착한가격업소 제도 소개 및
현황 분석

제2절 착한가격업소 법제 분석

제3절 착한가격업소 지원제도 정책
특성 분석

제4절 시사점

02 착한가격업소 법제 및 현황 분석

제1절 착한가격업소 제도 소개 및 현황 분석

1. 착한가격업소 제도 개요

- 착한가격업소 지원제도는 2011년 11월 시행되었으며 행정안전부(중앙)와 지방자치단체가 협업하여 운영하고 있는 제도로, 지방자치단체가 특히 중요한 역할을 담당하고 있음
 - 착한가격업소는 지방자치단체의 자율적인 판단에 따라 제정하는 임의 조례로 운영되고 있으나 243개 지방자치단체 중, 236개의 지방자치단체가 조례를 제정하여 시행하고 있음
- 착한가격업소 지원제도는 지역 소비자와 소상공인을 함께 지원하는 역할을 수행한다는 측면에서 중요한 의미가 있음
 - 높은 품질의 서비스를 합리적 가격으로 제공받을 수 있는 기반 마련
 - 재정과 물품 지원, 광고 지원 서비스를 제공하여 낮은 가격의 고품질 서비스를 유지할 수 있는 체계 마련
- 착한가격업소 지원제도는 소비자 물가 안정 도모를 목적으로 지역물가 안정에 기여 해 온 업소를 선정하여 지원하는 제도로 서민들의 이용률이 높은 외식업, 이·미용업, 세탁업 등 개인 서비스업을 중심으로 선정됨
- 착한가격업소는 영업자가 직접 신청하거나, 소비자 추천을 받은 업체 중 심사를 통해 최종적으로 지정됨

| 그림 2-1 | 착한가격업소 지정 절차



자료: 행정안전부 착한가격업소 홈페이지(www.goodprice.go.kr)

2. 착한가격업소 현황

1) 착한가격업소 추진 현황

- 착한가격업소 추진 현황과 관련하여 최근 가장 큰 변화는 2023년 국비가 처음으로 지원되었고, 민관협업체계를 구축하여 착한가격업소 지원 범위가 확대되었다는 것임
 - (국비지원) '23년 15억원, '24년 18억원 국비 증액에 따라 업소당 평균 지원 금액이 상향됨
 - 2023년 국비 지원을 통해 평균 지원액이 ('22년) 45만원 → ('23년) 85만원으로 증액
 - (민관협업) 카드사와 연계한 착한가격업소 이용 활성화 행사¹⁾ 및 민간플랫폼 (네이버지도, 카카오맵 등)과 연계한 지도검색 서비스 제공 협의

1) 행사기간 중 착한가격업소에서 1만원 이상 결제시 캐시백(2천원) 제공 사업 실시

- 향후 주요 추진 계획으로 착한가격업소 사업체 수 확대, 민간 협업을 통한 지원 체계 구축, 홍보 채널 다양화가 있음
 - (지정확대) 착한가격업소 갯수를 연차별로 확대(7,172개('23.말) → 1만개 이상('24.말까지)하여 제도 운영 기반 강화
 - 지역 평균 가격보다 저렴한 가격으로 서비스를 제공하는 착한가격업소를 지자체와 협업 및 대국민 공모를 통해 추가 지정 확대²⁾
 - (배달료 지원) 착한가격업소 배달 주문시 배달료의 일정부분을 지원하여 이용자 확대
 - 국비 확보(30억원, 총 100억 지방비 포함), 배달플랫폼인 배달의 민족, 요기요, 위메프, 쿠팡이츠 등을 대상으로 배달료 지원
 - (상품권 발행) 지자체 주도의 착한가격업소 지원 지역사랑상품권 발행
 - 지자체 주도로 착한가격업소 대상의 지역사랑상품권³⁾ 캐시백 지원 등
 - (지도 검색서비스) 민간플랫폼(지도 앱 등)과의 협업을 통해 인근 착한가격업소 정보를 쉽게 검색할 수 있는 서비스 제공
 - (홍보강화) 착한가격업소 홈페이지 활성화 및 SNS 채널 다양화, 국민과 함께 하는 다양한 이벤트 추진 등 홍보 채널 확대

2) 착한가격업소 지정 현황

- 2023년 12월 기준 착한가격업소는 총 7,172개소이며 서울, 부산, 경기 등의 순으로 지정업소가 많음
- 착한가격업소는 개인서비스업을 대상으로 지정되며 전국적으로 외식업 비중이 가장 높음

2) '18년 5,690개 → '19년 5,762개 → '20년 5,799개 → '21년 5,895개 → '22년 6,146개 → '23년 7,172개

3) 지자체는 법령이나 조례에 따라 정책적 필요에 따른 현금성 지원 등을 지역사랑상품권으로 대체 지급 가능

【표 2-1】 착한가격업소 지정 현황(2023.12월말 기준)

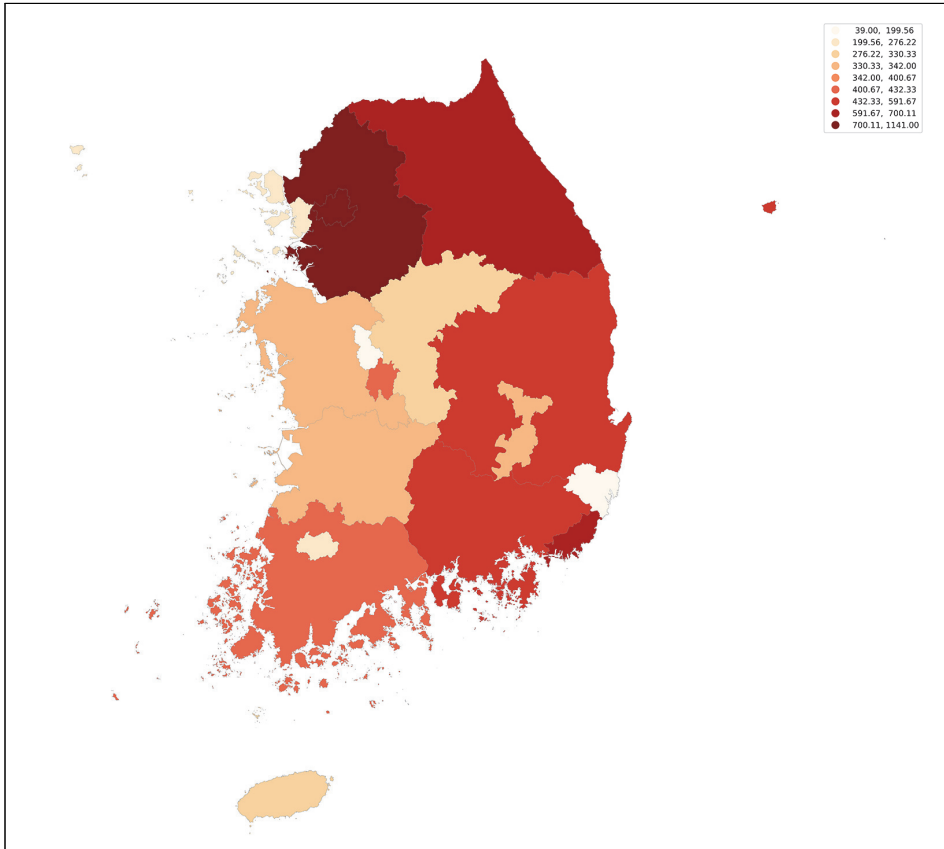
(단위: 개(%))

광역	계 (비중)		업종	
			외식업	기타 개인 서비스업
전체	7,172		5,347(74.6)	1,825(25.4)
서울특별시	1,076	(15.0)	725	351
부산광역시	647	(9.0)	511	136
대구광역시	339	(4.7)	264	75
인천광역시	218	(3.0)	159	59
광주광역시	226	(3.2)	150	76
대전광역시	402	(5.6)	280	122
울산광역시	121	(1.7)	92	29
세종특별자치시	36	(0.5)	31	5
경기도	828	(11.5)	614	214
강원특별자치도	595	(8.3)	472	123
충청북도	317	(4.4)	255	62
충청남도	334	(4.7)	240	94
전북특별자치도	331	(4.6)	264	67
전라남도	405	(5.6)	331	74
경상북도	578	(8.1)	384	194
경상남도	418	(5.8)	342	76
제주특별자치도	301	(4.2)	233	68

자료: 행정안전부 지역경제과 내부 자료

- 시도 단위 착한가격업소 분포도를 통해 서울, 경기, 부산의 밀집도가 높다는 것을 확인할 수 있고 강원도와 경상북도 지역도 타 시도와 비교하여 착한가격업소 분포가 높은 편으로 확인됨

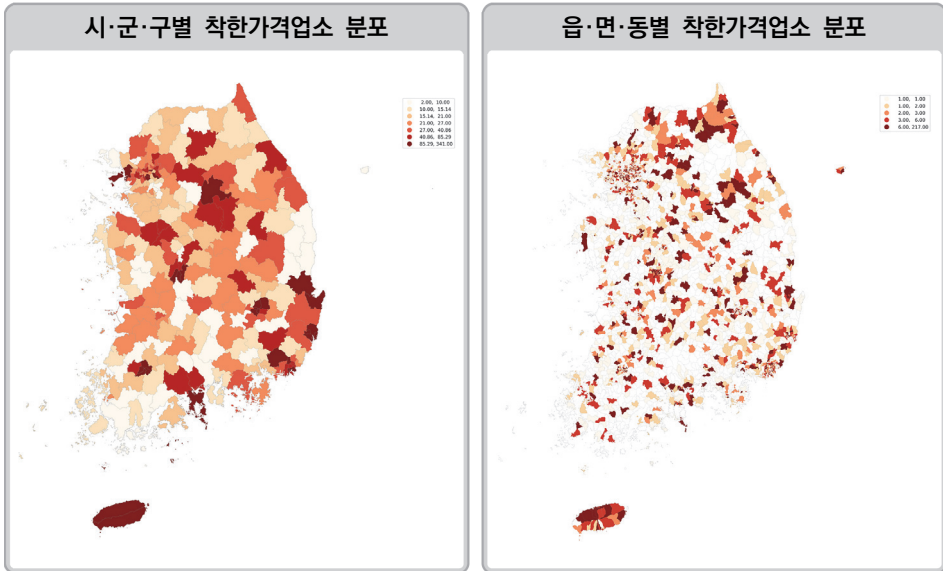
| 그림 2-2 | 시도 단위 착한가격업소 분포



주: 색 진할수록 분포도 높음

- 착한가격업소 분포를 세분화하여 분포도를 확인한 결과 시도 광역 단위보다, 시·군·구 기초 단위, 나아가 읍·면·동 지역 단위에서 착한가격업소 분포의 차이가 뚜렷하게 나타나고 있음

| 그림 2-3 | 지역단위별 착한가격업소 분포



주: 색 진할수록 분포도 높음

- 2023년 12월 기준 착한가격업소 취소 건수는 총 171건으로 이 중 휴·폐업 비중이 가장 높고(50%), 가격 인상 등에 따른 변동(22%), 자진 취소(9%), 기타 자격기준 미달(18%)의 비중도 높은 편으로 확인됨
 - 착한가격 지정업소 평가 기준 중 가격은 가장 중요한 평가 지표인데 가격 변동을 감행한 것은 착한가격업소 지정을 자발적으로 포기한 것으로 보아야 함
- 연도별 착한가격업소 지정 지정 현황을 검토하면 2020년 이후 지속적 증가 추이를 나타내고 있음을 확인할 수 있음
 - 특히 2022년 대비 2023년 착한가격업소의 증가율이 높게 나타남
 - 2023년 6-9월, 9-12월 증가율은 연간(2020-21년) 증가율보다 높아, 2023년 착한가격업소 신규 지정 증가 속도가 빠르게 확산되고 있음을 확인할 수 있음

| 표 2-2 | 연도별 착한가격업소 지정 현황

(단위: 개)

연도	'20년	'21년	'22년	'23년6월	'23년 9월	'23년 12월
지정업소	5,799	5,895	6,146	6,633	6,860	7,172
증감율	-	1.66	4.26	7.92	-	-
		-	-	-	3.42	4.55

자료: 행정안전부 지역경제과 내부 자료

- 시·도별 착한가격업소 지정 현황을 검토하면 서울이 1,076개소로 업소 수가 가장 많으며, '23년 9월 대비 13개 시도는 업소수가 증가*하였으나, 4개 시도는 같거나 감소
- 증가 추이를 나타내는 13개의 시도 중 서울이 최고 121개소 증가, 부산이 최저 2개소 증가한 것으로 확인됨
 - 동일 또는 감소 추이를 나타내는 4개 시도중, 세종이 가장 크게 감소함(3개)

| 표 2-3 | 지역·연도별 착한가격업소 신규 지정 현황

(단위: 개소, %)

구 분	합계	증가(13)													
		서울	부산	대구	광주	대전	울산	경기	강원	충남	전북	전남	경북	제주	
'23.12월	7,172	1,076	647	339	226	402	121	828	595	334	331	405	578	301	
'23. 9월	6,860	955	645	321	220	374	115	792	588	310	324	403	564	256	
증감	312	121	2	18	6	28	6	36	7	24	7	2	14	45	

구 분	합계	동일 또는 감소(4)			
		인천	충북	세종	경남
'23.12월	7,172	218	317	36	418
'23. 9월	6,860	218	317	39	419
증감	312	0	0	-3	-1

- 착한가격업소 적격 여부는 신규 지정과 재심사(기존 지정업소)로 구분되며, 「착한가격업소 평가기준」에 따라 평가 실시
- (신규 지정업소) 평가점수 40점 이상인 업소 중 선정이 가능하며, 점수가 충족된 경우라 하더라도 착한가격업소로 지정하는 것이 부적절하다고 지자체장이 판단하는 경우에는 미지정 가능

- 가맹사업자(프랜차이즈업소), 법인은 전국/지역단위에 관계없이 지정 불가
- (既 지정업소 재심사) 「착한가격업소 평가기준」에 따라 평가하되, ‘가격안정 노력도(10점)’를 평가에 반영함

[표 2-4] 착한가격업소 지정기준(신규 및 재지정)

분야	업종구분	지정기준		배점(점)		
가격	공통	총점		55		
		가격수준 (20점)	<ul style="list-style-type: none"> • ‘착한가격메뉴’가 인근 상권 평균가격 대비 저렴한 정도 ※ (배점) 신규지정 30점, 재지정 20점 	평균가격 이하일 경우	30	20
		가격안정 노력도(10점)	<ul style="list-style-type: none"> • 가격동결 유지기간 정도 ※ 신규지정시 미평가(재지정시 평가) 	2년 이상	10	5
위생·청결	<ul style="list-style-type: none"> ① 식품의약품안전처 ‘음식점 위생등급제’ “좋은” 이상 시 20점 간주 ② 최근 1년 이내 관련 법령에 따른 지도·점검 결과 활용 가능 시 20점 간주 					
	요식업	주방 등	<ul style="list-style-type: none"> • 바닥 내수처리 및 수세, 배수시설 청결도(5점) • 위생복·위생모 착용도, 칼·도마·수저 소독 여부(5점) 		10	
		매장 내	<ul style="list-style-type: none"> • 식탁·의자 정리, 행주 등 용도별 사용, 소독용품 비치, 또는 손씻기 시설 설치, 정수기 위생관리 수준 등 		7	
		화장실	<ul style="list-style-type: none"> • 수세·소독 및 환기 등 관리 정도 - 세척제, 에어타월, 위생종이 구비여부, 남녀 구분 등 ※ 화장실 매장 단독 이용인 경우만 평가 실시 (단독이 아닌 경우 ‘주방 등’ 배점에 포함) 		3	
위생·청결	비요식업	최근 1년 이내 관련 법령에 따른 지도·점검 결과 활용 가능 시 20점 간주				
		주영업시설	<ul style="list-style-type: none"> • 업소 주 영업시설내 시설, 용품 등 위생관리, 청결도 (※ 업종별 특성을 고려하여 적절히 평가) 		15	
		화장실	<ul style="list-style-type: none"> • 수세·소독 및 환기 등 관리 정도 - 세척제, 에어타월, 위생종이 구비 여부 등 ※ 화장실이 업소 단독 이용인 경우만 평가 실시 (단독시설이 아닌 경우 주영업시설에 포함하여 평가) 		5	
공공성	공통	• 착한가격업소 메뉴 표시 여부		1		
		• 착한가격업소 표찰 부착		1		
		• 지역화폐 가맹점		1		
		• 기타 지역사회 공헌도		1		
	요식업	• 지역특화자원 활용도(로컬푸드 활용도 등)		1		
비요식업	• 지역특화자원 활용도(폐가를 활용한 숙박업 등)		1			

자료: 착한가격업소 지정 및 관리지침 내용 재구성

제2절 착한가격업소 법제 분석

1. 착한가격업소의 법적 근거

1) 개요

- 착한가격업소는 행정안전부의 「착한가격업소 지정 및 관리 지침」에 따라 지방자치단체의 장이 운영하는 제도로 법률에 직접적인 법적 근거는 없음
 - 행정안전부는 지역물가 안정에 기여 해 온 착한가격업소의 지원을 통해 소비자 물가 안정을 도모하고 물가 인상 억제 분위기 확산을 도모하기 위한 목적으로 제도를 도입함
 - 착한가격업소의 용어 정의를 별도로 두지 않고 가격, 위생·청결 등 선정 기준에 따라 일정 점수 이상인 경우 착한가격업소로 지정하고 있음
- 「착한가격업소 지정 및 관리 지침」은 착한가격업소 선정을 위한 지정(평가) 기준·지정 시기, 사후관리에 관한 사항으로 구성되어 있음
 - (지정 기준) 가격(30점)은 가격수준(신규 30점, 재심사 20점), 가격안정 노력(재심사 10점)으로 구성 영업장 위생·청결 기준(20점), 공공성 기준(5점)으로 구성
 - 가격수준이란 착한가격메뉴가 인근 상권 평균가격 대비 저렴한 정도를 의미함
 - 공공성은 지역사회 공헌도 등을 고려하여 평가자가 정성평가함
 - (지정 절차) 지정공고(시장/군수/구청장) → 신청(영업자 등) → 현지실사(민간, 공무원 공동) → 지정여부 심사(시장/군수/구청장) → 결정통보 및 지정증 교부(시장/군수/구청장)
 - (사후 관리) 업소 정보 관리를 위하여 현행화 반영 사항을 해당 지자체에서 착한가격업소 홈페이지에 직접 수정하도록 하며, 지정 취소에 따른 조치사항으로 착한가격업소 인증서·표찰 회수, 각종 인센티브 제공을 중지함
- 현재 착한가격업소는 지방자치단체가 조례 제정을 통해 운영하고 있다는 점에서 이하에서는 착한가격업소 조례에 관한 사항을 검토함

- 착한가격업소는 지원제도로 그 근거가 법률에 규정되어 있지 않더라도 운영할 수 있으나, 지방자치단체가 관련 사무를 수행하는데 절차적 정당성과 제도적 실효성을 확보하기 위하여 조례를 제정·시행하고 있음

2) 착한가격업소 조례의 제정 현황 및 주요 내용

(1) 제정 현황

- 착한가격업소 조례는 착한가격업소의 지정, 관리 및 지원에 관한 사항을 규율하고 있으나, 지방자치단체의 자율적인 판단에 따라 제정하는 임의조례에 해당하기 때문에 미제정 자체가 문제되는 것은 아님
- 그럼에도 불구하고 착한가격업소 관련 조례는 총 236개로, 17개 광역자치단체 및 220개 기초자치단체가 조례를 제정·시행 중에 있음
 - 광역자치단체는 모두 조례를 제정하고 있으며, 기초자치단체 중 경남 김해시와 충북 진천군은 타 조례 내용의 일부로 착한가격업소에 관한 사항을 규율하고 있음
 - (경남 김해시) 「김해시 가격안정 모범업소 지원 및 관리에 관한 조례」 제2장(제5조~제10조)에 착한가격업소의 지정 및 지정취소, 사후관리, 지원 등에 관한 사항을 규율하고 있음
 - (충북 진천군) 「진천군 소상공인 지원에 관한 조례」 제4장(제16조~제20조)에 착한가격업소의 지정, 지원, 영업자의 의무 등에 관한 사항을 규율하고 있음
- 서울 강동구, 서울 송파구, 서울 중구, 경상북도 상주시, 경북 청송군, 경남 거창군에 해당하는 6개 기초자치단체는 착한가격업소 조례를 제정하고 있지 않음
 - 다만, 경남 거창군은 「거창군 소상공인 지원조례」에 착한가격업소의 지정 및 관리에 관한 근거는 없으나, 행정안전부 장관이 정한 기준에 따라 지정된 착한가격업소에 대하여 이차지원 및 쓰레기봉투, 시설 개수·보수 사업비 등을 지원할 수 있는 근거는 마련하고 있음(제6조)

(2) 주요 내용

□ 광역자치단체 조례의 주요 내용

- 착한가격업소의 지정은 주로 기초자치단체장의 행위를 통해 이루어진다는 점에서 광역자치단체의 착한가격업소 지원 조례는 지정 및 지정취소, 사후관리 등에 관한 사항을 규율하지 않는 특징이 있음
- 광역자치단체 조례는 광역자치단체 차원의 이용 활성화 시책, 각종 지원의 근거, 운영 현황 점검, 유공자 표창 등을 규정하고 있음

□ 기초자치단체 조례의 주요 내용

- (지원 대상) 개인서비스업을 영위하는 소상공인 업소 중 가격·품질·위생 등 일정 기준을 충족하여 지정받은 업소를 대상으로 함
 - 외식업, 세탁업, 이미용업, 목욕업, 숙박업 등 개인서비스업을 제공하는 업소를 대상으로 함
- (지정 및 지정 취소) 지정 및 지정 취소 등에 관한 세부 기준은 행정안전부 「착한 가격업소 지정 및 관리 지침」등을 고려하여 지방자치단체장이 정하는 것으로 규정함
 - 일부 조례는 착한가격업소 지정 및 지정 취소 기준, 지정절차 등을 구체화하여 규정하고 있음
 - 경기 안성시는 착한가격업소 지정 기준에 전체 메뉴 중 평균가격 미만에 해당하는 착한가격메뉴의 개수, 착한가격메뉴가 인근 상권 평균가격 대비 저렴한 정도 등을 포함하여 시장이 정하며, 연 1회 이상 지정을 실시해야 하며, 지정기준 미충족이나 영업정지 처분을 받은 경우 등에는 지정을 취소할 수 있도록 명문화함
 - 또 다른 조례는 지정 기준에 지정 제외 대상을 구체적으로 열거하고 있는 입법례도 있음
 - 경기 광주시는 지역의 평균 가격을 초과하는 업소, 최근 2년 이내 행정 처분을 받은 적이 있는 업소, 최근 1년 이내 휴업한 사실이 있는 업소,

지방세를 3회 이상 및 100만 원 이상 체납하고 있는 업소, 영업 개시 후 6개월이 경과하지 않은 업소, 프랜차이즈 업소를 착한가격업소로 지정할 수 없도록 규정함

- (이용 활성화) 착한가격업소의 이용 활성화를 위해 홈페이지 게재, 매월 착한 가격업소 이용의 날 지정·운영 등 홍보 중심의 정책을 시행하고 있음
 - 그 외에도 소상공인연합회, 공공기관, 타지자체 등과 협력체계를 구축하도록 하는 규정을 마련하고 있는 입법례도 있음
- (지원 내용) 착한가격업소 조례의 지원 내용은 거의 유사하며, 물품 제공, 공공요금 지원 등 직접 지원과 지정 표찰, 홍보 등 간접 지원의 내용으로 구성되어 있음
 - ① 지정표찰: 착한가격업소 지정 표시물(표지판, 표찰 등) 제작, 설치, 교부
 - ② 물품지원: 물품 지원(위생방역 용품 등 소모품, 각종 기자재 등)
 - ③ 공공요금: 공공요금 지원(종량제 봉투, 상하수도 요금 등)
 - ④ 안전점검: 안전점검 보조(전기 및 소방시설 등)
 - ⑤ 자금우선: 자금지원 우선 추천 의뢰(경영안정자금, 특례보증 등)
 - ⑥ 경영환경: 경영환경 개선 지원(소규모 시설환경개선 사업 등)
 - ⑦ 홍보: 홍보 지원(홍보용품, 지자체 홈페이지, SNS, 소식지 등)
- (사후관리) 착한가격업소의 사후관리를 위해 운영현황 점검과 물가모니터요원 운영에 관한 사항을 규정하고 있음
 - 운영현황 점검은 주기적으로 가격, 위생, 청결, 품질, 서비스 등을 점검하고 지정기준에 미달하는 경우 지정취소를 할 수 있도록 함
 - 물가모니터 요원은 착한가격업소 홍보 및 신규 발굴, 가격조사, 위생청결도 점검 등 모니터링 등의 임무를 담당함
- (기타) 착한가격업소 활성화 관련 공로자에 대한 표창, 착한가격업소의 준수 사항, 영업자의 협조 등에 관한 사항을 규정함

2. 착한가격업소 활성화를 위한 법제화 검토 필요성

1) 논의 배경

- 착한가격업소는 소비자에게 저렴한 가격으로 양질의 서비스를 제공하는 업소로서 지역의 물가 안정에 기여하고 서민경제 활성화에 이바지함
- 착한가격업소는 행정안전부가 주도하여 도입된 제도로 지방자치단체가 13년 이상 운영을 지속해오고 있으나, 지방자치단체의 낮은 재정자립도 하에서 법적 근거가 없는 사업에 대한 지속적이고 안정적인 지원은 현실적으로 어려울 수밖에 없는 한계가 있음
- 특히 2023년에 처음으로 착한가격업소에 대하여 국비 15억원의 예산이 투입되어 전국에 있는 모든 착한가격업소에 대한 비용 지원이 가능하게 되었으며, 2024년은 18억원으로 지원 예산이 늘어나면서 착한가격업소 활성화를 통한 물가안정 대책이 주목받고 있음
- 다만, 그간의 착한가격업소 제도는 낮은 인센티브로 인하여 가격 인상을 억제하면서까지 착한가격업소로서의 지정을 유지할 실익이 크지 않다는 점에서 주목을 받지 못한 측면도 있음
- 그럼에도 불구하고 물가안정에 기여할 수 있는 제도적 방안으로서 착한가격업소의 활성화를 위해서는 소상공인이 체감할 수 있는 지원제도의 추가적인 마련과 더불어 해당 지원이 안정적이고 지속적으로 이루어질 수 있도록 제도적 기반을 마련할 필요성이 있음
- 이러한 관점에서 착한가격업소의 활성화를 위한 법제화 방안에 대한 검토가 필요함

2) 법제화 방안

(1) 현행 법률을 개정하는 방안

- 착한가격업소 지정과 관련하여 현행 법률상 직접적인 근거는 없으나, 착한가격업소 조례의 목적 조항에서 고려하고 있는 제도의 도입 목적이 지역 내 소상공인의

안정적 영업 도모, 물가안정 및 지역경제 활성화라는 점에 착안하여 관련 법률의 범주를 설정함

- 이러한 기준에 따를 때 착한가격업소 활성화를 위한 법제화 방안으로 현행 법률을 개정할 경우 「물가안정에 관한 법률」과 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」을 그 근거 법률로 고려해 볼 수 있음

□ 물가안정에 관한 법률

- 「물가안정에 관한 법률」은 물가를 안정시킴으로써 소비자의 권익을 보호하고 국민생활과 국민경제의 안정 및 발전에 이바지하기 위하여 1975년 제정된 법률로 기획재정부 소관 법률임
- 동법률은 물가안정을 위한 제도적 수단으로 최고가격 지정제도, 가격표시제, 긴급수급조정조치 등을 규정하고 있는데, 물가안정을 위한 규제적 수단이나 강제조치 등을 그 내용으로 하고 있음
 - 최고가격 지정제도는 시장가격이 너무 높은 경우에 정부가 소비자 후생, 시민의 경제생활 안정을 위해 시장가격보다 낮은 수준에서 가격의 상한선을 정하고 시장가격이 그것을 초과하지 않도록 가격을 통제하는 것(신영수·오정일, 2022)으로 사회적 효용성이 인정되는 가격통제 수단임
 - 가격표시제는 소매점포에서 판매하는 전 품목에 대하여 판매업자가 실제 소비자에게 판매하는 가격을 제품에 표시하도록 한 제도를 말함
 - 긴급수급조정조치는 내우외환, 천재지변, 긴급한 재정·경제상의 위기 등 사유로 인하여 물가가 급격히 오르고 물품 공급이 부족하여 국민생활의 안정을 해치고 국민경제의 원활한 운영을 현저하게 저해할 우려가 있을 때에는 해당 물품의 사업자나 수출입 또는 운송이나 보관을 업으로 하는 자에게 부여하는 일정한 조치를 말함
- 즉, 「물가안정에 관한 법률」은 물가안정이라는 행정목표 달성을 위한 유도적 수단이 아닌 강제적 수단을 통해 국가적 차원에서 안정적인 물가를 확보하는데 초점이 있는 법률이라 할 수 있음

□ 소상공인 보호 및 지원에 관한 법률

- 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」은 소상공인의 자유로운 기업 활동을 촉진하고 경영안정과 성장을 도모하여 소상공인의 사회적·경제적 지위 향상과 국민경제의 균형 있는 발전에 이바지하기 위하여 제정된 법률로 중소기업부 소관 법률에 해당함
- 동 법률은 소상공인의 창업부터 폐업에 이르기까지 생애주기별 지원제도와 함께 변화하는 시장 환경에 대응할 수 있도록 디지털 전환 촉진에 관한 사항도 함께 규율하고 있음
 - 소상공인의 생애주기별 지원제도로는 창업 지원(제8조), 경영안정 등 지원(제9조), 구조고도화 지원(제10조), 조직화 및 협업화 지원 등(제11조), 폐업 소상공인에 대한 지원 등(제12조)이 있음
 - 4차 산업혁명 및 AI 시대의 도래로 전 분야의 디지털화가 진행되면서 소상공인 분야도 디지털 전환 촉진을 지원제도의 근거를 마련하고 있음
- 최근에는 장기간 사업 운영을 바탕으로 지속적인 성장가능성이 있는 소상공인에 대하여 백년소상공인으로 지정하여 지원할 수 있는 제도적 근거를 마련한 바 있음
 - 특히, 백년소상공인은 2024년 1월 16일 법률 개정 시 신설된 조문으로 법률 개정 이전부터 별도의 사업으로 추진한 바 있으며, 지방자치단체에서도 이어가게, 오래가게 등의 명칭을 통해 오래되고 경쟁력 있는 소상공인을 지원하는 내용의 조례를 제정·시행한 바 있음
- 즉, 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」은 지역경제의 기반을 이루고 있는 소상공인을 보호하고 지원할 수 있는 법률적 기반으로 작동하고 있는 법률이라 할 수 있음

□ 현행 법률 개정의 한계

- 착한가격업소는 물가안정을 위한 제도적 수단 중 하나로 볼 수 있으나, 규제적 수단을 중심으로 가격을 통제하는 근거로 작용하는 「물가안정에 관한 법률」에 근거를 마련하는 것은 적절하지 않음

- 특히 착한가격업소는 물가안정의 목적도 있으나 지역경제 활성화라는 목적도 함께 가지고 있다는 점에서 「물가안정에 관한 법률」의 제정 취지와도 부합하지 않아 동법률에 착한가격업소 활성화를 위한 법적 기반을 마련하는 것은 체계상 부적합함
- 또한 착한가격업소의 지원대상이 개인서비스업을 영위하는 소상공인에 해당한다는 점에서 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」에 착한가격업소를 법제화하는 방안을 고려해 볼 수 있음
- 그러나 동 법률은 소상공인에 대한 일반적인 지원 근거 법률로 특정 업종을 영위하는 소상공인만 별도로 지원하는 규정을 동 법률에 추가하는 것이 적절한 것인지에 대한 심도 있는 논의가 필요하며, 착한가격업소에 대한 지원이 물가안정 및 지역경제 활성화를 목적으로 한다는 점에서 소상공인법의 제정 취지에도 부합하지 않음
- 따라서 착한가격업소 활성화를 위하여 현행 법률의 개정을 통해 법적 근거를 마련하는 방안은 개별 법률의 제정 취지를 고려할 때 두 가지 방안 모두 적절하지 않은 것으로 볼 수 있음

(2) 새로운 법률을 제정하는 방안

- 착한가격업소의 법제화 방안으로 새로운 법률을 제정하기 위해서는 착한가격업소 지원 정책의 법적 근거를 마련하는 것이 필요한지, 필요하다면 해당 제도만으로 법률을 제정할 수 있는지, 그렇지 않다면 새로운 법률 제정을 위해서는 어떠한 방안을 강구해야 하는지 검토할 필요성이 있음

□ 정책의 법제화 필요성에 대한 판단

- 법령은 정책을 제도화하는 가장 효과적이며 합법적 수단으로 정책의 일관성과 통일성을 확보하여 안정적으로 관리하고 집행해 나갈 수 있는 기반으로 작용하기 때문에 제도화를 필요로 하는 대부분의 정책은 법령의 형식으로 변환하는 과정인 정책의 법제화 과정을 거침(한상우, 2010)

- 착한가격업소 활성화를 위한 법제화 방안을 검토하는 이유도 제도의 안정성과 지속성을 확보하기 위한 목적으로 이를 규율하는 새로운 법률을 제정하는 방안을 고려해 볼 수 있음

□ 착한가격업소 법제화 필요성에 대한 판단

- 착한가격업소는 지원 대상 확정을 위해 지정제도를 도입하고 있으며, 지정을 위한 기준을 정하고 이를 충족하지 못하거나 사후관리를 통해 필요한 경우 제재 조치의 일환으로 지정취소를 하는 체계로 구성되어 있음
- 이러한 체계는 전통적인 규제행정의 영역에 해당하지는 않고 행정목적 달성을 위한 지원 과정에서 발생하는 일부 규제적 사항을 포함하고 있는 것이기 때문에 반드시 법률 제정을 통한 근거 마련이 필요한 사항은 아님
- 일반적으로 법률을 제정하는 방안은 주로 새로운 분야를 규율하거나 기존의 여러 법령에서 규율하고 있는 사항을 체계적·종합적으로 규율할 필요성이 있는 경우 활용되는 입법방식임
- 그러나 착한가격업소 제도 자체만 가지고 새로운 법률을 제정하는 방안은 입법 경제적 측면에서도 실익이 없으며, 법률 제정이라는 수단이 아닌 현행 체계에서도 일정한 입법 목적을 달성할 수 있기 때문에 실익이 없음
- 다만, 착한가격업소 제도의 궁극적 목적인 지역경제 활성화를 목적으로 하는 법률을 제정할 경우에 전체적인 법률의 체계나 내용에 따라 착한가격업소 지정 제도의 운영에 관한 사항을 반영할 수는 있음

□ 지역경제 활성화를 위한 법률 제정의 필요성에 대한 판단

- 지역경제 활성화에 관한 정책의 법제화는 소관 부처와 근거 법률은 다르지만, 다수 현행 법률을 통해 이미 실현 중인 상태임
- 특히 지방시대 구현에 있어 지역균형발전 및 지역산업과 지역경제 활성화를 위한 다수의 법률이 제정·시행되고 있는 상황에서 지역경제 활성화를 위한 독립된 법률을 제정을 위해서 유사 법률과의 차별성이 인정되어야 함

- 「규제자유특구 및 지역특화발전특구에 대한 규제특례법」(2004.3.22. 제정), 「지역중소기업 육성 및 혁신촉진 등에 관한 법률」(2021.7.27. 제정), 「지역 산업위기 대응 및 지역경제 회복을 위한 특별법」(2021.8.17. 제정), 「지방 자치분권 및 지역균형발전에 관한 특별법」(2023.6.9. 제정) 등 지역경제 발전을 고려한 다수의 법률이 제정되어 있음
- 착한가격업소 지정제도에 대한 법적 근거를 마련할 경우 지원의 양적·질적 확대와 예산의 안정적인 확보가 가능해짐으로써 제도의 활성화에 기여할 수 있는 긍정적인 측면이 있음
- 다만, 행정안전부 주도로 지역경제 활성화를 위한 독립된 법률을 제정하는 방안을 고려할 경우 착한가격업소 지정 제도 외에 법률에 포함할 수 있는 정책 개발 등이 선행되어야 하며, 유사 제도와의 차별성 확보를 통해 법률 제정의 필요성에 대한 공감대가 형성되어야 함

제3절 착한가격업소 지원제도 정책 특성 분석

1. 정책적 차별성

1) 개요

- 지방자치단체 조례에서 착한가격업소에 대한 지원은 지역내 소상공인의 안정적 영업을 도모하고, 지역물가 안정 및 지역경제 활성화에 기여하는 것을 목적으로 한다고 밝히고 있음
- 이에 본 절에서는 정부 각 부처에서 추진하고 있는 지역경제 활성화 정책 및 물가안정 정책을 살펴보고, 행안부에서 추진하고 있는 제도와 비교 분석을 통해 정책적 차별성을 검토하고 시사점을 도출하고자 함
- 일반적으로 ‘지역경제 활성화’는 지역경제를 증진하고 그것을 촉진시키는 작용(나채준, 2014; 강기홍, 2012)을 말하는데 이를 통해 이루려는 목적도 매우 다양하며 광범위함
 - 지역경제 활성화를 통해 지역의 산업구조를 다변화하고 개선 시켜 고용기회를 창출시킴으로써 지역의 생산성과 주민 소득을 증대시키고자 하는 것을 목적으로 함
 - 또한 사회간접자본 확충, 지역 간 상호교류 증대, 지역 중심 기능 축적, 지역 문화성 확보 및 유능한 지역 인재를 확보하고 지역 기업가를 발굴·개발·육성하여 지역산업을 성장시킴으로써 지역 정부 기반을 확대하고자 함(최유성·이현수, 1997)
- 지역경제 활성화를 위한 정책 또한 매우 광범위하여 정부 정책 상당 부분이 직·간접적으로 지역경제 활성화와 관련이 있다고 볼 수 있음
- 지역경제 활성화 정책을 사업 성격별로 분류하면, ① 중앙정부의 직접 개발 정책, ② 기업에 대한 보조 정책, ③ 중앙정부의 공공 지출 정책, ④ 노동, 자본, 기술 등 생산요소의 지역 간 이동 정책, ⑤ 국가정책과 관련한 지역 공간 정책으로 구분할 수 있음(최유성·이현수, 1997 재인용; 홍기용, 1996)

- 중앙정부의 직접 개발 정책은 낙후 지역개발을 위해 지역산업이나 생산기반 시설에 직접 투자하는 것을 말함
 - 기업에 대한 보조 정책은 낙후 지역에 각종 산업을 유치하기 위한 보조금 지급, 금융지원 및 조세감면 등 재정정책을 말함
 - 중앙정부의 공공 지출 정책은 지역간 산업과 인구의 전이 보조와 재정정책, 지역기반시설에 대한 정부 지원 정책, 특정 지역 개발에 대한 정부의 특별지원 정책, 구매 정책 등을 말함
 - 노동, 자본, 기술 등 생산요소의 지역 간 이동 정책은 산업의 수익률이 높은 지역으로 생산요소가 이동하도록 유도하는 정책을 말함
 - 국가정책과 관련한 지역 공간 정책은 국토공간의 균형개발이라는 측면에서 산업입지, 인구분포, 경제성장의 지역적 분포와 같은 사항까지 정부가 적극 개입하여 새로운 공간구조를 창출하는 정책을 말함
- 이처럼 지역경제 활성화와 관련된 정책은 그 범위가 광범위하고, 다른 정책과 연계되어 있는 경우도 많기 때문에, 명확하게 관련 정책만을 구분하는 것은 쉽지 않음
- 이에 본 연구에서는 정부 각 부처 2024년 업무계획을 종합적으로 검토하여 지역경제 활성화와 직접적으로 관련된 추진 과제를 선별하고, 각 과제를 중심으로 지역경제 활성화 정책의 특성을 살펴보고자 함
- 구체적으로 기획재정부, 행정안전부, 산업통상자원부, 국토교통부, 농림축산식품부, 중소벤처기업부의 지역경제정책을 중심으로 논의하고자 함
 - 부처별 직무 및 정책 특성을 고려하여 행안부, 중기부와 같이 소상공인 지원 및 지역상권 활성화에 중점을 둔 부처와 산업부, 국토부, 농림부와 같이 지역 산업 육성 및 개발에 중점을 둔 부처로 분류하여 알아보하고자 함
 - 또한, 사업별 예산자료⁴⁾를 검토하여 부처별로 중점적으로 추진하고자 하는 지역경제 활성화 정책을 살펴봄

4) 열린재정 재정정보공개시스템(<https://www.openfiscaldata.go.kr/op/ko/sd/UOPKOSDA01>), 재정 연구분석 > 재정상세통계 > 재정분석통계 > 상세재정통계 > 예산 > 세출 > 세부사업 예산편성현황(총액)

- 물가안정 정책 역시 엄밀히 말하면 경제 활성화 정책의 일환이기 때문에 정부 여러 부처의 경제 정책과 직간접적으로 연관되어 있어 물가안정 정책만을 분류해 내는 일은 쉽지 않음
- 따라서 본 연구에서는 여러 경제 정책 중 보다 직접적인 정부의 물가안정 정책을 중심으로 살펴보고자 함
 - 구체적으로 행안부 위주의 지역 물가안정 정책과 농림축산식품부와 해양수산부 위주의 농수산물 가격안정에 관한 정책으로 나누어 살펴보았음

2) 정부부처별 지역경제 활성화 정책

(1) 2024년 경제 정책 방향

- 기획재정부는 우리나라의 경제 발전을 위한 경제 정책을 세우고, 모든 경제 정책을 관리하고 조정하는 역할⁵⁾을 담당하기 때문에 경제 정책 전반에 대한 역할을 수행하고 있음
- 따라서 추진하고 있는 지역경제 활성화 정책을 분류하는 일은 쉽지 않으며, 정부에서 발표한 2024년 경제 정책 방향⁶⁾을 통해 지역경제 활성화 분야 정책의 방향성에 대해서는 살펴볼 수 있음
- 정부의 2024년 경제 정책 방향을 살펴보면, 고물가·고금리로 인해 침체되어 있는 민생경제 회복에 목표를 두었으며, 이를 위해 물가·서민생활 안정, 소상공인·취약계층 지원, 내수·수출 회복 가속화, 지역경제·건설투자 활성화를 중점 과제로 추진하고자 함
 - 특히, 물가안정 및 소상공인 지원 정책을 다양하게 운영하고 있음
 - 물가안정을 위해서는 농축수산물 할인지원, 에너지 바우처, 세제지원, 착한 가격업소 확대 등을 통한 재정지원, 농축산물 수급 안정, 공공요금 동결, 서민 생활 밀접품목 불공정 행위 집중 점검 등의 정책을 추진함

5) 「기획재정부와 그 소속기관 직제」 제3조 중장기 국가발전전략수립, 경제·재정정책의 수립·총괄·조정, 예산·기금의 편성·집행·성과관리, 회계·외환·국고·정부회계·내국세제·관세·국제금융, 공공기관 관리, 경제협력·국유재산·민간투자 및 국가채무에 관한 사무를 관장한다.

6) 관계부처합동, “활력있는 민생경제 -2024년 경제정책방향-” 2024.01.04.

- 소상공인의 어려움 완화를 위해 전기료 감면, 부가세 부담 완화 등 세제지원, 상생금융·재정지원을 통한 금융지원을 실시함
 - 전통시장 등 매출 확대 지원을 위한 세제지원, 온누리상품권 사용처 확대 등을 추진함
- 지역경제 회복을 위해 거점지역 육성 및 인구감소지역 지원, 건설투자 활성화를 도모함
- 권역별로 기회발전특구, 교육발전특구, 도심융합특구, 문화특구, 글로벌 혁신 특구와 같은 권역별 거점지역을 육성하여 지역 주도로 투자 및 일자리를 창출하도록 함
 - 인구감소지역에는 관광인프라 조성을 통한 방문 인구 확대, 세컨드 홈 활성화를 통한 생활 인구 확대, 외국인 유입 지원 및 농어촌 활력 증진을 통한 정주 인구 확대를 유도하고자 함
 - 공공투자 및 규제 완화를 통해 지역 중심 건설투자 활성화를 위해 전방위적인 지원을 강화함

(2) 소상공인 지원 및 지역상권 활성화

□ 행정안전부

- 행정안전부의 핵심적인 지역경제 활성화 정책의 방향은 지방물가안정 및 골목상권 활성화로 볼 수 있음
- 행정안전부는 지방자치단체의 사무지원·재정·세제, 낙후 지역 등 지원의 업무를 담당하고 있기 때문에 지역경제 활성화 정책도 대부분 지자체의 소상공인 및 전통시장 지원에 집중되어 있음
 - 2024년 주요업무 추진계획⁷⁾을 보면, 지역민생 안정 정책의 일환으로 소상공인 및 중소기업 지원을 통해 골목 경제에 활력을 제고하고자 하는 것을 중점과제로 추진하고 있음

7) 행정안전부, “2024년 주요업무 추진계획 -안전한 일상, 역동적인 지방, 따뜻하고 신뢰받는 정부-”, 2024.03.

- 또한 예산자료를 보면 지역경제지원 사업의 세부사업으로 지역사랑상품권 발행지원, 지역금융 활성화, 지역경제 활성화 사업을 추진하고 있음
 - 지역경제 활성화 사업의 세부 내용으로 지방물가 안정관리와 골목상권 활성화, 지방규제개혁 추진, 공론화 과정 지원이 있음
- 지역경제 활성화를 위한 행안부의 주요 정책으로 지역사랑상품권 발행지원, 착한가격업소 지원제도가 있음
- 지역사랑상품권은 지자체가 발행하고 해당 지자체 가맹점에서만 사용이 가능한 상품권으로 행안부에서 추진하고 있는 지역경제지원 사업 중 예산의 비중이 가장 큰 사업임
 - 코로나 팬데믹 시기인 2020년에는 예산이 1조까지 증가하였다가 2022년 6천억원으로 다소 감소하였으며, 2024년 기준으로 3천억원 정도임
 - 최근 착한가격업소 지원 활성화를 위해 지정업소를 2023년 7,172개에서 2024년 1만 개 이상으로 확대하고자 함
 - 국비 지원을 통해 지원금의 30%가 지원하고, 나머지 70%를 지자체에서 지원함
 - 2022년까지 지역경제 활성화 사업 분야의 예산이 7억 미만으로 미미하였으나, 착한가격업소 확대에 의해 2023년 이후 예산이 크게 증가하여 2024년 56억원까지 증가함

| 표 2-5 | 행정안전부 지역경제지원 분야 사업 예산

(단위: 억 원)

단위사업명	세부사업명	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
지역경제 지원	지역경제활성화	7	7	7	24	56
	지역금융활성화	1	1	21	1	1
	지역사랑상품권 발행지원	721	10,522	6,053	3,525	3,000

자료: 행정안전부(각 연도), 예산 및 기금운용계획 사업설명자료; 열린재정 재정정보공개시스템 (<https://www.openfiscaldata.go.kr/>)

□ 중소벤처기업부⁸⁾

- 중소벤처기업부에서는 중소기업 및 소상공인에 대한 지원 및 전통시장에 대한 지원을 증점적으로 추진하고 있음
 - 중소벤처기업부는 중소기업 정책의 기획·종합, 중소기업의 보호·육성, 창업·벤처기업의 지원, 대·중소기업 간 협력 및 소상공인에 대한 보호·지원에 관한 사무를 관장함
 - 소상공인 지원에 대한 대부분의 정책은 중소벤처기업부에서 주도적으로 추진하고 있음
- 중소벤처기업부에서 추진하고 있는 주요 지역경제 활성화 정책으로는 온누리상품권 발행과 소상공인성장지원 사업 중 하나인 백년가게 및 백년소공인 육성 사업이 있음
 - 온누리상품권은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 따라 전통시장 및 상점가, 상권활성화구역의 판매를 촉진하고 지역경제 활성화를 위해 중소벤처기업부와 소상공인시장진흥공단이 발행하는 전통시장 및 상점가 전용 상품권을 말함
 - 최근 보다 많은 사람들이 전통시장·골목상권을 찾을 수 있도록 온누리상품권의 발행 규모 및 사용처를 확대하고자 하였으며, 월 구매한도도 상향하였음
 - 온누리상품권 발행 사업은 전통시장 활성화 지원 사업 중 가장 큰 예산 비중을 차지하는 사업으로 2024년 기준으로 4,207억원임
 - 소상공인 지원에서는 소상공인 성장지원 사업의 예산이 비교적 큰 비중이며, 이 중 백년가게 및 백년소공인 육성 사업이 있음
 - 백년가게 및 백년소공인은 오랜 경험과 노하우를 바탕으로 장수하는 소상공인 ‘백년가게’, ‘백년소공인’을 발굴하고 백년 이상 존속·성장할 수 있도록 육성하는 사업을 의미함

8) 중소벤처기업부, “2024년 주요업무 추진계획 -중소·벤처·소상공인이 행복한 민생경제 구현-. 2024.01.10.

- 그 밖에 소상공인 경영부담 완화를 위해 금융 부담 완화, 에너지 비용경감, 재난지원금 환수면제 등의 정책을 추진하고 있음
 - 금융부담을 경감해주기 위한 정책으로 저금리 정책자금·보증 공급, 이자 환급, 채무조정, 정책자금 확대 등이 있음
 - 에너지 비용경감을 위해 소상공인에게 전기요금의 최대 20만원까지 감면하고 있음
 - 코로나19 때 선지급한 재난지원금 8천억원에 대한 환수를 면제하였음
- 또한, 전통시장·골목시장 등 지역 상권 활력을 위해서 상권육성, 동행축제 개최 등의 정책을 추진하고자 함
 - 민간주도의 코어상권, 예비지역상권과 해외 관광객이 찾는 글로벌 명품시장을 육성하고자 함
 - 소상공인과 전통시장 매출이 증대될 수 있도록 동행 축제를 개최함
- 중소벤처기업부 예산의 대부분이 중소기업 지원 정책에 쓰이고 있는데, 소상공인 및 전통시장 활성화 분야만 살펴보면 다음과 같음⁹⁾
 - 소상공인지원에 대해서는 소상공인 용자지원 사업의 예산이 가장 높고, 소상공인 성장지원, 소상공인 스마트화지원, 소상공인 재기지원 등의 사업 예산의 비중이 높음
 - 이 중 소상공인 성장지원으로 백년가게 및 백년소공인 육성, 소상공인 전기요금 한시 지원, 지역상권 역량 강화 등의 사업을 추진 중임
 - 전통시장 활성화 지원사업의 가장 큰 부분은 온누리상품권 발행임

9) 중소벤처기업부, 2024년도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(II-2), 2024.1

| 표 2-6 | 중소기업부 지역경제 활성화(소상공인 및 전통시장 활성화 지원) 사업 예산

(단위: 억 원)

단위사업명	세부사업명	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
소상공인 지원	기업가형 소상공인 육성	0	0	0	0	524
	소공인특화지원	493	743	365	327	317
	소상공인 빅데이터 플랫폼 구축 (정보화)	0	0	0	92	23
	소상공인성장지원	875	1,314	1,463	1,417	2,946
	소상공인스마트기술육성(R&D)	0	0	0	24	12
	소상공인스마트화지원	0	0	770	1,048	2,245
	소상공인재기지원	442	717	1,196	1,514	1,663
	소상공인지원인프라	214	245	314	228	144
	소상공인창업지원	209	238	229	333	0
	소상공인 자영업자를 위한 생활혁신형 기술개발(R&D)	35	40	37	17	0
	소상공인 스마트상점 기술보급	17	220	0	0	0
	소상공인 손실보상 제도화	0	0	22,436	0	0
	지역기반 로컬크리에이터 활성화	0	0	0	54	0
	소상공인지원(융자)	23,000	37,000	42,000	30,000	37,100
전통시장 활성화 지원	상권활성화 사업	0	0	0	304	249
	전통시장 주차환경 개선	1,424	752	0	670	629
	시장경영혁신지원 (은누리상품권 발행)	3,281	3,625	4,302	3,595	4,207

자료: 중소기업부, 2024년도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(II-2), 2024.1; 열린재정 재정정보공개시스템 (<https://www.openfiscaldata.go.kr/op/ko/index>)

(3) 지역산업 육성 및 개발

□ 산업통상자원부

- 산업통상자원부는 지역경제 활성화 정책의 큰 방향으로 지역산업 경쟁력 강화를 통해 일자리를 창출하고 지방투자를 활성화하고자 하는 것임
 - 산업통상자원부는 상업·무역·공업·통상, 통상교섭 및 통상교섭에 관한 총괄·조정, 외국인 투자, 중견기업, 산업기술 연구개발 정책 및 에너지·

지하자원에 관한 사무를 관장하기 때문에 지역산업에 대한 지원을 핵심으로 하고 있음

- 2024년 주요 업무 추진계획¹⁰⁾을 살펴보면, 지역경제 및 투자 활성화를 핵심 추진과제로 선정하고, 지방투자 촉진 및 양질의 일자리 창출(기회발전특구 지정, 지역 미래전략산업 육성)과 지역 산업단지 혁신 가속화(킬러규제 개선, 문화·편의·주거시설 확대)를 위한 정책을 제시하였음
- 비수도권 및 인구감소지역 등에 기회발전특구를 지정하여 기업의 대규모 지방투자를 유도하고, 경제자유구역 수시지정을 활성화하여 지역투자 및 일자리 창출에 기여하고자 하였음
- 또한, 불합리한 킬러규제를 지속적으로 발굴 개선하고, 문화·편의·주거 시설을 확대하며 신재생에너지 인프라 구축 등 글로벌 경쟁력을 강화하여 산업단지에 기업과 청년이 모이도록 혁신하고자 함

○ 산업통상자원부에서 추진하고 있는 정책 중 지역경제활성화 프로그램 예산 중 비중이 큰 주요사업은 산업단지환경조성과 지역투자촉진사업¹¹⁾

- 산업단지환경조성은 산업단지구조 고도화, 산업집적기반시설 확충, 기업 지원서비스의 강화 등을 통해 산업단지의 입주기업 경쟁력을 강화하고 근로 환경을 개선하여 노후 산단을 청년인재와 신산업이 모이는 혁신공간으로 전환하는 것을 말함
- 그 밖에 산단환경개선펀드, 휴폐업공장리모델링, 혁신지원센터구축, 복합 문화센터건립, 노후공장청년친화리뉴얼 등의 사업이 있음
- 지역투자촉진은 기업의 지방투자 촉진을 통한 지역경제 활성화 도모 지방 투자기업(지방이전, 신·증설, 상생형 지역일자리기업 등) 투자지원을 통한 고용과 생산력 증대 및 지역경쟁력을 확보하고자 하는 것을 말함

10) 산업통상자원부, 2024년 주요업무 추진계획 -수출·투자로 민생 경제 활력 회복-, 2024.01.31

11) 산업통상자원부에서 추진하는 있는 정책은 특구 및 산업단지 등 규모가 큰 사업이 대부분으로 앞서 살펴본 행안부와 중기부의 정책과 같이 특정 정책을 뽑는 것은 쉽지 않음

【표 2-7】 산업통상자원부 지역경제 활성화 분야 예산

(단위: 억 원)

프로그램명	단위사업명	세부사업명	2023년	2024년
지역경제 활성화	기업입지 환경개선	공장설립정보화기반구축(정보화)	19	46
		국가산단 50주년 기념 상징조형물 설치	-	20
		국가산업단지관리위탁보조	37	29
		기계방산 제조 디지털전환(DX) 지원센터	-	42
		디지털 기반 자원순환 시범산단 구축사업	25	25
		산업단지환경조성	3,087	3,972
		제조특화 초거대 제조AI 서비스 개발 및 실증	-	14
	자유무역 지역조성	김제자유무역지역 표준공장 증축사업	50	108
		울산자유무역지역 표준공장 증설	69	50
		자유무역지역 경쟁력강화 사업	34	-
	지역산업 거점기관지원	스마트특성화 기반구축(R&D)	1,608	746
	지역산업 경쟁력강화	ESG형 산단 공동혁신 지원사업(R&D)	40	5
		사회적경제 혁신성장	210	94
		산업집적지경쟁력강화(R&D)	631	171
		산학융합지구조성사업	92	132
		지방주도형투자일자리지원	30	17
		지역균형발전지원	154	167
		지역혁신클러스터육성	90	90
		지역혁신클러스터육성(R&D)	839	421
		지역협력혁신성장(R&D)	107	15
한국산업기술진흥원 기획평가관리비(지 특)(R&D)		115	109	
지역투자 유치활성화	지역투자촉진	2,032	2,127	
지역환경개선	순직산업전사위령탑성역화사업	15	79	

자료: 열린재정 재정정보공개시스템(<https://www.openfiscaldata.go.kr/op/ko/index>)

□ 국토교통부

- 국토교통부의 지역경제 활성화 정책 방향은 지역 균형발전을 위한 규제 완화 및 교통인프라 확충이라고 할 수 있음
 - 국토교통부는 국토종합계획의 수립 및 조정, 국토의 보전·이용·개발, 도시·도로 및 주택의 건설, 해안 및 간척, 육운·철도 및 항공에 관한 사무를 관장하기 때문에 도시개발 및 교통 정책이 핵심임
- 2023~2024년 국토교통부의 업무계획을 보면 규제 완화 및 교통 분야에서의 혁신을 통해 지역 경제 활성화를 도모하고자 하였음¹²⁾
 - 비수도권의 개발제한구역을 지역여건에 맞게 유연하게 해제할 수 있도록 지자체 권한을 확대하는 등 지역 자율성을 높이기 위한 규제를 개선하고자 함
 - 국가미래전략산업의 신규국가산단을 지역 곳곳에 10개 이상 조성하고, 공공기관 2차 이전을 통해 지역에 성장거점을 조성하고 고도화 하도록 함
 - GTX 순차 개통을 통한 광역경제생활권 실현, 지역 신공항 프로젝트 등을 통해 지역경제 활력과 지역 주민 편의를 제고하고자 함
- 국토교통부의 전체 예산 중 직접적으로 지역경제 활성화 분야 예산을 분류하는 것은 쉽지 않기 때문에 지역균형발전특별회계의 예산만 살펴보았음
 - 앞서 밝힌 바와 같이 도시정책(도시개발 및 재생), 지자체도로건설지원, 지역개발, 산업단지 개발 및 지원 분야에 예산이 치중되어 있음
 - 2024년 기준으로 가장 높은 예산을 차지하는 것은 도시정책으로 5,875억원, 지자체 도로건설 지원 5,441억원, 지역개발 4,123억원, 산업단지 개발 및 지원 3,061억원 순임

12) 국토교통부 보도자료, “내 집 마련은 더 쉽게, 지역은 활력 넘치게 안전하고 살기 좋은 대한민국”, 2023.01.03.; 국토교통부 보도자료 “「교통 분야 3대 혁신 전략」 출퇴근 30분 시대, 교통격차 해소에 134조원 투입, 2024.01.25.

【 표 2-8 】 국토교통부 지역균형발전특별회계 예산

(단위: 억 원)

회계	프로그램명	2023년	2024년
지역균형발전 특별회계	광역교통정책	939	1,054
	광역철도건설	816	904
	국도건설	250	247
	국토교통연구개발	128	50
	국토교통행정지원	40	41
	국토정보관리	220	220
	대중교통육성	223	149
	도로관리	313	343
	도시정책	6,891	5,875
	산업단지개발및지원	3,356	3,061
	자동차및교통정책	24	56
	주택시장안정및주거복지향상	77	53
	지역개발	4,245	4,123
	지자체도로건설지원	4,724	5,441
	합계	22,245	21,617

자료: 열린재정 재정정보공개시스템(<https://www.openfiscaldata.go.kr/op/ko/index>)

□ 농림축산식품부

- 농림축산식품부의 지역경제 활성화 정책 방향은 농촌지역의 개발사업을 중심으로 하고 있음
 - 즉, 농촌자원 활용을 확대하여 청년, 혁신가, 기업 등 경제 기회를 창출하여 일자리 확보 및 경제 활성화에 기여하고자 함
 - 농림축산식품부는 식량의 안정적 공급과 농산물에 대한 품질관리, 농업인의 소득 및 경영안정과 복지증진, 농업의 경쟁력 향상과 관련 산업의 육성, 농촌 지역 개발 및 국제 농업 통상협력 등에 관한 사항, 식품산업의 진흥 및 농산물의 유통과 가격 안정에 관한 사항의 업무를 담당하고 있으므로 농촌 지역 사업에 치중되어 있음
- 농림축산식품부의 농촌경제 활성화 관련 예산을 보면, 농촌융복합 혁신 거점 육성, 농촌 휴양서비스 산업 육성, 농촌경제 활성화 지원기관 운영 사업이 있음

- 농촌융복합 혁신 거점 육성은 농촌지역의 다양한 자원을 활용한 농촌융복합 산업 혁신 거점을 조성하여 농촌경제 활성화 도모하는 것임
 - 농촌 휴양서비스 산업 육성은 고령화 및 인구감소 등으로 가속화되는 농촌 소멸에 대응하기 위해 관광 인프라를 공간·정주 정책과 접목하여 경제활동을 촉진하고자 하는 것임
 - 농촌경제 활성화 지원기관 운영은 농촌융복합산업 지구 및 네트워크, 인증 제도 운영, 민간투자기반 스케일업 지원 사업(농식품벤처창업활성화) 운영, 농촌 콘텐츠 개발, 등급제 사후관리 등 농촌경제활성화 전반에 대한 사업 수행 및 지원, 모니터링 등 관리 지원 인력 및 운영비를 지원하는 것임
- 그 밖에 국내외 농업·농촌 및 식품산업의 중요성과 가치를 전시·체험·교육할 수 있는 국립농업박물관 운영을 통하여 농업·농촌의 지속 가능한 발전에 기여하고자 함

| 표 2-9 | 농림축산식품부 농촌 일자리 및 경제활성화 분야 예산

(단위: 억 원)

단위사업명	세부사업명	사업내용	2022년	2023년	2024년
농촌일자리 및 경제활성화	농촌경제 활성화	농촌융복합 혁신 거점 조성	161	185	102
		농촌휴양·서비스지원	205	224	118
		농촌경제활성화지원기관	0	0	32
	소계		367	410	253
국립농업박물관운영		363	167	180	

자료: 열린재정 재정정보공개시스템(<https://www.openfiscaldata.go.kr/op/ko/index>)

3) 정부 부처별 물가안정 정책

(1) 지역물가 안정

□ 행정안전부¹³⁾

- 행안부는 서민경제 안정을 위한 지방물가 안정에 중점을 두고 다양한 정책을 수립하여 추진 중에 있음
- 구체적으로 공공요금 관리체계 구축, 민관합동 시장 교란행위 단속 강화, 착한 가격업소 지원 확대, 지방물가 정보공개 기준마련 및 평가 강화 등이 추진됨
 - 착한가격업소 지원 확대: 질 높은 서비스와 저렴한 가격을 유지하는 착한 가격업소 지정개수를 2024년에 7,172개에서 1만 개 이상으로 확대하고, 국비 지원 규모도 15억원에서 48억원까지 확대하고자 하였음
 - 공공요금 관리체계 강화: 지자체의 공공요금 결정의 첫 단계인 원가산정, 분석용역 단계 등 행안부에서 운영하는 행안부 물가대책 종합상황실과 협의를 통해 결정하고, 한국소비자원, 지역소비자보호센터 등 외부 전문가의 참여를 확대하여 공공요금 결정 과정의 객관성을 확보하고자 함
 - 시장 교란행위 단속: 개인서비스요금 안정화를 위해 지자체 공무원, 지역 상인회, 지역소비자보호센터 등 민관합동물가점검반이 지방물가 동향에 대해 수시점검을 실시하고 특히, 명절, 휴가철, 지역축제, 연말연시에 바가지 요금, 섞어 팔기 등 시장교란행위를 집중적으로 관리·단속함
 - 지방물가 정보공개 기준마련 및 평가강화: 지자체에서 공개하고 있는 지방 물가정보공개의 공통적 기준을 마련하여 지자체별 비교분석을 용이하도록 추진할 예정임

(2) 농축수산물 가격안정

□ 농림축산식품부

- 농림축산식품부의 물가안정 정책의 핵심은 농축산물 가격안정 및 수급조절에 있음

13) 행정안전부 보도자료, “지자체, 상인회, 소비자센터 등과 촘촘한 관리 체계를 구축하여 지방 물가안정에 총력 대응”, 2024.01.30

- 먼저, 농특회계로 운영하는 시설농가 면세유 유가연동보조금 한시지원 사업과 농업관측 사업이 있음
 - 시설농가 면세유 유가연동보조금 지원은 농업용 면세유, 전기료의 급격한 인상에 의한 소규모 시설원예농가의 난방비 부담을 경감할 수 있도록 한시적으로 면세유 유가연동보조금을 지원하는 것을 말함
 - 농업관측의 세부사업으로 농업관측과 농산물소비실태조사 사업이 있음
 - 농업관측은 주요 농축산물에 대하여 기상, 재배면적, 작황 예상 생산량, 소비동향, 해외시장 정보 등을 토대로 가격 및 수급을 전망하여 농업인, 농업 유관단체, 지자체, 정부기관 등에 제공하여 정책 수립 및 영농의사 결정을 지원하는 것을 말함
 - 농산물소비실태조사는 국내외 농식품 소비 동향 및 관련 빅데이터를 조사·분석하여 농식품 산업 관계자 등의 합리적 의사결정을 지원함
- 다음으로 농안기금으로 운영되는 농산물생산유통조절지원, 비축지원, 농산물 유통소비정보조사, 자조금지원 사업이 있음
 - 농산물생산유통조절지원 사업은 채소가격안정지원과 유통협약·명령 지원으로 구분됨
 - 채소가격안정지원 사업은 계약재배 농업인 등에게 면적조절, 출하정지, 조기출하 등 수급 의무를 부여하는 대신 가격차 보전(도매시장 평년가격 80% 이내), 산지폐기 비용, 출하 장려금 등을 지원하는 것임
 - 유통협약·명령 지원사업은 농산물의 현저한 수급불안이 발생하거나 예측될 경우 산지폐기·품질규제·출하유도 등을 내용으로 하는 유통협약 또는 유통조절명령을 통해 공급불안을 해소하고, 가격안정을 도모하고자 하는 것을 말함
 - 비축지원 사업은 정부가 국내산 농산물을 수매 또는 외국산 농산물을 수입 비축한 후 시장가격 동향에 따라 탄력적으로 방출하여 농산물 수급을 조절하여 가격 안정을 도모하는 것을 말함
 - 농산물유통소비정보조사는 농산물의 수급정보, 국내가격정보, 화훼유통정보, 유통실태, 수입정보, 친환경농산물유통소비실태를 조사·분석하여

이에 대한 정보를 제공하여 농산물 수급 및 가격안정을 도모하고자 하는 사업임

- 자조금지원은 품목별 생산자를 조직화하여 스스로 농산물 판로확대, 수급 조절 및 가격안정을 도모하게 함으로써 품목 생산자 중심의 자율적 수급조절 체계를 구축하도록 하는 것임

○ 2024년의 농림축산식품부의 물가안정 관련 예산을 살펴봐도 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것이 비축지원사업임을 알 수 있음

- 2024년 기준으로 물가안정 관련 예산은 총 8,219억원 수준으로 이 중 가장 큰 비중을 차지하는 것이 비축지원사업(7,249억원)이며, 다음으로 농산물 생산유통조절지원사업(556억원)임

| 표 2-10 | 농림축산식품부 물가안정 관련 예산

(단위: 억 원)

단위사업명	세부사업명	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
농산물가격 안정 및 수급조절 (농특)	시설농가 면세유 유가연동 보조금 한시 지원	-	-	151	-	70
	농업관측	169	171	167	169	170
농산물가격 안정 및 수급조절 (농안기금)	농산물생산유통조절지원	255	341	409	556	556
	비축지원	4,758	5,183	7,920	6,868	7,249
	농산물유통소비정보조사	39	41	41	40	43
	자조금지원	91	106	124	13	131

자료: 열린재정 재정정보공개시스템(<https://www.openfiscaldata.go.kr/op/ko/index>)

□ 해양수산부

○ 해양수산부의 물가안정 정책은 수산물 가격안정에 중점을 두고 있으며, 세부적인 정책으로 수산물관측, 양식장관리실태조사, 수산물자조금지원, 수산물수매 지원(용자), 비축사업이 있음

- 수산물관측은 주요 수산물의 생산, 가격 및 수출·입 등 종합적인 정보를 수집, 분석하여 생산자, 소비자 등을 대상으로 수급 전망을 신속하게 제공함으로써 출하조절, 수급 안정화를 통한 수산물의 적정가격 유지를 하도록 돕는 것임

- 양식장관리실태조사는 양식장이용 및 관리 실태를 조사하고, 수집된 자료를 전산화하여 양식산업 관련 시책 수립, 면허의 심사, 평가제 운영, 불법 양식장 정비 등에 기초자료로 활용하고자 하는 것임
 - 수산물자조금지원사업은 FTA 체결 등에 대비하여 정부 주도의 양식수산물 경쟁력 제고에서 민간 단체 스스로 역량을 강화하되 이를 지원하는 정책으로 전환한 것으로 양식수산물 생산자 스스로 소비활성화, 품질향상, 수급조절 등을 통해 양식품목별 경쟁력을 제고할 수 있도록 기반을 구축하는 사업임
 - 수산물수매지원은 주 생산 시기 대량 어획된 수산물에 대한 적기 수매를 지원하여 산지 가격의 안정화를 도모하고, 유통·가공업체, 생산자·단체 등 경영 안정을 지원하며, 가격 급등 등 필요한 시기에 정부 방출 명령으로 수급 조절과 가격 안정을 도모하는 것임
 - 비축사업은 수산물 주 생산시기에 대중성 어종 수매를 실시하여 산지가격을 지지하고, 수산물 수요 성수기에 비축물량을 방출하여 가격안정을 도모하는 것임
- 해양수산부의 물가안정 관련 예산을 역시 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것이 비축사업 및 수산물수매지원 사업임을 알 수 있음
- 2024년 기준으로 물가안정 관련 예산은 총 3,345억원 수준으로 이 중 가장 큰 비중을 차지하는 것이 비축사업(2,065억원)이며, 다음으로 수산물수매 지원사업(1,154억원)임

| 표 2-11 | 해양수산부 물가안정 관련 예산

(단위: 억 원)

단위사업명	세부사업명	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
수산물가격 안정	수산물관측	33	36	35	35	47
	양식장관리실태조사	-	-	3	3	38
수산물가격 안정 (기금)	수산물자조금지원	35	35	35	32	41
	수산물수매지원	782	914	854	1,154	1,154
	비축사업	745	1,008	1,086	1,750	2,065

자료: 열린재정 재정정보공개시스템(<https://www.openfiscaldata.go.kr/op/ko/index>)

2. 유사 제도 비교

1) 개요

- 앞서 살펴본 바와 같이 지역경제 활성화를 위해서 여러 부처에서 다양한 정책을 추진 중에 있음
- 본 절에서는 다양한 지역경제 활성화 정책 중 착한가격업소와 유사한 제도를 비교·검토하여 착한가격업소 제도 운영에 있어 시사점을 도출하고자 함
- 다만 착한가격업소 지원제도의 목적 및 운영 방식과 명확히 일치하는 타 제도를 확인하기 어려워 목적의 유사성, 운영 방식의 유사성을 중심으로 유사 제도를 검토하고자 함
 - 목적의 유사성: 지역 물가 안정 및 지역경제 활성화를 목적으로 함
 - 운영 방식의 유사성: 평가 기준을 통해 특정사업체를 선정하며, 경영지원 사업을 통해 사업체를 지원함
- 목적의 유사성 측면에서 지역경제 활성화 정책 중 가장 대표적인 온누리상품권 및 지역사랑상품권 발행지원 사업을 검토하였고, 운영 방식의 유사성 측면에서 특정업소를 지정하여 지원하는 제도인 백년가게 및 백년소공인 지원사업을 검토함
 - 운영 방식의 유사성 측면에서 지방자치단체에서 운영하는 전북 천년명가, 송파형 안심가게 사업도 검토할 수 있으나 전북 천년명가의 경우 현재 46개소(2024년 3월)만 운영되고 있으며, 송파형 안심가게는 현재 종료된 사업이므로 검토 대상에서 제외함
 - 전북 천년명가는 30년 이상 사업을 영위해 온 전통과 성장잠재력이 있는 소상공인을 발굴하여 100년 이상 존속, 성장할 수 있도록 육성하고, 지속가능한 가업승계구조를 형성해나갈 수 있도록 홍보·자금 등을 지원하는 사업임¹⁴⁾
 - 송파형 안심가게는 각종 위생과 방역수칙 및 관련 법령사항을 준수하고 비대면 판매 등을 통해 코로나19 확산 방지에 앞장서는 가게로 선정된

14) 전북소상공인광역지원센터·전북특별자치도소상공인희망센터(<http://www.jbsos.or.kr/>)

업소에 대해서는 방역물품, 위생 패키지용품 제공, 점포 외부 ‘안심마크’ 부착 및 홍보를 지원하는 사업임¹⁵⁾

2) 온누리상품권 및 지역사랑상품권

- 온누리상품권 및 지역사랑상품권은 대표적인 지역경제 활성화 정책 중 하나로 2024년 예산을 살펴보면 사업 비중이 높은 것을 확인할 수 있음
 - 온누리상품권 발행 사업은 2023년 2,898억원에서 2024년 2,513억원이며, 지역사랑상품권 발행 사업은 2023년 3,525억원에서 2024년 3,000억원 규모임
- 온누리상품권 및 지역사랑상품권은 지역경제 활성화를 위해 발행하는 상품권이라는 점과 사업 운영의 목적에 있어서는 거의 유사함
 - 온누리상품권은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 따라 전통시장 및 상점가, 상권활성화구역의 판매를 촉진하고 지역경제 활성화를 위해 중소벤처기업부와 소상공인시장진흥공단이 발행하는 전통시장 및 상점가 전용 상품권을 말함
 - 지역사랑상품권은 지방자치단체장이 일정한 금액이나 물품 또는 용역의 수량을 기재하여 증표를 발행, 판매하고 해당 지방자치단체 가맹점에서만 사용할 수 있는 유가증권, 선불전자지급수단(「전자금융거래법」 제2조제14호), 선불카드(「여신전문금융업법」 제2조제8호)를 말함
- 다만, 상품권의 발행 주체와 사용처, 근거 법령에 있어서 차이가 있음
 - 온누리상품권은 중소벤처기업부가 발행하고, 지역사랑상품권은 지방자치단체의 장이 발행함
 - 행정안전부는 지역사랑상품권을 발행하는 지방자치단체에 대해 할인 판매를 지원함
 - 사용처는 온누리상품권은 전국 전통시장 및 상점가, 상권활성화구역 및 자율상권구역의 온누리상품권 가맹점이며, 지역사랑상품권은 해당 지방자치단체장이 관할하는 행정구역 내 지역사랑상품권 가맹점임

15) 송파구 보도자료, “코로나19 안심! 100개 ‘송파형 안심가게’ 지정·운영, 2020.11.12

- 온누리상품권은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 근거하며, 「온누리상품권 사업 운영요령」을 통해 운영되고 있음
- 지역사랑상품권은 근거 법령으로 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」이 2020년 5월 1일 제정이 되었고, 사업 운영상 필요한 사항은 지자체 별로 지역사랑상품권 활성화 조례를 통해 운영하고 있음

표 2-12 | 온누리상품권 및 지역사랑상품권 제도 비교

구분	온누리상품권	지역사랑상품권
단위사업	전통시장 활성화 지원	지역경제 활성화 지원
발행주체	중소벤처기업부	지방자치단체
사업운영	중소벤처기업부	행정안전부 지방자치단체
사업목적	전통시장 및 상점가, 상권활성화구역의 판매 촉진 및 지역경제 활성화	지역 내 소비 진작 및 소상공인 지원을 통한 지역경제 활성화
예산	2023년: 2,898억원 2024년: 3,513억원	2023년: 3,525억원 2024년: 3,000억원
법적근거	「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」	「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」

3) 백년가게 및 백년소공인

- 백년가게 및 백년소공인은 소상공인 및 소·중기업을 발굴하여 100년 이상 존속·성장할 수 있도록 육성하고, 성공모델을 확산하기 위한 것을 목적으로 함
 - 신청대상은 단일제조업 및 정책자금 용자 제외 대상 업종을 제외한 전 업종 (대기업 자회사, 프랜차이즈 가맹점 및 대리점은 신청 불가)임
 - 백년가게는 30년 이상, 백년소공인은 15년 이상 된 사업체를 대상으로 혁신 의지, 차별성과 우수성, 성장 역량 등을 종합 평가해 선정함
 - 백년가게는 30년 이상 고유사업을 유지해 온 소상공인·중소기업, 백년소공인은 15년 이상 장인정신을 바탕으로 고유한 숙련기술 보유 소상공인을 발굴하여 100년 이상 존속·성장할 수 있도록 육성하고, 성공모델을 확산하기 위한 사업임

- 업력, 경영철학, 제품·서비스 차별성, 지역공헌 등을 종합 심사해 우수성을 인정받은 백년가게는 지정일로부터 3년, 백년소공인은 5년 간 ‘백년’ 브랜드를 부여받고 홍보·판로·시설개선·용자 등 다양한 사업을 지원받게 됨
- 선정 현황(2024년 기준, 누계)을 살펴보면 백년가게 1,424개, 백년소공인 959개 임
 - 2018년 81곳이 지정된 것을 시작으로 2019년 252곳, 2020년 389곳, 2021년 445곳, 2022년 231곳이 선정되었으며, 2023년 백년가게 86개, 백년소공인 52개가 추가로 선정되었음¹⁶⁾
- 백년가게 및 백년소공인 세부지원 내용은 다음과 같음¹⁷⁾
 - (홍보지원) 백년가게 및 백년소공인 확인서, 인증현판 설치 및 업체스토리 보드 제공, 현판식, 방송·O2O플랫폼 등 온·오프라인 홍보 지원
 - (판로지원) 온·오프라인 판로진출 지원, 오프라인 소비행사 및 우수상품 전시 등 지원, 온라인 전용 기획전 운영 및 입점지원
 - (시설개선) 안전 컨설팅, 매장환경, 작업공정, 작업환경 개선비용지원 등 소상공인 경영환경 전반 개선 지원
 - (우대지원) 용자지원 등 소상공인시장진흥공단 지원사업 우대
 - (기타지원) 전국백년가게 협의회 및 협동조합, 백년가게연합회 등 조직화 지원 등을 통한 노하우 공유와 협력관계 구축
- 백년 사업 예산은 2024년 4억 2천7백만원으로 2023년 23억원에서 81.4% 줄어든 규모임¹⁸⁾
 - 백년 사업 예산은 2018년 도입 뒤 2018년 8억 9천만 원, 2019년 9억 7천만 원, 2020년 13억 4천만 원, 2021년 58억 5천만 원, 2022년 76억 9천5백만 원까지 늘었다가 최근 급감함

16) 중소벤처기업부 보도자료, “지역을 대표하는 ‘맛’과 ‘장인정신’ 백년가게·백년소공인 138개사 신규지정”, 2023.08.30.

17) 중소벤처기업부 공고 제2023-282호「2023년 백년가게 및 백년소공인」모집 공고

18) 아주경제, “[단독] '77억 → 23억원' 백년가게 예산 감소...사업 차질 우려”, 2023.01.31., 세계일보, “중기부 ‘백년가게’ 예산 80% 급감... “2024년 신규 지정 불투명”, 2023.08.29.

| 표 2-13 | 백년가게·백년소공인 예산 추이

(단위: 억 원)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
예산	8.9	9.7	13.4	58.5	76.95	22.94	4.27

자료: 아주경제, “[단독] '77억 → 23억원' 백년가게 예산 감소...사업 차질 우려”, 2023.01.31.;
 세계일보, “중기부 '백년가게' 예산 80% 급감... “2024년 신규 지정 불투명”, 2023.08.29.

- 백년가게 및 백년소공인 사업은 2018년 시행된 사업으로 2011년 시행된 착한 가격업소 지원사업 보다 시행 시기가 늦지만, 인지도 측면에서 백년 사업의 효과성이 보다 우수하다고 평가됨
 - 착한가격업소와 백년가게 모두 지역경제 활성화 촉진을 궁극적인 목적으로 하고 그를 위한 수단으로 개별 사업체를 지원하는 방식임
 - 착한가격업소와 백년가게 모두 세부 지원 내용은 유사함
- 최근 백년 사업 예산이 대폭 축소되는 어려움이 발생하였으나 제도가 도입된 2018년 이후 7년 동안 투입된 총 예산은 약 195억원에 이르고, 착한가격업소 지원사업의 경우 2011년 제도 도입 이후 2023년 15억, 2024년 48억 원 수준임
- 2024년 기준 백년가게 사업체가 1,424개, 착한가격업소 지정사업체가 7,172 개소(2023년 12월 말 기준)라는 점을 고려하면 1개 사업체당 지원 규모의 차이가 매우 크게 나타나고 있음을 확인할 수 있음

| 표 2-14 | 착한가격업소 및 백년가게 제도 비교

구분	착한가격업소	백년가게
정책유형	자금지원, 경영지원	자금지원, 경영지원
추진주체	행정안전부 지방자치단체	중소벤처기업부
사업목적	소비자 물가안정 도모 및 물가인상 억제 분위기 확산	성장 잠재력이 높은 소상공인 등을 발굴하여 백년 이상 존속 성장할 수 있도록 육성하고, 성공모델을 확산
지정 현황	7,172개	1,424개
투입 예산	2023년: 15.03억원 2024년: 47.85억원	2023년: 22.94억원 2024년: 4.27억원
지정대상	가격기준, 위생기준, 서비스 기준 등에 적합한 개인서비스업종 (외식업, 이미용업, 세탁업, 목욕업, 숙박업 등)	제조업을 제외한 업력 30년 이상의 소상인 및 소기업, 중기업
지원내용	<ul style="list-style-type: none"> • 착한가격업소 지정 표시물제작·설치·교부 • 위생·방역 용품 등 물품 지원 • 종량제봉투, 상하수도 요금 등 공공요금 지원 • 안전점검 보조 • 자금지원 우선 추천 의뢰 • 경영환경 개선 지원 • 홍보 	<ul style="list-style-type: none"> • (지정업체 인증) 백년가게 및 백년소공인 확인서 및 인증현판 제공 • (인지도 개선) 홍보마케팅, 판로 등 다양한 프로그램 참여 확대, 브랜드 인지도 개선 및 매출확대 • (기타지원) 용자금리 및 소진공 지원사업 신청우대, 컨설팅사업 활용 우대, 백년가게 협의회 및 워크숍 등 네트워크
근거법령	지방자치단체 조례	「소상공인법」

자료: 국회예산정책처 2024년도 예산안 위원회별 분석(행정안전위원회), 2023.10

제4절 시사점

1. 착한가격업소 지원제도의 정책적 차별성

- 앞서 살펴본 것과 같이 지역경제 활성화라는 동일 목적으로 다양한 정부 정책이 추진되고 있으나 정책 수단의 방향성에 있어서는 차이를 보임

표 2-15 | 부처별 지역경제 활성화 정책 주요내용

부처	정책 수단의 방향	주요정책
행정안전부	지방물가안정 및 골목상권 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 착한가격업소 활성화 • 지역사랑상품권 발행지원 • 소상공인 금융지원 • 공공요금 관리체계 강화
중소벤처기업부	지역상권활력 회복 및 소상공인 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 은누리상품권 발행 • 백년가게 및 백년소공인 육성 • 소상공인 금융지원 및 에너지비용 경감
산업통상자원부	지역산업 경쟁력 강화를 통한 일자리 창출 및 지방투자 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 산업직접기반시설 확충 및 기업지원서비스 강화 • 지역투자기업 투자지원
국토교통부	지역 균형발전을 위한 규제완화 및 교통인프라 확충	<ul style="list-style-type: none"> • 비수도권 개발제한구역 해제 등 지자체 권한 확대 • 국가산단 등 성장거점 조성 • 철도 + 도로 + 지방공항 확충으로 교통 네트워크 강화
농림축산식품부	농촌지역의 개발사업을 통한 일자리 및 경제 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 농촌융복합 혁신 거점 육성 • 농촌 관광인프라 조성

- 산자부, 국토부, 농림부는 지역산업 육성 및 개발이라는 측면에서 유사하나 각각 중점적으로 추진하고 있는 사업의 성격에 차이가 있음
- 산자부는 산업단지 개발 및 지역투자 활성화 사업, 국토부는 지역개발 산업 중 교통인프라 확충 사업, 농림부는 지역 중 농촌지역 개발을 위한 지원사업에 중점을 두고 있음
- 행안부와 중기부는 소상공인을 지원하고 지역상권을 활성화 한다는 측면에서 유사성이 높지만, 행안부의 정책은 최근 지방의 물가안정에 중점을 두고 있다는 점에서 기존 지역경제 활성화 정책과 차별적임

- 물가안정 정책의 측면에서 살펴보았을 때도 행안부의 물가안정 정책은 차별성이 있다 하겠음
- 앞서 밝힌 바와 같이 농림축산식품부의 경우, 농축산물의 수급조절 및 유통 관리 등, 해양수산부는 수산물 수급조절 및 관리 등 특정 품목에 대한 물가 관리 정책이 큰 비중을 차지하고 있음
 - 반면, 행안부의 물가안정정책은 착한가격업소와 같이 지방 물가안정 전반과 관련된 정책에 중점을 두고 추진되고 있음

| 표 2-16 | 부처별 물가안정 정책 주요내용

부처	정책 방향	주요정책
행정안전부	지방 물가안정	<ul style="list-style-type: none"> • 공공요금 관리체계 구축 • 민관합동 시장 교란행위 단속 강화 • 착한가격업소 지원 확대 • 지방물가 정보공개 및 평가 강화
농림축산식품부	농축산물 가격안정 및 농가지원	<ul style="list-style-type: none"> • 시설농가 면세유 유가연동보조금 한시 지원 • 농업관측 • 비축지원 • 자조금지원 • 농산물생산유통조절지원 • 농산물유통소비정보조사
해양수산부	수산물 수급조절 및 가격안정	<ul style="list-style-type: none"> • 수산물관측 • 수산물자조금지원 • 비축사업 • 양식장관리실태조사 • 수산물수매지원

- 특히, 행안부에서 추진하는 착한가격업소 지원제도는 고물가시대에 지역물가 안정을 정책 목표로 설정하고, 지역경제 활성화 정책을 추진한다는 점에서 중요한 의미가 있음
- 착한가격업소 지원제도는 물가 안정화 정책의 주체 및 방식에 대한 새로운 시각을 제시하였다는 점에서 의미가 있음
 - 물가안정은 경제 안정 및 활성화를 촉진 시킬 수 있는 중요한 정책 수단으로 정부는 「물가안정에 관한 법률」 제정을 통해 다양한 물가안정 정책을 추진 하고 있음¹⁹⁾

19) 정부는 「물가안정에 관한 법률」을 통해 최고가격 지정제도, 가격표시제, 긴급수급조정조치 등을 규정하고 있음

- 물가안정화와 관련된 대다수의 정책은 물가안정을 위한 규제적 수단이나 강제조치에 관한 내용으로, 사실상 국가 중심의 획일적 정책이 불가피한 상황임²⁰⁾
 - 그러나 물가 안정화는 더 이상 강제적 규제와 통제 조치만으로 해결하기 어려운 국가적 과제로 물가 안정화를 유도하고 촉진할 수 있는 새로운 접근방식이 필요함
 - 착한가격업소 지원제도는 정부 간, 민·관 간 협업체계 구축을 통한 새로운 접근방식을 통해 물가안정이라는 행정목표 달성을 위한 유도적 수단을 제공하였다는 점에서 중요한 의미가 있음

2. 법적 근거 마련 필요

- 앞서 살펴본 부처별 지역경제 활성화 정책은 다음과 같이 다양한 법적근거를 토대로 운영되고 있음
 - 주로 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」²¹⁾, 「지방자치분권 및 지역균형 발전에 관한 특별법」²²⁾, 「지역특화발전특구에 대한 규제특례법」²³⁾, 「지역

20) 제15조(국가사무의 처리 제한) 지방자치단체는 다음 각 호의 국가사무를 처리할 수 없다. 다만, 법률에 이와 다른 규정이 있는 경우에는 국가사무를 처리할 수 있다.

1. 외교, 국방, 사법(司法), 국세 등 국가의 존립에 필요한 사무
2. **물가정책, 금융정책, 수출입정책 등 전국적으로 통일적 처리를 할 필요가 있는 사무**
3. 농산물·임산물·축산물·수산물 및 양곡의 수급조절과 수출입 등 전국적 규모의 사무
4. 국가종합경제개발계획, 국가하천, 국유림, 국토종합개발계획, 지정항만, 고속국도·일반국도, 국립공원 등 전국적 규모나 이와 비슷한 규모의 사무
5. 근로기준, 측량단위 등 전국적으로 기준을 통일하고 조정하여야 할 필요가 있는 사무
6. 우편, 철도 등 전국적 규모나 이와 비슷한 규모의 사무
7. 고도의 기술이 필요한 검사·시험·연구, 항공관리, 기상행정, 원자력개발 등 지방자치단체의 기술과 재정능력으로 감당하기 어려운 사무

21) 소상공인의 자유로운 기업 활동을 촉진하고 경영안정과 성장을 도모하여 소상공인의 사회적·경제적 지위 향상과 국민경제의 균형 있는 발전에 이바지함을 목적으로 함(제1조)

22) 지역 간 불균형 해소, 지역의 특성에 맞는 자립적 발전 및 지방자치분권을 통하여 지역이 주도하는 지역균형발전을 추진함으로써 국민 모두가 어디에 살든 균등한 기회를 누리는 지방시대를 구현하는 것을 목적으로 함(제1조)

중소기업 육성 및 혁신촉진 등에 관한 법률」²⁴⁾이 있음

- 그 밖에도 지역개발에 관한 법률로 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」, 「농지법」, 「농어촌정비법」, 행정규제에 관한 법률로 「지방세법」, 「농어촌 특별세법」 등이 있음

○ 물가안정 정책 역시 다양한 근거 법령을 토대로 추진하고 있으며, 정책 추진의 목적은 동일하나 추진하는 정부 부처와 정책에 따라 근거법령이 대부분 상이함

- 농림부에서 추진하는 물가안정정책은 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」, 「농어업·농어촌 및 식품산업 기본법」 등을 토대로 하고 있으며, 보조율에 대해서는 「보조금관리에관한법률」에 근거하고 있음

【표 2-17】 농림축산식품부 물가안정 관련 사업 근거법령

세부사업명	근거법령
시설농가 면세유 유가연동보조금 한시 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 「농어업·농어촌 및 식품산업 기본법」 제7조(농산물과 식품의 안정적 공급) • 「보조금관리에관한법률」 제9조(보조금의대상 사업 및 기준보조율 등) 제1항 및 같은 법 시행령 제4조(보조금 지급 대상 사업의 범위와 기준보조율) 제1항, 별표1
농업관측	<ul style="list-style-type: none"> • 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」 제5조(농림업관측) • 「농업·농촌 및 식품산업 기본법」 제42조(농산물과 식품의 수급 및 가격의 안정)
농산물생산유통 조절지원	<ul style="list-style-type: none"> • 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」 제4조(주산지의 지정 및 해제등) • 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」 제12조(유통명령 이행자에 대한 지원 등) • 「보조금 관리에 관한 법률」 제9조(보조금의 대상 사업 및 기준보조율 등) 제1항
비축지원	<ul style="list-style-type: none"> • 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」 제9조(과잉생산 시의 생산자 보호) • 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」 제13조(비축사업 등) 동법 시행령 제14조(비축사업등의 비용처리)
농산물유통 소비정보조사	<ul style="list-style-type: none"> • 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」 제5조의3(종합정보시스템의 구축·운영) • 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」 제72조(유통 정보화의 촉진) • 「보조금 관리에 관한 법률」 제9조(보조금의 대상 사업 및 기준보조율 등)

23) 지역특구의 지정 및 운영을 통하여 지역특성에 맞게 선택적으로 규제특례 등을 적용함으로써 지역의 자립적이고 지속적인 성장기반을 구축하여 지역균형발전과 지역의 혁신적이고 전략적인 성장에 기여하는 것을 목적으로 함(제1조)

24) 지역중소기업의 혁신을 촉진하기 위한 기반을 확충하고 관련 육성 정책을 수립·추진함으로써 지역중소기업의 경쟁력을 강화하고 지역산업과 지역경제를 활성화시켜 국가경제의 균형있는 발전에 이바지함을 목적으로 함(제1조)

세부사업명	근거법령
자조금지원	<ul style="list-style-type: none"> • 「농수산물자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」제5조(출연 및 지원) • 「농수산물 유통 및 가격안정에 관한 법률」제57조(기금의 용도) • 「보조금 관리에 관한 법률」제9조(보조금의 대상 사업 및 기준보조율 등)

- 해수부에서 추진하는 물가안정정책은 「수산업·어촌 발전 기본법」, 「수산물 유통의 관리 및 지원에 관한 법률」, 「양식산업발전법」 등 다양한 법률에 근거하여 추진하고 있음

| 표 2-18 | 해양수산부 물가안정 관련 사업 근거법령

세부사업명	근거법령
수산물관측	• 「수산물 유통의 관리 및 지원에 관한 법률」제38조(수산물관측)
양식장관리실태조사	<ul style="list-style-type: none"> • 「양식산업발전법」제8조(실태조사) • 「양식산업발전법」제8조의2(양식장 통합관리 정보체계의 구축 등) • 「양식산업발전법」제25조 • 「어장관리법」제6조(어장환경의 조사), 제11조(어장환경 기준의 설정 등), 제11조의2(어장환경평가), 제25조(국고 보조)
수산물자조금지원	• 「농수산물자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」 제5조
수산물수매지원(용자)	<ul style="list-style-type: none"> • 「수산업·어촌 발전 기본법」 제49조(기금의 용도) • 「수산물 유통의 관리 및 지원에 관한 법률」 제42조(수산물 민간수매사업 지원 및 방출명령) • 「자유무역협정 체결에 따른 농어업인 등의 지원에 관한 특별법」 제5조(농어업등의 경쟁력 향상을 위한 지원)
비축사업	<ul style="list-style-type: none"> • 「수산업·어촌 발전 기본법」 제49조(기금의 용도) • 「수산물 유통의 관리 및 지원에 관한 법률」 제41조(비축사업 등)

○ 앞서 살펴본 대표적인 지역경제 활성화 정책인 온누리상품권 및 지역사랑 상품권도 법적 근거를 마련하고 있기 때문에 예산확보 등 안정적인 운영이 이루어지고 있음

- 온누리상품권의 근거법령인 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」은 전통시장과 상점가의 시설 및 경영의 현대화와 시장 정비를 촉진하여 지역 상권의 활성화와 유통산업의 균형 있는 성장을 도모함으로써 국민경제 발전에 이바지함을 목적으로 함(제1조)

- 지역사랑상품권의 근거법령인 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」은 지역사랑상품권의 발행과 환전, 운영 등에 필요한 사항을 규정함으로써 지방자치단체가 발행하는 상품권의 건전한 유통질서를 확립하고, 지역공동체 강화 및 지역경제 활성화에 기여함을 목적으로 함(제1조)
- 앞서 살펴본 바와 같이 백년가게 및 백년소공인 지원 제도 역시 최근 법적 근거를 마련하여 제도의 안정적 운영을 도모하고자 하였음
 - 중소벤처기업부는 2018년부터 백년가게와 백년소공인 제도를 운영해 왔으나 법적근거 미비로 예산확보 및 사업추진의 어려움을 겪었음
 - 사업예산이 2022년 약 77억원까지 증가하였다가 2024년에는 4억 2,700만원으로 크게 감소하였음
 - 이에 2024년 1월 9일 백년 소상공인 지정 및 지원의 법적 근거를 마련하기 위한 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률(소상공인법)」 일부개정법률 공포안이 국무회의에서 의결되었으며, 내용은 다음과 같음
 - 장기간 사업운영, 사회기여, 지속성장 기대되는 소상공인을 ‘백년소상공인’으로 정의, 사업승계 조항 신설(제2조제2호, 제3호)
 - 백년소상공인의 요건과 지정 및 지정의 취소에 대한 근거 신설(제16조, 제16조의2 및 제16조의3)
 - 사업승계 및 후계인력 양성, 전통기술 보존·전수 및 상품화·홍보, 사업위탁, 포상 등 근거 신설(제16조의4 및 제16조의5)
 - 소진공 사업범위, 소진기금 사용, 유사명칭 사용 금지 등 (제17조제5항 제13호의3 및 제21조제1항제6호의3, 제30조제2항제1호 신설)
- 착한가격업소는 「물가안정에 관한 법률」을 근거로 추진하고 있다고는 하나, 착한가격업소 지원에 대한 직접적인 근거 규정이 없고 사실상 지방자치단체 조례를 근거로 운영을 하고 있음
- 행안부에서 착한가격업소 지정 및 지원을 확대하는 상황에서 근거법령의 미비는 백년가게 및 백년소공인 제도와 같이 지속적인 운영의 어려움을 초래할 수 있음
- 따라서, 착한가격업소에 대한 지원제도 역시 직접적인 법적 근거를 마련하여 예산확보 및 안정적 사업추진의 토대를 마련해야 할 것임

제 3 장

착한가격업소 지원 실태조사

제1절 설문조사 개요

제2절 분석 결과

제3절 시사점

03 착한가격업소 지원 실태조사

제1절 설문조사 개요

1. 설문 개요

○ 조사목적

- 착한가격업소 사업체를 대상으로 지원사업 추진 과정, 추진 내용, 지원 사업별 만족도, 사업 성과, 개선 필요성 등 전반의 내용을 조사하고자 함
- 착한가격업소 지원 실태조사를 통해 실효성 있는 활성화 방안 모색하고자 함

○ 조사설계

- (설문 대상) 착한가격업소 지원 사업체
- (설문 기간) 2024.04.15. - 2024.06.15(약 2달)
- (설문 방법) 모바일 설문 및 방문 설문
- (모집단) 2023년 기준 착한가격업소 등록 사업체 7,172 업체
- (최소표본) 착한가격업소: 365 사업체
 - * 모집단 크기가 7,172개라고 했을 때, 설문조사 결과가 전체 모집단을 대표할 수 있도록 신뢰수준 95%, 허용 오차 5%에서 최소 표본 크기를 계산함
 - * 표본 크기는 다음의 식을 통해 계산됨(N 은 모집단 크기, e 는 오차 한계, z 는 z 점수)

$$\frac{\frac{z^2 p(1-p)}{e^2}}{1 + \frac{z^2 p(1-p)}{e^2 N}}$$

2. 설문 문항 구조

- 착한가격업소 사업체 대상 설문 문항은 ‘A. 사업체 기초현황’과 관련된 문항이 6개, ‘B. 착한가격업소 지원사업 참여 경위 및 인지도’ 문항이 2개로 구성되어 있음
- ‘C. 착한가격업소 지원사업 참여 전후 변화 및 의견’ 부분은 4개로 분류하여 20문항으로 조사함

[표 3-1] 착한가격업소 사업체 대상 설문조사 문항 구조

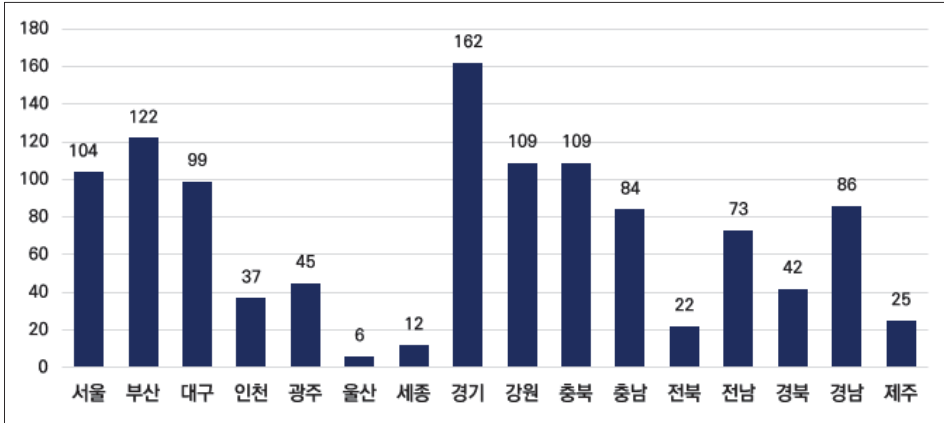
설문조사 항목	문항 수
A. 사업체 기초현황	6
B. 착한가격업소 지원사업 참여 경위 및 인지도	2
C. 착한가격업소 지원사업 참여 전후 변화 및 의견	20
- 착한가격업소 지원사업의 점포 운영 도움 여부	3
- 착한가격업소 지원사업 세부사업의 점포 운영 도움 여부	7
- 착한가격업소 지원사업의 축소 또는 확대 지원 관련 문항	9
- 착한가격업소 지원 강화를 위한 의견	1
합계	28

□ 회수 결과

- 총 1,137 표본을 회수하였으며 그 중 모바일 설문이 995개, 방문 설문이 142개 이며 시도별 설문조사 회수 결과는 다음과 같음

| 그림 3-1 | 회수 결과

(단위: 개, %)



| 표 3-2 | 회수 결과

(단위: 개, %)

서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기
104	122	99	37	45	-	6	12	162
(9.1)	(10.7)	(8.7)	(3.3)	(4.0)	-	(0.5)	(1.1)	(14.2)
강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계
109	109	84	22	73	42	86	25	1,137
(9.6)	(9.6)	(7.4)	(1.9)	(6.4)	(3.7)	(7.6)	(2.2)	(100.0)

* 대전시에 소재한 착한가격업소 사업체는 설문은 회수되지 않아 이하 설문조사 분석결과에 미포함됨

□ 응답자 특성

- 설문 응답자 특성을 사업체 운영자 연령, 사업체 소재지·업종·운영 기간, 착한 가격업소 지원사업 참여 연도, 최근 3개월 한 달 평균 매출로 나누어 살펴봄
 - (사업체 운영자 연령) 만 60세 이상(39.5%), 만50~59세(33.0%) 순으로 많음
 - (사업체 소재지) 경기(14.2%), 부산(10.7%), 강원·충북(9.6%) 등 순으로 많음
 - (사업체 업종) 외식업이 가장 많았으며 그 중에 한식이(54.6%)로 가장 많았으며 개인서비스업 중 미용업이 14.1%로 많았음

- (사업체 운영 기간) 10년 이상(56.6%), 5~10년 미만(22.7%) 순으로 많음
- (착한가격업소 지원사업 참여 연도) 2023년(20.4%), 2022년(13.6%)에 참여한 사업체가 많음
- (최근 3개월의 한달 평균 매출) 400만원 미만(28.3%), 400~1,000만원 미만(27.4%)로 많음

【 표 3-3 】 응답자 특성

(단위: 개, %)

구분	응답자 수	비율
전체	1,137	100
사업체 운영자 연령	만19~29세	1.7
	만30~39세	8.2
	만40~49세	17.7
	만50~59세	33.0
	만60세 이상	39.5
사업체 소재지	서울	9.1
	부산	10.7
	대구	8.7
	인천	3.3
	광주	4.0
	울산	0.5
	세종	1.1
	경기	14.2
	강원	9.6
	충북	9.6
	충남	7.4
	전북	1.9
	전남	6.4
	경북	3.7
	경남	7.6
제주	2.2	
사업체 업종	외식업(한식)	54.6
	외식업(일식)	2.0
	외식업(중식)	6.4

	구분	응답자 수	비율
사업체 업종	외식업(양식)	24	2.1
	기타 요식업	96	8.4
	개인서비스업(세탁업)	33	2.9
	개인서비스업(이용업)	28	2.5
	개인서비스업(미용업)	160	14.1
	개인서비스업(목욕업)	7	0.6
	개인서비스업(숙박업)	16	1.4
	기타	56	4.9
사업체 운영 기간	1년 미만	17	1.5
	1~3년 미만	89	7.8
	3~5년 미만	129	11.3
	5~10년 미만	258	22.7
	10년 이상	644	56.6
착한가격업소 지원사업 참여 연도	2011년	82	7.2
	2012년	99	8.7
	2013년	27	2.4
	2014년	45	4.0
	2015년	40	3.5
	2016년	45	4.0
	2017년	50	4.4
	2018년	61	5.4
	2019년	82	7.2
	2020년	81	7.1
	2021년	74	6.5
	2022년	155	13.6
	2023년	232	20.4
2024년	64	5.6	
사업체 최근 3개월의 한달 평균 매출	400만원 미만	322	28.3
	400~1,000만원 미만	312	27.4
	1,000~2,000만원 미만	200	17.6
	2,000~3,000만원 미만	133	11.7
	3,000~4,000만원 미만	75	6.6
	4,000~5,000만원 미만	37	3.3
	5,000만원 이상	58	5.1

제2절 분석 결과

1. 착한가격업소 지원사업 참여 경위 및 인지도

□ 착한가격업소 지원사업 참여하게 된 주요 경로

- 착한가격업소 지원사업을 알게 된 주요 경로는 '지방자치단체 담당자'가 593(52.2%)로 가장 높게 나타남. 다음으로 고객 추천이 225(19.8%), 광고, 기사 등 매체가 92(8.1%) 등 순으로 나타남
- 그 외에 착한가격업소 지원사업을 알게 된 경로는 지인 추천, 관련 업종 협회 추천, 가게 인수 당시 이미 착한가격업소 업체로 선정, 공공기관에서 방문 또는 전화, 기타 매체(문자, 지자체 홈페이지, 카카오톡플러스)등이 있었음

【표 3-4】 착한가격업소 지원사업 참여하게 된 주요 경로

(단위: 개, %)

구분	지방자치단체 담당자	고객 추천	광고, 기사 등 매체	상인회 안내	인터넷 검색	기타	총계
빈도수	593	225	92	91	82	54	1,137
비율	52.2	19.8	8.1	8.0	7.2	4.7	100.0

- 시도별 착한가격업소 지원사업을 알게 된 주요 경로를 살펴보았을 때 지방자치단체담당자를 통해 알게 되었다는 응답이 제일 높게 나타남

【표 3-5】 시도별 착한가격업소 지원사업을 알게 된 주요 경로

(단위: 개, %)

구분	지방자치단체 담당자	고객 추천	상인회 안내	광고, 기사 등 매체	인터넷 검색	기타	총계
서울	53	21	11	7	6	6	104
	51.0%	20.2%	10.6%	6.7%	5.8%	5.8%	100.0%
부산	69	24	9	10	6	4	122
	56.6%	19.7%	7.4%	8.2%	4.9%	3.3%	100.0%

구분	지방자치단체 담당자	고객 추천	상인회 안내	광고, 기사 등 매체	인터넷 검색	기타	총계
대구	56	22	9	2	7	3	99
	56.6%	22.2%	9.1%	2.0%	7.1%	3.0%	100.0%
인천	18	9	2	2	3	3	37
	48.6%	24.3%	5.4%	5.4%	8.1%	8.1%	100.0%
광주	18	10	5	4	1	7	45
	40.0%	22.2%	11.1%	8.9%	2.2%	15.6%	100.0%
울산	4	1	0	0	0	1	6
	66.7%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	100.0%
세종	7	3	0	0	2	0	12
	58.3%	25.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	100.0%
경기	80	33	16	9	15	9	162
	49.4%	20.4%	9.9%	5.6%	9.3%	5.6%	100.0%
강원	51	21	7	18	9	3	109
	46.8%	19.3%	6.4%	16.5%	8.3%	2.8%	100.0%
충북	48	26	12	7	10	6	109
	44.0%	23.9%	11.0%	6.4%	9.2%	5.5%	100.0%
충남	39	20	6	7	5	7	84
	46.4%	23.8%	7.1%	8.3%	6.0%	8.3%	100.0%
전북	6	5	2	5	3	1	22
	27.3%	22.7%	9.1%	22.7%	13.6%	4.5%	100.0%
전남	49	6	6	7	4	1	73
	67.1%	8.2%	8.2%	9.6%	5.5%	1.4%	100.0%
경북	27	5	4	1	3	2	42
	64.3%	11.9%	9.5%	2.4%	7.1%	4.8%	100.0%
경남	57	13	2	7	6	1	86
	66.3%	15.1%	2.3%	8.1%	7.0%	1.2%	100.0%
제주	11	6	0	6	2	0	25
	44.0%	24.0%	0.0%	24.0%	8.0%	0.0%	100.0%
총계	593	225	91	92	82	54	1137
	52.2%	19.8%	8.0%	8.1%	7.2%	4.7%	100.0%

□ 착한가격업소 지원사업 참여하게 된 주요 동기

- 착한가격업소 지원사업에 참여하게 된 주요 동기로는 ‘지역사회에 기여하기 위해’가 353(31.0%)으로 가장 높았으며, ‘업소 이미지를 향상하기 위해’가 301(26.5%), ‘가게 홍보를 강화하기 위해서’가 273(24.0%) 등 순으로 나타남
- 그 외에 착한가격업소 지원사업에 참여하게 된 주요 동기로는 소비자에게 부담 없는 가격으로 서비스 제공하고자 하는 이유가 대부분이었음
 - 저렴한 가격으로 서비스 제공, 오랜 단골손님을 위한 유지, 주민에게 봉사 등의 이유가 있었음

【표 3-6】 착한가격업소 지원사업에 참여하게 된 주요 동기

(단위: 개, %)

구분	가게 홍보를 강화하기 위해서	업소 이미지를 향상하기 위해	업소지원(물품, 공공요금 등)을 받기 위해	지역사회에 기여하기 위해	기타	총계
빈도수	273	301	178	353	32	1,137
비율	24.0	26.5	15.7	31.0	2.8	100.0

- 시도별로 착한가격업소 지원사업에 참여하게 된 주요 동기를 살펴보았을 때 15개 중 9개의 지자체에서 ‘지역사회에 기여하기 위해’가 가장 높게 나타남
- 그 외 경기, 충남, 전남에서는 ‘가게 홍보를 강화하기 위해서’가 가장 높은 주요 동기로 나타났으며, 대구, 세종, 전북, 경남에서는 ‘업소 이미지를 향상하기 위해’가 가장 높은 주요 동기로 나타남

【표 3-7】 시도별 착한가격업소 지원사업에 참여하게 된 주요 동기

(단위: 개, %)

구분	가게 홍보를 강화하기 위해서	업소 이미지를 향상하기 위해	업소지원(물품, 공공요금 등)을 받기 위해	지역사회에 기여하기 위해	기타	총계
서울	24	22	23	30	5	104
	23.1%	21.2%	22.1%	28.8%	4.8%	100.0%
부산	25	38	12	46	1	122
	20.5%	31.1%	9.8%	37.7%	0.8%	100.0%

구분	가게 홍보를 강화하기 위해서	업소 이미지를 향상하기 위해	업소지원(물품, 공공요금 등)을 받기 위해	지역사회에 기여하기 위해	기타	총계
대구	29	32	6	31	1	99
	29.3%	32.3%	6.1%	31.3%	1.0%	100.0%
인천	8	7	5	13	4	37
	21.6%	18.9%	13.5%	35.1%	10.8%	100.0%
광주	8	15	6	15	1	45
	17.8%	33.3%	13.3%	33.3%	2.2%	100.0%
울산	1	2	0	3	0	6
	16.7%	33.3%	0.0%	50.0%	0.0%	100.0%
세종	2	7	1	2	0	12
	16.7%	58.3%	8.3%	16.7%	0.0%	100.0%
경기	53	44	23	38	4	162
	32.7%	27.2%	14.2%	23.5%	2.5%	100.0%
강원	17	28	25	38	1	109
	15.6%	25.7%	22.9%	34.9%	0.9%	100.0%
충북	25	22	19	42	1	109
	22.9%	20.2%	17.4%	38.5%	0.9%	100.0%
충남	28	15	11	26	4	84
	33.3%	17.9%	13.1%	31.0%	4.8%	100.0%
전북	4	8	4	5	1	22
	18.2%	36.4%	18.2%	22.7%	4.5%	100.0%
전남	21	16	14	19	3	73
	28.8%	21.9%	19.2%	26.0%	4.1%	100.0%
경북	5	10	8	18	1	42
	11.9%	23.8%	19.0%	42.9%	2.4%	100.0%
경남	20	28	16	18	4	86
	23.3%	32.6%	18.6%	20.9%	4.7%	100.0%
제주	3	7	5	9	1	25
	12.0%	28.0%	20.0%	36.0%	4.0%	100.0%
총계	273	301	178	353	32	1137
	24.0%	26.5%	15.7%	31.0%	2.8%	100.0%

2. 착한가격업소 선정 전후 변화

1) 착한가격업소 지원사업의 점포 운영 도움 여부

□ 착한가격업소 지정에 따른 점포 운영 체감 효과

- 착한가격업소 지원사업이 소상공인들의 점포 운영에 도움이 되었는지에 살펴보면, 도움이 되었다는 응답이 504(44.3%)였으며 ‘그렇지 않다’가 166(14.6%)로 낮게 나타남

【표 3-8】 착한가격업소 지정에 따른 점포 운영 체감 효과

(단위: 개, %)

구분	그렇지 않다	보통이다	그렇다	총합계
빈도수	166	467	504	1,137
비율	14.6	41.1	44.3	100.0

* 설문 응답에서 그렇지 않다(①전혀 그렇지 않다 + ②그렇지 않다), 그렇다(④그렇다 + ⑤매우 그렇지 않다)를 합한 결과임

- 시도별 착한가격업소 지원사업이 점포 운영에 도움 여부에 대해서 16개 시도 모두 도움이 된다는 응답률이 높았음

【표 3-9】 시도별 착한가격업소 지정에 따른 점포 운영 체감 효과

(단위: 개, %)

구분	그렇지 않다	보통이다	그렇다	총합계
서울	10	47	47	104
	9.6%	45.2%	45.2%	100.0%
부산	18	49	55	122
	14.8%	40.2%	45.1%	100.0%
대구	16	47	36	99
	16.2%	47.5%	36.4%	100.0%
인천	6	19	12	37
	16.2%	51.4%	32.4%	100.0%
광주	10	17	18	45
	22.2%	37.8%	40.0%	100.0%

구분	그렇지 않다	보통이다	그렇다	총합계
울산	1	4	1	6
	16.7%	66.7%	16.7%	100.0%
세종	0	2	10	12
	0.0%	16.7%	83.3%	100.0%
경기	28	69	65	162
	17.3%	42.6%	40.1%	100.0%
강원	12	38	59	109
	11.0%	34.9%	54.1%	100.0%
충북	20	41	48	109
	18.3%	37.6%	44.0%	100.0%
충남	13	32	39	84
	15.5%	38.1%	46.4%	100.0%
전북	4	6	12	22
	18.2%	27.3%	54.5%	100.0%
전남	10	37	26	73
	13.7%	50.7%	35.6%	100.0%
경북	3	13	26	42
	7.1%	31.0%	61.9%	100.0%
경남	9	34	43	86
	10.5%	39.5%	50.0%	100.0%
제주	6	12	7	25
	24.0%	48.0%	28.0%	100.0%
총합계	166	467	504	1137
	14.6%	41.1%	44.3%	100.0%

* 설문 응답에서 그렇지 않다(①전혀 그렇지 않다 + ②그렇지 않다), 그렇다(④그렇다 + ⑤매우 그렇지 않다)를 합한 결과임

□ 착한가격업소 지정으로 도움이 된 부분

- 착한가격업소 지원사업이 특히 도움이 된 부분에 대한 결과로 ‘그렇다’와 ‘보통이다’라고 응답한 971명에 대한 분석 결과임. 해당 문항은 복수응답으로 1,344개의 선택이 있었음
- 착한가격업소 지원사업에 지정이 되며 ‘이미지 개선 및 향상’이 533개(39.7%)로 가장 큰 도움이 되며, 다음으로 ‘홍보효과’가 295개(21.9%), ‘낮은 가격 유지’에 266개(19.8%) 등으로 도움이 된다고 응답함

[표 3-10] 착한가격업소 지정으로 도움이 된 지원사업 <전체, 복수응답>

(단위: 개, %)

구분	매출액 증대	고객 증가	이미지 개선 및 향상	홍보효과	낮은 가격 유지	기타	총계
빈도수	71	152	533	295	266	27	1,344
비율	5.3	11.3	39.7	21.9	19.8	2.0	100.0

- 시도별로 착한가격업소 지정에 도움이 된 부분을 살펴보았을 때 15개의 시도가 ‘이미지 개선 및 향상’에 응답수가 가장 많았음
- 다만, 울산은 ‘낮은 가격 유지’의 응답이 미비한 차이지만 높게 나타남

[표 3-11] 착한가격업소 지정으로 도움이 된 지원사업 <시도, 복수응답>

(단위: 개, %)

구분	매출액 증대	고객 증가	이미지 개선 및 향상	홍보효과	낮은 가격 유지	기타	복수 응답수	응답자 수
서울	5	15	47	23	27	7	124	94
	4.03	12.10	37.90	18.55	21.77	5.65	100	-
부산	8	20	66	27	25	0	146	104
	5.48	13.70	45.21	18.49	17.12	0.00	100	-
대구	7	12	40	29	20	3	111	83
	6.31	10.81	36.04	26.13	18.02	2.70	100	-
인천	3	3	14	7	10	2	39	31
	7.69	7.69	35.90	17.95	25.64	5.13	100	-

구분	매출액 증대	고객 증가	이미지 개선 및 향상	홍보 효과	낮은 가격 유지	기타	복수 응답수	응답자 수
광주	4	2	19	11	15	1	52	35
	7.69	3.85	36.54	21.15	28.85	1.92	100	-
울산	0	0	2	0	3	0	5	5
	0.00	0.00	40.00	0.00	60.00	0.00	100	-
세종	1	6	7	3	4	0	21	12
	4.76	28.57	33.33	14.29	19.05	0.00	100	-
경기	4	22	66	47	38	4	181	134
	2.21	12.15	36.46	25.97	20.99	2.21	100	-
강원	14	18	62	25	28	1	148	97
	9.46	12.16	41.89	16.89	18.92	0.68	100	-
충북	8	11	46	31	28	2	126	89
	6.35	8.73	36.51	24.60	22.22	1.59	100	-
충남	5	8	44	18	13	0	88	71
	5.68	9.09	50.00	20.45	14.77	0.00	100	-
전북	2	3	15	5	3	0	28	18
	7.14	10.71	53.57	17.86	10.71	0.00	100	-
전남	2	7	31	30	11	2	83	63
	2.41	8.43	37.35	36.14	13.25	2.41	100	-
경북	4	11	18	14	14	1	62	39
	6.45	17.74	29.03	22.58	22.58	1.61	100	-
경남	3	9	44	23	21	3	103	77
	2.91	8.74	42.72	22.33	20.39	2.91	100	-
제주	1	5	12	2	6	1	27	19
	3.70	18.52	44.44	7.41	22.22	3.70	100	-
총합계	71	152	533	295	266	27	1,344	971
	5.28	11.31	39.66	21.95	19.79	2.01	100	-

□ 착한가격업소 지정에 따른 낮은 요금 유지 효과

- 착한가격업소 지원사업이 주변 시세 대비 낮은 요금을 유지하는 데 도움이 되었는지를 묻는 문항에는 긍정적인 대답이 395개(34.7%)이었으며 부정적인 대답이 133개(11.7%)임

【표 3-12】 착한가격업소 지정에 따른 낮은 요금 유지 효과

(단위: 개, %)

구분	그렇지 않다	보통이다	그렇다	총합계
빈도수	133	443	395	971
비율	11.7	39.0	34.7	85.4

* 설문 응답에서 그렇지 않다(①전혀 그렇지 않다 + ②그렇지 않다), 그렇다(④그렇다 + ⑤매우 그렇다)를 합한 결과임

- 시도별 착한가격업소 지원사업이 낮은 요금 유지에 도움이 되는지에 대한 응답도 16개 시도에서도 긍정적인 응답이 높게 나타남

【표 3-13】 시도별 착한가격업소 지정에 따른 낮은 요금 유지 효과

(단위: 개, %)

구분	그렇지 않다	보통이다	그렇다	총합계
서울	19	40	35	94
	20.2%	42.6%	37.2%	100.0%
부산	13	54	37	104
	12.5%	51.9%	35.6%	100.0%
대구	14	44	25	83
	16.9%	53.0%	30.1%	100.0%
인천	5	17	9	31
	16.1%	54.8%	29.0%	100.0%
광주	6	20	9	35
	17.1%	57.1%	25.7%	100.0%
울산	1	2	2	5
	20.0%	40.0%	40.0%	100.0%
세종	0	3	9	12
	0.0%	25.0%	75.0%	100.0%

구분	그렇지 않다	보통이다	그렇다	총합계
경기	21	59	54	134
	15.7%	44.0%	40.3%	100.0%
강원	4	44	49	97
	4.1%	45.4%	50.5%	100.0%
충북	21	30	38	89
	23.6%	33.7%	42.7%	100.0%
충남	7	33	31	71
	9.9%	46.5%	43.7%	100.0%
전북	0	11	7	18
	0.0%	61.1%	38.9%	100.0%
전남	2	29	32	63
	3.2%	46.0%	50.8%	100.0%
경북	1	16	22	39
	2.6%	41.0%	56.4%	100.0%
경남	15	32	30	77
	19.5%	41.6%	39.0%	100.0%
제주	4	9	6	19
	21.1%	47.4%	31.6%	100.0%
총합계	133	443	395	971
	13.7%	45.6%	40.7%	100.0%

* 설문 응답에서 그렇지 않다(①전혀 그렇지 않다 + ②그렇지 않다), 그렇다(④그렇다 + ⑤매우 그렇지 않다)를 합한 결과임

2) 착한가격업소 지원사업의 세부사업이 점포 운영에 도움 여부

(1) 전체 착한가격업소 지원사업의 세부사업이 점포 운영에 주는 도움

- 착한가격업소 지원사업의 세부사업이 점포 운영에 도움이 된다는 응답률이 높았음
- 특히 세부사업 중 ‘공공요금(78.9%)’, ‘물품지원(77.4%)’, ‘지정표찰(52.9%)’은 과반수의 응답자가 도움이 된다고 응답함

| 표 3-14 | 세부사업별 체감효과

(단위: 개, %)

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
지정표찰 (착한가격업소 표지판 등)	602	397	111	27	1,137
	52.9	34.9	9.8	2.4	100.0
물품지원 (위생방역 용품 등 소모품)	880	189	26	42	1,137
	77.4	16.6	2.3	3.7	100.0
공공요금 (종량제봉투, 상하수도 요금 등)	897	169	23	48	1,137
	78.9	14.9	2.0	4.2	100.0
안전점검 보조 (전기 및 소방시설 등)	485	258	77	317	1,137
	42.7	22.7	6.8	27.9	100.0
자금지원 우선 추천 의뢰 (경영안정자금, 특례보증 등)	452	223	90	370	1,135
	39.8	19.6	7.9	32.6	100.0
경영환경 개선 지원 (소규모 시설환경개선 사업 등)	493	213	86	342	1,134
	43.5	18.8	7.6	30.2	100.0
홍보(홍보용품, 지자체 홈페이지, SNS, 소식지 등)	482	355	130	167	1,134
	42.5	31.3	11.5	14.7	100.0

* 설문 응답에서 도움이 됨(④약간 도움이 됨 + ⑤매우 도움이 됨), 도움이 되지 않음(①전혀 도움이 되지 않음 + ②도움이 되지 않음)을 합한 결과임

(2) 시도별·사업별 체감효과**□ 지정표찰(착한가격업소 표지판 등)**

- ‘지정표찰’ 세부사업은 전체 응답자 중 52.9%(602개)가 점포 운영에 도움을 준다며 응답함

| 표 3-15 | 시도별 체감효과: 지정표찰

(단위: 개, %)

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
서울	69	24	9	2	104
	66.3%	23.1%	8.7%	1.9%	100.0%
부산	67	42	13	0	122
	54.9%	34.4%	10.7%	0.0%	100.0%
대구	48	37	8	6	99
	48.5%	37.4%	8.1%	6.1%	100.0%
인천	25	9	2	1	37
	67.6%	24.3%	5.4%	2.7%	100.0%
광주	22	15	8	0	45
	48.9%	33.3%	17.8%	0.0%	100.0%
울산	2	4	0	0	6
	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%	100.0%
세종	10	2	0	0	12
	83.3%	16.7%	0.0%	0.0%	100.0%
경기	79	65	15	3	162
	48.8%	40.1%	9.3%	1.9%	100.0%
강원	61	38	8	2	109
	56.0%	34.9%	7.3%	1.8%	100.0%
충북	55	36	17	1	109
	50.5%	33.0%	15.6%	0.9%	100.0%
충남	39	30	10	5	84
	46.4%	35.7%	11.9%	6.0%	100.0%
전북	12	9	0	1	22
	54.5%	40.9%	0.0%	4.5%	100.0%

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
전남	38	25	5	5	73
	52.1%	34.2%	6.8%	6.8%	100.0%
경북	25	14	3	0	42
	59.5%	33.3%	7.1%	0.0%	100.0%
경남	40	36	9	1	86
	46.5%	41.9%	10.5%	1.2%	100.0%
제주	10	11	4	0	25
	40.0%	44.0%	16.0%	0.0%	100.0%
총합계	602	397	111	27	1,137
	52.9%	34.9%	9.8%	2.4%	100.0%

* 설문 응답에서 도움이 됨(㉠약간 도움이 됨 + ㉡매우 도움이 됨), 도움이 되지 않음(㉢전혀 도움이 되지 않음 + ㉣도움이 되지 않음)을 합한 결과임

□ **물품지원(위생방역 용품 등 소모품)**

- ‘물품지원’ 세부사업은 전체 응답자 중 77.4%(880개)가 점포 운영에 도움을 준다고 응답함
- 특히 ‘물품지원’은 16개 지자체 모두가 60% 이상으로 도움이 된다고 응답함. 세종은 100%(12개), 부산은 86.10%, 서울은 85.6% 등 순으로 나타남

| 표 3-16 | 시도별 체감효과: 물품지원

(단위: 개, %)

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
서울	89	10	1	4	104
	85.6%	9.6%	1.0%	3.8%	100.0%
부산	105	11	5	1	122
	86.1%	9.0%	4.1%	0.8%	100.0%
대구	77	19	2	1	99
	77.8%	19.2%	2.0%	1.0%	100.0%
인천	30	5	1	1	37
	81.1%	13.5%	2.7%	2.7%	100.0%
광주	38	6	0	1	45
	84.4%	13.3%	0.0%	2.2%	100.0%

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
울산	5	1	0	0	6
	83.3%	16.7%	0.0%	0.0%	100.0%
세종	12	0	0	0	12
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
경기	112	41	3	6	162
	69.1%	25.3%	1.9%	3.7%	100.0%
강원	87	17	0	5	109
	79.8%	15.6%	0.0%	4.6%	100.0%
충북	90	15	3	1	109
	82.6%	13.8%	2.8%	0.9%	100.0%
충남	56	19	3	6	84
	66.7%	22.6%	3.6%	7.1%	100.0%
전북	17	4	0	1	22
	77.3%	18.2%	0.0%	4.5%	100.0%
전남	51	11	0	11	73
	69.9%	15.1%	0.0%	15.1%	100.0%
경북	35	6	0	1	42
	83.3%	14.3%	0.0%	2.4%	100.0%
경남	58	18	7	3	86
	67.4%	20.9%	8.1%	3.5%	100.0%
제주	18	6	1	0	25
	72.0%	24.0%	4.0%	0.0%	100.0%
총합계	880	189	26	42	1137
	77.4%	16.6%	2.3%	3.7%	100.0%

* 설문 응답에서 도움이 됨(④약간 도움이 됨 + ⑤매우 도움이 됨), 도움이 되지 않음(①전혀 도움이 되지 않음 + ②도움이 되지 않음)을 합한 결과임

□ 공공요금(종량제봉투, 상하수도 요금 등)

- ‘공공요금’ 세부사업은 전체 응답자 중 78.9%(897개)가 점포 운영에 도움을 준다고 응답함
- 세종(12개)과 울산(6개)는 100%로 도움이 되며, 광주는 93.30%, 부산은 84.40%, 제주는 84.00% 등으로 나타남

【 표 3-17 】 시도별 체감효과: 공공요금

(단위: 개, %)

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
서울	78	16	2	8	104
	75.0%	15.4%	1.9%	7.7%	100.0%
부산	103	12	4	3	122
	84.4%	9.8%	3.3%	2.5%	100.0%
대구	77	19	1	2	99
	77.8%	19.2%	1.0%	2.0%	100.0%
인천	28	6	2	1	37
	75.7%	16.2%	5.4%	2.7%	100.0%
광주	42	3	0	0	45
	93.3%	6.7%	0.0%	0.0%	100.0%
울산	6	0	0	0	6
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
세종	12	0	0	0	12
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
경기	129	24	2	7	162
	79.6%	14.8%	1.2%	4.3%	100.0%
강원	90	16	1	2	109
	82.6%	14.7%	0.9%	1.8%	100.0%
충북	89	16	2	2	109
	81.7%	14.7%	1.8%	1.8%	100.0%
충남	52	18	2	12	84
	61.9%	21.4%	2.4%	14.3%	100.0%
전북	18	2	1	1	22
	81.8%	9.1%	4.5%	4.5%	100.0%

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
전남	53	15	0	5	73
	72.6%	20.5%	0.0%	6.8%	100.0%
경북	28	8	2	4	42
	66.7%	19.0%	4.8%	9.5%	100.0%
경남	71	10	4	1	86
	82.6%	11.6%	4.7%	1.2%	100.0%
제주	21	4	0	0	25
	84.0%	16.0%	0.0%	0.0%	100.0%
총합계	897	169	23	48	1137
	78.9%	14.9%	2.0%	4.2%	100.0%

* 설문 응답에서 도움이 됨(④약간 도움이 됨 + ⑤매우 도움이 됨), 도움이 되지 않음(①전혀 도움이 되지 않음 + ②도움이 되지 않음)을 합한 결과임

□ 안전점검 보조(전기 및 소방시설 등)

- ‘안전점검 보조’ 세부사업은 전체 응답자 중 42.7%(485개)가 점포 운영에 도움을 준다고 응답함
- ‘안전점검 보조’가 사업체 운영에 있어 ‘도움이 된다’ 보다 해당없는 사업이라고 응답한 지자체가 있었음
 - 서울의 경우 ‘해당없음’이 39.40%(41개), ‘도움이 됨’이 31.70%(33개)
 - 특히 전남은 ‘안전점검 보조’의 ‘해당없음’이 56.2%(41개) 과반수임

【표 3-18】 시도별 체감효과: 안전점검 보조

(단위: 개, %)

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
서울	33	18	12	41	104
	31.7%	17.3%	11.5%	39.4%	100.0%
부산	46	27	7	42	122
	37.7%	22.1%	5.7%	34.4%	100.0%
대구	43	28	7	21	99
	43.4%	28.3%	7.1%	21.2%	100.0%
인천	14	6	4	13	37
	37.8%	16.2%	10.8%	35.1%	100.0%

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
광주	30	5	1	9	45
	66.7%	11.1%	2.2%	20.0%	100.0%
울산	2	2	0	2	6
	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	100.0%
세종	10	1	0	1	12
	83.3%	8.3%	0.0%	8.3%	100.0%
경기	57	43	12	50	162
	35.2%	26.5%	7.4%	30.9%	100.0%
강원	58	26	3	22	109
	53.2%	23.9%	2.8%	20.2%	100.0%
충북	59	30	4	16	109
	54.1%	27.5%	3.7%	14.7%	100.0%
충남	27	24	8	25	84
	32.1%	28.6%	9.5%	29.8%	100.0%
전북	14	2	2	4	22
	63.6%	9.1%	9.1%	18.2%	100.0%
전남	22	6	4	41	73
	30.1%	8.2%	5.5%	56.2%	100.0%
경북	21	13	4	4	42
	50.0%	31.0%	9.5%	9.5%	100.0%
경남	35	21	8	22	86
	40.7%	24.4%	9.3%	25.6%	100.0%
제주	14	6	1	4	25
	56.0%	24.0%	4.0%	16.0%	100.0%
총합계	485	258	77	317	1137
	42.7%	22.7%	6.8%	27.9%	100.0%

* 설문 응답에서 도움이 됨(④약간 도움이 됨 + ⑤매우 도움이 됨), 도움이 되지 않음(①전혀 도움이 되지 않음 + ②도움이 되지 않음)을 합한 결과임

□ 자금지원 우선 추천 의뢰(경영안정자금, 특례보증 등)

- ‘자금지원 우선 추천의뢰’ 세부사업이 점포 운영에 도움을 준다고 대답한 전체 비율은 39.80%로 나타남
- 세종시의 전체 응답자는 자금지원이 100%(12개), 강원이 55.6%(61개), 충북이 55.6%(60) 등 순으로 도움이 된다고 응답함
- ‘자금지원 우선 추천의뢰’가 도움이 된다고 한 응답률보다 ‘해당없다’ 응답률이 높은 지자체는 서울, 부산, 인천, 경기, 전남으로 나타남. 특히 전남은 60.30%로 절반 이상이 점포 운영에 도움에 해당하지 않는 것으로 나타남

【표 3-19】 시도별 체감효과: 자금지원 우선 추천 의뢰

(단위: 개, %)

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
서울	29	14	11	50	104
	27.9%	13.5%	10.6%	48.1%	100.0%
부산	40	22	13	47	122
	32.8%	18.0%	10.7%	38.5%	100.0%
대구	34	27	8	30	99
	34.3%	27.3%	8.1%	30.3%	100.0%
인천	11	4	6	16	37
	29.7%	10.8%	16.2%	43.2%	100.0%
광주	23	10	3	9	45
	51.1%	22.2%	6.7%	20.0%	100.0%
울산	2	2	0	2	6
	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	100.0%
세종	12	0	0	0	12
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
경기	51	38	11	62	162
	31.5%	23.5%	6.8%	38.3%	100.0%
강원	61	20	5	22	108
	56.5%	18.5%	4.6%	20.4%	100.0%
충북	60	19	8	21	108
	55.6%	17.6%	7.4%	19.4%	100.0%

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
충남	33	21	4	26	84
	39.3%	25.0%	4.8%	31.0%	100.0%
전북	11	5	0	6	22
	50.0%	22.7%	0.0%	27.3%	100.0%
전남	21	4	4	44	73
	28.8%	5.5%	5.5%	60.3%	100.0%
경북	19	11	3	9	42
	45.2%	26.2%	7.1%	21.4%	100.0%
경남	32	19	13	22	86
	37.2%	22.1%	15.1%	25.6%	100.0%
제주	13	7	1	4	25
	52.0%	28.0%	4.0%	16.0%	100.0%
총합계	452	223	90	370	1135
	39.8%	19.6%	7.9%	32.6%	100.0%

* 설문 응답에서 도움이 됨(④약간 도움이 됨 + ⑤매우 도움이 됨), 도움이 되지 않음(①전혀 도움이 되지 않음 + ②도움이 되지 않음)을 합한 결과임

□ 경영환경 개선 지원(소규모 시설환경개선 사업 등)

- ‘경영환경 개선 지원’ 세부사업이 점포 운영에 도움을 준다고 대답한 전체 비율은 43.50%로 나타남
- ‘경영환경 개선 지원’이 시도별로 도움이 된다고 절반 이상 대답한 지자체는 세종 91.70%, 울산 83.3%, 강원 72.5%, 전북 54.5%, 경북이 52.4%로 나타남
- 반면 도움이 된다는 응답률보다 ‘해당없다’의 응답률이 큰 지자체로는 전남 (57.5%), 서울(45.2%), 인천(43.2%), 경기(37.9%) 등으로 나타남

| 표 3-20 | 시도별 체감효과: 경영환경 개선 지원

(단위: 개, %)

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
서울	29	17	11	47	104
	27.9%	16.3%	10.6%	45.2%	100.0%

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
부산	44	24	10	44	122
	36.1%	19.7%	8.2%	36.1%	100.0%
대구	31	27	11	30	99
	31.3%	27.3%	11.1%	30.3%	100.0%
인천	14	3	4	16	37
	37.8%	8.1%	10.8%	43.2%	100.0%
광주	19	9	5	12	45
	42.2%	20.0%	11.1%	26.7%	100.0%
울산	5	0	0	1	6
	83.3%	0.0%	0.0%	16.7%	100.0%
세종	11	1	0	0	12
	91.7%	8.3%	0.0%	0.0%	100.0%
경기	55	31	14	61	161
	34.2%	19.3%	8.7%	37.9%	100.0%
강원	79	16	5	9	109
	72.5%	14.7%	4.6%	8.3%	100.0%
충북	67	20	6	15	108
	62.0%	18.5%	5.6%	13.9%	100.0%
충남	33	23	5	22	83
	39.8%	27.7%	6.0%	26.5%	100.0%
전북	12	4	1	5	22
	54.5%	18.2%	4.5%	22.7%	100.0%
전남	22	6	3	42	73
	30.1%	8.2%	4.1%	57.5%	100.0%
경북	22	11	1	8	42
	52.4%	26.2%	2.4%	19.0%	100.0%
경남	42	13	7	24	86
	48.8%	15.1%	8.1%	27.9%	100.0%
제주	8	8	3	6	25
	32.0%	32.0%	12.0%	24.0%	100.0%
총합계	493	213	86	342	1134
	43.5%	18.8%	7.6%	30.2%	100.0%

* 설문 응답에서 도움이 됨(④약간 도움이 됨 + ⑤매우 도움이 됨), 도움이 되지 않음(①전혀 도움이 되지 않음 + ②도움이 되지 않음)을 합한 결과임

□ 홍보(홍보용품, 지자체 홈페이지, SNS, 소식지 등)

- ‘홍보’ 세부사업이 점포 운영에 도움을 준다고 대답한 전체 비율은 42.50%로 나타남
- 50% 이상 ‘홍보’가 도움이 된다고 한 지자체는 세종 100%, 전북 63.6%, 부산 52.5% 등으로 나타남

| 표 3-21 | 시도별 체감효과: 홍보

(단위: 개, %)

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
서울	32	25	15	31	103
	31.1%	24.3%	14.6%	30.1%	100.0%
부산	64	33	11	14	122
	52.5%	27.0%	9.0%	11.5%	100.0%
대구	34	33	14	17	98
	34.7%	33.7%	14.3%	17.3%	100.0%
인천	12	12	6	7	37
	32.4%	32.4%	16.2%	18.9%	100.0%
광주	22	10	6	7	45
	48.9%	22.2%	13.3%	15.6%	100.0%
울산	3	2	0	1	6
	50.0%	33.3%	0.0%	16.7%	100.0%
세종	12	0	0	0	12
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
경기	55	57	19	31	162
	34.0%	35.2%	11.7%	19.1%	100.0%
강원	56	36	11	6	109
	51.4%	33.0%	10.1%	5.5%	100.0%
충북	42	42	16	8	108
	38.9%	38.9%	14.8%	7.4%	100.0%
충남	42	24	7	11	84
	50.0%	28.6%	8.3%	13.1%	100.0%
전북	14	4	0	4	22
	63.6%	18.2%	0.0%	18.2%	100.0%

구분	도움이 됨	보통	도움이 되지 않음	해당없음	총계
전남	33	26	5	9	73
	45.2%	35.6%	6.8%	12.3%	100.0%
경북	22	15	3	2	42
	52.4%	35.7%	7.1%	4.8%	100.0%
경남	34	26	10	16	86
	39.5%	30.2%	11.6%	18.6%	100.0%
제주	5	10	7	3	25
	20.0%	40.0%	28.0%	12.0%	100.0%
총합계	482	355	130	167	1134
	42.5%	31.3%	11.5%	14.7%	100.0%

* 설문 응답에서 도움이 됨(④약간 도움이 됨 + ⑥매우 도움이 됨), 도움이 되지 않음(①전혀 도움이 되지 않음 + ②도움이 되지 않음)을 합한 결과임

3) 착한가격업소 활성화를 위한 확대 및 축소되어야 하는 지원사업(C3)

(1) 전체 착한가격업소 활성화를 위한 확대 및 축소되어야 하는 지원사업

- 착한가격업소 지원사업 활성화를 위한 지원사업으로 제시된 지원사업이 과반수 이상으로 확대되어야 하며, 축소가 필요하다는 응답률은 모두 5%미만으로 나타남
- 특히 세부사업 중 ‘공공요금’이 80.9%, ‘홍보’가 79.1%, ‘경영환경 개선 지원’이 78.3% 등 순으로 확대되어야 하는 지원사업으로 나타남

【표 3-22】 확대 및 축소 요구 지원사업: 전체

(단위: 개, %)

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
지정표찰 (착한가격업소 표지판 등)	641	462	34	1,137
	56.4	40.6	3.0	100.0
물품지원 (위생방역 용품 등 소모품)	884	223	23	1,130
	78.2	19.7	2.0	100.0
공공요금 (종량제봉투, 상하수도 요금 등)	919	205	12	1,136
	80.9	18.0	1.1	100.0

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
안전점검 보조 (전기 및 소방시설 등)	756	332	39	1,127
	67.1	29.5	3.5	100.0
자금지원 우선 추천 의뢰 (경영안정자금, 특례보증 등)	849	255	27	1,131
	75.1	22.5	2.4	100.0
경영환경 개선 지원 (소규모 시설환경개선 사업 등)	887	225	21	1,133
	78.3	19.9	1.9	100.0
홍보 (홍보용품, 지자체 홈페이지, SNS, 소식지 등)	899	219	19	1,137
	79.1	19.3	1.7	100.0
카드사 2,000원 혜택제공 행사 (환급(캐시백), 청구할인 등)	764	328	43	1,135
	67.3	28.9	3.8	100.0
지도검색 서비스(예정)*	876	238	21	1,135
	77.2	21.0	1.9	100.0

* 설문 응답에서 확대 필요(④확대 필요함 + ⑤대폭 확대 필요함), 축소 필요(①대폭 축소 필요함 + ②축소 필요함)을 합한 결과임

* 네이버지도·카카오맵 등 지도서비스에서 “착한가격업소”를 검색하면 주변 업소가 노출

□ 지정표찰(착한가격업소 표지판 등)

- 착한가격업소 활성화를 위해 ‘지정표찰’ 사업이 확대되어야 한다고 응답한 전체 응답률은 56.4%임
- ‘지정표찰’ 사업이 확대 보다는 현 상태를 유지해야 한다고 응답한 지자체는 충남(53.6%), 인천(51.4%), 전남(50.7%)임

【표 3-23】 확대 및 축소 요구 지원사업: 지정표찰

(단위: 개, %)

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
서울	58	44	2	104
	55.8%	42.3%	1.9%	100.0%
부산	76	40	6	122
	62.3%	32.8%	4.9%	100.0%
대구	60	37	2	99
	60.6%	37.4%	2.0%	100.0%

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
인천	16	19	2	37
	43.2%	51.4%	5.4%	100.0%
광주	27	18	0	45
	60.0%	40.0%	0.0%	100.0%
울산	3	3	0	6
	50.0%	50.0%	0.0%	100.0%
세종	10	2	0	12
	83.3%	16.7%	0.0%	100.0%
경기	86	73	3	162
	53.1%	45.1%	1.9%	100.0%
강원	70	36	3	109
	64.2%	33.0%	2.8%	100.0%
충북	72	35	2	109
	66.1%	32.1%	1.8%	100.0%
충남	37	45	2	84
	44.0%	53.6%	2.4%	100.0%
전북	14	5	3	22
	63.6%	22.7%	13.6%	100.0%
전남	31	37	5	73
	42.5%	50.7%	6.8%	100.0%
경북	23	19	0	42
	54.8%	45.2%	0.0%	100.0%
경남	45	37	4	86
	52.3%	43.0%	4.7%	100.0%
제주	13	12	0	25
	52.0%	48.0%	0.0%	100.0%
총합계	641	462	34	1137
	56.4%	40.6%	3.0%	100.0%

* 설문 응답에서 확대 필요(④확대 필요함 + ⑤대폭 확대 필요함), 축소 필요(①대폭 축소 필요함 + ②축소 필요함)을 합한 결과임

□ **물품지원(위생방역 용품 등 소모품)**

- 착한가격업소 활성화를 위해 ‘물품지원’ 사업이 확대되어야 한다고 응답한 전체 응답률은 78.2%임
- ‘물품지원’ 사업은 강원이 89.0%, 충북이 88.0%, 울산이 83.3% 등 순으로 확대가 필요하다고 응답함

| 표 3-24 | 확대 및 축소 요구 지원사업: 물품지원

(단위: 개, %)

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
서울	83	21	0	104
	79.8%	20.2%	0.0%	100.0%
부산	95	25	2	122
	77.9%	20.5%	1.6%	100.0%
대구	74	20	5	99
	74.7%	20.2%	5.1%	100.0%
인천	30	7	0	37
	81.1%	18.9%	0.0%	100.0%
광주	36	8	1	45
	80.0%	17.8%	2.2%	100.0%
울산	5	1	0	6
	83.3%	16.7%	0.0%	100.0%
세종	10	2	0	12
	83.3%	16.7%	0.0%	100.0%
경기	120	37	5	162
	74.1%	22.8%	3.1%	100.0%
강원	97	11	1	109
	89.0%	10.1%	0.9%	100.0%
충북	95	11	2	108
	88.0%	10.2%	1.9%	100.0%
충남	54	27	3	84
	64.3%	32.1%	3.6%	100.0%
전북	18	4	0	22
	81.8%	18.2%	0.0%	100.0%

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
전남	48	19	0	67
	71.6%	28.4%	0.0%	100.0%
경북	34	8	0	42
	81.0%	19.0%	0.0%	100.0%
경남	67	17	2	86
	77.9%	19.8%	2.3%	100.0%
제주	18	5	2	25
	72.0%	20.0%	8.0%	100.0%
총합계	884	223	23	1130
	78.2%	19.7%	2.0%	100.0%

* 설문 응답에서 확대 필요(④확대 필요함 + ⑤대폭 확대 필요함), 축소 필요(①대폭 축소 필요함 + ②축소 필요함)를 합한 결과임

□ 공공요금(종량제봉투, 상하수도 요금 등)

- 착한가격업소 활성화를 위해 ‘공공요금’ 사업이 확대되어야 한다고 응답한 전체 응답률은 80.9%임
- ‘공공요금’는 충북이 90.8%, 경남이 90.7%로 90%가 넘는 높은 응답률로 확대가 필요하다고 응답함

| 표 3-25 | 확대 및 축소 요구 지원사업: 공공요금

(단위: 개, %)

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
서울	80	23	1	104
	76.9%	22.1%	1.0%	100.0%
부산	98	22	2	122
	80.3%	18.0%	1.6%	100.0%
대구	85	13	1	99
	85.9%	13.1%	1.0%	100.0%
인천	29	7	1	37
	78.4%	18.9%	2.7%	100.0%
광주	38	7	0	45
	84.4%	15.6%	0.0%	100.0%

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
울산	5	1	0	6
	83.3%	16.7%	0.0%	100.0%
세종	8	4	0	12
	66.7%	33.3%	0.0%	100.0%
경기	125	35	2	162
	77.2%	21.6%	1.2%	100.0%
강원	95	14	0	109
	87.2%	12.8%	0.0%	100.0%
충북	99	9	1	109
	90.8%	8.3%	0.9%	100.0%
충남	56	26	2	84
	66.7%	31.0%	2.4%	100.0%
전북	19	3	0	22
	86.4%	13.6%	0.0%	100.0%
전남	48	23	1	72
	66.7%	31.9%	1.4%	100.0%
경북	36	6	0	42
	85.7%	14.3%	0.0%	100.0%
경남	78	7	1	86
	90.7%	8.1%	1.2%	100.0%
제주	20	5	0	25
	80.0%	20.0%	0.0%	100.0%
총합계	919	205	12	1136
	80.9%	18.0%	1.1%	100.0%

* 설문 응답에서 확대 필요(④확대 필요함 + ⑤대폭 확대 필요함), 축소 필요(①대폭 축소 필요함 + ②축소 필요함)을 합한 결과임

□ 안전점검 보조(전기 및 소방시설 등)

- 착한가격업소 활성화를 위해 ‘안전점검 보조’ 사업이 확대되어야 한다고 응답한 전체 응답률은 67.1%임
- ‘안전점검 보조’ 사업은 울산이 83.3%, 전북이 77.3%, 대구가 75.5% 등 순으로 확대가 필요하다고 응답함

【표 3-26】 확대 및 축소 요구 지원사업: 안전점검 보조

(단위: 개, %)

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
서울	71	32	1	104
	68.3%	30.8%	1.0%	100.0%
부산	79	36	7	122
	64.8%	29.5%	5.7%	100.0%
대구	74	22	2	98
	75.5%	22.4%	2.0%	100.0%
인천	24	9	4	37
	64.9%	24.3%	10.8%	100.0%
광주	29	16	0	45
	64.4%	35.6%	0.0%	100.0%
울산	5	1	0	6
	83.3%	16.7%	0.0%	100.0%
세종	6	6	0	12
	50.0%	50.0%	0.0%	100.0%
경기	107	47	8	162
	66.0%	29.0%	4.9%	100.0%
강원	77	29	2	108
	71.3%	26.9%	1.9%	100.0%
충북	77	28	4	109
	70.6%	25.7%	3.7%	100.0%
충남	49	33	2	84
	58.3%	39.3%	2.4%	100.0%
전북	17	5	0	22
	77.3%	22.7%	0.0%	100.0%

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
전남	35	26	6	67
	52.2%	38.8%	9.0%	100.0%
경북	29	12	0	41
	70.7%	29.3%	0.0%	100.0%
경남	60	23	2	85
	70.6%	27.1%	2.4%	100.0%
제주	17	7	1	25
	68.0%	28.0%	4.0%	100.0%
총합계	756	332	39	1127
	67.1%	29.5%	3.5%	100.0%

* 설문 응답에서 확대 필요(④확대 필요함 + ⑤대폭 확대 필요함), 축소 필요(①대폭 축소 필요함 + ②축소 필요함)를 합한 결과임

□ 자금지원 우선 추천 의뢰(경영안정자금, 특례보증 등)

- 착한가격업소 활성화를 위해 ‘자금지원 우선 추천 의뢰’ 사업이 확대되어야 한다고 응답한 전체 응답률은 75.1%임
- ‘자금지원 우선 추천 의뢰’ 사업은 전북이 86.4%, 광주가 84.4%, 경남이 83.5% 등 순으로 확대가 필요하다고 응답함

| 표 3-27 | 확대 및 축소 요구 지원사업: 자금지원 우선 추천 의뢰

(단위: 개, %)

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
서울	79	24	1	104
	76.0%	23.1%	1.0%	100.0%
부산	87	29	6	122
	71.3%	23.8%	4.9%	100.0%
대구	79	18	1	98
	80.6%	18.4%	1.0%	100.0%
인천	23	8	6	37
	62.2%	21.6%	16.2%	100.0%
광주	38	7	0	45
	84.4%	15.6%	0.0%	100.0%

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
울산	5	1	0	6
	83.3%	16.7%	0.0%	100.0%
세종	8	4	0	12
	66.7%	33.3%	0.0%	100.0%
경기	124	33	5	162
	76.5%	20.4%	3.1%	100.0%
강원	88	20	1	109
	80.7%	18.3%	0.9%	100.0%
충북	87	22	0	109
	79.8%	20.2%	0.0%	100.0%
충남	49	33	2	84
	58.3%	39.3%	2.4%	100.0%
전북	19	3	0	22
	86.4%	13.6%	0.0%	100.0%
전남	43	23	5	71
	60.6%	32.4%	7.0%	100.0%
경북	31	9	0	40
	77.5%	22.5%	0.0%	100.0%
경남	71	14	0	85
	83.5%	16.5%	0.0%	100.0%
제주	18	7	0	25
	72.0%	28.0%	0.0%	100.0%
총합계	849	255	27	1131
	75.1%	22.5%	2.4%	100.0%

* 설문 응답에서 확대 필요(④확대 필요함 + ⑤대폭 확대 필요함), 축소 필요(①대폭 축소 필요함 + ②축소 필요함)을 합한 결과임

□ 경영환경 개선 지원(소규모 시설환경개선 사업 등)

- 착한가격업소 활성화를 위해 ‘경영환경 개선 지원’ 사업이 확대되어야 한다고 응답한 전체 응답률은 78.3%임
- ‘경영환경 개선 지원’ 사업은 강원이 93.6%, 충북이 91.7%, 울산이 83.3% 등 순으로 확대가 필요하다고 응답함

【표 3-28】 확대 및 축소 요구 지원사업: 경영환경 개선 지원

(단위: 개, %)

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
서울	79	25	0	104
	76.0%	24.0%	0.0%	100.0%
부산	96	23	3	122
	78.7%	18.9%	2.5%	100.0%
대구	76	22	1	99
	76.8%	22.2%	1.0%	100.0%
인천	23	9	5	37
	62.2%	24.3%	13.5%	100.0%
광주	34	10	1	45
	75.6%	22.2%	2.2%	100.0%
울산	5	1	0	6
	83.3%	16.7%	0.0%	100.0%
세종	9	3	0	12
	75.0%	25.0%	0.0%	100.0%
경기	124	35	3	162
	76.5%	21.6%	1.9%	100.0%
강원	102	7	0	109
	93.6%	6.4%	0.0%	100.0%
충북	100	9	0	109
	91.7%	8.3%	0.0%	100.0%
충남	55	27	2	84
	65.5%	32.1%	2.4%	100.0%
전북	18	4	0	22
	81.8%	18.2%	0.0%	100.0%
전남	48	18	5	71
	67.6%	25.4%	7.0%	100.0%
경북	32	9	0	41
	78.0%	22.0%	0.0%	100.0%
경남	68	17	0	85
	80.0%	20.0%	0.0%	100.0%
제주	18	6	1	25
	72.0%	24.0%	4.0%	100.0%
총합계	887	225	21	1133
	78.3%	19.9%	1.9%	100.0%

* 설문 응답에서 확대 필요(④확대 필요함 + ⑤대폭 확대 필요함), 축소 필요(①대폭 축소 필요함 + ②축소 필요함)을 합한 결과임

□ 홍보 (홍보용품, 지자체 홈페이지, SNS, 소식지 등)

- 착한가격업소 활성화를 위해 ‘홍보’ 사업이 확대되어야 한다고 응답한 전체 응답률은 79.1%임
- ‘홍보’ 사업은 전북이 90.9%, 강원이 86.2%, 충북이 84.4% 등 순으로 확대가 필요하다고 응답함

| 표 3-29 | 확대 및 축소 요구 지원사업: 홍보

(단위: 개, %)

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
서울	85	19	0	104
	81.7%	18.3%	0.0%	100.0%
부산	97	24	1	122
	79.5%	19.7%	0.8%	100.0%
대구	80	18	1	99
	80.8%	18.2%	1.0%	100.0%
인천	30	6	1	37
	81.1%	16.2%	2.7%	100.0%
광주	35	10	0	45
	77.8%	22.2%	0.0%	100.0%
울산	5	1	0	6
	83.3%	16.7%	0.0%	100.0%
세종	9	3	0	12
	75.0%	25.0%	0.0%	100.0%
경기	115	43	4	162
	71.0%	26.5%	2.5%	100.0%
강원	94	15	0	109
	86.2%	13.8%	0.0%	100.0%
충북	92	14	3	109
	84.4%	12.8%	2.8%	100.0%
충남	60	23	1	84
	71.4%	27.4%	1.2%	100.0%
전북	20	2	0	22
	90.9%	9.1%	0.0%	100.0%

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
전남	53	15	5	73
	72.6%	20.5%	6.8%	100.0%
경북	33	8	1	42
	78.6%	19.0%	2.4%	100.0%
경남	72	13	1	86
	83.7%	15.1%	1.2%	100.0%
제주	19	5	1	25
	76.0%	20.0%	4.0%	100.0%
총합계	899	219	19	1137
	79.1%	19.3%	1.7%	100.0%

* 설문 응답에서 확대 필요(④확대 필요함 + ⑤대폭 확대 필요함), 축소 필요(①대폭 축소 필요함 + ②축소 필요함)을 합한 결과임

□ 카드사 2,000원 혜택제공 행사(환급(캐시백), 청구할인 등)

- 착한가격업소 활성화를 위해 '카드사 2,000원 혜택제공 행사' 사업이 확대되어야 한다고 응답한 전체 응답률은 67.3%임
- '카드사 2,000원 혜택제공 행사' 사업은 전북이 86.4%, 울산이 83.3%, 부산이 73.8% 등 순으로 확대가 필요하다고 응답함

| 표 3-30 | 확대 및 축소 요구 지원사업: 카드사 혜택제공 행사

(단위: 개, %)

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
서울	64	38	2	104
	61.5%	36.5%	1.9%	100.0%
부산	90	30	2	122
	73.8%	24.6%	1.6%	100.0%
대구	70	25	4	99
	70.7%	25.3%	4.0%	100.0%
인천	20	11	6	37
	54.1%	29.7%	16.2%	100.0%
광주	29	15	1	45
	64.4%	33.3%	2.2%	100.0%

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
울산	5	0	1	6
	83.3%	0.0%	16.7%	100.0%
세종	8	4	0	12
	66.7%	33.3%	0.0%	100.0%
경기	100	56	6	162
	61.7%	34.6%	3.7%	100.0%
강원	79	25	4	108
	73.1%	23.1%	3.7%	100.0%
충북	78	25	6	109
	71.6%	22.9%	5.5%	100.0%
충남	51	32	1	84
	60.7%	38.1%	1.2%	100.0%
전북	19	3	0	22
	86.4%	13.6%	0.0%	100.0%
전남	45	22	6	73
	61.6%	30.1%	8.2%	100.0%
경북	28	12	1	41
	68.3%	29.3%	2.4%	100.0%
경남	63	22	1	86
	73.3%	25.6%	1.2%	100.0%
제주	15	8	2	25
	60.0%	32.0%	8.0%	100.0%
총합계	764	328	43	1135
	67.3%	28.9%	3.8%	100.0%

* 설문 응답에서 확대 필요(④확대 필요함 + ⑤대폭 확대 필요함), 축소 필요(①대폭 축소 필요함 + ②축소 필요함)을 합한 결과임

□ 지도검색 서비스(예정)

- 착한가격업소 활성화를 위해 ‘지도검색 서비스(예정)’ 사업이 확대되어야 한다고 응답한 전체 응답률은 77.2%임
- ‘지도검색 서비스(예정)’ 사업은 경남이 87.2%, 강원이 84.4%, 제주가 84.0% 등 순으로 확대가 필요하다고 응답함

| 표 3-31 | 확대 및 축소 요구 지원사업: 지도검색 서비스(예정)

(단위: 개, %)

구분	확대 필요	현 상태 유지	축소 필요	총계
서울	76	26	2	104
	73.1%	25.0%	1.9%	100.0%
부산	97	24	1	122
	79.5%	19.7%	0.8%	100.0%
대구	75	24	0	99
	75.8%	24.2%	0.0%	100.0%
인천	27	9	1	37
	73.0%	24.3%	2.7%	100.0%
광주	36	9	0	45
	80.0%	20.0%	0.0%	100.0%
울산	4	2	0	6
	66.7%	33.3%	0.0%	100.0%
세종	8	4	0	12
	66.7%	33.3%	0.0%	100.0%
경기	113	43	4	160
	70.6%	26.9%	2.5%	100.0%
강원	92	16	1	109
	84.4%	14.7%	0.9%	100.0%
충북	83	23	3	109
	76.1%	21.1%	2.8%	100.0%
충남	61	22	1	84
	72.6%	26.2%	1.2%	100.0%
전북	17	5	0	22
	77.3%	22.7%	0.0%	100.0%
전남	57	10	6	73
	78.1%	13.7%	8.2%	100.0%
경북	34	8	0	42
	81.0%	19.0%	0.0%	100.0%
경남	75	10	1	86
	87.2%	11.6%	1.2%	100.0%
제주	21	3	1	25
	84.0%	12.0%	4.0%	100.0%
총합계	876	238	21	1135
	77.2%	21.0%	1.9%	100.0%

* 설문 응답에서 확대 필요(④확대 필요함 + ⑤대폭 확대 필요함), 축소 필요(①대폭 축소 필요함 + ②축소 필요함)을 합한 결과임

4) 착한 가격업소 지원강화를 위한 사업체들의 의견

- 착한가격 업소 지원을 위하여 행정안전부 및 지방자치단체에 바라는 점에 대한 의견을 살펴봄. 크게 홍보 강화, 물가 상승을 반영한 가격 인상 또는 지출을 대신할 대체제 지원, 물품 및 공공요금 지원 확대, 세금 감면 혜택 또는 카드 수수료 지원, 환경 개선을 위한 지원, 기타 의견으로 분류하여 살펴봄

□ 홍보 지원 강화

- 사업체를 운영하면서 홍보를 병행하기엔 어려움이 있음. '착한가격업소'에 대한 sns 홍보, 제휴 등 다양한 채널을 통한 홍보가 필요함

□ 물가 상승에 대한 어려움 및 반영

- 물가 상승에 따른 가격 조정에 대한 의견이 있었음

□ 물품 및 공공요금 지원 확대와 세금 감면 혜택, 카드 수수료 지원

- 착한가격업소로 선정되면 소비자 입장에서는 저렴한 가격으로 서비스를 이용할 수 있다는 장점이 있음. 하지만 사업체 입장에서는 물가 상승으로 가격을 유지하는 데 어려움이 있음
- 이에 물품과 공공요금 지원과 세금 감면 혜택, 카드 수수료 할인 등의 지원 확대로 지출을 줄여서 가격을 유지할 수 있는 지원요청이 있었음
- 예를들어, 물품 지원에서는 소모성 물품 지원으로 수세미, 세제 등의 요청이 있었음
- 또한 공공요금에서는 종량제 봉투에 대한 요청사항이 다수 있었음. 지급되는 종량제 봉투의 용량 선택과 추가 지급과 전기세 지원, 상하수도 요금 등 지원 요청이 있었음

□ 환경 개선을 위한 지원

- 노후시설 또는 설비 수리·교체를 위한 지원이 필요

□ 기타 의견

- 착한가격업소 지정으로 받을 수 있는 혜택에 대한 정보 공유가 필요함
- 점심시간 주차 허용 등과 같이 운영에 필요한 의견을 주는 업체도 있었음
- LPG 사용에 대한 지원 확대 등 지원 부분에서 혜택을 받을 수 없는 경우를 위해 대체 지원 의견이 있었음
 - 일부 지자체 중에는 도시가스를 이용할 수 없는 일부 지자체가 있으며 이에 대한 대체 지원이 필요함
- 착한가격업소라는 제도에 대해 감사를 표하는 의견이 다수 있었으며, 그 외의 지원확대를 원하는 의견도 있었음

제3절 시사점

- **고객 추천에 의한 사업체 지정 확대를 통해 착한가격업소에 대한 자긍심 고취 필요**
 - 착한가격업소 지원사업 참여 경로를 검토하면 지방자치단체 담당자(52.2%) > 고객 추천(19.8%) 순으로 높게 나타남
 - 착한가격업소 지원사업에 참여하게 된 주요 동기는 지역사회에 기여(31.0%) 하고 착한가격업소 이미지를 향상(26.5%)하고 가계홍보(24.0%) 등이 있었음
 - 착한가격업소 참여 동기의 주요 요인으로 지역사회 기여도 비율이 높게 나타나고 있어 고객 추천을 통한 착한가격업소 지정 비율 확대를 통해 사업체 지정에 대한 자긍심을 고취하고, 착한가격업소 지정·유지에 대한 동기를 부여할 필요가 있음

- **착한가격업소 사업체 대한 체감효과 분석 결과 사업체 운영 전반에 긍정적 효과를 미치는 것으로 파악됨**
 - 착한가격업소 지정이 사업체들이 점포를 운영하는데 있어 이미지 개선 및 향상이 39.7%로 가장 높았고, 홍보 효과도 21.9%로 높게 나타남
 - 착한가격업소 지정이 주변 시세 대비 낮은 요금 유지에 도움이 된다는 의견이 34.7%였음
 - 다만, 수도권외의 경우 비수도권과 비교하여 긍정적 평가 수준이 높지 않은 것으로 나타나고 있어 수도권과 비수도권 간 지원사업의 차별화 필요할 것으로 보임

- **착한가격업소 지원사업 확대 주요 분야로 공공요금 지원, 물품지원, 홍보 강화 방안을 검토할 필요가 있으며, 가격 안정성 유지를 위한 현금지원 방안도 검토 필요함**
 - 공공요금, 물품지원의 경우 응답한 16개 지자체에서 도움이 된다고 대답하였음
 - 시도별로 살펴보았을 때 안전점검 보조, 자금지원 우선 추천의뢰, 경영환경 개선 지원에서는 도움이 되기 보다는 해당없다고 대답한 지자체가 소수 있었음

- 제한된 운영비에서 착한가격업소 사업이 활성화하고 불필요한 지원은 줄이고 필요한 지원을 확대가 필요함. 설문조사 결과 확대가 필요한 사업은 공공요금(80.9%), 물품지원(78.2%), 홍보(79.1), 경영환경 개선 지원(78.3%)로 나타남
 - 소수 지자체 중에서는 사업을 확대보다는 현 상태 유지를 원하는 사업으로는 지정표찰이 있었음
 - 시도별로 살펴보았을 때 확대가 되어야 한다고 응답한 사업으로는 물품지원, 공공요금, 안전점검 보조, 자금지원 우선 추천 의뢰, 경영환경 개선 지원, 홍보, 카드사 2,000원 혜택제공 행사, 지도검색 서비스(예정)이 있었음
- 사업체들의 의견으로는 홍보 지원 강화, 물가 상승을 반영한 가격 인상 또는 지출을 대신할 대체제 지원, 물품 및 공공요금 지원 확대, 세금 감면 혜택 또는 카드 수수료 지원, 환경 개선을 위한 지원 등이 있었음
- **체감 효과 분석 결과 착한가격업소 지정은 사업 운영에 긍정적 효과를 주는 것으로 파악되었으며, 제도 활성화 측면에서 사업체 의견 수렴을 통한 실효성 있는 정책방안 모색 필요**
- **착한가격업소 지원 사업체들은 착한가격업소가 운영 전반에 긍정적 효과를 주고 있고 낮은 가격을 유지하는데 도움이 된다고 응답함**
 - 하지만 최근 계속되는 물가상승으로 상권보다 낮은 가격을 유지하는데 어려움이 있으므로 지출 비용을 상쇄 할 수 있는 대안 제시가 필요함. 사업자들의 의견에 의하면 물품지원, 공공요금, 세금 감면 혜택, 카드 수수료 할인 등이 있음
 - 설문조사 결과에서 도움이 되는 세부사업과 확대를 원하는 사업이 공통적으로 공공요금과 물품지원이 언급되었으므로 먼저 확대를 하여 지원하는 것이 사업체에 도움이 될 것으로 사료됨

제 4 장

착한가격업소 지원제도 효과 분석

제1절 착한가격업소 정책효과 분석
기본방향

제2절 착한가격업소 제도 사전적
효과 분석결과

제3절 지역별 착한가격업소 시행에
따른 효과 분석결과

제4절 지역물가 안정화 효과 분석결과

제5절 시사점

04 착한가격업소 지원제도 효과 분석

제1절 착한가격업소 정책효과 분석 기본방향

- 착한가격업소 지원 제도를 활성화하기 위한 선제조건은 기존에 수행되어 온 제도가 본연의 목적에 따라 효과가 있었는지 규명하는 것이며 중요한 판단 근거임
 - 이에 본 연구에서는 2011년부터 지방자치단체 중심으로 전개한 착한가격업소 지정의 효과성을 다각도로 분석하고자 함
 - 그러나 정책효과 분석 결과는 기존에 존재하는 데이터의 한계 등으로 수행하지 못하거나 단편적 분석일 가능성이 있음
 - 이를 극복하기 위해서 이 장에서는 활용할 수 있는 최대한의 데이터를 통해 분석하고, 향후 제도가 확대될 시 분석에 요구되는 데이터 등을 제시함으로써 향후 발전되고 정교한 분석 가능성을 제시하는 것까지 중요 과업으로 인식하였음

□ 연구문제

- 착한가격업소 지정 제도 정책효과는 첫째, 사전적 효과, 둘째, 지역별 효과, 셋째, 지역물가 안정화 효과 분석으로 구분하여 연구를 설계함
 - 각 연구문제에 대한 결과변수, 측정단위 및 분석 방법은 아래 [표 4-1] 정책효과 분석틀에서 요약하여 제시하였음
- 연구문제 1. 착한가격업소 제도가 지정업소에 긍정적 영향을 미치는가?
 - (사전적 효과)착한가격업소 지정 제도의 주된 목적은 고물가 시대 지역상권을 보호하기 위함임
 - 이를 측정하기 위해 착한가격업소 제도 효과의 결과변수로 매출액과 생존율을 비교하여 영향을 분석하였음

- 22년과 23년도 전체 지자체 음식점 및 주점업과 기타 개인 서비스업 매출액 등 착한가격업소 지정 기업 이외의 데이터를 구할 수 없는 한계로, 착한가격업소에 한정하여 카드사 매출액을 기반으로 매출액을 비교하였음
- 또한 착한가격업소 지정이 업소 운영을 지속되는 데 영향을 미치는가에 대한 생존율 분석을 시행하였으나 분석의 정밀성이 떨어지기 때문에 사전적 효과를 추정하는 데 참고적으로 활용하고자 함

○ 연구문제 2. 지역별 착한가격업소 지정 및 시행에 따라 긍정적 효과가 발생하였는가?

- (지역별 효과)지방자치단체 조례로 2011년부터 운영해 왔으나 행정구역(읍면동) 단위에서는 지정업소와 미지정업소의 차이가 극명함
- 이에 7개 권역으로 구분한 행정구역 단위에서 지정업소 및 미지정업소 매출액과 영업이익을 살펴보고자 하였으며, 상이비교집단 시계열 분석을 통해 순수 착한가격업소 지정효과를 산출하고자 하였음
 - 상이비교집단 시계열 분석((Difference in Difference: 이중차중법, DID)으로 실험집단과 통제집단을 구분하여 제도 자체의 순수한 효과를 규명하고자 함. DID 분석법은 사회과학에서 사업 시행 전후, 집단 간 사업 시행 여부에 따른 효과 분석 등을 위해 강력하게 통제하는 방식으로 평가되고 있음(황관석·박철성, 2015; 박대근·김홍순, 2020 등)

○ 연구문제 3. 착한가격업소 제도는 지역물가 안정에 긍정적 영향을 미치는가?

- (제도파급효과) 착한가격업소 지정 제도 파급효과를 지역물가 안정화로 정의 내렸음
 - 지방물가데이터를 활용하여 23년 기준 지정업소 품목별 외식물가 평균과 미지정업소 평균을 비교하였음
 - 특히 현시점 착한가격업소가 과거 몇 년도 수준의 지역물가 수준을 구성하고 있는지를 시각화하여 산출하였음

| 표 4-1 | 착한가격업소 정책효과 분석틀

구분	제2절	제3절	제4절
목적	착한가격업소 시행 제도 사전적 효과	지역별 착한가격업소 시행에 따른 효과	지역물가 안정화 효과
결과 변수	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액 • 생존율 	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액 • 영업이익 	<ul style="list-style-type: none"> • 일반 외식물가 대비 착한가격 업소 물가수준 연도 추정
측정 단위	<ul style="list-style-type: none"> • 행정구역(읍면동) 	<ul style="list-style-type: none"> • 7개 권역 	<ul style="list-style-type: none"> • 17개 시도
분석 방법	<ul style="list-style-type: none"> • 22년-23년 매출액 상대비교 • 기업 생존율 분석 	<ul style="list-style-type: none"> • 상이비교집단 시계열 모형((Difference in Difference, DID) 	<ul style="list-style-type: none"> • 지방물가수준 연도별 비교

제2절 착한가격업소 제도 사전적 효과 분석결과

1. 연구설계

□ 연구 문제

- 첫째, 착한가격업소 제도 시행으로 인해 착한가격업소 지정업체의 매출액이 증가하였는가를 살펴보고자 하였음
 - 그러나 착한가격업소는 기본적으로 다른 업소보다 낮은 가격으로 서비스를 제공하기 때문에 결과가 왜곡될 가능성이 있음
 - 또한 카드 매출을 통한 영업이익 데이터는 2022년과 2023년에 한정되어 있기 때문에 코로나19 등의 이슈로 정확한 제도 효과로 보기 어려운 경향이 있음
- 둘째, 착한가격업소 제도 시행이 생존율에 영향을 미치는지를 살펴보고자 하였음
 - 그러나 이 또한 데이터의 한계로 서울특별시를 한정하여 산출하였음
- 이에 착한가격업소 매출액과 생존율 효과를 제시하되, 사전적 효과로서 참고적 효과로 설명하고자 함

□ 분석 방법 및 데이터 구조(매출액)

- 사전적 효과분석을 위해, 2022년과 2023년 착한가격업소의 매출액을 비교해서 2023년에 매출액이 증가했는지 확인하였음
 - 데이터는 일부 카드 매출을 포함한 행정안전부 지역경제과에서 제공한 ‘착한가격업소-매출현황(22년-23년)’을 활용하였으며 22년과 23년의 월별 매출액 데이터가 포함되어 있음(카드사 데이터 활용)
 - 일부 업소(900여개)는 2022년 1월부터 n월까지, 2023년 12월부터 m월(역순)까지 매출액 데이터가 0이므로 해당 데이터 처리가 필요했는데, 우선 전체 데이터로 분석을 수행하고, 이후 아래와 같이 전처리 후 분석을 수행함

- 2022년 1월부터 2023년 12월까지 앞뒤에 연속적으로 매출액이 0인 경우, 다른 해의 동일 월의 매출액을 0으로 하고 비교함
- 만약, 2022년 1월부터 3월 매출액이 0인 업소는 2023년 1월부터 3월 매출액도 0으로 처리하고, 2023년 10월부터 12월까지 매출액이 0인 업소는 2022년 10월부터 12월 매출액도 0으로 처리함

□ 분석 방법 및 데이터 구조(생존율)

- 착한가격업소 생존율 분석을 서울특별시에 있는 업소들을 대상으로 2가지 방법으로 실시하였음
 - (분석대상) 착한가격업소 생존율 분석을 위해 서울특별시에 위치한 업소들을 대상으로 분석하였음
 - 서울시만을 대상으로 한 이유는 서울 외 다른 지역의 착한가격업소 폐업일을 확보하지 못하였고, 착한가격업소 외 미지정 업소는 서울시 한정으로 타기관의 자료를 협조받아 작성하였기 때문임
 - (분석방법) 착한가격업소 지정업소와 미지정업소의 생존율 분석 방법은 2가지로 구분될 수 있음
 - 착한가격업소 유지기간(지정일): 착한가격업소 지정일부터 폐업일로 설정²⁵⁾

$$Survival\ rate = \frac{N_{survived}}{N_{total}}$$

여기서,

$N_{survived}$ = 지정일부터 폐업일까지 N 년이 상운 영된 업소의 수

N_{total} = 총 업소의 수

25) - 착한가격업소: 착한가격업소 최초지정일부터 폐업일까지(폐업일이 없으면 2023년 12월 31일) 기간이 n 년 이상이면 n 년 생존한 것으로 설정
 - 일반가게: 개업연월부터 폐업일까지(폐업일이 없으면 2023년 12월 31일) 기간이 n 년 이상이면 n 년 생존한 것으로 설정

- 착한가격업소 유지기간(개업일): 착한가격업소 개업일부터 폐업일로 설정²⁶⁾

$$Survival\ rate = \frac{N_{survived}}{N_{total}}$$

여기서,

$N_{survived}$ = 개업일부터 폐업일까지 N 년 이상 운영된 업소의 수

N_{total} = 총 업소의 수

- 위 방법에 의해 계산한 유지기간이 N 년 이상인 업소의 비율로 생존율을 계산하도록 함

2. 분석결과

1) 22-23년도 매출액 변화 분석결과

□ 기초통계량

- 전처리 전후 데이터의 기초통계량을 제시하면 아래와 같음
 - 전체적으로 차이는 거의 없으나 23년 매출액의 경우 전처리 후 상대적으로 더 줄어들었음
 - 반면에 월별 비교 시 상대적으로 23년도 매출액이 높게 나타나는 것을 알 수 있음

26) 모든가계: 개업일부터 폐업일까지(폐업일이 없으면 2023년 12월 31일) 기간이 n 년 이상이면 n 년 생존한 것으로 설정

| 표 4-2 | 22-23년도 착한가격업소 매출액 기초통계량

(단위: 원)

구분	원 데이터		전처리 데이터	
	2022년	2023년	2022년	2023년
count	76,860	76,860	76,860	76,860
mean	11,550,170	13,054,467	11,423,414	12,640,889
std	19,880,097	21,496,761	19,857,988	21,374,204
min	0	0	0	0
25%	1,580,225	2,040,450	1,489,000	1,715,750
50%	5,691,000	6,594,000	5,565,000	6,172,000
75%	14,009,625	15,779,173	13,856,506	15,251,250
max	645,744,480	657,868,670	645,744,480	657,868,670

| 표 4-3 | 22-23년도 착한가격업소 월별 매출액 기초통계량

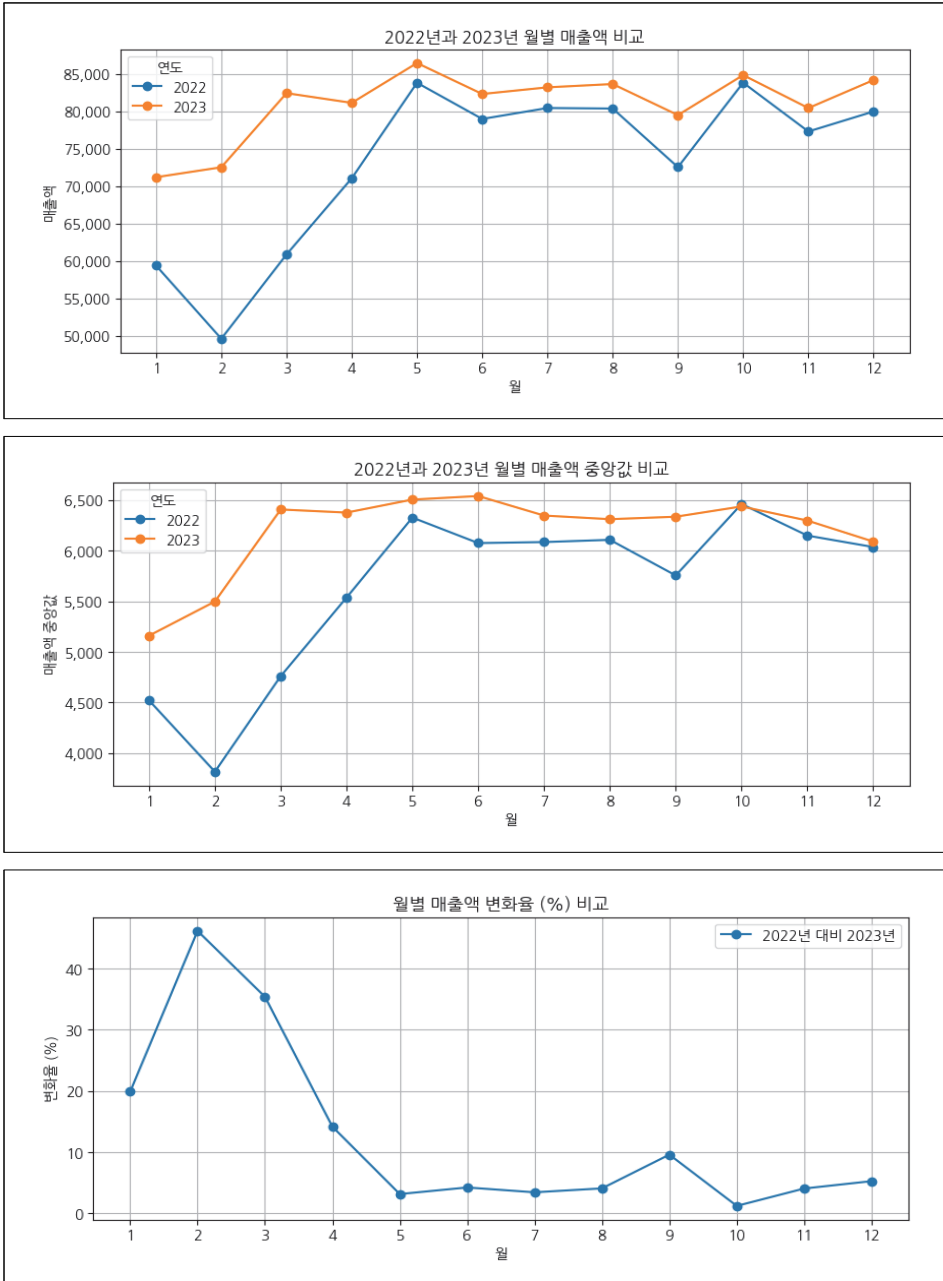
(단위: 원)

월	원 데이터		전처리 데이터		차이
	2022년	2023년	2022년	2023년	
1	59,748,178,520	74,413,092,784	59,385,020,755	71,182,044,266	11,797,023,511
2	49,928,142,428	75,723,192,436	49,616,178,333	72,509,119,732	22,892,941,399
3	61,305,449,966	85,902,068,571	60,870,602,366	82,402,609,387	21,532,007,021
4	71,609,800,135	84,423,111,212	71,046,928,321	81,107,793,825	10,060,865,504
5	84,533,052,740	89,669,623,048	83,789,684,857	86,425,042,976	2,635,358,119
6	79,704,952,006	85,297,171,714	78,959,512,190	82,292,202,342	3,332,690,152
7	81,295,562,395	85,813,076,450	80,420,900,418	83,179,677,146	2,758,776,728
8	81,300,261,759	86,075,510,145	80,348,862,831	83,621,047,991	3,272,185,160
9	73,407,944,256	81,575,160,942	72,524,882,471	79,475,571,801	6,950,689,330
10	84,922,792,462	87,015,942,815	83,800,647,408	84,814,378,333	1,013,730,925
11	78,576,595,780	82,063,385,187	77,284,936,117	80,414,033,927	3,129,097,810
12	81,413,316,571	85,395,033,880	79,955,430,688	84,155,219,524	4,199,788,836

□ 22년과 23년 매출액 비교 결과

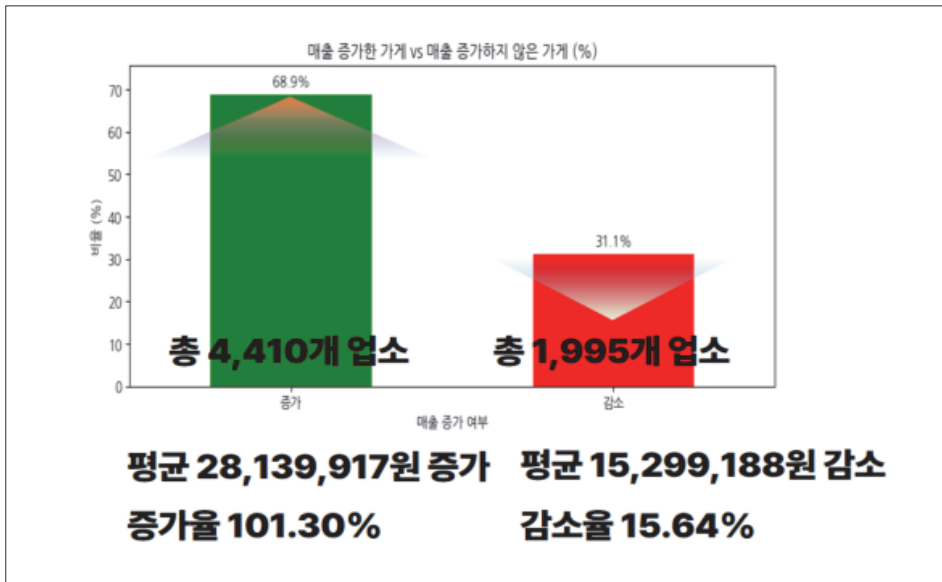
- 모든 월에서 2022년보다 2023년도 매출액이 높았음(그림 참조)
 - 매출액의 증감폭도 역시 매출액 합계와 큰 차이가 없었음
 - 2023년 초에 2022년보다 월별 매출액이 크게 높았으나, 5월 이후에는 한자리 수 증가율을 보이는 것을 그림을 통해서 알 수 있음

〈그림 4-1〉 22년도와 23년도 착한가격업소 매출액 비교 결과



- 2022년보다 2023년에 매출액이 증가한 업소의 비중은 68.9%로 나타났음
- 결과를 정확히 해석하기 위해서는, 첫째, 경기변동으로 인한 일부 가격인상이 존재하였는가, 둘째, 같은 지역 내 착한가격업소 지정 외 업소와의 매출액을 통제하여 비교할 수 있는가의 가정이 충족되어야 함
 - 그러나 착한가격업소의 가격인상을 하기 위해서는 재지정심의를 거치거나, 취소신청을 통해 가격을 인상하기 때문에 거의 고정된 것으로 이해되기 때문에 절대 규모로 비교하였고, 이를 참고하여 연구 결과를 해석해야 함
 - 총 4,410개 업소가 평균 28,139,917원 매출액이 증가(증양값: 11,449,016원) 하였으며 증가율은 101.30%(증양값: 18.92%)임
 - 총 1,995개 업소가 평균 15,299,188원 매출액이 감소(증양값: 5,225,128) 하였으며 감소율은 15.64%(증양값: 10.21%)임

| 그림 4-2 | 착한가격업소 전년도 대비 매출액 증감 비교(22-23년)



2) 착한가격업소 생존율 분석결과

(1) 착한가격업소 유지기간을 착한가격업소 지정일부터 폐업일로 설정한 경우

- 착한가격업소 유지기간을 착한가격업소 지정일부터 폐업일로 설정한 경우 착한가격업소가 전반적으로 생존율에 불리한 것으로 나타났음
 - 그러나 위 방법은 착한가격 지정일부터 폐업일은 미지정업소보다 수명이 당연히 짧기 때문에 이러한 차이가 발생하는 것임
 - 그럼에도 이러한 결과를 제시하는 이유는 연도가 늘어날수록 착한가격 지정업소와 미지정업소의 생존율 차이는 줄어드는 것으로 나타남
 - 착한가격업소 지정일부터로 비교하더라도 ①생존율 차이의 간극이 줄어들 수 있다는 정책적 효과와 ②착한가격업소 선정이 장기적 생존에 유리할 수 있다는 결과를 아래 표에서 확인할 수 있음

【표 4-4】 생존율 분석결과 I

구분	착한가격업소	일반업소	차이
1년 생존율	71.00%	88.55%	-17.55%
2년 생존율	61.06%	79.29%	-18.23%
3년 생존율	54.83%	69.34%	-14.51%
4년 생존율	49.35%	61.77%	-12.42%
5년 생존율	42.75%	53.46%	-10.71%

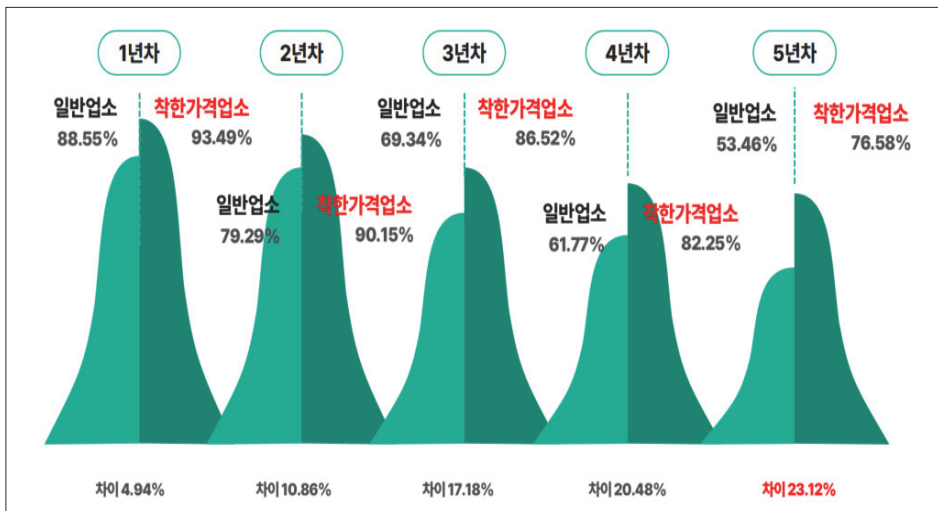
(2) 착한가격업소 유지기간을 착한가격업소 개업일부터 폐업일로 설정한 경우

- 착한가격 지정업소와 미지정업소의 유지기간을 같은 기준으로 설정한 경우 지정업소가 전반적으로 생존율에 유리한 것으로 나타났음
 - 특히, 연도가 늘어날수록 착한가격 지정업소와 미지정업소의 생존율 차이가 커지는 것으로 나타남

| 표 4-5 | 생존율 분석결과 II

구분	착한가격업소	일반업소	차이
1년 생존율	93.49%	88.55%	4.94%
2년 생존율	90.15%	79.29%	10.86%
3년 생존율	86.52%	69.34%	17.18%
4년 생존율	82.25%	61.77%	20.48%
5년 생존율	76.58%	53.46%	23.12%

| 그림 4-3 | 착한가격업소 생존율 변화



- 유지기간 기준에 따라 서울특별시 한정 착한가격업소 유지기간에 차이는 있지만 장기적으로 생존율이 더 우수하다는 것은 모든 결과에서 동일하게 도출되었음

제3절 지역별 착한가격업소 시행에 따른 효과 분석결과

1. 연구설계

□ 연구 문제

- 착한가격업소 시행에 따라 지역별 효과를 분석하기 위해 지정업소 및 미지정업소 행정구역(읍·면·동)별로 매출액과 영업이익의 증가율 차이가 발생할 것이라는 가정을 세우고, 이를 분석하기 위한 연구 모형을 설정하였음
 - 2023년 12월 기준 착한가격업소는 총 7,172개소이며, 시군구별로는 거의 차이가 없지만 행정구역(읍·면·동) 지정 여부는 차이가 큼
 - 2011년부터 조례를 통해 시행되었던 바, 시기를 1기 2010년 -2015년, 2기 2015년-2020년으로 설정하여 살펴보고자 함
 - 경제총조사는 5년단위로 공표되기 때문임

□ 연구 모형: 상이비교집단 시계열 모형

- 착한가격업소 지정에 따라 매출액, 영업이익의 효과를 검증하기 위해 상이비교집단 시계열 모형을 설정하였음
 - 상이비교집단 시계열 모형은 실험 그룹과 통제 그룹이 시간에 따라 어떻게 다르게 변화하는지 보여주는 모형으로, 이 차이(실험 그룹의 전후 차이와 통제 그룹의 전후 차이)의 차이(실험 그룹과 통제 그룹 간의 차이)가 정책 개입의 효과를 정량적으로 나타내는 것으로 해석함
- 사업시행 전 상이비교 집단모형과 사업시행 후 상이비교 집단모형을 기반으로 착한가격업소 정책의 시행이 해당 지역의 유사 산업군 경제에 긍정적인 영향을 미치는지 분석하는 것이 핵심임
 - “평행 추세 가정(parallel trend assumption) 실험군과 대조군의 차이가 처리 이전에도 동일한 흐름을 보이고 있었다면, 처리가 없을 때에는 그 흐름이 계속 동일하게 유지된다라는 가정”을 적용함

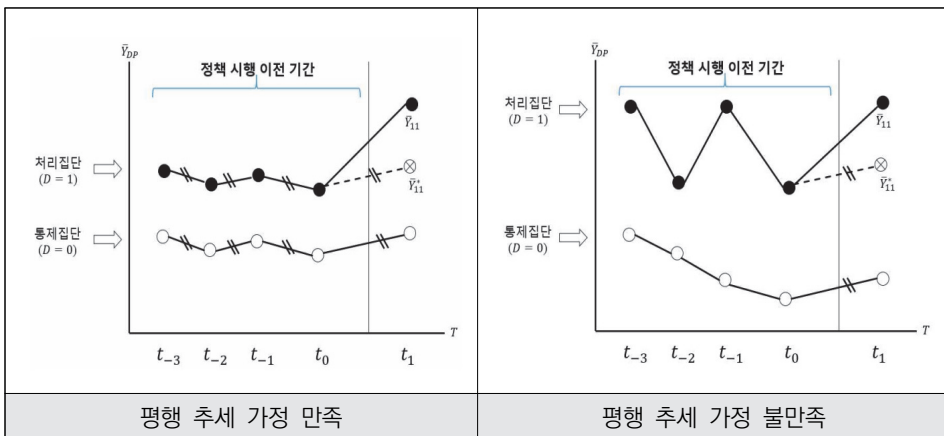
- 가정 성립으로 인해 동일하게 유지되는 흐름을 변화하게 만든 요인이 처리 (treatment)만에 의한 효과라고 주장할 수 있음

| 표 4-6 | 연구 모형

	사업시행 전 관찰결과	사업시행	사업시행 후 관찰결과
실험집단	$O_{11}O_{21}O_{31}O_{41}O_{51}$	×	$O_{12}O_{22}O_{32}O_{42}O_{52}$
통제집단	$P_{11}P_{21}P_{31}P_{41}P_{51}$		$P_{12}P_{22}P_{32}P_{42}P_{52}$

- (1) 실험집단의 “사업시행 후 관측 - 사업시행 전 관측”
= $(O_{12}O_{22}O_{32}O_{42}O_{52})$ 의 관측 - $(O_{11}O_{21}O_{31}O_{41}O_{51})$ 의 관측
- (2) 통제집단의 “사업시행 후 관측 - 사업시행 전 관측”
= $(P_{12}P_{22}P_{32}P_{42}P_{52})$ 의 관측 - $(P_{11}P_{21}P_{31}P_{41}P_{51})$ 의 관측
- ∴ 정책효과 = (1) - (2)

| 그림 4-4 | 평행 추세 가정 여부



자료: 손호성·이재훈(2018).

□ (분석시점)착한가격업소 최초 지정 분포

○ 시군구 단위 기준, 2011년도에 착한가격업소를 처음 지정하였음

| 표 4-7 | 시군구 단위 연도별 착한가격업소 최초지정 분포

연도	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2021	2022
지정개수	152	53	7	3	1	1	1	3	3	4
비중	66.67%	23.25%	3.07%	1.32%	0.44%	0.44%	0.44%	1.32%	1.32%	1.75%



○ 행정구역(읍면동) 단위 기준, 상대적으로 착한가격업소가 고르게 분포하였음

| 표 4-8 | 행정구역 단위 연도별 착한가격업소 최초지정 분포

연도	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
지정개수	451	576	139	60	77	40	62	71	106	76	86
비중	21%	27%	6%	3%	4%	2%	3%	3%	5%	4%	4%



2. 분석결과

- 해당 분석에 사용한 자료는 행정안전부 착한가격업소 데이터와 통계청 경제총조사의 “읍면동별 산업대분류별 총괄” 데이터로 2010년, 2015년, 2020년 숙박 및 음식점에 해당하는 읍면동 단위 매출액, 영업이익 자료임
 - 공개된 자료의 한계로, 2010년과 2015년은 조사기반, 2020년은 등록기반 자료를 활용하였음
 - 또한 읍면동 데이터는 업종을 구분할 수 없음

1) 매출액

- 읍면동 단위 매출액 분석결과, 절대적 크기인 변화량은 착한가격업소를 지정한 읍면동이 통제집단에 비해서 사업시행 후 증가한 것으로 나타남
 - 매출액이 증가했지만, 읍면동 단위 매출액 변화율은 착한가격업소를 지정한 읍면동이 통제집단에 비해서 덜 증가한 것으로 나타남
 - 중앙값의 차이가 크지 않은 것으로 보아, 통제집단 중 몇몇 읍면동의 매출액 변화율이 급격하게 증가한 것으로 추정됨

【표 4-9】 행정구역 매출액 경제적 효과 분석결과

(단위: 백만원)

구분		연도(전)	연도(후)	실험집단	통제집단	차이
변화량	평균	2010	2015	15,864.42	9,243.995	6,620.425
		2015	2020	8,081.843	8,245.007	-163.164
		2010	2020	23,786.29	15,030.38	8,755.913
	중앙값	2010	2015	8,727	3,533	5,194
		2015	2020	4,991.5	2,809.5	2,182
		2010	2020	14,395	4,768	9,627
변화율	평균	2010	2015	64.08%	100.38%	-36.30%
		2015	2020	58.27%	48.14%	10.13%
		2010	2020	119.51%	207.88%	-88.37%
	중앙값	2010	2015	48.90%	54.75%	-5.85%
		2015	2020	22.81%	24.86%	-2.05%
		2010	2020	86.20%	93.15%	-6.95%

2) 영업이익

- 매출액과 달리 영업이익은 읍면동 단위 모두에서 감소한 것으로 나타났음
 - 상대적으로 중앙값이 평균보다 작은 차이를 보이고 있는데 이는 읍면동의 급격한 변화를 겪는 곳이 존재한다는 것임

| 표 4-10 | 행정구역 영업이익의 경제적 효과 분석결과

(단위: 백만원)

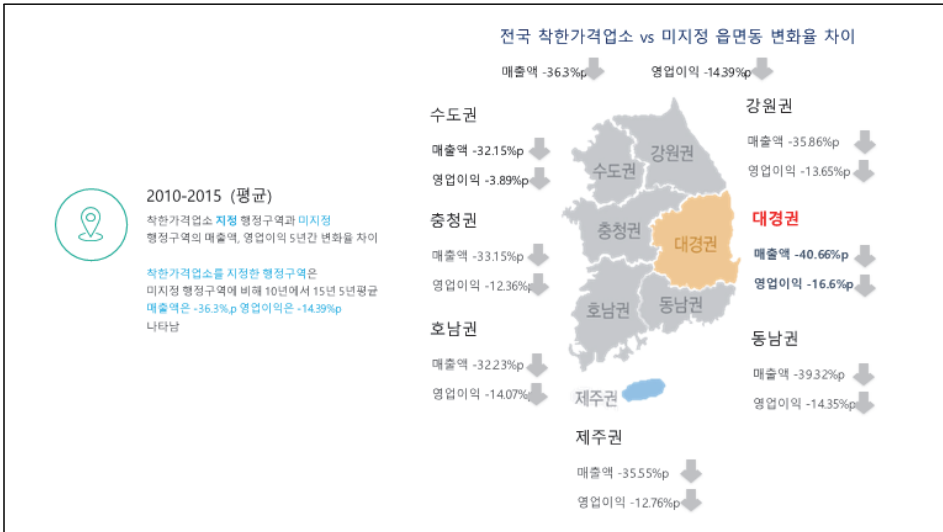
구분		연도(전)	연도(후)	실험집단	통제집단	차이
변화량	평균	2010	2015	-672.167	-346.438	-325.729
		2015	2020	-3,661.13	-2,264.74	-1,396.39
		2010	2020	-4,311.67	-1,699.97	-2,611.71
	중앙값	2010	2015	-105	13	-118
		2015	2020	-1,201	-886.5	-314.5
		2010	2020	-1,731	-344.5	-1,386.5
변화율	평균	2010	2015	5.69%	20.08%	-14.39%
		2015	2020	-30.33%	-40.36%	10.03%
		2010	2020	-39.11%	-18.40%	-20.71%
	중앙값	2010	2015	-3.32%	0.95%	-4.28%
		2015	2020	-41.05%	-39.28%	-1.77%
		2010	2020	-44.82%	-35.84%	-8.98%

3) 권역별 차이

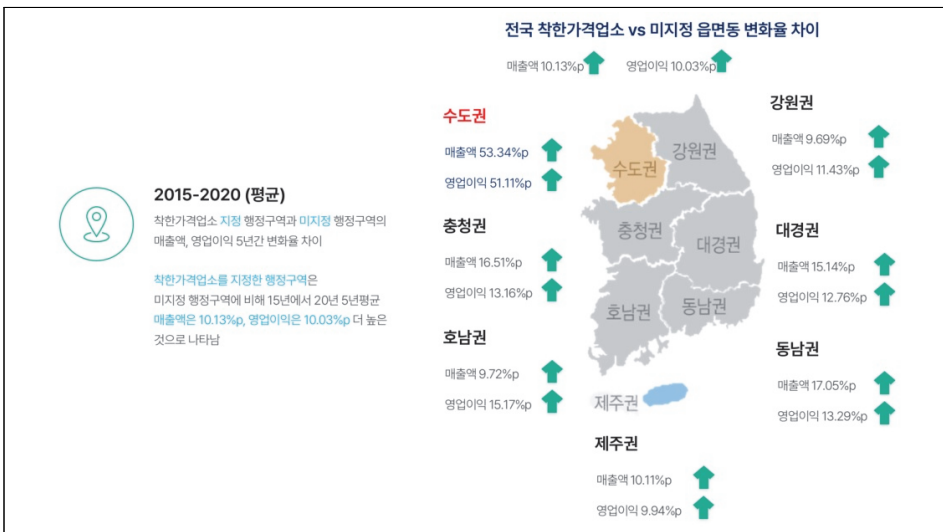
- 구체적으로 지역별 차이를 살펴보기 위해 7개 권역 수도권, 강원권, 충청권, 대경권, 호남권, 동남권 및 제주권으로 구분하였음
- 또한 행정구역(읍면동)별 매출액과 영업이익 증가율 차이를 1기 2010년-2015년, 2기 2015년-2020년으로 구분하여 살펴보았음
- 착한가격업소를 시행한 후 5년간은 미지정 업소에 비해 전국적으로 매출액은 -36.3%p, 영업이익은 -14.39%p 감소하였음
 - 1기에서 대경권의 착한가격업소가 가장 큰 폭으로 매출액과 영업이익이 감소한 것으로 나타났음

- 반면에 수도권이 7개 권역 중 가장 작은 폭으로 매출액과 영업이익이 감소하였음

| 그림 4-5 | 전국 착한가격업소 지정 여부에 따른 경제성 차이(1기)



| 그림 4-6 | 전국 착한가격업소 지정 여부에 따른 경제성 차이(2기)



- 반면에, 2기인 2015년-2020년의 착한가격업소 지정 여부에 따른 경제성 차이는 위 그림과 같음
 - 2015년~2020년 5년 평균을 비교해보면, 전국적으로 착한가격업소 지정 업체가 매출액 10.13%p, 영업이익 10.03%p로 증가하였음
 - 수도권이 가장 큰 폭으로 매출액과 영업이익이 증가하였고, 강원권과 호남권이 가장 작은 폭으로 증가한 것으로 나타났으나 전반적으로 모두 증가했다는 것을 알 수 있음

제4절 지역물가 안정화 효과 분석 결과

1. 연구설계

□ 연구 문제

- 착한가격업소 시행에 따라 지역물가안정화 기여효과를 검증하기 위해 지방물가 수준과 지역 비교를 진행하였고, 이를 위해 지방물가정보공개 서비스를 활용하였음
 - 행정안전부는 지방물가정보공개(<https://www.mois.go.kr>)를 통해 서민생활과 밀접하게 관련된 30개 주요 품목의 가격을 조사하여 매월초 시도별·품목별 비교 정보를 제공하고 있음
 - 외식비 조사 품목은 ①냉면, ②비빔밥, ③김치찌개백반, ④삼겹살, ⑤자장면, ⑥삼계탕, ⑦칼국수, ⑧김밥임
- 2023년 12월 기준, 착한가격업소 지정업소와 미지정업소를 구분하여 현재 물가수준에서 착한가격업소 평균 가격이 과거 몇 년도 물가 수준인가를 판명하고자 함

□ 연구 방법

- 첫째, 23년도 12월을 기준으로, 외식비 조사 품목을 중심으로(①냉면, ②비빔밥, ③김치찌개백반, ④삼겹살, ⑤자장면, ⑥삼계탕, ⑦칼국수, ⑧김밥) 착한가격업소 가격평균과 미지정업소 가격평균을 산출함
- 둘째, 17개 시도로 구분하여 일반 외식물가 대비 착한가격업소 물가수준 연도를 산출함
 - 착한가격업소 가격은 행정안전부 제공 자료로, 일반외식물가는 지방물가정보공개(<https://www.mois.go.kr>) 포털을 활용하였음

2. 분석결과

- 지역물가 수준 분석 전, 22년도 대비 23년도 8개 품목 외식비 가격인상 변화율을 지역별로 구분한 결과, 대전(8.48%), 울산(5.78%), 서울(5.69%) 순으로 평균 외식비 가격이 인상되었음
 - 특히 품목별로 구분한 결과, 냉면(6.83%), 비빔밥(6.55%), 김밥(5.44%) 등이 전년도 대비 높은 수준으로 증가하였음

【표 4-11】 시도별·품목별 외식물가 인상율('22년대비 '23년도)

(단위: %)

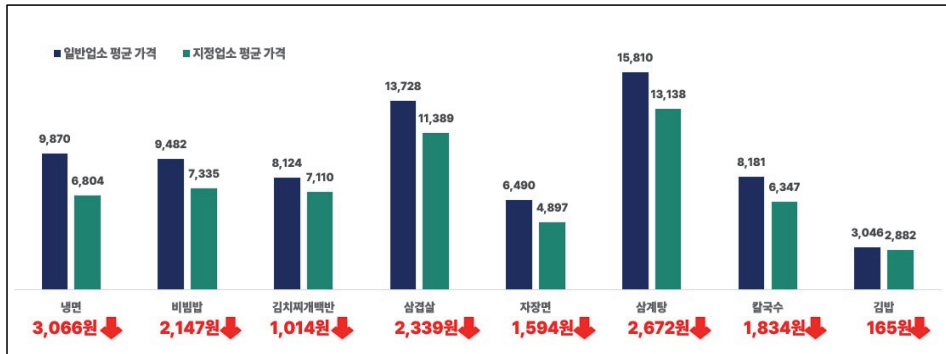
시도	냉면	비빔밥	김치찌개 백반	삼겹살 (환산전)	삼겹살 (환산후)	자장면	삼계탕	칼국수	김밥	평균
서울	6.91	6.59	6.67	3.39	2.09	7.61	5.80	4.97	7.19	5.69
부산	5.63	8.24	4.85	-1.97	-2.40	2.38	4.63	6.10	0.00	3.05
대구	3.31	7.46	-2.50	-1.46	2.04	1.35	4.35	6.42	6.22	3.02
인천	9.41	5.15	0.00	0.00	3.27	6.86	4.39	2.10	10.59	4.64
광주	3.30	8.79	2.56	1.43	1.37	9.68	6.49	2.50	8.97	5.01
대전	17.78	1.03	25.68	1.41	1.10	9.84	8.45	3.90	7.14	8.48
울산	12.36	8.99	8.11	4.17	4.07	1.56	2.74	3.61	6.45	5.78
경기	7.19	9.61	4.63	3.56	3.52	4.25	4.39	3.62	8.33	5.46
강원	6.10	7.35	2.09	2.25	2.22	5.21	2.92	4.11	5.79	4.23
충북	4.18	6.47	4.65	1.01	-1.17	4.88	7.29	3.91	8.44	4.41
충남	9.20	7.95	2.41	4.03	3.88	3.28	4.03	2.50	1.06	4.26
전북	5.75	9.08	2.99	-0.36	-0.29	-1.56	5.77	3.70	7.89	3.66
전남	3.96	0.66	3.85	0.76	0.63	4.21	2.81	5.49	2.24	2.73
경북	6.43	6.34	5.02	0.38	2.86	0.00	4.28	2.48	4.66	3.61
경남	7.72	5.75	8.09	7.05	5.35	1.28	5.55	1.08	3.73	5.07
제주	0.00	5.41	4.29	1.52	1.48	0.00	7.02	2.63	-1.67	2.30
평균	6.83	6.55	5.21	1.70	1.88	3.80	5.06	3.70	5.44	

○ 착한가격업소 지정에 따른 지역물가 안정화 기여 효과를 살펴보면 다음과 같음

- 착한가격업소로 지정 후, 가격 변동 시 취소 및 재지정 심사를 받도록 하기 때문에 사실상 가격이 고정된 것으로 볼 수 있음
- 23년도 12월을 기준으로, 전체 지역물가와 착한가격업소의 평균 가격을 비교한 결과, 모든 품목이 미지정업소에 비해 낮은 가격대를 형성하고 있으며, 가장 차이가 많이 나는 품목은 냉면(3,066원 저렴)이며, 가장 적게 나는 품목은 김밥(165원 저렴)으로 나타남
- 메뉴가격 비교 결과 착한가격업소 메뉴가격이 일반업소 메뉴가격보다 19.06% 저렴한 것으로 확인됨

| 표 4-12 | 착한가격업소 여부에 따른 평균 외식물가 비교(23년 12월 기준)

(단위: 원)

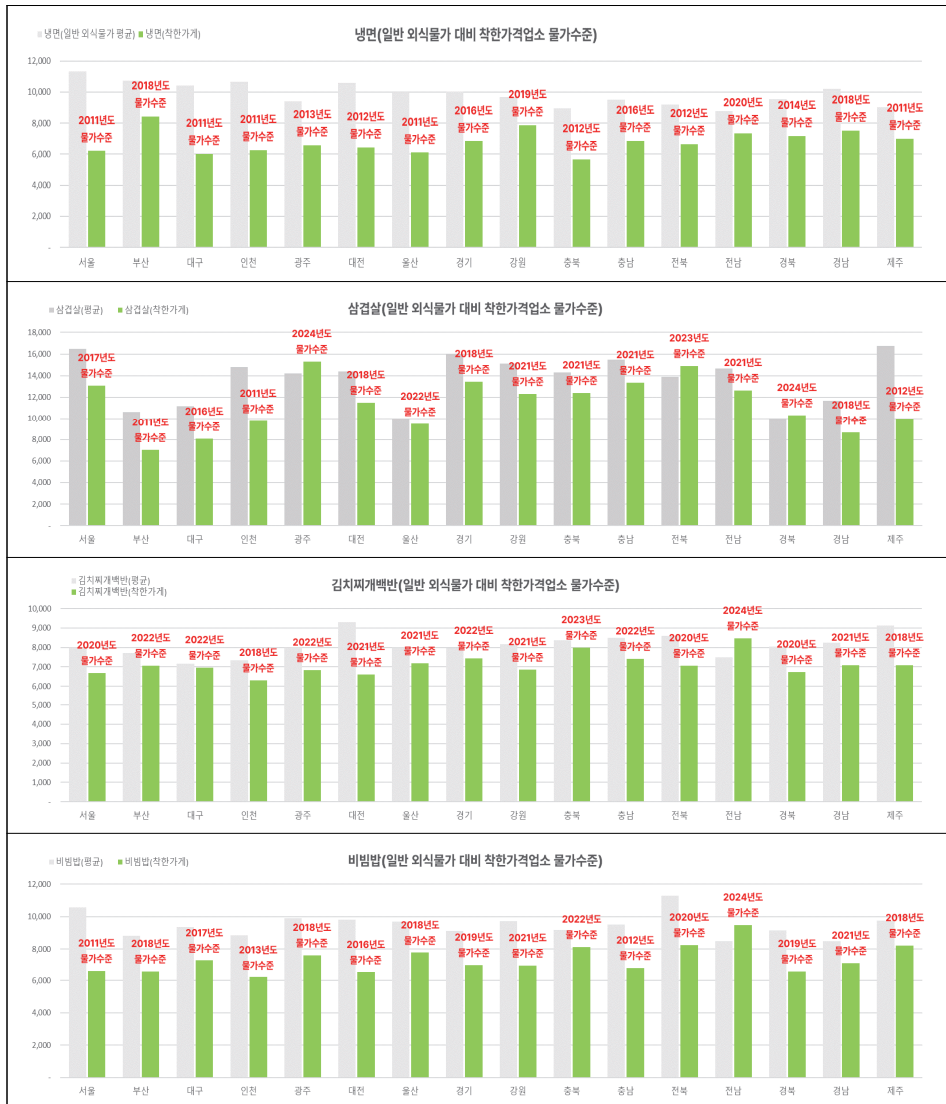


구분	냉면	비빔밥	김치찌개백반	삼겹살* (환산전)	자장면	삼계탕	칼국수	김밥
일반업소 평균 가격	9,870	9,482	8,124	13,728	6,490	15,810	8,181	3,046
지정업소 평균 가격	6,804	7,335	7,110	11,389	4,897	13,138	6,347	2,882
차이	3,066	2,147	1,014	2,339	1,594	2,672	1,834	165

주: (*) 착한가격업소 삼겹살 가격은 g 기준 표준화 가격이 아니며, 100~250g 사이의 가격을 평균한 것임. 따라서 일반업소 평균 가격을 환산전(100~250g 가격) 가격으로 검토함

○ 품목별로 비교한 결과, 대부분 착한가격 지정업소의 물가수준은 대부분 현 수준보다 낮은 수준으로 유지되고 있으며, 최대 12년 전 수준까지도 유지되고 있는 것으로 나타남

〈그림 4-7〉 품목별 일반 외식물가 대비 착한가격업소 물가수준





제5절 시사점

- 착한가격업소 제도 사전적 효과로서 첫째, 22년도 대비 23년도 착한가격업소 매출액 비교, 둘째, 서울특별시 착한가격업소 및 미지정 업소 생존율을 비교 하였음
 - 특히 23년도에는 처음으로 국비가 투입되었고, 24년도에도 확대되어 지원 되었기 때문에 착한가격업소의 재정지원 필요성을 위한 효과 진단이 매우 중요한 시점임
 - 검토 결과 착한가격업소 작년 대비 매출액은 절반 이상 업소 비율에서 증가하였음
 - 또한 착한가격업소 지정은 장기적 생존에 유리하다는 것이 연구 결과를 통해 분석되었음²⁷⁾
 - 코로나19 등 환경변화에도 불구하고, 착한가격업소의 매출액의 증가 및 장기적 생존에 기여한다는 것은 국비 투입을 통한 제도 활성화 가능성 측면에서 고려할 수 있는 부분임
 - ‘소상공인’, ‘소비자’ 직접 지원, 배달료 지원 등의 간접 지원, 지원 대상 확대 여부 등 다양한 측면에서 제도 목적에 맞도록 논의가 전개되어야 겠으나 종합적으로 재정지원 확대를 위한 논거로 활용할 수 있을 것임
- 한편 지역별 착한가격업소 지정에 따른 정책 효과를 살펴보기 위해 7개 권역 및 2010년, 2015년, 2020년 행정구역 매출액을 비교하였음
 - 종합 결과(전국), 매출액과 영업이익 모두 극단적 불평등 현상이 나타났는데, 평균과 중앙값이 서로 상당히 다르게 나타나는 것을 통해 이를 알 수 있음
 - 반면에 7개 권역으로 구분하여 살펴본 결과, 1기에서는 대경권 내 착한가격업소 지정 여부에 따른 매출액과 영업이익의 차이가 가장 크게 나타났음
 - 2기의 경우 수도권이 매출액과 영업이익에서 착한가격업소 지정 여부에 따라 50% 이상 높게 차이가 나타나는 것으로 나타남

27) 생존율의 경우 서울시 사업체만을 분석 대상으로 하고 있으므로 해석에 유의할 필요가 있음

- 착한가격업소 지정은 지역별로 시간이 지나면서 매출액과 영업이익이 미지정 업소에 비해 증가하는 경향이 포착되었고, 3장에서 설문조사 결과와 함께 조례를 통한 지방자치단체의 적극적 지원 등이 결합되면서 제도가 정착되고 있음을 추측할 수 있음
- 마지막으로 지역물가 안정화에 착한가격업소 지정 제도가 기여할 수 있는 가능성을 발견하였음
 - 지역·품목별로 물가수준을 비교한 결과, 대부분 착한가격 지정업소는 현 수준보다 낮은 수준으로 유지되고 있으며, 최대 12년 전 수준까지도 유지되고 있는 것으로 나타났음
 - 현재 7천여 개 지정업소에서 지속적으로 지정·확대한다면 지역물가안정화에 기여하는 것은 물론이고, 지역경제 활성화를 위한 선도적 역할을 할 수 있을 것임

제 5 장

종합 및 정책제언

제1절 연구결과 종합

제2절 정책제언

05 종합 및 정책제언

제1절 연구결과 종합

1. 착한가격업소 지원제도 차별점

- (목적 및 방향성) 다양한 정부 정책이 지역경제 활성화를 목표로 하지만, 각 부처의 정책 수단 방향성에는 차이가 있음
 - 산업통상자원부, 국토교통부, 농림축산식품부는 각기 다른 산업 개발과 지역투자 활성화에 중점을 둠
 - 행정안전부와 중소벤처기업부는 소상공인 지원과 지역상권 활성화에 집중하지만, 행안부는 특히 물가안정에 중점을 두고 있음
- (착한가격업소 지원제도 차별점) 행정안전부의 착한가격업소 지원제도는 지역 물가 안정을 목표로 지역경제 활성화를 추진하며, 물가 안정화 정책의 새로운 시각을 제시하여, 고물가 시대에 지역경제 안정화에 정책으로써 중요한 의미가 있음
 - 대부분의 물가안정 정책은 규제적 수단이나 강제조치를 포함하여 국가 중심의 획일적 정책이 많음
 - 정부는 「물가안정에 관한 법률」을 통해 다양한 물가안정 정책을 추진, 최고 가격 지정제도, 가격표시제, 긴급수급조정조치 등을 포함하며, 지방자치 단체는 특정 국가사무를 처리할 수 없도록 제한됨
- (물가안정화 정책의 새로운 접근방식) 착한가격업소 지원제도는 기존의 규제 중심 정책에서 벗어나 협력과 유도적 접근을 통해 물가 안정과 지역경제 활성화를 동시에 달성하고자 하는 차별화된 정책임
- 강제적 규제와 통제 조치만으로는 물가 안정화가 어려움

- 착한가격업소 지원제도는 정부와 민간 간 협업체계를 통해 물가안정을 유도하는 새로운 접근방식을 제공, 이는 행정목표 달성을 위한 중요한 유도적 수단이 됨

2. 착한가격업소 지원제도 체감효과

- (착한가격업소 체감 성과 긍정적) 착한가격업소 지정사업체 대상 설문조사 결과 착한가격업소 지정은 매출액 상승, 고객 유입 증가 등에 긍정적 영향을 주는 것으로 인식되고 있음
 - 착한가격업소 지정이 매출액 및 고객 유입 증대에 긍정적 영향을 준다고 응답한 비율이 약 44.3%로 나타남
 - 착한가격업소 지정에 따른 지원이 주변 시세 대비 낮은 요금을 유지하는 것에 도움을 준다고 응답한 비율이 약 34.7%로 나타남

3. 착한가격업소 지원제도 성과

- (매출 및 생존율 증대 긍정적 효과) 착한가격업소 지정은 업소의 장기적 생존과 매출액 증대에 긍정적 효과를 나타냄
 - 착한가격업소 대상 2022년 대비 2023년 매출액 증감율을 분석한 결과 2022년 대비 2023년 매출액 절반 이상 증가하였으며, 착한가격업소 미지정 사업체와 매출액 및 영업이익 비교 결과 착한가격업소 지정사업체 매출액(영업이익)이 증가함
 - 행정구역별 착한가격업소 지정사업체와 미지정사업체를 비교한 결과, 2015-2020년 5년 평균 매출액과 영업이익이 각각 10.13%p, 10.03%p 증가함
 - 착한가격업소 지정사업체와 미지정사업체 생존율 분석 결과, 1년 생존율 4.94%p, 2년 생존율 10.86%p, 3년 생존율 17.18%p, 4년 생존율 20.48%p, 5년 생존율 23.12%p로 착한가격업소 지정사업체 생존율이 높게 나타남

- (지역물가 안정화 기여) 현재 7천여 개 지정업소에서 지속적으로 지정·확대한다면 지방물가안정화에 기여는 물론, 지역경제 활성화를 위한 선도적 역할을 할 수 있을 것으로 기대됨
 - 지역·품목별 비교 결과, 착한가격업소는 지방물가를 낮은 수준으로 유지하고 있으며, 최대 12년 전 수준까지도 유지되는 품목이 존재함
 - 지속적인 지정 및 확대가 지방물가안정화와 지역경제 활성화에 기여할 수 있을 것으로 보임

제2절 정책제언

1. 착한가격업소 지원 활성화를 위한 법적 근거 마련 및 예산 지원 필요

- 중앙정부와 지방자치단체 지역경제 활성화에 대한 공동의 책무를 수행하고 있으나 행정안전부는 지방자치단체에서 수행하는 지역경제 육성 및 지원에 관한 사무·재정지원에 관한 책임을 갖고 있어 안정적 지원 근거 방안을 마련할 필요가 있음
 - 「지방자치법」 제13조는 "지역경제의 육성 및 지원"을 지방 사무의 범주로 규정하고 있음²⁸⁾

28) 제13조(지방자치단체의 사무 범위) ① 지방자치단체는 관할 구역의 자치사무와 법령에 따라 지방자치단체에 속하는 사무를 처리한다.

② 제1항에 따른 지방자치단체의 사무를 예시하면 다음 각 호와 같다. 다만, 법률에 이와 다른 규정이 있으면 그러하지 아니하다. <개정 2023. 8. 8., 2024. 1. 9.>

1. 지방자치단체의 구역, 조직, 행정관리 등
2. 주민의 복지증진
3. 농림·수산·상공업 등 산업 진흥
4. 지역개발과 자연환경보전 및 생활환경시설의 설치·관리
 - 가. 지역개발사업
 - 나. 지방 토목·건설사업의 시행
 - 다. 도시·군계획사업의 시행
 - 라. 지방도(地方道), 시도(市道)·군도(郡道)·구도(區道)의 신설·개선·보수 및 유지
 - 마. 주거생활환경 개선의 장려 및 지원
 - 바. 농어촌주택 개량 및 취락구조 개선
 - 사. 자연보호활동
 - 아. 지방하천 및 소하천의 관리
 - 자. 상수도·하수도의 설치 및 관리
 - 차. 소규모급수시설의 설치 및 관리
 - 카. 도립공원, 광역시립공원, 군립공원, 시립공원 및 구립공원 등의 지정 및 관리
 - 타. 도시공원 및 공원시설, 녹지, 유원지 등과 그 휴양시설의 설치 및 관리
 - 파. 관광지, 관광단지 및 관광시설의 설치 및 관리
 - 하. 지방 궤도사업의 경영
 - 거. 주차장·교통표지 등 교통편의시설의 설치 및 관리
 - 너. 재해대책의 수립 및 집행

- 착한가격지원제도는 행정안전부가 총괄하는 사업이지만 지역경제 육성 지원에 관한 사무를 수행해야 하는 지방자치단체 역시 그 부담을 함께하는 것이 바람직함
 - 다만, 「행정안전부와 그 소속기관 직제」 제3조²⁹⁾에 의하면 행안부의 직무 중 “지방자치단체의 사무지원·재정·세제, 낙후지역 등 지원”이 명시되어 있어 지방자치단체에서 추진하는 사무와 재정지원에 관한 책임이 요구됨
 - 그러나 현재 착한가격업소 지원 사업은 관리·운영에 관한 법적 근거가 부재하여 서비스의 질적 향상을 위한 지원이나 안정적인 재정지원이 어려운 상황임
 - 착한가격업소의 활성화를 위해서는 해당 업소의 매출 증대가 필요하며, 이를 위해서는 서비스의 질적 향상을 위한 지원 등도 고려되어야 하나 현행 지원 내용에서는 이를 고려하고 있지 않음
 - 착한가격업소의 활성화를 위하여 지방자치단체가 자체적인 지원을 하고 있으나, 법적 지원 근거가 부재하여 장기적으로 안정적인 지원을 하는 데는 한계가 있을 수밖에 없음
- 앞서 살펴본 대표적인 지역경제 활성화 정책인 온누리상품권 및 지역사랑상품권 사업의 경우 독립된 법적 근거를 마련하고 있어 예산확보를 비롯한 안정적인 지원과 운영이 가능함
- 각 사업은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」, 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」과 같은 독립적 법률에 기반하여 제도 운영·지원에 관한 안전성과 지속성을 확보함

더. 지역경제의 육성 및 지원

5. 교육·체육·문화·예술의 진흥
 6. 지역민방위 및 지방소방
 7. 국제교류 및 협력
- 29) 행정안전부와 그 소속기관 직제 제3조(직무) 행정안전부는 국무회의의 사무, 법령 및 조약의 공포, 정부조직과 정원, 상훈, 정부혁신, 행정능률, 전자정부, 정부청사의 관리, 지방자치제도, 지방자치단체의 사무지원·재정·세제, 낙후지역 등 지원, 지방자치단체 간 분쟁조정, 선거·국민투표의 지원, 안전 및 재난에 관한 정책의 수립·총괄·조정, 비상대비, 민방위, 방재 및 국가의 행정사무로서 다른 중앙행정기관의 소관에 속하지 아니하는 사무를 관장한다. <개정 2020. 8. 4.>

- 착한가격지원 제도와 가장 유사성이 높은 백년가게 및 백년소공인 지원 제도는 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률(소상공인법)」 일부개정을 통해 백년 가게 및 소공인 지원을 위한 법적 근거를 마련함
 - 중소벤처기업부는 2018년부터 백년가게와 백년소공인 제도를 운영해 왔으나 법적근거 미비로 예산확보 및 사업추진의 어려움을 겪음
 - 사업예산이 2022년 약 77억원까지 증가하였다가 2024년에는 4억 2,700만원으로 크게 감소하였음
 - 이에 2024년 1월 9일 백년 소상공인 지정 및 지원의 법적 근거를 마련하기 위한 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률(소상공인법)」 일부개정법률 공포안이 국무회의에서 의결되었으며, 내용은 다음과 같음
 - 장기간 사업운영, 사회기여, 지속성장이 기대되는 소상공인을 ‘백년 소상공인’으로 정의, 사업승계 조항 신설(제2조제2호, 제3호)
 - 백년소상공인의 요건과 지정 및 지정의 취소에 대한 근거 신설(제16조, 제16조의2 및 제16조의3)
 - 사업승계 및 후계인력 양성, 전통기술 보존·전수 및 상품화·홍보, 사업위탁, 포상 등 근거 신설(제16조의4 및 제16조의5)
 - 소진공 사업범위, 소진기금 사용, 유사명칭 사용 금지 등 (제17조제5항 제13호의3 및 제21조제1항제6호의3, 제30조제2항제1호 신설)
- 착한가격업소 지정 및 지원을 확대하는 상황에서 근거 법령의 미비는 백년가게 및 백년소공인 제도와 같이 운영의 어려움을 초래할 수 있으므로 법률 제정을 통한 예산확보 및 안정적 사업추진의 토대 마련이 필요함

2. 착한가격업소 지원 활성화를 위한 법률체계 정비

- 착한가격업소 지원제도의 법적 근거 마련을 위해 현행 법률을 개정하는 방식과 신규 법률을 제정하는 방식을 검토해 볼 수 있으며, 현 상황에서 신규 법률 제정이 보다 적합한 것으로 판단됨

- 먼저 현행 법률을 개정하는 방안을 고려할 때 제도 도입 목적에 따라 관련 법률의 범주를 설정할 수 있으며, 「물가안정에 관한 법률」, 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」을 검토할 수 있음
 - 착한가격업소 지원 제도의 도입 목적이 지역 내 소상공인의 안정적 영업 도모, 물가안정 및 지역경제 활성화라는 점에서 위의 두 법률과 관련성이 높음
- 착한가격업소는 물가안정을 위한 제도적 수단 중 하나로 볼 수 있으나, 규제적 수단을 중심으로 가격을 통제하는 근거로 작용하는 「물가안정에 관한 법률」에 근거를 마련하는 것은 적절치 않음
- 또한 착한가격업소의 지원대상이 개인서비스업을 영위하는 소상공인에 해당한다는 점에서 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」에 착한가격업소를 법제화하는 방안을 고려해 볼 수 있으나, 해당 법률은 소상공인의 지위 향상 및 활동 촉진을 주요 목적으로 두고 있어 물가안정 및 지역경제 활성화를 목적으로 하는 착한가격업소 지원과 목적이 합치하지 않음
 - 다음으로 새로운 법률을 제정하는 방안을 고려할 수 있으며, 행정안전부 주도로 지역경제 활성화를 위한 독립된 법률을 제정하는 과정에서 착한가격업소 지정 제도의 내용을 포함할 수 있을 것으로 보임
 - 일반적으로 법률을 제정하는 방안은 주로 새로운 분야를 규율하거나 기존의 여러 법령에서 규율하고 있는 사항을 체계적·종합적으로 규율할 필요성이 있는 경우 활용됨(박영도, 2011)
 - 또한 법률 제정을 위해서는 기존의 유사 법률과 차별성(입법 목적, 추진 체계, 정책 추진 주체, 정책 내용)이 인정되어 공감대를 형성할 수 있어야 함(이준호 외, 2014)
- 착한가격업소 지원제도 외에 법률에 포함할 수 있는 정책 개발을 통해 행정안전부 주도로 지역경제 활성화를 위한 독립된 법률을 제정하는 방안을 제안함
 - 착한가격업소 지원은 정책 추진 주체에서 타 정책과 차별성이 있으나 추진 대상이 한정적이기 때문에, 신규 법률제정 가능성 낮음

- 지역균형발전 및 지역산업과 지역경제 활성화와 관련된 유사 법률³⁰⁾이 존재하지만 착한가격업소 지원은 물가안정이라는 행정 목표 달성을 위하여 정부, 지방자치단체, 민간을 중심으로 협업체계에 기반한 유도적 수단을 제공하였다는 점에서 타 제도와 차별점이 있음

3. 착한가격업소 지원제도 활성화 위해 사업체 대상 정기적 의견수렴 채널 마련

- 착한가격업소 활성화를 위해 사업체 지원 방안을 정기적으로 검토할 필요가 있음
 - 착한가격업소 지정에 따른 사업체 매출액 및 생존율이 높게 나타나고 있고 체감 효과 측면에서도 지원 효과가 있는 것으로 파악되고 있으나 자진취소 비중도 높게 나타나고 있어 이에 따른 대응 방안 마련 필요
 - 현재 사업체 지원 방향성을 검토하여 현물 및 현금 지원을 모두 고려할 필요가 있으며, 홍보 강화를 통해 착한가격업소 정책에 대한 인식을 고취시킬 필요가 있음
 - 착한가격업소 지정사업체 대상 설문 결과 현재 지원 제도 중 효과성이 높게 나타난 사업은 공공요금 지원, 물품지원과 같이 현금이 수반되는 지원사업들임
 - 추가·확대 필요 지원사업에서도 공공요금 지원, 물품지원 비중이 높았고, 홍보지원에 대한 수요도 높게 나타남

30) 「규제자유특구 및 지역특화발전특구에 대한 규제특례법」(2004.3.22. 제정), 「지역중소기업 육성 및 혁신촉진 등에 관한 법률」(2021.7.27. 제정), 「지역 산업위기 대응 및 지역경제 회복을 위한 특별법」(2021.8.17. 제정), 「지방자치분권 및 지역균형발전에 관한 특별법」(2023.6.9. 제정) 등 지역경제 발전을 고려한 다수의 법률이 제정되어 있음

4. 지역 물가 안정화를 위한 부처 간 협업체계 구축

- 지역 물가 안정화라는 공동의 목표를 가진 부처 간 통합된 협업체계 구축을 통해 일관되고 효과적인 물가 안정화 정책 추진 필요함
 - 행정안전부 중심으로 산업통상자원부, 국토교통부, 농림축산식품부 등 관련 부처 간 협업팀을 구성하여 상시 협력체계 마련하고, 부처 간 협력과 조율을 담당
 - 데이터 공유 플랫폼 구축을 통해 부처 간 물가 관련 데이터와 정보를 공유하고, 부처별 수집 데이터를 정책 결정에 활용함
 - 지속적 모니터링 및 평가 결과 공유 통해 지역 물가 상승에 대한 선제적 대응 가능 기반을 마련함
 - 지역 물가 변동 모니터링을 통해 부처별 선제적 대응이 가능한 정책을 유기적으로 연계할 필요가 있음

참고문헌

[국내 및 해외 문헌]

- 강기홍. (2012). 한국의 지역경제 활성화 관련법제의 발전- 지역발전정책과 관련하여. 이화여자대학교 법학연구소. 「법학논집」, 16권 4호, 37-69.
- 관계부처합동. (2024.01.04.). “활력있는 민생경제 -2024년 경제정책방향-”.
- 국토교통부. (2024.01.25.). “「교통 분야 3대 혁신 전략」 출퇴근 30분 시대, 교통격차 해소에 134조원 투입”.
- 국토교통부. (2023.01.03.). “내 집 마련은 더 쉽게, 지역은 활력 넘치게 안전하고 살기 좋은 대한민국”.
- 국회예산정책처. (2023.10). 2024년도 예산안 위원회별 분석(행정안전위원회)
- 박영도. (2011). 최근의 입법 경향과 입법의 선진화를 위한 과제. 동아법학, 50, 67-97.
- 산업통상자원부. (2024.01.31.). 2024년 주요업무 추진계획 -수출·투자로 민생 경제 활력 회복-.
- 나채준. (2014). 지역경제 활성화 장애해소를 위한 자치법규 개선방안. 한국법제연구원 연구정책세미나. 한국법제연구원.
- 손호성·이재훈. (2018). 행정학·정책학 연구에서의 이중차분 추정기법의 활용과 쟁점. 현대사회와 행정, 28(3), 1-31.
- 이준호·장민선·손현. (2014). 지역경제활성화지원법률 제정 관련 국내외 사례연구. 한국법제연구원. 연구용역 최종보고서.
- 전북소상공인광역지원센터·전북특별자치도소상공인희망센터(<http://www.jbsos.or.kr/>)
- 중소벤처기업부 공고. 제2023-282호 「2023년 백년가게 및 백년소공인」 모집 공고.
- 중소벤처기업부. (2023.08.30.). “지역을 대표하는 ‘맛’과 ‘장인정신’ 백년가게·백년소공인 138개사 신규지정”.
- 중소벤처기업부. (2024). 2024년도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(II-2).
- 최유성·이헌수. (1997). 지역경제 활성화를 위한 중앙과 지방의 역할. 한국행정연구원. 기본연구과제.

한상우. 정책의 법제화. 법제처. 「월간법제」, 2010권 2호.

행정안전부. (2024.03.). “2024년 주요업무 추진계획 -안전한 일상, 역동적인 지방, 따듯하고 신뢰받는 정부-”.

행정안전부. (2024). 2024년도 예산 및 기금운용계획 사업설명자료(II-1).

홍기용. (1996). 「지역경제론」, 박영사.

[뉴스기사 및 보도자료]

세계일보. (2023.08.29.). 기부 ‘백년가게’ 예산 80% 급감… “2024년 신규 지정 불투명”

송파구 보도자료. (2020.11.12.). “코로나19 안심! 100개 ‘송파형 안심가게’ 지정·운영”.

아주경제. (2023.01.31.). “[단독] '77억→23억원' 백년가게 예산 감소...사업 차질 우려”.

[웹사이트]

열린재정 재정정보공개시스템(<https://www.openfiscaldata.go.kr/>)

정책연구 2024-05

착한가격업소 활성화 방안 연구

저 자 유보람 | 한국지방행정연구원 부연구위원
이서희 | 한국지방행정연구원 부연구위원

발 행 일 2024년 7월 3일

발 행 처 한국지방행정연구원

주 소 (26464) 강원도 원주시 세계로21(반곡동)

전 화 033-769-9999

홈 페이지 <http://www.krila.re.kr>

인 쇄 처 세일포커스(주) 02-2275-6894

