보도시점 (전매체) 2. 13(목) 14:30

설 기간(1.10~2.10) 온누리상품권 1조원 이상 판매

- 총 판매액 1조 267억원, 이중 디지털상품권은 8,393억원으로 작년 동기대비 총 판매액 5,794억원, 디지털상품권 7,377억원 증가
- 총 사용액 5,286억원, 이중 디지털상품권 사용액은 3,733억원이며, 작년 동기대비 총 사용액 1,815억원, 디지털상품권 2,770억원 증가
- 디지털 온누리상품권 활용 촉진을 위해 통합앱 출시 등 사용자 편의성을 높이고 골목형상점가를 '25년 누적 600개까지 확대하는 등 사용처도 확충

중소벤처기업부(장관 오영주, 이하 중기부) 김성섭 차관은 13일(목), 서울 여의도 중소기업중앙회 2층 상생룸에서 출입기자들을 대상으로 '25년 **설 명절 온누리상품권 판매현황**과 **향후 정책방향**에 대해 설명하였다.

이날 **설명회**는 설 명절이 포함된 1달간(1.10~2.10) 디지털 온누리상품권 특별할인 판매 및 환급 등 **소비촉진 행사 결과**에 대한 **성과를 공유**하고, 디지털 온누리상품권의 활용 확대 등 **온누리상품권의 정책방향**을 **설명**하기 위해 마련되었다.

【 설 명절 기간(1.10~2.10) 판매 등 현황】

중기부는 설을 앞두고 **전통시장 및 상점가**를 이용하는 국민들의 **물가부담**을 **덜어주고**, 전통시장 등에서 **소비를 촉진**하기 위해 설 명절(1.29)을 전후한 한달간(1.10~2.10) 디지털(카드형 및 모바일) 온누리상품권 구매 할인율 상향과 디지털상품권 결제시 환급, 온라인전통시장관 할인쿠폰지급, 디지털상품권 사용자 추첨 등을 내용으로 하는 **빅(Big)4 이벤트*를 시행**했다.

* ① 디지털상품권 할인율 상향(10→15%), ② 디지털상품권 결제액의 15%를 환급, ③ 온라인전통시장관 결제시 5% 할인쿠폰, ④ 3만원 이상 디지털상품권 결제시 추첨

이번 디지털 온누리상품권의 판매 및 사용 촉진 이벤트로 인해 실제 상품권 판매액와 가맹점에서의 상품권 사용액이 지난해 같은 기간보다 대폭 증가하였다.

① 온누리상품권 판매가 1조원에 달하는 등 판매 활성화

먼저, 상품권 판매액을 살펴보면, 이벤트 기간 동안(1.10~2,10) 지류 및 디지털상품권을 포함한 **총 판매액은 1조 267억원**이었고, 이중 **디지털상품권 판매액은 8,393억원**으로 전체 판매의 **82%를 차지**하였다.

이러한 판매실적은 지난해 설날('24.2.10)이 포함된 동일 기간* **총 판매액**보다 **5,794억원**, **디지털상품권** 판매액보다 **7,377억원 증가한** 것으로 **디지털상품권 위주**로 **판매액**이 **대폭 늘어났음**을 알 수 있다.

* '24.1.10~2.10

무엇보다, 온누리상품권이 판매되는 데 그치지 않고, 전통시장 및 상점가의 가맹점에서 **실제로 상품권을 사용**하여 물건 등을 **구매한 실적**도 **크게 증가**한 것으로 나타났다.

② 전통시장 등의 가맹점에서 상품권 사용도 작년 대비 대폭 상승

설 포함 **한달간 상품권 총 사용액은 5,286억원**이고, 이중 **디지털상품권 사용액**은 **총 사용액의 약 71%**인 **3,733억원**이었다. 지난해 동일 기간 대비 **총 사용액은 1,815억원**, **디지털상품권 사용액은 2,770억원 증가**하는 등 상품권 사용에 있어 디지털상품권이 더 많이 사용되었다.

온누리상품권 구매가 실제 소비로 이어진 데에는, **디지털상품권 할인 판매**와 함께, 결제시 디지털상품권을 **1인당 2만원 한도**로 **15% 환급**한 점이 큰 영향을 미친 것으로 보인다. 환급은 총 4회에 걸쳐 진행되며, 지난 한달간 3회차까지 총 111억원이 지급되었다. 4회차 환급액 52억원은 3월 1일 이후 지급할 예정이다.

또한 온라인전통시장관에서 디지털상품권 결제액이 한달간 54억원에 달해, 지난 해 연간 온누리상품권 결제액(74억원)의 73%를 기록하며 이번 행사가 **온라인**상에서도 전통시장 등 **가맹점의 매출증진에 기여**했음을 보여준다.

특히 디지털 온누리상품권 앱 사용자는 463만명(카드형 225만명, 모바일 238만명)으로 '24년말 대비 80만명이 증가했다. 이는 중기부가 추진하는 **온누리상품권 디지털화**와 온누리상품권의 **설명절 특별판매 행사**가 현장에서 **큰 호응**을 얻고 있음을 보여주며, 결과적으로 **가맹점 이용 증가**로 이어져 **소비활성화에 기여**했음을 알 수 있다.

【 향후 정책 방향 : 디지털 온누리상품권 활용 촉진】

중기부는 이번 설 기간 온누리상품권 판매 및 사용에서 나타난 성과를 바탕으로 **디지털상품권의 활용을 촉진**하기 위해 **정책적 역량을 집중**하기로 했다.

① 디지털 온누리상품권 통합앱 출시로 사용자 편의성을 높인다.

3월1일 디지털 온누리상품권 앱이 하나로 통합되면, **하나의 앱**에서 **카드형·모바일 상품권** 중 **선택하여 결제**가 가능해진다.

가맹점 검색 후 **내비게이션 길 찾기 기능**이 추가되고, 고령자를 위해 **큰 글씨 모드도 지원**될 예정이다.

또한 통합 앱에는 상품권 충전금액 부족시 자동충전 기능을 도입할 예정이다. 가맹점에서 구입하려는 물품의 가격이 충전된 상품권 금액보다 클 때, 상품권으로 결제되지 않고 카드 신용구매로 결제되어 겪는 불편이 감소할 것으로 보인다.

카드형 상품권으로 **등록**할 수 있는 **카드**가 **기존 8개**에서 우리카드가 추가되어 **9개로 확대***되며, 디지털상품권 사용시 **불편사항을 24시간 대응**할 수 있는 **챗봇 상담 기능**도 도입한다.

* ①비씨, ②국민, ③농협, ④삼성, ⑤신한, ⑥하나, ⑦현대, ⑧롯데 + **⑨우리카드**

다만, 3월 1일 통합앱 출시 준비를 위해 '25년 2월 15일 00시부터 2월 28일 24시까지 기존 카드형 및 모바일 온누리상품권 앱의 모든 기능이 중단된다.

② 사용처 확대를 위해 골목형상점가 지정을 늘리고, 디지털상품권 가맹점 확충에도 힘쓴다.

거주지나 직장 주변의 소규모 상권에서 편리하게 온누리상품권을 사용할 수 있도록, **골목형상점가**를 **누적 600곳**까지 확대할 예정이다. 이를 위해 지정권한이 있는 **지자체와 협력**하여 **관련 조례의 제·개정**이 신속히 이루어지도록 추진할 예정이다.

또한, **통합 앱에**는 **결제금액**에 대한 **음성안내**, **매출내역 및 정산 관리 기능**이 추가되고, 가맹점주가 디지털상품권 사용시 불편사항을 상담할 수 있는 **전담 전화상담실(콜센터)** 등을 운영하여, 가맹 상인들이 보다 쉽게 디지털 온누리상품권을 취급할 수 있게 될 전망이다.

이와 함께 **가맹점을 신규 등록**할 경우에는 지류상품권, 모바일 상품권, 카드형 상품권 **모두를 결제수단으로 취급**하도록 개선하여, 지류 뿐만 아니라 모바일 및 카드형 등 디지털상품권을 사용할 수 있는 가맹점이 늘어날 것으로 보인다.

【전통시장 등 상품권 사용증가, 동행축제시 환급행사 약 2주간 실시】

한편 13일(목) 기자 설명회 자리에서 김성섭 차관은 "이번 설 온누리상품권 소비촉진 행사의 효과가 현장에서 체감되고 있는지 알아보았으며, 실제 서울 경동시장, 대전 도마큰시장, 광주 양동시장, 대구 태전중앙시장, 부산 자갈치시장, 서울 가락몰 골목형상점가, 성수역골목형상점가 등에서 디지털상품권 사용이 작년 동기 대비 증가하였음을 확인하였다"면서,

"앞으로 디지털 온누리상품권이 보다 편리하고 널리 사용될 수 있도록 사용 편의성 개선과 사용처 확대에 정책적인 노력을 경주하겠으며, 3월 동행축제기간에 소비촉진을 위해 약 2주간(3.17~3.28) 디지털 온누리상품권 환급 행사를 추가 시행할 예정이니, 국민들의 많은 사용을 바란다"고 당부했다.

담당 부서	소상공인정책관실 전통시장과	책임자	과 장	서정언 (044-204-7890)
		담당자	사무관	윤성웅 (044-204-7874)
			주무관	윤원민 (044-204-7908)
			주무관	서가영 (044-204-7900)

대한민국 정책브리핑

더 아픈 환자에게 양보해 주셔서 감사합니다
가벼운 증상은 동네 병·의원으로

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

붙임 **'25년 설명절 온누리상품권 판매현황 및 향후 정책방향**

1. 설 명절 기간(1.10~2.10) 디지털 온누리상품권 Big4 이벤트* 실적

* ①할인율 상향(10→15%), ②결제액 15% 환급, ③온라인몰 5% 할인쿠폰, ④추첨

(비교시점) '25년 설 특판기간 1.10~2.10, '24년 추석 특판기간 '24. 9.2~30
'24년 설 기간 1.10.~2.10(특판 미실시로 '25년 설특판과 같은 기간)

□ **(판매)** 설 기간 총 **1조 267억원** 판매(작년동기 대비 **+129.6%**, +5,794억원),
이 중 디지털상품권은 **8,393억원** 판매(작년동기 대비 **+726.2%**, +7,377억원)

○ '24년 추석 총 판매액(1조 3,903억원) 대비 '25년 설 총 판매액(1조 267억원)은 약 26.2% **감소**하였지만, 디지털상품권 판매액은 21.6% **증가***

* 디지털상품권 판매액(억원) : ('24년 추석) 6,902 → ('25년 설) 8,393(+21.6%, +1,491)

※ '24년 추석은 지류할인 10%, 구매한도 200만원이었으나, '25년 설은 할인율 5%, 구매한도 50만원으로 하향되어 **지류 판매액**이 **73.2% 감소**(△5,127억원)

□ **(사용)** 설 기간 총 사용액은 **5,286억원**(작년동기 대비 **+52.3%**, +1,815억원),
이 중 디지털상품권은 **3,733억원** 사용(작년동기 대비 **+287.7%**, +2,770억원)

○ 디지털상품권은 작년 추석대비 약 21.6% 추가 판매되었고 사용액은 약 **91.8% 크게 증가(+1,787억원)***하였음

* 디지털상품권 사용액(억원) : ('24년 추석) 1,946 → ('25년 설) 3,733(+91.8%, +1,787)

○ 이는, 작년 추석과 비교해 **새로 실시**한 **15% 환급**행사, 온라인 전통시장관 **5% 할인쿠폰** 지급의 영향으로 분석

* **환급액은 163억원**(1~3회차 111억원 기지급, 4회차 52억원 3.1일 이후 지급 예정)이며, **온라인 전통시장관에서** 결제된 디지털상품권은 **53.8억원**('24년 연간 결제액 74억원의 **72.7%**)

⇨ **온누리상품권 명절특판과 디지털상품권 전환으로 상품권 판매 및 결제가 모두 증가하는 등 소비활성화에 기여한 것으로 판단**

[명절 특판기간 디지털앱 가입자 수('25.2.10 기준)]

○ 디지털상품권 앱 전체 가입자 **463만명**(카드 225, 모바일 238) 중 '24년 추석, '25년 설 특판기간 가입자는 각 **15%이상***을 차지, 특판이 **온누리상품권 디지털화**에 기여

* 앱가입자 수(전체 대비 비중) : ('24년설) 19.8만명(4.3%), ('24년추석) **77.4만명(16.7%)**, ('25년설) **70.6만명(15.3%)**

2. 디지털 온누리상품권 활용 촉진

◈ 디지털상품권 통합앱은 3월1일부터 사용가능
◈ 편의성 향상(가맹점찾기, 제휴카드확대 등), 골목형상점가 확대 등 사용처 확대

□ (**사용자**) **디지털 온누리상품권 통합앱 출시로 사용 편의성 강화**

○ (**접근성 강화**) **하나의 앱에**서 **카드·모바일형** 중 **선택**하여 **결제** 가능하고, **가맹점 길찾기, 큰 글씨 모드 도입 등** 편의성 향상*(3.1~)

* 가맹점 검색 후 네비게이션 길 찾기, 디지털 취약계층인 고령자 위한 큰 글씨 모드 등

○ (**결제 편의**) 결제 가능 **제휴카드사 확대**(8개사→9개사)(3.1~), 결제 시 **부족금액 자동충전 기능 도입**예정, 24시간 불편사항 상담을 위한 **챗봇 기능 도입**예정

※ 통합앱 출시('25.3.1) 준비로 2월 15일 00시부터 28일 24시까지 기존 카드형 및 모바일 온누리상품권 앱의 **모든 기능**(구매, 결제 등)이 **중단**

□ (**사용처**) **골목형상점가 지정을 확대하고 디지털상품권 가맹점 확충**

○ (**가맹점**) 디지털상품권 활용이 용이하도록 **가맹점 전담 콜센터를 신규 운영**하고, **가맹점주 전용앱**(**결제여부 확인, 매출관리 등**) 도입(3.1~)

* ① 동일앱에서 소비자, 가맹점 모드 전환가능하고, 미결제 악용사례가 없도록 가맹점주가 직접 결제금액을 입력할 수 있는 CPM 리더기, 변동형 MPM 기능 추가
* CPM(**C**ustomer **P**resented **M**ode) : 소비자 바코드(혹은 QR코드) 제시, MPM(**M**erchant **P**resented **M**ode) : 가맹점주 QR코드 제시
② 결제금액 음성 안내로 소비자 결제 악용 사례 방지
③ 일간 주간 월간 매출내역을 앱에서 확인하고 정산(입금, 미입금)도 관리
④ 가맹점주 전담 콜센터 운영(1670-1600)으로 가맹신청 및 앱 사용법 등 안내

○ (**골목형상점가 확대**) 온누리상품권 가맹이 가능한 골목형상점가를 연내 **600곳(누적) 발굴·지정**예정 * '24년 기준 골목형상점가 누적 377곳

- 골목형상점가 지정권한이 있는 **지자체와 협력**하여 **조례 제·개정** 등을 통해 **신규 발굴 및 지정 활성화**

○ (**통합가맹**) **가맹점 신규 등록시 상품권 3종**(지류/카드/모바일) **모두 취급**하도록 의무화하는 등 **가맹 절차 개선**('24.11.29. 전통시장법 시행규칙 개정완료)