

# 제 1 장 서 론

## 1. 연구목적

청소년카드제도는 우리에게 매우 생소한 제도이다. 일반적으로 “카드”라고 하면 우선 신용카드를 떠올리게 마련인데, 이는 18세 이하의 청소년들에게는 발급될 수 없다. 현금카드는 은행구좌를 가지고 있는 사람이면 누구에게나 발급되는 것인데, 그렇다면 특별히 청소년만을 위한 현금카드를 발급한다는 것인가? 최근에 일부 백화점에서 청소년들에게 멤버십 할인카드를 발급하고 있다는 보도가 있었다. 그러나 백화점 할인카드는 청소년들의 과소비를 부추기는 것으로 비판을 받고 있으므로 그러한 카드를 청소년들에게 권장할 것을 검토할 리도 없다. 그렇다면 “청소년카드”라는 것은 대체 어떤 것일까?

청소년카드(Youth Card)는 프랑스를 비롯하여 유럽 여러 나라에서 26세 미만의 청소년들에게 발급되고 있는 카드로서 그 기능은 나라마다 다양하다. 가장 대표적인 기능은 할인기능이다. 청소년들이 필요로 하고 그들에게 유익한 소비생활분야에서 공공 및 민간업체들이 공동으로 할인혜택을 제공하는 것이다. 일부 국가에서는 기존의 금융권카드가 가지고 있는 기능이나 전자지갑기능을 부여하여 청소년들이 물건을 살 때 대금을 지불하는 수단으로 사용되기도 한다. 프랑스의 청소년카드는 할인액을 현금으로 환불하지 않고 카드에 축적시켜주며 축적된 할인액은 가맹점 내에서 언제라도 사용할 수 있도록 하는 기능을 가지고 있다. 그밖에도 청소년카드 소지자에게 학생기숙사의 일정 수를 배당하고, 학비대출을 앞선하기도 하며, 진로상담이나 법률상담 등의 서비스를 제공하고 있다.

따라서 “청소년카드”라는 명칭만으로는 그 성격이나 내용을 파악하기 어렵다. 그러나 청소년카드가 기존에 금융권에서 발행하는 카

드나 대형유통업체 등에서 발행하는 멤버쉽카드와는 전혀 다른 새로운 종류의 복합카드상품이라는 점은 분명하다.

유럽의 청소년카드제도는 유럽통합의 흐름과 더불어 청소년들의 교류를 촉진시키는데도 기여하고 있다. 청소년카드제도가 실시되고 있는 28개국<sup>1)</sup> 청소년들은 카드를 소지할 경우, 다른 나라에서 실시되는 각종 할인제도 및 생활정보를 이용할 수 있다. 이는 청소년들이 외국에서의 일상생활에 빠르고 쉽게 적응할 수 있도록 도와준다. 이와 같은 장점으로 청소년카드는 유럽 여러 나라로 크게 확산되고 있다.

청소년카드제도는 다음의 몇 가지 점에서 우리 나라에 도입을 검토해 볼 만하다. 첫째로 현재 청소년할인제도가 한정된 분야에서만 실시되고 있으나 청소년카드제도가 도입되면 그 범위를 크게 확장시킬 수 있으며 이를 통하여 청소년복지를 증진시키는데 큰 기여를 할 수 있다. 청소년카드를 통하여 할인혜택을 받게 되는 청소년의 범위는 거의 제한되지 않는다는 점도 주목할 만하다. 청소년카드제도를 통하여 청소년들이 얻을 수 있는 경제적 혜택은 청소년카드가 어느 지역에서 어느 정도의 규모로 가맹점망을 구성하느냐에도 달려 있지만 청소년들이 이를 얼마나 적극적으로 활용하느냐에도 크게 좌우된다.

둘째로 청소년카드의 사업화를 민간업체에서 담당할 경우 정부가 커다란 예산지출을 하지 않고도 이 제도를 도입할 수 있다. 다만 민간업체가 사업을 담당하게되는 경우, 청소년카드제도의 공익성을 유지하려는 노력이 동반되어야 할 것이다. 민간업체의 입장에서는 청소년들의 구매력이 상당한 수준이므로 마케팅효과를 이용하여 청소년카드의 운영비용을 상당부분 마련할 수 있을 것으로 기대된다. 청소년카드제도의 공익성을 강조하게 되면 운영업체에서는 큰 이익을 얻을 수 없을 것이다. 그러나 청소년카드가 적어도 운영비용을 충당

1) 부록 3 유럽 각국의 청소년카드 운영기관 주소록 참고

할 수 있을 정도의 사업성이 있다면 기업의 이미지제고나 미래의 성인소비자 유치라는 측면에서 큰 효과를 거둘 수 있을 것이다.

셋째로 합리적인 운영체계를 수립한다면, 할인혜택을 제공하는 가맹점이나 할인혜택을 받는 청소년회원이 모두 이익을 볼 수 있다. 가맹점들은 할인혜택을 제공하는 대신 많은 청소년 소비자를 유치할 수 있으므로 “박리다매”의 원칙에 따라 이익을 볼 수 있으며, 청소년들은 광범위한 영역에서 할인혜택을 받을 수 있게 된다. 다시 말해서 청소년카드제도가 성공적으로 착수된다면, 정부, 청소년카드 운영기구, 가맹점, 청소년이 서로 부조하는 셈이 되는 것이다.

그러나 청소년카드제도의 시행은 상당한 규모의 개발비용과 기반 시설 설치비용이 요구된다. 따라서 도입여부를 결정하기 위해서는 우선 기술적 측면과 상업적 측면에서 청소년카드의 사업화 가능성을 검토하여야 할 것이다. 이와 더불어 청소년카드제도를 도입할 경우 얻을 수 있는 긍정적 기대효과 뿐만 아니라 부정적 기대효과 혹은 역기능을 충분히 검토하여야 한다.

이 연구는 이러한 필요성에서 출발하여 청소년카드의 수혜대상이 될 청소년들의 입장에서 청소년카드제도 실시의 타당성을 검토하는데 필요한 기초자료를 수집하고 분석하는데 그 목적이 있다. 연구결과는 청소년카드제도의 도입을 결정하는데 필요한 정책자료로 활용될 것으로 기대된다.

## 2. 연구내용

### (1) 청소년들의 소비생활실태

청소년카드제도의 가장 핵심적인 내용은 청소년들의 일상생활 전반에 걸친 광범위한 영역에서의 할인혜택의 제공이라고 할 수 있다. 유럽의 경우 할인혜택을 제공하는 가맹점들은 별다른 재정지원을 받지 않고 마케팅효과를 목적으로 서비스를 제공하고 있다. 우리 나

라에서도 청소년카드가 그러한 가맹점망을 구성할 수 있는가를 검토하기 위해서는 청소년들의 구매력이 어느 정도인지, 또 그들의 소비가 주로 어떤 분야에서 이루어지고 있는지를 파악하여야 한다.

청소년카드제도를 도입할 경우 얻을 수 있는 또 하나의 긍정적인 기대효과는 청소년들의 소비생활태도를 건전한 방향으로 유도할 수 있다는 것이다. 이러한 긍정적 효과가 현실적으로 얼마나 기대할 만한 것인가를 판단하기 위해서는 청소년카드제도가 실시될 경우 청소년들이 어떤 분야 혹은 어떤 항목에서 소비를 증대시키고 반대로 어떤 분야 혹은 어떤 항목에서 소비를 감소시킬 것인가를 예측해볼 필요가 있다. 이러한 조사를 통하여 할인혜택이 가져올 수 있는 역기능적인 측면도 검토해 볼 수 있다.

이를 위하여 본 연구에서는 청소년들의 용돈지출규모, 주요 지출 분야, 현행 청소년할인제도 이용실태, 각종 카드상품 이용실태, 소비생활에서의 어려움을 겪고 있는 분야 혹은 소비항목, 청소년할인제도의 확대를 우선적으로 희망하는 분야 등을 조사하였다.

## (2) 유럽 각국의 청소년카드 운영실태

유럽의 청소년카드제도는 프랑스에서 처음 실시되기 시작하여 1980년대 후반 이후 유럽 여러 나라로 확산되었다. 이 제도는 현재 유럽공동체가 청소년들의 교류를 증대시키기 위하여 공동으로 추진하고 있는 청소년정책의 대표적인 사례이다. 우리 나라에는 최근에 소개되기 시작했으며, 프랑스의 청소년카드제도를 소개하는 소연구 하나 있다.<sup>2)</sup>

이 연구에서는 프랑스를 포함하여 유럽 여러 나라에서 청소년카드제도가 어떻게 운영되고 있는가를 조사하였다. 청소년카드제도가 유럽에서 성공적으로 운영되고 있거나 혹은 여러 나라로 급격하게 확산되고 있는 것은 그들 나뭇의 독특한 생활문화와 사회적 필요성

2) 신선미, “청소년카드제도 도입방안 연구,” 한국청소년개발원, 1996.

을 배경으로 하고 있다.

유럽의 청소년들은 우리 나라의 청소년들에 비하여 부모로부터 상당히 독립적인 생활을 하고 있다. 따라서 유럽 청소년카드에서 제공하고 있는 할인혜택의 범위는 우리 나라 청소년들이 주로 용돈을 지출하고 있는 소비활동분야를 넘어서나, 우리 나라에서는 청소년이라고 하면 흔히 중고등학생을 떠올리게 마련이나 유럽에서는 일반적으로 26세 미만까지 청소년으로서 우대를 받고 있다는 점도 우리와 다르다. 이 점도 역시 청소년카드가 제공하는 서비스의 범위와 밀접하게 관련된다. 이 밖에도 유럽에서는 청소년을 시민으로 키우는 데에 있어 사회의 책임이 우리보다 강조되고 있다. 이러한 모든 점이 유럽에서 청소년카드의 성공을 뒷받침하고 있다.

유럽 각국은 각국의 현실적 사정에 알맞는 운영체제를 가지고 있다. 순수 민간업체가 청소년카드 사업을 담당하고 있기도 하고, 대표적인 청소년단체가 운영하기도 하며, 일부 국가에서는 청소년관련 정부부처 혹은 정부 산하기관에서 청소년카드 사업을 담당하고 있다. 청소년카드 운영기관에 대한 정부의 지원규모나 지원방식도 나라마다 다르다. 정부의 예산으로 청소년카드의 발급비용을 지원하기도 하며, 사업의 초기단계에서는 과감하게 재정적 지원을 하다가 정착 후에는 전혀 지원을 하지 않는 나라도 있다. 또 어떤 나라에서는 처음부터 정부로부터 아무런 지원을 받지 않고 시작한 나라도 있다.

이미 앞에서 언급한 바와 같이 청소년카드의 기능도 나라마다 다르다. 다만 할인기능에 관해서는 참가 국가들 간의 협정을 통하여 부분적인 예외조항을 제외하고 서로 서비스를 교환하고 있다.

이 연구에서는 유럽의 여러 나라들이 청소년카드를 어떤 방식으로 운영하고 있는가를 파악하고 실제로 청소년들이 청소년카드를 얼마나 활용하고 있는가를 알아보았다. 비록 사회문화적인 배경이 우리 나라와 다르기는 하지만, 각 나라의 다양한 운영방식과 운영실태를 파악함으로써 우리 나라가 청소년카드제도를 도입하게 될 경

우 합리적인 운영방식을 모색하는데 도움을 줄 수 있을 것이다.

### 3. 연구방법

#### (1) 질문지조사

##### ① 조사대상자 수

질문지조사대상으로는 서울특별시와 광주광역시에서 청소년 1,650명과 중고등학생 학부모 1,000명이 표집되었다. 학부모 집단은 별도로 표집하지 않고 중고등학생 집단의 부모를 조사하였다. 질문지 회수율은 약 83%이며, 부실하게 기록된 몇 개를 제외하고 총 1,377개가 분석에 사용되었다. 청소년집단별 조사대상자의 수는 다음 표에서 보는 바와 같다.

<표 1-1 >청소년집단별 조사대상자 및 질문지회수율

단위 : 명(%)

| 조사지역 | 청소년집단 | 표집수(a)        | 분석대상(b)       | 회수율<br>( $100 \times a/b$ ) |
|------|-------|---------------|---------------|-----------------------------|
| 서울지역 | 중 학 생 | 300 (18.2)    | 240 (17.4)    | 80                          |
|      | 고등학생  | 360 (21.8)    | 299 (21.7)    | 83                          |
|      | 대 학 생 | 300 (18.2)    | 265 (19.2)    | 88                          |
|      | 근로청소년 | 250 (15.2)    | 209 (15.2)    | 84                          |
| 광주지역 | 중 학 생 | 100 ( 6.1)    | 82 ( 6.0)     | 82                          |
|      | 고등학생  | 240 (14.5)    | 188 (13.7)    | 78                          |
|      | 대 학 생 | 50 ( 3.0)     | 64 ( 4.6)     | 128(*)                      |
|      | 근로청소년 | 50 ( 3.0)     | 30 ( 2.2)     | 60                          |
| 합 계  |       | 1,650 (100.0) | 1,377 (100.0) | 83                          |

(\*) 광주광역시에서 근로청소년으로 표집되었으나, 일정한 소득이 없고 야간대학에 재학중인 경우 대학생집단으로 분류하여 분석하였음 (해당사례 14명)

## ② 표집 및 조사방법

조사대상자의 표집방법은 집단별로 차이가 있다. 중고등학생집단의 경우에는 다단계 무선표집 방식을 따르기는 하였으나, 연구여건상 표집의 기본단위를 한 학급으로 정하였으므로 모집단의 일반적 특성에 맞추어 동일한 비율로 표본집단을 선정하지는 못하였다.

서울지역에서는 중학교 6개교와 고등학교 6개교를 선정하기로 하고 그 중에서 고등학교는 인문계 남녀 학교 각 2개교, 실업계 남녀 학교 각 1개교를 선정하기로 하였다. 광주지역에서는 중학교 2개교와 고등학교 4개교를 선정하기로 하고 그 중에서 고등학교는 인문계 남녀 학교 각 1개교와 실업계 남녀 학교 각 1개교를 선정하기로 하였다. 따라서 표집된 학교수는 총 18개교이며 이들을 「학교편람」에서 무작위로 선정하였다. 연구자는 해당학교의 학교장에게 연구의 취지를 설명하고 협조를 요청하였다. 서울지역에서 4개 학교를 제외하고는 모든 학교가 연구에 협조해 주기로 하였으며, 연구에 협조하기 어렵다는 4개 학교의 경우에는 각 학교와 동일 지역에 있는 같은 종류의 학교로 대체하였다. 각 학교에서는 2학년에서 한 학급(중학교 50명, 고등학교 60명)을 표집하였다. 학교별 조사대상 학급은 학교에서 임의로 지정하였다.

조사는 우편조사방법으로 실시되었다. 연구자는 질문지와 조사실시상 유의사항을 우편으로 우송하였고, 질문지조사 실시는 각 학교에서 학교장이 지명한 교사가 실시하였다. 조사실시기간은 1997년 6월 15일부터 8월 15일까지이다. 우편조사방법을 선택한 이유는 연구여건상 연구자가 직접 조사를 실시하기 어려웠던 점도 있지만, 질문지 뒷부분에 학부모를 대상으로 한 조사지가 첨부되어 있어, 학생들이 질문지를 가정에 가져갔다가 돌려주어야 하는 어려움이 있었기 때문이다. 이러한 문제로 인하여 질문지 회수율이 다소 저조했던 것은 사실이나 학부모집단을 함께 표집하기 위하여 회수율이 저조하더라도 우편조사방법을 선택하였다.

대학생과 근로청소년 집단은 모집단의 성격을 고려하여 연구자가 임의로 표집하였다. 조사기간은 1997년 8월 15일부터 9월 15일까지이다. 대학생집단의 경우에는 연구자가 지역분포와 학교성격을 고려하여 임의로 서울지역에서 6개학교 광주지역에서 1개학교를 선정하고, 각 학교에서 50-60명을 조사하였다. 조사대상은 가능한 한 다양한 전공과 학년에서 표집되었다.

근로청소년 집단은 서울지역의 경우 근로청소년회관 2개 기관과 K사, S대학 야간학과에서 광주지역의 경우 근로청소년회관 1개 기관에서 표집되었다. 근로청소년회관에서 표집된 조사대상자는 주로 공단지역 근로자들이며, K사에서 표집된 조사대상자는 사무직, 전산직, 영업직에 근무하고 있는 근로자들이다. S대학 야간학과에서 표집된 조사대상자는 근로청소년이면서도 대학생인 이중의 신분을 가지고 있으나, 정규적인 소득이 있는 경우에는 근로청소년으로서의 특성이 강할 것으로 생각된다. 실제로 상당수의 근로청소년들은 계속교육을 희망하여 야간대학이나 방송통신대학에 재학하고 있다. 그러나 정규적인 소득이 없고 아르바이트 등의 경력만을 가지고 있는 경우에는 근로청소년보다는 대학생으로서의 특성이 강하다고 생각되어 대학생집단으로 재분류하였다.

### ③ 조사대상자의 일반적 특징

조사대상자의 일반적 특징을 서울지역과 광주지역의 순으로 살펴보면 다음과 같다. 서울지역 중학생(240명)의 경우에는 남자가 44%, 여자가 56%이며, 연령은 대체로 13-15세이고, 거의 대부분(96.2%)이 자택에 거주하고 있으나 자취, 하숙, 혹은 기숙사에 거주하는 학생이 2.1%(5명)로 고등학생 집단보다 비중이 높고 일정한 거주지가 없다고 응답한 경우도 1.7%(4명)나 있다. 서울지역 고등학생(299명)의 경우 남자가 46%, 여자가 54%이고, 연령이 대체로 16-17세이며, 거의 대부분(99.9%)이 자택에 거주하고 있다. 가정의 경제적 상황에 관해서는 중학생 집단의 74.2%, 고등학생 집단의 76.4%가 부유하지

도 않고 어려운 편도 아니라고 응답하였다.

서울지역 대학생(265명)은 남자가 60.5%, 여자가 39.5%이며, 연령은 대체로 19-23세이고, 자택에 거주하는 사람이 58.2%, 자취하는 사람이 19.9%, 하숙집, 기숙사, 친구 혹은 친척집에 거주하는 사람이 21.4%이다. 가정의 경제적 상황에 대하여는 69.3%가 부유하지도 않고 어려운 편도 아니라고 응답하였으나, 형편이 매우 혹은 다소 어렵다고 응답한 사람도 19.9%이다. 근로청소년(209명)은 남자가 8%, 여자가 92%이고, 연령은 대략 20-24세이다. 거주형태로는 자택에 거주하는 사람이 45.9%, 자취 혹은 하숙을 하고 있는 사람이 24%, 기숙사에 살고 있는 사람이 29.1%이며, 일정한 거주지가 없다고 응답한 사람도 있다(1%).

다음으로 광주지역 조사대상자들의 일반적인 특징을 살펴보기로 한다. 중학생(82명)은 남자가 27.5%, 여자가 72.5%이며, 연령은 대부분 13-14세이고, 95%가 자택에 거주하고 있다. 가정의 경제적 형편에 대하여는 68.8%가 부유하지도 어려운 편도 아니라고 응답하였으나 다소 어렵다고 응답한 경우도 17.5%이다. 반대로 다소 혹은 매우 부유한 편이라고 응답한 경우도 13.8%이다. 고등학생(188명)은 남자가 46.2%, 여자가 53.8%이고 연령은 대부분이 16-17세이며 95.7%가 자택에 거주하고 있다. 자취, 하숙 혹은 친구나 친척집에 거주하고 있는 사람은 4.3%이다. 가정의 경제적 형편에 관해서는 81.0%가 부유하지도 어려운 편도 아니라고 응답하였으나, 다소 혹은 매우 어려운 편이라고 응답한 사람도 15.2%이다. 반대로 다소 혹은 매우 부유한 편이라고 응답한 사람은 3.8%이다.

광주지역 대학생(64명)은 남자가 46%, 여자가 54%이며, 연령은 17-24세이며, 자택에 거주하는 사람이 58.7%이고 하숙하는 사람이 30.2%이다. 가정의 경제적 형편에 관해서는 69.4%가 부유하지도 어려운 편도 아니라고 하였고 19.3%가 다소 혹은 매우 어려운 편이라고 응답하였으며, 11.3%가 다소 부유한 편이라고 응답하였다. 마치

막으로 광주지역 근로청소년(30명)은 남자가 3.3%, 여자가 96.7%이며, 연령은 20-24세이고, 거주형태는 자택에 거주하는 사람이 53.3%, 자취하는 사람이 33.3%, 기타 기숙사, 친구 혹은 친척집에 거주하는 사람이 13.4%이다.

학부모집단의 경우에는 79.8%가 어머니였으며, 아버지가 응답한 경우가 18.0%, 조부모가 응답한 경우가 1.1%, 기타 친척어른이 응답한 경우가 1.1%이다.

#### ④ 조사도구

이 연구는 조사목적을 위하여 《청소년카드개발을 위한 설문지》를 개발하였다. 설문지의 내용은 청소년 소비생활전반에 관한 조사, 소비생활 분야별 조사, 조사대상자의 특성조사, 학부모를 대상으로 한 조사 등 4가지 부분으로 구성되었다.

먼저 청소년 소비생활전반에 관한 조사부분에서는 청소년들이 가장 필요로 하는 소비생활분야, 경제적인 어려움을 겪고있는 분야, 용돈을 주로 지출하고 있는 분야 등과 함께 소비생활에 대한 스스로의 평가, 현행 청소년할인제도 이용실태, 각종 카드상품 이용실태가 조사되었다. 특히 최근들어 청소년들 사이에서 유행하고 있는 것으로 보도되고 있는 백화점 청소년카드 이용실태도 조사되었다.

둘째로 소비생활 분야별 조사부분에서는 청소년들의 소비생활분야를 학습활동관련분야, 문화활동 관련분야, 여가/스포츠활동 관련분야, 여행/교통 관련분야, 만남/사교활동 관련분야, 일상잡화 구입분야 등 모두 6가지 분야로 구분하고 각 분야별로 청소년들이 경제적 어려움을 겪고 있는 항목을 조사하였다. 이는 청소년카드 할인서비스의 범위를 정의하기 위한 조사인데, 여기에서는 청소년들의 수요도조사라는 의미에서 각 분야별로 청소년들이 가장 널리 사용하거나 참여하고 있는 소비항목들을 제시하고 그 중에서 경제적 어려움을 겪고 있는 항목을 모두 고르도록 하였다. 이 밖에 각 분야별로 청소년들이 겪고 있는 경제적 어려움이 자신들의 자기발전에 장애

가 된다고 생각하는지, 해당항목에 대하여 할인서비스를 제공한다면 어느 정도 유용할 것인지, 할인액을 축적할 수 있다면 어떤 분야에 주로 지출하고자 하는지를 조사하였다.

셋째로 조사대상자의 일반적인 특성을 조사하는 부분에서는 연령, 성별, 거주지역, 거주형태, 가정의 경제적 형편, 용돈의 규모, 아르바이트 경험 등이 조사되었다. 청소년들의 소비생활은 여기에서 조사된 변인 이외에도 여러 가지 요인에 영향을 받을 수 있으나 이 연구는 위의 요인들만을 제한적으로 검토하기로 하였다.

넷째로 중고등학교 학생의 학부모를 대상으로 조사는 자녀의 소비생활에 대한 평가, 현행 청소년할인제도가 충분한가의 여부, 청소년들의 소비생활분야별 할인제도 확대에 대한 찬성 혹은 반대 의견, 할인제도를 우선적으로 확대하여야 할 분야, 조사대상자와의 관계 등이 조사되었다.

#### ⑤ 분석방법

수집된 질문지는 코딩과정을 거쳐 SPSS 통계처리 프로그램에 의해 분석하였다. 분석방법으로는 빈도분석(Frequency)과 교차분석(Crosstabs)을 주로 사용하였다.

### (2) 유럽 청소년카드 사례조사

유럽의 청소년카드제도 운영실태 파악은 사례조사의 방법을 택하였다. 유럽 청소년카드제도는 현재 28개국에서 실시되고 있으며, 청소년카드 운영기구(Youth Card Organizations)는 총 40개로 알려져 있다. 프랑스의 청소년카드제도에 관해서는 이 연구의 선행연구라고 할 수 있는 “청소년카드 도입방안 연구”에서 상세히 소개한 바 있다.<sup>3)</sup> 이 연구에서는 프랑스를 포함하여 유럽 여러 나라의 청소년카드 운영실태를 우편조사 혹은 인터넷 자료검색의 방법으로 조사하였다.

3) 신선미, 청소년카드 도입방안 연구, 한국청소년개발원, 1996.

이 책의 별첨 5 프랑스 청소년체육부 보도자료(번역본) 참고.

&lt;표 1-2&gt; 유럽 청소년카드 운영실태 사례조사 대상국 및 운영기관

| 국 가                                                                                 | 운 영 기 관                            | 인터넷 및 e-mail 주소                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Andorra                                                                             | Carnet Jove                        | e-mail : carnet.jove@correu.andorra.ad<br>http://www.oekista.co.at/oekista/euro26.htm<br>e-mail : euro26@oekista.co.at                 |
| Austria                                                                             | Okista/EURO<26                     |                                                                                                                                        |
| Belgium<br>-French Community<br>-Flemish Community<br>-German-speaking<br>community | Carte Jeunes<br>CJP<br>Jugendkarte | e-mail : cartejeunes@infonie.fr<br>http://www.cjp.be/cjp/<br>http://www.euregio.net/D/Euro26/index.html<br>e-mail : euro26@euregio.net |
| Czech Republic                                                                      | Karta mladeze                      | http://www.adam.cz/ascii/km                                                                                                            |
| Cyprus                                                                              | Karta Neon                         | e-mail : neolea@cytanet.com.cy                                                                                                         |
| Estonia                                                                             | EURO<26                            | http://www.ngo.ee/ENS<br>e-mail : euro26@mailhost.net                                                                                  |
| France                                                                              | Carte Jeunes                       | http://www.cartejeunes.fr                                                                                                              |
| Germany                                                                             | Jugendkarte EURO<26                |                                                                                                                                        |
| Portugal                                                                            | Cartao Jovem                       | e-mail : movijovem@mail.telepac.pt                                                                                                     |
| Spain                                                                               | Instituto de la Juventud           | http://www.cafeinternet.es/carnetjove/principal.html<br>e-mail : CarnetJoven@mtas.es                                                   |
| Switzerland                                                                         | Ungdomskortet                      | http://www.alli.fi/euro26ch<br>e-mail : euro26@dial.eunet.ch                                                                           |
| United Kingdom<br>-Scotland                                                         | Young Scot                         | http://www.scec.net<br>e-mail : young_scot@scec.drom.co.uk                                                                             |

우편조사내용은 청소년카드 도입년도, 가맹점 수, 회원 수, 청소년들의 카드이용실적, 정부의 지원내용 등이다.<sup>4)</sup> 연구자는 질문내용을 개방형 질문지로 작성하여 e-mail 혹은 팩시밀리를 통하여 각 기관에 전송하였다. 조사는 26개국의 31개기관을 대상으로 실시되었으나 조사에 응한 기관은 12개국의 14개기관이다.

각국의 청소년카드가 제공하는 할인혜택의 범위와 주요내용은 인터넷검색을 통하여 실시하였다. 대부분의 청소년카드 운영기관들은 청소년카드를 홍보하고 할인혜택의 내용을 청소년들에게 알리기 위하여 인터넷서비스를 제공하고 있다. 청소년들은 인터넷검색을 통하여 자기가 살고있는 지역에서 제공되는 할인혜택 뿐만 아니라, 예를 들면 여행하고자 하는 유럽의 다른 지역에서 제공하는 할인혜택을 알아본 후 이를 바탕으로 여행계획을 세울 수 있다. 우편조사와 인터넷검색이 이루어진 나라와 그 나라의 청소년카드 운영기관은 <표 1-2>와 같다.

#### 4. 연구의 제한점

본 연구에서는 청소년과 부모집단을 대상으로 질문지조사를 실시하여 정책효과를 예측해보았으나 이것만으로는 타당성 검토가 충분하지 못하다. 청소년카드제도가 시행됨으로써 청소년들이 받게 될 혜택과 역기능적 측면을 종합적으로 검토하여 그 타당성이 인정된다 하더라도, 청소년카드의 사업화를 담당하게 될 기관의 입장에서 기술적, 상업적 측면의 타당성이 입증되어야 하기 때문이다.

선행연구를 통하여 청소년카드제도의 아이디어가 알려진 후, 상당수의 민간업체가 청소년카드의 사업화에 관심을 보이고 있다. 그러나 이러한 관심은 청소년카드제도의 구체적인 내용에 따라 얼마든지 달라질 수 있다. 예를 들어 가맹점의 범위 어디까지 허용할 것인가

4) 부록 2 유럽청소년카드 사례조사 질문지 및 답변내용

가, 청소년카드의 기능을 어떻게 정의할 것인가, 전국에 걸친 사업권을 어떻게 분할할 것인가 등에 따라 민간업체의 관심은 크게 달라질 수 밖에 없다. 따라서 청소년카드의 사업화를 담당할 민간업체의 입장에서 사업의 타당성을 검토하는 작업은 청소년카드의 내용을 구체적으로 정의해나가는 작업과 병행될 수 밖에 없다. 게다가 민간업체의 특성상 정부의 정책시행의지가 발표되지 않는 한 자사의 사업계획이나 기술을 공개하기 않으려 하기 때문에 현 단계에서 이에 관한 연구를 추진하기는 매우 어려운 실정이다.

그밖에 연구의 제한점으로 질문지조사과정에서 대학생과 근로청소년집단의 경우 임의표집을 하였으므로 조사결과를 일반화시키는데 다소 무리가 있다는 점을 들 수 있다. 그러나 모집단이라 할 수 있는 12-24세 청소년 중에서 이들이 차지하는 비중이 높기 때문에 엄밀한 표집이 어려움에도 불구하고 조사대상에 포함시키기로 하였다. 특히 근로청소년 집단의 경우에는 조사대상자를 찾기 조차 어려운 형편이므로 임의표집에 만족할 수 밖에 없었다.

또한 광주지역 청소년의 경우에는 서울지역 청소년보다 적은 수를 표집하였는데, 연구의 여건상 충분한 규모로 조사를 실시하기 어려웠기 때문이다. 광주지역 청소년을 대상으로 한 조사는 서울지역에서의 조사결과와 비교분석을 통하여 서울지역 이외의 대도시 지역의 지역적 특성을 대략적으로 파악하기 위한 것이다.

유럽청소년카드제도의 운영실태에 관해서는 우편조사와 인터넷검색을 통한 자료조사의 방법으로 연구방법이 제한되었기 때문에 충분한 조사가 이루어지지 못하였다.

## 제 2 장 청소년들의 소비생활실태

### 1. 청소년 소비활동의 의의와 문제점

#### (1) 소비활동의 의의

청소년들의 소비생활은 단순히 “소비” 그 자체, 혹은 소비활동의 결과로 얻는 단기적 효용만으로 그 의의를 논의하기 어렵다. 오히려 소비활동을 동반하는 여러 가지 활동으로 얻게되는 경험이 그들의 잠재적 능력을 개발하는데 어떠한 영향을 미치는가를 우선적으로 고려하여야 할 것이다.

예를 들면 어떤 청소년이 학교를 파한 후 친구와 함께 분식집에 들렀다고 하자. 그들은 거기에서 모종의 “소비활동”을 했을 것이다. 그들의 소비활동은 단순히 군것질에 불과할 수도 있지만, 친구끼리의 우정을 다지는 계기가 되었을 수도 있다. 물론 우정을 다지는 일에 반드시 소비활동이 동반되어야만 하는 것은 아니나, 그러한 기회를 만들어 주는 역할을 한다. 성인들의 소비활동에 대하여는 흔히 그러한 방식으로 의미부여가 이루어지고 있다. 같은 종류의 소비활동에 대하여 청소년들이라고 하여 단순히 “군것질”로 치부하는 것은 성인들의 편견이 아닐까?

청소년은 미래를 위하여 자기를 준비하는 시기에 있으며, 또한 다른 사람이 재촉하지 않더라도 자연적으로 자신의 흥미에 맞는 여러 가지 활동에 왕성한 참여욕구를 가지고 있다. 그에 따라 소비활동에 대한 요구 또한 증가한다. 최근에는 컴퓨터나 외국어 학습에 대한 청소년들의 열의가 매우 높은 편이다. 이 밖에도 자전거도 사고 싶고, 그림도 그리고 싶고, 여행도 하고 싶어한다. 청소년들의 잠재능력은 바로 이러한 활동에 참여함으로써 이루어진다. 아마도 아무런 소비활동도 동반하지 않는 유익한 활동을 찾기는 어려울 것이다.

지금까지 우리 사회는 잠재능력의 개발 혹은 미래에 대한 준비로

서 청소년 소비생활의 의의에 대하여 크게 주목하지 않고 있다. 이처럼 청소년들의 소비활동에 대하여 큰 의미를 부여하지 않는 가장 큰 이유는 청소년들이 자유재량으로 처분할 수 있는 용돈의 규모가 매우 적으며, 용돈의 대부분이 청소년들의 자기개발과 직접적으로 관련이 없어 보이는 영역에 지출되고 있기 때문이다. 그러나 청소년들의 소비활동은 엄격한 의미에서 용돈의 지출에만 한정되지 않는다. 대부분의 청소년들은 필요할 경우 용돈 이외에 별도의 비용을 타서 쓰고있다. 또 부모들이 청소년을 대신하여 학습자재를 구입하기도 하고 원하는 학원에 등록시켜주기도 하며 박물관에 동행하기도 한다. 이러한 소비활동은 청소년들의 자유재량으로 이루어지지지는 않았지만 청소년들의 요구사항이 반영되어 있는 경우 청소년의 소비활동으로 보아야 할 것이다.

이렇게 볼 때 청소년들의 소비활동 중에서 자기개발과 밀접히 관련되어 있는 항목은 대체로 부모의 통제권 하에 있고 그밖에 큰 의미가 없어 보일 뿐만 아니라 규모도 적은 소비항목만이 청소년들의 자유재량권 하에 있다고 볼 수 있다. 바로 이러한 이유에서 청소년들의 소비활동을 단순한 “소비”로 간주하게 되는 것이다.

다른 한편으로 소비활동은 청소년들에게 있어 자기개발의 기회인 동시에 자신만의 개성을 창출하는 기회이다. 소비활동은 항상 선택의 과정이다. 청소년들은 그러한 선택과정에서 무엇을 중요하게 간주할 것인가에 대하여 나름대로의 철학을 가지고 있다. 예를 들면 “점심은 라면으로 때울지라도 커피는 생음악이 있는 곳에서 한다”든가 “값이 싸다고 아무거나 막 사지 않는다”는 등이 그것이다. 즉, 청소년들이 나름대로 중요하게 생각하는 기준이 있고 그 기준에 따라 소비활동을 한다.

자신의 경제적 조건에 비추어 기준설정이 지나치게 높게 잡혔을 경우, 이러한 개성의 강조는 자칫 과소비를 불러일으킬 수 있다. 사실 부분적으로 개성의 강조가 과소비로 귀결되는 사례가 없는 것은

아니나 그렇다고 반드시 과소비를 초래하는 것도 아니다. 적어도 자신의 경제적 능력을 현실적으로 판단할 능력을 갖춘 청소년들은 필요한 것을 얻기 위해서 다른 항목의 지출을 최대한 억제하며, 이를 당연한 것으로 받아들이고 있다.

마지막으로 청소년들의 소비생활은 생활경제를 학습할 수 있는 기회이기도 하다. 소비생활태도나 습관은 성인이 되어서 갑자기 형성되는 것이 아니라 청소년기부터 각종 소비활동 경험을 통하여 생겨난다. 따라서 청소년기부터 성실한 소비활동을 통하여 건전한 소비생활태도를 길러나가는 것이 중요하다. 이를 위해서는 자기가 가지고 있는 경제적 자원을 필요한 곳에 적절히 분배할 수 있는 능력, 필요한 소비자정보를 수집하고 이를 평가할 수 있는 능력과 함께 건전한 소비생활태도 등을 길러 주어야 할 것이다. 이러한 관점에서 보면, 청소년들이 소비활동을 무조건 자제하거나 심지어는 소비활동에 필요한 의사결정을 스스로 하지 못하고 부모에게 전적으로 의존하는 것을 바람직한 것으로 여기는 경향은 반드시 지양되어야 한다.

청소년들에게 소비자로서의 능력과 바람직한 소비생활태도를 길러주기 위해 가장 좋은 방법은 일정한 범위 내에서 자율적인 판단하에 소비생활을 하도록 하고, 그에 필요한 각종 소비자정보를 수시로 제공해주는 것이다. 그렇게 되면 청소년들은 자신의 필요를 만족시켜주는 가장 합리적인 방법을 모색하게 될 것이고, 그러한 경험은 미래의 소비생활에도 그대로 적용될 가능성이 크다.

지금까지는 청소년들을 위하여 전문적으로 소비자정보를 제공하는 기관이 거의 없었으며, 청소년들은 필요한 정보를 주로 주위의 친구들이나 대중매체에 의존해왔다. 이들로부터 얻는 정보는 제한적일 뿐만 아니라 전달자의 주관적인 해석이 혼재되어 있어 청소년들의 소비생활을 건전하지 못한 방향으로 유도할 가능성이 있다. 만약 청소년들에게 합리적인 선택을 도와주는 양질의 정보를 제공하게 될 경우, 청소년들의 선택은 매우 다른 양상을 보일 것이다. 최근에

는 특정지역에서 청소년들에게 할인혜택을 제공하는 여러 종류의 가맹점들을 모집하고, 이들에 대한 정보를 제공해주는 청소년대상 할인전문업체가 등장하고 있으나 아직은 몇몇 한정된 지역에서 사업이 이루어지고 있으며 청소년들에게 널리 알려져 있지 않다.

## (2) 소비생활의 건전성에 대한 평가

최근 청소년들이 과소비나 외국산 제품을 무차별적으로 선호하는 등 청소년들의 소비생활이 건전하지 못한 방향으로 진전되고 있다는 비판이 자주 일어나고 있다. 실제로 패션, 신발, 가방 등 일부 분야에서는 청소년들이 유행을 주도하는 경향이 있는데, 이렇게 유행을 주도하는 청소년들 중에는 과소비와 고가제품 선호 등의 문제를 가지고 있는 청소년도 있는 것이 사실이다. 그렇다면 얼마나 많은 청소년들이 그러한 문제를 가지고 있는가? 이에 대하여 객관적으로 정확한 답을 제시하기는 어려울 것이다. 이 연구에서는 간접적으로 청소년 스스로 자신의 소비생활이 건전하다고 생각하는지 그리고 부모로부터 건전한 소비생활을 하는 것으로 평가받고 있는지를 조사하였다. 부모들의 평가를 청소년들의 자기평가와 비교하면 청소년들이 얼마나 객관적으로 자기평가를 하고 있는가를 추측할 수 있을 것이다.

청소년들의 자기평가에 따르면 소비생활이 매우 건전한 청소년은 12.3%, 건전한 편인 청소년은 57.2%이다. 반면에 소비생활이 건전하지 못한 편인 청소년은 28.7%, 전혀 건전하지 못한 청소년은 1.8%이다. 전체의 69.5%의 청소년이 스스로 건전한 소비활동을 하고 있다고 평가하고 있다.

<표 2-1> 소비생활의 건전성에 대한 자기평가

단위 : 명, %

| 평 언            | 전 체 (n=1,369) |
|----------------|---------------|
| 매우 건전하다        | 12.3          |
| 건전한 편이다        | 57.2          |
| 건전하지 못한 편이다    | 28.7          |
| 전혀 건전하지 못한 편이다 | 1.8           |

중고등학생 청소년집단의 경우에는 청소년들이 부모에 비하여 자신들의 소비생활태도를 보다 엄격하게 평가하고 있다. 즉, 청소년들은 10.3%가 자신의 소비생활이 매우 건전하다고 응답한데 비하여 부모들은 18.9%가 그렇게 응답하였다. 또 청소년들은 36.6%가 자신의 소비생활이 건전하지 못한 편이거나 전혀 건전하지 못하고 평가하는데 비하여 부모들은 23.0%만이 그렇게 응답하였다. 따라서 중고등학생 청소년들의 자기평가는 비교적 엄격한 편이라고 생각된다.

<표 2-2> 중고등학생의 소비생활 건전성에 대한 평가

(청소년과 부모의 평가 비교)

단위 : 명, %

| 평 언            | 중고등학생<br>(n=795) | 학부모<br>(n=750) |
|----------------|------------------|----------------|
| 매우 건전하다        | 10.3             | 18.9           |
| 건전한 편이다        | 53.1             | 58.0           |
| 건전하지 못한 편이다    | 34.0             | 20.9           |
| 전혀 건전하지 못한 편이다 | 2.6              | 2.1            |

위의 조사결과에 따르면 사회적으로 비난을 받고 있는 청소년들의 소비생활문제가 우리 나라의 청소년들에게 일반화된 현상으로 간주하기는 어려운 것으로 보인다. 약 70%의 청소년들은 건전한 소비생활을 하고 있으며, 스스로 혹은 부모들의 평가에 비추어볼 때 건전하지 못한 소비활동을 하는 청소년들은 약 30%로 짐작된다. 물론 스스로 건전한 소비활동을 하고 있다고 자평하는 청소년들도 때에 따라 과소비행동을 할 수 있다. 그러나 일부 청소년들의 문제를 모든 청소년들에게 일반화되어 있는 현상으로 과대평가하는 것도 문제이다. 문제를 일으키는 일부 청소년들을 우리 나라 청소년을 대표하는 집단으로 부각시키는 부정적인 효과를 가져올 수 있기 때문이다. 이는 오히려 문제를 부추길 위험이 있다. 청소년들의 소비생활을 건전한 방향으로 유도하기 위해서는 소위 문제가 있는 청소년들에게 사회적 관심을 집중시킬 것이 아니라 오히려 감소하고 절약하는 태도를 가진 청소년들이 우리 나라 청소년의 준거집단의 역할을 할 수 있도록 해야 할 것이다.

소비생활의 건전성에 대한 청소년들의 자기평가는 집단별, 지역별 요인에 따라 차이가 있는 것으로 분석되었다. 집단별 차이를 살펴보면 중고등학생보다는 대학생과 근로청소년이 자신의 소비활동에 대하여 보다 긍정적으로 평가하고 있다. 중학생 중에서는 63.6%, 고등학생 중에서는 63.2%만이 자신들의 소비활동이 매우 건전하거나 혹은 건전한 편이라고 응답한 반면, 대학생 중에서는 77.8%, 근로청소년 중에서는 78.1%가 그렇게 응답하였다. 또한 자신의 소비생활이 매우 건전하다고 생각하는 청소년의 비율도 중고등학생에 비하여 대학생과 근로청소년이 더 높다. 이와 같은 차이는 각각 유의도수준  $p < 0.001$ 에서 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다.

<표 2-3> 소비생활의 건전성에 대한 자기평가 (집단별 비교)

단위 : 명, %

| 평 언            | 중학생<br>(n=313) | 고등학생<br>(n=482) | 대학생<br>(n=324) | 근로청소년<br>(n=229) |
|----------------|----------------|-----------------|----------------|------------------|
| 매우 건전하다        | 11.5           | 9.5             | 13.6           | 17.0             |
| 건전한 편이다        | 52.1           | 53.7            | 64.2           | 61.1             |
| 건전하지 못한 편이다    | 34.5           | 33.6            | 22.2           | 20.5             |
| 전혀 건전하지 못한 편이다 | 1.9            | 3.1             | 0.0            | 1.3              |

다음으로 지역별 차이를 살펴보면, 광주지역 청소년보다는 서울지역 청소년 중에서 건전한 소비활동을 하고 있다고 응답이 많았다. 서울지역 청소년들 중에서는 매우 건전한 소비활동을 하고 있다는 청소년이 13.6%, 건전한 소비활동을 하고 있다는 청소년이 58.2%인데 반하여, 광주지역 청소년들은 각각 8.9%, 54.3%만이 그렇게 응답하였다. 이와 같은 차이는 각각 유의도수준  $p < 0.01$ 에서 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다.

그런데 이러한 차이는 반드시 서울지역 청소년이 광주지역 청소년보다 더 건전한 소비활동을 하고 있다는 것을 객관적으로 보여주고 있는 것이라고 하기 어렵다. 광주지역 청소년들이 서울지역 청소년들에 비하여 상대적으로 엄격한 기준에 따라 자기평가를 하였을 가능성이 있기 때문이다.

<표 2-4> 소비생활의 건전성에 대한 자기평가 (지역별 비교)

단위 : 명, %

| 평 언            | 서울<br>(n=1,008) | 광주<br>(n=358) |
|----------------|-----------------|---------------|
| 매우 건전하다        | 13.6            | 8.9           |
| 건전한 편이다        | 58.2            | 54.3          |
| 건전하지 못한 편이다    | 26.7            | 34.3          |
| 전혀 건전하지 못한 편이다 | 1.5             | 2.5           |

중고등학생 자녀의 소비생활태도에 대한 부모들의 평가 역시 집단별, 지역별 요인에 따라 의미있는 차이가 발견되었다. 즉, 부모들은 고등학생 자녀보다는 중학생자녀가 더 건전한 소비생활태도를 가지고 있는 것으로 평가하고 있으며, 서울지역 청소년들의 부모가 광주지역 청소년들의 부모보다 자녀의 소비생활에 보다 긍정적인 평가를 하고 있다(표 2-5 참조). 이와 같은 차이는 각각 유의도수준  $p < 0.05$ 와  $p < 0.005$ 에서 통계적으로 의미있게 분석되었는데, 앞에서 살펴본 청소년집단의 자기평가에서도 동일한 차이가 발견되었다.

<표 2-5> 중고등학생 부모들의 자녀소비생활에 대한 평가  
(청소년집단별, 지역별 비교)

단위 : 명, %

| 평 언            | 집단별비교          |                 | 지역별비교         |               |
|----------------|----------------|-----------------|---------------|---------------|
|                | 중학생<br>(n=309) | 고등학생<br>(n=434) | 서울<br>(n=488) | 광주<br>(n=262) |
| 매우 건전하다        | 23.3           | 15.9            | 19.1          | 18.7          |
| 건전한 편이다        | 56.6           | 59.2            | 61.9          | 50.8          |
| 건전하지 못한 편이다    | 18.8           | 22.1            | 17.0          | 28.2          |
| 전혀 건전하지 못한 편이다 | 1.3            | 2.8             | 2.0           | 2.3           |

### (3) 청소년 소비생활태도의 문제점

스스로 자신의 소비활동이 건전하지 못하다고 평가하는 청소년들은 어떤 문제점을 가지고 있는가? 이 연구에서는 자신의 소비활동이 건전하지 못하다고 생각하는 응답자들(193명)에게 청소년들이 가지고 있는 대표적인 문제점 4가지를 제시하고 자신이 그러한 문제를 가지고 있는가를 보고하도록 하였다.

그 결과를 살펴보면, 충동구매를 자주한다는 청소년이 35.2%, 예산을 초과하여 지출하는 경우가 많다는 청소년이 39.9%, 고가품만을 좋아한다는 청소년이 13.5%, 외제상품을 좋아한다는 청소년이

14.0%로 나타났다. 이러한 조사결과로 볼 때, 소비생활태도에 있어 청소년들의 문제는 고가품이나 외국제품을 선호하는 것보다 합리적인 예산관리능력의 부족이 더욱 심각한 것으로 보인다. 이는 청소년들의 소비생활을 건전한 방향으로 유도하기 위해서는 금전관리능력을 훈련시키고 합리적인 선택을 도와 줄 수 있는 정보를 제공하는 것이 필요하다는 것을 의미한다.

소비생활태도에서의 문제점이 성별, 집단별, 지역별 요인에 따라 다른가를 분석한 결과, 충동구매의 문제는 남자청소년(47.0%)보다 여자청소년(66.9%)들에게서 더 심한 것으로 나타났으며(유의도수준  $p < 0.001$ ), 예산을 초과하여 지출하는 문제는 중학생(59.6%)보다 고등학생(72.3%), 대학생(79.2%), 근로청소년(72.0%)집단에서 심한 것으로 나타났다(유의도수준  $p < 0.05$ ). 고가품을 선호하는 문제는 여자청소년(12.5%)보다 남자청소년(21.3%)에게서, 서울지역 청소년보다(13.4%) 광주지역 청소년(21.8%)에게서 더 심했다(유의도수준 모두  $p < 0.05$ ). 마지막으로 외제상품을 선호하는 문제는 여자청소년(10.5%)보다 오히려 남자청소년(20.7%)에게서 더 심하다(유의도수준  $p < 0.005$ ).

## 2. 청소년집단의 구매력과 소비활동분야

### (1) 청소년집단의 구매력 성장

최근 청소년들은 성인들에 못지 않은 구매력을 가진 집단으로 부상하고 있다. 이에 따라 청소년 관련용품도 급속히 늘어나고 있으며 기업체들도 청소년을 대상으로 집중적인 마케팅 전략을 세우고 있다. 청소년들의 구매력이 크게 부상하고 있는 현상은 다음의 몇 가지 경향으로 요약해 볼 수 있다.

먼저 청소년들이 독립적인 소비생활을 추구하는 경향이 강해졌다. 우리 나라 청소년들은 전통적으로 부모들에게 소비생활을 의존해왔

다. 지금도 대부분의 부모들은 중고등학교에 다니는 자녀들 조차도 모든 지출을 부모가 하라는 대로 하는 것이 바람직한 것으로 보고 있다. 청소년과 부모의 전통적 의존적 관계는 비단 소비생활에만 국한되지 않았다. 청소년들의 진로나 혼인 등 삶의 과정에서 청소년 본인에게 매우 중대한 의미를 가지는 문제도 청소년 자신의 의사보다는 부모들의 의사에 따라 결정되는 경향이 짙었다.

그러나 핵가족화와 산업화로 인한 가정생활의 변화는 청소년과 부모간의 전통적인 의존관계를 급격하게 변화시키고 있다. 이러한 경향은 소비생활분야에서도 마찬가지이다. 문구류 등 학습자료는 물론 의복, 가방, 신발 등 청소년들은 스스로에게 필요한 물건을 스스로 선택하는 경향이 강하다. 1997년 한국소비생활연구원의 조사에 따르면 서울지역 16-17세 청소년의 87%가 용돈으로 구입하든 용돈 이외의 돈으로 구입하든 필요한 물품을 자신이 직접 결정하는 것으로 나타났다.<sup>5)</sup>

청소년들이 성인에 못지 않은 구매력을 가진 집단으로 등장하면서 청소년용품도 매우 다양화되었다. 학용품을 비롯한 학습자료, 서적, 잡지, 신발, 의류, 가방 등 전통적으로 청소년층을 대상으로 생산되고 있던 품목들이 보다 다양한 형태를 띠고 있는 것은 물론, 기존에 없었던 새로운 청소년 용품들도 많이 등장하고 있다. 가장 대표적인 예로 소위 “빼빼”라고 불리는 무선호출기를 들 수 있다. 한국소비생활연구원의 조사에 따르면 서울지역 16-17세 학생청소년의 35.4%가 무선호출기를 가지고 있는 것으로 나타났다.<sup>6)</sup>

최근에 청소년을 위한 상품이 가장 다양화된 분야는 정보통신분야라고 볼 수 있다. 이 분야에서는 무선호출기 외에도 학습용 컴퓨터와 주변기기, 청소년층을 대상으로 하는 각종 소프트웨어 등 청소년을 위해 특수화된 상품들이 생산되고 있다. 또 어린이용 전자시계

5) 한국소비생활연구원, “X세대, 소비만 알고 저축은 모른다,” 청소년 소비문화에 관한 심포지엄자료, 1997. 5. p.2.

6) 앞의 자료, p.5.

나 청소년용 전자수첩, 10대를 위한 기초화장품 등과 같이 성인(혹은 일반인)을 주 대상으로 했던 품목이 청소년용으로 특수화되는 경우도 있다. 이와 같은 청소년 용품의 다양화는 청소년들의 소비를 자극하여 구매력을 증대시키는 효과를 낳고 있다.

청소년들의 구매력 상승에는 청소년용품의 고급화 경향도 반영되어 있다. 몇몇 품목에서 가격이 현저히 높은 상품들이 청소년들의 인기를 끌면서, 다른 품목에서도 청소년용품의 고급화가 시도되고 있다. 예를 들면 10만원이 넘는 청바지, 수십만원에 이르는 만연필 등이 일부 청소년들 사이에 인기를 누리고 있다는 보도가 있었다. 이러한 경향은 평범한 소비생활을 하고 있는 다수의 청소년들에게 소외의식을 심어주고, 일부 청소년들에게 과소비를 유발하고 있어 문제가 되고 있다. 특히 청소년들 사이에서 유행하고 있는 고가의 상품들 중에는 외국 수입품들이 많아 청소년들의 외제 선호 경향을 부추이고 있다. 한국소비생활연구원의 조사결과에 따르면 고가의 청소년상품이 유행하고 있는 품목은 시계, 가방, 운동화, 의류 등이다. 서울지역의 16-17세 학생 중에서 앞의 4가지 품목을 비싼 수입상품으로 사용하고 있는 사람이 각각 45.1%, 83.9%, 78.6%, 58.5%나 되었다.<sup>7)</sup>

## (2) 소비지출규모

청소년카드제도는 청소년들에게 유익한 여러 소비활동분야에서 할인혜택을 제공하게 된다. 그런데 이 할인혜택은 가맹점들이 자발적으로 제공하는 것이며, 청소년카드 운영기관은 할인혜택 제공에 따른 모종의 반대급부를 제공하지 않는다. 가맹점들은 다만 청소년 소비자들을 보다 많이 유치함으로써 할인혜택 제공에 따른 손실을 보상받게 되는 것이다.

이러한 방식의 할인혜택이 원활하게 제공되기 위해서는 청소년들

7) 앞의 자료, p.6.

이 일정한 정도의 구매력을 가지고 있는 집단이어야 한다. 초기단계에서는 가맹점들이 청소년을 위한 사회적 공동후원체제에 참가한다는 취지에서 청소년카드제도에 쉽게 참여한다 하더라도, 그들이 지속적으로 할인혜택을 제공하도록 하기 위해서는 청소년 소비자들의 구매력이 적어도 할인혜택 제공에 따른 손실을 보상해줄 수 있는 정도가 되어야 한다.

앞에서 우리는 최근 청소년들의 구매력이 크게 상승하고 있다는 것을 몇가지 경향으로 요약해 보았다. 여기에서는 개략적이거나 청소년들의 지출규모를 파악해 봄으로써 청소년들의 구매력이 어느 정도인가를 검토하고자 한다.

청소년들의 지출규모는 그들의 보고에 의존할 수밖에 없는데 자신들도 용돈의 규모를 정확히 알지 못하는 청소년들이 많다. 청소년들은 대부분이 부모에게 경제적으로 의존하고 있으며 모두가 정기적으로 용돈을 받지도 않는다. 또한 용돈 외에도 아르바이트나 각종 격려금 등 부차적으로 얻는 수입도 있다.

용돈의 규모를 비교적 정확히 측정해낸다 하더라도 문제는 남는다. 용돈을 모두 지출하지 않고 그 중의 일부를 저축하는 청소년도 있을 수 있고, 용돈 이외에 필요할 때 마다 추가로 돈을 타서 쓰는 청소년들도 있다. 한국소비생활연구원의 조사결과에 따르면 서울지역 16-17세 학생 청소년 중에서 필요한 물품을 구입할 때 용돈으로 직접 구입하는 학생(37.6%)보다 용돈 이외의 돈으로 직접 구입하는 학생(49.4%)이 더 많은 것으로 나타났다.

이러한 문제점에도 불구하고 이 연구에서는 용돈규모를 기준으로 삼아 청소년집단의 소비지출규모를 측정해보았다. 앞에서 언급한 요인들로 인해 추정치의 신뢰도는 높지 않더라도 대체적인 경향을 파악하는데는 도움이 될 것으로 생각된다.

먼저 청소년들의 용돈규모에 관한 조사결과를 지역별, 집단별로 비교해보면 다음과 같다. 중학생과 고등학생의 용돈규모는 지역에

따라 큰 차이를 보이지 않고 있으나, 대학생과 근로청소년의 용돈규모는 지역에 따라 큰 차이를 보이고 있다. 서울지역의 경우 월평균 용돈은 중학생 27,893원, 고등학생 51,158원, 대학생 264,094원, 근로청소년 239,769원이다. 광주지역 청소년의 월평균 용돈은 중학생 21,000원, 고등학생 51,445원, 대학생 180,508원, 근로청소년 194,642원이다.

<표 2-6> 청소년들의 월평균 용돈

단위 : 원

| 청소년집단 | 서울지역    |        |         | 광주지역    |        |         |
|-------|---------|--------|---------|---------|--------|---------|
|       | 평균      | 최소값    | 최대값     | 평균      | 최소값    | 최대값     |
| 중 학생  | 27,893  | 1,000  | 80,000  | 21,000  | 5,000  | 70,000  |
| 고등학생  | 51,158  | 4,000  | 350,000 | 51,445  | 5,000  | 400,000 |
| 대 학생  | 264,094 | 10,000 | 850,000 | 180,508 | 20,000 | 500,000 |
| 근로청소년 | 239,769 | 25,000 | 800,000 | 194,642 | 50,000 | 700,000 |

청소년들의 용돈규모가 지역별로 차이가 있으므로, 위의 조사결과를 전국의 청소년집단에 일반화시키기는 어렵다. 따라서 여기에서는 비교적 표집이 정밀하게 이루어진 서울지역에 한하여 청소년들의 월평균 지출규모를 추정해 보기로 한다. 추정치의 계산방법은 다음과 같다.

$$\text{월평균 소비지출규모(추정치)} = \text{인구수} \times \text{월평균용돈}$$

서울지역의 중고등학교 학생수는 약 110만명이며 이들의 월평균 지출규모는 약 430억 8천 2백만원으로 추정된다. 대학생의 인구수는 약 36만이며 이들의 전체 월평균 지출규모는 약 950억 7천 3백만원

으로 추정된다. 서울지역의 경우에는 다른 광역자치단체에 비하여 근로청소년 인구비율이 높은 편인데 전체 근로청소년 인구수는 약 73만 3천명이며 이들의 전체 월평균 지출규모는 약 1,757억 5천만원으로 추정된다. 또한 이 네 집단 전체의 인구수는 약 219만 3천명이며, 이들의 전체 월평균 지출규모는 3,139억 5천만원에 이른다. 그러나 이와 같은 통계치는 앞에서 언급한 바와 같이 대략적일 수 밖에 없다는 점을 염두에 두어야 할 것이다.

<표 2-7> 서울지역 청소년들의 월평균 지출규모

|       | 인구수<br>(천명) | 1인당 월평균<br>용돈 (원) | 집단별 월평균<br>지출규모(백만원) |
|-------|-------------|-------------------|----------------------|
| 중학생   | 567         | 27,893            | 15,815               |
| 고등학생  | 533         | 51,158            | 27,267               |
| 대학생   | 360         | 264,094           | 95,073               |
| 근로청소년 | 733         | 239,769           | 175,750              |
| 합 계   | 2,193       | -                 | 313,905              |

\* 인구수는 1995년도 청소년백서에 따름

\*\* 집단별 월평균 지출규모 = 집단별 인구수 × 1인당 월평균 용돈

### (3) 가장 필요한 소비활동분야

이 연구에서는 청소년들과 관련된 소비활동분야를 학습활동, 문화활동, 여가 및 스포츠활동, 여행 및 교통, 만남 및 사교활동, 일상잡화구입 등 6개분야로 구분하고, 조사대상 청소년들이 그 중에서 어느 분야를 가장 필요한 분야라고 생각하고 있는가를 조사하였다.

가장 필요한 소비활동분야에 대한 조사는 청소년들의 주요 소비활동 분야를 파악하기 위한 목적에서 이루어졌다. 이를 보다 정확하게 파악하기 위해서는 청소년들이 용돈을 주로 어떤 분야에 지출하고 있는가 하는 것뿐만 아니라 어떤 분야에서 소비지출의 필요성을

더 많이 느끼고 있는가를 검토하는 것이 필요하다. 지출의 필요성을 많이 느끼고 있는 분야는 표면적으로 드러나는 용돈 지출액에 비하여 더 많은 지출이 이루어지고 있을 가능성이 있으며, 또한 용돈의 규모가 증가하거나 할인제도 확대 등으로 인하여 용돈의 활용도가 높아질 경우 다른 분야에 비하여 소비지출이 늘어날 것이기 때문이다.

전체적으로 볼 때 청소년들이 가장 필요로 하는 소비활동은 여가 및 스포츠활동분야이다. 청소년과 관련된 6개 소비활동분야 중에서 여가 및 스포츠활동이 가장 필요한 소비활동분야라고 응답한 청소년이 전체의 21.8%로 가장 많다. 그 다음으로는 만남 및 사교활동이라고 응답한 청소년이 20.4%이며, 학습활동이라고 응답한 청소년이 19.0%, 일상잡화구입이라고 응답한 청소년이 15.0%, 문화활동이라고 응답한 청소년이 14.2%이며, 여행 및 교통관련분야라고 응답한 청소년(9.6%)이 가장 적었다.

<표 2-8> 가장 필요한 소비활동분야

단위 : 명, %

| 소비활동분야   | 전체청소년 (n=1,356) |
|----------|-----------------|
| 여가/스포츠활동 | 21.8            |
| 만남/사교활동  | 20.4            |
| 학습활동     | 19.0            |
| 일상잡화구입   | 15.0            |
| 문화활동     | 14.2            |
| 여행/교통분야  | 9.6             |

가장 필요한 소비활동분야에 관한 조사결과가 성별, 청소년집단별, 지역별로 차이가 있는가를 교차분석을 통하여 검증한 결과, 지역별로는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났으며, 성별, 청소년집

단별로는 통계적으로 의미있는 차이가 발견되었다. 우선 성별요인에 따라 가장 필요하다고 느끼는 소비활동분야가 어떻게 다른 차이를 살펴보기로 하자. 남자 청소년들은 여가 및 스포츠활동(27.5%), 만남 및 사교활동(23.5%), 학습활동(20.0%)에서, 여자 청소년들은 일상잡화구입(18.0%), 문화활동(15.7%), 여행 및 교통관련분야(12.0%)에서 소비활동의 필요성을 상대적으로 더 많이 느끼고 있다. 이와 같은 차이는 유의도 수준  $p < 0.001$  수준에서 통계적으로 의미있는 것으로 분석되었다.

<표2-9> 가장 필요한 소비활동분야 (성별비교)

| 소비활동분야   | 단위 : 명, %        |                  |
|----------|------------------|------------------|
|          | 남자청소년<br>(n=549) | 여자청소년<br>(n=783) |
| 학습활동     | 20.0             | 18.3             |
| 문화활동     | 12.2             | 15.7             |
| 여가/스포츠활동 | 27.5             | 17.6             |
| 여행/교통분야  | 6.4              | 12.0             |
| 만남/사교활동  | 23.5             | 18.4             |
| 일상잡화구입   | 10.4             | 18.0             |

다음으로 청소년 집단별 차이를 살펴보면, 중학생들 중에는 학습활동(29.3%)이나 일상잡화구입(22.0%)과 관련된 소비활동이 가장 필요하다는 청소년들이 많고, 만남 및 사교활동(13.2%)이나 문화활동(5.3%)에 관련된 소비활동의 필요성을 크게 느끼는 청소년은 상대적으로 적었다. 이는 중학생들의 용돈규모가 적고 소액의 학습자료나 일상잡화 구입 이외에 다른 목적으로 지출이 필요할 경우 정규적인 용돈 이외에 부모로부터 수시로 금전을 지급받고 있기 때문이라고 추측할 수 있다.

고등학생들 중에서는 학습활동(14.2%)이나 일상잡화구입(16.7%)에 관

련된 소비활동의 필요성을 크게 느끼는 청소년들이 중학생집단에 비하여 적고 반면에 여가 및 스포츠활동(24.6%)과 만남 및 사교활동(22.1%)에 관련된 소비활동의 필요성을 느끼는 청소년들이 많다. 가장 필요한 소비활동분야에 있어서 고등학생들은 중학생 보다는 대학생이나 근로청소년에 더 근접된 경향을 보이고 있다.

대학생들 중에서는 만남 및 사교활동(28.0%)분야에서 소비활동의 필요성을 크게 느끼는 청소년이 가장 많았고 그 다음으로 학습활동(19.7%)이나 문화활동(19.1%), 여가 및 스포츠활동(17.5%)에 관련된 소비활동의 필요성을 크게 느끼고 있다. 반면에 일상잡화 구입(8.6%)의 필요성을 가장 크게 느끼고 있는 청소년의 비율은 다른 집단, 특히 중고등학생(22.0%)에 비하여 크게 낮다.

근로청소년은 문화활동(23.8%), 여가 및 스포츠활동(22.0%)과 관련된 분야에서 소비활동의 필요성을 가장 크게 느끼고 있다. 특이한 점은 근로청소년 집단의 50%이상이 자취, 하숙 혹은 기숙사에 거주하고 있으나 일상잡화구입이 가장 필요한 소비활동이라고 응답한 비율은 중고등학생집단에 비하여 낮다는 점이다. 이와 같은 집단간의 차이는 유의도 수준  $p < 0.00$ 수준에서 통계적으로 의미있는 것으로 나타났다.

<표 2-10> 가장 필요한 소비활동분야의 (집단별비교)

단위 : 명, %

| 소비활동분야   | 중학생<br>(n=304) | 고등학생<br>(n=479) | 대학생<br>(n=325) | 근로청소년<br>(n=227) |
|----------|----------------|-----------------|----------------|------------------|
| 학습활동     | 29.3           | 14.2            | 19.7           | 14.5             |
| 문화활동     | 5.3            | 12.1            | 19.1           | 23.8             |
| 여가/스포츠활동 | 21.7           | 24.6            | 17.5           | 22.0             |
| 여행/교통분야  | 8.6            | 10.2            | 7.1            | 13.7             |
| 만남/사교활동  | 13.2           | 22.1            | 28.0           | 16.3             |
| 일상잡화구입   | 22.0           | 16.7            | 8.6            | 9.7              |

#### (4) 주요 용돈지출분야

청소년들의 주요 소비활동분야는 그들이 용돈을 주로 지출하는 분야라고 볼 수 있다. 물론 중고등학생의 경우에는 앞에서 언급한 바와 같이 필요할 때마다 수시로 돈을 타서 쓰는 경우가 많은데, 이 경우에는 용돈의 주요지출분야와 소비활동분야가 다를 수 있다. 이러한 문제점을 보충하기 위하여 이미 앞에서 청소년 집단마다 어떤 분야의 소비지출이 가장 필요한가를 살펴보았다.

여기에서는 청소년들이 용돈을 주로 어떤 분야에 사용하고 있는가를 살펴보기로 한다. 전체적으로 볼 때 청소년들은 만남 및 사교활동분야에서 가장 많은 지출을 하고 있는 것으로 보인다. 전체조사 대상 청소년의 35.0%가 용돈을 이 분야에 주로 사용한다고 응답하였다. 이는 청소년들에게 있어서 친구와의 만남이나 사교활동이 얼마나 중요한 의미를 가지고 있는가를 간접적으로 나타낸다고 볼 수 있다. 다음으로는 일상잡화의 구입에 용돈을 주로 사용하고 있다고 응답한 청소년이 30.2%, 학습활동에 주로 사용하고 있다는 청소년이 12.8%, 여가 및 스포츠활동에 주로 사용하고 있다는 청소년이 10.7%이다. 전반적으로 볼 때 청소년들은 용돈을 주로 친구들과의 만남이나 일상잡화를 구입하는데 사용하고 있다고 볼 수 있다.

<표 2-11> 용돈을 가장 많이 지출하는 분야

단위 : 명, %

| 용돈지출분야   | 전체청소년 (n=1,293) |
|----------|-----------------|
| 학습활동     | 12.8            |
| 문화활동     | 6.8             |
| 여가/스포츠활동 | 10.7            |
| 여행/교통분야  | 4.6             |
| 만남/사교활동  | 35.0            |
| 일상잡화구입   | 30.2            |

청소년들이 용돈을 주로 지출하는 분야는 집단별로 차이가 있다. 중학생의 경우에는 일상잡화구입(44.1%), 학습활동(19.7%), 만남 및 사교활동(19.0%)에 용돈을 가장 많이 사용하고 있다고 응답하였다. 이에 비하여 고등학생은 만남 및 사교활동(36.0%)과 일상잡화 구입(33.6%)에 용돈을 가장 많이 사용하고 있으며, 대학생은 일상잡화 구입(14.7%)보다는 만남 및 사교활동(48.1%)과 학습활동(15.6%)에 더 많은 용돈을 지출하고 있다. 또 근로청소년은 만남 및 사교활동(34.6%)과 더불어 일상잡화 구입(27.2%)에 용돈을 가장 많이 지출하고 있기는 하지만, 학습활동(12.3%)에 가장 많은 지출을 하고 있는 청소년도 적지 않은 편이다. 청소년 집단별 주요지출분야의 차이는 통계적으로도  $p < 0.001$  수준에서 의미있는 것으로 분석되었다.

<표 2-12> 용돈을 가장 많이 지출하는 분야 (집단별 비교)

단위 : 명, %

| 용돈지출분야   | 중학생<br>(n=290) | 고등학생<br>(n=455) | 대학생<br>(n=320) | 근로청소년<br>(n=228) |
|----------|----------------|-----------------|----------------|------------------|
| 학습활동     | 19.7           | 6.8             | 15.6           | 12.3             |
| 문화활동     | 4.1            | 8.1             | 5.3            | 9.6              |
| 여가/스포츠활동 | 11.0           | 11.6            | 9.7            | 9.6              |
| 여행/교통분야  | 2.1            | 3.7             | 6.6            | 6.6              |
| 만남/사교활동  | 19.0           | 36.0            | 48.1           | 34.6             |
| 일상잡화구입   | 44.1           | 33.6            | 14.7           | 27.2             |

중고등학생들의 경우에는 성별요인과 지역요인에 따라 용돈을 주로 지출하는 분야가 다른 것으로 나타났다. 남학생들은 여가 및 스포츠활동분야에서 여학생들은 일상잡화구입이나 학습활동분야에서 각각 더 많은 지출을 하고 있다. 또 서울지역 중고등학생들은 여행 및 교통관련분야, 문화활동, 일상잡화구입 등에 주로 지출하는 사람

이 광주지역 학생들보다 많고, 광주지역 중고등학생들은 학습활동, 만남 및 사교활동에 가장 많이 지출하고 있는 학생들이 서울지역 학생들보다 많다. 이러한 차이는 각각  $p.<0.001$ 과  $p.<0.05$ 수준에서 통계적으로 의미있는 차이로 검증되었다.

<표 2-13> 중고등학생들의 주요지출분야 (성별, 지역별 비교)

단위 : 명, %

| 용돈지출분야   | 성별비교           |                | 지역별비교           |                 |
|----------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
|          | 남학생<br>(n=326) | 여학생<br>(n=245) | 서울지역<br>(n=496) | 광주지역<br>(n=255) |
| 학습활동     | 8.0            | 14.9           | 10.5            | 14.1            |
| 문화활동     | 8.6            | 5.0            | 7.5             | 5.1             |
| 여가/스포츠활동 | 21.5           | 3.4            | 11.5            | 11.8            |
| 여행/교통분야  | 3.1            | 3.1            | 4.2             | 0.8             |
| 만남/사교활동  | 28.8           | 29.5           | 27.2            | 32.5            |
| 일상잡화구입   | 30.1           | 44.1           | 39.1            | 35.7            |

### 3. 경제적 어려움과 자기발전과의 관계에 관한 인식

#### (1) 가장 어려움을 겪고 있는 소비활동분야

전체적으로 볼 때 청소년들은 일상잡화구입(23.1%), 학습활동(15.4%), 문화활동(14.5%) 등의 분야에서 상대적으로 더 많은 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다. 경제적인 어려움이 없다고 응답한 청소년도 9.7%나 된다(표 2-14 참조).

청소년들이 경제적인 어려움을 겪고 있는 소비활동분야는 그들에게 가장 필요한 소비활동분야와 다른 것으로 나타났다. 이 장의 제2절에서 살펴본 바에 따르면 청소년들은 여가 및 스포츠활동(21.8%), 만남 및 사교활동(20.4%), 학습활동(19.0%) 등의 분야에서 소비활동

의 필요성을 가장 많이 느끼고 있는데 비하여, 이 세 분야에서 가장 큰 경제적 어려움을 겪고 있다고 응답한 청소년은 각각 13.2%, 14.2%, 15.4%이다. 그리고 이 세 분야보다는 일상잡화구입분야(23.1%)에서 더 많은 청소년들이 경제적 어려움을 호소하고 있는 것으로 나타났다.

<표 2-14> 가장 어려움을 겪고 있는 소비활동분야

단위 : 명, %

| 소비활동분야       | 전체청소년 (n=1,223) |
|--------------|-----------------|
| 학 습 활 동      | 15.4            |
| 문 화 활 동      | 14.5            |
| 여가/스포츠활동     | 13.2            |
| 여행/교통분야      | 10.0            |
| 만남/사교활동      | 14.2            |
| 일상잡화구입       | 23.1            |
| 경제적인 어려움이 없음 | 9.7             |

청소년들이 가장 필요로 하는 소비활동분야와 가장 큰 경제적 어려움을 겪고 있는 분야가 서로 다르다는 것은 다음과 같이 해석해 볼 수 있다. 첫째는 필요성을 느끼는 분야에 그 만큼 지출을 하고 있는 경우이다. 만남 및 사교활동 분야가 여기에 해당된다고 볼 수 있다. 이 분야는 가장 필요한 분야라고 응답한 청소년(20.4%)도 많고, 용돈을 가장 많이 지출하고 있는 분야라고 응답한 청소년(35.0%)도 많다. 따라서 이 분야에서 경제적 어려움을 크게 겪고 있는 청소년(13.2%)은 상대적으로 적은 편이다.

다음은 필요성을 높게 인식하고 있으나 실제로 그 분야에 용돈을 많이 지출하지 않으면서도 희망하는 바를 할 수 있는 분야가 있다. 여가 및 스포츠활동과 학습활동 관련분야가 바로 그러한 분야로 보인다. 여가 및 스포츠활동 분야의 경우, 가장 필요한 소비활동분야

라고 응답한 청소년은 21.8%이나, 실제로 이 분야에 용돈을 주로 사용하고 있는 청소년은 10.7%이며 경제적 어려움을 가장 많이 겪고 있는 분야라고 응답한 청소년은 13.2%이다. 한편 학습활동 분야의 경우에는 가장 필요한 소비활동분야라고 응답한 청소년은 19.08%이나, 실제로 이 분야에 용돈을 주로 사용하고 있는 청소년은 12.8%이며 경제적 어려움을 가장 많이 겪고 있는 분야라고 응답한 청소년은 15.4%이다.

그런데 이 두 분야의 필요성에 비추어 상대적으로 경제적 어려움을 덜 겪고 있는 이유는 서로 다를 것으로 추측된다. 여가 및 스포츠활동 분야의 경우에는 용돈을 지출하지 않고도 이 분야의 활동에 참여할 수 있는 기회를 쉽게 찾을 수 있기 때문일 가능성이 있으며, 학습활동 분야의 경우에는 필요한 소비지출을 용돈의 범위 내에서 하지 않고 필요할 때 마다 부모로부터 지급받기 때문일 가능성이 높다.

일상잡화구입에 관해서는 가장 필요한 소비활동분야라고 응답한 청소년들은 많지 않은 반면(15.0%), 용돈을 주로 지출하는 분야라고 응답한 청소년은 매우 많고(30.2%), 그럼에도 불구하고 여전히 경제적으로 가장 어려움을 느끼는 분야라고 응답한 청소년의 비율도 가장 높다(23.1%). 이와같은 조사결과는 청소년들의 용돈규모가 이 연구에서 조사한 다양한 소비활동분야에서 청소년들의 필요를 반영하지 못하고 있으며, 그 결과로 청소년들이 자기개발에 필요한 여러 분야에서 자율적으로 소비활동을 하지 못하고 일상적인 필수용품을 구입하는데 급급하고 있다는 것을 보여준다.

청소년들이 경제적으로 가장 어려움을 겪고 있는 소비활동분야를 성별, 집단별, 지역별 요인에 따라 교차분석을 실시한 결과, 세 가지 요인에 따라 경제적인 어려움을 겪고 있는 분야가 서로 다른 것으로 나타났다. 우선 성별요인에 따른 차이를 살펴보면 남자청소년(20.5%)은 여자청소년(9.6%)에 비하여 만남 및 사교활동에서의 경제적 어려

움이 크다고 응답한 청소년이 현저하게 많다. 그 밖에 문화활동분야를 제외하고 다른 분야에서는 여자청소년들이 상대적으로 더 큰 어려움을 겪는 것으로 나타났다(표 2-15 참고). 이러한 차이는 유의도 수준  $p < 0.001$ 에서 통계적으로 의미있게 분석되었다.

이러한 조사결과는 각 분야에서 소비활동의 필요성과 주요 용돈 지출분야에 관한 조사결과를 참고할 때 다음과 같이 해석된다. 즉, 남자 청소년들은 만남 및 사교활동 분야뿐만 아니라 여가 및 스포츠활동 분야에서 소비활동의 필요성을 크게 느끼고 있고 실제로 그 분야에 용돈을 많이 지출하고 있다. 따라서 여자 청소년들에 비하여 만남 및 사교활동 분야에 지출할 수 있는 용돈의 규모가 적을 수밖에 없고 그에 따라 경제적인 어려움도 더 크게 느끼고 있는 것으로 보인다.

<표 2-15> 가장 어려움을 겪고 있는 소비활동분야 (성별비교)

단위 : 명, %

| 소비활동분야   | 남자청소년 (n=549) | 여자청소년 (n=783) |
|----------|---------------|---------------|
| 학 습 활 동  | 13.6          | 17.0          |
| 문 화 활 동  | 15.3          | 13.7          |
| 여가/스포츠활동 | 11.1          | 14.3          |
| 여행/교통    | 7.8           | 11.4          |
| 만남/사교분야  | 20.5          | 9.6           |
| 일상잡화구입   | 23.1          | 23.3          |
| 어려움이 없음  | 8.5           | 10.7          |

다음으로 청소년 집단별요인에 따라 경제적인 어려움을 겪고 있는 분야가 어떻게 다른가를 살펴보기로 한다. 중학생은 다른 집단에 비하여 경제적 어려움이 전혀 없다는 청소년이 많고(22.8%), 경제적 어려움이 있는 경우에는 학습활동에 관련된 어려움이 가장 크다는

청소년(22.1%)이 상대적으로 많다. 중학생 이외에 다른 집단에서 학습활동에 관련된 경제적 어려움이 가장 크다고 응답한 경우는 근로청소년의 19.2%, 고등학생의 14.1%, 대학생의 9.0%이다.

고등학생집단에서는 일상잡화의 구입과 관련하여 가장 큰 경제적 어려움을 겪고 있다고 응답한 청소년의 비율(32.1%)이 높다. 다른 집단에서도 동일하게 응답한 비율이 대체로 높은 편이다(중학생 22.8%, 대학생 18.6%, 근로청소년 10.9%).

대학생들이 상대적으로 경제적 어려움을 많이 호소한 분야는 문화활동분야이다(25.1%). 근로청소년 중에도 같은 어려움을 가진 청소년의 비율이 높은 편이다(17.2%). 반면에 중학생(9.4%)이나 고등학생(8.8%)들은 다른 분야에 비해 문화활동분야에서의 경제적 어려움을 호소하는 비율이 낮다.

근로청소년집단에서는 여가 및 스포츠활동과 관련된 경제적 어려움이 가장 크다고 응답한 청소년이 19.2%로서, 대학생(12.4%), 고등학생(13.9%), 중학생(9.1%)보다 높은 비율을 나타내고 있다. 이러한 차이는 유의도수준  $p < 0.001$ 에서 통계적으로 의미있게 분석되었다.

<표 2-16> 가장 어려움을 겪고 있는 소비활동분야 (집단별비교)

단위 : 명, %

| 소비활동분야   | 중학생<br>(n=304) | 고등학생<br>(n=479) | 대학생<br>(n=325) | 근로청소년<br>(n=227) |
|----------|----------------|-----------------|----------------|------------------|
| 학습활동     | 22.1           | 14.1            | 9.0            | 19.2             |
| 문화활동     | 9.4            | 8.8             | 25.1           | 17.9             |
| 여가/스포츠활동 | 7.5            | 13.9            | 12.4           | 19.2             |
| 여행/교통분야  | 9.1            | 6.1             | 12.7           | 14.8             |
| 만남/사교활동  | 7.2            | 17.4            | 18.9           | 10.5             |
| 일상잡화구입   | 22.8           | 32.1            | 18.6           | 10.9             |
| 어려움이 없음  | 21.8           | 7.6             | 3.4            | 7.4              |

마지막으로 지역별 요인에 따라 청소년들이 경제적 어려움을 겪고 있는 소비활동분야의 차이를 살펴보기로 하자. 우선 서울지역 청소년들(10.9%)은 광주지역 청소년들(6.4%)에 비하여 경제적 어려움을 겪지 않고 있다고 응답한 비율이 높다. 서울지역 청소년들은 문화활동(15.9%)과 학습활동(15.8%) 분야에서 경제적 어려움을 상대적으로 더 많이 겪고 있으며, 광주지역 청소년들은 일상잡화구입(25.4%), 만남 및 사교활동(16.5%), 여가 및 스포츠활동(15.4%), 여행 및 교통분야(12.0%)에서 경제적 어려움을 상대적으로 더 크게 겪고 있다. 이러한 차이는 유의도수준  $p < 0.001$ 에서 통계적으로 의미있게 분석되었다.

<표 2-17> 가장 어려움을 겪고 있는 소비활동분야 (지역별 비교)

단위 : 명, %

| 소비활동분야   | 서울지역 (n=997) | 광주지역 (n=358) |
|----------|--------------|--------------|
| 학습활동     | 15.8         | 14.0         |
| 문화활동     | 15.9         | 10.3         |
| 여가/스포츠활동 | 12.4         | 15.4         |
| 여행/교통분야  | 9.2          | 12.0         |
| 만남/사교활동  | 13.3         | 16.5         |
| 일상잡화구입   | 22.3         | 25.4         |
| 어려움이 없음  | 10.9         | 6.4          |

과반수 이상의 청소년들은 경제적 어려움이 자기발전에 장애요인으로 작용하고 있다고 생각한다. 전체 청소년 중에서 경제적 어려움이 자기발전에 매우 큰 장애요인이 되고 있다고 생각하는 청소년은 12.1%, 다소 장애요인이 되고 있다고 생각하는 청소년은 53.9%이다. 반면에 경제적 어려움이 거의 장애요인으로 작용하지 않는다고 응답한 청소년은 19.6%, 전혀 장애요인이 되지 않는다는 청소년이 6.0%이다.

&lt;표 2-18&gt; 경제적 어려움을 자기발전의 장애요인으로 인식하는 정도

단위 : 명, %

| 장애요인으로 생각하는 정도     | 전체청소년 (n=1,370) |
|--------------------|-----------------|
| 매우 큰 장애요인이다        | 12.1            |
| 다소 장애요인으로 작용한다     | 53.9            |
| 별로 장애요인으로 작용하지 않는다 | 19.6            |
| 전혀 장애요인으로 작용하지 않는다 | 6.0             |
| 모르겠다               | 8.5             |

그러나 위의 조사결과를 경제적 어려움을 겪고 있다고 응답한 청소년들에게 국한시켜 분석할 경우 경제적 어려움이 자기발전에 장애요인으로 작용한다고 인식하는 정도는 훨씬 높게 나타난다. 경제적 어려움이 없다고 응답한 청소년들은 경제적 어려움이 자기발전의 장애요인으로 작용한다는 인식이 매우 낮기 때문이다.

이 연구에서 제시한 6개 소비활동분야 중 어느 한 분야에서라도 경제적 어려움을 느끼고 있다고 응답한 청소년들의 경우, 그것이 자기발전에 매우 큰 장애요인으로 작용하고 있다고 인식하는 청소년은 13.1%이며 다소 장애요인으로 작용한다고 응답한 청소년을 합하면 모두 70.6%가 경제적 어려움이 자기발전에 장애가 되고 있다고 생각하고 있다. 반면에 경제적 어려움이 전혀 없다고 응답한 청소년들 중에서는 3.9%만이 자기발전에 매우 큰 장애요인으로 작용한다고 응답하였고, 다소 장애요인으로 작용한다고 응답한 청소년을 합하여도 21.1%에 불과하다. 경제적 어려움을 느끼고 있는 청소년들의 70.6%가 그렇게 응답한 것에 비하면 상당히 낮다. 반대로 경제적 어려움이 자기발전에 거의 혹은 전혀 장애요인이 되지 않는다고 응답한 청소년이 51.5%나 된다. 이와 같은 차이는 유의도수준  $p < 0.001$ 에서 통계적으로 검증되었다.

<표 2-19> 경제적 어려움을 자기발전의 장애요인으로 인식하는 정도  
(어려움이 있는 청소년과 전혀 없는 청소년의 비교)

단위 : 명, %

| 장애요인이 되는 정도     | 경제적 어려움을 겪고 있는 청소년<br>(n=1,221) | 경제적 어려움이 전혀 없는 청소년<br>(n=128) |
|-----------------|---------------------------------|-------------------------------|
| 매우 큰 장애요인이다     | 13.1                            | 3.9                           |
| 다소 장애요인이 된다     | 57.5                            | 17.2                          |
| 별로 장애요인이 되지 않는다 | 18.7                            | 28.1                          |
| 전혀 장애요인이 되지 않는다 | 4.2                             | 23.4                          |
| 모르겠다            | 6.6                             | 27.3                          |

반면에 경제적 어려움을 가장 많이 겪고 있는 분야가 어느 분야인가 하는 것은 경제적 어려움을 자기발전의 장애요인으로 인식하는 정도와 큰 관련이 없는 것으로 나타났다. 다만, 학습활동에서 가장 많은 어려움을 겪고 있다고 응답한 청소년들이 다른 분야에서 어려움을 겪고 있는 청소년들에 비하여, 경제적 어려움을 자기발전의 장애요인으로 인식하는 경우가 많았다.

경제적 어려움 겪고 있다고 응답한 청소년 중에서 그것을 자기발전의 장애요인으로 인식하는 정도는 집단별, 지역별 요인에 따라 차이가 있다.

먼저 청소년집단간의 차이를 살펴보면, 중학생의 경우에는 경제적 어려움이 자기발전에 장애요인이 되고 있는지에 관하여 아무런 인식이 없는 청소년이 16.4%나 되었으며, 장애요인으로 작용하고 있고 인식하는 경우에도 매우 그렇다고 응답한 청소년은 6.3%에 불과하며 다소 그렇다는 온건한 반응이 대부분이다(45.4%). 고등학생, 대학생, 근로청소년 집단에서는 경제적 어려움이 자기발전의 장애요인으로 작용한다는 청소년이 각각 70.9%, 77.2%, 81.1%로 상당히 높은 수준이며, 고등학생보다는 대학생이 대학생보다는 근로청소년

이 보다 적극적으로 경제적 어려움으로 인한 자기발전의 어려움을 나타내었다. 이와 같은 차이는 유의도수준  $p < 0.001$ 에서 통계적으로 의미있게 분석되었다.

<표 2-20> 경제적 어려움을 자기발전의 장애요인으로 인식하는 정도  
(청소년집단별비교)

단위 : 명, %

| 장애요인이 되는 정도     | 중학생<br>(n=238) | 고등학생<br>(n=440) | 대학생<br>(n=312) | 근로청소년<br>(n=212) |
|-----------------|----------------|-----------------|----------------|------------------|
| 매우 큰 장애요인이다     | 6.3            | 14.3            | 11.2           | 20.3             |
| 다소 장애요인이 된다     | 45.4           | 56.6            | 66.0           | 60.8             |
| 별로 장애요인이 되지 않는다 | 24.4           | 21.8            | 14.1           | 13.2             |
| 전혀 장애요인이 되지 않는다 | 7.6            | 2.3             | 3.8            | 4.7              |
| 모르겠다            | 16.4           | 5.0             | 4.8            | 0.9              |

이와 같은 조사결과는 청소년들의 연령이 높을수록 또한 직업세계에 진출한 청소년일수록 경제적 여건이 자기발전에 중요한 요인이라고 인식한다는 것을 보여준다. 이는 두 가지 방향에서 해석해 볼 수 있다. 하나는 청소년들이 연령이 많을수록 그리고 부모로부터 경제적으로 독립할수록 경제적 여건이 뒷받침되어야 하는 분야에서 자기개발의 의욕을 느끼고 있다고 볼 수 있다. 다른 한편으로 연령이 많을수록 그리고 부모로부터 경제적으로 독립할수록 자기개발에 필요한 비용을 스스로 마련하고 관리하는 경향이 있기 때문에 부모에게 경제적으로 의존했을 때보다 경제적인 어려움을 더 크게 느끼는 것으로 해석해 볼 수도 있다.

다음으로 지역별요인에 따른 차이를 살펴보면 경제적 어려움이 자기발전에 장애요인으로 작용하고 있다는 인식하는 정도는 두 지역에서 거의 유사하지만(서울지역 70.7%, 광주지역 70.5%), 서울지

역 청소년들이 광주지역 청소년들에 비하여 보다 적극적으로 그러한 인식을 표현하고 있다. 즉, 서울지역 청소년들 중에서는 14.7%가 매우 큰 장애요인이 되고 있다고 응답하였는데 비하여, 광주지역 청소년들은 9.0%만이 그렇게 응답하였다.

<표 2-21> 경제적 어려움을 자기발전의 장애요인으로 인식하는 정도  
(지역별비교)

단위 : 명, %

| 장애요인이 되는 정도     | 서울지역 청소년<br>(n=886) | 광주지역 청소년<br>(n=335) |
|-----------------|---------------------|---------------------|
| 매우 큰 장애요인이다     | 14.7                | 9.0                 |
| 다소 장애요인이 된다     | 56.0                | 61.5                |
| 별로 장애요인이 되지 않는다 | 18.7                | 18.5                |
| 전혀 장애요인이 되지 않는다 | 4.7                 | 2.7                 |
| 모르겠다            | 5.9                 | 8.4                 |

## (2) 소비활동분야별 경제적 어려움

이 연구에서는 청소년들의 소비활동분야를 학습활동, 문화활동, 여가 및 스포츠활동, 여행 및 교통분야, 만남 및 사교활동, 일상잡화구입 등 6개 분야로 구분하고, 각 분야에서 청소년들의 주요 소비항목을 다수 제시하고, 그 중에서 경제적 어려움을 겪고 있는 항목을 모두 보고하도록 하였다. 여기에서는 각 소비활동분야 내에서 청소년들이 경제적 어려움을 겪고 있는 소비항목을 살펴보고, 그러한 어려움이 자기발전의 장애요인으로 작용하고 있다고 인식하고 있는 정도를 살펴보기로 한다.

### ① 학습활동분야

학습활동 분야에서는 서적구입, 문구류구입, 컴퓨터 및 관련제품구입, PC통신 이용, 외국어나 컴퓨터 학원강습(입시학원 제외) 등의

항목에서 경제적 어려움으로 인해 자주 참여하지 못하는 청소년들이 얼마나 많은가를 조사하였다.

위의 항목 가운데 경제적인 어려움으로 인해 자주 참여하지 못하는 청소년들이 가장 많은 항목은 컴퓨터 및 관련제품 구입(42.0%)이다. 다음으로는 입시학원을 제외한 외국어 및 컴퓨터학원 강습이 33.6%, PC통신 이용이 32.3%으로 나타났으며, 서적도(28.7%) 적지 않은 청소년이 경제적인 이유로 자주 구입하지 못하는 것으로 나타났다. 한편 학습활동에 관한 한 경제적 어려움이 전혀 없다고 응답한 청소년도 23.7%나 된다. 이는 청소년들이 학습활동분야에서 큰 비용이 소요되는 소비활동을 부모에게 의존하고 있고 부모들의 입장에서라도 학습활동에 관련된 자녀들의 요구를 비교적 쉽게 허용해 주기 때문인 것으로 해석된다.

<표 2-22> 경제적 이유로 자주 참여하지 못하는 소비항목  
(학습활동분야)

| 단위 : 명, %               |                 |
|-------------------------|-----------------|
| 소비항목                    | 전체청소년 (n=1,377) |
| 컴퓨터 및 관련제품 구입           | 42.0            |
| 외국어 및 컴퓨터학원 강습(입시학원 제외) | 33.6            |
| PC통신 이용                 | 32.3            |
| 서적 구입                   | 28.7            |
| 문구류 구입                  | 10.8            |
| 학습활동에 관한 한 경제적인 어려움이 없다 | 23.7            |

학습활동 분야에서 경제적인 이유로 자주 참여하지 못하는 소비항목이 있다고 응답한 청소년들 가운데, 그로 인해 자기발전에 장애를 겪고 있다고 인식하고 있는 청소년은 70.9%이다. 그 중 14.5%는

학습활동 분야에서의 경제적 어려움이 자기발전에 매우 큰 장애요인이 된다고 응답하였다. 반면에 21.5%의 청소년들은 별로 장애요인이 되지 않는다고 응답하였으며, 전혀 장애요인이 되지 않는다는 청소년은 3.4%에 불과하다.

<표 2-23> 학습활동 분야의 경제적 어려움을 자기발전의 장애요인으로 인식하는 정도

단위 : 명, %

| 장애요인으로 생각하는 정도     | 전체청소년 (n=1,028) |
|--------------------|-----------------|
| 매우 큰 장애요인이다        | 14.5            |
| 다소 장애요인으로 작용한다     | 56.4            |
| 별로 장애요인으로 작용하지 않는다 | 21.5            |
| 전혀 장애요인으로 작용하지 않는다 | 3.4             |
| 모르겠다               | 4.2             |

## ② 문화활동분야

문화활동분야에서는 영화나 연극 관람, 음악회 관람, 박물관이나 미술관 관람, 카세트나 CD 구입, 그림이나 액자 구입, 붓글씨, 미술, 음악, 무용, 사물놀이 등 문화활동 분야의 학원강습 등의 항목에서 경제적 어려움을 겪고 있는 청소년들이 얼마나 많은가를 조사하였다.

위의 항목 가운데 경제적인 어려움으로 인해 자주 참여하지 못하는 청소년들이 가장 많은 항목은 영화나 연극 관람(47.2%)이다. 다음으로는 카세트나 CD 구입에서는 45.5%의 청소년이, 음악회 관람에서는 35.6%의 청소년이, 문화활동과 관련된 학원강습에서는 31.5%의 청소년이 경제적 어려움으로 자주 참여하지 못한다고 응답하였다. 가장 낮은 응답률을 보인 항목은 박물관이나 미술관 관람(17.1%)이다. 문화활동 분야에서 경제적 어려움이 전혀 없다고 응답

한 청소년은 14.6%이다.

<표 2-24> 경제적 이유로 자주 참여하지 못하는 소비항목  
(문화활동분야)

단위 : 명, %

| 소 비 항 목                    | 전체청소년 (n=1,377) |
|----------------------------|-----------------|
| 영화나 연극 관람                  | 47.2            |
| 카세트나 CD 구입                 | 45.5            |
| 음악회 관람                     | 35.6            |
| 문화활동을 위한 강습(붓글씨, 미술, 음악 등) | 31.5            |
| 그림이나 액자 구입                 | 24.8            |
| 박물관이나 미술관 관람               | 17.1            |
| 문화활동에 관한 한 경제적 어려움이 없다     | 14.6            |

<표 2-25> 문화활동 분야의 경제적 어려움을 자기발전의  
장애요인으로 인식하는 정도

단위 : 명, %

| 장애요인으로 생각하는 정도     | 전체청소년 (n=1,168) |
|--------------------|-----------------|
| 매우 큰 장애요인이다        | 13.4            |
| 다소 장애요인으로 작용한다     | 51.7            |
| 별로 장애요인으로 작용하지 않는다 | 28.6            |
| 전혀 장애요인으로 작용하지 않는다 | 3.5             |
| 모르겠다               | 2.8             |

문화활동 분야에서 경제적인 이유로 자주 참여하지 못하는 소비항목이 있다고 응답한 청소년들 가운데, 그로 인해 자기발전에 장애

를 겪고 있다고 인식하고 있는 청소년은 65.1%이다. 그 중 13.4%는 문화활동 분야에서의 경제적 어려움이 자기발전에 매우 큰 장애요인이 된다고 응답하였다. 반면에 28.6%의 청소년들은 별로 장애요인이 되지 않는다고 응답하였으며, 전혀 장애요인이 되지 않는다는 청소년은 3.5%에 불과하다.

### ③ 여가 및 스포츠활동 분야

여가 및 스포츠활동 분야에서는 스포츠웨어를 포함한 스포츠 용품 구입, 수영장 및 스포츠센터 이용, 스키장이나 눈썰매장 이용, 스포츠경기 관람, 놀이시설(서울대공원 등) 이용, 여가 및 스포츠활동 분야에서의 강습(수영, 테니스, 꽃꽂이, 공예 등) 등의 항목에서 경제적 어려움으로 인해 자주 참여하지 못하는 청소년들이 얼마나 많은가를 조사하였다.

<표 2-26> 경제적 이유로 자주 참여하지 못하는 소비항목  
(여가 및 스포츠활동분야)

단위 : 명, %

| 소비항목                               | 전체청소년 (n=1,377) |
|------------------------------------|-----------------|
| 스키장이나 썰매장 이용                       | 47.6            |
| 스포츠용품 구입                           | 45.0            |
| 수영장이나 스포츠센터 이용                     | 43.8            |
| 여가 및 스포츠활동 분야 강습                   | 39.6            |
| 놀이시설(서울대공원 등) 이용                   | 23.6            |
| 스포츠경기 관람                           | 20.6            |
| 여가 및 스포츠활동 분야에서는<br>전혀 경제적 어려움이 없다 | 14.4            |

위의 항목 가운데 경제적인 어려움으로 인해 자주 참여하지 못하는 청소년들이 가장 많은 항목은 스키장이나 눈썰매장 이용(47.6%)

이다. 다음으로 스포츠용품 구입에서는 45.0%의 청소년이, 수영장이나 스포츠센터 이용에서는 43.8%의 청소년이, 여가 및 스포츠활동 관련분야의 학원강습에서는 39.6%의 청소년이 경제적 어려움으로 인해 자주 참여하지 못하고 있다. 스포츠경기 관람(20.6%)이나 대형 놀이시설 이용(23.6%)에서는 경제적 어려움으로 자주 참여하지 못하는 청소년이 상대적으로 적다. 여가 및 스포츠활동 분야에서 경제적 어려움을 전혀 느끼지 않고 있는 청소년은 14.4%이다.

여가 및 스포츠활동 분야에서 경제적인 어려움을 느끼고 있다고 응답한 청소년들 가운데, 그로 인해 자기발전에 장애를 겪고 있다고 인식하고 있는 청소년은 62.3%이다. 그 중 14.6%는 매우 큰 장애요인이 된다고 응답하였다. 반면에 29.5%의 청소년들은 별로 장애요인이 되지 않는다고 응답하였으며, 전혀 장애요인이 되지 않는다는 청소년은 5.6%이다.

<표 2-27> 여가 및 스포츠활동 분야의 경제적 어려움을  
자기발전의 장애요인으로 인식하는 정도

단위 : 명, %

| 장애요인으로 생각하는 정도     | 전체청소년 (n=1,171) |
|--------------------|-----------------|
| 매우 큰 장애요인이다        | 14.6            |
| 다소 장애요인으로 작용한다     | 47.7            |
| 별로 장애요인으로 작용하지 않는다 | 29.5            |
| 전혀 장애요인으로 작용하지 않는다 | 5.6             |
| 모르겠다               | 2.6             |

#### ④ 여행 및 교통분야

이 분야에서는 여행교통비, 여행숙박비, 각종 입장료, 여행상품 구매, 학교나 단체 주관 여행프로그램 참여 등의 항목에서 경제적 어

려움으로 인해 자주 참여하지 못하는 청소년들이 얼마나 많은가를 조사하였다.

위의 항목 가운데 경제적인 어려움으로 인해 자주 참여하지 못하는 청소년들이 가장 많은 항목은 여행에 필요한 숙박비 지불(54.1%)이다. 다음으로 여행에 필요한 교통비 지불에 관해서는 43.3%의 청소년이, 여행상품 구매에서는 33.1%의 청소년이, 각종 입장료 지불에서는 32.1%의 청소년이 경제적 어려움을 느끼고 있는 것으로 나타났으며, 학교나 단체에서 주관하는 여행프로그램에 경제적인 이유로 참여하기 어렵다는 청소년은 18.2%이다.

이밖에 여행 및 교통관련 분야의 소비활동에서 경제적 어려움을 전혀 느끼지 않고 있는 청소년은 19.8%이다.

<표 2-28> 경제적 이유로 자주 참여하지 못하는 소비항목  
(여행 및 교통관련 분야)

| 소비항목                     | 단위 : 명, %          |
|--------------------------|--------------------|
|                          | 전체청소년<br>(n=1,377) |
| 여행에 필요한 숙박비 지불           | 54.1               |
| 여행에 필요한 교통비 지불           | 43.3               |
| 여행사의 여행상품 구매             | 33.1               |
| 여행시 각종 입장료 지불            | 32.1               |
| 학교나 단체주관 여행프로그램 참여       | 18.2               |
| 여행 및 교통분야에서는 경제적 어려움이 없다 | 19.8               |

여행 및 교통분야에서 경제적인 이유로 자주 참여하지 못하는 소비항목이 있다고 응답한 청소년들 가운데, 그로 인해 자기발전에 장애를 겪고 있다고 인식하고 있는 청소년은 68.8%이다. 그 중 17.7%는 이 분야에서의 경제적 어려움이 자기발전에 매우 큰 장애요인이 된다고 응

답하였다. 반면에 24.8%의 청소년들은 별로 장애요인이 되지 않는다고 응답하였으며, 전혀 장애요인이 되지 않는다는 청소년은 2.5%이다.

<표 2-29> 여행 및 교통관련 분야의 경제적 어려움을 자기발전의 장애요인으로 인식하는 정도

| 단위 : 명, %          |                 |
|--------------------|-----------------|
| 장애요인으로 생각하는 정도     | 전체청소년 (n=1,089) |
| 매우 큰 장애요인이다        | 17.7            |
| 다소 장애요인으로 작용한다     | 51.1            |
| 별로 장애요인으로 작용하지 않는다 | 24.8            |
| 전혀 장애요인으로 작용하지 않는다 | 3.9             |
| 모르겠다               | 2.5             |

#### ⑤ 만남 및 사교활동 분야

이 분야에서는 음식점(각종 식당 및 분식점) 이용, 찻집 이용, 제과점 이용, 주류 판매업소(맥주집) 이용 등 4개 항목에서 경제적 어려움으로 인해 자주 참여하지 못하는 청소년들이 얼마나 많은가를 조사하였다.

위의 항목 가운데 경제적인 어려움으로 인해 자주 참여하지 못하는 청소년들이 가장 많은 항목은 맥주집과 같은 주류 판매점 이용 (39.5%)이다. 식당이나 분식집과 같은 음식점을 경제적 이유로 자주 찾지 못한다는 청소년은 34.9%, 찻집을 자주 찾지 못한다는 청소년은 33.8%, 제과점을 자주 찾지 못한다는 청소년은 13.9%이다.

이 분야에서 경제적인 어려움이 전혀 없다고 응답한 청소년의 비율은 다른 분야 보다 매우 높은 28.9%이다. 이는 청소년들이 이 분야에 용돈을 주로 지출하고 있기 때문으로 해석할 수도 있고, 만남 및 사교활동이 다른 활동에 비하여 많은 지출을 요구하지 않기 때문으로 해석할 수도 있다.

<표 2-30> 경제적 이유로 자주 참여하지 못하는 소비항목  
(만남 및 사교활동 분야)

단위 : 명, %

| 소비항목                     | 전체청소년 (n=1,377) |
|--------------------------|-----------------|
| 주류 판매업소(맥주집) 이용          | 39.5            |
| 음식점(식당 및 분식집) 이용         | 34.9            |
| 찻집 이용                    | 33.8            |
| 제과점 이용                   | 13.9            |
| 만남 및 사교활동에서는 경제적 어려움이 없다 | 28.5            |

만남 및 사교활동 분야에서 경제적인 이유로 자주 참여하지 못하는 소비항목이 있다고 응답한 청소년들 가운데, 그로 인해 자기발전에 장애를 겪고 있다고 인식하고 있는 청소년은 55.5%로 다른 분야에 비해 다소 적다. 그 중 15.0%는 이 분야에서의 경제적 어려움이 자기발전에 매우 큰 장애요인이 된다고 응답하였다. 반면에 34.6%의 청소년들은 별로 장애요인이 되지 않는다고 응답하였으며, 전혀 장애요인이 되지 않는다는 청소년은 1.5%이다.

<표 2-31> 만남 및 사교활동 분야의 경제적 어려움을  
자기발전의 장애요인으로 인식하는 정도

단위 : 명, %

| 장애요인으로 생각하는 정도     | 전체청소년 (n=971) |
|--------------------|---------------|
| 매우 큰 장애요인이다        | 15.0          |
| 다소 장애요인으로 작용한다     | 40.5          |
| 별로 장애요인으로 작용하지 않는다 | 34.6          |
| 전혀 장애요인으로 작용하지 않는다 | 8.3           |
| 모르겠다               | 1.5           |

### ⑥ 일상잡화 구입

이 분야에서는 슈퍼마켓에서 생필품 구입, 안경점 이용, 사진관 이용, 팬시점 이용, 꽃집 이용, 신발(구두) 구입, 의류 구입, 미용실이나 이발소 이용 등 8개 항목에서 경제적 어려움을 겪고 있는 청소년들이 얼마나 많은가를 조사하였다.

위의 항목 가운데 경제적인 어려움으로 인해 자주 참여하지 못하는 청소년들이 가장 많은 항목은 의류구입(70.8%)이다. 다른 항목에서는 신발(구두) 구입에서 48.4%, 꽃집 이용에서 24.8%, 미용실이나 이발소 이용에서 23.3%, 팬시점 이용에서 19.4%의 청소년이 경제적인 어려움을 겪고 있다고 응답하였다. 안경점 이용(16.1%), 사진관 이용(12.0%), 슈퍼마켓에서 생필품 구입(9.4%)에서 경제적인 어려움을 느끼고 있는 청소년은 상대적으로 적은 편이다.

일상잡화 구입과 관련해서는 경제적 어려움을 전혀 느끼지 않는 청소년도 16.5%나 된다. 용돈지출분야에 관한 조사결과에서 나타났듯이 청소년들이 이 분야에서 우선적으로 지출을 많이 하기 때문인 것으로 해석된다.

<표 2-32> 경제적 이유로 자주 참여하지 못하는 소비항목  
(일상잡화 구입)

| 단위 : 명, %              |                 |
|------------------------|-----------------|
| 소비항목                   | 전체청소년 (n=1,377) |
| 의류 구입                  | 70.8            |
| 신발(구두) 구입              | 48.4            |
| 꽃집 이용                  | 24.8            |
| 미용실이나 이발소 이용           | 23.3            |
| 팬시점 이용                 | 19.4            |
| 안경점 이용                 | 16.1            |
| 사진관 이용                 | 12.0            |
| 슈퍼마켓에서 생필품 구입          | 9.4             |
| 일상잡화 구입에서는 경제적 어려움이 없다 | 16.5            |

일상잡화 구입에서 경제적인 어려움을 느끼는 소비항목이 있다고 응답한 청소년들 가운데, 그로 인해 자기발전에 장애를 겪고 있다고 인식하고 있는 청소년은 68.8%로 다른 분야에 못지 않게 높다. 또한 그 중에서 20.3%는 이 분야에서의 경제적 어려움이 자기발전에 매우 큰 장애요인이 된다고 응답하였다. 반면에 25.8%의 청소년들은 별로 장애요인이 되지 않는다고 응답하였으며, 전혀 장애요인이 되지 않는다는 청소년은 3.6%이다.

<표 2-33> 일상잡화구입 관련 경제적 어려움을 자기발전의 장애요인으로 인식하는 정도

단위 : 명, %

| 장애요인으로 생각하는 정도     | 전체청소년 (n=1,133) |
|--------------------|-----------------|
| 매우 큰 장애요인이다        | 20.3            |
| 다소 장애요인으로 작용한다     | 48.5            |
| 별로 장애요인으로 작용하지 않는다 | 25.8            |
| 전혀 장애요인으로 작용하지 않는다 | 3.6             |
| 모르겠다               | 1.8             |

#### 4. 할인제도 이용실태와 확대방안에 관한 의견

##### (1) 현행 청소년할인제도의 이용실태

이 연구는 청소년들이 현행 청소년할인제도를 얼마나 이용하고 있는가를 확인해보았다. 청소년들에게 할인혜택이 주어지는 대표적인 분야는 버스, 전철, 영화 및 연극, 박물관 및 미술관 등을 들 수 있다.

##### ① 버스요금할인제도

먼저 버스요금할인제도는 중고등학생 청소년을 대상으로 시행되고 있다. 따라서 중고등학생에 한정하여 시내버스요금 할인제도 이용실태를 살펴보기로 한다. 본 연구의 조사대상인 중고등학생들 중에서는

37.4%만이 할인제도를 항상 이용하고 있다고 응답하였고, 22.3%는 이용하고 있는 편이라고 응답하였다. 그리고 이용하지 않는 편이거나 전혀 이용하지 않는다고 응답한 청소년이 40.3%나 되었다.

이러한 조사결과는 중학생과 고등학생 사이에 큰 차이가 발견되었다(유의도수준  $p < 0.001$ ). 중학생들 중에서는 항상 할인제도를 이용한다고 응답한 청소년이 23.3%이고, 이용하는 편이라는 청소년이 20.5%으로 할인제도를 잘 이용하고 있는 청소년이 43.8%에 불과하며, 나머지 과반수 이상이 할인제도를 이용하지 않는 편이거나 거의 이용하지 않고 있다. 반면에 고등학생은 46.7%가 할인제도를 항상 이용하고 있다고 응답하였고, 이용하고 있는 편이라고 응답한 청소년도 23.6%이다. 버스요금할인제도를 이용하지 않는 편이거나 전혀 이용하지 않는 고등학생은 29.7%이다. 중학생의 할인제도 이용률이 낮게 나타난 것은 통학거리가 고등학생에 비해 짧아 버스를 자주 이용하지 않기 때문인 것으로 추측된다.

한편, 중고등학생 청소년들의 버스요금할인제도 이용정도는 서울 지역과 광주지역간에 별 차이가 없었다.

<표 2-34> 시내버스요금 할인제도 이용실태

단위 : 명, %

| 이용정도        | 중고생전체<br>(n=725) | 중학생<br>(n=288) | 고등학생<br>(n=437) |
|-------------|------------------|----------------|-----------------|
| 항상 이용한다     | 37.4             | 23.3           | 46.7            |
| 이용하는 편이다    | 22.3             | 20.5           | 23.6            |
| 이용하지 않는 편이다 | 13.7             | 19.8           | 9.6             |
| 전혀 이용하지 않는다 | 26.6             | 36.5           | 20.1            |

## ② 지하철요금 할인제도

지하철요금 할인제도는 얼마전까지 대학생에게도 학생할인혜택이 제공되었으나 현재에는 중고등학생에게만 학생할인혜택이 주어진다.

대학생들은 일반인들과 마찬가지로 1만원권의 정액권을 구입할 경우에 한한 할인 혜택을 받을 수 있다. 후자의 경우에는 청소년을 위한 할인 제도라기 보다는 지하철 운영상의 효율성을 높이기 위한 것이라고 볼 수 있다. 따라서 지하철요금 할인제도의 이용실태는 서울지역 중 고등학생 청소년에 한하여 분석되었다.

지하철요금 할인제도 이용률은 버스의 경우에 비하여 더 낮게 나타났다. 할인제도를 항상 이용한다는 청소년은 26.3%, 이용하는 편이라는 청소년은 21.4%이며 나머지 과반수 이상의 청소년들은 이용하지 않는 편으로 조사되었다. 이 경우에도 역시 중학생집단과 고등학생집단의 할인제도 이용률에 차이가 있다(유의도수준  $p < 0.001$ ). 중학생들 중에서는 39.7%가 할인제도를 항상 이용하거나 이용하는 편이라고 응답한데 비하여 고등학생 중에서는 53.8%가 그렇게 응답하였다. 이러한 차이는 버스요금 할인제도 이용에서와 마찬가지로 지하철을 자주 이용하는 집단의 청소년들이 할인제도를 더 많이 이용하고 있다는 것을 보여준다.

<표 2-35> 지하철요금 할인제도 이용실태

단위 : 명, %

| 이용정도        | 서울지역<br>중고생전체<br>(n=482) | 중학생<br>(n=209) | 고등학생<br>(n=273) |
|-------------|--------------------------|----------------|-----------------|
| 항상 이용한다     | 26.3                     | 15.3           | 34.8            |
| 이용하는 편이다    | 21.4                     | 24.4           | 19.0            |
| 이용하지 않는 편이다 | 19.5                     | 21.1           | 18.3            |
| 전혀 이용하지 않는다 | 32.8                     | 39.2           | 27.8            |

### ③ 영화 및 연극 관람료 할인제도

다음으로 영화나 연극분야의 할인제도는 주로 중고등학생들에게 제공되며, 때에 따라서는 대학생에게도 제공된다. 영화의 경우 근로청소년들이 이용할 수 있는 할인은 아침시간대에 상영되는 영화에 대한 할인뿐이

다. 이 연구에서는 근로청소년을 포함하여 전체 조사대상 청소년들이 이 분야에서 할인제도를 얼마나 이용하고 있는가를 비교하여 보았다.

영화나 연극분야의 할인제도를 가장 잘 이용하고 있는 집단은 고등학생이다. 이들 중에서 17.9%는 항상 할인제도를 이용하고 있다고 응답하였고, 32.3%는 할인제도를 이용하는 편이라고 응답하였다. 다음으로는 대학생, 중학생, 근로청소년의 순으로 할인제도를 잘 이용하고 있는 것으로 보인다. 대학생 중에서는 34.5%, 중학생 중에서는 30.1%, 근로청소년 중에서는 28.3%가 할인제도를 항상 이용하고 있거나 이용하는 편이라고 응답하였다.

이 분야에서 중고등학생들의 할인제도 이용률이 높은 이유는 대학생이나 근로청소년보다 할인혜택을 받을 수 있는 기회가 많기 때문이다. 한편, 대학생이 중학생보다 할인제도를 더 잘 이용하는 것으로 나타난 것은 중학생들이 할인혜택을 받을 수 있는 기회가 많기는 하지만 대학생들의 관람기회가 절대적으로 더 많기 때문으로 해석된다.

영화나 연극분야의 할인제도 이용률은 지역별, 성별 요인에 따라 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 2-36> 영화 및 연극관람료 할인제도 이용실태

단위 : 명, %

| 이용정도        | 청소년전체<br>(n=1,146) | 중학생<br>(n=259) | 고등학생<br>(n=431) | 대학생<br>(n=290) | 근로청소년<br>(n=166) |
|-------------|--------------------|----------------|-----------------|----------------|------------------|
| 항상 이용한다     | 13.4               | 8.9            | 17.9            | 14.5           | 7.2              |
| 이용하는 편이다    | 25.0               | 21.2           | 32.3            | 20.0           | 21.1             |
| 이용하지 않는 편이다 | 23.4               | 20.8           | 20.4            | 26.9           | 28.9             |
| 전혀 이용하지 않는다 | 38.1               | 49.0           | 49.0            | 38.6           | 42.8             |

#### ④ 박물관 및 미술관 관람료 할인제도

마지막으로 박물관과 미술관 관람료 할인제도의 이용실태를 살펴보기로 한다. 이 분야의 할인은 경우에 따라 그 대상의 제한범위가

다르다. 어떤 경우에는 초등학생만 할인혜택을 받을 수 있고 또 어떤 경우에는 대학생들도 학생할인혜택을 받는다. 근로청소년의 경우에도 특정연령 이하인 경우에 할인혜택을 받기도 한다. 따라서 분석의 범위는 전체 조사대상 청소년으로 하였다.

이 분야의 할인제도는 다른 분야에 비하여 이용률이 낮다. 할인제도를 항상 이용하거나 혹은 이용하는 편이라는 청소년이 전체의 29.6%이다. 이러한 조사결과는 여러 가지 의미로 해석될 수 있다. 우선 청소년들이 박물관이나 미술관을 관람할 기회가 적기 때문에 이용률이 낮게 나타난 것으로 추측된다. 다른 한편으로 이 분야의 청소년할인제도에 대한 홍보가 부족하여 청소년들이 이를 잘 활용하지 못하거나 혹은 할인혜택을 받고 있으면서도 그 사실을 인식하지 못하고 있을 가능성도 있다.

현재 상태에서 청소년들이 이 분야의 소비활동에 참여할 기회가 늘어난다면 할인제도 이용률도 늘어날 것인가? 이에 대하여 즉각적으로 긍정적인 답을 하기는 어렵다. 왜냐하면 참여기회가 늘어났다고 하더라도, 불규칙하고 예측하기 어려운 할인제도가 체계적으로 개선되지 않는다면 청소년들이 할인혜택의 기회를 이용하고자 노력하지 않을 수도 있기 때문이다. 또한 그 기회를 이용하고자 하는 경우에도 청소년들이 그러한 할인제도에 적응하기 까지는 할인제도 이용률이 크게 증가하기 어려울 것이다.

<표 2-37> 박물관 및 미술관 관람료 할인제도 이용실태

단위 : 명, %

| 이용정도        | 전체청소년<br>(n=1,133) | 중학생<br>(n=258) | 고등학생<br>(n=426) | 대학생<br>(n=286) | 근로청소년<br>(n=163) |
|-------------|--------------------|----------------|-----------------|----------------|------------------|
| 항상 이용한다     | 11.8               | 8.1            | 13.1            | 15.4           | 8.0              |
| 이용하는 편이다    | 17.8               | 15.1           | 24.9            | 14.3           | 9.8              |
| 이용하지 않는 편이다 | 23.2               | 23.3           | 20.2            | 25.2           | 27.6             |
| 전혀 이용하지 않는다 | 47.1               | 53.5           | 41.8            | 45.1           | 54.6             |

## (2) 현행 청소년할인제도에 대한 평가

이 연구의 조사대상자들은 거의 대부분이 현행 청소년할인제도가 충분하지 않다고 생각하고 있다. 청소년 중에서는 89.3%, 중고등학생 부모 중에서는 85.6%가 현행 청소년할인제도가 충분하지 못하다고 응답하였다. 그리고 이와 같은 응답은 청소년들이 경제적 어려움을 겪고 있는가와 커다란 관계가 없다. 경제적 어려움이 전혀 없다고 응답한 청소년(86.3%)이나 경제적 어려움이 있다고 응답한 청소년(89.5%)이나 현행 청소년할인제도가 충분하지 못하다는 인식에는 큰 차이가 없다.

<표 2-38> 현행 청소년할인제도에 대한 평가

단위 : 명, %

| 충분한가 여부 | 청소년전체<br>(n=1,350) | 중고등학생 학부모<br>(n=748) |
|---------|--------------------|----------------------|
| 충분하다    | 10.7               | 14.4                 |
| 충분하지 않다 | 89.3               | 85.6                 |

이상의 조사결과에 따르면, 우리나라에서는 청소년할인제도가 크게 발달하지 않았을 뿐만 아니라, 제한된 영역에서 실시되고 있는 할인제도도 이용률이 높지 않다는 것을 알 수 있다. 또 각 분야에서 이루어지고 있는 청소년할인제도가 각각 독자적으로 시행됨으로써 청소년들에 대한 홍보효과도 매우 미흡하다. 청소년카드제도는 이미 시행되고 있는 청소년할인제도와 병행하여 광범위한 영역으로 청소년할인제도를 확대할 수 있으며, 이것을 조직적으로 운영함으로써 정책 홍보효과를 높일 수 있다.

## (3) 청소년할인제도 확대를 희망하는 분야

청소년들은 문화활동(27.5%), 여가 및 스포츠활동(19.5%), 학습활동(18.1%) 관련분야에서 우선적으로 할인제도를 확대해 주기를 희

망하고 있다.

주목할 만한 사항은 만남 및 사교활동의 경우 그 필요성이나 현재 지출규모가 다른 분야에 비해 높은데도 불구하고 이 분야에서 할인제도를 우선적으로 확대해 주기를 바라는 청소년은 5.8%에 불과하다. 반대로 문화활동분야의 경우에는 소비활동의 필요성이 다른 분야에 비하여 상대적으로 낮은 편이나 그 분야에서 현재의 지출규모가 매우 적기 때문에 할인제도의 확대를 크게 희망하고 있는 것으로 보인다. 여행 및 교통분야 역시 소비활동의 필요성과 지출규모는 매우 적으나 이 분야에서의 할인제도를 우선적으로 확대해야 한다는 의견이 많다.

<표 2-39> 청소년할인제도 우선확대 희망분야

단위 : 명, %

| 소비활동분야   | 전체청소년 (n=1,328) |
|----------|-----------------|
| 학습활동     | 18.1            |
| 문화활동     | 27.5            |
| 여가/스포츠활동 | 19.5            |
| 여행/교통분야  | 14.5            |
| 만남/사교활동  | 5.1             |
| 일상잡화구입   | 15.3            |

청소년들이 할인제도를 우선적으로 확대해 주기를 희망하는 분야는 집단별, 성별, 지역별 요인에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 먼저 집단별 차이를 살펴보면, 중학생집단은 학습활동(27.0%), 여가 및 스포츠활동(19.6%), 일상잡화구입(19.3%)분야의 순으로, 고등학교생집단은 일상잡화구입(24.0%), 여가 및 스포츠활동(22.3%), 문화활동(17.8%)분야의 순으로 할인제도를 우선 확대해 주기를 바라고 있다. 반면에 대학생과 근로청소년의 경우에는 문화활동분야에서 할인제도를 우선적으로 확대해 주기를 희망하는 청소년의 비율이 매우 높다(각각 48.0%, 42.3%). 반면에 중고등학생에게서 높은 응답률을

보인 일상잡화구입에 대하여는 대조적으로 매우 낮은 응답률을 보이고 있다. 이러한 집단별 차이는  $p<0.001$ 의 유의도 수준에서 의미 있는 차이로 분석되었다.

<표 2-40> 청소년할인제도 우선확대 희망분야 (집단별 비교)

단위 : 명, %

| 소비활동분야   | 중학생<br>(n=296) | 고등학생<br>(n=471) | 대학생<br>(n=321) | 근로청소년<br>(n=220) |
|----------|----------------|-----------------|----------------|------------------|
| 학습활동     | 27.0           | 16.3            | 12.5           | 17.7             |
| 문화활동     | 10.1           | 17.8            | 48.0           | 42.3             |
| 여가/스포츠활동 | 19.6           | 22.3            | 15.3           | 19.5             |
| 여행/교통분야  | 17.9           | 12.7            | 14.6           | 14.1             |
| 만남/사교활동  | 6.1            | 6.8             | 3.4            | 3.2              |
| 일상잡화구입   | 19.3           | 24.0            | 6.2            | 3.2              |

또한 중고등학생집단의 경우 청소년이 할인제도를 우선적으로 확대해 주기를 희망하는 분야와 부모들이 희망하는 분야에는 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 중고등학생들의 경우에는 일상잡화구입(22.2%), 여가 및 스포츠활동(20.3%), 학습활동(20.5) 등의 분야에서 할인제도를 우선적으로 확대하여야 한다는 의견이지만, 부모들의 경우에는 학습활동(50.7%)분야에서 우선적으로 확대하여야 한다는 의견이 지배적이고 그밖에 문화활동(18.7%)과 여가 및 스포츠활동(12.4%)분야를 들고 있다.

청소년과 부모 간에 가장 의견차이가 많이 나는 분야는 일상잡화구입분야이다. 청소년들 중에서는 이 분야의 할인확대가 다른 분야에 비해 우선되어야 한다는 의견이 22.2%이었으나 부모들의 경우에는 8.2%만이 그렇게 응답하였다.

반면에 만남 및 사교활동분야에 관해서는 청소년(6.5%)이나 부모(2.9%) 모두 우선적으로 확대하여야 한다는 의견이 매우 적다.

<표 2-41> 청소년할인제도 우선확대 희망분야  
(중고등학생과 학부모집단 비교)

단위 : 명, %

| 우선확대를 희망하는 분야 | 중고등학생<br>(n=769) | 학부모<br>(n=631) |
|---------------|------------------|----------------|
| 학습활동          | 20.5             | 50.7           |
| 문화활동          | 14.9             | 18.7           |
| 여가/스포츠활동      | 21.3             | 12.4           |
| 여행/교통분야       | 14.7             | 7.1            |
| 만남/사교활동       | 6.5              | 2.9            |
| 일상잡화구입        | 22.2             | 8.2            |

다음으로 청소년들의 성별요인에 따른 할인제도 우선확대 희망분야의 차이는 다음과 같다. 남자청소년(24.0%)이나 여자청소년(30.2%) 모두 문화활동분야에서 할인제도를 우선적으로 확대하여야 한다고 생각하고 있으나 그 다음으로는 남자청소년의 경우 여가 및 스포츠활동분야(22.5%), 일상잡화구입(17.5%)의 순으로 여자청소년은 학습활동(19.7%)과 여가 및 스포츠활동(17.3%)의 순으로 할인제도를 우선 확대하기를 희망하고 있다.

<표 2-42> 청소년할인제도 우선확대 희망분야 (성별비교)

단위 : 명, %

| 우선확대 희망분야 | 남자 (n=538) | 여자 (n=767) |
|-----------|------------|------------|
| 학 습 활 동   | 15.6       | 19.7       |
| 문 화 활 동   | 24.0       | 30.2       |
| 여가/스포츠활동  | 22.5       | 17.3       |
| 여행/교통분야   | 14.1       | 14.9       |
| 만남/사교활동   | 6.3        | 4.4        |
| 일상잡화구입    | 17.5       | 13.4       |

마지막으로 할인제도 우선확대분야에 관한 지역별 의견차이를 살펴보면, 서울지역 청소년들은 문화활동(29.8%)과 여가 및 스포츠활동(19.0%)분야에서, 광주지역 청소년들은 학습활동(24.8%)과 문화활동(21.2%)분야에서 할인제도를 우선 확대하기를 희망하고 있다. 이를 비교하면 서울지역 청소년들은 문화활동분야에서 광주지역 청소년들은 학습활동분야에 더 큰 응답률을 보이고 있다.

<표 2-43>할인제도 우선확대 희망분야 (지역별 비교)

단위 : 명, %

| 소비활동분야   | 서울지역<br>(n=969) | 광주지역 (n=359) |
|----------|-----------------|--------------|
| 학 습 활 동  | 15.7            | 24.8         |
| 문 화 활 동  | 29.8            | 21.2         |
| 여가/스포츠활동 | 19.0            | 20.9         |
| 여행/교통분야  | 15.0            | 13.1         |
| 만남/사교활동  | 5.2             | 5.0          |
| 일상잡화구입   | 15.4            | 15.0         |

#### (4) 청소년할인제도 확대의 기대효과

청소년카드제도는 청소년들에게 유익한 소비활동에 국한하여 광범위한 분야에서 할인혜택을 제공하는 것을 핵심적인 내용으로 한다. 이와 같이 청소년할인제도를 크게 확대했을 경우, 청소년들의 자발적인 자기개발을 촉진시킬 수 있다는 긍정적인 효과를 가져올 것으로 기대된다.

그러나 전전한 소비항목이라 하더라도 지나치게 소비를 하게 되면 오히려 역기능적인 효과를 초래할 수도 있다. 예를 들면 청소년카드제도의 할인혜택을 받아 청소년들이 훌륭한 소설을 많이 사서 읽게 되다면 일단은 긍정적인 효과라고 평가할 수 있다. 그런데 만

약 청소년들이 할인혜택을 받을 수 있다는 이유로 지나치게 소절을 많이 구입하게 되면 소비생활의 균형을 깨뜨리게 된다. 이러한 역기능은 예를들면 컴퓨터, PC통신, 자전거구입 등 청소년들에게 인기가 높은 소비항목에서 발생할 가능성이 높다.

청소년카드제도의 타당성을 검토하기 위해서는 이러한 역기능의 가능성을 검토하는 것이 필요하다. 이에 이 연구에서는 각 소비활동 분야에서 할인제도의 확대가 청소년들의 소비생활에 어떤 영향을 미칠 것인가를 청소년 스스로 예측해보도록 하였다.

#### ① 소비생활태도에 미치는 기대효과

먼저 할인제도의 확대가 청소년들의 소비생활태도에 미치는 기대효과를 검토하기 위하여 할인제도 확대가 유익하고 건전한 소비활동을 하는데 도움이 될 것인가를 청소년 스스로 예측해보도록 하였다. 조사결과를 종합적으로 살펴보면 6개 소비활동분야에서 모두 약 과반수 정도의 청소년들이 할인제도의 확대가 유익하고 건전한 소비활동을 하는데 매우 도움이 될 것이라고 응답하였다. 그밖에 조금 도움이 될 것이라고 응답한 청소년들을 합친다면, 할인제도의 확대가 유익하고 건전한 소비활동을 촉진시킬 것이라는 응답이 모든 분야에서 80%를 상회하고 있다.

<표 2-44> 할인제도확대가 유익하고 건전한 소비생활에 도움이 될 것이라고 예상하는 정도

단위 : 명, %

|    | 학습활동<br>(n=1,347) | 문화활동<br>(n=1,344) | 여가/스포츠<br>(n=1,347) | 여행/교통<br>(n=1,348) | 만남/사교<br>(n=1,350) | 일상잡화<br>(n=1,350) |
|----|-------------------|-------------------|---------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| 매우 | 50.6              | 49.8              | 49.0                | 49.2               | 40.8               | 49.6              |
| 조금 | 37.3              | 41.2              | 40.6                | 38.9               | 41.6               | 38.5              |
| 별로 | 6.5               | 5.7               | 6.6                 | 7.3                | 11.3               | 7.3               |
| 전혀 | 1.0               | 0.7               | 1.3                 | 1.0                | 3.0                | 1.8               |
| 모름 | 4.4               | 2.6               | 2.5                 | 3.6                | 3.3                | 2.8               |

매우 : 매우 도움이 될 것이다

조금 : 조금 도움이 될 것이다

모름 : 모르겠다

별로 : 별로 도움이 안 될 것이다

전혀 : 전혀 도움이 안 될 것이다

## ② 축적된 할인액을 사용하게 될 것으로 예상되는 분야

이 연구에서는 청소년카드가 할인액을 현금으로 환불하지 않고 카드에 입력시켜 주게 될 경우, 청소년들이 축적된 할인액을 어떤 곳에 사용하게 것인가를 예측해 보았다. 청소년카드 가맹점망 안에서 이루어지는 소비활동은 청소년들에게 건전하고 유익한 내용으로 한정되어 있기 때문에, 일반적으로 축적된 할인액을 어디에 사용하든 사회적으로 문제가 되지는 않을 것이다. 다만, 청소년카드제도의 기본취지가 청소년들이 자기개발에 도움이 되는 여러 가지 활동에 보다 적극적으로 참여하도록 촉진시키는데 있다는 점에서, 축적된 할인액을 자기개발에 보다 밀접한 분야에 사용하게 된다면 보다 좋은 정책적 효과를 얻을 수 있을 것이다.

조사대상 청소년들은 할인액을 축적할 수도 있고, 한 가맹점에서 얻은 할인액을 다른 가맹점에서 현금처럼 사용할 수도 있다는 것을 알지 못하고 있기 때문에, 질문지구성을 소비활동분야별로 그 분야에서 할인액을 축적해 준다면 축적된 금액을 어떤 분야에 주로 사용할 것인가에 대하여 조사하였다.

조사결과는 다음의 <표 2-45>와 같다. 참고로 형으로는 할인액을 축적한 분야가 종으로는 축적된 할인액을 사용하게 될 분야가 표시되어 있다. 특징적인 점은 학습활동분야만을 제외하고는 할인액의 사용분야로 할인을 받은 분야를 가장 많이 들고 있다는 점이다. 이러한 조사결과는 앞에서 언급한 바와 같이 조사대상 청소년들이 청소년카드제도의 할인기능 운영원리를 파악하지 못하고 있기 때문이라고 추측되며, 따라서 실제로 청소년카드제도가 실시된다면 조사결과와 상이한 결과가 나타날 수도 있다

&lt;표 2-45&gt; 할인액축적시 주로 사용하고자 하는 분야

단위 : 명, %

| 할인혜택을<br>받은 분야<br>축적된<br>할인액<br>사용분야 | 학습<br>활동<br>(n=1,344) | 문화<br>활동<br>(n=1,358) | 여가/<br>스포츠<br>(n=1,361) | 여행/<br>교통<br>(n=1,347) | 만남/<br>사교<br>(n=1,352) | 일상<br>잡화<br>(n=1,355) |
|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|
| 학습활동                                 | 15.6                  | 6.0                   | 6.0                     | 4.7                    | 6.4                    | 6.8                   |
| 문화활동                                 | 22.8                  | 33.0                  | 12.0                    | 12.5                   | 12.8                   | 11.4                  |
| 여가/스포츠                               | 20.8                  | 19.9                  | 40.9                    | 15.6                   | 12.7                   | 11.4                  |
| 여행/교통                                | 10.8                  | 12.7                  | 13.4                    | 36.7                   | 9.9                    | 8.0                   |
| 만남/사교                                | 8.9                   | 9.1                   | 10.5                    | 11.5                   | 36.6                   | 9.8                   |
| 일상잡화                                 | 15.6                  | 14.9                  | 13.7                    | 13.7                   | 15.8                   | 46.5                  |
| 모름                                   | 5.5                   | 4.3                   | 3.5                     | 5.3                    | 5.8                    | 6.1                   |

## (5) 각 분야별 할인제도확대에 관한 부모들의 의견

이미 언급한 바와 같이 우리 나라에서는 청소년들은 물론 부모들도 현재의 청소년할인제도가 충분하지 못하다고 생각하고 있는 것으로 조사되었다. 그렇다면 부모들은 청소년할인제도를 확대하는데 찬성하고 있다고 볼 수 있는가? 청소년할인제도가 충분하지 못하다고 생각하는 부모들은 대부분 할인제도를 더 확대하는데 동의할 것으로 보인다. 그러나 일반적으로 청소년 할인제도 확대에 동의하는 부모라 하더라도 경우에 따라 특정 소비활동분야에 대하여는 할인혜택을 확대할 필요가 없다고 생각할 수도 있다.

이를 위해 이 연구에서는 부모들이 6개 소비활동분야별로 각각 청소년할인제도를 확대하는데 동의하는가를 조사하였다. 그 결과 예상했던 바와 같이 부모들은 소비활동분야에 따라 할인제도 확대에 동의하는 정도가 다른 것으로 나타났다. 가장 많은 부모들이 찬성한 분야는 문화활동분야(78.6%)이다. 그 다음으로 학습활동(77.3%), 여가 및 스포츠활동(76.9%), 여행 및 교통분야(72.6%)의 순으로 할인제도 확대에 동의하는 부모가 많았으며, 일상잡화구입(55.9%)과 만

남 및 사교활동(54.4%)분야에 대하여는 다른 분야에 비해 찬성하는 부모의 비율이 크게 낮았다.

<표 2-46> 청소년 할인제도 확대에 대한 부모들의 의견

단위 : 명, %

| 소비활동분야   | 찬성<br>(n=766) | 반대/무응답<br>(n=766) |
|----------|---------------|-------------------|
| 학 습 활 동  | 77.3          | 22.7              |
| 문 화 활 동  | 78.6          | 21.4              |
| 여가/스포츠활동 | 76.9          | 23.1              |
| 여행/교통분야  | 72.6          | 27.4              |
| 만남/사교활동  | 54.4          | 45.6              |
| 일상잡화구입   | 55.9          | 44.1              |

## 5. 청소년들의 카드상품 이용실태

청소년카드가 첨단기술의 하나인 스마트카드의 형태를 취할 경우, 이론상 여러 가지 기능을 수행할 수 있다. 예를 들면 직불카드나 현금카드의 기능을 부여하게 되면, 가맹점에 대금을 지불하는 수단으로 사용할 수도 있고 은행에서 용돈을 인출할 수도 있다.

그러나 이론적으로 다양한 기능을 부여할 수 있는 가능성이 있다고 하더라도, 실제로 그러한 기능을 부여할 필요성이 없다면 굳이 여러 가지 기능을 하나의 카드에 통합시킬 필요는 없을 것이다. 예를 들면, 상당수의 청소년이 버스카드를 사용하고 있다면 청소년카드에 그 기능을 통합시켜 볼만 하지만 버스카드를 이용하고 있는 청소년수가 적다면 소수의 청소년들을 위하여 청소년카드에 버스카드기능을 통합시킬 필요가 없을 것이다.

이 연구에서는 청소년카드제도를 실시하게 될 경우 그 기능을 정의하는데 필요한 기초자료를 수집하기 위하여 청소년들이 현행 카드상품을 얼마나 이용하고 있는가를 조사하였다.

### (1) 금융권카드

시중은행에서 발행되는 카드로서 청소년들이 가장 많이 가지고 있는 것은 현금카드이다. 전체 청소년 가운데 51.7%가 현금카드를 소지하고 있으며, 집단별로 나누어보면 중학생 가운데 12.9%, 고등학생 가운데 37.4%, 대학생 가운데 81.5%, 근로청소년 가운데 92.8%가 현금카드를 소지하고 있다. 현금카드는 은행구좌를 가지고 있는 사람이면 누구나 신청할 수 있고 은행에 설치된 현금지급단말기를 통하여 손쉽게 현금을 인출할 수 있도록 하는 기능을 가지고 있다. 이 카드는 주로 현금소지의 부담을 줄이기 위해 사용하는데, 중고등학생들 가운데도 현금카드를 소지하고 있는 청소년들이 적지 않음을 볼 때, 이들도 현금소지의 부담을 줄이고자 하는 필요를 느끼고 있다고 볼 수 있다.

다음으로 직불카드를 소지하고 있는 청소년은 전체의 36.3%이다. 중학생 중에서는 13.8%, 고등학생 중에서는 25.7%, 대학생 중에서는 55.8%, 근로청소년 중에서는 67.9%가 직불카드를 소지하고 있다고 응답하였다. 직불카드는 최근에 발급되기 시작한 것으로 기존의 현금카드가 가지고 있는 기능과 더불어 상점에서 대금을 지불할 수 있는 기능을 가지고 있다. 직불카드로 대금을 지불할 경우, 현금으로 지불한 것과 같은 효과를 가진다. 즉, 대금을 지불하자마자 은행계좌에서 해당금액이 인출되어 상점의 은행계좌로 이체된다. 이러한 직불카드는 최근에 발급되기 시작하였으나, 이를 소지하고 있는 청소년의 수가 적지 않다. 이는 아마도 카드를 발급하는 은행에서 현금카드 대신 직불카드를 발급해주고 있기 때문인 것으로 추측된다.

마지막으로 신용카드를 소지하고 있는 청소년은 전체의 15.2%로써 다른 카드상품에 비하여 소지율이 매우 낮다. 중학생 중에서는 1.4%(4명), 고등학생 중에서는 0.5%(2명), 대학생 중에서는 14.4%, 근로청소년 중에서는 73.1%가 신용카드를 소지하고 있다. 신용카드는 신용카드업법에 따라 18세 이하의 청소년에게는 발급이 금지되어 있다. 설문지조사에서 중고등학생이 신용카드를 가지고 있는 경우는 부모의 신용카드에서 파생적으로 발급되는 가족카드를 소지한 것으로 추측된다. 대학생의 경우에는 수입이 없는 경우에도 거래실적에 따라 신용카드를 발급해주시기도 하는 것으로 알려져 있다. 근로청소년들 가운데는 상당수의 청소년들(73.1%)이 신용카드를 소지하고 있다.

<표 2-47> 청소년들의 금융권카드 소지실태

단위 : 명, %

| 카드종류 | 응답자수  | 소지함 (n=1,377) | 소지 안함 (n=1,377) |
|------|-------|---------------|-----------------|
| 현금카드 | 1,260 | 51.7          | 48.3            |
| 직불카드 | 1,211 | 36.3          | 63.7            |
| 신용카드 | 1,156 | 15.2          | 84.8            |

<표 2-48> 중학생들의 금융권카드 소지실태

단위 : 명, %

| 카드종류 | 응답자수 | 소지함  | 소지 안함 |
|------|------|------|-------|
| 현금카드 | 286  | 12.9 | 87.1  |
| 직불카드 | 290  | 13.8 | 86.2  |
| 신용카드 | 279  | 1.4  | 98.6  |

&lt;표2-49&gt; 고등학생들의 금융권카드 소지실태

단위 : 명, %

| 카드종류 | 응답자수 | 소지함  | 소지 안함 |
|------|------|------|-------|
| 현금카드 | 449  | 37.4 | 62.6  |
| 직불카드 | 440  | 25.7 | 74.3  |
| 신용카드 | 417  | 0.5  | 99.5  |

&lt;표 2-50&gt; 대학생들의 금융권카드 소지실태

단위 : 명, %

| 카드종류 | 응답자수 | 소지함  | 소지 안함 |
|------|------|------|-------|
| 현금카드 | 313  | 81.5 | 18.5  |
| 직불카드 | 301  | 55.8 | 44.2  |
| 신용카드 | 270  | 14.4 | 85.6  |

&lt;표 2-51&gt; 근로청소년들의 금융권카드 소지실태

단위 : 명, %

| 카드종류 | 응답자수 | 소지함  | 소지 안함 |
|------|------|------|-------|
| 현금카드 | 194  | 92.8 | 7.2   |
| 직불카드 | 165  | 67.9 | 32.1  |
| 신용카드 | 175  | 73.1 | 26.9  |

## (2) 버스카드

버스카드제도는 서울지역에서 1996년도 3월초부터 시행되기 시작하였다. 청소년들은 통학 혹은 통근을 위해 주로 대중교통을 이용하고 있으므로, 버스카드를 소지하고 있는 청소년이 많을 것으로 추측된다. 그러나 조사결과 예상했던 것보다는 버스카드를 소지하고 있는 청소년이 많지 않은 것으로 나타났다.

서울지역 청소년가운데 버스카드를 소지하고 있는 청소년은

54.1%로서 과반수를 약간 상회하고 있다. 이를 청소년집단별로 나누어 살펴보면, 중학생 중에서는 32.6%, 고등학생 중에서는 59.1%, 대학생 중에서는 54.7%, 근로청소년 중에서는 75.0%가 버스카드를 소지하고 있는 것으로 나타났다. 중학생 집단이 고등학생 집단에 비하여 버스카드 소지율이 크게 낮은 것은 고등학생들에 비하여 통학거리가 짧아 도보로 등교하는 학생들이 많기 때문인 것으로 해석된다.

<표 2-52> 서울지역 청소년들의 버스카드 소지실태

단위 : 명, %

| 청소년집단 | 응답자수 | 소지함  | 소지 안함 |
|-------|------|------|-------|
| 중학생   | 221  | 32.6 | 67.4  |
| 고등학생  | 279  | 59.1 | 40.9  |
| 대학생   | 243  | 54.7 | 45.3  |
| 근로청소년 | 152  | 75.0 | 25.0  |

### (3) 백화점카드

1996년 말부터 일부 백화점에서 청소년들을 대상으로 멤버쉽할인카드를 발급해주고 있다는 사실이 언론에 보도된 바 있다. 이러한 백화점카드는 청소년소비자 유치를 통하여 판매실적을 높이는 데 일차적인 목적이 있다. 따라서 청소년들에게 과소비를 조장하거나 사치품 구매를 부추길 가능성이 있다는 비판을 받아왔다.

이 연구에서는 청소년들이 이러한 카드를 얼마나 소지하고 있는가, 또 소지하고 있는 경우에 얼마나 유용하게 사용하고 있는가를 조사하였다. 언론에서는 백화점카드가 중고등학교 청소년들 사이에서 매우 인기를 누리면서 급속히 확산되고 있는 것으로 보도되었으나, 본 연구에서 실시한 조사에 따르면 중고등학생 중에서 백화점카드를 소지하고 있는 청소년은 11.0%(89명)인데, 그 중 대부분(82명)이 고등학생들이다. 또 서울지역 중고등학생 중에서는 5.2% (28명)

만이 백화점카드를 소지하고 있는데 비하여 광주지역 중고등학생 가운데는 그보다 훨씬 많은 22.8%(61명)가 백화점카드를 소지하고 있는 것으로 나타났다.

<표 2-53> 중고등학생 청소년들의 백화점카드 소지실태

단위 : %(명)

|       | 집단별비교          |                 | 지역별비교           |                 |
|-------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|       | 중학생<br>(n=313) | 고등학생<br>(n=482) | 서울지역<br>(n=536) | 광주지역<br>(n=268) |
| 소지함   | 1.9 ( 6)       | 16.8 ( 81)      | 5.2 ( 28)       | 22.8 ( 61)      |
| 소지 않함 | 98.1 (307)     | 83.2 (401)      | 94.8 (508)      | 77.2 (207)      |

백화점카드를 소지하고 있는 중고등학생 청소년들이 그것을 유용하게 사용하고 있는가를 조사한 결과, 그 중 25.8%(23명)만이 유용하게 사용하고 있다고 응답하였으며, 대부분(73.0%)이 별로 혹은 전혀 유용하지 않다고 응답하였다. 이러한 조사결과로 미루어볼 때, 중고등학생들은 비용이 들지 않으므로 호기심에서 백화점카드를 간혹 발급받기는 하지만 실제로 이를 자주 사용하는 청소년은 많지 않은 것으로 보인다.

<표 2-54> 중고등학생들이 생각하는 백화점카드의 유용성

단위 : %(명)

| 유용한 정도     | 백화점카드 소지자 (n=89) |
|------------|------------------|
| 매우 유용하다    | 1.1 ( 1)         |
| 가끔 유용하다    | 24.7 (22)        |
| 별로 유용하지 않다 | 42.7 (38)        |
| 전혀 유용하지 않다 | 30.3 (27)        |
| 무응답        | 1.1 ( 1)         |

## 제 3 장 유럽의 청소년카드제도

### 1. 유럽청소년카드제도의 역사적 개요

#### (1) 청소년카드의 시초

청소년카드는 1981년 프랑스 남서부에 위치한 아키텐느 지방에서 처음 등장하였다. 프랑스는 1969년 이후 청소년정보센터를 전국 곳곳에 설치하여 청소년들에게 학업, 진로, 여가, 스포츠 등의 분야를 비롯하여 청소년들이 일상생활에 필요한 각종 정보를 제공하여왔다. 청소년카드의 아이디어는 아키텐느지방의 청소년정보센터에 의해 처음으로 고안된 것으로, 그 지역 청소년들에게 다양한 할인혜택을 제공하였다. 당시 청소년카드는 우리나라의 학생증과 같은 단순한 신분카드였으며, 청소년들은 그것을 제시하는 것만으로 할인혜택을 받을 수 있었다. 청소년정보센터는 아키텐느 지방에서 청소년들에게 필요한 정보를 수집하여 제공하는 역할을 맡고 있었으므로, 청소년들에게 유익한 가맹점들을 쉽게 모집할 수 있는 여건을 갖추고 있었다.

프랑스에서는 일반적으로 26세 이하인 사람을 청소년으로 간주하고 있으며 이들에 대하여 영화, 연극, 음악회, 박물관, 공원, 철도 등 다양한 분야에서 할인혜택을 제공하고 있다. 청소년카드는 이 밖에도 식당, 의류, 학습자료, 스포츠센터, 각종학원 등 민간업체들에 의해 운영되고 있는 분야에서 추가적인 할인혜택을 제공하여 청소년들로부터 큰 호응을 얻었다.

#### (2) 유럽으로의 확산

1985년 유엔이 정한 국제청소년의 해를 맞아 청소년카드는 크게 도약을 하게 되었다. 즉, 프랑스 청소년체육부가 청소년카드를 전국적인 수준에서 실시하기로 결정하고, 이웃나라들에도 이 제도를 전

파하기로 한 것이다. 이후 청소년카드는 프랑스 전국에 산재해 있는 청소년정보센터망과 가맹점망을 통하여 급속하게 확산되었다. 1989년에는 55만명의 청소년이 청소년카드를 소지하기에 이르렀다.

청소년카드는 유럽통합의 분위기 속에서 프랑스의 이웃나라로도 확산되었다. 1985년 12월 17-20일에 유럽각국의 청소년문제 주무부처 장관회의가 프랑스의 스트라스부르에서 개최되었는데, 여기에서 “유럽청소년카드”의 설립을 각국에 권고한 바 있다. 이 권고에 따라 1987년 프랑스, 포르투갈, 스페인, 네덜란드, 스코틀랜드, 벨기에 6개국의 청소년카드 운영기구가 스페인의 리스본에 모여 리스본 협정서(Lisbon Protocol)를 채택하고 26세 이하의 모든 청소년들이 청소년카드를 사용할 수 있도록 하였다. 리스본 협정서에 따르면 각국의 청소년카드 운영기구는 자율적 운영권을 가지되 다음과 같은 사항에 대하여 서로 협력하도록 되어있다(부록 3 참조).

- 카드의 유효기간은 1년으로 한다.
- 카드의 표면 및 기재양식에 통일성을 기한다.
- 카드는 판매하되 그 가격은 가능한 많은 청소년들이 참여할 수 있도록 결정한다.
- 협정서 별첨 예외조치 혹은 각국의 전국가이드북에 명시되어 있는 예외조항을 제외하고, 청소년카드 소지자는 협정서에 서명한 다른 나라의 청소년카드가 제공하는 할인혜택을 그 나라의 청소년카드 소지자들과 동일하게 받을 수 있는 자격을 가진다.
- 청소년카드 소지자들에게 제공하는 할인혜택은 각국의 운영기구가 자율적으로 결정하되, 협정서 별첨에 명시된 예외조항을 제외하고는 할인율을 정상가의 10%이상으로 한다.
- 협정서에 서명한 각국의 운영기구는 가맹점들에게 협정서의 존재와 그 의미를 전달하며, 협정서의 적용과정에서의 문제점은 각 운영기구가 가맹점과 협의하여 해결한다.
- 각국의 운영기구는 다른 나라를 위하여 청소년카드의 운영방법

및 사용방법, 청소년카드가 제공하는 주요 할인혜택의 내용, 청소년카드 관련 각국의 국제력기관 등을 소개하는 자료를 준비한다.

1987년 이후 유럽청소년카드는 회원수와 그 활동범위를 크게 확대하게 되었다. 벨기에의 독일어권 지역에서는 1989년, 스위스와 오스트리아에서는 1992년에 그리고 독일과 에스토니아에서는 1996년에 청소년카드가 도입되었다. 그 밖에 도입년도는 확인되지 않았지만, 프랑스 청소년카드의 가이드북에 따르면 1996년 현재 유럽에 약 28개국의 40개 청소년카드 운영기구가 있다고 한다. 참고로 1995년도 프랑스 청소년체육부가 발표한 자료에 따르면 유럽전체의 청소년카드 소지자수는 18개국에 약 400만명이었다.<sup>8)</sup>

<표3-1> 유럽청소년카드협회 가맹점조회 서비스에 등록된  
각국의 청소년카드 가맹점수

| 국가(지방)명 | 가 맹 점 수 | 기 준 시 점       |
|---------|---------|---------------|
| 프랑스     | 12,000  | 1997          |
| 네덜란드    | 1,458   | 1996. 8. 14.  |
| 스코틀랜드   | 1,417   | 1996. 8. 15.  |
| 폴랜드     | 2,343   | 1996. 8. 19.  |
| 슬로바키아   | 915     | 1996. 8. 22.  |
| 리크텐슈타인  | 49      | 1996. 10. 16. |
| 벨기에     | 1,807   | 1996. 10. 13. |
| 스페인     | 1,356   | 1996. 10. 30. |
| 핀란드     | 167     | 1996. 10. 30. |
| 체코      | 797     | 1996. 10. 30. |
| 말타      | 432     | 1996. 11. 4.  |
| 리투아니아   | 56      | 1996. 11. 6.  |
| 스위스     | 1,951   | 1996. 11. 7.  |

8) Ministère de la Jeunesse et des Sports, Bureau de la Communication, "Repères sur la Carte Jeunes," (보도자료), 1995. 4. 별첨 5 번역본 참고.

그 후에도 청소년카드를 도입하는 나라들이 많았으므로 청소년카드 소지자의 수는 증가추세에 있을 것으로 추측된다. 또한 유럽청소년카드협회에 따르면 전유럽에 걸쳐 청소년카드의 가맹점 혹은 제휴회사가 200,000개라고 한다.

동 협회는 인터넷을 통하여 각국의 가맹점을 조회할 수 있는 서비스를 제공하고 있는데<sup>9)</sup>, 이 서비스에 등록된 나라별 가맹점수는 <표 3-1>과 같다.

### (3) 첨단기술의 접목

1985년 이후 짧은 기간동안 갑작스러운 성공을 거두면서 프랑스의 청소년카드는 중대한 문제에 부딪히게 되었다. 즉, 가맹점과 회원수가 급속히 증가하면서 기존의 운영체제로는 청소년카드제도를 효율적으로 운영할 수 없게 된 것이다.

당시 청소년카드는 단순히 청소년신분을 증명할 수 있을 뿐이었으며, 발급은 프랑스 전국에 산재해 있는 청소년정보센터에서 맡고 있었다. 카드신청자수가 갑자기 늘어나자 발급절차가 느리고 복잡해졌다. 게다가 청소년카드가 청소년들 사이에서 대단한 인기를 누리자 가맹회사나 가맹점들이 독자적인 회원카드를 만들어 청소년카드에서 탈퇴하였고, 이에 따라 청소년카드의 상품적 가치는 급속히 하락하였다. 청소년카드 소지자의 수도 점차로 뚜렷하게 감소하여 1993년도에 이르러는 약 8만명의 회원수를 겨우 유지할 뿐이었다.

청소년카드가 위와 같은 문제에 부딪히자 프랑스의 청소년체육부는 청소년카드의 서비스를 일시적으로 중단하고 새로운 환경에 알맞게 재개발하기로 결정하였다. 새로운 청소년카드는 약 2년간의 기술적, 경제학적 연구과정을 거쳐 기능적으로 완벽하고 청소년대중의 요구에 보다 잘 부합하도록 개발하였다. 새로운 청소년카드는 IC칩(Integrated Curcuit Chip)이라는 첨단기술을 채택하여 1995년 4월에 완성되었다.

9) 주소 : [http://www.alli.fi/card/discounts/db\\_codes.html](http://www.alli.fi/card/discounts/db_codes.html)

## &lt;표 3-2&gt; 국가별 주요 할인서비스 영역

| 국 가 명                 | 주요 할인서비스 영역                                                                       |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 안도라                   | 스키리조트, 예술극장, 온천                                                                   |
| 오스트리아                 | 동물원, 여행사, 콘서트, 예술극장, 영화관, 번지점프, 보트임대, 패러글라이딩, 동굴, 각종 이벤트, 산악철도                    |
| 벨기에<br>(프랑스어권)        | 항공, 맥도널드, CD, 카세트, 만화센터, 자동차박물관, 예술극장, 영화                                         |
| (플랑드르어권)              | 현대예술박물관, 예술극장, 청소년극장, 전시회, 현대음악, 만화박물관                                            |
| (독일어권)                | 영화, 박물관, 호텔/캠핑, 레스토랑/스낵, 뮤지엄, 콘서트                                                 |
| 체코공화국                 | 프라하성 관람, 체코창작예술재단 전시회, 락카페, 갤러리, 예술극장, 영화, 각종축제, 스포츠, 외식, 숙박                      |
| 키프러스                  | 사이프러스국립극장, 리복하우스, 서점, 카세트레코드, CD, 의류, 컴퓨터하드웨어 및 소프트웨어, 컴퓨터교육, 멀티스토어, 막스앤스펜서(백화점), |
| 프랑스                   | 박물관, 예술극장, 디즈니랜드, 프랑스국철, 유로라인버스, 여행사, 호텔, 피자헛                                     |
| 영국<br>(잉글랜드)<br>(웨일즈) | 고성관람, 박물관 및 갤러리, 숙박, 예술극장, 쇼핑, 여행, 외식, 나이트클럽, 모험스포츠, 24시간 국제여행상담 핫라인              |
| (북아일랜드)               | 외식, 인터넷, 철도, 숙박, 문화유적지, 레저, 음악회, 연극, 축제, 렌트카, 미용, 언어연수 및 컴퓨터강의                    |
| (스코틀랜드)               | 문화유적지, 고성, 맥도널드, 시골지역 우편서비스, 예술극장, 축제, 진패션, 피자헛, 스포츠웨어, 학생여행상품                    |
| 핀란드                   | 여행, 숙박, 문화 및 각종행사, 각종잡화                                                           |
| 독일                    | 영화, 디스코, 오페라, 호텔, 항공, 버스, 렌트카                                                     |
| 그리스                   | 호텔, 캠핑장, 예술극장, 박물관, 관광지, 상점, 주요관광지역 문화페스티벌                                        |
| 아일랜드                  | 철도, 숙박, 렌트카, 단체여행, 관광지, 레저, 외식, 예술극장, 영화, 기타(인터넷, 의상임대, 미장원, 음악)                  |

| 국 가 명  | 주요 할인서비스 영역                                                                                          |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 이탈리아   | 교통(철도, 렌트카, 항공), 외식, 숙박, 문화(예술극장, 박물관, 문화유적지, 고성, 등), 기타(CD, IBM컴퓨터, 사진 및 렌즈, 신발수선 및 열쇠복사, 스포츠웨어)    |
| 리크텐슈타인 | 박물관, 호텔, 레스토랑 등 50개 가맹점                                                                              |
| 리투아니아  | 숙박, 여행(철도, 항공, 렌트카, 택시), 오락, 기타(사진현상, 슈퍼마켓, 치과, 뷰티살롱, 뮤직샵 )                                          |
| 룩상부르크  | 문화(영화, 예술극장, 페스티벌, 고성관람, 박물관)<br>교통(철도, 캠핑장)                                                         |
| 말타     | 여행(항공, 숙박, 렌트카, 국제여행보험), 박물관 및 역사유물 기타(서점, 소매상, 스포츠상점, 의류, 선물코너, 음악), 레스토랑, 호텔                       |
| 폴란드    | 고성, 예술극장, 학생디스코클럽, 식당, 언어연수, 페리선박, 숙소, 사진관, 동물원                                                      |
| 포르투갈   | 여행사, 교통, 숙소, 박물관, 문화유적지, 예술극장, 영화, 서점, 스포츠, 렌트카                                                      |
| 산마리노   | 각종 상점, 식당, 예술극장, 영화, 박물관, 여행지상점                                                                      |
| 슬로바키아  | 하계문화행사, YMCA영화, 국립극장, 박물관 및 기념품 판매장, 하마나디스코, 맥도널드, 버스, 철도, 숙박, 캠핑장, 환전무료서비스, 사진관, 스키, 스포츠웨어, 각종스포츠캠프 |
| 스위스    | 철도, 렌트카, 외식, 숙박, 박물관, 고성, 스쿼시 및 테니스, 카센터                                                             |
| 스페인    | 철도, 국제버스, 항공, 선박, 숙박, 박물관, 영화, 예술극장, 다이빙클럽, 스키, 스포츠경기, 지방정부주관 청소년문화행사, 축제, 식물원, 무료정보서비스              |

IC칩카드에는 스스로 정보처리를 할 수 있는 CPU가 내장되어 있다. 즉, 정보를 저장하는 것은 물론 새로운 정보를 제공하면 스스로 이전에 가지고 있던 정보와 연산하여 새로운 정보를 계산해낸다. 또 정보의 저장용량도 많아서 하나의 IC칩에 약 2KB에서 8KB의 정보를 저장할 수 있다. 프랑스 청소년카드는 이와 같은 첨단기술을 도입함으로써, 할인액 축적 및 인출, 할인쿠폰발행, 용돈지급 등 다양한 서비스를 제공하고 있다.

IC칩카드기술은 매우 첨단기술로서 현재 이를 실용화하고 있는 나라는 많지 않다. 이 분야의 기술개발에 선두를 차지하고 있는 나라들은 프랑스를 비롯한 몇몇 유럽국가들인데, 이들 나라는 신용카드의 위조 혹은 변조의 문제를 극복하기 위하여 IC칩기술을 개발하였다. 프랑스의 경우에는 IC칩카드가 신용카드를 비롯하여 금융권 카드에 널리 사용되고 있다. 프랑스 청소년카드가 짧은 기술개발기간 동안 IC칩기술을 도입하게 된 것도 이미 금융권에서 IC카드를 실용화하고 있으므로 IC카드 관련 인프라를 금융권카드들과 공유할 수 있었기 때문이다.

IC칩기술의 도입은 청소년카드 서비스의 질적 수준을 크게 신장시켰다. 우선 발급과정이 매우 용이해졌다. 청소년카드 회원이 되고자 하는 청소년은 프랑스 전국의 카드판매점(약 5,000여곳)에서 카드를 구입한다. 카드는 회원신청용지와 전국판 가이드북과 함께 패키지로 포장되어 있다. 신청서는 동일한 용지 2매로 되어 있으며, 볼펜 등으로 눌러쓰면 기입한 내용이 뒷장에 복사된다. 한 장은 반송용이고 다른 한 장은 보관용이다. 반송용 신청서를 우편으로 청소년카드회사에 보내면 해당카드의 고유번호를 사용할 수 있는 번호로 등록해준다. 등록사실은 우편으로 청소년들에게 반송되며, 청소년카드는 등록일부터 사용할 수 있게된다. 이전에는 청소년들이 직접 청소년정보센터를 찾아가 신청용지서를 작성한 후 다시 청소년카드를 찾으러가야 했었던 것에 비하면 등록절차가 매우 간단해진

셈이다. 청소년들은 등록장소에 갈 필요가 없고, 모든 발급업무는 청소년카드회사 한 곳에서 처리된다.

다음으로 예전에는 단순히 제시하는 것만으로 약속된 할인혜택을 받았던 것에 비하여 새로운 청소년카드제도 하에서는 할인액을 현금으로 돌려주지 않고 카드에 축적시켜준다. 청소년들은 축적된 할인액을 가맹점망 내에서 언제 어디서든 현금처럼 사용할 수 있다. 이와 같은 할인제도는 이전의 할인제도에 비하여 가맹점망으로 청소년소비자들을 유치하는데 팔복할 만한 효과를 가진다. 예전의 제도에서는 할인액이 즉시 현금으로 환불되기 때문에 청소년들이 다음 번 구매가 가맹점망 내에서 이루어질 가능성이 높지 않다. 그러나 새로운 제도에서는 할인액이 현금으로 환불되는 것이 아니라 카드에 축적되고 축적된 할인액이 가맹점망 안에서만 효과를 발휘하기 때문에 일단 가맹점망 안으로 들어온 청소년들은 다음 번 구매도 가맹점에서 할 가능성이 높아진다. 이러한 장점은 다시 가맹점들이 청소년들에게 보다 좋은 서비스를 제공할 수 있는 밑받침이 된다. 이전 할인제도 하에서는 가맹점들이 탈퇴하여 독자적인 할인카드를 만들었지만, 새로운 할인제도 하에서는 독자적인 할인카드 운영보다 청소년카드 가맹점망에 공존하는 것이 더 많은 소비자들을 유치할 수 있기 때문에 가맹점들의 이탈도 막을 수 있게 되었다.

프랑스를 제외한 다른 나라의 청소년카드는 아직 IC칩카드를 채택하지 않고 있다. 영국의 스코틀랜드지방 청소년카드는 마그네틱카드를 사용하고 있으며, 동일한 카드를 리투아니아에도 공급하고 있다. 이 연구에서는 연구여건상 기타 다른 나라 청소년카드의 기술적 형태를 파악하지 못하였다.

각 나라의 청소년카드는 기술적 형태가 서로 다름에도 불구하고 리스본협정서에 따라 서비스교환이 이루어지고 있다. 즉, 각국의 청소년카드 운영기구는 외국의 청소년카드 소지자들에게도 동등하게 적용되는 할인혜택의 내용을 그 나라의 전국판 청소년카드 가이드

북에 명시하여야 하며, 명시된 내용에 대하여는 외국의 청소년카드 소지자들에게도 자국의 청소년들에게 주는 것과 동일한 혜택을 제공하고 있다. 예를 들어 스코틀랜드지방의 청소년카드 소지자가 프랑스를 여행하면서 청소년카드 가맹점에서 물품이나 서비스를 구입할 경우, 청소년은 카드를 제시함으로써 프랑스 청소년카드 소지자들과 동등한 할인혜택을 받을 수 있다. 이 경우 할인액은 현금으로 즉석에서 환불될 수 밖에 없을 것으로 추측된다.

## 2. 유럽청소년카드협회의 구성

유럽청소년카드협회(European Youth Card Association)는 1992년에 국제적인 조직으로 발족하였다. 이 협회는 1993년에 네덜란드의 암스텔담에 유럽사무소(European Office)를 개설하고 두 명의 상근 직원을 배치하였다. 유럽청소년카드협회는 협의체적 성격을 갖을 뿐, 각 나라의 청소년카드 운영에 직접 개입하지 않는다. 각 나라의 청소년카드 운영조직들은 독립적으로 활동영역을 개발하고 각국의 국내적 경향을 반영하는 자율적인 조직들이다. 유럽청소년카드협회는 매년 11월에 총회를 개최하여 주요 정책을 토론하고 청소년카드의 발전방향을 모색하고 있다.

### (1) 사업영역

#### ① 청소년교류 촉진

유럽 각국의 청소년카드는 서로 서비스를 교환함으로써 청소년들의 교류를 증진시키는 핵심적인 역할을 담당하고 있다. 또한 청소년카드는 교통, 숙박, 여행자보험, 문화 및 스포츠행사 등을 서비스영역에 포함시키고 있다. 유로라인(Eurolines)과 같은 유럽의 회사들과 유럽청소년카드협회는 양자간에 서로 이익을 얻고 청소년들에게 보다 좋은 서비스를 제공하기 위해 협력방안을 마련하고 있다. 청소년

카드 소지자들에게는 안내책자를 통하여 유럽 전역에서 이용할 수 있는 서비스들에 관한 정보가 제공된다. 안내책자는 각 나라별로 청소년 여행자들이 흥미를 가질만한 서비스들을 소개하고 있다.

## ② 청소년정보 제공

각국의 청소년카드는 정보를 제공할 뿐만 아니라 청소년을 대상으로하는 다른 정보기관들과 연계를 맺고 있다. 유럽청소년카드협회는 유럽청소년정보 및 상담기구(European Youth Information and Counselling Agency)와 공동으로 사업을 개발하고 있다. 그 중 한 예로 청소년들이 흥미있어 하는 여름행사에 관한 안내지 발간을 들 수 있다.

각국의 청소년카드 운영조직이 발행하고 있는 청소년카드 소식지 역시 매우 중요한 역할을 하고 있다. 현재 20개의 청소년카드 잡지가 발간되고 있는데 총 배포부수는 150십만부이다. 국가단위 혹은 지방단위의 청소년카드 가이드북 역시 청소년카드의 혜택을 목록화하여 보여주고 있다. 이 밖에 여러 나라에서 PC통신이나 인터넷과 같은 “전자고속도로”를 통해 청소년카드에 관한 정보를 제공하고 청소년들의 의견을 접수하고 있다.

청소년카드에 관한 전화서비스도 8개국에서 실시되고 있는데, 이를 보다 발전시켜 유럽전체에서 같은 번호를 사용하는 “청소년 핫라인(Youth Hotline)” 설치의 타당성을 검토하는 프로젝트가 진행중이다.

&lt;표 3-3&gt; 국가별 청소년카드 소식지 발행현황(1996)

| 국 가 명         | 소 식 지 명                 | 발행부수    | 연간발행횟수 |
|---------------|-------------------------|---------|--------|
| 오스트리아         | EURO<26 Magazin         | 30,000  | 4      |
| 벨기에/프랑스어권     | Transat                 | 35,000  | 6      |
| /플랑드르어권       | CJP Magazine            | 40,000  | 8      |
| /독일어권         | EURO<26 News            | 4,000   | 4      |
| 체코 공화국        | Kartac                  | 8,000   | 2      |
| 영국/웨일즈        | EURO<26 Magazine        | 60,000  | 4      |
| /스코틀랜드        | Young Scot              | 200,000 | 4      |
| 프랑스           | Carte Jeunes Magazine   | 500,000 | 4      |
| 독일            | Euro<26                 | 15,000  | 3      |
| 아일랜드<br>북아일랜드 | EYC Magazine            | 미상      | 미상     |
| 리크텐슈타인        | Euro<26 Express         | 미상      | 미상     |
| 룩상부르크         | Tam-Tam                 | 5,000   | 5      |
| 네덜란드          | CJP Magazine            | 170,000 | 6      |
| 폴란드           | Youth European Bulletin | 5,000   | 4      |
| 스페인/안달루시아     | 15 Pulgadas             | 15,000  | 4      |
| /아라곤          | Trobada                 | 45,000  | 4      |
| /카탈루냐         | "Aquí, sí"              | 220,000 | 6      |
| /갈리시아         | Boletín Xove            | 3,000   | 12     |
| /나바라          | Generación J            | 30,000  | 3      |
| /발렌시아         | EURO<26                 | 130,000 | 5      |
| 슬로바키아         | KMS                     | 20,000  | 4      |
| 스위스           | Magazine de la Carte    | 110,000 | 4      |

"EURO<26"은 유럽청소년카드의 공동 마크로서 26세 이하의 청소년을 대상으로 하고 있음을 의미한다.

### ③ 청소년참여 유도

유럽의 청소년카드 운영기구들은 청소년카드 서비스에 대한 청소년

년들의 반응을 정기적으로 조사하고, 청소년카드의 운영과 발전에 청소년들이 직접 참여할 수 있도록 하며, 청소년들이 부딪히고 있는 문제가 무엇인가를 주시하고자 노력하고 있다. 각국의 청소년카드 운영기구가 발간하는 소식지들은 이러한 목적을 달성하는데 크게 기여하고 있다. 이 소식지들은 대규모 캠페인활동 등을 통하여 청소년들의 참여를 증진시키고 있다. 예를 들면 “Euro<26 주간”이란 행사가 있는데, 이 행사는 청소년 문제와 청소년들의 기대에 관한 정보를 조망하고 청소년카드가 어떻게 청소년들이 기대하는 정보와 도움을 제공할 수 있는가를 연구하려는 목적을 가지고 있다. 이 행사의 진행은 30여명의 청소년들이 담당하였는데 이들은 유럽 방방곳곳에서 온 청소년들이다.

## (2) 법적 기초

유럽청소년카드협회는 프랑스법(July 1st 1901)에 근거를 두고 있다. 이 협회에 회원으로 가입하고자 하는 청소년카드 운영기구는 리스본협정서(Lisbon Protocol)와 브뤼셀헌장(Charter of Brussels)을 비준하고 이에 서명하여야 한다. 리스본 협정서는 각국의 청소년카드 운영기관들 사이의 협약이다. 이 협정서는 동일한 목적을 추구하며 협약내용에 동의하는 모든 기관에 개방되어 있다. 협약내용은 실제적 측면과 철학적 측면에서 회원가입조건을 명시하고 있다. 브뤼셀헌장은 유럽청소년카드의 철학적 원칙들 뿐만 아니라 각 운영기관들 간의 협력 목적, 사업영역 그리고 그 목적과 사업내용을 수행하기 위한 방법과 수단을 밝히고 있다.

협회에 가입하고자 하는 조직은 카드발급 이전에 협회가입의사를 표명하는 문건에 서명하여야 한다. 이 문서에 서명함과 동시에 해당 조직은 자국에서 청소년카드의 개발, 발급, 발전에 관련하여 리스본 협정서가 제시한 조건을 승낙하는 것으로 간주된다. 유럽청소년카드 협회는 원칙적으로 해당 조직에 의한 청소년카드의 개발을 허락하

고 이를 지원하며, 회원 모집을 허락한다. 리스본협정서에서 제시된 조건들이 모두 충족되고 카드가 발급된 후 다음 번 유럽청소년카드 협회 총회에서 리스본협정서가 제가된다.

### (3) 조직 및 운영

#### ① 행정운영위원회

행정운영위원회(Governing Board of Administration)는 10개의 카드운영기구들로 구성된다. 각 기구는 1명의 대표(운영위원)를 지명할 수 있다. 운영위원의 임기는 2년이며 매년 그 중 절반이 새로이 지명된다. 만약 지정된 위원이 사임할 경우에도, 해당 카드운영조직은 운영위원회에서 자국의 자리를 유지하게 된다. 이들 운영위원들 가운데서 의장 1명, 부의장 2명, 행정관 1명이 선출된다. 의장은 유럽청소년카드협회 대표역할을 수행하며, 부의장 2명은 총괄비서관 역할을 담당한다. 이들이 사임했을 경우, 그 기능은 그들이 속한 카드운영조직의 다른 인사에게 자동적으로 위임되지 않는다.

#### ② 비서실

유럽청소년카드협회는 1993년부터 2명의 상근비서관을 둔 비서실을 운영하고 있다. 이 비서실의 기능은 다음과 같다.

- 정보수집 및 제공
- 새로운 혹은 기존의 청소년카드 운영기관 지원
- 유럽청소년카드 운영과 관련된 각종 회의 개최 및 예산운용
- 전 유럽에 걸친 가맹점 및 제휴회사 모집지원
- 기타 유럽 프로젝트
- 주소 : Mauritskade 28

1092 AA Amsterdam

The Netherlands

Tel : 31-20.694.05.13

Fax : 31-20.663.33.86

### 3. 국가별 청소년카드 운영실태

이 연구는 우편조사와 인터넷 자료검색을 통하여 유럽 각국의 청소년카드 운영실태를 조사하였다. 우편조사를 통해서는 각국의 청소년카드 도입년도, 청소년카드 소지자의 수, 가맹점 수, 청소년들의 이용실적, 정부지원 여부 등을 조사하였고, 인터넷 자료검색을 통해서는 각국의 청소년카드가 제공하고 있는 주요 할인혜택을 조사하였다. 유럽에서 청소년카드제도를 실시하고 있는 국가는 작은 도시 국가들을 포함하여 모두 28개국이나 여기에서는 조사방법의 한계로 인하여 12개국만이 조사되었다.

#### (1) 안도라

안도라는 프랑스와 스페인 국경을 이루는 피레네 산맥의 남쪽 비탈에 있는 작은 공화국이다. 주민은 에스파냐계 카탈루나인이며, 카톨릭교를 믿는다. 영토의 대부분은 방목지와 삼림이며, 주산업은 목축과 관광이다

- ① 운영기구 : Organitzacis Carnet Jove Andorra(정부조직)
- ② 도입년도 : 1989년
- ④ 카드소지자 수 : 2,300명
- ⑤ 가맹점수 : 600개
- ⑥ 정부지원

안도라의 청소년카드 운영기구는 정부조직이다. 따라서 청소년카드사업에 필요한 재원은 모두 정부예산으로 충당하고 있다.

- ⑦ 주요 할인혜택
  - 할인율은 일반적으로 10-25%
  - 스키장 10%,
  - 예술극장 25-50%
  - 온천 10%

○문화, 민속, 스포츠 행사 10%

## (2) 오스트리아

① 운영기구 : Okista

② 도입년도 : 1992년

③ 카드소지자 수 : 12,000명

④ 가맹점수 : 600개

⑤ 주요 할인혜택

○동물원 : 입장료, 야간 투어, 동물돌보기에 관한 워크샵 할인

○여행사(Salzkammergut) : 스키-사파리 5%, Predigtstuhl에서 스키(오후입장) 5%, 패키지여행 다수

○콘서트 홀(WR. Konzerthausgesellschaft) : 2주전 예약시 50%, 특별할인(여석이 있을 경우 행사당일 오후판매)

○빈 예술극장(Theater an der Wien) : 일요일에서 목요일까지 10%할인

○영화극장(Cosmos) : 아이맥스 영화관 15% 할인

○기타 : 번지점프, 보트임대, 패러글라이딩, 라이브뮤직콘서트, 산악철도 등

## (3) 벨기에

벨기에에는 3개의 청소년카드 운영기구가 있다. 플랑드르어권에서는 CJP가, 프랑스어권에서는 프랑스의 청소년카드회사(Carte jeunes)가 독일어권에서는 독일의 청소년카드회사(Jugendkarte)가 청소년카드를 운영하고 있다. 독일어권의 청소년카드는 다른 두 지역에 비해 규모가 작다.

### 플랑드르어권

① 운영기구 : CJP

## ② 도입년도 : 1974년

청소년카드 이전에 청소년들에게 할인혜택을 제공하는 카드가 존재하고 있었으며, 동일 운영기관이 청소년카드 운영기관으로 개편된 것으로 추측된다.

## ③ 카드소지자 수 : 약 20,000명

## ④ 가맹점수 : 900개

## ⑤ 정부지원

주요 운영재원은 카드판매대금이며, 이 밖에 부수적으로 정부에서 재정적 지원을 받고 있다. 또한 스폰서를 통해서도 운영재원을 마련하고 있다.

## ⑥ 주요 가맹점의 할인서비스

- 현대미술관(Antwerpen 소재) : 50 BF(벨기에프랑) 할인
- 예술극장(브뤼셀 소재) : 100 BF 할인
- 청소년극장(브뤼셀 소재) : 50 BF 할인
- Stedelijk 의상박물관(Hasselt 소재) : 20 BF 할인
- Schone Kunsten 박물관(Gent 소재) : 50 BF 할인
- 만화박물관(브뤼셀 소재) : 30 BF 할인

프랑스어권

## ① 운영기구 : Carte jeunes

## ② 도입년도 : 1974년

청소년카드 이전에 청소년들에게 할인혜택을 제공하는 카드가 존재하고 있었으며, 동일 운영기관이 청소년카드 운영기관으로 개편된 것으로 추측된다.

## ③ 카드소지자 수 : 약 25,000명

## ④ 주요 가맹점의 할인서비스

- Air26 항공권 : 청소년카드소지자에게 특별할인, 보통 시중에서 가장 싼 가격이며 날자변경도 가능하다. 목적지는 다

양하며 벨기에 내의 약 800개 여행사를 통하여 구매할 수 있다.

- 맥도널드 : 햄버거 한 개 구입시 무료로 한 개 더 제공
- 슈퍼콜럼(CD, 카세트) : 모든 지점에서 10%할인
- 만화박물관 (브뤼셀 소재) : 180 BF 대신 150 BF(벨기에프랑)
- 자동차박물관(브뤼셀 소재) : 150 BF 대신 80 BF
- 프랑스어권 국립극장(브뤼셀 소재) : 750 BF 대신 300BF
- 영화관 : Arengerg Galleries : 240 BF 대신 180 BF ;  
Vendom : 240 BF 대신 150 BF ; 일요일 10:00am 아침식  
사+영화 브뤼셀에서 60 BF, Namur에서 40 BF 할인

### 독일어권

- ① 운영기구 : Jugendkarte
- ② 도입년도 : 1989년
- ③ 카드소지자 수 : 약 1,200명  
(26세 이하 청소년인구의 10%)
- ④ 가맹점수 : 250여개  
(150개는 상점, 100개는 문화 및 스포츠관련 기관)
- ⑤ 정부지원

첫해에는 재정지원을 받았지만 현재에는 재정지원을 받지 않고 있다. 사적부문의 스폰서들을 통하여 운영비를 충당하고 있다. 단, 직원보수의 55%는 정부가 담당한다.

- ⑥ 주요 할인혜택
  - 영화관 : 20% 할인
  - 박물관 : 10-50% 할인
  - 호텔/캠핑 : 약 10% 할인
  - 레스토랑/스낵 : 5-10% 할인
  - 콘서트 : 100 벨기에프랑 할인

#### (4) 키프로스

터어키 남쪽의 지중해 동부 해상에 있는 공화국이다. 터어키 남해 안에서 약 80km 떨어져 있는 섬나라로, 주민은 그리이스계가 71%로 거의 그리이스 정교를 믿으며 28%가 터키계인데 이슬람교를 믿는다. 그리이스와 터어키 사이에 영유권 분쟁이 계속되어 오다가 1960년에 독립함으로써 해결되었다.

- ① 운영기구 : Youth Board (정부조직)
- ② 도입년도 : 1991년
- ③ 카드소지자 수 : 7,500명
- ④ 가맹점 혹은 가맹회사의 수 : 500개
- ⑤ 정부지원

1996-1997학년도에 교육문화부(Ministry of Education and Culture)에서 6,742개의 카드를 싯가로 구매하여 대학생들에게 무료로 공급하였다.

- ⑦ 주요 할인혜택
  - 할인율은 일반적으로 10-40%
  - 극립극장 35%
  - Reebok 스포츠의류 및 신발
  - 서점 Nicosia 20%
  - 전자제품 (카세트, 녹음기 등) 15%
  - 컴퓨터 및 소프트웨어 10-20%
  - 백화점, 쇼핑센터

#### (5) 체코공화국

- ① 운영기구 : Karta Mládeze
- ② 도입년도 : 1993년
- ③ 카드소지자 수 : 10,000명
- ④ 가맹점수 : 800

### ⑤ 정부지원

청소년카드제도가 처음 시작될 때 정부가 많은 지원을 하였으나, 해가 가면서 재정지원 규모가 점점 줄어들고 있으며, 1996년의 경우에는 전체 예산의 10%만을 지원하였다.

### ⑥ 주요 할인혜택 분야

상점, 관광지, 박물관, 영화, 연극, 숙박(호텔, 캠핑장), 스포츠센터, 음식점, 여행, 교통<sup>10)</sup>

## (6) 에스토니아

에스토니아는 유럽 북서부, 발트해와 핀란드에 면하여 있는 나라로서 1940년 소련에 합병되었다가 1991년에 소련의 개방정책에 즈음하여 독립하였다. 현재 “독립국가연합”에 참여하지 않고 있다. 주민은 에스토니아인 68%, 러시아인 20%, 그 밖에 핀인, 우크라이나인, 유태인 등으로 구성되어 있다.

① 운영기구 : Euro<26

② 도입년도 : 1996년

동년 6월에 청소년카드 운영기구가 발족되었으며, 유럽청소년카드 협회의 정식 멤버로 등록하였다. 이 기구는 청소년여행자카드(GO25)에서 분리독립된 것이다. 현재 청소년카드는 제작단계에 있으며 1997년 9월부터 발급될 예정이다. 그 동안에는 기존의 GO25 카드로 청소년카드를 대신하고 있다.

### ③ 카드소지자 수

동 기구가 GO25카드를 판매하기 시작한 것은 1997년 5월부터이며 6월말 현재 약 200개를 판매하였다. 매일 4~9개의 카드를 판매하고 있다. 9월이후 에스토니아 청소년카드를 판매하게 되면 첫해에 2,000개

10) 구체적인 할인률에 관한 자료는 체코어로 된 인터넷자료 밖에 없다. 체코의 청소년카드 인터넷홈페이지 주소는 <http://www.adam.cz>이다. 거기에 프라하지역을 비롯하여 기타 8개지역의 가맹점주소와 할인혜택의 내용이 소개되어 있다.

그리고 3년 내에 10,000개 정도를 판매하게 될 것으로 예상된다.

#### ④ 가맹점수

호텔, 렌트카, 교통, 예술극장, 박물관, 치과, 언어학교 등 50개 가맹점을 확보하고 있다. 청소년카드가 발매될 즈음에는 확실히 현재보다 많은 가맹점을 모집하게 될 것이다.

#### ⑤ 정부지원

에스토니아 교육부로부터 20,000 크룬(전체 예산의 1/5)을 지원받았다. 자유주의 국가이념에 입각해 볼 때 청소년카드 가맹점들은 정부로부터 어떠한 지원도 받아서는 안된다. 가맹점들은 카드소지자에게 할인서비스를 제공하며 청소년카드 운영기관에서는 그에 관한 정보를 인터넷 사이트와 가이드 북 등을 통하여 청소년들에게 제공한다. 청소년들은 할인정보에 따라 합리적인 선택을 할 것이며, 가맹점들은 그로부터 반대급부를 얻을 것이다.

#### ⑥ 주요 할인혜택

- 호텔(8개소) : 10-20% 할인
- 렌트카(3개소) : 10%
- 교통수단(1개소) : Tallinn-Helsinki간 선박운임 10%할인, 선박내 식사 10%할인
- 여행사(1개소) : 국내 5%, 국외3%
- 의료(1개소) : 상담 무료, 치과 15%할인
- 예술극장(1개소) : 50%할인
- 박물관(10개소) : 50%할인 혹은 할인가

### (7) 프랑스

#### ① 운영기구 : 청소년카드회사(Carte jeunes S. A.)

이 회사는 프랑스의 청소년체육부가 공개적인 선발과정을 거쳐 IC카드형태의 청소년카드 운영에 필수적인 사업체들을 선정함에 따라 구성된 컨소시엄이다.

## ② 도입년도 : 1981년

아퀴텐느라고 하는 지방에서 처음 실시되기 시작하여, 1985년에 전국수준으로 확대실시되었다가, 1993년도에 일시적으로 운영을 중지하고 약 2년간의 기술적, 상업적 연구개발과정을 거쳐 1995년 4월부터 IC칩카드형태의 청소년카드제도를 실시하고 있다.

## ③ 카드소지자 수

1994년 4월 새로운 청소년카드 발급초기단계에 약 100,000명이었으며, 1996년말까지 약 100만명의 회원을 모집할 계획이다. 참고로 IC카드채택 이전에 청소년카드 소지자수는 최대로 증가하였을 당시 약 60만명이 청소년카드를 소지하였다.

## ④ 가맹점수 : 12,000개(1997년)

## ⑤ 분야별 가맹점수

- 보험 124개
- 유스호스텔 및 숙소 839개
- 자동차/오토바이 1,787개
- 의류 2,506개
- 미용 1,640개
- 식당 1,197개
- 문화/여가 2,704개
- 스포츠 1,399개
- 가구/집기 380개
- 여행/교통 446개

## (8) 독일

### ① 운영기구 : Euro<26

### ② 도입년도 : 1996년

### ③ 카드형태 : 마그네틱 스트라이프와 IC칩 혼합

(칩은 전화 및 전자지갑기능 담당)

④ 카드소지자 수 : 25,000명

⑤ 정부지원

독일의 청소년카드는 민간회사이며 정부로부터의 재정지원은 없다.

⑥ 주요 할인혜택

○영화, 디스코텍, 오페라

○호텔 : Dorint(30개소), Treff(60개소)

○항공 : Lufthansa

○버스 : 유럽내 28개국 700개도시를 운행하는 버스회사에서 10%

○렌트카 : 보험포함, 거리제한 없이 저렴한 가격

#### (9) 포르투갈

① 운영기구 : Cartão Jovem Euro<26

② 도입년도 : 1986년

③ 카드소지자 수 : 250,000명

④ 가맹점수 : 15,000

⑤ 정부지원

정부로부터는 물론 다른 어떤 기관으로부터도 재정지원을 받지 않고 있다. 단, 정부가 무료로 카드를 발급해주고 있다. 그밖에 재원 조달은 청소년카드사가 구한 스폰서들에 의해 이루어지고 있다. 스폰서들은 모두 셋인데 그 중 두 군데서 재정지원을 하고 있다.

⑥ 주요 할인혜택

○여행 : 항공료 50%, 국제철도 5%, 국가운영버스 15-20%

○숙박 : 호텔 약 250개소에서 10-50%, 캠핑장 10-50%, 종합 여행센터 10-30%

○박물관 : 다수, 60%할인

○예술극장 : 25-50%

○영화 : 특별할인

○서점, 잡지상점 : 10-30%

○ 스포츠 : 축구, 농구, 핸드볼 등 경기관람 50%

#### (10) 스코틀랜드

영국에는 3개의 청소년카드 운영기구가 있다. 잉글랜드와 웨일즈 지방은 Under 26, 스코틀랜드지방은 Young Scot, 그리고 북아일랜드 지방은 EYC가 청소년카드의 운영을 맡고 있다. 이 연구에서는 스코틀랜드지방의 실태에 관하여만 조사가 이루어져 있다.

① 운영기구 : Young Scot

② 도입년도 : 1985년(국제청소년의 해)

③ 카드소지자 수 : 110,000명

참고로 스코틀랜드의 15-26세 청소년인구는 약 880,000명이라고 한다. 따라서 청소년카드 소지자 수는 이 인구의 1/8이다.

④ 가맹점수 : 2,400개

이는 청소년들이 찾을 수 있는 모든 장소의 약 1/13이라고 한다. 여기에는 국립버스회사와 맥도널드가 포함된다.

⑤ 청소년카드 이용실적

청소년들의 소비지출액 중에서 청소년카드를 매개로 하는 지출총액을 계산하기는 매우 어려우나 예를들면 맥도널드의 경우 총판매액의 약 1%가 청소년카드를 매개로 하는 것으로 알려져있다. 소규모 가맹점들의 무료 할인서비스는 상당히 안정적인 상태를 보이고 있다. 지난 10여년간 청소년카드에서 탈퇴한 소매상점의 수는 총10여개뿐이다.

⑥ 정부의 지원

영 스코트는 카드사업에 관하여 정부의 지원을 전혀 받지 않고 있다. 다만 스코틀랜드에서 학업을 마치는 모든 청소년들에게 배포되는 영 스코트의 핸드북 제작에 정부의 지원을 받고 있다.

⑦ 주요 할인혜택

○ 스코틀랜드국립여행사무소 (National Trust for Scotland) :

국립유적지 및 관광지, 이들 중 몇몇은 모든 사람에게 입장료가 무료이다. 입장료가 있는 경우 청소년카드 소지자는 50%가 할인된다.

- 스코틀랜드 역사유적 : 성(城)을 포함한 역사유적 관람시 청소년카드소지자에게 입장료를 50% 할인해준다.
- 맥도널드 : 샌드위치 구입시 소프트 드링크 무료, 스코틀랜드에 21개 지점이 있다.
- 시외고속버스 : 스코틀랜드 내에서 성인요금의 30%
- 우체국버스 : 우체국에서 운영하는 미니버스로 시골지역에 우편물을 우송하는데 교통편으로도 활용된다. 청소년카드 소지자에게 요금을 33% 할인해 준다. 시간표는 각 지역의 우체국에서 확인할 수 있다.
- 스포츠 커넥션 : 스포츠 패션상점으로 스코틀랜드에 20개의 지점을 가지고 있다. 청소년카드소지자에게 10%를 할인해준다.
- 캠퍼스여행사 : 청소년 및 학생 전문여행사로 스코틀랜드에 4개의 지점이 있다. 청소년카드소지자에게 저렴한 여행상품을 제공하고 있다.
- 진스터스 : 진(jean) 팬션점으로 스코틀랜드에 26개 지점이 있다. 청소년카드 소지자에게 10%를 할인해준다.
- 피자 헛 : 스코틀랜드에 13개 지점이 있다. 청소년카드소지자에게 10%를 할인해준다.

#### (11) 스페인

스페인은 2개의 자치도시와 17개의 지방자치단체로 나뉘어 있다. 각각의 자치기구는 고유의 행정부, 의회, 사법권을 가지고 있다. 청소년카드는 19개 자치단체 모두에서 운영되고 있다. 따라서 19개의 서로 다른 청소년카드 운영기구가 있는 것이다. 물론 가이드 북 역시 19개이다. 각각의 운영기구는 자신들의 지역 내에서 가맹점을 모

집하고 그들과 할인협약을 맺고 있다. 이 기구들은 전국적인 수준에서 하나의 협의체를 두고 있는데 이 협의체는 스페인정부의 노동사회복지부(Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales) 산하 청소년연구소(Instituto de la Juventud)에 설치되어 있다. 이 협의체는 유럽청소년카드협회 사무국 관련업무를 담당하고 국철, 선박회사 등스페인 전국에 걸쳐 할인서비스를 제공하는 회사들과의 협약을 맺고있다.

#### ① 운영기구

- 중앙 : 청소년연구소
- 지방 : 19개 지방자치단체별 별도 운영기구

#### ② 도입년도 : 1987년

#### ③ 카드소지자 수 : 전국에 약 700,000명

#### ④ 가맹점수 : 50,000여개

#### ⑤ 정부지원

첫해에는 재정지원을 받았지만 현재에는 재정지원을 받지 않고 있다. 사적부문의 스폰서들을 통하여 운영비를 충당하고 있다. 단, 직원보수의 55%는 정부가 담당한다.

#### ⑥ 주요 할인혜택

- 교통 : 국철 평균 20% 할인, 고속철도 25% 할인 (국공일 제외), 국제버스 10-20% 할인, 선박 20% 할인(북아프리카에 있는 두 개의 자치도시 제외), 그 밖에 특별할인이 되는 항공편이 있으며 시내버스는 몇몇 지역에서만 할인혜택을 제공한다.
- 국립박물관들 : El Prado, Reina Sofia 등
- 그밖에 다른 서비스들은 지역마다 청소년카드 운영기구가 다르므로 할인서비스의 내용도 다르다. 그러나 유럽청소년카드를 가지고 있는 청소년들은 누구나 동일한 혜택을 받을 수 있다.

## (12) 스위스

- ① 운영기구 : Euro<26 Switzerland
- ② 도입년도 : 1992년
- ③ 카드소지자 수 : 약 150,000명(계속 증가추세)
- ④ 가맹점수 : 2,500여개

가장 중요한 가맹점은 전국규모의 제휴회사들이다. 여기에는 스위스 전국에 걸쳐 서비스망을 가지고 있는 보험회사, 스위스철도, VISA카드 등이 있다.

### ⑤ 정부지원

스위스의 청소년카드 운영기구는 비영리기관이다. 따라서 스위스 연방사무소의 문화부문으로부터 약간의 재정지원을 받고 있다. 지원액은 전체 예산의 약 5% 이하이다.

### ⑥ 주요 할인서비스

- 교통 : 국철 오후 7시 이후 무료 ; 철도여행(유럽주말패키지) 10% 할인 ; 렌트카 주말가격에서 20% 할인
- 음식 및 숙박 : TCS캠핑, 스위스 전역에 매우 편안한 캠핑장으로 주소는 가이드북 참조, 20% 할인 ; E&G호텔, 거의 모든 도시에 있으며, 주소는 가이드북 참조, 10%할인 ; 유스호스텔, 5 스위스프랑(전체요금의 약 1/4)을 할인해준다.
- 문화 : 박물관 30-50%할인 ; 록, 재즈, 클래식 콘서트 할인은 수시로 변동하므로 청소년카드 안내전화로 문의하여야 한다.
- 여행 및 여가 : Chillon성 입장료 할인 : 5.50 스위스프랑 대신 4.50스위스프랑 ; 스쿼시, 테니스 센터 할인 (가이드북 참조) ; 기타 케이블카 탑승시, 눈썰매장 등에서 할인서비스를 제공한다.

## 제 4 장 정책제언

### 1. 청소년카드의 사업화 가능성

#### (1) 청소년들의 참여 가능성

청소년카드제도가 청소년을 위한 할인제도를 크게 확대시킬 경우, 청소년들의 참여는 상당히 적극적일 것으로 예측된다. 다음과 같은 조사결과는 이러한 예측을 뒷받침하고 있다.

우리 나라에서는 청소년을 위한 할인제도가 크게 발달해 있지 않다. 시내버스, 지하철, 영화관, 연극극장, 박물관, 예술극장 등 매우 한정된 영역에서만 청소년들에게 할인혜택이 제공되고 있다. 그것도 상시적인 할인은 시내버스, 지하철, 박물관 등에 국한되며, 경우에 따라서는 대상이 중고등학생이나 대학생 이하로 국한되어 근로청소년들은 이용할 수 없다. 게다가 현행 청소년할인제도의 이용률도 기대했던 것보다 높지 않다. 시내버스와 지하철요금 할인제도는 각각 해당 청소년의 59.7%와 47.7%만이 잘 이용하고 있으며, 그 밖의 청소년들은 이용하지 않는 편이거나 전혀 이용하지 않는 것으로 나타났다.

반면에 전체청소년의 89.9%는 현행 청소년할인제도가 불충분하다고 생각하며, 소비활동분야 마다 약간의 차이는 있으나 약 80-90%의 청소년이 할인제도를 확대 실시할 경우 실질적인 도움을 얻을 수 있을 것이라고 예상하고 있다. 게다가, 약 90% 가량의 청소년들은 어느 분야에서든 경제적 어려움을 느끼고 있는 것으로 나타났다.

이러한 조사결과를 바탕으로 청소년카드제도가 일상생활의 다양한 분야로 청소년할인제도를 확대하게 될 경우, 청소년들의 참여 가능성은 상당히 높을 것으로 예상된다. 다만, 카드를 발급받는데 필요한 비용, 청소년카드제도에 대한 홍보, 할인혜택의 다양성 등의 요인에 따라 청소년들의 참여도가 현실적으로 달라질 것이다.

참고로 우리나라의 12-24세 청소년인구는 약 1,100만명(1995년기

준)이며<sup>10)</sup> 이 중에서 중학생이 약 250만, 고등학생 이 약 220만, 대학생이 약 170만으로 추산된다.<sup>11)</sup> 한편 15-24세 미만의 취업청소년은 246만이다.<sup>12)</sup>

## (2) 청소년카드의 사업규모

청소년카드가 사업화될 경우 그 규모는 청소년카드를 매개로 하는 금전거래액, 청소년카드의 사업화를 위하여 필요한 투자액, 그 운영에 필요한 예산 등 여러 가지 측면에서 예측해 볼 수 있을 것이다.

여기에서는 청소년들의 월평균 지출규모를 바탕으로 서울지역에서 청소년카드의 총사용액과 청소년들이 얻을 수 있는 경제적 이익의 규모를 예측해보기로 한다. 물론 여기에서의 예측은 대략적일 수밖에 없으므로 해석에 유의하여야 할 것이다.

제2장에서 살펴본 바에 따르면 서울지역의 청소년들의 월평균 지출규모는 중학생집단이 약 158억원, 고등학생집단이 약 273억원, 대학생집단이 약 950억원, 근로청소년집단이 약 1,757억원으로 총 3,138억원이다.

그러나 모든 청소년들이 청소년카드제도에 참여하지는 않을 것이다. 아마도 지출규모가 크고 현재로서는 할인혜택을 받을 수 있는 기회가 상대적으로 적은 대학생과 근로청소년 집단이 중고등학생 집단에 비하여 참여율이 높을 것으로 예상된다. 청소년카드에 전자지갑 등 금융권카드의 기능을 추가할 경우 그 참여율은 적어도 현행 금융권카드 소지율보다 높을 것으로 예상된다. 연령제한 없이 발급받을 수 있는 금융권카드로서 청소년들에게 가장 널리 보급되어 있는 것은 현금카드이다. 중학생의 경우에는 12.9%, 고등학생의 경우에는 37.4%, 대학생의 경우에는 81.5%, 근로청소년의 경우에는

10) 문화체육부, 청소년백서 1996, p.3.

11) 한국교육개발원, 한국의 교육지표 1995, pp. 83-84.

12) 문화체육부, 앞의 책, pp. 7.

92.8%가 현금카드를 소지하고 있다. 여기에서는 청소년카드의 소지율이 현금카드와 동일할 것으로 가정하기로 한다.

각 집단에서 청소년들이 용돈의 규모에 관계없이 고루 참여하게 된다면, 청소년카드에 참여하는 청소년집단의 월평균 지출규모는 중학생의 경우 전체규모의 12.9%인 약 20억원, 고등학생은 전체규모의 약 37.4%인 약 102억원, 대학생의 경우에는 전체규모의 약 81.5%인 774억원, 근로청소년의 경우에는 전체규모의 약 92.8%인 1,630억원이 될 것이다.

다음으로 고려해야 할 것은 청소년카드에 참여하는 청소년이라 하더라도 용돈을 전부 청소년카드 가맹점에서만 지출하지 않을 것이라는 점이다. 청소년카드에 참여하는 청소년들이 전체 용돈의 얼마만큼을 가맹점에서 지출하게 될지는 가맹점망의 범위와 할인혜택의 양적, 질적 내용에 따라 달라지게 된다. 또한 청소년카드의 초기 단계보다는 제도의 정착단계로 갈수록 가맹점망에서 지출하는 용돈이 많아 질 것이다. 여기에서는 그 비율을 잠정적으로 10%라고 가정하기로 한다. 이는 중학생의 경우 월평균 용돈 27,893원 가운데 2,789원을, 고등학생의 경우 월평균 용돈 51,158원 가운데 5,115원을, 대학생의 경우 월평균 용돈 264,094원 가운데 약 26,400원을, 근로청소년은 월평균 용돈 239,769원 가운데 약 23,976원을 평균적으로 청소년카드를 매개로 지출하게 되는 것을 의미한다. 이러한 가정이 성립한다면, 청소년카드를 매개로 한 월평균 총거래액은 중학생 집단에서 약 2억원, 고등학생 집단에서 약 10억원, 대학생 집단에서 77억원, 근로청소년 집단에서 약 163억원으로 총 252억원이 된다.

청소년들이 용돈 이외에 부모에게서 별도로 타서 쓰는 금액, 아르바이트 수입, 각종 격려금, 청소년을 대신하여 부모가 지불해 주고 있는 금액 등을 고려한다면 청소년카드를 매개로 한 월평균 거래액은 위의 추정치보다 훨씬 클 것이다.

## 2. 청소년카드제도의 기대효과

### (1) 긍정적인 기대효과

#### ① 용돈절약 및 자발적인 자기개발 지원

청소년카드의 근본적인 목적은 청소년들이 미래를 위하여 보다 적극적으로 자기를 개발하도록 도와주는 데 있다. 대부분의 청소년들은 경제적으로 독립하지 못하고 있기 때문에 매우 제한된 경제적 수단만을 가지고 있다. 학생청소년들의 경우 주요 소득원은 부모로부터 받는 용돈 혹은 시간제로 일하여 얻는 수입이 고작이다. 근로 청소년들의 경우에는 정기적인 소득이 있기는 하지만 학생청소년들과는 달리 의식주를 스스로 해결해야 하거나 가족을 부양하는 경우 학생청소년들보다 더 큰 경제적 어려움을 겪게 된다.

반면에 다양한 놀이시설, 서적, 컴퓨터와 통신관련 분야, 문화와 스포츠활동, 여행 등 청소년들의 참여를 기다리는 소비분야는 매우 빨리 발전하고 있다. 이러한 분야에서 청소년들의 소비활동은 단순히 소비적 차원에서 이해되기 보다는 그것을 통하여 청소년들이 미래사회를 이끌어갈 능력을 키우게 된다는 보다 생산적인 차원에서 이해되어야 할 것이다.

그렇다면 청소년카드제도가 청소년들의 자기개발에 실제로 얼마나 큰 도움을 줄 수 있을까? 앞에서 추산해 본 바와 같이 서울 지역에서 청소년카드를 매개로 한 월평균 거래액이 252억이라고 가정할 때, 청소년카드가 제공하는 각종 할인혜택의 평균 할인율이 10%라고 한다면 청소년들은 월평균 25억 정도의 용돈을 절약하여 다른 유용한 곳에 쓰는 셈이 된다. 즉, 추정치의 계산에서 가정했던 조건들이 현실적으로 이루어진다면, 청소년카드제도를 통하여 서울 지역 청소년들에게 월평균 25억, 연평균 약 300억 정도의 자기개발 비용을 지원하는 것과 같은 효과를 가져오는 것이다. 이러한 예상효과는 1997년도 서울특별시 청소년육성사업 전체의 1년 예산이 163

역이었다는 점을 고려할 때 상당한 규모라고 생각된다.

추정치 계산과정에서 가정했던 조건들을 다시 한 번 정리해보면 아래와 같으며, 이러한 조건들은 상당히 현실적이라고 생각된다.

가. 청소년카드 소지율이 현금카드 소지율과 같음

나. 성별, 연령, 용돈규모 등의 요인이 청소년카드 소지율에 영향을 미치지 않음

다. 청소년카드 소지자들이 적어도 용돈의 10%를 청소년카드를 매개로 지출함

라. 청소년카드의 할인률이 평균 10%이상임

## ② 긍정적인 사회적 정체감과 책임의식 형성

이 연구의 조사결과에 따르면 9.7%의 청소년을 제외하고는 어떤 분야에서든 경제적인 어려움을 겪고 있으며, 이들 중에서 70.6%의 청소년들은 경제적 어려움이 자기발전의 장애요인으로 작용한다고 생각하고 있다. 경제적 이유로 자기발전에 어려움을 겪고 있다고 생각하는 청소년들은 일차적으로 부모를 비롯한 가족에 불만족을 표현할 가능성이 크다. 그러나 성장과정에서 가족에 대한 불만족은 사회에 대한 불만족으로 발전되기 쉽다. 또 사회에 대하여 불만이 많은 청소년들은 시민으로서 갖추어야 할 책임의식도 크게 느끼지 않는다. 오늘날 우리 청소년들에게서 나타나는 이기적 개인주의의 일면은 이러한 현상을 보여주는 사례라고 볼 수 있다.

더구나 최근들어 우리 경제의 구조적 위기와 더불어 청소년들의 미래에 대한 두려움은 더 커지고, 자기개발의 필요성은 더욱 높아지고 있다. 최근 우리가 겪고 있는 구조적 실업난은 급속한 경제성장 과정에서 겪어보지 못했던 어려움이다. 기존에 확보된 노동력마저 감원해야 하는 상황에서 신규취업을 준비해야 하는 청소년들은 최근 경제위기의 가장 큰 희생자들과라고 볼 수 있다.

이러한 때에 청소년카드제도는 청소년들의 자발적인 자기개발 의

육을 복돋아주고 가정뿐만 아니라 사회가 그들의 성장을 지원해 주고 있다는 것을 경험적으로 느끼게 함으로써, 청소년들의 건전한 사회적 정체성 확립에 크게 기여할 수 있을 것이다. 또한 가족의 후원으로 성장한 청소년들이 가족에 대한 책임의식을 갖게 되는 것과 마찬가지로, 사회적 후원을 받은 청소년들은 사회에 대한 책임의식을 기르게 된다.

사회적 책임의식을 고취하는 도덕교육만으로는 청소년들의 의식을 크게 변화시키기 어렵다. 일상생활 속에서 광범위한 영역에 걸쳐 사회적 후원을 경험한 청소년들은 자연스럽게 사회에 대해 긍정적인 정체감과 책임의식을 가지게 될 것이며, 이는 청소년들 사이에 확산되고 있는 이기주의를 방지할 수 있는 중요한 방법이 될 것이다.

### ③ 가장 인정받는 청소년 신분증

청소년기본법에 따르면 청소년은 9세부터 24세의 인구를 말한다. 이들의 신분은 중고등학생, 대학생, 근로청소년, 복무청소년, 무직자 등 매우 다양하다. 현재에는 이들이 청소년임을 확인할 필요가 있을 때에는 주민등록증, 학생증, 운전면허증 등 다양한 증명서를 사용하고 있으나, 이런 증명서들이 청소년임을 확인해 주기 위한 목적에서 발급된 것은 아니다.

청소년카드는 표면에 사진, 이름, 주소, 생년월일, 소속 등을 표기하게 되므로 모든 청소년들이 공유할 수 있는 신분증의 역할을 할 수 있다. 또한 일정연령(예를 들면 24세) 이하의 청소년이면 누구에게나 발급되므로 청소년의 신분에 관계없이 동일한 형태의 신분증을 발급받게 되므로 청소년임을 증명하는 신분증으로서 사회적인 인정도도 높을 것이다. 청소년들은 도서관 출입, 영화관이나 교통수단 이용 등 기존의 청소년 할인제도 활용시에 청소년카드로도 신분을 증명할 수 있다. 신분카드로서의 기능은 청소년집단에 따라 부분적으로 특수화시킬 수도 있다. 즉, 중·고등학교나 대학교와의 제휴를 통하여 특정학교의 학생증을 겸한 청소년카드로 발급될 수 있다.

청소년카드의 존재가 사회적으로 널리 알려지고 신용을 얻게 되면, 언제 어느 곳에서는 청소년카드를 제시하는 것으로 청소년임을 증명할 수 있게 될 것이다. 예를 들면 인터넷 통신망에서도 청소년 카드로 청소년임을 확인하도록 할 수 있다.

#### ④ 건전한 소비생활 유도

청소년카드는 청소년들의 소비생활을 건전한 방향으로 유도하여야 하는 윤리적인 책임을 가진다. 즉, 서비스의 영역이 청소년들의 일상생활을 모두 포함하면서도 과소비를 유발할 우려가 있거나 단순한 오락, 유흥 등의 소비영역은 제외되어야 한다.

청소년들의 구매력이 높아지면서 그들의 과소비경향이 종종 사회적 이슈로 등장하고 있다. 이 연구는 청소년들의 소비를 우선 “미래를 위한 투자”로 간주하여야 한다고 보지만, 문제가 되고 있는 무분별한 과소비와 외국제품 선호 등의 추세는 결코 바람직하지 못하다. 특히 과소비가 미래를 준비하기 위한 것이 아니라 당장의 유흥이나 유행을 추구하는 경우라면 이러한 소비행태는 조기에 바로잡아야 할 것이다.

그러나 요즘의 청소년들은 점점 더 부모로부터 독립하고자 하며, 소비활동에 있어서도 스스로의 선택을 중요시하고 있다. 이러한 상황에서 일부 청소년들의 과소비와 사치성소비를 줄이기 위해서는 근본적 약을 주장하는 구호보다 그들이 유익한 소비활동에 보다 관심을 기울이도록 유도할 필요가 있다. 유익한 활동에서는 할인을 비롯한 각종 혜택을 제공하고, 과소비나 불건전한 활동에 대해서는 아무런 서비스를 제공하지 않게 되면 청소년들의 소비는 자연스럽게 건전한 방향으로 유도될 것이다.

#### ⑤ 사회생활에 대한 적응력 향상

청소년들은 미래의 시민으로서 사회생활에 적응해가는 단계에 있다. 바람직한 시민으로 성장하기 위해서는 사회생활에 필요한 각종 노하우를 익혀야한다. 특히 현명한 소비활동을 할 수 있으려면 자신의 경제

적 능력과 소비의 규모를 균형있게 맞추고, 재원을 필요한 분야에 적절히 배분하는 방법을 터득해야 한다. 이를 위해서는 자신의 소비활동에 필요한 각종 정보를 수집하고 비교 분석하는 작업이 필수적이다.

그런데 청소년들로서는 좋은 소비자정보를 구하는 것이 쉽지 않다. 청소년카드는 가이드북, 소식지, 컴퓨터 통신망, 그밖의 각종 커뮤니케이션매체를 통하여 청소년들에게 유익한 각종 소비자정보를 제공하게 된다. 이를 통하여 청소년들은 자신이 구매하고자 하는 물품을 언제 어느 가맹점에서 할인해주고 있는가, 혹은 가보고 싶은 음악회에 할인티켓이 있는가를 쉽게 알아볼 수 있게 된다. 따라서 청소년카드는 청소년들이 복잡한 사회생활에 적응할 수 있도록 도와주는 중요한 수단이 될 수 있다.

## (2) 역기능의 발생 가능성

### ① 편식증적인 소비생활 조장

청소년카드제도에서 제공하게 되는 할인혜택은 청소년들의 자기개발에 도움이 되고 과소비를 부추길 우려가 없는 범위 내에서 제공된다. 이러한 전제조건이 충실히 이행된다면, 청소년카드로 인하여 과소비나 불건전한 소비행태가 초래되지는 않을 것이다.

그러나 아무리 건전하고 유익하다고 하더라도 한 가지 소비항목만을 반복하여 구매하는 것은 바람직하지 못할 수도 있다. 예를 들면, 좋아하는 음악을 듣는 것은 학교공부로 스트레스를 받고 있는 청소년들이 즐기는 여가생활 중 대표적인 사례이다. 일반적으로 볼 때, 청소년들이 일상생활에서 음악을 즐기는 것은 바람직한 일이다. 그런데 카세트나 CD를 구입하는데 청소년카드로 10%가량의 할인혜택을 받을 수 있다고 하자. 합리적인 판단을 하는 청소년들은 10%의 할인혜택이 주어진다고 해서 카세트나 CD를 필요 이상으로 구입하지는 않을 것이다. 그러나 일부 청소년들은 여가생활에 지출되던 다른 비용을 줄여서 카세트나 CD를 더 많이 구입할 수도 있

다. 물론 이들이 구입한 카세트나 CD를 충분히 즐긴다면 구입한 카세트나 CD는 충분한 효용이 있다. 그러나 그 결과 이 청소년이 자신의 여가시간을 오직 음악을 즐기는 데 사용하고 다른 분야에 대하여는 관심을 버릴 수 있다.

이러한 역기능을 줄이기 위해서는 청소년카드에서 제공하는 할인혜택의 범위를 다양하게하여 청소년들이 어느 한 분야에서 집중적으로 용돈을 지출하지 않도록 해야 할 것이다.

## ② 자녀의 소비생활에 대한 부모의 직접 통제력 약화

청소년들의 소비생활은 부모에게 상당히 의존해 있다. 특히 중고등학생들의 경우에는 용돈의 규모도 작고 용도도 학용품이나 일상 잡화의 구입, 친구들과의 만남 등에 국한되어 있다. 그밖에 규모가 큰 지출은 필요할 때 마다 부모에게서 타서 쓰고 있다. 이러한 의존 관계를 부모의 입장에서 해석해보면, 자녀들의 소비생활을 부모가 직접 통제하고 관리하며 자녀들의 자율적인 소비생활을 매우 한정된 범위로 제한하고 있다는 것을 의미한다. 자녀들의 소비생활에 대한 관리와 통제는 부모들에게 자녀의 일상생활을 통제한다는 의미를 가지고 있다.

청소년카드제도는 청소년들의 자율적인 소비문화를 촉진시킬 것이므로, 이 제도가 도입되면 지금까지 부모들이 자녀들의 소비생활을 통제하고 그것을 통하여 그들의 일상생활까지 통제하던 것을 다소간 저해할 가능성이 있다. 자녀들이 필요한 물건을 부모가 대신 구입하는 경우도 많지만 청소년카드제도는 같은 품목이라도 청소년이 카드를 제시해야만 할인을 제공하기 때문에 부모들이 대신 구입할 경우 할인혜택을 받을 수 없다. 할인혜택을 받기 위해서는 부모들이 자녀의 자율적인 소비활동의 범위를 확대시켜 주어야 하며, 이는 부모들의 입장에서 자녀들의 소비활동에 대한 관리감독 권한이 축소되는 효과를 가져온다.

모든 부모들이 그러한 것은 아니지만, 요즈음 부모들 중에는 자녀

들의 생활지도를 직접적이고 긍정적인 방법으로 하지 못하고, 용돈 지급을 조절하여 간접적으로 지도하려는 사람들이 많다. 따라서 청소년카드제도가 실시될 경우 일부 부모들이 자녀의 일상생활에 대한 통제권이 축소되는데 대하여 저항할 수도 있다.

### ③ 구매력 집중으로 인한 부작용

청소년카드의 가맹점들은 청소년들의 일상생활과 관련이 있는 모든 분야에서 모집될 수 있다. 다만, 청소년들에게 과소비를 부추기거나 유익하지 못한 활동에 참여하도록 하는 업종은 엄격하게 배제되어야 할 것이다.

청소년카드제도에서는 일반 신용카드에서와는 달리 가맹점 수가 많을 수록 더 바람직한 것은 아니다. 가맹점들이 할인혜택을 제공하는 만큼 청소년들이 가맹점들을 많이 이용하도록 하여 “박리다매”의 효과가 있도록 배려해 주어야 하기 때문이다. 동일한 업종에서 상권도 같은 경쟁업소를 모두 가맹점망에 편입시키면 각 가맹점에 게 돌아가는 마케팅효과가 낮을 수 밖에 없고 그렇게 되면 그들이 지속적으로 가맹점망이 남아있으려 하지 않을 것이다.

문제는 청소년들의 소비지출이 가맹점망 안으로 집중됨으로써 발생될지도 모르는 역기능이다. 가맹점을 동일상권의 동일업종에서 선택적으로 선정할 경우, 여기에서 제외된 업체는 상대적으로 청소년 소비자를 잃게 된다. 해당 업체 혹은 상점의 매출이 청소년뿐만 아니라 일반인을 대상으로 이루어진다면 큰 문제가 없지만 청소년을 주요고객으로 하는 경우에는 심각한 문제를 불러일으킬 수 있다.

특히 할인혜택을 제공하면서 할인액을 카드에 입력해 줄 경우, 이에 따른 자금정산이 순조롭게 이루어져야 하는데, 신용상태가 건전하지 못한 업체나 상점은 청소년카드 가맹점망에 참여하기가 상대적으로 어려울 수밖에 없다. 일반적으로 소형업체나 상점보다는 대형업체나 상점이 신용상태가 우수하고, 청소년 소비자 유치능력도 좋은 편이다. 따라서 청소년카드제도는 대형상점이나 대형업체에게

더 많은 이익을 주고 소상공점이나 소형업체에게는 오히려 경쟁력을 떨어뜨리는 효과를 가져올 수 있다.

다른 한편으로 대형업체를 위주로 가맹점망이 구성될 경우 청소년들의 카დი용에도 부정적인 효과를 가져올 수 있다. 청소년들의 생활권 내에 가맹점들이 많아야 카드를 이용하기 쉬운데, 대형상점이나 대형업체는 청소년들의 생활권에서 지리적으로 멀리 떨어져 있기 때문이다. 물론 인터넷을 통한 쇼핑몰 개설 등으로 전통적인 상거래방식에 큰 변화가 발생할 경우 지리적인 문제는 일부 해결될 수도 있다.

### 3. 청소년카드제도 도입시 고려할 점

#### (1) 우리나라의 스마트카드 기술개발상황

청소년카드의 운영비용을 가맹점망의 마케팅효과에서 충당하기 위해서는 기술적으로 스마트카드(일명 IC카드)를 선택하여야 한다. 스마트카드는 첨단기술 상품의 하나이며 우리나라에서도 최근 전자주민증, 전자지갑, 시티카드 등이 개발되고 있는데, 이들도 모두 일종의 스마트카드이다. 금융권에서도 전자지갑을 위한 표준화작업이 진행중에 있다. 청소년카드제도는 금융권의 스마트카드 상품이 범용화된 후에 시행하는 것이 바람직하다.

청소년카드를 운영하기 위해서는 카드소지자, 가맹점, 청소년카드 운영기관 사이에 자금정산을 위한 기반시설이 이루어져야 한다. 이중 가장 중요한 것은 단말기보급이다. 스마트카드 업무를 처리하기 위한 단말기의 가격은 약 80만원 가량인 것으로 알려져 있다. 가맹점이 1만개라면 약 80억원의 투자비용이 발생한다. 대량공급을 통하여 이 비용을 절감할 수는 있지만 실제 투자비용은 상당한 규모가 될 것이다. 이것을 가맹점이 부담하든 청소년카드 운영기구에서 부담하든 혹은 리스회사로부터 임대하여 쓰든 단말기보급에 따른 사회적 비용부담은 불가피하다.

만약 금융권에서 전자지갑이 표준화되어 널리 통용된다면, 그에 따라 단말기도 보급될 것이다. 청소년카드가 이러한 기반시설을 공동으로 이용할 수 있게 되면, 청소년카드 가맹점들은 하나의 단말기로 금융권의 전자지갑을 가지고 있는 일반손님과 거래할 수도 있고 청소년카드를 소지하고 있는 청소년과도 거래를 할 수 있게 된다. 다만 금융권 스마트카드 단말기가 청소년카드를 인식할 수 있어야만 기존의 사회적 기반시설을 이용하는 것이 가능해진다. 따라서 장차 청소년카드제도를 실시하고자 한다면 관련업계에 그 가능성을 예고할 필요가 있다.

## (2) 청소년카드 운영기구의 구성

청소년카드제도의 시행을 위해서는 청소년카드의 운영을 전담할 수 있는 기구가 구성되어야 한다. 청소년카드 운영기구를 구성하는 데는 여러가지 방법이 있을 수 있다. 유럽 여러나라의 사례에 비추어보면, 프랑스의 경우에는 청소년카드 사업을 전문으로 하는 민간회사가 있으며, 스페인의 경우에는 각 지방 수준에서는 다양한 성격의 운영기구가 있지만 전국수준의 기구는 정부 산하기관인 청소년연구소에 설치되어 있다. 또 영국의 스코틀랜드지방의 경우에는 영 스코트(Young Scot)라고 하는 청소년단체가 청소년카드사업을 담당하고 있으며, 그리이스에서는 교육부와 같은 정부부처가 직접 청소년카드사업을 주관하고 있다.

이상의 여러가지 성격의 기구들은 나름대로의 장점과 단점을 가지고 있다. 공공기관이나 정부가 직접 청소년카드사업을 주관하는 경우에는 초기 많은 청소년들에게 청소년카드가 확산되고 가맹점망을 구성하는데도 강한 추진력을 발휘할 수 있다. 그러나 청소년카드제도의 운영에 정부나 공공기관이 운영비용의 일부를 부담하게 되므로 정부로서는 어느 정도 재정적인 부담을 받을 수 밖에 없다. 또 청소년카드 사업이 정부의 의지에 크게 좌우될 수도 있으며, 사업환

경의 변화에 대하여도 민간업체가 운영할 경우에 비하여 민감하게 반응하지 못하는 한계가 있다.

반면에 순수 민간업체에서 운영하게 될 경우에는 사업환경의 변화에 잘 적응해나가는 장점이 있는 반면, 장기적인 안목보다는 단기적으로 손실을 보지 않으려는 방향으로 운영되거나 청소년들의 복지증진보다는 청소년카드 운영기구의 이익을 우선적으로 고려할 우려가 있다. 또한 청소년카드제도의 시행권한을 가지고 있는 정부부처와 운영기구 사이에 사업추진방향을 둘러싸고 갈등이 발생할 수도 있다.

영국과 같이 청소년단체가 청소년카드를 운영할 경우에는 그 단체의 역량에 따라 사업추진실적이 크게 달라질 것이다. 청소년단체는 민간업체에 비하여 수익성보다는 청소년들의 복지증진에 기여하려는 열의가 높을 것이며, 정부가 청소년카드사업을 위하여 직접적인 재정지원을 추가하지 않는 한 정부의 재정부담도 늘어나지 않는다. 게다가 해당 단체가 이미 청소년회원을 많이 확보하고 있을 경우, 청소년카드를 확산시키는데도 큰 도움이 된다. 그러나 청소년카드를 운영하기 위해서는 일반적으로 카드사업 운영에 필요한 노하우를 가지고 있어야 하는데 청소년단체들 중에서 이러한 노하우를 가지고 있는 기관을 찾기 어렵다.

우리나라의 경우에는 정부나 청소년분야에서 전문적인 권위를 가지고 있는 공공기관에서 청소년카드의 사업화권한을 소유함으로써 수익성을 추구하되, 사업운영은 노하우를 가지고 있는 민간기업체가 담당하도록 하는 혼합방식을 택하는 것이 바람직할 것으로 보인다. 유럽의 경우에는 프랑스, 스페인, 네덜란드 등이 이러한 방식을 택하고 있다.

### (3) 청소년카드의 부가기능

청소년카드의 가장 핵심적인 기능은 할인기능이다. 이밖에 용돈지급과 인출을 위한 전자지갑기능, 교통카드기능 등 부가적인 기능을 부여할 수 있다. 이러한 부가기능을 부여하는 일은 우선적으로 청소년카드의 기

본취지를 살리는데 도움이 되는가를 판단하고 다음으로 실제로 청소년들에게 얼마나 유용한 기능인가를 고려하여 이루어져야 할 것이다.

스마트카드는 기억할 수 있는 정보량이 많고, 여러 가지 기능을 추가적으로 부여할 수 있는 특징을 가지고 있다. 청소년카드제도 도입의 초기단계에서 동시에 여러 가지 기능을 운영하기 어렵다하더라도 개발단계에서 앞으로 기능을 확장시킬 수 있는 기술적 가능성을 확보해 두는 것이 바람직하다.

전자지갑은 앞에서 언급한 바와 같이 이미 금융권에서 표준화작업이 마무리단계에 있는 것으로 알려져 있다. 청소년카드는 전자지갑의 여러 가지 기능중에서 청소년들에게 필요한 몇 가지만 취사선택할 수 있다. 부모로부터 용돈을 받고 필요할 경우 대금지불에 쓰일 수 있는 기능을 첨부한다면, 청소년들에게 현금소지의 부담을 줄여 줄 수 있을 것으로 기대된다. 특히 최근들어 점점 심해지고 있는 학교폭력의 문제와 관련하여 볼 때, 현금을 소지하지 않으므로써 직접적인 피해 가능성을 줄일 수 있다는 장점이 있다. 불량 청소년들에게 청소년카드를 빼앗기는 경우에도 일단 비밀번호라는 안전장치가 있기 때문에 현금을 가지고 있는 것보다는 피해 가능성이 낮을 것이다. 다만, 전자지갑과 같은 금융권카드 기능을 부여할 경우 사용도중 문제가 발생하였을 경우 연령이 낮은 청소년들은 스스로 그에 대처하기 어렵다는 문제가 있다.

교통카드 기능을 선택적으로 부여하는 방안도 고려해 볼 만하다. 이 연구의 조사결과에 따르면 서울지역 청소년의 경우, 중학생의 32.6%, 고등학생의 59.1%, 대학생의 54.7%, 근로청소년의 75.0%가 이미 버스카드를 사용하고 있는 것으로 나타났다. 앞으로 버스 뿐만 아니라 지하철 등 다른 교통수단에서도 사용할 수 있는 교통카드가 개발될 경우 청소년들의 교통카드 소지율은 이 보다 더 높아질 것이다. 따라서 청소년카드에서도 교통카드기능을 선택적으로 부여하는 것을 고려할 만하다.

#### (4) 청소년카드를 통한 여행자보험 제공

청소년들은 수학여행과 같은 단체여행, 각종 수련활동 프로그램, 소풍, 가족 및 친구와 함께 하는 여행 등 여행에 참여하는 기회가 많다. 그러나 대부분의 경우, 여행시 발생할 수 있는 각종 재해나 사고에 대하여 미리 보험에 가입하지 않고 있다. 대부분의 여행자보험은 여행기간 동안에만 보장되므로 여행할 때마다 계약을 하여야 하는 번거로움이 있을 뿐만 아니라, 일회성 보험이므로 “설마”하는 마음에서 굳이 보험을 찾지 않는 것이다.

또한 단체수련활동 등의 프로그램에 참여하는 청소년들을 위한 보험은 아직 개발되어 있지도 않다. 이러한 경우 청소년이 수련활동기간에 다쳤다면 질병에 걸렸을 경우, 개인적으로 의료비용을 부담하여야 하고 때로는 수련활동을 주최한 학교나 청소년단체 등과 시비가 일어날 소지가 크다. 실제로 대부분의 교사와 청소년지도자들이 청소년들의 단체활동에 보험제도가 없다는 점을 중요한 문제로 지적하고 있다.

청소년카드는 청소년, 부모, 지도자가 마음놓고 수련활동에 참여하거나 참여를 권장하도록 상시적으로 효과가 발휘되는 여행자보험 혜택을 카드소지자에게 제공할 수 있다. 즉, 청소년카드 소지자가 개인적으로 여행을 할 때는 물론 수학여행 등 각종 수련활동활동에 참여하는 과정에서 사고를 당했거나 질병에 걸렸을 경우 보험혜택을 받을 수 있도록 하는 것이다. 청소년카드 소지자들은 이러한 혜택을 받기 위해 별도로 보험계약을 맺지 않더라도 청소년카드 소지자이면 누구나 이러한 혜택을 받게 될 것이다.

이와 더불어 청소년카드에 구급치료를 받을 수 있는 의료정보를 기록해두어 응급사태에 처했을 경우 이를 활용하여 신속한 치료가 이루어질 수 있도록 한다. 청소년카드에 기록되는 구급의료정보를 조회할 수 있는 단말장치는 일반 병원의 응급실이나 구급차에서 사용되는 단말장치를 통하여 조회할 수 있다. 우리나라에서도 현재 이러한 용도의 단말장치가 개발중에 있다고 한다.

### (5) 할인혜택의 범위

청소년카드제도를 도입하게 될 경우에는 할인혜택의 범위와 우선 순위를 결정하는데 있어, 청소년들의 요구를 반영하여야 할 것이다. 다만, 청소년들의 소비생활을 건전하고 유익한 방향으로 유도하는데 도움이 되지 못하는 소비항목에 대하여는 아무리 청소년들의 요구 수준이 높다고 하더라도 할인혜택의 범위에 포함되지 않을 것이다.

이 연구의 조사결과에서 얻어진 청소년들의 요구수준, 부모들의 의견, 청소년카드의 기본취지 등을 고려할 때, 할인제도를 우선적으로 확대하는 것이 바람직한 분야는 학습활동, 문화활동, 여가 및 스포츠활동 관련분야이다. 청소년집단과 부모집단 모두 이 세 가지 영역에서 우선적으로 할인제도를 확대해 줄 것을 희망하고 있다. 이 분야에서 1/4 이상의 청소년들이 경제적인 어려움을 겪고 있는 소비항목은 아래의 <표 4-1>과 같다. 청소년카드의 할인제도는 이러한 소비항목을 가능한 포함하는 것이 바람직하다고 생각된다.

<표 4-1> 할인혜택제공이 바람직한 소비항목

| 소비활동분야       | 소비항목          | 어려움을 느끼는<br>청소년의 비율<br>(n=1,377명) |
|--------------|---------------|-----------------------------------|
| 학습활동         | 컴퓨터 및 관련제품구입  | 42.0                              |
|              | 외국어 및 컴퓨터 강습  | 33.6                              |
|              | PC통신 이용       | 32.3                              |
|              | 서적 구입         | 28.7                              |
| 문화활동         | 영화 연극 관람      | 47.2                              |
|              | 카세트 CD 구입     | 45.5                              |
|              | 음악회 관람        | 35.6                              |
|              | 문화활동을 위한 강습   | 31.5                              |
| 여가/<br>스포츠활동 | 스키장 썰매장 이용    | 47.6                              |
|              | 스포츠용품 구매      | 45.0                              |
|              | 수영장 스포츠센터 이용  | 43.8                              |
|              | 여가 및 스포츠활동 강습 | 39.6                              |

## 참 고 문 헌

- 김근배, “새로운 지불수단의 등장과 업계의 대응전략,” 신용카드, 1995년 겨울호, pp. 37-47.
- 김숙희, “청소년 소비자의 소비행태 및 소비자기능,” 건국대학교 석사학위논문, 1996.
- 김태경, “청소년의 외국상품 선호도 및 구매후 만족도,” 숙명여자대학교 석사학위논문, 1997.
- 문종진, “전자화폐가 통화금융정책에 미치는 영향분석,” 신용카드, 1996년 봄호, pp. 32-59.
- 문화체육부, 청소년백서, 1996.
- 문화체육부, 청소년육성5개년계획 1997년도 시행계획, 1996.
- 문화체육부, 세계화시대의 청소년상 정립방안(참고자료), 1996.
- 박하섭, “한국의 대학생과 가정주부의 가치관 및 구매행동에 관한 연구, 상품학연구, 1995, 2월.
- 신산업경영원, “특집 III, IC카드시대 개막, 한 개 칩에 무한 정보 저장,” *The new media*, 1996년 1월호, pp. 98-103.
- 신삼철, “청소년의 구매활동과 컨슈머리즘에 관한 연구,” 공주대학교 석사학위논문, 1995.
- 신선미, 청소년카드 도입방안 연구, 한국청소년개발원, 1996.
- 안순희, “대학생의 즉석식품 이용실태조사,” 이화여자대학교 석사학위논문, 1990.
- 이상봉, “대학생들의 여가활동에 관한 조사연구,” 단국대학교 석사학위논문, 1991.
- 이혜연, “프랑스정부의 청소년 지원활동,” 한국청소년연구, 한국청소년연구원, 1990, pp. 153-155.
- 중앙대학교, 중앙대 학생생활연구, 1995.
- 충남대학교, 학생생활연구, 1994. 2월호.

하인수, “대학생의 여행행동에 관한 연구,” 세종대학교 석사학위논문, 1991.

한국교육개발원, 한국의 교육지표, 1995.

한국소비생활연구원, “X세대, 소비만 알고 저축은 모른다”(청소년 소비문화에 관한 심포지엄 자료), 1997. 5. 20.

Carte jeunes S.A., *Carte jeunes (la lettre des partenaires)*, n° 1, juin 1995.

Carte jeunes S.A., *Carte jeunes Magazine*, n° 3, février - mars-avril 1995.

Carte jeunes S.A., *LE GUIDE*, 1995.

Carte jeunes S.A., *LE GUIDE région AQUITAINE*, 1995.

Ministère de la Jeunesse et des Sports, Connaître les jeunes et les politiques, 1994, p. 6.

Ministère de la Jeunesse et des Sports, “Devenez partenaire de la nouvelle carte jeunes,” 1995(팜플렛).

Ministère de la Jeunesse et des Sports(Bureau de la Communication), “Repères sur la carte jeunes,” avril, 1995(보도자료).

Ministère de la Jeunesse et des Sports(Bureau de la Communication), “La nouvelle carte jeunes,” 1995(보도자료).

## 유럽 각국의 청소년카드 인터넷 홈페이지

|           |                                                                                                                                                            |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 유럽청소년카드협회 | <a href="http://www.alli.fi/card/">http://www.alli.fi/card/</a>                                                                                            |
| 오스트리아     | <a href="http://www.oekista.co.at/oekista/euro26.htm">http://www.oekista.co.at/oekista/euro26.htm</a>                                                      |
| 벨기에       | <a href="http://www.eurogio.net/euro26/">http://www.eurogio.net/euro26/</a> (독일어권)<br><a href="http://www.cjp.be/cjp/">http://www.cjp.be/cjp/</a> (플랑드르어권) |
| 체코공화국     | <a href="http://www.adam.cz/ascii/km">http://www.adam.cz/ascii/km</a>                                                                                      |
| 에스토니아     | <a href="http://www.alli.fi/euro/euro26/discount.html">http://www.alli.fi/euro/euro26/discount.html</a>                                                    |
| 핀란드       | <a href="http://www.alli.fi/alli/herkules">http://www.alli.fi/alli/herkules</a>                                                                            |
| 프랑스       | <a href="http://www.cartejeunes.fr">http://www.cartejeunes.fr</a>                                                                                          |
| 헝가리       | <a href="http://www.netweb.hu/euro26">http://www.netweb.hu/euro26</a>                                                                                      |
| 아일랜드      | <a href="http://www.usit.ie/eyc.html">http://www.usit.ie/eyc.html</a>                                                                                      |
| 룩상부르크     | <a href="http://www.online.lu/snj">http://www.online.lu/snj</a>                                                                                            |
| 네덜란드      | <a href="http://www.cjp.nl">http://www.cjp.nl</a>                                                                                                          |
| 폴란드       | <a href="http://www.euro.org.pl">http://www.euro.org.pl</a>                                                                                                |
| 슬로바키아공화국  | <a href="http://www.isnet.sk/euro26">http://www.isnet.sk/euro26</a>                                                                                        |
| 스페인 청소년카드 | <a href="http://www.cafeinternet.es/carnetjove/">http://www.cafeinternet.es/carnetjove/</a><br>(까탈루냐지방)                                                    |
| 스위스       | <a href="http://www.alli.fi/euro26ch">http://www.alli.fi/euro26ch</a>                                                                                      |

## 부 록

1. 질문지
2. 유럽 청소년카드 사례조사 질문지 및 답변내용
3. 리스본 협정서(원본)
4. 유럽 각국의 청소년카드 운영기관 주소록
5. 프랑스 청소년체육부 보도자료(번역본)



|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|

## 청소년카드 개발을 위한 질문지조사

안녕하십니까? 저희 한국청소년개발원은 청소년기본법에 의해 설립된 정부(문화체육부)출연기관입니다. 본 원은 97년도 연구과제로서 “청소년카드제도 시행방안연구”를 수행하고 있습니다.

청소년카드제도는 문화체육부가 청소년들의 복지증진을 위하여 추진하고자 하는 정책입니다. 청소년카드는 유익한 소비활동분야에서 각종 할인혜택을 제공하여, 여러분들이 보다 적극적으로 자기발전을 도모하고 건전한 소비활동을 하도록 유도하기 위한 것입니다.

청소년카드 발급대상은 중학생이상 만 24세 미만으로 예정하고 있습니다. 이 질문지는 청소년카드제도의 타당성을 검토하고 직접적인 수혜자가 될 여러분들이 그에 대하여 기대하는 바를 조사하기 위한 것입니다.

여러분의 성의있는 답변은 보다 좋은 청소년정책을 입안하는데 기여하게 될 것입니다. 답변내용은 연구목적에만 활용할 것을 약속드립니다.

감사합니다.

1997. 6.

**한국청소년개발원**

서울특별시 서초구 양재동 60번지 ☎ 137-130

※ 다음은 여러분들의 소비생활 전반에 관한 질문들입니다

1. 다음중 귀하에게 가장 필요한 소비활동은 어느 것입니까?

- ☐ ① 학습활동                      ☐ ② 문화활동  
☐ ③ 여가/스포츠활동              ☐ ④ 여행/교통  
☐ ⑤ 만남/사교활동                ☐ ⑥ 일상잡화구입(쇼핑)

2. 귀하가 가장 큰 경제적 어려움을 겪고 있는 활동은 어느 것입니까?

- ☐ ① 학습활동                      ☐ ② 문화활동  
☐ ③ 여가/스포츠활동              ☐ ④ 여행/교통  
☐ ⑤ 만남/사교활동                ☐ ⑥ 일상잡화구입(쇼핑)  
☐ ⑦ 경제적 어려움이 전혀 없다

3. 경제적 어려움이 귀하의 자기발전에 장애요인이라고 생각하십니까?

- ☐ ① 매우 큰 장애요인이다  
☐ ② 다소 장애요인이 되고있다  
☐ ③ 거의 장애요인이 되지 않는다  
☐ ④ 전혀 장애요인이 되지 않는다  
☐ ⑤ 모르겠다

4. 귀하는 스스로 건전한 소비생활을 하고 있다고 생각하십니까?

- ☐ ① 매우 그렇다(→ 6번)  
☐ ② 그런 편이다(→ 6번)  
☐ ③ 그렇지 못한 편이다(→ 5번)  
☐ ④ 전혀 그렇지 못한 편이다(→ 5번)

5. 귀하의 소비생활은 어떤 측면에서 건전하지 못하다고 생각하십니까?

(해당되는 번호에 모두 표시)

- ☐ ①충동구매를 자주한다  
☐ ②예산을 초과하여 지출하는 경우가 많다  
☐ ③고가품만을 좋아한다  
☐ ④외제상품을 좋아한다

6. 귀하는 다음의 분야에서 실시하는 학생(청소년) 할인제도를 이용하고 계십니까?

|  | ①   | ②    | ③     | ④    |
|--|-----|------|-------|------|
|  | 항상  | 이용하는 | 이용하지  | 전혀   |
|  | 이용함 | 편임   | 않는 편임 | 이용않함 |

- |                  |       |       |       |       |
|------------------|-------|-------|-------|-------|
| (1) 시내버스 승차권 할인  | _____ | _____ | _____ | _____ |
| (2) 지하철 승차권 할인   | _____ | _____ | _____ | _____ |
| (3) 영화/연극 관람료 할인 | _____ | _____ | _____ | _____ |
| (4) 박물관/미술관 할인   | _____ | _____ | _____ | _____ |

7. 귀하는 이미 실시하고 있는 학생(청소년) 할인제도가 충분하다고 생각하십니까?

☐ ① 예
 ☐ ② 아니오

8. 학생(청소년) 할인제도를 확대한다면 어느 분야에서 우선적으로 필요하다고 생각하십니까?

- |                                      |                                      |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ①학습활동분야     | <input type="checkbox"/> ②문화활동분야     |
| <input type="checkbox"/> ③여가/스포츠활동분야 | <input type="checkbox"/> ④여행/교통      |
| <input type="checkbox"/> ⑤만남/사회활동    | <input type="checkbox"/> ⑥일상잡화구입(쇼핑) |

9. 귀하는 백화점에서 학생(청소년)들에게 발행하는 카드를 가지고 계십니까?

\_\_\_\_ ① 예(→ 10번)

\_\_\_\_ ② 아니오(→ 11번)

10. 귀하는 위의 백화점카드를 유용하게 사용하고 계십니까?

\_\_\_\_ ①매우 유용하게 사용한다    \_\_\_\_ ②가끔 유용하게 사용한다

\_\_\_\_ ③별로 유용하지 않다    \_\_\_\_ ④전혀 유용하지 않다

11. 귀하는 다음과 같은 카드를 사용하고 계십니까?

①

②

예

아니오

(1) 현금카드

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(2) 직불카드

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(3) 신용카드

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(4) 버스카드

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

※ 다음은 학습활동에 관련된 질문들입니다

12. 다음 중 경제적 어려움 때문에 자주 참여하지 못하는 항목은 어느 것입니까? (해당 번호에 모두 표시)

- \_\_\_ ①서적구입 (교재/참고서/소설 등)  
 \_\_\_ ②문구류 구입  
 \_\_\_ ③컴퓨터 및 관련제품 구입  
 \_\_\_ ④PC통신 이용  
 \_\_\_ ⑤외국어/컴퓨터 학원강습 (입시학원 제외)  
 \_\_\_ ⑥학습활동에 관한 한 경제적 어려움이 없다 (→ 14번)

13. 위의 경제적 어려움이 귀하의 자기발전에 장애가 된다고 생각하십니까?

- \_\_\_ ①매우 큰 장애가 된다      \_\_\_ ②다소 장애가 된다  
 \_\_\_ ③별로 장애가 되지 않는다      \_\_\_ ④전혀 장애가 되지 않는다  
 \_\_\_ ⑤모르겠다

14. 학습활동분야의 청소년할인제도가 여러분들이 성실하고 유익한 소비생활을 하는데 도움을 줄 것이라고 생각하십니까?

- \_\_\_ ①매우 큰 도움이 될 것이다      \_\_\_ ②조금 도움을 줄 것이다  
 \_\_\_ ③별로 도움이 안될 것이다      \_\_\_ ④전혀 도움이 안될 것이다  
 \_\_\_ ⑤모르겠다

15. 학습활동분야에서 받은 할인액을 여러분의 개인카드에 축적시켜 준다면, 귀하는 축적된 할인액을 어떤 분야에 주로 지출하겠습니까?

- \_\_\_ ①학습활동      \_\_\_ ②문화활동  
 \_\_\_ ③여가/스포츠활동      \_\_\_ ④여행/교통  
 \_\_\_ ⑤만남/사교활동      \_\_\_ ⑥일상잡화구입  
 \_\_\_ ⑦모르겠다

※ 다음은 문화활동에 관련된 질문들입니다

16. 다음 중 경제적 어려움 때문에 자주 참여하지 못하는 항목은 어느 것입니까? (해당 번호에 모두 표시)

- ☐ ①영화/연극 관람  
☐ ②음악회 관람  
☐ ③박물관/미술관 관람  
☐ ④카세트/CD 구입  
☐ ⑤그림/액자 구입  
☐ ⑥문화활동을 위한 학원강습(붓글씨/미술/음악/무용/사물놀이 등)  
☐ ⑦문화활동에 관한 한 경제적 어려움이 없다(→18번)

17. 위의 경제적 어려움이 귀하의 자기발전에 장애가 된다고 생각하십니까?

- ☐ ①매우 큰 장애가 된다                      ☐ ②다소 장애가 된다  
☐ ③별로 장애가 되지 않는다                  ☐ ④전혀 장애가 되지 않는다  
☐ ⑤모르겠다

18. 문화활동분야의 청소년할인제도가 여러분들이 성실하고 유익한 소비생활을 하는데 도움을 줄 것이라고 생각하십니까?

- ☐ ①매우 큰 도움이 될 것이다              ☐ ②조금 도움을 줄 것이다  
☐ ③별로 도움이 안될 것이다                ☐ ④전혀 도움이 안될 것이다  
☐ ⑤모르겠다

19. 문화활동분야에서 받은 할인액을 여러분의 개인카드에 축적시켜 준다면, 귀하는 축적된 할인액을 어떤 분야에 주로 지출하겠습니까?

- ☐ ①학습활동                                      ☐ ②문화활동  
☐ ③여가/스포츠활동                          ☐ ④여행/교통  
☐ ⑤만남/사교활동                              ☐ ⑥일상잡화구입  
☐ ⑦모르겠다

**※ 다음은 여가/스포츠활동에 관련된 질문들입니다**

20. 다음 중 경제적 어려움 때문에 자주 참여하지 못하는 항목은 어느 것입니까? (해당 번호에 모두 표시)

- ☐ ①스포츠용품 구입(스포츠웨어 포함)  
☐ ②수영장 및 스포츠센터 이용  
☐ ③스키장/눈썰매장 이용  
☐ ④스포츠 경기관람  
☐ ⑤놀이시설(서울대공원 등) 이용  
☐ ⑥여가/스포츠활동을 위한 학원강습 (수영/테니스/꽃꽂이/공예 등)  
☐ ⑦여가/스포츠활동에 관한 한 경제적 어려움이 없다(→22번)

21. 위의 경제적 어려움이 귀하의 자기발전에 장애가 된다고 생각하십니까?

- ☐ ①매우 큰 장애가 된다                      ☐ ②다소 장애가 된다  
☐ ③별로 장애가 되지 않는다                  ☐ ④전혀 장애가 되지 않는다  
☐ ⑤모르겠다

22. 여가/스포츠활동분야의 청소년할인제도가 여러분들이 성실하고 유익한 소비생활을 하는데 도움을 줄 것이라고 생각하십니까?

- ☐ ①매우 큰 도움이 될 것이다              ☐ ②조금 도움을 줄 것이다  
☐ ③별로 도움이 안될 것이다              ☐ ④전혀 도움이 안될 것이다  
☐ ⑤모르겠다

23. 여가/스포츠활동분야에서 받은 할인액을 여러분의 개인카드에 축적시켜 준다면, 귀하는 축적된 할인액을 어떤 분야에 주로 지출 하겠습니까?

- ☐ ①학습활동                                      ☐ ②문화활동  
☐ ③여가/스포츠활동                          ☐ ④여행/교통  
☐ ⑤만남/사회활동                              ☐ ⑥일상잡화구입  
☐ ⑦모르겠다

※ 다음은 여행/교통분야에 관련된 질문들입니다

24. 다음 중 경제적 어려움 때문에 자주 참여하지 못하는 항목은 어느 것입니까? (해당 번호에 모두 표시)

- ☐ ①내가 원하는 여행에 필요한 교통비 지불  
☐ ②내가 원하는 여행에 필요한 숙박비 지불  
☐ ③내가 원하는 여행시 각종 입장료 지불  
☐ ④여행사에서 내가 원하는 여행상품구매  
☐ ⑤학교나 단체에서 주관하는 여행프로그램 참여  
☐ ⑥여행/교통분야에 관한 한 경제적 어려움이 없다(→26번)

25. 위의 경제적 어려움이 귀하의 자기발전에 장애가 된다고 생각하십니까?

- ☐ ①매우 큰 장애가 된다                      ☐ ②다소 장애가 된다  
☐ ③별로 장애가 되지 않는다                  ☐ ④전혀 장애가 되지 않는다  
☐ ⑤모르겠다

26. 여가/교통분야의 청소년할인제도가 여러분들이 성실하고 유익한 소비생활을 하는데 도움을 줄 것이라고 생각하십니까?

- ☐ ①매우 큰 도움이 될 것이다                  ☐ ②조금 도움을 줄 것이다  
☐ ③별로 도움이 안될 것이다                  ☐ ④전혀 도움이 안될 것이다  
☐ ⑤모르겠다

27. 여가/교통분야에서 받은 할인액을 여러분의 개인카드에 축적시켜 준다면, 귀하는 축적된 할인액을 어떤 분야에 주로 지출하겠습니까?

- ☐ ①학습활동                                      ☐ ②문화활동  
☐ ③여가/스포츠활동                              ☐ ④여행/교통  
☐ ⑤만남/사교활동                              ☐ ⑥일상잡화구입  
☐ ⑦모르겠다

**※ 다음은 만남/사교활동에 관련된 질문들입니다**

28. 다음 중 경제적 어려움 때문에 자주 참여하지 못하는 항목은 어느 것입니까? (해당 번호에 모두 표시)

- ☐ ①음식점(각종 식당 및 분식집) 이용  
☐ ②차집 이용  
☐ ③제과점 이용  
☐ ④주류 판매업소(맥주집 등) 이용  
☐ ⑤만남/사교활동에 관한 한 경제적 어려움이 없다(→30번)

29. 위의 경제적 어려움이 귀하의 자기발전에 장애가 된다고 생각하십니까?

- ☐ ①매우 큰 장애가 된다                      ☐ ②다소 장애가 된다  
☐ ③별로 장애가 되지 않는다                  ☐ ④전혀 장애가 되지 않는다  
☐ ⑤모르겠다

30. 만남/사교활동 분야의 청소년할인제도가 여러분들이 성실하고 유익한 소비생활을 하는데 도움을 줄 것이라고 생각하십니까?

- ☐ ①매우 큰 도움이 될 것이다              ☐ ②조금 도움을 줄 것이다  
☐ ③별로 도움이 안될 것이다              ☐ ④전혀 도움이 안될 것이다  
☐ ⑤모르겠다

31. 만남/사교활동분야에서 받은 할인액을 여러분의 개인카드에 축적시켜 준다면, 귀하는 축적된 할인액을 어떤 분야에 주로 지출 하겠습니까?

- ☐ ①학습활동                                      ☐ ②문화활동  
☐ ③여가/스포츠활동                          ☐ ④여행/교통  
☐ ⑤만남/사교활동                              ☐ ⑥일상잡화구입  
☐ ⑦모르겠다

※ 다음은 일상잡화 구입에 관련된 질문들입니다

32. 다음 중 경제적 어려움 때문에 자주 참여하지 못하는 항목은 어느 것입니까? (해당 번호에 모두 표시)

- |                                      |                  |
|--------------------------------------|------------------|
| ___ ①슈퍼마켓에서 생필품 구입                   | ___ ②안경점 이용      |
| ___ ③사진관 이용                          | ___ ④팬시점 이용      |
| ___ ⑤꽃집 이용                           | ___ ⑥신발(구두) 구입   |
| ___ ⑦의류구입                            | ___ ⑧미용실(이발소) 이용 |
| ___ ⑨일상잡화 구입에 관한 한 경제적 어려움이 없다(→34번) |                  |

33. 위의 경제적 어려움이 귀하의 자기발전에 장애가 된다고 생각하십니까?

- |                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| ___ ①매우 큰 장애가 된다   | ___ ②다소 장애가 된다     |
| ___ ③별로 장애가 되지 않는다 | ___ ④전혀 장애가 되지 않는다 |
| ___ ⑤모르겠다          |                    |

34. 일상잡화구입에 대한 청소년할인제도가 여러분들이 성실하고 유익한 소비생활을 하는데 도움을 줄 것이라고 생각하십니까?

- |                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| ___ ①매우 큰 도움이 될 것이다 | ___ ②조금 도움을 줄 것이다  |
| ___ ③별로 도움이 안될 것이다  | ___ ④전혀 도움이 안될 것이다 |
| ___ ⑤모르겠다           |                    |

35. 일상잡화구입에서 받은 할인액을 여러분의 개인카드에 축적시켜 준다면, 귀하는 축적된 할인액을 어떤 분야에 주로 지출하겠습니까?

- |               |             |
|---------------|-------------|
| ___ ①학습활동     | ___ ②문화활동   |
| ___ ③여가/스포츠활동 | ___ ④여행/교통  |
| ___ ⑤만남/사교활동  | ___ ⑥일상잡화구입 |
| ___ ⑦모르겠다     |             |

※ 다음은 여러분의 용돈사용실태를 파악하기 위한 질문들입니다.

36. 귀하의 한 달 평균 용돈은 얼마입니까?

약 \_\_\_\_\_ 원

37. 귀하는 용돈을 다음중 어느 분야에 가장 많이 사용합니까?

\_\_\_\_ ①학습활동

\_\_\_\_ ②문화활동

\_\_\_\_ ③여가/스포츠활동

\_\_\_\_ ④여행/교통

\_\_\_\_ ⑤만남/사회활동

\_\_\_\_ ⑥일상잡화구입(쇼핑)

38. 귀하는 용돈을 어떻게 마련합니까?

\_\_\_\_ ①부모님으로부터

\_\_\_\_ ②아르바이트를 해서

\_\_\_\_ ③친구나 친척에게 얻어서

\_\_\_\_ ④나의 소득(월급 등)에서

39. 귀하는 최근 1년간 아르바이트를 한 경험이 있습니까?

\_\_\_\_ ①예 (1년간 총수입 \_\_\_\_\_ 원)

\_\_\_\_ ②아니오

※ 다음은 응답자 집단의 특성을 파악하기 위한 질문들입니다.

40. 귀하는 몇세입니까?           만\_\_\_\_\_세
41. 귀하의 성별은 무엇입니까?  
     \_\_\_\_①남자       \_\_\_\_②여자
42. 귀하는 다음 중 어느 집단에 속합니까?  
     \_\_\_\_①중학생     \_\_\_\_②고등학생   \_\_\_\_③대학생     \_\_\_\_④직장인
43. 귀하의 거주지역은 다음 중 어디입니까?  
     \_\_\_\_①서울시내   \_\_\_\_②수도권 위성도시  
     \_\_\_\_③지방 대도시   \_\_\_\_④중소도시 시내     \_\_\_\_⑤농어촌지역
44. 귀하의 거주형태는 다음 중 어디에 속합니까?  
     \_\_\_\_①자택거주   \_\_\_\_②자취       \_\_\_\_③하숙  
     \_\_\_\_④기숙사      \_\_\_\_⑤친척/친구집   \_\_\_\_⑥일정한 거주지가 없음
45. 귀하의 가정의 경제적 수준은 어느 정도라고 생각합니까?  
     \_\_\_\_①매우 어려운 편이다  
     \_\_\_\_②다소 어려운 편이다  
     \_\_\_\_③부유하지도 않고 어려운 편도 아니다  
     \_\_\_\_④다소 부유한 편이다  
     \_\_\_\_⑤매우 부유하다
46. 귀하의 학교성적은 다음 중 어디에 속한다고 생각합니까?  
     \_\_\_\_①상       \_\_\_\_②중       \_\_\_\_③하       \_\_\_\_④모르겠다
- (대학생 및 근로청소년용 질문지에서는 46번 질문이 다음으로 교체되었음)
46. 귀하의 수입은 월평균 얼마입니까?

약 \_\_\_\_\_ 원

※ 다음은 학부모님께 드리는 질문입니다.

(대학생 및 근로청소년용 질문지에서는 이 부분이 삭제되었음)

47. 귀하의 자녀는 건전한 소비생활을 하고 있습니까?

- \_\_\_ ①매우 그렇다                      \_\_\_ ②그런 편이다  
\_\_\_ ③그렇지 못한 편이다            \_\_\_ ④전혀 그렇지 못한 편이다

48. 귀하는 이미 실시되고 있는 학생(청소년) 할인제도가 충분하다고 생각하십니까?

- \_\_\_ ① 예                                      \_\_\_ ② 아니오

49. 유익한 소비활동에 한하여 다음의 분야에서 청소년할인제도 확대가 바람직하다고 생각하십니까?

- |                 | ①<br>바람직하다 | ②<br>바람직하지 않다 |
|-----------------|------------|---------------|
| ___ ①학습활동분야     | _____      | _____         |
| ___ ②문화활동 분야    | _____      | _____         |
| ___ ③여가/스포츠활동분야 | _____      | _____         |
| ___ ④여행/교통      | _____      | _____         |
| ___ ⑤만남/사교활동    | _____      | _____         |
| ___ ⑥일상잡화구입(쇼핑) | _____      | _____         |

50. 청소년카드는 청소년들에게 유익한 소비활동에 대해서만 할인혜택을 제공하게 될 것입니다. 다음중 청소년카드가 우선적으로 제공하여야 할 서비스영역은 어느 것이라고 생각하십니까?

- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| ___ ①학습활동분야     | ___ ②문화활동 분야    |
| ___ ③여가/스포츠활동분야 | ___ ④여행/교통      |
| ___ ⑤만남/사교활동    | ___ ⑥일상잡화구입(쇼핑) |

51. 귀하는 조사대상학생과 어떤 관계입니까?

- \_\_\_ ①아버지      \_\_\_ ②어머니      \_\_\_ ③조부모      \_\_\_ ④친척어른

감사드립니다

## 부록 2. 유럽청소년카드 사례조사 질문지 및 답변내용

### 1. 각국의 청소년카드 운영기관용 질문지

To Responsible of the international communication

Dear Mr,

The Korea Institute for Youth Development is a governmental research institute which develops korean youth politics. We are gathering informations about the European Youth Card. May-be we will create "Korean Youth Card" to promote the welfare of our young people.

We could find some informations about the European Youth Card from the Internet sites. We want some more informations about the Youth Card of your country.

1. When did the Youth Card create in your country?
2. About how many card-holders do you have?
3. About how many stores join in the Youth Card in your country?
4. Do you know the total amount of benefit that all card-holders obtain for one year or one month?
5. Does your government offer some financial or/and administrative aids to the Youth Card or the associated stores? If so, we hope you send us some informations about the aides.

Your response will surely help us to prepare a good plan for the Korean Youth Card. We are looking foreword to hearing from you soon.

Sincerely yours

## 2. 각국 청소년카드 운영기관의 답변내용

### (1) 안도라

In Andorra, the youth card is a government association, the budget is given by the towns councils. So all the activities we made are financed by the municipal government.

The Andorra Youth Card Association (ORGANITZACIS CARNET JOVE ANDORRA) works since 1989 and at the moment we have about 2,300 card holders and about 350 stores joint our youth card.

We are sorry, but we can't give you information about the total volume business and total amount benefit that all card holders obtain because we don't have any control of this.

Sincerely yours.

### (2) 오스트리아

The Youth Card begun his service in 1992 and we have about 12,000 card holders. We have 600 partners in Austria. We hope that you can make a good Youth Card in Korea.

Best wishes and regards.

### (3) 벨기에(플랑드르어권)

Our youth card began his services in 1974.

For the moment we have +/- 20,000 card-holders in the flemish part of Belgium(and +/- 25,000 in the French part).

About 900 institutions give a reduction of minimum 10%.

These reductions are on magazines, cultural events, sports, traveling, shops, . . .

Except from the sale of our card, we get financial support from our government (subsidy) and we work also with sponsoring.

For more information about the set-up of a youth card, we can refer you to the central office of the EURO<26-network, in Amsterdam.

The address :

European Youth Card Association

Weteringsschans 53

1017 RW Amsterdam

NETHERLAND

Tel : 33.20.428.28.40

Fax : 31.20.427.54.00

Much greetings and good luck with your project,  
De Jonghe Kristine.

#### (4) 벨기에(독일어권)

In Belgium exist 3 youth cards. One for the flemish speaking people, one for the french speaking and one for the german speaking people. We are responsible for the german speaking people and the Jugendkarte is the smallest card in Belgium.

The Jugendkarte started in 1989. In 1996, we have 1,200 card holders(this is 10% of young people under 26).

More than 250 offers exist in East-Belgium; 150 are commercial offers and over 100 are culture and sport offers.

We don't know the volume of benefit.

55% of the personal costs are covered by the government. The first year we received a unique financial support, but we don't receive no subsidies at all by now. We are depend of private sponsors.

If you need more details, don't hesitate to contact me again,  
Best regards.

(5) 키프러스

Reference to your letter dated 23 July 1997, please find here the answers to your questions :

1. The Cyprus Youth Card began its services in October 1991.
2. In Cyprus there are 7,500 Youth Card holders.
3. 500 stores, enterprises, etc. join the Youth Card.
4. The benefit for the card-holder is from 10-40%.
5. The Ministry of Education and Culture bought 6,742 Youth Cards, at cost price, and distributed them to the University students for free, for the academic year 1996-1997.

We hope we could be able to help you with the answers we gave to your questions.

Sincerely yours.

(6) 체코공화국

We send you required informations about the Youth Card EURO<26 in the Czech Republic.

1. Youth Card started in Czech Republic in late 1993.
2. The amount of card holders is about 10,000
3. There are about 800 discounts in the Czech Republic. This

number doesn't include only advantages in shops, but also lower admission fees on cultural sights such as castles, or museums (the most common discount on these is 50% off), cheaper tickets to cinemas or theatres, accommodation (hostels as well as hotels or camping-sites), food (discounts in restaurants, pubs...), travelling (lower prices at travel agencies, cheaper bus and air tickets).

4. Government helped very much, when the Youth Card began. Following years was the financial help smaller and smaller - now it is about 10% form the year budget.

That's all. We believe that these informations about Youth Card in Czech Republic will help you at putting foundations of Korean Youth Card.

With best regards.

#### (7) 에스토니아

It is really nice to hear about the plans to establish youth card organization also in Korea. Probably our organizations can co-operate somehow in the future. Our organization - Estonian Youth Card - is established in 4th of July 1996 and at the moment we are member of European Youth Card Association (Coordinates activities of Euro<26 youth card) and our organization is also issuing office of International Youth Travel Card GO25 (In Korea issued also by AJU Tours).

1. At the moment we are distributing only GO25 cards because

our own card "Estonian Youth Card" is still in the printer.

We will start distributing EYC in September.

2. We started to sell GO25 card in May 1997 and we have sold right now about 200 cards (we sell approximately 4-9 cards per day). If we will launch our own card, EYC we are planning sales of 2,000 thousand cards in first year and in third year we are planning to reach sales of 10,000 cards.
3. At the moment we have approximately 50 discount givers (hotels, car rentals, transport companies, theatres, museums, dentists, language schools). After launching our card we are planning to find significantly more discounts and benefits to card holders.
4. Only aid is that Estonian Educational Ministry supports our organization by 20,000 kroons (1/5 of our budget). From the point of view of liberal state the stores associated with card should not get any support from the government. They are giving discounts for card holders and our organization publishes the list of discount givers in our internet page, discount booklet, etc. All young people will make their decisions probably according to our discount booklet and stores earn from increased turnover.

I will suggest you to look also the following internet pages :

<http://www.alli.fi/euro/euro26> European Youth Card Association

<http://www.go25.org> GO25 Association

<http://www.ngo.ee/ENS> Estonian Youth Card

If you have some further questions do not hesitate to ask.  
With bert Wishes.

(8) 독일

Many thanks for your letter dated July 23, 1997.

We are happy to assist your project and will answer your questions as following :

1. The Youth Card in Germany started in March 1995.
2. The number of card holders at the moment is approx. 25,000
3. We have no figures about the turnover by our card holders.  
It is also not allowed to store transactions like that in Germany, due to legal issues.
4. The government does not support the Youth Card with financial input. We only receive some support in terms of promotional work and getting into contact with other foundations in Germany, which operate in the same group.
5. The Youth Card in Germany is a privately organized company and has no financial support at all by government.

We hope that this answers will help you and if you have any further questions, please do not hesitate to contact us.

Best regards.

(9) 포르투갈

In response to your E-mail from the 23th July, we send you the possible numbers concerning the questions you have placed us about the portuguese Youth Card.

1. The Card began service in our country in 1986.
2. Right now we have about 250,000 card holders.
3. Their number of store and enterprises connected with the youth card is about 15,000.
4. Unfortunately we don't have any idea about the amount the card holders spend with their card, neither the amount they get of.
5. We don't have any financial support from our government neither from any other organization, the only support we get from the government is that they sell the youth card for free in their youth center's in all the country. The only financial support we have, it's from our sponsors, we have tree sponsors (two of them gave us money).

We hope the former informations will be helpful for your work, and if you need to know anything else, don't hesitate to contact us. Best regards.

(10) 스코틀랜드

Thank you for your fax. I have posted you some information.

1. Our card started in 1985 as part of International Youth Year.
2. We now have 110,000 members of Young Scot. There are 880,000 15-26 year olds in Scotland.
3. 2,400 places in Scotland accept the card. That represents about 1 in every 13possible places. This includes our national bus company and McDonalds.
4. This is very difficult. We know that 1% of all McDonalds

sales are from our members. It is difficult to get retailers to give feedback. The fact is, in over 10 years less than a dozen retailers have withdrawn their support.

5. No. Young Scot does not receive any government support for the card. We do for our Young Scot Information Handbook that is distributed to every school leaver in Scotland.

I think the information pack will be of use to you. I wish you every success. Young Scot has been a great success in Scotland and you are welcome to visit us at anytime. Of course you can also take me to Korea!

Regards.

#### (11) 스페인

In relation to your questions concerning Euro<26 card in Spain we send you some helpful information.

Administratively, Spain is divided into Municipalities, Provinces and Autonomous Communities.

The Autonomous Communities (Comunidades Autonomas) are usually units made up of several provinces, although there are some which consist of a single province. Within the borders of territory under their jurisdiction they govern independently of the State and all of them exercise a considerable number of powers which previously were the domain of the central government.

The way in which the Autonomous Communities are organized institutionally follows the model of the other democratic institutions of the State. There is a Legislative Assembly elected

by universal suffrage, a Governing Council with executive functions and a President elected by the Assembly.

Altogether there are 17 Autonomous Communities which govern their areas in this autonomous way, thus making a reality of the idea of a decentralized State. They are Andalucia, Aragon, Asturias, Islas Baleares, Pais Vasco, Islas Canarias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y Leon, Cataluna, Extremadura, Galicia, La Rioja, Madrid, Nurcia, Navarra and Valencia. In addition, there are 2 Autonomous Cities: Ceuta and Melilla, in the north of Africa.

The Institute for Youth of Spain(INJUVE), which is a body within the Ministry of Word and Social Affaires, coordinates the Euro<26 Card at a national level. It takes part of the Board Administration of the EYCA and pays the annual contribution.

The Institute for Youth of Spain has signed agreements with important national companies such as Renfe(National Railway) or Trasmediterranea(Ship), but the Euro<26 Card is managed by all of the 19 regions of Spain. This means that there are 19 organizations which issue 19 different Euro<26 cards and 19 discounts guides. They have their own agreements with companies and establishments in their territories that offers reductions and benefits which of course are reciprocal for every spanish and european cardholder.

The Institute for Youth issue a general brochure which collects general informations about the card : main reductions and addresses of the organizations in order to get the guide.

The Youth Card started to work in Spain in 1987.

The number of card holders in Spain is approximately 700,000  
Nearly 50,000 business and services are collaborating  
throughout all the national territories.

The main privileges for Euro<26 Card holders are :

Transport (National Railway, buses, special fares in some air  
companies, ship, rent car, urban transport in some regions) ;

Accommodation : some Youth Hostels and hotels in most of  
the regions;

State Museums : El Prado, Reina Sofla, etc.;

Cinema and theater in some regions;

Ski-ressorts : reductions on forfeits in some regions;

## (12) 스위스

The Euro<26 Card started in Switzerland in 1992. We have  
about 150,000 members at the moment. But this number is still  
increasing every month. About 2,500 stores in Switzerland joined  
our card. Very important are the national partners we have. We  
do a co-branding with a large national assurance company, the  
Swiss Railways and also VISA-card. We are organized as a  
none-profit Organization and we get some financial aid by the  
Swiss federal office for culture. This amount represents under  
5% of our complete budget.

I hope these informations can help you.

With best wishes for you and your project

Euro<26 Switzerland

### 3. 유럽청소년카드협회에 보낸 질문

To the Secretariat of European Youth Card Association

Dear Mr,

The Korea Institute for Youth Development is a governmental research institute which develops korean youth politics. We are gathering informations about the European Youth Card. May-be we will create "Korean Youth Card" to promote the welfare of our young people

We could find some informations about the European Youth Card from the Internet sites. We want some more informations concerning the following questions.

1. About how many card-holders are there in Europe?
2. About how many stores join in the Youth Card in Europe?
3. The French Youth Card has a sophisticated system(IC Chip) for the reduction services. The card-holders have to pay a normal price, and the counter save the discount on the chip. The card-holders can spend their discount points in any partner store. Thanks to this reduction system, the French Youth Card can give its partners some positive marketing effects. Is there any other Youth Card organization who has a system like that?
4. What process will be necessary for the future Korean Youth Card to exchange his services with the European Youth

Card?

5. Do the partners of European Youth Card offer gratuitously their discount services? Even though they participate in the Youth Card with a good-will, we think it is necessary to give them some merits to maintain their services. We know the french case. But in other countries, what kinds of merits can be there?
6. From their address that we get from your Internet sites, We guess the European Youth Card organizations have various characteristics. Some organizations are privates or representatives youth organization in their country and others are public institutes or even a part of their government. Do you think there is some differences in the performance between card organizations as their characteristics? We want to know merits and demerits of the private Youth Card organization from your experiences.

Your response will help us to prepare a good plan for the Korean Youth Card. We are looking foreword to hearing from you soon.

Sincerely yours.

#### 4. 유럽청소년카드협회로 부터의 답변내용

Thank you for your e-mail of 28 July. I apologize for answering you so late but I went back from holiday a few days ago.

We are very pleased to read that you are interested in the European Youth Card Association : we are prepared to provide you with any kind of information you might need.

*1. About how many card-holders are there in Europe?*

approximately 2,5 million card holders

*2. About how many stores join in the Youth Card in Europe?*

approximately 200,000 discount givers over all Europe

*3. What process will be necessary for the future Korean Youth Card to exchange his services with the European Youth Card?*

The European Youth Card Association has exclusively focused its activities in Europe so far. However, we are currently working on the development of the network on a larger scale (eg. partnership with partners overseas) and expect to draw a general policy regarding this matter very soon.

*4. Do the partners of European Youth Card offer gratuitously their discount services? Even though they participate in the Youth Card with a good-will, we think it is necessary to*

*give them some merits to maintain their services. We know the french case. But in other countries, what kinds of merits can be there?*

The situation varies slightly from one country to another but in general, the partners always gain from participating in the Euro<26 scheme through (free) advertising space in the Euro<26 publications or other communication channels (such as Internet, radio or TV stations), access to the card holders database if they fulfill some specific conditions. They do not receive any financial compensation (or only in exceptional situation).

5. *The French Youth Card has a sophisticated system(IC Chip) for the reduction services. The card-holders has to pay a normal price, and the counter save the discount on the chip. The card-holders can spend their discount points in any partner store. Thanks to this reduction system, the French Youth Card can give its partners some positive marketing effects. Is there any other Youth Card organization who has a system like that?*

Recently the Dutch Youth Card has acquired as main sponsor the ANM AMRO Bank. Young bank account holders will receive the Euro<26 youth card in the form of a bank card for international use, provided with a chip. They can use the card outside the Netherlands to withdraw money or pay in shops.

6. *From their address that we get from your Internet sites,*

*We guess the European Youth Card organizations have various characteristics. Some organizations are privates or representatives youth organization in their country and others are public institutes or even a part of their government. Do you think there is some differences in the performance between card organizations as their characteristics? We want to know merits and demerits of the private Youth Card organization from your experiences.*

It is very difficult to say if a structure works better than another as it depends on the characteristics of the country it-self. Of course, before accepting a new member, we always look at the structures proposed by the candidate. But the evaluation has to be replaced in a more general context.

As you already know, most card organizations are privates or mixed (half private/ half state) foundations (non profit organization) and have proved to function quite well under this structure.

The mixed organization benefits from a long term support of the government which might be good from a financial point of view. Besides, it gives credibility to the card and helps the organization to profile the card as a service card (and not a commercial tool only). On the other hand, the organization should make sure that the card remains independent from a political party (e.g. new elections may cause much damage to the organization).

The private organization often manages to get financial support from the government ; however, the agreement has

to be reconstructed every year. two or three years (for instance). The organization will have to rely much more on their own resources or sponsors to develop its activity in the longer term.

France and Germany are profit organizations (with big partners as shareholders) under the supervision of the government. The German card has been launched last year. It is still early to evaluate the success of the card in that country. I assume you already have relevant information concerning France.

I hope that this information will be useful to you. Please do not hesitate to contact us for any further information.

Yours sincerely.

### 부록 3 리스본 협정서

## INTERNATIONAL PROTOCOL

Concerning the 'Youth Card'<sup>13)</sup>

### Convention between:

- ☐ La commission pour la Carte Jeunes portugaise
- ☐ L'association française pour la diffusion de la Carte Jeunes
- ☐ The Youth Institute of Spain
- ☐ The Scottish Community Education Council
- ☐ The Cultureel Jongeren Paspoort of the Netherlands
- ☐ The Cultureel Jongeren Paspoort of the Flemish Community of Belgium

hereunder called the parties,

Referring to the recommendations no. 14 and 31 of the Conference of European ministers responsible for youth questions(Strasbourg, December 17 and 19 1985), aiming for an establishment of a "European Youth Card", willing to extend the benefit of privileges linked to Youth Cards they issue for their own subscribers, for subscribers of other organisms having the same vocation, agree on the following points;

---

13) <http://www.alli.fi/euro/euro26/lisbon.html>

### **Article 1**

The French, Portuguese, Spanish, Dutch, Scottish and Belgium (flemish community of) "Youth Cards" are available to young people under 26 years of age.

### **Article 2**

The date of issue of the youth cards shall be common to signatories of the present convention; From 1988, this date will be September 1.

### **Article 3**

The period of validity will be of one year from September 1 1988.

### **Article 4**

The presentation and the technical characteristics (numbering, photograph, address, transparent covering) of the Card Issued by the parties shall be harmonized for september 1 1988.

### **Article 5**

The Youth Cards are purchased; their prices will be determined in order to make them accessible to the largest amount of young people possible.

### **Article 6**

Every bearer of the Youth Card, delivered by one of the parties, acquires the benefits, in each country in which the other parties are settled, of the advantages open to bearers of the Youth Card directly issued by the parties settled in the concerned country, but

exception mentioned in annexe 1 and notified in the national guide.

### **Article 7**

The privileges open to youth card bearers correspond to those determined for each country by the responsible authority. These privileges cannot in any case, be lower than 10% reduced on the normal prices of the concerned services, unless derogatory agreement for prestations mentioned in annexe 2. A list of these prestations can be completed by the parties afterwards.

### **Article 8**

Every party will inform its contractors (service givers) of the existence and the implication of this present convention of which they agreed on the principle. Any litigation with a contractor during the application of the present convention will be solved between the contractor and the parties in the province in which the litigation occurred.

### **Article 9**

Each party will elaborate, for the other Parties concerned, a document stating the functioning and the way of using the Youth Card that it issues and also the main privileges the card opens the right to, including those allocated by International organisations or following an international vocation.

### **Article 10**

Each party is responsible, on the territory in which it is settled, of the diffusion of the documents that it will have, as

above mentioned, established. The expenses entailed by the establishing and the diffusion of these documents are in the charge of the partie that issues them.

### **Article 11**

Every party (but Scotland) will hold these documents at the disposal of the bearers of the Youth Card delivered by other parties in all the youth card sales points existing on the territory in which it is settled.

Concerning Scotland, these documents are available in all tourist information centers.

### **Article 12**

Every party, by the way it will judge the most appropriate, will keep the bearers informed that it delivers advantages offered by the present convention.

### **Article 13**

The parties will inform each others of all actions of promotion, advertising, and public relations implemented on their own responsibility. Common actions will be studied.

The signatories to the present convention will inform each other regularly on the internal development of their 'Youth Card' system. They will be able to adopt common norms or criteria.

### **Article 14**

This convention is open to any organism having the same

aims as the signatories to the present convention and situated in a member state of the Council of Europe and/or parties to the Cultural Convention of the Council of Europe. The concerned organism should address the French association for the Youth Card a request of joining the present convention. The French association for the Youth Card will transmit the request to the other Parties, signatories to the present convention. If the latter have not expressed in a period of 2 months any objections to such an application, the organism will be allowed to join. The French association of the Youth Card will then notify this decision to the concerned organism and will transmit an exemplary of the present Convention in order to be signed. As soon as the exemplary signed and dated is returned, the French association for the Youth Card will transmit a copy of it to the other Parties to the present Convention. Any adhesion to the present Convention will be effective from September 1 ensuring the date of signing as mentioned in the fourth paragraph of this article.

### **Article 15**

The present convention may be amended by additional clauses with all the signatories's agreement.

### **Article 16**

For a transitional period, waiting for the implementation of the articles 2, 3 and 4 of the present Convention, the clauses of all the other articles are effective:

From July 1 1987 for the French Youth Card, the Portuguese

Youth Card, and the Scottish Youth Card, independently of the date they are issued.

From november 1 1987 for the Flemish community of Belgium independently of the date it is issued.

From 1 January 1988 for the Spanish Youth Card independently of the date it is issued.

### **Article 17**

The Parties may give notice of termination of the present convention after a 6 months advanced notification to the French association for the Youth Card. The termination will be effective from 1 September of the started year.

부록 4 유럽 각국의 청소년카드 운영기관 주소록

## ADDRESSES NATIONAL EURO<26 ORGANISATIONS<sup>1)</sup>

### ANDORRA

Carnet Jove

30, Av. Princep Benlloch

Andorra la Vella

tel: 376-86.08.60

fax: 376-86.27.22

E-mail: carnet.jove@correu.andorra.ad

### AUSTRIA

Okista/EURO<26

Garnisongasse 7

1096 Vienna

tel: 43-1.40.148.2400

fax: 43-1.40.148.2290

E-mail: euro26@oekista.co.at

Internet: <http://www.oekista.co.at/oekista/euro26.htm>

### BELGIUM

French Community:

---

1) [Http://www.alli.fi/euro/euro26/country.html](http://www.alli.fi/euro/euro26/country.html)

주소란에 몰음표(?)로 처리된 부분은 해당국가 언어가 가지는 특수문자로서 한글 윈도우 95 프로그램상에서 읽을 수 없는 문자임.

## Carte Jeunes

rue des Mineurs, 16

4000 Liège

tel: 32-42.21.33.55

fax: 32-42.21.06.21

E-mail: [cartejeunes@infonie.fr](mailto:cartejeunes@infonie.fr)

## Flemish Community:

CJP p/a Lunatheater

Sainctelettesquare 19

1000 Brussels

tel: 32-2.203.02.00

fax: 32-2.201.09.29

Internet: <http://www.cjp.be/cjp/>

## Germanspeaking Community:

Jugendkarte

Postfach 8

4700 Eupen

tel: 32-87.55.72.00

fax: 32-87.55.82.59

E-mail: [euro26@euregio.net](mailto:euro26@euregio.net)Internet: <http://www.euregio.net/D/Euro26/index.html>

## CZECH REPUBLIC

Karta mladeze

Měsťská 46

120 00 Praha 2

tel: 420-2.22.25.03.88

fax: 420-2.22.25.03.88

Internet: <http://www.adam.cz/ascii/km>

CYPRUS

Karta Neon

41, Themistokli Dhervi str., Hawaii Tower, office 106

PO Box 8733

Nicosia

tel: 357-2.30.41.64

fax: 357-2.45.51.35 E-mail: [neolea@cytanet.com.cy](mailto:neolea@cytanet.com.cy)

ESTONIA

EURO<26

Endla Str. 4

EE0100 Tallinn

tel: 372-6.26.33.67

fax: 372-6.26.33.67

E-mail: [euro26@mailhost.net](mailto:euro26@mailhost.net)

FRANCE

Carte Jeunes

83/87, avenue d'Italie

75013 Paris

tel: 33.1.53.60.61.00

fax: 33.1.53.60.61.01

FINLAND

Herkules-Kortti

Olympiastadion

Etel?aarre

00250 Helsinki

tel: 358-9.348.2422

fax: 358-9.491.290

E-mail: hercules@alli.fi

Internet: <http://www.alli.fi/alli/hercules>

#### GERMANY

Jugendkarte EURO<26

Bismarckstrasse 8

32.756 Detmold

tel: 49.5231.740.123

fax: 49.5231.740.167

#### GREECE

Karta Neon / Ministry of Education

Acharnon street 417

111 43 Athens

tel: 30-1.218.51.47

fax: 30-1.218.51.49

#### HUNGARY

European Youth Card Company

Amerikai u. 96

1145 Budapest

tel: 36-1.252.75.25

fax: 36-1.252.00.96

E-mail: euro26@mail.netweb.hu

Internet: <http://www.netweb.hu/euro26>

## IRELAND

EYC

19-21, Aston Quay

Dublin 2

tel: 353-1.677.81.17

fax: 353-1.677.88.43

Internet: <http://www.usit.ie/eyc.html>

## ITALY

Carta Giovani

6, Via Vesalio

00161 Roma

tel: 39-6.44.25.20.32

fax: 39-6.44.111.401

E-mail: [youthit@tin.it](mailto:youthit@tin.it)

## LIECHTENSTEIN

Jugendkarte

Landstr. 64

Postfach 253

9490 Vaduz

tel: 41-75.232.48.24

fax: 41-75.232.93.63

## LITHUANIA

Lithuanian Student & Youth Travel

PO box 258, ARP 3  
2300 Vilnius  
tel: 370-2.22.13.73  
fax: 370-2.26.21.31  
E-mail: info@lsyt.osf.lt

LUXEMBURG  
Carte Jeunes  
76, Bld de la P?russe  
2320 Luxembourg  
tel: 352-40.55.53  
fax: 352-40.55.56  
E-mail: andree.debra@ci.educ.lu

MACEDONIA  
EURO<26  
ul. Prolet br. 25  
P. Fah 499  
91000 Skopje  
tel: 389-91.239.947  
fax: 389-91.235.09  
E-mail: mkeuro26@atriks.mkinter.net

MALTA  
NSTF  
220, St. Paul Street  
VLT07 Valletta  
tel: 356-24.66.28

fax: 356-23.03.30

E-mail: nststrav@kemmunit.net.mt

NETHERLANDS

CJP

Postbus 3572

1001 AJ Amsterdam

tel: 31-20.626.33.45

fax: 31-20.620.38.56

E-mail: cjp@euronet.nl

Internet: <http://www.cjp.nl>

NORWAY

Ungdomskortet

Siw Anether Rinker

18, Siw Hofnosgataen

0655 Oslo

Tel : 47-22.67.00.43

Fax : 47-22.68.68.08

POLAND

GFEI / EURO<26

Dlugi Targ 11/13

80 828 Gdansk

tel: 48-58.31.88.11

fax: 48-58.31.89.12

E-mail: euro26@euro.org.pl

Internet: <http://www.euro.org.pl>

## PORTUGAL

Cartao Jovem

Av. Duque d'Avila 137-5e esq

1000 Lisboa

tel: 351-1.353.45.70 / 351-1.353.1.26.72

fax: 351-1.353.26.92

E-mail: movijovem@mail.telepac.pt

## SAN MARINO

Carta Giovani

c/o Dicastero Publica Istruzione e Cultura

Contrada Omerilli

47890 Republica di San Marino

tel: 39-549.88.22.14

fax: 39-549.88.23.01

## SLOVAK REPUBLIC

CKM SYTS

Obchodna 21

81445 Bratislava

tel: 421-7.533.45.41

fax: 421-7.533.42.21

E-mail: euro26@kms.sk

Internet: <http://www.isnet.sk/euro26>

## SPAIN

Instituto de la Juventud

José Ortega Y Gasset 71

28 006 Madrid

tel: 34-1.347.77.02

fax: 34-1.402.21.94

E-mail: CarnetJoven@mtas.es

Internet:

Carnet Jove Catalu? <http://www.cafeinternet.es/carnetjove>

Gazte Txartela Pais Vasco

<http://www.euskadi.net/castellano/gv/juven.html>

SWEDEN

Ungdomskortet

Kungsgatan 48, 3tr

11135 Stockholm

tel: 46-8.20.01.90

fax: 46-8.20.35.30

E-mail: [info@ciu.lsu.se](mailto:info@ciu.lsu.se)

SWITZERLAND

EURO<26

49, Belpstrasse

3000 Bern 14

tel: 41.31.382.12.82

fax: 41.31.382.49.79

E-mail: [euro26@dial.eunet.ch](mailto:euro26@dial.eunet.ch)

Internet: <http://www.alli.fi/euro26ch>

UNITED KINGDOM:

ENGLAND

Under 26  
52, Grosvenor Gardens  
SW1W OAG London  
tel: 44-1.71.730.72.85  
fax: 44-1.71.730.57.39

NORTHERN IRELAND  
EYC  
31a, Queenstreet  
BT1 6ET Belfast  
tel: 44-1.232.242.562  
fax: 44-1.232.240.212

SCOTLAND  
Young Scot  
Rosebery House  
9, Haymarket Terrace  
EH12 5EZ Edinburgh  
tel: 44-131.313.24.88  
fax: 44-131.313.68.00  
E-mail: young\_scot@scec.dircon.co.uk  
Internet: <http://www.scec.net>

WALES  
Under 26  
Leslie Court. Lon-y-Llin  
Caerphilly, Mid Glamorgan  
CF 8IBQ Wales  
tel: 44.1.222.88.00.88  
fax: 44.1.222.88.08.24

## 새로운 청소년카드

1. 청소년카드 : 청소년을 위한 패스포트
2. 청소년카드 사용방법
3. 청소년카드 첩의 기능
4. 청소년카드의 역사
5. 청소년카드의 법적 틀
6. 청소년카드회사의 주주들
7. 소비양식의 변화 85-95
8. 사회에서 청소년의 위치변화 85-95
9. 청소년들의 여가·문화생활

Paris, 1995. 4. 6.

(새로운 청소년카드 발매 시작 시점)

※ 이 자료는 다음의 자료를 번역한 것임

Ministère de la Jeunesse et des Sports(Bureau de la Communication),  
"Repères sur la carte jeunes," avril, 1995(보도자료).

Ministère de la Jeunesse et des Sports(Bureau de la Communication),  
"La nouvelle carte jeunes," 1995(보도자료).

## 1. 청소년 카드 : 청소년을 위한 패스포트

Michèle Alliot-Marie 청소년체육부장관은 1993년 새로운 청소년카드를 청소년들의 필요와 소비양식에 완벽하게 부합하는 상품으로 개발하기로 발표하였습니다. 이제 그 계획이 완성되어 중대한 의미를 부여하여 발표합니다. 새로운 청소년카드는 칩카드의 형태라는 가장 우수한 수단을 이용하도록 되어 있습니다. 첨단 테크노로지를 이용한 청소년카드는 진정으로 청소년을 위한 패스포트의 역할을 할 것입니다.

5월부터 전국의 판매망을 통하여 발급되는 새로운 청소년카드는 근본적으로 “카드”문화를 바꿔놓을 것이다.

청소년카드의 개념은 간단하다 :

### 26세 이하의 모든 청소년이 이용가능

청소년카드는 대규모 소비상품의 하나로서 전국 수천개의 판매망을 통하여 120프랑에 판매된다. 발급되는 카드에는 이용가이드가 첨부되어 있으며, 가이드의 내용은 또한 미니텔<sup>2)</sup> "3615 carte Jeunes"<sup>3)</sup>를 통하여 언제라도 열람할 수 있다.

### 등록절차

등록절차는 매우 간단하다 : 구매시 받은 신청서를 기재하여 수신자부담봉투에 넣어 반송하면 비밀번호<sup>4)</sup>가 청소년들에게 반송된다.

2) 미니텔은 우리나라의 천리안, 하이텔, 나우누리 등과 같은 정보통신망의 이름이다. 우리나라에는 여러회사가 있지만 프랑스에서는 프랑스텔레콤회사가 독점하고 있다.

3) 청소년카드를 위한 미니텔 접속명령어이다.

4) 비밀번호는 개인이 선택하는 것이 아니라 청소년카드회사에서 임의로 선정된 숫자를 청소년들에게 밀봉된 봉투에 넣어 보낸다. 이러한 비밀번호 발급방식은 프랑스의 은행신용카드도 마찬가지이다.

### 여러 분야의 가맹점

청소년들이 다방면의 서비스를 단 하나의 카드로 이용할 수 있도록 하는 것은 새로운 청소년카드가 처음으로 시도하는 일이다. 청소년카드는 전국수준의 회사 및 상표, TV와 라디오 등 언론매체를 연합하고 있으며, 이용분야는 음악, 영화, 의류, 식당, 보험, 교통, 여행, 여가생활, 스포츠활동 등 청소년들에게 도움이 될 수 있는 모든 활동 및 소비분야를 망라하고 있다.

### 멀티서비스, 정보통신이용, 서비스확장가능

청소년카드는 카드회사와 가맹점의 약정에 따라 항시적으로 할인하기로 되어있는 항목을 구입할 때 할인금액을 즉석에서 기억하는 기능을 가지고 있으며, 기억된 금액은 전체 가맹점망에서 사용할 수 있다. 또한 청소년들은 카드소지자를 대상으로 한 일시적 할인판매기간을 이용할 수 있으며, 거래시 누적되는 회원점수를 통하여 해당되는 서비스를 받을 수도 있다.

미니텔 3615 Carte jeunes, 자동응답전화 36. 67. 12. 26<sup>5)</sup> 그리고 TV와 라디오 등 언론매체들은 카드소지자와 서비스제공자 간의 상호작용을 연결시키는 역할을 담당한다.

복잡한 “칩”을 장착한 청소년카드는 매번의 구매에 따른 할인액의 축척기능, 전자쿠폰기능을 할 수 있다. 1996년부터는 칩에 전화카드기능과 전자용돈지갑기능을 추가시킬 예정이다.

### 유럽으로의 개방

청소년카드에는 국경이 없다. 청소년카드를 가지고 있는 프랑스 청소년들은 유럽 24개국에서 다양한 특권을 누릴 수 있다.

5) 자동응답서비스 전화번호이다.

## 2. 청소년 카드 사용 방법

### 어디에서 살 수 있나?

카드는 전국의 5,000여 판매점에서 구입할 수 있다.

- 청소년체육부 산하 전국청소년정보센터
- 전국수준의 가맹회사 : Géant(대형체인수퍼마켓), Pizza Hut, Pomme de Pain(식당), USIT-OTU 여행사사무소, SNCF 철도역, ...

몇주 후면 새로운 회사들이 새로운 청소년카드의 판매망에 참여하게 될 것이다 : FNAC<sup>6)</sup>, 프랭땅, 은행들, 패스트 푸드 음식점 체인 등. 모든 판매점 리스트는 3615 Carte Jeunes<sup>7)</sup>로 열람할 수 있다.

### 가격은 얼마나 하나?

120프랑이며 사용기간은 등록일로 부터 15개월이다.

### 간단하고 빠른 등록절차

카드는 구매하고 곧 사용할 수 있다. “청소년카드” 할인쿠폰제도를 이용하기 위해서는 등록신청서를 작성하여 반송봉투로 보내면 된다. 구매한 카드의 카드번호 9자리를 정확히 기록해야 한다. 빠른 기간내에 등록을 확인하고 비밀번호를 알려주는 우편물을 받는다.

### 카드는 언제 어떻게 사용하는가?

할인액 입력은 등록을 마치면 곧바로 가능하다. 모든 가맹점에서 소지자는 간단히 카드를 제출하기만 하면 된다. 가맹점은 출입구에

6) 오디오·비디오제품, 컴퓨터기기, 사진기, 전자계산기, 등을 판매하며 전국에 체인망을 가진 대형 판매사업체이다.

7) 미니텔 청소년카드 서비스 접속명령어이다.

청소년카드 표시가 부착된 것을 보고 쉽게 알아볼 수 있다.

청소년카드점수는 전체 가맹점망에서 발급되는데, 할인금액을 표시하는 점수가 있고, 9월부터 사용될 회원점수가 있다. 이 점수들은 가맹업체들이, 매번의 물건 구입때 마다 계산대에서 발급한다. 점수는 칩에 계속하여 축적되며, 다른 가맹점에서 물건을 살 때 한꺼번에 사용할 수 있다.

예 : 120점의 할인액축적점수를 가지고 있는 청소년은 120프랑짜리 물건을 살 수 있다. “가맹사간” 보상시스템은 청소년카드 회사에 의해 운영된다.

전자할인쿠폰은 특정상품의 구매에만 효력을 발생한다. 쿠폰은 카드의 칩메모리에 기록되며, 동시에 계산대 통과시에 티켓형태로도 발급된다. 쿠폰은 구매한 물건에 따라 주어진다. 이 기능은 9월부터 작동될 것이다.

예 : Dunlop이란 스포츠용품사는 Roland-Garros대회기간에 새로 나온 테니스공을 세일할 예정이다. 해당상품(라켓, 테니스화 등)을 구매한 청소년카드 소지자가 계산대를 통과할 때, 다음 번에 Dunlop사의 테니스 공을 살 때 계산대에서 10프랑만큼의 할인을 받을 수 있는 쿠폰을 발급한다. 발급된 쿠폰의 내용은 칩에 기억된다.

청소년카드 소지자는 비밀번호를 가지고 카드사용을 통제할 수 있다. 또 미니텔이나 자동응답전화시스템으로 “청소년카드”점수를 조회할 수도 있다.

카드기능의 본격적 작동은 카드발급시작부터 1996년 1월에 걸쳐

점차적으로 확대 시행될 것이다. 이 기간 동안 청소년카드회사가 전체가맹점의 단말기를 갖추어 예정인데, 프로그램을 내장한 단말기가 30,000개 이상 투입되어 청소년카드의 여러 기능을 실용화할 것이다.

### 청소년카드에 대하여 모든 것을 알고 싶다면?

청소년카드 소지자들을 안내해 주기 위한 코너가 미니텔(3615 Carte jeunes)과 자동응답전화(36 67 12 26)에 설치되었다. 이를 통하여 축적한 점수를 조회할 수 있으며, 항시적인 할인과 일시적 세일에 관한 정보는 미니텔을 통하여 알아볼 수 있다.

## 3. 청소년카드 칩의 기능

### 칩 기술

칩 카드는 한가지가 아니라 여러 가지 종류가 있다. 카드의 용량과 에러율은 카드마다 다르다. 가장 단순한 형태는 메모리카드로서 일정한 금액을 기억하고 쓰는 만큼 금액이 줄어든다.(예를 들면 전화카드를 예로 들 수 있다.) 가장 발전된 카드는 마이크로프로세서를 가진 카드이다. 이 카드는 메모리 범위 내에서 리더기에 연결된 마이크로프로세서에 의해 복잡한 정보처리를 할 수 있는 능력을 가지고 있다.

청소년카드는 마지막 유형에 속하는 카드이다. 청소년카드는 대용량, 멀티-조회영역, 멀티-서비스가 가능한 마이크로프로세서가 장착된 유럽최초의 카드이다. 이점에서 청소년카드는 혁신적이고 시간이 지남에 따라 계속해서 서비스영역을 추가시킬 수 있는 카드이다. 마이크로프로세서는 2K바이트의 용량을 가지고 있으며, 4가지 기능을

담당하는 영역이 있다 : 할인액 처리영역, 할인쿠폰 발급영역, 점수 합계시스템영역, 26개 안전장치영역. 일부 메모리영역은 전자용돈지갑과 같이 앞으로 추가될 기능을 위하여 남겨져 있다.

오늘날 청소년카드가 크게 성공을 거둔 것은 High Co에 의해 개발된 프로그램과 AXIME에 의해 운영되고 있는 은행 원격통신시스템 그리고 GEMPLUS에 의해 개발된 마이크로프로세서의 최신기능이 모두 합쳐진 결과이다.

#### 산업체 참여업체인 GEMPLUS

GEMPLUS는 칩카드에서 단연 세계적 리더로서 청소년카드의 산업체 파트너로 지원했다. 창립이후 GEMPLUS는 계속해서 새로운 형태의 카드를 만들어왔고 언제나 새로운 영역에 칩카드의 개념을 도입하는 연구를 진행하고 있다. 그 기술진은 시장의 신호에 귀를 기울이며, 새로운 카드상품, 새로운 서비스, 새로운 기술을 연구한다. 청소년카드의 발전논리와 GEMPLUS의 산업논리는 서로 조화를 이루며 상호보완을 이루고 있다.

GEMPLUS는 두 지역, 론 강입구 지역의 Géménos와 파리주변의 Sarcelle에서 4월 15일까지 10만개의 청소년카드를 생산할 예정이며, 4월말까지 45만, 10월까지 85만개를 생산할 것이다. 상징적 목표인 100만개 생산은 1995년 12월 중에 이루어질 것이다.

#### 4. 청소년 카드의 역사

청소년카드는 청소년들에게 보다 저렴한 가격으로 생활용품과 편의시설을 이용할 수 있도록 도와주자는 취지에서 1981년 처음 등장

하였다. 아이디어는 프랑스 남서부 아키텐느지방<sup>8)</sup>의 청소년정보센타소장에 의해 처음으로 제시되었으며 최초의 청소년카드는 그 지역 수준에서 통용되었던 지방수준의 카드이다.

1985년 국제청소년의 해를 맞아 청소년카드는 크게 도약하게 되었다. 청소년체육부가 청소년카드를 전국적인 수준에서 실시하기로 결정한 것이다. 청소년카드는 전국의 청소년정보센타망과 카드가맹회사 및 가맹점을 통하여 전국에 급속히 확산되었다.

프랑스의 독창적인 아이디어로 탄생된 청소년카드는 1986년 유럽에까지 확산되었다. 26세 이하의 유럽 청소년 중 약 400만이 청소년카드를 소지하게 되었다. 1989년에는 프랑스에서 55만의 청소년이 카드소지자가 되었다. 1990년에는 유럽청소년카드협회의 회원국이 18개국으로 증가하여, 5년만에 청소년카드는 진정 하나의 사회적 현상으로 간주되기에 이른다.

그러나, 이 괄목할 만한 성공은 곧 그 대가를 치루게 된다. 카드운영의 구조가 급속한 성공에 맞추어 알맞게 변화되지 못했으며, 등록절차가 상대적으로 느리고 복잡해서 더 이상의 발전을 가로막게 된 것이다. 게다가 청소년카드의 상품적 가치가 매우 모호하고, SNCF<sup>9)</sup>의 청소년할인가격, 영화회원카드 등과 같은 다른 청소년 할인제도와 경쟁도 만만치 않았다. 이러한 문제점으로 서비스 가맹회사나 가맹점의 탈퇴가 늘어나고 카드소지자의 수도 점차로 그러나 확실하게 감소하기 시작했다.

1993년 청소년카드는 8만명의 카드소지자를 유지할 뿐이었다. 당시 청소년체육부장관이었던 Michèle ALLIOT-MARIE씨는 새로운

8) 지방(région)은 프랑스의 행정구역단위 중 가장 큰 단위이다. 우리나라는 도나 특별시 혹은 광역시가 가장 큰 행정단위이고 그 이하로 시·군·구, 동·면 등의 보다 작은 단위의 행정구역이 있다. 프랑스는 가장 큰 단위가 지방(région)이고 그 다음 단위로 도(département), 군(commune)이 있다. 지방(région)은 총 22개이고 도(département)는 96개, 군(commune)은 36,000여개가 있다.

9) SNCF (Société Nationale des Chemains de fer Française) 프랑스국철회사

청소년카드제도를 실시할 목적으로 청소년카드제를 일시 중단할 것을 결정하였다. 새로운 청소년카드에는 보다 완벽한 기능을 갖추는 한편 생활 및 소비양식에서 발전을 보이고 있는 청소년대중의 요구에 보다 잘 부합하는 것이 요구되었다. 이러한 상황에도 불구하고 몇몇 지방에서는 청소년정보센터의 진취성에 힘입어 청소년카드가 계속 존속하였다.

1994년 2월에 이르러 새로운 청소년카드의 윤곽을 드러내주는 첫 번째 보고서가 발표되었다. 경제학적·기술적 연구들이 그해 여름부터 새로운 청소년카드를 위한 프로젝트의 수행 가능성을 보여주었다. 10월과 11월에 걸쳐 청소년카드 프로젝트를 위한 정부의 관련부처들 간의 합동위원회가 열렸고, 12월에는 청소년카드의 개발을 담당할 허가회사와 카드제도의 실시와 운영 전략을 담당할 통신회사의 선정을 위한 입찰공고가 발표되었다.

새로운 청소년카드 등장 : 1995년 4월

## 5. 청소년카드의 법적 틀

### 허가제

정부가 기구를 통하여 청소년카드 100만명 이상의 회원을 모집하고 기술적으로 칩카드로 개발되도록 하기 위하여 정부는 새로운 관리양식을 선택하게 되었는데 그것은 정부와 민간기구가 연합하는 방식, 즉 허가체제(régime de la concession)라는 것이다. 이 방식은 정부가 청소년카드의 윤리적 측면을 보장하고 그 기능을 통제하는 역할을 하며, 청소년카드의 개발, 상업화, 운영을 위해서는 민간부문의 재원과 역동성을 충분히 활용한다는 이점을 가지고 있다.

새로운 청소년카드의 시행기구<sup>10)</sup>는 “청소년카드”라는 상표권을

10) 정부내의 청소년카드 관리기구를 의미한다.

보호하고 그 사용윤리를 존중할 의무를 가진다고 본다. 이 기구는 청소년카드제도와 관련을 가지고 있는 정부 각 부처의 대표들과 전문가들로 구성된다.

### 청소년카드회사

정부는 “청소년카드” 상표권을 가지고 있으며 입찰경쟁 결과에 따라 청소년카드회사(CARTE JEUNES SA)에 그 상표권을 양도하고 새로운 청소년카드의 개발, 상업화, 운영의 책임을 부여하였다.

청소년카드회사는 자본금 1,000만 프랑 (약 15억)의 주식회사<sup>11)</sup>로 주주별 자본금의 출연내역은 다음과 같다.

|                        |     |
|------------------------|-----|
| Axime 주식회사             | 30% |
| High Co Marketing 주식회사 | 30% |
| M.N.E.F.               | 26% |
| 지역학생보험                 | 14% |

청소년카드회사의 이사회에는 모든 주주가 참여하는데 이사장은 Frédéric CHEVALIER (High Co Marketing 주식회사)가 맡고 있다. 이사장은 회사의 운영을 위하여 상설 운영위원회와 윤리위원회의 의결을 거쳐야 하는데 청소년체육부의 대표들이 이 두 위원회에 참여하고 있다.

## 6. 청소년 카드 회사의 주주들

청소년카드회사의 주주들은 몇 개의 그룹으로 나뉘어지며, 청소년

11) Société anonyme

카드사업의 성공을 위해 각자의 능력을 동원하였다. 자본금을 출연한 회사들은 각자 전문적 지식을 가지고 자기분야의 사업을 하고 있는 회사들로서 그들의 전문성은 청소년카드사업을 위해 완벽하게 상호보완적인 역할을 한다.

**AXIME주식회사** : 은행 및 재정 분야에서 가장 탁월한 컴퓨터공학 서비스회사로서 프랑스의 5대 컴퓨터공학 서비스회사 중 하나이다. 총매출고의 60%가량을 은행분야에서 올리고 있으며, 은행계의 리더역할을 하고 있다. 이 회사는 다년간 신용카드이체의 컴퓨터처리를 맡아왔으며, 이런 경험으로 칩 형태인 청소년카드의 기술적 성공에 기여할 수 있는 회사이다. 이 회사는 또한 멀티미디어 정보통신분야에서 유럽전체에서 최고의 서비스망을 가지고 있어 청소년카드와 관련된 원격통신, 서류관리, 통신기술, 전화기술 등의 시행에 매우 좋은 조건을 가지고 있다.

최고경영자 : Bernard Bourrigeaud

매출고 : 1만 8,350억프랑(94. 6. 30.) (약 275조 2,500억원)

**High Co Marketing** : 엑상프로방스 지역 소재, High Co 그룹 소속, 마케팅분야의 컨설팅회사. 이 회사는 대규모 소비상품들과 유통업분야의 마케팅업무에서 경영경험으로 청소년카드의 성공에 핵심적인 역할을 할 것이다. 이 회사는 전자마케팅의 컴퓨터정보시스템분야와 “소비자”라 불리우는 정보은행의 운영에서 쌓은 전문적인 능력을 발휘하여 청소년카드가 발급되자마자 요구되는 모든 상업적 조치(가맹점·가맹회사 관리, 카드리더기설치, 기타 파생상품의 투입 등)를 담당하게 될 것이다.

최고경영자 : Frédéric CHEVALIER

매출고 : 8,000만프랑(94) (약 120억원)

La MNEF : 프랑스전국학생조합보험(Mutuelle Nationale des Etudiants de France)은 가장 큰 학생조합보험조직이다. 이 기구는 전국에 601개의 운영센터를 가지고 있으며 100만명 이상의 회원을 가지고 있다. 대학생을 위한 카드관리분야(현재 40만 캠퍼스카드 유통)에서 리더인 MNEF는 대학생층을 대상으로 한 청소년카드 단일망을 구성하게 될 것이다 : 전국 대학도시에 64개 사무소와 115개 정보포인트가 있음.

MNEF는 자동차, 오토바이 보험, 주거보험, 기타 대학생을 대상으로한 서비스분야에서 쌓은 경험을 바탕으로 청소년카드로 제공되는 서비스의 완벽성을 높이는데 기여하게 될 것이다.

최고경영자 : Marie Dominique LINALE (이사장)  
Olivier SPITHAKIS (사장)

MNEF는 프랑스 전국조합보험협회 가입기구로서 프랑스조합보험 규칙에 따라 운영되며, 1994년에 보험지급액은 1만 1,890억 프랑(약 178조 3,500억원)이었다.

지역학생조합보험 : SMERP, SMEBA, SMENO, SEM이 있다. 이 지역보험들은 보충적인 보험서비스를 제공하는 회사들로 전부 69개의 사무실과 25개의 정보포인트를 통하여 국민의료보험 제617 센터의 운영을 담당한다.

최고경영자 : Etienne TOULOUSE

이 조합들은 프랑스 조합보험 규칙에 따라 운영되며, 1994년에 보험지급액은 1백만 프랑(약 1억5천만원)이었다.

## 7. 소비양식의 변화 85-95

### 배짱이의 세월에서 개미의 세월로

- ▷ 1985 : 경제적 성공에 대한 믿음이 지배적이었음. 소비는 인정받은 권리였으며, 일반화된 대출로 화폐가치가 쉽게 하락하였다.
- ▷ 1995 : 상황이 완전히 역전됨. 심각한 경기침체이후 위기문화가 자리잡았다. 미래에 대한 불안, 보험성 지출증가 등으로 소비에 대한 이미지는 더욱 애매하게 되었다.

여기에 더하여 다음과 같은 새로운 현상이 나타났다.

- ▷ 소비에 대한 죄책감 (현재의 소비가 미래의 자원부족을 초래할 수 있다는 점에서 자기 자신에 대한 죄책감, 소비할 수 없는 사람들에 대한 죄책감), 소비윤리의 필요성, 과소비<sup>12)</sup>에 대한 평가절하.
- ▷ 소비의 상징적 가치 확산 : 소비할 수 없는 사람이 된다는 것은 곧 사회에서 축출된다 것을 의미한다.
- ▷ 마케팅의 표적이 된다는 것은 곧 “중요한 사람으로” 인정받는 것을 의미한다. “나는 산다 그러므로 나는 존재한다”는 말은 더 이상 아이러니컬한 의미를 갖지 않는다.

사실, 예전에 15-24세는 지금처럼 대규모 소비 두 배로 성장했다. 월소득은 21-24세는 평균 5,500F, 18-20세는 2,700F, 15-18세는 780F이다.

12) 남에게 빼기기위한 소비

## 8. 사회에서 청소년의 위치 변화 85-95

### 독재권자에서 주변집단으로

- ▷ 1985 : “국제청소년의 해” 청소년세대가 중요하게 인정받음.  
프랑스사회는 젊은 나라로 인식됨(1982년에 전체인구의 15.8%가 25세 미만의 인구였음). 청소년기의 가치를 높게 평가함.
- ▷ 1995 : 상황이 완전히 역전됨. 청소년세대는 주변화되고, 이전의 사회적 위치도 상실. 프랑스는 노년기의 나라로 인식됨 (2000년에 “25세 미만”의 청소년인구는 10%로 줄고, “65세 이상”노인인구는 11.5%가 될 것임). 사회생활의 틀이 노인위주로 변화하고 그들이 새로운 주 마케팅 대상으로 등장
- ▷ 1994 : “발라뒤르 질문조사”<sup>13)</sup>에 답한 150만의 청소년들은 현 사회에 대해 불안을 표현했고, 실업과 에이즈에 많은 관심을 보임
- ▷ “금지된 성, 시시한 일거리” : 성인의 지위를 누릴 수 없는 청소년들
- ▷ 사회생활에서 점점 소외되는 청소년 : 1970년에는 5개의 일자리 중 한 개는 청소년들이 차지했었으나, 오늘날에는 10개 중 하나도 차지하지 못함(실습 및 견습 포함)
- ▷ 학교생활은 점점 길어짐 : 82년에서 92년 사이에 학생 청소년의 수 45%증가, 89년 이후 박사과정 학생 30% 증가
- ▷ 18세에 성년이 되는 것은 더 이상 아무런 의미가 없음 : 70%가 부모의 집에 살고 있어 독립이 물리적으로 불가능. 이제 어느 누구도 청소년들의 취직에 대해 심각하게 비판하지 않음

13) 1994년에 프랑스정부는 청소년정책의 수립을 위하여 전국의 모든 청소년들을 대상으로 여러 분야에 관련된 개방형 질문지조사를 실시하였다. 당시 총리를 지낸 발라뒤르의 이름을 붙여 통칭 “발라뒤르 질문조사”라고 부른 것이다.

## 9. 청소년들의 여가-문화생활

12세에서 25세의 청소년들은 문화상품의 소비에 있어서 그 이상의 연령층과는 근본적으로 다른 소비행동을 가지고 있다. 매우 독특한 이들의 “청소년문화”는 문화상품에만 국한되지 않는다(스포츠활동에 열중한 청소년들이 다른 국민들보다 월등하다는 것이 그 예이다.) 아래 표에서 보는 바와 같이, 청소년들은 밖으로 나가는 것(외출)을 많이 원하고 있지만 그들이 좋아하는 활동에 참여하는 비용이 너무 비싸다는 것이 불만이다.

### 청소년의 여가비용

연중 가장 많이 지출하는 하는 항목  
(조사대상 : 12-25세 청소년)

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 영화구경                | 53% |
| 오디오 카세트, 디스크 구입     | 38% |
| 식당, 카페테리아, 패스트 푸드점  | 36% |
| 카페, 바               | 32% |
| 디스코텍, 나이트 바         | 31% |
| 스포츠활동               | 22% |
| 외출(영화관, 콘서트)을 위한 이동 | 17% |
| 도서                  | 15% |
| 콘서트, 공연 관람          | 14% |
| 카세트 비디오(대출 및 구매)    | 11% |
| 비디오게임               | 11% |
| 예술활동 (음악, 미술)       | 7%  |

## 비용문제로 자주 참여하기 어려운 여가활동

(조사대상 : 12-25세 청소년)

|           |     |
|-----------|-----|
| 영화구경      | 53% |
| 외국 록 콘서트  | 45% |
| 프랑스 가요콘서트 | 43% |
| 오페라       | 35% |
| 클래식 콘서트   | 29% |
| 재즈 콘서트    | 28% |
| 서커스 관람    | 22% |
| 극장카페      | 21% |
| 미술박물관     | 13% |
| 역사유적      | 18% |

12세에서 25세 청소년 중에서 12-18세 청소년들은 매우 동질적인 성격을 가진 집단이다. 이들의 전체 인구는 5,390,149명인데 51.2%가 남자이고 48.8%가 여자이다. 이들은 다음과 같은 동질적인 문화를 공유하고 있다.

- ▷ 소비는 민주화, 반-소외의 요소이다 : 이들은 일상생활과 관계가 있는 100개 이상의 상표를 열거할 수 있다.
- ▷ 이들의 90%는 음악이 삶의 방법이고 자기자신을 표현하고 성숙해지는 방법이라고 생각한다.
- ▷ 스포츠는 가장 많이 참여하는 활동이다 : 10명중 6명이 정기적으로 스포츠생활을 하며 그것이 친구를 사귀는 수단이며 삶의 예술이라고 믿는다.
- ▷ 영화는 이상을 그려보는 수단이다 : 15-19세 청소년의 60%가 한 달에 적어도 한번 영화를 관람한다.