

## 지역화폐 정책 변화가 소비 활성화에 미치는 영향 분석: 부산시 ‘동백전’ 사례를 중심으로\*

하희라\*\* · 최재서\*\*\* · 김정환\*\*\*\*

### <목 차>

|                      |                         |
|----------------------|-------------------------|
| I. 서론                | IV. 연구결과                |
| II. 선행연구 검토          | 4.1 동백전 이용 현황           |
| 2.1 동백전 운영현황 및 주요 이슈 | 4.2 동백전 정책 변화에 따른 소비 변화 |
| 2.2 지역화폐의 역할과 효과     | V. 결론 및 논의              |
| III. 연구방법            | 참고문헌                    |
|                      | <Abstract>              |

### I. 서론

최근 몇 년 사이 지역화폐를 도입한 지방자치단체가 급증하면서 현재 대부분 지역에서는 지역화폐를 발행해 운영하고 있다. 지역화폐의 발행 목적은 자영업자·소상공인을 지원하고, 지역경제를 활성화하는 데 있다. 현재 지역화폐를 운영하는 지자체들은 이용자에게 지역화폐를 할인된 금액으로 판매하거나, 일정 금액 캐시백으로 환급해 주는 인센티브 정책을 펼치고 있다(송경호, 이환웅, 2021; 정필문 등, 2022).

이에 따라 지역화폐 이용자가 지불하는 실제 금액은 할인되거나 캐시백으로 환급된 금액만큼 낮아지며, 지역화폐 가맹 사업체는 비대상 사업체에 비해 가격경쟁력 확보라는 이점을 가진다(정필문 등, 2022). 지역화폐의 인센티브 정책은 국고보조금과 지자체 예산으로 지원되어왔으며(김민정 등, 2021), 2019년 정부의 지역화폐 발행에 대한 국비 지원을 계기로 각 지자체에서 도입하기 시작하였다(김우영 등, 2021).

지역화폐에 대한 국비 지원은 2018년 군산·거제 등이 고용위기지역으로 지정됨에 따라 시

\* 이 성과는 정부(과학기술정보통신부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(RS-2023-00242528). 또한 부산 가명정보 활용 지원센터에서 데이터를 지원받음.

\*\* 부경대학교 미디어커뮤니케이션학과 석사과정, haheera0803@naver.com(제1저자)

\*\*\* 고려대학교 미디어학과 박사과정, wotj0618@gmail.com

\*\*\*\* 부경대학교 미디어커뮤니케이션학부 조교수, mediakim@pknu.ac.kr(교신저자)

작되었으며, 2019년 이후 전국적 사업으로 확대 시행되었다. 이에 따라 지역화폐 발행 지자체는 2018년 66개에서 2019년 177개로 급격히 늘어났으며, 2018년 100억 원이었던 국비 지원금은 2019년 884억 원으로 증가하였다(여효성, 2021). 이후 2020년에는 코로나19로 인해 비대면 경제가 확산되었고(김현규 등, 2022), 지역화폐는 지역경제 침체를 해소하기 위한 재난지원금의 지급 수단 중 하나로 포함되면서 국비 지원이 늘고 발행 규모도 대폭 확대되었다(양준석 등, 2022). 이에 2020년 전국의 243개 지자체 중 230개 지자체에서 지역화폐가 발행되었고, 발행액 규모는 총 13.3조 원으로 2018년 대비 35.9배, 2019년 대비 4.2배 증가하였다(행정안전부, 2021). 그러나 코로나19에 따른 사회적 거리두기 정책이 완화되고 단계적으로 일상회복에 따라 최근 국비 지원 예산이 크게 삭감되었다. 2021년 1조 522억 원이었던 지원금은 2022년 6,053억 원으로 줄었고, 2023년에는 전년 대비 절반 수준인 3,525억 원이 편성되었다(행정안전부, 2023). 이에 따라 국고 지원금에 의지해 지역화폐를 발행해오던 지자체들은 운영 부담을 줄이고자 지역화폐의 인센티브 혜택 축소에 나섰다(김경민, 2021).

부산광역시도 지역화폐 동백전을 2019년 12월 말부터 발행해 운영하고 있으며, 현재 지역화폐 이용이 활성화되어 있는 지역 중 하나이다. 그러나 대부분의 지역화폐가 그렇듯 동백전 역시 국비 지원금 의존도가 높아 국비 지원 규모에 따른 캐시백 환급 정책의 잦은 변화가 있었다. 이러한 정책 변화는 동백전 이용자들의 불만을 높였으며, 결국 이용자들의 이탈로 이어지고 있다. 이에 동백전 가맹 소상공인들은 지

역화폐 정책 변화로 인한 소비 변화를 직접적으로 체감하고 있으며, 동백전의 이용 활성화를 위한 캐시백 환급 정책의 필요성을 주장하고 있다(원동화, 2022). 무엇보다 지역화폐 소비자 대상 설문조사에서 지역화폐 이용의 주된 이유가 캐시백 혜택인 것으로 나타난 만큼(이경아, 2020), 동백전의 지속적인 운영을 위한 자생 구조 마련이 그 어느 때보다 필요한 시점이라 할 수 있다.

이처럼 지역화폐 인센티브 정책이 지역화폐의 이용 지속 여부에 큰 영향을 미치는데도 불구하고, 지역화폐 관련 연구는 다소 경제적 효과에 집중된 경향이 있으며, 지역화폐의 정책 변화가 소비에 미치는 영향을 탐구하고자 한 연구는 다소 미흡한 실정이다. 그러나 지역화폐의 지속적인 운영을 위해서는 전반적인 현황에 대한 고찰과 지역화폐의 정책 변화에 따른 소비 행태 변화를 우선 살펴보는 것이 필요하다(박유희 등, 2023; 윤상호, 2023). 이에 본 연구는 부산시 동백전 가맹점들의 거래 데이터 분석을 통해 동백전의 이용 현황과 정책 변화가 동백전 이용에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고자 한다. 특히 지역별, 업종별, 소비자 특성별 분석을 통해 동백전의 효율적 운영을 위한 정책 방향을 도출하고자 한다.

## II. 선행연구 검토

### 2.1 동백전 운영현황 및 주요 이슈

부산시는 지역 자금의 역외 유출 방지, 자영업자·소상공인의 매출 증대, 지역경제 활성화

의 목적으로 2019년 12월 30일 지역화폐 '동백전'을 출시하였다. 동백전은 '소상공인과 시민, 전통시장이 함께(동, 同) 상생하고 협력하며 소비의 선순환을 통한 지역경제 활성화로 100(백)가지 행복과 즐거움을 준다'는 의미를 지니고 있으며, 부산광역시 관내 신용카드 가맹점, IC카드 단말기를 사용하는 동백전 가맹점에서 이용할 수 있다. 무엇보다 부산시는 동백전 이용 활성화를 위해 결제 즉시 캐시백 적립, 연말정산 시 30% 소득공제 등과 같은 혜택을 제공하고 있다. 이와 같은 인센티브 정책에 힘입어 동백전 가입자 수는 2개월여 만에 29만 명을 넘어섰으며(김향희, 2020), 2022년 10월 기준, 가입자 수는 105만 명, 실제 이용자 수는 72만 명에 이른다(김광수, 2022). 동백전은 잦은 운영사 교체와 서버 용량 부족으로 인한 시스템 오류 등 여러 부정적 이슈의 발생으로 초기 운영에 있어 아쉬움을 보였지만, 코로나19로 인한 경기침체 상황에서 유효수요 창출 및 소상공인·자영업자에 대한 긍정적 영향이 직·간접적으로 확인되었다(손지현 등, 2020). 또한 동백전의 소비창출액 규모가 정책발행, 캐시백 지급, 운영사 수수료를 포함한 투입 예산 대비 2.56배 더 많은 것으로 추정되는 등 동백전의 순기능이 확인되고 있다(황영순 등, 2021).

하지만 이러한 동백전의 순기능에도 불구하고 여전히 동백전을 향한 재정자립 및 지속가능성에 대한 문제가 제기되고 있다. 현재 국내 지자체의 지역화폐 운영 모델은 대부분 예산 투입 없이는 지속되기 어려운 구조를 지니고 있는데, 이는 지역화폐 이용자들이 경제적 혜택을 목적으로 지역화폐를 사용하기 때문이다(양준석 등, 2022). 동백전 역시 이와 같은 운영 모

델을 가지고 있어 동백전 사용에 따른 인센티브 혜택 제공이 동백전 이용 활성화에 있어 매우 중요한 변수로 작용한다고 볼 수 있다. 그러나 동백전 혜택 제공을 위해서는 적절한 예산이 뒷받침되어야 하나, 동백전 운영을 위한 예산은 매년 줄어들고 있다. 이는 코로나19 및 사회적 거리두기 정책이 점차 완화되면서, 코로나19 확산으로 늘어났던 지역화폐의 국비 지원이 대폭 축소된 영향 때문이다. 지역화폐 지원이 축소되면, 지자체들은 한정된 예산으로 지역화폐를 유지할 수밖에 없고, 이에 따른 혜택 축소는 지역화폐의 사용과 경제적 효과를 저해시키는 것으로 밝혀졌다(양준석 등, 2022).

동백전 역시 이와 비슷한 상황을 겪고 있으며, 그동안 국비 지원 축소가 동백전 인센티브 혜택 축소라는 정책 변화로 이어졌다. 출시 초기에는 월 충전 한도 100만 원, 캐시백 요율은 10%였으나, 이후 50만 원에 6%, 다시 10%로 변경되었다. 그러나 결국 예산 부족으로 중단되었으며, 2022년도 8월부터 월 충전 한도 30만 원, 캐시백 요율 5%를 유지하고 있다(김성현, 2022). 동백전 출시 이후 월 충전 한도 및 캐시백 요율 변화는 <표 1>과 같이 정리할 수 있다.

이처럼 국비 지원 규모에 따라 동백전 캐시백 환급 정책은 자주 변동되었고, 현재 이에 따른 동백전 이용자들의 이탈 가속화가 우려되는 상황이다. 따라서 한정된 예산으로 동백전의 순기능을 유지하기 위한 적절한 대응 방안 마련의 필요성이 대두되고 있으며, 이에 동백전의 지속가능성을 탐색하기 위한 연구가 선행된 바 있다(손지현 등, 2020; 양수연 등, 2021; 이새미, 이태원, 2021; 황영순, 2021). 그러나 지역화폐의 정책 변화가 지역화폐 이용에 미치는

<표 1>  
동백전 월 충전 한도 및 캐시백 요율 변화

| 기간                         | 월 충전 한도                        | 캐시백 요율                          |
|----------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| 2019.12.30<br>~ 2020.04.30 | 100만 원                         | 10%                             |
| 2020.05.01<br>~ 2020.06.30 | 50만 원                          | 6%                              |
| 2020.07.01<br>~ 2020.11.16 | 50만 원                          | 10% (10만 원 이하)<br>5% (10~50만 원) |
| 2020.11.17<br>~ 2021.01.08 | 중단                             | 중단                              |
| 2021.01.09<br>~ 2021.07.01 | 30만 원                          | 10%                             |
| 2021.07.02<br>~ 2021.08.31 | 50만 원                          | 10%                             |
| 2021.09.01<br>~ 2021.10.31 | 60만 원                          | 10%<br>(전통시장<br>9월 한 달간 15%)    |
| 2021.11.01<br>~ 2021.12.31 | 100만 원                         | 10%                             |
| 2022.01.01<br>~ 2022.07.31 | 50만 원                          | 10%                             |
| 2022.08.01<br>~            | 30만 원<br>(9월 한 달간<br>최대 60만 원) | 5%<br>(9/1~9/15일 10%)           |

영향에 집중한 연구는 부족했으며, 현재 지역화폐의 인센티브 체계 변화의 필요성이 꾸준히 제기되고 있는 만큼, 캐시백 환급 정책 변화에 따른 실질적 이용 현황을 파악하는 것은 중요하다.

## 2.2 지역화폐의 역할과 효과

지역화폐의 도입 목적이 지역경제 활성화에 초점이 맞춰져 있는 만큼, 지역화폐의 경제적 효과와 관련한 연구가 활발히 이루어져 왔다. 무엇보다 2019년을 기점으로 지역화폐를 발행한 지자체 수가 증가하면서 경제적 효과 측면에서의 지역화폐 관련 연구가 꾸준히 이루어졌다(김영철, 2021; 박경영, 2021; 송경호, 이환웅,

2021; 양준석 등, 2022; 여효성, 김성주, 2019). 적지 않은 선행연구들에서는 지역화폐가 지역경제 활성화에 긍정적인 영향을 미친다고 보았으며, 지역화폐가 골목상권 활성화와 소상공인 보호 측면에서 긍정적 효과가 있다고 보았다(김영철, 2021). 양준석 등(2022)은 지역화폐의 경제적 효과를 순 소비 증가효과와 소상공인 매출 증가효과, 그리고 역내매출 전환효과로 보다 세분화하여 설문조사 방식을 통해 각각을 측정하였다. 이들은 지역화폐가 역내소비 촉진, 소상공인 지원 효과뿐만 아니라 새로운 소비 창출을 통한 지역경제 활성화에 긍정적 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다. 이와 반대로 지역화폐가 지역경제 활성화라는 기존의 도입 목적에 부합하지 않으며, 오히려 여러 부작용을 양산한다고 보는 시각도 존재한다(송경호, 이환웅, 2021). 이처럼 선행연구들은 지역경제 활성화 측면에서 지역화폐의 실질적 효용성에 관해 논하며, 이에 따른 다양한 시사점을 제공하고자 하였다.

하지만 지역화폐 정책 변화와 관련한 연구는 그 중요성에 비하면 다소 미흡했다. 실제로 지역화폐의 혜택 제공 정책이 추가적인 지출을 만들어내는 것으로 밝혀졌으며(양준석 등, 2022), 특히 캐시백 혜택은 지역화폐의 지속적인 이용을 높이는 데 중요하게 작용한다는 연구 결과도 있다(김민정 등, 2021). 정필문 등(2022)은 캐시백 혜택이 매출에 미치는 영향을 분석하였고, 그 결과 캐시백 혜택이 매출 증대에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 그러나 캐시백 혜택이 모든 소상공인에게 균등하게 적용되는 것은 아니라 지적하며, 이에 대한 대책 마련의 필요성을 제기하였다. 앞선 연

구의 경우 일부 업종에 제한된 결과이나, 지역화폐의 혜택 적용이 업종에 따라 차이가 있으며, 일부 업종은 혜택에서 소외되고 있음이 밝혀지기도 하였다(송경호, 이환웅, 2021). 따라서 동백전 캐시백 환급 정책 변화 전·후를 비교하는 데 있어 업종별 분석은 필수적이라 할 수 있다.

선행연구를 살펴본 결과, 그동안의 지역화폐 관련 연구들은 지역화폐의 경제적 효과와 관련해서 활발히 이루어졌으나, 지역화폐의 정책 변화가 소비 활성화에 미치는 영향을 탐구하고자 한 연구는 부족했음을 알 수 있다. 그러나 다수의 선행연구에서는 지역화폐 캐시백 환급 정책이 지역화폐 이용 활성화에 직접적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 따라서 동백전의 지속 가능성에 대한 논의를 위해서는 전반적인 이용 현황과 더불어 정책 변화에 따른 소비 행태 변화를 우선 살펴볼 필요가 있다. 이에 본 연구는 동백전의 이용 현황과 정책 변화에 따른 이용 행태 변화를 지역별, 업종별, 소비자 특성별에 따라 살펴보고자 한다. 무엇보다 2000년대 이후 디지털 데이터의 양이 방대해지면서 빅데이터의 중요성이 대두되었고(이연수, 김혜진, 2021), 빅데이터 분석은 새로운 가치를 창출하는 데 유용하다는 점에서 산업적·정책적 활용성이 점차 커지고 있다(이성호, 최석환, 2020). 따라서 동백전 가맹점 거래 데이터 분석에 기반한 본 연구 결과는 동백전의 효율적이고 지속가능한 운영정책 수립의 기초 자료로 활용될 수 있을 것이라 생각된다. 이에 본 연구는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

**연구문제 1. 동백전의 지역별, 업종별, 소비자**

**특성별 이용 현황은 어떠한가?**

**연구문제 2. 동백전 정책 변화 전·후 동백전 소비량은 지역별, 업종별, 소비자 특성별로 어떠한 차이를 보이는가?**

**III. 연구방법**

본 연구에서는 동백전의 전반적인 이용 현황과 캐시백 혜택과 관련한 정책 변화 전·후 현황을 살펴보기 위해 동백전 가맹점 거래 데이터를 분석에 활용하였다. 분석 데이터는 동백전 가맹점 업종을 기준으로 소비자의 성별, 연령대와 거래가 발생한 지역, 이에 따른 거래 건수 및 거래 금액으로 구성되어 있다.

동백전의 경우 비씨카드, 하나카드 등 발급 카드사가 다양하여, 현재 동백전 운영대행사가 부산은행인 점을 고려해 분석 업종을 BC카드 업종 분류 기준으로 모두 통일하였다. 이에 따라 동백전 가맹점을 총 34개 업종으로 분류하였으며, 거래가 발생하지 않은 업종과 부정확하게 레이블링 된 업종은 제외하였다. 그리고 이를 다시 유사 업종끼리 묶어 동백전 가맹점을 총 19개 업종으로 재분류하였다.

분석 데이터는 105,443,615건의 데이터 중 105,205,680건의 데이터를 분석에 활용하였다. 237,935건은 부정확한 업종 분류로 분석에서 제외하였다. 그리고 데이터 시각화 도구인 태블로(Tableau)를 활용해 데이터 분석 및 시각화를 진행한 후 지역별, 업종별, 소비자 특성별 이용 현황과 동백전 정책 변화 전·후 소비량 변화 추이를 탐색적으로 분석하였다.

분석 시기는 2022년 1월부터 2022년 12월까지

지이며, 동백전 캐시백 환급 정책 변화(<표 1> 참조)가 일어난 8월 전·후 3개월을 기준으로 이용 변화 추이를 살펴보았다. 그동안 동백전 캐시백 환급 정책은 지속적인 변동이 있었지만, 2022년에 들어서면서 비교적 변동 없이 1월부터 7월까지의 월 충전 한도 50만 원과 캐시백 요율 10%, 8월부터는 월 충전 한도 30만 원과 캐시백 요율 5%를 유지해왔다. 따라서 본 연구에서는 2022년 8월을 캐시백 정책 변화 전·후 비교를 위한 기준시점으로 설정하였다.

## IV. 연구결과

### 4.1 동백전 이용 현황

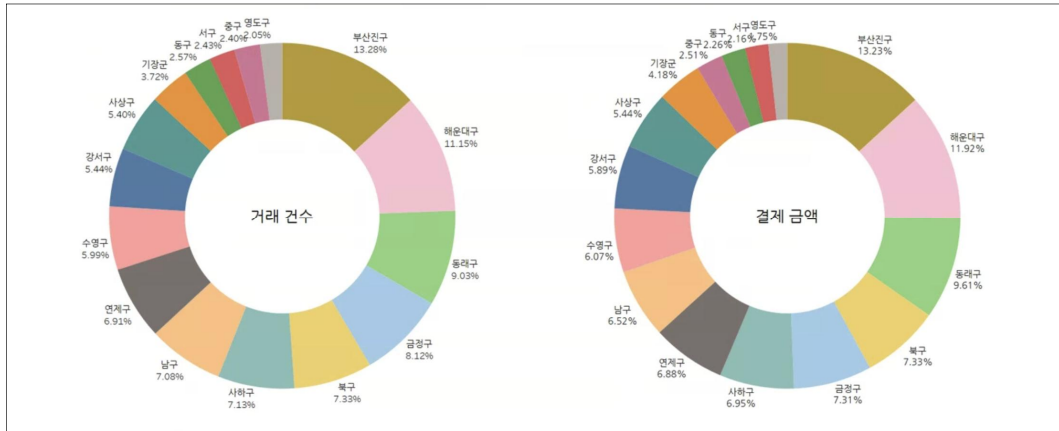
동백전의 정책 변화에 따른 소비 변화를 파악하기 위해 본 연구는 동백전의 전반적인 이용 현황을 살펴보기 위한 기초 분석을 수행하였다. 2022년 동백전 이용 현황은 <표 2>에 제시된 바와 같이 거래 건수는 105,205,680건, 결제 금액은 2,134,999,755,462원으로 나타났다. 월별 이용 현황을 살펴보면, 월 충전 한도와 캐시백 요율이 줄어들었던 8월의 거래 건수와 결제 금액은 각각 전월 대비 26.36%, 36.70% 감소한 것으로 확인되었다. 월 충전 한도 50만 원과 캐시백 요율 10%가 유지되었던 1월에서 7월 사이, 결제 금액의 가장 큰 감소율이 3.52% (6월)인 것과 비교하면, 동백전의 캐시백 환급 정책 변화가 동백전 이용에 상당한 영향을 미쳤음을 알 수 있다.

<표 2> 2022년 동백전 월별 이용 현황

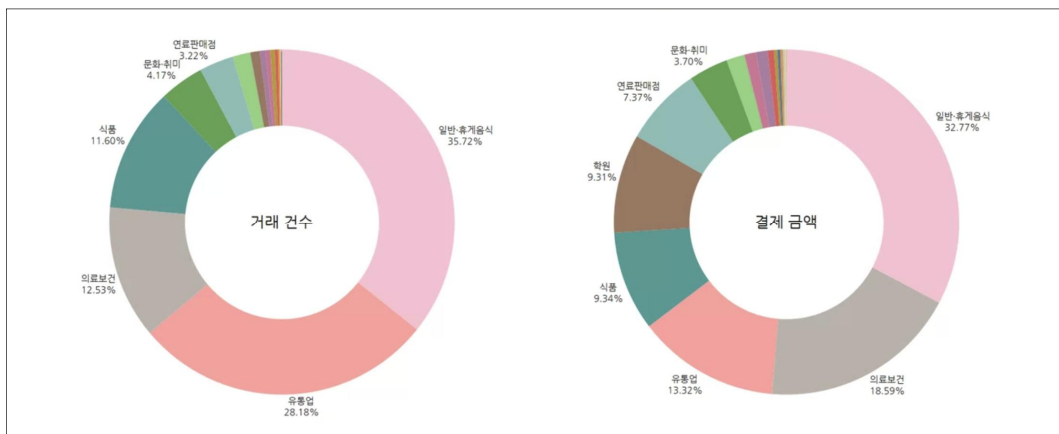
| 2022년 | 거래 건수(건)    | 결제 금액(원)          |
|-------|-------------|-------------------|
| 1월    | 8,213,056   | 183,289,798,582   |
| 2월    | 8,166,473   | 178,067,423,429   |
| 3월    | 10,000,278  | 205,251,132,832   |
| 4월    | 9,736,472   | 204,200,645,850   |
| 5월    | 11,542,009  | 236,430,605,010   |
| 6월    | 11,201,095  | 228,101,835,723   |
| 7월    | 10,751,856  | 226,535,086,709   |
| 8월    | 7,917,496   | 143,407,686,651   |
| 9월    | 8,726,612   | 179,520,598,151   |
| 10월   | 7,272,296   | 131,843,422,647   |
| 11월   | 6,447,618   | 117,649,478,265   |
| 12월   | 5,230,419   | 100,702,041,613   |
| 합계    | 105,205,680 | 2,134,999,755,462 |

지역별 동백전 이용 현황을 살펴보면, <그림 1>에 제시된 바와 같이 부산시 16개 지역 중 전체 거래 건수에서 차지하는 비율이 부산진구(13.28%), 해운대구(11.15%), 동래구(9.03%), 금정구(8.12%), 북구(7.33%) 순으로 높게 나타났으며, 전체 결제 금액에서 차지하는 비율은 부산진구(13.23%), 해운대구(11.92%), 동래구(9.61%), 북구(7.33%), 금정구(7.31%) 순으로 높게 나타났다. 반면에 영도구, 중구, 서구, 동구 등 원도심 지역에서의 동백전 소비량은 상대적으로 적은 것으로 나타났다. 이는 지역 간 동백전의 이용에 편차가 존재함을 의미한다. 또한 지역별 결제 가맹점 수와 결제 금액 간에 대체로 비슷한 경향이 확인되어, 동백전 가맹점의 공급이 수요에 영향을 미치는 것을 확인하였다.

업종별 동백전 이용 현황을 살펴보면, 19개 업종 중 전체 거래 건수에서 차지하는 비율이 일반·휴게음식(35.72%), 유통업(28.18%), 의료보건(12.53%), 식품(11.60%), 문화·취미(4.17%) 순으로 높게 나타났으며, 전체 결제 금액의 경우, 일반·휴게음식(32.77%), 의료보건



<그림 1> 지역별 동백전 거래 건수 및 결제 금액



<그림 2> 업종별 동백전 거래 건수 및 결제 금액

(18.59%), 유통업(13.32%), 식품(9.34%), 학원 (9.31%) 순으로 높게 나타났다. 그리고 <그림 2>에 제시된 바와 같이 일반·휴게음식, 유통업, 의료보건 3개의 업종이 전체 거래 건수(약 76%), 결제 금액(약 64%)의 절반 이상을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이는 동백전의 이용이 특정 업종에 편중되어 있다고 볼 수 있다.

소비자 특성별 이용 현황을 살펴보면, 거래 건수 비율에서는 남성이 44.37%, 여성이

55.63% 차지하는 것으로 나타났으며, 결제 금액 비율에서는 남성과 여성이 각각 43.69%, 56.31% 차지하는 것으로 확인되었다. 연령에 따라서는 전체 거래 건수에서 차지하는 비율이 40대(24.53%), 50대(21.09%), 30대(20.61%), 60대(14.43%), 20대(14.12%) 순으로 높았으며, 결제 금액에서는 40대(27.26%), 50대(21.93%), 30대(19.15%), 60대(15.46%), 20대(10.31%) 순으로 높게 나타났다.

동백전의 지역별 업종 이용 현황을 살펴보면, 대부분 지역에서의 거래 건수와 결제 금액 상위 업종은 일반·휴게음식, 유통업, 의료보건, 식품, 학원인 것으로 확인되었으며, 소비 양상도 대체로 유사한 것으로 나타났다. 그러나 사상구의 경우, 연료판매점에서의 결제 금액이 다른 지역에 비해 상대적으로 높은 것으로 확인되었다. 또한 모든 지역에서 유통업의 거래 건수가 의료보건보다 높았으나, 결제 금액에서 차지하는 비율은 강서구, 기장군, 사상구를 제외한 모든 지역에서 의료보전이 유통업보다 높은 것으로 확인되었다.

연령별 업종 이용 현황에서도 연령별 이용 상위 업종들이 대체로 유사한 것으로 확인되었다. 구체적으로 20대부터 60대까지는 일반·휴게음식 업종에서의 결제 금액이 높았으나, 10대에서는 학원(51.01%), 70대에서는 의료보건(28.36%) 업종의 결제 금액이 높은 것으로 나타났다. 특히 10대의 경우 학원(51.01%)에서의 소비가 절반 이상인 것으로 나타났으며, 20대

(46.49%)는 일반·휴게음식에서의 소비가 절반 가까이 되는 것으로 확인되었다. 이는 10대와 20대의 동백전 소비가 타 연령대에 비해 비교적 하나의 업종에 집중된 경향이 있다고 볼 수 있다.

#### 4.2 동백전 정책 변화에 따른 소비 변화

동백전 정책 변화에 따른 지역별 결제 금액 변화 추이를 살펴보면, <표 3>에서 확인할 수 있듯, 대부분 지역의 결제 금액 증감 추이는 비교적 비슷한 것으로 확인되었다. 정책 변화로 인해 월 충전 한도와 캐시백 요율이 감소하였던 8월에는 모든 지역의 결제 금액이 큰 폭으로 감소하였고, 감소율은 대체로 비슷한 것으로 확인되었다. 동구가 전월 대비 39.85%로 가장 큰 감소율을 보였으며, 서구가 32.31%로 상대적으로 낮은 감소율을 보였다. 9월에는 모든 지역의 동백전 결제 금액이 큰 폭으로 증가하였는데, 이는 추석을 맞아 일시적으로 혜택이 증가

<표 3> 지역별 동백전 결제 금액 증감률(%)

| 구분   | 5월    | 6월    | 7월    | 8월     | 9월    | 10월    | 11월    |
|------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|
| 강서구  | 14.05 | -2.33 | -4.82 | -39.13 | 25.08 | -25.90 | -11.79 |
| 금정구  | 16.69 | -4.64 | -4.93 | -36.56 | 27.69 | -24.95 | -11.20 |
| 기장군  | 16.48 | -5.53 | 1.15  | -36.39 | 22.31 | -26.54 | -13.27 |
| 남구   | 9.49  | 2.46  | 1.21  | -36.59 | 28.44 | -27.54 | -10.70 |
| 동구   | 19.51 | -3.58 | -4.80 | -39.85 | 21.05 | -23.05 | -9.67  |
| 동래구  | 14.25 | -2.76 | 1.94  | -37.70 | 26.99 | -27.76 | -10.76 |
| 부산진구 | 15.59 | -3.31 | -1.03 | -37.83 | 24.75 | -26.80 | -9.53  |
| 북구   | 16.45 | -4.25 | -1.24 | -36.19 | 23.77 | -25.38 | -10.00 |
| 사상구  | 21.94 | -2.80 | 0.41  | -32.46 | 27.76 | -28.84 | -9.65  |
| 사하구  | 16.29 | -2.83 | 0.91  | -36.99 | 24.45 | -26.64 | -10.83 |
| 서구   | 15.69 | -2.73 | 0.47  | -32.31 | 18.59 | -23.00 | -10.44 |
| 수영구  | 17.75 | -7.65 | -2.78 | -33.84 | 25.93 | -25.21 | -11.68 |
| 연제구  | 13.53 | -3.50 | 1.50  | -37.15 | 25.85 | -27.81 | -9.42  |
| 영도구  | 21.15 | -3.41 | -7.01 | -32.36 | 22.36 | -25.05 | -12.53 |
| 중구   | 18.81 | -7.23 | -5.61 | -37.80 | 29.76 | -24.81 | -14.67 |
| 해운대구 | 15.54 | -4.05 | 1.99  | -37.39 | 22.83 | -27.40 | -10.96 |



하였기 때문으로 볼 수 있다. 그러나 이후 10월에는 9월의 증가율과 비슷한 수준의 감소율을 보임으로써 동백전의 혜택이 동백전 이용에 직접적인 영향을 주는 것을 알 수 있다.

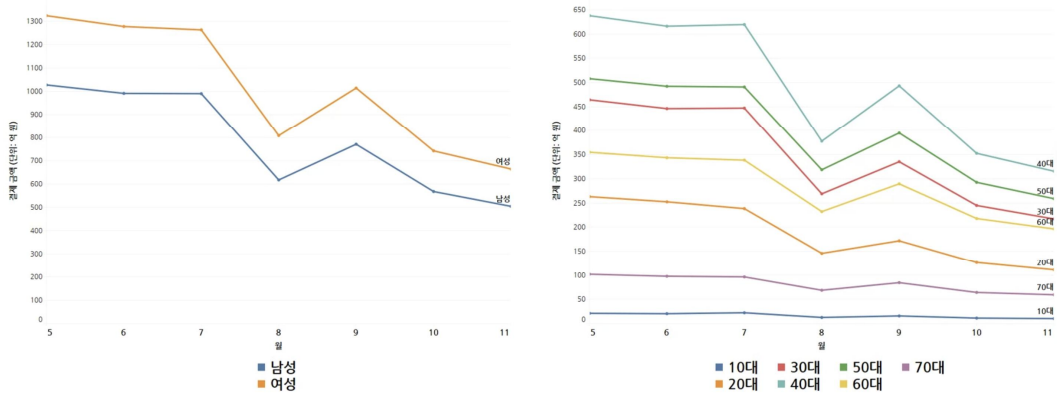
동백전 정책 변화에 따른 업종별 결제 금액 변화 추이를 살펴보면, <표 4>에 제시된 바와 같이 정책 변화 시점인 8월에 농업을 제외한 모든 업종에서의 결제 금액이 큰 폭으로 감소하였으며, 업종에 따라 감소율에는 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 식품(-27.19%), 유통업(-29.35%), 일반·휴게음식(-34.37%) 순으로 낮은 감소율을 보였으며, 주로 생활 필수재 업종에서 낮은 감소율이 확인되었다. 반면, 가구(-76.08%), 유흥단란(-73.64%), 의류(-59.01%) 순으로 높은 감소율을 보였으며, 이들 업종이 포함된 비필수재 업종들에서 높은 감소율이 확인되었다. 이러한 감소 추이는 지역별 업종 결제 금액에서도 유사하게 확인되었다.

일시적으로 혜택이 증가하였던 9월에는 비필수재 업종에서의 소비가 상대적으로 높은 증가율을 보였지만, 이후 다시 큰 폭으로 감소하였다. 이는 생활 필수재 업종에 비해 비필수재 업종에서 동백전 정책 변화에 따른 소비 변화가 비교적 두드러지게 나타난다고 볼 수 있다.

소비자 특성별 동백전 결제 금액 변화 추이를 살펴보면, <그림 3>에서 확인할 수 있듯 모든 성별, 연령대의 증감 추이는 비슷하게 나타났다. 남성과 여성은 정책 변화 시점인 8월, 각각 37.58%, 36.00%의 감소율을 보였으며, 연령에서는 10대(-42.66%), 30대(-39.87%), 40대(-39.03%) 순으로 전월 대비 높은 감소율을 보였다. 또한 타 연령대에 비해 동백전 소비가 저조했던 20대는 높은 이용률을 보였던 30, 40대와 비슷한 감소율(38.80%)을 보이는 것으로 확인되었다.

<표 4> 업종별 동백전 결제 금액 증감률(%)

| 구분      | 5월     | 6월     | 7월     | 8월     | 9월     | 10월    | 11월    |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 가구      | -7.32  | -3.00  | -24.12 | -76.08 | 40.17  | -48.13 | -15.29 |
| 건축      | -10.18 | 5.43   | -17.79 | -52.66 | 44.62  | -37.92 | -11.85 |
| 기타      | 6.87   | -3.05  | -18.85 | -37.75 | 35.11  | -24.87 | -8.08  |
| 농업      | -23.66 | -37.68 | -13.73 | 15.76  | 23.58  | -35.92 | -60.67 |
| 문화·취미   | 21.88  | -8.98  | -4.18  | -47.28 | 34.49  | -25.89 | -15.22 |
| 생활용품    | 15.87  | -6.18  | -1.15  | -50.55 | 36.78  | -36.28 | -9.21  |
| 수리서비스   | -15.39 | -27.65 | -32.79 | -35.09 | 33.52  | 13.08  | -18.44 |
| 숙박업     | 20.71  | -9.24  | -26.57 | -42.29 | 31.57  | -22.91 | -14.18 |
| 식품      | 14.00  | -7.44  | -2.67  | -27.19 | 49.44  | -40.14 | -8.76  |
| 연료판매점   | 18.67  | 1.30   | 8.66   | -41.47 | 22.31  | -26.01 | -9.51  |
| 용역서비스   | -3.95  | 15.88  | -13.03 | -43.39 | 39.26  | -22.12 | -16.34 |
| 유통업     | 14.47  | 0.34   | -4.33  | -29.35 | 21.35  | -28.24 | -10.05 |
| 유흥단란    | 20.79  | -6.33  | -64.21 | -73.64 | 134.77 | -50.67 | 74.33  |
| 의료보건    | 4.37   | -1.78  | 3.87   | -39.63 | 27.78  | -28.44 | -5.54  |
| 의류      | 20.34  | -16.98 | -20.24 | -59.01 | 50.40  | -11.64 | -19.11 |
| 일반·휴게음식 | 26.59  | -5.61  | -2.07  | -34.37 | 14.66  | -18.79 | -15.84 |
| 자동차정비   | 2.82   | -3.63  | 1.42   | -48.87 | 36.36  | -35.02 | -8.83  |
| 자동차판매   | 8.45   | -6.04  | -38.12 | -40.08 | 45.84  | -44.52 | 12.55  |
| 학원      | 6.69   | 1.06   | -3.23  | -40.89 | 35.00  | -31.28 | -1.97  |



<그림 3> 소비자 특성별 동백전 결제 금액 추이

<표 5> 연령별 소비 상위 업종 결제 금액 증감률(%)

| 연령 \ 업종 | 일반·휴게음식 |       | 유통업    |       | 의료보건   |       | 식품     |       | 학원     |       |
|---------|---------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
|         | 8월      | 9월    | 8월     | 9월    | 8월     | 9월    | 8월     | 9월    | 8월     | 9월    |
| 10대     | -37.23  | -5.57 | -37.25 | 13.45 | -48.60 | 37.12 | -34.32 | 22.62 | -41.55 | 32.67 |
| 20대     | -36.27  | 13.84 | -31.82 | 14.12 | -43.11 | 21.31 | -30.57 | 29.93 | -51.35 | 24.88 |
| 30대     | -37.16  | 17.31 | -32.05 | 17.86 | -43.54 | 30.87 | -33.32 | 43.63 | -40.32 | 43.94 |
| 40대     | -36.78  | 20.57 | -32.62 | 24.94 | -43.11 | 37.40 | -31.99 | 44.33 | -39.26 | 35.56 |
| 50대     | -32.29  | 12.17 | -28.37 | 23.24 | -37.75 | 25.10 | -26.94 | 50.99 | -43.33 | 28.97 |
| 60대     | -29.21  | 9.96  | -24.11 | 22.01 | -34.37 | 23.62 | -21.93 | 57.18 | -47.91 | 40.48 |
| 70대     | -26.91  | 4.69  | -20.35 | 19.19 | -31.24 | 19.94 | -16.88 | 56.92 | -46.39 | 47.65 |

앞서 분석했던 2022년 동백전 결제 금액 상위 업종과 연령별 결제 금액 상위 업종이 유사한 것으로 나타남에 따라 결제 금액 상위 5개 업종인 일반·휴게음식, 유통업, 의료보건, 식품, 학원의 연령별 소비 변화 추이를 살펴보았다. <표 5>에 제시된 바와 같이 동백전 캐시백 혜택이 감소하였던 8월, 연령별로 가장 큰 감소율을 보인 업종은 의료보건과 학원인 것으로 확인되었다. 10대(-48.60%), 30대(-43.54%), 40대(-43.11%)는 의료보건에서의 결제 금액 감소율이 가장 높았으며, 20대(-51.35%), 50대

(-43.33%), 60대(-47.91%), 70대(-46.39%)는 학원에서의 결제 금액 감소율이 가장 높은 것으로 나타났다. 특히 학원의 건당 결제 금액(214,741원)이 타 업종에 비해 매우 높은 것으로 확인되었으며, 이를 통해 동백전이 캐시백 혜택을 받기 위한 단순 결제 수단으로 사용되는 경향이 있음을 알 수 있다. 동백전 혜택이 일시적으로 증가하였던 9월에는 10대, 30대를 제외한 전 연령에서 식품의 소비가 가장 많이 증가한 것으로 나타났으며, 식품 다음으로는 학원과 의료보건의 소비 증가가 확인되었다.

## V. 결론 및 논의

지역화폐를 운영하는 지자체들은 지역화폐 활성화를 위한 인센티브 지원 정책을 추진해 왔다. 하지만 지역화폐에 대한 정부 지원 축소와 한정된 예산으로 인센티브 지원에 부담을 느낀 지자체들은 지역화폐 혜택 축소에 나서고 있는 상황이다. 부산시 지역화폐 동백전 역시 인센티브 지원 정책으로 캐시백 혜택을 제공하고 있으나, 월 충전 한도와 캐시백 요율의 잦은 변동으로 이용자들의 이탈이 발생하고 있다. 이와 같은 상황에서 동백전의 인센티브 정책 효과와 변화에 따른 영향을 실증적으로 파악하는 것은 필요하며, 이는 효율적이고 지속가능한 동백전 운영 정책 마련에 있어서도 중요하다. 이에 본 연구는 동백전의 전반적인 이용 현황과 함께 정책 변화가 동백전 소비량에 미치는 영향에 대해 분석하였다.

분석 결과를 요약하면, 2022년 동백전 이용 현황을 분석한 결과, 캐시백 환급 정책 변화에 따라 월 충전 한도와 캐시백 요율이 하향 조정되었던 시점의 동백전 이용은 감소했으며, 상향 조정되었던 시점에는 증가한 것으로 확인되었다. 또한 지역별, 업종별, 소비자 특성별 이용 현황을 분석한 결과, 동백전의 이용이 특정 지역, 업종, 연령에 집중되는 경향이 확인되었다. 구체적으로 금정구, 동래구, 부산진구, 북구, 해운대구에서 동백전 이용이 활발한 것으로 나타났으나, 대체로 원도심 지역에서의 동백전 이용은 저조한 것으로 나타났다. 업종에서는 일반·휴게음식, 의료보건, 유통업에 동백전 이용이 집중된 것으로 나타났으며, 연령에서는 30대, 40대, 50대에서 동백전의 이용이 비교적 집중

되어 있었다. 또한 대부분 지역과 연령에서의 소비 상위 업종은 일반·휴게음식, 유통업, 의료보건, 식품, 학원인 것으로 나타났다. 동백전 정책 변화에 따른 지역별, 업종별, 소비자 특성별 소비량 변화를 분석한 결과, 대부분의 지역, 업종, 성별, 연령에서의 동백전 소비량은 큰 폭으로 감소하였다. 구체적으로 캐시백 환급 정책 변화에 따른 지역별 소비량의 증감률은 비교적 유사했으나, 업종에 따라서는 증감률에 차이가 있는 것으로 나타났다. 가장 큰 감소율을 보인 업종은 비필수재 업종인 가구, 유흥단란, 의류순으로 확인되었으며, 생활 필수재 업종인 식품, 유통업, 일반·휴게음식 순으로 낮은 감소율이 확인되었다. 그리고 연령별 소비 상위 업종의 소비량 증감률을 분석한 결과, 증감률이 큰 업종은 대체로 유사하게 의료보건, 학원, 식품인 것으로 나타났다. 이와 같은 분석 결과는 지역화폐 동백전에 한정된 결과이며, 이를 바탕으로 본 연구가 제시하고자 하는 지역화폐 정책 관련 시사점과 논의는 다음과 같다.

본 연구 결과에 따르면, 동백전의 이용 양상은 캐시백 환급 정책 변화에 따라 뚜렷한 변화를 보이는 것으로 나타났다. 특히 동백전의 혜택이 하향 조정될 경우, 소비자들에게 동백전은 소비 수단으로 선택받지 못하는 경향을 보였다. 이는 결국 동백전의 캐시백 환급 정책이 동백전의 이용을 이끄는 유인책으로 매우 효과적이지만, 혜택이 축소될 경우, 동백전의 소비 감소는 불가피하다는 것을 의미한다. 즉 본 연구에서 뿐만 아니라 여러 선행연구에서도 캐시백 운영 정책이 지역화폐를 통한 소비 촉진의 역할을 하는 것으로 나타났으나(김민정 등, 2021; 박유희 등, 2023; 양준석 등, 2022), 혜택이 지

금보다 더 하향 조정되거나 중단될 경우, 동백전은 시장에서 퇴출 수순을 밟을 수 있다는 것이다(손지현 등, 2020). 하지만 그렇다고 해서 한정된 예산으로 운영되는 캐시백 혜택을 무조건적으로 늘릴 수는 없다. 일례로 동백전은 출시 초기에 월 충전 한도 100만 원과 캐시백 요율 10%로 단기간에 많은 이용자를 확보했지만, 이는 빠른 예산 소진으로 이어져 캐시백 혜택이 중단된 적이 있다. 이처럼 캐시백 환급 정책을 기반으로 한 지역화폐의 이용자 유인 구조는 이용자 이탈, 지역화폐 운영 중단 등의 여러 한계점을 지니고 있다. 일반적인 결제 수단과 달리 소비에 여러 제약을 지니는 지역화폐의 특성상 동백전의 이용 활성화를 위해서는 일정 수준의 혜택 제공이 필요해 보이지만, 동백전의 지속적인 운영을 위한 보다 효율적인 캐시백 운영 정책이 뒷받침 되어야 할 것으로 보인다. 또한 동백전의 이용은 신도심·부도심과 원도심 지역 간의 편차가 존재했으며, 특히 업종별 편차가 두드러지게 나타났다. 이와 같은 동백전 혜택 수혜의 업종별 차이는 사용 업종을 제한하는 지역화폐의 특성에서 기인했다고 볼 수 있다. 지역화폐는 대형백화점, 대형마트, 기업형 슈퍼마켓(SSM), 온라인 가맹점 등 사용 가능 업종을 제한하고 있으며, 이에 따라 제한된 업종과 판매 제품군이 겹치는 대체 업종에서의 매출 증대 효과가 있음이 선행연구에서 밝혀진 바 있다(송경호, 이환웅, 2021). 본 연구 결과에서도 사용 제한 업종의 대표적인 대체 업종이라 할 수 있는 유통업에서의 소비가 활발한 것으로 나타났다. 그러나 반대로 판매 제품군이 중복되지 않는 업종에서는 지역화폐 혜택이 제한적으로 적용된다고 보는 시각도 존재한다(박

유희 등, 2023). 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」에 제시된 바와 같이 지역화폐는 ‘지역 내 영세·중소상공인의 소득 증대’를 위해 도입되었다(김영철, 2021). 따라서 지역화폐 혜택이 영세 소상공인과 자영업자에게 고르게 적용되도록 소외 지역과 업종에서의 동백전 이용 활성화를 위한 정책이 마련될 필요가 있다. 무엇보다 지역화폐 수요에 있어 가맹점의 지역적 분포는 중요한 결정요인이라 할 수 있다(양준석 등, 2022). 본 연구의 분석 결과에서도 지역별 결제 가맹점 수와 소비 간에 대체로 비슷한 경향이 나타나는 것이 확인되었다. 즉 실질적인 공급의 차이가 소비의 차이로 이어지고 있는 것이다. 따라서 소외 지역의 경우 가맹점 확대, 소외 업종의 경우 캐시백 차등 방안 등과 같은 보다 효율적이면서도, 동백전의 근본적인 자생력 강화를 위한 정책이 고려될 필요가 있다고 판단된다. 그리고 캐시백 환급 정책으로 인한 소비량 변화에 있어 업종별 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 비필수재 업종이 정책 변화의 영향을 상대적으로 많이 받고 있으며, 대체로 동백전의 소비가 생활 필수재 업종에 집중된 것으로 보아, 비필수재 업종에서의 영세 소상공인과 자영업자들이 동백전의 정책 변화로 인한 매출액 감소를 더욱 체감하고 있을 것이라 예상된다. 또한 동백전의 이용이 소상공인과 자영업자의 매출 증대라는 본래 취지와는 달리 캐시백 혜택을 목적으로 의료보건, 학원 등 고액 사용처에 사용이 집중된 경향을 보였다. 이는 동백전이 기존 소비의 단순 대체 수단으로 활용되고 있으며, 지역 내 영세 소상공인과 자영업자에게 실질적인 도움이 되지 못하고 있음을 의미하기도 한다. 이러한 분석 결과는

결국 업종별 캐시백 비율의 차등 적용이 필요함을 시사한다.

본 연구는 동백전의 이용 현황과 지역화폐의 정책 변화에 따른 소비 변화를 동백전 가맹점 거래 데이터를 활용하여 실증 분석하였고, 향후 동백전의 운영 정책에 있어 기초 자료로 활용될 수 있는 의미 있는 결과를 도출하였다. 무엇보다 지역화폐의 지속적인 운영을 위한 현황 고찰과 이에 기반한 대책 마련의 필요성이 제기되고 있는 만큼, 본 연구 결과는 정책적 시사점을 가진다고 볼 수 있다.

하지만 본 연구는 분석 데이터의 제약으로 인한 몇 가지 한계점을 지니고 있다. 첫째, 본 연구에서는 동백전 가맹점의 업종을 19개 업종으로 재분류하였다. 하지만 업종 재분류에 있어서 다소 포괄적인 분류가 이루어졌다. 따라서 향후 연구에서는 보다 세분화된 업종 분류를 가지고 분석을 진행한다면 동백전의 업종별 이용 행태를 면밀히 파악할 수 있을 것이라 판단된다.

둘째, 추석을 맞아 일시적으로 캐시백 혜택이 상향 조정되었던 9월을 캐시백 혜택 증가 시점으로 보고 분석을 진행하였다. 이는 명절이라는 특수한 상황이라는 점을 고려했을 때 캐시백 상향 조정으로 인한 소비 변화를 파악하는데 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 캐시백 혜택이 상향 조정되었던 시점의 데이터와 하향 조정되었던 시점의 데이터를 활용하여 소비 변화를 분석한다면 보다 심층적인 분석을 진행할 수 있을 것이라 생각된다. 또한 본 분석에서 활용한 동백전 가맹점 거래 데이터에서 나아가 동백전 소비자 데이터의 확보가 가능하다면, 개별 소비자 중심의 데이터를 토대로 보

다 세밀한 소비 패턴 분석을 진행할 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- 김경민, “정부 지원 축소에...지역화폐 ‘계류’ 신세로,” 매일경제, Retrieved on Aug. 2021, Available: <https://www.mk.co.kr/economy/view/2022/691171>.
- 김광수, “존폐 기로 지역화폐 부산 ‘동백전’ 수명 연장 유력,” 한겨레, Retrieved on Nov. 2022, Available: <https://www.hani.co.kr/arti/area/yeongnam/1066662.html>.
- 김민정, 안민선, 정연주, 최인화, “지역화폐의 지속적 이용의도 연구-대전광역시 소비자를 중심으로,” 소비자학연구, 제32권, 제1호, 2021, pp. 123-144.
- 김성현, “기사회생한 동백전... 부산시 “캐시백 ‘30만원·5%’ 유지,” 부산일보, Retrieved on Dec. 2022, Available: <https://mobile.busan.com/view/busan/view.php?code=2022122618304146814>.
- 김성현, “혜택 확 쪼그라든 ‘동백전’ 사용액 6개월 만에 반토막,” 부산일보, Retrieved on Feb. 2023, Available: <https://mobile.busan.com/view/busan/view.php?code=2023022118222482502>.
- 김영철, “지역화폐 도입의 지역경제 영향에 관한 연구: 학술적 평가와 점검,” 한국경제연구, 제39권, 제3호, 2021, pp. 67-94.

- 김우영, 이정만, 조인성, “지역노동시장에 미친 코로나19의 영향과 지역화폐의 역할-충남 시군 사례를 중심으로,” 지역개발연구, 제53권, 제3호, 2021, pp. 1-39.
- 김향희, “동백전 10% 캐시백, 3월까지 연장,” 부산시보, Retrieved on Mar. 2020, Available: <https://www.busan.go.kr/news/totalnews01/view?dataNo=63915>.
- 김현규, 정남호, 부백, “코로나 19 상황에서 고객의 셀프서비스기술에 대한 귀인 경향이 패스트푸드점 재방문의도에 미치는 영향: 그림자노동의 관점을 중심으로,” 정보시스템연구, 제31권 제3호, 2022, pp. 109-129.
- 박경영, 김남현, 김의성, “용인 와이페이 성과분석,” 한국지역경제연구, 제19권, 제3호, 2021, pp. 87-108.
- 박유희, 심형식, 조완섭, “데이터 시각화를 통한 청주시 지역화폐 현황분석과 활성화 방안 연구,” 사회적경제와 정책연구, 제13권, 제2호, 2023, pp. 71-91.
- 손지현, 송지현, 김민수, “‘동백전’ 재정자립과 지속가능성 달성을 위한 방안 연구,” 부산광역시의회, 2020.
- 송경호, 이환웅, “지역화폐 (지역사랑상품권)의 경제적 효과: 소상공인 매출액에 미친 영향을 중심으로,” 한국경제의 분석, 제27권, 제3호, 2021, pp. 1-63.
- 양수연, 박재성, “앱 사용자 리뷰분석을 이용한 부산 지역화폐 동백전의 지속가능한 사용성 탐색,” 한국 IT 서비스학회 학술대회 논문집, 2021, pp. 621-624.
- 양준석, 장운섭, 구남규, “지역화폐의 경제적 효과에 대한 연구: 대전 지역화폐 ‘온통대전’을 중심으로,” 지방행정연구, 제36권, 제4호, 2022, pp. 235-259.
- 여효성, 김성주, “지역사랑상품권 전국 확대발행의 경제적 효과 분석,” 한국지방행정연구원 정책연구과제, 2019, pp. 1-117.
- 여효성, “지역사랑상품권의 지역경제 활성화 효과 분석,” 자치발전, 2021, pp. 36-43.
- 원동화, “지역업체 10명 중 9명 ‘동백전’ 필요… ‘부산시 동백전 활성화 마련해야,’” 부산제일경제, Retrieved on Nov. 2022, Available: <https://www.busanecconomy.com/news/articleView.html?idxno=292956>.
- 윤상호, “지역사랑상품권과 지역주민의 소비행태 변화,” 재정학연구, 제16권, 제2호, pp. 39-88.
- 이경아, “지역화폐와 소비자 상생 방안 연구,” 정책연구보고서, 2020, pp. 1-215.
- 이새미, 이태원, “지역화폐 앱 사용자 리뷰 분석을 통한 마케팅 전략 수립 - ‘동백전’과 ‘인천 e 음’을 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제21권, 제4호, 2021, pp. 111-122.
- 이성호, 최석환, “신용카드 빅데이터를 활용한 코로나 19 발생의 지역상권 영향 분석: 수원시를 사례로,” 공간과 사회, 제30권, 제3호, 2020, pp. 167-208.
- 이연수, 김혜진, “소비자 리뷰 텍스트마이닝을 이용한 신생 산업 시장 구조 분석: 국내 수제 맥주 시장의 경쟁 관계 및 시장 구조를 중심으로,” 정보시스템연구, 제30권, 제2호, 2021, pp. 189-214.

정필문, 양준석, 전보경, “지역서점 활성화를 위한 도서캐시백 사업의 효과 분석,” 문화경제연구, 제25권, 제3호, 2022, pp. 61-84.

황영순, 박충훈, 정혜진, “부산지역화폐의 경제 효과와 발전방향,” 부산발전포럼, 2021, pp. 70-75.

행정안전부, “지역사랑상품권 13.3조원 판매되어 지역경제에 온기 불어넣었다,” 보도자료, 2021.

행정안전부, “행정안전부, 2023년 지역사랑상품권 국비지원 방향 발표,” 보도자료, 2023.

#### 하 희 라 (Ha, Hee Ra)



부경대학교 미디어커뮤니케이션학을 취득하였다. 현재 부경대학교 석사과정으로 재학 중이며, 주요 관심분야는 콘텐츠 산업, OTT 서비스 등이다.

#### 최 재 서(Choi, Jae Seo)



부경대학교 신문방송학과 미디어커뮤니케이션학 석사를 취득하였다. 현재 고려대학교 미디어학과 박사과정으로 재학 중이며, 주요 관심분야는 엔터테인먼트 산업, 플랫폼 비즈니스, 데이터 분석 등이다.

#### 김 정 환(Kim, Jung Hwan)



고려대학교 미디어학사, 석사, 박사학위를 취득하였다. 현재 부경대학교 미디어커뮤니케이션학부 조교수로 재직 중이며, 주요 관심분야는 플랫폼 생태계와 미디어경영 등이다.

<Abstract>

## **Analysis of the Impact of Changes in Local Currency Policy on Consumption Activation: Focusing on the case of ‘Dong Baek Jeon’ in Busan**

Ha, Hee Ra · Choi, Jae Seo · Kim, Jung Hwan

### **Purpose**

The purpose of this study is to analyze the impact of policy changes in Busan’s local currency, Dong Baek Jeon, on the use of Dong Baek Jeon. In particular, this study tried to investigate consumption changes due to changes in local currency policy depending on the region, industry, and consumer characteristics.

### **Design/methodology/approach**

This study used the transaction data of Dong Baek Jeon franchise for analysis. Specifically, the data from January 2022 to December 2022 were used to analyze the current status of the use of Dong Baek Jeon and changes in consumption before and after policy changes.

### **Findings**

As a result of the analysis, the consumption of Dong Baek Jeon tended to be concentrated in specific regions, industries, and ages. In most regions and ages, the top consumption industries were similar. The use of Dong Baek Jeon showed a clear change in the pattern of use depending on policy changes. Specifically, when the benefits were revised downward, the use of Dong Baek Jeon decreased, and when it was revised upward, it increased. Depending on the policy change, the rate of increase and decrease by region and consumer characteristics was relatively similar, but it was confirmed that there was a difference in the rate of increase and decrease depending on the industry.

**Keyword:** Local Currency, Policy Analysis, Regional Economy, Big Data, Small Business

\* 이 논문은 2023년 5월 19일 접수, 2023년 6월 4일 1차 심사, 2023년 8월 30일 게재 확정되었습니다.