

보도자료

이 자료는 5.7(화) 10:00부터 취급하여
주시기 바랍니다.

제 목 : 부산지역 소비유출입의 특징과 동남권 거점도시로서의 정책적 시사점

□ 5.7일(화) 한국은행 부산본부는 조사연구보고서 「부산지역 소비유출입의 특징과 동남권 거점도시로서의 정책적 시사점」을 발표*

* 본 보고서의 내용은 작성자 개인의견이며 한국은행 공식견해와는 무관합니다. 따라서 본 보고서의 내용을 보도하거나 인용할 경우에는 작성자 이름을 반드시 명시하여 주시기 바랍니다.

부산지역 소비유출입의 특징과 동남권 거점도시로서의 정책적 시사점(요약)

- ◆ 부산은 주요 관광도시이자 동남권 거점도시로서 지역경제의 지속적인 발전을 위해서는 타지역으로부터의 안정적인 유입 수요가 중요
 - 최근 인구유출 등으로 자체적인 소비동력이 약화된 데다, 팬데믹 이후 경제주체들의 소비행태에도 변화가 나타나고 있어
 - ⇒ 부산지역의 소비유출입 현황을 점검하고 대응전략을 모색할 필요
- ◆ 신용카드 사용액 데이터를 분석한 결과 최근 부산지역 소비유출입에는 다음과 같은 특징이 나타남
 - ① 팬데믹 이후 소비패턴 변화 등으로 소비유입 부진이 고착화되는 경향
 - ② 권역내(울산, 경남)로부터의 소비유입이 저조하여 동남권 소비 연계가 약화
 - ③ 소비유입이 관광부문에 편중되어 지역의 경기 변동성이 확대
 - ④ 수도권에 대한 만성적 소비유출입 수지 적자와 소비 의존 경향은 완화
- ◆ 소비유입이 안정적인 성장동력으로 지역경제에 기여하기 위해서는 소비유입의 구조적 취약점에 대응한 정책방안을 마련할 필요

“자세한 내용은 <붙임> 참조”

문의처 : 한국은행 부산본부 경제조사팀 과장 문수성, 조사역 김지원

Tel : 051-240-3853, 3860

E-mail : bokbusan@bok.or.kr

“한국은행 부산본부의 보도자료는 한국은행 홈페이지(<http://www.bok.or.kr>)의 ‘지역본부-부산본부’에도 수록되어 있습니다.”



한국은행 부산본부

부산지역 소비유출입의 특징과 동남권 거점도시로서의 정책적 시사점

2024. 5.

한국은행 부산본부

<작성자> 부산본부 경제조사팀 문수성 과장, 김지원 조사역

<조언자> 박법준 팀장

본 보고서의 내용은 작성자 개인 의견이며 한국은행의 공식견해와는 무관합니다.
본 보고서의 내용을 보도하거나 인용할 경우에는 작성자 이름을 반드시 명시
하여 주시기 바랍니다.

차 례

< 요약 >

I. 검토 배경	1
II. 부산의 지역간 소비유출입 현황	4
1. 지역내 소비유입	
2. 지역외 소비유출	
3. 소비유출입의 구조적 특성	
III. 최근 부산지역 소비유출입의 주요 특징	8
1. 팬데믹 영향의 고착화 경향	
2. 권역내로부터 소비유입의 부진	
3. 유입 부문 편중에 따른 높은 변동성	
4. 수도권에 대한 소비의존도 다소 완화	
IV. 종합평가 및 시사점	16
1. 종합평가	
2. 정책적 시사점	

<참고문헌>

부산지역 소비유출입의 특징과 동남권 거점도시로서의 정책적 시사점(요약)

- ◆ 부산은 주요 관광도시이자 동남권 거점도시로서 지역경제의 지속적인 발전을 위해서는 타지역으로부터의 안정적인 유입 수요가 중요
 - 최근 인구유출 등으로 자체적인 소비동력이 약화된 데다, 팬데믹 이후 경제주체들의 소비행태에도 변화가 나타나고 있어 부산지역의 소비유출입 현황을 점검하고 대응전략을 모색할 필요
- ◆ 신용카드 지출 데이터를 분석한 결과 최근 부산지역 소비유출입에는 다음과 같은 특징이 나타남
 - ① 팬데믹 이후 소비패턴 변화 등으로 소비유입 부진이 고착화되는 경향
 - ② 권역내(울산, 경남)로부터의 소비유입이 저조하여 동남권 소비연계가 약화
 - ③ 소비유입이 관광부문에 편중되어 지역의 경기 변동성이 확대
 - ④ 수도권에 대한 만성적 소비유출입 수지 적자와 소비 의존 경향은 완화
- ◆ 소비유입이 안정적인 성장동력으로 지역경제에 기여하기 위해서는 소비유입의 구조적 취약점에 대응한 정책방안을 마련할 필요

I. 검토 배경

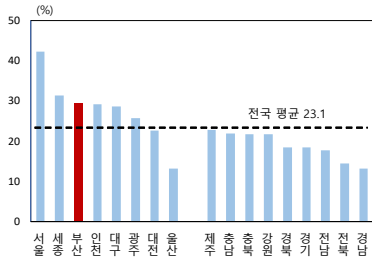
- 부산은 주요 관광도시이자 동남권의 거점도시로서 지역경제의 지속적인 발전을 위해서는 타지역으로부터의 안정적인 유입 수요가 중요
 - 최근 인구유출 지속 등으로 자체적인 소비동력이 약화된 데다, 팬데믹 이후 경제주체들의 소비행태에도 변화가 나타나고 있어 부산지역의 소비유출입 현황을 점검하고 대응전략을 모색할 필요
- ⇒ 2018 ~ 2023년중 청구지·가맹지별 신용카드 지출 데이터를 활용하여 소비자들의 지역간 지출행태를 살펴보고 정책적 시사점을 도출하고자 함

II. 부산의 지역간 소비유출입 현황

1 지역내 소비유입

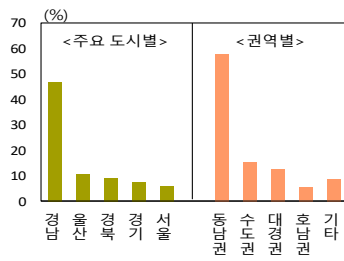
- 2023년중 부산지역내 신용카드 지출은 지역거주자 70.7%, 외지인 29.3%로 타지역에서의 유입 비중(소비유입률)이 전국 17개 시도 중 3번째로 높았음
 - 외지인의 부산지역내 지출은 지역별로는 경남(47.1%), 울산(10.6%) 등의 비중이 높았으며, 품목별로는 오프라인 유통(34.5%)과 요식업소(24.5%) 순

지역별 소비유입률¹⁾



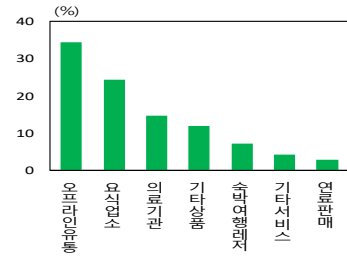
주: 1) 2023년 지역내 전체 지출액 중 타지역 주민의 지출 비중
자료: 하나·NH농협카드

유입소비의 지역별 구성¹⁾



주: 1) 2023년 기준
자료: 하나·NH농협카드

외지인의 부산지역내 지출 품목 구성

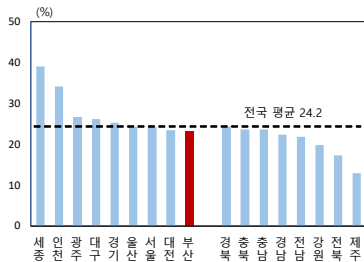


주: 1) 2023년 기준
자료: 하나·NH농협카드

2 지역외 소비유출

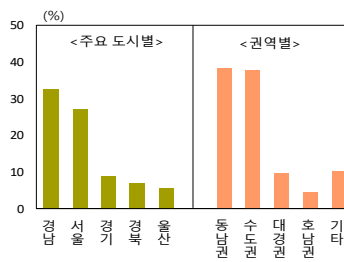
- 2023년중 부산 주민의 신용카드 지출은 부산지역 내에서 77%, 지역외에서 23% 이루어져 **역외소비 비중(소비유출율)**이 17개 시도중 **12번째** 수준
 - 부산주민들의 지역외 지출은 지역별로는 경남(32.6%), 서울(27.1%) 등이 큰 비중을 차지한 가운데, 품목별로는 요식업소(24.4%), 오프라인 유통(22.5%), 의료기관(12.2%) 순

지역별 소비유출률¹⁾



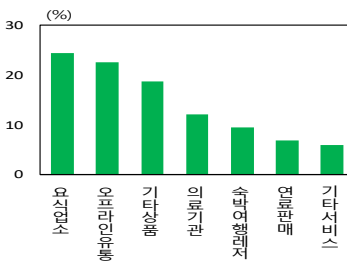
주: 1) 2023년 부산주민의 전체 지출액 중 타지역에서의 지출 비중
자료: 하나·NH농협카드

유출소비의 지역별 구성¹⁾



주: 1) 2023년 기준
자료: 하나·NH농협카드

부산주민의 지역외 지출 품목 구성



주: 1) 2023년 지역내 전체 지출액중 타지역 주민의 지출 비중
자료: 하나·NH농협카드

3 소비유출입의 구조적 특성

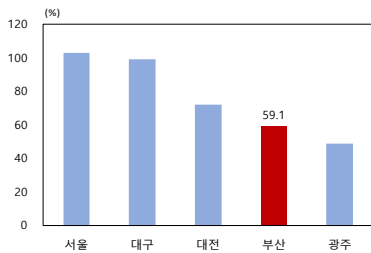
- 소비유입과 유출 규모를 서로 비교해 보면 부산은 2023년중 소비유출입 비율 (소비유입액/소비유출액)이 1.4배로 소비가 순유입되는 **소비유입형 지역**으로 분류
 - 여타 대도시(서울, 대구, 대전, 광주)들과 비교해 **권역내 소비 거점도시**로서의 특징이 뚜렷

Ⅲ. 최근 부산지역 소비유출입의 주요 특징

1 팬데믹 영향의 고착화 경향

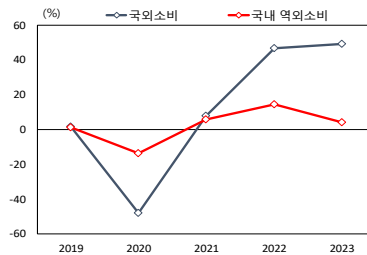
- 부산은 소비유출입 측면에서 2023년에도 팬데믹의 영향이 해소되지 않은 모습
 - 해외여행 확대 뿐만 아니라 팬데믹 이후 경제주체들의 선호 변화 등 구조적 요인에도 기인한 것으로, 낮아진 소비유입률이 고착화될 가능성

주요 대도시 소비유입률 회복 정도¹⁾



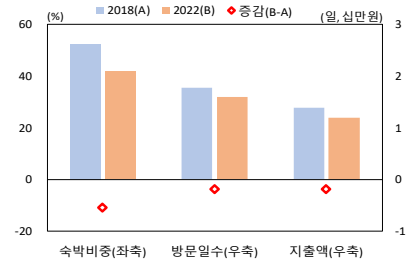
주: 1) (2020년 대비 2023년 상승폭) / (2018~19년 연평균 대비 20년 하락폭) × 100
자료: 하나·NH동협카드

국외소비 및 국내 역외소비¹⁾



주: 1) 전국 신용카드 사용자의 지역외 소비 및 국외 지출 전년대비 증감률
자료: 하나·NH동협카드

국내 관광트렌드 변화



자료: 국민여행조사(한국관광공사)

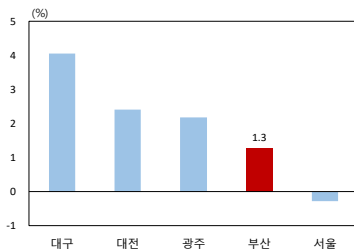
2 권역내로부터의 소비유입 부진

- 부산은 권역내 인근지역(경남, 울산)에서의 소비유입이 타권역 대도시들과 비교해 부진한 상황으로 동남권내 지역간 소비 연계 약화*

* 소비통합도 2018년 9.3% → 2023년 8.7%

- 이는 쇼핑·관광 부문에서 부산에 대한 인근지역들의 선호가 낮아지고 동남권내 소비처로서 부산의 중요도가 점차 약화되고 있음을 방증
 - 울산의 경우 관광 관련 소비가 부산에서는 감소(-3.0%)한 반면 대경권(+15.8%)에서는 증가

권역 주요 대도시별 소비유입¹⁾²⁾



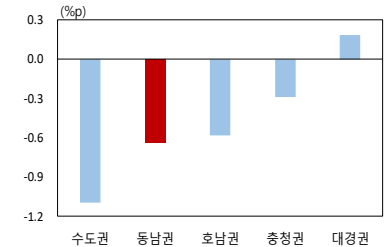
주: 1) 권역내 여타 지역으로부터의 소비유입 증가율
2) 2018~23년 중 연평균
자료: 하나·NH동협카드

동남권 지역별 관광 관련 소비 부산 유입¹⁾

업종	동남권 (%)	
	경남	울산
숙박	-0.3	-1.3
여행	2.8	-4.6
레저취미	-1.8	-4.8
요식업소	1.1	0.1

주: 1) 2018~23년 중 연평균 증가율
자료: 하나·NH동협카드

권역별 소비 통합도 변화¹⁾

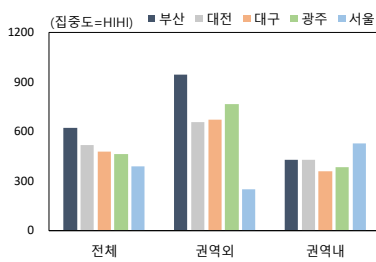


주: 1) 2018년 대비 2023년 변화
자료: 하나·NH동협카드

3 유입 부문 편중에 따른 높은 변동성

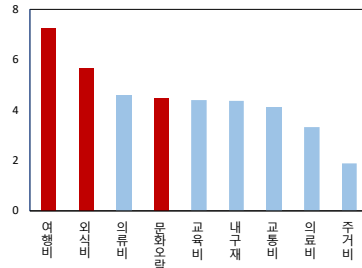
- 권역외 지역에서 부산으로의 유입소비가 대체로 관광 관련 품목에 편중되어 다른 대도시에 비해 특정품목 집중도가 높은 것으로 나타남
- 특정 품목 집중화로 팬데믹 기간 중 관광 관련 소비가 부산 소비유입 변동성을 확대시켰으며, 향후에도 경제충격 발생시 지역의 경기변동성을 확대시킬 우려

주요 대도시 품목 집중도¹⁾



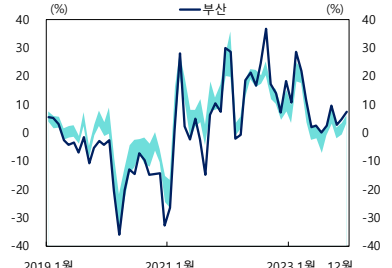
주: 1) 2023년 품목비중에 대한 허쉬만-허핀달지수 기준
자료: 하나·NH농협카드

지출품목별 변동성¹⁾



주: 1) 2008년 7월~2019년 12월 전국 지출전망CSI의 품목별 표준편차 기준
자료: 한국은행

부산지역 소비유입 증감률¹⁾

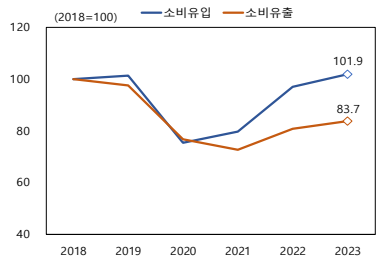


주: 1) 음영은 17개 시도 전월대비 증감률의 25~75% 범위
자료: 하나·NH농협카드

4 수도권에 대한 소비의존도 다소 완화

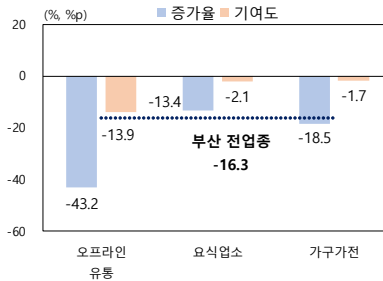
- 부산에서 수도권으로의 소비유출이 과거에 비해 줄면서 수도권에 대한 만성적인 소비유출입 수지 적자 및 소비 의존 경향이 다소 완화
- 수도권으로의 오프라인 유통 소비 감소는 전국적 현상으로 온라인 쇼핑 비중 확대에 기인하는 것으로 추정

부산의 수도권 소비유출입¹⁾



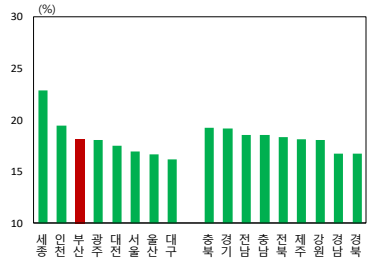
주: 1) 2018=100 기준
자료: 하나·NH농협카드

주요 업종별 수도권 유출¹⁾



주: 1) 2018년 대비 2023년 증감률
자료: 하나·NH농협카드

지역별 전자상거래 증가율¹⁾



주: 1) 2018-23년 연평균
자료: 하나·NH농협카드

IV. 종합평가 및 시사점

1 종합평가

- 신용카드 사용액을 이용한 분석 결과 부산은 권역내 소비 거점도시의 성격이 확인되었으나, 최근 유출입 행태와 구조에 특징적인 변화가 관찰
 - ①팬데믹 영향으로 소비유입률이 낮아진 후 지속되고 있으며, ②인근 지역 소비유입이 부진하여 동남권내 소비 연계가 저하되는 한편, ③유입소비자 관광에 편중되어 지역 경기 변동을 확대시킬 우려
 - 다만 ④수도권에 대한 소비 의존 경향은 다소 완화
- ⇒ 소비유입이 안정적인 성장동력으로 지역경제에 기여하기 위해서는 소비유입의 구조적 취약점에 대응한 정책방안을 마련할 필요

2 정책적 시사점

- ① 권역내의 소비 연계를 강화하기 위한 적극적인 소비유입 촉진 정책이 필요
 - 권역내 교통망 확충, 경남·울산 인접 지역 중심 쇼핑, 관광단지 개발, 권역단위 지역사랑상품권 도입* 등 권역내 소비연계 제고 방안을 검토
 - * 지역사랑상품권 도입 효과에 대한 분석결과, 지역사랑상품권은 지역내 소비를 유도하는 효과가 있는 것으로 추정
- ② 팬데믹 이후 지속되고 있는 경제주체들의 구조적 소비패턴 변화를 적극 활용하는 노력도 필요
 - 국외, 타지역으로의 관광수요 이동에 대응하여 지자체 차원의 관광 쿠폰 발행 등 유인책을 시행하는 한편, 차별화된 대형 쇼핑·관광 자원 확보를 위해 노력
 - 여행 단기화에 대응한 워케이션(workation) 활성화, 대도시 여행 기피에 대응한 난개발 방지·미개발 지역 보존 병행 등 트렌드 변화에 발맞춘 정책운용이 요구
- ③ 관광 이외의 품목들에 대한 소비유입 촉진 정책을 병행하여 지역경제 활력을 제고하고 품목 다양화를 통해 경기 변동성을 완화하는 노력을 기울일 필요
 - 의료, 교육, 스포츠 및 용역·수리서비스업 등 전문성과 부가가치가 높은 소비재 서비스업의 경쟁력 강화 방안*을 모색
 - * 지역 서비스업에 대한 효율성 분석결과, 부산은 보건의료, 교육, 스포츠·오락 등의 서비스업 효율성이 상대적으로 낮은 편으로 추정
- ④ 온라인쇼핑 비중이 빠르게 확대되고 있는 점을 감안하여 지역 소상공인들의 온라인 채널 구축을 지속 지원할 필요
 - 관련 지식·정보 부족 등으로 온라인 판로를 활용하지 못하고 있는 지역 영세업체들의 온라인 활용도를 제고하기 위한 지자체 차원의 지원책 마련

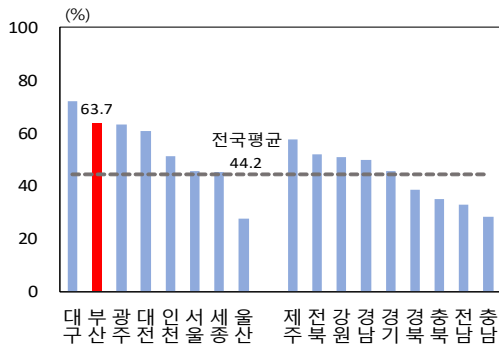
1. 검토 배경

1. 부산은 주요 관광도시이자 동남권의 거점도시로서 지역경제의 지속적인 발전을 위해서는 타지역으로부터의 안정적인 유입 수요가 필수적이다. 특히 가계소비 비중(63.7%, GRDP 기준)이 높아 서비스업 등 소비 공급활동에 특화¹⁾된 지역경제 특성상 타지역 주민들의 가계소비 유입은 그 중요성이 매우 크다고 할 수 있다.

2. 최근에는 지역내 제조업 및 고용 위축, 인구 유출 등으로 자체적인 소비동력이 약화되고 있어 유입 소비의 중요성은 더욱 커지는 상황이다. 2016년 이후 인구감소가 지속적으로 지역경제 성장의 마이너스 요인으로 작용하고 있는 점이 이를 잘 보여준다.

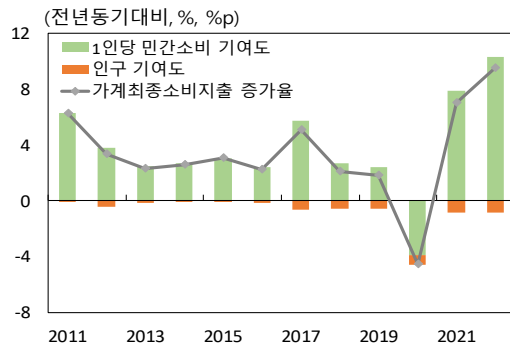
부산은 지역경제에서 소비가 차지하는 비중이 크나, 인구유출 등으로 자체적인 소비동력은 약화

[그림 1] GRDP중 가계최종소비지출 비중¹⁾



주: 1) 2022년 명목금액 기준
자료: 통계청

[그림 2] 부산지역 가계최종소비지출 변화



주: 1) 실질금액 기준
자료: 통계청

3. 이러한 가운데 팬데믹 이후 여러 측면에서 경제주체들의 행태 변화가 나타나고 있어 지역간 소비유출입 부문에서도 그에 따른 영향을 점검하고 소비유입을 지역 성장동력으로 지속시킬 방안을 모색할 필요가 있다. 팬데믹 기간 중 크게 제약되었던 경제주체들의 이동성, 줄어든 서비스 소비 등 변화한 소비패턴이 고착화되어 지역경제 회복을 제약할 우려가 있기 때문이다.

4. 이에 따라 본고에서는 국내 신용카드 지출 데이터의 청구지·가맹지별 정보를 활용²⁾하여 부산의 지역간 소비유출입 행태를 살펴보고 거점도시로서 부산의 관점에서 정책적 시사점을 모색해 보고자 한다. 본고의 구성은 다음과 같다. 먼저 2023년을 기준으로 부산지역 소비유출입의 대략적인 구조를 살펴보고, 2018~2023년 시계열 자료를 통해 팬데믹 전후 부산지역 소비유출입의 특징적인 모습을 짚어본 후, 이러한 변화에 대응한 정책 방안을 제시한다.

1) 부산지역의 서비스업 비중은 2022년 GRDP 기준 76.9%로 17개 광역시도중 서울(93.5%), 제주(79.5%), 대전(78.5%) 다음으로 높다.
2) 2018년~2023년중 2개 신용카드사(하나, NH농협카드)의 청구지 및 가맹지 기준 결제액자료를 이용하였으며 자세한 내용은 <참고 1> '분석을 위한 신용카드 데이터 개관' 과 <참고 2> '신용카드 데이터 업종분류 기준' 을 참조하기 바란다.

<참고 2>

신용카드 데이터 업종분류 기준

하나, NH농협 카드에서 제공하는 32개 업종, 141개 세부품목을 다음과 같이 21개 업종으로 재분류하여 사용하였다.

신용카드사 분류 기준		본고에서 사용한 분류
업종	세부품목	
숙박	특급호텔, 그 외 호텔, 콘도, 기타숙박	숙박
여행	항공사, 여행사, 렌터카, 고속버스, 철도, 여객선, 택시, 기타교통수단	여행
레저용품	충포류판매점, 운동경기·레저용품, 악기점, 피아노대리점, 음반·테이프·비디오·기타음반제품	레저취미
레저업소	실외골프장, 실내골프장·골프연습장, 카지노, 볼링장, 수영장, 스키장, 테니스장, 당구장, 노래방, CATV, 레저타운·놀이동산, 기타레저업소	
문화취미	화방·화랑·표구점, 골동품·예술품, 민예·공예·선물용품, 화원, 애완동물, 수족관, 기타문화취미	
가구	철제가구, 일반가구	
전기	냉열기기, 기타전기제품	가구가전
광학제품	사진기, 광학제품, 사진관	
가전	가전제품	
사무통신	사무기기, 정보통신기기, 컴퓨터, 컴퓨터 소프트웨어	
건축자재	조명 및 실내장식, 페인트, 유리·액자·거울, 기타건축자재	
주방용구	주방기기·용품·정수기	
연료판매	주유소, LPG, 가정용연료판매	연료판매
유통업영리	CATV홈쇼핑, PG업종, 전자상거래(인터넷상거래)	전자상거래
	백화점, 슈퍼마켓·대형할인점, 면세점, 편의점, 연쇄점, 복지매장, 농협(마트/기타/식품전용), 상품권, 농수축협직판장, 기타유통업영리	오프라인유통업
유통업비영리	연금매장, 기타유통업비영리	
의복	기성복, 양품점, 아동복, 내의류, 기타의복	의복·직물·잡화
직물	옷감·직물, 커튼·지물, 기타직물	
신변잡화	제화, 신발, 시계·귀금속, 가방, 액세서리, 기타신변잡화	
서적문구	서적, 인쇄·출판, 문구, 인형 및 완구, 아동용 자전거, 과학 및 교육 기자재	서적문구
학원	등록금, 유치원, 자동차학원, 일반학원, 기타학원	학원
자동차판매	중고차, 신차, 수입차, 기타자동차판매	자동차 서비스
자동차정비	주차장, 자동차시트, 타이어, 차량용품·부품, 정비·세차·서비스, 기타자동차정비	
농업용품	농기계·비료·사료·종자	농업용품
보험	보험	보험
의료기관	한의원·한약방, 종합병원, 일반병원(치과 및 의원, 응급실 운영병원 포함), 동물병원, 약국, 산후조리원·조산원, 의료기기·건강진단, 기타의료기관	의료기관
미용	화장품, 미용재료, 이용원 및 미용실, 피부미용실, 사우나, 안마시술소, 기타보건위생	미용
요식업소	일반음식점, 유흥주점	요식업소
음료식품	제과점, 정육점, 미곡상, 농축수산물, 기타음료식품	음료식품
건강식품	인삼 및 건강식품	
용역서비스	부동산중개, 보관 및 창고업, 화물운송, 법률사무, 회계 및 세무업, 광고·광고기획 전문업, 가례서비스업, 기타용역서비스	용역서비스
	세금공과금, 통신서비스 등	세금공과금통신
수리서비스	세탁소, 기타수리서비스	수리서비스
기타	기타, 미분류	기타

주: 파란색으로 표시한 업종은 본사집중업종으로 지역 간 소비유출입 구조 분석시 제외

II. 부산의 지역간 소비유출입 현황

1 지역내 소비유입

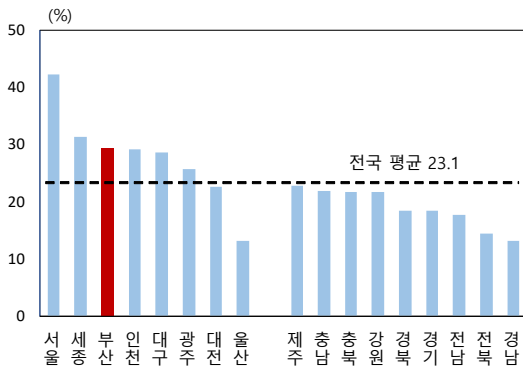
5. 부산은 타지역 거주민들의 소비유입이 다른 지역에 비해 많은 것으로 나타났다. 2023년중 부산지역내 신용카드 지출은 지역거주자⁴⁾ 70.7%, 외지인⁵⁾ 29.3%로 구성되어 타지역으로부터 유입된 소비의 비중(역내 소비유입률)이 전국 17개 시도 중 3번째로 높았다. 서울(42.3%), 세종(31.4%), 부산(29.3%) 등 주로 대도시가 소비유입률이 높은 반면, 경남(13.2%), 전북(14.5%) 등 광역도 지역은 상대적으로 낮은 모습이었다.

6. 주요 소비유입 지역은 경남, 울산 등 동남권⁶⁾이었다. 외지인의 부산내 지출을 거주지역별로 살펴보면 경남(47.1%)의 비중이 가장 높았고, 울산(10.6%), 경북(9.2%), 경기(7.9%) 등의 순으로 나타났다. 권역별로는 동남권(57.7%)이 절반 이상을 차지하였으며, 수도권(15.3%)과 대경권(12.7%)으로부터의 소비유입도 많은 편이었다.

부산은 타지역으로부터 소비유입이 활발

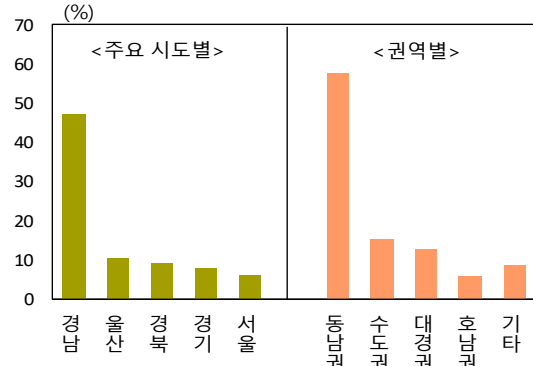
부산지역 소비유입은 주로 동남권, 특히 경남 거주민 중심

[그림 3] 지역별 소비유입률¹⁾



주: 1) 2023년 지역내 전체 지출액중 타지역 주민의 지출 비중
자료: 하나·NH농협카드

[그림 4] 유입소비의 지역별 구성¹⁾



주: 1) 2023년 기준
자료: 하나·NH농협카드

7. 품목별로 보면 외지인들은 부산에서 오프라인 유통⁷⁾(34.5%), 요식업소(24.5%), 의료기관(14.7%) 등에 주로 지출하였다. 권역단위로는 동남권 내외에서 품목 구성이 대체로 비슷하게 나타났으나 동남권 주민들은 오프라인유통, 의료기관 지출 등의 비중이, 여타 지역 주민들은 요식업소, 숙박 및 의복잡화 지출 등의 비중이 상대적으로 높은 편이었다.

4) 부산주민의 지역내 소비와 관련한 자세한 내용은 <참고 3> ‘부산주민의 지역내 소비’ 참조

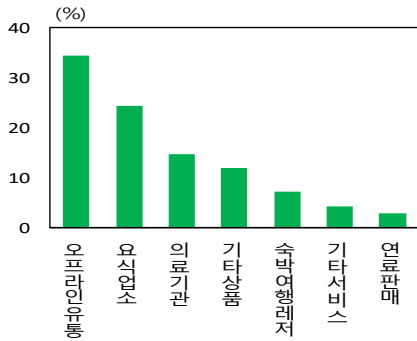
5) 지역내에서 이루어진 전체 지출 중 외지인이 지출한 비중으로 소비유입률을 의미한다.

6) 동남권 내 지역들의 소비 유출입 구조와 관련한 자세한 내용은 <참고 4> ‘동남권의 소비 연계’ 참조

7) 오프라인 유통은 백화점, 대형마트 등에서의 물품구입을 의미하는데 본고에서는 온라인 유통과의 구별 및 여타 지역본부들이 발간한 관련 보고서들과의 일관성을 위해 동 용어를 사용한다.

부산지역 소비유입은 오프라인유통, 요식업소 및 의료기관 중심

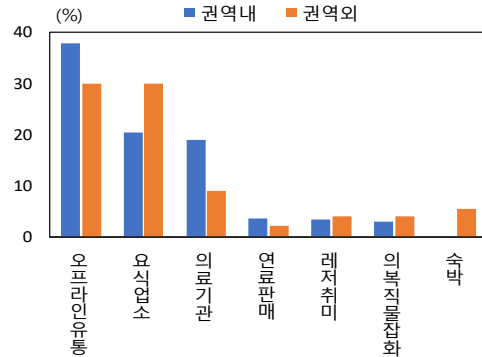
[그림 5] 외지인의 부산지역내 지출 품목 구성¹⁾



주: 1) 2023년 기준
자료: 하나·NH농협카드

권역내 유입은 오프라인 유통, 권역외 유입은 요식업소 지출 비중이 상대적으로 높은 편

[그림 6] 외지인 거주 권역별 부산지역내 지출 품목 구성¹⁾



주: 1) 2023년 기준
자료: 하나·NH농협카드

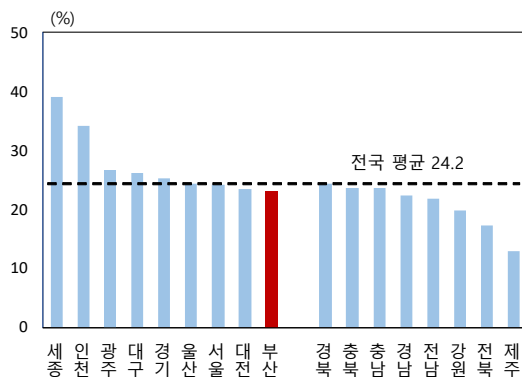
2 지역외 소비유출

8. 부산지역 주민들은 다른 지역 주민들에 비해 지역외 소비 비중이 낮았다. 2023년중 부산 주민의 신용카드 지출은 부산지역 내에서 77.0%, 지역외에서 23.0% 이루어져 역외소비 비중(역외 소비유출률)이 17개 시도중 12번째 수준이었으며 전국 평균(24.2%)을 하회하는 것으로 나타났다. 지역별로는 세종(39.0%)이 가장 높았으며 인천(34.2%), 광주(26.7%), 대구(26.2%)도 높은 역외소비율을 나타냈다.

9. 부산지역 주민들이 부산 외에서 주로 소비한 지역은 경남, 서울 등이었다. 소비유출을 지역별로 보면 경남(32.6%)에서의 지출 비중이 가장 높았으며 서울(27.1%), 경기(8.9%), 경북(6.9%) 등의 순으로 큰 비중을 차지하였다. 권역별로는 동남권(38.1%) 내에서의 지출 비중이 가장 높았으며 수도권(37.6%)도 거의 비슷한 수준으로 높았다.

부산주민들의 소비유출율은 전국평균을 하회

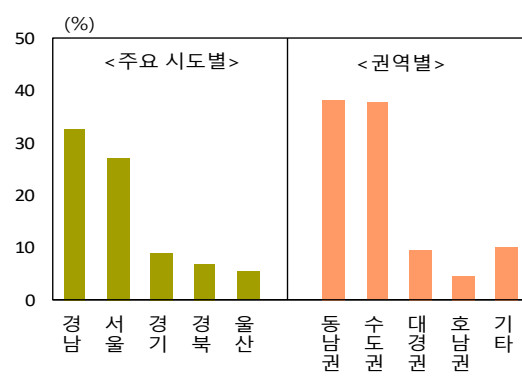
[그림 7] 지역별 소비유출률¹⁾



주: 1) 2023년 부산주민의 전체 지출 중 타지역에서의 지출 비중
자료: 하나·NH농협카드

부산주민들의 주요 역외소비 지역은 경남과 서울

[그림 8] 유출소비의 지역별 구성¹⁾



주: 1) 2023년 기준
자료: 하나·NH농협카드

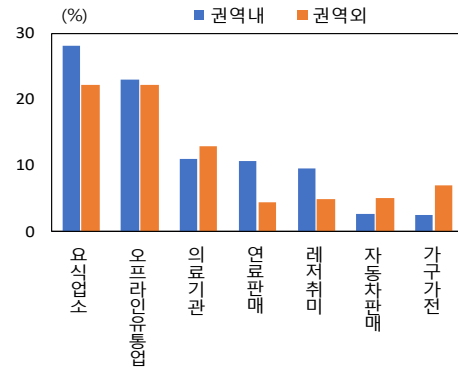
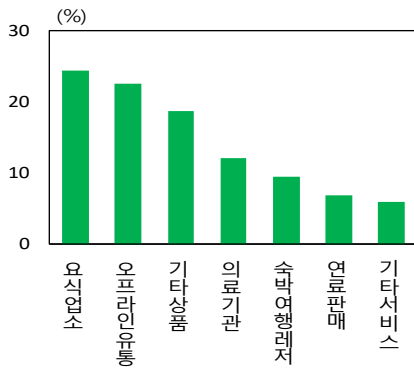
10. 품목별로 보면 부산 지역민들은 부산 외 지역에서 주로 요식업소(24.4%), 오프라인 유통(22.5%), 의료기관(12.2%) 등에 지출하였다. 권역별로는 동남권 내에서는 요식업소 비중이 가장 높았는데 연료판매, 레저취미도 동남권 외 지역에 비해 높은 비중을 차지하였다. 동남권 밖에서의 지출은 오프라인 유통 비중이 가장 높았으며 의료기관, 가구·가전 및 자동차 판매 비중이 동남권 내 지출과 비교해 높은 편이었다.

부산지역 소비유출은 오프라인유통, 요식업소 및 의료기관 중심

권역내 유출은 요식업소, 권역외 유출은 오프라인 유통 비중이 상대적으로 높은 편

[그림 9] 부산주민의 지역의 지출 품목 구성¹⁾

[그림 10] 부산주민의 동남권내 지출¹⁾ 품목 비중



주: 1) 2023년 기준
자료: 하나·NH농협카드

주: 1) 부산지역내 지출 제외, 2023년 기준
자료: 하나·NH농협카드

3 소비유출입의 구조적 특성

11. 부산은 소비가 순유입되는 소비유입형 지역으로 나타났다. 2023년중 부산지역의 소비유출입 비율⁸⁾은 1.4배로 소비유입 규모가 유출에 비해 40% 정도 컸으며 서울(2.3배)과 제주(2.0배)에 이어 전국 17개 시도 중 세 번째로 높았다.

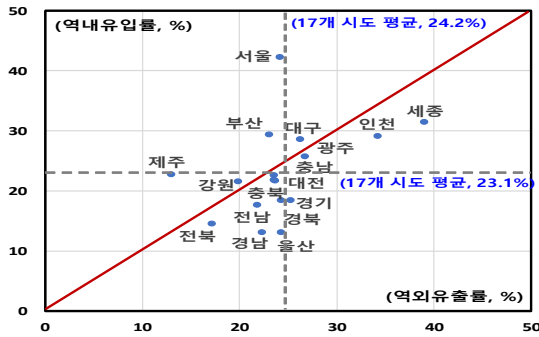
12. 특히 부산은 여타 대도시(서울, 대구, 대전, 광주)들에 비해 권역내 소비 거점으로서의 특징이 뚜렷하게 나타났다. 소비유출입 비율을 경제권역 기준으로 보면 부산의 동남권 지역(울산·경남)으로부터의 순유입 정도(유출입 비율 2.1배)는 동남권 외에서의 순유입(1.0배)을 크게 상회하였다. 서울(수도권)의 권역내 유출입 비율이 1.9배, 대전(충청권)은 1.4배, 대구(대경권) 1.7배, 광주(호남권) 1.4배 수준인 점을 감안하면 부산은 권역내 소비유입이 두드러진 모습이다.

8) 소비유출입 비율 = $\frac{\text{타지역주민의 부산내 지출금액}}{\text{부산 주민의 지역외 지출금액}} \times 100$ 으로 계산된다.

부산은 소비가 순유입되는 소비유입형 지역

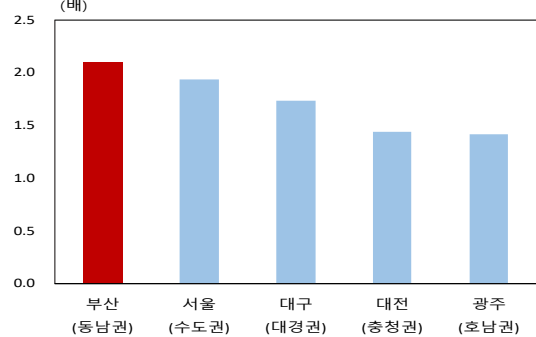
주요 대도시에 비해 권역내 소비 거점으로서의 특징이 뚜렷

[그림 11] 지역별 소비 유입률 및 유출률¹⁾



주: 1) 45°선 기준으로 상단은 소비 순유입, 하단은 소비 순유출, 2023년 기준
 자료: 하나·NH농협카드

[그림 12] 주요 대도시의 권역내 유출입 비율¹⁾



주: 1) 지역내 유입금액/지역외 유출금액, 2023년 기준
 자료: 하나·NH농협카드

<참고 3>

부산 주민의 지역내 소비

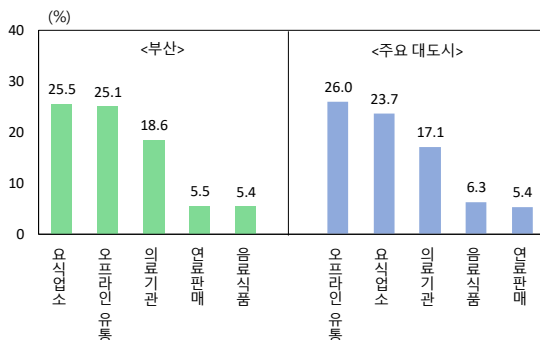
부산 주민들은 지역내 소비 경향이 타 대도시에 비해 강하게 나타났다. 2023년 부산주민의 지역내 소비 비중은 77.0%로 주요 대도시 평균(74.9%)에 비해 높은 수준이었다. 품목별로는 의료기관(+1.5%p)이 높았으나 연료판매(-0.4%p), 음료식품(-1.0%p)은 상대적으로 낮았다.

한편 부산지역 주민들의 지역내 소비는 지역외에서의 소비와 품목별로 다소 차이를 보였다. 지역내외에서 모두 요식업소, 오프라인 유통 및 의료기관이 가장 큰 비중을 차지하였으나 지역내 소비는 지역외에 비해 의료기관(+6.4%p)의 비중이 특히 높았으며, 오프라인 유통(+2.5%p), 요식업소(+1.1%p) 등도 지역내에서 더 큰 비중을 보였다. 지역내 지출 상위 5개 품목 비중의 합은 80.1%로 지역외 지출 상위 5개 품목 비중의 합(72.6%)보다 높아 상위 품목에 더 집중되었다.

부산 주민은 지역내 소비 비중이 타 대도시보다 높았으며, 특히 의료기관 지출이 많음

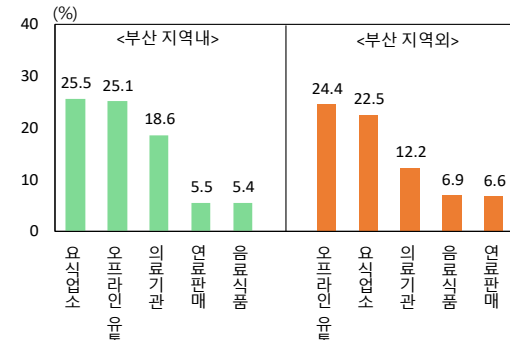
부산주민의 지역내 소비는 지역외 소비에 비해 지출 비중 상위 품목에 집중

[그림 13] 주요 대도시의 지역내 지출 품목¹⁾



주: 1) 2023년 기준
 자료: 하나·NH농협카드

[그림 14] 부산주민 지역내외 지출 품목¹⁾



주: 1) 2023년 기준
 자료: 하나·NH농협카드

<참고 4>

동남권의 소비 연계

동남권 내에서의 소비유출입 구조를 보면 부산과 경남이 긴밀한 소비 연계를 보인 반면, 울산은 부산 및 경남과의 연계가 다소 약한 것으로 나타났다. 부산의 경우 동남권 지역으로부터의 소비유입률이 2023년 기준 16.9%로 그 중 상당부분(13.8%)은 경남으로부터의 유입이었으며 울산은 3.1%에 그쳤다. 경남과 울산은 동남권 내에서의 유입률이 각각 5.6%와 4.9%로 나타났는데, 경남은 부산(4.4%)으로부터의 소비유입이 많았던 반면 울산은 부산(2.6%)과 경남(2.3%)으로부터의 유입이 비슷하게 나타났다. 동남권 내로의 소비유출률은 각 지역들이 대체로 비슷한 수준(부산 8.8%, 경남 8.7%, 울산 8.4%)을 보인 가운데 부산 및 경남 주민들이 울산에서 소비한 비율(부산 1.3%, 경남 0.8%)은 상대적으로 낮게 나타났다.

한편 동남권의 소비통합도⁹⁾는 수도권을 제외한 여타 권역(대경권, 호남권, 충청권)과 비슷한 수준을 보였으나, 수도권에 비해서는 크게 낮은 모습이였다. 2023년 기준 동남권의 소비통합도는 8.7%로 수도권(17.1%), 대경권(8.9%)에 이어 세 번째로 나타났다.

동남권 각 지역의 소비유출입 구조에서는 부산과 경남이 상대적으로 긴밀하게 연계되어 있었으며, 울산은 부산 및 경남과의 연계가 상대적으로 약한 모습

동남권의 소비통합도는 여타권역과는 비슷하였으나, 수도권에 비해 크게 낮은 모습

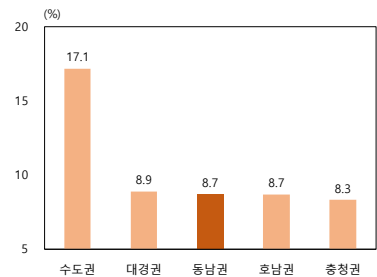
[표 1] 동남권 지역간 소비유출입률

가맹지	(소비유입률 ¹⁾²⁾			(소비유출률 ¹⁾²⁾					
	동남권	부산	경남	울산	청구지	동남권	부산	경남	울산
부산	16.9		13.8	3.1	부산	8.8		7.5	1.3
경남	5.6	4.4		1.2	경남	8.7	8.0		0.8
울산	4.9	2.6	2.3		울산	8.4	5.3	3.1	

주: 1) 2023년 기준
2) 가맹지역내 소비중 권역내 타지역으로부터의 소비유입이 차지하는 비중
자료: 하나·NH농협카드

주: 1) 2023년 기준
2) 청구지역 거주민의 소비중 권역내 타지역으로부터의 소비유입이 차지하는 비중
자료: 하나·NH농협카드

[그림 15] 권역별 소비통합도¹⁾²⁾



주: 1) $C_j = \sum E_i^c / \sum E_i$ (C_j j권역내 소비통합도, E_i i지역 주민의 전체 소비, E_i^c i지역 주민의 권역내 여타 지역 소비)
2) 2023년 기준
자료: 하나·NH농협카드

9) 본고에서는 권역내 소비통합도를 권역내 전체 소비 중 상호 지역간 유출입 소비 비중으로 정의하였다.

$$C_j = \sum E_i^c / \sum E_i \quad (C_j \text{ j권역내 소비통합도, } E_i \text{ i지역 주민의 전체 소비, } E_i^c \text{ i지역 주민의 권역내 여타 지역 소비})$$

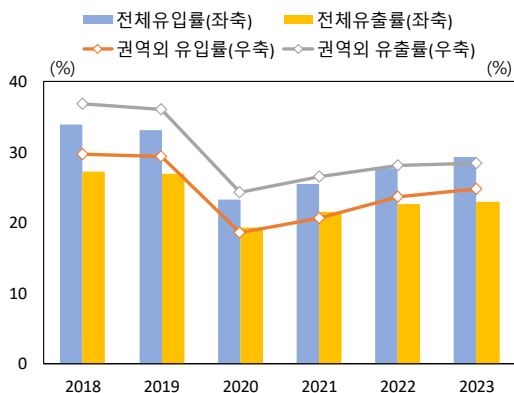
III. 최근 부산지역 소비유출입의 주요 특징

1 팬데믹 영향의 고착화 경향

13. 부산지역은 소비유출입 측면에서 2023년에도 팬데믹의 영향이 완전히 해소되지 않은 모습이다. 2023년 기준 부산의 소비유입률은 29.3%로 팬데믹 이전인 2018년(33.9%) 수준에 미치지 못하고 있으며 유출률(23.0%)도 당시 수준(27.3%)을 상당폭 하회하고 있다. 특히 권역외 유입률의 경우 2023년 중 전년과 거의 변함없는 수준에서 횡보하고 있어 회복이 크게 지연되는 상황이다. 여타 대도시들과 비교할 때에도 부산은 서울(회복률 103%), 대구(99.1%), 대전(72.2%) 등 여타 대도시들에 비해 소비유입률 회복이 저조하여 팬데믹 이후의 소비패턴 변화가 고착화되는 경향이 두드러졌다.¹⁰⁾

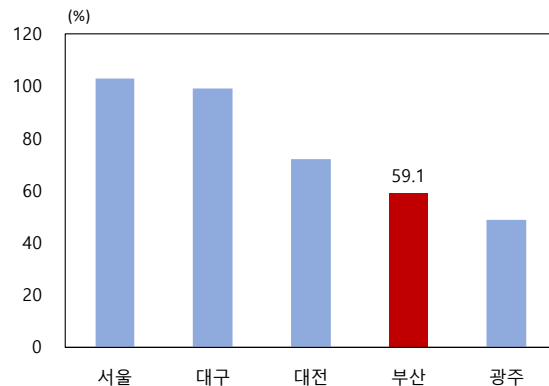
부산의 소비 유입률 및 유출률은 모두 팬데믹 이전 수준을 하회하고 있으며, 주요 대도시들과 비교해서도 하락폭이 큰 모습

[그림 16] 소비 유입률 및 유출률



자료: 하나·NH농협카드

[그림 17] 주요 대도시 소비유입률 회복 수준¹⁾



주: 1) (2020년 대비 2023년 상승폭) / (2018~19년 연평균 대비 20년 하락폭) × 100

자료: 하나·NH농협카드

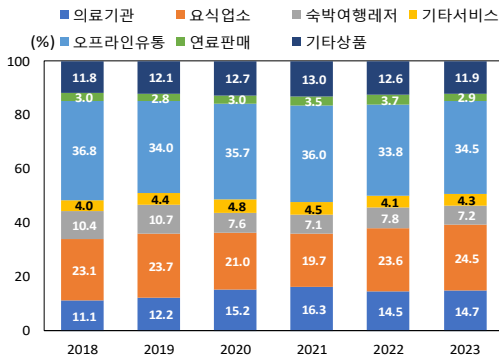
14. 이러한 현상은 주로 팬데믹 회복 과정에서 국외 여행이 국내 여행을 대체함에 따라 부산으로의 관광관련 소비유입이 부진했기 때문으로 판단된다. 품목별로 살펴보면 보면 레저취미(2018년 대비 2023년 증가율 -41.8%), 여행(-16.3%), 숙박(-0.6%) 등 관광 관련 부문에서 특히 소비유입이 크게 줄어들었다. 이에 따라 품목별 비중도 의료기관(2018년 대비 2023년 +3.7%p), 요식업소(+1.4%p) 등은 증가한 반면 숙박여행레저 비중(-3.2%p)은 크게 낮아졌다. 이처럼 부산지역의 관광관련 소비유입이 부진을 이어가는 동안 국내 가계의 국외소비는 2021년 이후 빠르게 개선되어 증가세가 지속 확대되는 모습을 보이고 있다.

10) 소비유입률을 부산지역 가맹지 신용카드사용액 전체(여신금융협회)를 기준으로 계산하였을 때에도 같은 흐름을 나타낸다.

소비유입 중 숙박여행레저 등 관광관련 품목의 비중이 하락

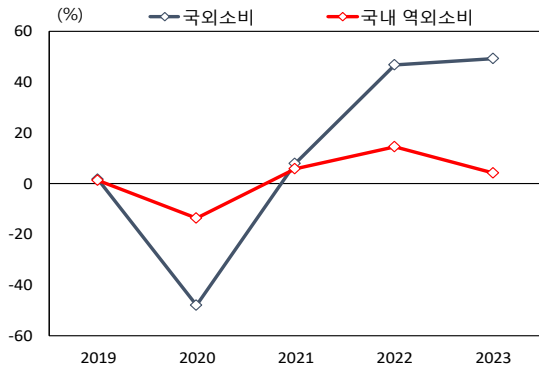
국외여행 증가 등으로 국외소비가 국내 역외소비에 비해 빠르게 증가

[그림 18] 부산지역 유입소비 지출 구조¹⁾



주: 1) 지역내 전체 지출액 중 타지역 주민의 지출 품목 비중
자료: 하나·NH농협카드

[그림 19] 전국 국외소비-국내 역외소비 추이¹⁾

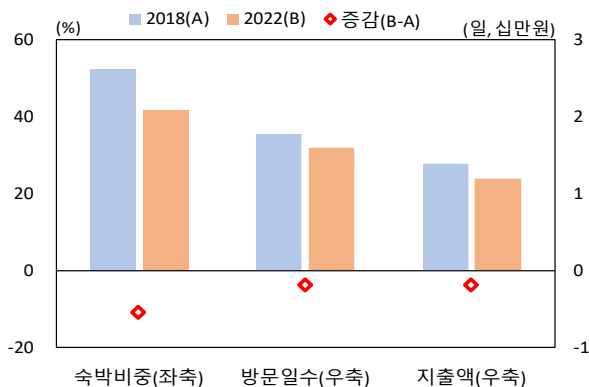


주: 1) 전국 신용카드 사용자의 지역외 소비 및 국외 지출 전년대비 증감률
자료: 하나·NH농협카드

15. 이와 더불어 팬데믹 이후 경제주체들의 국내 여행에 대한 선호가 구조적으로 변화한 점도 소비유입에 영향을 미친 것으로 보여 낮아진 소비유입률이 고착화되지 않을지 우려를 낳고 있다. 팬데믹 이후 국민들의 국내여행 트렌드 변화를 보면 숙박여행보다는 근거리 여행 비중이 늘고, 방문일수가 짧아지는 한편 1회 방문당 지출액은 감소한 것으로 나타난다. 이러한 경향을 보여주듯 수도권에서 비교적 근거리에 위치한 강원지역의 경우 부산보다 관광관련 소비유입이 빠르게 회복¹¹⁾되는 모습을 보였다.

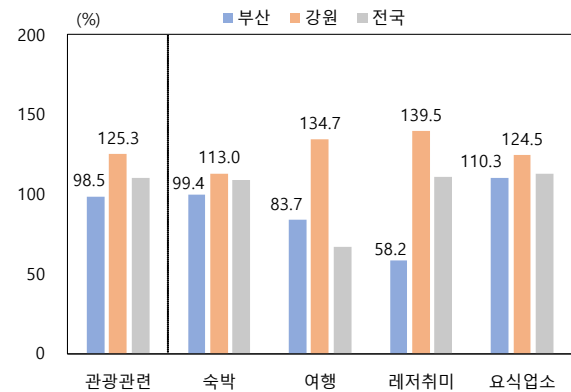
국내여행 트렌드의 변화에 따라 부산의 관광 관련 소비유입은 강원 등 수도권 근거리 관광지에 비해 회복이 더딘 모습

[그림 20] 국내 관광트렌드 변화



자료: 국민여행조사(한국관광공사)

[그림 21] 부산 및 강원 관광관련 유입소비¹⁾



주: 1) 2018년 대비 2023년 유입소비 비율
자료: 하나·NH농협카드

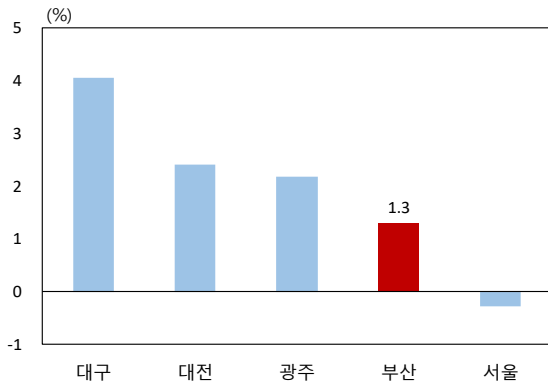
11) 2023년 강원 지역의 관광 관련 소비유입 규모는 2018년 대비 25.3% 증가하여 1.5% 감소한 부산과 대조적인 모습을 보였다.

2 권역내로부터 소비유입의 부진

16. 부산은 권역내에서의 소비유입이 다른 권역의 대도시들에 비해 부진한 것으로 나타났다. 2018~23년 중 경남과 울산에서의 소비유입 증가율은 연평균 1.3%로 대구, 대전, 광주 등 다른 대도시 평균인 2.9%를 상당폭 하회하였다. 지역별로는 경남(1.9%, 2018~23년중 연평균)이 수도권, 충남을 제외하고 권역내 대도시로의 소비유입이 가장 낮았으며 울산(-1.3%)은 동 기간중 소비유입이 오히려 감소하였다.

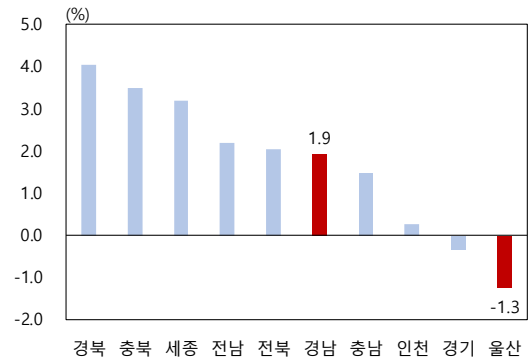
부산의 권역내 인근지역(경남, 울산)으로부터의 소비유입은 타 권역 대도시들에 비해 부진한 편

[그림 22] 권역 대도시별 소비유입 증가율¹⁾²⁾



주: 1) 권역내 타지역으로부터의 소비유입 증가율
2) 2018~23년 중 연평균
자료: 하나·NH농협카드

[그림 23] 지역별 권역 대도시로의 소비유입¹⁾²⁾



주: 1) 2018~23년 중 연평균
2) 대경권(경북 → 대구), 동남권(경남, 울산 → 부산), 수도권(인천, 경기 → 서울), 충청권(충남, 충북, 세종 → 대전), 호남권(전남, 전북 → 광주)
자료: 하나·NH농협카드

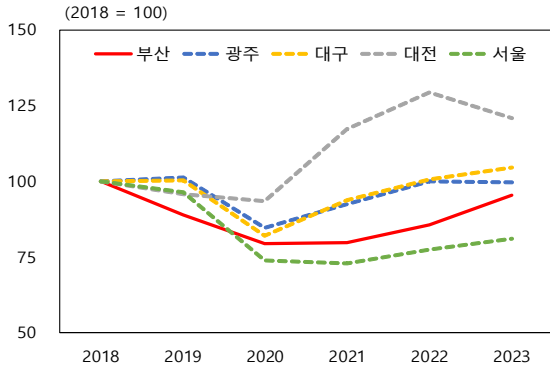
17. 이는 쇼핑·관광 부문에서 부산에 대한 인근지역들의 선호가 약화되고 동남권내 소비처로서 부산의 중요도가 점차 낮아지고 있음을 방증한다. 권역내에서 부산으로의 오프라인 유통부문 소비유입(-0.9%, 2018~23년중 연평균)은 주요 대도시 가운데 서울(-4.1%)에 이어 두 번째로 낮은 수준을 보였다. 경남, 울산의 자기지역내 해당품목 소비가 같은 기간 상당폭 늘어난(울산 +2.7%, 경남 +5.0%) 점을 감안하면 동남권 내 주요 쇼핑지로서 부산에 대한 선호도가 하락하는 추세로 보인다. 또한 관광 관련 품목에서도 울산으로부터 숙박(-1.3%), 여행(-4.6%) 및 레저취미(-4.8%) 항목에서 소비유입이 감소하였으며, 경남으로부터는 레저취미(-1.1%) 항목에서 지출이 감소하였다. 특히 울산의 경우 부산에서의 관광 소비는 감소한 반면, 대경권에서는 증가(2018년 대비 2023년 +15.8%)한 것으로 나타나 울산주민들의 관광 관련 소비처가 점차 부산에서 대경권으로 대체되었을 가능성이 있다.

부산의 권역내 오프라인 유통 소비유입은 타 대도시에 비해 다소 부진

경남, 울산으로부터의 관광관련 소비유입 부진

[그림 24] 주요 대도시로의 오프라인 유통 소비유입¹⁾

[표 2] 동남권내 관광관련 소비 부산 유입¹⁾



업종	동남권 (%)		
	동남권	경남	울산
숙박	-0.3	0.1	-1.3
여행	2.8	5.0	-4.6
레저취미	-1.8	-1.1	-4.8
요식업소	1.1	1.4	0.1

주: 1) 권역내 여타 지역에서의 소비유입
자료: 하나·NH농협카드

주: 1) 2018~2023년 중 연평균 증가율
자료: 하나·NH농협카드

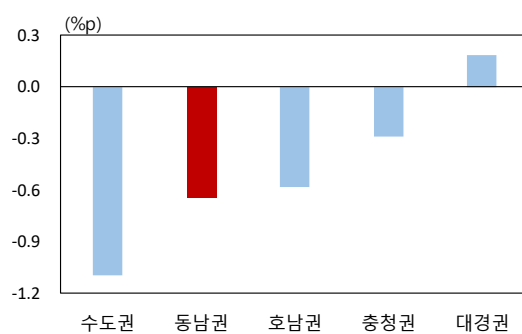
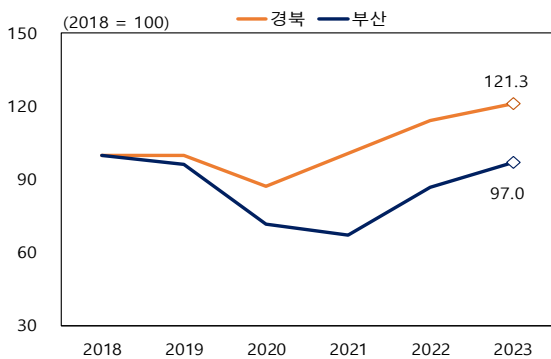
18. 이와 같은 권역내 소비유입 부진은 동남권내 소비 연계 약화로 이어지고 있다. 권역내 소비 연계 수준을 보여주는 소비 통합도¹²⁾가 동남권의 경우 2018년 9.3%에서 2023년 8.7%로 하락한 것으로 나타났다. 특히 울산은 부산과의 통합도가 하락(7.7%→6.6%)하는 동안 경북과의 통합도는 증가(5.0%→5.4%)하면서 권역외 인접지역과의 긴밀성이 오히려 더욱 증가하였다. 다른 권역들과 비교하면 권역내 소비 통합도 하락폭이 수도권, 동남권, 호남권, 충청권 순으로 크게 나타나 동남권의 지역간 소비 연계 약화 경향이 뚜렷하였다.

울산주민의 관광관련 소비는 경북에서 빠르게 증가

동남권은 타 권역과 비교하여 통합도가 빠르게 하락

[그림 25] 울산주민의 주요 지역 관광관련 소비추이¹⁾

[그림 26] 권역별 소비통합도 변화¹⁾



주: 1) 울산주민의 각 지역으로의 관광관련 소비 유출
자료: 하나·NH농협카드

주: 1) 2018년 대비 2023년 변화
자료: 하나·NH농협카드

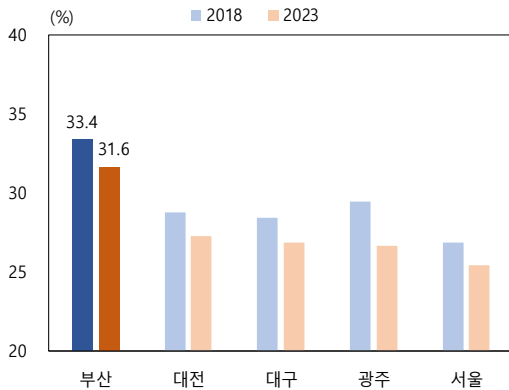
12) $C_j = \sum E_i^c / \sum E_i$ (C_j j권역내 소비통합도, E_i i지역 주민의 전체 소비, E_i^c i지역 주민의 권역내 여타 지역 소비)

3 유입 부문 편중에 따른 높은 변동성

19. 부산으로의 유입소비는 다른 대도시에 비해 관광 관련 품목(숙박, 여행, 레저취미, 요식업소)에 편중된 것으로 나타났다. 부산지역의 관광 관련 소비유입 비중은 2023년 기준 31.6%로 2018년(33.4%)과 비교해 다소 낮아지기는 했으나, 타권역 대도시들과 비교시 숙박(1위)과 요식업소(1위), 여행(2위) 등에서 여전히 크게 높은 수준이었다. 품목 집중도를 나타내는 허쉬만-허핀달 집중도 지수(HHI, Hirschman - Herfindahl Index)¹³⁾도 부산은 여타 대도시와 비교해 크게 높게 나타나는데, 이러한 경향은 권역외로부터의 유입에서 더 두드러지게 나타났다.

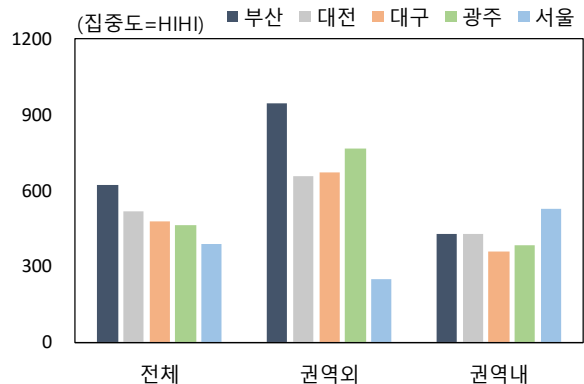
부산은 대도시들 중 관광 관련 품목의 소비유입 비중이 가장 높으며, 특히 권역외 유입에서 품목 집중도가 두드러지는 모습

[그림 27] 주요 대도시 관광 관련 소비유입 비중



자료: 하나·NH농협카드

[그림 28] 관광 관련 소비의 유입처별 집중도¹⁾



주: 1) 2023년 허쉬만-허핀달지수 기준
자료: 하나·NH농협카드

20. 이러한 특정품목 집중화 경향은 관광도시로서 특화된 부산의 경제 특성을 나타내 나, 한편으로는 경제충격 발생시 지역의 경기변동성을 확대시키는 요인으로 작용할 가능성도 시사하고 있다. 일반적으로 여행·관광은 대표적인 재량적 지출(discretionary expenditure) 품목이면서 이연가능 소비¹⁴⁾(memorable goods)로서 경제상황에 따라 지출이 크게 변동하는 품목이기 때문이다. 우리나라 소비자심리지수(CSI, Consumer Sentiment Index)에서도 이를 확인할 수 있는데, 품목별 지출전망CSI(전국기준) 가운데 내구재, 외식비용 등 비필수재의 지출변동성이 대체로 높으며 그 중에서도 특히 여행비의 변동성이 가장 높게 나타난다.

21. 팬데믹 기간에도 관광 관련 소비가 큰 영향을 받으면서 부산지역의 소비유입 변동

13) $HHI = \sum S_i^2$ (S_i 는 각 품목의 전체지출 중 비중, $0 \leq HHI \leq 10,000$)

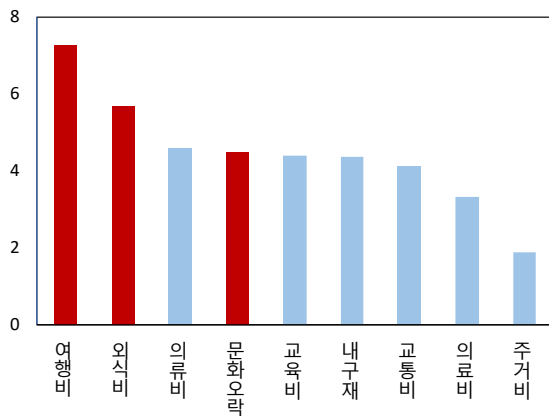
14) Hai · Krueger · Postlewaite(2020) 등은 지출과 소비의 시점 차이, 이연 가능성 등으로 인해 내구재와 비슷한 특성을 보이는 여행, 외식 등의 서비스를 기억재(memorable goods)로 분류하였다.

성이 확대되는 모습을 보였다. 2018~23년 기간 중 소비유입 표준편차 상위 5개 품목 중 3가지(여행, 숙박, 요식업소)가 관광 관련이었으며, 레저취미도 6번째로 높은 수준이었다. 이에 따라 팬데믹 기간 중 부산지역의 소비유입 변동성(표준편차 15.1)은 주요 대도시 중 대구(20.9)에 이어 2번째로 높았으며, 소비유입 증감률도 대체로 17개 주요 시도의 상위 25~75% 구간 밖에 위치하고 있었다.

관광 관련 소비지출은 일반적으로 변동성이 큰 특징

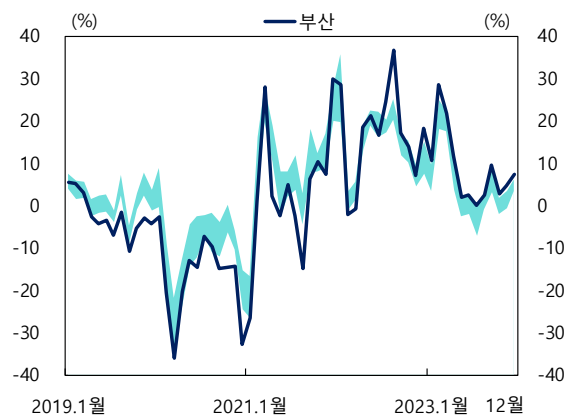
분석기간 중 부산의 소비유입은 변동성이 높은 모습

[그림 29] 지출품목별 지출전망CSI 변동성¹⁾



주: 1) 2008년 7월~2019년 12월 전국 지출전망CSI의 품목별 표준편차 기준
자료: 한국은행

[그림 30] 부산지역 소비유입 증감률 추이¹⁾



주: 1) 음영은 17개 시도 전월대비 증감률의 상위 25~75% 범위
자료: 하나·NH농협카드

4 수도권에 대한 소비의존도 다소 완화

22. 부산에서 수도권으로의 소비유출은 과거에 비해 줄어 수도권에 대한 만성적인 소비유출입 수지 적자 및 소비 의존 경향은 다소 완화되었다. 부산은 주요 대도시중 수도권에 대한 소비유출이 가장 많은 지역이었으나¹⁵⁾ 2018년 이후 소비유입이 1.8% 증가한 반면 유출은 16.3% 감소하면서 수도권과의 유출입 비율¹⁶⁾이 2018년 대비 큰 폭 상승하였다. 타 권역 대도시들도 대체로 비슷한 변화를 겪은 가운데 부산의 유출입 비율 변화(+0.10)는 타 대도시들과 비교했을 때 대구(+0.12)에 이어 두 번째로 크게 나타났다.

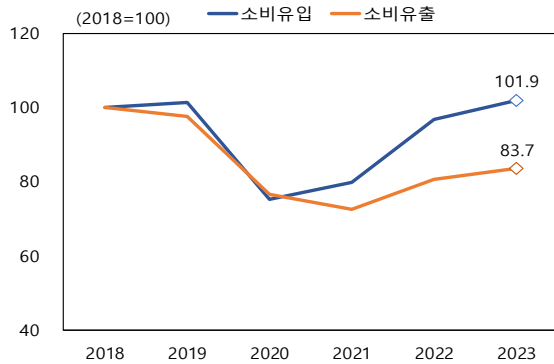
15) 2018년 주요 대도시의 소비유출 중 수도권으로의 유출 비중은 부산(46.1%), 대전(45.0%), 대구(43.5%), 광주(37.1%) 순이었다.

16) 유출입비율은 A지역 유출입비율 = $\frac{A지역으로부터의 유입}{A지역으로의 유출}$ 로 계산된다.

부산의 수도권 소비유출은 2018년보다 크게 감소

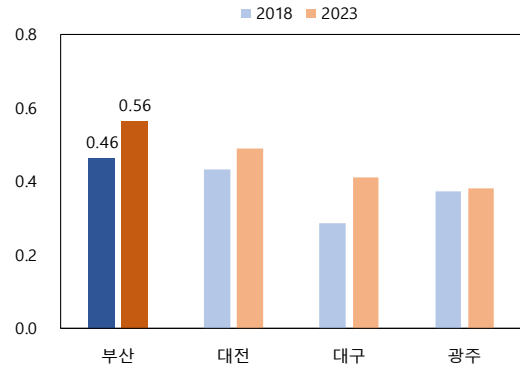
타 권역 대도시에 비해 수도권 소비유출입 비율 상승 폭이 큰 편

[그림 31] 부산의 수도권 소비유출입 추이¹⁾



주: 1) 2018=100 기준
자료: 하나·NH농협카드

[그림 32] 권역 대도시 수도권 소비유출입 비율¹⁾



주: 1) 수도권으로부터의 소비유입/수도권으로의 소비유출 비율
자료: 하나·NH농협카드

23. 같은 기간중 여타 권역에 대해서는 부산주민들의 소비유출이 늘어난 것으로 나타나 수도권에 대한 부산주민들의 소비의존 완화 경향은 뚜렷하였다. 2018년 부산은 제주를 제외한 대부분의 권역에서 소비유출입 흑자 상황을 보였으나 2018~23년 중 대체로 흑자폭이 줄어들었으며 강원권의 경우는 유출입 적자로 전환되었다.

수도권을 제외한 부산의 타권역 권역별 소비유출입 비율은 모두 하락

[표 3] 부산지역의 권역별 소비유출입 비율¹⁾

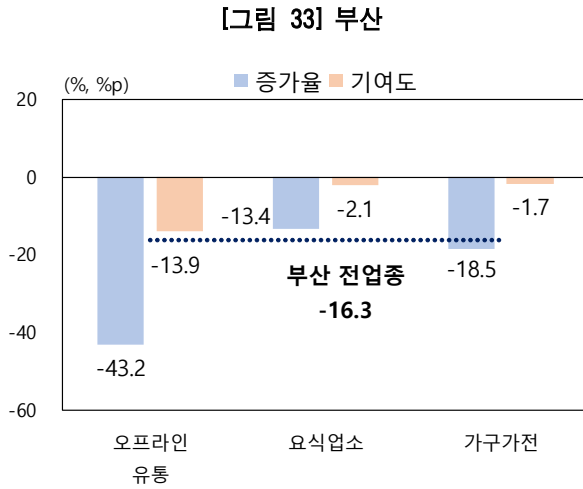
	권역외	수도권	대경권	충청권	호남권	강원권	제주권
2018(A)	0.86	0.46	2.11	1.28	2.48	1.17	0.73
2023(B)	0.93	0.56	1.84	1.23	1.75	0.96	0.72
(B-A)	0.06	0.10	-0.27	-0.05	-0.73	-0.22	-0.01

주: 1) 해당권역으로부터의 유입/해당지역으로의 유출
자료: 하나·NH농협카드

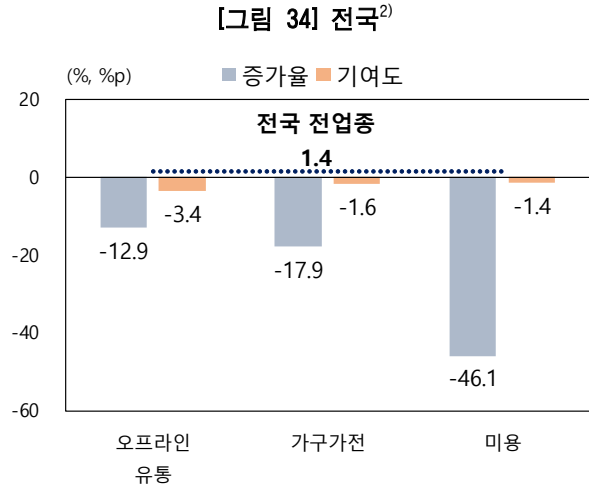
24. 이러한 현상은 주로 온라인 쇼핑 확대에 해당지역에 대한 직접 방문 필요성이 낮아지며 오프라인 유통 유출이 크게 감소한 데 따른 것으로 추정된다. 분석기간 중 수도권으로의 전체 유출감소(-16.3%) 중 오프라인 유통이 상당부분(-13.9%p) 기여한 것으로 나타났다. 수도권에 대한 오프라인 유통 유출감소는 전국적인 현상으로, 수도권 이외 지역에서의 수도권에 대한 전체 유출 변동(+1.4%) 중 오프라인 유통(-3.4%p)의 마이너스 기여도가 가장 큰 것으로 분석되었다.

부산지역민들의 수도권 소비유출은 오프라인 유통을 중심으로 감소

주요 업종별 수도권 유출¹⁾



주: 1) 2018년 대비 2023년 증감률
자료: 하나·NH농협카드

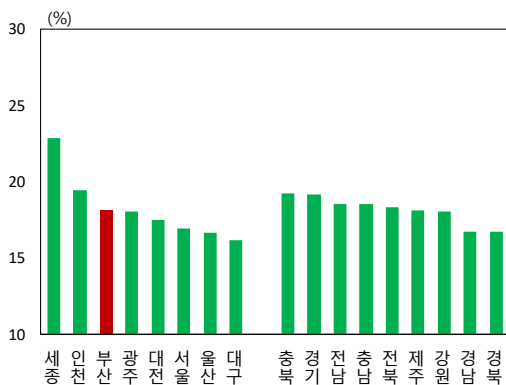


주: 1) 2018년 대비 2023년 증감률
2) 수도권 제외 전 지역에서 수도권으로의 유출
자료: 하나·NH농협카드

25. 부산 주민들의 온라인 쇼핑 전환이 매우 빨라 앞으로 이러한 경향은 이어질 것으로 보인다. 분석기간 중 전자상거래에 대한 지출이 모든 시도(전국 평균 18.1%)에서 늘어났는데 부산(18.2%)은 주요 도시들 중 3번째로 빠르게 증가하였다. 이에 따라 부산은 온라인 상품구입 규모가 오프라인 유통을 초과¹⁷⁾하며 오프라인유통 지출 규모와 비교한 전자상거래 지출의 비율이 서울, 인천에 이어 세 번째로 높게 나타났다.

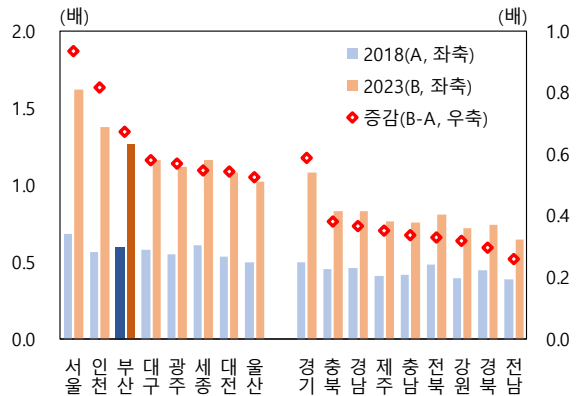
모든 시도에서 전자상거래의 비중이 빠르게 증가하고 있으며, 부산은 전자상거래의 비중이 높은편

[그림 35] 지역별 전자상거래 증가율¹⁾



주: 1) 2018-23년 연평균
자료: 하나·NH농협카드

[그림 36] 전자상거래/오프라인유통 비율 변화¹⁾



주: 1) 각 지역 거주민들의 카드지출액 기준
자료: 하나·NH농협카드

17) 2023년 중 신용카드 지출에 포착된 부산지역 전자상거래 이용 규모는 오프라인 유통의 1.3배 수준이었다.

IV. 종합평가 및 시사점

1 종합평가

26. 신용카드 지출액을 이용하여 2018~23년 중 부산지역의 소비유출입을 분석한 결과 부산은 여전히 소비유입 도시로서의 성격을 유지하고 있으며 과거의 수도권 의존 경향은 다소 완화되었다. 먼저 부산은 2023년중 소비유입 규모가 유출에 비해 크고, 동남권 인근지역과의 유출입(유입/유출) 비율이 다른 대도시들에 비해 높아 권역내 소비 거점도시로서의 기능을 수행하고 있는 것으로 평가된다. 또한 온라인거래 확대에 따라 수도권에 대한 소비 의존 경향이 다소 완화되고 유출입 수지도 개선되는 모습을 보였다.

27. 하지만 팬데믹을 거치며 소비유입 측면에서 몇 가지 부정적인 구조적 변화가 관찰되어 유의할 필요가 있어 보인다. 팬데믹 기간중 소비유입률이 크게 하락한 이후 회복이 지연되고 있는데 최근 국민들의 국외소비 선호, 국내 여행 트렌드 변화 등으로 이러한 경향이 고착화될 가능성이 엿보이고 있다. 또한 경남, 울산지역으로부터 쇼핑, 관광 관련 소비유입이 타권역 대도시에 비해 크게 부진한 데다 특히 울산은 경북과의 긴밀성이 더욱 높아짐에 따라 동남권내 소비 연계성 및 통합도는 하락하고 있다. 마지막으로 유입소비가 관광에 편중되어 있어 팬데믹 기간중 유입 변동이 여타 지역에 비해 컸으며, 향후에도 소비유출입 변화가 지역의 경기 변동성을 확대시킬 리스크가 있는 것으로 보인다.

28. 이상의 분석결과를 고려할 때 지역간 소비이동이 향후에도 안정적인 성장동력으로 부산 지역경제에 기여할 수 있기 위해서는 이러한 소비유출입 구조변화에 대응하여 적절한 정책방안이 마련될 필요가 있다.

2 정책적 시사점

29. ① 우선 권역내 경제통합 강화를 위한 적극적인 소비유입 촉진 정책이 필요하다. 동남권내 소비 연계는 부산 차원에서는 지속 성장을 위한 발판이기도 하지만 권역 전체 측면에서도 산업 집적 및 분업화를 통한 효율성 증대¹⁸⁾ 방안인 만큼 거점도시 중심 지역 균형발전의 원동력이 될 수 있다.

30. 이를 위해 권역내 교통망을 확충하는 한편, 강서, 기장 등 경남, 울산 주민들의 접

18) 기존연구에서 동일 산업 기업의 집적은 ① 지식 확산 촉진, ② 기업간 노동력 공유를 통한 숙련 노동력 확보 용이, ③ 훈련비용 감소에 따른 임금 상승 효과 발생 등의 이점이 있는 것으로 나타났다.(O' Sullivan, 2015)

근성이 높은 지역을 중심으로 쇼핑·관광단지를 개발하여 권역주민들의 이용도를 제고할 필요성이 있다. 강서(명지국제신도시, 에코델타시티), 기장(오시리아 관광단지) 등 경남, 울산과 인접한 지역을 중심으로 진행중인 개발 계획들이 광역권 주민들의 소비유입으로 이어질 수 있도록 필요 인프라를 적극 공급하여야 한다. 특히 부산은 지역내 도로 혼잡도가 높고 교통 관련 관광만족도(17개 시도중 14위)가 크게 낮아 인근 지역과의 광역철도망 확충¹⁹⁾ 등 대중교통 인프라 개선 및 접근성 제고가 소비유입 촉진에 효과적일 것으로 보인다.

인근 수요 확보에 용이한 경남, 울산 인접지역을 중심으로 쇼핑, 관광단지 개발

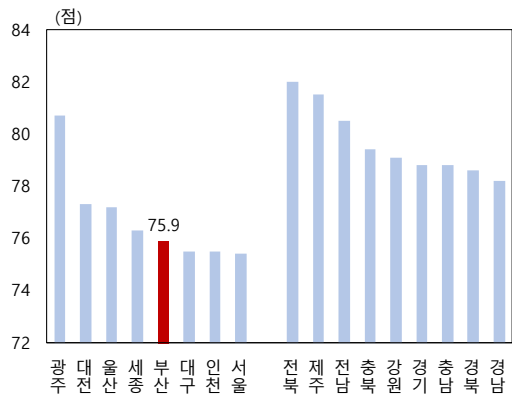
교통인프라 확충을 통한 접근성 제고

[표 4] 지역내 주요 관광·쇼핑단지 개발 계획

지역		주요 개발 계획
강서구	에코델타 시티	현대 프리미엄 아울렛 (2027년 완공 예정)
	명지국제 신도시	대규모 복합쇼핑단지(명지 지구 복합5용지) 건립 ¹⁾
기장군	오시리아 관광단지	고급 숙박시설(반얀트리 해운 대 부산 2025년 예정), 체류형 문화관광 시설(부산아쿠아월드, 2026년 예정) 운영 예정

주: 1) 2023년 건축위원회 심의 통과
 자료: 부산진해경제자유구역청, 부산도시공사

[그림 37] 교통부문 관광여행 만족도¹⁾



주: 1) 2022년 기준
 자료: 한국관광공사(국민여행조사)

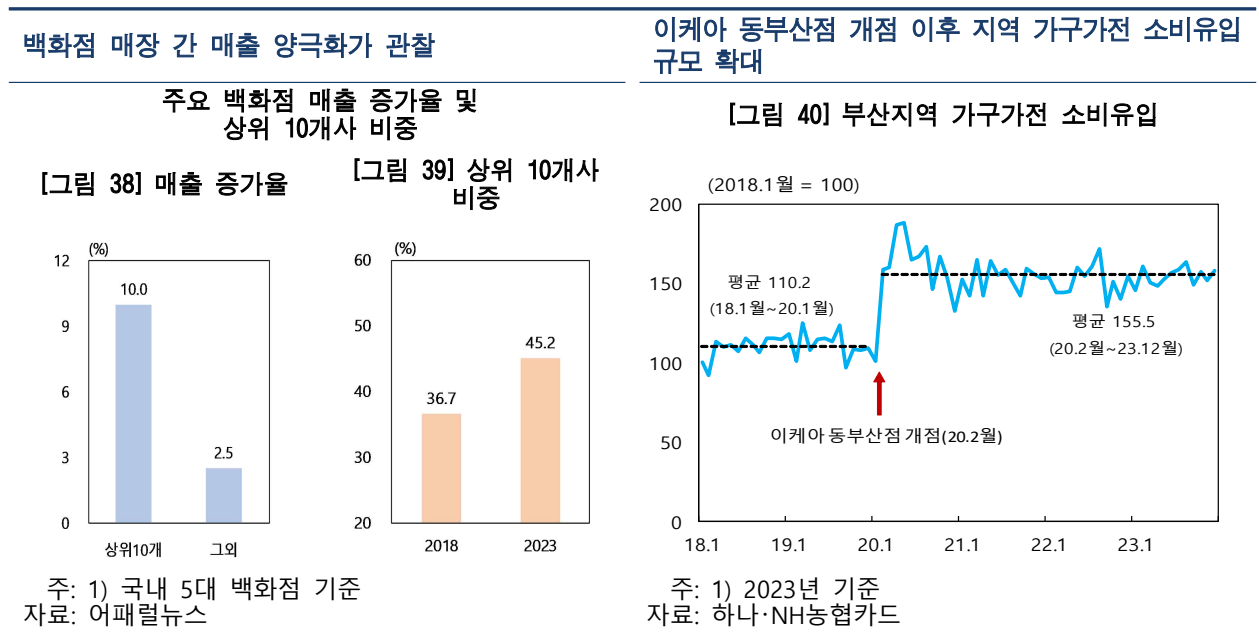
31. 아울러 동백전 등 지역사랑상품권이 지역내 소비 유도 효과가 있는 것으로 평가되는 만큼 권역단위 지역사랑상품권 개발 등도 경제통합도를 높이는 방안으로 검토해 볼 수 있겠다. 지역사랑상품권 도입 전후 정책 대상 신용카드와 비대상 신용카드의 역내 외 지출 변화 차이를 분석해 본 결과 지역사랑상품권 도입은 역내 소비를 유도하는 효과가 유의하게 나타나는 것으로 분석되었다.²⁰⁾

32. ② 둘째, 팬데믹 이후 지속되고 있는 경제주체들의 구조적 소비패턴 변화를 적극 활용하는 노력도 필요하다. 국외관광 및 타지역으로의 관광수요 이동에 대응하여 중앙 정부 차원에서 주로 시행되고 있는 소비 진작책들이 지자체 차원에서도 적극 활용될 필요가 있다. 전국단위 사례를 보면 2022년 진행된 대한민국 숙박대전(지역판)의 경우 정부지원금 규모를 크게 상회하는 경제적 효과(쿠폰혜택금액 대비 9.54배)를 거둔 것으로 나타났으며, 국내여행에 대한 관심도를 크게 증진(93.9%)시키는 효과도 발생하는 것으로

19) 현재 건설중인 부전마산 복선전철(2024년 완공 예정)이 개통되면 창원, 김해 등 경남의 인구 밀집지역과 부산의 연계도를 높여줄 것으로 기대되며, 울산주민들의 부산지역 관광단지, 상업중심지로의 접근성을 제고하기 위해서는 동해선 증편 등의 방법이 도움이 될 수 있을 것이다.
 20) 2018~2023년 중 각 시도의 품목별 신용카드 패널데이터와 이중차분법(Difference-in-Difference, DID)을 활용하여 분석하였으며 자세한 추정방법 및 데이터 관련 설명은 <참고 4> ‘지역사랑상품권이 역내소비에 미치는 영향 추정’을 참조하기 바란다.

나타났다.²¹⁾ 이와 더불어 국민 선호변화와 관련하여 숙박여행의 단기화 경향에 대해 워케이션(workation) 활성화²²⁾로 대응하고 젊은층들의 대도시 여행 기피 경향²³⁾에 대해서는 관광 관련 난개발 방지 및 미개발 지역에 대한 보존 정책 병행으로 대응하는 운용의 묘를 발휘하는 노력도 필요해 보인다.

33. 아울러 쇼핑 인프라의 대형화·차별화도 중요하다. 쇼핑 관련 소비유입 중 비중이 점차 확대되고 있는 백화점의 경우 매출 상위 점포와 그 외 점포들간 매출 증가의 격차가 뚜렷하게 나타나 대형화·고급화 여부가 성패를 좌우 하는 것으로 나타났다. 또한 차별화된 유통 인프라 도입이 소비유입 확대에 있어 매우 중요한 것으로 나타나는데, 일례로 이케아 동부산점(수도권 외 최초 지점) 설립 이후 인근 지역을 중심으로 관련 품목 소비유입이(가구가전 비중 18년 1.7% → 23년 2.3%)가 뚜렷하게 증가하는 모습이 관찰되었다.



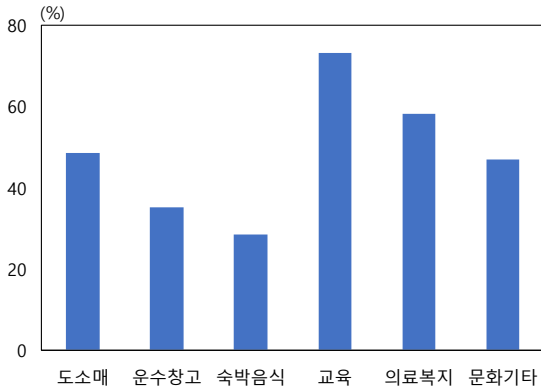
34. ③ 셋째, 관광 이외의 품목들에 대한 소비유입 촉진 노력을 병행하여 지역경제의 활력을 도모하는 동시에 품목 다양화를 통해 경기 변동성을 완화할 필요가 있다. 특히 의료, 교육, 스포츠 및 용역·수리서비스업 등 전문성과 부가가치가 높은 소비재 서비스업의 경쟁력 강화 방안을 모색해야 한다. 부산지역 주요 민간소비 관련 서비스업의 효율성을 측정²⁴⁾한 결과 교육(0.73), 의료(0.84), 스포츠(0.67) 등 고부가가치 서비스업에서 수

21) 자세한 내용은 한국관광공사(2022)를 참조하기 바란다.
 22) 워케이션(Workation)이란 일(Work)과 휴가(Vacation)의 합성어로 근로자가 휴가지에서 일상적인 업무를 수행하면서 관광과 휴양을 동시에 실시하는 것을 의미한다. 부산시는 2022년부터 '부산형 워케이션 활성화 사업'을 추진중이며, 「2024년 워케이션 활성화 공모사업」(문화체육관광부 주관)에도 'Sea LAB in BUSAN' 등 2개 사업이 최종 선정되며 워케이션 활성화를 본격 추진할 예정이다.
 23) 한국관광공사가 트립토피즈(Triptobiz)와 함께 실시한 데이터융합분석에서 MZ세대의 숙박여행은 ①해외여행 ②비용합리적 여행 ③대도시보다는 지방여행 ④1~2인의 작은여행에 대한 선호 경향을 나타내고 있었다.
 24) 2015년 지역산업연관표를 이용하여 17개 시도의 주요 서비스업의 효율성을 자료포락분석(Data Envelopment Analysis, DEA)을 통해 측정하였으며 추정된 효율성 수치는 효율성이 가장 높은지역(프론티어, 효율성=1) 대비 수준을 의미한다. 분석방법에 관한 자세한 내용은 <참고 5> '부산지역 주요 서비스업 효율성 분석'을 참조하기 바란다.

익성 및 효율성이 크게 낮은 것으로 나타나 경쟁력 개선을 위한 지속적인 연구와 지원이 필요한 것으로 평가된다. 특히 의료부문 소비유입 확대를 위해 최근 진행중인 방사선 융합 클러스터²⁵⁾, 검토중인 스마트 헬스케어 클러스터²⁶⁾, 바이오랩 등과 같은 특화된 의료서비스 부문에 대한 과감하고 적극적인 투자가 계속되어야 할 것으로 보인다.

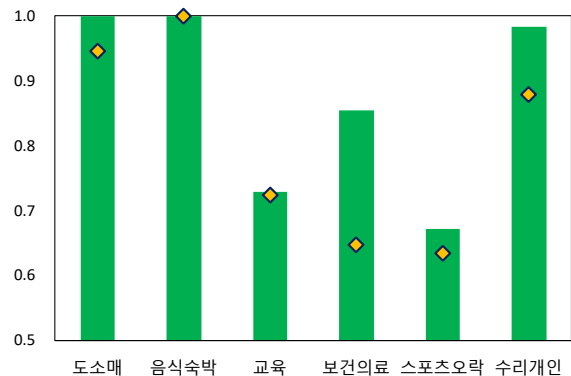
고부가가치 서비스업들의 부산지역내 수익성·효율성이 낮은 수준을 기록

[그림 41] 주요 소비 관련 서비스업 부가가치율¹⁾



주: 1) 2022년 기준
자료: 통계청

[그림 42] 부산지역 주요 서비스업 효율성¹⁾²⁾



주: 1) 가장 효율적인 지역(=1) 대비 상대적인 효율성 수준을 의미
2) 막대는 생산함수의 가변수익 가정, 마름모는 규모수익불변 가정 기준
자료: 한국은행, 자체 추정

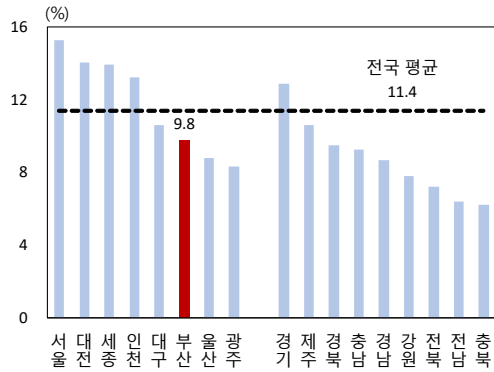
35. ④ 마지막으로 온라인 쇼핑 비중이 빠르게 확대되고 있는 점을 감안하여 지역 소상공인들의 온라인 판매 역량 강화를 지속 지원할 필요가 있다. 부산은 소상공인의 비중이 높은 지역으로, 소상공인들은 대체로 온라인 판로 확대의 필요성은 인지하고 있으나 관련 지식·정보의 부족²⁷⁾ 등으로 활용도는 낮은 상황이다. 부산지역 소상공인 전자상거래 실적이 있는 사업체의 비중은 9.8%로 전국평균(11.4%)을 하회하고 있으며, 특히 주요 대도시(서울, 대구, 광주, 부산, 대전) 중에서 광주 다음으로 낮은 수준이다.

36. 따라서 지자체 차원에서 지역 소상공인들의 온라인 채널 활용도를 제고하기 위한 지원책이 필요하다. 온라인 판매 관련 상담, 판로 지원 등의 지원책(부산경제진흥원)이 실질적인 도움이 될 수 있도록 관련사업 규모를 확대하는 한편, 온라인 관련 기술적 서비스에 대한 접근성 제고를 위해 인재 육성 프로그램 및 인력 매칭체계 구축 등에 대한 지원도 지속해 나가야 할 것이다.

25) 2024.12월 동남권 방사선 의과학 일반산업단지가 준공 예정이며 2027년에는 동남권 의료용 중입자가속기 설치 및 가동예정이다.
26) 강서구 에코델타 스마트시티 내 스마트병원, 원격진료 프로그램 개발 업체 등을 유치하는 방안이 검토 중으로 알려져 있다.
27) 중소기업유통센터가 발표한 「소상공인 온라인 판로 실태조사 보고서」(2021.3월)에 따르면 응답한 소상공인의 91.6%가 온라인 판로가 없다고 답했으며, 이 중 온라인 판로 확대가 필요하지만 어렵고 복잡해 시도하지 못하고 있다는 응답이 47.3%, 시간 및 인력 부족 응답이 17.2%로 나타났다.(구현희 등, 2023)

부산지역 소상공인들의 전자상거래 이용 비중이 전국 평균을 하회

[그림 43] 지역별 소상공인 사업체 중 전자상거래 실적이 있는 비중¹⁾



주: 1) 2022년 기준
 자료: 중소벤처기업부(소상공인실태조사)

지자체 차원에서 지역 소상공인 온라인 활용도를 제고하기 위한 다양한 사업이 진행중

[표 5] 2024년 부산시 소상공인 온라인 판매 역량 강화 사업

사업개요 및 규모	지원내용
디지털커머스 전문기관 운영 (11억원)	· 온라인판로진출 e-커머스 플랫폼 입점 라이브커머스 촬영송출 관련 장비 및 스튜디오 대여 등 토탈솔루션 제공
온라인 마케팅 지원 (7.2억원)	· 함바까보까 플랫폼을 통한 전문가 매칭 및 디자인 개발 지원 · 업체당 50만원 이내 온라인 마케팅 비용 지원
디지털마케팅 실무교육 (0.5억원)	· 블로그 및 소셜미디어 마케팅, 온라인 스토어 운영 교육

자료: 부산시

<참고 5>

지역사랑상품권이 역내소비에 미치는 영향 추정

지역사랑상품권이 지역간 소비유출입에 미치는 영향을 신용카드 데이터와 이중차분법(Difference-in-Difference)²⁸⁾을 활용하여 추정하였다. 이중차분법은 특정 정책 등의 효과를 식별하기 위해 정책시행 전후 처치군(treatment group)과 대조군(control group) 간의 변화를 비교하는 방법으로, 세부업종별 특성에 따른 영향을 감안하기 위해 고정효과(Fixed effect)모형을 설정하였으며, 추정의 효율성을 위해 within 형태로 추정을 실시하였다. 또 추정을 위해 정책 대상이 되는 세부업종을 처치군으로, 같은 업종내 정책 비대상 세부업종을 대조군으로 설정하였다.

추정 결과 동백전 도입은 지역내 소비를 유도하는 효과가 있었던 것으로 나타났다. 아울러 권역외 유출은 감소시켜, 권역외 유출을 지역내 소비로 대체하는 것으로 보인다.

$$(y_{i,t} - \bar{y}_i) = \beta_2 (D_{2i,t} - \bar{D}_{2,i}) + \beta_3 (D_{1i,t}D_{2i,t} - \bar{D}_{1i}D_{2i}) + \beta_4 year + \beta_5 t + (\epsilon_{i,t} - \bar{\epsilon}_i)$$

* y_i : 부산지역 세부업종 i 카드사용액의 log값

D_{1i} : 처치시점 더미변수(2020년 1월 이후: 1, 이전: 0)

D_{2i} : 처치군 더미변수(동백전 사용가능 업종: 1, 그 외 업종: 0)

$year$: 각 연도의 더미변수 t : 시간추세

동백전은 도입 대상 업종에서 부산지역주민들의 부산 지역내 소비를 유의하게 증가시킨 것으로 보임

[표 6] 지역내 소비 증가 효과 분석 결과¹⁾

변 수 ⁵⁾	숙박 ²⁾			여행 ³⁾			의료기관 ⁴⁾		
	지역내 소비	권역내 유출	권역외 유출	지역내 소비	권역내 유출	권역외 유출	지역내 소비	권역내 유출	권역외 유출
처치시점	-0.43 *	-1.61 ***	-1.19 ***	-1.48 ***	-1.70 **	-0.65 **	0.18	-0.50 **	-0.16
시점×처치군	0.11 *	0.04	-0.27 ***	0.34 ***	0.27	-0.34 ***	0.16 ***	-0.11	-0.19 ***
Prob(F-value)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
R ²	0.1117	0.2142	0.2401	0.2873	0.1656	0.3540	0.3197	0.0250	0.0843
N	288	288	288	545	431	576	576	576	576

주: 1) *, **, ***는 각각 10%, 5%, 1% 유의수준에서 통계적으로 유의함을 의미

2) 처치군: 그외호텔, 콘, 대조군: 특급호텔

3) 처치군: 여행사, 택시 등, 대조군: 고속버스, 철도 등

4) 처치군: 한의원, 일반병원, 동물병원 등, 대조군: 종합병원

자료: 하나·NH농협카드, 자체 시산

28) 구현희·김용재·이준성(2023), 부산연구원(2021) 등을 참고하여 모형을 설정

한편 이러한 결과가 지역사랑상품권 도입 대상 카드와 비대상 카드 간의 대체효과에 (비대상 카드사용액 감소 유발) 의한 결과일 수 있으므로 분석의 강건성을 위해 추가적인 분석을 실시하였다. 농협하나카드를 통해 지역사랑상품권이 발행된 주요 광역, 특별시(세종 포함)를 대상으로 아래 식을 활용하여 분석²⁹⁾한 결과, 부산, 울산의 비대상카드(신한카드) 사용액에서는 통계적으로 유의한 감소가 관찰되지 않았으며 대전의 경우에서만 대조군과 비교시 통계적으로 유의한 신한카드 사용액 감소가 나타났다. 또 세종은 오히려 대조군에 비해 카드사용액의 증가가 나타나는 모습이었다. 이에 따라 앞의 추정 결과는 카드간 대체효과에 의한 것이 아닌 것으로 판단된다.³⁰⁾

$$(y_{i,t} - \bar{y}_i) = \beta_2 (D_{2i,t} - \bar{D}_{2i}) + \beta_3 (D_{1i,t}D_{2i,t} - \bar{D}_{1i}\bar{D}_{2i}) + (X_{i,t} - \bar{X}_i)' \Gamma + \beta_4 year + \beta_5 t + (\epsilon_{i,t} - \bar{\epsilon}_i)$$

* y_i : i 지역 카드사용액의 log값

* D_{1i} : 처치시점 더미변수(각 지역별 도입시점 이후: 1, 이전: 0)

D_{2i} : 처치군 더미변수(지역사랑상품권 도입 지역: 1, 그 외 지역: 0)

X : 지역별 특성변수(지역별 고용률, 실업률, 주택가격), Γ : 지역별 특성변수 계수

$year$: 각 연도의 더미변수 t : 시간추세

지역사랑상품권은 부산지역 도입 비대상 카드의 소비를 통계적으로 유의하게 감소시키지 않음

[표 7] 지역사랑상품권 비대상 카드 대체효과 분석 결과¹⁾

처치군	부산 ²⁾	울산 ³⁾	대전 ⁴⁾	세종 ⁵⁾
변 수 ⁵⁾	신한카드 사용액	신한카드 사용액	신한카드 사용액	신한카드 사용액
처치시점	-0.087 **	0.004	0.019 *	-0.033 **
시점×처치군	-0.001	-0.003	-0.086 ***	0.088 ***
Prob(F-value)	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
R ²	0.7406	0.7198	0.7151	0.7835
N	245	245	245	245

주: 1) *, **, ***는 각각 10%, 5%, 1% 유의수준에서 통계적으로 유의함을 의미

2) 처치군: 부산(도입시점 2019.12월), 대조군: 광주·서울·인천·대구

3) 처치군: 울산(도입시점 2019.10월), 대조군: 광주·서울·인천·대구

4) 처치군: 대전(도입시점 2020.6월), 대조군: 광주·서울·인천·대구

5) 처치군: 세종(도입시점 2020.3월), 대조군: 광주·서울·인천·대구

자료: 하나·NH농협카드, 자체 시산

29) 22.1.24일 신한카드에 서울페이가 도입된 점을 감안하여 분석에 18.1월~22.1월까지의 데이터를 사용하였다.

30) 다만 이상의 결과는 이용가능한 자료상의 제약으로 인해 농협카드, 하나카드, 신한카드를 제외한 다른 카드들에 대한 대체효과, 현금 등 다른 결제수단에 대한 대체효과는 정확히 확인할 수 없었다는 한계가 있다.

부산지역 주요 서비스업 효율성 분석

부산지역 주요 서비스업의 효율성을 분석하기 위해 산업연관표의 투입·산출 자료를 활용하여 자료포락분석(Data Envelopment Analysis)을 시행하였다. 자료포락분석은 관측대상의 투입물과 산출물 자료를 통해 현시되는 생산변경곡선을 도출한 후 각 관측치들이 생산변경곡선으로부터 떨어진 거리를 통해 상대적 효율성을 산출하는 분석 기법이다. 동 분석은 생산변경 도출을 위해 선형계획법과 같은 비모수적 방법을 이용한다는 측면에서 패널계량분석을 통해 모수적으로 생산변경곡선을 도출하는 확률변경분석(SFA, Stochastic Frontier Analysis) 등과 구별된다.

분석에는 김현석·윤진영(2016)을 참고하여 투입변수로는 2015년 지역산업연관표상 산업별 국산중간투입, 수입재중간투입, 피용자보수, 고정자본소모 4개 변수를, 산출변수로는 부가가치, 영업잉여 2개변수를 활용하였다. 분석에 활용한 모형은 투입기준 모형과 산출기준 모형으로 구분되고, 규모수익에 대한 가정에 따라 CCR(규모수익불변 가정), BCC(가변규모수익 가정)으로 구분되며 두 모형을 통해 계산된 효율성지수를 비교하여 규모 효율성을 도출하였다.

- CCR모형 : $\phi^k = \max \phi^k \text{ (w.r.t } \theta, \lambda)$
subject to
$$x_m^k \geq \sum_{j=1}^J x_m^j \lambda^j \quad (m = 1, 2, \dots, M);$$
$$\phi^k y_n^k \geq \sum_{j=1}^J y_n^j \lambda^j \quad (n = 1, 2, \dots, N); \quad \lambda^j \geq 0 (j = 1, 2, \dots, J)$$
- BCC모형 : $\phi^k = \max \phi^k \text{ (w.r.t } \theta, \lambda)$
subject to
$$x_m^k \geq \sum_{j=1}^J x_m^j \lambda^j \quad (m = 1, 2, \dots, M);$$
$$\phi^k y_n^k \geq \sum_{j=1}^J y_n^j \lambda^j \quad (n = 1, 2, \dots, N); \quad \sum_{j=1}^J \lambda^j = 1; \quad \lambda^j \geq 0 (j = 1, 2, \dots, J)$$
- 규모효율성 = $\frac{CCR\text{효율성 지수}}{BCC\text{효율성 지수}}$

참고문헌

구현희, 김용재, 이준성(2023), “부산·경남지역 관광업 발전 방안”, 한국은행 경남본부·부산본부

김현석, 윤진영(2016), “부산지역 서비스산업의 산업부문별 효율성 분석과 정책과제”, 한국은행 부산본부

조민경(2023), “대구지역의 지역간, 업종별 소비유출입 특징과 시사점”, 한국은행 대구경북본부

한국관광공사(2022), “<2022 숙박 할인권 지원사업> 효과조사 및 성과분석 최종보고서”

황영순, 박충훈, 정혜진(2021), “부산지역화폐의 경제효과와 발전방향”, 부산연구원

Arthur O’Sullivan(2011), *오설리반의 도시경제학*, McGraw-Hill

Hai·Krueger·Postlewaite(2020), “On the Welfare Cost of Consumption Fluctuations in the Presence of Memorable Goods”, *Quantitative Economics* 11(4), 1177-1214