



# 지역사랑상품권 도입이 지역소비에 미친 영향 - 인천e음을 중심으로 -

2020. 6.

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

## 한국은행 인천본부

작성자: 한국은행 인천본부 이해민 과장(E-mail: hyemin@bok.or.kr, 전화: 032-880-0034)

◆ 본 보고서는 한국은행이 신한카드사와 하나카드사로부터 입수한 신용·체크카드 데이터와 한국은행 인천본부가 인천시청으로부터 입수한 인천e음카드 자료를 활용하였습니다. 인천e음카드 자료를 제공 해주신 인천시청 소상공인정책과 관계자님께 감사드립니다.



# 차 례

## < 요약 >

I. 검토 배경 .....	1
II. 인천e음 도입 및 사용 현황 .....	2
1. 인천e음 도입 경과	
2. 인천e음 사용 현황	
3. 인천거주자의 신용·체크카드 사용 현황	
III. 인천e음 활성화 이후 소비 변화 및 특징 .....	9
1. 역내소비 확대	
2. 역외소비율 하락	
3. 소비유입 부진 지속	
IV. 평가 및 시사점 .....	18



## [요 약]

### I. 검토 배경

- 인천광역시가 지역소비 활성화를 위해 도입한 **인천e음카드\***(이하 '인천e음')의 **가입자수 및 발행액이 지난해에 크게 증가**
    - \* 지방자치단체가 발행하고 해당 지역의 가맹점에서만 사용가능한 지역사랑상품권의 일종
    - 2019.5~8월중 인천e음 **가입자수**가 누적기준 최대 90만명 가까이(2019년말 기준 인천지역 15세 이상 인구의 약 37%) **급증**하면서 **2019년중 발행액이 1조 5천억원에 달하여 전국 지역사랑상품권 발행액(2조 3천억원)의 65%**를 차지
  - 인천e음 사용액이 2019년 중반 이후 크게 늘어난 반면 **지역내 신용·체크카드 사용액**은 여타 지역과는 달리 **큰 폭으로 감소**
    - 이는 **인천e음의 도입**이 신용·체크카드 등 **여타 결제수단**을 대체한 데 따른 것으로 **지역소비에 미친 순효과** 등을 살펴보기 위해서는 **포괄적인 자료**를 이용한 **분석이 필요함**을 시사
- ⇒ 인천e음 및 신용·체크카드 사용 현황을 종합적으로 분석하여 **인천e음 활성화 이후 인천지역 소비의 변화 및 특징**을 **역내소비, 역외소비 및 소비유입 측면**에서 **다각도로 검토**하고 **정책적 시사점**을 도출

### II. 인천e음 도입 및 사용 현황

#### (인천e음 도입 경과)

- **인천e음**은 2018.7월에 도입된 **선불카드 방식**의 **지역사랑상품권**의 일종으로 초반에는 **이용률이 저조**하였으나 **2019년** 들어 큰 폭의 캐시백 도입을 계기로 **사용이 크게 늘었으며**, 2019년 **하반기**에는 예산 제약 등으로 **캐시백 혜택 범위, 한도, 요율** 등을 **수차례 조정**
- '인처너카드'라는 명칭으로 도입된 초기에는 별다른 성과가 없었으나, **2019년 4월**부터 인천광역시가 **6% 캐시백 지급**을 시작하고 **5월 이후** 서구·미추홀구·연수구가 자체 예산으로 **2~5%의 추가적인 캐시백** 혜택을 제공하면서 **가입자와 결제액이 급증**

○ 그러나 소비수준별·지역별 캐시백 혜택 불균형, 결제액 증가에 따른 재정 부담 등으로 **2019.8월**부터 캐시백 대상 제한, 한도 설정(100만원), 결제액 구간별 요율 차등화 등 **혜택을 축소**

○ 이후에도 결제액 증가에 따른 캐시백 규모 확대로 **예산 소진**이 **가속**화되자 **2019.11월**부터 캐시백 **한도**를 월 30만원으로 **축소**

□ **2020년** 들어 캐시백 **요율**을 **재정비**하고 캐시백 **이외** **혜택**도 **강화**하였으며, 최근에는 **코로나19**로 침체된 지역소비 진작을 위해 월 50만원 이하 결제액에 대한 **캐시백 요율**을 **3~6월**중 **한시적**으로 **10%**로 **상향** **조정**

○ 인천광역시는 연초에 올해 캐시백 요율을 월 결제액 30만원 이하 4%, 30~50만원 2%, 50~100만원 1%로 결정하였으며, 선할인을 제공하는 **'혜택플러스'** **가맹점**을 **확대**하고 인천e음 연계 온라인 쇼핑몰인 **'인천e몰'**을 **활성화**하는 등 캐시백 **이외** **혜택**도 **강화**

### (인천e음 사용 현황)

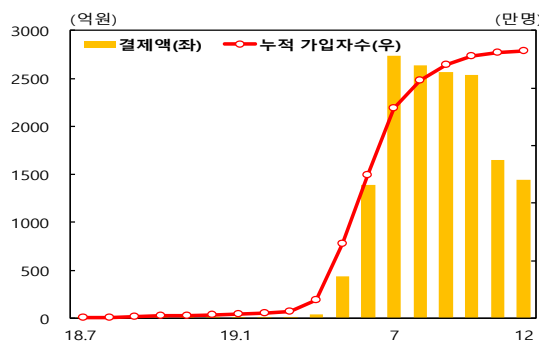
□ 2019년말 기준 **인천e음**의 **누적 가입자수**는 **929,528명**(15세 이상 인구의 **36.6%**), 2019년중 **발행액**은 **1조 5,063억원**(전국 발행액의 **65%**), 인천e음으로 1회 이상 거래한 점포수는 **99,125개**(지역내 **100대 생활업종 사업자\***의 **81.3%**)를 기록

\* 소매, 음식, 숙박, 병·의원, 전문직, 교육 등 최종 소비자를 대상으로 우리 생활에 밀접한 품목 또는 용역을 판매·취급하는 업종으로 국세청에서 매월 발표

□ 2019년중 인천e음 결제액의 **업종별 비중**은 **요식업소(29.0%)**, **유통업\*** (**16.6%**), **의료기관(13.8%)**, **학원(8.8%)** 등의 순으로 높으며, 대부분 업종의 월 결제액이 **5월 이후** **가파르게** **증가**한 후 **7~10월**중 **높은 수준**을 **유지**하다 캐시백 한도가 30만원으로 크게 축소된 **11월 이후** **하락**

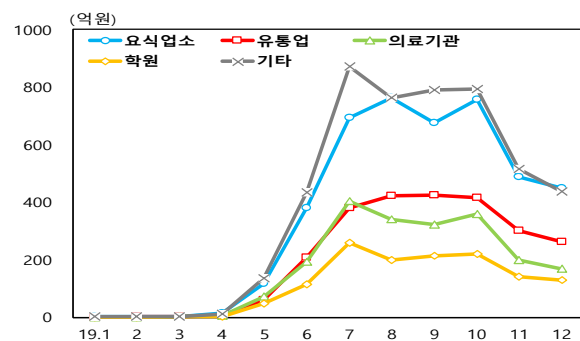
\* 비영리 기관은 제외

**인천e음 결제액 및 누적 가입자수**



자료: 인천광역시

**업종별 인천e음 월 결제액 추이**



자료: 인천광역시

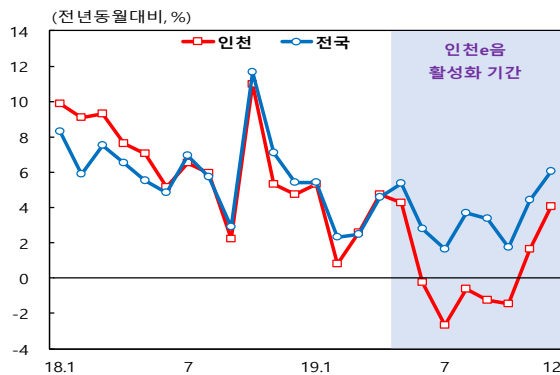
## (인천거주자의 신용·체크카드 사용 현황)

- 2019년중 인천거주자의 신용·체크카드 사용액\*은 전년대비 증가세를 유지하고 있는 전국과는 달리 감소세를 보이거나 전국 증가율을 하회

\* 신한 및 하나카드사의 전체 개인 신용카드 결제액(국내 사용액 기준)에서 차지하는 비중(17~19년중 평균)인 26.5%에 근거한 배율(100/26.5)을 적용하여 전체 신용·체크카드 사용액을 추정

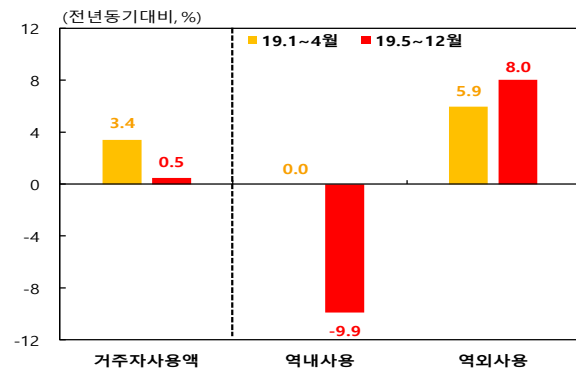
- 기간별로 보면, 인천거주자의 신용·체크카드 사용 증가율은 인천e음 활성화 기간중 크게 둔화('19.1~4월중 전년동기대비 3.4% → 5~12월중 0.5%)
- 소비지역별로는 역내사용액이 인천e음 활성화 기간중 크게 감소(0.0% → -9.9%)한 반면, 역외사용액은 증가세가 확대(5.9% → 8.0%)

### 인천거주자 신용·체크카드 사용 증가율<sup>1)</sup>



주: 1) 거주지 기준  
자료: 신한카드사, 하나카드사

### 인천거주자의 신용·체크카드 역내외 사용 증가율: 2019년중 기간별



자료: 신한카드사, 하나카드사

## Ⅲ. 인천e음 활성화 이후 소비 변화 및 특징

- 인천e음의 활성화로 인한 인천지역 소비구조 전반의 변화와 영향을 파악하기 위해 2019년중 신용·체크카드 사용액에 인천e음 결제액을 합산한 전체 카드사용 데이터를 분석

- 미시적인 소비구조 분석에 유용한 신용카드 데이터를 이용하여 다음과 같은 방법으로 역내외 소비 및 소비유입 규모를 추정하고 증가율을 중심으로 분석

- ① **역내소비**=인천거주자의 신용·체크카드 역내사용액+(인천e음 결제액×0.98\*)
- ② **역외소비**=인천거주자의 신용·체크카드 역외사용액
- ③ **소비유입**=비거주자의 신용·체크카드 역내사용액+(인천e음 결제액×0.02\*)

\* 인천e음 결제액중 98%가 인천시민, 2%가 타 지역(주로 서울과 경기) 주민인 것을 반영

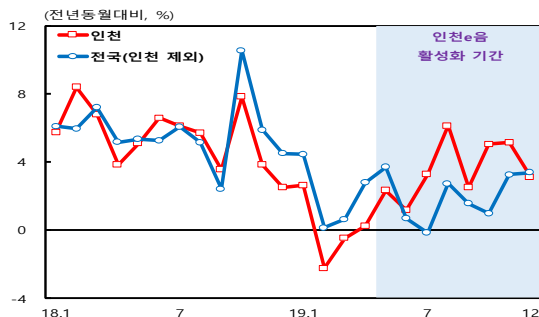


- 다만 인천e음 결제액중 현금 등 다른 지급수단의 결제가 대체된 부분도 존재할 수 있어 동 방식으로 추정된 금액을 지역소비로 간주할 경우 과대 추정의 가능성이 있음

## (역내소비 확대)

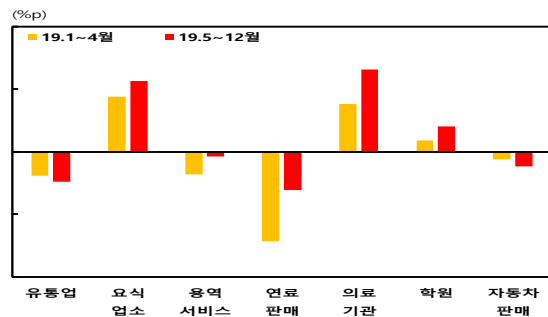
- 인천거주자의 역내소비 증가율은 2018.1월~2019.4월중 전국과 비슷하거나 이를 하회하다 인천e음이 활성화되면서 전국을 상당폭 상회하는 것으로 나타나 인천e음 도입이 지역내 소비를 진작시키는 효과가 있는 것으로 보임
  - 2019년중 기간별로 보면 역내소비 증가율이 2019.1~4월중 0.1%에서 5~12월중 3.6%로 상승\*
    - \* 단, 인천e음 결제액중 현금 결제가 대체된 부분을 고려하기 위해 현금 결제 비중을 11~15%(인천e음 결제액의 약 95%를 차지하는 50대 이하 연령층 기준)<sup>#</sup>, 인천e음 사용으로 인한 현금 결제 감소율을 신용·체크카드 이용 감소율과 동일한 10%로 가정할 경우, 2019.5~12월중 역내소비 증가율은 1.8~2.3%로 하락하는 것으로 시산
    - # 한국은행 「2019년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사결과」에 근거
  - 지출분야별로는 인천e음의 주요 지출 대상 업종인 요식업소, 의료기관 및 학원을 중심으로 역내소비가 증가

거주자 역내소비<sup>1)</sup> 증가율



주: 1) 거주자의 역내 카드사용액  
 자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

인천거주자의 역내소비<sup>1)</sup> 증가율의 지출분야별 기여도: 2019년중 기간별



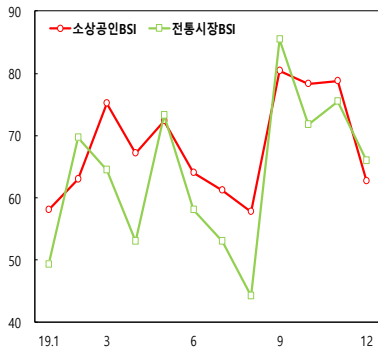
주: 1) 거주자의 역내 카드사용액  
 자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

- 인천e음을 이용한 요식업소 등에서의 역내소비 증가는 지역내 소상공인\* 매출 증대에 긍정적인 영향으로 작용한 것으로 보임

\* 인천e음 사용 비중이 높은 요식업소, 유통업 등은 소상공인 업체 비중이 큰 대표적인 업종임. 인천지역의 경우 업종별 소상공인 업체 비율(2018년 기준)은 숙박·음식업 85.4%, 도소매업 87.2%로 전산업 평균(70.9%)을 크게 상회(자료: 통계청, 자체계산)

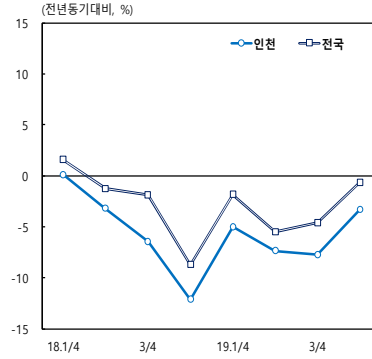
- 인천지역 소상공인 및 전통시장 체감 BSI가 2019.9월 급격히 상승
- 인천e음 사용이 불가능한 대형마트 판매는 인천이 전국보다 부진했던 반면, 인천의 슈퍼마켓·잡화점 및 편의점 판매는 증가세가 유지되어 2019년중 감소세가 지속되었던 전국보다 양호

### 인천지역 소상공인 및 전통시장 체감 BSI



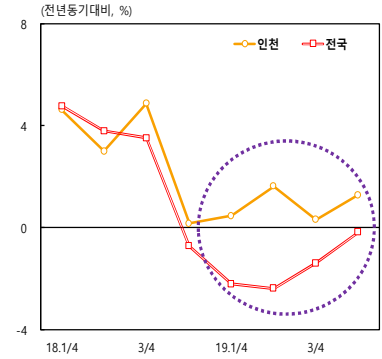
자료: 소상공인시장진흥공단

### 대형마트 판매액 지수<sup>1)</sup>



주: 1) 불변지수 기준  
자료: 통계청

### 슈퍼마켓·잡화점 및 편의점 판매액 지수<sup>1)</sup>



주: 1) 불변지수 기준 전국은 슈퍼마켓·잡화점 지수와 편의점 지수를 업종 가중치로 합성한 수치  
자료: 통계청

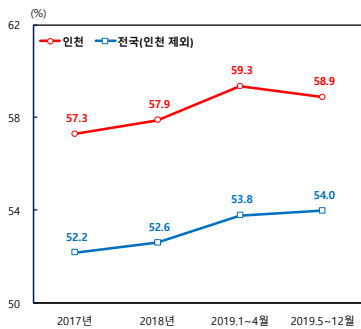
## (역외소비율 하락)

□ 인천거주자의 역외소비율\*은 인천e음 활성화 기간중 주요 업종을 중심으로 하락(19.1~4월중 59.3% → 5~12월중 58.9%)함에 따라 상승세가 지속된 전국(53.8% → 54.0%)과 다른 모습

\* 거주자 역외소비/(거주자 역내소비+거주자 역외소비)×100

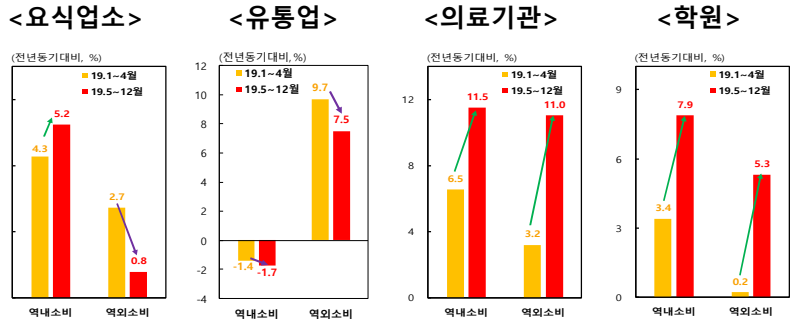
○ 인천e음 활성화 기간중 유통업은 역내외 소비가 모두 부진하였으나, **요식업소는 역외소비가 둔화되면서 역내소비로 일부 대체된 효과**가 나타나고, **의료, 교육**과 같이 서비스의 품질이 중요한 업종은 **역외소비가 크게 증가**하는 가운데 **역내소비도 촉진**되면서 **역외소비율이 하락**

### 기간별 역외소비율<sup>1)</sup>



주: 1) 전국은 인천을 제외한 광역시도의 단순 평균  
자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

### 주요 업종별 인천거주자 역내소비 및 역외소비 증가율

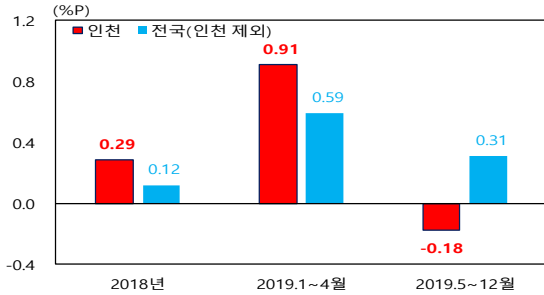


자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

○ 지역별로는 인천거주자의 주된 역외소비 지역\*인 서울과 경기에서의 역외소비율이 인천e음 활성화 이후 하락

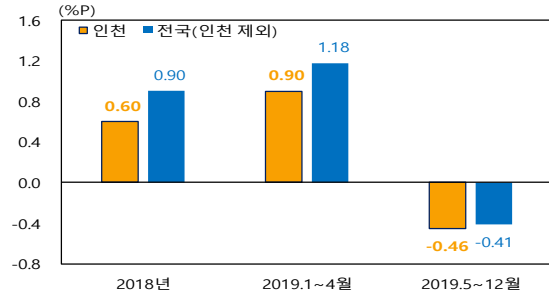
\* 2019년중 인천거주자의 역외소비중 서울이 71.9%, 경기가 20.3%를 차지

**지역별 거주자의 서울지역에서의  
역외소비율 변화<sup>1)</sup>**



주: 1) 전년 또는 이전 기간 대비, 전국은 인천을 제외한 광역시도의 단순 평균  
자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

**지역별 거주자의 경기지역에서의  
역외소비율 변화<sup>1)</sup>**



주: 1) 전년 또는 이전 기간 대비, 전국은 인천을 제외한 광역시도의 단순 평균  
자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

**(소비유입 부진 지속)**

□ 인천e음이 역내소비는 진작시키고 역외소비는 둔화시키는 효과를 보인 반면, 비거주자에 의한 소비유입은 감소세가 지속되고 소비유입률\*이 하락하는 등 소비유입 측면의 효과는 미미한 것으로 보임

\* 비거주자 역내소비/(거주자 역내소비+비거주자 역내소비)×100

○ 지출분야별로는 자동차판매 부진\*의 영향이 가장 큰 것으로 나타났으나, 이를 제외해도 인천지역으로의 소비유입 증가율은 전국 평균을 크게 하회

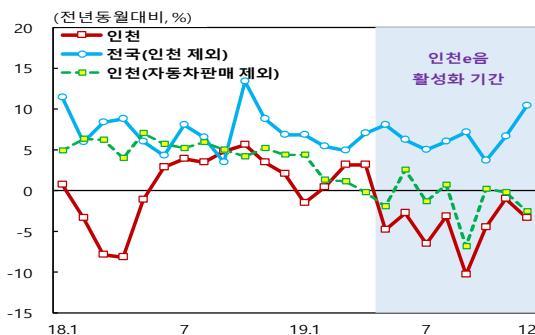
\* 인천에 본사가 소재한 한국GM의 내수판매 부진이 심화(19.1~4월중 전년동기대비 -8.8% → 5~12월중 -34.5%)

— 한편 의료기관은 인천e음 활성화 이후 거주자의 역내소비뿐만 아니라 소비유입 증가율도 함께 높아지고 있어 인천지역 의료서비스의 공급 잠재력이 점차 확충되고 있을 가능성을 시사

○ 지역별로는 인천지역내 소비유입이 주로 경기와 서울로부터 발생\*하는데 인천e음 활성화 기간중에도 비거주자의 인천지역내 소비 감소세가 지속되는 가운데 거주자의 역내소비는 크게 증가하면서 소비유입률의 하락이 가속화

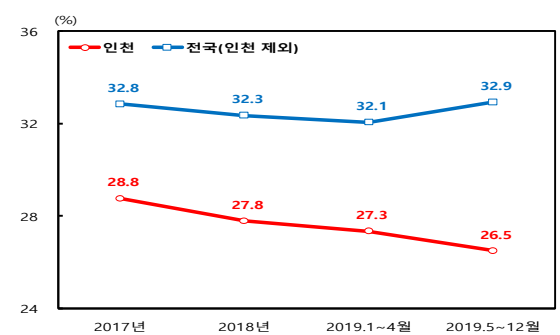
\* 2019년중 인천지역내 소비유입중 경기가 47.3%, 서울이 31.2%를 차지

**지역별 비거주자 소비유입<sup>1)</sup> 증가율**



주: 1) 비거주자의 역내 카드사용액  
자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

**기간별 지역내 소비유입률<sup>1)2)</sup>**



주: 1) 역내 카드사용액중 비거주자 비중  
2) 전국은 인천을 제외한 광역시도의 단순 평균  
자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

## IV. 평가 및 시사점

- 지난해 인천e음은 인천거주자의 신용·체크카드 사용을 줄이는 결제수단의 대체뿐만 아니라 역내소비를 증가시켜 소상공인 매출 증대, 역외소비율 하락 등 지역내 소비 진작에 긍정적으로 작용한 것으로 나타남\*

\* 다만 동 보고서의 분석 기간이 2017~2019년으로 한정되므로 인천e음의 지역내 소비 진작 효과에 대해서는 다소 제한적으로 해석될 필요가 있고, 보다 객관적인 분석은 캐시백 요율이 안정화된 이후 기간의 자료가 좀 더 축적된 이후에 가능할 것으로 보임

- 한편 인천e음 활성화 기간중에도 인천지역내 소비유입 감소세가 지속되고 소비유입률도 하락하는 등 소비유입 측면의 효과는 미미
- 최근 전국적으로 지역사랑상품권 발행 수요가 커지는 상황에서 인천e음이 지역경제의 지속가능한 발전에 기여하는 방향으로 운용되기 위해서는 소비-생산간 연계를 강화하는 한편, 역내소비와 소비유입을 동시에 확대할 수 있는 보다 근본적인 대책을 지속적으로 강구할 필요
  - 최근 코로나19 여파로 정부 및 지방자치단체의 재정지원금이 지역사랑상품권으로 지급되고, 인천e음 캐시백 요율도 일시적으로 상향 조정되면서 인천e음의 가입자수와 결제액이 급증하는 등 지역소비 진작을 위한 인천e음의 역할이 보다 중요해진 상황
  - 인천e음 운용에 있어 소비자와 가맹점의 사용유인을 높이는 다양한 인센티브 정책에 더해 지역내 부가가치 창출 및 고용 확대로 연결되는 소비 촉진 방안을 강구
    - 인천e음이 단기적인 소상공인 매출 증대나 소비자의 가처분소득 증가에 그치지 않고 지역내 소비 및 생산간 선순환구조 구축에 기여하도록 운용
  - 한편 인천지역은 개인소득 기반이 취약하여 소비여력이 낮은 데다 수도권 배후도시로서 역외소비율이 높은 구조적 특징을 가지므로 관광, 의료 및 교육 관련 서비스의 경쟁력을 높여 역내소비 진작과 소비유입 확대를 함께 도모할 필요
- 또한 인천e음 등 지역사랑상품권은 지역간 거래를 위축시켜 소비자와 기업의 선택폭을 줄이고 역내외 생산자간 경쟁을 완화시켜 경제 전체적으로는 효율성을 저하시킬 가능성도 있으므로 추후 지역사랑상품권의 지역경제 및 국내경제 전반에 대한 파급효과 분석이 필요



# I. 검토 배경

□ 인천광역시가 지역소비 활성화를 위해 도입한 인천e음카드\*의 가입자수 및 발행액이 지난해에 크게 증가

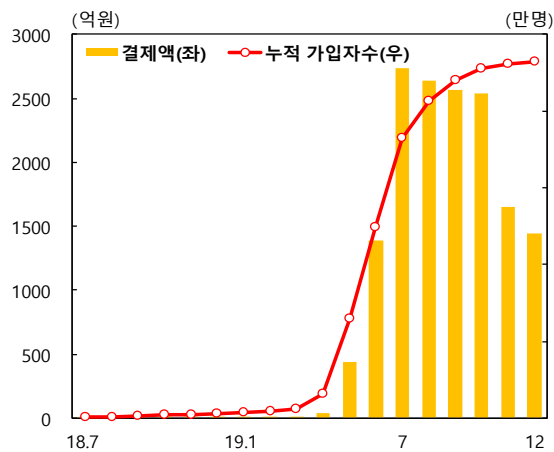
\* 지역내 음식점, 소상공인 점포, 전통시장, 편의점 등의 가맹점에서 현금처럼 사용할 수 있는 모바일 기반의 전자상품권(백화점, 대형마트, 기업형 슈퍼마켓(SSM; Super Supermarket) 등에서는 사용 불가)으로 지방자치단체가 발행하고 해당 지역의 가맹점에서만 사용가능한 지역사랑상품권의 일종. 이하에서는 '인천e음'으로 통칭

○ 2019.5~8월중 인천e음 가입자수가 누적기준 최대 90만명 가까이(2019년말 기준 인천지역 15세이상 인구의 약 37%) 급증하면서 2019년중 발행액(충전액)이 1조 5천억원에 달하여 전국 지역사랑상품권 발행액의 65%를 차지

□ 인천e음 사용액이 2019년 중반 이후 크게 늘어난 반면 지역내 신용·체크카드 사용액은 여타 지역과는 달리 큰 폭으로 감소

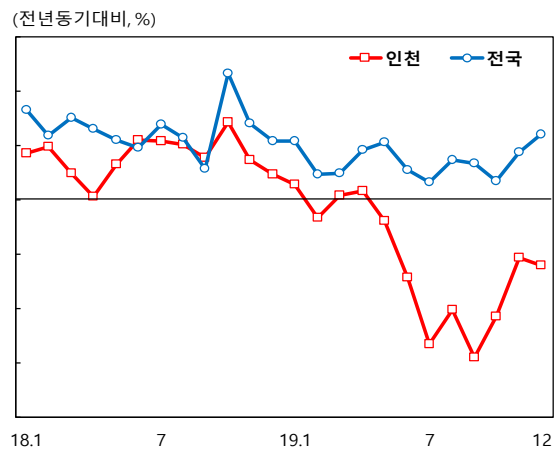
○ 이는 인천e음의 도입이 신용·체크카드 등 여타 결제수단을 대체한 데 따른 것으로 지역소비에 미친 순효과 등을 살펴보기 위해서는 포괄적인 자료를 이용한 분석이 필요함을 시사

**인천e음 결제액 및 누적 가입자수**



자료: 인천광역시

**인천지역 신용·체크카드 결제액<sup>1)</sup> 증가율**



주: 1) 소비자 기준, 개인 국내사용액 기준  
 자료: 신한카드사, 하나카드사

⇒ 인천e음 및 신용·체크카드 사용 현황을 종합적으로 분석하여 인천e음 활성화 이후 인천지역 소비의 변화 및 특징을 역내소비, 역외소비 및 소비유입 측면에서 다각도로 검토하고 정책적 시사점을 도출

## Ⅱ. 인천e음 도입 및 사용 현황

### 1 인천e음 도입 경과

- 인천e음은 2018.7월에 도입된 선불카드 방식의 지역사랑상품권\*의 일종으로 초반에는 이용률이 저조하였으나 2019년 들어 큰 폭의 캐시백 도입을 계기로 사용이 크게 늘었으며, 2019년 하반기에는 예산 제약 등으로 캐시백 혜택 범위, 한도, 요율 등을 수차례 조정

\* 개념 및 발행·판매 현황은 <참고 1> 참조

- '인처너카드'라는 명칭으로 도입된 초기에는 별다른 성과가 없었으나, 2019.4월부터 인천광역시가 6% 캐시백 지급을 시작하고 5월 이후 서구·미추홀구·연수구가 자체 예산으로 2~5%의 추가적인 캐시백 혜택을 제공하면서 가입자와 결제액이 급증\*

\* 초기에는 지출 한도 및 대상 품목 등에 큰 제한이 없어 일부 사치품에 대한 소비에도 캐시백 혜택이 제공됨

- 그러나 소비수준별\*·지역별 캐시백 혜택 불균형, 결제액 증가에 따른 재정 부담 등으로 2019.8월부터 캐시백 대상 제한, 한도 설정(100만원), 결제액 구간별 요율 차등화 등 혜택을 축소

\* 소득수준 및 소비규모가 클수록 캐시백 혜택을 더 많이 수혜

- 이후에도 결제액 증가에 따른 캐시백 규모 확대에 예산 소진이 가속화되자 2019.11월부터는 캐시백 한도를 월 30만원으로 축소

- 2020년 들어 캐시백 요율을 재정비하고 캐시백 이외 혜택도 강화하였으며, 최근에는 코로나19로 침체된 지역소비 진작을 위해 캐시백 요율을 일시적으로 상향 조정

- 인천광역시는 올해 캐시백 요율을 월 결제액 30만원 이하 4%, 30~50만원 2%, 50~100만원 1%로 결정

- 부평구는 3.2일, 계양구는 3.16일에 인천e음과 동일한 캐시백 요율로 지역사랑상품권을 출시하였고, 중구와 옹진군도 하반기에 출시 예정
- 이와 동시에 인천시민과 소상공인\*에게 추가적인 혜택을 제공하기 위한 비캐시백 인센티브를 강화하는 중
  - \* 상시 근로자수가 광업, 제조업, 건설업 및 운수업은 10명 미만인 사업자, 그 밖의 업종은 5명 미만인 사업자(소상공인 보호 및 지원에 관한 법률 시행령 제2조)
- 1~7%의 선할인을 제공하는 '혜택플러스' 가맹점을 금년중 6만개까지 확대하는 한편, '혜택플러스' 가맹점에 결제수수료가 0%인 QR 간편 결제를 지원하고 모바일 앱 등을 통해 집중적인 매장 홍보를 진행
- 인천e음과 연계된 온라인 쇼핑몰인 '인천e몰'과 인천지역 아이디어 상품 및 우수 상품 전용관인 '인천굿즈'도 활성화할 계획
- 최근 코로나19 여파로 소비심리가 급감하고 소상공인 피해가 현실화 되면서 인천광역시는 월 50만원 이하 결제액에 대한 캐시백 요율을 3~6월중 한시적으로 10%로 상향 조정

**인천e음 캐시백 요율 변경내역**

적용 기간		월결제액 구간	인천광역시	서구	연수구	미추홀구
2019년 <sup>1)</sup>	4.1~7.31일	한도 없음	6	10	11	8
	8.1~10.21일	30만원 이하	6	10	10	8
		30~50만원		7	10	7
		50~100만원		6	6	6
		100만원 초과		0	0	0
	10.22~10.31일	30만원 이하	3	7	10	3
		30~100만원			3	
		100만원 초과			0	
	11.1~12.31일	30만원 이하	3	7	10	3
		30만원 초과			0	
2020년	1.1~2.29일	30만원 이하	4	5	5	4
		30~50만원	2	3	3	2
		50~100만원			1	
		100만원 초과			0	

주: 1) 서구e음은 5.1일, 연수e음은 6.30일, 미추홀e음은 7.1일에 출시되었으며, 각 구의 캐시백 요율이 인천광역시 요율(시예산에서 지급)을 초과하는 부분은 구예산에서 추가 지급  
 자료: 인천광역시



<참고 1>

**지역사랑상품권의 개념 및 발행·판매 현황**

- 지역사랑상품권은 지방자치단체(지자체)가 발행하고 해당 지자체 가맹점에서만 사용가능한 상품권을 의미(출처: 행정안전부)
  - (근거) 지자체별 지역사랑상품권 활성화 조례
  - (발행) 2018년 3,714억원 → 2019년 2.3조원 → 2020년 9조원 예정\*
    - \* 코로나19로 어려움을 겪고 있는 지역경제를 살리기 위해 올해 3조원 규모인 발행규모를 9조원까지 늘리고 할인율도 10%로 상향
  - (사용) 대형마트, 백화점 등을 제외한 관내 자영업자·소상공인 가맹점\*
    - \* 사행산업 및 「중소기업기본법」상 중소기업에 해당하지 않는 기업은 제외하며 조례로 가맹 업종 제한 가능
  - (혜택) 지자체 자율로 구매할인 또는 포인트 적립(5%내외, 최대 10%)
  - (유형) 지류, 모바일, 카드 등 3가지로 분류
  - (구매) 모바일 및 카드는 만14세 이상 구매 가능하며, 지류는 지자체별로 구매 자격이 다양(만19세 이상 및 미성년자는 부모 동의 필요)
  - (한도) 1인당 월 70만원 이내로 구매한도 운영, 최대 100만원까지 확대 가능

□ 지역사랑상품권 발행(예정 포함) 및 판매 현황

- (발행) 2020.4.9일 현재 전국 204개 기초 또는 광역 지자체에서 발행중이며 25개 지자체는 연내 발행 예정

(개)

서울	인천	경기	부산	경남	울산	광주	전북	전남	대구	경북	대전	세종	충북	충남	강원	제주	총계
23	11	31	17	18	6	6	13	22	-	17	1	1	11	14	13	-	204
(2)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(1)	(-)	(9)	(5)	(5)	(-)	(-)	(1)	(1)	(1)	(25)

주: ( )는 연내 신규로 발행 예정인 기초 또는 광역 지자체 수  
 자료: 행정안전부

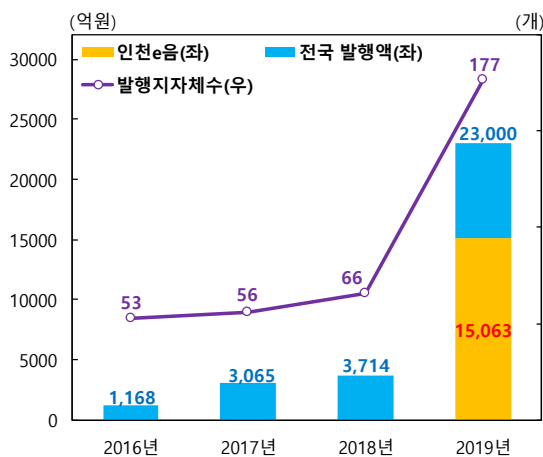
- (판매) 2019년중 월평균 판매액\*은 2,651억원이었으며, 2020.1월중 5,266억원, 2월중 4,124억원, 3월중 7,208억원으로 10% 할인 판매(또는 캐시백)가 시작된 3월에 크게 증가
  - \* 서울시는 자체 예산으로 서울사랑상품권을 발행하므로 미포함
- 2020.3월에 10% 할인 판매(캐시백 포함)를 시작한 지자체는 130개이며, 4월에는 171개로 늘어날 예정\*
  - \* 현재 발행중인 지자체는 2020.3월부터 4개월간, 발행 준비중인 지자체는 발행 시점부터 4개월간 할인 판매 실시 예정

## 2 인천e음 사용 현황

- 2019년말 기준 인천e음의 누적 가입자수는 929,528명으로 인천지역 15세 이상 인구의 36.6%, 경제활동인구의 56.4%를 차지
  - 2019년중 발행액(충전액)은 1조 5,063억원, 충전 및 캐시백을 통한 결제액\*은 1조 5,461억원을 기록하였으며 전국 발행액(2조 3천억원)의 65%를 차지
    - \* 인천지역 거주자가 98%, 비거주자가 2%를 차지(2019.1~9월 기준)
  - 2019년중 인천e음으로 1회 이상 거래한 점포수는 99,125개로 인천지역 100대 생활업종\* 사업자(2019.12월 기준 121,917개)의 81.3%를 차지
    - \* 소매, 음식, 숙박, 병·의원, 전문직, 교육 등 최종 소비자를 대상으로 우리 생활에 밀접한 품목 또는 용역을 판매·취급하는 업종으로 국세청에서 매월 발표
- 2019년중 인천e음 결제액의 업종별 비중은 요식업소(29.0%), 유통업\* (16.6%), 의료기관(13.8%), 학원(8.8%) 등의 순으로 높으며, 대부분 업종의 월 결제액이 5월 이후 가파르게 증가한 후 7~10월중 높은 수준을 유지하다 캐시백 한도가 30만원으로 크게 축소된 11월 이후 하락

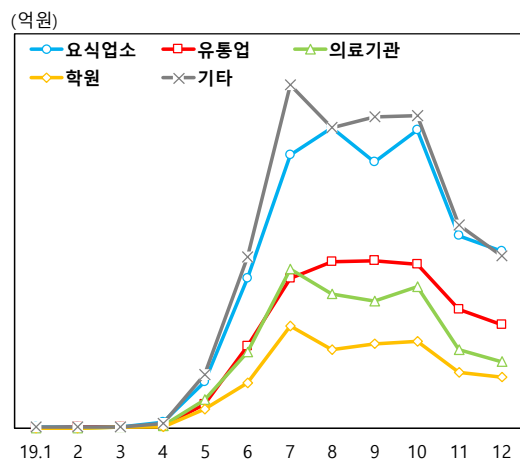
\* 비영리 기관은 제외

지역사랑상품권 발행액과 발행 지방자치단체수



자료: 행정안전부, 인천광역시

업종별 인천e음 월 결제액 추이



자료: 인천광역시

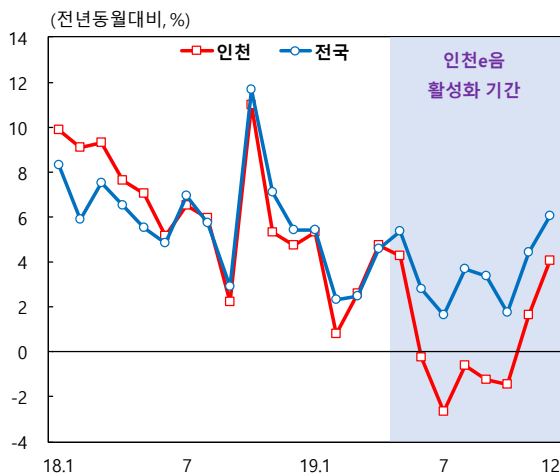
### 3 인천거주자의 신용·체크카드 사용 현황

□ 2019년중 인천거주자의 신용·체크카드 사용액\*은 전년대비 증가세를 유지하고 있는 전국과는 달리 감소세를 보이거나 전국 증가율을 하회

\* 본 보고서에서는 신한카드사와 하나카드사의 신용·체크카드 사용액 데이터를 활용하여 전체 신용·체크카드 사용액을 추정. 데이터 개황은 <참고 2> 참조

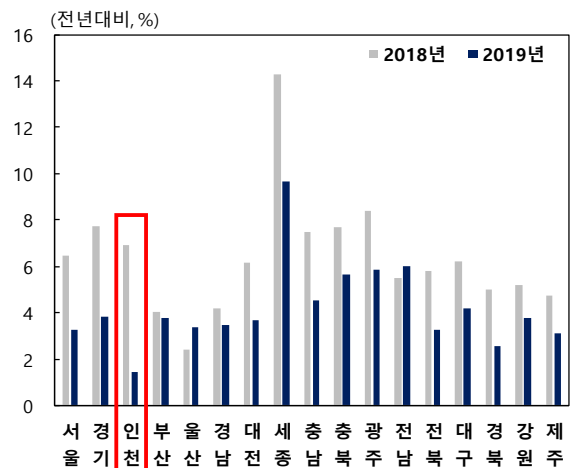
- 기간별로 보면, 인천거주자의 신용·체크카드 사용 증가율은 인천e음 활성화 기간중 크게 둔화(19.1~4월중 전년동기대비 3.4% → 5~12월중 0.5%)
- 광역시도별로 보면, 2019년중 인천거주자의 신용·체크카드 사용 증가율은 전년대비 1.4%로 전국 17개 광역시도중 가장 낮은 수준이며, 전년(6.9%)대비 하락폭(-5.5%p)도 전국(평균 -2.2%p)에서 가장 큰 것으로 나타남

인천거주자의 신용·체크카드 사용 증가율<sup>1)</sup>



주: 1) 거주지 기준  
자료: 신한카드사, 하나카드사

광역시도별 거주자의 신용체크카드 사용 증가율<sup>1)</sup>



주: 1) 거주지 기준  
자료: 신한카드사, 하나카드사

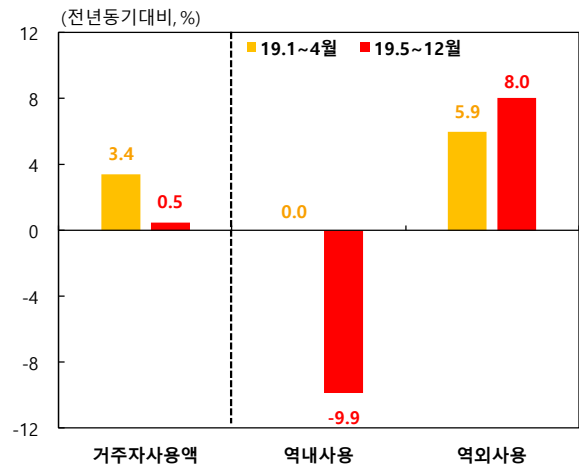
- 소비지역별로는 역내사용액이 인천e음 활성화 기간중 크게 감소(0.0% → -9.9%)한 반면, 역외사용액은 증가세가 확대(5.9% → 8.0%)

### 인천거주자의 신용·체크카드 역내외 사용 증가율과 인천e음 결제액



자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시

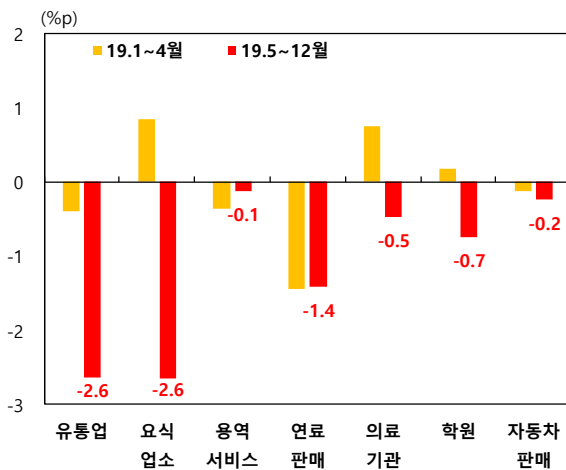
### 인천거주자의 신용·체크카드 역내외 사용 증가율: 2019년중 기간별



자료: 신한카드사, 하나카드사

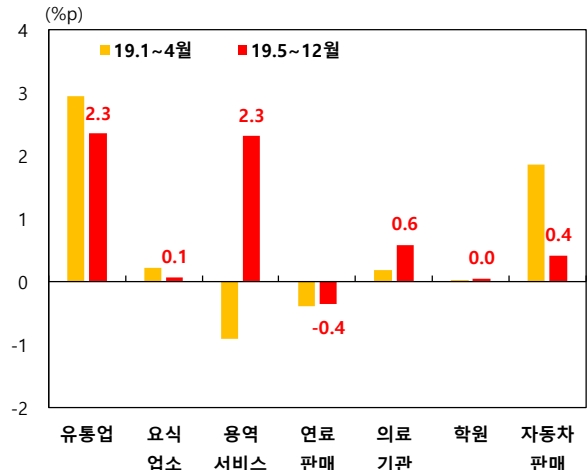
- 지출분야별로 기여도를 보면, 신용·체크카드 역내사용 감소(-9.9%)는 유통업(-2.6%p), 요식업소(-2.6%p), 연료판매(-1.4%p) 등의 영향이, 역외사용 증가(8.0%)는 유통업(2.3%p)과 용역서비스(2.3%p)의 영향이 큰 것으로 나타남

### 인천거주자 신용·체크카드 역내사용 증가율의 지출 분야별 기여도



자료: 신한카드사, 하나카드사

### 인천거주자 신용·체크카드 역외사용 증가율의 지출 분야별 기여도



자료: 신한카드사, 하나카드사

<참고 2>

**신용·체크카드 데이터 개황**

□ 신한 및 하나카드사의 전체 개인 신용카드 결제액(국내 사용액 기준)에서 차지하는 비중(2017~2019년중 평균)인 26.5%에 근거한 배율(100/26.5)을 적용하여 전체 신용·체크카드 사용액을 추정

○ 개인 신용·체크카드의 국내 이용실적(해외 사용액 제외)을 기준으로 하며, 동 이용액은 청구지 및 가맹점 주소에 따라 거주지 및 소비지 기준으로 구분 가능

— 17개 광역시도 및 32개 업종으로 세분된 2017~2019년중 월별 데이터를 이용

**신용·체크카드 데이터 구조<sup>1)</sup>**

거주지 소비지	인천지역	타지역	합계
인천지역	인천거주자의 역내사용액(A)	비거주자의 역내사용액(C)	인천지역내 사용액 (A+C)
타지역	인천거주자의 역외사용액(B)		
합계	인천거주자 사용액 (A+B)		

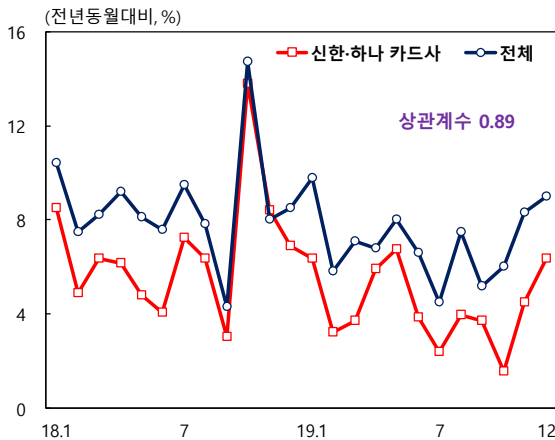
주: 1) '거주지'는 카드명세서 청구지, '소비지'는 카드결제 발생 가맹점 소재지를 의미

※ 신한·하나 카드사 통계의 대표성 점검

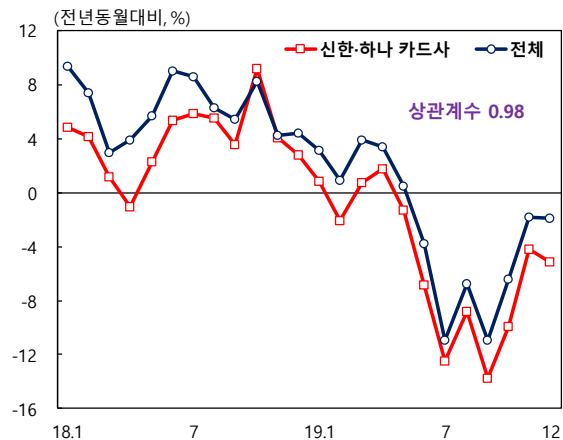
○ 두 카드사가 전체 개인 신용카드 결제액에서 차지하는 비중은 26.5%에 불과하나, 전체 신용카드 결제액 증가율과의 상관계수가 전국의 경우 0.89, 인천지역으로 국한할 경우 0.98로 매우 높게 나타나 대표성이 충분한 것으로 판단

**신한·하나 카드사 및 전체 신용카드 결제액<sup>1)</sup> 증가율**

<전국>



<인천>



주: 1) 소비지 기준, 개인 국내 사용액 기준  
자료: 신한카드사, 하나카드사, 한국은행 금융결제국

### Ⅲ. 인천e음 활성화 이후 소비 변화 및 특징

□ 인천e음의 활성화로 인한 인천지역 소비구조 전반의 변화와 영향을 파악하기 위해 2019년중 신용·체크카드 사용액에 인천e음 결제액을 합산한 전체 카드사용 데이터를 분석

○ 일반적으로 신용카드 데이터는 가계소비지출, 소매판매액지수 등 공식 소비지표\*와 상관관계가 높고\*\* 서비스 소비를 포함한 업종별 세부정보도 이용할 수 있어 미시적인 소비구조 분석에 유용

\* 가계소비지출은 분기별로 공표되며 지역별 자료가 없음. 소매판매액지수는 월별, 지역별 자료가 있으나 서비스 소비를 포괄하지 않음

\*\* 신용카드 데이터와 소비지표와의 상관관계 분석은 <참고 3> 참조

○ 이에 다음과 같은 방법으로 역내외 소비 및 소비유입 규모를 추정하고 증가율을 중심으로 분석

① 역내소비=인천거주자의 신용·체크카드 역내사용액+(인천e음 결제액×0.98\*)

② 역외소비=인천거주자의 신용·체크카드 역외사용액

③ 소비유입=비거주자의 신용·체크카드 역내사용액+(인천e음 결제액×0.02\*)

\* 인천e음 결제액중 98%가 인천시민, 2%가 타 지역(주로 서울과 경기) 주민인 것을 반영

— 인천거주자 소비는 역내소비 및 역외소비 추정치의 합(①+②), 인천 지역내 소비는 역내소비 및 소비유입 추정치의 합(①+③)

— 다만 인천e음 결제액중 현금 등 다른 지급수단\*의 결제가 대체된 부분도 존재할 수 있어 동 방식으로 추정된 금액을 지역소비로 간주할 경우 과대 추정의 가능성이 있음

\* 한국은행의 「2019년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사결과」에 따르면, 지급수단별 이용금액 비중이 신용카드 53.8%, 현금 17.4%, 체크·직불카드 15.3%, 계좌이체 8.0%, 모바일카드 3.8% 순으로 나타남

○ 한편 2019년중 신용카드 사용액 대비 지역사랑상품권 발행액 비율이 인천은 9.5%에 이르나 여타 지역은 1%에도 미치지 못하므로 지역간 비교시 인천 이외 지역은 신용·체크카드 사용액만 고려

## 주요 광역시도의 2019년중 지역사랑상품권 발행액과 신용카드 사용액

(억원, %)

	인천	경기	경남	광주	충남	울산
지역사랑상품권 발행액(A)	15,063	5,611	1,264	863	473	104
신용카드 사용액 <sup>1)</sup> (B)	158,338	1,115,164	165,972	102,241	137,861	58,379
A/B×100	9.5	0.5	0.8	0.8	0.3	0.2

주: 1) 소비자 기준, 개인 국내 사용액 기준  
 자료: 각 지자체, 한국은행 금융결제국

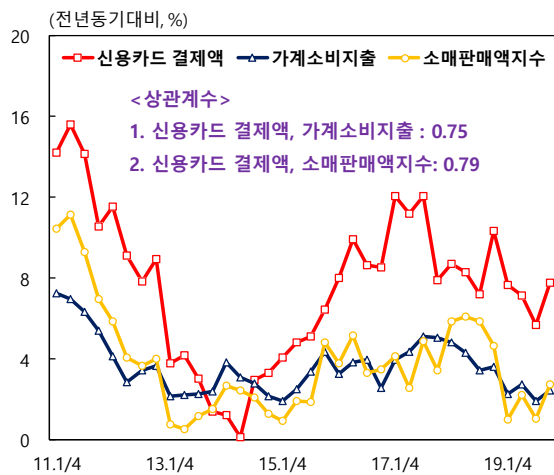
<참고 3>

### 신용카드 데이터와 소비지표와의 상관관계 분석

□ 전국 신용카드 결제액 증가율은 가계소비지출 및 소매판매액지수 증가율과 높은 상관관계(명목기준 상관계수가 각각 0.75, 0.79)를 보이며, 인천지역 신용카드 결제액 증가율도 소매판매액지수 증가율과의 상관계수(불변기준)가 0.61로 높은 편임\*

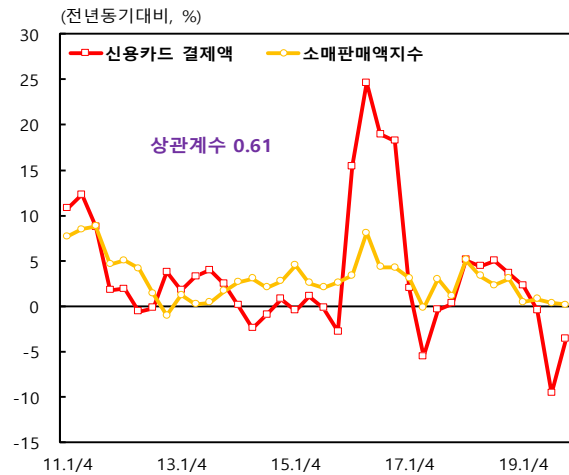
\* 가계소비지출 통계는 전국 단위로만, 지역별 소매판매액지수는 불변지수만 가용

#### 전국 신용카드 결제액, 가계소비지출<sup>1)</sup> 및 소매판매액지수<sup>2)</sup> 증가율



주: 1) 명목금액 기준  
 2) 경상지수 기준  
 자료: 한국은행, 통계청

#### 인천지역 신용카드 결제액<sup>1)</sup> 및 소매판매액지수<sup>2)</sup> 증가율



주: 1) 소비자 기준, 인천지역 소비자물가지수로 실질화  
 2) 불변지수 기준  
 자료: 한국은행, 통계청

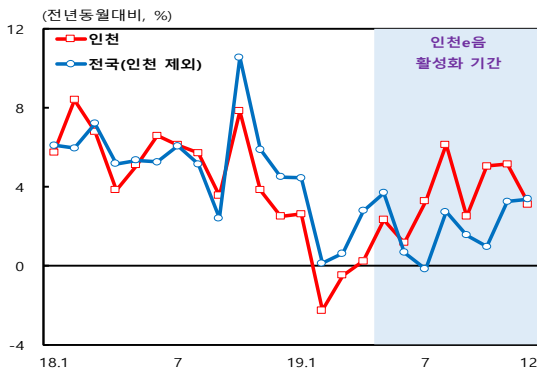
# 1 역내소비 확대

□ 인천거주자의 역내소비 증가율은 2018.1월~2019.4월중 전국과 비슷하거나 이를 하회하다 인천e음이 활성화되면서 전국을 상당폭 상회하는 것으로 나타나 인천e음 도입이 지역내 소비를 진작시키는 효과가 있는 것으로 보임

○ 2019년 들어 전국적으로 역내소비가 둔화되는 추세에도 불구하고 인천 거주자의 역내소비 증가율\*은 전국에 비해 양호한 편

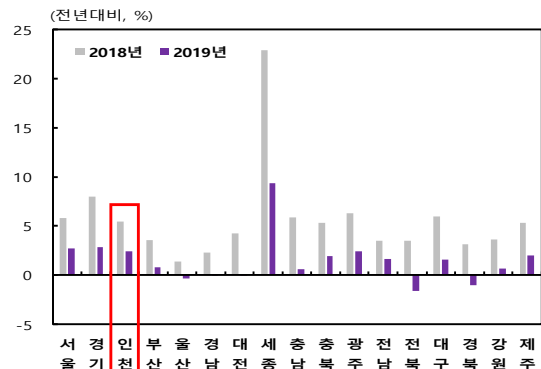
\* 인천: 2018년 5.4% → 2019년 2.4%, 전국(인천 제외): 2018년 5.8% → 2019년 2.0%

**인천거주자의 역내소비<sup>1)</sup> 증가율**



주: 1) 거주자의 역내 카드사용액  
 자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

**광역시도별 거주자의 역내소비<sup>1)</sup> 증가율**



주: 1) 거주자의 역내 카드사용액  
 자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

○ 2019년중 기간별로 보면 역내소비 증가율이 2019.1~4월중 0.1%에서 5~12월중 3.6%로 상승\*

\* 단, 인천e음 결제액중 현금 결제가 대체된 부분을 고려하기 위해 현금 결제 비중을 11~15%(인천e음 결제액의 약 95%를 차지하는 50대 이하 연령층 기준)<sup>#</sup>, 인천e음 사용으로 인한 현금 결제 감소율을 신용·체크카드 이용 감소율과 동일한 10%로 가정할 경우, 2019.5~12월중 역내소비 증가율은 1.8~2.3%로 하락하는 것으로 시산

# 한국은행 「2019년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사결과」에 근거

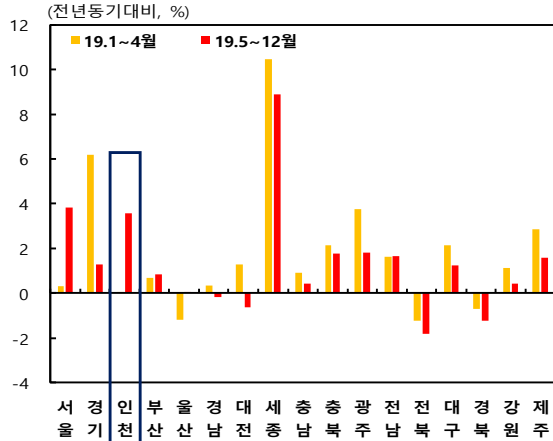
○ 지출분야별로는 인천e음의 주요 지출 대상 업종인 요식업소, 의료기관 및 학원을 중심으로 역내소비가 증가

— 단, 유통업은 지역내 백화점 및 대형마트의 매출 부진\*이 심화되면서 인천e음 활성화 기간에도 역내소비 감소세가 커진 것으로 나타남

\* 인천지역내 신용카드 사용액 증가율(전년동기대비)이 백화점('18년중 1.0% → '19.1~4월중 6.6% → 5~12월중 2.1%)과 대형마트(1.8% → -3.2% → -8.2%) 모두 부진

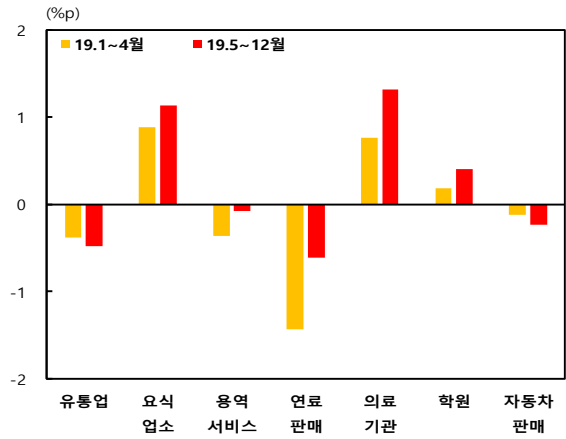


**광역시도별 거주자의  
역내소비<sup>1)</sup> 증가율: 2019년중 기간별**



주: 1) 거주자의 역내 카드사용액  
자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

**인천거주자 역내소비<sup>1)</sup> 증가율의  
지출분야별 기여도: 2019년중 기간별**



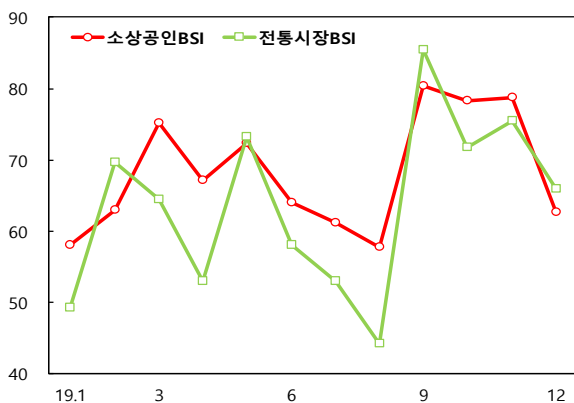
주: 1) 거주자의 역내 카드사용액  
자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

□ 인천e음을 이용한 요식업소 등에서의 역내소비 증가는 지역내 소상공인\* 매출 증대에 긍정적인 영향으로 작용한 것으로 보임

\* 인천e음 사용 비중이 높은 요식업소, 유통업 등은 소상공인 업체 비중이 큰 대표적인 업종임. 인천지역의 경우 업종별 소상공인 업체 비율(2018년 기준)은 숙박·음식업 85.4%, 도소매업 87.2%로 전산업 평균(70.9%)을 크게 상회(자료: 통계청, 자체계산)

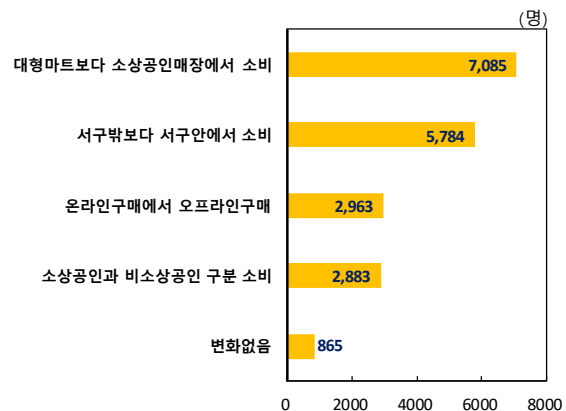
○ 인천지역 소상공인 및 전통시장 체감 BSI가 2019.9월에 급격히 상승하였으며, 인천 서구 설문조사에 따르면 인천e음이 소상공인 매장 소비를 늘리는 유인인 것으로 인식됨

**인천지역 소상공인 및 전통시장 체감 BSI**



자료: 소상공인시장진흥공단

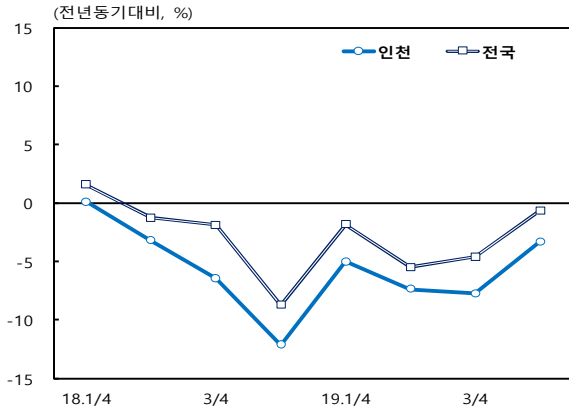
**서로e음 사용으로 인한 소비패턴의 변화**



주: 1) 응답자수 11,517명, 복수응답 가능  
자료: 인천광역시 서구 지역화페팀

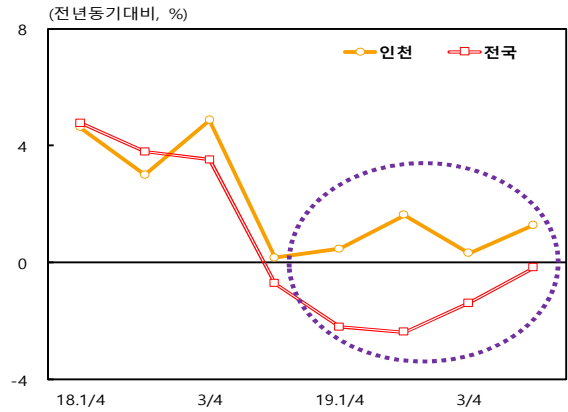
- 인천e음 사용이 불가능한 대형마트 판매는 인천이 전국보다 부진했던 반면, 인천의 슈퍼마켓·잡화점 및 편의점 판매는 증가세가 유지되어 2019년중 감소세를 보였던 전국보다 양호

**대형마트 판매액 지수<sup>1)</sup>**



주: 1) 불변지수 기준  
자료: 통계청

**슈퍼마켓·잡화점 및 편의점 판매액 지수<sup>1)</sup>**



주: 1) 불변지수 기준. 전국은 슈퍼마켓·잡화점 지수와 편의점 지수를 업종 가중치로 합성한 수치  
자료: 통계청, 자체계산

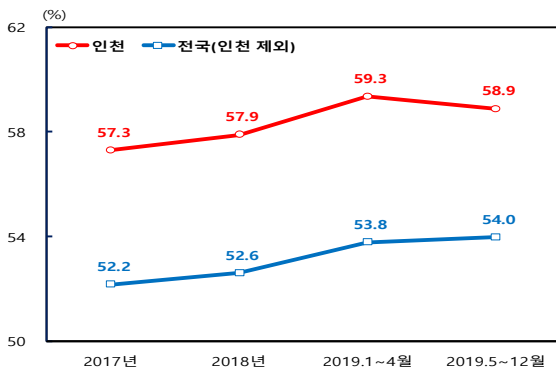
## 2 역외소비율 하락

- 인천거주자의 역외소비율\*은 인천e음 활성화 기간중 주요 업종을 중심으로 하락(19.1~4월중 59.3% → 5~12월중 58.9%)함에 따라 상승세가 지속된 전국(53.8% → 54.0%)과 다른 모습

\* 거주자 역외소비/(거주자 역내소비+거주자 역외소비)×100

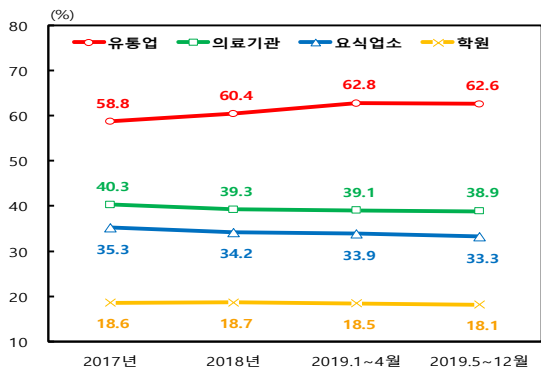
- 동 기간중 인천거주자의 역외소비가 증가함에도 역외소비율이 하락한 것은 인천e음을 통한 역내소비가 크게 증가한 데 주로 기인

**기간별 역외소비율<sup>1)</sup>**



주: 1) 전국은 인천을 제외한 광역시도의 단순 평균  
자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

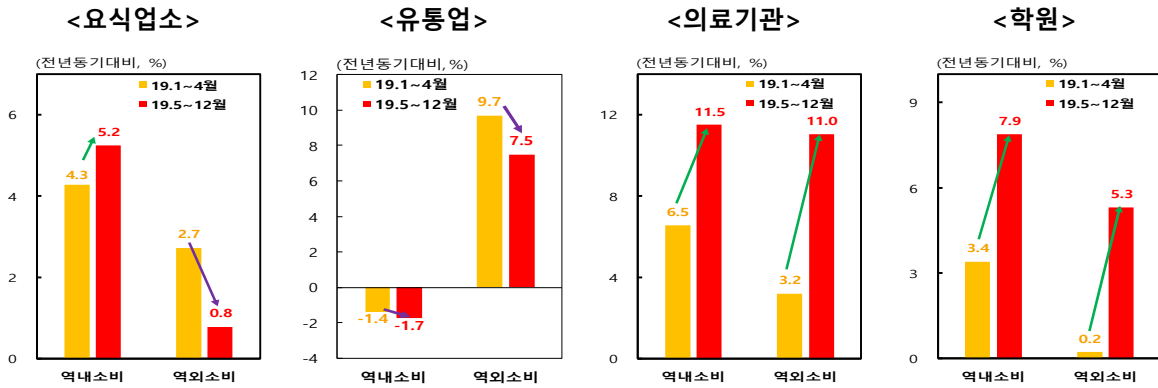
**업종 및 기간별 인천거주자 역외소비율**



자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

- 인천e음 활성화 기간중 유통업은 역내외 소비가 모두 부진하였으나, 요식업소는 역외소비가 둔화되면서 역내소비로 일부 대체된 효과가 나타나고, 의료 및 교육과 같이 서비스의 품질이 중요한 업종은 역외소비가 크게 증가하는 가운데 역내소비도 촉진되면서 역외소비율이 하락

### 주요 업종별 인천거주자 역내소비 및 역외소비 증가율



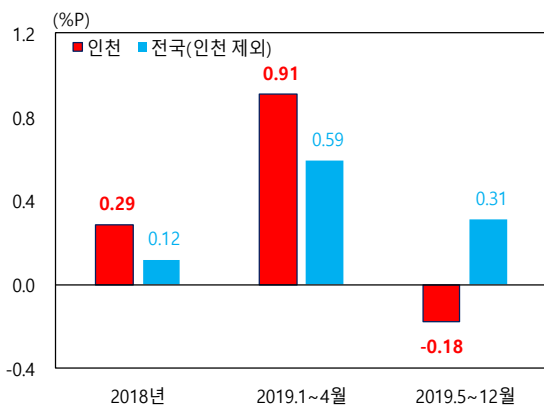
자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

- 지역별로는 인천거주자의 주된 역외소비 지역\*인 서울과 경기에서의 역외소비율이 인천e음 활성화 이후 하락

\* 2019년중 인천거주자의 역외소비중 서울이 71.9%, 경기가 20.3%를 차지

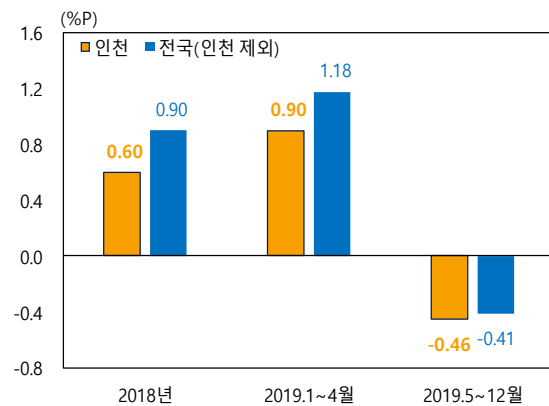
- 인천거주자의 서울에서의 역외소비율이 전국과 달리 하락하는 등 인천e음 활성화가 역외소비 감소에 다소간 영향을 미친 것으로 나타남

#### 지역별 거주자의 서울지역에서의 역외소비율 변화<sup>1)</sup>



주: 1) 전년 또는 이전 기간 대비, 전국은 인천을 제외한 광역시도의 단순 평균  
자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

#### 지역별 거주자의 경기지역에서의 역외소비율 변화<sup>1)</sup>



주: 1) 전년 또는 이전 기간 대비, 전국은 인천을 제외한 광역시도의 단순 평균  
자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

- 광역시도별로 거주자의 역외소비 발생지역 분포(2019년 기준)를 보면, 전국적으로 서울에서의 역외소비 비중이 가장 높은 가운데 경기지역도 대체로 높으며 동일 권역에 속하는 지역간에 역외소비가 주로 발생

광역시도별 거주자의 소비지역별 구성비(2019년 기준)

(%)

소비지	거주지																		
	서울	경기	인천	부산	울산	경남	대전	세종	충남	충북	광주	전남	전북	대구	경북	강원	제주	전국	
서울	82.0	45.9	42.4	37.3	37.1	37.5	36.4	41.0	37.2	36.7	38.1	36.8	37.8	38.1	36.6	39.6	40.6	51.4	
경기	11.9	47.1	12.0	5.8	6.5	5.9	7.0	7.9	9.6	8.4	6.3	6.7	6.9	6.7	6.9	9.3	6.3	19.7	
인천	1.2	1.6	41.0	0.3	0.3	0.3	0.5	0.7	0.9	0.6	0.4	0.4	0.5	0.4	0.7	0.7	0.5	3.5	
부산	0.5	0.5	0.5	47.7	5.3	7.5	0.6	0.7	0.6	0.5	0.9	1.1	0.7	1.2	2.0	0.6	1.0	3.6	
울산	0.1	0.1	0.1	0.7	42.9	0.6	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.3	0.8	0.1	0.1	1.0	
경남	0.2	0.2	0.2	4.1	1.9	43.1	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.7	0.4	1.0	0.9	0.2	0.5	2.5	
대전	0.6	0.5	0.5	0.7	0.8	0.7	47.1	12.5	3.8	2.4	0.7	0.8	1.5	0.9	1.0	0.6	0.3	2.4	
세종	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.9	25.9	0.6	0.6	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.4	
충남	0.5	0.8	0.7	0.3	0.4	0.4	2.7	4.1	42.9	1.3	0.5	0.6	1.4	0.4	0.5	0.5	0.3	2.1	
충북	0.4	0.5	0.3	0.2	0.2	0.2	1.5	3.7	1.0	45.6	0.2	0.2	0.3	0.3	1.0	1.1	0.2	1.9	
광주	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.4	0.3	0.3	0.4	0.3	45.0	7.2	1.5	0.2	0.3	0.4	0.5	1.6	
전남	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.5	0.3	0.3	0.4	0.2	4.7	42.5	1.0	0.2	0.2	0.2	0.5	1.4	
전북	0.3	0.3	0.3	0.1	0.2	0.2	0.7	0.7	0.9	0.4	1.5	1.6	46.7	0.2	0.2	0.2	0.5	1.5	
대구	0.2	0.2	0.1	0.4	0.7	0.8	0.3	0.3	0.2	0.2	0.1	0.2	0.1	44.7	6.6	0.2	0.2	2.1	
경북	0.3	0.3	0.3	1.0	2.2	0.9	0.5	0.5	0.4	0.7	0.2	0.3	0.2	4.7	41.3	0.5	0.2	2.0	
강원	0.8	0.9	0.6	0.2	0.3	0.2	0.4	0.4	0.4	1.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.5	45.4	0.2	1.8	
제주	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.5	0.4	0.5	0.6	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	48.1	1.0	
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

### 3 소비유입 부진 지속

- 인천e음이 역내소비는 진작시키고 역외소비는 둔화시키는 효과를 보인 반면, 비거주자에 의한 소비유입은 감소세가 지속되고 소비유입률\*이 하락하는 등 소비유입 측면의 효과는 미미한 것으로 보임

\* 비거주자 역내소비/(거주자 역내소비+비거주자 역내소비)×100

- 지출분야별로는 자동차판매 부진\*의 영향이 가장 큰 것으로 나타났으나, 이를 제외해도 인천지역으로의 소비유입 증가율은 전국 평균을 크게 하회

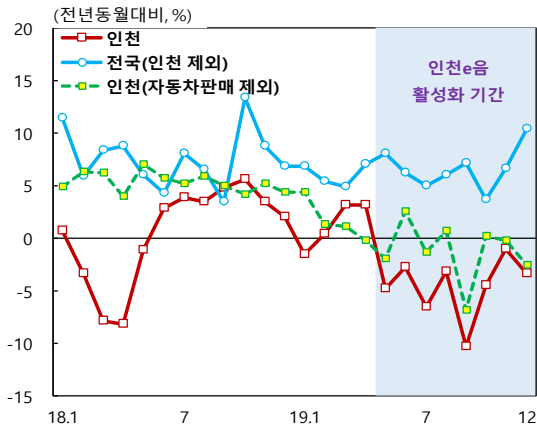
\* 인천에 본사가 소재한 한국GM의 내수판매 부진 심화('19.1~4월중 전년동기대비 -8.8% → 5~12월중 -34.5%)에 기인

- 또한 인천지역 유통업 소비유입의 절반 정도를 차지하는 면세점 판매\*가 줄어들면서 비거주자의 유통업 소비유입 감소세도 심화

\* 인천지역 면세점 신용카드 사용액 증가율(전년동기대비)이 '18년중 5.2%에서 '19.1~4월중 0.0%로 둔화되다 5~12월중 -1.4%로 감소 전환

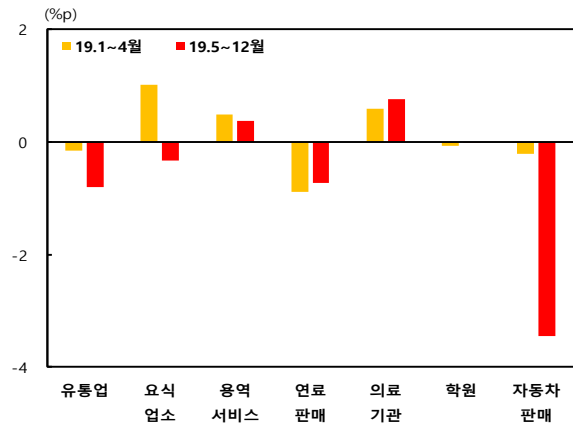
- 한편 의료기관은 인천e음 활성화 이후 거주자의 역내소비뿐만 아니라 소비유입 증가율도 함께 높아지고 있어 인천지역 의료서비스의 공급 잠재력이 점차 확충되고 있을 가능성을 시사

### 지역별 비거주자 소비유입<sup>1)</sup> 증가율



주: 1) 비거주자의 역내 카드사용액  
 자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

### 인천지역의 비거주자 소비유입<sup>1)</sup> 증가율의 지출분야별 기여도: 2019년중 기간별



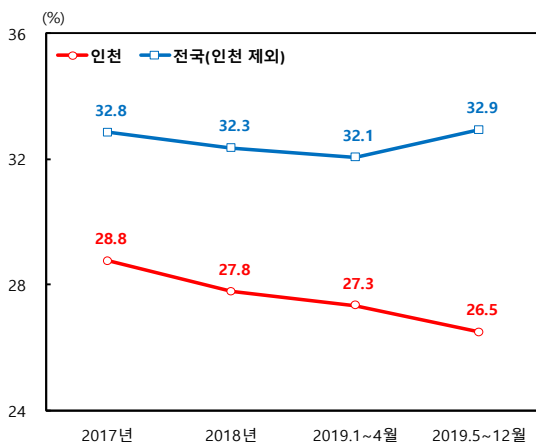
주: 1) 역내 카드사용액중 비거주자 비중  
 자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

- 지역별로는 인천지역내 소비유입이 주로 경기와 서울로부터 발생\*하는데 인천e음 활성화 기간중에도 비거주자의 인천지역내 소비 감소세가 지속되는 가운데 거주자의 역내소비는 크게 증가하면서 소비유입률의 하락이 가속화

\* 2019년중 인천지역내 소비유입중 경기가 47.3%, 서울이 31.2%를 차지

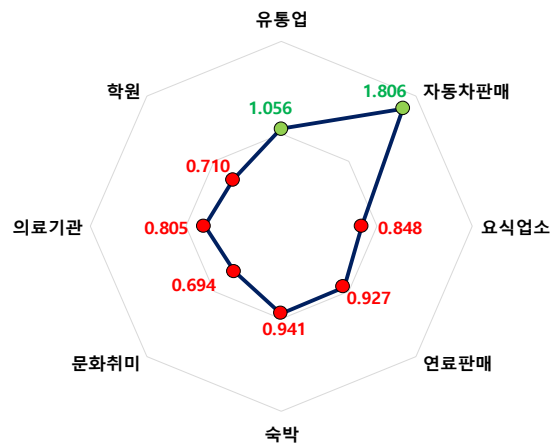
- 업종별 인천지역내 소비유입률은 자동차판매와 유통업을 제외하고 관광, 의료 및 교육 관련 업종에서 특히 낮아 전국 평균을 하회

### 기간별 지역내 소비유입률<sup>1)2)</sup>



주: 1) 역내 카드사용액중 비거주자 비중  
 2) 전국은 인천을 제외한 광역시도의 단순 평균  
 자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

### 업종별 인천지역내 소비유입률 상대수준<sup>1)</sup>



주: 1) 전국 평균 대비 배율로 1.0은 전국 평균과 동일함을 의미, 2019년 기준  
 자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

- 광역시도별로 역내소비의 거주지역 분포(2019년 기준)를 보면, 소비의 중심지인 서울, 타 지역 거주자가 많은 세종, 관광객이 많은 제주와 강원지역이 타 지역으로부터의 소비유입 비중이 높은 편\*이며 동일 권역에서 속하는 지역간 소비유입이 활발

\* 서울과 경기지역으로부터 소비유입 비중이 높은 지역은 제주, 세종, 강원, 인천 순으로 나타남

광역시도별 역내소비의 거주지역별 구성비(2019년 기준)

(%)

거주지	소비지																		
	서울	경기	인천	부산	울산	경남	대전	세종	충남	충북	광주	전남	전북	대구	경북	강원	제주	전국	
서울	40.4	15.3	8.3	3.6	1.3	2.0	6.5	11.4	6.0	5.0	3.1	3.9	4.6	2.0	3.3	11.5	13.4	25.3	
경기	24.8	66.3	12.6	4.1	1.6	2.5	5.9	13.3	11.0	7.1	4.4	4.7	5.6	2.1	4.7	13.1	13.0	27.8	
인천	5.2	3.8	73.3	0.8	0.4	0.5	1.2	2.5	2.2	1.1	0.9	1.0	1.2	0.3	0.9	2.2	2.9	6.3	
부산	3.8	1.6	0.4	71.2	3.7	8.7	1.6	2.4	0.8	0.5	0.6	1.1	0.5	0.9	2.5	0.6	2.5	5.3	
울산	1.5	0.7	0.2	3.1	85.1	1.5	0.7	0.8	0.4	0.3	0.3	0.4	0.2	0.7	2.2	0.3	0.9	2.0	
경남	3.3	1.4	0.4	9.7	2.7	78.7	1.3	1.9	0.9	0.6	1.1	1.8	0.7	1.7	2.0	0.5	1.9	4.6	
대전	2.3	1.2	0.5	0.6	0.2	0.5	64.7	7.6	4.3	2.7	0.6	0.7	1.5	0.4	0.9	0.6	1.4	3.3	
세종	0.5	0.3	0.1	0.1	0.1	0.1	3.3	42.2	1.3	1.3	0.1	0.2	0.3	0.1	0.2	0.1	0.3	0.6	
충남	2.3	1.6	0.8	0.6	0.3	0.4	5.0	4.7	66.0	1.6	0.8	0.9	2.0	0.3	0.7	0.8	1.2	3.2	
충북	2.2	1.3	0.5	0.4	0.2	0.3	3.1	4.8	2.0	74.9	0.6	0.5	0.8	0.3	1.0	2.1	1.4	3.1	
광주	1.9	0.8	0.3	0.6	0.1	0.4	0.7	1.2	0.6	0.2	72.7	9.1	2.7	0.2	0.3	0.2	1.4	2.6	
전남	1.7	0.8	0.3	0.7	0.2	0.7	0.8	1.2	0.7	0.3	10.3	72.4	2.5	0.2	0.3	0.3	1.1	2.3	
전북	1.8	0.9	0.4	0.5	0.2	0.4	1.5	1.3	1.6	0.4	2.3	1.8	76.1	0.2	0.3	0.3	0.9	2.4	
대구	2.8	1.3	0.4	1.3	1.0	1.5	1.4	1.5	0.7	0.6	0.6	0.5	0.4	79.5	8.8	0.5	1.6	3.8	
경북	2.5	1.2	0.7	2.0	2.6	1.3	1.4	1.6	0.9	1.8	0.6	0.5	0.4	10.8	71.1	0.9	1.3	3.5	
강원	2.0	1.2	0.5	0.4	0.2	0.2	0.7	1.2	0.6	1.5	0.7	0.3	0.3	0.3	0.7	65.7	0.9	2.6	
제주	0.9	0.4	0.1	0.3	0.1	0.2	0.1	0.4	0.1	0.1	0.4	0.4	0.4	0.1	0.1	0.1	53.7	1.1	
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

자료: 신한카드사, 하나카드사, 인천광역시, 자체계산

## IV. 평가 및 시사점

□ 지난해 인천e음은 인천거주자의 신용·체크카드 사용을 줄이는 결제수단의 대체뿐만 아니라 역내소비를 증가시켜 소상공인 매출 증대, 역외소비를 하락 등 지역내 소비진작에 긍정적으로 작용한 것으로 나타남\*

\* 다만 동 보고서의 분석 기간이 2017~2019년으로 한정되므로 인천e음의 지역내 소비 진작 효과에 대해서는 다소 제한적으로 해석될 필요가 있고, 보다 객관적인 분석은 캐시백 요율이 안정화된 이후 기간의 자료가 좀 더 축적된 이후에 가능할 것으로 보임

○ 한편 인천e음 활성화 기간중에도 인천지역내 소비유입 감소세가 지속되고 소비유입률도 하락하는 등 소비유입 측면의 효과는 미미

□ 최근 전국적으로 지역사랑상품권 발행 수요가 커지는 상황에서 인천e음이 지역경제의 지속가능한 발전에 기여하는 방향으로 운용되기 위해서는 소비-생산간 연계를 강화하는 한편, 역내소비와 소비유입을 동시에 확대할 수 있는 보다 근본적인 대책을 지속적으로 강구할 필요

○ 최근 코로나19 여파로 정부 및 지방자치단체의 재정지원금이 지역사랑상품권으로 지급되고, 인천e음 캐시백 요율도 일시적으로 상향 조정되면서 인천e음의 가입자수와 결제액이 급증\*하는 등 지역소비 진작을 위한 인천e음의 역할이 보다 중요해진 상황

\* 2020.3월중 인천e음 신규 가입자는 전월대비 약 5배(2월중 9,160명 → 3월중 43,002명), 월 결제액 규모는 전월대비 64%(1,147억원 → 1,883억원) 증가

○ 인천e음 운용에 있어 소비자와 가맹점의 사용유인을 높이는 다양한 인센티브 정책에 더해 지역내 부가가치 창출 및 고용 확대에 연결되는 소비 촉진 방안을 강구

— 온라인 쇼핑몰과 가맹점의 범위, 혜택 등을 강화하여 소비 플랫폼을 다각화하는 한편, 인천굿즈 등 지역 상품 전용관을 보다 활성화하여 인천지역 경제주체의 생산 및 판매 채널을 확대

— 이로써 인천e음은 단기적인 소상공인 매출 증대나 소비자의 가처분소득 증가에 그치지 않고 지역내 소비 및 생산간 선순환구조\* 구축에 기여 가능

\* 일반적으로 지역내 생산제품 소비 증가는 지역내 생산을 증대시켜 지역민의 소득과 일자리를 늘리고 이는 다시 지역내 소비 증가로 이어짐

- 한편 인천지역은 개인소득 기반이 취약하여 소비여력이 낮은 데다 수도권 배후도시로서 역외소비율이 높은 구조적 특징을 가지므로 관광, 의료 및 교육 관련 서비스의 경쟁력을 높여 역내소비 진작과 소비유입 확대를 함께 도모할 필요
  - 공항과 항만을 보유한 수도권 관문도시로서의 지리적 이점과 다채로운 관광자원을 최대한 활용하여 인천에서 쉽고 편리하게 즐길 수 있는 다양한 소비 콘텐츠를 개발하여 관광 서비스 경쟁력을 강화\*
    - \* 인천광역시는 관광기업 육성, 창업지원 및 전문 인력 육성을 위한 교육 등 지역 관광산업 활성화를 위한 선순환 구조 확립 및 지역 일자리 창출 지원을 위한 '2020년 지역 관광기업지원센터 구축 공모사업'에 최종 선정(2020.3.23일)
  - 의료 서비스의 수요 확대에 대응하여 지역내 의료환경을 개선하고 현대화하는 한편, 경제자유구역내 국제도시의 종합병원 건립사업\*들을 차질없이 추진하여 인천 및 인근 수도권 지역 주민들에게 질 높은 의료 서비스를 제공하고 지역내 바이오·의료산업 발전을 위한 바이오 헬스밸리의 허브 역할도 수행
    - \* 송도 세브란스병원 건립(800병상 규모, 2026년 개원 목표), 청라 의료복합타운 조성, 영종 감염병 전문 종합병원 건립 등
  - 경제자유구역 관련 인프라에 기반한 국제교류 역량, 세계적인 우수대학 분교의 유치 등 인천지역내 교육기관이 가지는 차별성을 최대한 활용하여 교육서비스 면에서의 경쟁력을 강화
- 또한 인천e음 등 지역사랑상품권은 지역간 거래를 위축시켜 소비자와 기업의 선택폭을 줄이고 역내외 생산자간 경쟁을 완화시켜 경제 전체적으로는 효율성을 저하시킬 가능성도 있으므로 추후 지역사랑상품권의 지역경제 및 국내경제 전반에 대한 파급효과 분석이 필요



## < 참고문헌 >

김경근·염명배(2015), "소비 대리변수로서의 신용카드 사용액과 지역별 소비특성에 관한 연구", 「경제연구」, 제33권, 제1호.

\_\_\_\_\_ (2017), "신용카드 빅데이터를 활용한 지역별 소비 유출입 특성 연구", 「경제연구」, 제35권, 제4호.

남승균(2019), "인천시 전자지역화폐 '인천 e음'의 성과와 전망", 인천학회.

박현서·전형재(2020), "울산지역 가계소비 유출입 현황 및 특징", 한국은행 울산본부.

변주영(2019), "전자지역화폐가 도시공동체 활성화에 미치는 영향 분석", 인천학회.

유영선(2019), "국내외 지역화폐 도입사례 및 시사점", 한국은행 강원본부.

유지인(2020), "신용카드 이용실적을 활용한 강원지역의 소비구조 분석", 한국은행 강원본부.

이성남·박철우(2019), "지역화폐 발행에 따른 법적 문제", 「금융법연구」, 제16권, 제1호.

조승현(2019), "신용카드 중심의 인천 역외소비 실태 분석", 인천연구원.

\_\_\_\_\_, "이음카드의 지역경제 영향 분석", 인천연구원.

최정은(2015), "인천지역 소비의 역외유출입 현황 및 시사점", 한국은행 인천본부.

한국은행 금융결제국(2020), "2019년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사결과".

통계청 국가통계포털(KOSIS), 경제활동인구조사.

\_\_\_\_\_, 서비스업동향조사.

\_\_\_\_\_, 소상공인시장경기동향조사.

\_\_\_\_\_, 소상공인실태조사.

\_\_\_\_\_, 전국사업체조사.

한국은행 경제통계시스템(ECOS), 지급결제통계.

## 한국은행 인천본부 홈페이지 이용 안내

- ◆ 수록자료: 한국은행 인천본부 보도자료 및 조사연구자료, 각종 통계자료 및 지역경제정보 등
- ◆ 주 소: <http://www.bok.or.kr>(인천본부)  
(한국은행 홈페이지에 접속 후 좌측상단의 “지역본부”에서 인천본부를 선택)
- ◆ 문 의 처: 기획조사팀(☎032-880-0032)

지역사랑상품권 도입이 지역소비에 미친 영향

- 인천e음을 중심으로 -

---

2020년 6월 인쇄·발행

---

발행: 한국은행 인천본부

인쇄: 동아사  
(032)426-3232

---

《非賣品》