

# 상권 데이터 활용 DA

---

전북, 전남, 광주, 대구 지역을 중심으로

8기 백민준

# CONTENTS

3.1

분석 개요

3.2

정적 분석 : 지역별 주요상권 조사

3.3

동적 분석 (1) : 지역별 매장수 변화

3.4

인구데이터 활용

3.5

동적 분석 (2) : 지역별 & 업종별 매장수 변화

3.6

매출데이터 활용

3.7

판단지표 및 결론

3.8

분석 활용 및 한계

## EDA 분석 개요

---

1. 분석 목적 : 코로나19로 인한 상권 피해 규모 조사 및 업종별 지원순위 제시
2. 활용 데이터 :
  - 1) 소상공인 상권정보 데이터셋 (19년 3월, 20년 3월, 21년 3월)
  - 2) 전국 시군구별 인구데이터 (통계청)
  - 3) 매출액 데이터:
    - 2021년 이전 데이터는 통계청에서 수집,
    - 이후 데이터는 상권정보 사이트에서 매출지수를 활용하여 추정

## EDA 분석 개요

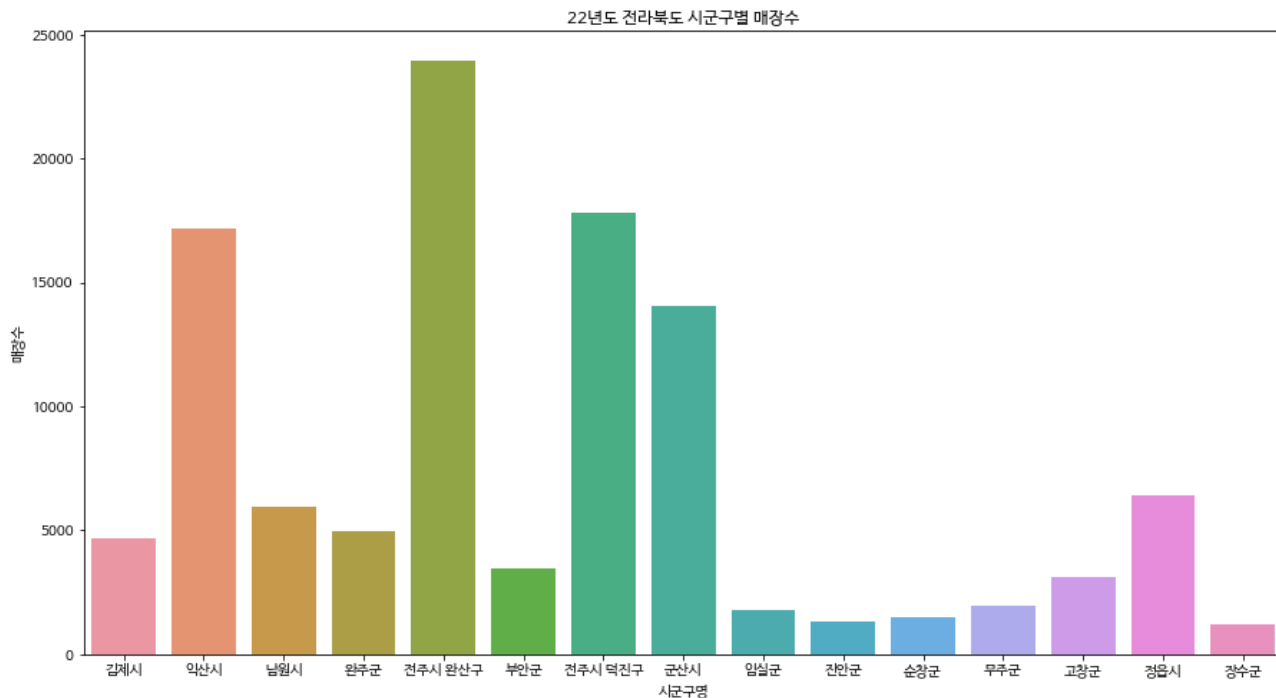
---

### 4. DA 방향 :

- 1) 주요 상권 및 업종별 규모 조사
- 2) 2019년 ~ 2022년 지역별 & 업종별 매장수 증감 조사
- 3) 세부 지역별 & 업종별 매장수 증감 조사 - 주요 상권 중심으로
- 4) 인구데이터 및 매출데이터 활용
- 5) 업종별 <코로나 피해지수> 도출
- 6) 활용방안 및 분석의 한계

## 3.2 정적 분석

# 지역별 주요 상권 조사 (2022년)



전라북도

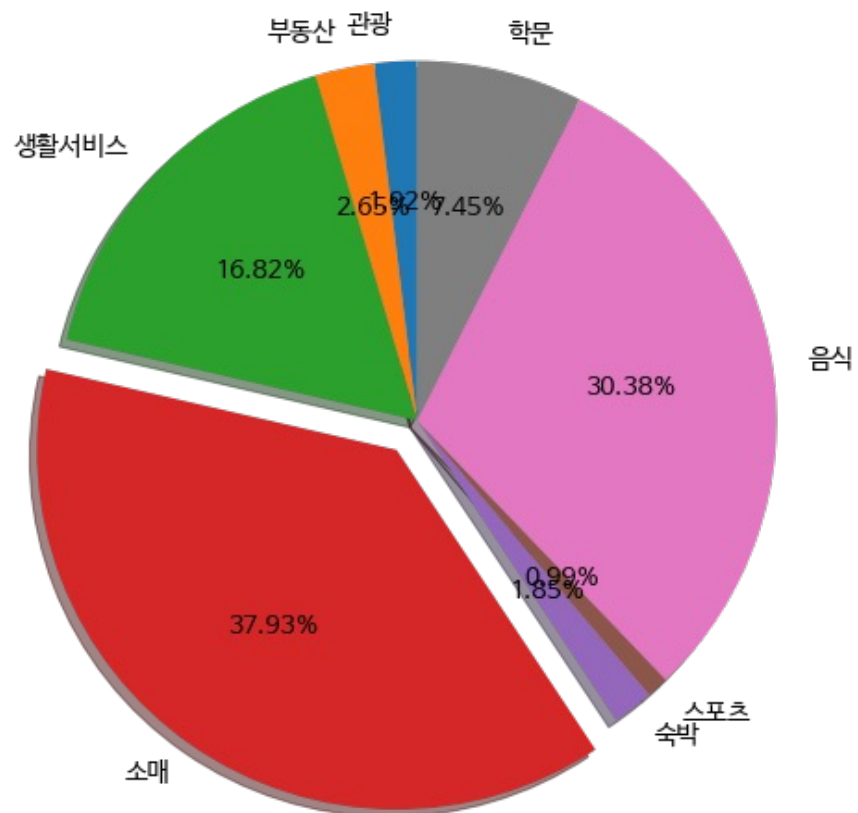
총 매장수 : 109273개

전주시 완산구 > 전주시 덕진구  
> 익산시 > 군산시 (약 14,000개 ~ 20,000개)

전체 15개 시군구 중  
해당 4개 지역 매장 수 비율은 67%

### 3.2 정적 분석

## 지역별 주요 상권 조사 (2022년)

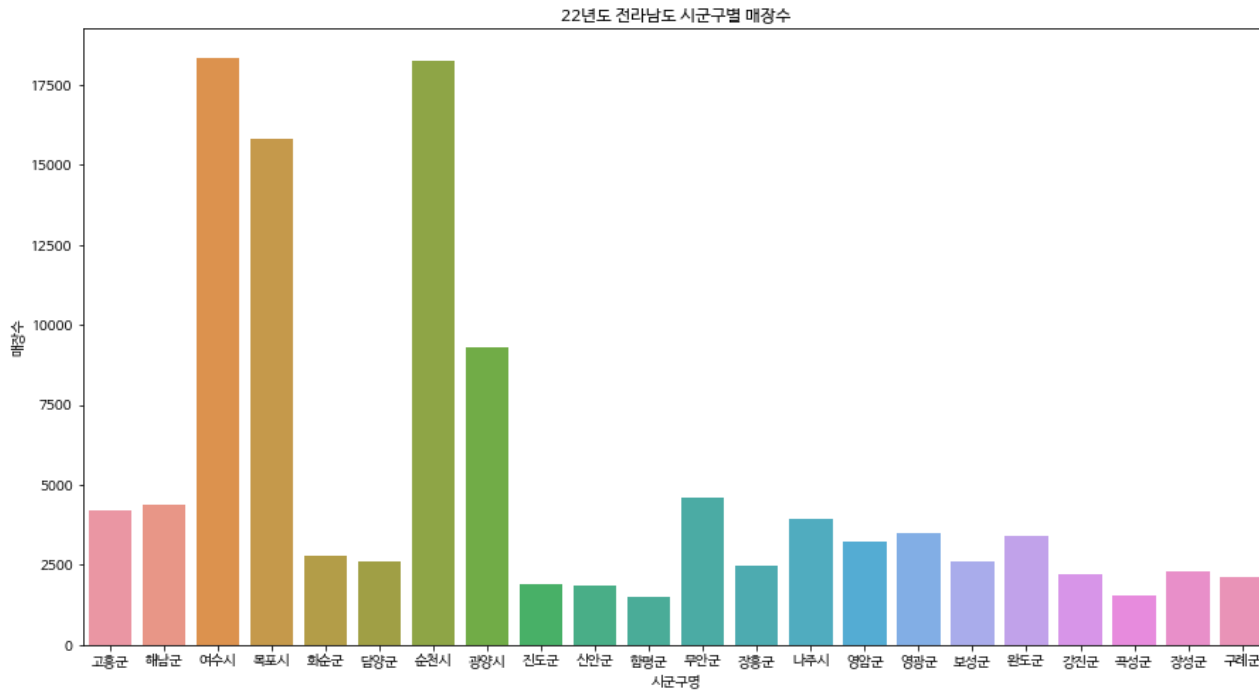


전라북도 업종별 순위:

- 1) 소매(37.93%)
- 2) 음식 (30.38%)
- 3) 생활서비스(16.82%)
- 4) 학문(7.45%)
- 5) 부동산(2.65%)
- 6) 관광(1.92%)
- 7) 숙박 (1.85%)
- 8) 스포츠(0.99%)

### 3.2 정적 분석

## 지역별 주요 상권 조사 (2022년)



전라남도

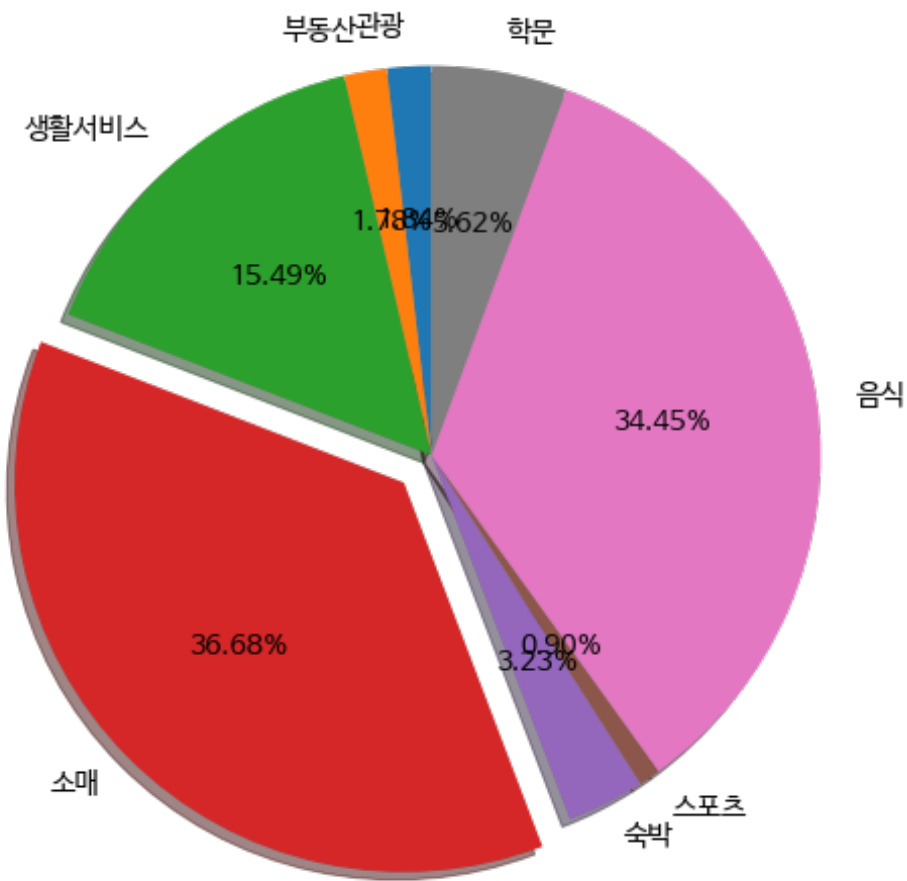
총 매장수 : 112840개

순천시 > 여수시 > 목포시 > 광양시  
(약 9000개 ~ 18,000개)

전체 22개 시군구 중  
해당 4개 지역 매장 수 비율은 약 64%

### 3.2 정적 분석

## 지역별 주요 상권 조사 (2022년)



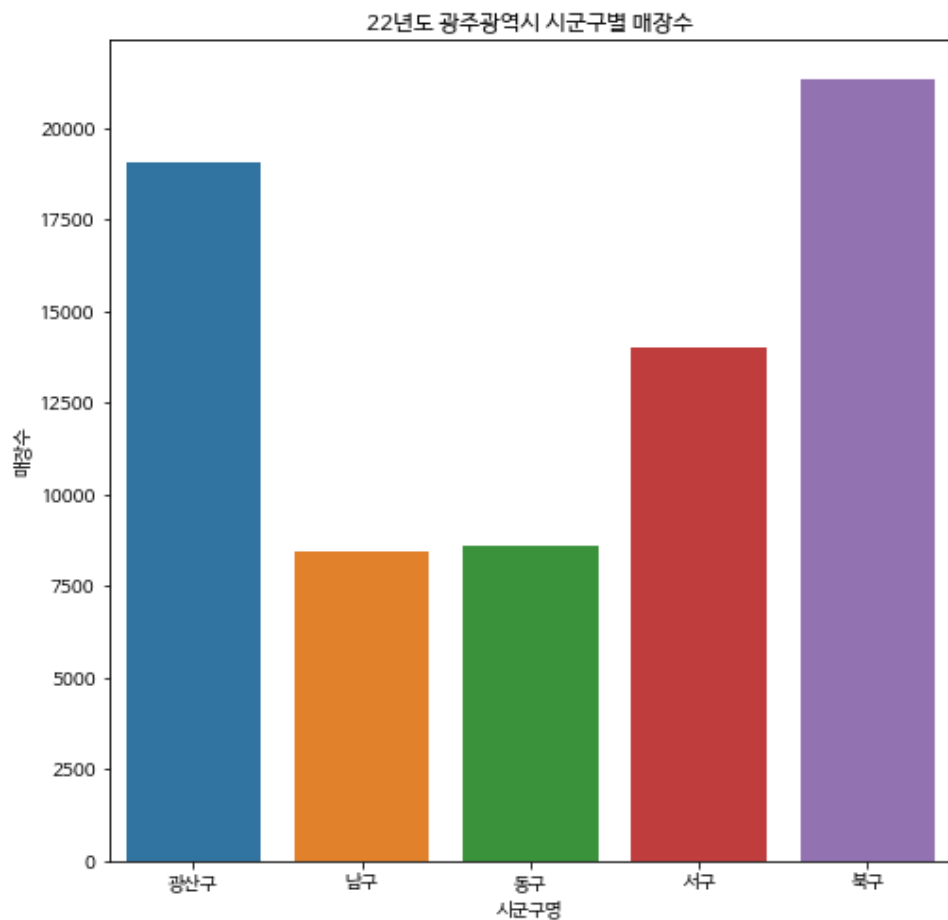
#### 업종별 순위:

- 1) 소매(36.68%)
- 2) 음식 (34.45%)
- 3) 생활서비스(15.49%)
- 4) 학문(5.62%)
- 5) 숙박(3.23%)
- 6) 관광(1.842%)
- 7) 부동산(1.78%)
- 8) 스포츠(0.90%)



### 3.2 정적 분석

## 지역별 주요 상권 조사 (2022년)



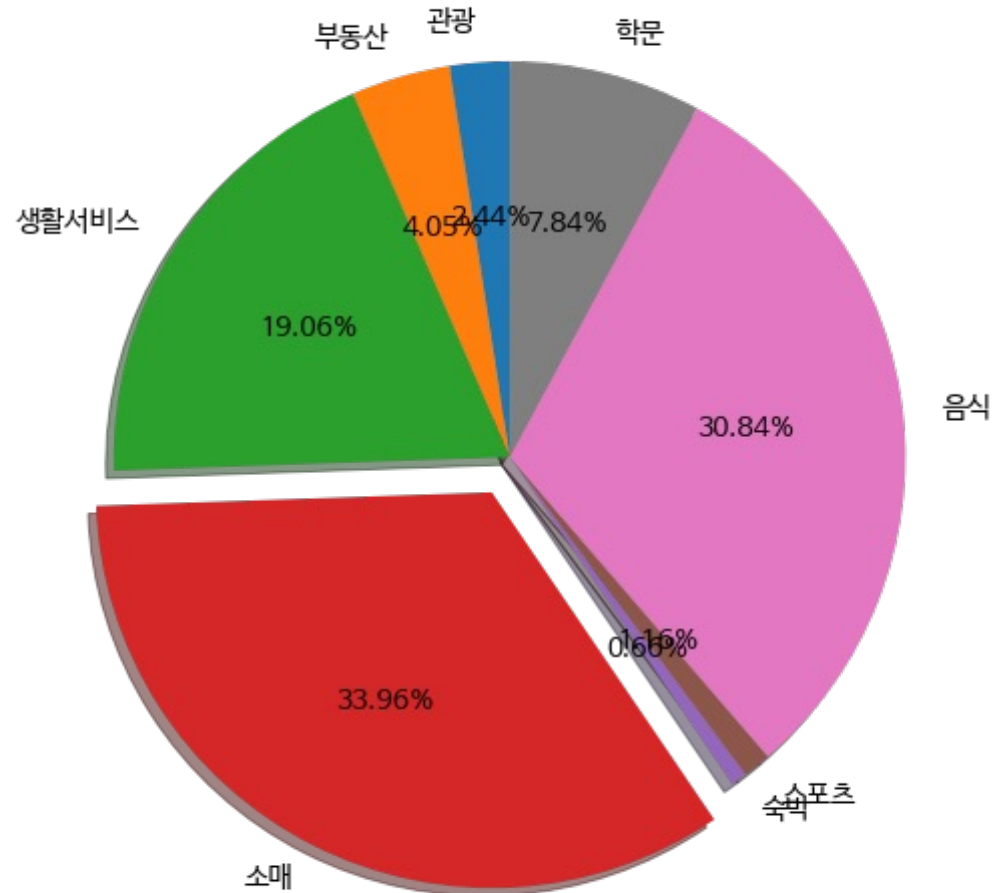
광주광역시

총 매장수 : 71486개

북구 > 광산구 > 서구 > 동구 > 남구

### 3.2 정적 분석

## 지역별 주요 상권 조사 (2022년)

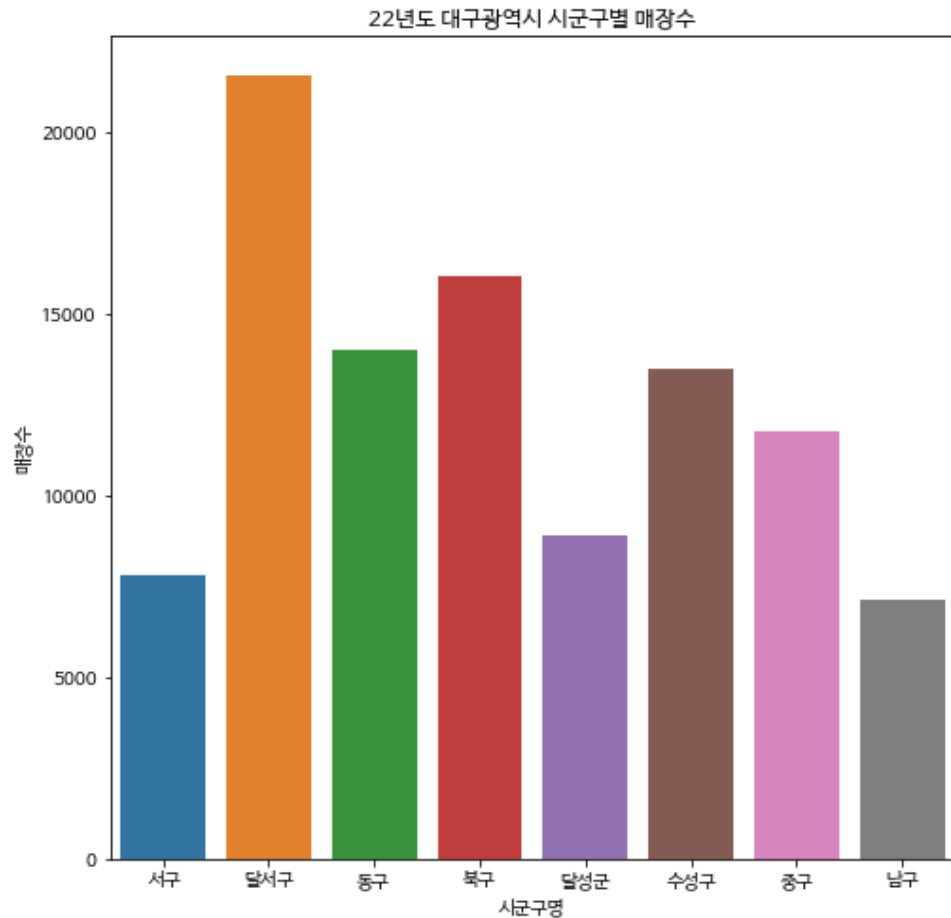


#### 업종별 순위:

- 1) 소매(33.96%)
- 2) 음식 (30.84%)
- 3) 생활서비스(19.06%)
- 4) 학문(7.84%)
- 5) 부동산(4.05%)
- 6) 관광(2.44%)
- 7) 숙박(1.16%)
- 8) 스포츠(0.6%)

### 3.2 정적 분석

## 지역별 주요 상권 조사 (2022년)



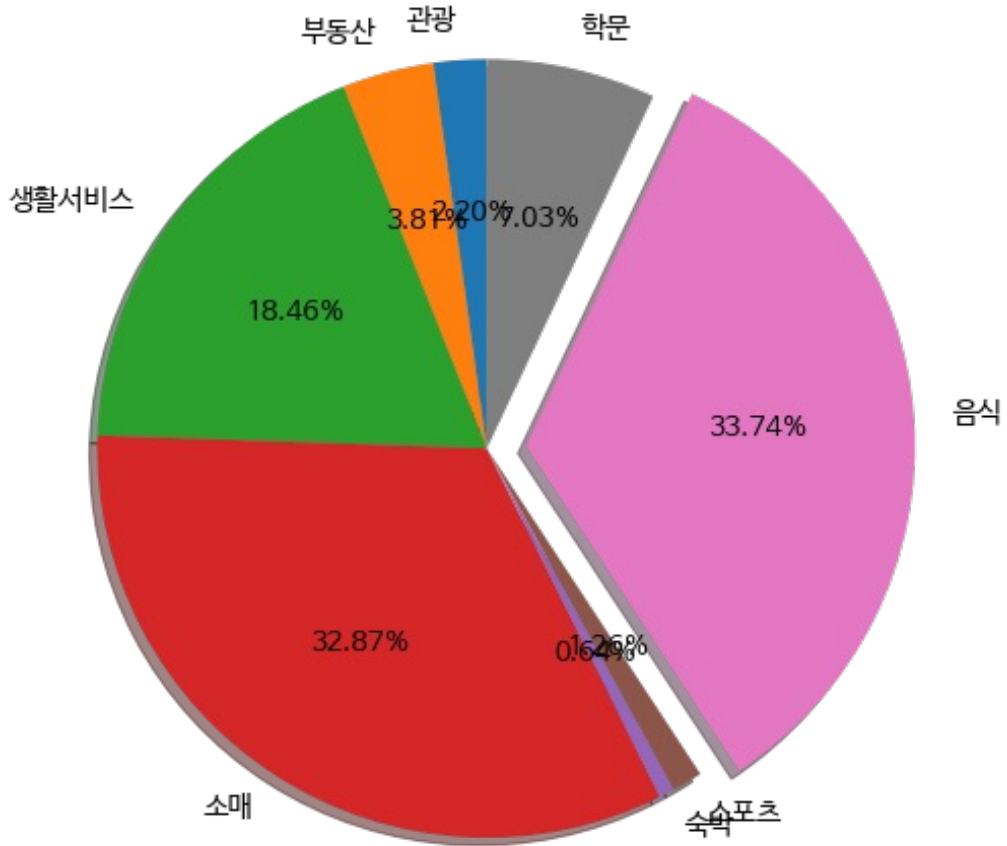
대구광역시

총 매장수 : 100797개

달서구 > 북구 > 동구 > 수성구 >  
중구 > 달성군 > 서구 > 남구

### 3.2 정적 분석

## 지역별 주요 상권 조사 (2022년)



#### 업종별 순위:

- 1) 음식(33.74%)
- 2) 소매 (32.87%)
- 3) 생활서비스(18.46%)
- 4) 학문(7.03%)
- 5) 부동산(3.81%)
- 6) 관광(2.20%)
- 7) 스포츠(1.26%)
- 8) 숙박(0.64%)

### 3.3 동적 분석 (1)

## 지역별 매장 수 변화

시도명	광주광역시	대구광역시	전라남도	전라북도
연도				
2019	85159	123456	122133	119433
2020	87485	126450	124847	122185
2021	68996	101205	110247	106606
2022	71486	100797	112840	109273

시도명	광주광역시	대구광역시	전라남도	전라북도
연도				
2019	0.00	0.00	0.00	0.00
2020	2.73	2.43	2.22	2.30
2021	-21.13	-19.96	-11.69	-12.75
2022	3.61	-0.40	2.35	2.50

2019년 ~ 2022년 총 4개년도 데이터를 수집:  
지역별 매장 수 변화율 조사

4개 지역 추세

2020년: 매장 수 소폭 증가 (2~3%)

2021년: 매장 수 대폭 하락 (12~20%)

2022년: 매장 수 소폭 증가

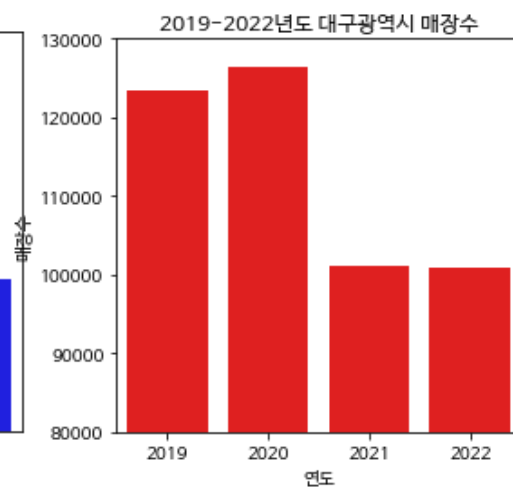
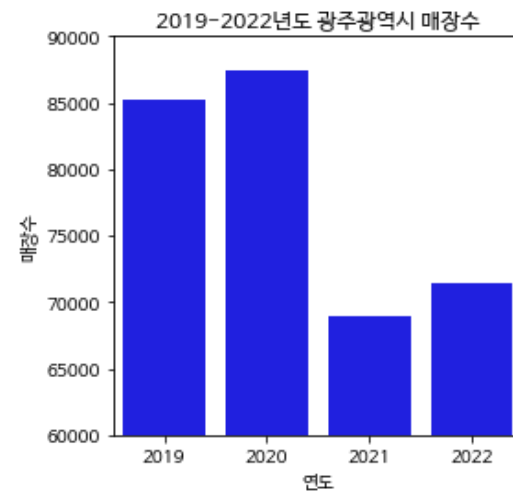
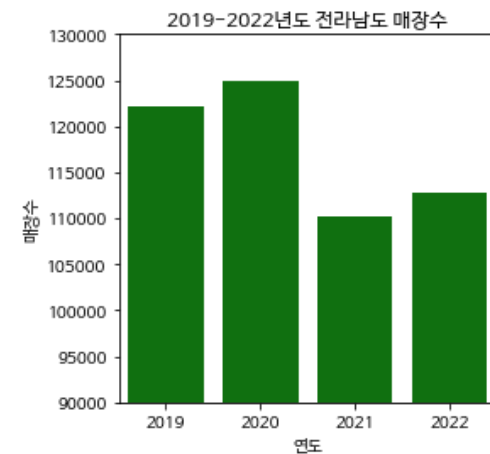
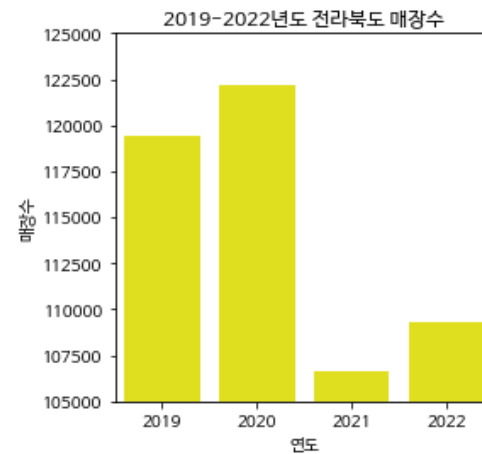
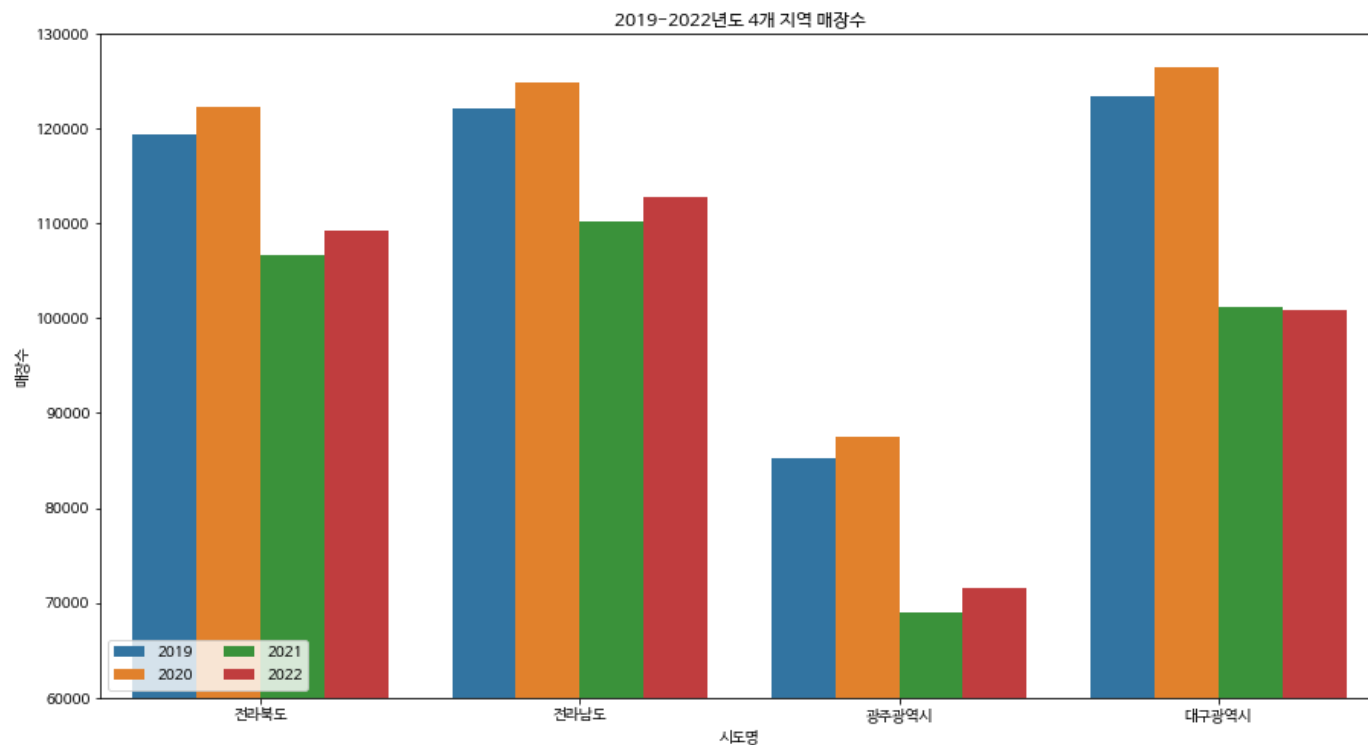
전남, 전북에서 보다

대구, 광주에서 매장 수 감소율이 더 컸다

코로나 여파를 확인할 수 있음!

### 3.3 동적 분석 (1)

## 지역별 매장 수 변화



4개 지역에서 2021년도에 매장 수가 크게 감소한 것을 확인할 수 있다!

## 인구데이터

---

매장수 증감에 인구 데이터를 고려하면 코로나 피해규모를 파악하기에 좋지 않을까?

ex. 매장수 2% 감소 - 인구 10% 감소

매장수가 2% 감소했다고 해당 업종이 위축되었다고 볼 수 있을까?  
오히려 인구수 감소폭에 비해 매장수가 훨씬 덜 감소했으니  
해당 업종이 잘 버티고 있는 것 아닐까?

인구 수가 줄어들면 상권의 규모가 줄어드는 것은 당연하다

인구의 변동을 고려한 지표로 매장수 변화 측정 시도:

- 매장 커버리지 (매장당 인구수)
- 1인당 매장수

### 3.4 동적 분석 (2)

## 인구데이터 활용

2019: 인구수 = 1000, 매장 수 = 100  
2020: 인구수 = 900, 매장 수 = 98

매장 커버리지

2019:  $1000 / 100 = 10$

2020:  $900 / 98 = 9.18$

1인당 매장 수

2019:  $100 / 1000 = 0.1$

2020:  $98 / 900 = 0.1089$

인구수 증감: -10%

매장 수 증감: -2%

매장 커버리지 증감: -8.16%

1인당 매장 수 증감: 8.9%

인구 데이터를 고려한 매장 수 변화 지표:

1) 매장 커버리지:

= (인구 수) / (매장 수)

장점: 숫자가 커서 보기 편하다

단점: 증감율을 살펴볼 때 해석이 어렵다

2) 1인당 매장 수:

= (매장 수) / (인구 수)

장점: 숫자가 작아서 보기 불편하다

단점: 증감율을 살펴볼 때 해석이 쉽다



### 3.4 동적 분석 (2)

## 인구데이터 활용

### 전라북도

연도	매장수	매장수 증감	인구수	인구수 증감	매장 커버리지	매장 커버리지 증감	1인당 매장수	1인당 매장수 증감
2019.0	119433.0	-	1830499.0	-	15.326576	-	0.065246	-
2020.0	122185.0	2.30%	1812936.0	-0.96%	14.837631	-3.19%	0.067396	3.30%
2021.0	106606.0	-12.75%	1797450.0	-0.85%	16.860683	13.63%	0.059310	-12.00%
2022.0	109273.0	2.50%	1782205.0	-0.85%	16.309656	-3.27%	0.061313	3.38%

### 전라남도

연도	매장수	매장수 증감	인구수	인구수 증감	매장 커버리지	매장 커버리지 증감	1인당 매장수	1인당 매장수 증감
2019.0	122133.0	-	1874232.0	-	15.345828	-	0.065164	-
2020.0	124847.0	2.22%	1859290.0	-0.80%	14.892548	-2.95%	0.067148	3.04%
2021.0	110247.0	-11.69%	1844811.0	-0.78%	16.733435	12.36%	0.059761	-11.00%
2022.0	112840.0	2.35%	1829501.0	-0.83%	16.213231	-3.11%	0.061678	3.21%

### 3.4 동적 분석 (2)

## 인구데이터 활용

### 광주광역시

연도	매장수	매장수 증감	인구수	인구수 증감	매장 커버리지	매장 커버리지 증감	1인당 매장수	1인당 매장수 증감
2019.0	85159.0	-	1458930.0	-	17.131836	-	0.058371	-
2020.0	87485.0	2.73%	1455705.0	-0.22%	16.639481	-2.87%	0.060098	2.96%
2021.0	68996.0	-21.13%	1445473.0	-0.70%	20.950099	25.91%	0.047732	-20.58%
2022.0	71486.0	3.61%	1438463.0	-0.48%	20.122304	-3.95%	0.049696	4.11%

### 대구광역시

	연도	매장수	매장수 증감	인구수	인구수 증감	매장 커버리지	매장 커버리지 증감	1인당 매장수	1인당 매장수 증감
12	2019.0	123456.0	-	2455829.0	-	19.892342	-	0.050271	-
13	2020.0	126450.0	2.43%	2433568.0	-0.91%	19.245299	-3.25%	0.051961	3.36%
14	2021.0	101205.0	-19.96%	2408875.0	-1.01%	23.801937	23.68%	0.042013	-19.14%
15	2022.0	100797.0	-0.40%	2380494.0	-1.18%	23.616715	-0.78%	0.042343	0.78%

### 3.4 동적 분석 (2)

## 인구데이터 활용

### 매장수 증감

	매장수 증감	전라북도	전라남도	광주광역시	대구광역시
0	2019	-	-	-	-
1	2020	2.30%	2.22%	2.73%	2.43%
2	2021	-12.75%	-11.69%	-21.13%	-19.96%
3	2022	2.50%	2.35%	3.61%	-0.40%

### 인구수 증감

	매장수 증감	전라북도	전라남도	광주광역시	대구광역시
12	2019	-	-	-	-
13	2020	-0.96%	-0.80%	-0.22%	-0.91%
14	2021	-0.85%	-0.78%	-0.70%	-1.01%
15	2022	-0.85%	-0.83%	-0.48%	-1.18%

### 매장 커버리지 증감

	매장수 증감	전라북도	전라남도	광주광역시	대구광역시
4	2019	-	-	-	-
5	2020	-3.19%	-2.95%	-2.87%	-3.25%
6	2021	13.63%	12.36%	25.91%	23.68%
7	2022	-3.27%	-3.11%	-3.95%	-0.78%

### 1인당 매장수 증감

	매장수 증감	전라북도	전라남도	광주광역시	대구광역시
8	2019	-	-	-	-
9	2020	3.30%	3.04%	2.96%	3.36%
10	2021	-12.00%	-11.00%	-20.58%	-19.14%
11	2022	3.38%	3.21%	4.11%	0.78%

### 3.5 동적 분석 (3)

## 지역별 & 업종별 매장 수 변화: 전라북도

상권업종대분류명	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육	합계
연도									
2019	3067	2945	19048	45184	2054	48	36581	10506	119433
2020	3113	3004	19747	45971	2109	75	37545	10621	122185
2021	2109	2568	17408	39648	1980	142	34646	8105	106606
2022	2097	2893	18380	41449	2025	1084	33199	8146	109273
합계	10386	11410	74583	172252	8168	1349	141971	37378	457497

	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육	전체증감율
2019	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00
2020	1.5	2.0	3.67	1.74	2.68	56.25	2.64	1.09	2.30
2021	-32.25	-14.51	-11.84	-13.75	-6.12	89.33	-7.72	-23.69	-12.75
2022	-0.57	12.66	5.58	4.54	2.27	663.38	-4.18	0.51	2.50

2020년: 매장 수 소폭 상승 (스포츠는 크게 상승)

2021년: 매장 수 대폭 하락 (스포츠 제외)

관광, 학문 분야 감소폭이 가장 컸다.

2022년: 음식업만 유의미하게 하락했고,  
나머지 업종은 상승 또는 비슷한 수준 유지

- 학문, 관광: 2021년 매장수가 가장 크게 감소했고,  
2022년에는 비슷한 수준 유지

- 생활서비스, 소매, 숙박: 2021년 매장수가 크게 감소했으나,  
2022년에 다시 조금씩 늘어나는 추세

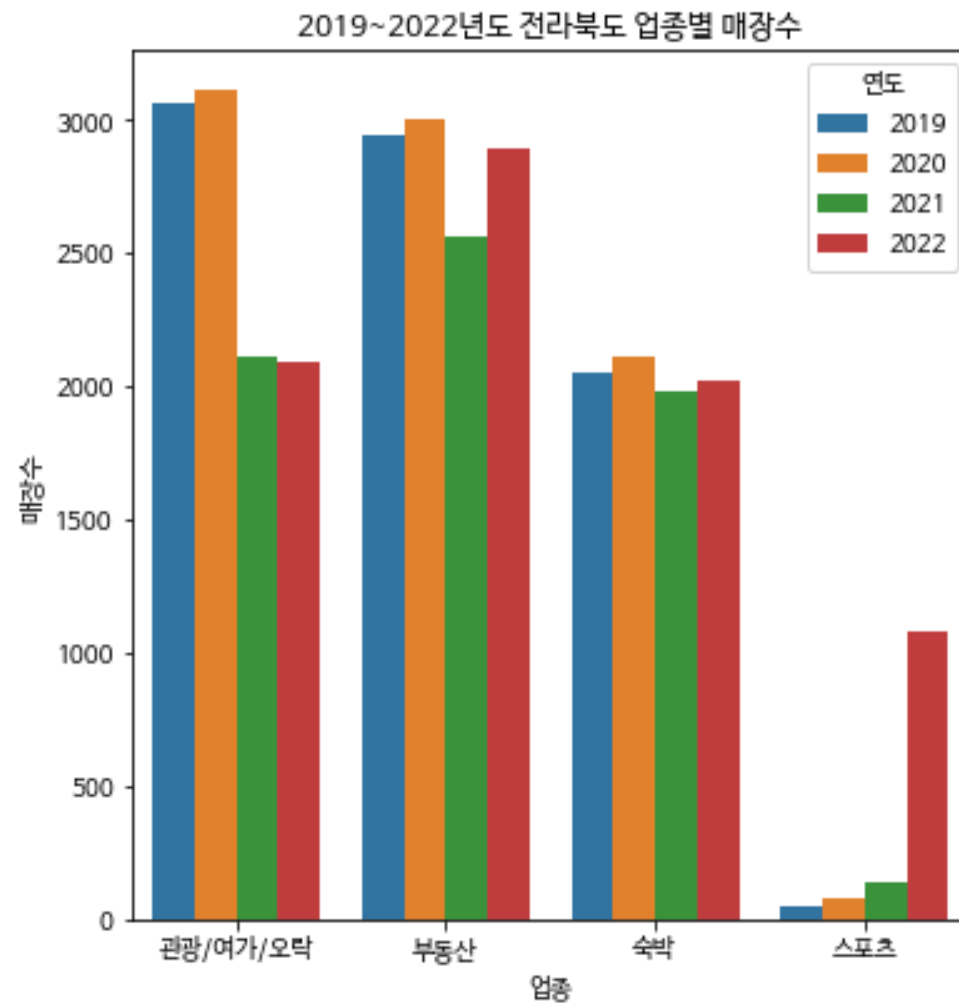
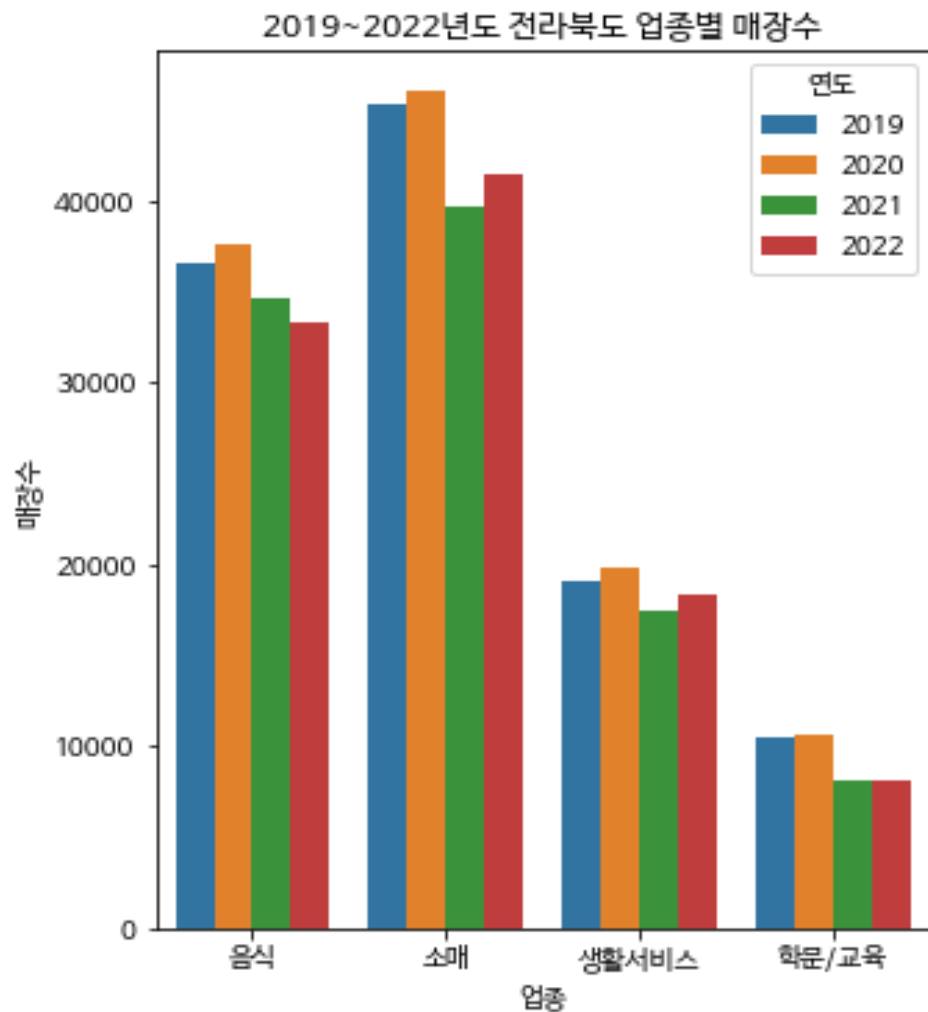
- 부동산: 2021년 매장수가 크게 감소했으나,  
2022년에 매장수가 다시 크게 늘어났다.

- 스포츠: 매장수가 지속적으로 큰 폭으로 증가하는 업종이다.

- 음식: 2021년 매장수가 크게 감소하였고, 2022년에도 유의미하게 줄어들었다.

### 3.5 동적 분석 (3)

## 지역별 & 업종별 매장 수 변화: 전라북도



### 3.5 동적 분석 (3)

## 지역별 & 업종별 매장 수 변화: 전라남도

상권업종대분류명	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육	합계
연도									
2019	2648	1750	18375	44934	3369	38	43383	7636	122133
2020	2692	1788	19042	45662	3471	55	44406	7731	124847
2021	1985	1615	16710	39153	3422	107	41119	6136	110247
2022	2076	2010	17478	41393	3647	1018	38871	6347	112840
합계	9401	7163	71605	171142	13909	1218	167779	27850	470067

	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육	전체증감율
2019	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00
2020	1.66	2.17	3.63	1.62	3.03	44.74	2.36	1.24	2.22
2021	-26.26	-9.68	-12.25	-14.25	-1.41	94.55	-7.4	-20.63	-11.69
2022	4.58	24.46	4.6	5.72	6.58	851.4	-5.47	3.44	2.35

2020년: 매장수 소폭 상승(스포츠업은 크게 상승)

2021년: 매장수 대폭 감소(스포츠업 제외)

특히 관광, 학문 업종에서 감소폭이 가장 컸다.

- 2022년: 음식업 매장수가 하락했고, 나머지 업종은 상승세다.

업종:

- 관광: 2021년 매장수가 가장 크게 감소했다 (26.26%).

2022년에는 유의미하게 증가했다.

- 부동산: 2021년 매장수가 감소했으나, 2022년에 매장수가 크게 늘어나 이전보다 더 많아졌다.

- 생활서비스, 소매: 2021년 매장수가 크게 감소했으나, 2022년에 매장수가 다시 조금씩 늘어나는 추세이다.

- 숙박: 2021년 매장수가 소폭 감소하였고, 2022년에는 크게 상승하였다.

- 스포츠: 매장수가 지속적으로 큰 폭으로 증가하는 업종이다.

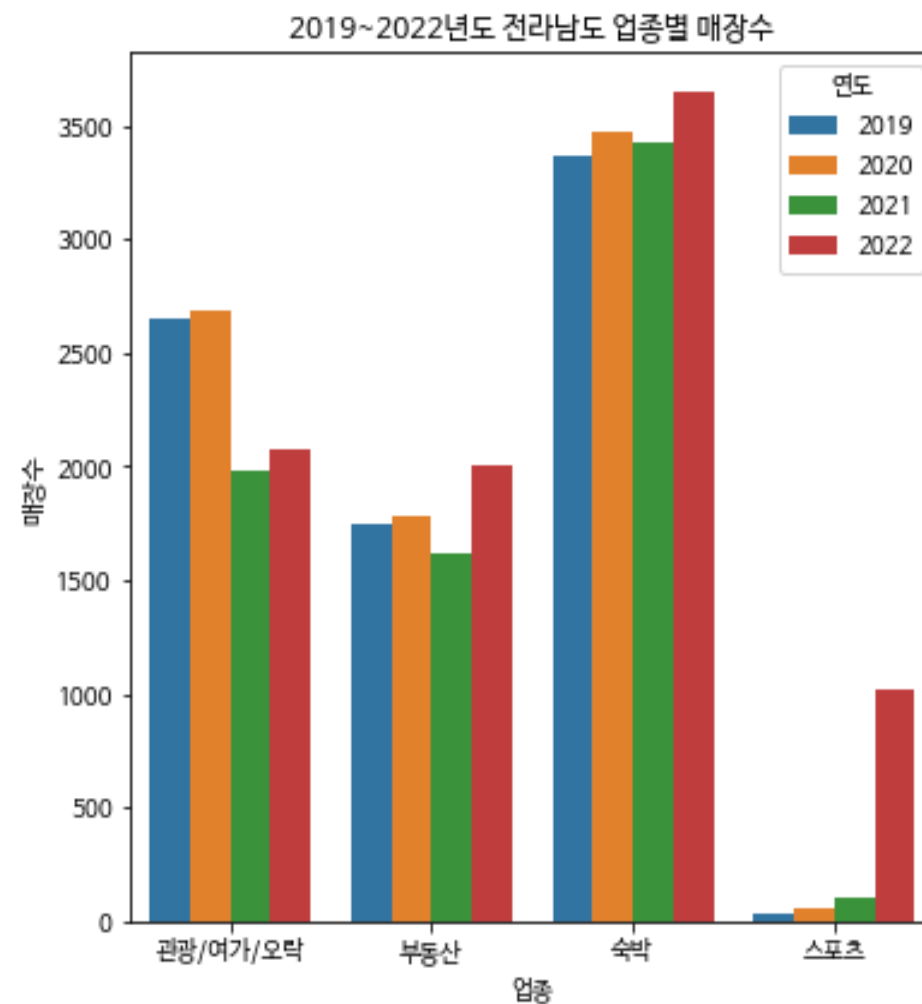
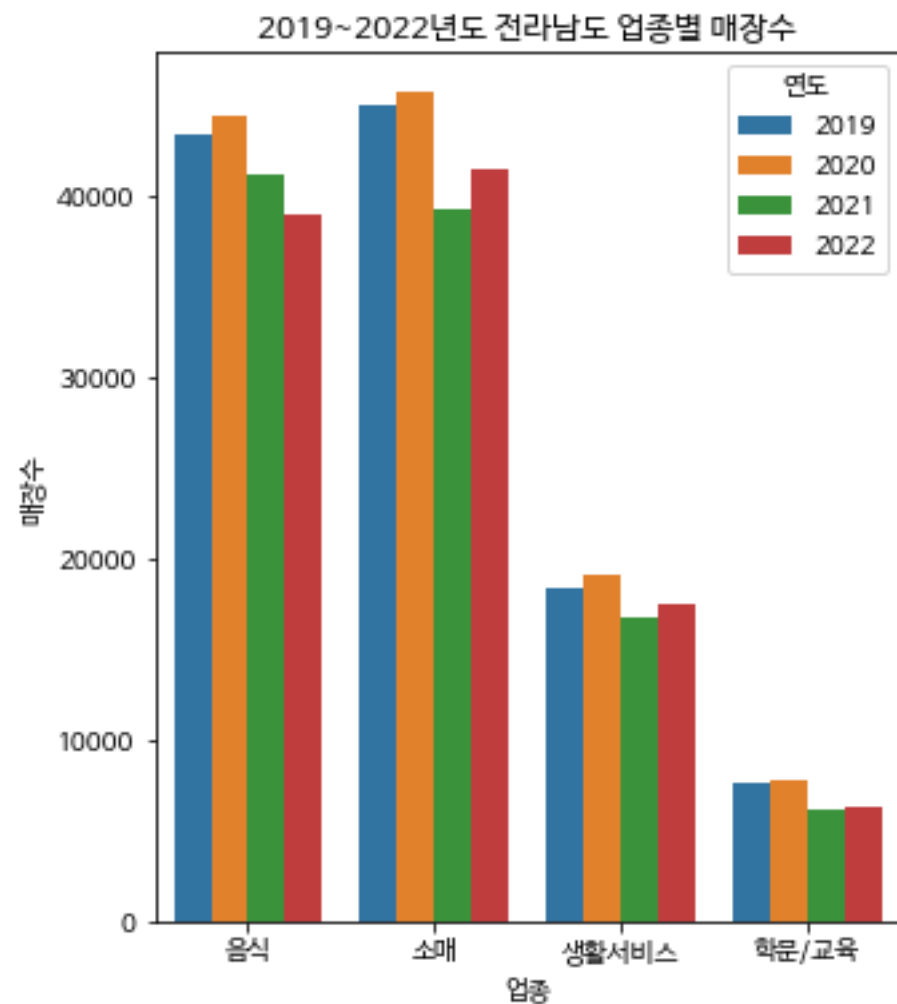
- 음식: 2021년 매장수가 크게 감소하였고, 2022년에도 줄어들었다.

- 학문/교육: 2021년 매장수가 두번째로 크게 감소했다 (20.63%).

2022년에는 매장수가 소폭 증가했다.

### 3.5 동적 분석 (3)

## 지역별 & 업종별 매장 수 변화: 전라남도



### 3.5 동적 분석 (3)

## 지역별 & 업종별 매장 수 변화: 광주

상권업종대분류명	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육	합계
연도									
2019	3572	3387	20187	43515	984	45	42179	9587	123456
2020	3617	3439	21163	44184	1000	105	43201	9741	126450
2021	2111	3233	18073	31600	726	251	38425	6786	101205
2022	2218	3841	18605	33130	644	1268	34010	7081	100797
합계	11518	13900	78028	152429	3354	1669	157815	33195	451908

	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육	전체증감율
2019	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00
2020	1.04	3.03	4.87	1.85	0.41	46.15	3.18	0.99	2.73
2021	-39.61	-15.7	-18.85	-26.04	-22.09	121.05	-12.91	-31.08	-21.13
2022	-4.02	20.32	8.33	9.11	-16.37	391.67	-6.66	0.16	3.61

- 2020년: 매장 수 소폭 상승(스포츠업은 크게 상승)
- 2021년: 모든 업종에서 매장수가 크게 줄어들었다(스포츠업 제외). 특히 관광, 학문, 소매, 숙박 업종에서 감소폭이 가장 컸다.
- 2022년: 관광업과 숙박업, 음식업 매장수가 하락했고, 나머지 업종은 상승세다.

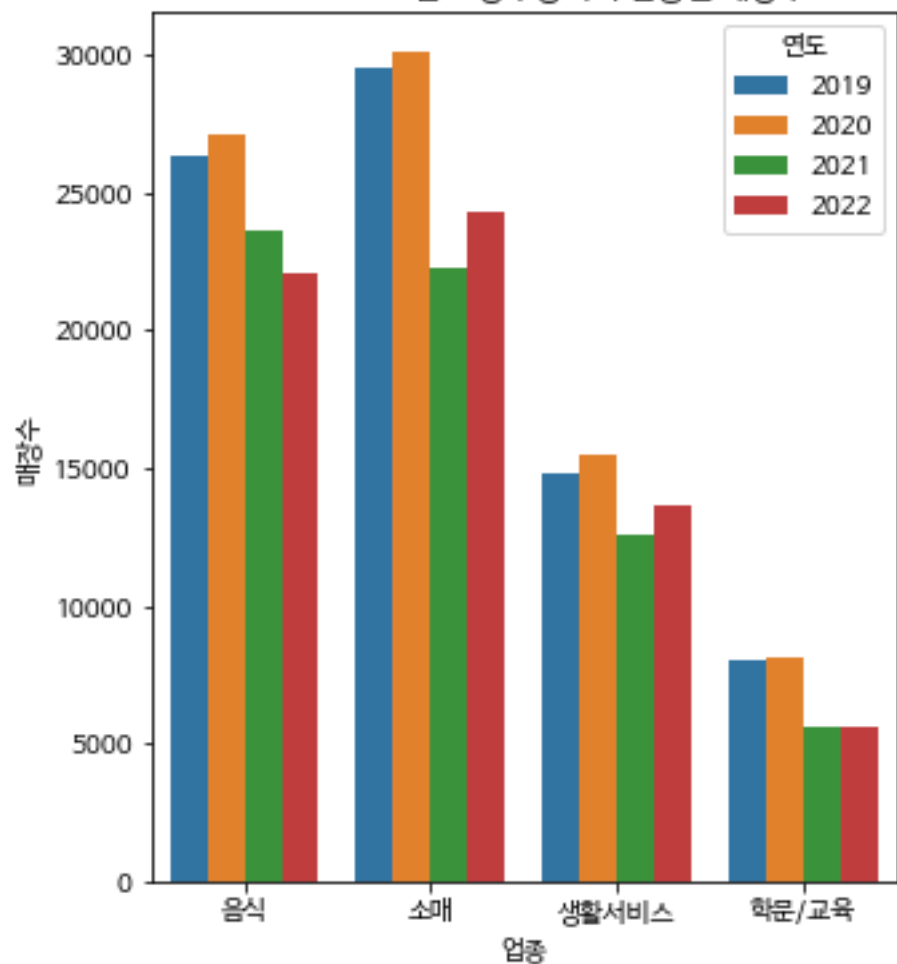
- 관광: 2021년 매장수가 가장 크게 감소했다 (39.61%). 2022년에도 유의미하게 감소했다.
- 부동산: 2021년 매장수가 감소했으나, 2022년에 매장수가 크게 늘어나 이전보다 더 많아졌다.
- 생활서비스, 소매: 2021년 매장수가 크게 감소했으나, 2022년에 매장수가 다시 점진적으로 늘어나는 추세이다.
- 숙박: 2021년 매장수가 크게 감소하였고, 2022년에도 크게 줄어들었다.
- 스포츠: 매장수가 지속적으로 큰 폭으로 증가하는 업종이다.
- 음식: 2021년 매장수가 크게 감소하였고, 2022년에도 크게 감소했다.
- 학문/교육: 2021년 매장수가 두번째로 크게 감소했다 (31.08%). 2022년에는 비슷한 수준을 유지하고 있다.



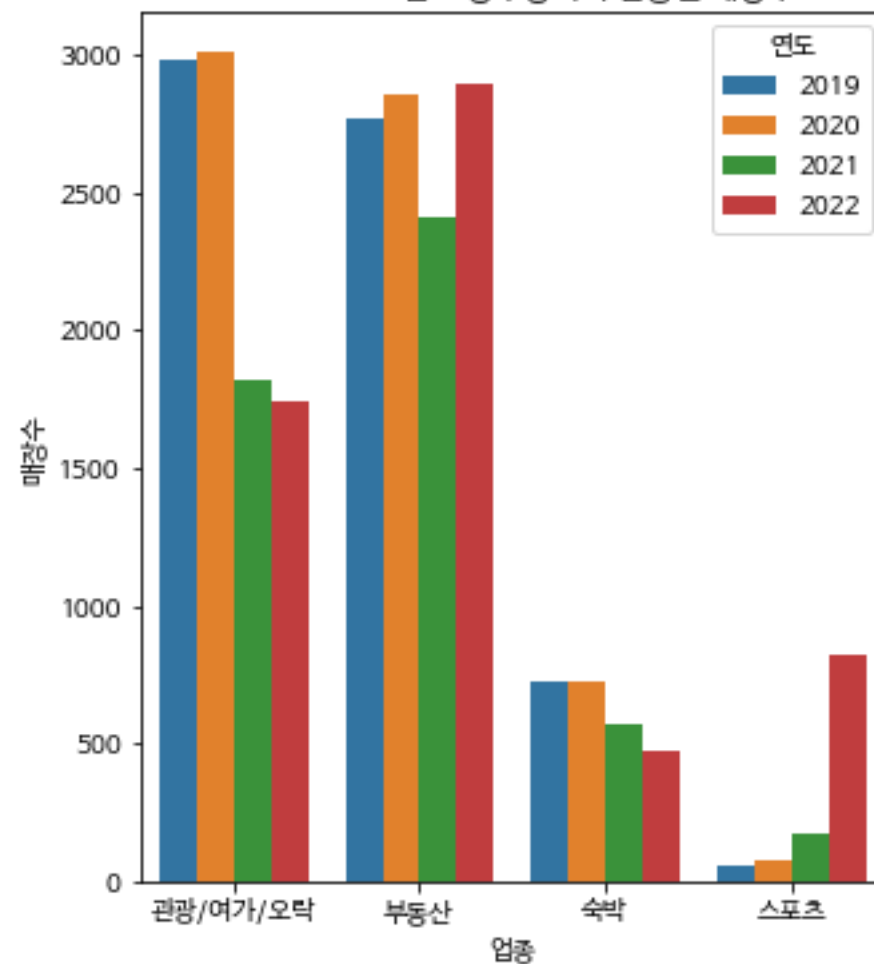
### 3.5 동적 분석 (3)

## 지역별 & 업종별 매장 수 변화: 광주

2019~2022년도 광주광역시 업종별 매장수



2019~2022년도 광주광역시 업종별 매장수



### 3.5 동적 분석 (3)

## 지역별 & 업종별 매장 수 변화: 대구

상권업종대분류명	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육	합계
연도									
2019	3572	3387	20187	43515	984	45	42179	9587	123456
2020	3617	3439	21163	44184	1000	105	43201	9741	126450
2021	2111	3233	18073	31600	726	251	38425	6786	101205
2022	2218	3841	18605	33130	644	1268	34010	7081	100797
합계	11518	13900	78028	152429	3354	1669	157815	33195	451908

	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육	전체증감율
2019	0	0	0	0	0	0	0	0	0.00
2020	1.26	1.54	4.83	1.54	1.63	133.33	2.42	1.61	2.43
2021	-41.64	-5.99	-14.6	-28.48	-27.4	139.05	-11.06	-30.34	-19.96
2022	5.07	18.81	2.94	4.84	-11.29	405.18	-11.49	4.35	-0.40

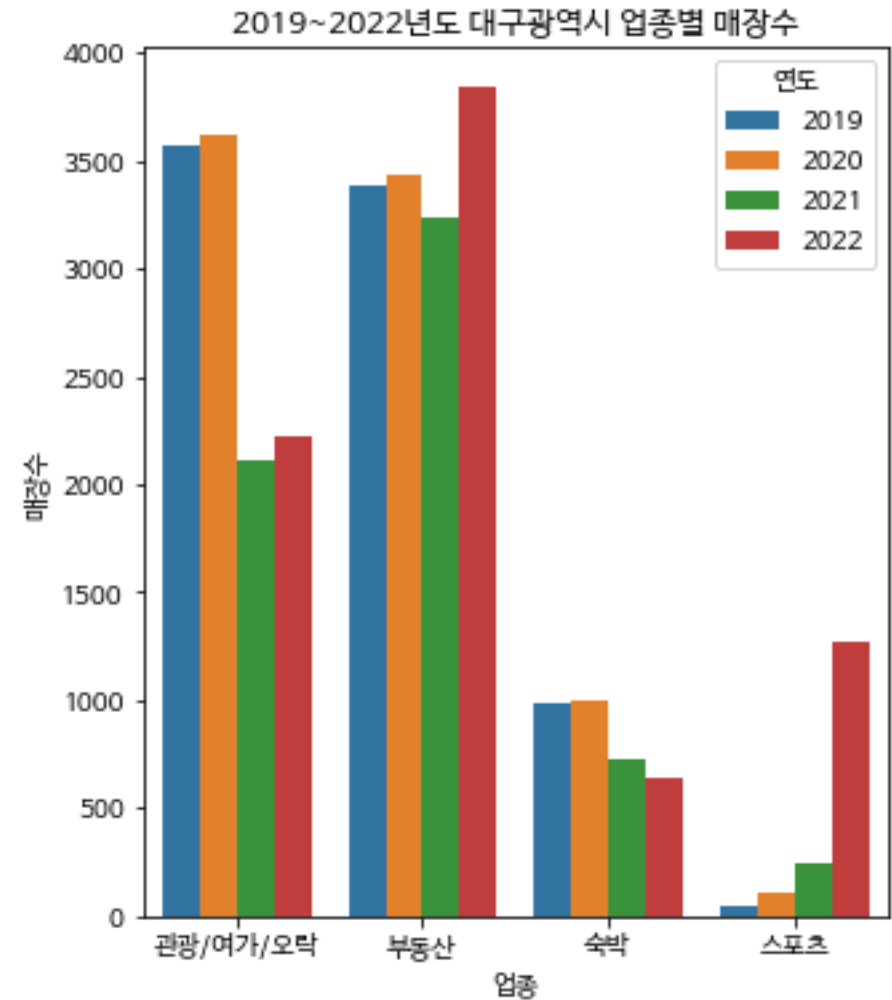
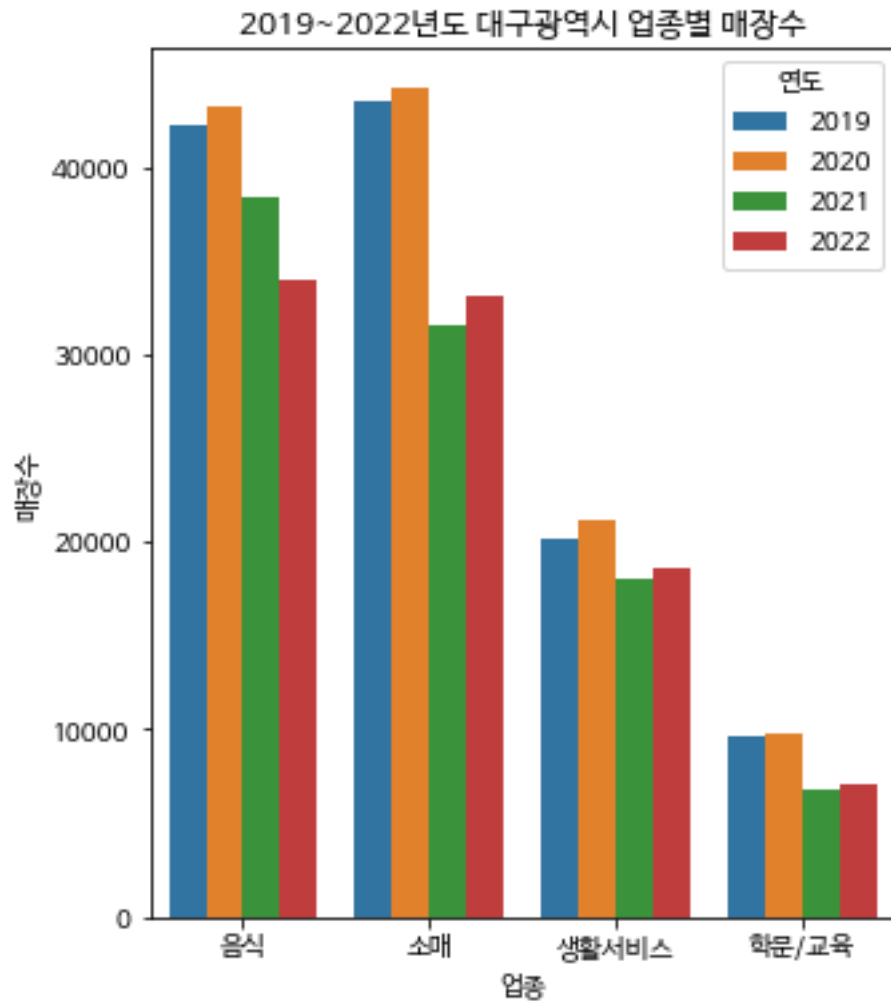
- 2020년: 매장수 소폭 상승(스포츠업은 크게 상승)
- 2021년: 모든 업종에서 매장수가 크게 줄어들었다(스포츠업 제외). 특히 관광, 학문, 소매, 숙박 업종에서 감소폭이 가장 컸다.
- 2022년: 음식업과 숙박업 매장수가 크게 하락했고, 나머지 업종은 상승세다.

#### 업종:

- 관광: 2021년 매장수가 가장 크게 감소했다 (41.64%). 2022년에는 유의미하게 증가했다.
- 부동산: 2021년 매장수가 감소했으나, 2022년에 매장수가 크게 늘어났다.
- 생활서비스, 소매: 2021년 매장수가 크게 감소했으나, 2022년에 매장수가 다시 점진적으로 늘어나는 추세이다.
- 숙박: 2021년 매장수가 크게 감소하였고, 2022년에도 크게 줄어들었다.
- 스포츠: 매장수가 지속적으로 큰 폭으로 증가하는 업종이다.
- 음식: 2021년 매장수가 크게 감소하였고, 2022년에도 잇따라 크게 줄어들었다.
- 학문/교육: 2021년 매장수가 두번째로 크게 감소했다 (30.34%). 2022년에는 매장수가 소폭 증가했다.

### 3.5 동적 분석 (3)

## 지역별 & 업종별 매장 수 변화: 대구



## 지역별 & 업종별 매장 수 변화

---

- 전반적으로 2020년에 매장수가 소폭 상승, 2021년에는 대폭 하락하는 추세이다. 2022년은 업종에 따라 다르지만 전반적으로 약간의 상승세를 보이고 있다.
- 생활서비스 & 소매: 2021년 크게 감소하였고, 2022년 소폭 증가하는 추세다.
- 관광업: 내가 맡은 모든 지역에서 2021년 매장수가 가장 많이 줄어든 업종은 관광이었다.
- 학문업: 내가 맡은 모든 지역에서 2021년 매장수가 두번째로 많이 줄어든 업종은 관광이었다.
- 부동산업은 2021년 적지 않은 타격을 받았으나, 모든 지역에서 2022년 매장수가 대폭 증가했다. 스포츠업을 제외하면 모든 지역에서 다른 업종에 비해 가장 빠르게 성장한 업종이다.
- 스포츠업은 모든 지역에서 코로나 시기임에도 불구하고 매장수가 매년 크게 증가하였다!
- 숙박업: 광역시에서는 타격이 매우 컸으며 2022년에도 매장수가 크게 감소하였다. 전남, 전북 지역은 큰 타격은 없었고, 2022년 매장수가 소폭 상승하였다.
- 음식: 모든 지역에서 2021년, 2022년 모두 감소하였다. 2022년 매장수가 대부분 증가한다는 것을 고려했을 때, 모든 지역에서 감소했다는 점은 주목할만하다.
- 2021년 광역시에서 매장수 감소율이 더 컸다(약 20% 감소 vs 약 12% 감소)

### 3.6 동적 분석 (4)

## 매출 데이터 활용

---

매장 수의 증가 / 감소는 해당 지역 및 업종의 호황/불황 여부와 높은 상관관계를 갖는다.

하지만 그렇지 않은 경우도 있다!

ex. 2019년 : 잘 안 되는 식당 100개  
2020년: 항상 손님이 많은 식당 90개  
(인구수 고정)

과연 이 지역에서 매장 수 지표만을 갖고 음식업이 불황이라고 할 수 있을까?  
매출 데이터로 지역별 / 업종별 코로나 피해규모를 좀 더 정확하게 파악해보자!

## 매출 데이터 활용

---

- 1) 2018 ~ 20년도 업종별 매출액 데이터
  - 시도/산업중분류별 주요지표 자료 활용 (출처: 통계청)
- 2) 21년도 업종별 매출액 데이터
  - 직접 구할 수 있는 방법이 없었음, 매출지수를 활용하여 추정

매출지수 출처: 소상공인진흥공단 - 상권정보

매장수와 매출액:

- 매출액은 업종별 호황/불황 여부를 드러내는 보다 확실한 지표
- 매장수 증감은 그것의 '결과'

## 3.6 동적 분석 (4)

# 매출 데이터 활용

## 2018 ~ 2020년 매출액 데이터 (통계청)

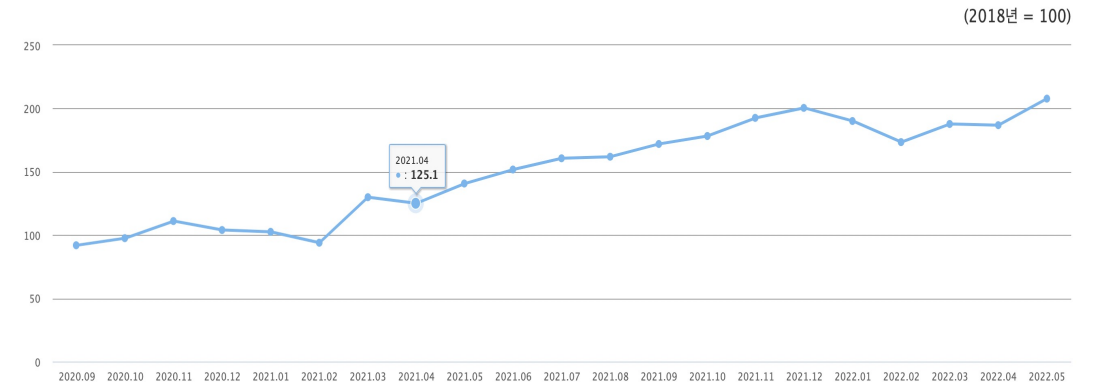
시도/산업중분류별 주요지표 「소상공인실태조사」, 통계청, 중소벤처기업부 (자료문의처: 042-481-2)

수록기간: 년 2018 ~ 2020 / 자료갱신일: 2022-07-01 / 주석정보

시점 증감(증감률) 행렬전환 열고정해제 새 탭 열기 화면복사 주소정보 스크랩

1) 시도별	산업별	2018 총 매출액 (백만 원)	2019 총 매출액 (백만 원)	2020 총 매출액 (백만 원)
전국	전산업	644,296,794	650,424,913	660,855,744
	제조업	154,353,927	154,005,356	154,323,023
	건설업	53,702,883	54,005,356	61,362,286
	도매 및 소매업	301,449,316	306,428,325	302,317,398
	숙박 및 음식점업	77,969,927	79,882,616	82,716,519
	정보통신업	4,324,847	4,765,506	4,973,293
	부동산업	8,117,603	8,112,978	9,671,109
	전문과학기술서비스업	7,678,904	8,391,360	8,904,275
	사업시설관리, 사업지원 및 임대 서비스업	7,542,174	7,350,832	7,775,896
	교육 서비스업	7,688,966	8,669,054	7,990,878
	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	6,371,806	6,678,569	5,811,199
	수리 및 기타 개인서비스업	15,096,441	14,266,171	15,009,868
서울특별시	전산업	132,021,438	129,983,763	125,066,439
	제조업	16,309,586	15,308,687	14,688,058
	건설업	10,013,341	9,098,075	9,747,296

## 2021년 매출액 데이터는 매출 지수를 통해 추정 (상권정보)



### 3.6 동적 분석 (4)

## 업종별 매출 데이터 활용

### 광주광역시

매출액	소매	음식	교육 서비스업	생활서비스	부동산	스포츠/여가
2018	9,537,000	2,110,799	281,933	489552	207418	182,246
2019	9,747,077	2,157,855	310,462	467666	233636	184,597
2020	9,759,018	2,270,368	319,940	509618	261630	177,779
2021	10093325	1804733.145	408567.9058	510467.3633	292978.2093	173285.5717

### 전라남도

매출액	소매	음식	교육 서비스업	생활서비스	부동산	스포츠/여가
2018	9,790,346	2,626,577	168,757	535,646	94,647	147,961
2019	10,267,944	2,774,364	185,284	517,335	101,838	151,346
2020	10,426,373	2,997,557	189,633	548,242	126,603	147,442
2021	11014139.25	2663786.841	326122.9025	541002.46	157390.3613	161893.9942

### 대구광역시

매출액	소매	음식	학문/교육	생활서비스	부동산	스포츠/관광
2019	16192438	3262980	388177	706817	330607	289775
2020	16315585	3323683	429233	655201	335176	302150
2021	16055267	3441685	404374	666588	398982	270699
2021	17379883	2626577	332862	705639	398982	276252

### 전라북도

매출액	소매	음식	교육 서비스업	생활서비스	부동산	스포츠/여가
2018	10,199,054	2,522,013	227,460	530,076	130,386	168,150
2019	10,292,973	2,570,590	252,280	498,267	125,256	173,815
2020	10,448,652	2,749,589	256,274	530,708	146,699	162,977
2021	10156557.94	2557741.518	369812.05	504897.39	171812.9	153997.375



## 판단지표 및 결론

---

지금까지 매장수, 인구데이터, 매출액 데이터 등 다양한 지표를 살펴보았다.

그러나 변수가 너무 많아, 큰 변화율이 아닌 이상 어디가 피해규모가 더 큰지, 어떤 업종이 지원 우선순위인지 한눈에 보이지 않았다.

➤ 하나의 통합지수 필요성

이에 E조는 다음과 같은 지표 사용을 제안한다:

### 3.7 활용

## 판단지표 및 결론

1) 코로나 단순 피해지수 :

$$= (2020\text{년 대비 } 2021\text{년 } 1\text{인당 매장수 증감율}) * (\text{가중치 } 1) \\ + (2021\text{년 대비 } 2022\text{년 } 1\text{인당 매장수 증감율}) * (\text{가중치 } 2)$$

0보다 작으면 업종이 위축, 0보다 크면 업종이 성장하였다고 평가  
기준치를 삼아서 지원 확대, 유지, 감소를 정할 수 있음

Ex. 대구광역시, 가중치는 각각 30 & 70

기준 설정

-10 이하: 지원 확대

0 ~ -10: 지원 유지

0 이상: 지원 축소

대구광역시	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육
1인당 매장수 증감 (2020-2021)	-41.04%	-5.03%	-13.73%	-27.75%	-26.66%	141.50%	-10.14%	-29.62%
1인당 매장수 증감 (2021-2022)	6.32%	20.22%	4.17%	6.09%	-10.24%	411.20%	-10.43%	5.59%
코로나 피해지수	-7.89	12.65	-1.20	-4.06	-15.16	330.29	-10.35	-4.97
순위	3	7	6	5	1	8	2	4
확대/유지/축소	유지	축소	유지	유지	확대	축소	확대	유지

### 3.7 활용

## 판단지표 및 결론

대구광역시	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육
1인당 매장수 증감 (2020-2021)	-41.04%	-5.03%	-13.73%	-27.75%	-26.66%	141.50%	-10.14%	-29.62%
1인당 매장수 증감 (2021-2022)	6.32%	20.22%	4.17%	6.09%	-10.24%	411.20%	-10.43%	5.59%
코로나 피해지수	-7.89	12.65	-1.20	-4.06	-15.16	330.29	-10.35	-4.97
순위	3	7	6	5	1	8	2	4
확대/유지/축소	유지	축소	유지	유지	확대	축소	확대	유지

전라북도	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육
1인당 매장수 증감 (2020-2021)	-31.67%	-13.78%	-11.09%	-13.01%	-5.31%	90.96%	-6.93%	-23.03%
1인당 매장수 증감 (2021-2022)	0.28%	13.62%	6.49%	5.44%	3.15%	669.91%	-3.36%	1.37%
코로나 피해지수	-9.30	5.40	1.22	-0.10	0.61	496.23	-4.43	-5.95
순위	1	7	6	4	5	8	3	2
확대/유지/축소	유지	축소	축소	유지	축소	축소	유지	유지

전라남도	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육
1인당 매장수 증감 (2020-2021)	-25.68%	-8.97%	-11.56%	-13.58%	-0.64%	96.07%	-6.68%	-20.01%
1인당 매장수 증감 (2021-2022)	5.46%	25.50%	5.47%	6.61%	7.47%	859.36%	-4.68%	4.30%
코로나 피해지수	-3.88	15.16	0.36	0.55	5.04	630.38	-5.28	-2.99
순위	2	7	4	5	6	8	1	3
확대/유지/축소	유지	축소	축소	축소	축소	축소	유지	유지

광주	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육
1인당 매장수 증감 (2020-2021)	-39.19%	-15.10%	-18.28%	-25.52%	-21.53%	122.62%	-12.29%	-30.59%
1인당 매장수 증감 (2021-2022)	-3.55%	20.91%	8.86%	9.64%	-15.97%	394.06%	-6.21%	0.65%
코로나 피해지수	-14.24	10.11	0.72	-0.91	-17.64	312.63	-8.03	-8.72
순위	2	7	6	5	1	8	4	3
확대/유지/축소	확대	축소	축소	유지	확대	축소	유지	유지

## 판단지표 및 결론

---

코로나 단순 피해지수로 측정한 결과:

가중치 30, 70

지원 확대 기준치 -10

지원 확대

대구 - 숙박업 & 음식업

광주- 관광업 & 숙박업

지원축소

모든 지역 - 부동산 & 스포츠

광주 - 부동산 & 생활서비스 & 스포츠

전남 - 부동산 & 생활서비스 & 스포츠 & 소매 & 숙박

전북 - 부동산 & 스포츠 & 생활서비스 & 숙박

장점:

20~22년 인구데이터를 고려하고 있다

계산이 쉽고 직관적으로 이해하기 편하다

사용자가 가중치를 조절할 수 있다

업종별 특성 외에 지역별 특성까지 반영할 수 있다

단점:

매출액 정보가 반영이 안 되어있다

## 판단지표 및 결론

2) 코로나 종합 피해지수:

$$\begin{aligned}
 &= (2020\text{년 대비 } 2021\text{년 } 1\text{인당 매장수 증감율}) * (\text{가중치 } 1) \\
 &+ (2021\text{년 대비 } 2022\text{년 } 1\text{인당 매장수 증감율}) * (\text{가중치 } 2) \\
 &+ (2019\text{년 대비 } 2020\text{년 매출액 증감율}) * (\text{가중치 } 3) \\
 &+ (2020\text{년 대비 } 2021\text{년 매출액 증감율}) * (\text{가중치 } 4)
 \end{aligned}$$

대구광역시	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육
1인당 매장수 증감 (2020-2021)	-41.04%	-5.03%	-13.73%	-27.75%	-26.66%	141.50%	-10.14%	-29.62%
1인당 매장수 증감 (2021-2022)	6.32%	20.22%	4.17%	6.09%	-10.24%	411.20%	-10.43%	5.59%
코로나 피해지수	-7.89	12.65	-1.20	-4.06	-15.16	330.29	-10.35	-4.97
순위	3	7	6	5	1	8	2	4
확대/유지/축소	유지	축소	유지	유지	확대	축소	확대	유지

### 3.7 한계점

## 판단지표 및 결론

대구광역시	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육
인당 매장수 증감	-41.04%	-5.03%	-13.73%	-27.75%	-26.66%	141.50%	-10.14%	-29.62%
인당 매장수 증감	6.32%	20.22%	4.17%	6.09%	-10.24%	411.20%	-10.43%	5.59%
매출액 증감	-10.41%	19.04%	-7.30%	-1.60%	3.55%	-10.41%	3.55%	-5.79%
매출액 증감	2.05%	0.00%	1.74%	8.25%	-18.47%	2.05%	-18.47%	-17.68%
코로나 피해지수	-7.78	8.87	-2.43	-1.57	-13.23	150.19	-9.99	-10.71
순위	4	7	5	6	1	8	3	2
확대/유지/축소	유지	축소	유지	유지	확대	축소	유지	확대

광주	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육
인당 매장수 증감	-39.19%	-15.10%	-18.28%	-25.52%	-21.53%	122.62%	-12.29%	-30.59%
인당 매장수 증감	-3.55%	20.91%	8.86%	9.64%	-15.97%	394.06%	-6.21%	0.65%
매출액 증감	-3.69%	11.98%	8.97%	0.12%	5.21%	-3.69%	5.21%	3.05%
매출액 증감	-2.53%	11.98%	0.17%	3.43%	-20.51%	-2.53%	-20.51%	27.70%
코로나 피해지수	-10.40	9.24	0.85	-1.16	-14.21	141.25	-9.43	3.00
순위	2	7	5	4	1	8	3	6
확대/유지/축소	확대	축소	축소	유지	확대	축소	유지	축소

전라북도	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육
인당 매장수 증감	-31.67%	-13.78%	-11.09%	-13.01%	-5.31%	90.96%	-6.93%	-23.03%
인당 매장수 증감	0.28%	13.62%	6.49%	5.44%	3.15%	669.91%	-3.36%	1.37%
매출액 증감	-6.24%	17.12%	6.51%	1.51%	6.96%	-6.24%	6.96%	1.58%
매출액 증감	-5.51%	17.12%	-4.86%	-2.80%	-6.98%	-5.51%	-6.98%	44.30%
코로나 피해지수	-9.15	9.89	-0.43	-1.51	-0.82	216.27	-3.09	9.41
순위	1	7	5	3	4	8	2	6
확대/유지/축소	유지	축소	유지	유지	유지	축소	유지	축소

전라남도	관광/여가/오락	부동산	생활서비스	소매	숙박	스포츠	음식	학문/교육
인당 매장수 증감	-25.68%	-8.97%	-11.56%	-13.58%	-0.64%	96.07%	-6.68%	-20.01%
인당 매장수 증감	5.46%	25.50%	5.47%	6.61%	7.47%	859.36%	-4.68%	4.30%
매출액 증감	-2.58%	24.32%	5.97%	1.54%	8.04%	-2.58%	8.04%	2.35%
매출액 증감	9.80%	24.32%	-1.32%	5.64%	-11.13%	9.80%	-11.13%	71.98%
코로나 피해지수	-1.07	18.02	0.13	1.27	0.38	279.45	-4.47	19.35
순위	2	6	3	5	4	8	1	7
확대/유지/축소	유지	축소	축소	축소	축소	축소	유지	축소

## 판단지표 및 결론

---

코로나 종합 피해지수로 측정한 결과:

가중치 20, 30, 20, 30

지원 확대 기준치 -10

장점:

코로나 단순 피해지수의 장점

+ 매출액 정보까지 반영하고 있어서

보다 정확한 분석이 가능하다

지원 확대

대구 - 숙박업 & 학문업

광주- 관광업 & 숙박업

지원축소

모든 지역 - 부동산 & 스포츠

광주 - 부동산 & 생활서비스 & 스포츠 & 학문

전남 - 부동산 & 생활서비스 & 스포츠 & 학문 & 소매 & 숙박

전북 - 부동산 & 스포츠 & 학문

## 활용방안 및 한계

---

소상공인 지원정책 제안:

소상공인 지원정책은 국민의 혈세로 시행되기에 적재적소에 이루어져야 한다.

본 분석은 지역 인구, 업종별 매출, 업종별 매장수를 모두 고려한 판단 지표를 제시함으로써  
지역별 & 업종별 지원금 분배안 선택에 도움이 되고자 한다.

사업을 어렵게 유지하고 있는 소상공인 뿐만 아니라,  
본 분석에서 제외된, 폐업 후 부채 부담을 진 소상공인에게도 지원이 필요하다.

부채 데이터를 확보할 수 있다면, 본 분석보다 심도있는 분석이 가능하다고 판단된다.





The End

감사합니다

8기 백민준