

[SCM팀]과일 분석 결과(최종)

*분석목적

- 과일 매입 총량 및 시즌별 소비 트렌드 분석
- 고객 1회 구매시 소비 패턴 파악
- 고객 seg (연령대, 성별등) 소비 유형 분석
- 행사 유형 & 카테고리별 시즌 구분 분석을 통해 월별 트렌드 파악 및 발주값 조정

*분석항목

1. 상품 카테고리 분석
 - a. 연간 트렌드 파악을 위해 매출 상위 카테고리 분석
 - b. 4depth 카테고리별 특성 분석(시즌,사계절& 신장 카테고리등)
2. 고객분석
 - a. 연령대(초반, 중반, 후반) & 성별 구분을 통해 고객의 소비 형태 파악
 - 고객 seg 별 매출 비중 파악
 - 고객 seg 별 1회 구매시 객단가, 매출 수량, 구매 품목수 파악
3. 고객 & 카테고리분석
 - a. (1,2번 분석 항목) 연령대 * 고객별 선호 카테고리 파악
4. 행사분석
 - a. 행사 & 비행사 상품의 매출 트렌드 파악
 - b. 행사 & 비행사 상품의 카테고리별 매출 비중 파악
 - c. 행사 & 비행사 상품의 연령대별 특성 분석
 - d. 행사 구분 & 연령대의 따른 카테고리 별 특성 분석 (3번 분석 항목)
 - e. 시즌 & 일반 & 비축 카테고리별 특성 분석
5. 행사 & 시즌 구분 분석 (월별 트렌드 분석)
 - a. 월별 고객 1회 구매시 매출 수량, 구매 품목수 분석
 - b. 월별 시즌 & 비시즌 구분 유형 분석을 통해 매출 트렌드 파악
 - c. 행사 구분을 통해 seg별 매출 트렌드 파악
 - ex) 행사 & 시즌 유형, 비행사 & 시즌 유형, 행사 & 일반 유형등

*분석기간: 22-05-01 ~ 23-07-08(1년 2개월)

*측정값

- 매출 금액
- 매출 수량
- 객단가
- 구매 품목수

*주요 결과요약

1. 카테고리별 분석

- 매출금액 기준 TOP5 카테고리: 1. 방울토마토 2. 굴류 3. 딸기 4. 바나나 5. 사과
 - (신장 카테고리) 방울토마토와 바나나 카테고리는 전체적으로 매출이 신장하고 있는 경향을 보이고 있음
 - (시즌성 카테고리) 딸기와, 굴 카테고리는 겨울시즌에(46주차 - 8주차) 매출이 급격하게 증가하였으며, 굴 대비 딸기의 매출이 좀더 길게 유지되는 경향을 보임
 - (사계절 카테고리) 사과 카테고리는 전전반적으로 매출이 꾸준히 유지되고 있으며, 계절에 따른 트렌드는 보이지 않음
- 작년 동기: 즉, 22년 19주차 부터 약 8주간 수박 카테고리의 매출이 평균대비 크게 증가하였음
- 최근까지(23년 10주 ~ 17주차)까지 오렌지 카테고리의 판매량이 평균대비 크가 증가한 것을 확인할 수 있음

2. 고객분석

- (연령대 - 전체) 과일 구매 고객은 30대 > 40대 > 20대 > 50대 > 60대 순으로 많음
- (연령대 - 세분화) 30대 초반 고객이 전체의 15%로 가장 많으며 40대 초반(12%), 20대 후반(11%) 순으로 많은것을 확인 할 수 있음
- (성별 - 전체) 전체 고객중 여성이 약 71% 남성이 약 29%를 차지하고 있음
- (성별 -세분화) 20대에서 여성의 성비가 81%로 가장 많으며 다른 연령대에서는 70%대의 성비를 보이고 있음
- (요약) 30대 초반 여성 - 40대 초반 여성 - 20대 후반의 여성고객 순으로 과일 구매고객이 많음

3. 연령대 * 카테고리 분석

- (방울 토마토) 전체 매출 금액 1위를 차지한 방울토마토 카테고리의 주요 구매층은 20대 ~ 30대 초반까지인 것을 확인할 수 있음 (30대 중반 부터는 굴 대비 소비가 저조)
- (굴) 굴 카테고리의 주요 구매층은 40대 초반 ~ 50대 초반까지 인것을 확인할 수 있음
- (포도) 10대~ 30대 초반까지는 전체 매출 5위를 차지하고 있는 사과 대신 포도 카테고리를 구매하고 있으며, 20대의 경우 전체 매출 4위인 바나나보다 더 매출이 높음
- (기타사향) 30대 초반까지는 방울토마토의 매출이 높으나 30대 중반부터는 굴, 딸기의 매출이 높아지는것을 확인할 수 있음

4. 행사 * 비행사 상품 분석

- 22년도 41주차부터 행사 상품의 전체 매출액 비중이 비행사 대비 커지는 것을 확인할 수 있음
- (행사 상품 매출 의존도) 비행사 상품의 매출 의존도는 시간이 지남에 따라 점차 감소하고있는 반면, 행사 상품의 의존도는 22년도 41주차 기준으로 급격히 증가하였음
- (카테고리별 행사 매출 의존도) 대부분의 카테고리들이 행사 상품의 매출이 큰것을 확인할 수 있으나 수박, 체리의 경우 비행사 상품의 매출 의존도가 더 높음 → 해당 카테고리 의 경우 행사 상품의 Impact가 크지 않은 것으로 판단할 수 있음
- (객단가 분석) 50대 행사를 구매하는 남성 고객의 객단가가 가장 높으며, 연령대가 높아질수록 객단가가 증가하는 추세를 보임(20대 초반에서 50대 후반까지 약 700원의 객단가 차이 발생)
- (매출 수량 분석) 1회 구매시 50대 중반 & 40대 후반 비행사 상품을 구매하는 남성 고객의 매출 수량이 가장 크며, 연령대 별로 매출 수량이 증가함

비교항목	차이유무		
	성별	연령대	행사 상품 유무
객단가	X	O	O
매출수량	X	O	O
구매품목수	X	O	-

- 비교항목 3개에서 모두 성별에 따른 차이는 크게 존재하지않으며, 연령대와 행사 상품 유무에 따라서는 차이가 발생하고 있음
- 객단가의 경우 행사 상품 > 비행사상품 이지만, 매출수량의 경우 행사 상품 < 비행사 상품의 추이를 보이고 있음

f. (행사 VS 비행사 카테고리 분석)

- 비행사의 경우 방울토마토의 매출 비중이 가장 크나, 행사는 딸기의 매출 비중이 가장 큼
- 포도의 경우 비행사 상품은 40대 초반까지 전반적으로 구매하나, 행사 상품은 20대에 매출이 편중되어있음
- 바나나는 비행사의 경우 전연령대에서 고루 구매하나, 행사상품의 매출은 30대에 편중되어있음
- 비행사 상품의 경우 중장년층에서 수박의 매출비중이 큰편이며, 행사상품의 경우 중장년층에서 참외의 매출비중이 큰편
→ 비행사에만 존재하는 카테고리: **냉동베리류, 수박**
→ 행사에만 존재하는 카테고리: **참외, 컷팅파인애플**
- 고객관점에서 연령대별 선호 카테고리 구분후 발주에 참고할 수 있을것으로 판단됨

i. (시즌 카테고리 구분에 따른 비행사 상품 분석) 비축> 일반> 시즌 > 기타 순

- 전반적으로 비축 카테고리에 대한 매출 비중이 가장 큰편이며, 20대에서는 비축 카테고리의 구매성향이 더 뚜렷하게 나타남
- 30대 중반 부터는 일반, 비축, 시즌 카테고리의 매출 비중이 거의 비슷하게 나타남

ii. (시즌 카테고리 구분에 따른 행사 상품 분석) 시즌 > 일반 > 비축 > 기타 순

- 시즌 카테고리의 매출비중이 가장 높으며, 일반 카테고리과 비슷한 연령대도 있으나, 30대 초반 부터 60대이상까지 시즌 카테고리의 매출액의 차이가 큰편임
- 비행사와 달리 비축 카테고리의 매출 비중이 적은 것을 확인할 수 있음

2. 행사 & 시즌 구분 분석(월별 분석 추가)

a. 월별 행사 & 시즌 구분 상위 카테고리 결과표

i. 매출금액 기준

- 순위 1위 카테고리 정리
 - (행사 & 시즌 유형) 12월, 1월, 2월, 3월(겨울 ~ 봄)
 - (행사 & 일반 유형) 4월, 5월, 6월, 11월(봄, 가을)
 - (비행사 & 일반 유형) 7월, 9월, 10월(여름, 가을)
 - (비행사 & 시즌 유형) 8월(여름)
- b. 매출금액/ 상품수 기준
 - 순위 1위 카테고리 정리
 - (행사 & 시즌 유형) 1 ~ 6월, 11 ~ 12월(여름 ~ 가을 기간 제외)
 - (비행사 & 시즌 유형) 7 ~ 10월 (여름 ~ 가을 기간)

2. 시즌 구분

a. 매출금액 기준

- 순위 1위 카테고리 정리
 - (시즌 유형) 12월, 1월, 2월, 8월(겨울, 여름)
 - (일반 유형) 3월 ~ 7월, 9월 ~ 11월(봄, 여름, 가을)

b. 매출금액/ 상품수 기준

- 매출금액/ 상품수 계산을 통해 카테고리별 영향도 & 트렌드 파악
- 모든 월에서 9 시즌 카테고리의 매출이 1순위를 차지하고 있으며, 2 순위 대비 2~3배 이상으로 월등히 높음

3. 행사 구분

a. 매출금액 기준

- 순위 1위 카테고리 정리
 - (행사 유형) 1 ~ 4월, 6월, 11월 ~ 12월(겨울, 봄)
 - (비행사 유형) 5월, 7월 ~ 10월(여름, 가을)

b. 매출금액/ 상품수 기준

- 매출금액/ 상품수 계산을 통해 카테고리별 영향도 & 트렌드 파악
- 12월달에 매출 금액 기준으로 행사가 높았으나, 상품수로 나누었을 때는 비행사의 매출이 더 높음. 그외에 다른 카테고리는 동일함

*분석 결과

1. 상품 카테고리 분석

1-1.Depth4 카테고리 단위 분석

1. 매출 순위 분석

- 매출 금액 기준 순위 선정(총 45개 depth4 카테고리 존재)
- 매출 상위 TOP5: 방울토마토 > 굴류 > 딸기 > 바나나 > 사과순

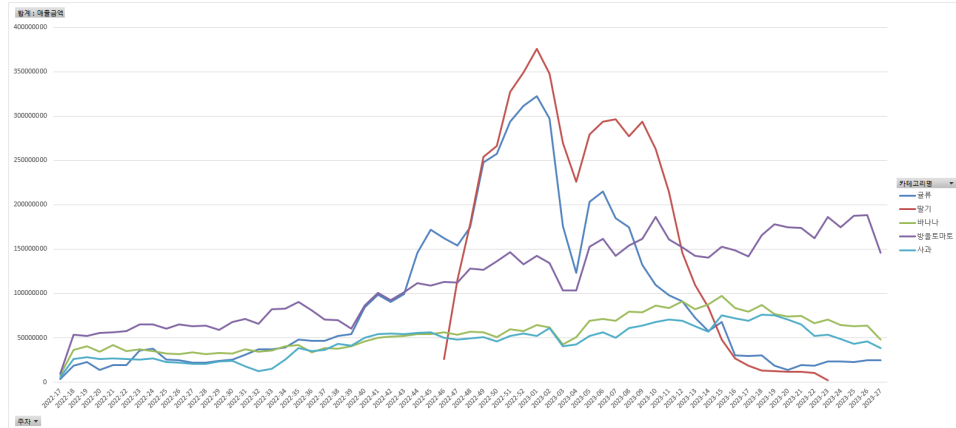
depth4 카테고리명	매출 수량 (단위: 개)	매출 금액 (단위: 억원)	순위
방울토마토	1,121,569	71.84	1
굴류	588,298	56.00	2
딸기	398,494	51.47	3
바나나	885,805	34.68	4
사과	404,767	28.54	5
수박	136,311	24.70	6

포도	175,083	23.58	7
참외	195,256	22.86	8
커티ng파인애플	318,921	21.59	9
토마토	163,210	12.13	10
오렌지	122,367	11.68	11
복숭아	92,002	11.55	12
커티ng조각과일	123,475	11.19	13
냉동베리류	121,238	10.60	14
국산블루베리	123,175	9.66	15
수입포도	97,383	9.64	16
수입키위	107,958	8.87	17
체리	69,947	8.54	18
국산메론	58,062	6.53	19
곶감	68,695	5.80	20
수입블루베리	74,047	5.47	21
자두	49,212	5.43	22
가공간편과일	92,857	5.36	23
국산기타과일	41,311	4.17	24
냉동망고	68,915	4.05	25
감	55,484	3.58	26
배	41,963	3.47	27
기타냉동과일	43,326	3.14	28
건조과일	57,451	3.10	29
레몬/라임	57,296	3.07	30
아보카도	50,015	2.55	31
냉동홍시	54,437	1.78	32
국산키위	22,110	1.74	33
망고	10,283	1.37	34
파인애플	26,181	1.08	35
수입기타과일	17,070	1.07	36
과일칩	21,820	0.73	37
자몽	9,723	0.72	38
망고스틴/리치	4,583	0.60	39
기타과일선물세트	1,388	0.44	40
대추	4,872	0.31	41

국산과일선물세트	656	0.25	42
수입메론	1,369	0.18	43
수입석류	853	0.09	44
밤	5	0.00	45

2. 주차별 매출 상위 카테고리 트렌드 분석 (1번 결과 세부분석)

- (신장 카테고리) 방울토마토는 22년 5월부터 현재까지 일부 주차를 제외하면 전체적으로 매출이 신장하고 있는 경향을 보이고 있음
- (시즌성 카테고리) 딸기와, 굴 카테고리는 겨울시즌에(46주차 - 8주차) 매출이 급격하게 증가하였으며, 굴 대비 딸기의 매출이 좀더 길게 유지되는 경향을 보임
- (사계절 카테고리) 바나나 & 사과 카테고리는 전반적으로 매출이 꾸준히 유지되고 있으며, 계절에 따른 트렌드는 보이지 않음



2. 고객 분석

2-1. 연령대 * 성별 분석 (주문건수)

주문건수			성별		연령대합계	연령대비율
			남성	여성		
연령대	10대 이하	합계	10,338	36,328	46,666	1%
		성별 비율	22%	78%	-	
	20대	초반	37,874	220,839	258,713	5%
		중반	71,723	344,697	416,420	8%
		후반	123,823	458,646	582,469	11%
		합계	233,420	1,024,182	1,257,602	25%
		성별 비율	18%	82%	-	
		30대	초반	194,535	639,671	834,206
	중반		128,877	410,693	539,570	11%
	후반		121,014	387,290	508,304	10%
	합계		444,426	1,437,654	1,882,080	37%
	성별 비율		24%	76%	-	
	40대		초반	152,406	526,927	679,333
		중반	74,122	296,460	370,582	7%
		후반	62,837	230,006	292,843	6%
		합계	289,365	1,053,393	1,342,758	26%
		성별 비율	21%	79%	-	
		50대	초반	64,620	231,623	296,243
	중반		24,146	86,235	110,381	2%
	후반		12,683	42,535	55,218	1%
	합계		101,449	360,393	461,842	9%
	성별 비율		21%	79%	-	
	60대이상		합계	26,770	69,035	95,805
		성별 비율	28%	72%	-	
성별 합계			1,105,769	3,980,987	5,086,756	100%
			22%	78%	-	

*성별 혹은 연령대가 알수없는 경우 데이터 제외

- (연령대 - 전체) 과일 구매 고객 주문건수는 30대 > 40대 >= 20대 > 50대 > 60대 이상
- (연령대 - 세분화) 30대 초반 고객이 전체의 16%로 가장 많으며 40대 초반(13%), 20대 후반 혹은 30대 중반(11%) 순으로 많은것을 확인 할 수 있음
- (성별 - 전체) 전체 주문건수중 여성이 약 78%, 남성이 약 22%를 차지하고 있음
- (성별 -세분화) 20대 여성의 성비가 82%로 가장 많으며 다른 연령대에서는 70%대의 성비를 보이고 있음
- (요약) 30대 초반 여성 고객의 주문이 가장 많으며, 다음으로는 40대 초반, 20대 후반의 여성고객 순임

2-2.연령대 * 성별 분석 (객단가)

객단가			성별		연령대별 평균
			남성	여성	
연령대	10대이하		7,526	7,318	7,422
	20대	초반	7,920	7,674	7,797
		중반	7,752	7,486	7,619
		후반	7,963	7,788	7,876
	30대	초반	8,144	7,994	8,069
		중반	8,007	7,937	7,972
		후반	8,131	8,053	8,092
	40대	초반	8,204	8,227	8,216
		중반	8,198	8,144	8,171
		후반	8,276	8,284	8,280
	50대	초반	8,440	8,291	8,365
		중반	8,444	8,321	8,383
		후반	8,368	8,385	8,377
	60대이상		8,222	8,158	8,190
성별 평균			8,114	8,004	8,059

*성별 혹은 연령대가 알수없는 경우 데이터 제외

- (객단가 - 전체) 1회 구매시 고객의 객단가 평균은 8,059원
- (연령대) 연령대가 높아질 수록 객단가가 상승(20대 초반 7,800원 → 50대중반 8,400원) 하는 경향을 보이나 큰 차이는 없음
- (성별) 여자 보단 남자의 1회 구매시 객단가가 높으나 큰차이는 없음 (평균 100원 차이)

2-3.연령대 * 성별 분석 (구매 품목수)

구매품목수			성별		연령대별 평균
			남성	여성	
연령대	10대이하		1.22	1.21	1.22
	20대	초반	1.21	1.22	1.21
		중반	1.22	1.21	1.21
		후반	1.22	1.23	1.22
	30대	초반	1.25	1.26	1.26
		중반	1.24	1.24	1.24
		후반	1.27	1.28	1.27
	40대	초반	1.32	1.31	1.32
		중반	1.30	1.30	1.30
		후반	1.33	1.32	1.32
	50대	초반	1.31	1.32	1.32
		중반	1.33	1.32	1.33
		후반	1.31	1.33	1.32
	60대이상		1.30	1.32	1.31
성별 평균			1.27	1.28	1.28

*성별 혹은 연령대가 알수없는 경우 데이터 제외

**1회 구매시 연령대 * 성별로 고객이 평균적으로 구매하는 과일의 구매 품목수 산출(Ex. 1번 구매시 사과, 바나나를 살경우 구매품목은 2개)

- (구매 품목수 - 전체) 1회 구매시 고객은 평균적으로 약 1.3개의 과일 품목을 구매함
- (연령대) 객단가와 마찬가지로 연령대가 높아질 수록 구매 품목수의 평균값 상승(20대 초반 1.21개 → 50대 중반 1.33개)
- (성별) 성별에 따른 구매 품목수에 큰차이는 없음 (약 0.01개 차이)

2-4. 연령대 * 성별 분석 (매출 수량)

매출 수량			성별		연령대별 평균
			남성	여성	
연령대	10대이하		1.41	1.35	1.38
	20대	초반	1.36	1.34	1.35
		중반	1.36	1.34	1.35
		후반	1.37	1.35	1.36
	30대	초반	1.41	1.40	1.40
		중반	1.40	1.37	1.39
		후반	1.44	1.41	1.42
	40대	초반	1.50	1.48	1.49
		중반	1.48	1.46	1.47
		후반	1.53	1.50	1.51
	50대	초반	1.50	1.51	1.50
		중반	1.54	1.51	1.53
		후반	1.49	1.52	1.50
	60대이상		1.48	1.52	1.50
성별 평균			1.45	1.43	1.44

*성별 혹은 연령대가 알수없는 경우 데이터 제외

**1회 구매시 연령대 * 성별로 고객이 평균적으로 구매하는 과일의 매출 수량 산출(Ex. 1번 구매시 사과 2개, 바나나 1개를 샀다면 매출 수량은 3개)

- (구매 품목수 - 전체) 1회 구매시 고객은 평균적으로 1.44개를 구매함
- (연령대) 객단가와 마찬가지로 연령대가 높아질 수록 매출 수량의 평균값 산출(20대 초반 1.35개 → 50대 중반 1.53개)
- (성별) 성별에 따른 구매수량에는 큰 차이가 없음(약 0.02개 차이)

(경리)

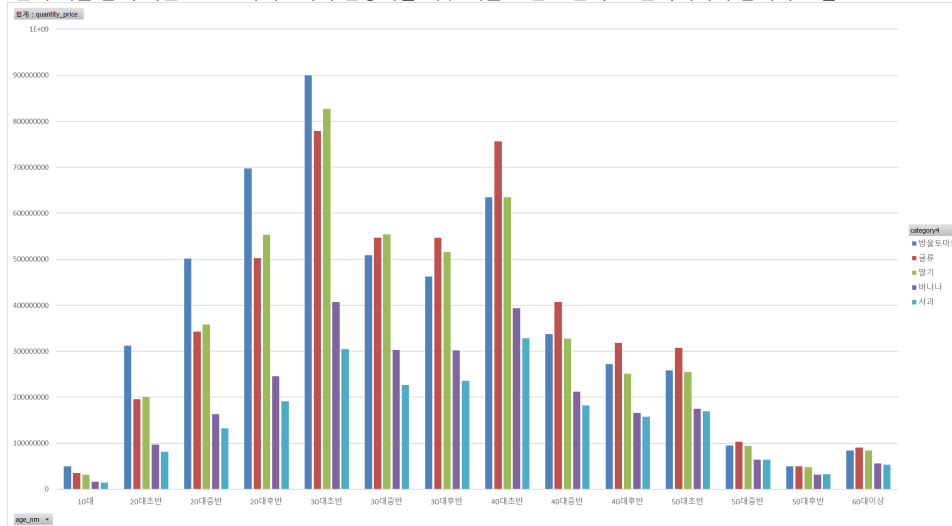
1. 객단가, 구매 품목수, 객단가 모두 성별에 따른 큰 차이는 없지만, 연령대가 높아질수록 평균값이 커지는 경향을 보임
2. 구매 품목수 대비 매출 수량의 평균값이 더 높음(다양한 품목 보다는 같은 품목을 여러개 구매)

3. 고객 & 카테고리 분석

3-1. 연령대별 매출 상위 카테고리 분석

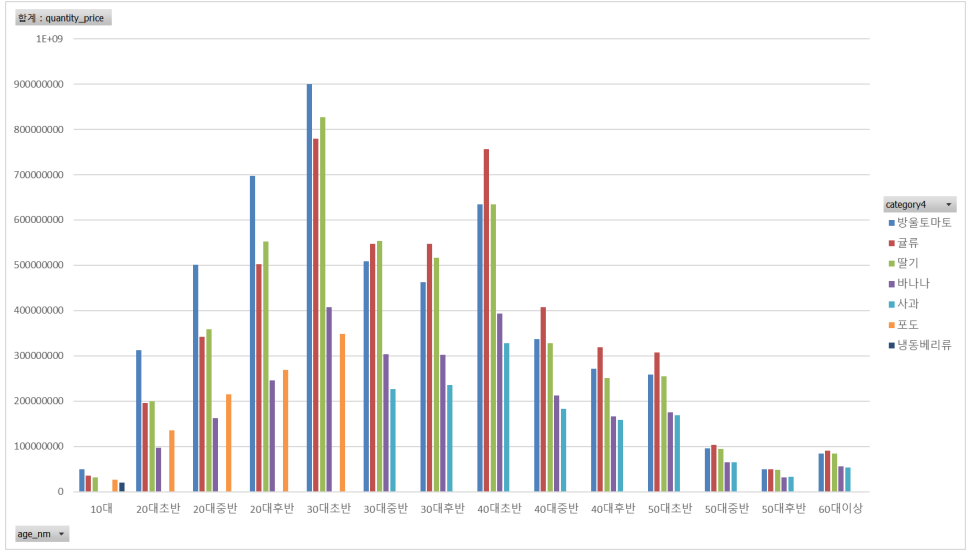
→ 성별에 따른 유의미한 차이는 크게 존재하지않으므로 차이가 있는 연령대별 매출금액 기준 상위 카테고리 분석

1. 전체 매출 금액 기준 TOP5 카테고리의 연령대별 세부 매출 트렌드 분석 → 분석데이터 업데이트 필요



- (1번 분석 결과 참고사항) 전체 매출 금액이 가장 높았던 TOP5 카테고리는 방울토마토 > 귤류 > 딸기 > 바나나 > 사과순
- (방울 토마토) 전체 매출 금액 1위를 차지한 방울토마토 카테고리의 주요 구매층은 20대 ~ 30대 초반까지인 것을 확인할 수 있음 (30대 중반부터 귤 대비 소비가 저조)
- (귤) 귤 카테고리의 주요 구매층은 40대 초반 ~ 50대 초반까지 인것을 확인할 수 있음
- 딸기 혹은 사과 카테고리의 경우 연령대 별로 골고루 소비하는 경향성을 보임

2. 연령대별 매출 상위 TOP5 카테고리 분석 → 분석데이터 업데이트 필요

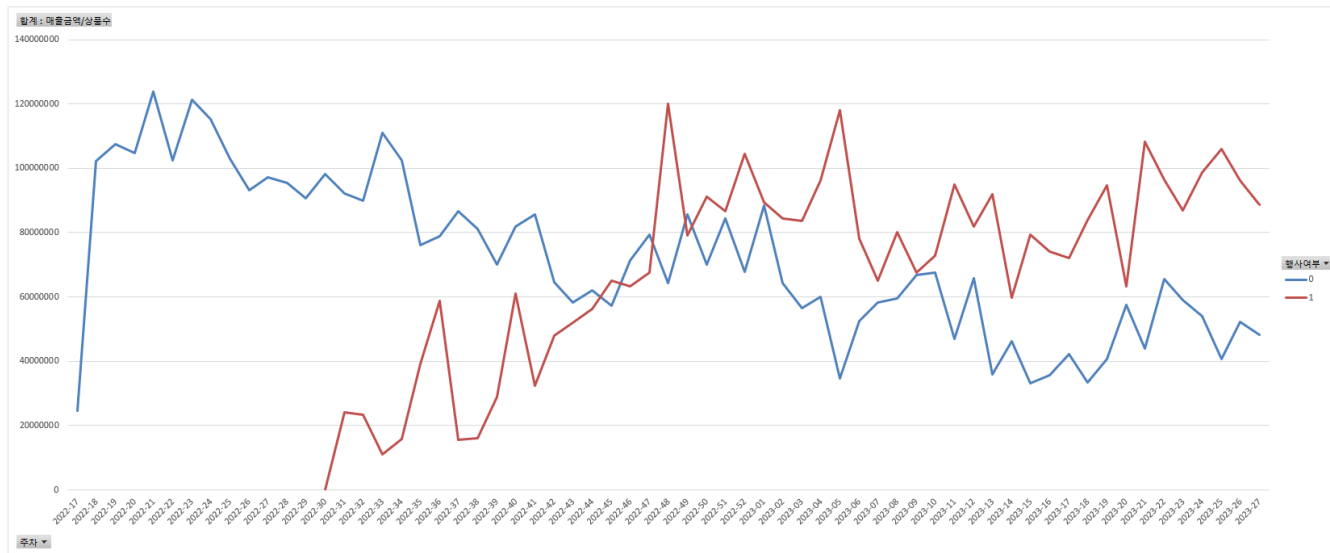
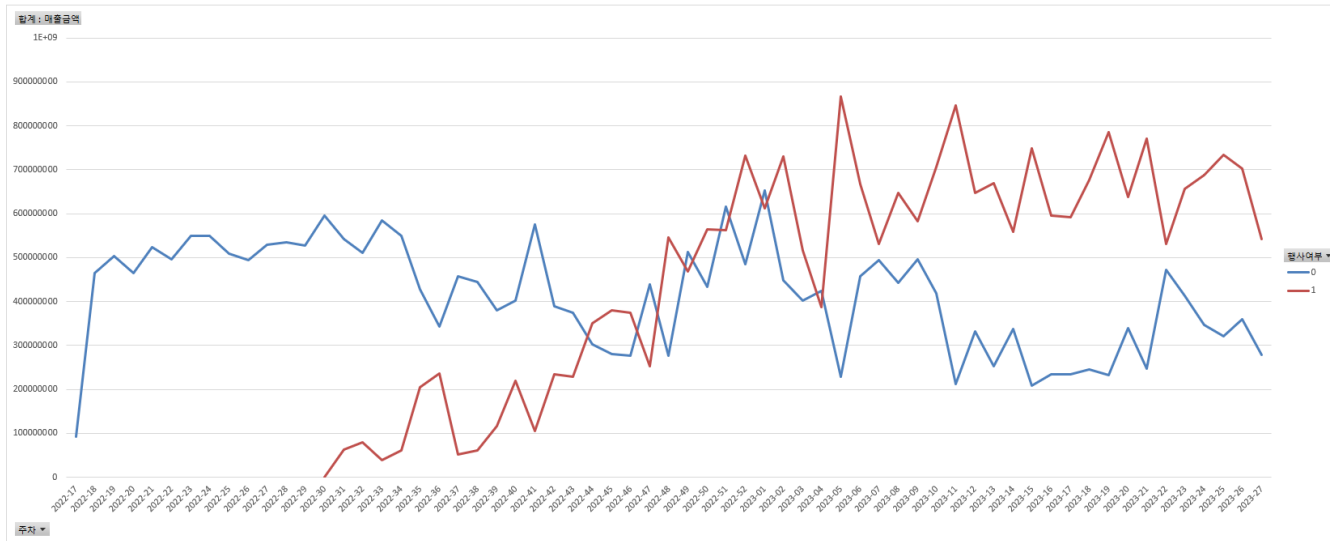


- 1번 분석 결과가 전체 매출 상위 TOP5의 구매 트렌드를 본것이라면 해당분석은 연령대별 매출 상위 TOP5 카테고리를 분석한 결과라고 볼 수 있음
- (포도) 전체 매출 5위를 차지하고 있는 사과 대신 10대~ 30대 초반에서는 포도 카테고리를 구매하고 있으며, 20대의 경우 포도가 전체 매출 4위인 바나나보다 더 매출이 높음
- (기타사항) 30대 초반까지는 방울토마토의 매출이 높으나 30대 중반부터는 귤, 딸기의 매출이 높아지는것을 확인할 수 있음

4. 행사 유형 분석

- 기존 수기 데이터는 22/10월부터 존재하여, 좀더 넓은 기간의 행사 데이터를 활용하고자 새로운 데이터 탐색 & 활용

1-1) 행사 유형에 매출 금액 추이 분석

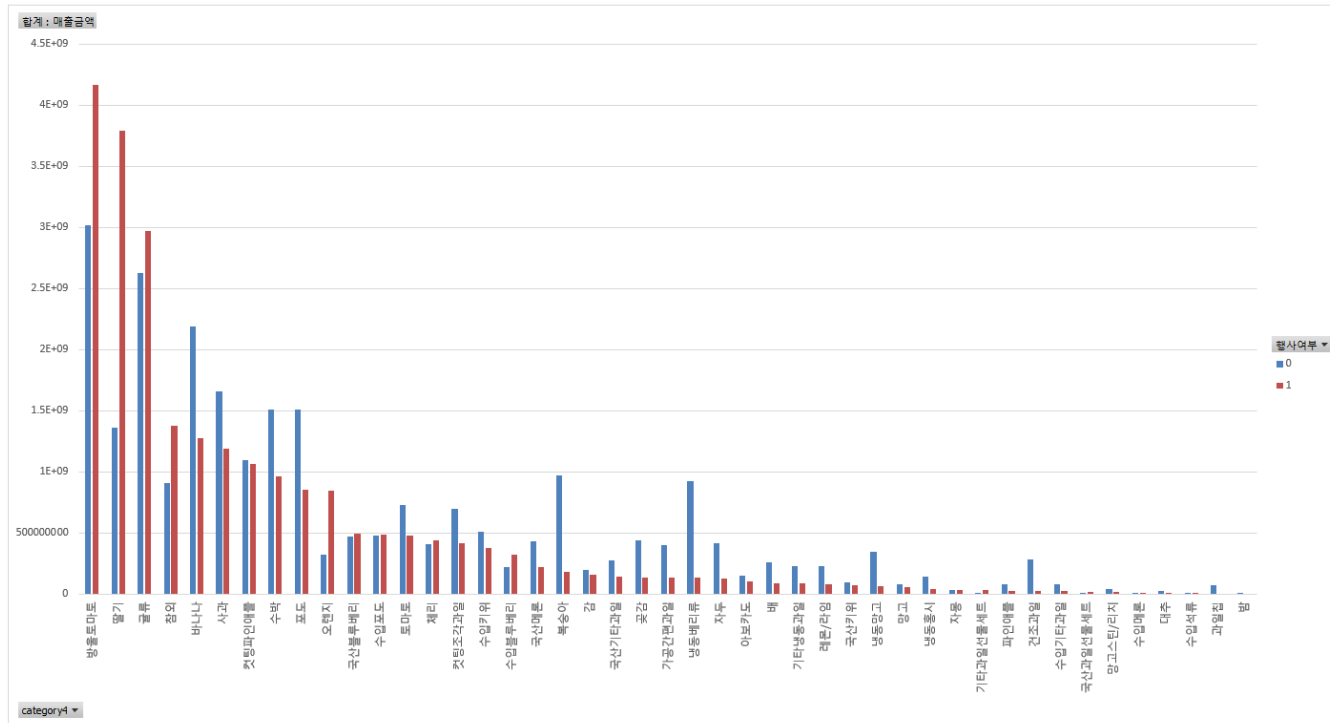


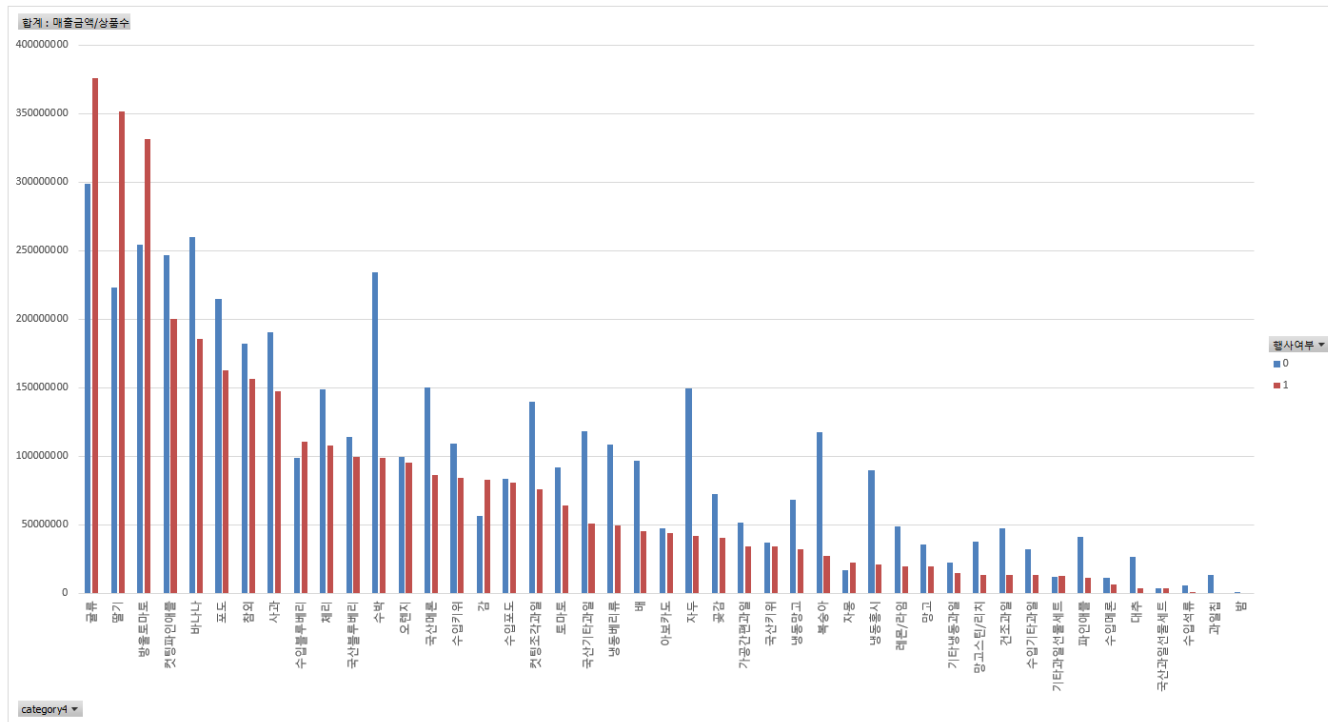
- **해당 분석 결과는 주단위의 상품별 매출 금액 / 상품수를 나눈 것으로 행사 혹은 비행사 상품 1개가 매출에 끼치는 영향도를 파악한 분석결과라고 볼 수 있음**
- 분석의미: 카테고리안에서 행사하는 상품의 수가 비중이 커져서 매출이 커진것으로 보일 수 있으므로 행사 상품 1개의 매출이 끼치는 영향도를 파악하기 위해 해당 분석을 진행하였음
- 22년 30주차부터 과일의 행사 상품 데이터가 적재되기 시작하였으며, 22년도 41주차부터 행사 상품의 전체 매출액 비중이 비행사 대비 커지는 것을 확인할 수 있음

- 23년 초(4주차) 부터는 행사 상품의 매출 비중이 비행사 대비 높아지는것을 확인할 수 있음
- (행사 상품 매출 의존도) 비행사 상품의 매출 의존도는 시간이 지남에 따라 점차 감소하고있는 반면, 행사 상품의 의존도는 22년도 47주차 기준으로 급격이 증가하였음

1-2) 카테고리별 매출 비중

→ 행사 상품 정보가 존재하는 22년 30주차부터 실적 합산





**해당 분석 결과는 주단위의 상품별 매출 금액 / 상품수를 나눈 것으로 행사 혹은 비행사 상품 1개가 매출에 끼치는 영향도를 파악한 분석결과라고 볼 수 있음

분석의미: 카테고리안에서 행사하는 상품의 수가 비중이 커져서 매출이 커진것으로 보일 수 있으므로 행사 상품 1개의 매출이 끼치는 영향도를 파악하기 위해 해당 분석을 진행하였음

- 매출금액 상위 TOP5 중 방울 토마토, 굴, 딸기 카테고리는 행사 상품의 매출 비중이 더 높으며 특히, 딸기는 비행사 매출 대비 행사 매출이 2.6배 이상 높음
- 바나나, 사과, 수박, 포도의 경우 비행사 매출이 행사 대비 높은 것을 확인할 수 있음
- (카테고리별 행사 매출 의존도) 굴, 딸기, 방울 토마토의 경우 행사 상품의 매출 의존도가 높으나 그외 카테고리의 경우 비행사 상품의 매출 의존도가 높은 편임
 - 매출 상위권을 차지하는 카테고리중 수박의 경우 비행사 상품의 매출 비중이 큰편
 - 매출 하위권 카테고리들은 비행사 상품 매출 의존도가 점점 커지는 것을 확인할 수 있음

2-1) 행사 구분에 따른 객단가 차이 분석

객단가 평균		남성		남성 평균	여성		여성 요약	연령대 평균
연령대		비행사	행사		비행사	행사		
10대		7,285	7,975	7,630	7,181	7,813	7,497	7,563
20대	초반	7,692	8,102	7,897	7,453	7,764	7,608	7,753
	중반	7,916	8,099	8,007	7,663	7,907	7,785	7,896
	후반	7,992	8,152	8,072	7,790	8,016	7,903	7,988
30대	초반	8,036	8,153	8,094	7,915	8,140	8,028	8,061
	중반	8,167	8,283	8,225	7,948	8,230	8,089	8,157
	후반	8,126	8,263	8,194	8,000	8,266	8,133	8,164
40대	초반	8,242	8,280	8,261	8,143	8,267	8,205	8,233
	중반	8,226	8,336	8,281	8,235	8,322	8,279	8,280
	후반	8,282	8,398	8,340	8,314	8,341	8,328	8,334
50대	초반	8,429	8,525	8,477	8,317	8,392	8,354	8,416
	중반	8,402	8,558	8,480	8,291	8,435	8,363	8,421
	후반	8,397	8,585	8,491	8,407	8,432	8,420	8,455
60대이상		8,145	8,356	8,251	8,117	8,325	8,221	8,236
성별 평균		8,095	8,290	8,193	7,984	8,189	8,087	8,140

- 50대 행사 상품을 구매하는 남성 고객의 객단가가 가장 높으며(8,500원) 객단가가 가장 작은 20대 행사 상품 구매 남성 고객 대비 400원 높음
- 남성과 여성 모두 평균적으로 비행사 상품 대비 행사 상품의 객단가가 따라 100원 이상의 객단가 차이를 보이고 있음
- 연령대가 높아질수록 객단가가 증가하며, 20대 초반에서 50대 후반까지 약 700원의 객단가 차이를 보이고 있음

2-2) 행사 구분에 따른 매출 수량 차이 분석

구매 품목수		남성		남성 평균	여성		여성 요약	연령대 평균
연령대		비행사	행사		비행사	행사		
10대		1.41	1.38	1.40	1.38	1.31	1.34	1.37
20대	초반	1.38	1.31	1.34	1.36	1.31	1.33	1.34
	중반	1.40	1.30	1.35	1.35	1.30	1.33	1.34
	후반	1.40	1.33	1.36	1.37	1.32	1.35	1.35
30대	초반	1.43	1.38	1.40	1.41	1.37	1.39	1.40
	중반	1.42	1.36	1.39	1.38	1.34	1.36	1.38
	후반	1.45	1.40	1.43	1.42	1.40	1.41	1.42
40대	초반	1.51	1.48	1.50	1.48	1.47	1.47	1.49
	중반	1.50	1.45	1.47	1.46	1.44	1.45	1.46
	후반	1.56	1.48	1.52	1.51	1.47	1.49	1.51
50대	초반	1.52	1.46	1.49	1.51	1.49	1.50	1.49
	중반	1.56	1.50	1.53	1.51	1.49	1.50	1.52
	후반	1.52	1.45	1.48	1.52	1.50	1.51	1.50
60대이상		1.49	1.45	1.47	1.55	1.48	1.52	1.49
성별 평균		1.47	1.41	1.44	1.44	1.41	1.42	1.43

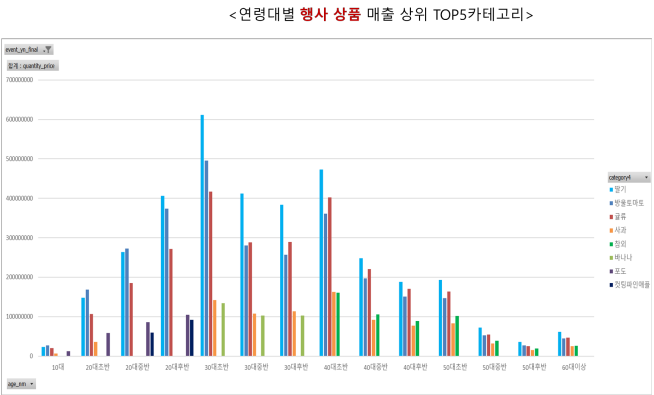
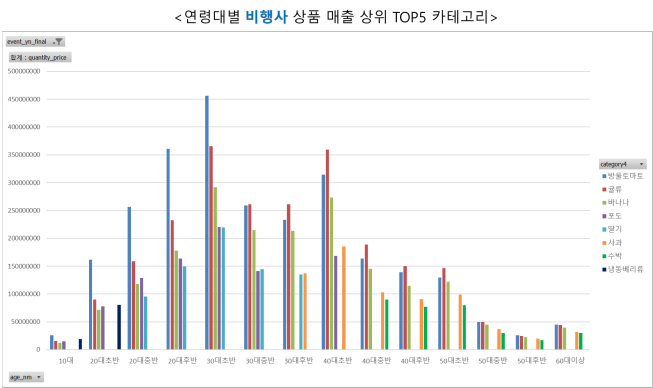
- 1회 구매시 50대 중반 & 40대 후반 비행사 상품을 구매하는 남성 고객의 매출 수량이 1.56개로 가장 높음
- 객단가는 행사 상품이 높지만, 매출 수량에서는 비행사 상품이 높은 경향성을 보이고 있음
- 연령대가 높아질 수록 매출 수량이 증가하며, 20대 초반 대비 50대 초반에 약 0.15개의 매출수량 증가가 이루어지고 있음

**결과 종합

비교항목	차이유무		
	성별	연령대	행사 상품 유무
객단가	X	O	O
매출수량	X	O	O
구매품목수	X	O	-

- 비교항목 3개에서 모두 성별에 따른 차이는 크게 존재하지 않으며, 연령대와 행사 상품 유무에 따라서는 차이가 발생하고 있음
- 객단가의 경우 행사 상품 > 비행사상품 이지만, 매출수량의 경우 행사 상품 < 비행사 상품의 추이를 보임

2-3) 행사 구분에 따른 연령대별 매출 상위 카테고리 분석



- 1. (비행사 상품 분석) 방울토마토, 굴류, 바나나는 거의 전연령대에서 동일하게 존재하나 그외 카테고리는 다른 특성들이 존재함(연령대별 소비 유형 상이)
 - **연령대별 특성**
 - (10대 ~ 40대 초반) 포도
 - (10대 ~ 20대 초반) 냉동베리류
 - (20대 초반 ~ 30대 후반) 딸기
 - (30대 후반 ~ 60대 이상) 사과
 - (40대 중반 ~ 60대 이상) 수박
- 2. (행사 상품 분석) 방울토마토, 굴류, 사과, 딸기는 거의 전연령대에서 동일하게 존재하나 그외 카테고리는 다른 특성들이 존재함
 - **연령대별 특성**
 - (10대 ~ 20대 후반) 포도
 - (20대 중반 ~ 20대 후반) 커팅파인애플
 - (30대) 바나나
 - (40대 초반 ~ 60대 이상) 참외
- 3. (행사 VS 비행사)
 - 비행사의 경우 방울토마토의 매출 비중이 가장 크나, 행사는 딸기의 매출 비중이 가장 큼
 - 포도의 경우 비행사 상품은 40대 초반까지 전반적으로 구매하나, 행사 상품은 20대에 매출이 편중되어있음
 - 바나나는 비행사의 경우 전연령대에서 고루 구매하나, 행사상품의 매출은 30대에 편중되어있음
 - 비행사 상품의 경우 중장년층에서 수박의 매출비중이 크편이며, 행사상품의 경우 중장년층에서 참외의 매출비중이 크편
 - 비행사에만 존재하는 카테고리: **냉동베리류, 수박**
 - 행사에만 존재하는 카테고리: **참외, 커팅파인애플**

2-4)시즌 & 일반 & 비축 카테고리 특성에 따른 연령대별 분석

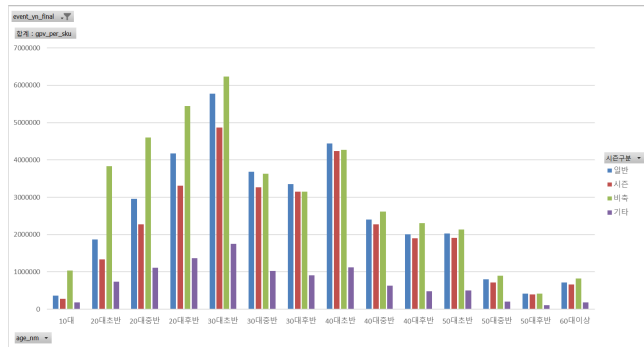
- Depth4 카테고리 기준으로 일반, 시즌, 비축, 기타등의 카테고리 특성을 반영하여 구분 진행
- 카테고리별 매출금액 / 카테고리내 SKU 수로 나누어 SKU의 비중을 고려하여 매출 분석

INDEX	카테고리3	카테고리4	시즌구분
1	간편과일	가공간편과일	일반

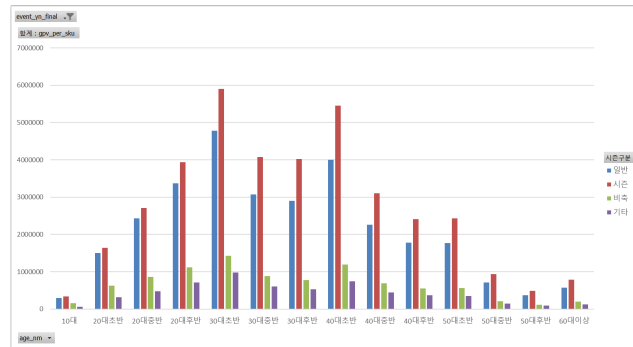
2	간편과일	컷팅조각과일	일반
3	간편과일	컷팅파인애플	일반
4	건과일	건조과일	일반
5	건과일	대추	일반
6	국산과일	방울토마토	일반
7	국산과일	배	일반
8	국산과일	사과	일반
9	국산과일	토마토	일반
10	수입과일	레몬/라임	일반
11	수입과일	망고	일반
12	수입과일	망고스틴/리치	일반
13	수입과일	바나나	일반
14	수입과일	아보카도	일반
15	수입과일	체리	일반
16	수입과일	파인애플	일반
17	국산과일	감	시즌
18	국산과일	국산메론	시즌
19	국산과일	국산블루베리	시즌
20	국산과일	국산키위	시즌
21	국산과일	굴류	시즌
22	국산과일	딸기	시즌
23	국산과일	복숭아	시즌
24	국산과일	수박	시즌
25	국산과일	자두	시즌
26	국산과일	참외	시즌
27	국산과일	포도	시즌
28	수입과일	수입메론	시즌
29	수입과일	수입블루베리	시즌
30	수입과일	수입석류	시즌
31	수입과일	수입키위	시즌
32	수입과일	수입포도	시즌
33	수입과일	오렌지	시즌
34	수입과일	자몽	시즌
35	건과일	곶감	비축
36	건과일	밤	비축

37	냉동과일	냉동망고	비축
38	냉동과일	냉동베리류	비축
39	냉동과일	냉동홍시	비축
40	수입과일	수입기타과일	기타
41	건과일	과일칩	기타
42	과일선물세트	국산과일선물세트	기타
43	과일선물세트	기타과일선물세트	기타
44	과일선물세트	수입과일선물세트	기타
45	국산과일	국산기타과일	기타
46	냉동과일	기타냉동과일	기타

<연령대별 **비행사** 시즌 구분 카테고리 매출 현황>



<연령대별 **행사 상품** 시즌 구분 카테고리 매출 현황>



- (비행사 상품 분석) 비축 > 일반 > 시즌 > 기타 순
 - 전반적으로 비축 카테고리에 대한 매출 비중이 가장 큰편이며, 20대에서는 비축 카테고리의 구매성향이 더 뚜렷하게 나타남
 - 30대 중반부터는 일반, 비축, 시즌 카테고리의 매출 비중이 거의 비슷하게 나타남
- (행사 상품 분석) 시즌 > 일반 > 비축 > 기타 순
 - 시즌 카테고리의 매출비중이 가장 높으며, 일반 카테고리와 비슷한 연령대도 있으나, 30대 초반 부터 60대이상까지 시즌 카테고리의 매출액의 차이가 큰편임
 - 비행사와 달리 비축 카테고리의 매출 비중이 적은 것을 확인할 수 있음

5.행사 & 시즌 구분 분석

1. 분석 방향

a. 월별 장바구니 분석

- 1회 구매시 구매 품목수 평균 산출
- 1회 구매시 매출 수량 평균 산출

- b. 월별 카테고리 유형 분석(4 depth 기준)
→ Ex. 수박은 6,7,8월에 시즌 과일이지만, 9, 10, 11월은 비시즌 과일이다
- c. 비축, 일반, 시즌, 기타 구분을 월별로 세부 분석 (행사 구분 여부 추가)
→ 지수님이 작업해주신 4depth 기준의 카테고리 특성 정보(일반인지 비축인지등)를 행사 & 비행사와 같이 구분지음
1. 일반 & 행사 유형
 2. 일반 & 비행사 유형
 3. 시즌 & 행사 유형
 4. 시즌 & 비행사 유형
- d. ... 목적: a & b 결과를 합쳐서 월별로 어떤 유형 해당 월에 가장 매출이 높았는지 확인 → 해당 과정을 통해 특정월에 발주상향
Ex. 작년 7월에 시즌 & 행사 카테고리 매출이 가장 높았다면 해당 데이터를 활용하여 올해 7월에 시즌 & 행사 카테고리의 가중치 향상을 통해 발주값 상향(운영측면)

2. 분석 전처리

a. 시즌 구분 데이터

category1	category2	category3	category4	월	유형
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	1	비축
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	2	비축
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	3	비축
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	4	비축
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	5	비축
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	6	비축
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	7	비축
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	8	비축
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	9	비축
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	10	비축
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	11	비축
맛있는것	과일	간편과일	가공간편과일	12	비축
맛있는것	과일	국산과일	감	1	시즌
맛있는것	과일	국산과일	감	2	시즌
맛있는것	과일	국산과일	감	3	비시즌
맛있는것	과일	국산과일	감	4	비시즌
맛있는것	과일	국산과일	감	5	비시즌
맛있는것	과일	국산과일	감	6	비시즌
맛있는것	과일	국산과일	감	7	비시즌
맛있는것	과일	국산과일	감	8	비시즌
맛있는것	과일	국산과일	감	9	비시즌

맛있는것	과일	국산과일	감	10	시즌
맛있는것	과일	국산과일	감	11	시즌
맛있는것	과일	국산과일	감	12	비시즌

→ 시즌 구분 raw data 붙이기

b. 행사 & 시즌 유형 예시

INDEX	구분 유형
1	행사_시즌
2	행사_비시즌
3	행사_일반
4	행사_비축
5	행사_기타
6	비행사_시즌
7	비행사_비시즌
8	비행사_일반
9	비행사_비축
10	비행사_기타

c. 전체 볼륨을 고려한 카테고리 구분 & 상품수로 나눠서 상대적인 영향도를 보기 위한 구분 2가지 나눠서 작성

연도	월	행사구분	할인율	유형구분	매출수량	매출금액	상품수	매출금액/상품수
2022	5	비행사	비행사	기타	1,531	8,854,491	2	4,427,246
2022	5	비행사	비행사	비시즌	11,142	139,783,280	13	10,752,560
2022	5	비행사	비행사	비축	30,931	193,137,690	41	4,710,675
2022	5	비행사	비행사	시즌	76,618	965,547,799	39	24,757,636
2022	5	비행사	비행사	일반	152,458	845,197,174	60	14,086,620
2022	6	비행사	비행사	기타	1,158	6,735,726	2	3,367,863
2022	6	비행사	비행사	비시즌	25,104	269,962,542	24	11,248,439
2022	6	비행사	비행사	비축	34,764	187,912,960	43	4,370,069
2022	6	비행사	비행사	시즌	84,160	988,152,159	43	22,980,283

i. 연도-월별 매출 금액(합산)과 매출이 발생한 상품수(중복제거) 계산

ii. 매출금액/ 상품 수로 나눠 상품당 매출이 발생하는 영향도 계산

1. 매출금액으로 만 산출하면, 단순히 카테고리에 해당하는 상품수가 많아서 발생한거 일 수 있음

3. 분석 결과

a. 월별 고객 구매 품목수, 매출 수량 확인(1회 구매시)

i. 월별 고객 평균 구매품목수 → 7월 매출 데이터 업데이트 필요(27일 현시점 기준 43억)

월	행사 여부		월 평균 구매 품목수	22년도 월 매출금액(단위:억원)	23년도 월 매출금액(단위:억원)
	비행사	행사			
1	1.24	1.20	1.22		46.19
2	1.21	1.29	1.25		43.49
3	1.18	1.32	1.25		45.78
4	1.15	1.30	1.23		38.47
5	1.29	1.33	1.31	21.58	43.03
6	1.29	1.30	1.30	22.27	45.24
7	1.35	1.30	1.33	24.46	39.59
8	1.34	1.08	1.21	26.65	
9	1.30	1.12	1.21	22.79	
10	1.30	1.13	1.22	27.93	
11	1.22	1.19	1.20	28.53	
12	1.22	1.24	1.23	47.17	
전체 평균	1.26	1.23	1.25	27.67	43.12

*23년도 7월 매출 금액의 경우 아직 전체 매출이 집계되지 않았음

1. 구매품목수가 평균 대비 높은 달은 3, 5, 6, 7, 8월이며 7월에 구매 품목수가 1.34개로 가장 많음
2. 8월은 비행사 구매품목수는 1.34개로 높으나, 행사 상품의 구매품목수가 1.08개로 7월 대비 급격하게 떨어지는 경향을 보임
3. 1월 ~ 6월까지의 행사상품의 구매 품목수가 비행사 상품 대비 높지만, 7월 ~ 8월은 비행사 상품의 구매품목수가 행사 상품대비 큰것을 확인할 수 있음
4. 매출 금액이 높은 3월, 6월, 7월의 행사 상품 구매 품목수 증가 고려한 발주값 조정 필요

ii. 월별 고객 평균 매출 수량 → 7월 매출 데이터 업데이트 필요

월	행사 여부		월 평균 매출 수량	22년도 월 매출금액(단위:억원)	23년도 월 매출금액(단위:억원)
	비행사	행사			
1	1.37	1.31	1.34		46.19
2	1.34	1.42	1.38		43.49
3	1.34	1.44	1.39		45.78
4	1.31	1.45	1.38		38.47
5	1.45	1.50	1.48	21.58	43.03
6	1.47	1.51	1.49	22.27	45.24
7	1.53	1.53	1.53	24.46	39.59
8	1.51	1.19	1.35	26.65	
9	1.43	1.36	1.39	22.79	
10	1.43	1.24	1.33	27.93	
11	1.35	1.29	1.32	28.53	
12	1.33	1.39	1.36	47.17	
전체 평균	1.40	1.39	1.40	27.67	43.12

*23년도 7월 매출 금액의 경우 아직 전체 매출이 집계되지 않았음

1. 매출수량이 평균 대비 높은 달은 5, 6, 7, 8월이며 7월에 구매 품목수가 1.53개로 가장 많음(구매 품목수 경향성과 동일)
2. 8월은 비행사 매출수량은 1.51개로 높으나, 행사 상품의 매출수량이 1.19개로 7월 대비 급격하게 떨어지는 경향을 보임
3. 2월 ~ 6월까지의 행사상품의 매출수량이 비행사 상품 대비 높지만, 8월 ~ 1월은 비행사 상품의 매출수량이 행사 상품대비 큰것을 확인할 수 있음(7월은 행사와 비행사 상품의 매출 수량 동일)
4. 매출 금액이 높은 3월, 6월, 7월의 행사 상품 매출수량 증가를 고려한 발주값 조정 필요

iii. 월별 행사 & 시즌 구분 유형 분석 결과

1. 매출금액 기준

월	유형 구분	매출금액(단위:억원)	상품수	순위	극시즌 카테고리
1	행사_시즌	15.8	58	1	귤/키위/딸기/자몽
	비행사_시즌	10.5	61	2	
	비행사_일반	7.6	88	3	
2	행사_시즌	16.1	57	1	응과/블루베리/키위 딸기/과일선물세트
	행사_일반	7.9	85	2	
	비행사_일반	7.5	90	3	
3	행사_시즌	15.4	63	1	응과/포도/오렌지
	행사_일반	11.5	104	2	
	비행사_일반	7.6	116	3	
4	행사_일반	13.1	127	1	응과/포도/오렌지
	행사_시즌	8.8	63	2	
	비행사_일반	4.8	132	3	
5	행사_일반	14.1	122	1	키위/응과/참외/매실 체리/수박
	행사_시즌	13.9	99	2	
	비행사_일반	7.3	92	3	
6	행사_일반	14.1	92	1	키위/체리/매실/수박 자몽/살구/블루베리
	행사_시즌	11.3	73	2	
	비행사_일반	7.3	84	3	
7	비행사_일반	5.2	68	1	복숭아/메론/자두 살구/블루베리/체리
	비행사_시즌	5.1	48	2	
	행사_일반	3.1	52	3	
8	비행사_시즌	10.4	57	1	복숭아/메론/자두/ 블루베리/무화과/포도
	비행사_일반	7.2	65	2	
	비행사_비시즌	3.2	27	3	
9	비행사_일반	7.2	67	1	메론/무화과/포도/ 과일선물세트
	비행사_시즌	4.5	41	2	
	비행사_비시즌	3.0	39	3	
10	비행사_일반	9.2	69	1	메론/감
	비행사_시즌	5.0	37	2	
	행사_시즌	4.5	35	3	
11	행사_일반	6.1	66	1	유자/모과/감/류
	비행사_일반	6.0	75	2	
	행사_시즌	5.6	14	3	
12	행사_시즌	14.9	29	1	귤/유자/모과/석류
	비행사_시즌	10.0	35	2	
	행사_일반	8.5	66	3	

- 순위 1위 유형 정리
 - (행사 & 시즌 유형) 12월, 1월, 2월, 3월(겨울 ~ 봄)
 - (행사 & 일반 유형) 4월, 5월, 6월, 11월(봄, 가을)
 - (비행사 & 일반 유형) 7월, 9월, 10월(여름, 가을)
 - (비행사 & 시즌 유형) 8월(여름)
- 월별로 행사 & 시즌, 비행사 & 일반, 행사 & 일반의 유형이 균형있게 1순위 차지
- 매출 금액 순위는 해당 카테고리에 취급하였던 SKU수가 많아 단순히 매출 Volume이 큰것일 수 있으므로, 매출금액/ 상품수를 통해 상품의 트렌드 파악 필요

(행사_일반 카테고리의 경우 취급하였던 SKU가 많은경우는 120개 이상 존재)

2. 매출금액/ 상품수 기준

- 매출금액/ 상품수 계산을 통해 유형별 영향도 & 트렌드 파악

월	카테고리 구분	매출금액(단위: 억원)	상품수	매출금액/상품수(단위:만원)	순위	극시즌 카테고리
1	행사_시즌	15.8	136	6,365	1	귤/키위/딸기/자몽
	행사_비시즌	1.5	30	2,023	2	
	비행사_시즌	10.5	61	1,724	3	
2	행사_시즌	16.1	142	4,941	1	응과/블루베리/키위 딸기/과일선물세트
	행사_일반	7.9	163	1,611	2	
	행사_비시즌	2.3	62	1,293	3	
3	행사_시즌	15.4	156	4,388	1	응과/포도/오렌지
	행사_일반	11.5	245	3,380	2	
	행사_비시즌	3.5	60	2,639	3	
4	행사_시즌	8.8	134	2,560	1	응과/포도/오렌지
	행사_일반	13.1	273	1,720	2	
	행사_비시즌	4.4	89	1,659	3	
5	행사_일반	14.1	286	2,589	1	키위/응과/참외/매실 체리/수박
	행사_시즌	13.9	225	2,479	2	
	비행사_시즌	6.1	64	1,383	3	
6	행사_시즌	11.3	173	3,596	1	키위/체리/매실/수박 자몽/살구/블루베리
	행사_일반	14.1	194	3,465	2	
	비행사_시즌	7.1	62	1,418	3	
7	행사_일반	3.1	78	2,870	1	복숭아/메론/자두 살구/블루베리/체리
	행사_시즌	2.6	71	1,290	2	
	행사_비시즌	1.6	49	1,118	3	
8	비행사_시즌	10.4	57	1,831	1	복숭아/메론/자두/ 블루베리/무화과/포도
	비행사_비시즌	3.2	27	1,202	2	
	비행사_일반	7.2	65	1,113	3	
9	행사_비시즌	1.2	55	1,556	1	메론/무화과/포도/ 과일선물세트
	행사_시즌	1.9	78	1,395	2	
	행사_비축	0.3	13	1,286	3	
10	행사_시즌	4.5	69	2,897	1	메론/감
	행사_일반	2.3	95	1,769	2	
	비행사_시즌	5.0	37	1,352	3	
11	행사_시즌	5.6	37	8,488	1	유자/모과/감/류
	행사_비시즌	3.0	72	2,439	2	
	행사_일반	6.1	133	1,717	3	
12	행사_시즌	14.9	78	8,407	1	귤/유자/모과/석류
	행사_일반	8.5	139	5,954	2	
	비행사_시즌	10.0	35	2,862	3	

- 1순위 카테고리의 경우 행사 & 시즌 유형과 비행사 & 시즌 유형으로 구분
- 순위 1위 유형 정리
 - (행사 & 시즌 유형) 1 ~ 6월, 11 ~ 12월(여름 ~ 가을 기간 제외)
 - (비행사 & 시즌 유형) 7 ~ 10월 (여름 ~ 가을 기간)
- 1월, 2월, 3월, 12월의 경우 행사 & 시즌 유형의 전체 매출금액도 높으며, 상품당 매출금액 비중도 높음 (행사 & 시즌 유형 구매선호)

iv. 시즌 구분

1. 매출금액 기준

월	유형 구분	매출금액(단위:억원)	상품수	순위	극시즌 카테고리
1	시즌	13.2	60	1	귤/키위/딸기/자몽
	일반	6.8	82	2	
	비시즌	1.6	51	3	
2	시즌	11.2	60	1	용과/블루베리/키위 딸기/과일선물세트
	일반	7.7	88	2	
	비시즌	1.9	33	3	
3	일반	9.6	110	1	용과/포도/오렌지
	시즌	8.7	63	2	
	비시즌	3.1	37	3	
4	일반	9.0	130	1	용과/포도/오렌지
	시즌	5.6	66	2	
	비시즌	3.1	44	3	
5	일반	9.5	102	1	키위/용과/참외/매실 체리/수박
	시즌	8.7	76	2	
	비시즌	1.9	56	3	
6	일반	9.5	86	1	키위/체리/매실/수박 자몽/살구/블루베리
	시즌	8.5	65	2	
	비시즌	2.3	34	3	
7	일반	4.5	62	1	복숭아/메론/자두 살구/블루베리/체리
	시즌	4.2	46	2	
	비시즌	2.3	34	3	
8	시즌	5.7	51	1	복숭아/메론/자두/ 블루베리/무화과/포 도
	일반	4.3	54	2	
	비시즌	2.0	25	3	
9	일반	4.5	59	1	메론/무화과/포도/ 과일선물세트
	시즌	3.2	38	2	
	비시즌	2.1	33	3	
10	일반	5.8	60	1	메론/감
	시즌	4.7	36	2	
	비시즌	1.6	30	3	
11	일반	6.0	71	1	유자/모과/감/류
	시즌	3.8	17	2	
	비시즌	3.2	47	3	
	시즌	12.4	32	1	

12	일반	7.3	71	2	귤/유자/모과/석류
	비시즌	2.8	28	3	

- 순위 1위 시즌 유형 정리
 - (시즌 유형) 12월, 1월, 2월, 8월(겨울, 여름)
 - (일반 유형) 3월 ~ 7월, 9월 ~ 11월(봄, 여름, 가을)
- 시즌 구분으로는 일반과 시즌이 양분하는 구조로 나뉘어져 있으며, 시즌 보다는 일반 유형의 매출금액이 큼
(다만, 일반 자체에 취급 SKU가 많아서 위와 같은 경향을 보일 수 있음)

2. 매출금액/ 상품수 기준

월	유형 구분	매출금액(단위: 억원)	상품수	매출금액/상품수(단위:만원)	순위	극시즌 카테고리
1	시즌	13.2	60	2,225	1	귤/키위/딸기/자몽
	비시즌	1.6	18	890	2	
	일반	6.8	82	824	3	
2	시즌	11.2	60	1,905	1	용과/블루베리/키위 딸기/과일선물세트
	일반	7.7	88	881	2	
	비시즌	1.9	33	584	3	
3	시즌	8.7	63	1,388	1	용과/포도/오렌지
	비시즌	3.1	37	915	2	
	일반	9.6	110	882	3	
4	시즌	5.6	66	876	1	용과/포도/오렌지
	일반	9.0	130	698	2	
	비시즌	3.1	44	691	3	
5	시즌	8.7	76	1,389	1	키위/용과/참외/매실 체리/수박
	일반	9.5	102	1,020	2	
	비시즌	1.3	22	686	3	
6	시즌	8.5	65	1,459	1	키위/체리/매실/수박 자몽/살구/블루베리
	일반	9.5	86	1,188	2	
	비시즌	2.3	34	738	3	
7	시즌	4.2	46	887	1	복숭아/메론/자두 살구/블루베리/체리
	일반	4.5	62	750	2	
	비시즌	2.3	34	669	3	
8	시즌	5.7	51	1,017	1	복숭아/메론/자두/ 블루베리/무화과/포도
	비시즌	2.0	25	750	2	
	일반	4.3	54	707	3	
9	시즌	3.2	38	822	1	메론/무화과/포도/ 과일선물세트
	일반	4.5	59	711	2	
	비시즌	2.1	33	610	3	
10	시즌	4.7	36	1,318	1	메론/감
	일반	5.8	60	901	2	
	비시즌	1.6	30	510	3	
11	시즌	3.8	17	2,514	1	유자/모과/감/류
	일반	6.0	71	860	2	
	비시즌	3.2	47	693	3	
12	시즌	12.4	32	3,996	1	귤/유자/모과/석류
	일반	7.3	71	1,048	2	
	비시즌	2.8	28	1,022	3	

- 매출금액/ 상품수 계산을 통해 카테고리별 영향도 & 트렌드 파악
- 모든 월에서 시즌 유형의 매출이 1순위를 차지하고 있으며, 2순위(일반 or 비시즌) 대비 2~3배 이상으로 월등히 높음

v. 행사 구분

1. 매출금액 기준

월	유형 구분	매출금액(단위:억원)	상품수	순위	극시즌 카테고리
1	행사	4.9	39	1	굴/키위/딸기/자몽
	비행사	4.3	46	2	
2	행사	5.4	43	1	응과/블루베리/키위 딸기/과일선물세트
	비행사	3.4	50	2	
3	행사	6.2	47	1	응과/포도/오렌지
	비행사	2.9	60	2	
4	행사	5.5	57	1	응과/포도/오렌지
	비행사	2.2	67	2	
5	행사	6.1	58	1	키위/응과/참외/매실 체리/수박
	비행사	3.4	49	2	
6	행사	5.8	53	1	키위/체리/매실/수박 자몽/살구/블루베리
	비행사	3.8	49	2	
7	비행사	2.9	42	1	복숭아/메론/자두 살구/블루베리/체리
	행사	1.3	29	2	
8	비행사	4.6	40	1	복숭아/메론/자두/ 블루베리/무화과/포도
	행사	0.6	24	2	
9	비행사	3.4	41	1	메론/무화과/포도/ 과일선물세트
	행사	1.0	25	2	
10	비행사	3.7	39	1	메론/감
	행사	1.6	25	2	
11	행사	3.0	28	1	유자/모과/감/류
	비행사	2.6	41	2	
12	행사	5.3	27	1	굴/유자/모과/석류
	비행사	4.1	40	2	

- 순위 1위 유형 정리
 - (행사 유형) 1 ~ 4월, 6월, 11월 ~ 12월(겨울, 봄)
 - (비행사 유형) 5월, 7월 ~ 10월(여름, 가을)
- 행사에 취급하는 SKU수가 비행사 대비 10개 이상 적은 편이나 행사 상품의 매출금액이 전반적으로 더 높음

2. 매출금액/ 상품수 기준

월	유형 구분	매출금액(단위: 억원)	상품수	매출금액/상품수(단위:만원)	순위	극시즌 카테고리
1	행사	4.9	39	945	1	귤/키위/딸기/자몽
	비행사	4.3	46	793	2	
2	행사	5.4	43	929	1	응과/블루베리/키위 딸기/과일선물세트
	비행사	3.4	50	534	2	
3	행사	6.2	47	990	1	응과/포도/오렌지
	비행사	2.9	60	430	2	
4	행사	5.5	57	768	1	응과/포도/오렌지
	비행사	2.2	67	304	2	
5	비행사	3.4	49	742	1	키위/응과/참외/매실 체리/수박
	행사	6.1	58	712	2	
6	행사	5.8	53	809	1	키위/체리/매실/수박 자몽/살구/블루베리
	비행사	3.8	49	761	2	
7	비행사	2.9	42	612	1	복숭아/매론/자두 살구/블루베리/체리
	행사	1.3	29	306	2	
8	비행사	4.6	40	945	1	복숭아/매론/자두/ 블루베리/무화과/포
	행사	0.6	24	173	2	
9	비행사	3.4	41	713	1	매론/무화과/포도/ 과일선물세트
	행사	1.0	25	332	2	
10	비행사	3.7	39	782	1	매론/감
	행사	1.6	25	445	2	
11	행사	3.0	28	1,156	1	유자/모과/감/류
	비행사	2.6	41	608	2	
12	비행사	4.1	40	1,014	1	귤/유자/모과/석류
	행사	5.3	27	1,539	2	

- 매출금액/ 상품수 계산을 통해 카테고리별 영향도 & 트렌드 파악
- 12월달에 매출 금액 기준으로 행사가 높았으나, 상품수로 나누었을때는 비행사의 매출이 더 높음. 그외에 다른 카테고리는 동일함

*운영 방안

*향후 계획

1. FC별 매출 분석(FC별 매입 총량 관점)
 - a. FC - 상품등급(S,A,B) 별 매출 세부 분석을 통해 FC별 발주 고도화
2. 정육 카테고리 장바구니 분석 확대
 - a. 발주 관점에서 정육 카테고리 장바구니 세부분석

Raw_dataset

- raw_dataset: [행사_시즌구분_0726.xlsx](#)
- 월별 raw dataset: [분석결과모음_0726.xlsx](#)

