

# 팀 프로젝트 결과 보고서

<Covid19 전/후 업종별 매출액 변화 분석>

## 팀명 : 선릉파이터

PM	박요온
팀원	오승현
	한혜형
	김영목
	박성실

# I . Overview

## [ Contents ]

I . Overview . . . 2P

II. Step1 : 목표 설정 . . . 3P

III. Step2 : 분석 계획 . . . 4P

IV. Step3 : Data 분석 결과 . . . 5P

V . Step4 : 최종 결론 . . . 18P

VI. Project 모니터링 . . . 19P

### □ 개요

#### Covid19 전/후 업종별 매출액 변화 분석 및 마케팅 활성화 방안 도출

##### \* 분석 배경

- 코로나 전 / 후에 따른 업종별 소비 패턴 분석을 통한  
포스트 코로나 시대의 즉각적인 대처방안 마련

##### Step 4)

###### ▷ 최종 결과 보고

- 최종 결과 보고 작성
- Review / 모니터링을  
통한 보완점 점검

##### Step 3)

###### ▷ Data 분석/시각화

- Data 수집 및 전처리
- 시나리오별 분석
- Data 시각화

##### Step 2)

###### ▷ 분석 계획 수립

- Data 수집 전략
- Data 분석 전략
- 결과 보고 예측

##### Step 1)

###### ▷ 목표 설정

- 주제 선정 및  
문제 정의(분석 배경)

## II. Step1 : 목표 설정

### □ 주제 선정 및 문제 정의



아주경제 | 2021.10.27.

작년 국내 기업 코로나에 매출액 '뒷걸음질'...한계기업도 사상 최대 전력판매량이 줄어들면서 전기가스업 매출액도 -2.4%에서 -7.8%로 감소율이 커졌다. 반면 코로나19 상황 속 재택근무와 비대면 서비스 등 이용이 늘면서 전자·영...

뉴스1 | 2021.06.13. | 네이버뉴스

100대 기업, 코로나로 매출액 6.7% 감소...영업익도 2.5% ↓

매출 상위 100대 기업의 매출액과 영업이익이 코로나19 영향으로 2019년보다 감소하고, 특히 업종별 영업이익 증감을 격차가 2019년보다 뚜렷해진 것으로 조사...

조선일보 PICK | A10면 1단 | 2022.06.08. | 네이버뉴스

코로나 불황에... 3040 '젊은 파산' 줄짓는다

작년 전체 파산신청의 22% 코로나로 폐업 늘고 취업 어렵자 빚탕감 받는 파산신청 이례적 증가 법원도 대부분 파산 받아들여 서울 강북 지역에서 주점을 운영하던 ...



업종	2021년 매출액	2020년 매출액	2019년 매출액
전력·가스	1,234.5	1,234.5	1,234.5
제조업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
서비스업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
건설업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
유통업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
금융업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
정보통신업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
문화·체육·관광업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
농림어업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
서비스업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
제조업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
전력·가스	1,234.5	1,234.5	1,234.5
건설업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
유통업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
금융업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
정보통신업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
문화·체육·관광업	1,234.5	1,234.5	1,234.5
농림어업	1,234.5	1,234.5	1,234.5



### Definition

#### 주제 선정

- ▶ 코로나 전/후 업종별 변화한 소비경향과 업종별 트렌드 분석을 통해 마케팅 방향 제시

#### Stakeholders & Pain Point

- ▶ 신용카드 부서
  - 카드 매출액이 감소하여 증가, 감소, 최대비중 업종 등 구분하여 마케팅이 필요한데, 세부적인 현황 파악이 어려움
- ▶ 여수신 전략부서
  - 우량거래처를 발굴하여 마케팅을 시도함과 동시에 어려운 거래처에는 코로나대출, 소상공인 대출 등 상품 권유를 통해 적합한 마케팅 기준이 필요함
- ▶ 리스크관리부/상품개발부
  - 부실 위험이 있는 업종 선별 및 대응이 어려움
  - 고객 니즈에 따른 신상품 개발 혹은 리뉴얼이 필요함

#### Problem

- ▶ 세부적인 업종별 소비경향, 트렌드 분석의 부재로 현시점 및 향후 다른 팬데믹 상황에서의 카드 마케팅 전략수립이 어려움

### Ⅲ. Step2 : 분석 계획

#### □ Data 수집 및 분석 전략

##### Data 수집 전략

- ▶ Data 1) 코로나 확진자 수 추이 (통계청)
- ▶ Data 2) 소비자 동향 지수 추이 (한국은행)
- ▶ Data 3) 코로나 전후 전체 카드 매출액 (한국은행)
- ▶ Data 4) 코로나 전후 업종별 개인 신용카드 매출액 (한국은행)
- ▶ Data 5) 포스 단말기,무인데스크 이용현황 / 배달앱 및 배달대행 이용현황 (통계청)

##### Data 분석 전략

- √ 코로나 확진자 수 vs 소비자 동향 지수 추이 비교 분석
- √ 코로나 확진자 수 vs 업종별 개인 신용매출액 상관분석
- √ 코로나 전/후 전체 카드 매출액 추이 분석  
(개인/기업, 신용/체크 포함)
- √ 코로나 전/후 업종별 개인 신용카드 매출액 증감을 비교  
(증감 Top3 업종 선정)
- √ 업종 대분류 기준 증가 Top3 업종의 소분류별 상세분석  
(주요 증감 원인 등)
- √ 매출액 감소업종의 회복정도 분석  
(코로나 이전 대비 現 매출액 수준 비교)
- √ 매출액 최대업종의 원인 분석

## IV. Step3 : Data 분석 결과

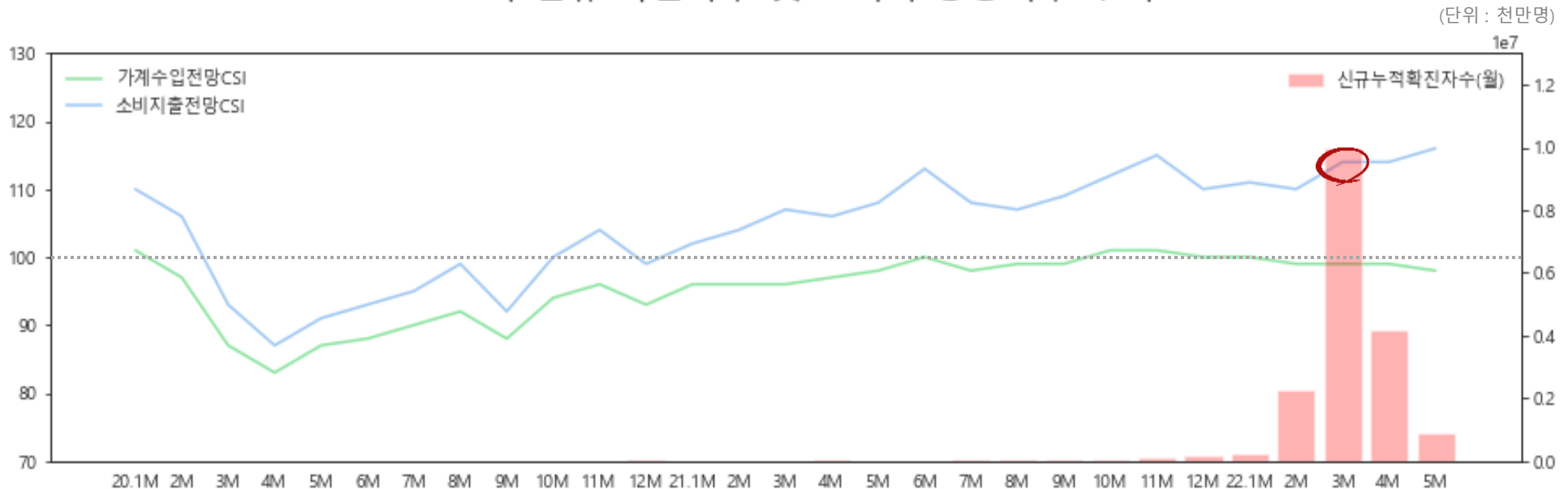
### □ 1) 코로나19 확진자 수 vs 소비자 동향지수 비교 분석

- ✓ 20.1월 코로나19 국내 첫 확진자 발생 후, 약 4개월간 소비자동향지수 하락 추세 → 20.4월 지수 최저점 기록 후 지속 증가
- ✓ 21년 이후 **지출 부문에 있어서는 점차 나아질 것으로 예상**하고 있으나, **수입 부문에서는 여전히 소득에 대한 부담**을 느끼고 있음
- ✓ 국내 코로나 확진자 수 최대였던 22.3월의 경우, 오히려 소비 지출 전망을 긍정적으로 예상 ※ 22.3월 신규 확진자 수 : 9,962,498명  
→ **전파력은 강하나 중증도는 낮았던 신종바이러스(오미크론)등에 의했던 것으로 코로나 확진에 대한 공포감이 낮아진 결과로 추정**

### □ 코로나 신규 확진자 수 & 소비자 동향지수 추이

\* Data : 2020.01 ~ 2022.05월 코로나 신규 확진자 수 및 소비자 동향지수 추이 (2022.05월 기준)

#### 코로나 신규 확진자수 및 소비자 동향지수 추이



\* 소비자 동향 지수 : 매월 한국은행이 소비자의 경제상황에 대한 인식과 향후 소비지출전망 등을 조사하여 지수화한 것으로, 지수가 100보다 크면 경기 전망에 대한 긍정적 인식이 더 높다는 것을 의미(100을 기준으로 0에서 200까지 값)

\* Source) 통계청(KOSIS) - 소비자동향조사(전국, 월, 2008.9~) 참고

## IV. Step3 : Data 분석 결과

### □ 1-1) 코로나19 전/후에 따른 주요 키워드 비교

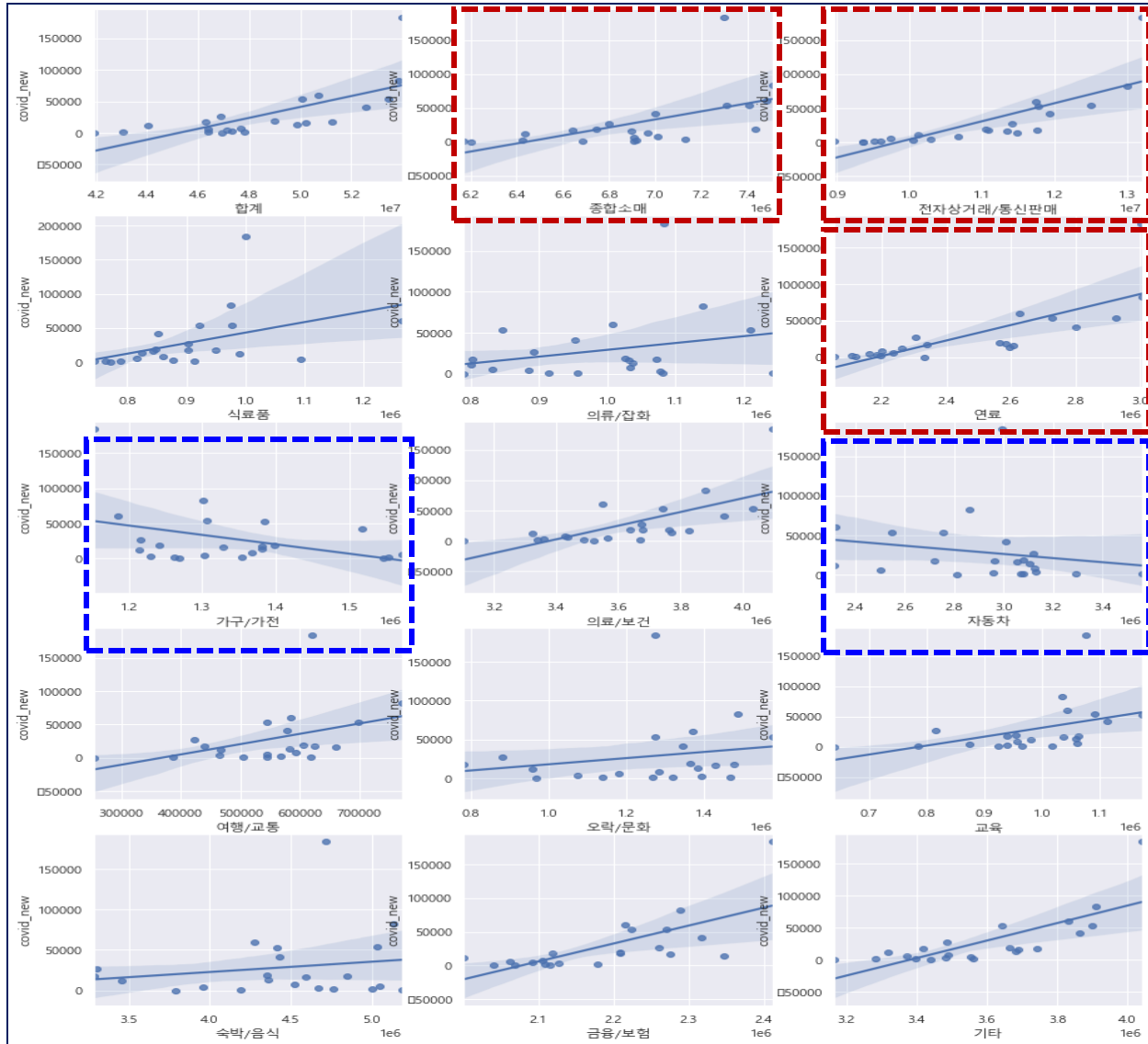
√ 코로나 발생 당시(2020년) 주요 Keyword의 경우, '감염' / '환자' / '바이러스' 등 대부분 코로나19 발생과 관련된 반면  
코로나 발생으로 일정기간 경과 후(2022년) 주요 Keyword의 경우, 대선 등 영향으로 사회적 관심 많이 낮아짐

## □ 주요 키워드 모니터링 (Word Cloud)



## IV. Step3 : Data 분석 결과

### □ 2) 코로나19 확진자 수 vs 업종별 개인 신용대출액 상관분석



#### □ 코로나 확진자 수에 따른 업종별 개인 신용대출액 상관분석 (reg plot)

\* Data : 2020.03 ~ 2021.12월간 코로나 신규  
확진자 수 및 업종별 매출액 금액  
(x축 : 업종별 매출액 / y축 : 확진자 수)  
\* 22.1월 이후 코로나 확진자 급증으로  
이상치로 판단하여 제외함

#### √ 양의 상관관계 업종

(코로나 확진자 수 ↑ / 개인 신용대출액 ↑)  
→ '종합소매업' / '전자상거래업' / '연료업' 등

#### √ 음의 상관관계 업종

(코로나 확진자 수 ↑ / 개인 신용대출액 ↓)  
→ '자동차업' / '가구,가전업' 등

\* 약 22개월간의 월별 Data로 건수 미비에 따른  
유의미한 상관분석 결과는 도출 불가



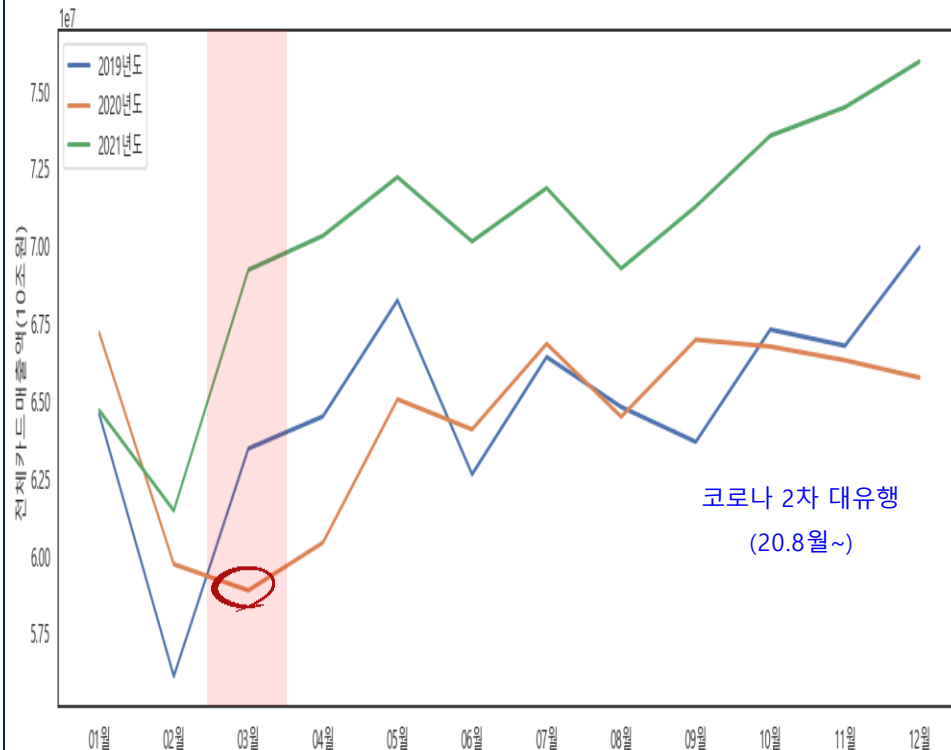
## IV. Step3 : Data 분석 결과

### □ 3) 코로나 전/후 전체 카드 매출액 추이 분석

- ✓ 코로나 발생 전(2019년)과 코로나 발생 1년 후(2021년) 전체 카드 매출액 추이 모니터링 결과, 월별 매출액 증감 유사한 형태
- ✓ 반면 코로나 발생 초기(2020년)의 경우, 기존 패턴과는 다소 차이 존재함
  - 2월 감소 후 3월 반등 미비한 수준이었으며, 전년 동기 대비 크게 감소
  - ▷ 발생 초기 소비자동향지수 하락세 및 기업의 활동 위축 등으로 카드 매출액 역시 감소한 것으로 추정

### □ 전체 카드 매출액 추이 분석

\* Data : 2019.01 ~ 2022.02월 전체 카드 매출액 (개인/기업, 신용/체크 포함)



대분류업종별월평균금액(단위:백만원)

대분류업종	2019	2020	2021	2022
가구/가전	126	134	132	124
교육	112	93	105	107
금융/보험	182	208	224	219
기타	333	342	373	378
숙박/음식	524	448	441	406
식료품	77	86	95	104
여행/교통	115	55	60	59
연료	259	225	267	279
오락/문화	136	118	131	108
의료/보건	346	348	377	392
의류/잡화	117	97	100	89
자동차	238	287	281	232
전자상거래/통신판매	778	969	1174	1253
종합소매	681	666	709	695
	2019	2020	2021	2022



## IV. Step3 : Data 분석 결과

### □ 4) 코로나 전/후 업종별 개인 신용카드 매출액 증감률 비교 분석

✓ 매출액 증가 Top3 업종 : 전자상거래/통신판매업(+24.5%) → 자동차업(+20.9%) → 금융/보험업(+14.2%) 순

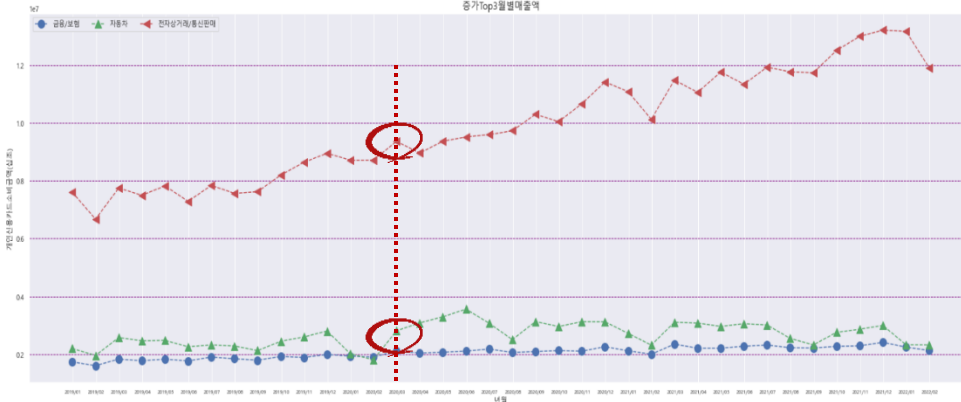
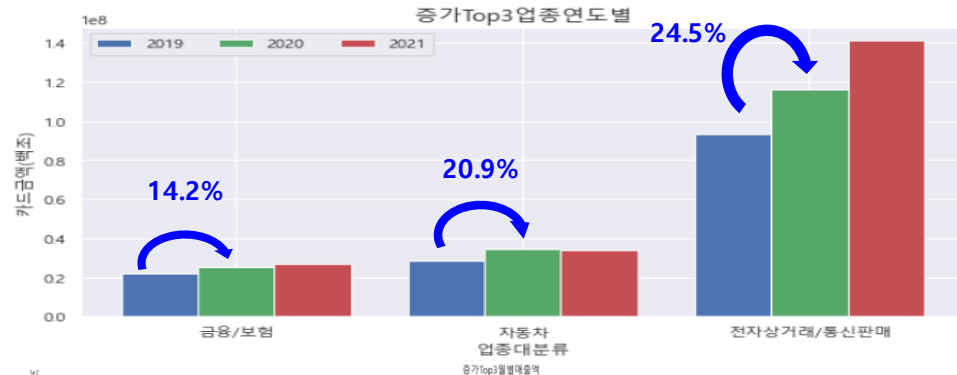
✓ 매출액 감소 Top3 업종 : 여행/교통업(△52.2%) → 의류/잡화업(△17.3%) → 교육업(△16.8%)

→ 해당 업종별 소분류 상세분석을 통한 매출액 증감 원인 분석 必

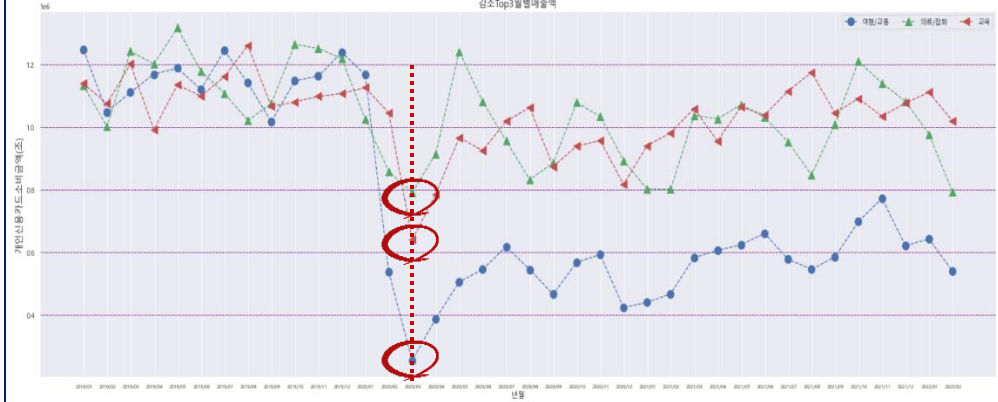
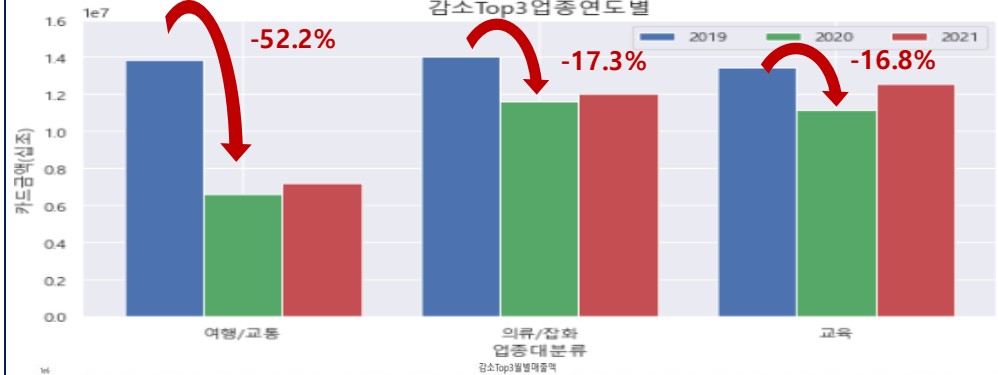
※ Data 입수 제한 등으로 일부 업종의 경우, 제외

### □ 업종별 개인 신용카드 매출액 증감률 비교

#### 매출액 증가 Top3



#### 매출액 감소 Top3

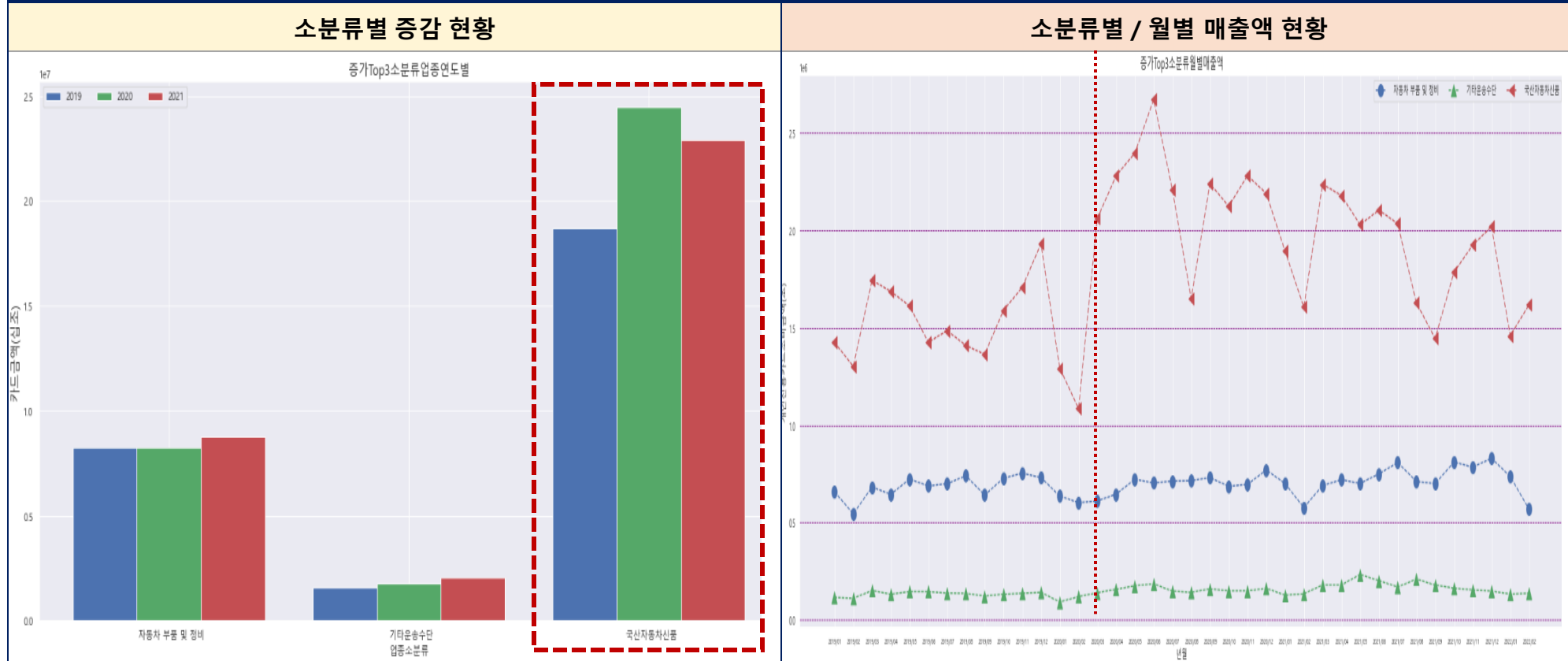


## IV. Step3 : Data 분석 결과

### □ 5-1) 개인 신용카드 매출액 증가 <자동차업>

- ✓ 자동차업의 업종 소분류별 상세 모니터링 결과, '자동차 부품 및 정비' 업종과 '기타운송수단' 업종에선 19년과 유사
- ✓ 반면 '국산자동차신품'(=신차구매) 업종의 경우, 19년 대비 크게 증가하였음 → 20.3월 매출액의 경우, 오히려 폭발적으로 증가
  - ▷ 주요 원인) 해외 여행 제한 / 코로나 확산으로 인한 대중교통 이용 감소 등으로 이동수단의 인식 변경 and 20년 이후 '차박'(차에서 숙박하기) 유행 등으로 본인 소유의 차에 대한 수요 증대

#### □ 자동차업종 소분류별 개인 신용카드 매출액 현황



# IV. Step3 : Data 분석 결과

## □ 5-2) 개인 신용카드 매출액 감소 <여행 / 교통업>

✓ 여행/교통업의 소분류별 상세 모니터링 결과, 모든 소분류 업종에서 매출액 감소

✓ 특히, '항공업' 분야에서 19년 대비 20년 급감

▷ 주요 원인) **코로나 감염 확산 우려 및 해외출입국자에 대한 규제 강화 등으로 항공업을 통한 국내 및 해외 이동 급감**

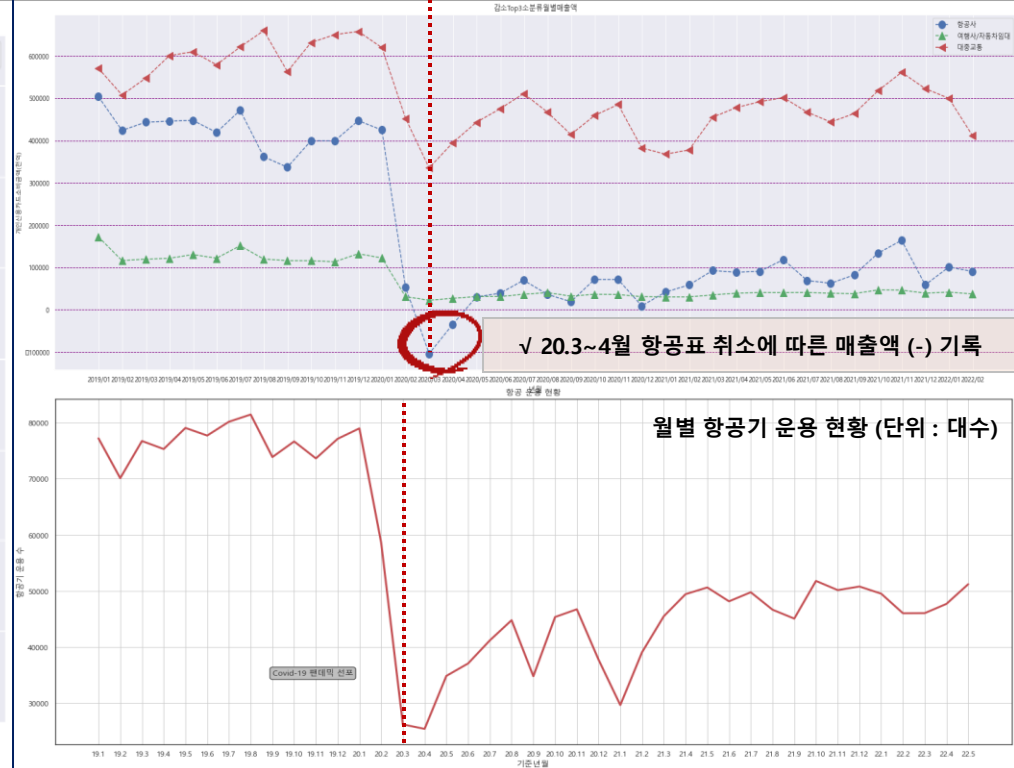
※ 항공기 운용 현황 → 20.1월 : 78,976건 / 20.3월 : 26,231건 (1월 대비 △52,745건(66.8%))

### □ 여행/교통업종 소분류별 개인 신용카드 매출액 현황

소분류별 증감 현황



항공업의 월별 매출액 현황 및 항공 운용 / 탑승객 현황

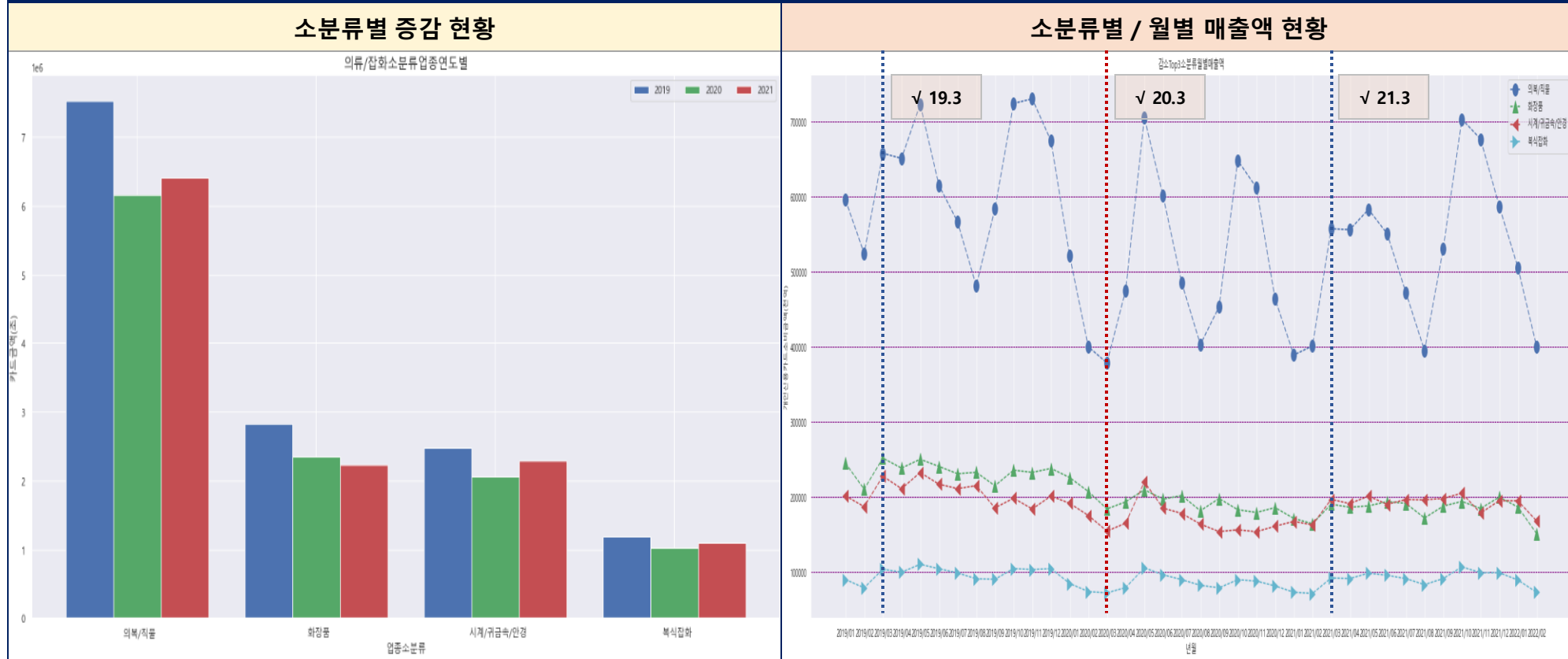


## IV. Step3 : Data 분석 결과

### □ 5-3) 개인 신용카드 매출액 감소 <의류 / 잡화업>

- √ 의류/잡화업의 소분류 상세 모니터링 결과, 모든 소분류 업종에서 매출액 감소하였으나 크지 않은 수준
  - ▷ 주요 원인) 보통 3월의 경우, 초/중/고 개학 및 대학 개강 시즌으로 의류에 대한 수요 증가하는 시즌이나, 20.3월의 경우, 코로나로 인한 외출 제한 및 비대면 모임 등으로 일시적으로 수요 감소한 것으로 추정
  - 그 외 연도에 따른 월별 추세는 동일한 수준 (계절적 요인의 영향 큼)

#### □ 의류/잡화업종 소분류별 개인 신용카드 매출액 현황



## IV. Step3 : Data 분석 결과

### □ 5-4) 개인 신용카드 매출액 감소 <교육업>

√ 교육업의 연도별 사교육 참여율 모니터링 결과, 19년 대비 20년 감소 \* 교육업의 경우, 소분류 업종 미존재

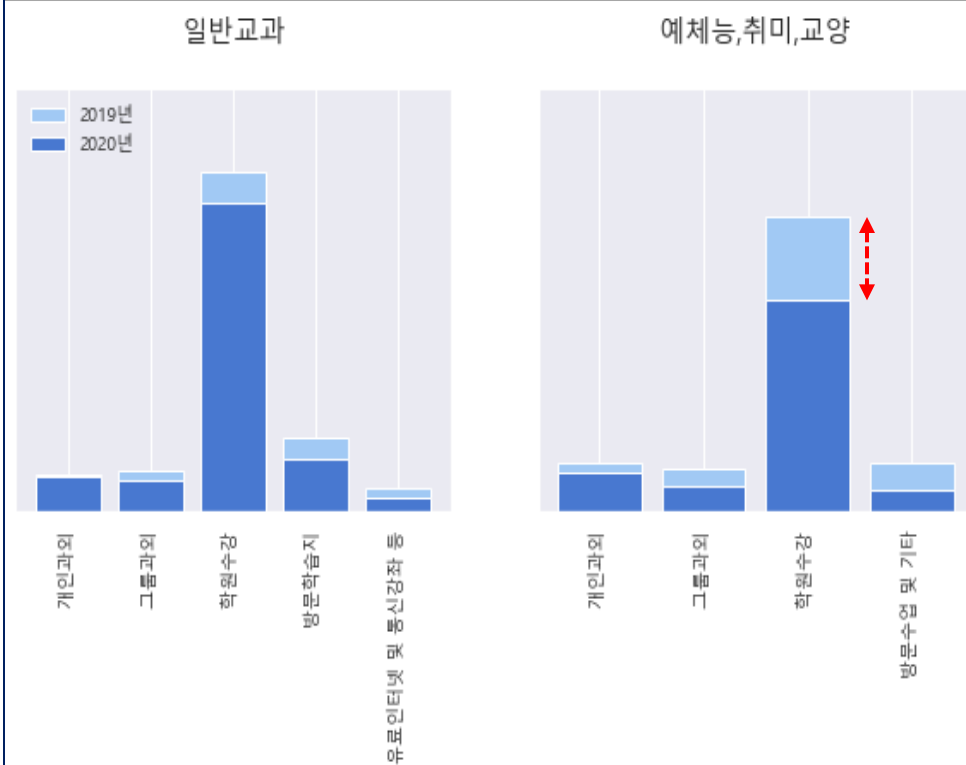
▷ 주요 원인) 사회적 거리두기에 의한 휴원 등으로 교육업 매출액 감소

세부 업종별 매출 변동률 결과, 유아교육업종에서 약 50% 가량 크게 감소

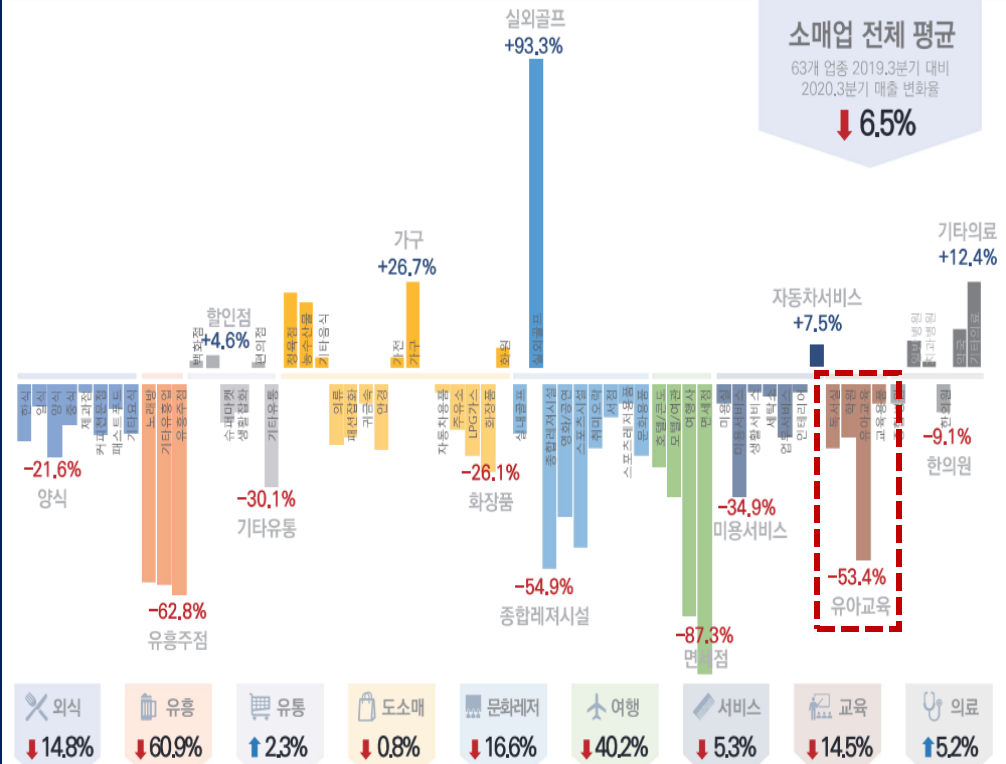
반면 '학원' / '교육용품'의 경우, 감소율 크지 않은 수준

#### □ 교육업종의 사교육 참여율 현황

교육유형별 사교육 참여율 현황



세부 업종별 매출 변동률 (19.3Q / 20.3Q 비교)

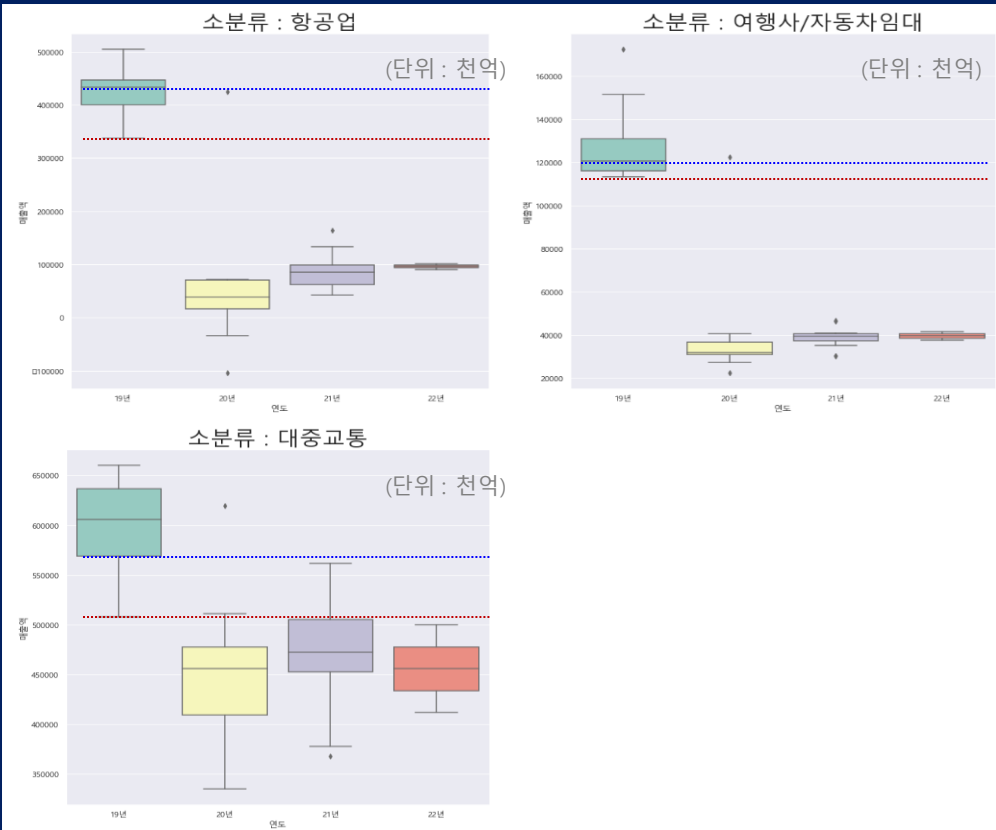
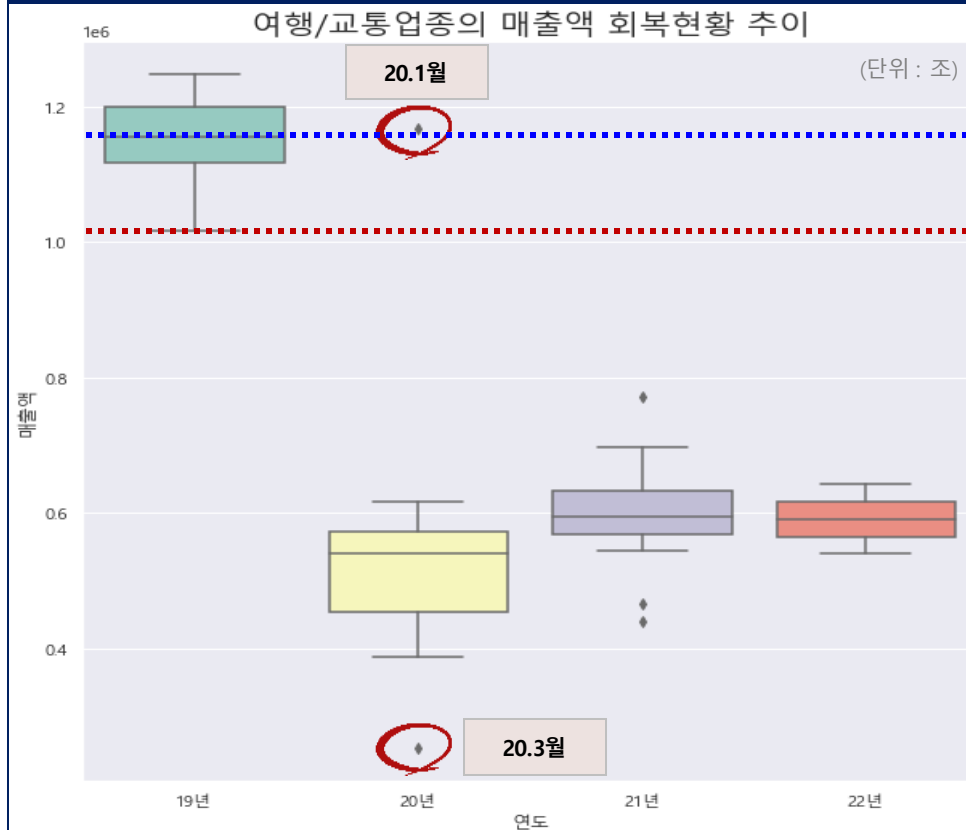


## IV. Step3 : Data 분석 결과

### □ 6-1) 매출액 감소(Top3) 업종의 회복 정도 분석 <Top1) 여행 / 교통업>

- ✓ 매출액 감소 Top3 업종 : **여행/교통업(△52.2%)** → 의류/잡화업(△17.3%) → 교육업(△16.8%) 순 \* 기준 : 19년 대비 20년 월평균 매출액 감소율
- ✓ 20년도 큰 폭으로 하락 후 21~22년 매출액 성장 제한 추세 중에 있음
- ✓ 업종 소분류 모니터링 결과, '항공업' 및 '여행사/자동차임대업'에서 큰 폭으로 하락
  - ▷ 22년 상반기 이후 세계적으로 코로나 안정화 추세 및 해외 출입국자의 격리 면제 등으로 점차 회복세에 들 것으로 예상

#### □ 여행 / 교통업 회복 정도 분석

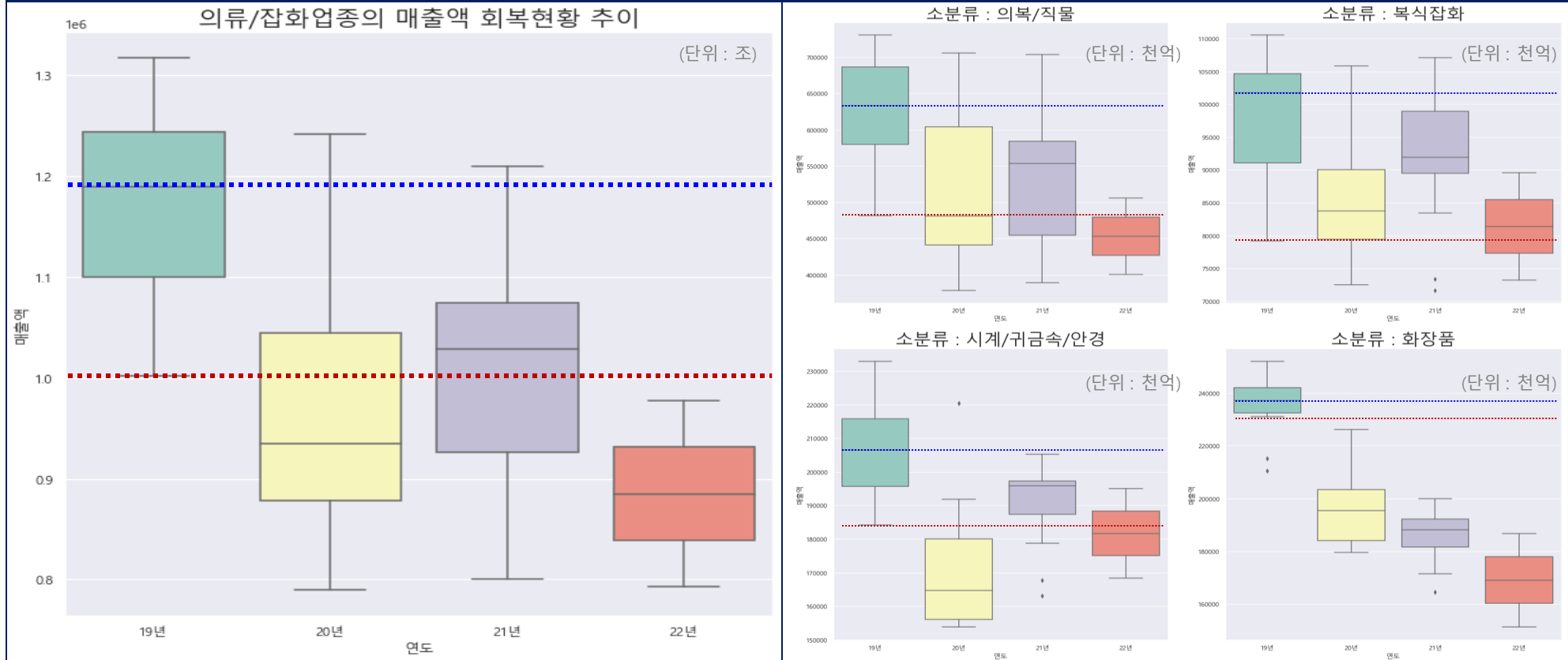


## IV. Step3 : Data 분석 결과

### □ 6-2) 매출액 감소(Top3) 업종의 회복 정도 분석 <Top2) 의류 / 잡화업>

- ✓ 매출액 감소 Top3 업종 : 여행/교통업( $\Delta 52.2\%$ ) → **의류/잡화업( $\Delta 17.3\%$ )** → 교육업( $\Delta 16.8\%$ ) 순 \* 기준 : 19년 대비 20년 월평균 매출액 감소율
- ✓ 21년 평균 매출액 > 19년 최소 매출액으로 회복 진행 중이었으나, 22년 재차 감소 추세에 있음 (22.2월까지 데이터로 일수 감안 지속 모니터링 필요)
- ✓ 업종 소분류 모니터링 결과, '화장품업'의 경우 지속 하락추세에 있음
  - ▷ 업종 소분류별 매출액 편차가 크게 존재하며, '의복/직물' 업종이 전체 '의류 / 잡화'업종 매출액의 50% 이상으로 해당 업종의 성장이 관건

#### □ 의류 / 잡화업 회복 정도 분석





## IV. Step3 : Data 분석 결과

### □ 6-3) 매출액 감소(Top3) 업종의 회복 정도 분석 <Top3> 교육업>

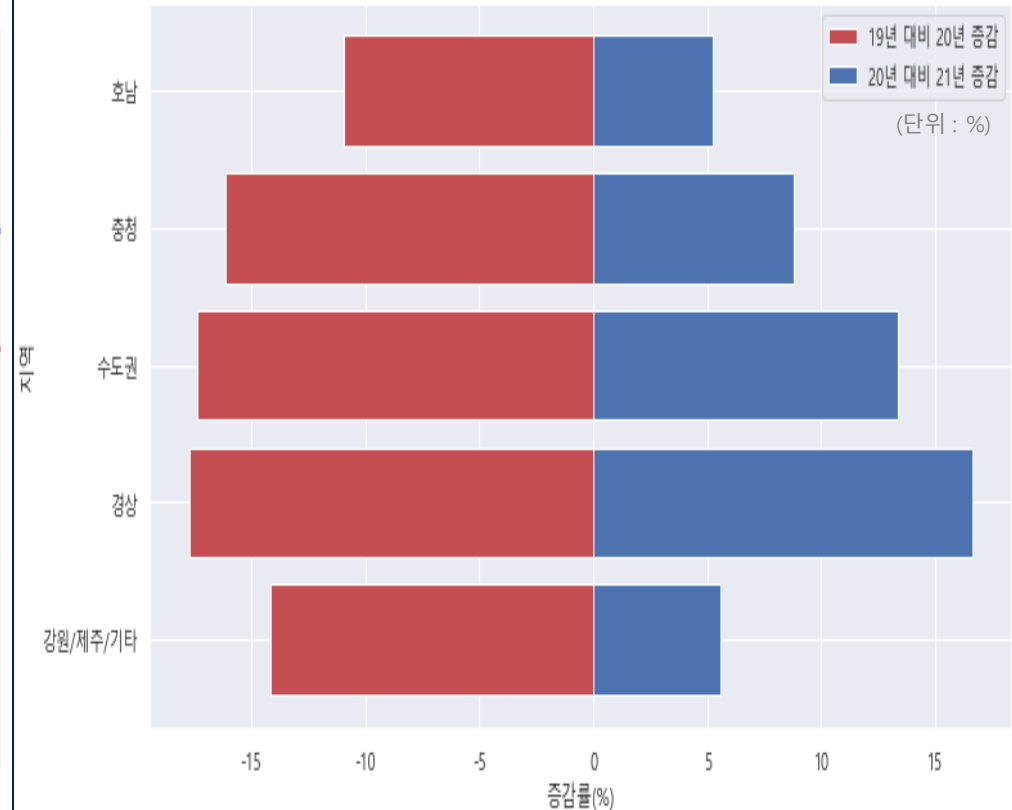
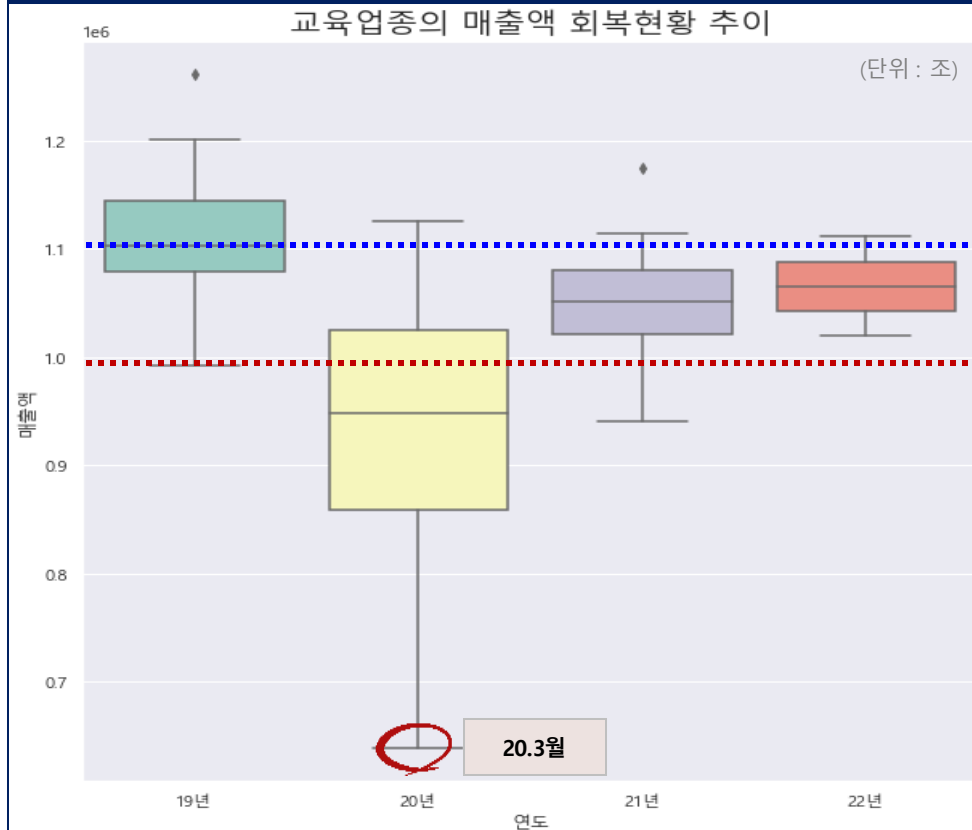
✓ 매출액 감소 Top3 업종 : 여행/교통업( $\Delta$ 52.2%) → 의류/잡화업( $\Delta$ 17.3%) → **교육업( $\Delta$ 16.8%)** 순 \* 기준 : 19년 대비 20년 월평균 매출액 감소율

✓ 20.3월 매출액 최저 기록 후 지속 상승하는 추세

✓ 지역별 20년 증감 대비 21년 증감의 경우, '경상권' → '수도권' → '충청권' 순으로 매출액 증대 이루어짐

▷ 코로나로 인한 휴원 및 영업시간 단축 등으로 감소하였으나, 21년 이후 정상 개학과 맞물려 매출 증가하였고 22년 중 회복 완료될 것으로 예상

#### □ 교육업 회복 정도 분석



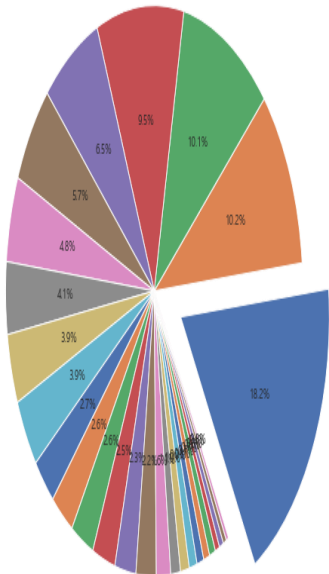
# IV. Step3 : Data 분석 결과

## □ 7) 매출액 최대업종의 원인 분석

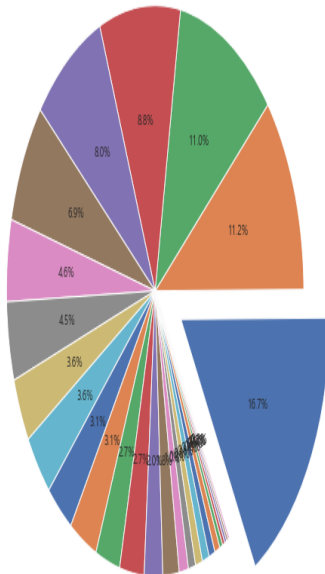
- ✓ 연도별 업종 소분류에 따른 개인 신용카드 매출액 비중 결과, '음식점'업이 가장 높은 비중 차지함 ※ 전자상거래업 제외
- ✓ 2019년 이후 음식점업 방문 고객 수(대면) 지속 감소 추세인 반면 배달앱 이용률 및 배달대행 이용률의 경우 지속 증가 (19년 대비 2배 수준)
  - ▷ 코로나로 인한 비대면(언택트) 서비스 확산 및 기존 배달 전문 음식점업의 활황과 대면 음식점업도 배달 서비스 병행으로 큰 타격 없음

### □ 매출액 최대업종의 원인 분석

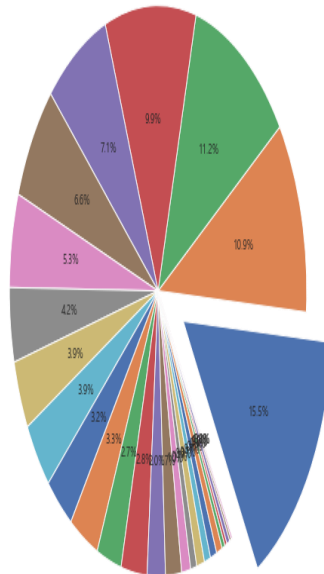
2019년 업종별 개인 신용카드 매출 비중



2020년 업종별 개인 신용카드 매출 비중



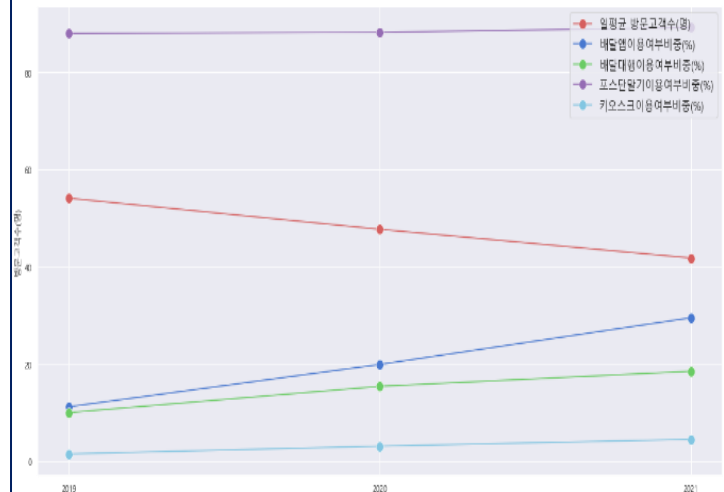
2021년 업종별 개인 신용카드 매출 비중



방문고객수(명) 배달앱이용(%) 배달대행이용(%) 포스단말기이용(%) 키오스크이용(%)

	방문고객수(명)	배달앱이용(%)	배달대행이용(%)	포스단말기이용(%)	키오스크이용(%)
2019	54.1	11.2	10	88	1.5
2020	47.7	19.9	15.4	88.2	3.1
2021	41.8	29.5	18.5	89.2	4.5

음식점업 온/오프라인 주문 현황



# V. Step4 : 최종 결론

## □ 주요 업종별 Marketing 활성화 방안

### □ 주요 업종별 Marketing 활성화 방안

#### 자동차업

##### ▷ Summary

- ✓ 20.3월 개별소비세 인하(70% 감면)와 각 업체별 신차효과 등으로 전년 동기 대비 매출액 ↑
- ✓ 향후 다른 팬데믹 상황 발생 시, 신차구매를 위한 적극적 마케팅必

##### ▷ Marketing

- ✓ 신규 고객 유입을 위한 당행 카드로 신차 구매 및 자동차세 납부 시, 캐시백 Event 진행
- ✓ '차박', '캠핑' 등 최근 Trend에 맞춰 제휴업체 선정으로 당행 카드 홍보 및 가맹점 수수료 확보

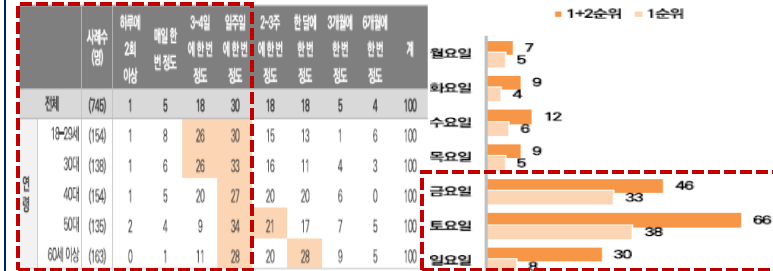
#### 음식점업

##### ▷ Summary

- ✓ 배달 전문 음식점의 매출액 급증 및 일반 음식점의 배달 서비스 병행으로 코로나에 의한 매출액 타격 無

##### ▷ Marketing

\* 한국리서치 주간리포트「여론」참고

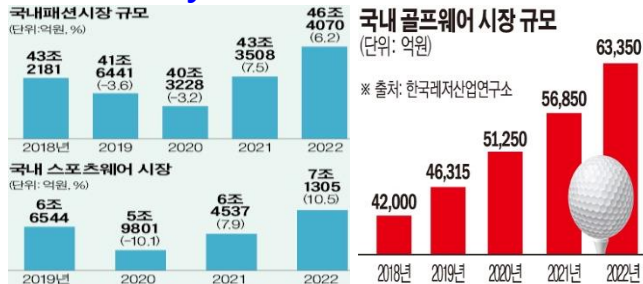


- ✓ 주말(금/토) 당행 카드로 배달앱을 통한 결제 시, 캐시백 Event

#### 의류 / 잡화업

##### ▷ Summary

\* 한국섬유연합회 자료 참고



- ✓ 일반 패션시장의 경우, 회복세에 있음

##### ▷ Marketing

- ✓ 당행 카드로 스포츠웨어 구입 시, 캐시백 Event

#### 교육업

##### ▷ Summary

- ✓ 사회적 거리두기에 의한 임시휴원 등으로 일시적 매출액 감소를 이루었으나, 현재의 경우 정상 개학 / 개원으로 많이 회복된 상황인 바, 공격적 마케팅보단 코로나 이전의 마케팅 수준 유지 必

##### ▷ Marketing

- ✓ 매출액 감소폭이 크지 않았던 '학원업' 및 '교육용품'업 위주의 마케팅

#### 여행 / 교통업

##### ▷ Summary

- ✓ 코로나19에 의한 매출액 감소가 가장 큰 업종
- ✓ 향후 다른 팬데믹 발생 시에도 매출액 감소 1순위 업종으로 추정

##### ▷ Marketing

- ✓ 마케팅 비용 대비 효용성 낮은 업종으로 일정 기간 모니터링 必
- ✓ 장기적 관점으로 여행 관련 예/적금 상품 개발을 통한 선제적 대응 및 마케팅 대상 확보

## VI. Project 모니터링

### □ Lesson & Learned

박요은

- √ 분석 실행 전 문제정의(이해관계자, 필요사항, 우선순위 등)의 중요성
- √ 기획 단계에서 많은 시간을 소요해야 함을 느꼈고, 문제점을 다양한 관점에서 바라볼 수 있는 능력이 필요하다 생각

오승현

- √ 수집한 데이터의 파싱에 대한 노하우 학습
- √ So What? 에 대한 끊임없는 관심으로 결론 구체화를 위한 세부자료 탐색 과정이 유용

한혜형

- √ 교육 과정 끝난 후 은행에 돌아갔을때 할 수 있을까 막연하게 걱정했던 부분들이 이번 과제를 통해 실제 분석에 적용해보면서 수업시간 예시나 구글링을 통해 활용할 수 있겠다는 긍정적 마인드가 생김

김영목

- √ 시각화, 프레임 등 학습했던 지식으로 적절하게 쓰이도록 하는 지혜를 배움
- √ 보고 및 의사 전달을 위하여 다양한 기법 체득이 필요

박성실

- √ 지속적으로 팀원간 의사소통을 통해 같은 목표와 방향으로 나아가는 것이 중요함
- √ 이해관계자 입장에서 실질적으로 도움이 되는 결론 도출을 위해 다양한 시각으로 구체적이고 심도 있는 고민이 필요함