

제로 슈가 음료 유통량 추이에 따른 지역별 판매 전략

4팀

소프트웨어학부 2014002 이유진 소프트웨어학부 2016133 이유진
소프트웨어학부 2112508 원윤서 소프트웨어학부 2113502 정지윤
소프트웨어학부 2115255 이채원

0. 팀원 소개

2014002 이유진

- 데이터 분석
- 시각화

2115255 이채원

- 데이터 분석
- 시각화

2016133 이유진

- 데이터 분석
- 자료 분석

2113502 정지윤

- 발표 자료
- 자료 분석

2112508 원윤서

- 데이터 분석
- 자료 분석

0. 목차



1. 제안배경과
주제소개



2. 데이터 소개
및 활용방안



3. 기대효과

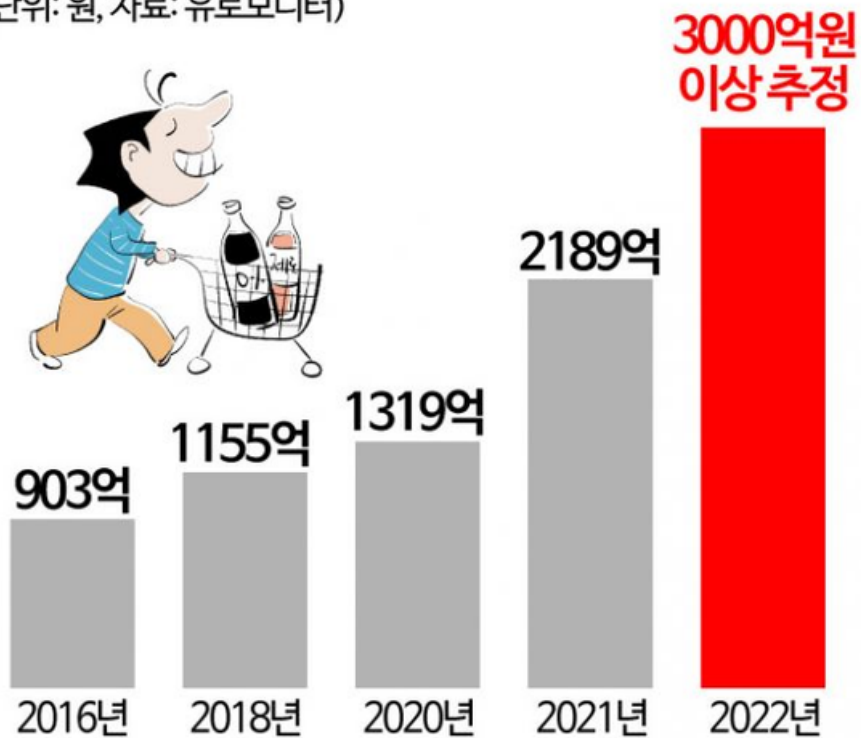
1. 제안 배경과 주제 소개

2030 중심으로 '헬시플레저'라는 개념이 급부상

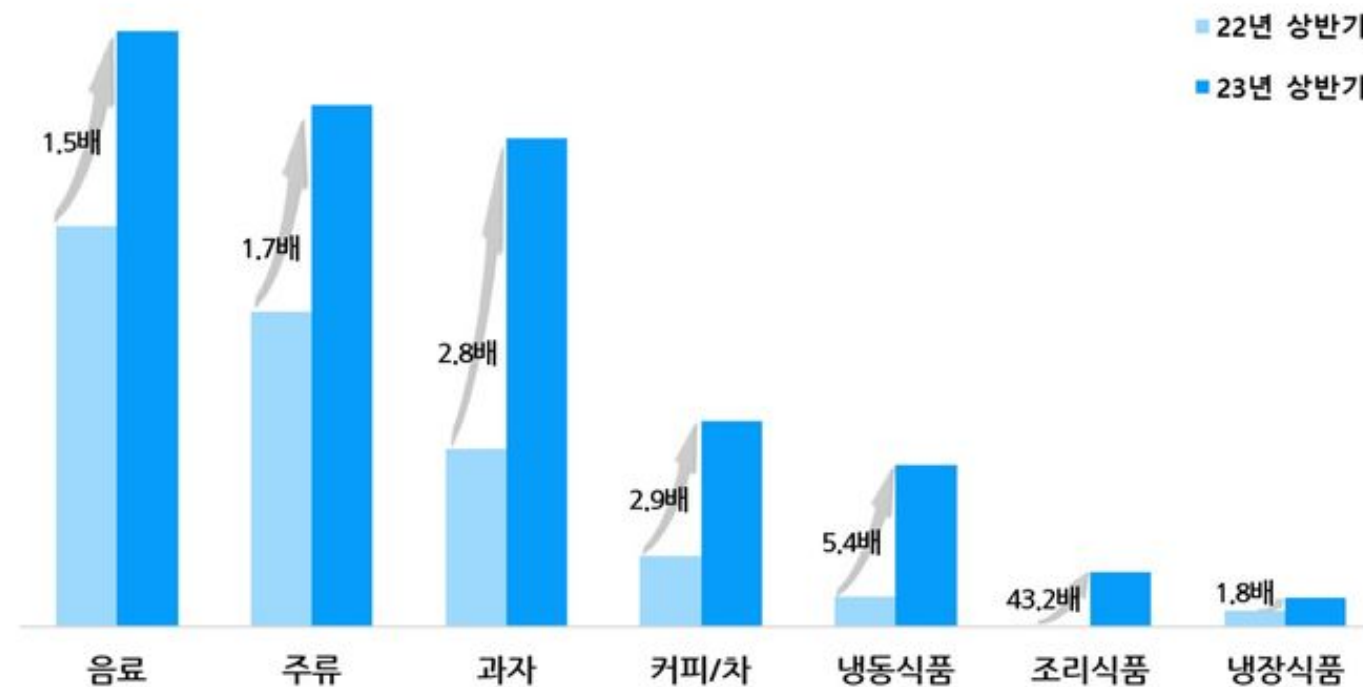
-> 제로 칼로리/저당 식품 수요가 증가

국내 제로 칼로리 탄산음료 시장 규모

(단위: 원, 자료: 유로모니터)



제로칼로리·무설탕 제품 카테고리별 구매액 변화

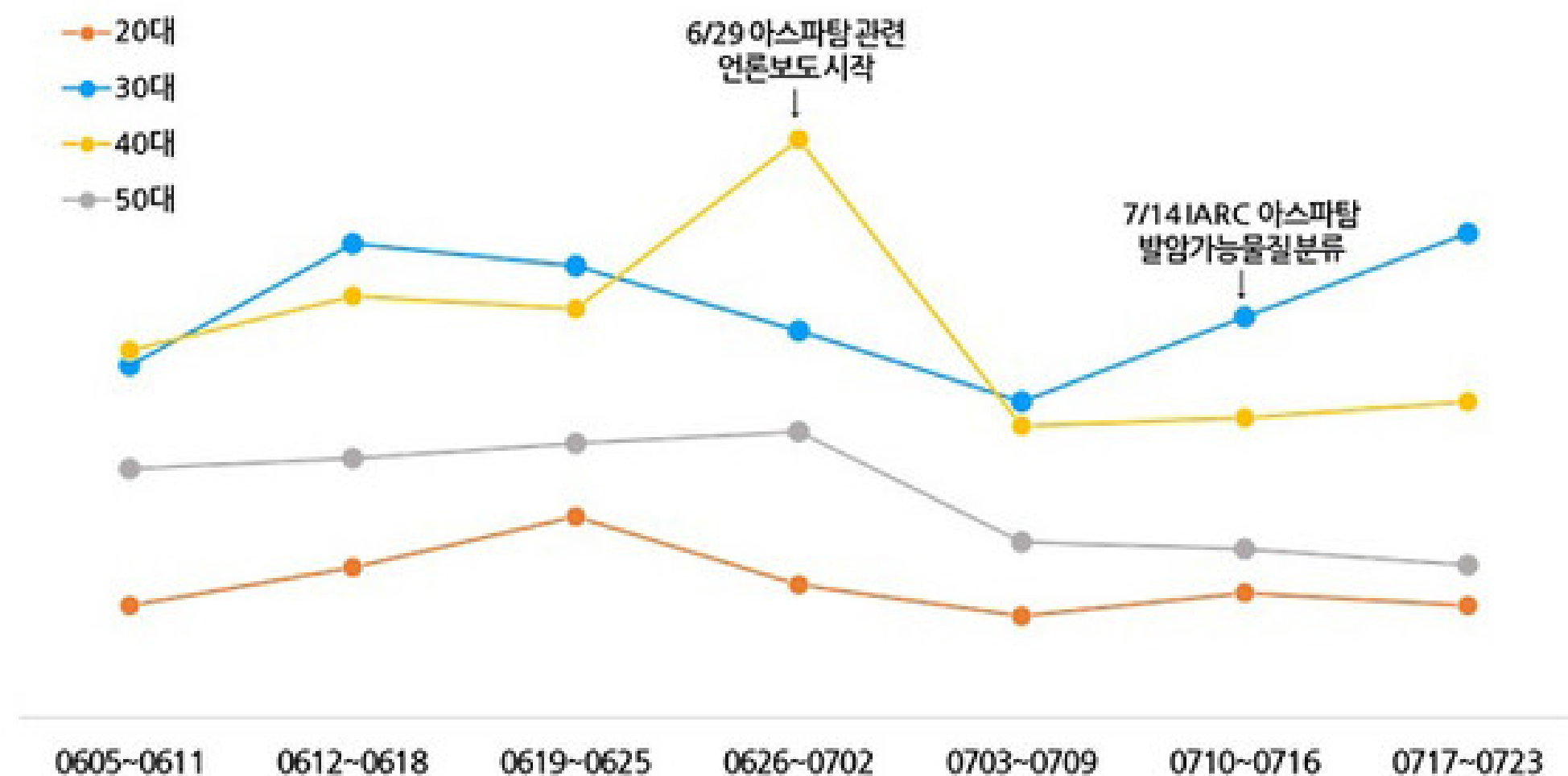


- 국내 제로 탄산음료 시장 규모는 2년 만에 4배 가량 성장
- 2023년에 작년 대비 제로 칼로리/무설탕 제품 카테고리 별 구매액 증가
- 국내 저당 시장 규모는 2016년 903억 원 -> 2023년 3000억 원을 넘어선 것으로 추정

1. 제안 배경과 주제 소개

2030 중심으로 '헬시플레저'라는 개념이 급부상

제로칼로리·무설탕 제품 연령대별 구매액 변화



- 작년 7월 WHO 산하 국제암연구소(IARC)가 인공감미료 아스파탐을 발암가능물질(2B군)로 지정
- 그럼에도 불구하고 30대의 제로 음료 수요는 증가

1. 제안 배경과 주제 소개

뉴스브라이트 · 6일 전

삼양사, MZ세대 겨냥 0칼로리 '상쾌환 부스터 제로' 출시

삼양사가 건강에 관심이 많은 MZ세대의 소비 심리를 겨냥한 제로 칼로리 숙취해소 음료를 선보인다. MZ세대 중심의 '헬시플레저(즐겁게 건강을 관리)' 트렌드에 대응해 소비자 저변을 넓히겠다는 포석이다. 삼양사가 설...

삼양사, 숙취해소음료 '상쾌환 부스터 제로' 출시 청년의사 · 7일 전

DE 데일리경제 · 2023.09.22.

라라스윗X새로 특색있는 제로 슈거 콜라보로 MZ세대 집중 공략

제로 슈거 브랜드의 만남에 이번 콜라보 제품인 제로 슈거 쌀 모나카가 MZ세대를 중심으로 인기를 끌고 있다. 이번 콜라보 제품은 주말 최대 1,000명 이상이 방문할 정도로 화제를 모은 '새로02-57 동굴' 성수 팝업스토...

24 아이뉴스24 · 2023.02.22. · 네이버뉴스

소주 시장에 불어오는 '제로 슈거' 바람...MZ세대에 '인기'

롯데칠성음료의 '처음처럼 새로'가 MZ세대들로부터 큰 인기를 얻고 있다. 22일 롯데칠성음료는 기존 소주 제품과 달리 과당을 사용하지 않은 '제로 슈거(Zero Sugar)' '처음처럼 새로'를 지난해 9월 출시했다고 밝혔다. 또...

W 한국경제TV

2030 대세 된 '0칼로리'...제로칼로리 음료 판매 경총

젊은 세대의 건강관리 열풍을 타고 제로칼로리 음료 판매량이 증가하고 있다. 연합뉴스에 따르면 최근 3년간 제로칼로리 음료 구매자 중 20·30대 비율...

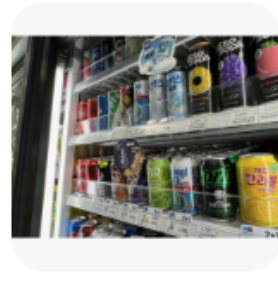
2022. 10. 30.



전국매일신문 · 2023.04.23.

'헬시 플레저' 외치는 MZ세대, 편의점서도 '제로 음료' 찾는다

GS25도 같은 기간 4종에서 32종으로 급증했다. 음료 중심이던 제품군도 젊은 층의 수요에 맞춰 스낵, 젤리 등으로 영역이 확장하는 추세다. [전국매일신문] 김주현기자 joojoo@jeonmae.co.kr 헬시플레저, MZ세대, 제로...



뉴스시스 · 3일 전 · 네이버뉴스

"설탕 줄이자 MZ에 인기" GS25, 스킨피그 '저당 바닐라 쿠키...

GS25에 따르면 최근 몇 년 새 MZ세대 사이에서 선풍적인 인기를 끌고 있는 '당과 칼로리 등을 최소화한' 디저트 전문 브랜드들의 입점 및 선출시 사례가... 상품 카테고리 역시 확대했는데 아이스크림부터 단백질 간식, ...



한경비즈니스 · 23시간 전 · 네이버뉴스

'맛있는데 살 안 찌는 거' 찾는 MZ

제로 탄산으로 대표적인 코카-콜라도 제로 라인업을 확대하고 있다. 제로 칼로리에 제로 카페인까지 더한 '코카-콜라 제로제로', 레몬 향을 더한 '코카-콜라 제로 레몬' 등을 출시하며 소비자 선택권을 넓혔다. 업계에 따르...



아시아경제 PICK · 2023.01.09. · 네이버뉴스

'무당'에 빠진 MZ세대...소주도 콜라도 "제로요"

탄산음료로 두각을 나타낸 제로 슈거·칼로리 제품은 2030세대의 호응에 힘입어 주류업계의 대세로도 자리를 잡아가고 있다. 20·30세대 소비자를... 2021년에는 '과당제로 좋은데이' 제품을 출시한 바 있다. 대선주조 또한...



1. 제안 배경과 주제 소개

제로 음료가 2030세대에 의해 주로 소비됨을 알 수 있음



유통 데이터 중 제로 음료가 유의미하게 증가하는 시기가 있을 것

다이어트 및 운동과 관련이 있을 것이라 예상 -> 헬스장 매출 데이터 분석



제로 음료 2030 집중 마케팅

2. 데이터 소개 및 활용 방안

1

지역 유통(판매) 데이터
-> 제로 음료의 유통량 추이 파악

2

구글 트렌드 분석 API
-> 제로 음료 유통량 결과 해석

3

서울시 상권 분석 추정 매출 데이터
-> 제로 음료 유통량 결과 해석

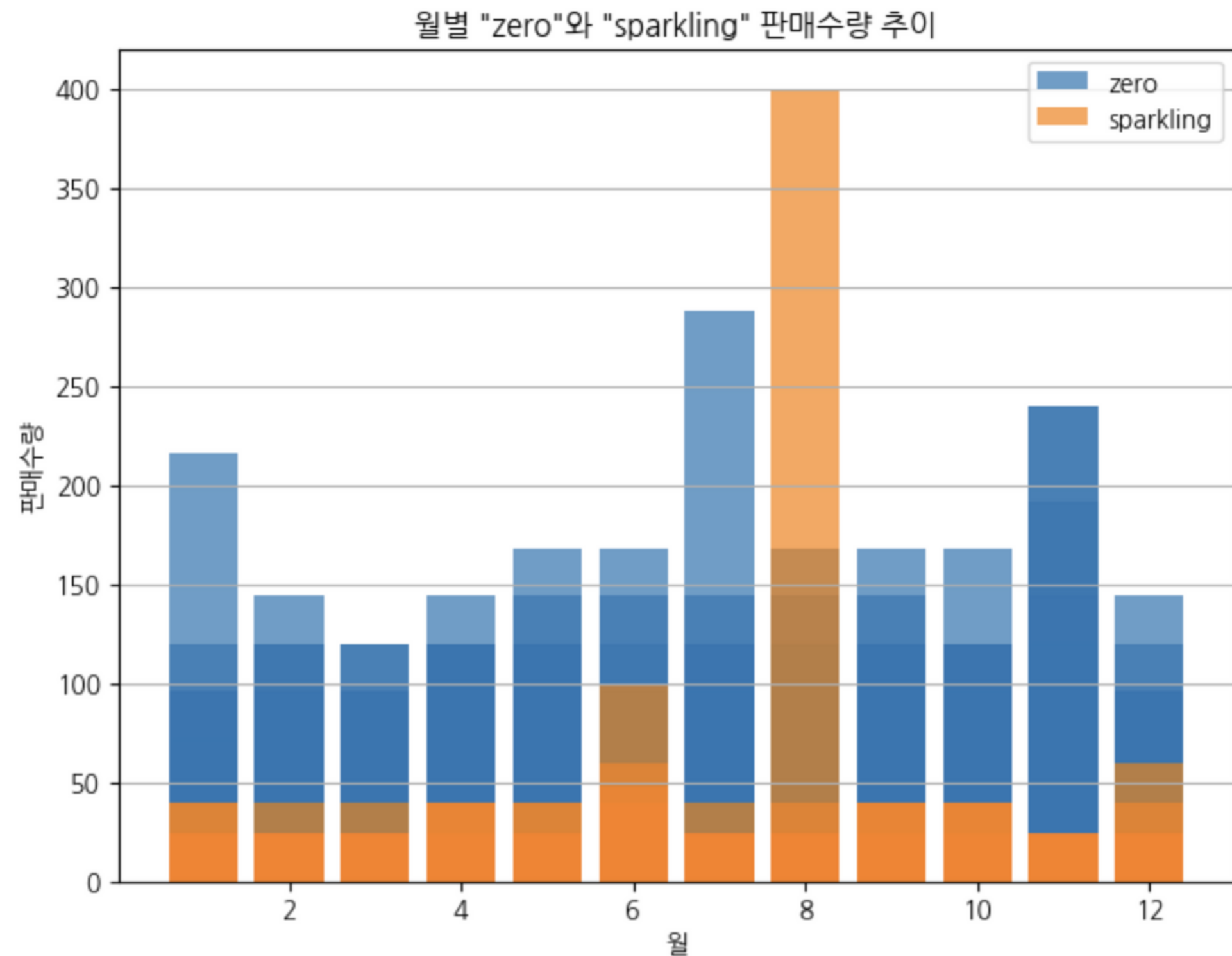
2. 데이터 소개 및 활용 방안

지역 유통 데이터

```
[ ] # '품목'이 'zero' 또는 'sparkling'인 행만 선택
    filtered_data = data3[data3['품목'].isin(['zero', 'sparkling'])]

# 월별 판매수량의 추이를 막대그래프로 확인
plt.figure(figsize=(8, 6))
for item in filtered_data['품목'].unique():
    item_data = filtered_data[filtered_data['품목'] == item]
    plt.bar(item_data['월'], item_data['판매수량'], label=item, alpha=0.7)

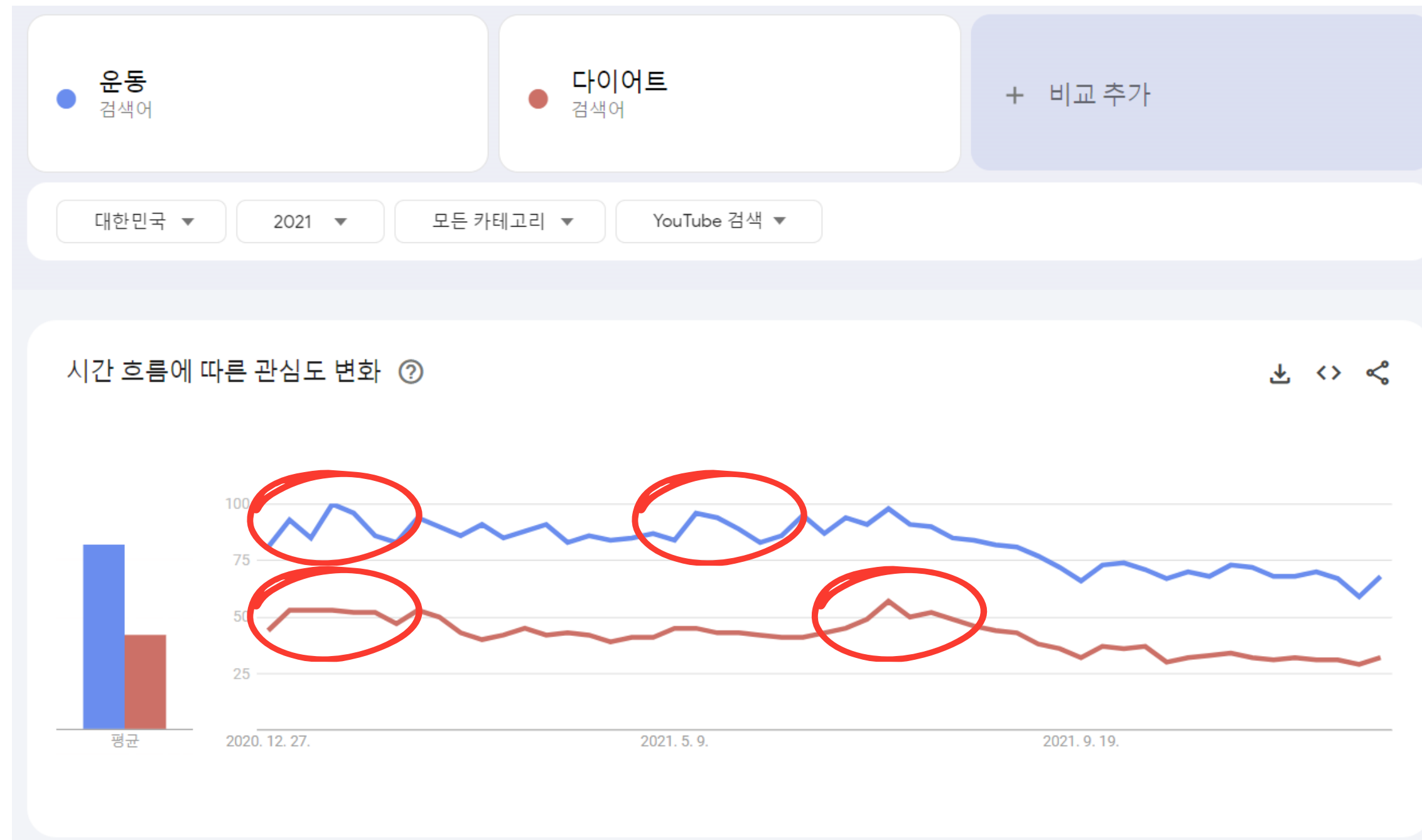
plt.title('월별 "zero"와 "sparkling" 판매수량 추이')
plt.xlabel('월')
plt.ylabel('판매수량')
plt.legend()
plt.grid(axis='y')
plt.show()
```



1월, 7월, 11월에 유의미한 상승폭 확인

2. 데이터 소개 및 활용 방안

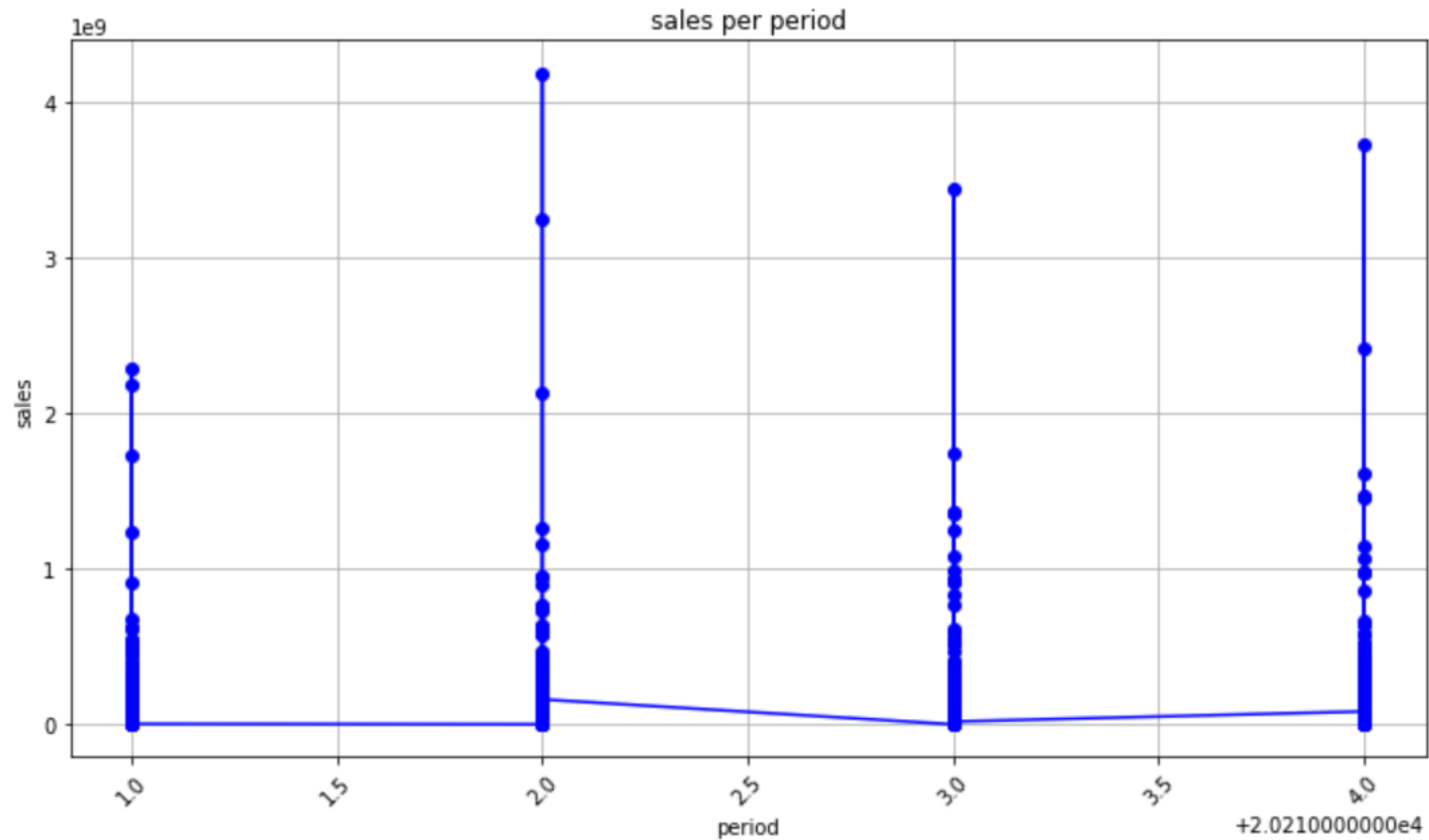
구글 트렌드 분석 API



연초, 여름철에 '운동'과 '다이어트' 키워드 검색량이 증가함

2. 데이터 소개 및 활용 방안

서울시 상권 분석 추정 매출 데이터



3, 4분기에 전반적으로 높은 매출을 유지

3. 기대 효과

1

‘행정구역별 성별 연령별 인구 수 데이터’를 활용한 **지역별 마케팅**

-> 자치구의 2030 거주 인구 수에 따른 지역별 마케팅

	시군구명	20대 남자	30대 남자	20대 여자	30대 여자	2030 남자	2030 여자	2030 합계
4	관악구	52059	49472	55320	38968	101531	94288	195819
17	송파구	39820	50036	44799	54753	89856	99552	189408
3	강서구	35814	48196	43364	48458	84010	91822	175832
0	강남구	31857	36826	35728	41945	68683	77673	146356
21	은평구	28844	32388	32951	33965	61232	66916	128148
19	영등포구	25876	35882	31137	35012	61758	66149	127907
8	노원구	33591	30600	32710	30422	64191	63132	127323
1	강동구	27220	33882	29232	34733	61102	63965	125067
11	동작구	30782	30406	32943	29460	61188	62403	123591
12	마포구	25842	30146	33058	33661	55988	66719	122707

서울특별시 2030 인구 상위 10개 구

3. 기대 효과

2

‘행정구역별 성별 연령별 인구 수 데이터’를 활용한 자치구별 **제로 음료 수요 예측**

-> 2030 세대가 많이 거주하는 자치구 파악을 통해 재고 및 운송 비용 감소

3

제로 음료 성수기/비성수기에 따른 마케팅 전략 수립 및 재고 관리

감사합니다