

서울특별시 4대 궁 및 종묘 한복대여점 창업 분석 결과 보고서

- 한복 착용 입장객을 중심으로 -

201511152 수학과 허정훈

1. 분석 설계 및 접근 방향

1-1) 가설

과연 4대 궁 및 종묘에 새로운 한복대여점을 오픈한다면, 경쟁력이 있을까?

1-2) 정의

한복 착용 입장객 수/4대 궁 및 종묘 방문객 수가 증가하고 있을 때 '경쟁력'이 있다고 하겠다.

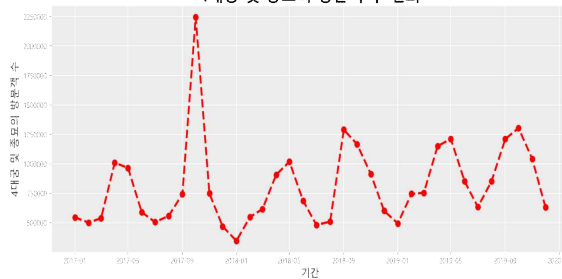
1-3) 설계

4대 궁 및 종묘의 방문객 수와 한복 착용 입장객현황의 증가율을 비교하겠다.

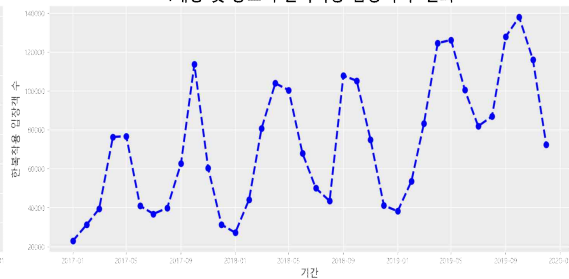
2. 입장객 분석 결과 요약

2-1) 시각화를 통한 데이터 확인

4대궁 및 종묘의 방문객 수 변화



4대궁 및 종묘의 한복착용 입장객 수 변화

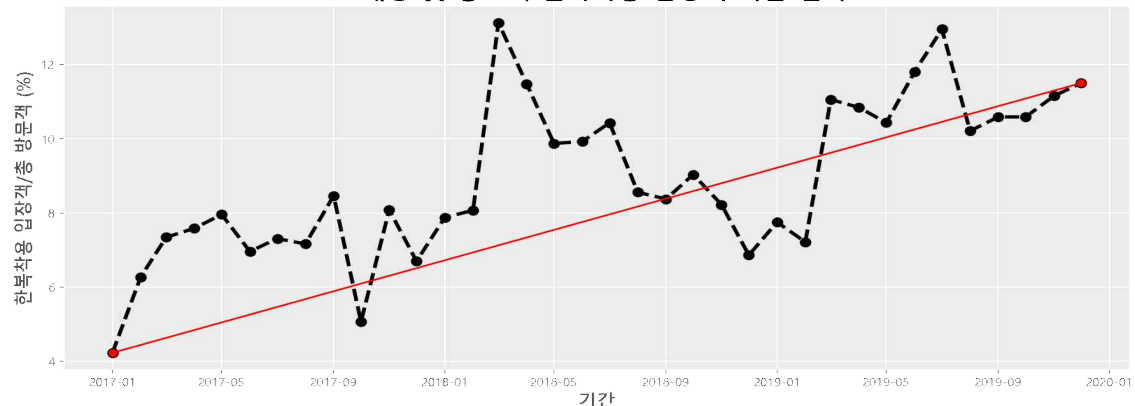


2-2) 데이터 확인을 통한 결론

2017년부터 2020년까지 4대 궁 및 종묘의 방문객 수 중 한복 착용 입장객의 비율이 꾸준히 높아지고 있으므로 **경쟁력이 있다고 판단**한다.

3. 검증 데이터

4대궁 및 종묘의 한복착용 입장객 비율 변화



<참조>

1. 서울 열린데이터 광장. "서울시 주요관광지점 입장객 (4대궁 및 종묘)통계"
2. 공공데이터. "문화재청_궁능유적본부_4대궁_및_종묘_한복착용_입장객_현황",

4대 궁 및 종묘 한복대여점 창업 시 주 대상층 분석 결과 보고서

- 내국인/외국인 방문객을 중심으로 -

201511152 수학과 허정훈

1. 분석 설계 및 접근 방향

1-1) 가설

- 내국인/외국인 중 어느 군을 주 대상층으로 두고 사업을 해야 하는가?

1-2) 정의

- '주 대상층'이란, 방문객 수의 변화와 한복 착용 입장객 비율 변화 사이의 연관성이 더 높은 군을 주 대상층으로 하겠다.
- '연관성이 있다'란, 내국인/외국인 방문객 수의 변화와 한복 착용 입장객 비율 변화 사이의 상관계수가 0.3 이상일 때를 의미한다.
- '아웃라이어'란 데이터상의 다른 값들의 분포와 비교했을 때 비정상적으로 떨어져 있는 관측치이다.

1-3) 설계

- 이 분석에서는 다른 데이터와는 지나치게 다른 양상을 띤 2017년 10월의 데이터를 '아웃라이어'라 하겠다.
- 2017년 10월의 데이터를 제외하고 내국인/외국인 방문객 수의 변화와 한복 착용 입장객 비율 변화의 상관계수를 비교한다.

1-4) 아웃라이어 발생 이유 분석

- 2017년 10월- 경복궁 수라간 시식 공감

2. 주 대상층 분석 결과 요약

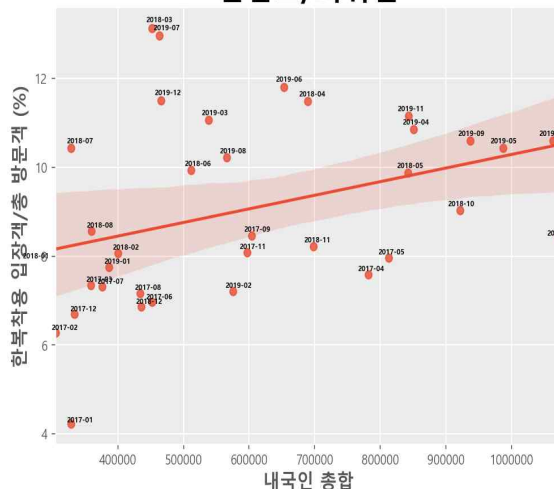
2-1) 데이터 분석을 통한 최종 결론

- 외국인과 한복 착용 입장객 비율 상관계수는 내국인은 0.36 외국인은 0.33으로 **두 군 모두 한복 착용 입장객 비율과 연관성이 있다.**
- 내국인의 한복 입장객 비율의 상관계수가 더 높기에 **주 대상층은 내국인으로 잡는다.**
- 내국인을 주 대상층으로 겨냥한 이벤트를 진행하되, 외국인과의 상관계수와도 차이가 크지 않음을 고려해서, 외국인들도 쉽게 접근할 수 있는 SNS 등에 홍보하면 가게가 경쟁력을 더 얻을 수 있을 것이다.

3. 검증 데이터

[내국인과 한복 착용 입장객 비율 산점도]

산점도/회귀선



[외국인과 한복 착용 입장객 비율 산점도]

산점도/회귀선

