1. 300명의 응답자중 89.3%가 칼부림 사건에 관련 뉴스나 정보를 찾아보았다.
2. 칼부림 예고로 인해 42%의 사람들이 일정을 변경한적이 있다.
3. 칼부림 사건 이후 호신용품에 대해 한번이라도 검색하본 사람들은 46.3%였다.
4. 가장 많이 검색한 호신용품 종류는 호신용 스프레이이다. 아마 가장 사용하기 편리하고 부피가 작기 때문이라고 생각한다.
5. 하지만 실제로 구매까지 한 경우는 12%이다.
6. 호신용품을 소지한다면 불안감 해소할 수 있다는 느낌을 5가지로 나누어 봤을 때 3,4,5의 비율이 66.6%이다.
7. 설문조사를 통해 상관관계를 분석한 결과

0.4 이상을 유의미한 결과로 해석했을 때

다음 7가지가 있었다.

1. 칼부림 사건 정보 찾아본 경험// 검색량
2. 검색량 // 불안감
3. 불안감 / 칼부림 예고가 약속을 취소하거나 장소를 바꾸는 영향
4. 예고로 인한 약속 취소 경험 // 칼부림 예고가 약속을 취소하거나 장소를 바꾸는 영향
5. 내가 구매한 경험 // 선물한 경험
6. 내가 구매한 시점 // 선물한 시점
7. 소지허가 필요성 아는 것 // 정당방위 인정 불가 아는 것

스크린샷, 다채로움, 도표, 라인이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

1. 우리가 집중한 부분은 본인이 구매한 경험과 선물한 경험, 구매한 시점과 선물한 시점이 상관관계가 있는 것을 나타났다.
2. 이를 통해 우리의 호신용품 판매 전략은 본인이 구매할 때 친구의 호신용품까지 같이 구매할 수 있도록 유도할 계획이다.