



코로나의 두 얼굴

코로나가 소비트렌드에 어떤 영향을 미쳤는가?

코로나의 두 얼굴 코로나가 소비 트렌드에 어떤 영향을 미쳤는가?

1. 온오프라인 소비 데이터 분석

- 삼성/신한카드 오프라인 소비 데이터
- 엠코퍼레이션 온라인 소비 데이터

2. 코로나 사태와 비슷한 과거 사례 분석

- 뉴스 데이터 키워드 분석을 중심으로

3. 결론 및 제안



01 온·오프라인 소비데이터분석

삼성/신한카드사 오프라인 소비데이터개요

01 삼성카드

데이터명

Samsungcard

구분

대분류 카테고리, 성별, 연령, 일자별

데이터 설명

상품 대분류 카테고리
*성별 *연령대 *결제 수 데이터

데이터 기간

2019.01.01 ~ 2020.06.30

컬럼 설명

소비일자	20190101 ~ 20200630
소비업종	총 14개 분류
성별	남/여
연령대	20/30/40/50/60 대 이상
소비건수	전체카드 시장분으로 추정



가전/가구	요식/유흥
가정생활/서비스	의료
교육/학원	자동차
미용	주유
백화점/아울렛	패션/잡화
스포츠/레저	편의점
여행/교통	할인점/마트

02 신한카드

데이터명

Shinhancard

구분

대분류 카테고리, 성별, 연령, 일자별

데이터 설명

상품 대분류 카테고리
*성별 *연령대 *결제 수 데이터

데이터 기간

2019.01.01 ~ 2020.06.30

컬럼 설명

소비일자	20190101 ~ 20200630
소비업종	총 30개 분류
성별	남/여
연령대	10 ~ 70 대 이상
소비건수	전체카드 시장분으로 추정



한식	음/식료품
일식/중식/양식	의복/의류
제과/커피	패션/잡화
기타 요식	스포츠/레저
유흥	숙박
백화점	여행
할인점/슈퍼마켓	미용 서비스

(외 16개)

01 온·오프라인 소비 데이터 분석

엠코퍼레이션 온라인 소비 데이터 개요

01 엠코퍼레이션

데이터명

Mcorporation.zip

데이터 설명

금융사 데이터를 기반으로 한 온라인 상품 구매 데이터
상품 대분류 카테고리 (65개 대분류)
*성별 *연령대 *결제 수 데이터 *os유형 *결제 금액 데이터

컬럼 설명

날짜	카테고리	OS유형	고객성별	고객나이	결제 금액	결제 수
20190101	헬스용품/기구	안드로이드	F	20	35304000	11768
20190101	헬스용품/기구	안드로이드	F	30	50392040	16797
20190101	헬스용품/기구	안드로이드	F	40	492942930	164314
20190101	헬스용품/기구	안드로이드	F	50	4784563	1595
20190101	헬스용품/기구	안드로이드	F	60	1854531	618
20190101	헬스용품/기구	안드로이드	F	70	218577	73
20190101	헬스용품/기구	안드로이드	M	20	2177648413	725883
20190101	헬스용품/기구	안드로이드	M	30	2482556	828
20190101	헬스용품/기구	안드로이드	M	40	5241583	1747
20190101	헬스용품/기구	안드로이드	M	50	5123	2
20190101	헬스용품/기구	안드로이드	M	60	15621	5
20190101	헬스용품/기구	IOS	F	20	54217315	18072
20190101	헬스용품/기구	IOS	F	30	55494553	18498
-	-	-	-	-	-	-
20200630	PC/사무기기	안드로이드	F	50	345234234	115078

구분

대분류 카테고리, 성별, 연령, 일자별

데이터 기간

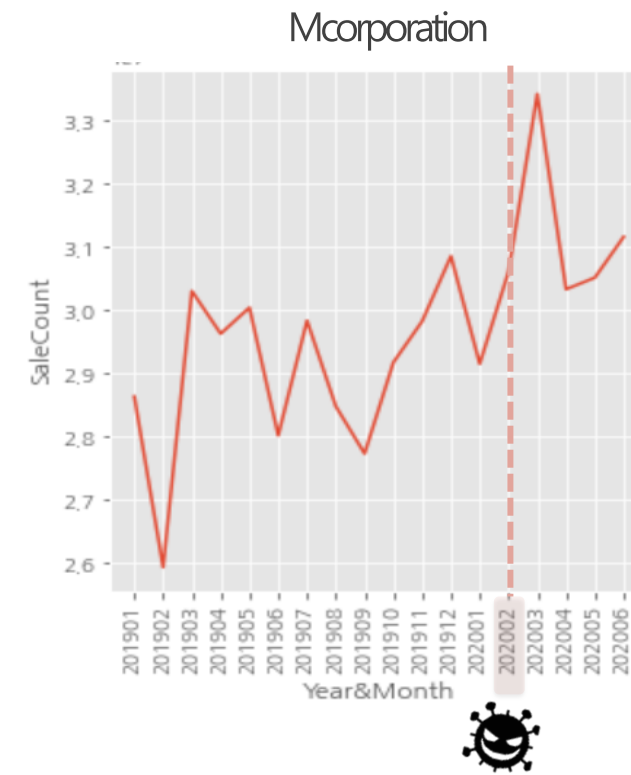
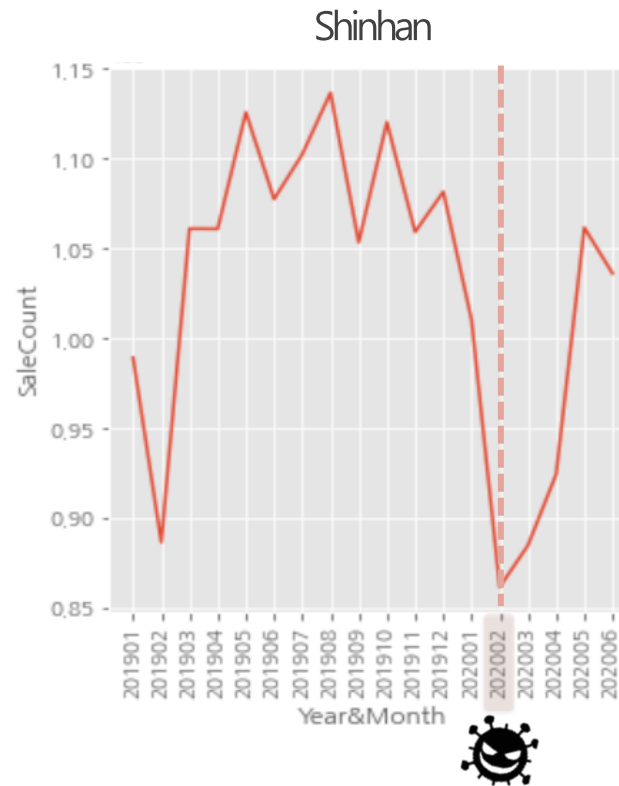
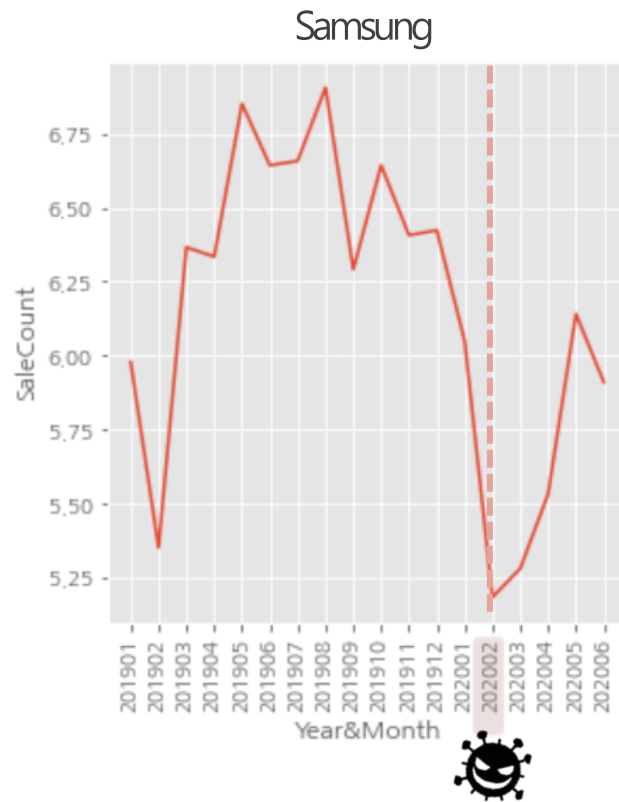
2019.01.01 ~ 2020.06.30

	구매날짜	카테고리명	고객성별	고객나이	OS유형	구매금액	구매수
0	20190101	PC/사무기기	F	10	IOS	352443	13
1	20190101	PC/사무기기	F	10	WINDOWS	84000	1
2	20190101	PC/사무기기	F	10	안드로이드	80870	8
3	20190101	PC/사무기기	F	10	없음	3700	1
4	20190101	PC/사무기기	F	20	IOS	27714776	381

01 온·오프라인 소비 데이터 분석

전체 소비건수 추이 (온·오프라인 소비건수 추이)

2020.02를 기점으로 오프라인 소비 건수 급락 / 원래 상승세이던 온라인도 잠시 감소 했으나 대폭 상승함



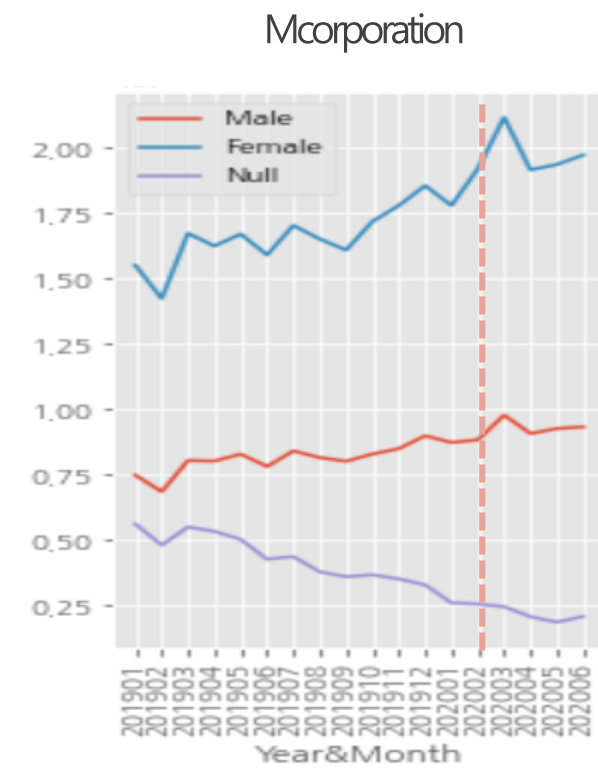
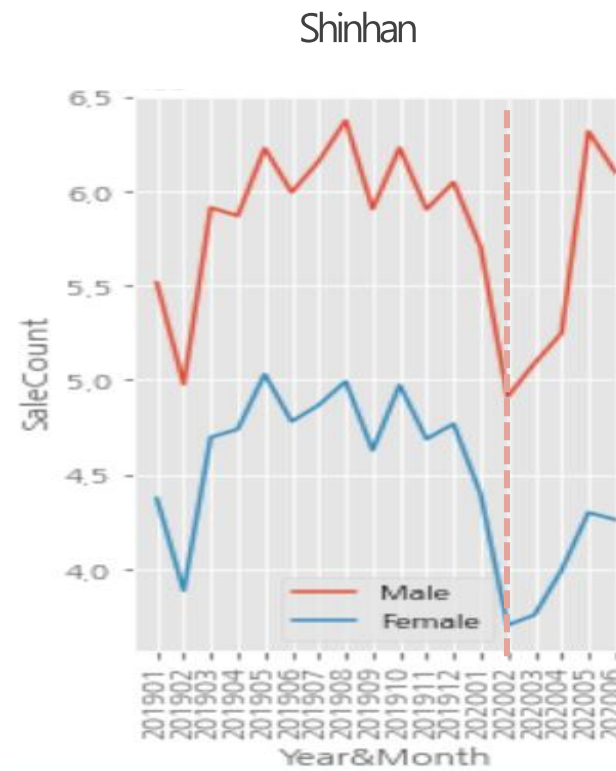
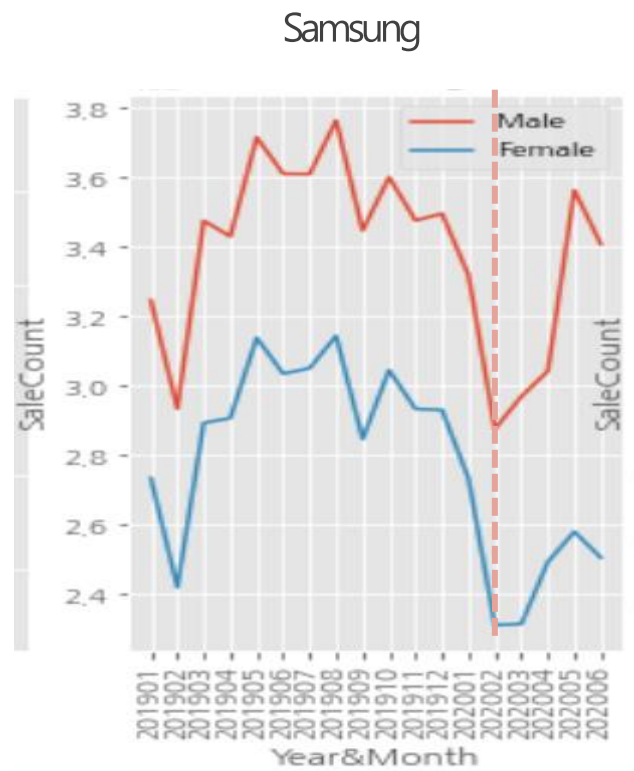
코로나 영향으로 인해 오프라인 소비는 감소/온라인 소비는 증가하였다.

다음으로 온·오프라인 소비에서 성별, 연령별, 품목별로 어떤 차이가 있는지 알아보려고 한다.

01 온·오프라인 소비 데이터 분석

남·여별 소비건수 추이(온·오프라인 소비건수 추이)

2020.02를 기점으로 오프라인 소비 건수 급락 / 원래 상승세이던 온라인도 잠시 감소 했으나 대폭 상승함



오프라인의 경우, 남성이 여성보다 소비건수가 더 많다. (남>여)

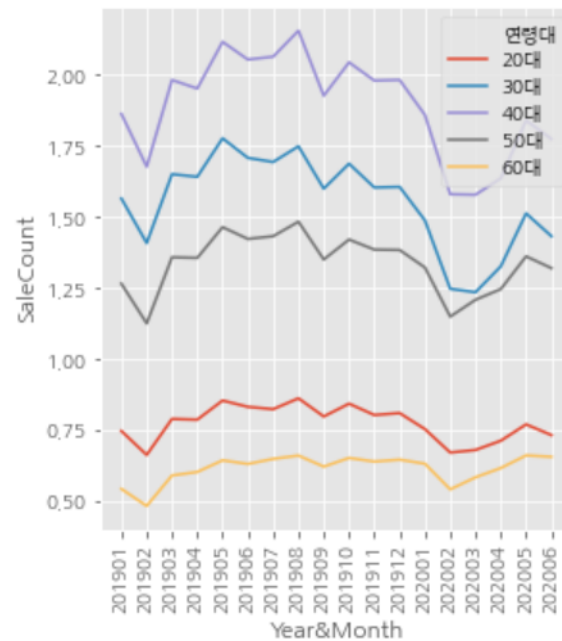
온라인의 경우, 여성이 남성보다 소비건수가 약 2배 더 많다. (남<여)

01 온·오프라인 소비 데이터 분석

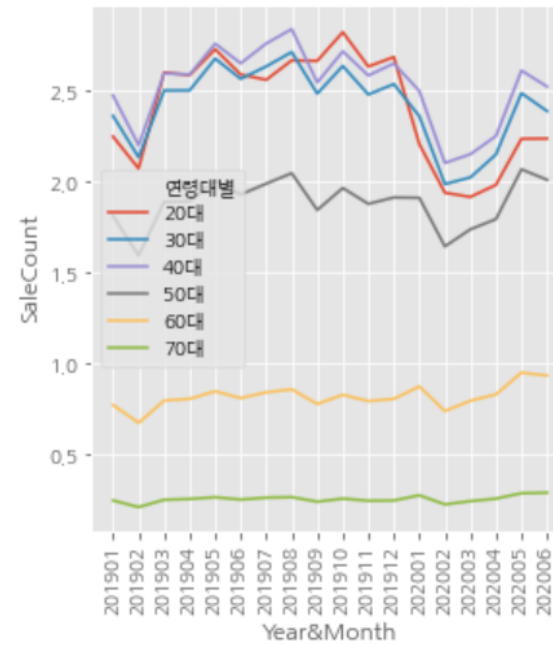
연령별 소비 건수 추이(온·오프라인 소비 건수 추이)

2020.02를 기점으로 오프라인 소비 건수 급락 / 원래 상승세이던 온라인도 잠시 감소 했으나 대폭 상승함

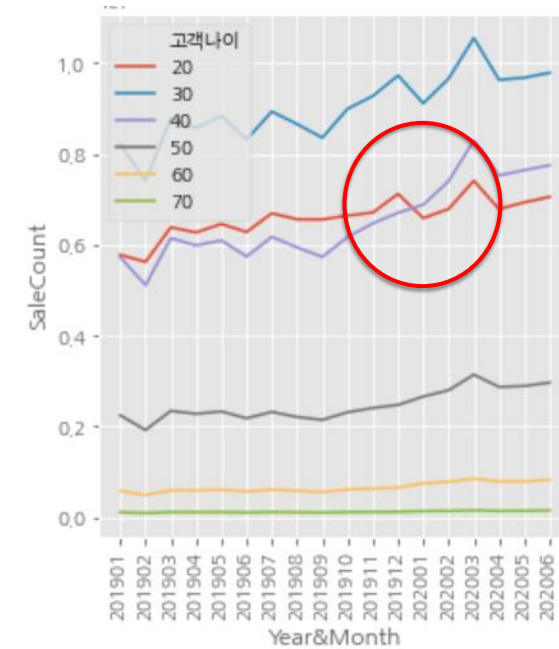
Samsung



Shinhan



Mcorporation



각카드사는 코로나 이후 감소했다가 증가하는 추세, 2019.02가 코로나 시기와 패턴이 유사하다.

온라인 데이터는 코로나 이후 20대를 40대가 추월한 점이 눈에 띈다.

01 온·오프라인 소비 데이터 분석

품목별 소비건수 추이(오프라인 소비건수 추이)

01 코로나 이후 소비 건수가 반등하지 못한 품목



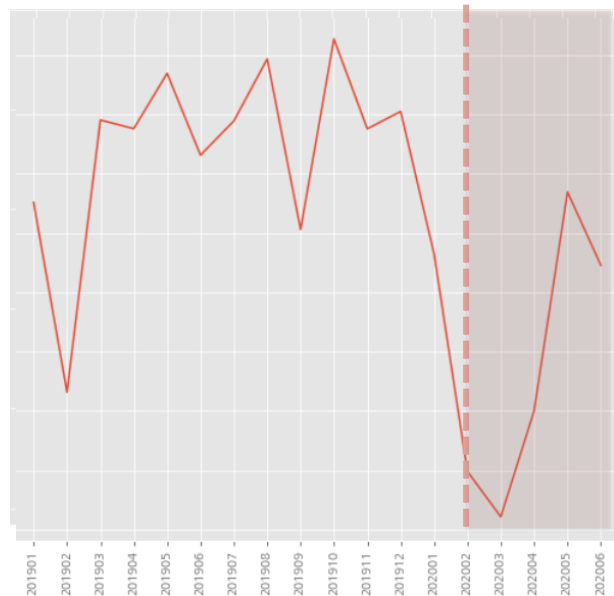
사람들 간의 접촉이 많은 품목 같은 경우, 소비건수가 지속해서 하락세인 것을 확인할 수 있다.

01 온·오프라인 소비 데이터 분석

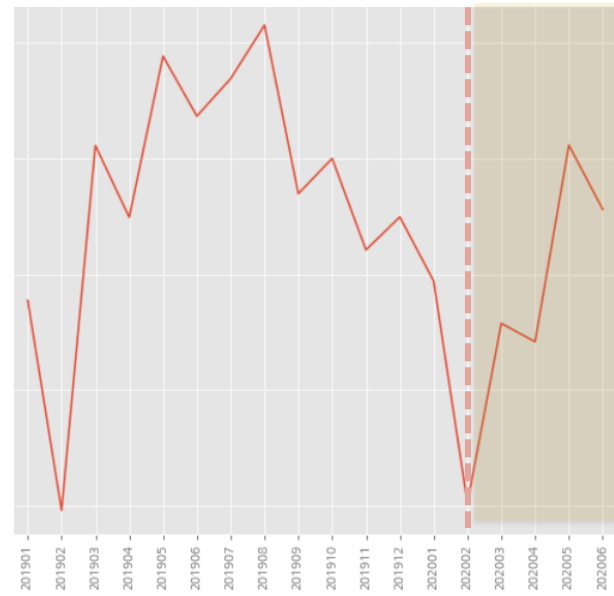
품목별 소비건수 추이(오프라인 소비건수 추이)

02 코로나 이후 소비 건수가 반등한 품목

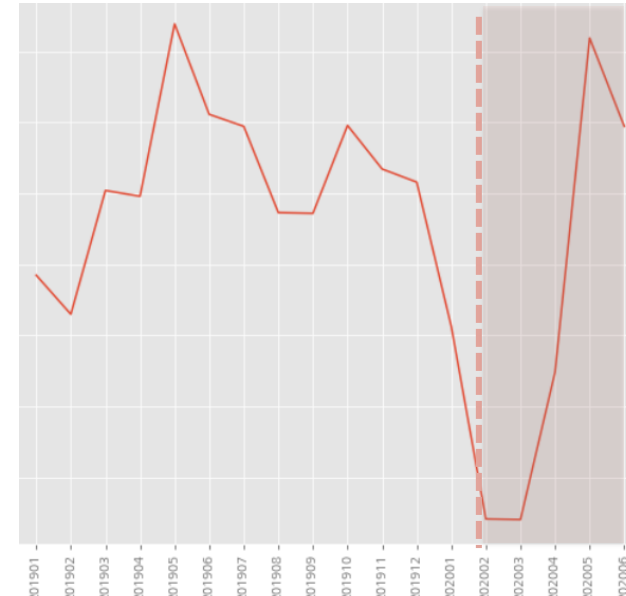
한식(요식업)



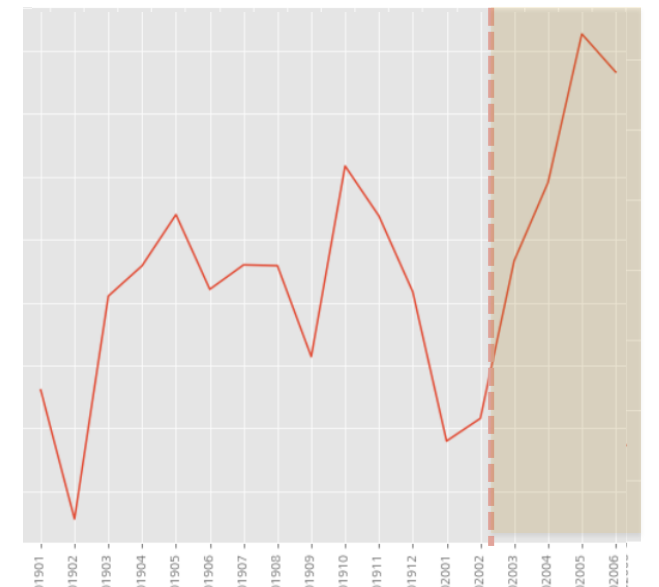
할인점/슈퍼마켓



의복/의류



인테리어



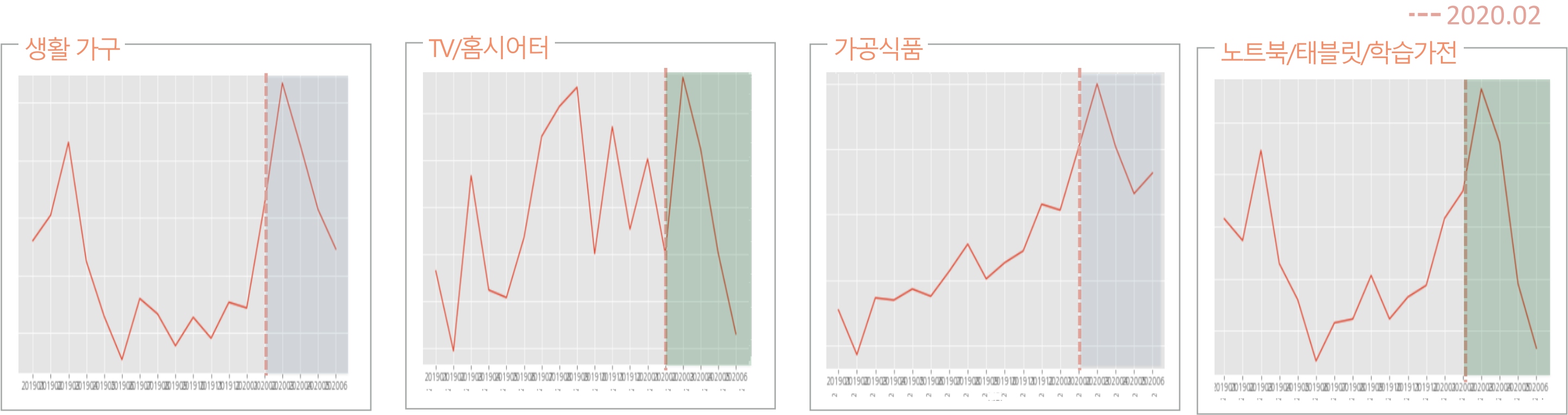
--- 2020.02

코로나 영향으로 타격을 입었으나, 반등하는 패턴을 보인다.
2020년 5월 시기적으로 봤을 때, 1차 재난지원금의 영향으로 짐작해볼 수 있다.

01 온·오프라인 소비 데이터 분석

품목별 소비건수 추이(온라인 소비건수 추이)

03 코로나로 인해 수혜를 입은 품목



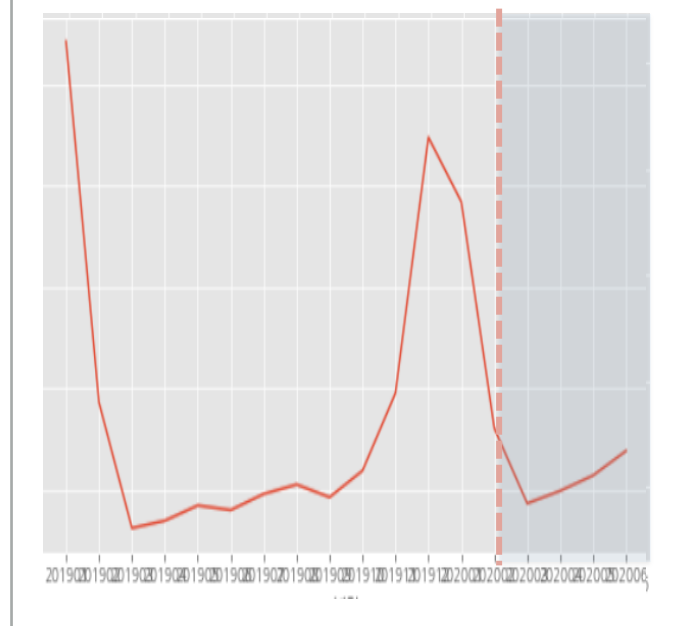
외부활동에 제한이 생겼지만, **실내 활동**은 증가하다 보니 가전이나 가구, 가공식품 등 품목이 **상승**하는 패턴을 보인다. 특히 온라인 수업이 활성화되며, 노트북/태블릿/학습가전이 가파르게 상승했다.

01 온·오프라인 소비 데이터 분석

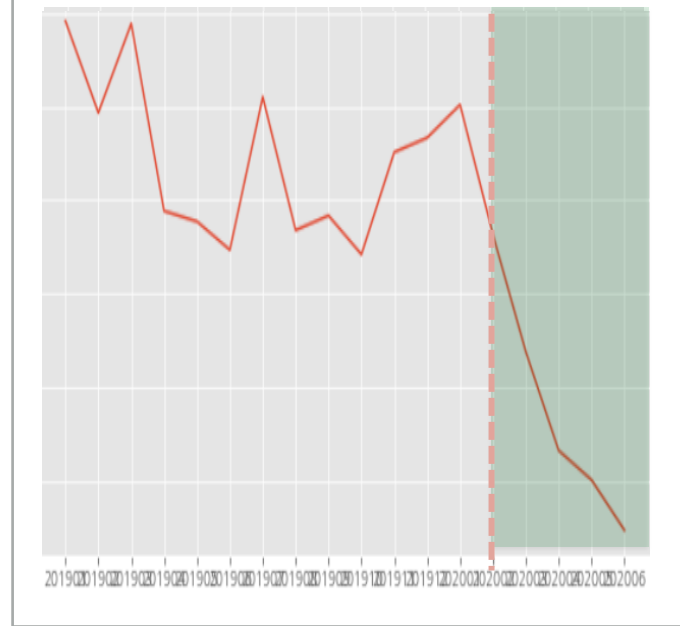
품목별 소비건수 추이(온라인 소비건수 추이)

04 코로나로 인해 피해를 본 품목

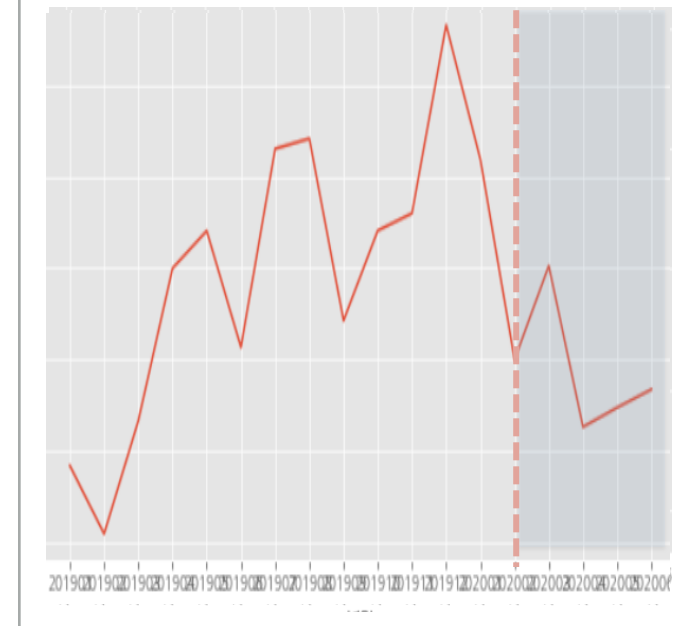
스키/보드용품



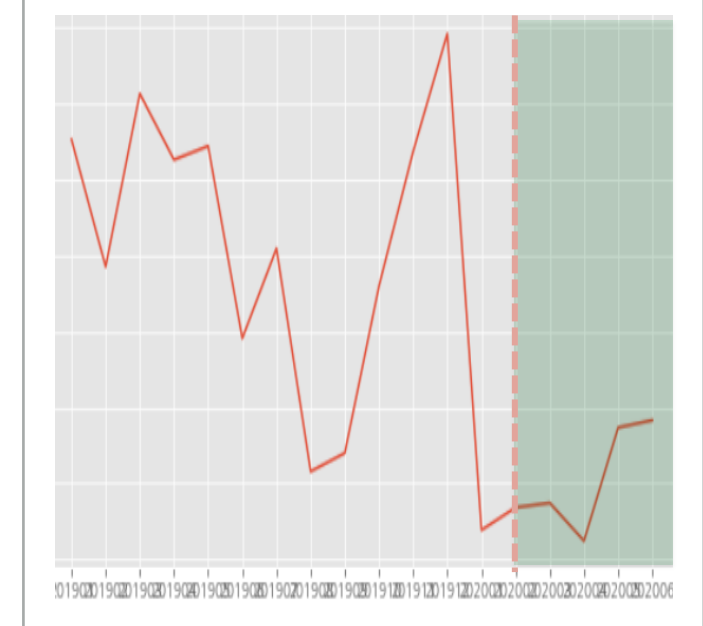
성인용품



서비스/티켓



가방/지갑/잡화



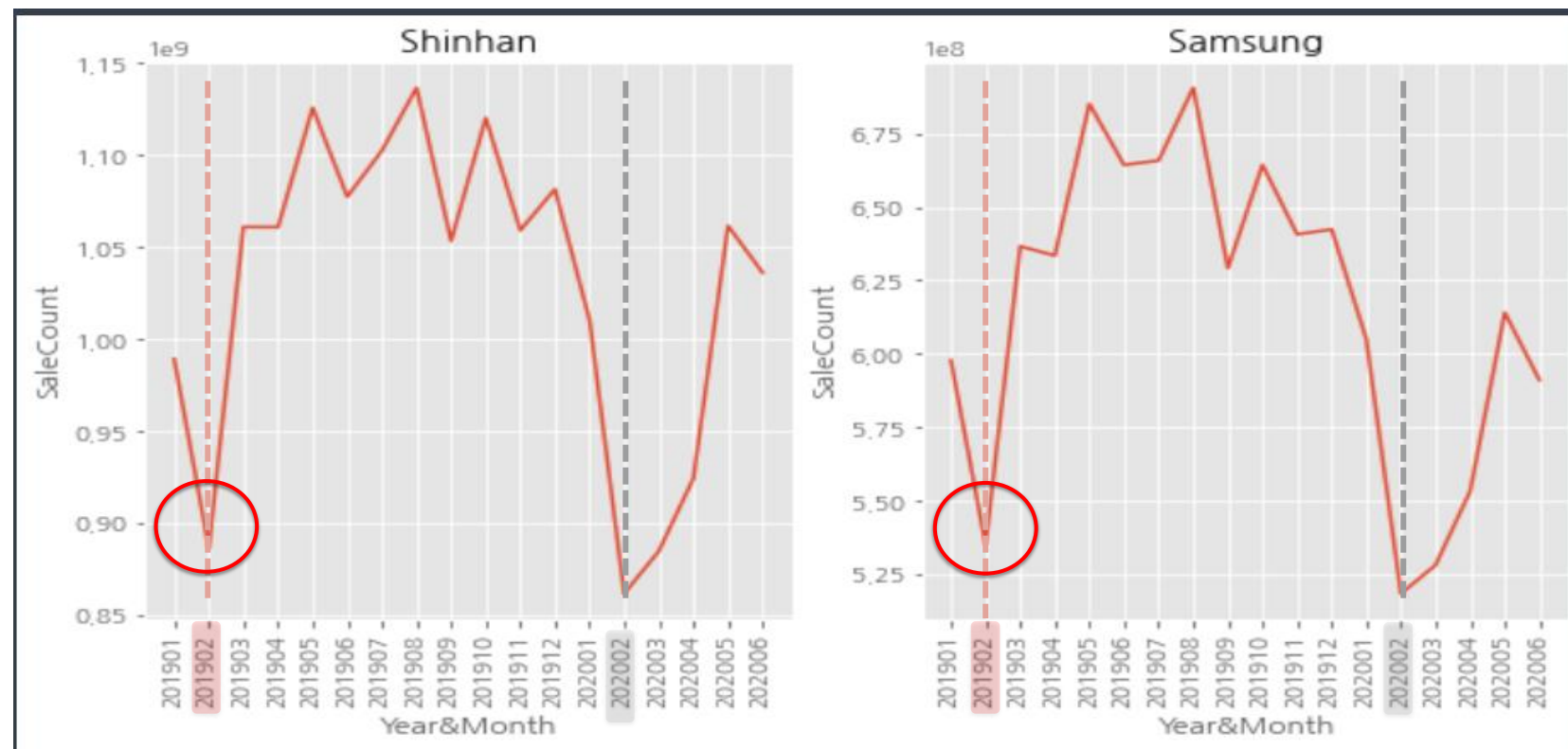
--- 2020.02

스키/보드용품의 경우 1월~2월 말까지 성수기임에도 불구하고 전년 대비 소비 건수가 급감하였다.
나머지 품목의 경우, 기존 높은 소비 건수를 기록했지만 코로나 이후 급감하였다.

02 코로나 사태와 비슷한 과거 사례 분석

지금까지 코로나가 이슈되었던 2020년 2월을 기준으로 성별/연령별/품목별로 소비 트렌드를 파악했다.
그렇다면 과거에 비슷한 사례가 있었을까?

2019년 2월이 2020년 2월과 유사한 패턴을 보인다.



2019년 2월에는 어떤 사회현상이 있었는지를 뉴스 데이터를 통해 분석했다.

02 코로나 사태와 비슷한 과거 사례 분석

MBN 뉴스데이터 개요

01 MBN News

데이터명

Mk_news_201901_202006.xlsx

데이터 설명

2019년 1월 ~ 2020년 6월까지 매일경제 뉴스 데이터
316,825건 (2.48MB)

컬럼 설명

No.	Pubdate	Pubtime	Title1	Body	Keyword
뉴스 시퀀스 번호	발행 날짜	발행 시간 *000000	섹션	내용	주요 키워드

2019년 2월, 2020년 2월 어떤 사회이슈가 있었는지 알아보기 위해
각각의 keyword를 워드클라우드를 작성하여 비교 분석했다.

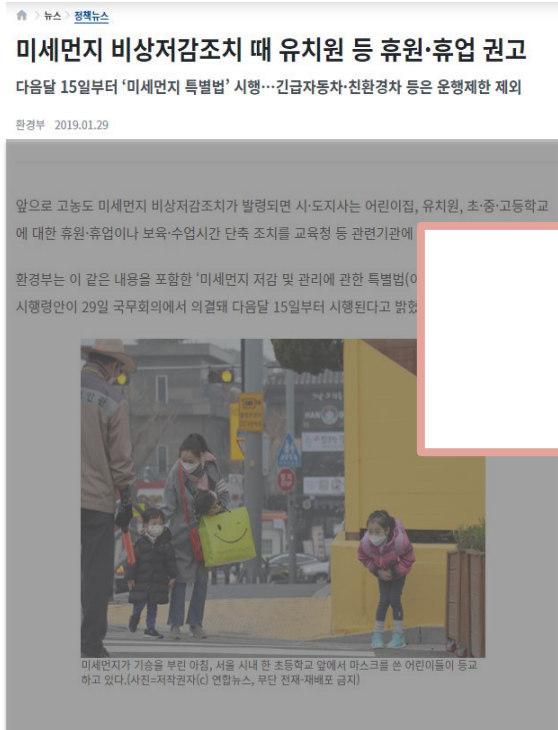
MBN 뉴스데이터 분석

[illegible]

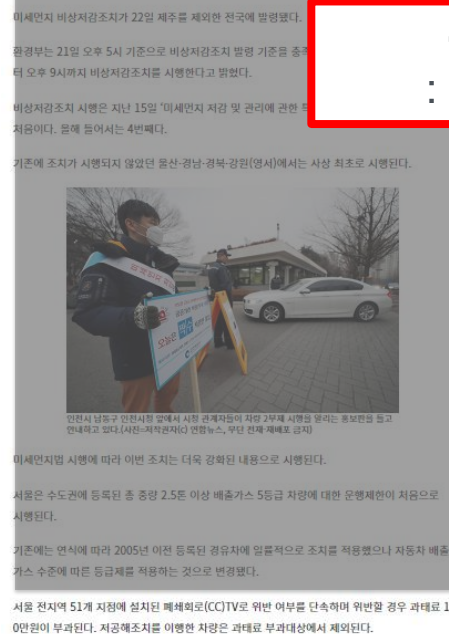
02 코로나 사태와 비슷한 과거 사례 분석

(출처: 대한민국 정책브리핑)

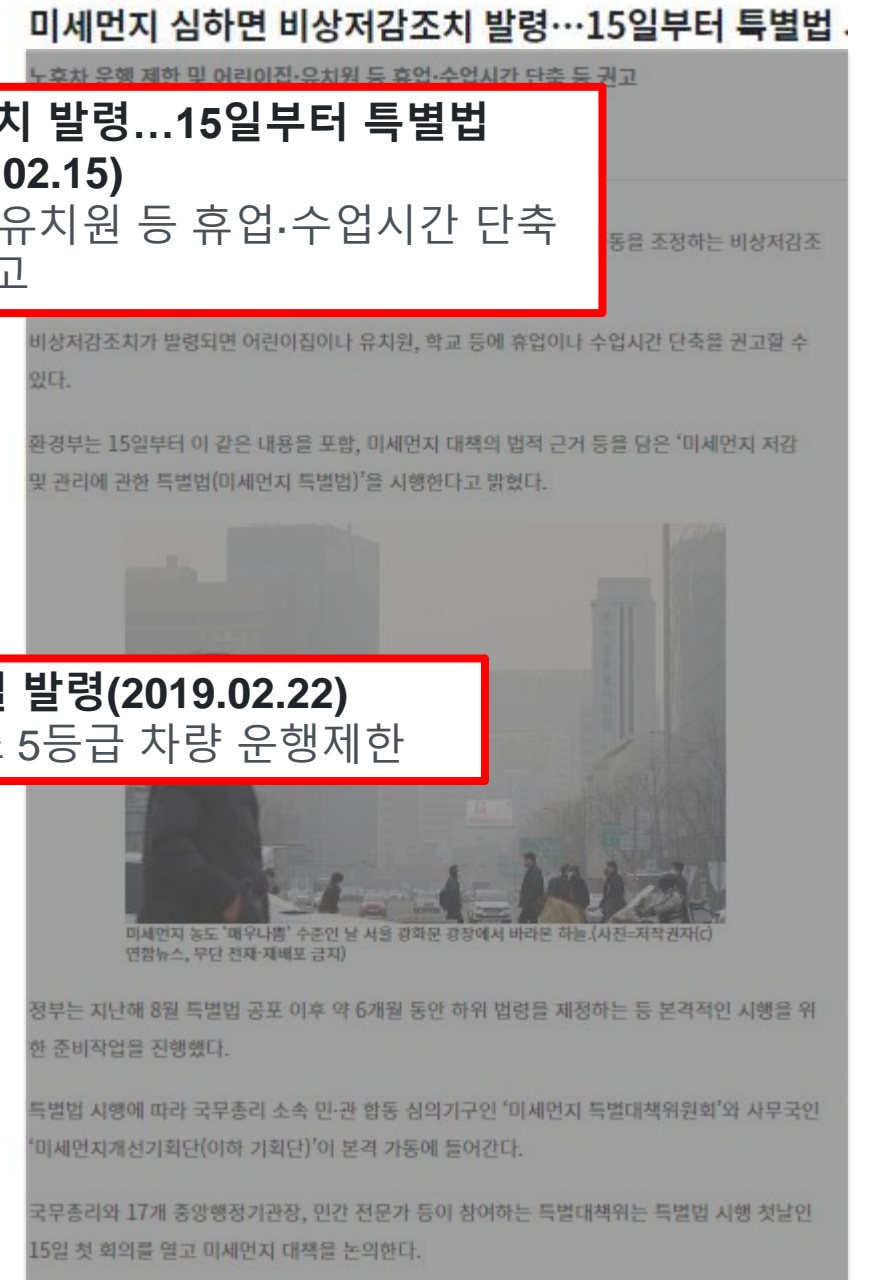
MBN 뉴스데이터 분석



- 미세먼지 비상저감조치 때 유치원 등 휴원·휴업 권고(2019.01.29)
: 다음달 15일부터 '미세먼지 특별법' 시행... 긴급자동차·친환경차 등은 운행제한 제외

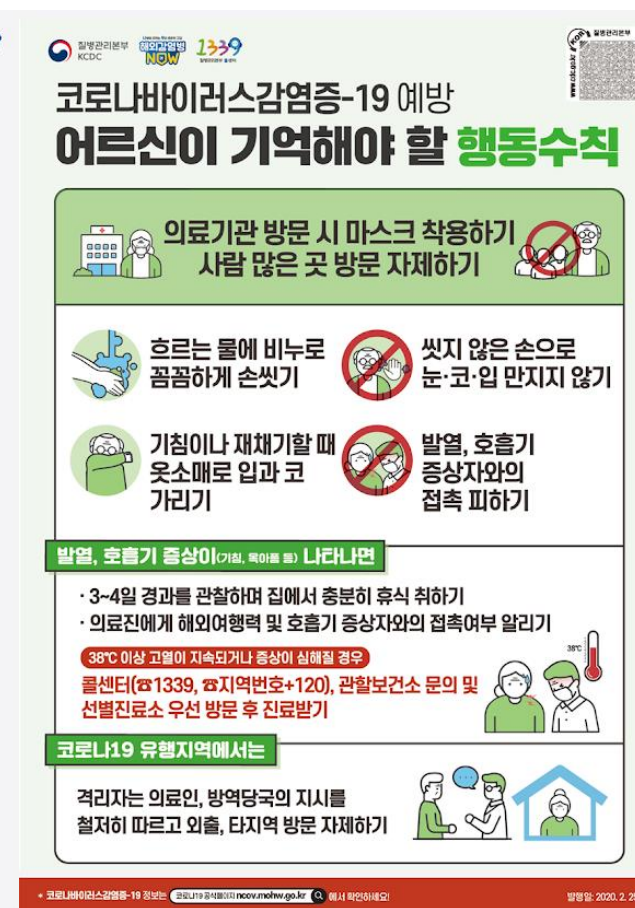


- 미세먼지법 시행 이후 첫 '비상저감조치' 22일 발령(2019.02.22)
: 오전 6시부터 오후 9시까지... 서울시, 배출가스 5등급 차량 운행제한



정부가 특별법을 시행하여 차량 운행제한, 휴원, 휴업을 권고할 정도로 미세먼지 문제가 심각했다.

미세먼지와 코로나 공통점/ 차이점



공통점

- 외출자제
- 마스크 착용
- 위생관리

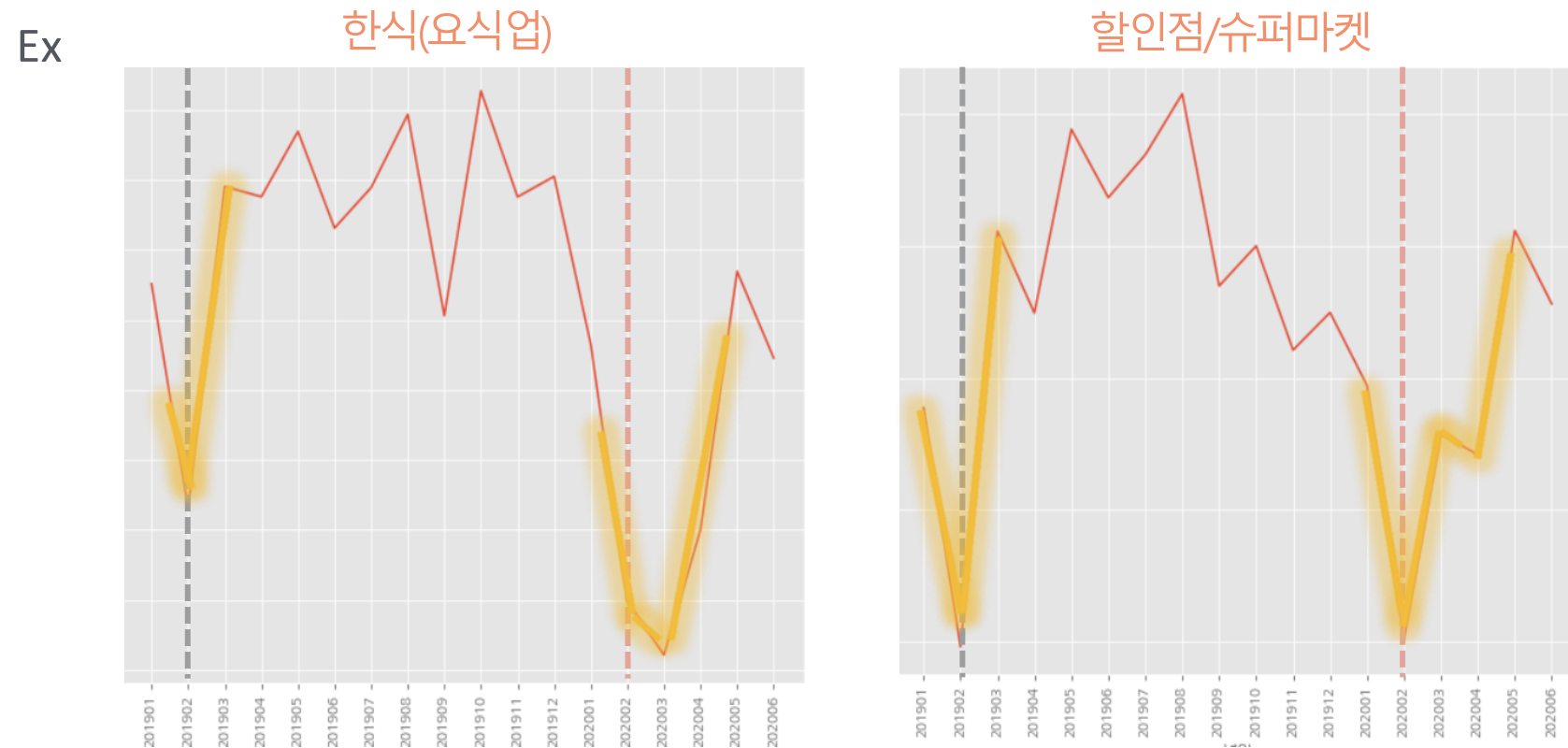
차이점

- 전염성

02 코로나 사태와 비슷한 과거 사례 분석

미세먼지와 코로나 공통점

오프라인 소비 데이터, 2019년 2월이 2020년 2월과 유사한 패턴을 보인다.



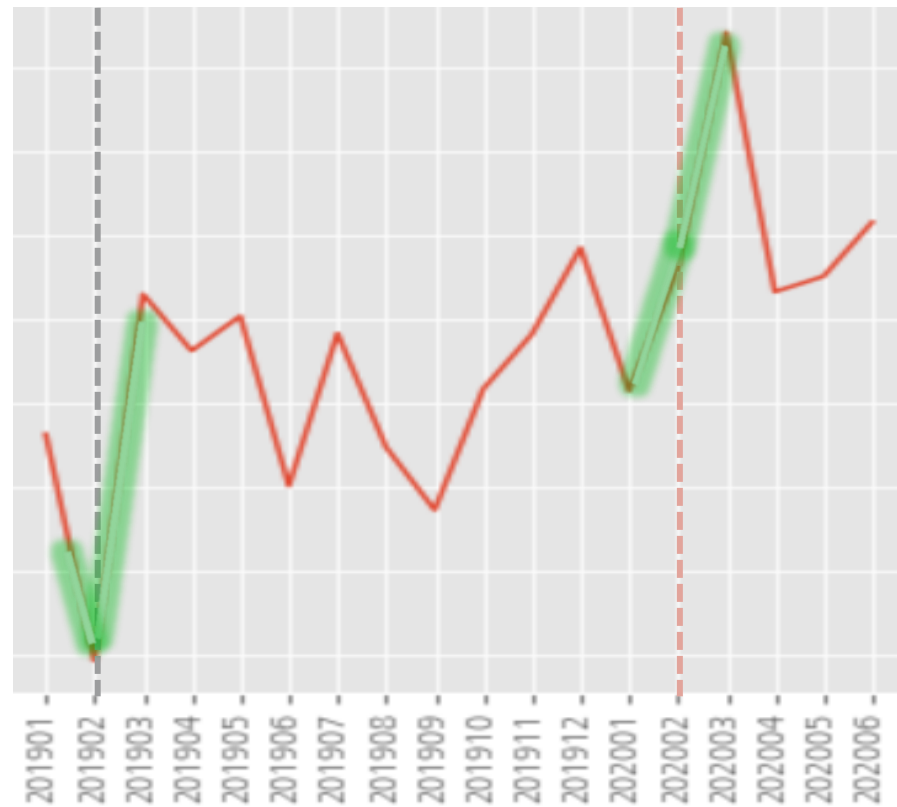
외출이 필요한 품목에 대해 상당히 유사한 패턴을 보인다.

02 코로나 사태와 비슷한 과거 사례 분석

미세먼지와 코로나 차이점

두 기간 모두 외출이 제한된 상황인데 차이를 보이는 이유가 무엇일까?

온라인 소비 데이터, 2019년 2월이 2020년 2월과 상반된 패턴을 보인다.



가설

01 사람 간 대면 접촉 자제

- 미세먼지와는 다르게 코로나 바이러스는 전염성이 있으므로 사람과 사람 간의 대면 접촉을 피해야 하는 상황임.

02 비대면 분야의 빠른 발전

- 이는 곧 2019년 2월(미세먼지)에 비해 비대면 분야가 빠르게 발전하는 데 한 몫했을 것으로 보임.

03 새로운 연령대의 온라인 유입

- 온라인 소비가 다소 저조했던 연령대의 신규 유입에 따라 차이를 보이는 것으로 생각할 수 있음

02 코로나 사태와 비슷한 과거 사례 분석

미세먼지와 코로나 차이점

분석결과

01

사람 간 대면 접촉 자제: 미세먼지와는 다르게 코로나 바이러스는 전염성이 있으므로 사람과 사람 간의 대면 접촉을 피해야 하는 상황임

02

비대면 분야의 빠른 발전: 이는 곧 2019년 2월(미세먼지)에 비해 비대면 분야가 빠르게 발전하는 데 한 몫 했을 것으로 보임.

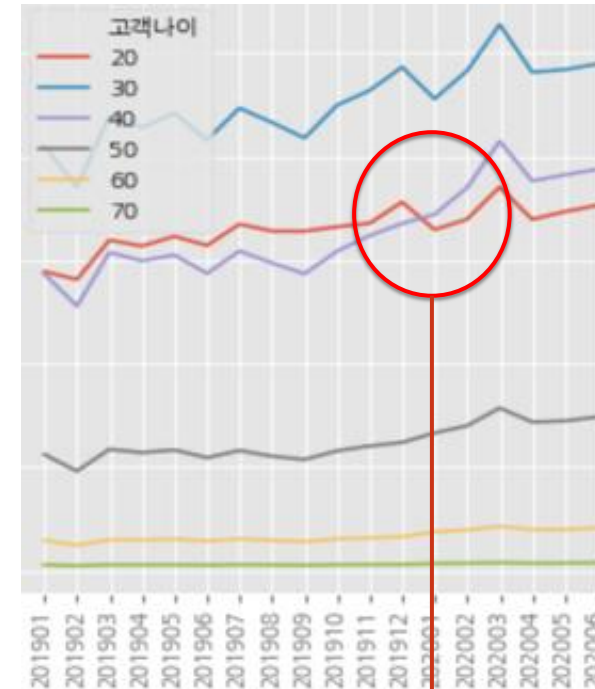
03

새로운 연령대의 온라인 유입: 온라인 소비가 다소 저조했던 연령대의 신규 유입에 따라 차이를 보이는 것으로 생각할 수 있음

2020년 유입이 증가한 시기의 상세 그래프를 살펴보면, 특히 코로나의 수혜를 입은 품목에서 40대의 온라인 쇼핑물 유입현상이 더욱 두드러짐

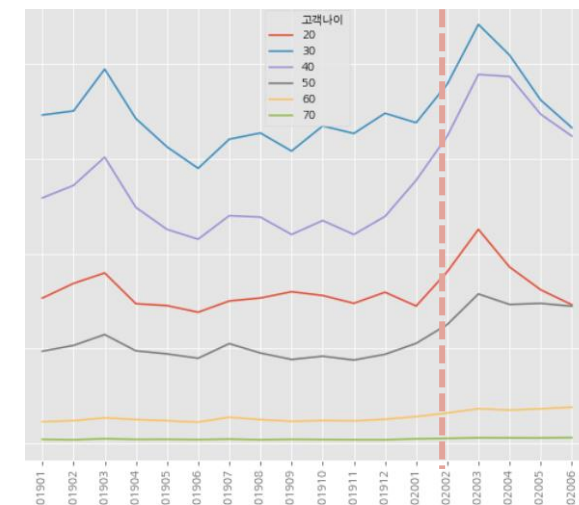
→ 2019년 경제력이 높은 **40대**의 온라인 쇼핑물 유입이 적었으나, 2020년에 20대를 넘어설 정도로 **유입이 증가함**

<온라인 구매 데이터>

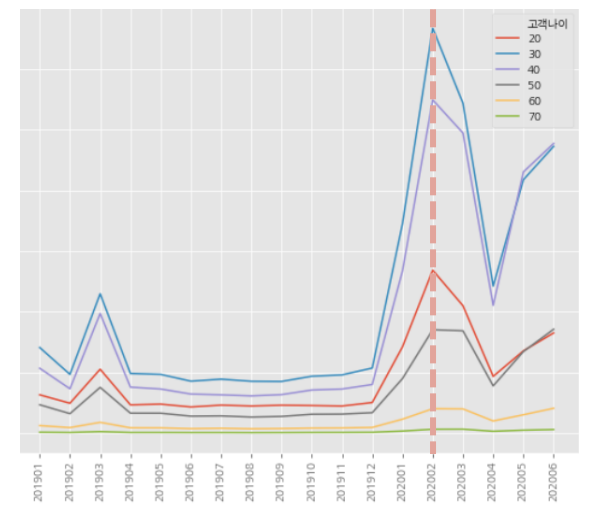


40대
20대

생활 가구



건강 관련 용품



03 결론및제안

결론

-
- ① 코로나로 외부 활동이 필요한 품목의 소비가 감소하고 실내에서 필요한 품목의 소비가 증가
 - ② 오프라인(카드) 소비는 감소했지만, 온라인에서의 소비는 오히려 호황
 - ③ 외부활동이 제한된 상황(미세먼지/코로나)에서는 카드 소비 패턴 유사하지만 온라인 소비는 정반대의 양상을 보였음
 - 그 원인으로 40대의 온라인 쇼핑몰 유입이 2020년에 크게 늘어난 점을 주목할 수 있다.
-

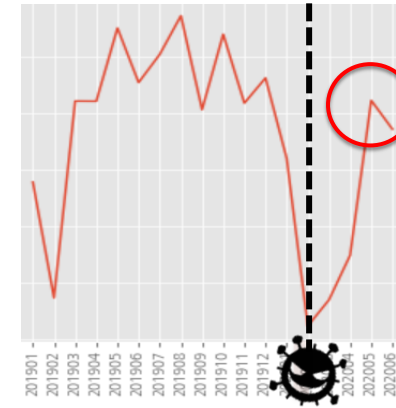
03 결론 및 제안

제언



정부적 측면

- '재난 지원금을 온라인 시장으로 확대하면 더 효과적인 경기 부양책이 될 것이다.
- 現 전반적인 지원도 좋지만, 소비가 부진한 품목에 대한 선별적 지원이 필요해 보인다.
- 소득 및 자산 수준이 높은 50대의 온라인 소비가 활성화되는 정책을 마련한다면, 소비 부양이 좀 더 잘 이루어질 것으로 예상된다.



첫 재난 지원금 지급 실시



개인적 측면

- 자영업을 희망하는 개인은 소비 트렌드에 대한 정보를 참고함으로써 실패 확률을 낮출 수 있다.
- 최근 주식 투자에 대한 관심이 높은 만큼 개인 투자자에게 정확한 소비 트렌드 정보를 제공해 올바른 투자를 이끌어 낼 수 있다.