

# 관악구에서 ~~살아남기~~ 장사하기!



3조: '강사님시각화어떻게하조  
팀장: 김건우  
팀원: 강태환, 박상권, 최진호



작년 음식점 폐업 늘었다....창업교육·공...

발행일 : 2022.04.03 14:00 지면 : 2022-04-03

음식점 창업하면 5년 버티는 곳 10개 중 2개

음식점 10개 창업 때 8개 이상 폐업...폐업률, 타업종보다 높아

|"국내 음식점, 일본이나 미국과 비교하면 인구 대비 3배 이상"



3

높은 폐업률 지속

하루가 멀다하고 없어지고  
생겨나는 집앞 음식점들

프로젝트개요

그럼에도 불구하고!  
많은 음식점을 개업하려면?  
망하지 않는 길은

# 데이터 수집



# 수집데이터 및 활용목적



인구



상권



키워드



# 인구데이터



인구

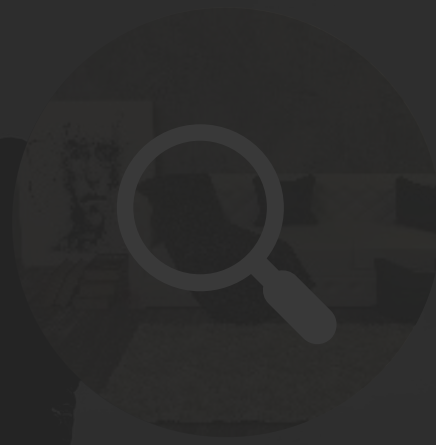
거주 및 생활인구  
데이터를 통해  
주요 타깃 파악

생활인구 수 [21.01~21.12]  
세대원수별 가구 수 [22.01~22.04]  
서울시 전입 인구 수 [21.01~21.12]  
서울시 전입 사유 [21.01~21.12]  
CSV파일 활용

출처 :서울 열린 데이터 광장  
제공 : 서울특별시



상권



키워드

# 상권 데이터

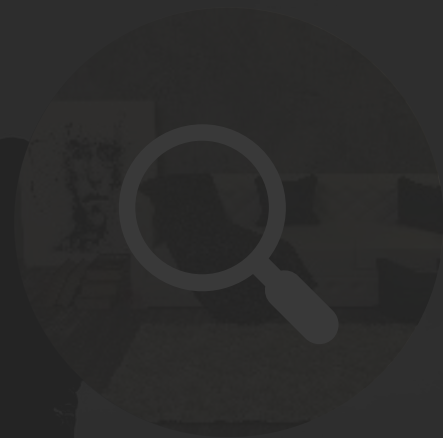


인구



상권

상권 생태계를  
파악하여 효율적인  
지역 선별



키워드

상권 생활인구 [2019.~2021.]  
상권 추정매출 [2019.~2021.]  
상권 점포 수 [2019.~2021.]  
CSV파일 활용

출처 : 서울 열린데이터 광장  
제공 : 서울신용보증재단

# 상권 데이터



인구



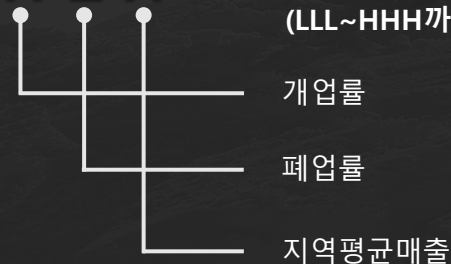
상권

상권 생태계를  
파악하여 효율적인  
지역 선별



키워드

**H L H** : 평균 보다 높은 수준에 따라 H, L 랭크 부여  
(LLL~HHH까지 8개의 랭크로 구분)



# 키워드 데이터

네이버광고관리시스템(키워드도구)



인구



상권



키워드

네이버광고관리시스템 - 키워드 도구

- 최근 한달간 키워드 검색 수
- 키워드 클릭 시, 월간 검색 수 추이(1년)
- 키워드 클릭 시, 성별, 연령별 검색 비율 분포

네이버 키워드  
검색 수로 업종별  
선호수준 파악



HAVE

검색광고

스마트스토어센터

스타트플레이스

소팔파트너센터

페이

성라شد스플레이광고

광고관리

정보관리

보고서

도구

비즈니스 (0원)

총정하기

키워드 도구 "파워링크 캠페인"의 새로운 키워드를 발굴해 보세요. [도움말 보기](#)

연관키워드 조회 기준

참하는 기준으로 "파워링크 캠페인"의 연관키워드를 조회하세요.(다중선택 가능)

☒ 키워드

단품에 하나의 입력하세요.  
(오마 5개까지)

☐ 웹사이트

체크 후 선택하세요

☐ 시즌 될

체크 후 선택하세요

☐ 집중

체크 후 선택하세요

☐ 시즌 특마

체크 후 선택하세요

조회하기

연관키워드 조회 결과

검색추가

연관키워드

0

필터금액수

PO 0

모바일 0

필터금액각수

PO 0

모바일 0

필터금액각력

PO 0

모바일 0

검역장도 0

필터금액누출  
공고수 0

1

위의 영역에서 조회 기준을 선택하고 새로운 키워드를 확인해 보세요.

키워드 모두의 연관키워드 조회 및 키워드 추가는 "파워링크 캠페인" 유형에 한해 지원합니다.

연관키워드는 과거 데이터를 바탕으로 통계 시스템을 통해 자동적으로 집계되고 있습니다. 또한 판매량 등 연관도 높은 관련 광고 상품 정보를 포함하여 있으며 광고주에게 다른 모든 일적 획득은 키워드를 선택한 광고주에게 있음을 알려드립니다.

기준 광고전시스템 바로가기 >

도움말

제당상업하기



# 키워드

네이버 키워드  
검색 수로 업종별  
선호수준 파악

[HAYVER](#)
[검색광고](#)
[스마트 스토어센터](#)
[스마트플레이스](#)
[쇼핑 파트너센터](#)
[퍼이](#)
[성광원디스플레이광고](#)

[광고관리](#)
[정보관리](#)
[보고서](#)
[도구](#)
[비즈매니 \(0원\)](#)
[승인하기](#)

키워드 도구 "파워렘프 캠페인"의 새로운 키워드를 발굴해 보세요. [프로젝트 보기](#)

연관키워드 조회 기준

원하는 기준으로 "파워렘프 캠페인"의 연관키워드를 조회하세요. (다중선택 가능)

☒ 키워드
 

단일 키워드 또는 키워드 그룹 (최대 10개까지 선택 가능)

신림동맛집

☐ 웹사이트
 

키워드 후 선택하세요

☐ 시즌 월
 

키워드 후 선택하세요

☐ 업종
 

키워드 후 선택하세요

☐ 시즌 테마
 

키워드 후 선택하세요

조회

연관키워드 조회 결과

선택 추가	연관키워드	영감검색수		경쟁검색수		경쟁검색률		관련정도	관련도 높은 광고수
		PO	모바일	PO	모바일	PO	모바일		
<div>!</div> <p>위의 연언에서 조회 기준을 선택하고 새로운 키워드를 확인해보세요.</p> <p>키워드 모두의 연관키워드 조회 및 키워드 추가는 "파워렘프 캠페인" 유형에 한해 지원됩니다.</p> <p>연관키워드는 과거 데이터를 바탕으로 통계 시스템에서 추출한 키워드로 실제 광고 성과를 보장하지는 않습니다. 또한 공개할 수 없는 데이터로 최근 광고 실적 정보를 보장하지 않으며 광고 클릭에 따른 모든 실적 차이는 키워드를 입력한 광고주에게 있음을 알려드립니다.</p>									

[기준 광고전시스템 바보기 >](#)
[도움말](#)
[채팅 상담하기](#)



## 키워드

네이버 키워드  
검색 수로 업종별  
선호수준 파악



# 키워드 데이터

네이버광고관리시스템(키워드도구)

키워드 도구 "파워랭크 캠페인"의 새로운 키워드를 발굴해 보세요. [도움말 보기](#)

연관키워드 조회 기준: 원하는 기준으로 "파워랭크 캠페인"의 연관키워드를 조회하세요. (다중선택 가능)

☒ 키워드 ☐ 회사이름 ☐ 웹사이트 ☐ 상품명 ☐ 서비스명 ☐ 업체명 ☐ 브랜드명 ☐ 제품명 ☐ 서비스명

연관키워드 조회 결과 (524개)

연관키워드	연관검색수		연관검색률		연관검색률		관련성도	연관검색률 평균수
	PO	모바일	PO	모바일	PO	모바일		
<a href="#">신동출판</a>	970	7,900	2.9	32.7	0.33	0.45	높음	15
<a href="#">신동출판</a>	3,070	20,300	7.5	41.8	0.27	0.22	높음	14
<a href="#">신동출판</a>	4,900	45,800	4.7	74.8	0.11	0.18	높음	15
<a href="#">상호출판</a>	820	7,190	1.5	15.7	0.20	0.24	중간	18
<a href="#">신동출판</a>	1,510	11,800	1.1	9.8	0.08	0.09	중간	18
<a href="#">신동출판</a>	490	9,810	1.1	2.8	0.28	0.07	중간	9
<a href="#">보통출판</a>	1,190	8,890	1.6	10.7	0.15	0.14	중간	8
<a href="#">유출출판</a>	1,080	7,440	9.7	54.1	0.38	0.78	높음	15
<a href="#">쿠미출판</a>	9,540	19,200	9.7	17.7	0.12	0.10	높음	15
<a href="#">쿠미디지털출판</a>	9,890	19,200	9.5	31.7	0.10	0.18	높음	15
<a href="#">박학출판</a>	1,190	11,100	2.8	20	0.28	0.19	중간	6
<a href="#">홍익출판</a>	20	190	0	0	0.00	0.00	높음	8
<a href="#">신동출판</a>	6,950	50,100	7.9	55	0.18	0.12	중간	18
<a href="#">홍익출판</a>	1,000	7,800	1.8	15.7	0.20	0.28	중간	7
<a href="#">서울대출판</a>	3,190	19,700	4.8	60.8	0.15	0.38	높음	15
<a href="#">사도출판</a>	4,490	40,800	9.8	91.8	0.08	0.09	중간	9
<a href="#">신동출판</a>	190	940	0	0	0.00	0.00	중간	1

연관키워드	연관검색수		연관검색률	
	PO	모바일	PO	모바일
신동출판	970	7,900	2.9	32.7

네이버 측에서 제공하는 데이터를 크롤링하여 수집  
(연관검색어 포함)



상권

키워드

네이버 키워드  
검색 수로 업종별  
선호수준 파악

# 키워드 데이터

네이버광고관리시스템(키워드도구)

NEW! 검색광고 스마트스토어센터 스마트플레이스 쇼핑파트너센터 쿠팡 성과창 디스플레이광고

광고관리 정보관리 보고서 도구 비즈머니 (0원) 후원하기

키워드 도구 "파워랭크 캠페인"의 새로운 키워드를 발굴해 보세요. [도움말 보기](#)

연관키워드 조회 기준: 원하는 기준으로 "파워랭크 캠페인"의 연관키워드를 조회하세요. (다중선택 가능)

키워드:  ☐ 회사이름  ☐ 시즌/월  ☐ 업종  ☐ 시즌/월

[조회하기](#)

연관키워드 조회 결과 (524개) [다중으로](#) [필터](#)

연관키워드	절대검색수		절반검색수		절반검색률		관련성도	절반검색률 광고수
	PO	모바일	PO	모바일	PO	모바일		
<a href="#">추가</a> 신상품맞춤	970	7,900	2.9	32.7	0.33 %	0.45 %	높음	15
<a href="#">추가</a> 신상품맞춤	3,070	20,300	7.5	41.3	0.27 %	0.22 %	높음	14
<a href="#">추가</a> 신상품맞춤	4,900	45,800	4.7	74.3	0.11 %	0.18 %	높음	15
<a href="#">추가</a> 상품맞춤	820	7,190	1.5	15.7	0.20 %	0.24 %	중간	13
<a href="#">추가</a> 신상품	1,510	11,800	1.1	9.3	0.08 %	0.09 %	중간	13
<a href="#">추가</a> 신상품	490	3,810	1.1	2.3	0.23 %	0.07 %	중간	9
<a href="#">추가</a> 브랜드맞춤	1,190	8,890	1.6	10.7	0.15 %	0.14 %	중간	8
<a href="#">추가</a> 유류상품	1,080	7,440	3.7	54.1	0.38 %	0.78 %	높음	15
<a href="#">추가</a> 쿠디맞춤	3,540	19,200	3.7	17.7	0.12 %	0.10 %	높음	15
<a href="#">추가</a> 쿠트디지탈마케팅	3,690	19,200	3.5	31.7	0.10 %	0.16 %	높음	15
<a href="#">추가</a> 방학맞춤	1,190	11,100	2.3	20	0.26 %	0.19 %	중간	6
<a href="#">추가</a> 봄맞춤	20	130	0	0	0.00 %	0.00 %	높음	3
<a href="#">추가</a> 신상품	6,950	50,100	7.9	55	0.13 %	0.12 %	중간	13
<a href="#">추가</a> 봄맞춤	1,000	7,800	1.3	15.7	0.20 %	0.23 %	중간	7
<a href="#">추가</a> 서울대입학	3,190	19,700	4.3	60.3	0.15 %	0.33 %	높음	15
<a href="#">추가</a> 사모수	4,490	40,800	3.3	31.3	0.08 %	0.09 %	중간	9
<a href="#">추가</a> 신상품	190	940	0	0	0.00 %	0.00 %	중간	1

연관키워드	절대검색수		절반검색수	
	PO	모바일	PO	모바일
신상품맞춤	970	7,900	2.9	32.7

상권

키워드

네이버 키워드  
검색 수로 업종별  
선호수준 파악



# 키워드 데이터

네이버광고관리시스템(키워드도구)



연관키워드 ?	월간검색수 ?		월평균클릭수 ?	
	PO	모바일	PO	모바일
신림동맛집	970	7,900	2.9	32.7

데이터가 그래프형태로 보여지며,  
화면에 보이는 정보로는 크롤링 불가능



키워드

네이버 키워드  
검색 수로 업종별  
선호수준 파악

연락처코드 ⑦	월간검색수 ⑦		월평균클릭수 ⑦	
	PO	모바일	PO	모바일
신협중앙회	970	7,900	2.9	62.7

SELENIUM을 활용하여  
클릭 시 발생하는 로그를 크롤링하여 데이터 수집

## SELENIUM을 활용하여 클릭 시 발생하는 로그를 크롤링하여 데이터 수집

```

1 #keyword detail info datatype:list
2 def kw_detail(self, repkus):
3
4     # driver produce
5     capabilities = DesiredCapabilities.CHROME
6     capabilities["goog:loggingPrefs"] = {"performance": "ALL"}
7     driver = webdriver.Chrome(desired_capabilities=capabilities, executable_path="./chromedriver")
8
9     # naverad connect
10    driver.get("https://searchad.naver.com/")
11    id = driver.find_element_by_id("uid")
12    id.send_keys(self.ID)
13    pw = driver.find_element_by_id("upw")
14    pw.send_keys(self.Pw)
15    time.sleep(1)
16    pw.send_keys(keys.ENTER)
17
18    # keywordtool connect
19    driver.get("https://manage.searchad.naver.com/customers/3973459/tool/keyword-planner")
20    time.sleep(1)
21    data_tt = []
22    y = 1
23    for repku in repkus:
24        keyword_xpath = "//html/body/div[1]/div/div[2]/div/div/div[2]/div[1]/div[1]/div[2]/div/div[1]/div/textarea"
25        driver.find_element_by_xpath(keyword_xpath).clear()
26        driver.find_element_by_xpath(keyword_xpath).send_keys(repku)
27        button_xpath = "//html/body/div[1]/div/div[2]/div/div/div[2]/div[1]/div[1]/div[3]/button"
28        driver.find_element_by_xpath(button_xpath).click()
29
30        time.sleep(2)
31
32        #keyword detail info log collect
33        x=1
34        data = []
35        for i in range(self.amt):
36            deinfp_xpath = "//html/body/div[1]/div/div[2]/div/div/div[2]/div[1]/div[2]/div[2]/div/div[2]/table/tbody/tr[{0}]/td[2]/div/span".format(i+1)
37            try:
38                deinfp=driver.find_element_by_xpath(deinfp_xpath)
39                deinfp.click()
40
41                logs_raw = driver.get_log("performance")
42                logs = [json.loads(lr["message"])[0]["message"] for lr in logs_raw]
43
44                for log in filter(self._log_filter, logs):
45                    request_id = log["params"][0]["requestId"]
46                    resp_url = log["params"][0]["response"][0]["url"]
47
48                    if "keywordtool" in resp_url:
49                        kuinfo = driver.execute_cdp_cmd("network.getResponseBody", {"requestId": request_id})
50                        data.append([json.loads(kuinfo["body"])]
51                                print(f' {i}},{self.amt}-{y}/{len(repkus)}->{self.ID},{self.Pw}'))
52                        x += 1
53
54                    time.sleep(1.5)
55                close_button_xpath = "//html/body/div[4]/div/div[1]/div/div/div[1]/div[2]/button"
56                driver.find_element_by_xpath(close_button_xpath).click()
57
58            except:
59                pass
60
61

```

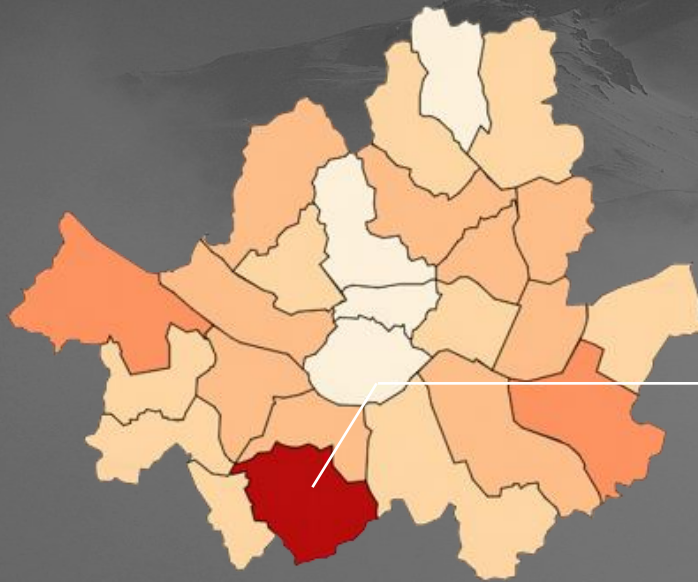


# 관악구 상권분석



# 서울시 1인 가구

## 서울시 1인 가구 수



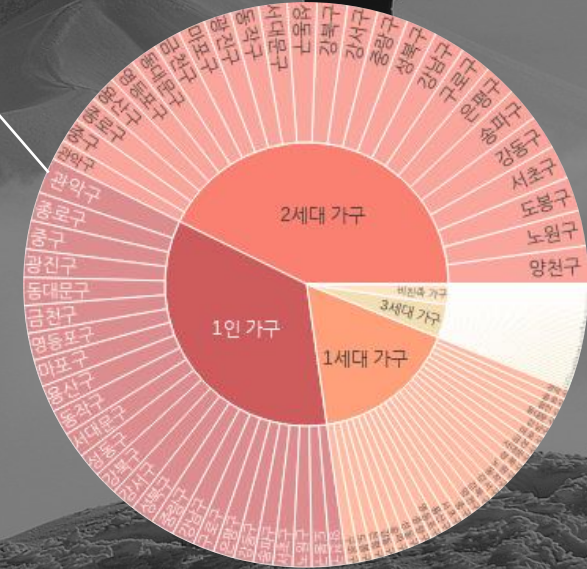
관악구 1인가구 배달비율 50.7%

[2019.~2020.]

관악구 1인가구 수 169,219(가구)

(22년1/4분기)

## 서울시 가구별 배달 비율 그래프

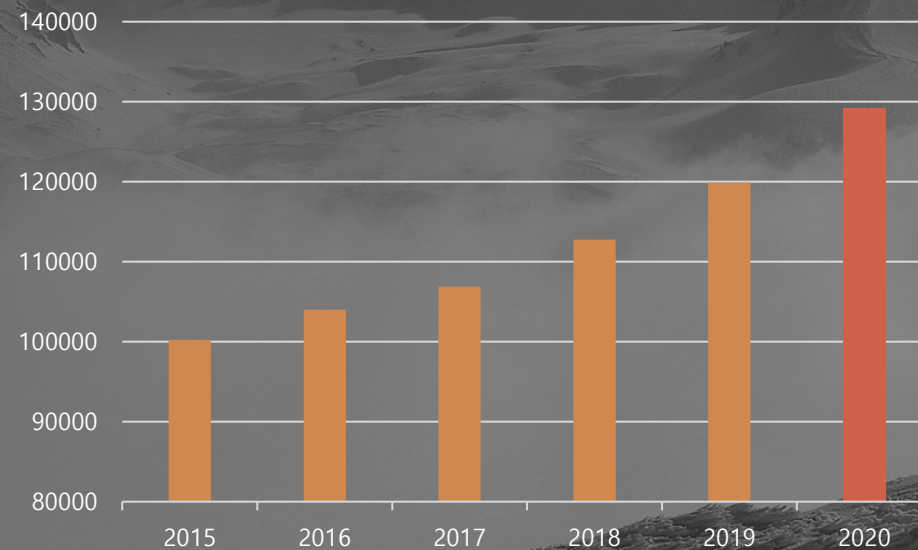


주문지역 주거특성 데이터기간: [2019.~2020.]  
[출처 : KT 통신 빅데이터, 제공 : 경기대학교 빅데이터 센터]



# 관악구 1인 가구 추이

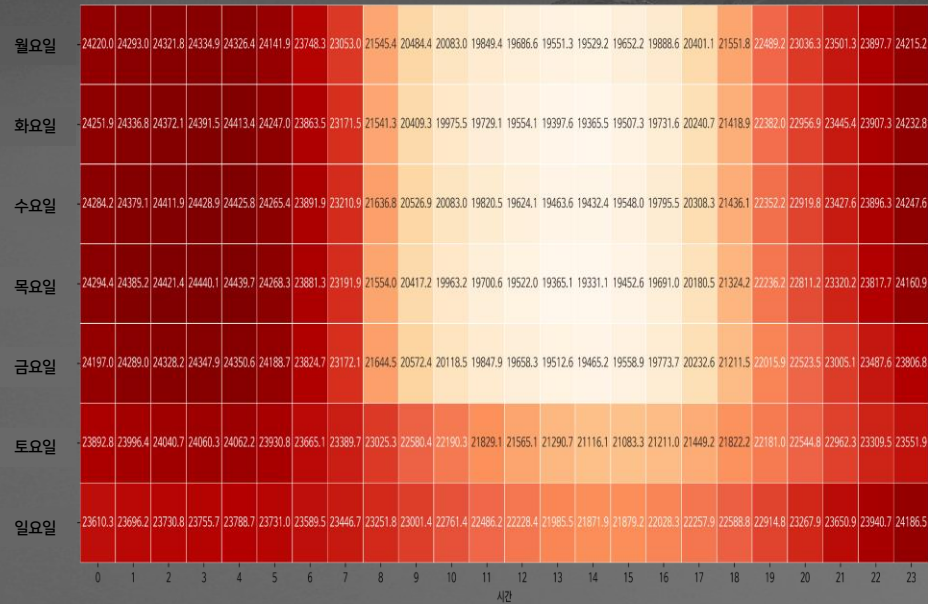
관악구의 1인 가구 추이



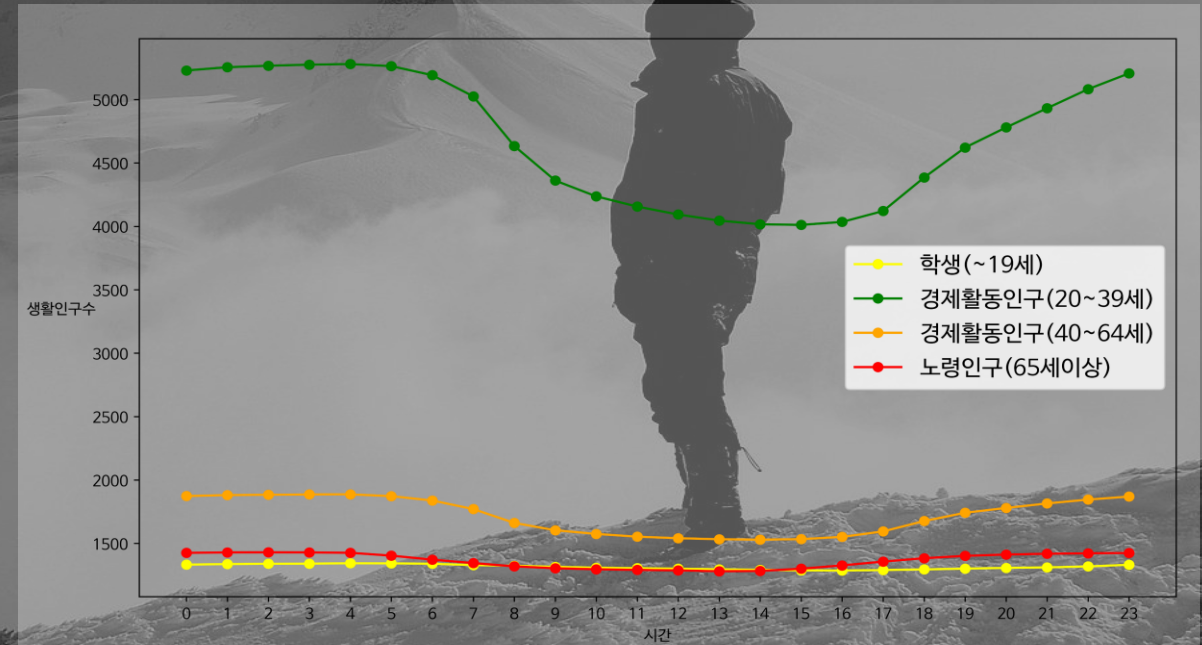
1인가구가 가장 많으면서도, 점차 증가하는 추세

# 관악구 생활 특성

## 요일 별 시간대 생활인구



## 연령구분 별 시간대 생활인구

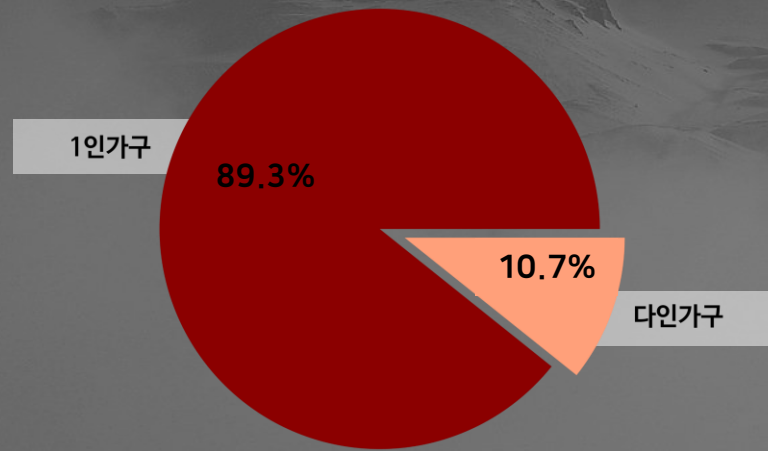


상당수가 외부지역으로 출근하는 2030 직장인  
거주자를 대상으로 골목상권 충분히 유리

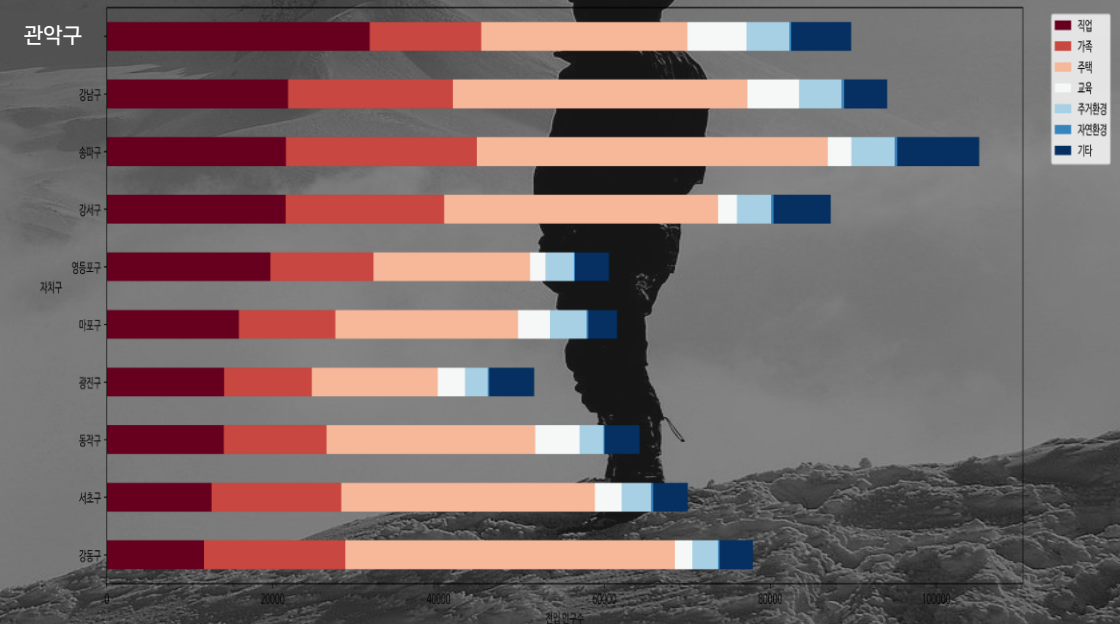


# 관악구 직장인 특징

관악구 전입 가구 규모



서울시 구별 전입 사유



직장 및 거주를 사유로 혼자 전입 오는 경우가 가장 많음.  
 → 상당수가 연고 없는 1인 가구



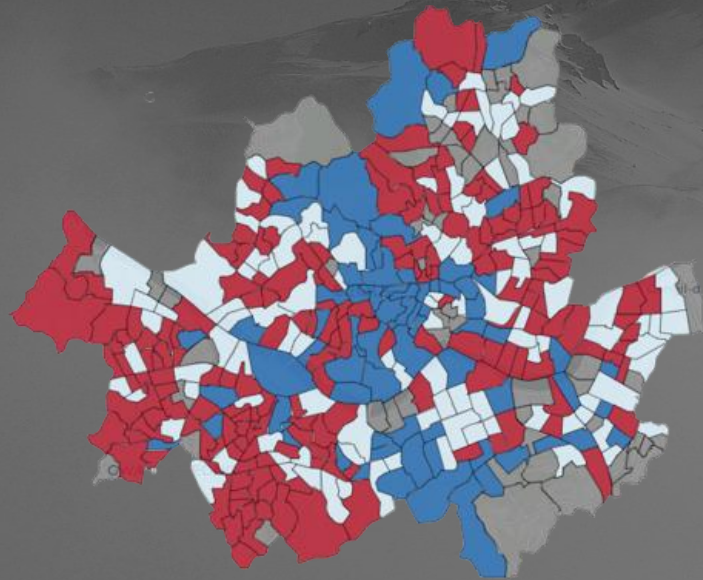
# 관악구 인구 특성

- 서울시 내 가장 많은 1인 가구 수 → 점차 증가 추세
- 거주 및 직장을 위해, 외부에서 연고 없이 전입 온 2030 직장인이 상당수를 차지



# 상권 지표

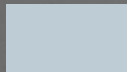
## 서울시 통합상권 추천지도



추천



고려



비추천



## 진입 추천 지표

**HLH:** 수요가 많아 초기 진입이 유리. 다만, 향후 경쟁과열 유의  
['도봉구 방학3동', '영등포구 문래동', '강동구 성내1동', '성동구 성수2가3동']

**LLH:** 초기 진입이 어려울 수 있으나, 정착 시 안정적인 상권  
['용산구 서빙고동', '강북구 우이동', '동작구 사당5동', '종로구 사직동']

## 진입 고려 지표

**HHH:** 가장 활성화 되어 경쟁률 높은 상권  
['노원구 중계2.3동', '서대문구 홍은2동', '강서구 가양1동', '강북구 번3동']

**HLL:** 아직 활성화 되진 않았으나 개점 유입이 늘어나는 상권  
['서대문구 북가좌1동', '동작구 사당3동', '은평구 구산동', '은평구 신사1동']

## 진입 비추천 지표

**LHH:** 치킨게임 혹은 특정 몇몇 매장에 매출이 몰리는 상권  
['성북구 장위3동', '강동구 암사3동', '광진구 광장동', '송파구 오금동']

**LLL:** 사람들이 크게 관심을 갖지 않는 상권  
['중랑구 상봉1동', '은평구 응암2동', '용산구 이촌2동', '동대문구 이문2동']

**HHL:** 수요대비 공급과잉으로 수익 창출이 어려운 상권  
['영등포구 신길4동', '도봉구 쌍문2동', '관악구 난향동', '관악구 성현동']

**LHL:** 시장 자체가 쇠락하고 있는 상권  
['성북구 길음1동', '양천구 신월2동', '중랑구 면목4동', '도봉구 도봉2동']

# 상권 지표

## 서울시 통합상권 추천지도



추천

고려

비추천

## 진입 추천 지표

HLH: 수요가 많아 초기 진입이 유리. 다만, 향후 경쟁과열 유의  
[‘자양반영로3길’, ‘서울 마포구 마포역\_2’, ‘서대문구 서대문역\_2’, ‘해화역 대학로\_2’]

LLH: 초기 진입이 어려울 수 있으나, 정착 시 안정적인 상권  
[‘개포로82길’, ‘사가정로42길’, ‘굴말래로25길’, ‘삼양로8길’]

## 진입 고려 지표

HHH: 가장 활성화 되어 경쟁률 높은 상권  
[‘강남대로136길’, ‘해화역 대학로\_1’, ‘교대역\_2’, ‘서울 강남구 대치역\_1’]

HLL: 아직 활성화 되진 않았으나 개점 유입이 늘어나는 상권  
[‘영등포로25길’, ‘삼양로20길’, ‘강서로47라길’, ‘서흥대로120길’]

## 진입 비추천 지표

LHH: 치킨게임 혹은 특정 몇몇 매장에 매출이 몰리는 상권  
[‘해동로16길’, ‘아리랑로4길’, ‘마장로27길’, ‘서울 마포구 홍대입구역\_3’]

LLL: 사람들이 크게 관심을 갖지 않는 상권  
[‘관천로15길’, ‘용두시장’, ‘노들산골목시장’, ‘장안동사거리’]

HHL: 수요대비 공급과잉으로 수익 창출이 어려운 상권  
[‘백제고분로50길’, ‘역삼역\_1’, ‘미성5길’, ‘동작대로7길’]

LHL: 시장 자체가 쇠락하고 있는 상권  
LHL: [‘서오릉로8길’, ‘응암로14길’, ‘방학로6가길’, ‘장안로27가길’]



# 상권 지표

## 서울시 통합상권 추천지도



추천

고려

비추천

## 진입 추천 지표

HLH: 수요가 많아 초기 진입이 유리. 다만, 향후 경쟁과열 유의  
[자양반영로3길, '서울 마포구 마포역\_2', '서대문구 서대문역\_2', '혜화역 대학로\_2']

LLH: 초기 진입이 어려울 수 있으나, 정착 시 안정적인 상권  
[개포로82길, '사가정로42길', '굴말대로25길', '삼양로8길']

상권 통합으로 구분할 경우,  
관악구 지역엔 진입 추천 지표가 없다

가장 활성화 되어 경쟁을 높은 상권  
[36길, '혜화역 대학로\_1', '교대역\_2', '서울 강남구 대치역\_1']

적 활성화 되진 않았으나 개점 유입이 늘어나는 상권  
[25길, '삼양로20길', '강서로47라길', '서흥대로120길']

## 진입 비추천 지표

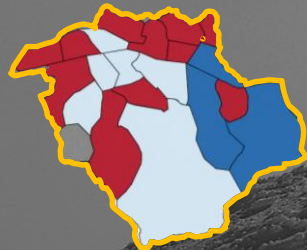
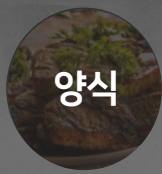
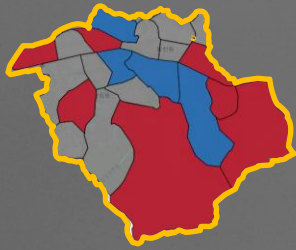
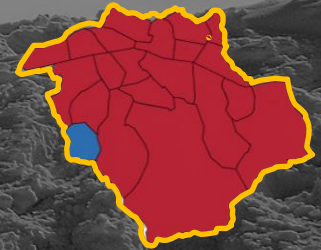
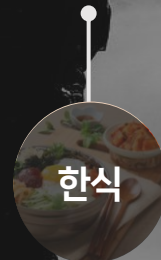
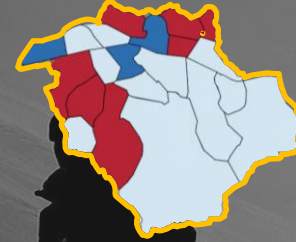
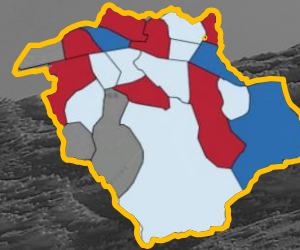
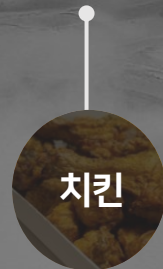
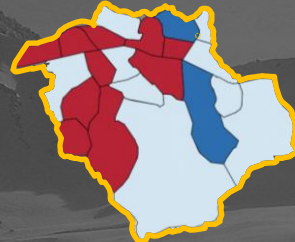
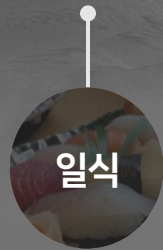
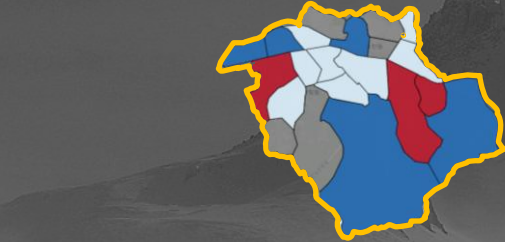
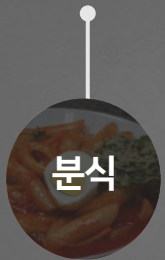
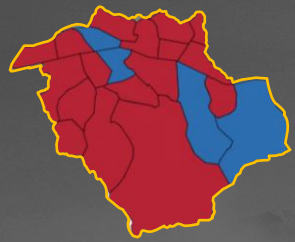
LHH: 치킨게임 혹은 특정 몇몇 매장에 매출이 몰리는 상권  
[해동로16길, '아리랑로4길', '마정로27길', '서울 마포구 홍대입구역\_3']

LLL: 사람들이 크게 관심을 갖지 않는 상권  
[관천로15길, '몽두시장', '노들산골목시장', '장안동사거리']

HHL: 수요대비 공급과잉으로 수익 창출이 어려운 상권  
[백제고분로50길, '역삼역\_1', '미성5길', '동작대로7길']

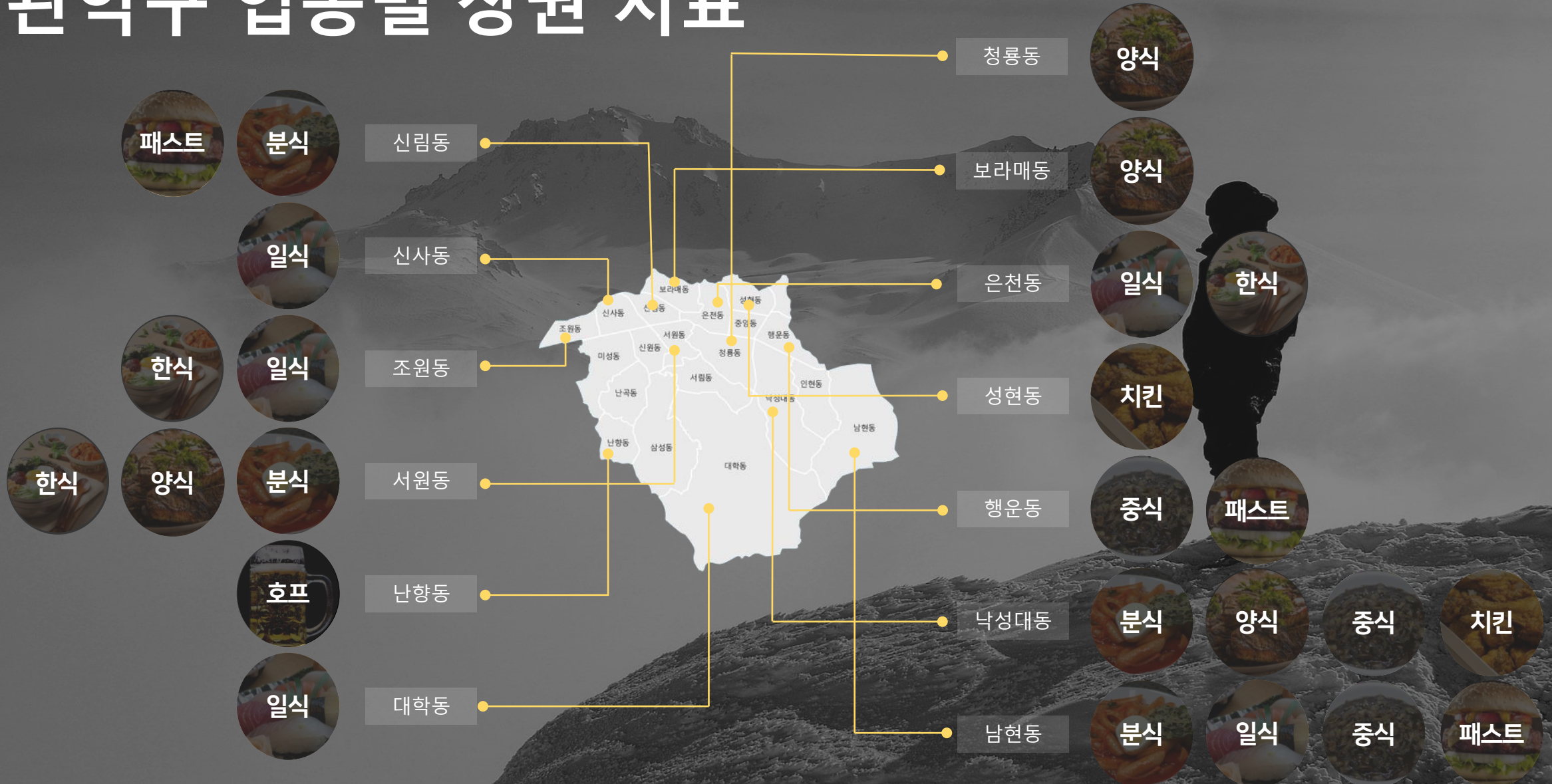
LHL: 시장 자체가 쇠락하고 있는 상권  
LHL: [서오름로8길, '응암로14길', '방학로6가길', '장안로27가길']

# 관악구 업종별 상권 지표





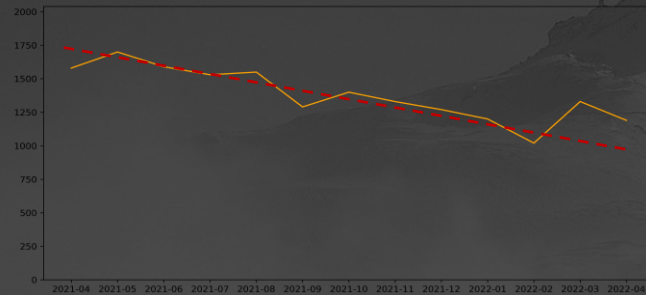
# 관악구 업종별 상권 지표



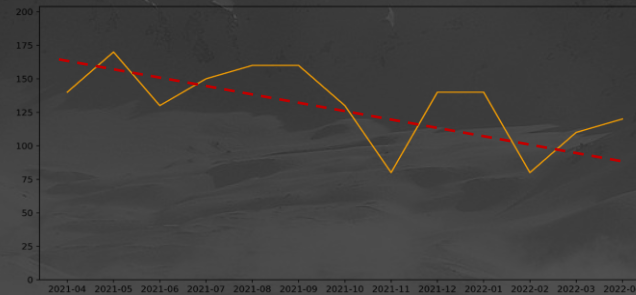


# ‘지역+음식’ 키워드 검색 추이

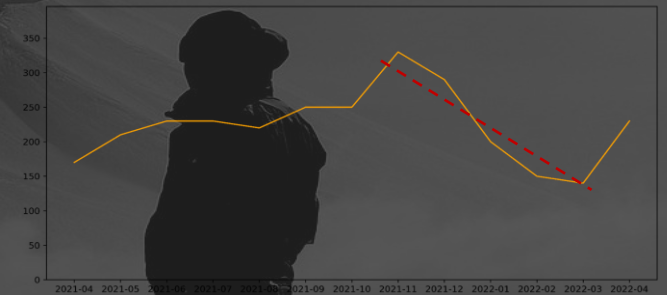
신림동떡볶이



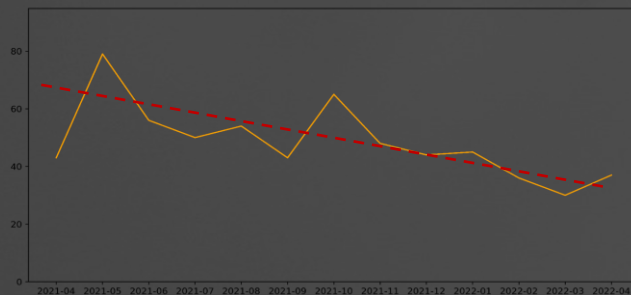
신림동피자



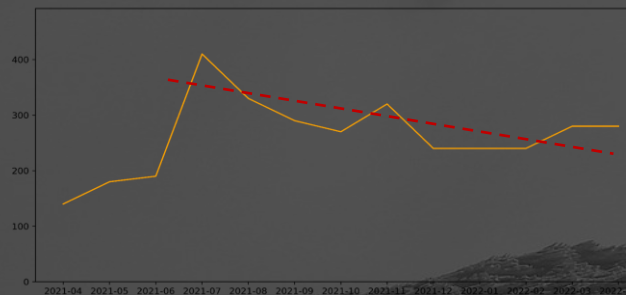
대학동횃집



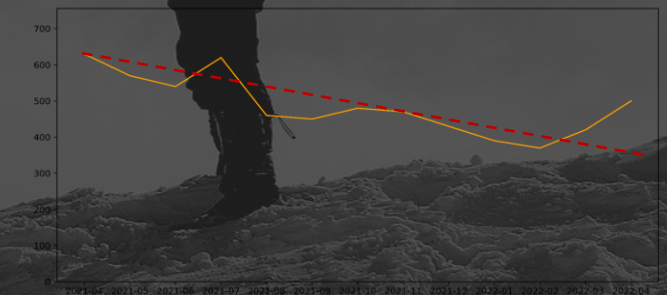
남현동초밥



신림동햄버거



낙성대치킨



일부 ‘지역+음식’ 키워드에서 지난 1년간 검색 수 하락 추세

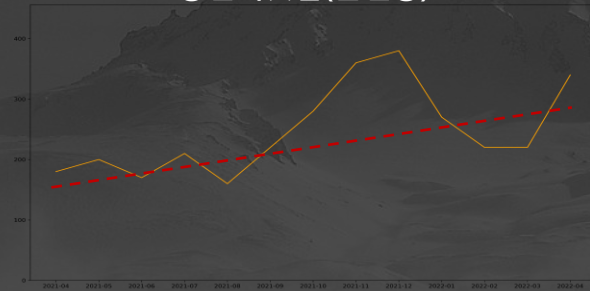
# 역별 인접 행정동



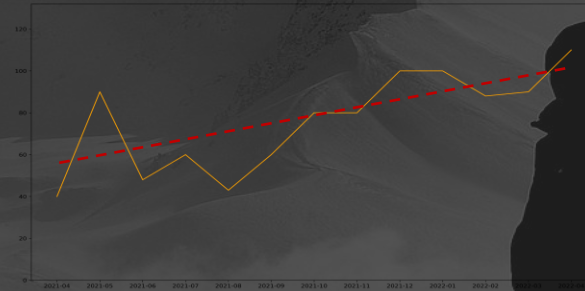


# ‘역+음식’ 키워드 검색 추이

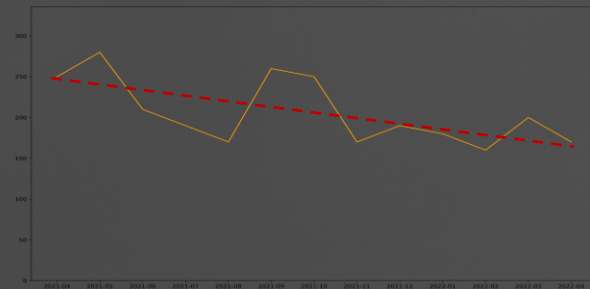
봉천역횃집(은천동)



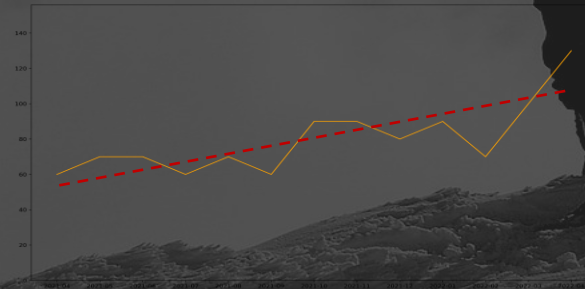
서울대입구역양식(낙성대동)



봉천역초밥(은천동)



서울대입구역중식(낙성대동, 행운동)

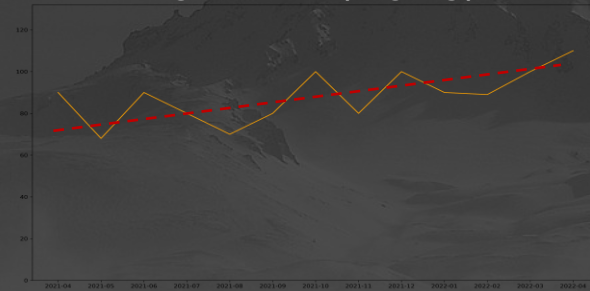


일부 ‘역+음식’ 키워드에서 지난 1년간 검색 수 상승 · 하락 추세

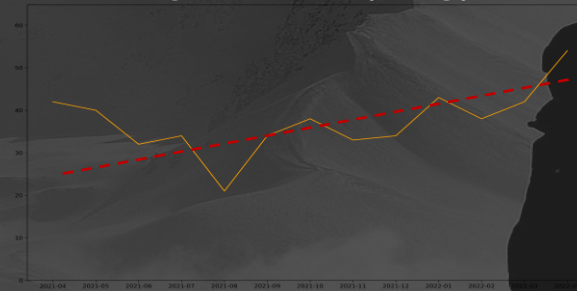


# ‘역+음식’ 키워드 검색 추이

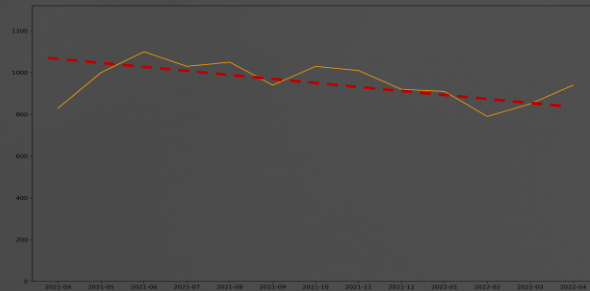
낙성대역파스타(낙성대동)



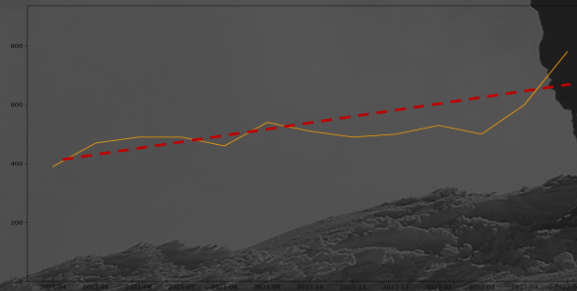
사당역패스트푸드(남현동)



사당역돈까스(남현동)



사당역햄버거(남현동)

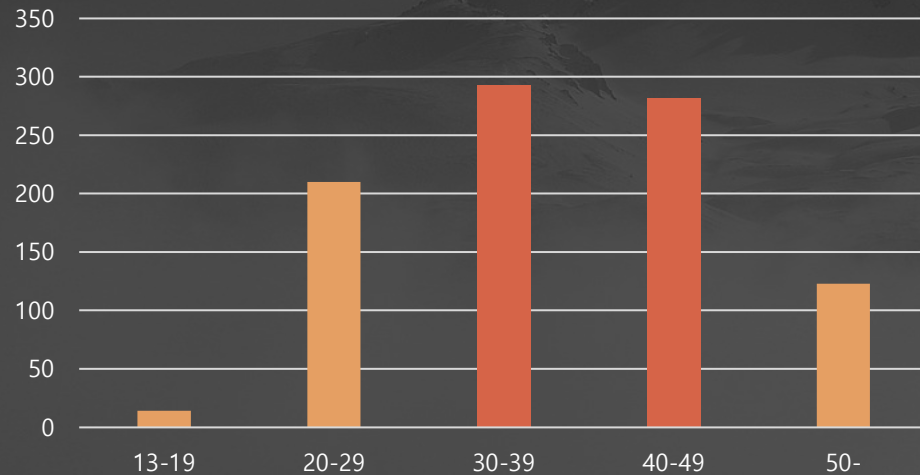


일부 ‘역+음식’ 키워드에서 지난 1년간 검색 수 상승 · 하락 추세

# 키워드 특이분포

## '봉천동 + 음식' 키워드

떡볶이, 파스타, 고기집, 치킨, 초밥, 횃집



키워드별 인구분포와 거주인구 분포의 상관분석 후  
수치가 일정수준 낮은 키워드의 합계

청룡동

양식

봉천동파스타

은천동

일식

봉천동초밥, 봉천동횃집

일부 키워드의 업종은 거주인구보다 높은 연령대의 타킷 고려 필요



# 결론

- 1인가구의 2030거주자를 주요 타겟으로 하는 것이 유리
- 상권지표에 따른 행정동 별 추천 업종 개업
- 키워드 추이에 따라 하락·상승 추세를 보이는 업종 및 음식 추가 고려
- 특이 분포된 일부 키워드의 업종의 경우, 주요 타겟보다 높은 연령대까지 고려



# 추가 분석 방향성

- 관악구 이외 타 지역 혹은 **서울시 전체**까지 분석영역 확장
- 행정동 별보다 더 세분화된 **상권거리 수준**까지 분석 작업
- 상권지표를 **H M L** 까지 세분화 하여 분석
- **키워드와 지역+업종의 매칭**이 생각보다 복잡하여 해당사항에 대해 심도 있는 연구가 필요
- 현재 키워드에 분석은 '**고객 선호와 상관이 있을 것이다.**'라는 가정하에 이루어진 분석  
—>분석 자체에 대한 신뢰도를 높일 수 있는 추가적 **상관 분석** 필요

# 소감

- **김건우:** 초반 크롤러 개발이 더뎚었습니다. 이에, 팀원들에게 세부적 가이드 제공 및 깊은 분석이 어려워지며, 분석의 방향을 잡는 것에 오랜 시간이 걸렸습니다. 그럼에도 끝까지 잘 협력하여 마무리 해준 팀원들에게 감사합니다.
- **강태환:** 지금까지 멀티캠퍼스에서 배웠었던 내용을 활용할 수 있는 좋은 기회였습니다. Python을 활용한 데이터 전처리부터 시각화, 그리고 데이터 속에서 인사이트를 뽑아내는 과정이 얼마나 많은 시행착오를 요하는지 경험할 수 있었습니다. 하지만 열정 가득한 팀원들과 같이 협업을 하게 되어 훨씬 수월하게 많은 과제를 달성할 수 있었던 것 같습니다. 모두 함께해서 영광이었습니다.
- **박상권:** 분석 데이터를 기반으로 더 좋은 인사이트를 얻기 위해, 끊임없이 소주제가 변경하며 고민을 통해 더 나은 방향으로 나아갈 수 있었습니다. 조장의 리드 및 총괄에 조원 개개인이 책임감을 갖고 각 파트를 성실히 수행했기에 가능했다고 생각합니다. 프로젝트를 통해 그동안 적어 두기만 했던 코드들을 실전으로 익힘으로써 부족한 부분에 대해 명확하게 알게 되었으며 python의 중요성을 느낄 수 있었습니다.
- **최진호:** 시각화 프로젝트를 진행하면서 배우거나 직접 찾아본 방법을 직접 해보는 것이 확실히 도움이 많이 되었다고 느껴집니다. 데이터를 전처리 하고 시각화를 진행하고 나온 자료들로 분석하고 인사이트를 나오게 하는 과정이 익숙지 않았지만 조원분들이 많이 가르쳐 주시고 친절하게 방향성을 잘 잡아주어서 프로젝트 진행하는데 수월했던 것 같습니다. 맡은 파트가 데이터의 품질이 떨어져 활용에 있어서 어려움이 많았는데, 조원들과 협력하며 결국 좋은 인사이트가 도출되어 뿌듯했습니다.



# 소감

- 더 나은 인사이트를 얻기 위해 지속적인 소주제 변경으로 많은 시간 할애
- 여러 데이터들의 긴밀한 데이터 연계 활용에 어려움을 느낌
- 데이터 품질의 중요성을 많이 느낌

이러한 노력들이 모두 좋았다







A/S  
애플서비스  
4F  
733-4165

하남  
돼지집

춘복참치  
종각직영점 723-4558

[평일] 우미관 HOTEL  
숙박  
₩50,000  
대실  
₩20,000

TOM N TOMS  
COFFEE

우미관 HOTEL  
대실  
₩20,000

감사합니다