

코로나 이후 소비 트렌드 인사이트

TEAM_CHAOS

오승철

고현경

지원영

주한나



1. 분석 개요

- 1) 분석 배경
- 2) 분석 방향

2. 분석 수행

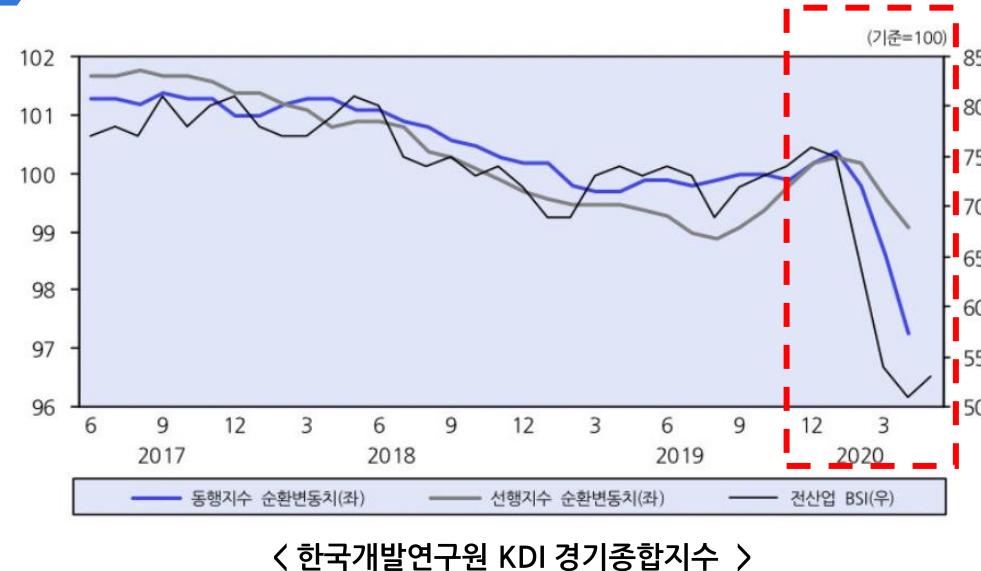
- 1) 분석1 - 코로나와 오프라인 구매
- 2) 분석2 - 코로나와 온라인 구매
 - 2-1) 번외 - 온라인 소비 매체
- 3) 분석3 - 연령대별 소비 트렌드

3. 분석 결과

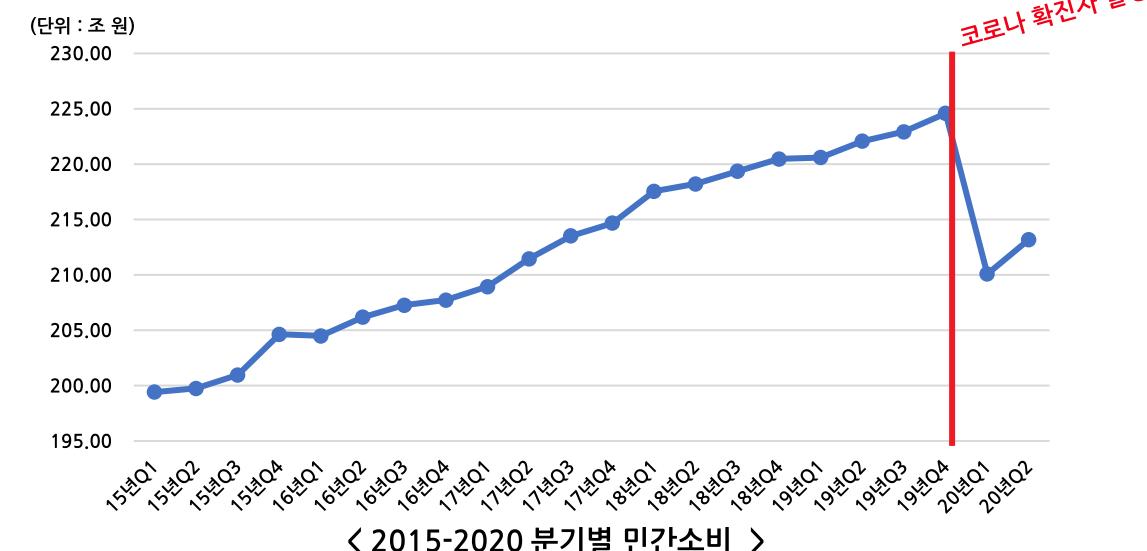
- 1) 소비 트렌드 키워드
- 2) 소비 트렌드 시뮬레이션
 - Customer Journey Map
- 3) 소비 트렌드 인사이트

코로나 확산으로 인해 국내 경기가 급격히 악화되었습니다.

➤ 산업 전반 경기 위축 심화



➤ 민간소비 위축 심화



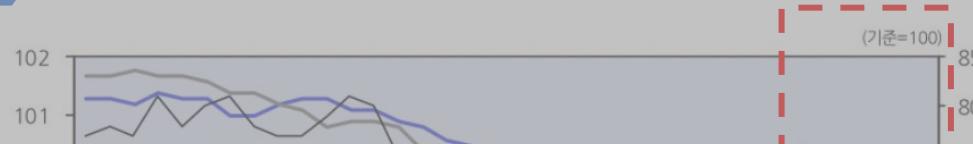
코로나發 '줄폐업'에...무너지는 자영업 생태계

[단독] 코로나 최대 타격 업종, 뭔지 보니..."두달간 1600곳 폐업"

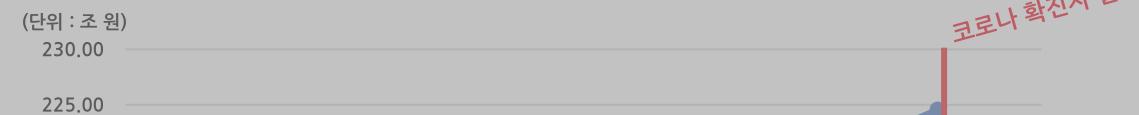
코로나 직격탄 소상공인 70% "이대로가면 폐업"

코로나 확산으로 인해 국내 경기가 급격히 악화되었습니다.

» 산업 전반 경기 위축 심화



» 민간소비 위축 심화



경기 전반 및 개인 소비의 위축이 심화되는 상황 속에서

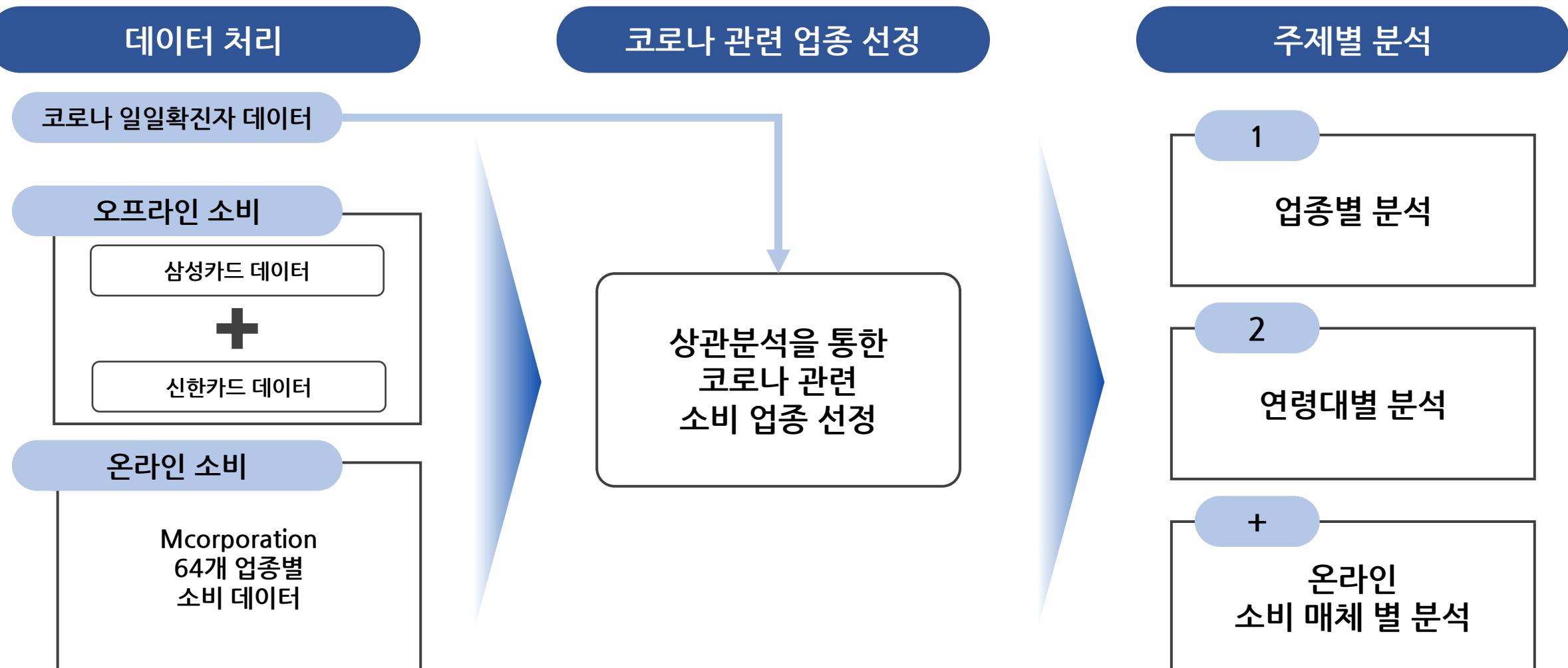
코로나 바이러스 사태 이후의 유망 업종을 분석하려고 합니다.

코로나發 '줄폐업'에...무너지는 자영업 생태계

[단독] 코로나 최대 타격 업종, 뭔지 보니..."두달간 1600곳 폐업"

코로나 직격탄 소상공인 70% "이대로가면 폐업"

내부 제공 데이터 3종과 외부 데이터를 다음과 같은 절차로 사용하였습니다.



내부 제공 데이터 3종과 외부 데이터를 다음과 같은 절차로 사용하였습니다.

데이터 처리

코로나 관련 업종 선정

주제별 분석

코로나 일일확진자 데이터

1

먼저, 오프라인 소비 데이터와 코로나 일일확진자 데이터를 활용하여
오프라인 소비건수 추이를 알아보고자 합니다.

온라인 소비

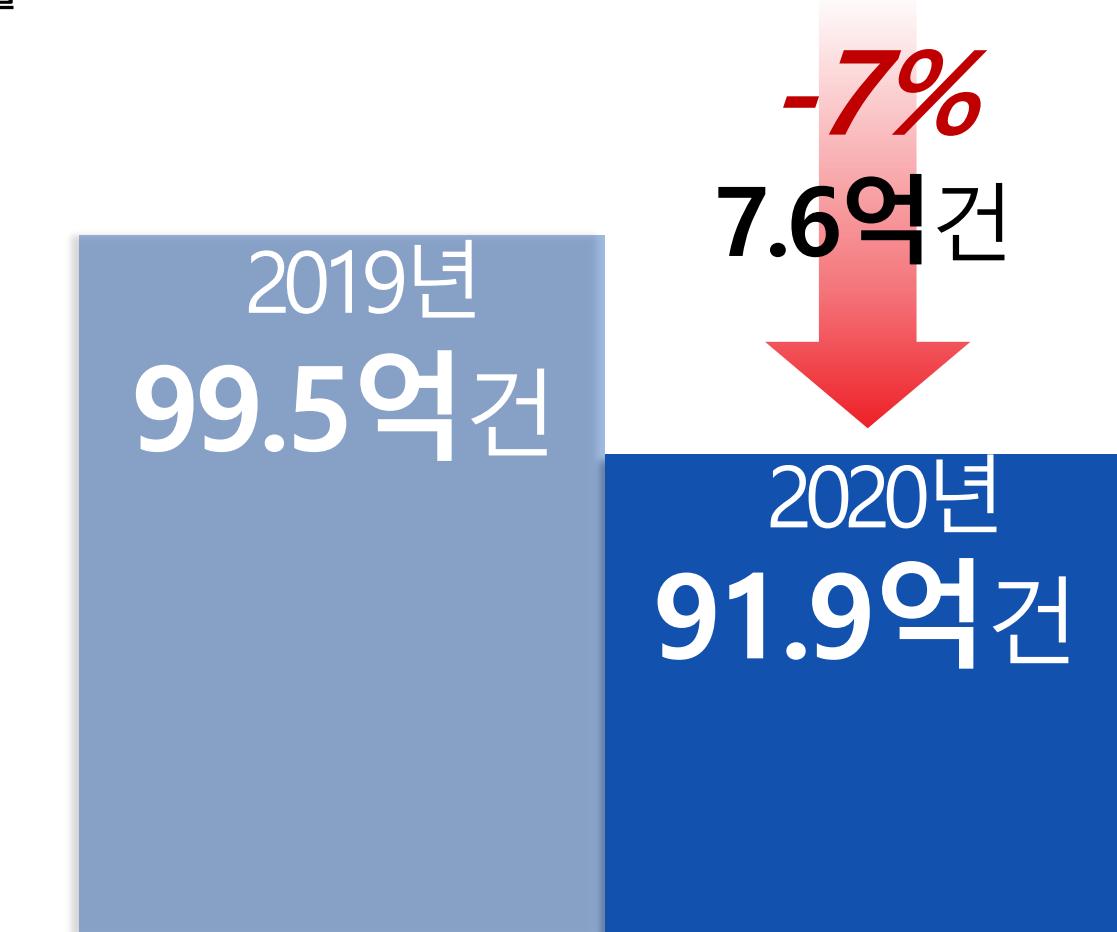
Mcorporation
64개 업종별
소비 데이터

+

온라인
소비 매체 별 분석

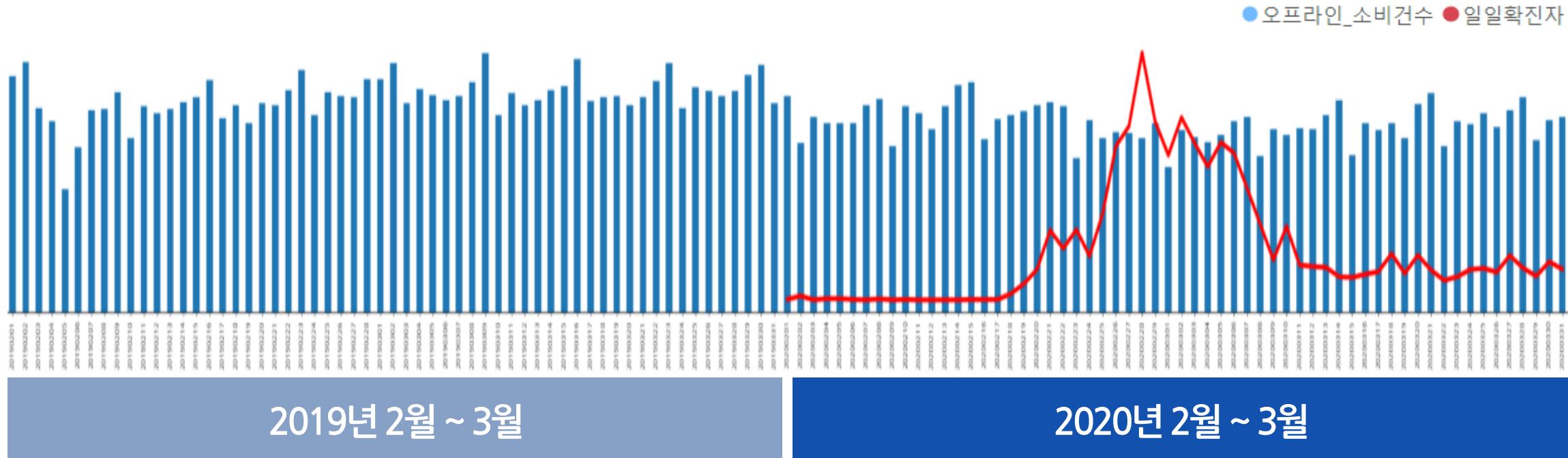
상반기 오프라인 소비건수를 분석한 결과,
2019년 대비 2020년의 소비건수는 약 7%의 감소양상을 보였습니다.

» 상반기 오프라인 소비건수 증감률



코로나 일일확진자가 오프라인 소비건수에 미치는 영향을 알아보고자 다음과 같이 시각화를 진행하였습니다.

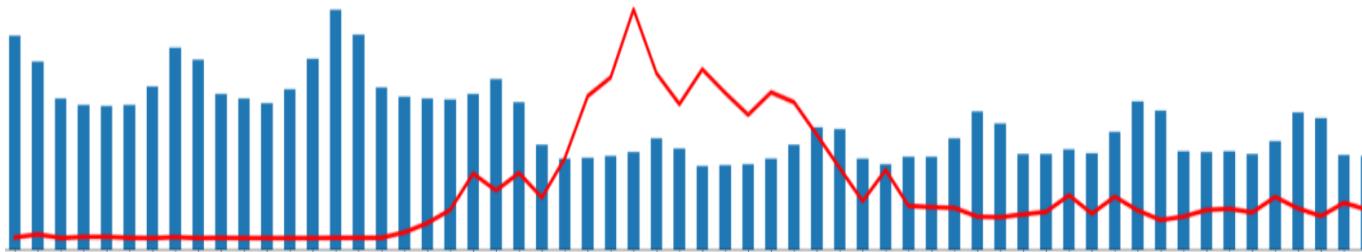
➤ 오프라인 소비건수 및 일일확진자



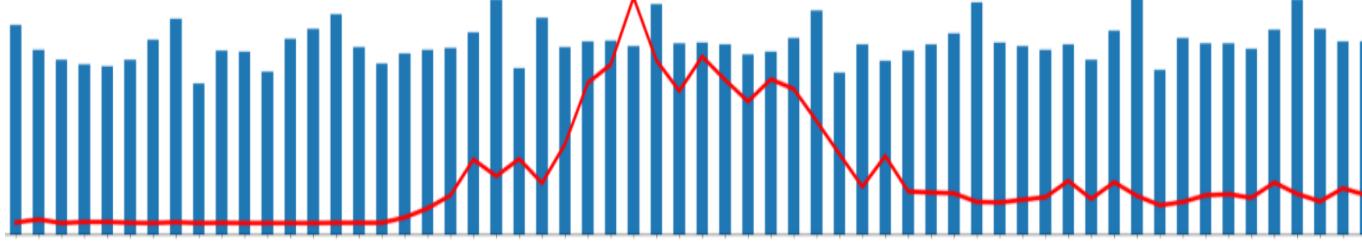
코로나 이후에도 오프라인 소비건수의 변화 차이가 확연히 드러나지 않았으므로,
업종별로 소비건수 추이를 알아보았습니다.

코로나 일일확진자가 오프라인 업종별 소비건수에 미치는 영향을 알아보고자 다음과 같이 시각화를 진행하였습니다.

▶ 여행/교통 소비건수 및 일일확진자 관계 (2020년 2~3월)

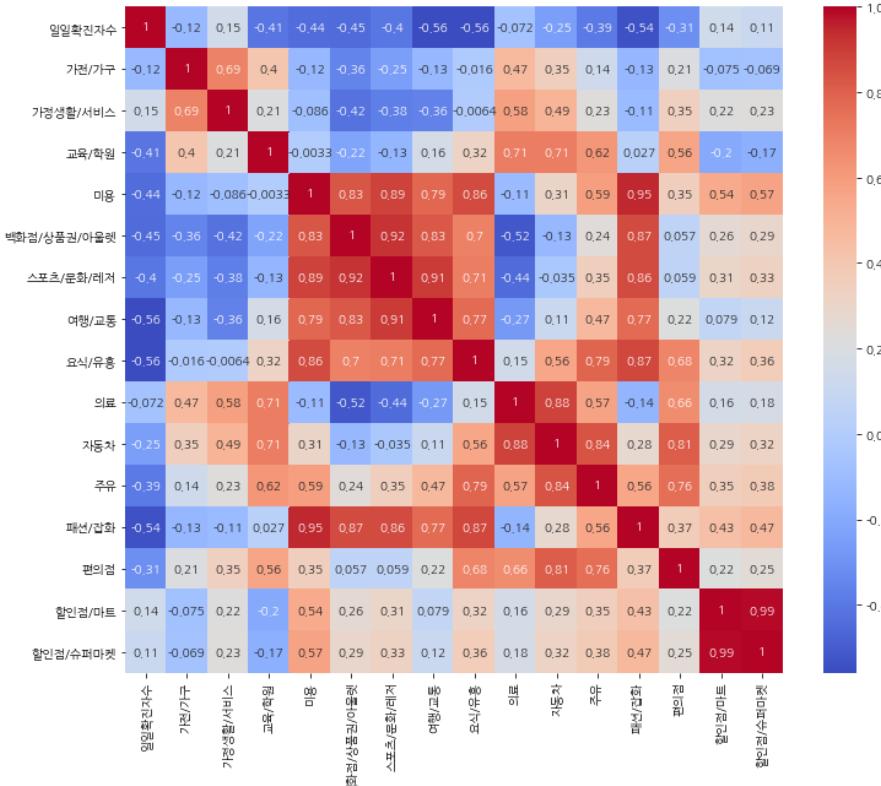


▶ 할인점/슈퍼마켓 소비건수 및 일일확진자 관계 (2020년 2~3월)

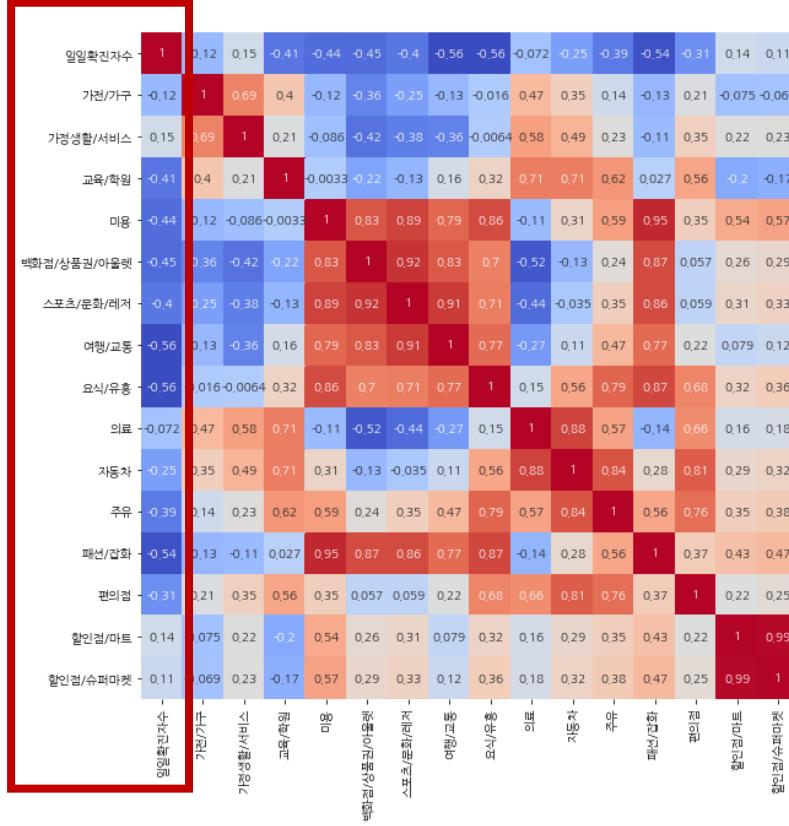


업종별로 소비건수와 일일확진자 간의 추이가 모두 다른 것을 확인할 수 있었습니다.

그렇기에 <업종별 소비건수와 일일확진자 수>간의 상관관계를 시각화하여 알아보았습니다.



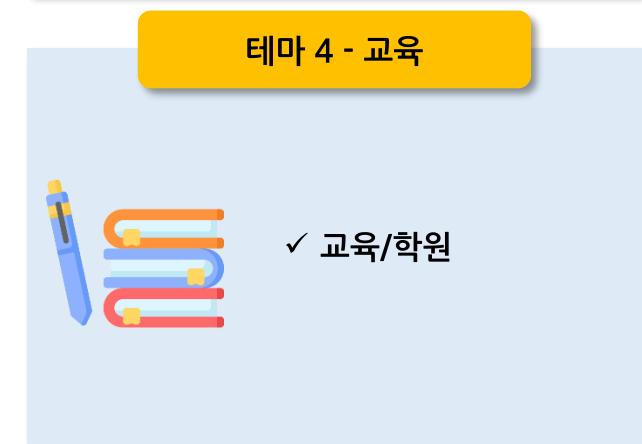
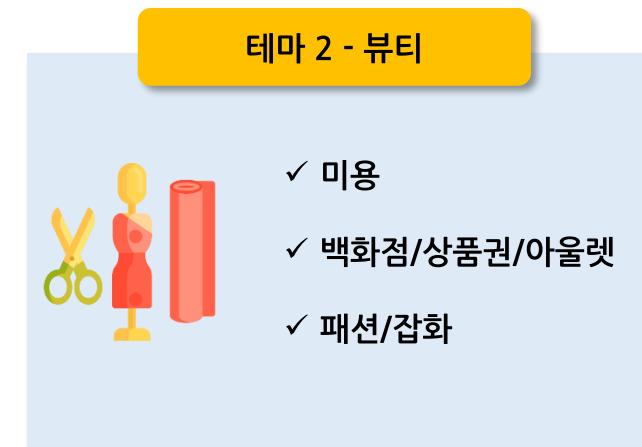
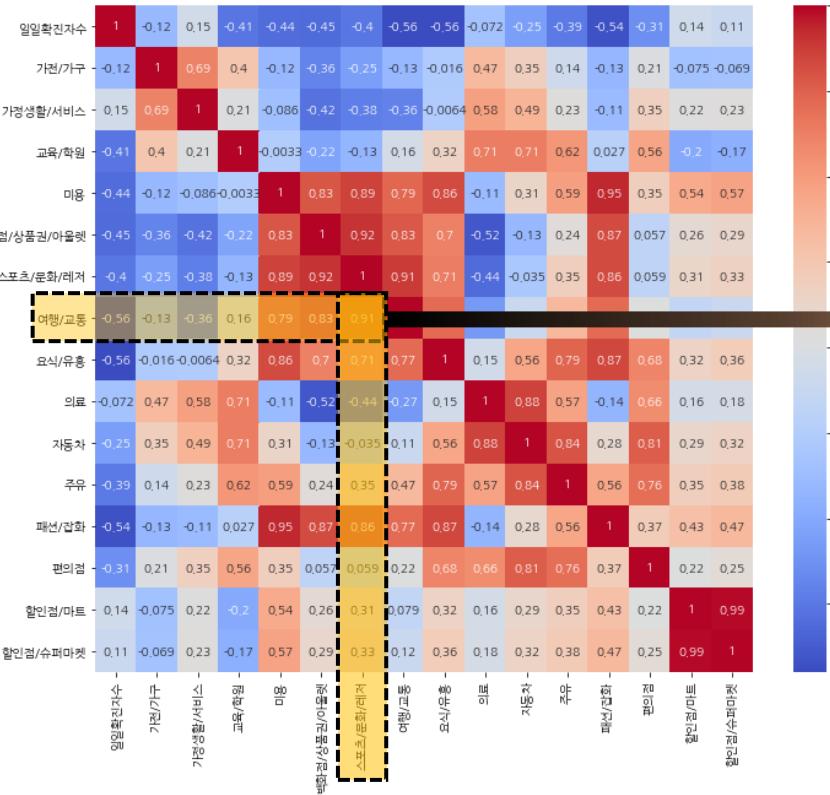
업종별 소비건수와 일일확진자 수의 상관관계를 오름차순으로 정렬하여 확인해보았습니다.



세부 소비업종	일일확진자 수 상관관계
여행/교통	-0.56
요식/유흥	-0.56
패션/잡화	-0.54
백화점/상품권/아울렛	-0.45
미용	-0.44
교육/학원	-0.41
스포츠/문화/레저	-0.4
여행/교통	-0.56
요식/유흥	-0.56
의료	-0.072
자동차	-0.25
주유	-0.39
패션/잡화	-0.54
편의점	-0.31
할인점/마트	0.14
가전/가구	-0.12
의료	-0.072
할인점/슈퍼마켓	0.11
할인점/마트	0.14
가정생활/서비스	0.15

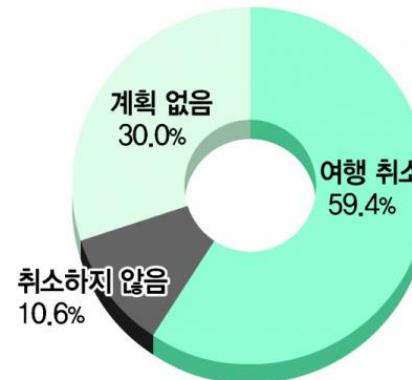
※ 값이 $> |0.4|$ 이면 '유의미한 관계가 있음'으로 판단

15개의 업종 중, 상관관계가 유의한 업종 7개를 선정하여 **클러스터 작업을 진행**하였고, 다음과 같이 **4가지 테마**로 분류하였습니다. 다음으로, 각 테마에 해당하는 업종들의 소비건수 감소 추이를 알아보았습니다.



먼저, 테마 1 (여가)의 2019년 대비 2020년 소비건수 변화를 알아보았습니다.

업종 이슈/현황



< 한국관광공사 - 코로나 이후 국내여행 계획 >

K리그1 (프로축구)

무기한 연기

KBO리그 (프로야구)

4월 20일 이후로 개막 연기

< 국내 4대 프로스포츠 리그 일정 >

✓ 정부가 시행하고 있는 '사회적 거리두기'로 인해
시민들의 스포츠·레저 관련 외부활동 축소

스포츠·문화·레저

-18%
0.8억 건

2019년
4.2억 건

2020년
3.4억 건

여행·교통

-35%
0.4억 건

2019년
1.2억 건

2020년
0.8억 건

다음으로, 테마 2 (뷰티)의 2019년 대비 2020년 소비건수 변화를 알아보았습니다.

업종 이슈/현황



< KBS NEWS - '코로나 19' 팬데믹 >

- ✓ 다중이용시설 기피현상으로 백화점과 대형 아울렛의 매출이 큰 폭으로 감소
- ✓ 패션잡화, 미용 업종과 같이 소비탄력성이 높거나, 소비의 시급성이 높지 않은 업종에서 소비건수가 크게 감소

미용

백화점·상품권·아울렛

패션·잡화

-18%
0.3억 건



-27%
0.7억 건

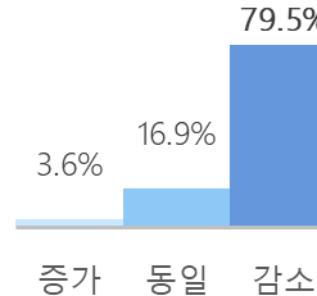


-20%
0.4억 건



다음으로, 테마 3 (외식)의 2019년 대비 2020년 소비건수 변화를 알아보았습니다.

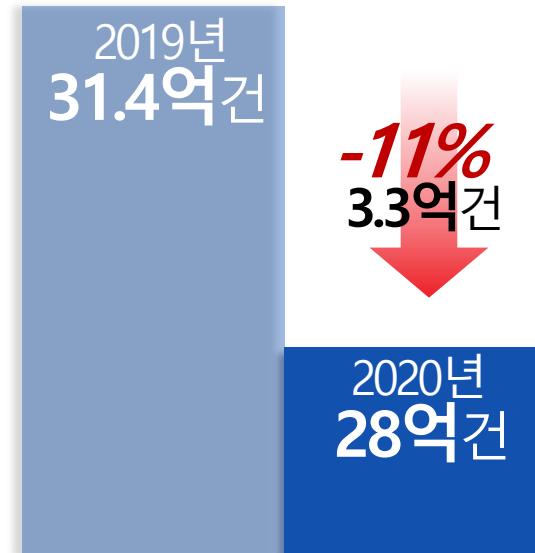
업종 이슈/현황



< 한국농촌경제연구원 - 코로나 이후 외식 횟수 변화 >

- ✓ 오프라인 업종 중 외식 그룹이 **피해 극심**
- ✓ 다중이용시설 제한조치 등으로 인한 직접적인 피해

요식·유통



마지막으로, 테마 4 (교육)의 2019년 대비 2020년 소비건수 변화를 알아보았습니다.

업종 이슈/현황

임시휴원 안내

수원지역 신종코로나바이러스 확진자 발생에 따라 다음과 같이 임시휴원함을 안내 드립니다.

기간: 2020년 2월 3일(월)~2월 9일(일)

*돌봄이 필요한 유아의 경우 등원 가능합니다.

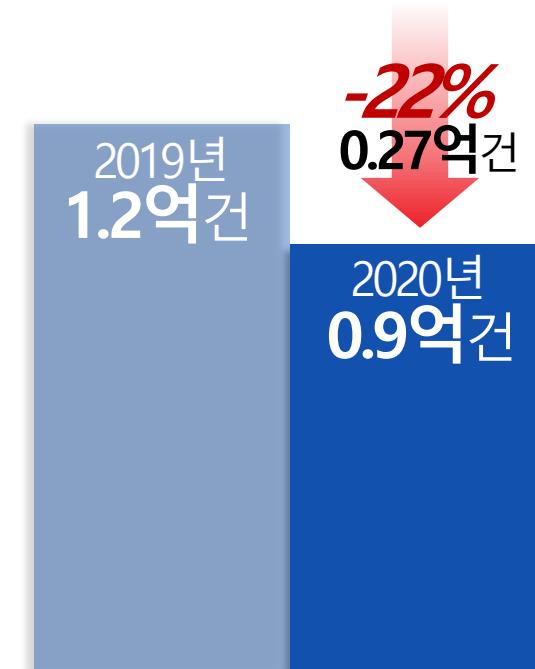
유치원장

< 일부 지자체별 휴원 권고 및 휴원 조치 >

✓ 정부의 권고에 따른 일부 어린이집, 학원들의 휴원

✓ 중등 및 고등 교육기관의 개학, 개강 연기

교육·학원



마지막으로, **테마 4 (교육)**의 2019년 대비 2020년 소비건수 변화를 알아보았습니다.

업종 이슈/현황

교육·학원

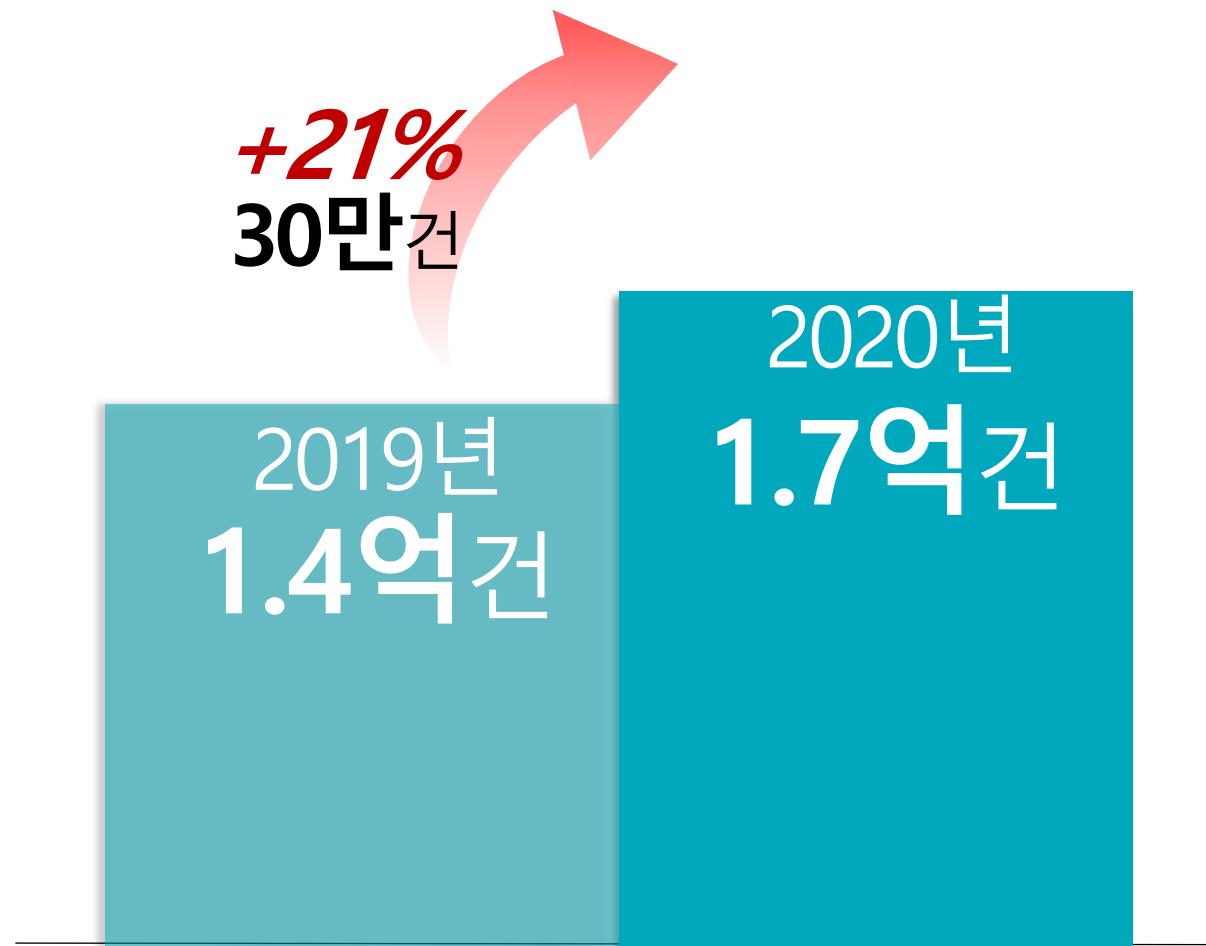
임시휴원 안내

업종별로 알아본 결과, 오프라인에서 모든 그룹의 소비건수는 감소하였습니다.
이어서 온라인 소비건수 추이를 알아보고자 합니다.

- ✓ 정부의 권고에 따른 일부 어린이집, 학원들의 휴원
- ✓ 중등 및 고등 교육기관의 개학, 개강 연기

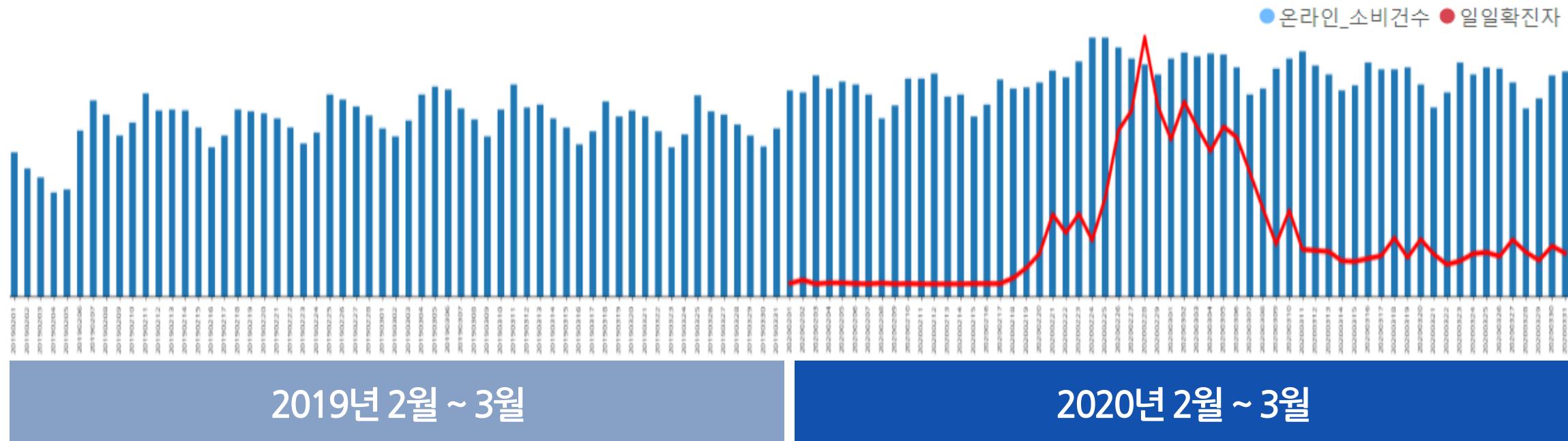
상반기 온라인 소비건수를 분석한 결과,
2019년 대비 2020년의 소비건수는 약 21%의 증가양상을 보였습니다.

» 온라인 소비건수 증감률



코로나 일일확진자가 온라인 소비건수에 미치는 영향을 알아보고자 다음과 같은 시각화를 진행하였습니다.

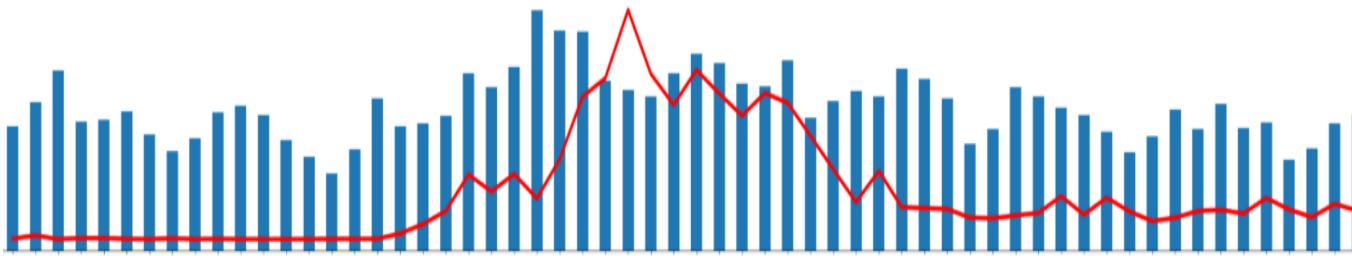
▶ 온라인 소비건수 및 일일확진자



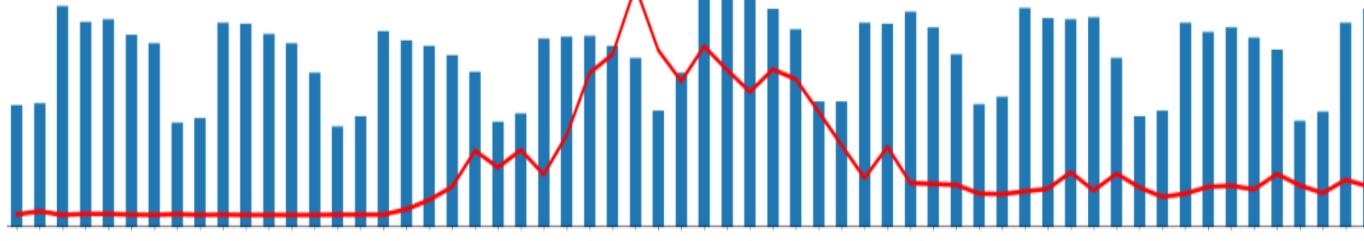
코로나 이후에도 온라인 소비건수 또한 변화 차이가 확연히 드러나지 않았으므로,
업종별로 소비건수 추이를 알아보았습니다.

코로나 일일확진자가 온라인 업종별 소비건수에 미치는 영향을 알아보고자 다음의 시각화를 진행하였습니다.

➤ 생활용품 소비건수 및 일일확진자 관계 (2020년 2~3월)

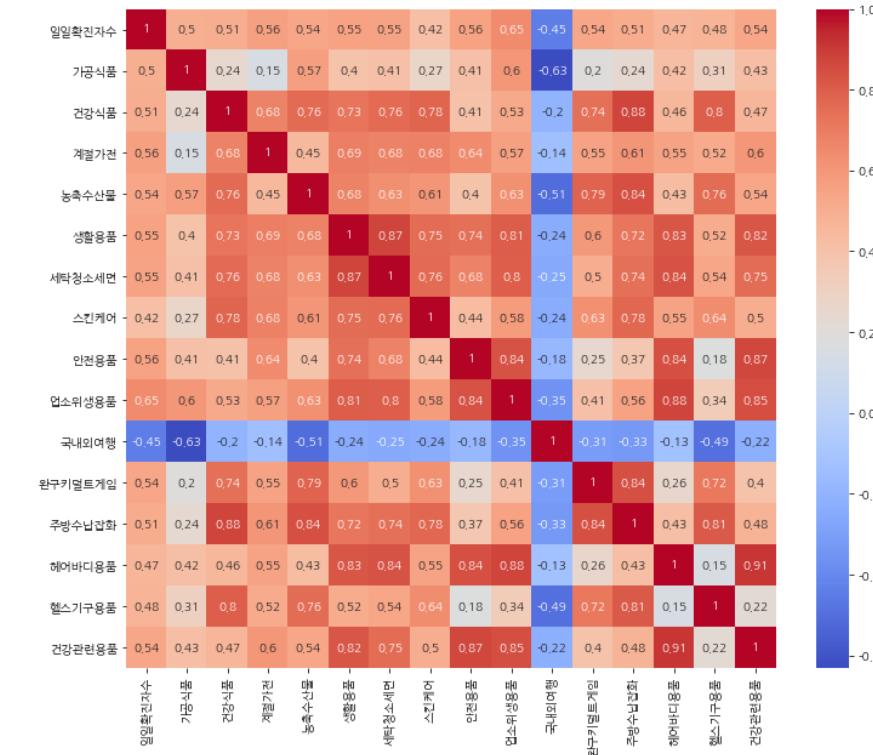


➤ PC사무기기 소비건수 및 일일확진자 관계 (2020년 2~3월)



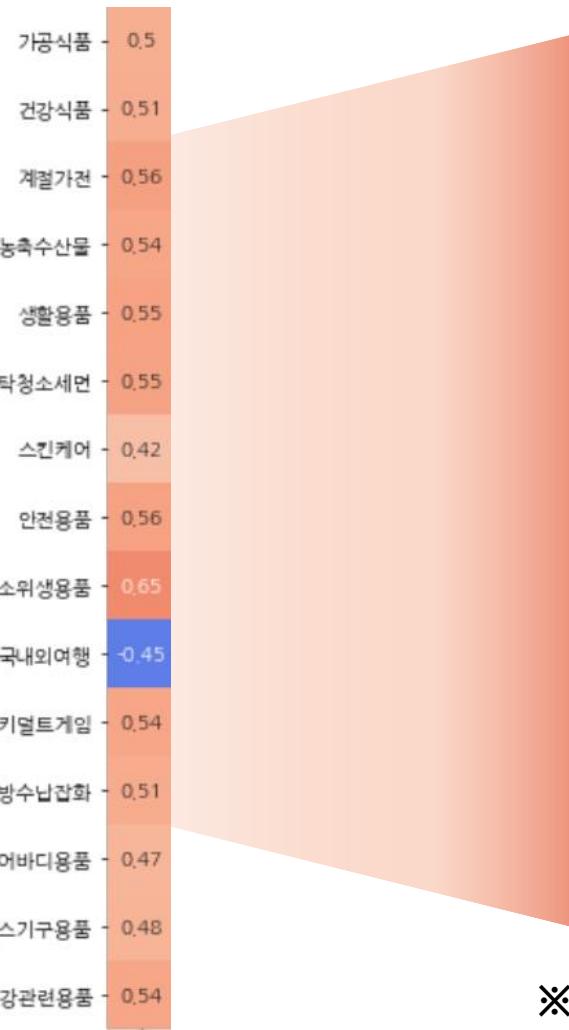
업종별로 소비건수와 일일확진자 간의 추이가 모두 다른 것을 확인할 수 있었습니다.

그렇기에 <업종별 소비건수와 일일확진자 수>간의 상관관계를 시각화하여 알아보았습니다.



업종별 소비건수와 일일확진자 수의 상관관계를 내림차순으로 정렬하여 확인해보았습니다.

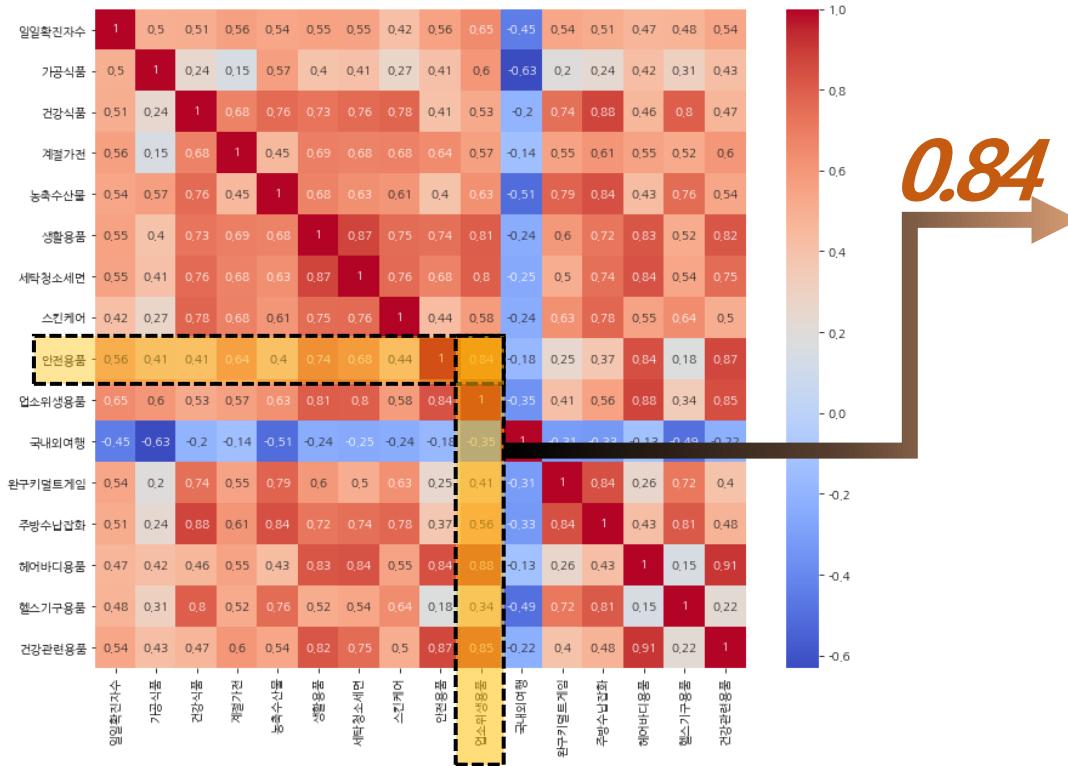
일일확진자수	가공식품	건강식품	계절가전	농축수산물	생활용품	세탁청소세면	스킨케어	안전용품	업소위생용품	국내외여행	완구키덜트게임	주방수납잡화	헤어바디용품	헬스기구용품	건강관련용품	수익률(기준)
1	0.5	0.51	0.56	0.54	0.55	0.55	0.42	0.56	0.65	-0.45	0.54	0.51	0.47	0.48	0.54	0.54
가공식품	0.5	1	0.24	0.15	0.57	0.4	0.41	0.27	0.41	0.6	-0.63	0.2	0.24	0.42	0.31	0.43
건강식품	0.51	0.24	1	0.68	0.76	0.73	0.76	0.78	0.41	0.53	-0.2	0.74	0.88	0.46	0.8	0.47
계절가전	0.56	0.15	0.68	1	0.45	0.69	0.68	0.68	0.64	0.57	-0.14	0.55	0.61	0.55	0.52	0.6
농축수산물	0.54	0.57	0.76	0.45	1	0.68	0.63	0.61	0.4	0.63	-0.51	0.79	0.84	0.43	0.76	0.54
생활용품	0.55	0.4	0.73	0.69	0.68	1	0.87	0.75	0.74	0.81	-0.24	0.6	0.72	0.83	0.52	0.82
세탁청소세면	0.55	0.41	0.76	0.68	0.63	0.87	1	0.76	0.68	0.8	-0.25	0.5	0.74	0.84	0.54	0.75
스킨케어	0.42	0.27	0.78	0.68	0.61	0.75	0.76	1	0.44	0.58	-0.24	0.63	0.78	0.55	0.64	0.5
안전용품	0.56	0.41	0.41	0.64	0.4	0.74	0.68	0.44	1	0.84	-0.18	0.25	0.37	0.84	0.18	0.87
업소위생용품	0.65	0.6	0.53	0.57	0.63	0.81	0.8	0.58	0.84	1	-0.35	0.41	0.56	0.88	0.34	0.85
국내외여행	-0.45	0.63	-0.2	-0.14	-0.51	-0.24	-0.25	-0.24	-0.18	-0.35	1	-0.31	-0.33	-0.13	-0.49	-0.22
완구키덜트게임	0.54	0.2	0.74	0.55	0.79	0.6	0.5	0.63	0.25	0.41	-0.31	1	0.84	0.26	0.72	0.4
주방수납잡화	0.51	0.24	0.88	0.61	0.84	0.72	0.74	0.78	0.37	0.56	-0.33	0.84	1	0.43	0.81	0.48
헤어바디용품	0.47	0.42	0.46	0.55	0.43	0.83	0.84	0.55	0.84	0.88	-0.13	0.26	0.43	1	0.15	0.91
헬스기구용품	0.48	0.31	0.8	0.52	0.76	0.52	0.54	0.64	0.18	0.34	-0.49	0.72	0.81	0.15	1	0.22
건강관련용품	0.54	0.43	0.47	0.6	0.54	0.82	0.75	0.5	0.87	0.85	-0.22	0.4	0.48	0.91	0.22	1
수익률(기준)	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54



세부 소비업종	일일확진자 수 상관관계
업소위생용품	0.65
계절가전	0.56
농축수산물	0.54
생활용품	0.55
세탁청소세면	0.55
스킨케어	0.42
안전용품	0.56
업소위생용품	0.65
국내외여행	-0.45
완구키덜트게임	0.54
건강관련용품	0.54
건강식품	0.51
주방수납잡화	0.51
가공식품	0.5
헬스기구용품	0.48
헤어바디용품	0.47
스킨케어	0.42
헬스기구용품	0.48
건강관련용품	0.54
국내외여행	-0.45

※ 값이 $> |0.4|$ 이면 '유의미한 관계가 있음'으로 판단

15개의 업종 중, 상관관계가 유의한 업종 12개를 선정하여 클러스터 작업을 진행하였고, 다음과 같이 4가지 테마로 분류하였습니다. 다음으로, 각 테마에 해당하는 업종들의 소비건수 증가 추이를 알아보았습니다.



테마 1 - 코로나 예방



- ✓ 건강관련용품
 - ✓ 안전용품
 - ✓ 업소위생용품

테마 2 - 식품



- ✓ 가공식품
 - ✓ 농축수산물
 - ✓ 건강식품

테마 3 - 생활



- ✓ 헤어바디용품
 - ✓ 생활용품
 - ✓ 세탁청소세면

테마 4 - 취미 활동



- ✓ 완구·키덜트·게임
 - ✓ 헬스기구용품
 - ✓ 주방수납잡화

※ 계절가전은 업종의 계절성의 영향이 큰 것을 확인하였으므로 제외.

먼저, 테마 1 (코로나 예방 용품)의 2019년 대비 2020년 소비건수 변화를 알아보았습니다.

업종 이슈/현황



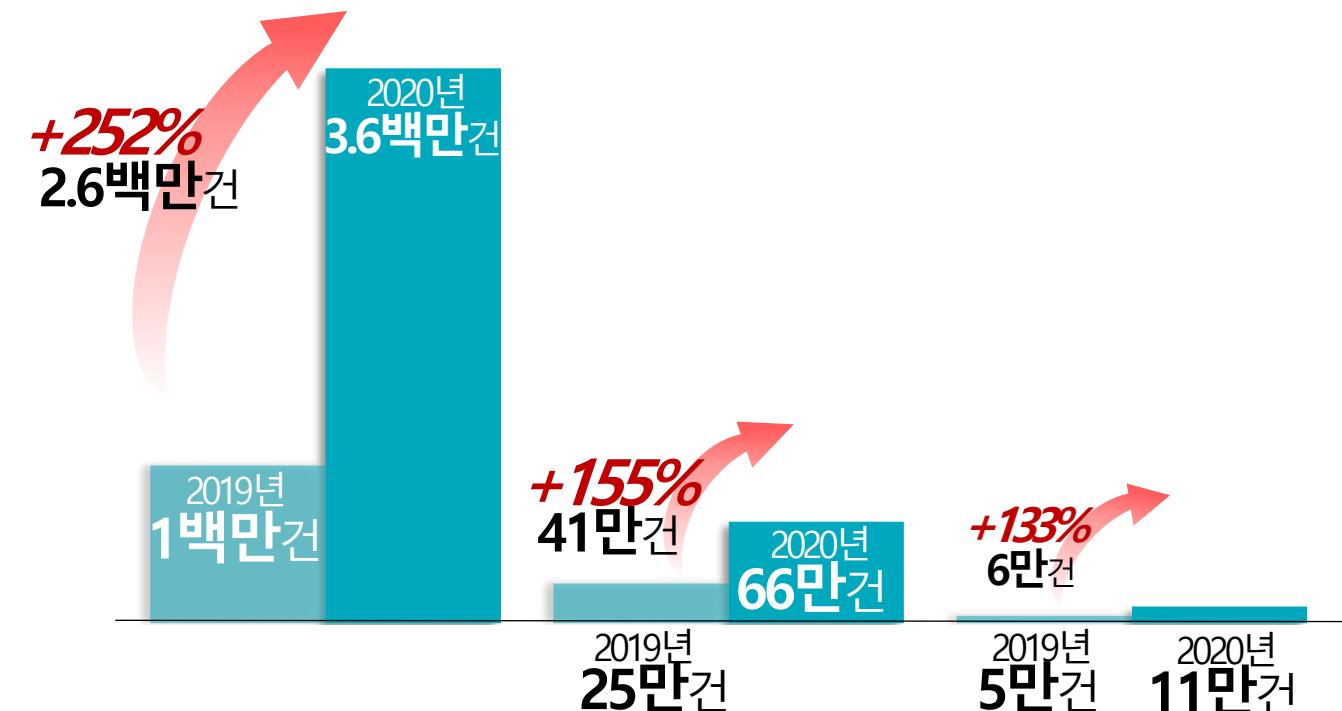
< 마스크 사재기, 품절 사태 >

- ✓ 방호복, 고글, 마스크, 손소독제 등이 해당 용품군에 포함
- ✓ 코로나에 1차적으로 바로 반응했던 품목이기에 소비건수 큰 폭 증가

건강관련용품

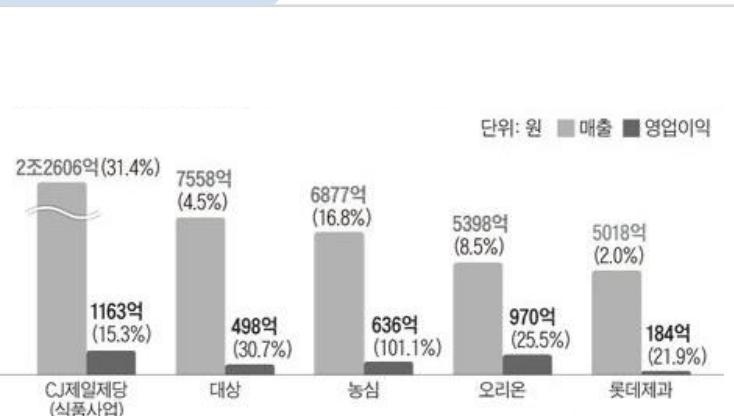
안전용품

업소위생용품



다음으로, 테마 2 (식품)의 2019년 대비 2020년 소비건수 변화를 알아보았습니다.

업종 이슈/현황



< 금융감독원 전자공시 - 1분기 가공식품 기업 실적 >

- ✓ 외부활동 감소로 냉동식품, 간편식 등의 가공식품과 농축수산물의 거래수요 증가
- ✓ 코로나 공포로 인해 홍삼, 인삼, 비타민 등의 건강식품판매 증가

가공식품

+58%
8백만건

2019년
1.4천만건

2020년
2.3천만건

+54%
3백만건

2019년
6.2백만건

2020년
9.5백만건

+28%
80만건

2019년
3백만건

2020년
3.8백만건

농축수산물

건강식품

다음으로, **테마 3 (생활)**의 2019년 대비 2020년 소비건수 변화를 알아보았습니다.

업종 이슈/현황

주요 온라인 주문 플랫폼 2월 첫 주말 현황

위메프	생필품 거래 전년 동기 대비 ↑ 263%
링크샵스	1월 주말 평균 주문량 대비 ↑ 38.6%

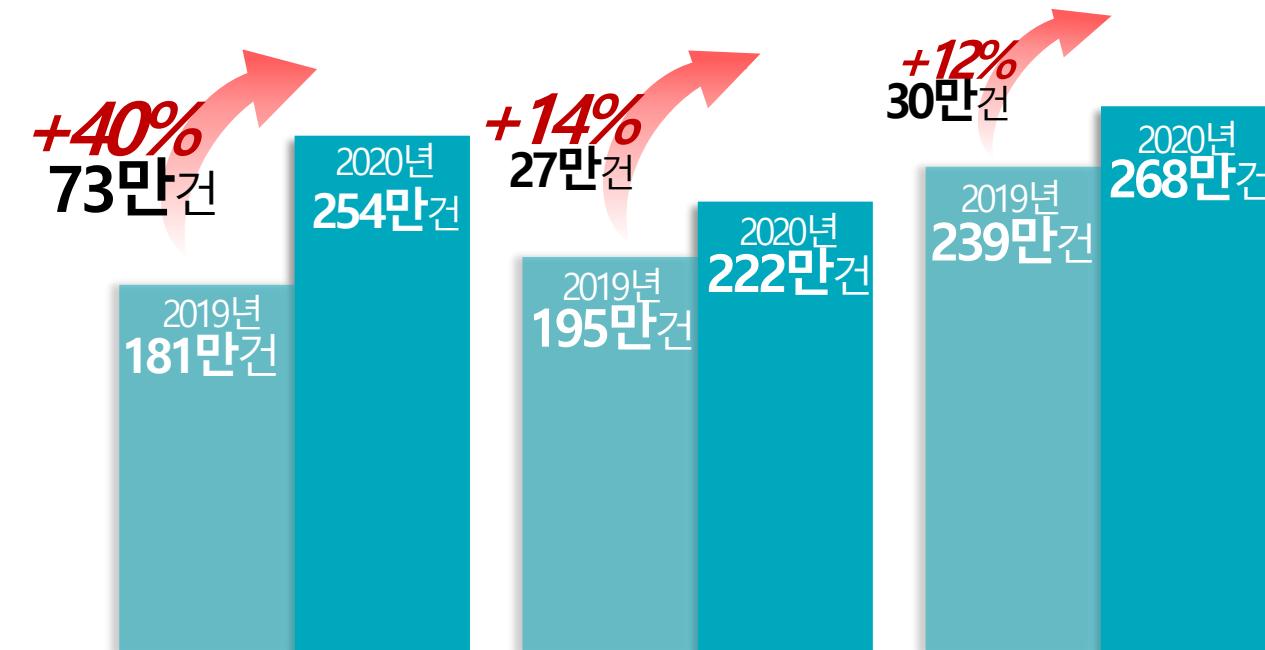
< 아시아 경제 - 생필품 관련 온라인 주문 플랫폼 현황 >

- ✓ 오프라인 매장 대신 **온라인 플랫폼을 통한 생필품 주문** 증가
- ✓ 재택근무, 비대면 수업 등 집에서 지내는 시간이 길어지며 **생필품의 구매 Cycle 단축**

헤어바디용품

생활용품

세탁청소세면



마지막으로, **테마 4 (취미)**의 2019년 대비 2020년 소비건수 변화를 알아보았습니다.

업종 이슈/현황



- ✓ 구글플레이, 원스토어, 애플 앱스토어 합산 모바일 게임 매출액은 전년도 대비 30% 증가
- ✓ 격리 조치 및 외출 제한 등의 사회적 거리두기 정책으로 인한 **실내 온라인 취미생활 시장 성장**

완구·키덜트·게임

+22%
33만건

2019년 148만건
2020년 182만건

+31%
25만건

2019년 78만건
2020년 103만건

+18%
3만건

14만건 17만건
2019년 2020년

주방수납잡화

헬스기구용품

마지막으로, **테마 4 (취미)**의 2019년 대비 2020년 소비건수 변화를 알아보았습니다.



업종별로 알아본 결과, 온라인에서 모든 그룹의 소비건수는 증가하였습니다.

추가로, 소비자들은 온라인 구매 시 어떤 소비 매체를 사용하는지 알아보고자 합니다.

- ✓ 구글플레이, 원스토어, 애플 앱스토어 합산 모바일 게임 매출액은 전년도 대비 30% 증가
- ✓ 격리 조치 및 외출 제한 등의 사회적 거리두기 정책으로 인한 **실내 온라인 취미생활 시장 성장**



2019년과 2020년 온라인 소비 매체 전체 현황을 비교해보았습니다.
PC 사용 소비는 유출이 많으며, 모바일로의 소비는 유입이 많음을 확인하였습니다.

PC

모바일

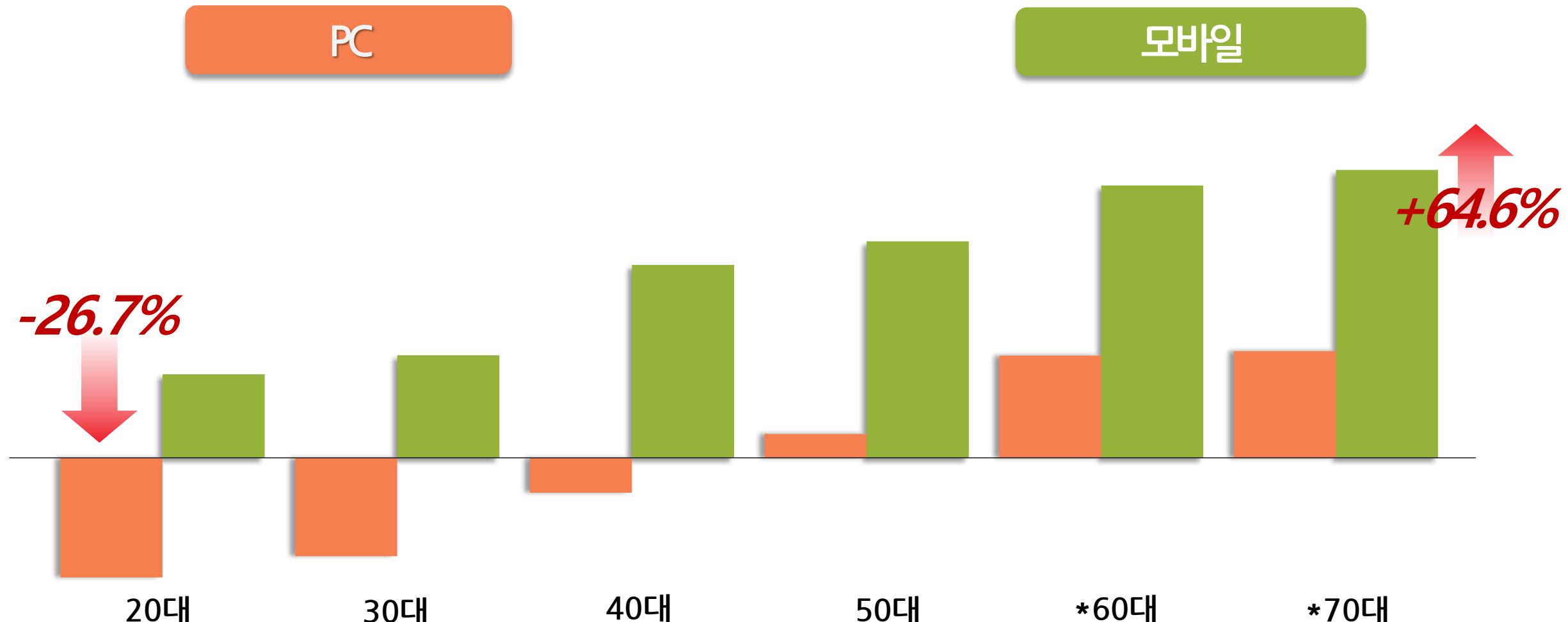
-7%
144만건



29%
4천만건



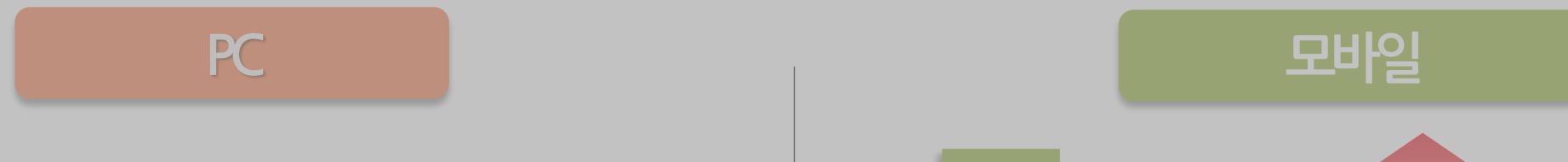
연령대별 온라인 소비 매체 현황을 확인해본 결과,
PC 사용 감소는 20대에서, 모바일 사용 증가는 70대에서 두드러짐을 확인했습니다.



PC 사용에서 두드러진 양상을 보인 20·30대의, '테마별 온라인 소비 매체 증감률'을 확인해보았습니다.
스마트폰의 대중화, 간편결제 활성화 등으로 모바일 사용 소비가 증가했습니다.



PC 사용에서 두드러진 양상을 보인 20·30대의, '테마별 온라인 소비 매체 증감률'을 확인해보았습니다.
스마트폰의 대중화, 간편결제 활성화 등으로 모바일 사용 소비가 증가했습니다.



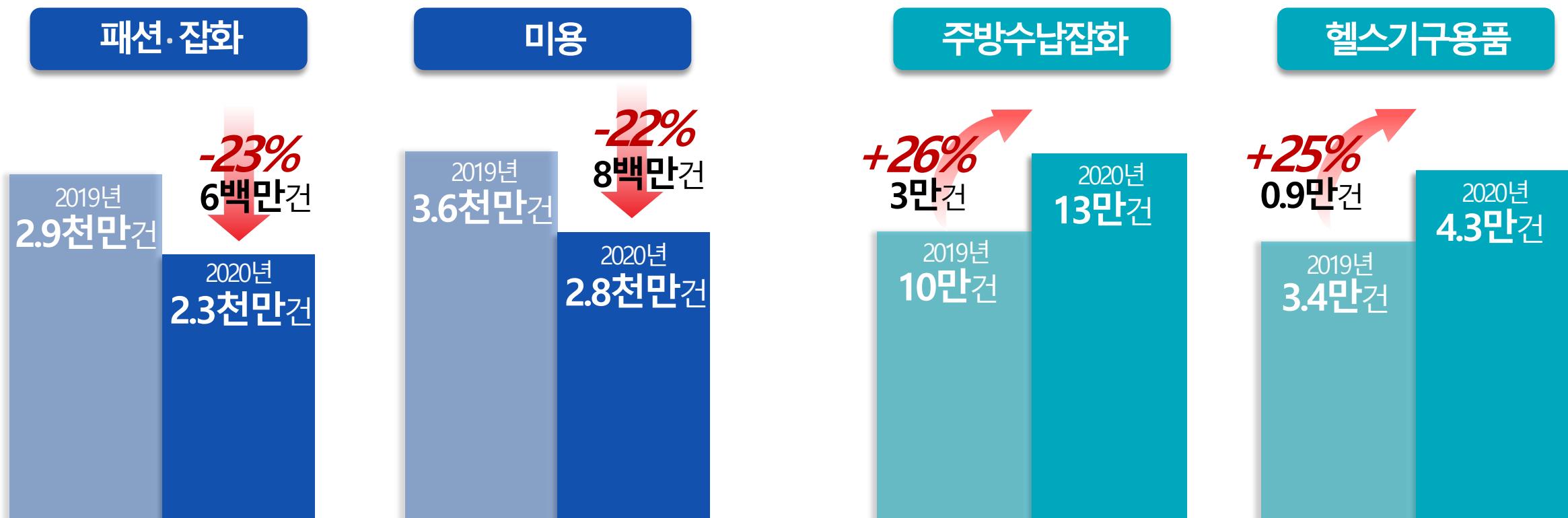
장년층을 포함한 모든 세대에서 모바일을 통한 소비 증가의 양상을 보이고 있습니다.
다음으로 연령대별 소비 트렌드를 분석해보고자 합니다.



20대 소비 트렌드 - 실내취미형 소비

- SNS에서 유행했던 '달고나 커피 만들기', 이밖에도 홈베이킹, 홈트레이닝 등 실내취미 스펙트럼이 넓어지는 추세입니다.

» 오프라인



30대 소비 트렌드 - 고가 실내취미형 소비

- 완구키덜트게임 업종은 다른 취미 관련 업종들에 비해 1회 구매금액이 고가로 형성되어 있습니다.

» 오프라인

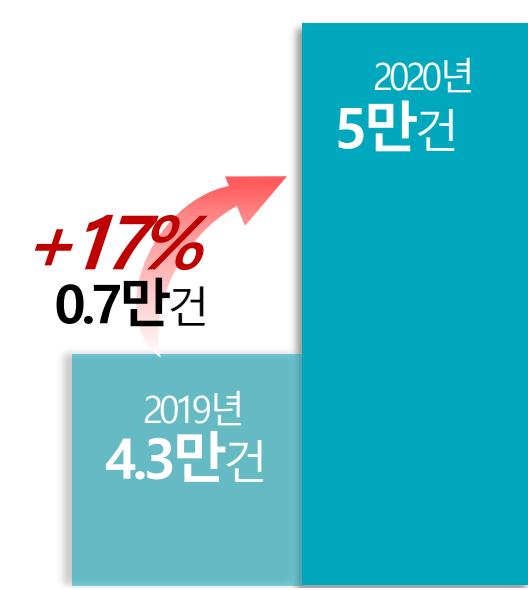
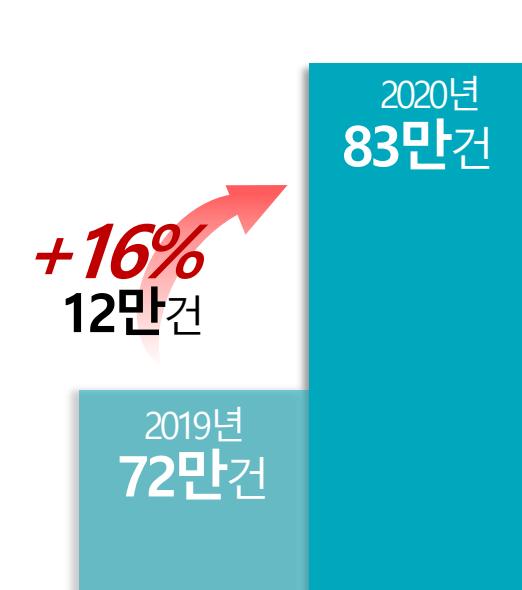
» 온라인

교육·학원

스포츠·문화·레저

완구·키덜트·게임

헬스기구용품

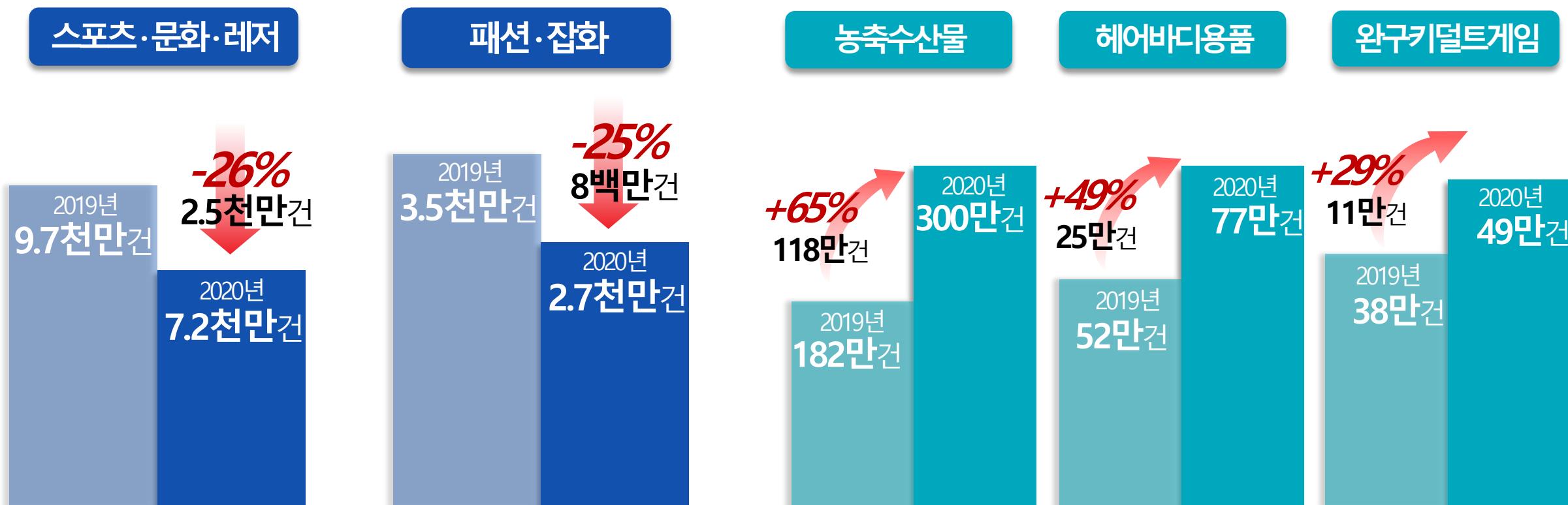


닌텐도, 드론 등

40대 소비 트렌드 - 생활밀착형 소비

- ‘집안 살림’과 연관성 있는 두 업종이 가장 큰 증가를 나타냈습니다.

» 오프라인



50대 소비 트렌드 - 건강중심형 소비

- 코로나의 영향으로 면역력 강화를 위한 비타민, 영양제 등의 건강관련식품 소비가 증가했습니다.

» 오프라인

» 온라인

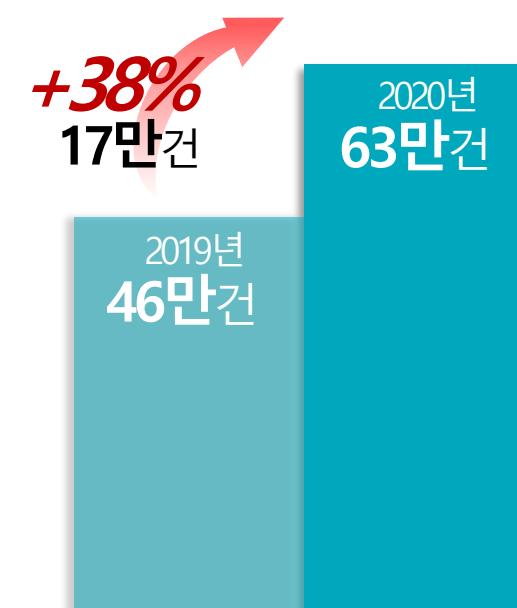
패션·잡화



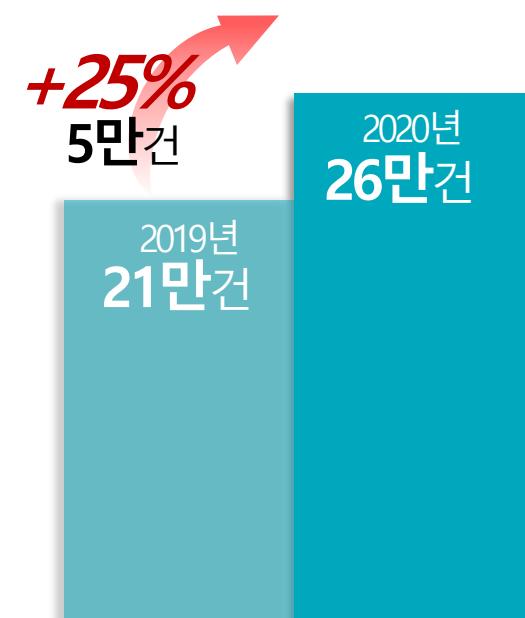
미용



건강식품



생활용품



60대 소비 트렌드 - 간편추구형 소비

- 건강과 편의를 동시에 해결할 수 있는 가정간편식(HMR) 소비가 증가했습니다.

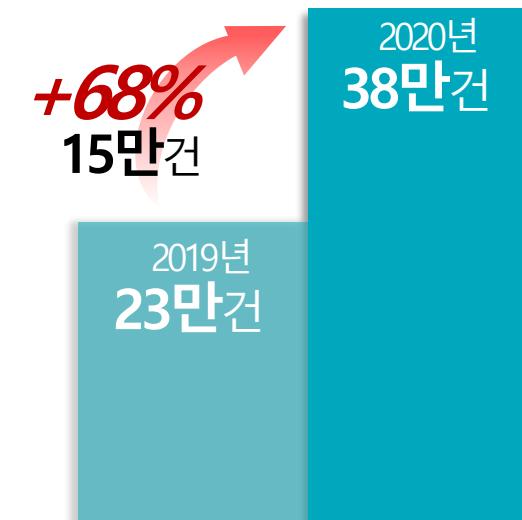
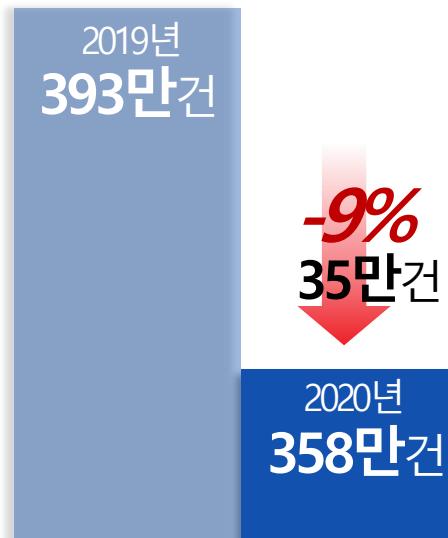
» 오프라인

» 온라인

교육·학원

패션·잡화

가공식품



60대 소비 트렌드 - 간편추구형 소비

- 건강과 편의를 동시에 해결할 수 있는 가정간편식(HMR) 소비가 증가했습니다.

» 오프라인

» 온라인

연령별 소비 트렌드 분석에서 언급된 업종의 종사자들은

해당 연령대를 고려하여 사업 방향성을 설정해야 할 것입니다

35만건
2020년
358만건

93만건
2020년
1186만건

2019년
23만건

코로나 이후 소비 트렌드는 'C.H.A.O.S.' 입니다.

C

Changing Lifestyle

변화하고 있는 소비자의 라이프스타일

H

House Sourcing

집안 소비의 다양화

A

Awakened to Digital

실버 세대 중심의 Digital 소비 확대

O

Obtain Health

건강·위생 관련 소비 증가

S

Switching to Online

온라인으로 전환

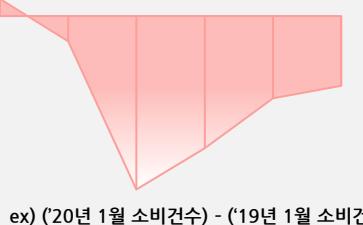
C

Changing Lifestyle

오프라인 소비보단, 온라인 소비

오프라인 소비건수 월별 감소

1월 2월 3월 4월 5월 6월

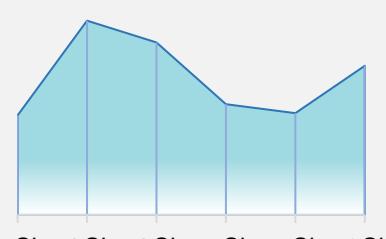


오프라인 주요 업종 감소량

(단위 %)
스포츠 외식 여행 교육

-18 -10 -30 -21

온라인 소비건수 월별 증가

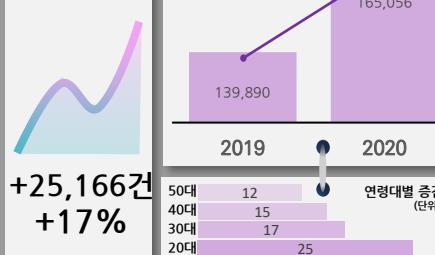


H

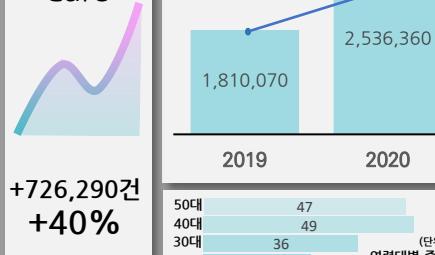
House Sourcing

#홈트 #홈쿡 #홈술 #달고나커피 #홈케어

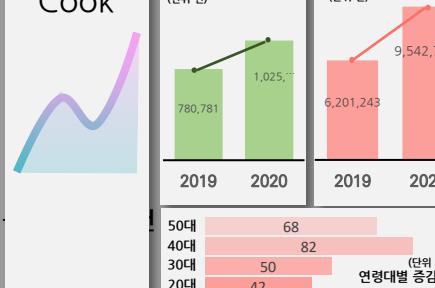
Home Training



Home Care



Home Cook



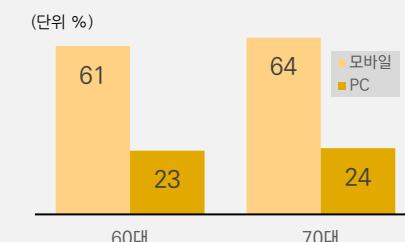
A

Awakened to Digital

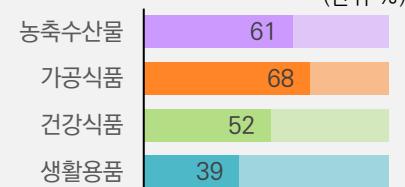
실버서퍼

Silver Surfer
은퇴 후 탄탄한 경제력을 바탕으로 IT 기기를 능숙히 조작할 줄 아는 60대 이상의 장년층

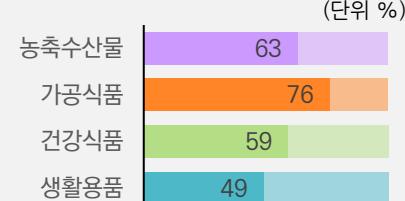
60-70대 OS별 증감률



60대 온라인 이용 증업종



70대 온라인 이용 증업종



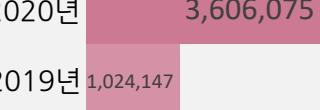
O

Obtain Health

건강·위생 관련 소비 증가

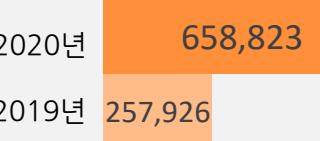
건강관리용품

(단위 건수)



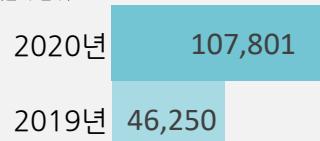
안전용품

(단위 건수)

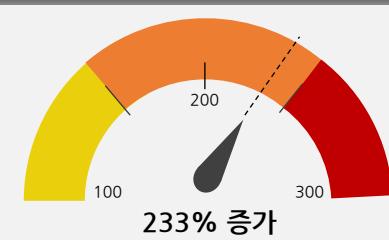


업소위생용품

(단위 건수)



233% 증가

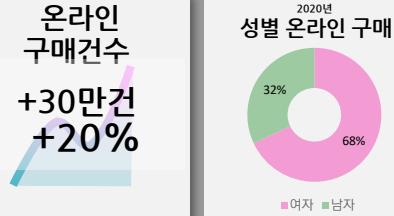


S

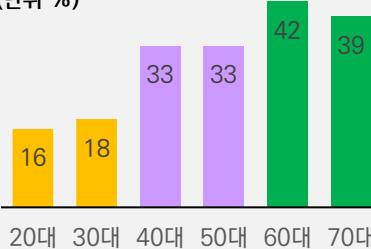
Switching to Online

온라인 구매건수

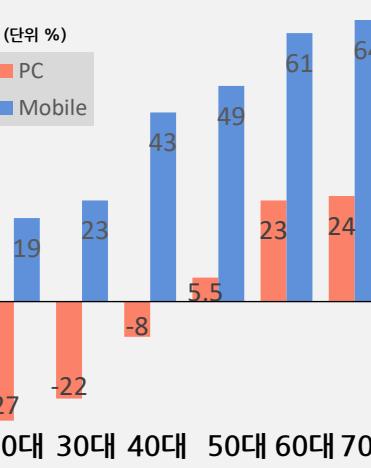
+30만건
+20%

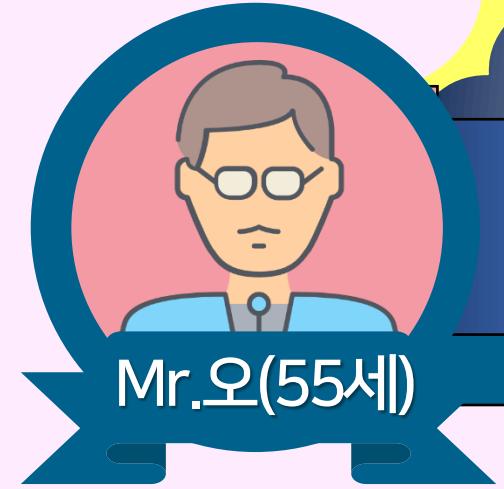


연령대별 온라인 이용 증감률

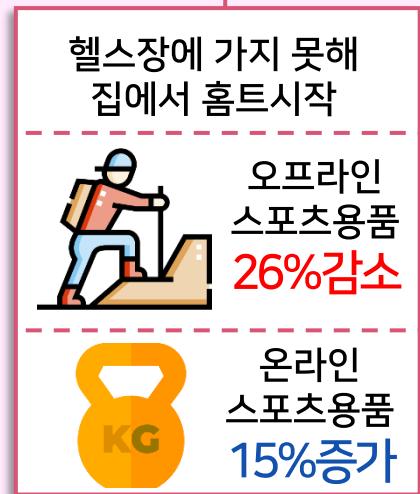


연령대별 온라인 유입매체 변화량





Mr. 오(55세)



감사합니다

