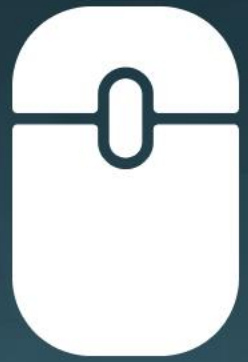
eMFORCE 데이터랩
Digital Marketing Group



Sep 2019. Report NOW

『검색어트렌드 데이터』 및 『SNS데이터』를 활용한

추석선물 시장 트렌드 분석

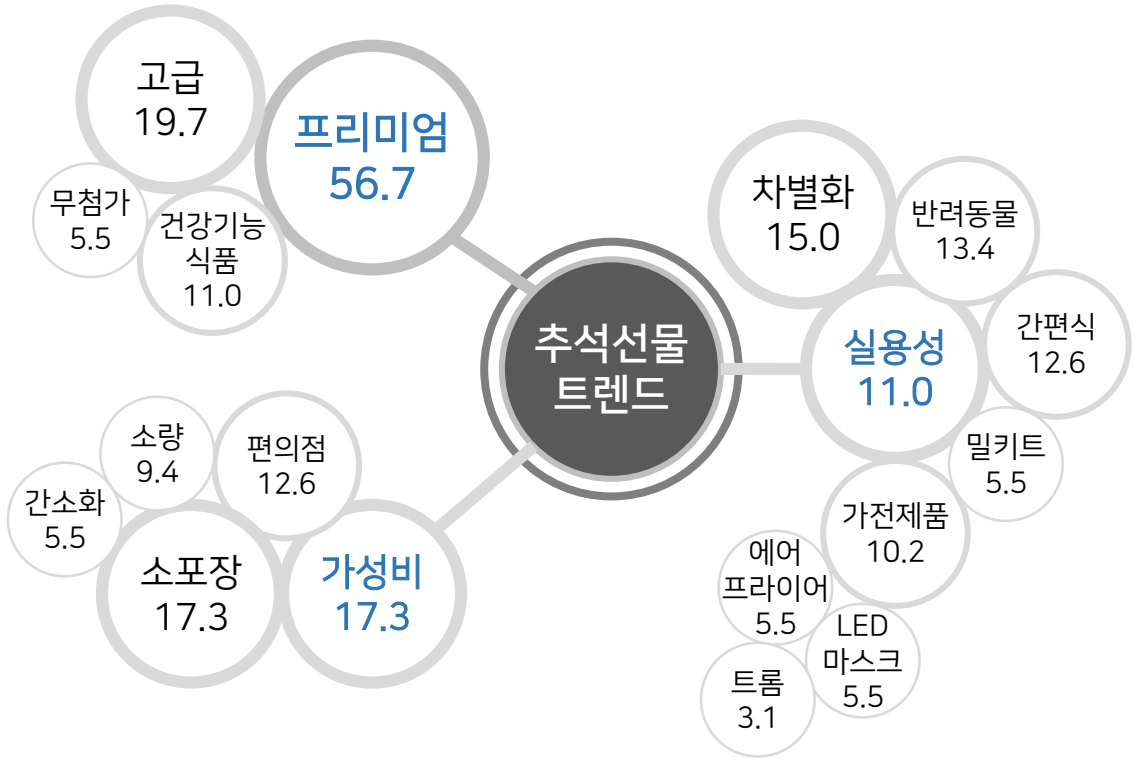
2019. 09. 02

분석배경 및 목적

2019년 추석선물 트렌드에 대한 심층 분석

- 2019년 7월~8월, 약 한 달 반 동안 온라인에 게시된 언론 기사를 분석하여,
  다음과 같이 추석선물 관련 키워드를 정리하면, **고급화 / 가성비(간소화) / 실용성** 등 3가지로 요약
- 언론을 통해 표현된 추석선물 트렌드에 대해 소비자 데이터를 기반으로 심층 분석 진행

※ Data Source : Social Matrix (2019.07.01~2019.08.22)
『추석선물』 트렌드에 대한 '언론기사' 내용 분석 결과 (Word Cloud Analysis)



추석 선물 트렌드 '소포장·프리미엄'

1인 가구-명절 문화 간소화가 추석 선물 트렌드까지 바꾼다

올 추석은 '온라인·간략화'가 대세… 달라지는 명절 풍속도

식품업계, 추석 대목 '온라인 마케팅' 승부수

※ 추석선물 관련 언론기사 헤드라인 발췌

- ✓ 「SNS 언급 내용」& 「네이버 검색트렌드」 데이터를 활용, 통합 분석
- ✓ SNS상에서 **소비자들이 직접 언급하는 내용** 및
  포털사이트 내에서 **다양하게 검색되는 키워드**를 기반으로 탐색
- ✓ 과거부터 최근까지 변화된 경향성을 전반적으로 이해하기 위해
  2014~2018년까지의 추석선물에 대한 언급 추이와 내용을 추출
- ✓ 추석선물에 대한 고민이 시작되는 시기와 증감 시기,
  시기 별 고려하는 품목 및 대상 등 다양한 관점에서 분석 진행

데이터 설계

SNS데이터를 중심으로 2014년 이후 추석연휴 전후 기간의 데이터 추출

- 추석선물 고민 시작 시기, 구입 욕구 증대 시점, 시점 별 구입 고려 품목 등을 파악하고자
  연간 추석연휴 시작 요일, 추석 당일 요일, 전체 연휴 기간 등 다각적으로 고려하여 분석 접근
- 데이터간 제공되는 기간 차이를 고려하여, SNS데이터는 2014~2019 / 네이버 검색트렌드는 2016~2019 데이터 추출
  또한 2019년 데이터의 경우 분석 시점까지 집계된 8/27까지의 데이터 활용

SNS데이터

2014년 ~ 2019년 데이터 추출

2014년 9월 추석연휴

일	월	화	수	목	금	토
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	1	2	3	4

- 전체연휴 : 9/6~9/10 (5일)
- 추석당일 : 9/8
- 데이터추출 : 7/1~10/31

2015년 9월 추석연휴

일	월	화	수	목	금	토
30	31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26

- 전체연휴 : 9/26~9/29 (5일)
- 추석당일 : 9/27
- 데이터추출 : 7/1~10/31

2016년 9월 추석연휴

일	월	화	수	목	금	토
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	1

- 전체연휴 : 9/14~9/18 (5일)
- 추석당일 : 9/15
- 데이터추출 : 7/1~10/31

2017년 10월 추석연휴

일	월	화	수	목	금	토
24	25	26	27	28	29	30
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28

- 전체연휴 : 9/30~10/9 (9일)
- 추석당일 : 10/4
- 데이터추출 : 7/1~10/31

2018년 9월 추석연휴

일	월	화	수	목	금	토
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	1	2	3	4	5	6

- 전체연휴 : 9/22~9/26 (5일)
- 추석당일 : 9/24
- 데이터추출 : 7/1~10/31

2019년 9월 추석연휴

일	월	화	수	목	금	토
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5

- 전체연휴 : 9/12~9/15 (4일)
- 추석당일 : 9/13
- 데이터추출 : 7/1~**8/27**

2019년도 데이터는
8/27까지만 분석에 활용

네이버 검색트렌드

2016년 ~ 2019년 데이터 추출

CONTENTS

CHAPTER.1

추석선물 트렌드 분석

추석선물 관심 추이 / 구입 고려 상품 / 대상자 & 유통경로 등

CHAPTER.2

추석선물 소비 패턴 분석

추석선물 고민 증가 시점 / 구입 니즈 형성 단계 / 시점 별 고려 상품 등

CHAPTER.3

결론

CHAPTER.1

추석선물 트렌드 분석

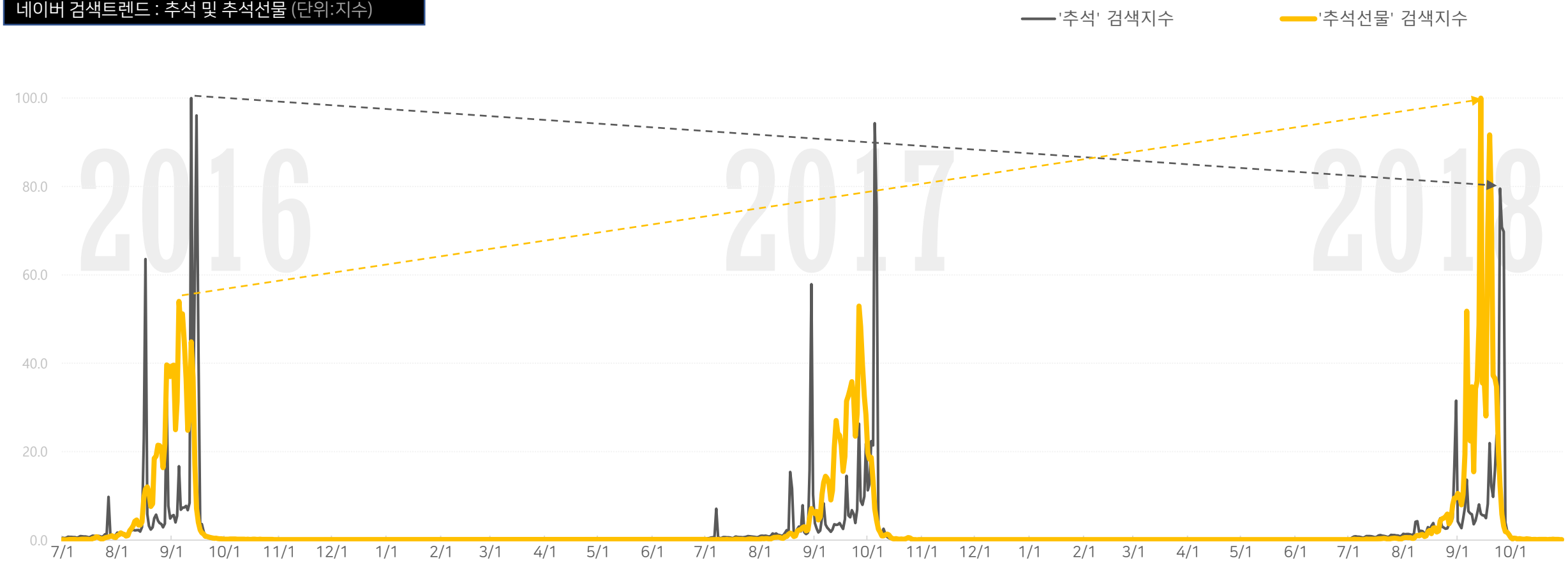
[검색트렌드 및 SNS 언급 내용 통합 분석]

추석 및 추석선물 관심 추이 분석

'추석' 관련 검색은 점차 감소하나
'추석선물' 관련 검색은 최근 크게 증가

- **「추석」에 대한 관심과 「추석선물」에 대한 관심 차이에 대한 해석**
  ① 가족과 보내는 명절이 점차 간소화됨에 따라 선물로 대체하고자 하는 인식 반영
  ② 가족 외 친구, 지인, 학교, 학원 등 선물을 하는 대상자 확대 영향
  ③ 기프티콘 등 간편하게 구입, 선물 가능한 품목 확대와 간편결제시스템 영향 판단

네이버 검색트렌드 : 추석 및 추석선물 (단위:지수)

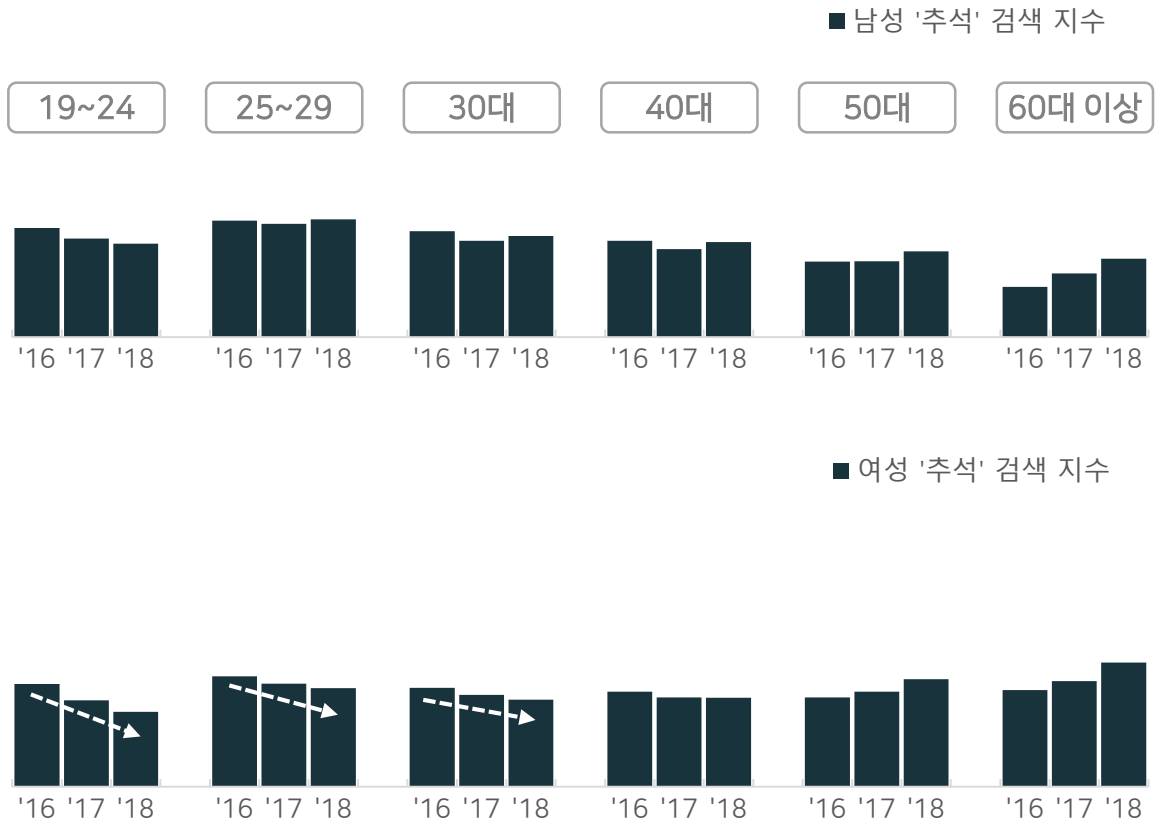


추석 및 추석선물 관심 추이 분석 : 성/연령

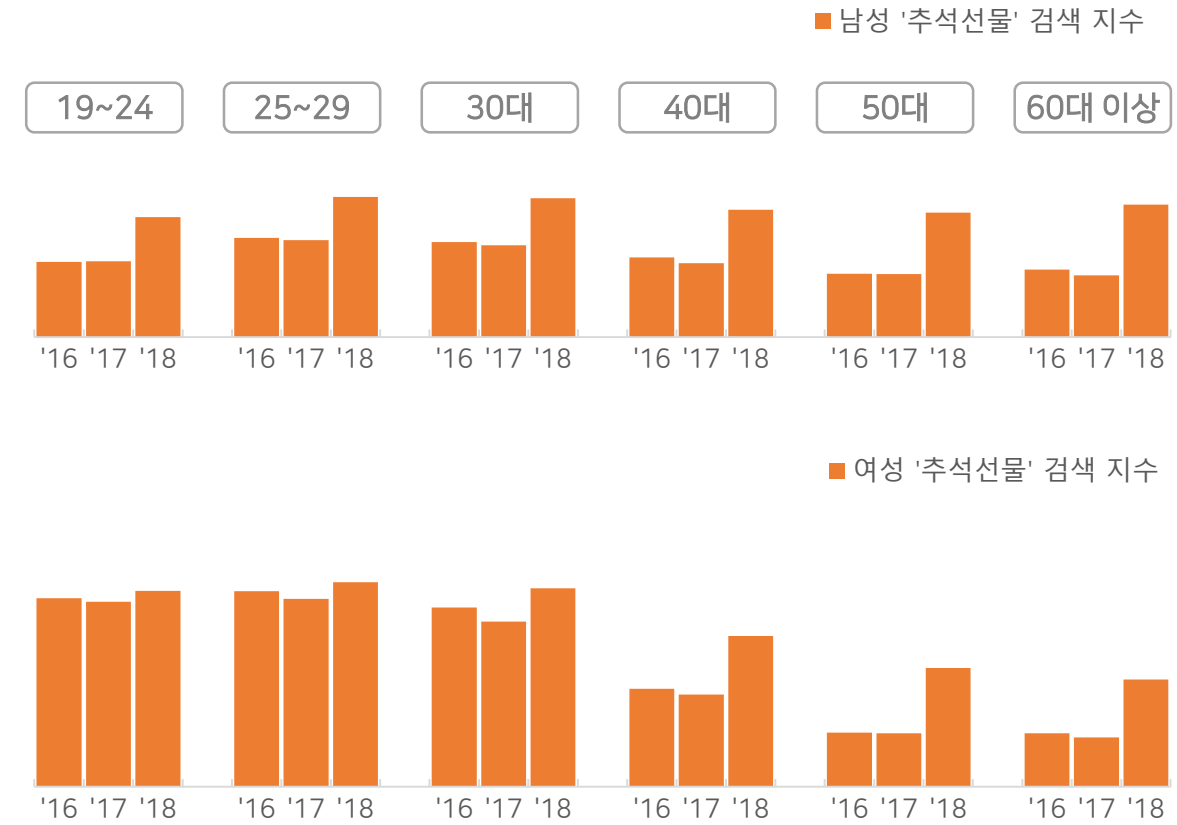
성/연령별 정도의 차이는 있으나
특이점 판단이 어려울 만큼 전반적 관심 증가

- 추석선물에 대한 검색은 비교적 전연령대에서 고르게 증가하고 있으나,
  추석 관련 검색은 20~30대 여성층에서 지속적으로 하락하는 추세

네이버 검색트렌드 : 성/연령별 **추석 검색** 추이 (단위:지수)



네이버 검색트렌드 : 성/연령별 **추석선물 검색** 추이 (단위:지수)

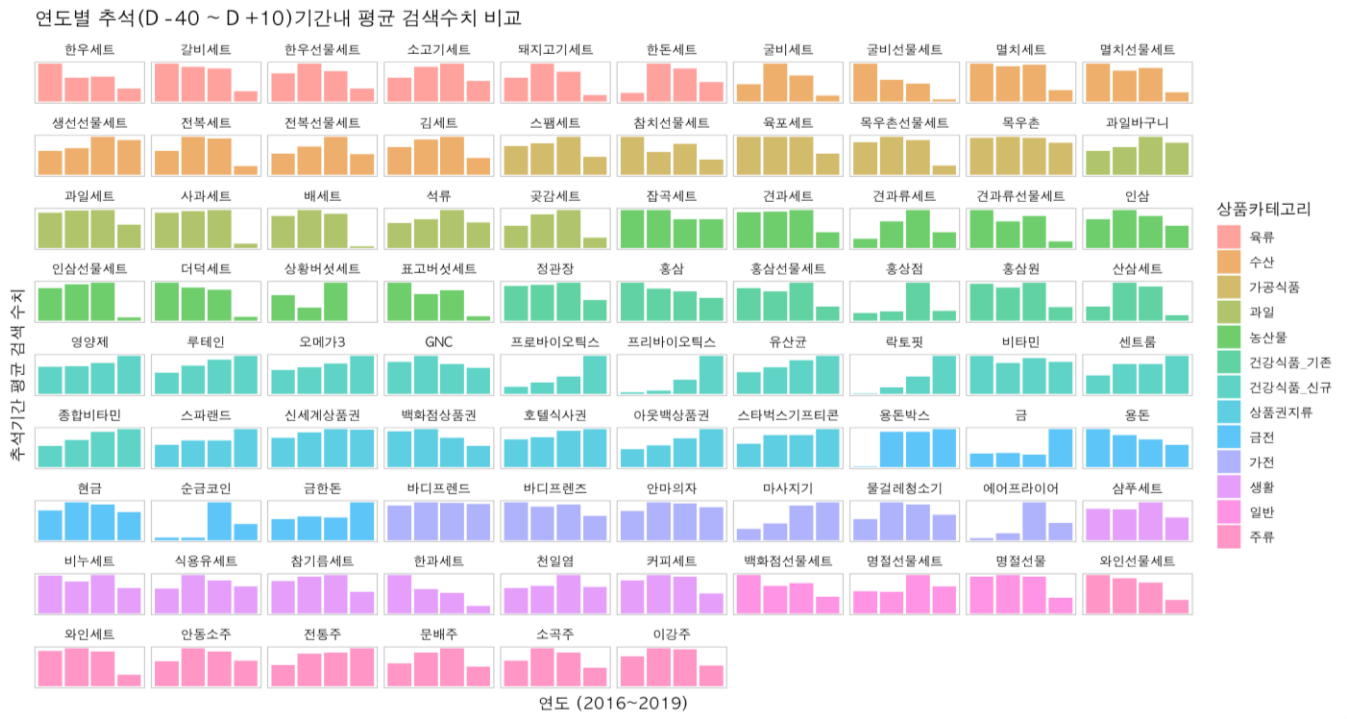


추석선물 상품 관심 변화

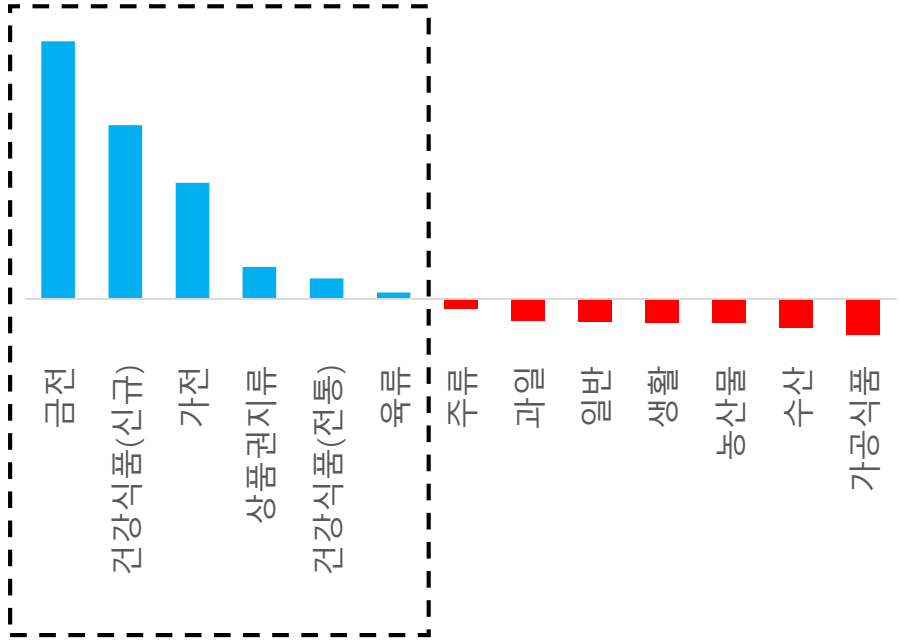
과일, 수산, 가공식품 카테고리 관심 하락
건강, 용돈, 상품권 카테고리 관심 증가

- 추석명절에 구입 빈번한 상품 키워드 150여개를 분석, 이 중 변화가 유의미한 키워드 반복 추출
- 주로 대형마트 등에서 세트상품으로 구성되어 소비되던 수산, 가공식품 등 감소

네이버 검색트렌드 : 선물 키워드의 연도별 검색 추이 비교



[선물 상품 카테고리별 검색 증감률]



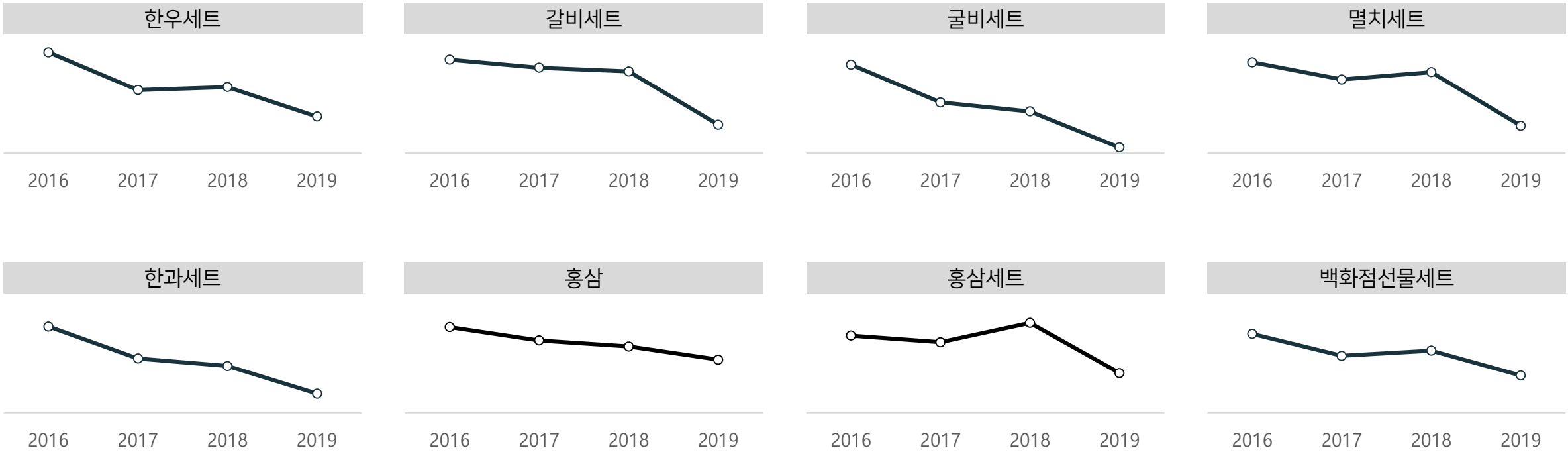
✓ 네이버 검색어 트렌드 데이터 활용, 추석 시작일을 기준으로 D -40일 이전부터 추석 연휴 후 10일간 총 50일간의 데이터를 기준으로 연도별 비교 분석 수행
✓ 2019년도의 경우 아직 추석 연휴가 다가오지 않았기 때문에, 추석 시작 40일 이전 ~ 분석 시점의 데이터 활용

추석선물 상품 관심 변화 : 관심 감소 영역

세트 구성 상품에 대한 전체적인 관심도 하락 추세

- 선물로서 대상에 상관없이 비교적 무난하게 소비되던 세트상품에 대한 관심이 점차 감소,
  이는 다양한 대체 상품의 등장과, 선물 대상별 실용성을 고려하려는 인식이 반영된 결과로 판단

네이버 검색트렌드 : 추석선물 변화 트렌드 (단위:지수)



✓ 네이버 검색어 트렌드 데이터 활용, 추석 시작일을 기준으로 D -40일 이전부터 추석 연휴 후 10일간 총 50일간의 데이터를 기준으로 연도별 비교 분석 수행
✓ 2019년도의 경우 아직 추석 연휴가 다가오지 않았기 때문에, 추석 시작 40일 이전 ~ 분석 시점의 데이터 활용

추석선물 상품 관심 변화 : 관심 증가 영역

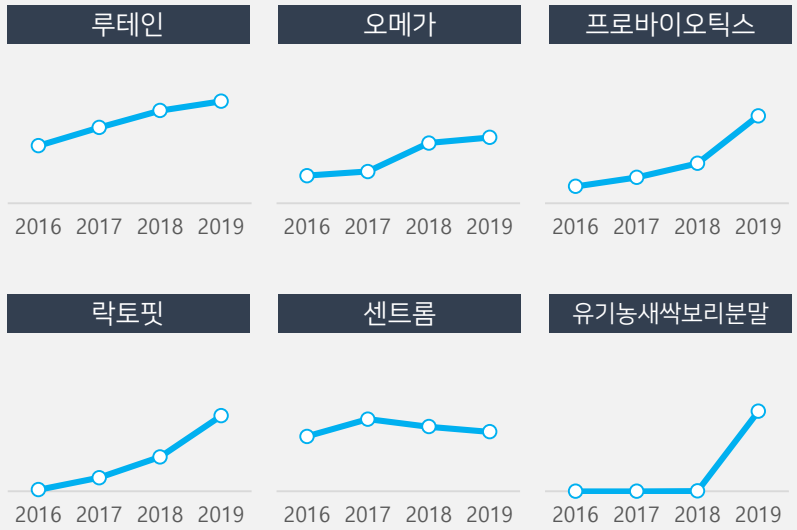
건강식품의 세분화 및 상품권, 용돈의 여전한 인기

- 최근 건강식품 종류가 다양해지면서 기능에 따라 세분화되는 경향이 소비자의 선택에도 영향을 미치고 있는 것으로 판단
- 상품권과 기프티콘 등에 대한 관심 증가는 선물을 고려하는 대상이 그만큼 다양해지고 넓어졌다는 것을 의미, 기존의 스팸, 식용유 등 가공식품으로 구성된 선물세트를 일부 대체
- 용돈이 여전히 효과적 선물로 인식되면서, 용돈을 담는 '용돈봉투'나 '용돈박스' 등 포장에 대한 언급 증가

네이버 검색트렌드 : 추석선물 변화 트렌드 (단위:지수)

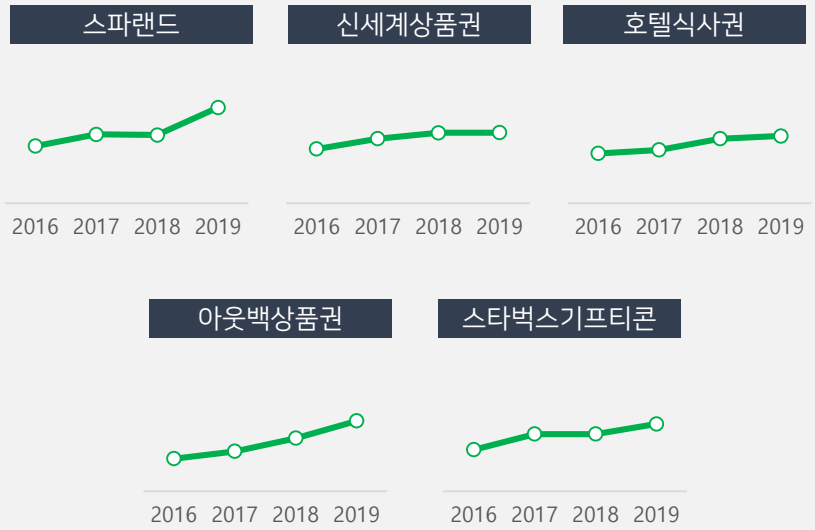
다양한 종류의 건강식품!

홍삼 등 특정 상품에 집중되어 있던 관심이 세분화,
전반적으로 건강에 대한 관심은 여전히 높은 추세



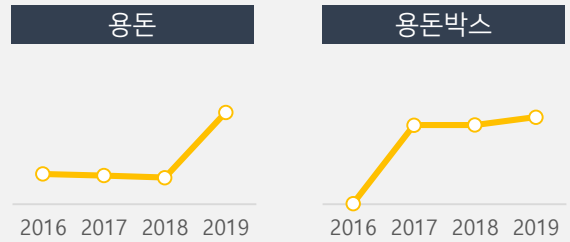
부담없고 고민없는 상품권!

친구, 지인 등 서로 부담없이 주고 받을 수 있으며
특별히 고민할 필요 없는 상품권, 기프티콘 관심 증가



뭐니 뭐니 해도 Money!

부모님, 조카, 자녀 등을 위한 용돈 자체 뿐
아니라 포장을 위한 용돈박스 등도 높은 관심



✓ 네이버 검색어 트렌드 데이터 활용, 추석 시작일을 기준으로 D -40일 이전부터 추석 연휴 후 10일간 총 50일간의 데이터를 기준으로 연도별 비교 분석 수행
✓ 2019년도의 경우 아직 추석 연휴가 다가오지 않았기 때문에, 추석 시작 40일 이전 ~ 분석 시점의 데이터 활용

추석선물 대상자 분석

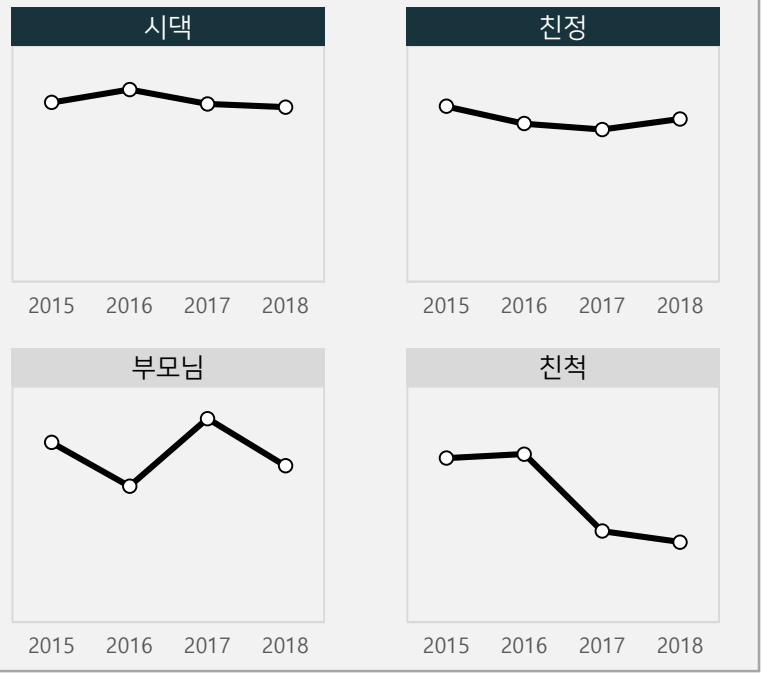
가족을 기본으로 친구, 지인, 어린이집 등 선물 대상 다양

- '시댁'과 '친정' 등 가족선물에 대한 언급은 비교적 큰 변화 없이 일정하게 유지
- 가족 외 친구, 지인 등 주변관계나 자녀가 다니는 학교, 학원, 어린이집, 유치원까지 다양하게 챙기는 경향
- 친구, 지인 등은 상품권, 쿠폰, 먹거리, 미용상품 등을 주로 선물
  어린이집이나 유치원 대상으로는 수제 디저트, 간식, 선물세트, 과일 등 선물

SNS데이터 : 추석선물 대상자 변화 (단위:언급량)

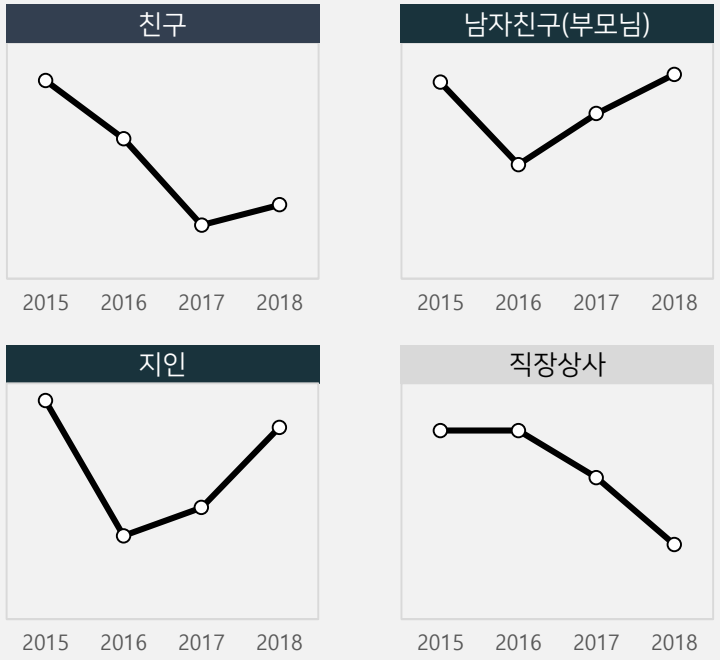
시댁,친정 언급 비교적 일정

부모님 관련 언급 연간 증감 변화 크게 보이지만
전체 언급량 기준으로는 여전히 가장 우위



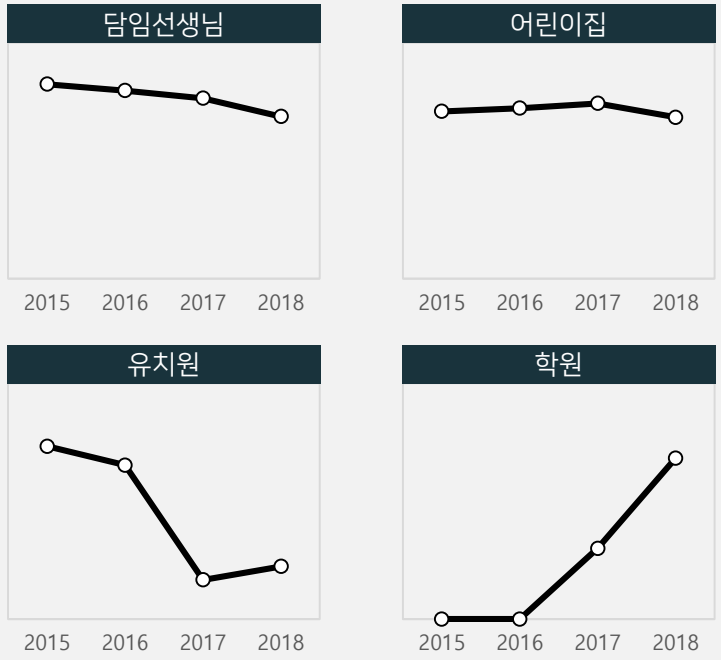
비교적 최근 증가로 반등

직장상사 등 동료를 제외하면 친구나 지인,
남자친구 부모님 방문선물 등 언급하며 증가



어린이집 관련 언급 높게 형성

최근 학교보다 어린이집, 유치원, 학원 등
사교육 기관에 좀 더 신경을 쓰는 경향을 보임

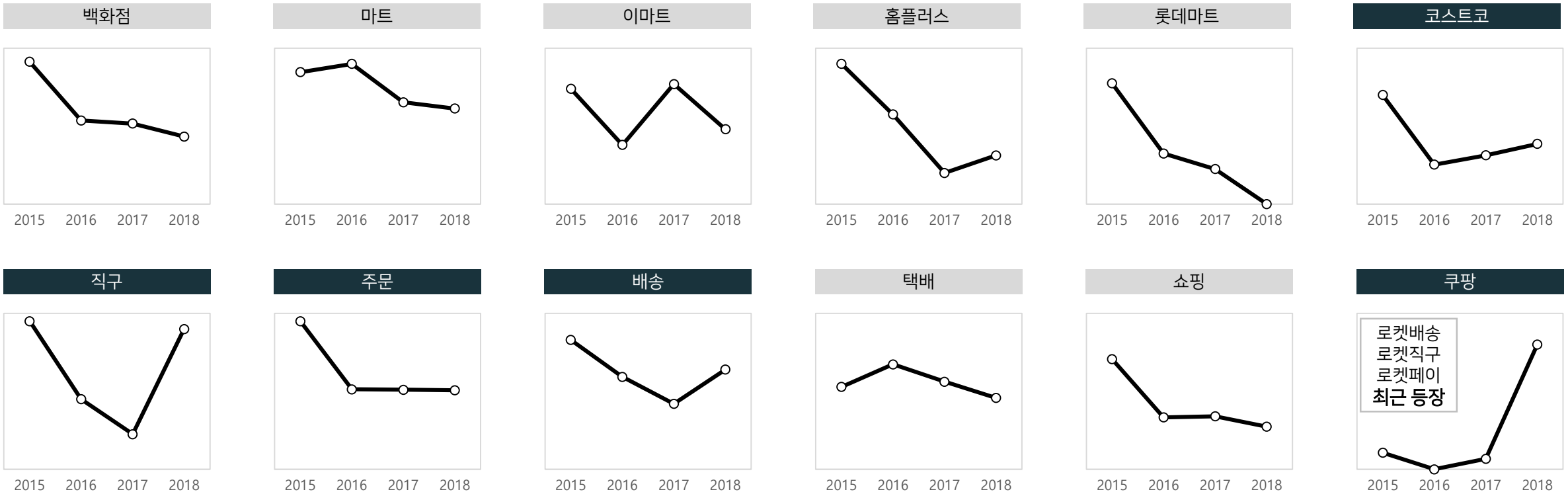


추석선물 구입 경로 분석

구매비용의 경제성 및 물품배송의 신속성 중시

- 백화점, 대형마트 등 기존의 주 구매 경로가 지속적으로 하락, 대용량 제품을 저렴하게 판매하는 코스트코 정도만 유지
- 그 외 상대적으로 배송 기간이 긴 '직구'와 반대로 배송이 빠른 '쿠팡(로켓배송)' 등에 대한 언급 증가가 눈에 띔
- '직구' 채널과 동반 언급되는 상품 → 영양제, 마누카꿀, 프로폴리스 등 부모님을 위한 건강보조식품
  '쿠팡' '로켓배송'과 동반 언급되는 상품 → 선물세트 등

SNS데이터 : 추석선물 구입 경로 변화 (단위:언급량)



CHAPTER.2

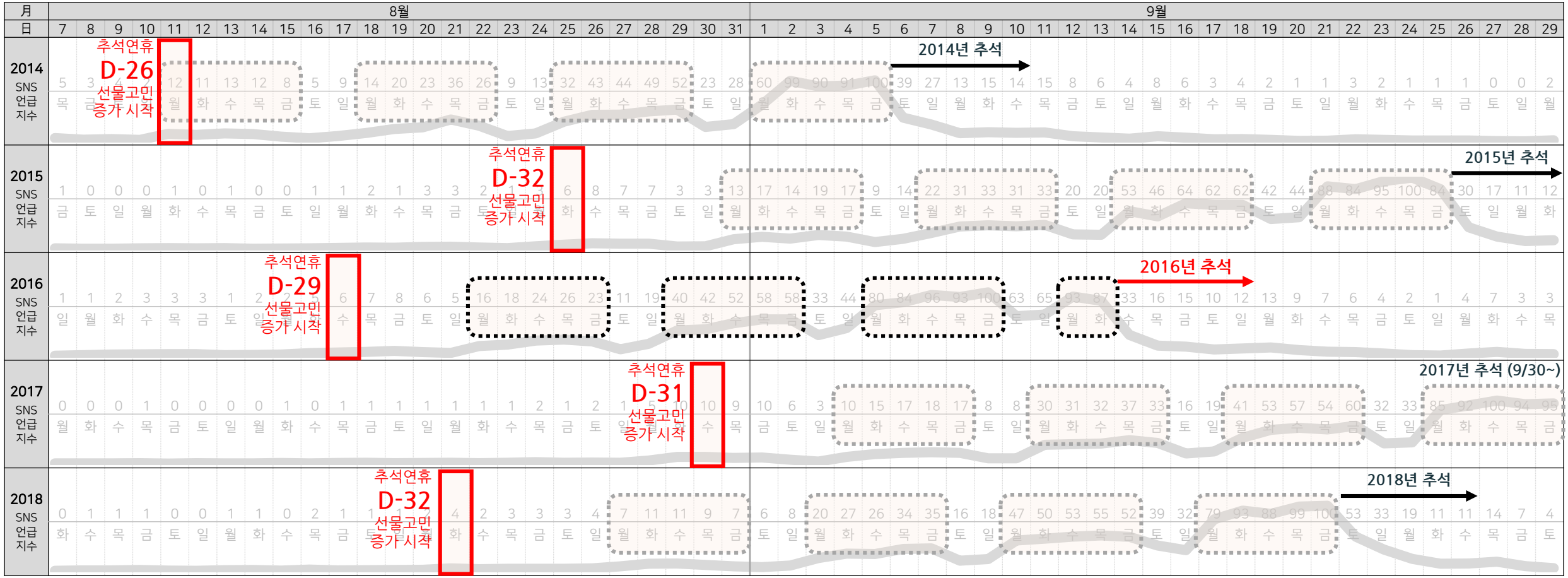
추석선물 소비 패턴 분석

[검색트렌드 및 SNS 데이터 통합 분석 (SNS데이터는 '커뮤니티' 중심으로 분석)]

추석선물 소비 패턴 분석

선물 고민 시점이 점차 빠르게 시작되며 평일을 중심으로 소비자의 고민 높게 형성

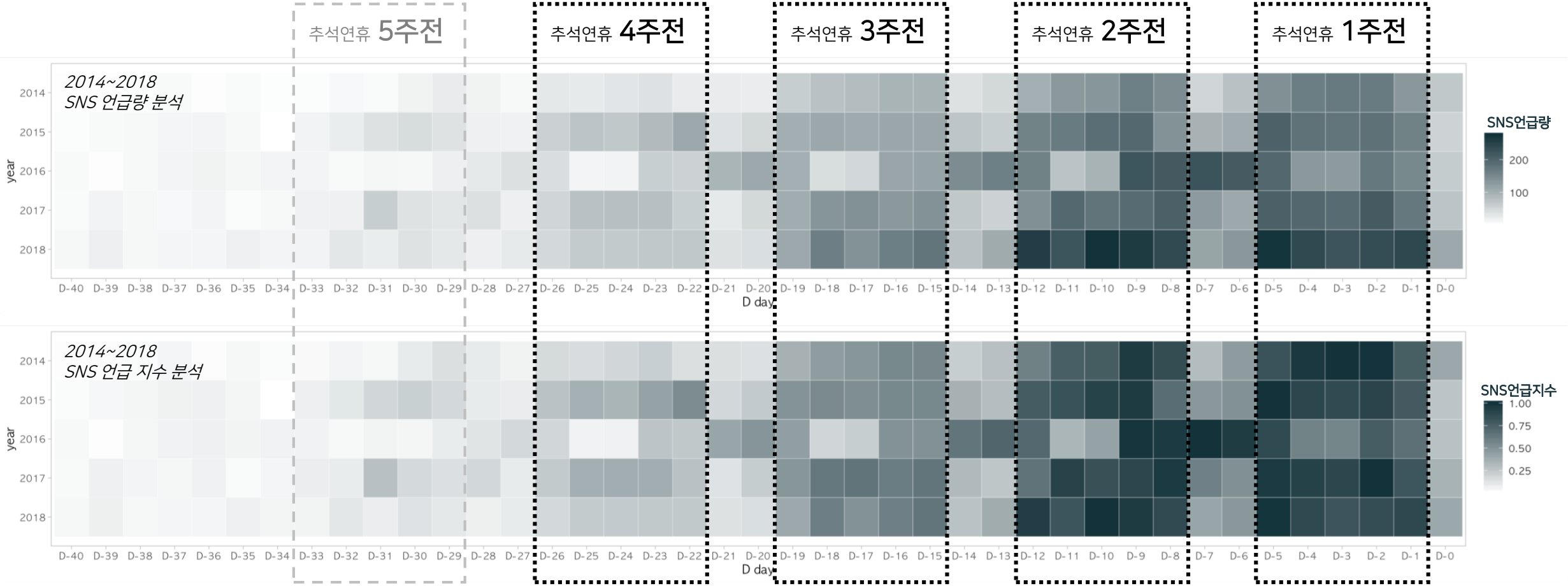
- SNS 상에 '추석선물에 대한 고민'을 주제로 게시된 정보량을 지수화하여 일별 추이 분석
- 추석선물 고민 시점이 점차 빨라지는 추세 (2014년 : 26일전 → 2018년 : 32일전 / *2015년의 경우 '김영란법' 시행에 따라 이례적으로 길게 고민*)
- 추석연휴가 토, 일 등 주말에 시작되는 경우 → 평일 기준의 뚜렷한 4단계 소비 증가 구간 존재
  반면, 수요일(2016년) 등 평일에 시작되는 경우 → 3단계로 축소 (추석연휴가 포함된 기간에는 관심 및 소비 급감)



추석선물 소비 패턴 분석

추석연휴 시작일 기준의 패턴 도식화로 4단계의 관심 및 소비 단계 확인

- 2014-2018년까지 언급량을 기준으로 도식화해 보면 통상 한 달 내외로 고민이 시작되어, 평일을 기준으로 언급량이 증가
  특히 해가 지날수록 특정 구간에서의 고민은 더 짙어지는 것을 색상을 통해 확인 가능
- 2016년은 추석연휴가 '수요일'에 시작되어 2014 / 2015 / 2017 / 2018년 등과 언급 증가 구간 차이 발생

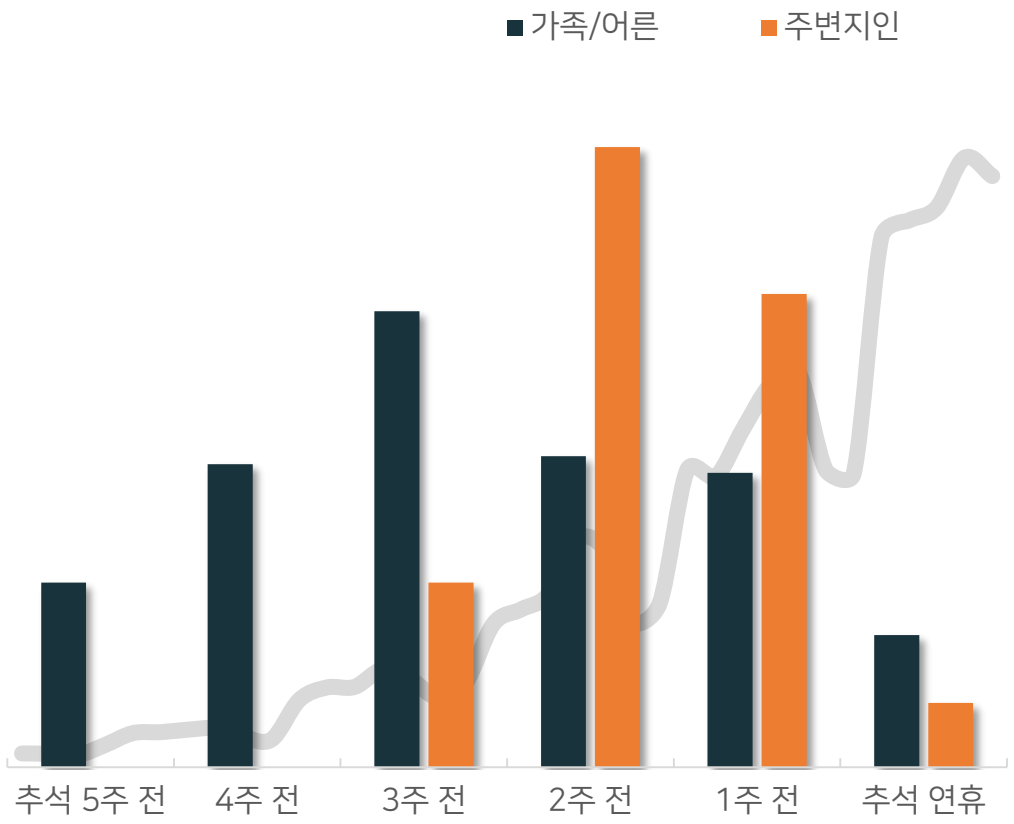


추석선물 소비 패턴 분석

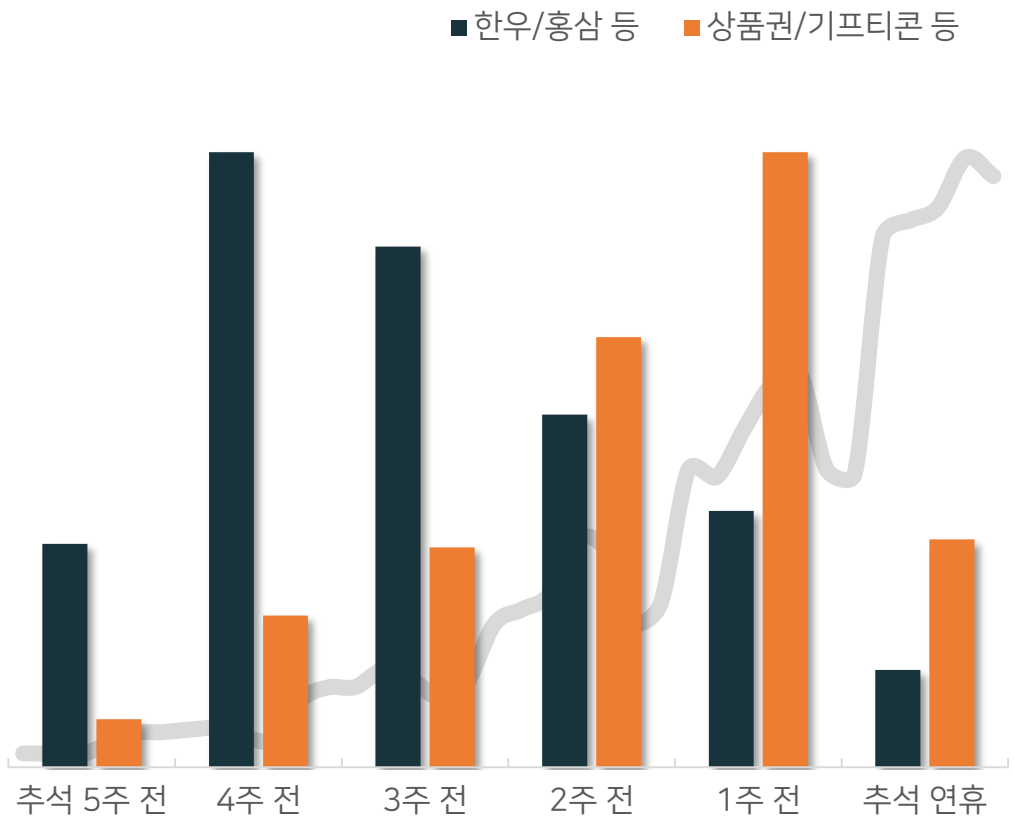
추석 연휴가 다가올수록
구간별 고려 대상 및 고민 상품의 격차 발생

- 추석연휴를 기준으로 2~3주전 시점에 인식 및 태도의 전환 발생
- 가격이 비싸고 깊게 고민해야 하는 상품, 직구 등을 통해 배송 기간을 고려해야 하는 상품을 먼저 구입한 뒤 저렴하게 즉시 구입 및 이용 가능한 상품 구입 경향

SNS : 대상자 언급 추이 [3년 평균] (단위:지수)



SNS : 선물 언급 추이 [3년 평균] (단위:지수)

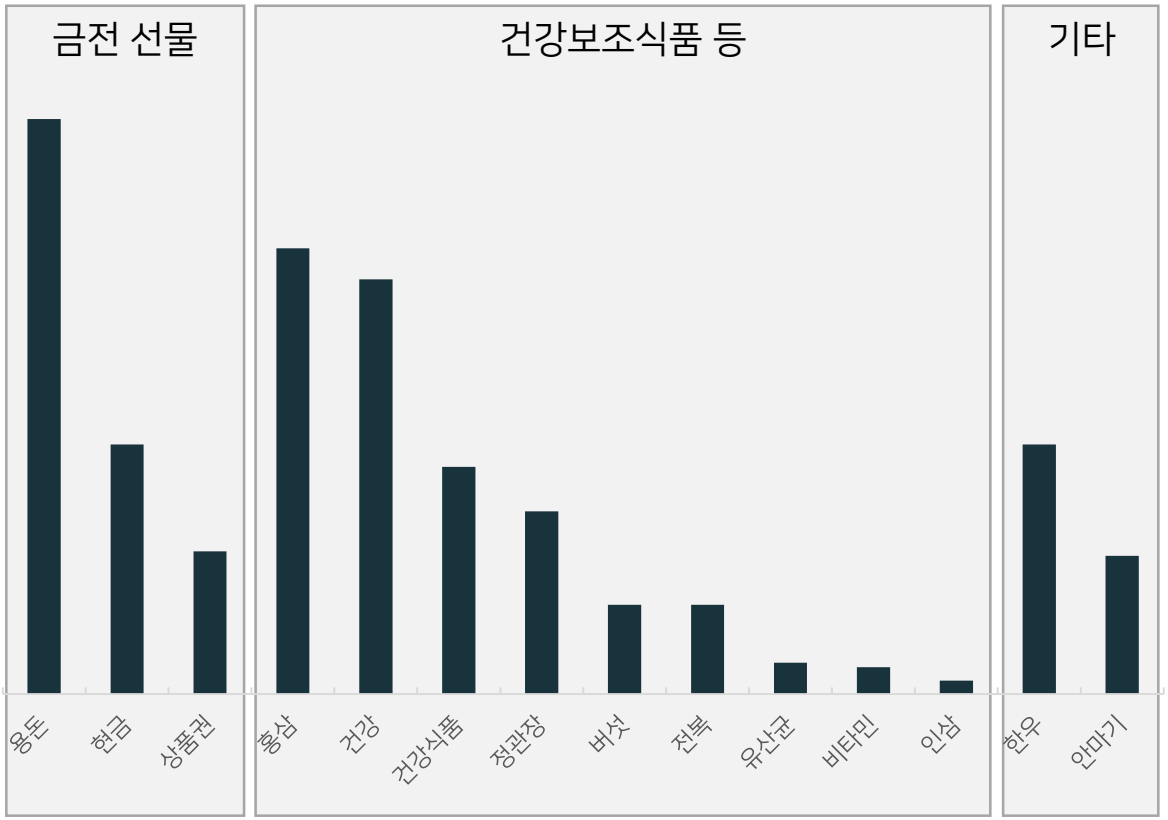


추석선물 소비 패턴 분석

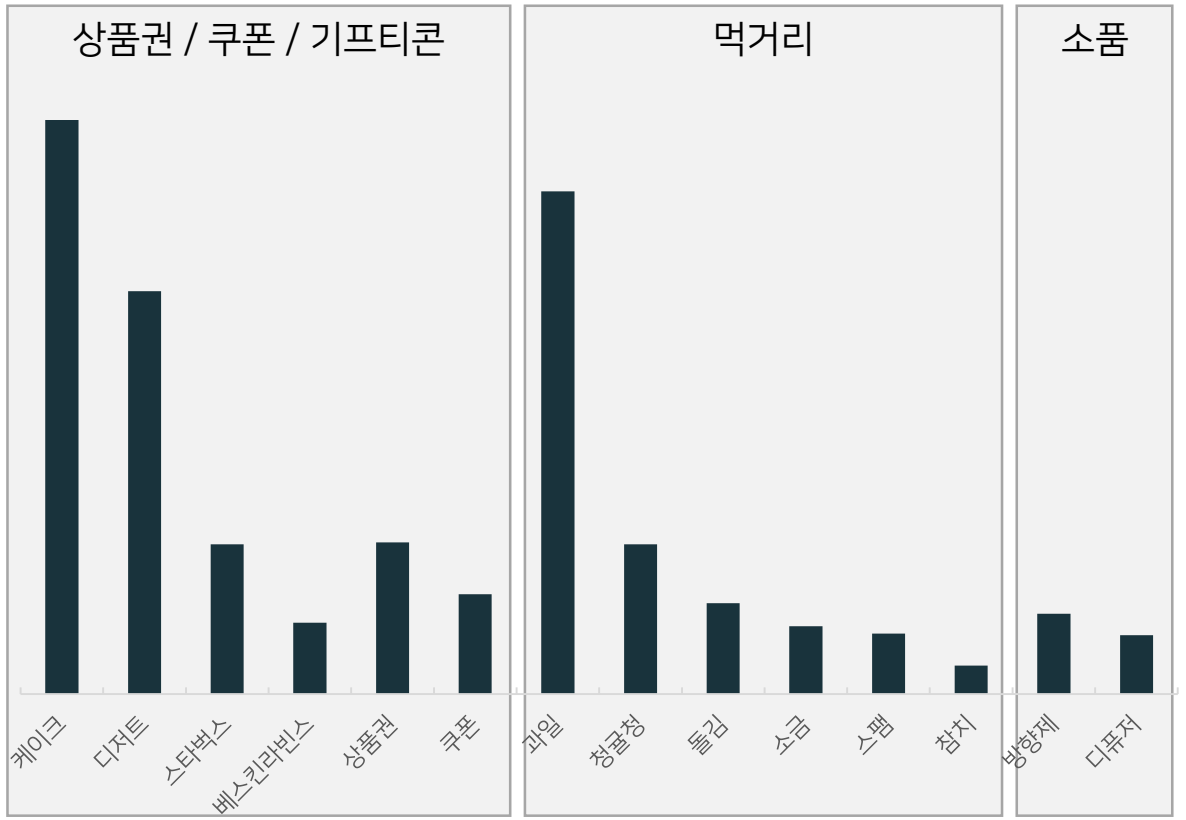
부모님은 용돈 및 건강상품, 지인은 기프티콘 구입
선물 대상별 세부 상품의 종류 파악

- 부모님을 위한 선물로는 식품, 가전 등 종류에 상관없이 건강과 관련된 상품을 주로 구입
- 주변지인의 경우 주로 '먹거리'를 고려하며, 그 중에서도 기프티콘을 통한 케이크, 디저트 휴 선물과 전반적으로 언급 감소한 '과일'에 대한 관심도 높게 나타나는 특징을 보임

SNS : 추석선물+부모님/가족 등 언급 (단위:지수)



SNS : 추석선물+친구/지인 등 언급 (단위:지수)



추석선물 소비 패턴 분석

D-34 기준 추석선물 정보탐색 및 구입 패턴 요약 정리

- 2014~2018년 데이터 분석을 통해 각 구간 별 주로 언급되는 내용을 중심으로 분석하여 정리
- 전반적으로 각 구간 별 구입 고려 대상에 따라 이용 채널, 구입 선물 품목 등이 다음과 같이 상이하게 나타남

추석 연휴 5주 전
"최초 고민 시작"

연휴시작 30일 전 내외로 추석선물 고민 시작

전반적으로 고민 시작 시점이 빨라지고 있는 추세이며 연휴시작 요일이 평일/주말 인지 등에 따라 차이를 보임

추석 연휴 4주 전
"다각적 정보 탐색"

부모님/가족 중심으로 선물 심층 탐색

포털 검색과 SNS 커뮤니티 등을 통한 정보 탐색 집중

상대적으로 긴 배송 기간을 고려 '직구' 사이트를 탐색하기도 함

추석 연휴 3주 전
"가족 선물 구입"

부모님/가족 선물 위주로 미리 구입

한우, 홍삼 등 건강 관련 식품이나 소형 가전제품 등에 대한 선호로 수요가 급격히 증가하는 시점

추석 연휴 2주 전
"친구/지인 선물 구입"

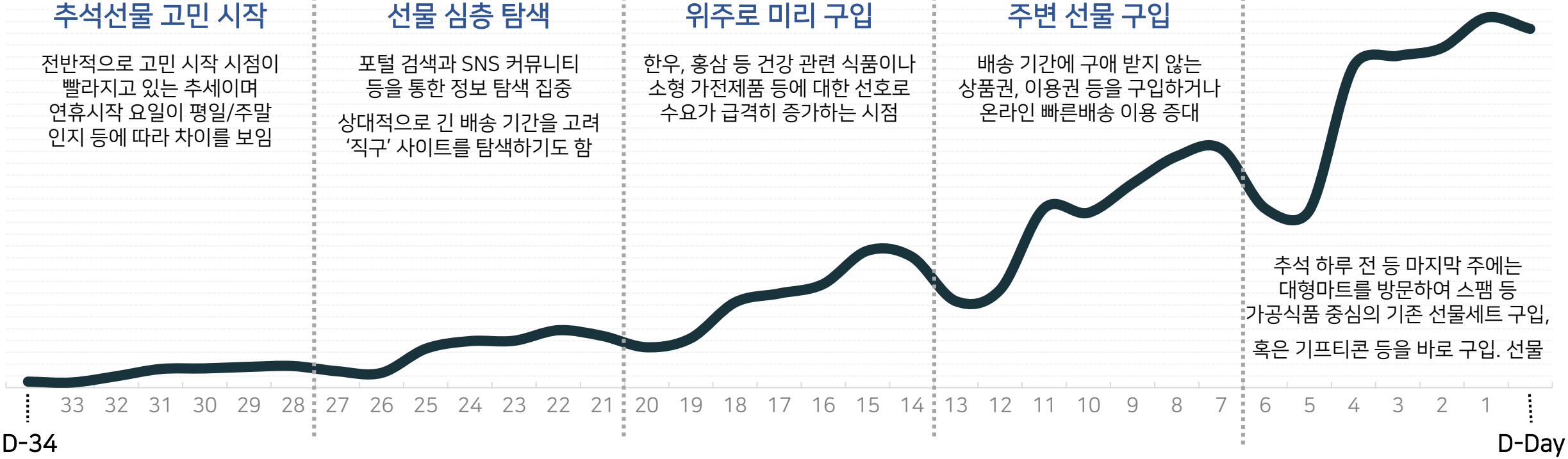
친구, 지인, 어린이집 등 주변 선물 구입

배송 기간에 구애 받지 않는 상품권, 이용권 등을 구입하거나 온라인 빠른배송 이용 증대

추석 연휴 1주 전
"남은 주변 선물 구입"

가볍게 주변 챙기기

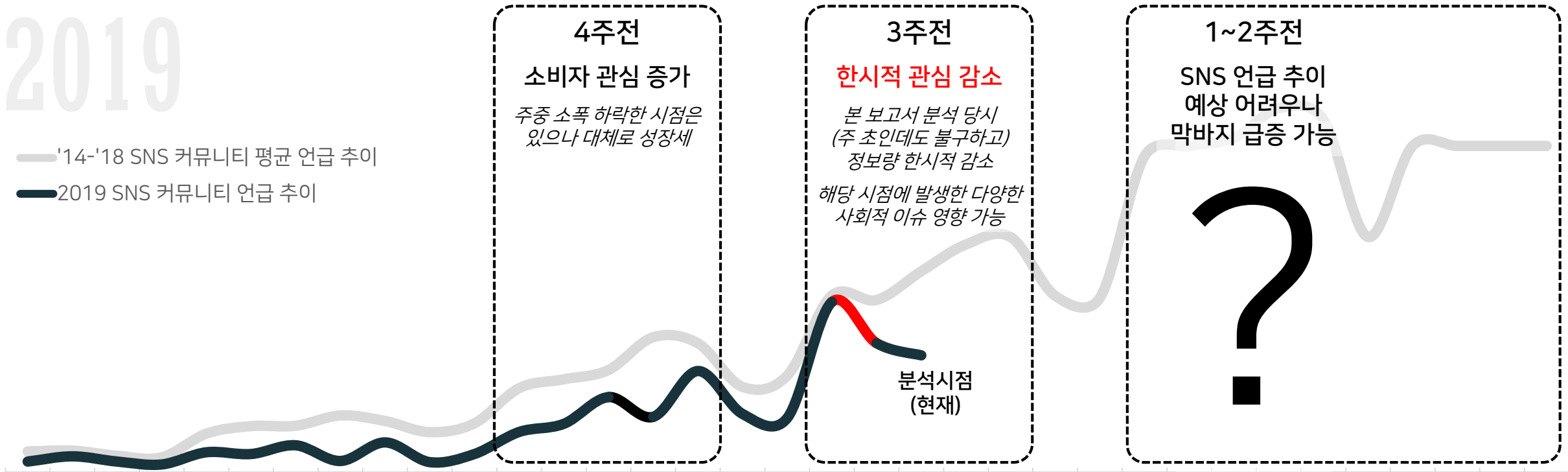
추석 하루 전 등 마지막 주에는 대형마트를 방문하여 스팸 등 가공식품 중심의 기존 선물세트 구입, 혹은 기프티콘 등을 바로 구입. 선물



2019년 추이 분석 : SNS데이터

기존 대비 2019년 SNS 언급량 감소
사회적 이슈로 인한 한시적 급감

- SNS 데이터 특성 상, 해당 주제에 대한 관심 지속 여부와 상관없이, 사회적으로 특정 이슈가 회자됨에 따른 한시적 언급량 감소 가능
- 한시적 사회적 이슈 영향을 벗어날 경우, 연휴 1~2주전인 막바지 시점에 관심 급증 가능



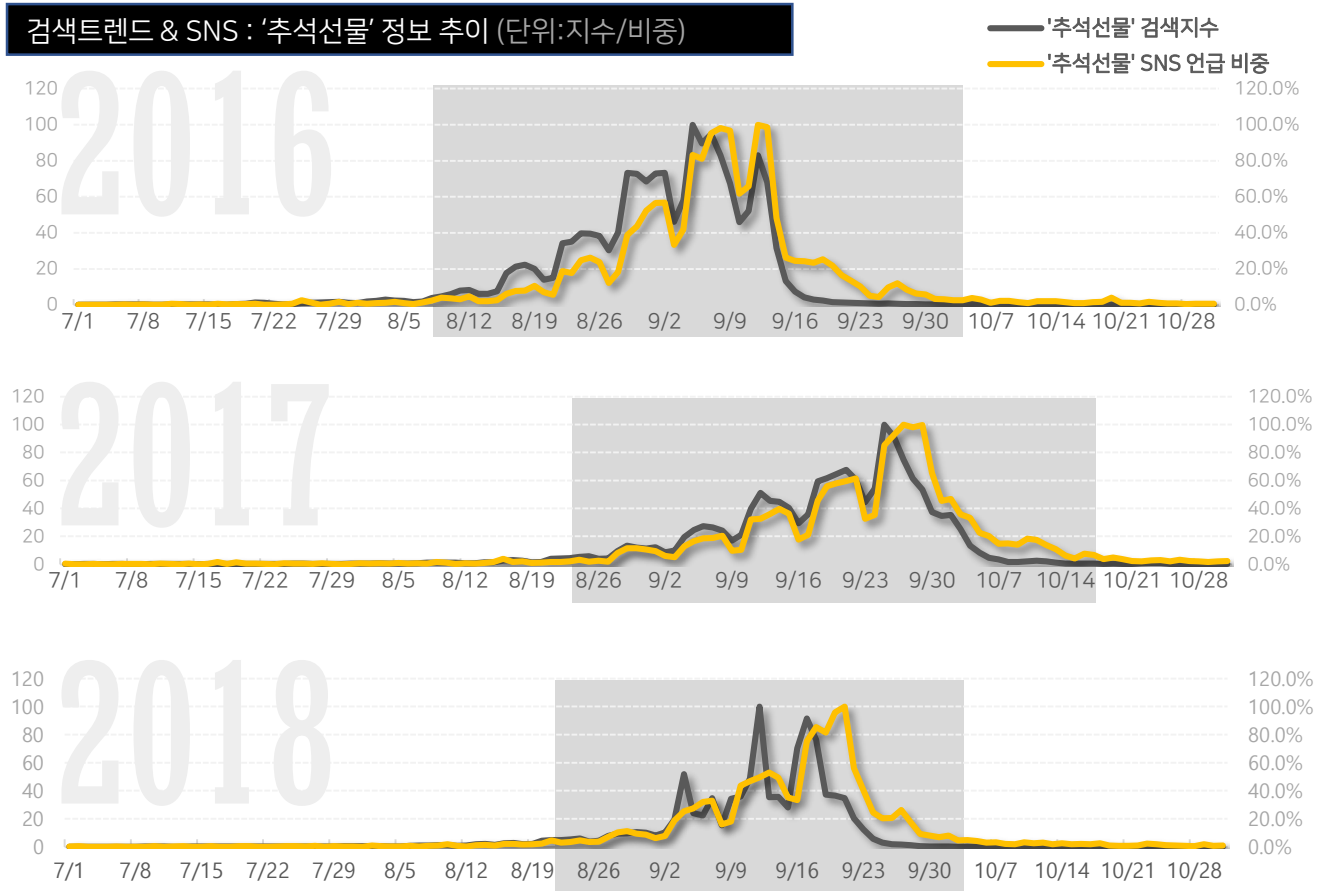
8/8	8/9	8/10	8/11	8/12	8/13	8/14	8/15	8/16	8/17	8/18	8/19	8/20	8/21	8/22	8/23	8/24	8/25	8/26	8/27	8/28	8/29	8/30	8/31	9/1	9/2	9/3	9/4	9/5	9/6	9/7	9/8	9/9	9/10	9/11
목	금	토	일	월	화	수	목	금	토	일	월	화	수	목	금	토	일	월	화	수	목	금	토	일	월	화	수	목	금	토	일	월	화	수
D-35	34	33	32	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

2019년 추이 분석 : 검색트렌드 & SNS언급 추이 비교

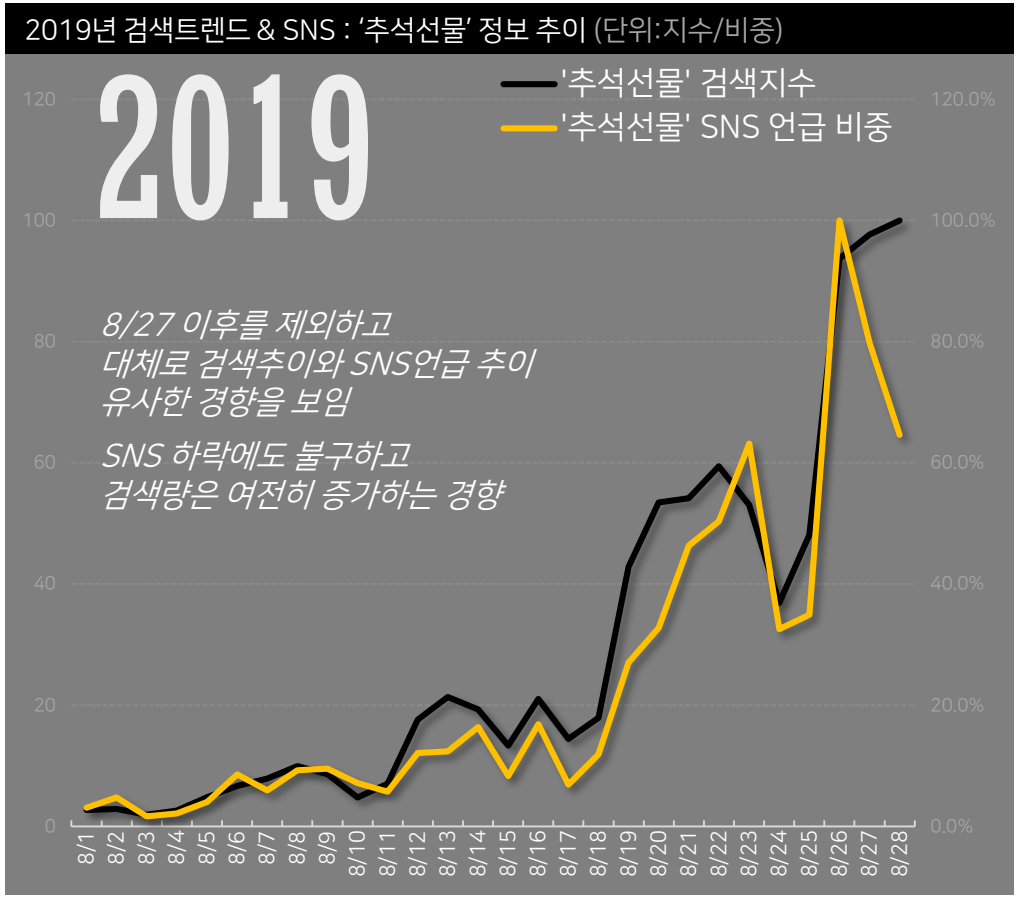
SNS데이터와 다르게 검색트렌드는 지속적 상승

- 검색을 통한 정보획득 뿐 아니라 SNS를 질의응답 채널로 적극 활용함에 따라 SNS언급량 추이와 검색트렌드 추이가 점차 일치되는 경향
- SNS 언급 추이는 한시적 감소하였으나 **검색지수는 꾸준히 증가**함에 따라 추석선물에 대한 **소비자 관심이 여전히 증가**하고 있음을 확인

검색트렌드 & SNS : '추석선물' 정보 추이 (단위:지수/비중)



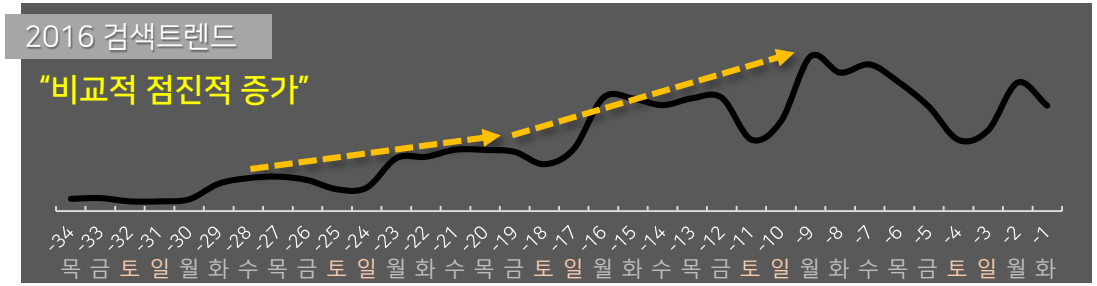
2019년 검색트렌드 & SNS : '추석선물' 정보 추이 (단위:지수/비중)

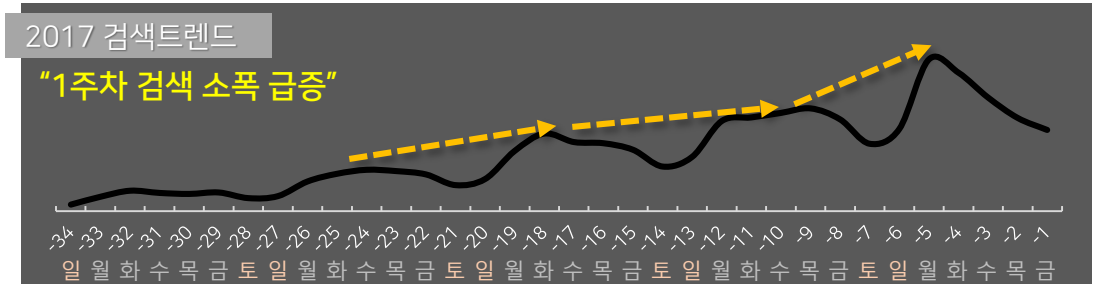


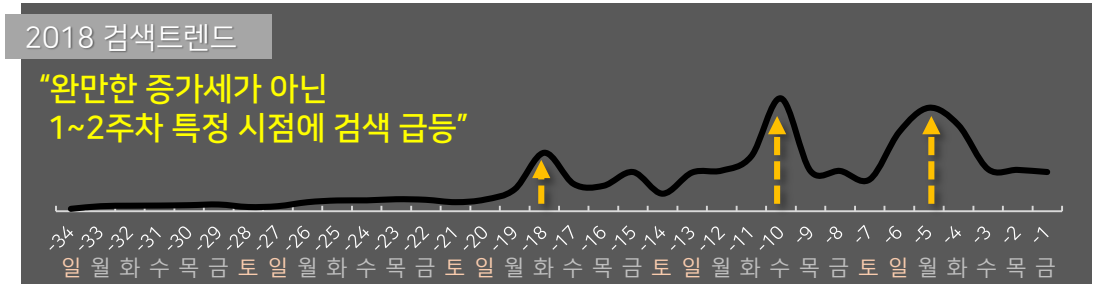
2019년 전망 : 검색트렌드

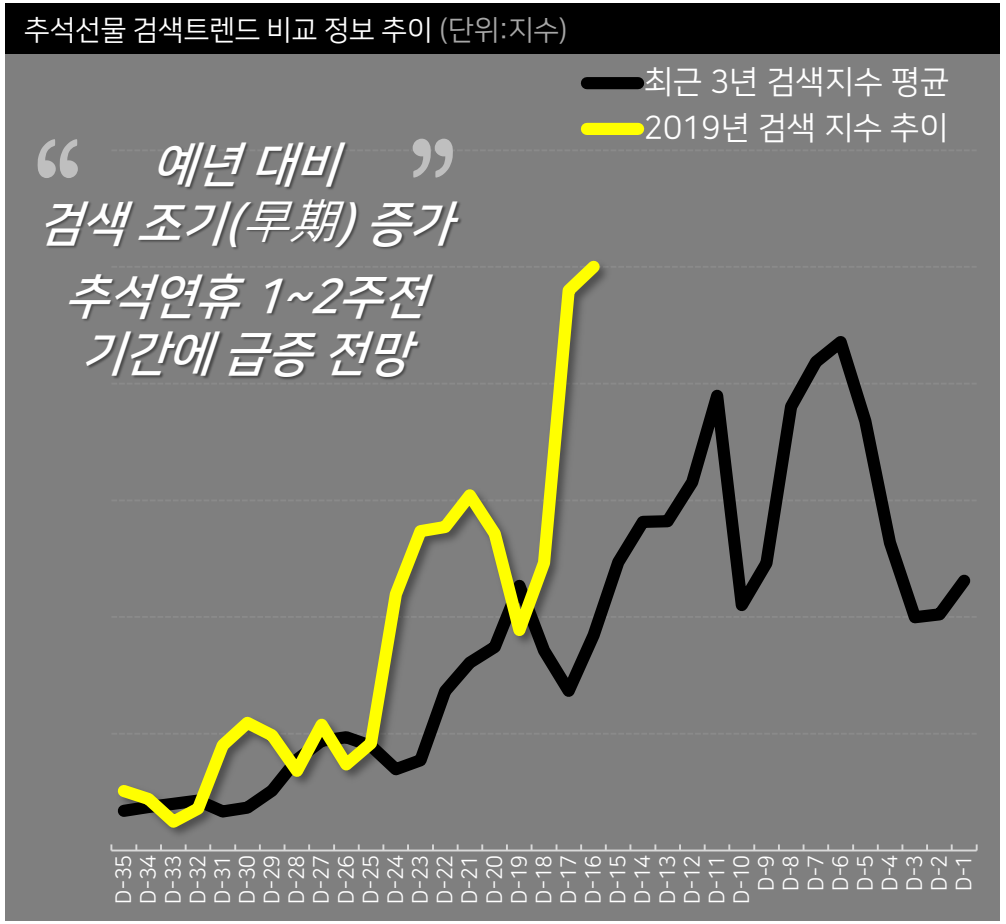
전반적 증가 추세 가운데 비정기적 급증 경향 존재
기존 대비 빨라진 관심시점, 1~2주전 검색 급증 가능

- 검색 추이로 보면, 소비자 관심이 일정한 폭으로 증가하기 보다, 전반적인 증가속에서도 특정 시점에 급증하는 경향을 보임
- 특히 최근에는 예년 대비 소비자 관심이 비교적 이른 시점부터 눈에 띄게 증가하여, 1~2주 전의 수요폭이 클 것으로 전망







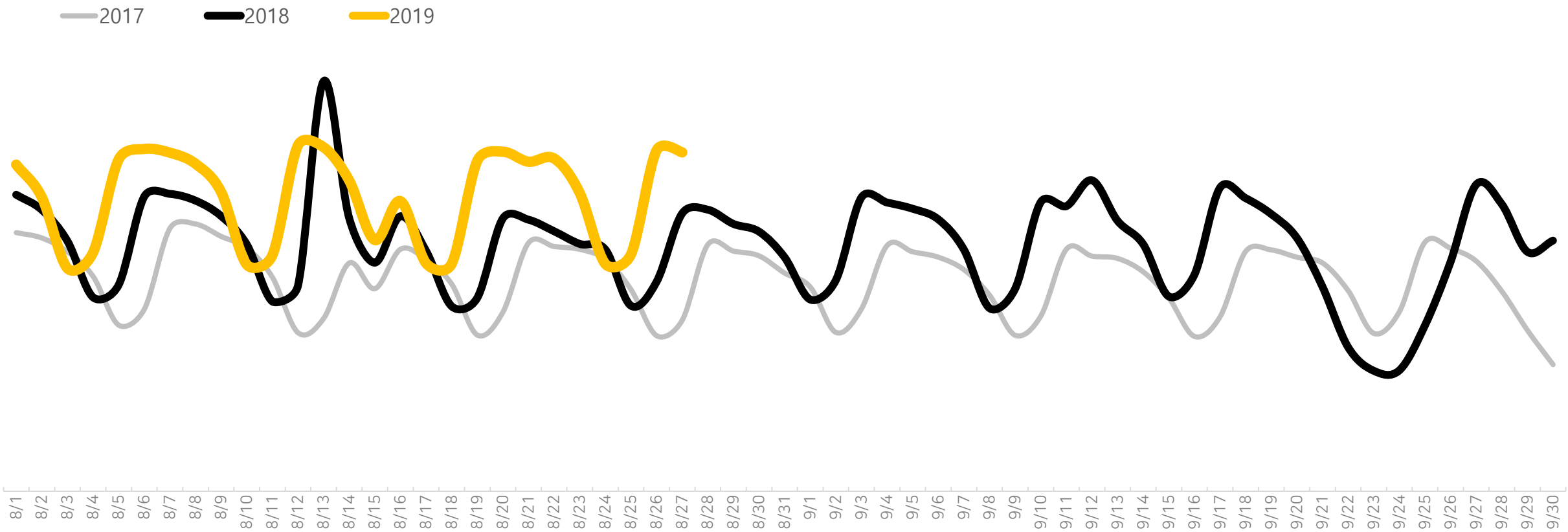


2019년 전망 : 검색트렌드

'빠른 배송' 관심 증가, 추석연휴 패턴과 무관한 높은 이용률

- 2017년 이후 연간 검색 추이 꾸준히 증가하고 있으며,
  2018년을 기준으로 보면 추석 선물 고려 기간 내내 비교적 일정하게 검색량 유지
- 당해에는 기존 대비 추석선물에 대한 전반적인 관심이 증가한만큼
  추석연휴 직전 시점까지 추석선물에 대한 수요가 더욱 커질 것으로 전망

검색트렌드 : 쿠팡+로켓배송+추석로켓배송 검색추이 (단위:지수)



CHAPTER.3

결론

내용 요약 정리

당해 진행 현상과는 일부 부합되지 않으나 추석연휴에 기반한 소비 패턴이 존재함을 발견 향후 지속적인 Tracking을 통해 패턴 강화 필요

1 추석선물 트렌드
다양한 대상의 특성 고려 실용성 & 가성비 중시

- ✓ 가족 외 주변지인, 자녀 교육기관 등 다양하게 선물 대상자 고려
- ✓ 특색 없는 선물세트 관심 감소, 간편하게 구입, 전달 가능한 상품권과 기프티콘 관심 제고
- ✓ 건강과 용돈 관심 여전히 높은 가운데 다양한 건강식품 원료, 용돈박스 등 포장 등으로 관심 확산
- ✓ 백화점, 대형마트 외에 저렴한 가격과 빠른 배송을 적절히 고려 직구, 코스트코, 쿠팡 이용 증가

2 추석선물 소비 패턴
D-35, 4단계 구간 별 대상 & 선물 고민 상이

- ✓ 추석연휴 시작 30일 전후로 고민 시작, 점진적이나 고민 시점이 점차 빨라지는 추세
- ✓ 고민의 최초 시작 시점과 상관없이 평일을 중심으로 총 4단계의 고민 심화 및 소비 패턴이 존재
- ✓ 연휴 시작 요일에 따라 패턴 형태 상이
  - 주말 : 월~금 기준 뚜렷한 4단계 구분
  - 평일 : 추석연휴 포함 마지막 주 평일에 관심 급감, 소소하게 관심 분화
- ✓ 초기 1~2단계, 건강식품 등 부모님 고려, 후반 3~4단계, 상품권 등 주변지인 고려

3 2019 전망
예년 대비 관심 증가 1~2주전 시점 급증 전망

- ✓ SNS 데이터를 기준으로 최근 언급 내용이 급락하였으나 다양한 사회 이슈에 따른 한시적 현상일 것으로 전망
- ✓ 최근 검색데이터 추이를 보면 과거 3년 평균 추이 대비 비교적 이른 시간 내 눈에 띄게 증가
- ✓ 추석연휴가 포함된 주간이나 그 이전 주차에 소비자 관심 증가로 검색 및 소비 급등할 것으로 판단

End Of Document

Contact Us

Website URL http://bigdata.emforce.co.kr
T 02. 2287. 1962 eMAIL datalab@emforce.co.kr

Copyright 2019. eMFORCE Inc. all rights reserved.