

집에 대한

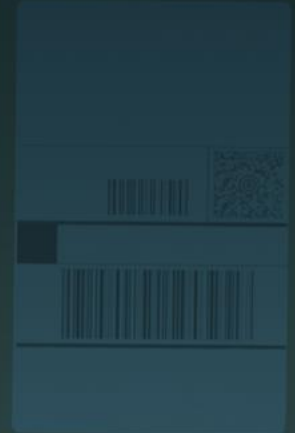
관점이 바뀌었다





빅데이터 분석을 통해 본
가구시장의 변화 : 거실

2020. 08



집에 있는 시간이 늘어나면서
집에 대한 생각과 관점이 바뀌고 있습니다.

가족 구성원 모두가 각자의 Life Style을 즐기는 시대에서

바쁘게 살아가는 우리에게 집은 그저,
잠을 자는 공간, 휴식을 취하는 공간이었지만

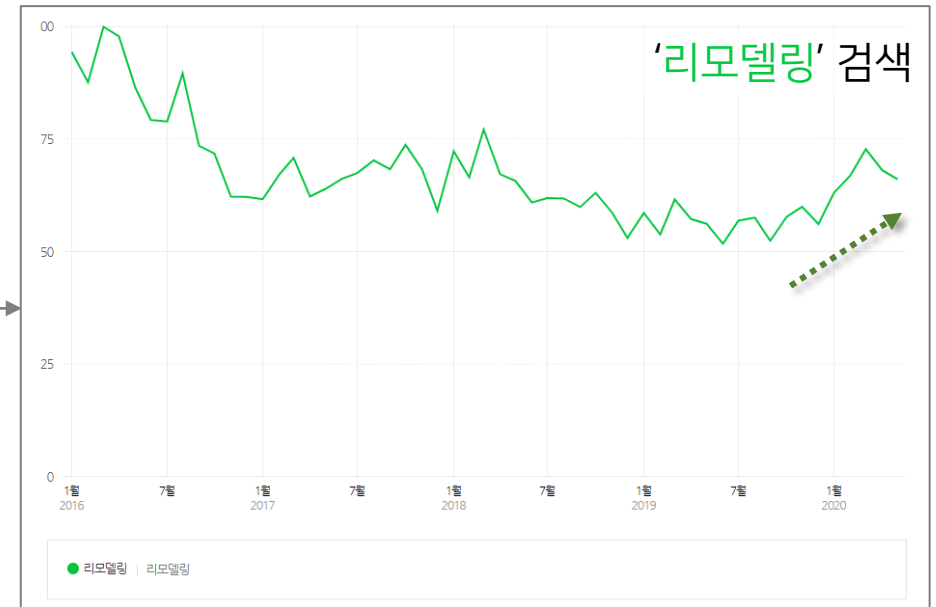
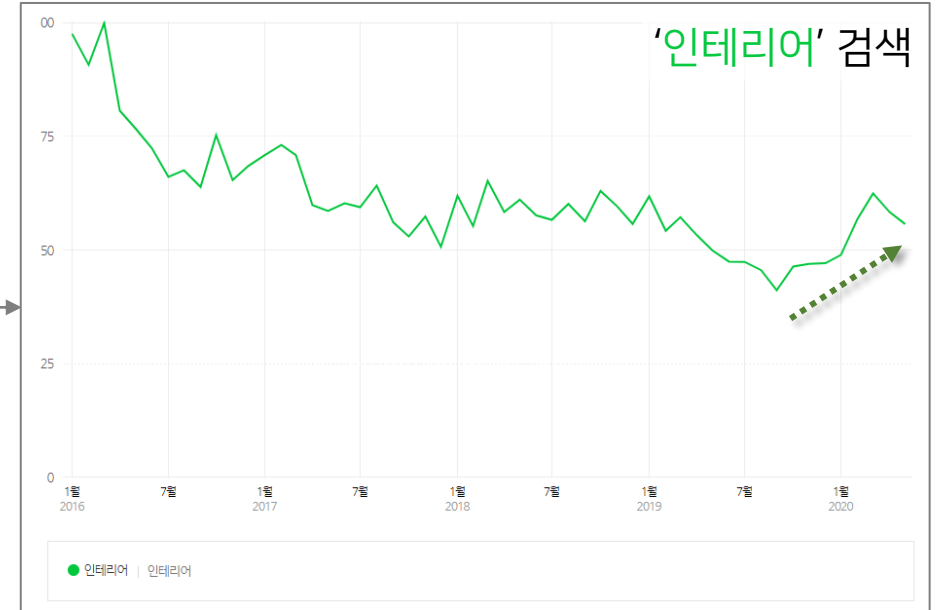
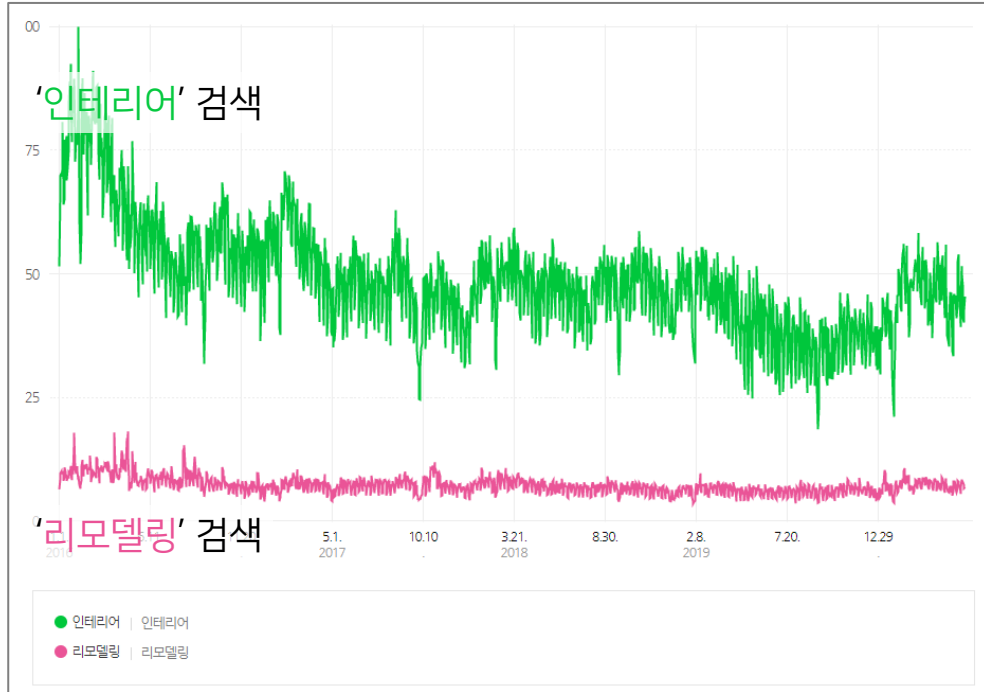
이제는 집에서 일도하고, 더 다양한 취미 활동을 하고
가족과 시간을 더 많이 보내게 되면서
집이라는 공간을 구성하는 일에 다시 관심을 가지게 된 것 같습니다.

엠포스 데이터랩에서는

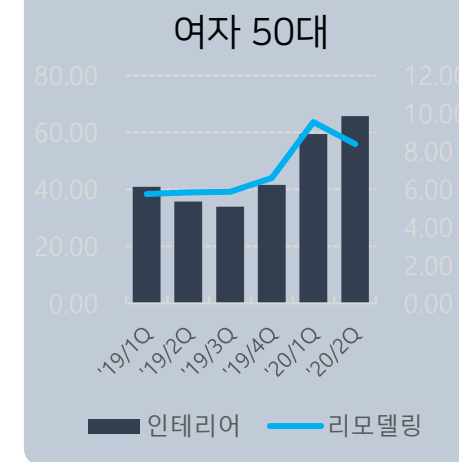
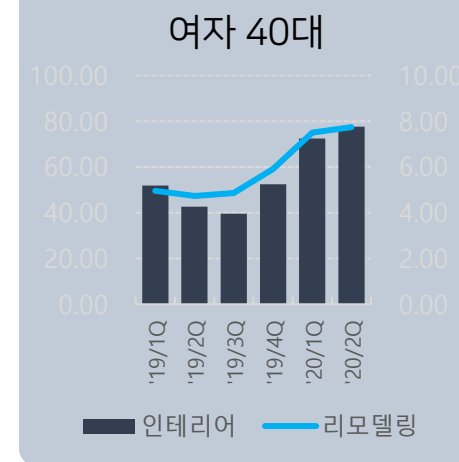
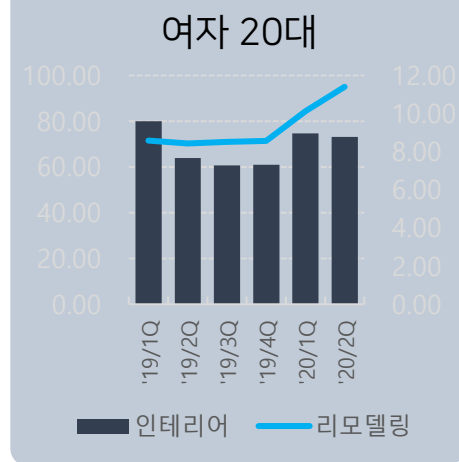
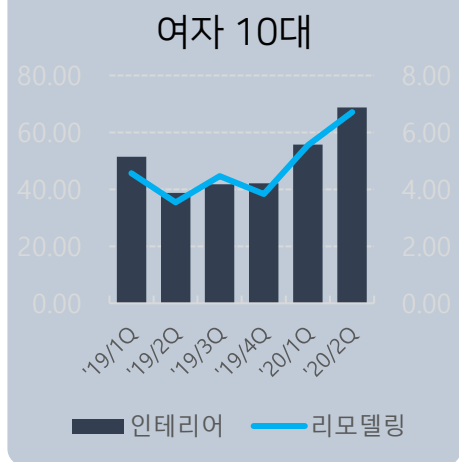
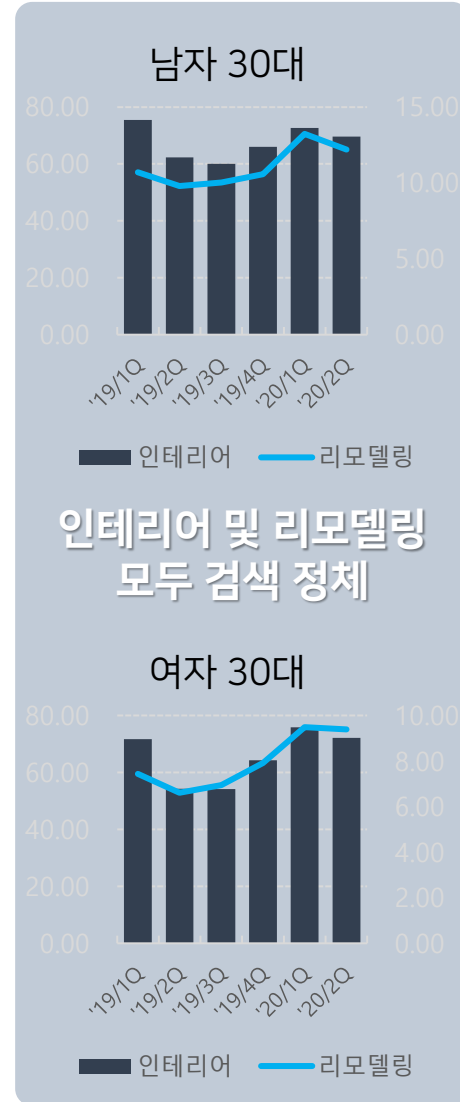
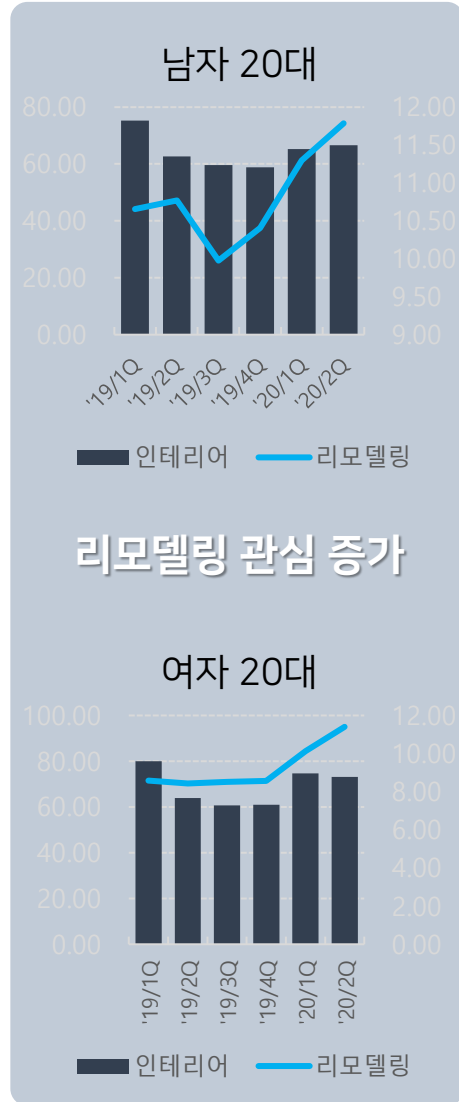
최근 무한 변화 중인 '집'이라는 공간을 테마로
다양한 소비자들의 이야기를 들어보았습니다.

집에 대한 이야기, 첫 번째는
달라진 거실에 대한 인식 변화입니다.

포털사이트에서 인테리어 관련 대표 키워드의 검색 추이를 보면 2019년 하반기부터 최근까지 전반적 증가세



포털사이트에서 인테리어 관련 대표 키워드의 검색 추이를 보면 2019년 하반기부터 최근까지 전반적 증가세



SNS 상에서 《인테리어》와 관련된 세부 언급 내용들을 보면,



NO.	연관어	건수
1	카페	91,373
2	국내	70,157
3	집	50,929
4	상가	30,753
5	보보스	27,966
6	아파트	27,302
7	거실	16,574
8	주방	13,780
9	테라스	13,200
10	분당	11,269
11	화장실	10,019
12	주택	8,144
13	베란다	7,199
14	욕실	6,178
15	안방	5,862
16	현관	4,493
17	방	4,040
18	가게	3,848
19	버룩시장	3,652
20	신혼집	3,558
21	침실	3,294
22	매장	2,636
23	부엌	2,401
24	아이방	2,376
25	맛집	1,922
26	백화점	1,802
27	오피스텔	1,790
28	스타벅스	1,715
29	빌라	1,641

집의 다양한 공간 중 가장 많이 거론되는 『거실』

주방, 욕실, 침실 등 다양한 공간에 대한 관심도 많지만 그 중 상대적으로 거실 인테리어에 대한 관심이 높게 형성

요즘같이 가족 구성원들이 각기 다른 Life Style을 추구하는 시대에는 거실에 대한 인식이나 중요성이 예전보다 저하되고는 있지만

거실은 여전히 '모이는' 공간, '활동하는' 공간으로서 의미를 가지며 집 안의 다른 어떤 공간보다 편의성과 실용성이 강조.

그 외에도 방문객에게 집의 Identity를 가장 잘 보여주는 공간으로서 자신만의 개성을 표현하는데 특별한 공간으로 인식

* 최근 1년 간 SNS '커뮤니티'에서 언급된 인테리어 연관어 추출

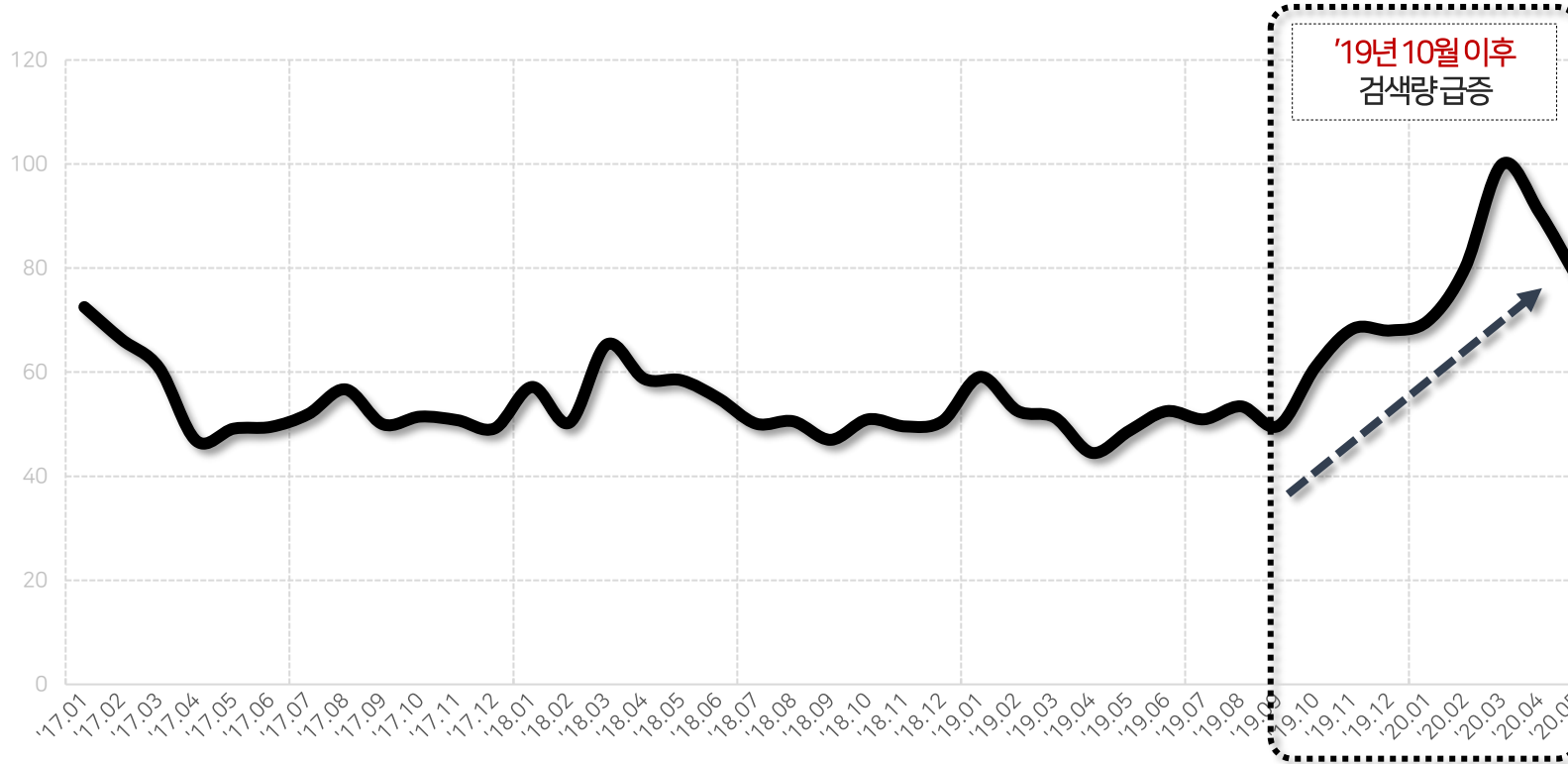
코로나가 본격적으로 확산된 시점을 기준으로 보면 거실 인테리어에 대한 관심은 오히려 이전보다 증가

순위	2019/08/01~2019/09/30		2019/10/01~2019/12/31		2020/01/01~2020/03/31		2020/04/01~2020/06/30		2020/07/01~2020/07/31	
	연관어	건수	연관어	건수	연관어	건수	연관어	건수	연관어	건수
1	카페	7,882	카페	20,444	집	18,520	집	14,253	집	5,576
2	국내	6,293	국내	17,403	카페	18,053	카페	13,701	카페	4,164
3	집	3,193	집	5,551	국내	14,998	거실	6,917	거실	3,023
4	아파트	2,384	아파트	5,464	테라스	11,686	아파트	6,799	아파트	2,690
5	거실	1,354	거실	2,527	분당	10,739	주방	5,753	주방	2,498
6	주방	1,172	주방	2,019	아파트	5,206	화장실	3,888	화장실	1,518
7	화장실	870	화장실	1,813	거실	2,677	국내	3,462	베란다	1,262
8	가게	706	주택	1,672	주방	2,291	베란다	3,178	안방	1,027
9	주택	705	벼룩시장	1,632	화장실	1,854	욕실	2,657	욕실	989
10	맛집	600	백화점	1,227	주택	1,304	안방	2,468	방	954
11	욕실	528	베란다	1,101	베란다	1,188	방	2,263	침실	875
12	매장	442	가게	1,059	안방	1,030	현관	1,916	현관	758
13	베란다	421	욕실	961	욕실	1,027	침실	1,531	신혼집	653
14	안방	372	신혼집	944	벼룩시장	953	신혼집	1,344	부엌	445
15	상가	325	안방	932	현관	766	테라스	1,153	가게	432
16	현관	297	스타벅스	909	가게	715	주택	1,128	벼룩시장	343
17	신혼집	261	상가	787	매장	648	부엌	992	우리집	337
18	아이방	248	현관	734	아이방	552	가게	926	아이방	314

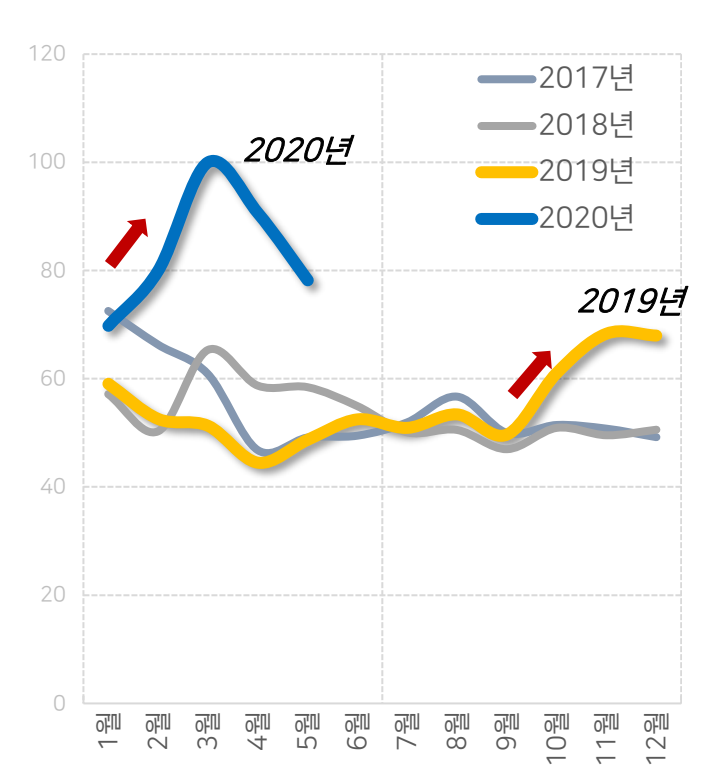
검색 추이로 봐도 거실 인테리어에 대한 관심은 최근 눈에 띄게 높아지고 있는 추세

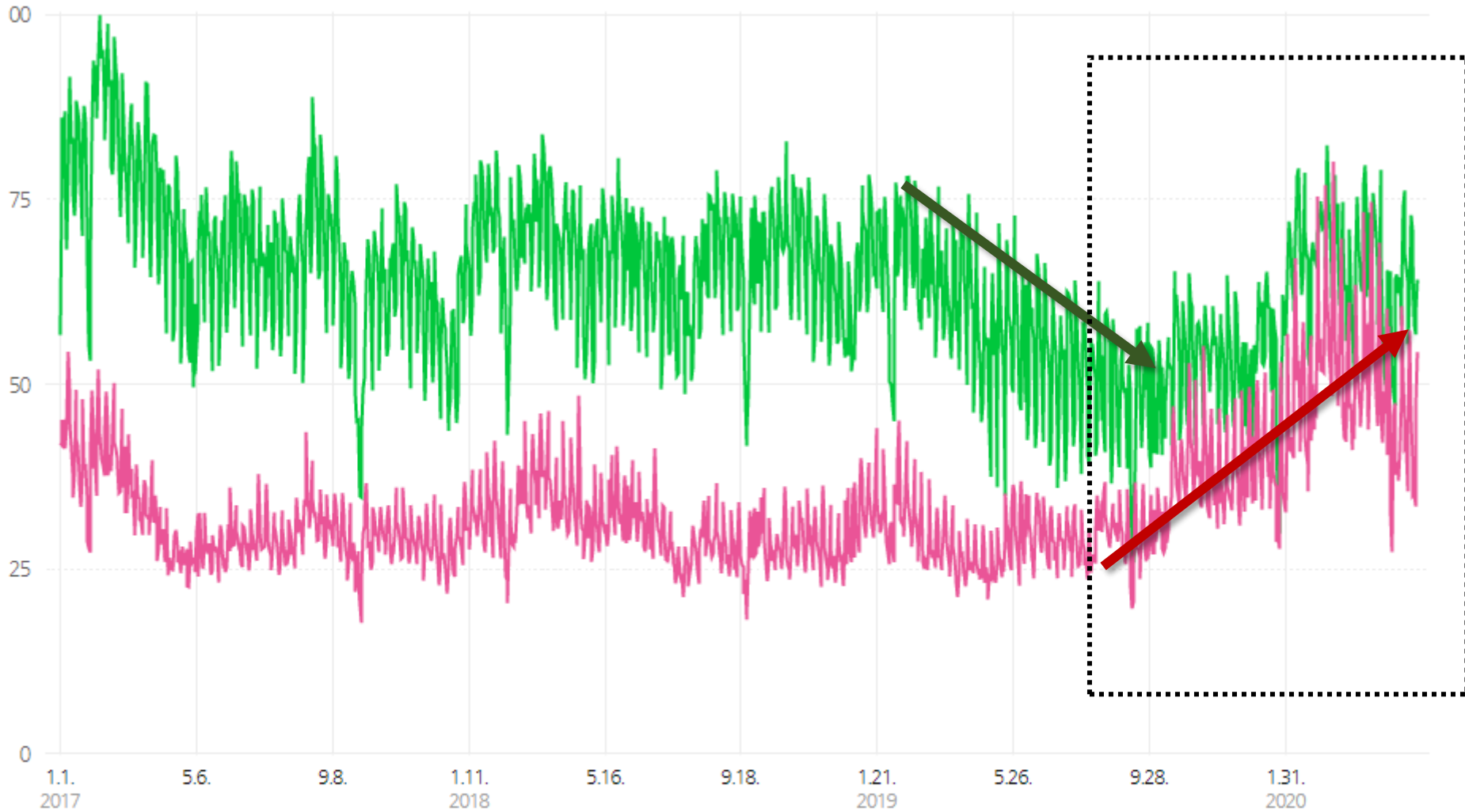
- 작년 10월 이후 '거실 인테리어' 검색량 급증하기 시작하여, 올해 3월 최고점 형성

2017~2020년 SNS '거실인테리어' 검색지수 월별 추이



연도별 월별 추이 비교





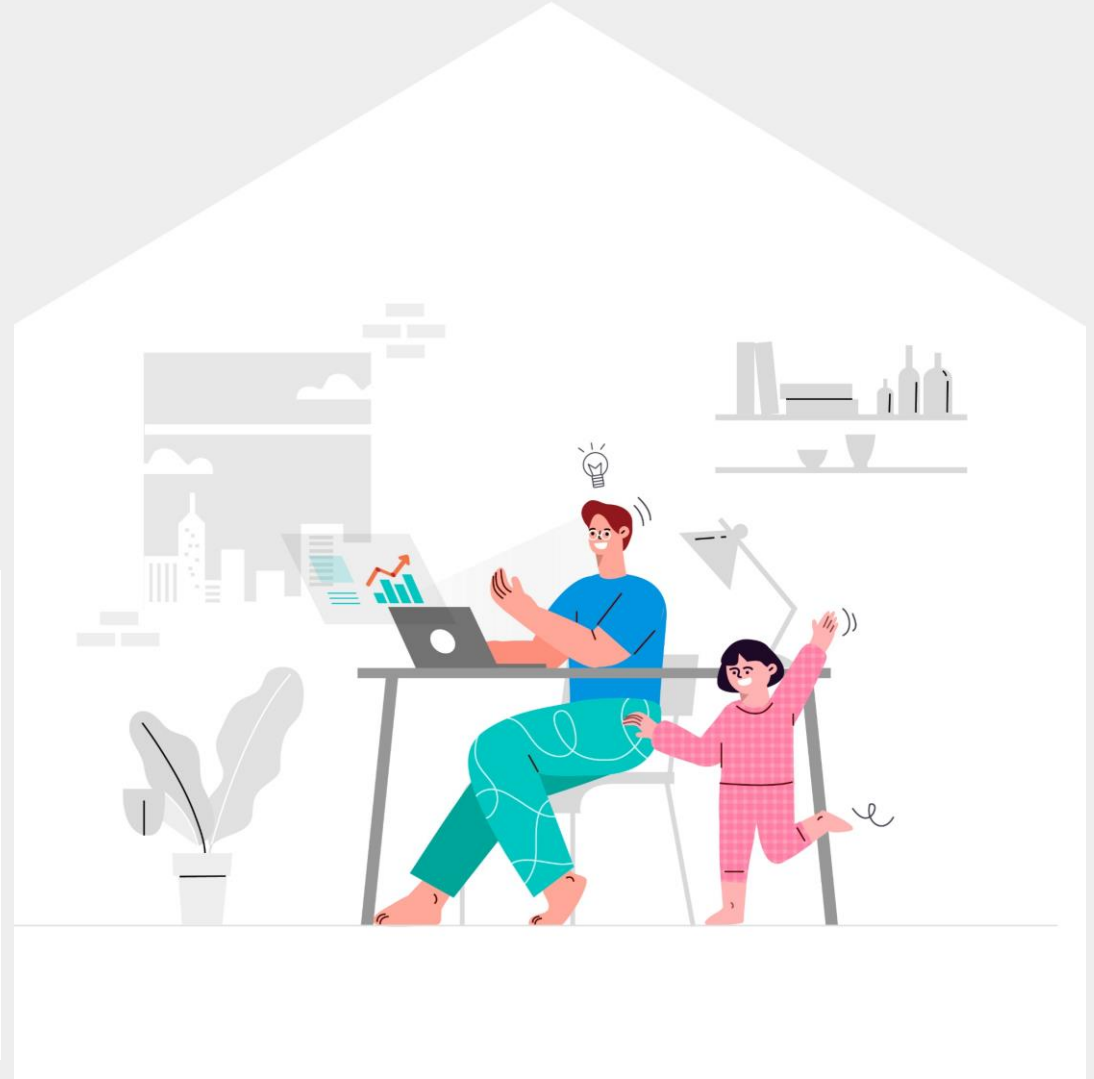
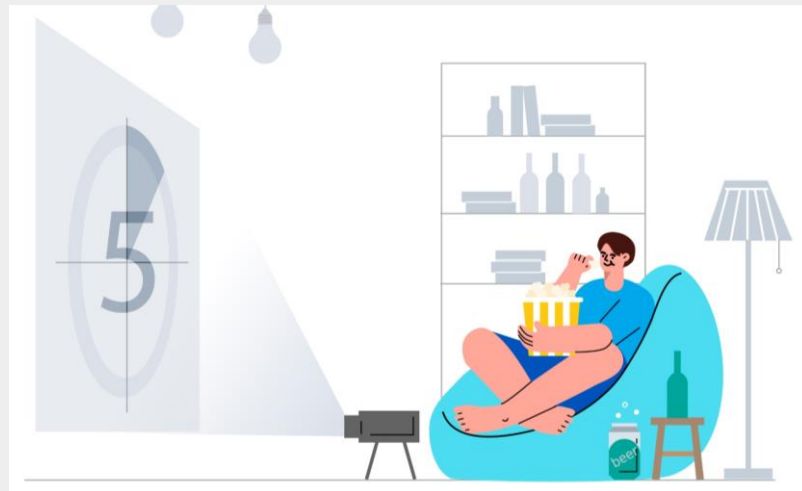
이러한 관심을 반영하듯

'거실 인테리어' 키워드 검색량이
'인테리어' 키워드 검색량을 앞지를 정도

- 인테리어 | 인테리어
- 거실인테리어 | 거실인테리어

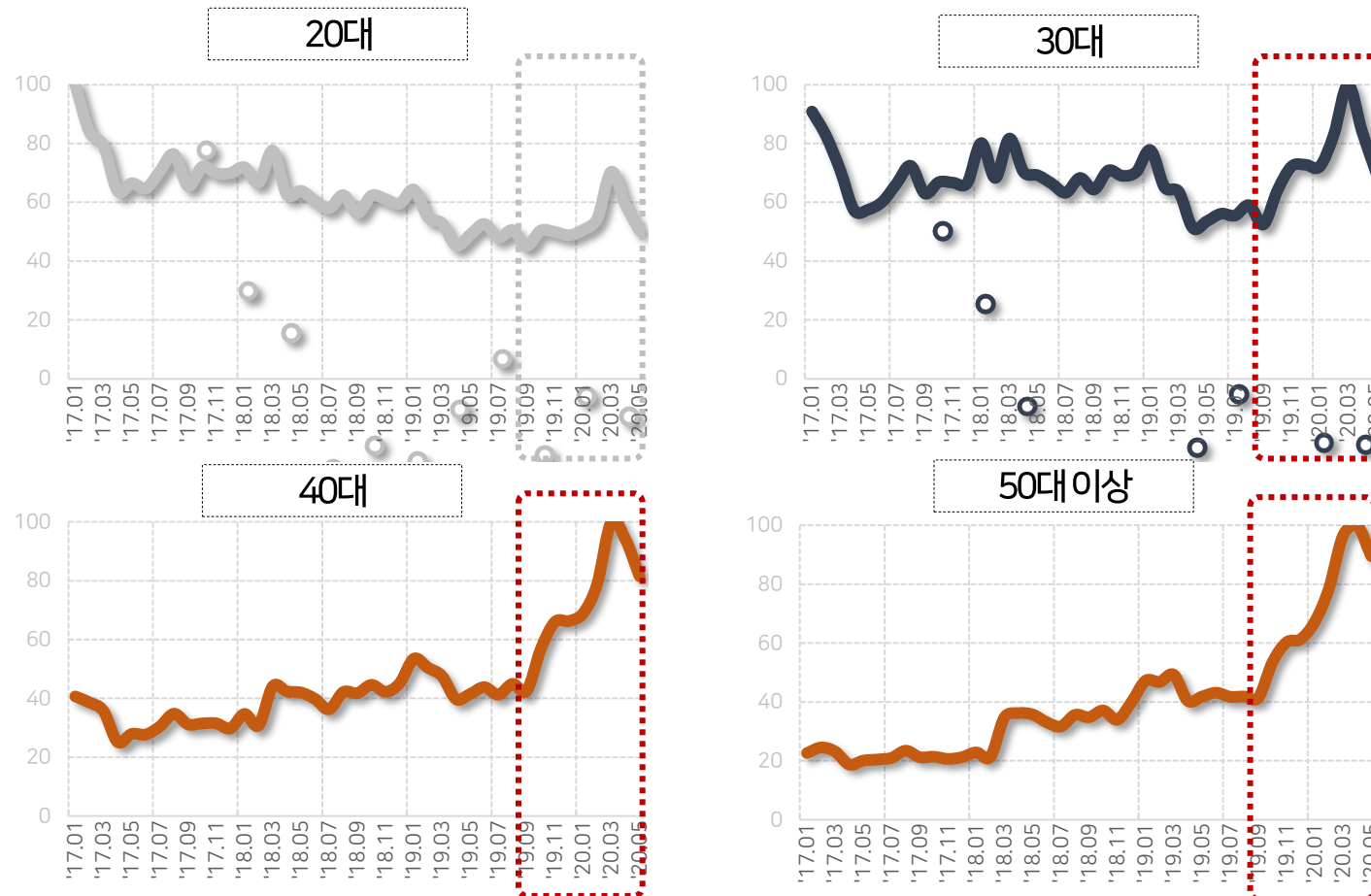
“집콕”

코로나19로 인해 강제적으로
집에 있는 시간이 늘어났기 때문

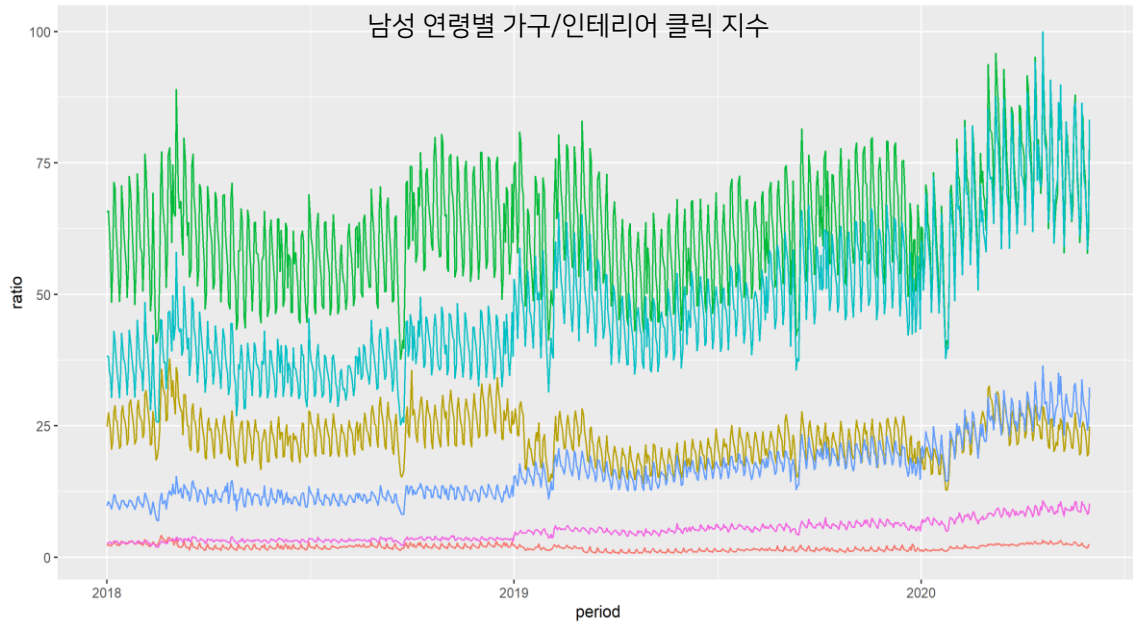


거실 인테리어에 대한 최근 관심 증가는
30대 이상 연령층에서 주로 형성된 것으로 보이며,
특히 40대 이상에서 최근 검색 급증

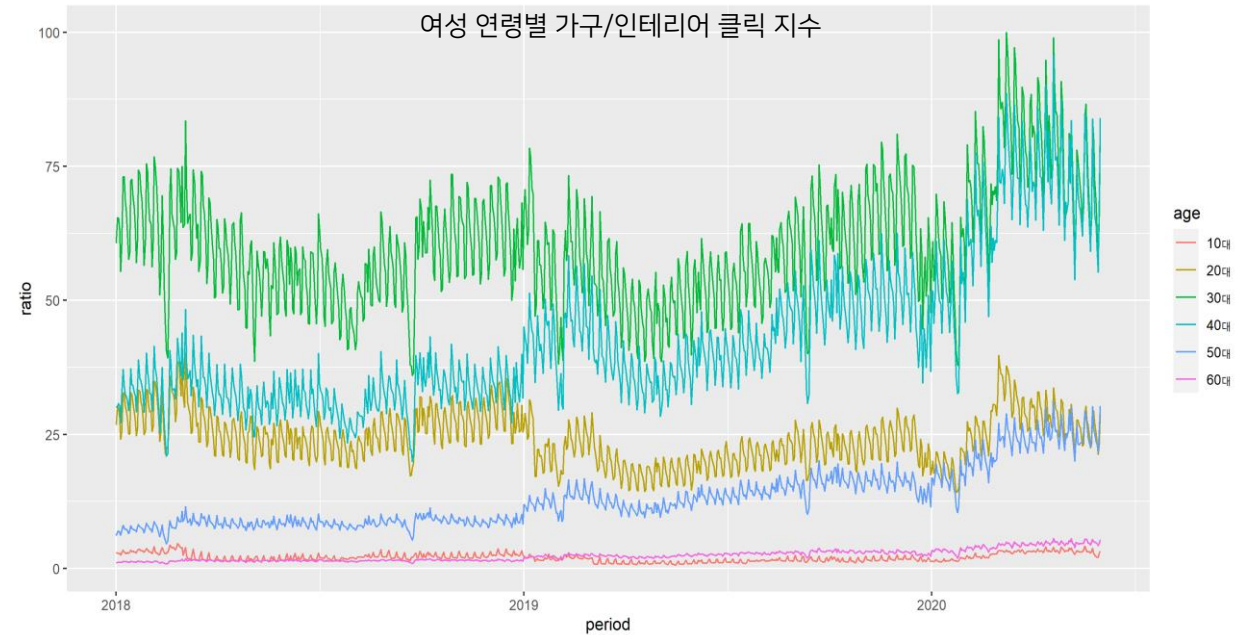
2017~2020년 연령대별 '거실인테리어' 검색지수 월별 추이



2018~2020까지의 네이버쇼핑 『가구/인테리어』 분야, 연령별 클릭 지수 추이를 분석해보면, 40대 및 50대 층에서 역시 최근 수요 증가가 감지



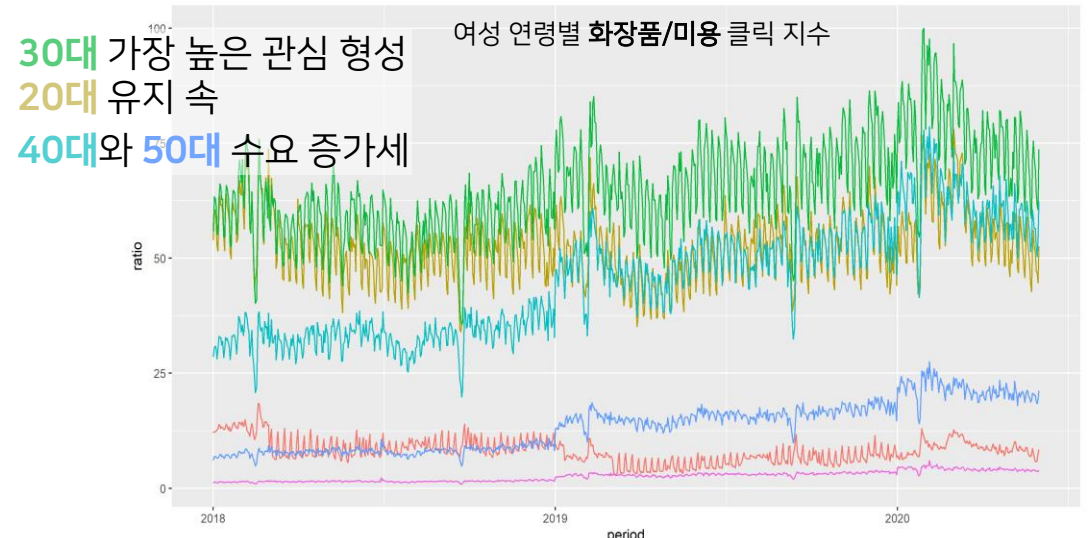
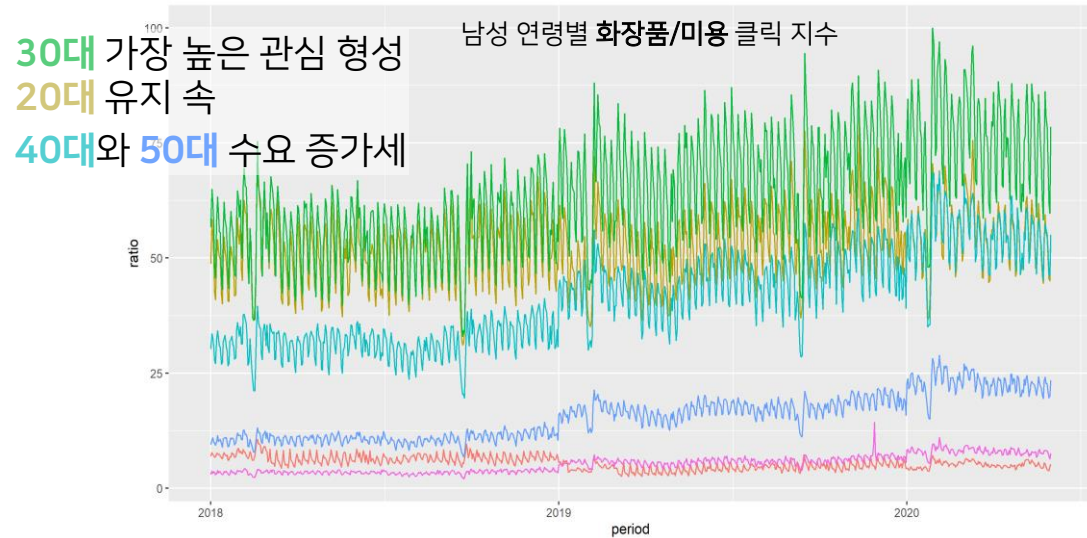
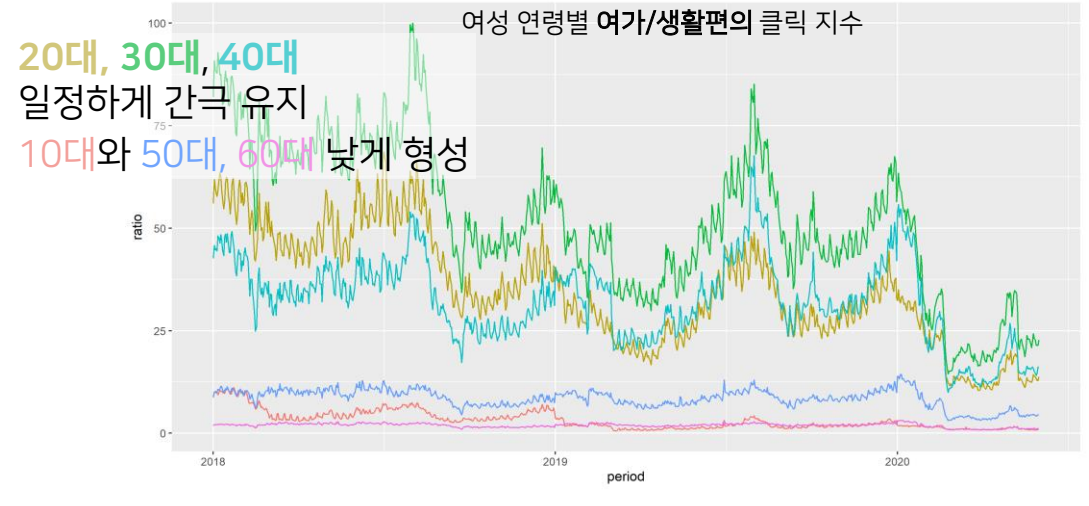
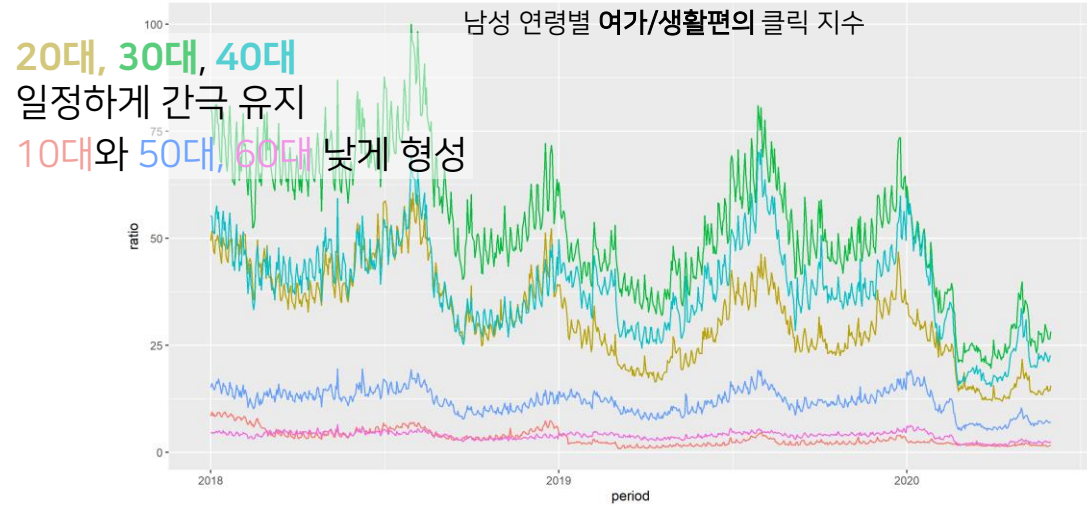
30대를 앞지르는 40대
20대를 앞지르는 50대
10대와 60대 모두 낮게 형성



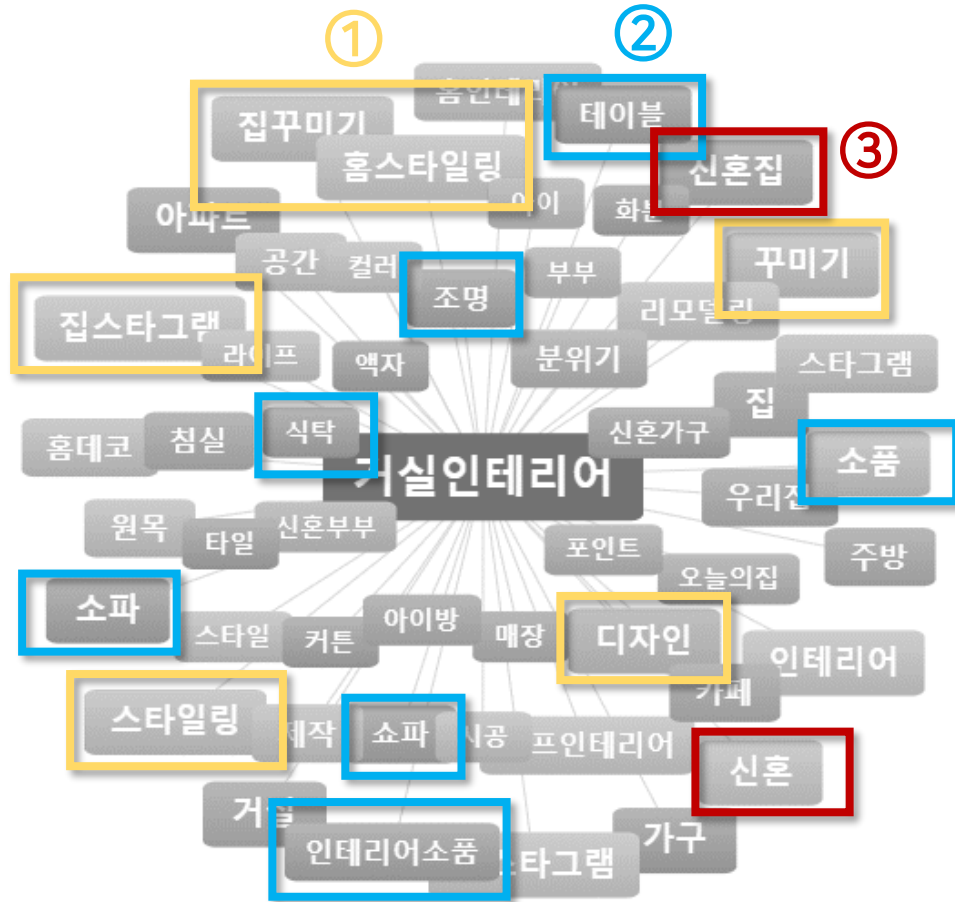
30대를 앞지르는 40대
20대를 앞지르는 50대
10대와 60대 모두 낮게 형성

이는 다른 소비 영역에서는 나타나지 않는 특이한 현상!

→ 여가/생활 편의, 화장품/미용 카테고리 연령별 클릭 지수를 비교에 활용



2019년 1월 이후
SNS 상에서 거실 인테리어와 동반 언급된
키워드의 유형을 살펴보면,



1) 공간에 대한 인식

거실을 **홈스타일링** 주요 공간으로 인식
즉, 집의 Style을 좌우하는 곳

2) 활용 아이템

기본 아이템인 **소파**, **테이블** 외에도
조명, **화분**, **액자** 등 **다양한 소품** 활용

3) 동기가 되는 상황

결혼 시점에 관심이 현저히 높아지는 영역

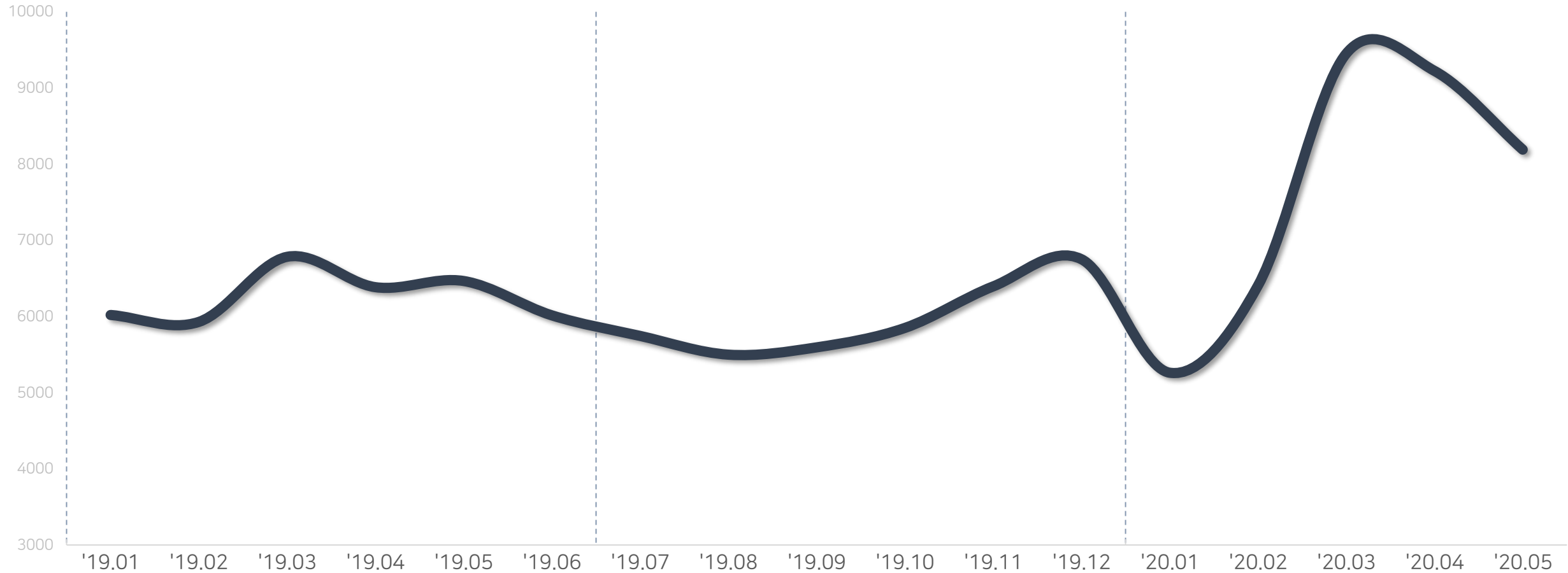
2019-2020 분기별 인테리어 연관키워드 변화 양상

2019년 1분기		2019년 2분기		2019년 3분기		2019년 4분기		2020년 1분기	
연관어	건수	연관어	건수	연관어	건수	연관어	건수	연관어	건수
인테리어	17,763	인테리어	15,658	인테리어	11,763	인테리어	12,898	인테리어	13,568
거실	9,444	거실	8,490	거실	6,642	거실	7,141	거실	8,132
집꾸미기	6,991	집꾸미기	5,968	집꾸미기	4,250	집꾸미기	4,570	집꾸미기	4,695
집	6,813	가구	5,394	집스타그램	3,772	집스타그램	4,306	집	4,638
집스타그램	6,312	집스타그램	4,999	가구	3,634	집	4,160	집스타그램	4,250
신혼집	5,671	집	4,951	집	3,582	디자인	3,915	가구	4,235
홈스타그램	5,105	신혼집	4,866	디자인	3,566	가구	3,891	디자인	4,032
가구	5,060	디자인	4,571	신혼집	3,379	신혼집	3,602	아파트	3,922
스타일링	4,826	스타일링	4,324	스타일링	3,330	아파트	3,548	신혼집	3,577
홈스타일링	4,732	홈스타일링	4,216	아파트	3,152	소품	3,192	소품	2,986
디자인	4,725	신혼	4,047	홈스타일링	3,082	스타일링	3,061	스타일링	2,828
소품	4,277	소품	4,004	소품	3,022	홈스타일링	2,924	홈스타일링	2,713
홈인테리어	4,237	홈스타그램	3,910	꾸미기	2,653	홈스타그램	2,827	주방	2,617
신혼	4,207	꾸미기	3,812	홈스타그램	2,620	꾸미기	2,746	소파	2,602
꾸미기	3,728	스타그램	3,510	신혼	2,593	소파	2,576	홈스타그램	2,595
아파트	3,409	아파트	3,436	소파	2,555	신혼	2,529	꾸미기	2,539
카페	3,342	홈인테리어	3,302	주방	2,331	주방	2,470	신혼	2,408
인테리어소품	3,315	소파	3,129	공간	2,234	공간	2,310	공간	2,210
홈데코	3,303	인테리어소품	3,115	인테리어소품	2,163	홈인테리어	2,231	홈인테리어	2,136
셀프인테리어	3,018	아지트	3,019	홈인테리어	1,945	리모델링	2,120	스타그램	1,939
주방	2,974	카페	2,955	리모델링	1,939	인테리어소품	1,987	셀프인테리어	1,893
소파	2,851	주방	2,827	셀프인테리어	1,818	셀프인테리어	1,730	리모델링	1,857
스타그램	2,780	셀프인테리어	2,741	테이블	1,548	조명	1,646	인테리어소품	1,818
테이블	2,693	공간	2,626	카페	1,430	테이블	1,569	조명	1,764
공간	2,650	수익	2,365	조명	1,428	스타그램	1,566	테이블	1,682
제작	2,132	홈데코	2,194	스타그램	1,349	분위기	1,556	홈데코	1,548
우리집	2,034	제작	2,054	제작	1,329	홈데코	1,467	오늘의집	1,448
리모델링	1,999	부업	2,038	홈데코	1,305	소파	1,396	분위기	1,421
조명	1,934	테이블	1,978	소파	1,293	카페	1,280	우리집	1,398
침실	1,934	소통	1,957	원목	1,278	우리집	1,220	카페	1,361
부부	1,786	문의	1,888	분위기	1,243	오늘의집	1,202	포인트	1,352
하우스그램	1,726	조명	1,870	라이프	1,111	원목	1,171	원목	1,221
원목	1,721	리모델링	1,862	오늘의집	1,107	침실	1,110	시공	1,187
신혼부부	1,717	원목	1,825	스타일	1,080	시공	1,085	커튼	1,155
소파	1,603	프로필	1,785	침실	1,038	매장	1,028	소파	1,149
온라인	1,471	어벤져스	1,765	부부	1,028	입주	1,007	매장	1,113
사이즈	1,446	후배	1,733	타일	994	스타일	1,005	침실	1,085
분위기	1,437	부부	1,703	식탁	992	라이프	998	라이프	1,075
화분	1,423	소파	1,689	우리집	986	부부	997	스타일	1,071
오늘의집	1,409	스타일	1,652	포인트	977	제작	997	현관	1,000
액자	1,394	침실	1,612	포인트	936	포인트	936	컬러	983
라이프	1,390	신혼부부	1,555	컬러	926	식탁	930	느낌	965
신혼가구	1,348	멘토	1,549	시공	917	커튼	920	식탁	950

19년 1분기 대비 최근

- 1) 주요 동기가 되는 **"신혼집", "신혼"** 관련 언급은 점진적 감소하고 있는 반면,
- 2) **"오늘의집"** 어플 언급 증가
- 3) **"포인트, 스타일, 느낌, 컬러"** 등 인테리어 관심 증가

「오늘의집」 SNS 언급 추이 분석 → 최근 코로나19 이슈 언급량 급증



「오늘의집」 어플 분석

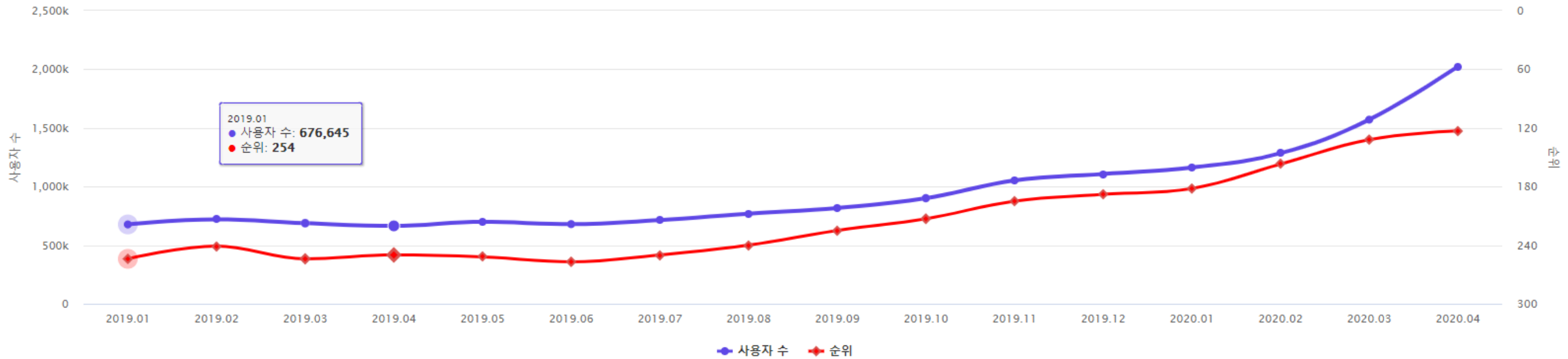
→ 최근 코로나19 이슈 이후 급증



사용량 순위 / 전체 사용량 순위 / 앱별 분석

오늘의집 - 1000만이 선택한 No.1 인테리어 필수앱

Bucketplace Inc. · 마켓 카테고리: 부동산/홈 인테리어 · 업종 대분류: 가정/생활 · 업종 소분류: 가구/인테리어



「오늘의집」 어플 분석

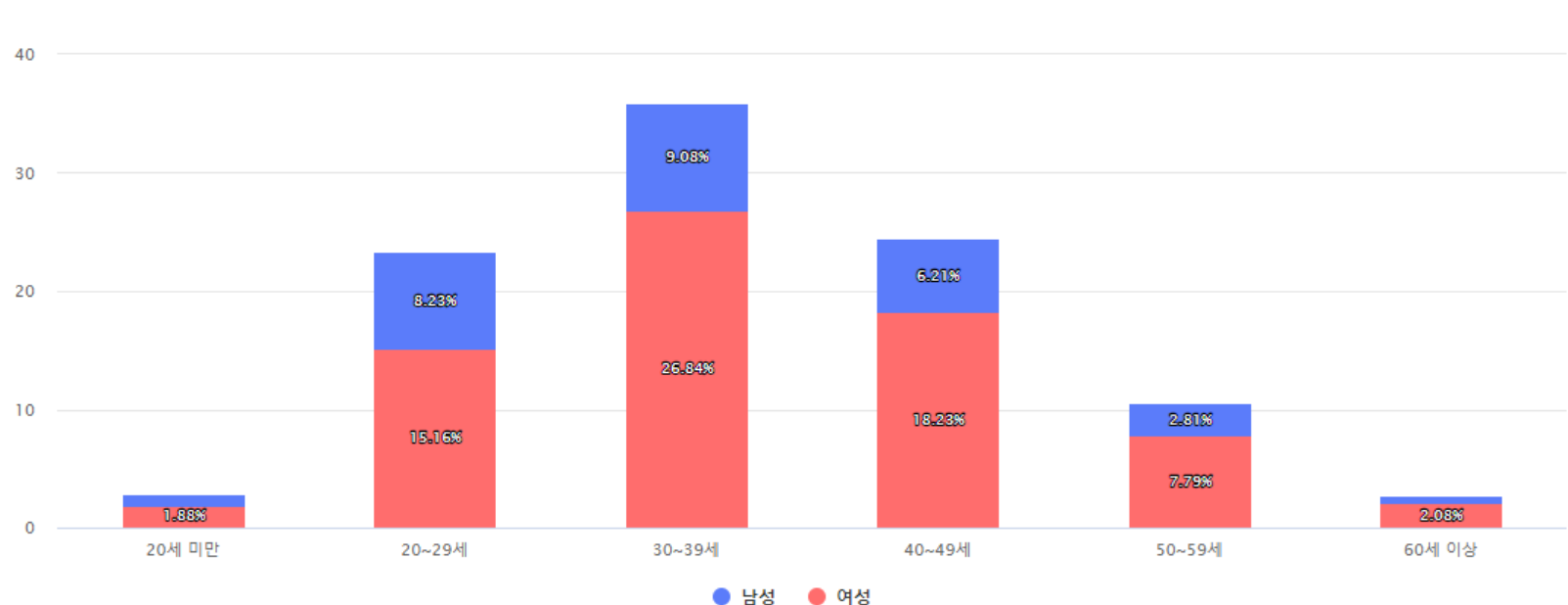
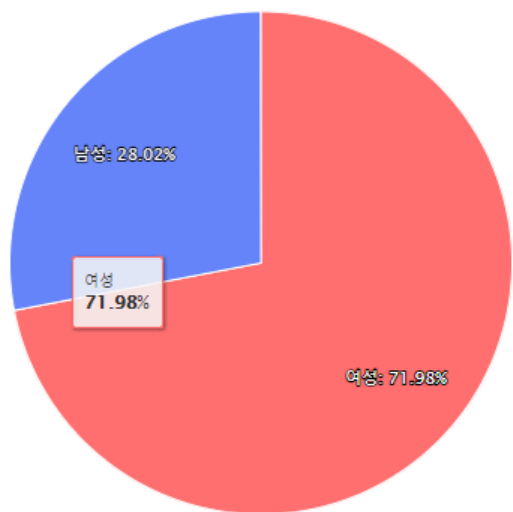
→ 주 사용층은 3040 여성층



사용량 순위 / 전체 사용량 순위 / 앱별 분석

오늘의집 - 1000만이 선택한 No.1 인테리어 필수앱

Bucketplace Inc. · 마켓 카테고리: 부동산/홈 인테리어 · 업종 대분류: 가정/생활 · 업종 소분류: 가구/인테리어



「오늘의집」 어플 분석

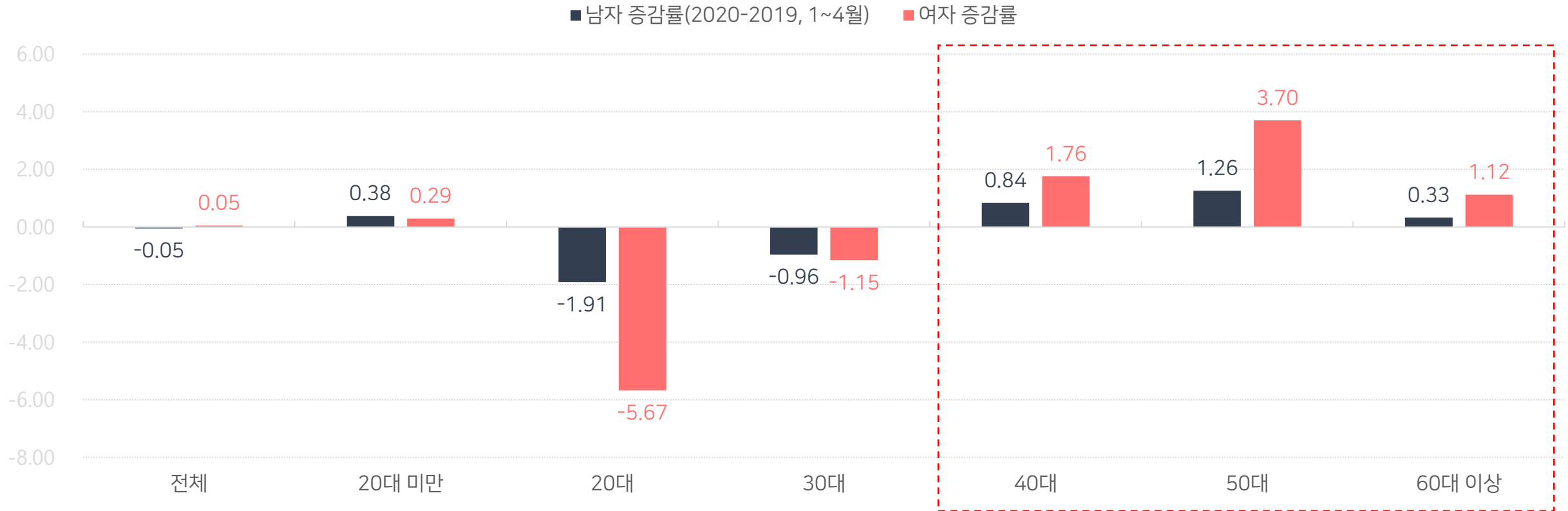
→ 하지만 최근 40대 이상 남녀 층에서 상대적 큰 폭 증가



사용량 순위 / 전체 사용량 순위 / 앱별 분석

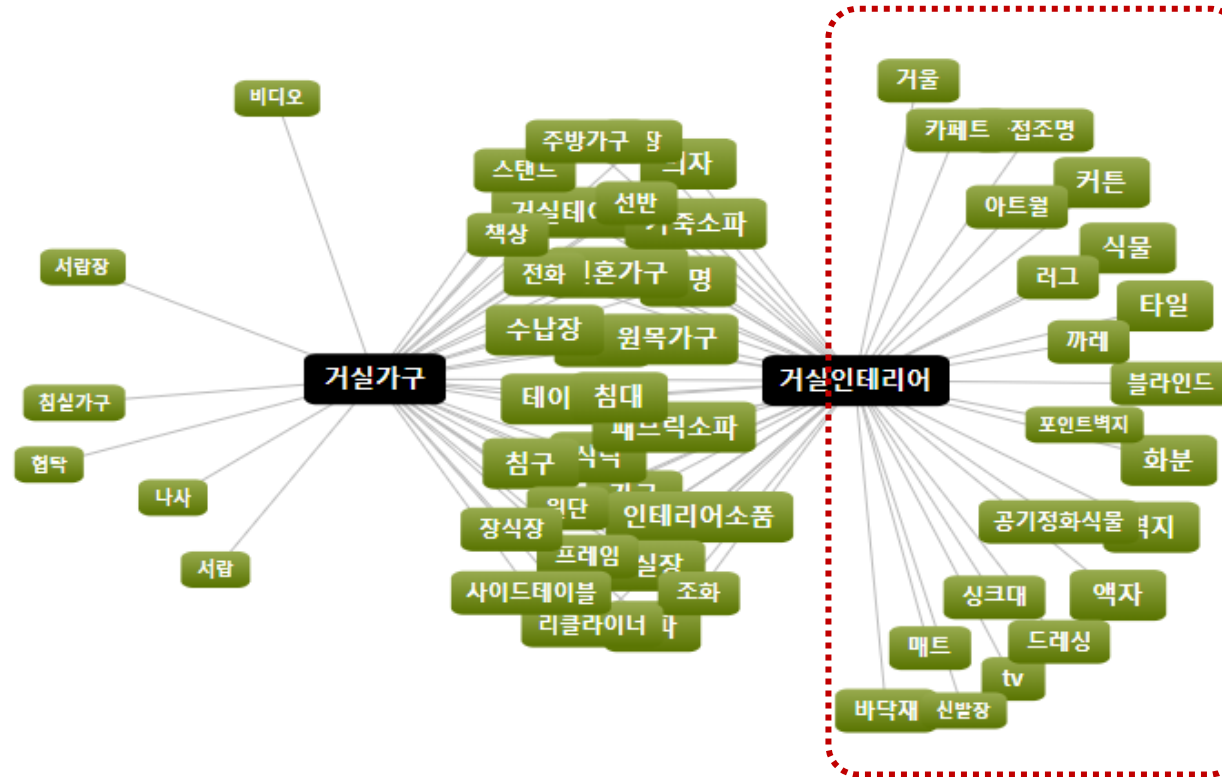
오늘의집 - 1000만이 선택한 No.1 인테리어 필수앱

Bucketplace Inc. · 마켓 카테고리: 부동산/홈 인테리어 · 업종 대분류: 가정/생활 · 업종 소분류: 가구/인테리어



거실가구 & 거실 인테리어에서 가장 언급이 많이 되는 가구, 소파

NO.	연관어 - 거실가구	건수
1	■ 가구	6,571
2	■ 소파	2,562
3	■ 테이블	1,815
4	■ 소파	1,239
5	■ 거실테이블	1,022
6	■ 거실장	982
7	■ 침구	833
8	■ 의자	793
9	■ 침대	776
10	■ 신혼가구	741
11	■ 원목가구	644
12	■ 수납장	633
13	■ 식탁	624
14	■ 가죽소파	616
15	■ 선반	610
16	■ 스탠드	449
17	■ 침실가구	437
18	■ 사이드테이블	379
19	■ 리클라이너	298
20	■ 주방가구	282
21	■ 서랍장	260
22	■ 전화	240
23	■ 협탁	239
24	■ 책장	214
25	■ 패브릭소파	173



가구 외
거실 인테리어 관련 제품 영역

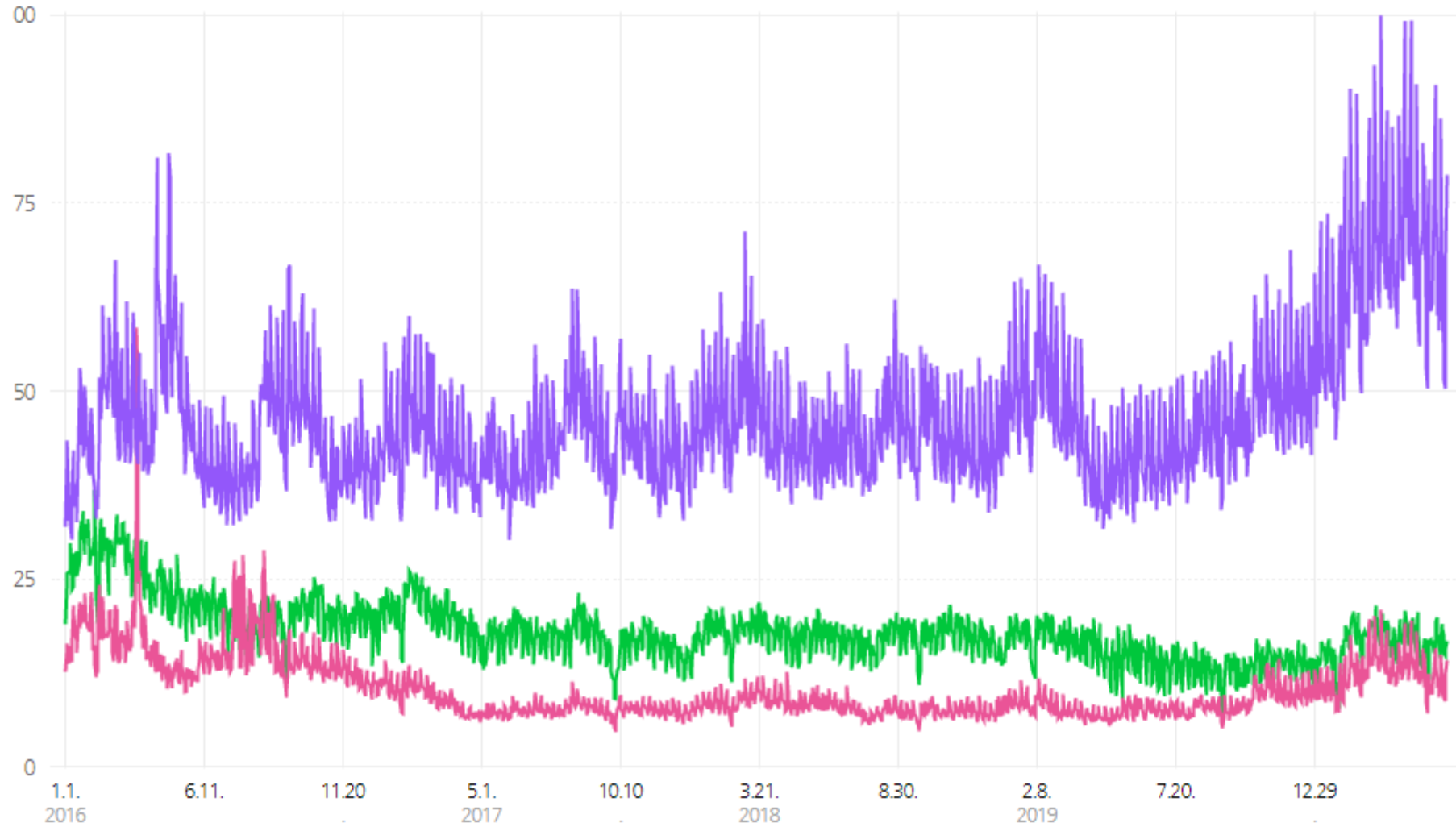
NO.	연관어 - 거실인테리어	건수
1	■ 가구	16,404
2	■ 소파	10,821
3	■ 인테리어소품	8,481
4	■ 조명	6,819
5	■ 테이블	6,601
6	■ 소파	5,373
7	■ 커튼	3,980
8	■ 식탁	3,881
9	■ 타일	3,788
10	■ 액자	3,439
11	■ 신혼가구	3,297
12	■ 화분	3,239
13	■ 거실장	2,812
14	■ 패브릭소파	2,498
15	■ 의자	2,257
16	■ 원목가구	2,066
17	■ 벽지	2,043
18	■ 침대	1,687
19	■ 식물	1,655
20	■ 가죽소파	1,541
21	■ 블라인드	1,503
22	■ 거실가구	1,403
23	■ 책장	1,387
24	■ 조화	1,335
25	■ 공기정화식물	1,281

거실가구에서는 가죽소파 > 패브릭소파,
거실인테리어에서는 패브릭소파 > 가죽소파

“소파”

거실가구의 대표 아이템인
소파와 대한 소비자 인식 탐색

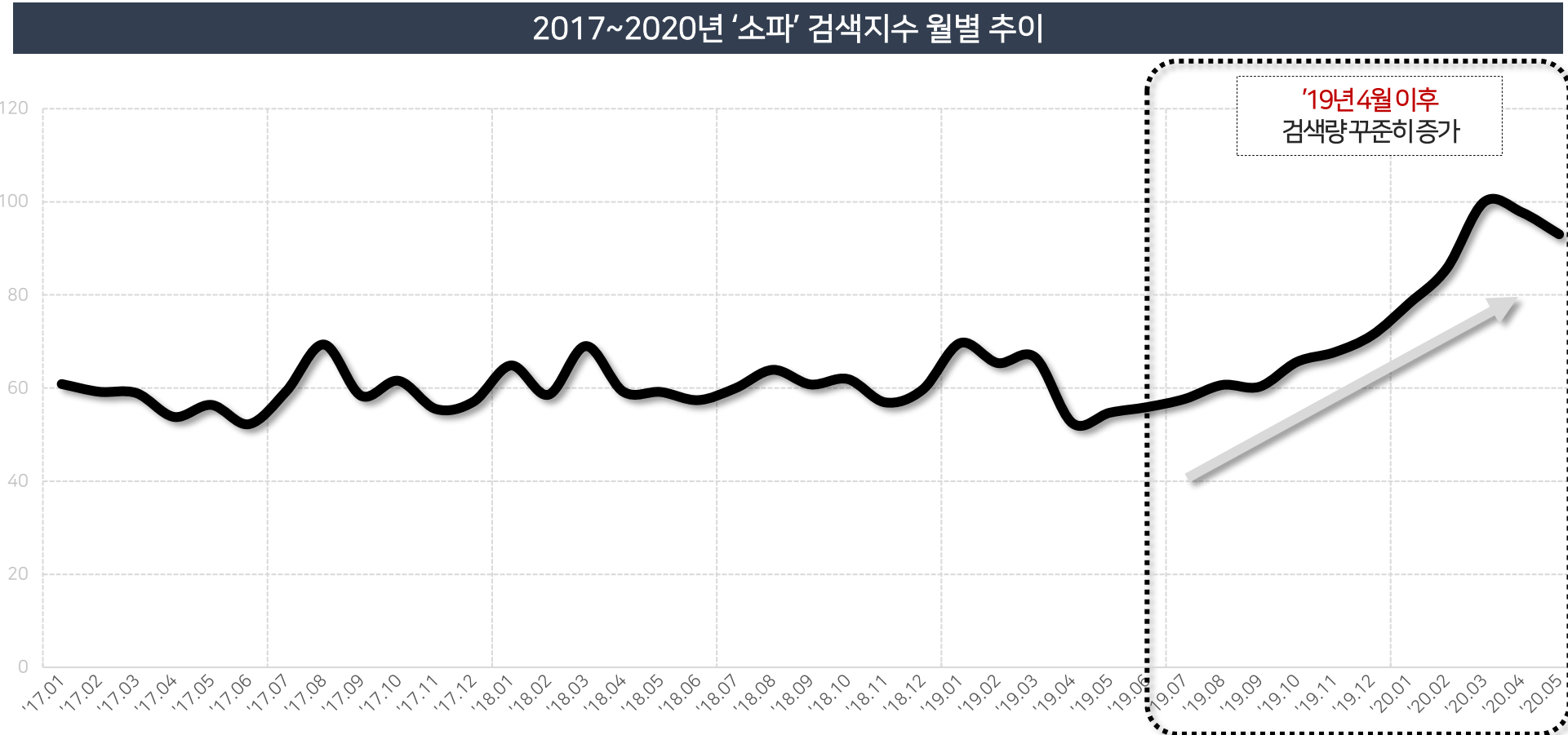




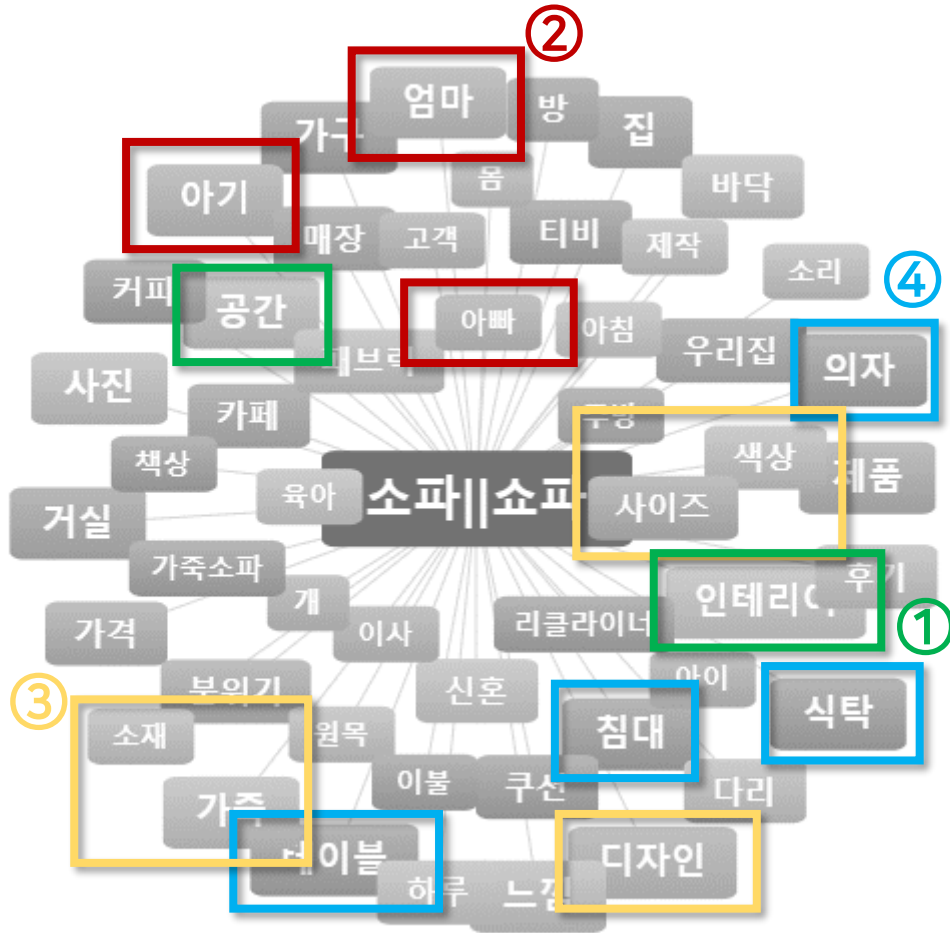
- 인테리어 | 인테리어
- 거실인테리어 | 거실인테리어
- 소파 | 소파,소파

거실 **인테리어**에 대한 관심과 함께 **소파**에 대한 검색, 즉 관심이 큰 폭 증가

소파에 대한 검색량은
2019년 중반부터 최근까지 꾸준히 증가,
2020년 3월에는 검색량 최고점 형성



2019년 이후 SNS 상에서 소파와 동반 언급된
주요 키워드의 구조를 살펴보면,



- 1) 공간, 인테리어 동반 언급 다수
- 소파 역시 독립된 하나의 공간으로 인식
- 2) 다양한 사용 대상을 고려하여 선택
- **엄마, 아기/아이, 아빠** 등
- 3) 주요 고려 요소 (Key Buying Factor)
- **디자인, 소재, 색상, 사이즈** 등
- 4) 소파와 동반 언급되는 가구는
테이블/식탁, 의자, 식탁

제품 종류별로는 리클라이너를 가장 많이 언급했고 사용 대상으로는 아기/아이 등 자녀를 가장 고려

소파 연관 제품

순위	제품	count
1	침대	117,104
2	가구	116,376
3	테이블	72,058
4	의자	61,127
5	식탁	54,961
6	커피	36,564
7	쿠션	30,350
8	티비	28,749
9	리클라이너	28,025
10	책상	25,687
11	가족소파	25,573
12	이불	23,191
13	패브릭소파	23,122
14	매트리스	22,731
15	원단	21,990
16	신혼가구	21,127
17	조명	20,244
18	매트	19,992
19	밥	19,866
20	tv	16,205

소파 연관 인물

순위	인물	count
1	아기	53,119
2	엄마	51,391
3	고객	31,553
4	아이	25,577
5	아빠	23,905
6	아들	19,420
7	남편	18,179
8	부부	17,447
9	신혼부부	11,770
10	연예인	11,021
11	형	9,634
12	신랑	9,104
13	애기	8,579
14	오빠	8,542
15	손님	8,512
16	유아	7,723
17	베이비	7,493
18	가족	7,109

(참고) 타 거실가구 연관 인물

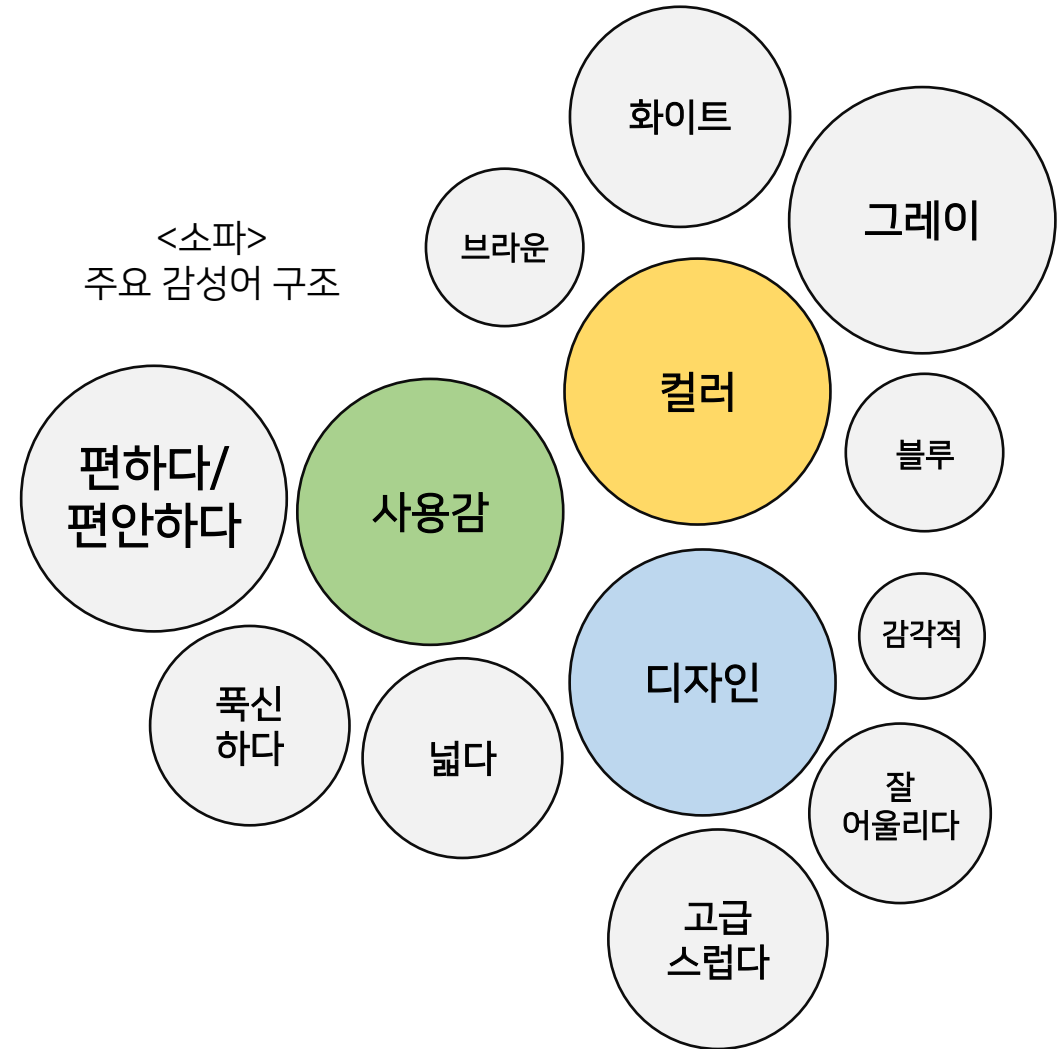
거실가구		테이블	
순위	인물	순위	인물
1	부부	1	가족
2	고객	2	친구
3	신혼부부	3	유리
4	제조자	4	손님
5	아이	5	부부
6	소비자	6	아이
7	가족	7	남편
8	여자	8	아기
9	아내	9	엄마
		10	신혼부부
		11	사장님
		12	이사
		13	언니
		14	신랑
		15	새댁

→ 다른 거실 가구의 경우
사용 대상을 언급하는
경우가 적은 반면,

소파의 경우,
대상과 밀접하게 인식

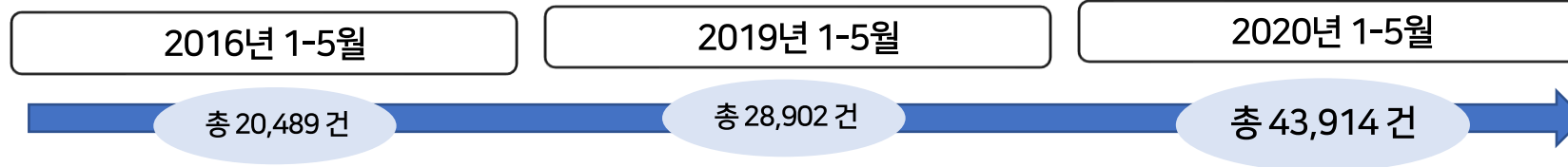
소파에 대한 SNS 감성어를 살펴보면,
편하다, 편안하다, 폭신하다 등과 같은 기본 요소 외에
그레이, 화이트 등 색상과 관련된 언급이 다수 형성

순위	전체	count	순위	전체	count
1	좋다	51191	31	jmt	7644
2	다양한	42424	32	귀엽다	7630
3	가능하다	39314	33	부드러운	7605
4	좋은	33744	34	감각적	7206
5	그레이	33626	35	깔끔한	7149
6	편하다	27711	36	이쁜	7097
7	예쁜	27197	37	취하다	6974
8	화이트	25100	38	다양하다	6877
9	편안한	22653	39	추천하다	6346
10	구매하다	21745	40	이쁘다	6285
11	편안하다	19248	41	합리적	6181
12	멋진	15591	42	새로운	5830
13	크다	13445	43	감사하다	5825
14	푸른	12266	44	따뜻한	5788
15	넓다	11893	45	실용적	5275
16	편한	11375	46	기대	5259
17	예쁘다	11247	47	바라다	5197
18	폭신하다	11072	48	부드럽다	5016
19	구입하다	10967	49	필요한	4916
20	웃다	10881	50	울다	4896
21	기다리다	10864	51	좁다	4824
22	좋아하다	9997	52	강하다	4746
23	원하다	8712	53	밝은	4743
24	마음에들다	8426	54	다르다	4652
25	잘어울리다	8103	55	괜찮다	4596
26	브라운	7863	56	불편하다	4570
27	모던한	7858	57	사고싶다	4565
28	고급스럽다	7807	58	차지하다	4529
29	블루	7794	59	어울리다	4499
30	고급스러운	7743	60	고민	4440



특히 이러한 색상 관련 언급은 2020년 들어 큰 폭으로 증가 기본 색상인 그레이 & 화이트 색상에 대한 언급이 가장 많기는 했으나 다양한 색상으로 점차 세분화되는 경향

'20년 기타 감성어 중 그레이는 라이트 그레이, 다크 그레이. 핑크는 인디핑크와 베이비핑크 등으로 다양화



순위	전체	count
1	화이트	7,194
2	그레이	5,463
3	브라운	2,305
4	블랙	1,449
5	블루	902
6	아이보리	790
7	베이지	446
8	흰색	248
9	회색	247
10	검은 색	239
11	베이지색	219
12	핑크	213
13	네이비	193
14	흑백	185
15	모노톤	108
16	핑크색	103
17	갈색	101
18	골드	84

순위	전체	count
1	그레이	8,109
2	푸른	7,690
3	화이트	6,234
4	브라운	1,524
5	블루	1,204
6	골드	698
8	아이보리	473
9	블랙	438
10	네이비	437
11	베이지	334
12	핑크	246
13	검은 색	241
14	회색	202
15	라이트그레이	189
16	흰색	169
17	핑크색	158
18	초록	140
19	하늘색	120
20	옐로우	105
21	은색	103
22	다크그레이	88

순위	전체	count
1	그레이	12,025
2	화이트	8,701
3	푸른	4,126
4	블루	3,750
5	브라운	3,424
6	푸른	2,559
8	아이보리	1,586
9	베이지	1,180
10	골드	928
11	인디핑크	905
12	핑크	721
13	네이비	701
14	블랙	641
15	라이트그레이	626
16	핑크색	603
17	베이비핑크	430
18	회색	316
19	다크그레이	259
20	옐로우	151
21	핫핑크	150
22	초록	132

1월~5월 그레이 색상			
'17(연도)	'18	'19	'20
6,010	7,714	8,109	12,025

1월~5월 화이트 색상			
'17(연도)	'18	'19	'20
6,546	5,958	6,234	8,701

주) 각 연도별 1월 ~ 5월 감성분석 결과 데이터에서 상위 40개의 기타 감성어 중 색상만 추출

소파 품목에 대한 연령별 클릭지수 분석

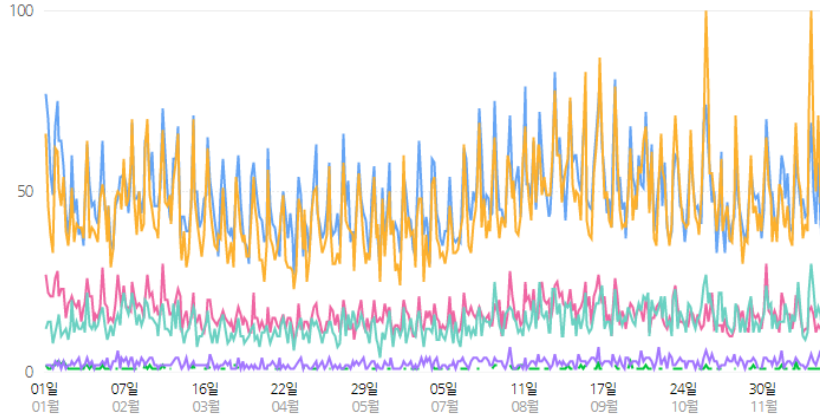
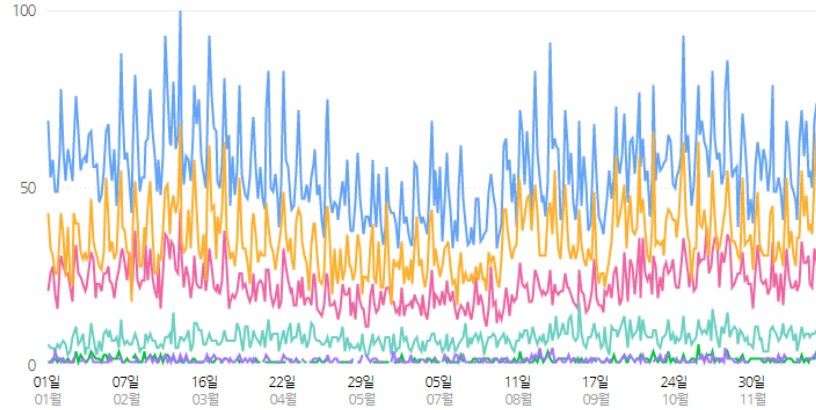
2018

연령별 트렌드

2019

연령별 트렌드

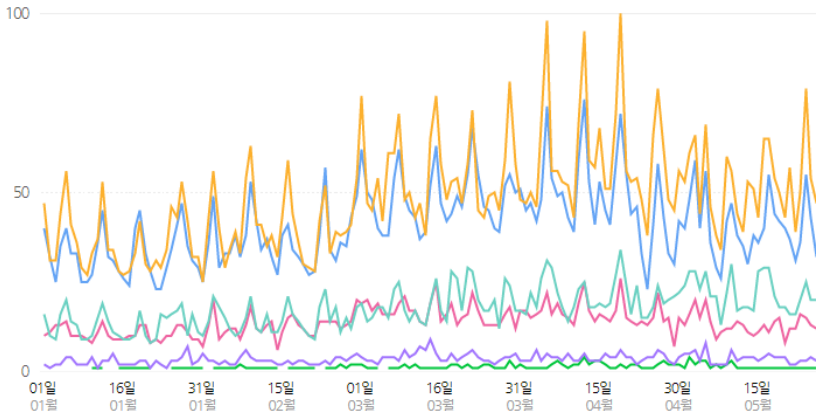
- 10대
- 20대
- 30대
- 40대
- 50대
- 60대



2020

연령별 트렌드

×



40대인 노란색 선이
점차 30대인 파란색과 일치하고 있으며
50대인 초록색 선이
점차 20대인 빨간색과 일치하는 경향에 주목 필요

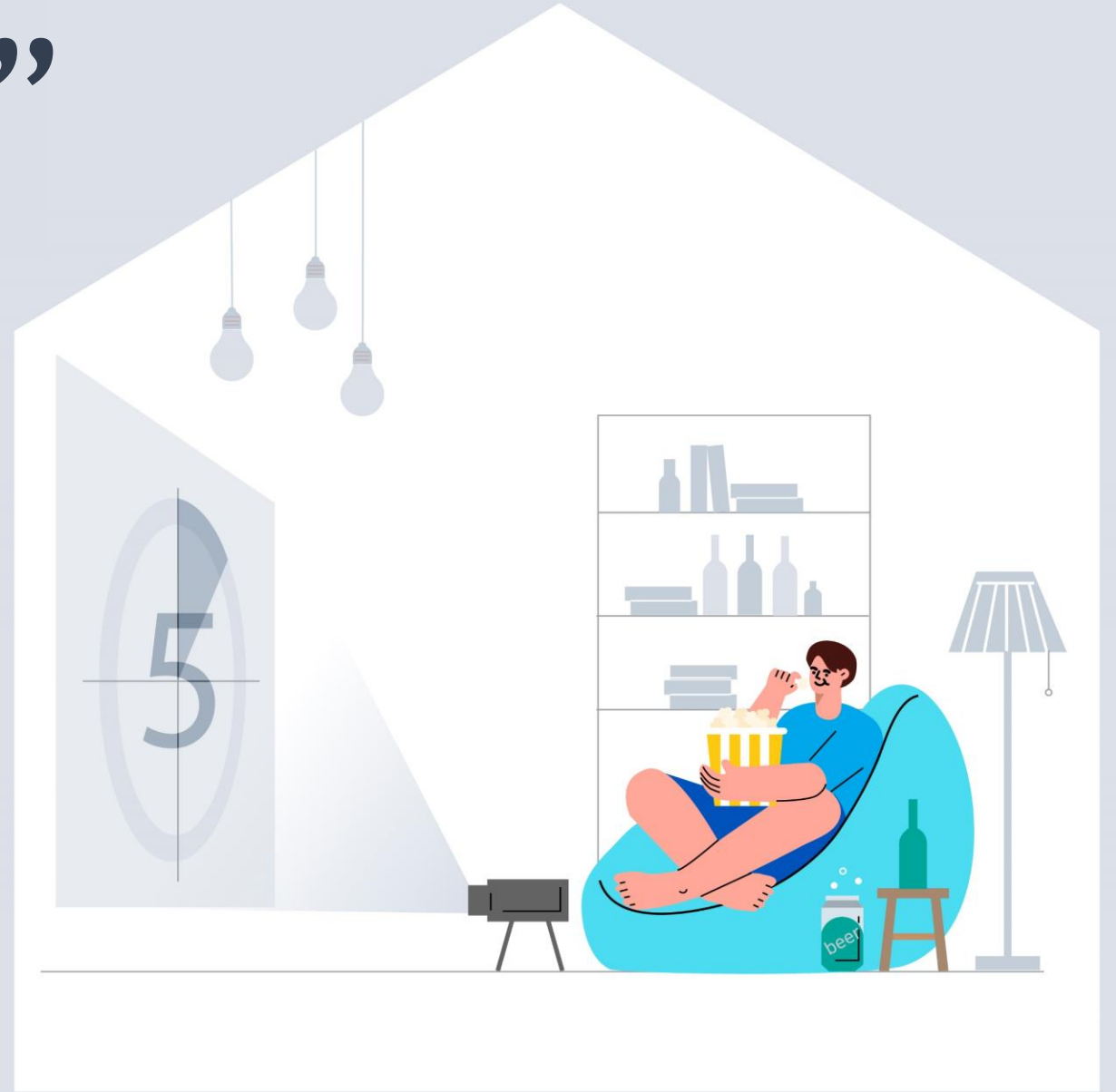
최근 수요 증가한 4050대 층 대비 상대적으로 수요 증가 미미한 30대 원인 탐색

2019년 1~3월		2020년 1~3월	
연관어	건수	연관어	건수
가구	1916	가구	1346
인테리어	1623	거실	894
소파	1312	인테리어	793
신혼	1260	소파	577
거실	1150	디자인	387
신혼가구	1138	상품	296
거실장	1132	테이블	289
원목	1008	거실장	285
혼수	1003	원목	283
원목가구	997	신혼	277
주방	967	제품	228
가족	965	홈인테리어	219
소파	960	소파	218
테이블	905	원목가구	208
식탁	902	포스팅	195
침대	900	공간	192
가족소파	894	일정	185
수납장	870	커미션	181
친환경	861	광고	169
매장	858	신혼가구	160

최근 코로나19 이슈로 인해
예년 대비 '결혼 시기'에 혼란이 생기면서
『신혼가구』에 대한 수요가
잠정적으로 연기되었기 때문일 가능성 존재

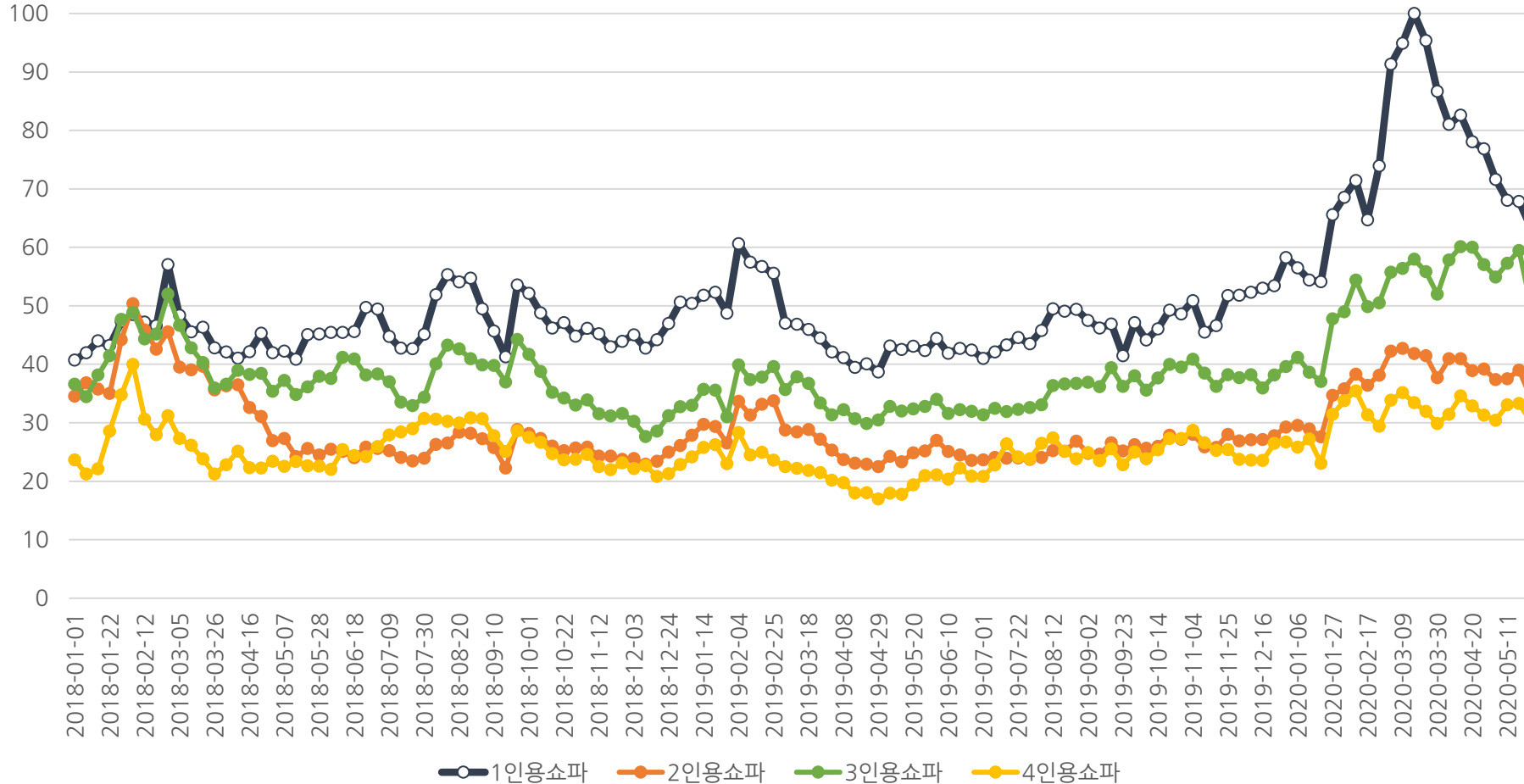
“1인용 소파”

최근 이례적으로 큰 관심을 받고 있는
1인용 소파에 대한 분석

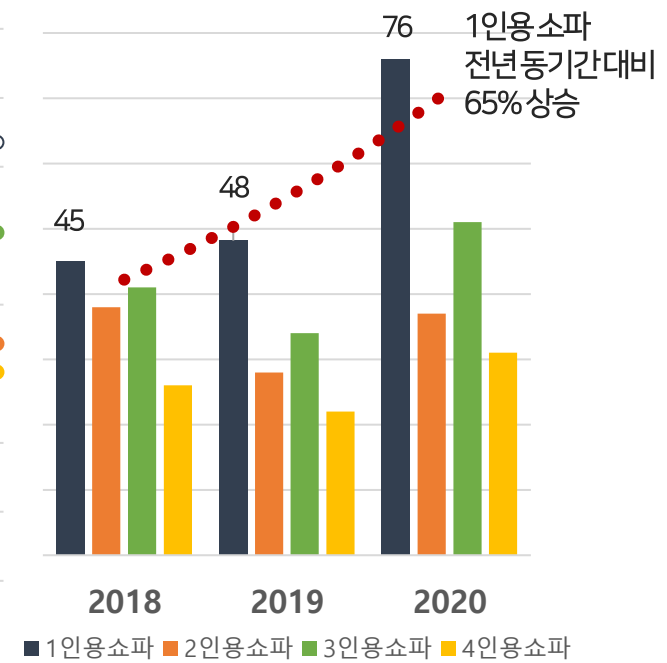


소파 타입별로 검색 추이를 살펴보면, 1인용 소파에 대한 관심이 최근 유독 크게 상승

n인용 소파 네이버 검색 트렌드

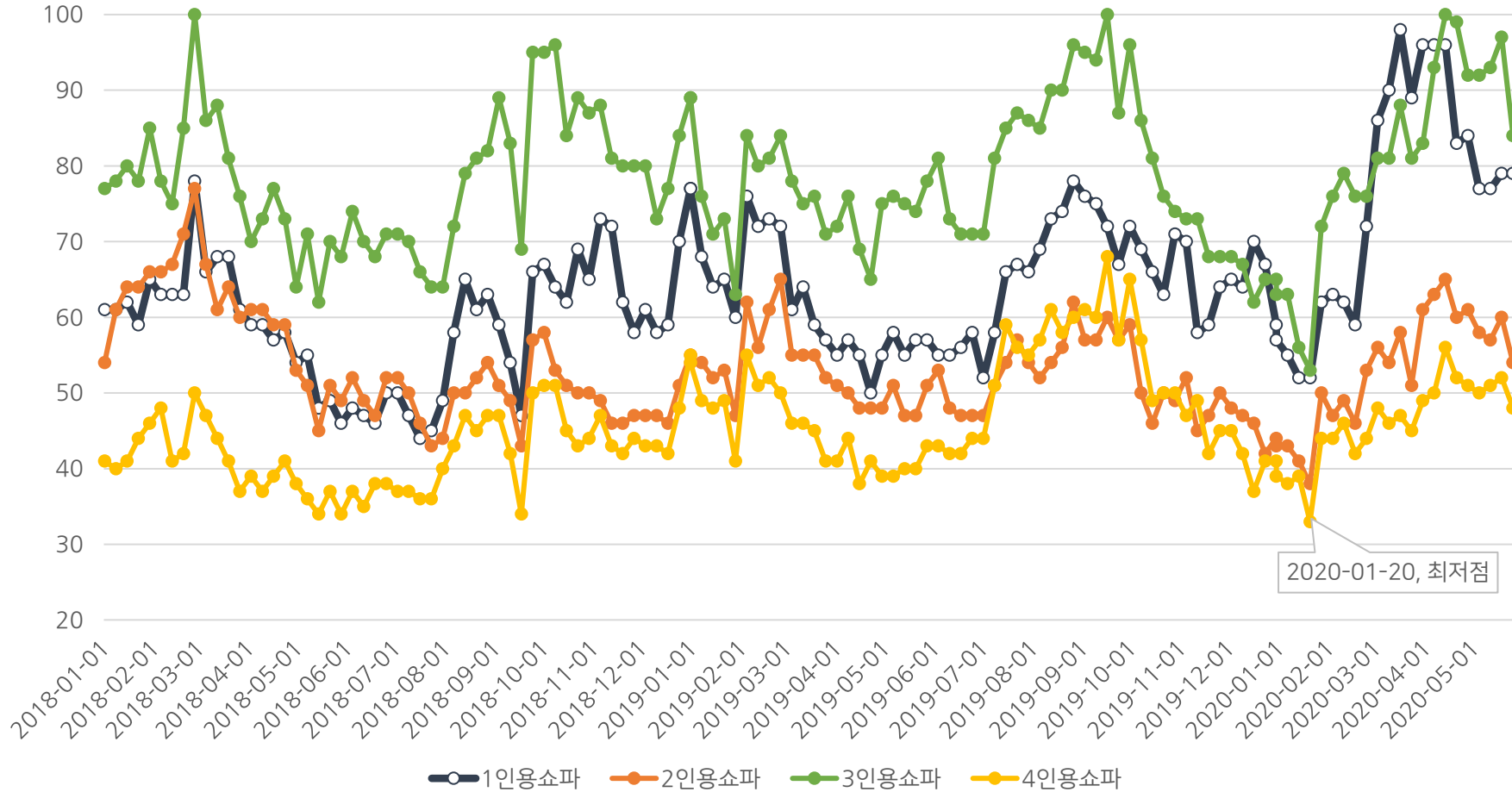


연도별 1~4월 'N인용소파' 검색

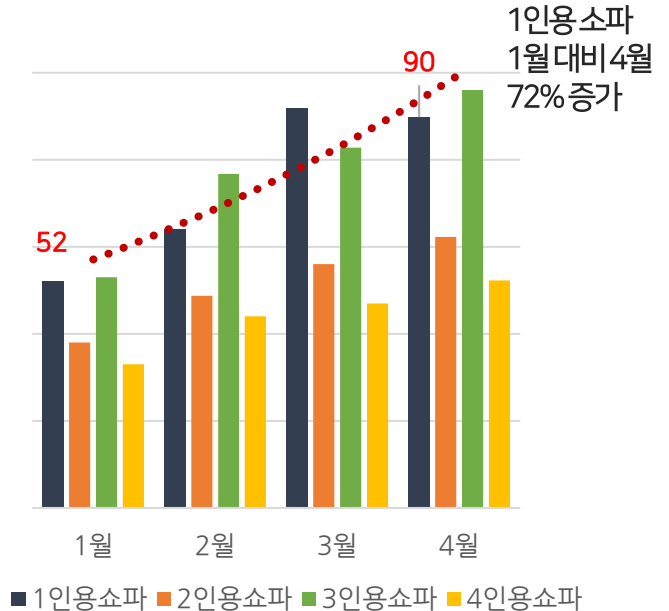


네이버 쇼핑클릭 지수 역시, 『1인용 소파』에 대한 수요 크게 증가했음을 확인

n인용 소파 네이버쇼핑 클릭 지수



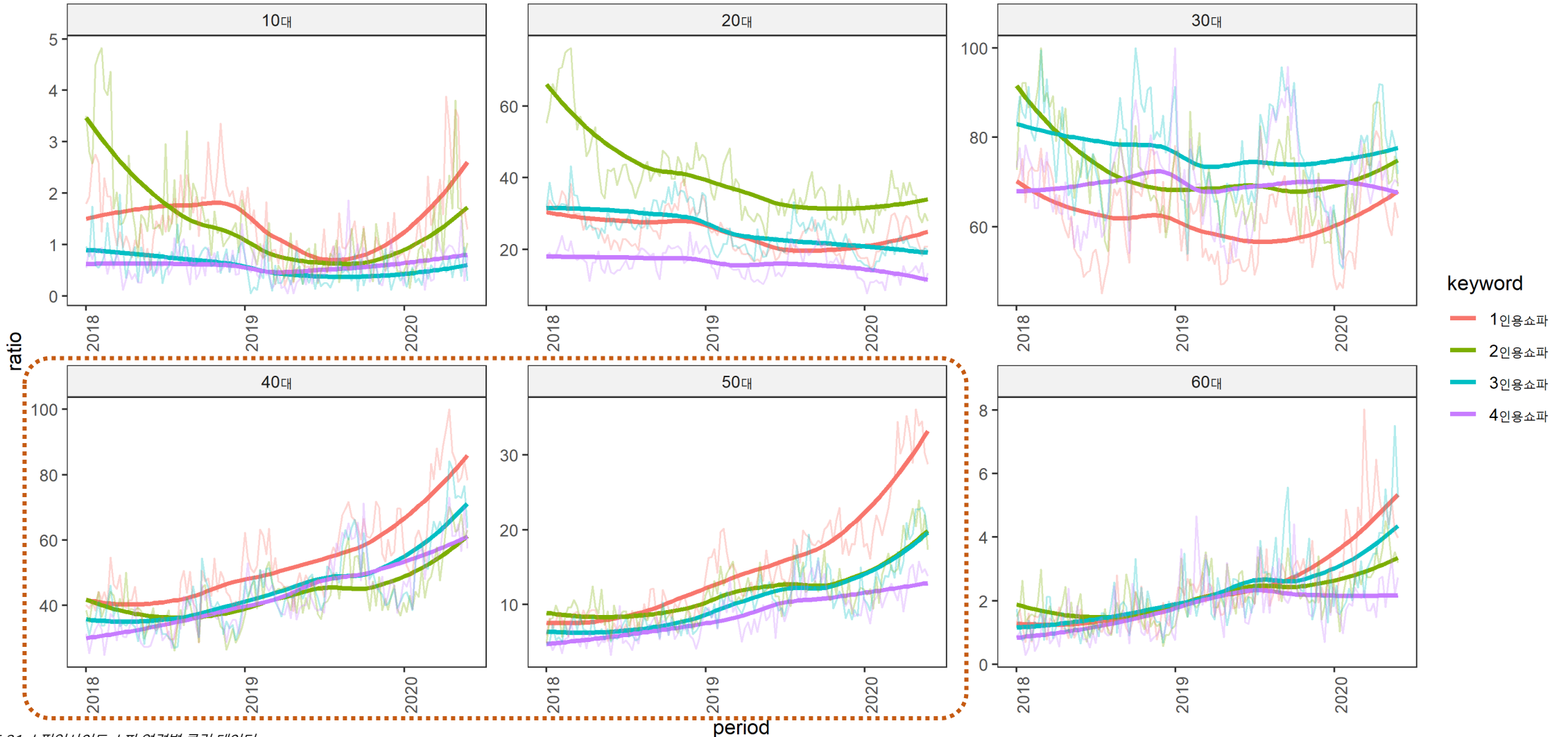
'20년도
1~4월 내 'N인용소파' 클릭



[여성 소파 클릭 지수]

4050대 여성 층에서 1인용 소파 클릭 지수 비교적 꾸준히 상승세

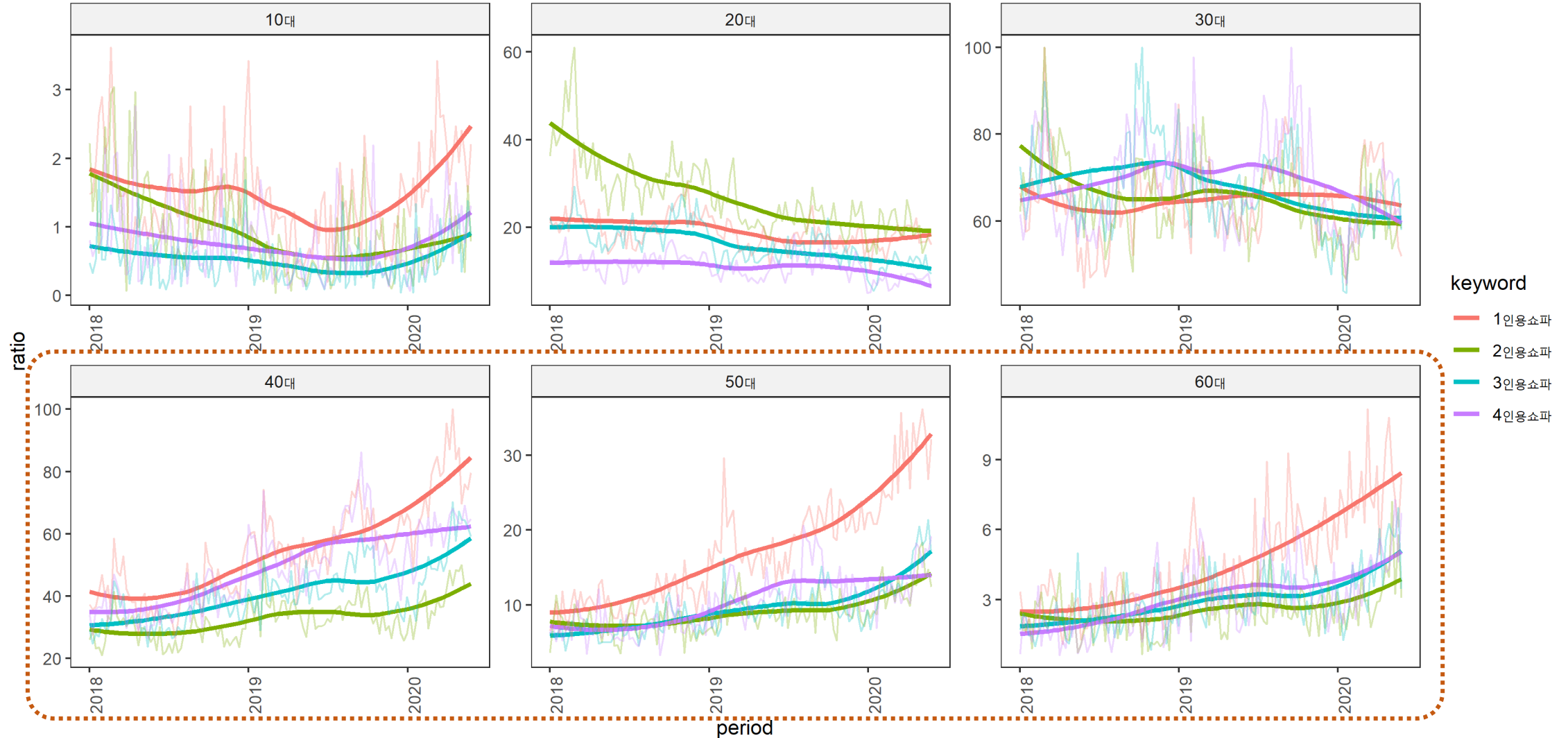
여성 n인용 소파 클릭 지수



[남성 소파 클릭 지수]

40대 이상의 남성층에서도 역시
1인용 소파에 대한 클릭 지수 꾸준히 상승세

남성 n인용 소파 클릭 지수



- ✓ **코로나19 영향에도 거실가구, 특히 소파에 대한 관심과 수요는 증가세**
주 소비층인 30대는 소폭 정체이나, 40대 & 50대를 중심으로 수요 증가
코로나19 여파로 인해 '결혼' 준비 수요가 한시적으로 하락함에 따라, 주 소비층인 30대의 관심은 정체, 이의 대체 수요로 4050대의 거실 인테리어에 대한 관심이 증가했으며, 그중에서도 소파에 대한 관심이 증가, 특히 『1인용 소파』에 대한 관심 증가는 눈여겨볼 지점
- ✓ **거실은 홈스타일링을 위한 핵심 공간 → 무엇보다 “디자인의 조화”가 중요**
소파 역시 ‘색감’을 중시하며, 점차 다양하고 세분화된 색상 관심으로 진화
거실 인테리어 고려 시 디자인의 조화나 색상에 대한 중요 인식은 예전과 유사하나 그중에서도 원하는 색상의 정도가 점차 세분화되고 있는 것이 눈에 띈다. 물론 다양한 색상을 원하는 업체의 의도도 반영되었겠지만 거실가구를 통해 개인의 차별화된 니즈를 반영하려는 욕구가 커진 것으로 해석 가능
- ✓ **소파, 실제 이용 대상을 고려하여 선택**
타 가구 대비 어린 자녀 이용 시의 안전성 등 다양한 관점에서 고려
거실 인테리어를 위한 가구 구입 시, 테이블 등 타 가구의 경우 대상 관련 언급 빈도가 많지 않은데 비해 소파의 경우 부부뿐만 아니라, 어린 자녀 등을 폭넓게 고려하여 선택하는 것으로 보임

그 외,

본 분석에 세부적으로 담지는 못했지만,

거실가구, 거실 인테리어, 소파 등에 대한 수요가 증가한 시점에
『**구해줘 홈즈**』 같은 TV 프로그램에 대한 관심이 증가

코로나19로 인해 집에 머무는 시간이 많아지면서
영상 콘텐츠에 대한 수요가 증가했을 것이고
이에 따라 해당 프로그램이 절대적인 원인을 제공하지는 않았을지라도
인테리어 욕구를 배가시키는데 일부 영향을 끼쳤을 것으로 예상

코로나19 사태가 극심했던 초기 대비 심리적 거리두기가 완화되었을 것이나
집을 중심으로 한 이 같은 수요는 **향후에도 지속될 것으로** 보이며

본 분석에서 다른 결과를 포함한 소비 방향 외에도
기존과 다른 **여러 갈래로 파생될 수 있을 것으로** 판단됨

End Of Document

Contact Us

Website URL <http://bigdata.emforce.co.kr>

T 02. 6177. 1871 eMAIL khbak@emforce.co.kr