

엠포스 기획시리즈

# 코로나19에 따른 산업별 변화 탐색

## 네 번째. 《비대면<sub>(untact)</sub> 시대》

2020. 07

코로나 이슈를 다룬지도 어느덧 6개월이 '홀쩍' 넘었습니다.

처음에는 잠시 불거진 현상으로 생각하고 가볍게 시작한 것이  
이제는 전혀 가볍지 않은, 전세계적인 시대의 흐름이 되어 버렸고

기획시리즈 중 드디어 마지막, 4번째 보고서를 준비하던 시기에는  
포스트 코로나 시대를 대비해야 한다는 목소리가 한창 커져가고 있었습니다.

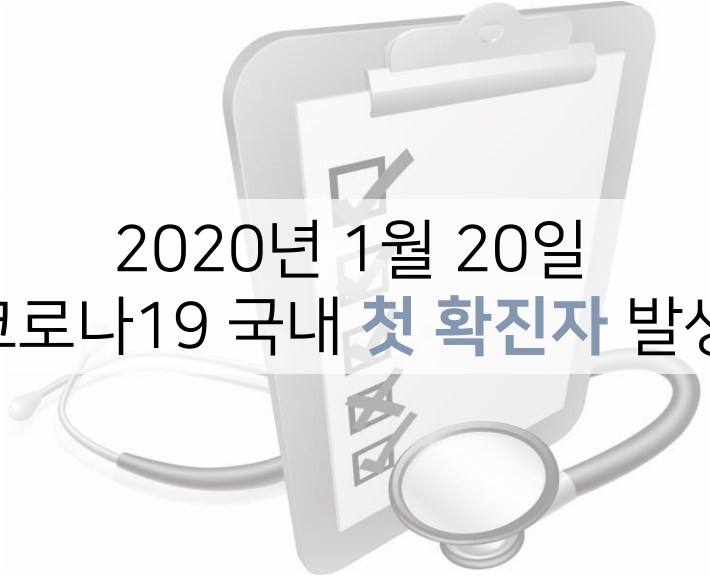
이에 우리는 포스트 코로나와 관련된 수 많은 주제를 고민하던 끝에  
'비대면'이라는, 최근 급격히 회자되고 있는 단어 하나를 골랐습니다.

언론을 통해 이제 막 새롭게 포장되기 시작한 이 용어가  
생각보다 더 빠르고 깊게 받아들여지고 있는 것으로 보였기 때문입니다.

비록 《비대면 시대》라는 거창한 제목으로 포장되었지만,  
이 자료는 '비대면'이라는 익숙하고도 낯선 단어 하나가 불과 몇 개월만에  
삶을 얼마나 많이 변화시키고 있는지에 대한 작은 기록입니다.

현 시점에서, 변화중인 현재를 명확하게 정의하거나  
강단 있게 미래를 예측하지는 못하지만,

지금 우리가 (우리의 생각보다) 얼마만큼 빠르게 변화하고 있는지,  
또 '비대면'이라는 말이 어떻게 다양하게 수용되고 있는지에 대해  
조금이나마 가늠하고 감지할 수 있는 참고자료가 되기를 바래 봅니다.

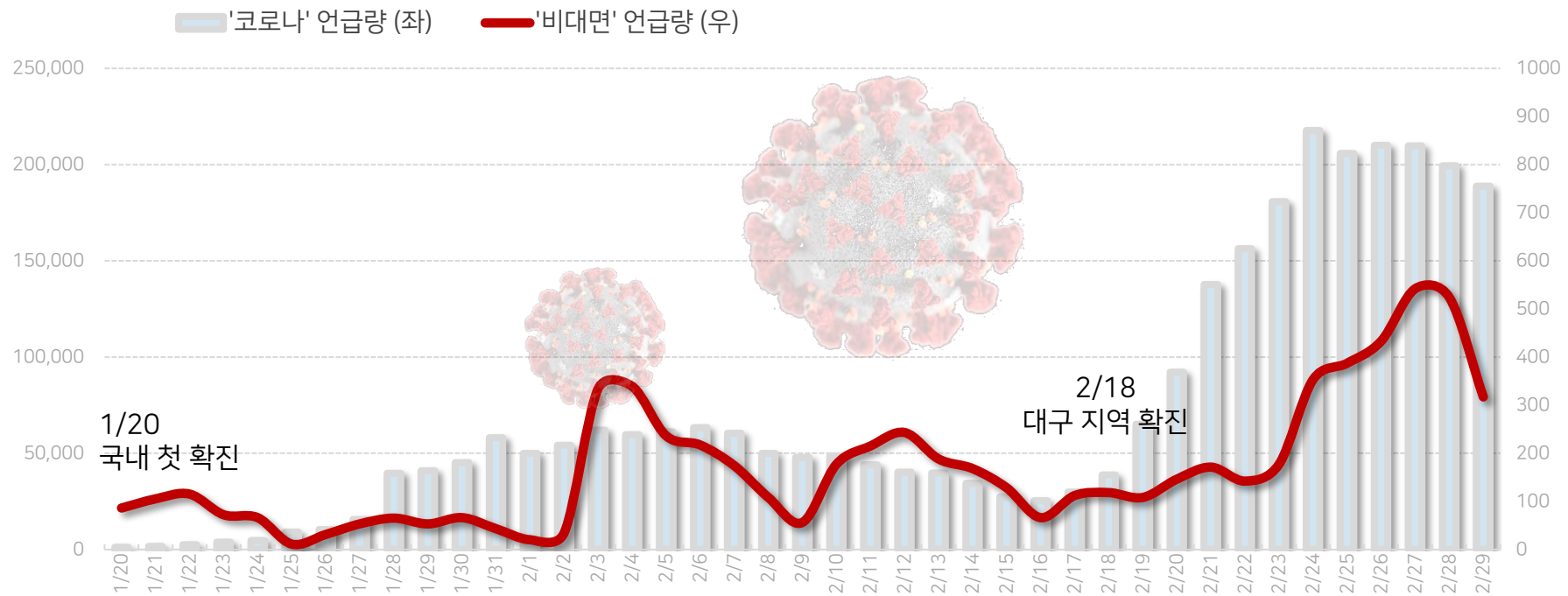


2020년 1월 20일  
코로나19 국내 첫 확진자 발생.

그로부터 수개월 동안  
우리가 가장 두려워했던 대상은,

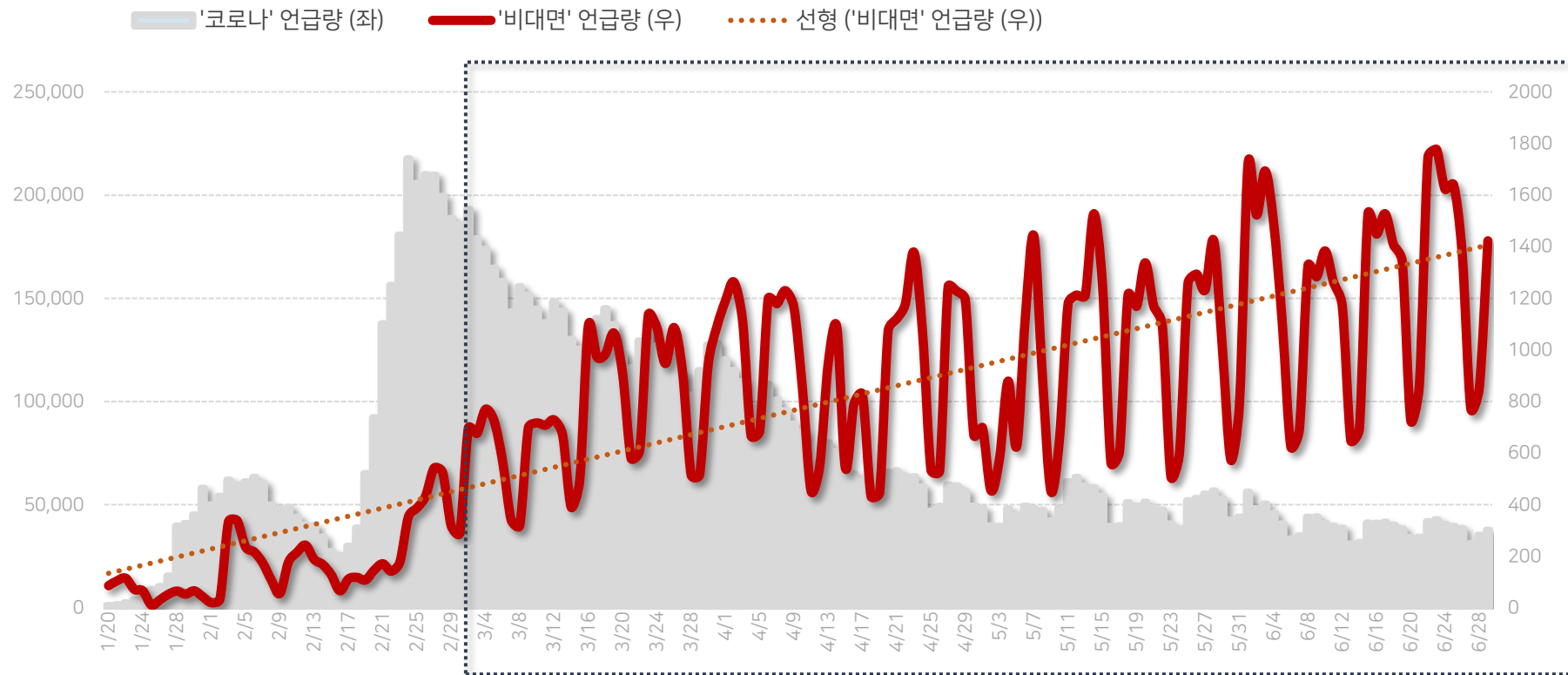
그 어떤 것보다, **사람**  
내가 아닌 누군가였습니다.

## 코로나19 확진자가 늘어나며 서로를 피하려는 움직임이 시작되었고,



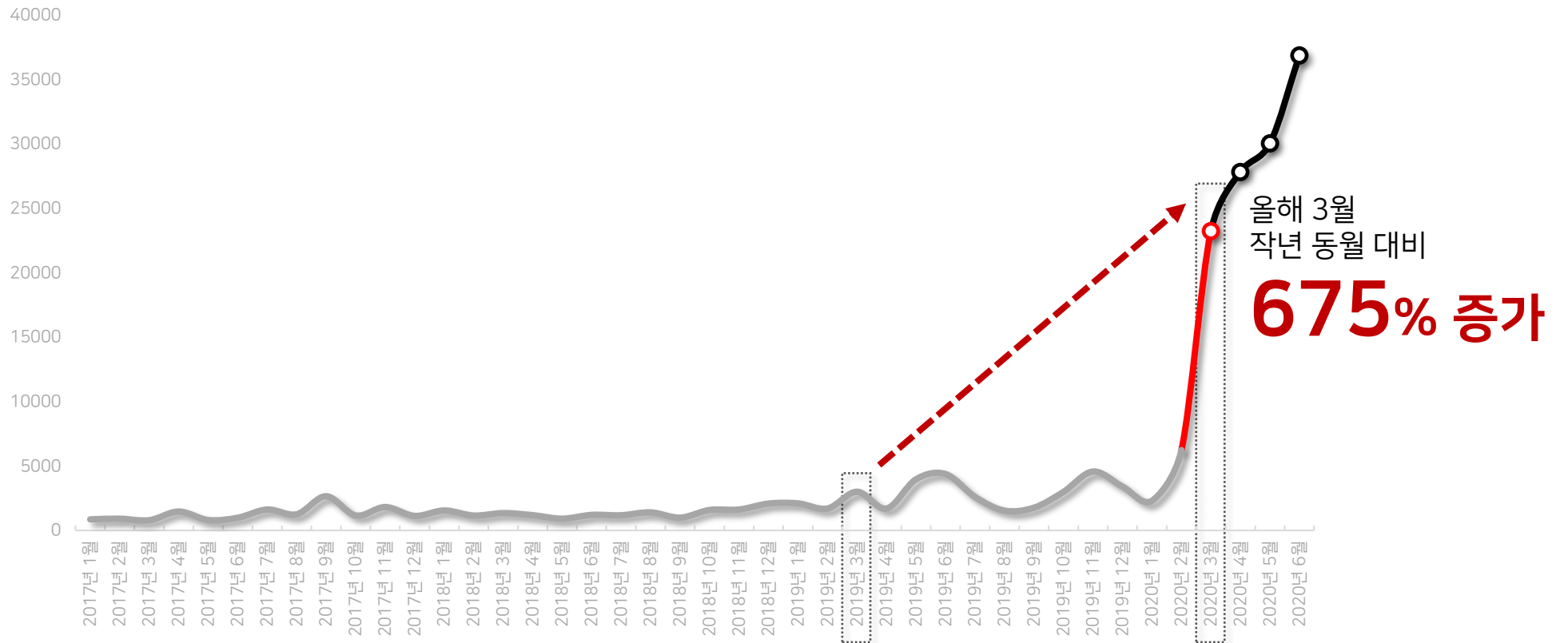
국내 첫 확진 이후 SNS 내 '코로나' 및 '비대면' 언급량 추이

## 전세계적으로 장기화되면서 전방위적 확산이 가속화되었습니다.



국내 첫 확진 이후 SNS 내 '코로나' 및 '비대면' 언급량 추이

이렇게 촉발된 비대면에 대한 관심은  
**전례 없는 수준**으로 기록되고 있습니다.



2017~2020, SNS 내 '비대면' 언급량



비대면의 확산 원인으로  
몇 가지를 추론해 보았습니다.

## 예고 없이 맞닥뜨린 코로나의 빠른 확산

작년 12월 말부터 국내에도 가능성이 제기되었지만, 실제 우리가 위기를 체감한 건 2월 이후.  
아무런 준비와 체감 없이 시작된 코로나였기에, 당황에 이은 공포가 전방위적 확산을 견인

## 학교와 직장을 중심으로 한 국가차원에서의 강제

코로나로 인한 변화는 선택이 아닌 강제 영역이라는 점에서 여타의 사회적 이슈와 대비.  
그 중에서도 생활에 가장 밀접한 학교와 직장에서부터 시작되었다는 점이 가장 큰 특징

## 전세계적으로 동시점에 겪고 있는 팬데믹

주로 비교되었던 메르스는 일부 국가에 한정된 이슈였고 전파시점도 달랐으나,  
코로나는 전세계가 동시에 겪고 있으며, 특히 K방역의 우수성이 공인됨에 따라  
강제적인 정부 정책에도 별다른 이견없이 국내 여론이 빠르게 합치되는 중



아마 금융 등 특정 영역에서  
주로 사용되던 단어였던 것 같습니다.



하지만 이제는 **사람을 만나지 않는 모든 활동을**  
포괄하는 개념, 본래의 뜻으로 사용되고 있습니다

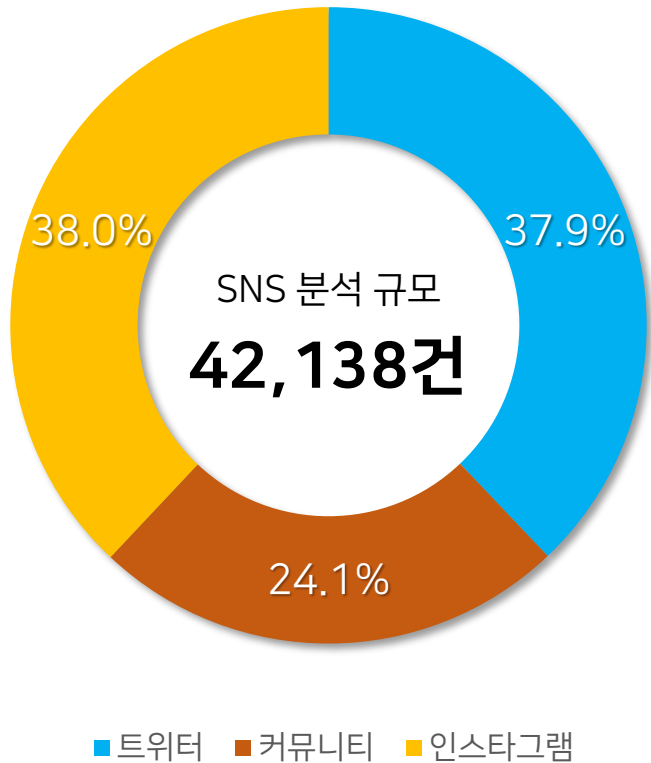


우리는 이러한 현상에 대한 분석을 위해  
Desk Research를 다각적으로 수행하며  
비대면을 의미하는 다양한 키워드를 검토하였고  
그 중 소비자들이 자발적으로 많이 사용하는,  
「비대면」과 「원격」이라는 키워드를 선정하여  
최종 데이터를 추출하기로 결정했습니다.

참고로,  
동일 의미로 사용되는 언택트(Untact) 도 고려하였으나  
주로 언론 기사 등에 한해서 노출되는 경우가 많았으며  
상대적으로 SNS 언급량도 적어 제외.

# 분석 데이터 규모

- 소비자의 자발적 언급량이 높은 채널을 선정하여 최근 3개월을 기준으로 SNS 상에 게시된 원문을 최대한 수집



- 1) 분석 채널 [트위터, 커뮤니티, 인스타그램]  
- 소비자의 자발적 언급이 많은 '3개 채널'을 선정
- 2) 분석 키워드 [비대면, 원격]  
- '비대면' 키워드와 함께 비대면 의미로 사용되는 여러 키워드 중 가장 사용이 많은 '원격'이라는 키워드를 함께 추출  
\*이후 비대면은 비대면과 원격을 포함한 것으로 정의
- 3) 분석 기간 [2020. 03. 01 ~ 2020. 05. 31]  
학교 개강 영향으로 비대면이 본격적으로 확산하기 시작한 3월부터 최초 분석 시점인 최근 5월 까지로 한정

\* 비대면에 대한 채널별 SNS 언급량

	트위터	커뮤니티	인스타그램	sum
3월	6,183	3,470	6,465	16,118
4월	5,668	3,868	7,407	16,943
5월	4,121	2,819	2,137	9,077
sum	15,972	10,157	16,009	42,138

# 분석 접근 방향

- 분석 접근 방향이라는 것은, 실제 분석 이전, 그러니까 데이터를 가변적으로 검토하는 과정에서 예상되는 **단편적인 가설**을 의미
- 우리는 분석에 앞서 다음과 같이 **3가지 관점(가설)**을 기반으로 접근



## 3월~5월까지의 변화, **수용 정도 파악**(figure out)

3개월이라는 시간은 사회가 급격히 변화되기 어려운 기간임에는 분명하나 요즘처럼 코로나19에 따른 영향이 실시간으로 사회 전체를 뒤흔들고 있는 점을 감안하면 **최근의 3개월은 과거의 1년 이상을** 들여다보는 것 만큼 효과가 있는 수준으로 판단. 그러한 관점에서, **월 단위로 시시각각 변화되는** 소비자의 인식과 태도를 점검하는 것이 중요

## '온라인교육', '재택근무' 이외 **자발적 확장성 규명**(definition)

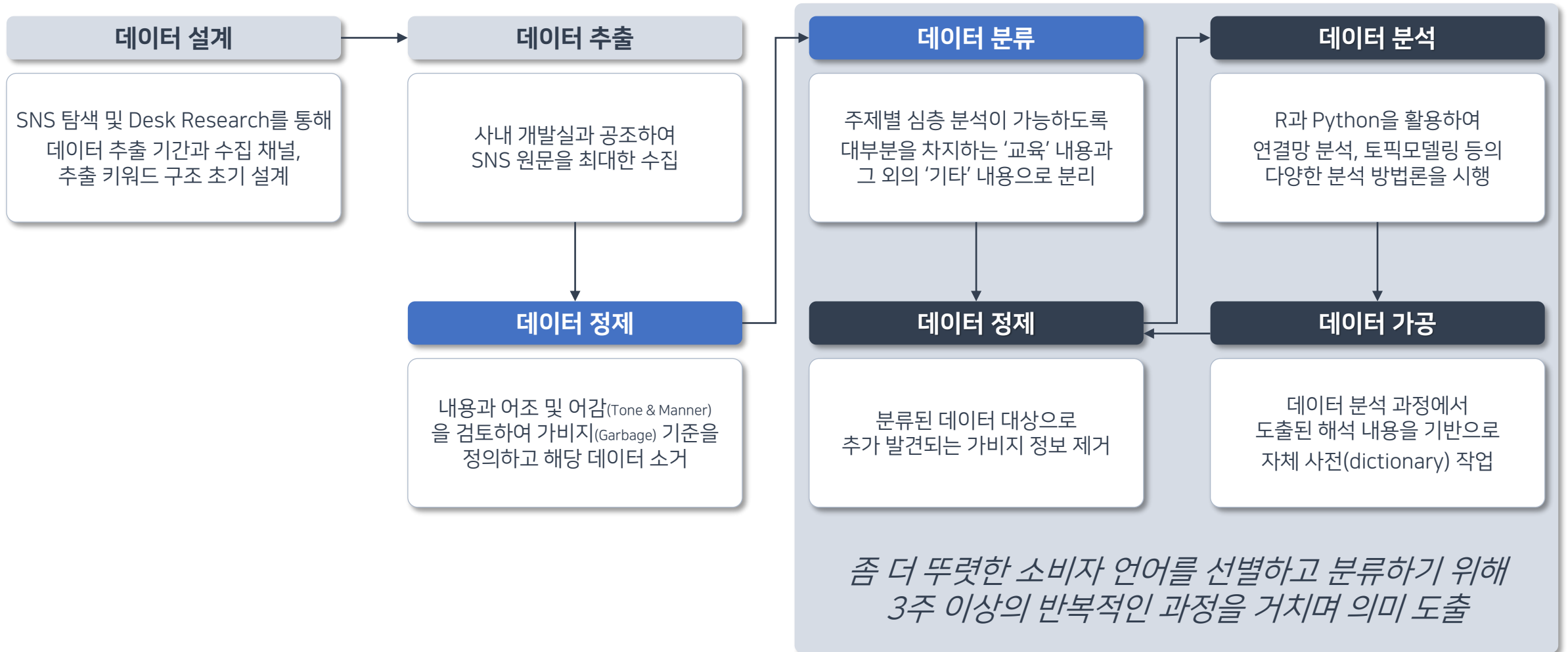
비대면 이슈가 본격적으로 불거진 초기에는 대학교/중고등학교, 유치원 등의 수업 지연과 재택근무가 매우 큰 영향을 미쳤을 것이나, 이후 **여러 방향으로 확장되고 있을 것으로** 예상, 본격적 기술 도입 이전에 소비자 **스스로 수용하는 범위가 어디까지인지** 짚어보는 것이 중요

## '비대면'이라는 용어의 **의미 변화 진단**(diagnosis)

비대면은 기존에도 존재하던 단어였으나(ex. 비대면계좌, 비대면거래), **새로운 의미로 재편되는** 과정에서 분명히 **용어의 쓰임새가 다양해지고** 있을 것으로 예상, 따라서 최근 3개월동안 사용 상의 의미가 어떻게 달라지는지를 짚어보는 것이 중요

# 데이터 설계 및 분석 과정 소개

- 분석 목적에 가장 유효한 데이터 확보를 위해 데이터를 정제하고 유효 키워드를 기술적으로 추출하는 과정에 특히 심혈을 기울였으며, **연결망 분석**과 **토픽 모델링 분석**을 혼합해 여론 반응을 가급적 구조화하는 단계를 **반복적으로 수행**





# 방법론 01 : A priori Algorithm & Social Network Analysis (SNA)

- 본 분석에서는 SNS 상에 게시된 원문을 추출하여 활용하였기에, 원문에 포함된 개별 키워드를 추출하는 작업과 추출된 키워드 간 관계를 기반으로 구조를 그려주는 방법을 함께 활용
- 전체 데이터의 개략적인 구조나 유형을 파악하기 위해 여러 번 선행

## A priori Algorithm 「연관규칙분석」

대부분의 사전적 정의 내용을 보면,  
‘두 아이템 집합의 발생 빈도를 기준으로 발생 규칙을 분석하여,  
아이템 간 연관도를 표현하는 알고리즘’으로 설명된 경우가 많은데,

좀 더 쉽게 풀어 설명하자면,

A,B 두 항목이 **함께 발생하는 빈도**를 기준으로 **규칙**을 찾아내  
“A와 B를 함께 언급할 확률이 높다”는 식으로 정의하는 분석 방법을 일컬음.

본 분석에서는 동일한 원문 안에 속한 여러 키워드의 발생 빈도를 기반으로  
키워드 간의 연관도를 정의하여, 개략적인 주제 유형을 파악하는데 활용

```

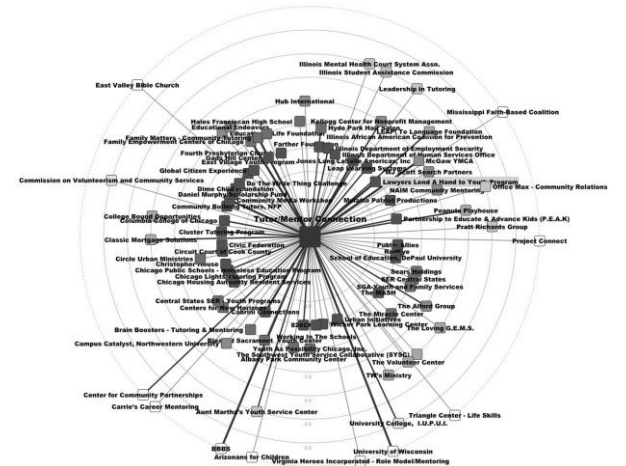
Apriori(T, ε)
L1 ← {large 1 - itemsets}
k ← 2
while Lk-1 ≠ ∅
    Ck ← {c = a ∪ {b} | a ∈ Lk-1 ∧ b ∉ a, {s ⊆ c | |s| = k - 1} ⊆ Lk-1}
    for transactions t ∈ T
        Dt ← {c ∈ Ck | c ⊆ t}
        for candidates c ∈ Dt
            count[c] ← count[c] + 1
    Lk ← {c ∈ Ck | count[c] ≥ ε}
    k ← k + 1
return ∪k Lk
    
```

## Social Network Analysis 「소셜연결망분석」

사회연결망 분석이라고도 하는데,  
사회구조 등을 사회과학적으로 분석하는 하나의 방식이며  
특정 연결망의 구조나 개인(노드)간의 상호관계 등을 파악하기 위함

본 분석에서는, 앞서 **연관규칙분석**을 통해 얻은 키워드 간의  
**연관도**를 기반으로 전반적인 **구조를 가시화**하는데 활용하였으며

이를 통해 대중적 인식의 단편적인 구조나 변화 양상 파악에 주력



# 방법론 02 : Latent Dirichlet Allocation (LDA) & Co-occurrence Network Analysis

- 전체 데이터의 개략적인 구조를 파악한 뒤에는, 세부적으로 데이터를 분류하거나 구조화 할 수 있는 방법론 적용을 통해 심층 분석

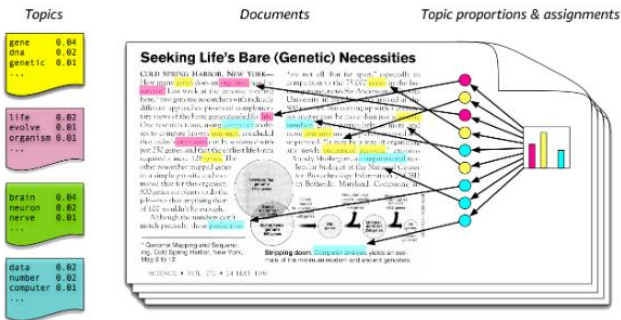
## Latent Dirichlet Allocation

### 「잠재 디리클레 할당」

LDA를 토픽모델링(Topic Modeling) 기법이라고 많이 부르는데 단어나 문서의 숨겨진 주제(Topic)를 찾아내 주기 때문.

‘비대면’으로 언급된 내용에는 다양한 주제가 담겨 있을 수 있고 (예를 들면, 교육 / 재택근무 / 중고거래 / 의료 / ...) 이러한 주제들을 일일이 수작업으로 분류하기 어렵기 때문에 이와 같은 분류 방법을 적용해 전반적인 데이터의 구조를 파악.

또한 주제에 포함되는 키워드별 분류가 가능하기 때문에 주제별 세부 분석에 용이



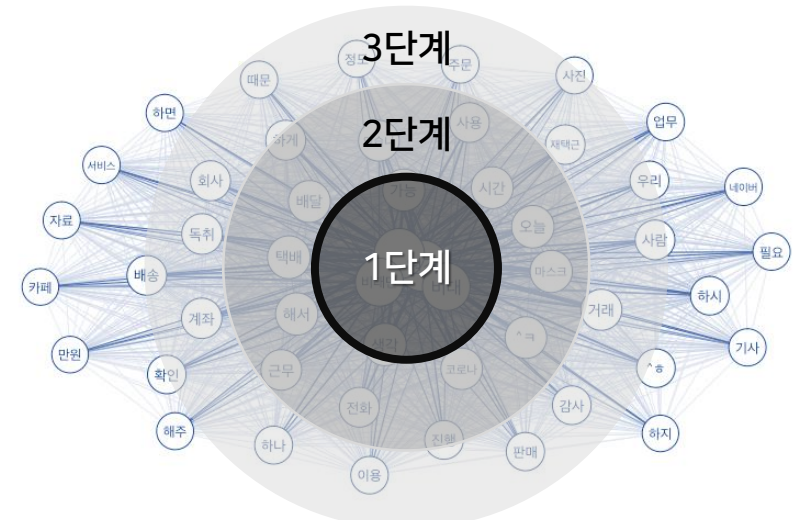
## Co-occurrence Network Analysis

### 「동시출현단어 분석」

앞서의 ‘사회연결망 분석’의 일종인데 원문 데이터에서 발생하는 단어의 빈도와 거리를 계산하여 표현.

본 분석에서는 명사 키워드의 빈도수를 토큰화(tokenization)하여 ‘원 형태’로 구성되도록 하였고, 핵심 키워드 주변으로 밀접한 관계에 있는 키워드들이 분포하도록 설계.

선의 굵기는 빈도를, 키워드 간의 거리는 밀접함을 표현.



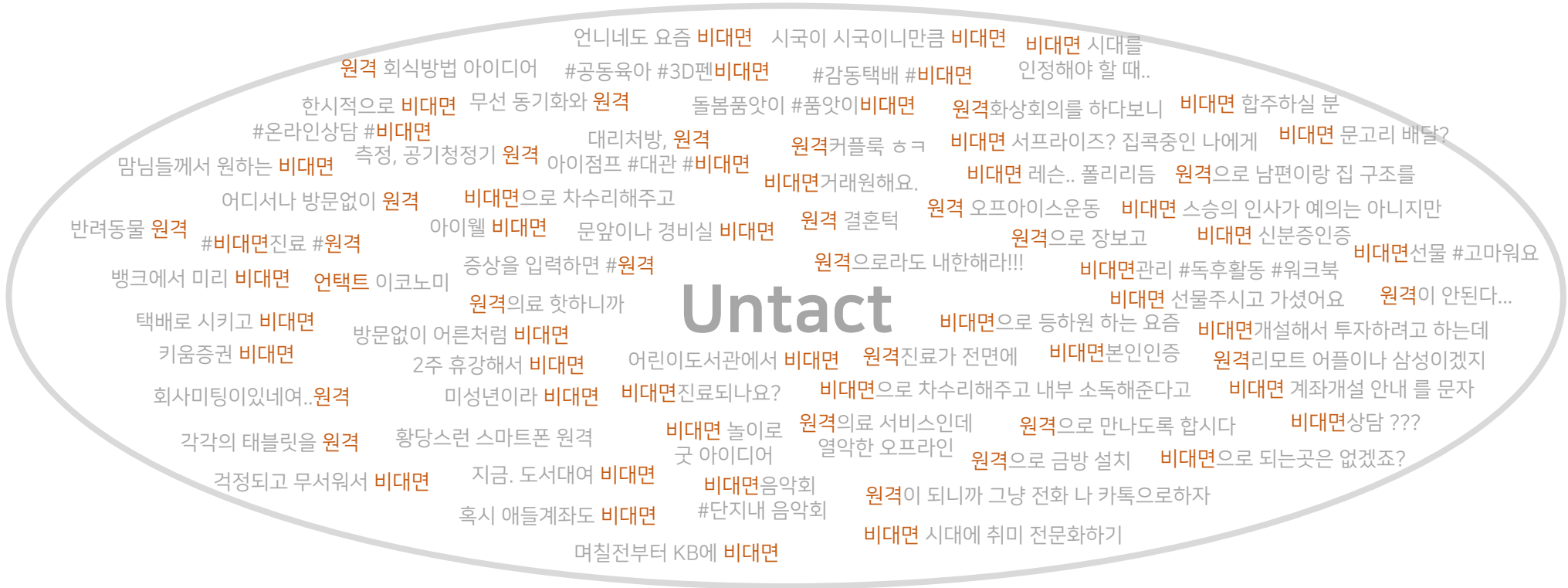
Chapter 01

# 분석의 시작

- 단편적인 가설의 파악을 위한 데이터 구조 검토 -

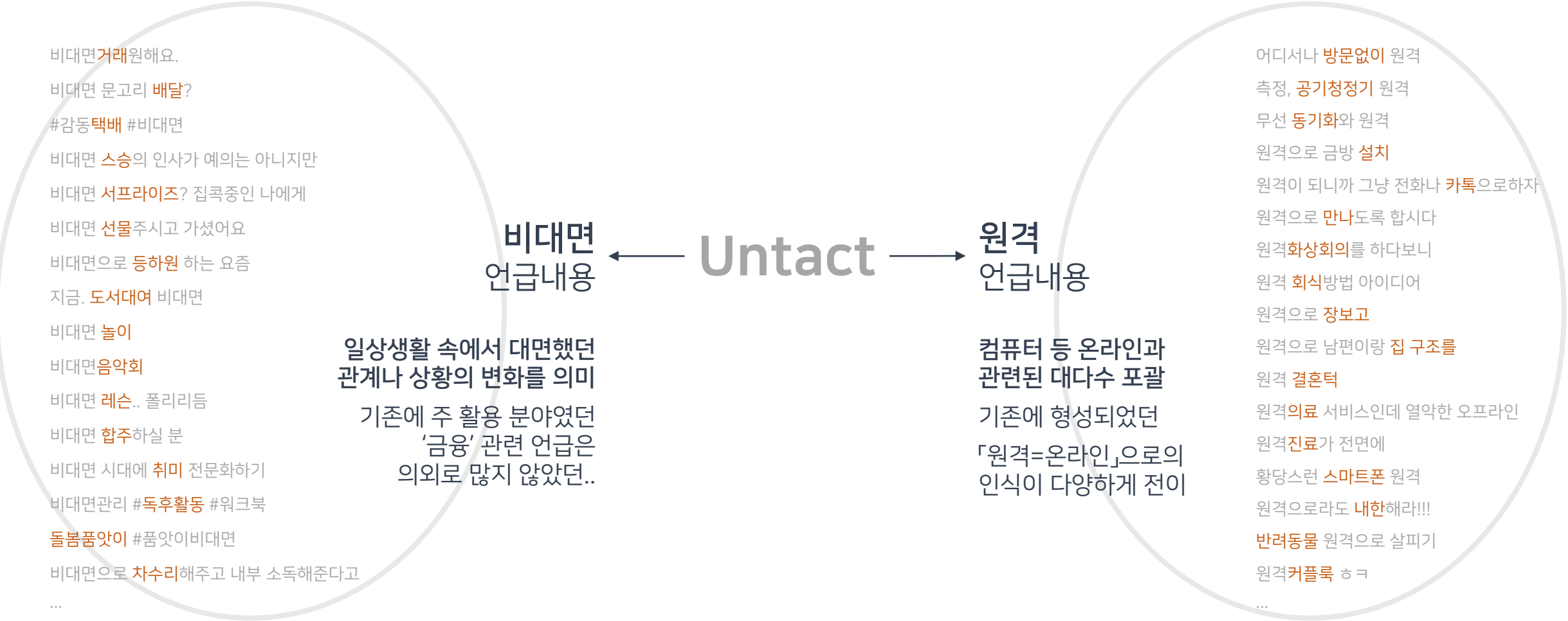
# 몇 번의 시행착오 끝에 원문 게시글 전체가 아닌, 비대면 관련 키워드의 앞 뒤로 인접해 있는 문구(文句)를 유효하다고 판단하여 별도 추출

- 원문 전체를 활용해 분석을 진행할 경우, SNS 특성 상 비대면 상황과 무관한 키워드들이 다수 추출되어 분석에 오류가 빈번히 발생
- 여러 번 데이터를 정제하며 검토한 결과, 앞의 10글자 & 뒤의 20글자까지를 추출하는 것이 타당하다고 판단



# 주요 문구에 대해 여러 갈래로 검토하던 중 '비대면'과 '원격' 키워드의 언급 뉘앙스가 미세하게 다름을 감지

- [초기 가설 01] 비대면과 원격은 원래의 사용성이 빈번하지도 않았고 최근 유사 의미로 인식되어, **실제 자발적 활용 상의 차이는 없을 것.**
- [초기 가설 02] 비대면과 원격은 원래 사전적 의미와 활용 범위가 각각 정해져 있었기 때문에 (Ex. 비대면대출, 원격지원 등) **해당 범위를 기반으로 소폭 확장되는 수준일 것.**
- 《중간 검토 결과》 비대면과 원격 두 키워드 간의 **사용성에 미세한 차이 발견** & 초기의 활용 범위와 무관하게 **실생활에서 다양한 범위로 확장**되고 있는 중  
→ 분석 대상인 5월까지, 비대면과 원격의 의미가 다소 겹치는 부분도 있으나, 향후 시간이 지남에 따라 점차 각 단어의 용도가 분명해질 것으로 예상

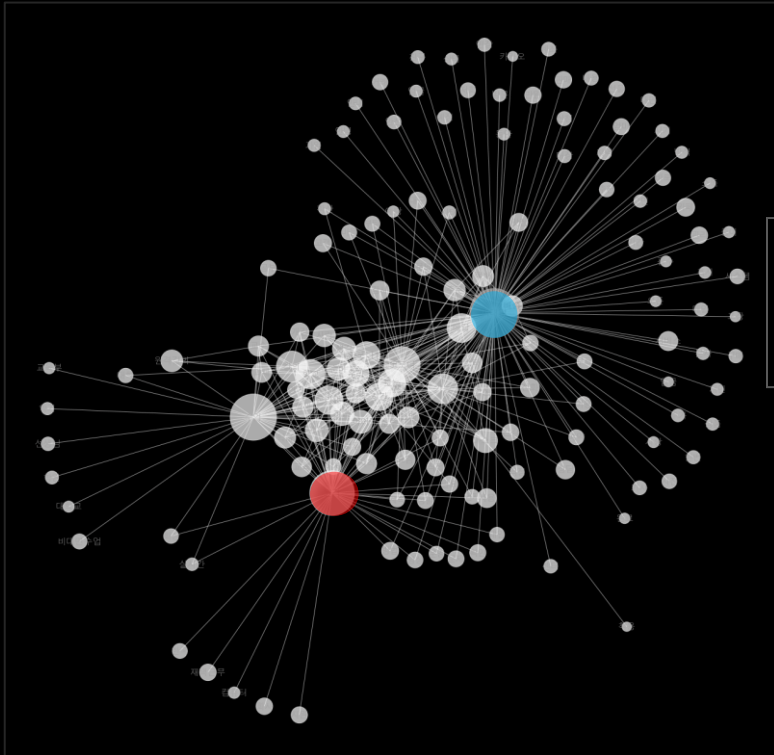




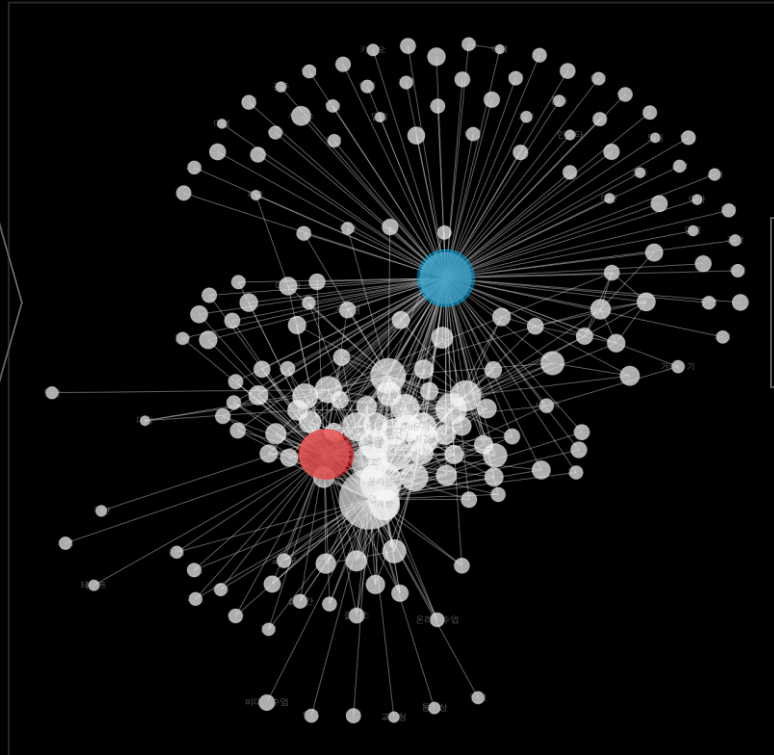
# 이를 월별로 확인해 보면 비대면과 원격이 혼용되었다가 점차 분리되는 양상

- 비대면 키워드와 원격 키워드의 거리가 점차 멀어지고 있는 것이 확인되며  
원격 키워드를 중심으로 포진되어 있던 키워드들이 점차 외연으로 확장되는 경향 발견

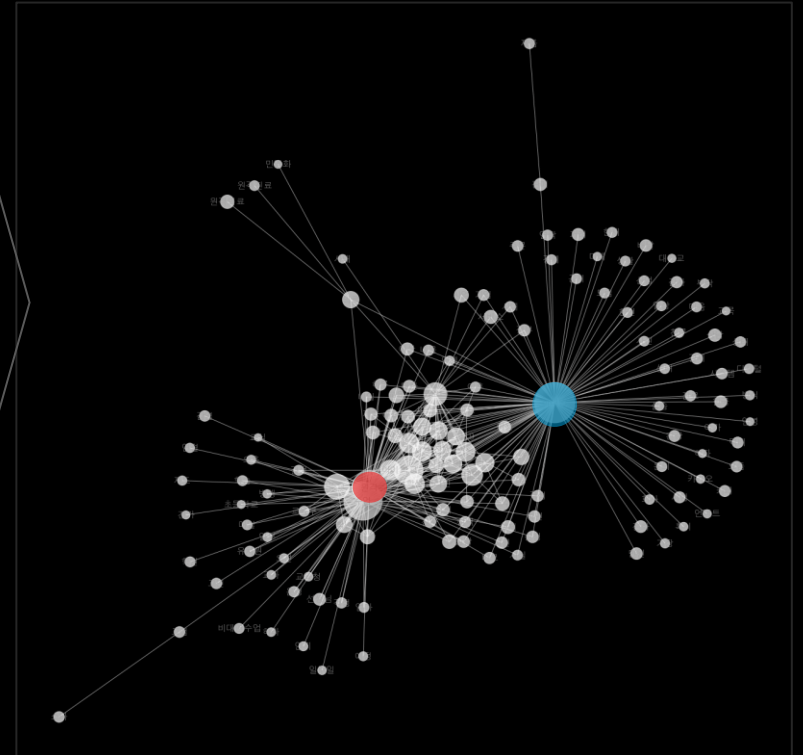
2020년 3월



2020년 4월



2020년 5월



\* Red - 원격 / Blue - 비대면







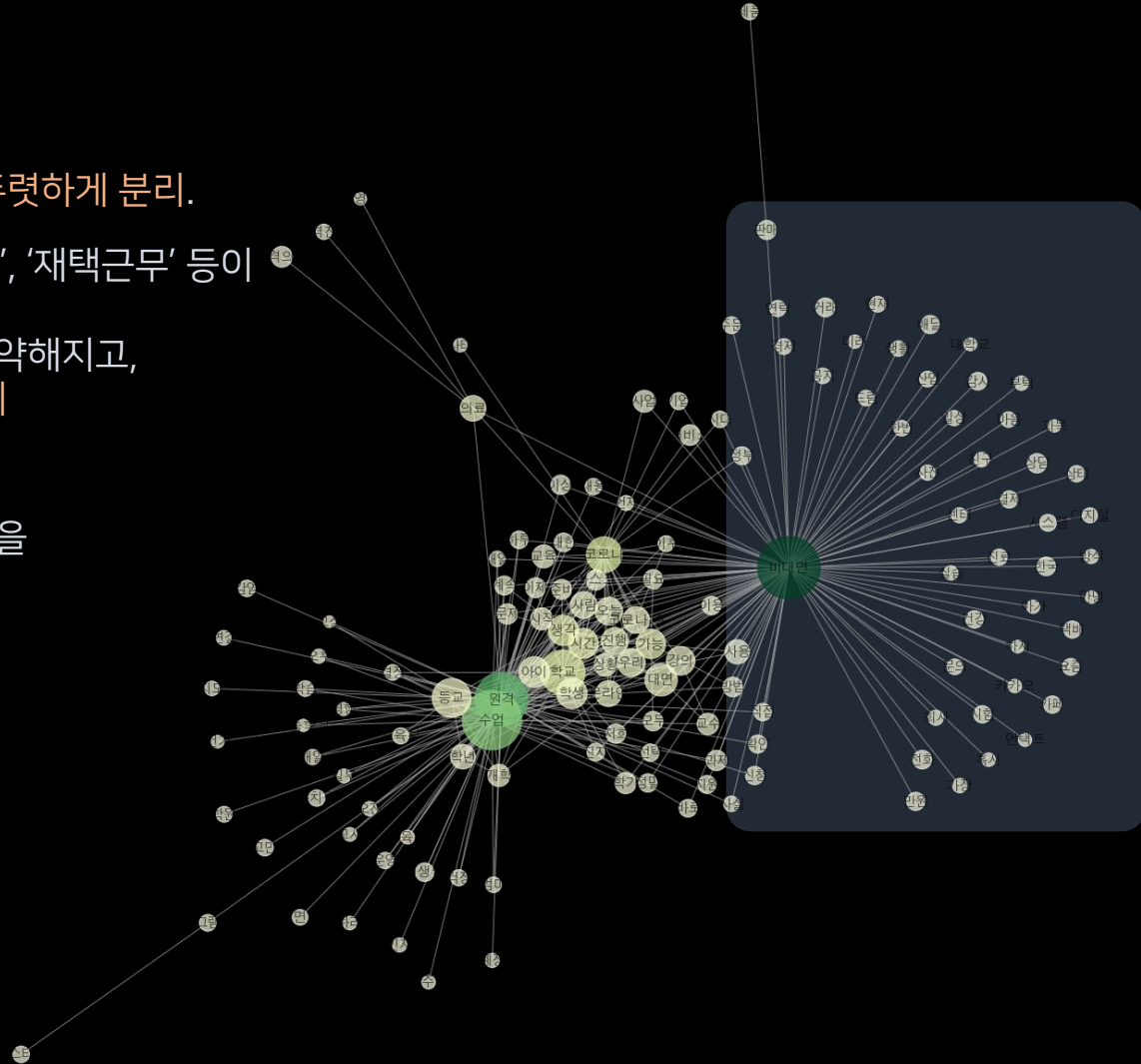
Social Network Analysis

# 5월, 연결망 분석 결과

3~4월과 달리, '원격'과 '비대면' 키워드가 뚜렷하게 분리.

3~4월에 관심 집중 영역이었던 '온라인학습', '재택근무' 등이 상대적으로 익숙해지면서 '원격' 키워드 주변으로 몰려 있던 내용들은 약해지고, 대신 '비대면'을 중심으로 새로운 키워드들이 하나 둘 자리를 잡기 시작!

소비자가 자발적으로 다양한 비대면 상황들을 예상하고 상상하고 있는 것.



# 정리해 보면 초기 가설과 달리, '비대면'과 '원격'의 의미가 소비자 인식 상에서 자연스럽게 구분되고 있는 중

- 비대면 환경이 본격적으로 시작되면서 비대면과 원격의 사전적 정의 외에 소비자 스스로 두 키워드의 의미를 구분해 사용하고 있는 것은 중요!  
 → 소비자가 어쩔 수 없이 마주하게 된 온라인학습, 재택근무 외에도 이미 다양한 분야의 비대면 환경을 검토하고 상상하고 있다는 것  
 → 즉, 다양한 상황이나 환경에 따라 두 단어를 구분해 사용하고 있어, 비대면 관련 커뮤니케이션을 준비하는 기업 입장에서는 중요한 화두가 될 수 있을 것



기존의 비대면 사용 영역과 무관하게 다양한 상황과 분야에 빈번하게 사용

코로나 이전까지 사용성이 높지 않았는데도 온라인 관련 대부분의 용어를 대체하기 시작 (Ex. 랜선집들이 → 원격집들이)

# 심지어 이미 다양한 신조어도 양산 소비자 스스로 단어를 가지고 놀기 시작

- 새롭게 확산된 키워드를 수동적으로 받아들이는 것에서 그치지 않고, **다양한 범위로 확장하며 신조어 등으로 재창조**  
→ 실제 관련 시스템이나 환경이 갖춰져 있지 않은 영역에서도 자발적으로 Naming을 하며 활용하고 있다는 것은  
기술이나 환경이 갖춰지는 순간부터 폭발적으로 수용될 수 있다는 것을 암시하는 현상. 비대면 시대로의 안착은 **어쩌면 우리의 생각보다 가속화될 것.**



## 추가로 두 키워드에 대한 성,연령별 검색 추이를 보면

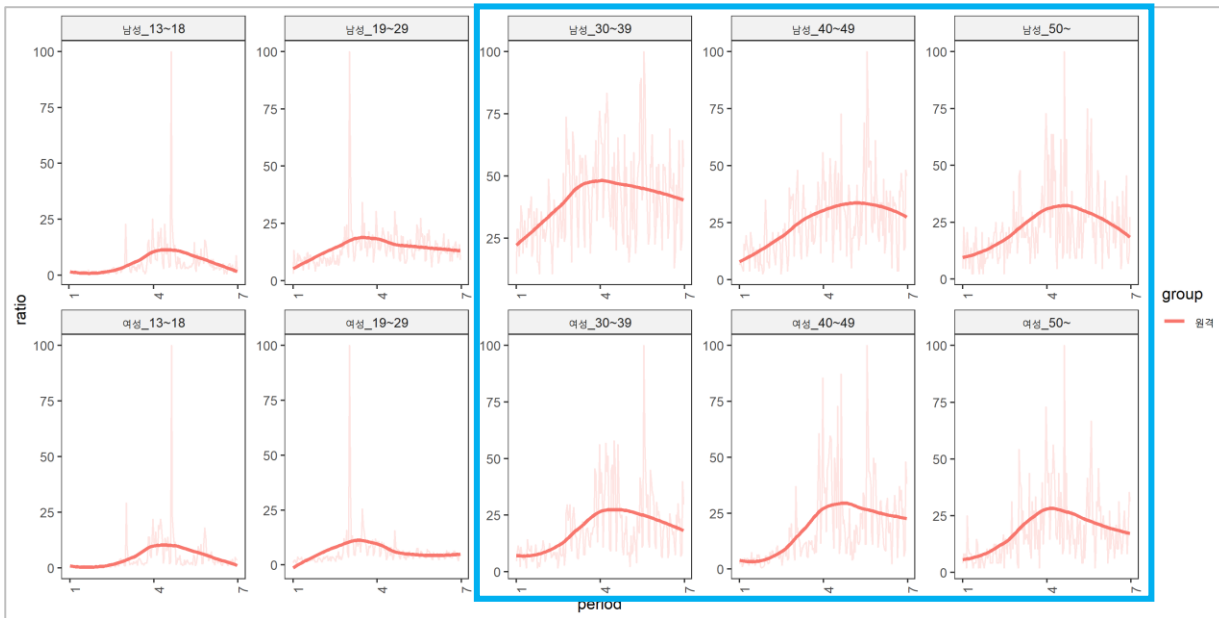
# 원격이라는 용어보다, 비대면이라는 용어가 전 연령대에서 수용되고 있는 중

- 원격이라는 용어는 어떠한 시대를 대변하기 보다, 온라인 환경, 시스템 환경을 지칭하는 용어로서 주로 활용될 수 있을 것 (Ex. '랜선~', '인강', '싸강', ..)
- 반면 비대면이라는 용어는 전 세대를 아우르며 전방위적으로 활용될 수 있을 것

## 원격

30대 이상의 직장인을 중심으로 검색량이 급격히 증가하다가 이후 점진적으로 감소

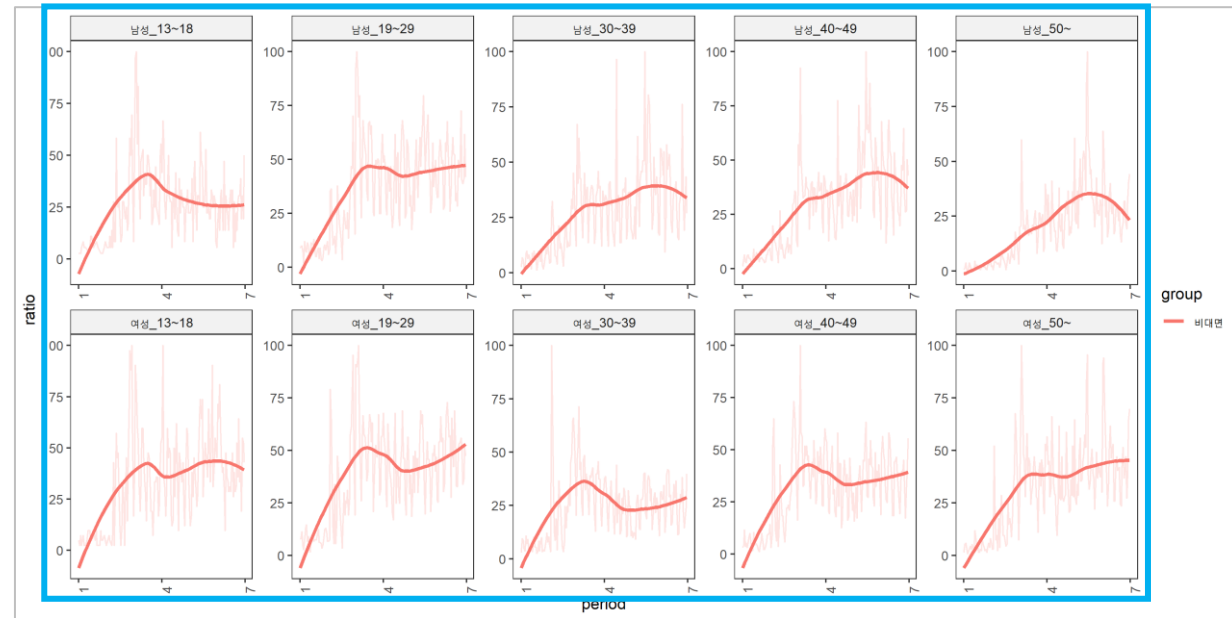
검색량의 감소가 관심의 저하이기 보다는  
갑작스럽게 마주한 시스템 환경이 불과 1~2달 만에 익숙해졌기 때문으로 해석



## 비대면

원격에 대한 검색 추이와는 달리 한차례 급등 후 비교적 유지되고 있는 상황

학습과 업무 중심으로 시작된 '비대면' 영역이 점차 자발적으로  
다양한 영역에서 확산되고 있기 때문.



\* 원격 & 비대면 관련 포털사이트 검색 추이 (단위:지수)

## Summary 01

### 특정 분야에 국한되었던 단어의 활용성이 급격히 증가

존재는 했지만 한정된 분야에서만 사용되었고, 더욱이 친근하지도 않았던 용어가 강제로 빈번하게 사용되며 활용 범위 확장.  
특히 불과 몇 개월만에 소비자 스스로 자연스럽게 두 단어 의미를 분리하고 있다는 것은  
코로나19로 촉발된 비대면 문화가 생각보다 빠르게 수용되고 있음을 암시하는 하나의 현상

### 다양한 신조어까지 건잡을 수 없을 만큼 재창조되는 중

유행, 붐(boom), 이슈, 트렌드 등 현상의 방향이나 정도를 짚어낼 때 주로 탐색하는 것은  
소비자가 그 용어/언어에 대해 어떤 태도를 갖는지를 분석하는 것으로  
단순히 해당 용어를 받아들이는지, 다른 단어를 대체하는지, 심지어 재창조되기까지 하는지 등을 구분.  
현 상황은 코로나19라는 특수 상황속에서 빠른 시간 안에 문화가 자리 잡혀 가고 있는 것

### 더욱이 비대면은 전 연령층에서 고르게 수용되고 있는 현상

특정 연령층에만 수용되는 현상은 한시적 이슈는 될 수 있을지 몰라도 장기적 트렌드로 이어지기는 어려우나  
비대면이라는 이슈는 세대를 막론하고 고르게 회자되고 있는 만큼 우리 예상보다 가속화될 수 있을 것

Chapter 02

# 세부 데이터 구조 파악

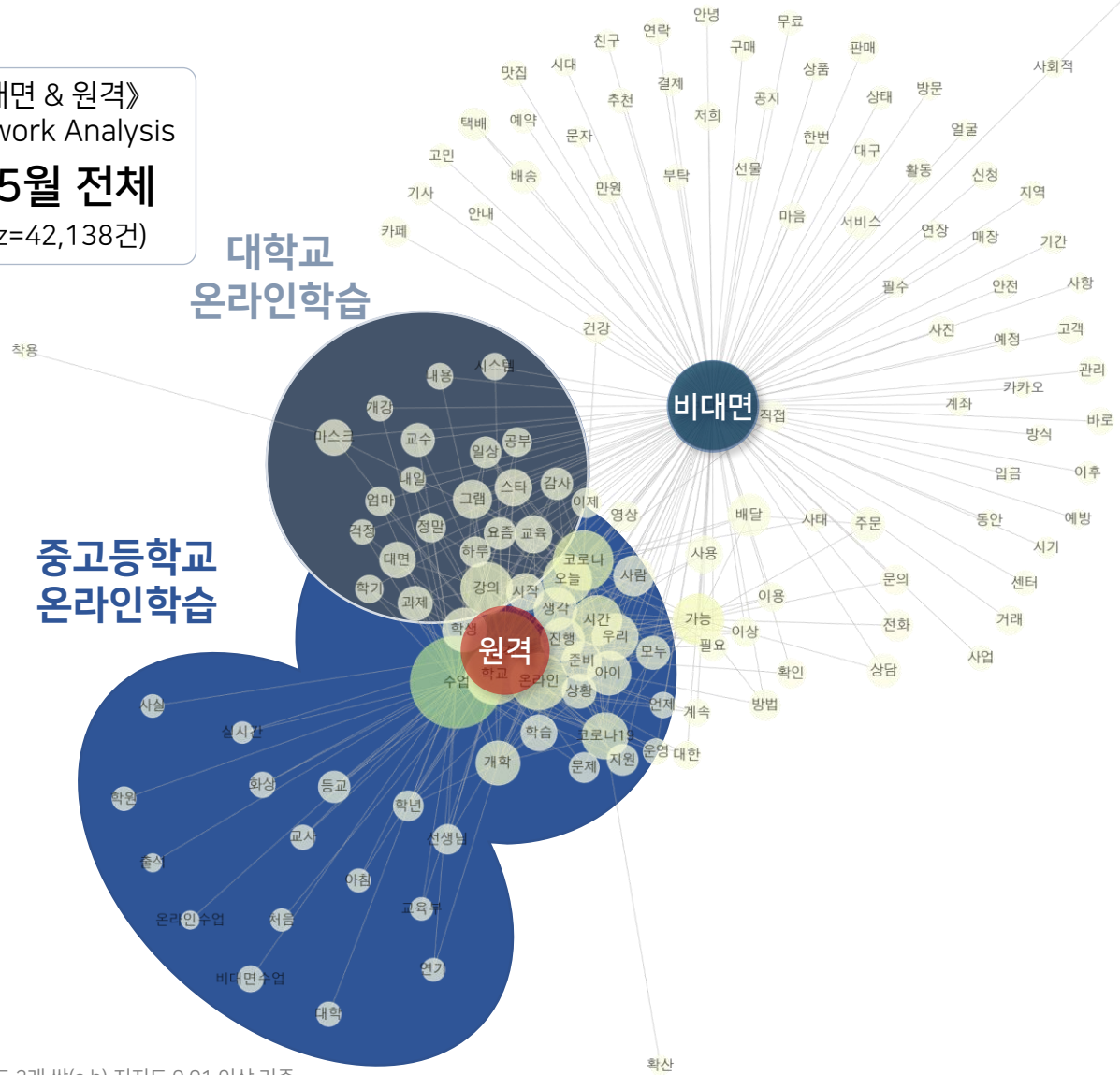
- 언급 분야에 대한 그룹화 및 구조화를 통한 정량적 이해 -





# 《온라인학습》 관련 데이터는 크게 대학교 수업과 중고등학교 수업으로 구분

《비대면 & 원격》  
Network Analysis  
3~5월 전체  
(buzz=42,138건)



3~5월 전체 데이터의 연결망 구조를 보면  
‘비대면’과 ‘원격’ 키워드 사이에 학습 내용 집중 분포

### < 대학교 >

- “학생 선택으로 비대면, 대면 선택하는 거 진짜 싫다”
- “실기과목 비대면으로 하면 과목 하나 날리는 거 아냐?”
- “어떻게 푸는지 모르겠는.. 비대면이라고 마냥 장점만 있진 않네요”
- “비대면기간에 레포트 안주는 대신 대면 시작할 때 몰아서 낼 거니까 좋아하지 말란 소리를 알림에 왜 넣을까요”
- “그래서 내 등록금 다 어디로 간 거죠? 왜 비대면이죠???”

### < 중고등학교 >

- “오늘도 아침조회 1분만에 끝냈다.... 나머지 학년 원격 테스트 날이라고 이따가 하겠으니깐 좀 더 자야지 ㅋ”
- “철학쌤 원격수업 하시는데 쉬는시간이라고 재즈 틀어주셨음.. 너무 좋아”
- “하.. 원격 테스트 하는데 쌤이 헤매셔서 아직도 조회 안 끝남..”
- “스스로 공부를 하고 있어 내가! 세상에! 너무 놀라운 일이야 대면때는 맨날 벼락치기 했는데”
- “벌써 스승의날이구나 올해는 비대면 인사만?”

주) 키워드 2개 쌍(a,b) 지지도 0.01 이상 기준



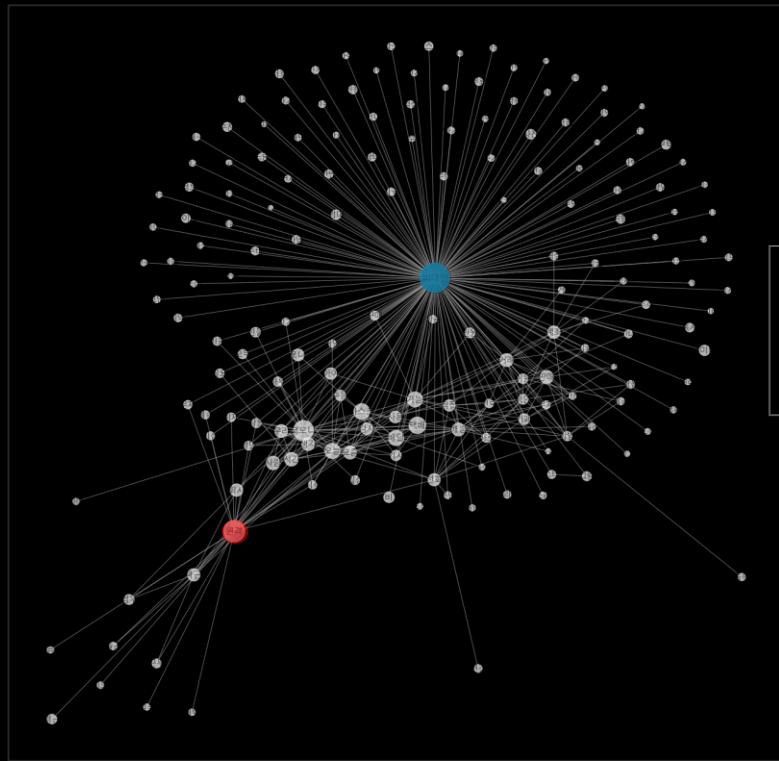




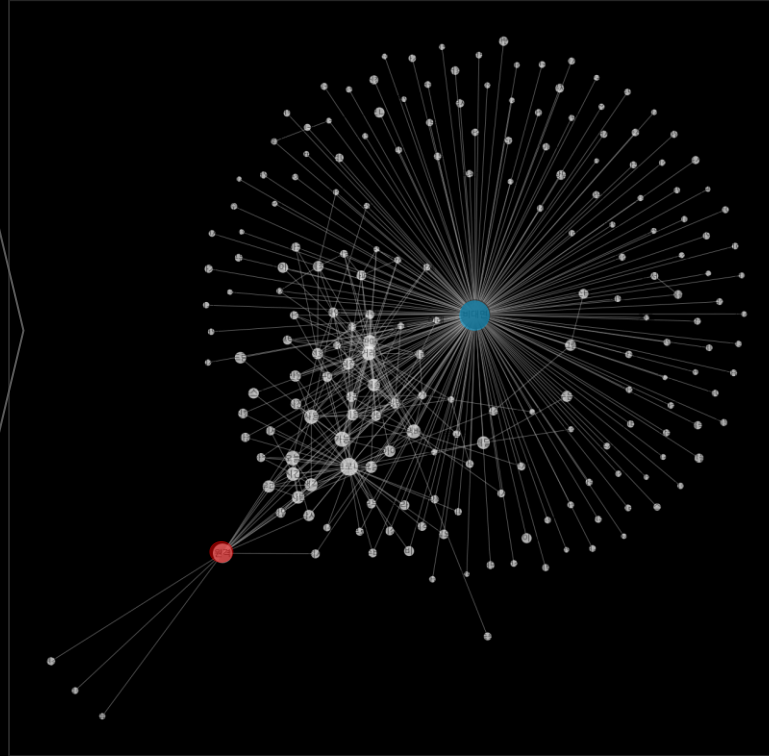
# 앞서와 동일하게 월별로 확인해 보면 특정 그룹으로 뭉치기 보다 개별로 분화되어 흩어진 형태

- 많은 비중을 차지하고 있던 '온라인학습' 관련 데이터를 소거했기 때문에 다양한 키워드가 산발적으로 나타나게 되며 이는 3~5월까지도 특정 영역(그룹)을 형성하지 않고 있음 → 경향성을 이루기 보다 시시각각 다양한 주제로 이야기하고 있기 때문

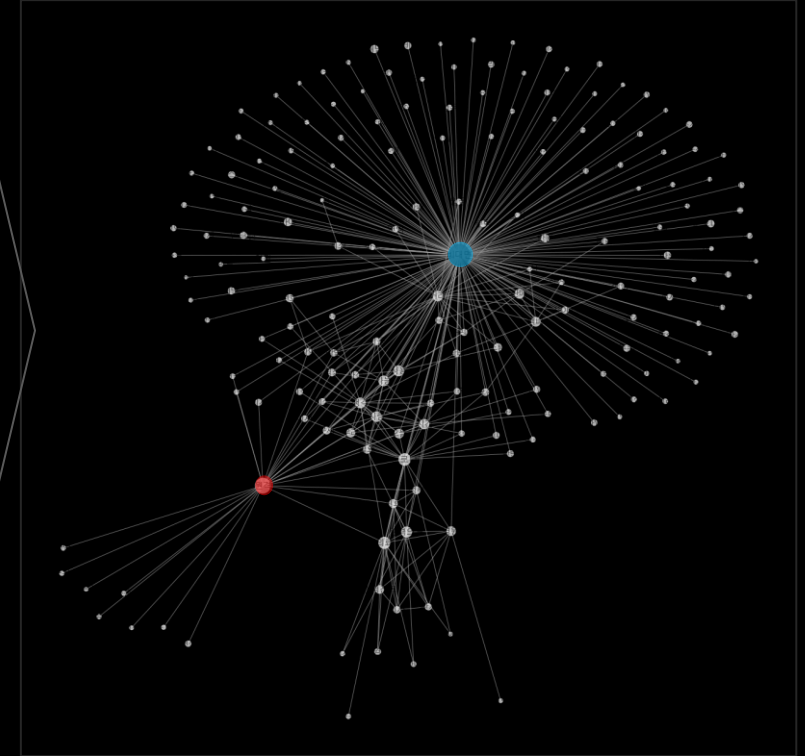
2020년 3월



2020년 4월



2020년 5월

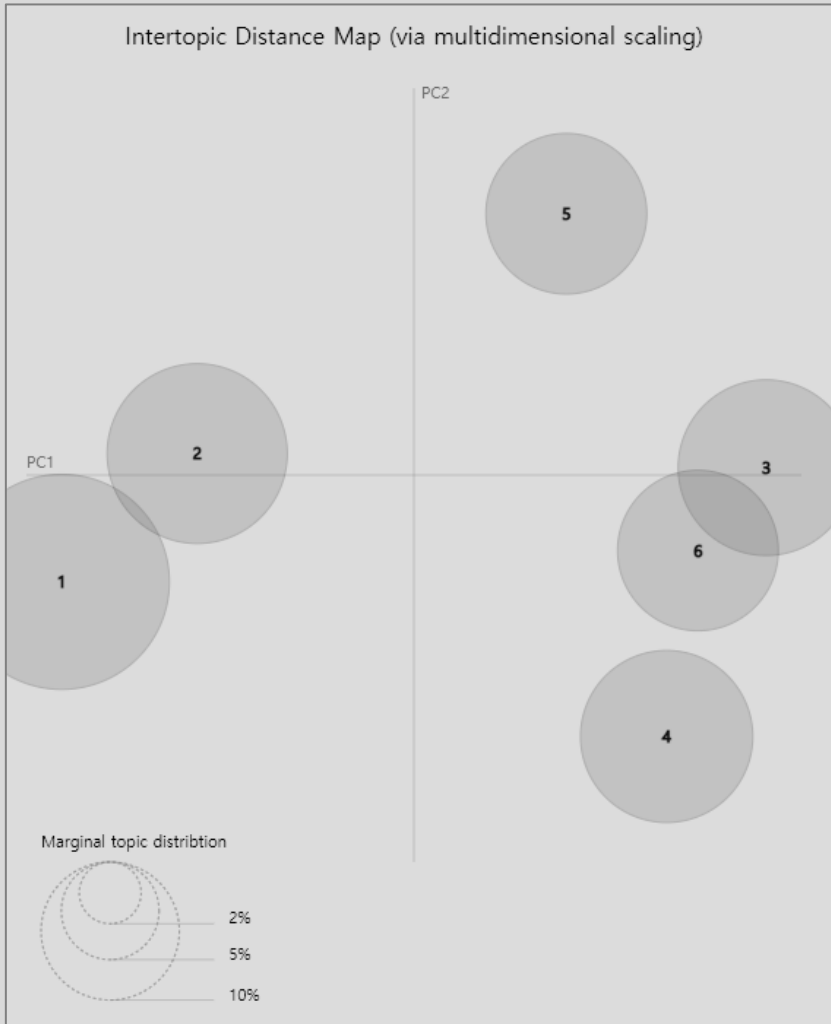


\* Red - 원격 / Blue - 비대면



# 3월, 비대면을 대면하다

- 집에 있는 시간이 많아지면서 '중고거래'에 대한 관심이 크게 향상, 심지어 안 쓰는 물건을 정리하는 일을 인테리어의 한 부분으로 까지 인식하기 시작  
→ 기존에는 무언가를 '더하는' 인테리어였다면, 최근에는 안 쓰던 물건들을 정리하며 공간을 확보하는 것도 Home Deco의 일종으로 인식하는 경향 → **정리테리어**
- 재택근무에 대해서도 빠르게 안정화된 경향을 보이며, 특이한 지점은 K방역의 위상으로 인해 **의료/진료 영역에 대한 관심도 높아졌다는 것**



(buzz=4,706건 / 전체 중 44.8%)

Topic 1  
**중고거래 (24.3%)**  
비대면거래, 나눔, 문 앞, 문고리, 현관 ...  
집에 있는 시간이 많아지면서 본격적 집 안 정리

Topic 3  
**재택근무 (16.2%)**  
원격근무, 재택근무, 업무, 연수 ...  
재택근무로 인한 삶에 익숙해지기 시작

Topic 5  
**비대면 회의 (13.5%)**  
회의, 화상회의, 전화, 보고 ...  
화상회의에 대한 낯설지만 새로운 발견

Topic 2  
**쇼핑/주문 (17.0%)**  
비대면배송, 비대면배달, 전달 ...  
기존의 쇼핑도 비대면주문으로 회자

Topic 4  
**시스템 환경 (15.5%)**  
원격접속, 컴퓨터, 속도, 연결, 화상 ...  
시스템 구축에 대한 관심 형성

Topic 6  
**진료 (13.5%)**  
원격진료, K방역, 의료보험, 미국, 진료 ...  
선진 방역에 대한 자부심으로 의료 산업 관심

# 4월, 시국에서 **시대**로

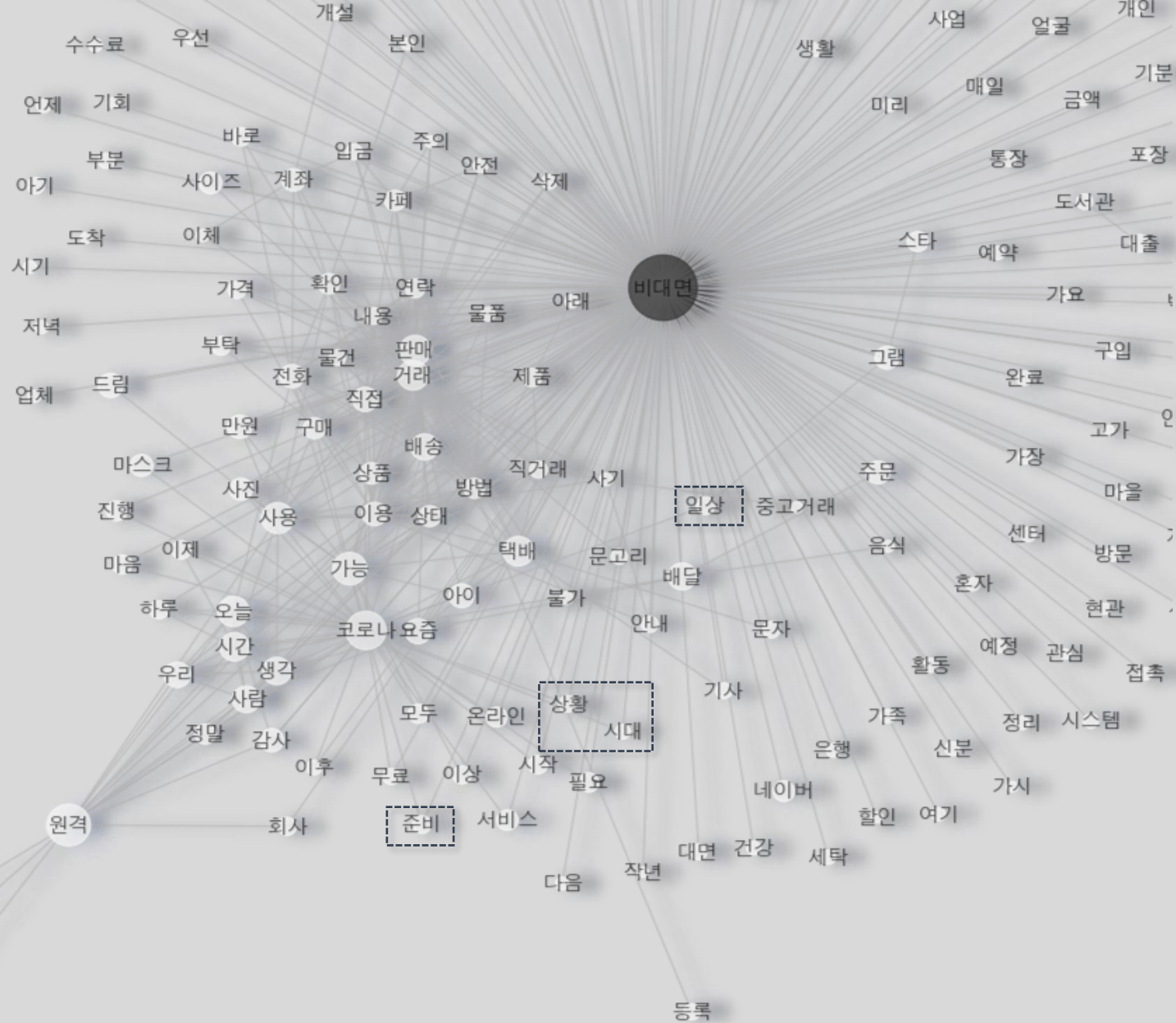
## 시대 일상 준비

4월에 가장 눈에 띄었던 부분은 3월의 '사태', '시국'과 같은 단어들인 '시대'라는 단어로 바뀌기 시작했다는 것

국가차원에서의 강제적 비대면 시행으로 인해 생각하거나 판단할 겨를도 없이 빠르게 삶에 안착

우려와 부담, 불만 등의 부정적 반응이 감소하고 이제는 **변화된 시대를 받아들이고 준비하는 태도**를 보임

'학교'와 '회사' 중심이었던 비대면 이슈가 **삶의 다양한 부분으로 퍼져 나가기** 시작한 시기로 볼 수 있으며 이는 기술적 변화나 산업의 주도 이전에 소비자가 자발적으로 진입 장벽을 낮추고 있다는 것을 의미

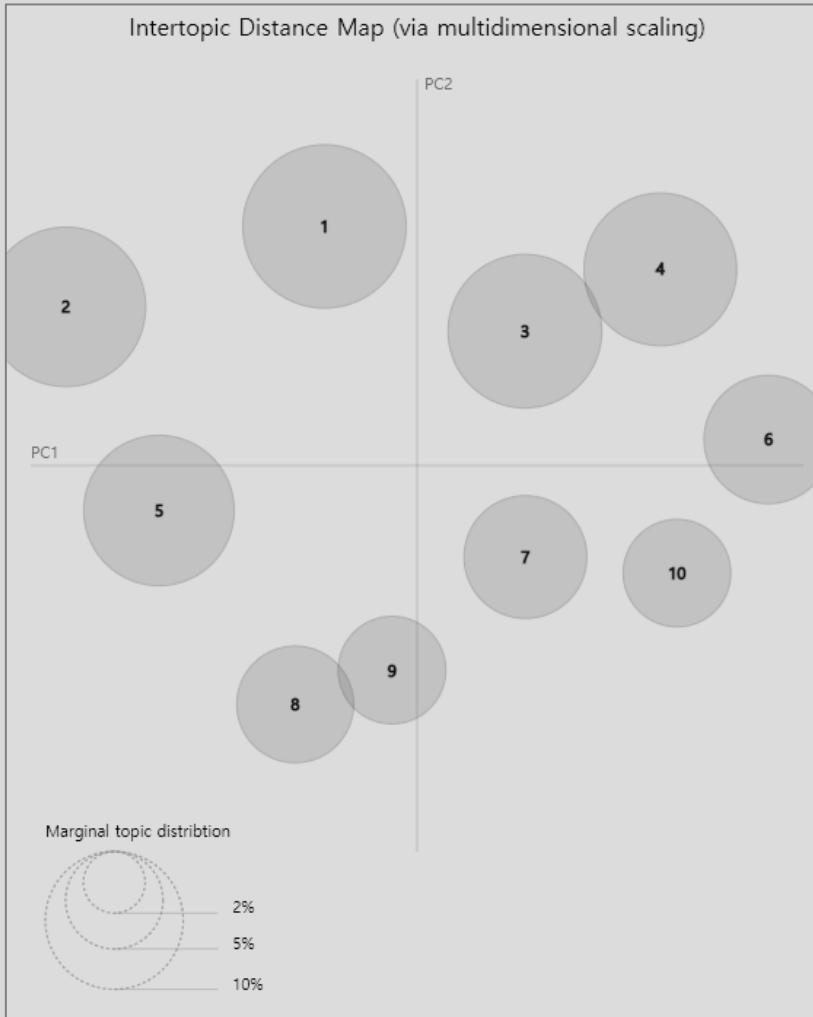




# 4월, 시국에서 **시대**로

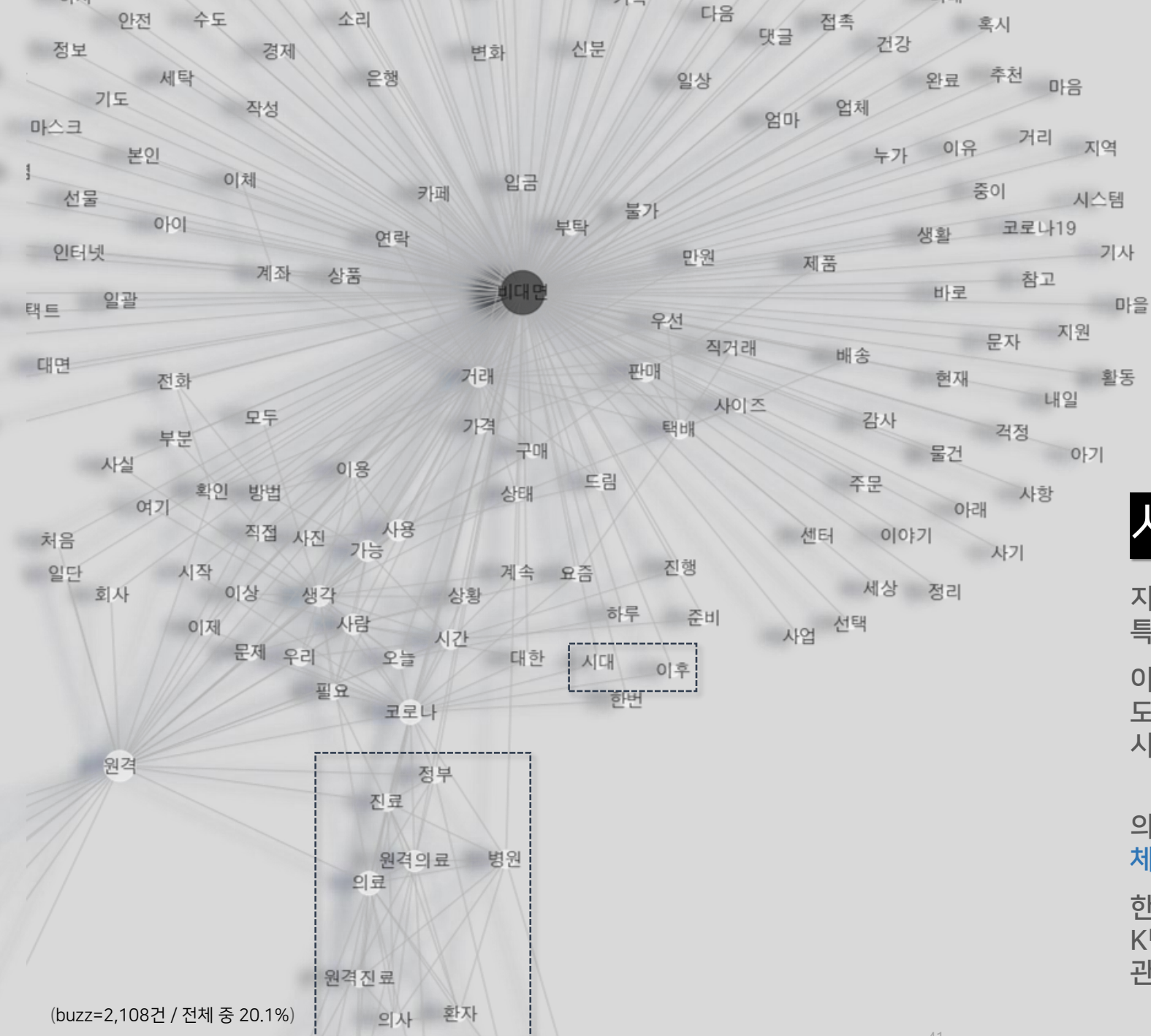
- 3월과 달리 총 10개의 주제가 도출되었으며 원격지원 A/S, 금융활동, 비대면 시대를 전망하는 내용들이 새롭게 등장
  - 그 외 일부 영역은 언급량이 많아지면서 두 개의 주제로 분화 : 중고거래 → 거래 & 나눔, 원격진료 → 원격진료 & 의료정책
  - 재택근무 관련 내용은 익숙해짐에 따라 큰 폭 감소

New Topic



(buzz=3,699건 / 전체 중 35.2%)

<p>Topic 1 <b>의료정책 (14.0%)</b> 의료, 의료체계, 의료민영화... 의료산업, 법적체계 관련 언급</p>	<p>Topic 2 <b>중고거래 (13.4%)</b> 거래, 문고리, 직거래, 시국 ... 중고거래에 대한 관심 제고</p>	<p>Topic 3 <b>휴대폰,가전 A/S (12.4%)</b> 원격조정, 설치, 휴대폰, 가능 ... 기존 원격지원 서비스 활성화</p>
<p>Topic 4 <b>시스템 환경 (12.3%)</b> 프로그램, 촬영, 속도, 처리 ... 시스템 구축에 대한 관심 제고</p>	<p>Topic 5 <b>무료 나눔 (11.9%)</b> 드림, 집 앞, 현관, 감사 ... 중고 판매를 넘어 나눔 증가</p>	<p>Topic 6 <b>진료 (8.7%)</b> 원격진료, 비대면진료, 소아과 ... 소아과 등 원격진료 문의 증가</p>
<p>Topic 7 <b>시대 논평 (7.9%)</b> 로봇, 산업, 전망, 기대, 일상 ... 비대면 시대에 대한 다양한 조망</p>	<p>Topic 8 <b>쇼핑/주문 (7.2%)</b> 판매, 배송, 수령, 상담, 박스 ... 3월 대비 쇼핑 관련 언급 감소</p>	<p>Topic 9 <b>금융 (6.1%)</b> 통장, 이체, 계좌, 개설 ... 비대면 금융에 대한 관심 증가</p>
<p>Topic 10 <b>비대면 회의 (6.1%)</b> 회의, 원격회의, 통화, 전달 ... 비대면회의에 익숙해지는 경향</p>		



# Monthly Insight, Social Network Analysis

## 5월, 시대에 대한 본격적 수용

### 시대 이후 의료민영화

지난 4월보다 '비대면 시대'로의 인식이 한층 강화된 경향이며 특히 인상적인 지점은 '원격의료'에 대한 관심 급증!

이는 '비대면 의료'를 추진하겠다는 정부의 발표가 도화선이 된 영향도 있는데, 한편에서는 의료민영화의 시발점이 아니냐는 우려도 다수 포함

의료체계에 대한 갑론을박 보다는 **의료 산업에 대한 관심과 체감도가 높아졌다**는 것에 주목할 필요가 있으며

한편으로는 K방역 이후로 필요 인식이 현저히 높아져 의료 체계의 변화나 관련 산업의 발전에 긍정적인 영향을 미칠 가능성도 존재

(buzz=2,108건 / 전체 중 20.1%)

# 5월, 시대에 대한 본격적 수용

- 4월 대비 개수는 줄었지만 좀 더 일상과 맞닿은 주제가 등장
  - 지인, 혹은 타인과 비대면 소통 기회가 많아지면서 그동안 깊이 생각하지 않았던 **대인관계**를 다시 생각해 보는 계기 마련
  - 공연/전시나 영화 등 **문화생활**을 비대면으로 즐기려는 본격적인 태도가 형성되고 있으며, 변화중인 **시대를 논(論)하는** 다양한 견해들까지 등장

New Topic



Topic 1  
**중고거래 (20.3%)**  
거래, 교환, 문 앞, 직거래, 시대 ...  
중고거래에 대한 관심 유지

Topic 2  
**쇼핑/주문 (15.1%)**  
판매, 배송, 수령, 상담, 박스 ...  
3월 수준으로 쇼핑 관심 회복

Topic 3  
**대인관계 (12.3%)**  
친구, 팀플, 댓글, 예의, 친절 ...  
비대면 환경에서의 관계에 집중

Topic 4  
**의료 - 민영화 (11.9%)**  
비대면 의료, 의료민영화...  
의료민영화에 대한 갑론을박

Topic 5  
**의료 - 정부정책 (11.7%)**  
비대면, 의료, 정부, 정책, 신호 ...  
비대면 의료 정책 공유, 해석

Topic 6  
**의료 - 비대면 진료 (10.5%)**  
원격진료, 비대면진료, 필요 ...  
원격진료 필요성에 대한 언급

Topic 7  
**공연/전시 (10.4%)**  
콘서트, 전시, 덕질, 영화 ...  
비대면 문화생활을 다양하게 시도

Topic 8  
**시대 논평 (7.8%)**  
일자리, 비대면시대, 미래, 일상 ...  
비대면 시대를 전망하고 기대

# 월별 LDA분석 결과를 종합해보면, 소비자의 관심이 점차 **일상화, 보편화**되고 있는 것으로 판단

- 3월에는 교육과 회사근무를 중심으로 관심이 형성되었다면, 4월부터는 소비자 스스로 좀 더 세분화된 영역에 관심을 두기 시작했고 이후 5월부터는 비대면으로 촉발된 **대인관계**를 다시 생각해보거나, 각종 **문화활동**을 비대면으로 추진할 수 있는 방법까지 고민하고 시도하기 시작

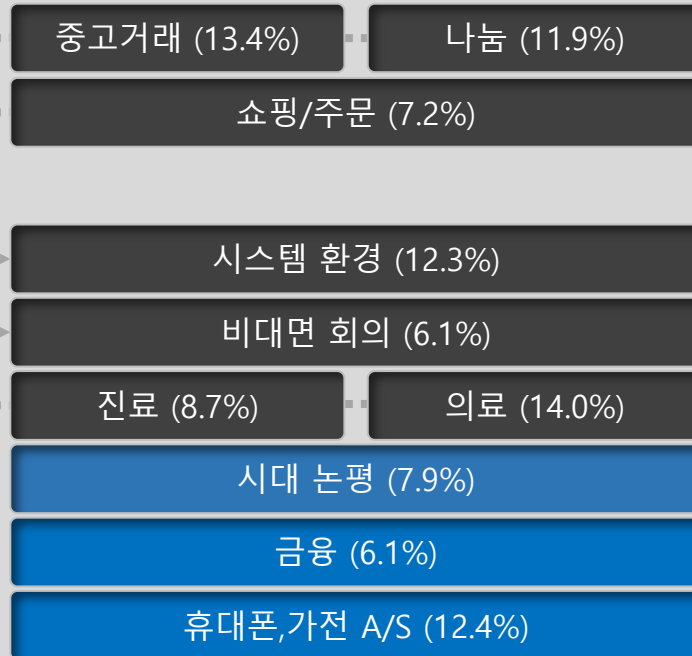
2020년 3월

강제된 환경에서  
최대한 적응하기



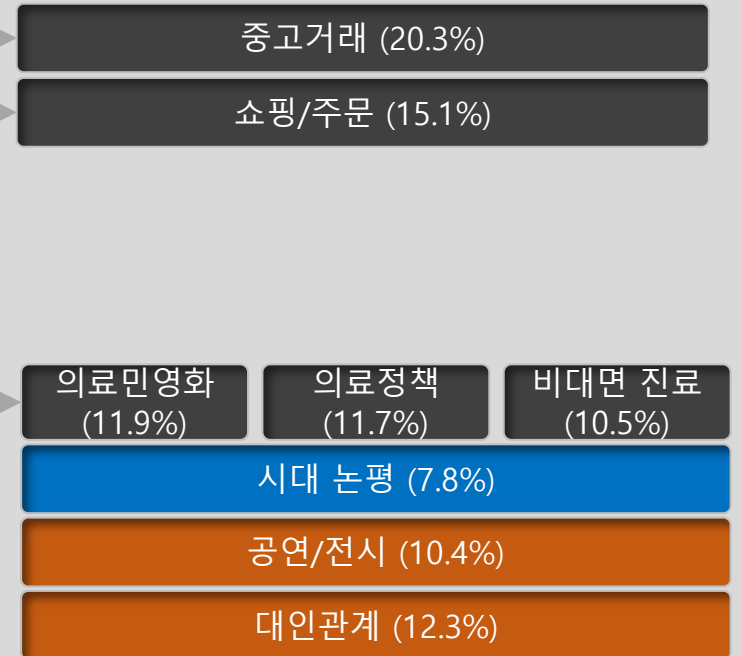
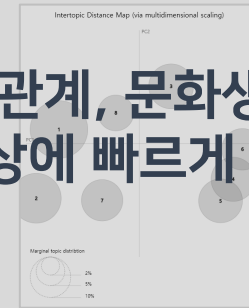
2020년 4월

빠른 안정기를 거쳐  
관심 세분화



2020년 5월

대인관계, 문화생활 등  
일상에 빠르게 적용



## Summary 02

### 소비자 인식의 변화 : 사태, 시국 -> 시대 로..

사태, 시국, 시대 등의 표현은 소비자의 자발적 언어가 되기 이전에 언론의 영향을 받았을 것이나, 막연히 사용하는 것이 아닌, 인식의 변화 과정에 따라 뚜렷하게 구분하여 사용한다는 것에 주목하였으며 이러한 사용 행태의 변화는 소비자 인식의 변화, 전환을 이끌어내는 중요한 포인트가 될 것으로 판단

### 일상의 변화를 일으키는 새로운 테마로 수용

정부가 강제한 특정 영역에서 비롯된 비대면 환경이 일상으로 자연스럽게 침투하고 있으며  
이제는 이러한 변화가 당연히 더 폭넓게 이뤄질 것이라고 소비자 스스로 인정하고 공감

### 비대면 키워드는 포스트 코로나를 진단하는 큰 축

일부에서는 비대면을, 시대의 흐름을 대변하는 정책 용어, 사회적 용어로만 한정 지을 수 있으나  
소비자에게 자발적으로 안착된 이상, 이제는 소비자의 언어로서 이해하는 것이 중요

## Chapter 03

# 거시적 경향 이면의 미세한 움직임 추적

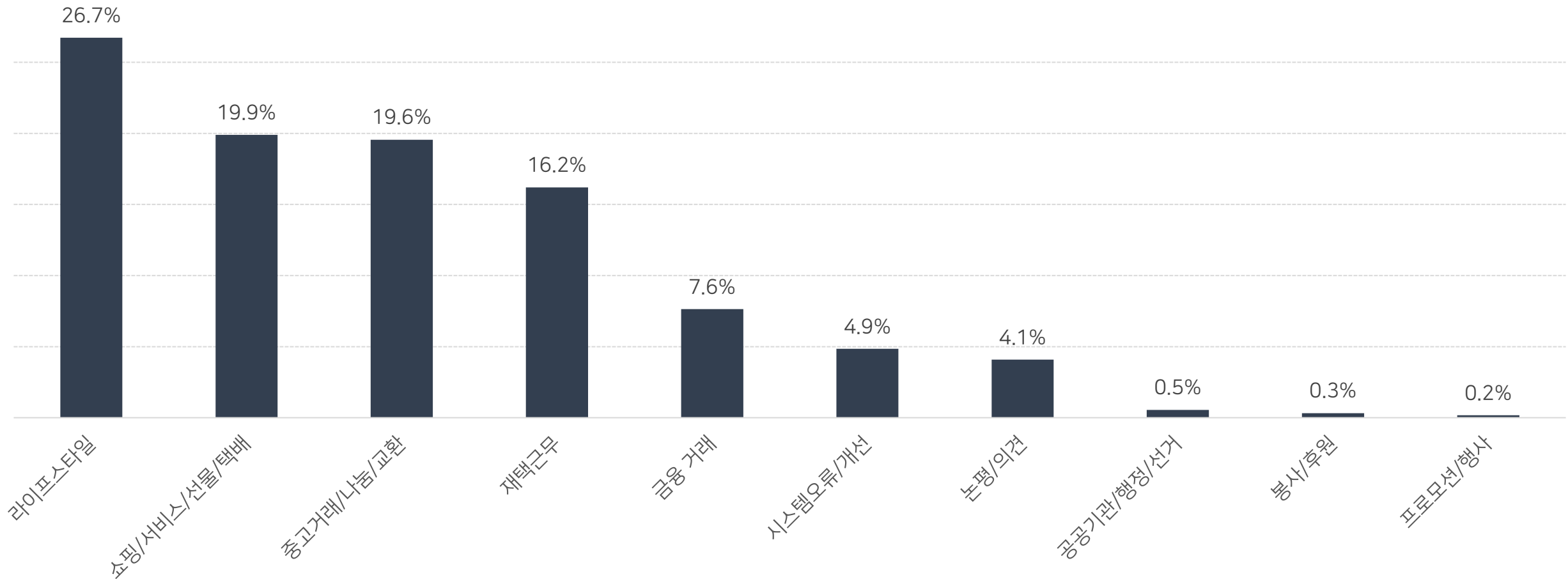
- LDA를 기법을 통해 확인한 경향성을 기반으로 언급 내용 심층 세분화 -

LDA기법은 프로그래밍에 따른 통계적 그룹화 분석이기 때문에 해당 데이터의 전반적인 경향성은 확인할 수 있는 반면 프로그래밍의 한계 상 디테일한 세분화(그룹화)는 어렵다고 판단, LDA기법을 통해 발견한 주제들을 기준으로 일부는 유사 카테고리로 합치고, 또 일부는 작게 쪼개는 작업, 그리고 반복적인 키워드 정제를 통해 본격적 Clustering

# LDA기법을 통해 발견한 주제를 기반으로 비대면 관련 《기타》에 속한 언급 내용을 구체적으로 세분화

- 총 10개의 주제로 재 분류
- LDA를 통해서는 외연에 흩어져 있던 '일상'관련 내용들을 그룹화한 결과 '라이프스타일(일상 영역)' 관련 언급이 가장 높게 차지 그 외 쇼핑, 중고거래, 재택근무 등의 순으로 높게 나타남

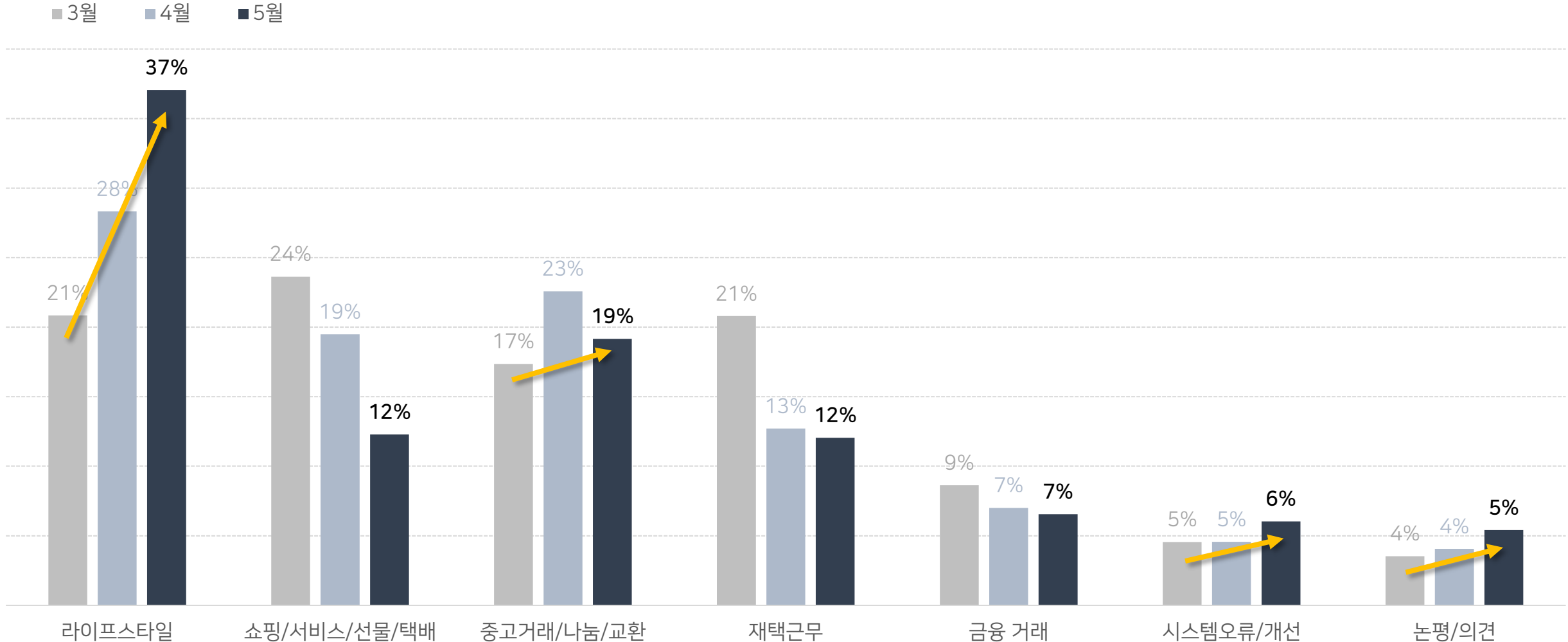
■ 2020년 3~5월, 비대면 관련 SNS '기타' 언급 내용 (n=10,513)



# 월별로 변화양상을 비교해 보면

## 라이프스타일 / 중고거래 / 시스템 / 논평에 대한 언급이 꾸준히 증가

- 교육, 재택근무 등 초기 특정 영역에 집중되어 있던 언급 내용이 일반 생활, 즉 라이프스타일 영역으로 다양하게 분화되며 증가하고 있다는 것이 포인트이며 기술의 진보와 무관하게 '비대면'이라는 키워드가 삶에 자발적으로 자리잡고 있다는 증거.

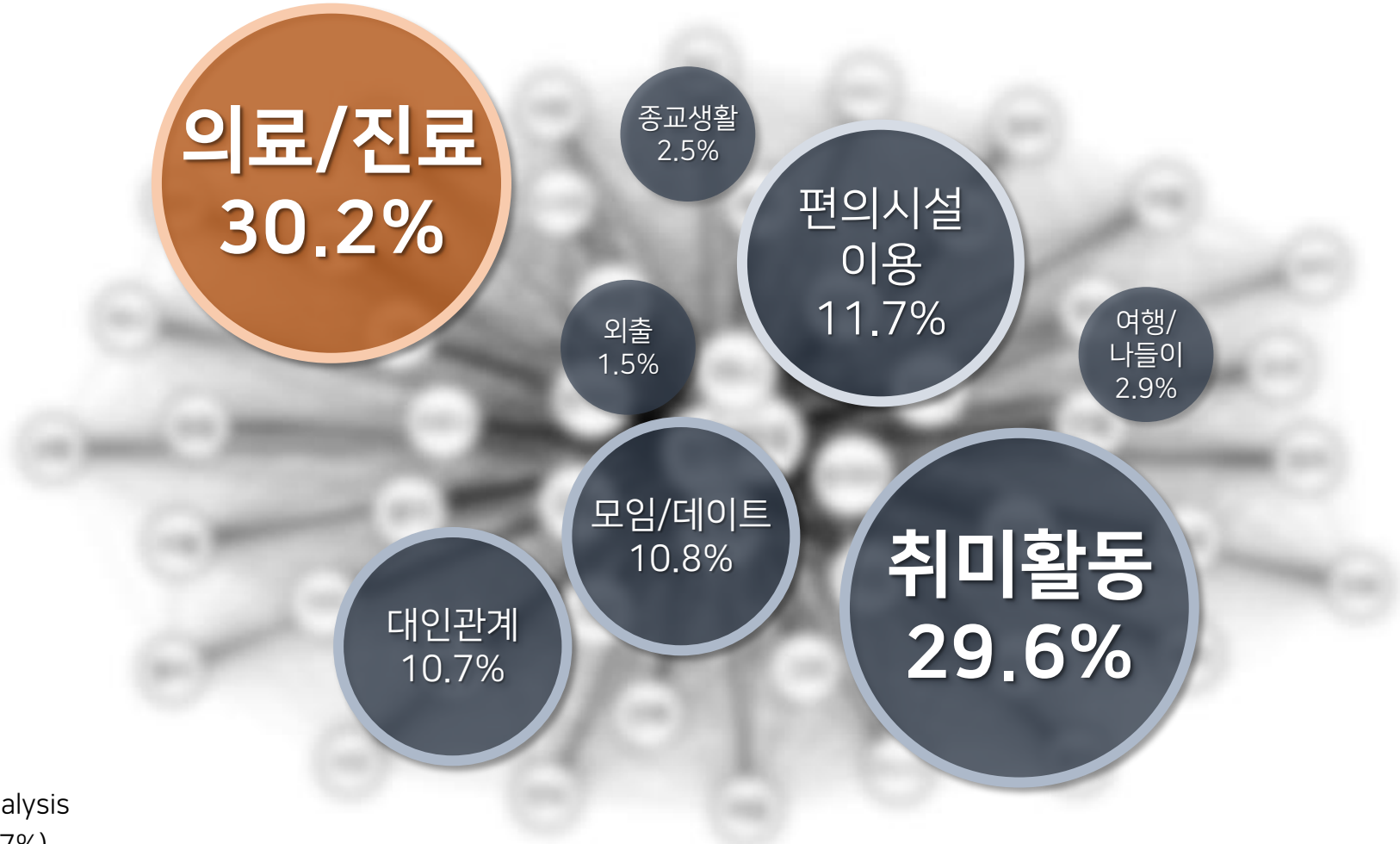




# 《라이프스타일》 관련 주제 세분화

## 의료와 취미생활 관련 언급이 절반 이상을 차지

- 일상과 관련한 세부 내용을 보면, 최근 관심이 높아진 의료/진료 관련 내용이 가장 많은 관심을 받았으며 집에서 비대면으로 할 수 있는 다양한 취미활동을 찾고 있는 것이 눈에 띈

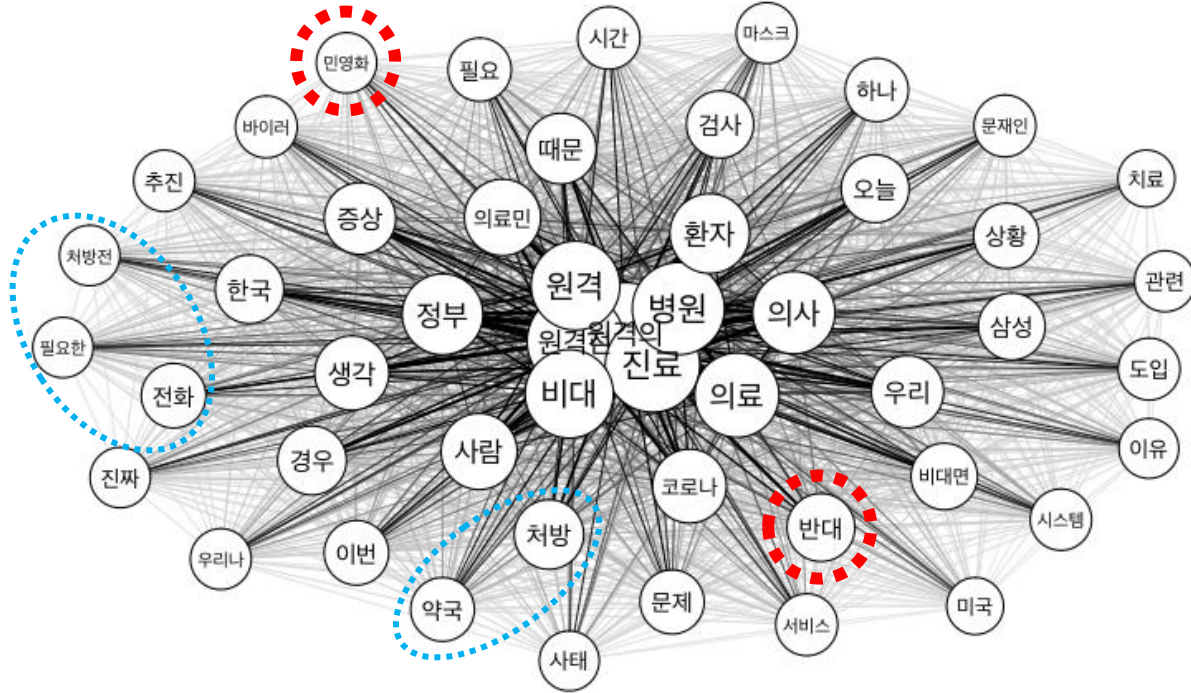


《라이프스타일》 관련  
Co-occurrence Network Analysis  
(buzz=2,820건 / 전체 중 26.7%)

# 《라이프스타일 - 의료/진료》

## K의료/진료에 대한 신뢰를 바탕으로 원격진료 필요성 부각

- 비대면 의료의 필요성과 정부 정책에 따른 갑론을박이 혼재되어 있는 나타나고는 있으나, 크게 보면 모두 원격진료 시스템에 대한 관심이 높아진 영향



### 어린 자녀를 둔 부모들을 중심으로 원격진료에 대한 필요성 언급

“중구나 남구에 **소아과** 전화진료 가능한 곳 있을까요?”

“비대면 진료보는 **소아과**가 종종 있는데 그러면 종이염이나 편도염 이런건 어찌 확인하는 걸까요?ㅠ”

“애기가 열이 나는데 혹시 비대면 인가요?”

### 지난 5월 정부가 원격의료 필요성을 언급하며 ‘민영화’ 가능성에 대한 갑론을박 형성

“**민영화**가 아니라서 코로나를 이 정도로 막은 건데, 이건 또 무슨 소리?”

“지금 코로나로 인한 원격진료가 **민영화**랑 **원** 상관이며 비대면 진료를 고급장비로 세팅한 원격 진료랑 같은 식으로 몰아서 말함”

“원격진료를 설치할 병원이 대형병원이기 때문에 **의료민영화**의 **발판**이라고 하는데.. 그거 안 해도 원래 대형병원으로 몰리지 않냐?”

Co-occurrence Network Analysis  
(buzz=850건 / 전체 중 30.2%)

**코로나를 통해 국내의료시스템에 대한 관심 제고  
이전보다 병원 진료에 의존하려는 니즈가 높아질 것**

## 《라이프스타일 - 의료/진료》

### 추가로, SNS상에서의 상반되는 의견 세부 정리

#### 원격의료 도입에 대한 **긍정** 의견

- “비대면 진료가 제대로 될까 의문이 들었지만 생각보다 **꼼꼼**”
- “해외국민을 위해 **원격진료로 약을 배송** 받을 수 있게 되어 덕분에 살 수 있게 되었다고 **감격**”
- “원격 의료의 다양한 서비스들은 환자들을 위한 **높은 의학적 가치를** 제공할 수 있어”
- “검사받고 결과를 전화로 말해주는게 허용되니까 원격진료 **좋을거같음**”
- “충분히 혁신성이 있는데 시도조차 해서는 안 된다는건 말이 안되죠”
- “환자들의 권리로써 원격진료는 당연히 이뤄져야 한다”
- “비대면 진료를 의사들이 반대하는 이유는 밥그릇 조금도 위협하지 말라는거야.”

#### 원격의료 도입에 대한 **부정** 의견

- “원격진료 진행 시 발생한 **의료과실** 누가 책임질 건데?”
- “비대면 진료를 원할 때 국민이 **양질의 의료서비스**를 받는데 큰 제약”
- “3년차 공보의로써 걱정됩니다. 원칙을 지키고 거기에 **편의를** 맞춰야지”
- “위험 대비 **효과 입증**되었다고 볼 만한 **과학적 근거 불충분**”
- ““대면 의료영역은 비대면으로 대체 불가능한 영역”

#### 기타 의견

- “의협 반대랑은 상관없이 결국 원격의료 허용 쪽으로 갈듯하네요”
- “실질적인 원격의료에 대한 **홍보** 수반 필요”

#### 원격의료 도입 후 민영화·영리화 가능성 **우려**

- “규제완화와 의료 영리화 차원의 원격의료 도입에는 분명히 반대”
- “의료단말기나 비대면 진료시스템은 조그마한 중소기업에서 할 만한 사업이 아니다. 즉 대기업 구조로 몰리고 이는 곧 **영리화의 첫 걸음**이다. 부자들이 돈버는 건데 이거 결국 **영리사업** 아님??”

#### 원격의료 도입 후 민영화·영리화 가능성 **반박**

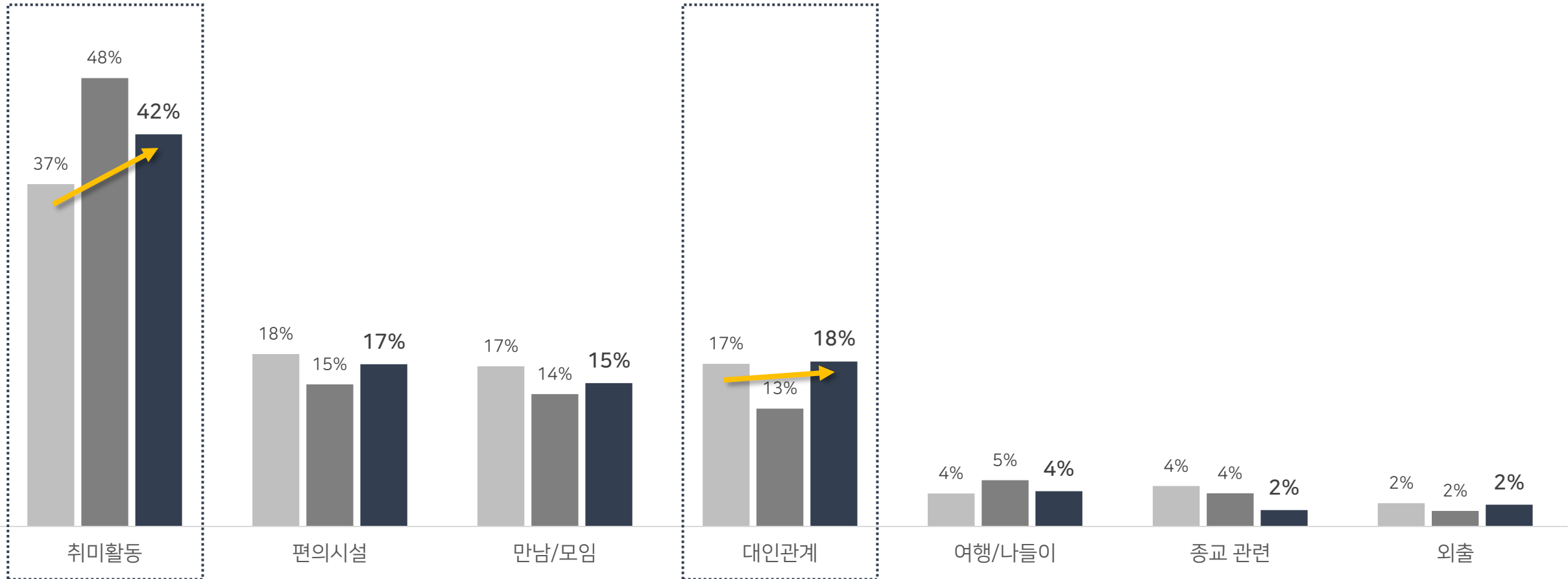
- “원격진료와 의료민영화는 **아무런** 연관이 없음”
- “가만 생각해보면. 누구나 알 수 있음. 원격진료 한다고 병원들이 민영화되는게 아니라는 걸. 학교가 온라인 수업한다고 학원이되는 게 아니잖음?”

# 5월 급증한 의료/진료 관련 내용을 제외하고 보면

## 3월 대비 「취미활동」 영역과 「대인관계」 영역에 대한 관심이 증가 중

- 자발적으로 다양한 비대면 취미활동을 찾고 있다는 것이 비대면 시대를 이미 인정하고 수용하고 있다는 것의 또 다른 지표이며 대인관계에 대한 생각이 잦아지고 있다는 것은, 비대면 환경이 기존의 대인관계에 대한 생각에 변화를 주고 있다는 것을 의미

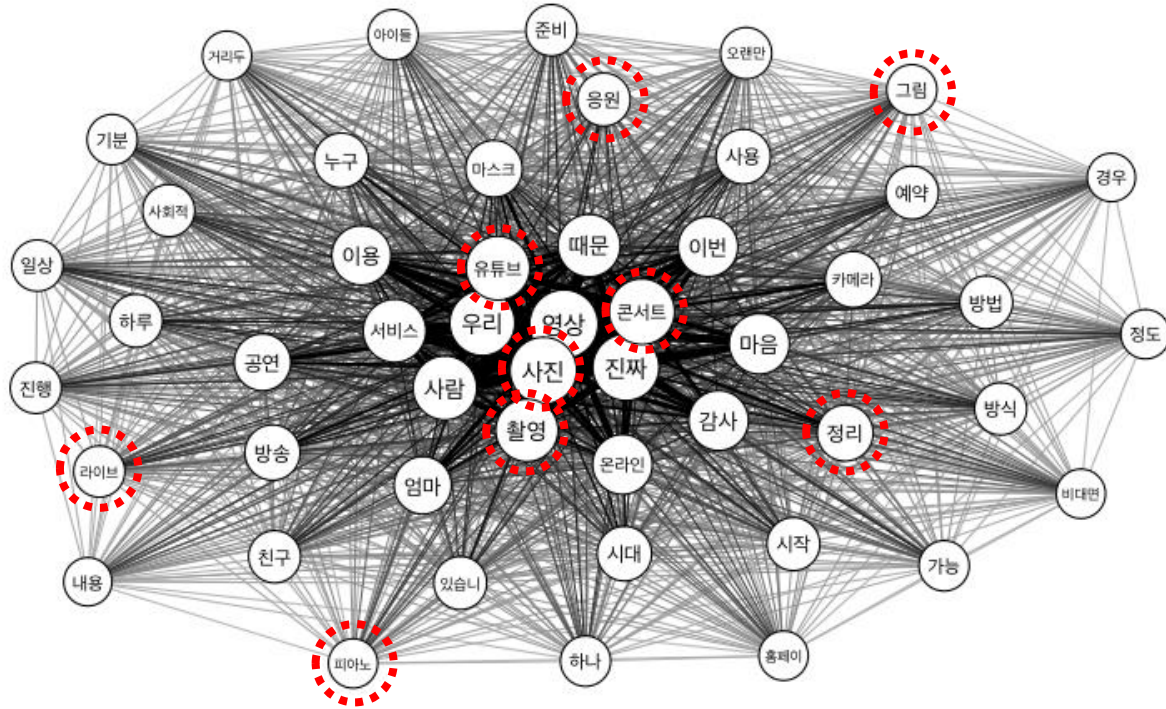
■ 3월 ■ 4월 ■ 5월



## 《라이프스타일 - 취미활동》

미뤄졌던 취미활동의 전문화, 그리고 다양화 → 소비의 큰 축으로..

- 비대면 시대의 취미활동은 오히려 더 전문화되고 다양화되는 경향, 취미가 소비의 중심이 되는 시대가 도래할 것인가!



집에 있는 시간이 증가함에 따라  
기존에는 엄두내지 못했던 다양한 취미가 시도

“인쇄소 컨택도 비대면이고 진짜 쉽네, 이 참에 책을 한 번 내볼까”  
“밖에도 못나가고 해서 미뤄왔던 집정리 싹 했네요, 진정한 인테리어”

기존에도 온라인 환경에서 가능한 취미들이  
좀 더 활발하게 수용되고 있는 중

“코로나 때문에 강제로 유튜브가 되었다.”  
“비대면으로 나를 알릴 수 있는 개인 프로필 영상 드디어 완성!”  
“야구를봐서 그저좋을뿐 #ktwiz #비대면응원전 #무관중응원”

기존에는 오프라인을 중심으로 이뤄지던 취미 활동이  
최근 비대면과 맞물리며 온라인으로 적극 전환

“#방방콘 #친구랑\_원격으로\_같이응원 #ㅋㅋㅋㅋ”  
“군대도 아니고 비대면덕질을 하게 될 줄은ㅋㅋㅋㅋ”  
“언제한번 비대면연습시간을 갖도록 합시다”  
“원격 합주 #정보시대 #얼리어답터”

집콕 상황에서 불가피하게 촉발되었으나  
이미 그 자체로 더 나은 환경을 제공

Co-occurrence Network Analysis  
(buzz=832건 / 전체 중 29.6%)

# 《라이프스타일 - 취미활동》

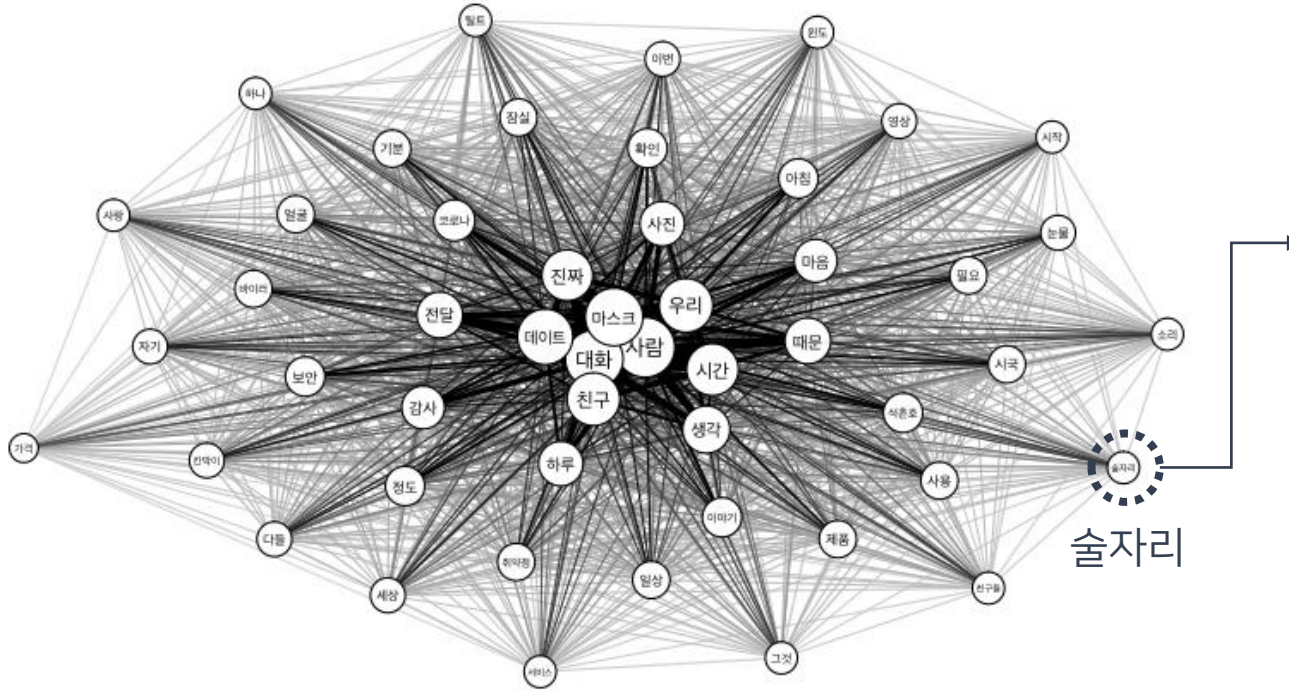
## 본 분석을 통해 분류된 취미활동 종류

No.	비대면 취미 종류	비중 (n=832)	설명	원문 사례
01	배우기/만들기/도전	24.3%	그림, 노래, 책 집필 등 시간이 없어 미뤄두었던 <b>도전에 가까운</b> 전문영역 오히려 활성화	"집에서 원격으로 그림 그리는 것 배우는 중, 비대면이라 좋은 점도 있네" "인쇄소 컨택도 비대면이고 진짜 쉽네, 이 참에 책을 한 번 내놓자"
02	공연/전시/스포츠/영화	20.0%	온라인을 통한 공연 관람 및 응원 문화에 생각보다 <b>빠르게 익숙</b> 해지는 중	"엘리내한 지금 원격으로 레드카펫 깔았습니다 !!!!!" "#방방콘 #친구랑_원격으로_같이응원 #ㅋㅋㅋㅋ"
03	독서 (책 대여 포함)	17.3%	책을 읽는 활동에 대한 관심이 증대 도서관 대여는 물론 <b>비대면 독서모임</b> 등까지 추진	"동네 도서관 비대면 대출 서비스 기다리면서 봄날 만끽중 #요즘도서관서비스아주좋네" "비대면 온라인 독서 모임, 인원을 모집합니다~ 오프라인 만남은 일절 없습니다!"
04	운동/레저/댄스	13.9%	홈트레이닝, 홈댄스 등 기존에도 있었지만 최근 <b>온라인 레슨</b> 에 대한 수요 증가	"코로나 터지고 집에서 운동하고, 몸이 더 좋아졌다. 사람이 없는 새벽에 러닝하니 더 가뿐" "시국에 맞춘 홈 원격 PT로 친구의 근손실을 막아주는 좋은 친구"
05	인테리어	6.1%	집이라는 공간에 대해 다시 생각하기 시작 <b>비우는 인테리어</b> 를 시작으로 각 공간의 용도 재구성	"코로나 땀시 밖에도 못나가고 해서 그동안 미뤄왔던 집정리 싹 했네요" "집에 있는 동안 원격으로 남편이랑 집 구조를 하나하나 바꿔 나갔다."
06	노래/합창/협주	4.9%	페이스타임 등의 플랫폼이 이미 익숙해 <b>언제든 지인, 타인을 가리지 않고 함께 연습</b>	"반주 연습해서 친구랑 페이스타임으로 합주 해봤는데 살짝 딜레이가 있지만 재미있었다" "벌써 일곱번째 비대면 합창이다. 한 번 해 보면 어떨까 하던 것이 이제 루틴이 되었다"
07	덕질/팬미팅/팬싸	4.6%	기존에도 온라인을 통해 결집한 10대~20대들에게 <b>비대면 팬덤 문화로의 전환</b> 은 이미 시간 문제	"코로나엔 원격조공 #감동" "군대도 아니고 비대면덕질을 하게 될 줄은ㅋㅋㅋㅋ"
08	원격키우기/원격놀이	3.2%	기존에도 '랜선~'문화는 있었으나 비대면을 통해 <b>한층 더 강화</b> 된 경향	"원격으로 보는 내새끼가 넘 예뻐" "이게 원격 강아지 키우기?" "밤에 친구와 소통하는법, 야밤에 앞집 단짝 친구랑 원격으로 놀기 모스부호라도 가르쳐야하나"
09	요리/홈쿡	3.1%	영상을 보고 집에서 요리하는 것에서 그치지않고 <b>타인과 경쟁(챌린지)</b> 하는 것이 유행처럼 번짐	"엄마가 만든 가지 부침 VS 내가 만든...오늘 원격 대결 하기로 한거였는데" "비대면때문에 아침,저녁은 내가 하게 됐는데 하다 보니까 느는 것 같애!!"
10	원격먹방	1.0%	<b>시청하는 먹방을 넘어</b> 불특정 다수와 함께 서로 다른 장소에서 음식을 먹으며 SNS 교류	"저랑 같이 원격으로 먹어요" "원격 타르트퍼먹기해요" "원격으로 같이 식빵 굽기" "님이 투썸 드시면 제가 크리스피크림 먹겠음 원격 먹방가조"
11	게임	1.0%	게임 상에서 비대면으로 교류하는 방법의 일환으로 다양한 사람과의 <b>협동플레이</b> 에 주력	"나랑 집 안에서 비대면으로도 몇 시간이고 즐길 수 있는 이 시국 최고의 놀이 TRPG할 사람" "비대면으로 노는 방법 #매너캠필수 #돈독해지는시간 #약10년만에로그인 #추억소환"
12	키우기/가꾸기	0.6%	집에 별도의 공간을 두고 자연친화 노력 <b>Homature (Home+Nature)</b> 문화 형성	"식물키우기를 글로 배우고 있는 요즘 원격으로 코칭받고 있습니다" "파 토마토 바질 민트 상추 깻잎 부추 #텃밭 시작하기 #일상의 기록"

## 《라이프스타일 - 대인관계》

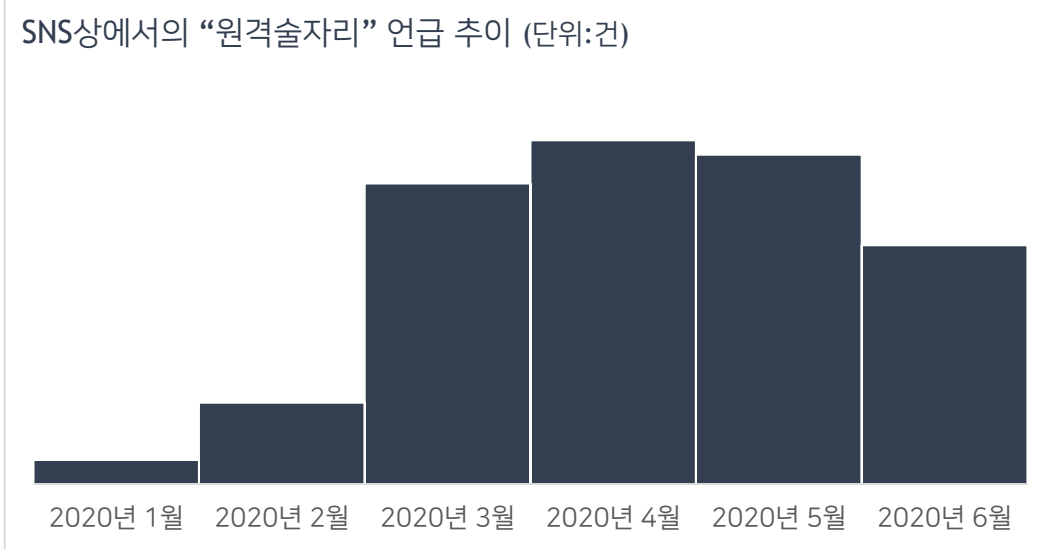
### 크지 않은 비중이나 가장 눈에 띄었던 건, 원격술자리

- 지인들과 모니터를 사이에 두고 술을 기울이는 ‘원격술자리’에 대한 언급은, 우리에게 가장 눈에 띄었던 부분 중에 하나. 기존에도 ‘혼술’, ‘혼밥’ 문화가 있긴 했지만, 현재의 원격술자리로 표현된 혼술 형태는 비대면 시대라는 사회적 명분을 얻었고 따라서 외로움과 고독의 의미가 아닌 “재미”, “당당함”, “함께하는” 등의 영역으로 승화되고 있는 추세



“#원격술자리 #사회적거리두기 #불금 코로나 감염방지를 위한 원격 술자리 ??”  
“요즘은 짠도 원격으로 함. 위하여”  
“그니까 누가 나랑 비대면으로 취할때까지 마셔줘”  
“일주일 고되게 보내 술한잔 생각나 마트 돌려 안주거리 듬뿍.. 요즘 웨케 힘든거 앞으로 다가올 일주일엔 좋은일만 있기를... 지금 한잔 하시는분들 원격짠~!!!”  
“남만이 넘치는 원격결혼기념일 축하. 둘이 자주 가던 곳에서 영통하며 혼술+혼밥”  
“#원격술한잔 요새 유행이라니...나두?? 원격으로 한잔받으니...카~~아 술맛나네?? 원격으로나마 친구들 얼굴 보니 좋네”

Co-occurrence Network Analysis  
(buzz=301건 / 전체 중 10.7%)



## 《라이프스타일 - 대인관계》

### 그 외 소소하지만 몇 가지로 요약 가능한 관계에 대한 인식

“비대면이 좋아요 선배들 친구들 사귄 필요 없고 ㅎㅎ”  
 “비대면이 주는 의외의 결과, 친구관계 초기화”  
 “비대면 언택트는 참 좋은 거야 정말이지 인간 마주치기 싫을 때가 한두번이 아니니까 인간들은 다 불친절하고”  
 “집에 있으면서 느낀건데 왜 이렇게 마음이 편한가 했더니 사람과 마주하지 않은 지 오래되어서 그렇구나..”

**대면관계의 스트레스가 오히려 완화**  
 기존의 불편한 인간관계를 정리해주는 계기 마련

“역시 대인관계는 힘들어~ 비대면이라 그런가”  
 “솔직히 비대면 대화는 성격이 잘 안보여서 더 신경 쓰여...”  
 “그만 좀 해... 아무리 비대면이라고 해도 사람 괴롭히는 거 아니야..”  
 “비대면이라서 더 막 하는 기분임 존나사형”  
 “아무래두 넷상에서는 비대면으로 대화하는 거라 말투하나에도 더 예민해지는 것 같네”

**비대면이라 예의 없는 게 더 눈에 거슬림**  
 대면했을 때의 소통 주제와 방식이 온라인으로 이뤄지면서 온라인 상에서도 상호 예의를 갖추자는 요구가 거세지는 추세

“그냥 말을 할 때 얼굴 보면서 목소리를 들으면서 하는 대화와 카톡식 비대면 대화는 다르지 타자로는 표현할 수 없지만 언어로는 표현할 수 없는 게 있자나”  
 “위로를 받을때, 상대방의 언변이나 갖은 수식어 보다는, 그 말을 꺼내기에 고심한 비언어적 행동이 가지는 힘이 더 큰 것 같다. ‘응’ 한 마디를 하더라도 그런 게 느껴졌을 때의 위로는 더 큰 것”  
 “제가 올해 신입생인데... 코로나 때문에 아직 동기들 한번도 못 만나봤는데.. 다른 동기들끼리 이미 친해져있고 그럴까요..? 저만 혼자 덩그러니 남겨질까봐 걱정이네요”

**대인관계에 대한 그리움/불편 호소**  
 비대면으로는 충족하지 못하는 관계의 소중함/필요 인식

“비대면 멘탈힐링이 필요한 이 시국에... 누구 없소”  
 “원격쓰다듬 받으며 마감 화이팅이에요 빠자~~~”  
 “고생이 많으셨구나... 그러셨을 것 같았지만... (원격 어깨 주물...)”  
 “저도 원격으로 심정적으로 안아 드릴래요. 조금이나 컨디션 회복하셨다니 다행”  
 “원격으로 위로 가능한 방법은 없는 걸까요...”

**코로나로 모두가 힘든 상황을 겪으며 비대면으로도 서로 위로가 필요하다는 공감**  
 비대면위로, 원격쓰다듬, 원격힐링, .. 다양한 위로 표현의 탄생



# 《라이프스타일 - 대인관계》

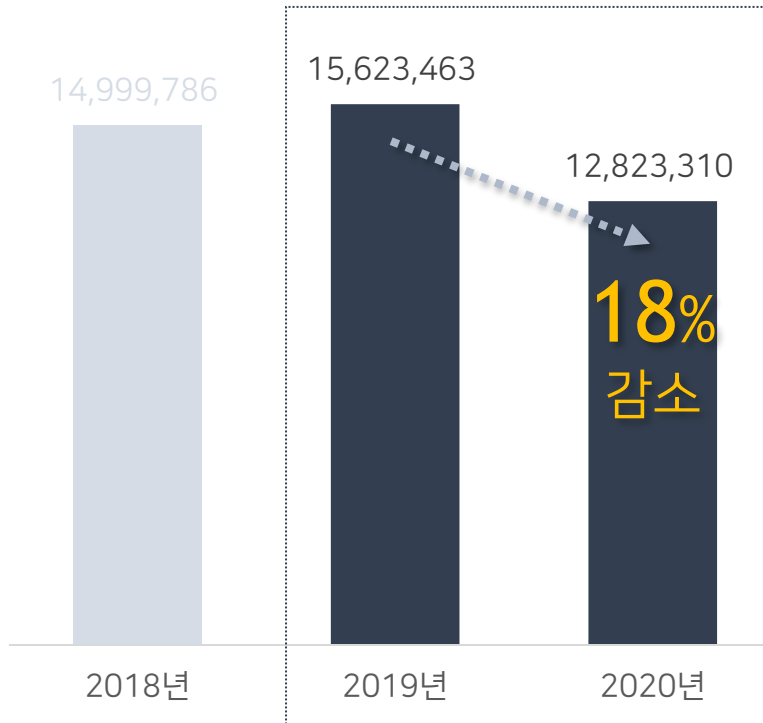
추가로, 대인관계를 좀 더 규명하기 위한 별도의 SNS 분석 진행

## 대인관계의 대상에 대한 언급은 줄었으나, 관계에 대한 스트레스는 여전

- SNS 상에서 실제 '대인관계'에 대한 언급량 변화와 태도 변화 분석을 위해, 대인관계의 대상이 되는 친구·가족·동료·선배·후배 등의 키워드 조합으로 데이터를 추출
- 2019년 대비 동기간 주변 대상(친구·가족·동료 등)에 대한 언급은 약 300만 건 가까이 감소(-18%)했으나, 대상에 대한 부정적 표현은 큰 차이 없음  
→ 즉, 심리적으로 느끼는 스트레스는 오히려 증가했다는 것 : 직접적인 '고통'은 줄었으나, 관계에 대한 '고민' & '스트레스'는 여전

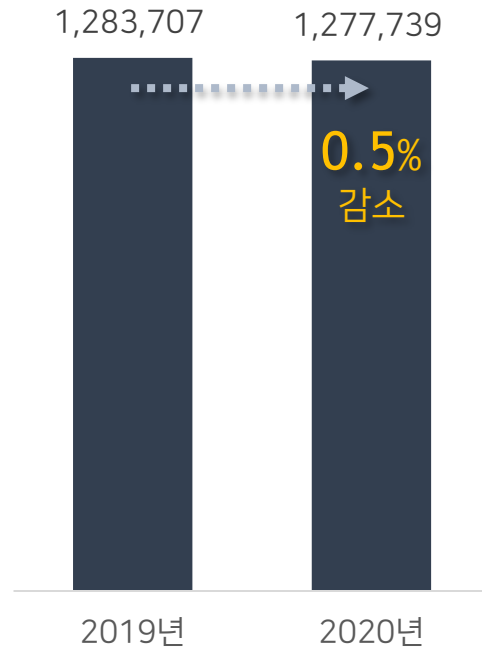
### SNS상에서의 연간

“친구·가족·동료 등” 대상 언급 추이 (단위:건)



### SNS상에서의 일별

대상에 대한 부정적 표현 언급 추이 (단위:건)



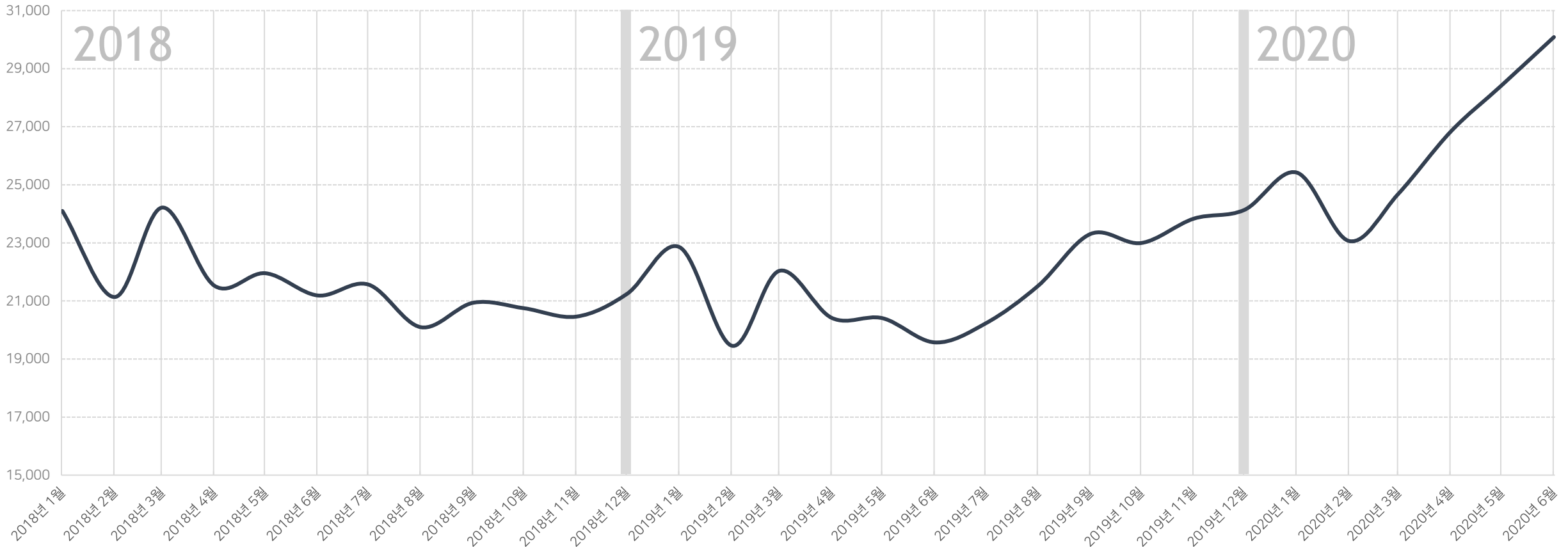
순위	2019년 3~6월		2020년 3~6월	
	부정 표현	언급량	부정 표현	언급량
1	걱정	133,085	고민	143,871
2	고민	113,905	걱정	107,479
3	힘들다	74,916	힘들다	74,491
4	스트레스	71,614	스트레스	71,304
5	고통	38,703	울다	40,845
6	울다	36,982	부담	31,374
7	슬픔	36,749	싫다	26,532
8	후회	33,323	후회	26,002
9	고생	25,670	어렵다	25,548
10	아픔	25,649	친구 없다	25,341

# 《라이프스타일 - 대인관계》

## 과거와 비교해보면, 대인관계에 대한 스트레스 언급은 확실히 **최근 급격히 증가**

- SNS 상에서 대인관계에 대한 스트레스 호소는 주로 월요일을 앞두고 있는 '일요일'에 가장 많이 증가하는 경향을 보였는데 평일 출근, 등교가 한동안 사라지면서 대상을 직접적으로 언급하는 빈도가 줄어든 것이 원인일 것으로 분석, 대신 **인간관계를 돌아보는 일이 많아지면서** 스트레스, 고민 등의 언급이 오히려 높아진 것으로 해석

2018-2020, SNS상에서의 대인관계에 대한 '스트레스' 등 부정적 언급 추이 (단위:건)



그 외, 비대면 트렌드가 가져올 변화들에 대한 데이터랩의 단상

아직 데이터 수치로 뚜렷하게 경향성을 이루지는 않았으나, 사람들의 생각과 아이디어를 통해 합리적으로 추론해 볼 수 있는 이야기

### 쌤튜버의 확산

학교 생활이 시작 되었어도  
언제 다시 올지 모를 온라인강의에  
대한 준비는 꾸준히 시도될 것

### 사교육 시장의 변화

학교라는 물리적 공간의 범위가  
좁아지고 교사들의 온라인 시장  
진입, 교육에 대한 인식 변화 등이  
겹쳐 사교육에 대한 태도 변화 가능

### 취미 소비 시장 확대

잠을 내서 하는 취미가 아닌  
오랜 시간 공들여서 할 수 있는  
전문적인 취미가 확산되면  
취미를 위한 소비 시장 확대 가능

### 가정요리의 보편화

한동안 재택근무가 이어지면서  
가정간편식 시장이 커졌던 것처럼  
비대면의 장기화 국면에서  
요리에 대한 니즈도 커질 것

### 너도 나도 유튜브 시대

집에서의 활동이 많아지고  
취미가 전문화되면서  
'기록'에 대한 니즈, 그리고  
'공유'에 대한 니즈가 커질 것

### 영상 리믹스 놀이 문화

나만의 개성이 담긴 영상을  
촬영하고 편집하는 놀이 확산  
연예인 패러디, 챌린지 모드 등  
영상 놀이 공유 문화 형성

### 콘텐츠 벤처 시대

디지털 콘텐츠에 대한  
공급과 수요가 급격히 팽창  
다양한 기술을 접목한 새로운  
콘텐츠와 플랫폼 요구 커질 것

### 온라인 레슨 보편화

기존에도 영상을 통한 학습 형태가  
대중적으로 수용되었으나  
피아노, 헬스, 그림 등 따라할 수  
있는 '1:소수' 형태로 진화

### 너도 나도 강사

녹화형태는 물론 실시간으로  
볼특정 다수를 향해  
본인의 지식을 짧게라도  
공유하려는 움직임 확산 가능

### 차박의 시대

타인과의 접촉을 줄이며  
이동과 숙박을 한번에 해결할  
수 있는 차박이나 캠핑 형태의  
여행은 당분간 계속될 것

### 킵보드 유행

초기에는 대중교통의 불안에서  
촉발, 확산되었으나  
도심 속 레저의 일환으로도  
충분히 수용될 수 있을 듯

### 잉여공간 텃밭가꾸기

소일거리, 자연친화적인 식물에  
대한 선호 영향도 있겠으나  
오랫동안 머무는 집 안 환경을  
꾸미는 인테리어 용도로도 각광

### 정리테리어

초기에 중고거래, 나눔에서  
출발한 정리에 대한 유행은  
점차 공간확보 측면에서도  
적극 수용되는 분위기

### 어쩌다 '나눔'

'나눔'문화는 단순히 쓸모 없는  
물건을 전달한다는 의미보다  
누군가와 교류하고 봉사한다는  
의미도 느끼게 해주는 공생활동

### 온라인 봉사시대

대면 봉사활동에 대한 대안으로  
온라인 기부 챌린지 문화 확산  
재능기부, 선플운동 등 이미 형성

### 전자상거래 라방

익숙한 플랫폼의 재탄생  
간접 체험 증대를 위한 생생한  
라이브 쇼핑 방송 활성화

### 원격줄서기

비대면 시대에는 대기자가  
많은 식당에 줄을 서는 것도 부담  
온라인예약 시스템이 가능한  
매장에 대한 선호도 증가 예상

### 친절의 재기준

대면했을 때의 친절 기준이었던  
서비스 말투와 표정이 아닌  
소비자 스스로 새롭게  
친절의 기준을 재정의할 것

### 온라인 예의

웹에서 팀과제, 업무를 목적으로  
소통하는 일이 많아지면서  
이전보다는 비대면 예의에 대해  
다시 생각해 보는 계기 마련

### 결국에는 '가족'

최근 몇 개월 동안의 분석에서  
가장 눈에 띄었던 키워드는 '가족'  
어려운 위기 속에서는 결국  
본질적인 관계에 집중하게 될 것

## Summary 03

### 비대면 취미의 증가가 소비의 큰 축으로 부상 가능

혼자 보내는 시간이 많아질수록 취미는 더 다양하고 전문화될 것이며,  
이에 투자하는 시간과 비용도 그만큼 자연스럽게 늘어날 것

### 비대면을 통해 인간관계에 대한 본격적 고찰 시작

그동안의 인간관계를 반추하거나, 비대면에 따른 새로운 관계형성을 고민하는 글들이 꾸준히 발견  
사회적 관계에 대한 고민은, 개인의 심리적인 변화를 넘어 하나의 트렌드로 발현될 수 있을 것

### 일상 속 다양한 분야에서 미세한 변화 감지

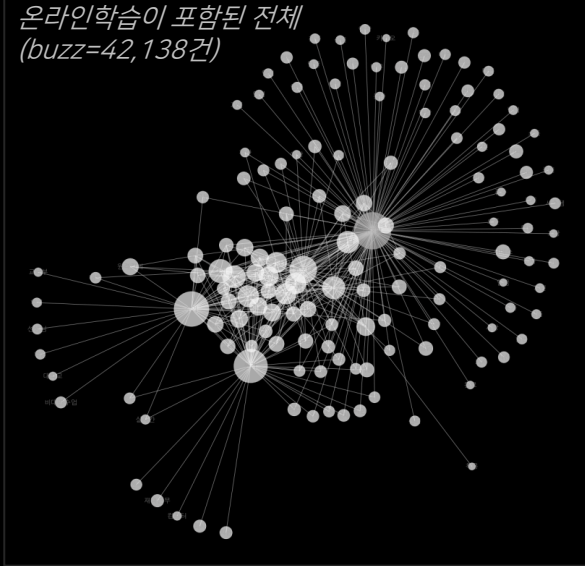
단기적으로 시장 변화가 예상될 만큼 아직 경향성이 뚜렷한 것은 아니나,  
많은 영역에서 소비자들의 니즈 변화가 속속 감지되고 있는 상황으로 꾸준한 추세 검토가 필요

Conclusion

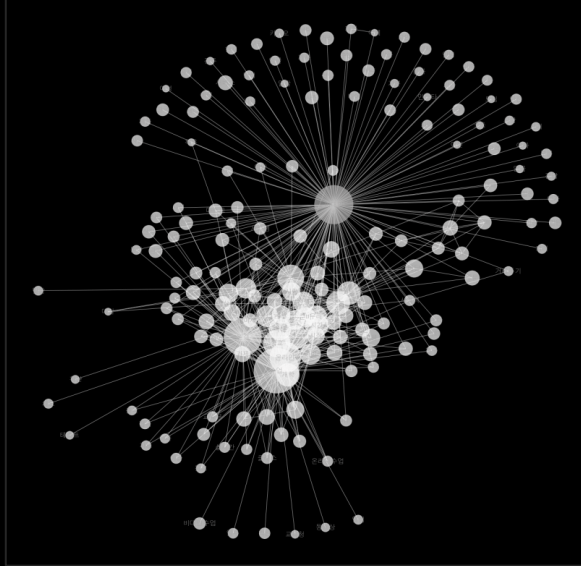
결론

# 본 보고서를 한마디로 요약하면, 비대면에 대한 관심이 빠르게 변하고 있다는 것

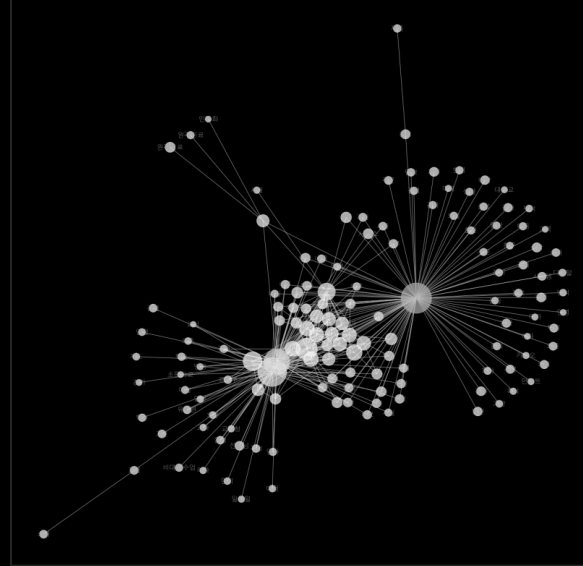
온라인학습이 포함된 전체  
(buzz=42,138건)



3월



4월



5월

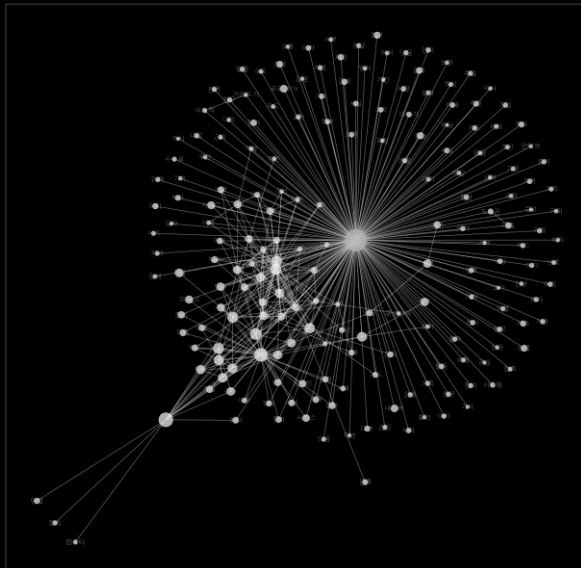
## ribbon shape

초기 온라인교육과 재택근무 중심에서  
다양한 일상적 범위로 확대되며  
원격과 비대면의 의미가 선명하게 분리  
점차 비대면 시대에 적응하며,  
단어를 재창조하기 시작

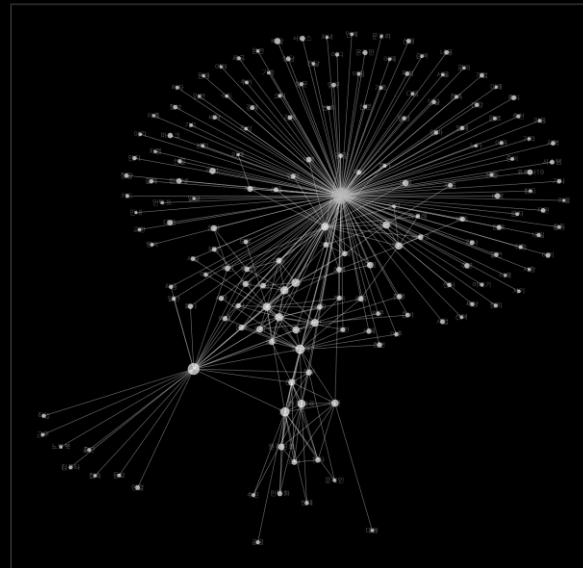
온라인학습을 제외한 기타  
(buzz=10,513건)



3월



4월



5월

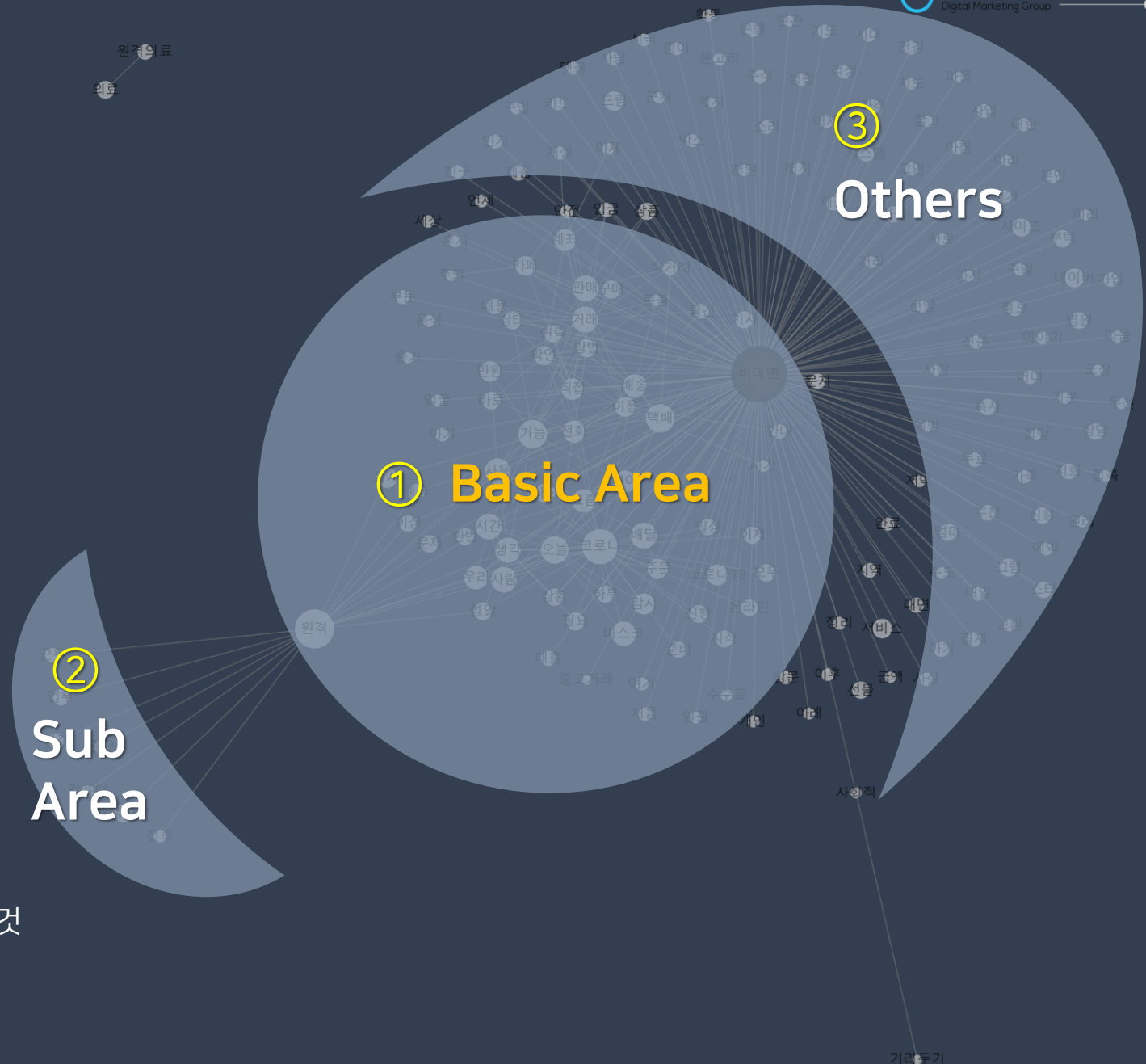
## bouquet shape

75% 이상에 해당하는  
《온라인학습》 분야를 제외하고 보면  
결집되지 않은 다양한 키워드가 등장  
소비자가 자발적으로 여러가지 분야에  
비대면 상황을 대입해 보고 있기 때문  
특정 영역에서 다양한 분야로  
상당히 “빠르게” 전환되고 있음을 의미

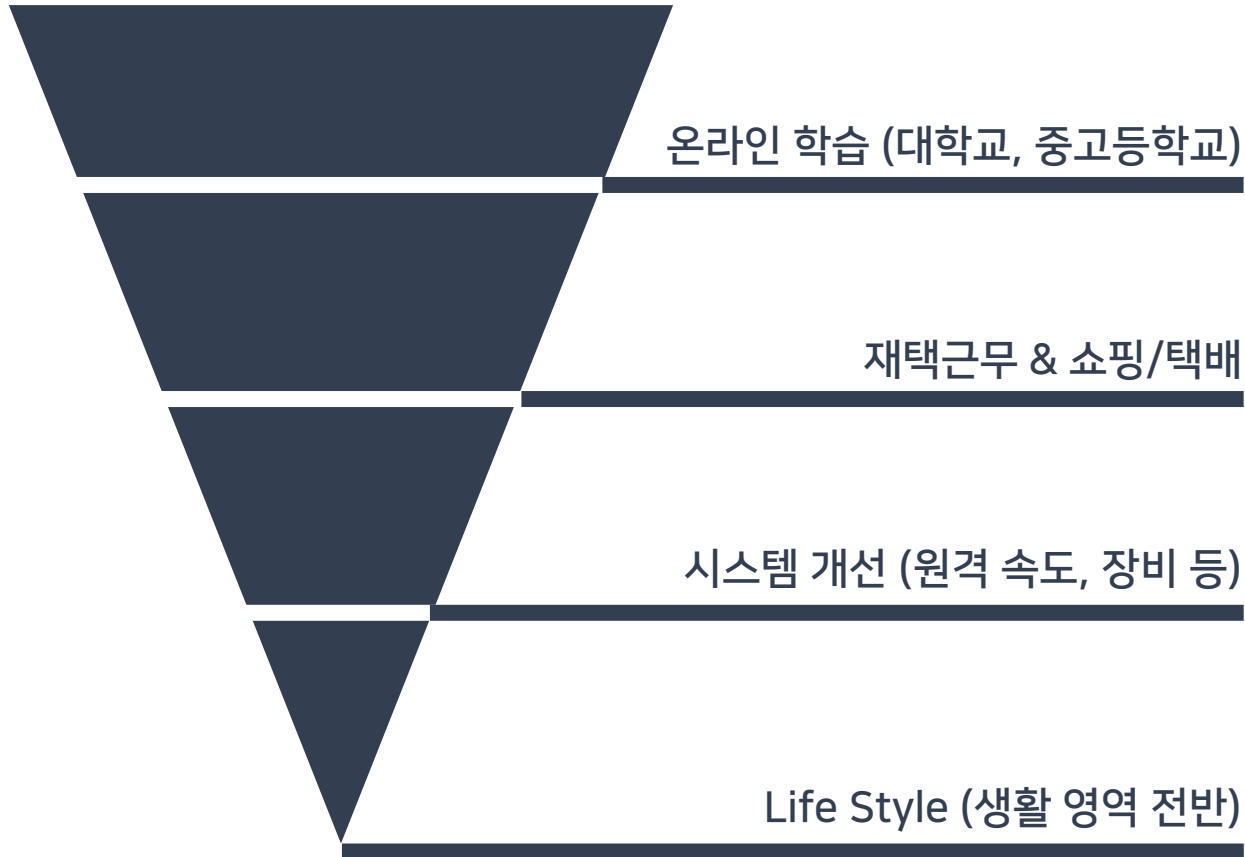
## 《기타》 분류 영역에 대한 네트워크분석 결과 해석

네트워크 분석을 통해 다음과 같이  
3가지 영역을 도출하였고 이에 대해 해석해 보면,

- ① 초기 비대면과 가장 연관성 높은 영역으로  
온라인주문 & 중고거래 등이 주로 형성  
→ 학습 관련 데이터를 드러낸 후 결집한 영역으로  
현재 많은 부분을 차지하나 차츰 완화될 것
- ② 뚜렷하게 분화된 '재택근무' 영역  
→ 독자적인 그룹을 형성, 향후에는 일반화되어  
비중이 적어질 것
- ③ 주로 Life Style과 관련된 영역으로  
지금은 개별로 분화되어 있으나, 향후 결집&확대 예상  
→ 현재 Others에 위치한 키워드들이 향후 **중심으로**  
**결집하기** 시작하면 해당 분야에 대한 수용도가  
**대중화되었음을** 의미하는 하나의 지표가 될 것이므로  
이후 분석을 진행한다면, 해당 영역을 주의 깊게 보아야 할 것



상반기까지의 비대면 시장은  
아래와 같이 역삼각 형태였지만,



현재까지 분석된 내용을 기반으로 보면

온라인학습과 재택근무에 대한 내용이  
대다수를 차지하고 있어 이면에 숨겨진  
일상에서의 수용도 파악이 어려웠음

그러나

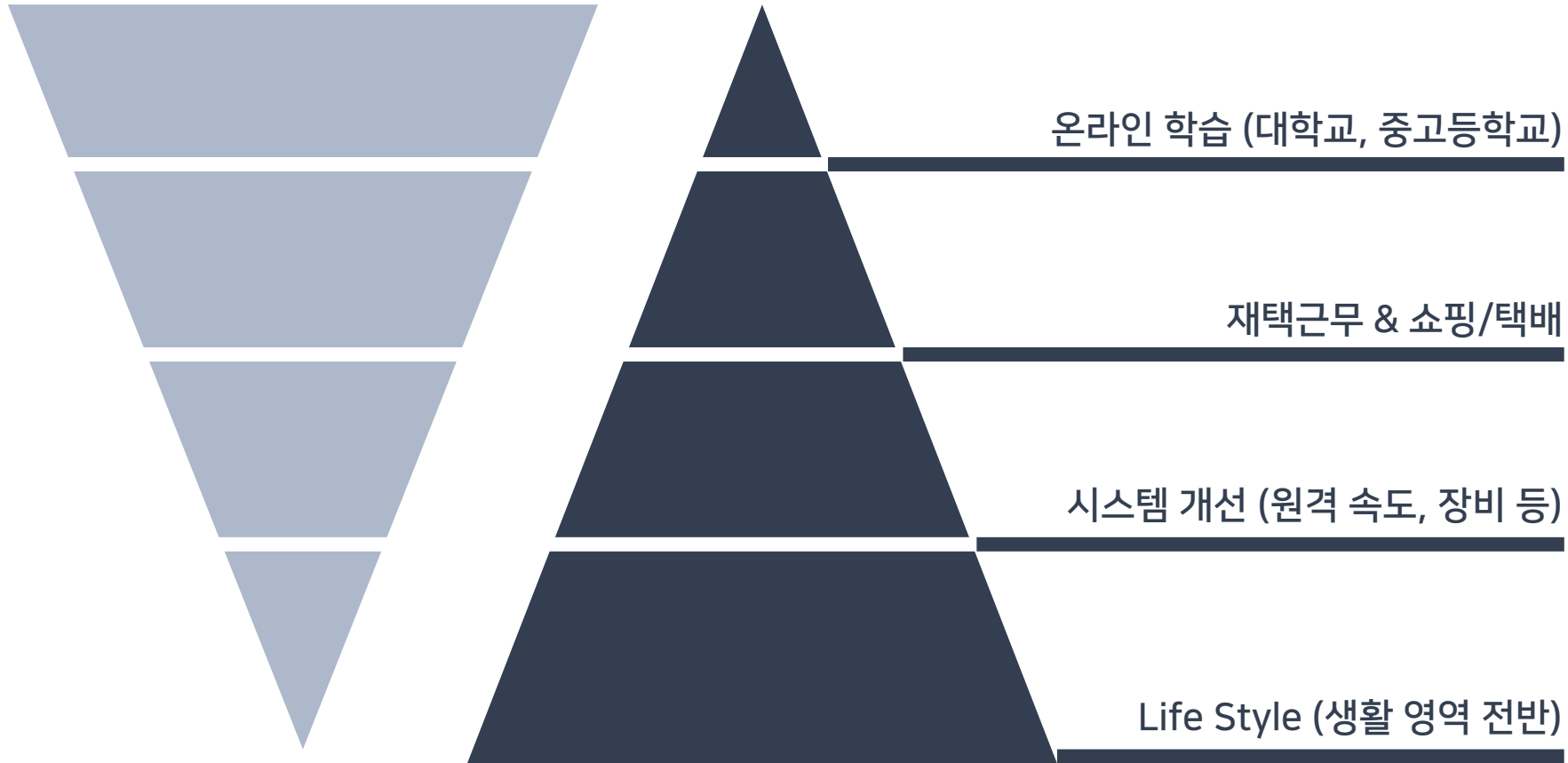
교육 분야와 업무 관련 분야에 대해  
익숙해지는 현상이 빠르게 진행되고 있어

일상과 관련된 관심이 점차  
수면 위로 부각될 수 있을 것으로 판단



상반기까지의 비대면 시장은  
아래와 같이 역삼각 형태였지만,

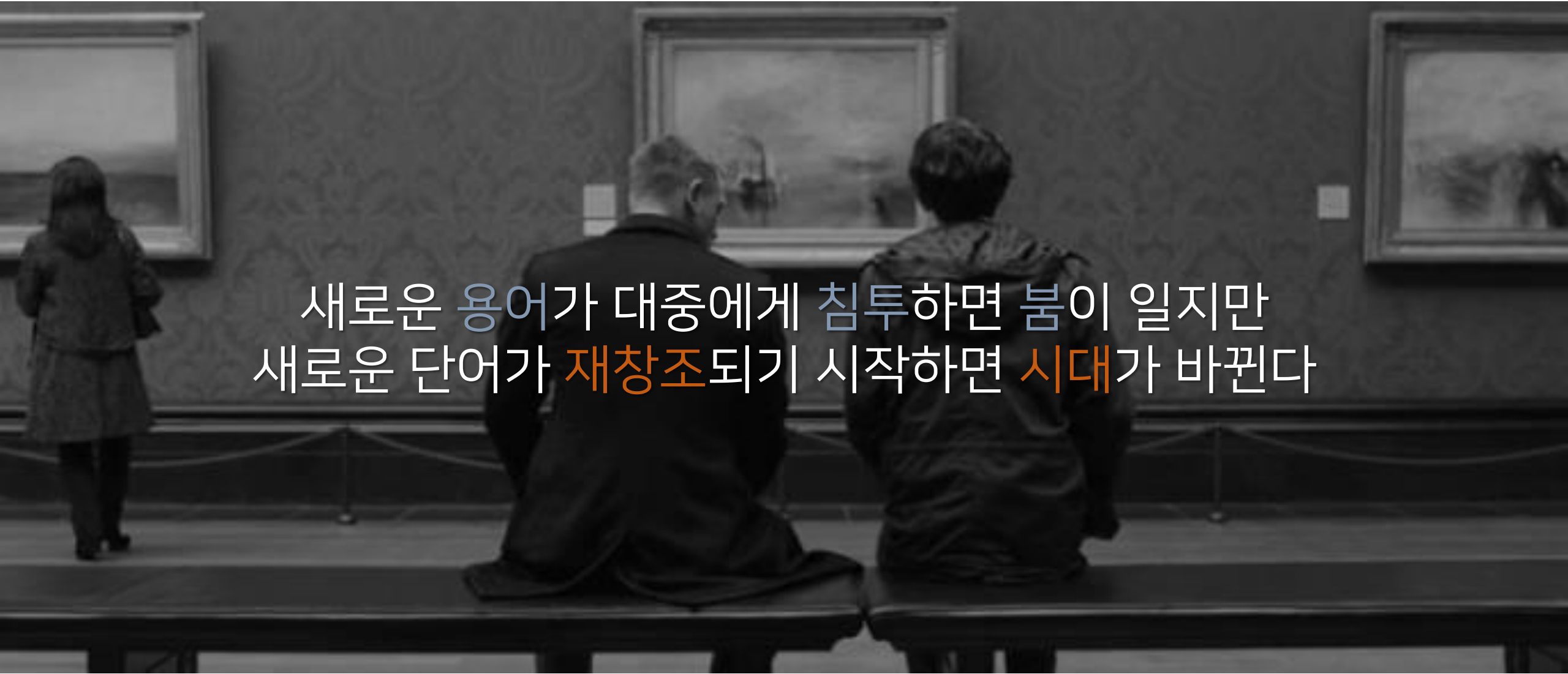
이후 비대면 시장은  
아래와 같이 변화할 것





### 전함 테메레르의 마지막 항해 [The Fighting Temeraire]. 1839

1805년 트라팔가 해전에서 혁혁한 공을 세우면서 유명해졌던 테메레르 호가 수명을 다한 뒤 해체를 위해 근대의 작은 증기선에 의해 예인(曳引)되고 있는 모습. 이후 본 그림은 세대 교체를 알리는 의미로 많이 회자.



새로운 용어가 대중에게 침투하면 붐이 일지만  
새로운 단어가 재창조되기 시작하면 시대가 바뀐다

쭉,  
잠깐의 현상에 머무르는가, 트렌드가 되는가는  
그저 가져다 쓰는가, 심지어 가지고 노는가의 차이

소비자들은 불과 3개월만에  
비대면을 하나의 시대로 인정하기 시작했다.

본 분석 과정에서 우리가 목도한 것은  
비대면이라는 강제적 변화에 자기 스스로를 맞춰 나가는  
우리 주변 사람들의 모습이었습니다.

흔히 시대는 기술적 혁신으로 만들어진다고 하지만  
혁신은 많은 사람들이 수용하고, 자발적으로 변화를 일으켜야 가능합니다.

우리가 지금까지 분석한 내용을 기준으로 보면  
이미 사람들의 수용성은 극에 달했고, 기술의 혁신보다 더 다양하게 승화되고 있습니다.

이러한 시대적 요구는  
그간 기술적 혁신이 완성되었음에도 적절히 수용되지 못했던  
많은 요소들을 삶에 고르게 안착 시킬 것이며,  
나아가 아직 이르다고 판단했던 혁신을 가속화시키는  
기폭제가 될 수도 있을 것입니다.

소비자 인식의 꾸준한 탐구를 위해  
이러한 분석은 앞으로 꽤 여러 번 이뤄져야 할 것이며

한 가지 제안한다면, 거시적인 경향성 파악보다  
실시간으로 생성되는 미세한 움직임에 주목해야 할 것입니다.

현재까지의 변화 추세로 볼 때 당분간은 특정 경향성을 이루기보다  
다양한 분야에서의 시도들이 점철되는 과정일 수 있기 때문입니다.

서두에 우리는 최초 기획된 4번의 기획보고서 중 '마지막'이라는 표현을 썼지만  
어쩌면 코로나와 관련된 분석은 한동안 계속 이어질지도 모르겠습니다.  
앞으로 데이터를 보는 모든 과정에서 '코로나'에 따른 영향을 배제할 수 없을테니까요.

하지만 일단은 장기간 분석 주제였던 '코로나에 따른 산업 변화'를 일단락 지으려 합니다.

지난 몇 개월동안 '코로나'라는 거대한 주제에 매달리면서 한 가지 느낀점이 있다면  
코로나로 촉발된 사회의 변화, 소비의 변화, 인식의 변화 등 모든 것들이  
이전까지의 어떤 변화와도 견줄 수 없을 만큼 대단한 것이며,  
더 놀라운 것은 그 모든 변화가 이제 겨우 시작이라는 것입니다.

마케팅에 대한 이야기를 할 때 우리는 간혹 인식과 태도와 행동을 하나로 묶어 얘기하는 경우가 있지만  
데이터 분석 관점에서 보자면, 인식과 태도와 행동은 변화로 이어지는 개별 과정, 단계일 뿐입니다.

지금 코로나로 인한 변화를 그 단계로 대입해 보자면, 인식과 태도의 중간쯤이 아닐까 싶습니다.

하여 본 보고서에서 거듭 이야기했지만,  
지금부터 이어지는 소비자 분석을 위해서는 행동의 변화보다는  
인식과 태도의 변화, 그것도 미세한 움직임을 발견하는데 힘써야 할 때가 아닌가 싶습니다.

지금의 예측은 기술적인 경향성에 기반한 것이 아닌  
미세한 움직임이 발현되는 과정을 읽어야 하기 때문입니다.

부디 이 보고서를 접하게 되시는 많은 분들이 앞서 언급했듯  
이 보고서를 통해 조금이나마 변화의 양상을 이해하시는 계기가 되기를 바라겠습니다.

감사합니다.

E n d   O f   D o c u m e n t

### Contact Us

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

T 02. 6177. 1871   eMAIL [khbak@emforce.co.kr](mailto:khbak@emforce.co.kr)