

SEOUL ECONOMIC MONITORING

카드매출 빅데이터를 통해 본 
서울소비경기지수

2019. JUL

07

I·SEOUL·U
너와 나의 서울



서울연구원
The Seoul Institute



인포그래픽

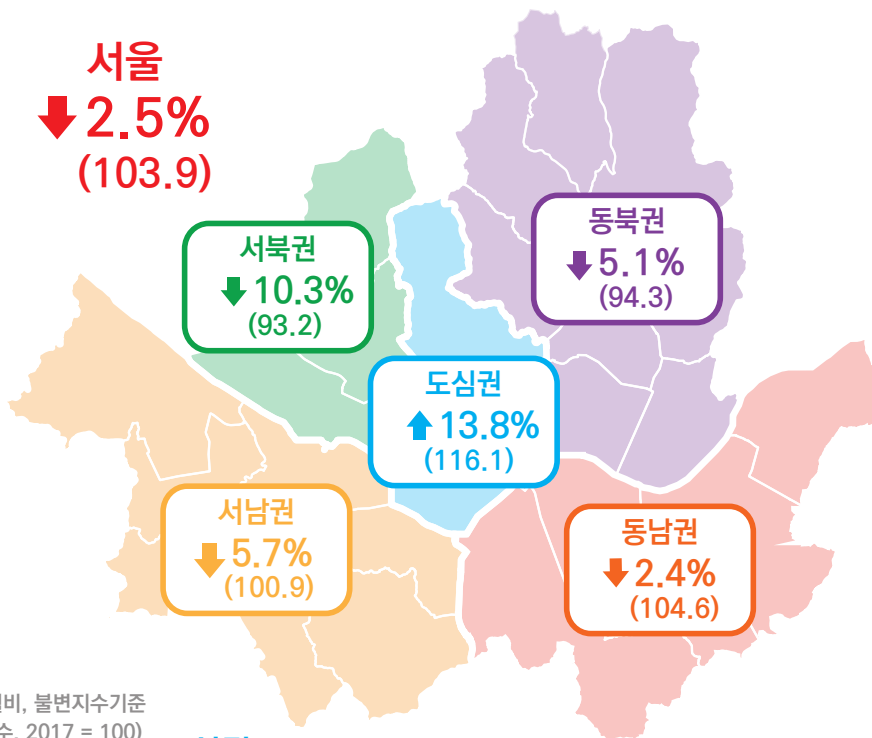
서울소비경기지수 2019. 7월



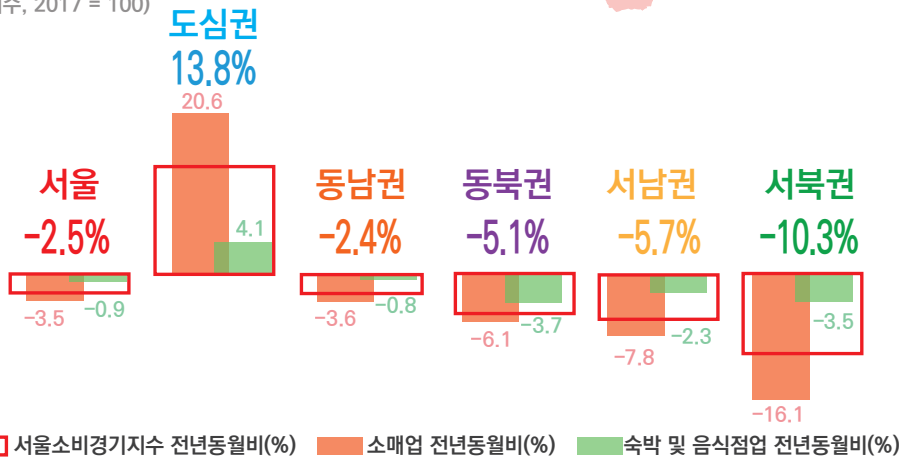
카드매출 빅데이터를 통해 본
19년 7월 서울소비경기지수는

전년동월대비 **2.5% 감소**
(불변지수)

지난달에 이어 **소비부진 지속**



전년동월비, 불변지수기준
(경상지수, 2017 = 100)










2019년 서울소비경기지수는 아래의 개편내용으로 인해 과년호와 수치가 상이함.

- 한국은행의 2019년 4월 생산자물가지수 개편내용 적용, 디스플레이터 값 변동
- 과거시점의 자료 값이 변동되는 현상을 최소화하기 위하여 신한카드사의 자료 추출 방식 보합
- 지수기준값을 2015년 평균값에서 2017년 평균값으로 변동

서울소비경기지수는 카드매출 빅데이터의 가공·조정·변환을 통해 산출된 지수로 신한카드 원본 데이터의 트렌드와는 차이가 있음.

요약

<p>서울 ▽2.5% (103.9)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 7월 서울소비경기지수는 전년 동월 대비 2.5% 감소 <ul style="list-style-type: none"> - 지난달(-0.6%)에 비해 소비가 줄어 감소폭 확대 - 소매업과 숙박·음식점업 모두 소비 감소 (전년동월대비 각각 3.5%, 0.9% 감소) • 소매업은 감소폭 확대, 숙박·음식점업은 약보합에 그쳐 <ul style="list-style-type: none"> - 가전제품·정보통신의 큰 폭의 감소 전환, 의복·섬유·신발 및 종합소매업의 감소폭 확대 - 숙박업의 증가세 유지에도 주점·커피전문점업의 내림폭 확대로 숙박·음식점업은 약보합세
<p>권역종합</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 도심권은 소비경기 호조, 나머지 권역은 소비경기 부진 - 도심권: 소매업은 큰 폭의 오름세를 유지하며, 서울의 권역 중 유일하게 증가(13.8%) - 동남권: 소매업의 감소폭이 확대되며 2.4% 감소 - 동북권: 소매업 및 숙박·음식점업의 내림폭이 확대되며 소비경기지수 -5.1%로 감소폭 확대 - 서남권: 소매업의 대부분 업종에서 부진을 보여 소비경기지수 -5.7%로 내림폭 커짐 - 서북권: 서울의 권역 중 가장 큰 폭의 소비감소(-10.3%)
<p>도심권 △13.8% (116.1)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 전년동월대비 소매업 20.6% 증가 및 숙박·음식점업 4.1%증가로 소비경기지수는 13.8% 증가 • 소매업은 무점포소매의 호황이 지속되고 가전제품·정보통신이 증가로 전환되어 큰폭의 오름세 유지 • 숙박·음식점업은 주점·커피전문점업의 감소 전환에도 불구하고, 숙박업 오름폭 확대로 증가세 유지
<p>동남권 ▽2.4% (104.6)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 전년동월대비 소매업과 숙박·음식점업은 각각 3.6%와 0.8% 감소, 소비경기지수는 2.4% 감소 • 소매업은 의복·섬유·신발의 지속적 하락세와 가전제품·정보통신의 소비부진으로 감소폭 확대 • 숙박·음식점업은 숙박업의 오름세 유지에도 음식점, 주점·커피전문점업의 소비부진으로 감소폭 확대
<p>동북권 ▽5.1% (94.3)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 전년동월대비 소매업 6.1% 감소 및 숙박·음식점업 3.7% 감소로 소비경기지수는 5.1% 감소 • 소매업은 문화·오락·여가의 소비호황 불구하고, 가전제품·정보통신의 큰 폭의 소비감소로 내림폭 확대 • 숙박·음식점업은 숙박업 감소 전환, 음식점업 및 주점·커피전문점업의 소비부진으로 감소폭 확대
<p>서남권 ▽5.7% (100.9)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 전년동월대비 소매업 7.8% 감소 및 숙박·음식점업 2.3% 감소로 소비경기지수는 5.7% 감소 • 소매업은 음식료품·담배를 제외한 모든 분야에서의 소비부진으로 내림폭 확대 • 숙박·음식점업은 숙박업의 증가세 확대 불구하고, 주점·커피전문점업의 지속적인 감소세로 하락폭 커짐
<p>서북권 ▽10.3% (93.2)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 전년동월대비 소매업 16.1% 감소 및 숙박·음식점업 3.5% 감소로 소비경기지수는 10.3% 감소 • 소매업은 대부분 분야에서의 소비부진으로 큰 폭의 내림세 지속 • 숙박·음식점업은 숙박업의 오름세 확대 불구하고, 음식점 및 주점·커피전문점업의 부진 지속으로 소비감소

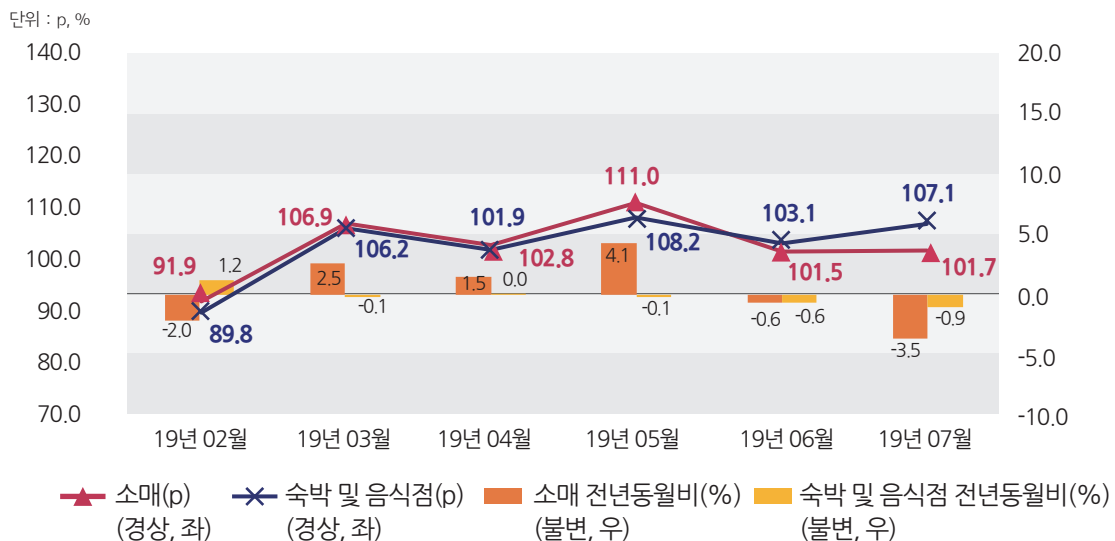
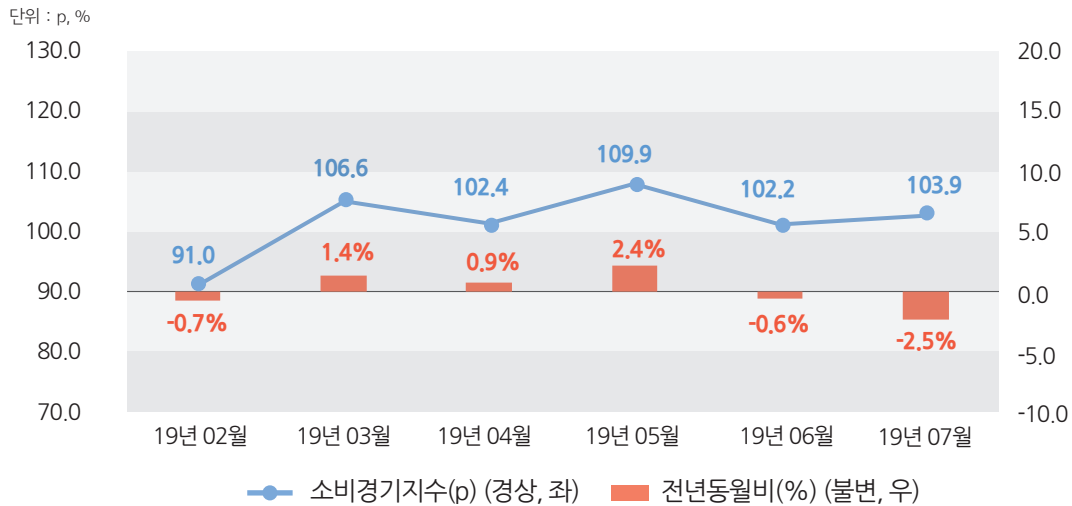
서울

• 서울 소비경기지수는 전년동월대비 2.5% 감소, 전월에 비해 내림폭 확대

- 전년동월대비 -2.5% = 소매업의 기여도 -2.1%p + 숙박·음식점업의 기여도 -0.4%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, ※ 관련설명은 후술참조)

• 전년동월대비 소매업 3.5%, 숙박·음식점업 0.9% 각각 감소

- 소매업은 가전제품의 큰 폭의 감소 전환, 의복·섬유 및 종합소매의 감소폭 확대로 소비부진
 - 7월 소비증가 업종은 음식료품·담배, 무점포소매, 기타가정용품
 - 7월 소비감소 업종은 의복·섬유·신발, 가전제품·전자통신, 종합소매
- 숙박·음식점업은 숙박업의 증가세 유지에도 주점·커피전문점업 내림폭 확대로 감소세 지속
 - 7월 소비증가 업종은 숙박업
 - 7월 소비감소 업종은 음식점업, 주점·커피전문점업



도심권

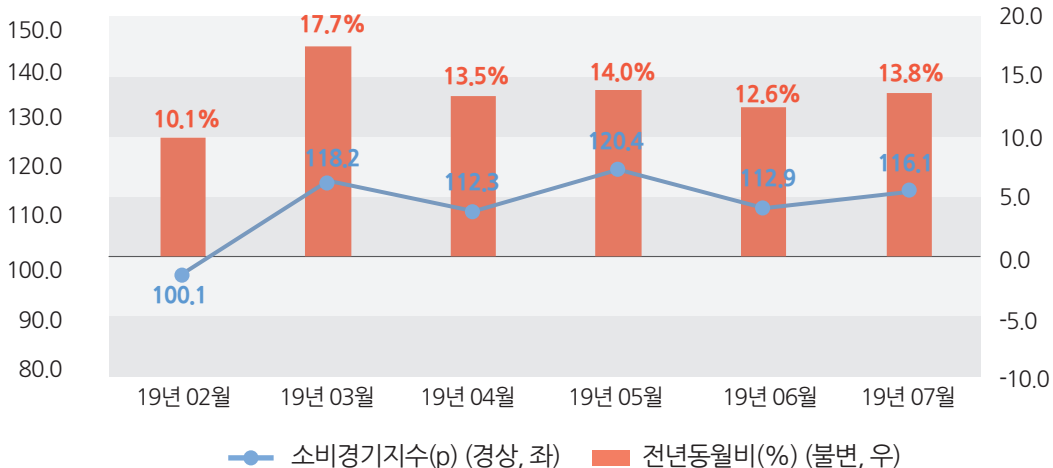
• 도심권 소비경기지수는 전년동월대비 13.8% 증가, 소매업 호조가 주원인

- 전년동월대비 13.8% = 소매업의 기여도 12.1%p + 숙박·음식점업의 기여도 1.7%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, ※ 관련설명은 후술참조)

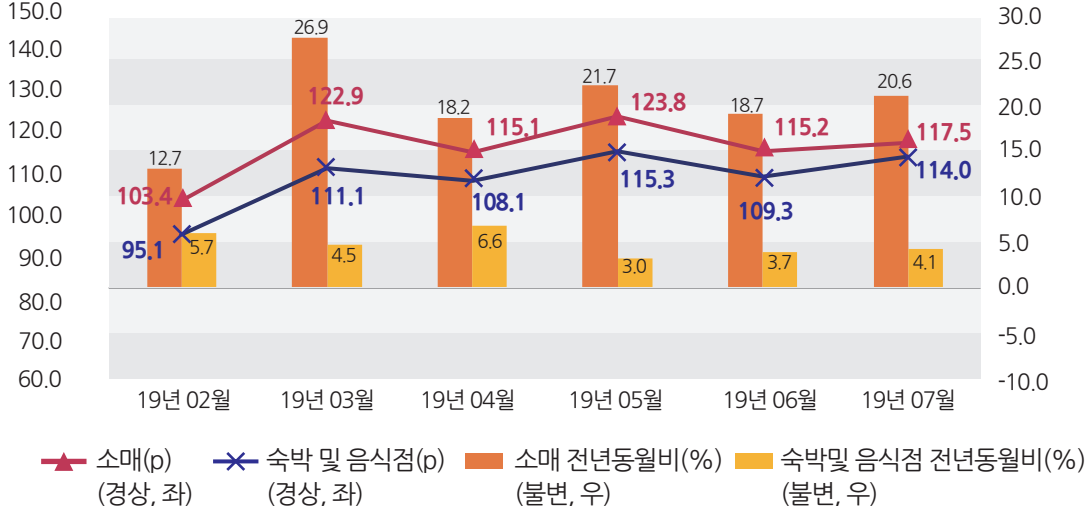
• 전년동월대비 소매업 20.6% 증가, 숙박·음식점업 4.1% 증가

- 소매업은 무점포소매의 호황과 가전제품·정보통신이 증가 전환됨에 따라 큰 폭의 오름세 유지
 - 7월 소비증가 업종은 무점포소매, 음식료품·담배, 가전제품·정보통신
 - 7월 소비감소 업종은 의복·섬유·신발, 종합소매, 연료
 - 무점포소매의 급증은 지난 11월 무점포소매 본사의 입지가 도심권으로 이전한데 따른 영향
- 숙박·음식점업은 주점·커피전문점업의 감소 전환에도 불구하고, 숙박업과 음식점업의 오름폭 확대로 증가세
 - 7월 소비증가 업종은 숙박업, 음식점업
 - 7월 소비감소 업종은 주점·커피전문점업

단위 : p, %



단위 : p, %



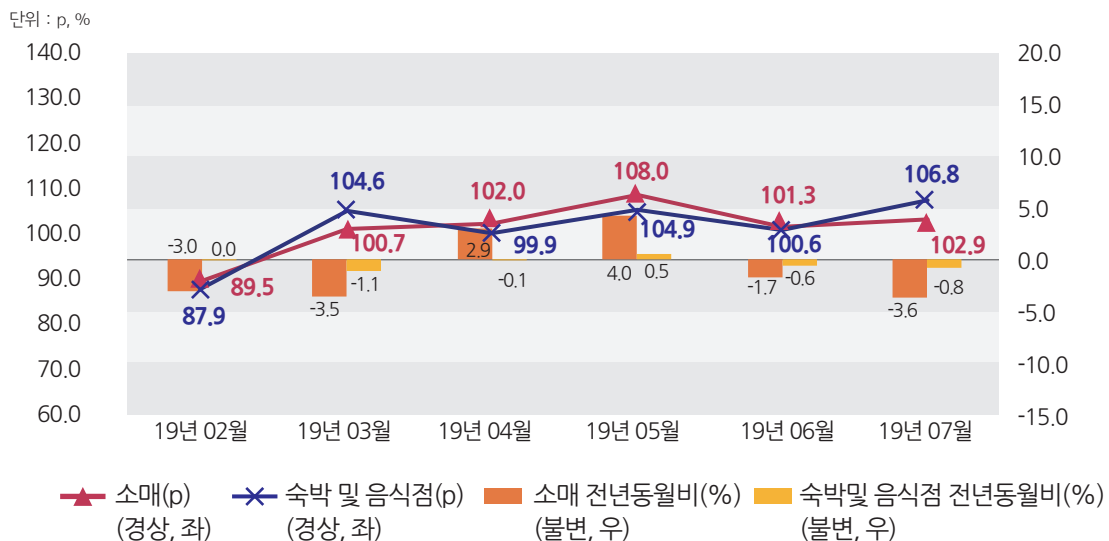
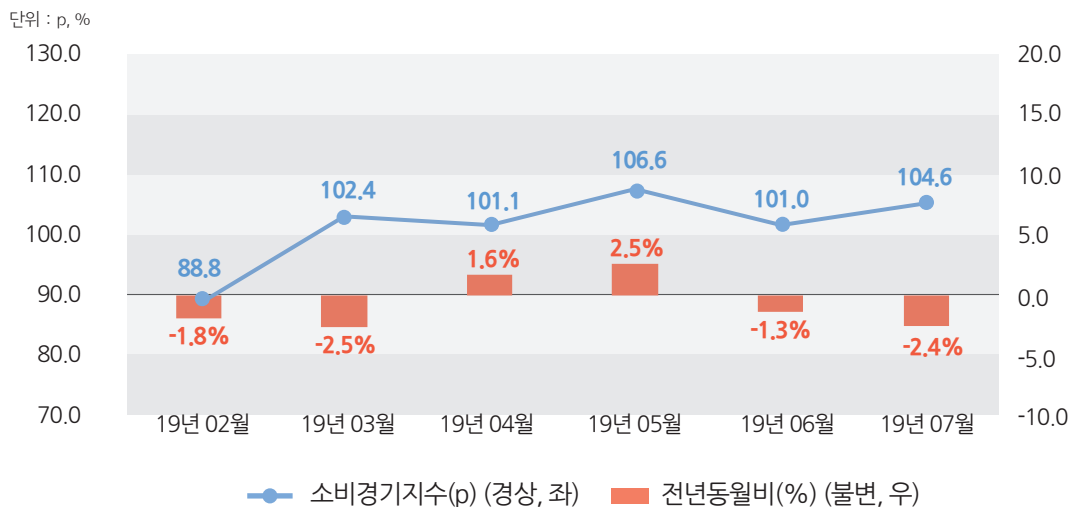
동남권

• 동남권 소비경기지수는 전년동월대비 2.4% 감소, 전월보다 내림폭 확대

- 전년동월대비 -2.4% = 소매업의 기여도 -2.1%p + 숙박·음식점업의 기여도 -0.3%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, ※ 관련설명은 후술참조)

• 전년동월대비 소매업 3.6% 감소, 숙박·음식점업 0.8% 감소

- 소매업은 가전제품·정보통신의 감소폭 확대, 의복·섬유·신발의 지속적 하락으로 내림폭 확대
 - 7월 소비증가 업종은 음식료품·담배, 기타가정용품, 무점포소매
 - 7월 소비감소 업종은 의복·섬유·신발, 가전제품·정보통신, 연료
- 숙박·음식점업은 숙박업의 오름세 유지에도 음식점과 주점·커피전문점업의 하락세 지속으로 약보합
 - 7월 소비증가 업종은 숙박업
 - 7월 소비감소 업종은 음식점업, 주점·커피전문점업



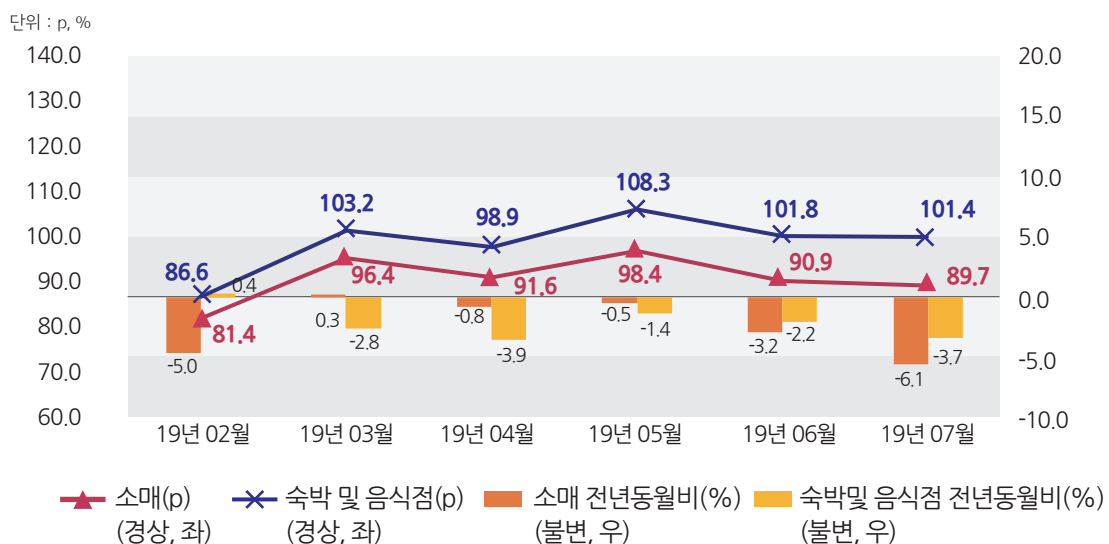
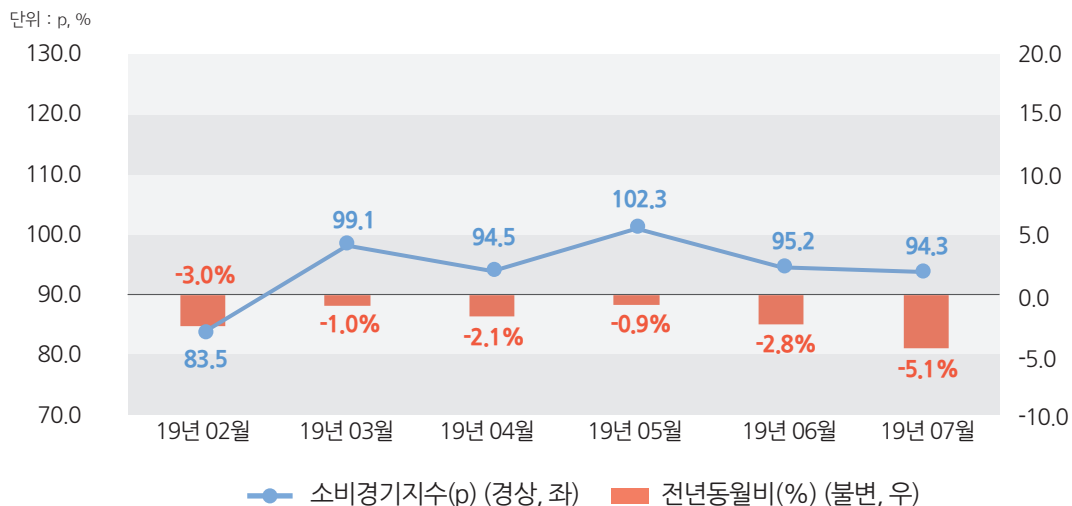
동북권

• 동북권 소비경기지수는 전년동월대비 5.1% 감소, 전월에 비해 내림세 심화

- 전년동월대비 -5.1% = 소매업의 기여도 -3.6%p + 숙박·음식점업의 기여도 -1.5%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, ※ 관련설명은 후술참조)

• 전년동월대비 소매업 6.1% 감소, 숙박·음식점업 3.7% 감소

- 소매업은 문화·오락·여가의 호황 불구, 종합소매업의 부진 및 가전제품업의 소비침체로 감소폭 확대
 - 7월 소비증가 업종은 문화·오락·여가, 음식료품·담배, 무점포소매
 - 7월 소비감소 업종은 가전제품·정보통신, 의복·섬유·신발, 종합소매
- 숙박·음식점업은 숙박업의 감소 전환과 음식점업의 소비부진으로 내림폭 확대
 - 7월 소비증가 업종은 없음
 - 7월 소비감소 업종은 숙박업, 음식점업, 주점·커피전문점업



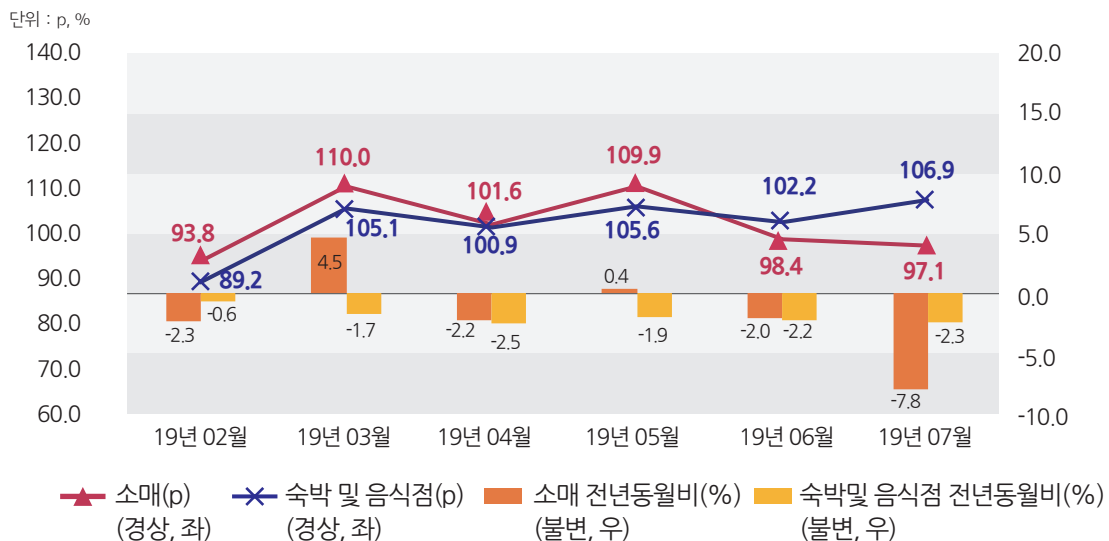
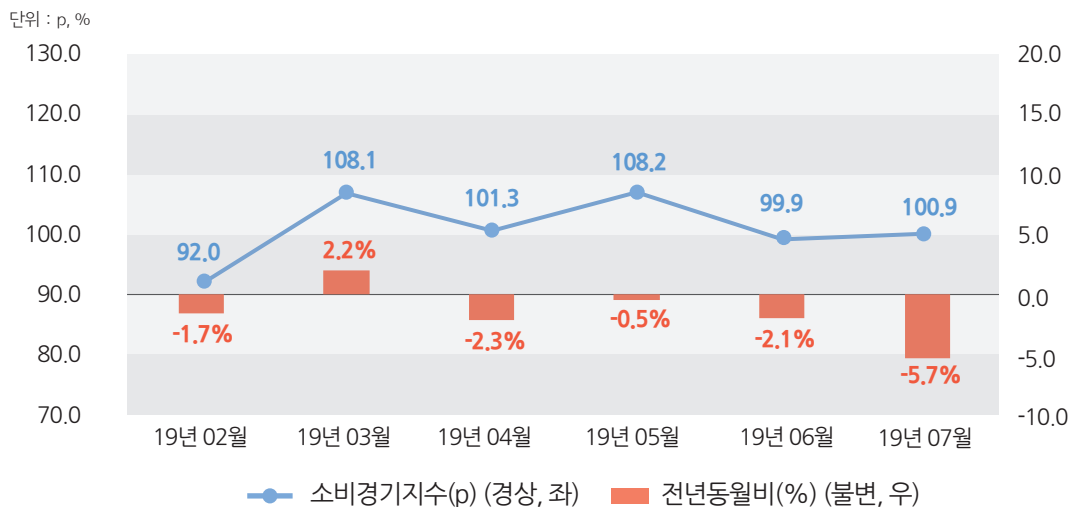
서남권

• 서남권 소비경기지수는 전년동월대비 5.7% 감소, 전월보다 소비부진

- 전년동월대비 -5.7% = 소매업의 기여도 -4.8%p + 숙박·음식점업의 기여도 -0.9%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, ※ 관련설명은 후술참조)

• 전년동월대비 소매업 7.8% 감소, 숙박·음식점업 2.3% 감소

- 소매업은 음식료품·담배를 제외한 모든 업종에서 소비가 부진하여 하락폭 커짐
 - 7월 소비증가 업종은 음식료품·담배
 - 7월 소비감소 업종은 의복·섬유·신발, 가전제품·전자통신, 무점포소매, 종합소매업
- 숙박·음식점업은 숙박업의 증가세 확대에도 불구하고, 주점·커피전문점업의 감소세로 소비부진 지속
 - 7월 소비증가 업종은 숙박업
 - 7월 소비감소 업종은 음식점업, 주점·커피전문점업



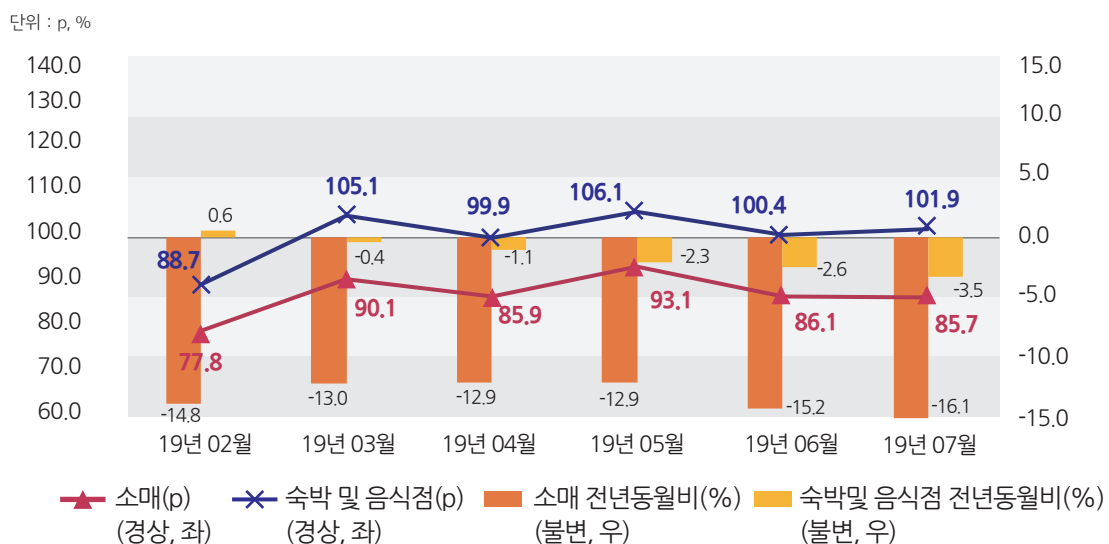
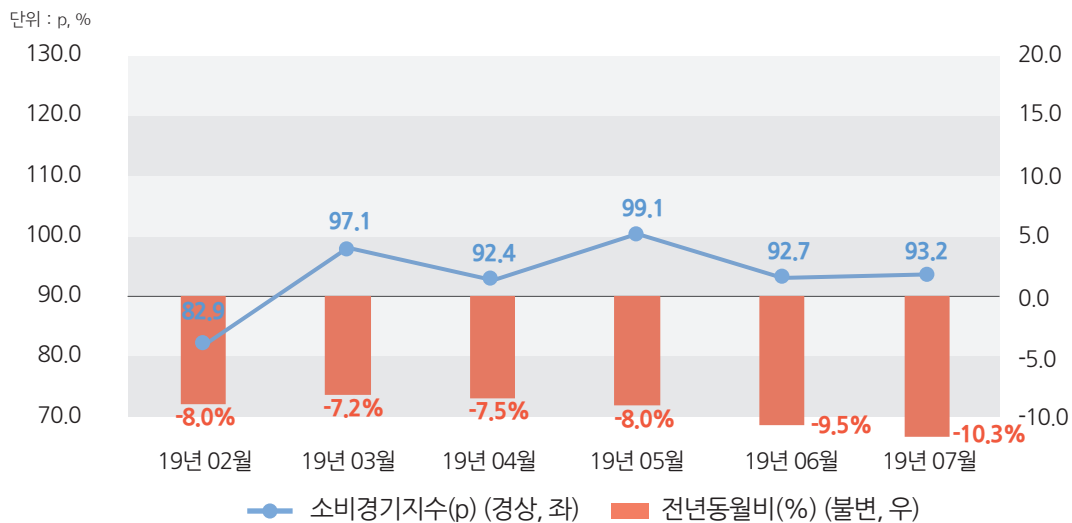
서북권

• 서북권 소비경기지수는 전년동월대비 10.3% 감소하며, 서울 권역 중 가장 심한 소비부진

- 전년동월대비 -10.3% = 소매업의 기여도 -8.7%p + 숙박·음식점업의 기여도 -1.6%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, ※ 관련설명은 후술참조)

• 전년동월대비 소매업 16.1% 감소, 숙박·음식점업 3.5% 감소

- 소매업은 무점포소매업 이탈과 대부분 업종의 소비부진으로 내림세 지속
 - 7월 소비증가 업종은 음식료품·담배, 기타상품업
 - 7월 소비감소 업종은 무점포소매, 기타가정용품, 의복·섬유·신발, 가전제품·정보통신, 종합소매업
 - 무점포소매업의 큰 폭의 하락은 지난해 10월 무점포소매 가맹점이 서북권으로부터 이탈한데 기인
- 숙박·음식점업은 숙박업의 오름세 확대에도 불구하고, 음식점, 주점·커피전문점업의 부진 지속으로 소비감소
 - 7월 소비증가 업종은 숙박업
 - 7월 소비감소 업종은 음식점업, 주점·커피전문점업



통계표

년도	월	서울소비경기지수											
		서울		도심권		동남권		동북권		서남권		서북권	
		경상	불변	경상	불변	경상	불변	경상	불변	경상	불변	경상	불변
2019년	02월	91.0	89.5	100.1	98.7	88.8	87.1	83.5	82.5	92.0	90.5	82.9	81.4
	03월	106.6	104.6	118.2	116.7	102.4	100.3	99.1	97.3	108.1	105.9	97.1	95.0
	04월	102.4	100.1	112.3	110.5	101.1	98.6	94.5	92.4	101.3	98.9	92.4	90.1
	05월	109.9	107.4	120.4	118.3	106.6	104.0	102.3	99.9	108.2	105.7	99.1	96.7
	06월(p)	102.2	99.9	112.9	111.0	101.0	98.5	95.2	93.0	99.9	97.5	92.7	90.5
	07월(p)	103.9	101.1	116.1	113.4	104.6	101.5	94.3	92.0	100.9	98.2	93.2	90.8

p : 잠정치

주 2019년 서울소비경기지수는 아래의 개편내용으로 인해 과년호와 수치가 상이합니다.

- 한국은행의 2019년 4월 생산자물가지수 개편내용 적용, 디플레이터 값 변동
- 과거시점의 자료 값이 변동되는 현상을 최소화하기 위하여 신한카드사의 자료 추출 방식 보완
- 지수기준값을 2015년 평균값에서 2017년 평균값으로 변동

기여도

단위 : %p

구분	서울소비경기지수 (19.07월)	소매업 (19.07월)	속박 및										음식점업 (19.07월)		
			종합소매	음식료품 · 담배	가전제품 · 정보통신	의류 · 섬유 · 신발	기타 가정용품	문화 · 오락 · 여가	연료	기타상품	무점포	숙박시설	음식점	주점 · 비알콜	
서울	▽2.5	▽2.1	▽1.0	0.3	▽0.7	▽1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	▽0.4	0.5	▽0.5	▽0.4
도심권	13.8	12.1	▽1.3	0.2	0.3	▽0.6	0.0	0.0	0.0	0.1	13.5	1.7	1.2	0.6	▽0.1
동남권	▽2.4	▽2.1	▽0.5	0.3	▽0.4	▽2.2	0.3	0.0	0.0	0.1	0.3	▽0.3	0.5	▽0.3	▽0.5
동북권	▽5.1	▽3.6	▽1.9	0.5	▽2.2	▽0.7	0.0	0.3	▽0.1	0.3	0.1	▽1.5	0.0	▽1.2	▽0.3
서남권	▽5.7	▽4.8	▽1.1	0.3	▽1.1	▽1.5	▽0.1	0.0	0.0	▽0.5	▽1.0	▽0.9	0.2	▽0.6	▽0.5
서북권	▽10.3	▽8.7	▽0.9	0.3	▽0.4	▽1.4	▽0.7	▽0.1	0.0	0.3	▽5.7	▽1.6	0.2	▽1.2	▽0.7

주 기여도는 하위구성요소의 변동이 종합지수의 변동에 영향을 주는 정도로 지역별 하위구성요소의 기여도 합은 지역별 종합지수의 전년동월 증감율과 동일합니다.

업종분류 및 지수체계

한국표준산업분류(KSIC)		카드매출 빅데이터	
분류코드	분류명	가맹점 업종분류	
서울소비경기지수	471	종합소매업	백화점, 대형마트, 슈퍼마켓, 편의점, 면세점, 종합소매점 등
	472	음·식료품 및 담배소매업	정육점, 청과물, 농수산물, 농가공산물 등
	473	가전제품 및 정보 통신장비 소매업	가전용품, 정보통신기기, 컴퓨터 등
	474	의복 및 섬유, 신발 소매업	남·여기성복, 신발, 가방, 직물 등
	G. 소매업	기타 가정용품 소매업	가구, 인테리어, 악기 등
	476	문화, 오락 및 여가용품 소매업	운동 및 레저용품, 서적 및 문구, 완구 등
	477	연료 소매업	주유소, LPG가스, 가정용연료 등
	478	기타 상품 전문 소매업	약국, 화장품, 안경, 악세사리 등
	479	무점포 소매업	전자상거래, 케이블TV판매, 방문판매 등
I. 숙박 및 음식점업	551	숙박시설운영업	호텔, 콘도, 모텔, 여관 등
	561	음식점업	일반대중음식, 제과점, 패스트푸드 등
	562	주점 및 비알콜음료점업	커피전문점, 주점 등

주 통계청 한국표준산업분류 기준에 따른 카드 가맹점 업종사례



'카드매출 빅데이터를 통해 본 서울소비경기지수' 개요

• 서울소비경기지수

시민생활에 밀접한 소매업, 숙박업, 음식점업 등 소비중심업종에 대하여 전체 또는 개별생산활동의 종합적인 파악을 위하여 업종별 부가가치를 가중치로 적용한 지수

• 데이터 : 신한카드 카드매출 빅데이터

• 공간적 범위 : 서울 및 5대 권역

도심권	동남권	동북권	서남권	서북권
종로, 중구, 용산	서초, 강남, 송파, 강동	성동, 광진, 동대문, 중랑, 성북, 강북, 도봉, 노원	양천, 강서, 구로, 금천, 영등포, 동작, 관악	은평, 서대문, 마포

• 지수의 산식 : 라스파이레스(기준시점 고정 가중평균) 산식

• 서울 및 각 권역의 가중치 : 산업 간 상대적 중요도를 나타내며, 해당 지역 산업별 기초가격 부가가치 기준 가중치를 적용, 각 권역의 지수는 해당 지역의 산업 가중치 합이 1로 산정된 독립적인 지수로 각 권역 증감률의 합이 서울전체의 증감률과 일치하지 않음

$\sum w_i = 1$, w_i 는 산업별 가중치를 의미 (기초가격 부가가치는 2015년 경제총조사 기준 인건비 + 영업이익 + 감가·대손상각비 + 세금과공과임)

• 지수종류 : 경상지수 및 불변지수

- 경상지수 : 월별 매출액을 기준년도 매출액(2015년 평균)으로 나누어 작성한 지수

- 불변지수 : 경상지수 ÷ 디플레이터 × 100 (디플레이터는 업종별 생산자물가지수 활용)

• 기여도 : 종합지수증감률 = $\sum i$ 기여도, i 기여도 = $(\Delta$ 하위지수 / Δ 종합지수) × 종합지수증감률, i 는 각 산업을 의미 하위지수(산업 각 부문)가 종합지수의 증감률에 얼마나 기여하는지를 보여줌

유의사항

- '카드매출 빅데이터를 통해 본 서울소비경기지수(이하 서울소비경기지수)'는 소매업 및 숙박·음식점업 등 시민생활에 밀접한 소비중심 업종의 생산활동을 종합적으로 분석하기 위한 월간소비지수이다.
- 소매업 및 숙박·음식점업에 대한 소비는 서울의 민간최종소비지출의 약 30%로 소비경기의 핵심요소이다.
- 서울소비경기지수는 매월 1억건의 신한카드 카드매출 빅데이터를 이용하여 신속하게 서울 세부지역의 소비경기를 모니터링 할 수 있다는 점이 장점이다.
- 서울소비경기지수는 통계청의 '서울 서비스업 생산지수'를 벤치마킹하여 생산 측면의 매출액을 중심으로 지수가 구성되었으나, 분석대상인 소매업 및 숙박·음식점업이 소비밀착업종임을 고려하여 지수의 명칭을 소비경기지수로 명명한다.
- 서울소비경기지수는 서울연구원의 연구자료로 국가승인통계가 아니며, 통계청의 '서울 서비스업 생산지수'와는 지수의 공간 및 시간적 범위와 데이터 출처에 따른 표본이 서로 달라 두 지수의 방향 또는 증감율이 상이할 수 있다.
- 신한카드 카드매출 빅데이터는 개인 및 법인이 이용한 신용·체크카드 소비를 서울지역에 소재한 가맹점의 매출액으로 집계한 것으로, 서울시민의 카드소비 뿐 아니라 서울외 지역 국민들이 서울지역 내에서 사용하는 카드소비를 포함한다.
- 신한카드 카드매출 빅데이터는 서울 소매업 및 숙박·음식점업 전체 매출의 약 16%로 추정된다.
- 카드사 점유율 및 카드 사용비율 변화에 따라 실제 매출액 대비 과소 또는 과대 추정될 소지가 있으며, 카드 가맹점의 업종변화 및 생산자 물가지수에 따라 경상 및 불변지수가 일부 조정될 수 있다.
- 서울소비경기지수는 물가변동분을 제거한 불변지수의 전년동월비를 중심으로 작성 및 분석되며, 설·연휴 명절의 월간 이동과 영업일수 변동, 그 외 불규칙요인에 의한 효과가 분석결과에 포함되므로 해석 및 이용에 유의해야 한다.
- 서울소비경기지수는 카드매출 빅데이터의 가공·조정·변환을 통해 산출된 지수로 신한카드 원본 데이터의 트렌드와는 차이가 있다.