

SEOUL ECONOMIC MONITORING

카드매출 빅데이터를 통해 본



# 서울 소비경기지수

2023. Feb

02

I·SEOUL·U  
너와 나의 서울



서울연구원  
The Seoul Institute



인포그래픽

서울 소비경기지수  
2023. 02월

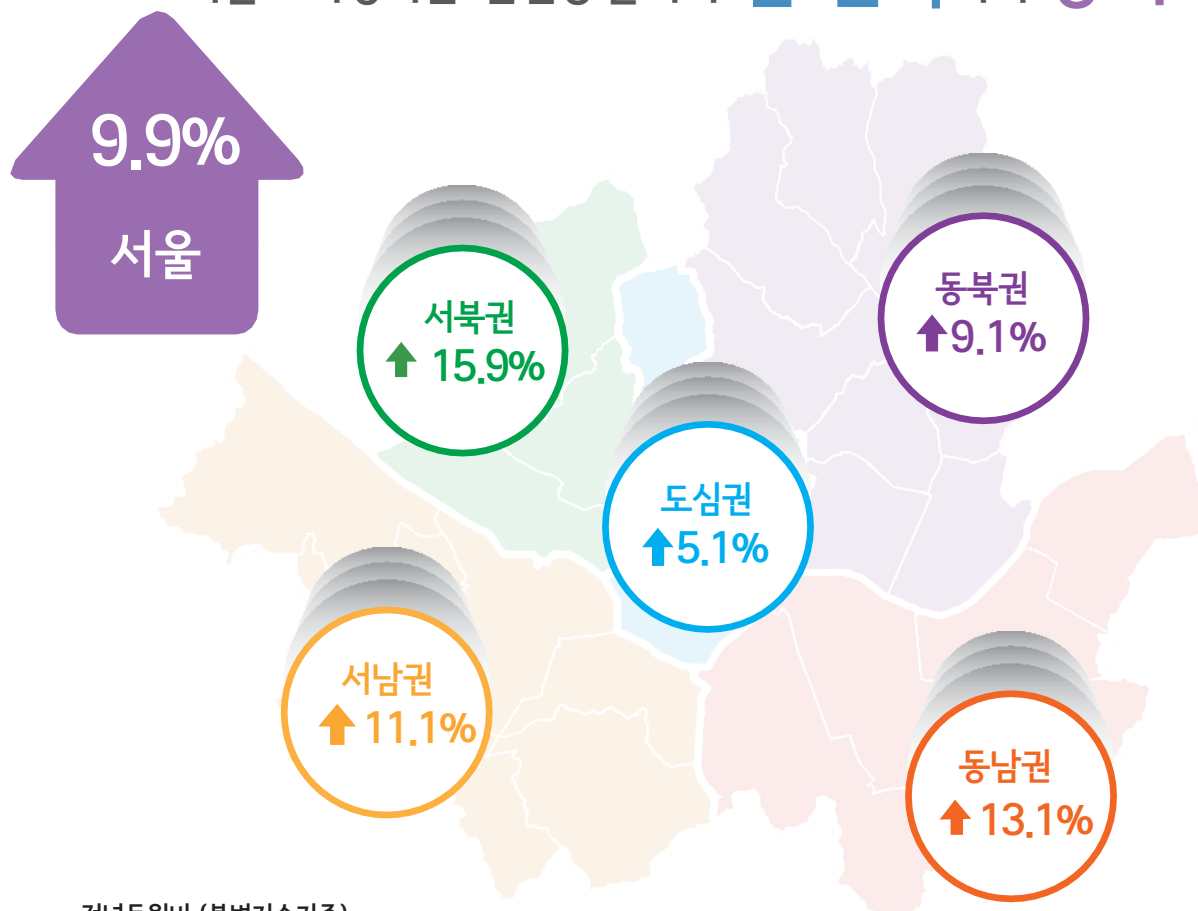
카드매출 빅데이터를 통해 본  
23년 02월 서울 소비경기지수는

전년동월대비 **9.9%** 증가  
(불변지수)

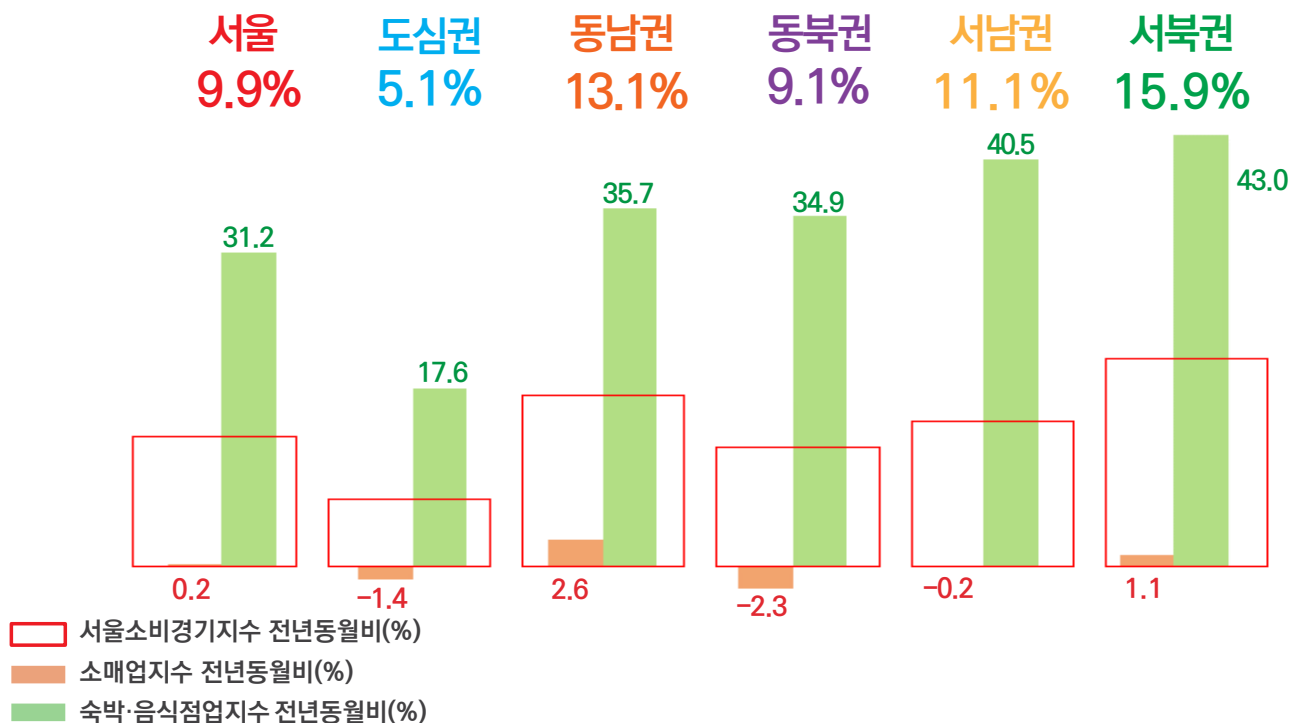


소매업 (0.2%)과 숙박·음식점업 (+31.2%) 모두 증가

서울소비경기는 전년동월대비 **전 권역**에서 증가










전년동월비 (불변지수기준)

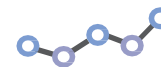


• 서울소비경기지수는 카드매출 빅데이터의 가공·조정·변환을 통해 산출된 지수로 신한카드 원본 데이터의 트렌드와는 차이가 있음



## 요약

|   |  |
|---|--|
| <b>서울</b><br>9.9%<br>(111.1)<br>     | <ul style="list-style-type: none"><li>2023년 2월 서울 소비경기지수는 111.1로 전년동월대비 9.9% 증가</li><li>2월 서울 소비경기지수는 음식점업과 주점·커피전문점업이 소비증가를 견인하였고 기타 하위업종들의 감소세가 개선되어 전체 지수가 증가</li><li>2월 서울의 소매업은 전년동월대비와 비슷한 수준으로 유지되었고, 소매업의 하위업종들 중, 연료·기타상품업을 제외한 모든 업종에서 소비가 증가하거나 감소세가 개선</li><li>숙박 및 음식점업은 전년동월대비 31.2% 증가하여 전월(112%)에 이어 지속적으로 증가</li></ul>      |
| <b>권역종합</b><br>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>2월 서울의 권역별 소비경기지수는 도심권, 동남권, 동북권, 서남권, 서북권 모두 전년동월대비 증가, 도심권과 동북권은 증가세로 전환</li><li>도심권, 동북권, 서남권: 소매업이 전년동월비 감소하였으나, 숙박·음식점업이 전반적으로 소비를 견인하여 소비경기지수가 전체적으로 증가</li><li>동남권, 서북권: 소매업과 숙박·음식점업 모두 소비를 견인하고 전년동월비 모두 증가로 인하여 해당 권역의 전체적인 소비경기지수가 증가</li></ul>   |
| <b>도심권</b><br>5.1%<br>(114.5)<br>  | <ul style="list-style-type: none"><li>(전년동월대비) 소매업이 -1.4% 감소하였으나, 숙박·음식점업도 17.6% 증가하여 도심권 소비경기지수는 5.1% 증가</li><li>도심권 소매업은 종합소매, 의복·섬유·신발, 기타가정용품, 문화·오락·여가, 기타상품이 전년동월대비 감소하였으나, 전체적인 소매업 하위업종의 소비경기지수가 전월에 비해 증가하거나 감소세가 개선</li><li>숙박·음식점업의 하위업종 중, 음식점업과 주점·커피전문점업이 증가하였으나, 숙박업이 여전히 감소</li></ul>  |
| <b>동남권</b><br>13.1%<br>(115.1)<br> | <ul style="list-style-type: none"><li>(전년동월대비) 숙박·음식점업이 전월(15.2%)에 비해 35.7%로 큰폭으로 증가하였고, 소매업도 증가로 전환되면서 동남권의 소비경기지수가 전월(1.6%)보다 증가하여 13.1%를 기록</li><li>동남권의 소매업은 기타상품업이 전월에 비해 감소세로 전환하였으나 그 외 8개 업종이 소비가 증가하거나 감소세가 개선</li><li>동남권 숙박·음식점업은 주점·커피전문점, 음식점, 숙박업 모두 전년동월대비 증가하였고, 전월대비 역시 증가</li></ul>  |
| <b>동북권</b><br>9.1%<br>(99.7)<br>   | <ul style="list-style-type: none"><li>(전년동월대비) 소매업은 -2.3%로 전월(-8.9%) 보다 감소폭이 개선되었고, 숙박·음식점업은 전월(17.7%)대비 34.9%로 증가하면서 동북권 소비경기지수는 9.1% 증가</li><li>동북권의 소매업은 연료업, 기타상품업을, 종합소매업, 기타가정용품업이 감소하였으나 의복·섬유·신발업과 가전제품·정보통신업이 소비를 견인</li><li>동북권의 숙박·음식점업은 주점·커피전문점과 숙박업의 오름폭이 확대되었고, 숙박업의 감소폭이 개선하여 전년동월대비 34.9%를 기록</li></ul>                     |
| <b>서남권</b><br>11.1%<br>(112.6)<br> | <ul style="list-style-type: none"><li>(전년동월대비) 소매업은 -0.2% 감소하였으나 숙박·음식점업은 40.5% 증가하면서 서남권의 소비경기지수는 11.1% 증가</li><li>서남권 소매업은 종합소매, 기타가정용품, 문화·오락·여가, 기타상품업이 감소하였으나, 연료와 기타상품업을 제외한 7개 하위업종이 모두 소비가 증가하거나 감소세가 개선되어 전월(-6.8%)대비 소매업의 소비경기지수의 감소세가 -0.2%로 축소됨</li><li>서남권 숙박·음식점업은 숙박, 음식점, 주점·커피전문점 등 세부업종의 소비가 상승하여 종합적으로 40.5% 증가</li></ul> |
| <b>서북권</b><br>15.9%<br>(102.6)<br> | <ul style="list-style-type: none"><li>(전년동월대비) 소매업은 1.1% 감소하였고 숙박·음식점업은 43.0% 증가하면서 서북권의 소비경기지수는 15.9% 증가하여 서울 권역들 중 가장 큰 폭의 증가를 기록</li><li>서북권 소매업은 종합소매, 기타가정용품, 연료, 기타상품업이 감소하였으나 전월대비 기타상품업을 제외한 8개 업종의 소비가 증가하거나 감소가 개선</li><li>서북권 숙박·음식점업은 전월대비 숙박업이 증가로 전환되었고 음식점과 주점·커피전문점업, 숙박업 모두 증가하여 소비경기지수가 전월(20.2%)대비 43.0%로 증가</li></ul>    |



## 서울

### • 2월 서울 소비경기지수는 (전년동월대비) +9.9% 증가

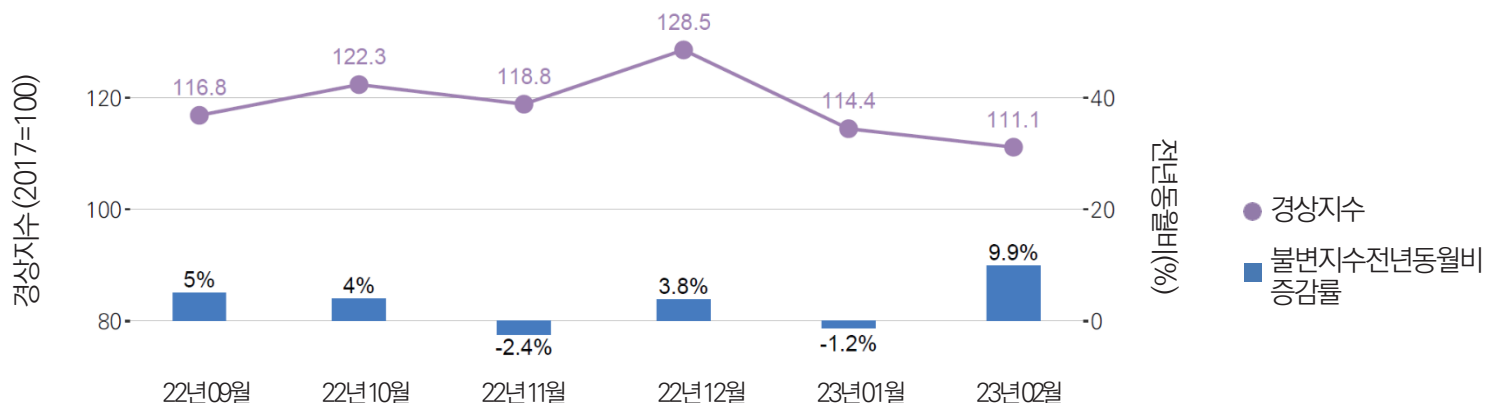
- 전년동월대비 +9.9% = 소매업의 기여도 +0.1%p + 숙박·음식점업의 기여도 +9.8%p  
(각 업종별 기여도 = 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기의 증감률은 업종별 기여도의 총합)

※관련 설명은 부록의 '기여도' 참조

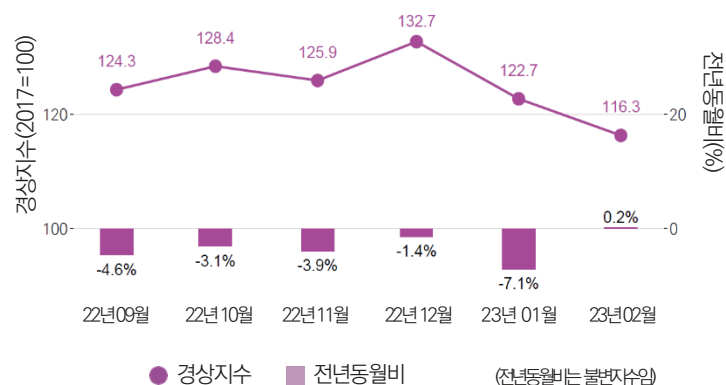
### • (전년동월대비) 소매업 소비경기지수는 0.2% 증가, 숙박·음식점업 소비경기지수는 31.2% 증가

- 2월 서울 소비경기지수는 전월(23.01) 대비 증가로 전환(-1.2% ⇨ +9.9%), 이는 숙박·음식점업의 기여도가 증가(+3.6% ⇨ +9.8%) 하고 소매업이 증가로 전환(-4.8% ⇨ +0.1%) 에 기인
- 2월 서울 소매업 하위업종의 소비경기지수는 1월에 감소하였던 음식료품·담배, 가전제품·정보통신, 의복·섬유·신발업이 증가로 전환되었고, 이를 제외한 종합소매, 기타가정용품, 문화·오락·여가업의 감소세가 줄어들었음
  - 하위 업종들 중, 연료(9.9%), 의복·섬유·신발(9.3%), 무점포소매(4.4%), 가전제품·정보통신(3.6%), 음식료품·담배업(2.9%) 순으로 소비증가
  - 반면, 기타가정용품(-18.3%), 기타상품(-7.0%), 문화·오락·여가(-3.6%), 종합소매(-3.0%), 순으로 소비 감소
- 2월 서울 숙박·음식점업 하위업종은 주점·커피전문점업(47.2%)과 음식점업(39.5%)이 증가하였고, 숙박업(-5.6%)이 감소
  - 주점·커피전문점업(29.8% ⇨ 47.2%)과 음식점업(14.9% ⇨ 39.5%)은 전월대비 증가, 숙박업(-15.3% ⇨ -5.6%)은 전월대비 감소 개선

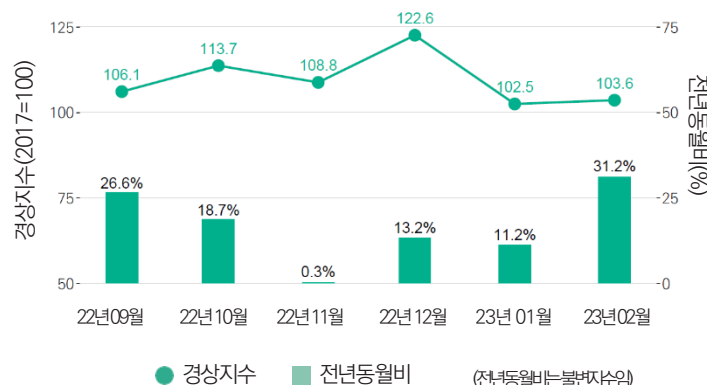
### | 서울 소비경기지수

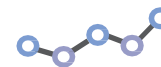


### | 서울 소매업 소비경기지수



### | 서울 숙박·음식점업 소비경기지수





## 도심권

### • 2월 도심권 소비경기지수는 (전년동월대비) +5.1% 증가

- 전년동월대비 +5.1% = 소매업의 기여도 -0.9%p + 숙박·음식점업의 기여도 +6.0%p

(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기의 증감률은 업종별 기여도의 총합)

※관련설명은부록의 '기여도' 참조

### • (전년동월대비) 소매업 소비경기지수 -1.4% 감소, 숙박·음식점업 소비경기지수는 +17.6% 증가

- 도심권 소매업 하위업종의 소비경기지수는 전월대비 모든 9개 업종이 소비가 증가하거나 감소폭이 개선되었고, 가전제품·정보통신, 연료업은 전월대비 증가로 전환되며 소매업 소비경기지수가 전월(-10.7%)대비 감소폭이 전반적으로 개선

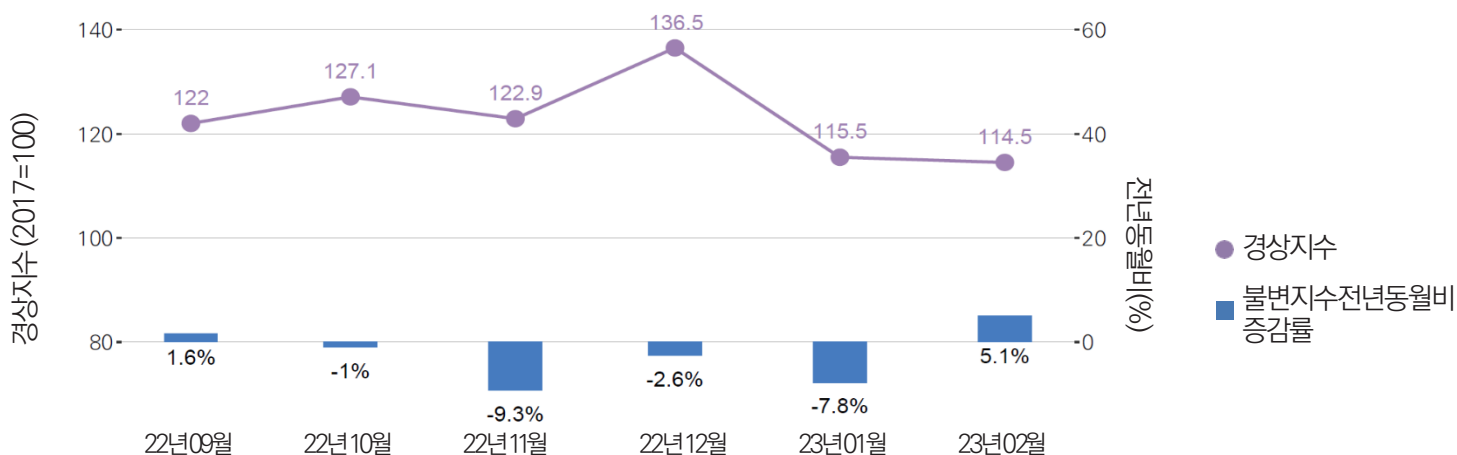
· 하위 업종들 중, 음식료품·담배업(24.3%)과 무점포소매업(7.6%), 가전제품·정보통신(3.6%), 연료업(3.2%) 순으로 소비증가

· 반면, 기타가정용품(-29.1%), 의복·섬유·신발(-20.0%), 종합소매(-4.5%), 기타상품(-3.1%), 문화·오락·여가업(-1.8%) 순으로 소비 감소

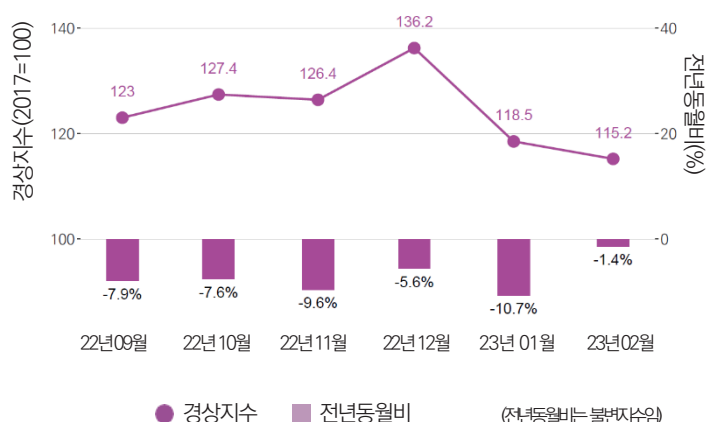
- 도심권 숙박·음식점업 하위업종의 소비경기지수는 음식점업(48.1%)과 주점·커피전문점업(23.0%)이 증가하였고, 숙박업(-22.8%)이 감소

· 음식점업(16.0%⇒48.1%)과 주점·커피전문점업(8.7%⇒23.0%)은 전월대비 증가폭 확대, 숙박업(-33.0%⇒-22.8%)은 전월대비 감소세가 개선되었으나 여전히 부진

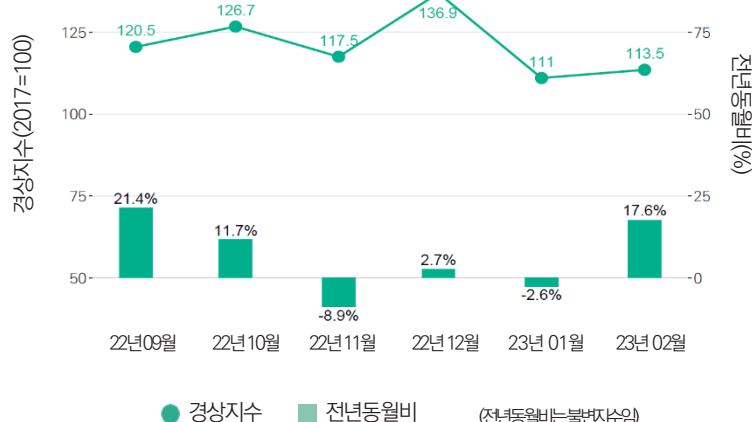
### 도심권 소비경기지수



### 도심권 소매업 소비경기지수



### 도심권 숙박·음식점업 소비경기지수



## 동남권

### • 2월 동남권 소비경기지수는 (전년동월대비) +13.1% 증가

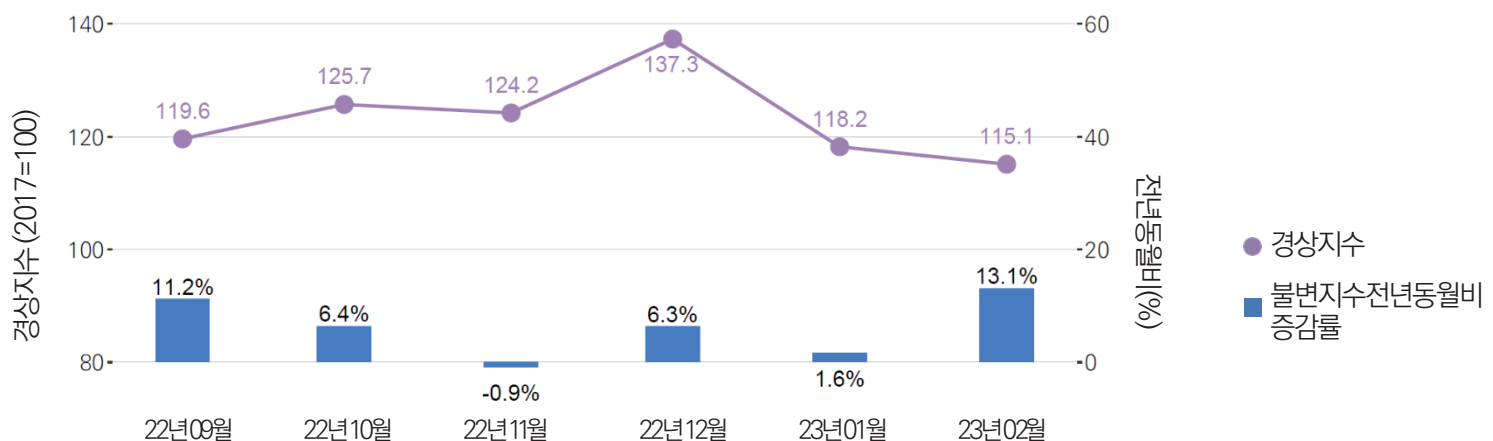
- 전년동월대비 +13.1% = 소매업의 기여도 +1.8%p + 숙박·음식점업의 기여도 +11.3%p  
(각 업종별 기여도 = 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기의 증감률은 업종별 기여도의 총합)

※관련설명은부록의기 여도참조

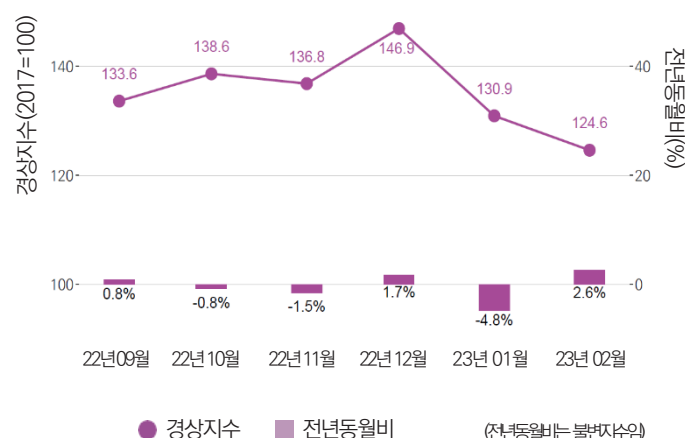
### • (전년동월대비) 소매업 소비경기지수 +2.6% 증가, 숙박·음식점업 소비경기지수 +35.7% 증가

- 동남권 소매업 하위업종의 소비경기지수는 전월대비 종합소매, 음식료품·담배, 의복·섬유·신발업이 증가로 전환하였고, 기타상품을 제외한 모든 8개 하위업종이 감소폭이 개선되거나 증가세 유지
  - 하위 업종들 중, 연료(110.2%), 의복·섬유·신발(16.9%), 무점포소매업(3.7%), 음식료품·담배(0.7%), 종합소매업(0.6%) 순으로 소비증가
  - 반면, 가전제품·정보통신(-23.2%), 기타가정용품(-15.3%), 기타상품(-3.4%), 문화·오락·여가업(-1.8%) 순으로 소비 감소
- 동남권의 숙박·음식점업은 주점·커피전문점업(78.5%), 음식점업(38.5%), 숙박업(10.3%) 순으로 증가
  - 주점·커피전문점업(52.1% ⇨ 78.5%), 음식점업(14.6% ⇨ 38.5%), 숙박업(-1.0% ⇨ 10.3%) 전월대비 증가

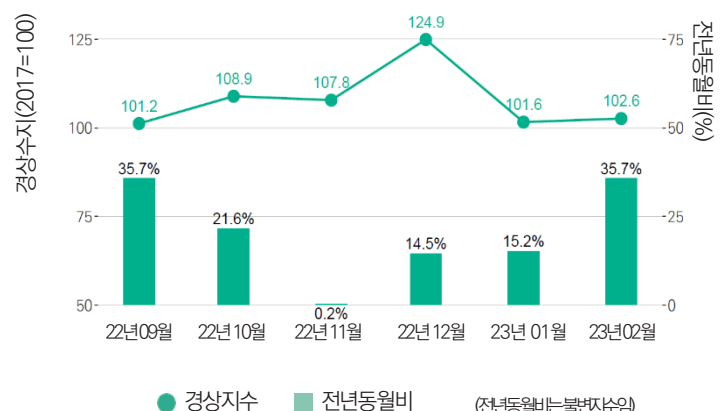
### 동남권 소비경기지수



### 동남권 소매업 소비경기지수



### 동남권 숙박·음식점업 소비경기지수





## 동북권

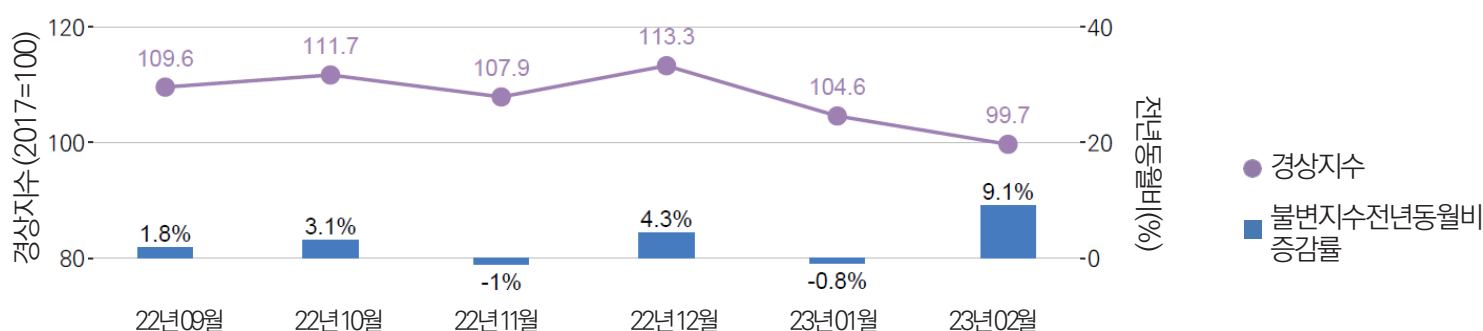
### • 2월 동북권 소비경기지수는 (전년동월대비) +9.1% 증가

- 전년동월대비 +9.1% = 소매업의 기여도 -1.6%p + 숙박·음식점업의 기여도 +10.7%p  
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기의 증감률은 업종별 기여도의 총합)  
※관련설명은부록의기여도참조

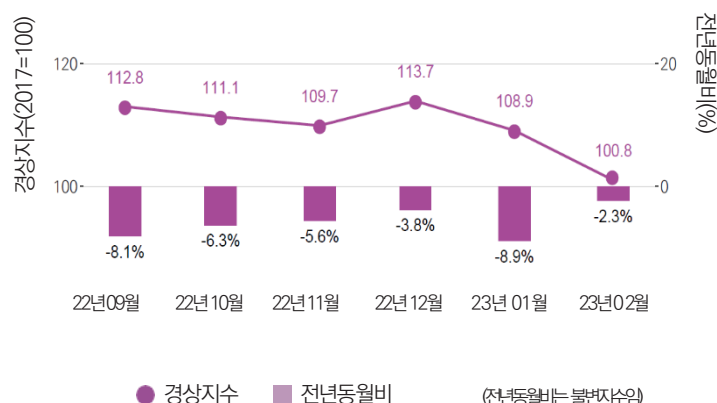
### • (전년동월대비) 소매업 소비경기지수 -2.3% 감소, 숙박·음식점업 소비경기지수는 +34.9% 증가

- 동북권 소매업 하위업종의 소비경기지수는 종합소매, 기타가정용품, 연료, 기타상품업이 전년동월비 감소하였으나 연료(-125%), 기타상품(-79%)을 제외한 7개 업종이 전월대비 증가하거나 감소세 개선되어 전반적인 소매업 소비경기지수는 전월 대비 감소세가 개선(-8.9% ⇨ -2.3%)
  - 하위 업종들 중, 의복·섬유·신발업(23.4%), 가전제품·정보통신(6.6%), 문화·오락·여가(2.9%), 음식료품·담배업(1.9%), 무점포소매업(0.7%) 순으로 소비 증가
  - 반면, 연료(-125%), 기타가정용품(-125%), 기타상품(-7.9%), 종합소매업(-7.8%), 순으로 소비 감소
- 동북권 숙박·음식점업은 주점·커피전문점업(55.4%), 음식점업(33.6%)이 증가하였고 숙박업(-35%)은 감소
  - 주점·커피전문점업(44.3% ⇨ 55.4%)과 음식점업(14.0% ⇨ 33.6%)은 전월대비 증가폭이 확대, 숙박업은 감소폭 개선(-122% ⇨ -35%)

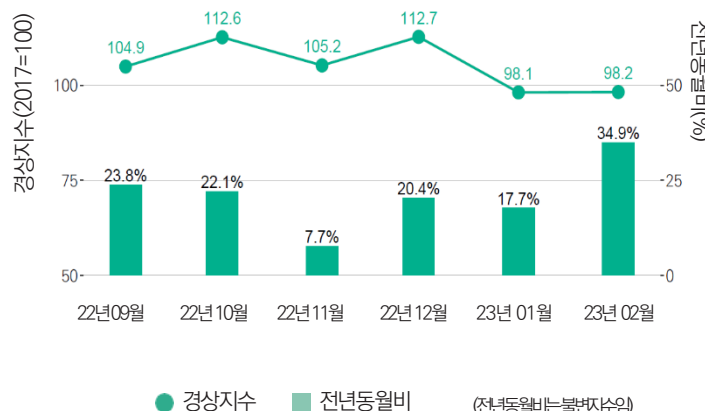
## 동북권 소비경기지수



## 동북권 소매업 소비경기지수



## 동북권 숙박·음식점업 소비경기지수



## 서남권

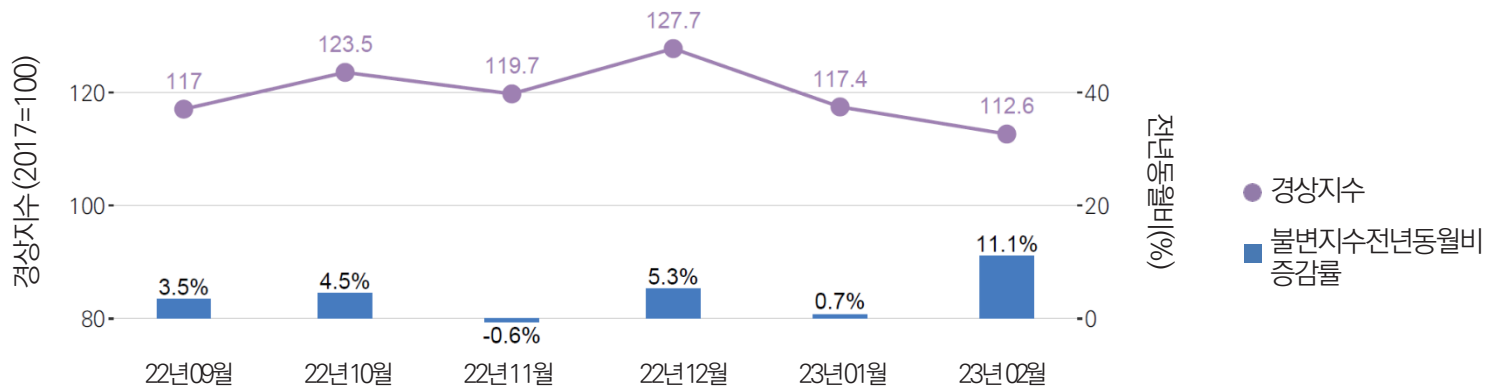
### • 2월 서남권 소비경기지수는 (전년동월대비) +11.1% 증가

- 전년동월대비 +11.1% = 소매업의 기여도 -0.1%p + 숙박·음식점업의 기여도 +11.2%p  
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기의 증감률은 업종별 기여도의 총합)  
※관련설명은부록의 '기여도' 참조

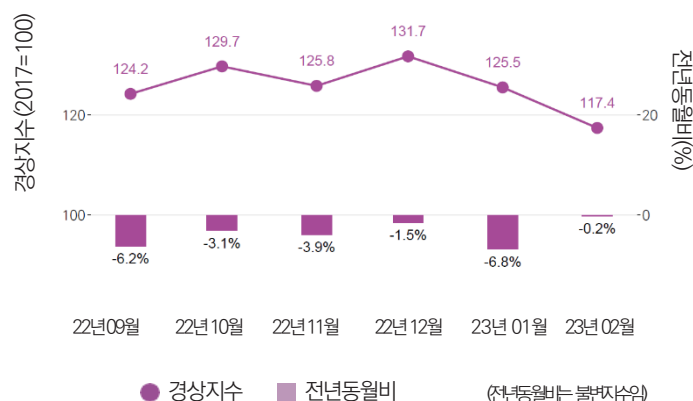
### • (전년동월대비) 소매업 소비경기지수 -0.2% 감소, 숙박·음식점업 소비경기지수 40.5% 증가

- 서남권 소매업 하위업종의 소비경기지수는 종합소매, 기타가정용품, 문화·오락·여가, 기타상품업이 전년동월대비 감소하였으나 연료업과 기타상품을 제외한 7개 업종에서 전월대비 소비가 증가하거나 감소세가 개선되어 소매업의 소비경기지수 전년동월대비가 개선(-6.8%⇒-0.2%)
  - 하위 업종들 중, 무점포소매업(6.0%), 의복·섬유·신발(4.8%), 가전제품·정보통신(4.7%), 연료업(1.5%), 음식료품·담배(1.3%) 순으로 소비증가
  - 반면, 문화·오락·여가(-16.4%), 기타가정용품(-13.2%), 기타상품(-13.0%), 종합소매(-3.4%) 업종 순으로 소비 감소
- 서남권 숙박·음식점업은 주점·커피전문점업(67.3%), 음식점업(38.8%), 숙박업(15.3%) 순으로 모든 업종이 소비 증가
  - 주점·커피전문점업(49.3%⇒67.3%), 음식점업(14.8%⇒38.8%), 숙박업(11.0%⇒15.3%) 모두 전월대비 증가폭이 확대

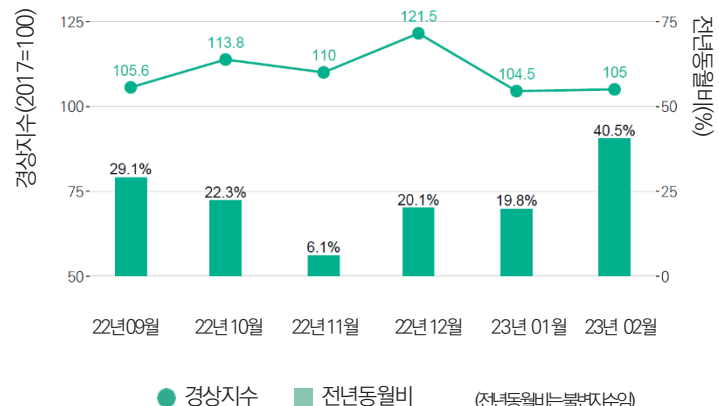
### 서남권 소비경기지수



### 서남권 소매업 소비경기지수



### 서남권 숙박·음식점업 소비경기지수







## 서북권

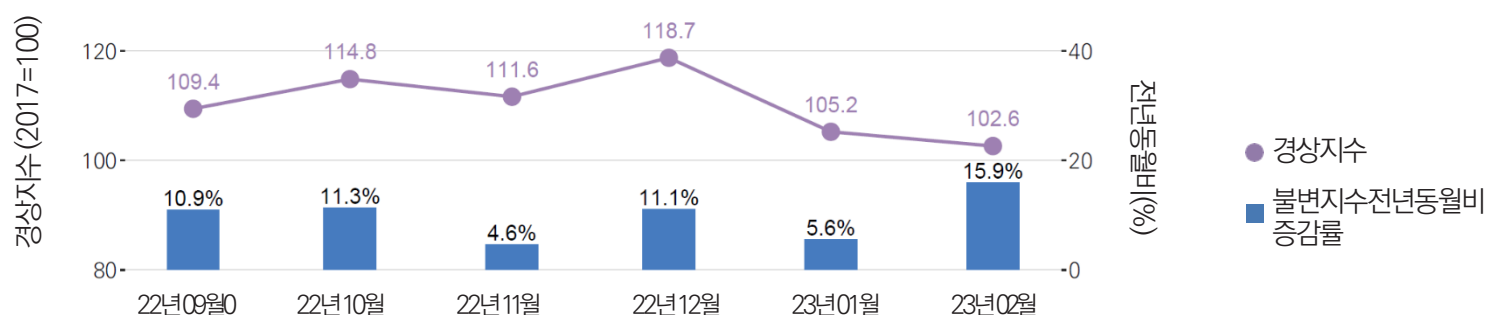
### • 2월 서북권 소비경기지수는 (전년동월대비) +15.9% 증가

- 전년동월대비 +15.9% = 소매업의 기여도 +0.7%p + 숙박·음식점업의 기여도 +15.2%p  
(각 업종별 기여도 = 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기 지수의 증감률은 업종별 기여도의 총합)  
※ 관련 설명은 부록의 '기여도' 참조

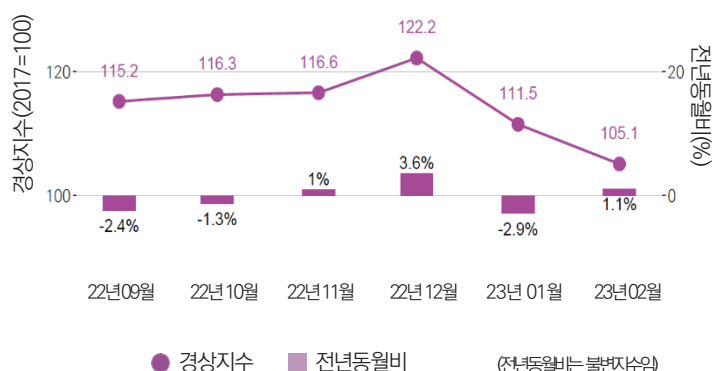
### • (전년동월대비) 소매업 소비경기지수 +1.1% 증가, 숙박·음식점업 소비경기지수 43.0% 증가

- 서북권 소매업 하위업종의 소비경기지수는 기타상품업(-1.6% ⇒ -8.2%)을 제외한 8개 업종에서 소비가 증가하거나 감소세가 개선
  - 하위 업종들 중, 가전제품·정보통신업(30.2%), 의복·섬유·신발(25.7%), 문화·오락·여가(11.7%), 무점포소매업(4.0%), 음식료품·담배(2.9%) 순으로 소비증가
  - 반면, 기타가정용품(-8.7%), 기타상품(-8.2%), 종합소매(-6.4%), 연료업(-2.8%), 순으로 소비 감소
- 서북권 숙박·음식점업은 주점·커피전문점업(58.5%), 음식점업(40.6%), 숙박업(14.1%) 모두 증가
  - 주점·커피전문점업(41.6% ⇒ 58.5%)과 음식점업 (15.6% ⇒ 40.6%)은 전월대비 증가폭이 확대, 숙박업은 증가로 전환(-6.3% ⇒ 14.1%)

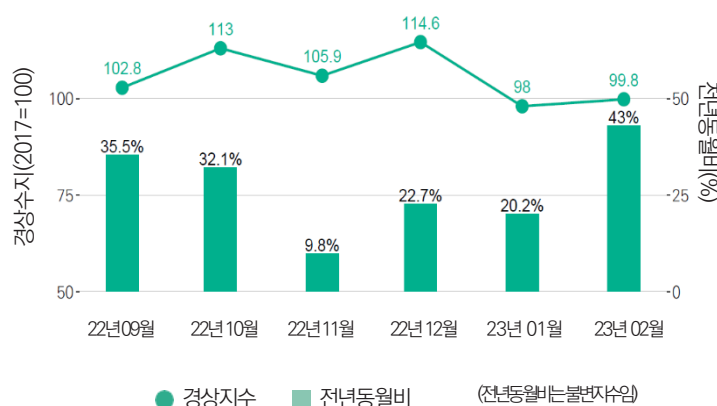
## 서북권 소비경기지수



## 서북권 소매업 소비경기지수



## 서북권 숙박·음식점업 소비경기지수



통계표

| 년도    | 월      | 서울소비경기지수 |       |       |       |       |       |       |      |       |       |       |       |
|-------|--------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|
|       |        | 서울       |       | 도심권   |       | 동남권   |       | 동북권   |      | 서남권   |       | 서북권   |       |
|       |        | 경상       | 불변    | 경상    | 불변    | 경상    | 불변    | 경상    | 불변   | 경상    | 불변    | 경상    | 불변    |
| 2022년 | 09월    | 116.8    | 101.7 | 122.0 | 107.7 | 119.6 | 104.0 | 109.6 | 94.8 | 117.0 | 101.4 | 109.4 | 95.7  |
|       | 10월    | 122.3    | 106.5 | 127.1 | 111.8 | 125.7 | 109.1 | 111.7 | 96.8 | 123.5 | 107.1 | 114.8 | 100.5 |
|       | 11월    | 118.8    | 103.6 | 122.9 | 108.1 | 124.2 | 108.0 | 107.9 | 93.8 | 119.7 | 103.9 | 111.6 | 98.1  |
|       | 12월(p) | 128.5    | 111.2 | 136.5 | 119.3 | 137.3 | 118.4 | 113.3 | 97.7 | 127.7 | 110.1 | 118.7 | 103.5 |
| 2023년 | 01월(p) | 114.4    | 98.6  | 115.5 | 100.6 | 118.2 | 101.5 | 104.6 | 89.7 | 117.4 | 101.0 | 105.2 | 91.5  |
|       | 02월(p) | 111.1    | 95.9  | 114.5 | 100.2 | 115.1 | 98.9  | 99.7  | 85.7 | 112.6 | 96.9  | 102.6 | 89.2  |

p : 잠정치

기여도

[ 단위 : %p ]

| 구분  | 서울소비<br>경기지수<br>(23.02월) | 소매업<br>(23.02월) |      |      |                |              |            |              |      |      |           | 숙박 및<br>음식점업<br>(23.01월) |      |     |             |
|-----|--------------------------|-----------------|------|------|----------------|--------------|------------|--------------|------|------|-----------|--------------------------|------|-----|-------------|
|     |                          |                 | 종합소매 | 음식료품 | 가전제품<br>· 정보통신 | 의류·<br>섬유·신발 | 가타<br>가정용품 | 문화·<br>오락·여가 | 연료   | 기타상품 | 무점포<br>소매 |                          | 숙박   | 음식점 | 주점·<br>커피전문 |
| 서울  | 9.9                      | 0.1             | ▽0.6 | 0.1  | 0.2            | 0.5          | ▽0.4       | ▽0.1         | 0.1  | ▽0.7 | 0.9       | 9.8                      | ▽0.4 | 7.8 | 2.4         |
| 도심권 | 5.1                      | ▽0.9            | ▽1.0 | 0.3  | 0.2            | ▽1.1         | ▽0.6       | 0.0          | 0.0  | ▽0.3 | 1.6       | 6.0                      | ▽3.0 | 7.8 | 1.2         |
| 동남권 | 13.1                     | 1.8             | 0.1  | 0.0  | ▽0.5           | 1.3          | ▽0.4       | 0.0          | 0.7  | ▽0.3 | 0.9       | 11.3                     | 0.8  | 8.1 | 2.4         |
| 동북권 | 9.1                      | ▽1.6            | ▽1.6 | 0.1  | 0.4            | 0.9          | ▽0.2       | 0.0          | ▽0.3 | ▽1.0 | 0.1       | 10.7                     | ▽0.1 | 7.3 | 3.6         |
| 서남권 | 11.1                     | ▽0.1            | ▽0.6 | 0.0  | 0.3            | 0.2          | ▽0.2       | ▽0.3         | 0.0  | ▽1.3 | 1.5       | 11.2                     | 0.5  | 7.7 | 3.0         |
| 서북권 | 15.9                     | 0.7             | ▽0.9 | 0.1  | 1.2            | 1.0          | ▽0.1       | 0.2          | 0.0  | ▽1.4 | 0.7       | 15.2                     | 0.4  | 9.5 | 5.3         |

주 기여도는 하위구성요소의 변동이 종합지수의 변동에 영향을 주는 정도로 지역별 하위구성요소의 기여도 합은 지역별 종합지수의 전년동월 증감율과 동일합니다.  
주의, 기여도는 소수점 둘째 자리에서 반올림하여 표기하므로 하위구성요소의 합이 종합지수와 동일하지 않을 수 있습니다.

업종분류 및 지수체계

| 한국표준산업분류(KSIC) |                 |     | 카드매출 빅데이터          |                                      |
|----------------|-----------------|-----|--------------------|--------------------------------------|
| 분류코드           | 분류명             |     | 가맹점 업종분류           |                                      |
| 서울소비경기지수       | G. 소매업          | 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·여·기성복, 신발, 가방, 직물 등                |
|                |                 | 475 | 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, 약세사리 등                  |
|                |                 | 479 | 무점포 소매업            | CATV상품판매, 전자상거래, 결제대행, 자동판매기, 방문판매 등 |
|                | I. 숙박 및<br>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(기준시점고정가중평균)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(2017년 평균)으로 나누어 작성한 지수
- 불변지수 : 경상지수 ÷ 디플레이터 × 100 (디플레이터는 업종별 생산자물가지수 활용)

### • 기여도

종합지수증감률 =  $\sum$ 기여도<sub>i</sub>, 기여도<sub>i</sub> =  $(\Delta \text{하위지수}_i / \Delta \text{종합지수}) \times \text{종합지수증감률}$ ,  $i$ 는 각 산업을 의미  
하위지수(산업 각 부문)가 종합지수의 증감률에 얼마나 기여하는지를 보여줌

## 유의사항

- ‘카드매출 빅데이터를 통해 본 서울소비경기지수(이하 서울소비경기지수)’는 시민생활에 밀접한 소비중심 업종(소매업 및 숙박·음식점업 등)의 생산활동을 종합적으로 분석하기 위한 월간 소비지수이다.
- 소매업 및 숙박·음식점업에 대한 소비는 서울 민간최종소비지출의 약 30%로 소비경기의 핵심 요소이다.
- 서울소비경기지수의 장점은 매월 1억 건의 신한카드 매출 빅데이터를 이용하여 신속하게 서울 세부지역의 소비경기까지 모니터링 할 수 있다는 것이다.
- 서울소비경기지수는 통계청의 ‘서울 서비스업 생산지수’를 벤치마킹하여 생산 측면의 매출액을 중심으로 지수가 구성 되었으나, 분석대상인 소매업 및 숙박·음식점업이 소비밀착업종을 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 매출 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. 단, 무점포소매업은 업종의 특성을 고려하여 서울시민의 소비(지출)로만 집계 하였다.
- 신한카드 매출 빅데이터는 서울 소매업 및 숙박·음식업 전체 매출의 약 16%로 추정된다. 카드사의 점유율 및 카드사 용비율 변화에 따라 실제 매출액 대비 과소 또는 과대 추정될 소지가 있으며, 카드 가맹점의 업종 변화 및 생산자물가지수에 따라 경상 및 불변지수가 일부 조정될 수 있다.
- 서울소비경기지수는 물가변동분을 제거한 불변지수의 전년동월비를 중심으로 작성 및 분석되며, 설 명절, 연휴 등의 월간 이동과 영업일수 변동, 그 외 불규칙 요인에 의한 효과가 분석결과에 포함되므로 해석 및 이용에 유의해야 한다.
- 서울소비경기지수는 카드매출 빅데이터의 가공·조정·변환을 통해 산출된 지수로 신한카드 원본 데이터의 트렌드와는 차이가 있다.