

SEOUL ECONOMIC MONITORING

카드매출 빅데이터를 통해 본



서울 소비경기지수

2024. Feb

02

I·SEOUL·U
너와 나의 서울



서울연구원
The Seoul Institute



인포그래픽

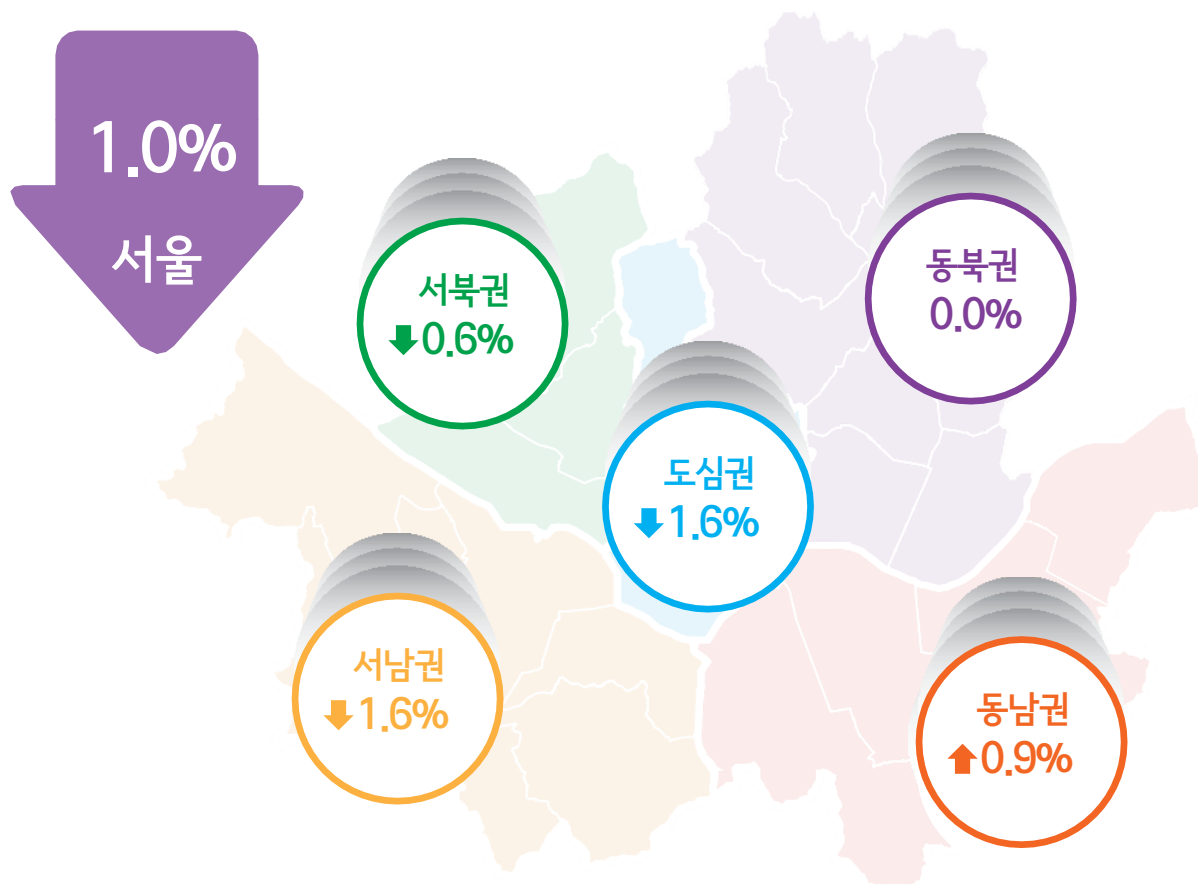
서울 소비경기지수
2024. 02월

카드매출 빅데이터를 통해 본
24년 02월 서울 소비경기지수는

전년동월대비 **1.0%** 감소
(불변지수)

소매업(2.5%) **증가** 숙박·음식점업(-6.8%) **감소**

서울소비경기는 전년동월대비 **동남권**에서 **증가**



전년동월비 (불변지수기준)

서울	도심권	동남권	동북권	서남권	서북권
-1.0%	-1.6%	0.9%	0.0%	-3.0%	-0.6%



- 소비경기지수 전년동월비(%)
- 소매업지수 전년동월비(%)
- 숙박·음식점업지수 전년동월비(%)

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



요약

서울 -1.0% (112.6) 	<ul style="list-style-type: none">2024년 02월 서울 소비경기지수는 112.6이었으며 불변지수 기준으로 전년동월대비 -1.0% 감소소매업 하위업종들 중, 음식료품·담배, 기타가정용품, 기타상품, 연료, 문화·오락·여가, 종합소매, 무점포소매 순으로 소비가 증가한 반면, 가전제품·정보통신, 의복·섬유·신발 순으로 감소숙박·음식점업은 음식점, 숙박, 주점·커피전문점 순으로 모든 업종이 소비 감소
권역종합 	<ul style="list-style-type: none">02월 서울의 권역별 소비경기지수는 동남권, 동북권을 제외한 모든 권역에서 감소권역별 소매업 소비경기지수는 서남권을 제외한 모든 권역에서 증가권역별 숙박·음식점업 소비경기지수는 모든 권역에서 감소
도심권 -1.6% (116.3) 	<ul style="list-style-type: none">(전년동월대비) 소매업은 +0.2% 증가, 숙박·음식점업은 -4.4% 감소소매업 하위업종의 소비경기지수는 가전제품·정보통신, 의류·섬유·신발을 제외한 7개 업종이 증가숙박·음식점업 하위업종의 소비경기지수는 음식점, 숙박 업종 순으로 감소하였고 주점·커피전문점만 증가
동남권 0.9% (118.4) 	<ul style="list-style-type: none">(전년동월대비) 소매업은 +7.6% 증가, 숙박·음식점업은 -10.2% 감소소매업 하위업종의 소비경기지수는 가전제품·정보통신, 의류·섬유·신발을 제외한 7개 업종이 증가숙박·음식점업 하위업종의 소비경기지수는 음식점, 숙박, 주점·커피전문점 순으로 모든 업종이 감소
동북권 0.0% (102.0) 	<ul style="list-style-type: none">(전년동월대비) 소매업은 +2.3% 증가, 숙박·음식점업은 -3.7% 감소소매업의 하위업종 중 가전제품·정보통신, 의류·섬유·신발, 기타가정용품, 무점포소매를 제외한 5개 업종이 증가숙박·음식점업의 하위업종 중 음식점, 숙박 업종 순으로 감소하였고, 주점·커피전문점만 증가
서남권 -3.0% (111.8) 	<ul style="list-style-type: none">(전년동월대비) 소매업은 -0.9% 감소, 숙박·음식점업은 -6.9% 감소소매업의 하위업종 중 음식료품·담배, 종합소매, 무점포소매, 기타상품을 제외한 5개 업종이 감소숙박·음식점업의 하위업종 중 음식점, 숙박은 감소하였고, 주점·커피전문점만 증가
서북권 -0.6% (103.9) 	<ul style="list-style-type: none">(전년동월대비) 소매업은 +3.0% 증가, 숙박·음식점업은 -5.3% 감소소매업의 하위업종 중 음식료품·담배, 무점포소매, 기타상품, 종합소매를 제외한 5개 업종이 감소숙박·음식점업의 하위업종 중 숙박, 주점·커피전문점은 증가, 음식점은 감소



서울

• 02월 서울 소비경기지수는 (전년동월대비) -1.0% 감소

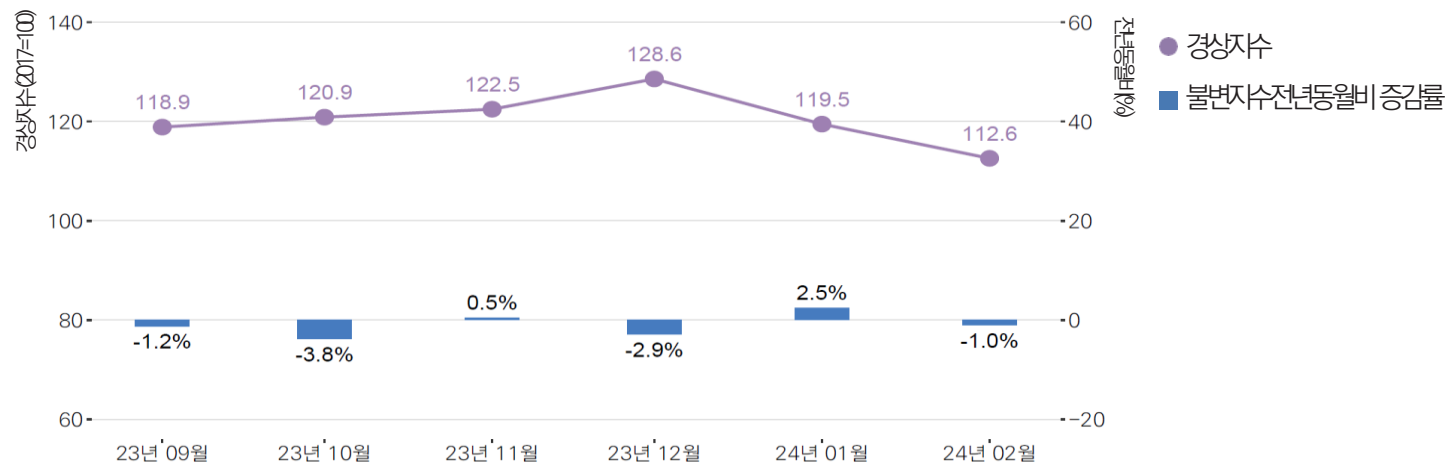
- 전년동월대비 -1.0% = 소매업의 기여도 +1.5%p + 숙박·음식점업의 기여도 -2.5%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기의 증감률은 업종별 기여도의 총합)

※관련 설명은 부록의 기여도 참조

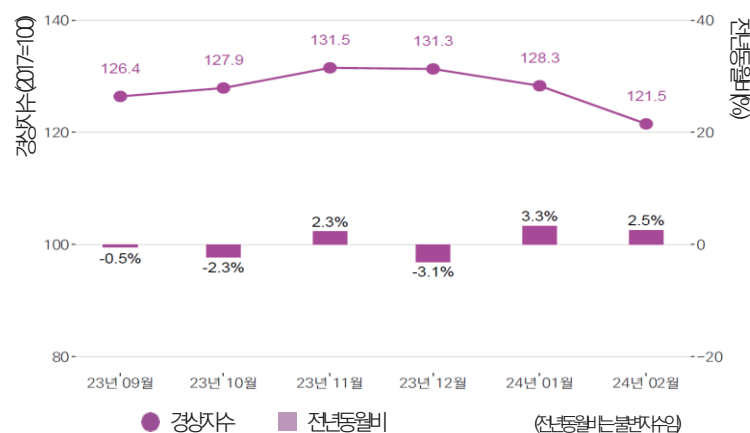
• (전년동월대비) 소매업 소비경기지수는 +2.5% 증가, 숙박·음식점업 소비경기지수는 -6.8% 감소

- 02월 서울 소매업 하위업종의 소비경기지수는 가전제품·정보통신, 의복·섬유·신발을 제외한 7개 업종이 증가
 - 하위 업종들 중, 음식료품·담배(33.0%), 기타가정용품(14.3%), 기타상품(9.2%), 연료(6.3%), 문화·오락·여가(5.0%), 종합소매(4.0%), 무점포소매(2.9%) 순으로 소비 증가
 - 반면, 가전제품·정보통신(-28.3%), 의복·섬유·신발(-6.1%) 순으로 소비 감소
- 02월 서울 숙박·음식점업은 음식점(-8.8%), 숙박(-5.7%), 주점·커피전문점(-0.2%) 순으로 모든 업종이 소비 감소
 - 전월대비 주점·커피전문점(3.4% ⇒ -0.2%), 숙박(1.5% ⇒ -5.7%), 음식점(0.4% ⇒ -8.8%) 모두 감소로 전환

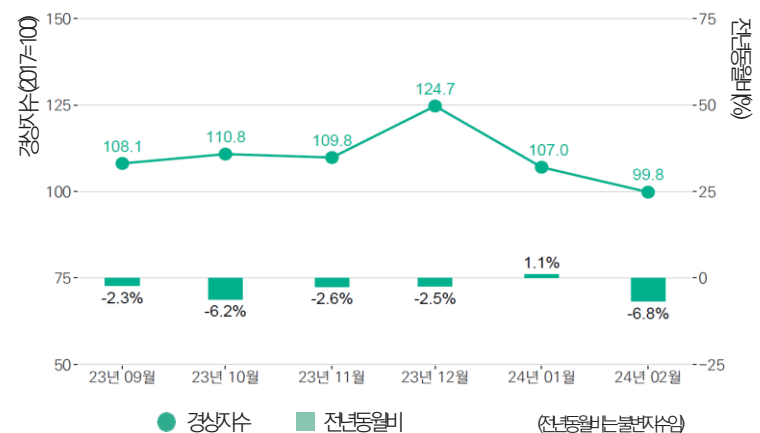
| 서울 소비경기지수 |



| 서울 소매업 소비경기지수 |



| 서울 숙박·음식점업 소비경기지수 |





도심권

• 02월 도심권 소비경기지수는 (전년동월대비) -1.6% 감소

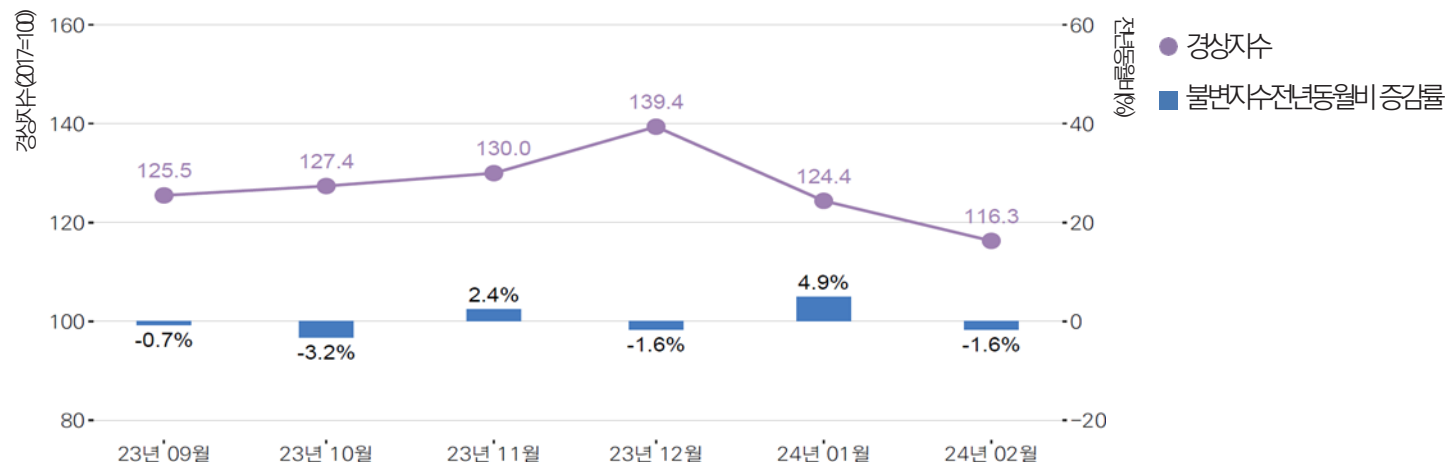
- 전년동월대비 -1.6% = 소매업의 기여도 +0.1%p + 숙박·음식점업의 기여도 -1.7%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기의 증감률은 업종별 기여도의 총합)

※관련 설명은 부록의 기여도 참조

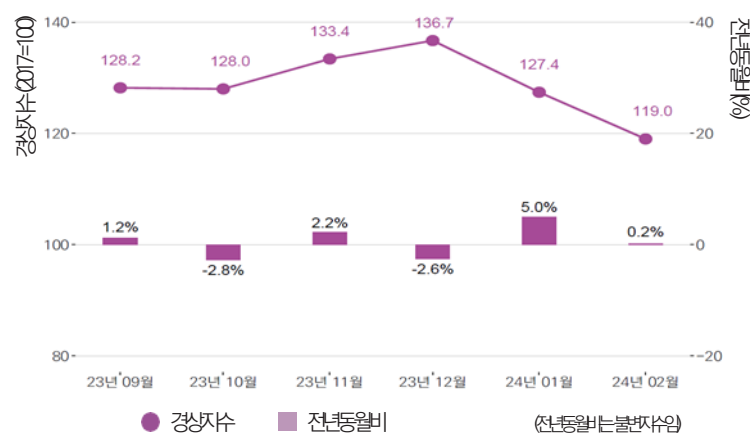
• (전년동월대비) 소매업 소비경기지수는 +0.2% 증가, 숙박·음식점업 소비경기지수는 -4.4% 감소

- 02월 도심권 소매업 하위업종의 소비경기지수는 가전제품·정보통신, 의복·섬유·신발을 제외한 7개 업종이 증가
 - 하위 업종들 중, 기타가정용품(61.6%), 연료(23.9%), 음식료품·담배(22.6%), 문화·오락·여가(10.1%), 기타상품(4.3%), 종합소매(1.9%), 무점포소매(1.3%) 순으로 소비 증가
 - 반면, 가전제품·정보통신(-49.3%), 의복·섬유·신발(-7.0%) 순으로 소비 감소
- 02월 도심권 숙박·음식점업은 주점·커피전문점(1.9%)이 증가하였고, 음식점(-6.9%), 숙박(-2.5%)은 감소
 - 전월대비 숙박(7.7% ⇒ -2.5%), 음식점(4.3% ⇒ -6.9%)은 감소로 전환, 주점·커피전문점(2.5% ⇒ 1.9%)은 증가폭 축소

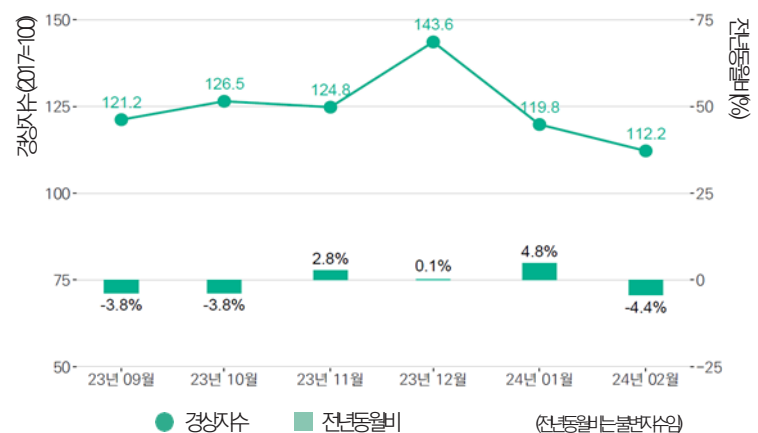
| 도심권 소비경기지수 |



| 도심권 소매업 소비경기지수 |



| 도심권 숙박·음식점업 소비경기지수 |





동남권

• 02월 동남권 소비경기지수는 (전년동월대비) +0.9% 증가

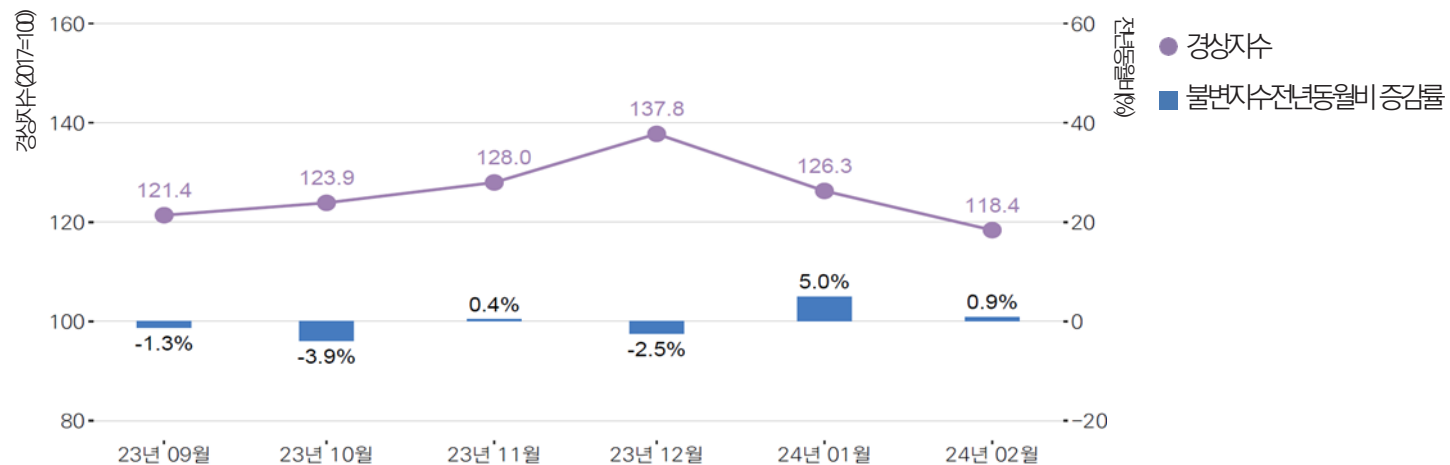
- 전년동월대비 +0.9% = 소매업의 기여도 +4.8%p + 숙박·음식점업의 기여도 -3.9%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기의 증감률은 업종별 기여도의 총합)

※관련 설명은 부록의 기여도 참조

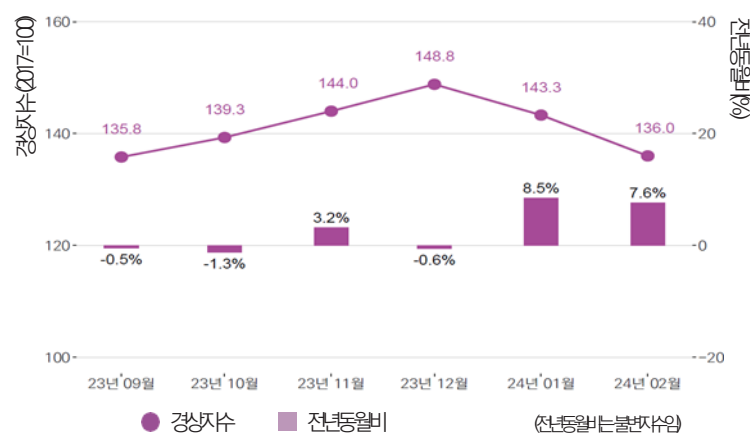
• (전년동월대비) 소매업 소비경기지수는 +7.6% 증가, 숙박·음식점업 소비경기지수는 -10.2% 감소

- 02월 동남권 소매업 하위업종의 소비경기지수는 가전제품·정보통신, 의복·섬유·신발을 제외한 7개 업종이 증가
 - 하위 업종들 중, 음식료품·담배(22.3%), 기타상품(22.1%), 문화·오락·여가(13.2%), 무점포소매(8.6%), 종합소매(5.7%), 연료(5.0%), 기타가정용품(2.7%) 순으로 소비 증가
 - 반면, 가전제품·정보통신(-23.9%), 의복·섬유·신발(-3.5%) 순으로 소비 감소
- 02월 동남권 숙박·음식점업은 음식점(-11.3%), 숙박(-8.7%), 주점·커피전문점(-6.7%) 순으로 모든 업종이 소비 감소
 - 전월대비 주점·커피전문점(2.8% ⇒ -6.7%)은 감소로 전환, 숙박(-3.8% ⇒ -8.7%), 음식점(-0.9% ⇒ -11.3%)은 감소폭 확대

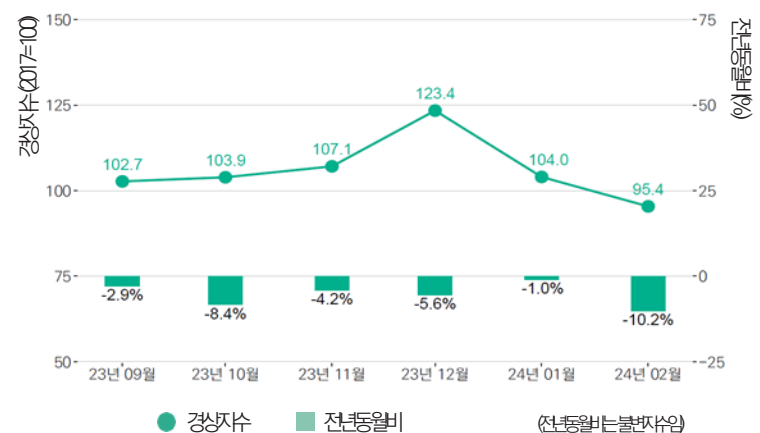
| 동남권 소비경기지수 |



| 동남권 소매업 소비경기지수 |



| 동남권 숙박·음식점업 소비경기지수 |





동북권

• 02월 동북권 소비경기지수는 (전년동월대비) 0.0% 보합

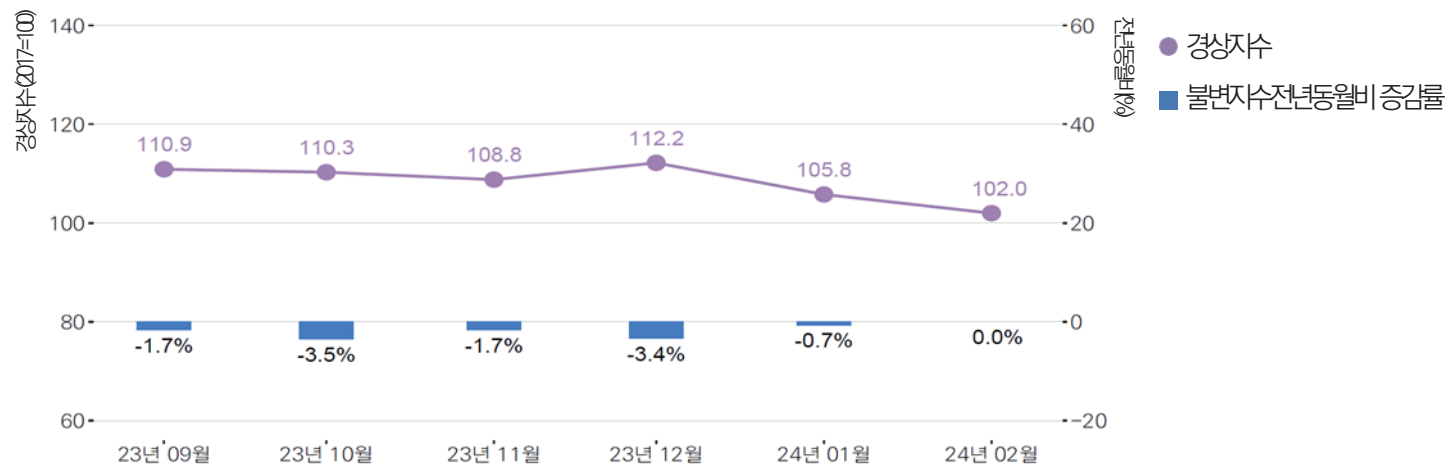
- 전년동월대비 0.0% = 소매업의 기여도 +1.4%p + 숙박·음식점업의 기여도 -1.4%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기의 증감률은 업종별 기여도의 총합)

※관련 설명은 부록의 기여도 참조

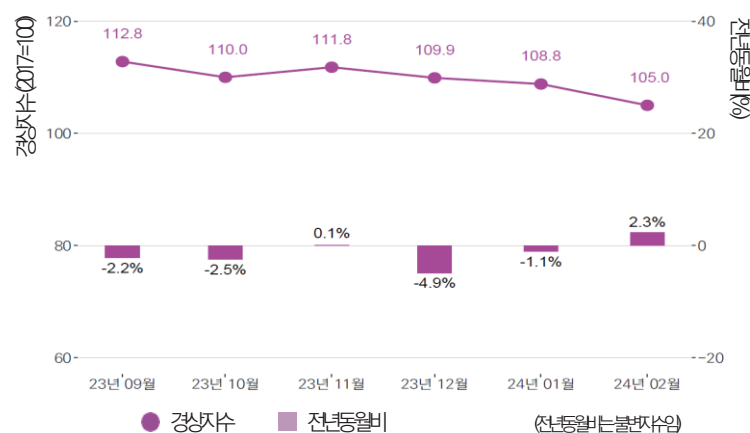
• (전년동월대비) 소매업 소비경기지수는 +2.3% 증가, 숙박·음식점업 소비경기지수는 -3.7% 감소

- 02월 동북권 소매업 하위업종의 소비경기지수는 가전제품·정보통신, 의복·섬유·신발, 기타가정용품, 무점포소매를 제외한 5개 업종이 증가
 - 하위 업종들 중, 음식료품·담배(46.3%), 연료(14.9%), 종합소매(4.1%), 문화·오락·여가(0.6%), 기타상품(0.2%) 순으로 소비 증가
 - 반면, 가전제품·정보통신(-24.7%), 의복·섬유·신발(-6.7%), 기타가정용품(-2.4%), 무점포 소매(-1.2%) 순으로 소비 감소
- 02월 동북권 숙박·음식점업은 주점·커피전문점(3.6%)이 증가하였고, 음식점(-6.5%), 숙박(-0.8%)은 감소
 - 전월대비 음식점(0.0% ⇒ -6.5%)은 감소로 전환, 숙박(-12.8% ⇒ -0.8%)은 감소세 축소, 주점·커피전문점(3.1% ⇒ 3.6%)은 증가폭 확대

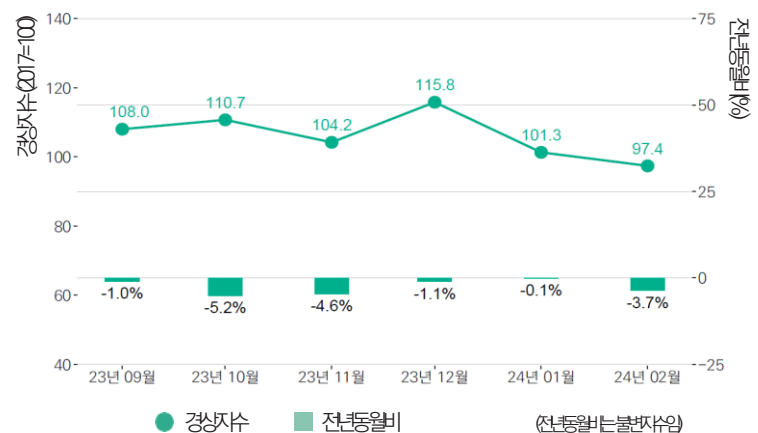
| 동북권 소비경기지수 |



| 동북권 소매업 소비경기지수 |



| 동북권 숙박·음식점업 소비경기지수 |





서남권

• 02월 서남권 소비경기지수는 (전년동월대비) -3.0% 감소

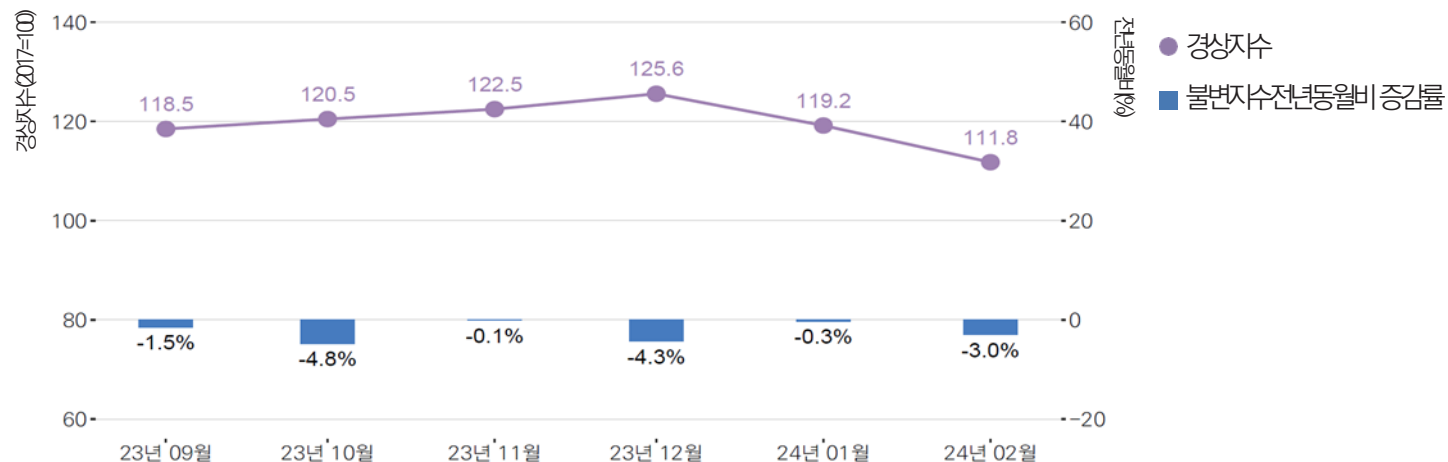
- 전년동월대비 -3.0% = 소매업의 기여도 -0.6%p + 숙박·음식점업의 기여도 -2.4%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기의 증감률은 업종별 기여도의 총합)

※관련 설명은 부록의 기여도 참조

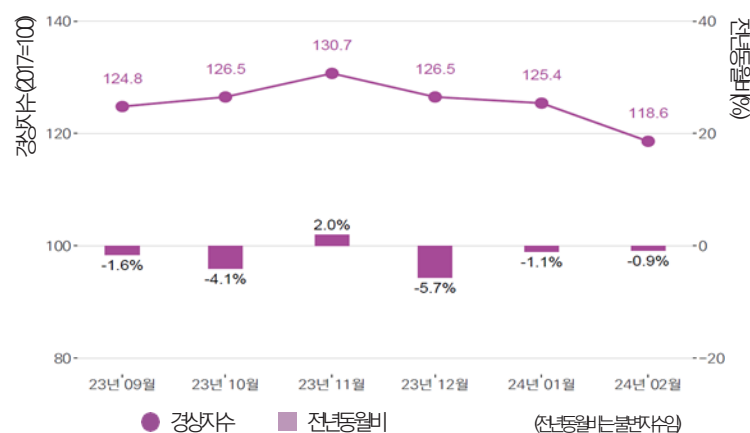
• (전년동월대비) 소매업 소비경기지수는 -0.9% 증가, 숙박·음식점업 소비경기지수는 -6.9% 감소

- 02월 서남권 소매업 하위업종의 소비경기지수는 음식료품·담배, 종합소매, 기타상품, 무점포소매를 제외한 5개 업종이 감소
 - 하위 업종들 중, 음식료품·담배(36.1%), 종합소매(29%), 기타상품(27%), 무점포소매(1.1%) 순으로 소비 증가
 - 반면, 가전제품·정보통신(-25.6%), 의복·섬유·신발(-12.7%), 기타가정용품(-8.9%), 문화·오락·여가(-8.2%), 연료(-6.1%) 순으로 소비 감소
- 02월 서남권 숙박·음식점업은 주점·커피전문점(1.3%)이 증가하였고, 숙박(-11.9%), 음식점(-8.4%)은 감소
 - 전월대비 음식점(0.6% ⇒ -8.4%)은 감소로 전환, 숙박(-1.6% ⇒ -11.9%)은 감소폭 확대, 주점·커피전문점(4.8% ⇒ 1.3%)은 증가폭 축소

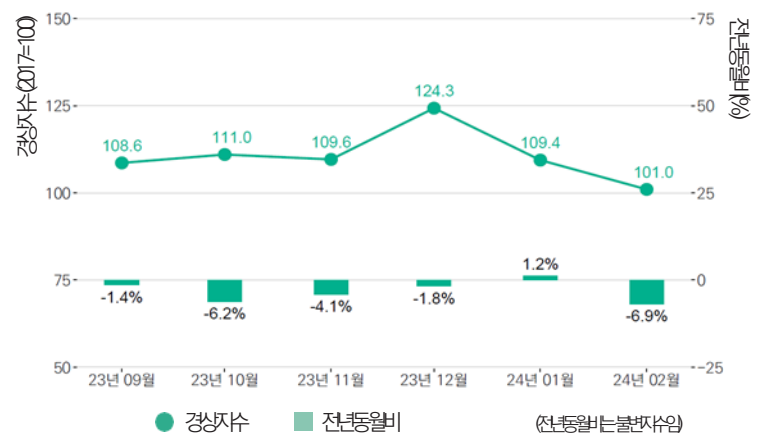
| 서남권 소비경기지수 |



| 서남권 소매업 소비경기지수 |



| 서남권 숙박·음식점업 소비경기지수 |





서북권

• 02월 서북권 소비경기지수는 (전년동월대비) -0.6% 감소

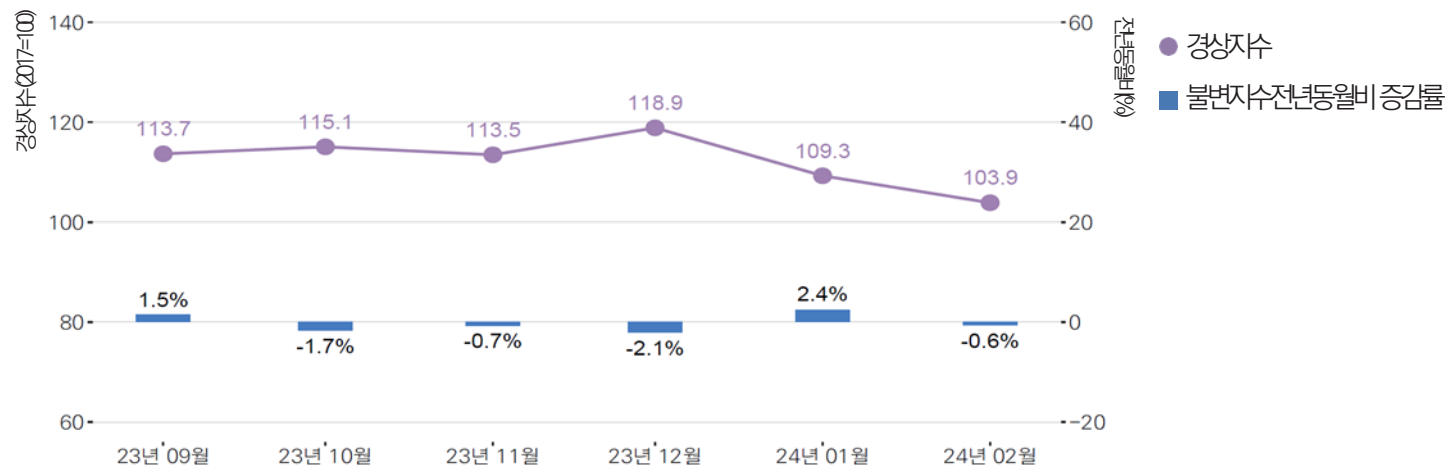
- 전년동월대비 -0.6% = 소매업의 기여도 +1.7%p + 숙박·음식점업의 기여도 -2.3%p
(각 업종별 기여도= 각 업종별 기여율 × 소비경기지수 증감률, 소비경기의 증감률은 업종별 기여도의 총합)

※관련 설명은 부록의 기여도 참조

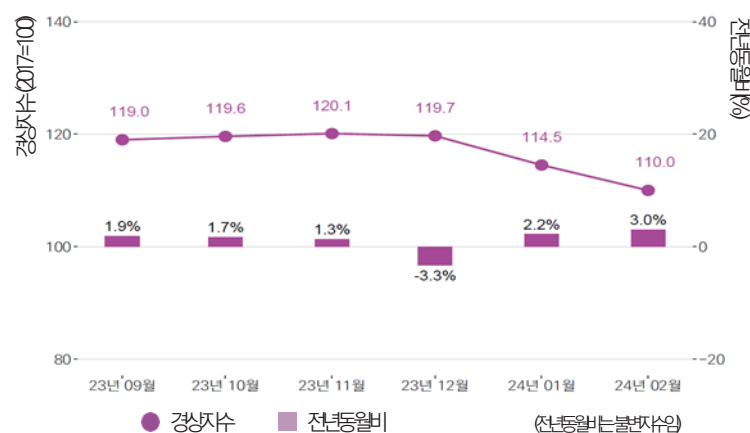
• (전년동월대비) 소매업 소비경기지수는 +3.0% 증가, 숙박·음식점업 소비경기지수는 -5.3% 감소

- 02월 서북권 소매업 하위업종의 소비경기지수는 음식료품·담배, 무점포소매, 기타상품, 종합소매를 제외한 5개 업종이 감소
 - 하위 업종들 중, 음식료품·담배(29.3%), 무점포소매(4.3%), 기타상품(3.9%), 종합소매(1.2%) 순으로 소비 증가
 - 반면, 가전제품·정보통신(-11.7%), 연료(-7.4%), 기타가정용품(-4.0%), 문화·오락·여가(-2.1%), 의복·섬유·신발(-1.6%) 순으로 소비 감소
- 02월 서북권 숙박·음식점업은 숙박(5.5%), 주점·커피전문점(1.4%)이 증가하였고, 음식점(-9.5%)은 감소
 - 전월대비 음식점(-1.1% ⇒ -9.5%)은 감소폭 확대, 숙박(21.5% ⇒ 5.5%), 주점·커피전문점(6.8% ⇒ 1.4%)은 증가폭 축소

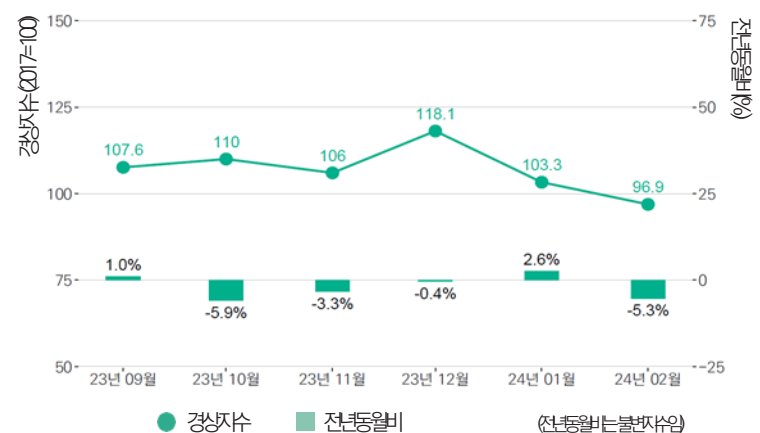
| 서북권 소비경기지수 |



| 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
2023년	09월(p)	118.9	100.5	125.5	106.9	121.4	102.6	110.9	93.2	118.5	99.8	113.7	97.2
	10월(p)	120.9	102.4	127.4	108.2	123.9	104.7	110.3	93.3	120.5	101.9	115.1	98.7
	11월(p)	122.5	104.1	130.0	110.8	128.0	108.5	108.8	92.2	122.5	103.9	113.5	97.5
	12월(p)	128.6	108.0	139.4	117.4	137.8	115.4	112.2	94.4	125.6	105.3	118.9	101.3
2024년	01월(p)	119.5	101.1	124.4	105.6	126.3	106.6	105.8	89.1	119.2	100.7	109.3	93.7
	02월(p)	112.6	95.0	116.3	98.6	118.4	99.8	102.0	85.7	111.8	94.1	103.9	88.7

p : 잠정치

기여도

[단위 : %p]

구분	서울소비경기지수 (24.02월)	소매업 (24.02월)										숙박 및 음식점업 (24.02월)			
			종합소매	음식료품 · 담배	가전제품 · 정보통신	의류· 섬유·신발	기타 가정용품	문화· 오락·여가	연료	기타상품	무점포 소매		숙박	음식점	주점· 커피전문
서울	▽1.0	1.5	0.6	0.9	▽1.4	▽0.3	0.2	0.1	0.1	0.8	0.6	▽2.5	▽0.3	▽2.2	0.0
도심권	▽1.6	0.1	0.4	0.4	▽2.1	▽0.3	0.9	0.2	0.1	0.3	0.3	▽1.7	▽0.2	▽1.6	0.1
동남권	0.9	4.8	0.9	0.5	▽0.3	▽0.3	0.1	0.2	0.1	1.8	1.9	▽3.9	▽0.6	▽2.9	▽0.3
동북권	0.0	1.4	0.7	2.3	▽1.4	▽0.3	0.0	0.0	0.3	0.0	▽0.2	▽1.4	0.0	▽1.7	0.3
서남권	▽3.0	▽0.6	0.4	1.1	▽1.8	▽0.6	▽0.1	▽0.1	▽0.1	0.2	0.3	▽2.4	▽0.4	▽2.1	0.1
서북권	▽0.6	1.7	0.1	1.1	▽0.5	▽0.1	0.0	0.0	0.0	0.5	0.7	▽2.3	0.2	▽2.7	0.2

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	가정용품, 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 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 $\sum_i w_i = 1$, 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_i 기여도 $_i$, 기여도 $_i = (\Delta \text{하위지수}_i / \Delta \text{종합지수}) \times \text{종합지수증감률}$, 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.