

컨슈머인사이트 소비자 조사(Survey) 데이터

2022 데이터바우처 지원사업 소개

- 여행·관광 분야 -



Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

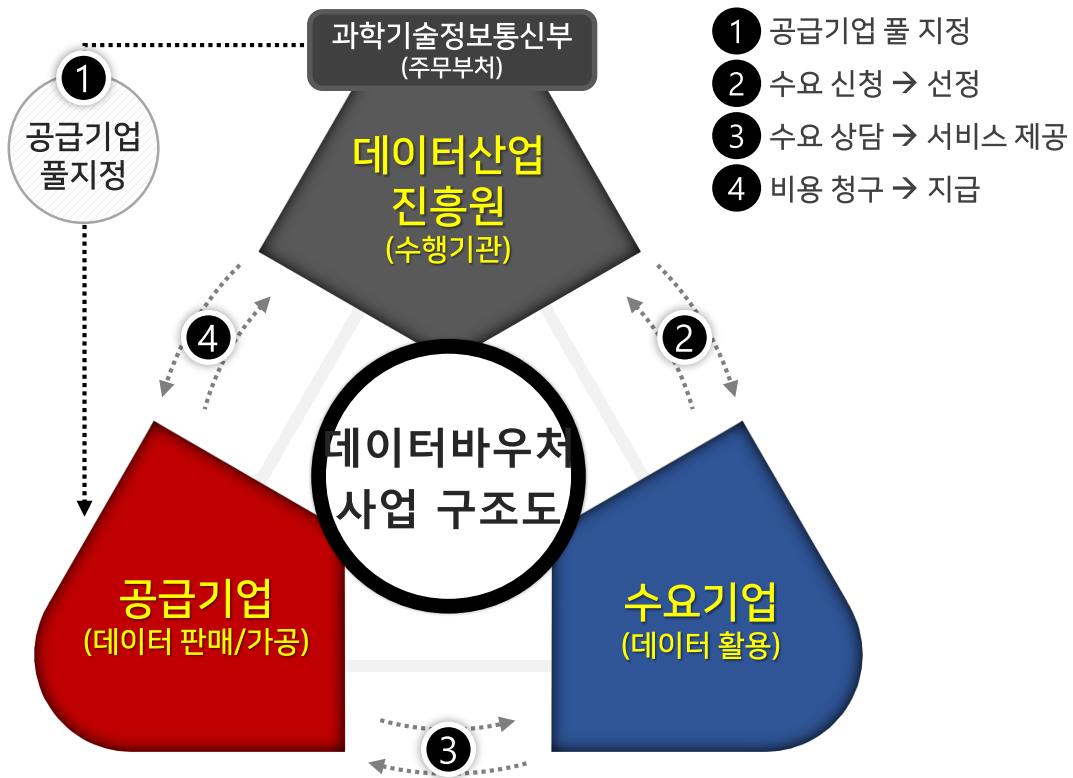
II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 데이터바우처 지원사업이란?

데이터를 직접 창출/가공하기 어려운 중소기업이
데이터 보유/가공기업으로부터 서비스를 제공받을 수 있도록 지원하는 제도입니다.

◆ 지원사업 구도



◆ 참여자의 역할 및 조건

주무부처

- 과학기술정보통신부
- 지원사업 총괄, 기본계획 수립

수행기관

- 공급기업과 수요기업의 공모-모집-지정-매칭-관리

공급기업

- 데이터를 판매하거나 가공서비스를 공급
(조건) 데이터스토어에 공급기업으로 등록

수요기업

- 데이터를 제공받아 데이터기반 혁신 서비스를 창출하는 기업
(조건) 국내 초기 중견·중소기업, 소상공인, 1인 창조기업, 예비 창업자, 행정기관 및 지방자치단체

‘컨슈머인사이트’는...

데이터 및 가공서비스를 제공하는 **공급기업으로 등록**

자동차, 이동통신, 여행/관광, 쇼핑/유통, 체감경제, 여가/문화, 금융 등

7종 데이터 판매

02. 지원사업 목적

본 사업을 통해 소비자데이터를 분석-활용하여 새로운 비즈니스 기회를 창출하고,
기존 서비스를 업그레이드할 수 있습니다.

◆ 수요기업은 데이터를 활용해...

신규 서비스/상품 개발 및 고도화

- 데이터를 활용해 신규 서비스를 개발하거나 기존 서비스를 고도화
 - B2B, B2C 서비스 개발
 - App./Web 개발 및 고도화
 - 정보/미디어 콘텐츠 활용

생산성 및 수익성 증대

- 데이터를 활용해 기존 사업모델로 부가수익을 창출
 - 내부 프로세스 간소화
 - 시장 수요 예측
 - 생산/효율성 증대

비즈니스 마케팅 지원

- 양질의 데이터로 신시장 발굴 및 사업 기초자료로 활용
 - 업계 동향파악
 - 매출 예측
 - 시장 분석
 - 홍보/마케팅 전략

데이터 구매/가공비용의 80%를 정부가 지원하며,
수요기업의 자부담금도 인건비의 지출 증빙으로 처리해 실부담이 적습니다.

◆ 지원사업 규모

데이터 구매

- 수요기업이 서비스를 고도화 하거나, 신규서비스를 개발하는데 필요한 **데이터 구매비용** 지원
ex) 자동차부품사가 OO부품을 개선/개발하기 위해 데이터 구매

수요기업
1,200개 선정
(예정)

도입 비용 (A+B)	정부 지원금 (A)	수요기업 자부담 (B)
최대 2,000만원	최대 1,600만원	최대 400만원

데이터 가공

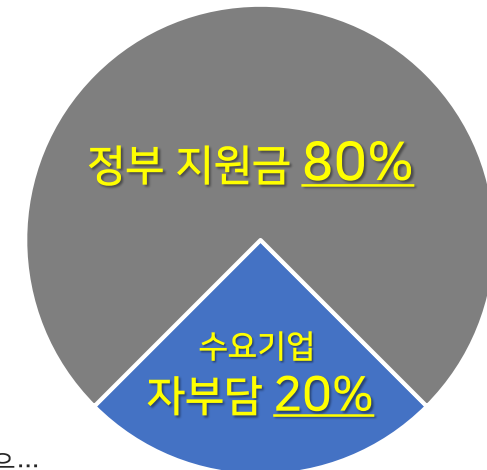
- 수요기업이 AI기반 서비스 · 제품개발, 빅데이터분석, 사회현안 해결 등에 필요한 데이터를 활용하기 위해 **데이터 가공(분석)에 소요되는 비용**을 바우처로 지원
ex) Raw data를 수집했지만 분석기술이 없는 개발사가 가공서비스 신청

수요기업
1,480개 선정
(예정)

	도입 비용 (A+B)	정부 지원금 (A)	수요기업 자부담 (B)
일반가공	최대 5,625만원	최대 4,500만원	최대 1,125만원
AI가공	최대 8,750만원	최대 7,000만원	최대 1,750만원

◆ 지원 방안

데이터 '구매' 또는 '가공' 서비스에 소요되는 비용은
정부 지원금 80%와 **수요기업 자부담 20%**로
데이터산업진흥원을 통해 공급기업에 지급함



- 자부담 금액은...
 - 직원 인건비의 증빙자료 100% 처리
 - 전체 20% 중 최대 18%는 현물(인건비) 매칭
 - 소상공인 및 1인기업은 전체를 현물(인건비) 부담 가능
 - 단, 초기 중견기업의 경우 100% 현금 지출

04. 추진 절차 및 서류

추진 일정



수요 기업

공급 기업 (컨슈머인사이트)

신청서 제출 역할

- 수요기업 소개
- 신청서 작성
- 데이터(서비스)가 필요한 사업 소개



- 신청서 작성 지원

제출 서류

(발급 소요기간
사전확인 필수)

- 중소기업 확인서
- 채무불이행 여부 확인가능 서류
- 국세 및 지방세 완납 증명서
- 데이터바우처 신청서
- 사업수행계획서
- 데이터구매 사전 협의서



- 데이터구매 사전 협의서

Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

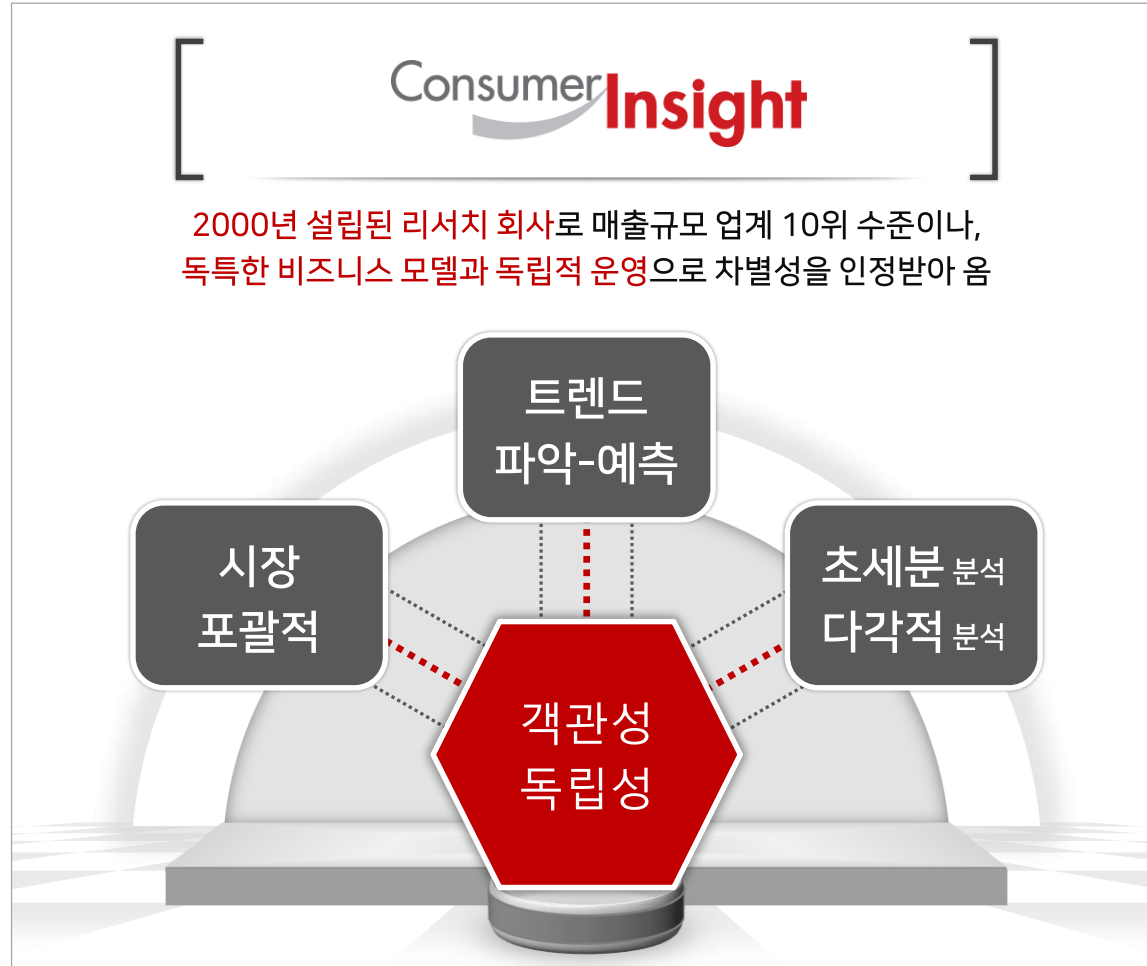
II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 컨슈머인사이트 소개

컨슈머인사이트는 독립성과 중립성을 핵심을 가치로 삼고,
기획조사(syndicated research) 중심으로 특정산업 군에 전문가 집단으로 성장해 왔습니다.

* 기획조사란? 조사 기관이 어떠한 단체/기관/기업에 영향을 받지 않고 독립적으로 개발-투자-운영하는 조사

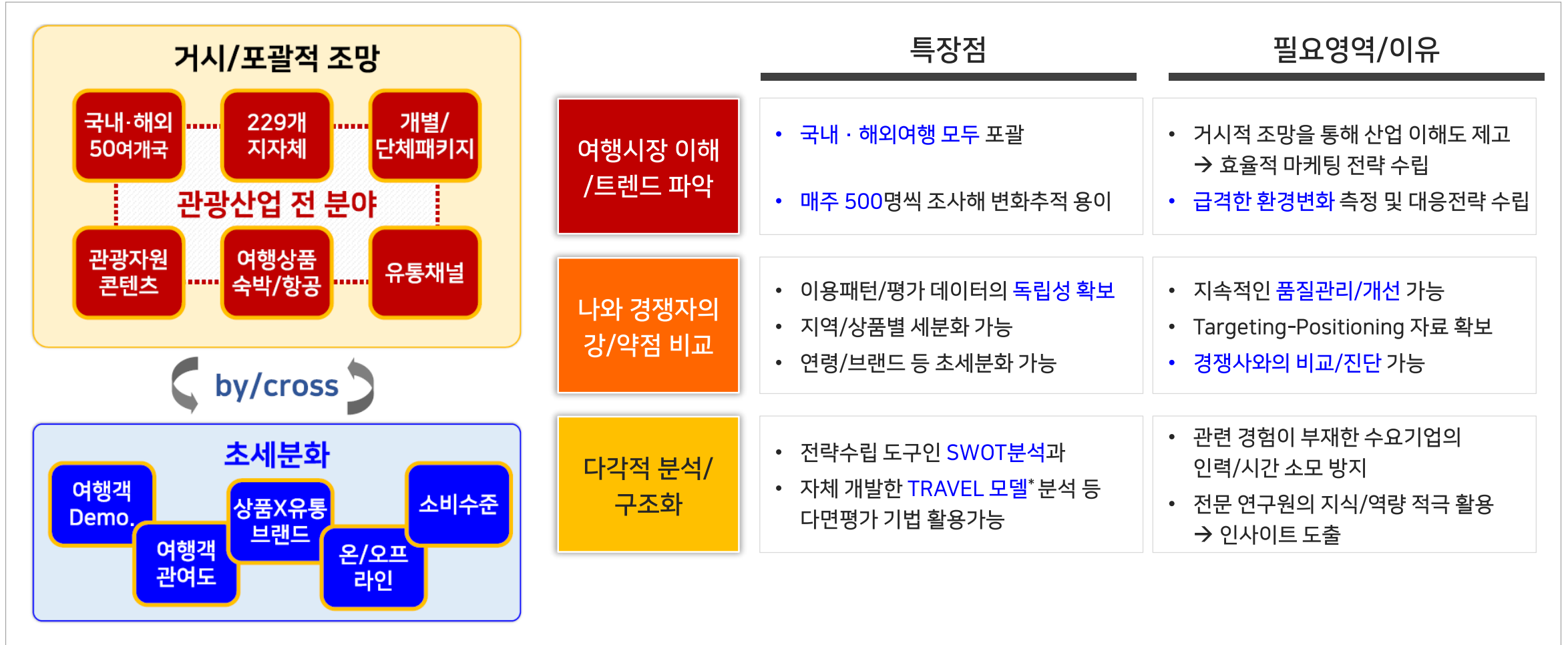


-  **자동차 품질 및 고객만족 조사** (연 1회 조사, 총 20차)
→ 2001~, 매회 100,000명
-  **이동통신 기획조사** (연 2회 조사, 총 32차)
→ 2005~, 매회 40,000명 (연 80,000명)
-  **여행/관광** (총 4개 기획조사 운영 중 - 주 1회 중/연 1회 3종)
→ 2015~, 매주 500/연 26,000명 등 다수
-  **쇼핑/유통** (주 1회 조사)
→ 2017~, 매월 4,000~5,000 명/ 연 52,000 명
-  **체감경제** (주 1회 조사)
→ 2019~ 매월 4,000~5,000 명/ 연 52,000 명
-  **여가/문화** (주 1회 조사)
→ 2021~, 매주 500 명/ 연 26,000 명 내외
-  **금융** (주 1회 조사)
→ 2022~, 매주 500 명/ 연 26,000 명 내외

02. 컨슈머인사이트 기획조사 특징점 (여행)

기획조사 데이터는 대표 · 독립성이 보장되어 시장 전반에 대한 이해부터 세분단위*별 분석까지 가능합니다.

*세분단위: 성, 연령, 지역, 가구상황 등 특성에 따라 구분된 그룹



03. 여행 기획조사 활용분야

여행/관광 데이터는 ① 지역 개발자/마케터 ② 여행상품 및 유통 기업 ③ 정보 서비스 채널에 활용 가능하며, 자체 보유한 여행시장 분석 모델 'TRAVEL'을 적용해 관광 전문가의 데이터 컨설팅을 받으실 수 있습니다.

여행시장 분석 모델



> Target: 여행객 > Value for money: 가성비
> Resource: 자원, 콘텐츠 > E-connect: 인터넷/모바일환경
> Accessibility: 접근성 > Loyalty: 재방문/추천의향

지역 개발자/마케터

- 우리 지역을 주로 여행하는 연령대는?
- 우리 지역은 누구와 여행하나?
- 우리 지역에서의 여행 목적은?
- 우리 지역의 강점/약점은?
- 강화/발굴해야 할 자원/콘텐츠는?



관광 상품/유통 기업

- 유망한/경쟁력 있는 상품은?
- 소비자가 인식하는 자사와 경쟁사는?
- 자사가 우수한-보완이 필요한 항목은?
(고객서비스, 비용, 웹/앱 등)
- 성공적 전략을 수립하기 위해서는?
- 사업의 기초자료/방향성 확보를 위해서는?



관광정보 채널/미디어

- 객관적인, 신뢰할 수 있는 정보는?
- 000으로 인한 소비자 심리는?
(코로나19, No재팬, 경기침체 등)
- 소비자, 업계에 모두 이익이 되는 정보는?
- 경쟁자와 차별화 할 수 있는 정보는?
- 다양한 정보를 요약한 자료는?



04. 여행 기획조사 소개 ① 구성

2015년 8월, '주례 여행 행태 및 계획조사'를 시작으로 총 4종의 기획조사를 운영하고 있으며, 국내 및 해외여행 시장 조망-경쟁력 평가-자원/콘텐츠 개발 등 방대한 내용을 포괄하고 있습니다.

구분	주례 여행 행태 및 계획조사	국내 여름휴가 여행 만족도 조사	여행자 · 현지인의 국내여행지 추천 · 평가 조사	해외여행 및 여행상품 만족도 조사	여행과 코로나19에 대한 조사
조사 설계 ① 주기/횟수 ② 조사 시점 ③ 표본수 (누적)	① 주례 / 250회 이상수집 ② '15년 08월 시작 ③ 매주 500명 - 년 2만 6천명	① 연례 / 총 5회 ② '16년 09월 시작 ③ 2만 5천여명	① 비정기 / 2회 ② '17년 / '19년 시행 ③ 5만 5천여명 (19년 기준) - 여행객 : 2만 7천여명 - 연고자 : 2만 7천여명	① 연례 / 총 5회 ② '16년 09월 시작 ③ 년 2만 5천여명	① 비정기 / 1회 ② '20년 09월 조사 ③ 2만 5000명
목적	여행시장 Trend 파악 여행 경험 · 평가 · 기대를 시의성 있게 통시적으로 조망 가능한 정보 체계의 구축	전국 지자체 여름휴가 여행 만족도 평가 여행 최대 성수기인 여름휴가 (6~8월) 기간의 여행행태- 만족도 측정을 통해 평가 및 전략 자료 확보	국내 레저/여행 활동 분석 · 평가 여행객과 현지인의 경험을 바탕으로 국가에는 정책자료, 지자체와 기업에는 전략자료, 개인에게는 추천자료로 활용	해외여행지 및 여행상품 만족도 평가 해외여행지 만족도와 여행 관련 상품의 서비스품질 측정을 통해 평가 및 전략 자료 확보	코로나로 인한 여행 태도 변화 코로나19로 여행심리가 어떻게 변화했고, 종식 후에는 어떤 방향으로 이동할지에 대한 자료
조사 내용 및 목적	- 여행 동향 - 여행 현황 (당일여행 포함) - 여행 계획 - 지역축제 경험	- 전반적 여름휴가 여행 행동 - 여행지 만족도 - 여행자원 풍족도 - 여행환경 쾌적도	- 레저/여행 자원 현황 - 레저/여행 활동 추천 - 지역 이미지 - 만족도	- 해외 여행지 - 종합 여행사 - OTA ('17년 시작) - FSC/LCC ('17년 시작)	- 해외여행 가능시기 전망 - 해외여행 의향 - 선호 해외여행지 - 여행 관련 태도

04. 여행 기획조사 소개 ② 수집 데이터

	조사 항목	자료범위
I. 동향	여행비 지출동향/의향 여행 경험/계획 보유율 여행지 관심도	• 전체, 국내, 해외 • 전체, 국내 (3개월), 해외 (3&6개월) • 국내 (11권역), 해외 (12권역)
II. 여행행태	여행 횟수 여행 지역 여행계획 구체화 정도 여행 출발 시기 여행 기간 휴가 사용 동행인 동행인 수 여행방식 여행 지역 선택 이유 여행 주 활동 여행시 취미/운동 활동	• 국내/해외 여행지 - 국내는 시/군, - 해외는 국가 단위임.
III. 상품 이용	여행 구입상품 예약/구매 시기 여행상품 구입 채널 여행상품 결제 디바이스 목적지까지 교통편 목적지내 교통편 숙박장소 숙박장소 선택 기준 식당/음식 선택 기준	• 국내/해외 여행지 - 국내는 시/군, - 해외는 국가 단위임.
IV. 비용	총 여행비용 항목별 여행비용	• 국내/해외 여행지 - 국내는 시/군, 해외는 국가 단위.

	조사 항목	자료범위
V. 여행지평가	체감만족도 재방문의향 추천의향 자원 만족도 환경 쾌적도	• 국내/해외 여행지 - 국내는 시/군, - 해외는 국가 단위임. • 국내/해외 여행지 - 5~6개차원
VI. 브랜드 이용행태	인지/경험 1년내 이용 경험 선호도 여행목적 여행지역 예약/구매 상품 예약/구매 방법 구입이유 브랜드 경험품질 (4~7개차원)	• 여행사, OTA, FSC/LCC
VII. 여행자원 추천	거주지/연고지 기억에 남는 여행 (1~2순위) 희귀 경험 여행지 여행자원 유형의 기대 및 기대대비 평가 (46자원) 여행지 이미지 (14쌍 여의적도) 자원 만족도 (5개차원) 환경 쾌적도 (5개차원) 여행지 추천 VOC (서술형 텍스트 데이터) 여행지 추천 키워드	• 국내여행지 - 지방도는 시/군 단위, - 특별/광역시는 구 단위 - 제주도는 읍/면 단위임. 15만여개 데이터 보유 4천여 종, 7만여 건 데이터 보유

Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 제공 형태 설명

자료는 ① Raw data ② 통계 테이블 ③ 보고서 ④ 전자 보고서 4가지 형태로 제공하며, 관광분야 조사를 전문으로 하는 연구팀이 운영합니다.

Raw data

- 엑셀 양식으로 응답자 별 변수값이 입력된 데이터
- 별도의 가공서비스는 제공하지 않으며, **수요기업이 직접** 데이터 분석을 수행함

통계 테이블

- Raw data를 변수(문항)별로 분석해 **엑셀 형태로** 제공
- 기간/인구특성/타 변수값 등의 **교차분석** 가능
 - 기간 (주, 월, 분기, 반기, 연 등)
 - 인구특성 (성, 연령, 가구상황 등)

보고서

- 관광조사 전문 연구팀이 시장 동향 및 세부시장을 분석 (약 40p 분량)
- 구매자 특성에 맞는 **분석 및 인사이트** 제공 가능

전자 보고서

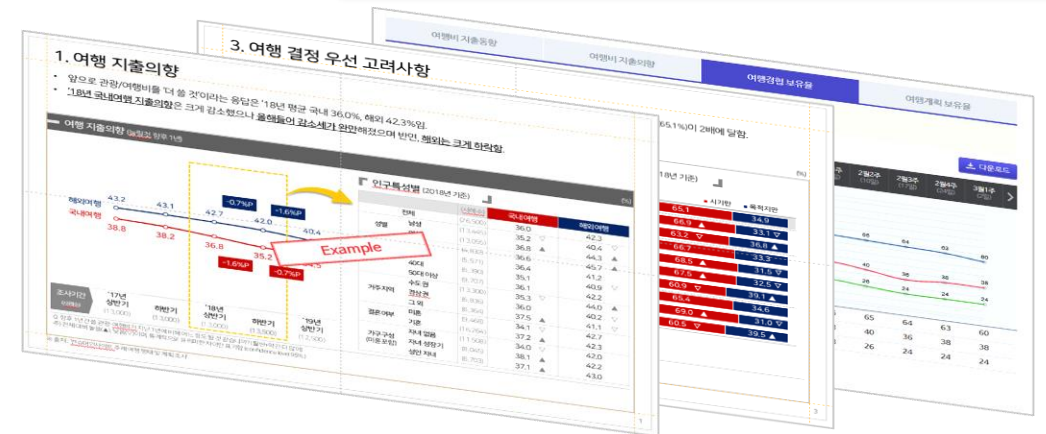
- 웹사이트**로 데이터를 다운로드 받을 수 있는 서비스 (월 업데이트)
- 엑셀 데이터로 다운받을 수 있으며, 기간/인구특성/타 변수값과 교차분석 가능 (일부 변수 제한)

내용

예시

idx	A01_1	A02_1	A0301M01	A05	A0501M01	A050203	B0101M01	B1501_1	B1602	B1702	E
14853	11	43685	2	1	3	2	2	2	2	10	
12329	16	43618	2	11	1		9	2	2	97	
26822	9	43653	2	3	3	6	19	2	5		
3521	15	43698	2	97	97		29	2	2	7	
6897	13	43674	2	7	8	2	1	2	2	97	
23723	16	43671	7	1	1		1	2	2	4	
1001	14	43678	2	5	1		24	2	2	10	
32508	14	43663	2	11	98		25	2	2	2	

SQ2-1. 국내여행지 관심도 - 서울											
BASE: 응답자 전체											
SQ4-0-1.											
사례수											
20190101											
20190102											
20190103											
20190104											
20190105											
20190106											
20190107											
20190108											
20190109											
20190110											
20190111											
20190112											
20190113											
20190114											
20190115											
20190116											
20190117											
20190118											
20190119											
20190120											



02. 보고서 예시

종로구 분석 보고서 샘플을 아래 사이트에서 확인하실 수 있습니다

(샘플 : <http://consumerinsight.co.kr/travel/download2.aspx>)

종로구 관광·여가산업 역량 평가 요약 (1)

1. 대한민국 정치·경제·문화의 중심

- 1394년 조선의 수도가 된 이후 700년 이상 정치·경제·문화의 중심이 되어 온.
- 서울 중심부에 위치하고 있으며 25개 자치구 중 면적 11위, 인구 수 24위로 거주인구 밀집도가 낮은 상업 지구이며, '종로 청계 관광특구'의 중심임.

2. 전통과 현대적 자원이 어우러진 독특한 곳

- 가장 많이 인상되는 지역 콘텐츠는 '인사동'이며, '경복궁', '광장시장', '고궁'이 뒤를 이음.
- 추천 및 기대자원은 '궁궐/성/묘', '문화유물', '박물관/미술관' 등 전통·문화예술 자원과 '거리/대안문화', '음악/연극 공연' 등 현대 유흥 자원 모두에서 전국 최상위 수준으로 평가되는 특급 관광자임.

추천 및 기대자원	추천율(%)	등급
전통/고궁	60.5	A+
문화 유물	27.3	A+
박물관/미술관	37.6	A+
건축물/조형물	24.4	A+
거리/대안문화	38.1	A+
음악/연극 공연	31.8	A+
토산물	19.1	A+

종로구 관광·여가산업 역량 평가 요약 (2)

3. 자원 평가는 우수하나 여행환경은 개선 필요

조화마조디, 초치아하오 마드 나오 시 2위(전국에서는 상위 30% 이내로 우수한 평가를 받음. 30% 이내로 월거리를 제외한 4거리(역·놀·볼·살)에 경쟁력을 갖춘. 30% 이내로 특히 물가/상도의 측면 개선이 필요하며, 편의시설 및 안전/치안을 부정적으로 평가함.

교통환경

거리 안전/치안

편의시설

물가/상도의

청결/위생

[레이블]

종로구

서울 평균

전국 평균

* 여행지 선정 기준: 방문객의 선호도

1. 종로구 관광 SWOT

“고물가·교통정체로 불만족스러운 환경”

- 물가 평가는 전국 최하위 수준이며, 여행객에게서 더욱 부정적임
- 교통이 항상 혼잡한 지역으로 교통환경이 전국하위 40% 수준임

“대도시 여행지 회피현상”

- 인근도 여행 주구로 전락한 여행지 선호 경향이 뚜렷함
- 주요 자원인 '인사동', '대안문화', '광장시장' 등은 도심의 혼잡도가 높은 지역으로 대안도 하위 40% 수준임

03. 전자 보고서 예시

수요에 따라 데이터를 가공/다운로드 할 수 있는 웹 페이지를 구축/운영하고 있습니다.

◆ Web 통계 패키지

직관적 활용이 가능한 통계 패키지 UI

STRAP
Syndicated Travel Research
Analysis Platform

조사 개요

조사 내용

이용 가이드

분석 대상 선정

조사시기

2020년

1월

~

2020년

1월

응답자 특성 등 분석대상 추가하기

Clear all

Clear Selected

분석 하기

Clear all

Clear Selected

* 분석변수를 클릭해 선택하신 후, 드래그 하여 우측 분석표 구성의 분석 변수나 설명 변수 위치에 넣으신 후 "결과보기" 버튼을 클릭하여 주십시오.

분석 변수

구분조건

기간별

응답자 특성별

여행동향

여행지출 동향·의향

지출동향

지출의향_여행 전체

지출의향_국내여행

지출의향_해외여행

여행지 관심도

여행 보유율

여행 횟수

국내여행 경험

여행지

일정

여행방법 및 활동

경비

만족도

해외여행 경험

여행지

일정

여행방법 및 활동

분석표 구성

설명 변수

변수1:

변수2: 년월

ROWS

COLUMNS

분석문항

preview

분석 결과 예시

질문 : 요즘 OO 지역을 가보고 싶다는 생각이 예전에 비해 ...
[5점척도; 훨씬 더 많아졌다(1) ~ 훨씬 더 적어졌다(5)]

조사주기 : ● 주별 ○ 월별

조사시점 ~ 2020년 02월

다운로드

11월4주 (29일)

12월1주 (2일)

12월2주 (9일)

12월3주 (16일)

12월4주 (23일)

12월5주 (30일)

1월1주 (6일)

1월2주 (13일)

1월3주 (20일)

1월4주 (27일)

2월1주 (6일)

2월2주 (13일)

2월3주 (17일)

제주

강원

부산

서울

전남/광주

제주	54	53	55	58	56	59	60	57	53	53	54	50	50
강원	46	49	49	47	45	50	52	43	39	42	45	46	45
부산	47	47	46	45	44	47	47	43	40	39	37	36	35
서울	27	28	31	33	30	30	32	28	24	25	24	23	24
전남/광주	27	26	28	29	26	25	27	26	28	28	24	22	23
전북	21	18	19	23	23	19	20	21	21	21	19	19	22
경기/인천	26	25	26	28	26	26	28	26	23	24	25	20	20
경남/울산	26	25	23	23	23	22	22	19	18	20	22	21	19
경북/대구	19	19	20	22	20	17	16	16	15	16	17	17	16
충남/대전	18	19	17	20	20	18	19	19	18	19	16	15	16
충북	17	18	19	20	18	16	17	16	15	18	16	13	16

주1) 최대허용오차 (n=500/주) ±4.4%, (n=1,000/월) ±3.1%

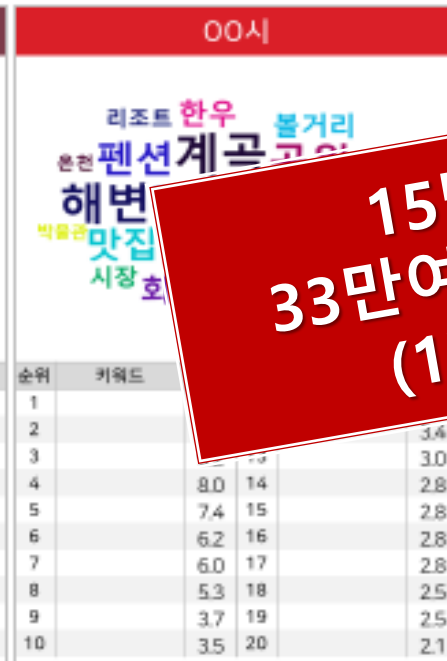
주2) 자료의 안정성을 위해 그 전주와 단순이동평균을 구했음

04. 텍스트 데이터 예시

여행 텍스트 데이터를 기초자치단체 단위로 수집해왔으며,
Raw data부터 보고서까지 다양한 형태로 활용하실 수 있습니다.

별첨 (7) 추천키워드 - 경쟁지역

- 공통적으로 '바다'가 상위권 있으며,
00는 00 등 볼거리, 00는 먹거리, 00는 00가 특징적임.



15만여 건 VoC
33만여 건 키워드 보유
(17/19년 통합)

idx	re_p	larea_name	voc
151	B	서울특별시 관악구	사실 따라만 다녀서 잘 모르겠어요
151	A	제주특별자치도 애월읍	애월에서는 바다만 보다가와서 딱히 추천할만한 것이 없네요
151	A	제주특별자치도 애월읍	흑돼지 속주복음도 맛있게 먹었고 어느커피숍이나 제주 특산물로 만든 디저트는 다
155	A	강원도 강릉시	천천히 즐기시길 바래요
155	A	강원도 강릉시	산림 쪽이 휴식 공간으로 바다 쪽보다 좋습니다.
155	B	경상북도 경주시	여름에는 워터파크 겨울엔 온천으로
155	B	경상북도 경주시	안압지 야간 개장시 가보세요.
156	A	부산광역시 해운대구	웅궁사 추천합니다. 바다에 인접한 깎아지른 듯한 사찰과 전망대로 일품이고 자연과
156	A	부산광역시 해운대구	자연 그대로의 바다가 주는 탁트인 느낌과 인접한 도시의 경치가 마치 홍콩의 그것과
160	A	강원도 태백시	가을단풍
160	A	강원도 태백시	
161	A	전라북도 군산시	아니라 남부시장에서 콩나물국밥, 피순대가 맛있고 특히 콩나물국밥은
161	A	전라북도 군산시	를 추천합니다
			여구이
			제를 추천합니다.
			은 밤에 가는 것을 추천합니다
			아무래도 낙산사당 속초 중앙시장이 보편적이면서도 가볼만한 곳 같아요.)
			투와이호텔에서 묵었는데 최근 지어지고 깨끗해서 아주 편했습니다
			수박
			축제
			축제행사 좋아함
			죽밥
			죽령산 추천합니다. 가기만해도 힐링됩니다
			해녀박물관
			아쿠아 플라넷. 애기들이 좋아하네요
			돼지국밥이 유명함
			지역 축제 기간에 맞춰서 오면 좋을 듯. 양평군, 이천시와 가깝기 때문에 교통에 이
			도자기축제시, 다양한 체험활동과 먹거리를 만날 수 있음.
			이천도자기 축제에서 싼 가격에 도자기나 공예품을 살수 있음.
			공곳이
			등등등 유자탕 꼭 드세요

Q. 0000 여행지의 놀/먹/볼/살거리 중 특별히 추천하고 싶은 것이 있으신가요? 자세하게 적어주세요.

※ 출처: 컨슈어인사이드 2019 여행지/현장인 국내여행지 추천 조사

컨슈머인사이트는 꾸준히 여행시장에서 주목할 만한 사항을 발굴해 공개해왔습니다.

산업-연도-번호	제목(링크)
여행-21-16	여행상품 플랫폼 `토종 빅3 쏠림` 더 심해졌다
여행-21-15	지난 여름휴가 최고 여행지는? 광역-`제주` 기초-`순천`
여행-21-14	너무 오래 참았다...여행 희망사항 톱10 중 4개는 `해외`
여행-21-13	여름휴가, 해외는 못 갔어도...국내여행 `코로나 전` 근접
여행-21-12	가장 스마트한 관광도시는? 제주특별자치도-강남구-순천시
여행-21-11	스마트관광 성숙도, 광역은 `제주도` 기초는 `서울 강남구` 1위
여행-21-10	여행하면 생각나는 것? `먹거리` 밀어내고 `바다`가 떴다
여행-21-09	코로나 아랑곳 않고...상반기 국내여행 심리 사상최고
여행-21-08	여행정보 어디서 얻지? `포털` 지고 `유튜브` 뜬다
여행-21-07	도시락 여행은 지겨워...`식도락 여행` 부활 시작된다
여행-21-06	코로나 종식 기대감 `뚝` 여행비 지출 심리는 `쑥~`
여행-21-05	코로나시대 `당일여행지` 광역 1위는 `경기`, 기초는?
여행-21-04	확진자 치솟아도...여행 갈 사람은 간다

산업-연도-번호	제목(링크)
여행-21-03	TRAVEL 분석으로 본 20-21 국내여행 트렌드
여행-21-02	2020-21 여행시장 동향과 전망
여행-21-01	해외여행, 마음은 해빙기 현실은 빙하기
여행-20-22	제주항공 4년간 LCC 브랜드 선호도 1위
여행-20-21	야놀자 4년간 독주, 네이버는 질주
여행-20-20	코로나 풀리면 해외여행 폭풍성장 할까
여행-20-19	코로나가 싹 바꾼 여심(旅心), 해외여행 대신 호캉스?
여행-20-18	사람피해 자연에서 휴식, 높아진 여름휴가 만족도
여행-20-17	크게 줄어든 여름휴가 여행, 핵심은 `언택트`
여행-20-16	추석연휴 여행, 얼마나 자제 할까?
여행-20-15	여행 식도락의 뉴노멀, 배달-포장
여행-20-14	음식점 이용 시 가장 신경 쓰이는 것은?
외 다수	

* 더 많은 내용은 다음 페이지에서 확인하실 수 있습니다:
 [컨슈머인사이트] www.consumerinsight.co.kr

[여행] <https://www.consumerinsight.co.kr/travel/report1.aspx>

[참고] 컨슈머인사이트 발표 보도자료 (자동차/이동통신/여행/쇼핑/체감경제/금융)

자동차, 이동통신, 쇼핑, 체감경제, 여행, 여가/문화, 금융에 대한 보도자료도 꾸준히 배포하며 전문성을 알리고 공익에 기여하고 있습니다.

산업-연도-번호	제목(링크)
■ 자동차	
자동차-21-26	중고차 플랫폼 점유율, 단연 '엔카'...만족도는 'K카'
자동차-21-25	전기차 이용자는 '긍정왕'...수입 전기차 이용자는 '더 긍정왕'
자동차-21-24	튜닝 경험자 3명 중 1명 "셀프 튜닝"...평균 300만원 썼다
자동차-21-23	카센터 가본 사람 60% 이상 "공식 서비스센터보다 낫더라"
자동차-21-22	전기차, 충전 시간보다 더 큰 걱정은? 겨울철 주행거리 감소
자동차-21-21	ADAS, 새 차 60%에 있고 90%는 쓰는데 만족도는...
자동차-21-20	동네 카센터 만족도, 국산차나 수입차나 '엇비슷'
자동차-21-19	소비자가 본 최고 전기차는 단연 '테슬라'... 2위는 현대차 외 다수
■ 이동통신	
이동통신-22-02	'알뜰폰' 체감 만족도, SKT 아성 뚫었다...비결은?
이동통신-22-01	알뜰폰 최근 가입자, 10명 중 9명 자급제폰 샀다
이동통신-21-07	SKT, 고객만족 1위 '20년 아성' 무너지나
이동통신-21-06	고객만족 앞선 통신3사, 알뜰폰을 경계해야 할 이유는?
이동통신-21-05	알뜰폰, 가성비로 상승세 지속...이용층도 젊어져
이동통신-21-04	시스피커, 이용자 ↑ · 만족도 ↓ ...'말알못'의 역설
	외 다수

산업-연도-번호	제목(링크)
■ 여행	
여행-21-16	여행상품 플랫폼 `토종 빅3` 쏠림` 더 심해졌다
여행-21-15	지난 여름휴가 최고 여행지는? 광역-`제주` 기초-`순천`
여행-21-14	너무 오래 참았다...여행 희망사항 톱10 중 4개는 `해외`
여행-21-13	여름휴가, 해외는 못 갔어도...국내여행 `코로나 전` 근접
여행-21-12	가장 스마트한 관광도시는? 제주특별자치도-강남구-순천시
여행-21-11	스마트관광 성숙도, 광역은 `제주도` 기초는 `서울 강남구` 1위
■ 쇼핑	
쇼핑-21-03	정기구독 상품, 50대는 `식음료`...2030세대는?
쇼핑-21-02	식품 온라인 구입, 만두-피자가 라면-과자 앞섰다
쇼핑-21-01	쇼핑지출 `먹고 마시는 것`만 늘었다
■ 체감경제	
체감경제-22-01	치솟는 물가, 불안한 경제환경...스태그플레이션 우려
체감경제-21-06	갑 열고 싶은데 물가는 쑥쑥...역대급 인플레 우려
체감경제-21-05	엇갈린 재테크 심리, 주식 꺾이고 부동산은 쭉~
■ 금융	
금융-21-01	현금 없는 사회? 열에 아홉은 "현금 갖고 다닌다"

* 더 많은 내용은 다음 페이지에서 확인하실 수 있습니다 :

[컨슈머인사이트] www.consumerinsight.co.kr

[자동차] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_photo.aspx

[이동통신] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_ict.aspx

[여행] <https://www.consumerinsight.co.kr/travel/report1.aspx>

[체감경제] https://www.consumerinsight.co.kr/cpes/report_list

[금융] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_fin.aspx

Thank You

본 내용에 관한 문의는 아래로 연락 바랍니다.

김민화 연구위원(Ph.D)

02-6004-7643 / kimmh@consumerinsight.kr

