

HOME

—— 홈메이드 업종 분석 리포트 ——

MADE



데이터 분석 기준

- 데이터 기간

2020년 1월 1일 ~ 2020년 4월 30일

- 데이터 출처

DIGHTY

- 데이터 소스

집꾸미기(가구, 인테리어, 생활용품, 꽃) 홈쿡/홈카페(식품, 주방용품)

관련 사이트 285개의 유입, 키워드, 구매 데이터 분석

? 간단 퀴즈! 한번 맞춰보세요

1월 대비 3월에 유입이 가장 많이 상승한 사이트는?

간식 vs 농수산 vs 홈가드닝

4월 한 달 동안 유입수가 가장 많았던 키워드는?

홈카페 vs 홈베이킹 vs 셀프인테리어

4월, 종합식품 물에서 구매할 때 담은 상품 개수는?

5.3개 vs 7.4개 vs 9.6개 vs 11.5개

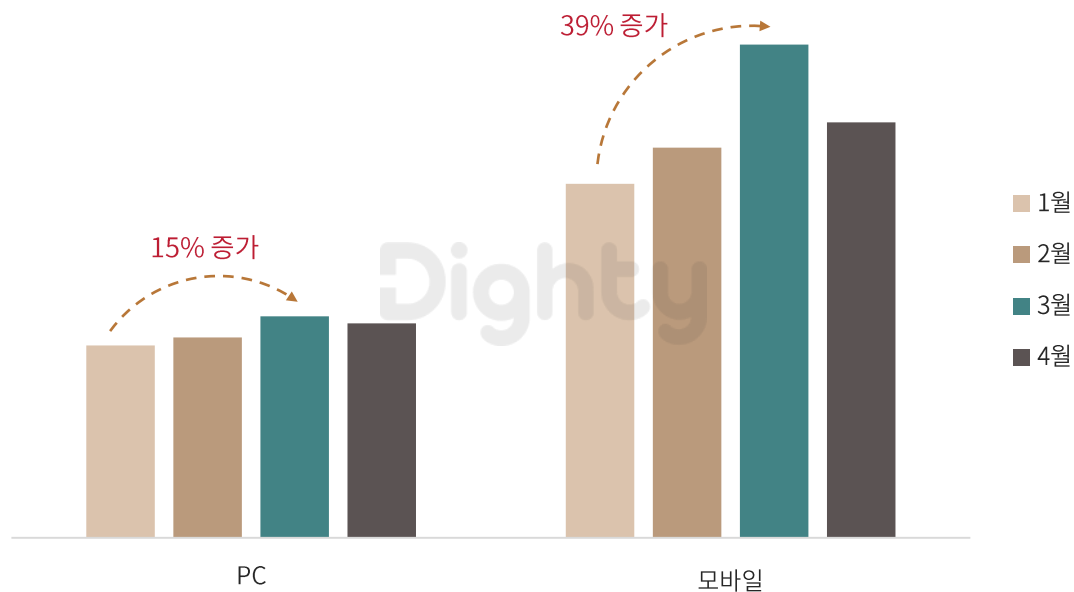
‘쌀’ 판매가 가장 많았던 달은?

1월 vs 2월 vs 3월 vs 4월

정답은 리포트에서 확인하세요!



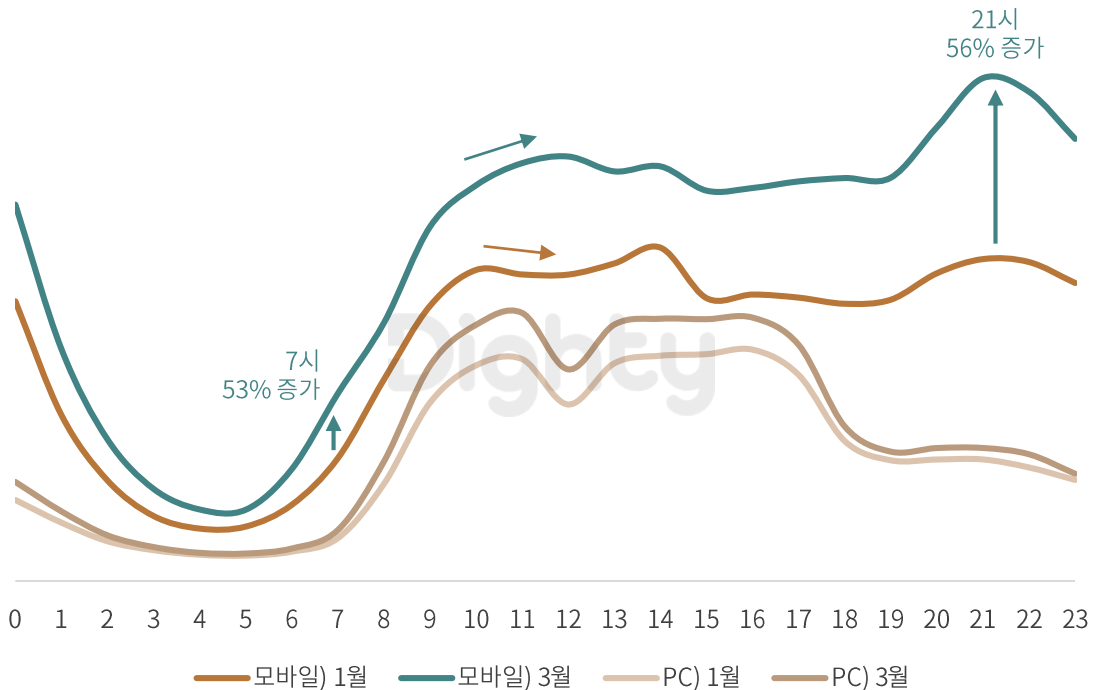
월별 디바이스 유입수 추이



홈메이드 관련 사이트는 3월에 유입이 가장 많았으며
1월과 비교해 PC는 15%, 모바일은 39% 증가

3월은 사회적 거리두기가 가장 강화된 기간으로
자발적 자가격리와 재택근무로 인해 홈메이드 사이트의 유입수 상승

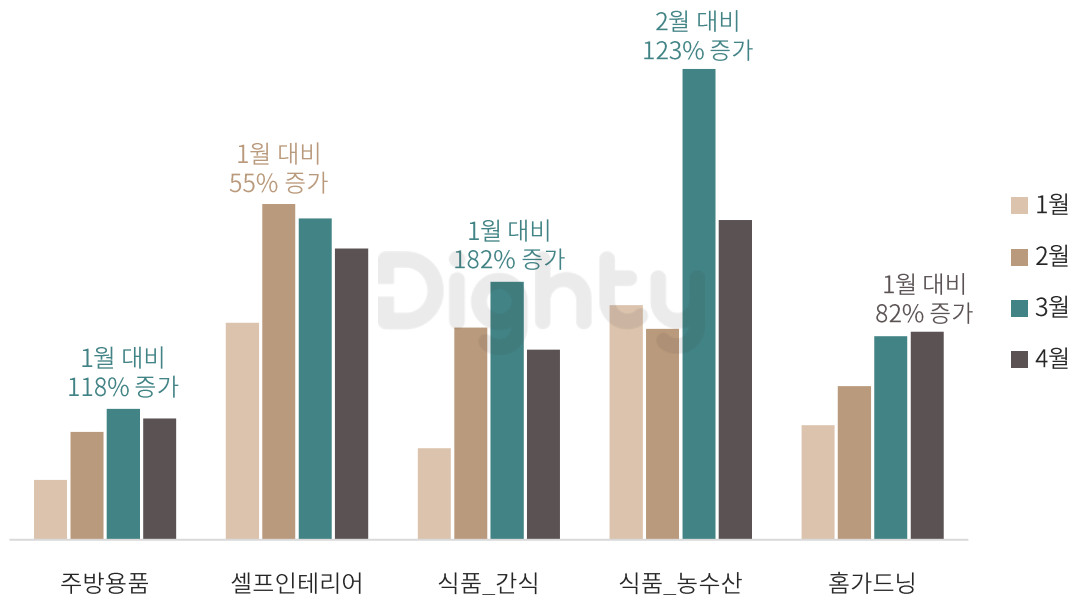
디바이스별 유입 시간



유입수가 가장 적은 1월과 가장 많은 3월의 시간대별 유입수를 비교했을 때
PC는 유입수가 상승하였으나 비슷한 패턴을 유지

모바일에서는 오전 7시와 밤 21시의 상승률이 높았으며
3월에는 1월에 하락하던 10~12시간대에도 유입수 증가

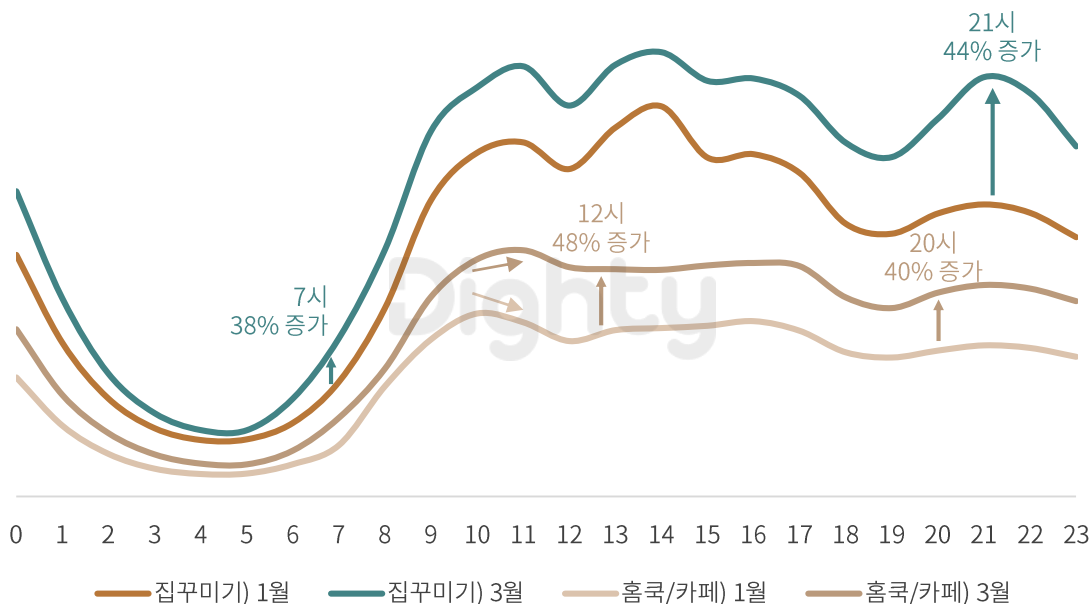
주요 사이트 월 별 유입수 추이



사이트 특성별 유입 추이를 확인했을 때
가장 많이 상승한 사이트는 '식품_간식'으로 3월 유입수가 1월과 비교해 1.8배 증가

주방용품과 식품 사이트는 3월 유입수가 가장 많았으며
셀프인테리어는 2월에, 홈가드닝은 4월이 가장 높았음

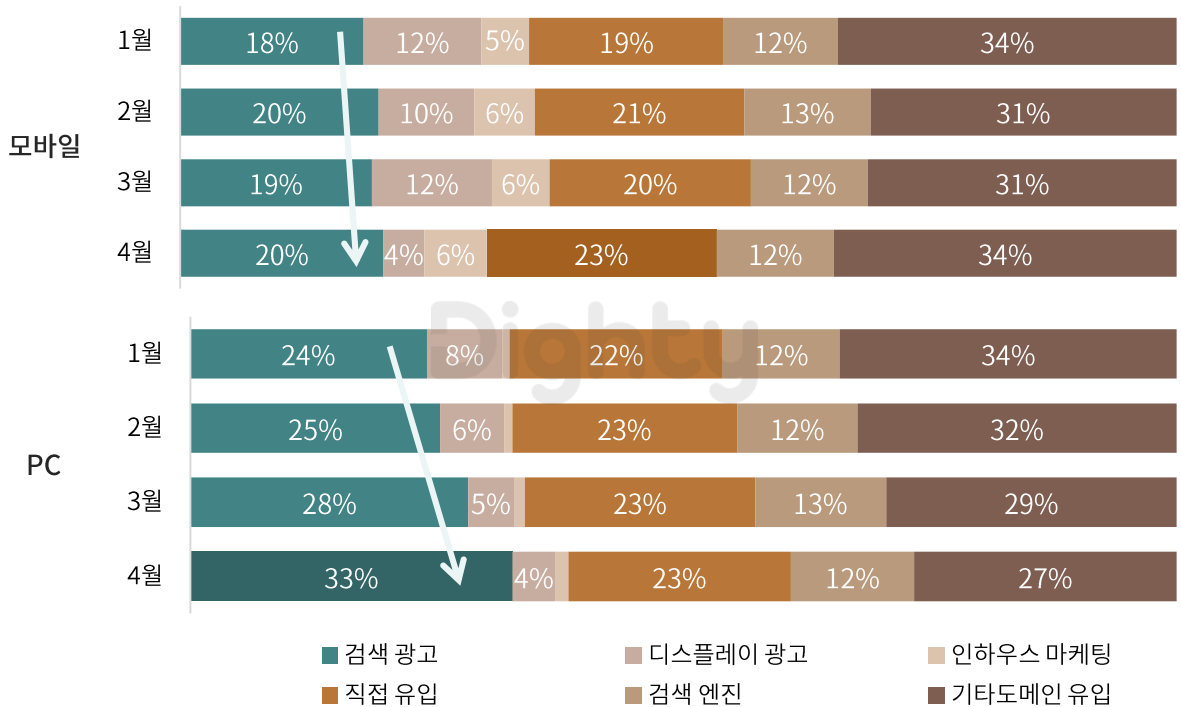
사이트별 유입 시간 차이



집꾸미기와 관련된 사이트는 1월과 비교해 오전 7시와 21에 가장 많이 상승하였으며
유입 패턴은 1월과 3월이 비슷한 양상을 보임

홈쿡/카페 사이트는 점심과 저녁 시간대인 12시와 20시에 상승률이 높았으며
1월에는 10시~11시 구간의 유입수가 하락하였으나 3월에는 상승

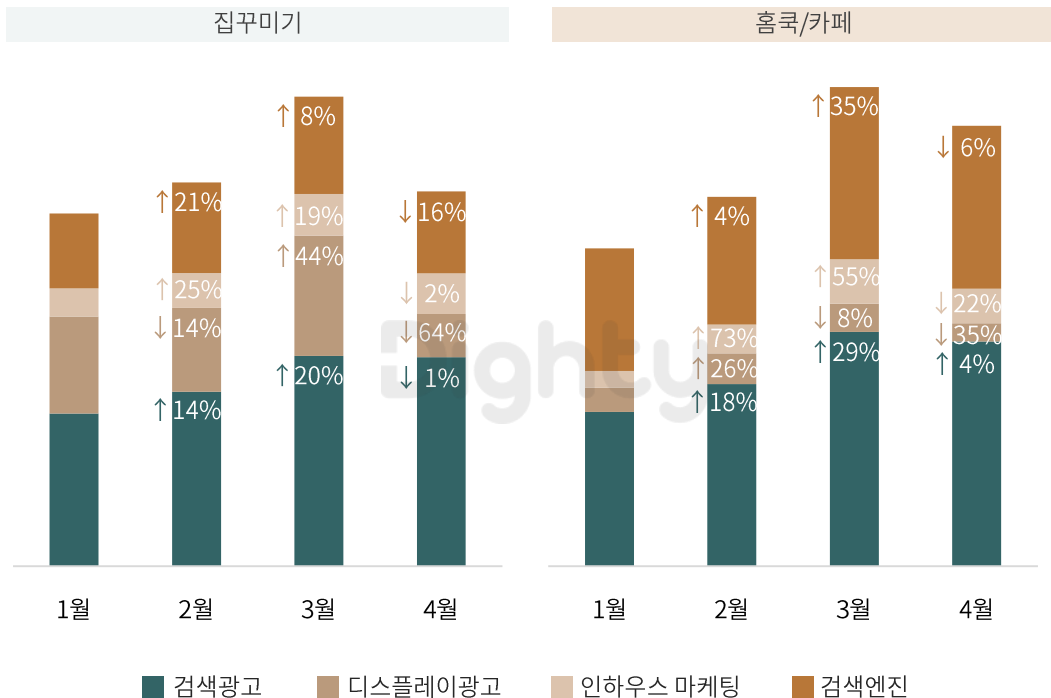
월별 유입 출처 비중



모바일에서 4월의 직접 유입(BOOKMARK)의 비중이 상승한 데 비해
디스플레이 비중은 8%P가 감소하여, 디스플레이 광고 물량이 감소한 것으로 보임

PC는 검색광고의 유입이 1월과 비교해 4월에 9%P가 상승하였으나
디스플레이 광고는 4%P가 감소,
PC에서도 디스플레이 광고 유입이 저조한 것으로 나타남

사이트별 유입 출처 유입수 추이

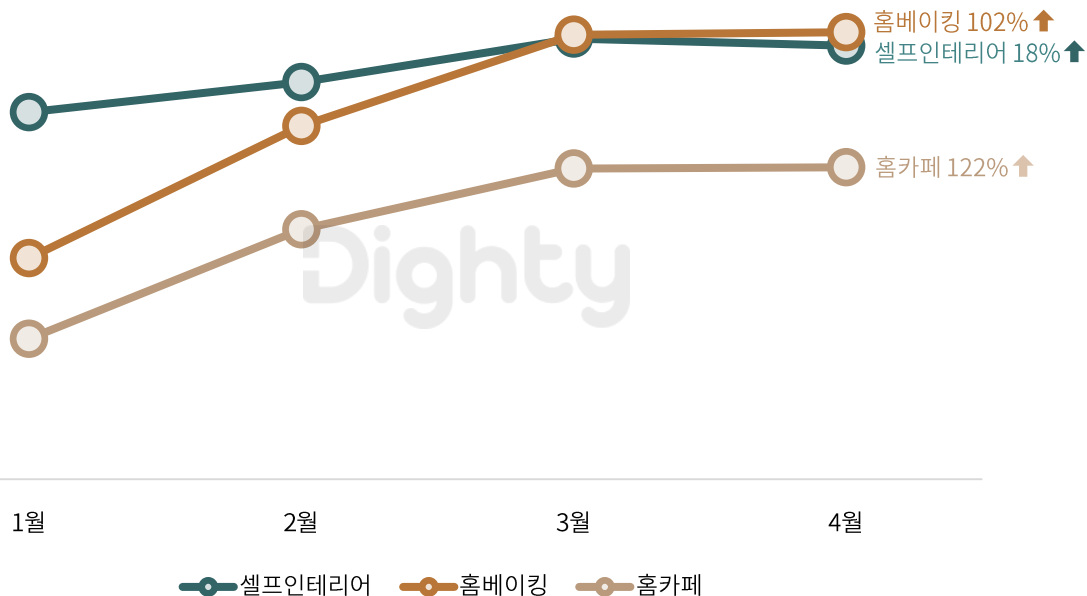


‘집꾸미기’ 사이트와 ‘홈쿡/카페’ 사이트 모두 3월에 유입수가 가장 많았음

‘집꾸미기’ 사이트는 3월에 광고를 통한 유입이 상승했으나
4월, 디스플레이 광고 유입량 감소

‘홈쿡/카페’ 사이트는 3월에 검색엔진과 검색광고를 통한 유입이 크게 증가

키워드 유입 수 추이



3개 키워드의 유입수를 확인했을 때
 ‘셀프인테리어’는 기존에도 활발히 사용하던 키워드로 1월과 비교해 4월에 18% 상승
 ‘홈베이킹’과 ‘홈카페’는 사회적 거리두기로 인해 크게 상승하였으며
 두 키워드 모두 4월에 1월보다 2배 이상의 유입수를 보임

홈메이드

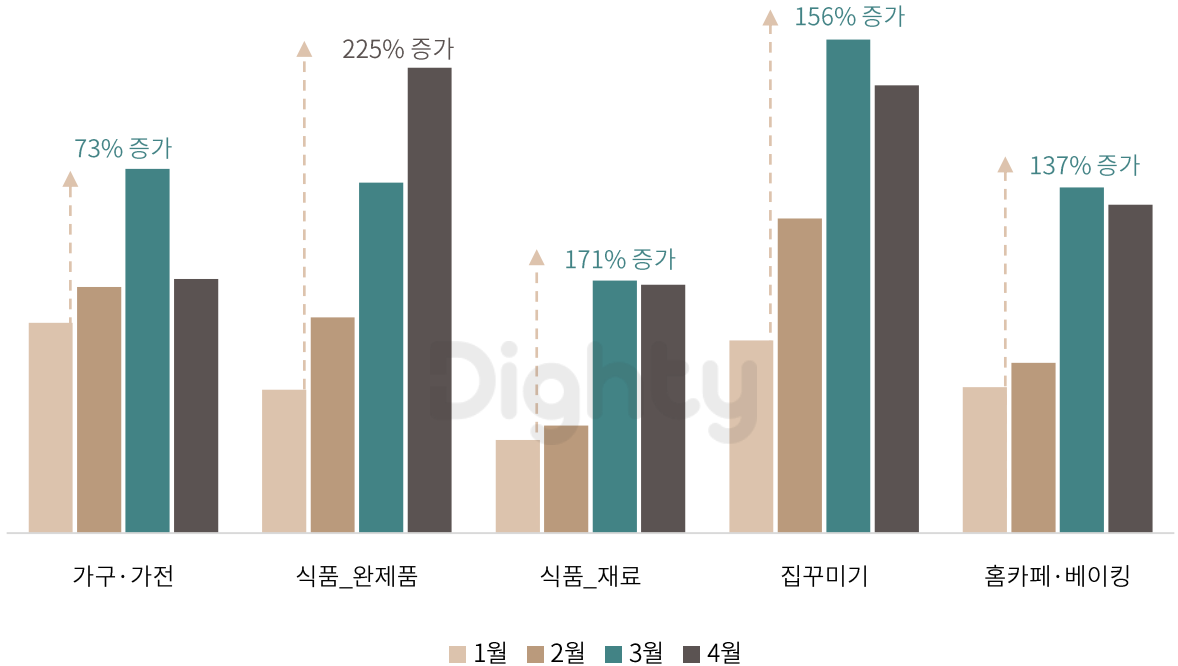
조합 키워드 유입 순위

순위	셀프인테리어	홈베이킹	홈카페
1	셀프인테리어벽지	홈베이킹쇼핑몰	홈카페용품
2	아파트셀프인테리어	홈베이킹재료	홈카페컵
3	셀프인테리어페인트	홈베이킹오븐추천	홈카페테이블
4	반셀프인테리어	홈베이킹도구	홈카페커피머신
5	셀프인테리어몰딩	DIY홈베이킹	홈카페재료
6	상가셀프인테리어	홈베이킹레시피	베란다홈카페
7	베란다셀프인테리어	홈베이킹반죽기	홈카페레시피
8	욕실셀프인테리어	초보홈베이킹	홈카페시럽
9	원룸셀프인테리어	홈베이킹포장	홈카페소품
10	방셀프인테리어	홈베이킹책	홈카페장

‘셀프인테리어’와 많이 조합된 단어는 ‘벽지’였으며,
공간 순으로는 ‘베란다 > 욕실 > 원룸 > 방’ 으로 나타남

‘홈베이킹’과 ‘홈카페’는 주로 ‘용품’ ‘재료’ ‘레시피’를 함께 검색했으며
‘홈카페’는 인테리어 관련 단어(테이블/베란다/소품/장)도 함께 조합됨

주요 키워드 유입수 추이

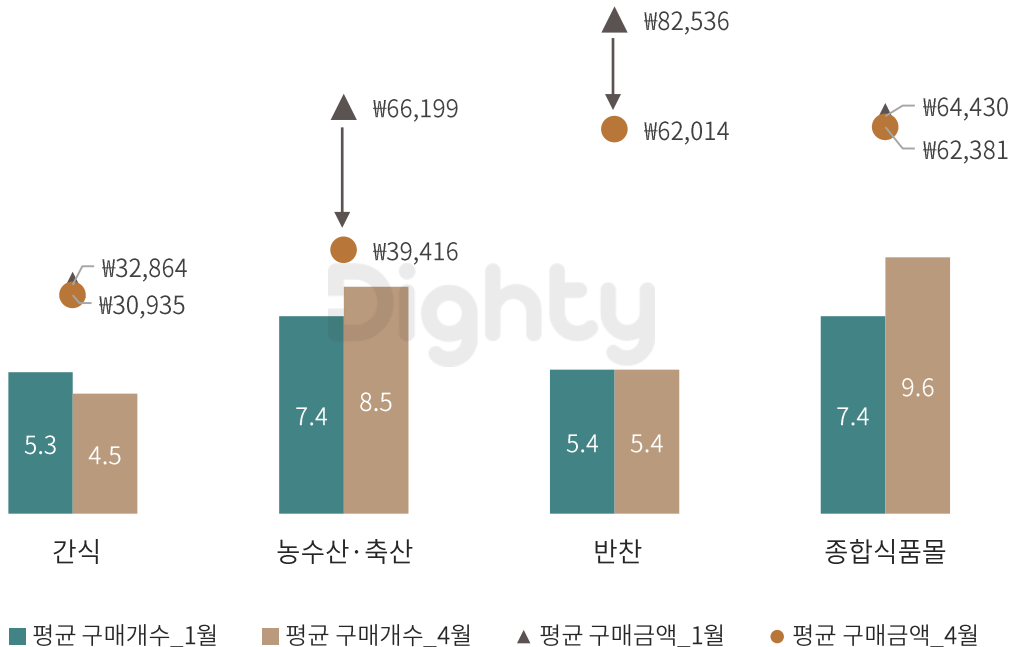


유입이 상승한 키워드를 특성별로 묶어 추이를 확인

가장 상승률이 큰 카테고리는 ‘식품’으로 간식류(다이어트 과자/다이어트 빵/쌀 빵)와
향신료 활용 채소류(바질/루꼴라/로즈마리)의 유입 증가

간편하게 집 분위기를 바꿀 수 있는 아이템(패브릭 포스터/레이스 커튼/러그),
대형 식물(극락조/몬스테라)의 유입수도 크게 상승

식품 사이트 구매개수, 구매금액 비교

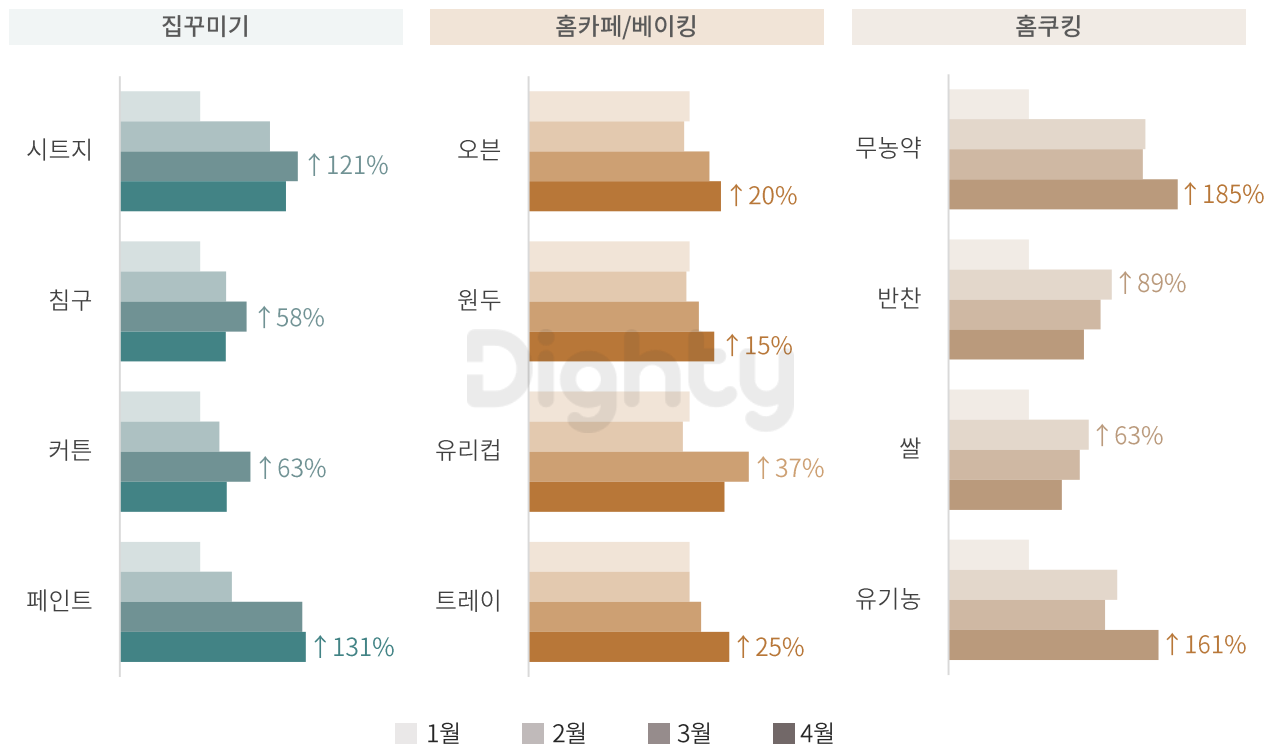


식품 사이트별 1월과 4월의 구매건 당 ‘구매 개수’와 ‘구매 금액’을 비교

대부분 구매개수는 같거나 늘었으나, 금액은 하락하여
더 저렴하거나 소량포장된 제품을 많이 담는 것으로 나타남

‘간식’ 사이트는 1월보다 4월에 더 적게 담았으며
‘종합식품 물’은 1월과 비교해 4월에는 2개 제품을 더 구매한 것으로 확인됨

주요 제품 구매 건수 추이



카테고리별 주요 상품의 구매 건수 추이를 확인

셀프인테리어(시트지/페인트) 제품의 구매가 2배 이상 늘었으며
 홈 카페 분위기를 낼 수 있는 ‘유리컵’ ‘트레이’는 각각 37%, 25% 구매 상승
 ‘무농약’ ‘유기농’이 들어간 제품은 4월에 150% 이상의 구매 건수를 보여
 고품질 재료에 대한 관심이 높아진 것으로 보임

INSIGHT



저녁 모임 대신 홈메이드 탐색

- 사회적 거리두기가 가장 강력하게 시행되었던 3월,
홈메이드 사이트 트래픽은 PC와 모바일 모두 1월보다 상승
- 특히 21시 모바일 유입수는 1월보다 56% 상승한 것으로 나타나
저녁 모임 시간에 홈메이드 사이트를 탐색한 것으로 보임



3월과 4월 우리 검색했어요

- 집꾸미기와 홈쿡 관련 사이트 모두 검색광고 유입수가 3월과 4월에 크게 상승
- 홈쿡 사이트는 검색엔진 유입수도 2월과 비교해 3월에 35%가 상승하여
유저의 검색 활동이 활발했던 것을 알 수 있음
- 또한, 유입 비중을 확인했을 때, 모바일보다 PC의 상승이 더 컸던 것으로 확인
(PC 검색광고 유입 비중 : 1월 24% -> 4월 33%)

INSIGHT



홈카페 소품까지 완벽하게

- ‘홈베이킹’ ‘홈카페’ 키워드는 1월부터 4월까지 꾸준히 상승하였으며 각각 102%, 122%가 상승, 2배 이상의 유입 발생
- ‘홈카페’의 경우 상위 조합키워드로 ‘컵’ ‘테이블’ ‘소품’이 위치하여 카페 분위기 연출에도 관심이 큰 것으로 나타남
- 실내화분도 소형화초보다 대형화초의 유입이 상승하였으며 극락조, 몬스테라의 유입이 지속해서 상승



바질, 루꼴라, 로즈마리 알토란에 안 나왔지만 상승

- 식품 재료의 키워드 유입수는 3월에 1월보다 171%가 상승하였으며 특히 향이 있는 채소 키워드의 유입이 매우 증가
(바질 288%, 루꼴라 271%, 로즈마리 155%, 애플민트 502% 상승)
- 외식을 자제하는 분위기 속에서 집에서 질 높은 맛을 내기 위한 재료 탐색 및 구매에 관심이 커짐

※ 알토란 : 다양한 식재료와 레시피를 소개하는 MBN 정보 프로그램

알토란에 새로 소개된 재료는 검색량이 상승하거나 홈쇼핑에 관련 상품이 판매됨

INSIGHT



집밥이 자리 잡으며 쌀 식품 재료로 구매?

- 1월과 4월의 식품 사이트 별 평균 구매개수와 구매금액을 확인하였을 때 대부분 사이트에서 상품 개수는 상승하였으나, 금액은 하락
- 1월에 비해 저렴한 상품을 구매하는 경우도 있겠으나, 식품을 더 자주 구매하는 환경에서 소량포장의 재료를 다양하게 구매했던 것으로도 보임



2월의 불안한 마음 달고나 커피로 찾은 평정심

- 특정 상품의 구매 건수 추이를 확인했을 때 ‘셀프인테리어’ ‘홈카페/베이킹’ ‘홈쿡’ 관련 상품이 3월과 4월에 가장 높은 건수를 보였으나 ‘쌀’과 ‘반찬’은 2월에 가장 높음
- 코로나19 확진자가 상승하자 2월, 쌀과 반찬 등을 많이 구매하였지만 품귀현상이 일어나지 않자 3월부터 다시 하락, 안정화된 것으로 보임

리포트의 데이터가 궁금하신가요?

NHN DATA에서는 다양한 데이터를
합리적인 가격으로 제공하고 있습니다.

- 원하시는 업종과 기간의 리포트

본 리포트에서 기간 및 이슈를 변경하여 리포트 제공이 가능합니다.
아래 메일주소로 원하시는 기간과 주제를 알려주시면,
제공 소요 기간과 금액을 안내해드립니다.

- 인사이트 리포트의 데이터 파일

인사이트 리포트의 데이터를 필요하신 파일 형태로 제공해드립니다.

- 데이터 RAW 파일 (EXCEL 또는 CSV)
- 비중과 수치가 포함된 1차 가공 데이터 (EXCEL 또는 CSV)

데이터 제안 요청 및 구매 문의

데이터컨설팅팀 | dightydata@nhndata.com



THANK YOU

마케팅 이슈에 맞는 데이터 분석으로
최적의 인사이트를 제공합니다