
“코로나19”가 가져온 소비 행태의 변화

2020년 5월



Contents

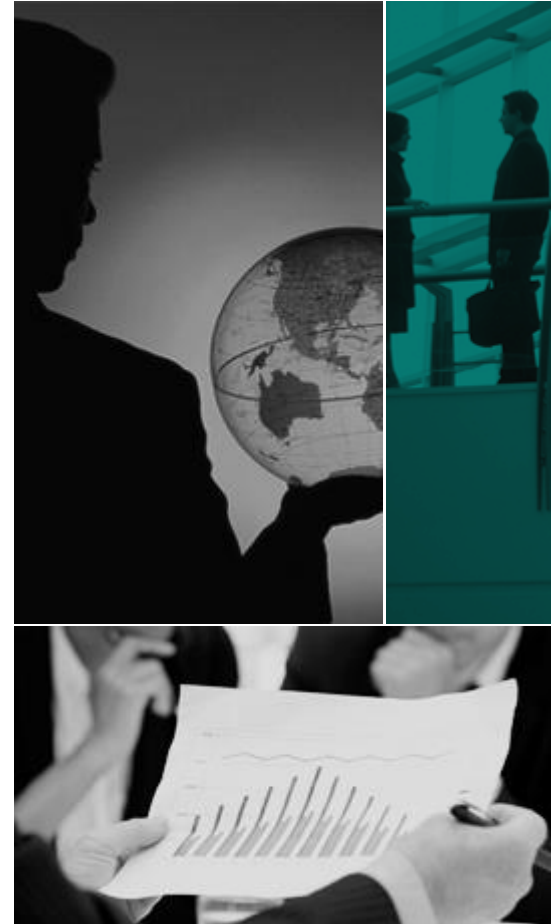
I. 연구 배경 및 목적

II. 코로나19로 인한 업종별 매출 증감 분석

III. 코로나19로 인한 지역별, 기간별 매출 증감 분석

IV. 결론 및 시사점

1. 연구 배경 및 목적



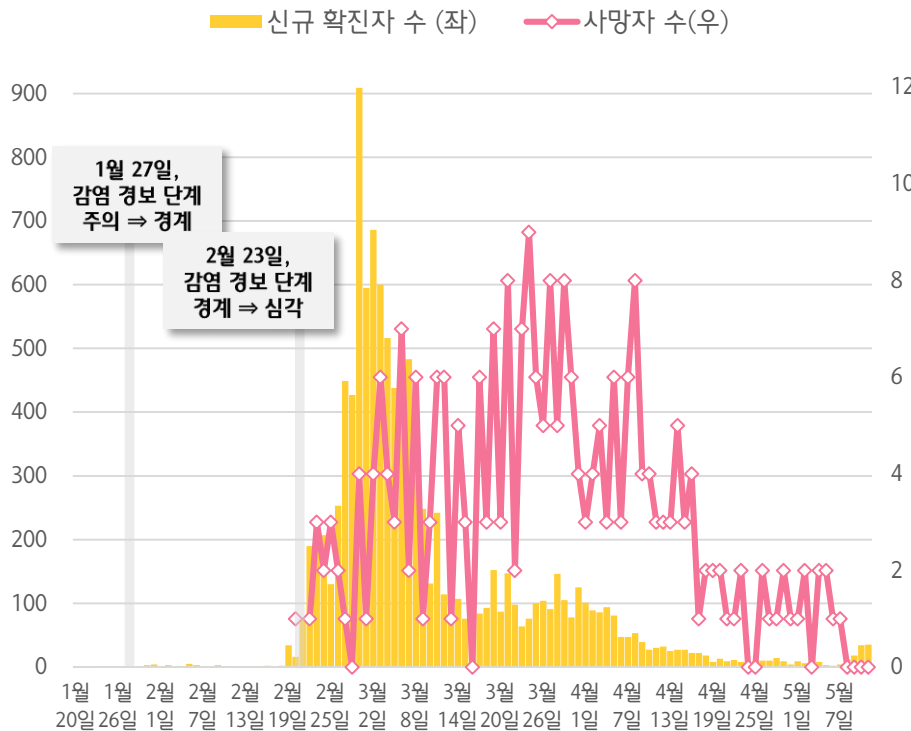
1. 연구 배경 및 목적

- 강력한 전염성을 가지고 있는 코로나19 바이러스가 세계 경제에 심각한 영향을 미치고 있으며, 국내 소비 전반에도 기록적인 침체를 일으키고 있음
- 코로나19가 국내 소비에 미친 영향은 지역별, 업종별로 편차가 있을 것으로 추정되나, 관련 연구는 아직 충분하지 않은 상황
- 본 연구는 기간별, 업종별, 지역별 신용카드 매출 데이터에 대한 분석을 통해, 코로나19가 국내 소비에 미친 영향을 계량적으로 밝히고자 함
- 또한, 코로나19와 같은 팬데믹(Pandemic) 발생을 계기로 국내 소비 트렌드가 어떻게 바뀌어 가고 있으며 이에 대한 시사점은 무엇인지 진단하고자 함

2. 국내 코로나19 관련 현황

- 1월 20일 국내 첫 확진자 발생 후, 2월 22일부터 세 자리수로 급증했다가 4월 초 부터 두 자리수로 감소
- 1월에는 수도권 중심으로, 2,3월에는 대구와 경북 중심으로, 4월에는 다시 수도권과 검역⁽¹⁾ 확진 비중 확대

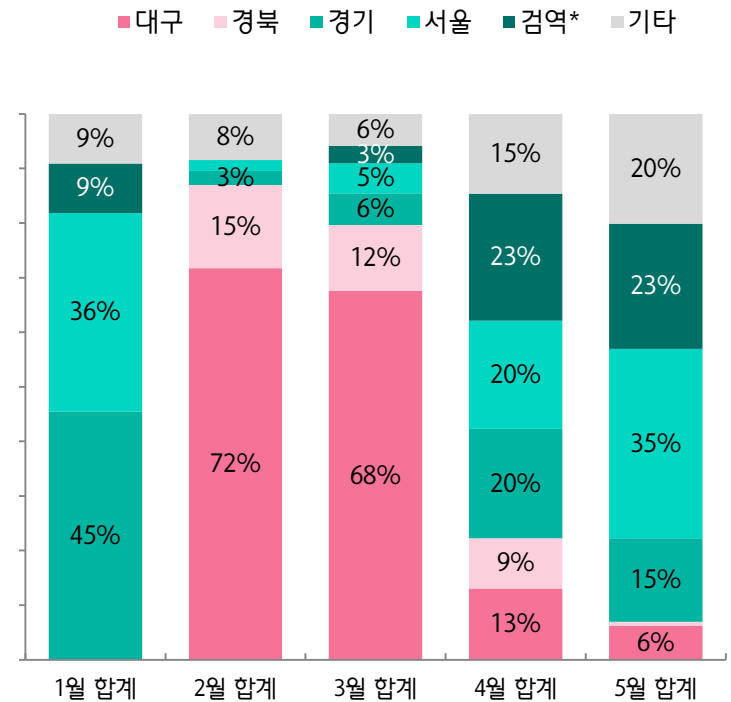
코로나19 신규 확진자 및 사망자 추세



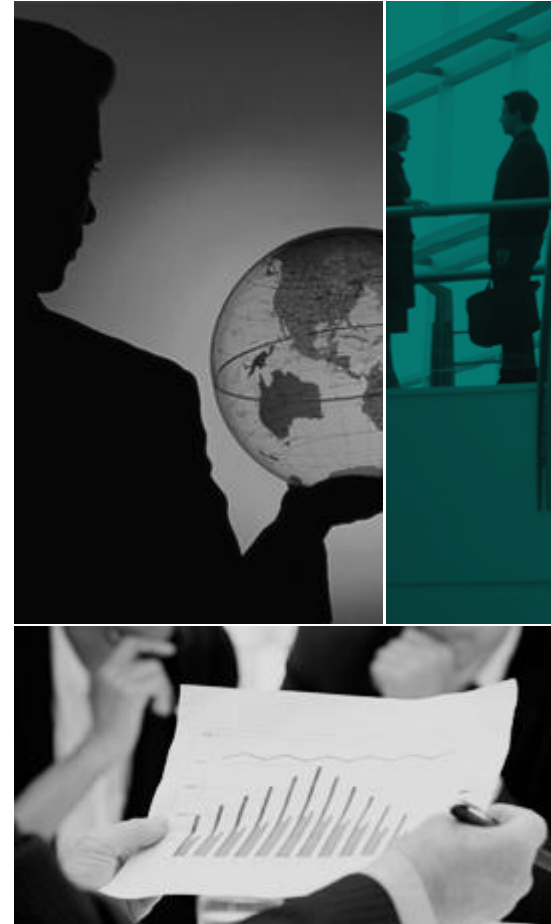
자료 : 중앙질병관리본부 보도자료 (단위:명)

(1) 검역 : 국내 입국 과정 중 검역소에서 확진 판정 받은 경우

지역 및 월별 확진자 수 비중



II. 코로나19로 인한 업종별 매출 증감 분석



1.1. 분석 개요 : 신용카드 업종별 매출 데이터 분석

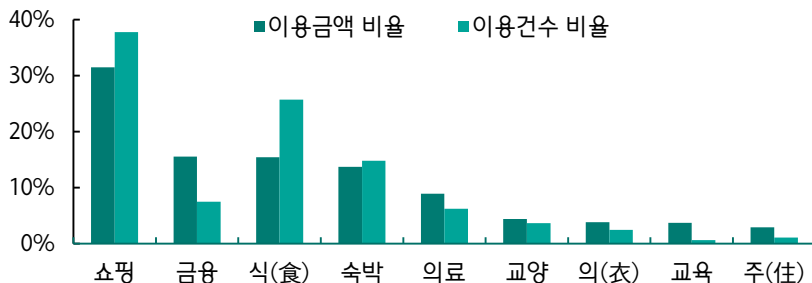
- 코로나19로 인한 업종별 매출 증감률을 파악하기 위해, 실제 신용카드 매출 데이터를 분석함

신용카드 매출 데이터 개요

분류	상세 내용
분석 데이터	<ul style="list-style-type: none"> 신용카드 업종별 월별 매출 데이터⁽¹⁾
카드 이용일	<ul style="list-style-type: none"> 2019.1분기 & 2020.1분기
분석 대상	<ul style="list-style-type: none"> 신용카드 개인회원의 일시불 및 할부 매출액과 매출 건수
업종 수	<ul style="list-style-type: none"> 대분류 : 9개 분류 소분류 : 약 230개 업종
주요변수	<ul style="list-style-type: none"> 카드 승인일자 17개 광역지방자치단체명 업종코드 매출금액 매출건수

업종 분류

대분류	소분류
의(衣)	<ul style="list-style-type: none"> 의류, 세탁업, 안경·광학제품, 화장품, 미용실 등 30개 업종
식(食)	<ul style="list-style-type: none"> 음식점, 농수산물, 건강보조식품, 커피 전문점 등 28개 업종
주(住)	<ul style="list-style-type: none"> 가전제품, 가구, 통신기기, 인테리어, 웨딩 등 28개 업종
의료/보건	<ul style="list-style-type: none"> 종합병원, 개인병원, 한의원, 약국 등 26개 업종
쇼핑/유통	<ul style="list-style-type: none"> 백화점, 대형할인점, 편의점, 인터넷 상거래 등 28개 업종
숙박/여행/자동차	<ul style="list-style-type: none"> 호텔, 여행사, 항공사, 주유소, 자동차 등 40개 업종
교육	<ul style="list-style-type: none"> 유치원, 초중고, 학원 등 20개 업종
교양/문화/오락	<ul style="list-style-type: none"> 영화상영관, 경기장, 헬스클럽, 종합레저 타운 등 49개 업종
금융/서비스/기타	<ul style="list-style-type: none"> 보험, 각종 요금, 대금 결제, 운송·배달, 광고, 각종 서비스 등 60개 업종

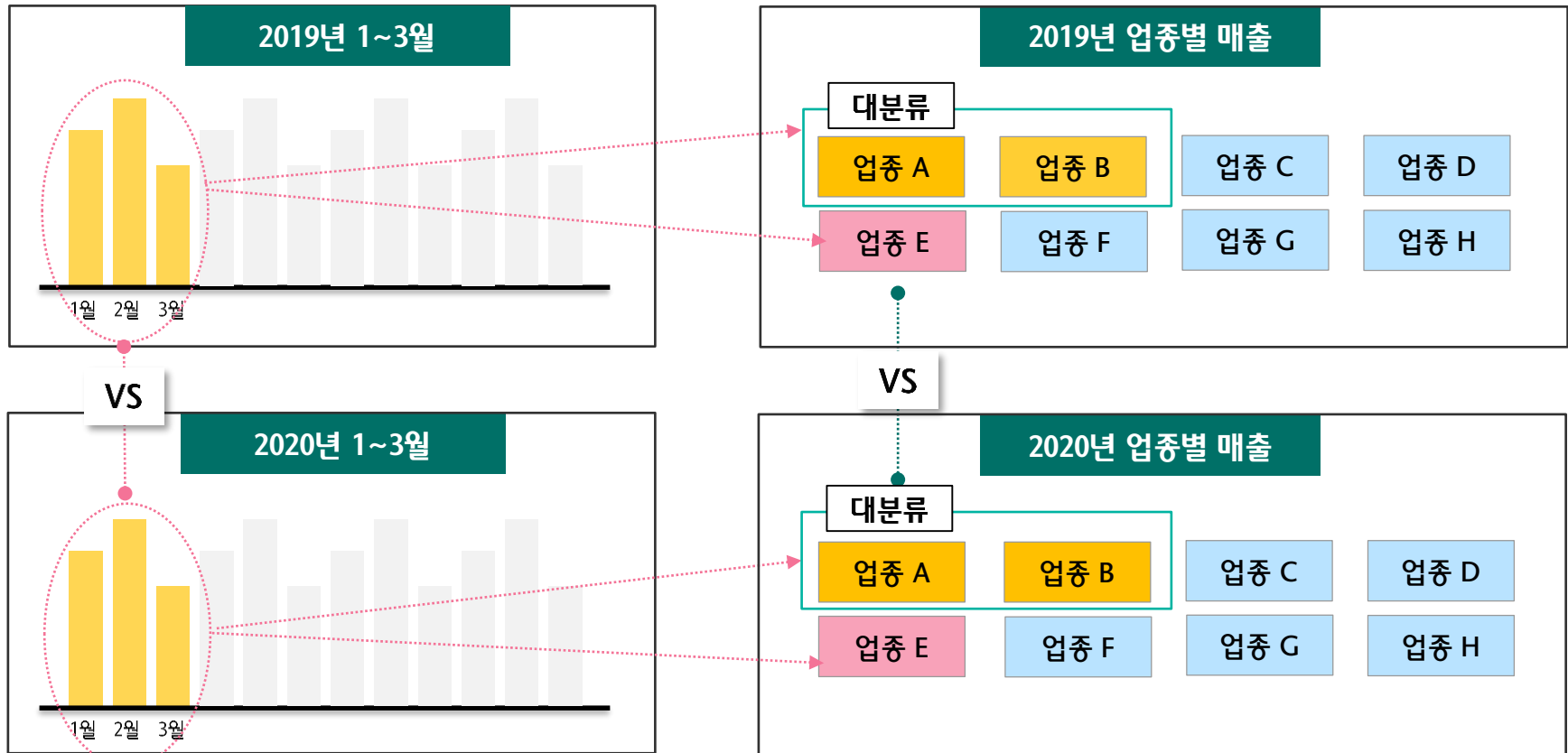


(1) 2019년 1분기 및 2020년 1분기 하나카드 업종별 매출 데이터 기준

1.2. 분석 개요 : 전년 동기 대비 매출 증감률 분석

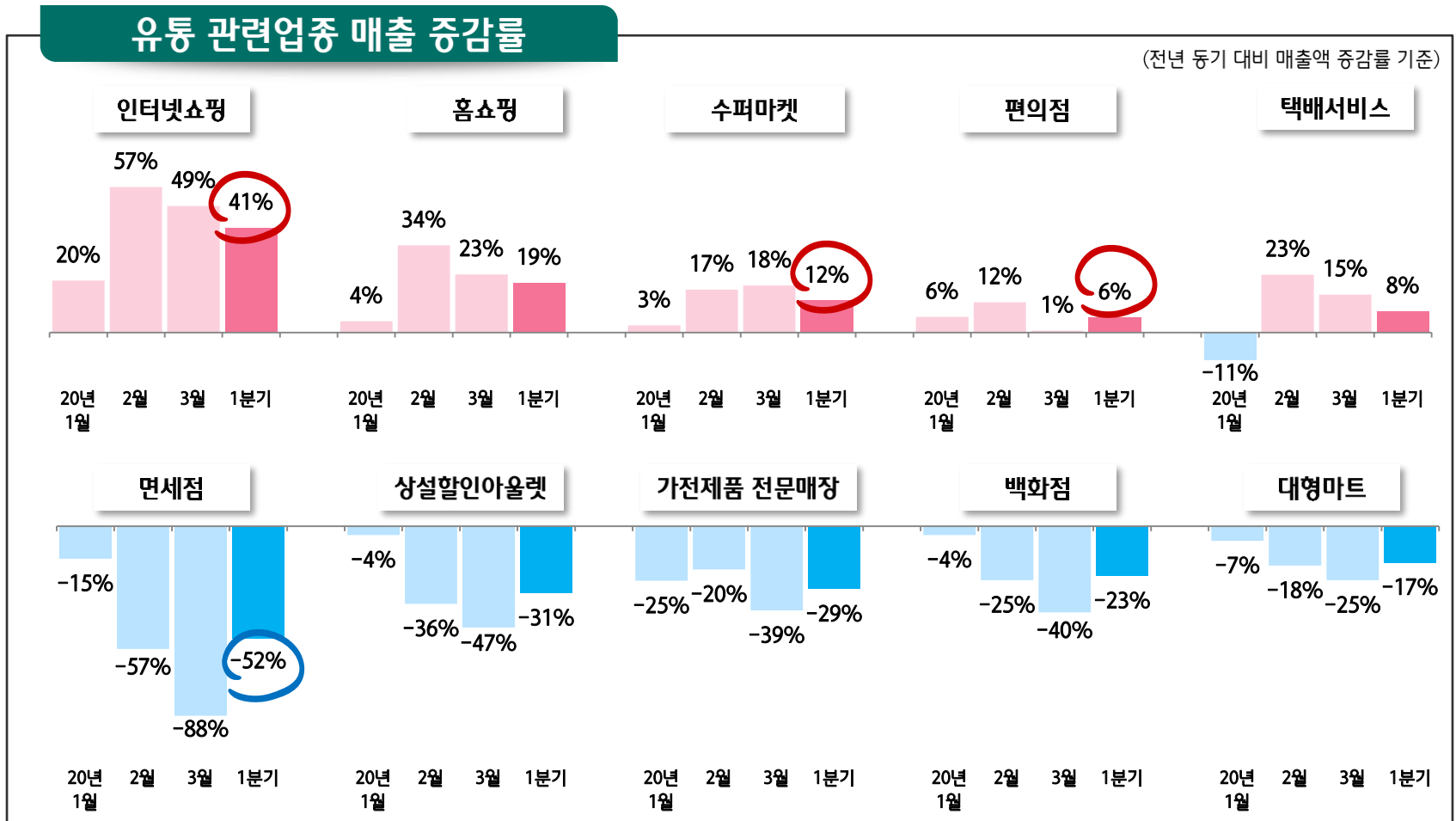
- 20년 1분기 신용카드 매출액 및 매출 건수를 19년 같은 기간과 비교, 각 증감률을 산출하여 업종별 매출 증감률을 파악
- 업종 소분류 별 분석은 물론, 필요에 따라 업종 대분류 별 분석도 시행

업종별 전년동기 대비 매출액 증감률 비교



2. 유통 : ① 인터넷 쇼핑 급증, 오프라인은 근거리 쇼핑 두드러져

- 인터넷/홈쇼핑과 같은 비대면 소비 크게 증가. 특히 1분기 인터넷쇼핑 매출은 전년 동기 대비 41% 증가
- 오프라인 쇼핑 중에서는 비교적 집에서 가까운 수퍼마켓과 편의점 매출만 증가

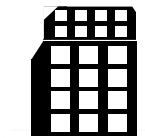


주) 각 수치는 전년 동월 또는 전년 동기 대비 성장률을 뜻함

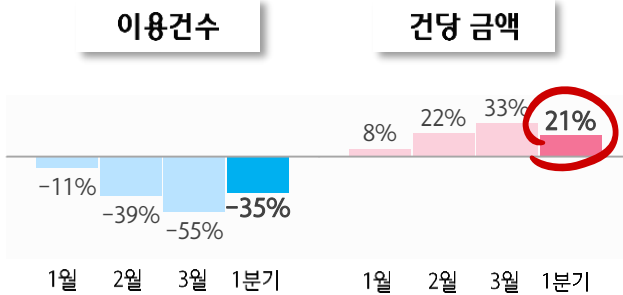
2. 유통 : ② 오프라인 쇼핑 시 건당 평균 이용액 증가

- 오프라인 쇼핑의 총 이용건수는 급감했으나, 건당 평균 이용액은 높아짐. 반면 온라인 쇼핑의 이용건수는 급증했으나 건당 평균 이용액은 감소
- 오프라인 쇼핑은 매장 방문 시 한번에 많이 사는 대량 구매 패턴이 증가한 것으로 해석됨

(오프라인쇼핑) 한 번 살 때 많이

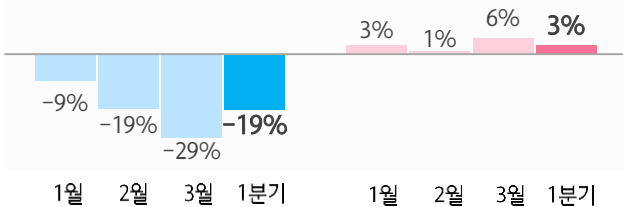


백화점



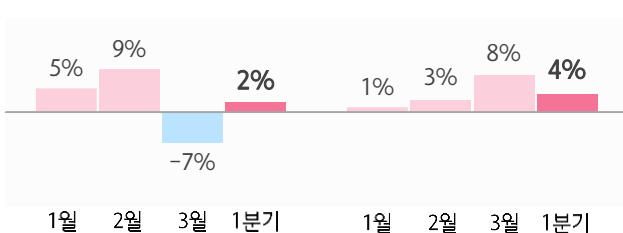
HYPERMARKET

대형마트



CONVENIENCE

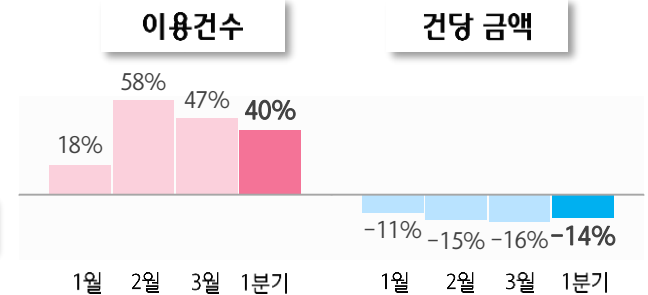
편의점



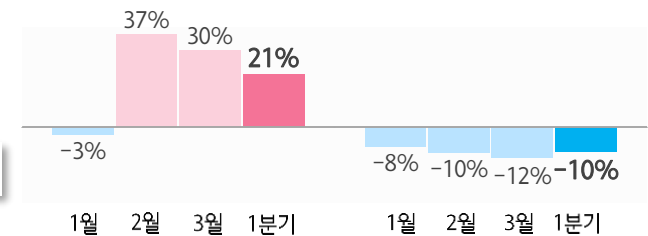
(온라인쇼핑) 필요할 때 마다



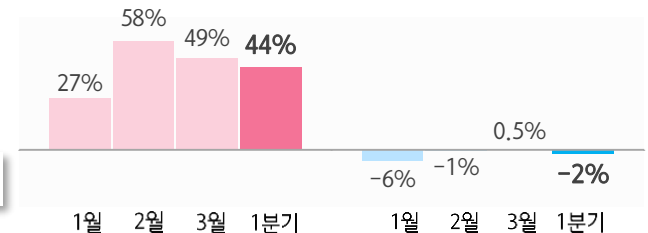
홈쇼핑



택배서비스

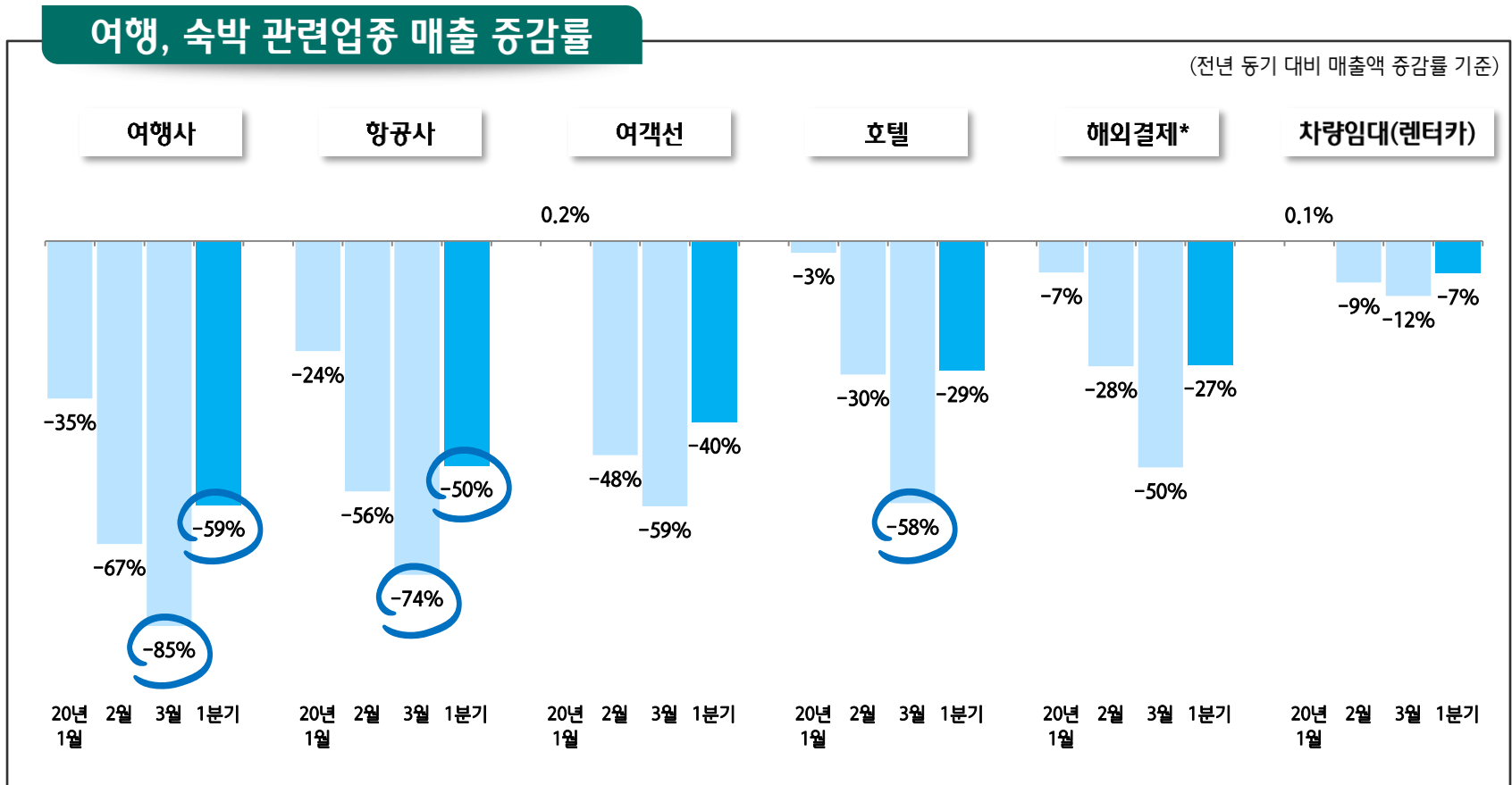


인터넷쇼핑



3. 여행/숙박 : 여행사와 항공사, 사상 최악의 매출 감소

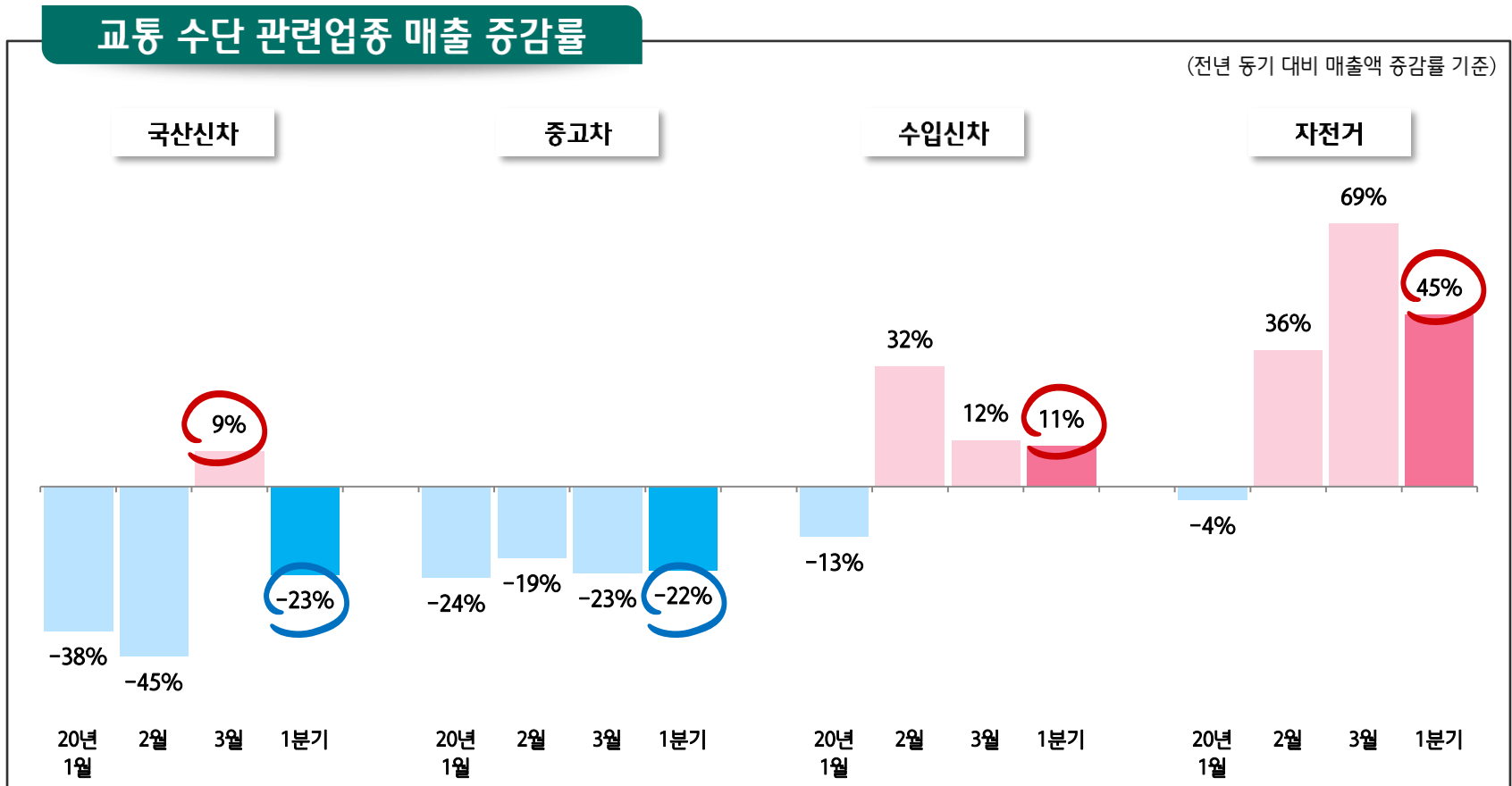
- 1분기 여행사 매출은 전년 동기 대비 -59%, 항공사는 -50% 감소했으며, 특히 3월 매출은 전년 동월 대비 여행사 -85%, 항공사 -74%, 호텔 -58% 감소 등 최악의 실적 악화를 나타냄



주) 해외결제 = 해외 소재 가맹점에서 카드를 결제한 경우 (온라인 해외직구 결제액 포함)

4. 교통 수단 : 코로나19에도 불구하고 수입 신차 매출 증가

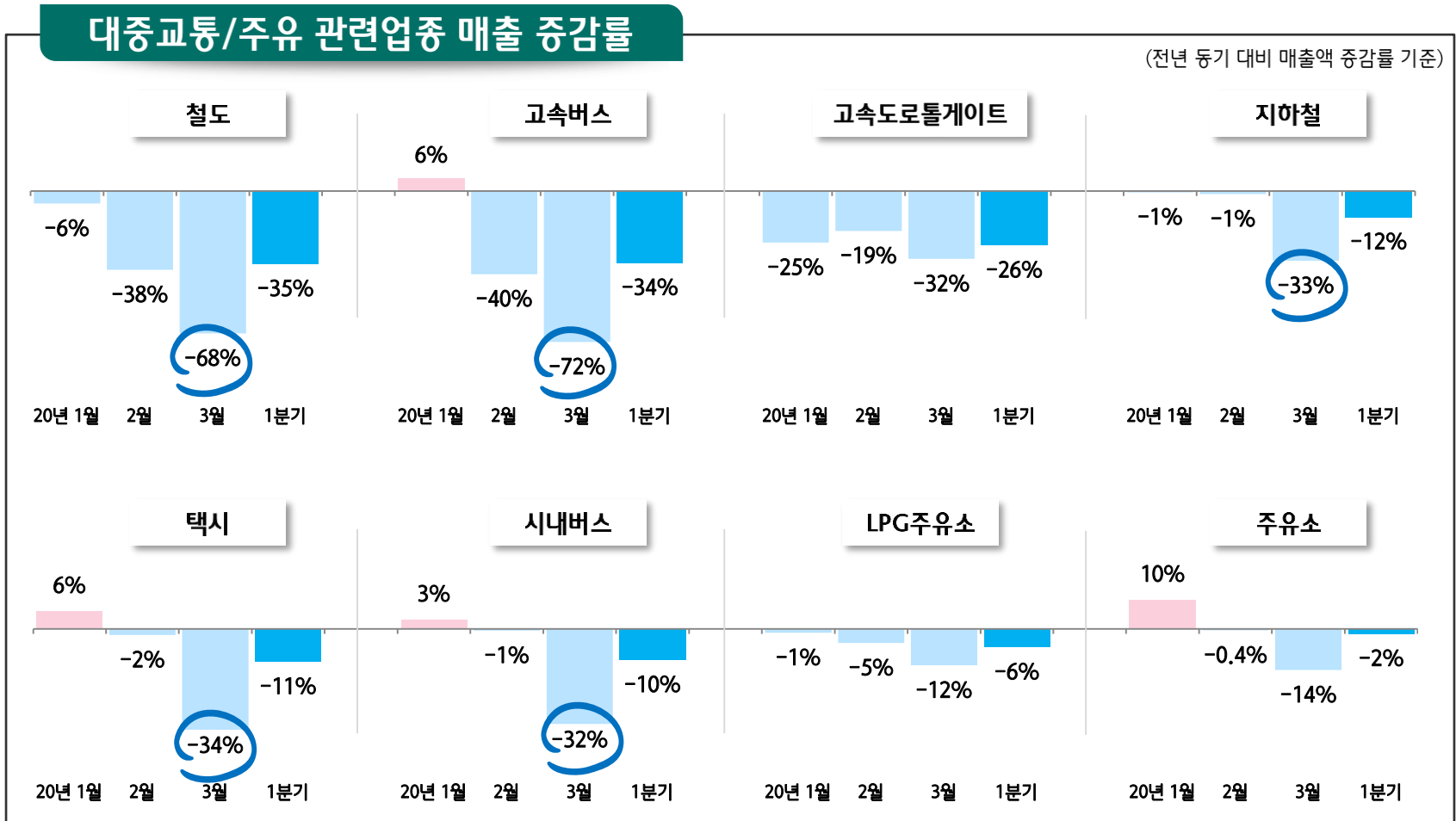
- 국산 신차와 중고차의 1분기 매출(전년 동기 대비) -23%, -22% 각각 감소. 단 국산 신차는 개별 소비세 인하로 3월 매출이 증가. 수입 신차는 코로나19의 영향을 받지 않은 것으로 확인됨
- 대중교통 대신 친환경/근거리 이동 수단인 자전거의 매출이 전년 1분기 대비 크게 (+45%) 증가⁽¹⁾



(1) 서울시 공공 자전거인 "따릉이"의 이용률도 작년 2,3월 대비 67% 증가 (SBS 뉴스)

5. 대중교통/주유 : 고속버스 매출, 전년 동월 대비 72% 감소

- 1분기 대중교통 및 주유 관련 업종도 전년 동기 대비 모두 매출 감소한 가운데, 특히 3월 매출은 철도와 고속버스가 각각 -68%, -72% 감소했으며, 지하철, 택시는 -33%, -34% 매출 감소폭을 기록

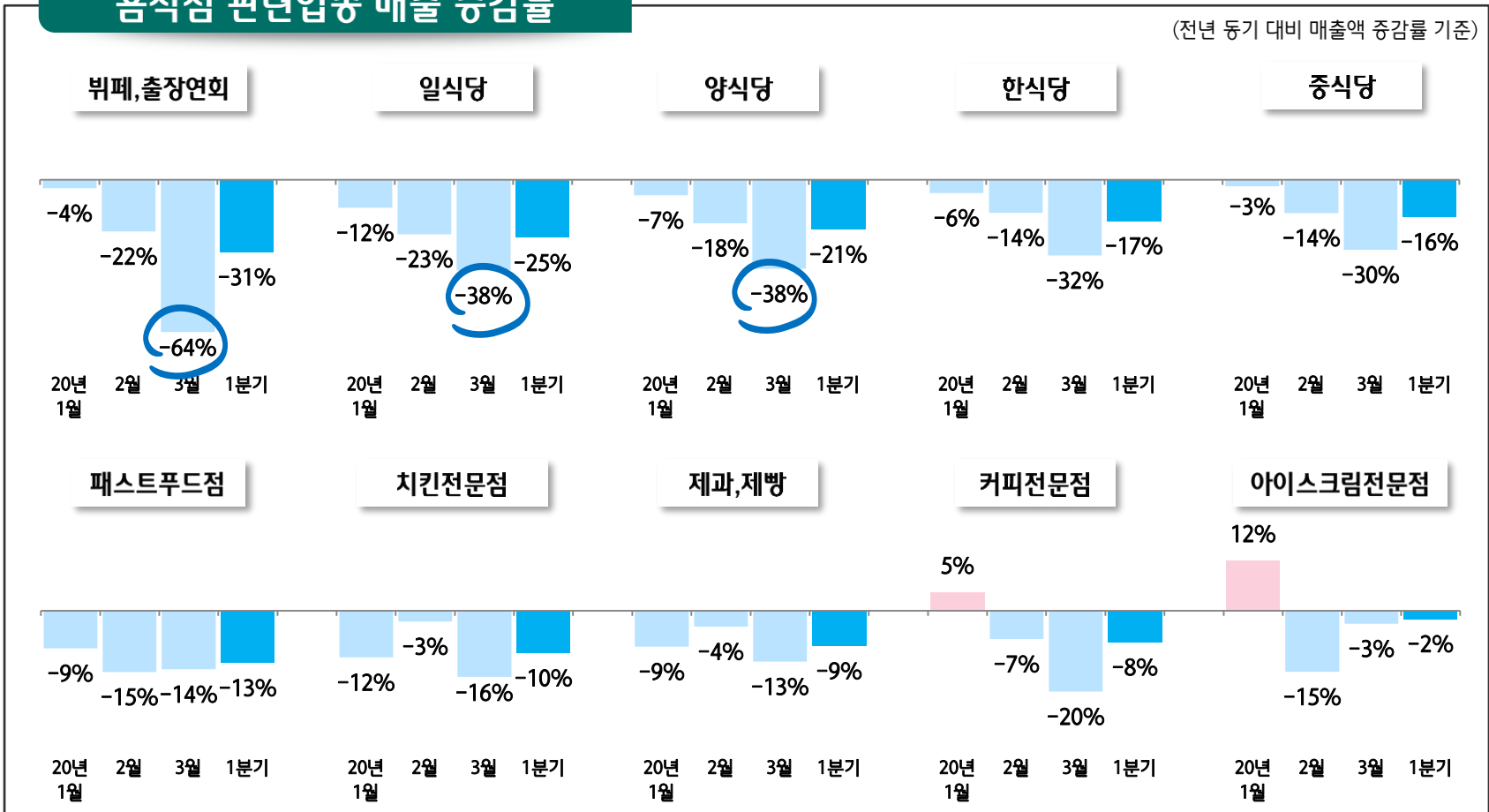


6. 음식점 : 자영업자 비중 높은 음식점도 모두 매출 감소

- 음식/외식 관련 업종 역시 전 업종 매출 감소. 특히 뷔페/출장연회는 3월 -64%, 일식당과 양식당은 -38% 매출 감소 (전년 동월 대비 3월 기준)

음식점 관련업종 매출 증감률

(전년 동기 대비 매출액 증감률 기준)

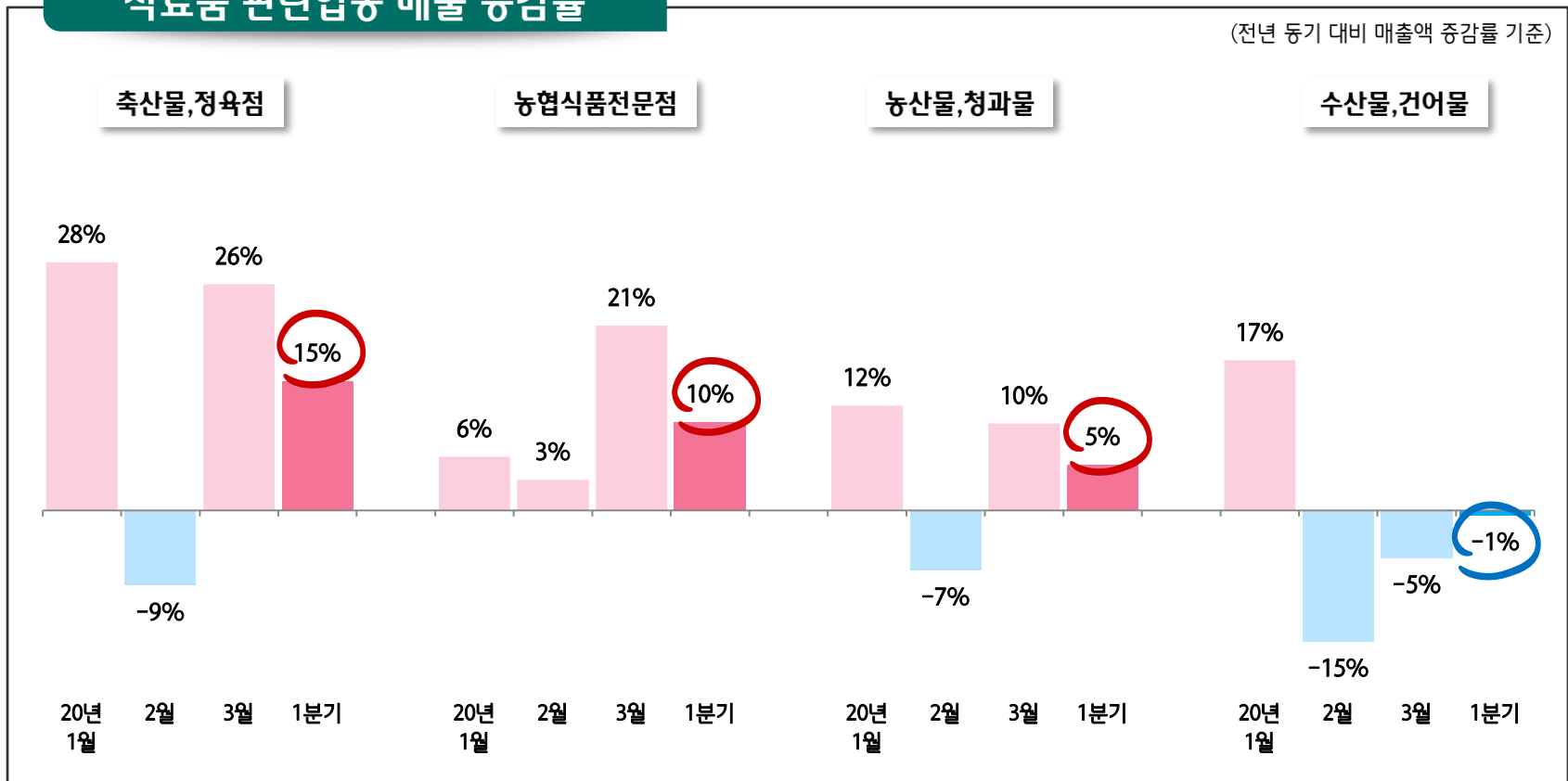


7. 식료품 : 축산물, 농산물, 청과물 매출은 오히려 증가

- 식료품 관련 업종은 수산/건어물을 제외하고 전년 대비 모두 매출 증가
- 코로나19로 인해 외식보다 집에서 직접 요리를 해먹는 “홈쿡” 트렌드가 확산된 것으로 분석됨

식료품 관련업종 매출 증감률

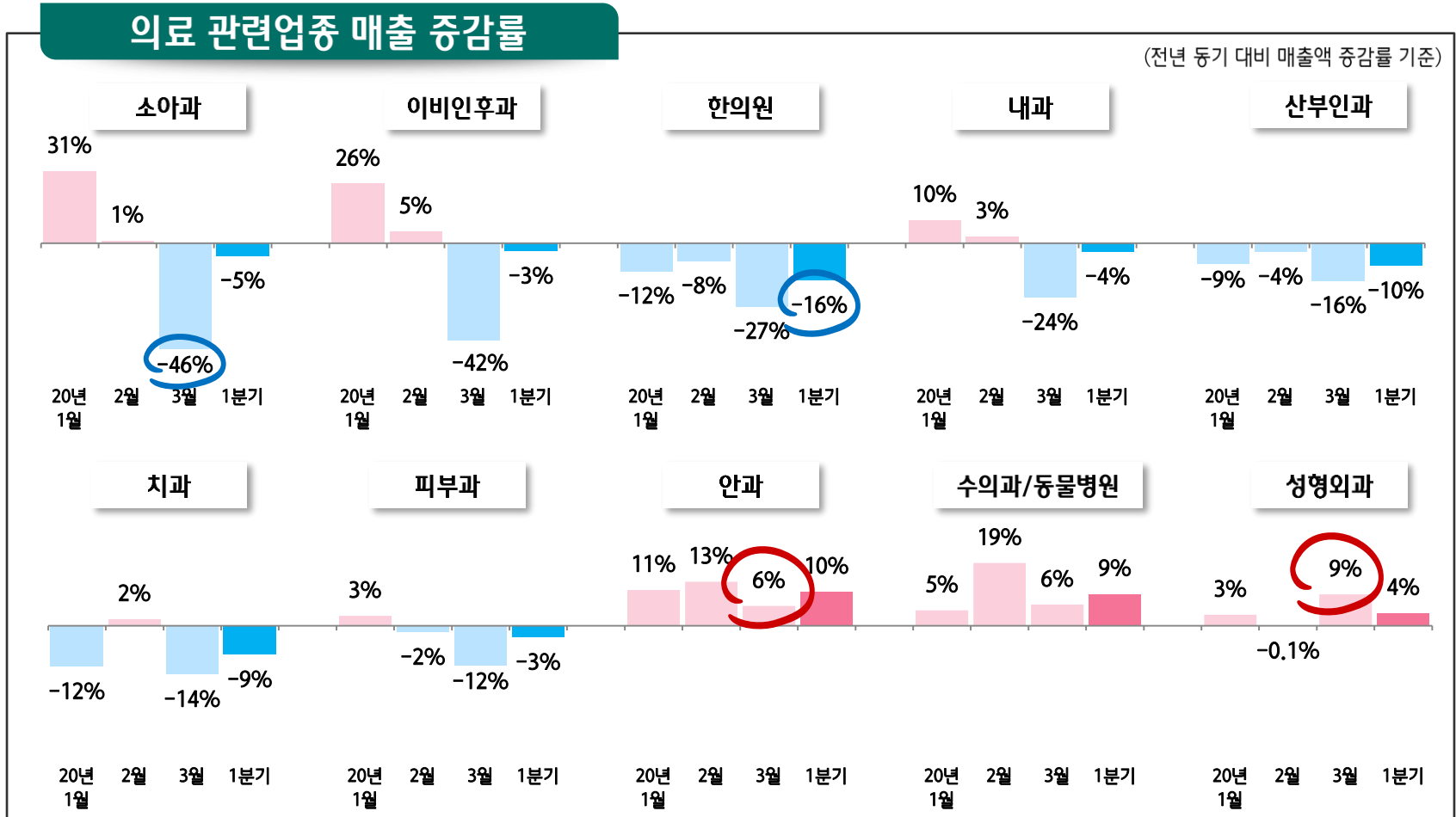
(전년 동기 대비 매출액 증감률 기준)



주) 설연휴가 지난해는 2월, 올해는 1월에 있어, 올해 2월 매출이 전년 동월 대비 대체로 감소

8. 의료 : ① 성형외과/안과/수외과 제외한 전 업종 매출 감소

- 의원급 의료기관 중 성형외과, 안과, 수외과만 매출 상승하고 모두 하락. 3월 매출은 소아과(-46%)의 감소 폭이 가장 컸으며 1분기 합계 기준으로는 한의원의 매출(-16%) 감소가 가장 큰 것으로 확인됨
- 재택 시간이 늘어남에 따라 성형외과와 안과 시술이 증가한 것으로 추정됨

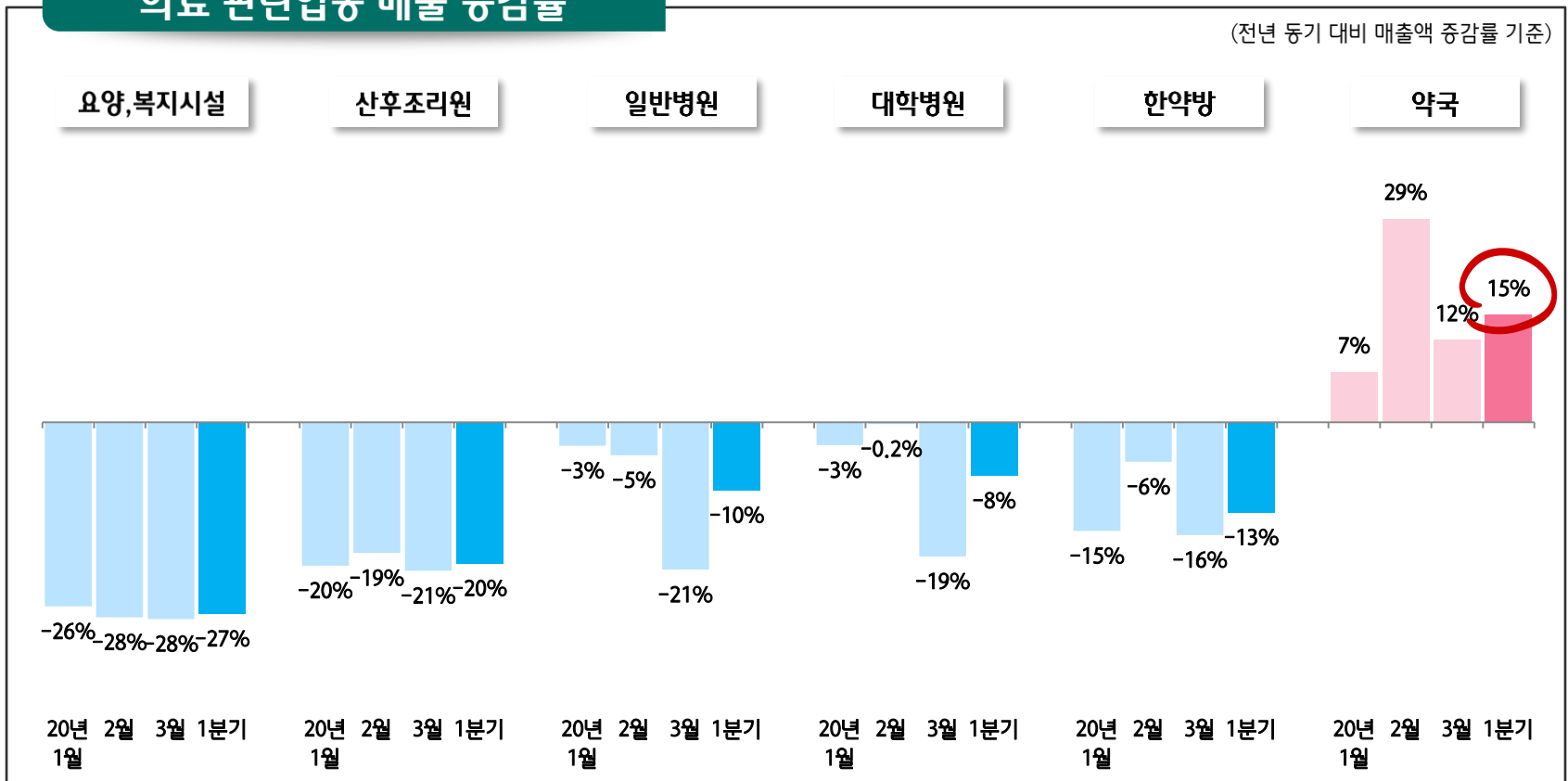


8. 의료 : ② 마스크 구매 등 약국 방문 증가로 약국 매출 증가

- 공적 마스크 판매로 인한 방문자 증가로 약국의 1분기 매출은 전년 동기 대비 15% 증가
- 그 밖에 요양시설, 산후조리원, 병원급 의료 기관 등의 매출은 모두 감소

의료 관련업종 매출 증감률

(전년 동기 대비 매출액 증감률 기준)

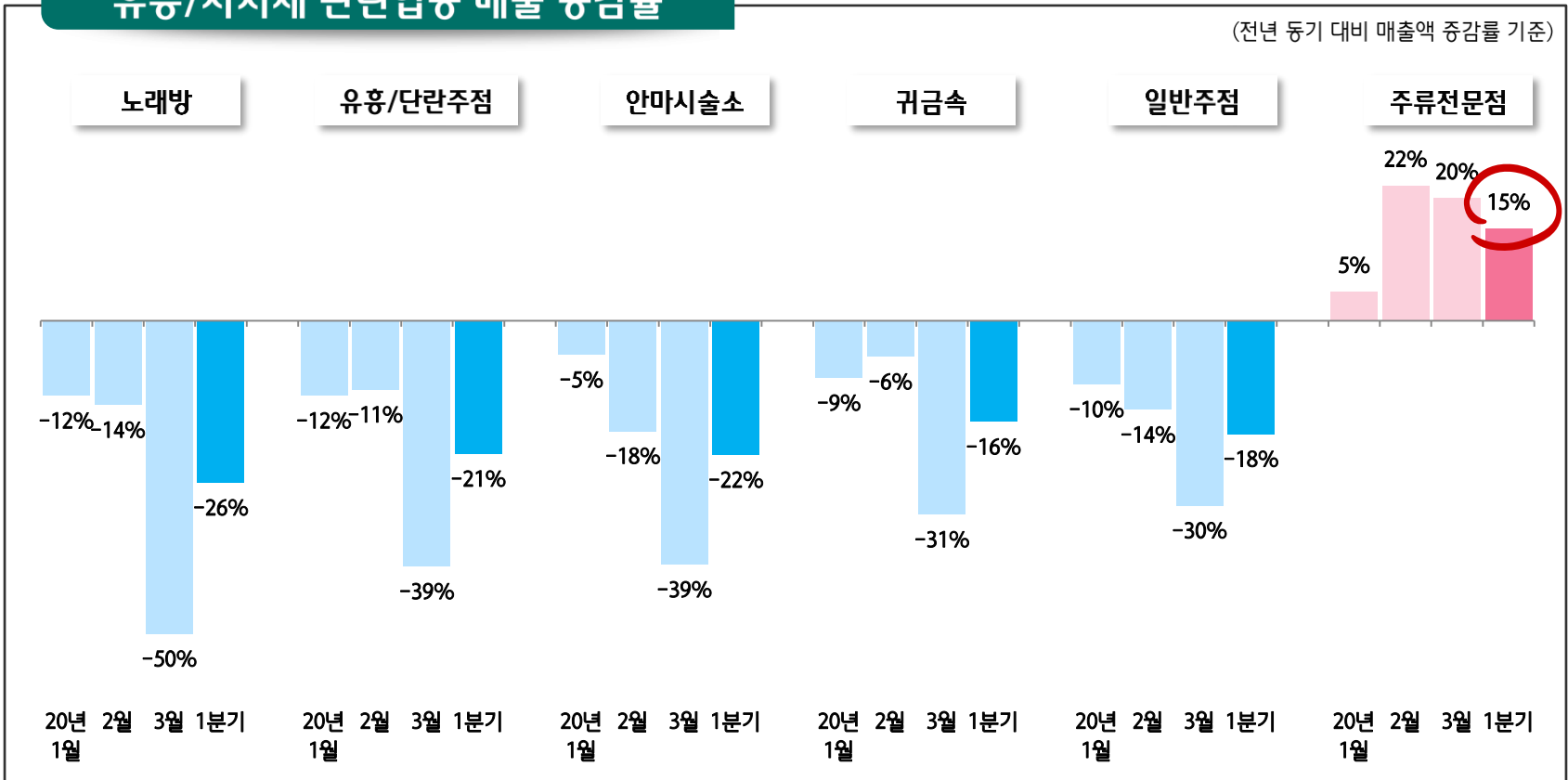


9. 유흥/사치재 : 주류전문 판매점을 제외한 전 업종 매출 감소

- 코로나19로 영업 규제를 받은 유흥 업종 역시 전년 대비 매출이 모두 감소한 것으로 나타난 반면, 주류 전문 판매점의 매출은 증가해 술을 사와 집에서 마시는 현상이 늘어난 것으로 분석됨

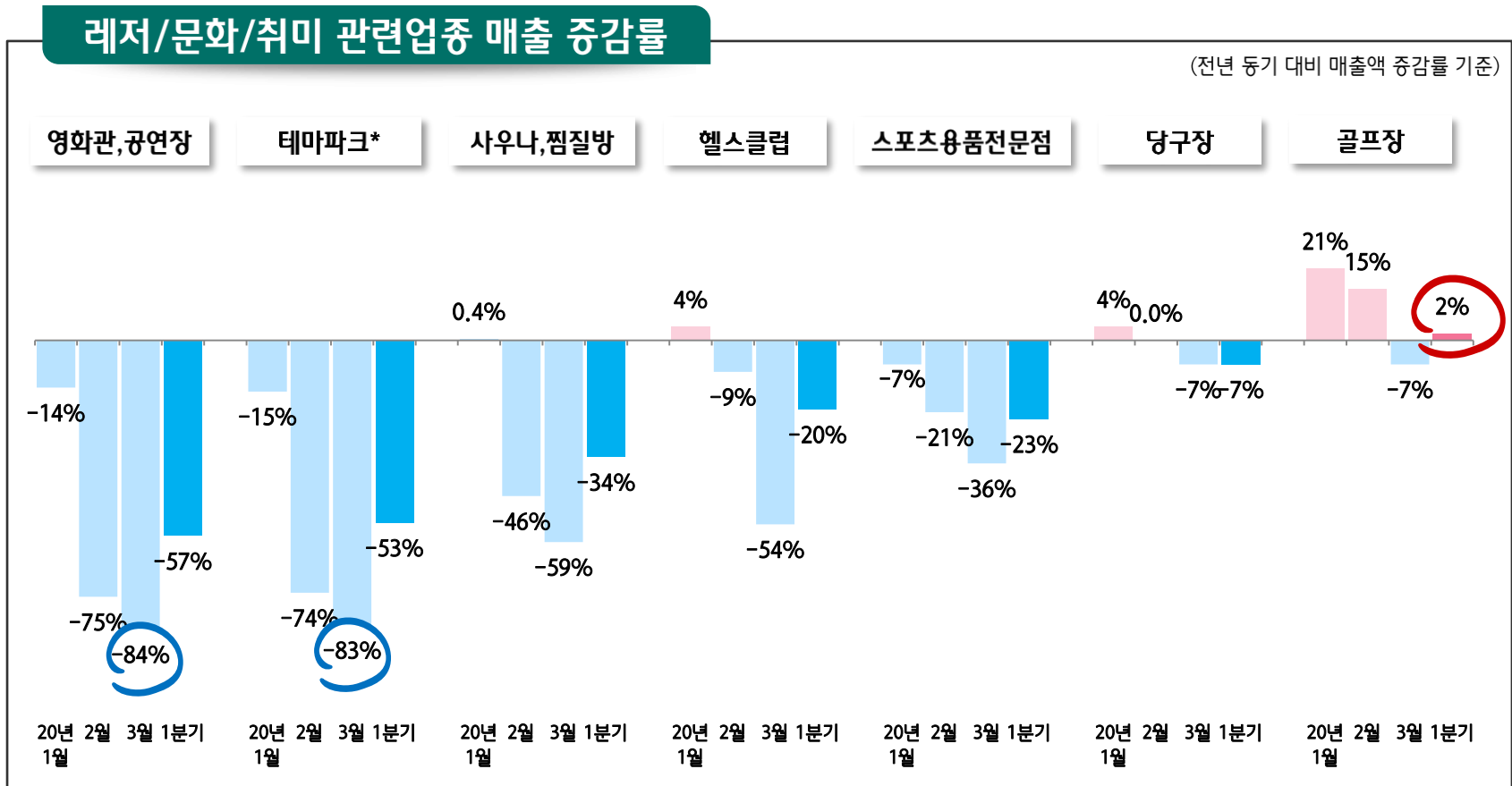
유흥/사치재 관련업종 매출 증감률

(전년 동기 대비 매출액 증감률 기준)



10. 레저/문화/취미 : ① 영화관, 가장 큰 매출 타격

- 레저/문화/취미 업종 역시 1분기 매출이 급감한 가운데, 특히 영화관/공연장과 테마파크는 3월 매출이 -84%, -83% 감소하는 등 가장 심각한 타격을 받은 것으로 나타남
- 야외 스포츠인 골프장을 제외하고 전 업종의 1분기 매출이 전년 동기 대비 감소



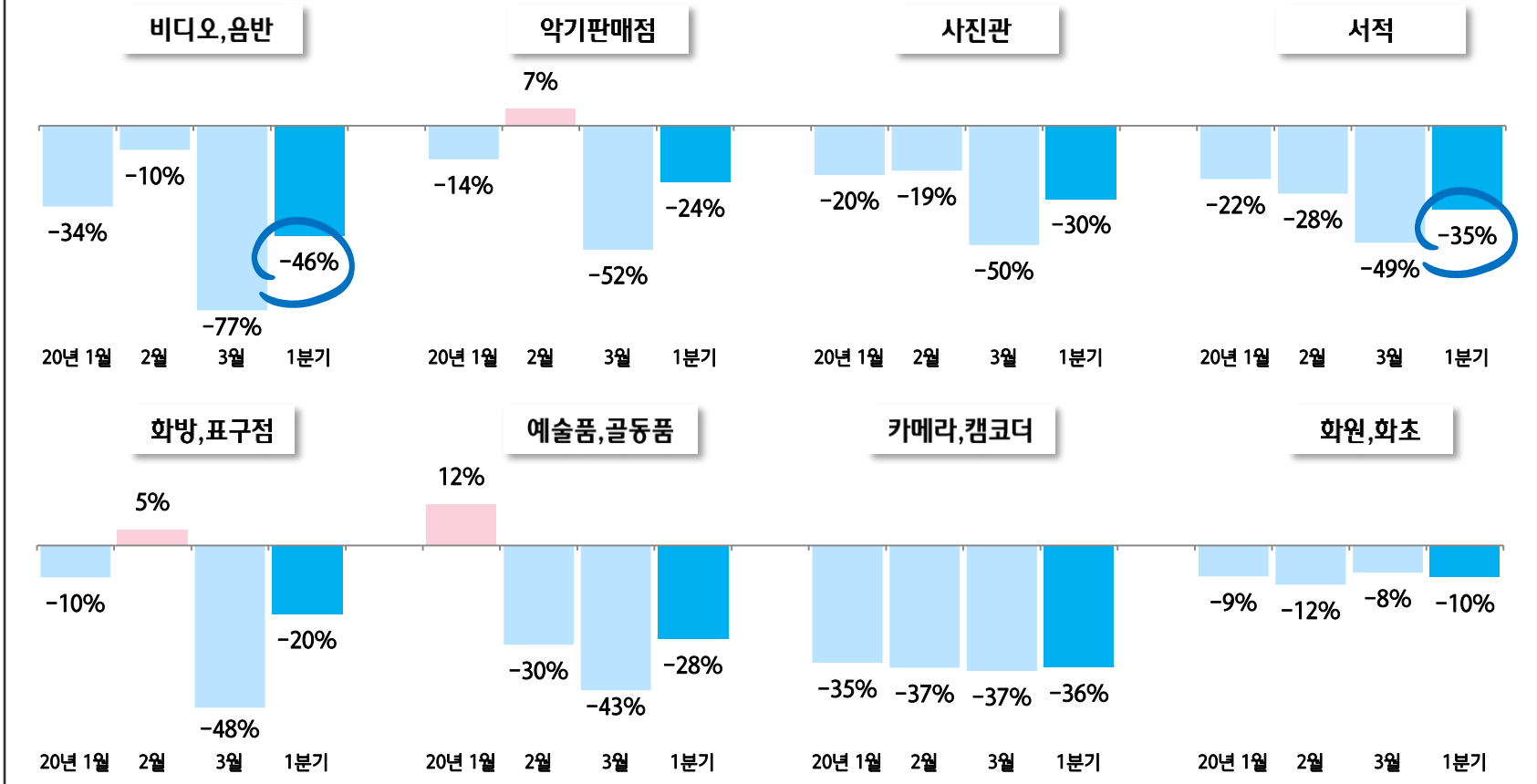
주) 테마파크 : 놀이공원, 수족관, 키즈카페 등

10. 레저/문화/취미 : ② 재택시간 늘어도 취미 생활에 돈쓰지 않아

- 악기 판매점, 사진관, 예술품/골동품 등 다양한 취미 관련 업종의 매출 역시 모두 감소함
- 비교적 집에서 즐길 수 있는 비디오/음반, 서적 등의 매출도 감소한 것으로 나타남

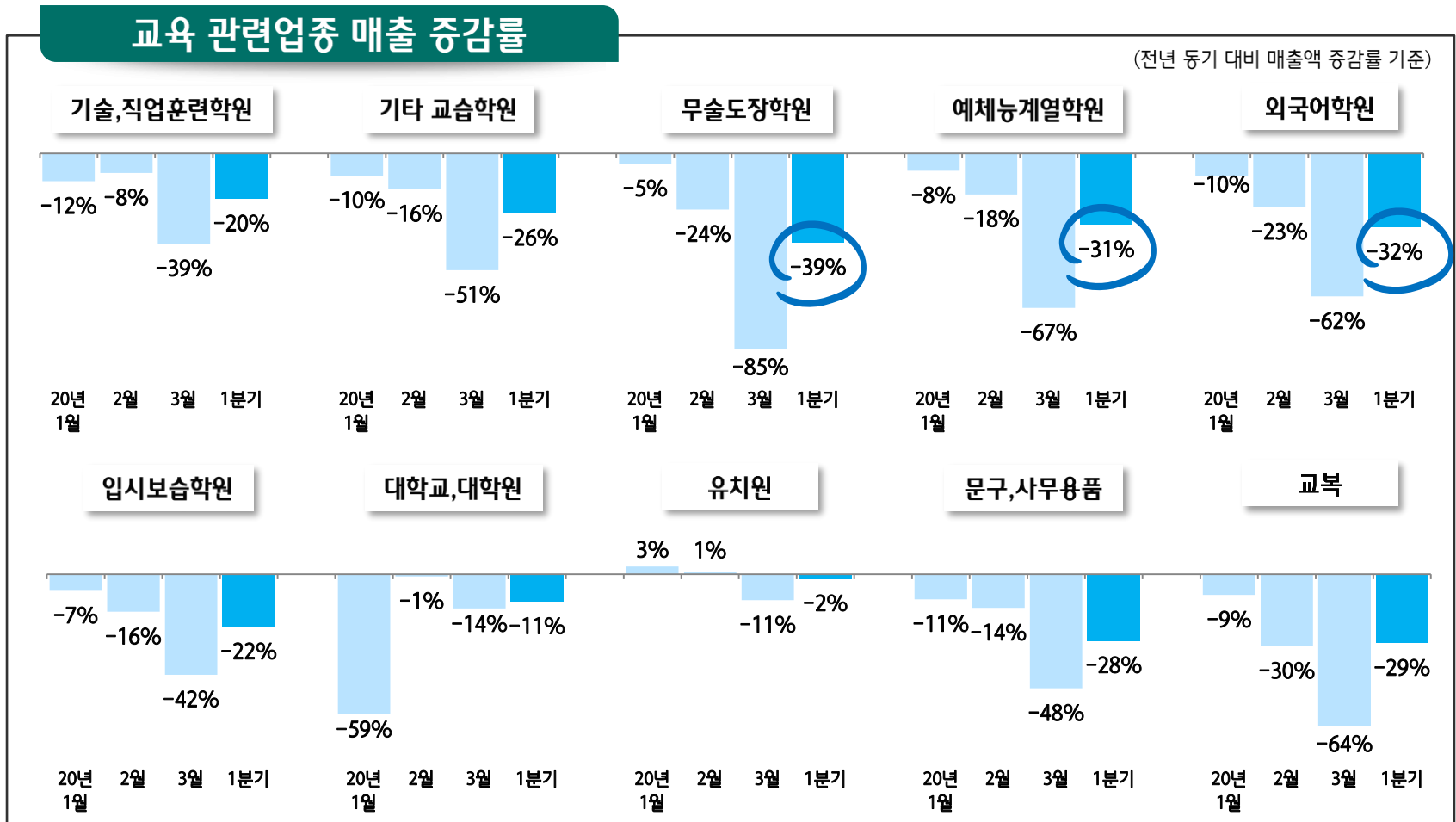
레저/문화/취미 관련업종 매출 증감률

(전년 동기 대비 매출액 증감률 기준)



11. 교육 : 각종 학원 매출 역시 크게 감소

- 교육 관련 업종도 모두 작년 대비 매출이 큰 폭으로 감소했으며, 특히 무술도장/학원, 외국어학원, 예체능 학원의 매출이 크게 감소함

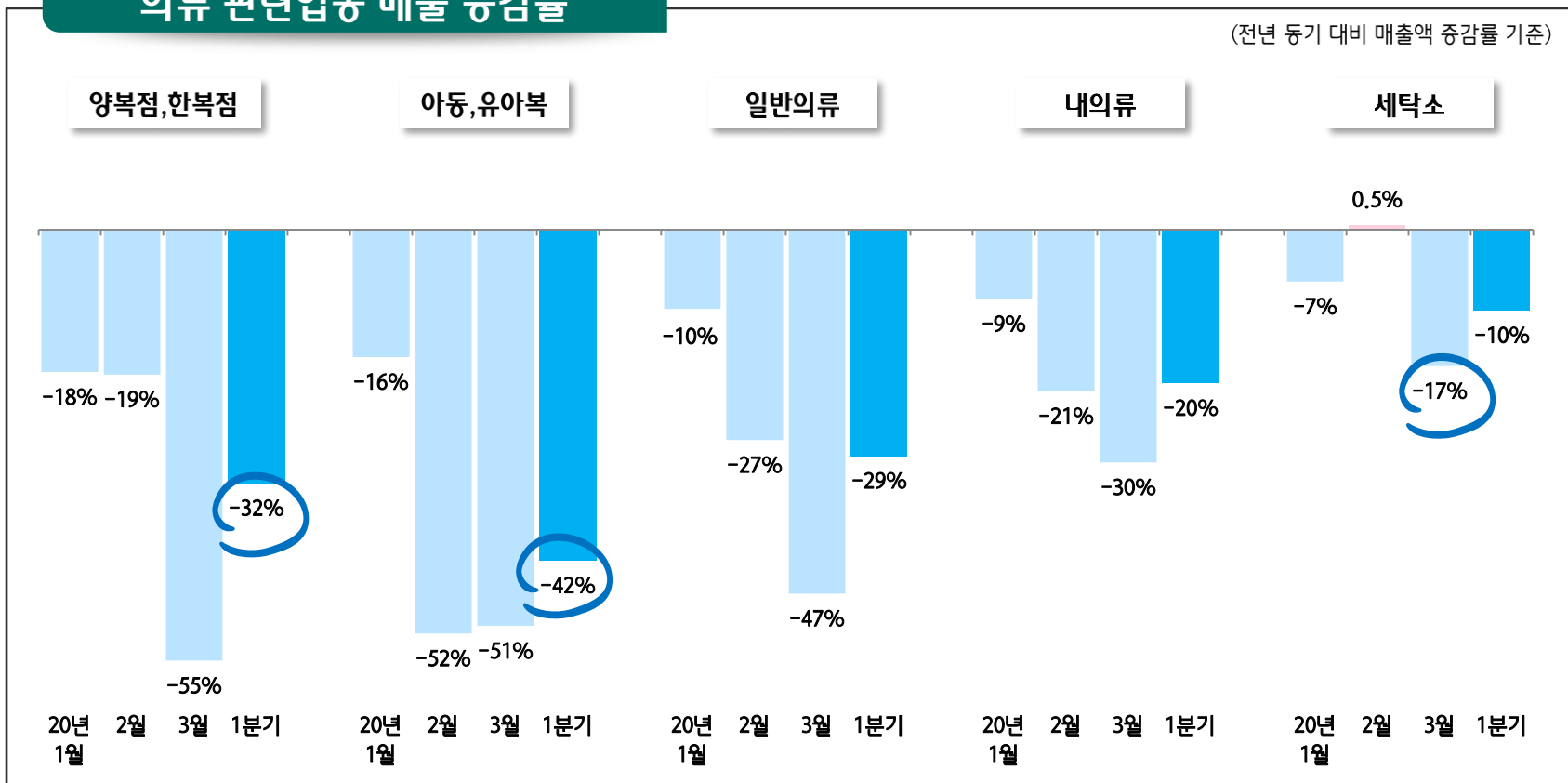


12. 의류 : 양복/한복점, 아동/유아복 매출도 크게 감소

- 양복점/한복점과 아동/유아복의 1분기 매출은 전년 동기 대비 -32%, -42% 각각 감소했고, 세탁소 역시 봄철 성수기에도 불구하고 3월 매출 감소

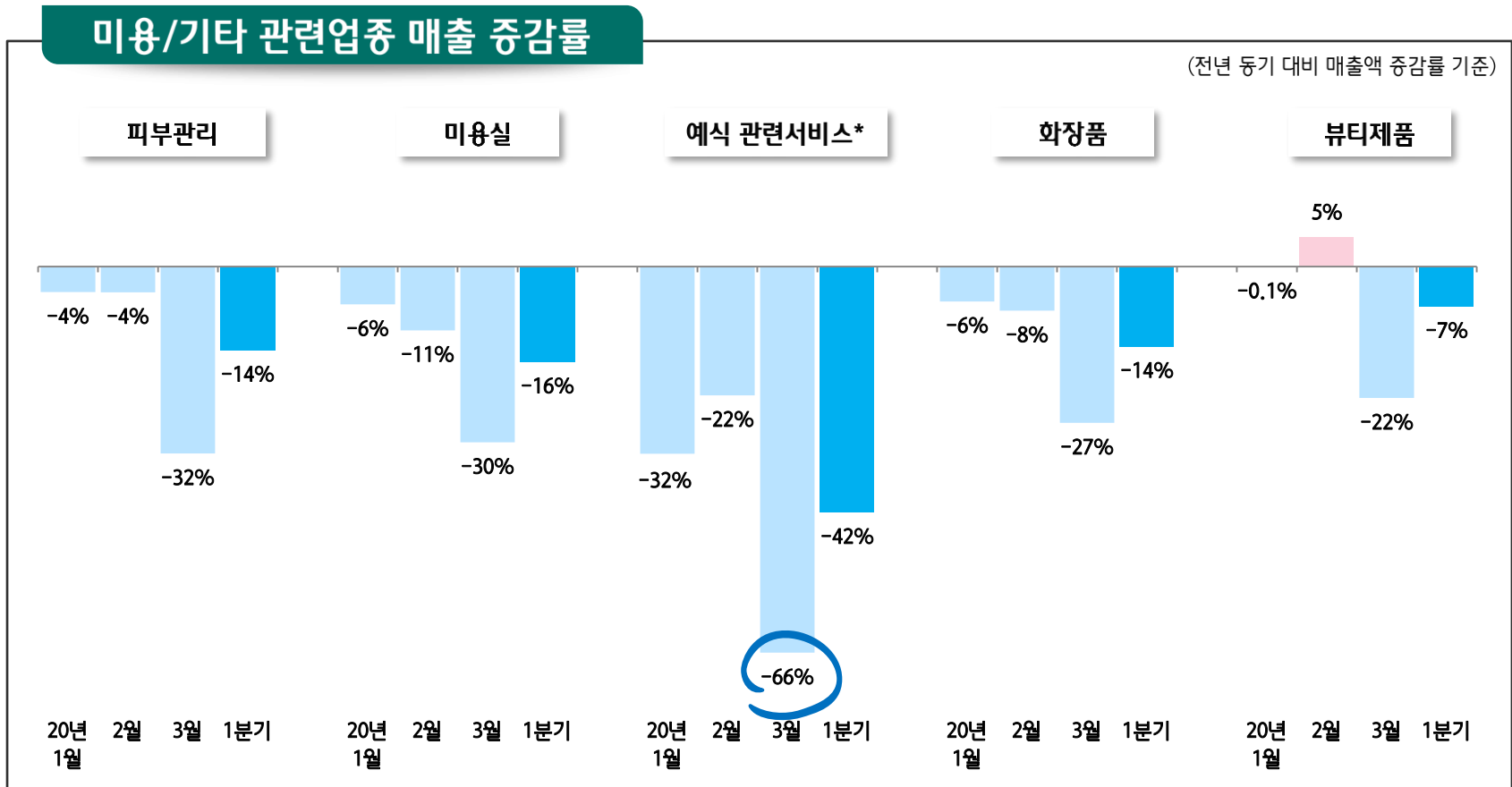
의류 관련업종 매출 증감률

(전년 동기 대비 매출액 증감률 기준)



13. 미용/기타 : 예식 관련 서비스업 매출 대폭 하락

- 미용 관련 업종 역시 모두 매출이 감소했으며, 특히 예식 관련 서비스업의 3월 매출은 -66%, 1분기 매출은 전년 동기 대비 -42% 감소

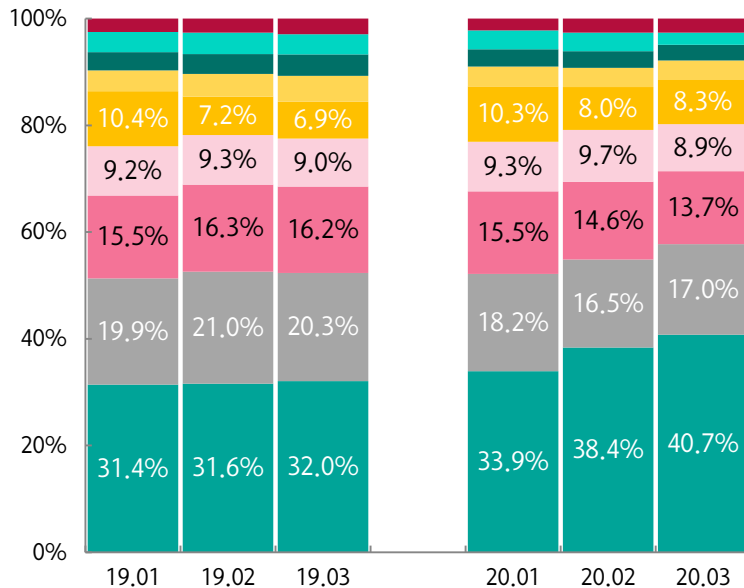
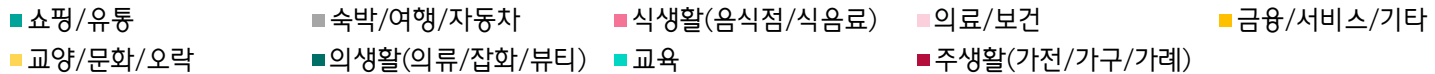


주) 웨딩 컨설팅, 결혼정보회사, 결혼 박람회 등

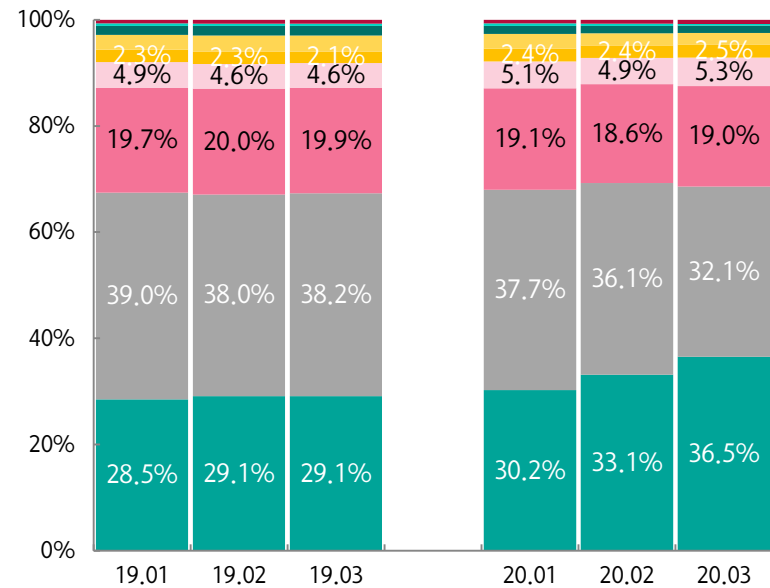
[참고] 업종별 매출 비중 비교 : 19년 1분기 vs 20년 1분기

- 코로나19 전후로 매출액 비중이 가장 크게 증가한 업종은 유통업으로 온라인쇼핑의 성장이 주요 원인
- 코로나19 발생 전 가장 매출 건수 비중이 높은 업종은 숙박/여행이었으나, 코로나19 발생 후 유통업의 매출 건수 비중이 가장 높은 형태로 바뀜

업종별 이용액 비중



업종별 이용건수 비중



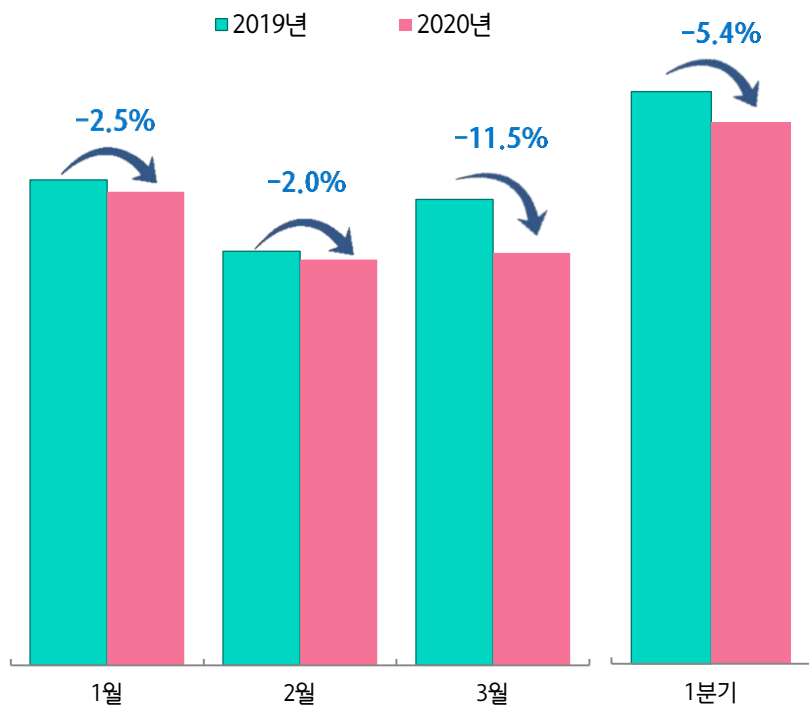
II. 코로나19로 인한 지역별, 기간별 매출 변화



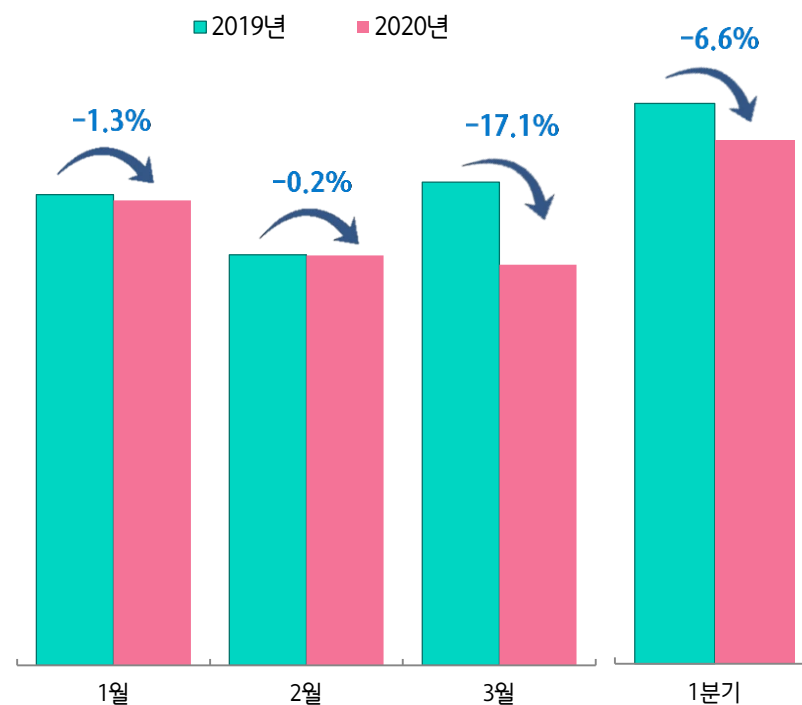
1. 2019년 vs 2020년 1분기 카드 매출 비교

- 업종에 관계 없이 20년 1~3월 전체 카드 매출액 및 건수를 전년 동기과 비교한 결과, 모두 감소한 것으로 나타남⁽¹⁾
- 특히 올해 3월 카드 매출액은 전년 동월 대비 -11.5%, 매출건수는 -17.1% 감소

매출액 증감 현황



매출건수 증감 현황

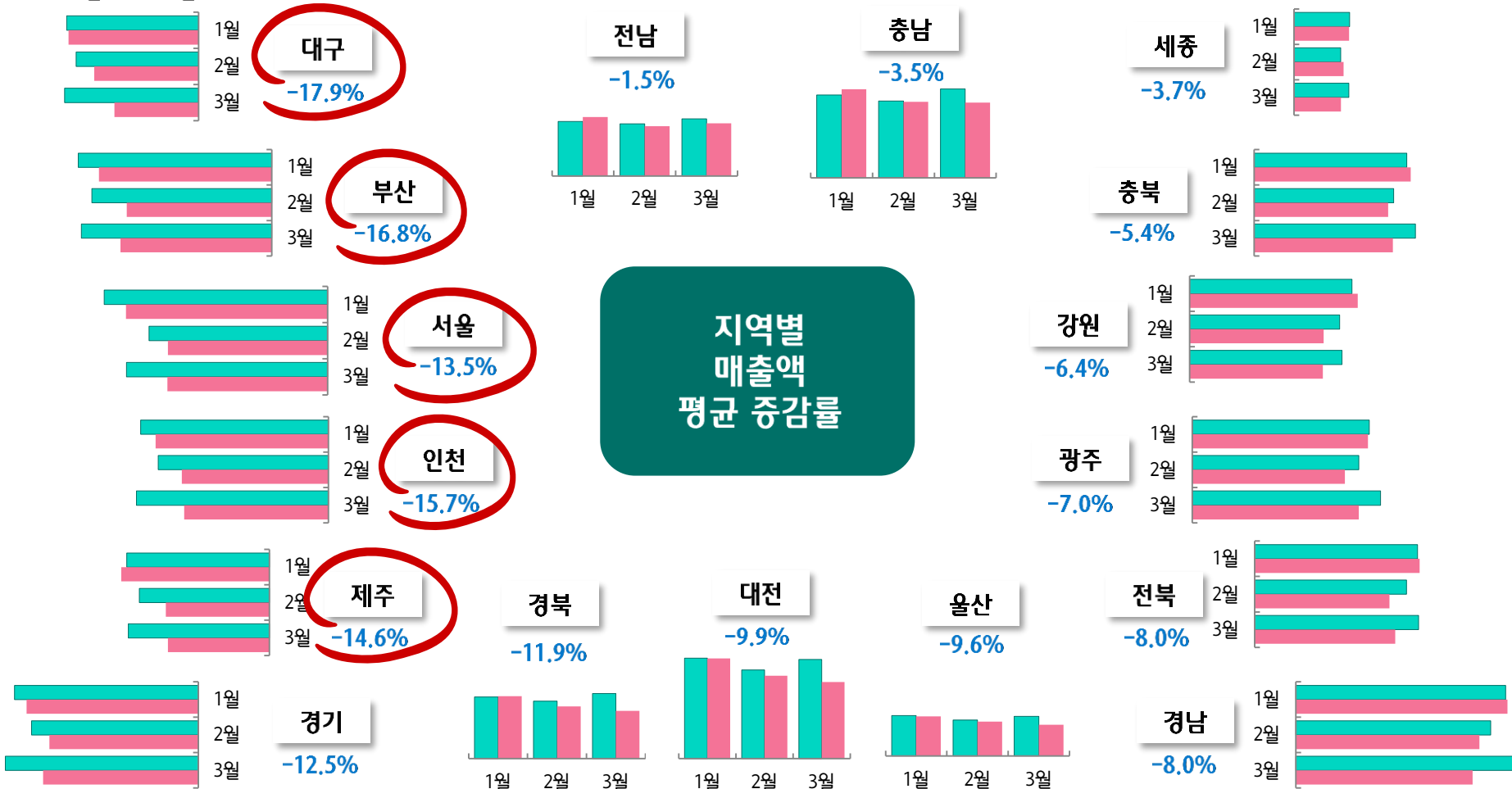


(1) 하나카드 개인 신용카드 기준

2. 지역별 1분기 카드 매출액 증감률 (전년 동기 대비)

- 20년 1분기 카드 매출 감소율을 지역별로 분석한 결과, 대구(-17.9%), 부산(-16.8%), 인천(-15.7%), 제주(-14.6%), 서울(-13.5%)순으로 나타남⁽¹⁾

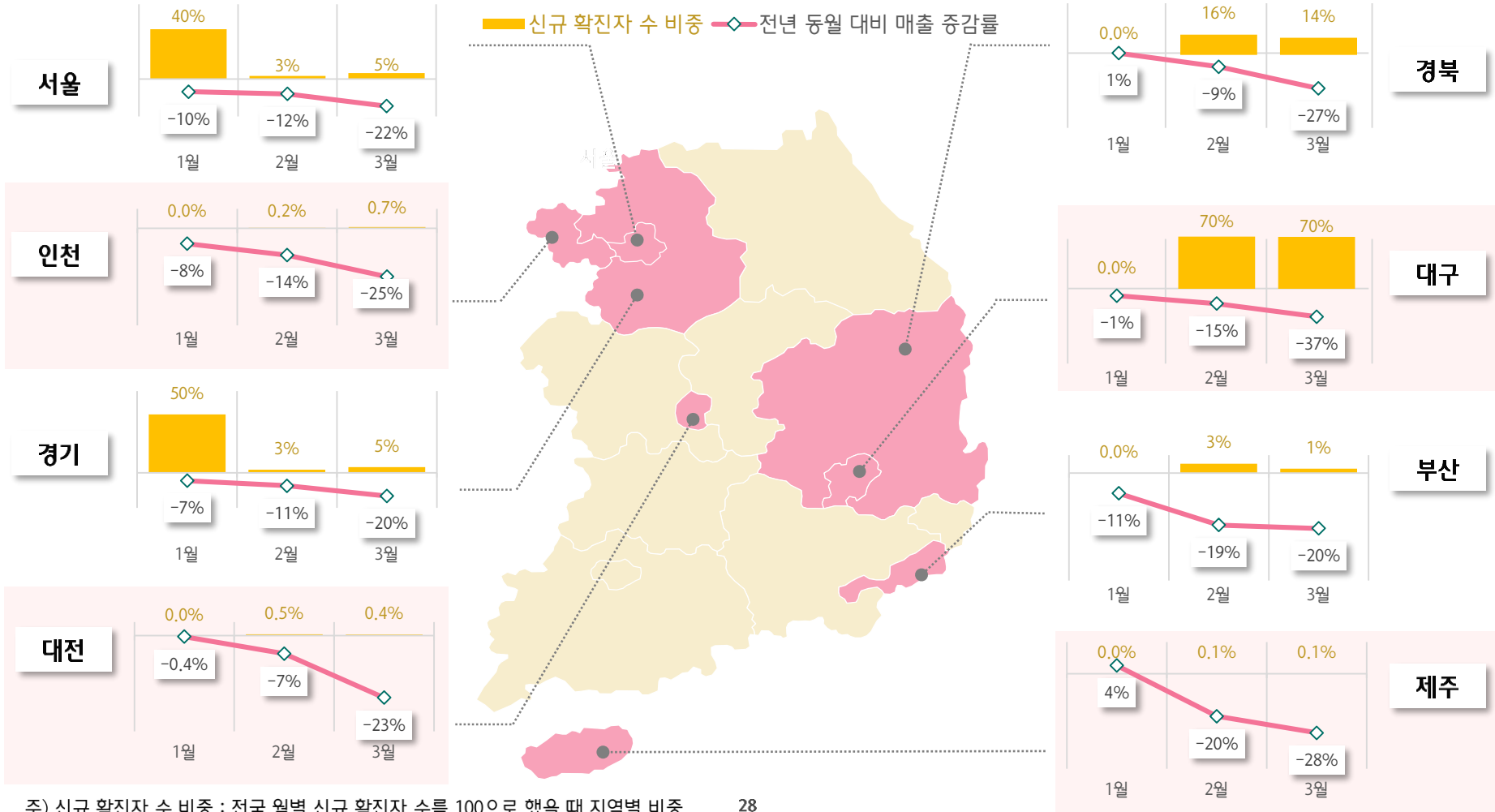
■ 2019년 ■ 2020년



(1) 오프라인 카드 매출이 발생한 가맹점 주소지 기준

3. 지역별 신규 확진자 수 비중과 매출 증감률 비교

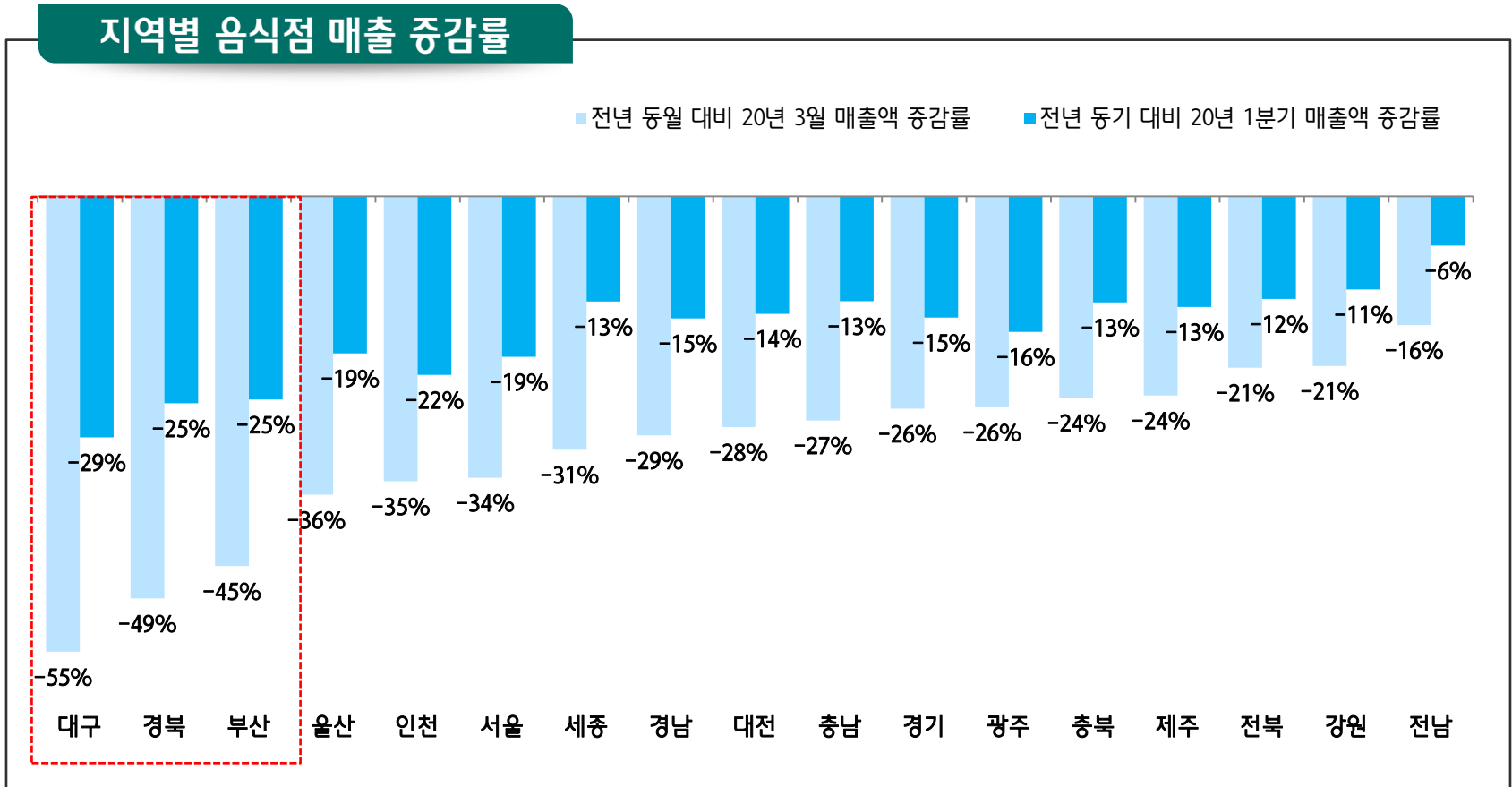
- 올해 3월 신용카드 이용액은 대구가 -37% 감소(전년 동월 대비)하여 전국에서 가장 큰 폭으로 하락
- 제주는 신규 확진자 비중이 상대적으로 낮지만, 여행객 감소로 인해 전국에서 두번째로 큰 감소폭을 보임 (3월 카드 이용액 전년 동월 대비 -28% 감소)



주) 신규 확진자 수 비중 : 전국 월별 신규 확진자 수를 100으로 했을 때 지역별 비중 28

4. 지역별 주요 업종 매출 증감률 : ① 음식점

- 음식점 업종의 매출액 감소는 대구가 가장 컸으며, 다음 경북, 부산, 울산 순으로 나타남
(전년 동월 대비 3월 매출 기준)

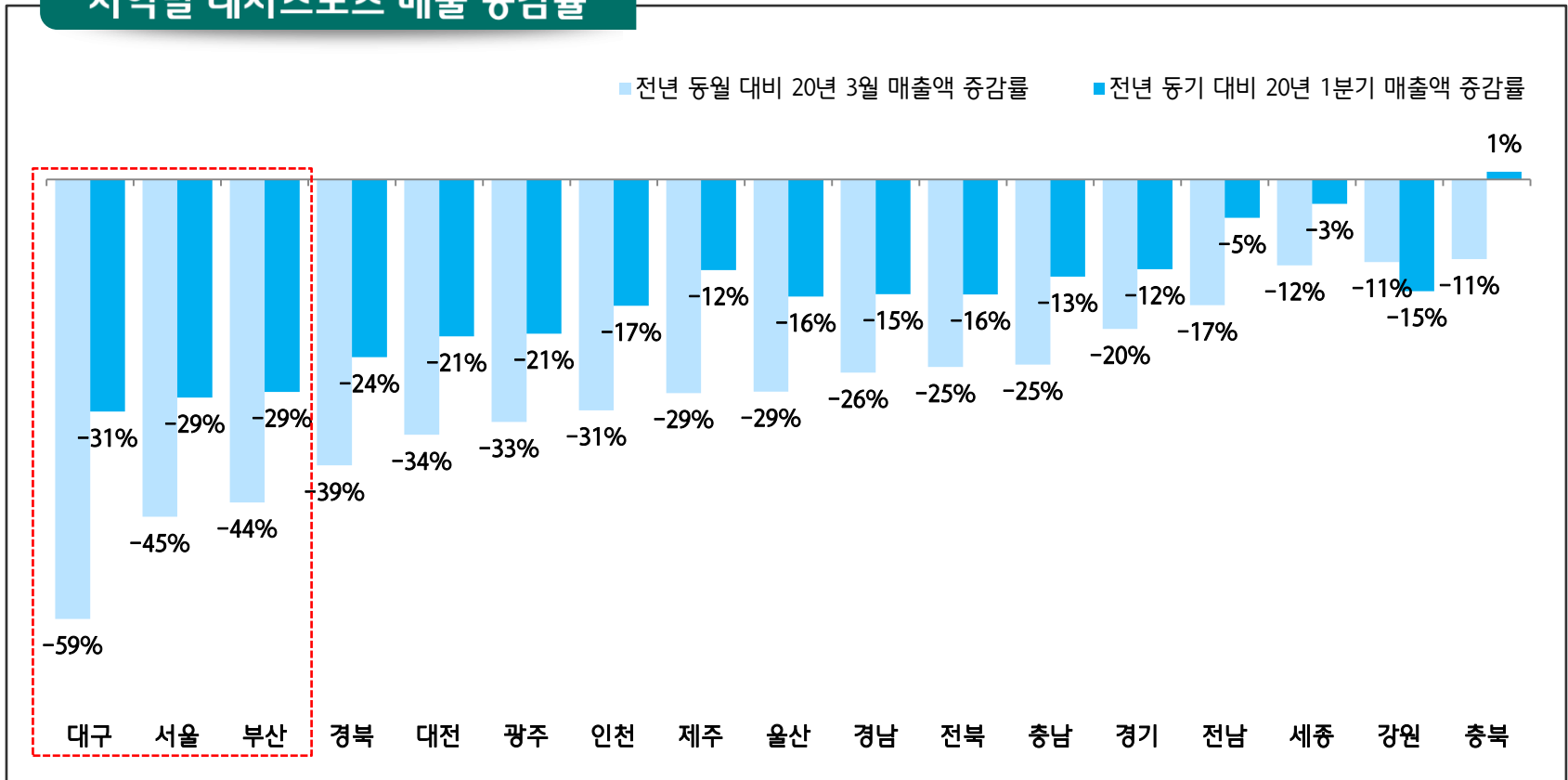


주) 음식점 : 한식, 중식, 일식, 양식, 치킨, 패스트푸드점 등

4. 지역별 주요 업종 매출 증감률 : ② 레저/스포츠

- 레저/스포츠 업종 또한 대구의 매출이 가장 크게 감소했으며, 그 뒤로는 서울, 부산, 경북, 대전 순

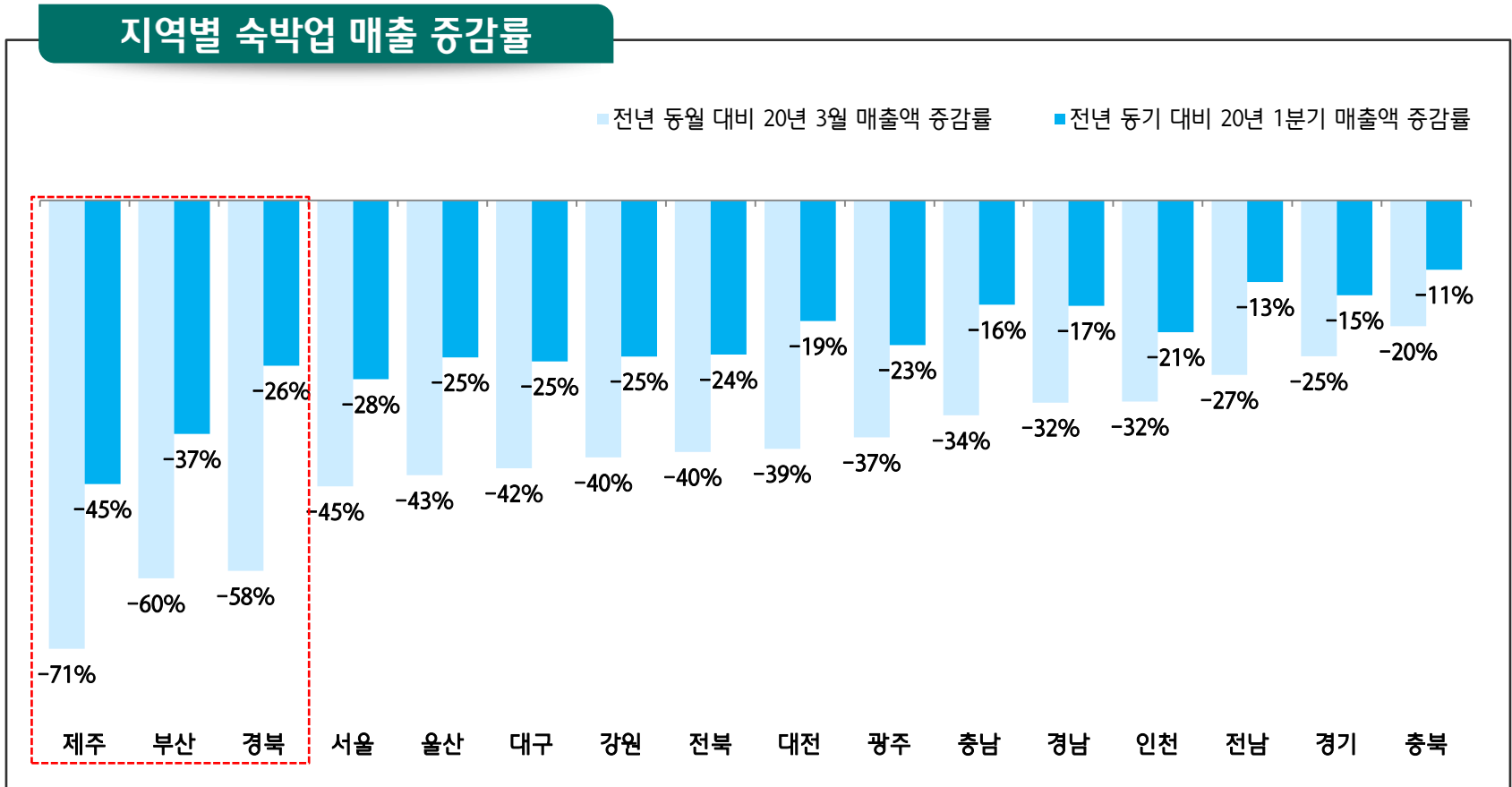
지역별 레저스포츠 매출 증감률



주) 레저/스포츠 : 영화관, 공연장, 테마파크, 골프장 등

4. 지역별 주요 업종 매출 증감률 : ③ 숙박업

- 숙박업은 제주, 부산, 경북, 서울 순으로 매출 감소가 큼

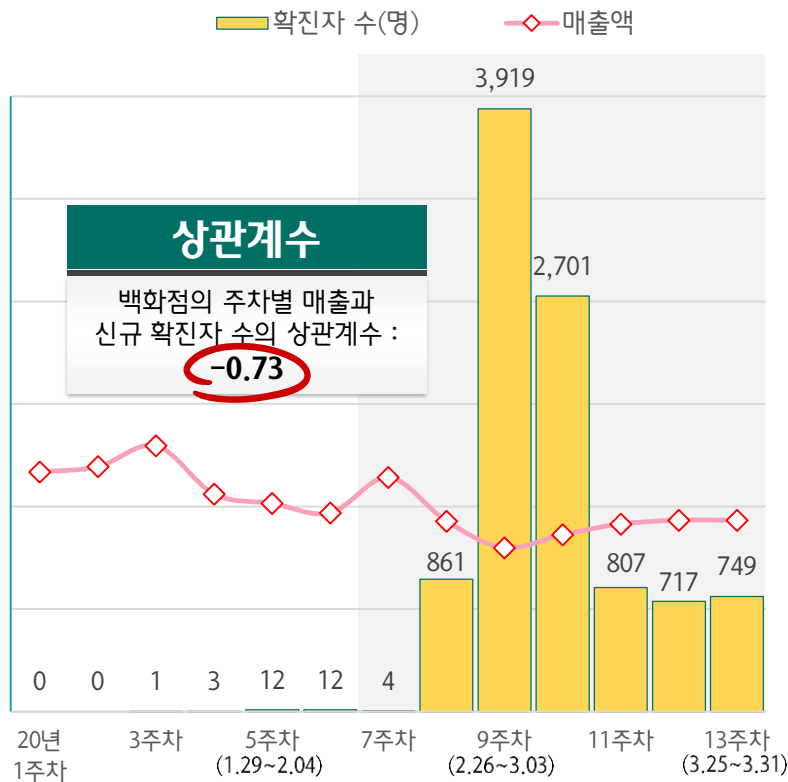


주) 숙박업 : 호텔, 기타 숙박업소 등

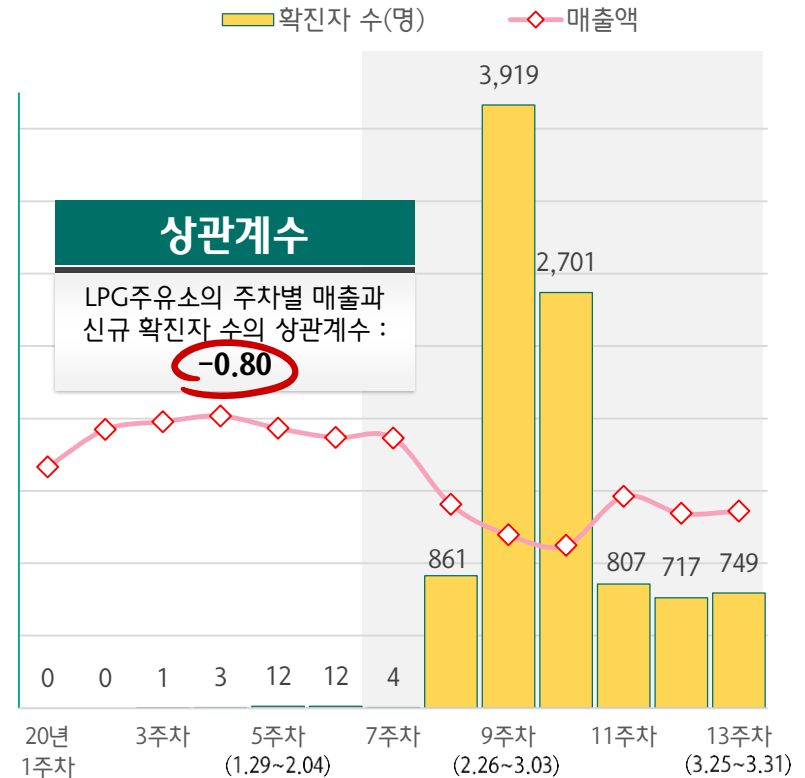
5.1. 신규 확진자 수와 업종별 매출의 상관분석 : 백화점, LPG주유소

- 코로나19 신규 확진자 수가 급증했던 주에 백화점과 LPG주유소 매출이 크게 감소. 이후 신규 확진자 수가 감소하자 매출이 완만한 회복세를 나타냄

[백화점] 확진자 수와의 상관분석



[LPG주유소] 확진자 수와의 상관분석

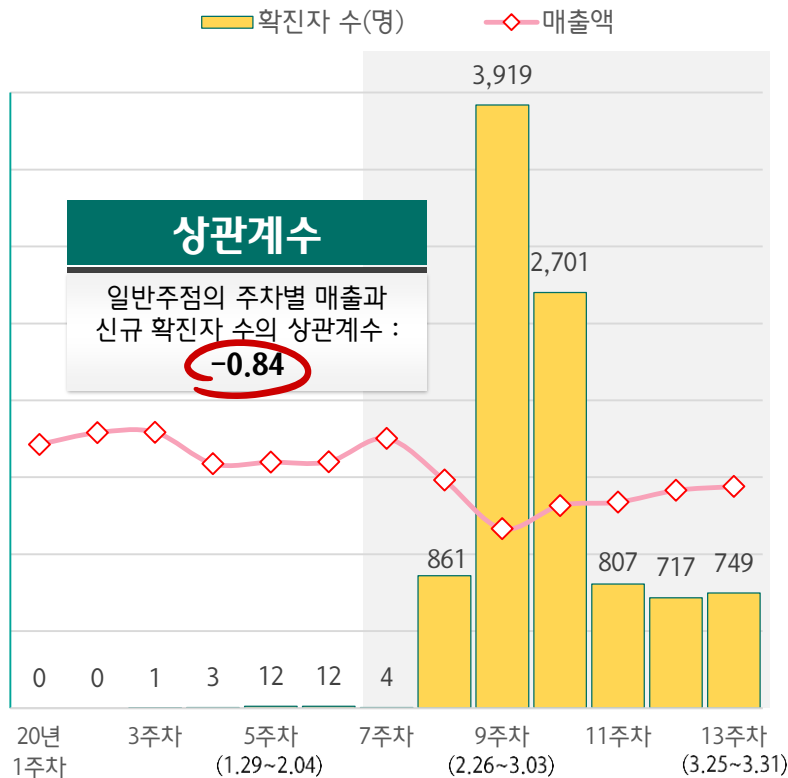


주) 2020년 1월1일 부터 1월7일까지를 1주차로 산정
 주2) 4주차에 2020년 설 연휴(1월 24일~27일)가 포함됨

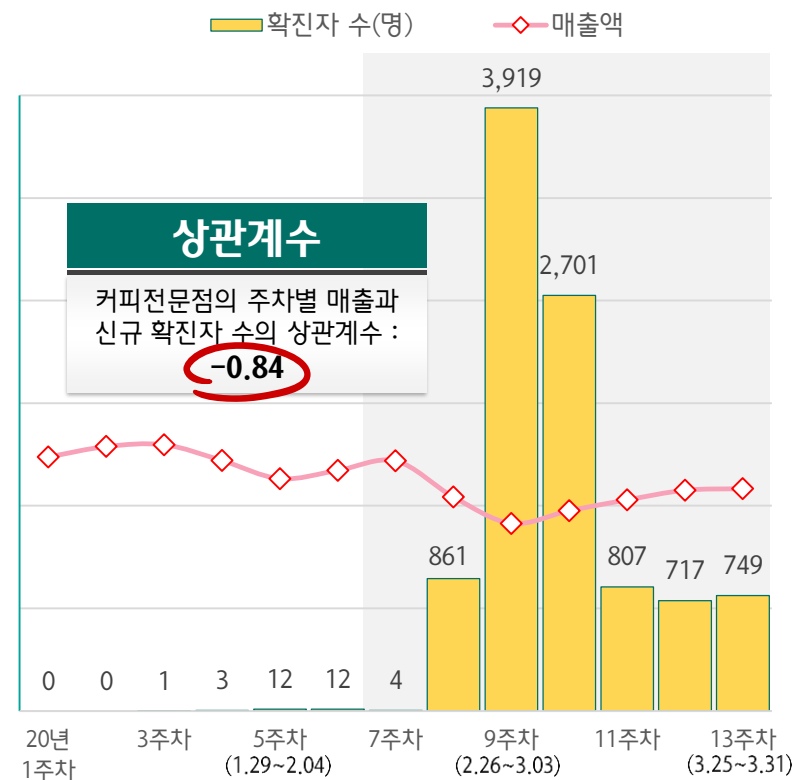
5.2. 신규 확진자 수와 업종별 매출의 상관분석 : 일반주점, 커피 전문점

- 특히 일반 주점과 커피 전문점의 매출액은 코로나19 신규 확진자 수와 강한 음의 상관관계를 나타냄
(신규 확진자 수가 증가하면 매출이 감소하고, 확진자 수가 감소하면 매출이 증가하는 정도가 강함)

[일반주점] 확진자 수와의 상관분석



[커피전문점] 확진자 수와의 상관분석

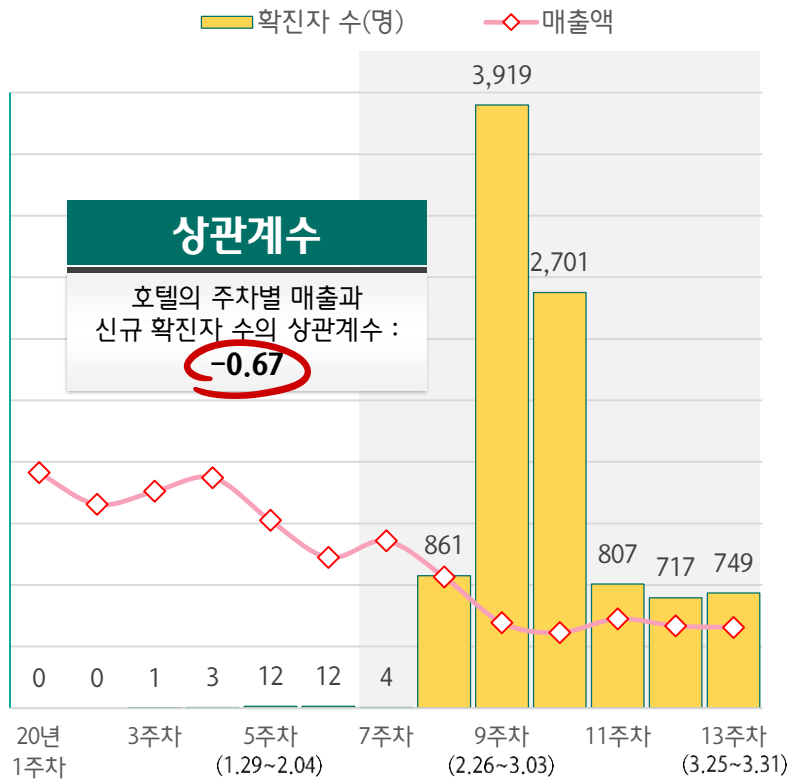


주) 2020년 1월1일 부터 1월7일까지를 1주차로 산정
주2) 4주차에 2020년 설 연휴(1월 24일~27일)가 포함됨

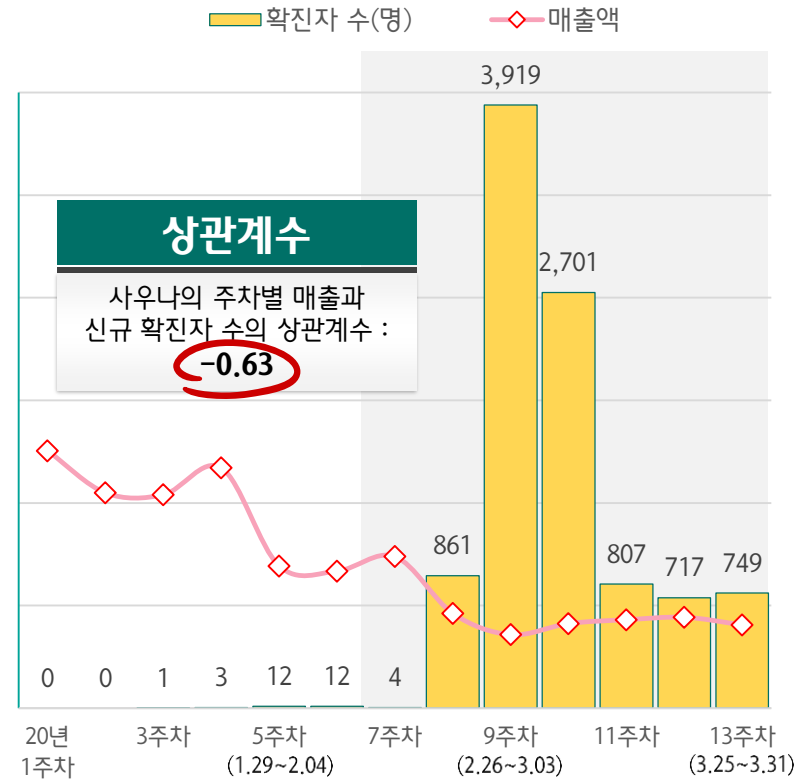
5.3. 신규 확진자 수와 업종별 매출의 상관분석 : 호텔, 사우나

- 호텔과 사우나 매출 역시 코로나19 신규 확진자 수와 반비례 관계가 나타남

[호텔] 확진자 수와의 상관분석



[사우나] 확진자 수와의 상관분석

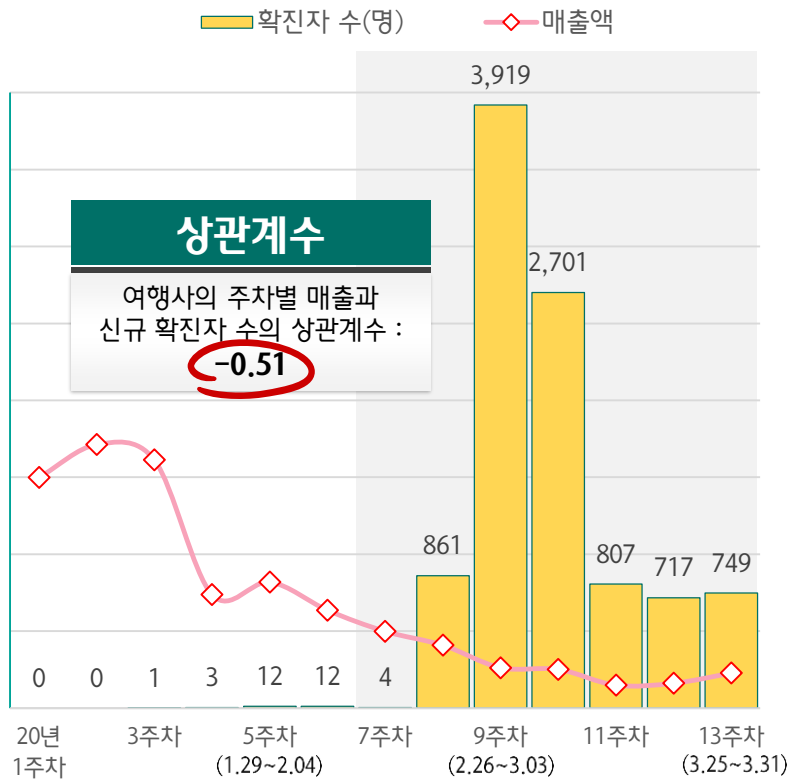


주) 2020년 1월1일 부터 1월7일까지를 1주차로 산정
 주2) 4주차에 2020년 설 연휴(1월 24일~27일)가 포함됨

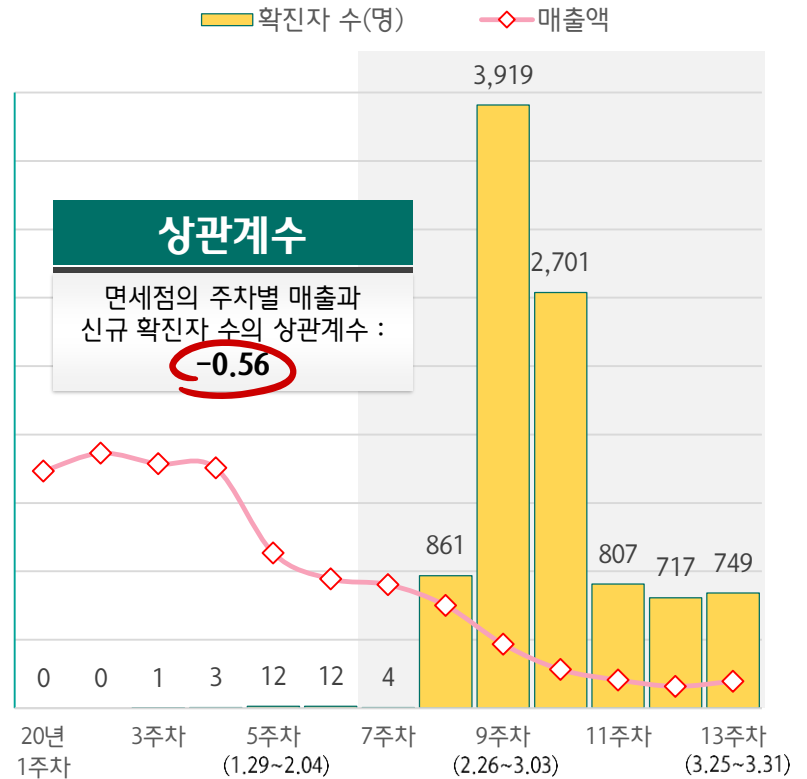
5.4. 신규 확진자 수와 업종별 매출의 상관분석 : 여행사, 면세점

- 여행사와 면세점 매출 역시 코로나19 신규 확진자 수와 반비례 관계

[여행사] 확진자 수와의 상관분석



[면세점] 확진자 수와의 상관분석

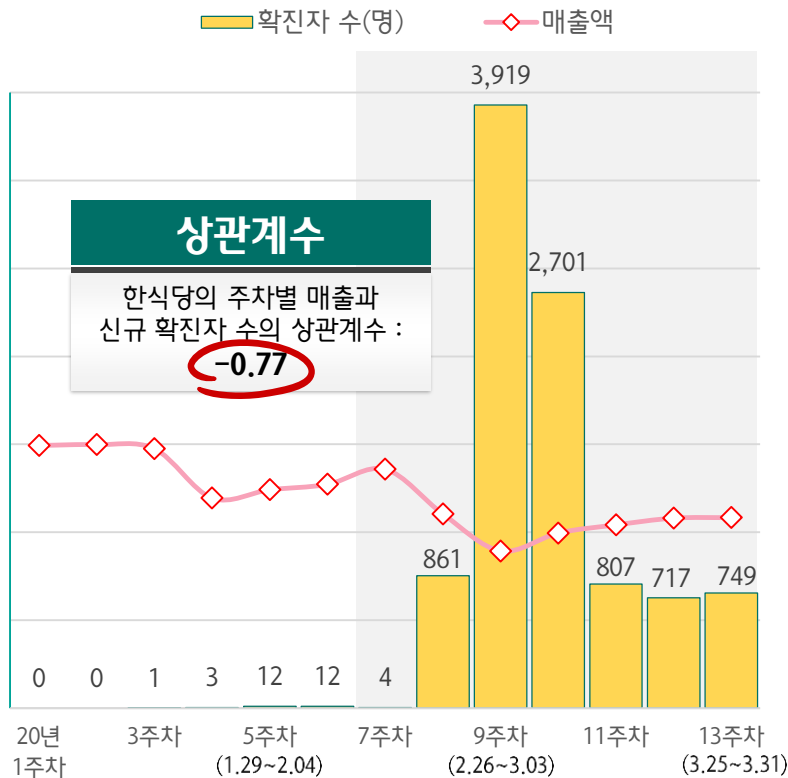


주) 2020년 1월1일 부터 1월7일까지를 1주차로 산정
 주2) 4주차에 2020년 설 연휴(1월 24일~27일)가 포함됨

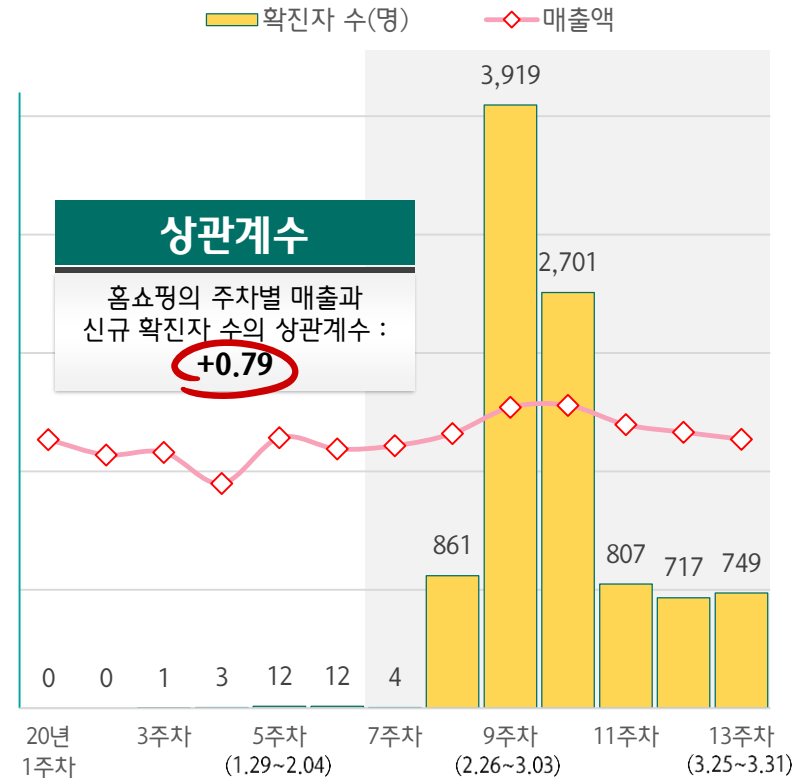
5.5. 신규 확진자 수와 업종별 매출의 상관분석 : 한식당, 홈쇼핑

- 한식당 매출도 코로나19 신규 확진자 수의 증가에 따라 반비례하는 현상이 강하게 나타남
- 한편 홈쇼핑은 코로나19 신규 확진자 수와 강한 양의 상관관계, 즉 정비례하는 현상이 발견됨

[한식당] 확진자 수와의 상관분석

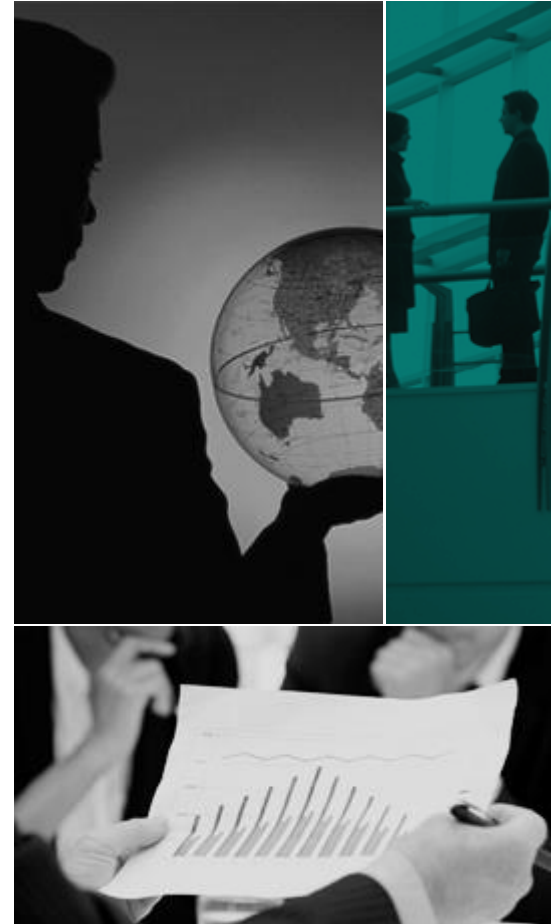


[홈쇼핑] 확진자 수와의 상관분석



주) 2020년 1월1일 부터 1월7일까지를 1주차로 산정
 주2) 4주차에 2020년 설 연휴(1월 24일~27일)가 포함됨

IV. 결론 및 시사점

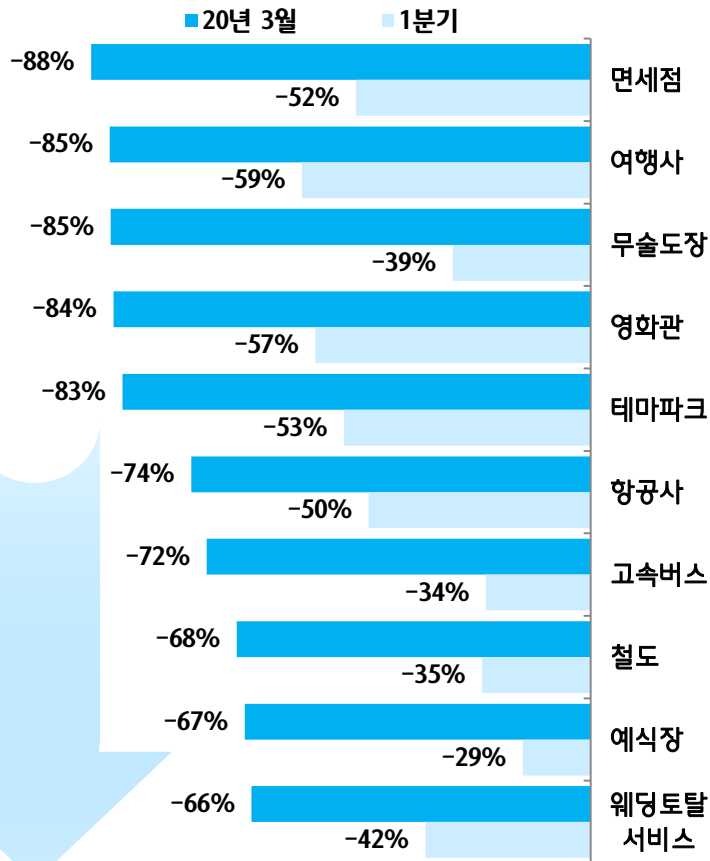


[요약] 코로나19로 인한 업종별 매출액 증감 TOP 10

- 코로나19 확진자가 절정에 달했던 3월 매출이(전년 동월 대비) 가장 크게 감소한 업종은 여행 관련 업종
- 매출이 가장 많이 증가한 업종은 자전거와 인터넷 쇼핑, 그리고 “홈쿡”을 위한 식재료 관련 업종

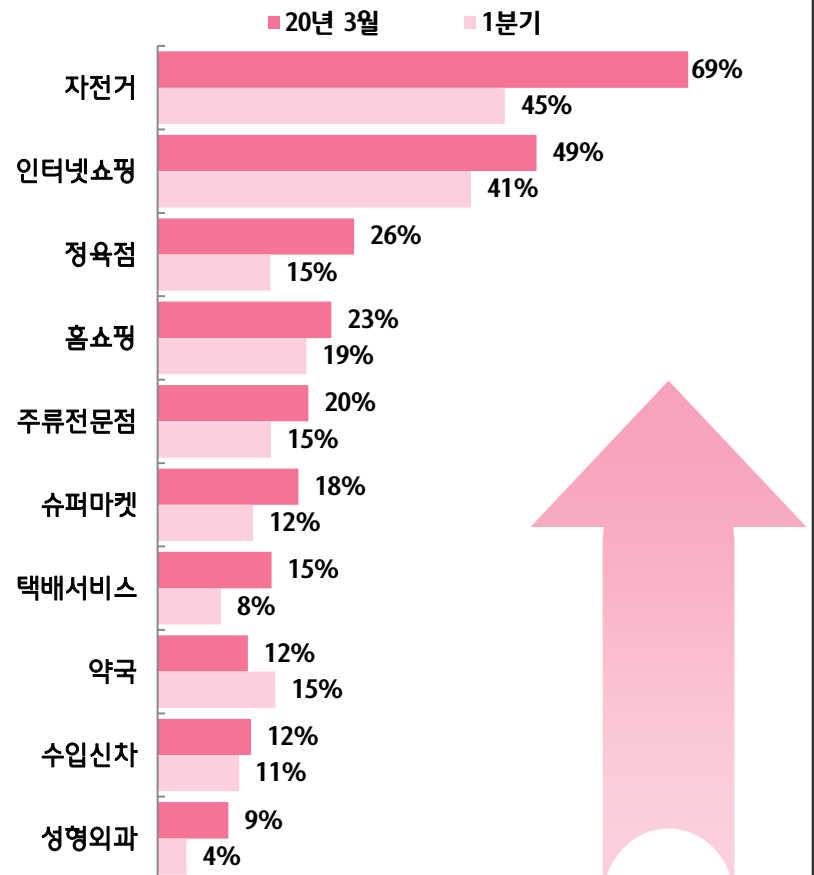
매출 감소 상위 10개 업종

(전년 동기 대비 매출액 증감률)



매출 증가 상위 10개 업종

(전년 동기 대비 매출액 증감률)



주) 20년 3월 증감률 (전년 동월 대비) 기준으로 정렬

결론 및 시사점

- **코로나19로 인한 매출 피해가 가장 큰 업종은 여행사, 항공사, 면세점 등 여행 관련 업종으로 확인됨**
 - 여행사의 올해 1분기 카드 매출액은 전년 동기 대비 -59% 감소했으며, 면세점은 -52%, 항공사는 -50% 감소함
 - 특히 코로나19 신규 확진자 수가 절정에 달했던 3월 실적은 전년 동월 대비 면세점 -88% 감소, 여행사 -85%, 항공사 -75% 감소 등, 기록적인 실적 악화를 나타냄
- **온라인 쇼핑 이용이 크게 증가하고, 오프라인 쇼핑은 집에서 가까운 편의점/수퍼마켓에 집중**
 - 1분기 인터넷 쇼핑에 사용된 카드 결제액은 전년 동기 대비 무려 41% 증가. 홈쇼핑 매출도 크게 상승(+19%)
 - 백화점(-23%), 대형마트(-17%) 이용은 감소했으나, 편의점(+6%), 수퍼마켓(+12%) 등 근거리 쇼핑은 증가
 - 오프라인 쇼핑의 건당 평균 이용금액은 높아져, 오프라인 매장 방문시 한번에 많이 구매하는 현상 발견
- **의료 업종 중 성형외과 및 안과 매출은 오히려 증가. 약국 매출도 방문자 급증으로 증가**
 - 재택 기간이 늘어남에 따라 성형외과/안과 시술이 증가한 것으로 추정됨. 그밖에 대부분의 의료 업종은 매출 감소
- **국산 신차 및 중고차 매출은 감소한 가운데, 수입 신차의 매출은 견조한 성장세**
 - 1분기 국산 신차(-23%), 중고차(-22%) 매출 감소. 수입 신차 매출액은 전년 동기 대비 11% 증가
 - 지하철/버스 사용을 회피하기 위해 근거리/친환경 이동 수단인 자전거 구매도 눈에 띄게 증가(+45%)

결론 및 시사점

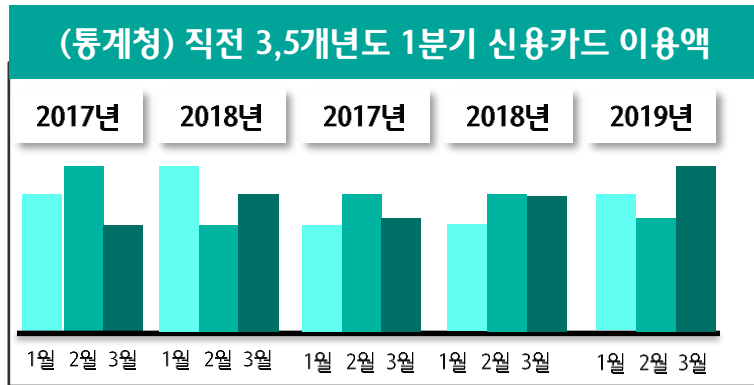
- 집에서 요리해 먹고 집에서 술 마시는 “홈쿡”과 “홈술” 현상 두드러짐
 - 농산물, 축산물, 청과물 매출이 증가하고 주류전문 판매점의 매출도 증가하여, 식재료를 구매해 집에서 요리해 먹는 현상이 확산된 것으로 분석됨
- 실내 활동 및 밀집도가 높은 업종의 매출 크게 감소. 레저/문화/취미 관련 업종도 모두 매출 감소
 - 학원 업종, 유흥 업종(노래방, 주점 등) 등 실내 활동 및 밀집도가 높은 업종도 전례 없는 실적 감소
 - 재택 시간이 늘어났음에도 불구하고 비디오/음반, 서적 등 집에서 즐길 수 있는 취미 관련 업종도 모두 매출 감소
- 코로나19로 인한 매출 증감률은 지역별, 업종별로 편차 존재
 - 2004년부터 매년 성장해온 국내 신용카드 이용액의 평균 성장률을 고려할 때, 올해 1분기 카드 소비는 전년 대비 약 16~18조원 내외 순 감소한 것으로 추정됨 (상세 내용 [붙임] 참조)
 - 지역별로는 대구시의 1분기 카드 소비가 전년 동기 대비 -17.9% 감소하여 가장 큰 하락 폭을 보였으며, 다음 부산(-16.8%), 인천(-15.7%), 제주(-14.6%), 서울(-13.5%) 순으로 나타남
- 소비 심리가 여전히 위축⁽¹⁾되어있고 긴급재난지원금도 식재료 등 생필품 구입에 주로 사용⁽²⁾될 것으로 보여 업종 전반의 소비 정상화는 당분간 쉽지 않으며, 여행/항공/숙박, 레저/문화/취미, 유흥업 등의 매출은 올해 마이너스 성장이 예상됨

(1) 4월 소비자 심리지수가 70.8로, 3월 지수(78.4) 대비 추가 하락 (한국은행)

(2) “긴급재난 지원금, 92%가 식료품 구매에 사용하겠다” (KBS 설문 조사, 복수 응답)

[붙임] 코로나19로 인한 신용카드 이용 순 감소액 추정

- 과거 신용카드 데이터를 기반으로 카드 이용액의 평균 성장률을 산출하고, 코로나19가 발생하지 않았을 경우 기존 성장률이 유지된다는 가정 하에서 발생했을 금액을 기준으로 순 감소액 추정



1 20년 1분기 신용카드 이용액 추정 (코로나19 미 발생을 가정)

코로나19가 발생하지 않았을 경우의 2020년 1분기 카드 이용금액을 추정 (과거 평균 성장률 적용)

전년 1분기 카드이용금액 × 직전 3~5개년도 1분기 이용금액의 평균 성장률

2 20년 1분기 전체 신용카드 이용액 추산 (코로나19 영향 반영)

전년 1분기 대비 20년 1분기 하나카드 이용액 성장률을 산출. 이를 국가통계포털의 2019년 1분기 전체 카드 이용액에 곱해 20년 1분기 전체 추산액을 산정

전년 1분기 카드이용금액 × 전년 대비 20년 1분기 결제액 성장률

3 코로나19로 인한 순 감소액 추정

코로나19가 미 발생시 산출한 추정액에서 코로나19 발생 시 산출한 추정액을 빼서 코로나19로 인한 손실액 추정

20년 1분기 카드 이용액 (코로나19 미 발생 가정) - 20년 1분기 카드 이용액 (코로나19 영향 반영)

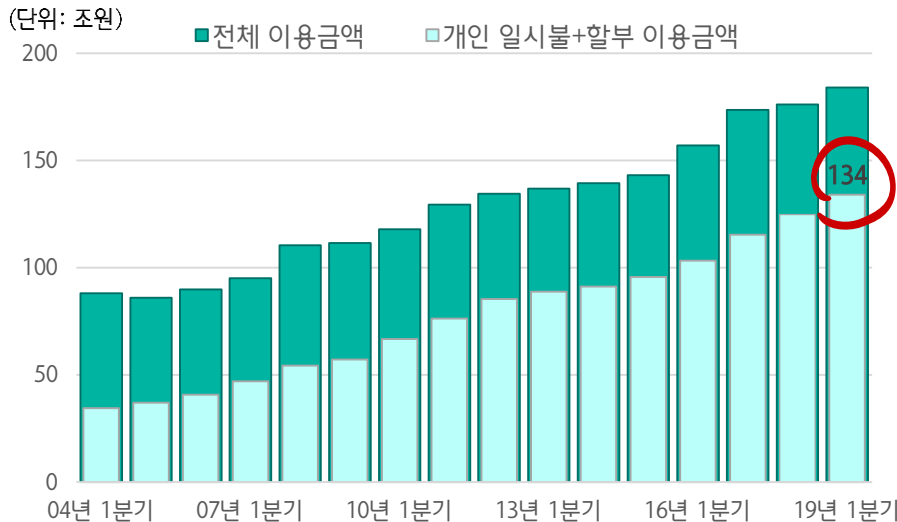
주) 총 이용금액 = 개인 신용카드 일반 구매 + 할부 구매 + 개인 현금서비스
 자료 : KOSIS(국가통계포털) 참조

[붙임] 코로나19로 인한 신용카드 이용 순 감소액 추정

- 신용카드 이용액의 직전 3년~10년 평균 성장률은 약 7%대
- 19년 1분기 개인카드 이용액이 134조원이므로, 코로나19로 인한 1분기 신용카드 매출 순 감소액은 약 16.6~17.7조원으로 추정

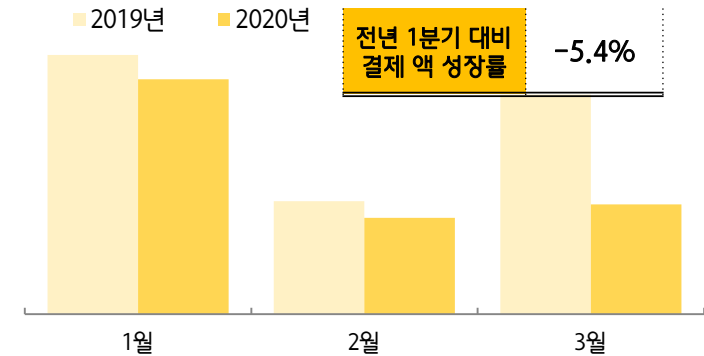
1 20년 1분기 카드 결제액 추정 (코로나19 영향 반영)

	직전10개년 1분기 평균 성장률(%)	직전5개년 1분기 평균 성장률(%)	직전3개년 1분기 평균 성장률(%)
전체 이용금액	4.60%	5.20%	3.00%
개인 이용금액 (일시불+할부)	7.20%	7.00%	7.80%

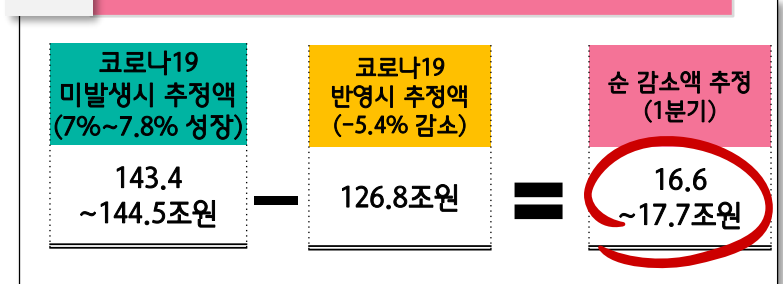


주) 전체 이용금액 = 개인 이용금액(일시불 구매+할부 구매+개인 현금서비스) + 법인 이용금액
 자료 : KOSIS(국가통계포털) 참조

2 20년 1분기 카드 결제액 추정 (코로나19 영향 반영)



3 코로나19로 인한 카드 순 감소액 추정



감사합니다

정훈 연구위원 hoonjung@hanafn.com

양정우 연구원 yjw406@hanafn.com