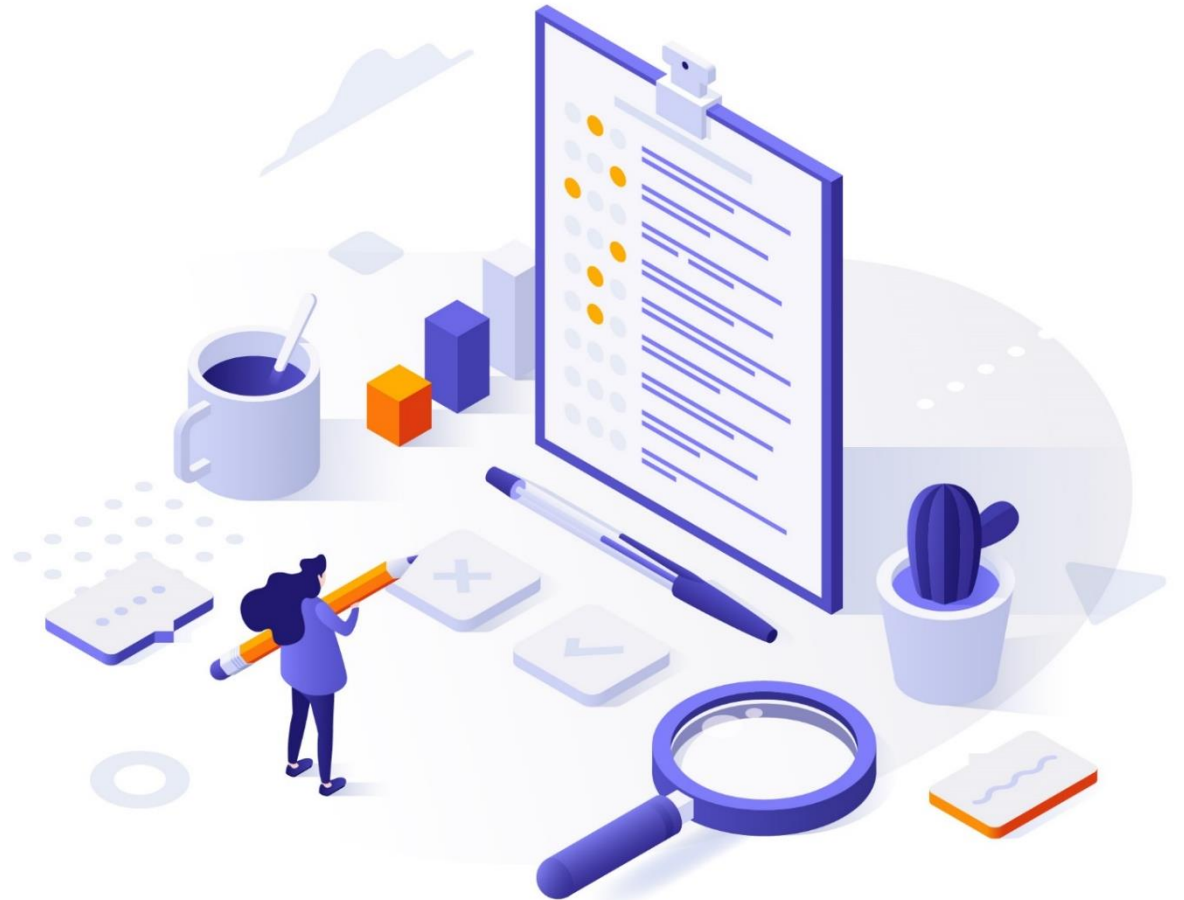


민간데이터팀  GranData

가명결합 활용동향 및 결합데이터 분석 사례



I. 민간데이터 댐(GranData) 소개

II. 가명결합 데이터기반 개인소비/투자성향분석 사례

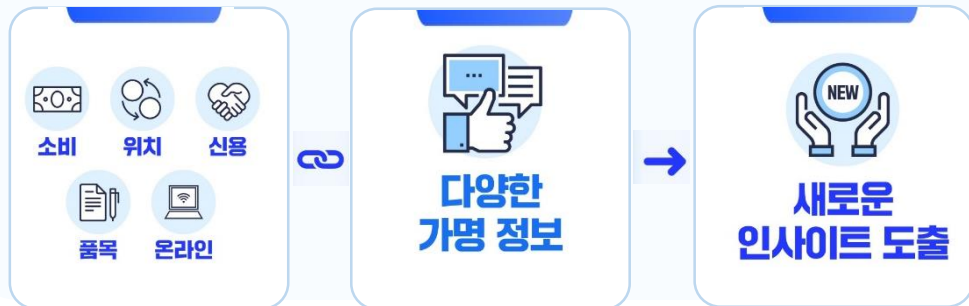


민간데이터 댐은 국내 각 분야 최고의 데이터 보유사업자들간의 데이터/비즈니스 Alliance로 가명결합, 통계결합기반으로 고객사에게 새로운 인사이트를 제공합니다.

국내 최초 데이터 [Alliance 협약]



Main Value Proposal



내부 활용

3사/4사 가명결합 정보를 통한 내부 정책수립에 활용
(예) 00제도시행 전/후 효과성 분석, 활성화 방안 도출
신규 상품 개발을 위한 구매고객 특성분석 등

외부 협업

4사 통계/가명결합정보를 생산하여 스타트업/연구소와 협업모델 개발
(예) 혁신/개선 모델 개발을 위한 플랫폼/인프라 제공
1인가구, 신혼부부 등 Life-stage별 리포트 제공

확장성

Alliance 사업자와 제휴 및 협력방안 추진
(예) 민간데이터댐과 공공데이터댐간 협업
민간+공공데이터 활용을 위한 데이터 표준화/정제

'20년 8월, 데이터3법의 시행으로 이종산업간 안전한 데이터 활용 및 데이터 경제활성화를 위한 제도적 기반이 마련되었습니다.



개인정보 보호법

개인정보 개념 체계
(개인정보/가명정보/익명정보)
명확화 및 조건부 활용 허용

개인정보보호 감독기관을
'개인정보보호위원회'로 일원화



신용 정보법

가명정보 개념 도입으로
빅데이터 분석·이용의
법적 근거 마련

금융분야 마이데이터,
개인사업자CB, 비금융전문CB
사업 등과 관련한 조항 신설

개인정보 자기결정권을 통한
정보보호 규제 내실화



정보 통신망법

개인정보 관련 법령
유사·중복 조항 정비

정보통신서비스 제공자 등의
개인정보 처리 위탁에 대한
동의 규제 폐기



데이터 행정법

정부부처/공공기관 간
데이터 공유 및 활용 강화

데이터 기반 정책수립
/평가/개선 강화

공공 데이터 인프라
및 전문인력 양성

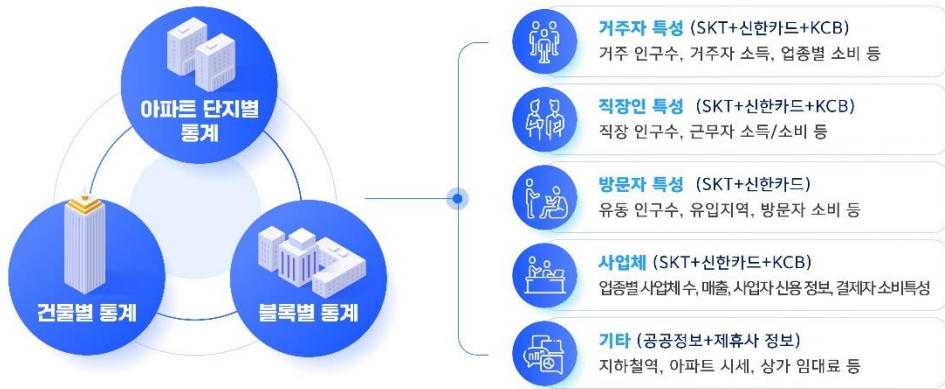
* 개인정보처리자가 통계작성(시장조사 등 상업적 목적 포함), 과학적 연구(산업적 연구), 공익적 기록보존 등의 목적으로 정보주체의 동의없이 개인정보를 가명처리 후 활용할 수 있는 기반 마련

가명정보의 안전한 활용을 돕기 위해 마련된 '가명·익명처리 절차서'에 따라 데이터 전문기관을 통해 가명정보 결합을 수행합니다.



통계정보는 전국민 특성파악 및 활용이 자유로움, 가명정보는 개인의 특성파악 용이하나 가명정보 관리기준 준수가 필요합니다.

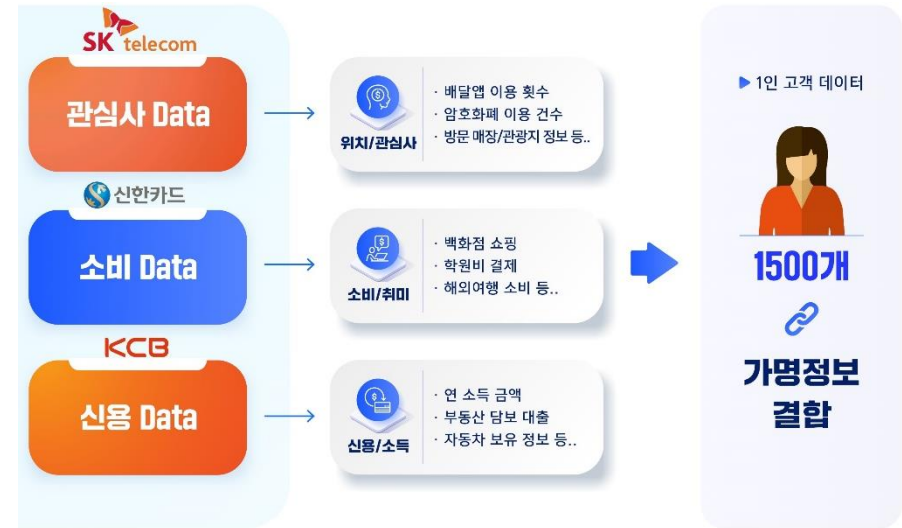
통계결합 데이터



3사 데이터를 공간 단위로 결합하여 데이터, 지도 시각화, 공간 단위 지수 상품개발을 추진

- 3사가 보유한 전체 고객 데이터기준 생성
- 고객사 내부 데이터와 통합, 활용하기 용이하도록 정제된 데이터(업종/연령/공간 표준화)
- 제약 없이 자유롭게 활용 가능

가명결합 데이터



- 개인단위 데이터로 개인 특성파악이 용이 (개인단위 시계열분석, 교차분석 등 정밀분석 가능)
- 결합전문기관을 통해 결합, 자사 고객기준 반출
- 가명정보 관리 기준 준수 필요(개인정보와 분리 보관)

민간데이터댐 GranData 데이터 소개 : 활용 예시

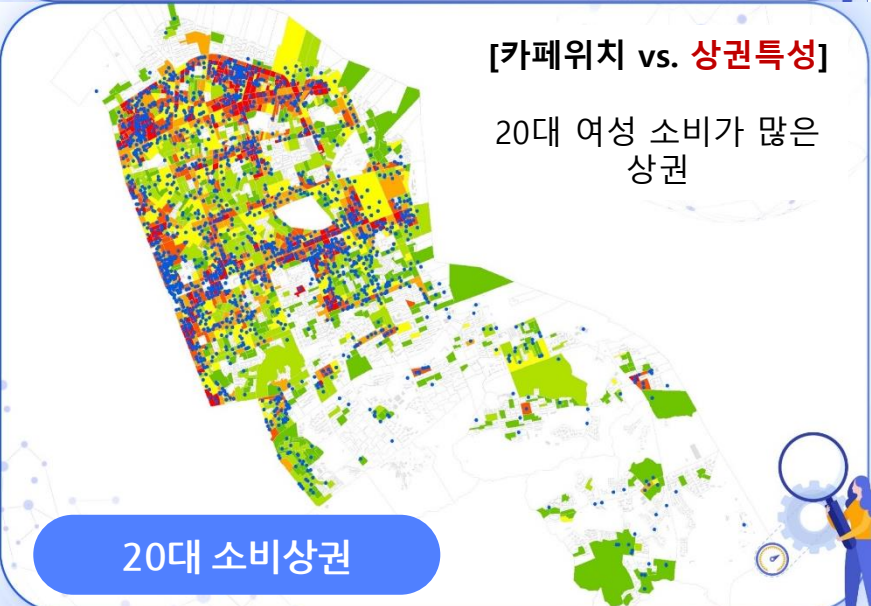
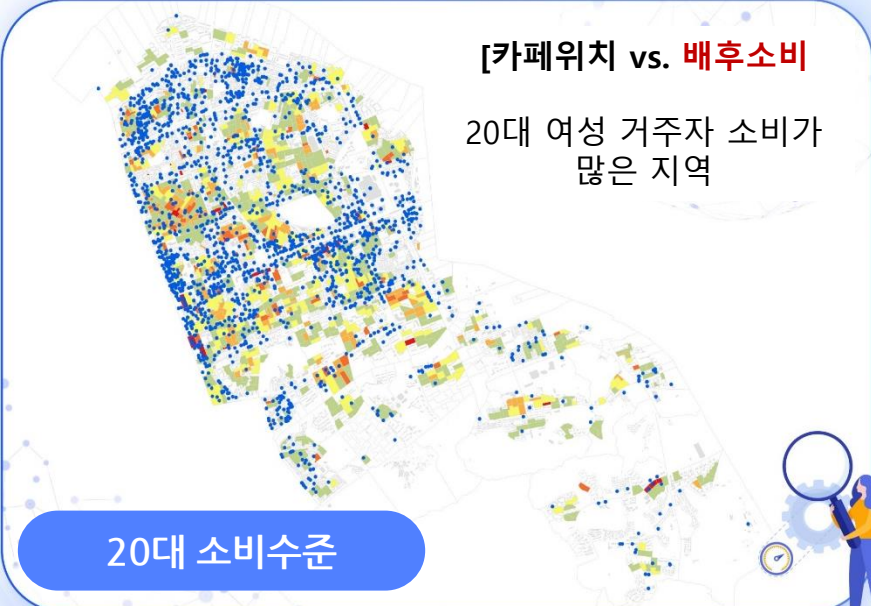
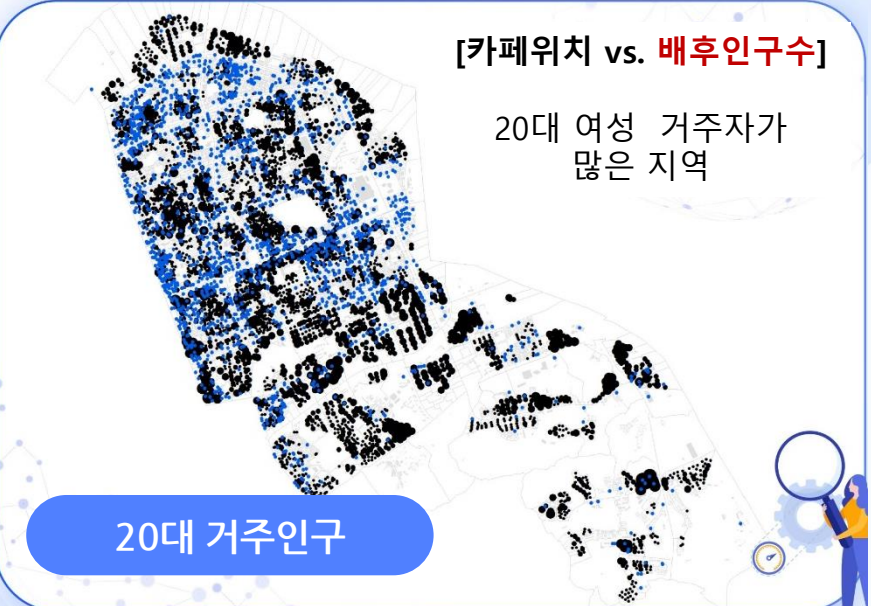
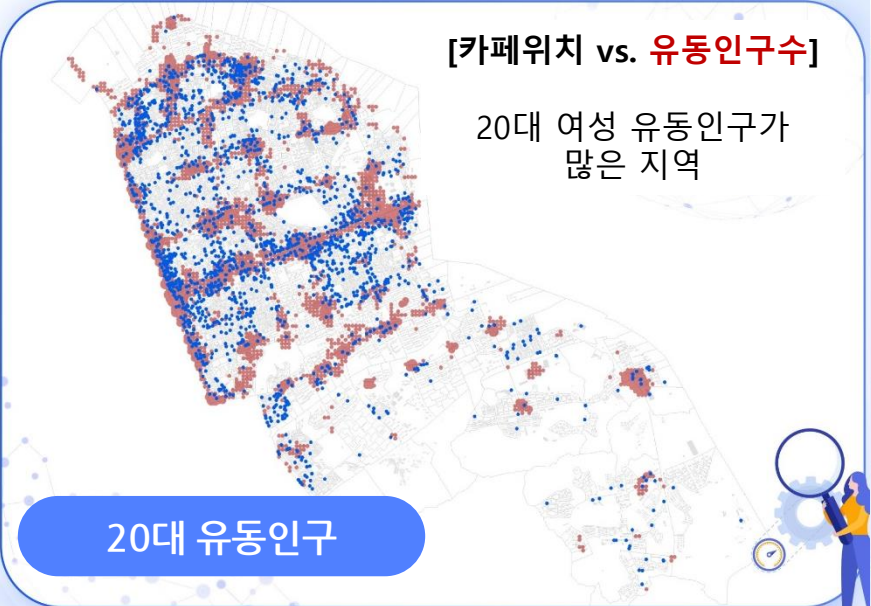
카페와 20대 여성
유동인구 비교

DATA 내용

데이터 제공 단위

붉은색 점은
여성유동인구가 많은 지역
파란색 점은
카페의 위치

20대 여성이 많은 곳에
카페도 있지만 그렇지 않은 곳도 있음



가명결합의 상품 소개

☑ 금융보안원 내부 가명결합 진행



각사 고객
기준 반출



KCB
보유 자산
소득, 소비
직업

210개 항목

SK telecom
관심사 정보
번호 방문지
체류시간

720개 항목

신한카드
업종별 소비
Life-stage 정보
취미/선호

670개 항목

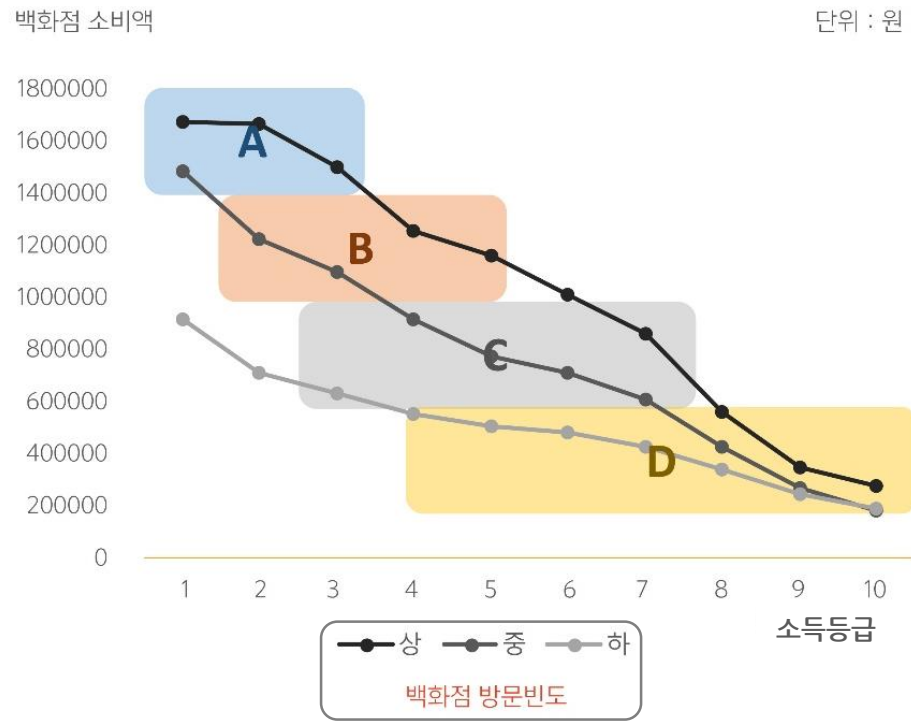
*금융보안원 내부 가명결합 진행

- ▶ 금융보안원을 통해 가명결합 진행 및 각사 고객 기준으로 반출하여 상품개발 진행 중
- ▶ 3사 공통 고객, 분석 목적에 따라 2사 공통 고객으로 활용

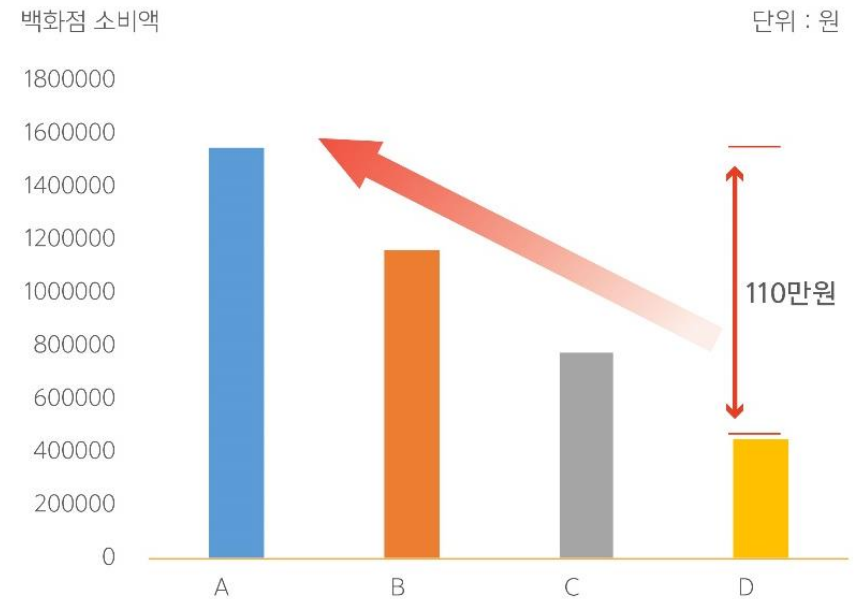
이종데이터 결합시 고객을 보다 정교하게 세분화가 가능합니다.

(SKT)백화점방문빈도, (KCB)소득수준, (신한카드)백화점 소비액 활용 세분화 예

〈백화점 방문 빈도/소득 등급 정보 결합〉



〈결합정보 기반 백화점 이용고객 재 분류〉



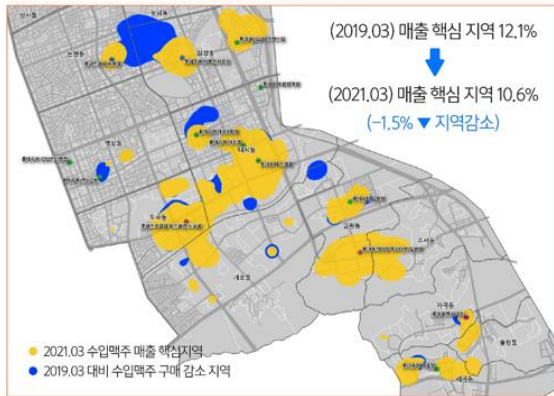
- 이종데이터 결합시 보다 정교한 세분화 가능
- 백화점 방문빈도 상/하그룹간 차이 60만원
- 소득등급 1/10등급간 차이 80만원

유통사(상품구매정보 보유)와 결합분석을 통해 고객들의 수요변화에 따른 고객특성파악이 가능합니다.

통계 데이터 분석

가명결합 데이터 분석

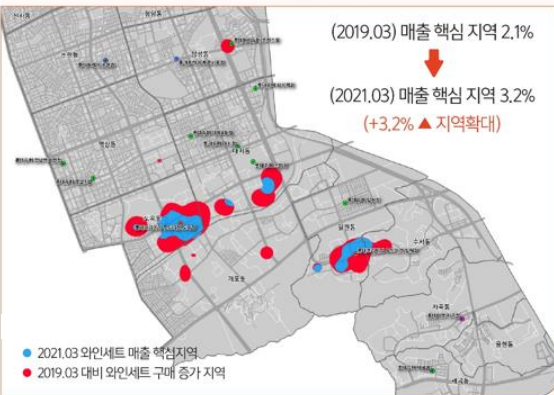
강남구 수입맥주 구매 핵심지역 변화
(2019.03 vs. 2021.03)



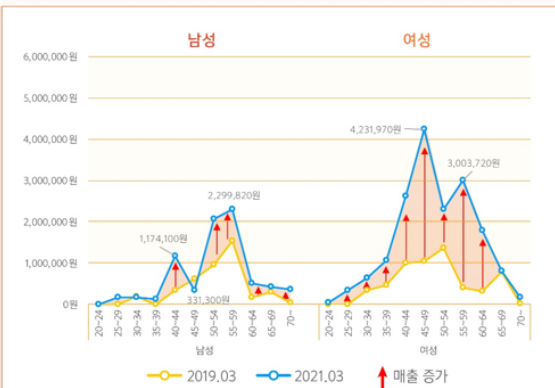
수입맥주 구매 감소지역 고객 특징
(2019.03 vs. 2021.03)



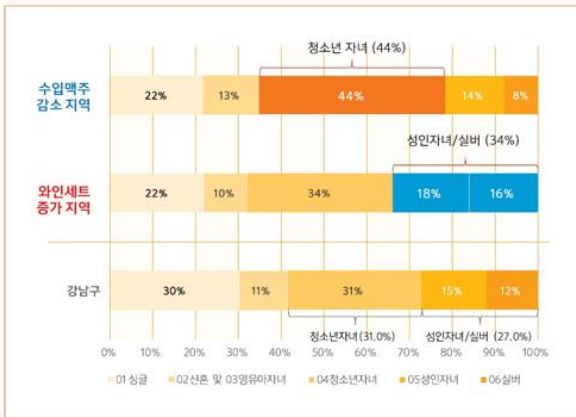
강남구 와인세트 구매 핵심지역 변화
(2019.03 vs. 2021.03)



와인세트 구매 증가지역 고객 특징
(2019.03 vs. 2021.03)



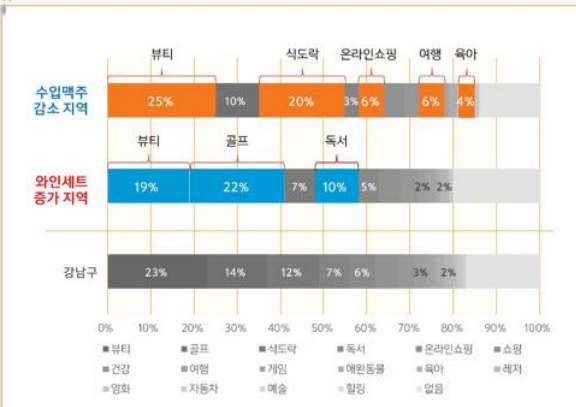
라이프 스테이지 비교



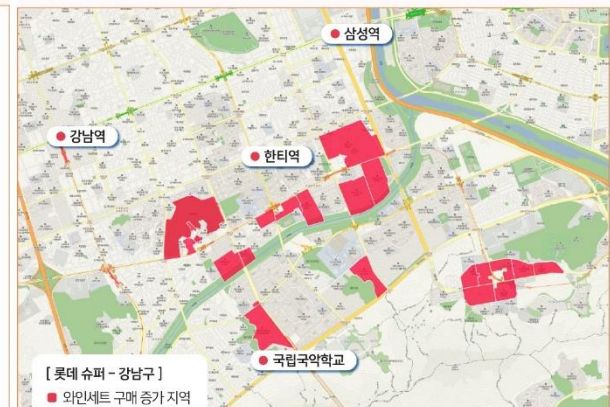
수입맥주 구매 감소지역 거주민 선호 상권



취미 비교

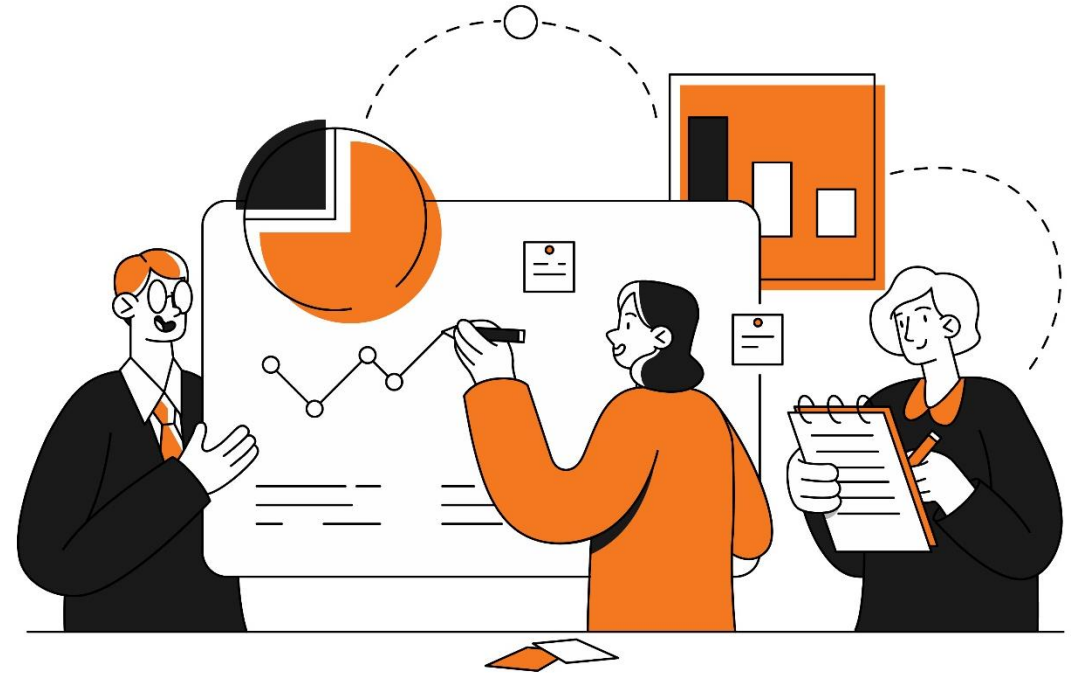


와인세트 구매 증가지역 거주민 선호 상권



I. 민간데이터 댐(GranData) 소개

II. 가명결합 데이터기반
개인소비/투자성향분석 사례



3사 공통 고객을 대상으로 주택구매자의 특성 및 코인/부동산/주식 투자 고객의 특성을 비교 분석함

분석 데이터

- ✓ KCB, SKT, 신한카드(이하 3사) 가명결합 데이터
- ✓ 3사 공통 고객 기준 분석

분석 대상



데이터 종류

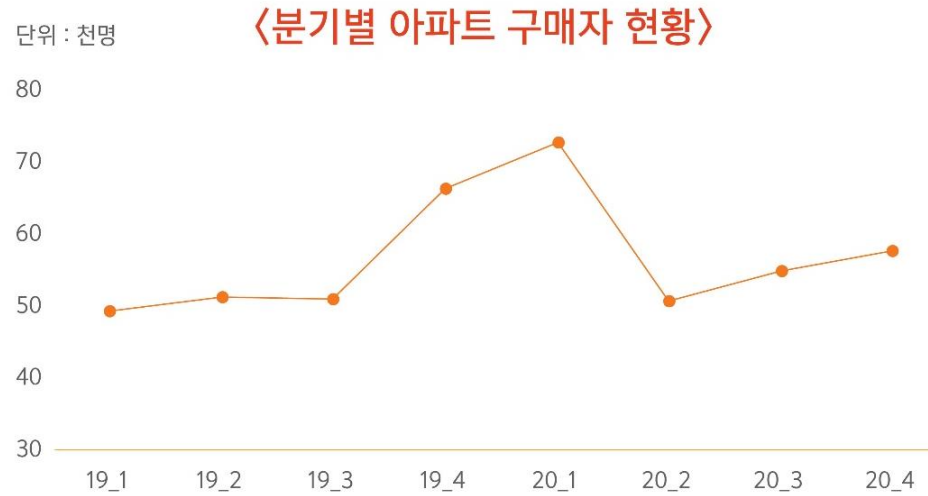


분석 주제

- 아파트 구매자 특성 분석
- 선호 레저 / 백화점 소비 분석
- 코인, 부동산, 주식투자 고객 특성 분석

분석 대상

- '20년 1분기 아파트 구매자를 중심으로 분석



분석 대상

- 아파트 구매 유형별로 신규 구매자, 추가 구매자, 비 구매자로 나누어 비교/분석

공통 고객

신규 구매자

'19년 4분기 기준 아파트 미 보유자의 아파트 신규 구매자

추가 구매자

'19년 4분기 기준 아파트 기 보유자의 아파트 추가 구매자

비 구매자

'20년 1분기 아파트 비 구매자

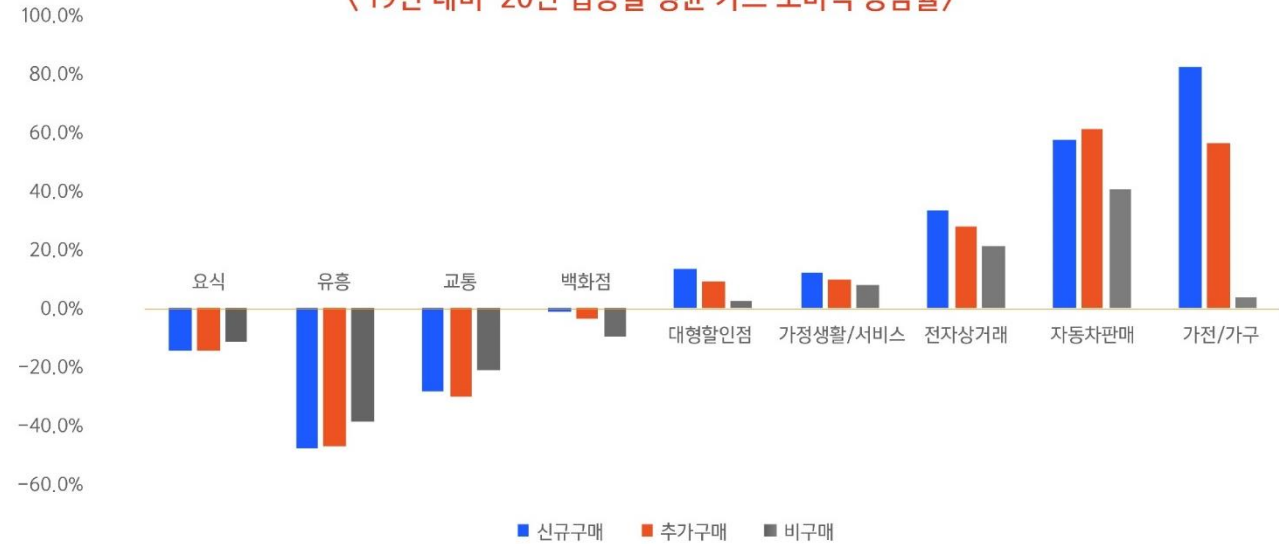
아파트 구매자 특성 분석

아파트 구매자가 비 구매자 대비 카드소비가 크게 증가, 특히 추가 구매자의 카드소비 증가가 더 큼

〈'19년 대비 '20년 평균 카드 소비액 증가율〉



〈'19년 대비 '20년 업종별 평균 카드 소비액 증감률〉



• 구매 유형별 카드 소비 규모 변화

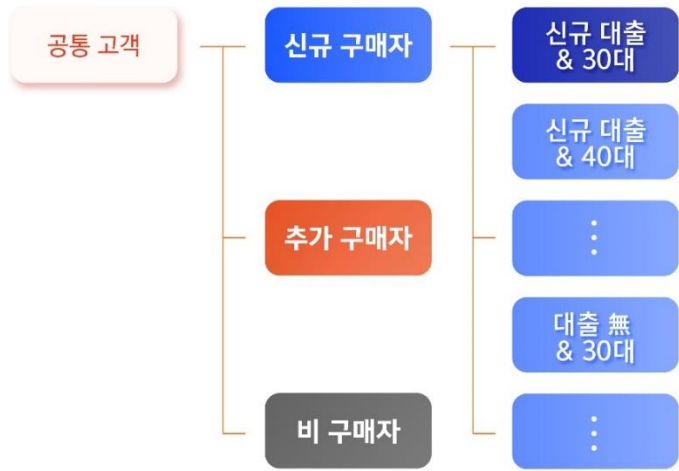
- 아파트 구매자가 비 구매자에 비해 전년 대비 카드소비가 크게 증가함
- 아파트 추가 구매자에 비해 신규 구매자의 카드 소비 증가가 더 큼

• 업종별 카드 소비 규모 변화

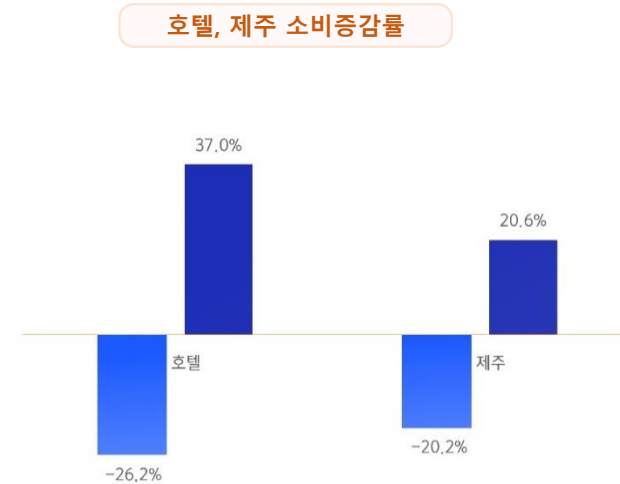
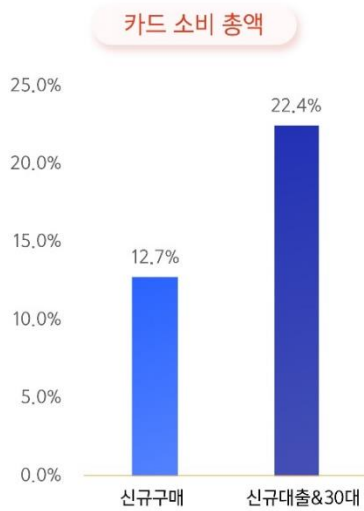
- 요식, 유흥, 교통 업종에서는 아파트 구매자가 비 구매자보다 소비 감소
- 백화점, 대형할인점, 가정생활서비스, 전자상거래 업종에서 아파트 구매자 소비 증가
- 대부분 업종에서 신규 구매자가 추가 구매자보다 소비가 증가

아파트 신규 구매자 중 신규 대출을 받은 30대의 소비 증가율이 크며, 호텔/제주도 소비도 증가함

〈분석 대상 : 신규 구매자 & 신규 대출을 한 30대〉



〈'19년 대비 '20년 평균 카드 소비액 증감률〉



• 신규 구매자 중 소비 변화가 특히 큰 집단

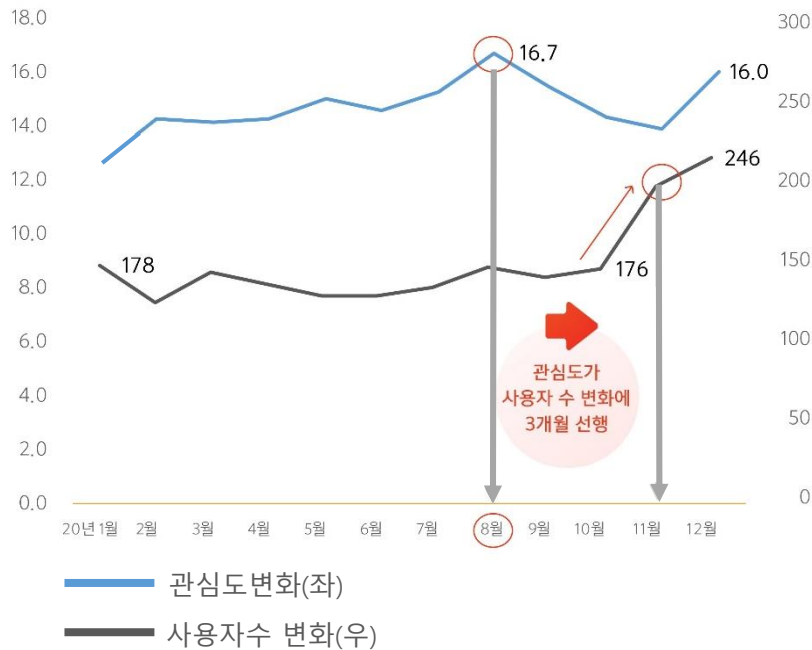
- 아파트 신규 구매자 중 신규 대출을 받은 30대의 소비증가율이 특히 높음
- 백화점, 대형할인점에서 소비가 증가, 가전/가구업종에서 특히 높음

• 특급 호텔 업종 / 제주도 관련 카드 소비 규모 변화

- 구매자, 비구매자 모두 특급호텔 / 제주도 관련 소비는 감소함
- 신규 구매 & 신규 대출을 받은 30대는 특급호텔/제주도 소비가 오히려 증가함

코인 투자자 현황 및 주 이용자 특성 비교

코인정보 월별 사용자수/관심도 변화 추이



코인정보 주사용자 특성 비교



• 코인 정보 사용자 현황

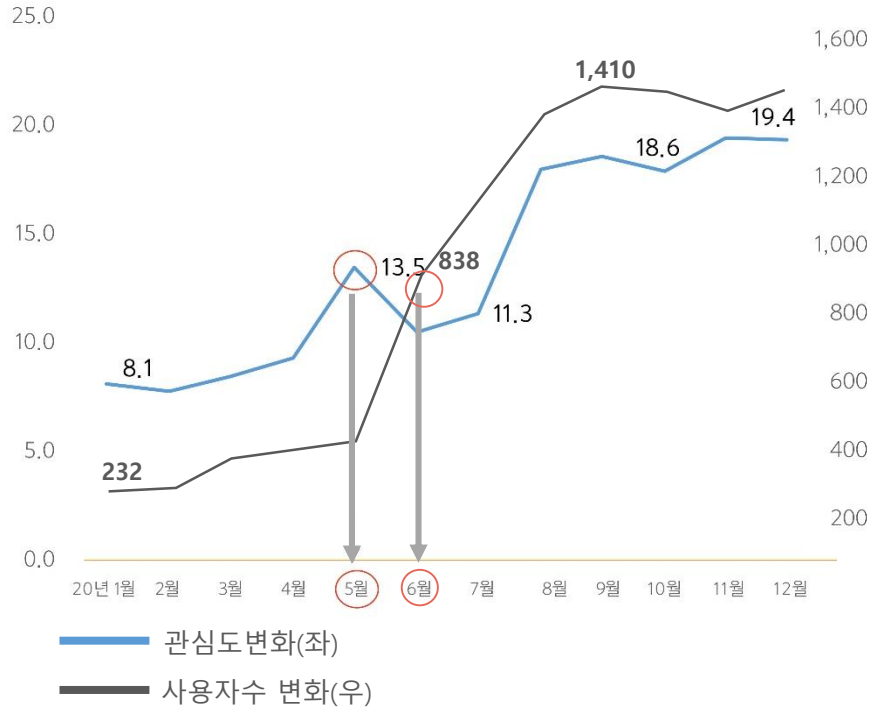
- 공통 고객 전체 대비 9% 고객이 코인 정보 1개월이상 사용자임
- 관심도 변화가 사용자수 변화에 3개월 정도 선행

• 코인정보 주사용자(7개월이상 이용) 특성

- 연령대는 30대, 직업은 일반기업종사자, 소득등급은 1등급, 싱글가구인 경우 전체 구성비 대비 코인 주사용자 비중이 높음

주식 투자자 현황 및 주 이용자 특성 비교

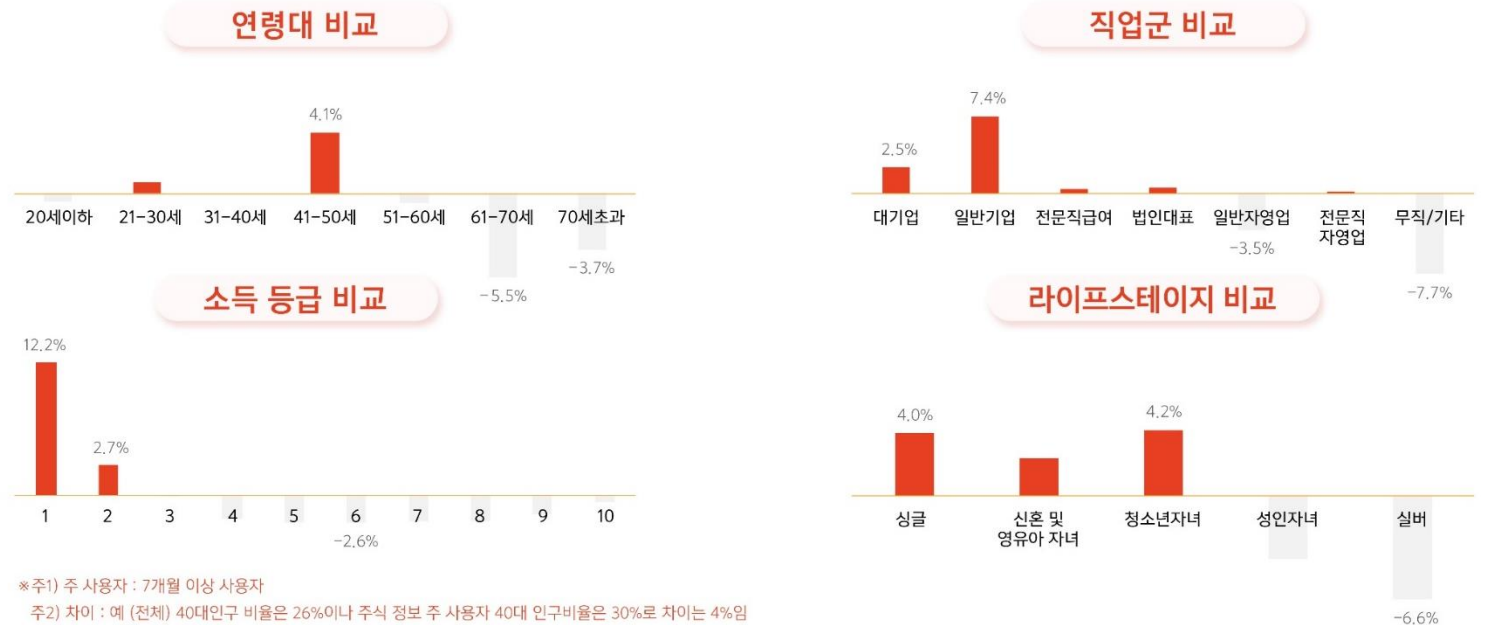
주식정보 월별 사용자수/관심도 변화 추이



• **주식 정보 사용자 현황**

- 공통 고객 전체 대비 34% 고객이 주식 정보 1개월이상 사용자임
- 관심도 변화가 사용자수 변화에 1개월 정도 선행

주식정보 주사용자 특성 비교



*주1) 주 사용자 : 7개월 이상 사용자
 주2) 차이 : 예 (전체) 40대인구 비율은 26%이나 주식 정보 주 사용자 40대 인구비율은 30%로 차이는 4%임

• **주식정보 주사용자(7개월이상 이용) 특성**

- 연령대는 40대, 직업은 일반기업종사자, 소득등급은 1등급, 청소년자녀가구인 경우 전체 구성비 대비 주식 주사용자 비중이 높음

분석결과 요약

- ✓ **아파트 구매자 유형별로 소비 성향에 차이가 나타남**
 - 아파트 구매자가 비 구매자보다 소비를 늘리는 경향이 있으며, 신규 구매자의 경우 추가 구매자 보다 더욱 소비가 증가함
 - 특히, 아파트 구매 시 신규 대출을 한 30대에서 소비가 크게 증가함
- ✓ **소득 수준과 방문 빈도에 따라 특정 업종 소비금액 등에 차이가 나타남**
 - 소득 수준 / 백화점 방문 빈도가 높을수록 백화점 소비 규모가 증가했으며, 두 변수를 조합하여 고객 군을 정교하게 분류 가능
- ✓ **연령/직업군, 라이프스타일, 소득 수준에 따라 코인, 부동산, 주식투자에 차이를 보임**
 - 소득 1등급이 주식/코인/부동산 모두에 관심이 가장 높고, 특히 주식의 경우 소득 상위 등급일수록 민감하게 관심도가 변화됨

시사점

- ✓ **가명데이터 결합을 통하여 각 사 데이터 개별 분석에 비해 분석의 폭이 넓어짐**
 - KCB 데이터는 전체 카드 소비액만 분석 가능하나 신한카드 데이터가 결합됨으로써 업종별 소비 분석이 가능
 - SKT 관심도 정보를 통하여 소비 외 생활 패턴에 대한 분석까지 가능
- ✓ **3사 데이터의 다양한 활용 가능성 확인**
 - 3사 데이터를 결합함으로써 주택 / 자동차 구매 등 특정 이벤트에 대한 예측이 가능
 - 마케팅 활용에 있어서도 각 사 데이터 활용 시 보다 더욱 정교한 마케팅 대상 구분이 가능