AI가 틀린 술 정보 103건을 공공데이터로 잡아내고, 지방소멸 지역 92곳 중 80곳의 술을 찾게 한 지도

soolfarm.kr · 2026년 6월 10일 개설 · 이 자료의 숫자는 2026-06-10 ~ 10-19(개편 전) 기준

3,540명

사용자(한국 94.2%)

GA4 사용자 획득

299 → 1,477명

월 사용자 7월 → 9월 (약 4.9배)

GA4 월별

76.7%

네이버 검색으로 들어온 방문(세션)

GA4 세션 소스/매체

291,445회

네이버 검색 노출 · 클릭 3,209회(최근 90일)

네이버 서치어드바이저

92곳 중 80곳

조회가 이어진 인구감소지역

GA4 주소별 조회 + 행정안전부 명단(계산)

57~60%

검색 입구 중 인구감소지역 술·지역 페이지(상위 페이지 기준)

네이버 상위 30쪽 · GA4 방문 페이지 상위 50쪽(계산)

2,367명

공공데이터 전통주 백과사전을 읽은 사용자(사용자의 66.9%)

GA4 페이지 및 화면

1,050회

판매처·상담·지도 등 바깥 연결(673명)

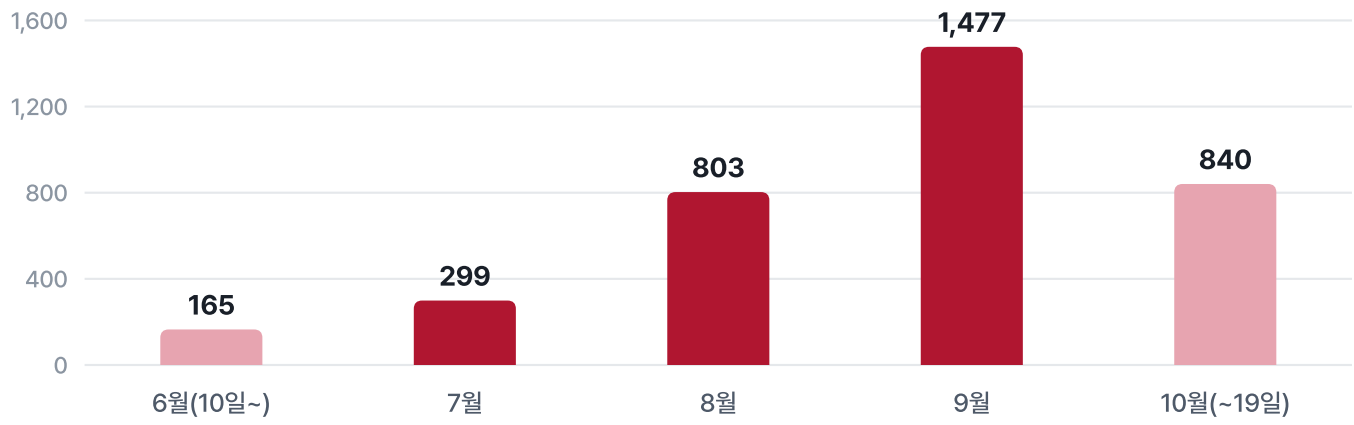
GA4 이벤트 click

읽는 법 — 화면에 나온 숫자는 그대로 옮겼고, 비율·합계처럼 계산한 값은 '(계산)'이라고 적었습니다. 원본 화면 캡처는 뒤쪽 부록에 모았습니다. 조회수는 사람 수가 아니며, GA4 는 광고 차단기를 쓰는 방문자를 세지 못합니다.

1. 얼마나, 누가 썼나

개설 4개월 동안 사용자 **3,540명**. 월 사용자는 7월 299명에서 9월 **1,477명**으로 늘었습니다.

월별 사용자(GA4 총 사용자)



> 원본 화면: 부록 캡처 1 — GA4 › 사용자 획득, 날짜 2026-09-01~09-30(9월 사용자 1,477명)

- 옅은 막대는 한 달이 다 차지 않은 기간(6월 10일~, 10월 ~19일)입니다.

기기

기기	사용자	비율(계산)
mobile	2,633	74.3%
desktop	871	24.6%
tablet	40	1.1%

국가

국가	활성 사용자
South Korea	3,335
United States	134
Japan	10
Poland	10
France	9

- 한국 3,335명 = 활성 사용자 3,539명의 94.2%(계산). 미국 등은 데이터센터 접속이 섞임.

> 원본 화면: 부록 캡처 2 — GA4 › 획득 › 사용자 획득(2025-01-01~2026-10-19 조회, 실제 데이터는 2026-06-10부터)

출처: GA4 사용자 획득·월별(A2)·기기(A5)·국가(A4)

2. 어떻게 찾아왔나 — 네이버 검색

방문의 **76.7%**가 네이버 검색에서 왔습니다. 네이버 검색 노출은 8월 44,585회에서 9월 140,710회로 **약 3.2배** 늘었습니다(온전한 달끼리, 계산).

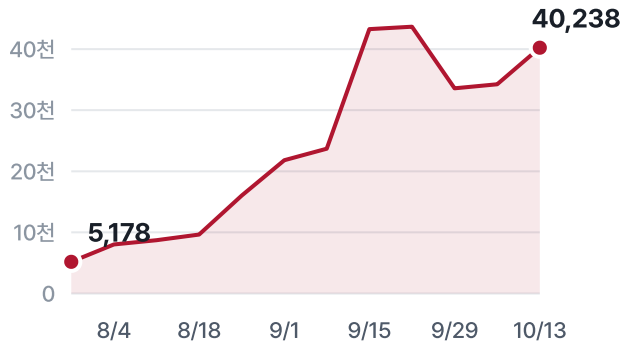
방문(세션) 출처 — 묶음(계산)

출처	세션	비율
네이버 검색	3,458	76.7%
직접 입력·즐겨찾기	932	20.7%
구글 검색	42	0.9%
네이버 카페 등	34	0.8%
빙·다음	11	0.2%
운영 도구	10	0.2%
AI(제미나이)	2	0.0%
기타	17	0.4%
합계	**4,506**	**100%**

> 원본 화면: 부록 캡처 3 — GA4 › 획득 › 트래픽 획득, 첫 칸 '세션 소스/매체'

- 네이버 검색 = m.search.naver.com(네이버 모바일 검색, GA4 는 referral 로 적음) + naver/organic

네이버 검색 노출 — 주별(서치어드바이저)



- 10/19 에서 거꾸로 7일씩 묶은 합(계산, 날짜는 주의 첫날). 서치어드바이저는 최근 90일만 보여 줍니다.
- 90일 합: 노출 291,445 · 클릭 3,209 · CTR 1.1%

네이버에서 클릭이 많은 검색어(상위 12)

검색어	노출	클릭	검색어	노출	클릭
백수환동주	4,607	98	십칠주	55	20
장성만리	939	93	담솔40	1,038	16
이강주 25도	7,329	34	류클래식	734	16
농태기	469	29	전주애모주	376	15
톡한잔소주	114	24	금과명주	149	15
디스이즈소주	72	23	문배술 40도	1,253	14

> 원본 화면: 부록 캡처 4 — 네이버 서치어드바이저 › 검색 키워드 TOP30(최근 90일)

- 술 이름으로 찾다가 공공데이터 기반 술 페이지로 들어옵니다. 지역 이름 검색어도 있습니다: 영광 전통주 11 · 강원도 소주 10 · 진주 전통주 9 · 안성 전통주 9 · 동해소주 지역 9(클릭).

> 원본 화면: 부록 캡처 5 — 네이버 서치어드바이저 › 리포트 › 콘텐츠 노출/클릭(최근 90일, PC+모바일)

3. 무엇을 봤나 — 공공데이터로 만든 페이지

사용자의 **66.9%**(2,367명)가 공공데이터로 만든 전통주 백과사전(487쪽)을 읽었습니다.

페이지 조회(GA4)

구분	조회	사용자
전통주 백과사전 /story/ (487쪽)	3,176	2,367
지도 화면 / (지역·상품·추천 포함)	5,886	1,363
전체	**9,077**	**3,539**

지도 안 기능별 조회(GA4 주소, 계산)

기능	조회
지역(시군구) 보기	1,012
상품 상세	716
오늘의 랜덤 추천	700
주제별 추천	403
검색	260
안주 페어링	177
술BTI 월드컵 결과	126
양조장 보기	92

들어온 첫 페이지 상위(GA4 방문 페이지, 세션)

첫 페이지	세션	지역
지도 첫 화면	888	
백과사전: 장성만리 15도	102	전남 장성군 · 인구감소
백과사전: 백수환동주 12도	99	경기 남양주시
백과사전: 류 클래식 24도	44	인천 강화군 · 인구감소
백과사전: 한산모시 생막걸리	36	충남 서천군 · 인구감소
백과사전: 디스이즈소주	33	강원 원주시

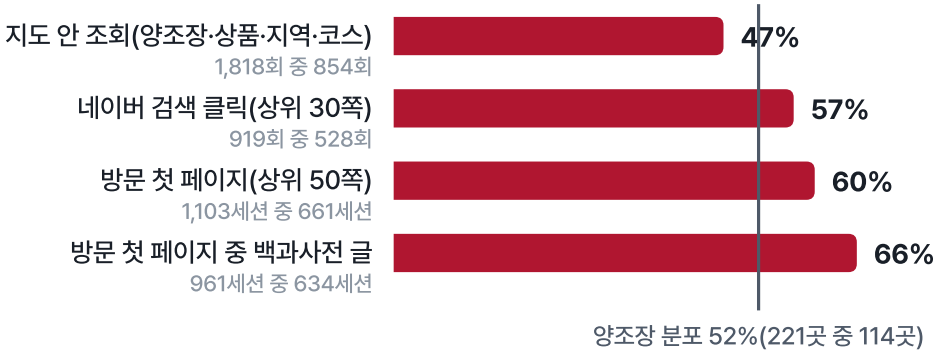
> 원본 화면: 부록 캡처 6 — GA4 › 참여도 › 페이지 및 화면 — 검색창 /story/ (2025-01-01~2026-10-19 조회)

출처: GA4 페이지 및 화면(B2) · 방문 페이지(B1) · 주소별 조회(2)

4. 지역 소멸과 이어졌나

전국 인구감소지역 **92곳 중 80곳**의 전통주 정보가 실제로 조회됐고, 바깥에서 들어온 사람은 인구감소지역 술 페이지로 더 많이 들어왔습니다.

인구감소지역 비율(계산) — 기준선: 지도에 실린 양조장의 52%



170곳
조회가 이어진 시군구(지도 안 조회)

92곳 중 80곳
조회가 이어진 인구감소지역(2024 공표 89곳 + 2026 신규 3곳)

많이 조회된 인구감소지역(지도 안 조회수)

전남 장성군 57 · 충북 제천시 48 · 전남 영광군 47 · 경북 문경시 38 · 전남 고흥군 33 · 강원 홍천군 33 · 충남 서천군 28 · 경북 안동시 28 · 전북 고창군 25 · 충남 예산군 25 · 충남 공주시 25 · 충북 괴산군 24

어떻게 셌나

- GA4 '페이지 경로 + 쿼리 문자열'(2025-01-01~2026-10-19 조회, 1,423줄)에서 /?brewery=·/?product=·/?city=·/?tab=ai&course= 주소를 풀어 양조장·상품·지역 이름을 얻음
- 이름을 공공데이터(data/public_verify.json)의 지역에 맞추고, 행정안전부 인구감소지역 명단(2024 공표 89곳 + 2026-10-07 재지정 신규 3곳)과 대조
- '오늘의 랜덤 추천'(700회)은 사이트가 고른 것이라 비율에서 뺌. 이름이 겹치는 시군구(동구·중구 등)는 판정이 갈리면 뺌
- 57~60% 는 상위 30·50쪽만 본 값이라 전체 비율과 다를 수 있음
- 조회가 실제 방문·소비로 이어졌다는 인과는 주장하지 않음. 10/20 개편 뒤 길안내·여행 코스 숫자로 따로 셈

5. 행동으로 이어졌나

사이트 밖으로 이어진 클릭(판매처·상담·지도·출처)은 전체 기간 **1,050회(673명)**입니다.

최근 두 달 바깥 링크(2026-08-16~10-19, GA4 탐색)

어디로	링크 도메인	클릭
판매처(네이버 쇼핑)	mkt.shopping.naver.com	653
ㄴ 상품별 링크(계산)		239
ㄴ 쇼핑몰 첫 화면(상품 링크가 없을 때)		414
네이버 톡톡 상담	talk.naver.com	3
네이버 지도	map.naver.com	2
양조장 홈페이지	adsoju.com	1
공공데이터포털 출처	data.go.kr	1

- 판매처 링크는 연천양조가 운영하는 네이버 스마트스토어 '술팜'으로 연결됩니다. 이 지도는 그 연결로 수수료를 받지 않습니다.
- GA4 는 클릭만 셉니다. 실제 구매 여부는 알 수 없어 '판매처 연결'로 적습니다.
- 탐색 보고서는 데이터 보관 기간(2개월) 때문에 최근 두 달만 나눠 볼 수 있습니다.

> 원본 화면: 부록 캡처 7 — GA4 › 탐색 › 자유 형식(링크 도메인, 이벤트 이름 = click)

6. 구글 검색과 색인

구글은 아직 작습니다. 대신 공공데이터로 만든 페이지 **930쪽**이 구글에, **1,774쪽**이 네이버에 색인되어 검색에 걸릴 수 있습니다.

930쪽
구글 색인(2026-10-12) · 색인 안 됨 372쪽

1,774쪽
네이버 색인(사이트 진단, 2026-10-18)

Google Search Console(최근 16개월, 실제 2026-06-08~)

총 클릭수	총 노출수	평균 CTR	평균 게재순위
49	358	13.7%	10.1

- 2026-10-19 사이트맵 2,374개 주소를 다시 제출했습니다. 결선 때 색인·노출이 늘었는지 비교합니다.

> 원본 화면: 부록 캡처 8 — Google Search Console › 페이지 색인 생성

> 원본 화면: 부록 캡처 9 — Google Search Console › 실적(최근 16개월, 검색 유형: 웹)

7. 어떻게 쟀나 — 측정 방법과 한계

측정 도구와 설정

항목	설정
방문 분석	GA4(soolmap). 주요 이벤트 5개(지역 행동)·맞춤 측정기준 13개 등록
개인정보	AI 질문 문장은 서버에 저장하지 않고 분석 도구로도 보내지 않음 — GA4 는 주소 속 질문을 가리고(데이터 수정 q), 사이트 검색어(검색 매개변수 search 만)·페이지 제목에서도 뺌. 질문 주소로 들어온 방문은 네이버 애널리틱스에 보내지 않음
지역 꼬리표	10/20 개편부터 길안내·양조장 홈페이지·판매처·코스 이벤트에 시군구(region)·인구감소지역 여부(is_decline)
공개 계기판	soolfarm.kr/impact — 서버가 하루 합계만 저장(날짜·행동·시군구·횟수). 위치는 저장하지 않음. 한 사람이 숫자를 부풀리지 못하게 하루 300번까지만 셈(남용을 막는 하루 횟수 제한에는 IP 원문 대신 섞은 값(해시)을 이틀만 씀)
검색	네이버 서치어드바이저, Google Search Console

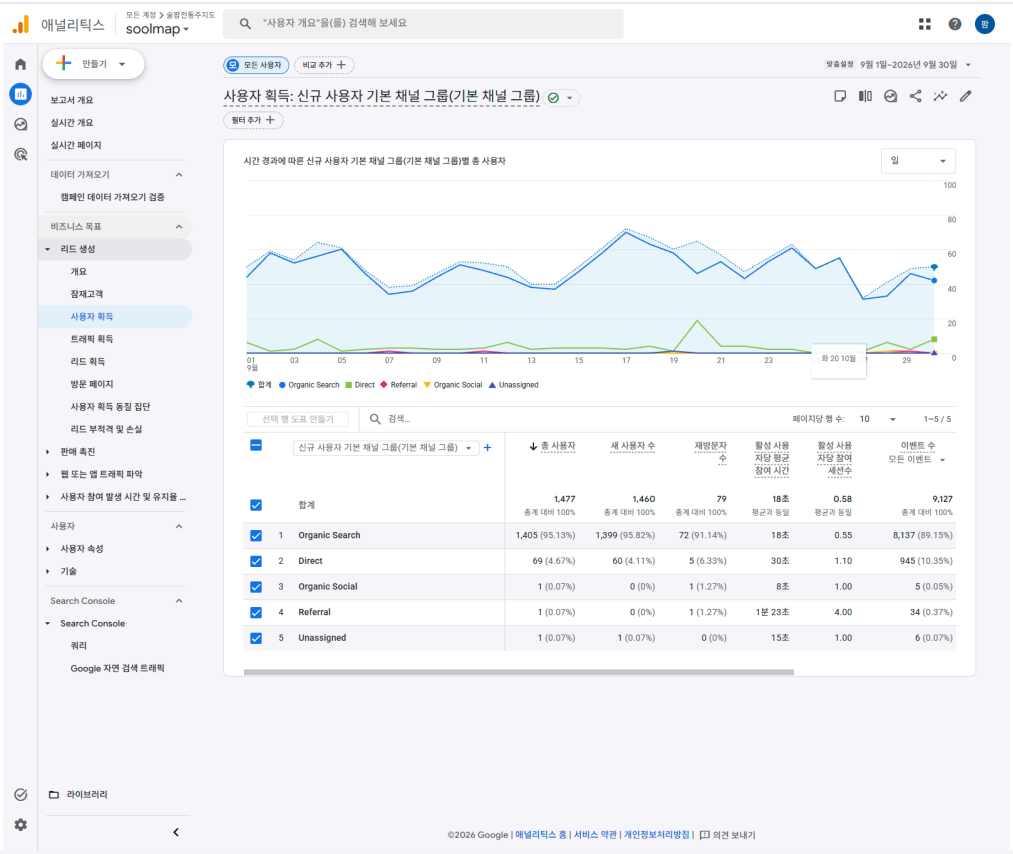
정직하게 읽기 위한 한계

- 조회수는 사람 수가 아닙니다. GA4 는 광고 차단기를 쓰는 방문자를 세지 못하고, 해외 데이터센터 접속이 일부 섞입니다(한국 94%).
- 인구감소지역 비율 57~60% 는 상위 페이지만 본 값입니다.
- 평균 참여 시간 23초 · 재방문 5.6% 로 머무는 시간이 짧습니다. 개편(AI 길잡이·여행 코스) 뒤 같은 지표와 비교합니다.
- 조회가 실제 방문·소비로 이어졌는지는 아직 모릅니다. 인과를 주장하지 않습니다.
- 네이버 서치어드바이저는 최근 90일, GA4 탐색은 최근 2개월만 나눠 볼 수 있어 기간이 표마다 다릅니다. 표마다 기간을 적었습니다.

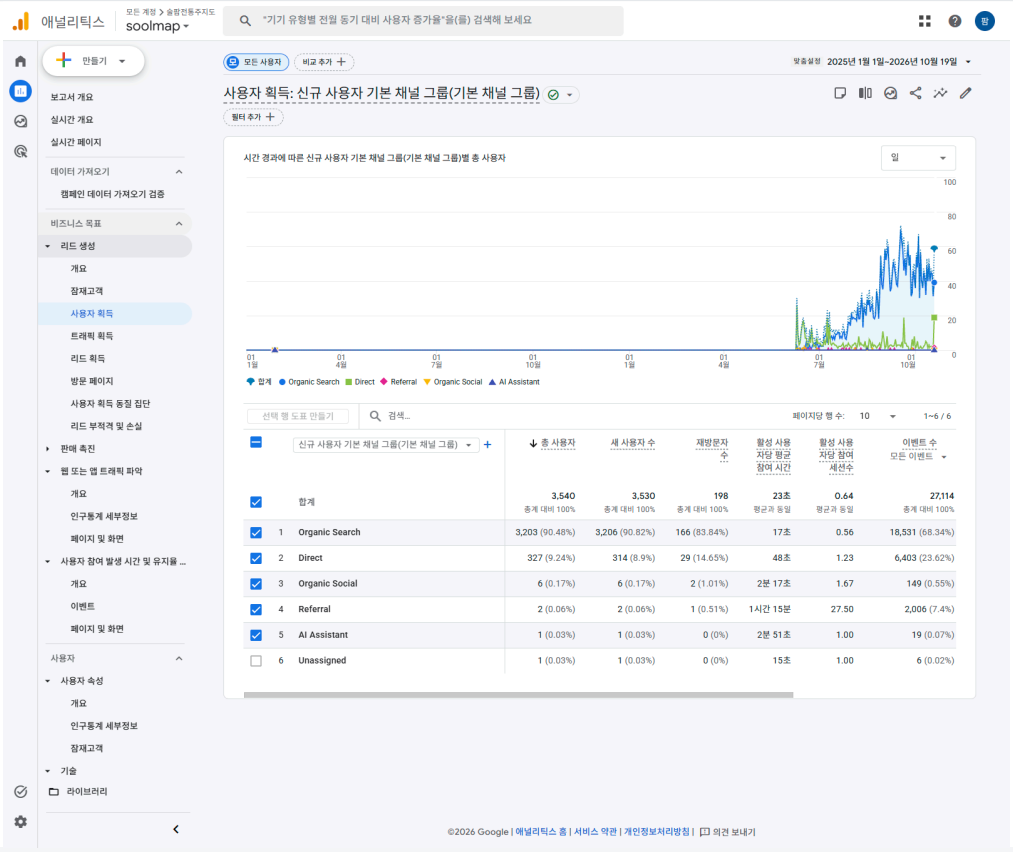
원자료

모든 캡처와 CSV 는 2026-10-20 에 GA4·네이버 서치어드바이저·Search Console 화면에서 받은 그대로 보관하고 있습니다(요청 시 제출 가능).

부록: 원본 화면



부록 캡처 1 — GA4 › 사용자 획득, 날짜 2026-09-01~09-30(9월 사용자 1,477명)



부록 캡처 2 — GA4 › 획득 › 사용자 획득(2025-01-01~2026-10-19 조회, 실제 데이터는 2026-06-10부터)

부록: 원본 화면

	세션 소스/매체	세션수	참여 세션수	참여율	세션당 평균 참여 시간	세션당 이벤트	이벤트 수 모든 이벤트	주요 이벤트 모든 이벤트
	합계	4,549 총계 대비 100%	2,264 총계 대비 100%	49.77% 평균과 동일	18초 평균과 동일	5.96 평균과 동일	27,114 총계 대비 100%	6.00 총계 대비 100%
1	m.search.naver.com / referral	2,717 (59.73%)	1,422 (62.81%)	52.34%	16초	5.24	14,243 (52.53%)	2.00 (33.33%)
2	(direct) / (none)	932 (20.49%)	388 (17.14%)	41.63%	15초	6.63	6,177 (22.78%)	0.00 (0%)
3	naver / organic	741 (16.29%)	382 (16.87%)	51.55%	18초	6.07	4,501 (16.6%)	3.00 (50%)
4	google / organic	42 (0.92%)	28 (1.24%)	66.67%	1분 03초	18.00	756 (2.79%)	0.00 (0%)
5	cafe.naver.com / referral	29 (0.64%)	22 (0.97%)	75.86%	2분 21초	27.07	785 (2.9%)	0.00 (0%)
6	(not set) ⚠	15 (0.33%)	0 (0%)	0%	3초	1.73	26 (0.1%)	0.00 (0%)
7	bing / organic	10 (0.22%)	4 (0.18%)	40%	8초	5.00	50 (0.18%)	0.00 (0%)
8	analytics.naver.com / referral	5 (0.11%)	5 (0.22%)	100%	6분 55초	80.20	401 (1.48%)	0.00 (0%)
9	searchadvisor.naver.com / referral	4 (0.09%)	2 (0.09%)	50%	15초	11.25	45 (0.17%)	0.00 (0%)
10	m.cafe.naver.com / referral	3 (0.07%)	3 (0.13%)	100%	2분 59초	14.00	42 (0.15%)	0.00 (0%)
11	m.naver.com / referral	2 (0.04%)	2 (0.09%)	100%	1분 30초	12.00	24 (0.09%)	0.00 (0%)
12	daum / organic	1 (0.02%)	0 (0%)	0%	0초	4.00	4 (0.01%)	0.00 (0%)
13	gemini / (not set) ⚠	1 (0.02%)	1 (0.04%)	100%	15초	6.00	6 (0.02%)	0.00 (0%)

부록 캡처 3 — GA4 › 획득 › 트래픽 획득, 첫 칸 '세션 소스/매체'

검색 키워드 TOP 30

No	검색 키워드	클릭	노출	CTR(%)
1	백수환동주	98	4,607	2.1
2	장성만리	93	939	9.9
3	이강주 25도	34	7,329	0.5
4	농태기	29	469	6.2
5	톡한잔소주	24	114	21.1
6	디스이즈소주	23	72	31.9
7	십칠주	20	55	36.4
8	담솔40	16	1,038	1.5
9	류클래식	16	734	2.2
10	전주애모주	15	376	4

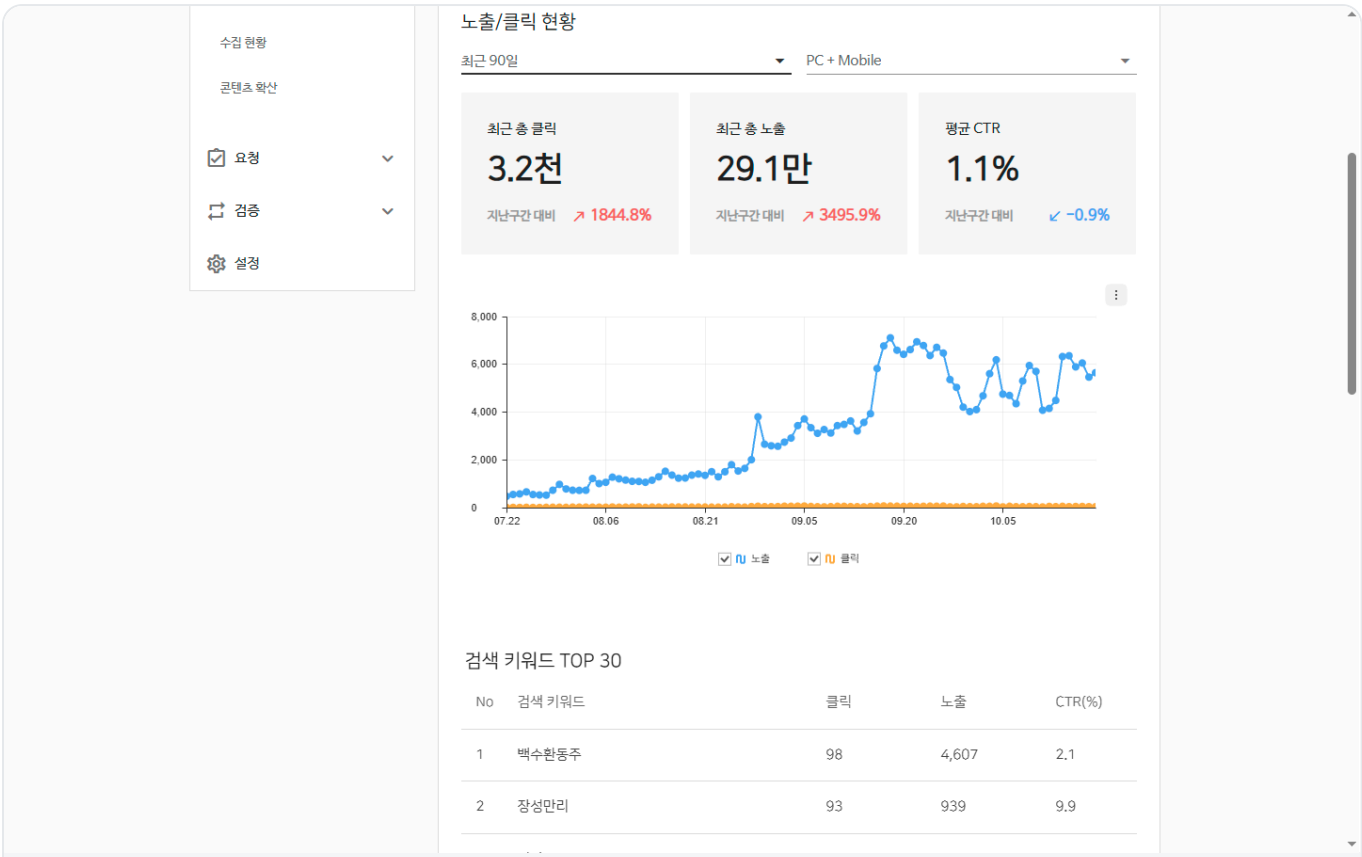
‹ 1 2 3 ›

검색 웹문서 TOP 30

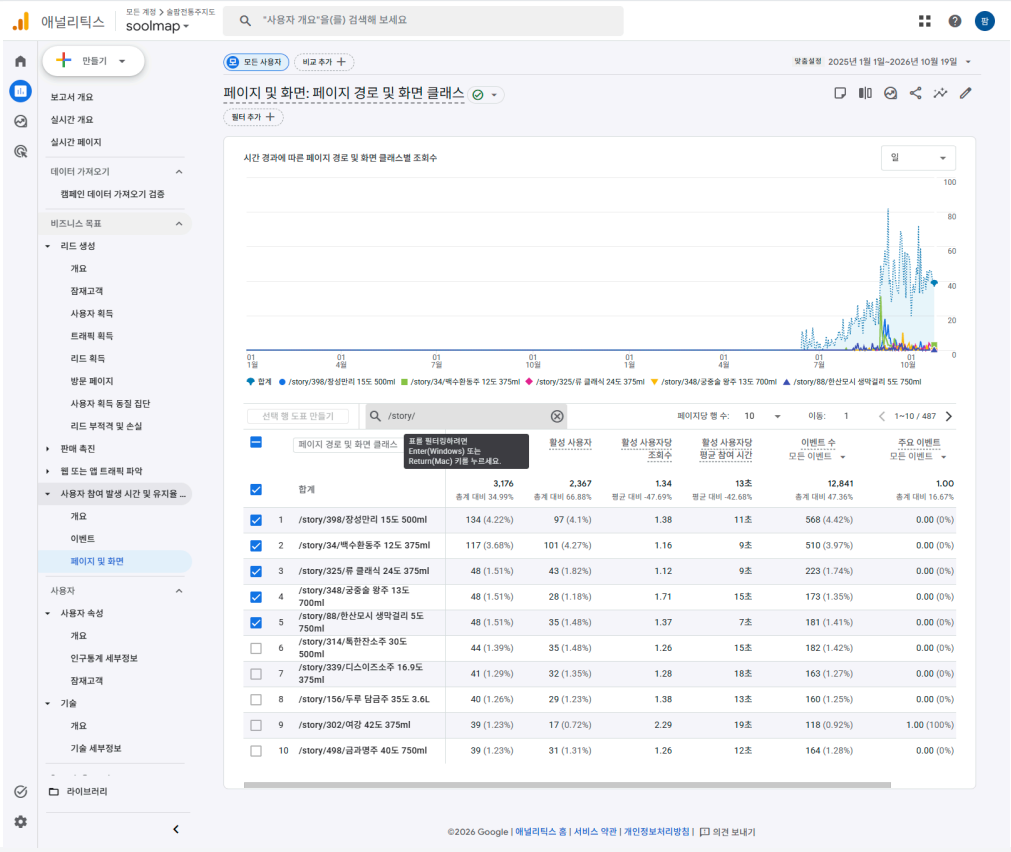
No	검색 웹문서	클릭	노출	CTR(%)

부록 캡처 4 — 네이버 서치어드바이저 › 검색 키워드 TOP30(최근 90일)

부록: 원본 화면

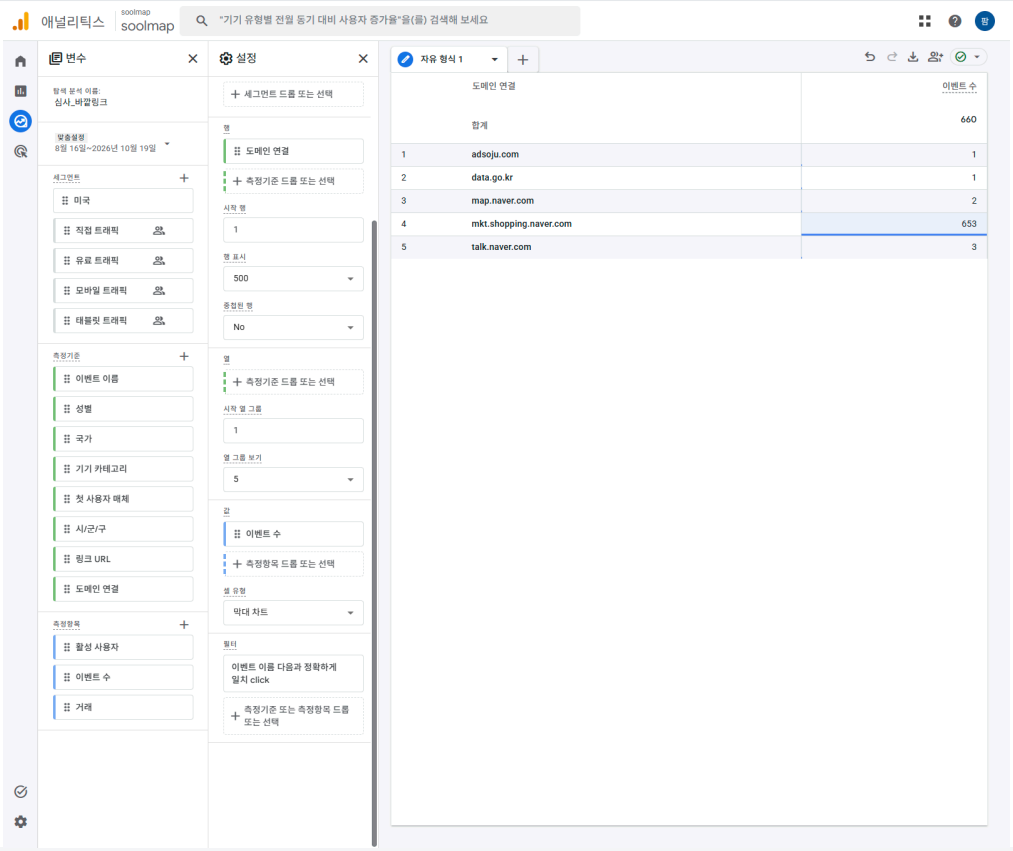


부록 캡처 5 — 네이버 서치어드바이저 › 리포트 › 콘텐츠 노출/클릭(최근 90일, PC+모바일)

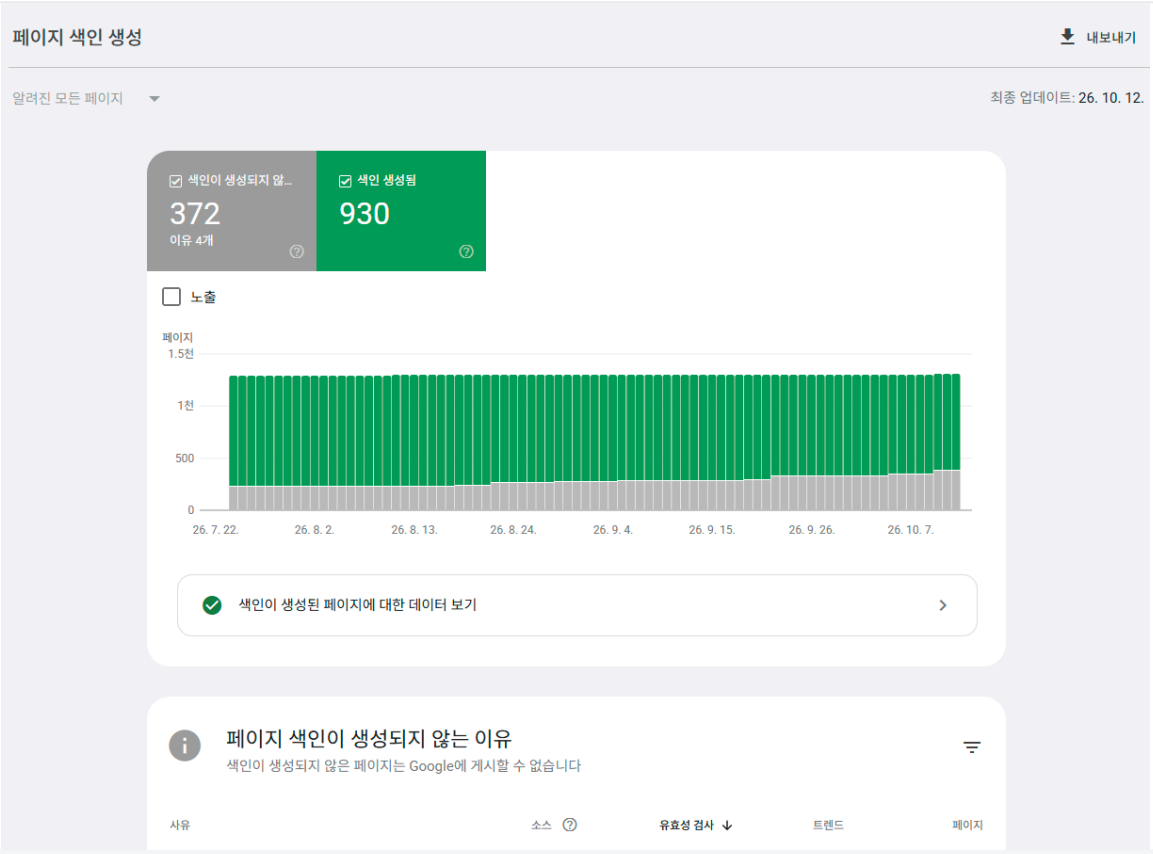


부록 캡처 6 — GA4 › 참여도 › 페이지 및 화면 — 검색창 /story/ (2025-01-01~2026-10-19 조회)

부록: 원본 화면

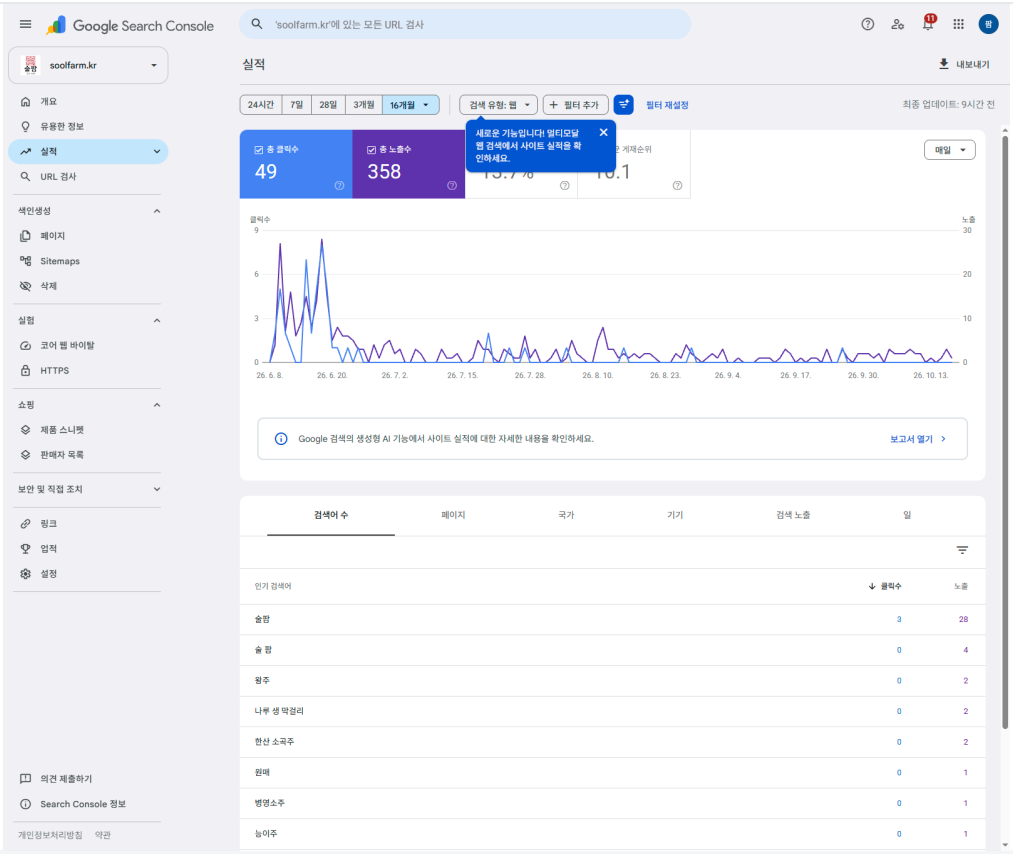


부록 캡처 7 — GA4 › 탐색 › 자유 형식(링크 도메인, 이벤트 이름 = click)



부록 캡처 8 — Google Search Console › 페이지 색인 생성

부록: 원본 화면



부록 캡처 9 — Google Search Console › 실적(최근 16개월, 검색 유형: 웹)