

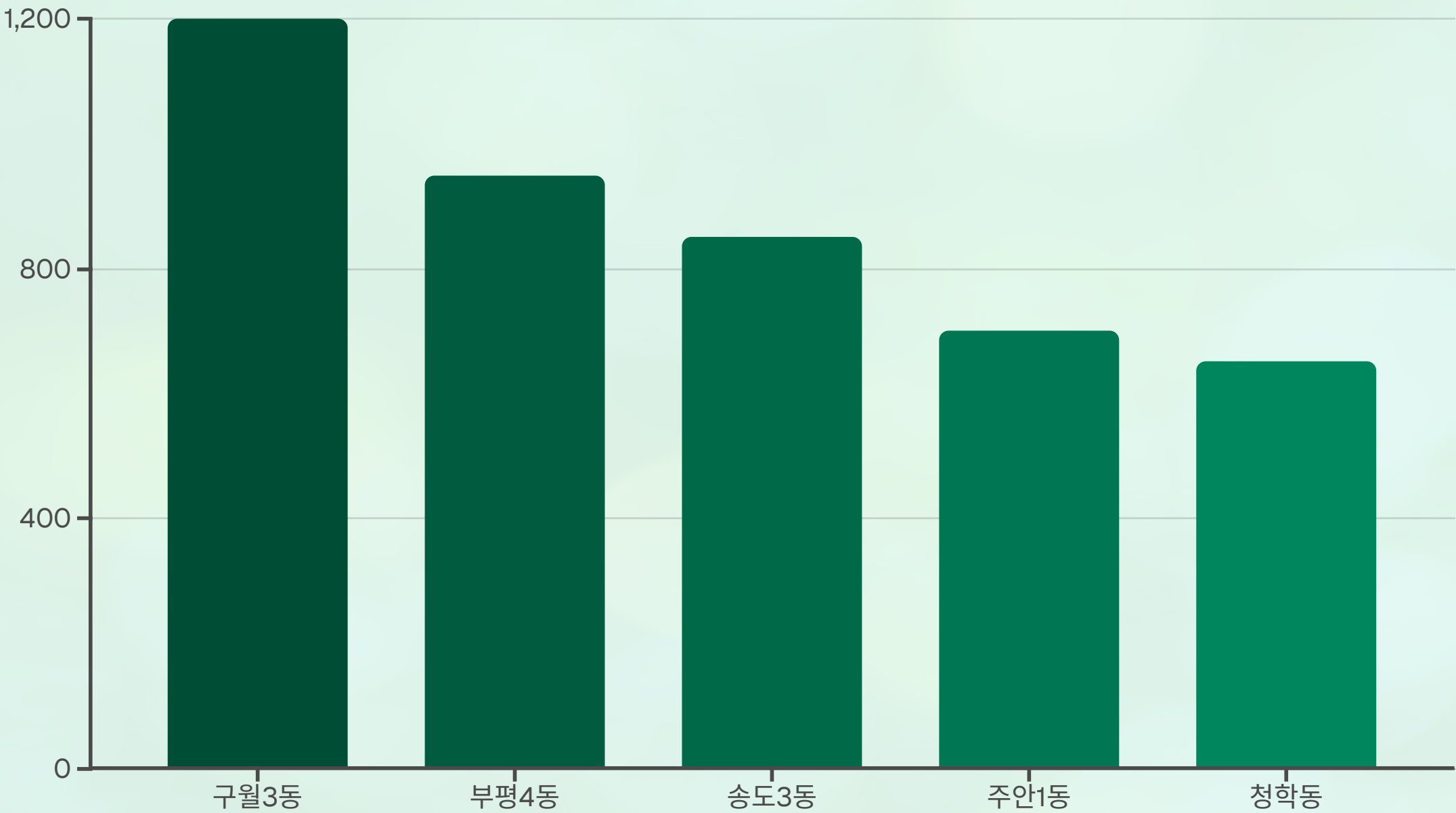
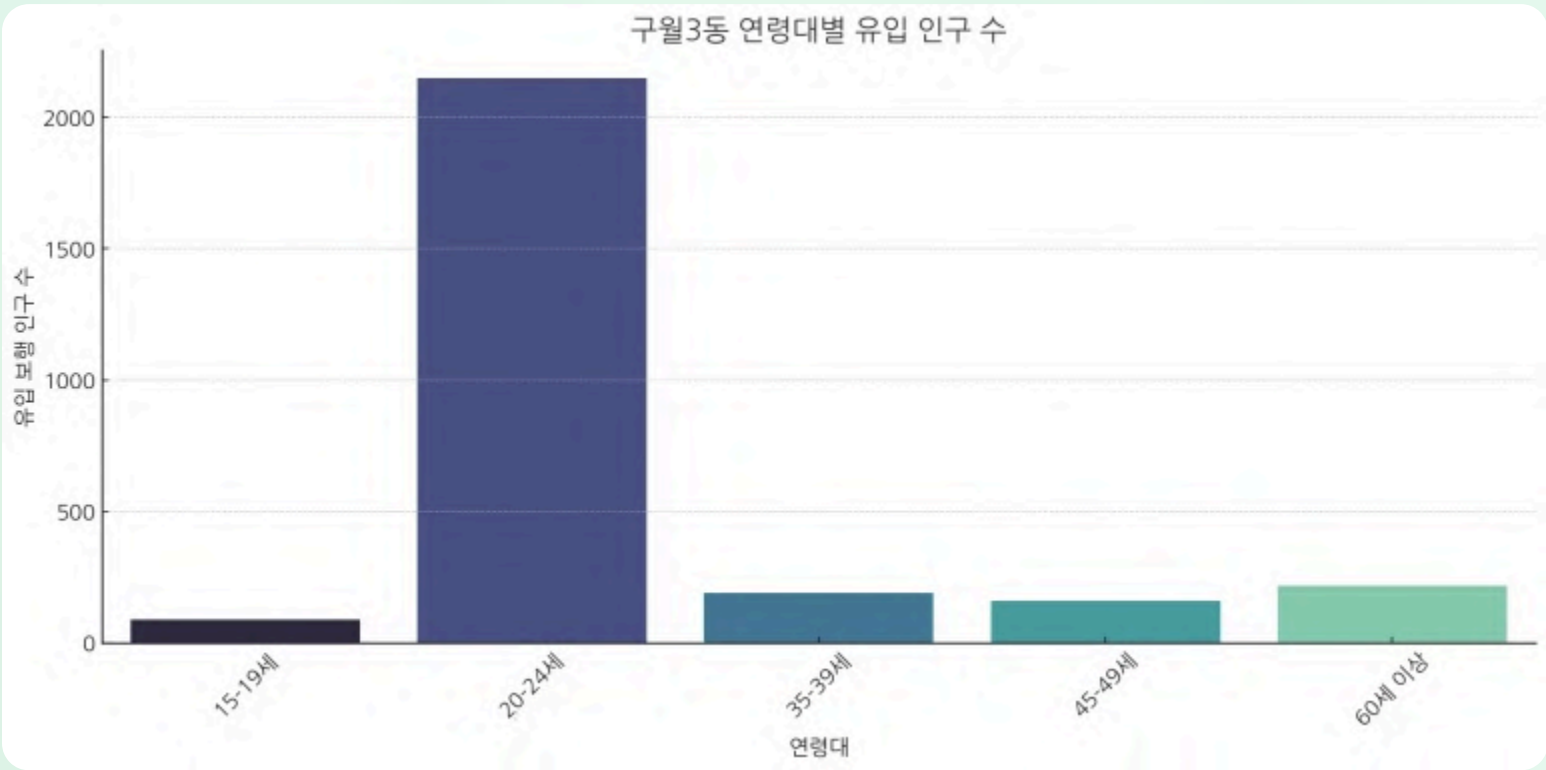


# 유플러스 상권방문 데이터분석

## 인천지역 유동 인구를 중심으로

- 유플러스 상권방문 데이터를 활용해 인천지역에서 20, 30대가 가장 많이 찾는 지역 분석
- 데이터셋 : 성별, 연령, 시간과 요일, 행정동, 유입동, 체류시간 등
- 이를 통해 인천 지역의 상권 특성과 젊은 세대의 이동 패턴을 파악

# 20,30대 유입인구 최다 지역: 구월3동



- 20,30대 유입인구가 가장 많은 행정동 중 최상위는 구월3동으로 남. 구월3동으로의 유입은 주로 미추홀구에서 발생하고 있으며, 이는 생활권과 소비권의 연결성을 보여주고 있음.
- 서울, 경기, 인천 데이터로 볼 때 사람들이 가장 많이 체류하는 곳은 '상권가치가 높은 지역'이라 할 수음. 구월3동은 이러한 상권가치가 매우 높은 지역으로 분석됨.



# 인천 지역 상권 데이터 기반 인사 이트



## 2030세대의 활발한 유입

연령대별 유입 분석 결과, 20~39세 유입 인구가 전체에서 가장 높은 비중을 차지하고 있다. 특히 30-34세, 35-39세, 25~29세 순으로 집중되어 있다.



## 젊은 상권 중심지

이는 2030 세대 타깃 브랜드와 소비 콘텐츠가 효과적으로 작동할 가능성이 높은 상권임을 의미한다.



## 핵심 지역

구월3동, 부평4동, 송도3동은 2030 유입 중심지로 상권 가치가 매우 높은 것으로 나타났다.







# 미추홀구에서 구월3동으로의 유입 집중



## 출발지: 미추홀구

구월3동 유입 인구의 주요 출발지는 미추홀구로 확인



## 생활권-소비권 연결성

이는 생활권과 소비권의 연결성을 보여주는 중요한 지표



## 핵심 상권 허브

구월3동이 인접 구의 핵심 상권 허브로 작용하고 있음을 의미

- 이러한 상권 집중 효과와 배후 수요 확보는 구월3동의 전략적 입지 강점으로 작용하고 있다.
- 미추홀구 주민들이 소비와 여가를 위해 구월3동을 선택하는 패턴이 뚜렷하게 나타나고 있다.





# 구월3동에서 송도/주안으로의 이동 패턴



## 출발: 구월3동

구월3동에서 시작되는 유출 패턴 분석



## 주요 이동 경로

송도3동, 주안1동, 운서동 등으로 활발한 이동



## 이중적 상권 성격

체류 상권이자 이동 상권으로서의 특성 확인

- 구월3동은 단순히 사람들이 머무르는 곳일 뿐만 아니라, 다른 지역으로 이동하는 중간 거점 역할 병행
- 이러한 이동성 기반의 특성은 교통, 체험, 이벤트 유도 등 이동성 기반 마케팅 전략이 병행될 필요가 있음을 시사

# 시간대별 유동 인구 분석

## 08~09시: 출근 시간대

구월3동 기준으로 보행 인구가 증가하는 시간대로, 출근 인구의 이동이 활발하다.

## 10~17시: 체류 시간대

네트워크 유동 인구가 집중되는 시간으로, 상권 내 체류가 가장 활발하게 이루어진다.

## 18~20시: 퇴근/저녁 소비 시간대

보행 유입이 다시 증가하는 시간대로, 퇴근 후 저녁 소비가 활발하게 이루어진다.

- 시간대별 유동 인구 패턴은 구월3동이 출퇴근 시간 및 점심~저녁 타임에 집중되는 상권 특성을 가지고 있음
- 이는 시간대별 타겟 마케팅 전략 수립에 중요한 인사이트를 제공





# 유동 인구 밀집도 분석

## 중밀도: 주안, 계산, 간석

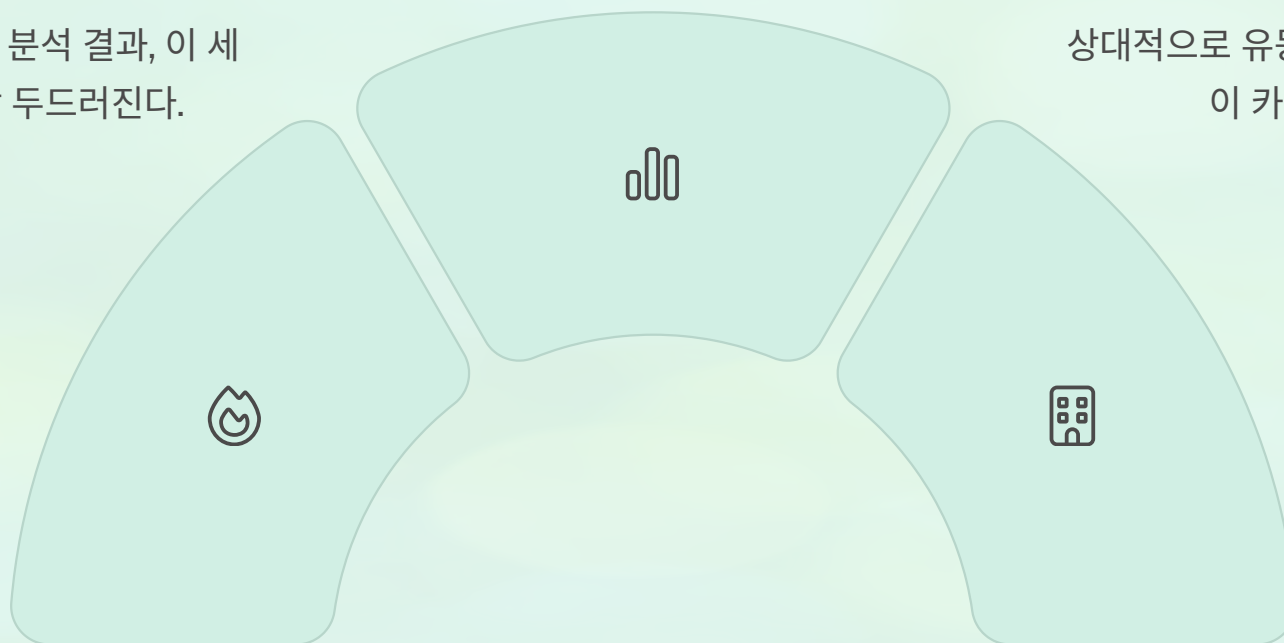
중간 정도의 유동 인구 밀도를 보이는 지역들로 확인되었다.

## 고밀도: 구월동, 부평, 송도

인천 지역 유동 인구 히트맵 분석 결과, 이 세 지역이 유동량에서 가장 두드러진다.

## 저밀도: 외곽지역

상대적으로 유동 인구가 적은 외곽 지역들이 이 카테고리에 포함된다.



- 동 인구 밀집도는 상권의 가치를 평가하는 중요한 지표로 활용
- 3대 중심 상권(구월동, 부평, 송도)은 프랜차이즈와 대형매장 우선 배치 대상으로 고려될 수 있음.



# 청학동: 데이터 기반 재평가

## 기존 인식: 저밀도 지역

단순 키워드 기반 밀도 분류 시  
청학동이 '저밀도' 지역으로 처리

## 실제 데이터: 800명 이상

실제 보행 유동 인구 수는 800명 이상으로, 저밀도 지역이라고 보기 어려움

## 데이터 기반 분류 필요성

정성적 기준이 아닌 데이터 기반 자동 분류의 필요성을 보여주는 사례이다.

- 청학동의 사례는 상권 분류가 반드시 실제 수치 기반으로 리프레임될 필요가 있음을 보여줌.
- 단순한 인상이나 기존 평판에 의존하기보다는 실제 데이터를 통해 상권의 가치를 재평가하는 것이 중요



# 체류 인구 기준 고가치 상권



구월3동

체류 인구 최다 지역



송도3동

2030 유입 중심지



부평4동

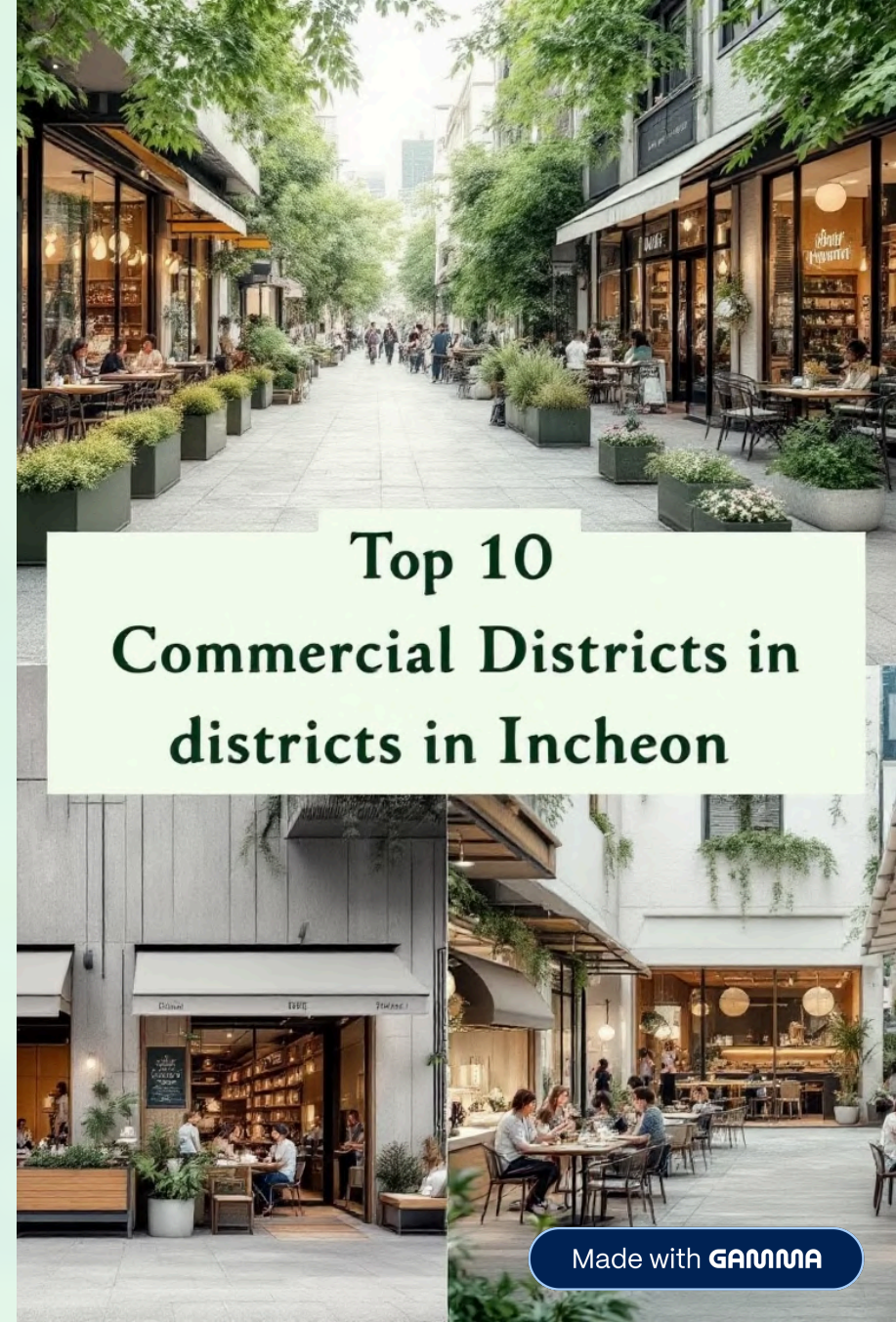
생활 중심 상권



청학동 유동인구

재평가 필요 지역

- 방문인구 데이터 기준으로 체류 인구 상위 10개 지역 확인한 결과, 시+행정동 기준으로 상권 가치 평가가 명확해짐.
- 체류가 많다는 것은 단순 통과형이 아닌 **소비형/경험형 상권**이라는 증거, 이러한 체류 기반 상권은 **오프라인 구매율이 높아** 마케팅 집중이 필요한 지역이다.



**Top 10  
Commercial Districts in  
districts in Incheon**

# 종합: 인천 핵심 트라이앵글 상권

상권	특징	전략
구월동	유입/체류/이동이 모두 활발한 중심 상권	전방위 타겟 마케팅 + 출퇴근 집중 프로모션
송도동	20~30대 유입 활발, 고급 소비 상권	브랜드 팝업, 디지털 콘텐츠, 야외형 이벤트
부평	유동/체류 밸런스 높은 생활 중심지	커뮤니티 기반 + 로컬 고객 충성도 강화

- 인천의 상권 분석 결과, 구월동-송도-부평은 인천의 핵심 트라이앵글 상권으로 확인
- 각 지역은 고유한 특성을 가지고 있으며, 이에 맞는 차별화된 마케팅 전략 필요
- 특히 2030 세대의 유입이 활발한 이 지역들은 젊은 소비층을 타겟으로 한 브랜드와 콘텐츠가 효과적으로 작동할 수 있는 환경 제공