

전국 주요상권 트렌드 분석 보고서

⑬ 전남 순천 왕조1동(조례동) 상권 외식 트렌드 보고서

분석 수행 : NICE지니데이터(주)



<분석요약>	1
<외식분야 전문가 의견>	10
<분석결과>	12
Ⅰ. 상권현황	12
1. 상권개요	12
2. 상권유형	13
3. 상권 일반현황	17
Ⅱ. 음식업 업종분석	19
1. 전체 음식업 현황	19
2. 업종별 현황	20
3. 업종 트렌드	23
Ⅲ. 음식업 고객 분석	25
1. 전체 고객 현황	25
2. 업종별 고객현황(2021 년 1~10 월)	26
3. 고객 트렌드	30
Ⅳ. 음식업 메뉴분석	33
1. 주요 메뉴현황	33
2. 음식업 물가(판매액 기준 20 위 메뉴)	35
3. 메뉴 트렌드	36
Ⅴ. 키워드 분석	44
1. 연관 키워드(상품&메뉴 범주)	44
2. 키워드 검색 및 언급량 시계열 변화	45
3. 키워드 속성 분석	46

〈분석요약〉

1. 상권개요

- 전남 순천시 왕조1동 상권은 북으로 홈플러스 순천점에서 조례사거리 남서방향 연향동까지 발달한 상권이며, 주변을 초-중-고등학교와 주거단지가 둘러싸고 있는 항아리 상권으로 규정할 수 있음. 순천 호수공원 주변 상권과 지리적으로 멀지 않은 위치에 형성되어 있어 연관성이 있으며, 업종 구성에 보완적인 역할을 하고 있음
- 왕조1동 상권의 용도에 따른 상권유형은 일반상업지 성격이 강함
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m까지는 상권 범위로 볼 수 있으나, 1000m 반경이 되면 주거지 성격이 강하게 나타나 주거지가 상권을 둘러싸고 있는 형태를 보임
- 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 의료/건강, 여가/오락 서비스업 비중이 높으며, 시장과 시장 주변에 주로 형성되는 업종 구성과 유사한 성격을 보임
- 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 의복/의류 11.2%p, 유흥주점 6.9%p, 간이주점 4.7%p 높아 낮에는 쇼핑, 밤에는 먹자골목으로 기능하는 복합적 성격
→ 왕조1동 상권의 특성업종은 ‘의복/의류, 유흥주점, 간이주점’ 업종으로 규정됨
- 왕조1동 상권의 유동인구는 홈플러스 주변과 연향동 상권 방면 유동인구가 많은 편이며, 상업 시설의 위치에 따라 유동적임
- 왕조1동 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 6,380억, 2020년 6,125억, 2021년(추정) 5,821억으로 집계되어 2020년 4%, 2021년 5% 감소(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)

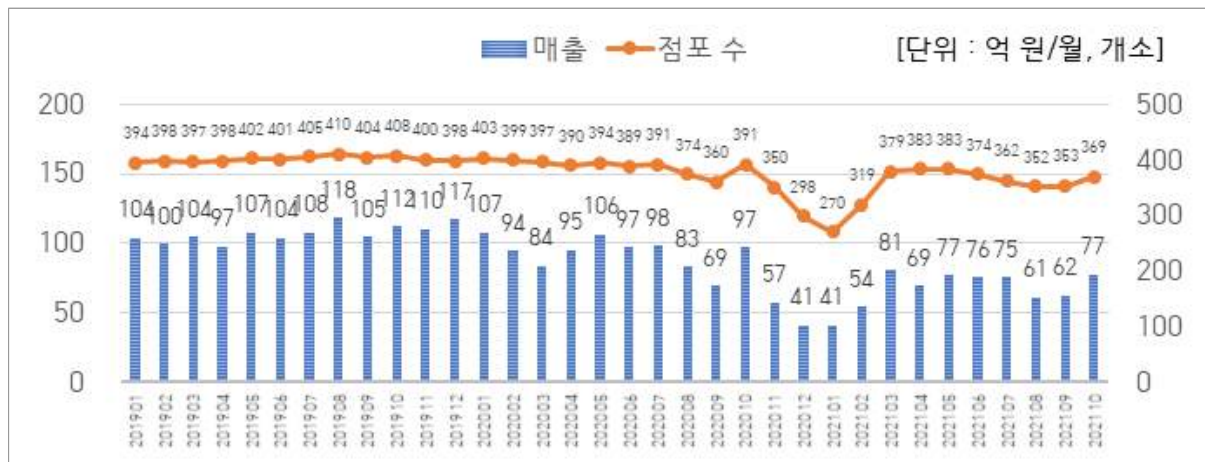
2. 음식업 업종분석

- 왕조1동 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 401개로 운영되던 점포수가 2020년 378개, 2021년 354개로 줄어들어 운영점포 수가 각각 5.8%, 6.2% 감소하였으며, 전체 매출규모는 20.1%, 21.4% 감소함
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 90개, 일반 유흥주점 64개, 생맥주 전문점 42개, 커피 전문점 32개, 한식 육류요리 전문점 28개 순으로 나타나 일반적인 상권의 음식업 구성보다 주점의 수와 구성비가 높음

<분석요약. 표1> 왕조1동 상권 전체 음식업 매출/점포 수 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]

구분	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
매출액 (기간 합산)	1,286	1,027	807	-20.1%	-21.4%
점포 수 (기간 평균)	401	378	354	-5.8%	-6.2%



[분석요약. 그림1] 왕조1동 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 2020년 기타 주점업, 일반 유흥주점, 한식 해산물요리, 서양식 업종이 30% 이상 감소했으며, 생맥주 전문점, 일식 업종도 20% 이상 감소한 것으로 집계됨
- 반면, 중국음식, 치킨 전문점, 커피 전문점은 수준을 유지하거나 소폭 성장함
- 2021년은 일반 유흥주점, 기타 주점, 생맥주 전문점, 한식 해산물요리는 지속적으로 감소했으며, 한식 육류요리, 커피 전문점, 기타 외국식, 한식 면요리, 치킨 전문점, 패스트푸드 업종도 감소세가 크게 나타남
- 점포당 매출액은 2020년 서양식, 한식 해산물요리, 일반 유흥주점 업종에서 20% 이상 감소하였으며, 한식 일반음식점, 한식 육류요리, 커피 전문점, 기타 주점, 분식, 패스트푸드, 일식에서도 10% 이상 감소
- 2021년은 2020년보다 일반 유흥주점, 기타 외국식, 치킨 전문점, 패스트푸드에서 20% 이상 감소했으며, 한식 일반 음식점, 생맥주 전문점, 한식 육류요리, 커피 전문점, 한식 해산물요리, 서양식에서도 10% 이상 감소
- 일식과 중식 업종을 제외하고 저녁~밤 시간대 위주의 요리 전문점과 주점이 지속적인 감소세가 나타나고 있으며, 패스트푸드, 커피 전문점, 분식과 같은 간단한 음식 메뉴에서도 지속적인 감소 경향이 나타남 → 저녁~밤 시간대의 활성도가 떨어지면서 전체 음식업에 미치는 영향이 큰 것으로 분석됨

3. 음식업 고객 분석

- 전반적으로 3~40대 남성이 주 고객층을 구성하고 있으며, 기타 외국식, 제과점, 중식, 패스트푸드에서 40대 여성, 한식 해산물 요리점에서 50대 남성이 주 고객층으로 나타남
- 한식 일반 음식점, 한식 육류요리, 커피 전문점, 서양식, 생맥주 전문점, 기타 주점에서 30대 남성 비중이 높고, 분식, 일식, 치킨, 한식 면요리, 일반 유흥주점 업종에서 40대 남성 비중이 높음
- 요일별로는 서양식 음식점 일요일을 제외하고, 주점, 분식, 중식, 패스트푸드, 한식류는 토요일 비중이 가장 높았으며, 일식, 기타 외국식, 치킨, 커피, 제과점은 금요일 매출비중이 가장 높게 나타남
- 업종 평균 요일별 구성비 대비 분식, 기타 외국식, 패스트푸드, 한식 면요리 전문점은 평일(월~화요일) 비중이 더 높았으며, 한식 육류, 해산물 요리, 일식, 제과점, 치킨, 커피 전문점은 금요일, 한식 일반음식, 중식, 유흥주점, 생맥주 전문점은 토요일 비중이 높음
- 시간대별로는 점심, 오후, 저녁, 밤 시간대 활성화 되는 업종이 골고루 나타나는데, 점심 시간대는 서양식, 중식, 기타 외국식, 커피, 제과점 업종, 오후 시간대는 분식, 패스트푸드, 한식 면요리, 한식 육류요리 업종, 저녁 시간대는 일식, 치킨, 한식 일반음식, 한식 해산물 요리 업종, 밤 시간대는 생맥주 전문점, 기타 주점, 일반 유흥주점 업종이 나타남
- 평균적인 시간대별 구성비보다 전체적으로 늦은 시간대 비중이 높은 편이며, 피크타임의 분포가 업종마다 다르게 나타나 상권의 집중도는 떨어지는 편이나, 안정적으로 구성됨
- 대부분의 업종에서 3~40대 남성 비중이 높은 왕조1동 상권은 최근 4~50대 여성 비중이 늘어나고 있으며, 특히 중식, 기타 외국식, 커피, 패스트푸드 업종(이상 40대 여성), 분식, 치킨, 한식 육류, 해산물 요리 업종(이상 50대 여성)에서 두드러짐
- 전년 대비 커피, 치킨, 중식, 한식 육류요리, 일식, 제과점 등에서 금요일 비중이 올랐으며, 생맥주 전문점, 기타 주점, 패스트푸드, 서양식 업종은 화요일 비중이 증가함. 분식, 한식 일반 음식, 기타 외국식은 토요일 비중 증가
- 한식 육류, 해산물 요리, 일식, 치킨, 제과점에서 밤 시간대 매출비중이 다시 증가하였으며, 생맥주 전문점, 기타 주점업, 일반 유흥주점업에서는 새벽 시간대 매출도 다시 증가함. 한식 일반 음식, 한식 면요리, 중식, 서양식, 기타 외국식, 커피 업종은 점심 시간대 매출비중 증가

4. 음식업 메뉴분석

- 왕조1동 상권은 주류 판매비중이 가장 높고, 구이류(19%) > 국/탕/찌개/전골류(15%) > 밥류(8%) > 데침/샐러드류(7%) 순으로 매출 비중이 높음



[분석요약. 그림2] 왕조1동 상권 음식점 메뉴 범주별 이용비중 변화('20년 대비 '21년)

- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 주류(-2.7%p)였으며, 음료류(-1.4%p), 튀김류(-1.0%p) 순으로 감소
- 반면, 회류(2.9%p), 구이류(1.9%p), 떡류(0.4%p), 전/부침류(0.3%p) 순으로 판매비중 증가 → 주류보다 요리(안주) 위주로 판매 비중 증가
- 왕조1동 상권의 음식점 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 소주 > 병맥주 > 족발 > 백반 > 소갈비 순이었으며, 2020년 맥주와 곱창, 백반, 삼겹살, 보쌈 등이 감소하였으나, 2021년은 전체적으로 회복세를 보임
- 지속적으로 증가하는 메뉴는 샤브샤브, 돈가스, 김치찌개, 족발, 치킨 등이었으며, 모듬회, 소갈비, 보쌈, 삼겹살, 갈비탕 메뉴는 2021년 급증한 것으로 집계됨
- 샤브샤브, 김치찌개, 소곱창구이, 치킨, 백반, 모듬회 메뉴는 2020년에 이어 2021년에도 지속적으로 단가가 증가하고 있으며, 특히 샤브샤브, 아메리카노, 모듬회 메뉴의 판매단가 증가율이 높게 나타남
- 국산/수입 병맥주 판매단가는 지속적으로 감소했으며, 보쌈/수육 메뉴의 단가가 20% 이상 감소. 평균적인 메뉴별 판매단가는 2020년 5.4%, 2021년 3.6% 증가함

<분석요약. 표2> 왕조1동 상권 POS(표본점포) 판매액 기준 주요메뉴 1~20위 판매단가 증감

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가 (1~10월)	20년 증감률	21년 증감률
소주	4,143	4,287	4,270	3.5%	-0.4%
병맥주(국산)	8,458 (일부세트포함)	5,730	5,015	-32.3%	-12.5%
족발	36,054	36,837	36,436	2.2%	-1.1%
백반	25,610	26,457	29,182	3.3%	10.3%
소갈비	18,372	19,109	19,000	4.0%	-0.6%
생맥주(국산)	3,179	3,206	3,264	0.8%	1.8%
갈비탕	12,795	13,267	13,083	3.7%	-1.4%
삼겹살	11,364	11,535	11,491	1.5%	-0.4%
치킨	13,432	14,556	14,986	8.4%	3.0%
모듬회	37,277	38,325	44,958	2.8%	17.3%
병맥주(수입)	8,834	8,331	7,233	-5.7%	-13.2%
돼지갈비	24,412	19,357	25,223	-20.7%	30.3%
탄산음료	1,840	1,946	1,930	5.8%	-0.8%
소곱창구이	12,811	15,072	15,929	17.6%	5.7%
샤브샤브	9,394	18,141	23,488	93.1%	29.5%
아메리카노	2,391	2,213	2,774	-7.5%	25.4%
돈가스	7,565	7,890	7,808	4.3%	-1.0%
곰탕	18,000	18,000	18,108	0.0%	0.6%
고기보쌈/수육	35,104	36,762	28,146	4.7%	-23.4%
김치찌개	9,919	11,685	11,988	17.8%	2.6%

<분석요약. 표3> 왕조1동 상권 업종별 2020~2021년 판매액 기준 주요메뉴 1~5위(간이음식~중식)

간이 음식 포장 판매 전문점			기타 외국식 음식점업			기타 주점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	수입 병맥주	수입 병맥주	1	-	카레 라이스	1	일반소주	일반소주
2	일반소주	호떡	2	-	동남아식 볶음밥	2	국산 병맥주	국산 병맥주
3	국산 병맥주	일반소주	3	-	볶음 쌀국수	3	탄산음료	일반 육류꼬치
4	페퍼로니 피자	국산 병맥주	4	-	국산 병맥주	4	치킨	탄산음료
5	불고기/주물럭	바닐라/우유 아이스크림	5	-	베트남식 야채볶음	5	김치찌개	치킨
김밥 및 기타 간이 음식점업			생맥주 전문점			서양식 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	돈가스	쫄면	1	국산 병맥주	일반소주	1	-	와인
2	일반/기타김밥	돈가스	2	국산 생맥주	국산 병맥주	2	-	크림 파스타
3	돌솥 비빔밥	돼지고기 만두	3	일반소주	국산 생맥주	3	-	치즈 샐러드
4	떡볶이	비빔만두	4	치킨	건어물 구이	4	-	수입 병맥주
5	우동	일반/기타김밥	5	수입 병맥주	치킨	5	-	일반/기타 피자
일반 유흥주점업			일식 음식점업			중식 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	수입 병맥주	위스키	1	-	생선회	1	일반소주	양꼬치
2	국산 병맥주	수입 병맥주	2	-	오코노 미야끼	2	수입 병맥주	일반/기타 전골
3	일반소주	국산 병맥주	3	-	소바	3	국산 병맥주	일반소주
4	탄산음료	꼬냇	4	-	일반소주	4	탄산음료	짬뽕
5	불고기 피자	보드카	5	-	국산 병맥주	5	탕수육	튀김

※ 특정 POS사의 표본점포 데이터이므로 상권의 전수 조사/추정자료가 아님에 유의

<분석요약. 표4> 왕조1동 상권 업종별 2020~2021년 판매액 기준 주요메뉴 1~5위(치킨~한식 해산물)

치킨 전문점			커피 전문점			피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	치킨	치킨	1	아메리카노/ 에스프레소	아메리카노/ 에스프레소	1	아메리카노/ 에스프레소	일반/기타 피자
2	국산 생맥주	닭고기 구이	2	라떼	라떼	2	국산 병맥주	일반/기타 핫도그
3	일반소주	돼지고기 구이	3	떡볶이	에이드	3	라떼	치즈 핫도그
4	국산 병맥주	일반소주	4	탄산음료	식빵	4	일반소주	불고기/ 주물럭
5	탄산음료	국산 병맥주	5	국산 병맥주	과실차	5	탄산음료	불고기 피자
한식 육류요리 전문점			한식 일반 음식점업			한식 해산물요리 전문점		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	족발	족발	1	백반	설렁탕	1	일반소주	생선회
2	갈비구이	갈비구이	2	갈비탕	백반	2	생선회	일반소주
3	일반소주	소고기 구이	3	곰탕	갈비탕	3	국산 병맥주	국산 병맥주
4	돼지고기 구이	돼지고기 구이	4	일반소주	떡갈비	4	돌솥 비빔밥	해물찜
5	곱창/대창 /양구이	일반소주	5	고기보쌈/ 수육	도가니탕	5	탄산음료	생선찌개

※ 특정 POS사의 표본점포 데이터이므로 상권의 전수 조사/추정자료가 아님에 유의

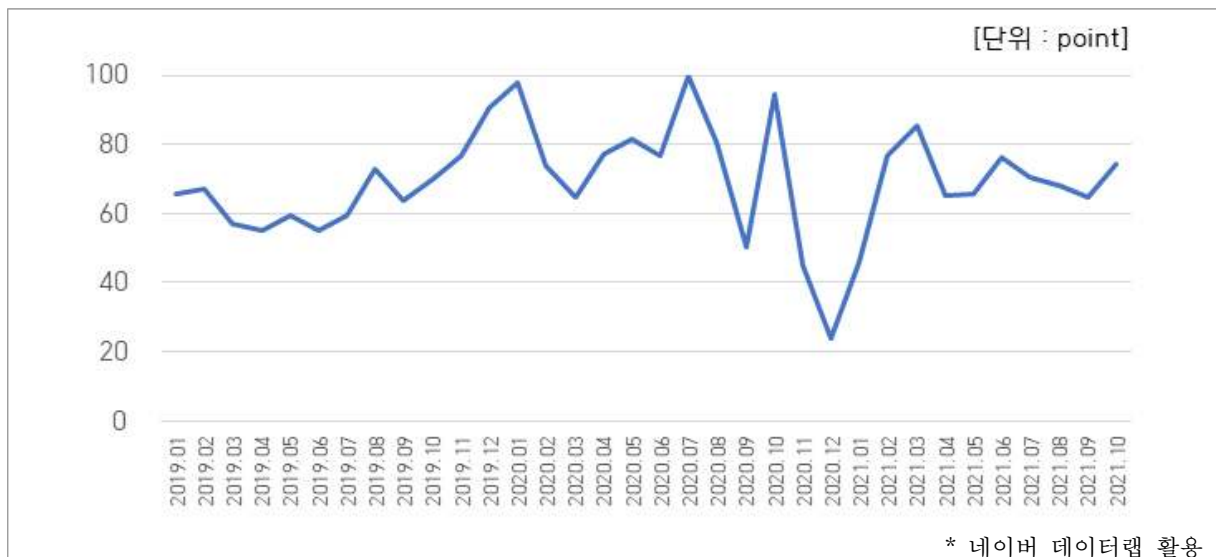
5. 키워드 분석

- 순천 왕조1동 상권은 ‘조례동상권’으로 더 많은 검색/연관어를 보이고 있으며, 상품&메뉴 범주의 연관 키워드를 분석하면, 2019년은 삼겹살, 김치찌개, 소주 등 한식 육류요리와 주류 관련 키워드가 많이 등장함
- 2020년은 전체적인 언급량이 감소했으며, 육류 메뉴에서 곱창, 치킨 키워드가 언급되고 새롭게 회, 참치와 같은 해산물 언급량이 나타났으며, 케이크, 샌드위치, 샐러드, 디저트 등의 키워드가 새롭게 등장함
- 2021년은 키워드 언급량이 급감하였으나, 브런치, 스테이크, 파스타, 수제버거 등 새로운 메뉴 키워드가 언급되고 있음
- 조례동 상권은 아직 SNS를 통한 마케팅 활성화가 다른 상권에 비해 덜한 편이며, 새로운 매장이 등장하면 관련한 메뉴 키워드가 언급되는 특징을 보임



[분석요약. 그림3] 왕조1동 음식점 상품&메뉴 연관검색어(2021년 1~10월)

- 왕조1동 음식점(‘순천조례동맛집’ , ‘조례동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2021년 10월까지 집계한 결과 2020년 12월 최저를 기록하고 2021년 1~2월 낮았던 것을 제외하면, 유사한 수준을 유지하는 것으로 나타남
- 왕조1동 음식점(‘순천조례동맛집’ , ‘조례동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 2019년 8월 61건으로 가장 많았으며, 2021년 상반기까지 감소했다가 7~8월 다시 증가한 것으로 집계됨



[분석요약. 그림4] 왕조1동 음식점 상품&메뉴 연관검색어(2021년 1~10월)

- 왕조1동 음식점(‘순천조례동맛집’, ‘조례동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 속성 키워드는 2021년(1~10월) 기준으로 ‘맛’에 대한 중요도가 가장 높은 것으로 나타났으며, ‘친절하다’, ‘감사하다’와 같이 서비스와 관련된 요소가 영향을 미치고 있음
- 2019년은 기본적인 ‘맛’에 대한 표현 키워드를 주로 발견할 수 있으며, ‘분위기 좋다’, ‘깔끔하다’ 등 가게 내부 환경과 관련된 언급량이 순위권에 있음
- 2020년도 2019년과 유사한 선택 요소가 반영되고 있으나, 새롭게 ‘매콤하다’, ‘고소하다’와 같은 맛에 대한 요소가 새롭게 등장함
- 2021년도 2019~2020년과 유사한 키워드를 발견할 수 있으며, 큰 변화 없이 Product(제품)와 People(사람/서비스) 요소가 크게 작용하고 있음



[분석요약. 그림5] 왕조1동 음식점 관련 속성어 분석(2021년 1~10월)

〈외식분야 전문가 의견〉

한양사이버 대학교 호텔외식경영학과
김 영 갑 교수

□ 전남 순천시 왕조1동 상권은 낮과 밤이 다른 소비목적으로 움직이면서 상권의 활성화를 이끄는 시간대별 앵커 업종이 다르게 나타남

- 주변이 주거단지와 학교로 둘러싸여 있어 배후 지역은 주거 성격을 가지고 있으나, 상권은 쇼핑과 유흥이 혼합된 구성을 가지고 있으며, 병원이나 시장, 대형 마트가 곳곳에 위치하여 복합적인 성격을 나타냄
- 음식업은 시간대별로 활성화되는 업종이 다른 특징이 나타나는데, 점심과 저녁, 밤 시간대 활성화되는 업종이 모두 다름. 특별히 집중되는 시간대가 없어 업종 간 시너지가 발생하거나 집적효과가 나타나지는 않지만, 상권이 하루 종일 지속적으로 고객을 유인할 수 있다는 측면에서는 다른 상권 대비 차별점을 가지고 있음
- 상권의 주요 구성업종은 주점으로써 3~40대 남성 고객이 대부분이나, 최근 3~40대 남성 비중이 차츰 줄어들고 4~50대 여성 비중이 늘어나면서 점심 식사를 위한 매장과 커피, 디저트류 업종이 성장하고 있음
- 다만, 온라인 마케팅 측면에서는 아직 눈에 띄는 활동이나 성과가 나타나고 있지 않은 것으로 판단되며, 고객의 다양한 선택 요소를 보다 다각적으로 접근하여 매장의 내/외관은 물론 프로세스, 프로모션 등 제품과 가격 외 요소를 집중/개발할 필요가 있음

□ 전남 순천시 왕조1동 상권의 외식업체를 업종별로 구분한 후, 최근 일어나고 있는 매출액 수준의 변화를 읽을 수 있는 고객관심도의 변화를 살펴보면 다음과 같은 특징이 있음.

- 주점업은 하락세를 보이던 호프전문점이 다시 상승하여 최상위를 차지하고 있으며 이어서 젊은층이 선호하는 이자카야와 요리주점의 강세가 이어지고 있음
- 카페업/디저트업은 베이커리 카페의 고객관심도가 급격한 상승세를 보이고 있으며, 커피 전문점의 비중이 하향 안정세를 유지하고 있음
- 분식업은 종합분식, 김밥, 도시락이 큰 변동성 없이 지속적인 안정세를 유지하고 있음
- 일식업은 돈가스 업종이 최상위권을 지속적으로 유지하고 있으나 점진적인 하락세를 보이고 있으며, 샤브샤브 업종은 2위 권에서 지속적인 안정세를 유지하고 있음
- 한식업은 고기요리의 비중이 가장 높은 수준을 보이고 있었으나 꾸준한 하향세를 보이고 있으며, 곱창과 닭고기 업종처럼 안주류 중심의 업종이 높은 관심도를 유지하고 있음

〈분석 데이터 출처 및 설명〉				
항목명	출처	내용	업데이트 주기	기준시점
상권영역	소상공인시장진흥공단	전국 1,200대 주요상권 영역	2년	2018년 (2020년 기준 업데이트 진행)
주거인구/세대 수 지하철승하차 인구 수 버스정류장/관공서/문화시설 등	각 데이터 관련 해당 공공기관	인/가구 통계, 주요시설 통계	반기	2020년 말
상권유형	GIS 기업	역세권/대학가/상업지/주거지/직장오피스가/ 특수지역/기타지역 구분 등	1년	2020년 말
유동인구	GIS 기업	도로 10M 단위 포인트별 성/연령/요일/시간대별 통행량	1년	2020년 말
업종별 점포 수 및 구성비	카드사	대/중/소분류 업종단위별 점포 수 (음식업 전체 68~70만 사업자)	1개월	2021년 10월
업종별 매출액/이용건수	카드사 + 결제수단별 통계 데이터 기반 나이스지니데이터 추정	대/중/소분류 업종단위별 추정매출액 규모	1개월	2021년 10월
업종 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 총매출액 증감	1개월	2020년 1~12월 2021년 1~10월 월평균 비교
업종별 성/연령대별 이용량 업종별 요일/시간대별 이용량	카드사 기반 나이스지니데이터 추정	지역/업종별 성/연령대, 요일/시간대 이용건수, 비중정보	1개월	2021년 10월
고객 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 고객컬럼별 비중 증감	1개월	2020년 1~12월 2021년 1~10월 월평균 비교
메뉴별 판매점포 수 및 구성비	POS사	대/중/소분류 업종단위별 점포 수 (음식업 전체 10만 사업자)	1개월	2021년 10월
메뉴별 매출액/이용건수/단가	POS사 기반 나이스지니데이터 분류/집계	상권별24개 대분류 메뉴단위 매출액, 매출비중 상권별 판매액 기준 상위 20개 소분류 메뉴 매출액, 이용건수, 판매단가	1개월	2021년 10월
메뉴 트렌드	나이스지니데이터	상권/업종별 2021년 월평균 총 매출액 기준 상위 1~5위 메뉴 전년대비 매출 증감액 기준 상위 1~5위 메뉴	1개월	2020년 1~12월 2021년 1~10월 월평균 비교
연관 검색어 (장소&브랜드, 상품&메뉴)	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 주요 연관검색어	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 10월
SNS채널별언급량	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	유튜브, 트위터, 블로그 상권별 음식업 관련 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 10월
키워드 속성분석	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 속성 키워드 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 10월

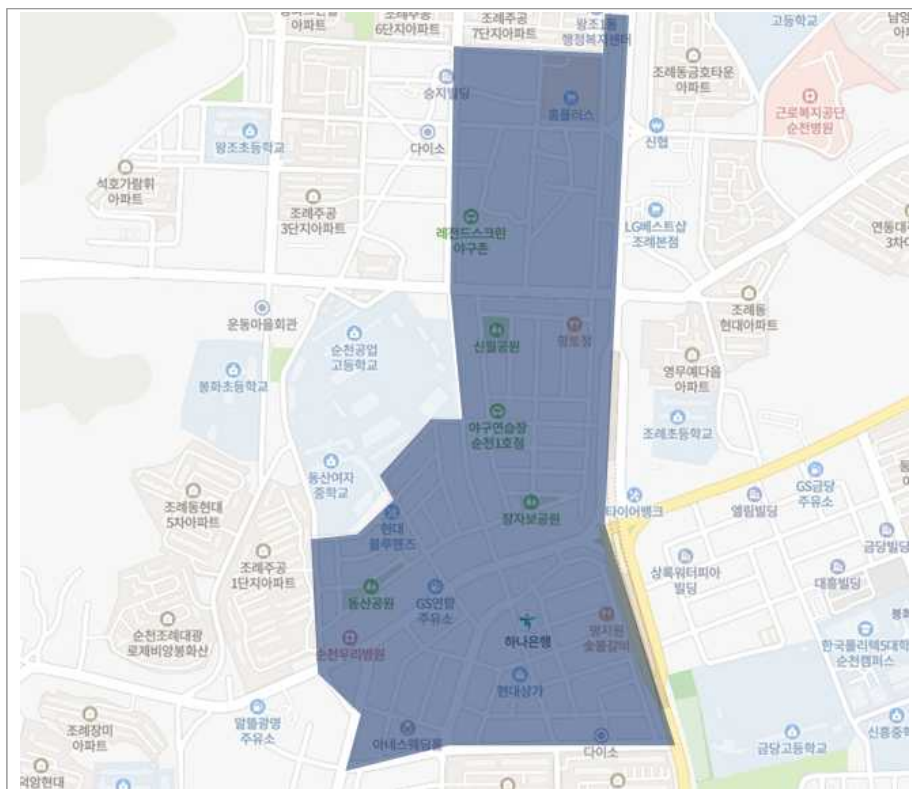
〈해석시 유의사항〉
<p>* 본 보고서에 수록된 내용은 추정된 통계자료이며, 데이터 수집 방법, 데이터 분류 및 집계, 분석 대상 및 시점 등 요건이 타기관의 발표 자료와 상이할 수 있으므로 직접 비교될 수 없습니다.</p> <p>* 본 보고서의 내용은 신뢰할 수 있는 데이터를 활용한 분석 결과이나, 어떠한 경우에도 법적 책임소재에 대한 증빙자료로 사용될 수 없습니다.</p>

〈분석결과〉

I. 상권현황

1. 상권개요

- 전남 순천시 왕조1동 상권은 북으로 홈플러스 순천점에서 조례사거리 남서방향 연향동까지 발달한 상권이며, 주변을 초-중-고등학교와 주거단지가 둘러싸고 있는 향아리 상권으로 규정할 수 있음. 순천 호수공원 주변 상권과 지리적으로 멀지 않은 위치에 형성되어 있어 연관성이 있으며, 업종 구성에 보완적인 역할을 하고 있음



[그림 I-1] 왕조1동 상권 영역

<표 I-1> 왕조1동 상권 기초현황

항목/상권영역	선택 영역 내	반경 500M내	반경 1,000M내
주거인구(명)	1,043	5,537	44,121
세대수(가구)	453	2,267	17,941
유동인구(명/일) (최대지점 / 평균)	4,925 / 2,910	4,190 / 2,265	4,925 / 1,025
지하철 승하차 인구 수(명)	0	0	0
버스 정류장수(개소)	9	13	61
관공서/금융기관(개소)	10	12	25
문화시설/영화관(개소)	0	0	0

- 왕조1동 상권 내 주거인구 규모는 1,043명/세대수는 453가구이며, 통행량 기준으로 가장 많은 지점에 일평균 4천 9백여 명, 상권 평균적으로 2천 9백여 명이 유동함
- 상권의 북단은 대형마트, 가전제품 매장이 있어 보다 주거형 대형 상업시설이 밀집해 있고, 중앙 부근은 요리와 주점, 숙박시설이 위치하고 있으며, 남단으로는 주거단지와 접해 있고 상설 시장이나 생활밀착 업종으로 구성되어 있음

2. 상권유형

1) 토지/건물용도에 따른 구분



[그림 1-2] 왕조1동 상권 토지/건물용도 구분

〈표 I -2〉 왕조1동 상권 영역/반경별 용도에 따른 상권유형

선택 영역 상권유형	배후 상권유형 (중심점 반경 500M 내)	배후 상권유형 (중심점 반경 1000M 내)
일반상업지 63%	일반상업지 53%	고밀주거지역43%
기타지역 11%	고밀주거지역16%	일반상업지 30%
복합상업지 11%	기타지역 14%	기타지역 16%
중밀주거지역9%	복합상업지 6%	고밀주거상업7%
고밀주거상업6%	중밀주거지역6%	복합상업지 3%
	그 외 5%	그 외 1%

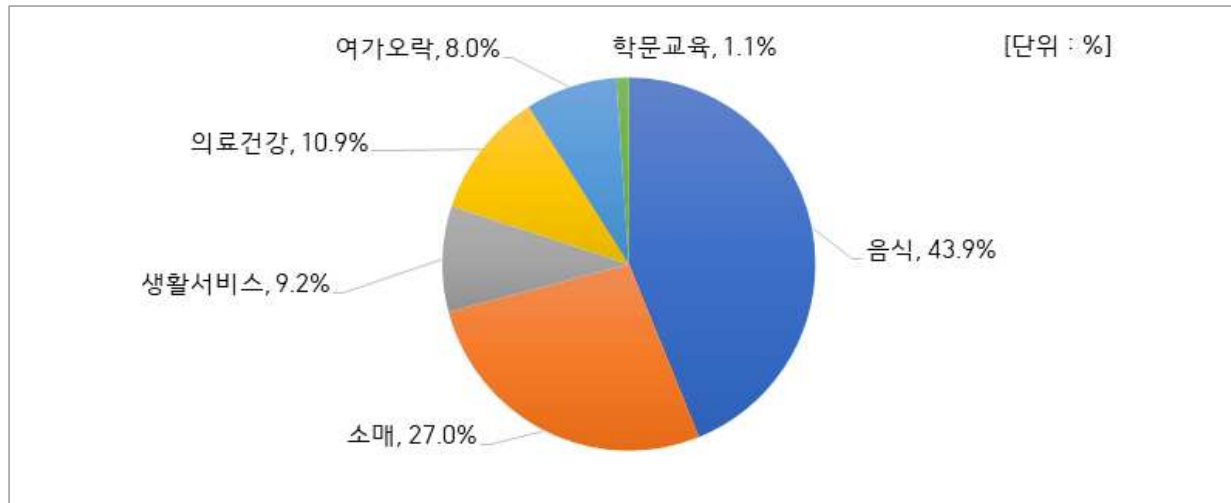
- 왕조1동 상권의 용도에 따른 상권유형은 일반상업지 성격이 강함
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m까지는 상권 범위로 볼 수 있으나, 1000m 반경이 되면 주거지 성격이 강하게 나타나 주거지가 상권을 둘러싸고 있는 형태를 보임

<표 I -3> 토지/건물용도에 따른 상권유형 설명

대분류	중분류	설명	소분류(상권유형)	
기타비율 70% 미만	주거지역 (주거용 비율 70% 이상)	주거비율 상위 30%	고밀주거지역	
		주거비율 30~70%	중밀주거지역	
		주거비율 하위 30%	저밀주거지역	
	준주거지역 (주거용 비율 30~70%)	공업비율 30~70%, 공업 > 상업, 업무	주거공업지	
		상업비율 30~70%, 주택비율 상위 50%	고밀주거상업	
		상업비율 30~70%, 주택비율 하위 50%	저밀주거상업	
		업무비율 30~70%, 업무 > 공업, 상업	주거오피스가	
	비주거지역 (주거용 비율 30% 미만)	공업비율 50% 이상, 기타 30% 미만	공업중심지 (공업+상업: 공업상업지 공업+업무: 공업업무지 공업50%이상: 공업중심지)	
		상업비율 50% 이상, 기타 30% 미만	일반상업지	
		업무비율 50% 이상, 기타 30% 미만	오피스가	
		상업, 업무비율 30~70%	복합상업지 (주거+상업+업무: 복합상업지 공업+상업+업무: 혼합상업지)	
	기타비율 70% 이상 (산, 수계, 공원, 학교 등 면적 70% 이상)			기타지역
	지하철 출입구 반경 500m 내			역세권
대학교 출입구 반경 500m 내			대학가	
※ 공통 유형에 해당하는 경우, 대학가 > 역세권 > 오피스가 > 상업지 > 주거지 순으로 상권유형 부여				

2) 업종구성에 따른 구분

○ 왕조1동 상권의 업종은 음식업 44% > 소매/유통 27% > 의료서비스 11% 등으로 구성



[그림 I-3] 왕조1동 상권 업종 구성비

○ 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 의료/건강, 여가/오락 서비스업 비중이 높으며, 시장과 시장 주변에 주로 형성되는 업종 구성과 유사한 성격을 보임

<표 I-4> 왕조1동 상권 대분류 업종구성비 / 전국 평균대비 특성업종 현황

[단위 : %, %p]

구분	음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육
해당상권	43.9%	27.0%	9.2%	10.9%	8.0%	1.1%
전국평균	42.4%	25.3%	13.3%	6.8%	4.7%	7.6%
편차	1.5%p	1.7%p	-4.1%p	4.2%p	3.3%p	-6.5%p

○ 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 의복/의류 11.2%p, 유흥주점 6.9%p, 간이주점 4.7%p 높아 낮에는 쇼핑, 밤에는 먹자골목으로 기능하는 복합적 성격

→ 왕조1동 상권의 특성업종은 ‘의복/의류, 유흥주점, 간이주점’ 업종으로 규정됨

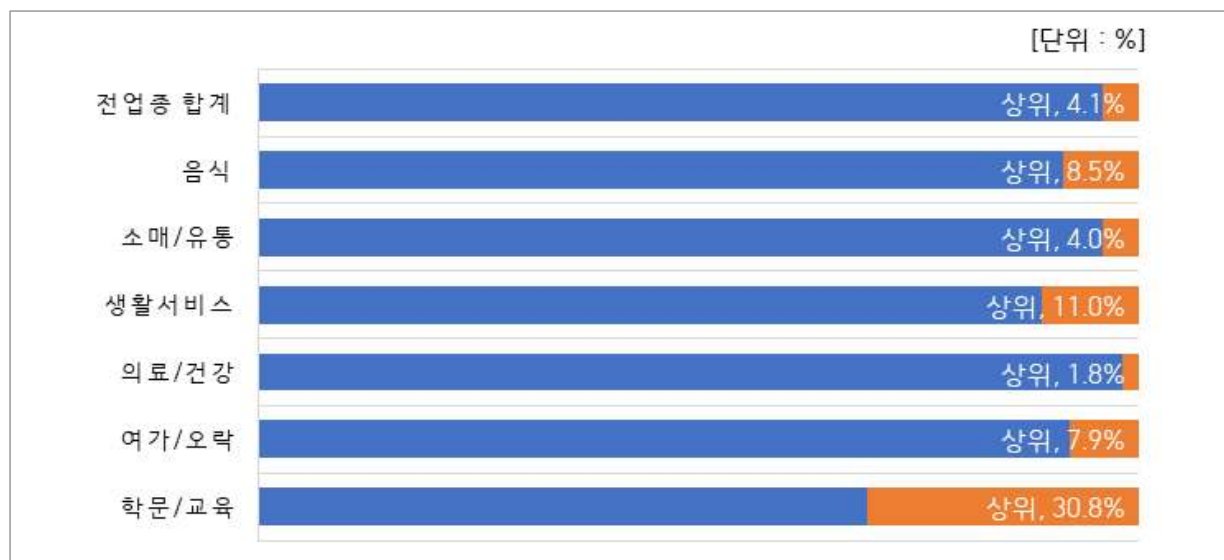
<표 I-5> 왕조1동 상권 중분류 주요업종 구성비 / 전국 평균대비 특성업종 현황

[단위 : %, %p]

순위	주요업종(중분류)	해당상권 구성비	전국평균 구성비	편차
1	의복/의류	11.2%	3.6%	7.6%p
2	한식	10.3%	11.6%	-1.2%p
3	간이주점	7.7%	3.0%	4.7%p
4	유흥주점	7.6%	0.7%	6.9%p
5	미용서비스	5.7%	7.7%	-2.0%p
6	커피/음료	4.2%	6.1%	-1.9%p
7	종합소매점	4.2%	5.9%	-1.7%p
8	의약/의료품	3.9%	2.5%	1.4%p
9	특화병원	3.7%	1.5%	2.2%p
10	숙박	3.7%	1.2%	2.5%p

3) 상권규모에 따른 구분

- 전국 1,200대 주요상권 중 왕조1동 상권은 상위 4.1%에 해당하는 매출규모를 보이고 있으며, 특히 의료/건강, 소매/유통 분야에서 순위가 높음



[그림 1-4] 왕조1동 상권 업종별 매출순위(2018년 선정 전국 주요상권 기준)

- 전체 상권의 매출규모는 2019년 47위, 2020년 44위, 2021년 46위로 비슷한 수준을 유지하고 있으며, 특히 의료/건강 서비스업 순위가 다른 업종보다 높음
- 순위가 크게 오른 업종은 없으나, 소매/유통업과 의료/건강업에서 유사한 수준을 유지하면서 전체 상권 순위도 비슷하게 유지되는 것으로 분석됨

<표 1-6> 왕조1동 상권 대분류 업종별 구성비 / '19~'21 전국 주요상권 中 순위 변화

[단위 : 억 원, 순위, %]

구분		음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육	전업종 합계
2019년	매출액	1,286	3,612	215	1,091	163	13	6,380
	주요상권 매출순위	75	39	111	18	97	472	47
	주요상권 매출분위	6.6%	3.4%	9.8%	1.6%	8.6%	41.7%	4.2%
2020년	매출액	1,027	3,590	189	1,163	134	22	6,125
	주요상권 매출순위	74	37	109	19	77	321	44
	주요상권 매출분위	6.5%	3.3%	9.6%	1.7%	6.8%	28.4%	3.9%
2021년 (연간 추정)	매출액	807	3,304	197	1,364	125	25	5,821
	주요상권 매출순위	96	45	125	20	89	349	46
	주요상권 매출분위	8.5%	4.0%	11.0%	1.8%	7.9%	30.8%	4.1%

3. 상권 일반현황

1) 유동인구

- 왕조1동 상권의 유동인구는 홈플러스 주변과 연향동 상권 방면 유동인구가 많은 편이며, 상업 시설의 위치에 따라 유동적임
- 유동인구는 20대가 가장 많으나, 30대보다 40대가 많고, 50대와 30대가 유사한 수준을 보임. 목요일 유동인구가 가장 많고, 금~토요일까지 이어지다가 일요일 유동인구가 평일보다 적을 정도로 크게 떨어짐



[그림 I -5] 왕조1동 상권 유동인구 지도

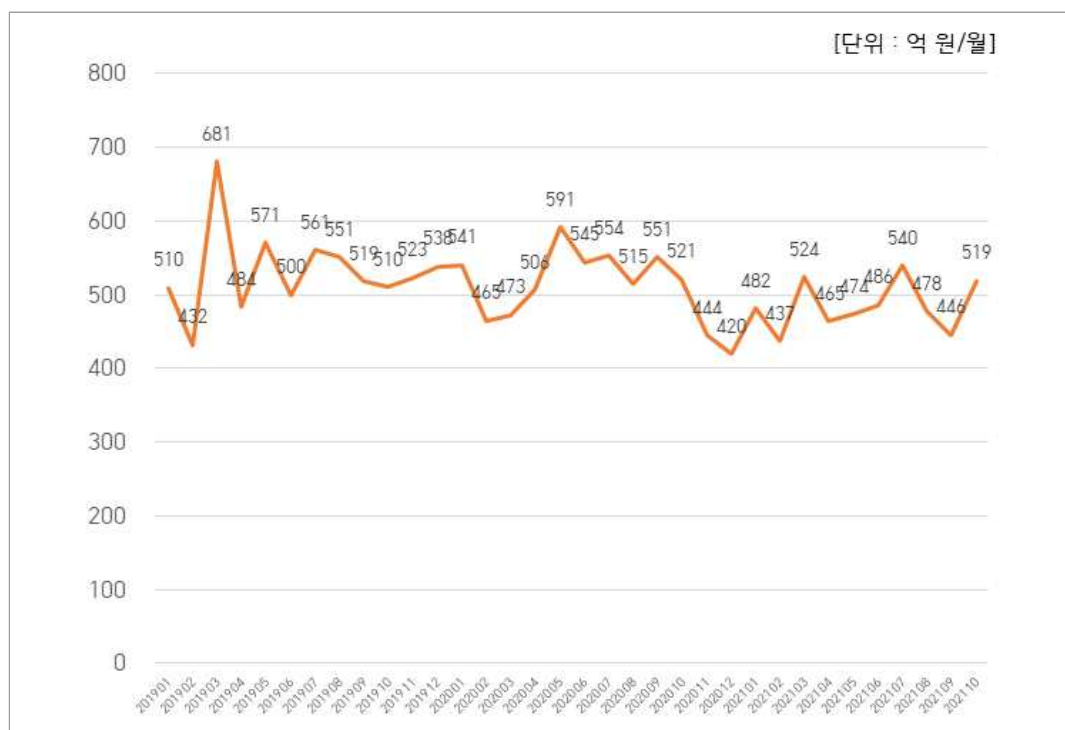
<표 I -7> 왕조1동 상권 유동인구 현황

[단위 : 명]

구분	유동인구 일평균 최대지점		선택영역 내 일평균 유동인구 수							
유동인구 수	4,925		2,910							
구분	20대		30대		40대		50대		60대	
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
유동인구 수	264	438	182	202	251	311	151	154	43	33
구분	월	화	수	목	금	토	일			
아침(09~12시)	336	392	401	490	425	421	300			
점심(12~14시)	302	373	385	488	406	364	224			
오후(14~18시)	542	613	619	741	662	706	535			
저녁(18~21시)	516	631	613	779	712	709	508			

2) 상권 전 업종 매출액 변화

- 왕조1동 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 6,380억, 2020년 6,125억, 2021년(추정) 5,821억으로 집계되어 2020년 4%, 2021년 5% 감소(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)
- 2020년 업종별로는 음식업(-20%) > 여가/오락업(-18%) > 생활서비스업(-12%) 순으로 감소폭이 컸으나, 학문/교육업과 의료/건강업에서는 오히려 성장함
- 2021년에도 음식업(-21%)과 여가/오락업(-7%)은 감소했으나, 의료/건강업(17%), 학문/교육업(12%), 생활서비스업(4%)에서 상승하면서 전체 상권의 매출규모는 유지되는 경향



[그림 I-6] 왕조1동 상권 전 업종 매출액 변화

<표 I-8> 왕조1동 상권 대분류 업종별 매출액 변화

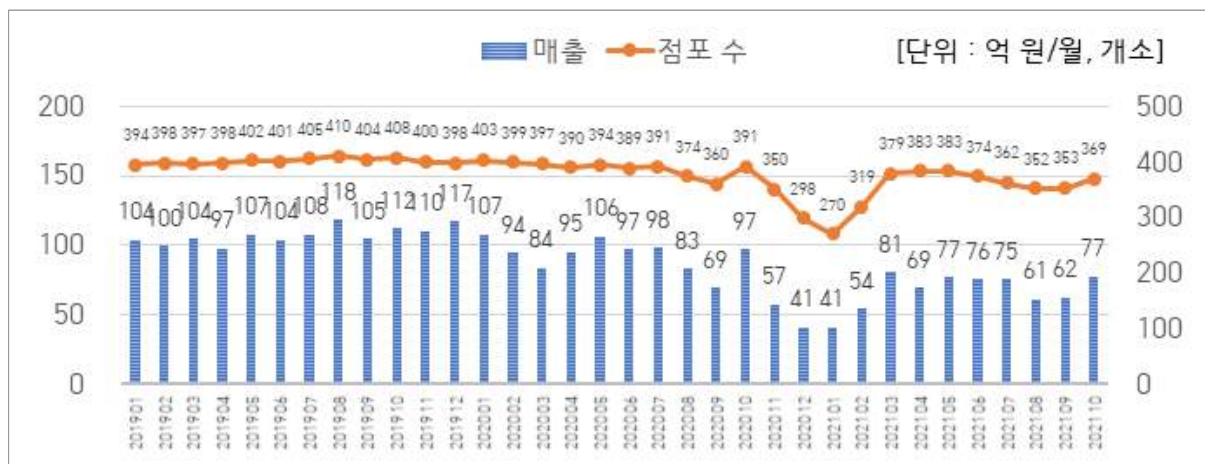
[단위 : 억 원, %]

구분	매출액			증감률	
	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
전 업종 합계	6,380	6,125	5,821	-4.0%	-5.0%
음식	1,286	1,027	807	-20.1%	-21.4%
소매/유통	3,612	3,590	3,304	-0.6%	-8.0%
생활서비스	215	189	197	-12.1%	4.0%
의료/건강	1,091	1,163	1,364	6.7%	17.2%
여가/오락	163	134	125	-18.1%	-6.5%
학문/교육	13	22	25	69.5%	12.3%

II. 음식업 업종분석

1. 전체 음식업 현황

- 왕조1동 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 401개로 운영되던 점포수가 2020년 378개, 2021년 354개로 줄어들어 운영점포 수가 각각 5.8%, 6.2% 감소하였으며, 전체 매출규모는 20.1%, 21.4% 감소함
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 90개, 일반 유흥주점 64개, 생맥주 전문점 42개, 커피 전문점 32개, 한식 육류요리 전문점 28개 순으로 나타나 일반적인 상권의 음식업 구성보다 주점의 수와 구성비가 높음



[그림 II-1] 왕조1동 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

<표 II-1> 왕조1동 상권 전체 음식업 매출 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]

구분	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
매출액 (기간 합산)	1,286	1,027	807	-20.1%	-21.4%
점포 수 (기간 평균)	401	378	354	-5.8%	-6.2%

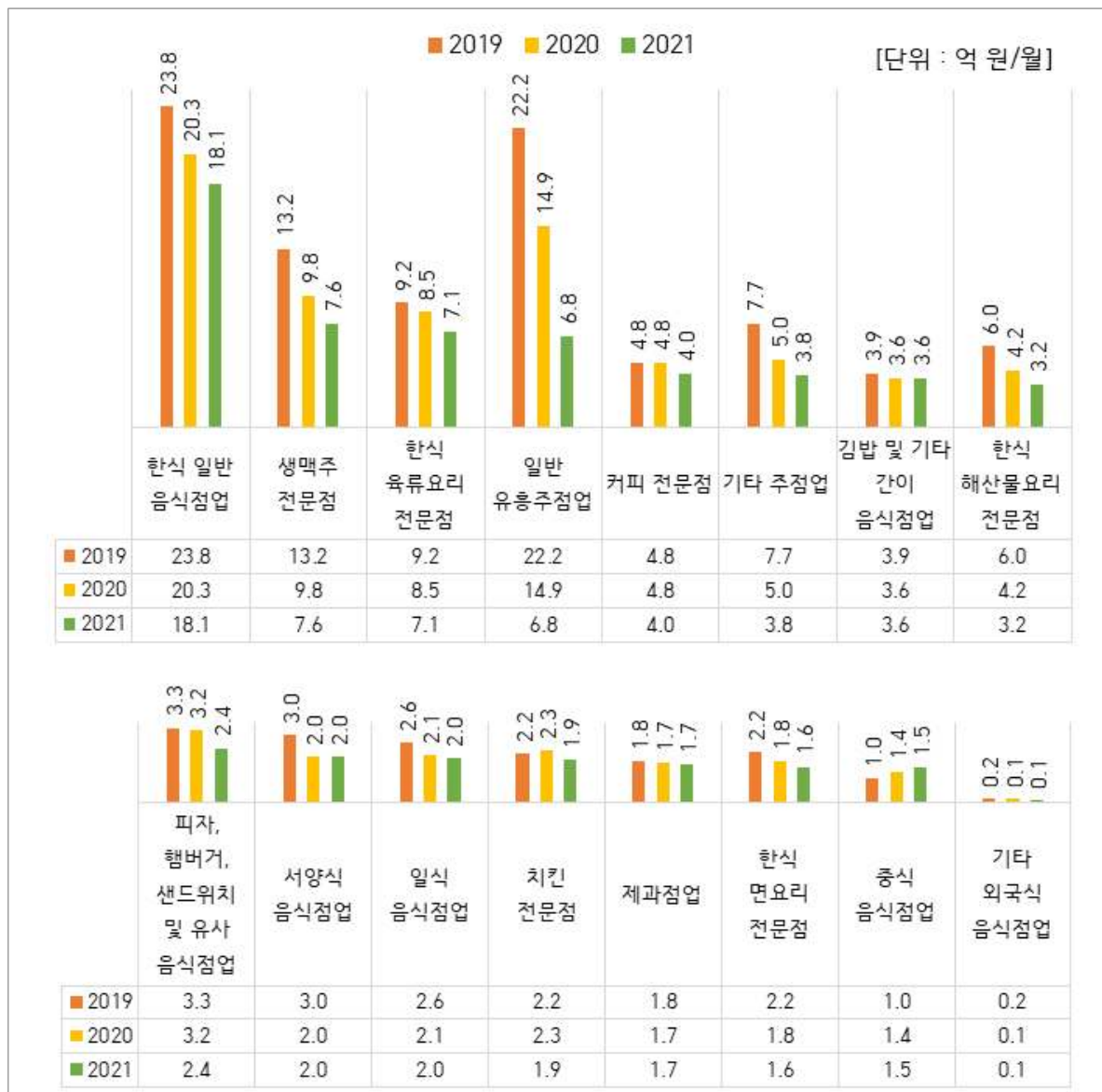


[그림 II-2] 왕조1동 상권 음식업 업종별 점포 수(2021년 10월 기준)

2. 업종별 현황

1) 총 매출액

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 2020년 기타 주점업, 일반 유흥주점, 한식 해산물요리, 서양식 업종이 30% 이상 감소했으며, 생맥주 전문점, 일식 업종도 20% 이상 감소한 것으로 집계됨
- 반면, 중국음식, 치킨 전문점, 커피 전문점은 수준을 유지하거나 소폭 성장함
- 2021년은 일반 유흥주점, 기타 주점, 생맥주 전문점, 한식 해산물요리는 지속적으로 감소했으며, 한식 육류요리, 커피 전문점, 기타 외국식, 한식 면요리, 치킨 전문점, 패스트푸드 업종도 감소세가 크게 나타남



[그림 II-2] 왕조1동 상권 음식업 업종별 총 매출액 변화

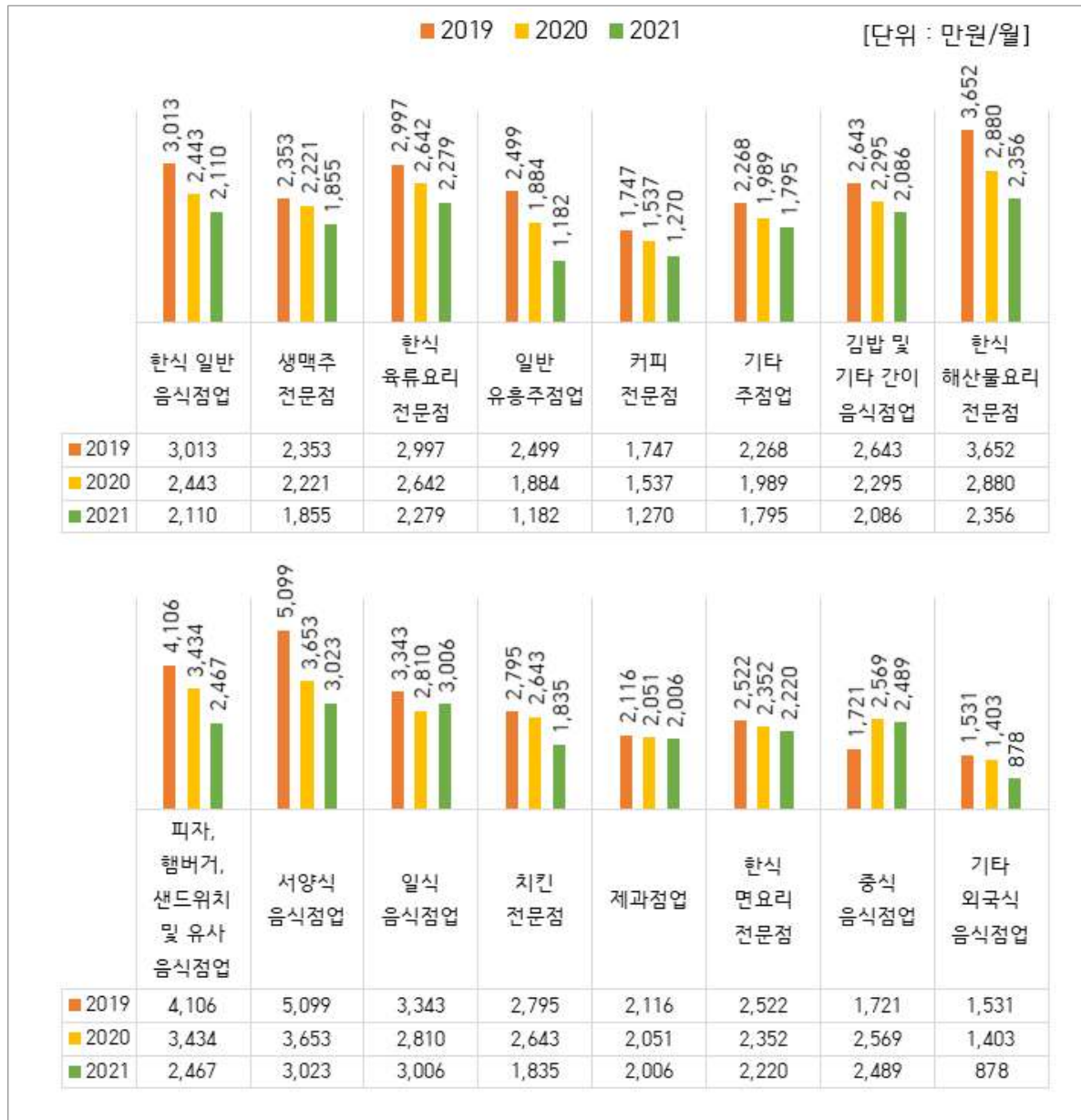
<표 II-2> 왕조1동 상권 음식점종별 총 매출액 변화

[단위 : 억 원/월, %]

구분	한식 일반	생맥주 전문점	한식 육류	일반 유흥주점	커피 전문점	기타 주점	분식	한식 해산물
2019년	23.8	13.2	9.2	22.2	4.8	7.7	3.9	6.0
2020년	20.3	9.8	8.5	14.9	4.8	5.0	3.6	4.2
2021년	18.1	7.6	7.1	6.8	4.0	3.8	3.6	3.2
19년 대비 20년	-14.8%	-26.2%	-7.5%	-32.9%	0.3%	-35.2%	-8.8%	-30.3%
20년 대비 21년	-10.8%	-21.7%	-16.8%	-54.6%	-17.3%	-22.7%	0.9%	-23.8%
구분	피자, 햄버거, 샌드위치	서양식	일식	치킨 전문점	제과점	한식 면요리	중식	기타 외국식
2019년	3.3	3.0	2.6	2.2	1.8	2.2	1.0	0.2
2020년	3.2	2.0	2.1	2.3	1.7	1.8	1.4	0.1
2021년	2.4	2.0	2.0	1.9	1.7	1.6	1.5	0.1
19년 대비 20년	-3.3%	-32.5%	-21.2%	4.7%	-3.0%	-18.2%	30.9%	-8.4%
20년 대비 21년	-24.7%	-0.7%	-6.3%	-16.7%	-3.4%	-14.7%	10.8%	-37.4%

2) 점포당 매출액

- 점포당 매출액은 2020년 서양식, 한식 해산물요리, 일반 유흥주점 업종에서 20% 이상 감소하였으며, 한식 일반음식점, 한식 육류요리, 커피 전문점, 기타 주점, 분식, 패스트푸드, 일식에서도 10% 이상 감소
- 2021년은 2020년보다 일반 유흥주점, 기타 외국식, 치킨 전문점, 패스트푸드에서 20% 이상 감소했으며, 한식 일반 음식점, 생맥주 전문점, 한식 육류요리, 커피 전문점, 한식 해산물요리, 서양식에서도 10% 이상 감소
- 일식과 중식 업종을 제외하고 저녁~밤 시간대 위주의 요리 전문점과 주점이 지속적인 감소세가 나타나고 있으며, 패스트푸드, 커피 전문점, 분식과 같은 간단한 음식 메뉴에서도 지속적인 감소 경향이 나타남 → 저녁~밤 시간대의 활성도가 떨어지면서 전체 음식업에 미치는 영향이 큰 것으로 분석됨



[그림 II-3] 왕조1동 상권 음식업종별 점포당 매출액 변화

<표 II-3> 왕조1동 상권 음식업종별 점포당 매출액 변화

[단위 : 만원/월, %]

구분	한식 일반	생맥주 전문점	한식 육류	일반 유흥주점	커피 전문점	기타 주점	분식	한식 해산물
2019년	3,013	2,353	2,997	2,499	1,747	2,268	2,643	3,652
2020년	2,443	2,221	2,642	1,884	1,537	1,989	2,295	2,880
2021년	2,110	1,855	2,279	1,182	1,270	1,795	2,086	2,356
19년 대비 20년	-18.9%	-5.6%	-11.8%	-24.6%	-12.0%	-12.3%	-13.1%	-21.1%
20년 대비 21년	-13.6%	-16.5%	-13.8%	-37.3%	-17.4%	-9.7%	-9.1%	-18.2%
구분	피자,햄 버거,샌 드위치	서양식	일식	치킨 전문점	제과점	한식 면요리	중식	기타 외국식
2019년	4,106	5,099	3,343	2,795	2,116	2,522	1,721	1,531
2020년	3,434	3,653	2,810	2,643	2,051	2,352	2,569	1,403
2021년	2,467	3,023	3,006	1,835	2,006	2,220	2,489	878
19년 대비 20년	-16.4%	-28.4%	-15.9%	-5.5%	-3.0%	-6.8%	49.3%	-8.4%
20년 대비 21년	-28.2%	-17.2%	6.9%	-30.6%	-2.2%	-5.6%	-3.1%	-37.4%

3. 업종 트렌드

- 업종별 경기 동향을 살펴보면 전반적인 음식업 시장규모가 감소하는 가운데 중식, 분식, 제과점 업종의 감소폭이 비교적 적게 나타나지만, 2020년 감소한 것보다 2021년 감소폭이 커지고 있어 상권 활성도가 크게 떨어진 것으로 나타남
- 일반 유흥주점, 생맥주 전문점, 기타 주점, 한식 해산물요리 전문점은 2020년에 이어 2021년에도 감소폭이 크게 나타나고 있으며, 패스트푸드, 기타 외국식, 커피 전문점 업종은 2020년보다 2021년 감소가 커지면서 아직 회복세를 보이지 못함

<표 II-4> 왕조1동 상권 업종별 경기 동향

[단위 : %]

구분	총 매출액 증감률		경기 동향	
	19년 대비20년	20년 대비21년	2020년	2021년
중식 음식점업	30.9%	-7.7%	대폭증가	소폭감소
김밥 및 기타 간이 음식점업	-8.8%	-15.9%	소폭감소	소폭감소
서양식 음식점업	-32.5%	-17.2%	대폭감소	소폭감소
제과점업	-3.0%	-19.5%	소폭감소	소폭감소
일식 음식점업	-21.2%	-21.9%	대폭감소	대폭감소
한식 일반 음식점업	-14.8%	-25.7%	소폭감소	대폭감소
한식 면요리 전문점	-18.2%	-28.9%	소폭감소	대폭감소
치킨 전문점	4.7%	-30.6%	소폭증가	대폭감소
한식 육류요리 전문점	-7.5%	-30.7%	소폭감소	대폭감소
커피 전문점	0.3%	-31.0%	소폭증가	대폭감소
생맥주 전문점	-26.2%	-34.7%	대폭감소	대폭감소
기타 주점업	-35.2%	-35.6%	대폭감소	대폭감소
한식 해산물요리 전문점	-30.3%	-36.5%	대폭감소	대폭감소
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	-3.3%	-37.2%	소폭감소	대폭감소
기타 외국식 음식점업	-8.4%	-47.8%	소폭감소	대폭감소
일반 유흥주점업	-32.9%	-62.2%	대폭감소	대폭감소

Ⅲ. 음식업 고객 분석

1. 전체 고객 현황

○ 왕조1동 상권의 음식업을 주로 이용하는 고객층은 30대 남성 > 40대 남성 > 50대 남성



[그림 Ⅲ-1] 왕조1동 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 이용비중(2021년 1~10월)

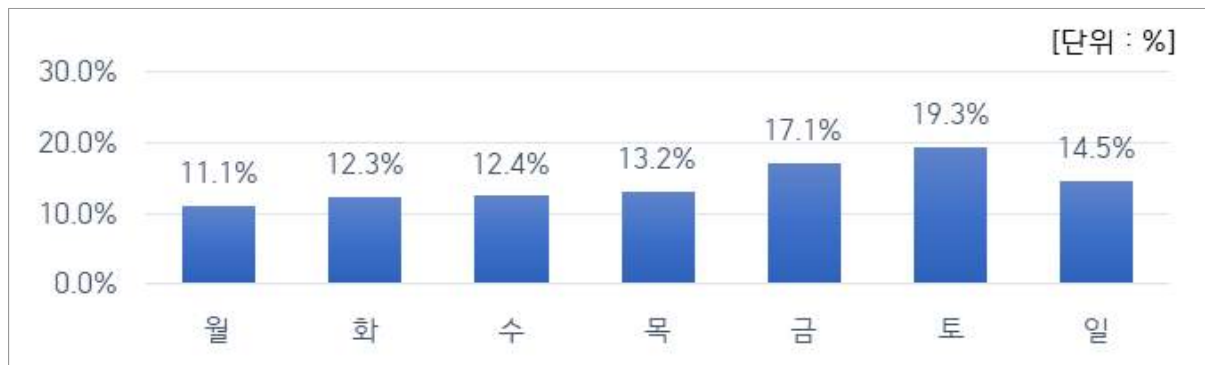
<표 Ⅲ-1> 왕조1동 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 비중

[단위 : %]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	11.2%	19.2%	17.9%	14.1%	4.6%
여성	8.1%	6.8%	8.9%	6.9%	2.3%

※ 신용카드사 기반 데이터이므로 20대 이하 연령층의 소비액이 실제보다 낮게 집계됨에 유의

○ 요일별로는 토요일 > 금요일 > 일요일 순으로 높게 나타남



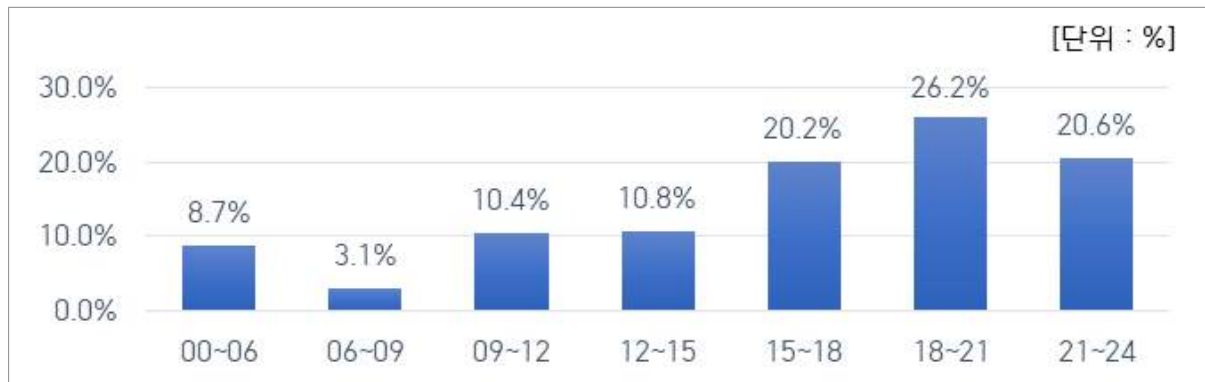
[그림 Ⅲ-2] 왕조1동 상권 음식업 이용고객 요일별 이용비중(2021년 1~10월)

<표 Ⅲ-2> 왕조1동 상권 음식업 이용고객 요일별 비중

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	11.1%	12.3%	12.4%	13.2%	17.1%	19.3%	14.5%

- 시간대별로는 오후 시간부터 활성화되기 시작하여 저녁~밤 시간대까지 이어지는 경향을 보임. 다른 상권보다 점심 시간대 비중이 낮고 밤~새벽 시간대 비중이 높음



[그림 Ⅲ-3] 왕조1동 상권 음식업 이용고객 시간대별 이용비중(2021년 1~10월)

<표 Ⅲ-3> 왕조1동 상권 음식업 이용고객 시간대별 비중

[단위 : %]							
구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	8.7%	3.1%	10.4%	10.8%	20.2%	26.2%	20.6%

2. 업종별 고객현황(2021년 1~10월)

1) 성/연령대별 비중

- 전반적으로 3~40대 남성이 주 고객층을 구성하고 있으며, 기타 외국식, 제과점, 중식, 패스트푸드에서 40대 여성, 한식 해산물 요리점에서 50대 남성이 주 고객층으로 나타남
- 한식 일반 음식점, 한식 육류요리, 커피 전문점, 서양식, 생맥주 전문점, 기타 주점에서 30대 남성 비중이 높고, 분식, 일식, 치킨, 한식 면요리, 일반 유흥주점 업종에서 40대 남성 비중이 높음
- 평균적인 업종별 연령대 구성비보다 치킨, 기타 주점, 커피, 제과, 한식 일반 음식점, 한식 육류요리 전문점에서는 20대 남성 비중이 높고, 서양식, 분식, 일반 유흥주점에서 20대 여성 비중이 높음. 기타 외국식, 중식, 패스트푸드는 주 고객층과 마찬가지로 40대 여성층이 평균 구성비보다 높게 나타남

<표 Ⅲ-4> 왕조1동 상권 음식점종별 성/연령대별 비중, 주요고객/특성고객

[단위 : %]

구분	20대 이하		30대		40대		50대		60대 이상		주요 고객	특성 고객
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여		
기타 외국식 음식점업	7.4	8.3	7.4	7.6	9.5	27.7	16.7	12.9	1.8	0.7	40대 여성	40대 여성
기타 주점업	20.8	12.8	23.4	6.8	15.2	4.4	8.1	4.1	3.6	0.8	30대 남성	20대 남성
김밥 및 기타 간이 음식점업	5.7	7.2	13.2	10.6	16.7	16.4	13.6	10.8	2.9	3.0	40대 남성	20대 여성
생맥주 전문점	19.4	11.9	32.3	5.6	16.6	3.4	5.5	2.7	1.4	1.2	30대 남성	30대 남성
서양식 음식점업	8.5	10.6	19.4	8.7	10.2	14.4	12.7	10.5	2.5	2.5	30대 남성	20대 여성
일반 유흥주점업	7.1	5.4	14.0	2.5	28.3	2.3	28.1	2.2	8.6	1.6	40대 남성	20대 여성
일식 음식점업	4.7	2.0	21.1	4.7	26.9	5.6	22.2	4.9	5.8	2.1	40대 남성	50대 남성
제과점업	4.1	6.2	11.0	10.3	15.6	18.2	11.0	13.2	6.2	4.3	40대 여성	20대 남성
중식 음식점업	7.5	12.2	11.9	6.8	12.3	21.3	11.9	10.3	2.7	3.0	40대 여성	40대 여성
치킨 전문점	8.6	6.1	13.8	6.0	20.4	12.2	15.1	10.8	4.5	2.4	40대 남성	20대 남성
커피 전문점	11.5	11.5	16.0	12.6	12.3	11.7	9.0	9.4	3.7	2.3	30대 남성	20대 남성
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	6.4	4.5	14.0	9.2	17.2	19.0	12.8	11.5	2.8	2.6	40대 여성	40대 여성
한식 면요리 전문점	7.8	7.5	17.8	8.8	17.9	11.0	13.7	8.9	3.0	3.6	40대 남성	30대 남성
한식 육류요리 전문점	12.3	7.7	20.6	7.4	19.1	8.7	12.5	6.1	3.9	1.6	30대 남성	20대 남성
한식 일반 음식점업	11.9	7.7	19.2	6.5	16.0	8.3	14.1	7.6	5.6	3.0	30대 남성	20대 남성
한식 해산물요리 전문점	7.0	4.8	15.2	4.6	20.3	9.4	22.3	7.5	6.3	2.7	50대 남성	30대 남성

2) 요일별 비중

- 요일별로는 서양식 음식점 일요일을 제외하고, 주점, 분식, 중식, 패스트푸드, 한식류는 토요일 비중이 가장 높았으며, 일식, 기타 외국식, 치킨, 커피, 제과점은 금요일 매출비중이 가장 높게 나타남
- 업종 평균 요일별 구성비 대비 분식, 기타 외국식, 패스트푸드, 한식 면요리 전문점은 평일(월~화요일) 비중이 더 높았으며, 한식 육류, 해산물 요리, 일식, 제과점, 치킨, 커피 전문점은 금요일, 한식 일반음식, 중식, 유흥주점, 생맥주 전문점은 토요일 비중이 높음

<표 Ⅲ-5> 왕조1동 상권 음식점종별 요일별 비중, 주요고객/특성고객

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일	주요 요일	특성 요일
기타 외국식 음식점업	16.2	13.7	13.8	10.4	19.0	17.6	9.4	금요일	월요일
기타 주점업	9.3	10.1	11.6	12.1	17.0	21.6	18.4	토요일	일요일
김밥 및 기타 간이 음식점업	13.7	12.5	14.0	13.0	15.1	18.3	13.3	토요일	월요일
생맥주 전문점	9.6	11.6	11.2	13.2	17.1	22.7	14.6	토요일	토요일
서양식 음식점업	8.9	12.9	12.0	11.9	13.9	20.2	20.3	일요일	일요일
일반 유흥주점업	8.8	12.0	11.6	14.6	17.3	20.8	14.9	토요일	토요일
일식 음식점업	10.1	11.8	13.6	12.7	23.4	18.7	9.7	금요일	금요일
제과점업	14.0	13.1	13.2	13.5	18.5	16.0	11.8	금요일	금요일
중식 음식점업	12.0	11.7	12.5	12.4	15.4	19.0	17.0	토요일	토요일
치킨 전문점	11.6	10.2	13.8	15.1	19.3	16.8	13.1	금요일	금요일
커피 전문점	12.7	13.5	13.7	13.9	16.4	15.7	14.1	금요일	금요일
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	12.6	13.9	11.8	13.3	14.4	17.2	16.7	토요일	화요일
한식 면요리 전문점	13.3	15.4	14.0	15.4	16.5	16.1	9.4	금요일	화요일
한식 육류요리 전문점	11.3	12.9	12.0	13.1	17.8	17.9	15.0	토요일	금요일
한식 일반 음식점업	11.7	12.4	12.7	12.8	17.1	19.4	13.9	토요일	토요일
한식 해산물요리 전문점	9.9	12.8	12.3	12.3	17.6	20.1	14.9	토요일	금요일

3) 시간대별 비중

- 시간대별로는 점심, 오후, 저녁, 밤 시간대 활성화 되는 업종이 골고루 나타나는데, 점심 시간대는 서양식, 중식, 기타 외국식, 커피, 제과점 업종, 오후 시간대는 분식, 패스트푸드, 한식 면요리, 한식 육류요리 업종, 저녁 시간대는 일식, 치킨, 한식 일반음식, 한식 해산물 요리 업종, 밤 시간대는 생맥주 전문점, 기타 주점, 일반 유흥주점 업종이 나타남
- 평균적인 시간대별 구성비보다 전체적으로 낮은 시간대 비중이 높은 편이며, 피크타임의 분포가 업종마다 다르게 나타나 상권의 집중도는 떨어지는 편이나, 안정적으로 구성됨

<표 Ⅲ-6> 왕조1동 상권 음식업종별 시간대별 비중, 주요고객/특성고객

[단위 : %]

구분	00~06	06~09	09~12	12~15	15~18	18~21	21~24	주요시간	특성시간
기타 외국식 음식점업	0.0	1.3	31.5	33.4	23.1	10.0	0.8	12~15시	12~15시
기타 주점업	17.8	0.9	0.8	1.4	12.5	29.8	37.0	21~24시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	2.4	9.0	22.6	23.2	23.2	15.4	4.3	15~18시	09~12시
생맥주 전문점	16.9	0.1	0.5	0.5	8.8	32.3	40.9	21~24시	21~24시
서양식 음식점업	0.8	0.7	24.4	28.4	24.4	17.4	4.0	12~15시	12~15시
일반 유흥주점업	24.2	1.1	0.3	0.4	4.1	28.4	41.4	21~24시	00~06시
일식 음식점업	2.2	0.2	0.9	2.1	30.8	41.0	22.8	18~21시	18~21시
제과점업	1.9	13.7	20.5	25.1	22.0	13.5	3.3	12~15시	18~21시
중식 음식점업	0.1	6.3	25.0	26.8	24.5	15.7	1.7	12~15시	15~18시
치킨 전문점	4.2	0.5	3.7	9.8	27.1	35.4	19.2	18~21시	21~24시
커피 전문점	2.6	9.6	23.4	24.6	18.8	14.0	6.9	12~15시	18~21시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	0.1	6.3	20.4	25.5	27.0	16.5	4.1	15~18시	15~18시
한식 면요리 전문점	0.6	3.6	21.6	17.7	24.0	23.2	9.2	15~18시	18~21시
한식 육류요리 전문점	4.7	0.8	5.3	6.4	34.3	32.4	16.2	15~18시	21~24시
한식 일반 음식점업	7.7	3.4	13.7	11.7	21.0	24.8	17.7	18~21시	21~24시
한식 해산물요리 전문점	4.6	0.4	5.9	6.3	29.3	35.8	17.6	18~21시	18~21시

3. 고객 트렌드

1) 전체 외식고객

- 왕조1동 상권의 음식점 고객비중은 전년대비 40대 남성 > 30대 남성 순으로 감소했으며, 40대 여성 > 50대 여성 순으로 증가



[그림 Ⅲ-4] 왕조1동 상권 음식점 이용고객 성/연령대별 고객변화('20년 대비 '21년)

<표 Ⅲ-7> 왕조1동 상권 음식점 이용고객 성/연령대별 고객변화(전년대비)

p[단위 : %p]					
구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	-0.2%p	-0.3%p	-1.9%p	0.7%p	0.2%p
여성	0.1%p	0.1%p	0.9%p	0.4%p	0.1%p

- 요일별로는 금요일 > 화요일 이용비중이 증가했고, 일요일과 수요일 이용비중 감소



[그림 Ⅲ-5] 왕조1동 상권 음식점 이용고객 요일별 고객변화('20년 대비 '21년)

<표 Ⅲ-8> 왕조1동 상권 음식점 이용고객 요일별 고객변화(전년대비)

[단위 : %p]							
구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	0.2%p	0.2%p	-0.4%p	-0.2%p	1.6%p	-0.1%p	-1.3%p

- 시간대별로는 새벽시간대(00~06시)와 점심시간대(12~15시) 이용률이 크게 증가했으며, 오후시간대(15~18시)와 밤 시간대(21~24시) 이용률 감소



[그림 Ⅲ-6] 왕조1동 상권 음식점 이용고객 시간대별 고객변화('20년 대비 '21년)

<표 Ⅲ-9> 왕조1동 상권 음식점 이용고객 시간대별 고객변화(전년대비)

[단위 : %p]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	7.3%p	-0.3%p	-2.3%p	4.5%p	-4.0%p	-1.4%p	-3.8%p

2) 업종별 이용고객

- 대부분의 업종에서 3~40대 남성 비중이 높은 왕조1동 상권은 최근 4~50대 여성 비중이 늘어나고 있으며, 특히 중식, 기타 외국식, 커피, 패스트푸드 업종(이상 40대 여성), 분식, 치킨, 한식 육류, 해산물 요리 업종(이상 50대 여성)에서 두드러짐
- 전년 대비 커피, 치킨, 중식, 한식 육류요리, 일식, 제과점 등에서 금요일 비중이 올랐으며, 생맥주 전문점, 기타 주점, 패스트푸드, 서양식 업종은 화요일 비중이 증가함. 분식, 한식 일반 음식, 기타 외국식은 토요일 비중 증가
- 한식 육류, 해산물 요리, 일식, 치킨, 제과점에서 밤 시간대 매출비중이 다시 증가하였으며, 생맥주 전문점, 기타 주점업, 일반 유흥주점업에서는 새벽 시간대 매출도 다시 증가함. 한식 일반 음식, 한식 면요리, 중식, 서양식, 기타 외국식, 커피 업종은 점심 시간대 매출비중 증가

<표 Ⅲ-10> 왕조1동 상권 음식점종별 고객변화(전년대비)

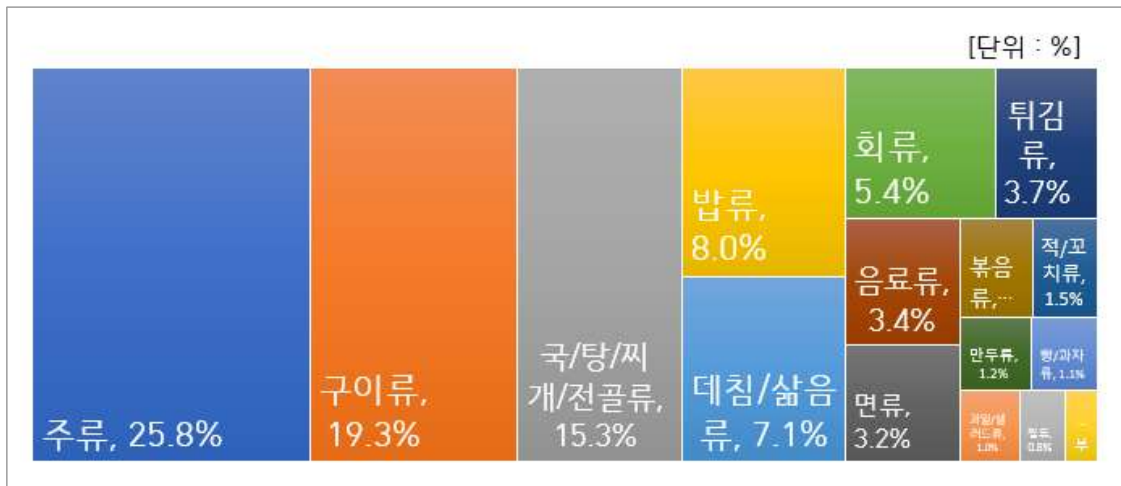
구분	성/연령대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		요일별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		시간대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)	
	증감률 최고	증감률 최저	증감률 최고	증감률 최저	증감률 최고	증감률 최저
기타 외국식 음식점업	40대여성	50대여성	토요일	목요일	12~15시	09~12시
기타 주점업	40대남성	20대남성	화요일	토요일	00~06시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	50대여성	30대여성	토요일	화요일	18~21시	09~12시
생맥주 전문점	30대남성	50대여성	화요일	일요일	00~06시	18~21시
서양식 음식점업	20대여성	40대남성	화요일	토요일	12~15시	09~12시
일반 유흥주점업	50대남성	30대남성	금요일	일요일	00~06시	21~24시
일식 음식점업	50대남성	40대여성	금요일	목요일	21~24시	18~21시
제과점업	60대 이상 남성	50대여성	금요일	목요일	21~24시	06~09시
중식 음식점업	40대여성	40대남성	금요일	수요일	12~15시	09~12시
치킨 전문점	50대여성	30대남성	금요일	일요일	21~24시	15~18시
커피 전문점	40대여성	20대여성	금요일	토요일	12~15시	09~12시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	40대여성	30대여성	화요일	일요일	18~21시	09~12시
한식 면요리 전문점	30대여성	60대 이상 남성	목요일	일요일	12~15시	09~12시
한식 육류요리 전문점	50대여성	40대남성	금요일	목요일	21~24시	15~18시
한식 일반 음식점업	20대남성	40대남성	토요일	일요일	12~15시	15~18시
한식 해산물요리 전문점	50대여성	30대여성	일요일	월요일	21~24시	15~18시

Ⅳ. 음식업 메뉴분석

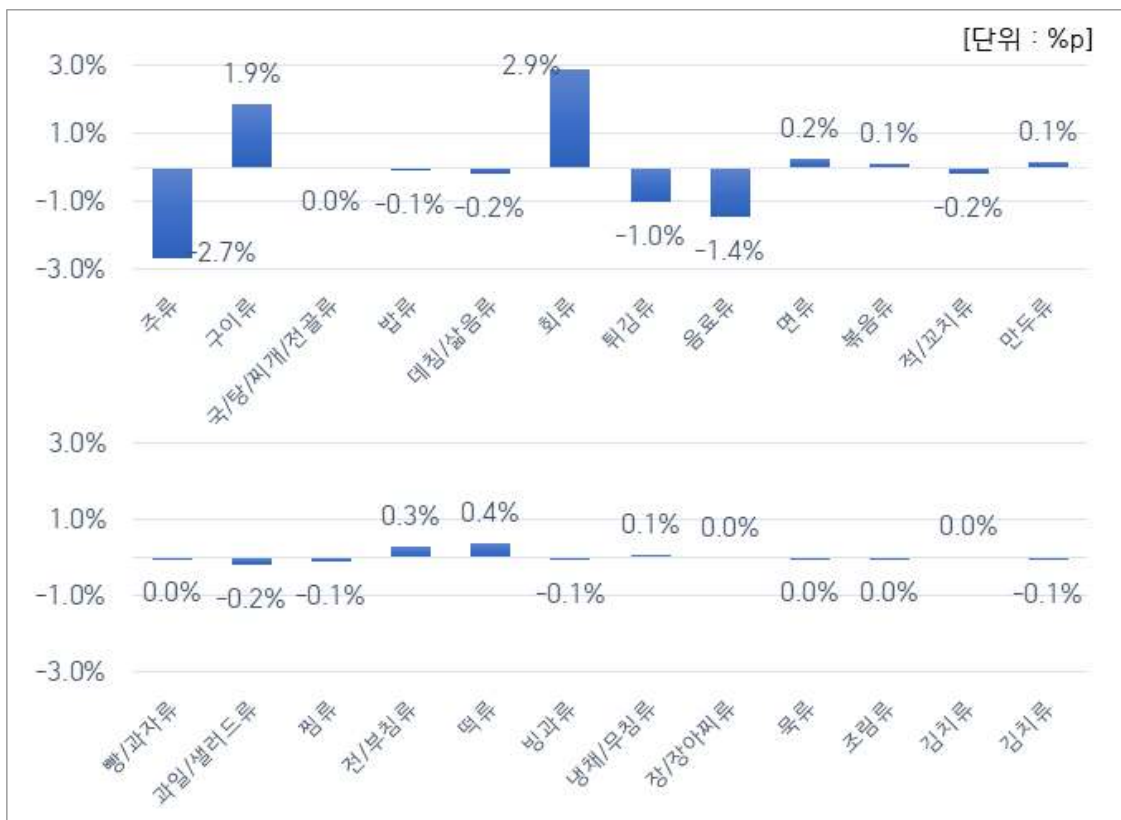
1. 주요 메뉴현황

1) 범주별 판매비중

- 왕조1동 상권은 주류 판매비중이 가장 높고, 구이류(19%) > 국/탕/찌개/전골류(15%) > 밥류(8%) > 데침/삶음류(7%) 순으로 매출 비중이 높음



[그림 IV-1] 왕조1동 상권 음식업 범주별 이용비중(2021년 1~10월)



[그림 IV-2] 왕조1동 상권 음식업 범주별 이용비중 변화('20년 대비 '21년)

- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 주류(-2.7%p)였으며, 음료류(-1.4%p), 튀김류(-1.0%p) 순으로 감소
- 반면, 회류(2.9%p), 구이류(1.9%p), 떡류(0.4%p), 전/부침류(0.3%p) 순으로 판매비중 증가 → 주류보다 요리(안주) 위주로 판매 비중 증가

2) 판매액 기준 주요메뉴 현황

- 왕조1동 상권의 음식점 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 소주 > 병맥주 > 족발 > 백반 > 소갈비 순이었으며, 2020년 맥주와 곱창, 백반, 삼겹살, 보쌈 등이 감소하였으나, 2021년은 전체적으로 회복세를 보임
- 지속적으로 증가하는 메뉴는 샤브샤브, 돈가스, 김치찌개, 족발, 치킨 등이었으며, 모듬회, 소갈비, 보쌈, 삼겹살, 갈비탕 메뉴는 2021년 급증한 것으로 집계됨

<표 IV-1> 왕조1동 상권 주요메뉴 1~20위 판매액 변화(표본점포)

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매액	2020년 판매액	2021년 판매액 (추정)	20년 증감률	21년 증감률 (연간 환산)
소주	1,140,957,000	1,666,318,500	2,479,046,520	46.0%	48.8%
병맥주(국산)	1,681,785,000	1,110,831,500	1,344,022,080	-33.9%	21.0%
족발	724,824,000	889,676,000	1,319,212,800	22.7%	48.3%
백반	1,003,827,000	650,022,000	923,973,840	-35.2%	42.1%
소갈비	418,450,100	400,759,000	662,894,400	-4.2%	65.4%
생맥주(국산)	611,016,000	396,819,600	459,942,960	-35.1%	15.9%
갈비탕	383,779,000	310,888,000	457,083,600	-19.0%	47.0%
삼겹살	359,660,800	283,235,300	454,814,640	-21.2%	60.6%
치킨	258,987,600	347,983,200	373,232,040	34.4%	7.3%
모듬회	90,769,000	88,338,500	351,590,400	-2.7%	298.0%
병맥주(수입)	441,482,000	245,708,500	325,125,840	-44.3%	32.3%
돼지갈비	255,472,700	250,245,000	320,806,560	-2.0%	28.2%
탄산음료	140,764,800	212,760,500	307,951,080	51.1%	44.7%
소곱창구이	366,728,200	215,679,700	191,588,160	-41.2%	-11.2%
샤브샤브	31,197,000	78,877,000	181,289,520	152.8%	129.8%
아메리카노	114,142,000	193,171,800	175,375,800	69.2%	-9.2%
돈가스	49,308,600	92,490,300	156,496,320	87.6%	69.2%
곱창	122,130,000	118,314,000	151,238,400	-3.1%	27.8%
고기보쌈/수육	104,643,800	83,854,700	136,856,400	-19.9%	63.2%
김치찌개	55,377,600	71,217,200	118,836,840	28.6%	66.9%

2. 음식업 물가(판매액 기준 20위 메뉴)

- 샤브샤브, 김치찌개, 소곱창구이, 치킨, 백반, 모듬회 메뉴는 2020년에 이어 2021년에도 지속적으로 단가가 증가하고 있으며, 특히 샤브샤브, 아메리카노, 모듬회 메뉴의 판매단가 증가율이 높게 나타남
- 국산/수입 병맥주 판매단가는 지속적으로 감소했으며, 보쌈/수육 메뉴의 단가가 20% 이상 감소. 평균적인 메뉴별 판매단가는 2020년 5.4%, 2021년 3.6% 증가함

<표 IV-2> 왕조1동 상권 주요메뉴 판매단가 변화(표본점포 대상)

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가 (1~10월)	20년 증감률	21년 증감률
소주	4,143	4,287	4,270	3.5%	-0.4%
병맥주(국산)	8,458	5,730	5,015	-32.3%	-12.5%
족발	36,054	36,837	36,436	2.2%	-1.1%
백반	25,610	26,457	29,182	3.3%	10.3%
소갈비	18,372	19,109	19,000	4.0%	-0.6%
생맥주(국산)	3,179	3,206	3,264	0.8%	1.8%
갈비탕	12,795	13,267	13,083	3.7%	-1.4%
삼겹살	11,364	11,535	11,491	1.5%	-0.4%
치킨	13,432	14,556	14,986	8.4%	3.0%
모듬회	37,277	38,325	44,958	2.8%	17.3%
병맥주(수입)	8,834	8,331	7,233	-5.7%	-13.2%
돼지갈비	24,412	19,357	25,223	-20.7%	30.3%
탄산음료	1,840	1,946	1,930	5.8%	-0.8%
소곱창구이	12,811	15,072	15,929	17.6%	5.7%
샤브샤브	9,394	18,141	23,488	93.1%	29.5%
아메리카노	2,391	2,213	2,774	-7.5%	25.4%
돈가스	7,565	7,890	7,808	4.3%	-1.0%
곰탕	18,000	18,000	18,108	0.0%	0.6%
고기보쌈/수육	35,104	36,762	28,146	4.7%	-23.4%
김치찌개	9,919	11,685	11,988	17.8%	2.6%

3. 메뉴 트렌드

* POS사 표본점포의 통계자료이므로 상권 전체 음식점의 메뉴 판매액/증감률이 아님에 유의

- 한식 일반 음식점업에서 주로 판매되는 메뉴는 2020년 백반 > 갈비탕 > 곰탕 > 소주 > 보쌈/수육 순이었으나, 2021년 설렁탕 메뉴 판매액이 급증하면서 1위를 차지했으며, 백반, 갈비탕 판매액도 크게 증가함. 주류와 안주류 대신 떡갈비, 도가니탕 등 일반 식사 메뉴가 순위권에 오름

<표 IV-3> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 한식 일반 음식점업
[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	백반	54,168,500	설렁탕	94,641,500
2	갈비탕	12,417,333	백반	76,711,200
3	곰탕	9,859,500	갈비탕	16,228,800
4	일반소주	6,034,333	떡갈비	13,869,000
5	고기보쌈/수육	5,799,583	도가니탕	13,790,600

- 한식 육류요리 전문점에서는 족발 > 갈비구이 > 소주 > 돼지고기구이 > 곱창/대창/막창/양구이 순으로 판매되었으며, 2021년에도 족발, 갈비구이, 돼지고기구이 순위는 유지 및 판매액이 증가하였으나, 곱창/대창/막창/양구이 메뉴가 떨어지고 새롭게 소고기구이 메뉴가 순위권에 진입

<표 IV-4> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 한식 육류요리 전문점
[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	족발	73,986,083	족발	109,907,400
2	갈비구이	54,250,333	갈비구이	81,905,480
3	일반소주	35,074,667	소고기구이	78,591,010
4	돼지고기구이	23,325,842	돼지고기구이	52,511,690
5	곱창/대창/양구이	17,885,892	일반소주	48,132,200

- 한식 해산물요리 전문점에서는 일반소주 > 생선회 > 맥주 > 돌솥비빔밥 > 음료 순으로 판매되었으나, 2021년 생선회 메뉴 판매액이 급증하였으며, 소주와 맥주 판매액도 동시에 증가함. 새롭게 해물찜과 생선찌개 메뉴가 순위권에 오르면서 해산물요리 전문점이 강세임을 나타냄

<표 IV-5> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 한식 해산물요리 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	9,637,083	생선회	51,338,800
2	생선회	7,312,583	일반소주	27,166,900
3	국산병맥주	3,393,000	국산병맥주	9,887,600
4	돌솥비빔밥	629,000	해물찜	8,376,900
5	탄산음료	532,375	생선찌개	7,954,000

- 중식 음식점업은 외식보다는 배달로 판매되는 형태를 보였으며, 일반 매장에서는 주류를 위주로 판매되었으나, 2021년 양꼬치, 휘귀 등 일반 중국음식점이 아닌 양꼬치, 마라탕, 휘귀 전문점이 등장하여 판매액이 새롭게 집계되고 있음

<표 IV-6> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 중식 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	734,625	양꼬치	2,321,800
2	수입병맥주	309,750	일반/기타전골	1,204,000
3	국산병맥주	308,625	일반소주	1,176,650
4	탄산음료	73,667	짬뽕	849,400
5	탕수육	34,500	휘귀	824,600

- 일식 음식점업은 2020년 집계되는 표본 점포가 없었으나, 2021년 생선회, 오코노미야끼, 소바와 주류를 위주로 판매하는 점포가 집계되기 시작함

<표 IV-7> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 일식 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	-	-	생선회	8,001,500
2	-	-	오코노미야끼	2,192,000
3	-	-	소바	1,524,950
4	-	-	일반소주	1,448,700
5	-	-	국산병맥주	946,700

- 서양식 음식점업도 일식과 마찬가지로 2020년은 집계되는 점포가 없었으나, 2021년 신규로 발생했으며, 와인 > 크림파스타 > 치즈샐러드 > 맥주 > 피자 순으로 판매액이 집계됨

<표 IV-8> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 서양식 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	-	-	와인	1,327,000
2	-	-	크림파스타	948,600
3	-	-	치즈샐러드	846,300
4	-	-	수입병맥주	593,000
5	-	-	일반/기타피자	486,000

- 2021년 새롭게 집계되는 기타 외국식 음식점업에서는 카레라이스 > 동남아식볶음밥 > 볶음
쌀국수 > 맥주 > 베트남식야채볶음 메뉴 순으로 판매됨

<표 IV-9> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 기타 외국식 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	-	-	카레라이스	1,202,500
2	-	-	동남아식볶음밥	704,000
3	-	-	볶음쌀국수	572,800
4	-	-	국산병맥주	376,000
5	-	-	베트남식야채볶음	240,000

- 김밥 및 기타 간이 음식점업에서는 돈가스 > 김밥 > 돌솥비빔밥 > 떡볶이 > 우동 순으로
판매되었으나, 2021년 쫄면 메뉴 판매액이 증가하여 1위를 차지했으며, 돈가스, 김밥 판매
액이 증가하고 새롭게 만두 메뉴가 순위권에 진입함

<표 IV-10> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 김밥 및 기타 간이 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	돈가스	4,918,000	쫄면	11,868,400
2	일반/기타김밥	2,738,583	돈가스	10,432,600
3	돌솥비빔밥	1,786,167	돼지고기만두	7,752,850
4	떡볶이	1,495,208	비빔만두	4,754,850
5	우동	1,378,083	일반/기타김밥	4,462,450

- 간이음식 포장판매 전문점에서는 피자를 주로 취급하는 간이 주점이 집계되고 있었으나, 2021년 호떡과 아이스크림 메뉴가 새롭게 순위권에 오름

<표 IV-11> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 간이음식 포장판매 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	수입병맥주	2,706,208	수입병맥주	10,362,750
2	일반소주	871,500	호떡	6,393,200
3	국산병맥주	441,750	일반소주	3,083,400
4	페퍼로니피자	279,833	국산병맥주	1,837,800
5	불고기/주물럭	239,000	바닐라/ 우유아이스크림	897,400

- 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업에서는 2020년 커피 메뉴 외 크게 판매된 메뉴가 없었으나, 2021년 피자과 핫도그 메뉴 판매액이 집계되기 시작함

<표 IV-12> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	아메리카노/에스프레소	505,167	일반/기타피자	1,787,670
2	국산병맥주	81,667	일반/기타핫도그	880,100
3	라면	67,958	치즈핫도그	707,000
4	일반소주	65,417	불고기/주물럭	362,310
5	탄산음료	57,875	불고기피자	274,400

- 일반 유흥주점에서는 2020년 수입/국산 병맥주 위주로 판매되었으나, 2021년 위스키 메뉴 판매액이 급증하여 1위를 차지하였으며, 맥주 외에 꼬냑, 보드카 등 양주 메뉴가 새롭게 순위에 등장함

<표 IV-13> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 일반 유흥주점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	수입병맥주	8,445,083	위스키	15,902,000
2	국산병맥주	7,332,333	수입병맥주	9,090,800
3	일반소주	2,234,583	국산병맥주	4,389,000
4	탄산음료	152,250	꼬냑	1,494,000
5	불고기피자	35,000	보드카	1,086,000

- 생맥주 전문점에서는 2020년에 비해 2021년 맥주 판매액이 증가했으나, 소주 판매액이 가장 크게 증가하면서 순위가 바뀌었으며, 건어물구이가 새롭게 순위에 등장하였고 치킨 판매액도 증가한 것으로 집계됨

<표 IV-14> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 생맥주 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	국산병맥주	32,313,208	일반소주	57,082,000
2	국산생맥주	28,955,550	국산병맥주	43,070,040
3	일반소주	9,533,667	국산생맥주	35,119,930
4	치킨	8,673,025	건어물구이	14,533,270
5	수입병맥주	6,624,042	치킨	13,745,360

- 기타 주점업에서는 일반소주 > 병맥주 > 탄산음료 > 치킨 > 김치찌개 순으로 판매액이 높았으나, 2021년 소주와 맥주, 탄산음료와 치킨 판매액이 모두 감소했으며, 육류꼬치 안주 메뉴가 새롭게 순위권에 진입함

<표 IV-15> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 기타 주점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	73,303,333	일반소주	60,780,460
2	국산병맥주	30,954,458	국산병맥주	25,849,250
3	탄산음료	9,023,458	일반육류꼬치	8,910,370
4	치킨	8,282,258	탄산음료	7,372,500
5	김치찌개	3,623,350	치킨	5,005,130

- 치킨 전문점에서는 2020년과 2021년 비슷한 수준으로 치킨 메뉴가 판매된 것에 비해 닭고기구이, 돼지고기구이 등 구이류의 다른 메뉴판매액이 증가하여 순위권에 올랐고, 주류 판매액도 소폭 증가함

<표 IV-16> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 치킨 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	치킨	11,947,942	치킨	11,542,500
2	국산생맥주	1,061,833	닭고기구이	7,211,600
3	일반소주	775,750	돼지고기구이	2,185,800
4	국산병맥주	491,333	일반소주	1,327,900
5	탄산음료	331,083	국산병맥주	1,186,600

- 커피 전문점에서는 아메리카노의 판매액이 소폭 감소했으나, 라떼 판매액이 크게 증가했으며, 에이드, 식빵, 과실차 등 새로운 메뉴가 순위권에 진입함

<표 IV-17> 2020~2021 왕조1동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 커피 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	아메리카노/에스프레소	15,424,733	아메리카노/에스프레소	14,974,190
2	라떼	2,028,783	라떼	5,730,410
3	떡볶이	102,417	에이드	2,181,130
4	탄산음료	83,250	식빵	1,835,900
5	국산병맥주	52,833	과실차	1,355,880

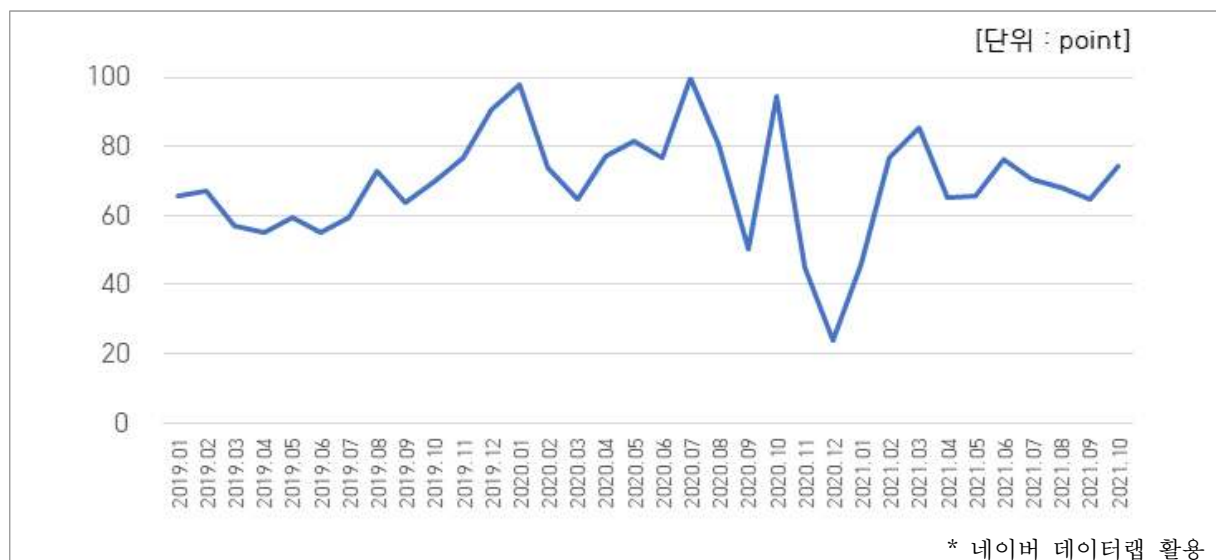
<표 V-1> 왕조1동 음식업 상품&메뉴 연관키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년 (1~10월)	언급량
1	삼겹살	418	고기	74	케이크	28
2	고기	386	삼겹살	62	고기	9
3	김치	256	치킨	61	브런치	8
4	찌개	256	케이크	34	수비드스테이크	8
5	김치찌개	227	곱창	33	치킨	5
6	치킨	162	파스타	31	배	5
7	맥주	122	샌드위치	23	스테이크	4
8	샌드위치	111	천사곱창	22	야채	4
9	소주	106	샐러드	20	볶음밥	4
10	돼지	100	디저트	19	파스타	4
11	볶음밥	82	참치	18	샐러드	4
12	생맥주	82	소스	16	햄버거	3
13	야쿠르트	72	코로나	15	후라이드	3
14	피자	70	닭발	15	튀김	3
15	양꼬치	68	회	14	수제버거	3

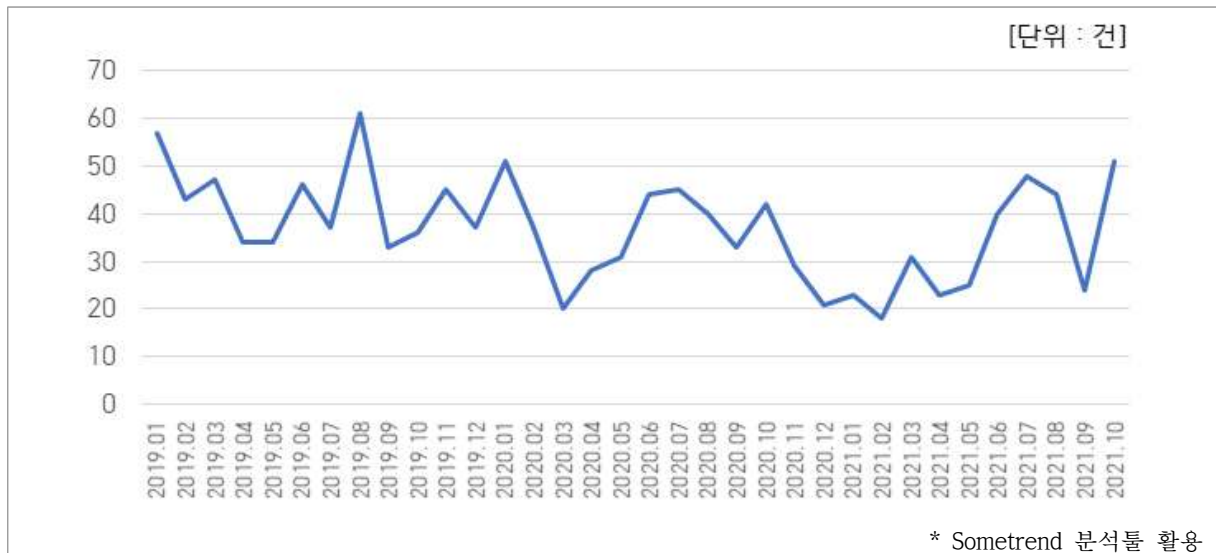
2. 키워드 검색 및 언급량 시계열 변화

- 왕조1동 음식점(‘순천조례동맛집’, ‘조례동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2021년 10월까지 집계한 결과 2020년 12월 최저를 기록하고 2021년 1~2월 낮았던 것을 제외하면, 유사한 수준을 유지하는 것으로 나타남



[그림 V-2] 왕조1동 음식점 관련 검색어 네이버 검색량 변화

- 왕조1동 음식점(‘순천조례동맛집’, ‘조례동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 2019년 8월 61건으로 가장 많았으며, 2021년 상반기까지 감소했다가 7~8월 다시 증가한 것으로 집계됨



[그림 V-3] 왕조1동 음식점 관련 검색어 블로그 언급량 변화

3. 키워드 속성 분석

- 왕조1동 음식점(‘순천조례동맛집’, ‘조례동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 속성 키워드는 2021년(1~10월) 기준으로 ‘맛’에 대한 중요도가 가장 높은 것으로 나타났으며, ‘친절하다’, ‘감사하다’와 같이 서비스와 관련된 요소가 영향을 미치고 있음



[그림 V-4] 왕조1동 음식점 관련 속성 키워드 분석(2021년 1~10월)

- 2019년은 기본적인 ‘맛’에 대한 표현 키워드를 주로 발견할 수 있으며, ‘분위기 좋다’, ‘깔끔하다’ 등 가게 내부 환경과 관련된 언급량이 순위권에 있음
- 2020년도 2019년과 유사한 선택 요소가 반영되고 있으나, 새롭게 ‘매콤하다’, ‘고소하다’와 같은 맛에 대한 요소가 새롭게 등장함
- 2021년도 2019~2020년과 유사한 키워드를 발견할 수 있으며, 큰 변화 없이 Product(제품)와 People(사람/서비스) 요소가 크게 작용하고 있음

<표 V-2> 왕조1동 음식점 관련 주요 속성키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년 (1~10월)	언급량
1	맛있다	334	맛있다	249	맛있다	149
2	좋다	277	잘하다	193	좋다	92
3	먹고싶다	58	좋다	177	반하다	60
4	분위기 좋다	55	추천하다	37	좋아하다	35
5	좋아하다	49	맛나다	37	먹고싶다	33
6	감사하다	44	먹고싶다	36	즐기다	23
7	싸다	40	좋아하다	36	감사하다	21
8	소통하다	40	잘먹다	33	친절하다	17
9	맛나다	39	감사하다	28	잘먹다	17
10	즐기다	34	예쁘다	19	추천하다	17
11	잘먹다	27	맛있는 곳	18	깔끔하다	12
12	추천하다	22	깔끔하다	17	맵다	11
13	다양한 정보	22	매콤하다	17	편하다	11
14	존맛탱	21	고소하다	16	시원하다	10
15	깔끔하다	20	분위기 좋다	16	싸다	10