

# 전국 주요상권 트렌드 분석 보고서

## ⑩ 경남 창원 중앙동 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(2021년 1~9월) .....	26
3. 고객 트렌드 .....	30
Ⅳ. 음식업 메뉴분석 .....	33
1. 주요 메뉴현황 .....	33
2. 음식업 물가(판매액 기준 20위 메뉴) .....	35
3. 메뉴 트렌드 .....	36
Ⅴ. 키워드 분석 .....	45
1. 연관 키워드(상품&메뉴 범주) .....	45
2. 키워드 검색 및 언급량 시계열 변화 .....	46
3. 키워드 속성 분석 .....	47

## 〈분석요약〉

### 1. 상권개요

- 경남 창원시 중앙동 상권은 창원시청, 창원광장, 롯데백화점 창원점 하단으로 발달한 상권이며, 서울/경기, 6대 광역시 주요 상권과 유사한 시장규모를 보일 정도로 큰 상권으로 꼽을 수 있음. 음식업과 숙박업이 밀집하여 저녁~밤 시간대 활성화도가 높은 특징을 보임
- 중앙동 상권의 용도에 따른 상권유형은 복합상업지이며, 오피스가 유형과 복합됨
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m/1000m의 주변지역과 비교했을 때, 중앙동 상권은 상업지 기능이 강하며, 외곽으로 갈수록 주거 기능이 강하게 나타남
- 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 음식업의 비중이 7.9%p 높아 음식업 특화상권(먹자골목)으로 규정할 수 있으며, 보완적인 여가/오락 업종과 의료/건강업 비중이 높음
- 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 유흥주점 4.2%p, 숙박 2.6%p, 한식 2.5%p 높아 주점과 숙박업소 비중이 높은 유흥상권으로 규정됨  
→ 중앙동 상권의 특성업종은 ‘유흥주점, 숙박업소, 한식’ 업종으로 규정됨
- 중앙동 상권의 유동인구는 메인 대로변 주변과 외곽지역의 차이가 크며 이면도로까지 유동인구가 많은 편이나, 외곽에서 급격하게 감소하는 특징을 보임
- 중앙동 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 1조 3,077억, 2020년 1조 4,104억, 2021년(추정) 1조 4,374억으로 집계되어 2020년 7.9%, 2021년 1.9% 증가(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)

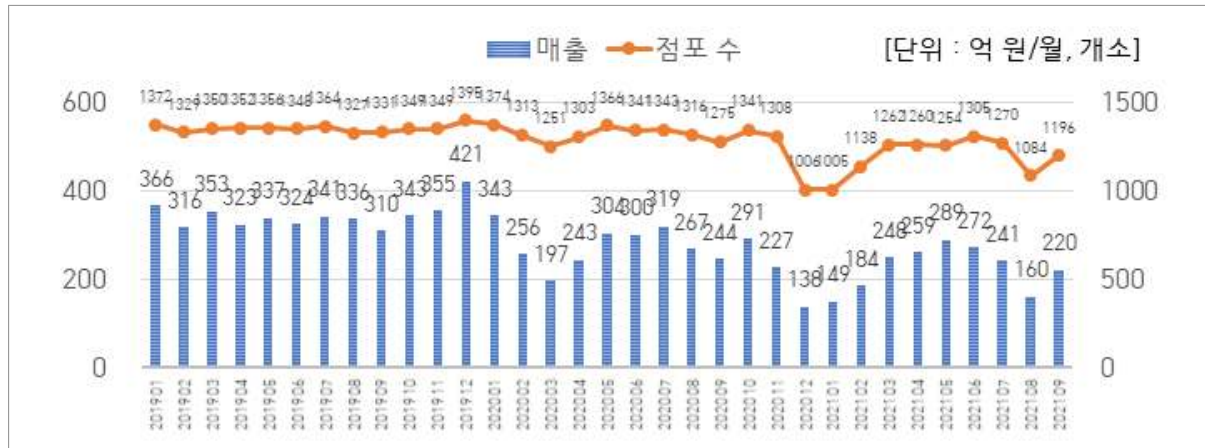
### 2. 음식업 업종분석

- 중앙동 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 1,352개로 운영되던 점포수가 2020년 1,295개, 2021년 1,200개로 줄어들어 운영점포 수가 각각 4.2%, 7.3% 감소하였으며, 전체 매출규모는 24.1%, 13.8% 감소함
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 339개, 한식 육류요리 전문점 163개, 일반 유흥주점 141개, 커피 전문점 108개, 한식 해산물요리 전문점 69개 순으로 나타나 일반적인 상권의 음식업 구성보다 유흥주점의 수와 구성비가 높음

<분석요약. 표1> 중앙동 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)	4,124	3,131	2,697	-24.1%	-13.9%
점포 수 (기간 평균)	1,352	1,295	1,200	-4.2%	-7.3%



[분석요약. 그림1] 중앙동 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 상권의 주요 음식업종인 한식 일반, 한식 육류, 한식 해산물요리 전문점과 유흥주점의 매출액 감소가 크게 나타났으며, 일식, 패스트푸드, 제과점 매출은 유지되는 경향을 보임
- 점포당 매출액은 2020년 전체적으로 적게는 15%, 많게는 40%까지 감소했으나, 2021년은 더 감소하지 않고, 2020년 매출 수준을 유지하는 특징을 보임
- 서양식, 기타 외국식은 2021년 매출 회복세가 나타나면서 2019년 수준으로 회복하고 있으나, 주점, 치킨/호프, 분식 업종은 2021년 더 감소하는 경향을 보임
- 업종별 경기 동향을 살펴보면 전반적인 시장규모가 감소하는 가운데 간이음식 포장판매 전문점과 제과점은 2020년 증가하다가 2021년 감소세가 나타나고 있으며, 패스트푸드와 분식 업종도 2021년 감소세가 더 크게 나타남
- 저녁~밤 시간대 주로 매출이 발생하는 주점 업종에서 40% 정도의 감소가 나타나면서 한식 면요리, 육류요리, 해산물요리도 2~30%대 감소세를 보임. 일반 음식업종 중에서는 일식, 기타 외국식, 서양식 등 외국식 음식점 경기가 한식 음식점보다 덜 감소함

### 3. 음식업 고객 분석

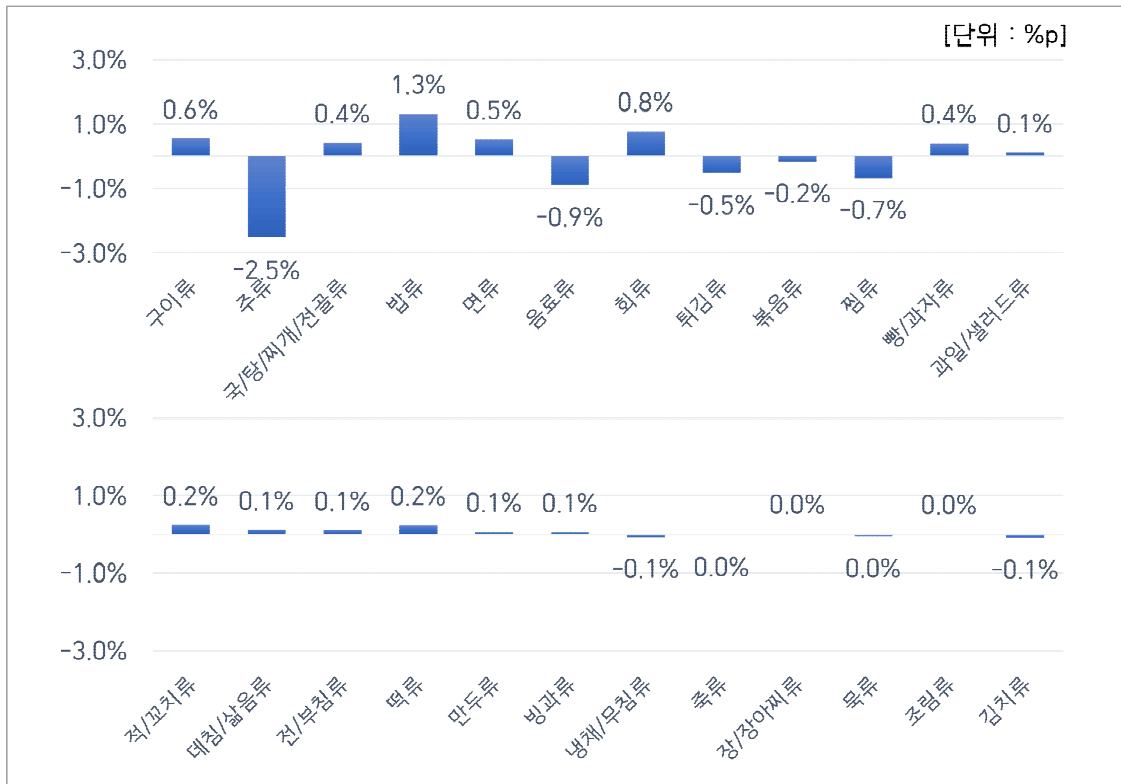
- 전반적으로 3~40대 남성이 주 고객층을 구성하고 있으며, 제과점에서 40대 여성, 한식 해산물 요리점에서 50대 남성이 주 고객층으로 나타남
- 기타 주점업이나 생맥주 전문점, 치킨(호프) 업종에서 상권 평균 구성비보다 20대 남성 비

중이 높으며, 커피, 분식, 제과점 업종에서 20대 여성 비중이 높음. 일반 한식이나 일식, 유흥주점, 패스트푸드 업종에서는 3~40대 남성 비중이 평균보다 높은 특징을 보임

- 요일별로는 간이음식 포장판매 전문점(수요일)을 제외하고 한식 면요리, 육류, 해산물요리, 중식, 치킨, 커피 업종은 금요일, 생맥주 전문점, 기타 주점, 일반 유흥주점과 한식 일반, 제과점, 분식, 일식, 서양식 업종에서 토요일이 높음
- 고객이 집중되는 것은 대부분의 업종에서 금~토요일이 가장 높으나, 한식 육류, 해산물요리, 중식, 서양식, 유흥주점은 목요일 비중이 평균 비중보다 높고, 커피, 패스트푸드, 한식 일반 음식점은 수요일, 치킨, 일식, 분식 업종은 월~화요일 비중이 평균보다 높게 나타남
- 시간대별로는 한식 면요리 전문점과 기타 외국식 업종이 이른 점심 시간대 비중이 높고, 제과점, 커피 업종은 점심 시간대, 분식, 중식, 패스트푸드, 한식 육류요리는 오후 시간대, 한식 일반, 해산물요리 전문점은 오후 시간대, 주점은 밤 시간대 활성도가 높음
- 피크타임의 분포는 업종마다 차이가 있으나, 커피, 제과점, 한식 일반, 면요리 업종은 저녁 시간대 비중이 평균보다 높고 그 외 업종은 평균적인 시간대 구성비보다 밤 시간대 비중이 전체적으로 높음
- 중앙동 상권은 유흥상권으로써 3~40대 남성 고객 비중이 대부분의 음식점업종에서 높게 나타나고 있으며, 20대 비중도 높게 나타남. 그러나 코로나19 이후 주점 업종이 쇠퇴하면서 남성 비중이 소폭 감소했으며, 30대부터 60대 이상 여성 고객 비중이 증가함
- 상업지와 오피스 상권이 결합되어 있어 평일 이용 비중이 높은 편이며, 특히 수요일부터 목요일, 금요일로 가면서 점차 이용률이 늘어나는 특징을 보임. 전년 대비 수요일의 비중이 크게 줄고 금요일 비중이 크게 오르는 현상이 나타남
- 한식 육류요리, 해산물 요리 업종과 주점이 많은 업종 구성 특징으로 인해 점심 시간대 이용률이 낮고 저녁~밤 시간대 이용률이 높으며, 전년 대비 점심, 저녁 시간대 비중은 증가했으나, 오후 시간대 비중이 크게 감소한 특징을 보임

#### 4. 음식점 메뉴분석

- 중앙동 상권은 육류요리 전문점이 많아 구이류 판매가 가장 많은 것으로 나타났으며, 주류(20%) > 국/탕/찌개/전골류(14%) > 밥류(12%) > 면류(6%) 순으로 매출 비중이 높음
- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 주류(-2.5%p)였으며, 음료류(-0.9%p), 찜류(-0.7%p), 튀김류(-0.5%p) 순으로 감소
- 반면, 밥류(1.3%p), 회류(0.8%p), 구이류(0.6%p), 면류(0.5%p), 빵/과자류(0.4%p) 순으로 판매 비중 증가 → 밥과 면 등 식사 메뉴의 판매 비중이 증가했으며, 구이, 회와 같은 안주 판매 비중 증가



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

- 중앙동 상권의 음식점 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 소주 > 병맥주 > 돼지갈비 > 삼겹살 > 샤브샤브 순이었으며, 2020년 대부분 감소한 것에 비해 2021년은 회복세를 보임
- 샤브샤브, 불고기/주물럭, 비빔밥, 생선구이, 초밥 등 식사 메뉴가 주로 크게 증가했으며, 돼지갈비, 삼겹살, 곱창 등 한식 육류요리 증가율도 높게 나타남
- 2020년은 돼지갈비, 불고기/주물럭 메뉴 단가가 크게 올랐고, 치킨, 모듬회, 삼겹살 메뉴는 떨어졌으며, 그 외 기타 메뉴는 대체로 큰 변동이 없었음
- 2021년은 아메리카노 단가가 크게 올랐으며(표본점포 추가), 초밥과 모듬회 메뉴 단가가 증가함. 반면 불고기/주물럭 메뉴는 2인분 단가에서 1인분 단가로 감소했으며, 치킨, 생선구이, 스파게티 등은 2020년에 이어 소폭 감소함

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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가 (1~9월)	20년 증감률	21년 증감률
소주	4,247	4,338	4,377	2.1%	0.9%
병맥주(국산)	4,510	4,586	4,526	1.7%	-1.3%
돼지갈비	17,314	20,377	20,975	17.7%	2.9%
삼겹살	9,958	9,217	9,459	-7.4%	2.6%
샤브샤브	18,448	18,753	20,347	1.7%	8.5%
모듬회	37,043	33,373	36,460	-9.9%	9.2%
초밥	19,258	19,495	22,774	1.2%	16.8%
백반	10,522	10,381	11,360	-1.3%	9.4%
소곱창구이	13,984	14,373	13,578	2.8%	-5.5%
아메리카노	1,942	1,888	2,935	-2.8%	55.5%
탄산음료	1,823	1,853	1,864	1.6%	0.6%
치킨	16,516	15,229	13,624	-7.8%	-10.5%
생선구이	21,965	21,544	20,456	-1.9%	-5.0%
비빔밥	7,308	7,719	8,346	5.6%	8.1%
파스타/스파게티	12,506	12,315	12,056	-1.5%	-2.1%
돼지국밥	7,372	7,487	7,740	1.6%	3.4%
병맥주(수입)	7,394	7,424	7,359	0.4%	-0.9%
생맥주(국산)	4,080	3,893	3,778	-4.6%	-3.0%
불고기/주물럭	13,680	15,438	7,505	12.9%	-51.4%
뼈해장국	8,019	7,918	8,071	-1.3%	1.9%

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

간이 음식 포장 판매 전문점			기타 비알코올 음료점업			기타 외국식 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	부대찌개	수입 병맥주	1	아메리카노/에스프레소	아메리카노/에스프레소	1	국산 병맥주	국물 쌀국수
2	돼지고기 구이	호떡	2	국산 생맥주	과실차	2	수입 병맥주	카레 라이스
3	일반소주	국산 병맥주	3	라떼	라떼	3	일반소주	난
4	탄산음료	일반소주	4	-	스무디	4	탄산음료	일반소주
5	국산 병맥주	떡볶이	5	-	생과일 주스	5	일반/기타피자	위스키
기타 주점업			김밥 및 기타 간이 음식점업			생맥주 전문점		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	일반소주	일반소주	1	불고기/주물럭	마카롱	1	국산 생맥주	국산 생맥주
2	국산 병맥주	국산 병맥주	2	우동	공기밥	2	국산 병맥주	건어물 구이
3	생선회	생선회	3	일반/기타 파스타	추가/사리	3	일반소주	국산 병맥주
4	탄산음료	일반 육류꼬치	4	돈가스	불고기/주물럭	4	수입 병맥주	치킨
5	치킨	탄산음료	5	아메리카노/에스프레소	와플	5	치킨	수입 병맥주
서양식 음식점업			일반 유흥주점업			일식 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	크림 파스타	일반/야채 샐러드	1	국산 병맥주	위스키	1	일반/기타 초밥	생선회
2	일반/기타 파스타	돈가스	2	수입 병맥주	국산 병맥주	2	생선회	일반/기타 초밥
3	돈가스	크림 파스타	3	일반소주	칵테일	3	일반소주	일반소주
4	수입 병맥주	일반/기타 파스타	4	아메리카노/에스프레소	생과일	4	국산 병맥주	일본식 덮밥
5	토마토 파스타	칵테일	5	국산 생맥주	일반소주	5	탄산음료	고기덮밥

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

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

제과점업			중식 음식점업			치킨 전문점		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	-	아메리카노/ 에스프레소	1	짜장면	짜장면	1	치킨	치킨
2	-	카스텔라	2	일반소주	탕수육	2	국산 생맥주	국산 생맥주
3	-	라떼	3	탕수육	짬뽕	3	일반소주	일반소주
4	-	바게트	4	짬뽕	일반소주	4	탄산음료	국산 병맥주
5	-	일반/기타 떡	5	국산 병맥주	중국식 닭튀김	5	국산 병맥주	탄산음료
커피 전문점			피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업			한식 면요리 전문점		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	아메리카노/ 에스프레소	아메리카노/ 에스프레소	1	아메리카노/ 에스프레소	일반/야채 샐러드	1	우동	잔치국수
2	라떼	라떼	2	라떼	랩	2	칼국수	밀면
3	스테이크	밀크티	3	치킨	베이컨 샐러드	3	일반소주	일반/기타 국수
4	수입 병맥주	에이드	4	-	수산물 샐러드	4	탕수육	라면
5	일반/기타 파스타	스무디	5	-	소고기 샐러드	5	돼지고기 구이	칼국수
한식 육류요리 전문점			한식 일반 음식점업			한식 해산물요리 전문점		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	돼지고기 구이	돼지고기 구이	1	소고기 샤브샤브	소고기 샤브샤브	1	일반소주	대구탕
2	갈비구이	갈비구이	2	돼지국밥	백반	2	생선회	일반소주
3	일반소주	일반소주	3	뼈해장국	돼지국밥	3	낙지볶음	생선회
4	곱창/대창/ 막창/양구이	곱창/대창/ 막창/양구이	4	백반	생선구이	4	장어구이	낙지볶음
5	국산 병맥주	닭볶음탕	5	생선구이	육류 비빔밥	5	국산 병맥주	장어구이

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



## 5. 키워드 분석

- 창원 중앙동 상권의 상품&메뉴 범주의 연관 키워드를 분석하면, 2019년은 마라롱샤, 마라양귀, 마라롱샤 등 마라탕 전문점과 관련된 메뉴 키워드가 순위권에 나타났으며, 소고기, 고기, 한우 등 육류 요리와 치킨, 통닭, 치즈님 등 치킨 전문점, 골뱅이(무침), 소주 등 주류 관련 키워드가 많이 등장함
- 2020년은 사시미, 사누끼, 소바, 일식, 우동 등 일식 전문점의 키워드가 새롭게 등장했으며, 해산물류가 강세를 보임
- 2021년은 키워드 언급량이 급감하였으나, 칵테일, 하이볼 등 양주 메뉴 키워드가 언급되었으며, 해산물류가 종종 등장하고 있음
- 한식 육류 요리 전문점이 강세인 만큼, 2019년까지는 고기류 연관 키워드가 많았으나, 2020~2021년이 되면서 해산물류와 양주 메뉴 키워드가 등장하고 있음



[분석요약. 그림3] 중앙동 음식점 상품&메뉴 연관검색어(2021년 1~9월)

- 중앙동 음식점(‘중앙동맛집’, ‘중앙동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2021년 9월까지 집계한 결과 2019년 12월 가장 높게 나타났으며, 이후 코로나19 영향으로 감소하다가 2020년 12월 최저를 기록한 뒤 2021년 3월부터 회복하기 시작하여 5~7월까지 증가, 다시 8~9월에 낮아진 것으로 나타남
- 중앙동 음식점(‘중앙동맛집’, ‘중앙동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 2019년 4월 33건으로 가장 많았으며, 2020년 10월 21건, 2021년 6월 17건으로 나타났으며, 월평균 12~14건으로 유지되고 있음



[분석요약. 그림4] 중앙동 음식점 관련 속성어 분석(2021년 1~9월)

- 2019년은 기본적인 ‘맛’에 대한 표현 키워드를 주로 발견할 수 있으며, ‘깔끔하다’, ‘출다’ 등 가게 내부 환경과 관련된 언급량이 순위권에 있음
- 2020년은 ‘싸다’와 같은 가격 요소와 ‘분위기 좋다’와 같은 매장 환경 요소가 추가되었으며, ‘힘들다’와 같은 부정적인 키워드도 발생
- 2021년은 해산물 요리나 일식 전문점이 늘어난 것과 연관하여 ‘신선하다’, ‘싱싱하다’와 같은 신선도와 관련한 키워드가 등장하였으며, ‘지치다’와 같이 기다리는 시간(마케팅 요소 중 ‘프로세스’와 관련)이 부정적 영향을 미치고 있는 것으로 나타남

## 〈외식분야 전문가 의견〉

한양사이버 대학교 호텔외식경영학과

김 영 갑 교수

□ 경남 창원시 중앙동 상권은 대표적인 유흥상권임과 동시에 서울 강남, 부산 서면과 비교될 정도로 매출규모가 큰 대형 상권으로 뽑을 수 있음

- 업종이나 고객의 구성으로는 광주 상무지구, 대전 유성, 울산 삼산과 같은 유흥상권으로 분류되나, 시장규모 측면에서 서울 강남, 부산 서면과 견주어도 뒤지지 않는 매출 규모를 가지고 있음
- 공공기관이나 직장가는 물론 의료, 문화, 상업 시설이 모두 밀집한 상권으로써 집객력이 높기 때문에 코로나19로 음식업이 어려워졌음에도 소매업과 의료서비스업이 빈 공간을 메꾸며 전체 시장규모는 오히려 소폭 증가한 모습을 보임
- 음식업은 한식업과 주점 업종에서 감소 경향을 보이고, 일식, 서양식, 기타 외국식에서 반등을 보이고 있어 고객의 구성이나 활성 시간대가 바뀔 조짐을 보이고 있으며, 여전히 남성 고객층이 많으나 점차 여성 고객 비중이 늘어나는 현상도 나타나고 있음
- 코로나19 이후에는 상권의 집객력 만으로 고객을 유치하기 힘들어지면서 맛, 친절도, 매장의 내/외부 환경, 입지, 프로세스, 마케팅 역량 등을 고루 갖춘 맛집들이 나타나기 시작했으며, 특히 일식과 샐러드, 카페/디저트 업종과 같은 상권의 주 음식업종이 아닌 업종에서 나타나기 시작함

□ 창원 중앙동 상권의 외식업체를 업종별로 구분한 후, 최근 일어나고 있는 매출액 수준의 변화를 읽을 수 있는 고객관심도의 변화를 살펴보면 다음과 같은 특징이 있음

- 주점업은 호프전문점의 강세가 줄어들고 포장마차에 대한 고객관심도 비중이 급격하게 상승
- 카페업/디저트업은 고객관심도가 가장 높았던 케이크 전문점 비중이 낮아지고 베이커리카페의 비중이 가장 높은 위치를 차지
- 분식업은 종합분식이 우위를 보였으나 최근에는 햄버거의 비중이 가장 높아짐
- 일식업은 돈가스의 비중이 매우 높았으나 점진적으로 하락하고 있으며, 생선회와 초밥의 고객관심도가 상승하는 추세
- 한식업은 일반한식업종의 비중이 줄면서 고기요리의 비중이 지속적인 상승세
- 고객관심도 측면에서 상권의 주요 소비층과 소비행태가 변하고 있는 것을 확인할 수 있으므로 주변 상권이 타격을 받지 않고 공존할 수 있도록 돕는 구조조정 노력이 필요함

〈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 9월
업종별 매출액/이용건수	카드사 + 결제수단별 통계 데이터 기반 나이스지니데이터 추정	대/중/소분류 업종단위별 추정매출액 규모	1개월	2021년 9월
업종 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 총매출액 증감	1개월	2020년 1~12월 2021년 1~9월 월평균 비교
업종별 성/연령대별 이용량 업종별 요일/시간대별 이용량	카드사 기반 나이스지니데이터 추정	지역/업종별 성/연령대, 요일/시간대 이용건수, 비중정보	1개월	2021년 9월
고객 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 고객컬럼별 비중 증감	1개월	2020년 1~12월 2021년 1~9월 월평균 비교
메뉴별 판매점포 수 및 구성비	POS사	대/중/소분류 업종단위별 점포 수 (음식업 전체 10만 사업자)	1개월	2021년 9월
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 9월
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 1~9월 월평균 비교
연관 검색어 (장소&브랜드, 상품&메뉴)	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 주요 연관검색어	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 9월
SNS채널별 언급량	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	유튜브, 트위터, 블로그 상권별 음식업 관련 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 9월
키워드 속성분석	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 속성 키워드 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 9월

〈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

- 경남 창원시 중앙동 상권은 창원시청, 창원광장, 롯데백화점 창원점 하단으로 발달한 상권이  
며, 서울/경기, 6대 광역시 주요 상권과 유사한 시장규모를 보일 정도로 큰 상권으로 꼽을 수  
있음. 음식업과 숙박업이 밀집하여 저녁~밤 시간대 활성화도가 높은 특징을 보임



[그림 I -1] 중앙동 상권 영역

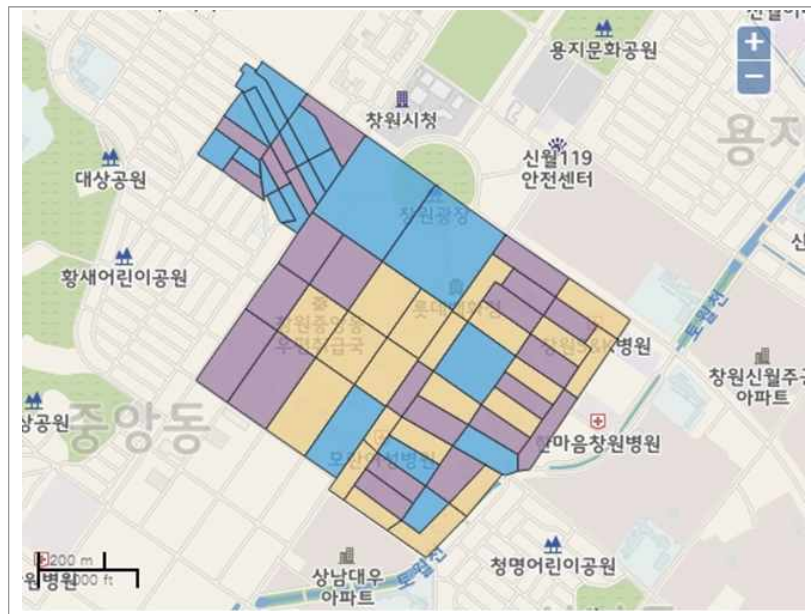
<표 I -1> 중앙동 상권 기초현황

항목/상권영역	선택 영역 내	반경 500M내	반경 1,000M내
주거인구(명)	233	2,828	37,271
세대수(가구)	133	1,281	17,461
유동인구(명/일) (최대지점 / 평균)	27,052 / 3,499	27,052 / 3,482	27,052 / 687
지하철 승하차 인구 수(명)	0	0	0
버스 정류장수(개소)	14	13	49
관공서/금융기관(개소)	19	22	49
문화시설/영화관(개소)	2	3	5

- 중앙동 상권 내 주거인구 규모는 233명/세대수는 133가구이며, 통행량 기준으로 가장 많은 지점에 일평균 2만 7천여 명, 상권 평균적으로 3천 5백여 명이 유동함
- 집합건물에 다양한 음식점과 병원, 주점 등이 밀집해 있는 경향이 강하며, 공공, 의료, 문화, 업무, 상업시설이 복합적으로 구성되어 있어 외부 유입이 많음

## 2. 상권유형

### 1) 토지/건물용도에 따른 구분



[그림 1-2] 중앙동 상권 토지/건물용도 구분

<표 1-2> 중앙동 상권 영역/반경별 용도에 따른 상권유형

선택 영역 상권유형	배후 상권유형 (중심점 반경 500M 내)	배후 상권유형 (중심점 반경 1000M 내)
<b>복합상업지 36%</b> 오피스가 33% 일반상업지 31%	<b>고밀주거지역35%</b> 오피스가 24% 복합상업지 22% 일반상업지 14% 기타지역 3% 그 외 2%	<b>고밀주거지역39%</b> 저밀주거지역28% 오피스가 9% 기타지역 8% 복합상업지 8% 그 외 8%

- 중앙동 상권의 용도에 따른 상권유형은 복합상업지이며, 오피스가 유형과 복합됨
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m/1000m의 주변지역과 비교했을 때, 중앙동 상권은 상업지 기능이 강하며, 외곽으로 갈수록 주거 기능이 강하게 나타남

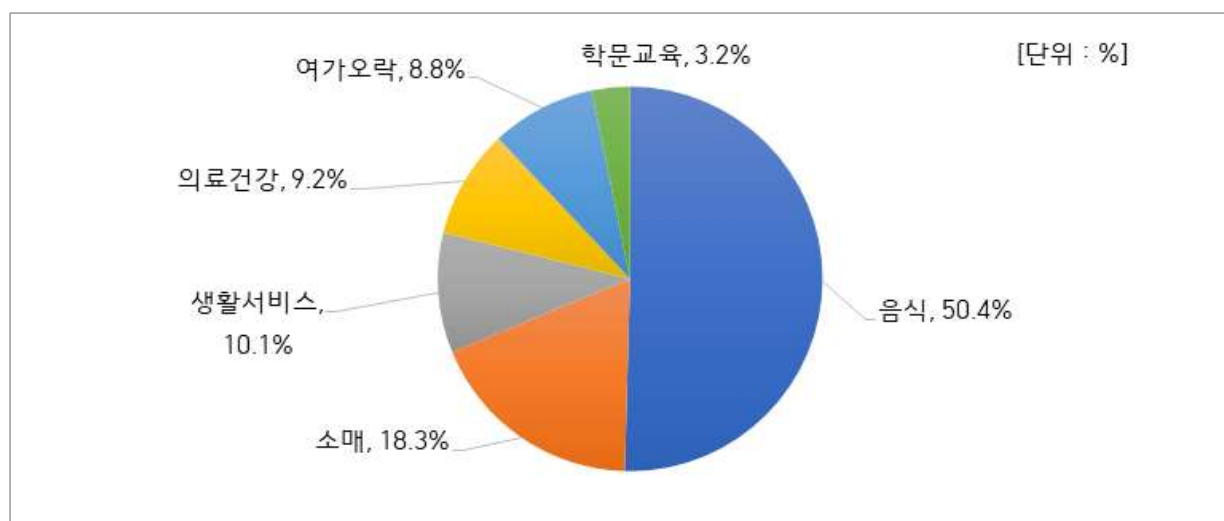
<표 I -3> 토지/건물용도에 따른 상권유형 설명

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)		
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

○ 중앙동 상권의 업종은 음식업 50% > 소매/유통 18% > 생활서비스 10% 등으로 구성



[그림 I-3] 중앙동 상권 업종 구성비

○ 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 음식업의 비중이 7.9%p 높아 음식업 특화상권 (먹자골목)으로 규정할 수 있으며, 보완적인 여가/오락 업종과 의료/건강업 비중이 높음

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

[단위 : %, %p]

구분	음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육
해당상권	50.4%	18.3%	10.1%	9.2%	8.8%	3.2%
전국평균	42.6%	25.3%	13.3%	6.8%	4.5%	7.5%
편차	7.9%p	-6.9%p	-3.2%p	2.3%p	4.3%p	-4.3%p

○ 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 유흥주점 4.2%p, 숙박 2.6%p, 한식 2.5%p 높아 주점과 숙박업소 비중이 높은 유흥상권으로 규정됨

→ 중앙동 상권의 특성업종은 ‘유흥주점, 숙박업소, 한식’ 업종으로 규정됨

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

[단위 : %, %p]

순위	주요업종(중분류)	해당상권 구성비	전국평균 구성비	편차
1	한식	14.0%	11.6%	2.5%p
2	미용서비스	8.4%	7.7%	0.7%p
3	일식/수산물	5.4%	3.6%	1.8%p
4	고기요리	5.4%	3.8%	1.5%p
5	유흥주점	5.0%	0.7%	4.2%p
6	커피/음료	4.8%	6.1%	-1.3%p
7	의복/의류	4.1%	3.6%	0.5%p
8	숙박	3.8%	1.2%	2.6%p
9	간이주점	3.7%	3.0%	0.6%p
10	종합소매점	3.2%	5.9%	-2.7%p



### 3) 상권규모에 따른 구분

- 전국 1,200대 주요상권 중 중앙동 상권은 상위 0.7%에 해당하는 초대형 상권의 매출규모를 보이고 있으며, 전반적인 업종 군에서 최 상위권에 위치함



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

- 전체 상권의 매출규모는 2019년 11위, 2020년 8위, 2021년 8위로 소폭 상승했으며, 특히 음식업은 전국 3~4위 순위를 유지하고 있음
- 소매/유통업의 매출액과 순위가 급상승했으며, 상권을 구성하는 주요업종은 전반적으로 높은 순위를 유지하고 있음

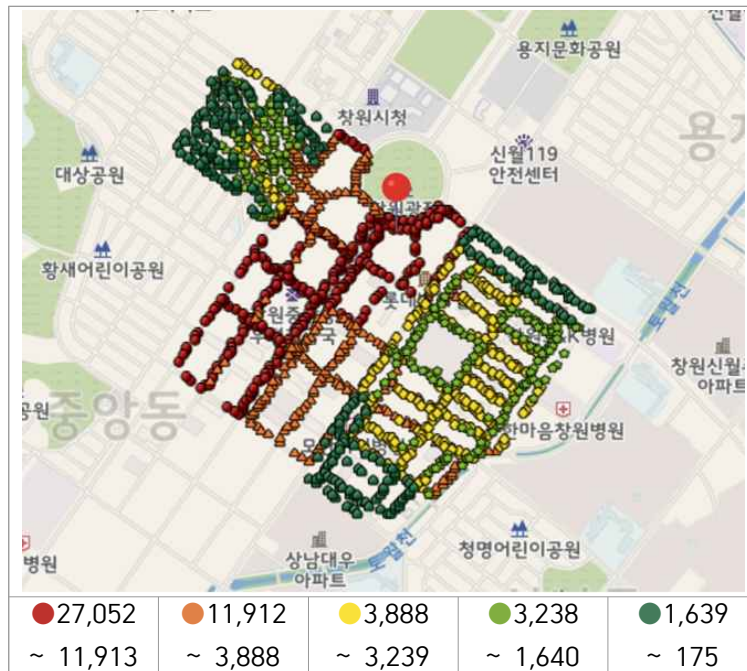
<표 I-6> 중앙동 상권 대분류 업종별 구성비 / '19~'21 전국 주요상권 中 순위 변화

		[단위 : 억 원, 순위, %]						
구분		음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육	전업종합계
2019년	매출액	4,124	5,422	903	1,790	472	366	13,077
	주요상권매출순위	3	19	7	9	14	33	11
	주요상권매출분위	0.3%	1.7%	0.6%	0.8%	1.2%	2.9%	1.0%
2020년	매출액	3,131	7,788	664	1,836	375	311	14,104
	주요상권매출순위	3	13	11	10	11	31	8
	주요상권매출분위	0.3%	1.1%	1.0%	0.9%	1.0%	2.7%	0.7%
2021년 (연간추정)	매출액	2,697	7,691	640	2,344	429	318	14,117
	주요상권매출순위	4	12	15	10	11	42	8
	주요상권매출분위	0.4%	1.1%	1.3%	0.9%	1.0%	3.7%	0.7%

### 3. 상권 일반현황

#### 1) 유동인구

- 중앙동 상권의 유동인구는 메인 대로변 주변과 외곽지역의 차이가 크며 이면도로까지 유동인구가 많은 편이나, 외곽에서 급격하게 감소하는 특징을 보임
- 유동인구는 20대 여성 > 20대 남성 > 40대 여성 순으로 나타나며, 평일 저녁 유동인구가 많고, 주점과 숙박업소 구성비가 높은 만큼 저녁~밤 시간대 집중도가 높음



[그림 1-5] 중앙동 상권 유동인구 지도

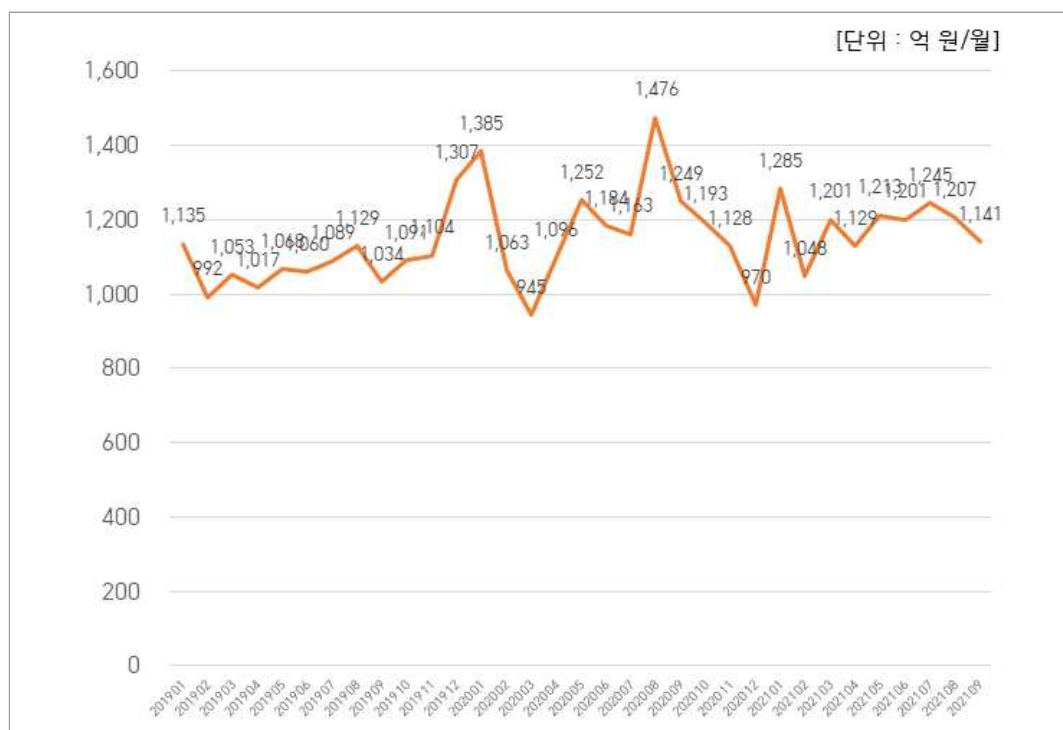
<표 1-7> 중앙동 상권 유동인구 현황

[단위 : 명]

구분	유동인구 일평균 최대지점		선택영역 내 일평균 유동인구 수							
유동인구 수	27,052		3,499							
구분	20대		30대		40대		50대		60대	
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
유동인구 수	711	1,402	475	610	494	646	280	347	57	76
구분	월	화	수	목	금	토	일			
아침(09~12시)	825	997	1,029	1,303	1,099	888	570			
점심(12~14시)	947	1,131	1,159	1,520	1,257	847	458			
오후(14~18시)	1,256	1,521	1,581	1,891	1,647	1,537	1,107			
저녁(18~21시)	1,319	1,624	1,811	2,128	1,763	1,432	1,029			

## 2) 상권 전 업종 매출액 변화

- 중앙동 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 1조 3,077억, 2020년 1조 4,104억, 2021년(추정) 1조 4,117억으로 집계되어 2020년 7.9%, 2021년 0.1% 증가(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)
- 2020년 업종별로는 생활서비스업(-27%) > 음식업(-24%) > 여가/오락업(-21%) 순으로 감소폭이 컸으나, 소매/유통업에서 43.6% 크게 성장함
- 2021년에도 음식업(-14%)은 감소했으나, 의료/건강업(28%), 여가/오락업(14%)에서 크게 상승하면서 전체 상권의 매출규모는 성장



[그림 I-6] 중앙동 상권 전 업종 매출액 변화

<표 I-8> 중앙동 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	13,077	14,104	14,117	7.9%	0.1%
음식	4,124	3,131	2,697	-24.1%	-13.9%
소매/유통	5,422	7,788	7,691	43.6%	-1.2%
생활서비스	903	664	640	-26.5%	-3.6%
의료/건강	1,790	1,836	2,344	2.6%	27.7%
여가/오락	472	375	429	-20.5%	14.4%
학문/교육	366	311	318	-15.2%	2.2%

## II. 음식업 업종분석

### 1. 전체 음식업 현황

- 중앙동 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 1,352개로 운영되던 점포수가 2020년 1,295개, 2021년 1,200개로 줄어들어 운영점포 수가 각각 4.2%, 7.3% 감소하였으며, 전체 매출규모는 24.1%, 13.8% 감소함
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 339개, 한식 육류요리 전문점 163개, 일반 유흥주점 141개, 커피 전문점 108개, 한식 해산물요리 전문점 69개 순으로 나타나 일반적인 상권의 음식업 구성보다 유흥주점의 수와 구성비가 높음



[그림 II-1] 중앙동 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

<표 II-1> 중앙동 상권 전체 음식업 매출 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]

구분	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
매출액 (기간 합산)	4,124	3,131	2,697	-24.1%	-13.9%
점포 수 (기간 평균)	1,352	1,295	1,200	-4.2%	-7.3%

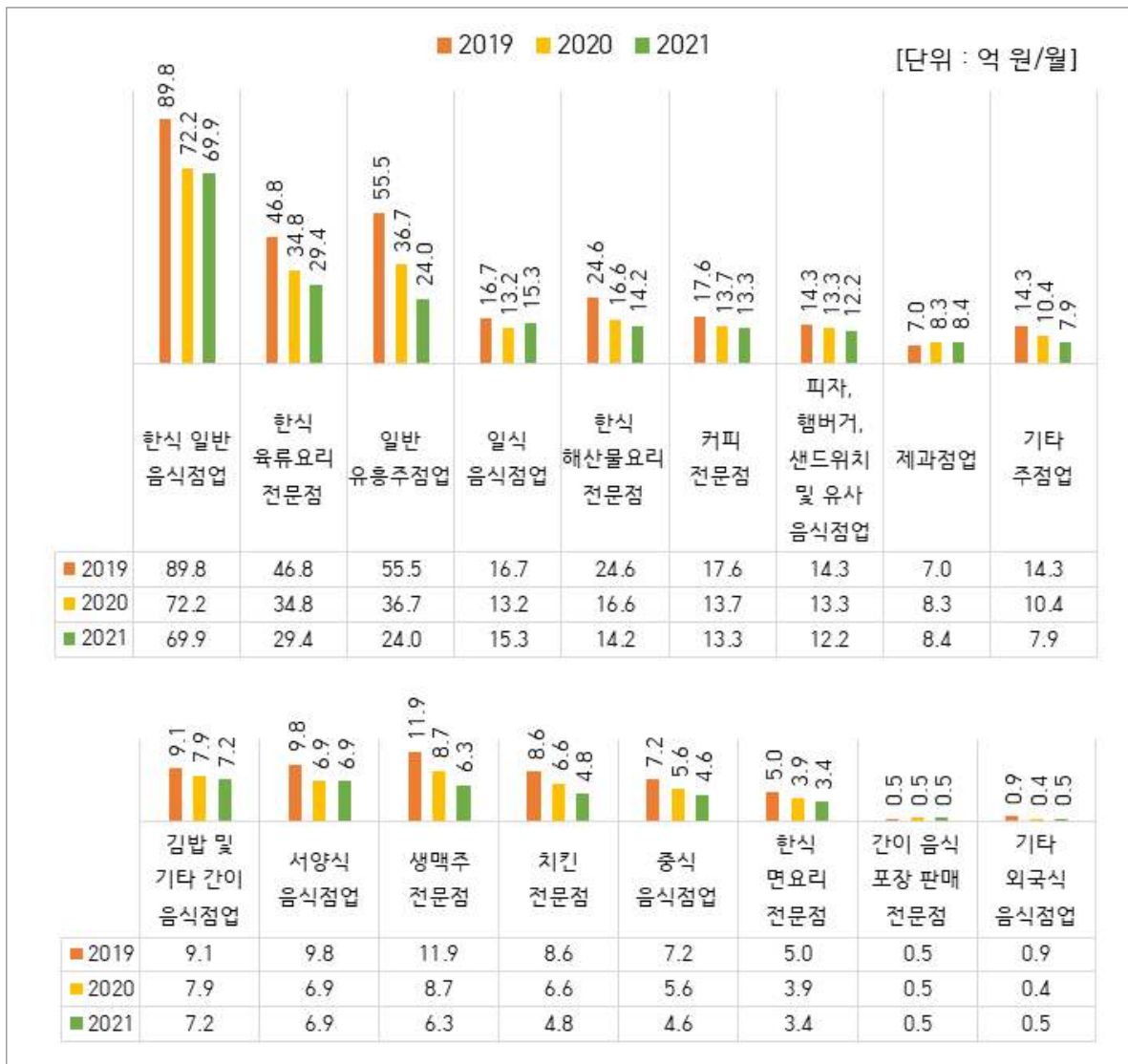


[그림 II-2] 중앙동 상권 음식업 업종별 점포 수(2021년 9월 기준)

## 2. 업종별 현황

### 1) 총 매출액

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 상권의 주요 음식점종인 한식 일반, 한식 육류, 한식 해산물요리 전문점과 유흥주점의 매출액 감소가 크게 나타났으며, 일식, 패스트푸드, 제과점 매출은 유지되는 경향을 보임



[그림 II-2] 중앙동 상권 음식점 업종별 총 매출액 변화

<표 II-2> 중앙동 상권 음식점종별 총 매출액 변화

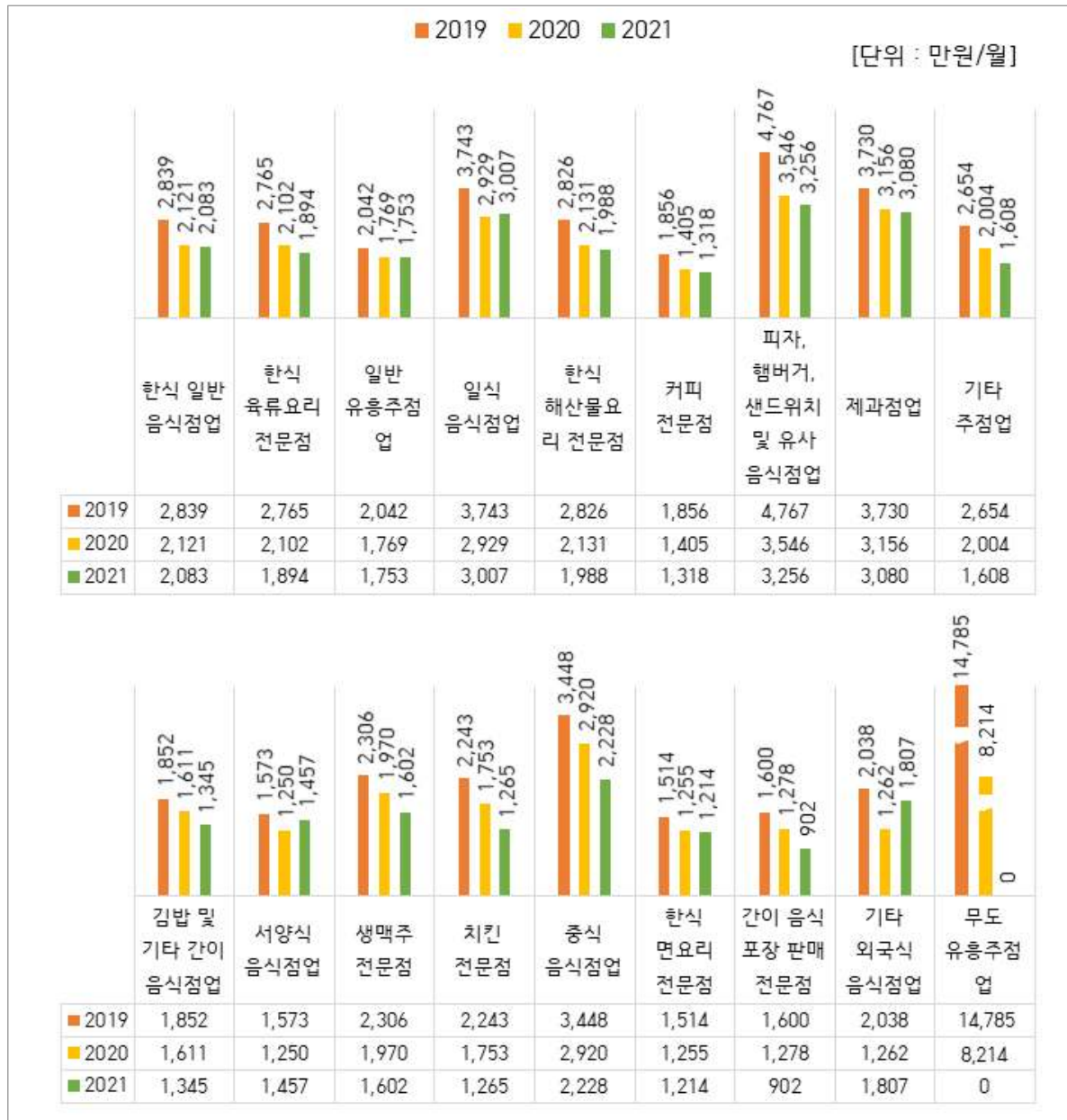
[단위 : 억 원/월, %]

구분	한식 일반	한식 육류	일반 유흥주 점	일식	한식 해산물	커피 전문점	피자,햄 버거,샌 드위치	제과점	기타 주점
2019년	89.8	46.8	55.5	16.7	24.6	17.6	14.3	7.0	14.3
2020년	72.2	34.8	36.7	13.2	16.6	13.7	13.3	8.3	10.4
2021년	69.9	29.4	24.0	15.3	14.2	13.3	12.2	8.4	7.9
19년 대비 20년	-19.6%	-25.8%	-33.9%	-20.7%	-32.3%	-21.8%	-7.5%	17.6%	-27.1%
20년 대비 21년	-3.1%	-15.3%	-34.6%	15.9%	-14.7%	-3.4%	-8.0%	1.8%	-23.9%
구분	분식	서양식	생맥주 전문점	치킨 전문점	중식	한식 면요리	간이 포장판 매	기타 외국식	무도 유흥주 점
2019년	9.1	9.8	11.9	8.6	7.2	5.0	0.5	0.9	4.2
2020년	7.9	6.9	8.7	6.6	5.6	3.9	0.5	0.4	1.2
2021년	7.2	6.9	6.3	4.8	4.6	3.4	0.5	0.5	0.0
19년 대비 20년	-13.6%	-29.5%	-26.5%	-23.9%	-21.4%	-23.0%	13.2%	-50.0%	-70.6%
20년 대비 21년	-8.7%	0.0%	-28.1%	-27.4%	-18.4%	-11.5%	-0.4%	2.3%	-100.0%

## 2) 점포당 매출액

- 점포당 매출액은 2020년 전체적으로 적게는 15%, 많게는 40%까지 감소했으나, 2021년은 더 감소하지 않고, 2020년 매출 수준을 유지하는 특징을 보임
- 서양식, 기타 외국식은 2021년 매출 회복세가 나타나면서 2019년 수준으로 회복하고 있으나, 주점, 치킨/호프, 분식 업종은 2021년 더 감소하는 경향을 보임
- 다른 주요 음식점 상권에서는 2021년에도 매출이 감소하는 경향이 나타나지만, 중앙동 상권은 2020년 감소 수준을 유지하고 있어 반등의 가능성이 있으며, 일식, 서양식, 기타 외국식 등이 회복을 시작하면서 기존 한식과 주점 위주의 구성에 변화가 나타날 것을 예상할 수 있음





[그림 II-3] 중앙동 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

<표 II -3> 중앙동 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

[단위 : 만원/월, %]

구분	한식 일반	한식 육류	일반 유흥주 점	일식	한식 해산물	커피 전문점	피자,햄 버거,샌 드위치	제과점	기타 주점
2019년	2,839	2,765	2,042	3,743	2,826	1,856	4,767	3,730	2,654
2020년	2,121	2,102	1,769	2,929	2,131	1,405	3,546	3,156	2,004
2021년	2,083	1,894	1,753	3,007	1,988	1,318	3,256	3,080	1,608
19년 대비 20년	-25.3%	-24.0%	-13.4%	-21.8%	-24.6%	-24.3%	-25.6%	-15.4%	-24.5%
20년 대비 21년	-1.8%	-9.9%	-0.8%	2.7%	-6.7%	-6.2%	-8.2%	-2.4%	-19.7%
구분	분식	서양식	생맥주 전문점	치킨 전문점	중식	한식 면요리	간이 포장판 매	기타 외국식	무도 유흥주 점
2019년	1,852	1,573	2,306	2,243	3,448	1,514	1,600	2,038	14,785
2020년	1,611	1,250	1,970	1,753	2,920	1,255	1,278	1,262	8,214
2021년	1,345	1,457	1,602	1,265	2,228	1,214	902	1,807	0
19년 대비 20년	-13.0%	-20.5%	-14.6%	-21.9%	-15.3%	-17.1%	-20.1%	-38.1%	-44.4%
20년 대비 21년	-16.5%	16.6%	-18.6%	-27.8%	-23.7%	-3.2%	-29.4%	43.2%	0.0%

### 3. 업종 트렌드

- 업종별 경기 동향을 살펴보면 전반적인 시장규모가 감소하는 가운데 간이음식 포장판매 전문점과 제과점은 2020년 증가하다가 2021년 감소세가 나타나고 있으며, 패스트푸드와 분식 업종도 2021년 감소세가 더 크게 나타남
- 저녁~밤 시간대 주로 매출이 발생하는 주점 업종에서 40% 정도의 감소가 나타나면서 한식 면요리, 육류요리, 해산물요리도 2~30%대 감소세를 보임. 일반 음식점종 중에서는 일식, 기타 외국식, 서양식 등 외국식 음식점 경기가 한식 음식점보다 덜 감소함



<표 II-4> 중앙동 상권 업종별 경기 동향

[단위 : %]

구분	총 매출액 증감률		경기 동향	
	19년 대비20년	20년 대비21년	2020년	2021년
일식 음식점업	-20.7%	-3.4%	대폭감소	소폭감소
기타 외국식 음식점업	-50.0%	-14.8%	대폭감소	소폭감소
제과점업	17.6%	-15.2%	소폭증가	소폭감소
서양식 음식점업	-29.5%	-16.7%	대폭감소	소폭감소
간이 음식 포장 판매 전문점	13.2%	-17.0%	소폭증가	소폭감소
한식 일반 음식점업	-19.6%	-19.3%	소폭감소	소폭감소
커피 전문점	-21.8%	-19.5%	대폭감소	소폭감소
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	-7.5%	-23.3%	소폭감소	대폭감소
김밥 및 기타 간이 음식점업	-13.6%	-23.9%	소폭감소	대폭감소
한식 면요리 전문점	-23.0%	-26.2%	대폭감소	대폭감소
한식 해산물요리 전문점	-32.3%	-28.9%	대폭감소	대폭감소
한식 육류요리 전문점	-25.8%	-29.4%	대폭감소	대폭감소
중식 음식점업	-21.4%	-32.0%	대폭감소	대폭감소
기타 주점업	-27.1%	-36.6%	대폭감소	대폭감소
치킨 전문점	-23.9%	-39.5%	대폭감소	대폭감소
생맥주 전문점	-26.5%	-40.1%	대폭감소	대폭감소
일반 유흥주점업	-33.9%	-45.5%	대폭감소	대폭감소
무도 유흥주점업	-70.6%	-100.0%	대폭감소	대폭감소

### Ⅲ. 음식업 고객 분석

#### 1. 전체 고객 현황

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



[그림 Ⅲ-1] 중앙동 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 이용비중(2021년 1~9월)

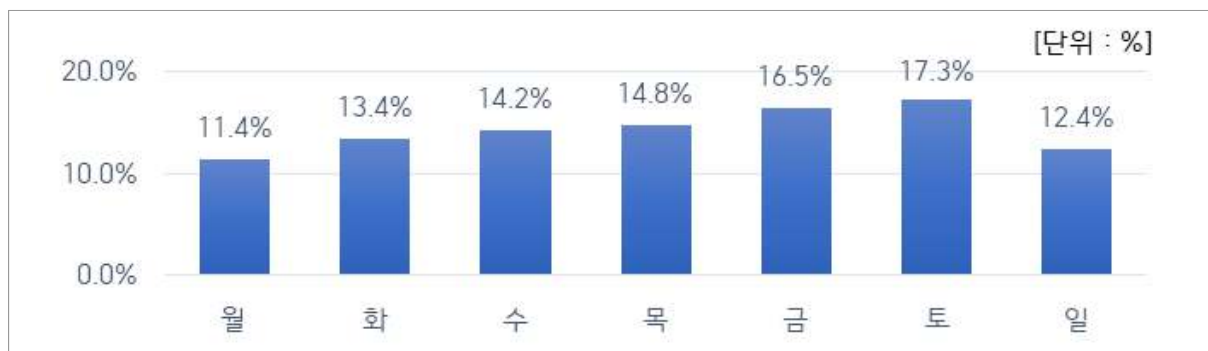
<표 Ⅲ-1> 중앙동 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 비중

[단위 : %]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	8.2%	19.6%	20.7%	17.3%	4.4%
여성	5.8%	7.7%	7.7%	6.1%	2.3%

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

○ 요일별로는 토요일 > 금요일 > 목요일 순으로 높은 음식업 특화상권의 성격을 보임



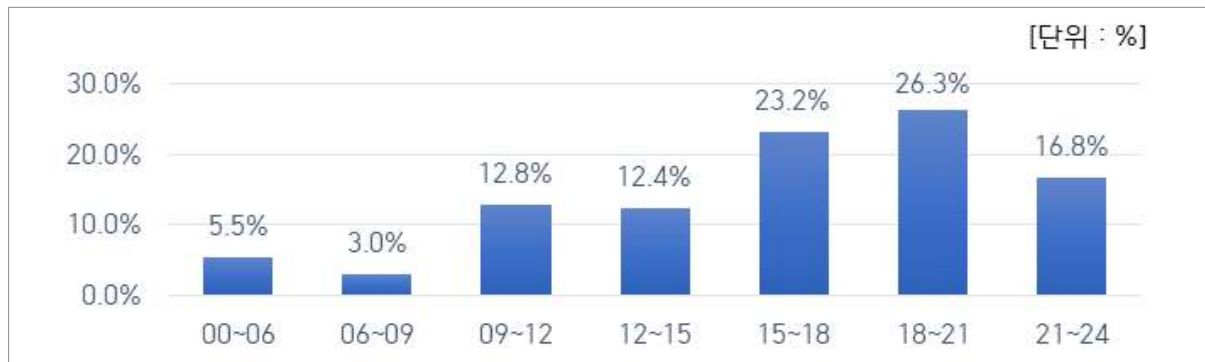
[그림 Ⅲ-2] 중앙동 상권 음식업 이용고객 요일별 이용비중(2021년 1~9월)

<표 Ⅲ-2> 중앙동 상권 음식업 이용고객 요일별 비중

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	11.4%	13.4%	14.2%	14.8%	16.5%	17.3%	12.4%

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



[그림 Ⅲ-3] 중앙동 상권 음식업 이용고객 시간대별 이용비중(2021년 1~9월)

<표 Ⅲ-3> 중앙동 상권 음식업 이용고객 시간대별 비중

[단위 : %]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	5.5%	3.0%	12.8%	12.4%	23.2%	26.3%	16.8%

## 2. 업종별 고객현황(2021년 1~9월)

### 1) 성/연령대별 비중

- 전반적으로 3~40대 남성이 주 고객층을 구성하고 있으며, 제과점에서 40대 여성, 한식 해산물 요리점에서 50대 남성이 주 고객층으로 나타남
- 생맥주 전문점, 기타 주점, 치킨, 커피, 일식, 패스트푸드 업종에서 30대 남성이 많으며, 기타 외국식, 서양식, 분식, 중식, 한식 육류, 한식 면요리, 일반 유흥주점에서 40대 남성 비중이 높음
- 기타 주점업이나 생맥주 전문점, 치킨(호프) 업종에서 상권 평균 구성비보다 20대 남성 비중이 높으며, 커피, 분식, 제과점 업종에서 20대 여성 비중이 높음. 일반 한식이나 일식, 유흥주점, 패스트푸드 업종에서는 3~40대 남성 비중이 평균보다 높은 특징을 보임

<표 Ⅲ-4> 중앙동 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		
간이 음식 포장 판매 전문점	7.4	3.3	30.6	6.9	17.5	5.5	18.0	5.6	3.5	1.4	30대 남성	30대 남성
기타 외국식 음식점업	6.3	9.7	19.2	15.0	19.6	9.8	8.1	6.7	2.0	3.5	40대 남성	30대 남성
기타 주점업	17.2	10.2	25.8	8.8	16.2	4.3	10.2	3.3	3.2	0.8	30대 남성	20대 남성
김밥 및 기타 간이 음식점업	6.6	7.8	15.7	11.1	16.3	13.7	12.9	9.8	3.4	2.8	40대 남성	20대 여성
생맥주 전문점	21.0	10.8	24.1	7.6	18.1	4.6	9.0	2.7	1.2	0.8	30대 남성	20대 남성
서양식 음식점업	7.4	5.1	23.8	5.9	29.8	5.8	13.9	5.0	2.0	1.1	40대 남성	40대 남성
일반 유흥주점업	8.1	3.2	17.9	3.4	30.9	2.6	25.7	2.7	4.3	1.1	40대 남성	30대 남성
일식 음식점업	6.5	4.5	24.7	7.1	21.6	6.6	18.7	4.4	4.3	1.7	30대 남성	30대 남성
제과점업	4.3	7.3	12.8	12.5	14.7	15.3	11.7	11.8	4.7	4.9	40대 여성	20대 여성
중식 음식점업	8.6	4.4	17.3	6.9	21.6	8.6	18.7	6.6	5.0	2.4	40대 남성	20대 남성
치킨 전문점	10.8	4.9	18.3	6.3	17.8	9.4	17.6	8.8	3.6	2.5	30대 남성	20대 남성
커피 전문점	8.3	11.9	16.9	13.6	14.9	12.1	11.0	6.9	2.4	1.9	30대 남성	20대 여성
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	8.6	7.7	20.1	11.3	16.6	12.7	10.5	7.9	2.7	2.1	30대 남성	30대 남성
한식 면요리 전문점	7.1	4.4	16.4	8.3	19.3	9.7	16.2	9.6	5.5	3.5	40대 남성	30대 남성
한식 육류요리 전문점	8.7	5.4	20.7	7.2	21.3	7.1	17.4	5.5	4.3	2.4	40대 남성	30대 남성
한식 일반 음식점업	7.8	5.2	20.2	7.6	19.2	7.5	17.9	6.5	5.4	2.7	30대 남성	30대 남성
한식 해산물요리 전문점	3.4	2.5	14.6	5.0	23.9	6.9	24.9	8.0	7.5	3.3	50대 남성	40대 남성

## 2) 요일별 비중

- 요일별로는 간이음식 포장판매 전문점(수요일)을 제외하고 한식 면요리, 육류, 해산물요리, 중식, 치킨, 커피 업종은 금요일, 생맥주 전문점, 기타 주점, 일반 유흥주점과 한식 일반, 제과점, 분식, 일식, 서양식 업종에서 토요일이 높음
- 고객이 집중되는 것은 대부분의 업종에서 금~토요일이 가장 높으나, 한식 육류, 해산물요리, 중식, 서양식, 유흥주점은 목요일 비중이 평균 비중보다 높고, 커피, 패스트푸드, 한식 일반 음식점은 수요일, 치킨, 일식, 분식 업종은 월~화요일 비중이 평균보다 높게 나타남

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

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일	주요 요일	특성 요일
간이 음식 포장 판매 전문점	15.6	16.9	19.1	16.1	14.3	10.4	7.7	수요일	수요일
기타 외국식 음식점업	12.0	12.4	10.1	16.7	13.1	18.1	17.7	토요일	일요일
기타 주점업	9.3	11.6	11.6	13.5	17.4	23.5	13.1	토요일	토요일
김밥 및 기타 간이 음식점업	12.8	14.0	13.0	14.4	15.2	16.9	13.6	토요일	화요일
생맥주 전문점	10.1	11.2	12.5	12.4	17.3	21.2	15.4	토요일	일요일
서양식 음식점업	10.9	13.6	14.2	15.7	15.8	17.8	11.9	토요일	목요일
일반 유흥주점업	8.0	12.3	14.7	17.4	16.8	18.0	12.8	토요일	목요일
일식 음식점업	12.3	13.1	14.4	14.4	16.9	17.5	11.3	토요일	월요일
제과점업	12.9	13.6	14.5	13.4	17.2	17.2	11.2	토요일	금요일
중식 음식점업	10.9	13.3	14.6	15.2	16.3	16.2	13.6	금요일	목요일
치킨 전문점	12.3	12.7	13.2	15.1	17.8	15.4	13.5	금요일	월요일
커피 전문점	13.4	13.9	15.1	14.2	16.3	15.2	11.8	금요일	수요일
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	12.0	13.1	13.4	13.7	16.0	17.5	14.2	토요일	수요일
한식 면요리 전문점	12.5	13.7	13.7	13.9	15.8	15.8	14.5	금요일	금요일
한식 육류요리 전문점	11.4	14.0	14.4	15.0	17.2	16.4	11.6	금요일	목요일
한식 일반 음식점업	11.6	13.6	14.4	14.4	16.1	17.3	12.6	토요일	수요일
한식 해산물요리 전문점	11.9	14.1	14.5	15.6	17.3	16.3	10.3	금요일	목요일

### 3) 시간대별 비중

- 시간대별로는 한식 면요리 전문점과 기타 외국식 업종이 이른 점심 시간대 비중이 높고, 제과점, 커피 업종은 점심 시간대, 분식, 중식, 패스트푸드, 한식 육류요리는 오후 시간대, 한식 일반, 해산물요리 전문점은 오후 시간대, 주점은 밤 시간대 활성도가 높음
- 피크타임의 분포는 업종마다 차이가 있으나, 커피, 제과점, 한식 일반, 면요리 업종은 저녁 시간대 비중이 평균 보다 높고 그 외 업종은 평균적인 시간대 구성비보다 밤 시간대 비중이 전체적으로 높음

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

[단위 : %]

구분	00~06	06~09	09~12	12~15	15~18	18~21	21~24	주요시간	특성시간
간이 음식 포장 판매 전문점	0.2	20.7	34.6	19.8	16.8	7.8	0.3	09~12시	09~12시
기타 외국식 음식점업	0.2	3.9	28.3	25.8	23.6	14.5	3.6	09~12시	15~18시
기타 주점업	12.0	0.4	1.3	1.7	16.7	34.7	33.2	18~21시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	4.1	8.1	20.8	20.6	22.7	16.8	7.0	15~18시	21~24시
생맥주 전문점	11.9	0.1	0.4	0.5	14.5	34.3	38.3	21~24시	21~24시
서양식 음식점업	9.3	1.3	11.7	11.0	14.7	23.9	28.1	21~24시	21~24시
일반 유흥주점업	18.8	1.7	0.5	0.7	3.8	28.8	45.6	21~24시	21~24시
일식 음식점업	1.7	0.8	12.4	12.0	27.9	30.9	14.4	18~21시	21~24시
제과점업	3.0	10.4	19.9	24.0	22.3	15.3	5.2	12~15시	18~21시
중식 음식점업	3.6	3.8	22.7	17.5	23.4	19.4	9.6	15~18시	21~24시
치킨 전문점	5.4	1.4	3.9	7.7	26.9	35.0	19.6	18~21시	21~24시
커피 전문점	1.9	7.2	24.2	26.0	19.1	15.3	6.3	12~15시	18~21시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	2.5	7.0	19.4	22.5	24.6	17.4	6.6	15~18시	21~24시
한식 면요리 전문점	2.8	4.3	29.3	28.1	15.1	13.0	7.2	09~12시	21~24시
한식 육류요리 전문점	3.0	1.1	7.0	8.0	34.3	33.1	13.4	15~18시	21~24시
한식 일반 음식점업	3.7	2.4	16.0	13.4	26.2	26.2	12.1	18~21시	18~21시
한식 해산물요리 전문점	2.8	2.5	12.6	11.1	29.0	29.5	12.5	18~21시	18~21시

### 3. 고객 트렌드

#### 1) 전체 외식고객

- 중앙동 상권의 음식업 고객비중은 전년대비 40대 남성 > 20대 남성 순으로 감소했으며, 30대 여성 > 50대 여성 순으로 증가



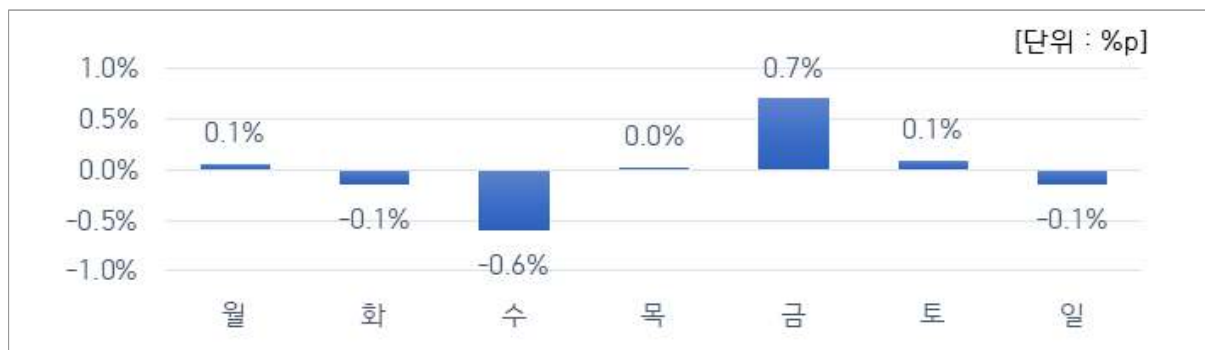
[그림 Ⅲ-4] 중앙동 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 고객변화('20년 대비 '21년)

<표 Ⅲ-7> 중앙동 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 고객변화(전년대비)

p[단위 : %p]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	-0.5%p	0.0%p	-0.5%p	-0.2%p	0.3%p
여성	-0.1%p	0.3%p	0.2%p	0.3%p	0.3%p

- 요일별로는 금요일 > 토요일 이용비중이 증가했고, 수요일과 화요일 이용비중 감소



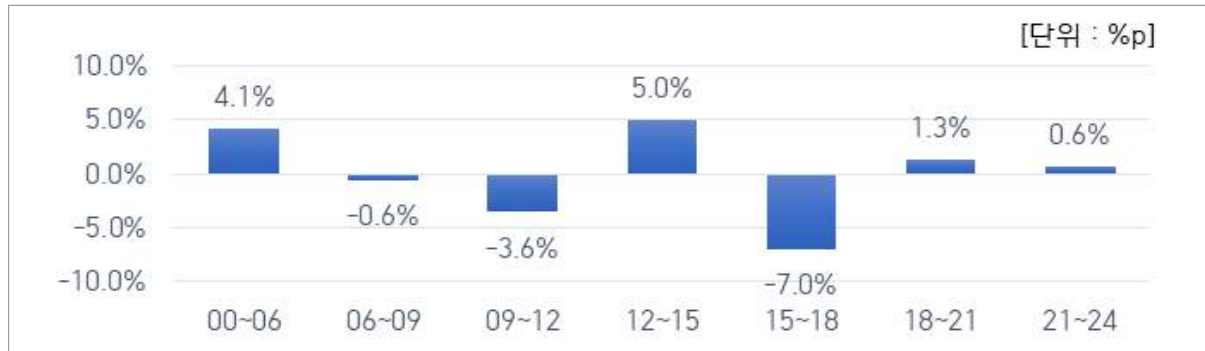
[그림 Ⅲ-5] 중앙동 상권 음식업 이용고객 요일별 고객변화('20년 대비 '21년)

<표 Ⅲ-8> 중앙동 상권 음식업 이용고객 요일별 고객변화(전년대비)

[단위 : %p]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	0.1%p	-0.1%p	-0.6%p	0.0%p	0.7%p	0.1%p	-0.1%p

- 시간대별로는 오후시간대(15~18시) 이용률이 크게 감소했으며, 감소한 비중이 점심 시간대(12~15시)와 새벽 시간대(00~06시) 비중으로 이동함



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

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

[단위 : %p]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	4.1%p	-0.6%p	-3.6%p	5.0%p	-7.0%p	1.3%p	0.6%p

## 2) 업종별 이용고객

- 중앙동 상권은 유흥상권으로써 3~40대 남성 고객 비중이 대부분의 음식점종에서 높게 나타나고 있으며, 20대 비중도 높게 나타남. 그러나 코로나19 이후 주점 업종이 쇠퇴하면서 남성 비중이 소폭 감소했으며, 30대부터 60대 이상 여성 고객 비중이 증가함
- 상업지와 오피스 상권이 결합되어 있어 평일 이용 비중이 높은 편이며, 특히 수요일부터 목요일, 금요일로 가면서 점차 이용률이 늘어나는 특징을 보임. 전년 대비 수요일의 비중이 크게 줄고 금요일 비중이 크게 오르는 현상이 나타남
- 한식 육류요리, 해산물 요리 업종과 주점이 많은 업종 구성 특징으로 인해 점심 시간대 이용률이 낮고 저녁~밤 시간대 이용률이 높으며, 전년 대비 점심, 저녁 시간대 비중은 증가했으나, 오후 시간대 비중이 크게 감소한 특징을 보임



<표 Ⅲ-10> 중앙동 상권 음식업종별 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
간이 음식 포장 판매 전문점	30대 여성	30대 남성	금요일	월요일	18~21시	06~09시
기타 외국식 음식점업	40대 남성	50대 남성	목요일	수요일	12~15시	09~12시
기타 주점업	50대 남성	40대 남성	금요일	일요일	00~06시	18~21시
김밥 및 기타 간이 음식점업	50대 여성	40대 여성	토요일	수요일	18~21시	09~12시
생맥주 전문점	30대 남성	20대 여성	금요일	목요일	00~06시	18~21시
서양식 음식점업	30대 여성	50대 남성	일요일	화요일	00~06시	18~21시
일반 유흥주점업	20대 여성	50대 남성	목요일	수요일	00~06시	18~21시
일식 음식점업	50대 남성	20대 남성	토요일	목요일	21~24시	15~18시
제과점업	30대 남성	40대 여성	금요일	목요일	18~21시	06~09시
중식 음식점업	50대 남성	20대 여성	금요일	일요일	12~15시	09~12시
치킨 전문점	50대 남성	20대 여성	금요일	수요일	21~24시	15~18시
커피 전문점	40대 남성	20대 남성	금요일	일요일	12~15시	09~12시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	40대 여성	30대 남성	금요일	일요일	18~21시	09~12시
한식 면요리 전문점	50대 남성	40대 여성	금요일	월요일	12~15시	09~12시
한식 육류요리 전문점	60대이상 여성	50대 남성	일요일	수요일	18~21시	15~18시
한식 일반 음식점업	60대이상 남성	30대 남성	금요일	월요일	12~15시	15~18시
한식 해산물요리 전문점	50대 남성	30대 남성	금요일	수요일	21~24시	15~18시



- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 주류(-2.5%p)였으며, 음료류(-0.9%p), 찜류(-0.7%p), 튀김류(-0.5%p) 순으로 감소
- 반면, 밥류(1.3%p), 회류(0.8%p), 구이류(0.6%p), 면류(0.5%p), 빵/과자류(0.4%p) 순으로 판매 비중 증가 → 밥과 면 등 식사 메뉴의 판매 비중이 증가했으며, 구이, 회와 같은 안주 판매 비중 증가

## 2) 판매액 기준 주요메뉴 현황

- 중앙동 상권의 음식점 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 소주 > 병맥주 > 돼지갈비 > 삼겹살 > 샤브샤브 순이었으며, 2020년 대부분 감소한 것에 비해 2021년은 회복세를 보임
- 샤브샤브, 불고기/주물럭, 비빔밥, 생선구이, 초밥 등 식사 메뉴가 주로 크게 증가했으며, 돼지갈비, 삼겹살, 곱창 등 한식 육류요리 증가율도 높게 나타남

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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매액	2020년 판매액	2021년 판매액 (추정)	20년 증감률	21년 증감률 (연간 환산)
소주	5,882,589,350	5,026,800,500	6,133,409,400	-14.5%	22.0%
병맥주(국산)	2,678,304,500	2,113,720,200	2,582,227,200	-21.1%	22.2%
돼지갈비	2,887,173,300	1,693,467,150	2,529,739,164	-41.3%	49.4%
삼겹살	1,977,214,100	1,802,435,400	2,410,621,920	-8.8%	33.7%
샤브샤브	976,424,600	652,167,900	1,415,287,080	-33.2%	117.0%
모듬회	1,019,195,100	1,050,796,000	1,379,614,200	3.1%	31.3%
초밥	770,834,800	691,819,400	1,108,550,160	-10.3%	60.2%
백반	688,990,700	485,470,700	951,694,080	-29.5%	96.0%
소곱창구이	869,746,700	627,546,800	929,061,960	-27.8%	48.0%
아메리카노	759,039,600	894,261,500	893,627,640	17.8%	-0.1%
탄산음료	914,457,100	717,371,600	891,502,202	-21.6%	24.3%
치킨	1,823,355,600	940,964,600	869,753,520	-48.4%	-7.6%
생선구이	604,768,500	500,124,800	829,806,000	-17.3%	65.9%
비빔밥	583,859,800	482,233,900	815,485,320	-17.4%	69.1%
파스타/스파게티	549,558,500	547,282,600	770,698,320	-0.4%	40.8%
돼지국밥	736,864,400	624,435,200	754,224,600	-15.3%	20.8%
병맥주(수입)	570,104,500	430,975,300	730,796,880	-24.4%	69.6%
생맥주(국산)	1,096,324,600	668,675,600	678,506,280	-39.0%	1.5%
불고기/주물럭	365,010,250	348,796,100	655,521,360	-4.4%	87.9%
뼈해장국	529,581,000	498,233,700	595,371,240	-5.9%	19.5%

## 2. 음식업 물가(판매액 기준 20위 메뉴)

- 2020년은 돼지갈비, 불고기/주물럭 메뉴 단가가 크게 올랐고, 치킨, 모듬회, 삼겹살 메뉴는 떨어졌으며, 그 외 기타 메뉴는 대체로 큰 변동이 없었음
- 2021년은 아메리카노 단가가 크게 올랐으며(표본점포 추가), 초밥과 모듬회 메뉴 단가가 증가함. 반면 불고기/주물럭 메뉴는 2인분 단가에서 1인분 단가로 감소했으며, 치킨, 생선구이, 스파게티 등은 2020년에 이어 소폭 감소함

<표 IV-2> 중앙동 상권 주요메뉴 판매단가 변화(표본점포 대상)

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가 (1~9월)	20년 증감률	21년 증감률
소주	4,247	4,338	4,377	2.1%	0.9%
병맥주(국산)	4,510	4,586	4,526	1.7%	-1.3%
돼지갈비	17,314	20,377	20,975	17.7%	2.9%
삼겹살	9,958	9,217	9,459	-7.4%	2.6%
샤브샤브	18,448	18,753	20,347	1.7%	8.5%
모듬회	37,043	33,373	36,460	-9.9%	9.2%
초밥	19,258	19,495	22,774	1.2%	16.8%
백반	10,522	10,381	11,360	-1.3%	9.4%
소곱창구이	13,984	14,373	13,578	2.8%	-5.5%
아메리카노	1,942	1,888	2,935	-2.8%	55.5%
탄산음료	1,823	1,853	1,864	1.6%	0.6%
치킨	16,516	15,229	13,624	-7.8%	-10.5%
생선구이	21,965	21,544	20,456	-1.9%	-5.0%
비빔밥	7,308	7,719	8,346	5.6%	8.1%
파스타/스파게티	12,506	12,315	12,056	-1.5%	-2.1%
돼지국밥	7,372	7,487	7,740	1.6%	3.4%
병맥주(수입)	7,394	7,424	7,359	0.4%	-0.9%
생맥주(국산)	4,080	3,893	3,778	-4.6%	-3.0%
불고기/주물럭	13,680	15,438	7,505	12.9%	-51.4%
뼈해장국	8,019	7,918	8,071	-1.3%	1.9%

### 3. 메뉴 트렌드

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

- 한식 일반 음식점업에서 주로 판매되는 메뉴는 소고기샤브샤브 > 돼지국밥 > 뼈해장국 > 백반 > 생선구이 메뉴였으며, 2021년에는 소고기샤브샤브, 백반, 돼지국밥, 생선구이 판매액이 크게 증가하고, 새롭게 비빔밥 메뉴가 순위권에 오름

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

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	소고기샤브샤브	52,951,383	소고기샤브샤브	116,590,290
2	돼지국밥	51,933,017	백반	78,354,640
3	뼈해장국	41,093,475	돼지국밥	62,852,050
4	백반	40,410,892	생선구이	54,294,900
5	생선구이	34,496,492	육류비빔밥	51,582,500

- 한식 육류요리 전문점에서는 돼지고기구이 > 갈비구이 > 일반소주 > 곱창/대창/막창/양구이 > 국산병맥주 순으로 판매되었으나, 2021년은 전체 판매액이 크게 증가하였으며(표본점포 증가) 닭볶음탕 메뉴가 순위권에 진입

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

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	돼지고기구이	168,050,423	돼지고기구이	362,253,931
2	갈비구이	162,244,213	갈비구이	258,304,493
3	일반소주	123,316,458	일반소주	157,860,900
4	곱창/대창//양구이	52,295,567	곱창/대창//양구이	110,752,078
5	국산병맥주	51,666,967	닭볶음탕	74,683,760

- 한식 해산물요리 전문점에서는 일반소주 > 생선회 > 낙지볶음 > 장어구이 > 병맥주 순으로 판매되었으며, 2021년 일반소주, 생선회, 낙지볶음, 장어구이 판매액이 그대로 높게 나타났으나, 대구탕 메뉴가 가장 높은 판매액을 보이며 1위에 오름

<표 IV-5> 2020~2021 중앙동 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	41,447,750	대구탕	113,205,660
2	생선회	32,734,833	일반소주	56,336,750
3	낙지볶음	23,752,333	생선회	52,445,600
4	장어구이	13,812,500	낙지볶음	35,514,200
5	국산병맥주	12,230,875	장어구이	28,444,800

- 한식 면요리 전문점에서는 우동 > 칼국수 > 일반소주 > 탕수육 > 돼지고기구이 순으로 판매되었으나, 2021년 잔치국수 > 밀면 > 일반/기타국수 > 라면 > 칼국수 순으로 판매되어 새로운 면요리 전문점이 생기면서 국수류 메뉴가 증가

<표 IV-6> 2020~2021 중앙동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 한식 면요리 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	우동	6,711,125	잔치국수	28,886,150
2	칼국수	5,250,583	밀면	17,277,100
3	일반소주	4,396,000	일반/기타국수	9,744,350
4	탕수육	3,461,333	라면	9,504,700
5	돼지고기구이	1,798,417	칼국수	8,546,750

- 중식 음식점업에서는 짜장면 > 일반소주 > 탕수육 > 짬뽕 > 맥주 메뉴가 순위권에 나타나고 있으며, 2021년은 식사 메뉴의 판매액이 늘고 주류 판매액이 감소했으며, 닭튀김 메뉴가 새롭게 순위권에 오름

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	짜장면	18,565,208	짜장면	36,411,060
2	일반소주	8,238,333	탕수육	16,305,450
3	탕수육	7,336,367	짬뽕	11,145,920
4	짬뽕	7,290,708	일반소주	7,472,800
5	국산병맥주	2,194,375	중국식닭튀김	4,397,540

- 일식 음식점업에서는 일반/기타초밥 > 생선회 > 일반소주 > 병맥주 > 탄산음료 순으로 판매되었으나, 2021년은 생선회 판매액이 크게 올라 1위를 차지하고 있으며, 초밥, 소주 판매액도 증가함. 병맥주와 탄산음료 대신 새롭게 일본식덮밥과 고기덮밥과 같은 식사 메뉴가 순위권에 진입

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반/기타초밥	56,147,250	생선회	102,948,620
2	생선회	20,611,000	일반/기타초밥	90,529,120
3	일반소주	15,331,667	일반소주	26,648,300
4	국산병맥주	5,930,250	일본식덮밥	25,237,120
5	탄산음료	1,995,667	고기덮밥	23,578,910

- 서양식 음식점업에서는 크림파스타 > 일반/기타파스타 > 돈가스 > 수입병맥주 > 토마토파스타 순으로 판매되었으나, 2021년 샐러드 메뉴가 새로 등장하여 1위를 차지하고 있으며, 돈가스와 파스타 메뉴도 증가함. 2020년은 주류 메뉴에서 수입병맥주가 주로 판매되었으나, 2021년 칵테일 메뉴가 새롭게 진입함

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	크림파스타	17,137,308	일반/야채샐러드	42,300,440
2	일반/기타파스타	14,221,000	돈가스	31,275,170
3	돈가스	8,481,467	크림파스타	26,633,500
4	수입병맥주	4,947,208	일반/기타파스타	17,132,650
5	토마토파스타	4,566,533	칵테일	16,511,600

- 기타 외국식 음식점업에서는 맥주와 소주, 음료 판매 등 소형 카페/주점 형태의 점포에서 쌀국수, 카레, 난 등을 판매하는 동남아식 음식을 위주로 하는 점포가 새롭게 등장한 것으로 유추됨

<표 IV-10> 2020~2021 중앙동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 기타 외국식 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	국산병맥주	432,417	국물쌀국수	1,273,000
2	수입병맥주	216,250	카레라이스	1,149,900
3	일반소주	196,000	난	334,500
4	탄산음료	46,917	일반소주	231,200
5	일반/기타피자	2,333	위스키	208,000



- 김밥 및 기타 간이 음식점업에서는 불고기/주물럭 > 우동 > 일반/기타파스타 > 돈가스 > 아메리카노/에스프레소 등 주로 분식업 형태의 점포가 집계되다가, 2021년은 마카롱, 와플과 같은 디저트 가게가 집계되기 시작하였으며, 분식 메뉴도 증가한 것으로 집계됨

<표 IV-11> 2020~2021 중앙동 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	불고기/주물럭	1,911,342	마카롱	13,138,230
2	우동	1,866,100	공기밥	10,694,900
3	일반/기타파스타	1,524,675	추가/사리	5,612,400
4	돈가스	1,496,933	불고기/주물럭	4,915,900
5	아메리카노/에스프레소	1,491,000	와플	3,984,670

- 간이음식 포장판매 전문점에서는 부대찌개 메뉴가 가장 큰 판매액을 보이고 있었으나, 2021년 주류와 호떡, 떡볶이 등 메뉴가 새롭게 등장함

<표 IV-12> 2020~2021 중앙동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 간이음식 포장판매 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	부대찌개	1,963,967	수입병맥주	14,792,100
2	돼지고기구이	58,500	호떡	10,770,150
3	일반소주	56,000	국산병맥주	5,704,100
4	탄산음료	35,667	일반소주	2,454,750
5	국산병맥주	19,667	떡볶이	569,600

- 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점에서는 2020년 커피 메뉴 외 크게 판매된 메뉴가 없었으나, 2021년 표본 점포가 증가하면서 일반/야채샐러드 > 랍 > 베이컨샐러드 > 수산물샐러드 > 소고기샐러드 판매액이 증가함

<표 IV-13> 2020~2021 중앙동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	아메리카노/에스프레소	581,775	일반/야채샐러드	4,649,290
2	라떼	62,833	랍	3,863,600
3	치킨	11,625	베이컨샐러드	2,553,000
4	-	-	수산물샐러드	2,421,410
5	-	-	소고기샐러드	1,776,480

- 일반 유흥주점에서는 2020년 국산, 수입 병맥주와 생맥주, 소주가 많이 판매되었으나, 2021년 위스키, 칵테일 등 양주류 판매액이 증가하였으며, 국산병맥주는 비슷한 판매액을 보인 것에 비해 수입병맥주는 판매액이 감소함. 안주류에서는 과일 메뉴 판매액이 높게 나타남

<표 IV-14> 2020~2021 중앙동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 일반 유흥주점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	국산병맥주	15,199,083	위스키	20,929,300
2	수입병맥주	7,346,917	국산병맥주	15,158,600
3	일반소주	2,490,958	칵테일	9,675,000
4	아메리카노/에스프레소	857,250	생과일	9,341,400
5	국산생맥주	336,000	일반소주	9,115,100

- 생맥주 전문점에서는 2020년에 비해 2021년 생맥주 판매액이 감소한 반면, 국산/수입 병맥주 판매액은 증가했으며, 안주류에서는 건어물구이 판매액이 크게 증가하고, 치킨 판매액도 증가

<표 IV-15> 2020~2021 중앙동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 생맥주 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	국산생맥주	39,317,142	국산생맥주	35,605,760
2	국산병맥주	13,380,058	건어물구이	17,725,980
3	일반소주	12,278,708	국산병맥주	16,518,680
4	수입병맥주	10,765,133	치킨	14,830,670
5	치킨	7,720,308	수입병맥주	14,126,640

- 기타 주점업에서는 일반소주 > 병맥주 > 생선회 > 탄산음료 > 치킨 순으로 판매액이 높았으며, 2021년에도 주요 메뉴의 순위가 유사하게 유지되면서 판매액이 조금씩 증가한 것으로 집계됨. 안주류에서는 순위권에 치킨 메뉴 대신 일반육류꼬치 진입

<표 IV-16> 2020~2021 중앙동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 기타 주점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	178,196,750	일반소주	199,398,200
2	국산병맥주	61,752,333	국산병맥주	66,499,100
3	생선회	34,220,500	생선회	43,742,050
4	탄산음료	17,871,333	일반육류꼬치	22,308,910
5	치킨	12,042,492	탄산음료	18,876,600

- 치킨 전문점에서는 2020년에 비해 2021년 치킨 판매액이 감소한 반면(배달 영향), 생맥주, 소주, 탄산음료, 병맥주 판매액이 모두 증가

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	치킨	57,197,033	치킨	40,059,720
2	국산생맥주	7,852,183	국산생맥주	11,772,870
3	일반소주	3,266,833	일반소주	6,162,400
4	탄산음료	2,954,375	국산병맥주	3,674,000
5	국산병맥주	1,710,950	탄산음료	3,449,200

- 제과점업에서는 새로 표본 점포가 집계되면서 아메리카노/에스프레소 > 카스텔라 > 라떼 > 바게트 > 일반/기타떡 메뉴 등 커피 메뉴와 떡 메뉴도 함께 집계됨

<표 IV-18> 2020~2021 중앙동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 제과점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	-	-	아메리카노/에스프레소	9,210,750
2	-	-	카스텔라	4,712,600
3	-	-	라떼	3,523,830
4	-	-	바게트	2,435,230
5	-	-	일반/기타떡	2,402,820

- 커피 전문점에서는 아메리카노, 라떼 등 기본 커피메뉴 외 스테이크, 병맥주, 파스타 등 카페/주점 식의 표본 점포가 집계되었으나, 2021년 표본 점포가 새로 추가되면서 밀크티, 에이드, 스무디 등 기타 음료 판매액이 크게 증가함. 기본 커피메뉴는 아메리카노 판매액이 소폭 감소한 반면 라떼 메뉴 판매액이 크게 증가함

<표 IV-19> 2020~2021 중앙동 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	67,046,892	아메리카노/에스프레소	58,066,440
2	라떼	12,447,175	라떼	43,015,470
3	스테이크	3,216,433	밀크티	10,576,430
4	수입병맥주	2,325,625	에이드	8,970,660
5	일반/기타파스타	479,608	스무디	6,068,560

- 기타 비알코올 음료점업은 매점과 같이 소형으로 판매하는 표본 점포가 집계되었으며, 아메리카노와 라떼 등 기본 커피 메뉴 외 과실차, 스무디, 생과일주스 등의 기타 음료 판매액이 소액 집계됨

<표 IV-20> 2020~2021 중앙동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 기타 비알코올 음료점업

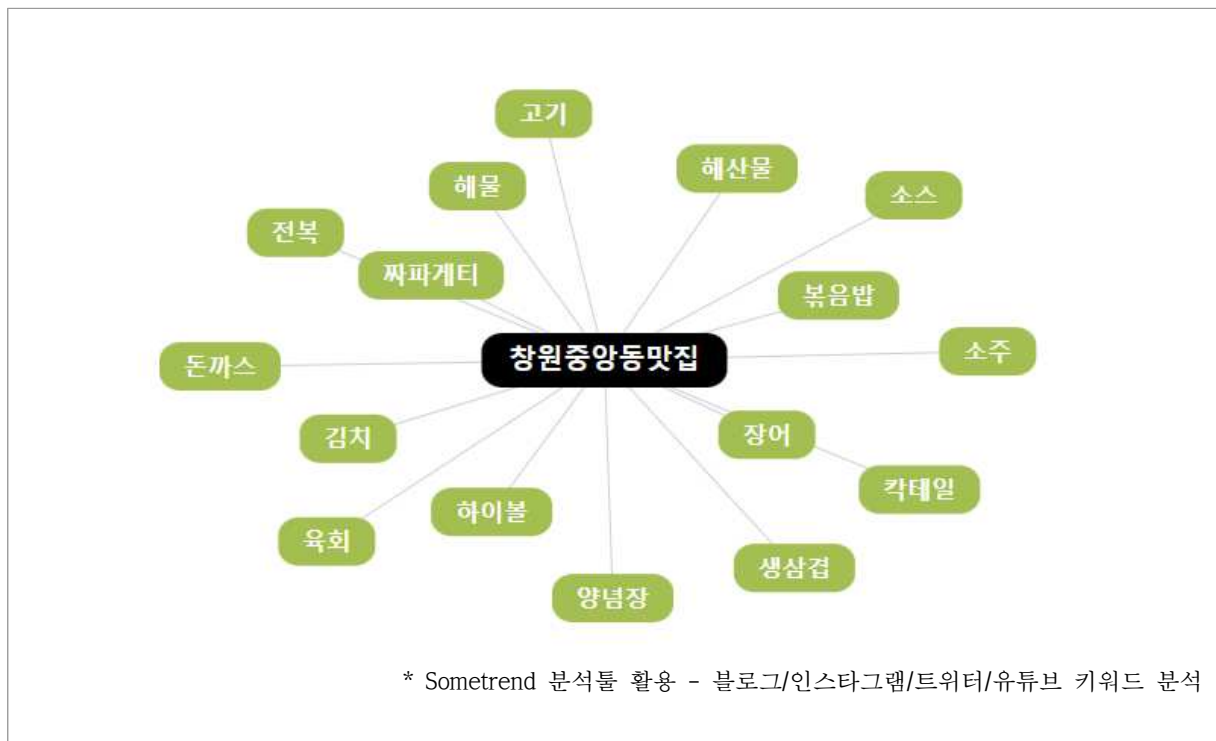
[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	아메리카노/에스프레소	134,142	아메리카노/에스프레소	82,320
2	국산생맥주	65,250	과실차	32,000
3	라떼	20,058	라떼	21,100
4	-	-	스무디	20,350
5	-	-	생과일주스	20,000

## V. 키워드 분석

### 1. 연관 키워드(상품&메뉴 범주)

- 창원 중앙동 상권의 상품&메뉴 범주의 연관 키워드를 분석하면, 2019년은 마라롱샤, 마라샹궈, 마라롱샤 등 마라탕 전문점과 관련된 메뉴 키워드가 순위권에 나타났으며, 소고기, 고기, 한우 등 육류 요리와 치킨, 통닭, 치즈님 등 치킨 전문점, 골뱅이(무침), 소주 등 주류 관련 키워드가 많이 등장함
- 2020년은 사시미, 사누끼, 소바, 일식, 우동 등 일식 전문점의 키워드가 새롭게 등장했으며, 해산물류가 강세를 보임
- 2021년은 키워드 언급량이 급감하였으나, 칵테일, 하이볼 등 양주 메뉴 키워드가 언급되었으며, 해산물류가 종종 등장하고 있음
- 한식 육류 요리 전문점이 강세인 만큼, 2019년까지는 고기류 연관 키워드가 많았으나, 2020~2021년이 되면서 해산물류와 양주 메뉴 키워드가 등장하고 있음



[그림 V-1] 중앙동 음식점 상품&메뉴 연관키워드(2021년 1~9월)

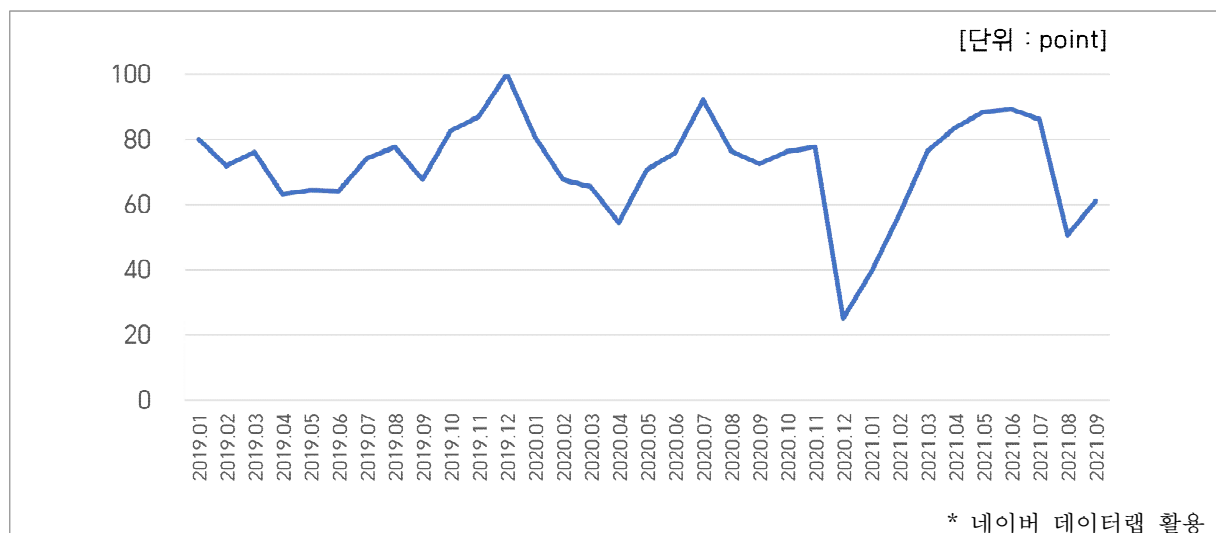
<표 V-1> 중앙동 음식업 상품&메뉴 연관키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	연급량	2020년	연급량	2021년 (1~9월)	연급량
1	샌드위치	61	사시미	55	칵테일	18
2	커피	41	소주	53	육회	3
3	통닭	35	커피	48	돈까스	3
4	마라롱샤	31	샌드위치	48	소스	2
5	마라샹궈	30	소바	46	짜파게티	2
6	소고기	19	우동	46	고기	2
7	고기	18	사누끼	32	소주	2
8	치킨	18	일식	32	전복	2
9	한우	18	사누끼우동	32	김치	2
10	골뱅이	16	돈까스	21	볶음밥	2
11	소주	13	음료수	20	해물	2
12	마라롱샤	11	해산물	19	생삼겹	2
13	밥	10	꼬치	17	장어	2
14	골뱅이무침	10	고기	12	하이볼	2
15	치즈님	10	튀김	12	해산물	2

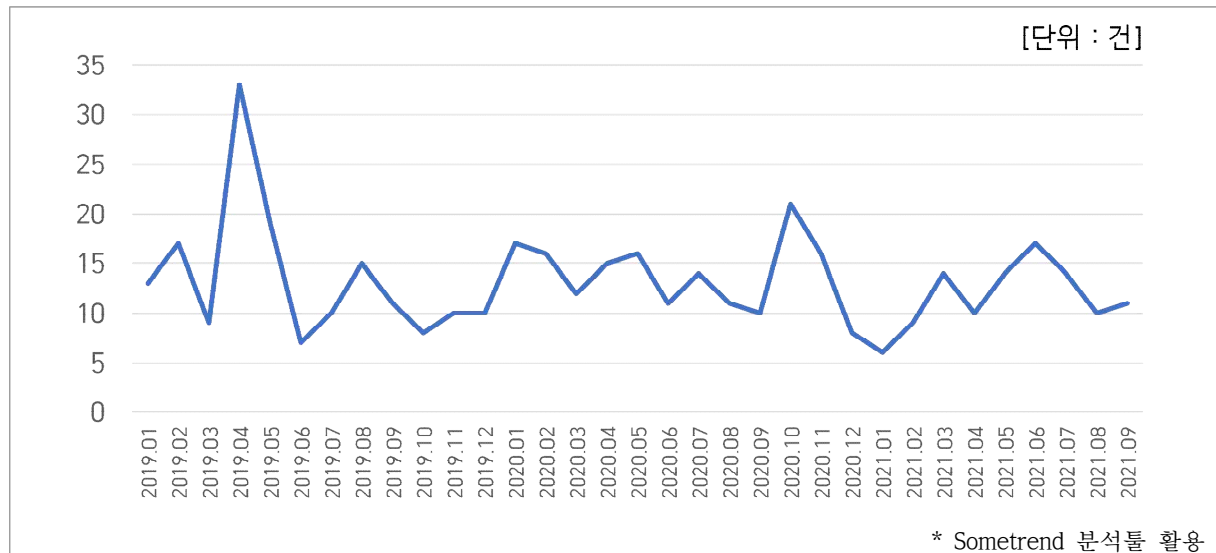
## 2. 키워드 검색 및 연급량 시계열 변화

- 중앙동 음식점(‘중앙동맛집’, ‘중앙동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2021년 9월까지 집계한 결과 2019년 12월 가장 높게 나타났으며, 이후 코로나19 영향으로 감소하다가 2020년 12월 최저를 기록한 뒤 2021년 3월부터 회복하기 시작하여 5~7월까지 증가, 다시 8~9월에 낮아진 것으로 나타남



[그림 V-2] 중앙동 음식점 관련 검색어 네이버 검색량 변화

- 중앙동 음식점(‘중앙동맛집’, ‘중앙동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 2019년 4월 33건으로 가장 많았으며, 2020년 10월 21건, 2021년 6월 17건으로 나타났으며, 월평균 12~14건으로 유지되고 있음



[그림 V-3] 중앙동 음식점 관련 검색어 블로그 언급량 변화

### 3. 키워드 속성 분석

- 중앙동 음식점(‘중앙동맛집’, ‘중앙동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 속성 키워드는 2021년(1~9월) 기준으로 ‘맛’에 대한 중요도가 가장 높은 것으로 나타났으며, ‘선하다’, ‘싱싱하다’, ‘아담하다’와 같이 다양한 요소가 영향을 미침



[그림 V-4] 중앙동 음식점 관련 속성 키워드 분석(2021년 1~9월)



- 2019년은 기본적인 ‘맛’에 대한 표현 키워드를 주로 발견할 수 있으며, ‘깔끔하다’, ‘춥다’ 등 가게 내부 환경과 관련된 언급량이 순위권에 있음
- 2020년은 ‘싸다’와 같은 가격 요소와 ‘분위기 좋다’와 같은 매장 환경 요소가 추가되었으며, ‘힘들다’와 같은 부정적인 키워드도 발생
- 2021년은 해산물 요리나 일식 전문점이 늘어난 것과 연관하여 ‘신선하다’, ‘싱싱하다’ 같은 신선도와 관련한 키워드가 등장하였으며, ‘지치다’와 같이 기다리는 시간(마케팅 요소 중 ‘프로세스’와 관련)이 부정적 영향을 미치고 있는 것으로 나타남

<표 V-2> 중앙동 음식점 관련 주요 속성키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년 (1~9월)	언급량
1	맛있다	201	좋다	310	맛있다	83
2	좋다	92	맛있다	143	좋다	67
3	괜찮다	49	분위기 좋다	117	즐기다	13
4	잘하다	42	가능하다	90	친절하다	10
5	좋아하다	37	먹고싶다	38	신선하다	9
6	즐기다	30	좋아하다	33	싱싱하다	9
7	감사하다	21	사랑하다	27	좋아하다	9
8	맛나다	20	잘먹다	25	잘하다	8
9	잘먹다	20	감사하다	23	먹고싶다	7
10	깔끔하다	18	괜찮다	19	맵다	6
11	먹고싶다	17	싸다	18	지치다	6
12	맵다	15	맛나다	17	저렴한 가격	5
13	춥다	14	힘들다	14	아담하다	5
14	추천하다	12	깔끔하다	13	분위기 좋다	5
15	민다	12	배부르다	11	감사하다	5