

# 전국 주요상권 트렌드 분석 보고서

## ⑩ 충북 청주시 성안길-육거리 상권 외식 트렌드 보고서

분석 수행 : NICE지니데이터(주)



<분석요약> .....	1
<외식분야 전문가 의견> .....	9
<분석결과> .....	11
Ⅰ. 상권현황 .....	11
1. 상권개요 .....	11
2. 상권유형 .....	12
3. 상권 일반현황 .....	16
Ⅱ. 음식업 업종분석 .....	18
1. 전체 음식업 현황 .....	18
2. 업종별 현황 .....	19
3. 업종 트렌드 .....	22
Ⅲ. 음식업 고객 분석 .....	24
1. 전체 고객 현황 .....	24
2. 업종별 고객현황(2021 년 1~11 월) .....	25
3. 고객 트렌드 .....	29
Ⅳ. 음식업 메뉴분석 .....	32
1. 주요 메뉴현황 .....	32
2. 음식업 물가(판매액 기준 20 위 메뉴) .....	34
3. 메뉴 트렌드 .....	35
Ⅴ. 키워드 분석 .....	42
1. 키워드 검색 및 언급량 시계열 변화 .....	42

## 〈분석요약〉

### 1. 상권개요

- 충청북도 청주시 성안길-육거리 상권은 도청 소재지인 충북 청주시 상당구에 위치하며, 충북 도청 전면으로부터 청주시청 2청사를 중심으로 발달한 성안길 상권과 충북 최대 축산물 시장인 육거리 시장이 남단으로 분포하고 좌측으로는 서문시장이 분포하여 전통시장과 로데오 거리가 결합된 형태의 상권특징을 보이는 청주 최대 상권으로 뽑을 수 있음
- 성안길-육거리 상권 내 주거인구 규모는 1,823명/세대수는 1,046가구이며, 통행량 기준으로 가장 많은 지점에 일평균 5천 2백여 명, 상권 평균적으로 3천 4백여 명이 유동함
- 상권 주변으로 반경이 넓어질수록 주거인구와 세대 수는 증가하지만, 최대 유동인구 지점의 유동인구 수나 평균 유동인구는 줄어드는 경향을 보이고 있어 성안길-육거리 상권의 유동인구 집중도가 높음을 의미함
- 주변지역에 축산물 전문시장(육거리 시장)과 서문시장이 분포하고 있고, 성안길 상권도 로데오 상권(패션/의류 강세)으로 규정되어 소매/유통업 비중이 압도적으로 높음
- 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 의복/의류 19.4%p, 패션잡화 7.9%p, 음/식료품 소매 3.6%p 높은 로데오+전통시장 상권 특징을 보임  
→ 성안길-육거리 상권의 특성업종은 ‘의류, 패션잡화, 음/식료품 소매’ 업종으로 규정됨
- 성안길-육거리 상권의 유동인구는 성안길 상권의 대로변과 메인 거리가 가장 높고, 서문시장과 육거리 시장은 시장 입구 부근의 유동인구가 많은 것으로 집계됨
- 성안길-육거리 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 3,405억, 2020년 3,528억, 2021년(추정) 3,311억으로 집계되어 2020년 3.6% 증가했다가 2021년 6.1% 감소함(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)

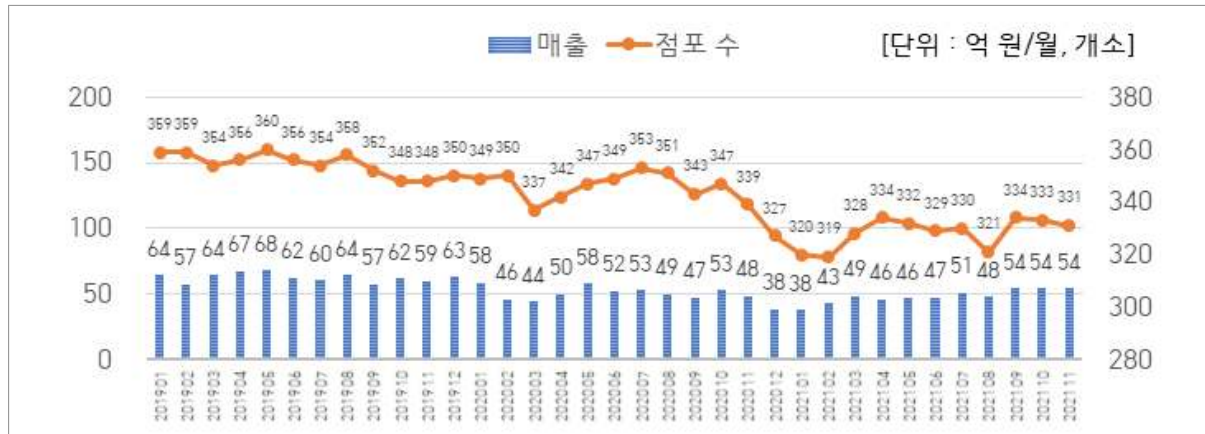
### 2. 음식업 업종분석

- 성안길-육거리 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 355개로 운영되던 점포수가 2020년 345개, 2021년 328개로 줄어들어 운영점포 수가 각각 2.8%, 4.7% 감소하였으며, 전체 매출규모는 20.3%, 3.2% 감소함
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 96개, 커피 전문점 41개, 제과점업 36개, 김밥 및 기타 간이음식점업 31개 순으로 나타났으며, 일반적인 상권의 음식업 구성보다 커피/제과/디저트류 업종 비중이 높음

<분석요약. 표1> 성안길-육거리 상권 전체 음식점 매출/점포 수 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]

구분	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
매출액 (기간 합산)	748	596	577	-20.3%	-3.2%
점포 수 (기간 평균)	355	345	328	-2.8%	-4.7%



[분석요약. 그림1] 성안길-육거리 상권 음식점 매출액/점포 수 변화

- 업종별 경기 동향을 살펴보면 한식 일반 음식점과 분식, 커피, 한식 면요리 등 취식 시간이 짧은 업종이 상권의 주요 음식점종으로 구성되어 있음을 확인할 수 있으며, 2020년과 2021년 감소세가 나타나지만 한식 육류요리 업종과 기타 외국식에서 소폭 반등이 나타나고 패스트푸드, 중식, 생맥주 전문점이 증가하고 있어 다른 지역상권에 비해 음식점 감소세가 크지 않은 것으로 분석됨
- 성안길-육거리 상권은 전통시장과 상점가가 복합된 형태이므로 꾸준한 소매업 수요가 발생하여 상권이 한 순간에 크게 감소하지는 않는 특징이 나타나며, 병의원과 같은 인구 유발시설이 지역상권의 유동성을 유지하는 역할을 하고 있음. 2020년은 코로나19 영향으로 음식점이 전체적으로 하락하였으나, 2021년은 특정 업종을 중심으로 유지와 반등 가능성을 보이고 있음
- 점포당 매출액은 2020년 일식, 치킨, 커피, 제과 업종에서 20% 이상, 한식 육류요리, 분식, 한식 일반, 한식 면요리, 서양식에서 10% 이상 감소했으며, 생맥주 전문점과 기타 외국식에서만 증가한 것으로 집계됨
- 2021년은 일식, 기타 외국식, 일반 유흥주점에서 30% 이상 감소하고, 치킨 전문점도 10% 이상 감소한 반면 패스트푸드, 중식, 생맥주 전문점, 한식 육류요리, 기타 주점업, 서양식, 분식 업종에서 증가하며, 점포당 매출액이 반등한 업종이 많이 나타남
- 상권의 특성을 대표할 수 있는 한식 일반, 분식, 커피, 한식 면요리 등에서 감소세가 지속되고 있으나, 한식 육류요리가 감소한 수준에서 더 떨어지지 않고 유지 경향을 보이고 있으며(※성안길 삼겹살 골목, 육거리 시장과 관련하여 상권의 한식 육류요리 업종의 위상이 크기 때문에 중요한 업종으로 뽑을 수 있음) 시장규모는 작지만 패스트푸드, 중식, 생

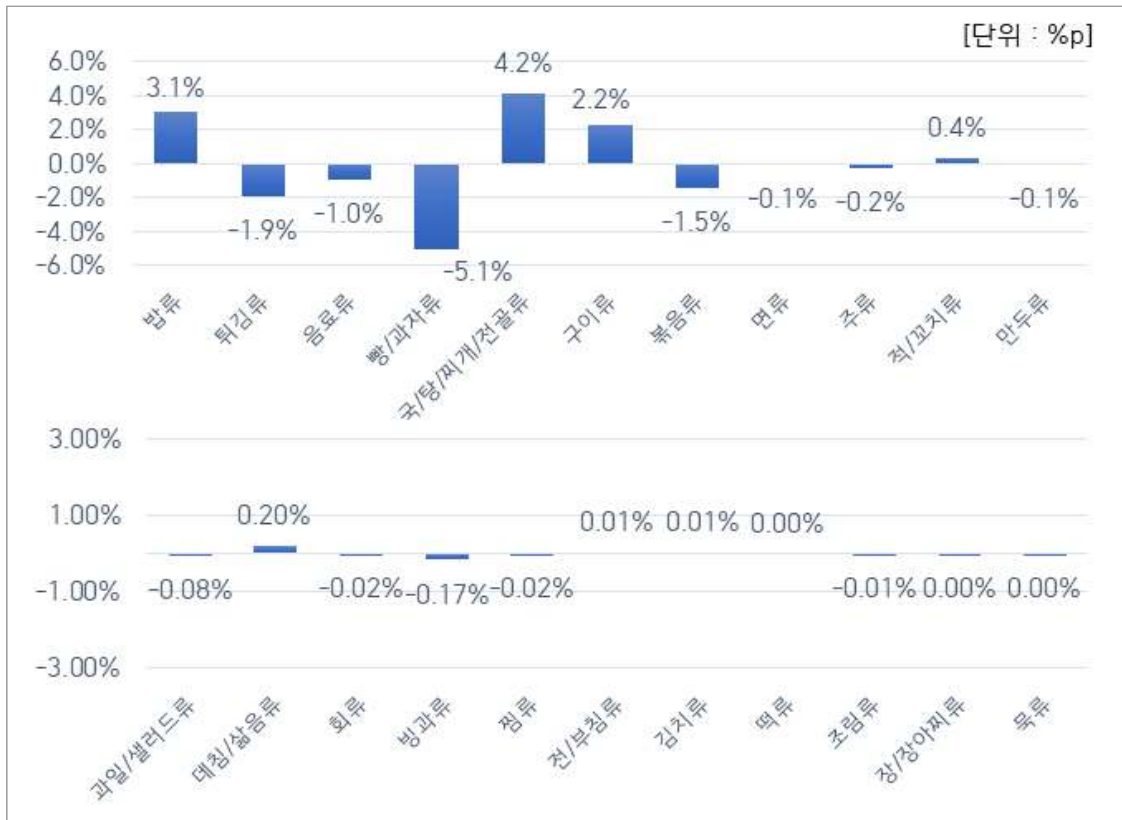
맥주 전문점 등이 증가하여 점포당 매출액이 반등하고 있는 업종들이 나타남

### 3. 음식업 고객 분석

- 근접한 지역이지만 구분되는 상권(성안길, 서문시장, 육거리시장)에 따라 업종의 구성이 다르며, 이에 따라 주 고객층의 연령대 차이가 크고 명확하게 구분됨. 점심 시간대의 패스트푸드 업종이나 커피/디저트류, 생맥주 전문점은 20대 고객층에 특징이 있으며, 한식 일반, 면요리, 육류요리는 4~50대 고객층, 치킨, 한식 해산물 요리는 60대 이상 연령층이 선호하는 것으로 나타남
- 전통시장과 로테오 상권이 근접 지역에 위치하는 상권의 특성상 코로나19에 상대적으로 영향을 더 많이 받은 로테오 상권의 고객 비중이 더 크게 감소하고, 전통시장 주변의 고객층이 영향을 덜 받으면서 60대 이상 연령층의 상대적인 비중이 증가한 것으로 분석됨. 이에 따라 생맥주 전문점, 기타 주점, 패스트푸드, 기타 외국식, 분식 등의 업종에서 20대 비중이 감소하고, 한식 면요리, 커피에서 30대, 한식 육류요리, 일식, 서양식에서 40대가 감소함. 반면 40대부터 60대 이상 연령층까지 시장을 이용하는 여성층의 비중이 전반적으로 증가함
- 업종 평균 요일별 구성비 대비 체과점, 기타 주점, 기타 외국식, 일반 유흥주점, 한식 해산물요리 전문점에서 평일 이용비중이 높으나, 한식 일반, 한식 면요리, 분식, 커피, 중식, 일식 등 주요 구성업종에서 주말 비중이 높게 나타남
- 요일별 특징에서도 주말 집중도가 높아져 전통시장의 이용률 감소가 상대적으로 덜 했다는 것을 나타내고 있으며, 주요 음식업종의 토~일요일 비중이 높아짐. 반면 월요일부터 목요일까지 평일 이용비중이 전반적인 음식 업종에서 모두 하락한 것으로 집계됨
- 평균적인 시간대별 구성비보다 전체적으로 점심 시간대 비중이 높은 편이며, 저녁 시간대 비중이 낮아 소매업 위주의 상권구성(전통시장과 로테오 상권) 특성이 명확하게 나타남
- 시간대별로는 김밥, 칼국수, 삼겹살 등 지역 맛집을 중심으로 이른 오전 시간대부터 활성화되던 특징이 감소하고, 저녁 시간대 이용비중이 늘어난 것으로 분석되며, 활성화 시간이 조금씩 늦어지거나 저녁 시간대로 이동한 모습을 보임

### 4. 음식업 메뉴분석

- 성안길-육거리 상권은 밥류 판매비중이 가장 높고, 튀김류(18%) > 음료류(17%) > 빵/과자류(10%) > 국/탕/찌개/전골류(10%) 순으로 매출 비중이 높음
- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 빵/과자류(-5.1%p)였으며, 튀김류(-1.9%p), 볶음류(-1.5%p) 순으로 감소
- 반면, 국/탕/찌개/전골류(4.2%p), 밥류(3.1%p), 구이류(2.2%p) 순으로 판매비중 증가 → 시장에서 판매하는 빵, 튀김류 비중이 줄고 식사메뉴의 판매비중 증가



[분석요약. 그림2] 성안길-육거리 상권 음식업 메뉴 범주별 이용비중 변화('20년 대비 '21년)

- 성안길-육거리 상권의 음식업 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 돈가스 > 치킨 > 낙지볶음 > 아메리카노 > 삼겹살 순이었으며, 2020년 부대찌개, 김치찌개, 생맥주는 증가하고, 파스타/스파게티, 목살, 물냉면, 김밥, 피자 등은 감소
- 2021년은 삼겹살, 목살, 탄산음료 등 고기요리 업종과 연관 있는 메뉴가 증가하고, 비빔밥, 우동, 물냉면 등 식사메뉴가 증가한 반면, 2020년 증가했던 부대찌개, 김치찌개와 낙지볶음, 치킨, 돈가스 등이 감소함
- 2020년은 치킨, 카페라떼, 비빔밥, 아메리카노 단가가 5% 이상 증가했으며, 병맥주, 돈가스, 피자 메뉴의 단가가 5% 이상 감소함. 파스타/스파게티 메뉴는 주 메뉴로 판매하던 표본 점포가 사라지면서 부가 메뉴로서의 판매분만 집계됨
- 2021년은 2020년에 이어 카페라떼와 아메리카노, 탄산음료, 우동, 비빔밥, 치킨 메뉴 가격이 지속 상승했으며, 피자, 삼겹살, 병맥주 단가가 지속 감소한 것으로 집계됨

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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가 (1~11월)	20년 증감률	21년 증감률
돈가스	13,076	11,894	12,112	-9.0%	1.8%
치킨	9,059	10,573	10,834	16.7%	2.5%
낙지볶음	26,016	26,053	26,018	0.1%	-0.1%
아메리카노	2,360	2,478	2,583	5.0%	4.3%
삼겹살	10,816	10,486	10,204	-3.1%	-2.7%
피자	20,616	19,558	18,434	-5.1%	-5.7%
우동	7,674	7,925	8,322	3.3%	5.0%
탄산음료	1,989	2,029	2,109	2.0%	4.0%
소주	3,977	4,050	4,035	1.8%	-0.4%
비빔밥	7,145	7,505	7,693	5.0%	2.5%
파스타/스파게티	12,496	3,742	3,648	-70.1%	-2.5%
병맥주(국산)	3,892	3,954	3,988	1.6%	0.9%
카페라떼	3,215	3,403	3,729	5.9%	9.6%
부대찌개	-	11,028	11,569	-	4.9%
일반김밥	2,709	2,609	2,664	-3.7%	2.1%
목살	11,605	11,321	11,372	-2.5%	0.5%
물냉면	4,753	4,798	4,744	1.0%	-1.1%
생맥주(국산)	3,517	3,498	3,628	-0.5%	3.7%
김치찌개	7,000	7,009	7,163	0.1%	2.2%
병맥주(수입)	6,287	5,577	5,509	-11.3%	-1.2%

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

간이 음식 포장 판매 전문점			기타 주점업			김밥 및 기타 간이 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	김치찌개	도시락	1	탄산음료	치즈버거	1	일반/기타 김밥	마카롱
2	탄산음료	야채 비빔밥	2	일반/기타 피자	탄산음료	2	떡볶이	라면
3	불고기/주물럭	김치찌개	3	페퍼로니 피자	일반/기타 피자	3	탄산음료	일반/기타 주먹밥
4	-	김치 볶음밥	4	일반소주	페퍼로니 피자	4	국산 병맥주	일반/기타 김밥
5	-	김치국수	5	스테이크	중국식 새우볶음	5	아메리카노/에스프레소	돼지고기 만두
서양식 음식점업			일식 음식점업			제과점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	돈가스	돈가스	1	탄산음료	고기덮밥	1	아메리카노/에스프레소	티라미수
2	탄산음료	일본식 덮밥	2	생선회	수산물 덮밥	2	라떼	일반/기타 우유
3	우동	탄산음료	3	국산 병맥주	곱창덮밥	3	탄산음료	홍차
4	크림 파스타	소바	4	일반소주	탄산음료	4	-	아메리카노/에스프레소
5	국산 생맥주	수산물 덮밥	5	일반/기타 초밥	생선회	5	-	곡물 아이스크림
중식 음식점업								
순위	2020년	2021년						
1	-	마라탕						
2	-	소고기 구이						
3	-	탕수육						
4	-	일반 육류꼬치						
5	-	중국식 야채볶음						

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

<분석요약. 표4> 성안길-육거리 상권 업종별 2020~2021년 판매액 기준 주요메뉴 1~5위(치킨~한식일반)

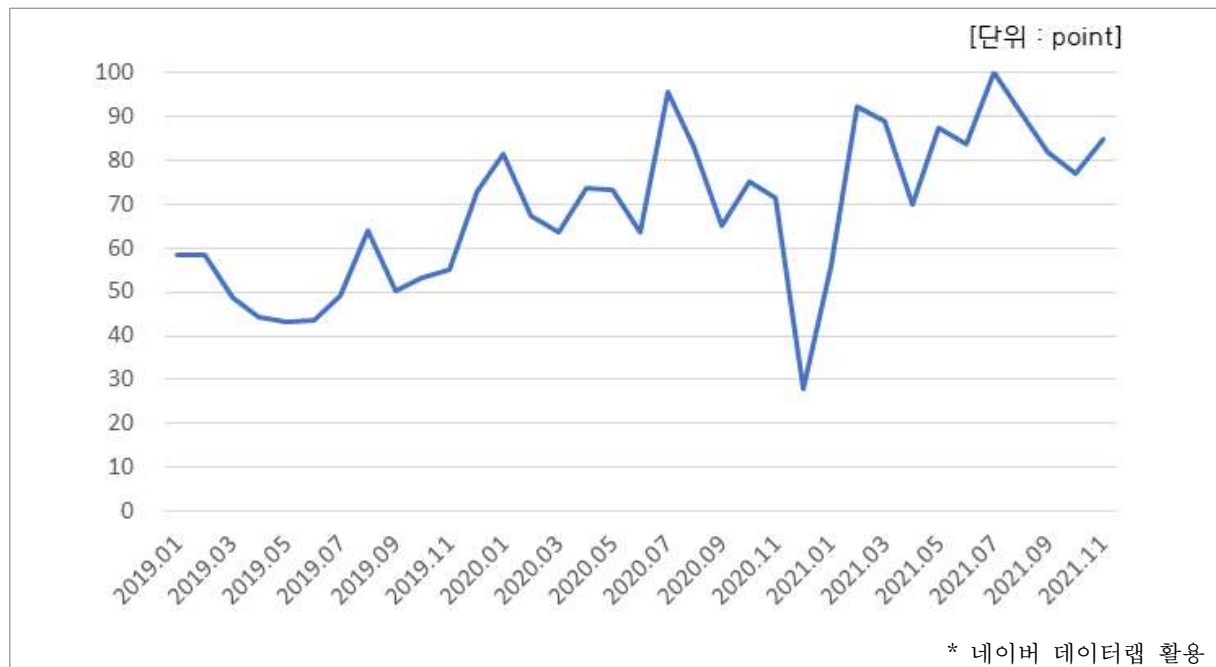
치킨 전문점			커피 전문점			피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	치킨	치킨	1	아메리카노/ 에스프레소	아메리카노/ 에스프레소	1	일반/기타 피자	일반/기타 피자
2	일반소주	일반소주	2	라떼	라떼	2	탄산음료	치즈 핫도그
3	국산 생맥주	국산 생맥주	3	탄산음료	에이드	3	크림 파스타	일반/기타 핫도그
4	국산 병맥주	닭튀김	4	-	밀크티	4	고르곤졸라 피자	소고기 샐러드
5	탄산음료	국산 병맥주	5	-	아이스티	5	로제 파스타	탄산음료
한식 면요리 전문점			한식 육류요리 전문점			한식 일반 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	돈가스	돈가스	1	돼지고기 구이	돼지고기 구이	1	낙지볶음	낙지볶음
2	우동	우동	2	일반소주	일반소주	2	부대찌개	순대국밥
3	알밥	알밥	3	국산 병맥주	국산 병맥주	3	일반소주	부대찌개
4	돌솥 비빔밥	일본식 덮밥	4	물냉면	공기밥	4	국산 병맥주	돼지고기 구이
5	일반/기타 김밥	소바	5	탄산음료	물냉면	5	탄산음료	순대

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

## 5. 키워드 분석

- 성안길-육거리 상권 음식점(‘성안길 맛집’, ‘성안길 음식점’, ‘육거리시장 맛집’, ‘육거리시장 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2021년 11월까지 집계한 결과 2020년 12월 큰 폭으로 하락한 것을 제외하고, 2019년 3월부터 지속적으로 증가하는 특징을 보임. 특히 여름철 검색량이 증가하는 것으로 나타남
- 성안길-육거리 상권 음식점(‘성안길 맛집’, ‘성안길 음식점’, ‘육거리시장 맛집’, ‘육거리시장 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 2019년부터 2020년까지 평균 1~2건 수준으로 유지되다가 2021년 월 3~4건으로 증가함





[분석요약. 그림5] 평화광장 음식점 관련 검색어 네이버 검색량 변화

## 〈외식분야 전문가 의견〉

한양사이버 대학교 호텔외식경영학과

김 영 갑 교수

□ 충북 청주시 성안길-육거리 상권은 젊은 고객층이 밀집하는 성안길 상점가와 서문, 육거리 전통시장이 근접 지역에 배치되어 있어 다양한 상권특징이 나타나며, 지역 맛집들을 중심으로 유지되는 경향이 있었으나 최근 저녁 시간대 위주로 업태 변경이 일어나고 있음

- 청주 성안길 상점가와 육거리 시장, 서문시장은 모두 음식업 보다는 소매업 특성이 강한 상권으로써 의류, 패션잡화 분야와 음식료품 소매업 시장이 발달해 있음
- 지역 상권의 활성화를 위해 서문시장 부근으로 ‘삼겹살 거리’를 조성하기도 하고, 칼국수/수제비 전문점이 지역맛집으로 유명세를 탔으나, 코로나19 이후 외부 유입객이 감소하면서 전체적인 음식업 매력도가 낮아짐
- 의류, 패션잡화와 음식료품 소매업 시장은 활성화 시간대가 오후 시간대며, 주말 집중도가 높은 특징을 보이므로 해당 시간대에 활성화가 이루어질 수 있는 보완적인 음식업이 배치되고 운영되는 것이 유리할 것으로 판단됨
- 이와 동시에 40대부터 60대 여성 고객을 대상으로 하는 업종과 업태 개발이 필요할 것으로 예상되며, 카페와 제과류 업종, 한식 면요리 업종이 음식업 시장 회복세를 이끌 수 있을 것으로 보임

□ 청주시 성안길-육거리 상권의 외식업체를 업종별로 구분한 후, 최근 일어나고 있는 매출액 수준의 변화를 읽을 수 있는 고객관심도 변화를 살펴보면 다음과 같은 특징이 있음.

- 청주시 성안길-육거리 상권은 한식과 분식의 고객관심도가 가장 높은 상권으로 업종 간의 변화가 거의 없는 안정적인 추이를 보이고 있음
- 카페업/디저트업은 커피 업종이 최상위권을 차지하고 있었으나 지속적인 하향세를 이어가면서 2위권이었던 베이커리 카페와 역전되는 추이를 보이고 있음
- 분식업은 칼국수, 종합분식, 만두 업종이 고객관심도 상위권에서 지속적인 안정세를 유지하고 있으며, 최근 호떡 업종이 높은 상승률을 보이고 있음
- 일식업은 일식 기타와 초밥 업종이 전반적인 상승세를 보이는데, 특히 일식 기타 업종의 인기가 급상승하고 있음
- 한식업은 한식 일반, 고기요리, 찌개 업종의 비중이 가장 높은 수준을 보이지만, 고기요리는 하락하고 찌개 업종은 성장세가 두드러지는 특징을 보이고 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 11월
업종별 매출액/이용건수	카드사 + 결제수단별 통계 데이터 기반 나이스지니데이터 추정	대/중/소분류 업종단위별 추정매출액 규모	1개월	2021년 11월
업종 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 총매출액 증감	1개월	2020년 1~12월 2021년 1~11월 월평균 비교
업종별 성/연령대별 이용량 업종별 요일/시간대별 이용량	카드사 기반 나이스지니데이터 추정	지역/업종별 성/연령대, 요일/시간대 이용건수, 비중정보	1개월	2021년 11월
고객 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 고객컬럼별 비중 증감	1개월	2020년 1~12월 2021년 1~11월 월평균 비교
메뉴별 판매점포 수 및 구성비	POS사	대/중/소분류 업종단위별 점포 수 (음식업 전체 10만 사업자)	1개월	2021년 11월
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 11월
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 1~11월 월평균 비교
연관 검색어 (장소&브랜드, 상품&메뉴)	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 주요 연관검색어	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 11월
SNS채널별 언급량	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	유튜브, 트위터, 블로그 상권별 음식업 관련 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 11월
키워드 속성분석	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 속성 키워드 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 11월

〈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

- 충청북도 청주시 성안길-육거리 상권은 도청 소재지인 충북 청주시 상당구에 위치하며, 충북 도청 전면으로부터 청주시청 2청사를 중심으로 발달한 성안길 상권과 충북 최대 축산물 시장인 육거리 시장이 남단으로 분포하고 좌측으로는 서문시장이 분포하여 전통시장과 로데오 거리가 결합된 형태의 상권특징을 보이는 청주 최대 상권으로 뽑을 수 있음



[그림 I-1] 성안길-육거리 상권 영역

<표 I-1> 성안길-육거리 상권 기초현황

항목/상권영역	선택 영역 내	반경 500M내	반경 1,000M내
주거인구(명)	1,823	4,332	16,485
세대수(가구)	1,046	2,468	8,576
유동인구(명/일) (최대지점 / 평균)	5,231 / 3,429	5,166 / 2,568	5,231 / 808
지하철 승하차 인구 수(명)	0	0	0
버스 정류장수(개소)	6	10	35
관공서/금융기관(개소)	13	23	37
문화시설/영화관(개소)	4	5	8

- 성안길-육거리 상권 내 주거인구 규모는 1,823명/세대수는 1,046가구이며, 통행량 기준으로 가장 많은 지점에 일평균 5천 2백여 명, 상권 평균적으로 3천 4백여 명이 유동함
- 상권 주변으로 반경이 넓어질수록 주거인구와 세대 수는 증가하지만, 최대 유동인구 지점의 유동인구 수나 평균 유동인구는 줄어드는 경향을 보이고 있어 성안길-육거리 상권의 유동인구 집중도가 높음을 의미함

## 2. 상권유형

### 1) 토지/건물용도에 따른 구분



[그림 I -2] 성안길-육거리 상권 토지/건물용도 구분

<표 I -2> 성안길-육거리 상권 영역/반경별 용도에 따른 상권유형

선택 영역 상권유형	배후 상권유형 (중심점 반경 500M 내)	배후 상권유형 (중심점 반경 1000M 내)
<b>일반상업지 64%</b>	<b>일반상업지 48%</b>	<b>일반상업지 23%</b>
저밀주거상업16%	저밀주거상업11%	기타지역 17%
복합상업지 8%	기타지역 10%	저밀주거지역14%
고밀주거상업4%	고밀주거상업8%	고밀주거지역10%
고밀주거지역4%	오피스가 6%	고밀주거상업9%
그 외 4%	그 외 17%	그 외 27%

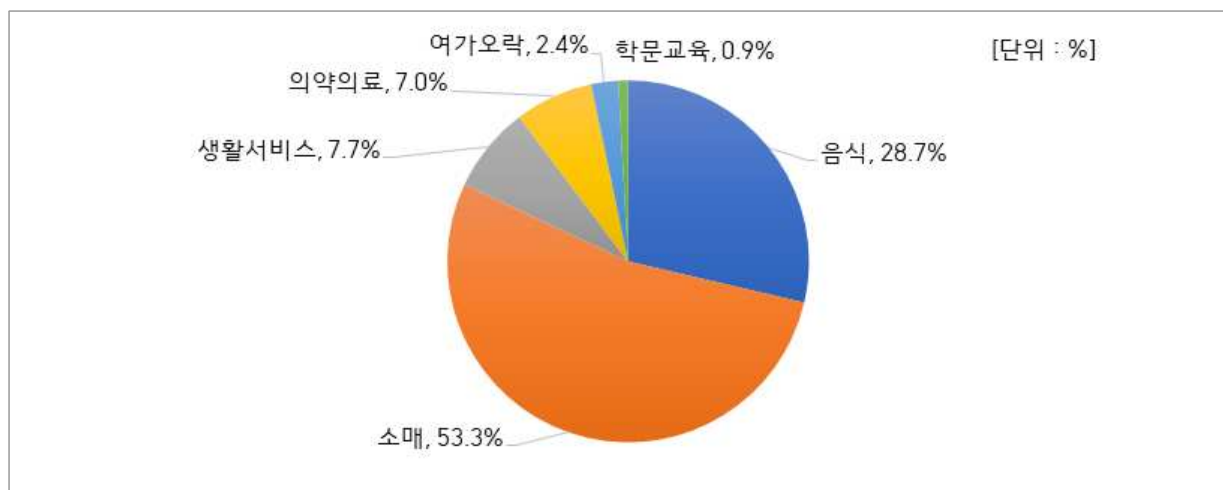
- 성안길-육거리 상권의 용도에 따른 상권유형은 일반상업지로 규정됨
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m/1000m 영역도 상업지역으로 규정할 수 있으나, 상업지 비율이 점차 줄어들고 주거 기능이 강해지는 것을 확인할 수 있음

<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

○ 성안길-육거리 상권의 업종은 소매/유통업 53% > 음식 29% > 생활서비스 8% 등으로 구성



[그림 1-3] 성안길-육거리 상권 업종 구성비

○ 주변지역에 축산물 전문시장(육거리 시장)과 서문시장이 분포하고 있고, 성안길 상권도 로테오 상권(패션/의류 강세)으로 규정되어 소매/유통업 비중이 압도적으로 높음

<표 1-4> 성안길-육거리 상권 대분류 업종구성비 / 전국 평균대비 특성업종 현황

[단위 : %, %p]

구분	음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육
해당상권	28.7%	53.3%	7.7%	7.0%	2.4%	0.9%
전국평균	42.9%	24.9%	13.1%	6.7%	4.9%	7.5%
편차	-14.3%p	28.4%p	-5.4%p	0.3%p	-2.5%p	-6.6%p

○ 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 의복/의류 19.4%p, 패션잡화 7.9%p, 음/식료품 소매 3.6%p 높은 로테오+전통시장 상권 특징을 보임

→ 성안길-육거리 상권의 특성업종은 ‘의류, 패션잡화, 음/식료품 소매’ 업종으로 규정됨

<표 1-5> 성안길-육거리 상권 중분류 주요업종 구성비 / 전국 평균대비 특성업종 현황

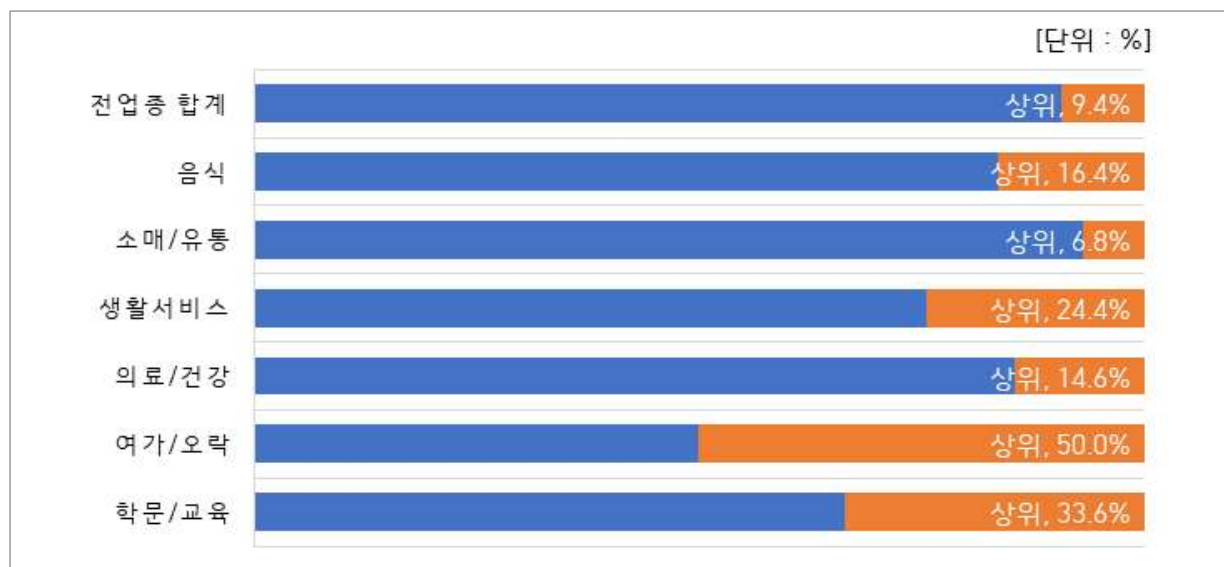
[단위 : %, %p]

순위	주요업종(중분류)	해당상권 구성비	전국평균 구성비	편차
1	의복/의류	23.0%	3.6%	19.4%p
2	패션잡화	9.9%	2.0%	7.9%p
3	음/식료품소매	8.1%	4.6%	3.6%p
4	한식	7.9%	11.5%	-3.6%p
5	미용서비스	5.4%	7.5%	-2.1%p
6	인테리어/가정용품	4.2%	3.1%	1.2%p
7	제과/제빵/떡/케익	3.8%	2.1%	1.8%p
8	커피/음료	3.8%	6.1%	-2.3%p
9	의약/의료품	3.5%	2.5%	1.0%p
10	분식	2.5%	2.9%	-0.4%p



### 3) 상권규모에 따른 구분

- 전국 1,200대 주요상권 중 성안길-육거리 상권은 상위 9.4%에 해당하는 매출규모를 보이고 있으며, 업종 중에서는 소매/유통업과 의료/건강업 순위가 높음



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

- 전체 상권의 매출규모는 2019년 110위, 2020년 92위, 2021년 106위로 소폭 상승하였으며, 소매업과 의료/건강 분야의 집중도가 높음
- 상권의 주요 구성업종인 소매업 시장규모가 유지되는 경향을 보여 전체 순위가 유지 또는 상승하는 것으로 나타나며, 보완적인 음식업의 순위도 오르는 것을 확인할 수 있음

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

[단위 : 억 원, 순위, %]

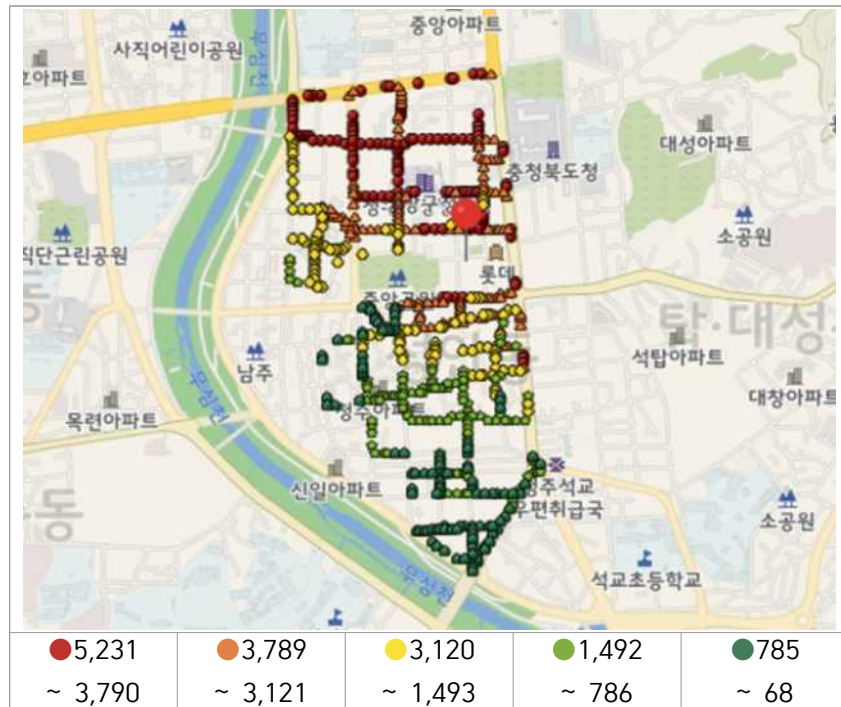
구분		음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육	전 업종 합계
2019년	매출액	748	2,017	150	430	36	23	3,405
	주요상권 매출순위	211	86	180	122	504	351	110
	주요상권 매출분위	18.6%	7.6%	15.9%	10.8%	44.5%	31.0%	9.7%
2020년	매출액	596	2,324	124	439	26	19	3,528
	주요상권 매출순위	203	68	196	122	525	339	92
	주요상권 매출분위	17.9%	6.0%	17.3%	10.8%	46.4%	29.9%	8.1%
2021년 (연간 추정)	매출액	577	2,190	103	394	24	23	3,311
	주요상권 매출순위	186	77	276	165	566	380	106
	주요상권 매출분위	16.4%	6.8%	24.4%	14.6%	50.0%	33.6%	9.4%



### 3. 상권 일반현황

#### 1) 유동인구

- 성안길-육거리 상권의 유동인구는 성안길 상권의 대로변과 메인 거리가 가장 높고, 서문시장과 육거리 시장은 시장 입구 부근의 유동인구가 많은 것으로 집계됨
- 유동인구는 20대 집중도가 높고, 로테오-전통시장 상권의 특성상 오후 시간대(14~18시) 집중도가 높게 나타나며(소매업은 오후 시간대, 음식점은 저녁 시간대 유동인구 비율이 높게 형성됨), 금요일부터 일요일까지 주말 유동인구가 많은 것으로 집계됨



[그림 I-5] 성안길-육거리 상권 유동인구 지도

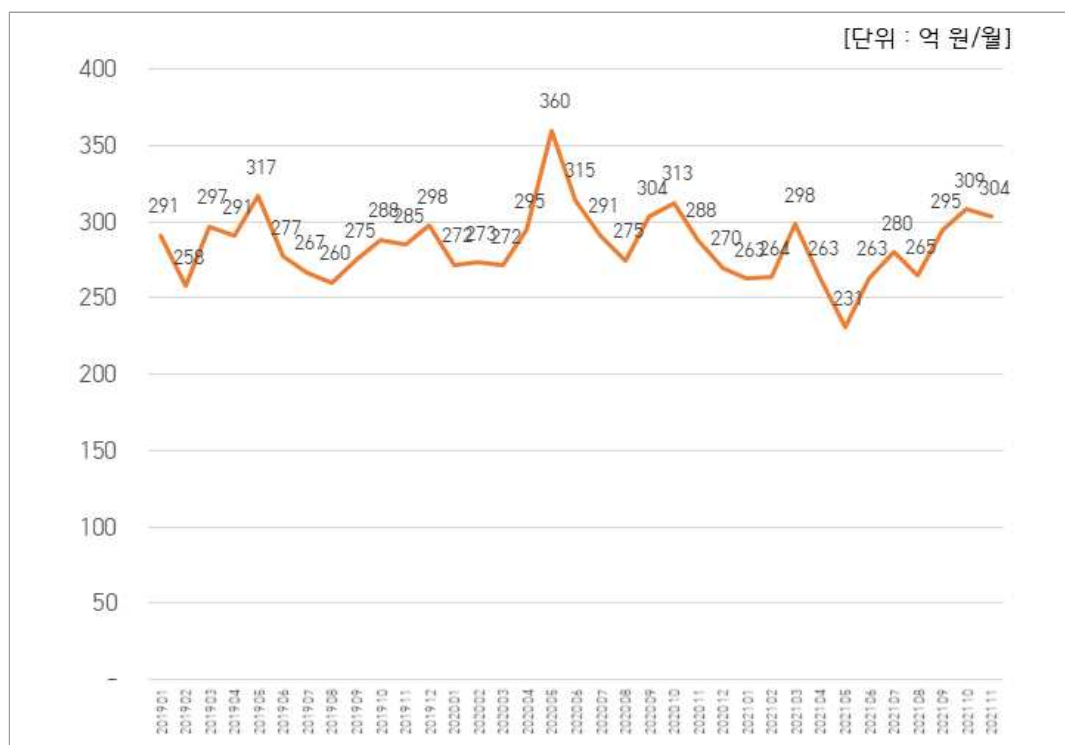
<표 I-7> 성안길-육거리 상권 유동인구 현황

[단위 : 명]

구분	유동인구 일평균 최대지점		선택영역 내 일평균 유동인구 수							
유동인구 수	5,231		3,429							
구분	20대		30대		40대		50대		60대	
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
유동인구 수	368	1,834	123	276	122	264	66	152	32	55
구분	월	화	수	목	금	토	일			
아침(09~12시)	411	467	614	744	791	967	796			
점심(12~14시)	356	422	555	664	726	742	573			
오후(14~18시)	730	812	1,062	1,300	1,357	1,841	1,570			
저녁(18~21시)	486	553	723	936	1,023	1,095	721			

## 2) 상권 전 업종 매출액 변화

- 성안길-육거리 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 3,405억, 2020년 3,528억, 2021년(추정) 3,311억으로 집계되어 2020년 3.6% 증가했다가 2021년 6.1% 감소함(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)
- 2020년 업종별로는 여가/오락업(-29%) > 음식업(-20%) > 생활서비스업(-17%) > 학문/교육업(-15%) 순으로 감소폭이 컸으며, 소매/유통업 분야는 오히려 15% 성장한 것으로 집계됨
- 2021년은 여가/오락업(-5%)과 음식업(-3%), 생활서비스업(-17%)이 지속 감소했으며, 소매업(-6%), 의료건강업(-10%)이 감소하기 시작하여 전체적으로 -6% 성장률을 기록함



[그림 I-6] 성안길-육거리 상권 전 업종 매출액 변화

<표 I-8> 성안길-육거리 상권 대분류 업종별 매출액 변화

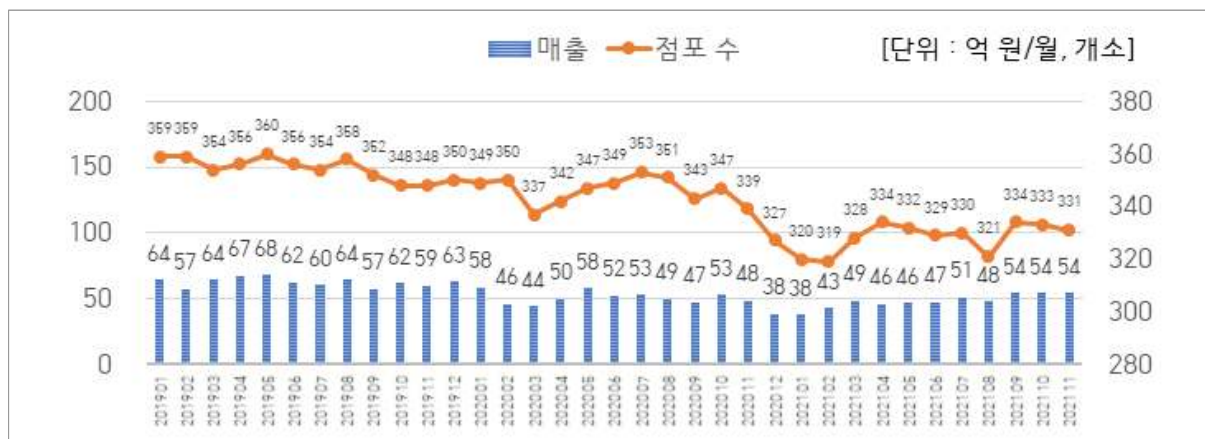
[단위 : 억 원, %]

구분	매출액			증감률	
	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
전 업종 합계	3,405	3,528	3,311	3.6%	-6.1%
음식	748	596	577	-20.3%	-3.2%
소매/유통	2,017	2,324	2,190	15.2%	-5.8%
생활서비스	150	124	103	-17.2%	-17.3%
의료/건강	430	439	394	1.9%	-10.2%
여가/오락	36	26	24	-29.1%	-5.3%
학문/교육	23	19	23	-15.4%	19.3%

## II. 음식업 업종분석

### 1. 전체 음식업 현황

- 성안길-육거리 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 355개로 운영되던 점포수가 2020년 345개, 2021년 328개로 줄어들어 운영점포 수가 각각 2.8%, 4.7% 감소하였으며, 전체 매출규모는 20.3%, 3.2% 감소함
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 96개, 커피 전문점 41개, 제과점업 36개, 김밥 및 기타 간이음식점업 31개 순으로 나타났으며, 일반적인 상권의 음식업 구성보다 커피/제과/디저트류 업종 비중이 높음



[그림 II-1] 성안길-육거리 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

<표 II-1> 성안길-육거리 상권 전체 음식업 매출 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]					
구분	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
매출액 (기간 합산)	748	596	577	-20.3%	-3.2%
점포 수 (기간 평균)	355	345	328	-2.8%	-4.7%

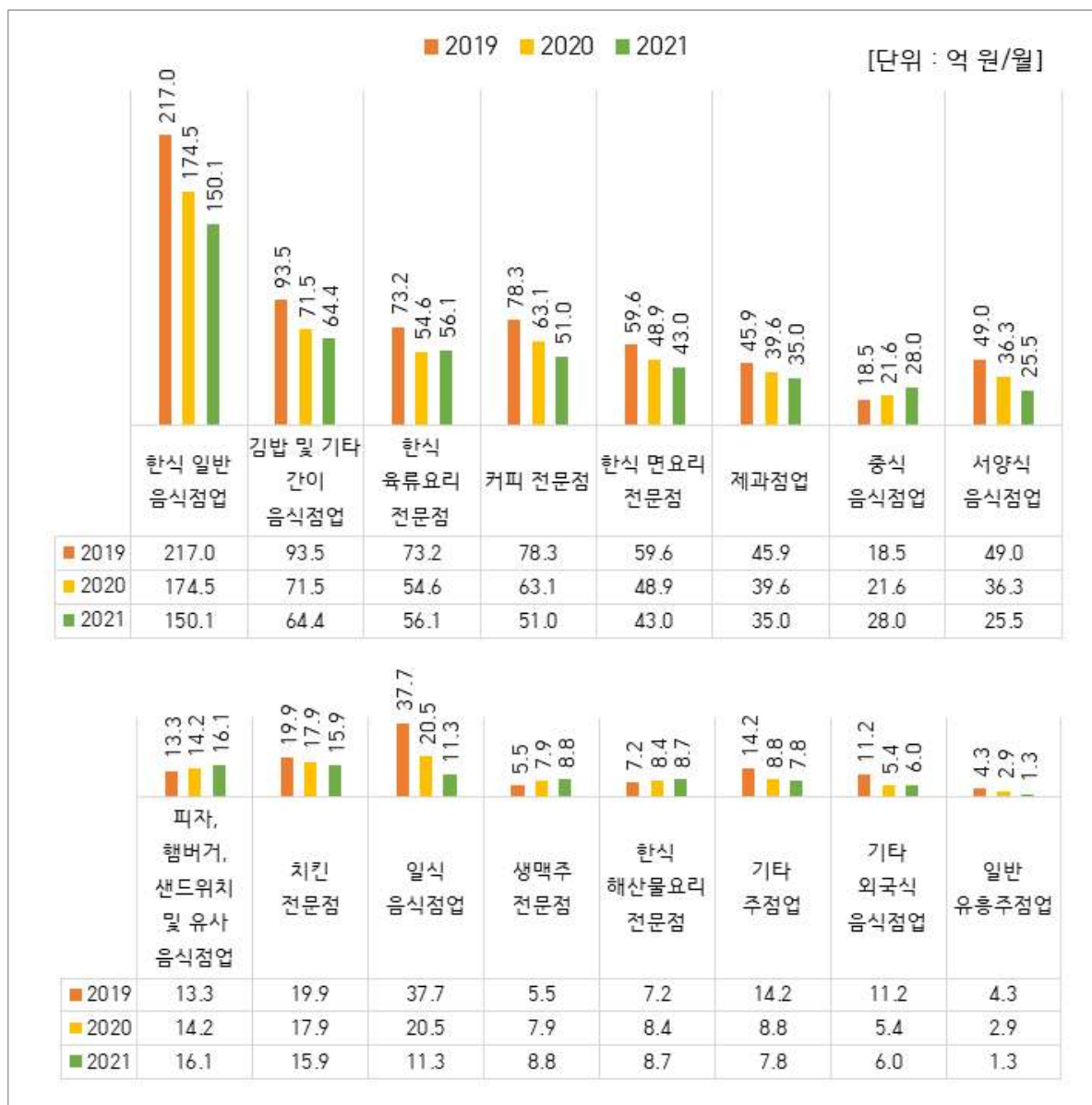


[그림 II-2] 성안길-육거리 상권 음식업 업종별 점포 수(2021년 11월 기준)

## 2. 업종별 현황

### 1) 총 매출액

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 2020년 기타 외국식, 일식과 기타 주점, 일반 유흥주점에서 30% 이상 매출액이 감소했으며, 서양식, 한식 육류요리, 분식도 20% 이상 감소함. 반면 생맥주 전문점, 한식 해산물 요리, 중식, 패스트푸드는 소폭 증가
- 2021년에도 일반 유흥주점, 일식, 서양식에서 20% 이상 감소한 경향이 지속됐으며, 한식 일반, 한식 면요리, 커피, 제과, 치킨 등에서도 10% 이상 감소함. 반면 중식과 패스트푸드, 생맥주 전문점은 2020년에 이어 지속 성장했으며, 한식 육류와 해산물 요리는 2020년 감소한 수준을 유지하거나 소폭 증가함



[그림 II-3] 성안길-육거리 상권 음식점 업종별 총 매출액 변화

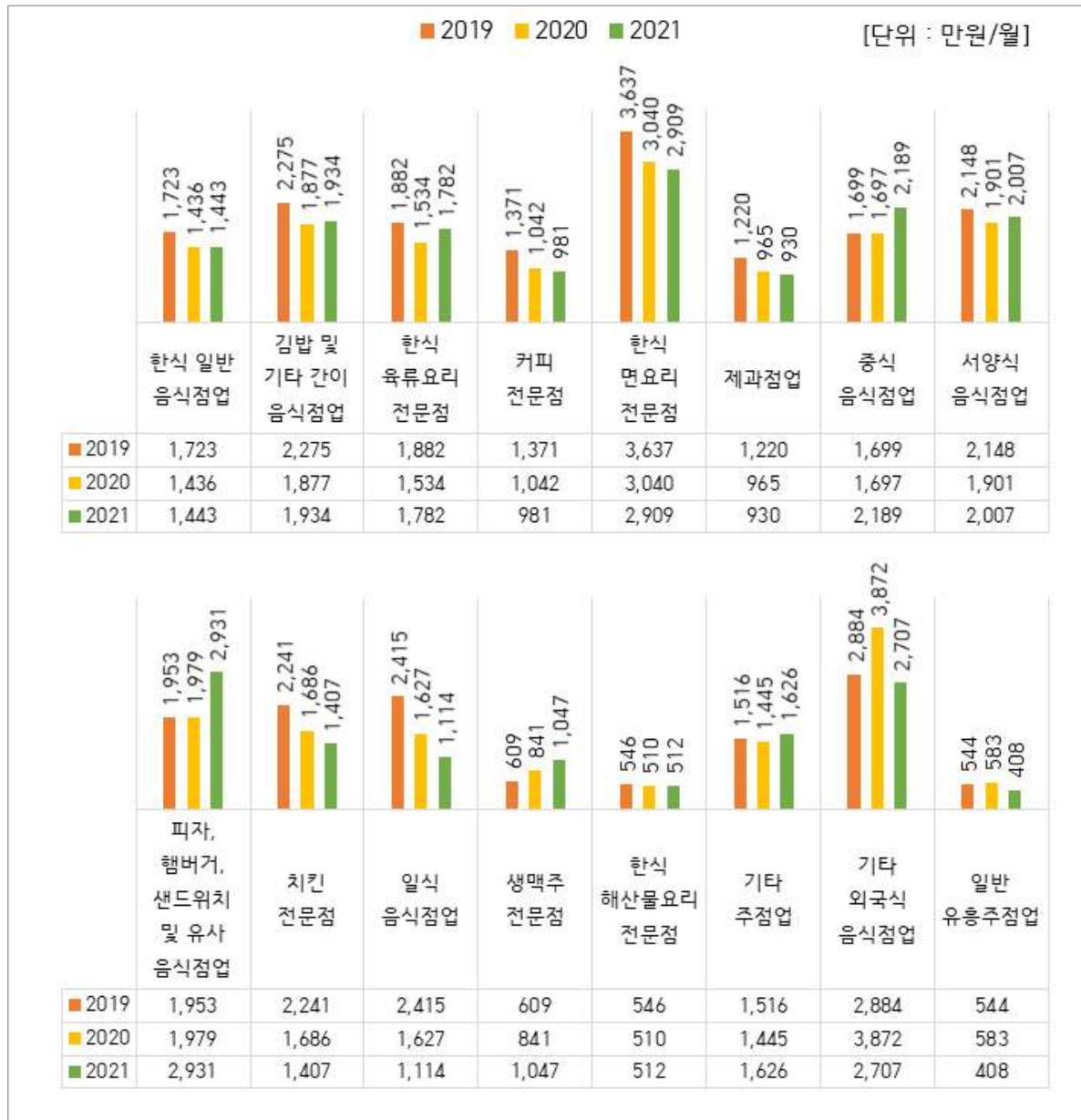
<표 II -2> 성안길-육거리 상권 음식점종별 총 매출액 변화

[단위 : 억 원/월, %]

구분	한식 일반	분식	한식 육류	커피 전문점	한식 면요리	제과점	중식	서양식
2019년	217.0	93.5	73.2	78.3	59.6	45.9	18.5	49.0
2020년	174.5	71.5	54.6	63.1	48.9	39.6	21.6	36.3
2021년	150.1	64.4	56.1	51.0	43.0	35.0	28.0	25.5
19년 대비 20년	-19.6%	-23.5%	-25.4%	-19.5%	-17.9%	-13.7%	16.4%	-25.9%
20년 대비 21년	-14.0%	-10.0%	2.8%	-19.1%	-12.0%	-11.7%	30.0%	-29.8%
구분	피자,햄 버거,샌 드위치	치킨 전문점	일식	생맥주 전문점	한식 해산물	기타 주점	기타 외국식	일반 유흥주점
2019년	13.3	19.9	37.7	5.5	7.2	14.2	11.2	4.3
2020년	14.2	17.9	20.5	7.9	8.4	8.8	5.4	2.9
2021년	16.1	15.9	11.3	8.8	8.7	7.8	6.0	1.3
19년 대비 20년	7.3%	-10.4%	-45.6%	44.2%	16.7%	-38.2%	-51.8%	-32.2%
20년 대비 21년	13.1%	-11.0%	-45.1%	11.2%	3.4%	-11.4%	9.9%	-56.6%

## 2) 점포당 매출액

- 점포당 매출액은 2020년 일식, 치킨, 커피, 제과 업종에서 20% 이상, 한식 육류요리, 분식, 한식 일반, 한식 면요리, 서양식에서 10% 이상 감소했으며, 생맥주 전문점과 기타 외국식에서만 증가한 것으로 집계됨
- 2021년은 일식, 기타 외국식, 일반 유흥주점에서 30% 이상 감소하고, 치킨 전문점도 10% 이상 감소한 반면 패스트푸드, 중식, 생맥주 전문점, 한식 육류요리, 기타 주점업, 서양식, 분식 업종에서 증가하며, 점포당 매출액이 반등한 업종이 많이 나타남
- 상권의 특성을 대표할 수 있는 한식 일반, 분식, 커피, 한식 면요리 등에서 감소세가 지속되고 있으나, 한식 육류요리가 감소한 수준에서 더 떨어지지 않고 유지 경향을 보이고 있으며(※성안길 삼겹살 골목, 육거리 시장과 관련하여 상권의 한식 육류요리 업종의 위상이 크기 때문에 중요한 업종으로 뽑을 수 있음) 시장규모는 작지만 패스트푸드, 중식, 생맥주 전문점 등이 증가하여 점포당 매출액이 반등하고 있는 업종들이 나타남



[그림 II-4] 성안길-육거리 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화



<표 II-3> 성안길-육거리 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

[단위 : 만원/월, %]

구분	한식 일반	분식	한식 육류	커피 전문점	한식 면요리	제과점	중식	서양식
2019년	1,723	2,275	1,882	1,371	3,637	1,220	1,699	2,148
2020년	1,436	1,877	1,534	1,042	3,040	965	1,697	1,901
2021년	1,443	1,934	1,782	981	2,909	930	2,189	2,007
19년 대비 20년	-16.7%	-17.5%	-18.5%	-24.0%	-16.4%	-20.8%	-0.1%	-11.5%
20년 대비 21년	0.5%	3.0%	16.2%	-5.9%	-4.3%	-3.7%	29.0%	5.6%
구분	피자,햄 버거,샌 드위치	치킨 전문점	일식	생맥주 전문점	한식 해산물	기타 주점	기타 외국식	일반 유흥주점
2019년	1,953	2,241	2,415	609	546	1,516	2,884	544
2020년	1,979	1,686	1,627	841	510	1,445	3,872	583
2021년	2,931	1,407	1,114	1,047	512	1,626	2,707	408
19년 대비 20년	1.3%	-24.8%	-32.6%	38.0%	-6.6%	-4.7%	34.2%	7.2%
20년 대비 21년	48.1%	-16.5%	-31.5%	24.4%	0.4%	12.6%	-30.1%	-30.1%

### 3. 업종 트렌드

- 업종별 경기 동향을 살펴보면 한식 일반 음식점과 분식, 커피, 한식 면요리 등 취식 시간이 짧은 업종이 상권의 주요 음식점종으로 구성되어 있음을 확인할 수 있으며, 2020년과 2021년 감소세가 나타나지만 한식 육류요리 업종과 기타 외국식에서 소폭 반등이 나타나고 패스트푸드, 중식, 생맥주 전문점이 증가하고 있어 다른 지역상권에 비해 음식점 감소세가 크지 않은 것으로 분석됨
- 성안길-육거리 상권은 전통시장과 상점가가 복합된 형태이므로 꾸준한 소매업 수요가 발생하여 상권이 한 순간에 크게 감소하지는 않는 특징이 나타나며, 병의원과 같은 인구 유탈시설이 지역상권의 유동성을 유지하는 역할을 하고 있음. 2020년은 코로나19 영향으로 음식점이 전체적으로 하락하였으나, 2021년은 특정 업종을 중심으로 유지와 반등 가능성을 보이고 있음

<표 II-4> 성안길-육거리 상권 업종별 경기 동향

[단위 : %]

구분	총 매출액 증감률		경기 동향	
	19년 대비20년	20년 대비21년	2020년	2021년
중식 음식점업	16.4%	30.0%	소폭증가	대폭증가
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	7.3%	13.1%	소폭증가	소폭증가
생맥주 전문점	44.2%	11.2%	대폭증가	소폭증가
기타 외국식 음식점업	-51.8%	9.9%	대폭감소	소폭증가
한식 해산물요리 전문점	16.7%	3.4%	소폭증가	소폭증가
한식 육류요리 전문점	-25.4%	2.8%	대폭감소	소폭증가
김밥 및 기타 간이 음식점업	-23.5%	-10.0%	대폭감소	소폭감소
치킨 전문점	-10.4%	-11.0%	소폭감소	소폭감소
기타 주점업	-38.2%	-11.4%	대폭감소	소폭감소
제과점업	-13.7%	-11.7%	소폭감소	소폭감소
한식 면요리 전문점	-17.9%	-12.0%	소폭감소	소폭감소
한식 일반 음식점업	-19.6%	-14.0%	소폭감소	소폭감소
커피 전문점	-19.5%	-19.1%	소폭감소	소폭감소
서양식 음식점업	-25.9%	-29.8%	대폭감소	대폭감소
일식 음식점업	-45.6%	-45.1%	대폭감소	대폭감소
일반 유흥주점업	-32.2%	-56.6%	대폭감소	대폭감소



### Ⅲ. 음식업 고객 분석

#### 1. 전체 고객 현황

○ 성안길-육거리 상권의 음식업 주 고객층은 40대 남성 > 40대 여성 > 50대 남성



[그림 Ⅲ-1] 성안길-육거리 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 이용비중(2021년 1~11월)

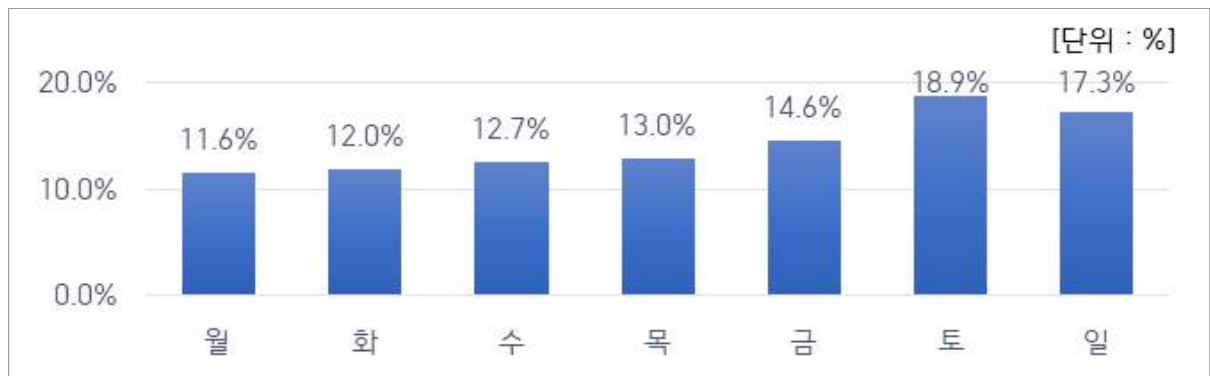
<표 Ⅲ-1> 성안길-육거리 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 비중

[단위 : %]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	7.7%	11.4%	13.5%	12.3%	7.2%
여성	10.8%	8.9%	12.9%	9.4%	6.0%

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

○ 요일별로는 토요일 > 일요일 > 금요일 순으로 높게 나타남(전통시장+로데오 상권 특징)



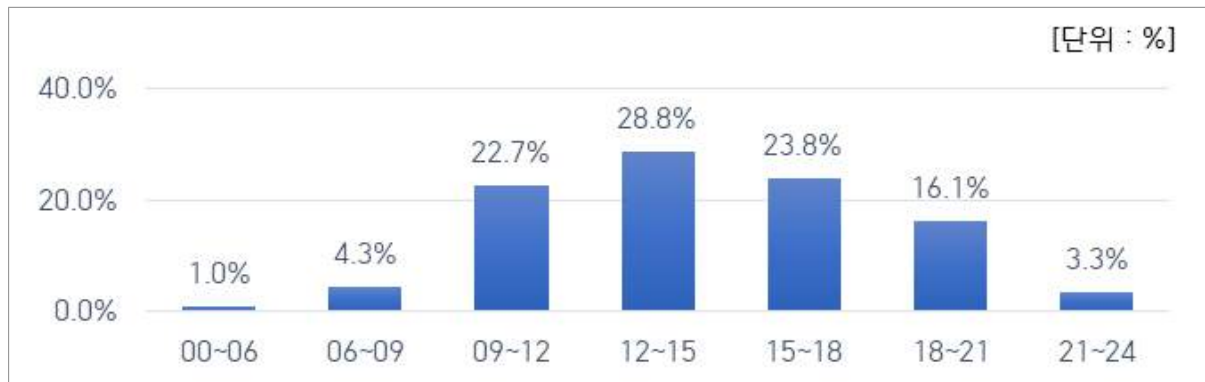
[그림 Ⅲ-2] 성안길-육거리 상권 음식업 이용고객 요일별 이용비중(2021년 1~11월)

<표 Ⅲ-2> 성안길-육거리 상권 음식업 이용고객 요일별 비중

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	11.6%	12.0%	12.7%	13.0%	14.6%	18.9%	17.3%

○ 시간대별로는 점심 시간대 비중이 높은 특징이 나타남(식사+디저트 위주의 업종구성)



[그림 Ⅲ-3] 성안길-육거리 상권 음식점 이용고객 시간대별 이용비중(2021년 1~11월)

<표 Ⅲ-3> 성안길-육거리 상권 음식점 이용고객 시간대별 비중

[단위 : %]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	1.0%	4.3%	22.7%	28.8%	23.8%	16.1%	3.3%

## 2. 업종별 고객현황(2021년 1~11월)

### 1) 성/연령대별 비중

- 기타 주점, 생맥주, 서양식, 커피, 패스트푸드 업종에서 20대 여성, 한식 면요리, 육류요리, 해산물요리에서 40대 남성, 한식 일반, 치킨, 일반 유흥주점에서 50대 남성 비중이 높으며, 일식과 기타 외국식 30대, 제과점 60대 이상 여성 비중이 높음
- 주요 고객층은 4~50대 남성이나 다른 상권의 음식점 고객층에 비해 20대 여성이 많은 특징이 나타나며, 시장의 영향으로 40대와 60대 이상 여성층 비율도 높은 것으로 집계됨
- 근접한 지역이지만 구분되는 상권(성안길, 서문시장, 육거리시장)에 따라 업종의 구성이 다르며, 이에 따라 주 고객층의 연령대 차이가 크고 명확하게 구분됨. 점심 시간대의 패스트푸드 업종이나 커피/디저트류, 생맥주 전문점은 20대 고객층에 특징이 있으며, 한식 일반, 면요리, 육류요리는 4~50대 고객층, 치킨, 한식 해산물 요리는 60대 이상 연령층이 선호하는 것으로 나타남

<표 Ⅲ-4> 성안길-육거리 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	2.7	9.0	11.8	21.3	12.6	12.6	21.3	4.8	1.9	2.1	30대 여성	50대 남성
기타 주점업	20.2	22.0	16.7	8.4	10.4	4.4	8.2	5.3	3.1	1.2	20대 여성	20대 여성
김밥 및 기타 간이 음식점업	6.5	11.2	12.6	11.2	15.2	16.2	10.8	9.0	3.4	3.8	40대 여성	20대 여성
생맥주 전문점	5.9	25.9	6.6	12.2	9.8	12.8	8.9	7.2	8.1	2.5	20대 여성	20대 여성
서양식 음식점업	15.3	17.0	12.8	9.4	11.2	12.4	9.0	9.4	1.9	1.6	20대 여성	20대 여성
일반 유흥주점업	0.9	2.1	0.7	2.3	8.6	1.2	40.1	5.5	37.3	1.4	50대 남성	60대 남성
일식 음식점업	13.1	10.1	15.5	7.7	11.2	12.0	10.6	10.4	6.2	3.2	30대 남성	20대 남성
제과점업	2.7	3.9	7.1	6.0	11.7	12.4	10.1	12.8	12.4	21.0	60대 여성	60대 여성
중식 음식점업	7.5	12.8	8.5	7.0	14.2	21.7	12.2	11.0	2.8	2.1	40대 여성	40대 여성
치킨 전문점	5.4	5.4	10.1	6.7	15.4	13.3	16.5	9.7	11.1	6.5	50대 남성	60대 남성
커피 전문점	11.3	22.4	13.2	12.0	9.3	11.7	8.1	7.2	2.3	2.6	20대 여성	20대 여성
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	10.8	14.3	13.9	11.9	11.8	13.0	5.9	9.3	5.8	3.3	20대 여성	20대 여성
한식 면요리 전문점	3.6	3.9	9.2	6.5	18.2	14.7	15.8	10.7	10.4	7.0	40대 남성	40대 여성
한식 육류요리 전문점	9.2	10.6	13.7	9.3	13.7	11.4	12.5	6.9	7.1	5.5	40대 남성	20대 여성
한식 일반 음식점업	6.8	8.2	11.2	7.8	13.6	11.4	14.3	10.1	9.7	6.8	50대 남성	20대 여성
한식 해산물요리 전문점	4.9	2.3	6.7	6.6	18.5	8.5	16.2	11.1	13.5	11.8	40대 남성	60대 여성

## 2) 요일별 비중

- 기타 외국식, 일반 유흥주점에서 수요일 비중이 높은 것을 제외하면, 대부분의 업종에서 토요일과 일요일 비중이 높음
- 업종 평균 요일별 구성비 대비 제과점, 기타 주점, 기타 외국식, 일반 유흥주점, 한식 해산물요리 전문점에서 평일 이용비중이 높으나, 한식 일반, 한식 면요리, 분식, 커피, 중식, 일식 등 주요 구성업종에서 주말 비중이 높게 나타남

<표 Ⅲ-5> 성안길-육거리 상권 음식업종별 요일별 비중, 주요고객/특성고객

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일	주요 요일	특성 요일
기타 외국식 음식점업	11.5	11.4	18.6	13.2	15.6	17.7	12.1	수요일	수요일
기타 주점업	10.4	13.8	12.9	14.2	18.3	18.1	12.3	금요일	화요일
김밥 및 기타 간이 음식점업	10.4	11.4	12.3	12.7	14.4	20.7	18.2	토요일	일요일
생맥주 전문점	9.7	8.7	10.9	12.3	15.5	26.2	16.7	토요일	토요일
서양식 음식점업	10.8	11.4	11.4	11.0	13.0	20.8	21.6	일요일	일요일
일반 유흥주점업	6.9	17.5	37.5	11.7	13.7	9.4	3.3	수요일	수요일
일식 음식점업	12.9	12.9	13.2	13.7	15.3	21.5	10.4	토요일	토요일
제과점업	13.9	14.3	14.8	14.1	14.2	16.1	12.7	토요일	월요일
중식 음식점업	11.1	12.1	12.0	14.4	15.4	18.4	16.6	토요일	토요일
치킨 전문점	10.6	11.7	13.2	13.0	14.0	20.9	16.6	토요일	토요일
커피 전문점	11.2	12.1	12.5	12.2	14.8	19.1	18.1	토요일	일요일
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	13.5	11.8	11.0	12.8	15.0	19.3	16.6	토요일	토요일
한식 면요리 전문점	12.6	12.3	11.3	11.7	13.3	18.5	20.2	일요일	일요일
한식 육류요리 전문점	12.2	10.5	11.9	11.9	15.5	18.8	19.2	일요일	일요일
한식 일반 음식점업	11.5	12.2	13.0	13.6	14.4	18.1	17.1	토요일	일요일
한식 해산물요리 전문점	12.2	11.0	15.0	16.9	17.5	13.8	13.6	금요일	목요일

### 3) 시간대별 비중

- 시간대별로는 한식 일반, 면요리, 중식, 패스트푸드, 분식, 기타 외국식, 서양식, 일식 등 대부분의 식사업종과 커피, 제과점에서 점심 시간대 비중이 높았으며, 한식 육류, 해산물 요리와 치킨, 생맥주 전문점이 오후 시간대, 기타 주점에서 밤 시간대 비중이 높음
- 평균적인 시간대별 구성비보다 전체적으로 점심 시간대 비중이 높은 편이며, 저녁 시간대 비중이 낮아 소매업 위주의 상권구성(전통시장과 로테오 상권) 특성이 명확하게 나타남

<표 Ⅲ-6> 성안길-육거리 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	3.9	29.3	37.7	15.3	12.5	1.3	12~15시	12~15시
기타 주점업	14.3	0.1	8.2	6.2	14.9	26.5	29.7	21~24시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	0.2	3.9	23.3	32.1	25.5	13.4	1.7	12~15시	12~15시
생맥주 전문점	1.3	2.7	14.4	23.1	25.4	22.5	10.7	15~18시	12~15시
서양식 음식점업	0.0	1.0	23.0	31.6	25.0	18.3	1.1	12~15시	12~15시
일반 유흥주점업	12.3	0.4	1.6	2.7	5.3	52.6	25.2	18~21시	18~21시
일식 음식점업	0.1	0.8	24.4	27.2	26.3	20.0	1.3	12~15시	12~15시
제과점업	1.4	12.6	28.0	30.3	21.0	5.9	0.8	12~15시	09~12시
중식 음식점업	0.0	2.9	22.5	30.8	25.2	16.9	1.8	12~15시	15~18시
치킨 전문점	0.5	2.8	17.7	27.0	30.6	17.8	3.6	15~18시	12~15시
커피 전문점	0.0	4.5	21.1	32.9	26.1	13.4	1.9	12~15시	15~18시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	0.0	1.9	22.6	27.8	25.4	20.6	1.8	12~15시	12~15시
한식 면요리 전문점	0.2	4.4	28.7	29.6	20.7	14.0	2.4	12~15시	15~18시
한식 육류요리 전문점	0.2	2.0	16.0	21.3	30.8	24.7	5.0	15~18시	12~15시
한식 일반 음식점업	1.8	5.2	24.4	29.6	20.5	15.1	3.4	12~15시	12~15시
한식 해산물요리 전문점	0.8	3.9	16.1	24.0	27.2	21.5	6.5	15~18시	12~15시

### 3. 고객 트렌드

#### 1) 전체 외식고객

- 성안길-육거리 상권의 음식업 고객비중은 전년대비 20대 여성 > 50대 남성 순으로 감소했으며, 60대 이상 여성 > 60대 이상 남성 순으로 증가



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

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

p[단위 : %p]					
구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	-0.1%p	0.0%p	-0.3%p	-0.4%p	0.7%p
여성	-0.5%p	-0.1%p	-0.3%p	0.2%p	0.8%p

- 요일별로는 일요일 > 토요일 집중도가 더 높아지고, 목요일, 수요일 이용비중 감소

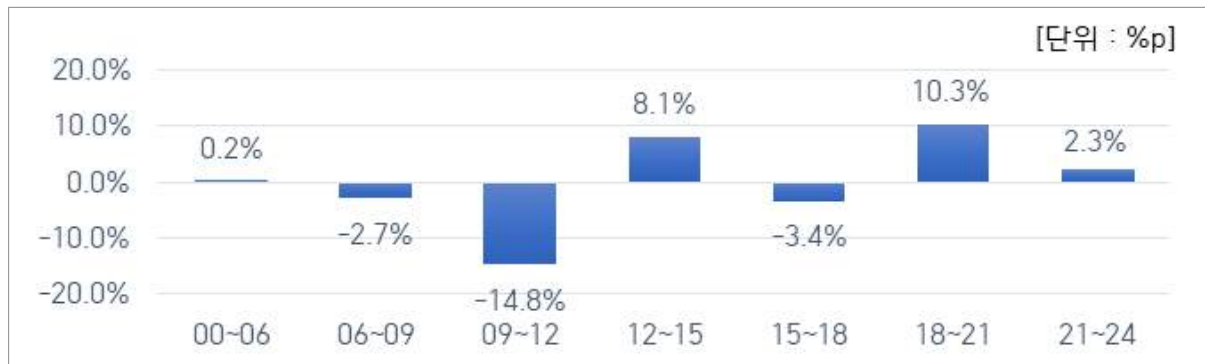


[그림 Ⅲ-5] 성안길-육거리 상권 음식업 이용고객 요일별 고객변화('20년 대비 '21년)

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

[단위 : %p]							
구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	0.0%p	-0.1%p	-0.4%p	-0.4%p	0.0%p	0.3%p	0.7%p

- 시간대별로는 점심시간대(12~15시)와 저녁 시간대(18~21시) 이용률이 증가했으며, 이른 점심시간대(09~12시)와 오후시간대(15~18시) 이용비중 감소



[그림 Ⅲ-6] 성안길-육거리 상권 음식업 이용고객 시간대별 고객변화('20년 대비 '21년)

<표 Ⅲ-9> 성안길-육거리 상권 음식업 이용고객 시간대별 고객변화(전년대비)

[단위 : %p]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	0.2%p	-2.7%p	-14.8%p	8.1%p	-3.4%p	10.3%p	2.3%p

## 2) 업종별 이용고객

- 전통시장과 로테오 상권이 근접 지역에 위치하는 상권의 특성상 코로나19에 상대적으로 영향을 더 많이 받은 로테오 상권의 고객 비중이 더 크게 감소하고, 전통시장 주변의 고객층이 영향을 덜 받으면서 60대 이상 연령층의 상대적인 비중이 증가한 것으로 분석됨. 이에 따라 생맥주 전문점, 기타 주점, 패스트푸드, 기타 외국식, 분식 등의 업종에서 20대 비중이 감소하고, 한식 면요리, 커피에서 30대, 한식 육류요리, 일식, 서양식에서 40대가 감소함. 반면 40대부터 60대 이상 연령층까지 시장을 이용하는 여성층의 비중이 전반적으로 증가함
- 요일별 특징에서도 주말 집중도가 높아져 전통시장의 이용률 감소가 상대적으로 덜 했다는 것을 나타내고 있으며, 주요 음식점종의 토~일요일 비중이 높아짐. 반면 월요일부터 목요일까지 평일 이용비중이 전반적인 음식 업종에서 모두 하락한 것으로 집계됨
- 시간대별로는 김밥, 칼국수, 삼겹살 등 지역 맛집을 중심으로 이른 오전 시간대부터 활성화되던 특징이 감소하고, 저녁 시간대 이용비중이 늘어난 것으로 분석되며, 활성화 시간이 조금씩 늦어지거나 저녁 시간대로 이동한 모습을 보임

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

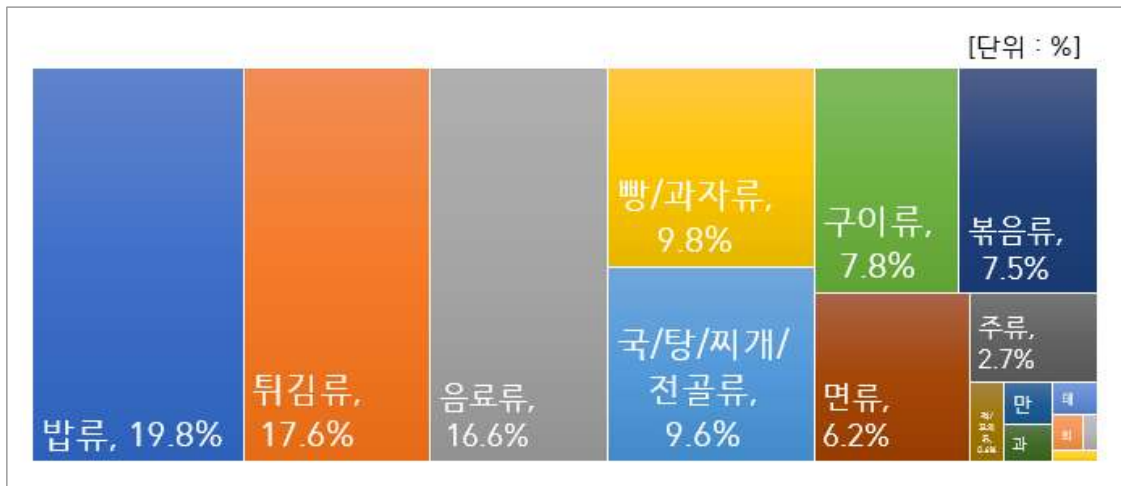


## Ⅳ. 음식업 메뉴분석

### 1. 주요 메뉴현황

#### 1) 범주별 판매비중

- 성안길-육거리 상권은 밥류 판매비중이 가장 높고, 튀김류(18%) > 음료류(17%) > 빵/과자류(10%) > 국/탕/찌개/전골류(10%) 순으로 매출 비중이 높음



[그림 IV-1] 성안길-육거리 상권 음식업 범주별 이용비중(2021년 1~11월)



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

- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 빵/과자류(-5.1%p)였으며, 튀김류(-1.9%p), 볶음류(-1.5%p) 순으로 감소
- 반면, 국/탕/찌개/전골류(4.2%p), 밥류(3.1%p), 구이류(2.2%p) 순으로 판매비중 증가 → 시장에서 판매하는 빵, 튀김류 비중이 줄고 식사메뉴의 판매비중 증가

## 2) 판매액 기준 주요메뉴 현황

- 성안길-육거리 상권의 음식점 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 돈가스 > 치킨 > 낙지볶음 > 아메리카노 > 삼겹살 순이었으며, 2020년 부대찌개, 김치찌개, 생맥주는 증가하고, 파스타/스파게티, 목살, 물냉면, 김밥, 피자 등은 감소
- 2021년은 삼겹살, 목살, 탄산음료 등 고기요리 업종과 연관 있는 메뉴가 증가하고, 비빔밥, 우동, 물냉면 등 식사메뉴가 증가한 반면, 2020년 증가했던 부대찌개, 김치찌개와 낙지볶음, 치킨, 돈가스 등이 감소함

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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매액	2020년 판매액	2021년 판매액 (추정)	20년 증감률	21년 증감률 (연간 환산)
돈가스	633,582,200	484,661,900	424,011,200	-23.5%	-12.5%
치킨	194,092,100	395,215,400	331,441,600	103.6%	-16.1%
낙지볶음	557,652,000	406,536,000	318,978,000	-27.1%	-21.5%
아메리카노	263,509,900	239,147,000	215,154,200	-9.2%	-10.0%
삼겹살	242,763,000	173,507,000	211,191,200	-28.5%	21.7%
피자	290,877,700	200,178,200	194,236,300	-31.2%	-3.0%
우동	129,356,000	108,973,500	113,429,500	-15.8%	4.1%
탄산음료	88,583,700	92,522,500	109,236,300	4.4%	18.1%
소주	85,989,000	75,814,000	74,900,500	-11.8%	-1.2%
비빔밥	84,758,500	64,577,000	68,825,000	-23.8%	6.6%
파스타/스파게티	135,286,700	36,650,700	32,256,700	-72.9%	-12.0%
병맥주(국산)	46,700,500	33,405,000	31,715,500	-28.5%	-5.1%
카페라떼	37,364,300	33,081,100	31,607,400	-11.5%	-4.5%
부대찌개	-	38,718,000	29,026,000	-	-25.0%
일반김밥	27,803,500	18,360,000	16,338,000	-34.0%	-11.0%
목살	20,564,000	13,030,000	15,670,000	-36.6%	20.3%
물냉면	18,341,000	11,804,000	12,163,000	-35.6%	3.0%
생맥주(국산)	7,375,900	10,156,000	10,415,900	37.7%	2.6%
김치찌개	2,492,000	12,238,000	7,041,500	391.1%	-42.5%
병맥주(수입)	8,444,000	8,231,000	5,712,900	-2.5%	-30.6%

## 2. 음식업 물가(판매액 기준 20위 메뉴)

- 2020년은 치킨, 카페라떼, 비빔밥, 아메리카노 단가가 5% 이상 증가했으며, 병맥주, 돈가스, 피자 메뉴의 단가가 5% 이상 감소함. 파스타/스파게티 메뉴는 주 메뉴로 판매하던 표본 점포가 사라지면서 부가 메뉴로서의 판매분만 집계됨
- 2021년은 2020년에 이어 카페라떼와 아메리카노, 탄산음료, 우동, 비빔밥, 치킨 메뉴 가격이 지속 상승했으며, 피자, 삼겹살, 병맥주 단가가 지속 감소한 것으로 집계됨

〈표 IV-2〉 성안길-육거리 상권 주요메뉴 판매단가 변화(표본점포 대상)

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가 (1~11월)	20년 증감률	21년 증감률
돈가스	13,076	11,894	12,112	-9.0%	1.8%
치킨	9,059	10,573	10,834	16.7%	2.5%
낙지볶음	26,016	26,053	26,018	0.1%	-0.1%
아메리카노	2,360	2,478	2,583	5.0%	4.3%
삼겹살	10,816	10,486	10,204	-3.1%	-2.7%
피자	20,616	19,558	18,434	-5.1%	-5.7%
우동	7,674	7,925	8,322	3.3%	5.0%
탄산음료	1,989	2,029	2,109	2.0%	4.0%
소주	3,977	4,050	4,035	1.8%	-0.4%
비빔밥	7,145	7,505	7,693	5.0%	2.5%
파스타/스파게티	12,496	3,742	3,648	-70.1%	-2.5%
병맥주(국산)	3,892	3,954	3,988	1.6%	0.9%
카페라떼	3,215	3,403	3,729	5.9%	9.6%
부대찌개	-	11,028	11,569	-	4.9%
일반김밥	2,709	2,609	2,664	-3.7%	2.1%
목살	11,605	11,321	11,372	-2.5%	0.5%
물냉면	4,753	4,798	4,744	1.0%	-1.1%
생맥주(국산)	3,517	3,498	3,628	-0.5%	3.7%
김치찌개	7,000	7,009	7,163	0.1%	2.2%
병맥주(수입)	6,287	5,577	5,509	-11.3%	-1.2%

### 3. 메뉴 트렌드

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

- 한식 일반 음식점업에서 주로 판매되는 메뉴는 낙지볶음 > 부대찌개 > 소주 > 맥주 > 탄산음료 였으나, 2021년에는 순대국밥, 돼지고기구이, 순대 메뉴가 증가했으며 낙지볶음과 주류, 음료 메뉴 판매액은 감소함

<표 IV-3> 2020~2021 성안길-육거리 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 한식 일반 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	낙지볶음	406,140,000	낙지볶음	318,636,000
2	부대찌개	38,718,000	순대국밥	60,349,000
3	일반소주	6,542,000	부대찌개	29,026,000
4	국산병맥주	2,177,000	돼지고기구이	21,804,000
5	탄산음료	1,972,000	순대	16,221,000

- 한식 육류요리 전문점에서는 돼지고기구이 > 소주 > 맥주 > 물냉면 > 음료 순으로 판매되었으며, 2021년에도 메뉴 순위가 유사하게 유지되면서 판매액이 소폭 증가함. 음료 대신 공기밥 메뉴 판매액이 급증한 특징을 보임

<표 IV-4> 2020~2021 성안길-육거리 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	186,537,000	돼지고기구이	249,172,200
2	일반소주	52,620,000	일반소주	51,318,000
3	국산병맥주	18,296,500	국산병맥주	19,468,000
4	물냉면	7,663,000	공기밥	12,935,000
5	탄산음료	7,648,000	물냉면	9,715,000

- 돈가스/우동/비빔밥 등이 복합적으로 판매되던 한식 면요리 전문점에서는 덮밥과 메밀 메뉴 판매액이 증가했으며, 돈가스, 우동, 알밥 판매순위와 판매액은 유사 수준을 유지하고 있는 것으로 집계됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	돈가스	224,605,500	돈가스	214,542,000
2	우동	99,976,500	우동	99,887,500
3	알밥	47,288,500	알밥	44,397,000
4	돌솥비빔밥	14,357,000	일본식덮밥	18,526,000
5	일반/기타김밥	4,605,000	소바	18,007,000

- 김밥, 떡볶이, 음료, 커피 등 스낵바 형태로 운영되던 김밥 및 기타 간이 음식점업은 2021년 마카롱 전문점이 표본으로 집계되면서 판매액이 크게 증가했으며, 라면, 주먹밥, 김밥, 만두 메뉴 판매액이 증가하여 종합분식 형태가 나타나고 있음을 유추할 수 있음

<표 IV-6> 2020~2021 성안길-육거리 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	일반/기타김밥	13,755,000	마카롱	65,178,540
2	떡볶이	5,614,000	라면	56,257,500
3	탄산음료	811,000	일반/기타주먹밥	17,298,300
4	국산병맥주	806,000	일반/기타김밥	13,077,000
5	아메리카노/에스프레소	239,800	돼지고기만두	4,797,500

- 서양식 음식점업에서는 일식 메뉴도 취급하는 형태의 퓨전 형태를 보이고 있으며, 2020년은 돈가스, 우동, 파스타류가 주로 판매되었으나, 2021년은 좀 더 일식 메뉴의 판매액이 증가하면서 비중이 커진 것을 확인할 수 있음

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	돈가스	260,050,400	돈가스	209,465,700
2	탄산음료	16,320,500	일본식덮밥	66,786,500
3	우동	8,792,000	탄산음료	15,030,000
4	크림파스타	5,974,000	소바	12,534,000
5	국산생맥주	1,951,800	수산물덮밥	8,508,500

- 일식 음식점업에서는 소형으로 운영되면서 생선회 메뉴가 가장 많이 팔리는 형태였으나, 덮밥을 주 메뉴로 취급하는 일본식 덮밥 전문점이 표본으로 집계되면서 고기덮밥, 수산물 덮밥, 곱창덮밥 같은 메뉴 판매액이 크게 증가함

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	탄산음료	9,740,000	고기덮밥	178,235,100
2	생선회	7,124,600	수산물덮밥	70,029,200
3	국산병맥주	2,200,000	곱창덮밥	41,162,400
4	일반소주	2,192,000	탄산음료	9,490,000
5	일반/기타초밥	796,000	생선회	8,143,500

- 중식 음식점업은 2021년 마라탕, 꼬치를 전문으로 하는 중식 전문점이 새로 표본에 집계되면서 마라탕, 소고기구이, 탕수육, 꼬치, 야채볶음 등의 중식 메뉴 판매액이 증가함

<표 IV-9> 2020~2021 성안길-육거리 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 중식 음식점업  
[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	-	-	마라탕	375,507,000
2	-	-	소고기구이	82,086,000
3	-	-	탕수육	55,770,000
4	-	-	일반육류꼬치	30,439,000
5	-	-	중국식야채볶음	10,690,000

- 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업에서는 피자의 판매액이 가장 컸으며, 음료와 파스타가 판매되었으나, 2021년은 핫도그, 샐러드를 판매하는 표본이 추가로 집계되면서 판매액이 급증한 것으로 나타남

<표 IV-10> 2020~2021 성안길-육거리 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	일반/기타피자	152,907,400	일반/기타피자	136,265,500
2	탄산음료	18,019,300	치즈핫도그	39,637,100
3	크림파스타	15,149,500	일반/기타핫도그	19,800,900
4	고르곤졸라피자	8,467,100	소고기샐러드	16,140,500
5	로제파스타	7,455,900	탄산음료	14,980,400

- 간이 음식 포장 판매 전문점에서는 한식 업종과 유사한 메뉴가 집계되었으나, 2021년부터는 도시락, 비빔밥, 볶음밥, 국수 등 메뉴가 다양해지고 판매액도 크게 증가함

<표 IV-11> 2020~2021 성안길-육거리 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 간이 음식 포장 판매 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	김치찌개	10,913,000	도시락	55,001,100
2	탄산음료	1,216,000	야채비빔밥	10,615,000
3	불고기/주물럭	465,500	김치찌개	5,772,500
4	-	-	김치볶음밥	3,493,000
5	-	-	김치국수	1,847,000

- 치킨 전문점에서는 치킨과 주류, 음료 메뉴가 주요 메뉴이며, 2021년에도 유사하게 순위가 유지되고 있으나 전체적으로 판매액이 감소하였으며, 새롭게 닭튀김 메뉴가 순위권에 진입함

<표 IV-12> 2020~2021 성안길-육거리 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 치킨 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	치킨	387,034,500	치킨	318,654,500
2	일반소주	5,712,000	일반소주	4,028,000
3	국산생맥주	4,823,200	국산생맥주	3,235,400
4	국산병맥주	1,784,000	닭튀김	1,872,500
5	탄산음료	702,000	국산병맥주	1,860,000



- 기타 주점업에서는 탄산음료와 피자, 스테이크 등의 양식 메뉴와 주류가 함께 판매되는 형태로 운영되었으며, 2021년에는 버거 메뉴가 추가 되는 수제버거 전문점 콘셉트가 새로 등장한 것으로 유추할 수 있음

<표 IV-13> 2020~2021 성안길-육거리 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 기타 주점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	탄산음료	18,745,000	치즈버거	53,116,000
2	일반/기타피자	15,535,000	탄산음료	26,637,000
3	페퍼로니피자	14,616,000	일반/기타피자	26,160,000
4	일반소주	6,081,000	페퍼로니피자	18,792,000
5	스테이크	4,263,000	중국식새우볶음	12,831,000

- 커피 전문점에서는 라떼 판매액이 크게 증가하였으며 에이드, 밀크티, 아이스티 등 음료 전문점에서 판매하는 메뉴 판매액이 크게 증가함

<표 IV-14> 2020~2021 성안길-육거리 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	231,499,200	아메리카노/에스프레소	213,843,900
2	라떼	32,205,700	라떼	122,569,900
3	탄산음료	11,529,700	에이드	62,677,200
4	-	-	밀크티	48,617,400
5	-	-	아이스티	35,318,950

- 제과점업에서는 커피를 주로 판매하는 소형 점포였으나, 티라미수 전문점이 표본으로 집계되면서 우유, 홍차, 커피, 아이스크림 메뉴 판매액이 집계되기 시작함

<표 IV-15> 2020~2021 성안길-육거리 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 제과점업

[단위 : 원/월 평균]

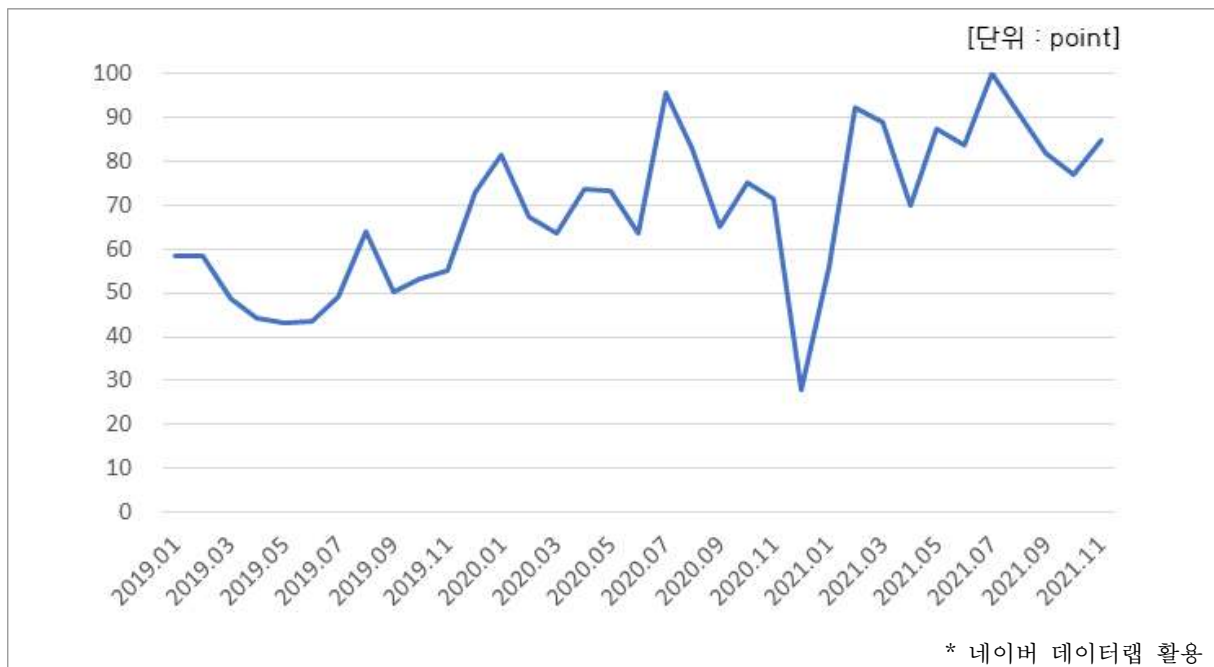
순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	아메리카노/에스프레소	7,240,000	티라미수	26,183,100
2	라떼	833,600	일반/기타우유	2,431,000
3	탄산음료	66,000	홍차	2,038,500
4	-	-	아메리카노/에스프레소	1,851,500
5	-	-	곡물아이스크림	1,393,900

## V. 키워드 분석

※ 연관 키워드(장소, 브랜드, 메뉴 등)와 키워드 속성분석은 연간 100건 미만으로 검색되어 분석대상 제외함

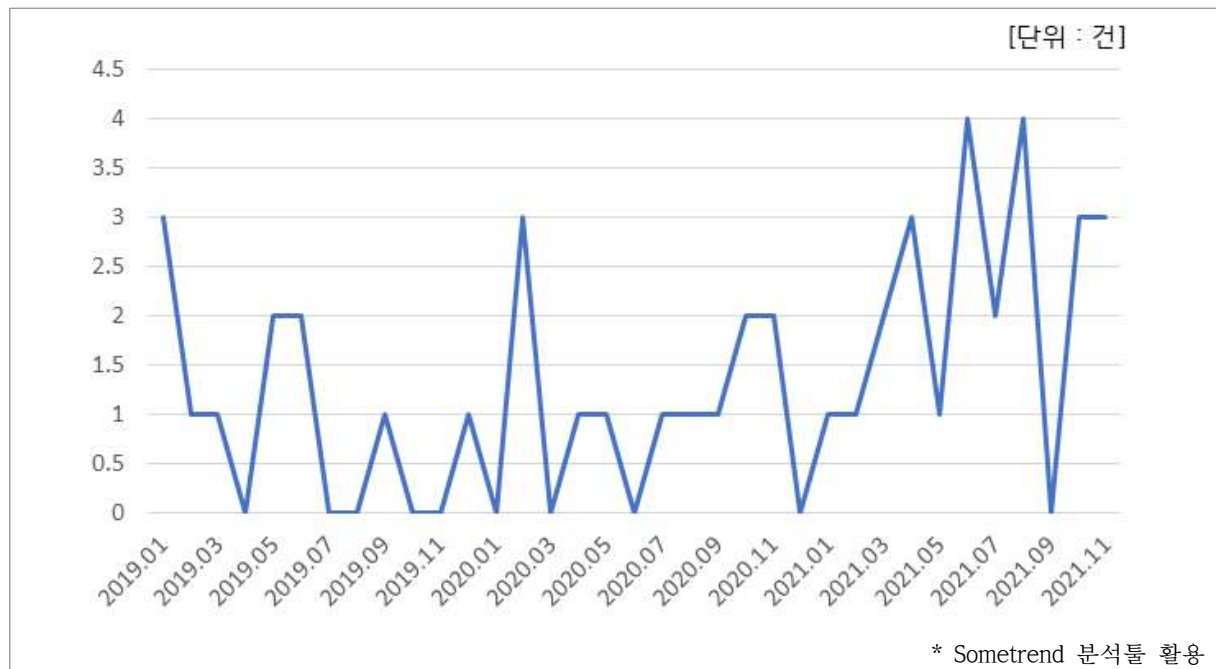
### 1. 키워드 검색 및 언급량 시계열 변화

- 성안길-육거리 상권 음식점(‘성안길 맛집’, ‘성안길 음식점’, ‘육거리시장 맛집’, ‘육거리시장 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2021년 11월까지 집계한 결과 2021년 12월 큰 폭으로 하락한 것을 제외하고, 2019년 3월부터 지속적으로 증가하는 특징을 보임. 특히 여름철 검색량이 증가하는 것으로 나타남



[그림 V-1] 성안길 음식점 관련 검색어 네이버 검색량 변화

- 성안길-육거리 상권 음식점(‘성안길 맛집’, ‘성안길 음식점’, ‘육거리시장 맛집’, ‘육거리시장 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 2019년부터 2020년까지 평균 1~2건 수준으로 유지되다가 2021년 월 3~4건으로 증가함



[그림 V-2] 성안길 음식점 관련 검색어 블로그 언급량 변화