

전국 주요상권 트렌드 분석 보고서

⑭ 전북대학교 상권 외식 트렌드 보고서

분석 수행 : NICE지니데이터(주)



<분석요약>	1
<외식분야 전문가 의견>	11
<분석결과>	13
Ⅰ. 상권현황	13
1. 상권개요	13
2. 상권유형	14
3. 상권 일반현황	18
Ⅱ. 음식업 업종분석	20
1. 전체 음식업 현황	20
2. 업종별 현황	21
3. 업종 트렌드	24
Ⅲ. 음식업 고객 분석	26
1. 전체 고객 현황	26
2. 업종별 고객현황(2021 년 1~10 월)	27
3. 고객 트렌드	31
Ⅳ. 음식업 메뉴분석	34
1. 주요 메뉴현황	34
2. 음식업 물가(판매액 기준 20 위 메뉴)	36
3. 메뉴 트렌드	37
Ⅴ. 키워드 분석	44
1. 연관 키워드(장소&브랜드 범주)	44
2. 연관 키워드(상품&메뉴 범주)	45
3. 키워드 검색 및 언급량 시계열 변화	47
4. 키워드 속성 분석	48

〈분석요약〉

1. 상권개요

- 전라북도 전주시 덕진구에 위치한 전북대학교 상권은 전북에서는 가장 큰 대학가 상권이며, 전북대학교 정문에서 전주 종합경기장, 덕진초등학교를 경계로 형성되어 있음. 다른 주요 상권에 비해 면적이 크지 않고, 상권 단절요인이 명확하여 상권 내 집중도가 높음
- 전북대학교 상권의 용도에 따른 상권유형은 대학가로 규정됨
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m/1000m 까지 대학교의 영향을 받으며, 주거용 건축물이나 상업용 건축물도 대학가 특성을 반영함
- 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 음식업 비중이 높으며, 소매업, 학문/교육, 생활서비스업의 비중이 낮음 → 기능상으로는 다양한 업종 구성 부족
- 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 커피/음료 6.0%p, 간이주점 5.2%p, 의복/의류 2.9%p 높은 대학가 상권의 성격을 보임
→ 전북대학교 상권의 특성업종은 ‘커피/음료, 간이주점, 의복/의류’ 업종으로 규정됨
- 전북대학교 상권의 유동인구는 상업시설이 밀집한 거리를 따라 발달해 있으며, 주택/오피스텔이 밀집한 거리와 상업시설 밀집지역의 유동인구 차이가 크게 나타남
- 전북대학교 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 1,397억, 2020년 1,163억, 2021년(추정) 1,058억으로 집계되어 2020년 17%, 2021년 9% 감소(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)

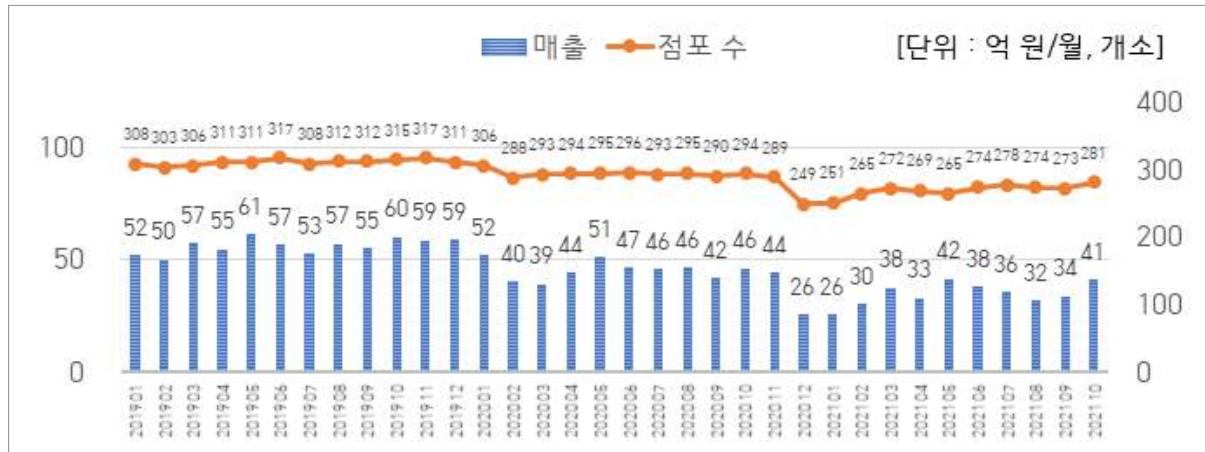
2. 음식업 업종분석

- 전북대학교 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 311개로 운영되던 점포수가 2020년 290개, 2021년 270개로 줄어들어 운영점포 수가 각각 6.7%, 6.9% 감소하였으며, 전체 매출규모는 22.4%, 20.0% 감소함
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 63개, 커피 전문점 63개, 생맥주 전문점 30개, 한식 육류요리 전문점 21개 순으로 나타나 일반적인 상권의 음식업 구성보다 커피 전문점과 생맥주 전문점 비중이 높음

<분석요약. 표1> 전북대학교 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)	674	523	418	-22.4%	-20.0%
점포 수 (기간 평균)	311	290	270	-6.7%	-6.9%



[분석요약. 그림1] 전북대학교 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 2020년 한식 해산물 요리, 일식, 한식 육류요리, 일반 유흥주점 순으로 30% 이상 감소했으며, 생맥주 전문점, 분식, 서양식, 패스트푸드, 중식, 한식 면요리 업종도 20% 이상 감소
- 2021년은 일식과 서양식에서 2020년 수준을 유지하거나 반등하고 있으나, 주요 구성업종인 한식 일반 음식점, 커피 전문점, 생맥주 전문점, 한식 육류요리 전문점 등에서 지속적인 감소가 나타남
- 점포당 매출액은 2020년 중식, 일식에서 30% 이상, 한식 면요리, 패스트푸드, 한식 육류요리, 치킨 전문점, 생맥주 전문점, 일반 유흥주점에서 20% 이상 감소하였으며 서양식과 기타 주점업에서 유지됨
- 2021년에도 생맥주 전문점, 한식 육류요리, 분식, 기타 주점은 20% 이상 감소하였으며, 한식 일반 음식점, 패스트푸드, 중식, 치킨, 한식 해산물 요리도 10% 이상 감소
- 서양식, 일식, 기타 외국식, 포장판매 전문점, 제과점은 2021년 점포당 매출이 회복세에 있으나, 상권의 주요 음식업종에서 지속적인 감소가 일어나고 있어 운영 점포 수와 시장 규모가 동시에 줄어들고 있는 현상이 나타남 → 전체적인 유입고객 수가 줄어들면서 식사와 디저트, 주점 등의 업종이 동반 하락한 것으로 분석됨
- 다른 상권유형에서는 저녁 시간대 위주의 주점업과 한식 육류, 해산물 요리 업종은 하락세가 나타나더라도 점심 시간대 식사 위주의 업종과 디저트 업종은 회복세가 나타나는 반면, 대학가 상권은 20대 고객에 대한 의존도가 크기 때문에 음식업 전체적으로 지속 감소하는 경향이 나타남 → 서양식, 일식, 기타 외국식에서 회복세가 나타나고 있으나, 전체

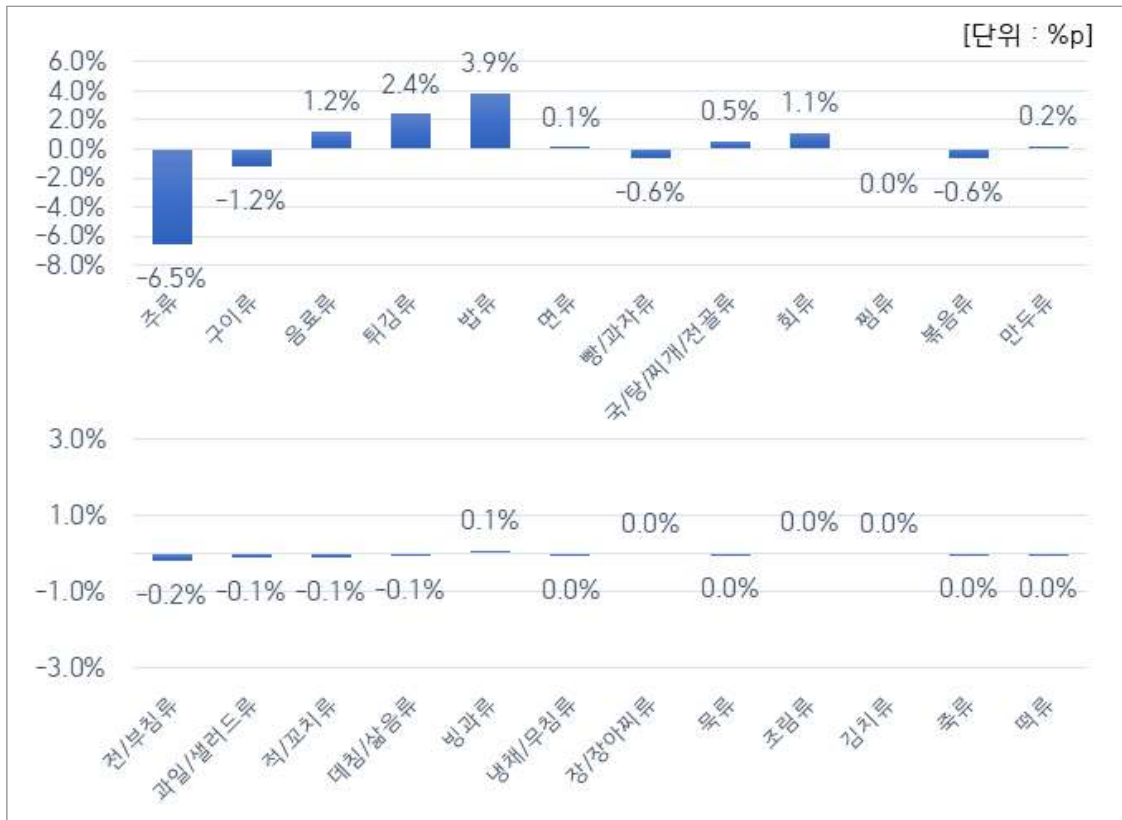
음식 상권에서 차지하는 비중이 작기 때문에 상권이 회복되기까지 시간이 소요될 것으로 예상됨

3. 음식업 고객 분석

- 전반적으로 2~30대 남성이 주 고객층을 구성하고 있으며, 커피 전문점은 20대 여성, 중식은 40대 남성, 제과점은 40대 여성, 일식은 50대 남성이 많은 것으로 집계됨
- 대학가 상권은 20대가 주를 이루는 것이 일반적이나, 보완적인 고객층으로 30대가 형성되는 경우가 많음. 30대는 이용건수에서는 20대보다 적지만, 객단가가 높기 때문에 매출 기여도가 20대보다 높음 → 타겟 고객층을 30대에도 맞추는 전략 필요
- 요일별로는 한식 일반 음식점, 서양식, 분식, 기타 주점, 생맥주 전문점, 치킨, 커피, 제과점에서 토요일 비중이 가장 높았으며, 한식 면요리, 기타 외국식에서 일요일, 중식, 패스트푸드, 한식 육류요리 전문점에서 금요일 비중이 가장 높게 나타남
- 시간대별로는 점심, 저녁, 밤 시간대 활성화 되는 업종이 명확히 구분되어 나타나며, 한식 면요리, 해산물 요리, 중식, 일식, 서양식, 기타 외국식, 커피 업종은 점심시간대, 분식, 제과점, 치킨, 패스트푸드, 한식 일반 음식점, 육류 요리는 저녁시간대가 높게 나타남
- 대부분의 업종에서 2~30대 비중이 높은 전북대학교 상권은 전년 대비 50대 여성 비중이 늘어나고 있으며, 특히 한식 일반 음식점, 육류, 해산물 요리, 서양식, 기타 외국식, 패스트푸드 업종에서 늘고 있음. 주점과 커피, 한식 면요리, 육류요리에서 20대가 감소했으나, 중식, 일식, 서양식, 기타 외국식에서는 30대 남성이 가장 많이 감소했고, 한식 해산물, 치킨, 분식, 제과점은 40대 남성이 감소함
- 요일별로는 다양한 패턴이 나타나고 있는데, 주로 평일 이용비중이 늘고 있으며, 토요일 비중이 감소한 업종이 많음
- 시간대는 점심과 저녁시간대 집중현상이 심화되고 있으며, 밤~새벽 시간대 이용비중은 전반적으로 감소한 것으로 나타남. 중식, 서양식, 기타 외국식은 점심 비중이 줄었으며, 한식 해산물, 분식, 패스트푸드는 저녁 비중이 감소한 것으로 분석됨

4. 음식업 메뉴분석

- 전북대학교 상권은 주류 판매비중이 가장 높고, 구이류(15%) > 음료류(13%) > 튀김류(13%) > 밥류(11%) 순으로 매출 비중이 높음



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

- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 주류(-6.5%p)였으며, 볶음류(-0.6%p), 빵/과자류(-0.6%p) 순으로 감소
- 반면, 밥류(3.9%p), 튀김류(2.4%p), 음료류(1.2%p), 회류(1.1%p) 순으로 판매비중 증가 → 주류보다 식사메뉴 위주로 판매 비중 증가
- 전북대학교 상권의 음식업 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 소주 > 돈가스 > 아메리카노 > 맥주 > 치킨 순이었으며, 2020년 삼겹살과 피자 메뉴를 제외하고, 전체적으로 3~40% 감소세를 보임
- 2021년은 돈가스, 초밥, 백반, 비빔밥 메뉴가 반등하였으며, 물냉면, 커피류는 2020년 수준을 유지하였으나, 대체적으로 지속 감소하는 것으로 분석됨
- 2020년 백반 메뉴는 2인분 가격으로 증가하였으며, 곱창, 맥주, 치킨, 커피, 떡볶이, 비빔밥 메뉴 가격이 5% 이상 상승하고, 피자, 칼국수, 물냉면 메뉴 가격이 떨어짐
- 소곱창과 백반, 돼지국밥, 떡볶이, 비빔밥은 2020년에 이어 2021년에도 단가가 상승하였으며, 맥주, 생선구이 메뉴 단가가 소폭 감소함

<분석요약. 표2> 전북대학교 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	3,964	3,963	3,979	0.0%	0.4%
돈가스	7,567	7,766	7,937	2.6%	2.2%
아메리카노	2,208	2,343	2,428	6.1%	3.6%
병맥주(국산)	3,779	4,140	4,204	9.6%	1.5%
생맥주(국산)	3,535	3,565	3,365	0.9%	-5.6%
치킨	11,910	12,812	12,852	7.6%	0.3%
소곱창구이	8,303	9,324	12,610	12.3%	35.2%
물냉면	6,739	6,484	6,661	-3.8%	2.7%
탄산음료	1,765	1,799	1,748	1.9%	-2.8%
돼지국밥	6,954	7,125	7,970	2.5%	11.9%
카페라떼	3,775	3,923	3,772	3.9%	-3.8%
떡볶이	7,566	7,991	8,775	5.6%	9.8%
초밥	-	16,611	16,590	-	-0.1%
비빔밥	6,464	6,815	7,174	5.4%	5.3%
삼겹살	5,838	5,823	6,034	-0.3%	3.6%
병맥주(수입)	5,362	5,406	5,310	0.8%	-1.8%
백반	9,041	16,346	19,584	80.8%	19.8%
피자	10,148	8,961	9,998	-11.7%	11.6%
생선구이	15,194	14,886	14,508	-2.0%	-2.5%
칼국수	10,667	10,220	10,089	-4.2%	-1.3%

<분석요약. 표3> 전북대학교 상권 업종별 2020~2021년 판매액 기준 주요메뉴 1~5위(기타외국식~커피)

기타 외국식 음식점업			기타 주점업			김밥 및 기타 간이 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	일반소주	중국식 새우볶음	1	일반소주	일반소주	1	돈가스	일반/기타 야채튀김
2	국산 병맥주	중국식 닭튀김	2	국산 병맥주	국산 병맥주	2	일반/기타 야채튀김	돈가스
3	중국식 새우볶음	짬뽕	3	국산 생맥주	탄산음료	3	팬케이크	팬케이크
4	중국식 닭튀김	일반소주	4	탄산음료	생선구이	4	마카롱	쫄면
5	짬뽕	고량주	5	생선구이	곱창전골	5	쫄면	비빔만두
생맥주 전문점			일반 유흥주점업			일식 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	국산 생맥주	국산 생맥주	1	칵테일	칵테일	1	수산물 덮밥	돈가스
2	국산 병맥주	국산 병맥주	2	일반소주	일반소주	2	생선회	일본식 덮밥
3	일반소주	일반소주	3	국산 병맥주	국산 병맥주	3	일반/기타 덮밥	생선초밥
4	건어물 구이	건어물 구이	4	과일화채	하이볼	4	육류 비빔밥	가스나베
5	떡볶이	떡볶이	5	생과일	모히또	5	회덮밥	카레 라이스
제과점업			치킨 전문점			커피 전문점		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	일반/기타 케이크	일반/기타 케이크	1	치킨	치킨	1	아메리카노/에스프레소	아메리카노/에스프레소
2	생크림 케이크	생크림 케이크	2	국산 생맥주	국산 생맥주	2	라떼	라떼
3	초코 케이크	과일 케이크	3	일반소주	탄산음료	3	에이드	에이드
4	티라미수	티라미수	4	탄산음료	일반소주	4	아이스티	아이스티
5	과일 케이크	초코 케이크	5	국산 병맥주	국산 병맥주	5	스무디	요거트

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

<분석요약. 표4> 전북대학교 상권 업종별 2020~2021년 판매액 기준 주요메뉴 1~5위(패스트푸드~한식일반)

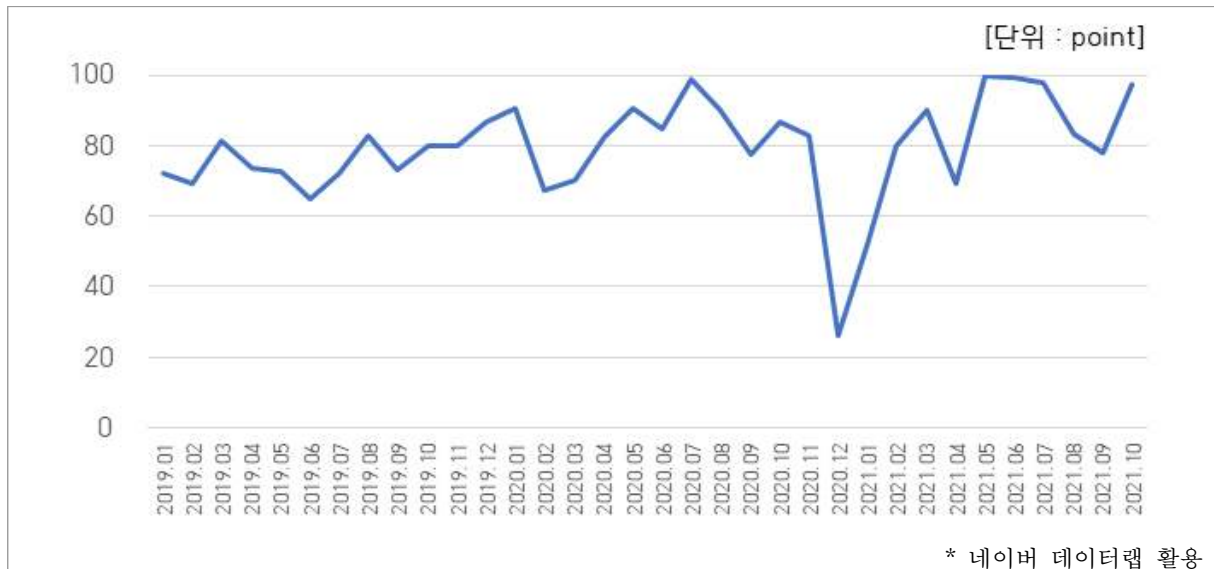
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업			한식 면요리 전문점			한식 육류요리 전문점		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	일반/기타 버거	일반/기타 버거	1	물냉면	물냉면	1	돼지고기 구이	돼지고기 구이
2	일반/기타 피자	일반/기타 피자	2	비빔냉면	비빔냉면	2	곱창/대창 /양구이	곱창/대창 /양구이
3	치킨	탄산음료	3	일반소주	일반소주	3	일반소주	육회
4	치즈피자	국산 병맥주	4	칼국수	칼국수	4	육회	일반소주
5	탄산음료	치킨	5	멸치국수	일반/기타 비빔밥	5	일반/기타 구이	찜닭
한식 일반 음식점업								
순위	2020년	2021년						
1	돼지국밥	돼지국밥						
2	일반/기타 초밥	일반/기타 초밥						
3	백반	백반						
4	수산물 덮밥	수산물 덮밥						
5	일반소주	항태 해장국						

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

5. 키워드 분석

- 전북대학교 상권의 장소&브랜드 범주의 연관 키워드를 분석하면, 2019년은 신시가지카페 관련 연관키워드가 많았으며, 디저트 메뉴와 관련한 키워드가 많았음
- 2020년은 분위기 좋은 카페 특정 매장을 중심으로 연관 키워드가 많았으며, 한식 육류요리 전문점과 전주 명물인 ‘가맥집’ 과 관련한 매장도 순위권에 있음
- 2021년은 키워드 언급량이 급감하였으나, 카페와 디저트 관련 장소 키워드가 많았으며, 양주와 관련한 연관키워드도 순위권에 진입함
- 전북대학교 상권은 대학가 특성과 카페가 발달한 특징에 따라 관련 키워드가 많은 편이며, 디저트 카페와 주점 검색이 주를 이루고 있음

- 2020년은 양식 관련 키워드가 급감하고 디저트 관련 키워드만 순위권에 올라 있으며, 보다 다양한 제과류 키워드가 등장함
- 2021년도 2020년과 유사하게 디저트 관련 키워드가 대부분이며, 에이드, 아이스티, 차 종류 키워드도 일부 발견할 수 있음
- 전북대학교 상권은 대학가 특성과 코로나 이후 상권의 특성을 동시에 나타내고 있으며, 디저트 업종과 메뉴가 발달했을 것으로 유추할 수 있음



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

- 전북대학교 음식점(‘전북대 맛집’, ‘전북대 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2021년 10월까지 집계한 결과 2020년 12월 최저를 기록하고 2021년 1~2월까지 낮았던 것을 제외하면, 소폭 증가하는 추세를 보임
- 전북대학교 음식점(‘전북대 맛집’, ‘전북대 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 코로나 기간이었던 2020년 3~11월까지 월 150건 이상 꾸준히 유지하였으며, 2021년에도 소폭 감소하긴 하였으나 100~150건 정도로 2019년 수준을 유지하고 있음
- 전북대학교 음식점(‘전북대 맛집’, ‘전북대 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 속성 키워드는 2021년(1~10월) 기준으로 ‘신상(신 메뉴)’에 대한 중요도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 젊은 층이 주 고객층인 만큼 매장 분위기와 인테리어도 중요하게 뽑힘
- 2019년은 기본적인 ‘맛’에 대한 표현 키워드를 주로 발견할 수 있으며, 대학가 상권인 만큼 단골 가게에 대한 고객의 충성도가 높음을 키워드를 통해 확인할 수 있음
- 2020년에도 2019년과 유사한 선택 요소가 반영되고 있으나, 새롭게 ‘신상’과 같은 키워드가 1위에 오르며 새로운 것을 추구하기 시작한 젊은 층의 특성을 보임
- 2021년은 2020년의 새로운 것을 추구하는 경향이 그대로 나타나고 있으나, 보다 매장 내부환경과 분위기가 중요해 졌음을 확인할 수 있음



[분석요약. 그림6] 전북대학교 음식점 관련 속성어 분석(2021년 1~10월)

〈외식분야 전문가 의견〉

한양사이버 대학교 호텔외식경영학과

김 영 갑 교수

□ 전북대학교 상권은 전형적인 대학가 상권의 특징을 보이며 다른 유형의 상권보다 업종별 감소세가 크게 나타났으며, 한식 중심의 구성에서 커피/디저트류 업종과 외국식 음식점업으로 이동하는 현상이 나타남

- 대학가 상권은 젊은 고객층이 집중되는 상권인 만큼 트렌드에 민감하고 새로운 아이템과 콘셉트가 자주 등장하고 사라지는 특징을 보임. 또한 다른 상권으로 확대하기 이전 단계에서 아이템의 시장성을 검증하고 확인하는 테스트베드의 성격도 가짐
- 젊은 고객층이 집중되는 강점이 있는 반면, 배후지역의 거주인구나 직장인구와 같은 상주인구 수가 부족하고 상권 경기가 하락하는 경우 외부 유입력이 급속도로 떨어지는 약점
- 전북대학교 상권은 업종의 구성부터 한식과 커피/디저트, 주점의 비율이 1:1:1 정도로 형성되어 있어 다른 상권보다 커피/디저트 관련 업종이 강세를 보이고 있으며 야간보다 주간으로 고객비중이 이동하는 현상을 보이고 있음
- 외부환경의 변화로 인해 주간 시간대로 이용비중이 옮겨가는 것을 제어할 수는 없으나, 점심시간대와 저녁시간대를 연결하는 오후시간대 비중이 낮아 단절요인이 발생하고 있으므로 밤 시간대보다 오후시간대 집중하여 상권의 활성도를 유지할 필요가 있으며, 업종에 따라서는 20대 고객층뿐만 아니라 30대 고객층을 겨냥한 상품과 가격전략도 필요

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

- 전북대학교 상권은 대학가 상권의 특성으로 볼 수 있는 분식, 주점, 카페 업종에 대한 고객관심도가 매우 높은 수준을 유지하고 있으며, 최근에는 서양식 업종의 관심도 증가
- 주점업은 젊은 층이 선호하는 요리주점과 호프전문점이 상위권에서 꾸준한 상승세
- 카페업/디저트업은 커피전문점의 최상위권을 유지하고 있었으나 디저트 카페가 최상위권으로 올라와서 지속적인 상승세를 보이고 있으며, 3위권에는 케이크전문점이 위치함
- 분식업은 종합분식이 최상위권을 차지하고 있으며, 2위에 있던 떡볶이가 햄버거에게 2위 자리를 내주고 3위권에 머물고 있는 상황임
- 일식업에서는 고객의 관심도가 일본라멘으로 집중되어 있으며 지속적인 상승세
- 한식업에서는 일반한식이 차지하고 있던 1위 자리를 감자탕이 9월부터 역전하여 치열한 경쟁을 벌이고 있으며, 3위는 곱창이 차지함

〈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

- 전라북도 전주시 덕진구에 위치한 전북대학교 상권은 전북에서는 가장 큰 대학가 상권이며, 전북대학교 정문에서 전주 종합경기장, 덕진초등학교를 경계로 형성되어 있음. 다른 주요 상권에 비해 면적이 크지 않고, 상권 단절요인이 명확하여 상권 내 집중도가 높음



[그림 I-1] 전북대학교 상권 영역

<표 I-1> 전북대학교 상권 기초현황

항목/상권영역	선택 영역 내	반경 500M내	반경 1,000M내
주거인구(명)	1,366	4,780	13,836
세대수(가구)	732	2,410	7,427
유동인구(명/일) (최대지점 / 평균)	4,378 / 2,289	4,378 / 1,053	4,829 / 715
지하철 승하차 인구 수(명)	0	0	0
버스 정류장수(개소)	4	8	39
관공서/금융기관(개소)	4	6	19
문화시설/영화관(개소)	0	0	5

- 전북대학교 상권 내 주거인구 규모는 1,366명/세대수는 732가구이며, 통행량 기준으로 가장 많은 지점에 일평균 4천 4백여 명, 상권 평균적으로 2천 3백여 명이 유동함
- 상업시설이 밀집한 거리와 단독주택/오피스텔이 형성된 거리가 혼합되어 있어 거리마다 특징이 명확하고, 상업시설은 주로 형성된 지역에만 밀집해 있음. 대형 상업시설은 입지하기 어려운 여건과 주변 환경을 가지고 있어 소형 매장들이 입지한 특징을 보임

2. 상권유형

1) 토지/건물용도에 따른 구분



[그림 I-2] 전북대학교 상권 토지/건물용도 구분

<표 I-2> 전북대학교 상권 영역/반경별 용도에 따른 상권유형

선택 영역 상권유형	배후 상권유형 (중심점 반경 500M 내)	배후 상권유형 (중심점 반경 1000M 내)
대학가 100%	대학가 72% 기타지역 12% 고밀주거지역 5% 고밀주거상업 3% 주택오피스가 3% 그 외 5%	대학가 51% 기타지역 13% 고밀주거지역 9% 고밀주거상업 8% 일반상업지 8% 그 외 11%

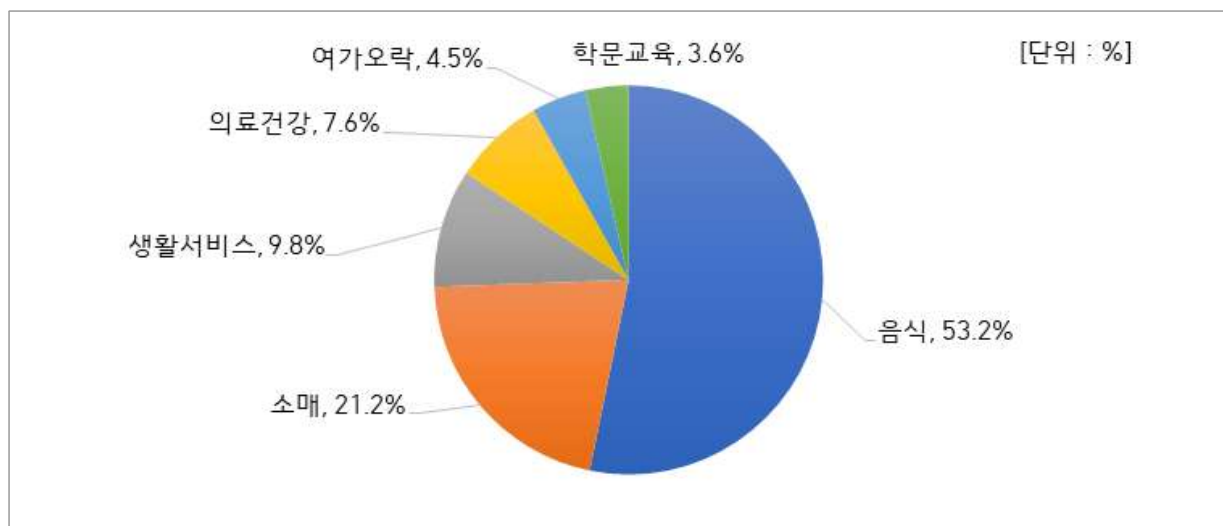
- 전북대학교 상권의 용도에 따른 상권유형은 대학가로 규정됨
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m/1000m 까지 대학교의 영향을 받으며, 주거용 건축물이나 상업용 건축물도 대학가 특성을 반영함

<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

○ 전북대학교 상권의 업종은 음식업 53% > 소매/유통 21% > 생활서비스 10% 등으로 구성



[그림 1-3] 전북대학교 상권 업종 구성비

○ 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 음식업 비중이 높으며, 소매업, 학문/교육, 생활 서비스업의 비중이 낮음 → 기능상으로는 다양한 업종 구성 부족

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

[단위 : %, %p]

구분	음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육
해당상권	53.2%	21.2%	9.8%	7.6%	4.5%	3.6%
전국평균	42.4%	25.3%	13.3%	6.8%	4.7%	7.6%
편차	10.8%p	-4.1%p	-3.5%p	0.8%p	-0.2%p	-4.0%p

○ 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 커피/음료 6.0%p, 간이주점 5.2%p, 의복/의류 2.9%p 높은 대학가 상권의 성격을 보임

→ 전북대학교 상권의 특성업종은 ‘커피/음료, 간이주점, 의복/의류’ 업종으로 규정됨

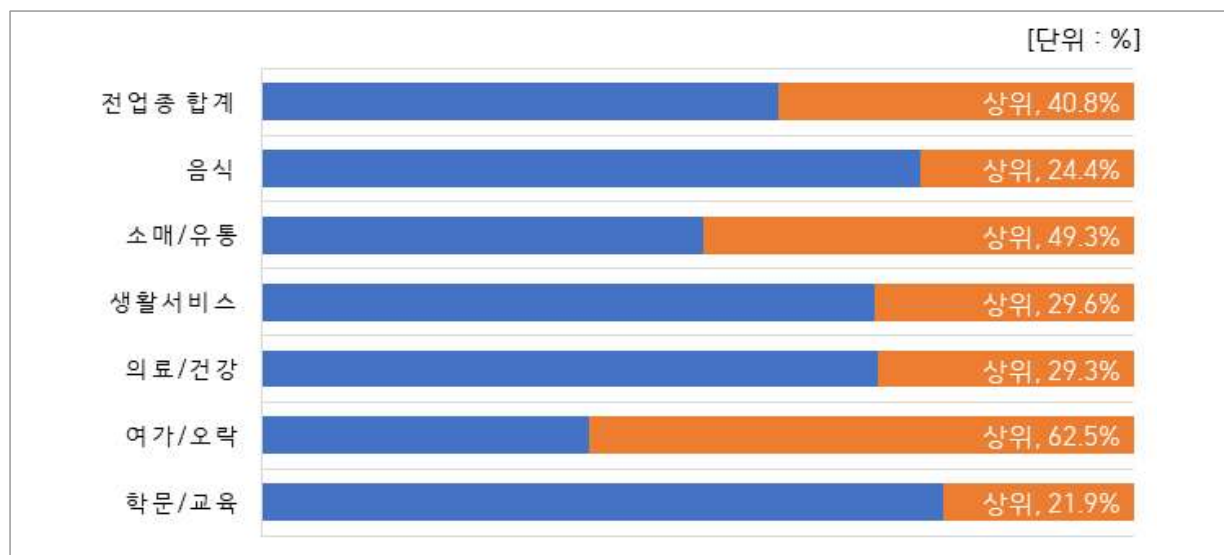
<표 1-5> 전북대학교 상권 중분류 주요업종 구성비 / 전국 평균대비 특성업종 현황

[단위 : %, %p]

순위	주요업종(중분류)	해당상권 구성비	전국평균 구성비	편차
1	커피/음료	12.1%	6.1%	6.0%p
2	한식	11.2%	11.6%	-0.4%p
3	간이주점	8.3%	3.1%	5.2%p
4	미용서비스	8.1%	7.6%	0.5%p
5	의복/의류	6.6%	3.7%	2.9%p
6	종합소매점	4.7%	5.8%	-1.1%p
7	의약/의료품	4.0%	2.5%	1.5%p
8	분식	4.0%	3.0%	1.0%p
9	닭/오리요리	3.8%	3.5%	0.3%p
10	패션잡화	3.0%	2.0%	1.0%p

3) 상권규모에 따른 구분

- 전국 1,200대 주요상권 중 전북대학교 상권은 상위 40.8%에 해당하는 매출규모를 보이고 있으며, 업종 중에서는 음식업과 학문/교육업 순위가 높음



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

- 전체 상권의 매출규모는 2019년 388위, 2020년 417위, 2021년 462위로 점차 떨어지고 있으며, 대학가 상권의 특성과 음식업 위주의 업종 구성 특징이 반영됨
- 상권의 주요 구성업종인 음식업 시장규모와 순위가 떨어지고 있으며, 소매업과 여가/오락업도 지속 감소함. 의료/건강업과 학문/교육, 생활서비스업은 유지하거나 소폭 증가함

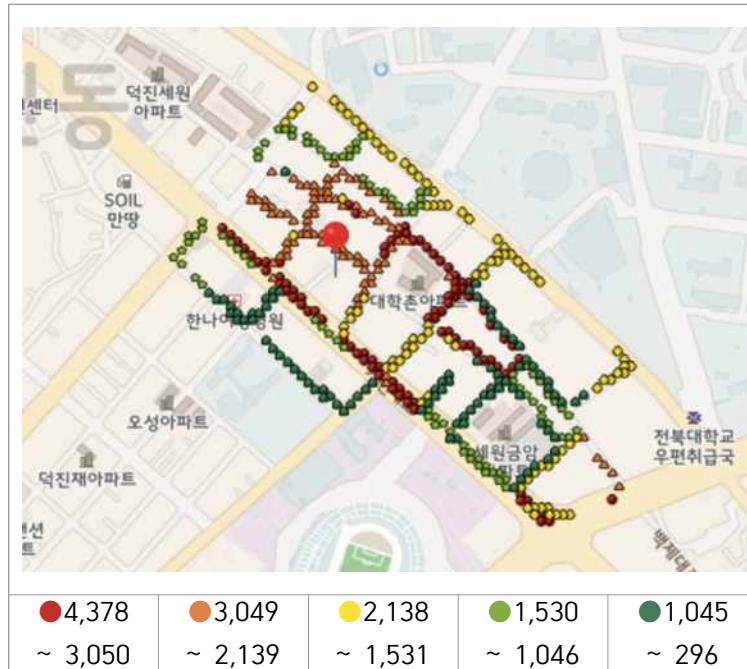
<표 I-6> 전북대학교 상권 대분류 업종별 구성비 / '19~'21 전국 주요상권 中 순위 변화

		[단위 : 억 원, 순위, %]						
구분		음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육	전업종 합계
2019년	매출액	674	402	82	170	28	41	1,397
	주요상권 매출순위	243	418	375	380	592	258	388
	주요상권 매출분위	21.5%	36.9%	33.1%	33.6%	52.3%	22.8%	34.3%
2020년	매출액	523	318	82	185	19	37	1,163
	주요상권 매출순위	253	487	315	351	635	241	417
	주요상권 매출분위	22.3%	43.0%	27.8%	31.0%	56.1%	21.3%	36.8%
2021년 (연간 추정)	매출액	418	281	82	217	16	44	1,058
	주요상권 매출순위	276	558	335	332	707	248	462
	주요상권 매출분위	24.4%	49.3%	29.6%	29.3%	62.5%	21.9%	40.8%

3. 상권 일반현황

1) 유동인구

- 전북대학교 상권의 유동인구는 상업시설이 밀집한 거리를 따라 발달해 있으며, 주택/오피스텔이 밀집한 거리와 상업시설 밀집지역의 유동인구 차이가 크게 나타남
- 유동인구는 20대 집중도가 높고, 목요일과 금요일 유동인구가 많은 것으로 나타남. 대학가 상권의 특성상 다른 상권에 비해 오전과 점심 시간대 유동인구도 높은 편에 속함



[그림 I-5] 전북대학교 상권 유동인구 지도

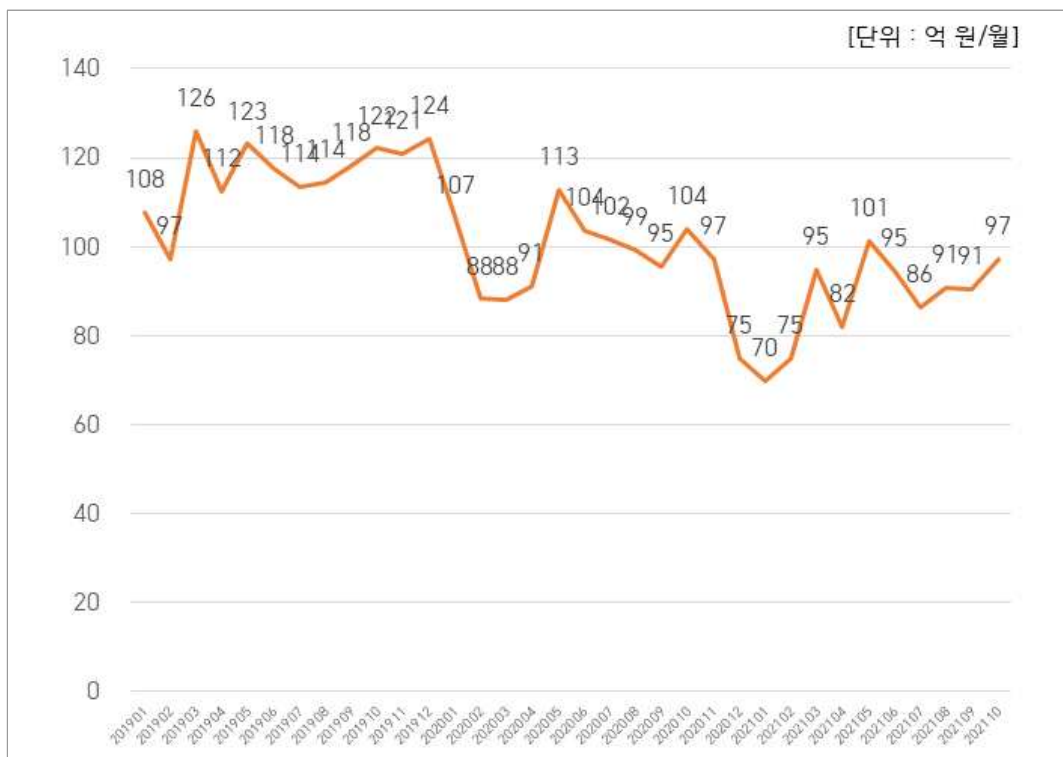
<표 I-7> 전북대학교 상권 유동인구 현황

[단위 : 명]

구분	유동인구 일평균 최대지점		선택영역 내 일평균 유동인구 수							
유동인구 수	4,378		2,289							
구분	20대		30대		40대		50대		60대	
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
유동인구 수	532	1,016	126	128	96	112	81	102	51	56
구분	월	화	수	목	금	토	일			
아침(09~12시)	377	431	428	553	507	548	365			
점심(12~14시)	347	431	413	550	473	420	261			
오후(14~18시)	532	576	586	728	690	843	579			
저녁(18~21시)	648	730	751	959	928	876	574			

2) 상권 전 업종 매출액 변화

- 전북대학교 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 1,397억, 2020년 1,163억, 2021년(추정) 1,058억으로 집계되어 2020년 17%, 2021년 9% 감소(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)
- 2020년 업종별로는 여가/오락업(-32%) > 음식업(-22%) > 소매/유통업(-21%) 순으로 감소폭이 컸으며, 의료/건강업 분야만 성장
- 2021년에도 음식업(-20%)과 여가/오락업(-16%)은 감소했으나, 의료/건강업(18%), 학문/교육업(18%), 생활서비스업(1%)에서 상승



[그림 I-6] 전북대학교 상권 전 업종 매출액 변화

<표 I-8> 전북대학교 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	1,397	1,163	1,058	-16.7%	-9.0%
음식	674	523	418	-22.4%	-20.0%
소매/유통	402	318	281	-20.8%	-11.7%
생활서비스	82	82	82	-0.3%	0.6%
의료/건강	170	185	217	8.3%	17.7%
여가/오락	28	19	16	-31.6%	-16.2%
학문/교육	41	37	44	-10.2%	18.4%

II. 음식업 업종분석

1. 전체 음식업 현황

- 전북대학교 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 311개로 운영되던 점포수가 2020년 290개, 2021년 270개로 줄어들어 운영점포 수가 각각 6.7%, 6.9% 감소하였으며, 전체 매출규모는 22.4%, 20.0% 감소함
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 63개, 커피 전문점 63개, 생맥주 전문점 30개, 한식 육류요리 전문점 21개 순으로 나타나 일반적인 상권의 음식업 구성보다 커피 전문점과 생맥주 전문점 비중이 높음



[그림 II-1] 전북대학교 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

<표 II-1> 전북대학교 상권 전체 음식업 매출 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]					
구분	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
매출액 (기간 합산)	674	523	418	-22.4%	-20.0%
점포 수 (기간 평균)	311	290	270	-6.7%	-6.9%

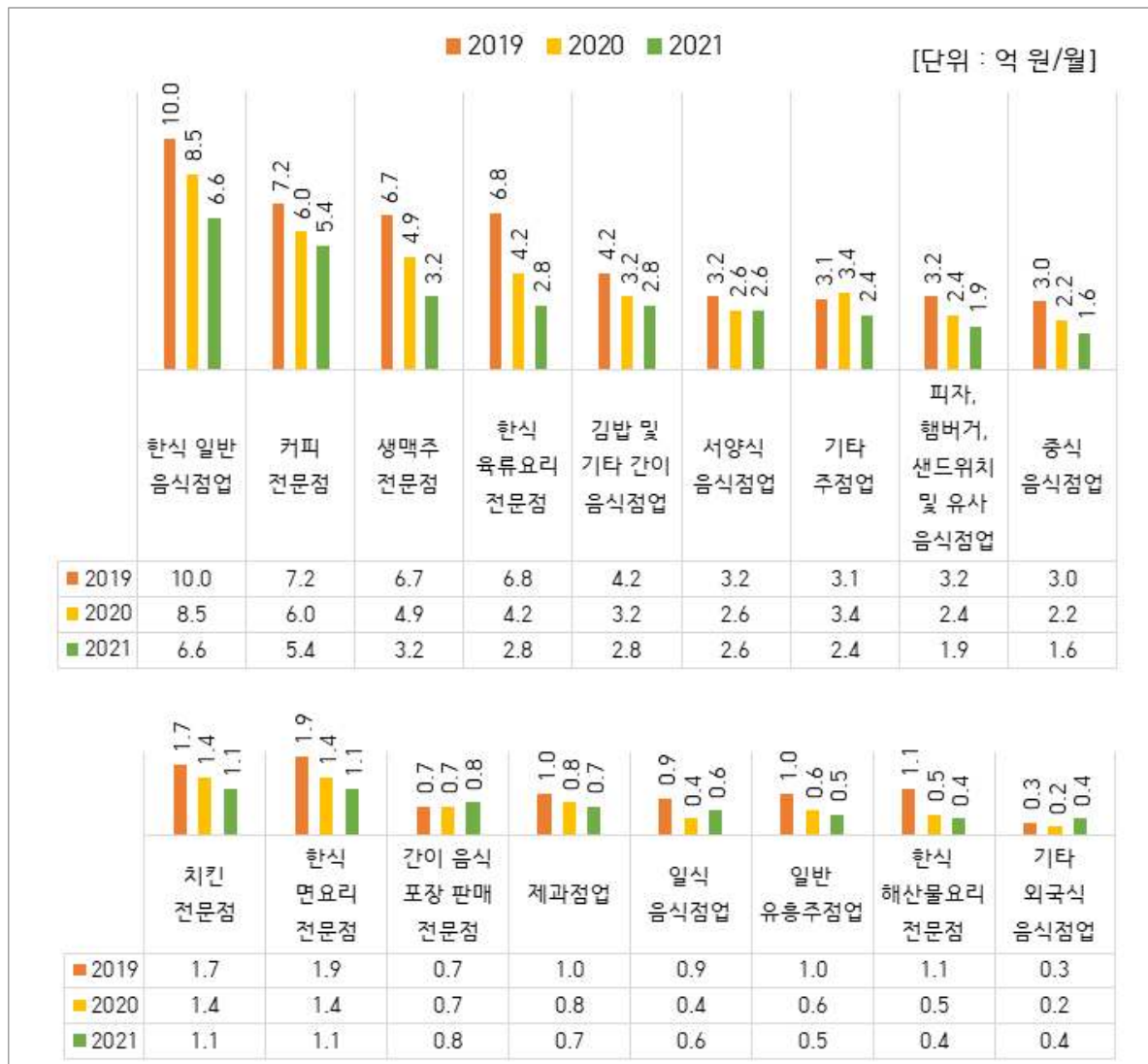


[그림 II-2] 전북대학교 상권 음식업 업종별 점포 수(2021년 10월 기준)

2. 업종별 현황

1) 총 매출액

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 2020년 한식 해산물 요리, 일식, 한식 육류요리, 일반 유흥주점 순으로 30% 이상 감소했으며, 생맥주 전문점, 분식, 서양식, 패스트푸드, 중식, 한식 면요리 업종도 20% 이상 감소
- 2021년은 일식과 서양식에서 2020년 수준을 유지하거나 반등하고 있으나, 주요 구성업종인 한식 일반 음식점, 커피 전문점, 생맥주 전문점, 한식 육류요리 전문점 등에서 지속적인 감소가 나타남



[그림 II-2] 전북대학교 상권 음식점 업종별 총 매출액 변화

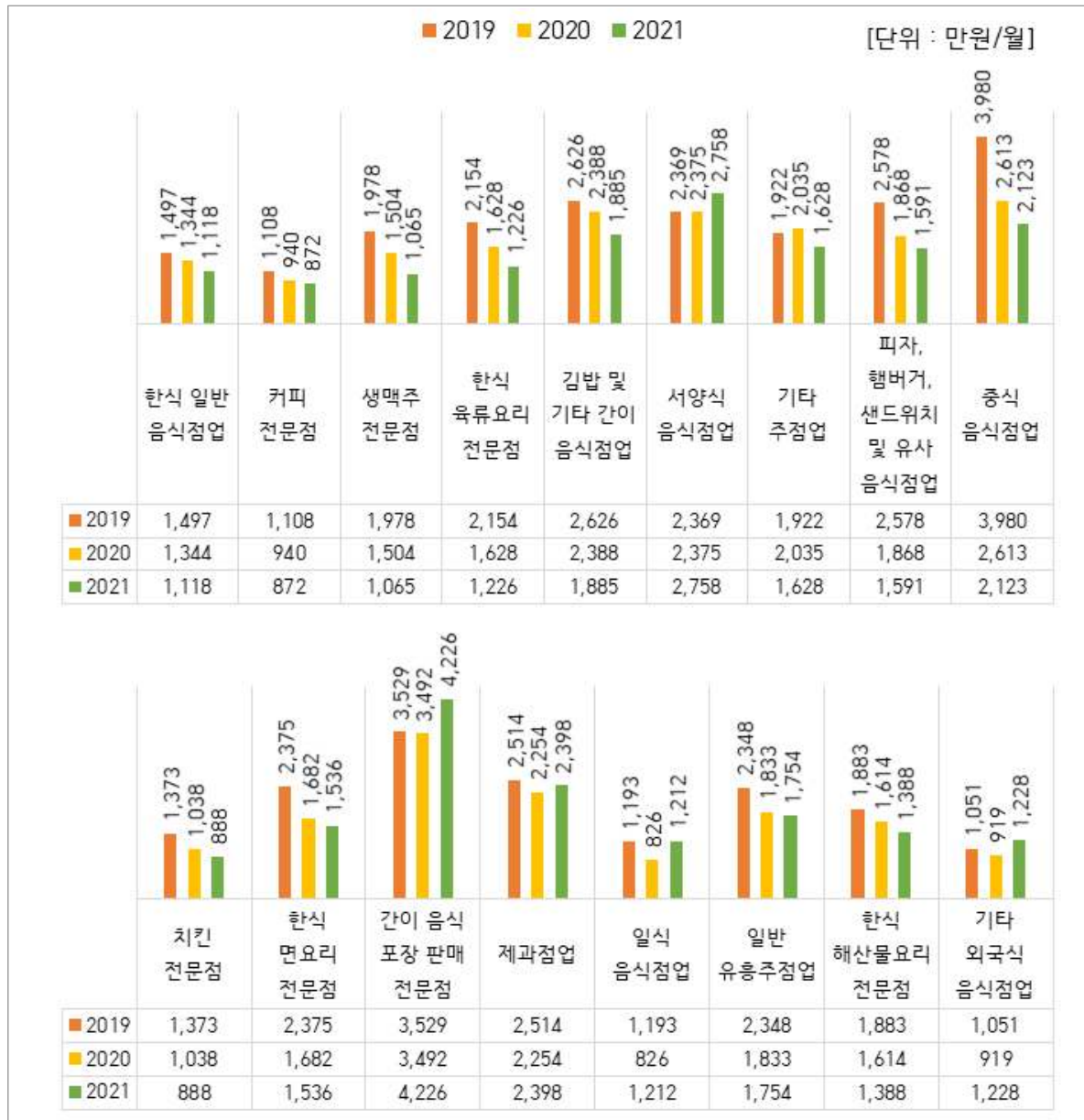
<표 II-2> 전북대학교 상권 음식점종별 총 매출액 변화

[단위 : 억 원/월, %]

구분	한식 일반	커피 전문점	생맥주 전문점	한식 육류	분식	서양식	기타 주점	피자,햄 버거,샌 드위치
2019년	10.0	7.2	6.7	6.8	4.2	3.2	3.1	3.2
2020년	8.5	6.0	4.9	4.2	3.2	2.6	3.4	2.4
2021년	6.6	5.4	3.2	2.8	2.8	2.6	2.4	1.9
19년 대비 20년	-15.3%	-17.0%	-26.8%	-38.1%	-22.0%	-21.1%	9.7%	-24.6%
20년 대비 21년	-22.7%	-10.4%	-34.8%	-33.9%	-14.0%	0.4%	-29.8%	-20.4%
구분	중식	치킨 전문점	한식 면요리	간이 포장판매	제과점	일식	일반 유흥주점	한식 해산물
2019년	3.0	1.7	1.9	0.7	1.0	0.9	1.0	1.1
2020년	2.2	1.4	1.4	0.7	0.8	0.4	0.6	0.5
2021년	1.6	1.1	1.1	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4
19년 대비 20년	-27.8%	-17.4%	-27.7%	-1.0%	-19.3%	-50.2%	-36.3%	-53.0%
20년 대비 21년	-26.2%	-19.7%	-20.6%	21.0%	-14.9%	29.2%	-19.6%	-22.6%

2) 점포당 매출액

- 점포당 매출액은 2020년 중식, 일식에서 30% 이상, 한식 면요리, 패스트푸드, 한식 육류요리, 치킨 전문점, 생맥주 전문점, 일반 유흥주점에서 20% 이상 감소하였으며 서양식과 기타 주점업에서 유지됨
- 2021년에도 생맥주 전문점, 한식 육류요리, 분식, 기타 주점은 20% 이상 감소하였으며, 한식 일반 음식점, 패스트푸드, 중식, 치킨, 한식 해산물 요리도 10% 이상 감소
- 서양식, 일식, 기타 외국식, 포장판매 전문점, 제과점은 2021년 점포당 매출이 회복세에 있으나, 상권의 주요 음식점종에서 지속적인 감소가 일어나고 있어 운영 점포 수와 시장 규모가 동시에 줄어들고 있는 현상이 나타남 → 전체적인 유입고객 수가 줄어들면서 식사와 디저트, 주점 등의 업종이 동반 하락한 것으로 분석됨



[그림 II-3] 전북대학교 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

<표 II-3> 전북대학교 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

[단위 : 만원/월, %]

구분	한식 일반	커피 전문점	생맥주 전문점	한식 육류	분식	서양식	기타 주점	피자,햄 버거,샌 드위치
2019년	1,497	1,108	1,978	2,154	2,626	2,369	1,922	2,578
2020년	1,344	940	1,504	1,628	2,388	2,375	2,035	1,868
2021년	1,118	872	1,065	1,226	1,885	2,758	1,628	1,591
19년 대비 20년	-10.2%	-15.2%	-24.0%	-24.4%	-9.1%	0.3%	5.9%	-27.5%
20년 대비 21년	-16.9%	-7.2%	-29.2%	-24.7%	-21.0%	16.1%	-20.0%	-14.9%
구분	중식	치킨 전문점	한식 면요리	간이 포장판매	제과점	일식	일반 유흥주점	한식 해산물
2019년	3,980	1,373	2,375	3,529	2,514	1,193	2,348	1,883
2020년	2,613	1,038	1,681	3,492	2,254	826	1,833	1,614
2021년	2,123	888	1,536	4,226	2,398	1,211	1,754	1,388
19년 대비 20년	-34.3%	-24.4%	-29.2%	-1.0%	-10.3%	-30.7%	-21.9%	-14.3%
20년 대비 21년	-18.8%	-14.5%	-8.7%	21.0%	6.4%	46.6%	-4.3%	-14.0%

3. 업종 트렌드

- 업종별 경기 동향을 살펴보면 전반적인 음식점 시장규모가 2020년에 이어 2021년도 감소하는 가운데 기타 외국식, 일식, 포장판매 전문점, 서양식 업종의 회복세가 나타나고 있지만, 상권의 주요 음식점종에서 하락세가 나타남
- 다른 상권유형에서는 저녁 시간대 위주의 주점업과 한식 육류, 해산물 요리 업종은 하락세가 나타나더라도 점심 시간대 식사 위주의 업종과 디저트 업종은 회복세가 나타나는 반면, 대학가 상권은 20대 고객에 대한 의존도가 크기 때문에 음식점 전체적으로 지속 감소하는 경향이 나타남 → 서양식, 일식, 기타 외국식에서 회복세가 나타나고 있으나, 전체 음식 상권에서 차지하는 비중이 작기 때문에 상권이 회복되기까지 시간이 소요될 것으로 예상됨

<표 II-4> 전북대학교 상권 업종별 경기 동향

[단위 : %]

구분	총 매출액 증감률		경기 동향	
	19년 대비20년	20년 대비21년	2020년	2021년
기타 외국식 음식점업	-28.3%	33.6%	대폭감소	대폭증가
일식 음식점업	-50.2%	7.7%	대폭감소	소폭증가
간이 음식 포장 판매 전문점	-1.0%	0.9%	소폭감소	소폭증가
서양식 음식점업	-21.1%	-16.3%	대폭감소	소폭감소
커피 전문점	-17.0%	-25.3%	소폭감소	대폭감소
김밥 및 기타 간이 음식점업	-22.0%	-28.3%	대폭감소	대폭감소
제과점업	-19.3%	-29.1%	소폭감소	대폭감소
일반 유흥주점업	-36.3%	-33.0%	대폭감소	대폭감소
치킨 전문점	-17.4%	-33.1%	소폭감소	대폭감소
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	-24.6%	-33.7%	대폭감소	대폭감소
한식 면요리 전문점	-27.7%	-33.8%	대폭감소	대폭감소
한식 해산물요리 전문점	-53.0%	-35.5%	대폭감소	대폭감소
한식 일반 음식점업	-15.3%	-35.6%	소폭감소	대폭감소
중식 음식점업	-27.8%	-38.5%	대폭감소	대폭감소
기타 주점업	9.7%	-41.5%	소폭증가	대폭감소
한식 육류요리 전문점	-38.1%	-45.0%	대폭감소	대폭감소
생맥주 전문점	-26.8%	-45.7%	대폭감소	대폭감소

Ⅲ. 음식업 고객 분석

1. 전체 고객 현황

○ 전북대학교 상권의 음식업 주 고객층은 30대 남성 > 20대 남성 > 40대 남성



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

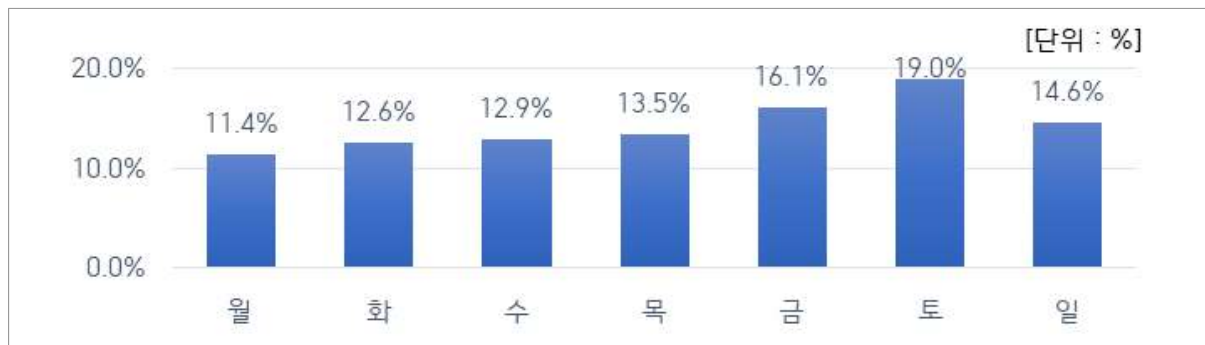
<표 Ⅲ-1> 전북대학교 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 비중

[단위 : %]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	16.5%	17.5%	11.3%	11.0%	3.3%
여성	12.7%	8.6%	7.6%	9.1%	2.3%

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

○ 요일별로는 토요일 > 금요일 > 일요일 순으로 높게 나타남



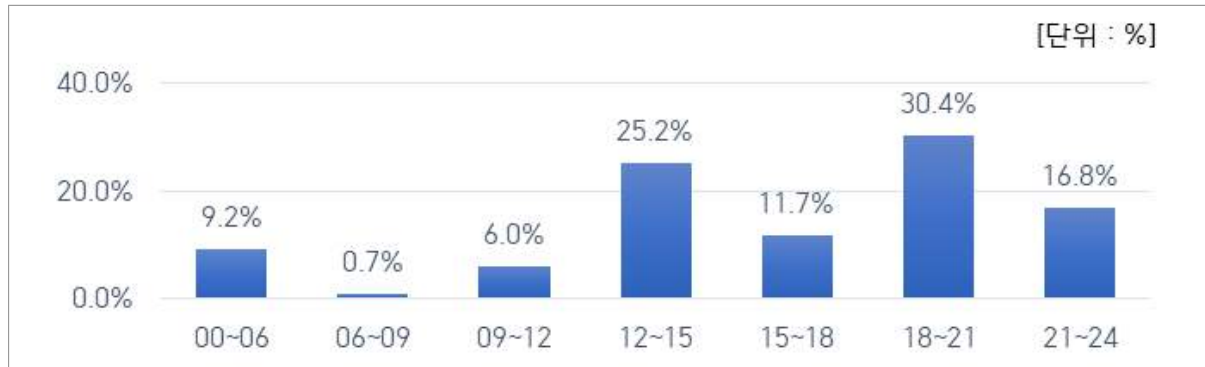
[그림 Ⅲ-2] 전북대학교 상권 음식업 이용고객 요일별 이용비중(2021년 1~10월)

<표 Ⅲ-2> 전북대학교 상권 음식업 이용고객 요일별 비중

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	11.4%	12.6%	12.9%	13.5%	16.1%	19.0%	14.6%

- 시간대별로는 이용하는 업종과 목적에 따라 점심과 저녁 시간대가 구분되고 있으며, 다른 상권보다 오후 시간대 비중이 낮은 특징을 보임



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

<표 Ⅲ-3> 전북대학교 상권 음식업 이용고객 시간대별 비중

[단위 : %]							
구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	9.2%	0.7%	6.0%	25.2%	11.7%	30.4%	16.8%

2. 업종별 고객현황(2021년 1~10월)

1) 성/연령대별 비중

- 전반적으로 2~30대 남성이 주 고객층을 구성하고 있으며, 커피 전문점은 20대 여성, 중식은 40대 남성, 제과점은 40대 여성, 일식은 50대 남성이 많은 것으로 집계됨
- 평균적인 업종별 연령대 구성비보다 20대가 많은 대학가 특성을 보이고 있으며, 주점, 패스트푸드, 분식, 한식류에서 20대 남성이 평균 구성비보다 높음. 커피, 서양식, 제과점 업종은 20대 여성이 평균보다 많았으며, 일반 유흥주점 30대 남성, 중식에서 60대 이상 남성 고객 비중이 높게 나타남
- 대학가 상권은 20대가 주를 이루는 것이 일반적이나, 보완적인 고객층으로 30대가 형성되는 경우가 많음. 30대는 이용건수에서는 20대보다 적지만, 객단가가 높기 때문에 매출 기여도가 20대보다 높음 → 타겟 고객층을 30대에도 맞추는 전략 필요

<표 Ⅲ-4> 전북대학교 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	7.7	3.9	23.7	6.8	21.0	7.0	13.7	9.4	3.3	3.4	30대 남성	30대 남성
기타 외국식 음식점업	12.1	9.7	15.9	8.5	12.9	8.6	14.3	11.7	3.6	2.8	30대 남성	20대 남성
기타 주점업	25.3	17.7	20.2	8.1	8.0	5.1	7.0	5.8	1.9	1.0	20대 남성	20대 남성
김밥 및 기타 간이 음식점업	12.1	12.3	14.4	9.3	12.9	13.3	11.5	10.5	2.2	1.6	30대 남성	20대 남성
생맥주 전문점	26.6	14.3	21.7	5.7	13.8	2.7	7.3	5.8	0.6	1.4	20대 남성	20대 남성
서양식 음식점업	11.2	12.9	15.6	13.0	10.8	9.8	10.9	11.6	2.2	1.9	30대 남성	20대 여성
일반 유흥주점업	25.0	19.0	44.8	3.8	2.4	2.4	1.0	1.1	0.3	0.2	30대 남성	30대 남성
일식 음식점업	13.1	8.6	14.1	7.3	11.0	8.2	19.2	10.2	6.0	2.2	50대 남성	20대 남성
제과점업	10.7	13.6	12.3	13.5	8.6	14.2	11.0	10.6	2.9	2.6	40대 여성	20대 여성
중식 음식점업	7.3	6.2	14.4	5.8	15.6	8.5	13.8	9.2	13.0	6.4	40대 남성	60대 이상 남성
치킨 전문점	15.8	7.7	17.2	7.0	11.0	9.4	12.1	12.8	3.4	3.5	30대 남성	20대 남성
커피 전문점	13.1	17.1	15.9	10.6	9.2	7.3	10.2	10.3	3.7	2.6	20대 여성	20대 여성
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	14.4	7.5	16.8	8.2	13.3	8.8	12.8	12.1	3.8	2.2	30대 남성	20대 남성
한식 면요리 전문점	16.8	8.5	19.0	6.4	10.1	10.1	11.8	11.9	3.0	2.3	30대 남성	20대 남성
한식 육류요리 전문점	17.3	11.4	19.2	8.7	11.2	7.5	11.7	7.8	3.2	1.9	30대 남성	20대 남성
한식 일반 음식점업	19.4	13.0	16.1	8.0	11.1	6.5	12.3	8.0	3.4	2.2	20대 남성	20대 남성
한식 해산물요리 전문점	18.8	8.6	18.8	6.5	10.5	5.8	12.8	10.6	4.1	3.5	30대 남성	20대 남성

2) 요일별 비중

- 요일별로는 한식 일반 음식점, 서양식, 분식, 기타 주점, 생맥주 전문점, 치킨, 커피, 제과점에서 토요일 비중이 가장 높았으며, 한식 면요리, 기타 외국식에서 일요일, 중식, 패스트푸드, 한식 육류요리 전문점에서 금요일 비중이 가장 높게 나타남
- 업종 평균 요일별 구성비 대비 한식 면요리, 치킨, 기타 외국식은 월요일, 일식은 수요일, 패스트푸드와 한식 해산물요리는 목요일, 중식, 한식 육류요리는 금요일이 높은 것으로 나타나 전체적으로는 토, 일요일 비중이 높지만 업종별로 평일 이용률도 평균보다 높게 형성된 것으로 분석됨

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

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일	주요 요일	특성 요일
간이 음식 포장 판매 전문점	10.4	11.0	14.4	11.1	12.8	19.3	20.9	일요일	일요일
기타 외국식 음식점업	14.7	13.1	13.8	13.6	14.8	14.6	15.3	일요일	월요일
기타 주점업	9.7	12.9	11.3	12.4	16.9	22.3	14.5	토요일	토요일
김밥 및 기타 간이 음식점업	11.6	11.6	15.2	12.7	16.1	22.2	10.6	토요일	토요일
생맥주 전문점	8.6	11.0	9.5	13.5	16.8	25.2	15.3	토요일	토요일
서양식 음식점업	11.3	13.2	13.2	13.2	14.8	17.8	16.5	토요일	일요일
일반 유흥주점업	12.2	7.9	5.4	11.9	16.8	17.7	28.0	일요일	일요일
일식 음식점업	10.7	13.1	21.4	15.3	18.9	11.9	8.7	수요일	수요일
제과점업	13.6	11.9	11.9	14.0	16.4	18.3	14.0	토요일	토요일
중식 음식점업	13.1	13.9	13.8	10.9	18.2	16.5	13.7	금요일	금요일
치킨 전문점	13.8	10.0	13.9	12.6	17.4	18.0	14.3	토요일	월요일
커피 전문점	13.2	12.5	12.6	13.4	14.2	19.1	15.1	토요일	토요일
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	13.1	13.0	11.7	15.8	16.2	16.0	14.2	금요일	목요일
한식 면요리 전문점	13.6	13.5	11.3	13.8	15.0	15.0	17.9	일요일	월요일
한식 육류요리 전문점	10.3	13.3	12.9	12.9	19.0	16.9	14.7	금요일	금요일
한식 일반 음식점업	10.1	13.6	14.1	14.5	15.9	18.0	13.8	토요일	토요일
한식 해산물요리 전문점	15.2	16.3	12.0	19.6	15.1	14.3	7.6	목요일	목요일

3) 시간대별 비중

- 시간대별로는 점심, 저녁, 밤 시간대 활성화 되는 업종이 명확히 구분되어 나타나며, 한식 면요리, 해산물 요리, 중식, 일식, 서양식, 기타 외국식, 커피 업종은 점심시간대, 분식, 제과점, 치킨, 패스트푸드, 한식 일반 음식점, 육류 요리는 저녁시간대가 높게 나타남
- 평균적인 시간대별 구성비보다 전체적으로 저녁시간대 비중이 높은 편이며, 오후 시간대 매출비중이 낮아 점심과 저녁시간대가 단절되는 현상을 보임

<표 Ⅲ-6> 전북대학교 상권 음식점종별 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	0.0	0.4	34.2	35.5	7.1	22.8	0.0	12~15시	18~21시
기타 외국식 음식점업	3.9	0.8	11.1	36.8	16.8	23.4	7.2	12~15시	12~15시
기타 주점업	26.2	0.0	0.0	1.5	2.3	27.4	42.6	21~24시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	2.9	1.1	8.6	27.0	15.0	31.5	14.0	18~21시	18~21시
생맥주 전문점	44.1	0.3	0.0	1.9	0.7	12.6	40.5	00~06시	00~06시
서양식 음식점업	0.1	0.2	3.6	41.4	14.1	38.3	2.3	12~15시	18~21시
일반 유흥주점업	57.5	2.0	0.1	0.5	0.4	7.9	31.6	00~06시	00~06시
일식 음식점업	1.4	0.2	5.8	38.1	12.0	34.6	8.0	12~15시	12~15시
제과점업	2.5	1.5	9.1	25.1	25.7	26.3	9.8	18~21시	18~21시
중식 음식점업	0.0	0.0	5.7	49.2	10.0	33.7	1.4	12~15시	12~15시
치킨 전문점	7.5	0.0	1.6	7.5	12.6	43.8	26.9	18~21시	21~24시
커피 전문점	0.8	0.8	9.2	36.6	22.6	20.8	9.2	12~15시	18~21시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	2.3	0.3	9.1	27.3	19.9	29.0	12.0	18~21시	18~21시
한식 면요리 전문점	5.6	0.0	8.3	36.3	11.9	27.4	10.5	12~15시	18~21시
한식 육류요리 전문점	1.8	0.0	0.9	17.6	7.6	52.4	19.7	18~21시	18~21시
한식 일반 음식점업	8.3	2.0	6.6	24.3	8.6	34.1	16.0	18~21시	18~21시
한식 해산물요리 전문점	0.0	0.0	1.8	43.3	8.1	38.2	8.6	12~15시	12~15시

3. 고객 트렌드

1) 전체 외식고객

- 전북대학교 상권의 음식업 고객비중은 전년대비 20대 남성 > 20대 여성 순으로 감소했으며, 50대 여성 > 50대 남성 순으로 증가



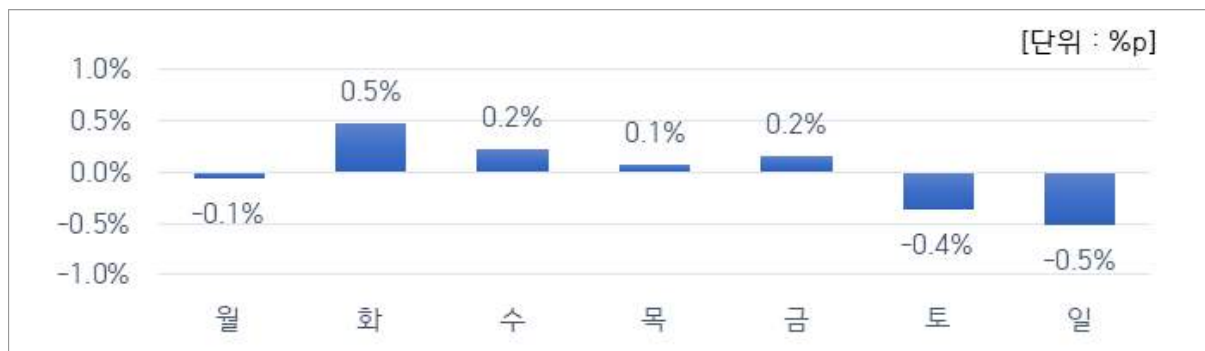
[그림 Ⅲ-4] 전북대학교 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 고객변화('20년 대비 '21년)

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

p[단위 : %p]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	-1.1%p	-0.4%p	-0.4%p	0.5%p	0.4%p
여성	-0.8%p	0.4%p	0.4%p	0.9%p	0.1%p

- 요일별로는 화요일 > 수요일 이용비중이 증가했고, 주말 이용비중 감소



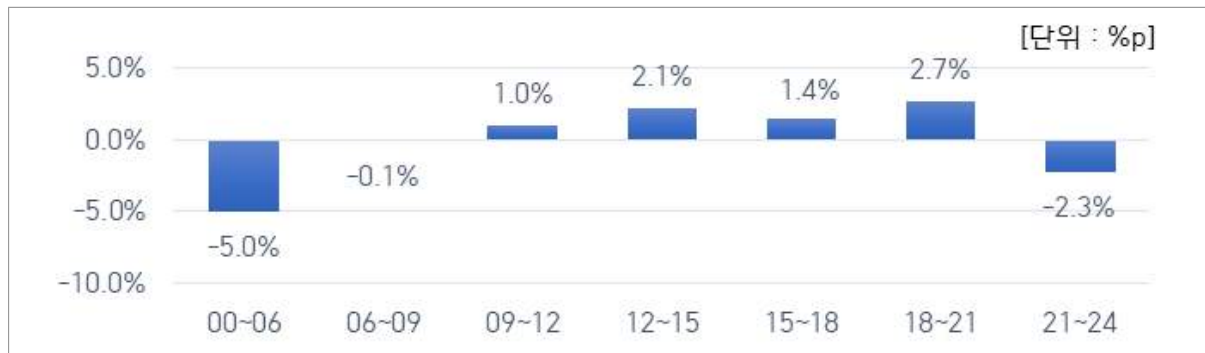
[그림 Ⅲ-5] 전북대학교 상권 음식업 이용고객 요일별 고객변화('20년 대비 '21년)

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

[단위 : %p]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	-0.1%p	0.5%p	0.2%p	0.1%p	0.2%p	-0.4%p	-0.5%p

- 시간대별로는 새벽시간대(00~06시)와 밤 시간대(21~24시) 이용률이 감소했으며, 저녁시간대(18~21시)와 점심시간대(12~15시) 이용비중 증가



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

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

[단위 : %p]							
구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	-5.0%p	-0.1%p	1.0%p	2.1%p	1.4%p	2.7%p	-2.3%p

2) 업종별 이용고객

- 대부분의 업종에서 2~30대 비중이 높은 전북대학교 상권은 전년 대비 50대 여성 비중이 늘어나고 있으며, 특히 한식 일반 음식점, 육류, 해산물 요리, 서양식, 기타 외국식, 패스트푸드 업종에서 늘고 있음. 주점과 커피, 한식 면요리, 육류요리에서 20대가 감소했으나, 중식, 일식, 서양식, 기타 외국식에서는 30대 남성이 가장 많이 감소했고, 한식 해산물, 치킨, 분식, 제과점은 40대 남성이 감소함
- 요일별로는 다양한 패턴이 나타나고 있는데, 주로 평일 이용비중이 늘고 있으며, 토요일 비중이 감소한 업종이 많음
- 시간대는 점심과 저녁시간대 집중현상이 심화되고 있으며, 밤~새벽 시간대 이용비중은 전반적으로 감소한 것으로 나타남. 중식, 서양식, 기타 외국식은 점심 비중이 줄었으며, 한식 해산물, 분식, 패스트푸드는 저녁 비중이 감소한 것으로 분석됨

<표 Ⅲ-10> 전북대학교 상권 음식업종별 고객변화(전년대비)

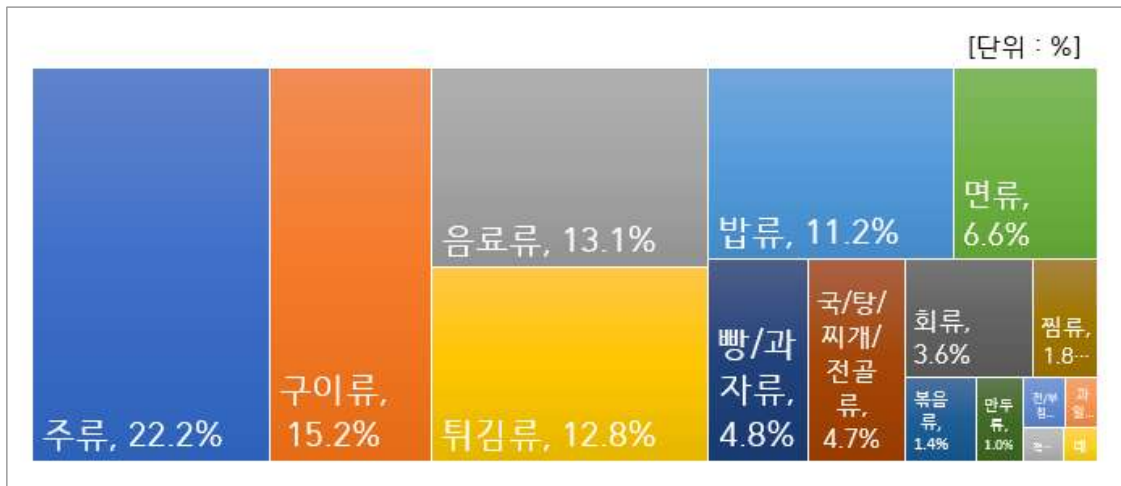
구분	성/연령대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		요일별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		시간대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)	
	증감률 최고	증감률 최저	증감률 최고	증감률 최저	증감률 최고	증감률 최저
간이 음식 포장 판매 전문점	40대남성	50대남성	일요일	월요일	09~12시	12~15시
기타 외국식 음식점업	50대여성	30대남성	금요일	수요일	21~24시	12~15시
기타 주점업	50대남성	20대남성	화요일	토요일	18~21시	00~06시
김밥 및 기타 간이 음식점업	50대남성	40대남성	토요일	월요일	09~12시	18~21시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

Ⅳ. 음식업 메뉴분석

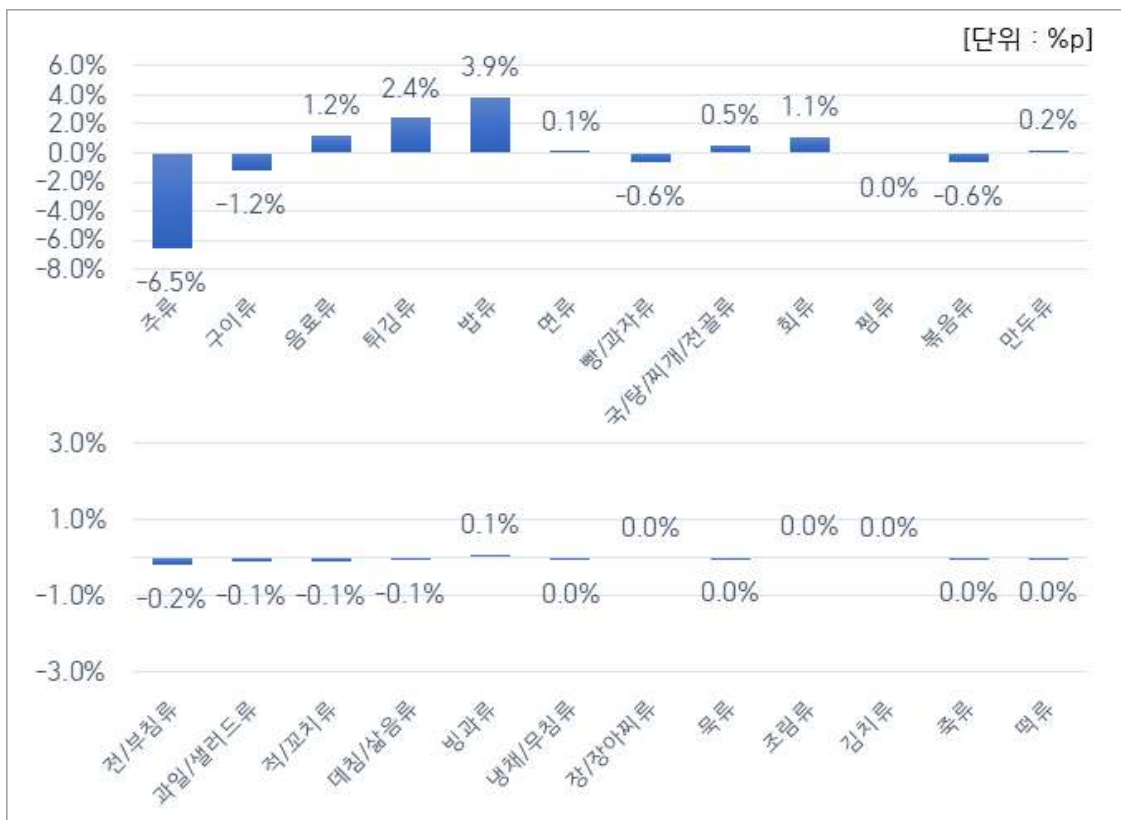
1. 주요 메뉴현황

1) 범주별 판매비중

- 전북대학교 상권은 주류 판매비중이 가장 높고, 구이류(15%) > 음료류(13%) > 튀김류(13%) > 밥류(11%) 순으로 매출 비중이 높음



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



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

- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 주류(-6.5%p)였으며, 볶음류(-0.6%p), 빵/과자류(-0.6%p) 순으로 감소
- 반면, 밥류(3.9%p), 튀김류(2.4%p), 음료류(1.2%p), 회류(1.1%p) 순으로 판매비중 증가 → 주류보다 식사메뉴 위주로 판매 비중 증가

2) 판매액 기준 주요메뉴 현황

- 전북대학교 상권의 음식점 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 소주 > 돈가스 > 아메리카노 > 맥주 > 치킨 순이었으며, 2020년 삼겹살과 피자 메뉴를 제외하고, 전체적으로 3~40% 감소세를 보임
- 2021년은 돈가스, 초밥, 백반, 비빔밥 메뉴가 반등하였으며, 물냉면, 커피류는 2020년 수준을 유지하였으나, 대체적으로 지속 감소하는 것으로 분석됨

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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매액	2020년 판매액	2021년 판매액 (추정)	20년 증감률	21년 증감률 (연간 환산)
소주	2,602,284,760	1,580,038,420	1,088,601,960	-39.3%	-31.1%
돈가스	680,515,600	403,523,600	614,304,960	-40.7%	52.2%
아메리카노	788,516,400	566,012,100	562,113,480	-28.2%	-0.7%
병맥주(국산)	1,301,253,620	822,165,520	545,782,200	-36.8%	-33.6%
생맥주(국산)	1,656,686,800	864,504,500	424,377,240	-47.8%	-50.9%
치킨	1,251,758,600	585,683,600	376,550,760	-53.2%	-35.7%
소곱창구이	765,968,000	404,032,300	338,997,720	-47.3%	-16.1%
물냉면	628,662,200	332,039,100	331,842,000	-47.2%	-0.1%
탄산음료	402,972,600	266,376,900	215,404,920	-33.9%	-19.1%
돼지국밥	246,396,000	161,656,000	128,578,800	-34.4%	-20.5%
카페라떼	135,665,000	96,221,800	95,507,280	-29.1%	-0.7%
떡볶이	259,765,600	133,172,100	92,324,400	-48.7%	-30.7%
초밥	-	67,044,000	89,844,000	-	34.0%
비빔밥	132,342,000	78,434,100	86,546,160	-40.7%	10.3%
삼겹살	86,821,800	124,621,500	81,640,680	43.5%	-34.5%
병맥주(수입)	171,871,800	101,525,200	74,789,400	-40.9%	-26.3%
백반	90,776,200	51,326,000	66,200,400	-43.5%	29.0%
피자	57,498,400	62,662,000	47,126,280	9.0%	-24.8%
생선구이	95,266,000	58,590,000	46,396,800	-38.5%	-20.8%
칼국수	117,871,000	63,264,300	45,616,320	-46.3%	-27.9%

2. 음식업 물가(판매액 기준 20위 메뉴)

- 2020년 백반 메뉴는 2인분 가격으로 증가하였으며, 곱창, 맥주, 치킨, 커피, 떡볶이, 비빔밥 메뉴 가격이 5% 이상 상승하고, 피자, 칼국수, 물냉면 메뉴 가격이 떨어짐
- 소곱창과 백반, 돼지국밥, 떡볶이, 비빔밥은 2020년에 이어 2021년에도 단가가 상승하였으며, 맥주, 생선구이 메뉴 단가가 소폭 감소함

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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가 (1~10월)	20년 증감률	21년 증감률
소주	3,964	3,963	3,979	0.0%	0.4%
돈가스	7,567	7,766	7,937	2.6%	2.2%
아메리카노	2,208	2,343	2,428	6.1%	3.6%
병맥주(국산)	3,779	4,140	4,204	9.6%	1.5%
생맥주(국산)	3,535	3,565	3,365	0.9%	-5.6%
치킨	11,910	12,812	12,852	7.6%	0.3%
소곱창구이	8,303	9,324	12,610	12.3%	35.2%
물냉면	6,739	6,484	6,661	-3.8%	2.7%
탄산음료	1,765	1,799	1,748	1.9%	-2.8%
돼지국밥	6,954	7,125	7,970	2.5%	11.9%
카페라떼	3,775	3,923	3,772	3.9%	-3.8%
떡볶이	7,566	7,991	8,775	5.6%	9.8%
초밥	-	16,611	16,590	-	-0.1%
비빔밥	6,464	6,815	7,174	5.4%	5.3%
삼겹살	5,838	5,823	6,034	-0.3%	3.6%
병맥주(수입)	5,362	5,406	5,310	0.8%	-1.8%
백반	9,041	16,346	19,584	80.8%	19.8%
피자	10,148	8,961	9,998	-11.7%	11.6%
생선구이	15,194	14,886	14,508	-2.0%	-2.5%
칼국수	10,667	10,220	10,089	-4.2%	-1.3%

3. 메뉴 트렌드

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

- 한식 일반 음식점업에서 주로 판매되는 메뉴는 2020년 돼지국밥 > 초밥 > 백반 > 수산물 덮밥 > 소주 순이었으며, 2021년에도 1~4위까지 메뉴 순위는 그대로 유지되고 있으나 돼지국밥 매출액이 감소하고, 기타 식사메뉴의 판매액이 증가했으며, 주류 판매가 감소하고 황태해장국 메뉴가 새롭게 순위권에 진입

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

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	돼지국밥	13,471,333	돼지국밥	10,714,900
2	일반/기타초밥	5,587,000	일반/기타초밥	7,487,000
3	백반	4,277,167	백반	5,516,700
4	수산물덮밥	1,779,000	수산물덮밥	2,447,400
5	일반소주	1,541,917	황태해장국	1,566,600

- 한식 육류요리 전문점에서는 돼지고기구이 > 곱창/대창/막창/양구이 > 소주 > 육회 > 일반/기타구이 순으로 판매되었으며, 2021년에도 비슷한 순위가 유지되고 있으나 돼지고기구이, 곱창/대창/막창/양구이 메뉴 판매액은 감소하고 육회 판매액과 새롭게 찜닭 메뉴가 등장하였으며, 주류 판매는 감소함

<표 IV-4> 2020~2021 전북대학교 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	68,940,208	돼지고기구이	56,970,790
2	곱창/대창/양구이	47,094,767	곱창/대창/양구이	40,439,300
3	일반소주	28,313,567	육회	30,683,800
4	육회	23,338,583	일반소주	21,781,450
5	일반/기타구이	21,032,667	찜닭	13,843,700

- 한식 면요리 전문점에서는 물냉면 > 비빔냉면 > 소주 > 칼국수 > 멸치국수 순으로 판매되었으며 2021년에도 냉면 판매액은 유사한 수준을 유지하고 있으나, 주류와 국수류 판매가 감소했으며, 비빔밥 메뉴가 순위권에 오름

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	물냉면	24,683,750	물냉면	25,230,600
2	비빔냉면	12,030,083	비빔냉면	12,087,400
3	일반소주	5,758,250	일반소주	3,070,400
4	칼국수	4,578,000	칼국수	2,930,200
5	멸치국수	2,784,083	일반/기타비빔밥	1,954,400

- 일식 음식점업은 2020년 돈가스 > 생선초밥 > 가스나베 > 우동 > 일본식덮밥 메뉴 순으로 집계되었으나, 2021년 돈가스와 덮밥 메뉴 판매액이 크게 증가하였고, 생선초밥, 가스나베 메뉴도 유지 또는 증가한 것으로 집계됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	돈가스	20,671,300	돈가스	40,140,600
2	생선초밥	8,335,000	일본식덮밥	12,230,300
3	가스나베	1,432,275	생선초밥	8,322,500
4	우동	1,235,683	가스나베	3,955,060
5	일본식덮밥	1,067,775	카레라이스	2,916,000

- 기타 외국식 음식점업에서는 동남아식 요리전문점이 집계되고 있으며, 중국식 새우볶음 > 중국식 닭튀김 > 짬뽕 순으로 집계됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	914,583	중국식새우볶음	843,900
2	국산병맥주	673,250	중국식닭튀김	842,800
3	중국식새우볶음	561,667	짬뽕	696,700
4	중국식닭튀김	417,333	일반소주	638,100
5	짬뽕	414,417	고량주	385,600

- 김밥 및 기타 간이 음식점업에서는 돈가스 > 튀김 > 팬케이크 > 마카롱 > 쫄면 순으로 판매되었으나, 2021년 튀김 판매액이 급증하면서 1위를 차지하였으며, 기타 메뉴는 순위를 유지하고 있음. 마카롱이 감소하고 새롭게 비빔만두 메뉴가 등장함

<표 IV-8> 2020~2021 전북대학교 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	8,041,042	일반/기타야채튀김	16,949,150
2	일반/기타야채튀김	7,038,750	돈가스	8,196,300
3	팬케이크	4,573,083	팬케이크	5,271,900
4	마카롱	3,605,567	쫄면	4,559,900
5	쫄면	3,571,500	비빔만두	3,120,500

- 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업에서는 버거 > 피자 > 치킨 > 음료 순으로 집계되었으며, 2021년에도 메뉴 순위는 유사하게 유지되고 있음

<표 IV-9> 2020~2021 전북대학교 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/기타버거	5,235,500	일반/기타버거	4,232,080
2	일반/기타피자	271,292	일반/기타피자	253,490
3	치킨	121,350	탄산음료	74,770
4	치즈피자	102,550	국산병맥주	56,700
5	탄산음료	58,592	치킨	52,470

- 일반 유흥주점에서는 2020년 칵테일 > 소주 > 맥주 > 과일화채 > 생과일 메뉴 순으로 집계되었으나, 2021년에는 소주와 맥주 판매액이 감소하고 과일 안주류의 매출액이 감소하였으며, 새롭게 하이볼, 모히또 메뉴가 순위권에 오름

<표 IV-10> 2020~2021 전북대학교 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 일반 유흥주점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	칵테일	9,250,500	칵테일	9,993,600
2	일반소주	2,530,750	일반소주	872,450
3	국산병맥주	2,296,167	국산병맥주	827,400
4	과일화채	989,667	하이볼	694,600
5	생과일	805,333	모히또	611,000

- 생맥주 전문점에서는 2020년 생맥주 > 병맥주 > 소주 > 건어물구이 > 떡볶이 메뉴가 주로 판매되었으며, 2021년에도 메뉴의 순위는 그대로 유지되고 있으나, 각 메뉴별로 3~40% 판매액이 감소한 것으로 집계됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	국산생맥주	54,193,108	국산생맥주	29,159,410
2	국산병맥주	19,252,125	국산병맥주	12,158,940
3	일반소주	17,009,125	일반소주	11,062,600
4	건어물구이	8,643,592	건어물구이	5,391,540
5	떡볶이	8,244,758	떡볶이	4,518,890

- 기타 주점업에서는 일반소주 > 병맥주 > 생맥주 > 탄산음료 > 생선구이 순으로 판매액이 높았으나, 2021년 전체적인 주류 판매액이 크게 감소했으며, 생맥주 판매액이 급감하면서 곱창전골 메뉴가 새롭게 순위권에 진입함

<표 IV-12> 2020~2021 전북대학교 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 기타 주점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	72,153,968	일반소주	51,327,880
2	국산병맥주	26,903,152	국산병맥주	19,228,570
3	국산생맥주	8,057,042	탄산음료	4,607,650
4	탄산음료	6,503,583	생선구이	3,786,900
5	생선구이	4,735,750	곱창전골	2,751,720

- 치킨 전문점에서는 2020년 치킨 > 생맥주 > 소주 > 탄산음료 > 병맥주 순으로 판매되었으나, 2021년 전체적인 판매액이 감소하였고 소주와 병맥주 판매액이 특히 낮아진 것으로 집계됨

<표 IV-13> 2020~2021 전북대학교 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 치킨 전문점
[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	치킨	36,235,392	치킨	23,824,910
2	국산생맥주	9,498,058	국산생맥주	5,420,610
3	일반소주	2,982,208	탄산음료	1,500,550
4	탄산음료	2,749,083	일반소주	840,150
5	국산병맥주	2,688,858	국산병맥주	571,190

- 커피 전문점에서는 아메리카노와 라떼 판매액이 유사하게 유지되었으며, 기타 메뉴는 판매액이 소폭 감소하였고 스무디 대신 요거트 메뉴가 새롭게 순위권에 진입함

<표 IV-14> 2020~2021 전북대학교 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	43,796,342	아메리카노/에스프레소	44,037,310
2	라떼	21,062,967	라떼	20,968,060
3	에이드	6,440,425	에이드	5,583,160
4	아이스티	4,579,933	아이스티	4,249,220
5	스무디	3,468,658	요거트	3,429,900

- 제과점에서는 주로 케이크 메뉴가 많이 판매되었으며(표본 점포가 케이크 전문점) 초코 케이크의 판매액은 감소하고 과일케이크 판매액이 증가한 것으로 집계됨

<표 IV-15> 2020~2021 전북대학교 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 제과점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반/기타케이크	17,593,167	일반/기타케이크	11,902,800
2	생크림케이크	4,000,250	생크림케이크	3,555,500
3	초코케이크	1,521,417	과일케이크	1,706,600
4	티라미수	999,667	티라미수	887,600
5	과일케이크	742,083	초코케이크	792,600

V. 키워드 분석

1. 연관 키워드(장소&브랜드 범주)

- 전북대학교 상권의 장소&브랜드 범주의 연관 키워드를 분석하면, 2019년은 신시가지카페 관련 연관키워드가 많았으며, 디저트 메뉴와 관련한 키워드가 많았음
- 2020년은 분위기 좋은 카페 특정 매장을 중심으로 연관 키워드가 많았으며, 한식 육류요리 전문점과 전주 명물인 ‘가맥집’과 관련한 매장도 순위권에 있음
- 2021년은 키워드 언급량이 급감하였으나, 카페와 디저트 관련 장소 키워드가 많았으며, 양주와 관련한 연관키워드도 순위권에 진입함
- 전북대학교 상권은 대학가 특성과 카페가 발달한 특징에 따라 관련 키워드가 많은 편이며, 디저트 카페와 주점 검색이 주를 이루고 있음



[그림 V-1] 전북대학교 음식업 장소&브랜드 연관키워드(2021년 1~10월)

<표 V-1> 전북대학교 음식업 장소&브랜드 연관키워드 변화

[단위 : 건]

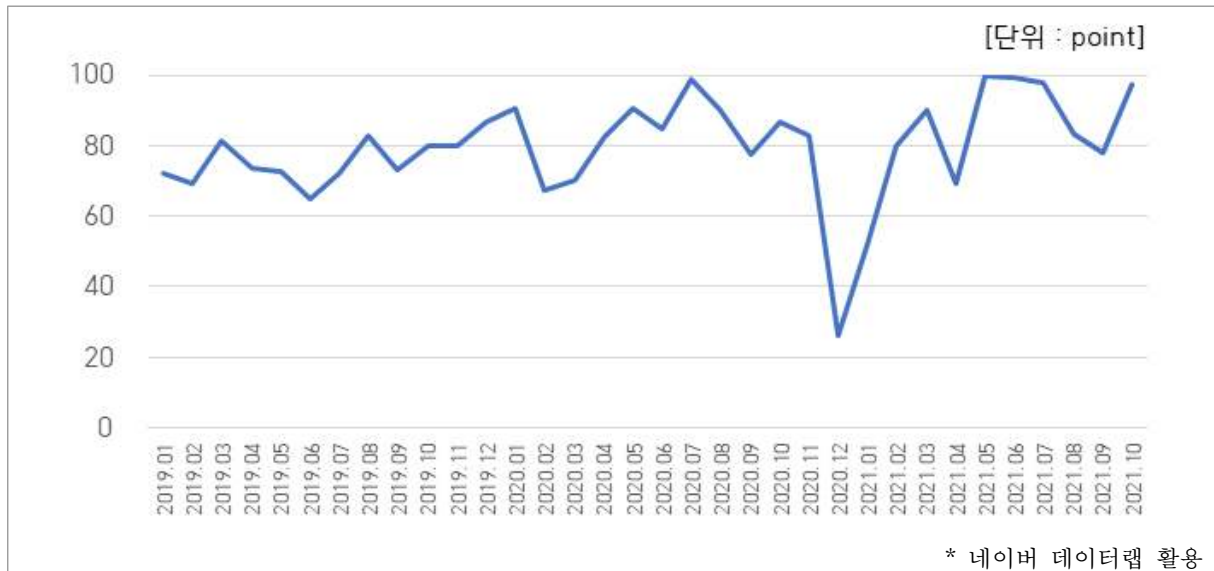
순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년 (1~10월)	언급량
1	신시가지카페	2,258	비스코티	147	비스코티	224
2	소반	236	지카페	89	지카페	217
3	오레오	141	오레오	72	꼬꼬	65
4	프렌즈	90	롤링파스타	30	쿠크다스	60
5	맥	78	꼬꼬	28	오레오	47
6	꼬꼬	72	소반	28	커피니	14
7	청년다방	69	골목집	24	발렌타인	10
8	강통집	66	전일슈퍼	22	누네피네	8
9	라멘트럭	52	리브로	14	조리품	4
10	다쿠아즈	42	빠빠로	13	임페리얼	2
11	오늘김해뿔고기	29	스노우볼	12	진로소주	2
12	빠빠로	26	청년다방	12	롤링파스타	2
13	골목집	20	김해뿔고기	10	벽돌집	2
14	스바라시	19	두꺼비집	9	순창	2
15	팔공티	18	다쿠아즈	8	모두랑	2

2. 연관 키워드(상품&메뉴 범주)

- 전북대학교 상권의 상품&메뉴 범주의 연관 키워드를 분석하면, 2019년은 돈가스, 파스타, 필라프, 양식 등 양식업종 관련 키워드가 상위에 있고 마카롱, 과자, 치즈, 케이크 등 디저트 류가 다음으로 등장함
- 2020년은 양식 관련 키워드가 급감하고 디저트 관련 키워드만 순위권에 올라 있으며, 보다 다양한 제과류 키워드가 등장함
- 2021년도 2020년과 유사하게 디저트 관련 키워드가 대부분이며, 에이드, 아이스티, 차 종류 키워드도 일부 발견할 수 있음
- 전북대학교 상권은 대학가 특성과 코로나 이후 상권의 특성을 동시에 나타내고 있으며, 디저트 업종과 메뉴가 발달했을 것으로 유추할 수 있음

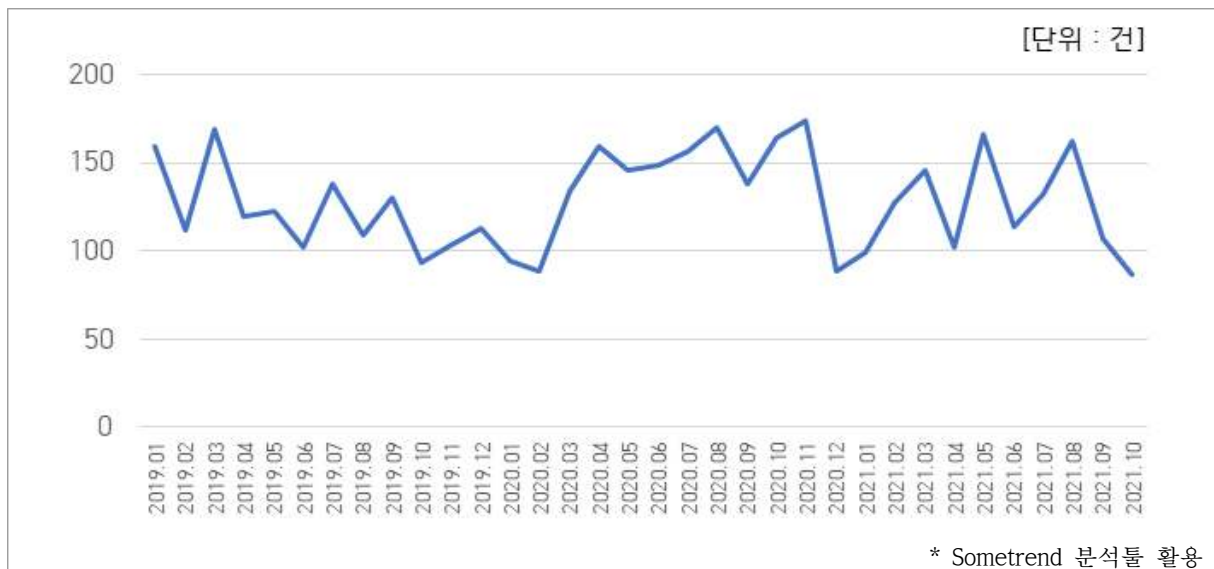
3. 키워드 검색 및 언급량 시계열 변화

- 전북대학교 음식점(‘전북대 맛집’, ‘전북대 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2021년 10월까지 집계한 결과 2020년 12월 최저를 기록하고 2021년 1~2월까지 낮았던 것을 제외하면, 소폭 증가하는 추세를 보임



[그림 V-3] 전북대학교 음식점 관련 검색어 네이버 검색량 변화

- 전북대학교 음식점(‘전북대 맛집’, ‘전북대 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 코로나 기간이었던 2020년 3~11월까지 월 150건 이상 꾸준히 유지하였으며, 2021년에도 소폭 감소하긴 하였으나 100~150건 정도로 2019년 수준을 유지하고 있음



[그림 V-4] 전북대학교 음식점 관련 검색어 블로그 언급량 변화

4. 키워드 속성 분석

- 전북대학교 음식점(‘전북대 맛집’, ‘전북대 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 속성 키워드는 2021년(1~10월) 기준으로 ‘신상(신 메뉴)’에 대한 중요도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 젊은 층이 주 고객층인 만큼 매장 분위기와 인테리어도 중요하게 뽑힘



[그림 V-5] 전북대학교 음식점 관련 속성 키워드 분석(2021년 1~10월)

<표 V-3> 전북대학교 음식점 관련 주요 속성키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년 (1~10월)	언급량
1	맛있다	1,464	신상	1,646	신상	1,399
2	좋다	1,412	좋다	1,148	좋다	453
3	신상	1,019	맛있다	678	맛있다	386
4	노력하다	439	어렵다	476	즐겁다	179
5	고맙다	225	찐하다	262	좋아하다	83
6	잘하다	204	잘하다	174	반하다	74
7	민다	200	바라다	154	먹고싶다	59
8	쉽다	179	먹고싶다	149	예쁘다	59
9	좋아하다	132	분위기 좋다	137	잘하다	45
10	존맛탱	132	저렴하다	137	다양하다	44
11	무료	132	예쁘다	132	깔끔하다	39
12	먹고싶다	124	좋아하다	104	아쉽다	35
13	달다	104	추천하다	98	귀엽다	34
14	원하다	100	위생적	98	저렴하다	33
15	예쁘다	95	노력하다	75	분위기 좋다	31

- 2019년은 기본적인 ‘맛’에 대한 표현 키워드를 주로 발견할 수 있으며, 대학가 상권인 만큼 단골 가게에 대한 고객의 충성도가 높음을 키워드를 통해 확인할 수 있음
- 2020년에도 2019년과 유사한 선택 요소가 반영되고 있으나, 새롭게 ‘신상’과 같은 키워드가 1위에 오르며 새로운 것을 추구하기 시작한 젊은 층의 특성을 보임
- 2021년은 2020년의 새로운 것을 추구하는 경향이 그대로 나타나고 있으나, 보다 매장 내부환경과 분위기가 중요해 졌음을 확인할 수 있음