

전국 주요상권 트렌드 분석 보고서

(26) 광주광역시 광산구 수완동 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 1~12 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)	44
2. 연관 키워드(상품&메뉴)	45
3. 키워드 검색 및 언급량 시계열 변화	47
4. 키워드 속성 분석	48

〈분석요약〉

1. 상권개요

- 광주광역시 광산구 수완동 상권은 수완지하차도에서 신창지하차도까지 뻗은 장신로 대로변과 이면도로를 포함하는 상권이며, 주변에 교통중심지나 직장가, 대학가와 같이 특정한 상권특징이 없이 주로 주거단지로 구성된 주거형 상권으로 분류됨
- 코로나19로 인한 상권의 영향이 상대적으로 덜했던 주거형 상권의 대표적인 상권이며, 배후지가 복합적인 성격으로 이루어지지 않고, 대부분 주거단지로 구성되어 있어 주거형 상권이 어떤 변화를 겪었는지 분석할 수 있는 대표성을 가진 상권
- 상권 주변으로 반경이 넓어져도 주거지 특징 외에 다른 특징이 나타나지 않으며, 주변 배후주거단지를 대상으로 하는 주거상업지로 규정할 수 있음
- 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 학문/교육업이 12.2%p 높고, 의료/건강, 여가/오락 등 서비스업 구성비가 높은 상권
- 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 입시학원 6.9%p, 외국어학원 3.5%p, 간이주점 2.8%p 높아 생활밀착 서비스업에 음식업이 보완적으로 형성됨
- 수완동 상권의 유동인구는 횡으로 뻗은 장산로 대로변과 상권의 남서방향 수완지하차도 부근 대로변으로 형성된 7~8층 규모의 상업시설 밀집지역에 많은 것으로 나타남
- 유동인구는 3~40대가 많으며, 학원가가 형성된 지역은 10대 유동인구가 많은 것으로 추정됨. 목요일부터 토요일까지 집중도가 높고, 저녁 시간보다 아침과 오후 시간대 유동인구가 많은 주거 상권 특징이 나타남
- 수완동 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 3,995억, 2020년 3,710억, 2021년 3,909억, 2022년 1~2월 678억으로 집계되어 2020년 -7.1% 감소했으나, 2021년 5.4%, 2022년 1~2월 16.5% 증가(전년 동기대비)
- 2020년은 음식업과 생활서비스업에서 10%이상 감소하고, 학문/교육, 여가/오락업에서 소폭 감소했으나, 소매/유통업과 의료/건강업은 큰 감소 없이 유지하는 경향을 보임
- 2021년은 음식, 소매업에서 소폭 감소했으나 서비스업에서 모두 증가했고, 2022년 1~2월은 크게 증가하고 있어 다른 상권에 비해 코로나19로 인한 영향이 적은 것으로 분석됨

2. 음식업 업종분석

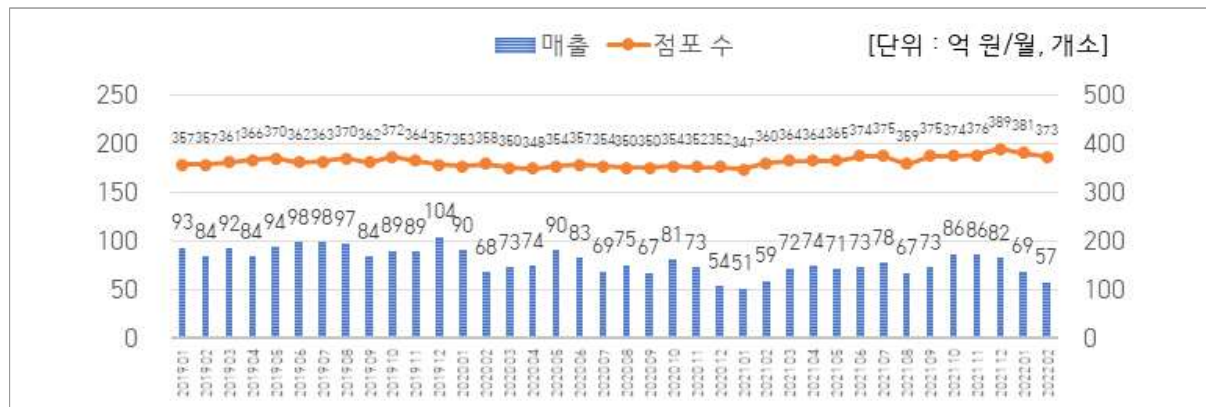
- 전체 음식업은 2019년 평균 363개로 운영되던 점포수가 2020년 353개로 감소했으나, 2021년 369개, 2022년 1~2월 377개로 증가하여 -3% / 4.5% / 6.6% 변동한 것으로 집계되었으며, 매출액은 2020년 -19%, 2021년 -2.8% 감소했다가 2022년 1~2월 14.4% 증가함

- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점 96개, 커피전문점 52개, 한식 육류요리 전문점 47개, 생맥주 전문점 34개, 분식 20개 순으로 나타나 일반적인 상권의 음식업 구성보다 한식, 커피, 호프 업종 점포 수가 많음

<분석요약. 표1> 수완동 상권 전체 음식업 매출 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]

구분	2019년	2020년	2021년	2022년 1~2월	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년	2021.1~2 대비 2022.1~2
매출액 (기간 합산)	1,107	897	872	126	-19.0%	-2.8%	14.4%
점포 수 (기간 평균)	363	353	369	377	-3.0%	4.5%	6.6%



[분석요약. 그림1] 수완동 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

- 업종별 매출규모는 2020년 일반 유흥주점, 한식 면요리, 기타 외국식, 생맥주 전문점에서 30% 이상, 일식, 중식, 한식 일반음식, 기타 주점, 한식 해산물요리에서 20% 이상, 서양식, 한식 육류요리에서 10% 이상 감소했으며, 커피 업종만 소폭 증가
- 2021년은 중식, 생맥주, 치킨(홀), 한식 면요리, 해산물요리, 일반음식업에서 감소했으나, 제과점, 기타 외국식, 기타 주점, 커피, 분식, 한식 육류요리는 반등했으며, 2022년 1~2월은 호프, 주점을 제외한 일반, 휴게 음식점에서 증가세가 나타남
- 점포당 매출액도 총 시장규모와 유사하게 2020년 업종 평균 16% 감소했으며, 주점과 한식류 감소가 크게 나타남. 2021년은 시장규모 감소에 비해 운영점포는 늘어나면서 점포당 매출규모도 감소한 것으로 나타나고 있으나 치킨, 중식 등 배달 업종의 감소분은 매출액이 감소한 것이 아니라 배달 채널로 이동한 것으로 추정됨
- 2021년부터 커피와 제과 업종은 반등했고, 한식 일반음식, 면, 육류, 해산물 요리는 2022년 1~2월 증가하면서 점차 일반음식점의 경기가 회복중인 것으로 나타나며, 아직 주류 판매 위주의 업종 회복은 더딘 편으로 나타남
- 수완동 상권은 코로나 기간에도 총 매출액의 감소가 크지 않았고, 2021년부터 반등한 것으로 나타났으나, 운영점포 증가율이 매출액 증가율보다 크게 나타나면서 경쟁이 치열해지고 있는 것으로 나타나며, 배달 업종 > 커피/제과 업종 > 한식 업종 > 외국식 음식점

순으로 회복세가 나타남

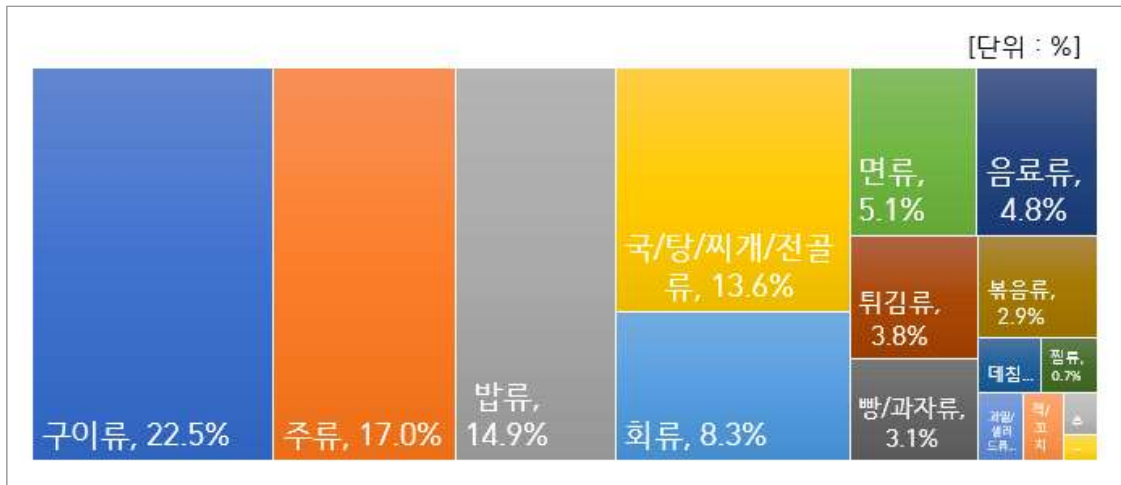
- 수완동 상권의 음식점종은 주점과 한식, 외국식 요리전문점에서 시장규모가 축소되었으나, 역세권, 대학가, 상업지로 구성된 다른 주요상권에 비해 감소 정도가 덜었고, 2021년 이후 회복세가 나타나기 시작했으며, 2022년은 식사와 커피/디저트류 업종에서 증가세가 나타나기 시작함
- 학원이나 미용실, 병원 등 생활밀착 서비스업의 경기가 좋아지고 있어 음식점 경기도 회복 추세를 예상하고 있으며, 2분기 이후 간이주점 경기까지 살아나면 음식점 전반적인 증가세가 예상됨

3. 음식점 고객 분석

- 수완동 상권은 주거단지를 배후로 두고 있는 주거형 상권이기 때문에 40대 연령층이 전 업종에 걸쳐 가장 높은 비중을 보이고 있으며, 제과점과 한식 면요리는 여성, 기타 음식점종은 남성 비중이 높게 나타남(*카드 소비데이터 기준이므로 남성 비중이 높게 나타남)
- 전년대비 상권 이용고객은 전체적으로 여성 비중이 증가했는데, 업종별로는 한식 육류 20대, 제과점, 커피 30대, 한식 면요리 40대, 기타 외국식, 분식, 서양식, 중식에서 50대 비중이 증가하고, 2~30대 남성 비중이 감소함
- 요일별로는 모든 업종에서 금요일과 토요일 비중이 높게 나타나며, 유흥주점, 중식, 일식, 치킨, 한식 육류요리는 금요일, 기타 외국식, 기타 주점, 분식, 생맥주, 서양식, 제과점, 커피, 패스트푸드, 한식 일반, 면, 해산물 요리는 토요일 비중이 가장 높음
- 2022년은 금요일과 토요일 집중도가 더 높아지고, 평일 비중이 감소한 업종이 많았으며, 특히 한식 일반음식, 육류, 해산물, 일식, 패스트푸드, 커피, 제과, 기타 외국식에서 목요일 비중이 가장 크게 감소함
- 시간대별로는 한식 면요리, 패스트푸드, 분식, 기타 외국식 등 간단한 식사 메뉴와 커피, 제과 업종에서 점심 시간대 비중이 높고, 기타 한식류, 일식, 서양식, 간이주점에서 저녁 시간대 비중이 높은 특징이 명확하게 구분됨
- 기타 외국식에서 점심 이용비중이 늘고, 기타 휴게, 일반 음식점은 저녁 시간대 집중도가 다시 높아지는 특징을 보이고 있으며, 이른 점심이나 오후 시간대로 앞당겨졌던 이용률이 주 식사시간대로 다시 이동하는 것으로 나타남

4. 음식점 메뉴분석

- 수완동 상권에서 집계되는 표본 점포 집계 결과 구이류(22.5%)가 가장 많은 판매비중을 보였으며, 주류(17%) > 밥류(14.9%) > 국/탕/찌개/전골류(13.6%) > 회류(8.3%) 순으로 매출 비중이 높음



[분석요약. 그림2] 수완동 상권 음식점 범주별 이용비중(2022년 1~2월)



[분석요약. 그림3] 수완동 상권 음식점 범주별 이용비중 변화('21년1~2월 대비 '22년1~2월)

- 전년 대비 매출 비중이 가장 큰 폭으로 증가한 메뉴는 국/탕/찌개/전골류(5.38%p)였으며, 빵/과자류, 떡/고치류, 빵/과자류, 음료류 순으로 증가
- 반면, 구이류(-3.96%p), 주류(-2.55%p), 밥류(-0.85%p) 순으로 판매 비중 감소 → 식사와 커피/디저트류 메뉴가 증가하고, 주류와 안주류 비중이 감소하는 것으로 나타남
- 2020년은 초밥, 커피, 메뉴 판매단가가 감소하고, 파스타/스파게티, 떡볶이, 치킨, 등심구이 단가가 올랐으며, 2021년은 샤브샤브, 탕수육, 초밥, 떡볶이 메뉴 단가가 감소하고, 짜장면, 커피, 파스타/스파게티, 스테이크 판매단가가 증가함

- 2022년 1~2월은 떡볶이, 짜장면, 샤브샤브 단가가 감소하고, 스테이크, 탕수육, 모듬회, 치킨, 소갈비 등 육류, 해산물 요리 판매단가 증가

<분석요약. 표2> 수완동 상권 주요 메뉴 판매단가 변화(표본점포 대상)

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가	2022년1~2 판매단가	20년 증감률	21년 증감률	22.1~2 증감률
소주	4,392	4,426	4,447	4,542	0.8%	0.5%	2.1%
초밥	18,071	15,466	13,229	13,942	-14.4%	-14.5%	5.4%
병맥주(국산)	6,387	5,381	4,750	4,709	-15.8%	-11.7%	-0.9%
모듬회	36,720	36,323	36,817	39,832	-1.1%	1.4%	8.2%
소갈비	33,547	36,815	40,195	43,108	9.7%	9.2%	7.2%
곰탕	9,487	9,464	9,589	9,601	-0.2%	1.3%	0.1%
샤브샤브	44,571	46,534	14,450	13,470	4.4%	-68.9%	-6.8%
삼겹살	11,991	12,623	13,779	13,893	5.3%	9.2%	0.8%
떡볶이	9,683	12,103	10,472	8,793	25.0%	-13.5%	-16.0%
스테이크	14,243	15,158	17,170	19,727	6.4%	13.3%	14.9%
파스타/스파게티	10,583	13,365	15,589	15,445	26.3%	16.6%	-0.9%
비빔밥	7,442	7,981	8,558	8,586	7.2%	7.2%	0.3%
탄산음료	1,863	1,905	1,938	2,006	2.2%	1.8%	3.5%
아메리카노	1,932	1,795	2,442	2,576	-7.1%	36.0%	5.5%
생맥주(국산)	3,201	3,289	3,323	3,336	2.7%	1.1%	0.4%
치킨	10,067	11,475	10,916	11,737	14.0%	-4.9%	7.5%
짜장면	12,897	5,086	7,375	6,457	-60.6%	45.0%	-12.5%
등심구이	32,000	35,816	39,064	41,000	11.9%	9.1%	5.0%
돼지국밥	7,944	7,907	7,693	7,402	-0.5%	-2.7%	-3.8%
탕수육	15,738	16,989	13,010	14,163	7.9%	-23.4%	8.9%

<분석요약. 표3> 수완동 상권 업종별 2021~2022년 판매액 기준 주요메뉴 1~5위(기타주점~중식)

기타 주점업			김밥 및 기타 간이 음식점업			생맥주 전문점		
순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월
1	일반소주	일반소주	1	떡볶이	떡볶이	1	국산 생맥주	일반소주
2	국산 병맥주	국산 병맥주	2	타르트	타르트	2	일반소주	국산 병맥주
3	탄산음료	매실주	3	아메리카노/ 에스프레소	일반/기타 케이크	3	국산 병맥주	국산 생맥주
4	매실주	탄산음료	4	일반/기타 케이크	마들렌	4	수입 병맥주	수입 병맥주
5	치킨	어묵탕	5	마들렌	아메리카노/ 에스프레소	5	건어물 구이	치킨
서양식 음식점업			일식 음식점업			제과점업		
순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월
1	스테이크	스테이크	1	일반/기타 초밥	일반/기타 초밥	1	일반/기타 케이크	일반/기타 케이크
2	로제 파스타	일반/기타 파스타	2	생선초밥	생선초밥	2	일반/기타 우유	일반/기타 우유
3	일반/야채 샐러드	크림 파스타	3	스테이크	스테이크	3	초코도넛	초코도넛
4	일반/기타 파스타	로제 파스타	4	생선회	생선회	4	라떼	요거트
5	오일 파스타	일반/야채 샐러드	5	육류초밥	육류초밥	5	티라미수	티라미수
중식 음식점업								
순위	2021년	2022년 1~2월						
1	짬뽕	마라탕						
2	짜장면	짬뽕						
3	탕수육	탕수육						
4	마라탕	짜장면						
5	일반/기타 볶음밥	일반/기타 볶음밥						

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

<분석요약. 표4> 수완동 상권 업종별 2021~2022년 판매액 기준 주요메뉴 1~5위(치킨~한식 해산물)

치킨 전문점			커피 전문점			피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업		
순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월
1	치킨	치킨	1	아메리카노/ 에스프레소	라떼	1	일반/기타 파스타	일반/기타 파스타
2	일반/기타 구이	일반/기타 구이	2	라떼	아메리카노/ 에스프레소	2	스테이크	일반/기타 피자
3	국산 병맥주	닭튀김	3	생과일 주스	밀크티	3	치즈 핫도그	스테이크
4	닭튀김	국산 생맥주	4	에이드	과실차	4	일반/기타 피자	치즈 핫도그
5	일반소주	국산 병맥주	5	아이스티	에이드	5	일반/기타 핫도그	오일 파스타
한식 육류요리 전문점			한식 일반 음식점업			한식 해산물요리 전문점		
순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월
1	소고기 구이	소고기 구이	1	곰탕	곰탕	1	생선회	생선회
2	갈비구이	갈비구이	2	돼지국밥	소고기 샤브샤브	2	일반소주	해물전골
3	돼지고기 구이	돼지고기 구이	3	고기보쌈/ 수육	돼지국밥	3	국산 병맥주	일반소주
4	일반/기타 구이	일반/기타 구이	4	일반소주	일반/기타 국밥	4	기타 수산물회	국산 병맥주
5	곱창/대창 /양구이	일반소주	5	육류 비빔밥	일반소주	5	매운탕	기타 수산물회

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

5. 키워드 분석

- 2020년은 한식 일반음식과 육류요리 브랜드와 매장이 순위권에 진입했으며, 2021년은 한식 일반음식과 육류요리 순위가 오르고 해산물요리 브랜드와 매장이 진입함
- 2022년 1~2월은 새로 추가되는 브랜드나 매장의 언급량이 간간히 등장하고 있으며, 육류요리와 치킨, 한식 일반음식점이 많은 것으로 집계됨



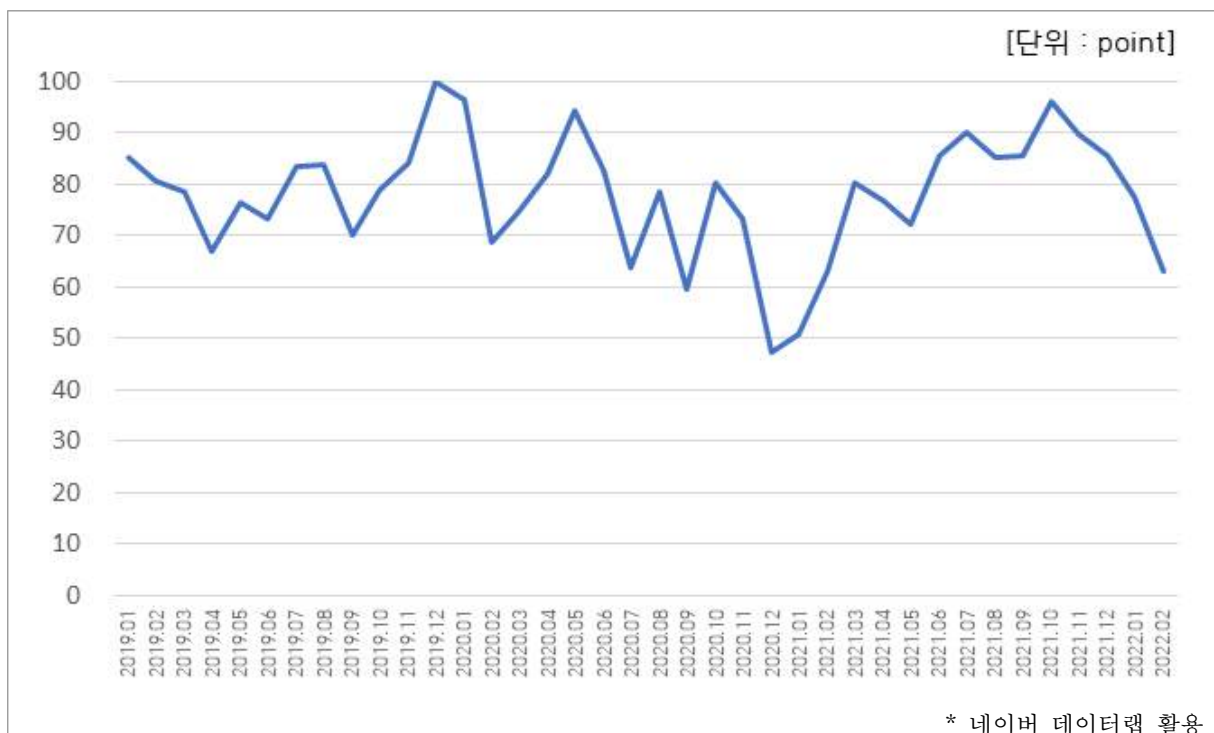
[분석요약. 그림4] 수완동 음식업 장소&브랜드 연관키워드(2022년 1~2월)

- 수완동 상권은 코로나 이전까지는 커피/음료와 디저트류의 제과 메뉴들이 주로 언급되고 비중이 높았으나 점차 한식 육류요리와 양식 메뉴의 순위가 오르기 시작하고, 메뉴의 종류도 다양해지면서 관심도가 높아졌음을 유추할 수 있으며, 추가로 기타 외국식이나 일식, 한식 해산물요리의 언급량도 증가할 것으로 예상됨



[분석요약. 그림5] 수완동 음식점 상품&메뉴 연관키워드(2022년 1~2월)

- 수완동 음식점(‘수완동 맛집’, ‘수완동 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2022년 2월까지 집계한 결과 코로나19가 확산되기 시작한 2020년 2~3월과 2020년 12월~2021년 1월 검색량이 감소했으며, 다른 기간은 꾸준히 유지되는 경향을 보임



[분석요약. 그림6] 수완동 음식점 관련 검색어 네이버 검색량 변화

- 수완동 음식점(‘수완동 맛집’ , ‘수완동 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 2019년 월평균 206건, 2020년 187건, 2021년 233건, 2022년 1~2월 281건으로 집계되어 2020년 이후 지속 증가하는 것으로 집계됨



[분석요약. 그림기 수완동 음식점 관련 속성 키워드 분석(2022년 1~2월)]

- 2019년은 제품과 가격 외에 ‘사진찍기 좋다’ , ‘분위기 좋다’ 와 같은 음식점의 물리적 환경에 대한 평가가 선택속성으로 작용하고 있음
- 2020년에도 2019년과 유사한 특징이 나타나고 있으나, ‘친절하다’ , ‘깔끔하다’ , ‘예뻐지다’ 와 같이 보다 서비스 만족도를 높인 매장들이 나타나기 시작하면서 경쟁력이 높은 매장으로 집중되는 현상이 나타나기 시작함
- 2021년과 2022년은 2020년 나타나기 시작한 매장 환경의 질 향상과 서비스 품질 향상의 유행이 지속되고 있으며, 점차 ‘맛집 추천’ 과 같은 온라인 검색을 통한 다른 소비자의 평가가 음식점 선택의 중요요소로 자리잡고 있음

〈외식분야 전문가 의견〉

한양사이버 대학교 호텔외식경영학과
김 영 갑 교수

- 수완동 상권은 광주지역에서 전통적으로 가장 큰 상권으로 인식되던 상무지구나 금남로 상권과는 달리 광산구에 위치하는 전형적인 주거상업지에 속하는 상권이며, 코로나19 기간 역세권이나 대학가, 복합 상업지에서 나타난 외식업 침체현상이 상대적으로 덜 나타났고, 2021년부터 증가세가 나타나는 상권
 - 수완동 상권은 전국 각 지역의 주요 상권을 1,200~1,300개 정도로 규정할 때, 그 중에서 코로나19로 인한 피해가 큰 지역과 작은 지역을 나눈다면 피해가 작은 지역으로 뽑히는 대표적인 상권(관광형 상권과 주거형 상권이 주로 뽑히는데, 주거형 상권의 전형)
 - 2020년은 20%에 가까운 시장규모 축소와 점포당 매출 감소로 어려움을 겪었으나, 2021년 점포 수가 다시 증가하고 2022년 1분기는 매출액이 반등하여 다른 상권보다 회복이 빠를 것으로 예상됨
 - 주변 배후지역이 주거단지로 구성되어 배달 업종에 적합하고, 초/중/고등학교와 학원가가 형성되어 있어 학생층의 수요가 있으며, 이로 인해 패스트푸드, 분식과 같은 가벼운 음식과 제과, 커피 수요가 많음
 - 커피/디저트류와 배달음식의 경기가 좋아지고 한식 음식점과 분식, 중식 등의 식사메뉴도 증가세로 돌아섰으며, 저녁 시간대 주류 판매 위주의 업종이 반등하기 시작하여 호프와 기타 주점업에 고객이 돌아오기 시작하면, 상권 전반적인 음식업 경기가 나아질 것으로 예상됨. 다만, 맛집을 중심으로 한 마케팅 실행과 경쟁력이 점차 중요해질 것으로 판단됨
- 광주 수완동 상권의 외식업체를 업종별로 구분한 후, 최근 일어나고 있는 매출액 수준의 변화를 읽을 수 있는 고객관심도의 변화를 살펴보면 다음과 같은 특징이 있음
 - 주점업은 주점/호프와 요리주점이 각각 1위, 2위권을 안정적으로 유지하고 있으며 3위, 4위권의 포장마차와 아자카야는 지속적인 경쟁을 하면서 순위 변동이 반복되는 상태임
 - 카페업은 베이커리 업종이 최상위권에 있었으나 최근 디저트 업종과 커피 업종에 상위권을 내주면서 급격한 하락세를 나타내고 있음
 - 분식업은 종합분식 업종과 햄버거 업종이 1위, 2위권을 차지하고 있으며, 3위권의 피자 업종이 햄버거 업종과 치열한 경쟁을 보이고 있음
 - 한식업은 고기 업종이 다른 업종과의 차이를 크게 보이면서 독보적인 1위권을 차지하고 있었으나, 최근 한식 일반 업종의 급격한 성장으로 인해 1위와 2위의 순위변동이 나타남

〈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	2022년 2월
업종별 매출액/이용건수	카드사 + 결제수단별 통계 데이터 기반 나이스지니데이터 추정	대/중/소분류 업종단위별 추정매출액 규모	1개월	2022년 2월
업종 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 총매출액 증감	1개월	2021년 1~2월 2022년 1~2월 비교
업종별 성/연령대별 이용량 업종별 요일/시간대별 이용량	카드사 기반 나이스지니데이터 추정	지역/업종별 성/연령대, 요일/시간대 이용건수, 비중정보	1개월	2022년 2월
고객 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 고객컬럼별 비중 증감	1개월	2021년 1~2월 2022년 1~2월 비교
메뉴별 판매점포 수 및 구성비	POS사	대/중/소분류 업종단위별 점포 수 (음식업 전체 10만 사업자)	1개월	2022년 2월
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	2022년 2월
메뉴 트렌드	나이스지니데이터	상권/업종별 2021년 월평균 총 매출액 기준 상위 1~5위 메뉴 전년대비 매출 증감액 기준 상위 1~5위 메뉴	1개월	2021년 1~2월 2022년 1~2월 비교
연관 검색어 (장소&브랜드, 상품&메뉴)	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 주요 연관검색어	1개월	2019년 1월 ~ 2022년 2월
SNS채널별 언급량	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	유튜브, 트위터, 블로그 상권별 음식업 관련 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2022년 2월
키워드 속성분석	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 속성 키워드 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2022년 2월

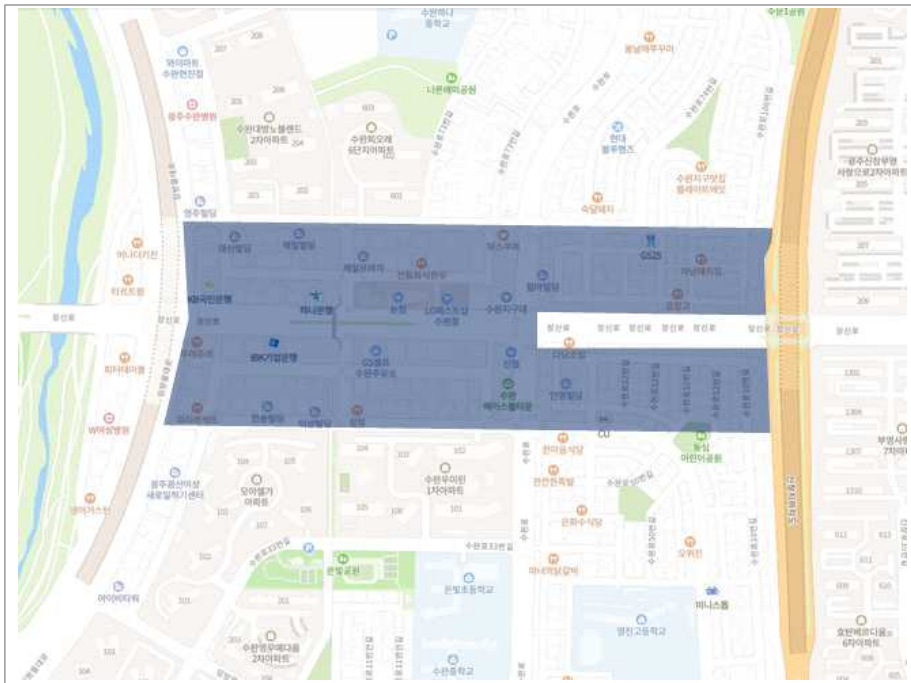
〈해석시 유의사항〉
<p>* 본 보고서에 수록된 내용은 추정된 통계자료이며, 데이터 수집 방법, 데이터 분류 및 집계, 분석 대상 및 시점 등 요건이 타기관의 발표 자료와 상이할 수 있으므로 직접 비교될 수 없습니다.</p> <p>* 본 보고서의 내용은 신뢰할 수 있는 데이터를 활용한 분석 결과이나, 어떠한 경우에도 법적 책임소재에 대한 증빙자료로 사용될 수 없습니다.</p>

〈분석결과〉

I. 상권현황

1. 상권개요

- 광주광역시 광산구 수완동 상권은 수완지하차도에서 신창지하차도까지 뻗은 장신로 대로변과 이면도로를 포함하는 상권이며, 주변에 교통중심지나 직장가, 대학가와 같이 특정한 상권특징이 없이 주로 주거단지로 구성된 주거형 상권으로 분류됨



[그림 I-1] 수완동 상권 영역

〈표 I-1〉 수완동 상권 기초현황

항목/상권영역	선택 영역 내	반경 500M 내	반경 1,000M 내
주거인구(명)	7,698	14,675	43,524
세대수(가구)	2,797	5,528	16,646
유동인구(명/일) (최대지점 / 평균)	5,981 / 2,876	5,981 / 2,051	5,981 / 1,210
지하철 승하차 인구 수(명)	0	0	0
버스 정류장수(개소)	16	16	36
관공서/금융기관(개소)	12	12	18
문화시설/영화관(개소)	0	0	0

- 수완동 상권 내 주거인구 규모는 7,698명/세대수는 2,797세대이며, 통행량 기준으로 가장 많은 지점에 일 평균 6천여 명, 상권 평균적으로 2천 9백여 명이 유동함
- 코로나19로 인한 상권의 영향이 상대적으로 덜했던 주거형 상권의 대표적인 상권이며, 배후지가 복합적인 성격으로 이루어지지 않고, 대부분 주거단지로 구성되어 있어 주거형 상권이 어떤 변화를 겪었는지 분석할 수 있는 대표성을 가진 상권

2. 상권유형

1) 토지/건물용도에 따른 구분



[그림 1-2] 수완동 상권 토지/건물용도 구분

<표 1-2> 수완동 상권 영역/반경별 용도에 따른 상권유형

선택 영역 상권유형	배후 상권유형 (중심점 반경 500M 내)	배후 상권유형 (중심점 반경 1000M 내)
주거상업 100%	고밀주거지역96% 고밀주거상업4%	고밀주거지역77% 고밀주거상업9% 기타지역 9% 일반상업지 3% 중밀주거지역2%

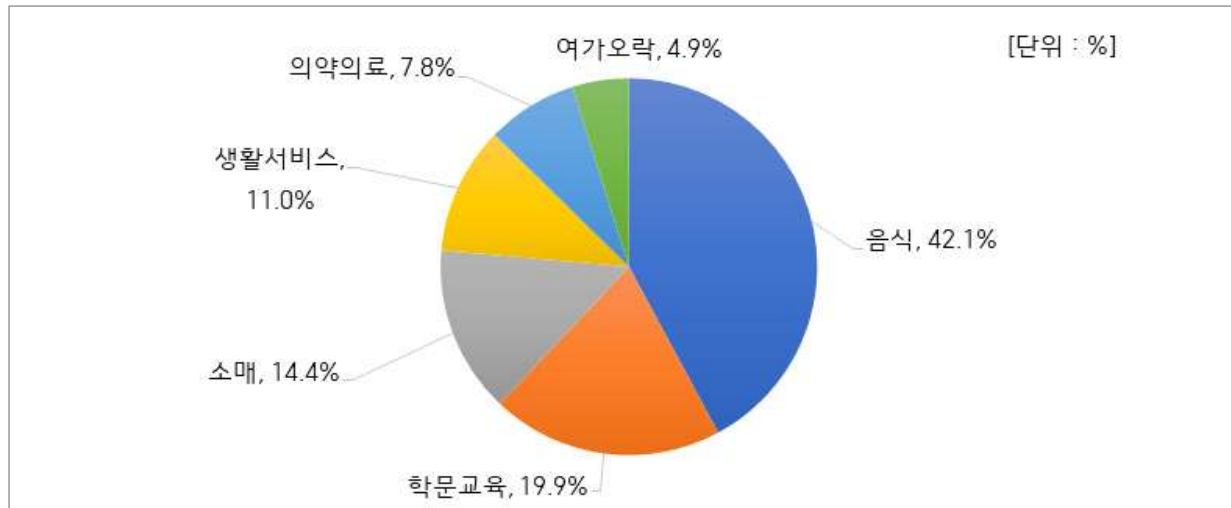
- 수완동 상권의 용도에 따른 상권유형은 주거상업지이며, 주변 지역이 대부분 고밀주거지역으로 구성되어 있어 특징이 명확함
- 상권 주변으로 반경이 넓어져도 주거지 특징 외에 다른 특징이 나타나지 않으며, 주변 배후주거단지를 대상으로 하는 주거상업지로 규정할 수 있음

<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)			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

○ 수완동 상권의 업종은 음식업 42% > 학문/교육업 20% > 소매업 14%로 구성



[그림 I-3] 수완동 상권 업종 구성비

○ 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 학문/교육업이 12.2%p 높고, 의료/건강, 여가/오락 등 서비스업 구성비가 높은 상권

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

[단위 : %, %p]

구분	음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육
해당상권	42.1%	14.4%	11.0%	7.8%	4.9%	19.9%
전국평균	43.4%	24.1%	13.2%	7.1%	4.6%	7.7%
편차	-1.3%p	-9.7%p	-2.2%p	0.7%p	0.3%p	12.2%p

○ 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 입시학원 6.9%p, 외국어학원 3.5%p, 간이주점 2.8%p 높아 생활밀착 서비스업에 음식업이 보완적으로 형성됨

→ 수완동 상권의 특성업종은 ‘학원, 미용, 간이주점’ 업종

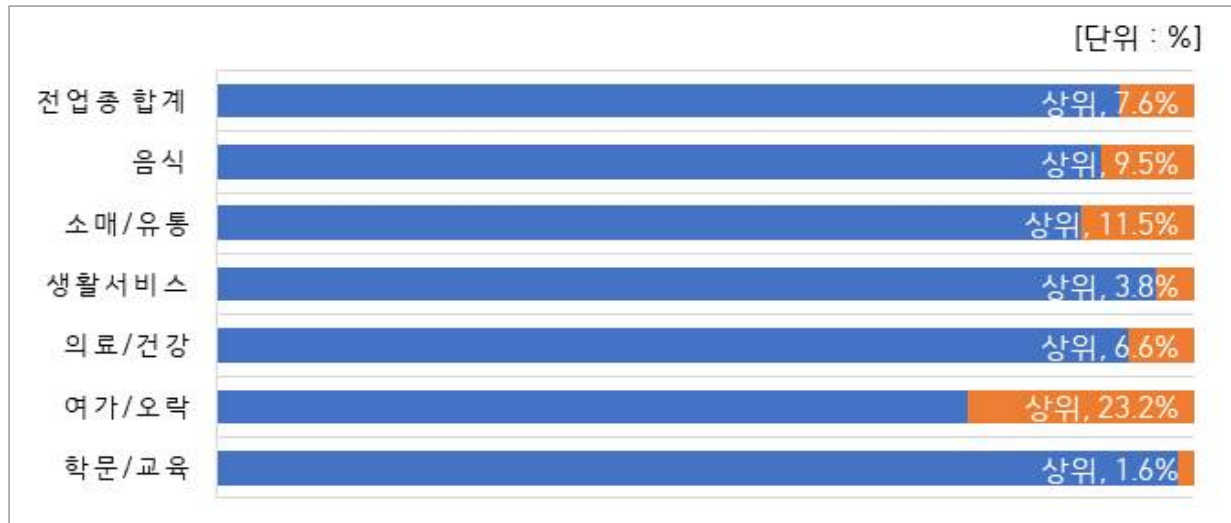
<표 I-5> 수완동 상권 중분류 주요업종 구성비 / 전국 평균대비 특성업종 현황

[단위 : %, %p]

순위	주요업종(중분류)	해당상권 구성비	전국평균 구성비	편차
1	한식	10.4%	11.6%	-1.2%p
2	미용서비스	9.2%	7.5%	1.7%p
3	입시학원	9.0%	2.1%	6.9%p
4	커피/음료	6.1%	6.4%	-0.3%p
5	간이주점	5.8%	2.9%	2.8%p
6	고기요리	4.6%	3.9%	0.8%p
7	외국어학원	4.6%	1.2%	3.5%p
8	예체능계학원	4.0%	1.9%	2.1%p
9	의복/의류	3.4%	3.1%	0.3%p
10	일식/수산물	3.2%	3.7%	-0.5%p

3) 상권규모에 따른 구분

- 전국 1,200대 주요상권 중 수완동 상권은 상위 7.6%에 해당하는 매출 규모를 보이고 있으며, 특히 학문/교육업과 생활서비스업의 순위가 높게 나타남



[그림 I-4] 수완동 상권 업종별 매출순위(전국 1,200대 주요상권 기준)

- 전체 상권의 매출규모는 2019년 92위, 2020년 85위, 2021년 88위, 2022년 1~2월 기준 86위로 나타나 다른 상권에 비해 유사한 매출규모와 순위를 유지하고 있으며, 특히 학문/교육, 의료/건강 등 서비스업 분야에서 코로나19 기간에도 매출액이 증가한 특징을 보임
- 음식업의 매출규모는 소폭 감소했으나, 다른 주요상권에 비해 상대적으로 덜 감소하여 순위는 오른 것으로 집계됨

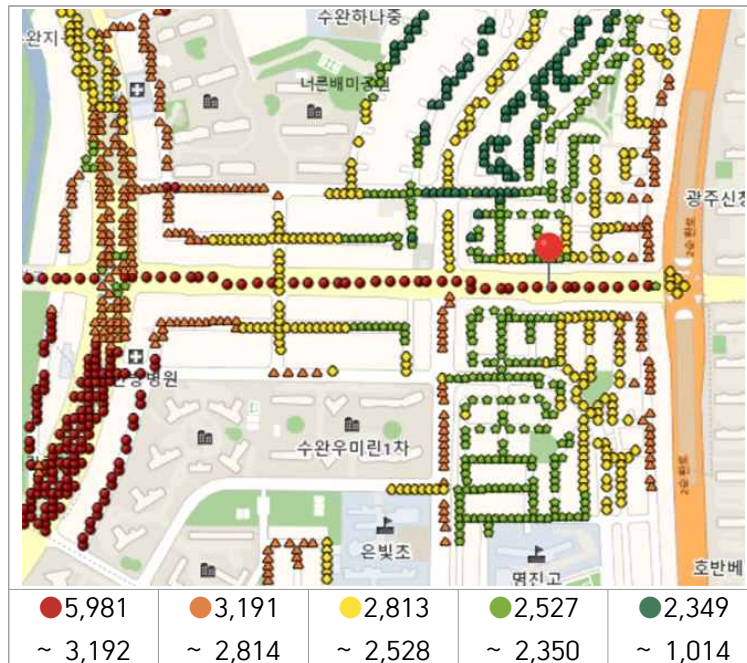
<표 I-6> 수완동 상권 대분류 업종별 구성비 / '19.01~'22.02 전국 주요상권 中 순위 변화

		[단위 : 억 원, 순위, %]						
구분		음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육	전업종합계
2019년	매출액	1,107	1,322	370	594	67	535	3,995
	주요상권매출순위	106	131	44	75	313	18	92
	주요상권매출분위	9.4%	11.6%	3.9%	6.6%	27.7%	1.6%	8.1%
2020년	매출액	897	1,332	319	597	65	500	3,710
	주요상권매출순위	103	135	40	76	232	19	85
	주요상권매출분위	9.1%	11.9%	3.5%	6.7%	20.5%	1.7%	7.5%
2021년	매출액	872	1,289	372	667	85	625	3,909
	주요상권매출순위	92	139	45	84	188	18	88
	주요상권매출분위	8.1%	12.3%	4.0%	7.4%	16.6%	1.6%	7.8%
2022년 1~2월	매출액	126	233	62	131	11	116	678
	주요상권매출순위	107	130	43	75	263	18	86
	주요상권매출분위	9.5%	11.5%	3.8%	6.6%	23.2%	1.6%	7.6%

3. 상권 일반현황

1) 유동인구

- 수완동 상권의 유동인구는 횡으로 뻗은 장산로 대로변과 상권의 남서방향 수완지하차도 부근 대로변으로 형성된 7~8층 규모의 상업시설 밀집지역에 많은 것으로 나타남
- 유동인구는 3~40대가 많으며, 학원가가 형성된 지역은 10대 유동인구가 많을 것으로 추정됨. 목요일부터 토요일까지 집중도가 높고, 저녁 시간보다 아침과 오후 시간대 유동인구가 많은 주거 상권 특징이 나타남



[그림 1-5] 수완동 상권 유동인구 지도

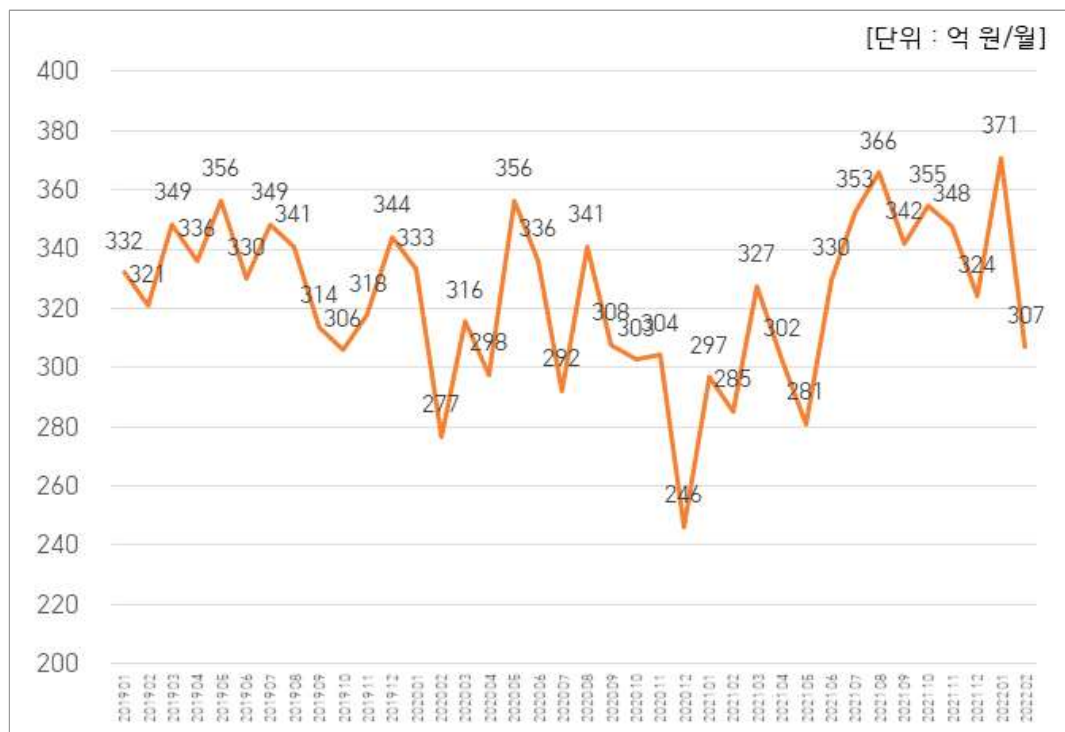
<표 1-7> 수완동 상권 유동인구 현황

[단위 : 명]

구분	유동인구 일평균 최대지점		선택영역 내 일평균 유동인구 수							
유동인구 수	5,981		2,876							
구분	20대		30대		40대		50대		60대	
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
유동인구 수	216	229	492	569	423	375	160	164	91	155
구분	월	화	수	목	금	토	일			
아침(09~12시)	638	750	772	966	1,022	979	638			
점심(12~14시)	276	328	336	418	444	423	276			
오후(14~18시)	772	910	936	1,173	1,242	1,186	776			
저녁(18~21시)	539	634	655	819	867	828	539			

2) 상권 전 업종 매출액 변화

- 수완동 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 3,995억, 2020년 3,710억, 2021년 3,909억, 2022년 1~2월 678억으로 집계되어 2020년 -7.1% 감소했으나, 2021년 5.4%, 2022년 1~2월 16.5% 증가(전년 동기대비)
- 2020년은 음식업과 생활서비스업에서 10%이상 감소하고, 학문/교육, 여가/오락업에서 소폭 감소했으나, 소매/유통업과 의료/건강업은 큰 감소 없이 유지하는 경향을 보임
- 2021년은 음식, 소매업에서 소폭 감소했으나 서비스업에서 모두 증가했고, 2022년 1~2월은 크게 증가하고 있어 다른 상권에 비해 코로나19로 인한 영향이 적은 것으로 분석됨



[그림 I-6] 수완동 상권 전 업종 매출액 변화

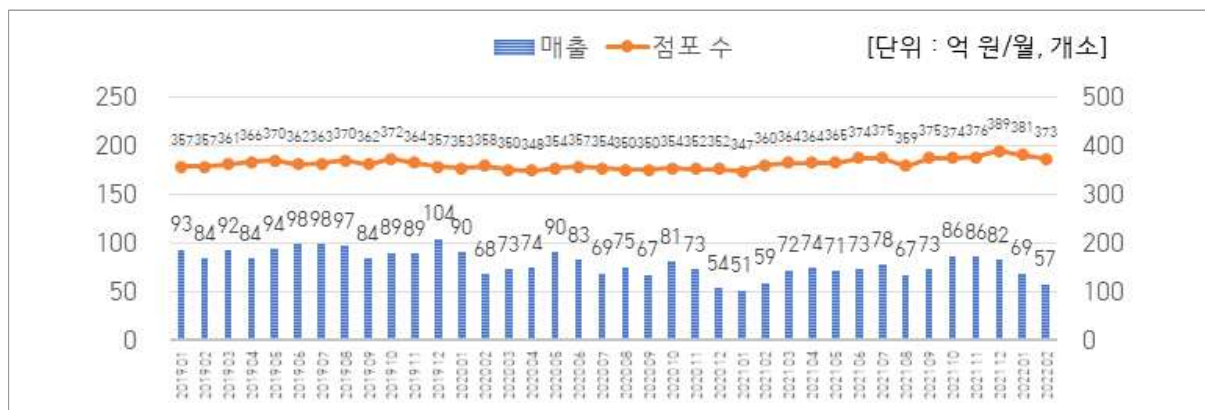
<표 I-8> 수완동 상권 대분류 업종별 매출액 변화

구분	매출액				증감률		
	2019년	2020년	2021년	2022년 1~2월	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년	2021.1~2 대비 2022.1~2
전 업종 합계	3,995	3,710	3,909	678	-7.1%	5.4%	16.5%
음식	1,107	897	872	126	-19.0%	-2.8%	14.4%
소매/유통	1,322	1,332	1,289	233	0.7%	-3.2%	7.9%
생활서비스	370	319	372	62	-13.8%	16.5%	32.1%
의료/건강	594	597	667	131	0.6%	11.8%	31.2%
여가/오락	67	65	85	11	-3.5%	31.1%	19.0%
학문/교육	535	500	625	116	-6.5%	25.0%	15.0%

II. 음식업 업종분석

1. 전체 음식업 현황

- 전체 음식업은 2019년 평균 363개로 운영되던 점포수가 2020년 353개로 감소했으나, 2021년 369개, 2022년 1~2월 377개로 증가하여 -3% / 4.5% / 6.6% 변동한 것으로 집계되었으며, 매출액은 2020년 -19%, 2021년 -2.8% 감소했다가 2022년 1~2월 14.4% 증가함
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점 96개, 커피전문점 52개, 한식 육류요리 전문점 47개, 생맥주 전문점 34개, 분식 20개 순으로 나타나 일반적인 상권의 음식업 구성보다 한식, 커피, 호프 업종 점포 수가 많음



[그림 II-1] 수완동 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

<표 II-1> 수완동 상권 전체 음식업 매출 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]

구분	2019년	2020년	2021년	2022년 1~2월	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년	2021.1~2 대비 2022.1~2
매출액 (기간 합산)	1,107	897	872	126	-19.0%	-2.8%	14.4%
점포 수 (기간 평균)	363	353	369	377	-3.0%	4.5%	6.6%

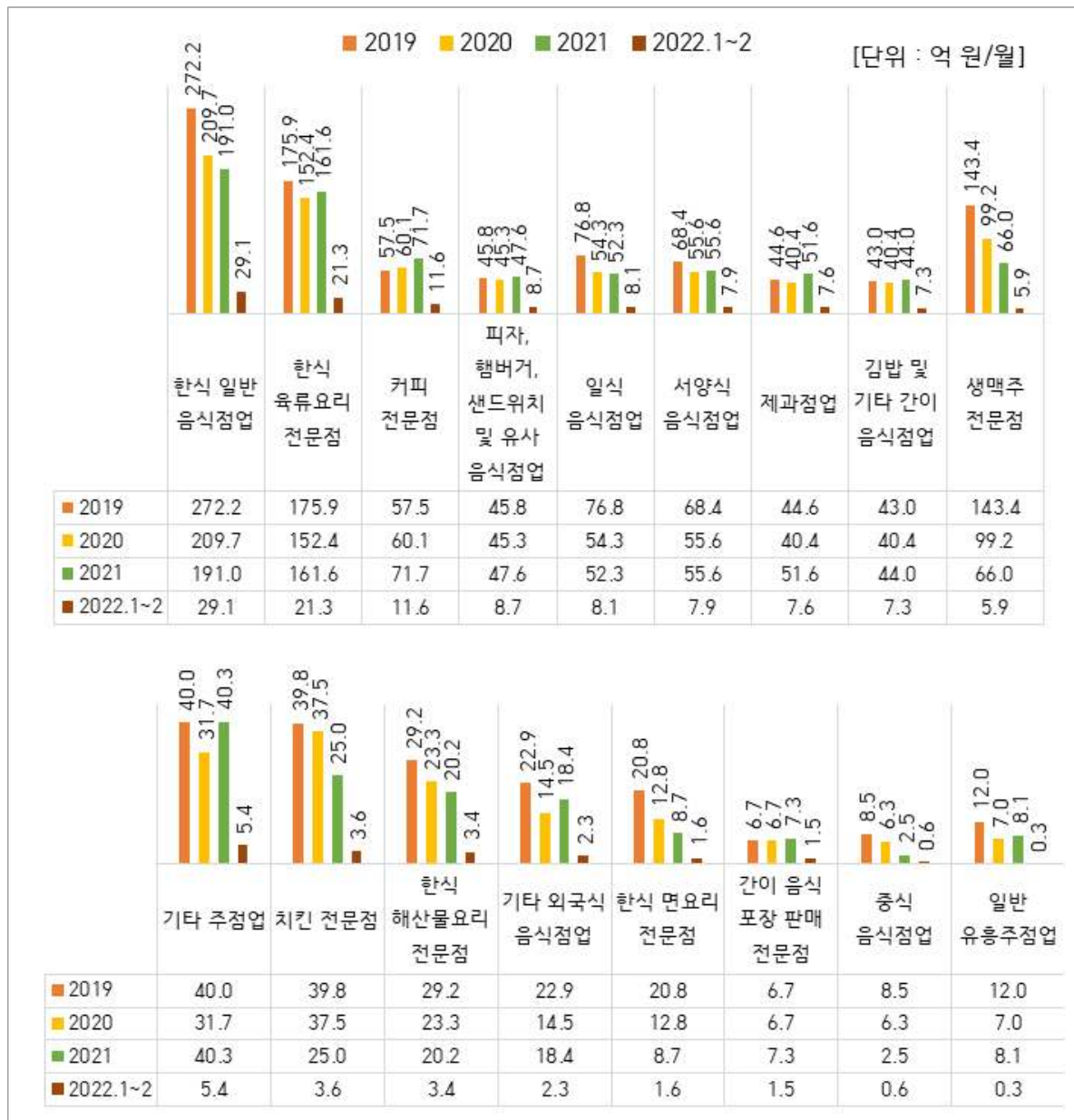


[그림 II-2] 수완동 상권 음식업 업종별 점포 수(2022년 2월 기준)

2. 업종별 현황

1) 총 매출액

- 업종별 매출규모는 2020년 일반 유흥주점, 한식 면요리, 기타 외국식, 생맥주 전문점에서 30% 이상, 일식, 중식, 한식 일반음식, 기타 주점, 한식 해산물요리에서 20% 이상, 서양식, 한식 육류요리에서 10% 이상 감소했으며, 커피 업종만 소폭 증가
- 2021년은 중식, 생맥주, 치킨(홀), 한식 면요리, 해산물요리, 일반음식업에서 감소했으나, 제과점, 기타 외국식, 기타 주점, 커피, 분식, 한식 육류요리는 반등했으며, 2022년 1~2월은 호프, 주점을 제외한 일반, 휴게 음식점업에서 증가세가 나타남



[그림 II-2] 수완동 상권 음식점 업종별 총 매출액 변화

<표 II-2> 수완동 상권 음식점종별 총 매출액 변화

[단위 : 억 원/월, %]

구분	포장 판매	기타 외국식	기타 주점	분식	생맥주	서양식	일반유흥 주점	일식	제과점
2019년	6.7	22.9	40.0	43.0	143.4	68.4	12.0	76.8	44.6
2020년	6.7	14.5	31.7	40.4	99.2	55.6	7.0	54.3	40.4
2021년	7.3	18.4	40.3	44.0	66.0	55.6	8.1	52.3	51.6
2022년 1~2월	1.5	2.3	5.4	7.3	5.9	7.9	0.3	8.1	7.6
19년 대비 20년	0.3%	-36.8%	-20.7%	-6.0%	-30.8%	-18.7%	-41.3%	-29.3%	-9.3%
20년 대비 21년	8.5%	27.1%	27.1%	9.0%	-33.5%	0.1%	14.8%	-3.6%	27.7%
21.1~2 대비 22.1~2	-31.8%	10.3%	68.0%	20.9%	-15.9%	2.2%	-73.3%	1.2%	-9.3%
구분	중식	치킨	커피	피자,햄 버거,샌 드위치	한식 면	한식 육류	한식 일반	한식 해산물	
2019년	8.5	39.8	57.5	45.8	20.8	175.9	272.2	29.2	
2020년	6.3	37.5	60.1	45.3	12.8	152.4	209.7	23.3	
2021년	2.5	25.0	71.7	47.6	8.7	161.6	191.0	20.2	
2022년 1~2월	0.6	3.6	11.6	8.7	1.6	21.3	29.1	3.4	
19년 대비 20년	-26.1%	-5.7%	4.6%	-1.1%	-38.4%	-13.4%	-23.0%	-20.2%	
20년 대비 21년	-60.9%	-33.4%	19.3%	5.0%	-32.1%	6.1%	-8.9%	-13.3%	
21.1~2 대비 22.1~2	29.1%	-19.6%	37.1%	34.2%	51.7%	14.4%	27.0%	54.7%	

2) 점포당 매출액

- 점포당 매출액도 총 시장규모와 유사하게 2020년 업종 평균 16% 감소했으며, 주점과 한식류 감소가 크게 나타남. 2021년은 시장규모 감소에 비해 운영점포는 늘어나면서 점포당 매출규모도 감소한 것으로 나타나고 있으나 치킨, 중식 등 배달 업종의 감소분은 매출액이 감소한 것이 아니라 배달 채널로 이동한 것으로 추정됨
- 2021년부터 커피와 제과 업종은 반등했고, 한식 일반음식, 면, 육류, 해산물 요리는 2022년 1~2월 증가하면서 점차 일반음식점의 경기가 회복중인 것으로 나타나며, 아직 주류 판매 위주의 업종 회복은 더딘 편으로 나타남

- 수완동 상권은 코로나 기간에도 총 매출액의 감소가 크지 않았고, 2021년부터 반등한 것으로 나타났으나, 운영점포 증가율이 매출액 증가율보다 크게 나타나면서 경쟁이 치열해지고 있는 것으로 나타나며, 배달 업종 > 커피/제과 업종 > 한식 업종 > 외국식 음식점 순으로 회복세가 나타남



[그림 II-3] 수완동 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

<표 II -3> 수완동 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

[단위 : 만원/월, %]

구분	포장 판매	기타 외국식	기타 주점	분식	생맥주	서양식	일반유흥 주점	일식	제과점
2019년	5,556	6,539	2,425	1,935	2,226	3,506	2,724	3,340	3,512
2020년	3,186	5,783	2,048	1,835	2,072	2,940	1,851	2,903	3,426
2021년	2,074	4,275	1,893	1,812	1,504	2,808	1,524	2,199	3,661
2022년 1~2월	1,896	3,779	1,496	1,687	861	2,135	522	2,196	3,166
19년 대비 20년	-42.7%	-11.6%	-15.5%	-5.1%	-6.9%	-16.1%	-32.0%	-13.1%	-2.4%
20년 대비 21년	-34.9%	-26.1%	-7.5%	-1.3%	-27.4%	-4.5%	-17.7%	-24.2%	6.9%
21.01 대비 22.01	-48.8%	10.3%	54.0%	1.2%	-9.7%	-14.3%	-57.3%	9.4%	-16.9%
구분	중식	치킨	커피	피자,햄 버거,샌 드위치	한식 면	한식 육류	한식 일반	한식 해산물	
2019년	1,333	2,060	1,237	3,113	2,635	3,383	2,525	2,072	
2020년	1,126	1,697	1,198	2,711	1,974	2,540	1,958	1,975	
2021년	684	1,077	1,250	2,571	2,235	2,611	1,878	1,728	
2022년 1~2월	731	1,059	1,128	2,427	4,023	2,169	1,566	1,597	
19년 대비 20년	-15.5%	-17.6%	-3.1%	-12.9%	-25.1%	-24.9%	-22.5%	-4.6%	
20년 대비 21년	-39.2%	-36.6%	4.4%	-5.2%	13.2%	2.8%	-4.1%	-12.5%	
21.01 대비 22.01	-19.3%	-3.1%	10.5%	11.8%	203.5%	14.4%	14.0%	47.3%	

3. 업종 트렌드

○ 수완동 상권의 음식점종은 주점과 한식, 외국식 요리전문점에서 시장규모가 축소되었으나, 역세권, 대학가, 상업지로 구성된 다른 주요상권에 비해 감소 정도가 덜했고, 2021년 이후 회복세가 나타나기 시작했으며, 2022년은 식사와 커피/디저트류 업종에서 증가세가 나타나기 시작함

○ 학원이나 미용실, 병원 등 생활밀착 서비스업의 경기가 좋아지고 있어 음식점 경기도 회

복 추세를 예상하고 있으며, 2분기 이후 간이주점 경기까지 살아나면 음식업 전반적인 증가세가 예상된다

<표 II-4> 수완동 상권 업종별 경기 동향

[단위 : %]

구분	총 매출액 증감률			경기 동향		
	19년 대비 20년	20년 대비 21년	21.1~2 대비 22.1~2	2020년	2021년	2022년 1~2월
기타 주점업	-20.7%	27.1%	68.0%	대폭감소	대폭증가	대폭증가
한식 해산물요리 전문점	-20.2%	-13.3%	54.7%	대폭감소	소폭감소	대폭증가
한식 면요리 전문점	-38.4%	-32.1%	51.7%	대폭감소	대폭감소	대폭증가
커피 전문점	4.6%	19.3%	37.1%	소폭증가	소폭증가	대폭증가
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	-1.1%	5.0%	34.2%	소폭감소	소폭증가	대폭증가
중식 음식점업	-26.1%	-60.9%	29.1%	대폭감소	대폭감소	대폭증가
한식 일반 음식점업	-23.0%	-8.9%	27.0%	대폭감소	소폭감소	대폭증가
김밥 및 기타 간이 음식점업	-6.0%	9.0%	20.9%	소폭감소	소폭증가	대폭증가
한식 육류요리 전문점	-13.4%	6.1%	14.4%	소폭감소	소폭증가	소폭증가
기타 외국식 음식점업	-36.8%	27.1%	10.3%	대폭감소	대폭증가	소폭증가
서양식 음식점업	-18.7%	0.1%	2.2%	소폭감소	소폭증가	소폭증가
일식 음식점업	-29.3%	-3.6%	1.2%	대폭감소	소폭감소	소폭증가
제과점업	-9.3%	27.7%	-9.3%	소폭감소	대폭증가	소폭감소
생맥주 전문점	-30.8%	-33.5%	-15.9%	대폭감소	대폭감소	소폭감소
치킨 전문점	-5.7%	-33.4%	-19.6%	소폭감소	대폭감소	소폭감소
간이 음식 포장 판매 전문점	0.3%	8.5%	-31.8%	소폭증가	소폭증가	대폭감소
일반 유흥주점업	-41.3%	14.8%	-73.3%	대폭감소	소폭증가	대폭감소

Ⅲ. 음식업 고객 분석

1. 전체 고객 현황

○ 수완동 상권의 음식업을 주로 이용하는 고객층은 40대 남성 > 30대 남성 > 40대 여성



[그림 Ⅲ-1] 수완동 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 이용비중(2022년 1~2월)

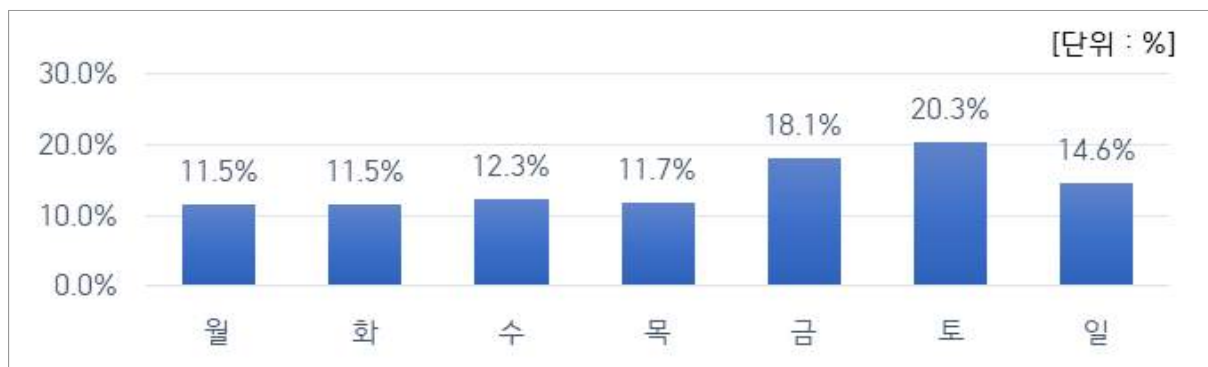
<표 Ⅲ-1> 수완동 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 비중

[단위 : %]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	7.4%	15.2%	21.6%	13.2%	2.4%
여성	7.5%	10.0%	13.6%	7.1%	1.8%

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

○ 요일별로는 토요일 > 금요일 > 일요일 순으로 높으며, 월~목요일 비중이 낮음



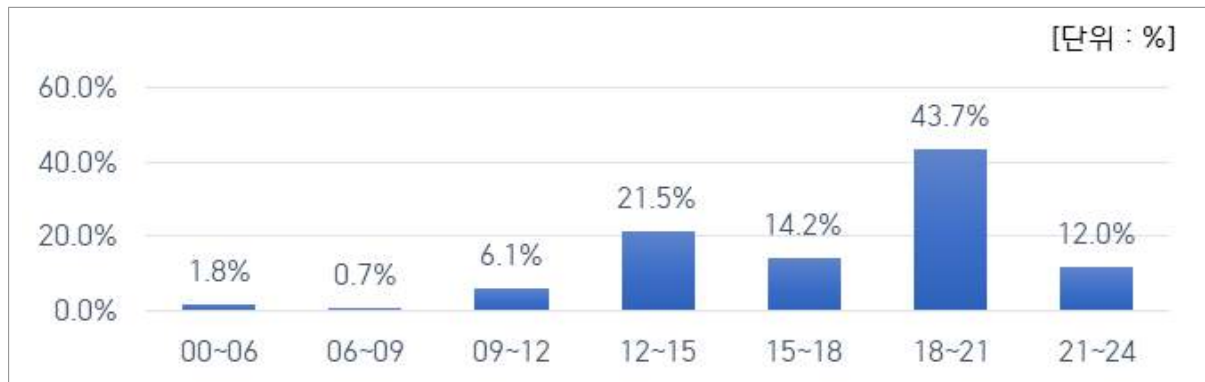
[그림 Ⅲ-2] 수완동 상권 음식업 이용고객 요일별 이용비중(2022년 1~2월)

<표 Ⅲ-2> 수완동 상권 음식업 이용고객 요일별 비중

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	11.5%	11.5%	12.3%	11.7%	18.1%	20.3%	14.6%

- 시간대별로는 저녁 시간대 비중이 가장 높고, 점심 시간대, 오후 시간대, 밤 시간대 순으로 나타남



[그림 Ⅲ-3] 수완동 상권 음식업 이용고객 시간대별 이용비중(2022년 1~2월)

<표 Ⅲ-3> 수완동 상권 음식업 이용고객 시간대별 비중

[단위 : %]							
구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	1.8%	0.7%	6.1%	21.5%	14.2%	43.7%	12.0%

2. 업종별 고객현황(2022년 1~2월)

1) 성/연령대별 비중

- 수완동 상권은 주거단지를 배후로 두고 있는 주거형 상권이기 때문에 40대 연령층이 전 업종에 걸쳐 가장 높은 비중을 보이고 있으며, 제과점과 한식 면요리는 여성, 기타 음식 업종은 남성 비중이 높게 나타남(*카드 소비데이터 기준이므로 남성 비중이 높게 나타남)
- 업종의 평균 연령대 구성비와 비교하면, 호프, 서양식 업종은 20대 남성, 기타 주점과 커피 업종은 20대 여성, 기타 외국식, 한식 일반음식은 30대 남성, 중식은 50대 여성 비중이 높게 나타남

<표 Ⅲ-4> 수완동 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	19.2	2.5	7.6	3.2	30.2	9.1	13.1	12.1	0.8	2.3	40대 남성	20대 남성
기타 외국식 음식점업	2.2	6.3	18.1	13.0	19.6	15.2	8.9	11.2	2.1	3.3	40대 남성	30대 남성
기타 주점업	11.1	14.0	14.4	9.8	18.3	10.4	13.2	6.3	0.9	1.6	40대 남성	20대 여성
김밥 및 기타 간이 음식점업	3.1	3.6	10.9	11.9	22.5	22.3	12.1	9.0	1.9	2.7	40대 남성	40대 여성
생맥주 전문점	16.2	12.7	13.0	7.7	20.3	9.0	11.7	6.1	2.3	1.0	40대 남성	20대 남성
서양식 음식점업	10.3	6.4	15.8	10.7	18.7	15.5	10.8	9.9	1.3	0.7	40대 남성	20대 남성
일반 유흥주점업	6.4	6.9	7.8	14.6	23.8	11.1	16.0	9.3	1.4	2.6	40대 남성	30대 여성
일식 음식점업	8.2	6.3	14.8	7.5	23.5	13.0	16.3	5.8	3.1	1.3	40대 남성	40대 남성
제과점업	3.1	5.4	11.9	20.1	18.5	20.4	8.4	8.4	1.2	2.6	40대 여성	30대 여성
중식 음식점업	3.4	3.8	6.1	8.5	26.3	16.4	16.0	16.3	2.6	0.5	40대 남성	50대 여성
치킨 전문점	4.9	2.6	13.5	5.7	30.3	16.8	15.3	7.3	2.4	1.2	40대 남성	40대 남성
커피 전문점	5.8	10.6	12.5	15.3	16.5	16.3	11.2	6.7	3.5	1.6	40대 남성	20대 여성
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	6.9	6.8	15.0	9.6	19.1	17.5	13.9	7.6	1.9	1.6	40대 남성	40대 여성
한식 면요리 전문점	1.9	4.1	7.3	12.0	22.4	28.0	13.7	7.9	1.0	1.7	40대 여성	40대 여성
한식 육류요리 전문점	7.0	8.0	15.9	8.8	26.1	11.1	13.5	5.6	2.4	1.6	40대 남성	40대 남성
한식 일반 음식점업	8.0	7.4	19.3	8.1	20.7	9.7	14.7	6.8	3.1	2.2	40대 남성	30대 남성
한식 해산물요리 전문점	6.3	5.9	17.3	4.2	28.2	9.5	18.9	5.9	2.0	1.9	40대 남성	40대 남성

2) 요일별 비중

- 요일별로는 모든 업종에서 금요일과 토요일 비중이 높게 나타나며, 유흥주점, 중식, 일식, 치킨, 한식 육류요리는 금요일, 기타 외국식, 기타 주점, 분식, 생맥주, 서양식, 제과점, 커피, 패스트푸드, 한식 일반, 면, 해산물 요리는 토요일 비중이 가장 높음
- 평균적인 요일별 구성비보다 금, 토요일 비중이 전반적으로 높고 패스트푸드, 생맥주, 일식, 한식 면요리, 중식, 제과점 업종은 평일 이용률도 높게 나타남

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

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일	주요 요일	특성 요일
간이 음식 포장 판매 전문점	10.6	14.5	9.9	5.4	27.1	18.9	13.6	금요일	금요일
기타 외국식 음식점업	11.0	11.4	8.7	4.4	12.5	30.3	21.7	토요일	토요일
기타 주점업	11.0	7.0	10.3	9.5	22.2	25.3	14.7	토요일	금요일
김밥 및 기타 간이 음식점업	10.2	10.7	13.5	12.8	17.9	19.7	15.1	토요일	금요일
생맥주 전문점	13.9	12.7	11.1	12.0	18.5	21.0	10.8	토요일	월요일
서양식 음식점업	9.6	12.2	12.3	11.6	17.7	18.7	17.9	토요일	금요일
일반 유흥주점업	9.1	10.0	11.3	11.7	30.0	16.8	11.1	금요일	금요일
일식 음식점업	16.3	12.2	10.0	13.1	18.8	15.9	13.7	금요일	월요일
제과점업	7.8	13.2	14.6	13.3	17.5	19.6	14.0	토요일	수요일
중식 음식점업	11.3	16.4	7.4	16.9	17.8	15.3	14.8	금요일	목요일
치킨 전문점	10.8	8.6	15.1	11.9	23.1	18.2	12.2	금요일	금요일
커피 전문점	12.5	11.9	11.9	12.4	15.2	20.4	15.6	토요일	토요일
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	14.5	10.4	11.6	12.4	15.0	20.2	15.9	토요일	월요일
한식 면요리 전문점	15.2	12.7	16.6	14.2	14.7	21.5	5.2	토요일	수요일
한식 육류요리 전문점	10.5	12.3	13.6	11.3	20.4	20.1	11.6	금요일	금요일
한식 일반 음식점업	11.1	10.6	11.9	11.6	17.9	20.5	16.4	토요일	금요일
한식 해산물요리 전문점	10.4	15.4	13.6	9.6	13.8	23.2	13.9	토요일	화요일

3) 시간대별 비중

- 시간대별로는 한식 면요리, 패스트푸드, 분식, 기타 외국식 등 간단한 식사 메뉴와 커피, 제과 업종에서 점심 시간대 비중이 높고, 기타 한식류, 일식, 서양식, 간이주점에서 저녁 시간대 비중이 높은 특징이 명확하게 구분됨
- 평균적인 음식업 이용 시간대에 비해 저녁과 밤 시간대 비중이 높게 나타나며, 분식, 커피, 서양식, 한식 일반음식, 육류, 해산물은 저녁 시간대, 제과점, 패스트푸드, 일식, 기타 주점, 생맥주, 치킨 업종은 밤 시간대 비중이 상대적으로 높음

〈표 Ⅲ-6〉 수완동 상권 음식업종별 시간대별 비중,
주요고객/특성고객

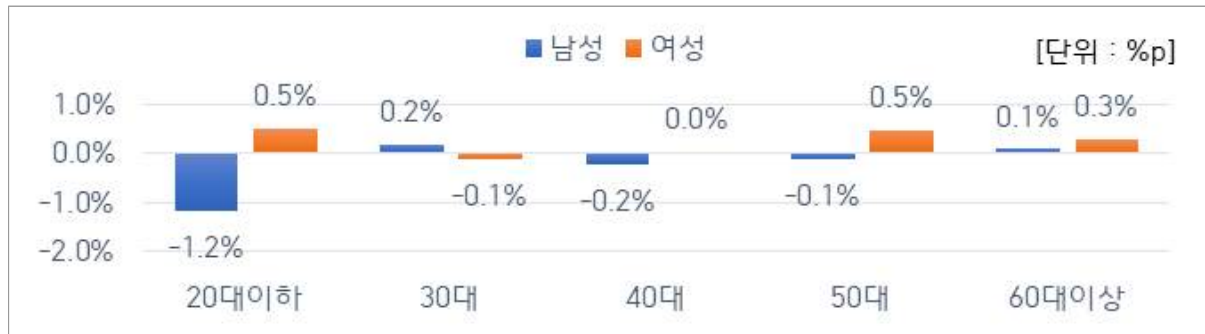
[단위 : %]

구분	00~06	06~09	09~12	12~15	15~18	18~21	21~24	주요시간	특성시간
간이 음식 포장 판매 전문점	0.0	0.0	10.2	39.9	34.2	15.2	0.5	12~15시	15~18시
기타 외국식 음식점업	0.0	0.0	1.9	46.4	12.3	37.9	1.6	12~15시	18~21시
기타 주점업	2.7	0.3	2.7	5.8	8.9	55.4	24.2	18~21시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	0.1	0.1	13.4	30.3	20.9	27.3	7.9	12~15시	18~21시
생맥주 전문점	6.5	0.1	0.9	3.6	2.6	54.4	31.9	18~21시	21~24시
서양식 음식점업	0.2	0.1	3.0	39.2	15.3	39.4	2.8	18~21시	18~21시
일반 유흥주점업	6.2	0.1	2.2	15.5	18.3	36.3	21.4	18~21시	18~21시
일식 음식점업	2.9	0.1	3.5	22.6	11.6	43.8	15.5	18~21시	21~24시
제과점업	0.6	2.4	18.0	27.2	26.8	19.6	5.5	12~15시	21~24시
중식 음식점업	0.8	0.2	10.9	39.6	20.3	25.5	2.8	12~15시	15~18시
치킨 전문점	2.3	0.0	0.2	2.9	14.0	53.0	27.7	18~21시	21~24시
커피 전문점	0.4	2.7	12.2	30.5	22.0	28.0	4.2	12~15시	18~21시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	4.1	1.7	10.8	26.4	19.2	24.8	12.9	12~15시	21~24시
한식 면요리 전문점	0.2	0.2	20.5	34.8	24.5	18.0	1.7	12~15시	09~12시
한식 육류요리 전문점	1.4	0.1	1.4	11.7	10.5	63.1	11.8	18~21시	18~21시
한식 일반 음식점업	1.9	0.6	4.4	20.6	9.4	50.0	13.2	18~21시	18~21시
한식 해산물요리 전문점	3.9	0.1	1.7	13.5	13.2	55.1	12.4	18~21시	18~21시

3. 고객 트렌드

1) 전체 외식고객

- 수완동 상권의 음식점 고객 비중은 전년 대비 50대 여성 > 20대 여성 > 60대 여성 순으로 증가했으며, 20대 남성 > 40대 남성 순으로 감소



[그림 Ⅲ-4] 수완동 상권 음식점 이용고객 성/연령대별 고객 변화('21년1~2월 대비 '22년1~2월)

<표 Ⅲ-7> 수완동 상권 음식점 이용고객 성/연령대별 고객 변화(전년 동기 대비)

[단위 : %p]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	-1.2%p	0.2%p	-0.2%p	-0.1%p	0.1%p
여성	0.5%p	-0.1%p	0.0%p	0.5%p	0.3%p

- 요일별로는 목요일 > 수요일 > 화요일 비중이 감소하고, 금~토요일 집중도가 더 높아짐



[그림 Ⅲ-5] 수완동 상권 음식점 이용고객 요일별 고객 변화('21년1~2월 대비 '22년1~2월)

<표 Ⅲ-8> 수완동 상권 음식점 이용고객 요일별 고객 변화(전년 동기 대비)

[단위 : %p]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	-0.1%p	-0.5%p	-0.6%p	-2.0%p	1.5%p	1.5%p	0.1%p

- 시간대별로는 저녁 시간대와 점심 시간대 이용비중이 증가하여 이른 점심 시간대와 오후 시간대 비중이 감소하고 주 식사시간대 이용비중이 다시 높아짐



[그림 Ⅲ-6] 수완동 상권 음식업 이용고객 시간대별 고객 변화('21년1~2월 대비 '22년1~2월)

<표 Ⅲ-9> 수완동 상권 음식업 이용고객 시간대별 고객 변화(전년 동기 대비)

[단위 : %p]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	-3.5%p	-2.0%p	-5.2%p	6.1%p	-7.4%p	16.6%p	-4.7%p

2) 업종별 이용고객

- 전년대비 상권 이용고객은 전체적으로 여성 비중이 증가했는데, 업종별로는 한식 육류 20대, 제과점, 커피 30대, 한식 면요리 40대, 기타 외국식, 분식, 서양식, 중식에서 50대 비중이 증가하고, 2~30대 남성 비중이 감소함
- 요일별로는 금요일과 토요일 집중도가 더 높아지고, 평일 비중이 감소한 업종이 많았으며, 특히 한식 일반음식, 육류, 해산물, 일식, 패스트푸드, 커피, 제과, 기타 외국식에서 목요일 비중이 가장 크게 감소함
- 시간대별로는 기타 외국식에서 점심 이용비중이 늘고, 기타 휴게, 일반 음식점은 저녁 시간대 집중도가 다시 높아지는 특징을 보이고 있으며, 이른 점심이나 오후 시간대로 앞당겨졌던 이용률이 주 식사시간대로 다시 이동하는 것으로 나타남

<표 Ⅲ-10> 수완동 상권 음식점종별 고객 변화(전년 동기 대비)

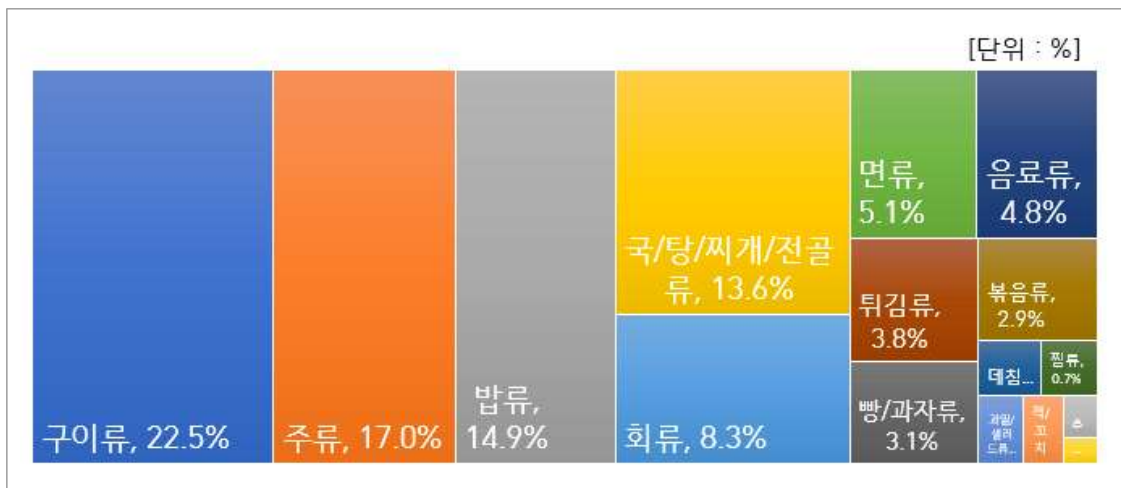
구분	성/연령대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		요일별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		시간대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)	
	비중 증가	비중 감소	비중 증가	비중 감소	비중 증가	비중 감소
간이 음식 포장 판매 전문점	40대 남성	30대 남성	토요일	목요일	15~18시	09~12시
기타 외국식 음식점업	50대 여성	30대 여성	토요일	목요일	12~15시	09~12시
기타 주점업	50대 남성	30대 남성	금요일	일요일	18~21시	00~06시
김밥 및 기타 간이 음식점업	50대 여성	30대 남성	금요일	화요일	18~21시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

Ⅳ. 음식업 메뉴분석

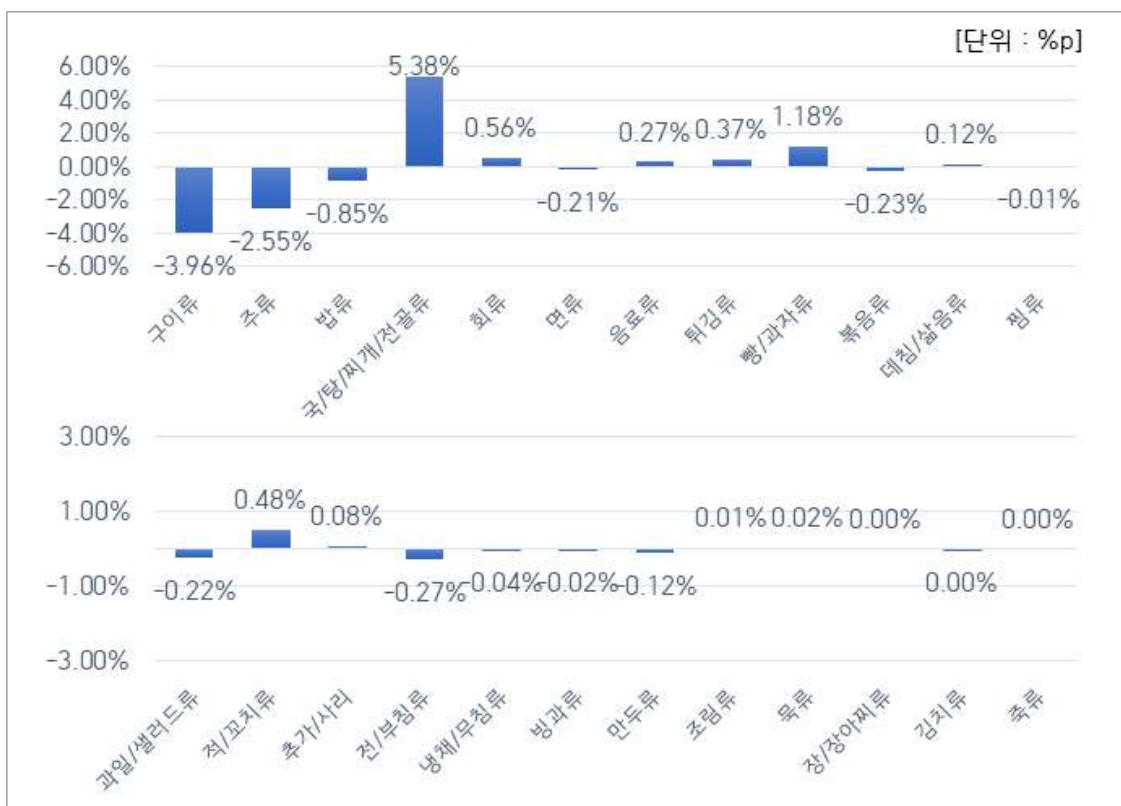
1. 주요 메뉴현황

1) 범주별 판매비중

- 수완동 상권에서 집계되는 표본 점포 집계 결과 구이류(22.5%)가 가장 많은 판매비중을 보였으며, 주류(17%) > 밥류(14.9%) > 국/탕/찌개/전골류(13.6%) > 회류(8.3%) 순으로 매출 비중이 높음



[그림 IV-1] 수완동 상권 음식업 범주별 이용비중(2022년 1~2월)



[그림 IV-2] 수완동 상권 음식업 범주별 이용비중 변화('21년1~2월 대비 '22년1~2월)

- 전년 대비 매출 비중이 가장 큰 폭으로 증가한 메뉴는 국/탕/찌개/전골류(5.38%p)였으며, 빵/과자류, 적/꼬치류, 빵/과자류, 음료류 순으로 증가
- 반면, 구이류(-3.96%p), 주류(-2.55%p), 밥류(-0.85%p) 순으로 판매 비중 감소 → 식사와 커피/디저트류 메뉴가 증가하고, 주류와 안주류 비중이 감소하는 것으로 나타남

2) 판매액 기준 주요메뉴 현황

- 가장 많은 매출을 올리는 것은 소주 > 초밥 > 맥주 > 모듬회 > 소갈비 순이었으며, 2020년은 파스타/스파게티, 짜장면, 돼지국밥, 모듬회, 스테이크 메뉴가 증가하고, 주류, 탕수육, 떡볶이 메뉴 판매액이 감소함
- 2021년 탕수육, 샤브샤브, 파스타/스파게티, 짜장면, 스테이크, 삼겹살 메뉴가 증가하고, 주류와 커피/음료류가 감소했으며, 2022년 1~2월은 샤브샤브, 파스타/스파게티, 모듬회, 돼지국밥 메뉴가 증가하고 주류, 등심구이, 비빔밥, 짜장면, 소갈비, 삼겹살 등 고기구이 메뉴가 감소함

<표 IV-1> 수완동 상권 주요 메뉴 1~20위 판매액 변화(표본점포 대상)

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매액	2020년 판매액	2021년 판매액	2022년1~2 판매액	20년 증감률	21년 증감률	22.1~2 증감률
소주	1,959,966,600	2,080,401,900	1,553,836,307	242,295,400	6.1%	-25.3%	-6.4%
초밥	1,410,284,600	1,310,896,700	1,208,471,400	172,146,000	-7.0%	-7.8%	-14.5%
병맥주(국산)	1,884,181,600	1,375,767,650	926,867,400	112,024,200	-27.0%	-32.6%	-27.5%
모듬회	223,003,020	549,926,800	499,717,590	95,716,000	146.6%	-9.1%	14.9%
소갈비	374,019,500	557,819,000	672,426,000	93,371,000	49.1%	20.5%	-16.7%
곰탕	461,188,000	460,240,000	455,498,000	75,637,000	-0.2%	-1.0%	-0.4%
샤브샤브	8,112,000	9,446,500	48,611,000	70,112,000	16.5%	414.6%	765.4%
삼겹살	349,787,600	370,508,200	460,136,000	64,798,000	5.9%	24.2%	-15.5%
떡볶이	449,312,600	397,508,700	364,902,700	56,114,100	-11.5%	-8.2%	-7.7%
스테이크	151,734,000	248,174,900	325,085,000	53,321,000	63.6%	31.0%	-1.6%
파스타/스파게티	7,852,700	47,566,500	173,005,700	45,190,700	505.7%	263.7%	56.7%
비빔밥	239,127,000	298,936,600	299,735,000	37,608,600	25.0%	0.3%	-24.7%
탄산음료	216,355,900	239,710,800	205,260,000	32,958,300	10.8%	-14.4%	-3.7%
아메리카노	267,858,600	317,591,500	214,581,500	31,328,600	18.6%	-32.4%	-12.4%
생맥주(국산)	679,637,200	514,656,450	296,167,100	26,734,700	-24.3%	-42.5%	-45.8%
치킨	165,084,000	212,475,800	154,436,400	24,601,500	28.7%	-27.3%	-4.4%
짜장면	13,348,000	54,505,500	158,068,000	21,785,000	308.3%	190.0%	-17.3%
등심구이	110,624,000	155,978,000	174,107,000	21,525,000	41.0%	11.6%	-25.8%
돼지국밥	50,004,500	127,158,000	109,065,000	19,727,000	154.3%	-14.2%	8.5%
탕수육	13,582,000	11,994,000	101,637,200	17,830,600	-11.7%	747.4%	5.3%

2. 음식업 물가(판매액 기준 20위 메뉴)

- 2020년은 초밥, 커피, 메뉴 판매단가가 감소하고, 파스타/스파게티, 떡볶이, 치킨, 등심구이 단가가 올랐으며, 2021년은 샤브샤브, 탕수육, 초밥, 떡볶이 메뉴 단가가 감소하고, 짜장면, 커피, 파스타/스파게티, 스테이크 판매단가가 증가함
- 2022년 1~2월은 떡볶이, 짜장면, 샤브샤브 단가가 감소하고, 스테이크, 탕수육, 모듬회, 치킨, 소갈비 등 육류, 해산물 요리 판매단가 증가

<표 IV-2> 수완동 상권 주요 메뉴 판매단가 변화(표본점포 대상)

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가	2022년1~2 판매단가	20년 증감률	21년 증감률	22.1~2 증감률
소주	4,392	4,426	4,447	4,542	0.8%	0.5%	2.1%
초밥	18,071	15,466	13,229	13,942	-14.4%	-14.5%	5.4%
병맥주(국산)	6,387	5,381	4,750	4,709	-15.8%	-11.7%	-0.9%
모듬회	36,720	36,323	36,817	39,832	-1.1%	1.4%	8.2%
소갈비	33,547	36,815	40,195	43,108	9.7%	9.2%	7.2%
곰탕	9,487	9,464	9,589	9,601	-0.2%	1.3%	0.1%
샤브샤브	44,571	46,534	14,450	13,470	4.4%	-68.9%	-6.8%
삼겹살	11,991	12,623	13,779	13,893	5.3%	9.2%	0.8%
떡볶이	9,683	12,103	10,472	8,793	25.0%	-13.5%	-16.0%
스테이크	14,243	15,158	17,170	19,727	6.4%	13.3%	14.9%
파스타/스파게티	10,583	13,365	15,589	15,445	26.3%	16.6%	-0.9%
비빔밥	7,442	7,981	8,558	8,586	7.2%	7.2%	0.3%
탄산음료	1,863	1,905	1,938	2,006	2.2%	1.8%	3.5%
아메리카노	1,932	1,795	2,442	2,576	-7.1%	36.0%	5.5%
생맥주(국산)	3,201	3,289	3,323	3,336	2.7%	1.1%	0.4%
치킨	10,067	11,475	10,916	11,737	14.0%	-4.9%	7.5%
짜장면	12,897	5,086	7,375	6,457	-60.6%	45.0%	-12.5%
등심구이	32,000	35,816	39,064	41,000	11.9%	9.1%	5.0%
돼지국밥	7,944	7,907	7,693	7,402	-0.5%	-2.7%	-3.8%
탕수육	15,738	16,989	13,010	14,163	7.9%	-23.4%	8.9%

3. 메뉴 트렌드

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

- 한식 일반 음식점에서 주로 판매되는 메뉴는 곰탕 > 돼지국밥 > 보쌈/수육 > 주류 > 비빔밥 순이었으나, 2022년 1~2월은 곰탕의 판매액과 순위는 비슷하게 유지되고 보쌈/수육 메뉴 대신 샤브샤브, 국밥 같은 식사메뉴가 순위에 오름

<표 IV-3> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 한식 일반 음식점
[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	곰탕	37,116,333	곰탕	36,512,500
2	돼지국밥	9,075,208	소고기샤브샤브	34,493,500
3	고기보쌈/수육	5,334,333	돼지국밥	9,833,750
4	일반소주	5,287,083	일반/기타국밥	6,114,500
5	육류비빔밥	4,723,250	일반소주	5,136,250

- 한식 육류요리 전문점에서는 2021년 소고기구이 > 갈비구이 > 돼지고기구이(삼겹살) > 기타 구이 > 곱창/대창/양구이 순으로 판매되었으나, 2022년 1~2월은 갈비구이와 곱창/대창/양구이 판매액이 감소하고, 소고기구이와 돼지고기구이(삼겹살) 판매액과 순위는 유지되고 있음

<표 IV-4> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 한식 육류요리 전문점
[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	소고기구이	96,849,167	소고기구이	96,729,500
2	갈비구이	80,301,208	갈비구이	48,864,500
3	돼지고기구이	56,493,250	돼지고기구이	47,571,000
4	일반/기타구이	40,767,417	일반/기타구이	25,778,000
5	곱창/대창/양구이	29,100,942	일반소주	21,655,250

- 한식 해산물요리 전문점에서는 생선회와 주류, 매운탕 메뉴가 주로 판매되었으나, 2022년 1~2월은 계절 영향으로 전골류 판매비중이 크게 증가함

<표 IV-5> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 한식 해산물요리 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	생선회	76,299,924	생선회	81,110,500
2	일반소주	13,680,375	해물전골	21,089,000
3	국산병맥주	7,467,500	일반소주	13,278,750
4	기타수산물회	3,451,708	국산병맥주	6,129,500
5	매운탕	2,953,250	기타수산물회	4,536,000

- 중식 음식점은 2021년까지 찜뽕, 짜장면, 탕수육, 볶음밥 등 일반 중국음식 메뉴가 상위권에 있었으나, 2022년 1~2월은 마라탕 메뉴 판매액이 급증하면서 가장 많은 판매액을 올리는 것으로 집계됨

<표 IV-6> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 중식 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	찜뽕	16,476,083	마라탕	21,757,150
2	짜장면	15,094,750	찜뽕	15,923,750
3	탕수육	11,328,000	탕수육	14,032,500
4	마라탕	10,708,658	짜장면	12,924,500
5	일반/기타볶음밥	3,719,833	일반/기타볶음밥	3,449,250

- 서양식 음식점은 스테이크 > 파스타 > 샐러드 순으로 판매되고 있으며, 2022년에도 전체 순위는 유사하나, 토마토, 크림, 로제 파스타 순으로 집계됨

<표 IV-7> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 서양식 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	스테이크	6,276,583	스테이크	5,146,500
2	로제파스타	3,615,417	일반/기타파스타	2,570,000
3	일반/야채샐러드	1,621,300	크림파스타	2,108,750
4	일반/기타파스타	1,380,667	로제파스타	1,865,500
5	오일파스타	1,223,275	일반/야채샐러드	1,186,750

- 일식 음식점은 초밥과 스테이크, 생선회 메뉴가 그대로 순위를 유지하는 가운데 판매액이 소폭 감소했으나, 계절과 영업일 수 영향으로 추정되며, 다른 음식업에 비해 판매액이 큰 것으로 집계됨

<표 IV-8> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 일식 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반/기타초밥	100,457,033	일반/기타초밥	85,939,500
2	생선초밥	44,989,208	생선초밥	39,029,750
3	스테이크	16,431,250	스테이크	13,095,000
4	생선회	10,842,500	생선회	9,216,000
5	육류초밥	8,524,375	육류초밥	8,077,500

- 기타 주점은 주류와 음료, 안주로는 치킨 메뉴가 판매되고 있었으나, 2022년 1~2월은 계절 영향으로 매실주와 어묵탕 메뉴 판매가 증가함

<표 IV-9> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 기타 주점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	56,459,467	일반소주	49,252,750
2	국산병맥주	25,706,667	국산병맥주	20,065,500
3	탄산음료	5,763,917	매실주	5,749,000
4	매실주	4,865,875	탄산음료	5,591,500
5	치킨	4,211,225	어묵탕	4,899,200

- 생맥주 전문점에서는 주류 소비가 대부분이고, 건어물구이 메뉴가 순위권에 있었으나, 2022년 1~2월은 소주 판매액이 증가하고 맥주 판매액은 감소했으며, 치킨 안주 메뉴가 추가됨

<표 IV-10> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 생맥주 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	국산생맥주	21,775,400	일반소주	28,722,500
2	일반소주	20,913,275	국산병맥주	15,926,100
3	국산병맥주	20,434,875	국산생맥주	11,037,600
4	수입병맥주	14,852,617	수입병맥주	6,845,925
5	건어물구이	11,088,683	치킨	5,014,250

- 치킨 전문점(호프)에서는 치킨과 부가 안주류, 주류가 주로 판매되고 있으며, 2022년 1~2월에도 메뉴 순위는 유사하게 유지되고 있으나, 판매액이 감소했으며 배달 채널의 비중이 높아졌을 것으로 추정됨

<표 IV-11> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 치킨 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	치킨	3,499,117	치킨	1,847,500
2	일반/기타구이	1,904,250	일반/기타구이	1,617,750
3	국산병맥주	1,420,375	닭튀김	925,250
4	닭튀김	1,123,242	국산생맥주	288,750
5	일반소주	915,250	국산병맥주	158,000

- 김밥 및 기타 간이 음식점은 떡볶이 판매액이 대부분을 차지하고 있으며, 타르트, 커피, 케이크, 마들렌 등 커피/디저트류 메뉴가 판매되고 있고, 2022년 1~2월은 케이크, 마들렌 등 제과류 판매액과 순위가 오름

<표 IV-12> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 김밥 및 기타 간이 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	떡볶이	25,695,242	떡볶이	22,617,000
2	타르트	5,008,725	타르트	4,884,800
3	아메리카노/에스프레소	2,429,200	일반/기타케이크	3,694,500
4	일반/기타케이크	2,180,167	마들렌	2,624,350
5	마들렌	1,393,267	아메리카노/에스프레소	2,481,200

- 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점은 파스타 > 스테이크 > 핫도그 > 피자 순으로 판매되고 있으며, 2022년 1~2월 전체 판매액이 증가했고, 특히 피자과 파스타 메뉴가 크게 증가함

<표 IV-13> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반/기타파스타	6,251,625	일반/기타파스타	9,491,750
2	스테이크	2,244,833	일반/기타피자	6,774,550
3	치즈핫도그	2,205,200	스테이크	6,605,250
4	일반/기타피자	2,127,792	치즈핫도그	2,744,100
5	일반/기타핫도그	1,553,958	오일파스타	2,552,000

- 제과점은 케이크와 우유, 도넛, 커피 메뉴가 판매되고 있었으며, 2022년 1~2월은 전체 메뉴별 판매액이 증가했고, 요거트 메뉴가 새로 순위권에 진입함

<표 IV-14> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 제과점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반/기타케이크	1,411,421	일반/기타케이크	2,500,200
2	일반/기타우유	92,633	일반/기타우유	2,476,500
3	초코도넛	72,517	초코도넛	2,196,400
4	라떼	61,083	요거트	1,708,000
5	티라미수	49,167	티라미수	1,405,000

- 커피 전문점은 2021년 아메리카노와 라떼, 생과일주스, 에이드, 아이스티 순으로 판매되었으나, 2022년 1~2월은 계절 영향으로 라떼 판매순위가 오르고, 생과일주스 대신 밀크티, 과실차 등 따뜻한 음료의 순위가 오름

<표 IV-15> 2021~2022.2 수완동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 커피 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	아메리카노/에스프레소	13,857,183	라떼	10,956,450
2	라떼	8,911,400	아메리카노/에스프레소	9,784,050
3	생과일주스	2,454,867	밀크티	1,282,100
4	에이드	1,788,792	과실차	1,256,650
5	아이스티	1,715,950	에이드	1,116,250

V. 키워드 분석

1. 연관 키워드(장소&브랜드 범주)

- 키워드 ‘수완동 맛집’, ‘수완동 음식점’, ‘수완동 식당’, ‘수완동 점심’, ‘수완동 저녁’, ‘수완동 식사’ 등 장소&브랜드 범주의 연관 검색어를 분석하면, 2019년은 디저트 판매 브랜드와 매장이 주로 순위권에 나타남
- 2020년은 한식 일반음식과 육류요리 브랜드와 매장이 순위권에 진입했으며, 2021년은 한식 일반음식과 육류요리 순위가 오르고 해산물요리 브랜드와 매장이 진입함
- 2022년 1~2월은 새로 추가되는 브랜드나 매장의 언급량이 간간이 등장하고 있으며, 육류요리와 치킨, 한식 일반음식점이 많은 것으로 집계됨



[그림 V-1] 수완동 음식점 장소&브랜드 연관키워드(2022년 1~2월)

<표 V-1> 수완동 음식업 장소&브랜드 연관키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년	언급량	2022년 1~2월	언급량
1	로니로티	256	디아망	768	더테이블	146	라스텔라	6
2	오레오	221	온더테이블	214	온더테이블	146	글램핑	6
3	다쿠아즈	185	더테이블	213	롯데	47	롯데	4
4	롯데	143	통큰	125	광주보쌈	41	광주보쌈	4
5	펍권	120	신가	80	통큰	16	커북	2
6	신가	94	오레오	74	스팸	12	깐깐한족발	2
7	하남떡집	89	허쉬	42	온천할머니집	10	클라우드나인	2
8	빅웨이	84	서울깍두기	36	글램핑	10	후라이드참 잘하는집	2
9	발렌타인	77	롯데	33	스타벅스	10	마실	2
10	라페스타	72	임페리얼	30	어등	8	클라우드	2
11	골목식당	68	깐깐한족발	28	자갈치	8	시골집	2
12	라테라스	59	곱창구이	27	왕대포	6	카스	2
13	뉴욕브레드	57	나주곰탕	26	영발원	6	발렌타인	2
14	온더테이블	54	숙달돼지	19	cj	6	-	-
15	송정떡갈비	52	틀립	17	다쿠아즈	5	-	-

2. 연관 키워드(상품&메뉴 범주)

- 키워드 ‘수완동 맛집’, ‘수완동 음식점’, ‘수완동 식당’, ‘수완동 점심’, ‘수완동 저녁’, ‘수완동 식사’ 등 상품&메뉴 범주의 연관 검색어를 분석하면, 2019년은 디저트류의 케이크, 마카롱, 타르트, 초콜렛 등의 키워드 언급량이 많았음
- 2020년에도 디저트 관련 키워드가 상위권에 위치하고 있으며, 육류요리, 양식 메뉴가 하위권에 진입함
- 2021년은 디저트 메뉴 순위가 내려가고 육류요리와 한식 일반음식, 양식, 커피 키워드 순위가 증가했으며, 2022년 1~2월까지 양식과 육류 메뉴의 강세가 이어지고 있음
- 수완동 상권은 코로나 이전까지는 커피/음료와 디저트류의 제과 메뉴들이 주로 언급되고 비중이 높았으나 점차 한식 육류요리와 양식 메뉴의 순위가 오르기 시작하고, 메뉴의 종류도 다양해지면서 관심도가 높아졌음을 유추할 수 있으며, 추가로 기타 외국식이나 일식, 한식 해산물 요리의 언급량도 증가할 것으로 예상됨



[그림 V-2] 수완동 음식점 상품&메뉴 연관키워드(2022년 1~2월)

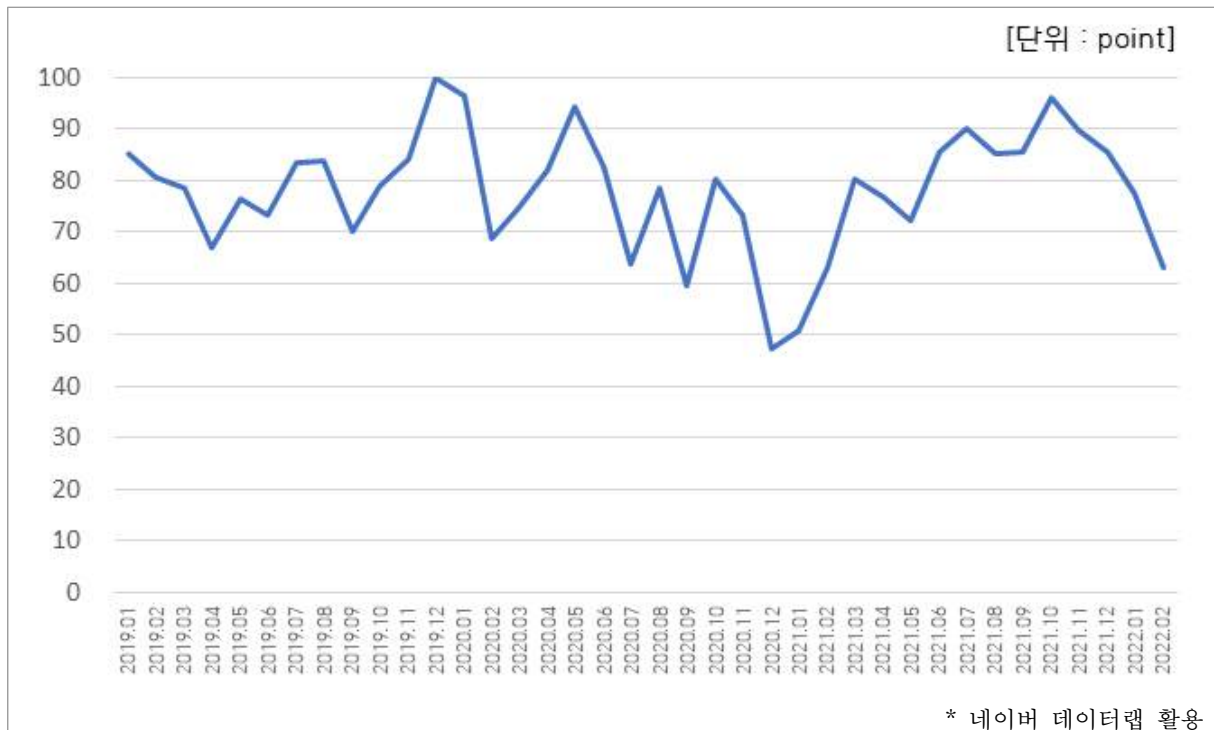
<표 V-2> 수완동 음식점 상품&메뉴 연관키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년	언급량	2022년 1~2월	언급량
1	디저트	2,111	딸기	1,262	고기	380	고기	75
2	케이크	2,037	카카오	1,153	소스	251	소스	61
3	마카롱	1,630	우유	1,075	집밥	204	파스타	48
4	파스타	1,619	디저트	1,016	파스타	198	밥	41
5	딸기	1,408	생크림	898	젓갈	158	족발	39
6	곱창	906	우유생크림	837	시럽	157	샐러드	30
7	타르트	748	케이크	835	청주	156	디저트	25
8	딸기케이크	692	마카롱	823	원두	149	김치	25
9	고기	687	고기	779	커피	140	치즈	24
10	생일케이크	685	파스타	776	밥	139	야채	23
11	케익	648	디아망	768	참치	137	보쌈	21
12	스테이크	612	식빵	738	흑임자	129	스테이크	20
13	치즈	569	돈까스	548	족발	122	새우	18
14	피자	544	삼겹살	499	볶음밥	116	배	18
15	초콜렛	486	곱창	498	양식	103	튀김	17

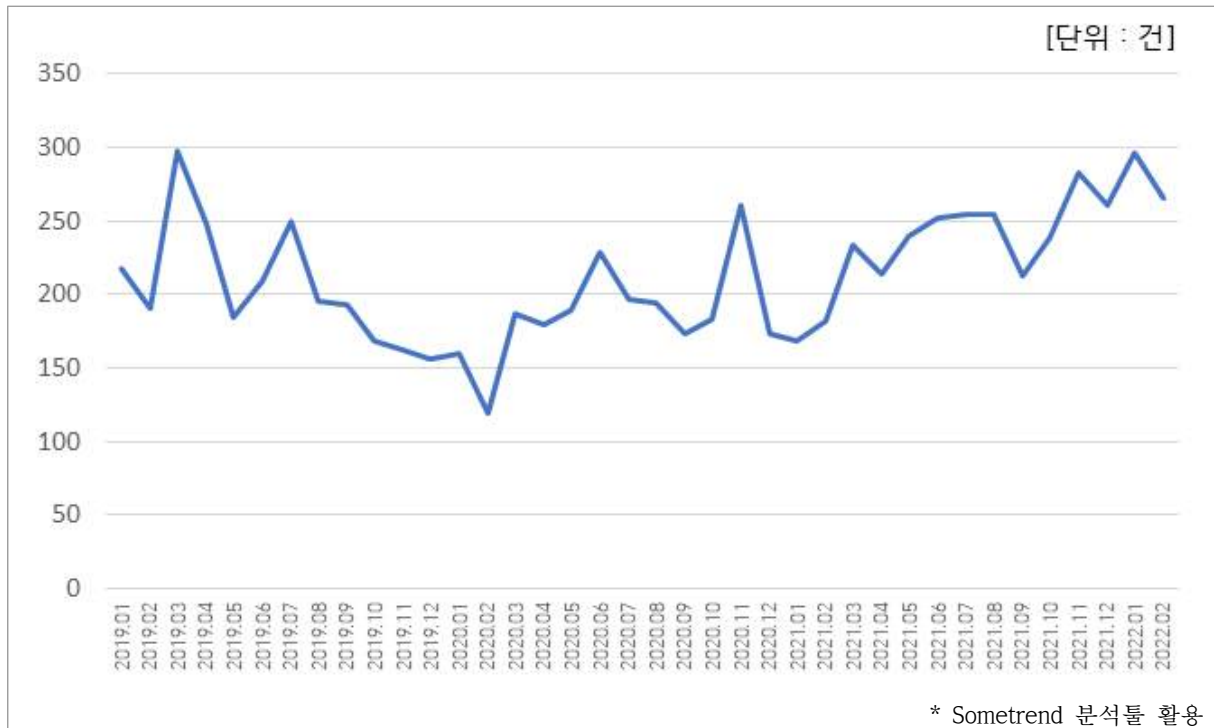
3. 키워드 검색 및 언급량 시계열 변화

- 수완동 음식점(‘수완동 맛집’, ‘수완동 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2022년 2월까지 집계한 결과 코로나19가 확산되기 시작한 2020년 2~3월과 2020년 12월~2021년 1월 검색량이 감소했으며, 다른 기간은 꾸준히 유지되는 경향을 보임
- 특정 기간의 검색량이 줄어들기는 하지만 주거형 상권의 특징으로 인해 검색량이 꾸준한 편이며, 겨울철 검색량이 떨어져 계절의 영향을 받는 것으로 분석됨



[그림 V-3] 수완동 음식점 관련 검색어 네이버 검색량 변화

- 수완동 음식점(‘수완동 맛집’, ‘수완동 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 2019년 월평균 206건, 2020년 187건, 2021년 233건, 2022년 1~2월 281건으로 집계되어 2020년 이후 지속 증가하는 것으로 집계됨
- 다른 유형의 주요 상권에 비해 매출액, 검색량, 블로그 언급량 등 코로나19로 인한 영향이 적은 편이었으며, 2021년 하반기 이후 점차 증가하는 양상을 보이고 있음



[그림 V-4] 수완동 음식점 관련 검색어 블로그 언급량 변화

4. 키워드 속성 분석



[그림 V-5] 수완동 음식점 관련 속성 키워드 분석(2022년 1~2월)

- 2019년은 제품과 가격 외에 ‘사진찍기 좋다’, ‘분위기 좋다’와 같은 음식점의 물리적 환경에 대한 평가가 선택속성으로 작용하고 있음

- 2020년에도 2019년과 유사한 특징이 나타나고 있으나, ‘친절하다’, ‘깔끔하다’, ‘예뻐지다’ 와 같이 보다 서비스 만족도를 높인 매장들이 나타나기 시작하면서 경쟁력이 높은 매장으로 집중되는 현상이 나타나기 시작함
- 2021년과 2022년은 2020년 나타나기 시작한 매장 환경의 질 향상과 서비스 품질 향상의 유행이 지속되고 있으며, 점차 ‘맛집 추천’ 과 같은 온라인 검색을 통한 다른 소비자의 평가가 음식점 선택의 중요요소로 자리잡고 있음

<표 V-3> 수완동 음식점 관련 주요 속성 키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년	언급량	2022년 1~2월	언급량
1	좋다	1,816	좋다	1,266	맛있다	992	맛있다	247
2	잘하다	1,666	맛있다	1,238	좋다	881	좋다	180
3	맛있다	1,356	잘하다	679	먹고싶다	180	좋아하다	57
4	무료	563	착하다	462	분위기 좋다	153	깔끔하다	49
5	즐기다	438	즐기다	376	깔끔하다	147	먹고싶다	45
6	가능하다	407	필수	289	좋아하다	137	예쁘다	32
7	존맛탱	332	예뻐지다	198	잘먹다	122	부드럽다	29
8	사진찍기좋다	290	먹고싶다	172	필수	107	잘어울리다	27
9	분위기 좋다	287	분위기 좋다	162	친절하다	93	잘먹다	26
10	먹고싶다	230	친절하다	150	가능하다	92	분위기 좋다	26
11	민다	230	좋아하다	137	잘하다	89	즐기다	24
12	어렵다	222	깔끔하다	134	예쁘다	88	추천하다	22
13	좋아하다	210	금액추가	129	즐기다	82	아쉽다	20
14	원하다	202	잘먹다	126	추천하다	79	배부르다	18
15	잘먹다	169	싸다	119	아쉽다	77	시원하다	17