

전국 주요상권 트렌드 분석 보고서

⑤ 대구 중앙로역 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 1~7 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	44
1. 연관 키워드(장소&브랜드 범주)	44
2. 연관 키워드(상품&메뉴 범주)	45
3. 키워드 언급량 시계열 변화	47
4. 키워드 속성 분석	48

〈분석요약〉

1. 상권개요

- 대구 중앙로역 상권은 대구 1,2호선 환승역인 중앙로역 중심으로 반월당역까지 발달한 대구시 내 가장 큰 상권이며 ‘동성로’라는 명칭으로도 많이 알려져 있음. 상업시설의 밀집도나 매출액 규모 면에서 전국 단위 상권으로 꼽을 수 있으며, 대표적인 로테오(의류/패션) 상권으로 자리매김 하고 있음
- 중앙로역 상권의 용도에 따른 상권유형은 역세권 중심의 상업지역으로 규정됨
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m/1000m의 주변지역도 교통중심지 성격이 강하기 때문에 대구의 중심지 역할을 하고 있음을 유추할 수 있으나, 수도권의 중심지와 비교했을 때 직장가 밀집지역은 아니기 때문에 출퇴근 시간의 밀집도 보다는 오후 시간대 밀집하는 경향을 보임
- 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 소매업 비중이 2.7%p 높아 소매업 특화상권으로 규정할 수 있으며, 의료/건강 업종도 4%p 높게 구성됨(중심지 기능)
- 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 의복/의류 10.9%p, 특화병원 4.2%p, 커피/음료 3.2%p 높아 의류/패션 관련업종과 병원이 복합된 상권
→ 중앙로역 상권의 특성업종은 ‘의류/패션, 병원, 미용, 양식’으로 규정됨
- 중앙로역 상권의 유동인구 밀집지역은 중앙로역 2번 출구 방향 부근이며, 주로 상권의 북서쪽에 밀집된 모습을 보임. 그러나 다른 주요상권에 비해 유동인구가 많은 지점과 적은 지점의 편차가 크지 않은 편이며, 상권 전반적으로 유동인구가 많고 비슷한 수치를 보임
- 중앙로역 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 8,269억, 2020년 6,341억, 2021년(추정) 6,451억으로 집계되어 2020년 23.3% 감소했다가 2021년 1.7% 증가함(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)

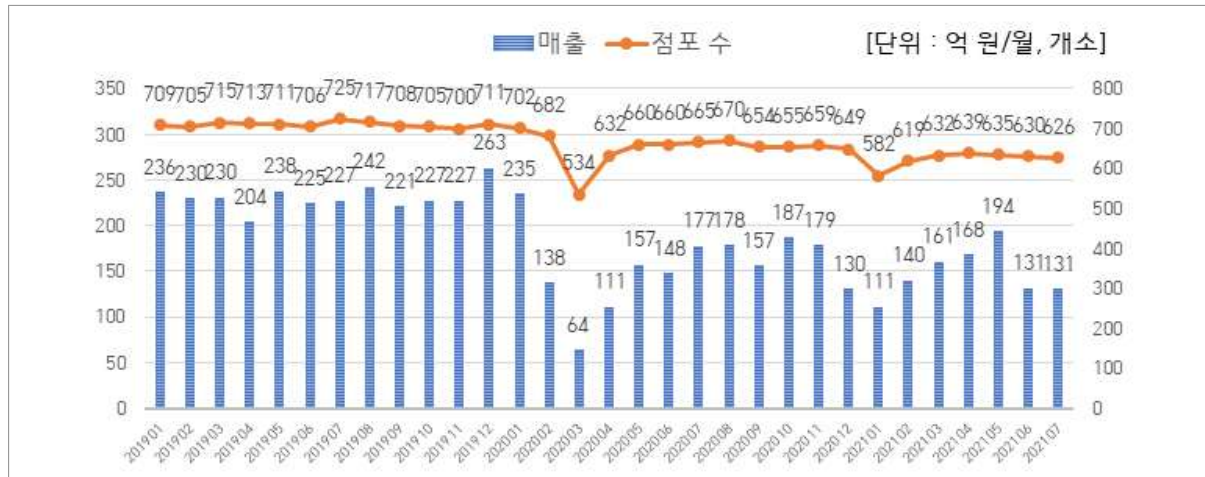
2. 음식업 업종분석

- 중앙로역 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 710개로 운영되던 점포수가 2020년 652개, 2021년 623개로 줄어들어 운영점포 수가 연간 8%, 4%씩 감소한 것으로 나타났으며, 전체 매출규모는 2020년 33%, 2021년 5% 감소
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 165개, 커피 전문점 130개, 서양식 음식점업 53개, 분식 46개, 한식 육류요리 전문점 37개 순으로 나타나 다른 주요상권보다 주점 비율이 낮고, 커피 전문점과 양식 비중이 높은 특징을 보임

<분석요약. 표1> 중앙로역 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)	2,770	1,861	1,776	-32.8%	-4.6%
점포 수 (기간 평균)	710	652	623	-8.2%	-4.4%



[분석요약. 그림1] 중앙로역 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 한식 일반 음식업, 서양식, 패스트푸드 업종의 매출 규모가 감소했으며, 타 상권과 유사하게 주점의 매출규모도 감소함. 반면, 커피전문점, 제과점, 김밥 및 기타 간이 음식점업은 2021년 매출이 증가하여 상권이 전반적으로 회복한 것은 아니나 몇몇 업종을 중심으로 반등세를 보임
- 유흥주점의 매출감소가 가장 컸으며, 한식 육류요리, 해산물요리, 치킨, 패스트푸드 업종의 매출이 크게 감소함
- 다른 상권과 다르게 서양식, 일식, 기타 외국식 음식점업은 시장규모는 감소했으나, 점포당 매출액은 크게 변하지 않아 매출이 높은 점포는 유지되는 특징이 나타나는 것으로 해석할 수 있으며, 커피, 제과점, 분식 업종은 2021년 점포당 매출액도 증가함
- 타 지역보다 2020년 매출 감소폭이 컸으나, 2021년 일부 업종과 맛집을 중심으로 회복세로 돌아서는 특징도 나타나고 있어 경기 회복에 대한 가능성을 보임

3. 음식업 고객 분석

- 17개 음식업종에서 11개 업종의 주요고객이 20대로 분석되며, 주요상권 평균 연령대 구성비에 비해 20대 집중도가 높은 특징
- 주점, 한식 일반 음식점, 일식, 서양식, 제과점, 커피 전문점, 한식 육류요리, 해산물요리 전문점에서 20대 비중이 높으며, 기타 외국식, 치킨, 패스트푸드, 한식 면요리 전문점에서는 30대 남성, 분식은 40대 여성, 중식은 50대 남성 비중이 높음

- 업종별로 성/연령별 고객 구성이 크게 변화하고 있으며, 업종별 주요고객층이 옮겨가는 것을 발견할 수 있음. 대표적으로 중식과 한식 일반 음식점은 50대 남성 비중이 증가하고, 20대가 감소했으며, 분식, 치킨, 한식 면요리 전문점은 50대 여성이 증가함
- 요일별 평균 이용비중 대비하여 패스트푸드, 한식 면요리, 한식 해산물요리 전문점은 월요일 비중이 높았고, 중식은 금요일이 상대적으로 높았으며, 주점과 분식, 제과점은 일요일 비중이 높게 분석됨
- 요일별로는 월요일과 금요일 비중이 높아지는 특징이 나타나며, 수요일과 목요일 비중이 줄어들어 다른 주요상권과는 다른 형태로 변하고 있음. 토요일 비중이 가장 높은 현상은 그대로 나타나지만 보완적으로 월/금요일 비중이 늘고 수/목/일요일 비중이 줄어들어 영업일과 휴일 조정에 참고할 수 있음
- 시간대별로는 이른 점심시간대 이용률이 높은 업종으로 분식, 중식, 한식 면요리, 기타 외국식(쌀국수, 카레 등), 간이 음식 포장판매 전문점이 뿔뿔했으며, 제과점, 커피 전문점, 패스트푸드 업종은 점심 시간대, 서양식, 일식, 한식 육류요리, 한식 해산물요리는 이른 저녁시간대, 주점은 밤 시간대 이용률이 높게 분석됨
- 전반적인 외식업 이용시간은 점심 시간대로 이동하는 모습이 나타나며, 밤 시간대 비중이 줄어들어 상권의 활성화 시간이 앞당겨진 특징이 나타남. 타 상권과는 다르게 이른 점심 시간대와 오후 시간대 이용률이 감소하여 업종에 따라 특정 시간대의 집중도가 높아질 것으로 예상할 수 있음

4. 음식업 메뉴분석

- 중앙로역 상권은 다른 주요 상권에 비해 주류 판매 비중은 낮은 편이나, 가장 높은 판매액을 보이고 있으며, 커피 전문점이나 기타 음료점업이 많아 음료 판매 비중이 높음. 서양식 메뉴가 발달하여 면류(파스타) 비중도 높은 것으로 분석됨
- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 주류(-3.9%p)였으며, 튀김류(-1.1%p), 볶음류(-0.6%p) 순으로 감소
- 반면, 밥류(1.6%p), 음료류(1.6%p), 빵/과자류(1.1%p) 비중 증가 → 주류보다 식사와 음료, 디저트 메뉴 판매비중 증가
- 2021년 맥주와 소주, 치킨, 떡볶이, 해장국 메뉴 판매액은 감소했으나, 곱창, 초밥은 2020년에 이어 지속 증가했으며, 삼겹살, 목살 등 돼지고기구이와 파스타/스파게티 메뉴가 반등하여 증가하고 있음
- 2021년 곱창, 삼겹살, 파스타/스파게티, 생선구이 메뉴 단가는 계속 상승했으며, 새롭게 라떼, 초밥, 목살 판매단가도 증가함. 칼국수와 돈가스 판매단가는 2020년 증가했다가 2021년 들어 감소함



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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가	20년 증감률	21년 증감률
소주	4,767	4,874	4,865	2.3%	-0.2%
파스타/스파게티	12,036	12,471	13,656	3.6%	9.5%
초밥	12,767	12,964	14,127	1.5%	9.0%
병맥주(국산)	4,607	4,951	4,951	7.5%	0.0%
아메리카노	2,609	2,457	2,961	-5.8%	20.5%
돈가스	13,841	14,055	13,623	1.5%	-3.1%
탄산음료	2,070	2,138	2,152	3.3%	0.7%
치킨	13,828	12,287	12,611	-11.1%	2.6%
피자	12,986	12,146	12,485	-6.5%	2.8%
목살	14,535	14,427	15,298	-0.7%	6.0%
삼겹살	8,128	9,132	10,079	12.4%	10.4%
생맥주(국산)	3,752	3,797	3,830	1.2%	0.9%
떡볶이	7,026	6,635	6,535	-5.6%	-1.5%
뼈해장국	7,495	7,543	8,000	0.6%	6.1%
병맥주(수입)	6,929	7,225	7,480	4.3%	3.5%
생선구이	15,919	20,100	21,772	26.3%	8.3%
칼국수	9,393	10,096	8,372	7.5%	-17.1%
카페라떼	3,897	3,832	4,189	-1.7%	9.3%
소곱창구이	6,914	34,048	43,316	392.4%	27.2%
김치찌개	9,525	9,579	9,943	0.6%	3.8%

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

<분석요약. 표3> 중앙로역 상권 업종별 2020~2021년 판매액 기준 주요메뉴 1~5위(한식~패스트푸드)

한식 일반 음식점업			한식 면요리 전문점			한식 육류요리 전문점		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	일반소주	파전	1	칼국수	칼국수	1	돼지고기 구이	곱창/대창 /막창
2	뼈해장국	일반소주	2	고기보쌈/ 수육	고기보쌈/ 수육	2	일반소주	돼지고기 구이
3	돼지국밥	뼈해장국	3	우동	콩국수	3	갈비구이	갈비찜
4	국산 병맥주	갈비찜	4	탄산음료	멸치국수	4	돈가스	일반소주
5	탄산음료	돼지국밥	5	일반소주	비빔국수	5	불고기/ 주물럭	양고기 구이
한식 해산물요리 전문점			일식 음식점업			서양식 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	생선구이	생선구이	1	일반/기타 초밥	일반/기타 초밥	1	돈가스	돈가스
2	일반소주	부대찌개	2	생선회	생선초밥	2	일반/기타 파스타	일반/기타 파스타
3	부대찌개	일반소주	3	돈가스	라멘	3	크림 파스타	크림 파스타
4	국산 병맥주	공기밥	4	탄산음료	고기덮밥	4	돼지고기 구이	돼지고기 구이
5	탄산음료	돼지고기 볶음	5	우동	생선회	5	탄산음료	탄산음료
중식 음식점업			기타 외국식 음식점업			피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	-	마라탕	1	일반소주	일반/기타 전골	1	일반/기타 피자	일반/기타 피자
2	-	회귀	2	국산 병맥주	일반소주	2	크림 파스타	고기 볶음밥
3	-	돼지고기 샐러드	3	탄산음료	국물 쌀국수	3	고르곤졸라 피자	와플
4	-	탕수육	4	크림 파스타	국산 병맥주	4	탄산음료	고르곤졸라 피자
5	-	소고기 구이	5	치킨	월남쌈	5	일반/기타 파스타	크림 파스타

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

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

치킨 전문점			생맥주 전문점			기타 주점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	치킨	치킨	1	일반소주	일반소주	1	일반소주	일반소주
2	국산 생맥주	찜닭	2	국산 병맥주	국산 병맥주	2	국산 병맥주	국산 병맥주
3	일반소주	국산 생맥주	3	탄산음료	탄산음료	3	탄산음료	탄산음료
4	국산 병맥주	일반소주	4	치킨	치킨	4	치킨	어묵탕
5	탄산음료	국산 병맥주	5	국산 생맥주	어묵탕	5	국산 생맥주	닭고기 구이
일반 유흥주점업			간이 음식 포장 판매 전문점			기타 비알코올 음료점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	수입 병맥주	칵테일	1	불고기/주물럭	일반/기타 국밥	1	아메리카노/에스프레소	생과일 주스
2	일반소주	수입병맥주	2	탄산음료	불고기/주물럭	2	라떼	아메리카노/에스프레소
3	국산 병맥주	위스키	3	일반소주	일반/기타 국수	3	-	라떼
4	탄산음료	일반소주	4	국산 병맥주	공기밥	4	-	아이스티
5	로제 파스타	와인	5	아메리카노/에스프레소	일반소주	5	-	다쿠아즈
커피 전문점			제과점업			김밥 및 기타 간이 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	아메리카노/에스프레소	아메리카노/에스프레소	1	아메리카노/에스프레소	아메리카노/에스프레소	1	일반/기타 김밥	떡볶이
2	라떼	라떼	2	수입 병맥주	치즈 케이크	2	떡볶이	파히타
3	탄산음료	와플	3	라떼	라떼	3	우동	라멘
4	수입 병맥주	에이드	4	탄산음료	크로와상	4	일반소주	마카롱
5	일반/기타 피자	아이스티	5	-	바게트	5	국산 병맥주	일반소주

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

5. 키워드 분석

- 키워드 ‘동성로맛집’, ‘동성로음식점’, ‘동성로식당’, ‘동성로점심’, ‘동성로저녁’, ‘동성로식사’ 등 장소&브랜드 범주의 연관 검색어를 분석하면, 2019년은 주점 언급량이 많았으며, 특히 특정 맛집에 대한 언급량이 많이 등장함
- 2020년은 전체적인 언급량이 감소하면서 패스트푸드 매장 검색이 증가했고, 주점 언급량이 특히 감소함
- 2021년에도 2019~2020년 나타난 특정 매장에 대한 키워드 중심으로 언급되고 있으며, 이를 통해 다양한 업종의 맛집들이 음식업 상권을 이끌고 있는 것으로 유추할 수 있음
- 동일한 키워드로 상품&메뉴 범주의 연관 키워드를 분석하면, 2019년은 파스타, 초밥, 맥주, 떡볶이, 피자, 스테이크 등 양식, 주점, 분식, 육류요리 관련한 다양한 메뉴가 등장함
- 2020년은 돈가스, 튀김 메뉴가 신규로 등장하고, 초밥 관련 메뉴 언급량 순위가 오른 것으로 집계됨
- 2021년은 와인, 치즈, 마카롱, 칵테일과 같은 새로운 키워드 언급량이 증가했으며, 기존의 양식, 분식, 디저트 메뉴와 함께 새로운 형태의 주점이 나타나고 있음을 유추할 수 있음
- 다른 상권의 키워드 언급량은 2019년에서 2021년으로 진행될수록 점차 변화하는 모습을 보이 나, 중앙로역 상권은 업종의 변경보다는 매장의 형태나 메뉴, 가격 등이 변하고 있는 것으로 유추할 수 있음



[분석요약. 그림3] 중앙로역 음식업 장소&브랜드 연관키워드(2021년 1~7월)

〈외식분야 전문가 의견〉

한양사이버 대학교 호텔외식경영학과
김 영 갑 교수

- 대구시 중구에 위치한 동성로 상권은 대구를 대표하는 상권으로 과거부터 현재까지 고객 유입력 1등 상권의 위치를 유지하고 있으나 최근 다음과 같은 변화가 나타나고 있음
 - 대구시 다수의 상권 중에서 최고의 유입력을 유지하고 있으나 지속적인 하락세를 보이고 있음.
 - 상권내 매출액 수준이 약 40% 하락한 것은 고객의 유입이 비슷한 수준으로 하락한 것이 반영된 결과임
 - 고객의 유입력의 변화를 연령대별로 살펴본 결과, 40대부터 60대까지는 코로나19 직전 수준으로 회복이 되었으나 10대부터 30대까지의 고객층에서는 코로나19 이전 수준의 60~70%수준까지만 회복되었음
 - 새로운 트렌드를 찾아서 이동하는 MZ세대가 동성로 상권에서 이탈하여 다시 돌아오게 될지는 현재로서는 확신하기 힘든 상황임
- 대구시 달서구, 수성구 상권과의 경쟁관계를 고려한 중구 동성로 상권 현황을 정리하면 다음과 같음
 - 주점, 서양식, 분식 업종의 경우 중구 동성로 상권이 가장 높은 경쟁력 수준으로 나타나고 있음
 - 카페와 디저트, 중식, 한식, 일식 업종의 경우 수성구 상권이 가장 높은 경쟁력 수준으로 나타나고 있음
 - 치킨, 해산물 업종의 경우 달서구 상권이 가장 높은 경쟁력 수준으로 나타나고 있음
 - 상권별 주요 소비자 특성과 소비자의 라이프스타일에 따른 선호 업종이 다르게 나타나고 있음을 알 수 있음
 - 중구 동성로 상권의 대구시의 다른 상권과 차별화된 특성을 명확하게 인식 후 정밀한 분석을 통해 선택과 집중으로 고객 유입력의 하락 추세를 회복시켜야 할 단계임

〈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 7월
업종별 매출액/이용건수	카드사 + 결제수단별 통계 데이터 기반 나이스지니데이터 추정	대/중/소분류 업종단위별 추정매출액 규모	1개월	2021년 7월
업종 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 총매출액 증감	1개월	2020년 1~12월 2021년 1~7월 월평균 비교
업종별 성/연령대별 이용량 업종별 요일/시간대별 이용량	카드사 기반 나이스지니데이터 추정	지역/업종별 성/연령대, 요일/시간대 이용건수, 비중정보	1개월	2021년 7월
고객 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 고객컬럼별 비중 증감	1개월	2020년 1~12월 2021년 1~7월 월평균 비교
메뉴별 판매점포 수 및 구성비	POS사	대/중/소분류 업종단위별 점포 수 (음식업 전체 10만 사업자)	1개월	2021년 7월
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 7월
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 1~7월 월평균 비교
연관 검색어 (장소&브랜드, 상품&메뉴)	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 주요 연관검색어	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 7월
SNS채널별 언급량	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	유튜브, 트위터, 블로그 상권별 음식업 관련 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 7월
키워드 속성분석	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 속성 키워드 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 7월

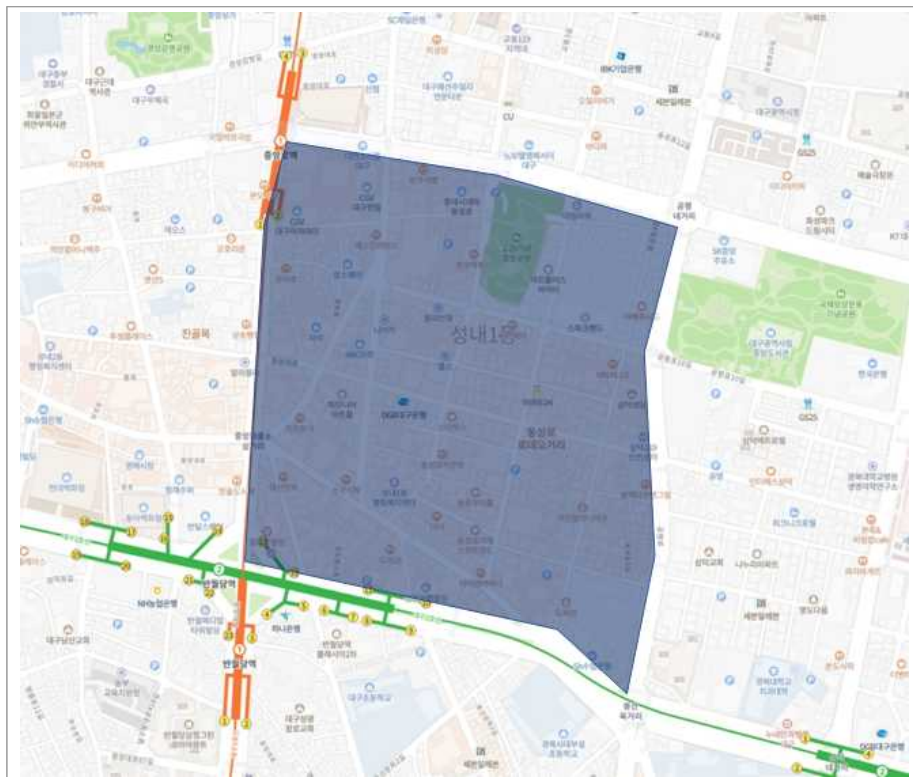
〈해석시 유의사항〉
<p>* 본 보고서에 수록된 내용은 추정된 통계자료이며, 데이터 수집 방법, 데이터 분류 및 집계, 분석 대상 및 시점 등 요건이 타기관의 발표 자료와 상이할 수 있으므로 직접 비교될 수 없습니다.</p> <p>* 본 보고서의 내용은 신뢰할 수 있는 데이터를 활용한 분석 결과이나, 어떠한 경우에도 법적 책임소재에 대한 증빙자료로 사용될 수 없습니다.</p>

〈분석결과〉

I. 상권현황

1. 상권개요

- 대구 중앙로역 상권은 대구 1,2호선 환승역인 중앙로역 중심으로 반월당역까지 발달한 대구시 내 가장 큰 상권이며 ‘동성로’라는 명칭으로도 많이 알려져 있음. 상업시설의 밀집도나 매출액 규모 면에서 전국 단위 상권으로 꼽을 수 있으며, 대표적인 로테오(의류/패션) 상권으로 자리매김 하고 있음



[그림 I-1] 대구 중앙로역 상권 영역

<표 I-1> 중앙로역 상권 기초현황

항목/상권영역	선택 영역 내	반경 500M내	반경 1,000M내
주거인구(명)	452	1,938	25,353
세대수(가구)	296	1,215	14,678
유동인구(명/일) (최대지점 / 평균)	21,251 / 16,535	23,759 / 14,868	23,759 / 6,814
지하철 승하차 인구 수(명)	22,929	70,624	93,025
버스 정류장수(개소)	4	13	64
관공서/금융기관(개소)	13	23	63
문화시설/영화관(개소)	5	10	36

- 중앙로역 상권 내 주거인구 규모는 452명/세대수는 296가구이며, 통행량 기준으로 가장 많은 지점에 일평균 2만 1천명, 상권 평균적으로 1만 7천명이 유동함
- 대구의 지하철 이용량은 중심지에 집중되는 경향이 강한데, 1,2호선 환승역이자 가장 승하차 인구가 많은 역세권으로 뽑을 수 있음

2. 상권유형

1) 토지/건물용도에 따른 구분



[그림 I-2] 중앙로역 상권 토지/건물용도 구분

<표 I-2> 중앙로역 상권 영역/반경별 용도에 따른 상권유형

선택 영역 상권유형	배후 상권유형 (중심점 반경 500M 내)	배후 상권유형 (중심점 반경 1000M 내)
역세권 87% 일반상업지 13%	역세권 87% 일반상업지 9% 고밀주거상업2% 복합상업지 2%	역세권 67% 일반상업지 11% 고밀주거상업4% 고밀주거지역4% 복합상업지 4% 그 외 10%

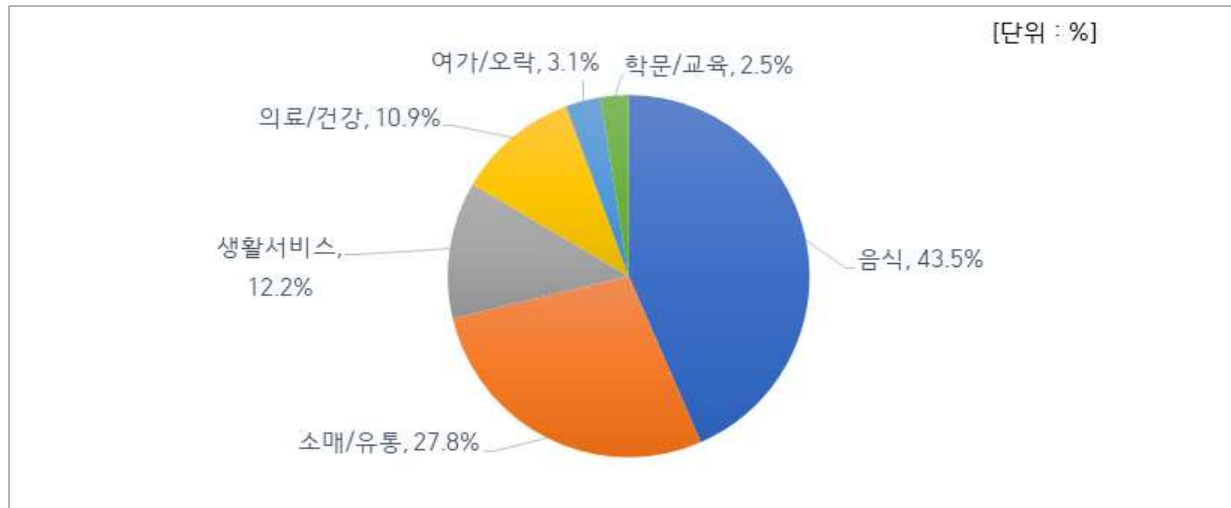
- 중앙로역 상권의 용도에 따른 상권유형은 역세권 중심의 상업지역으로 규정됨
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m/1000m의 주변지역도 교통중심지 성격이 강하기 때문에 대구의 중심지 역할을 하고 있음을 유추할 수 있으나, 수도권 중심지와 비교했을 때 직장가 밀집지역은 아니기 때문에 출퇴근 시간의 밀집도 보다는 오후 시간대 밀집하는 경향을 보임

<표 I -3> 토지/건물용도에 따른 상권유형 설명

대분류	중분류	설명	소분류(상권유형)
기타비율 70% 미만	주거지역 (주거용 비율 70% 이상)	주거비율 상위 30%	고밀주거지역
		주거비율 30~70%	중밀주거지역
		주거비율 하위 30%	저밀주거지역
	준주거지역 (주거용 비율 30~70%)	공업비율 30~70%, 공업 > 상업, 업무	주거공업지
		상업비율 30~70%, 주택비율 상위 50%	고밀주거상업
		상업비율 30~70%, 주택비율 하위 50%	저밀주거상업
		업무비율 30~70%, 업무 > 공업, 상업	주거오피스가
	비주거지역 (주거용 비율 30% 미만)	공업비율 50% 이상, 기타 30% 미만	공업중심지 (공업+상업: 공업상업지 공업+업무: 공업업무지 공업50%이상: 공업중심지)
		상업비율 50% 이상, 기타 30% 미만	일반상업지
		업무비율 50% 이상, 기타 30% 미만	오피스가
		상업, 업무비율 30~70%	복합상업지 (주거+상업+업무: 복합상업지 공업+상업+업무: 혼합상업지)
	기타비율 70% 이상 (산, 수계, 공원, 학교 등 면적 70% 이상)		
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

○ 중앙로역 상권의 업종은 음식업 44% > 소매/유통 28% > 생활서비스 12% 등으로 구성



[그림 1-3] 중앙로역 상권 업종 구성비

○ 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 소매업 비중이 2.7%p 높아 소매업 특화상권으로 규정할 수 있으며, 의료/건강 업종도 4%p 높게 구성됨(중심지 기능)

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

[단위 : %, %p]

구분	음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육
해당상권	43.5%	27.8%	12.2%	10.9%	3.1%	2.5%
전국평균	42.9%	25.1%	13.2%	6.9%	4.7%	7.3%
편차	0.6%p	2.7%p	-1.0%p	4.0%p	-1.6%p	-4.8%p

○ 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 의복/의류 10.9%p, 특화병원 4.2%p, 커피/음료 3.2%p 높아 의류/패션 관련업종과 병원이 복합된 상권으로 규정됨

→ 중앙로역 상권의 특성업종은 ‘의류/패션, 병원, 미용, 양식’ 으로 규정됨

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

[단위 : %, %p]

순위	주요업종(중분류)	해당상권 구성비	전국평균 구성비	편차
1	의복/의류	14.4%	3.6%	10.9%p
2	한식	11.3%	11.7%	-0.4%p
3	미용서비스	10.2%	7.6%	2.6%p
4	커피/음료	9.2%	6.0%	3.2%p
5	특화병원	5.7%	1.5%	4.2%p
6	패션잡화	4.2%	2.0%	2.3%p
7	양식	3.7%	1.0%	2.6%p
8	간이주점	3.5%	3.2%	0.4%p
9	분식	3.3%	3.0%	0.3%p
10	일식/수산물	2.6%	3.6%	-0.9%p

3) 상권규모에 따른 구분

- 전국 1200대 주요상권 중 중앙로역 상권은 상위 3.3%에 해당하는 매출규모를 보이고 있으며, 음식업은 상위 1.3%에 해당하여 음식업 매출규모가 큼



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

- 전체 상권의 매출규모는 2019년 22위, 2020년 37위, 2021년 37위로 2020년 떨어진 순위를 유지하고 있으며, 소매업 순위가 가장 많이 떨어짐
- 반면, 음식, 생활서비스 분야의 순위는 2021년 오른 것으로 분석됨

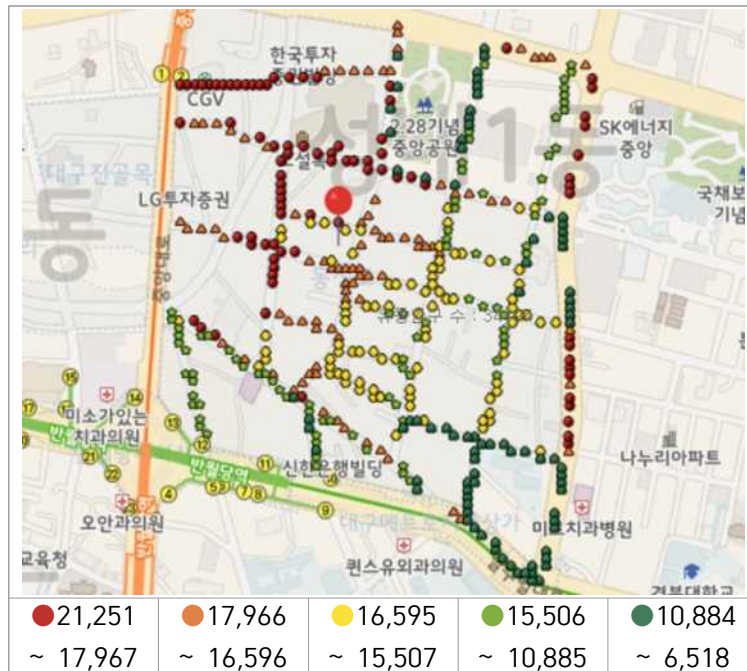
<표 I-6> 중앙로역 상권 대분류 업종별 구성비 / '19~'21 전국 주요상권 中 순위 변화

		[단위 : 억 원, 순위, %]						
구분		음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육	전업종 합계
2019년	매출액	2,770	2,863	287	1,985	138	226	8,269
	주요상권 매출순위	15	55	72	8	133	65	22
	주요상권 매출분위	1.3%	4.9%	6.4%	0.7%	11.8%	5.7%	1.9%
2020년	매출액	1,861	1,997	236	1,980	125	142	6,341
	주요상권 매출순위	19	82	75	8	89	87	37
	주요상권 매출분위	1.7%	7.3%	6.6%	0.7%	7.9%	7.7%	3.3%
2021년 (연간 추정)	매출액	1,728	1,895	281	2,183	118	121	6,326
	주요상권 매출순위	14	92	67	11	95	121	37
	주요상권 매출분위	1.2%	8.1%	5.9%	1.0%	8.4%	10.7%	3.3%

3. 상권 일반현황

1) 유동인구

- 중앙로역 상권의 유동인구 밀집지역은 중앙로역 2번 출구 방향 부근이며, 주로 상권의 북서쪽에 밀집된 모습을 보임. 그러나 다른 주요상권에 비해 유동인구가 많은 지점과 적은 지점의 편차가 크지 않은 편이며, 상권 전반적으로 유동인구가 많고 비슷한 수치를 보임
- 유동인구는 20대 여성 비중이 매우 높으며, 전체 연령대별로 여성 유동인구가 많은 것으로 집계됨. 요일별로는 토요일과 오후 시간대 집중도가 높음



[그림 I-5] 중앙로역 상권 유동인구 지도

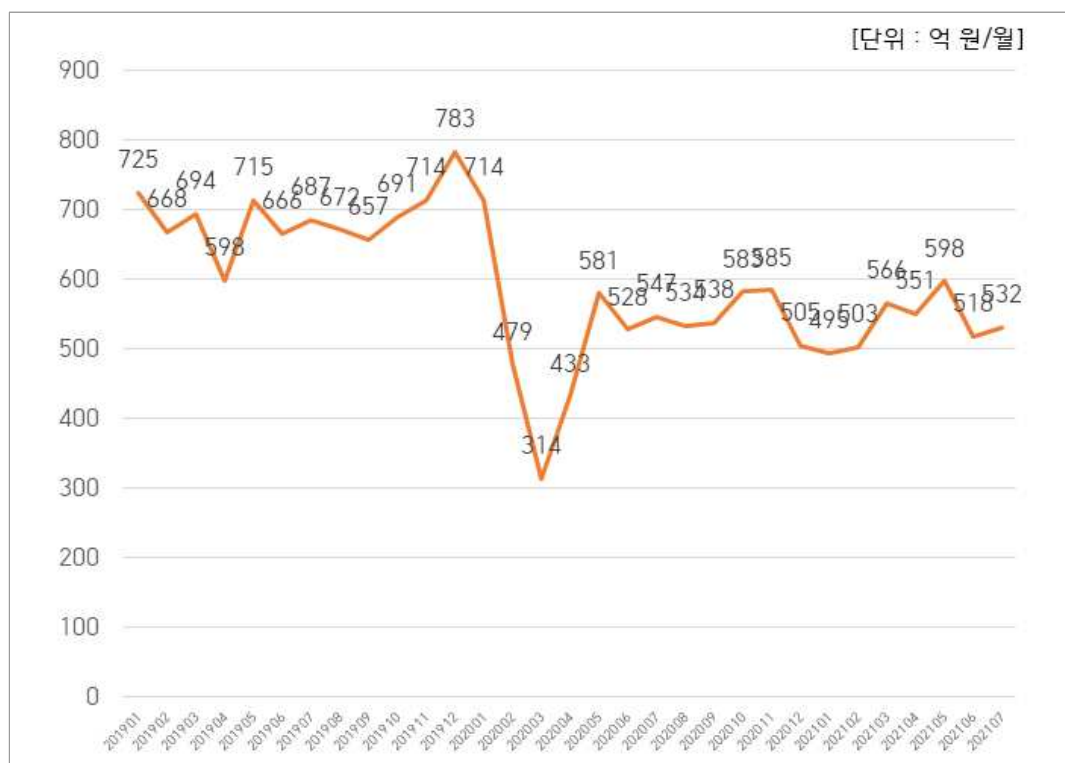
<표 I-7> 중앙로역 상권 유동인구 현황

[단위 : 명]

구분	유동인구 일평균 최대지점		선택영역 내 일평균 유동인구 수							
유동인구 수	21,251		16,535							
구분	20대		30대		40대		50대		60대	
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
유동인구 수	2,366	7,551	758	1,650	678	1,532	409	847	168	298
구분	월	화	수	목	금	토	일			
아침(09~12시)	1,790	2,036	2,577	3,127	3,486	5,066	3,021			
점심(12~14시)	1,363	1,614	1,993	2,513	2,734	3,115	1,731			
오후(14~18시)	3,356	3,746	4,818	5,718	6,414	10,504	6,476			
저녁(18~21시)	3,003	3,487	4,711	5,712	6,752	8,443	4,481			

2) 상권 전 업종 매출액 변화

- 중앙로역 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 8,269억, 2020년 6,341억, 2021년(추정) 6,451억으로 집계되어 2020년 23.3% 감소했다가 2021년 1.7% 증가함(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)
- 2020년 업종별로는 학문/교육업(-37%) > 음식업(-33%) > 소매업(-30%) 순으로 감소폭이 컸으며, 의료/건강업과 여가/오락업은 비교적 감소폭이 작았음
- 2021년에도 학문/교육업(-17%)은 감소세가 이어졌으나, 음식, 소매, 여가/오락업은 낮은 감소세를 보였으며, 의료/건강업(19%)을 비롯하여 생활서비스업(12%)은 증가세로 돌아섬



[그림 I-6] 중앙로역 상권 전 업종 매출액 변화

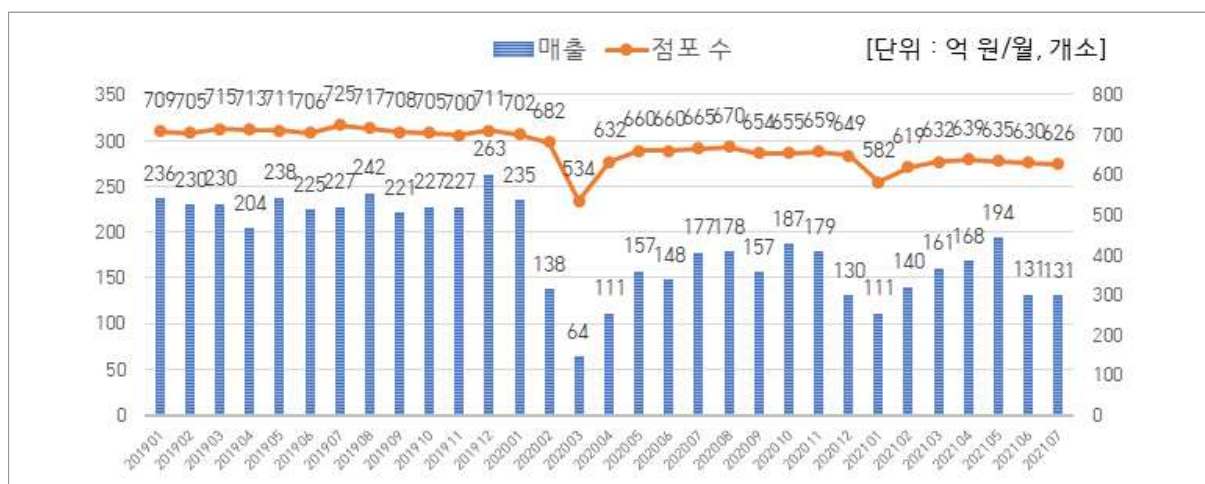
<표 I-8> 중앙로역 상권 대분류 업종별 매출액 변화

구분	매출액			증감률	
	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
전 업종 합계	8,269	6,341	6,451	-23.3%	1.7%
음식	2,770	1,861	1,776	-32.8%	-4.6%
소매/유통	2,863	1,997	1,946	-30.2%	-2.6%
생활서비스	287	236	281	-18.0%	19.1%
의료/건강	1,985	1,980	2,212	-0.2%	11.7%
여가/오락	138	125	119	-9.1%	-4.6%
학문/교육	226	142	117	-37.3%	-17.2%

II. 음식업 업종분석

1. 전체 음식업 현황

- 중앙로역 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 710개로 운영되던 점포수가 2020년 652개, 2021년 623개로 줄어들어 운영점포 수가 연간 8%, 4%씩 감소한 것으로 나타났으며, 전체 매출규모는 2020년 33%, 2021년 5% 감소
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 165개, 커피 전문점 130개, 서양식 음식점업 53개, 분식 46개, 한식 육류요리 전문점 37개 순으로 나타나 다른 주요상권보다 주점 비율이 낮고, 커피 전문점과 양식 비중이 높은 특징을 보임



[그림 II-1] 중앙로역 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

<표 II-1> 중앙로역 상권 전체 음식업 매출 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]

구분	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
매출액 (기간 합산)	2,770	1,861	1,776	-32.8%	-4.6%
점포 수 (기간 평균)	710	652	623	-8.2%	-4.4%

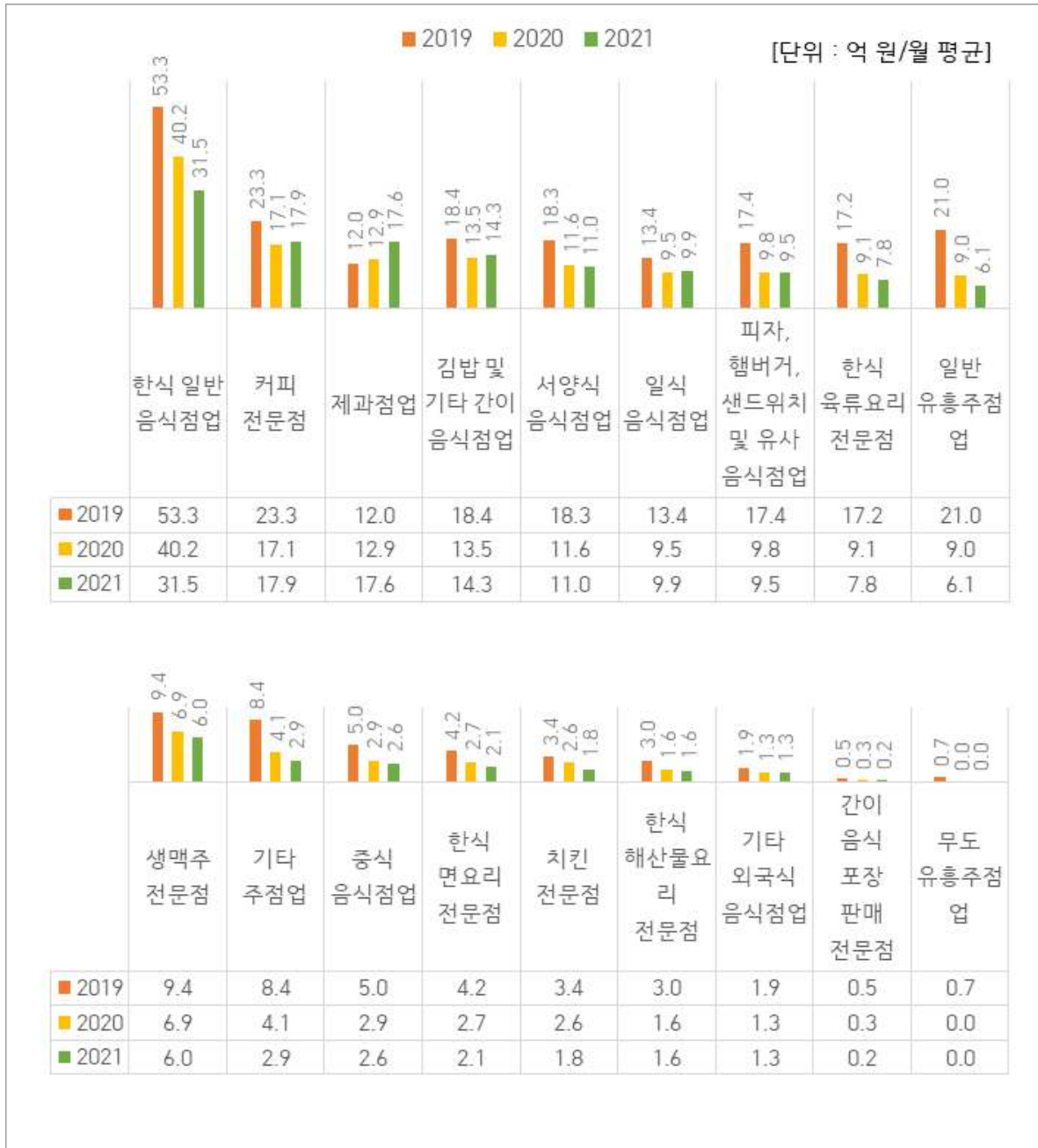


[그림 II-2] 중앙로역 상권 음식업 업종별 점포 수(2021년 7월 기준)

2. 업종별 현황

1) 총 매출액

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 한식 일반 음식점, 서양식, 패스트푸드 업종의 매출 규모가 감소했으며, 타 상권과 유사하게 주점의 매출규모도 감소함. 반면, 커피전문점, 제과점, 김밥 및 기타 간이 음식점업은 2021년 매출이 증가하여 상권이 전반적으로 회복한 것은 아니나 몇몇 업종을 중심으로 반등세를 보임



[그림 II-2] 중앙로역 상권 음식점 업종별 총 매출액 변화

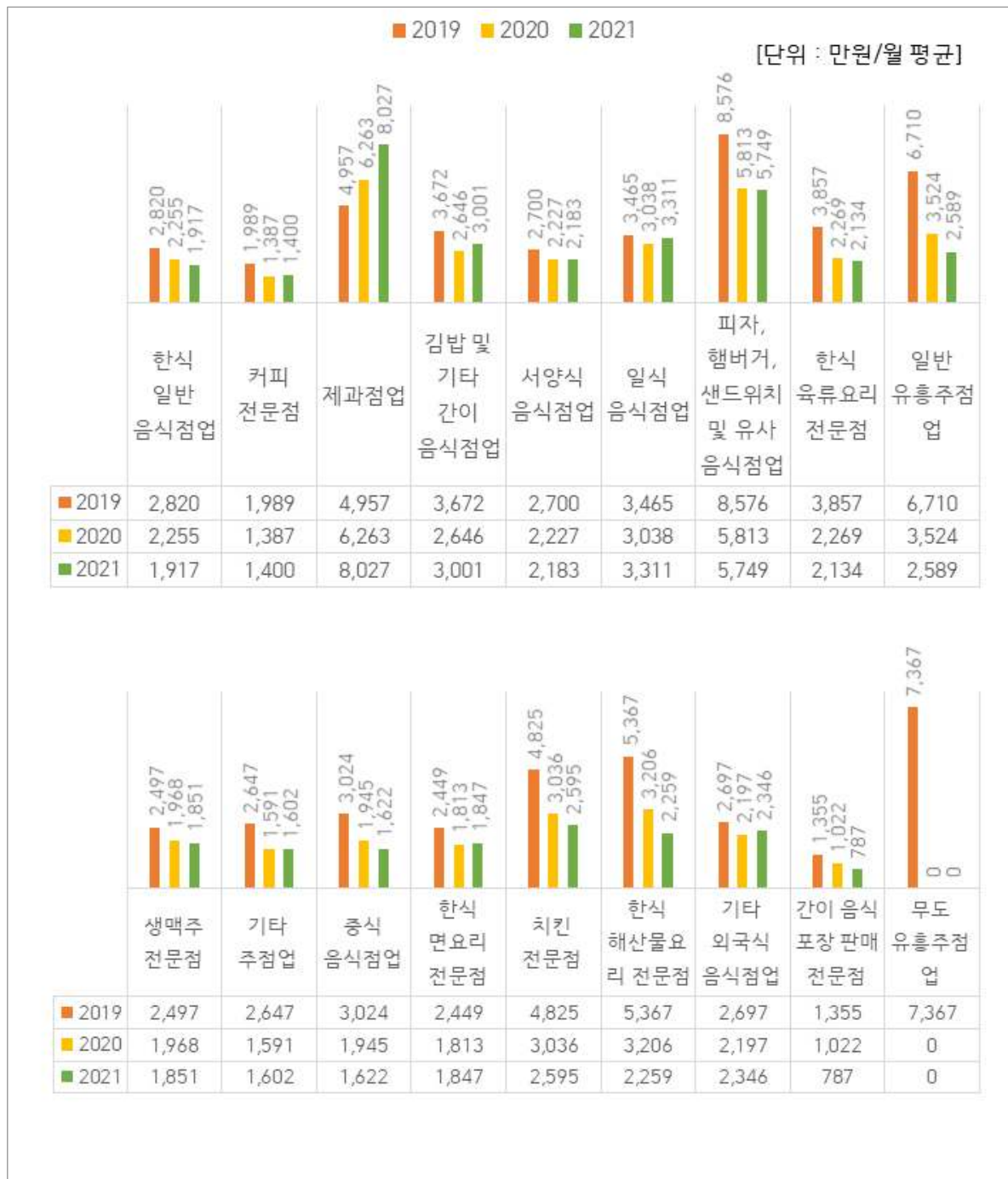
<표 II-2> 중앙로역 상권 음식점종별 총 매출액 변화

[단위 : 억 원/월, %]

구분	한식 일반	커피 전문점	제과점	김밥 및 기타 간이 음식점	서양식	일식	피자,햄 버거,샌 드위치 및 유사 음식점	한식 육류	일반 유흥주 점
2019년	53.3	23.3	12.0	18.4	18.3	13.4	17.4	17.2	21.0
2020년	40.2	17.1	12.9	13.5	11.6	9.5	9.8	9.1	9.0
2021년	31.5	17.9	17.6	14.3	11.0	9.9	9.5	7.8	6.1
19년 대비 20년	-24.5%	-26.5%	8.1%	-26.8%	-36.7%	-28.9%	-43.9%	-47.4%	-57.1%
20년 대비 21년	-21.7%	4.6%	35.6%	5.6%	-5.0%	4.1%	-3.1%	-14.0%	-31.8%
구분	생맥주 전문점	기타 주점업	중식	한식 면요리	치킨 전문점	한식 해산물	기타 외국식	간이 음식 포장 판매	무도 유흥주 점
2019년	9.4	8.4	5.0	4.2	3.4	3.0	1.9	0.5	0.7
2020년	6.9	4.1	2.9	2.7	2.6	1.6	1.3	0.3	0.0
2021년	6.0	2.9	2.6	2.1	1.8	1.6	1.3	0.2	0.0
19년 대비 20년	-26.9%	-51.5%	-42.1%	-35.6%	-24.5%	-44.8%	-33.9%	-35.6%	-100.0%
20년 대비 21년	-12.3%	-27.9%	-11.7%	-24.8%	-30.9%	-3.0%	-0.2%	-20.8%	0.0%

2) 점포당 매출액

- 유흥주점의 매출감소가 가장 컸으며, 한식 육류요리, 해산물요리, 치킨, 패스트푸드 업종의 매출이 크게 감소함
- 다른 상권과 다르게 서양식, 일식, 기타 외국식 음식점업은 시장규모는 감소했으나, 점포당 매출액은 크게 변하지 않아 매출이 높은 점포는 유지되는 특징이 나타나는 것으로 해석할 수 있으며, 커피, 제과점, 분식 업종은 2021년 점포당 매출액도 증가함
- 타 지역보다 2020년 매출 감소폭이 컸으나, 2021년 일부 업종과 맛집을 중심으로 회복세로 돌아서는 특징도 나타나고 있어 경기 회복에 대한 가능성을 보임



[그림 II-3] 중앙로역 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

<표 II-3> 중앙로역 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

[단위 : 만원/월, %]

구분	한식 일반	커피 전문점	제과점	김밥 및 기타 간이 음식점	서양식	일식	피자,햄 버거,샌 드위치 및 유사 음식점	한식 육류	일반 유흥주 점
2019년	2,820	1,989	4,957	3,672	2,700	3,465	8,576	3,857	6,710
2020년	2,255	1,387	6,263	2,646	2,227	3,038	5,813	2,269	3,524
2021년	1,917	1,400	8,027	3,001	2,183	3,311	5,749	2,134	2,589
19년 대비 20년	-20.0%	-30.3%	26.4%	-27.9%	-17.5%	-12.3%	-32.2%	-41.2%	-47.5%
20년 대비 21년	-15.0%	0.9%	28.2%	13.4%	-2.0%	9.0%	-1.1%	-5.9%	-26.5%
구분	생맥주 전문점	기타 주점업	중식	한식 면요리	치킨 전문점	한식 해산물	기타 외국식	간이 음식 포장 판매	무도 유흥주 점
2019년	2,497	2,647	3,024	2,449	4,825	5,367	2,697	1,355	7,367
2020년	1,968	1,591	1,945	1,813	3,036	3,206	2,197	1,022	0
2021년	1,851	1,602	1,622	1,847	2,595	2,259	2,346	787	0
19년 대비 20년	-21.2%	-39.9%	-35.7%	-26.0%	-37.1%	-40.3%	-18.5%	-24.5%	-100.0%
20년 대비 21년	-6.0%	0.7%	-16.6%	1.9%	-14.5%	-29.5%	6.8%	-23.0%	0.0%

3. 업종 트렌드

- 업종별 경기 동향을 살펴보면 제과점은 코로나19 기간에도 지속 성장하고 있었던 것으로 나타나며, 분식, 커피, 일식 업종은 2020년 큰 폭으로 감소했으나 2021년 회복세로 돌아선 것으로 분석됨
- 기타 외국식, 한식 해산물요리, 패스트푸드, 서양식, 중식, 생맥주 전문점, 한식 육류요리 업종은 2021년 감소세가 줄어들었으며, 한식 일반 음식점, 한식 면요리, 주점은 여전히 큰 감소세를 보이고 있으나, 주점 비율이 다른 주요상권보다 높지 않고, 상권의 주 고객층이 주점 이용을 목적으로 상권으로 유입되는 비율이 낮기 때문에 각종 요리 전문점을 중심으로 회복할 가능성을 보임

〈표 Ⅱ-4〉 중앙로역 상권 업종별 경기 동향

[단위 : %]

구분	총 매출액 증감률		경기 동향	
	19년 대비20년	20년 대비21년	2020년	2021년
제과점업	8.1%	35.6%	소폭증가	대폭증가
김밥 및 기타 간이 음식점업	-26.8%	5.6%	대폭감소	소폭증가
커피 전문점	-26.5%	4.6%	대폭감소	소폭증가
일식 음식점업	-28.9%	4.1%	대폭감소	소폭증가
기타 외국식 음식점업	-33.9%	-0.2%	대폭감소	소폭감소
한식 해산물요리 전문점	-44.8%	-3.0%	대폭감소	소폭감소
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	-43.9%	-3.1%	대폭감소	소폭감소
서양식 음식점업	-36.7%	-5.0%	대폭감소	소폭감소
중식 음식점업	-42.1%	-11.7%	대폭감소	소폭감소
생맥주 전문점	-26.9%	-12.3%	대폭감소	소폭감소
한식 육류요리 전문점	-47.4%	-14.0%	대폭감소	소폭감소
간이 음식 포장 판매 전문점	-35.6%	-20.8%	대폭감소	대폭감소
한식 일반 음식점업	-24.5%	-21.7%	대폭감소	대폭감소
한식 면요리 전문점	-35.6%	-24.8%	대폭감소	대폭감소
기타 주점업	-51.5%	-27.9%	대폭감소	대폭감소
치킨 전문점	-24.5%	-30.9%	대폭감소	대폭감소
일반 유흥주점업	-57.1%	-31.8%	대폭감소	대폭감소
무도 유흥주점업	-100.0%	-	대폭감소	-

Ⅲ. 음식업 고객 분석

1. 전체 고객 현황

○ 중앙로역 상권의 음식업을 주로 이용하는 고객층은 20대 여성 > 20대 남성 > 30대 남성



[그림 Ⅲ-1] 중앙로역 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 이용비중(2021년 1~7월)

<표 Ⅲ-1> 중앙로역 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 비중

[단위 : %]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	16.8%	15.5%	8.6%	7.5%	2.1%
여성	18.7%	11.7%	9.1%	8.0%	1.9%

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

○ 요일별로는 토요일 > 일요일 > 금요일 순으로 높은 소매업 특화상권의 성격을 보임



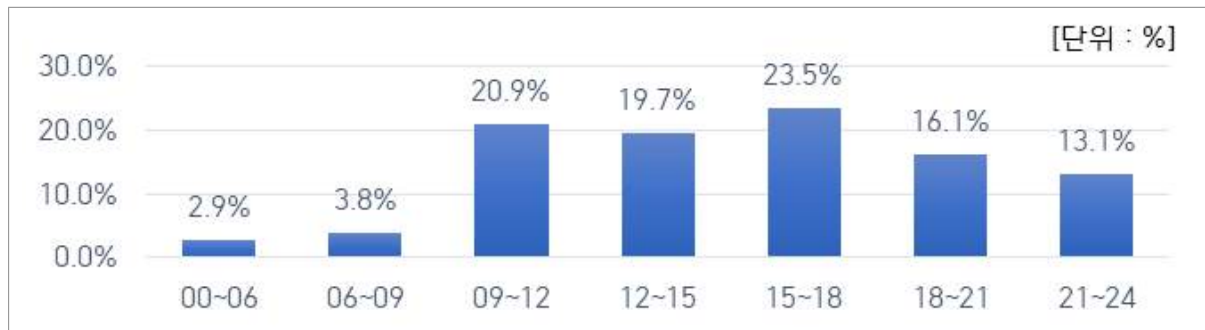
[그림 Ⅲ-2] 중앙로역 상권 음식업 이용고객 요일별 이용비중(2021년 1~7월)

<표 Ⅲ-2> 중앙로역 상권 음식업 이용고객 요일별 비중

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	11.2%	10.9%	11.4%	11.7%	15.0%	21.5%	18.2%

- 시간대별로는 저녁시간대 비중이 가장 높으나, 점심과 오후, 밤 시간대까지 비교적 고르게 분포함



[그림 Ⅲ-3] 중앙로역 상권 음식점 이용고객 시간대별 이용비중(2021년 1~7월)

<표 Ⅲ-3> 중앙로역 상권 음식점 이용고객 시간대별 비중

[단위 : %]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	2.9%	3.8%	20.9%	19.7%	23.5%	16.1%	13.1%

2. 업종별 고객현황(2021년 1~7월)

1) 성/연령대별 비중

- 17개 음식점종에서 11개 업종의 주요고객이 20대로 분석되며, 주요상권 평균 연령대 구성비에 비해 20대 집중도가 높은 특징
- 주점, 한식 일반 음식점, 일식, 서양식, 제과점, 커피 전문점, 한식 육류요리, 해산물요리 전문점에서 20대 비중이 높으며, 기타 외국식, 치킨, 패스트푸드, 한식 면요리 전문점에서는 30대 남성, 분식은 40대 여성, 중식은 50대 남성 비중이 높음
- 전국 주요상권 평균 연령대 구성비 대비하여 20대 비중이 전 외식업종에서 높게 나타나는 것으로 분석되며, 주류 취급비중이 높은 주점과 치킨, 일식 업종과 한식 일반 음식점, 한식 면요리 전문점은 남성 비중이 높고, 서양식, 중식, 기타 외국식, 한식 육류요리, 한식 해산물 요리 등, 패스트푸드, 분식, 제과점 등 식사메뉴나 디저트메뉴를 주로 취급하는 업종은 여성 비중이 높음

<표 Ⅲ-4> 중앙로역 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	15.6	20.9	15.4	9.1	15.9	9.4	4.0	6.3	1.9	1.4	20대 여성	20대 여성
기타 외국식 음식점업	12.2	17.2	19.0	17.4	11.4	8.6	5.4	5.7	1.6	1.5	30대 남성	20대 여성
기타 주점업	33.2	23.9	13.2	6.4	5.2	5.0	4.5	6.4	1.2	0.9	20대 남성	20대 남성
김밥 및 기타 간이 음식점업	6.7	10.3	13.2	12.2	14.2	15.3	10.4	11.4	2.9	3.4	40대 여성	20대 여성
생맥주 전문점	35.0	24.9	17.6	7.9	2.8	2.6	3.8	4.2	0.7	0.6	20대 남성	20대 남성
서양식 음식점업	14.6	21.9	15.7	14.2	7.3	8.7	6.5	7.7	1.6	1.6	20대 여성	20대 여성
일반 유흥주점업	44.7	16.6	20.8	4.9	3.3	1.3	1.3	3.8	1.5	1.8	20대 남성	20대 남성
일식 음식점업	18.4	18.4	17.3	10.6	7.9	7.7	7.7	8.2	2.1	1.6	20대 남성	20대 여성
제과점업	6.4	17.4	13.4	16.7	11.7	13.9	7.8	8.8	1.8	2.1	20대 여성	20대 여성
중식 음식점업	9.4	11.3	14.7	8.9	13.8	10.0	16.0	9.5	4.4	2.1	50대 남성	20대 여성
치킨 전문점	17.1	11.9	17.4	9.3	10.1	6.5	13.3	9.9	1.6	2.8	30대 남성	20대 남성
커피 전문점	14.2	23.5	13.0	13.6	7.7	9.1	6.7	8.1	2.4	1.7	20대 여성	20대 여성
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	10.8	12.2	14.8	12.1	10.8	13.3	9.1	10.9	3.2	2.8	30대 남성	20대 여성
한식 면요리 전문점	12.0	11.5	15.2	10.4	11.7	12.4	10.0	10.9	3.6	2.3	30대 남성	20대 남성
한식 육류요리 전문점	17.7	19.2	16.3	10.1	9.3	8.3	8.2	7.4	1.7	1.9	20대 여성	20대 여성
한식 일반 음식점업	21.4	21.3	17.0	10.1	6.7	6.2	7.1	6.6	2.0	1.6	20대 남성	20대 남성
한식 해산물요리 전문점	14.2	25.7	13.4	12.5	5.6	7.0	7.8	9.3	2.7	1.7	20대 여성	20대 여성

2) 요일별 비중

- 요일별로는 치킨 전문점 금요일, 간이 음식 포장판매 전문점 월요일 이용비중이 높았고, 그 외 업종은 토요일 비중이 가장 높은 것으로 분석됨
- 요일별 평균 이용비중 대비하여 패스트푸드, 한식 면요리, 한식 해산물요리 전문점은 월요일 비중이 높았고, 중식은 금요일이 상대적으로 높았으며, 주점과 분식, 제과점은 일요일 비중이 높게 분석됨

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

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일	주요 요일	특성 요일
간이 음식 포장 판매 전문점	18.3	13.5	14.9	13.3	15.0	13.6	11.4	월요일	일요일
기타 외국식 음식점업	9.8	10.6	10.4	10.9	14.2	24.6	19.5	토요일	토요일
기타 주점업	12.1	9.8	10.4	10.4	14.0	23.0	20.4	토요일	일요일
김밥 및 기타 간이 음식점업	9.9	12.5	13.2	12.4	14.6	19.6	17.7	토요일	일요일
생맥주 전문점	9.3	7.5	7.7	8.4	14.1	29.9	23.1	토요일	토요일
서양식 음식점업	10.0	10.4	10.3	11.5	14.1	23.9	19.8	토요일	토요일
일반 유흥주점업	10.1	6.0	5.1	7.3	15.6	28.5	27.3	토요일	일요일
일식 음식점업	11.5	11.0	11.0	12.2	13.9	21.2	19.3	토요일	일요일
제과점업	11.7	11.8	11.8	11.9	14.8	19.9	18.2	토요일	일요일
중식 음식점업	10.6	13.0	13.2	14.6	16.6	18.1	13.8	토요일	금요일
치킨 전문점	8.9	10.1	12.9	13.4	19.7	18.0	16.8	금요일	일요일
커피 전문점	11.9	11.3	12.1	12.2	15.5	20.6	16.3	토요일	토요일
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	13.6	13.1	13.5	13.2	15.3	17.4	14.0	토요일	월요일
한식 면요리 전문점	14.2	13.8	13.5	13.2	15.5	16.7	13.2	토요일	월요일
한식 육류요리 전문점	12.0	11.0	12.3	12.6	15.2	20.1	16.7	토요일	일요일
한식 일반 음식점업	11.1	10.3	11.1	11.3	15.3	22.5	18.4	토요일	토요일
한식 해산물요리 전문점	12.7	12.4	11.7	12.9	14.3	19.6	16.4	토요일	월요일

3) 시간대별 비중

- 시간대별로는 이른 점심시간대 이용률이 높은 업종으로 분식, 중식, 한식 면요리, 기타 외국식(쌀국수, 카레 등), 간이 음식 포장판매 전문점이 뿔뿔히 떨어져, 제과점, 커피 전문점, 패스트푸드 업종은 점심 시간대, 서양식, 일식, 한식 육류요리, 한식 해산물요리는 이른 저녁시간대, 주점은 밤 시간대 이용률이 높게 분석됨
- 제과점, 한식 육류요리, 한식 해산물요리는 평균적인 시간대별 이용률보다 이른 점심시간대 이용비중이 높았으며, 분식, 중식, 한식 면요리, 패스트푸드는 점심 시간대, 서양식, 치킨, 한식 일반 음식점, 주점은 밤 시간대 이용률이 상대적으로 높았음

<표 Ⅲ-6> 중앙로역 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	12.5	32.3	30.2	20.5	4.5	0.0	09~12시	12~15시
기타 외국식 음식점업	2.0	0.8	29.6	20.8	29.0	11.9	6.0	09~12시	15~18시
기타 주점업	5.9	0.4	4.7	4.5	14.6	28.6	41.2	21~24시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	0.4	6.0	28.3	27.9	26.5	9.2	1.6	09~12시	12~15시
생맥주 전문점	7.1	0.1	1.0	1.6	14.2	33.5	42.6	21~24시	21~24시
서양식 음식점업	1.6	0.6	24.6	19.7	29.1	15.9	8.4	15~18시	21~24시
일반 유흥주점업	13.3	3.5	0.4	0.4	2.8	14.9	64.7	21~24시	21~24시
일식 음식점업	1.0	1.6	26.7	23.8	31.3	12.3	3.4	15~18시	12~15시
제과점업	0.5	9.0	28.4	28.6	22.9	9.1	1.5	12~15시	09~12시
중식 음식점업	0.5	3.3	37.3	23.4	23.9	9.9	1.7	09~12시	12~15시
치킨 전문점	2.8	1.2	4.9	14.9	32.3	28.5	15.2	15~18시	21~24시
커피 전문점	1.8	5.8	22.3	27.2	24.3	12.9	5.8	12~15시	15~18시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	2.1	7.8	23.5	27.0	23.7	12.3	3.5	12~15시	12~15시
한식 면요리 전문점	0.1	5.5	38.8	28.5	20.7	6.0	0.4	09~12시	12~15시
한식 육류요리 전문점	1.4	1.1	19.5	15.4	33.2	21.7	7.7	15~18시	09~12시
한식 일반 음식점업	5.1	1.5	16.1	12.1	20.8	22.4	21.9	18~21시	21~24시

3. 고객 트렌드

1) 전체 외식고객

- 중앙로역 상권의 음식점 고객비중은 전년대비 20대 남성 > 20대 여성 순으로 감소했으며, 30대 여성 > 50대 남성 순으로 증가(타 상권에 비해 20대 비중 감소율은 적은 편에 속함)



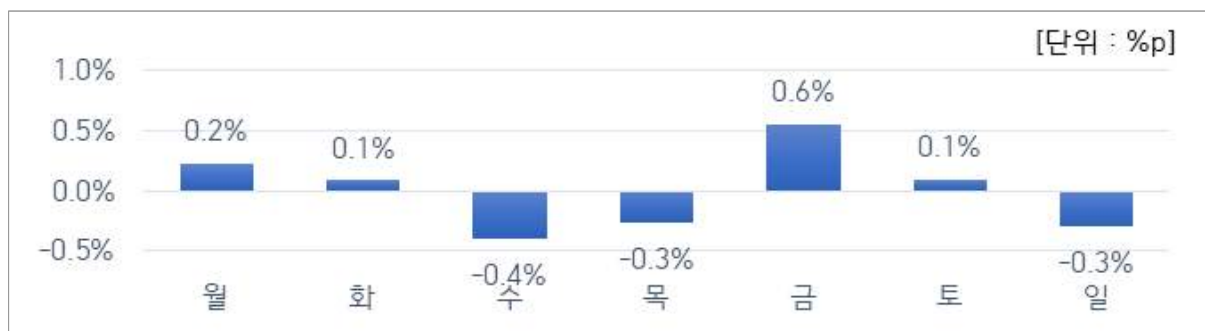
[그림 Ⅲ-4] 중앙로역 상권 음식점 이용고객 성/연령대별 고객변화('20년 대비 '21년)

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

[단위 : %p]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	-1.7%	0.0%	0.1%	0.6%	0.2%
여성	-1.3%	0.8%	0.4%	0.6%	0.3%

- 요일별로는 금요일 > 월요일 > 화요일 순으로 증가했고, 수요일 > 일요일 > 목요일 순으로 감소하여 다른 주요상권의 주말 이용비중 감소와는 다른 양상을 보임



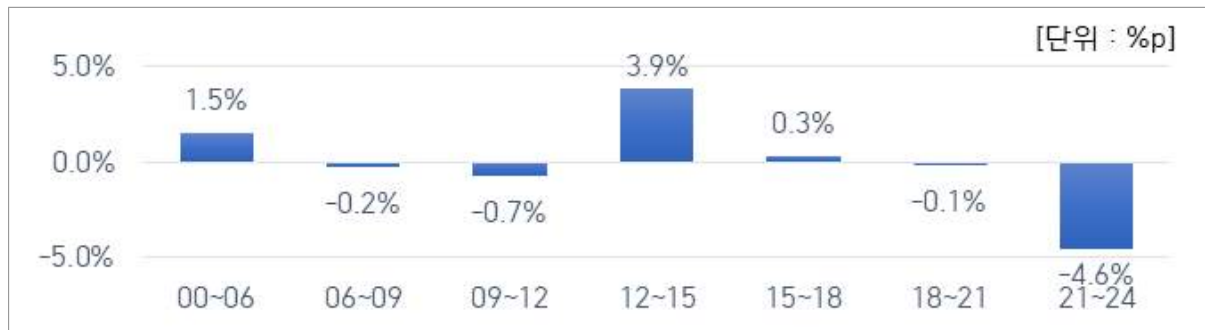
[그림 Ⅲ-5] 중앙로역 상권 음식점 이용고객 요일별 고객변화('20년 대비 '21년)

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

[단위 : %p]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	0.2%	0.1%	-0.4%	-0.3%	0.6%	0.1%	-0.3%

- 시간대별로는 점심시간대(12~15시), 새벽시간대(00~06시) 이용률이 증가했으며, 밤 시간대(21~24시) 이용률이 크게 감소하여 외식상권 활성화 시간이 점심 시간대로 이동하는 추세



[그림 Ⅲ-6] 중앙로역 상권 음식업 이용고객 시간대별 고객변화(‘20년 대비 ‘21년)

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

[단위 : %p]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	1.5%	-0.2%	-0.7%	3.9%	0.3%	-0.1%	-4.6%

2) 업종별 이용고객

- 업종별로 성/연령별 고객 구성이 크게 변화하고 있으며, 업종별 주요고객층이 옮겨가는 것을 발견할 수 있음. 대표적으로 중식과 한식 일반 음식점은 50대 남성 비중이 증가하고, 20대가 감소했으며, 분식, 치킨, 한식 면요리 전문점은 50대 여성이 증가함
- 요일별로는 월요일과 금요일 비중이 높아지는 특징이 나타나며, 수요일과 목요일 비중이 줄어들어 다른 주요상권과는 다른 형태로 변하고 있음. 토요일 비중이 가장 높은 현상은 그대로 나타나지만 보완적으로 월/금요일 비중이 늘고 수/목/일요일 비중이 줄어들어 영업일과 휴일 조정에 참고할 수 있음
- 전반적인 외식업 이용시간은 점심 시간대로 이동하는 모습이 나타나며, 밤 시간대 비중이 줄어들어 상권의 활성화 시간이 앞당겨진 특징이 나타남. 타 상권과는 다르게 이른 점심 시간대와 오후 시간대 이용률이 감소하여 업종에 따라 특정 시간대의 집중도가 높아질 것으로 예상할 수 있음

<표 Ⅲ-10> 중앙로역 상권 음식점종별 고객변화(전년대비)

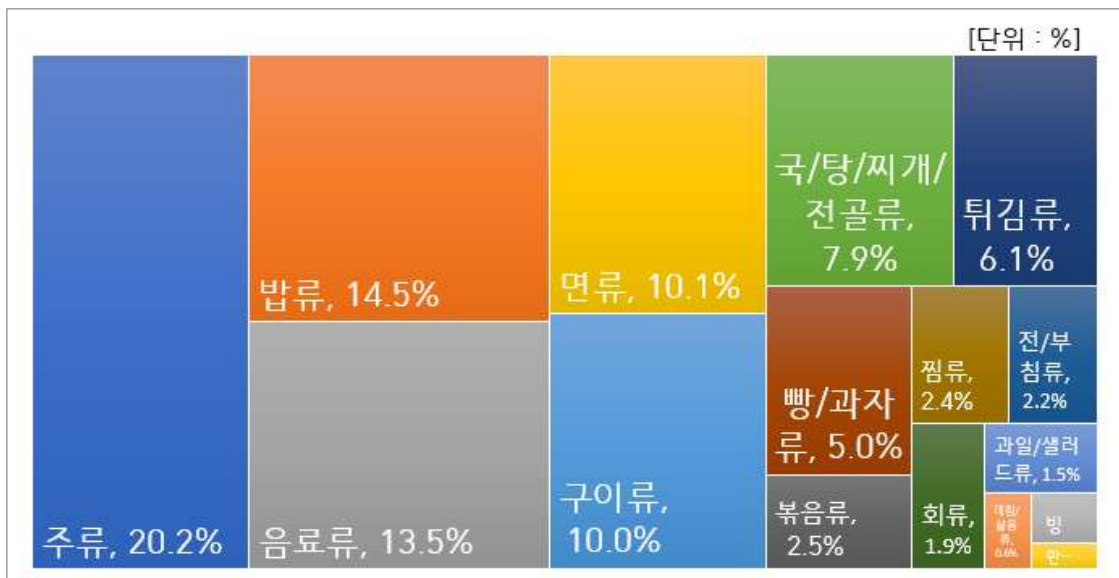
구분	성/연령대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		요일별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		시간대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)	
	증감률 최고	증감률 최저	증감률 최고	증감률 최저	증감률 최고	증감률 최저
간이 음식 포장 판매 전문점	20대여성	40대남성	월요일	목요일	18~21시	09~12시
기타 외국식 음식점업	30대남성	20대여성	토요일	화요일	18~21시	09~12시
기타 주점업	20대남성	20대여성	월요일	토요일	00~06시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	50대여성	20대여성	금요일	월요일	18~21시	09~12시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

Ⅳ. 음식업 메뉴분석

1. 주요 메뉴현황

1) 범주별 판매비중

- 중앙로역 상권은 다른 주요 상권에 비해 주류 판매 비중은 낮은 편이나, 가장 높은 판매액을 보이고 있으며, 커피 전문점이나 기타 음료점업이 많아 음료 판매 비중이 높음. 서양식 메뉴가 발달하여 면류(파스타) 비중도 높은 것으로 분석됨



[그림 IV-1] 중앙로역 상권 음식업 범주별 이용비중(2021년 1~7월)



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

- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 주류(-3.9%p)였으며, 튀김류(-1.1%p), 볶음류(-0.6%p) 순으로 감소
- 반면, 밥류(1.6%p), 음료류(1.6%p), 빵/과자류(1.1%p) 비중 증가 → 주류보다 식사와 음료, 디저트 메뉴 판매비중 증가

2) 판매액 기준 주요메뉴 현황

- 중앙로역 상권의 음식점 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 소주 > 파스타/스파게티 > 초밥 > 병맥주(국산) > 아메리카노 순이었으며, 2020년은 맥주와 돈가스, 떡볶이, 해장국, 김치찌개, 치킨, 피자 메뉴 등이 크게 감소. 초밥, 생선구이, 곱창 메뉴는 증가함
- 2021년에도 맥주와 소주, 치킨, 떡볶이, 해장국 메뉴는 감소했으나, 곱창, 초밥은 2020년에 이어 지속 증가했으며, 삼겹살, 목살 등 돼지고기구이와 파스타/스파게티 메뉴가 반등하여 증가하고 있음

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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매액	2020년 판매액	2021년 판매액 (추정)	20년 증감률	21년 증감률 (연간 환산)
소주	4,057,698,000	3,874,781,800	2,571,154,650	-4.5%	-33.6%
파스타/스파게티	1,740,149,700	1,260,075,700	1,397,097,300	-27.6%	10.9%
초밥	817,377,800	988,196,000	1,285,869,150	20.9%	30.1%
병맥주(국산)	1,979,058,100	1,520,860,700	988,926,900	-23.2%	-35.0%
아메리카노	1,561,222,600	1,055,322,100	930,414,450	-32.4%	-11.8%
돈가스	2,024,913,000	1,137,074,300	867,861,150	-43.8%	-23.7%
탄산음료	1,213,417,300	1,031,060,900	839,257,650	-15.0%	-18.6%
치킨	1,142,129,700	799,143,500	477,477,750	-30.0%	-40.3%
피자	699,567,800	491,246,500	430,189,500	-29.8%	-12.4%
목살	439,580,600	381,774,200	414,177,675	-13.2%	8.5%
삼겹살	317,082,400	283,812,200	363,736,800	-10.5%	28.2%
생맥주(국산)	1,062,453,600	666,049,900	358,315,500	-37.3%	-46.2%
떡볶이	845,131,800	475,354,800	318,009,750	-43.8%	-33.1%
뼈해장국	541,200,500	347,171,000	242,208,000	-35.9%	-30.2%
병맥주(수입)	554,927,600	265,269,600	211,056,750	-52.2%	-20.4%
생선구이	127,572,000	215,992,900	199,635,000	69.3%	-7.6%
칼국수	260,082,600	237,467,400	183,098,250	-8.7%	-22.9%
카페라떼	276,471,300	193,171,000	178,676,550	-30.1%	-7.5%
소곱창구이	5,144,000	113,072,000	160,875,750	2098.1%	42.3%
김치찌개	249,392,400	167,407,000	160,672,350	-32.9%	-4.0%

2. 음식업 물가(판매액 기준 20위 메뉴)

- 2020년은 곱창(기존 돼지곱창에서 소곱창 전문점이 생기면서 판매단가 급상승), 생선구이 (26.3%), 삼겹살, 칼국수, 스파게티/파스타 등 각광받는 메뉴의 단가가 올랐으며, 맥주는 판매량이 감소한 반면 단가는 오른 것으로 분석됨
- 2021년에도 곱창, 삼겹살, 파스타/스파게티, 생선구이 메뉴 단가는 계속 상승했으며, 새롭 게 라떼, 초밥, 목살 단가도 증가함. 칼국수와 돈가스 판매단가는 2020년 증가했다가 2021년 들어 감소함

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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가 (1~7월)	20년 증감률	21년 증감률
소주	4,767	4,874	4,865	2.3%	-0.2%
파스타/스파게티	12,036	12,471	13,656	3.6%	9.5%
초밥	12,767	12,964	14,127	1.5%	9.0%
병맥주(국산)	4,607	4,951	4,951	7.5%	0.0%
아메리카노	2,609	2,457	2,961	-5.8%	20.5%
돈가스	13,841	14,055	13,623	1.5%	-3.1%
탄산음료	2,070	2,138	2,152	3.3%	0.7%
치킨	13,828	12,287	12,611	-11.1%	2.6%
피자	12,986	12,146	12,485	-6.5%	2.8%
목살	14,535	14,427	15,298	-0.7%	6.0%
삼겹살	8,128	9,132	10,079	12.4%	10.4%
생맥주(국산)	3,752	3,797	3,830	1.2%	0.9%
떡볶이	7,026	6,635	6,535	-5.6%	-1.5%
뼈해장국	7,495	7,543	8,000	0.6%	6.1%
병맥주(수입)	6,929	7,225	7,480	4.3%	3.5%
생선구이	15,919	20,100	21,772	26.3%	8.3%
칼국수	9,393	10,096	8,372	7.5%	-17.1%
카페라떼	3,897	3,832	4,189	-1.7%	9.3%
소곱창구이	6,914	34,048	43,316	392.4%	27.2%
김치찌개	9,525	9,579	9,943	0.6%	3.8%

3. 메뉴 트렌드

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

- 한식 일반 음식점업에서 주로 판매되는 메뉴는 일반소주 > 뼈해장국 > 돼지국밥 > 국산 병맥주 > 탄산음료 순이었으나, 2021년에는 1~3위 메뉴 판매액이 감소하고 새롭게 파전과 갈비찜 메뉴가 포함됨

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

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	38,383,333	파전	37,601,063
2	뼈해장국	28,930,917	일반소주	24,348,563
3	돼지국밥	12,708,500	뼈해장국	20,184,000
4	국산병맥주	11,399,250	갈비찜	15,339,375
5	탄산음료	9,372,333	돼지국밥	9,198,875

- 한식 면요리 전문점에서 주로 판매되는 메뉴는 2020년 기준 칼국수 > 고기보쌈/수육 > 우동 > 탄산음료 > 일반소주 순으로 판매되었으며, 2021년에도 칼국수와 고기보쌈/수육은 비슷한 수준을 유지하고 있으나, 새롭게 콩국수, 멸치국수, 비빔국수 등 일반 국수류의 판매가 늘어난 것으로 분석됨

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

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	칼국수	12,207,250	칼국수	11,712,000
2	고기보쌈/수육	2,041,500	고기보쌈/수육	2,221,500
3	우동	626,625	콩국수	1,674,875
4	탄산음료	133,958	멸치국수	1,152,625
5	일반소주	78,333	비빔국수	791,813

- 한식 육류요리 전문점에서는 2020년 삼겹살, 목살과 같은 돼지고기 구이류와 주류, 갈비, 불고기 메뉴 판매비중이 높았으나, 2021년은 곱창/대창/막창/양구이 판매액이 급증했으며, 돼지고기 구이류 판매액도 전보다 증가함. 또 돈가스와 불고기 순위는 내려가고 갈비찜과 양고기구이 메뉴가 새롭게 순위권에 오름

<표 IV-5> 2020~2021 중앙로역 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	27,056,067	곱창/대창/막창/양구이	61,524,375
2	일반소주	23,917,458	돼지고기구이	45,570,394
3	갈비구이	23,036,883	갈비찜	21,716,250
4	돈가스	21,655,500	일반소주	18,468,938
5	불고기/주물럭	21,118,417	양고기구이	11,719,875

- 한식 해산물요리 전문점에서는 2020년 생선구이 > 일반소주 > 부대찌개 > 국산병맥주 > 탄산음료 순으로 판매되었으나, 2021년 주류와 음료 판매가 감소했으며, 공기밥, 돼지고기 볶음 등 메인 메뉴를 보완하는 식사 관련 메뉴가 증가함

<표 IV-6> 2020~2021 중앙로역 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 한식 해산물요리 전문점
[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	생선구이	10,168,167	생선구이	11,289,125
2	일반소주	2,830,583	부대찌개	2,799,188
3	부대찌개	2,711,333	일반소주	2,454,813
4	국산병맥주	1,678,083	공기밥	1,595,125
5	탄산음료	1,004,625	돼지고기볶음	1,392,938

- 중식 음식점업에서는 마라탕, 휘귀 등 짜장면과 짬뽕을 판매하는 일반적인 형태의 중식 음식점보다 마라탕 전문점이 늘어났음을 유추할 수 있음

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	-	-	마라탕	14,211,533
2	-	-	휘귀	4,792,025
3	-	-	돼지고기샐러드	2,367,875
4	-	-	탕수육	1,911,000
5	-	-	소고기구이	1,870,175

- 일식 음식점업에서는 2020년 일반/기타초밥 > 생선회 > 돈가스 > 탄산음료 > 우동 메뉴 순으로 판매되었으나, 2021년에는 일반/기타초밥 > 생선초밥 > 라멘 > 고기덮밥 > 생선회 순으로 판매되어 초밥 판매액과 비중이 크게 증가했으며, 라멘과 고기덮밥 메뉴 판매액이 오른 것으로 분석됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반/기타초밥	82,282,750	일반/기타초밥	107,104,875
2	생선회	7,490,042	생선초밥	46,477,375
3	돈가스	5,921,208	라멘	29,753,313
4	탄산음료	5,365,917	고기덮밥	29,169,700
5	우동	1,335,942	생선회	17,442,163

- 서양식 음식점업에서는 돈가스 > 일반/기타파스타 > 크림파스타 > 돼지고기구이 > 탄산음료 순으로 판매되고 있었으며, 2021년에도 메뉴별 순위가 그대로 유지되는 것으로 집계됨. 전체적으로 판매액이 증가했으며 돈가스와 돼지고기구이는 유지되는 수준이고 파스타 판매액이 더 많이 증가한 것으로 분석됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	돈가스	60,540,492	돈가스	61,600,538
2	일반/기타파스타	49,138,750	일반/기타파스타	61,512,900
3	크림파스타	27,767,450	크림파스타	32,269,925
4	돼지고기구이	25,069,417	돼지고기구이	27,254,488
5	탄산음료	15,883,750	탄산음료	17,005,875

- 기타 외국식 음식점은 주류와 음료 판매가 많은 중소형 규모의 음식점 표본에서 신규로 동남아음식전문점이 추가되어 전골, 쌀국수, 월남쌈과 같은 메뉴 판매액이 늘어난 것으로 집계되었으며, 주류 판매액은 크게 감소한 것으로 분석됨

<표 IV-10> 2020~2021 중양로역 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	15,490,458	일반/기타전골	10,566,375
2	국산병맥주	5,769,333	일반소주	10,486,000
3	탄산음료	2,475,333	국물쌀국수	9,753,250
4	크림파스타	1,144,167	국산병맥주	2,912,188
5	치킨	897,875	월남쌈	2,081,625

- 제과점업(프랜차이즈 브랜드 제외)은 2020년 일반 카페형 점포가 집계되면서 커피와 주류 판매액이 일부 집계되었으나, 2021년은 치즈케이크, 크로와상, 바게트 등의 베이커리 메뉴가 신규로 집계됨

<표 IV-12> 2020~2021 중양로역 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 제과점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	아메리카노/ 에스프레소	1,004,125	아메리카노/ 에스프레소	3,970,063
2	수입병맥주	258,917	치즈케이크	2,707,463
3	라떼	127,583	라떼	2,135,875
4	탄산음료	17,750	크로와상	1,566,813
5	-	-	바게트	499,800

- 피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업에서는 피자과 파스타 위주로 판매되고 있었고, 2021년에도 유지되거나 소폭 감소한 것으로 분석되며, 신규로 고기볶음밥, 와플 메뉴가 증가한 것으로 집계됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반/기타피자	16,839,842	일반/기타피자	15,274,138
2	크림파스타	5,686,808	고기볶음밥	6,297,125
3	고르곤졸라피자	5,479,058	와플	6,068,013
4	탄산음료	3,634,575	고르곤졸라피자	5,048,525
5	일반/기타파스타	2,678,492	크림파스타	4,549,625

- 치킨 전문점에서는 기본 치킨메뉴와 주류, 탄산음료류 위주로 판매되고 있으며, 2021년에도 주요 판매메뉴는 유지되고 있으나, 치킨(※배달 제외)과 주류 판매액은 크게 감소했고, 신규로 찜닭 판매액이 증가한 것으로 분석됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	치킨	27,985,842	치킨	14,969,175
2	국산생맥주	5,813,158	찜닭	2,537,500
3	일반소주	2,626,333	국산생맥주	1,720,863
4	국산병맥주	2,085,292	일반소주	964,875
5	탄산음료	1,666,750	국산병맥주	819,625

- 김밥 및 기타 간이 음식점업에서는 일반/기타김밥 > 떡볶이 > 우동 > 일반소주 > 국산병맥주 순으로 판매되고 있었으나, 2021년 들어서면서 김밥 메뉴가 사라지고 떡볶이 메뉴가 1위로 올랐으며(판매액은 감소), 파히타, 라멘, 마카롱 등 새로운 메뉴가 순위권에 오름

<표 IV-15> 2020~2021 중앙로역 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	36,216,975	떡볶이	16,369,238
2	떡볶이	22,515,658	파히타	10,748,250
3	우동	11,456,000	라멘	5,808,438
4	일반소주	4,751,708	마카롱	3,354,588
5	국산병맥주	3,417,417	일반소주	2,491,125

- 일반 유흥주점업에서는 2020년 맥주와 소주 판매액이 대부분을 차지했으나, 2021년 칵테일, 위스키, 와인 등 양주 판매액이 증가함

<표 IV-17> 2020~2021 중앙로역 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 일반 유흥주점업
[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	수입병맥주	14,194,425	칵테일	23,822,750
2	일반소주	12,229,875	수입병맥주	9,527,425
3	국산병맥주	7,941,375	위스키	6,228,313
4	탄산음료	3,725,750	일반소주	5,056,188
5	로제파스타	1,860,417	와인	3,640,375

- 생맥주 전문점에서는 2020년 생맥주 > 소주 > 병맥주 순으로 판매되었으며, 안주류에서는 치킨과 떡볶이 판매액이 높았으나, 2021년 소주 판매가 더 많아지고 생맥주 판매액은 감소했으며, 병맥주와 과일맥주의 판매액도 증가함. 안주류는 일반/기타나베와 같은 국물 요리가 새로 등장함

<표 IV-19> 2020~2021 중앙로역 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 생맥주 전문점
[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	국산생맥주	32,789,050	일반소주	34,665,450
2	일반소주	21,073,900	국산병맥주	17,297,075
3	국산병맥주	16,396,167	국산생맥주	14,629,213
4	치킨	7,866,275	과일맥주	10,112,675
5	떡볶이	7,456,983	일반/기타나베	7,563,613

- 기타 주점업에서는 일반소주와 병맥주, 탄산음료 순으로 판매액이 높았고, 2021년에도 순위는 유지되고 있으나 판매액은 크게 감소한 것으로 집계되며, 안주 종류도 치킨 판매액이 감소하고 어묵탕 메뉴 판매액이 증가

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	199,829,542	일반소주	115,028,313
2	국산병맥주	63,414,208	국산병맥주	34,693,500
3	탄산음료	29,268,500	탄산음료	16,322,375
4	치킨	24,736,050	치킨	14,043,813
5	국산생맥주	9,877,008	어묵탕	9,917,838

- 커피 전문점에서는 아메리카노 > 라떼 메뉴가 주로 판매되고 있으며, 2021년에도 순위가 유지되고 있으나 중소형 커피 전문점 표본이 증가하여 커피 판매액이 증가했으며, 에이드, 아이스티 메뉴 판매액도 증가함. 별도로 와플 판매액이 증가하여 순위권에 오름

<표 IV-21> 2020~2021 중앙로역 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	81,546,575	아메리카노/ 에스프레소	91,732,200
2	라떼	15,144,867	라떼	47,642,063
3	탄산음료	168,125	와플	11,568,538
4	수입병맥주	68,583	에이드	11,238,488
5	일반/기타피자	68,333	아이스티	8,177,600

- 기타 비알코올 음료점업에서는 아메리카노 > 라떼 메뉴의 판매액이 일부 집계되고 있었으나, 2021년 들어서면서 생과일주스 > 아메리카노 > 라떼 > 아이스티 메뉴 판매가 증가했으며, 다쿠아즈 메뉴 판매액도 일부 집계됨

<표 IV-22> 2020~2021 중앙로역 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 기타 비알코올 음료점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	아메리카노/ 에스프레소	1,564,583	생과일주스	1,155,688
2	라떼	128,167	아메리카노/ 에스프레소	379,375
3	-	-	라떼	85,000
4	-	-	아이스티	33,000
5	-	-	다쿠아즈	25,625

V. 키워드 분석

1. 연관 키워드(장소&브랜드 범주)

- 키워드 ‘동성로맛집’, ‘동성로음식점’, ‘동성로식당’, ‘동성로점심’, ‘동성로저녁’, ‘동성로식사’ 등 장소&브랜드 범주의 연관 검색어를 분석하면, 2019년은 주점 언급량이 많았으며, 특히 특정 맛집에 대한 언급량이 많이 등장함
- 2020년은 전체적인 언급량이 감소하면서 패스트푸드 매장 검색이 증가했고, 주점 언급량이 특히 감소함
- 2021년에도 2019~2020년 나타난 특정 매장에 대한 키워드 중심으로 언급되고 있으며, 이를 통해 다양한 업종의 맛집들이 음식업 상권을 이끌고 있는 것으로 유추할 수 있음



[그림 V-1] 중앙로역 음식업 장소&브랜드 연관키워드(2021년 1~7월)

<표 V-1> 중앙로역 음식업 장소&브랜드 연관키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년	언급량
1	동인동	2,082	abc	1,896	동인동	916
2	전골목	354	동인동	1,820	내당	41
3	심야식당	250	더키친	425	화낙지	27
4	혼마구로	246	썹썹버거	174	중앙떡볶이	17
5	동성로떡볶이	220	타코	155	산책	12
6	개미집	203	전골목	123	비원	11
7	심술	175	동성로떡볶이	105	혼마구로	10
8	신라식당	171	롤링파스타	95	호키친	9
9	컨트리맨즈	143	혼마구로	84	알리오	8
10	스타벅스	127	아카미	72	썹썹버거	8
11	라리아	126	동촌	69	타코	6
12	타코	120	지카페	65	미진	6
13	동촌	115	미진	60	통영맛집	6
14	샤이바나	112	내당	60	사야까	6
15	미진	109	친구네	59	아카미	6

※ 2020년 11월 17일 이후 ‘인스타그램’ 정책변경으로 인해 검색어 스크래핑이 불가하여 2020년 12월과 2021년은 ‘인스타그램’ 연관검색어 수치는 제외되어 있음

2. 연관 키워드(상품&메뉴 범주)

- 동일한 키워드로 상품&메뉴 범주의 연관 키워드를 분석하면, 2019년은 파스타, 초밥, 맥주, 떡볶이, 피자, 스테이크 등 양식, 주점, 분식, 육류요리 관련한 다양한 메뉴가 등장함
- 2020년은 돈가스, 튀김 메뉴가 신규로 등장하고, 초밥 관련 메뉴 언급량 순위가 오른 것으로 집계됨
- 2021년은 와인, 치즈, 마카롱, 칵테일과 같은 새로운 키워드 언급량이 증가했으며, 기존의 양식, 분식, 디저트 메뉴와 함께 새로운 형태의 주점이 나타나고 있음을 유추할 수 있음
- 다른 상권의 키워드 언급량은 2019년에서 2021년으로 진행될수록 점차 변화하는 모습을 보이거나, 중앙로역 상권은 업종의 변경보다는 매장의 형태나 메뉴, 가격 등이 변하고 있는 것으로 유추할 수 있음



[그림 V-2] 중앙로역 음식점 상품&메뉴 연관키워드(2021년 1~7월)

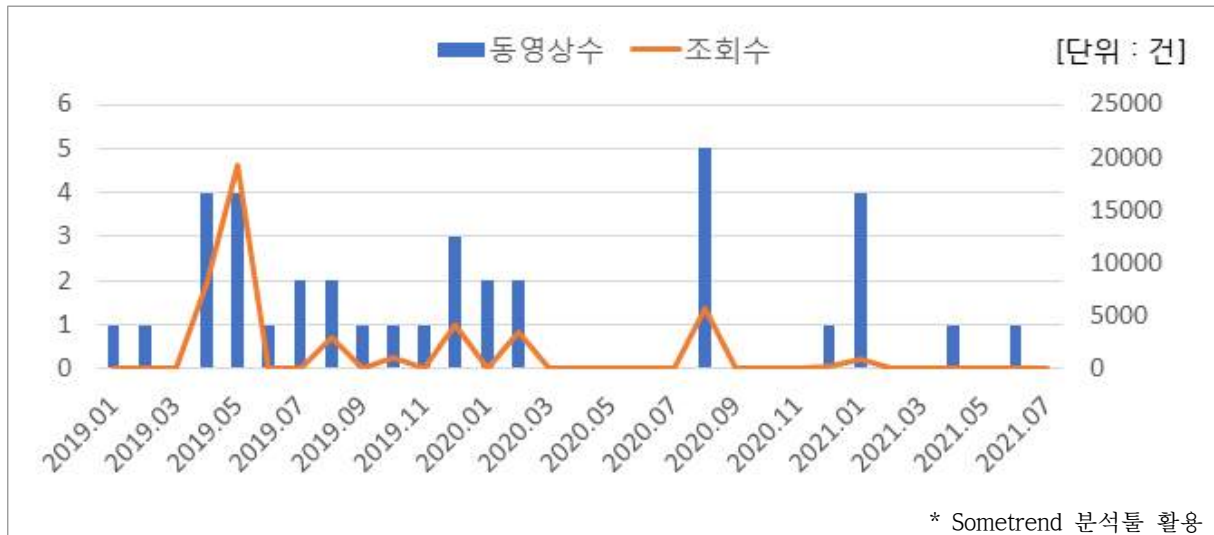
<표 V-2> 중앙로역 음식점 상품&메뉴 연관키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년 (1~7월)	언급량
1	파스타	5,076	파스타	3,420	양식	1,448
2	초밥	3,295	초밥	2,813	파스타	874
3	맥주	3,003	abc	1,896	떡볶이	595
4	떡볶이	2,868	양식	1,730	소스	395
5	피자	2,184	스시	1,620	디저트	361
6	스테이크	2,024	떡볶이	1,557	스테이크	313
7	디저트	1,654	맥주	1,197	고기	306
8	치킨	1,594	연어초밥	1,181	밥	305
9	고기	1,438	스테이크	1,109	와인	294
10	스시	1,397	고기	1,108	치즈	271
11	리조또	1,353	피자	1,101	마카롱	249
12	연어초밥	1,328	소스	1,043	카테일	232
13	소주	1,167	돈까스	986	초밥	216
14	새우	1,155	튀김	766	칵테일바	194
15	소스	1,154	디저트	750	새우	187

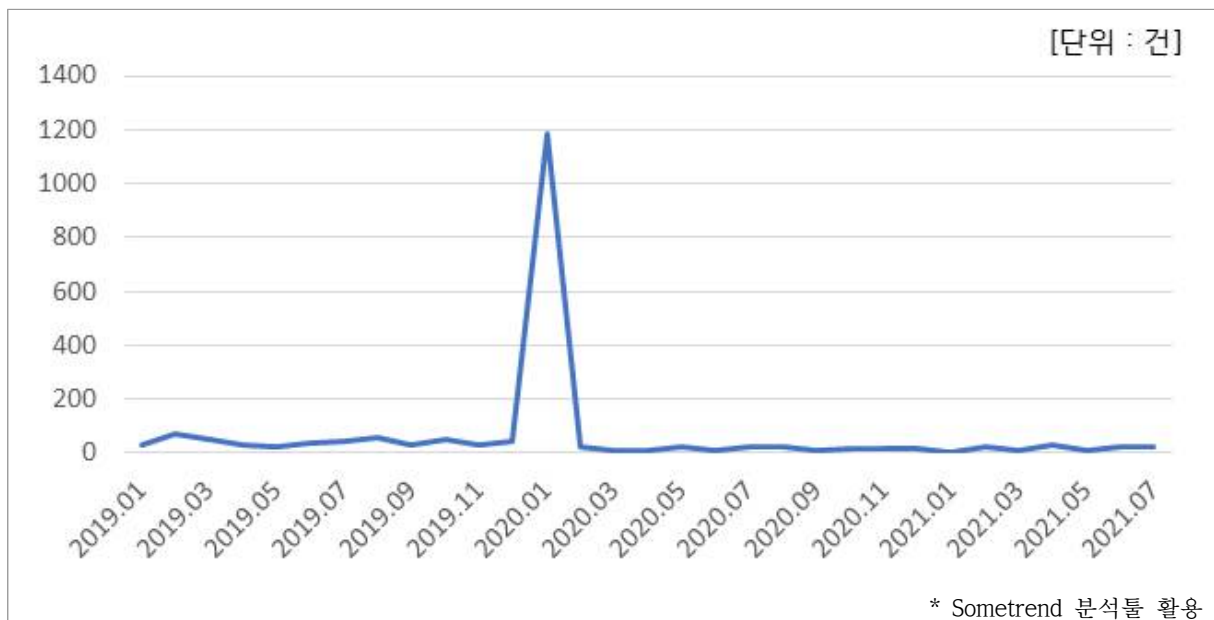
3. 키워드 언급량 시계열 변화

- 중앙로역 음식점(‘동성로맛집’, ‘동성로음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 유튜브 콘텐츠는 2019년 월평균 2~3건 정도 생성되다가 2020년부터는 특정 시점에 4~5건 발생하고 있으며, 전체 조회 수는 크게 감소한 것으로 집계됨



[그림 V-3] 중앙로역 음식점 관련 검색어 유튜브 언급량 변화

- 중앙로역 음식점(‘동성로맛집’, ‘동성로음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 트위터 언급량은 2020년 1~2월 시점에 크게 증가했다(코로나19 발생시점) 이후로는 언급량이 없는 것으로 집계됨



[그림 V-4] 중앙로역 음식점 관련 검색어 트위터 언급량 변화

-
- [단위: 건]
- | 연월 | 신규 확진자 |
|---------|--------|
| 2019.01 | 780 |
| 2019.02 | 650 |
| 2019.03 | 600 |
| 2019.04 | 580 |
| 2019.05 | 620 |
| 2019.06 | 580 |
| 2019.07 | 700 |
| 2019.08 | 600 |
| 2019.09 | 580 |
| 2019.10 | 580 |
| 2019.11 | 600 |
| 2019.12 | 650 |
| 2020.01 | 670 |
| 2020.02 | 550 |
| 2020.03 | 280 |
| 2020.04 | 500 |
| 2020.05 | 600 |
| 2020.06 | 500 |
| 2020.07 | 650 |
| 2020.08 | 640 |
| 2020.09 | 520 |
| 2020.10 | 550 |
| 2020.11 | 530 |
| 2020.12 | 420 |
| 2021.01 | 400 |
| 2021.02 | 520 |
| 2021.03 | 550 |
| 2021.04 | 440 |
| 2021.05 | 630 |
| 2021.06 | 500 |
| 2021.07 | 430 |
- * Sometrend 분석툴 활용

4. 키워드 속성 분석

-
- 이쁘다
잘먹다
부담
예쁘다
먹고싶다
매부르다
편하다
맵다
괜찮다
추천하다
추천드리다
유명하다
추천
무료
고소하다
매콤하다
깊은 맛
깔끔하다
즐거다
맛나다
친절하다
가고싶다
원하다
맛있다
분위기 좋다
신상
좋다
- ☑ 긍정 ☑ 부정 ☑ 중립
- * Sometrend 분석툴 활용

- 48 -

- 2019년에 주로 언급되는 속성은 ‘맛’ 과 관련한 품질 요소가 가장 중요했으며, 대부분의 키워드가 맛있는 음식 자체에 집중됨
- 2020년은 ‘가격’ , ‘디자인’ , ‘시간단축’ 등 기타 요소가 추가되어 보다 선택속성이 다양화 됨
- 2021년은 ‘분위기’ 와 관련된 매장 내/외부 환경의 중요성이 증대되었으며, ‘친절하다’ 와 같이 서비스 품질의 만족도에 대한 키워드도 새롭게 추가됨

<표 V-3> 중앙로역 음식점 관련 주요 속성키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년 (1~7월)	언급량
1	좋다	11,209	좋다	10,257	좋다	1,445
2	잘하다	5,897	맛있다	2,307	맛있다	839
3	맛있다	3,152	시간단축	1,573	원하다	830
4	존맛탱	1,452	착한 가격	1,554	신상	514
5	jmt	1,108	새로운디자인	1,361	분위기 좋다	338
6	만족	956	잘하다	1,146	읽씹	247
7	고가	939	읽씹	1,076	깔끔하다	152
8	분위기 좋다	845	원하다	583	먹고싶다	148
9	신상	792	무료	563	부담	131
10	예쁘다	598	분위기 좋다	538	추천하다	129
11	읽씹	553	신상	493	친절하다	124
12	다양한 정보	530	어렵다	443	좋아하다	119
13	먹고싶다	449	추천하다	425	짜다	87
14	좋아하다	365	먹고싶다	417	즐기다	83
15	원하다	310	존맛탱	405	무료	80