

전국 주요상권 트렌드 분석 보고서

⑨ 제주 연동 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 1~8 월)	25
3. 고객 트렌드	29
Ⅳ. 음식업 메뉴분석	32
1. 주요 메뉴현황	32
2. 음식업 물가(판매액 기준 20 위 메뉴)	34
3. 메뉴 트렌드	35
Ⅴ. 키워드 분석	42
1. 연관 키워드(장소&브랜드 범주)	42
2. 연관 키워드(상품&메뉴 범주)	43
3. 키워드 언급량 시계열 변화	45
4. 키워드 속성 분석	46

1. 상권개요

- 제주 연동 상권은 제주 공항, 제주도청 등 제주시 북단에 위치한 주요 공공, 교통시설을 중심으로 발달한 상권이며, 코로나19 이전에는 외국인 관광객이 패션/잡화 및 음식업을 이용하기 위해 찾았던 제주에서 가장 크게 형성된 상권. 이에 따라 각종 음식업은 물론이고 호텔과 같은 숙박업소 수가 많음
- 연동 상권의 용도에 따른 상권유형은 상업지역과 오피스가, 주거지역이 포함되어 있음
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m/1000m의 주변지역과 비교했을 때, 연동 상권은 보다 상업, 오피스 중심 기능을 보이고 있으며, 이에 따라 주간과 야간 상주인구 수에 차이가 나타남
- 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 음식업과 여가/오락업의 비중이 5%p 높고, 소매/유통업도 4%p 높게 형성 → 주거지역에서 주로 나타나는 업종 구성비가 낮고, 상업지(음식, 소매)+관광지(숙박)에서 나타나는 업종구성비를 보임
- 평균적인 상권의 구성비보다 의복/의류 6.9%p, 숙박과 한식업 4.4%p, 간이주점 3.5%p 높아 패션/잡화 업종 중심으로 숙박과 음식업이 보완하는 상권으로 규정됨
→ 연동 상권의 특성업종은 ‘의복/의류, 숙박, 한식, 주점’으로 규정됨
- 연동 상권의 유동인구 밀집지역은 상권 북측의 대로변으로부터 상권의 메인 입구 방향으로 발달해 있음. 상권을 둘러싸는 외부 지역이 주거단지나 학교, 대로변으로 단절되어 있어 상권 내 중앙지역의 집중도가 높음
- 연동 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 5,418억, 2020년 4,161억, 2021년(추정) 3,542억으로 집계되어 2020년 23.2%, 2021년 14.9% 감소(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)

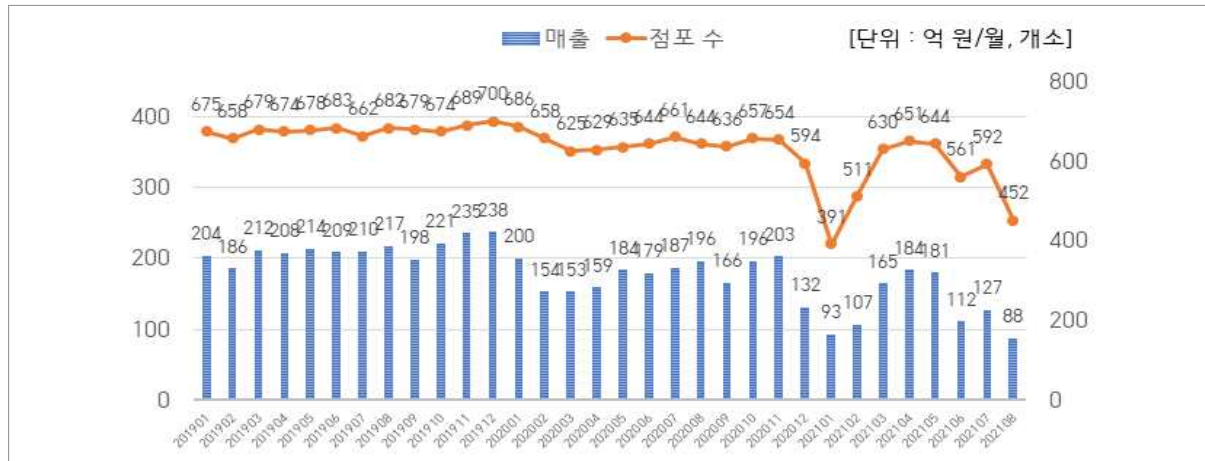
2. 음식업 업종분석

- 연동 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 678개로 운영되던 점포 수가 2020년 644개, 2021년 554개로 줄어들어 운영점포 수가 5~15% 감소하는 것으로 나타났다으며, 전체 매출규모도 연간 20% 수준으로 감소
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 157개, 한식 육류요리 전문점 64개, 커피 전문점 41개, 생맥주 전문점 35개 순으로 나타나 한식 일반 음식점과 육류요리 전문점 비중이 높음

<분석요약. 표1> 연동 상권 전체 음식점 매출/점포 수 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]

구분	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
매출액 (기간 합산)	2,552	2,109	1,585	-17.4%	-24.8%
점포 수 (기간 평균)	678	644	554	-5.0%	-13.9%



[분석요약. 그림1] 연동 상권 음식점 매출액/점포 수 변화

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 일반 유흥주점의 매출 감소가 가장 컸으며, 생맥주 전문점, 기타 주점업, 서양식 업종의 매출 감소가 컸던 반면, 일식, 커피, 한식 면요리 전문점은 수준을 유지하거나 오히려 성장한 것으로 집계됨
- 점포당 매출액도 총 매출규모와 유사하게 주점 관련 업종의 매출규모가 가장 많이 감소했으며, 서양식, 패스트푸드, 한식 일반 음식점도 감소하고 있음
- 연동 상권의 음식점은 업종별로 차이가 나타나고 있어 재편되는 현상을 보임. 유흥주점과 일반 호프, 소주방 등의 주점은 매출규모나 점포당 매출이 점차 떨어지는 것으로 나타나며, 서양식과 패스트푸드는 감소세가 나타남
- 반면, 일식 음식점과 커피 전문점, 한식 면요리 전문점 업종은 2021년 매출 증가세가 나타나 주점과 서양식이 감소하는 것과는 상반되는 모습을 보임. 한식 일반 음식점과 육류 요리 전문점, 중식 전문점이 유사한 수준을 유지하는 가운데 보완적인 업종이 바뀌면서 상권의 이용목적이나 이용 시간대 등이 바뀔 가능성 있음
- 업종별 경기 동향을 살펴보면 커피, 한식 면요리, 중식, 일식 음식점의 2021년 시장규모가 증가하면서 보다 점심~오후 시간대의 집중도가 높아졌음을 유추할 수 있으며, 한식, 분식, 제과점 등은 소폭 감소한 모습을 보이고 있으나 2021년은 시장규모를 유지하는 것으로 분석됨
- 2020년부터 지속적으로 감소하던 치킨(호프), 기타 주점, 생맥주 전문점 등의 간이주점과 일반/무도 유흥주점은 큰 감소세가 나타나고 있으며, 여기에 서양식 음식점도 감소하는 것으로 나타나 밤 시간대 활성화도가 떨어졌음을 나타내고 있음

3. 음식업 고객 분석

- 기타 주점업, 일반 유흥주점업, 일식 음식점에서 30대 남성 비중이 가장 높고, 한식, 분식, 중식, 서양식, 패스트푸드, 제과, 커피에 이르는 대부분의 업종에서 40대 남성이 가장 많은 특징을 보임. 관광지 특성상 가족 단위 관광객의 주요 소비를 40대 남성이 하는 것과 연관된 것으로 해석할 수 있음
- 주요 고객층의 비중 변화는 매출의 증감과도 밀접한 연관이 있어 어떤 소비계층이 증가/감소하는지 파악해야 함. 연동 상권의 주요 소비층은 40대 남성이며, 이는 가족단위 관광객으로 해석할 수 있는데 40대 남성이 감소하는 업종은 대체적으로 매출도 큰 감소가 나타남. 2021년 들어서면서 30대 남성과 여성이 늘어나는 현상도 나타나고 있는데, 전체적으로 연동에서 음식업을 소비하는 연령층이 낮아지고 가족 단위보다 연인 단위 관광객이 늘고 있음을 유추할 수 있음
- 요일별로는 대부분의 업종에서 금요일 비중이 가장 높게 나타났으며, 주점 관련 업종에서만 토요일 이용비중이 높게 나타남. 관광객이 주로 방문하는 일정(요일)과 관련
- 고객이 가장 많은 것은 금~토요일이었으나, 다른 상권의 평균적인 요일별 비중과 비교했을 때, 가장 높게 나타나는 요일은 월요일이었으며, 역시 관광객이 주로 방문하는 일정 계획과 연관 있는 것으로 해석할 수 있음
- 기존에는 토요일과 일요일을 함께 포함하여 관광을 오는 고객이 많았다면, 점차 혼잡한 주말을 피해 목~토, 일~화, 월~수와 같은 요일이 선호되고 있음을 발견할 수 있음. 이에 따라 금요일과 월요일 이용비중이 늘어나는 것을 확인할 수 있음
- 일반적인 다른 상권의 업종별 이용시간대와 다르게 오후 시간(15~18시) 매출비중이 높은 편이며, 분식, 중식, 패스트푸드, 한식 일반/육류/해산물요리에서 오후 시간대 비중이 높게 나타남
- 밤 시간대 매출비중이 감소한 서양식과 주점은 새벽 시간대 비중이 증가했으며, 오후 시간대 비중이 감소한 일식, 커피, 한식 육류요리, 치킨 업종은 밤 시간대 비중이 증가함. 오후 시간부터 활성화되기 시작해서 밤까지 이어지던 상권 특징을 보이고 있었으나, 최근 한식 일반음식, 면요리, 해산물 요리와 중식 음식점을 중심으로 점심 시간대 비중이 늘어나는 특징도 나타나고 있음

4. 음식업 메뉴분석

- 연동 상권의 주점은 전반적으로 크게 감소하였으나, 여전히 가장 큰 매출비중을 차지하는 메뉴는 주류(30%)였으며, 구이류(21%) > 국/탕/찌개/전골류(11%) > 밥류(7%) 순으로 매출비중이 높음(타 상권에 비해 구이류 판매 비중이 높음)
- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 주류(-2.7%p)였으며, 찜류(-1.4%p), 전/부침류(-0.8%p), 튀김류(-0.5%p) 순으로 감소

- 반면, 구이류(1.6%p), 국/탕/찌개/전골류(1.5%p), 회류(0.6%p)의 비중 증가 → 주류, 찜, 전/부침 등 주점에서 판매하는 안주류 메뉴 비중이 줄고 구이, 전골, 회 등 요리 전문점의 매출액이 늘어남을 유추할 수 있음



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

- 2021년은 목살과 소갈비 판매단가가 크게 오르며 판매액도 크게 증가한 것으로 분석되며, 떡볶이, 돼지국밥, 탄산음료 가격도 소폭 상승함. 반면 돼지갈비, 모듬회, 치킨 메뉴는 2020년에 이어 2021년에도 감소하는 경향이 나타남

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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가	20년 증감률	21년 증감률
소주	4,347	4,375	4,429	0.6%	1.2%
병맥주(국산)	5,044	4,771	4,561	-5.4%	-4.4%
스테이크	36,069	50,379	49,177	39.7%	-2.4%
생맥주(국산)	3,837	3,700	3,867	-3.6%	4.5%
치킨	17,427	14,735	14,123	-15.5%	-4.2%
병맥주(수입)	9,516	9,471	9,182	-0.5%	-3.0%
소곱창구이	-	22,179	23,202	-	4.6%
탄산음료	1,728	1,939	2,046	12.2%	5.5%
모듬회	55,703	48,852	43,307	-12.3%	-11.4%
삼겹살	13,026	13,377	13,509	2.7%	1.0%
돼지갈비	18,889	18,197	16,117	-3.7%	-11.4%
뼈해장국	8,207	8,116	8,096	-1.1%	-0.3%
돼지국밥	7,802	7,777	8,261	-0.3%	6.2%
돈가스	7,418	7,605	7,210	2.5%	-5.2%
김치찌개	7,156	8,615	6,889	20.4%	-20.0%
감자탕	-	8,000	8,000	-	0.0%
떡볶이	6,240	6,530	6,966	4.7%	6.7%
일반김밥	2,112	2,077	2,104	-1.6%	1.3%
소갈비	18,168	14,899	18,626	-18.0%	25.0%
목살	15,865	14,367	18,104	-9.4%	26.0%

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

한식 일반 음식점업			한식 면요리 전문점			한식 육류요리 전문점		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	뼈해장국	뼈해장국	1	돼지국밥	돼지국밥	1	돼지고기 구이	돼지고기 구이
2	감자탕	고기 해장국	2	일반소주	일반/기타국수	2	곱창/대창 /양구이	곱창/대창 /양구이
3	일반소주	일반소주	3	국산 병맥주	일반소주	3	일반소주	일반소주
4	국산 병맥주	뼈전골	4	탄산음료	순대국밥	4	갈비구이	갈비구이
5	소고기 샤브샤브	감자탕	5	고기보쌈/수육	비빔국수	5	국산 병맥주	국산 병맥주
한식 해산물요리 전문점			일식 음식점업			서양식 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	일반소주	일반소주	1	일반소주	일반소주	1	스테이크	스테이크
2	아귀찜	생선회	2	생선회	생선회	2	크림 파스타	소고기 구이
3	국산 병맥주	고기 해장국	3	국산 병맥주	일반 육류꼬치	3	오일 파스타	크림 파스타
4	생선회	기타 수산물회	4	생선구이	기타 수산물회	4	일반/기타 파스타	와인
5	생선구이	일반/기타 생선조림	5	국산 생맥주	국산 병맥주	5	로제 파스타	일반/야채 샐러드
중식 음식점업			김밥 및 기타 간이 음식점업			치킨 전문점		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	일반소주	돼지고기 구이	1	돈가스	타르트	1	치킨	치킨
2	국산 병맥주	짜장면	2	일반/기타 김밥	돈가스	2	국산 생맥주	국산 생맥주
3	갈비구이	소고기 구이	3	떡볶이	일반/기타 김밥	3	일반소주	일반소주
4	스테이크	일반소주	4	우동	라면	4	갈비구이	갈비구이
5	수입 병맥주	양고기 구이	5	돌솥 비빔밥	참치김밥	5	국산 병맥주	국산 병맥주

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

<분석요약. 표4> 연동 상권 업종별 2020~2021년 판매액 기준 주요메뉴 1~5위(일반 유흥~커피)

일반 유흥주점업			생맥주 전문점			기타 주점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	수입 병맥주	위스키	1	국산 생맥주	국산 생맥주	1	일반소주	일반소주
2	국산 병맥주	수입 병맥주	2	일반소주	일반소주	2	국산 병맥주	국산 병맥주
3	일반소주	국산 병맥주	3	국산 병맥주	치킨	3	치킨	보드카
4	국산 생맥주	일반소주	4	수입 병맥주	건어물 구이	4	탄산음료	탄산음료
5	탄산음료	생과일	5	치킨	국산 병맥주	5	국산 생맥주	치킨
커피 전문점								
순위	2020년	2021년						
1	아메리카노/에스프레소	아메리카노/에스프레소						
2	라떼	라떼						
3	수입 병맥주	밀크티						
4	국산 생맥주	에이드						
5	탄산음료	생과일 주스						

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

5. 키워드 분석

- 키워드 ‘연동맛집’, ‘연동음식점’, ‘연동식당’, ‘연동점심’, ‘연동저녁’, ‘연동식사’ 등 장소&브랜드 범주의 연관 검색어를 분석하면, 2019년은 특정 브랜드 키워드와 오겹살, 제주맥주, 광어, 막창 메뉴 판매점의 검색어가 많은 것으로 집계됨
- 2020년은 고기(뚝배)국수와 고등어(구이, 조림) 전문점 키워드가 순위권에 새롭게 진입했으며, 관광코스라 찾는 특정 브랜드 키워드가 여전히 상위권에 분포함
- 2021년에도 특정 브랜드 장소와 고기국수, 수제버거 전문점, 수제맥주 전문점이 상위권에 등장하고 있으며, 추가로 새로운 육류요리 전문점이 등장함
- 동일한 키워드로 상품&메뉴 범주의 연관 키워드를 분석하면, 2019년은 흑돼지구이가 가장 많은 연관 키워드를 보이고 있으며, 브런치, 파스타, 스테이크, 과일, 치킨, 맥주 등 제주지역과 연관된 메뉴 키워드가 많음

- 2020년은 주물럭, 두루치기, 불고기 등 육류 요리에 대한 키워드 집중도가 더 높아졌으며, 주꾸미, 디저트 키워드가 순위권에 오름
- 2021년은 새우와 관련된 음식메뉴가 증가하고 데리야끼, 우동, 라면 등 면요리 키워드가 신규로 진입함
- 코로나19 이전은 제주지역의 특산품인 흑돼지, 회를 비롯하여 양식 메뉴도 찾아볼 수 있었으나, 코로나19 이후에는 육류요리에 대한 집중도가 보다 높아졌으며, 2021년에는 새우 요리와 면요리가 추가되어 상권의 음식업 이용목적의 변화를 읽을 수 있음



[분석요약. 그림3] 연동 음식업 장소&브랜드 연관키워드(2021년 1~8월)



[분석요약. 그림4] 연동 음식업 상품&메뉴 연관검색어(2021년 1~8월)

- 연동 상권은 다른 상권과는 다르게 ‘유명하다’, ‘추천하다’와 같이 주요 맛집에 대한 온라인 평판이 중요하게 작용하고 있음을 발견할 수 있으며, 지속적으로 나타나고 있음
- 2020년은 가격과 관련한 키워드가 등장하고 있으며, 가성비가 음식점 선택 속성에 영향을 미친 것으로 유추할 수 있음
- 2021년은 ‘깔끔하다’, ‘친절하다/감사하다’와 같은 장소와 서비스에 관한 키워드가 순위권에 오르며 음식점의 물리적 환경이나 친절도와 같은 요소가 보다 중요해 진 것을 발견할 수 있음



[분석요약. 그림5] 연동 음식점 관련 속성어 분석(2021년 1~8월)

〈외식분야 전문가 의견〉

한양사이버 대학교 호텔외식경영학과
김 영 갑 교수

- 제주 연동 상권은 코로나19 이전에는 내국인 관광객보다 외국인 관광객이 쇼핑을 위해 방문하는 대표적인 관광 상권이었으며, 특히 의류, 패션, 잡화, 화장품 관련한 소비 비율이 높았음
 - 관광지 상권의 특성상 숙박업소(호텔)가 많고, 한식 위주의 업종구성을 보이며, 제주도 특산품인 흑돼지와 관련한 한식 육류요리 전문점의 비중이 높게 형성되어 있음 → 2020년 18% 정도 감소세가 나타났으나, 2021년에는 그 수준을 유지하고 있으며, 관광객 유입과 함께 회복 가능성 있음
 - 이와는 별개로 2021년 한식 면요리(고기/뚝배국수), 커피, 중식, 일식 업종의 증가세가 나타나고 있어 고객 유입력 상승을 위한 식사메뉴와 커피메뉴의 강세를 엿볼 수 있음
 - 다만, 제주지역 전체적으로 봤을 때는 해안도로를 중심으로 발달하고 있는 읍/면 단위 소도시 관광지가 소비자들의 선택을 받고 있어 중심상권으로 형성된 연동 상권이 지역 단위 관광지와 경쟁하는 구도를 보이고 있음 → 연동 상권의 맛집을 중심으로 온라인 마케팅의 역량을 키워야 하며, 검색을 통해 노출되는 매장과 메뉴 사례를 보다 늘려야 할 것으로 보임
- 제주 연동 상권은 제주 공항 근처에 위치하여 제주를 찾는 관광객들이 반드시 거쳐야 하는 관문의 성격을 띠면서 대표적인 음식점의 업종이 한정되는 현상을 보이고 있음
 - 예를 들면 제주를 대표하는 향토 음식점으로 인식되는 국수전문점의 고객관심도가 가장 높게 나타나고 있으나 경쟁적 군집화가 잘 이루어지지 않고 있으며, 그 외 업종의 음식점으로 보완적 군집화에도 한계를 보임으로써 고객 유입력에서 한계를 보이고 있음
 - 공항 근처에 위치하는 관계로 대체적으로 객단가가 낮은 음식점들이 주로 연동 상권의 앵커점포 역할을 하고 있는 것으로 추정되며, 관광객들의 소비행동을 분석해 보면 객단가가 높은 업종의 음식점은 주로 해변가를 끼고 있는 상권으로 이동하여 소비하는 것으로 판단됨
 - 특히 연동 상권은 노형동 상권과 인접하여 입도와 출도를 하는 관광객을 대상으로 치열한 경쟁 관계를 보이는 점을 고려하여 경쟁 전략을 수립해야 함

〈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 8월
업종별 매출액/이용건수	카드사 + 결제수단별 통계 데이터 기반 나이스지니데이터 추정	대/중/소분류 업종단위별 추정매출액 규모	1개월	2021년 8월
업종 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 총매출액 증감	1개월	2020년 1~12월 2021년 1~8월 월평균 비교
업종별 성/연령대별 이용량 업종별 요일/시간대별 이용량	카드사 기반 나이스지니데이터 추정	지역/업종별 성/연령대, 요일/시간대 이용건수, 비중정보	1개월	2021년 8월
고객 트렌드	나이스지니데이터	전년대비 고객컬럼별 비중 증감	1개월	2020년 1~12월 2021년 1~8월 월평균 비교
메뉴별 판매점포 수 및 구성비	POS사	대/중/소분류 업종단위별 점포 수 (음식업 전체 10만 사업자)	1개월	2021년 8월
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 8월
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 1~8월 월평균 비교
연관 검색어 (장소&브랜드, 상품&메뉴)	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 주요 연관검색어	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 8월
SNS채널별언급량	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	유튜브, 트위터, 블로그 상권별 음식업 관련 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 8월
키워드 속성분석	데이터: SOMETREND 분석: 나이스지니데이터	상권별 음식업 관련 속성 키워드 언급량	1개월	2019년 1월 ~ 2021년 8월

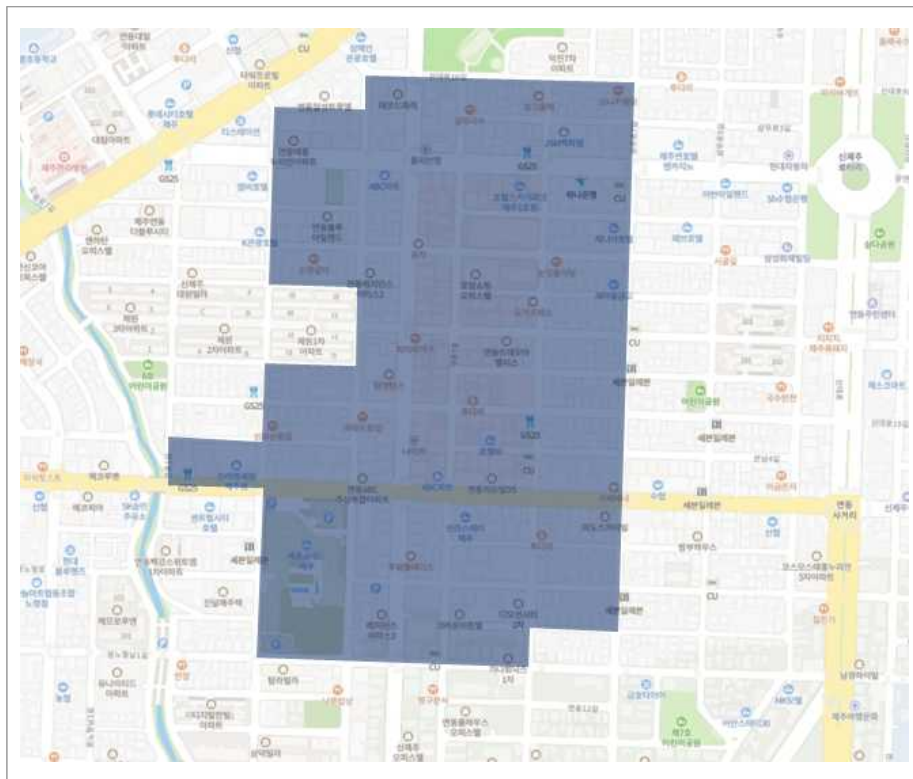
〈해석시 유의사항〉
<p>* 본 보고서에 수록된 내용은 추정된 통계자료이며, 데이터 수집 방법, 데이터 분류 및 집계, 분석 대상 및 시점 등 요건이 타기관의 발표 자료와 상이할 수 있으므로 직접 비교될 수 없습니다.</p> <p>* 본 보고서의 내용은 신뢰할 수 있는 데이터를 활용한 분석 결과이나, 어떠한 경우에도 법적 책임소재에 대한 증빙자료로 사용될 수 없습니다.</p>

〈분석결과〉

I. 상권현황

1. 상권개요

- 제주 연동 상권은 제주 공항, 제주시청 등 제주시 북단에 위치한 주요 공공, 교통시설을 중심으로 발달한 상권이며, 코로나19 이전에는 외국인 관광객이 패션/잡화 및 음식업을 이용하기 위해 찾았던 제주에서 가장 크게 형성된 상권. 이에 따라 각종 음식업은 물론이고 호텔과 같은 숙박업소 수가 많음



[그림 I-1] 연동 상권 영역

〈표 I-1〉 연동 상권 기초현황

항목/상권영역	선택 영역 내	반경 500M내	반경 1,000M내
주거인구(명)	3,574	12,896	48,023
세대수(가구)	1,786	6,097	22,531
유동인구(명/일) (최대지점 / 평균)	3,736 / 1,356	3,964 / 937	3,964 / 893
지하철 승하차 인구 수(명)	0	0	0
버스 정류장수(개소)	10	14	63
관공서/금융기관(개소)	5	12	46
문화시설/영화관(개소)	0	0	1

- 연동 상권 내 주거인구 규모는 3,574명/세대수는 1,786가구이며, 통행량 기준으로 가장 많은 지점에 일평균 3천 7백여 명, 상권 평균적으로 1천 4백여 명이 유동함
- 최근 국내 관광객이 집중되는 제주지역이지만, 보다 해안가 중심의 소도시로 관광객이 확산되면서 중심가로 볼 수 있는 연동 상권은 2020년에 비해 소폭 감소세를 보이고 있음

2. 상권유형

1) 토지/건물용도에 따른 구분



[그림 1-2] 연동 상권 토지/건물용도 구분

<표 1-2> 연동 상권 영역/반경별 용도에 따른 상권유형

선택 영역 상권유형	배후 상권유형 (중심점 반경 500M 내)	배후 상권유형 (중심점 반경 1000M 내)
일반상업지 23%	고밀주거지역30%	고밀주거지역33%
오피스가 23%	중밀주거지역19%	기타지역 26%
주택오피스가 21%	기타지역 18%	중밀주거지역16%
저밀주거지역10%	오피스가 11%	오피스가 7%
고밀주거상업8%	주택오피스가 10%	주택오피스가 7%
그 외 15%	그 외 12%	그 외 11%

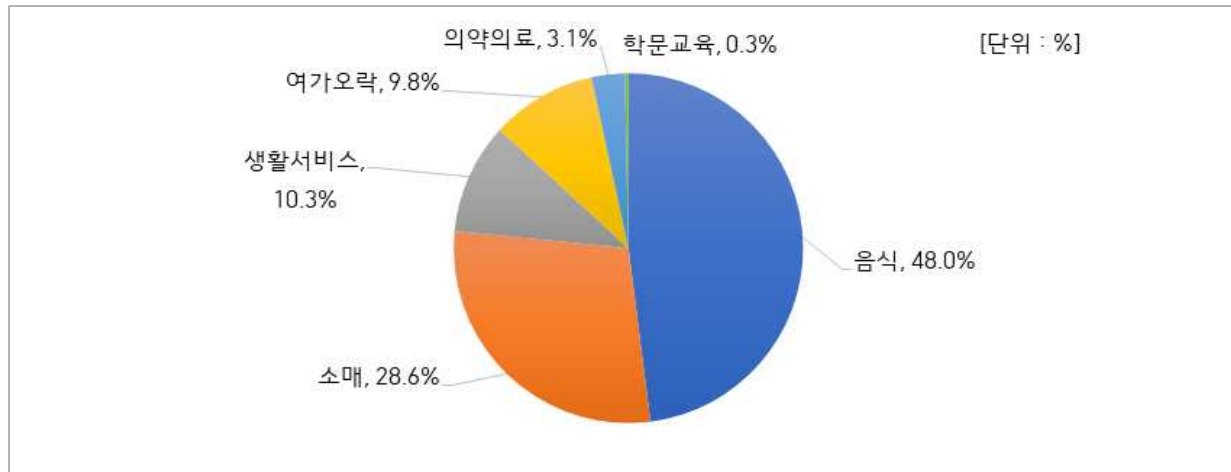
- 연동 상권의 용도에 따른 상권유형은 상업지역과 오피스가, 주거지역이 복합되어 있음
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m/1000m의 주변지역과 비교했을 때, 연동 상권은 보다 상업, 오피스 중심 기능을 보이고 있으며, 이에 따라 주간과 야간 상주인구 수에 차이가 나타남

<표 I -3> 토지/건물용도에 따른 상권유형 설명

대분류	중분류	설명	소분류(상권유형)
기타비율 70% 미만	주거지역 (주거용 비율 70% 이상)	주거비율 상위 30%	고밀주거지역
		주거비율 30~70%	중밀주거지역
		주거비율 하위 30%	저밀주거지역
	준주거지역 (주거용 비율 30~70%)	공업비율 30~70%, 공업 > 상업, 업무	주거공업지
		상업비율 30~70%, 주택비율 상위 50%	고밀주거상업
		상업비율 30~70%, 주택비율 하위 50%	저밀주거상업
		업무비율 30~70%, 업무 > 공업, 상업	주거오피스가
	비주거지역 (주거용 비율 30% 미만)	공업비율 50% 이상, 기타 30% 미만	공업중심지 (공업+상업: 공업상업지 공업+업무: 공업업무지 공업50%이상: 공업중심지)
		상업비율 50% 이상, 기타 30% 미만	일반상업지
		업무비율 50% 이상, 기타 30% 미만	오피스가
		상업, 업무비율 30~70%	복합상업지 (주거+상업+업무: 복합상업지 공업+상업+업무: 혼합상업지)
	기타비율 70% 이상 (산, 수계, 공원, 학교 등 면적 70% 이상)		
지하철 출입구 반경 500m 내			역세권
대학교 출입구 반경 500m 내			대학가
※ 공통 유형에 해당하는 경우, 대학가 > 역세권 > 오피스가 > 상업지 > 주거지 순으로 상권유형 부여			

2) 업종구성에 따른 구분

○ 연동 상권의 업종은 음식업 48% > 소매/유통 29% > 생활서비스 10% 등으로 구성



[그림 I-3] 연동 상권 업종 구성비

○ 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 음식업과 여가/오락업의 비중이 5%p 높고, 소매/유통업도 4%p 높게 형성 → 주거지역에서 주로 나타나는 업종 구성비가 낮고, 상업지(음식, 소매)+관광지(숙박)에서 나타나는 업종구성비를 보임

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

[단위 : %, %p]

구분	음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육
해당상권	48.0%	28.6%	10.3%	3.1%	9.8%	0.3%
전국평균	42.9%	25.1%	13.2%	6.9%	4.7%	7.3%
편차	5.1%p	3.5%p	-2.9%p	-3.8%p	5.1%p	-7.0%p

○ 평균적인 상권의 구성비보다 의복/의류 6.9%p, 숙박과 한식업 4.4%p, 간이주점 3.5%p 높아 패션/잡화 업종 중심으로 숙박과 음식업이 보완하는 상권으로 규정됨

→ 연동 상권의 특성업종은 ‘의복/의류, 숙박, 한식, 주점’으로 규정됨

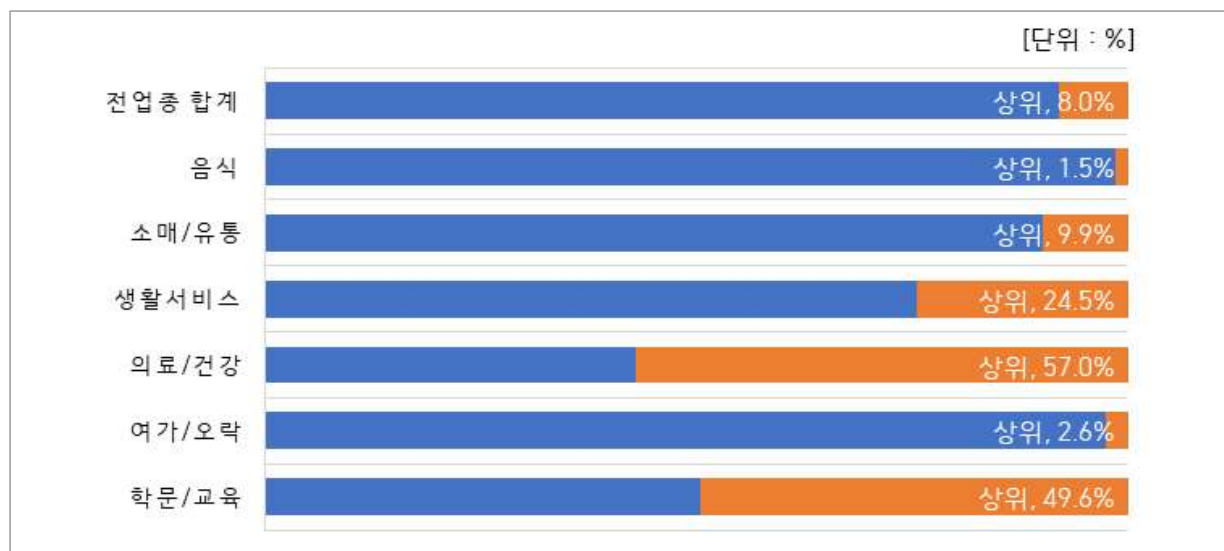
<표 I-5> 연동 상권 중분류 주요업종 구성비 / 전국 평균대비 특성업종 현황

[단위 : %, %p]

순위	주요업종(중분류)	해당상권 구성비	전국평균 구성비	편차
1	한식	16.1%	11.7%	4.4%p
2	의복/의류	10.5%	3.6%	6.9%p
3	미용서비스	8.4%	7.6%	0.8%p
4	간이주점	6.7%	3.2%	3.5%p
5	숙박	5.6%	1.3%	4.4%p
6	고기요리	5.4%	3.9%	1.6%p
7	종합소매점	5.2%	5.9%	-0.7%p
8	패션잡화	4.7%	2.0%	2.7%p
9	커피/음료	4.6%	6.0%	-1.5%p
10	일식/수산물	3.2%	3.6%	-0.4%p

3) 상권규모에 따른 구분

- 전국 1200대 주요상권 중 연동 상권은 상위 8%에 해당하는 매출규모를 보이고 있으며, 특히 음식업은 상위 1.5%에 해당하여 음식업의 매출집중도가 높음



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

- 전체 상권의 매출규모는 2019년 56위, 2020년 71위, 2021년 90위로 지속적으로 떨어진 모습을 보이는데, 특히 소매/유통업과 여가/오락업(숙박업) 순위가 떨어짐
- 반면, 음식업은 매출규모는 감소했으나, 전체 순위는 유지되거나 오히려 오른 것으로 나타남

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

구분		음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육	전업종합계
2019년	매출액	2,552	1,824	115	81	839	7	5,418
	주요상권매출순위	17	97	271	638	7	609	56
	주요상권매출분위	1.5%	8.6%	24.0%	56.4%	0.6%	53.8%	5.0%
2020년	매출액	2,109	1,618	89	91	248	6	4,161
	주요상권매출순위	14	102	289	604	25	600	71
	주요상권매출분위	1.2%	9.0%	25.6%	53.4%	2.2%	53.1%	6.3%
2021년 (연간추정)	매출액	1,585	1,537	100	86	223	10	3,542
	주요상권매출순위	17	112	277	645	29	561	90
	주요상권매출분위	1.5%	9.9%	24.5%	57.0%	2.6%	49.6%	8.0%

3. 상권 일반현황

1) 유동인구

- 연동 상권의 유동인구 밀집지역은 상권 북측의 대로변으로부터 상권의 메인 입구 방향으로 발달해 있음. 상권을 둘러싸는 외부 지역이 주거단지나 학교, 대로변으로 단절되어 있어 상권 내 중앙지역의 집중도가 높음
- 유동인구는 20대 여성 > 20대 남성 > 40대 여성 순으로 나타나며, 금요일과 토요일 유동인구가 많고 점심보다는 저녁 시간대 집중도가 높음



[그림 1-5] 연동 상권 유동인구 지도

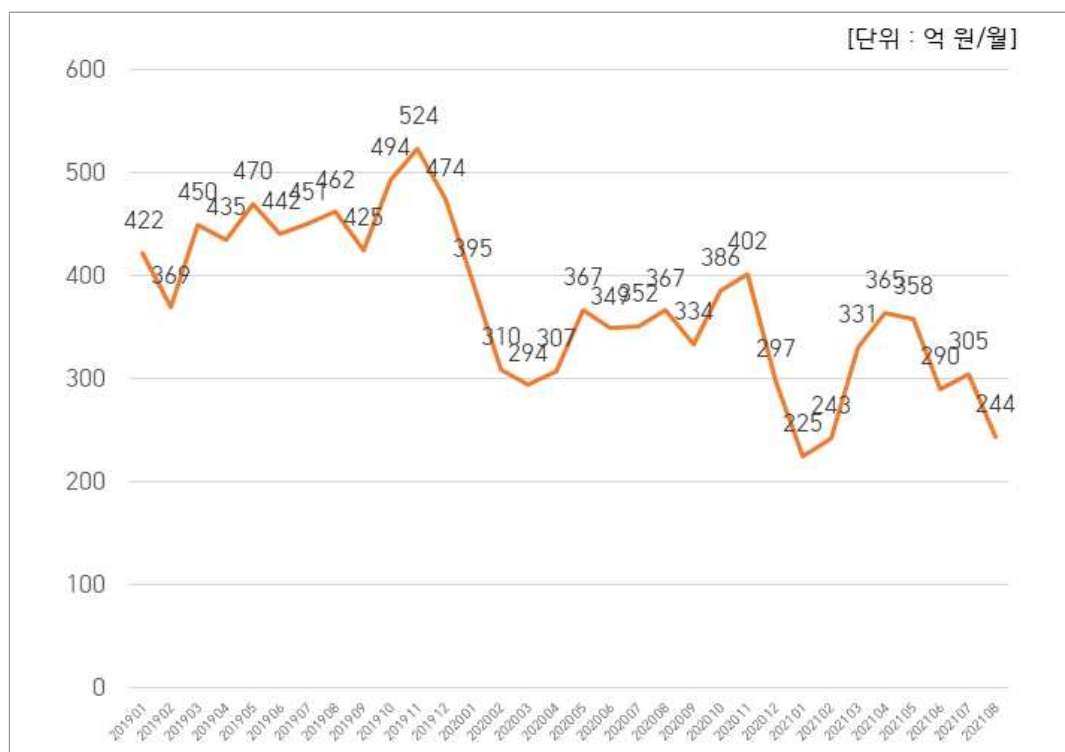
<표 1-7> 연동 상권 유동인구 현황

[단위 : 명]

구분	유동인구 일평균 최대지점		선택영역 내 일평균 유동인구 수							
유동인구 수	3,736		1,356							
구분	20대		30대		40대		50대		60대	
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
유동인구 수	271	748	69	84	81	107	51	65	24	27
구분	월	화	수	목	금	토	일			
아침(09~12시)	201	236	200	266	357	309	220			
점심(12~14시)	148	185	152	217	288	231	149			
오후(14~18시)	381	429	376	475	635	601	443			
저녁(18~21시)	470	558	441	587	805	748	575			

2) 상권 전 업종 매출액 변화

- 연동 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 5,418억, 2020년 4,161억, 2021년(추정) 3,542억으로 집계되어 2020년 23.2%, 2021년 14.9% 감소(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)
- 2020년 업종별로는 여가/오락업(-70%) > 생활서비스업(-23%) > 음식업(-17%) 순으로 감소폭이 크게 나타나 관광객 감소로 인한 숙박업의 매출감소가 상권 경기현황에 큰 영향을 미침
- 2021년에는 음식업(-25%) 감소율이 가장 크게 나타났고, 소매/유통업(-5%), 여가/오락업(-10%)도 감소하면서 2020년에 비해 좀 더 감소하고 있는 특징을 보임



[그림 I-6] 연동 상권 전 업종 매출액 변화

<표 I-8> 연동 상권 대분류 업종별 매출액 변화

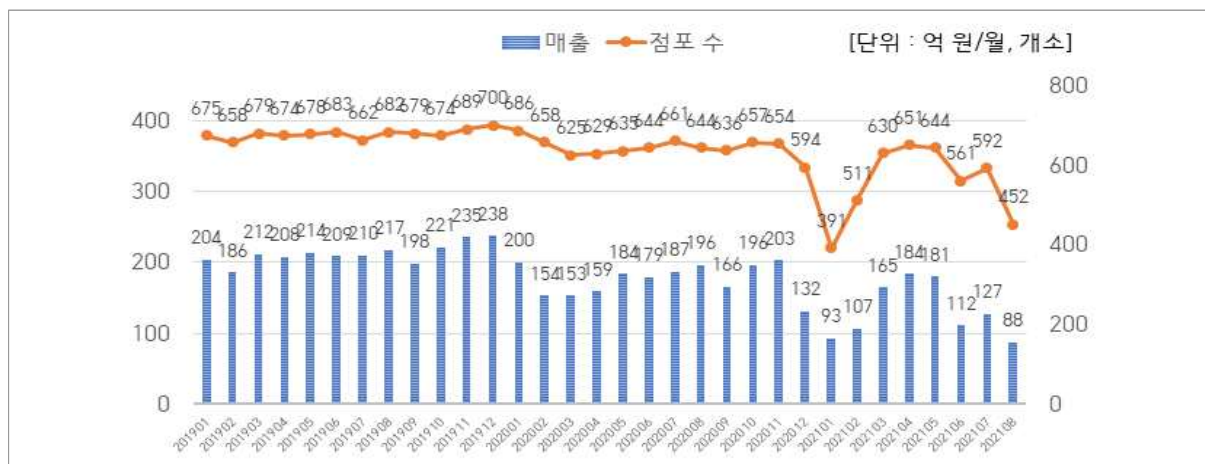
[단위 : 억 원, %]

구분	매출액			증감률	
	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
전 업종 합계	5,418	4,161	3,542	-23.2%	-14.9%
음식	2,552	2,109	1,585	-17.4%	-24.8%
소매/유통	1,824	1,618	1,537	-11.3%	-5.0%
생활서비스	115	89	100	-22.7%	12.6%
의료/건강	81	91	86	12.6%	-4.8%
여가/오락	839	248	223	-70.4%	-10.0%
학문/교육	7	6	10	-13.0%	68.6%

II. 음식업 업종분석

1. 전체 음식업 현황

- 연동 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 678개로 운영되던 점포 수가 2020년 644개, 2021년 554개로 줄어들어 운영점포 수가 5~15% 감소하는 것으로 나타났다으며, 전체 매출규모도 연간 20% 수준으로 감소
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 157개, 한식 육류요리 전문점 64개, 커피 전문점 41개, 생맥주 전문점 35개 순으로 나타나 한식 일반 음식점과 육류 요리 전문점 비중이 높음



[그림 II-1] 연동 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

<표 II-1> 연동 상권 전체 음식업 매출 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]					
구분	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
매출액 (기간 합산)	2,552	2,109	1,585	-17.4%	-24.8%
점포 수 (기간 평균)	678	644	554	-5.0%	-13.9%



[그림 II-2] 연동 상권 음식업 업종별 점포 수(2021년 8월 기준)

2. 업종별 현황

1) 총 매출액

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 일반 유흥주점의 매출 감소가 가장 컸으며, 생맥주 전문점, 기타 주점업, 서양식 업종의 매출 감소가 컸던 반면, 일식, 커피, 한식 면요리 전문점은 수준을 유지하거나 오히려 성장한 것으로 집계됨



[그림 II-2] 연동 상권 음식점 업종별 총 매출액 변화

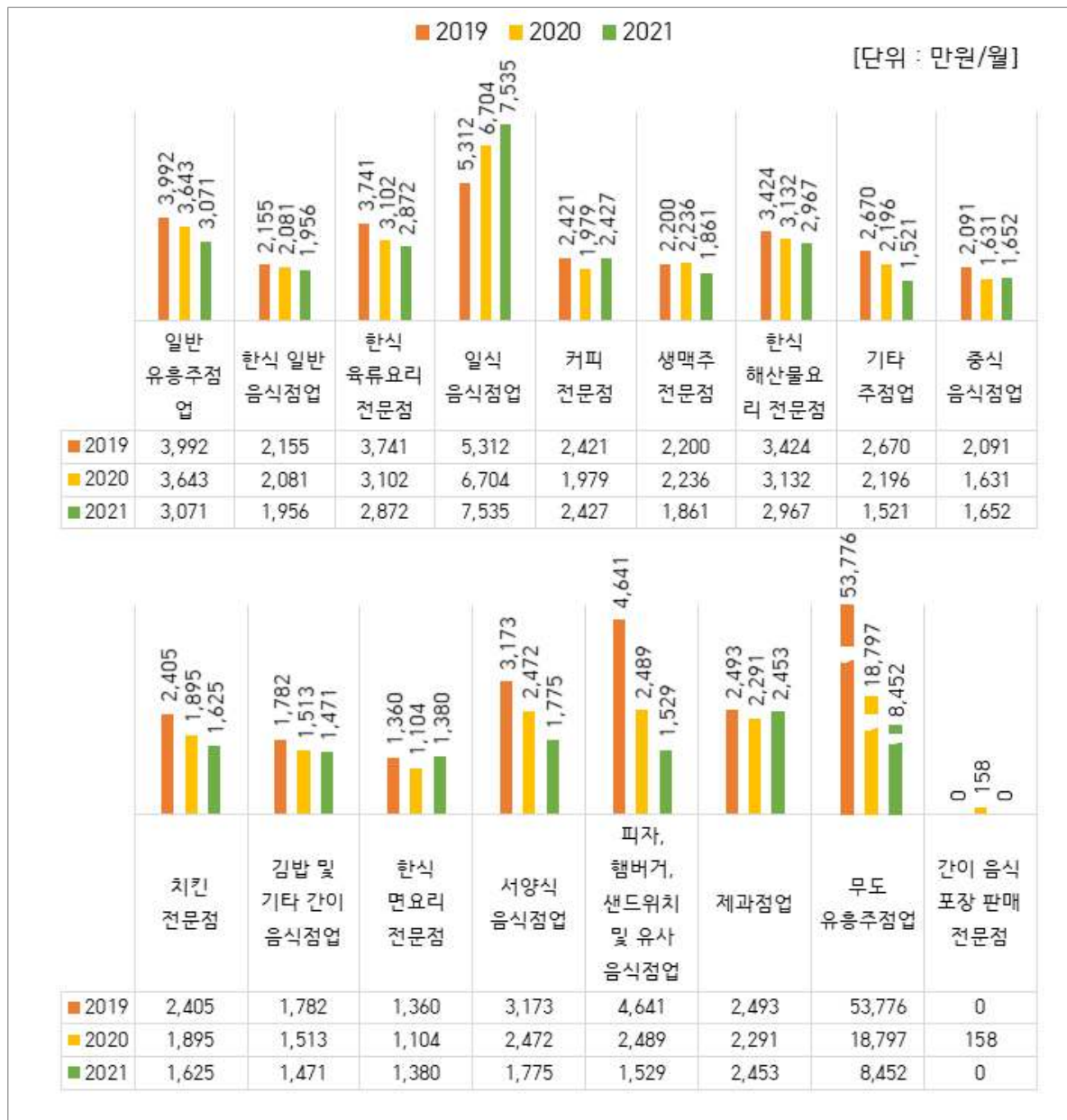
<표 II-2> 연동 상권 음식점종별 총 매출액 변화

[단위 : 억 원/월, %]

구분	일반 유흥주 점	한식 일반	한식 육류	일식	커피 전문점	생맥주 전문점	한식 해산물	기타 주점업	중식
2019년	79.3	35.8	22.3	7.3	6.9	14.0	8.7	7.5	4.6
2020년	65.7	34.2	18.2	8.9	6.6	11.5	7.3	6.3	3.0
2021년	32.0	31.0	18.1	9.2	8.3	7.7	6.5	4.4	3.4
19년 대비 20년	-17.1%	-4.6%	-18.4%	22.4%	-4.9%	-17.8%	-16.4%	-16.3%	-34.4%
20년 대비 21년	-51.3%	-9.5%	-0.5%	3.9%	26.3%	-33.3%	-10.0%	-30.2%	11.1%
구분	치킨 전문점	김밥 및 기타 간이 음식점	한식 면요리	서양식	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점	제과점	무도 유흥주 점	간이 음식 포장 판매	
2019년	4.3	3.2	2.1	3.9	1.0	1.0	10.8	0.0	
2020년	3.2	2.6	1.8	3.0	1.0	1.0	1.4	0.0	
2021년	2.7	2.4	2.1	2.0	0.9	0.9	0.5	0.0	
19년 대비 20년	-24.9%	-19.4%	-14.4%	-22.6%	3.0%	-2.6%	-86.9%	0.0%	
20년 대비 21년	-16.5%	-6.3%	18.0%	-35.2%	-5.9%	-15.1%	-62.5%	-100.0%	

2) 점포당 매출액

- 점포당 매출액도 총 매출규모와 유사하게 주점 관련 업종의 매출규모가 가장 많이 감소했으며, 서양식, 패스트푸드, 한식 일반 음식점도 감소하고 있음
- 연동 상권의 음식점은 업종별로 차이가 나타나고 있어 재편되는 현상을 보임. 유흥주점과 일반 호프, 소주방 등의 주점은 매출규모나 점포당 매출이 점차 떨어지는 것으로 나타나며, 서양식과 패스트푸드는 감소세가 나타남
- 반면, 일식 음식점과 커피 전문점, 한식 면요리 전문점 업종은 2021년 매출 증가세가 나타나 주점과 서양식이 감소하는 것과는 상반되는 모습을 보임. 한식 일반 음식점과 육류 요리 전문점, 중식 전문점이 유사한 수준을 유지하는 가운데 보완적인 업종이 바뀌면서 상권의 이용목적이나 이용 시간대 등이 바뀔 가능성 있음



[그림 II-3] 연동 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

<표 II -3> 연동 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

[단위 : 만원/월, %]

구분	일반 유흥주 점	한식 일반	한식 육류	일식	커피 전문점	생맥주 전문점	한식 해산물	기타 주점업	중식
2019년	3,992	2,155	3,741	5,312	2,421	2,200	3,424	2,670	2,091
2020년	3,643	2,081	3,102	6,704	1,979	2,236	3,132	2,196	1,631
2021년	3,071	1,956	2,872	7,535	2,427	1,861	2,967	1,521	1,652
19년 대비 20년	-8.7%	-3.4%	-17.1%	26.2%	-18.2%	1.6%	-8.5%	-17.8%	-22.0%
20년 대비 21년	-15.7%	-6.0%	-7.4%	12.4%	22.6%	-16.8%	-5.3%	-30.8%	1.3%
구분	치킨 전문점	김밥 및 기타 간이 음식점	한식 면요리	서양식	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점	제과점	무도 유흥주 점	간이 음식 포장 판매	
2019년	2,405	1,782	1,360	3,173	4,641	2,493	53,776	0	
2020년	1,895	1,513	1,104	2,472	2,489	2,291	18,797	158	
2021년	1,625	1,471	1,380	1,775	1,529	2,453	8,452	0	
19년 대비 20년	-21.2%	-15.1%	-18.8%	-22.1%	-46.4%	-8.1%	-65.0%	0.0%	
20년 대비 21년	-14.2%	-2.8%	25.1%	-28.2%	-38.6%	7.1%	-55.0%	-100.0%	

3. 업종 트렌드

- 업종별 경기 동향을 살펴보면 커피, 한식 면요리, 중식, 일식 음식점의 2021년 시장규모가 증가하면서 보다 점심~오후 시간대의 집중도가 높아졌음을 유추할 수 있으며, 한식, 분식, 제과점 등은 소폭 감소한 모습을 보이고 있으나 2021년은 시장규모를 유지하는 것으로 분석됨
- 2020년부터 지속적으로 감소하던 치킨(호프), 기타 주점, 생맥주 전문점 등의 간이주점과 일반/무도 유흥주점은 큰 감소세가 나타나고 있으며, 여기에 서양식 음식점도 감소하는 것으로 나타나 밤 시간대 활성도가 떨어졌음을 나타내고 있음

<표 II-4> 연동 상권 업종별 경기 동향

[단위 : %]

구분	총 매출액 증감률		경기 동향	
	19년 대비20년	20년 대비21년	2020년	2021년
커피 전문점	-4.9%	26.3%	소폭감소	대폭증가
한식 면요리 전문점	-14.4%	18.0%	소폭감소	소폭증가
중식 음식점업	-34.4%	11.1%	대폭감소	소폭증가
일식 음식점업	22.4%	3.9%	대폭증가	소폭증가
한식 육류요리 전문점	-18.4%	-0.5%	소폭감소	소폭감소
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	3.0%	-5.9%	소폭증가	소폭감소
김밥 및 기타 간이 음식점업	-19.4%	-6.3%	소폭감소	소폭감소
한식 일반 음식점업	-4.6%	-9.5%	소폭감소	소폭감소
한식 해산물요리 전문점	-16.4%	-10.0%	소폭감소	소폭감소
제과점업	-2.6%	-15.1%	소폭감소	소폭감소
치킨 전문점	-24.9%	-16.5%	대폭감소	소폭감소
기타 주점업	-16.3%	-30.2%	소폭감소	대폭감소
생맥주 전문점	-17.8%	-33.3%	소폭감소	대폭감소
서양식 음식점업	-22.6%	-35.2%	대폭감소	대폭감소
일반 유흥주점업	-17.1%	-51.3%	소폭감소	대폭감소
무도 유흥주점업	-86.9%	-62.5%	대폭감소	대폭감소
간이 음식 포장 판매 전문점	-	-100.0%	-	대폭감소

Ⅲ. 음식업 고객 분석

1. 전체 고객 현황

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



[그림 Ⅲ-1] 연동 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 이용비중(2021년 1~8월)

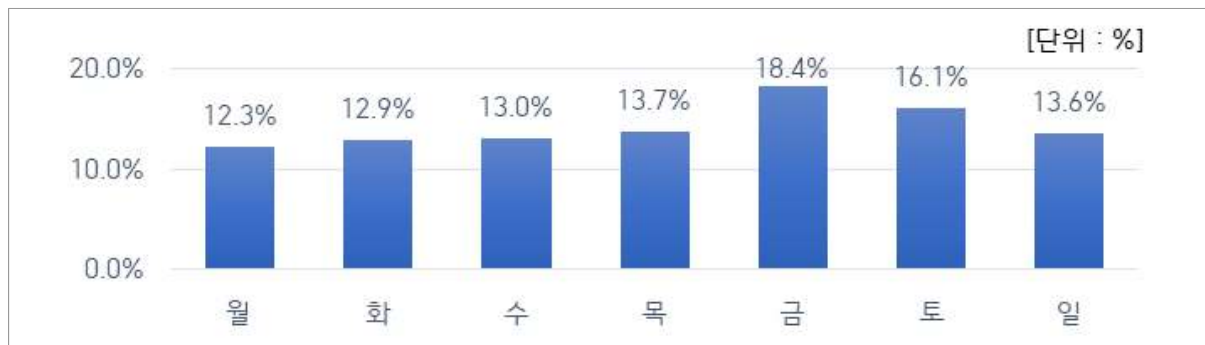
<표 Ⅲ-1> 연동 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 비중

[단위 : %]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	7.2%	19.9%	21.5%	14.3%	4.7%
여성	6.1%	8.8%	8.7%	6.1%	2.8%

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

○ 요일별로는 금요일 > 토요일 > 목요일 순으로 높은 특징을 보임



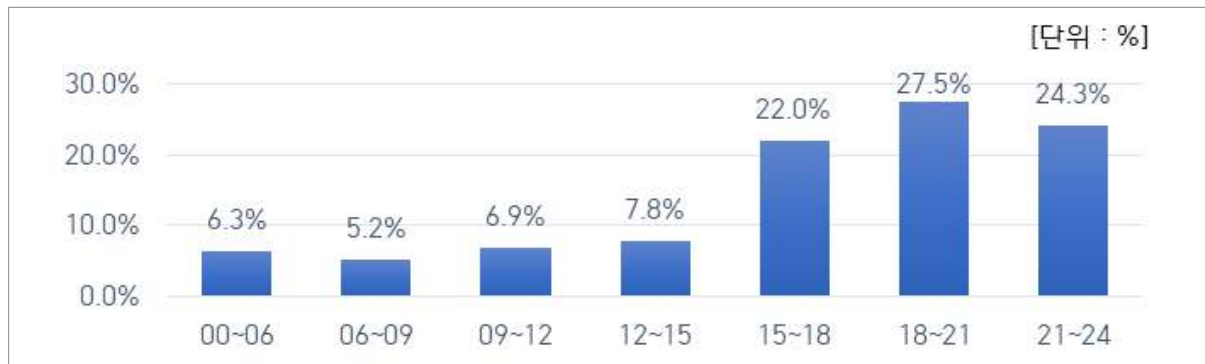
[그림 Ⅲ-2] 연동 상권 음식업 이용고객 요일별 이용비중(2021년 1~8월)

<표 Ⅲ-2> 연동 상권 음식업 이용고객 요일별 비중

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	12.3%	12.9%	13.0%	13.7%	18.4%	16.1%	13.6%

- 시간대별로는 오후부터 높아져 저녁~밤 시간대 집중되는 특징을 보이며, 특히 점심 시간대 이용비중이 다른 상권에 비해 매우 낮은 특징을 보임



[그림 Ⅲ-3] 연동 상권 음식업 이용고객 시간대별 이용비중(2021년 1~8월)

<표 Ⅲ-3> 연동 상권 음식업 이용고객 시간대별 비중

[단위 : %]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	6.3%	5.2%	6.9%	7.8%	22.0%	27.5%	24.3%

2. 업종별 고객현황(2021년 1~8월)

1) 성/연령대별 비중

- 기타 주점업, 일반 유흥주점업, 일식 음식점에서 30대 남성 비중이 가장 높고, 한식, 분식, 중식, 서양식, 패스트푸드, 제과, 커피에 이르는 대부분의 업종에서 40대 남성이 가장 많은 특징을 보임. 관광지 특성상 가족 단위 관광객의 주요 소비를 40대 남성이 하는 것과 연관된 것으로 해석할 수 있음
- 평균적인 연령대 구성비와 비교했을 때, 주점, 치킨, 한식 면요리 전문점은 20대 남성이 많았으며, 분식, 제과점, 커피 업종은 20대 여성 비중이 높음. 일반 한식, 일식, 중식은 30대 남성이 많았고, 서양식은 50대 남성, 패스트푸드는 50대 여성 비중이 평균보다 높은 것으로 분석됨

<표 Ⅲ-4> 연동 상권 음식업종별 성/연령대별 비중, 주요고객/특성고객

[단위 : %]

구분	20대 이하		30대		40대		50대		60대 이상		주요 고객	특성 고객
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여		
기타 주점업	14.0	11.4	19.4	9.5	18.8	7.9	10.1	3.6	4.0	1.3	30대 남성	20대 남성
김밥 및 기타 간이 음식점업	8.0	9.1	14.2	10.9	17.3	14.1	8.6	9.7	4.5	3.5	40대 남성	20대 여성
무도 유흥주점업	5.9	1.2	18.2	24.9	22.5	1.4	15.3	2.3	3.2	5.1	30대 여성	30대 여성
생맥주 전문점	12.0	8.0	20.3	7.4	21.2	8.3	13.3	4.2	3.7	1.6	40대 남성	20대 남성
서양식 음식점업	6.4	4.3	22.3	6.2	23.2	12.0	18.3	3.5	2.2	1.8	40대 남성	50대 남성
일반 유흥주점업	4.9	2.8	25.2	6.3	25.2	6.4	18.7	4.2	4.9	1.3	30대 남성	30대 남성
일식 음식점업	7.3	7.7	22.3	11.1	20.4	9.0	9.3	5.7	4.4	3.1	30대 남성	30대 남성
제과점업	6.4	8.8	12.8	12.5	16.3	13.4	9.9	10.0	3.7	6.1	40대 남성	20대 여성
중식 음식점업	4.4	6.5	18.3	10.5	21.7	11.5	12.4	7.5	4.7	2.4	40대 남성	30대 남성
치킨 전문점	8.2	5.2	16.2	7.8	20.5	13.4	13.1	9.5	3.6	2.5	40대 남성	20대 남성
커피 전문점	7.7	12.3	15.0	14.0	16.6	10.6	9.4	8.7	3.1	2.6	40대 남성	20대 여성
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	4.7	4.3	14.1	8.4	19.0	16.6	13.0	12.1	3.9	3.9	40대 남성	50대 여성
한식 면요리 전문점	9.7	6.6	18.0	9.7	20.2	9.5	12.2	7.1	4.3	2.7	40대 남성	20대 남성
한식 육류요리 전문점	8.3	7.0	18.8	9.4	21.9	9.2	11.9	6.5	4.2	2.8	40대 남성	30대 남성
한식 일반 음식점업	7.5	6.1	18.2	9.0	20.1	8.7	14.6	6.8	5.4	3.6	40대 남성	30대 남성
한식 해산물요리 전문점	4.5	3.0	13.3	6.6	21.8	8.8	19.1	8.7	7.0	7.2	40대 남성	40대 남성

2) 요일별 비중

- 요일별로는 대부분의 업종에서 금요일 비중이 가장 높게 나타났으며, 주점 관련 업종에서만 토요일 이용비중이 높게 나타남. 관광객이 주로 방문하는 일정(요일)과 관련
- 고객이 가장 많은 것은 금~토요일이었으나, 다른 상권의 평균적인 요일별 비중과 비교했을 때, 가장 높게 나타나는 요일은 월요일이었으며, 역시 관광객이 주로 방문하는 일정 계획과 연관 있는 것으로 해석할 수 있음

<표 Ⅲ-5> 연동 상권 음식점종별 요일별 비중, 주요고객/특성고객

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일	주요 요일	특성 요일
기타 주점업	13.2	12.7	12.0	13.3	16.2	18.1	14.4	토요일	일요일
김밥 및 기타 간이 음식점업	13.6	14.1	13.8	14.4	18.4	16.0	9.7	금요일	금요일
무도 유흥주점업	20.6	16.2	7.2	3.1	5.8	32.6	14.6	토요일	월요일
생맥주 전문점	13.8	12.9	12.6	14.2	15.6	16.1	14.8	토요일	일요일
서양식 음식점업	11.4	18.7	12.5	16.3	12.9	13.3	14.8	화요일	화요일
일반 유흥주점업	9.8	11.2	13.0	12.6	23.3	17.5	12.7	금요일	금요일
일식 음식점업	9.1	14.9	13.1	14.2	19.0	17.6	12.1	금요일	화요일
제과점업	15.8	13.0	14.8	14.0	16.2	15.4	10.8	금요일	월요일
중식 음식점업	14.8	11.9	12.4	13.4	17.0	14.9	15.6	금요일	월요일
치킨 전문점	12.4	11.4	12.5	14.3	17.4	17.4	14.6	토요일	월요일
커피 전문점	12.4	15.8	13.5	14.2	16.8	14.0	13.2	금요일	화요일
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	7.1	14.0	12.7	19.3	16.5	15.8	14.6	목요일	목요일
한식 면요리 전문점	14.6	8.8	13.4	13.0	17.6	15.5	17.3	금요일	금요일
한식 육류요리 전문점	13.3	12.6	13.3	13.7	16.3	15.2	15.5	금요일	월요일
한식 일반 음식점업	14.1	13.2	13.1	14.1	16.5	15.6	13.3	금요일	월요일
한식 해산물요리 전문점	13.2	13.9	13.1	14.2	19.1	13.8	12.8	금요일	금요일

3) 시간대별 비중

- 일반적인 다른 상권의 업종별 이용시간대와 다르게 오후 시간(15~18시) 매출비중이 높은 편이며, 분식, 중식, 패스트푸드, 한식 일반/육류/해산물요리에서 오후 시간대 비중이 높게 나타남
- 또 다른 상권의 특징과는 다르게 밤 시간(21~24시) 매출비중이 높고 점심 시간대 비중이 낮아 일반적으로 생각하는 업종별 피크타임과 다른 양상을 보임

<표 Ⅲ-6> 연동 상권 음식점종별 시간대별 비중, 주요고객/특성고객

[단위 : %]

구분	00~06	06~09	09~12	12~15	15~18	18~21	21~24	주요시간	특성시간
기타 주점업	9.2	0.3	0.3	2.1	23.4	34.3	30.4	18~21시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	6.2	7.3	18.7	18.3	25.9	15.0	8.6	15~18시	21~24시
무도 유흥주점업	28.8	0.7	1.8	2.7	2.0	5.1	58.8	21~24시	00~06시
생맥주 전문점	10.9	0.6	0.8	0.7	11.4	32.8	42.9	21~24시	21~24시
서양식 음식점업	14.0	1.3	5.2	5.4	13.2	23.0	37.8	21~24시	21~24시
일반 유흥주점업	8.3	12.2	1.0	4.9	8.0	27.9	37.7	21~24시	06~09시
일식 음식점업	3.4	0.1	8.6	6.5	30.2	33.5	17.6	18~21시	21~24시
제과점업	7.6	9.2	10.7	16.7	20.7	23.4	11.7	18~21시	18~21시
중식 음식점업	1.5	3.9	22.9	18.6	29.9	18.1	5.2	15~18시	18~21시
치킨 전문점	3.7	0.3	2.3	7.7	31.6	35.3	19.0	18~21시	21~24시
커피 전문점	4.8	6.8	16.0	17.5	19.2	20.1	15.6	18~21시	21~24시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	2.2	2.8	15.0	22.3	27.9	21.7	8.2	15~18시	18~21시
한식 면요리 전문점	3.7	9.9	20.4	14.7	19.7	17.9	13.6	09~12시	21~24시
한식 육류요리 전문점	5.3	0.4	3.1	4.0	34.8	33.3	19.2	15~18시	21~24시
한식 일반 음식점업	5.8	4.4	10.7	8.8	26.5	25.3	18.6	15~18시	21~24시
한식 해산물요리 전문점	2.0	3.7	11.1	15.2	31.8	24.5	11.8	15~18시	21~24시

3. 고객 트렌드

1) 전체 외식고객

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



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

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

[단위 : %p]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	-0.2%p	2.0%p	-3.4%p	-0.5%p	0.5%p
여성	-0.2%p	0.6%p	0.4%p	0.7%p	0.1%p

- 요일별로는 금요일 > 월요일이 증가했고, 토요일과 일요일 이용비중 감소



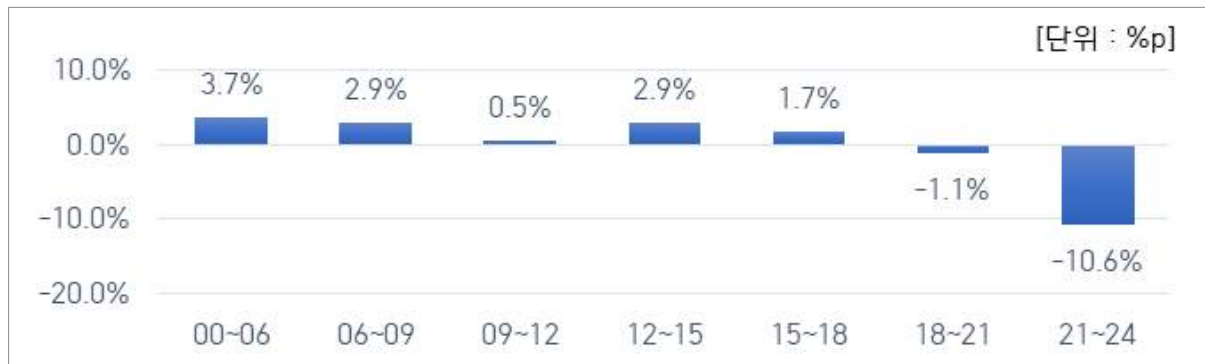
[그림 Ⅲ-5] 연동 상권 음식업 이용고객 요일별 고객변화('20년 대비 '21년)

<표 Ⅲ-8> 연동 상권 음식업 이용고객 요일별 고객변화(전년대비)

[단위 : %p]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	0.9%p	0.0%p	-0.4%p	-0.6%p	2.4%p	-1.1%p	-1.2%p

- 시간대별로는 밤 시간대(21~24시) 이용률이 크게 줄면서 상대적으로 새벽 시간대(00~06시), 점심 시간대(12~15시), 아침 시간대(06~09시)로 이동한 특징을 보임



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

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

[단위 : %p]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	3.7%p	2.9%p	0.5%p	2.9%p	1.7%p	-1.1%p	-10.6%p

2) 업종별 이용고객

- 주요 고객층의 비중 변화는 매출의 증감과도 밀접한 연관이 있어 어떤 소비계층이 증가/감소하는지 파악해야 함. 연동 상권의 주요 소비층은 40대 남성이며, 이는 가족단위 관광객으로 해석할 수 있는데 40대 남성이 감소하는 업종은 대체적으로 매출도 큰 감소가 나타남. 2021년 들어서면서 30대 남성과 여성이 늘어나는 현상도 나타나고 있는데, 전체적으로 연동에서 음식업을 소비하는 연령층이 낮아지고 가족 단위보다 연인 단위 관광객이 늘고 있음을 유추할 수 있음
- 기존에는 토요일과 일요일을 함께 포함하여 관광을 오는 고객이 많았다면, 점차 혼잡한 주말을 피해 목~토, 일~화, 월~수과 같은 요일이 선호되고 있음을 발견할 수 있음. 이에 따라 금요일과 월요일 이용비중이 늘어나는 것을 확인할 수 있음
- 밤 시간대 매출비중이 감소한 서양식과 주점은 새벽 시간대 비중이 증가했으며, 오후 시간대 비중이 감소한 일식, 커피, 한식 육류요리, 치킨 업종은 밤 시간대 비중이 증가함. 오후 시간부터 활성화되기 시작해서 밤까지 이어지던 상권 특징을 보이고 있었으나, 최근 한식 일반음식, 면요리, 해산물 요리와 중식 음식점을 중심으로 점심 시간대 비중이 늘어나는 특징도 나타나고 있음

<표 Ⅲ-10> 연동 상권 음식점종별 고객변화(전년대비)

구분	성/연령대별 고객변화 (전년 동기대비 증감률)		요일별 고객변화 (전년 동기대비 증감률)		시간대별 고객변화 (전년 동기대비 증감률)	
	증가	감소	증가	감소	증가	감소
기타 주점업	40대남성	60대이상 여성	월요일	수요일	00~06시	18~21시
김밥 및 기타 간이 음식점업	30대여성	40대여성	금요일	토요일	00~06시	06~09시
무도 유흥주점업	30대여성	40대남성	월요일	일요일	00~06시	18~21시
생맥주 전문점	40대여성	40대남성	월요일	일요일	00~06시	21~24시
서양식 음식점업	30대남성	20대여성	화요일	금요일	00~06시	18~21시
일반 유흥주점업	30대남성	40대남성	금요일	일요일	06~09시	21~24시
일식 음식점업	30대남성	50대남성	금요일	목요일	21~24시	15~18시
제과점업	40대남성	20대여성	월요일	목요일	21~24시	09~12시
중식 음식점업	30대남성	20대여성	금요일	토요일	12~15시	09~12시
치킨 전문점	50대남성	20대여성	토요일	수요일	21~24시	15~18시
커피 전문점	40대남성	20대여성	금요일	토요일	21~24시	15~18시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	50대남성	40대남성	토요일	월요일	18~21시	15~18시
한식 면요리 전문점	30대여성	40대남성	금요일	화요일	12~15시	18~21시
한식 육류요리 전문점	40대남성	20대여성	금요일	토요일	00~06시	15~18시
한식 일반 음식점업	50대남성	20대여성	월요일	화요일	12~15시	09~12시
한식 해산물요리 전문점	50대남성	40대여성	금요일	토요일	12~15시	15~18시

IV. 음식업 메뉴분석

1. 주요 메뉴현황

1) 범주별 판매비중

- 연동 상권의 주점은 전반적으로 크게 감소하였으나, 여전히 가장 큰 매출비중을 차지하는 메뉴는 주류(30%)였으며, 구이류(21%) > 국/탕/찌개/전골류(11%) > 밥류(7%) 순으로 매출비중이 높음(타 상권에 비해 구이류 판매 비중이 높음)



[그림 IV-1] 연동 상권 음식업 범주별 이용비중(2021년 1~8월)



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

- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 주류(-2.7%p)였으며, 찜류(-1.4%p), 전/부침류(-0.8%p), 튀김류(-0.5%p) 순으로 감소
- 반면, 구이류(1.6%p), 국/탕/찌개/전골류(1.5%p), 회류(0.6%p)의 비중 증가 → 주류, 찜, 전/부침 등 주점에서 판매하는 안주류 메뉴 비중이 줄고 구이, 전골, 회 등 요리 전문점의 매출액이 늘어남을 유추할 수 있음

2) 판매액 기준 주요메뉴 현황

- 연동 상권의 음식점 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 소주 > 병맥주 > 스테이크 > 생맥주 > 치킨 순이었으며, 2020년은 고기요리 메뉴가 크게 감소하고, 분식과 한식 메뉴도 감소함
- 2021년은 소갈비와 목살, 모듬회, 김치찌개 등의 메뉴에서 회복세가 나타나고 있으나, 삼겹살, 치킨, 주류는 여전히 감소한 것으로 나타남

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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매액	2020년 판매액	2021년 판매액 (추정)	20년 증감률	21년 증감률 (연간 환산)
소주	1,379,535,360	1,507,529,580	1,320,253,650	9.3%	-12.4%
병맥주(국산)	1,064,592,415	845,967,645	612,487,200	-20.5%	-27.6%
스테이크	300,128,400	330,790,500	332,461,350	10.2%	0.5%
생맥주(국산)	471,087,900	441,497,000	285,468,000	-6.3%	-35.3%
치킨	963,615,900	356,737,700	244,108,500	-63.0%	-31.6%
병맥주(수입)	578,704,660	359,663,360	210,303,300	-37.9%	-41.5%
소곱창구이	-	229,178,000	179,686,500	-	-21.6%
탄산음료	173,415,401	155,850,600	174,017,850	-10.1%	11.7%
모듬회	236,736,000	120,714,000	160,648,500	-49.0%	33.1%
삼겹살	636,916,700	349,334,400	140,327,850	-45.2%	-59.8%
돼지갈비	491,242,200	162,026,100	119,743,800	-67.0%	-26.1%
뼈해장국	146,482,000	149,838,000	105,054,000	2.3%	-29.9%
돼지국밥	105,365,000	90,092,000	100,512,000	-14.5%	11.6%
돈가스	134,718,800	146,399,200	94,022,250	8.7%	-35.8%
김치찌개	75,005,650	63,616,200	80,521,350	-15.2%	26.6%
감자탕	-	68,144,000	73,584,000	-	8.0%
떡볶이	143,169,400	98,092,300	72,328,050	-31.5%	-26.3%
일반김밥	118,180,000	86,389,400	68,899,500	-26.9%	-20.2%
소갈비	88,058,300	25,522,000	68,448,750	-71.0%	168.2%
목살	112,812,500	36,995,400	53,876,250	-67.2%	45.6%

2. 음식업 물가(판매액 기준 20위 메뉴)

- 2020년은 스테이크, 김치찌개 가격이 크게 오르고 소갈비, 치킨, 모듬회, 목살 판매단가가 감소함
- 2021년은 목살과 소갈비 판매단가가 크게 오르며 판매액도 크게 증가한 것으로 분석되며, 떡볶이, 돼지국밥, 탄산음료 가격도 소폭 상승함. 반면 돼지갈비, 모듬회, 치킨 메뉴는 2020년에 이어 2021년에도 감소하는 경향이 나타남

<표 IV-2> 연동 상권 주요메뉴 판매단가 변화(표본점포 대상)

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가 (1~8월)	20년 증감률	21년 증감률
소주	4,347	4,375	4,429	0.6%	1.2%
병맥주(국산)	5,044	4,771	4,561	-5.4%	-4.4%
스테이크	36,069	50,379	49,177	39.7%	-2.4%
생맥주(국산)	3,837	3,700	3,867	-3.6%	4.5%
치킨	17,427	14,735	14,123	-15.5%	-4.2%
병맥주(수입)	9,516	9,471	9,182	-0.5%	-3.0%
소곱창구이	-	22,179	23,202	-	4.6%
탄산음료	1,728	1,939	2,046	12.2%	5.5%
모듬회	55,703	48,852	43,307	-12.3%	-11.4%
삼겹살	13,026	13,377	13,509	2.7%	1.0%
돼지갈비	18,889	18,197	16,117	-3.7%	-11.4%
뼈해장국	8,207	8,116	8,096	-1.1%	-0.3%
돼지국밥	7,802	7,777	8,261	-0.3%	6.2%
돈가스	7,418	7,605	7,210	2.5%	-5.2%
김치찌개	7,156	8,615	6,889	20.4%	-20.0%
감자탕	-	8,000	8,000	-	0.0%
떡볶이	6,240	6,530	6,966	4.7%	6.7%
일반김밥	2,112	2,077	2,104	-1.6%	1.3%
소갈비	18,168	14,899	18,626	-18.0%	25.0%
목살	15,865	14,367	18,104	-9.4%	26.0%

3. 메뉴 트렌드

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

- 한식 일반 음식점업에서 주로 판매되는 메뉴는 뼈해장국 > 감자탕 > 일반소주 > 국산병맥주 > 소고기샤브샤브 메뉴였으나, 2021년 샤브샤브 메뉴가 사라지고 해장국과 감자탕/전골 위주로 나타나고 있으며, 소주 판매량도 증가한 것으로 집계됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	뼈해장국	12,486,500	뼈해장국	8,754,500
2	감자탕	5,678,667	고기해장국	8,579,250
3	일반소주	5,597,417	일반소주	7,086,750
4	국산병맥주	2,006,417	뼈전골	6,960,750
5	소고기샤브샤브	554,000	감자탕	6,132,000

- 한식 면요리 전문점에서 주로 판매되는 메뉴는 돼지국밥(국수) > 일반소주 > 국산병맥주 > 탄산음료 > 고기보쌈/수육 메뉴였으나, 2021년 일반/기타국수, 비빔국수 등 고기국수 외 국수 판매량이 증가했으며, 주류 판매비중이 줄고 식사 메뉴가 증가함

<표 IV-4> 2020~2021 연동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 한식 면요리 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	돼지국밥	7,507,667	돼지국밥	5,902,000
2	일반소주	3,210,250	일반/기타국수	4,466,125
3	국산병맥주	564,000	일반소주	1,963,000
4	탄산음료	162,333	순대국밥	1,895,000
5	고기보쌈/수육	156,250	비빔국수	1,858,000

- 한식 육류요리 전문점에서는 돼지고기구이 > 곱창/대창/막창/양구이 > 일반소주 > 갈비구이 > 국산병맥주 순으로 판매 되었으며, 2021년에도 순위가 유지되고 있음. 돼지고기구이는 목살 판매액이 늘면서 크게 증가했고, 곱창/대창/막창/양구이와 갈비 메뉴 판매액은 소폭 감소한 것으로 집계됨

<표 IV-5> 2020~2021 연동 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	30,767,417	돼지고기구이	46,905,688
2	곱창/대창/막창/양구이	19,092,833	곱창/대창/막창/양구이	18,197,375
3	일반소주	17,900,208	일반소주	15,745,188
4	갈비구이	13,849,125	갈비구이	11,342,588
5	국산병맥주	8,769,583	국산병맥주	10,166,063

- 한식 해산물요리 전문점에서는 일반소주 > 아귀찜 > 국산병맥주 > 생선회 > 생선구이 순으로 판매 되었으나, 2021년 생선회 판매액이 크게 증가하고, 해장국, 물회, 생선조림 메뉴가 순위권에 오름

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

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	26,053,667	일반소주	24,263,000
2	아귀찜	12,896,000	생선회	17,863,750
3	국산병맥주	7,748,833	고기해장국	15,298,875
4	생선회	6,210,417	기타수산물회	14,477,500
5	생선구이	5,570,250	일반/기타생선조림	13,459,375

- 중식 음식점은 일반 주류와 안주를 함께 판매하는 소형 점포 표본에서 2021년 중식당 표본이 증가하면서 돼지고기구이와 짜장면, 양고기 메뉴가 새로 등장하였으며, 다른 지역의 중식과 다르게 고기구이류의 매출비중이 높게 집계됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	1,891,167	돼지고기구이	18,148,000
2	국산병맥주	1,871,250	짜장면	5,876,400
3	갈비구이	987,750	소고기구이	5,143,725
4	스테이크	472,667	일반소주	3,776,000
5	수입병맥주	417,500	양고기구이	2,690,038

- 일식 음식점업에서는 일반소주 > 생선회 > 국산병맥주 > 생선구이 > 국산병맥주 순으로 판매되고 있다가 2021년 들어서면서 생선회 판매량이 늘어났고, 추가로 일반육류꼬치, 물회 메뉴가 증가하여 한식 해산물요리 전문점과 함께 생선회와 물회 메뉴가 증가함

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	5,789,333	일반소주	5,054,250
2	생선회	2,774,833	생선회	4,938,625
3	국산병맥주	1,726,500	일반육류꼬치	3,279,750
4	생선구이	815,000	기타수산물회	1,742,125
5	국산생맥주	730,917	국산병맥주	1,299,000

- 서양식 음식점업에서는 스테이크가 매출의 대부분을 차지하고 각종 파스타 메뉴 순으로 집계되었으며, 2021년에도 스테이크 메뉴는 그대로 유지되고 소고기구이와 와인 메뉴가 새롭게 등장함

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	스테이크	23,678,850	스테이크	23,224,875
2	크림파스타	1,046,750	소고기구이	2,366,500
3	오일파스타	405,667	크림파스타	1,187,875
4	일반/기타파스타	355,333	와인	590,288
5	로제파스타	221,250	일반/야채샐러드	419,625

- 치킨 전문점에서는 치킨 > 맥주 > 소주 > 갈비구이 메뉴판매 순위가 2020년에 이어 2021년에도 유지되고 있으나, 전체 판매액이 감소함(※해당 자료는 배달 매출액을 제외하고 홀 영업에서 발생한 매출만 집계)

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	치킨	18,842,792	치킨	8,876,313
2	국산생맥주	2,018,250	국산생맥주	1,345,500
3	일반소주	707,125	일반소주	549,188
4	갈비구이	676,467	갈비구이	397,025
5	국산병맥주	639,625	국산병맥주	334,188

- 김밥 및 기타 간이 음식점에서는 돈가스 > 김밥 > 떡볶이 > 우동 > 돌솥비빔밥 메뉴 순으로 판매되고 있었으나, 2021년 들어서면서 타르트 판매가 급증하여 1위를 차지하고 있으며, 라면, 참치김밥 메뉴가 증가하고 떡볶이, 우동, 비빔밥 메뉴가 떨어짐

<표 IV-15> 2020~2021 연동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 김밥 및 기타 간이 음식점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	돈가스	8,072,708	타르트	10,042,175
2	일반/기타김밥	6,246,000	돈가스	5,591,688
3	떡볶이	3,627,542	일반/기타김밥	5,175,313
4	우동	1,632,500	라면	4,070,625
5	돌솥비빔밥	1,533,167	참치김밥	3,769,875

- 일반 유흥주점업에서는 2020년 수입맥주와 국내맥주 판매액이 대부분을 차지했으나, 2021년 위스키가 급증하여 1위로 올랐으며, 일반 수입맥주, 국산맥주, 소주 판매량은 감소하고 과일 안주 판매액이 증가함

<표 IV-17> 2020~2021 연동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 일반 유흥주점업

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	수입병맥주	20,724,875	위스키	12,476,000
2	국산병맥주	19,851,000	수입병맥주	12,016,000
3	일반소주	11,243,583	국산병맥주	8,794,750
4	국산생맥주	1,706,125	일반소주	5,678,875
5	탄산음료	1,234,250	생과일	4,255,875

- 생맥주 전문점에서는 주류 판매액이 대부분이었으며, 치킨 메뉴가 안주로 가장 많이 판매되고 있었으나, 2021년은 주류 판매액이 감소하고, 치킨, 건어물구이 안주 메뉴 판매액이 증가함. 수입맥주의 판매액이 더 크게 감소

<표 IV-19> 2020~2021 연동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 생맥주 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	국산생맥주	28,422,958	국산생맥주	17,686,875
2	일반소주	9,883,632	일반소주	6,325,388
3	국산병맥주	9,319,179	치킨	4,664,125
4	수입병맥주	5,051,905	건어물구이	4,030,913
5	치킨	4,537,083	국산병맥주	3,919,100

- 기타 주점업에서는 일반소주와 국산맥주, 치킨, 탄산음료 순으로 판매액이 높았고, 2021년에도 소주, 맥주 순위는 유지되고 있으나 보드카 메뉴가 급증하여 순위권에 올랐으며, 탄산음료나 치킨 메뉴도 판매액은 증가한 것으로 집계됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	43,252,333	일반소주	38,691,375
2	국산병맥주	17,927,750	국산병맥주	14,555,563
3	치킨	5,738,767	보드카	12,044,000
4	탄산음료	4,772,750	탄산음료	7,006,375
5	국산생맥주	3,065,417	치킨	6,143,438

- 커피 전문점에서는 아메리카노 > 라떼 메뉴가 주로 판매되고 있으며, 2021년에도 순위가 유지되고 있으나 생과일주스, 에이드, 과실차 등 보다 다양한 음료 메뉴가 새롭게 순위권에 오름

<표 IV-21> 2020~2021 연동 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 커피 전문점

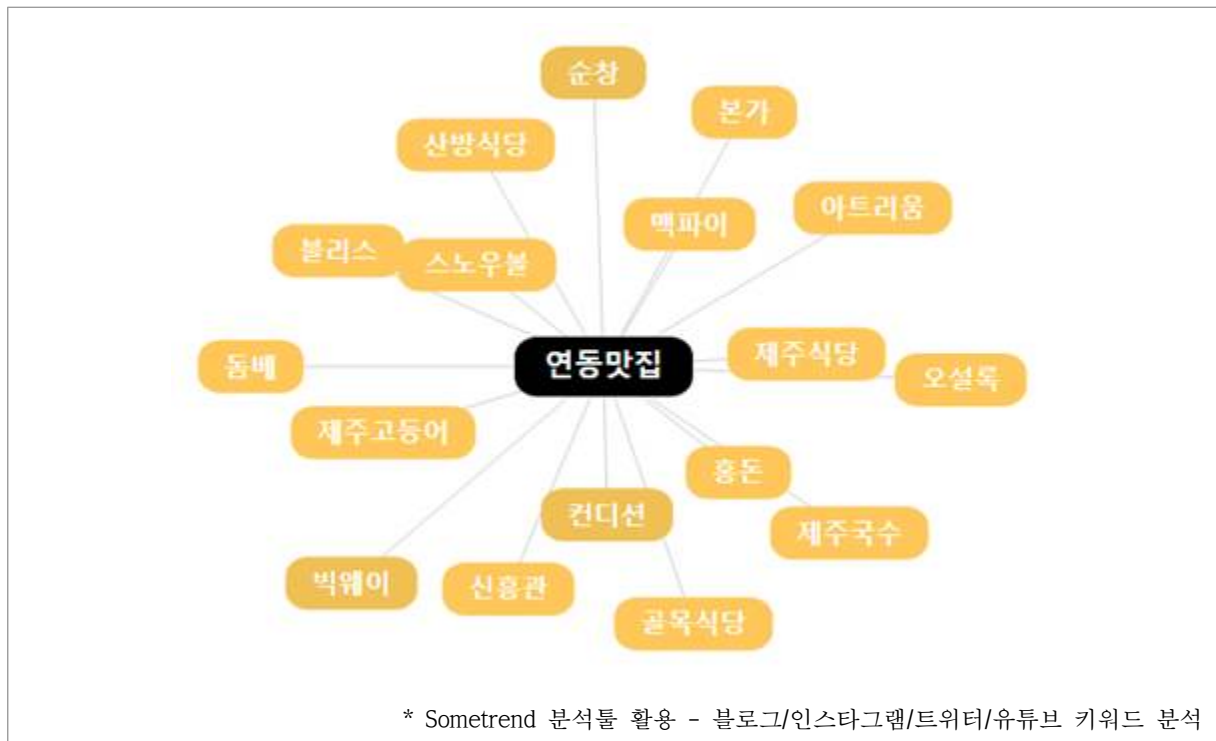
[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	아메리카노/ 에스프레소	4,802,025	아메리카노/ 에스프레소	3,414,975
2	라떼	619,467	라떼	1,440,413
3	탄산음료	1,667	생과일주스	487,188
4	-	-	에이드	278,938
5	-	-	과실차	238,650

V. 키워드 분석

1. 연관 키워드(장소&브랜드 범주)

- 키워드 ‘연동맛집’, ‘연동음식점’, ‘연동식당’, ‘연동점심’, ‘연동저녁’, ‘연동식사’ 등 장소&브랜드 범주의 연관 검색어를 분석하면, 2019년은 특정 브랜드 키워드와 오겹살, 제주맥주, 광어, 막창 메뉴 판매점의 검색어가 많은 것으로 집계됨
- 2020년은 고기(돔배)국수와 고등어(구이, 조림) 전문점 키워드가 순위권에 새롭게 진입했으며, 관광코스로 찾는 특정 브랜드 키워드가 여전히 상위권에 분포함
- 2021년에도 특정 브랜드 장소와 고기국수, 수제버거 전문점, 수제맥주 전문점이 상위권에 등장하고 있으며, 추가로 새로운 육류요리 전문점이 등장함



[그림 V-1] 연동 음식업 장소&브랜드 연관키워드(2021년 1~8월)

<표 V-1> 연동 음식업 장소&브랜드 연관키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	연급량	2020년	연급량	2021년	연급량
1	블리스	593	오설록	443	오설록	260
2	올레길	429	블리스	284	블리스	100
3	오설록	410	제주국수	117	제주식당	71
4	삼양	311	제주막창	109	제주국수	67
5	흑돼지오겹살	271	제주식당	108	맥파이	55
6	제주맥주	193	롯데	75	빅웨이	27
7	이시돌	127	흑돼지오겹살	34	돔베	15
8	롯데	116	맥파이	28	순창	12
9	오레오	107	빅웨이	28	신흥관	7
10	오일장	91	오레오	22	홍돈	5
11	심야식당	75	돔베	20	산방식당	4
12	제주광어	29	오발탄	19	아트리움	4
13	제주막창	25	막창전문점	16	제주고등어	2
14	101호	16	제주고등어	12	스노우볼	2
15	꼬챙이	16	한뿌리	11	골목식당	2

※ 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 흑돼지구이가 가장 많은 연관 키워드를 보이고 있으며, 브런치, 파스타, 스테이크, 과일, 치킨, 맥주 등 제주지역과 연관된 메뉴 키워드가 많음
- 2020년은 주물럭, 두루치기, 불고기 등 육류 요리에 대한 키워드 집중도가 더 높아졌으며, 주꾸미, 디저트 키워드가 순위권에 오름
- 2021년은 새우와 관련된 음식메뉴가 증가하고 데리야끼, 우동, 라면 등 면요리 키워드가 신규로 진입함
- 코로나19 이전은 제주지역의 특산품인 흑돼지, 회를 비롯하여 양식 메뉴도 찾아볼 수 있었으나, 코로나19 이후에는 육류요리에 대한 집중도가 보다 높아졌으며, 2021년에는 새우 요리와 면요리가 추가되어 상권의 음식업 이용목적의 변화를 읽을 수 있음

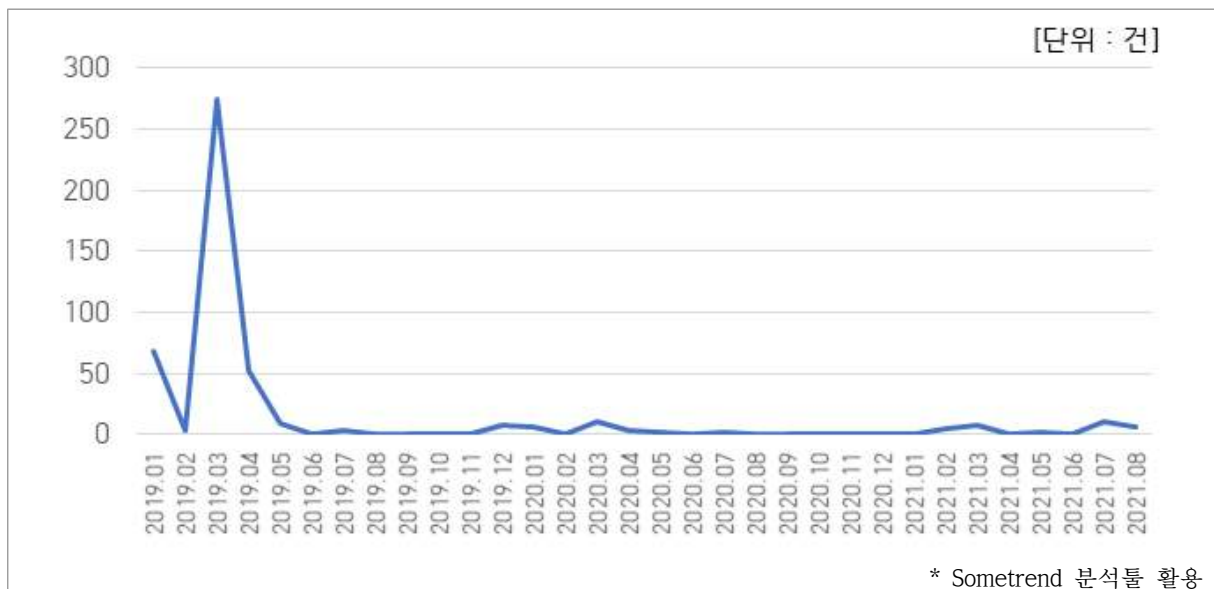
3. 키워드 언급량 시계열 변화

- 연동 음식점(‘연동맛집’, ‘연동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 유튜브 콘텐츠는 간헐적으로 1건씩 발생하고 있으나, 신규 생성이 거의 없었으며, 2019년 8월에 솜폼 콘텐츠 조회 증가로 인해 급증한 사례가 있음



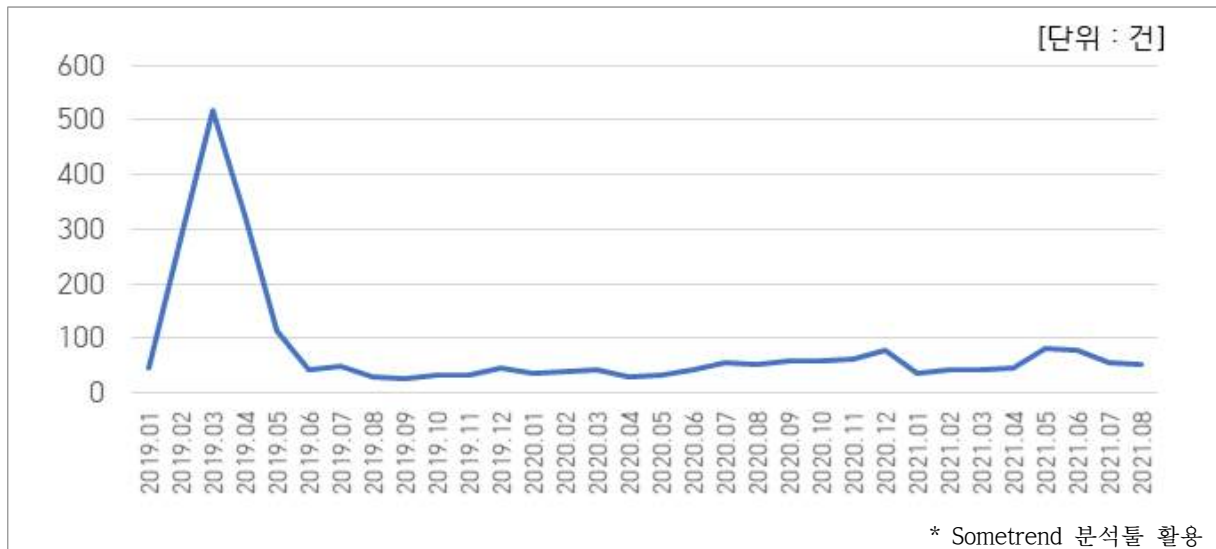
[그림 V-3] 연동 음식점 관련 검색어 유튜브 언급량 변화

- 연동 음식점(‘연동맛집’, ‘연동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 트위터 언급량은 2019년 3월 270여건 발생한 것을 제외하면, 2020~2021년 기간 동안 발생하지 않은 것으로 집계됨



[그림 V-4] 연동 음식점 관련 검색어 트위터 언급량 변화

- 연동 음식점(‘연동맛집’, ‘연동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 트위터와 마찬가지로 2019년 3월 500여건 발생했다가 급감했으며, 2021년 5월 이후 소폭 증가한 것으로 집계됨



[그림 V-5] 연동 음식점 관련 검색어 블로그 언급량 변화

4. 키워드 속성 분석

- 연동 음식점(‘연동맛집’, ‘연동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 속성 키워드는 2021년(1~8월) 기준으로 ‘소통하다’, ‘유명하다’, ‘추천하다’ 등 다른 상권의 연관 키워드와는 다른 특징을 보이고 있어 관광지 상권으로써 온라인 평판의 중요도가 부각됨



[그림 V-5] 연동 음식점 관련 속성 키워드 분석(2021년 1~8월)

- 연동 상권은 다른 상권과는 다르게 ‘유명하다’, ‘추천하다’와 같이 주요 맛집에 대한 온라인 평판이 중요하게 작용하고 있음을 발견할 수 있으며, 지속적으로 나타나고 있음
- 2020년은 가격과 관련한 키워드가 등장하고 있으며, 가성비가 음식점 선택 속성에 영향을 미친 것으로 유추할 수 있음
- 2021년은 ‘깔끔하다’, ‘친절하다/감사하다’와 같은 장소와 서비스에 관한 키워드가 순위권에 오르며 음식점의 물리적 환경이나 친절도와 같은 요소가 보다 중요해 진 것을 발견할 수 있음

<표 V-3> 연동 음식점 관련 주요 속성키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년 (1~8월)	언급량
1	맛있다	306	좋다	495	좋다	593
2	밥도둑	271	맛있다	419	탐나다	519
3	추천하다	256	신상	200	소통하다	270
4	좋다	242	손맛	174	맛있다	267
5	원하다	129	최저가	147	잘먹다	41
6	달다	110	즐기다	116	깔끔하다	40
7	확실하다	92	최고	83	친절하다	35
8	유명하다	69	착한 가격	76	먹고싶다	33
9	맛나다	67	탐나다	56	좋아하다	31
10	신상	65	맵다	54	싸다	29
11	맵다	61	최선	52	유명하다	25
12	존맛탱	56	존맛탱	51	즐기다	23
13	먹고싶다	49	먹고싶다	42	추천하다	23
14	소통하다	46	괜찮다	33	감사하다	20
15	즐기다	43	잘먹다	33	괜찮다	20