

전국 주요상권 트렌드 분석 보고서

(25) 대구광역시 동구 동대구역 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	42
1. 연관 키워드(장소&브랜드)	42
2. 연관 키워드(상품&메뉴)	43
3. 키워드 검색 및 언급량 시계열 변화	45
4. 키워드 속성 분석	46

〈분석요약〉

1. 상권개요

- 대구광역시 동구 동대구역 상권은 KTX 동대구역과 대구 지하철1호선 동대구역, 신세계백화점 대구점에서 시작하여 동대구세무서까지 이어지는 대로변과 이면도로를 포함하는 상권영역을 가지고 있으며, 기차역 주변상권에서 나타나는 업종구성 특징이 명확한 특징을 보임
- 대구지역으로 유입되는 기차역이 위치하고 신세계백화점이 입지하고 있어 대구지역의 내/외부 고객이 밀집하는 상권이며, 교통중심지로서 숙박, 주점이 강화된 전형적인 기차역 상권 특징을 보이는 상권
- 동대구역과 역전으로 형성된 상권의 집약도가 높기 때문에 주변지역으로 상권이 넓어질수록 상업지 특성은 약화되고 주거지 특성이 강화됨
- 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 음식업 13.1%p, 여가/오락업(숙박업) 9.0%p 높아 지방 교통중심지 상권의 업종구성의 전형적인 모습이 나타남
- 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 숙박업 9.3%p, 유흥주점 8.1%p, 한식 4.5%p 높아 숙박과 주점, 음식업 특징이 다양하게 나타남
→ 동대구역 상권의 특성업종은 ‘숙박업, 유흥주점업, 한식, 커피’ 업종
- 동대구역 상권의 유동인구는 기차역과 신세계백화점이 가장 많지만, 역전 상권을 기준으로 보면 현대시티아울렛 대구점 주변이 가장 많은 것으로 나타남
- 동대구역 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 3,770억, 2020년 2,853억, 2021년 1,647억, 2022년 1~2월 264억으로 집계되어 2020년 24.3%, 2021년 42.3%, 2022년 1~2월(전년 동기대비) 12.1% 감소
- 2020년은 음식, 소매/유통, 여가/오락 등 상권 주요 업종에서 25% 이상 감소하였으며, 의료/건강업에서만 18.5% 증가, 2021년은 소매/유통업이 크게 하락하고 다른 업종은 증가
- 2022년 1~2월은 소매/유통업을 제외하고, 음식, 여가/오락, 생활서비스, 의료/건강업 등 전반적으로 회복 추세를 보임

2. 음식업 업종분석

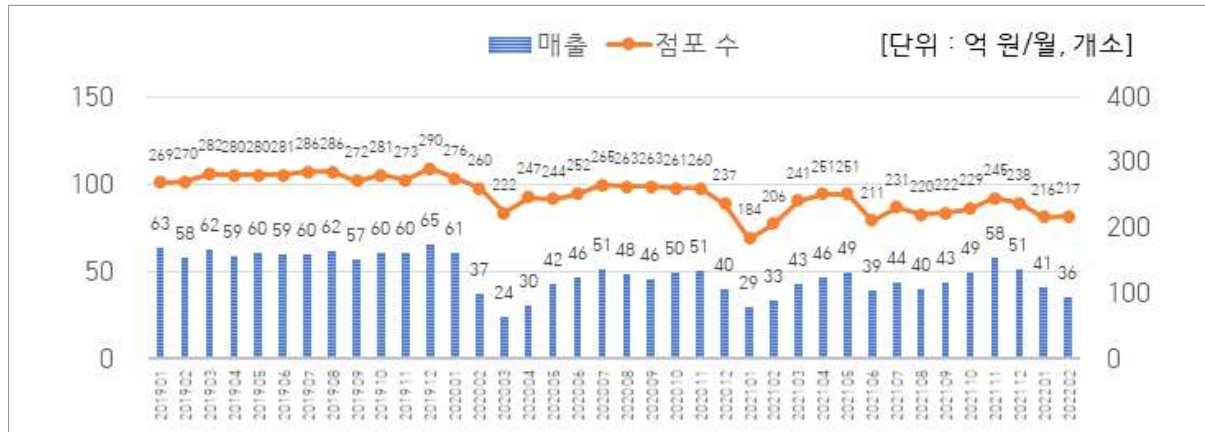
- 전체 음식업은 2019년 평균 279개로 운영되던 점포수가 2020년 254개, 2021년 227개, 2022년 1~2월 217개로 감소하여 운영점포 수가 각각 9%, 10.5%, 11% 감소하였으며, 전체 매출규모는 2020년 27.8% 감소했다가 2021년 0.1%, 2022년 1~2월 22.3% 증가하고 있음
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점 64개, 일반 유흥주점 35개, 커피 전문점 28개, 한식 육류요리 전문점 21개 순으로 나타나 일반적인 상권의 음식업 구

성보다 유흥주점, 한식, 커피 업종 점포 수가 많음

<분석요약. 표1> 동대구역 상권 전체 음식점 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)	726	524	525	76	-27.8%	0.1%	22.3%
점포 수 (기간 평균)	279	254	227	217	-9.0%	-10.5%	11.0%



[분석요약. 그림1] 동대구역 상권 음식점 매출액/점포 수 변화

- 업종별 매출규모는 2020년 무도 유흥주점, 일식, 제과점에서 40% 이상, 분식, 한식 육류요리, 중식에서 30% 이상, 생맥주, 패스트푸드, 일반 유흥주점, 한식 해산물, 한식 일반음식, 커피, 한식 면요리, 치킨에서 20% 이상 감소하여 전반적으로 큰 감소세를 보임
- 2021년은 치킨, 일반 유흥주점, 기타 주점, 한식 해산물 요리 업종에서 감소했으나, 서양식, 일식, 생맥주, 패스트푸드, 중식, 커피, 분식 등은 증가세로 돌아섰으며, 2022년 1~2월은 치킨, 제과점 업종은 감소하고 있으나, 일식, 유흥주점, 서양식, 패스트푸드, 커피, 분식, 한식 면요리 업종 등에서 2021년보다 매출액이 증가하고 있음(전년 동기 대비)
- 점포당 매출액은 2020년 무도 유흥주점, 제과점, 일식, 패스트푸드, 서양식, 중식에서 30% 이상, 커피, 한식 육류요리, 한식 일반음식, 분식에서 20% 이상, 치킨, 한식 면요리, 한식 해산물요리, 기타 주점, 포장판매 업종에서 10% 이상 감소함
- 2021년은 치킨(호프), 한식 해산물요리, 일반 유흥주점에서 지속 감소했으나, 일식, 서양식, 생맥주, 패스트푸드, 한식 면요리, 제과점, 포장판매, 중식 업종에서 증가세가 나타났으며, 2022년 1~2월은 일식, 패스트푸드, 기타 주점, 서양식, 한식 면요리, 제과점, 한식 일반음식, 중식 업종 중심으로 증가하고 있음
- 다른 지역의 주요상권은 2020년과 2021년 지속적인 감소세가 나타나는 반면, 대구 지역 주요상권은 2020년 큰 폭으로 떨어진 이후 2021년과 2022년 조금씩 회복하는 경향이 나타나고 있으며, 특히 일식, 서양식, 포장판매 전문점은 코로나 이전 매출 수준을 회복한 것으로 집계됨

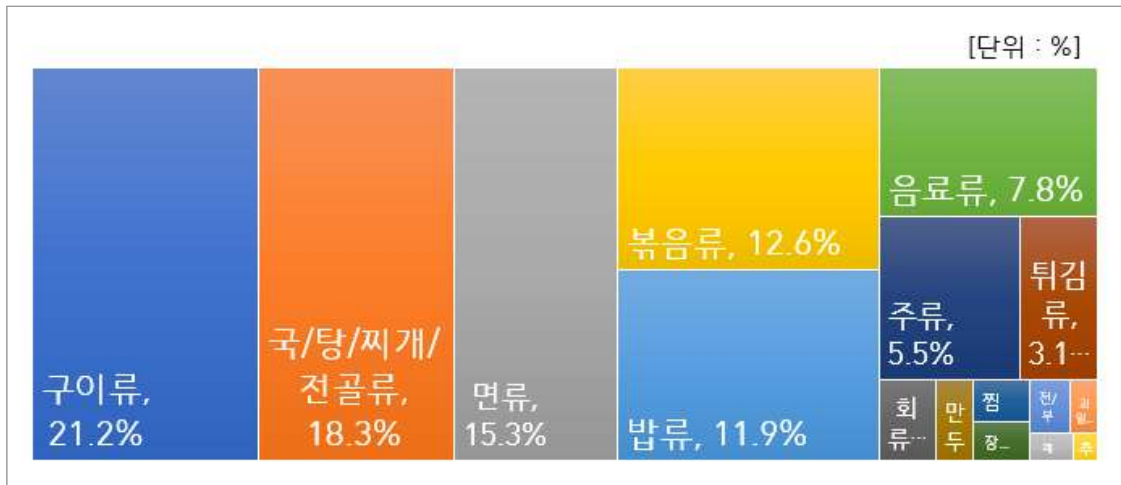
- 동대구역 상권의 음식업종은 일식과 서양식 등 외국식 요리전문점 위주로 증가세가 나타나고 있으며, 유흥주점업의 영업이 재개된 2022년 1분기부터 유흥주점 경기도 회복세가 나타남
- 2020년 큰 폭으로 시장이 축소된 이후 2021년부터 패스트푸드, 분식, 한식 면요리, 한식 일반음식, 중식 등 식사 위주의 업종과 커피 업종 경기가 나아지고 있음

3. 음식업 고객 분석

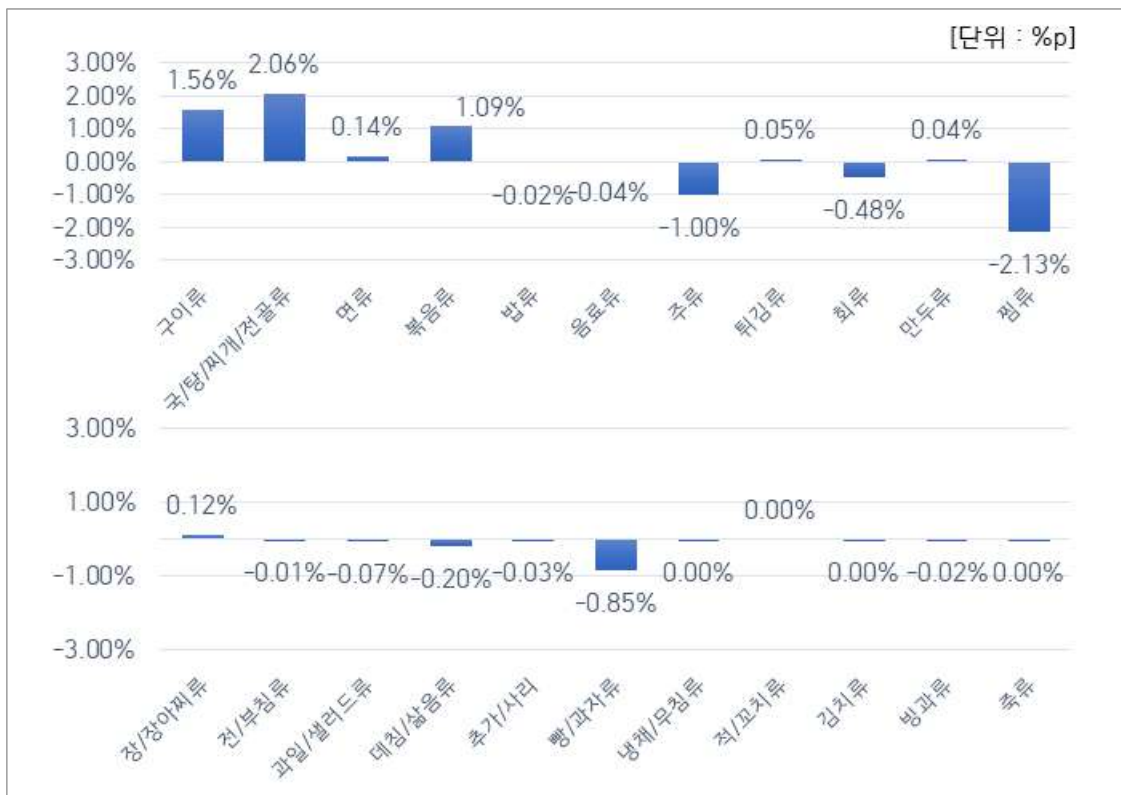
- 동대구역 업종별 고객층은 분식과 커피 업종에서 20대 여성, 기타 주점과 패스트푸드에서 30대 남성, 서양식과 제과점에서 30대 여성, 일반 유흥주점, 중식, 한식 면요리, 한식 육류 요리에서 40대 남성, 생맥주, 치킨, 일식, 한식 일반음식, 한식 해산물요리 업종에서 50대 남성 비중이 높아 업종별로 다양한 고객층이 업종특성에 따라 다양하게 나타남
- 전년대비 상권 이용고객은 커피 업종에서 20대 여성, 중식 30대 여성, 서양식 40대 여성이 증가하고, 생맥주, 일식, 한식류 전반적으로 50대 남성이 증가했으며, 3~40대 남성고객 비중이 감소함
- 요일별로는 치킨 월요일, 서양식 목요일을 제외하고 다른 음식업종은 금~일요일 비중이 높으며, 생맥주, 일식, 한식 일반음식은 금요일, 기타 주점, 분식, 유흥주점, 커피, 패스트푸드, 한식 육류, 해산물요리는 토요일, 제과점, 중식, 한식 면요리는 일요일 비중이 높음
- 중식, 커피, 한식 육류, 해산물 업종에서 주말이 늘고 평일이 감소했으며, 패스트푸드, 서양식, 유흥주점에서 평일이 늘고 주말이 감소함. 점차 금~토요일 이용비중이 다시 증가하고, 평일과 일요일 비중이 감소하는 특징을 보임
- 시간대별로는 점심 시간대 활성화되는 분식, 서양식, 중식, 패스트푸드, 한식 면요리, 커피 전문점과 저녁 시간대 활성화되는 치킨, 생맥주, 기타 주점, 일식, 한식 일반음식, 육류, 해산물요리 업종으로 구분됨
- 코로나 기간 감소했던 늦은 시간대 소비가 점차 완화되면서 식사 메뉴 위주의 분식, 한식 면요리, 중식 업종은 점심 시간대 소비비중이 증가하고, 패스트푸드, 치킨, 제과점, 한식 일반, 육류, 해산물 요리 등은 저녁 시간대 이용률이 다시 증가하는 특징이 나타남

4. 음식업 메뉴분석

- 동대구역 상권에서 집계되는 표본 점포 집계 결과 구이류(21.2%)가 가장 많은 판매비중을 보였으며, 국/탕/찌개/전골류(18.3%) > 면류(15.3%) > 볶음류(12.6%) > 밥류(11.9%) 순으로 매출 비중이 높음



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



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

- 전년 대비 매출 비중이 가장 큰 폭으로 증가한 메뉴는 국/탕/찌개/전골류(2.06%p)였으며, 구이류(1.56%p), 볶음류(1.09%p) 순으로 증가
- 반면, 찜류(-2.13%p), 주류(-1%p), 빵/과자류(-0.85%p) 순으로 판매 비중 감소 → 찜, 회 메뉴와 주류 판매비중이 감소하고, 식사 메뉴와 구이 메뉴 증가
- 2020년은 파스타/스파게티, 생선구이, 백반, 불고기, 장어구이 메뉴 단가가 20% 이상 증가했으며, 돈가스, 스테이크, 칼국수 메뉴도 10% 이상 증가함. 2021년에도 장어구이와 돈가스 메뉴가 증가했으나, 전반적으로 유지 경향을 보임

- 2022년에도 장어구이 메뉴가 지속 상승하고 있으며, 뼈해장국, 주꾸미볶음 단가가 10% 이상 증가하고, 기타 메뉴는 ±10% 내에서 유사한 수준을 유지함

<분석요약. 표2> 동대구역 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
주꾸미볶음	8,895	8,653	8,589	9,566	-2.7%	-0.7%	11.4%
파스타/스파게티	10,906	20,515	21,284	21,721	88.1%	3.7%	2.1%
뼈해장국	7,950	8,087	8,190	9,211	1.7%	1.3%	12.5%
육개장	9,242	9,673	9,819	9,884	4.7%	1.5%	0.7%
낙지볶음	9,000	9,602	9,629	10,455	6.7%	0.3%	8.6%
소주	4,051	4,071	4,051	4,087	0.5%	-0.5%	0.9%
불고기/주물럭	12,525	16,985	17,427	16,378	35.6%	2.6%	-6.0%
백반	11,736	17,056	17,336	17,527	45.3%	1.6%	1.1%
아메리카노	2,657	2,561	2,413	2,443	-3.6%	-5.8%	1.2%
스테이크	14,650	17,276	17,532	18,656	17.9%	1.5%	6.4%
샤브샤브	-	-	15,706	15,230	-	-	-3.0%
소갈비	18,335	18,943	18,388	17,605	3.3%	-2.9%	-4.3%
삼겹살	9,107	9,152	9,411	9,226	0.5%	2.8%	-2.0%
우동	12,279	10,950	10,968	11,779	-10.8%	0.2%	7.4%
생선구이	8,991	15,670	16,645	16,975	74.3%	6.2%	2.0%
비빔밥	9,742	8,863	9,414	9,471	-9.0%	6.2%	0.6%
병맥주(국산)	4,443	4,236	4,110	4,130	-4.7%	-3.0%	0.5%
칼국수	7,766	8,722	8,942	8,877	12.3%	2.5%	-0.7%
장어구이	17,940	22,261	43,044	53,238	24.1%	93.4%	23.7%
돈가스	6,425	7,581	9,182	10,083	18.0%	21.1%	9.8%

<분석요약. 표3> 동대구역 상권 업종별 2021~2022년 판매액 기준 주요메뉴 1~5위(기타외국식~일식)

기타 외국식 음식점업			기타 주점업			생맥주 전문점		
순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월
1	국물 쌀국수	국물 쌀국수	1	일반소주	일반소주	1	수입 병맥주	수입 병맥주
2	볶음 쌀국수	함박/찜 스테이크	2	생선구이	고기찌개	2	국산 생맥주	건어물 구이
3	함박/찜 스테이크	비빔 쌀국수	3	국산 병맥주	생선구이	3	건어물 구이	수입 생맥주
4	비빔 쌀국수	볶음 쌀국수	4	어묵	국산 병맥주	4	일반소주	보드카
5	중국식 닭튀김	중국식 닭튀김	5	고기찌개	돼지고기 볶음	5	수입 생맥주	일반/기타 피자
서양식 음식점업			일식 음식점업					
순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월			
1	일반/기타 파스타	일반/기타 파스타	1	고기덮밥	고기덮밥			
2	크림 파스타	크림 파스타	2	우동	우동			
3	스테이크	스테이크	3	스테이크	스테이크			
4	토마토 파스타	토마토 파스타	4	크림 파스타	크림 파스타			
5	돼지고기 스튜	돼지고기 스튜	5	오일 파스타	오일 파스타			

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

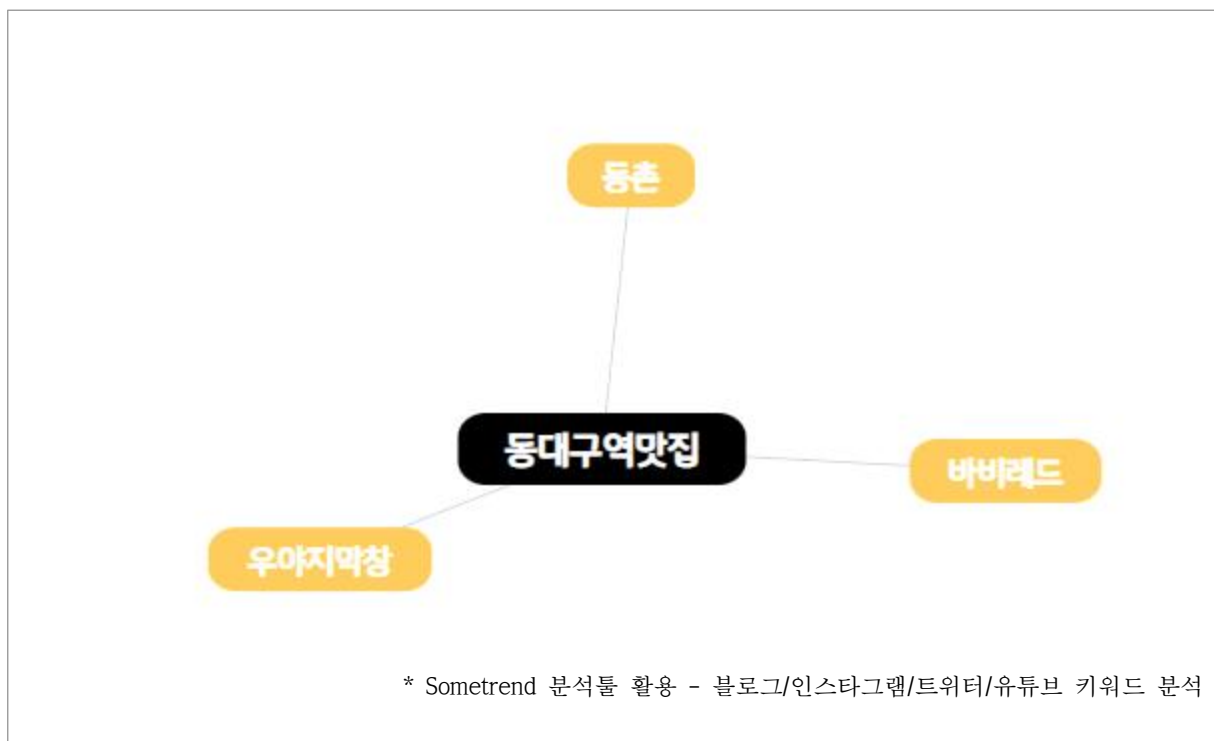
<분석요약. 표4> 동대구역 상권 업종별 2021~2022년 판매액 기준 주요메뉴 1~5위(커피~한식 해산물)

커피 전문점			한식 면요리 전문점			한식 육류요리 전문점		
순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월
1	아메리카노/ 에스프레소	아메리카노/ 에스프레소	1	칼국수	칼국수	1	소고기 구이	소고기 구이
2	라떼	라떼	2	만둣국	만둣국	2	갈비구이	돼지고기 구이
3	에이드	에이드	3	돼지고기 만두	돼지고기 만두	3	돼지고기 구이	일반소주
4	생과일 주스	허브차	4	물냉면	육개장	4	일반소주	갈비구이
5	아이스티	아이스티	5	떡볶이	물냉면	5	찜닭	곱창/대창 /양구이
한식 일반 음식점업			한식 해산물요리 전문점					
순위	2021년	2022년 1~2월	순위	2021년	2022년 1~2월			
1	뼈해장국	뼈해장국	1	주꾸미 볶음	주꾸미 볶음			
2	백반	육개장	2	낙지볶음	낙지볶음			
3	육개장	백반	3	새우튀김	새우튀김			
4	불고기/ 주물럭	불고기/ 주물럭	4	장어구이	장어구이			
5	소고기 샤브샤브	소고기 샤브샤브	5	소바	공기밥			

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

5. 키워드 분석

- 키워드 ‘동대구역 맛집’, ‘동대구역 음식점’, ‘동대구역 식당’, ‘동대구역 점심’, ‘동대구역 저녁’, ‘동대구역 식사’ 등 장소&브랜드 범주의 연관 검색어를 분석하면, 기차역 주변 상권의 특징이 나타나면서 주로 프랜차이즈 매장의 연관키워드가 많았으며, 2019년은 커피와 디저트류를 취급하는 매장이 주로 순위권에 나타남
- 2020년은 서양식, 한식 육류요리, 해산물요리, 한식 일반음식점, 패스트푸드 등 요리 전문점의 순위가 올랐으며, 2021년은 서양식, 패스트푸드 집중도가 높아짐
- 2022년 1~2월은 장소&브랜드 범주의 연관 키워드 언급량이 크게 감소하였으며, 교통중심지 상권의 특성상 SNS에 브랜드나 장소를 언급하는 빈도가 타 상권에 비해 현저히 낮은 것을 확인할 수 있음
- 해당 상권은 기차역을 포함하는 교통중심지 상권으로써 간단한 식사나 커피/음료 위주의 소비가 많기 때문에 맛집을 찾아오는 빈도보다 교통시설을 이용하기 위한 목적에 부가적인 외식소비가 많음
- 2019년까지는 서양식, 일식, 기타 외국식과 한식 육류, 해산물요리 등 다양한 업종의 메뉴가 언급되었으나 2020년 코로나로 인해 한식 일반 음식메뉴로 메뉴가 단순화되었다가 2021년부터 다시 각 업종별 메뉴가 언급되는 회복 양상을 보이고 있음

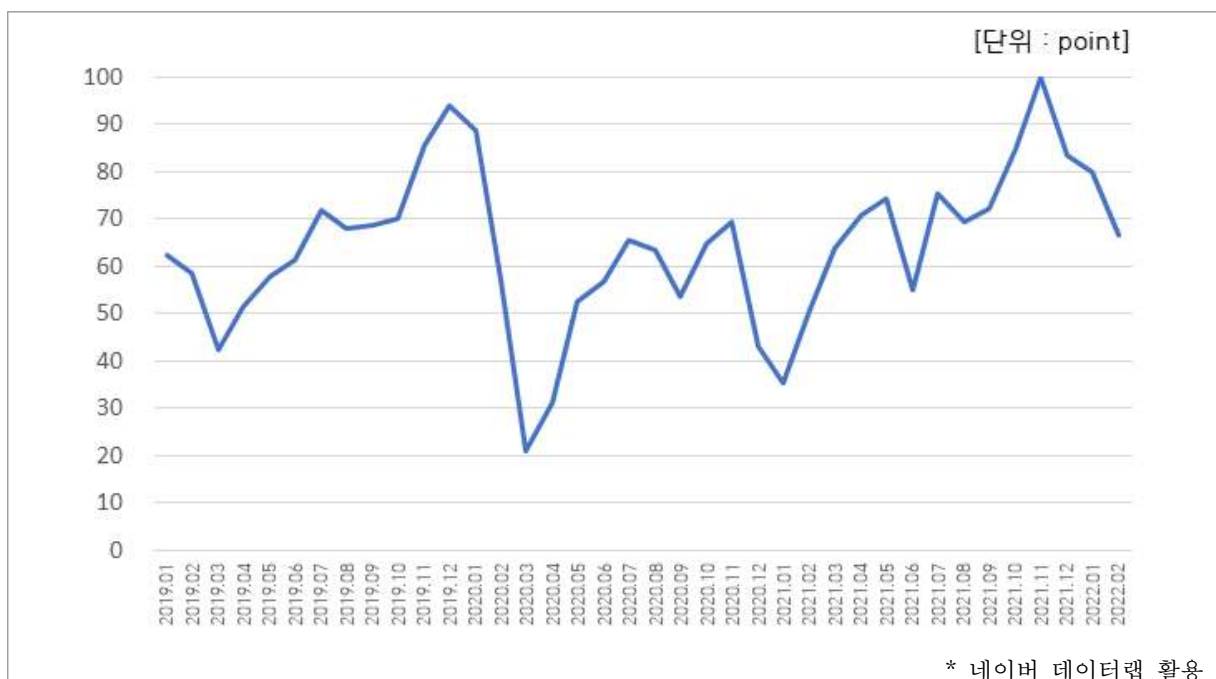


[분석요약. 그림4] 동대구역 음식점 장소&브랜드 연관키워드(2022년 1~2월)



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

- 동대구역 음식점(‘동대구역 맛집’, ‘동대구역 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2022년 2월까지 집계한 결과 코로나19가 확산되기 시작한 2020년 2~3월부터 검색량이 급감했으나, 2020년과 2021년 서서히 회복하는 추세를 보이고 있으며, 2021년 연말과 2022년 1~2월은 2019년 수준을 회복한 것으로 나타남
- 코로나 기간이 아니더라도 1~2월 검색량 및 외식업 경기는 낮은 패턴을 보이고 있으므로 2022년 3월 이후 고객의 관심도가 지속 상승하고 있는지 추적/관찰할 필요 있음



[분석요약. 그림6] 동대구역 음식점 관련 검색어 네이버 검색량 변화



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

- 2019년까지 가격과 제품에 관련한 선택속성이 중요하게 작용하고 있음을 확인할 수 있으나, 일반적인 특징이 반영되고 있다면, 2020년은 ‘추천’, ‘유명하다’와 같이 온라인 검색의 비중과 다른 소비자의 평가가 더 중요하게 작용하기 시작함을 확인할 수 있음
- 2021년은 매장의 내/외부 환경에 대한 평가와 서비스 만족도가 좀 더 중요한 선택속성으로 등장했으며, 2022까지 종합적인 만족도에 대한 평가로 외식업 선택속성이 다양해진 것을 확인할 수 있음

〈외식분야 전문가 의견〉

한양사이버 대학교 호텔외식경영학과
김 영 갑 교수

- 동대구역 상권은 대구광역시에서 상업 중심지로 기능하는 동성로 상권에 비해 신세계백화점, 현대아울렛 등의 대형상업시설(소매업) 기능, 유흥주점/숙박업 기능이 강화된 교통중심지 상권이며, 코로나19로 인해 2020년 큰 위기를 맞았으나, 다른 전국 주요상권에 비해 2021년 이후 회복 속도가 빠른 상권으로 분류할 수 있음
 - 동성로 상권이 젊은 고객층의 유입이 많고 상업기능을 위주로 하는 상권이라면, 동대구역 상권은 보다 소비력이 높은 중장년층 위주의 고객구성과 교통중심지 상권으로 기능하고 있음
 - 이에 따라 외식업의 업종구성이나 메뉴가 중장년층을 타깃으로 하는 특징이 더 강하게 나타나고, 판매단가가 높게 형성되어 있음
 - 교통중심지 상권의 특징에 따라 생활밀착 서비스업의 비중이 낮고 외식업과 숙박업, 대형 소매업이 주를 이루고 있는데, 고정적인 수요보다는 경기변동에 민감한 특징이 있어 체감하는 경기침체나 경기회복이 빠르게 나타나는 경향이 있음
 - 대구지역은 코로나19로 인한 경기침체가 가장 심각했던 지역이나, 반대로 2021년 이후 경기회복세가 가장 빠르게 나타나는 지역이기도 하며, 2021년 3분기 이후 해당 상권에 대한 수요층의 검색/언급/이용량 등이 증가 추세에 있어 회복을 기대할 수 있는 상권
- 동대구역 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 포장마차, 유흥주점, 아자카야와 같은 업종은 고객 관심도가 매우 낮은 상태에 머물고 있음
 - 카페업은 타 상권과 달리 케이크 업종이 최상위권에 유지하며 성장세를 보이고 있었으나 최근 급격한 하락세를 나타내고 있음
 - 일식업은 초밥 업종과 우동 업종이 1위와 2위권에서 치열한 경쟁을 하고 있었으나 최근 우동 업종이 급격한 하락세를 보이면서 초밥 업종이 독보적인 상위권을 지키고 있음
 - 한식업은 고기 업종과 한식 일반 업종이 안정적인 1위, 2위권을 형성하고 있으며, 3위, 4위권은 역세권의 특성에 따라 찌개와 국밥 업종이 치열하게 경쟁하고 있음

〈분석 데이터 출처 및 설명〉				
항목명	출처	내용	업데이트 주기	기준시점
상권영역	소상공인시장진흥공단	전국 1,200대 주요상권 영역	2년	2018년 (2020년 기준 업데이트 진행)
주거인구/세대 수 지하철승하차 인구 수 버스정류장/관공서/문화시설 등	각 데이터 관련 해당 공공기관	인/가구 통계, 주요시설 통계	반기	2020년 말
상권유형	GIS 기업	역세권/대학가/상업지/주거지/직장오피스가/ 특수지역/기타지역 구분 등	1년	2020년 말
유동인구	GIS 기업	도로 10M 단위 포인트별 성/연령/요일/시간대별 통행량	1년	2020년 말
업종별 점포 수 및 구성비	카드사	대/중/소분류 업종단위별 점포 수 (음식업 전체 68~70만 사업자)	1개월	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

- 대구광역시 동구 동대구역 상권은 KTX 동대구역과 대구 지하철1호선 동대구역, 신세계백화점 대구점에서 시작하여 동대구세무서까지 이어지는 대로변과 이면도로를 포함하는 상권영역을 가지고 있으며, 기차역 주변 상권에서 나타나는 업종구성 특징이 명확한 특징을 보임



[그림 I-1] 동대구역 상권 영역

<표 I-1> 동대구역 상권 기초현황

항목/상권영역	선택 영역 내	반경 500M 내	반경 1,000M 내
주거인구(명)	1,075	6,381	40,573
세대수(가구)	678	3,705	20,680
유동인구(명/일) (최대지점 / 평균)	18,966 / 9,966	16,781 / 6,626	19,434 / 1,906
지하철 승하차 인구 수(명)	0	22,978	35,687
버스 정류장수(개소)	3	15	62
관공서/금융기관(개소)	4	9	30
문화시설/영화관(개소)	0	2	2

- 동대구역 상권 내 주거인구 규모는 1,075명/세대수는 678세대이며, 통행량 기준으로 가장 많은 지점에 일 평균 1만 9천여 명, 상권 평균적으로 1만여 명이 유동함
- 대구지역으로 유입되는 기차역이 위치하고 신세계백화점이 입지하고 있어 대구지역의 내/외부 고객이 밀집하는 상권이며, 교통중심지로서 숙박, 주점이 강화된 전형적인 기차역 상권 특징을 보이는 상권

2. 상권유형

1) 토지/건물용도에 따른 구분



[그림 1-2] 동대구역 상권 토지/건물용도 구분

<표 1-2> 동대구역 상권 영역/반경별 용도에 따른 상권유형

선택 영역 상권유형	배후 상권유형 (중심점 반경 500M 내)	배후 상권유형 (중심점 반경 1000M 내)
일반상업지 50%	역세권 34%	고밀주거지역22%
복합상업지 20%	고밀주거지역22%	저밀주거지역22%
역세권 20%	저밀주거지역17%	역세권 20%
고밀주거상업5%	기타지역 14%	기타지역 13%
고밀주거지역5%	일반상업지 8%	저밀주거상업9%
	그 외 5%	그 외 14%

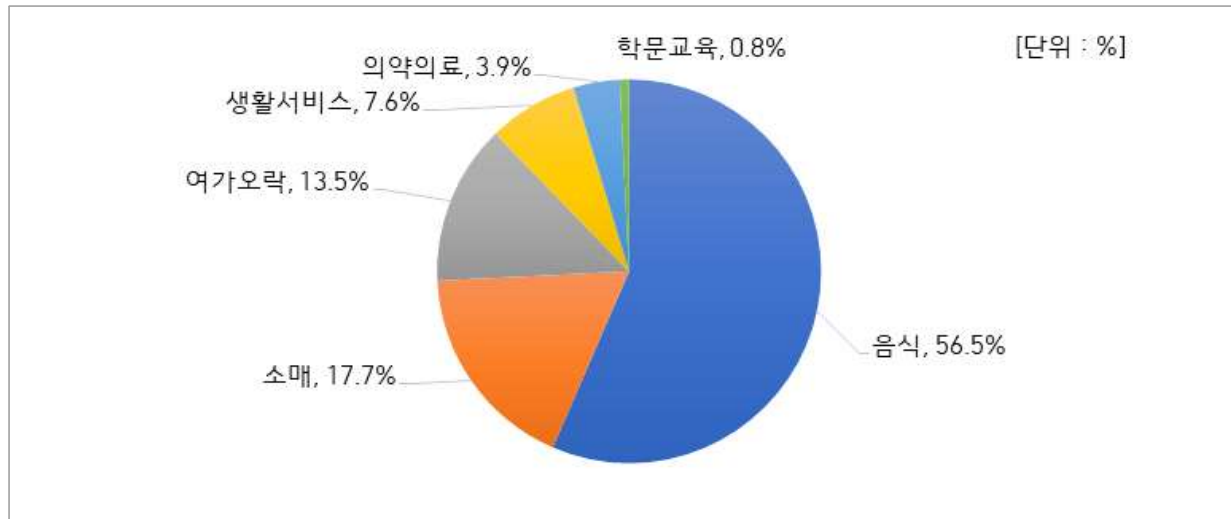
- 동대구역 상권의 용도에 따른 상권유형은 일반상업지이며, 주변 지역으로 상업지, 역세권 특징이 강하게 나타남
- 동대구역과 역전으로 형성된 상권의 집약도가 높기 때문에 주변지역으로 상권이 넓어질 수록 상업지 특성은 약화되고 주거지 특성이 강화됨

<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

○ 동대구역 상권의 업종은 음식업 56.5% > 소매/유통업 17.7% > 여가오락업 13.5%로 구성



[그림 1-3] 동대구역 상권 업종 구성비

○ 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 음식업 13.1%p, 여가/오락업(숙박업) 9.0%p 높아 지방 교통중심지 상권의 업종구성의 전형적인 모습이 나타남

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

[단위 : %, %p]

구분	음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육
해당상권	56.5%	17.7%	7.6%	3.9%	13.5%	0.8%
전국평균	43.4%	24.1%	13.2%	7.1%	4.6%	7.7%
편차	13.1%p	-6.4%p	-5.6%p	-3.1%p	9.0%p	-6.9%p

○ 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 숙박업 9.3%p, 유흥주점 8.1%p, 한식 4.5%p 높아 숙박과 주점, 음식업 특징이 다양하게 나타남

→ 동대구역 상권의 특성업종은 ‘숙박업, 유흥주점업, 한식, 커피’ 업종

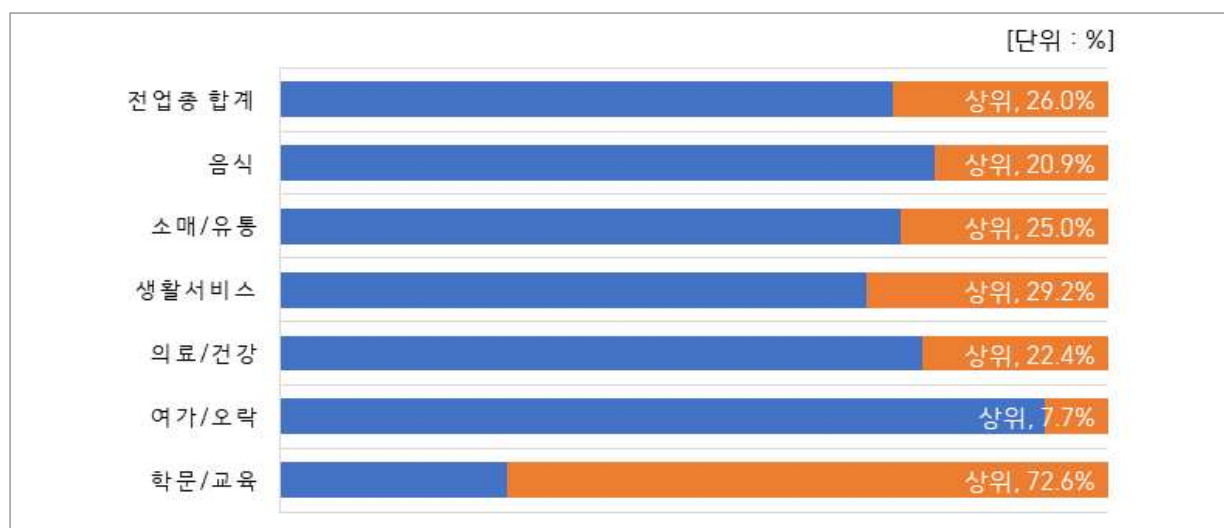
<표 1-5> 동대구역 상권 중분류 주요업종 구성비 / 전국 평균대비 특성업종 현황

[단위 : %, %p]

순위	주요업종(중분류)	해당상권 구성비	전국평균 구성비	편차
1	한식	16.1%	11.6%	4.5%p
2	숙박	10.4%	1.1%	9.3%p
3	유흥주점	9.1%	1.0%	8.1%p
4	종합소매점	8.1%	6.0%	2.1%p
5	커피/음료	8.1%	6.4%	1.6%p
6	고기요리	4.9%	3.9%	1.1%p
7	분식	3.6%	3.0%	0.6%p
8	일식/수산물	3.6%	3.7%	0.0%p
9	미용서비스	3.4%	7.5%	-4.1%p
10	간이주점	2.9%	2.9%	-0.1%p

3) 상권규모에 따른 구분

- 전국 1,200대 주요상권 중 동대구역 상권은 상위 26%에 해당하는 매출 규모를 보이고 있으며, 특히 여가/오락(숙박업) 순위가 높게 나타남



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

- 전체 상권의 매출규모는 2019년 97위, 2020년 122위, 2021년 289위, 2022년 1~2월 기준 294위로 나타나 지속 하락하고 있으며, 특히 소매/유통업 매출액 감소와 순위 하락이 전체 상권 매출액과 순위에 영향을 미침
- 음식업 상권 순위는 유지, 여가/오락(숙박업) 분야의 상권 순위는 상승함

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

구분		음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육	전업종 합계
2019년	매출액	726	2,608	85	196	151	3	3,770
	주요상권 매출순위	223	64	360	341	113	745	97
	주요상권 매출분위	19.7%	5.7%	31.8%	30.1%	10.0%	65.8%	8.6%
2020년	매출액	524	1,911	74	232	109	2	2,853
	주요상권 매출순위	252	89	346	275	105	788	122
	주요상권 매출분위	22.3%	7.9%	30.6%	24.3%	9.3%	69.6%	10.8%
2021년	매출액	525	625	85	266	143	3	1,647
	주요상권 매출순위	221	282	331	277	68	802	289
	주요상권 매출분위	19.5%	24.9%	29.2%	24.5%	6.0%	70.8%	25.5%
2022년 1~2월	매출액	76	100	14	51	22	1	264
	주요상권 매출순위	237	283	330	254	87	822	294
	주요상권 매출분위	20.9%	25.0%	29.2%	22.4%	7.7%	72.6%	26.0%

3. 상권 일반현황

1) 유동인구

- 동대구역 상권의 유동인구는 기차역과 신세계백화점이 가장 많지만, 역전 상권을 기준으로 보면 현대시티아울렛 대구점 주변이 가장 많은 것으로 나타남
- 유동인구는 20대부터 40대까지 비교적 고르게 나타나며, 점심과 저녁 시간대는 목~금요일, 오후 시간대는 토요일 유동인구가 많음



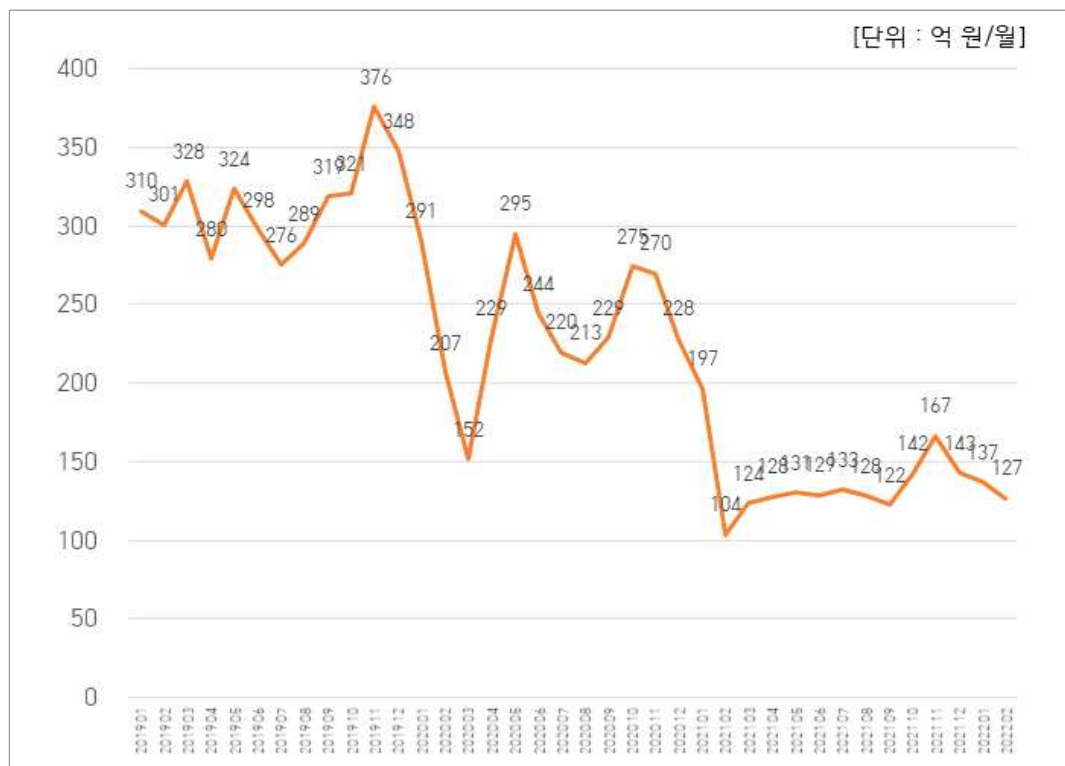
[그림 1-5] 동대구역 상권 유동인구 지도

<표 1-7> 동대구역 상권 유동인구 현황

[단위 : 명]										
구분	유동인구 일평균 최대지점						선택영역 내 일평균 유동인구 수			
유동인구 수	18,966						9,966			
구분	20대		30대		40대		50대		60대	
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
유동인구 수	1,530	1,933	1,239	1,268	1,328	1,427	703	724	307	279
구분	월	화	수	목	금	토	일			
아침(09~12시)	1,296	2,183	1,994	2,639	2,578	1,833	1,341			
점심(12~14시)	1,825	3,083	2,877	3,706	3,516	1,829	1,159			
오후(14~18시)	1,541	2,330	2,107	2,786	3,139	3,680	2,954			
저녁(18~21시)	2,280	3,366	3,387	4,174	4,911	4,100	2,567			

2) 상권 전 업종 매출액 변화

- 동대구역 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 3,770억, 2020년 2,853억, 2021년 1,647억, 2022년 1~2월 264억으로 집계되어 2020년 24.3%, 2021년 42.3%, 2022년 1~2월(전년 동기대비) 12.1% 감소
- 2020년은 음식, 소매/유통, 여가/오락 등 상권 주요 업종에서 25% 이상 감소하였으며, 의료/건강업에서만 18.5% 증가, 2021년은 소매/유통업이 크게 하락하고 다른 업종은 증가
- 2022년 1~2월은 소매/유통업을 제외하고, 음식, 여가/오락, 생활서비스, 의료/건강업 등 전반적으로 회복 추세를 보임



[그림 I-6] 동대구역 상권 전 업종 매출액 변화

<표 I-8> 동대구역 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	3,770	2,853	1,647	264	-24.3%	-42.3%	-12.1%
음식	726	524	525	76	-27.8%	0.1%	22.3%
소매/유통	2,608	1,911	625	100	-26.7%	-67.3%	-39.7%
생활서비스	85	74	85	14	-12.1%	14.0%	24.3%
의료/건강	196	232	266	51	18.5%	14.3%	16.8%
여가/오락	151	109	143	22	-28.1%	31.6%	33.9%
학문/교육	3.0	2.0	3.4	0.6	-34.1%	72.8%	38.7%

[단위 : 억 원, %]

II. 음식업 업종분석

1. 전체 음식업 현황

- 전체 음식업은 2019년 평균 279개로 운영되던 점포수가 2020년 254개, 2021년 227개, 2022년 1~2월 217개로 감소하여 운영점포 수가 각각 9%, 10.5%, 11% 감소하였으며, 전체 매출규모는 2020년 27.8% 감소했다가 2021년 0.1%, 2022년 1~2월 22.3% 증가하고 있음
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점 64개, 일반 유흥주점 35개, 커피 전문점 28개, 한식 육류요리 전문점 21개 순으로 나타나 일반적인 상권의 음식업 구성보다 유흥주점, 한식, 커피 업종 점포 수가 많음



[그림 II-1] 동대구역 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

<표 II-1> 동대구역 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)	726	524	525	76	-27.8%	0.1%	22.3%
점포 수 (기간 평균)	279	254	227	217	-9.0%	-10.5%	11.0%

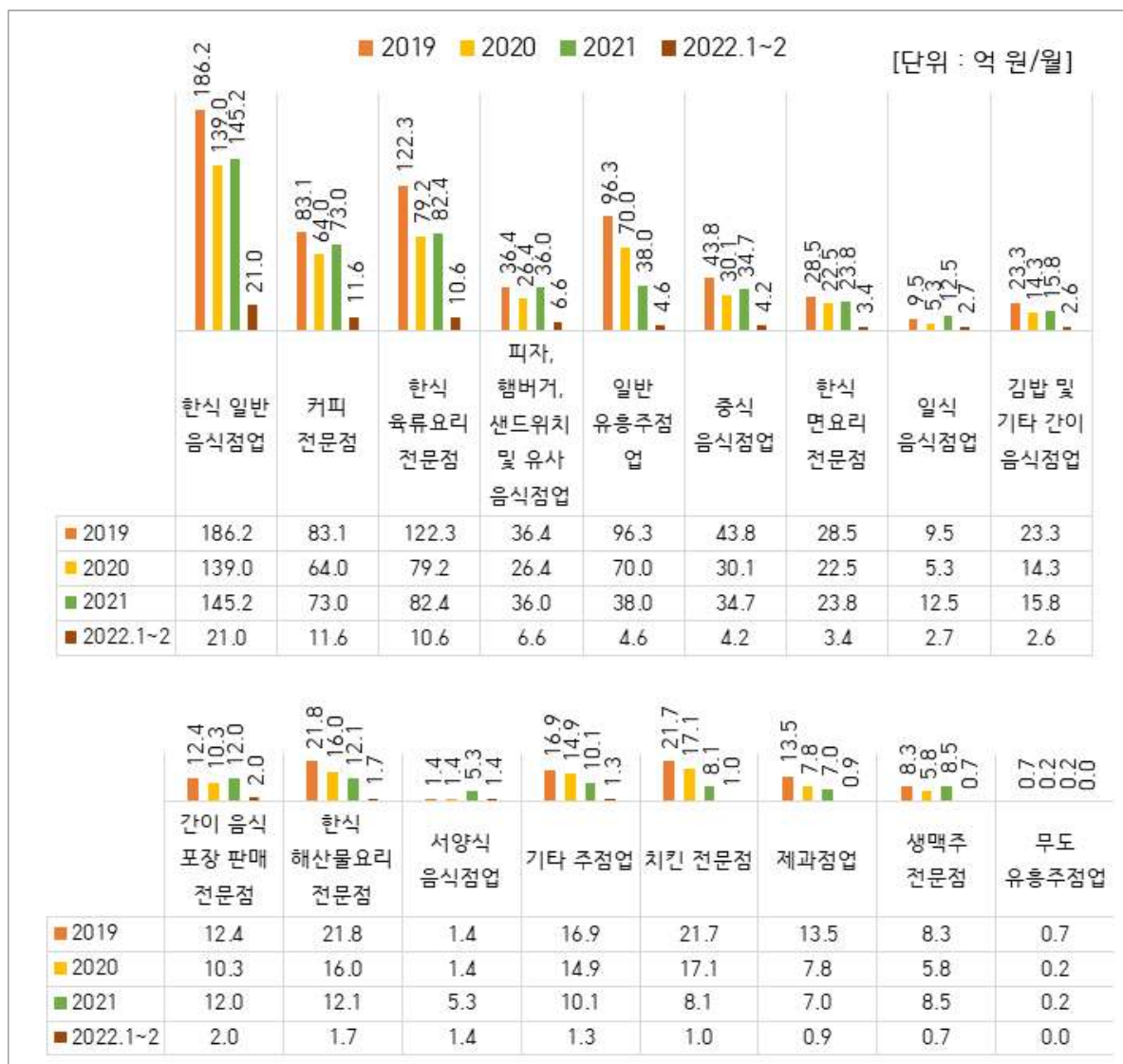


[그림 II-2] 동대구역 상권 음식업 업종별 점포 수(2022년 2월 기준)

2. 업종별 현황

1) 총 매출액

- 업종별 매출규모는 2020년 무도 유흥주점, 일식, 제과점에서 40% 이상, 분식, 한식 육류요리, 중식에서 30% 이상, 생맥주, 패스트푸드, 일반 유흥주점, 한식 해산물, 한식 일반음식, 커피, 한식 면요리, 치킨에서 20% 이상 감소하여 전반적으로 큰 감소세를 보임
- 2021년은 치킨, 일반 유흥주점, 기타 주점, 한식 해산물 요리 업종에서 감소했으나, 서양식, 일식, 생맥주, 패스트푸드, 중식, 커피, 분식 등은 증가세로 돌아섰으며, 2022년 1~2월은 치킨, 제과점 업종은 감소하고 있으나, 일식, 유흥주점, 서양식, 패스트푸드, 커피, 분식, 한식 면요리 업종 등에서 2021년보다 매출액이 증가하고 있음(전년 동기 대비)



[그림 II-2] 동대구역 상권 음식업 업종별 총 매출액 변화

<표 II -2> 동대구역 상권 음식업종별 총 매출액 변화

[단위 : 억 원/월, %]

구분	포장 판매	기타 주점	분식	무도유흥 주점	생맥주	서양식	일반유흥 주점	일식	제과점
2019년	12.4	16.9	23.3	0.7	8.3	1.4	96.3	9.5	13.5
2020년	10.3	14.9	14.3	0.2	5.8	1.4	70.0	5.3	7.8
2021년	12.0	10.1	15.8	0.2	8.5	5.3	38.0	12.5	7.0
2022년 1~2월	2.0	1.3	2.6	0.0	0.7	1.4	4.6	2.7	0.9
19년 대비 20년	-16.8%	-11.6%	-38.8%	-67.4%	-29.6%	-4.0%	-27.4%	-43.6%	-41.8%
20년 대비 21년	16.9%	-32.6%	10.5%	-3.7%	46.0%	286.3%	-45.6%	133.9%	-11.0%
21.1~2 대비 22.1~2	-3.4%	0.0%	27.4%	-	0.0%	136.4%	193.6%	464.9%	-26.4%
구분	중식	치킨	커피	피자,햄 버거,샌 드위치	한식 면	한식 육류	한식 일반	한식 해산물	
2019년	43.8	21.7	83.1	36.4	28.5	122.3	186.2	21.8	
2020년	30.1	17.1	64.0	26.4	22.5	79.2	139.0	16.0	
2021년	34.7	8.1	73.0	36.0	23.8	82.4	145.2	12.1	
2022년 1~2월	4.2	1.0	11.6	6.6	3.4	10.6	21.0	1.7	
19년 대비 20년	-31.3%	-20.9%	-23.0%	-27.6%	-21.2%	-35.2%	-25.3%	-26.4%	
20년 대비 21년	15.5%	-52.8%	14.1%	36.6%	5.9%	4.1%	4.5%	-24.5%	
21.1~2 대비 22.1~2	0.7%	-29.1%	29.6%	94.0%	24.1%	-5.4%	12.1%	-6.3%	

2) 점포당 매출액

- 점포당 매출액은 2020년 무도 유흥주점, 제과점, 일식, 패스트푸드, 서양식, 중식에서 30% 이상, 커피, 한식 육류요리, 한식 일반음식, 분식에서 20% 이상, 치킨, 한식 면요리, 한식 해산물요리, 기타 주점, 포장판매 업종에서 10% 이상 감소함
- 2021년은 치킨(호프), 한식 해산물요리, 일반 유흥주점에서 지속 감소했으나, 일식, 서양식, 생맥주, 패스트푸드, 한식 면요리, 제과점, 포장판매, 중식 업종에서 증가세가 나타났으며, 2022년 1~2월은 일식, 패스트푸드, 기타 주점, 서양식, 한식 면요리, 제과점, 한식 일반음식, 중식 업종 중심으로 증가하고 있음

- 다른 지역의 주요상권은 2020년과 2021년 지속적인 감소세가 나타나는 반면, 대구 지역 주요상권은 2020년 큰 폭으로 떨어진 이후 2021년과 2022년 조금씩 회복하는 경향이 나타나고 있으며, 특히 일식, 서양식, 포장판매 전문점은 코로나 이전 매출 수준을 회복한 것으로 집계됨



[그림 II -3] 동대구역 상권 음식업종별 점포당 매출액 변화

<표 II-3> 동대구역 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

[단위 : 만원/월, %]

구분	포장 판매	기타 주점	분식	무도유흥 주점	생맥주	서양식	일반유흥 주점	일식	제과점
2019년	5,153	1,580	1,913	678	645	1,304	1,038	1,552	2,242
2020년	4,474	1,346	1,473	348	619	860	980	936	1,204
2021년	5,012	1,291	1,563	469	875	1,773	836	2,655	1,365
2022년 1~2월	4,907	1,069	1,448	-	597	1,758	692	2,712	1,466
19년 대비 20년	-13.2%	-14.8%	-23.0%	-48.7%	-4.1%	-34.0%	-5.6%	-39.7%	-46.3%
20년 대비 21년	12.0%	-4.1%	6.1%	34.9%	41.4%	106.0%	-14.7%	183.7%	13.4%
21.1~2 대비 22.1~2	-3.4%	50.0%	6.1%	-	0.0%	47.7%	-6.6%	351.9%	22.6%
구분	중식	치킨	커피	피자,햄 버거,샌 드위치	한식 면	한식 육류	한식 일반	한식 해산물	
2019년	4,209	3,495	3,138	4,916	2,212	3,822	2,299	1,626	
2020년	2,890	2,857	2,253	3,065	1,859	2,799	1,712	1,382	
2021년	3,214	2,076	2,371	4,234	2,206	3,064	1,769	1,175	
2022년 1~2월	2,607	1,749	2,070	4,749	1,977	2,525	1,641	948	
19년 대비 20년	-31.3%	-18.3%	-28.2%	-37.7%	-16.0%	-26.8%	-25.5%	-15.0%	
20년 대비 21년	11.2%	-27.3%	5.2%	38.2%	18.6%	9.5%	3.3%	-15.0%	
21.1~2 대비 22.1~2	13.3%	-5.4%	6.5%	66.2%	31.4%	5.8%	14.8%	-11.5%	

3. 업종 트렌드

○ 동대구역 상권의 음식점종은 일식과 서양식 등 외국식 요리전문점 위주로 증가세가 나타나고 있으며, 유흥주점업의 영업이 재개된 2022년 1분기부터 유흥주점 경기도 회복세가 나타남

○ 2020년 큰 폭으로 시장이 축소된 이후 2021년부터 패스트푸드, 분식, 한식 면요리, 한식

일반음식, 중식 등 식사 위주의 업종과 커피 업종 경기가 나아지고 있음

<표 II-4> 동대구역 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
일식 음식점업	-43.6%	133.9%	464.9%	대폭감소	대폭증가	대폭증가
일반 유흥주점업	-27.4%	-45.6%	193.6%	대폭감소	대폭감소	대폭증가
서양식 음식점업	-4.0%	286.3%	136.4%	소폭감소	대폭증가	대폭증가
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	-27.6%	36.6%	94.0%	대폭감소	대폭증가	대폭증가
커피 전문점	-23.0%	14.1%	29.6%	대폭감소	소폭증가	대폭증가
김밥 및 기타 간이 음식점업	-38.8%	10.5%	27.4%	대폭감소	소폭증가	대폭증가
한식 면요리 전문점	-21.2%	5.9%	24.1%	대폭감소	소폭증가	대폭증가
한식 일반 음식점업	-25.3%	4.5%	12.1%	대폭감소	소폭증가	소폭증가
중식 음식점업	-31.3%	15.5%	0.7%	대폭감소	소폭증가	소폭증가
기타 주점업	-11.6%	-32.6%	-0.01%	소폭감소	대폭감소	소폭감소
생맥주 전문점	-29.6%	46.0%	-0.05%	대폭감소	대폭증가	소폭감소
간이 음식 포장 판매 전문점	-16.8%	16.9%	-3.4%	소폭감소	소폭증가	소폭감소
한식 육류요리 전문점	-35.2%	4.1%	-5.4%	대폭감소	소폭증가	소폭감소
한식 해산물요리 전문점	-26.4%	-24.5%	-6.3%	대폭감소	대폭감소	소폭감소
제과점업	-41.8%	-11.0%	-26.4%	대폭감소	소폭감소	대폭감소
치킨 전문점	-20.9%	-52.8%	-29.1%	대폭감소	대폭감소	대폭감소
무도 유흥주점업	-67.4%	-3.7%	-	대폭감소	소폭감소	대폭감소

Ⅲ. 음식업 고객 분석

1. 전체 고객 현황

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



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

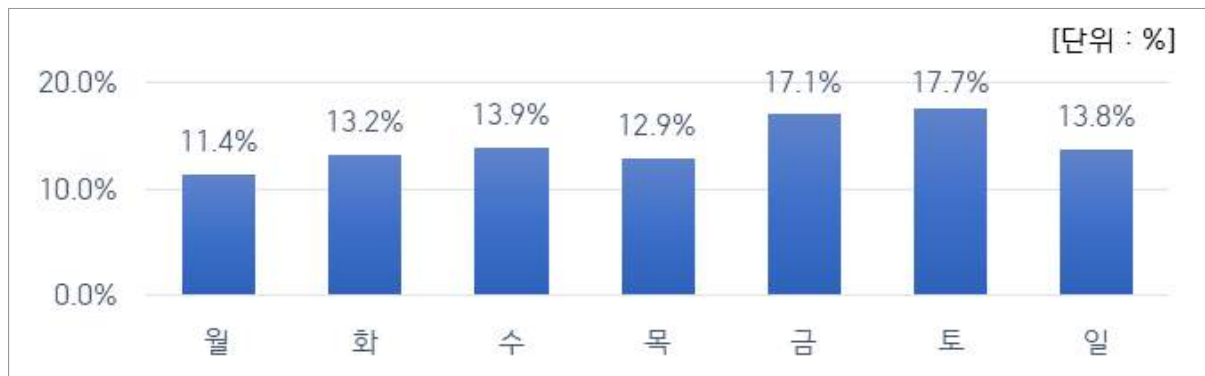
<표 Ⅲ-1> 동대구역 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 비중

[단위 : %]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	7.3%	14.7%	16.4%	17.5%	5.3%
여성	9.2%	9.6%	9.0%	7.6%	3.2%

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

○ 요일별로는 토요일 > 금요일 > 수요일 순으로 높으며, 월요일 비중이 낮음



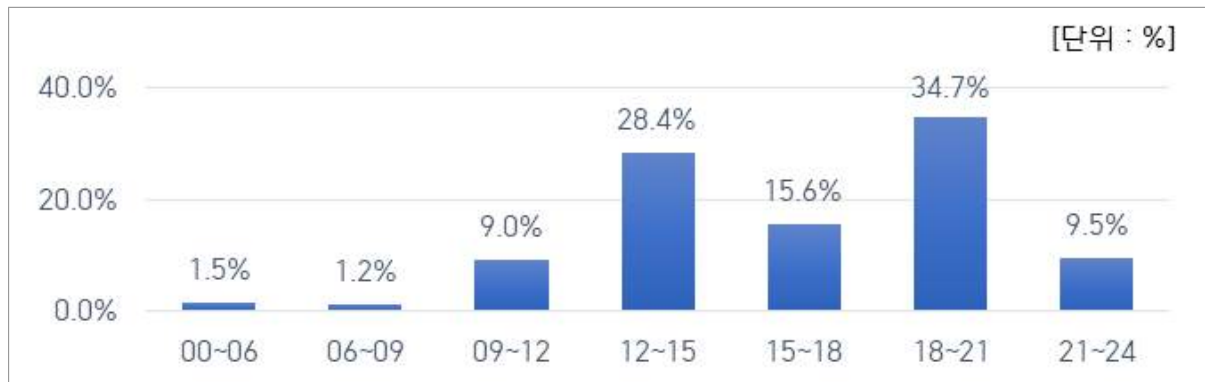
[그림 Ⅲ-2] 동대구역 상권 음식업 이용고객 요일별 이용비중(2022년 1~2월)

<표 Ⅲ-2> 동대구역 상권 음식업 이용고객 요일별 비중

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	11.4%	13.2%	13.9%	12.9%	17.1%	17.7%	13.8%

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



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

<표 Ⅲ-3> 동대구역 상권 음식점 이용고객 시간대별 비중

[단위 : %]							
구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	1.5%	1.2%	9.0%	28.4%	15.6%	34.7%	9.5%

2. 업종별 고객현황(2022년 1~2월)

1) 성/연령대별 비중

- 동대구역 업종별 고객층은 분식과 커피 업종에서 20대 여성, 기타 주점과 패스트푸드에서 30대 남성, 서양식과 제과점에서 30대 여성, 일반 유흥주점, 중식, 한식 면요리, 한식 육류 요리에서 40대 남성, 생맥주, 치킨, 일식, 한식 일반음식, 한식 해산물요리 업종에서 50대 남성 비중이 높아 업종별로 다양한 고객층이 업종특성에 따라 다양하게 나타남
- 업종의 평균 연령대 구성비와 비교하면, 패스트푸드, 한식 면요리, 육류요리, 분식, 커피, 서양식, 제과점, 중식에서는 20대 비중이 높고, 생맥주, 치킨, 일식, 한식 일반음식, 한식 해산물요리에서는 50대가 높아 20대와 50대 비중이 높고 3~40대 비중이 상대적으로 낮음

<표 Ⅲ-4> 동대구역 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	5.1	0.6	8.5	0.5	22.6	19.0	28.7	10.2	4.1	0.7	50대 남성	50대 남성
기타 주점업	9.0	6.5	23.0	11.3	19.9	3.1	13.2	1.3	9.5	3.0	30대 남성	30대 남성
김밥 및 기타 간이 음식점업	11.8	17.2	16.1	15.9	6.1	9.3	6.7	9.0	5.9	2.0	20대 여성	20대 여성
생맥주 전문점	4.8	2.4	13.6	4.0	16.9	8.3	37.7	6.1	2.3	3.9	50대 남성	50대 남성
서양식 음식점업	8.4	13.5	15.8	16.6	7.7	14.7	6.3	8.6	6.7	1.7	30대 여성	20대 여성
일반 유흥주점업	6.0	4.2	16.3	6.1	23.8	7.0	21.9	4.3	7.6	2.7	40대 남성	40대 남성
일식 음식점업	3.7	14.7	10.5	4.7	12.2	5.6	36.0	6.2	4.5	1.9	50대 남성	50대 남성
제과점업	6.5	13.6	12.6	15.2	6.6	11.4	9.0	12.3	6.2	6.7	30대 여성	20대 여성
중식 음식점업	8.5	7.8	14.2	11.5	18.6	11.5	13.4	7.3	4.1	3.2	40대 남성	20대 여성
치킨 전문점	9.2	5.7	11.5	9.0	11.6	5.3	19.8	18.7	8.0	1.0	50대 남성	50대 여성
커피 전문점	8.6	20.7	16.1	16.4	9.4	10.5	6.7	7.4	2.0	2.2	20대 여성	20대 여성
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	10.4	9.5	16.1	12.2	16.0	8.5	10.7	10.0	2.9	3.6	30대 남성	20대 남성
한식 면요리 전문점	15.6	10.2	12.3	8.8	15.6	11.9	13.2	7.5	2.8	2.3	40대 남성	20대 남성
한식 육류요리 전문점	7.9	6.8	16.9	8.2	19.0	6.9	18.0	6.7	5.4	4.2	40대 남성	20대 남성
한식 일반 음식점업	4.5	4.7	13.7	6.8	19.6	8.7	23.4	7.5	7.3	3.6	50대 남성	50대 남성
한식 해산물요리 전문점	2.7	4.1	9.3	4.8	15.2	6.9	28.3	9.8	11.1	7.9	50대 남성	50대 남성

2) 요일별 비중

- 요일별로는 치킨 월요일, 서양식 목요일을 제외하고 다른 음식업종은 금~일요일 비중이 높으며, 생맥주, 일식, 한식 일반음식은 금요일, 기타 주점, 분식, 유흥주점, 커피, 패스트푸드, 한식 육류, 해산물요리는 토요일, 제과점, 중식, 한식 면요리는 일요일 비중이 높음
- 평균적인 요일별 구성비보다 치킨, 생맥주, 중식, 한식 육류요리, 한식 일반음식, 한식 면요리, 패스트푸드, 서양식 업종에서 월~목요일 비중이 높아 교통중심지 특성이 나타남

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

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일	주요 요일	특성 요일
간이 음식 포장 판매 전문점	9.2	8.3	14.0	16.4	35.9	14.3	1.9	금요일	금요일
기타 주점업	8.3	17.6	11.6	12.9	15.0	29.2	5.4	토요일	토요일
김밥 및 기타 간이 음식점업	7.5	11.2	11.8	12.7	18.8	19.8	18.2	토요일	일요일
생맥주 전문점	12.9	20.6	11.8	4.2	21.8	18.9	10.0	금요일	화요일
서양식 음식점업	6.4	8.1	19.1	19.9	13.7	19.7	13.1	목요일	목요일
일반 유흥주점업	9.8	12.0	16.0	12.9	16.6	20.1	12.6	토요일	수요일
일식 음식점업	9.4	15.0	13.6	13.9	28.7	14.3	5.1	금요일	금요일
제과점업	13.5	9.8	12.0	14.1	16.1	15.7	18.8	일요일	일요일
중식 음식점업	10.9	14.6	13.3	14.3	14.3	16.1	16.4	일요일	화요일
치킨 전문점	22.0	8.4	9.9	12.2	16.7	21.8	9.0	월요일	월요일
커피 전문점	10.1	12.7	12.7	12.4	15.3	20.8	15.9	토요일	토요일
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	11.7	11.1	15.2	14.7	15.9	16.1	15.4	토요일	수요일
한식 면요리 전문점	13.2	12.9	15.0	11.8	13.3	16.3	17.5	일요일	수요일
한식 육류요리 전문점	13.0	15.3	11.9	10.5	16.3	18.4	14.6	토요일	화요일
한식 일반 음식점업	12.4	14.3	15.0	13.3	16.4	15.1	13.5	금요일	수요일
한식 해산물요리 전문점	8.0	8.5	13.9	11.0	21.8	25.5	11.3	토요일	금요일

3) 시간대별 비중

- 시간대별로는 점심 시간대 활성화되는 분식, 서양식, 중식, 패스트푸드, 한식 면요리, 커피 전문점과 저녁 시간대 활성화되는 치킨, 생맥주, 기타 주점, 일식, 한식 일반음식, 육류, 해산물요리 업종으로 구분됨
- 평균적인 음식업 이용 시간대에 비해 커피는 오후 시간대, 패스트푸드, 한식 면요리, 일식, 한식 일반음식점은 밤 시간대 더 활성화되는 특징을 보임

〈표 Ⅲ-6〉 동대구역 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	22.7	32.9	12.6	26.7	5.1	12~15시	18~21시
기타 주점업	4.9	0.0	1.2	2.7	4.3	66.1	20.8	18~21시	18~21시
김밥 및 기타 간이 음식점업	0.3	0.4	9.7	38.1	22.5	22.6	6.3	12~15시	12~15시
생맥주 전문점	3.9	0.7	2.9	12.0	5.5	47.9	27.2	18~21시	12~15시
서양식 음식점업	0.2	2.3	24.9	32.8	22.2	13.7	3.9	12~15시	09~12시
일반 유흥주점업	3.8	0.9	5.2	19.0	15.2	32.2	23.7	18~21시	21~24시
일식 음식점업	2.2	2.2	6.4	26.4	9.2	29.4	24.2	18~21시	21~24시
제과점업	0.0	4.1	12.1	16.2	25.6	28.3	13.6	18~21시	18~21시
중식 음식점업	0.6	0.0	5.8	48.0	15.6	26.3	3.7	12~15시	12~15시
치킨 전문점	2.8	0.0	0.0	1.8	11.6	57.8	25.9	18~21시	18~21시
커피 전문점	0.4	2.4	18.1	35.0	26.0	15.3	2.8	12~15시	15~18시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	2.9	2.5	13.1	25.7	22.4	22.1	11.2	12~15시	21~24시
한식 면요리 전문점	0.9	0.6	12.9	41.4	13.3	22.7	8.3	12~15시	21~24시
한식 육류요리 전문점	2.0	0.1	1.9	10.9	10.8	63.7	10.7	18~21시	18~21시
한식 일반 음식점업	1.1	1.4	6.8	33.6	11.9	37.7	7.4	18~21시	21~24시
한식 해산물요리 전문점	2.4	0.1	0.6	19.0	6.2	62.6	8.9	18~21시	18~21시

3. 고객 트렌드

1) 전체 외식고객

- 동대구역 상권의 음식업 고객 비중은 전년 대비 20대 여성 > 50대 남성 > 40대 여성 순으로 증가했으며, 40대 남성 > 30대 남성 순으로 감소



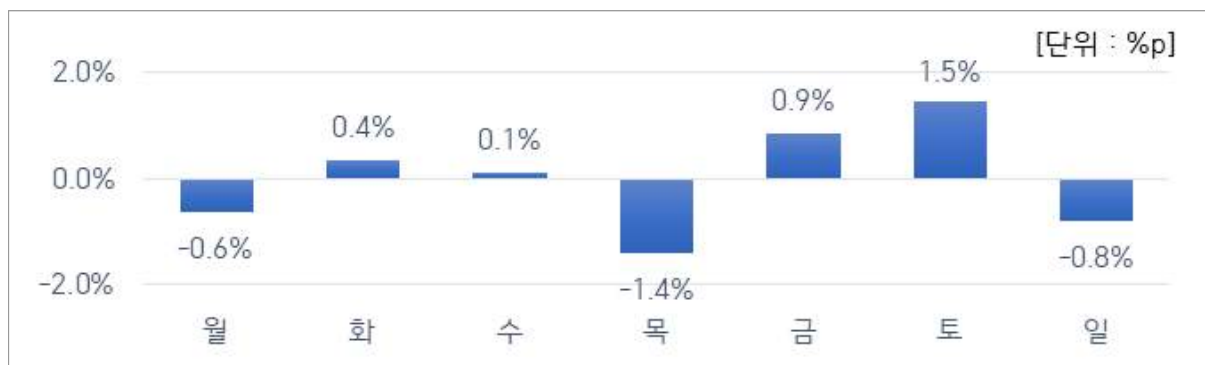
[그림 Ⅲ-4] 동대구역 상권 음식업 이용고객 성/연령대별 고객 변화('21년1~2월 대비 '22년1~2월)

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

[단위 : %p]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	0.2%p	-1.1%p	-1.4%p	0.6%p	0.2%p
여성	0.7%p	0.0%p	0.5%p	0.1%p	0.1%p

- 요일별로는 토요일 > 금요일 > 화요일 비중이 증가했고, 목요일과 일요일 이용비중 감소



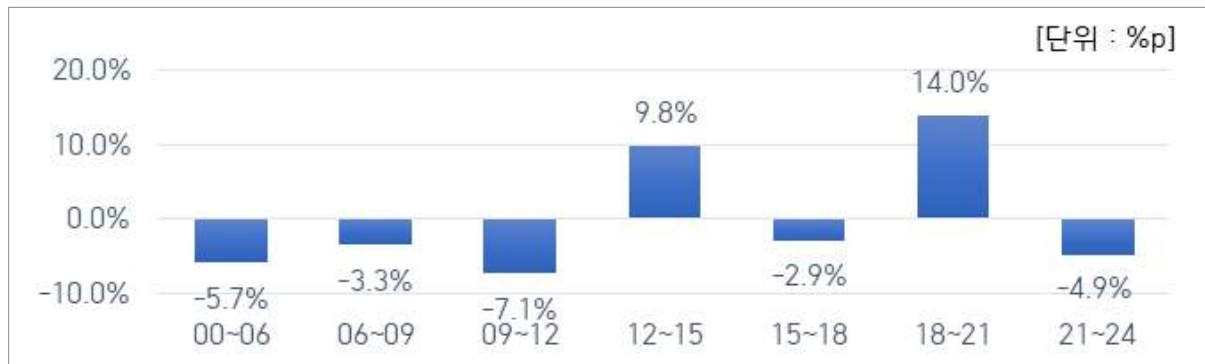
[그림 Ⅲ-5] 동대구역 상권 음식업 이용고객 요일별 고객 변화('21년1~2월 대비 '22년1~2월)

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

[단위 : %p]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	-0.6%p	0.4%p	0.1%p	-1.4%p	0.9%p	1.5%p	-0.8%p

- 시간대별로는 저녁 시간대와 점심 시간대 이용비중이 증가하여 이른 점심 시간대와 오후 시간대 비중이 다시 감소하고 주 식사 시간대로 집중하는 특징이 나타남



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

<표 Ⅲ-9> 동대구역 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	-5.7%p	-3.3%p	-7.1%p	9.8%p	-2.9%p	14.0%p	-4.9%p

2) 업종별 이용고객

- 전년대비 상권 이용고객은 커피 업종에서 20대 여성, 중식 30대 여성, 서양식 40대 여성이 증가하고, 생맥주, 일식, 한식류 전반적으로 50대 남성이 증가했으며, 3~40대 남성고객 비중이 감소함
- 요일별로는 중식, 커피, 한식 육류, 해산물 업종에서 주말이 늘고 평일이 감소했으며, 패스트푸드, 서양식, 유흥주점에서 평일이 늘고 주말이 감소함. 점차 금~토요일 이용비중이 다시 증가하고, 평일과 일요일 비중이 감소하는 특징을 보임
- 코로나 기간 감소했던 늦은 시간대 소비가 점차 완화되면서 식사 메뉴 위주의 분식, 한식 면요리, 중식 업종은 점심 시간대 소비비중이 증가하고, 패스트푸드, 치킨, 제과점, 한식 일반, 육류, 해산물 요리 등은 저녁 시간대 이용률이 다시 증가하는 특징이 나타남

<표 Ⅲ-10> 동대구역 상권 음식점종별 고객 변화(전년 동기 대비)

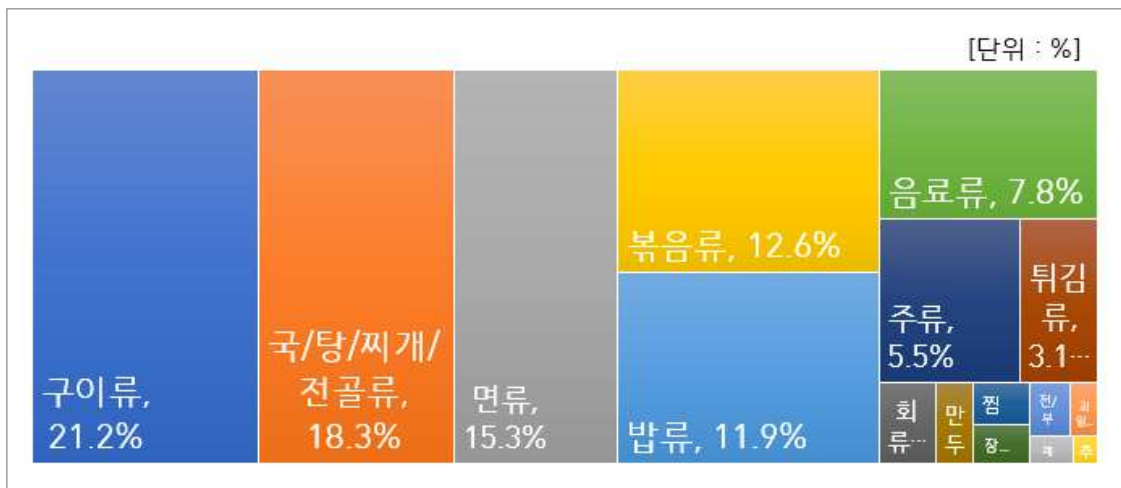
구분	성/연령대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		요일별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		시간대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)	
	비중 증가	비중 감소	비중 증가	비중 감소	비중 증가	비중 감소
간이 음식 포장 판매 전문점	50대 남성	30대 남성	금요일	화요일	12~15시	06~09시
기타 주점업	60대 남성	20대 여성	토요일	일요일	18~21시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	60대 남성	40대 남성	금요일	월요일	12~15시	09~12시
생맥주 전문점	50대 남성	40대 남성	화요일	일요일	18~21시	00~06시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

Ⅳ. 음식업 메뉴분석

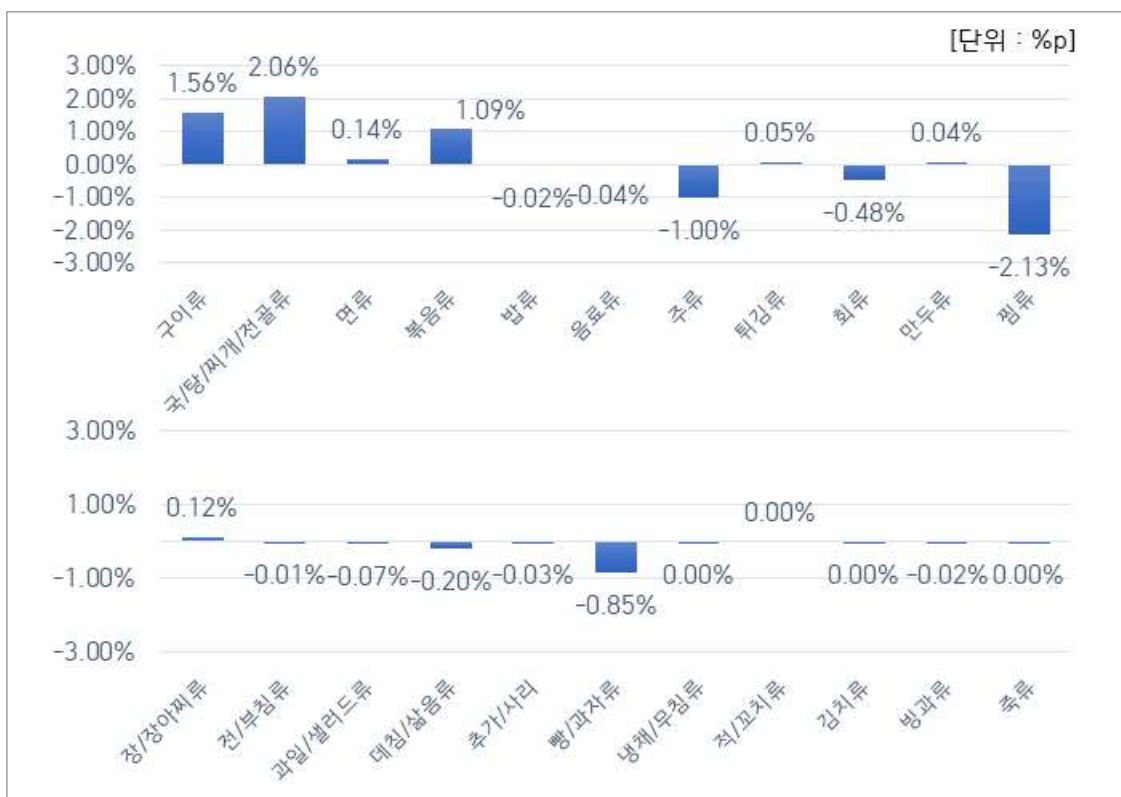
1. 주요 메뉴현황

1) 범주별 판매비중

- 동대구역 상권에서 집계되는 표본 점포 집계 결과 구이류(21.2%)가 가장 많은 판매비중을 보였으며, 국/탕/찌개/전골류(18.3%) > 면류(15.3%) > 볶음류(12.6%) > 밥류(11.9%) 순으로 매출 비중이 높음



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



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

- 전년 대비 매출 비중이 가장 큰 폭으로 증가한 메뉴는 국/탕/찌개/전골류(2.06%p)였으며, 구이류(1.56%p), 볶음류(1.09%p) 순으로 증가
- 반면, 찜류(-2.13%p), 주류(-1%p), 빵/과자류(-0.85%p) 순으로 판매 비중 감소 → 찜, 회 메뉴와 주류 판매비중이 감소하고, 식사 메뉴와 구이 메뉴 증가

2) 판매액 기준 주요메뉴 현황

- 동대구역 외식업 표본점포 집계 결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 주꾸미볶음 > 파스타/스파게티 > 뼈해장국 > 육개장 > 낙지볶음 순이었으며, 2020년은 백반, 생선구이, 파스타/스파게티, 불고기, 육개장, 스테이크 메뉴가 증가하고 우동, 비빔밥, 삼겹살, 소갈비, 주류 메뉴가 감소함
- 2021년과 2022년 2월까지의 육개장과 삼겹살 메뉴가 증가했으며, 고기 구이류 메뉴의 증가율이 전반적으로 높고, 주류나 해산물류 메뉴는 감소함

<표 IV-1> 동대구역 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
주꾸미볶음	879,743,900	909,938,000	878,839,000	143,747,000	3.4%	-3.4%	-1.9%
파스타/스파게티	129,455,900	545,392,000	860,422,100	118,920,900	321.3%	57.8%	-17.1%
뼈해장국	804,436,500	540,508,500	490,949,000	79,452,500	-32.8%	-9.2%	-2.9%
육개장	113,533,500	253,662,600	380,348,800	73,984,400	123.4%	49.9%	16.7%
낙지볶음	367,470,000	435,814,000	441,708,000	64,916,000	18.6%	1.4%	-11.8%
소주	731,905,500	553,939,600	490,967,700	64,428,500	-24.3%	-11.4%	-21.3%
불고기/주물럭	65,029,400	200,236,400	408,402,800	62,513,800	207.9%	104.0%	-8.2%
백반	20,621,000	238,582,100	512,457,820	60,627,000	1057%	114.8%	-29.0%
아메리카노	420,435,600	369,890,500	442,842,100	56,819,200	-12.0%	19.7%	-23.0%
스테이크	109,289,300	212,973,800	309,900,500	44,308,400	94.9%	45.5%	-14.2%
샤브샤브	-	-	330,196,000	41,866,500	-	-	-23.9%
소갈비	253,587,800	193,333,000	239,315,500	34,645,900	-23.8%	23.8%	-13.1%
삼겹살	184,257,000	125,934,000	176,523,000	34,210,000	-31.7%	40.2%	16.3%
우동	286,188,400	146,204,900	225,634,400	33,700,400	-48.9%	54.3%	-10.4%
생선구이	15,995,000	118,858,800	231,138,500	33,474,200	643.1%	94.5%	-13.1%
비빔밥	245,839,300	138,389,600	224,826,700	32,979,100	-43.7%	62.5%	-12.0%
병맥주(국산)	352,800,100	226,452,900	205,771,500	23,170,300	-35.8%	-9.1%	-32.4%
칼국수	86,707,000	95,108,600	131,661,500	20,647,900	9.7%	38.4%	-5.9%
장어구이	202,223,654	178,044,944	159,651,901	18,686,500	-12.0%	-10.3%	-29.8%
돈가스	82,112,900	79,890,500	118,687,000	18,683,900	-2.7%	48.6%	-5.5%

2. 음식업 물가(판매액 기준 20위 메뉴)

- 2020년은 파스타/스파게티, 생선구이, 백반, 불고기, 장어구이 메뉴 단가가 20% 이상 증가했으며, 돈가스, 스테이크, 칼국수 메뉴도 10% 이상 증가함. 2021년에도 장어구이와 돈가스 메뉴가 증가했으나, 전반적으로 유지 경향을 보임
- 2022년에도 장어구이 메뉴가 지속 상승하고 있으며, 뼈해장국, 주꾸미볶음 단가가 10% 이상 증가하고, 기타 메뉴는 $\pm 10\%$ 내에서 유사한 수준을 유지함

<표 IV-2> 동대구역 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
주꾸미볶음	8,895	8,653	8,589	9,566	-2.7%	-0.7%	11.4%
파스타/스파게티	10,906	20,515	21,284	21,721	88.1%	3.7%	2.1%
뼈해장국	7,950	8,087	8,190	9,211	1.7%	1.3%	12.5%
육개장	9,242	9,673	9,819	9,884	4.7%	1.5%	0.7%
낙지볶음	9,000	9,602	9,629	10,455	6.7%	0.3%	8.6%
소주	4,051	4,071	4,051	4,087	0.5%	-0.5%	0.9%
불고기/주물럭	12,525	16,985	17,427	16,378	35.6%	2.6%	-6.0%
백반	11,736	17,056	17,336	17,527	45.3%	1.6%	1.1%
아메리카노	2,657	2,561	2,413	2,443	-3.6%	-5.8%	1.2%
스테이크	14,650	17,276	17,532	18,656	17.9%	1.5%	6.4%
샤브샤브	-	-	15,706	15,230	-	-	-3.0%
소갈비	18,335	18,943	18,388	17,605	3.3%	-2.9%	-4.3%
삼겹살	9,107	9,152	9,411	9,226	0.5%	2.8%	-2.0%
우동	12,279	10,950	10,968	11,779	-10.8%	0.2%	7.4%
생선구이	8,991	15,670	16,645	16,975	74.3%	6.2%	2.0%
비빔밥	9,742	8,863	9,414	9,471	-9.0%	6.2%	0.6%
병맥주(국산)	4,443	4,236	4,110	4,130	-4.7%	-3.0%	0.5%
칼국수	7,766	8,722	8,942	8,877	12.3%	2.5%	-0.7%
장어구이	17,940	22,261	43,044	53,238	24.1%	93.4%	23.7%
돈가스	6,425	7,581	9,182	10,083	18.0%	21.1%	9.8%

3. 메뉴 트렌드

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

- 한식 일반 음식점에서 주로 판매되는 메뉴는 뼈해장국 > 백반 > 육개장 > 불고기/주물럭 > 샤브샤브 메뉴였으나, 2022년 1~2월은 계절 영향으로 육개장 메뉴 판매가 증가하고, 백반 판매액이 감소함. 2021년에 비해 전반적인 판매액 수준 감소

<표 IV-3> 2021~2022.2 동대구역 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	뼈해장국	40,912,417	뼈해장국	39,726,250
2	백반	39,628,318	육개장	35,827,700
3	육개장	30,445,525	백반	29,210,000
4	불고기/주물럭	30,097,400	불고기/주물럭	27,987,400
5	소고기샤브샤브	27,516,333	소고기샤브샤브	20,933,250

- 한식 육류요리 전문점에서는 소고기구이 > 갈비구이 > 돼지고기구이(삼겹살) > 일반소주 > 찜닭 메뉴 순으로 판매되었으며, 2022년 1~2월에는 소고기구이는 판매액과 순위 유지, 갈비구이는 감소하고 삼겹살이 증가함. 찜닭 메뉴 대신 곱창/대창/양구이 메뉴가 새롭게 순위권에 진입

<표 IV-4> 2021~2022.2 동대구역 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	36,274,325	소고기구이	36,510,800
2	갈비구이	22,143,508	돼지고기구이	26,785,850
3	돼지고기구이	21,512,233	일반소주	19,316,750
4	일반소주	21,288,917	갈비구이	18,958,650
5	찜닭	20,801,250	곱창/대창/양구이	8,555,550

- 한식 해산물요리 전문점에서는 주꾸미볶음 > 낙지볶음 > 새우튀김 > 장어구이 > 소바 메뉴가 주로 판매되고 있으며, 2022년 1~2월에도 메뉴별 순위와 판매액이 유사한 수준을 유지하고 있음

<표 IV-5> 2021~2022.2 동대구역 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	주꾸미볶음	72,704,667	주꾸미볶음	71,418,500
2	낙지볶음	36,723,667	낙지볶음	32,428,000
3	새우튀김	15,604,000	새우튀김	13,364,000
4	장어구이	13,174,075	장어구이	9,263,500
5	소바	12,582,500	공기밥	7,936,250

- 한식 면요리 전문점은 2021년 칼국수 > 만둣국 > 만두 > 물냉면 > 떡볶이 메뉴가 판매되었으며, 2022년 1~2월은 육개장 판매액이 증가하여 분식보다 식사 메뉴 판매비중이 증가한 것으로 집계됨

<표 IV-6> 2021~2022.2 동대구역 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 한식 면요리 전문점

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	칼국수	4,731,875	칼국수	3,835,750
2	만둣국	3,290,000	만둣국	2,970,000
3	돼지고기만두	2,128,792	돼지고기만두	1,729,500
4	물냉면	1,585,500	육개장	1,164,500
5	떡볶이	1,346,000	물냉면	1,095,500

- 서양식 음식점은 2021년 파스타와 스테이크가 주로 판매되고 있으며, 2022년 1~2월에도 메뉴 순위에는 변화 없으나, 판매액이 전체적으로 감소함

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반/기타파스타	35,549,742	일반/기타파스타	24,152,750
2	크림파스타	16,526,500	크림파스타	15,971,450
3	스테이크	12,560,583	스테이크	11,058,700
4	토마토파스타	3,229,633	토마토파스타	2,933,450
5	돼지고기스튜	3,155,775	돼지고기스튜	1,999,100

- 일식 음식점은 2021년 덮밥과 우동 메뉴 판매액이 높고, 스테이크, 파스타 등 서양식 업종의 메뉴가 함께 판매되고 있으며, 2022년 1~2월에도 메뉴 판매순위가 유지되는 가운데 판매액이 소폭 감소함

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	고기덮밥	22,102,892	고기덮밥	18,097,650
2	우동	16,497,408	우동	14,387,700
3	스테이크	13,032,017	스테이크	11,021,000
4	크림파스타	8,096,983	크림파스타	9,252,900
5	오일파스타	6,562,867	오일파스타	5,507,700

- 기타 외국식 음식점은 쌀국수 전문점이 표본으로 집계되고 있으며, 쌀국수 판매액이 대부분을 차지하고 찹스테이크, 닭튀김 메뉴가 부가 메뉴로 판매되고 있음

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	국물쌀국수	14,789,008	국물쌀국수	14,167,350
2	볶음쌀국수	1,776,500	함박/찹스테이크	1,572,000
3	함박/찹스테이크	1,723,250	비빔쌀국수	1,501,500
4	비빔쌀국수	1,414,917	볶음쌀국수	1,501,500
5	중국식닭튀김	1,379,167	중국식닭튀김	1,130,000

- 생맥주 전문점에서는 주류 판매액이 대부분이며, 2021년은 건어물구이가 안주로 판매되고 있음. 2022년 1~2월은 주류 판매액이 크게 감소했으며, 양주와 피자 메뉴가 순위권에 진입함

<표 IV-10> 2021~2022.2 동대구역 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	수입병맥주	2,823,592	수입병맥주	974,200
2	국산생맥주	2,338,700	건어물구이	245,350
3	건어물구이	2,095,883	수입생맥주	188,000
4	일반소주	1,137,567	보드카	69,000
5	수입생맥주	836,192	일반/기타피자	67,050

- 기타 주점에서는 주류 판매액이 가장 높고, 생선구이, 어묵탕, 찌개 안주가 판매되고 있었으나, 2022년 1~2월은 계절 영향으로 찌개 안주의 순위가 오르고, 어묵탕 대신 돼지고기 볶음 메뉴 순위가 오름

<표 IV-11> 2021~2022.2 동대구역 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	6,654,583	일반소주	4,366,000
2	생선구이	2,126,333	고기찌개	1,455,000
3	국산병맥주	2,120,167	생선구이	1,401,000
4	어묵	1,823,358	국산병맥주	918,000
5	고기찌개	1,486,250	돼지고기볶음	607,500

- 커피 전문점은 2021년 아메리카노 > 라떼 > 에이드 > 생과일주스 > 아이스티 순으로 판매되고 있었으나, 2022년 1~2월은 계절 영향으로 라떼 판매액이 소폭 증가하고 생과일주스 메뉴 대신 허브차의 순위가 오름

<표 IV-12> 2021~2022.2 동대구역 상권 업종별 주요 판매메뉴 Top 5(표본점포) : 커피 전문점

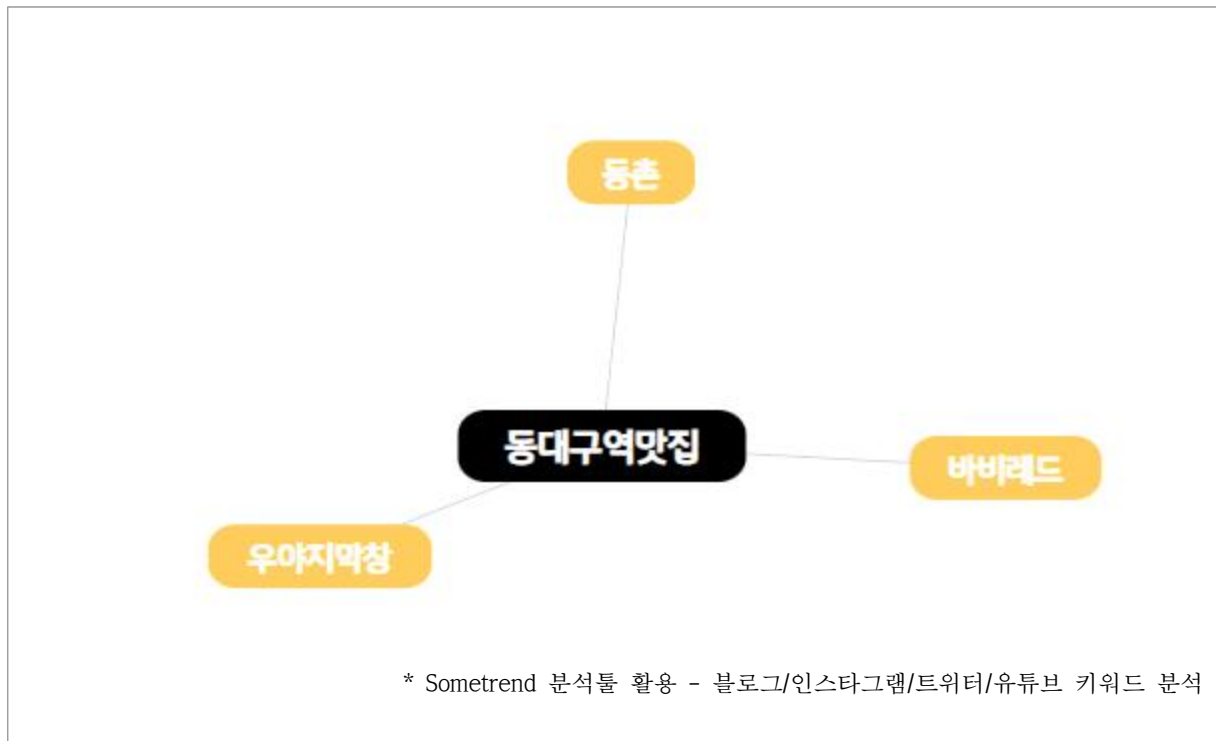
[단위 : 원/월 평균]

순위	2021년		2022년 1~2월	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	아메리카노/에스프레소	37,960,283	아메리카노/에스프레소	29,400,400
2	라떼	15,777,133	라떼	16,724,400
3	에이드	3,778,983	에이드	2,440,800
4	생과일주스	1,888,633	허브차	1,241,450
5	아이스티	1,479,542	아이스티	1,182,800

V. 키워드 분석

1. 연관 키워드(장소&브랜드 범주)

- 키워드 ‘동대구역 맛집’, ‘동대구역 음식점’, ‘동대구역 식당’, ‘동대구역 점심’, ‘동대구역 저녁’, ‘동대구역 식사’ 등 장소&브랜드 범주의 연관 검색어를 분석하면, 기차역 주변 상권의 특징이 나타나면서 주로 프랜차이즈 매장의 연관키워드가 많았으며, 2019년은 커피와 디저트류를 취급하는 매장이 주로 순위권에 나타남
- 2020년은 서양식, 한식 육류요리, 해산물요리, 한식 일반음식점, 패스트푸드 등 요리 전문점의 순위가 올랐으며, 2021년은 서양식, 패스트푸드 집중도가 높아짐
- 2022년 1~2월은 장소&브랜드 범주의 연관 키워드 언급량이 크게 감소하였으며, 교통중심지 상권의 특성상 SNS에 브랜드나 장소를 언급하는 빈도가 타 상권에 비해 현저히 낮은 것을 확인할 수 있음



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

<표 V-1> 동대구역 음식업 장소&브랜드 연관키워드 변화

[단위 : 건]

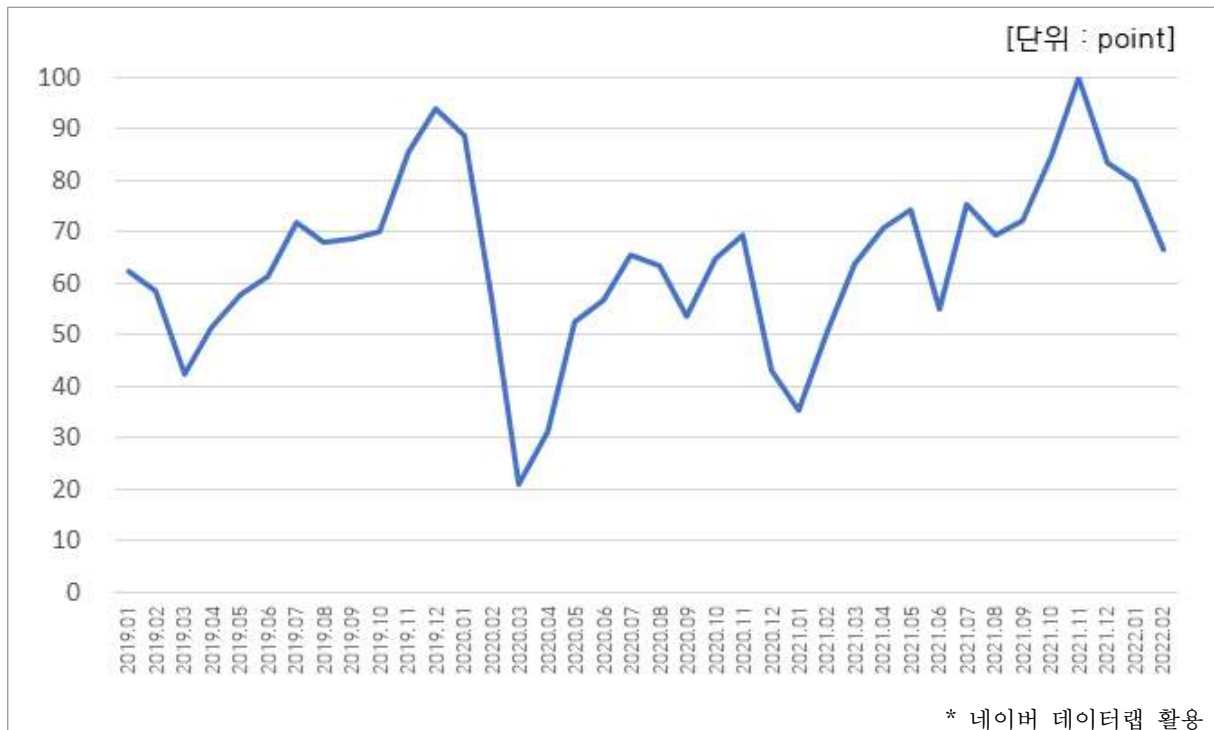
순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년	언급량	2022년 1~2월	언급량
1	투썸플레이스	38	카페	241	바비레드	26	우야지막창	2
2	투썸	38	바비레드	123	더테이블	16	바비레드	2
3	스타벅스	37	돼지집	20	온더테이블	16	동촌	2
4	아이엠어버거	24	향미	20	노브랜드버거	6	-	-
5	다쿠아즈	19	동이옥	12	노브랜드	6	-	-
6	돼지집	12	통영맛집	5	앙드르와	5	-	-
7	새마을식당	6	동촌	4	우야지막창	4	-	-
8	역전할머니맥주	6	동인동	4	동촌	2	-	-
9	발렌타인	6	토끼정	3	청진동해장국	2	-	-
10	동인동	6	우야지막창	2	-	-	-	-
11	팔도	4	통뼈감자탕	2	-	-	-	-
12	해금강	4	청년다방	2	-	-	-	-
13	코나커피	4	아이엠어버거	2	-	-	-	-
14	근대골목단팻빵	4	미성	2	-	-	-	-
15	면주방	4	새마을식당	2	-	-	-	-

2. 연관 키워드(상품&메뉴 범주)

- 키워드 ‘동대구역 맛집’, ‘동대구역 음식점’, ‘동대구역 식당’, ‘동대구역 점심’, ‘동대구역 저녁’, ‘동대구역 식사’ 등 상품&메뉴 범주의 연관 검색어를 분석하면, 2019년은 커피/디저트류의 메뉴와 한식 육류요리, 주류, 분식, 서양식, 일식 업종에 해당하는 메뉴가 고르게 분포하고 있음
- 2020년은 한식 일반음식과 육류요리에 해당하는 메뉴 순위가 올랐으며, 외국식 음식 업종의 메뉴 언급량 순위가 떨어짐
- 2021년은 한식 육류요리 메뉴가 상위권에 있으면서 다시 서양식, 분식, 해산물요리 메뉴 순위가 고르게 나타나기 시작함
- 해당 상권은 기차역을 포함하는 교통중심지 상권으로써 간단한 식사나 커피/음료 위주의 소비가 많기 때문에 맛집을 찾아오는 빈도보다 교통시설을 이용하기 위한 목적에 부가적인 외식소비가 많음
- 2019년까지는 서양식, 일식, 기타 외국식과 한식 육류, 해산물요리 등 다양한 업종의 메뉴가 언급되었으나 2020년 코로나로 인해 한식 일반 음식메뉴로 메뉴가 단순화 되었다가 2021년부터 다시 각 업종별 메뉴가 언급되는 회복 양상을 보이고 있음

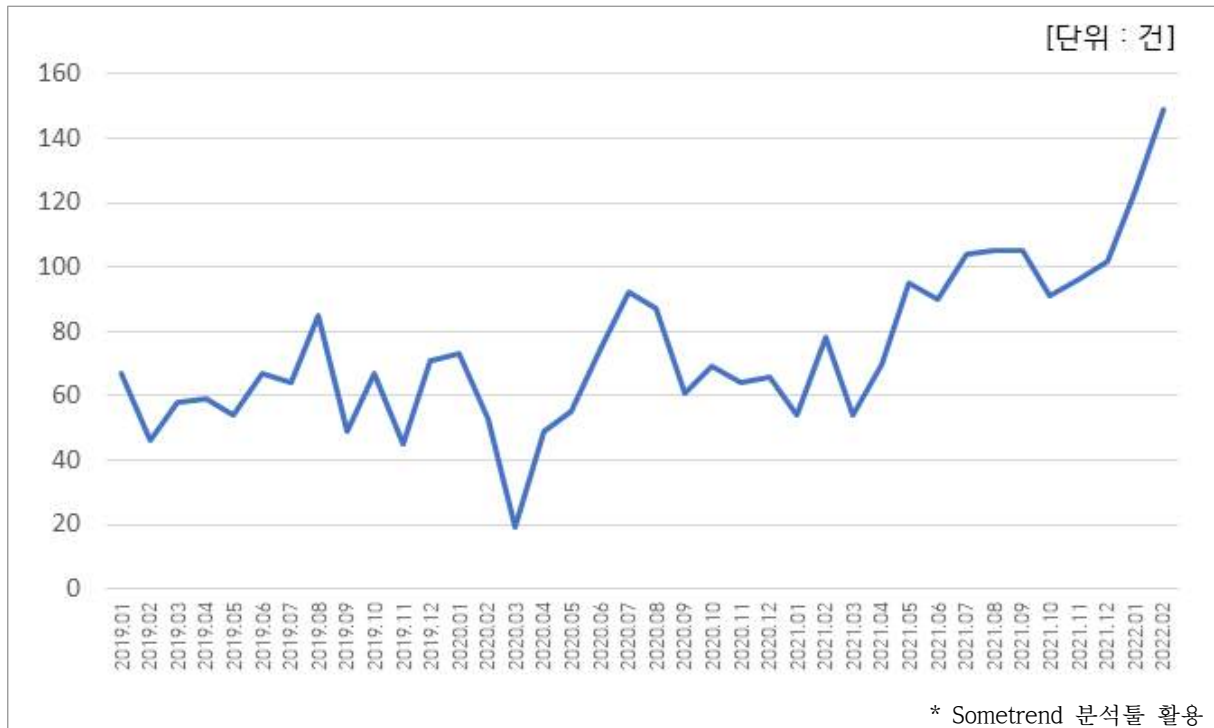
3. 키워드 검색 및 언급량 시계열 변화

- 동대구역 음식점(‘동대구역 맛집’, ‘동대구역 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 네이버 검색량을 2019년 1월부터 2022년 2월까지 집계한 결과 코로나19가 확산되기 시작한 2020년 2~3월부터 검색량이 급감했으나, 2020년과 2021년 서서히 회복하는 추세를 보이고 있으며, 2021년 연말과 2022년 1~2월은 2019년 수준을 회복한 것으로 나타남
- 코로나 기간이 아니더라도 1~2월 검색량 및 외식업 경기는 낮은 패턴을 보이고 있으므로 2022년 3월 이후 고객의 관심도가 지속 상승하고 있는지 추적/관찰할 필요 있음



[그림 V-3] 동대구역 음식점 관련 검색어 네이버 검색량 변화

- 동대구역 음식점(‘동대구역 맛집’, ‘동대구역 음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 블로그 언급량은 2019년 월평균 60건 수준으로 유지되다가 2020년 3월에 급감했으나, 5~6월부터 다시 회복하였고, 2021년 5월 이후 지속 증가하고 있음
- 2022년 1월과 2월 검색량 증가와 함께 블로그 언급량이 급증한 것은 상권 외식업 경기에 긍정적인 측면으로 해석할 수 있음



[그림 V-4] 동대구역 음식점 관련 검색어 블로그 언급량 변화

4. 키워드 속성 분석



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

- 2019년까지 가격과 제품에 관련한 선택속성이 중요하게 작용하고 있음을 확인할 수 있으나, 일반적인 특징이 반영되고 있다면, 2020년은 ‘추천’, ‘유명하다’와 같이 온라인 검

색의 비중과 다른 소비자의 평가가 더 중요하게 작용하기 시작함을 확인할 수 있음

- 2021년은 매장의 내/외부 환경에 대한 평가와 서비스 만족도가 좀 더 중요한 선택속성으로 등장했으며, 2022까지 종합적인 만족도에 대한 평가로 외식업 선택속성이 다양해진 것을 확인할 수 있음

<표 V-3> 동대구역 음식점 관련 주요 속성 키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년	언급량	2022년 1~2월	언급량
1	좋다	25,987	좋다	6,454	좋다	2,345	좋다	200
2	맛있다	5,246	맛있다	3,670	맛있다	1,675	맛있다	151
3	jmt	2,478	무료	1,558	분위기 좋다	494	열정	78
4	존맛탱	2,376	존맛탱	956	추천하다	338	추천하다	47
5	먹고싶다	1,845	분위기 좋다	703	즐기다	296	좋아하다	30
6	일품	1,824	잘하다	629	먹고싶다	285	먹고싶다	29
7	신상	1,385	jmt	607	깔끔하다	266	분위기 좋다	28
8	무료	1,135	좋아하다	521	좋아하다	258	즐기다	20
9	가성비갑	1,052	소통하다	503	친절하다	168	예쁘다	20
10	신선하다	1,044	먹고싶다	457	괜찮다	168	잘어울리다	20
11	스트레스	933	추천하다	444	가능하다	157	맛 좋다	18
12	분위기 좋다	732	즐기다	441	다양하다	154	배부르다	18
13	소통하다	703	부담	431	부담	149	유명하다	17
14	존맛	702	유명하다	423	사람 많다	146	다양하다	17
15	추천하다	545	맛있는 음식	344	열정	137	싸다	16