

전국 주요상권 트렌드 분석 보고서

⑥ 대전 둔산동 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(2021년 1~7월)	25
3. 고객 트렌드	29
Ⅳ. 음식업 메뉴분석	32
1. 주요 메뉴현황	32
2. 음식업 물가(판매액 기준 20위 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

〈분석요약〉

1. 상권개요

- 대전 둔산동 상권은 정부청사역 기준 남쪽 방면으로 형성된 상권으로써 갤러리아백화점을 중심으로 형성된 상권이며, 대전 내에서는 구도심 상권(대전역 부근 은행동 상권)과 더불어 가장 크고 밀집도가 높은 상권으로 뽑힘. 상권의 영역은 갤러리아백화점과 이마트 사이에 형성된 상가권과 을지병원 남단으로 형성된 상가권, 큰마을네거리부터 둔산여고에 이르는 상가권으로 구분되며, 분석은 음식점 밀집도가 높은 큰마을네거리~둔산여고 상권을 대상으로 함
- 해당 상권영역은 상업 기능이 강하나 상권영역 주변으로 주거 밀집지역 성격이 나타남
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m/1000m의 주변지역은 아파트 단지과 학교 등이 둘러싸고 있어 주거지 성격이 나타나며, 대형 공공기관이 위치하여 상권이 복합적으로 구성되어 있음. 이에 따라 주거, 직장, 외부 유입고객이 일정 비율로 고객층을 구성하고 있음
- 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 병원 업종 구성비가 가장 높고, 생활서비스 업종도 높게 나타남. 주거-상업 복합적인 성격을 보임
- 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 미용서비스 5.9%p, 간이주점 5.2%p, 특화병원 4.8%p, 일반병원 4.1%p 높아 주거형 업종과 상업형 업종이 복합 구성 → 둔산동 상권의 특성업종은 ‘미용, 병원, 주점’으로 규정됨
- 둔산동 상권의 유동인구 밀집지역은 갤러리아백화점 부근과 큰마을네거리 방면의 대로변이며, 대덕대로 방면으로 상업시설 밀집지역(동편)의 유동인구가 주거단지 방면(서편)의 유동인구보다 많은 것으로 집계됨
- 둔산동 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 2,386억, 2020년 2,029억, 2021년(추정) 1,771억으로 집계되어 2020년 15%, 2021년 12.7% 감소함(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)

2. 음식점 업종분석

- 둔산동 상권의 음식점종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 224개로 운영되던 점포수가 2020년 220개, 2021년 226개로 변화하여 점포 수 변화는 크지 않았으나, 총 매출액은 각각 24%, 29% 감소함
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식점은 한식 일반 음식점업 49개, 생맥주 전문점 38개, 한식 육류요리 전문점 31개, 커피 전문점 28개로 나타나 주점과 육류요리 비중이 높음

<분석요약. 표1> 둔산동 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)	785	597	424	-23.9%	-29.0%
점포 수 (기간 평균)	224	220	226	-2.1%	2.7%



[분석요약. 그림1] 둔산동 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 한식 일반 음식업, 생맥주 전문점, 한식 육류요리 전문점 등 상권을 구성하는 주요 음식업종의 매출규모 감소가 컸으며, 커피 전문점, 패스트푸드, 한식 면요리 전문점, 서양식 업종은 비교적 적게 감소함
- 업종별 경기 동향을 살펴보면, 서양식과 중식, 한식 해산물요리 전문점은 2021년 회복세에 들어선 것으로 분석되나, 상권을 구성하는 주요 음식업종이 아니어서 전체 외식시장에 미치는 영향은 낮은 것으로 분석됨
- 패스트푸드, 한식 면요리, 커피, 기타 외국식, 분식 등의 업종은 2020년보다 감소세는 줄었으나 여전히 감소하고 있으며, 상권의 주요 음식업종인 한식 일반 음식점, 생맥주 전문점, 한식 육류요리 전문점은 2020년에 비해 2021년 감소폭이 커지면서 전반적인 외식업종 경기가 떨어진 것으로 분석됨
- 다른 상권과 다르게 제과점 업종경기도 하락세에 있는 것으로 분석됨

3. 음식업 고객 분석

- 20대 비중이 전체 업종별로 높은 편이나, 다른 주요상권 음식업종 특징에 비해서는 30대 남성과 40대 남성 고객층이 많은 것으로 분석됨
- 주점과 한식 일반 음식점에서는 20대 남성, 분식, 서양식, 커피 전문점, 한식 해산물요리 전문점에서는 20대 여성, 기타 외국식, 일식, 패스트푸드, 한식 면요리, 한식 육류요리 전문점에서는 30대 남성, 중식, 치킨 전문점에서는 40대 남성, 제과점에서는 40대 여성 고객

층이 가장 많은 것으로 분석됨

- 전국 주요상권 평균 연령대 구성비 대비하여 20대 여성비중이 높은 편이며, 해당하는 업종은 분식, 서양식, 커피 전문점, 한식 해산물요리, 일식, 한식 면요리, 한식 육류요리
- 다른 주요상권에 비해 2021년 매출 감소율이 높은 이유는 3~40대 남성이 주요고객층인 업종이 많은데 이런 종류의 업종(저녁 시간대, 주류 판매 위주 업종)은 코로나19로 인한 영향이 큰 업종이기 때문이며, 또 타 상권보다 상대적으로 많은 계층인 20대 여성층은 외식업 소비력이 다른 계층에 비해 낮기 때문인 것으로 해석할 수 있음
- 요일별 평균 이용비중 대비하여 제과점, 중식, 기타 외국식, 서양식, 치킨, 패스트푸드, 한식 해산물요리 전문점은 평일 이용률이 더 높았으며, 분식, 생맥주 전문점, 일식 업종은 일요일 비중이 높은 것으로 분석됨
- 상권을 주로 이용하는 금~일요일 비중이 줄고 평일 이용률이 상대적으로 높아진 것은 업종의 구성이나 상권의 주요 활성화 시간대와 연결해 봤을 때, 악영향을 미칠 가능성 높음. 보다 평일에 이용할 수 있는 가벼운 업태로 전환 필요
- 다른 상권의 주요 이용시간대가 이른 저녁, 이른 점심으로 이동하고 저녁 시간대 위주의 업종도 점심 시간대로 이동하고 있는 데 비해 저녁 집중도가 높은 둔산동 상권은 아직 점심 시간대로 활성화 시간을 이동하지 못함. 오히려 밤 시간대 이용비중이 증가하는 업종들도 있어 음식점 운영전략에서 차이를 보임 → 위드 코로나 이후 밤 시간대 상권 활성화도가 다시 높아지면 회복세가 나타날 수도 있음

4. 음식점 메뉴분석

- 둔산동 상권은 다른 주요 상권에 비해 주류 판매비중과 구이류, 탕/전골류 판매비중이 높은 편이며, 기본적인 식사메뉴인 밥류 비중이 낮게 나타남
- 둔산동 상권의 음식점 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 소주 > 소곱창구이 > 병맥주(국산) > 탄산음료 > 아메리카노 등 주류와 음료 위주였으며, 2020년은 맥주와 파스타, 돈가스, 소곱창, 치킨 등의 판매액이 크게 감소함
- 2021년에는 주류를 비롯하여 2020년까지 감소하지 않았던 메뉴군에서도 감소세가 나타나 평균 30% 정도 매출액이 감소함. 돼지고기구이(목살) 메뉴만 유일하게 증가한 것으로 집계됨
- 2020년은 주류 판매가격이 크게 올랐으며, 커피, 닭갈비, 김치찌개, 파스타 메뉴의 판매단가가 증가하고, 회, 떡볶이, 피자, 짬뽕 평균 단가가 떨어짐
- 2021년에는 파스타 메뉴가 2020년에 이어 지속적으로 가격이 올랐으며, 피자, 치킨, 떡볶이 메뉴의 가격이 오르고, 주류와 커피, 족발, 보쌈, 짬뽕, 우동 메뉴의 판매단가는 낮아짐



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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가	20년 증감률	21년 증감률
소주	4,388	4,653	4,705	6.0%	1.1%
소곱창구이	16,450	16,682	16,814	1.4%	0.8%
병맥주(국산)	4,481	4,791	4,803	6.9%	0.3%
탄산음료	2,193	2,209	2,138	0.7%	-3.2%
아메리카노	3,475	4,270	3,877	22.9%	-9.2%
고기보쌈/수육	30,180	29,980	28,798	-0.7%	-3.9%
치킨	14,873	14,544	15,461	-2.2%	6.3%
파스타/스파게티	11,524	12,402	14,646	7.6%	18.1%
닭갈비	12,535	14,504	15,012	15.7%	3.5%
떡볶이	8,325	6,295	6,586	-24.4%	4.6%
생맥주(국산)	3,973	5,437	4,627	36.8%	-14.9%
목살	-	16,500	16,995	-	3.0%
김치찌개	15,608	17,057	16,605	9.3%	-2.7%
족발	25,087	26,174	24,662	4.3%	-5.8%
우동	7,449	7,728	7,247	3.7%	-6.2%
모듬회	55,239	30,127	27,006	-45.5%	-10.4%
병맥주(수입)	5,675	5,854	6,058	3.1%	3.5%
짬뽕	9,895	9,441	9,058	-4.6%	-4.1%
피자	15,255	14,327	15,511	-6.1%	8.3%
돈가스	11,251	11,398	10,003	1.3%	-12.2%

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

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

한식 면요리 전문점			한식 육류요리 전문점			한식 해산물요리 전문점		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	우동	우동	1	곱창/대창 /막창	곱창/대창 /막창	1	일반소주	생선회
2	일반소주	일반소주	2	고기보쌈/ 수육	돼지고기 구이	2	국산 병맥주	일반소주
3	국산 병맥주	돼지고기 만두	3	일반소주	일반소주	3	탄산음료	국산 병맥주
4	칼국수	국산 병맥주	4	국산 병맥주	고기보쌈/ 수육	4	생선구이	라면
5	탄산음료	어묵탕	5	족발	삼계탕/반 계탕/올닭	5	주꾸미 볶음	물회
일식 음식점업			서양식 음식점업			중식 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	일반소주	일반소주	1	돈가스	돼지고기 구이	1	짬뽕	짬뽕
2	생선회	생선회	2	일반/기타 파스타	크림 파스타	2	탕수육	탕수육
3	국산 병맥주	국산 병맥주	3	크림 파스타	돈가스	3	일반소주	짜장면
4	치킨	보드카	4	탄산음료	고기덮밥	4	짜장면	잡채밥
5	탄산음료	탄산음료	5	일반소주	일반 리조또	5	탄산음료	돼지고기 만두
치킨 전문점			생맥주 전문점			기타 주점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	치킨	닭강정	1	국산 병맥주	국산 병맥주	1	일반소주	일반소주
2	일반소주	치킨	2	일반소주	일반소주	2	국산 병맥주	국산 병맥주
3	국산 병맥주	일반소주	3	수입 병맥주	국산 생맥주	3	탄산음료	탄산음료
4	탄산음료	국산 병맥주	4	국산 생맥주	수입 병맥주	4	치킨	닭볶음탕
5	국산 생맥주	탄산음료	5	치킨	치킨	5	국산 생맥주	어묵탕

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

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

커피 전문점			제과점업			김밥 및 기타 간이 음식점업		
순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년	순위	2020년	2021년
1	아메리카노/ 에스프레소	아메리카노/ 에스프레소	1	-	일반/기타 케이크	1	떡볶이	떡볶이
2	라떼	아이스티	2	-	식빵	2	일반/기타 파스타	일반/기타 파스타
3	탄산음료	라떼	3	-	카스텔라	3	돈가스	계란 토스트
4	수입 병맥주	에이드	4	-	아메리카노/ 에스프레소	4	탄산음료	햄치즈 토스트
5	-	스무디	5	-	번	5	우동	-
일반 유흥주점업								
순위	2020년	2021년						
1	일반소주	일반소주						
2	탄산음료	보드카						
3	국산 병맥주	탄산음료						
4	치킨	하이볼						
5	김치찌개	과일화채						

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

5. 키워드 분석

- 키워드 ‘둔산동맛집’, ‘둔산동음식점’, ‘둔산동식당’, ‘둔산동점심’, ‘둔산동저녁’, ‘둔산동식사’ 등 장소&브랜드 범주의 연관 검색어를 분석하면, 2019년은 일식과 양식, 디저트 관련 브랜드와 매장 언급량이 많았으며, 감성주점&포차 관련 언급량도 발견할 수 있음
- 2020년은 파스타, 피자(배달 브랜드), 샐러드, 칼국수, 순대국밥 등 식사 메뉴 언급량이 증가했으며, 일식, 양식, 주점 키워드 언급량 급감
- 2021년은 2020년 주요 키워드가 유사하게 포함되었으며, 추가로 커피, 라면, 패스트푸드 등 보다 간편하게 이용할 수 있는 메뉴와 음료 언급량이 증가함
- 동일한 키워드로 둔산동 상권의 음식 상품&메뉴 범주의 연관 키워드를 분석하면, 2019년은 디저트류와 돼지고기 구이, 주꾸미, 맥주 등의 키워드가 등장
- 2020년은 식사메뉴인 ‘국밥’ 키워드가 급상승하고, 2019년과 유사하게 돼지고기, 주꾸미, 스테이크 메뉴 언급량이 나타났으며, 추가로 피자, 치즈와 같은 메뉴 언급량도 발생함
- 2021년은 ‘청주’ 키워드 언급량 순위가 올랐으며, 주류 관련 키워드와 해산물 키워드가 상승함. 또 샐러드와 도시락 등 간편식 언급량도 증가함
- 다른 상권에서 발견할 수 있는 주류 → 식사 위주로의 전환이나 점심 시간대로의 이동을 유추할 수 있는 메뉴 언급량은 적게 나타나고 있으며, 오히려 주류 언급량 순위가 오른다거나 헛집과 관련된 해산물 메뉴 언급량 순위가 오르고 있음



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



[분석요약. 그림4] 둔산동 음식업 상품&메뉴 연관검색어(2021년 1~7월)

- 2019년에 주로 언급되는 속성은 ‘맛’에 대한 표현 키워드가 대부분이었으며, 음식점 선택속성이 ‘품질’에 있음을 유추할 수 있음
- 2020년은 ‘공짜’, ‘당첨’과 같은 이벤트(프로모션)가 언급되면서 일부 매장을 중심으로 매출 감소에 대한 자구책으로 프로모션이 진행되었음을 확인
- 2021년은 ‘예쁘다’, ‘깔끔하다’와 같은 장소에 대한 평가(매장의 외/내관) 키워드가 추가되었으며, ‘빠르다’와 같이 음식이 나오는(배달되는) 시간 요소(프로세스)가 강화되고 고객 관리에 대한 중요성이 부각됨



[분석요약. 그림5] 둔산동 음식점 관련 속성어 분석(2021년 1~7월)

〈외식분야 전문가 의견〉

한양사이버 대학교 호텔외식경영학과
김 영 갑 교수

□ 대전 상권은 서구 둔산동 상권, 유성구 유성 상권, 중구 은행동 상권이 상호 경쟁하는 구도로 다음과 같은 상황을 보이고 있음

- 서구 둔산동 상권은 2016년까지는 고객 유입력 수준에서 3위에 머물렀으나 2017년부터 2위권에 들어섰다가 2018년부터는 1위권을 유지하고 있는 대전 최고의 상권임
- 둔산동 상권이 대전 상권 중에서 가장 큰 고객 유입력을 가지게 된 배경에는 정부대전청사를 중심으로 백화점, 할인마트 등 대형상업시설이 밀집한 상업지역이 됨과 동시에 주변에 주거지역이 개발된 결과임
- 다만 서구 둔산동 상권은 20대와 30대의 젊은층의 고객 유입력은 떨어지고 50대와 60대 장년층의 고객 유입력이 증가하는 상권의 변화가 이루어짐으로써 전반적인 활력이 떨어지는 현상이 나타나고 있음
- 특히 대전 지역 이외의 타 지역에서 유입되는 고객이 계속 증가하는 대전 은행동 상권과 대비되고 있음

□ 대전 서구 둔산동 상권, 유성구 유성 상권, 중구 은행동 상권의 업종별 경쟁력 상황을 정리하면 다음과 같음

- 주점, 치킨, 분식, 일식, 서양식 업종의 경우 서구 둔산동 상권이 가장 높은 경쟁력 수준을 보임
- 카페와 디저트 업종의 경우 중구 은행동 상권이 가장 높은 경쟁력 수준을 보임
- 중식, 한식, 해물 업종의 경우 유성구 유성 상권이 가장 높은 경쟁력 수준을 보임
- 상권별 주요 소비자 특성과 대전 지역 소비자의 라이프 스타일에 따른 선호 업종이 다르게 나타나고 있음을 알 수 있음
- 서구 둔산동 상권이 대전시의 다른 상권과 비교할 때 가장 강력한 고객 유입력을 보이며 1등 상권의 위치를 유지하고 있으나 젊은 고객층이 지속적으로 은행동 상권으로 이동하는 점과 타 지역 고객을 유인할 수 있는 특성화에 한계가 있는 점을 개선해야 매출 하락을 개선할 수 있을 것으로 사료됨

〈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

- 대전 둔산동 상권은 정부청사역 기준 남쪽 방면으로 형성된 상권으로써 갤러리아백화점을 중심으로 형성된 상권이며, 대전 내에서는 구도심 상권(대전역 부근 은행동 상권)과 더불어 가장 크고 밀집도가 높은 상권으로 뽑힘. 상권의 영역은 갤러리아백화점과 이마트 사이에 형성된 상가권과 을지병원 남단으로 형성된 상가권, 큰마을네거리부터 둔산여고에 이르는 상가권으로 구분되며, 분석은 음식점 밀집도가 높은 큰마을네거리~둔산여고 상권을 대상으로 함



[그림 I -1] 대전 둔산동(큰마을네거리~둔산여고) 상권 영역

<표 I -1> 둔산동 상권 기초현황

항목/상권영역	선택 영역 내	반경 500M내	반경 1,000M내
주거인구(명)	4,851	21,786	64,116
세대수(가구)	1,923	9,675	30,345
유동인구(명/일) (최대지점 / 평균)	20,109 / 16,497	27,765 / 1,151	27,765 / 790
지하철 승하차 인구 수(명)	0	0	19,868
버스 정류장수(개소)	4	18	68
관공서/금융기관(개소)	1	15	54
문화시설/영화관(개소)	0	1	1

- 둔산동 상권 내 주거인구 규모는 4,851명/세대수는 1,923가구이며, 통행량 기준으로 가장 많은 지점에 일평균 2만명, 상권 평균적으로 1만 6천명이 유동함
- 대전은 주요상권으로 구분할 수 있는 규모의 상권이 많지 않아 각각의 대형 상권에 밀집도가 높은 편이며, 둔산동 상권은 정부청사가 위치하여 상주 직장인구와 외부 유입인구가 많음

2. 상권유형

1) 토지/건물용도에 따른 구분



[그림 1-2] 둔산동 상권 토지/건물용도 구분

<표 1-2> 둔산동 상권 영역/반경별 용도에 따른 상권유형

선택 영역 상권유형	배후 상권유형 (중심점 반경 500M 내)	배후 상권유형 (중심점 반경 1000M 내)
고밀주거지역 41% 일반상업지 39% 중밀주거지역 10% 고밀주거상업 5% 기타지역 5%	고밀주거지역 46% 중밀주거지역 23% 일반상업지 15% 복합상업지 6% 고밀주거상업 5% 그 외 5%	고밀주거지역 38% 중밀주거지역 28% 역세권 10% 일반상업지 9% 기타지역 6% 그 외 9%

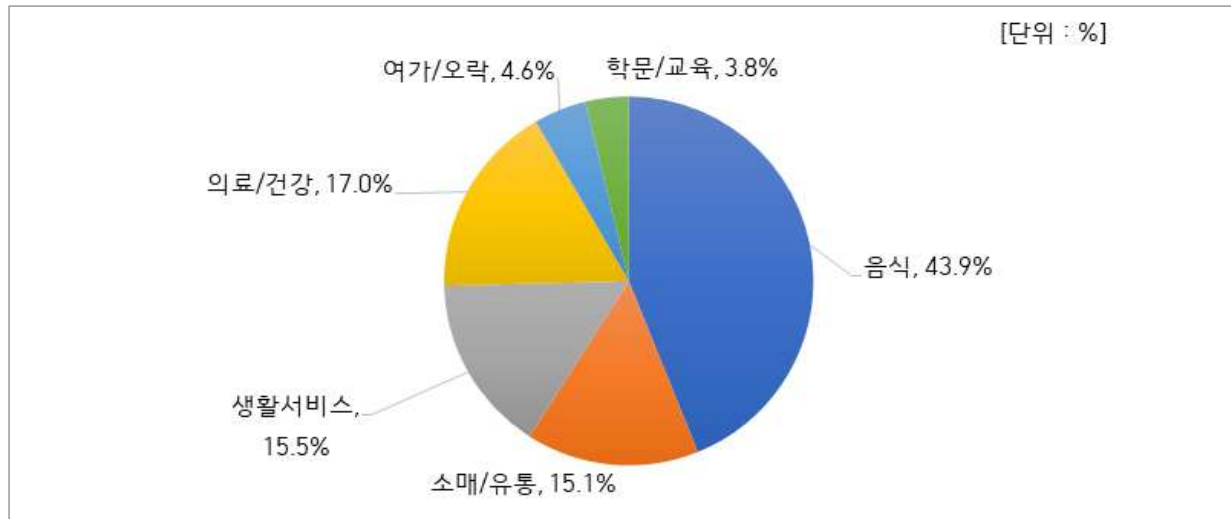
- 해당 상권영역은 상업 기능이 강하나 상권영역 주변으로 주거 밀집지역 성격이 나타남
- 상권의 중심점으로부터 반경 500m/1000m의 주변지역은 아파트 단지와 학교 등이 둘러싸고 있어 주거지 성격이 나타나며, 대형 공공기관이 위치하여 상권이 복합적으로 구성되어 있음. 이에 따라 주거, 직장, 외부 유입고객이 일정 비율로 고객층을 구성하고 있음

<표 I -3> 토지/건물용도에 따른 상권유형 설명

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

○ 둔산동 상권의 업종은 음식업 44% > 의료/건강 17% > 생활서비스 16% 등으로 구성



[그림 I-3] 둔산동 상권 업종 구성비

○ 전국 평균적인 업종구성비와 비교했을 때, 병원 업종 구성비가 가장 높고, 생활서비스 업종도 높게 나타남. 주거-상업 복합적인 성격을 보임

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

[단위 : %, %p]

구분	음식	소매/유통	생활서비스	의료/건강	여가/오락	학문/교육
해당상권	43.9%	15.1%	15.5%	17.0%	4.6%	3.8%
전국평균	42.9%	25.1%	13.2%	6.9%	4.7%	7.3%
편차	1.0%p	-10.0%p	2.3%p	10.1%p	-0.1%p	-3.5%p

○ 보다 세분화된 업종단위로 보면, 평균적인 상권의 구성비보다 미용서비스 5.9%p, 간이주점 5.2%p, 특화병원 4.8%p, 일반병원 4.1%p 높아 주거형 업종과 상업형 업종이 복합 구성
→ 둔산동 상권의 특성업종은 ‘미용, 병원, 주점’ 으로 규정됨

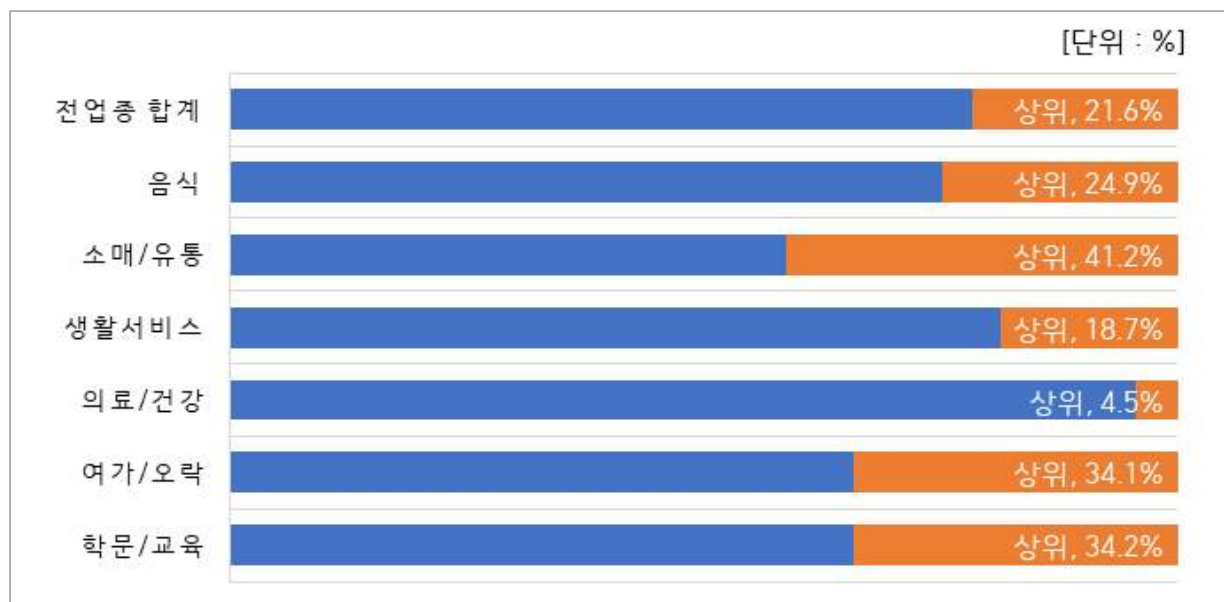
<표 I-5> 둔산동 상권 중분류 주요업종 구성비 / 전국 평균대비 특성업종 현황

[단위 : %, %p]

순위	주요업종(중분류)	해당상권 구성비	전국평균 구성비	편차
1	미용서비스	13.4%	7.6%	5.9%p
2	한식	8.4%	11.7%	-3.3%p
3	간이주점	8.4%	3.2%	5.2%p
4	특화병원	6.3%	1.5%	4.8%p
5	커피/음료	6.1%	6.0%	0.1%p
6	일반병원	6.1%	2.0%	4.1%p
7	고기요리	5.9%	3.9%	2.0%p
8	화장품소매	4.0%	1.0%	3.0%p
9	의약/의료품	3.8%	2.5%	1.2%p
10	분식	2.9%	3.0%	-0.1%p

3) 상권규모에 따른 구분

- 전국 1200대 주요상권 중 둔산동 상권은 상위 21.6%에 해당하는 매출규모를 보이고 있으며, 음식업은 상위 24.9%에 해당함(※상권 영역이 구분되어 있어 매출 순위가 낮아짐)



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

- 전체 상권의 매출규모는 2019년 197위, 2020년 205위, 2021년 244위로 점차 떨어지고 있으며, 음식업, 소매업(상업형 업종) 순위가 많이 떨어짐
- 반면, 병원, 생활서비스 분야(주거형 업종)의 순위는 2021년 오른 것으로 분석됨

<표 I-6> 둔산동 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	전업종합계
2019년	매출액	785	535	123	862	58	24	2,386
	주요상권매출순위	194	330	249	35	357	345	197
	주요상권매출분위	17.2%	29.2%	22.0%	3.1%	31.6%	30.5%	17.4%
2020년	매출액	597	423	104	838	48	18	2,029
	주요상권매출순위	201	386	245	41	314	346	205
	주요상권매출분위	17.8%	34.1%	21.7%	3.6%	27.8%	30.6%	18.1%
2021년 (연간 추정)	매출액	407	348	123	813	39	21	1,750
	주요상권매출순위	282	466	212	51	386	387	244
	주요상권매출분위	24.9%	41.2%	18.7%	4.5%	34.1%	34.2%	21.6%

3. 상권 일반현황

1) 유동인구

- 둔산동 상권의 유동인구 밀집지역은 갤러리아백화점 부근과 큰마을네거리 방면의 대로변이며, 대덕대로 방면으로 상업시설 밀집지역(동편)의 유동인구가 주거단지 방면(서편)의 유동인구보다 많은 것으로 집계됨
- 유동인구는 20대 여성 비중이 매우 높으며, 월요일부터 금요일까지 꾸준히 유동량이 증가하여 금요일이 가장 많고, 토요일까지 유동량이 많다가 일요일은 평일 수준으로 낮아짐



[그림 1-5] 둔산동 상권 유동인구 지도

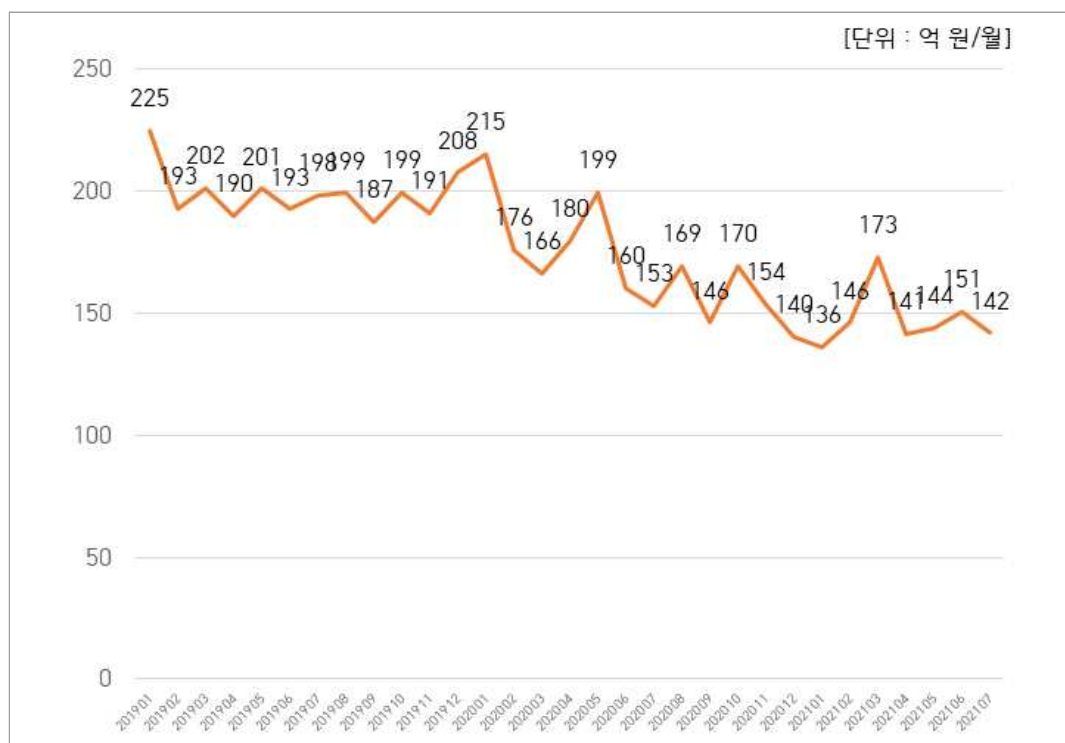
<표 1-7> 둔산동 상권 유동인구 현황

[단위 : 명]

구분	유동인구 일평균 최대지점		선택영역 내 일평균 유동인구 수							
유동인구 수	20,109		14,483							
구분	20대		30대		40대		50대		60대	
	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
유동인구 수	2,367	8,652	436	698	442	748	311	536	125	168
구분	월	화	수	목	금	토	일			
아침(09~12시)	1,595	1,688	2,162	2,760	3,164	3,569	1,489			
점심(12~14시)	1,346	1,377	1,806	2,255	2,635	2,872	1,115			
오후(14~18시)	3,002	3,171	4,118	5,351	5,725	6,659	3,065			
저녁(18~21시)	3,613	4,348	5,270	6,977	8,403	7,768	4,105			

2) 상권 전 업종 매출액 변화

- 둔산동 상권의 전 업종(음식+소매+서비스업 로드숍) 추정매출액은 2019년 2,386억, 2020년 2,029억, 2021년(추정) 1,771억으로 집계되어 2020년 15%, 2021년 12.7% 감소함(2021년은 연간 환산 매출액과 비교)
- 2020년 업종별로는 음식업(-24%) > 학문/교육업(-22%) > 소매/유통업(-21%) 순으로 감소폭이 컸으며, 의료/건강업은 비교적 감소폭이 작았음
- 2021년은 음식업 감소율이 더 크게 나타났으며(-29%) 소매/유통업(-16%), 여가/오락업(-13%)의 감소세가 이어졌으나, 생활서비스업(15%), 학문/교육업(10%)은 증가세로 돌아섬



[그림 I-6] 둔산동 상권 전 업종 매출액 변화

<표 I-8> 둔산동 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	2,386	2,029	1,771	-15.0%	-12.7%
음식	785	597	424	-23.9%	-29.0%
소매/유통	535	423	355	-20.9%	-16.2%
생활서비스	123	104	119	-15.5%	15.1%
의료/건강	862	838	811	-2.7%	-3.3%
여가/오락	58	48	42	-17.0%	-12.5%
학문/교육	24	18	20	-21.6%	10.0%

II. 음식업 업종분석

1. 전체 음식업 현황

- 둔산동 상권의 음식업종을 보다 상세하게 분석해 보면, 2019년 평균 224개로 운영되던 점포수가 2020년 220개, 2021년 226개로 변화하여 점포 수 변화는 크지 않았으나, 총 매출액은 각각 24%, 29% 감소함
- 최근 분석시점 기준으로 운영 중인 음식업은 한식 일반 음식점업 49개, 생맥주 전문점 38개, 한식 육류요리 전문점 31개, 커피 전문점 28개로 나타나 주점과 육류요리 비중이 높음



[그림 II-1] 둔산동 상권 음식업 매출액/점포 수 변화

<표 II-1> 둔산동 상권 전체 음식업 매출 변화

[단위 : 억 원, 개소, %]

구분	2019년	2020년	2021년(추정)	2019년 대비 2020년	2020년 대비 2021년(환산)
매출액 (기간 합산)	785	597	424	-23.9%	-29.0%
점포 수 (기간 평균)	224	220	226	-2.1%	2.7%

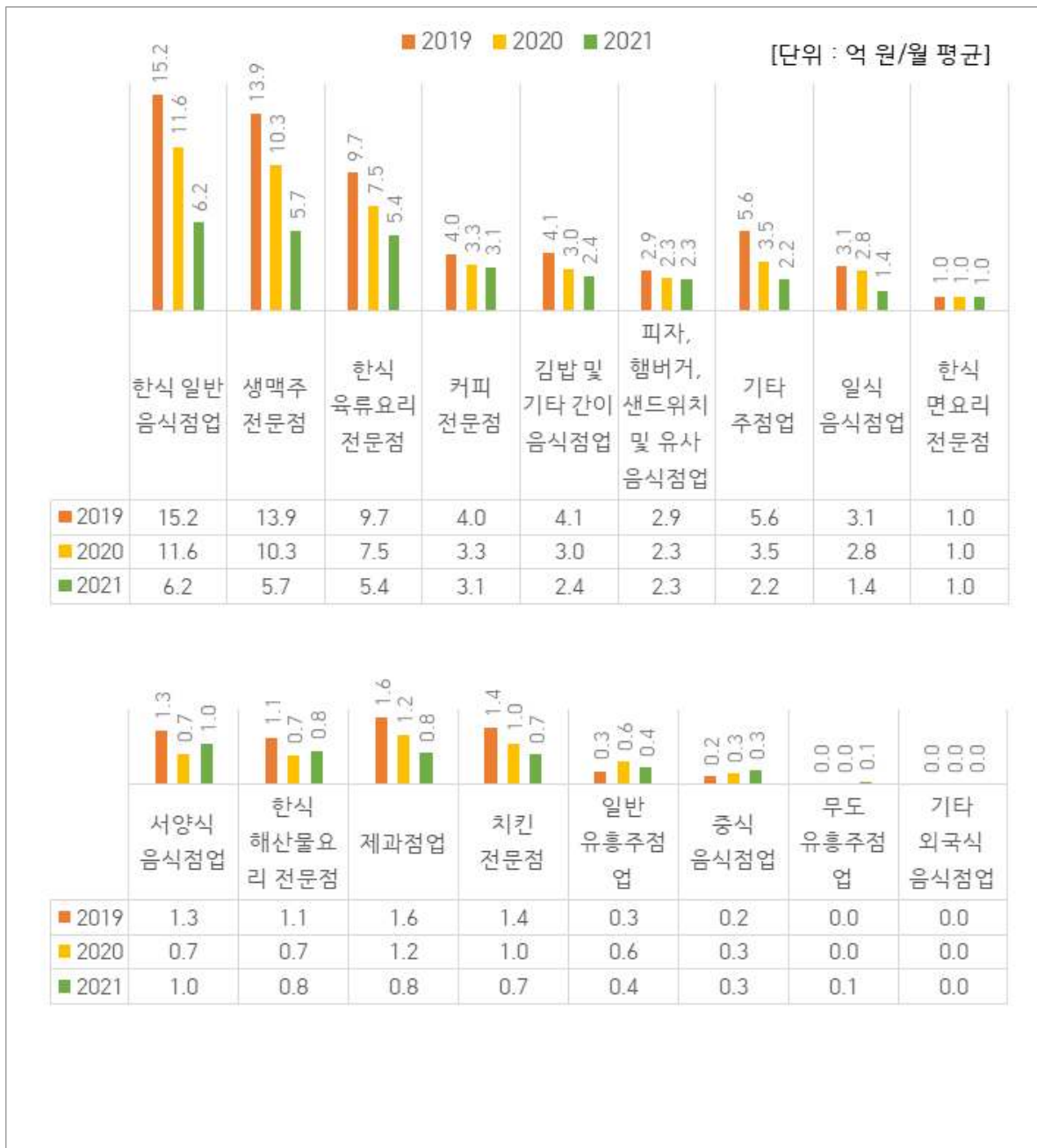


[그림 II-2] 둔산동 상권 음식업 업종별 점포 수(2021년 7월 기준)

2. 업종별 현황

1) 총 매출액

- 업종별 매출규모의 변화를 살펴보면, 한식 일반 음식점, 생맥주 전문점, 한식 육류요리 전문점 등 상권을 구성하는 주요 음식점종의 매출규모 감소가 컸으며, 커피 전문점, 패스트푸드, 한식 면요리 전문점, 서양식 업종은 비교적 적게 감소함



[그림 II-2] 둔산동 상권 음식점 업종별 총 매출액 변화

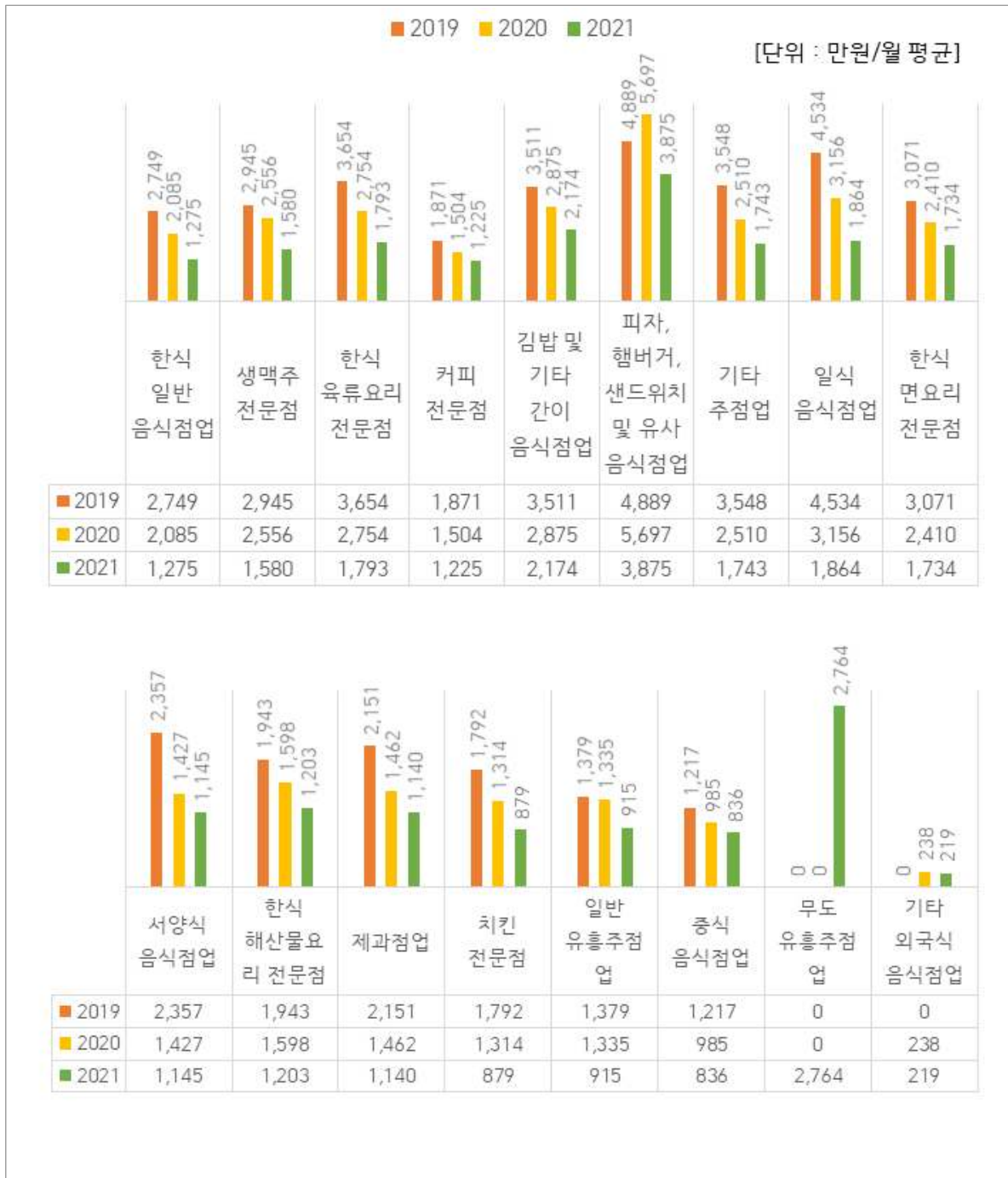
<표 II-2> 둔산동 상권 음식점종별 총 매출액 변화

[단위 : 억 원/월, %]

구분	한식 일반	생맥주 전문점	한식 육류	커피 전문점	김밥 및 기타 간이 음식점	피자,햄 버거,샌 드위치 및 유사 음식점	기타 주점업	일식	한식 면요리
2019년	15.2	13.9	9.7	4.0	4.1	2.9	5.6	3.1	1.0
2020년	11.6	10.3	7.5	3.3	3.0	2.3	3.5	2.8	1.0
2021년	6.2	5.7	5.4	3.1	2.4	2.3	2.2	1.4	1.0
19년 대비 20년	-24.2%	-25.9%	-23.5%	-17.7%	-26.3%	-18.4%	-37.1%	-9.4%	2.6%
20년 대비 21년	-45.9%	-44.9%	-27.6%	-5.4%	-19.0%	-2.1%	-37.1%	-50.0%	-4.8%
구분	서양식	한식 해산물	제과점	치킨 전문점	일반 유흥주 점	중식	무도 유흥주 점	기타 외국식	
2019년	1.3	1.1	1.6	1.4	0.3	0.2	0.0	0.0	
2020년	0.7	0.7	1.2	1.0	0.6	0.3	0.0	0.0	
2021년	1.0	0.8	0.8	0.7	0.4	0.3	0.3	0.0	
19년 대비 20년	-43.1%	-37.7%	-26.7%	-26.7%	79.3%	44.0%	-	-	
20년 대비 21년	31.9%	15.1%	-34.9%	-28.3%	-26.0%	31.2%	-	-7.7%	

2) 점포당 매출액

- 점포당 매출액은 패스트푸드 업종이 가장 높았으며, 2021년은 업종에 관계없이 점심 시간대 위주의 간단한 식사류 업종은 월 평균 1,000~1,200만원, 저녁식사와 주류 판매 위주의 업종은 월 평균 1,500~2,000만원 수준으로 비교적 유사하게 나타남
- 전체적으로 점포당 매출액이 감소했으며, 특히 한식 일반 음식점, 생맥주 전문점, 한식 육류요리 전문점, 패스트푸드, 일식, 치킨, 일반 유흥주점 등 2021년 들어 30% 이상 감소한 업종들이 다른 상권과 비해 많음
- 점심식사 위주의 음식점과 주류 판매 위주의 저녁 시간대 음식점, 커피/디저트류 음식점이 전체적으로 감소하면서 상권의 음식점 경기가 전반적으로 감소함



[그림 II-3] 둔산동 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

<표 II -3> 둔산동 상권 음식점종별 점포당 매출액 변화

[단위 : 만원/월, %]

구분	한식 일반	생맥주 전문점	한식 육류	커피 전문점	김밥 및 기타 간이 음식점	피자,햄 버거,샌 드위치 및 유사 음식점	기타 주점업	일식	한식 면요리
2019년	2,749	2,945	3,654	1,871	3,511	4,889	3,548	4,534	3,071
2020년	2,085	2,556	2,754	1,504	2,875	5,697	2,510	3,156	2,410
2021년	1,275	1,580	1,793	1,225	2,174	3,875	1,743	1,864	1,734
19년 대비 20년	-24.2%	-13.2%	-24.6%	-19.6%	-18.1%	16.5%	-29.3%	-30.4%	-21.5%
20년 대비 21년	-38.9%	-38.2%	-34.9%	-18.6%	-24.4%	-32.0%	-30.6%	-41.0%	-28.0%
구분	서양식	한식 해산물	제과점	치킨 전문점	일반 유흥주 점	중식	무도 유흥주 점	기타 외국식	
2019년	2,357	1,943	2,151	1,792	1,379	1,217	-	-	
2020년	1,427	1,598	1,462	1,314	1,335	985	-	238	
2021년	1,145	1,203	1,140	879	915	836	2,764	219	
19년 대비 20년	-39.4%	-17.8%	-32.0%	-26.7%	-3.2%	-19.0%	-	0.0%	
20년 대비 21년	-19.8%	-24.7%	-22.0%	-33.0%	-31.5%	-15.2%	-	-7.7%	

3. 업종 트렌드

- 업종별 경기 동향을 살펴보면 서양식과 중식, 한식 해산물요리 전문점은 2021년 회복세에 들어선 것으로 분석되나, 상권을 구성하는 주요 음식점종이 아니어서 전체 외식시장에 미치는 영향은 낮은 것으로 분석됨
- 패스트푸드, 한식 면요리, 커피, 기타 외국식, 분식 등의 업종은 2020년보다 감소세는 줄었으나 여전히 감소하고 있으며, 상권의 주요 음식점종인 한식 일반 음식점, 생맥주 전문점, 한식 육류요리 전문점은 2020년에 비해 2021년 감소폭이 커지면서 전반적인 외식업종 경기가 떨어진 것으로 분석됨
- 다른 상권과 다르게 제과점 업종경기도 하락세에 있는 것으로 분석됨

<표 II-4> 둔산동 상권 업종별 경기 동향

[단위 : %]

구분	총 매출액 증감률		경기 동향	
	19년 대비20년	20년 대비21년	2020년	2021년
서양식 음식점업	-43.1%	31.9%	대폭감소	대폭증가
중식 음식점업	44.0%	31.2%	대폭증가	대폭증가
한식 해산물요리 전문점	-37.7%	15.1%	대폭감소	소폭증가
무도 유흥주점업	-	신규	-	소폭증가
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	-18.4%	-2.1%	소폭감소	소폭감소
한식 면요리 전문점	2.6%	-4.8%	소폭증가	소폭감소
커피 전문점	-17.7%	-5.4%	소폭감소	소폭감소
기타 외국식 음식점업	-	-7.7%	-	소폭감소
김밥 및 기타 간이 음식점업	-26.3%	-19.0%	대폭감소	소폭감소
일반 유흥주점업	79.3%	-26.0%	대폭증가	대폭감소
한식 육류요리 전문점	-23.5%	-27.6%	대폭감소	대폭감소
치킨 전문점	-26.7%	-28.3%	대폭감소	대폭감소
제과점업	-26.7%	-34.9%	대폭감소	대폭감소
기타 주점업	-37.1%	-37.1%	대폭감소	대폭감소
생맥주 전문점	-25.9%	-44.9%	대폭감소	대폭감소
한식 일반 음식점업	-24.2%	-45.9%	대폭감소	대폭감소
일식 음식점업	-9.4%	-50.0%	소폭감소	대폭감소

Ⅲ. 음식점 고객 분석

1. 전체 고객 현황

○ 둔산동 상권의 음식점을 주로 이용하는 고객층은 20대 남성 > 30대 남성 > 20대 여성



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

<표 Ⅲ-1> 둔산동 상권 음식점 이용고객 성/연령대별 비중

[단위 : %]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	18.9%	18.0%	10.2%	7.4%	1.8%
여성	17.9%	10.3%	6.9%	6.6%	2.0%

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

○ 요일별로는 토요일 > 일요일 > 금요일 순으로 높은 복합형 상권의 성격을 보임



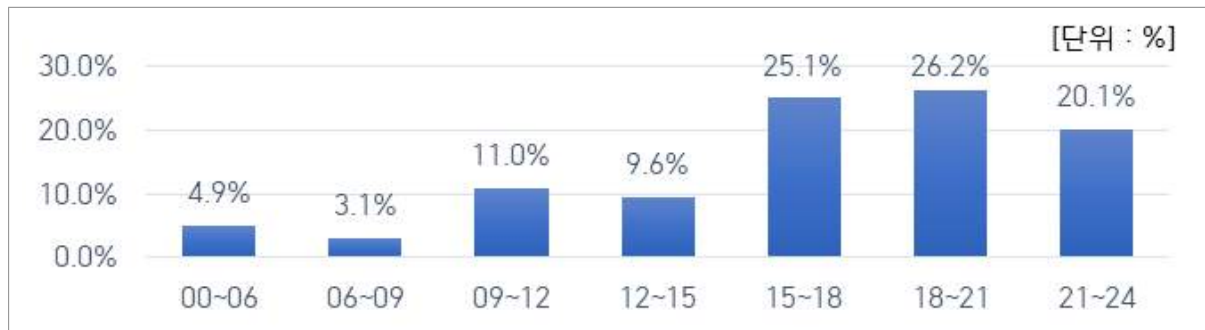
[그림 Ⅲ-2] 둔산동 상권 음식점 이용고객 요일별 이용비중(2021년 1~7월)

<표 Ⅲ-2> 둔산동 상권 음식점 이용고객 요일별 비중

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	11.3%	11.3%	12.4%	12.4%	16.0%	20.3%	16.3%

- 시간대별로는 저녁시간대 비중이 가장 높으나, 오후 시간대 비중도 저녁시간과 유사한 수준으로 높게 나타나며, 점심 시간대 매출비중이 다른 상권에 비해 현저하게 낮음



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

<표 Ⅲ-3> 둔산동 상권 음식업 이용고객 시간대별 비중

[단위 : %]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	4.9%	3.1%	11.0%	9.6%	25.1%	26.2%	20.1%

2. 업종별 고객현황(2021년 1~7월)

1) 성/연령대별 비중

- 20대 비중이 전체 업종별로 높은 편이나, 다른 주요상권 음식업종 특징에 비해서는 30대 남성과 40대 남성 고객층이 많은 것으로 분석됨
- 주점과 한식 일반 음식점에서는 20대 남성, 분식, 서양식, 커피 전문점, 한식 해산물요리 전문점에서는 20대 여성, 기타 외국식, 일식, 패스트푸드, 한식 면요리, 한식 육류요리 전문점에서는 30대 남성, 중식, 치킨 전문점에서는 40대 남성, 제과점에서는 40대 여성 고객층이 가장 많은 것으로 분석됨
- 전국 주요상권 평균 연령대 구성비 대비하여 20대 여성비중이 높은 편이며, 해당하는 업종은 분식, 서양식, 커피 전문점, 한식 해산물요리, 일식, 한식 면요리, 한식 육류요리
- 다른 주요상권에 비해 2021년 매출 감소율이 높은 이유는 3~40대 남성이 주요고객층인 업종이 많은데 이런 종류의 업종(저녁 시간대, 주류 판매 위주 업종)은 코로나19로 인한 영향이 큰 업종이기 때문이며, 또 타 상권보다 상대적으로 많은 계층인 20대 여성층은 외식업 소비력이 다른 계층에 비해 낮기 때문인 것으로 해석할 수 있음

<표 Ⅲ-4> 둔산동 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		
기타 외국식 음식점업	14.3	8.6	25.9	11.0	11.7	14.1	5.4	3.0	2.4	3.6	30대 남성	20대 남성
기타 주점업	29.9	22.3	17.3	7.6	6.4	4.3	5.7	4.1	0.9	1.3	20대 남성	20대 남성
김밥 및 기타 간이 음식점업	10.3	14.8	14.8	12.9	11.0	13.3	10.5	8.4	1.8	2.3	20대 여성	20대 여성
무도 유흥주점업	57.3	4.5	22.6	2.9	0.9	1.7	1.2	7.5	0.7	0.5	20대 남성	20대 남성
생맥주 전문점	29.1	25.8	17.4	7.8	6.3	3.4	4.1	4.5	0.9	0.8	20대 남성	20대 남성
서양식 음식점업	13.0	27.0	17.7	15.2	8.1	4.1	4.1	7.2	1.6	2.0	20대 여성	20대 여성
일반 유흥주점업	15.1	18.4	28.0	13.0	11.1	1.7	3.2	5.7	0.8	3.0	30대 남성	20대 여성
일식 음식점업	12.6	15.0	18.7	12.1	14.9	7.9	7.1	5.5	4.5	1.7	30대 남성	20대 여성
제과점업	3.9	11.6	10.3	15.6	9.5	16.9	10.1	11.5	4.8	5.8	40대 여성	20대 여성
중식 음식점업	11.2	6.6	17.1	9.0	26.5	6.0	10.1	5.3	5.6	2.7	40대 남성	20대 남성
치킨 전문점	7.9	5.8	16.6	10.3	17.4	12.4	12.7	10.1	3.2	3.7	40대 남성	30대 남성
커피 전문점	15.6	22.4	14.0	13.1	7.5	7.8	4.8	12.1	0.9	1.8	20대 여성	20대 여성
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	12.5	9.7	18.8	12.2	12.0	11.5	8.9	9.3	2.6	2.4	30대 남성	20대 남성
한식 면요리 전문점	10.7	15.7	17.6	9.0	15.1	8.8	11.1	7.6	2.1	2.3	30대 남성	20대 여성
한식 육류요리 전문점	15.9	16.4	19.8	11.8	12.1	6.5	8.6	5.1	1.6	2.0	30대 남성	20대 여성
한식 일반 음식점업	22.9	14.5	20.5	7.6	10.7	5.0	8.8	5.5	2.1	2.3	20대 남성	20대 남성
한식 해산물요리 전문점	16.1	19.8	18.8	11.3	10.3	6.2	9.4	4.5	2.4	1.2	20대 여성	20대 여성

2) 요일별 비중

- 요일별로는 중식(수요일), 치킨, 기타 외국식, 한식 면요리 전문점(이상 금요일)을 제외하고 대부분의 업종에서 토요일 이용비중이 가장 높음
- 요일별 평균 이용비중 대비하여 제과점, 중식, 기타 외국식, 서양식, 치킨, 패스트푸드, 한식 해산물요리 전문점은 평일 이용률이 더 높았으며, 분식, 생맥주 전문점, 일식 업종은 일요일 비중이 높은 것으로 분석됨

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

[단위 : %]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일	주요 요일	특성 요일
기타 외국식 음식점업	20.1	14.7	14.0	13.9	22.8	14.5	0.0	금요일	월요일
기타 주점업	10.1	10.6	11.4	11.4	17.4	23.0	16.0	토요일	토요일
김밥 및 기타 간이 음식점업	12.3	13.1	12.1	12.1	14.7	18.4	17.3	토요일	일요일
무도 유흥주점업	1.4	2.3	1.4	1.4	7.7	51.2	34.6	토요일	토요일
생맥주 전문점	10.5	9.3	10.5	10.2	15.9	23.7	19.9	토요일	일요일
서양식 음식점업	13.2	10.1	13.0	11.1	16.2	20.3	16.0	토요일	월요일
일반 유흥주점업	6.8	8.3	13.8	11.2	17.8	21.2	21.0	토요일	일요일
일식 음식점업	9.3	10.2	14.1	14.0	16.3	19.6	16.5	토요일	일요일
제과점업	12.0	13.7	14.2	16.0	16.8	17.6	9.7	토요일	목요일
중식 음식점업	15.5	8.5	19.3	14.1	16.0	18.3	8.3	수요일	수요일
치킨 전문점	11.6	10.1	12.6	14.9	18.0	17.5	15.2	금요일	월요일
커피 전문점	11.5	10.6	12.2	12.6	14.6	20.5	18.0	토요일	토요일
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	12.4	13.8	13.6	14.4	15.3	16.5	13.9	토요일	화요일
한식 면요리 전문점	13.0	10.0	14.9	15.3	20.1	14.2	12.4	금요일	금요일
한식 육류요리 전문점	11.6	12.7	13.4	13.3	16.5	19.0	13.5	토요일	토요일
한식 일반 음식점업	11.3	11.2	12.0	12.2	15.4	20.9	17.0	토요일	토요일
한식 해산물요리 전문점	9.2	14.8	13.4	12.4	16.9	20.2	13.2	토요일	화요일

3) 시간대별 비중

- 시간대별로는 이른 점심시간대 이용률이 높은 업종으로 기타 외국식, 제과점, 중식, 패스트푸드, 한식 면요리 전문점이 뽑혔으며, 분식, 서양식, 일식, 한식 육류요리 전문점은 이른 저녁시간대 비중이 높음. 한식 일반 음식점은 다른 주요상권과는 다르게 밤 시간대 비중이 높은 특징을 보임
- 평균적인 이용시간대와 비교했을 때, 둔산동 상권은 밤 시간대 매출집중도가 높은 특징이 나타났으며 해당업종으로 주점, 패스트푸드, 한식 면요리 전문점, 한식 일반 음식점이 뽑힘. 중식, 커피 전문점, 서양식, 한식 육류요리, 한식 해산물요리도 다른 지역에 비해 저녁 시간대 비중이 높아 전체적으로 늦은 시간대 이용비중이 높음

<표 Ⅲ-6> 둔산동 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 외국식 음식점업	0.0	10.6	60.6	28.2	0.5	0.0	0.0	09~12시	09~12시
기타 주점업	7.3	1.3	1.3	1.9	15.9	35.8	36.4	21~24시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	2.7	7.9	23.0	22.7	26.1	12.8	4.8	15~18시	15~18시
무도 유흥주점업	0.1	0.8	2.9	3.6	2.7	20.0	70.1	21~24시	21~24시
생맥주 전문점	9.1	0.5	1.1	0.6	13.5	34.8	40.3	21~24시	21~24시
서양식 음식점업	2.6	1.8	14.8	10.0	35.0	24.2	11.6	15~18시	18~21시
일반 유흥주점업	8.0	0.0	0.0	0.2	13.2	46.3	32.2	18~21시	18~21시
일식 음식점업	0.5	0.3	25.5	12.6	36.4	19.9	4.9	15~18시	09~12시
제과점업	6.1	16.0	22.3	22.2	20.4	10.7	2.4	09~12시	00~06시
중식 음식점업	0.0	2.5	30.7	22.9	27.8	14.3	1.7	09~12시	18~21시
치킨 전문점	1.4	3.1	7.3	13.7	29.5	32.8	12.3	18~21시	06~09시
커피 전문점	4.1	6.1	16.5	24.8	23.3	16.0	9.3	12~15시	18~21시
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	2.4	8.4	22.6	21.9	20.7	15.7	8.3	09~12시	21~24시
한식 면요리 전문점	2.0	4.7	41.2	17.9	16.5	9.4	8.4	09~12시	21~24시
한식 육류요리 전문점	2.5	0.2	2.7	4.0	41.4	35.4	13.9	15~18시	18~21시
한식 일반 음식점업	7.2	2.8	9.8	4.9	23.6	24.9	26.8	21~24시	21~24시

3. 고객 트렌드

1) 전체 외식고객

- 둔산동 상권의 음식점 고객비중은 전년대비 20대 남성 > 20대 여성 순으로 감소했으며, 40대 남성 > 50대 남성 순으로 증가(타 상권에 비해 4~50대 비중이 높아짐)



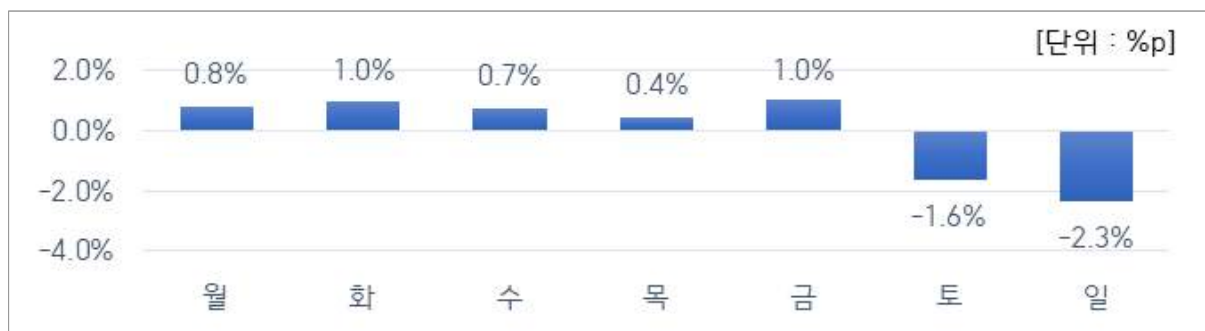
[그림 Ⅲ-4] 둔산동 상권 음식점 이용고객 성/연령대별 고객변화('20년 대비 '21년)

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

[단위 : %p]

구분	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
남성	-3.0%	-0.6%	1.5%	1.0%	0.2%
여성	-1.7%	0.8%	0.5%	1.0%	0.4%

- 요일별로는 금요일 > 화요일 > 월요일 순으로 증가했고, 일요일 > 토요일 순으로 감소하여 주말 이용비중이 감소한 특징



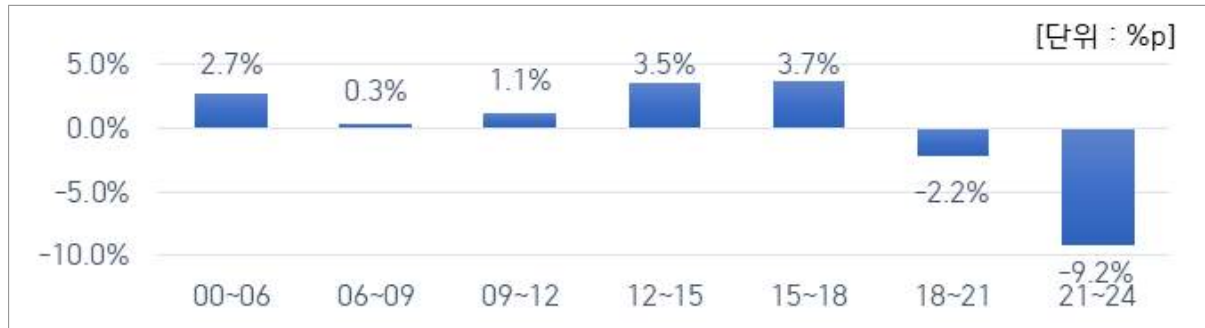
[그림 Ⅲ-5] 둔산동 상권 음식점 이용고객 요일별 고객변화('20년 대비 '21년)

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

[단위 : %p]

구분	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일	일요일
비중	0.8%	1.0%	0.7%	0.4%	1.0%	-1.6%	-2.3%

- 시간대별로는 오후시간대(15~18시), 점심시간대(12~15시) 이용률이 증가했으며, 밤 시간대(21~24시) 이용률이 크게 감소함



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

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

[단위 : %p]

구분	00~06시	06~09시	09~12시	12~15시	15~18시	18~21시	21~24시
비중	2.7%	0.3%	1.1%	3.5%	3.7%	-2.2%	-9.2%

2) 업종별 이용고객

- 과거 상권의 유동인구는 20대가 많았던 반면, 3~40대가 주로 이용하는 업종 구성을 이루고 있으며, 전년 대비하여 3~50대 남성비중이 증가한 특징을 보임. 복합적인 특징이 나타나는 상권의 특성상 다양한 고객층이 유입되는 것은 유리한 점으로 작용할 수도 있으나, 반대로 상권 경기가 나쁠 때는 주요 고객층에 대한 명확한 특징이 없어 전체적인 하락세가 나타날 수 있는 구조
- 상권을 주로 이용하는 금~일요일 비중이 줄고 평일 이용률이 상대적으로 높아진 것은 업종의 구성이나 상권의 주요 활성화 시간과 연결해 봤을 때, 악영향을 미칠 가능성 높음. 보다 평일에 이용할 수 있는 가벼운 업태로 전환 필요
- 다른 상권의 주요 이용시간대가 이른 저녁, 이른 점심으로 이동하고 저녁 시간대 위주의 업종도 점심 시간대로 이동하고 있는 데 비해 저녁 집중도가 높은 둔산동 상권은 아직 점심 시간대로 활성화 시간을 이동하지 못함. 오히려 밤 시간대 이용비중이 증가하는 업종들도 있어 음식점 운영전략에서 차이를 보임 → 위드 코로나 이후 밤 시간대 상권 활성화도가 다시 높아지면 회복세가 나타날 수도 있음

<표 Ⅲ-10> 둔산동 상권 음식점종별 고객변화(전년대비)

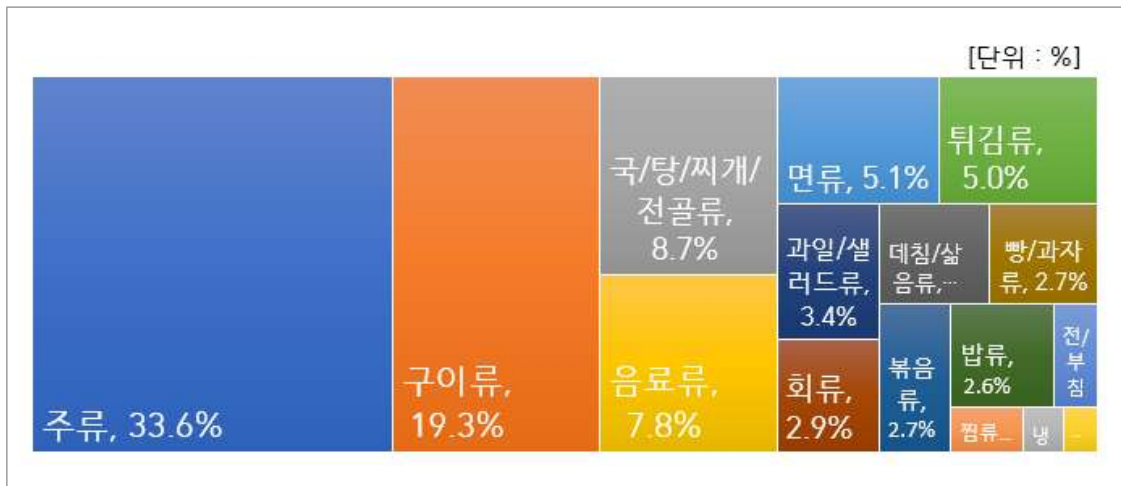
구분	성/연령대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		요일별 고객변화 (전년 동기대비 증감)		시간대별 고객변화 (전년 동기대비 증감)	
	증감률 최고	증감률 최저	증감률 최고	증감률 최저	증감률 최고	증감률 최저
기타 외국식 음식점업	30대남성	30대여성	화요일	목요일	12~15시	09~12시
기타 주점업	40대남성	20대여성	화요일	일요일	15~18시	21~24시
김밥 및 기타 간이 음식점업	50대남성	40대여성	일요일	목요일	18~21시	09~12시
생맥주 전문점	40대남성	20대남성	화요일	일요일	15~18시	21~24시
서양식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

Ⅳ. 음식업 메뉴분석

1. 주요 메뉴현황

1) 범주별 판매비중

- 둔산동 상권은 다른 주요 상권에 비해 주류 판매비중과 구이류, 탕/전골류 판매비중이 높은 편이며, 기본적인 식사메뉴인 밥류 비중이 낮게 나타남



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



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

- 전년대비 매출비중이 가장 큰 폭으로 감소한 메뉴는 주류(-4.9%p)였으며, 튀김류(-1.0%p), 밥류(-0.7%p), 과일/샐러드류(-0.6%p) 비중이 감소함

- 반면, 구이류(4.6%p), 빵/과자류(1.4%p), 회류(0.9%p) 비중 증가 → 주류 판매비중이 줄면서 상대적으로 주요 안주류 비중 증가

2) 판매액 기준 주요메뉴 현황

- 둔산동 상권의 음식업 표본 점포에 대한 메뉴 판매액 집계결과 가장 많은 매출을 올리는 것은 소주 > 소곱창구이 > 병맥주(국산) > 탄산음료 > 아메리카노 등 주류와 음료 위주였으며, 2020년은 맥주와 파스타, 돈가스, 소곱창, 치킨 등의 판매액이 크게 감소함
- 2021년에는 주류를 비롯하여 2020년까지 감소하지 않았던 메뉴군에서도 감소세가 나타나 평균 30% 정도 매출액이 감소함. 돼지고기구이(목살) 메뉴만 유일하게 증가한 것으로 집계됨

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

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매액	2020년 판매액	2021년 판매액 (추정)	20년 증감률	21년 증감률 (연간 환산)
소주	4,285,131,400	4,613,405,000	2,904,419,400	7.7%	-37.0%
소곱창구이	2,114,796,200	1,358,168,800	1,329,774,450	-35.8%	-2.1%
병맥주(국산)	1,693,146,200	1,772,613,500	1,087,028,100	4.7%	-38.7%
탄산음료	891,693,000	912,495,200	571,920,300	2.3%	-37.3%
아메리카노	447,470,900	359,355,800	311,556,450	-19.7%	-13.3%
고기보쌈/수육	505,147,000	494,636,600	295,337,550	-2.1%	-40.3%
치킨	695,294,300	551,893,900	295,116,900	-20.6%	-46.5%
파스타/스파게티	445,806,500	236,075,200	242,908,200	-47.0%	2.9%
닭갈비	185,759,000	182,081,400	178,772,850	-2.0%	-1.8%
떡볶이	198,881,500	169,905,400	152,588,550	-14.6%	-10.2%
생맥주(국산)	784,870,400	240,802,300	149,652,000	-69.3%	-37.9%
목살	-	6,039,000	144,412,500	-	2291.3%
김치찌개	243,467,400	205,352,900	117,883,800	-15.7%	-42.6%
족발	206,067,000	187,434,000	114,418,500	-9.0%	-39.0%
우동	23,762,300	144,555,700	111,816,450	508.3%	-22.6%
모듬회	9,004,000	210,739,600	109,375,350	2240.5%	-48.1%
병맥주(수입)	316,968,700	168,585,100	107,621,100	-46.8%	-36.2%
짬뽕	106,745,000	96,277,900	70,582,050	-9.8%	-26.7%
피자	91,437,300	112,765,500	63,400,500	23.3%	-43.8%
돈가스	229,387,500	144,445,600	60,981,150	-37.0%	-57.8%

2. 음식업 물가(판매액 기준 20위 메뉴)

- 2020년은 주류 판매가격이 크게 올랐으며, 커피, 닭갈비, 김치찌개, 파스타 메뉴의 판매단가가 증가하고, 회, 떡볶이, 피자, 짬뽕 평균 단가가 떨어짐
- 2021년에는 파스타 메뉴가 2020년에 이어 지속적으로 가격이 올랐으며, 피자, 치킨, 떡볶이 메뉴의 가격이 오르고, 주류와 커피, 족발, 보쌈, 짬뽕, 우동 메뉴의 판매단가는 낮아짐

<표 IV-2> 둔산동 상권 주요메뉴 판매단가 변화(표본점포 대상)

[단위 : 원, %]

주요메뉴	2019년 판매단가	2020년 판매단가	2021년 판매단가	20년 증감률	21년 증감률
소주	4,388	4,653	4,705	6.0%	1.1%
소곱창구이	16,450	16,682	16,814	1.4%	0.8%
병맥주(국산)	4,481	4,791	4,803	6.9%	0.3%
탄산음료	2,193	2,209	2,138	0.7%	-3.2%
아메리카노	3,475	4,270	3,877	22.9%	-9.2%
고기보쌈/수육	30,180	29,980	28,798	-0.7%	-3.9%
치킨	14,873	14,544	15,461	-2.2%	6.3%
파스타/스파게티	11,524	12,402	14,646	7.6%	18.1%
닭갈비	12,535	14,504	15,012	15.7%	3.5%
떡볶이	8,325	6,295	6,586	-24.4%	4.6%
생맥주(국산)	3,973	5,437	4,627	36.8%	-14.9%
목살	-	16,500	16,995	-	3.0%
김치찌개	15,608	17,057	16,605	9.3%	-2.7%
족발	25,087	26,174	24,662	4.3%	-5.8%
우동	7,449	7,728	7,247	3.7%	-6.2%
모듬회	55,239	30,127	27,006	-45.5%	-10.4%
병맥주(수입)	5,675	5,854	6,058	3.1%	3.5%
짬뽕	9,895	9,441	9,058	-4.6%	-4.1%
피자	15,255	14,327	15,511	-6.1%	8.3%
돈가스	11,251	11,398	10,003	1.3%	-12.2%

3. 메뉴 트렌드

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

- 한식 면요리 전문점에서 주로 판매되는 메뉴는 2020년 우동 > 일반소주 > 맥주 순으로 나타났으며, 2021년에도 우동과 주류 판매액은 유지되는 경향을 보임. 새롭게 돼지고기만두와 어묵탕이 추가되어 주류나 음료 판매액보다 높아짐

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

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	우동	6,759,000	우동	7,352,000
2	일반소주	2,449,583	일반소주	2,532,375
3	국산병맥주	768,417	돼지고기만두	1,565,625
4	칼국수	310,667	국산병맥주	671,750
5	탄산음료	228,333	어묵탕	607,500

- 한식 육류요리 전문점에서는 곱창/대창/막창/양구이 메뉴 판매액이 가장 높았으며, 보쌈/수육, 족발 메뉴는 판매액이 감소하고 돼지고기구이 판매액이 증가함. 신규로 삼계탕/반계탕/웃닭 메뉴도 순위권에 오름

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

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	곱창/대창/막창/양구이	113,174,767	곱창/대창/막창/양구이	137,671,350
2	고기보쌈/수육	36,107,417	돼지고기구이	31,996,175
3	일반소주	31,865,250	일반소주	26,394,625
4	국산병맥주	15,345,750	고기보쌈/수육	20,769,000
5	족발	14,304,667	삼계탕/반계탕/웃닭	15,606,750

- 한식 해산물요리 전문점에서는 2020년 주류 판매위주의 소규모 점포 판매액이 집계되었으나, 2021년 횡집이 추가되면서 생선회, 물회 판매액이 증가하고, 더불어 주류 판매액도 증가함

<표 IV-6> 2020~2021 둔산동 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	717,500	생선회	15,538,625
2	국산병맥주	174,583	일반소주	13,711,750
3	탄산음료	67,500	국산병맥주	3,688,625
4	생선구이	48,750	라면	1,772,500
5	주꾸미볶음	25,500	물회	1,598,625

- 중식 음식점업에서는 짬뽕과 탕수육 판매액이 소폭 감소하고, 짜장면 판매액이 크게 증가했으며, 주류 대신 잡채밥, 만두 메뉴가 순위권에 오름. 다른 지역에 비해 대전 지역은 중국음식점에서 짬뽕 판매비중이 높으며, 둔산동 상권에서도 다른 중식 주요메뉴 판매비중과 차이를 보임

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	짬뽕	6,160,500	짬뽕	5,537,313
2	탕수육	3,712,083	탕수육	3,427,875
3	일반소주	311,958	짜장면	3,254,750
4	짜장면	215,833	잡채밥	324,750
5	탄산음료	103,500	돼지고기만두	204,375

- 일식 음식점업에서 주로 판매되는 메뉴는 소주와 생선회, 맥주 순위가 그대로 유지되고 있으나 전체 판매액은 감소한 것으로 나타나며, 가라아게류의 치킨 메뉴가 사라지고 고도주 판매액이 증가함

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	22,739,833	일반소주	16,065,250
2	생선회	17,081,467	생선회	10,613,613
3	국산병맥주	8,358,917	국산병맥주	5,540,000
4	치킨	3,749,808	보드카	5,511,500
5	탄산음료	3,491,958	탄산음료	4,842,938

- 서양식 음식점업에서는 돈가스 > 일반/기타파스타 > 크림파스타 순으로 판매되고 있었으나, 2021년에는 돈가스 판매액이 감소하고, 크림파스타 판매액이 증가함. 새로 돼지고기구이, 고기덮밥, 리조또 메뉴가 순위권에 오름

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	돈가스	8,393,625	돼지고기구이	12,034,375
2	일반/기타파스타	6,959,550	크림파스타	4,648,075
3	크림파스타	2,319,458	돈가스	2,964,925
4	탄산음료	1,568,083	고기덮밥	2,059,738
5	일반소주	1,374,500	일반리조또	1,996,500

- 제과점업(프랜차이즈 브랜드 제외)은 2021년 새로 발생한 표본 점포에서 케이크, 식빵, 카스텔라, 번류 순으로 베이커리 판매액이 집계되고 있으며, 커피 판매를 동반하고 있는 것으로 분석됨

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	-	-	일반/기타케이크	6,793,813
2	-	-	식빵	3,098,125
3	-	-	카스텔라	601,250
4	-	-	아메리카노/ 에스프레소	488,875
5	-	-	번	233,438

- 치킨 전문점에서는 기본 치킨메뉴와 주류, 탄산음료 위주로 판매되고 있었으나, 2021년 닭강정이 1위에 오르고 일반 치킨메뉴는 판매액이 감소했으며, 소주, 맥주, 음료 등의 판매액도 감소함

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	치킨	9,423,775	닭강정	14,683,750
2	일반소주	2,653,833	치킨	5,564,238
3	국산병맥주	1,804,667	일반소주	1,204,813
4	탄산음료	1,026,417	국산병맥주	788,125
5	국산생맥주	793,250	탄산음료	672,688

- 김밥 및 기타 간이 음식점업에서는 2020년 떡볶이 판매비중이 주를 이루고 있었으나, 2021년 판매액이 소폭 감소했으며, 토스트 판매액이 증가함

<표 IV-15> 2020~2021 둔산동 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	떡볶이	9,361,417	떡볶이	7,757,338
2	일반/기타파스타	853,750	일반/기타파스타	7,474,750
3	돈가스	253,292	계란토스트	7,133,100
4	탄산음료	253,250	햄치즈/소시지 토스트	3,665,625
5	우동	71,500	-	-

- 일반 유흥주점업에서는 2020년 주류와 음료, 치킨 메뉴가 주로 판매되었으나, 2021년 보드카, 하이볼 등 양주류가 증가했으며, 과일화채 안주 판매액이 새롭게 순위권에 오름

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	40,607,750	일반소주	14,584,988
2	탄산음료	19,004,500	보드카	10,432,438
3	국산병맥주	12,494,267	탄산음료	8,842,750
4	치킨	7,998,667	하이볼	7,890,075
5	김치찌개	4,569,775	과일화채	6,438,050

- 생맥주 전문점에서는 국산 병맥주와 소주 판매액이 높았고, 2021년에도 순위가 그대로 유지되고 있으며, 수입맥주는 판매액이 줄고 국산 생맥주 판매액이 증가함

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	국산병맥주	11,515,650	국산병맥주	9,452,313
2	일반소주	7,742,733	일반소주	7,617,338
3	수입병맥주	7,676,883	국산생맥주	5,645,938
4	국산생맥주	4,932,767	수입병맥주	4,489,625
5	치킨	3,471,117	치킨	2,595,438

- 기타 주점업에서는 일반소주와 병맥주, 탄산음료 순으로 판매액이 높았고, 2021년에도 순위는 유지되고 있으나 판매액은 감소한 것으로 집계되며, 안주 종류도 치킨 판매액이 감소하고 닭볶음탕과 어묵탕 메뉴가 신규로 진입함

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

[단위 : 원/월 평균]

순위	2020년		2021년	
	메뉴	판매액(월평균)	메뉴	판매액(월평균)
1	일반소주	270,630,433	일반소주	159,741,813
2	국산병맥주	95,874,142	국산병맥주	52,172,075
3	탄산음료	41,754,542	탄산음료	22,190,525
4	치킨	21,292,258	닭볶음탕	15,335,000
5	국산생맥주	13,036,683	어묵탕	13,976,850

- 커피 전문점에서는 2020년 아메리카노 판매비중이 압도적으로 높았으나, 2021년 소폭 감소했으며, 라떼 판매액을 비롯하여 아이스티, 에이드, 스무디 등 다양한 음료 메뉴의 판매액이 증가함

<표 IV-21> 2020~2021 둔산동 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	29,047,942	아메리카노/ 에스프레소	25,501,725
2	라떼	1,093,642	아이스티	6,276,013
3	탄산음료	37,808	라떼	6,122,350
4	수입병맥주	14,083	에이드	2,598,788
5	-	-	스무디	2,321,588

<표 V-1> 둔산동 음식점 장소&브랜드 연관키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년	언급량
1	토끼정	231	오레오	165	채선당	203
2	오뚜기	165	캠리	135	캠리	138
3	오레오	159	피자알볼로	124	롯데	22
4	성심당	103	꼬꼬	113	옥천순대	13
5	미즈컨테이너	99	롤링파스타	107	꼬꼬	8
6	한신포차	93	우리집삼식이무침	106	우리집삼식이무침	6
7	은화수식당	72	채선당	76	예감	5
8	심술	69	목금토	67	시골길	4
9	다쿠아즈	61	오씨칼국수	56	스벅	4
10	조리품	58	인투	55	틈새라면	2
11	롯데	46	오문창순대국밥	54	곱창구이	2
12	멘야산다이메	44	롯데	53	쉐썬버거	2
13	골목식당	43	대구왕뽕찜	36	보자기	2
14	모로미	41	스니커즈	32	지코	2
15	생어거스틴	39	다쿠아즈	26	타코	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 둔산동 상권의 음식 상품&메뉴 범주의 연관 키워드를 분석하면, 2019년은 디저트류와 돼지고기 구이, 주꾸미, 맥주 등의 키워드가 등장
- 2020년은 식사메뉴인 ‘국밥’ 키워드가 급상승하고, 2019년과 유사하게 돼지고기, 주꾸미, 스테이크 메뉴 언급량이 나타났으며, 추가로 피자, 치즈와 같은 메뉴 언급량도 발생함
- 2021년은 ‘청주’ 키워드 언급량 순위가 올랐으며, 주류 관련 키워드와 해산물 키워드가 상승함. 또 샐러드와 도시락 등 간편식 언급량도 증가함
- 다른 상권에서 발견할 수 있는 주류 → 식사 위주로의 전환이나 점심 시간대로의 이동을 유추할 수 있는 메뉴 언급량은 적게 나타나고 있으며, 오히려 주류 언급량 순위가 오른다거나 헛집과 관련된 해산물 메뉴 언급량 순위가 오르고 있음



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

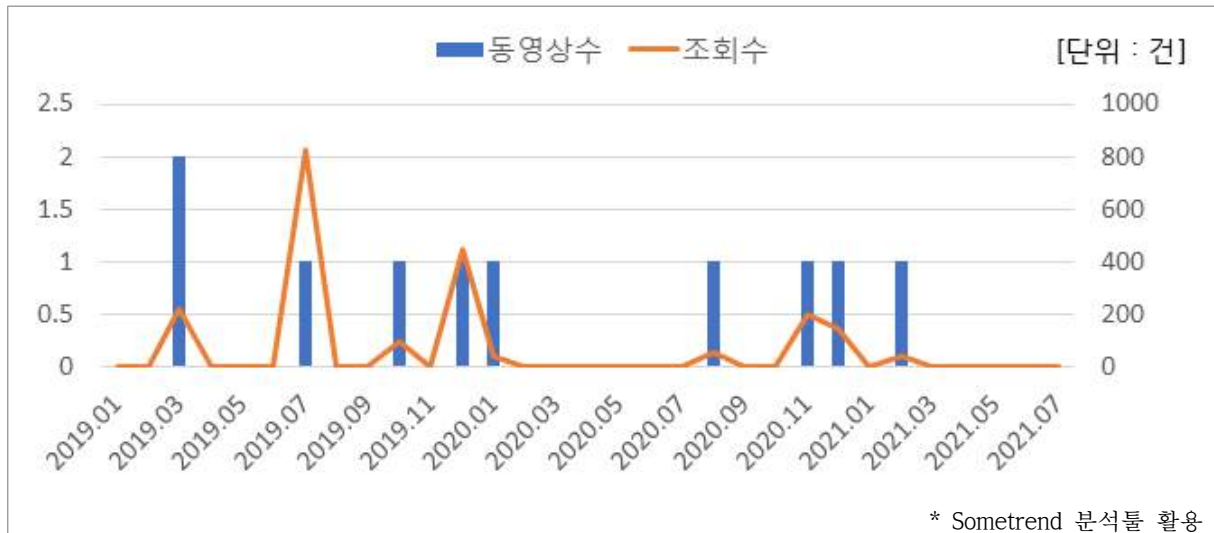
<표 V-2> 둔산동 음식점 상품&메뉴 연관키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년 (1~7월)	언급량
1	마카롱	1,375	국밥	1,476	청주	627
2	김치	1,373	파스타	953	우럭	473
3	돼지	1,351	삼겹살	915	술	436
4	청주	1,325	청주	870	술안주	392
5	구이	1,304	디저트	864	장어	392
6	쭈꾸미	1,299	쭈꾸미	852	광어	389
7	파스타	1,114	돼지	647	샐러드	348
8	맥주	967	스테이크	637	고기	311
9	스테이크	956	고기	608	도시락	237
10	고기	951	육사시미	587	스테이크	227
11	돼지김치구이	916	피자	559	파스타	220
12	디저트	806	구이	497	채선당	203
13	치즈	774	치즈	404	삼겹살	193
14	브런치	605	새우	403	카카오	182
15	컵데기	564	마카롱	397	소스	181

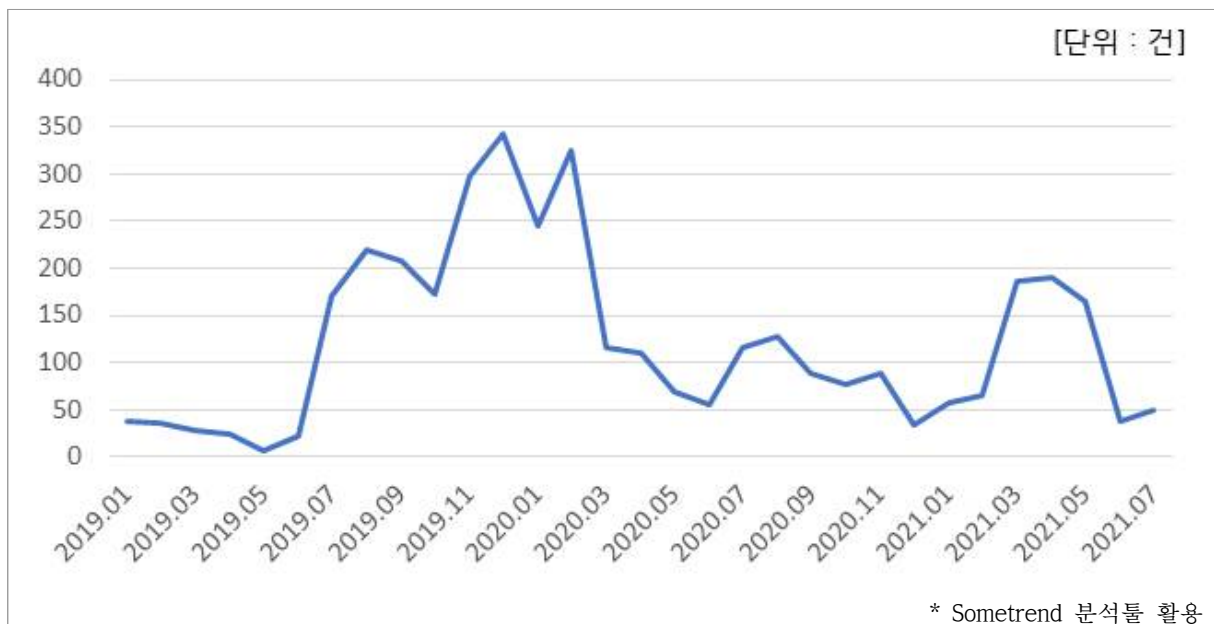
3. 키워드 언급량 시계열 변화

- 둔산동 음식점(‘둔산동맛집’, ‘둔산동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 유튜브 콘텐츠는 2019년부터 2021년까지 간헐적으로 1~2건 정도 발생하고 있으며, 2019년까지는 4~800건 정도 조회수를 보이다가 2020년 이후 크게 감소한 것으로 분석됨



[그림 V-3] 둔산동 음식점 관련 검색어 유튜브 언급량 변화

- 둔산동 음식점(‘둔산동맛집’, ‘둔산동음식점’ 등 관련키워드 포함)과 관련한 트위터 언급량은 2019년 5월부터 2020년 2월까지 2~300건 수준으로 증가하였으나, 2020년 3월 이후 감소했다가 2021년 3~5월 소폭 증가함



[그림 V-4] 둔산동 음식점 관련 검색어 트위터 언급량 변화

-
- [단위 : 건]
- | 연월 | 건수 |
|---------|-----|
| 2019.01 | 320 |
| 2019.02 | 270 |
| 2019.03 | 250 |
| 2019.04 | 230 |
| 2019.05 | 240 |
| 2019.06 | 245 |
| 2019.07 | 260 |
| 2019.08 | 230 |
| 2019.09 | 190 |
| 2019.10 | 205 |
| 2019.11 | 370 |
| 2019.12 | 250 |
| 2020.01 | 260 |
| 2020.02 | 235 |
| 2020.03 | 300 |
| 2020.04 | 295 |
| 2020.05 | 295 |
| 2020.06 | 285 |
| 2020.07 | 275 |
| 2020.08 | 310 |
| 2020.09 | 235 |
| 2020.10 | 255 |
| 2020.11 | 245 |
| 2020.12 | 260 |
| 2021.01 | 270 |
| 2021.02 | 250 |
| 2021.03 | 305 |
| 2021.04 | 235 |
| 2021.05 | 280 |
| 2021.06 | 325 |
| 2021.07 | 265 |
- * Sometrend 분석툴 활용

4. 키워드 속성 분석

-
- 맛있다
신상
좋다
좋아하다
- 권찮다
다양하다
먹고싶다
분위기 좋다
빠르다
파다
기분전환
맵다
깔끔하다
부담
가능하다
에쁘다
즐거다
부드럽다
유명하다
매콤하다
사람 많다
추천하다
친절하다
추천 드리다
존맛탱
추천하다
잘먹다
잘어울리다
- ☒ 긍정 ☐ 부정 ☐ 중립
- * Somtrend 분석툴 활용

- 46 -

- 2019년에 주로 언급되는 속성은 ‘맛’에 대한 표현 키워드가 대부분이었으며, 음식점 선택속성이 ‘품질’에 있음을 유추할 수 있음
- 2020년은 ‘공짜’, ‘당첨’과 같은 이벤트(프로모션)가 언급되면서 일부 매장을 중심으로 매출 감소에 대한 자구책으로 프로모션이 진행되었음을 확인
- 2021년은 ‘예쁘다’, ‘깔끔하다’와 같은 장소에 대한 평가(매장의 외/내관) 키워드가 추가되었으며, ‘빠르다’와 같이 음식이 나오는(배달되는) 시간 요소(프로세스)가 강화되고 고객 관리에 대한 중요성이 부각됨

<표 V-3> 둔산동 음식점 관련 주요 속성키워드 변화

[단위 : 건]

순위	2019년	언급량	2020년	언급량	2021년 (1~7월)	언급량
1	잘하다	2,251	좋다	2,809	신상	793
2	좋다	1,667	맛있다	937	좋다	575
3	맛있다	1,315	잘하다	669	맛있다	521
4	존맛탱	840	존맛탱	598	빠르다	155
5	고생	332	신상	442	울다	137
6	많은 관심	281	공짜	358	원하다	108
7	어렵다	239	당첨	346	좋아하다	107
8	민다	237	소통하다	320	먹고싶다	101
9	노력하다	233	잘나가다	265	깔끔하다	85
10	분위기 좋다	216	분위기 좋다	212	분위기 좋다	75
11	jmt	210	최고	190	부담	65
12	최고	199	많은 관심	182	예쁘다	57
13	제대로되다	197	좋아하다	172	부드럽다	57
14	먹고싶다	191	빛나다	168	잘먹다	57
15	좋아하다	191	원하다	165	즐기다	51