

정직한 김치찌개



우	리	가	게		맞	춤		튜	터	링
---	---	---	---	--	---	---	--	---	---	---

TEAM. 데라벨

STEP TO PRESENTATION



정직한
김치찌개

[정직한 김치찌개] - 한식 음식점업

소재지: 서울특별시 동작구 서달로 15길 24(흑석동)
메인메뉴: 돼지고기 김치찌개 / 원형테이블 수 7개 / 직원수 1명



매장내 식사



테이크아웃



배달



SNS채널

[주 고객층] 코로나 이전) 금요일 오후 1시 이후 피크 타임
이후) 요일 및 시간 관계 없이 몰리지 않음
□ 20대 중앙대학생 70%+ 직장인 30%

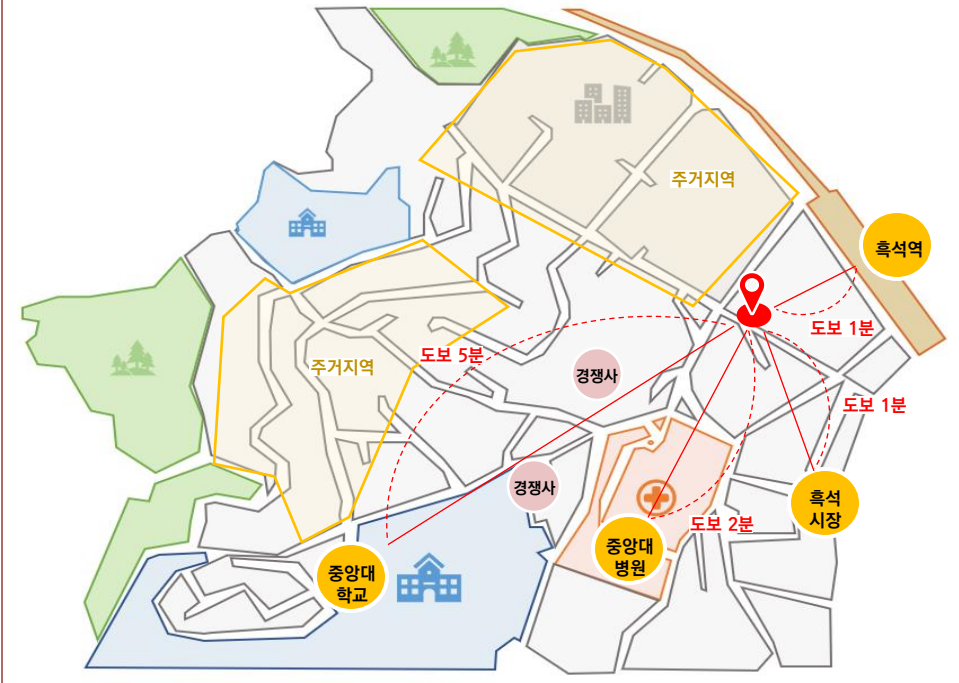
[주요 전략] - 오프라인 중심
□ 주고객층이 대학생 소비자로 청년세대를 공략한 가성비 전략

[코로나 19 이후 변화]

- ① 고용인원 및 운영시간 축소
 - ② 코로나 이전 대비 급격한 매출 감소
- 코로나 19 이후 경영 및 매출 증진에 어려움을 느껴 솔루션 신청

[복합상권]

역세권·대학가·오피스·주거까지 서로 다른 상권이 2개 이상 혼합되어 나타남
*전체적으로 상권 규모가 많이 크지 않고 약간의 위치에 따라 상권 성격이 달라짐



* 눈에 잘 띄지 않는 골목에 위치

코로나 19 이후 매출 절벽의 장기화로 솔루션이 필요한 상황
정직한 김치찌개 튜터링 진행

소상공인 요청사항 = 인터뷰 결과 요약

코로나 19의 장기화로 인한 대학생 수업 전면 비대면, 직장인의 재택근무 전환

→ 상권의 전체적인 매출 감소

소상공인의 주요 궁금증

→ 코로나 19 이후 변화된 상권 현황

→ 경쟁 상권의 종합적인 상황

→ 매출 증대를 위한 효과적인 개선 방안

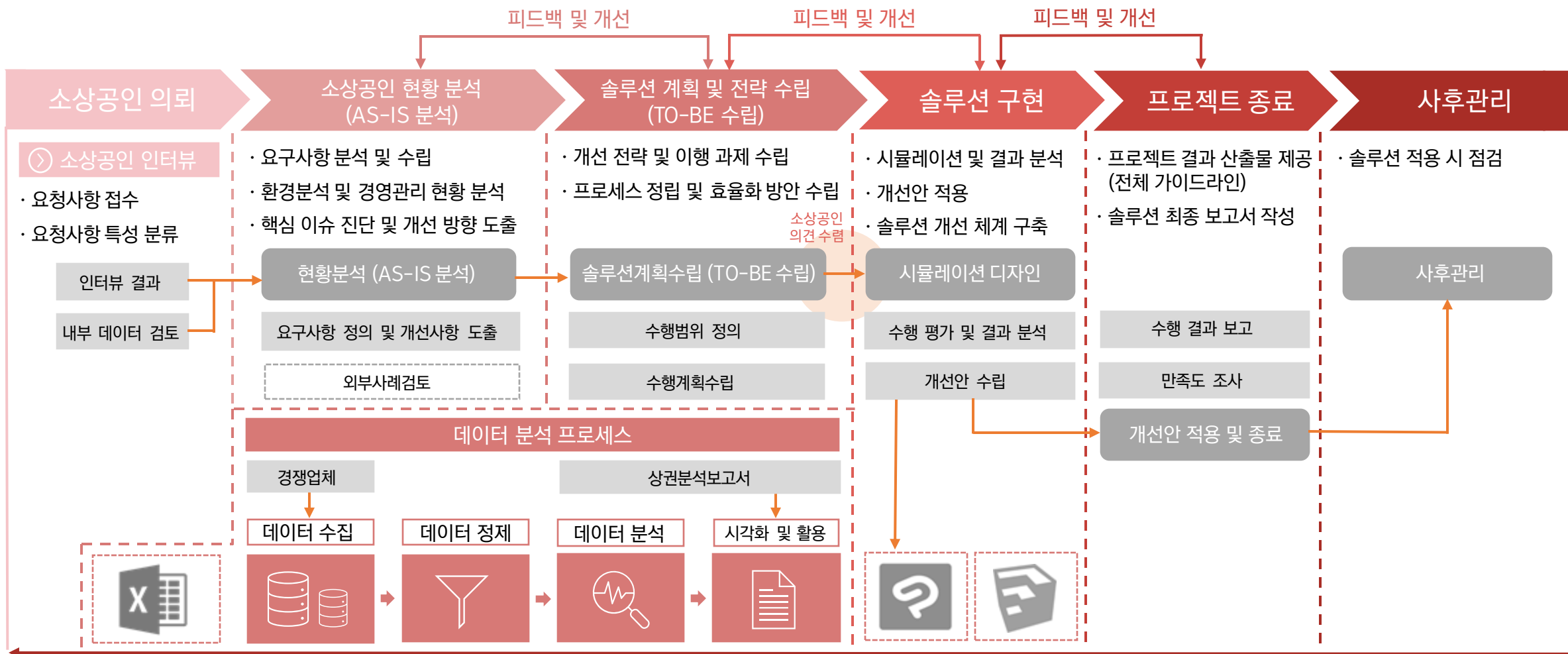
✓ “정직한 김치찌개”의 2021 상권 분석 보고서 제공

✓ “백채 김치찌개”, “양푼이 김치찌개”와 “정직한 김치찌개”의 세부 상권 비교 분석 제공

✓ 단계별 매출 증진 솔루션 제공

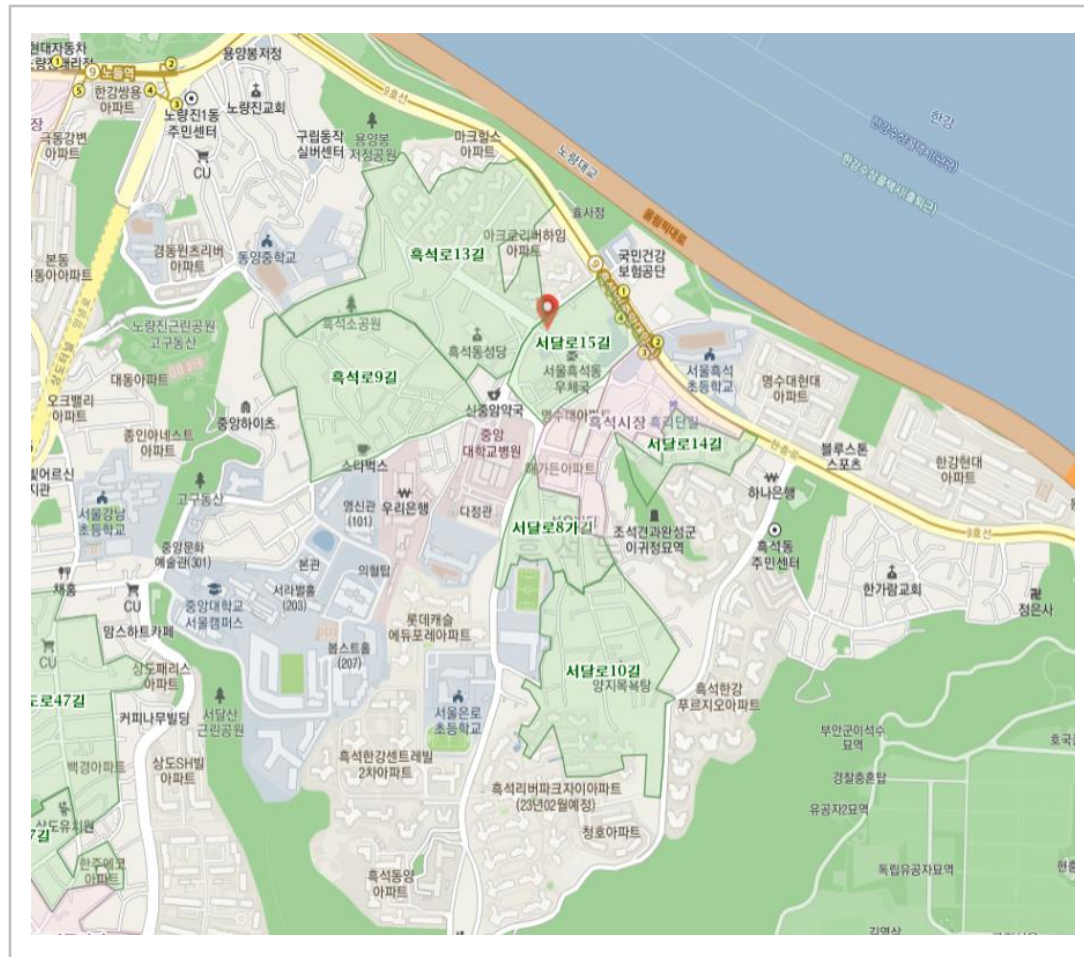
지리적, 경제적과 같은 여러 요건을 바탕으로 경쟁 상권의 세부 정보 필요
상권 분석 및 경쟁사 분석을 통한 **매출 증대** 솔루션 도출

프로젝트 요약 로드맵





서울시 동작구 흑석동



[흑석동 중앙대 상권]

□ 소비 수요 유입 및 유출이 제한된 향아리 상권
= 거주인구에 의존하는 지역밀착형 상권

인근 상권과 연계성이 없어 단절되어 있는 독립상권.
불편한 교통은 소비층이 빠져나가기 어렵게 만들어 오히려 중앙대 상권의 사업 자들에게 장점으로 작용하고 있음.

□ 주로 대학, 병원, 시장 상권으로 분류

□ 주택가가 밀집되어 있고, 초등학교, 중/고등학교, 대학교까지 젊은 층의 유동 인구가 풍부함. 재래시장인 흑석시장은 40-50대의 중장년층의 수요층이 넓어 안정된 거주수요를 보유한 상권으로 평가됨.

□ 분포시설

흑석역, 중앙대학교, 중앙대 병원, 흑석동 교회, 흑석시장, 국민건강보험공단 동 작지사, 흑석동 주민센터 등.

□ 주거단지

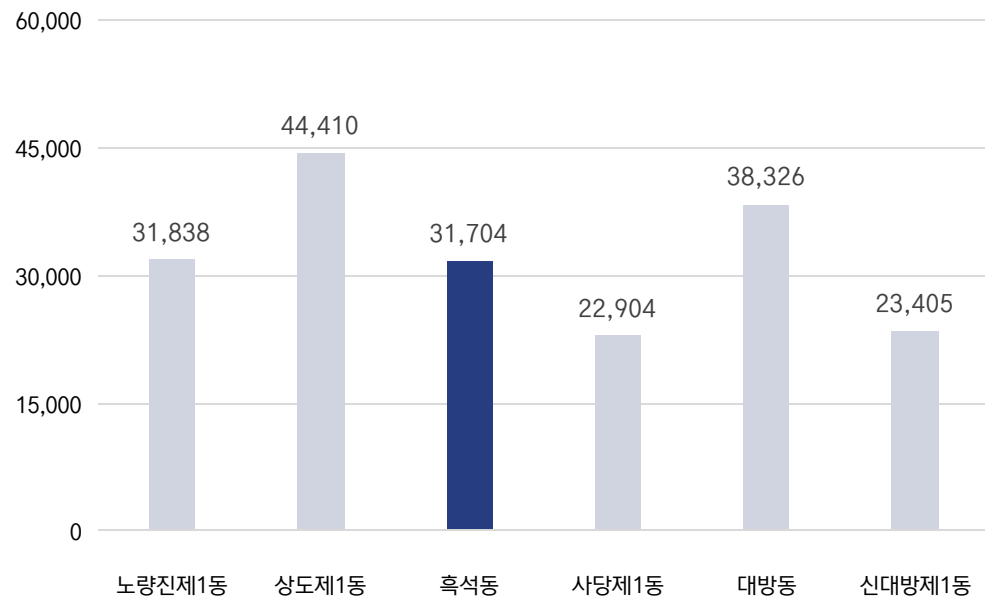
원룸촌, 힐스 아파트, 아크로 리버하임, 명수대현대 아파트, 한강현대 아파트, 센 트레빌 아파트, 한양 아파트, 푸르지오 등.



서울시 동작구 흑석동

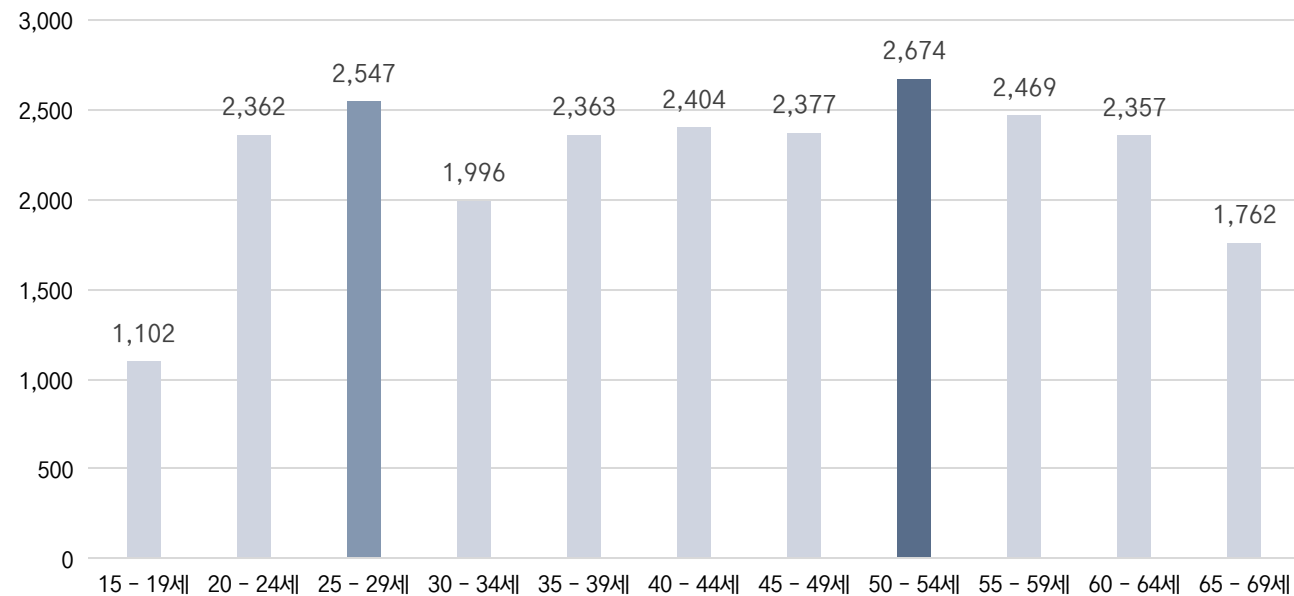
■ 2021.06 동작구 내 행정구역 인구분포

(단위: 명)



■ 2021.08 흑석동 내 나이분포

(단위: 명)



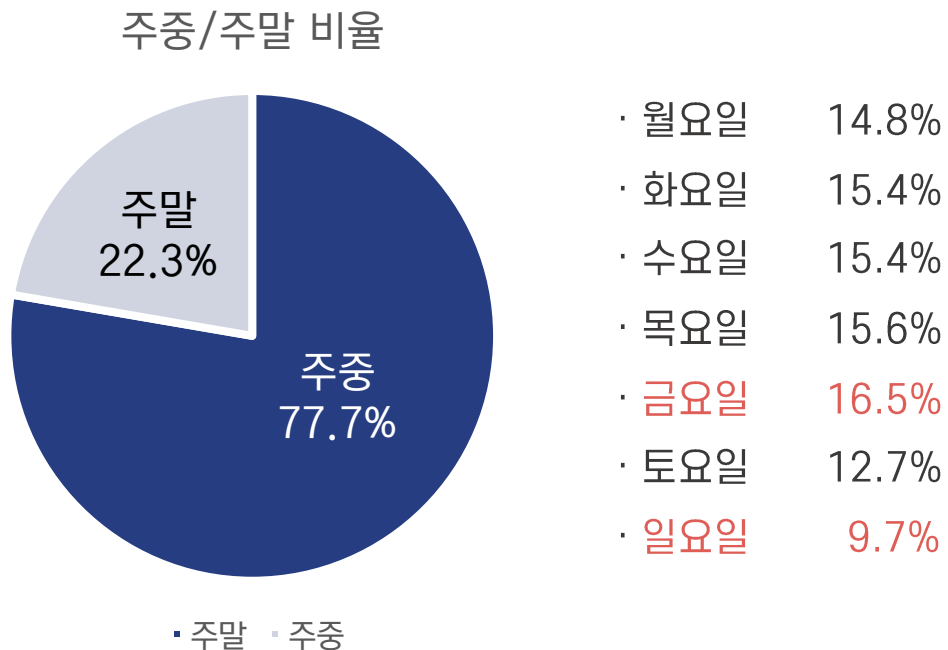
- ➔ 동작구 내 행정구역 인구분포 평균 : 26,000여명
흑석동 : 31,000명
동작구 내에서는 평균 이상의 인구분포를 보여줌.

- ➔ 흑석동의 나이분포는 대체로 고르게 나타남.
그 중에서도 25~29세와 50~54세가 가장 높게 나타남.
대학생들과 가족단위 구성원들이 골고루 분포하고 있음을 알 수 있음.



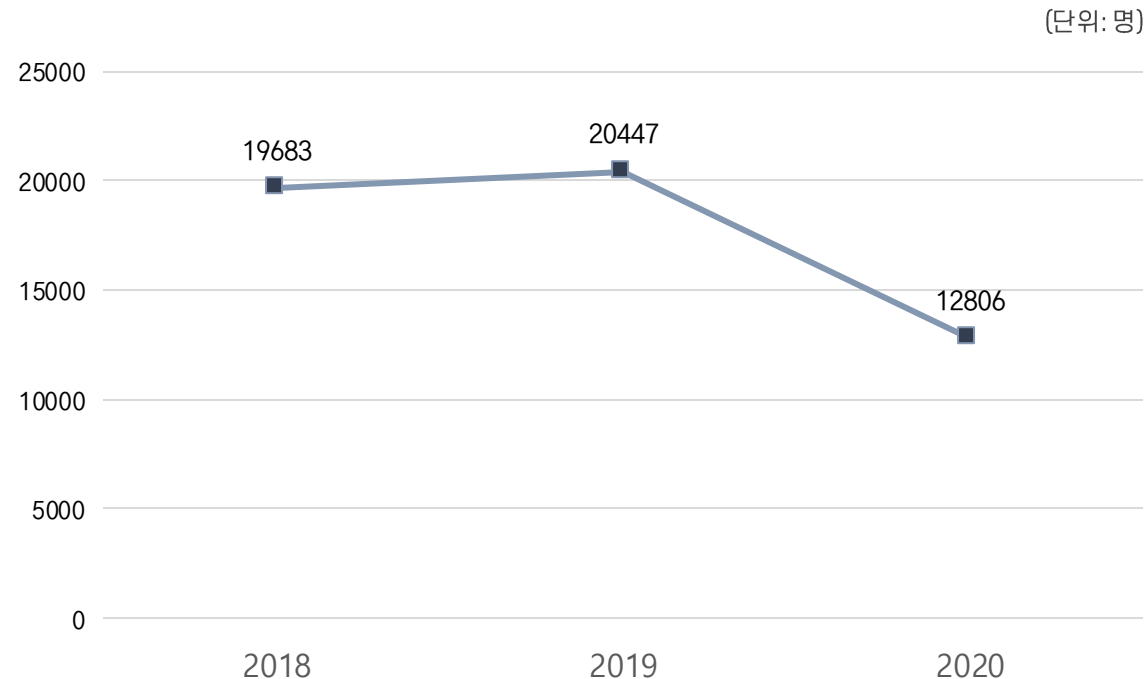
서울시 동작구 흑석동

2021 흑석동 요일별 유동인구 비율



- ➡ 흑석동 유동인구는 대체로 고르게 나타남.
주말보다 주중의 유동인구 비율이 더 높게 나타남.

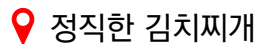
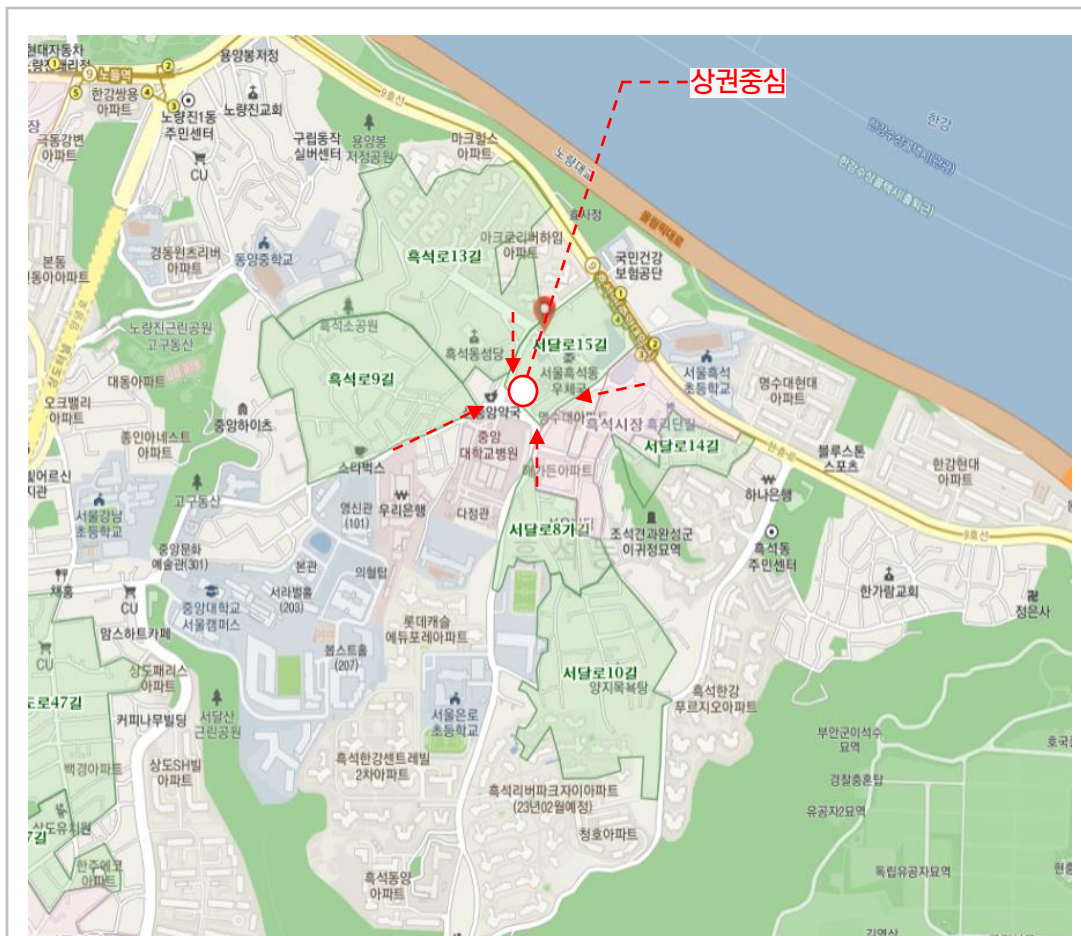
흑석역 일일 평균 이용자 수



- ➡ 코로나 19 이후 대학생 전면 비대면, 직장인의 재택근무 전환, 회식 모임 축소 등으로 2020년 흑석역을 찾는 인구도 급격하게 줄은 것을 확인할 수 있음.



흑석동 상권 분류



구분	서달로15길	흑석로13길	흑석로9길	흑석시장	서달로14길	서달로8가길	서달로10길
상권유형	골목상권	골목상권	골목상권	전통시장	골목상권	골목상권	골목상권
면적 m ²	30,999.81	98,717.01	69,295.55	36,578.84	15,374.54	23,272.88	70,731.96

상권중심	중앙대 병원 앞 삼거리
핵심상권형성구간	① 중앙대병원앞-명수대앞삼거리-중앙대정문구간 : 이마트, 농협하나로마트 영향으로 지역 소비생활의 핵심 구역 ② 명수대앞삼거리-흑석역3번출구(서달로) : 소비성이 낮은 구간 ③ 중앙대병원앞-롯데리아 - 흑석역 ④ 현충로(흑석로)구간 : 아파트 상가
배후세대흐름	① 서달로14,12 후석시장 후면 배후주택주 주민들이 상권으로 진입하는 주 흐름을 형성함 ② 흑석역에서 중앙대 방향 흐름 흑석로 서달로를 통해서 접근 ③ 흑석로 교양학관 건너편의 주택가에서 중앙대병원 방향 주거지의 흐름
고객특성	① 주택가 주민 ② 중앙대 재학생/중앙대병원 방문 환자 및 가족 ③ 직장인
비고(개발,신규)	흑석1재개발, 흑석2정비구역, 흑석재정비촉진지구, 흑석8재개발



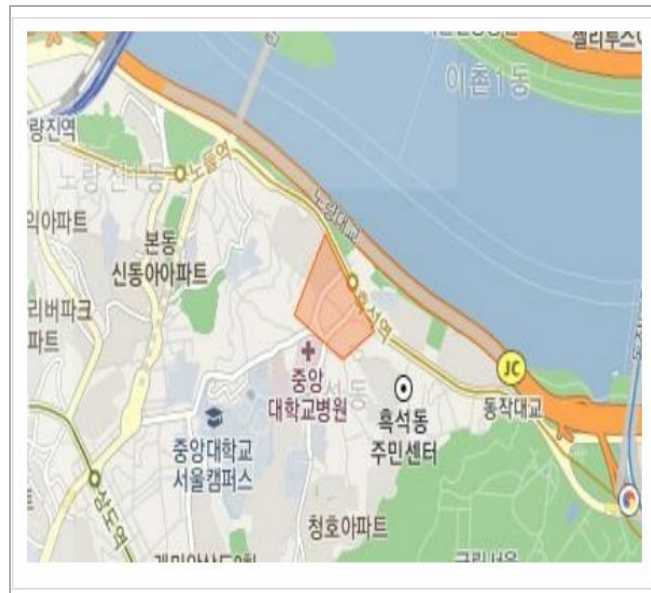
상권분석 분석 방법 및 기준 데이터

소상공인시장진흥공단에서 제공하는 상권 분석 서비스를 활용하여
‘정직한 김치찌개’가 속한 업태(한식)의 상권분석 실시

데이터명	데이터출처	데이터 내용	업데이트 주기	데이터 기준
직장인구	나이스지니데이터	지역별 직장인구 수 및 성별, 연령대별 비율 통계	반기	2021.06.
주거인구	행정자치부 주민등록인구 통계 및 주거인구를 활용한 추정치	행정구역별 가구수 및 성별/연령대별 인구수 건물 단위별 가구수 및 성별/연령대별 인구수 (추정치)	반기	2021.05.
소득	나이스지니데이터	전국 행정동별 성별 연령별 거주/직장구분별 추정 소득액	반기	2021.06.
소비	나이스지니데이터	전국 행정동별 성별 연령별 거주/직장구분별 추정 소비액	반기	2021.06.
지하철역별 시간대별 이용인원	도시철도공사	광역시도 지하철 역별 평균 승하차 인원 정보	-	2020.12.
공동주택	국토교통부	전국 아파트 단지별 동별 위치 및 면적/기준시가 정 보	-	2020.07.
기업정보	신용정보기관	대기업, 중소기업, 단체의 주소 정보	-	2019.12.
주요/집객시설	각급기관	공공, 금융, 의료, 교육, 유통, 문화, 숙박, 교통 시 설 위치 및 명칭 정보	-	2019.12.
유동인구	SKT	전국 주요상권 유동량 조사 정보	월	2021.06.
상가DB	지방자치단체, 자체 조사 데이터	전국 상가/업소의 주소, 업종 데이터	월	2021.08.
매출DB	카드사	지역별 업종별 추정 매출 및 요일별/시간대별 매출 통계, 성별/연령대별 이용고객 통계	월	2021.07.



상권평가



21.07 분석영역의 상권 등급은 총 5등급 중 3등급

52.9 점 전월 57.1점 전월대비 ▼ 7.4%

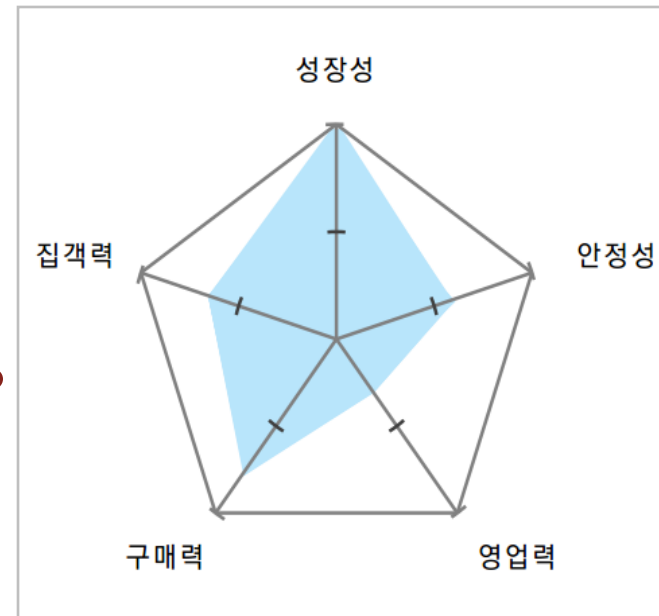


- 1등급에 가까울수록 상권이 활성화 되어있음을 의미
- 업종경기와 주변 집객시설, 교통, 여건을 고려한 결과

5가지 평가지수

성장성	안정성	영업력	구매력	집객력
13.2	10.1점	5.1점	13.2점	11.3점

- 각 평가지수는 모두 20점 만점으로 평가

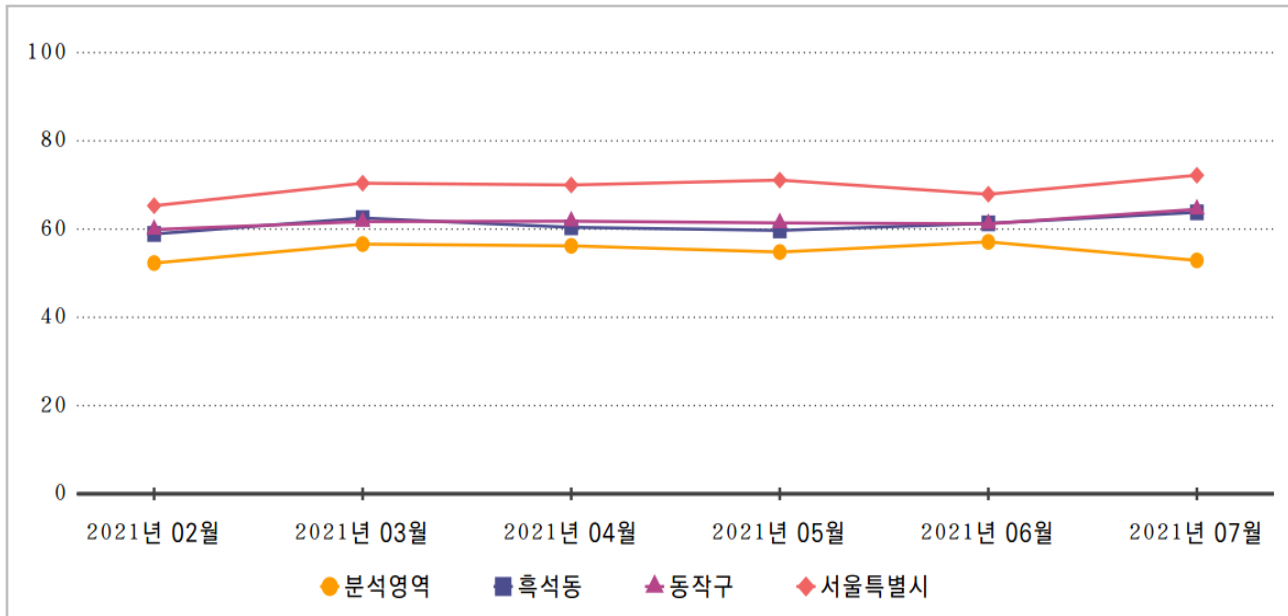


정직한 김치찌개가 위치한 분석 지역의 종합 평가는 3등급에 해당하며
성장성과 구매력이 높고, 상대적으로 영업력이 낮은 것으로 분석됨



지역별 평가지수 추이

(단위: 점)



■ 21.07 분석영역의 상권 등급은 총 5등급 중 3등급

52.9 점

전월 57.1점

전월대비 ▼ 7.4%

1

2

3

4

5

- 1등급에 가까울수록 상권이 활성화 되어있음을 의미
- 업종경기와 주변 집객시설, 교통, 여건을 고려한 결과

□ 흑석동 63.8점 (전월대비 ▲ 4.1%)

1

2

3

4

5

□ 동작구 64.5점 (전월대비 ▲ 5.4%)

1

2

3

4

5

□ 서울특별시 72.2점 (전월대비 ▲ 6.3%)

1

2

3

4

5

· 넓은 범위인 서울특별시, 동작구, 흑석동은 전반적으로 경기가 상승함

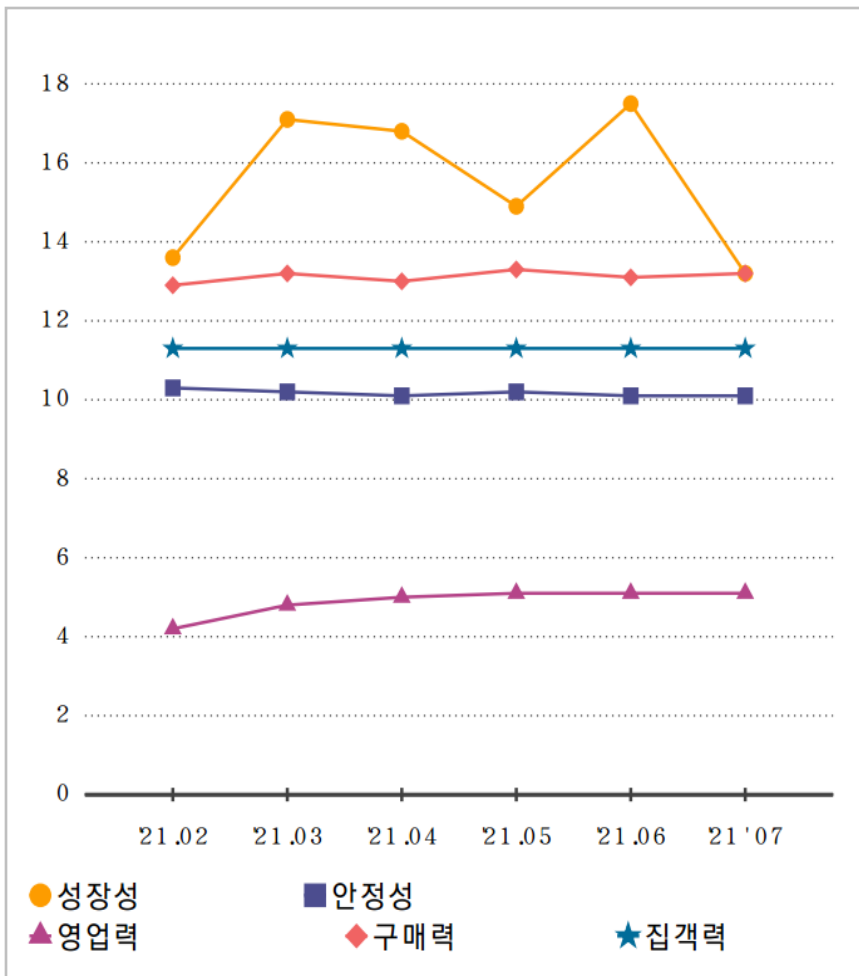
지역	21.02	21.03	21.04	21.05	21.06	21.07
분석영역	52.3 (-)	56.6 (▲ 8.2%)	56.2 (▼ 0.7%)	54.8 (▼ 2.5%)	57.1 (▲ 4.2%)	52.9 (▼ 7.4%)
흑석동	58.9 (-)	62.5 (▲ 6.1%)	60.4 (▼ 3.4%)	59.7 (▼ 1.2%)	61.3 (▲ 2.7%)	63.8 (▲ 4.1%)
동작구	59.9 (-)	61.7 (▲ 3.0%)	61.8 (▲ 0.2%)	61.4 (▼ 0.7%)	61.2 (▼ 0.3%)	64.5 (▲ 5.4%)
서울특별시	65.3 (-)	70.4 (▲ 7.8%)	70 (▼ 0.6%)	71.1 (▲ 1.6%)	67.9 (▼ 4.5%)	72.2 (▲ 6.3%)

분석영역의 상권평가지수는 전월 대비 -7.4% 하락한 52.9점으로
상권의 전반적인 경기가 떨어지고 있음



상세평가지수 추이

(단위: 점)

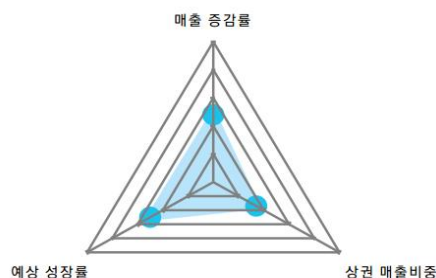
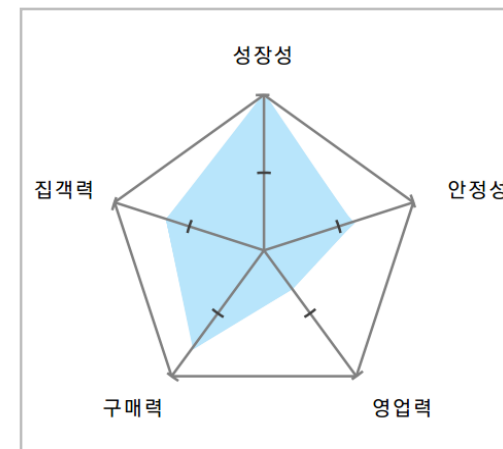


분석영역의 5가지 평가지수 분석 결과

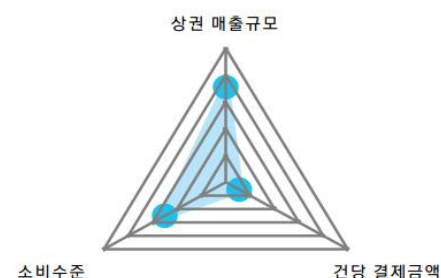
성장성	안정성	영업력	구매력	집객력
13.2	10.1점	5.1점	13.2점	11.3점

· 각 평가지수는 모두 20점 만점으로 평가

- 성장성 지수 / 전월대비 ▼ 24.8%
- 안정성 지수 / 전월대비 - 0.0%
- 영업력 지수 / 전월대비 - 0.0%
- 구매력 지수 / 전월대비 ▲ 0.8%
- 집객력 지수 / 전월대비 - 0.0%



■ 성장성 지수 지표



■ 구매력 지수 지표



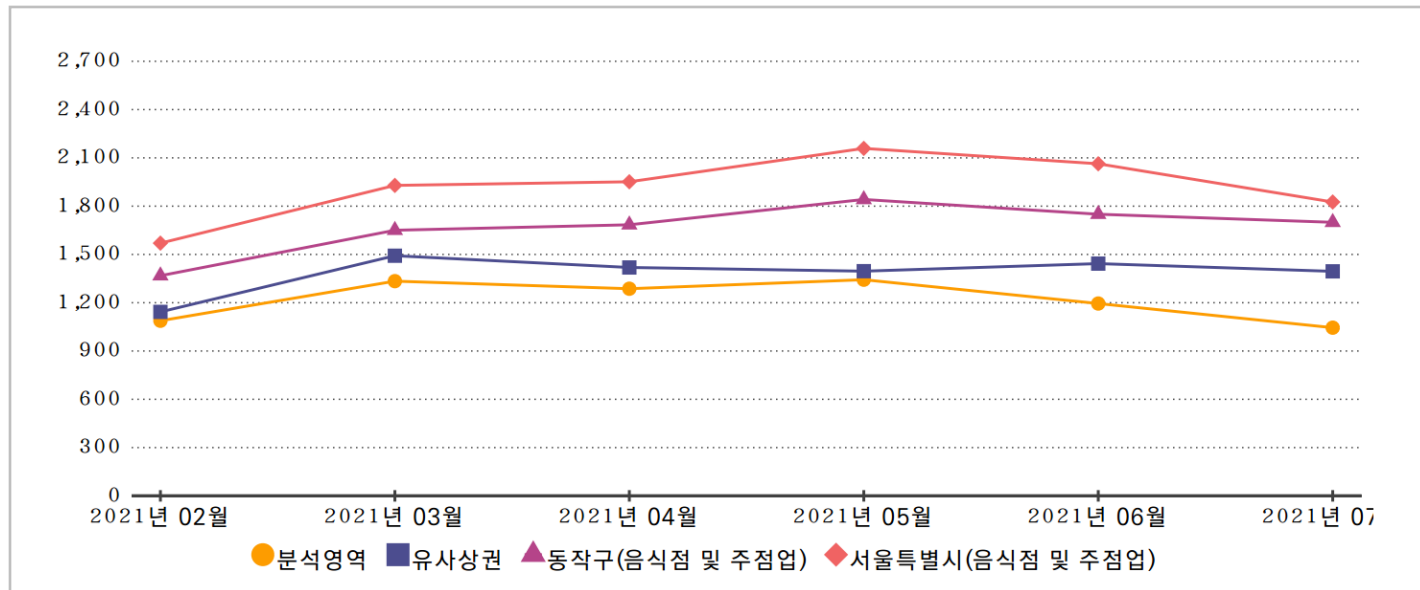
■ 영업력 지수 지표

5가지 평가지수 시계열 확인 결과, 성장성과 구매력이 높고 영업력이 낮게 나타남
성장성 지수는 전월대비 24.8% 급격한 하락세를 보임



매출 분석

(단위: 만원)



점포당 월평균 매출액

거리두기 단계가 강화될 때마다
매출에 직접적인 타격이 있다는 것을
발견할 수 있다.

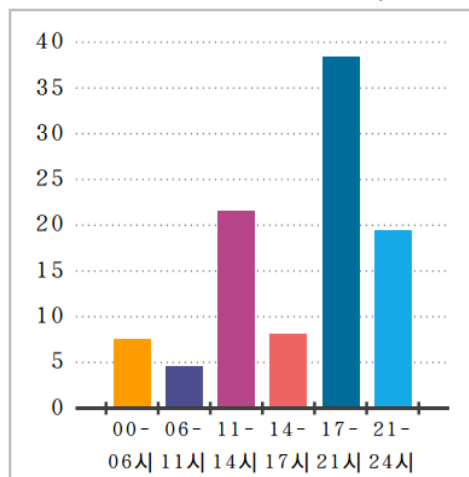
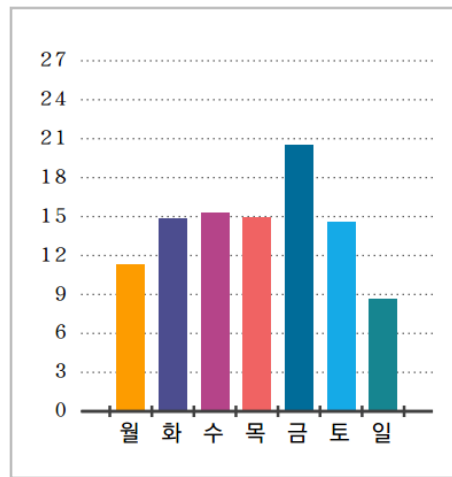
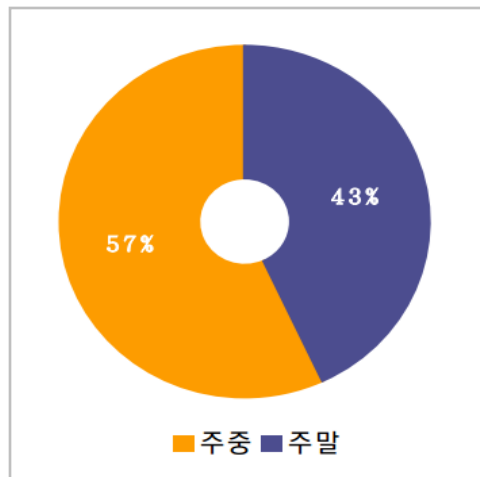
특히 학생들이 주 소비자인 흑석
상권은 더 큰 영향을 받았다.

* 2021 거리두기 단계 강화 및 연장 시기

구분z	업종		*21.02	21.03	*21.04	*21.05	21.06	*21.07
분석업종	한식/백반/ 한정식	매출액	1,088 (-)	1,334 (▲22.6%)	1,287 (▼3.5%)	1,343 (▼4.4%)	1,195 (▲11.0%)	1,045 (▼12.6%)
유사상권		매출액	1,143 (-)	1,492 (▲30.5%)	1,419 (▼4.9%)	1,396 (▼1.6%)	1,443 (▲3.4%)	1,395 (▼3.3%)
동작구 (음식점 및 주점업)	음식점 및 주점업	매출액	1,368 (-)	1,650 (▲20.7%)	1,684 (▲2.1%)	1,842 (▲9.3%)	1,750 (▼5.0%)	1,700 (▼2.9%)
서울특별시 (음식점 및 주점업)		매출액	1,570 (-)	1,929 (▲22.9%)	1,951 (▲1.2%)	2,159 (▲10.6%)	2,063 (▼4.4%)	1,826 (▼11.5%)



매출 분석



■ 주중/주말, 요일별 월 평균 매출

지역	구분	주중/주말		요일별						
		주중	주말	월	화	수	목	금	토	일
분석영역	매출액 (만원)	160	121	118	154	160	156	214	152	90
	비율	57.0%	43.0%	11.3%	14.8%	15.3%	14.9%	20.5%	14.6%	8.6%

■ 시간대별 월 평균 매출

지역	구분	00~06시	06~11시	11~14시	14~17시	17~21시	21~24시
분석영역	매출액 (만원)	79	48	226	86	402	203
	비율	7.6%	4.6%	21.6%	8.2%	38.5%	19.4%



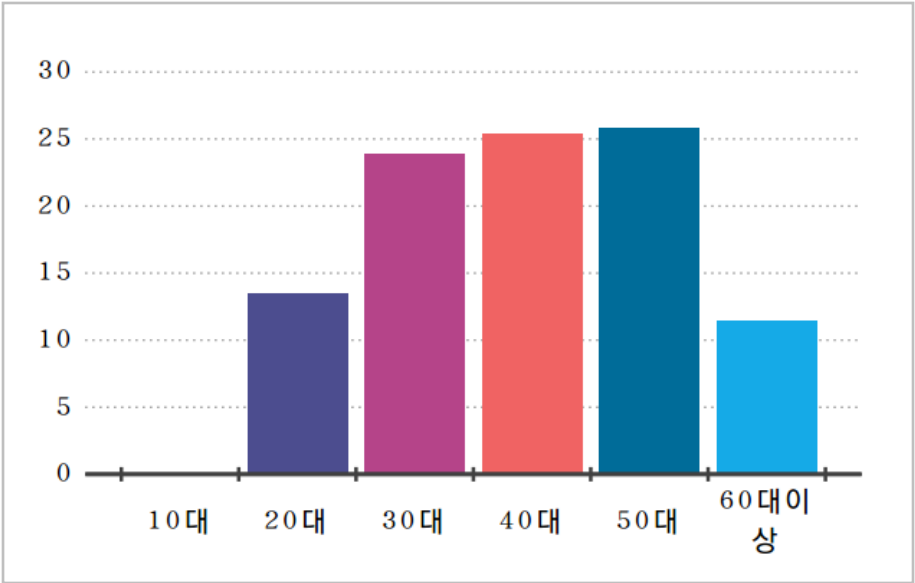
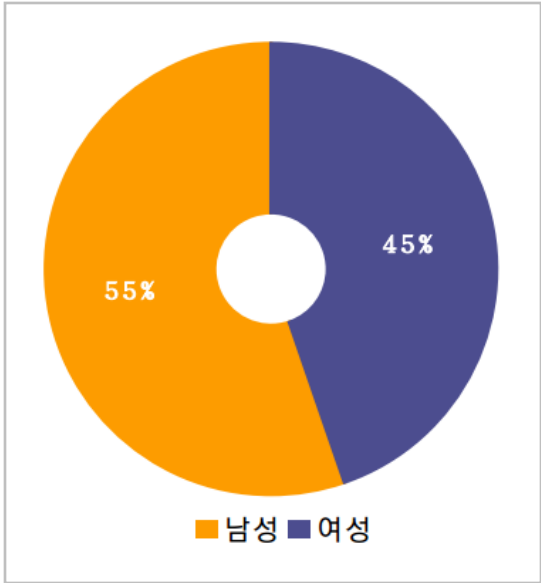
시기별 매출특성

매출은 **주중**이
요일별로는 **금요일**에
214만원(20.5%)
시간대별로는 **17-21시 시간대**에
402만원(38.5%)으로
가장 높게 나타난다



매출 분석

분석영역) 한식/백반/한정식
2021년 07월 기준, 단위: %



성별/연령대별
월 평균 매출

현재 분석 상권의 한식/백반/한정식을 주로 이용하는 고객층은 30~50대이다
반면 사장님과의 인터뷰에 따르면 흑석상권과 해당 상점의 주 타겟은 20대 학생이다
(코로나 이후 주요 고객층이 변화되었음을 확인)

⇒ 30대 이상 고객, 가족단위 고객 등 예상 소비자를 실제 고객으로 전환하기 위한 전략 필요

지역	구분	성별		연령별					
		남성	여성	10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상
분석영역	매출액 (만원)	553	448	0	141	250	266	270	119
	비율	55.2%	44.8%	0.0%	13.5%	23.9%	25.4%	25.8%	11.4%



업종 추이 및 주요시설 현황

업종 추이

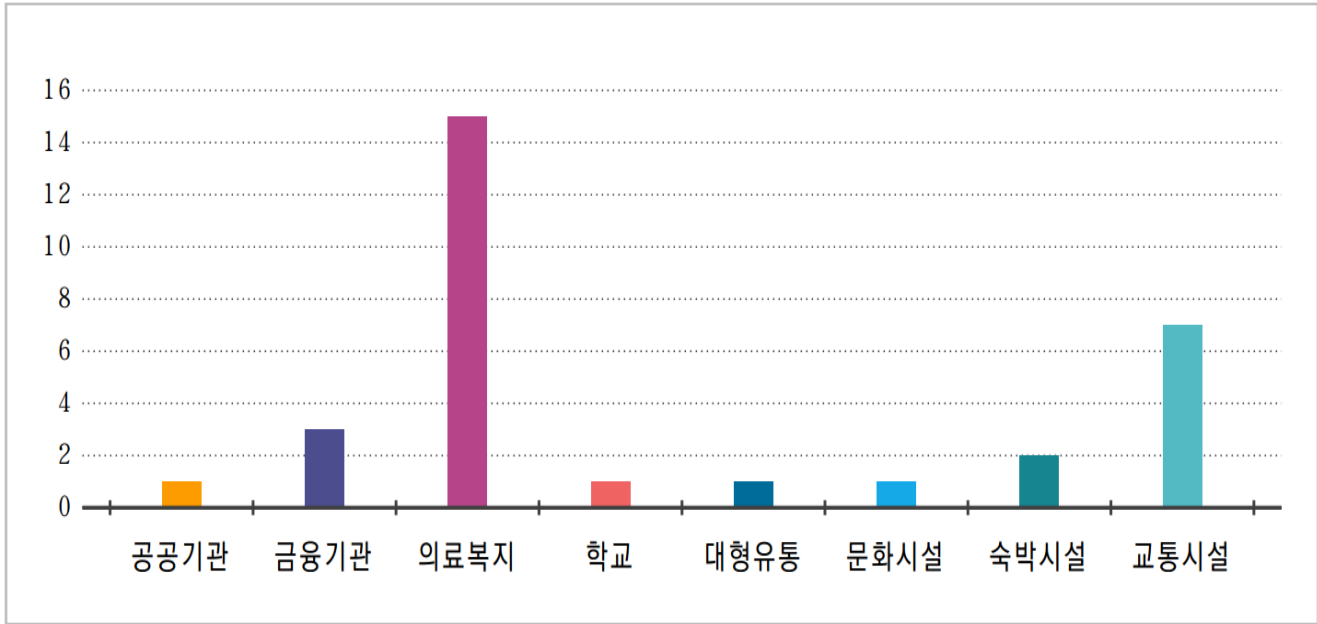
단위 : 개

구분	업종	19.12	20.06	20.12	21.06	21.07
분석 업종	한식/백반 /한정식	23	19 ▼ 17.4%	30 ▲ 57.9%	26 ▼ 13.3%	26 (-)
중분류	음식점 및 주점업	105	97 ▼ 7.6%	114 ▲ 17.5%	106 ▼ 7.0%	106 (-)
대분류	숙박·음 식	107	99 ▼ 7.5%	116 ▲ 17.2%	108 ▼ 6.9%	108 (-)

지역	업종	19.12	20.06	20.12	21.06	21.07
분석 영역	한식/백반/ 한정식	23	19 ▼ 17.4%	30 ▲ 57.9%	26 ▼ 13.3%	26 (-)
동작 구	음식점 및 주점업	539	511 ▼ 5.2%	820 ▲ 60.5%	816 ▼ 0.5%	809 ▼ 0.9%

주요시설 현황

2021년 07월 기준, 단위 : 개



지역	주요시설				집객시설			교통시설
	공공기관	금융기관	의료 /복지	학교	대형유통	문화시설	숙박시설	
분석지역	1	3	15	1	1	1	2	7



주요 경쟁사 분석

① 양푼이 김치찌개 비프랜차이즈

Business state	동작구 흑석동에 위치한 김치찌개 전문점
Segmentation	6000 ~ 23000, 중하 가격대의 김치찌개 가게
Target	20대 대학생, 흑석 자취생
Concept	양푼 냄비에 담긴 정성
Brand Essence	양푼 냄비에 담긴 김치찌개



매장내 식사



테이크아웃



배달



SNS채널

② 백채 김치찌개 프랜차이즈

Business state	전국 157개 매장
Segmentation	7000 ~ 25000, 중상 가격대의 김치찌개 가게
Target	한국의 소울 푸드: 남녀노소
Concept	청년들이 차린 신선하고 푸짐한 전문 김치찌개
Brand Essence	고기가 가득한 가성비 좋은 김치찌개



매장내 식사



테이크아웃



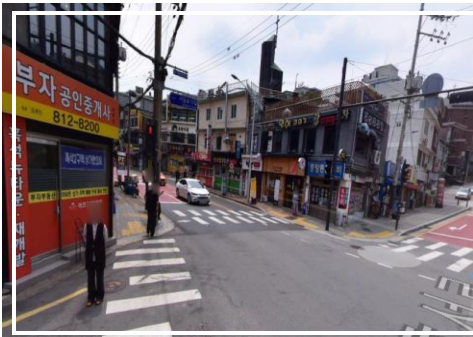
배달



SNS채널

주요 경쟁사 분석

[정직한 김치찌개]



흑석역과 아파트 단지에 근처에 위치하여 접근성이 높다. 다만, 경쟁점이 단절요인이 되어 주요 고객층인 20대 학생들의 유입을 저하시킬 수 있다.

[양푼이 김치찌개 & 백채 김치찌개]



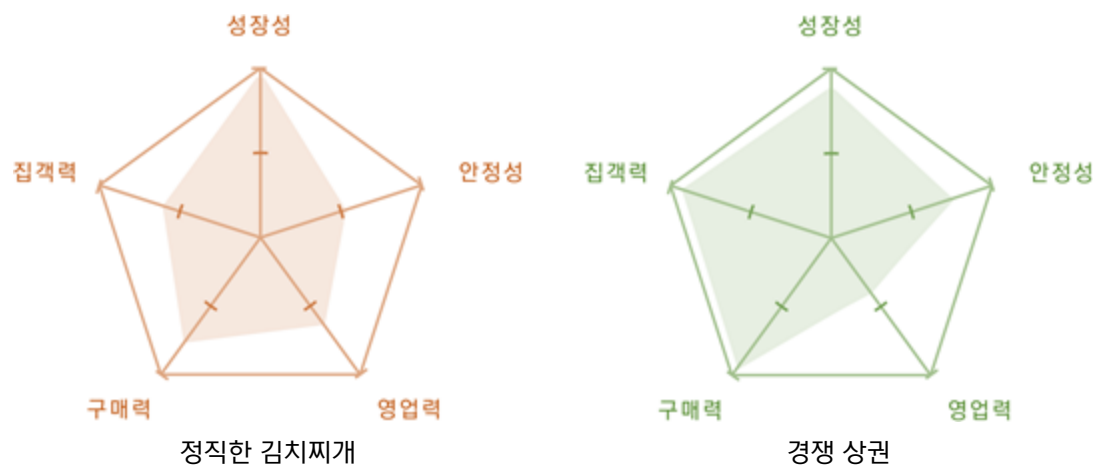
대학가 (흑석로 9길) 근처에 위치하여 비교적 대학생들의 인지도가 높다. 흑석동의 중심 상권과 인접하며 주변 환경 정비가 되어있다.





주요 경쟁 업체 간 지리적 상권 비교

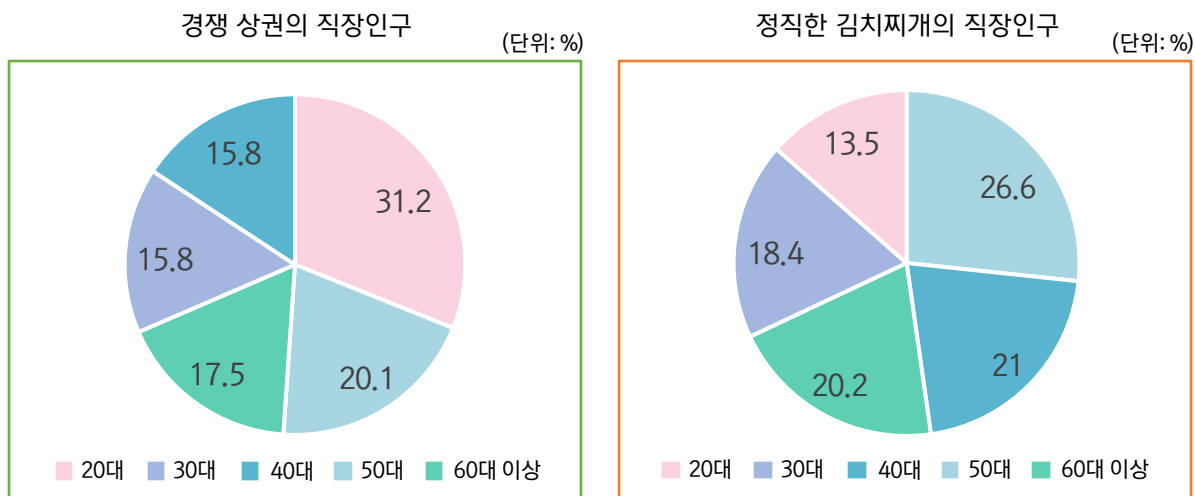
정직한 김치찌개와 경쟁상권의 상세평가지수비교 (100m 반경)



집객력의 “유동인구”에서 낮은 점수를 받음
유동인구는 선택지역의 면적당 유동인구 수를 뜻함

➡ 경쟁상권에 비해 “정직한 김치찌개”의 상권은 인구 유입 밀도가 적음
즉, 오가는 사람의 수가 경쟁상권의 비해 적다.

정직한 김치찌개와 경쟁상권의 직장인구 비교 (100m 반경)



구분	연령별				
	20대	30대	40대	50대	60대이상
수	73	37	37	47	41
비율	31.2%	15.8%	15.8%	20.1%	17.5%

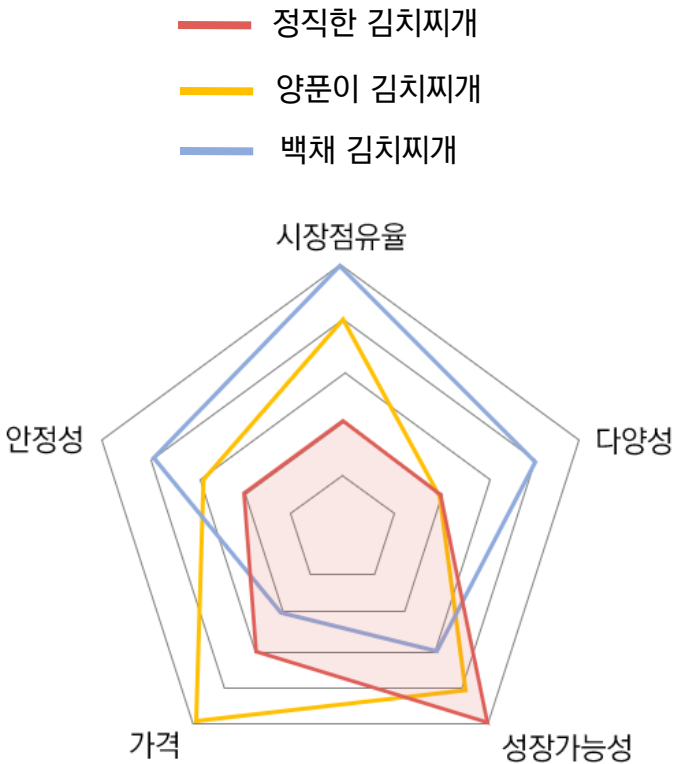
구분	연령별				
	20대	30대	40대	50대	60대이상
수	36	49	56	71	54
비율	13.5%	18.4%	21.0%	26.6%	20.2%

➡ 경쟁상권에 비해 20대의 직장인구 비율이 낮음
지리적 단점이 크므로 주 고객층인 20대를 끌어오려면 마케팅 보완이 필요함



주요 경쟁사 분석

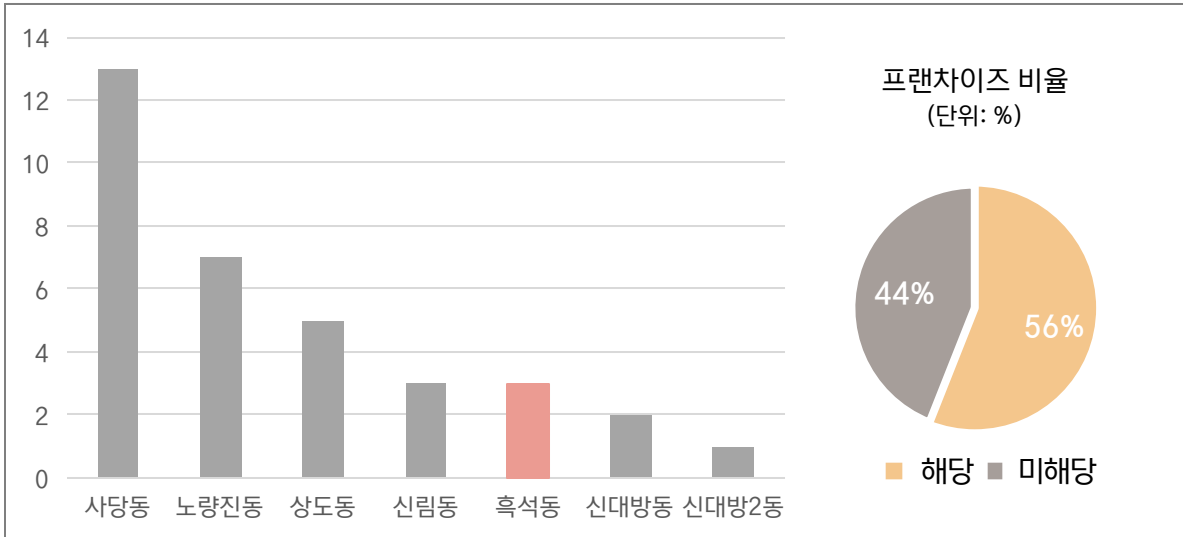
구분	주요 메뉴	차별성	가격	강점
백채 김치찌개	김치찌개 부대김치찌개 돼지김치구이	· 고기를 듬뿍 넣는 푸짐함 · 신선한 재료	1인분: 7500 (배달시 9500) 계란말이: 6000	· 프랜차이즈로 높은 인지도 · 본사의 재고관리 및 재료조달
양푼이 김치찌개	생고기 김치찌개 국물 두루치기 돼지 갈비찜	· 국내산 돼지고기 · 추억의 양푼 냄비에 담은 정성	1인분: 6000 (배달시 8000) 계란말이: 6000	· 가격 · 흑석 김치찌개 상점 中 높은 시장점유율
정직한 김치찌개	돼지 김치찌개 스팸 김치찌개	· 김치찌개만을 파는 전문성 · 정직함	1인분: 7000 계란말이: 6000	· 직접 만든 반찬 제공 · 흑석역 및 주거 상권에 근접한 위치



경쟁우위 창출을 위해서는 낮은 시장점유율 보완이 필요함
기존 방식에서 벗어나 변화된 상황에 맞춰 새로운 영업전략으로 접근 필요

동작구 내 경쟁사 분석

동작구 내 김치찌개 전문 점포 수 및 프랜차이즈 비율

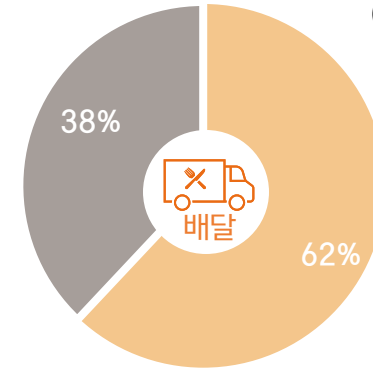


동작구 내의 동일 업종은 사당동, 노량진동, 상도동, 신림동, 흑석동, 신대방동, 신대방 2동 순으로 많은 비율을 보였다. 사당동의 상권에 가장 크게 자리 잡고 있다.

동작구에 위치한 약 44%의 김치찌개 점포는 프랜차이즈 업종인 것으로 나타났다. 그 외 56%는 개인이 운영하는 점포 인 것으로 나타났다. 주요 프랜차이즈는 “백채 김치찌개”가 주를 이뤘다.

동작구 김치찌개 점포 배달 서비스 운영 비율

(단위: %)

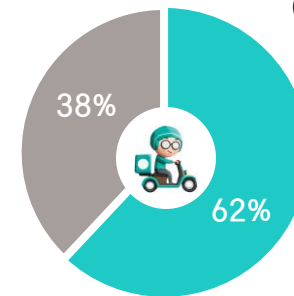


■ 가능 ■ 불가능

동작구에 위치한 약 62%의 김치찌개 점포는 배달 서비스를 운영 중에 있으며, 약 38%의 점포는 배달서비스를 진행하지 않는 것으로 나타났다.

배달의 민족 사용여부

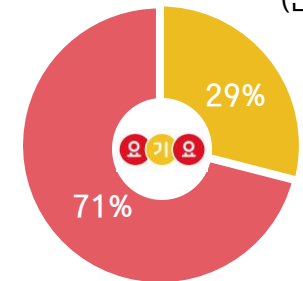
(단위: %)



■ 사용 ■ 미사용

요기요 사용여부

(단위: %)



■ 사용 ■ 미사용

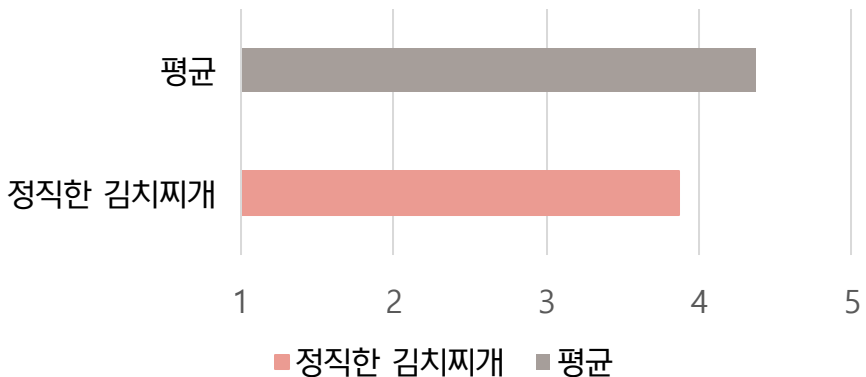
배달 서비스를 운영 중인 약 62%의 점포 중 29%는 “요기요” 배달 서비스를 사용 중이었으며, 그 중 62%는 “배달의 민족” 서비스를 사용 중에 있었다. 두 서비스를 모두 이용하는 점포는 비교적 적었다.



동작구 내 경쟁사 분석

네이버 별점 비교

(5점 만점, 단위: 점)



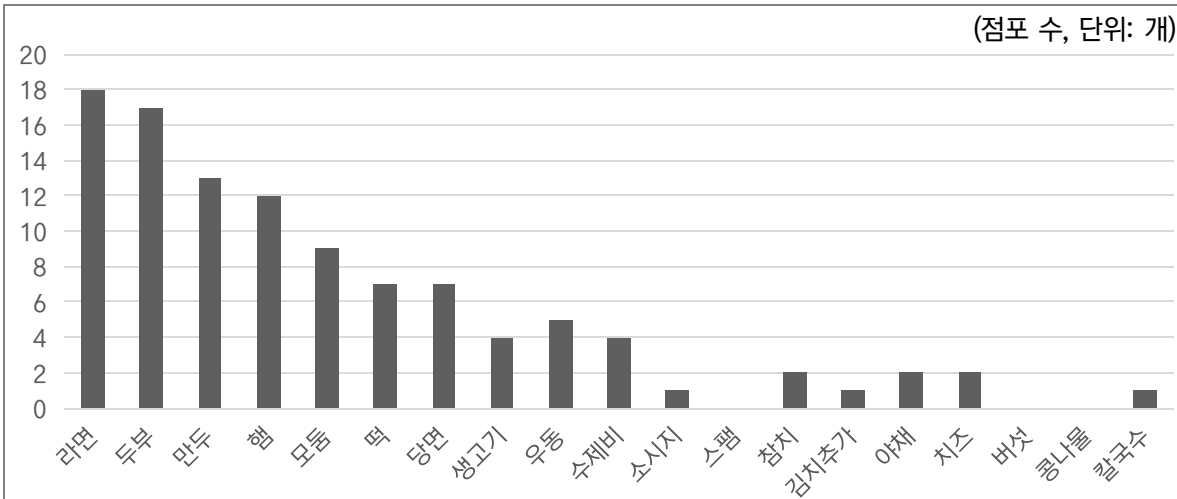
정직한 김치찌개의 네이버 별점은 동작구 내의 다른 동일 업종에 비해 굉장히 낮은 비율을 보였다. 리뷰를 확인하면 대표자가 변경되어 맛이 바뀌게 가장 큰 이유다.

동작구 김치찌개 점포의 인원 별 김치찌개 비용

양	평균가격	정직한 김치찌개
1인분	₩7,174	₩7,000
2인분	₩14,233	₩14,000
3인분	₩19,063	₩14,000
4인분	₩24,746	₩25,000

동작구의 김치찌개 점포는 평균적으로 위 표의 가격대로 형성되고 있다. 정직한 김치찌개는 평균 이하의 가격대를 형성하고 있다.

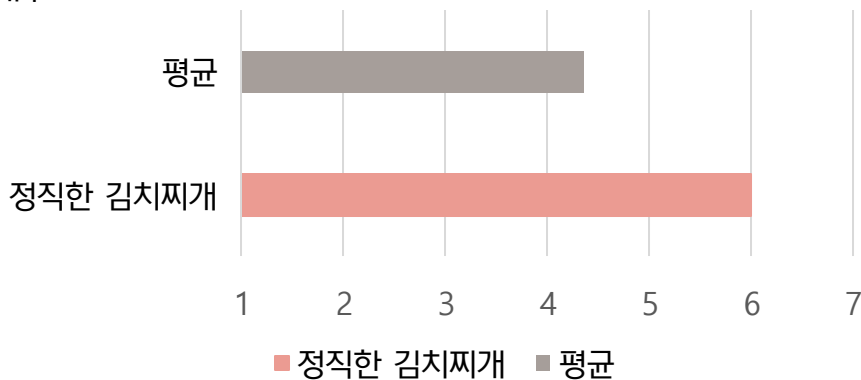
김치찌개 사리 종류 및 비율



라면사리, 두부사리, 만두사리는 동작구 내의 많은 김치찌개 점포가 판매하고 있었다.

사리 개수

(단위: 개)



동작구 내의 김치찌개 점포는 평균 5.5개의 사리 개수를 판매하고 있었으며, 정직한 김치찌개는 총 6개의 사리를 판매 중에 있었다.

SWOT 분석



문제점 도출

Weakness

- 20대 소비자에 의존하는 매출
- 대학 상권과 떨어진 골목에 위치
- 경쟁 가게 대비 낮은 인지도와 경쟁력
- 중앙대 학생들의 인지도 부족

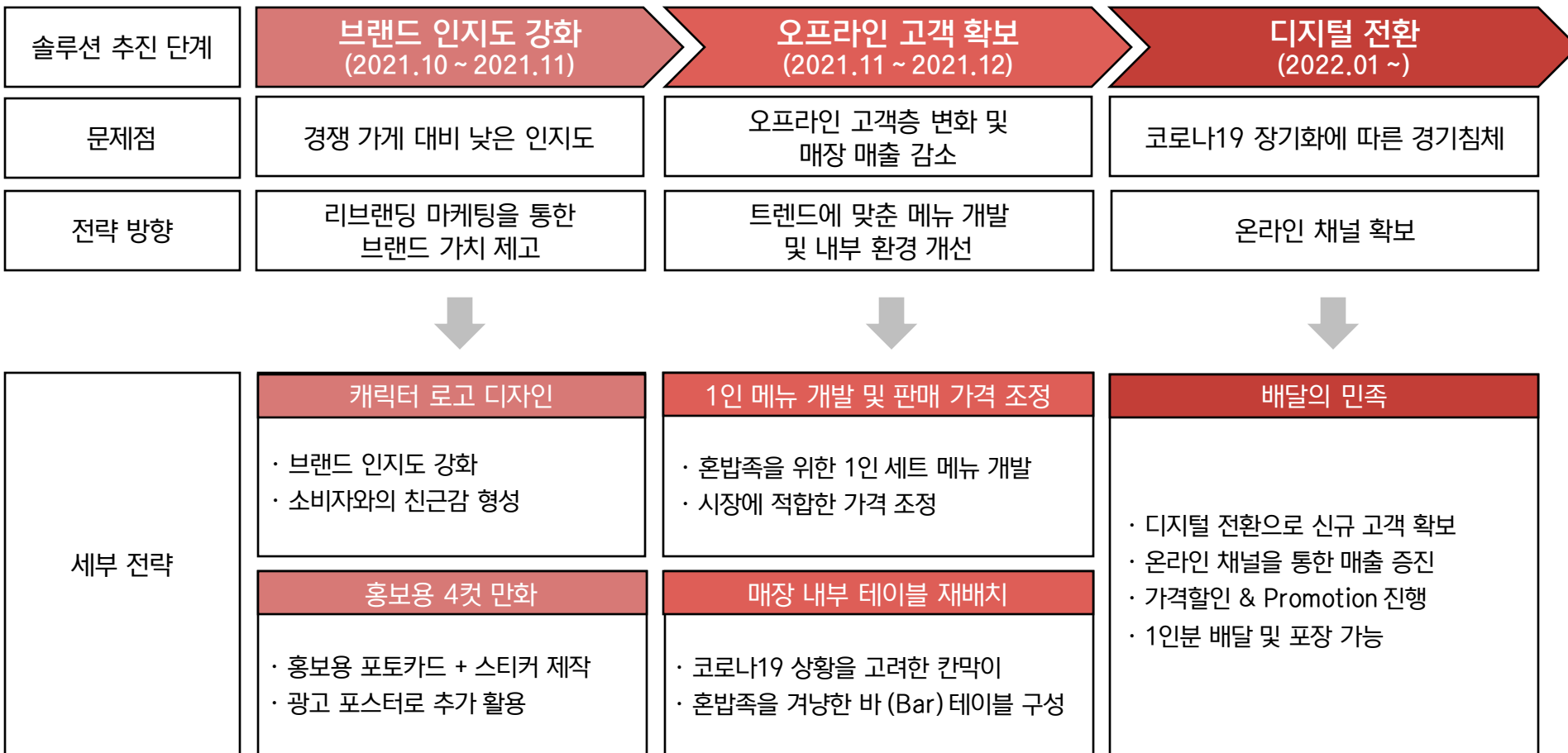


Opportunity

- 코로나로 인한 배달 수요 증가
- 흑석역 인근 위치
- 주변 자취생들 주거 多
- 명수현대아파트, 한강현대아파트 등 주거상권

기존 대학상권에 의존하던 전략에서 벗어나
흑석역 인근 위치라는 **지리적 장점**을 활용할 만한 방안 필요

단계별 솔루션 추진 계획



■ 솔루션 ① Character Logo design & 4컷 만화



■ 제안 배경: 경쟁 사업체 대비 낮은 인지도, 브랜드 인식 개선 필요성

■ 솔루션 제안

- 맛있는 기존 로고 디자인을 개선하여 캐릭터 로고 디자인 추가
- 4컷 만화를 활용하여 홍보용 포토카드 + 스티커 제작 후 배포
- 지리적 위치의 장점을 적용, 지하철 역사 광고 포스터로 활용

정직한 김치찌개 사장님 캐릭터화 & 만화 콘텐츠 활용
리브랜딩 마케팅을 통한 브랜드 가치 제고

정성도 양도 가득!



직접 만들어서 더 맛있다!



한번 먹으면 빠져나올 수 없는 그 맛!



■ 솔루션 ② '혼자서도 즐길 수 있는 김치찌개' - 1인 메뉴 개발

■ 1인분 7000원 + @ ? 유사 업종 대비 높은 사리 추가 비용

돼지고기 김치찌개	스팸 김치찌개	계란말이 6,000
1인분 7,000	1인분 7,000	
보통 14,000 (2~3인분)	보통 14,000 (2~3인분)	스팸
곱빼기 25,000 (4~5인분)	곱빼기 25,000 (4~5인분)	계란말이 8,000
청양고추 추가 가능	청양고추 추가 가능	밥 추가 1,000

모든 메뉴 포장 가능합니다.

라면사리 1,500	수제비사리 2,000	소주 4,000
당면사리 1,500	만두사리 2,000	맥주 4,000
두부사리 1,500	스팸사리 3,000	음료 1,500

정직한 김치찌개는 국산 돼지고기만을 사용합니다.

▲ 정직한 김치찌개 메뉴판

■ 대학가 상권

흑석동은 중앙대학교 근처로 주로 대학가 상권으로 자리잡음

대학가 상권의 특징: 학생들의 점심/저녁 시간 그리고 인근 주거하고 있는 학생들의 식사가 상권 활성화에 큰 역할을 함

코로나19 이후 외식 부진, 혼밥 확대 상황

✓ 혼자 즐길 수 있는 김치찌개 메뉴가 필요함

✓ 코로나 시대에 발 맞춰 다수가 모일 수 있는 자리보다 소수가 와서 잠시 밥을 먹고 갈 수 있는 공간의 조성이 필요함

코로나19에 따른 외식 부진, 혼밥 확대 상황
다수가 아닌 소수에 맞춘 타겟팅

혼자서도 즐길 수 있는 김치찌개 컨셉 도출

■ 추가 사리 가격 개선 + 1인 세트 메뉴 개발

→ 각종 사리의 양과 금액을 줄여 한 명의 손님도 다채롭게 즐길 수 있도록 개선
단체 손님의 경우, 1.5인분의 사리 추가와 같은 넓은 선택 범위를 가질 수 있음

예를 들어 1인분 김치찌개를 0.8인분의 규모로 변경, 차액을 계란말이 혹은 사리에 비중을 두어 소비가 선택할 수 있는 다양성을 제공함.

사이드 메뉴의 경우 한 개만 시켜도 1인분 이상의 가격or양 부담을 느낄 수 있는 상황
ex. 김치찌개 1인분 + 라면사리 한 개 추가 = 8500원 가격+양에 고민할 수 있는 상황

동일 업종 예시)

백채 김치찌개 라면사리 1000, 두부만두사리 1500 모듬사리 2000

이화 김치찌개 라면사리 1000원 두부사리 1000원

마마부찌 라면 및 당면 사리의 경우 500 ~ 1000으로 가격이 책정됨

■ 솔루션 ② '혼자서도 즐길 수 있는 김치찌개' - 가게 배치도 3D 모델링

요일·시간·수요에 맞춰서 다양하게 배치 변경 가능하도록 설계

BEFORE



▲ 기존 배치도

현재 식당 배치의 경우, 7개의 원형 테이블로 구성됨
가운데 김치찌개를 버너를 통해 끓이고
각자 나눠 담아 먹는 상황

→ 혼밥이 어려운 배치도

코로나19 이후, 전체 칸막이 없이 원형테이블 배치 시
손님이 느끼는 불편함 개선 필요

AFTER



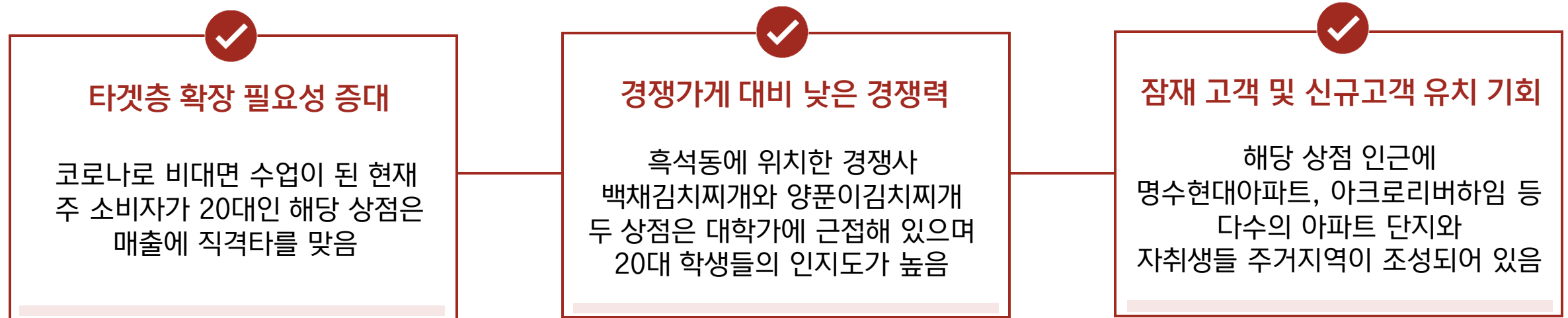
▲ 기본 배치 - 단체 + 혼밥용



▲ 3인 ~ 4인 단체인원이 많은 시간대일 경우

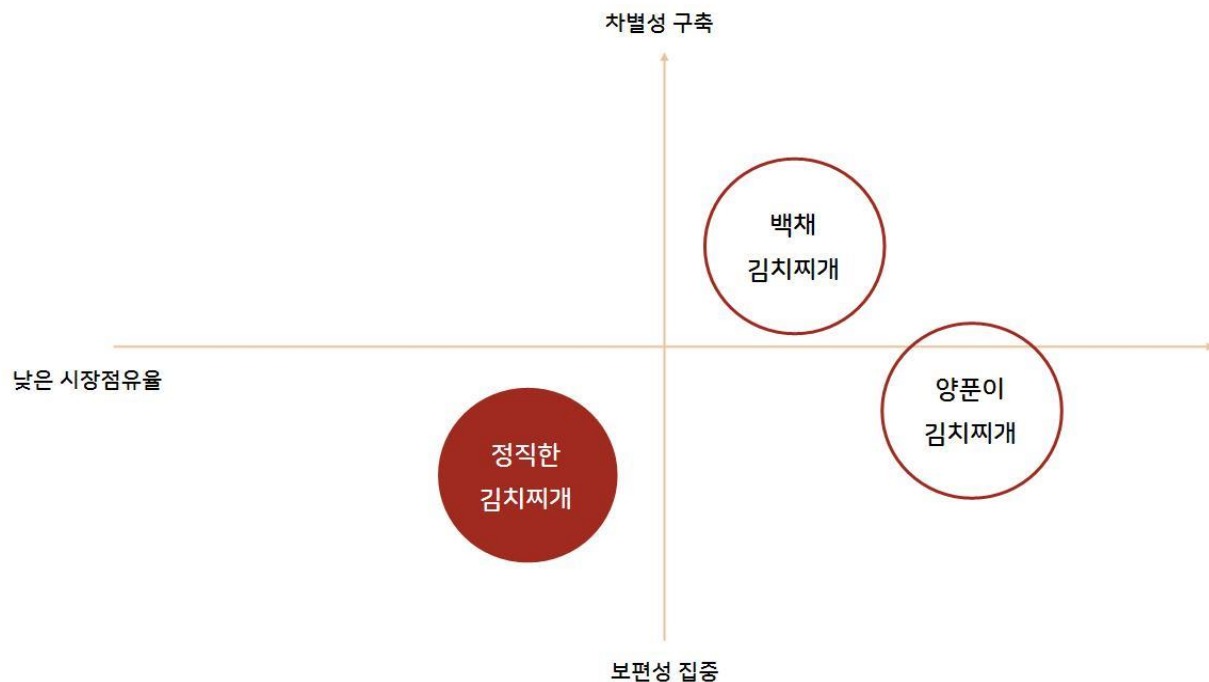
코로나19로 인해 거리두기 인식이 커지는 상황을 고려
최대한 접촉을 줄이는 방향으로 배치도를 제작
혼밥족을 위해 앞이 막혀 있는 형태의 1인 좌석 구비
* 각 탁상 사이 가림 판 배치

■ 솔루션 ③ 배달 서비스 도입 배경



경쟁점이 20대 고객층 유입의 단절요인 + 코로나 19 이후 오프라인 영업 매출 타격이 심함
기존 대학상권에 **배달 서비스 도입**으로 경쟁력 강화 필요성 多

■ 솔루션 ③ 배달의 민족 - 배달 서비스 도입



■ 경쟁사 배달 서비스 현황

구분	양푼이	백채
배달지역	사당동을 제외 동작구 전지역	흑석동, 노량진동, 상 도동
평점	4.9점	5점
최근리뷰(짤)	90(217)	92(62)
최소주문금액	8000원	12,000원
배달팁	2000원	최대 2000원

- ☑ 포지셔닝 맵을 통해 경쟁사 대비 낮은 시장점유율과 차별성 확인
 - ☑ 경쟁사 분석을 통해 김치찌개의 높은 배달 수요 및 배달 성적 확인
- 타겟 확장 및 1인 자취생들을 위한 배달 서비스를 통해 리포지셔닝

■ 단계별 솔루션 추진 예산 표

■ 솔루션1 – 홍보용 포토카드, 스티커 제작 비용

물품명	금액	수량	상품	금액
포토카드 24장	4,830원	10	https://url.kr/9cpbdw	48,300 원
스티커 17개	2,880원	14	https://url.kr/m4sv2u	40,320원
총합				88,620원

솔루션 1의 초기 금액을 약 10만원으로 측정하여 포토카드와 스티커를 각각 240장과 238개로 정했다. 포토카드, 스티커의 크기는 각각 5.5cm x 8.5cm, 8.5cm x 5.5cm임

■ 솔루션2 – 혼밥용 테이블 및 기타 물건 구입 비용

물품명	금액	수량	상품	금액
업소용 테이블	56,000원	7	https://url.kr/tnvuwo	392,000 원
가림판	14,940원	7	https://url.kr/m4sv2u	104,580원
휴대용 가스레인지	20,000원	7	https://url.kr/4c1yf7	140,000원
총합				636,580원

솔루션2의 예산 측정 기준은 위에서 제시하였던 배치도를 바탕으로 계산함

■ 솔루션3 – 배달 서비스 도입 시 측정 비용

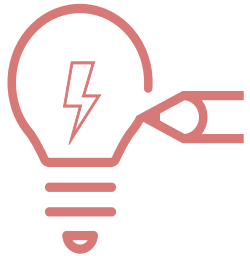
아래 자료는 정직한 김치찌개 메뉴 중 소상공인이 추천한 김치찌개 보통, 라면사리 금액인 15,500원을 기준으로 배달 서비스 비용을 측정해본 결과

배달 서비스종류	중개수수료	카드/결제	배달비	합계	배달비용 제외 매출
[배달의 민족] 울트라콜	월 88,000원 (@)	511(3.3%)	4,000	4511+@	10,989-@
[배달의 민족] 오픈리스트	1,154(7.45%)	511(3.3%)	4,000	5,665	9,835
[배달의 민족] 배민원(프로모션)	1,100	511(3.3%)	5,500	7,111	8,389
[배달의 민족] 배민원(원가격)	2,046(13.2%)	511(3.3%)	6,600	9,157	6,343
[요기요] 일반광고	2,131(13.75%)	511(3.3%)	4,000	6,642	8,858
[요기요] 요기요익스프레스(프로모션)	2,131 (13.75%)	511(3.3%)	3,190	5,832	9,668

경쟁 상권의 배달 서비스를 비교하자면, 서비스 이용시 음식 가격이 약 2,500원 상승하며 배달비용 또한 소비자에게 별도로 청구함.

결과적으로 이미 시스템이 갖춰져 있던 [배달의 민족] 울트라콜 서비스를 계속 사용하는 것이 이상적임.

기대효과



1. 소상공인 자생력 강화

- 상권분석 보고서와 경쟁사 분석을 통해 변화된 경영 환경에 대한 파악 가능
- 소상공인의 현재 경제적 상황을 고려해 효과적인 단계별 솔루션 제공



2. 매출 증가

- 제작된 콘텐츠를 활용하여 브랜드 인식도 및 고객 호감도 향상 기대
- 포스트 코로나 시대 온·오프라인 대응 체계 구축



3. 신규고객 확보

- 디지털 전환 시 흑석동에 한정된 고객층에서 벗어나 새로운 고객 확보 가능
- 혼밥 트렌드에 접근하여 환경 및 메뉴 서비스 개선을 통해 고객 확보

출처

"정직한 김치찌개" 소상공인 가게 정보 - 우리동네식품안전정보 [<https://www.foodsafetykorea.go.kr/portal/fooddanger/foodSafetyInfo.do>]

동작구 내 행정구역 인구분포 / 흑석동 내 나이분포 - KOSIS 국가통계포털 [<https://kosis.kr/index/index.do>]

요일별 유동인구 비율 / 흑석역 일일 평균 이용자수 - 서울시 우리마을가게 상권분석 서비스 [<https://golmok.seoul.go.kr/main.do>]

상권평가 / 평가지수 추이 / 매출분석 / 업종 추이 및 주요시설 현황 - 소상공인시장진흥공단 흑석동 상권분석보고서 [<https://sg.sbiz.or.kr/godo/index.sg>]

주요 경쟁 업체 간 지리적 상권 비교 - "정직한 김치찌개", "양푼이 김치찌개", "백채김치찌개 중앙대점" 각각의 반경 100m 상권분석 보고서 3장 [<https://sg.sbiz.or.kr/godo/index.sg>]

경쟁사분석 - [<https://100chae.com/>]

단계별 솔루션 추진 예산 표 - 배달의 민족 요기요 금액 측정 방식 [<https://blog.naver.com/sangeplus/222471612076>]

경쟁사 배달 서비스 현황 - 배달의 민족

#코로나19팬데믹극복 #함께이겨낼오늘

THANK YOU

청년 팀 데라벨 & 정직한 김치찌개