



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

입지요인이 음식점 매출액에 미치는
영향에 관한 연구

-서울시 패스트푸드점, 분식점, 제과제빵점을 중심으로-

**A Study on the Effects of Location Factors on the Sales of Fast-
food Restaurants, Korean Snack Bars, Bakery Shops in Seoul**

김 재 홍

한양대학교 부동산융합대학원

2015 년 8 월

석사학위논문

입지요인이 음식점 매출액에 미치는
영향에 관한 연구

-서울시 패스트푸드점, 분식점, 제과제빵점을 중심으로-

A Study on the Effects of Location Factors on the Sales of Fast-food Restaurants, Korean Snack Bars, Bakery Shops in Seoul

지도교수 최 창 규

이 논문을 공학석사학위논문으로 제출합니다.

2015 년 8 월

한양대학교 부동산융합대학원

도시·부동산개발전공

김 재 홍



이 논문을 김재홍의 석사학위논문으로 인준함.

2015 년 8 월

심 사 위 원 장 이주형



심 사 위 원 이명훈



심 사 위 원 최창규



한양대학교 부동산융합대학원



국문초록

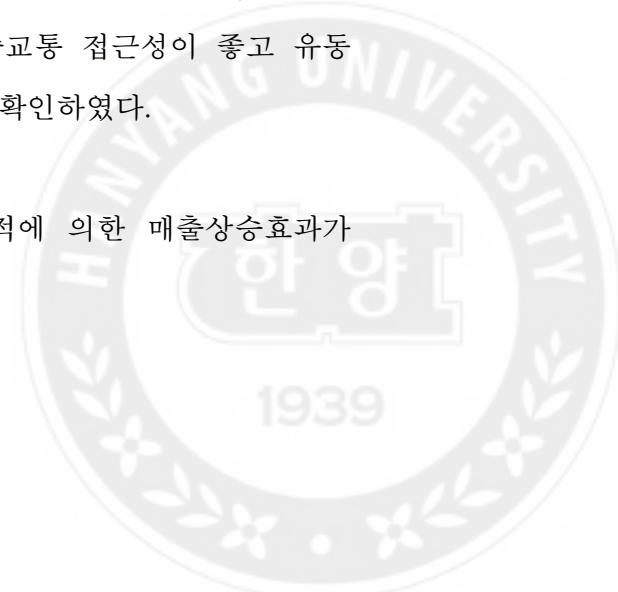
최근 우리나라는 베이비붐 세대의 은퇴가 현실화되고, 고용불안 등의 사회적 문제로 인해 창업에 대한 관심이 고조되고 있는 상황이다. 이러한 개인 창업이나 프랜차이즈 점포 창업이 늘면서 신규점포의 입지분석은 그 중요성이 더욱 커지게 되었으며 이에 대한 연구의 필요성도 높아지고 있다. 입지는 매장의 매출과 직결된다는 점에서 상업활성화와 관련하여 가장 중요하게 다루어야 할 요소라고 할 수 있다.

본 연구에서는 빅데이터를 활용하여 서울시 전체지역을 대상으로 점포의 매출액을 결정하는 입지요인에는 어떠한 것들이 있는지에 대해 인구특성, 경제특성, 접근성, 토지이용특성, 업종밀도, 지역특성 등의 측면에서 그 특징들을 다중회귀분석을 통하여 확인하였다. 연구대상 업종은 불황기에도 창업시장에서 꾸준히 관심을 받고 있는 대표적인 업종인 패스트푸드, 분식, 제과제빵업종을 선정하여 연구를 수행하였다.

패스트푸드점은 근린생활상권 지역, 버스정류장거리가 가까운 지역, 용적이 높고 큰 건물이 많은 지역 등이 적합한 입지조건으로 분석되었다. 한편, 보행량과는 매출과 유의한 상관관계가 없는 것으로 나타났다.

분식점은 대중교통 접근성이 좋고 유동인구가 많은 역세권 지역, 다양한 용도의 복합도가 높은 지역이, 제과제빵점은 대중교통 접근성이 좋고 유동인구가 많은 역세권 지역이 유망한 입지조건임을 확인하였다.

3개 업종 모두 유사업종인 음식업종 간의 집적에 의한 매출상승효과가



있고, 대중교통 접근성이 중요하며, 상주인구밀도와 건폐율에 영향을 받지 않는다는 공통점이 있다.

또한 상권을 분석하고 매출을 예측할 경우 중요한 요소로 꼽을 수 있는 보행량과 관련하여 보행량이 업종별 매출액에 미치는 영향관계를 확인하기 위해 음식업 10개 업종을 대상으로 분석한 결과 업종별로 다방/커피, 분식, 제과제빵, 별식/퓨전요리 등의 순으로 보행량과 매출 간의 영향도가 높은 것으로 나타났으며, 반면에 중식의 경우에는 보행량과 매출과의 상관관계가 통계적으로 유의하지 않다는 것을 확인하였다.

보행량과 매출액의 관계는 해당 업종에 따라 그 민감한 정도가 다르게 나타나고 있음을 확인할 수 있었으며, 어떤 업종에서는 보행량과 매출이 상호 연관성을 가지고 있지 않음도 알 수 있었다.

주제어 : 입지요인, 보행량, 매출액, 패스트푸드, 분식, 제과제빵



목 차

국문초록	Abstract	i
목 차	Contents	iii
표 목 차	Table	vi
그림목차	Drawing / Figures	vii

제 I 장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	3
제2절 연구의 범위 및 방법	4
1. 연구의 범위	4
2. 연구의 방법	10
제3절 연구의 흐름	12

제 II 장 이론 및 선행연구 고찰

제1절 이론고찰	14
1. 상업입지 관련 이론	14
2. 보행과 도시활력	21



제2절 선행연구 검토.....	24
1. 상업매출과 입지요인에 관한 연구.....	24
2. 보행량과 상업매출에 관한 연구.....	28
3. 가로활성화 및 보행영향요소에 관한 연구.....	30

제3절 연구의 차별성.....	33
------------------	----

제Ⅲ장 변수설정 및 자료수집

제1절 변수의 구성과 정의.....	34
1. 자료의 특성.....	34
2. 선행연구를 통한 변수 도출.....	37
3. 변수의 설정 및 정의.....	40

제2절 분석자료 구축.....	43
1. 변수구축방법.....	43

제3절 분석모형의 설정.....	47
1. 상관관계분석.....	47
2. 다중회귀분석.....	47



제Ⅳ장 보행량 및 입지요인에 따른 매출액 영향 분석

제1절 업종별 보행량과 매출액의 상관관계 분석.....48

1. 기초통계분석.....48
2. 업종별 상관계수 분석.....49

제2절 입지요인이 매출액에 미치는 영향 분석.....51

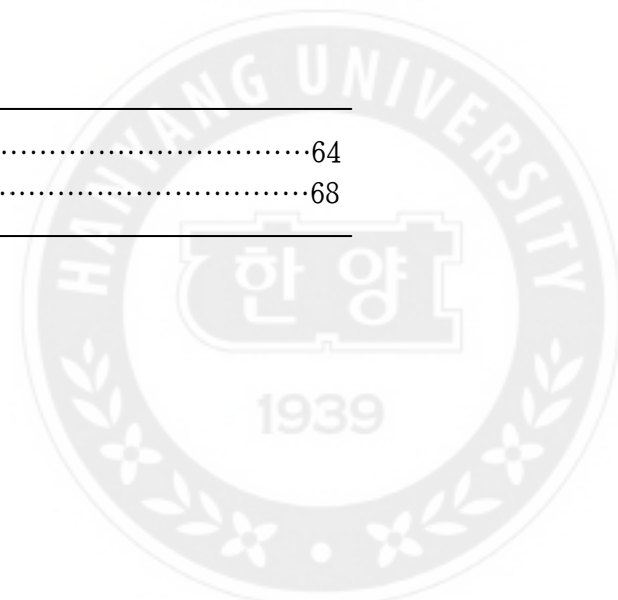
1. 기초통계분석51
2. 변수간 상관분석.....52
3. 패스트푸드점 매출액 영향요인 분석.....53
4. 분식점 매출액 영향요인 분석.....57
5. 제과제빵점 매출액 영향요인 분석.....59

제Ⅴ장 결론

제1절 연구의 결론.....61

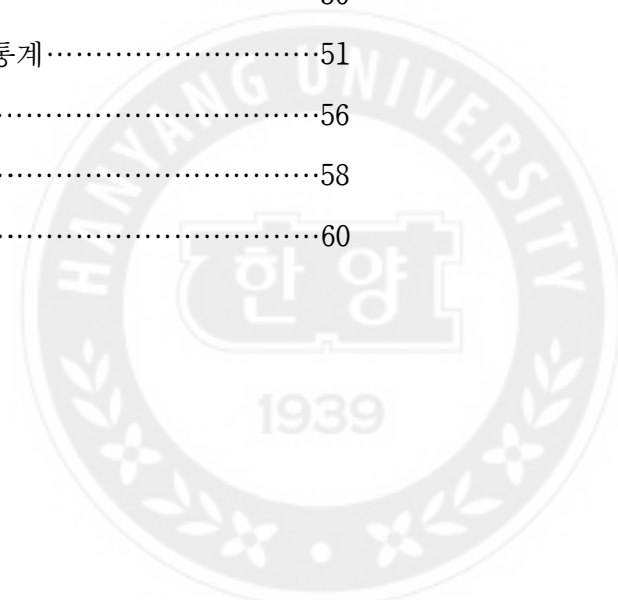
제2절 연구의 시사점 및 한계점.....63

참고문헌	Bibliography.....	64
부록	Appendix.....	68



표목차

[표 1]	소단위 크기 비교.....	5
[표 2]	전국 점포의 업종 구성비.....	6
[표 3]	패스트푸드전문점 3사 매장수 비교.....	7
[표 4]	국내 주요 패스트푸드점 매출 및 매장수 현황.....	8
[표 5]	국내 주요 분식/제과제빵점매출 및 매장수 현황.....	9
[표 6]	연구의 방법.....	11
[표 7]	입지와 상권의 개념 비교.....	14
[표 8]	크리스탈러의 중심지이론과 로쉬의 중심지이론 비교.....	16
[표 9]	보행정책 관련 법률 내용.....	23
[표10]	상업매출과 입지요인 관련 선행연구.....	27
[표11]	보행량과 상업매출 관련 선행연구.....	29
[표12]	가로활성화 및 보행 영향요소 관련 선행연구.....	32
[표13]	자치구별 보행량 조사지점 현황.....	36
[표14]	선행연구 사용변수 및 적용 검토.....	39
[표15]	변수의 설정 및 정의.....	42
[표16]	변수의 자료 출처.....	43
[표17]	토지이용복합도(LUM) 산정 시 용도 구분.....	46
[표18]	보행량 및 업종별 매출액 기초통계.....	48
[표19]	보행량 및 업종별 매출액 상관계수.....	50
[표20]	패스트푸드, 분식, 제과제빵 업종 기초 통계.....	51
[표21]	패스트푸드점 다중회귀분석 결과.....	56
[표22]	분식점 다중회귀분석 결과.....	58
[표23]	제과제빵점 다중회귀분석 결과.....	60



그림목차

[그림1] 프랜차이즈 가맹점 창업 성공요인.....	2
[그림2] 연구의 흐름.....	13
[그림3] 카드사 시장점유율.....	35
[그림4] 서울시 유동인구 조사지점.....	36
[그림5] 보행량 변수 데이터 구축방법.....	44
[그림6] 접근성 변수 데이터 구축방법.....	44
[그림7] 소단위 내 건물들의 분포.....	45



제 I 장 서 론

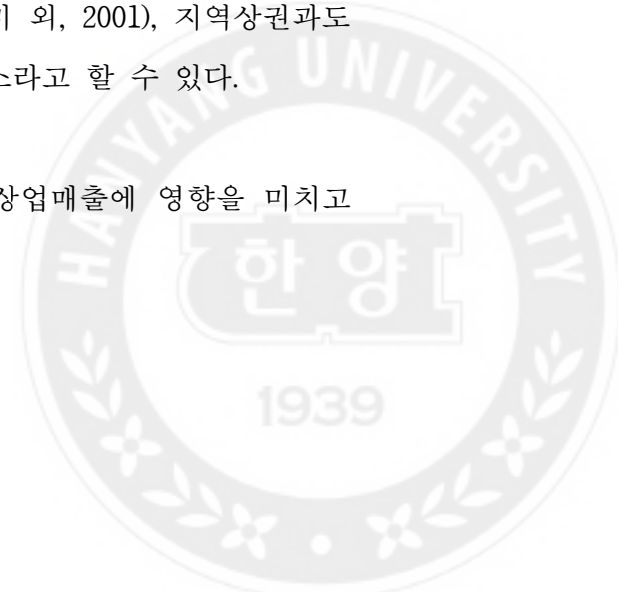
제1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

최근 우리나라에서는 은퇴인구 증가, 실업률 증가, 고용불안 문제 등으로 인하여 창업이 늘어나고 있는 추세이다. 이러한 개인창업이나 프랜차이즈 점포 창업이 늘면서 신규점포의 입지에 대한 분석은 그 중요성이 더욱 커지게 되었다. 입지는 점포의 성공에 영향을 미치는 여러 요인 중에서 가장 중요한 요인이며 점포의 입지가 좋으면 비효율적인 경영으로 인하여 발생하는 문제점들을 극복할 수 있지만 입지가 나쁘면 경영이 효율적이라 하더라도 점포 경영을 성공시키기는 어렵다(황규성·이찬호, 2014). 소매점 창업에 있어서 입지선정은 매우 중요한 전략적 의사결정이며, 실제 입지에 따라 매출이나 이익이 좌우되는 경우가 많아 사업의 성공여부에 절대적인 영향을 끼친다(이임동 외, 2010).

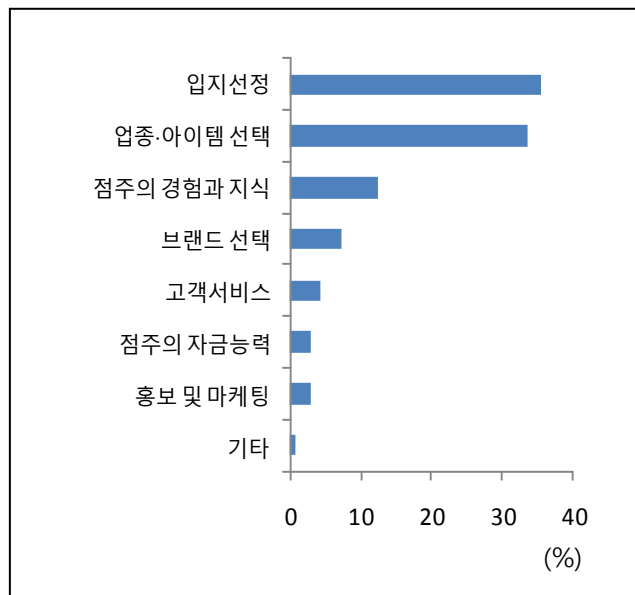
또한 상업시설에서 상권을 분석하고 매출을 예측할 경우 중요한 기초자료로서 보행량(유동인구)을 꼽을 수 있다. 어느 지역의 활성화 정도는 방문자 수에 의해 평가될 수 있고(김홍순, 2010), 보행 유동인구가 증가하면 입점객과 매출액도 비례하여 증가할 것이며(신선미 외, 2001), 지역상권과도 연관되어 있어 보행량은 지역활성화에 중요한 요소라고 할 수 있다.

이와 같이 보행을 포함한 다양한 입지요인은 상업매출에 영향을 미치고



있음을 알 수 있으며, 매출액에 영향을 미치는 입지요인에는 어떠한 것들이 있는지, 보행량이 매출액에 긍정적인 영향을 미치고 있는지, 업종별로는 어떠한 차이가 있는지 등에 대한 영향관계를 분석할 필요가 있다.

[그림 1] 프랜차이즈 가맹점 창업 성공요인



출처 : 대한상공회의소 프랜차이즈 가맹점 창업 실태 및 성공요인 조사(2012)



2. 연구의 목적

본 연구에서는 빅데이터를 활용하여 서울시 전체를 대상으로 업종별 매출액과 입지요인 자료를 분석하여 인구특성, 경제특성, 접근성, 토지이용 특성, 업종밀도, 지역특성 등의 다양한 입지요인들이 상업활성화에 어떠한 영향을 미치는 지 확인하고자 한다.

또한 보행량이 업종별 매출액에 미치는 영향을 파악하여 업종별로 미치는 영향 정도를 확인하고자 한다. 특히 ‘화장품 소매점의 경우 보행량과 매출과의 관계에서 유의미한 변수가 나타나지 않았다(김수현, 2014)’ 등의 선행연구를 살펴 볼 때 업종에 따라 보행량에 영향을 받는 정도가 상이하게 나타날 것으로 예상되며, 어떠한 업종이 보행량에 더 민감하게 나타나는지 또는 관련성이 낮은지를 확인하고자 한다.



제2절 연구의 범위 및 방법

1. 연구의 범위

1.1 공간적 · 시간적 범위

본 연구의 공간적 범위는 서울시 전체를 대상으로 하였다. 그리고 업종별 매출액 데이터가 구축되어 있는 SK Telecom Geovision¹의 자료가 소단위를 기준으로 구축되어 있어 모든 데이터는 소단위²별로 구축하여 연구에 사용하였다.

본 연구의 시간적 범위는 업종별 매출액 데이터를 제공해 주는 SK Telecom Geovision의 자료가 2012년도를 기준으로 구축되어 있고, 보행량에 대한 데이터를 제공해 주고 있는 서울시 유동인구조사가 2009년 1차 조사에 이어 2차 조사가 2012년도에 이루어짐에 따라 전체적으로 2012년도를 기준으로 설정하였다. 다만, 인구특성 자료 중 인구밀도는 인구총조사자료(2011)를 사용하였다.

SK Telecom Geovision의 카드승인금액은 가맹점 개별적으로는 정보보호 차원에서 공개되지 않으므로 개별 가맹점의 정확한 위치 등을 파악 할 수 없고 소단위별 데이터가 구축되어 있다. 그래서 소단위별 점포별 평균 카드승인금액을 변수로 활용 가능하다. 소단위는 통계청에서 사용하고 있

¹SK텔레콤의 빅데이터 분석서비스 브랜드인 지오비전은 지오그래픽 기반으로 개인, 창업자, SOHO, 중소기업, 대기업, 공공대상 맞춤형 빅데이터 상품을 제공함 (<http://www.geovision.co.kr>)

²소블록 단위는 통계청 집계구 단위를 기초로 하여 소득수준, 건물용도, 거주형태를 고려하여 특히 상권지역을 대상으로 영역을 보다 세분화하여 설정한 공간단위이다.

는 통계집계 최소단위인 집계구보다 더 작은 단위이다.

[표 1] 소단위 크기 비교

구분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
동단위	467 개	10,725.51 m ²	18,122,932.80 m ²	1,295,753.18 m ²	2,097,456.44 m ²
집계구 단위	16,092 개	463.79 m ²	10,119,370.90 m ²	37,691.33 m ²	192,418.70 m ²
소단위	18,492 개	577.41 m²	6,643,397.61 m²	32,799.10 m²	154,372.17 m²

출처 : SKT 지오비전(2012.9)

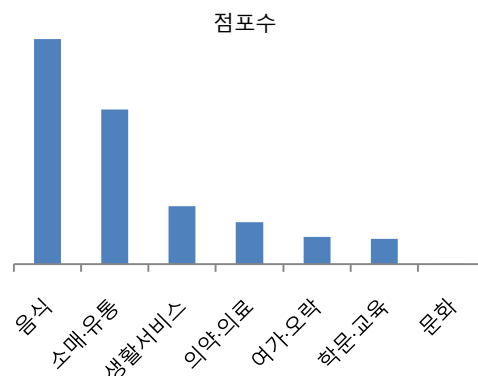


1.2 업종의 범위

본 연구에서 업종의 범위는 첫째, 보행량과 업종별 매출액의 긍정적인 영향관계 및 민감한 정도를 파악하기 위한 상관관계 분석업종으로 국내 점포 중 가장 점포수가 많은 음식 업종을 대상으로 하여 다방/커피, 별식/퓨전요리, 분식, 양식, 수산물, 제과제빵, 패스트푸드, 일식, 중식, 한식 등 10개의 세부 업종에 대하여 연구를 진행하였다.

[표 2] 전국 점포의 업종 구성비

대분류 업종	점포수	구성비
음식	480,753	42.2%
소매·유통	330,780	29.0%
생활서비스	123,934	10.9%
의약·의료	89,846	7.9%
여가·오락	58,628	5.1%
학문·교육	54,182	4.8%
문화	684	0.1%
합계	1,138,807	100%



출처 : 나이스비즈맵 상권분석시스템 제공 / 창업&프랜차이즈(2015.3월호)

둘째, 입지요인과 매출액에 대한 영향관계 연구는 음식 업종 중 3개의 업종을 선정하여 분석을 수행하였다. 불황기에도 창업시장에서 꾸준히 관심을 받고 있는 대표적인 업종인 패스트푸드, 분식, 제과제빵업종을 대상으로 입지요인이 업종별 매출에 미치는 영향에 대하여 연구를 진행하고자 한다.



저렴하고도 빠르고 간편하게 한끼 식사를 할 수 있는 패스트푸드점³은 불황기에 강하다는 통설을 증명하듯이 최근 매장수 및 매출이 계속 증가 추세에 있다. 롯데리아, 맥도날드, 버거킹 등 패스트푸드업계 빅3가 장기간 지속되는 경기불황에도 아랑곳하지 않고 점포를 확장하고 있다(조세일보, 2015.02.26).

[표 3] 국내 패스트푸드전문점 3사 매장수 비교

브랜드명	2012년	2013년	2014년	증감	증감률
롯데리아	1,068개	1,157개	1,261개	104개	9.0%
맥도날드	229개	282개	396개	114개	40.4%
버거킹	131개	156개	199개	43개	27.6%

출처 : 공정거래위원회(직영점 포함), 2014년 현황은 각사 제공 / 조세일보(2015.02.26)

³SK Telecom Geovision에서 데이터를 제공하는 패스트푸드점의 종류에는 패스트푸드전문점, 피자전문점, 샌드위치/토스트, 도너츠, 도시락, 아이스크림 판매점 등이 있다.



패스트푸드점의 세부 업종을 보면 패스트푸드전문점, 피자전문점, 아이스크림전문점, 도너츠전문점 등이 매출과 매장수에서 규모가 큰 것으로 파악되었다.

[표 4] 국내 주요 패스트푸드점 매출 및 매장수 현황(2012년 기준)

구분	브랜드명	매출액 (억원)	영업이익 (억원)	매장수	비고
패스트푸드 전문점	롯데리아	8,767	526	1,068개	
	맥도날드	3,822	106	229개	
	버거킹	204	7	131개	
피자전문점	미스터피자	1,767	96	401개	
	피자헛	1,561	15	316개	
	도미노피자	1,351	105	372개	
샌드위치전문점	서브웨이	2,110	72	59개	
토스트전문점	이삭토스트	140	8	704개	
도너츠전문점	던킨도너츠	4,829	439	886개	
도시락전문점	본도시락	1,132	21	99개	
	한솔	625	39	621개	
아이스크림 전문점	나뚜루	8,767	526	220개	
	콜드스톤	8,552	64	46개	
	배스킨라빈스	4,829	439	1,020개	

출처 : 공정거래위원회 가맹거래사업 정보공개서

분식점 창업은 소자본 창업시장의 스테디셀러로 꾸준한 관심을 끌고 있는 업종인 동시에 끊임없이 변화하고 진화하고 있는 업종이기도 하다(한국경제 TV, 2014.04.28). 대한민국 대표 스테디셀러 창업아이템인 분식집이 2015년 새롭게 주목 받고 있다. 올해 분식집 창업에 더욱 관심이 집중되는 것은 ‘1인 가구’의 급증과 밀접한 관련이 있다(뉴스1, 2015.05.28).



제과점은 불황기에도 안정적인 수익이 난다는 인식이 강해 최근 경기침체에 대한 우려가 강해지면서 권리금이 다시 오르고 있는 상태다(머니투데이, 2011.06.16).

분식업종은 떡볶이, 국수, 우동, 김밥전문점 등의 세부 업종을 포함하고 있으며, 제과제빵업종을 보면 국내 빅2 브랜드가 시장을 주도하고 있는 것으로 파악되었다.

[표 5] 국내 주요 분식/제과제빵점 매출 및 매장수 현황(2012년 기준)

구분	브랜드명	매출액 (억원)	영업이익 (억원)	매장수	비고
분식	조스떡볶이	377	41	256개	
	아딸	130	30	749개	
	올떡볶이	118	0.3	377개	
	하코야	248	2	74개	
	김가네김밥	269	2	406개	
	국수나무	315	15	300개	
제과제빵	파리바게뜨	16,214	586	3,213개	
	뚜레쥬르	8,553	64	1,280개	

출처 : 공정거래위원회 가맹거래사업 정보공개서



2. 연구의 방법

본 연구는 서울시 전체를 대상으로 음식 업종 중 패스트푸드점, 분식점, 제과제빵점에 대하여 업종별 매출액에 영향을 미치는 입지요인에 대하여 분석하고자 하였으며, 또한 음식업 10개 업종별로 매출과 보행량의 영향관계의 민감한 정도를 확인해 보고자 하였다. 연구는 다음과 같이 4단계로 나누어 진행하였다.

첫째, 이론 및 선행연구를 통해 상업매출에 영향을 미치는 입지요인 및 보행과 상업활성화의 관계를 고찰하여 본 연구의 연구방향을 설정하였다.

둘째, 입지요인, 보행 및 상업매출과 관련한 선행연구들을 통해 매출액에 영향을 미치고 있는 주요 변수들을 도출하였으며, 인구특성, 경제특성, 접근성, 업종밀도, 토지이용특성 등의 변수를 설정하여 연구에 사용하였다.

셋째, 각 특성별로 구성된 변수들에 대하여 업종별 매출액 데이터 및 서울시 유동인구조사자료를 기준으로 소단위로 자료를 구축하였다.

넷째, 우선 업종별 보행량과 매출의 상관관계 분석을 실시하여 업종별로 보행량과 매출 간 영향관계의 민감한 정도를 확인하였고, 패스트푸드점, 분식점, 제과제빵점에 대하여 보행량을 포함한 입지요인들이 상업매출에 미치는 영향을 정량적으로 확인하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 본 연구에서는 분석을 위해 SPSS 10.0 등을 분석의 도구로 사용하였다.



[표 6] 연구의 방법

단계	연구내용
선행연구 검토	<ul style="list-style-type: none"> 입지·상권 이론, 상업매출과 입지요인에 관한 연구 고찰 보행량과 상권활성화에 대한 이론 및 선행연구 고찰
변수 도출	<ul style="list-style-type: none"> 매출, 입지요인, 보행 등에 대한 선행연구들을 통해 매출액에 영향을 미친다고 판단되는 주요 변수를 도출하여 분석에 사용 인구특성, 경제특성, 토지이용특성, 접근성 등에 대한 변수 도출
데이터 구축	<ul style="list-style-type: none"> 도출한 변수를 대상으로 업종별 매출액 데이터 및 서울시유동 인구조사자료를 활용하여 데이터를 구축 모든 데이터는 소단위별로 구축
실증 분석	<ul style="list-style-type: none"> 음식점 10개 업종을 대상으로 보행량과 매출 간 상관분석 실시 입지요인이 패스트푸드점, 분식점, 제과제빵점의 업종별 매출액에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 다중회귀분석을 이용하여 분석



제3절 연구의 흐름

1장 서론에서는 본 연구의 배경 및 목적에 대하여 밝히고 연구의 필요성에 대하여 언급하였다. 또한 공간적, 시간적, 업종별 범위를 설정하고 전체적인 연구의 방법 및 흐름을 제시하였다.

2장은 이론 및 선행연구 고찰 단계로 상업입지이론, 보행과 도시활력에 대한 기본적인 개념을 정리하고 선행연구들을 살펴 보았다. 선행연구들은 크게 상업매출과 입지요인, 보행량과 상업매출, 가로활성화 및 보행영향요소에 관한 연구 등으로 구분하여 고찰하였다.

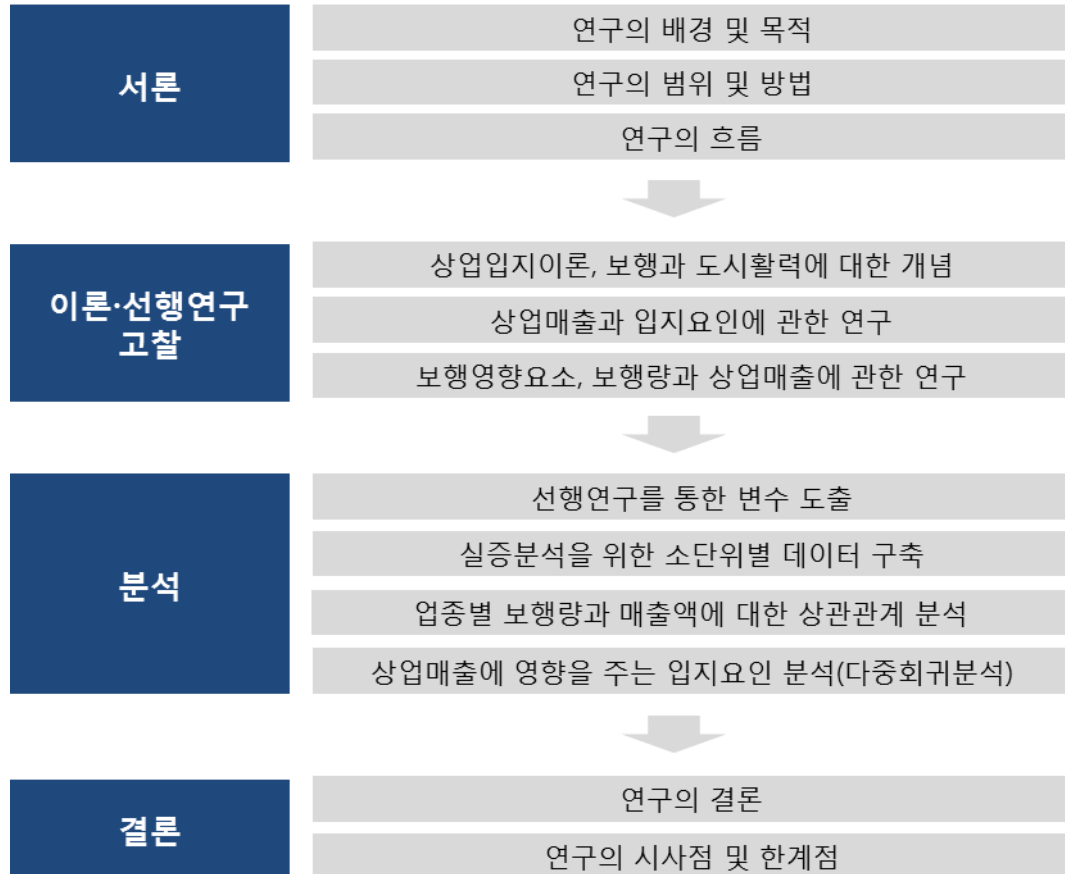
3장은 선행연구에서 다루어진 변수들을 토대로 본 연구의 분석에 필요한 변수들을 도출하고 특성별로 정리하였다. 매출액 데이터를 중심으로 각 변수들에 대한 데이터 구축방법을 제시하였다.

4장은 데이터분석을 통하여 음식 업종별 보행량과 매출액에 대한 영향관계의 민감한 정도를 확인하고, 회귀분석을 통하여 패스트푸드점, 분식점, 제과제빵점의 매출액에 영향을 주는 입지요인들을 확인하였다.

5장은 4장에서 분석한 내용을 종합하여 업종별 매출과 보행량의 영향관계 및 업종별로 매출에 영향을 미치는 입지특성들을 파악하여 연구의 결론을 제시하였다. 연구의 시사점을 도출하고, 한계점에 대해 제시하였다.



[그림 2] 연구의 흐름



제Ⅱ장 이론 및 선행연구 고찰

제1절 이론 고찰

1. 상업입지 관련 이론

입지란 대지나 점포가 소재하고 있는 위치적인 조건을 말하고, 상권이란 점포와 고객을 흡인하는 지리적 영역이며, 모든 소비자의 공간 선호의 범위를 의미하기도 한다. 따라서 상권의 크기를 구분할 때 대표적인 상품 판매액의 약 70%를 차지하는 지역을 1차상권, 다음 25%가 거주하는 지역을 2차상권, 그 나머지를 3차상권이라 말한다(한국프랜차이즈협회, 2004. “프랜차이즈 입지 및 상권분석 연구”).

[표 7] 입지와 상권의 개념 비교

구분	입지	상권
개념	대지나 점포가 소재하고 있는 위치적인 조건(Location)	대지나 점포가 미치는 영향권의 범위(Trading Area)
물리적 특성	평지, 도로변, 상업시설, 도시계획 지구 등 물리적 시설	대학가, 역세권, 아파트단지, 시내 중심가, 먹자상권 등 비물리적인 상거래 활동공간
KEY WORD	Point	Boundary
등급구분	1급지, 2급지, 3급지	1차상권, 2차상권, 3차상권
분석방법	점포분석, 통행량분석	업종경쟁력 분석, 구매력 분석
평가기준	권리금, 임대료(평당 단가)	반경 거리(250m, 500m, 1km)

출처 : 한국프랜차이즈협회(2004), 프랜차이즈입지 및 상권분석 연구



모든 입지이론의 기초는 접근성에 바탕을 둔다고 할 수 있으며, 접근성에 의해 공간은 구분된다. 1930년대 독일의 경제지리학자인 크리스탈러(Christaller)가 정립한 중심지이론은 도시나 지역의 공간구조의 형성 원리를 설명하는 간단하면서도 유용한 이론이며, 오늘날까지도 공간 구조를 분석하는데 널리 적용되는 이론이다. 중심지이론의 핵심은 중심지간 간격과 중심지들의 배열에 대한 규칙성을 찾는 것이다. 3가지 원리, 즉 시장원리, 교통원리, 행정원리에 의해 중심지체계가 형성된다고 하였다.

한편, 로쉬(Lösch)는 크리스탈러의 중심지이론이 현실을 설명하는데 한계가 있으며, 중심지형성의 원리도 시장과 교통 그리고 행정의 원리 외에도 수많은 원리가 작용함을 주장하였다. 로쉬의 중심지체계의 특징으로 중심지 사이의 거리 최소화와 발생하는 교통비의 최소화, 소비자 구매력의 극대화 및 도로거리의 최소화로 요약됨을 설명하였다. 그리고 이러한 특징을 갖는 중심지체계의 형성원리를 로쉬는 최소노력의 원리라고 하였다. 로쉬의 이론은 크리스탈러의 이론에 비해 유연하고 현실적이지만 이론으로서의 모호한 점도 가지고 있다(김홍배, 2011. “입지론”).



[표 8] 크리스탈러의 중심지이론과 로쉬의 중심지이론 비교

구분	Christaller	Lösch
접근방식	묘사적 접근	규범적 접근
중심지위계 결정	Functional Mixture(FM)와 Hierarchical Position(HP)가 일치/비례	FM과 HP가 일치/비례하지 않음 (포섭원리 ⁴ 가 적용되지 않음)
중심지특화	중심지특화가 허용되지 않음	중심지특화가 허용됨
중심지간 관계	경쟁적	상호보완적
원리	K=3,4,7 Principle (시장, 교통, 행정의 원리)	The Principle of least Efforts (최소노력의 원리)
공간구조	대칭구조	비대칭구조
공간체계	고정된 공간체계	유연한 공간체계

⁴어떤 위계의 중심지는 그의 위계에 해당하는 제품을 공급할 뿐만 아니라 그보다 낮은 위계의 모든 제품도 함께 공급함을 가리키는 원리



그리고, 단일점포 입지모델뿐만 아니라 다점포 입지모델로 입지와 관련한 문제들에 폭넓은 도움을 주고 있는 분석방법이 공간상호작용모델(spatial interaction model:SIM)이다. 이 공간상호작용모델 중에서 가장 많이 활용되고 있는 것은 Huff모델(Huff model)이다. David Huff가 60년대 초 상권을 추정하기 위한 모델을 소개한 후 소매점포에 대한 소비자 점포선택행동과 소매상권의 크기를 측정하는데 가장 널리 이용되어 왔다. Huff(1963)는 도시 내 공간구조를 분석하기 위해서 소비자행동에 주목하여, 상권에 가장 강한 영향력을 미치는 요소는 소비자라고 생각하였다. 구매처가 한정되어 있는 농촌지역에서 소비자는 레일리 법칙에 따라 규모가 크고 가장 가까운 도시에 입지하고있는 점포를 자주 방문한다. 그러나 도시지역 내에서도 구매처는 다수 존재하고 있고, 그 중에서 특정 점포를 방문하는 행위는 확률적으로 일어난다고 하는 것이다. 더구나 상권의 존재도 확률적이라고 생각하였다. 이리하여 허프는 도시를 중심으로 한 상권법칙을 소매상업시설을 중심으로 법칙화하고, 선매품을 기준으로 한 법칙에서 개개의 상품에 대해서도 상권을 파악할 수 있는 법칙을 제시하였다(박철주 외, 2006). 허프모델식은 다음과 같다

$$P_{ij} = \frac{\frac{S_j}{T_{ij}^\lambda}}{\sum_{j=1}^n \frac{S_j}{T_{ij}^\lambda}}$$

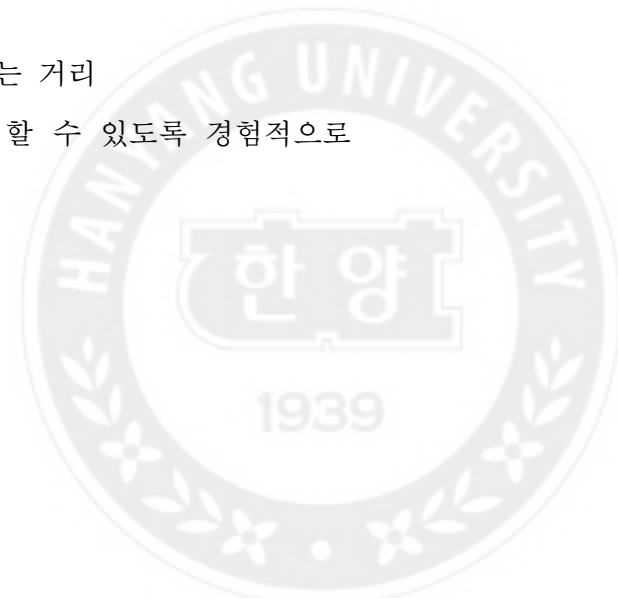
P_{ij} : 지역 i의 소비자가 소매시설 j에 방문할 확률

S_j : 소매시설 j의 규모

T_{ij} : 지역 i에서 소매시설 j까지의 소요시간 또는 거리

λ : 각종 쇼핑행동에 걸리는 시간효과를 반영할 수 있도록 경험적으로 추정된 계수

n : 경합하는 총점포의 수



한편, 일반적으로 상권분석을 위해 가장 많이 활용되고 있는 것이 중력 모형을 이용한 방법이다. 중력모형이란 두 물체의 질량의 곱에 비례하고 두 물체 사이의 거리 제곱에 반비례한다는 만유인력의 법칙을 이용하여 거리에 따른 공간 상호작용의 정도를 나타낸 것이다(태경섭, 2010).

레이리(Reilly)의 소매인력법칙은 2개의 소매상업도시가 그 중간에 있는 지역으로부터 흡인할 수 있는 판매액의 비율은 두 도시의 인구비율에 비례하며 두 도시로부터 중간지역에 이르는 거리비율의 제곱에 반비례한다는 것을 설명하고 있다(유승환, 2002). 이러한 레이리 소매인력의 법칙을 설명하는 기본 식은 다음과 같다.

$$\frac{R_a}{R_b} = \left[\frac{P_a}{P_b} \right] \left[\frac{D_a}{D_b} \right]^2$$

R_a : A도시로 흡인되는 중간지역 소매판매액

R_b : B도시로 흡인되는 중간지역 소매판매액

P_a : A도시의 인구

P_b : B도시의 인구

D_a : 중간지역으로부터 A도시까지의 거리

D_b : 중간지역으로부터 B도시까지의 거리



그리고 넬슨(Nelson)은 상권의 소매입지이론에서 소매상점의 입지에 관한 8가지 원칙을 다음과 같이 제시하였다(한국프랜차이즈협회, 2004. “프랜차이즈 입지 및 상권분석 연구”).

첫째, 현재의 지역후보의 적합성 측면에서 입지하려고 하는 지역의 상권을 결정하고 인구, 소득, 소비, 소비지출내역 등을 조사하여 그 지역에서 개점하는 것이 어느 정도 소매입지로 적당한가를 판단하여야 한다.

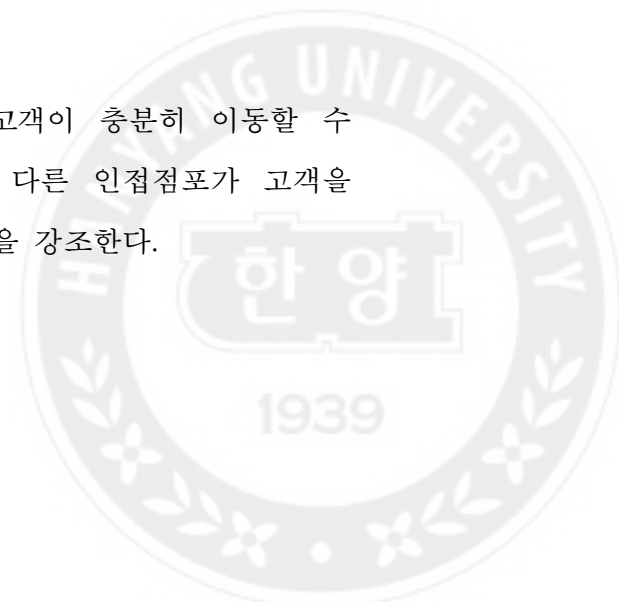
둘째, 잠재적 발전성 측면에서 가급적 인구나 수입이 증대하고 있는 상업지역 내에 입지해야 한다.

셋째, 고객의 중간유입에 대한 측면에서 상업지역에 가는 도중에 고객을 중간에 유인하기 위하여 그들의 주거지와 전에 다니던 장소의 중간에 점포를 개점하는 것이 유리하다.

넷째, 상거래지역에 대한 적합성 측면에서 자발적 판매, 공유적 판매, 충동적 판매를 고려하여 현실적으로 그 점포가 충분한 고객을 확보할 수 있는가를 판단하여야 한다.

다섯째, 집중·흡인력측면에서 떨어져서 독립적으로 존재하는 것 보다는 서로 집중된 것이 업종에 따라 유익한 경우가 많다. 동일업종이나 보조적 업종관계에 적용된다.

여섯째, 구매고객의 유동을 방해하지 않고 고객이 충분히 이동할 수 있도록 배려하여야 한다. 즉 양립성이란 서로 다른 인접점포가 고객을 주고 받는 현상을 의미하는데, 특히 넬슨은 이점을 강조한다.



일곱째, 경합성의 최소화 측면에서 상업지역은 경합이 가장 적은 장소를 택하여야 한다.

여덟째, 용지경제학 측면에서 투자하는 자본에 대해 생산성과 장래의 성장을 가장 확실하게 보장해 주는 용지를 택한다.

이와 같이 넬슨은 입지의 타당성을 결정함에 있어서 상권내의 인구, 소득, 점포의 입지유형, 경합상태, 지가수준, 장래의 발전가능성을 종합적으로 분석할 것을 강조하고 있다.



2. 보행과 도시활력

보행은 인간의 가장 기본적인 통행수단으로 타 교통수단과 연계된 통행의 경우 항상 시작과 끝을 구성한다. 동시에 인간의 기본 권리인 이동의 자유를 보장하는 가장 기본적인 친환경수단으로 교통에서 부차적인 수단이 아닌 가장 핵심적인 수단으로 다루어져야 할 것이다(이향숙 외, 2014).

보행은 건강적인 측면, 친환경적인 측면에서 우리 사회에서 중요하게 다루어져야 할 이동의 수단이기도 하다. 최근 이러한 보행자에 대한 관심이 급증하면서 걷고 싶은 거리, 보행자전용지구, 대중교통전용지구 등의 보행 활성화를 위한 노력이 많이 나타나고 있다.

보행은 또한 지속가능개발이라는 패러다임으로 추진되고 있는 압축도시(compact city), 대중교통 중심 개발(transit oriented development), 복합개발(mixed use development) 등의 기초를 이루고 있는 통행 수단이기도 하다.

인구밀집지역의 보행공간은 공간으로서의 기능적·공간적 여유와 함께 환경적으로 쾌적함을 누릴 수 있어야 한다. 이것은 보행이 단순히 이동이라는 목적을 가진 교통수단의 의미를 넘어서 보행로를 통해 옥외공간에서 이루어지는 생활 전반에 활력과 새로움을 주는 역할을 할 수 있기 때문이다. 따라서 보행공간은 걷기 위한 공간의 차원을 넘어 생활공간으로 이해되어야 한다(도시미래신문, 2015.03.20).



Jane Jacobs는 「미국 대도시의 죽음과 삶」에서 도시에서 다양성은 보행의 활동을 증진시키고, 이런 다양성이 있는 도시들은 활력이 넘쳐난다고 주장하였다. 또한 대안적 도시 살리기 방안으로 거리에 많은 사람이 다니도록 하는 것, 오래된 건물들을 그대로 두는 것, 인기 있는 업종만이 아니라 여러 용도의 혼합이 이루어져야 한다는 것 등을 제안하였다.

보행은 환경과 에너지, 지역사회와 경제, 개인의 건강과 삶의 질 측면에서도 지속가능성을 높이는데 기여한다고 할 수 있다. 특히 꾸준한 보행 유동인구는 가로변의 상권을 뒷받침해 준다고 할 수 있다(윤나영, 2013).

상업가로의 활성화는 다양한 보행행태에 의해 설명될 수 있지만 보행자 수가 많은 것은 가로활력에 있어서 가장 기본적이면서도 중요한 요소이다(이주아 외, 2014).

이와 같이 보행과 도시활력은 상호 밀접한 관계를 유지하고 있으며, 결국 보행량의 증가는 도시활력을 증가시켜 상업시설의 활성화에도 큰 기여를 하는 것으로 예측할 수 있다.

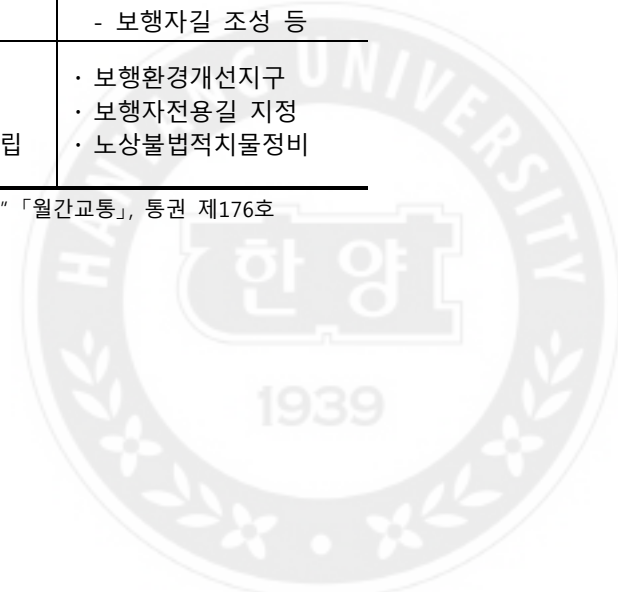
한편 종합적인 측면에서 보행을 활성화하려는 국내의 정책적 노력은 2006년 1월 시행된 「교통약자의 이동편의 증진법」을 시작으로 2009년 12월 시행된 「지속가능 교통물류 발전법」, 이어서 2012년 8월에는 「보행안전 및 편의증진에 관한 법률」이 안전하고 편리한 보행을 목적으로 제정·시행되었다.



[표 9] 보행정책 관련 법률 내용

법률명	교통약자의이동 편의증진법 (2006. 1. 시행)	지속가능 교통물류발전법 (2009. 12. 시행)	보행안전 및 편의증진에 관한 법률 (2012. 8. 시행)
목적	· 교통약자의 안전하고 편리한 이동을 위한 이동편의시설 확충과 보행환경 개선	· 지속가능 교통물류 정책의 기본방향 수립 및 추진 등을 규정함	· 보행자가 안전하고 편리하게 걸을 수 있는 쾌적한보행환경 조성
보행정책 기본원칙	-	· 비동력·무탄소교통수단 으로서 보행교통활성화 · 보행교통 시책 추진 시 보행자의 이동편의성과 접근성 및 보행환경의 쾌적성과 미관 등을종합적으로 고려	· 보행여건에 영향을 주는 사업시행 시 사업의 편익보다 보행자안전을 우선 · 유사한 교통여건의 지역은 유사한 보행여건 확보 · 보행권 증진 관련기관 간 협조체제 구축
국민의 권리와 의무	· 교통약자는 모든 교통수단, 여객시설 및 도로를 차별없이 안전하고 편리하게 이용해 이동할 수 있는 권리를 가짐(이동권)	· 모든 국민은 쾌적하고 편리하게 교통물류체계를 누릴 권리를 가짐 · 국민은 지속가능교통물류를 위해노력해야 함	· 국가와 지방자치단체는 국민이 쾌적한 보행환경에서 안전하고 편리하게 보행할 권리를 최대한 보장 하고 진흥해야 함 (보행권)
법정계획	· 교통약자이동편의증진계획 · 수립:국토해양부장관(5년) · 주요 내용 -교통약자이동편의증진의 기본방향 및 목표 - 보행환경 실태및개선 -이동편의시설개선.확충 - 재원조달 방안 계획 · 지방교통약자이동편의 증진계획(특별시장 등, 5년)	· 보행교통 개선계획 · 수립:특별시장 등 · 주요 내용 - 보행교통개선기본 방향 - 보행교통수송분담 목표 - 보행교통 분석및전망 - 보행교통 개선대책등	· 보행안전 및 편의증진 기본계획 · 수립:특별시장 등(5년) · 주요 내용 - 보행자정책의 기본방향과 목표 설정 - 보행안전시설의 설치와 관리 - 보행 방해시설.적치물 정비 - 보행자 안전의식 함양.홍보 - 보행자길 조성 등
주요사업	· 이동편의시설 설치기준 · 보행우선구역 지정 · 도로점용물의 이설 요청	· 보행자의 날 · 보행교통 지킴이 · 보행교통개선지표수립	· 보행환경개선지구 · 보행자전용길 지정 · 노상불법적치물정비

출처 : 박준환, 2012. "보행 활성화를 위한 법·제도적 이해와 발전방향" 「월간교통」, 통권 제176호

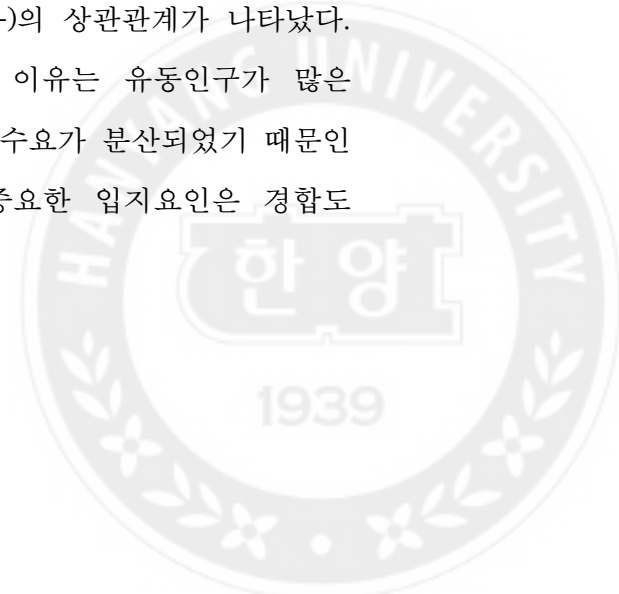


제2절 선행연구 검토

1. 상업매출과 입지요인에 관한 연구

상업매출과 입지요인에 관한 연구로 이상규(2004)의 연구에서는 국내 145개 대형할인점을 대상으로 매출액과 입지결정요인과의 영향관계를 밝히고자 하였다. 입지결정요인 변수로 인구적 요인(인구밀도, 가구수, 주택수), 경제적 요인(지방세 납부액, 자동차 등록대수 등), 교통·토지이용 요인(주변 도로, 대중교통 이용여부, 공시지가 등), 성장잠재력 요인(경쟁점포 등) 등을 고려하여 분석한 결과, 상권 내 인구밀도는 안정적으로 양(+)의 관계를 보이며, 소득수준은 일정수준까지는 양(+)의 상관관계를 보이나, 고소득에서는 음(-)의 상관관계로 반전되는데, 이는 대형할인점이 백화점 등 고급매장과는 수요층이 같지 않다는 것을 나타낸다. 할인점 간의 입지경쟁은 상대적으로 작은 반경 내에서 일어남을 확인하였다.

이임동·이찬호·강상목(2010)의 연구에서는 부산, 울산, 경남소재 129개 A브랜드 편의점을 대상으로 매출·이익과 입지요인과의 관계를 실증분석하였다. 입지요인변수는 인구(배후인구와 유동인구), 접근성, 가시성, 경합도, 면적 등으로 구성하였다. 분석 결과, 배후인구는 75M 상권 내에서만 매출과 유의미한 상관관계가 나타났으며, 이는 경쟁점수의 증가로 인해 상권범위가 축소되었음을 의미한다고 볼 수 있다. 유동인구는 매출과 유의적인 상관관계가 나타나지 않았고, 이익과는 음(-)의 상관관계가 나타났다. 유동인구와 이익이 음(-)의 상관관계가 나타난 이유는 유동인구가 많은 지역에 경쟁점이 상대적으로 많아서 유동인구의 수요가 분산되었기 때문인 것으로 이해된다. 편의점의 입지선정에 가장 중요한 입지요인은 경합도

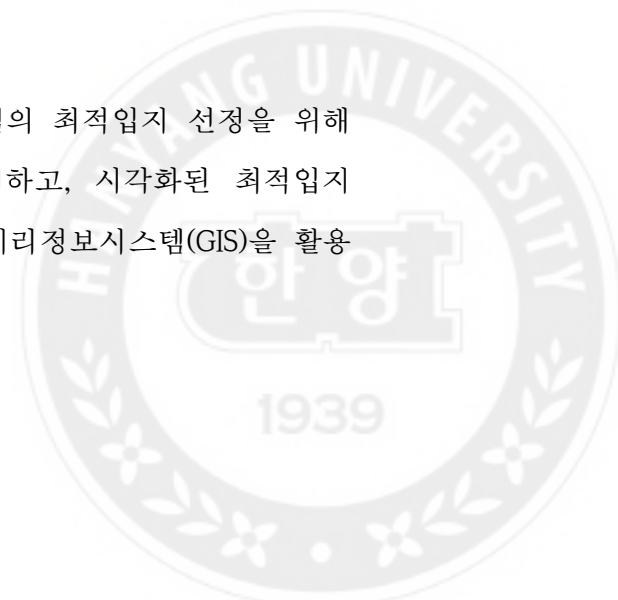


(경쟁점수)이며 개별상권의 경합정도에 따라 유동인구, 배후인구의 영향을 선별적으로 적용하여 입지를 선정해야 하며, 경쟁점이 다수 존재하는 상권의 경우, 유동인구가 많을수록 편의점 이익과는 반비례하는 경향을 나타내는 경우도 있음을 확인하였다.

최유나·정의철(2012)의 연구에서는 수도권 서부지역 84개 편의점을 대상으로 입지요인이 편의점 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 편의점 입지요인을 인구 및 가구요인, 지역요인, 매장요인, 경쟁요인 등으로 구분하여 변수를 선택하였으며, 분석결과 20대 유동인구가 많은 위치, 가시성이 높은 위치, 버스정류장 등 주요 교통수단에 가까운 위치, 유동인구가 많은 유흥역세권 등이 유효한 입지인 것으로 판단되었다. 또한 영업월수가 길수록 매출액은 증가하고, 주변의 경쟁점포 수가 많을수록 감소하는 것으로 나타났다.

신우진·문소연(2011)의 연구에서는 서울시 117개 A브랜드 커피전문점을 대상으로 점포특성, 접근특성, 입지특성이 매출액에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 점포특성 중에는 매장면적이 매출액 증가에 양(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 접근특성에서는 횡단보도까지의 거리가 멀수록 매출액이 감소하는 것으로 나타난 반면 지하철역거리는 매출액에 관련성이 없는 것으로 나타났다. 입지특성에서는 인근에 기차역이나 버스터미널의 개수가 많고 유흥주점이 많은 변화가일수록 커피전문점의 매출이 증가한다는 것을 확인하였다.

손동욱·이연수(2012)의 연구에서는 커피전문점의 최적입지 선정을 위해 특정지점에 대한 업종별 기대매출 모형을 설계하고, 시각화된 최적입지 정보를 개발하는 방법론을 제시하고자 하였다. 지리정보시스템(GIS)을 활용



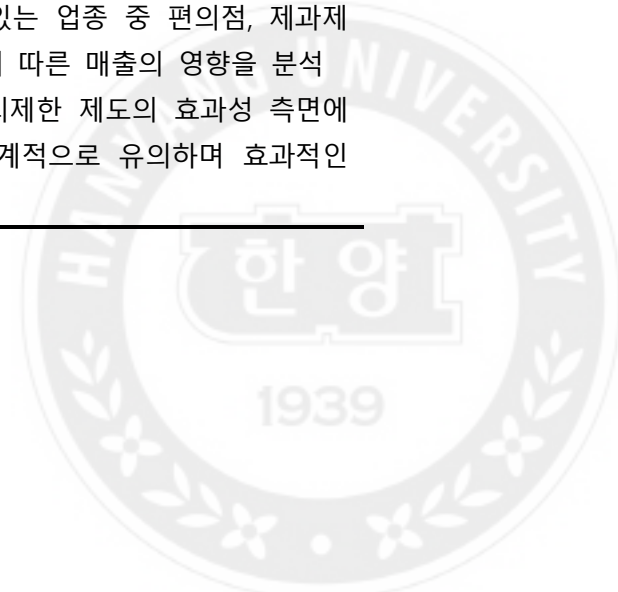
하여 계량화된 객관적 자료를 바탕으로 구체적인 특정지점별 입지 여건 정보를 제공한다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다. 커피전문점은 상업 및 업무 용도가 많은 개발밀도가 높은 지역에서, 젊은 층인 20대, 30대가 많은 곳, 여성이 많은 곳에서 매출이 증가하는 것으로 확인되었다. 또한 동종업종이 많을수록 매출이 증가하는 것으로 나타났는데, 이는 커피 전문점과 같은 업종에서는 집적에 의한 카페골목 형성 등으로 매출이 증가할 수 있다는 의미로 판단하였다.

유민지(2015)의 연구에서는 신규출점에 제한을 주는 ‘거리제한제도’의 규제를 받는 업종 중 편의점과 제과제빵점을 대상으로 소매점 집적의 효과에 대한 분석을 하였다. 소매업의 집적이 매출에 미치는 영향을 분석한 결과 편의점과 제과제빵점은 집적할수록 매출액이 떨어져, 집적은 효과가 없으며, 거리제한제도가 효과가 있음을 실증할 수 있었다. 또한 각 업종 및 지역 특성별로 집적에 대한 효과가 다름을 확인하였다.



[표 10] 상업매출과 입지요인 관련 선행연구

연구자	연구내용
이상규 (2004)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 국내 145개 대형할인점을 대상으로 매출액과 입지결정요인과의 영향관계를 인구적 요인, 경제적 요인, 교통·토지이용 요인, 성장잠재력 요인으로 구분하여 분석 ▪ 인구밀도 및 일정수준까지의 소득수준과 양(+)의 관계를 보임
이임동·이찬호·강상목 (2010)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 부산, 울산, 경남소재 129개 A브랜드 편의점을 대상으로 매출·이익과 입지요인과의 관계를 인구, 접근성, 가시성, 경합도, 면적 등을 변수로 분석 ▪ 배후인구는 75M 상권 내에서만 유의, 유동인구는 매출과 유의하지 않음
최유나·정의철 (2012)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 수도권 서부지역 84개 편의점을 대상으로 입지요인이 편의점 성과에 미치는 영향에 대한 인구 및 가구요인, 지역요인, 매장요인, 경쟁요인 등의 입지요인 분석 ▪ 20대 유동인구가 많고 교통수단거리가 가까운 위치, 유흥역세권 등이 유효한 입지
신우진·문소연 (2011)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 서울시 117개 A브랜드 커피전문점을 대상으로 입지특성과 매출액간의 관계를 점포특성, 접근특성, 입지특성 측면에서 분석 ▪ 매장면적이 클수록, 횡단보도가 가까울수록, 변화가일수록 매출이 증가
손동욱·이연수 (2012)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 커피전문점의 최적입지 선정을 위해 특정지점에 대한 업종별 기대매출 모형을 설계하고, 시각화된 최적입지정보를 개발하는 방법론을 제시 ▪ 상업/업무지역, 젊은 층 및 여성이 많은 곳, 동종업종이 많은 곳에서 매출이 증가
유민지 (2015)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 거리제한 규제를 적용받고 있는 업종 중 편의점, 제과제빵점에 대하여 소매업 집적에 따른 매출의 영향을 분석 ▪ 집적효과를 바탕으로 한 거리제한 제도의 효과성 측면에서 편의점, 제과제빵점은 통계적으로 유의하며 효과적인 것으로 확인됨



2. 보행량과 상업매출에 관한 연구

보행량 및 상업매출에 관한 연구로 최막중·신선미(2001)의 연구에서는 보행량이 상업시설 매출 규모에 얼마만큼 영향을 미치는지를 정량적으로 추정하기 위해 서울시 8개소의 편의점을 대상으로 조사 및 분석을 실시하였다. 동일 브랜드의 편의점을 대상으로 보행자와 입점객을 비디오 촬영을 통해 조사·분석한 결과, 보행량과 입점객수는 일정한 비례관계가 존재하며, 입점률은 5%로 추정되어 편의점 객단가 2,110원을 고려하면 보행인구 100명당 10,972원의 매출을 예상할 수 있다. 이러한 분석결과는 보행량만으로도 입점객수 및 매출액의 예측이 충분히 가능할 수 있음을 확인시켜 준다.

황재홍·안병주·김주형·김재준(2010)의 연구에서는 대규모복합시설(코엑스몰) 내부의 각 통로별 보행량 측정 결과와 수집된 임대료 자료를 통해 상가 임대료 특성을 밝히고자 하였다. 코엑스몰의 공간구조의 검증을 위해 적용한 공간구문론⁵ 기법의 공간통합도 데이터와 실제로 측정된 보행량의 상관관계는 낮게 나타났는데 이는 코엑스몰의 공간구조에 따른 보행량을 예측하기 어려움에 따른 것이다. 분석 결과, 코엑스몰 내부의 대형 중심상권(은행, 영화관, 대형 서점, 수족관)과의 거리가 개별 점포의 책정된 임대료 가격에 가장 큰 요인으로 작용하고 있는 것을 확인할 수 있었다. 책정된 임대료를 보행량에 따른 임대료 기준으로 비교해 보았을 때 너무 낮거나 높게 책정되는 것으로 나타나고 있어 향후에는 대형 중심상권과의 거리뿐만 아니라 보행량도 함께 충분히 고려하여 임대료 산정이

⁵공간구문론(Space Syntax)이란 공간의 배열에 대해 분석하는 일련의 기술과 이론들을 의미한다. 주요 개념은 공간들이 요소로 분할될 수 있으며, 선택에 따른 네트워크로 분석되어 각 공간의 통합성과 상대적 연결성을 표시한 그래프와 지도로 재현될 수 있다는 것이다.(황재홍 외, 2010)

되는 것이 바람직할 것이라고 밝히고 있다.

김수현(2014)의 연구에서는 서울시 전체를 대상으로 하여 편의점, 화장품소매점, 커피전문점의 업종별 매출액에 영향을 미치는 변수를 확인하고 분석하고자 하였다. 편의점은 주거지역과 업무지역에서 매출액이 높게 나타났고, 화장품소매점은 중심상권이나 역세권에서, 커피전문점은 상업지역과 업무지역이 밀집한 곳에서 매출액이 높게 나타남을 확인하였다. 보행량과 업종별 매출액의 관계는 업종에 따라 민감한 정도가 다르게 나타났으며, 세 업종을 비교하면 상대적으로 편의점이 보행량에 가장 민감한 업종이었고, 다음으로 커피전문점이 영향을 미치고 있음을 확인하였다. 반면에 화장품소매점의 경우는 보행량과 유의한 상관관계가 없는 것으로 분석되었다.

[표 11] 보행량과 상업매출 관련 선행연구

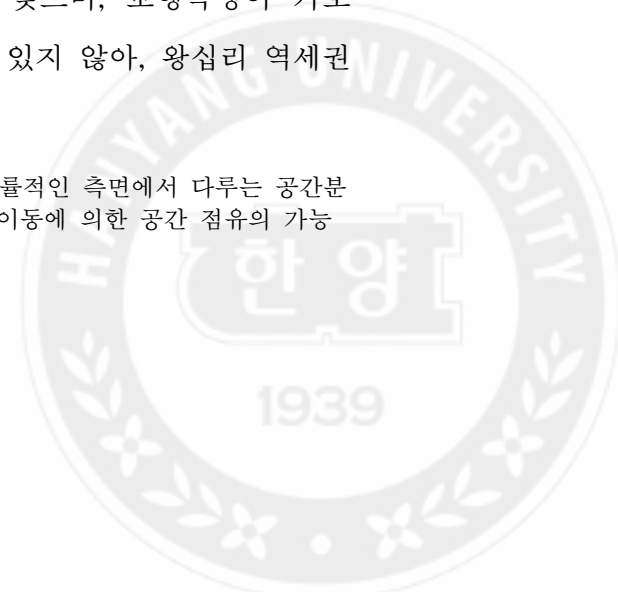
연구자	연구내용
최막중 · 신선미 (2001)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 편의점 8곳을 조사대상으로 하여, 보행량이 상업시설 매출 규모에 얼마만큼 영향을 미치는지 정량적으로 추정함 ▪ 보행량만으로 입점객수 및 매출의 예측이 가능할 수 있음을 확인
황재홍 · 안병주 · 김주형 · 김재준 (2010)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 코엑스몰을 대상으로 상가 임대료 특성을 밝히고자 하였음 ▪ 코엑스몰 내부의 대형 중심상권과의 거리가 개별점포의 책정임대료에 가장 큰 요인으로 작용하고 있어 향후 내부상가의 임대료 산정시 보행량이 충분히 고려되어야 한다고 밝힘
김수현 (2014)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 서울시 편의점, 화장품소매, 커피전문점을 대상으로 업종에 따른 지역특성의 차이 및 보행량과의 민감한 정도를 확인 (편의점>커피전문점>화장품소매점) ▪ 편의점은 주거지역과 업무지역에서, 화장품소매점은 중심상권이나 역세권에서, 커피전문점은 상업지역과 업무지역에서 매출액이 높게 나타남을 확인

3. 가로활성화 및 보행영향요소에 관한 연구

가로활성화 및 보행영향요소에 관한 연구로 김홍순(2010)의 연구에서는 가로수길과 삼청동길의 과거와 현재를 통해 어떤 과정과 요소를 통해 활성화가 이루어졌는지를 살펴보기 위해 경제적 측면(경제적 활력/지가), 인간 활동 측면(활발한 활동/유동인구, 교통량), 이미지측면(보행자 인식), 다양성 측면(경관 및 토지이용의 다양성/현장조사), 물리적 측면(휴먼스케일/현장조사)의 조사를 실시하였다. 활성화 요소로는 비물리적 요소로서 저렴한 초기 지가, 지역의 차별화된 이미지, 문화적 측면과 결합된 소비시설, 업종의 집적, 활성화된 주변지역의 존재와 물리적 요소로서 다양성과 동질성을 갖춘 가로경관, 휴먼스케일의 가로 경관이 중요한 것으로 확인되었다.

서정화·이명훈·전병혜(2008)의 연구에서는 왕십리역과 건대역을 대상지로 보행 및 공간특성을 분석하여 역세권 주변지역의 가로활성화를 위한 가로공간의 특징을 파악해 보고자 ERAM모델⁶을 이용하여 분석하였다. 분석 결과 통합도 값이 왕십리역이 건대역보다 낮게 나타났는데, 이는 왕십리역세권은 자연발생적으로 조성되어 혼합형 구조를 지니고 있는데 반해, 건대역은 재정비사업의 결과로 공간형태가 격자형 가로망과 정형화된 필지를 지니고 있기 때문에 나타난 결과로 분석되었다. 가로공간이 비교적 잘 활성화된 건대역의 경우는 보행량이 가로구조의 특성에 영향을 받고 있었고, 가로구조의 특성은 용도입지와도 밀접한 관계를 가지고 있음이 파악되었다. 반대로 왕십리역의 경우는 가로구조의 명료도도 낮으며, 보행특성이 가로구조의 특징, 점포의 용도 등과 전혀 관계를 갖고 있지 않아, 왕십리역세권

⁶전체통합도(EARM)모델은 공간의 연결관계에 따른 이동을 확률적인 측면에서 다루는 공간분석기법으로, 사용자에게 의한 공간 점유의 가능성을 측정하고, 이동에 의한 공간 점유의 가능성에 대해 통행량을 예측할 수 있는 기법이다.

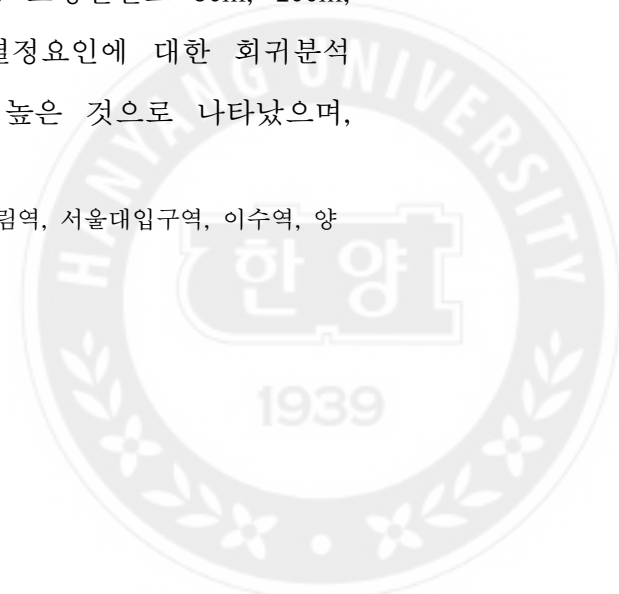


의 공간 특성이 보행량에 큰 영향을 주지 못하고 있어 도시공간을 효율적으로 이용하고 있지 못하고 있음을 발견하였다.

이주아·이 훈·구자훈(2014)의 연구에서는 서울시 주요 상업가로 11개 역세권⁷을 대상으로 가로의 물리적 여건에 기초한 보행량 영향요인을 밝히고자 하였다. 보행량 영향요인 관련 변수는 토지이용 변수, 블록조직 변수, 가로체계 변수, 편의시설 변수로 구분하였고, 보행활동 시간대를 주중과 주말, 그리고 오전, 오후, 저녁/밤시간대로 구분하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과 보행량에 영향을 미치는 요인은 상업밀도, 건폐율, 인구집중시설거리, 용도지역, 비정형블록, 도로폭, 도로교차수, 간선도로, 지하철역거리, 보도폭인 것으로 나타났다. 건폐율이 클수록, 지하철역까지의 거리가 가까울수록, 보도폭이 넓을수록, 보차혼용도로 대신 보행자전용도로에서 보행량이 많았으며, 블록의 형태가 정형에 가까울수록, 도로폭이 넓을수록, 도로교차수가 많을수록, 그리고 간선가로일수록, 상업밀도가 높을수록, 주거밀도가 낮을수록, 대규모 시설보다 소규모 상업시설들이 밀집한 가로에서 보행량이 많은 것으로 나타났다.

윤나영·최창규(2013)의 연구에서는 상업가로를 중심으로 보행과 밀접하게 관련되어 있는 토지이용, 도시조직, 가로의 디자인, 대중교통과의 접근성 등이 보행량에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 서울시의 대표적 상권을 포함하고 있는 6개구(중구, 동대문구, 마포구, 서초구, 강남구, 강동구)를 대상으로 그 관계를 밝히고자 하였다. 보행권별로 50m, 100m, 150m로 나누어 분석을 실시하였으며, 보행량 결정요인에 대한 회귀분석 결과 50m 보행권일 때 모형의 설명력이 가장 높은 것으로 나타났으며,

⁷홍대입구역, 신촌역, 이대역, 혜화역, 건대입구역, 노원역, 신림역, 서울대입구역, 이수역, 양재역, 천호역



건폐율이 높을수록 보행량이 많은 것으로 나타났으며, 건물의 수가 많은 지역일수록 보행량이 많은 것으로 나타나 도시조직이 소규모로 구성되어 있을 때 보행량이 많은 것으로 확인되었다. 다양성 요소에서 건물 저층부의 용도는 한가지 용도로 집중되어 있을 때 보행량이 많이 나타났는데, 이는 저층부의 상업시설이 집중되어 있을 때 보행량이 많다는 의미이다. 디자인 측면에서는 경사도가 작을수록, 보도 폭과 차도 폭이 넓을수록 보행량이 많으며, 보행자전용도로일 때와 횡단보도가 없는 지역이 보행량이 많은 것으로 확인되었다.

[표 12] 가로활성화 및 보행 영향요소 관련 선행연구

연구자	연구내용
김흥순 (2010)	<ul style="list-style-type: none"> 경제적 측면, 인간활동 측면, 이미지 측면, 다양성 측면, 물리적 측면에서 활성화 진행 여부를 조사 활성화 요소로 저렴한 초기 지가, 지역의 차별화된 이미지, 문화적 측면과 결합된 소비시설, 업종의 집적, 활성화된 주변지역의 존재와 다양성과 동질성을 갖춘 가로경관, 휴먼 스케일의 가로 경관이 중요한 것으로 확인
서정화·이명훈·전병혜 (2008)	<ul style="list-style-type: none"> 왕십리역세권과 건대역세권을 대상으로 ERAM모델을 이용하여 역세권 지역의 가로공간 활성화에 필요한 공간특성과 보행량 및 점포특성 등을 분석 왕십리역세권은 공간특성이 보행량에 큰 영향을 주지 못하고 있어 도시공간을 효율적으로 이용하고 있지 못함을 발견
이주아·이 훈·구자훈 (2014)	<ul style="list-style-type: none"> 서울지역 11개 역세권을 대상으로 가로의 물리적 여건에 기초한 보행량 영향요인 분석 보행량 영향요인으로 상업밀도, 건폐율, 인구집중시설거리, 용도지역, 비정형블록, 도로폭, 도로교차수, 간선도로, 지하철역거리, 보도폭인 것으로 나타남
윤나영·최창규 (2013)	<ul style="list-style-type: none"> 서울시 6개구의 상업지역을 대상으로 연구하였으며, 밀도, 다양성, 디자인, 접근성 측면에서 보행증진요소 밝힘 건폐율이 높을수록, 건물의 수가 많은 지역일수록, 도시조직이 소규모로 구성되어 있을 때, 저층부의 용도가 한가지 용도로 집중되어 있을 때, 경사도가 작을수록, 보도와 차도 폭이 넓을수록, 보행자전용도로일 때, 횡단보도가 없는 지역이 보행량이 많은 것으로 확인됨

제3절 연구의 차별성

보행과 관련한 기존의 연구에서는 주로 보행환경, 보행행태, 보행만족도에 영향을 미치는 물리적, 심리적 요소 등에 대한 연구들이 이루어져 왔으며, 보행과 상업활성화의 관계를 다룬 선행연구는 미흡한 실정이다.

매출과의 상관관계를 다룬 연구들도 주로 편의점, 대형할인점, 커피전문점 등의 업종에 국한되어 있어 보다 다양한 업종에 대한 연구가 부족하다.

일부 서울시 전체를 대상으로 분석한 연구도 있으나 대부분의 연구에서는 주로 특정 상업시설이나 일부 지역에 한정하여 분석이 이루어졌다. 본 연구는 조사대상이 특정지역이 아닌 서울시 전체를 범위로 하고 있으므로 일반성 확보에 유리하다고 할 수 있다.

본 연구에서는 업종들 간 동일한 측정방법에 의한 데이터를 사용하여 업종별 보행량과 매출액의 상관관계를 분석하여 그 민감한 정도를 확인해 보고자 하였으며, 선행연구에서 거의 다루지 않았던 패스트푸드점과 분식점을 연구대상 업종에 포함하여 보행량을 포함한 입지요인이 상업매출액에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구를 하고자 한다.



제Ⅲ장 변수설정 및 자료수집

제1절 변수의 구성과 정의

1. 자료의 특성

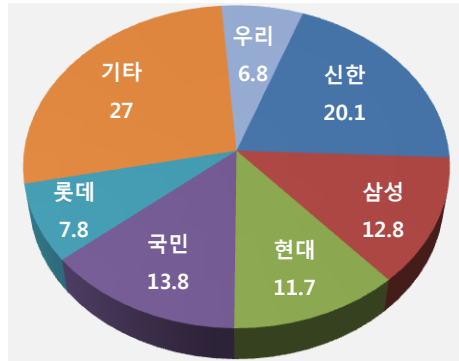
본 연구에서 종속변수인 업종별 매출액의 자료원으로 사용한 SK Telecom Geovision의 카드승인금액 자료(2012.9)가 소단위로 구성되어 있기 때문에 다른 독립변수 자료들도 소단위로 자료를 구축하였다. 소단위의 크기는 통계청 집계 최소단위인 집계구보다 더 작은 단위이다.

SK Telecom Geovision의 카드승인금액 자료는 현대카드(시장점유율 11.7%)의 카드승인금액을 이용하여 데이터를 구축하였고, 개인정보보호 정책으로 가맹점의 구체적인 정보는 파악이 불가하며, 소단위 별로 점포들의 카드승인금액과 가맹점수만 제시되어 있다.

SK Telecom Geovision에서 제공하는 매출 데이터는 카드승인금액을 기초로 가공된 숫자이므로 연구의 객관성 확보 측면에서 종속변수로 가맹점별 월 카드승인금액을 사용하였다.



[그림 3] 카드사 시장점유율 (단위:%)



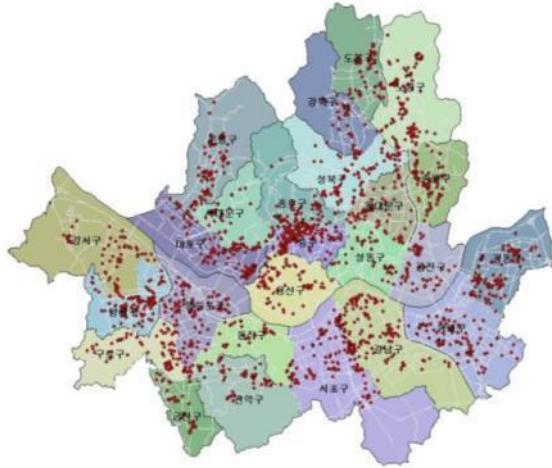
출처 : 금융감독원 금융통계정보시스템(2012년 기준)

또한 본 연구에서 중요하게 다루고 있는 보행량 자료는 서울시 유동인구 조사자료(2012)를 사용하여 데이터를 구축하였다. 유동인구란 특정지점을 기준으로 일정시간 동안 이동한 총 보행량으로 정의한다. 조사지점은 서울시 25개구 2,000지점으로 일주일에 평일 2일(화 또는 목, 금), 주말 1일(토요일)총 3일간 조사하였다. 조사시간은 07:30~19:30, 조사방법은 조사자 앞을 기준으로 좌우로 통과하는 보행량을 계수기를 사용하여 조사하였다.

본 연구에서는 평일 평균 보행량을 사용하였으며, 소단위 내 보행지점이 여러 개 있을 경우 평균값을 계산하여 분석에 사용하였다



[그림 4] 서울시 유동인구 조사지점



출처 : 2012 서울시 유동인구 조사자료

[표 13] 자치구별 보행량 조사지점 현황

자치구코드	자치구	조사지점(개)	구성비(%)	자치구코드	자치구	조사지점(개)	구성비(%)
1	종로구	103	5.2	14	마포구	93	4.7
2	중구	129	6.5	15	양천구	103	5.2
3	용산구	72	3.6	16	강서구	63	3.2
4	성동구	42	2.1	17	구로구	71	3.6
5	광진구	54	2.7	18	금천구	32	1.6
6	동대문구	66	3.3	19	영등포구	99	5.0
7	중랑구	83	4.2	20	동작구	44	2.2
8	성북구	79	4.0	21	관악구	61	3.1
9	강북구	47	2.4	22	서초구	114	5.7
10	도봉구	58	2.9	23	강남구	120	6.0
11	노원구	103	5.2	24	송파구	107	5.4
12	은평구	87	4.4	25	강동구	100	5.0
13	서대문구	70	3.5	합계		2,000	100.0

출처 : 2012 서울시 유동인구 조사자료

2. 선행연구를 통한 변수 도출

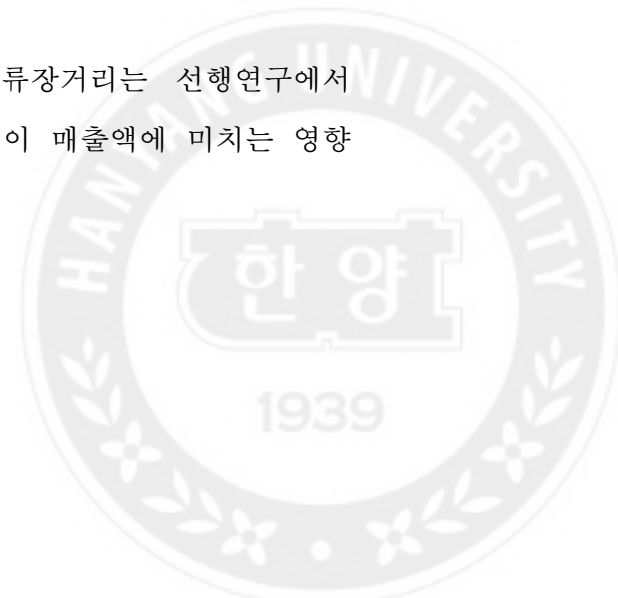
상업매출에 영향을 미치는 요인들을 확인하기 위해 이상규(2004), 이임동 외(2010), 신우진 외(2011), 손동욱 외(2012), 최유나 외(2012), 윤나영 외(2013) 김수현(2014), 유민지(2015) 등의 상업매출과 입지요인·보행에 대한 선행연구들을 중심으로 소단위 구축 가능여부를 고려하여 변수를 도출하였다.

개별 변수들의 특성에 따라 크게 인구특성 측면, 경제특성 측면, 접근성 측면, 토지이용특성 측면, 업종밀도 측면, 지역특성 측면 등으로 구분하여 설정하였다.

인구특성 측면에서 상권분석 시 정주인구, 고용인구, 유동인구는 해당 지역의 수요를 가늠할 수 있는 가장 기본적인 지표이며, 배후인구 및 기업체 분포 등을 예측 할 수 있어 입지선정 시 중요한 요소이므로 변수로 반영하였다.

경제특성 측면에서는 연구 대상지역의 활성화 정도를 파악하기 용이한 지표는 임대료와 지가이며, 지가는 부동산 시장에서 임대료 등 가격에 중요한 역할을 하고 있으므로 본 연구에서는 공시지가를 변수에 반영하였다.

접근성 측면에서는 지하철역거리 및 버스정류장거리는 선행연구에서 중요하게 고려하였던 요소이며, 대중교통 접근성이 매출액에 미치는 영향을 확인하기 위하여 변수에 반영하였다.



토지이용 측면에서 다루고 있는 용적률, 건폐율, 건물수, 토지이용복합도 등이 보행량 및 상업매출에 미치는 영향에 대한 연구는 최근에 들어서 이루어지고 있으며, 윤나영 외(2013), 김수현(2014), 유민지(2015) 등의 연구에서 변수로 사용하였다. 본 연구에서도 변수에 반영하여 주변의 토지이용 특성이 상업매출에 어떤 영향을 주고 있는지 확인하고자 한다.

업종밀도 측면에서 유사업종인 음식점종 밀도와 매출액과의 영향관계를 확인하기 위해 유사업종 매출액을 변수에 포함시켰다.

지역특성 측면에서는 지역특성에 따른 영향도 차이를 확인하기 위해 윤나영 외(2013)에서 사용하였던 강남/강북에 대한 더미변수를 적용하였고, 김수현(2014) 및 유민지(2015)의 연구에서 다루었던 도심 6개구(종로구, 중구, 용산구, 영등포구, 강남구, 서초구)지역에 대한 더미변수를 적용하였다.



[표 14] 선행연구 사용변수 및 적용 검토

구분		이상규 (2004)	이임동 외 (2010)	신우진 외 (2011)	손동욱 외 (2012)	최유나 외 (2012)	윤나영 외 (2013)	김수현 (2014)	유민지 (2015)	적용 변수
매출	매출액	●	●	●	●	●		●	●	●
	이익		●			●				
인구 특성	인구수	●	●		●			●	●	●
	가구수	●								
	주택수	●								
	유동인구		●			●	●	●		●
	고용자수/중사자수	●			●		●	●	●	●
	방문객수					●				
경제 특성	지방세 납부액	●								
	자동차 등록대수	●								
	공시지가							●	●	●
접근성 특성	지하철역거리			●	●		●	●	●	●
	횡단보도거리			●						
	인접도로 수	●								
	버스외 대중교통유무	●								
	버스정류장 수/거리				●	●	●	●	●	●
토지 이용 특성	용적률						●	●	●	●
	건폐율						●	●	●	●
	건축물의 크기						●			
	건축물 수						●	●		●
	평균층수				●		●			
	주거대 상업비율				●			●	●	
	주거대 업무비율				●			●	●	
	토지이용 복합도						●	●	●	●
업종 밀도	동종업종경쟁점수	●	●		●	●		●	●	
	주변 기타업종 수			●				●	●	
	유사업종 매출액									●
지역 특성	도심과의 거리				●					
	상권의 종류(유흥역세상권 등)					●				
	강남/강북						●			●
	도심 6 개구							●	●	●

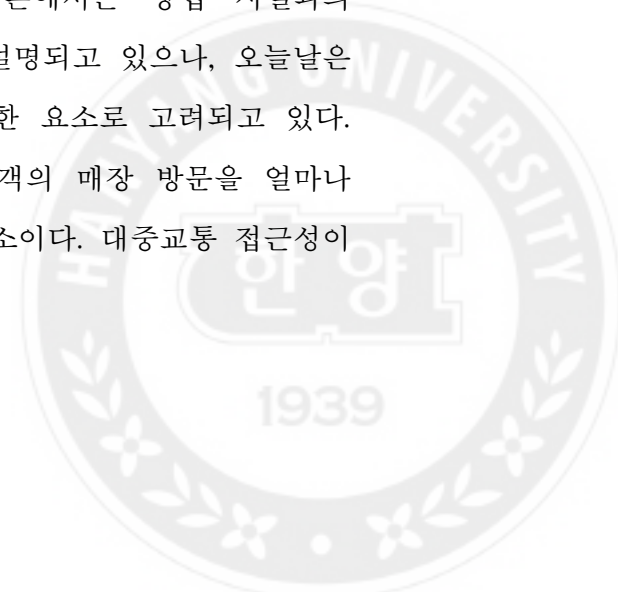
3. 변수의 설정 및 정의

선행연구를 중심으로 상업매출에 영향을 주는 것으로 판단되는 변수들에 대하여 인구특성 측면, 경제특성 측면, 접근성 측면, 토지이용특성 측면, 업종밀도 측면, 지역특성 측면 등으로 구분하여 검토하였다.

인구특성 측면에서 인구는 고전적인 입지상권이론에서도 중요한 변수로 사용되었으며, 상업시설에서는 배후 거주인구뿐만 아니라 지역의 상권 활성화와 깊은 연관성을 가지고 있는 고용인구 및 유동인구 또한 함께 고려해야 할 요소이다. 또한 상권의 규모를 산정하고 점포 매출액을 가늠할 수 있는 가장 기본적인 요소이기도 한 인구특성에 대하여 매출액과의 영향관계를 확인하고자 변수로 선정하였다.

경제특성측면에서 김성문 외(2014)의 연구에서 공시지가는 백화점 매출액과 양(+)의 관계를 갖는 것으로 분석되었으며, 김수현(2014), 유민지(2015)의 연구에서도 공시지가를 사용하였다. 임대료는 지역의 상업활성화 정도를 알아 볼 수 있는 가장 직접적인 지표이나 임대료 자료는 구득이 어려운 문제점이 있으며, 일반적으로 지가는 임대료 등을 포함한 부동산 가치를 반영하고 있다는 점에서 본 연구에서도 매출액과 공시지가의 영향관계를 확인하고자 공시지가를 변수에 반영하였다.

접근성 측면에서 보면 고전적인 입지상권이론에서는 상업 시설과의 거리가 멀어질수록 구매력이 감소하는 것으로 설명되고 있으나, 오늘날은 단순한 거리보다는 교통수단 및 접근성이 중요한 요소로 고려되고 있다. 따라서 지하철역 및 버스정류장과의 거리는 고객의 매장 방문을 얼마나 편리하게 유도하고 있는지를 파악할 수 있는 요소이다. 대중교통 접근성이



매출액에 미치는 영향을 확인하기 위하여 변수에 반영하였다.

토지이용 측면에서 토지이용에 따라 다양한 규모, 밀도, 용도의 건물들이 들어섰거나 생겨나고 있으며, 이러한 주변의 토지이용 특성들이 상업매출에 어떤 영향을 주고 있는지 확인하고자 용적률, 건폐율, 건물수, 토지이용복합도 등을 변수에 반영하였다. Jane Jacobs는 「미국 대도시의 죽음과 삶」에서 대안적 도시 살리기 방안으로 여러 용도의 혼합이 이루어져야 한다고 제안하였다. 용도의 다양성이 상업매출에 영향을 미치는지 확인하기 위해 토지이용복합도를 변수로 사용하여 분석하고자 한다.

업종밀도 측면에서는 같은 소단위 지역에 유사업종인 음식점 업종들이 위치할 때 패스트푸드점, 분식점, 제과제빵점 매출액에 어떠한 영향을 주는지를 확인하기 위해 유사업종 매출액을 변수에 포함시켜 업종별로 관계를 확인하고자 하였다.

지역특성에 따른 상업매출과의 영향관계의 차이를 알아보기 위해 강남/강북 및 도심 6개구(종로구, 중구, 용산구, 영등포구, 강남구, 서초구) 지역에 대한 더미변수를 적용하였다. 강남 및 도심 6개구이면 1, 그 외를 0으로 구축하였다. 강남 및 도심 6개구가 그 외 지역보다 상업이 활성화된 정도가 높다고 볼 수 있으므로 이에 대한 매출과의 영향관계를 파악하고자 한다.



[표 15] 변수의 설정 및 정의

구분	변수	변수설명	자료출처
종속변수	카드승인금액(ln)	소단위 점포 별카드승인금액(ln)	SKT 지오비전(2012)
인구특성	상주인구밀도	소단위별 인구밀도	인구총조사자료(2011)
	고용인구밀도	소단위별 고용인구밀도	사업체기초조사자료(2012)
	보행량	소단위별 보행지점의 보행량 평균	서울시 유동인구자료(2012)
경제특성	공시지가	소단위별 평균 공시지가(ln)	개별공시지가자료(2012)
접근성	지하철역거리	지하철역까지의 직선거리(ln)	SKT 지오비전(2012)
	버스정류장 거리	버스정류장까지의 직선거리(ln)	SKT 지오비전(2012)
토지이용 특성	용적률	소단위별 평균 용적률	건축물대장(2014)
	건폐율	소단위별 평균 건폐율	건축물대장(2014)
	건물개수	소단위별 건물개수	새주소사업 DB(2012)
	토지이용복합도	소단위 내 건축물의 6 가지용도에 대한 토지이용복합도(LUM)	새주소사업 DB(2012)
업종밀도	유사업종(*) 매출(ln)	소단위 내 음식업종 점포의 매출(ln)	SKT 지오비전(2012)
지역특성	강남/강북	강남 / 강북 (더미변수) 강남이면 1, 강북이면 0	SKT 지오비전(2012)
	도심 6 개구	상업지역 (더미변수) 종로구,중구,용산구,영등포,강남구, 서초구이면 1, 아니면 0	SKT 지오비전(2012)

* 유사 업종 : 다방/커피, 별식/퓨전요리, 분식, 양식, 수산물, 제과제빵, 패스트푸드, 일식, 중식, 한식



제2절 분석자료 구축

1. 변수구축방법

본 연구에서 종속변수인 매출액 데이터를 제공하는 SK Telecom Geovision의 자료가 소단위로 구성이 되어 있으므로 다른 독립변수들도 소단위로 데이터를 구축하였다.

[표 16] 변수의 자료 출처

변수	자료 출처	자료단위
카드승인금액 지하철역거리 버스정류장거리 동일업종밀도 유사업종 매출 지역특성(더미변수)	SK Telecom Geovision(2012)	소단위
보행량	서울시 유동인구자료(2012)	지점
상주인구밀도 고용인구밀도	인구총조사자료(2011)	집계구
공시지가	개별공시지가자료(2012)	필지별
용적률/건폐율	건축물대장(2014)	필지별
건물개수 토지이용복합도	새주소사업 DB(2012)	필지별

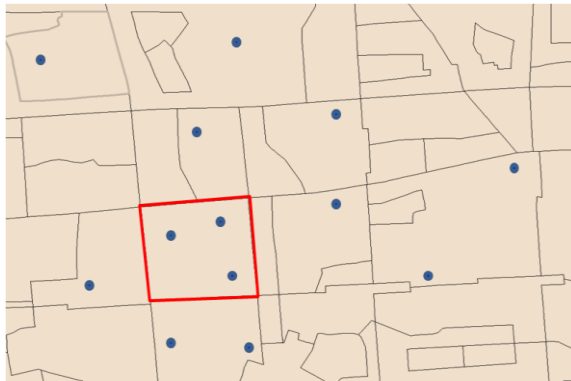


소단위 데이터를 구축하기 위해 지리정보시스템(GIS) 프로그램을 이용하여 유동인구 조사지점, 토지이용특성 등의 데이터를 구축하였다.

종속변수인 매출액은 패스트푸드점의 소단위별 점포당 월 카드승인금액을 산정하여 데이터를 구축하였다.

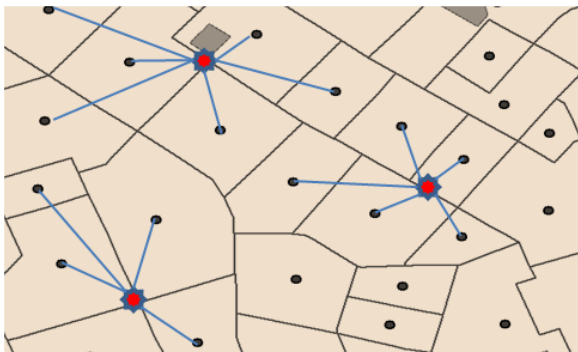
보행량 데이터는 소단위별로 보행조사지점이 여러 개 존재할 경우 평균값을 사용하였다.

[그림 5] 보행량 변수 데이터 구축방법



접근성 데이터는 소단위별 중심점에서 버스정류장 및 지하철역과의 직선 거리를 구하여 변수를 구축하였다.

[그림 6] 접근성 변수 데이터 구축방법



토지이용특성 데이터에서 소단위별 건폐율과 용적률은 건축물대장(2014)을 기준으로 아래와 같이 산정하였다.

$$\text{용적률} = \frac{\text{소단위 내 건물 연면적의 합}}{\text{소단위 면적}} \times 100$$

$$\text{건폐율} = \frac{\text{소단위 내 건물 바닥면적의 합}}{\text{소단위 면적}} \times 100$$

[그림 7] 소단위 내 건물들의 분포



토지이용복합도는 주거, 상업, 공공, 업무, 기타시설의 총 6가지 용도로 나누어 소단위별 복합도를 알아보는 토지이용복합지수(LUM:Land-Use Mix)를 구하여 확인하였다. LUM은 0~1 사이의 값을 나타내며, 1에 가까울수록 용도복합이 잘 이루어지고 있다는 의미를 가진다.

$$LUM = - \frac{\sum_{u=1}^n P_u \ln(P_u)}{\ln(n)}$$

P_u :용도 U별 면적 비율,

n =용도개수



[표 17] 토지이용복합도(LUM) 산정 시 용도 구분

용도	새주소 통합DB(2012)의 세부용도
주거	단독주택, 공동주택
상업	1층근린, 2층근린, 위락시설, 판매 및 영업시설
업무	업무시설
공공	교육연구 및 복지시설, 의료시설, 공공시설
문화	문화 및 집회시설, 운동시설
기타	숙박시설, 공장, 창고시설, 위험물 저장 처리시설, 자동차관련시설, 동식물 관련시설, 분뇨쓰레기처리시설, 묘지관련시설, 관광휴게시설

지역특성에 따른 상업매출의 영향도를 확인하기 위해 강남과 강북으로 나누어 분석하고, 또한 재정자립도가 높은 도심 6개구를 선정하고 해당 6개구와 6개구가 아닌 지역을 구분하여 분석하기 위해 소단위별로 데이터를 구축하였다.

업종밀도와 관련하여 유사업종 매출은 소단위 내 다방/커피, 별식/퓨전 요리, 분식, 양식, 수산물, 제과제빵, 패스트푸드, 일식, 중식, 한식 등의 업종별 점포의 SK Telecom Geovision에서 제공하는 월 카드승인금액을 적용하여 데이터를 구축하였다.



제3절 분석 모형의 설정

1. 상관관계분석 (Correlation Analysis)

보행량이 상업매출에 미치는 영향이 업종별로 어떻게 다르게 나타나는지 그 민감한 정도를 확인해 보고자 보행량과 상업매출의 상관관계분석을 하였다. 상관관계분석은 두 변수 간에 어떤 선형적 관계를 갖고 있는지를 알아 보기 위한 분석기법으로, 본 연구에서는 두 변수가 연속변수로 이루어져 있을 때 일반적으로 이용하는 피어슨(Pearson) 상관계수를 사용하여 분석하였다. 이 때 계수값은 -1과 +1사이에 존재하며, 상관관계의 정도는 절대값의 크기로 나타난다.

2. 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)

패스트푸드점의 매출액에 영향을 미치는 요인들에 대하여 확인하기 위해 다중회귀분석을 진행하였다. 다중회귀분석은 독립변수가 2개 이상일 때 종속변수와의 관계를 찾는 통계적 방법이다.

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + \epsilon_i$$

Y 점포별 카드승인금액(ln) = f (인구특성, 경제특성, 접근성, 토지이용특성, 업종 밀도, 지역특성)



제Ⅳ장 보행량 및 입지요인에 따른 매출액 영향 분석

제1절 업종별 보행량과 매출액의 상관관계 분석

1. 기초통계분석

분석에 사용된 보행량의 소단위는 1,616개이며, 음식점 업종별로는 최대 한식 업종 1,195개, 최소 수산물 업종 176개의 소단위가 분석에 사용되었다. 업종별 매출액의 표준편차를 보면 분식 업종이 가장 작게 나타났고, 한식 업종이 가장 크게 나타났다. 이는 서울시 전체적으로 분식은 분포 지역에 따른 매장의 매출이 비교적 고르게 나타나는 반면에, 한식은 입지, 음식점 규모, 전문음식 종류에 따라 매출의 편차가 크게 나타나는 업종이라고 이해가 되며, 한식의 경우 매장에 따라 빈익빈 부익부 현상이 두드러질 것으로 예상된다.

[표 18] 보행량 및 업종별 매출액 기초통계

구분	N	최소값	최대값	평균	표준편차
보행량(주중평균)	1616	323.000	9,926.000	3,355.324	1,979.844
다방/커피	659	7,100	9,128,490	882,757	969,751
별식/퓨전	755	6,000	8,562,400	954,442	1,005,518
분식	665	4,000	7,174,500	634,408	756,740
양식	461	7,000	8,708,000	1,192,268	1,282,179
수산물	176	10,000	10,895,000	1,931,348	2,053,839
제과제빵	480	4,000	9,185,250	1,441,046	1,577,789
패스트푸드	419	8,900	9,541,270	1,449,492	1,708,419
일식	433	8,000	27,625,000	2,189,949	2,474,100
중식	493	4,500	17,225,000	1,525,730	2,203,929
한식	1195	2,500	68,817,900	1,435,934	2,497,953

2. 업종별 상관계수 분석

본 연구에서는 음식점 업종인 다방/커피, 별식/퓨전요리, 분식, 양식, 수산물, 제과제빵, 패스트푸드, 일식, 중식, 한식 업종에 대하여 보행량과 업종별 매출액의 상관분석을 실시하였다.

업종별 매출액은 SK Telecom Geovision에서 제공하는 카드승인금액을 기초로 추정된 월 매출액 데이터를 적용하였고, 보행량은 서울시 유동인구조사자료(2012년)의 주중 일일평균보행량을 적용하였다.

업종별 보행량과 매출의 상관관계를 분석한 결과 상관관계가 높은 순으로 다방/커피 > 분식 > 제과제빵 > 별식/퓨전 > 한식 > 양식 > 패스트푸드 > 일식 > 수산물 업종의 순으로 나타났으며, 중식 업종은 보행량과 매출의 상관관계가 유의하지 않은 것으로 확인되었다.

보행량과 상업매출의 관계는 해당 업종에 따라 그 민감한 정도가 다르게 나타나고 있음을 확인할 수 있었다. 또한 어떤 업종에서는 보행량과 매출이 상호 연관성을 가지고 있지 않음도 알 수 있었다.

보행량과 매출의 상관관계가 비교대상 업종 중 상대적으로 높게 나타난 다방/커피, 분식, 제과제빵 등의 업종은 소비자의 구매행태가 비목적형 구매의 성격을 가지고 있는 업종이라고 추정할 수 있다.



[표 19] 업종별 보행량및 매출액 상관계수

	보행량 (주중평균)	다방/ 커피	별식/ 퓨전	분식	양식	수산물	제과 제빵	패스트 푸드	일식	중식	한식
보행량 (주중평균)	1										
다방/커피	.151 (.000)	1									
별식/퓨전	.110 (.000)	.296 (.000)	1								
분식	.149 (.000)	.370 (.000)	.411 (.000)	1							
양식	.094 (.000)	.405 (.000)	.316 (.000)	.329 (.000)	1						
수산물	.042 (.089)	.183 (.000)	.273 (.000)	.185 (.000)	.188 (.000)	1					
제과제빵	.128 (.000)	.307 (.000)	.323 (.000)	.348 (.000)	.252 (.000)	.174 (.000)	1				
패스트푸드	.082 (.001)	.268 (.000)	.312 (.000)	.339 (.000)	.252 (.000)	.130 (.000)	.327 (.000)	1			
일식	.073 (.003)	.371 (.000)	.303 (.000)	.382 (.000)	.362 (.000)	.226 (.000)	.304 (.000)	.287 (.000)	1		
중식	.040 (.108)	.309 (.000)	.269 (.000)	.305 (.000)	.264 (.000)	.201 (.000)	.197 (.000)	.189 (.000)	.283 (.000)	1	
한식	.107 (.000)	.365 (.000)	.400 (.000)	.392 (.000)	.340 (.000)	.195 (.000)	.293 (.000)	.273 (.000)	.354 (.000)	.321 (.000)	1

주 : ()안의 숫자는 유의수준을 의미함



제2절 입지요인이 매출액에 미치는 영향 분석

1. 기초통계분석

본 연구에서는 서울시 유동인구 조사자료(2012)의 2,000지점 중 패스트푸드점, 분식점, 제과제빵점의 매출 데이터가 있는 소단위⁸를 대상으로 분석을 시행하였다.

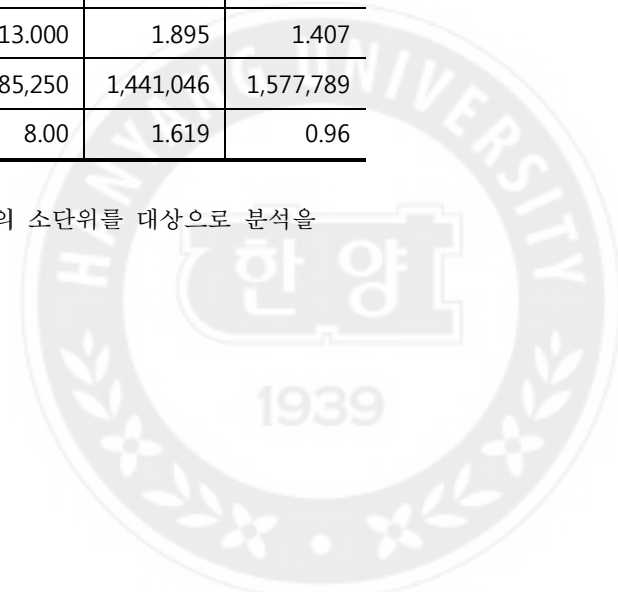
월평균매출액을 비교해 보면 패스트푸드점 1,449,492원, 분식점 634,408원, 제과제빵점 1,441,046원으로 패스트푸드점의 월평균매출액이 가장 높은 것으로 나타났다. 표준편차는 패스트푸드점이 가장 높게 나타났는데 이는 패스트푸드점은 입지요인에 따라 점포별 매출액의 차이가 많은 업종이라고 유추해 볼 수 있다.

업종별로 패스트푸드점 652개, 분식점 1,260개, 제과제빵점 777개의 점포를 대상으로 분석을 수행하였다.

[표 20] 패스트푸드, 분식, 제과제빵업종 기초 통계

구분		N	최소값	최대값	평균	표준편차
패스트푸드	점포당 월매출	419	8,900	9,541,270	1,449,492	1,708,419
	소단위내 점포수	419	1.000	20.000	1.556	1.361
분식	점포당 월매출	665	4,000	7,174,500	634,408	756,740
	소단위내 점포수	665	1.000	13.000	1.895	1.407
제과제빵	점포당 월매출	480	4,000	9,185,250	1,441,046	1,577,789
	소단위내 점포수	480	1.00	8.00	1.619	0.96

⁸패스트푸드점은 419개, 분식점은 665개, 제과제빵점은 480개의 소단위를 대상으로 분석을 수행하였다.



2. 변수간 상관분석

회귀분석 수행 시 독립변수들 간에 상관관계가 존재하게 되면 회귀계수를 추정하거나 검증하는 것에 문제가 생기므로 상관분석을 통하여 다중공선성 검사를 수행하였다.

상관분석 시 상관계수는 -1에서 1사이의 계수값을 나타내는데, 그 절대값이 클수록 상관관계가 높다는 것을 의미한다.

회귀분석에 사용된 모든 변수에 대한 상관분석 결과⁹ 대부분의 변수들 간 상관계수가 0.5이하의 낮은 수치로 나타났고, 용적률과 건폐율 간 상관계수 값만 0.591로 나타나 회귀분석을 수행하는데 있어 다중공선성의 우려가 없을 것으로 판단되었다.

⁹부록 1. 변수간 상관분석 자료 참조



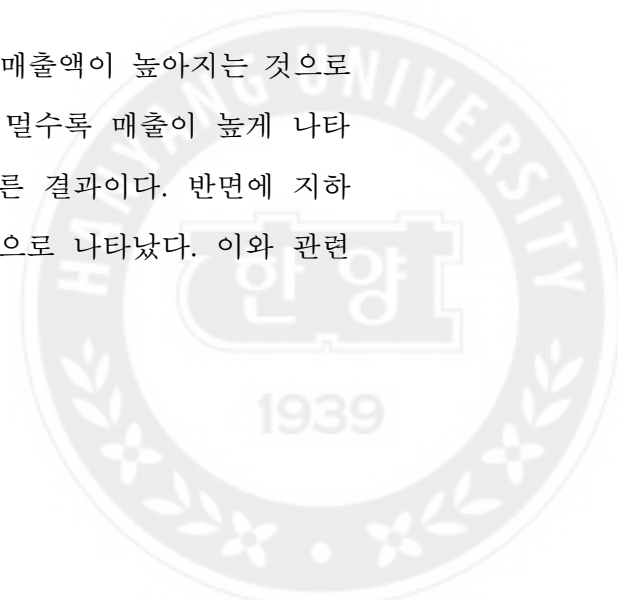
3. 패스트푸드점 매출액 영향요인 분석

업종별 매출액에 영향을 미치는 요인들을 파악하기 위해 인구특성, 경제특성, 접근성, 토지이용특성, 업종밀도, 지역특성으로 구분하여 각 변수들이 어떠한 특징을 나타내는지 확인해 보았다.

패스트푸드점의 다중회귀분석 결과 인구특성 측면에서 상주인구밀도 및 보행량은 매출액과 유의한 결과가 나타나지 않았고, 고용인구밀도가 낮을수록 매출이 증가하는 것으로 나타났다. 이는 패스트푸드점은 고용인구밀도가 높은 중심업무지역보다는 근린생활상권 지역에서 매출이 높게 나타남을 의미한다. 선행연구에서 대형할인점의 경우 상주인구가 많을수록 매출액이 높아진다고(이상규, 2004)는 결과 및 편의점·커피전문점의 경우 고용인구밀도가 높을수록 매출액이 높아진다는 결과를 볼 때 상업 업종에 따라 인구특성 변수들의 특징이 다르게 나타난다는 것을 알 수 있다.

경제특성 측면에서는 공시지가가 유의미한 변수로 나타나지 않았다. 지가가 높은 지역이 임대료도 비례하여 높을 것이며, 즉 매출이 높은 곳이 임대료도 높다는 일반적인 가설이 적용되지 않음을 확인하였다. 이는 선행연구(김수현, 2014 ; 유민지, 2015)에서 다른 편의점, 화장품 소매점, 커피전문점, 제과제빵점에 대한 분석 결과와 같은 결과로 패스트푸드점 역시 매출액과 공시지가의 관계가 유의하지 않음을 확인하였다.

접근성 측면에서 버스정류장거리가 가까울수록 매출액이 높아지는 것으로 나타났다. 이는 편의점의 경우 버스정류장거리가 멀수록 매출이 높게 나타난 김수현(2014), 유민지(2015)의 선행연구와는 다른 결과이다. 반면에 지하철역거리와 매출액과의 관계는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이와 관련

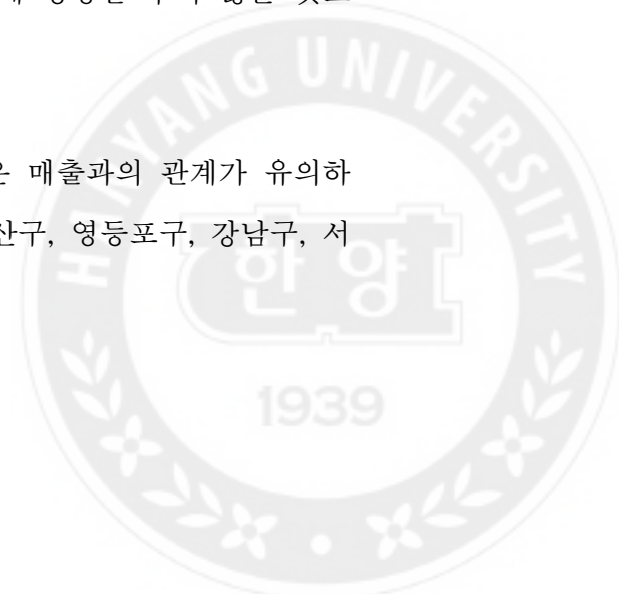


한 선행연구들에서는 대체적으로 지하철역거리가 가까울수록 매출이 높게 나타나는 것으로 확인되었으나, 신우진 외(2011년)의 연구에서는 커피전문점의 경우 매출액에 관련성이 없는 것으로 나타났다. 대중교통거리와 상업매출과의 상관관계는 업종에 따라 다소 다르게 나타나는 것으로 이해되며 패스트푸드점은 지하철역거리보다는 버스정류장거리에 민감한 업종이라고 해석된다.

토지이용특성 측면에서는 용적률이 높을수록, 건축물 개수가 작을수록 매출이 높아지는 것으로 나타났으며, 건폐율, 토지이용복합도는 매출액과의 관계가 유의하지 않았다. 선행연구(김수현, 2014 ; 유민지, 2015)에서는 건폐율이 낮을수록, 용적률이 높을수록 매출액이 높게 나타났는데, 패스트푸드점의 경우 용적률이 높고 작은 건물보다는 큰 건물이 많을수록 활성화에 도움이 된다고 파악된다.

업종밀도 측면에서 유사업종인 음식 업종별 매출과 패스트푸드점 매출의 상관관계를 살펴보면, 다방/커피, 별식/퓨전, 분식, 양식, 제과제빵, 일식, 한식 업종의 매출이 증가할수록 패스트푸드점의 매출이 증가하는 것으로 나타났는데, 이들 업종과 패스트푸드점은 상호 경쟁관계에 있는 업종이라고 하기 보다는 집적에 의한 효과를 나타내는 보완적인 성격이 더 강한 것으로 확인되었다. 이 밖에 중식은 매출이 패스트푸드점 매출과 양(+)의 방향으로 나타났고, 수산물업종은 매출과 음(-)의 방향을 보였으나 통계적으로 유의하지는 않아 이들 중식, 수산물업종은 패스트푸드점 매출에 영향을 주지 않는 것으로 분석되었다.

지역특성 측면에서 강남/강북지역에 대한 특성은 매출과의 관계가 유의하지 않게 나타났으며, 도심 6개구(종로구, 중구, 용산구, 영등포구, 강남구, 서



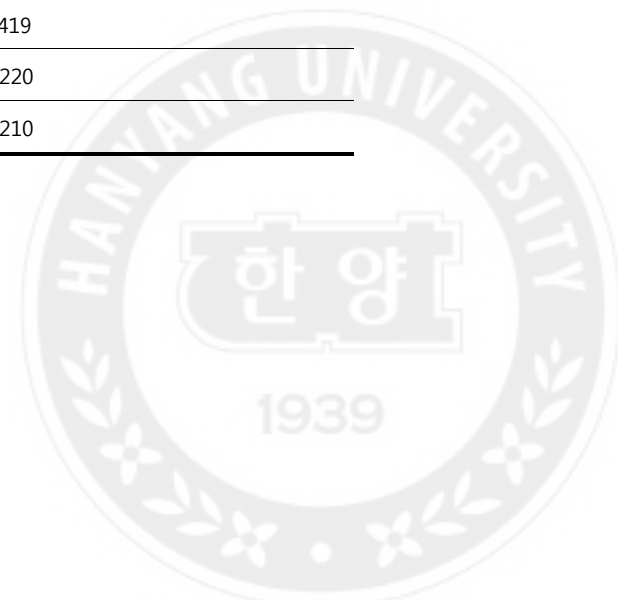
초구)에 대한 지역특성은 도심 6개구가 아닌 지역에 위치할수록 패스트푸드점 매출이 높은 것으로 나타났다. 이는 도심보다는 근린생활상권이 활성화된 지역에서 매출이 높게 나타난 것으로 해석된다.



[표 21] 패스트푸드점 다중회귀분석 결과

모형		비표준화 계수		표준화계수	t	유의 확률	
		B	표준오차	베타(β)			
(상수)		5.234	2.533		2.066	.039	
인구특성	소단위 상주인구밀도	-.545	.517	-.027	-1.053	.292	
	소단위 고용인구밀도	-4.257	1.758	-.065 **	-2.422	.016	
	평일평균보행량	.000	.000	.005	.198	.843	
경제특성	소단위 평균공시지가	-.204	.138	-.034	-1.482	.138	
접근성	지하철역거리	.090	.193	.011	.468	.640	
	버스정류장거리	-.422	.211	-.046 **	-1.998	.046	
토지 이용 특성	소단위평균용적률	.002	.001	.056 *	1.665	.096	
	소단위평균건폐율	-.009	.008	-.034	-1.137	.256	
	소단위 건축물 개수	-106.990	58.205	-.042 *	-1.838	.066	
	토지이용복합도	-.358	.949	-.011	-.377	.706	
업 종 밀 도	유 사 업 종 매 출 (ln)	다방/커피	.057	.025	.062 **	2.280	.023
		별식/퓨전	.103	.024	.115 ***	4.300	.000
		분식	.125	.026	.132 ***	4.872	.000
		양식	.066	.025	.068 ***	2.606	.009
		수산물	-.011	.033	-.008	-.327	.744
		제과제빵	.156	.024	.162 ***	6.460	.000
		일식	.094	.025	.099 ***	3.726	.000
		중식	.015	.024	.015	.617	.537
		한식	.054	.028	.055 *	1.928	.054
지역특성	강남/강북(더미변수)	.223	.282	.019	.791	.429	
	도심6개구(더미변수)	-.704	.318	-.055 **	-2.211	.027	
N		419					
r2		.220					
r2_a		.210					

주 : *p < 0.1, **p < 0.05, ***p < 0.01



4. 분식점 매출액 영향요인 분석

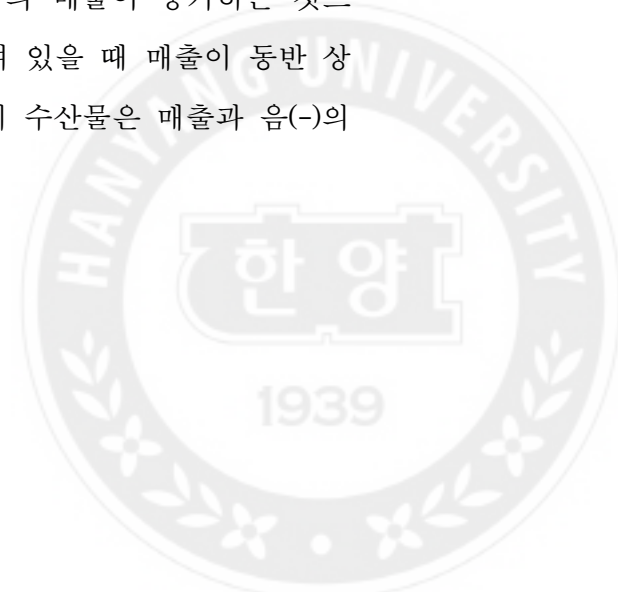
분식점의 경우 인구특성 측면에서 상주인구밀도 및 고용인구밀도는 매출액과 유의한 결과가 나타나지 않았고, 보행량이 높아질수록 매출이 증가하는 것으로 나타났다. 이는 분식점은 유동인구가 많은 지역에서 매출이 높게 나타남을 확인시켜 주었다.

경제특성 및 지역특성 측면에서는 분식점 매출과 유의미한 변수가 나타나지 않았다.

접근성 측면에서 버스정류장거리와 지하철역거리 모두 거리가 가까울수록 매출액이 높아지는 것으로 나타났다. 이는 분식점의 경우 대중교통을 이용한 접근성이 매우 중요한 입지요인임을 확인시켜 주었다.

토지이용특성 측면에서는 토지이용복합도가 높을수록 매출이 높아지는 것으로 나타났으며, 건폐율, 용적률, 건물개수 등은 매출액과의 관계가 유의하지 않았다. 분식점은 다양한 용도의 복합도가 높은 상업지역에서 매출액이 높게 나타나는 것을 알 수 있다.

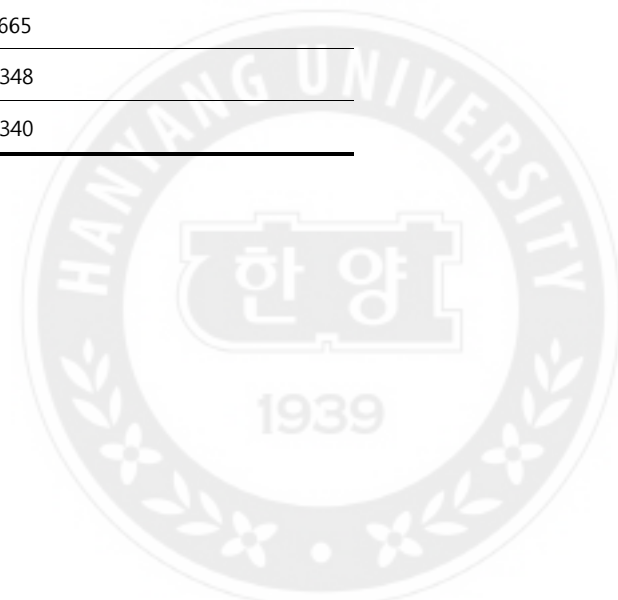
업종밀도 측면에서 유사업종인 음식 업종별 매출과 분식점 매출의 상관관계를 살펴보면, 다방/커피, 별식/퓨전, 양식, 제과제빵, 패스트푸드, 일식, 중식, 한식 업종의 매출이 증가할수록 패스트푸드점의 매출이 증가하는 것으로 나타났는데, 유사한 업종인 음식업종 간에 모여 있을 때 매출이 동반 상승하는 경향을 보이는 것으로 확인되었다. 이 밖에 수산물은 매출과 음(-)의 방향을 보였으나 통계적으로 유의하지는 않았다.



[표 22] 분식점 다중회귀분석 결과

모형		비표준화 계수		표준화계수	t	유의 확률	
		B	표준오차	베타(β)			
(상수)		3.515	2.448		1.436	.151	
인구특성	소단위 상주인구밀도	.180	.500	.008	.360	.719	
	소단위 고용인구밀도	-2.121	1.700	-.031	-1.248	.212	
	평일평균보행량	.000	.000	.049 **	2.307	.021	
경제특성	소단위 평균공시지가	.081	.133	.013	.608	.543	
접근성	지하철역거리	-.487	.186	-.057 ***	-2.613	.009	
	버스정류장거리	-.552	.204	-.057 ***	-2.711	.007	
토지 이용 특성	소단위평균용적률	-.001	.001	-.017	-.563	.574	
	소단위평균건폐율	.009	.008	.030	1.112	.266	
	소단위 건축물 개수	-8.205	56.269	-.003	-.146	.884	
	토지이용복합도	1.793	.916	.051 *	1.959	.050	
업 종 밀 도	유 사 업 종 매 출 (ln)	다방/커피	.092	.024	.095 ***	3.812	.000
		별식/퓨전	.155	.023	.164 ***	6.765	.000
		양식	.068	.025	.066 ***	2.762	.006
		수산물	-.008	.032	-.006	-.256	.798
		제과제빵	.101	.023	.099 ***	4.293	.000
		패스트푸드	.117	.024	.111 ***	4.872	.000
		일식	.133	.024	.132 ***	5.474	.000
		중식	.088	.023	.087 ***	3.873	.000
		한식	.093	.027	.090 ***	3.465	.001
지역특성	강남/강북(더미변수)	.346	.272	.027	1.273	.203	
	도심6개구(더미변수)	-.047	.308	-.003	-.151	.880	
N		665					
r2		.348					
r2_a		.340					

주 : *p < 0.1, **p < 0.05, ***p < 0.01



5. 제과제빵점 매출액 영향요인 분석

제과제빵점의 경우 인구특성 측면에서 보행량이 높아질수록 매출이 증가하는 것으로 나타났다. 이는 제과제빵점 역시 유동인구가 많은 지역에서 매출이 높게 나타남을 확인시켜 주었다.

경제특성과 토지이용특성 및 지역특성 측면에서는 제과제빵점 매출과 유의미한 변수가 나타나지 않았다.

접근성 측면에서 버스정류장거리와 지하철역거리 모두 거리가 가까울수록 매출액이 높아지는 것으로 나타났다. 이는 분식점과 마찬가지로 제과제빵점도 대중교통을 이용한 접근성이 매우 중요한 입지요인임을 확인시켜 주었다.

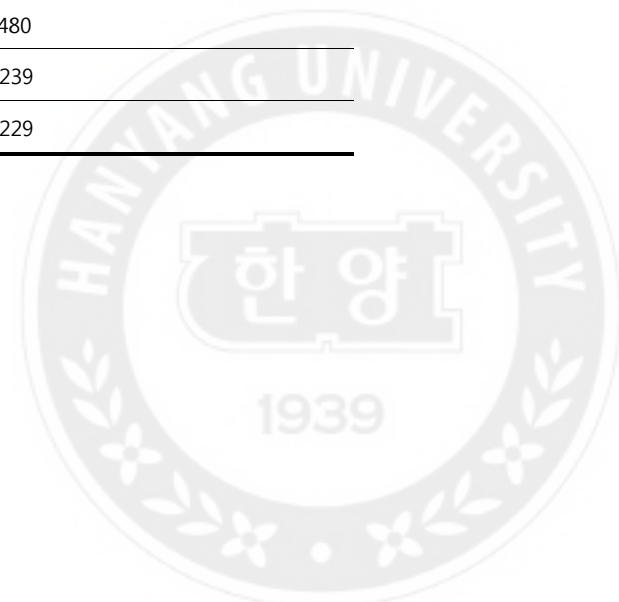
업종밀도 측면에서 유사업종인 음식 업종별 매출과 제과제빵점 매출의 상관관계를 살펴보면, 다방/커피, 별식/퓨전, 분식, 패스트푸드, 일식, 한식 업종의 매출이 증가할수록 패스트푸드점의 매출이 증가하는 것으로 나타났다. 제과제빵점 역시 음식 업종들이 집적해 있을 때 매출에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이 밖에 양식, 수산물, 중식은 제과제빵점의 매출과 유의한 관계가 나타나지 않았다.



[표 23] 제과제빵점 다중회귀분석 결과

모형		비표준화 계수		표준화계수	t	유의 확률	
		B	표준오차	베타(β)			
(상수)		3.559	2.595		1.371	.171	
인구특성	소단위 상주인구밀도	-.718	.529	-.034	-1.356	.175	
	소단위 고용인구밀도	.365	1.803	.005	.202	.840	
	평일평균보행량	.000	.000	.043 *	1.882	.060	
경제특성	소단위 평균공시지가	.143	.141	.023	1.016	.310	
접근성	지하철역거리	-.408	.198	-.049 **	-2.064	.039	
	버스정류장거리	-.574	.216	-.060 ***	-2.657	.008	
토지 이용 특성	소단위평균용적률	-.001	.001	-.019	-.558	.577	
	소단위평균건폐율	-.005	.008	-.016	-.553	.580	
	소단위 건축물 개수	6.656	59.662	.003	.112	.911	
	토지이용복합도	-.337	.972	-.010	-.347	.729	
업 종 밀 도	유 사 업 종 매 출 (ln)	다방/커피	.094	.026	.098 ***	3.666	.000
		별식/퓨전	.098	.025	.106 ***	4.012	.000
		분식	.113	.026	.115 ***	4.293	.000
		양식	.028	.026	.028	1.075	.283
		수산물	.054	.033	.038	1.618	.106
		패스트푸드	.163	.025	.158 ***	6.460	.000
		일식	.095	.026	.096 ***	3.674	.000
		중식	.007	.024	.007	.301	.763
		한식	.056	.029	.055 ***	1.960	.050
지역특성	강남/강북(더미변수)	.158	.288	.013	.548	.584	
	도심6개구(더미변수)	-.239	.327	-.018	-.733	.464	
N		480					
r2		.239					
r2_a		.229					

주 : *p < 0.1, **p < 0.05, ***p < 0.01



제V장 결론

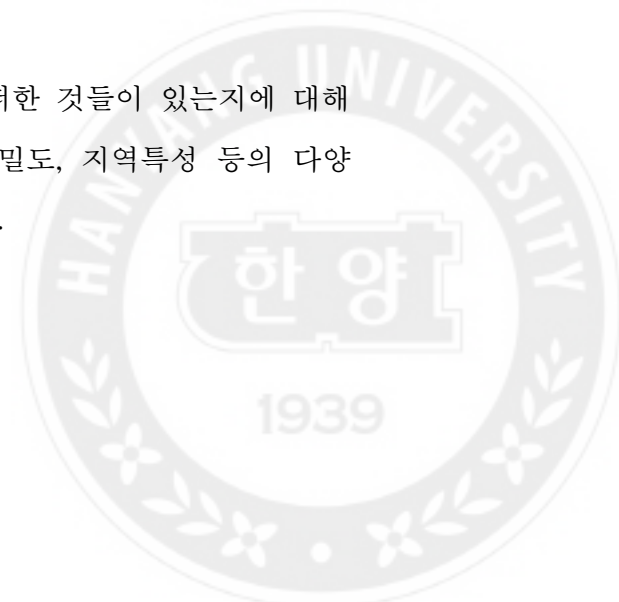
제1절 연구의 결론

본 연구에서는 보행량이 상업매출에 미치는 영향관계를 파악하여 업종별로 그 영향 정도에 차이가 있는지를 분석하고, 보행량을 포함한 다양한 입지요인들이 업종별 매출액에 어떠한 영향을 주는지를 확인하고자 하였다.

첫째, 보행량과 상업매출과의 상관관계를 확인하기 위해 음식 업종 10개(다방/커피, 별식/퓨전요리, 분식, 양식, 수산물, 제과제빵, 패스트푸드, 일식, 중식, 한식)에 대하여 서울시 유동인구조사자료(2012)의 2,000지점 중 조사 대상 업종의 매출액이 존재하는 1,616개 소단위를 대상으로 업종별 보행량과 상업매출의 상관관계분석을 수행하였다.

상관분석 결과 업종별로 다방/커피, 분식, 제과제빵, 별식/퓨전요리, 한식, 양식, 패스트푸드, 일식, 수산물 등의 순으로 보행량과 매출 간의 영향도가 높은 것으로 나타났으며, 반면에 중식의 경우에는 보행량과 매출과의 상관관계가 통계적으로 유의하지 않다는 것을 확인하였다. 이러한 결과로 미루어 보면 음식점 개점을 검토하는 경우 해당 지역의 보행량을 감안하되, 업종별로 민감도 차이가 있으므로 그 특성을 고려하여 입지 및 상권분석을 하는 것이 바람직할 것이라고 판단된다.

둘째, 상업매출에 영향을 미치는 요인에는 어떠한 것들이 있는지에 대해 인구특성, 경제특성, 접근성, 토지이용특성, 업종밀도, 지역특성 등의 다양한 측면에서 입지요인에 대한 특성을 분석하였다.



패스트푸드점, 분식점, 제과제빵점의 업종별 매출액에 영향을 미치는 입지 요인에 대한 회귀분석 결과 인구특성 측면에서 패스트푸드점은 고용인구밀도가 낮은 근린생활상권 지역에서 매출이 높게 나타나는 특성이 있음을 파악할 수 있었다. 분식점과 제과제빵점은 보행량이 증가할수록 매출이 높아지는 것으로 나타나 보행량이 상업매출에 긍정적인 영향을 미친다는 가설을 통계적으로 확인할 수 있었다. 반면에 패스트푸드점은 매출과 보행량의 관계가 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 패스트푸드점의 경우 최근 배달 수요의 증가 및 24시간 영업 매장이 늘고 있는 현상과 관련이 있다고 추정할 수 있다.

접근성 측면에서 대체적으로 대중교통 접근성이 좋은 지역에서 매출액이 높은 것으로 파악되었다.

토지이용 측면에서 패스트푸드점은 용적률이 높고 큰 건물이 많은 지역일수록, 분식점은 다양한 용도의 복합도가 높은 지역일수록 매출액이 증가하는 것을 확인할 수 있었다.

업종밀도 측면에서 대체적으로 주변 음식점 업종과는 경쟁관계가 아닌 상호 보완적인 관계이며, 집적되어 있을 경우 매출이 동반 상승하는 관계에 있음을 확인하였다.

지역적으로는 패스트푸드점은 도심 6개구가 아닌 지역에서 매출이 높게 나타난 것으로 확인되었다.



제2절 연구의 시사점 및 한계점

본 연구는 빅데이터를 활용하여 상업매출과 보행량을 포함한 다양한 입지 요인에 대한 영향관계를 분석하였다.

조사대상지역이 서울시 전체를 대상으로 하고, 업종별로 동일한 측정방법에 의한 데이터를 사용하여 업종별 비교나 업종 간의 관계분석에 있어서 일반성 확보가 가능하였다.

또한 매출액과의 상관관계에 대한 선행연구에서 거의 다루지 않았던 패스트푸드점, 분식점 등에 대하여 연구를 진행하였다.

향후에는 지속적으로 발전하고 있는 빅데이터 관련 기술을 활용하여 더 다양한 업종을 대상으로 많은 연구가 진행될 수 있을 것이라고 예상한다.

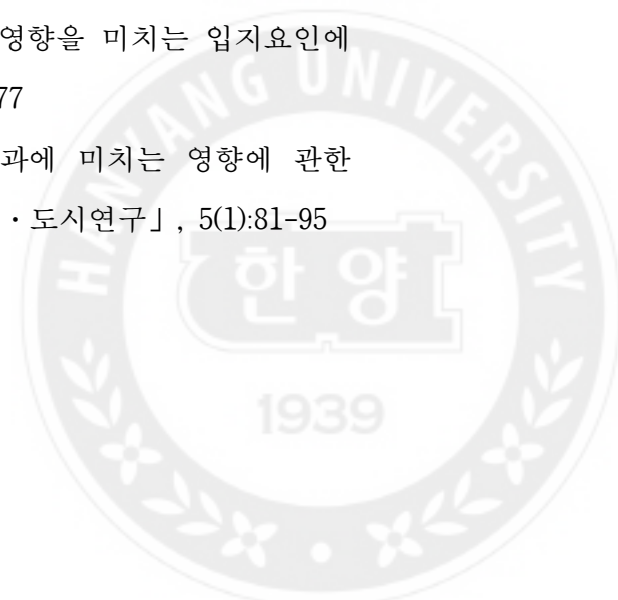
한편, 본 연구에서는 자료 특성에 의한 한계로 매출에 영향을 미치는 요소 중 하나인 개별점포특성을 변수에 반영하지 못하였다는 점과 동일업종이라도 프랜차이즈일 경우 브랜드에 따라 소비자 선호도에 차이가 난다는 점 등을 반영하지 못한 것이 아쉬운 점이며, 연구의 한계점이라고 할 수 있다.



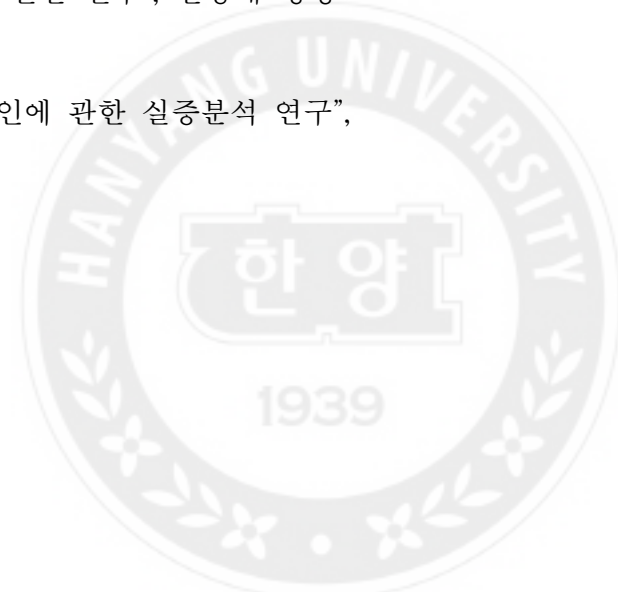
참고문헌

1. 연구논문

- 김홍순, 2010. “신사동 가로수길과 삼청동 길의 활성화 요인 연구”, 「대한건축학회」, 26(5):325-334
- 서정화·이명훈·전병혜, 2008. “대학가 역세권의 보행 및 공간특성에 관한 연구”, 「국토계획」, 43(2):35-45
- 이주아·이훈·구자훈, 2014. “가로의 물리적 여건에 기초한 보행량 영향 요인분석”, 「국토계획」, 49(2):145-163
- 윤나영·최창규, 2013. “서울시 상업가로 보행량과 보행환경요인의 관련성 실증분석”, 「국토계획」, 48(4):135-150
- 최막중·신선미, 2001. “보행량이 소매업 매출에 미치는 영향에 관한 실증분석”, 「국토계획」, 36(2):75-82
- 황재홍·안병주·김주형·김재준, 2010. “공간구조와 보행량 측정을 통한 대형복합시설물 상가임대료특성에 관한 연구”, 「한국건축시공학회지」, 10(6):87-96.
- 김수현, 2014. “상업 업종별 매출액을 결정하는 입지특성 및 보행량에 관한 연구”, 한양대 도시대학원 석사학위논문
- 이상규, 2004. “대형할인점의 매출액 결정에 있어서 입지요인의 영향에 관한 연구”, 「국토연구」, 40(1):35-52
- 이임동·이찬호·강상목, 2010. “편의점 매출에 영향을 미치는 입지요인에 대한 실증연구”, 「부동산학연구」, 16(4):53-77
- 최유나·정의철, 2012. “입지요인이 편의점 성과에 미치는 영향에 관한 연구-수도권 서부지역을 중심으로-”, 「부동산·도시연구」, 5(1):81-95



- 신우진·문소연, 2011. “프랜차이즈 커피전문점의 입지특성이 매출액에 미치는 영향분석”, 「부동산학연구」, 17(2):111-123
- 손동욱·이연수, 2012. “지리정보시스템(GIS)을 이용한 커피전문점 최적입지의 시각화 정보 개발 방법론 연구”, 「국토계획」, 47(7):21-30
- 유민지, 2015, “소매업의 업종 및 지역별 집적과 매출간의 영향관계 : 거리제한제도의 정책적 함의”, 한양대 도시대학원 석사학위논문
- 윤나영, 2013. “서울시 상업가로에 대한 보행증진요소와 보행량과의 관련성 분석”, 한양대 도시대학원 석사학위논문
- 박준환, 2012. “보행 활성화를 위한 법·제도적 이해와 발전방향” 「월간교통」, 176:63-67
- 이향숙·김지윤·추상호, 2014. “서울시 유동인구조사자료를 활용한 보행 특성 분석:서울시 5개 생활권역을 중심으로”, 「대한교통학회지」, 32(4):315-326
- 황지현·안건혁, 2012. “복합상업시설이 상업지역 보행자행태에 미치는 영향에 관한 연구-명동을 중심으로”, 「한국도시설계학회지」, 13(1):19-31
- 박철주·고운배·윤명길·김원겸, 2006. “대형백화점의 신규출점에 따른 예상매출액 추정”, 「유통과학연구」, 4(2):5-20
- 태경섭, 2010. “무계중심을 이용한 상업입지모형 연구”, 한성대 대학원 경제부동산학과 박사학위논문
- 유승환, 2002. “개발밀도가 소매점포 입지에 미치는 영향에 관한 연구”, 중앙대 대학원 도시공학과 석사학위논문
- 오용환, 2008. “패스트푸드점 입지선정 방안에 관한 연구”, 한양대 행정·자치대학원 석사학위논문
- 천재우, 2010, “외식업 이용고객의 입지선호요인에 관한 실증분석 연구”, 명지대 부동산·유통경영대학원 석사학위논문



- 이희연•이정미, 1996, “GIS기법을 활용한 패스트푸드점의 입지분석에 관한 연구”, 「한국GIS학회지」, 4(2):131-146
- 유지은•양혜원, 2011. “패스트푸드점 입지요인이 방문의도에 미치는 영향”, 「한국외식산업학회지」, 7(1):23-41
- 김성문•안지상•심교언, 2014. “백화점 매출액의 영향요인에 관한 연구”, 「한국도시설계학회지」 15(1):51-66
- 황규성•이찬호, 2014. “입지요인이 편의점 성과에 미치는 영향 요인분석”, 「한국디지털정책학회지」, 12(12):129-137

2. 단행본 및 보고서

- Jane Jacobs, 유강은 역, 1961. “미국 대도시의 죽음과 삶”, 그린비
- 김홍배, 2011. “입지론, 공간구조와 시설 입지”, 기문당
- 한국프랜차이즈협회, 2004. “프랜차이즈 입지 및 상권분석 연구”
- 소상공인지원센터, 2003. “패스트푸드점 창업가이드”
- 대한상공회의소, 2012. “프랜차이즈 가맹점 창업 실태 및 성공요인 조사”

3. 인터넷자료

- 조세일보, 2015.02.26. “불황이 고맙다…패스트푸드 3사 점포확장 열기 후끈”, <http://www.joseilbo.com>.



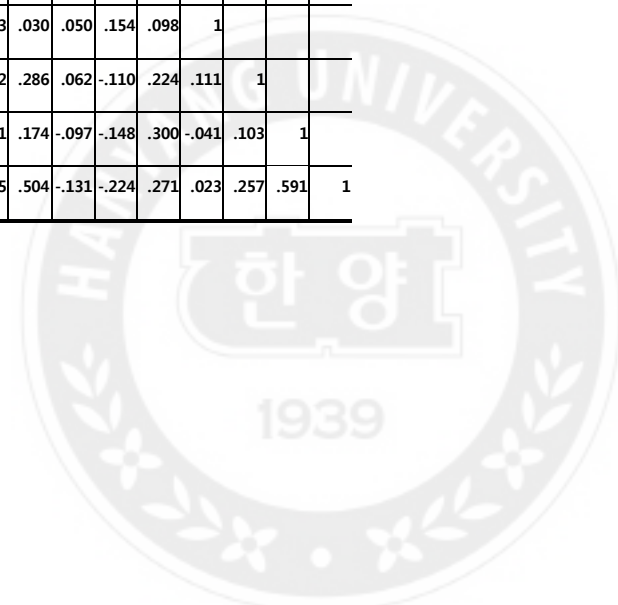
- 한국경제TV, 2014.04.28. “분식점창업에 등장한 고급김밥 바람, 소자본창업시장 혼드나”, <http://wowstar.wowtv.co.kr>
- 뉴스1, 2016.05.28. “1인가구 폭발적 증가,간편식·분식집 창업, 6월 11일 박람회서 주목”, <http://news1.kr>
- 머니투데이, 2011.06.16. “커피전문점 창업 어렵다, <http://news.mt.co.kr>
- 도시미래신문, 2015.03.20. “보행의 가치와 보행환경 확보의 필요성”, <http://www.ufnews.co.kr>
- 공정거래위원회 가맹사업거래, <http://franchise.ftc.go.kr/>
- 소상공인진흥공단, <http://www.semas.or.kr>
- 월간 창업&프랜차이즈, <http://www.fcmedia.co.kr/>
- 월간식당, <http://month.foodbank.co.kr/>
- SK Telecom Geovision, <http://www.geovision.co.kr/>
- 2012 서울 유동인구조사, <http://opengov.seoul.go.kr/analysis/333827>



부 록

1. 변수간 상관분석

	유동인구	다방/커피	별식퓨전	분식	양식	수산물	제과제빵	패스트푸드	일식	중식	한식	공시지가	건축물갯수	인구밀도	종사자밀도	버스거리	지하철거리	LUM	강남/강북	상위6개구	건폐율	용적률
유동인구	1																					
다방/커피	.151	1																				
별식퓨전	.110	.296	1																			
분식	.149	.370	.411	1																		
양식	.094	.405	.316	.329	1																	
수산물	.042	.183	.273	.185	.188	1																
제과제빵	.128	.307	.323	.348	.252	.174	1															
패스트푸드	.082	.268	.312	.339	.252	.130	.327	1														
일식	.073	.371	.303	.382	.362	.226	.304	.287	1													
중식	.040	.309	.269	.305	.264	.201	.197	.189	.283	1												
한식	.107	.365	.400	.392	.340	.195	.293	.273	.354	.321	1											
공시지가	.105	.097	.117	.116	.070	.092	.098	.039	.089	.073	.146	1										
건축물갯수	-.013	-.025	.008	-.006	.028	-.011	-.003	-.042	.001	-.024	.039	-.008	1									
인구밀도	.002	-.217	-.157	-.150	-.152	-.085	-.141	-.120	-.201	-.156	-.237	.003	-.022	1								
종사자밀도	.132	.220	.033	.087	.186	.074	.074	.022	.158	.108	.110	-.031	-.056	-.040	1							
버스거리	-.090	-.069	-.076	-.132	-.027	-.034	-.126	-.105	-.018	-.035	-.141	-.065	-.013	-.048	-.077	1						
지하철거리	-.141	-.188	-.152	-.195	-.163	-.112	-.164	-.099	-.180	-.089	-.160	-.054	-.037	.027	-.177	.149	1					
LUM	.145	.336	.252	.286	.211	.154	.192	.162	.282	.266	.449	.134	-.015	-.368	.256	-.027	-.114	1				
강남/강북	.024	.008	-.027	.016	-.035	.002	-.001	.011	-.005	.022	-.019	.106	-.210	.073	.030	.050	.154	.098	1			
상위6개구	.006	.189	-.042	.067	.150	.019	.034	-.005	.182	.120	.074	.001	-.037	-.202	.286	.062	-.110	.224	.111	1		
건폐율	.031	.181	.189	.192	.171	.163	.107	.101	.181	.176	.308	.075	.037	.001	.174	-.097	-.148	.300	-.041	.103	1	
용적률	.132	.267	.076	.156	.188	.105	.100	.102	.221	.145	.198	-.039	-.063	.065	.504	-.131	-.224	.271	.023	.257	.591	1



연구 윤리 서약서

본인은 한양대학교 대학원생으로서 이 학위논문 작성 과정에서 다음과 같이 연구 윤리의 기본 원칙을 준수하였음을 서약합니다.

첫째, 지도교수의 지도를 받아 정직하고 엄정한 연구를 수행하여 학위논문을 작성한다.

둘째, 논문 작성시 위조, 변조, 표절 등 학문적 진실성을 훼손하는 어떤 연구 부정행위도 하지 않는다.

셋째, 논문 작성시 논문유사도 검증시스템 "카피킬러"등을 거쳐야 한다.

2015년06월23일

학위명 : 석사

학과 : 도시·부동산개발학과

지도교수 : 최창규

성명 : 김재홍

(서명)


한 양 대 학 교 부 동 산 융 합 대 학 원 장 귀 하



Declaration of Ethical Conduct in Research

I, as a graduate student of Hanyang University, hereby declare that I have abided by the following Code of Research Ethics while writing this dissertation thesis, during my degree program.

"First, I have strived to be honest in my conduct, to produce valid and reliable research conforming with the guidance of my thesis supervisor, and I affirm that my thesis contains honest, fair and reasonable conclusions based on my own careful research under the guidance of my thesis supervisor.

Second, I have not committed any acts that may discredit or damage the credibility of my research. These include, but are not limited to : falsification, distortion of research findings or plagiarism.

Third, I need to go through with Coppykiller Program(Internet-based Plagiarism-prevention service) before submitting a thesis."

JUNE 23, 2015

Degree : Master

Department : DEPARTMENT OF URBAN & REAL ESTATE DEVELOPMENT

Thesis Supervisor : Chang Gyu Choi

Name : KIM JAEHONG

 (Signature)

