



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](#)

석사학위 청구논문

지도교수 유선종

서울시 상권 매출액 영향 요인
발달상권과 골목상권 비교를 중심으로

2024년 2월

건국대학교 대학원

부동산학과

김지은

서울시 상권 매출액 영향 요인

발달상권과 골목상권 비교를 중심으로

Factors influencing sales of

commercial districts in Seoul

Focusing on the comparison between

the developmental and alley commercial districts

이 논문을 부동산학 석사학위 청구논문으로 제출합니다.

2023년 11월

건국대학교 대학원

부동산학과

김지은

김지은의 부동산학 석사학위 청구논문을 인준함.

심사위원장 _____ (인)

심사위원 _____ (인)

심사위원 _____ (인)

2023년 12월

건국대학교 대학원

목차

표목차	ii
그림목차	iii
국문초록	iv
제1장 서론	1
제1절 연구의 배경과 목적	1
제2절 연구의 범위와 방법	4
제3절 연구의 흐름	6
제2장 이론적 배경과 선행연구 검토	7
제1절 이론적 배경	7
제2절 선행연구 검토	13
제3장 분석모형 및 변수 설정	21
제1절 연구가설	21
제2절 분석모형	23
제3절 변수설정	24
제4장 실증분석	34
제1절 기초분석	34
제2절 실증분석결과	38
제3절 발달상권과 골목상권 실증분석결과 비교	47
제5장 결론	51
제1절 연구요약	51
제2절 연구의 한계	54
참고문헌	55
ABSTRACT	57

표 목차

< 표 1-1 > 분석 대상 및 범위	5
< 표 2-1 > 상권 결정 요인	9
< 표 2-2 > 서울시 상권 종류	11
< 표 2-3 > 2022년 서울 상권 분기별 평균 매출 (자치구별)	12
< 표 2-4 > 상권 매출액에 관한 선행연구	14
< 표 2-5 > 상권 변화에 관한 선행연구	17
< 표 2-6 > 상권 생존율에 관한 선행연구	19
< 표 3-1 > 서울시 5대 생활권역	25
< 표 3-2 > 용도별 입점 가능 업종	26
< 표 3-3 > 상권변화 유형	28
< 표 3-4 > 100대 생활밀접업종	30
< 표 3-5 > Shannon-Wiener 다양성 지수 산정 예시	31
< 표 3-6 > 변수 설명	33
< 표 4-1 > 기초통계	34
< 표 4-2 > 회귀분석 결과	38
< 표 4-3 > 공간적 자기상관성 분석	41
< 표 4-4 > 발달상권과 골목상권 면적	44
< 표 4-5 > 외식업에 해당하는 업종	45
< 표 4-6 > 회귀분석 결과 비교	48
< 표 4-7 > 발달상권 회귀분석 결과	48
< 표 4-8 > 골목상권 회귀분석 결과	48
< 표 5-1 > 회귀분석 결과 비교	53

그림 목차

< 그림 1-1 > 서울시 상권분석서비스 건대입구역 예시	2
< 그림 1-2 > 서울시 상권분석서비스 리포트	2
< 그림 1-3 > 서울시 골목상권과 발달상권 분포	4
< 그림 2-1 > 건대입구역 주변 발달상권과 골목상권	11
< 그림 3-1 > 개점률, 폐점률로 나타낸 상권변화 유형	28
< 그림 4-1 > LISA 분석 High-High 결과	41
< 그림 4-2 > 상권 면적 변화에 따른 매출액 변화	43
< 그림 4-3 > 개점률, 폐점률로 나타낸 상권변화 유형	44

서울시 상권 매출액 영향 요인 발달상권과 골목상권 비교를 중심으로

2021년 소상공인실태조사 결과에 따르면 전국 소상공인 사업체수는 4,117천 개, 종사자 수는 7,205천 명이며 서울의 사업체 수(786개)와 종사자(1,337명) 수는 전년 대비 감소하였다. 소상공인의 대부분은 지역주민의 생활과 밀접하게 연관된 업종으로 경제의 중요한 기반이 되며 상대적으로 진입장벽이 낮은 도소매업과 음식업 등이 주로 상권에 진출한다. 상권의 점포 밀도에 의한 경쟁이나 경기 악화로 인한 민간 소비가 위축되면 상권의 폐업률은 상승할 수 있으며 이는 고용 시장의 침체와 높은 실업률을 야기한다.

따라서 본 연구는 서울시 골목상권과 발달상권을 대상으로 하여 영업을 유지하는데 기준이 되는 매출액에 영향을 미치는 요인을 파악하여 상권의 성장 가능성과 성과를 평가하고 상권의 동향을 파악할 수 있게 하여 신규 자영업자들에게 도움이 되는 것에 목적이 있다.

본 연구의 차별점은 첫 번째로 대다수 선행연구가 분석 대상을 골목상권이나 서울시에서 정의하는 4개(발달상권, 골목상권, 전통시장, 관광특구)를 대상으로 정하였으나 본 연구는 시장이라는 특수성을 가진 전통시장을 제외하고 발달상권, 골목상권과 영역이 겹치는 관광특구를 제외하여 비슷한 업종으로 구성된 발달상권과 골목상권만을 대상으로 하였으며 두 상권의 매출액에 미치는 영향 요인이 어떻게 다른지 비교해보았다.

두 번째는 상권 매출액에 관한 영향 요인 연구에서 상권 면적과 매출은 선형 관계를 가진다는 선행연구들을 확인하였으나 본 연구에서는 면적을 제공한 값의 변수를 사용하여 면적과 매출액의 비선형관계 여부를 확인해보고 상권 면적의 영향으로 매출액 변화가 최대가 되는 지점을 산출하는 것에 의의가 있다.

본 연구 결과는 발달상권과 골목상권 전체를 대상으로 하였을 때 입지특성에서는 ‘발달상권(+)', ‘동남권(+)', ‘버스정류장수(+)', ‘대규모점포(+)', ‘용도지역’ 변수가 매출액에 영향을 주는 것으로 확인됐다.

상권특성에서는 독립변수인 ‘상권 면적(+)', ‘상권 면적의 제공(-)', ‘정체형(+)', ‘프랜차이즈 점포비율(+)', ‘외식업 점포 비율(+)', ‘업종별 다양성 지수(+)' 변수가 상권의 매출액에 영향을 주는 것으로 확인됐다.

상권 면적² 변수와 함께 살펴본 결과 623,989㎡부터는 면적의 증가가 매출액을 크게 증가시키지 못한다. 상권 면적의 증가가 특정 한계점에 도달하면 상권 매출액의 변화에 미치는 양(+)'의 영향의 크기가 최대가 되며 그 한계점이 면적 영향으로 인한 최대 매출을 낼 수 있는 상권의 규모라고 판단하였다.

수요특성에서는 ‘거주인구의 월평균소득(+)' 이 매출액에 영향을 주었다.

발달상권만 분석 대상으로 하였을 때는 ‘서북권(-)', ‘버스정류장수(+)', ‘용도지역’, ‘상권면적(+)', ‘서비스업 점포비율(+)', ‘외식업 다양성 지수(+)' 가 매출액에 영향을 미쳤다.

골목상권만을 분석 대상으로 하였을 때는 ‘동남권(+)', ‘버스정류장수(+)', ‘대규모점포(+)', ‘용도지역’, ‘상권면적(+)', ‘프랜차이즈 점포비율(+)', ‘외식업 점포비율(+)', ‘서비스업 점포비율(-)', ‘서비스업 다양성 지수(+)', ‘소매업 다양성 지수(+)', ‘거주인구의 월평균소득(+)' 이 매출액에 영향을 미쳤다.

본 연구의 한계점은 개별적인 상권의 데이터를 구득할 수 없어 점포별 특성이 아닌 상권을 단위로 분석하였다는 점이다. 분석에 사용한 임대료 데이터는 상권이 위치한 행정동 평균 환산임대료이기 때문에 세부적인 상권을 분석하기에는 무리가 있고 상권 매출액에 영향을 줄 수 있는 개별적인 요인을 고려하지 못한 점이 연구의 한계로 사료된다.

또한, 다양성 지수의 측면에서는 외식업이라는 큰 카테고리에서 업종의 다양성을 측정하여 한식과 커피를 같은 외식업으로 묶어서 분석하게 되었다. 신우진 외(2010)에 따르면 소매업종을 대상으로 동종, 이종 업종의 분포패턴을 분석하여 한식, 찻집, 미용실 등의 업종이 타 소매업종과 집적효과가

있음을 확인하였으며 이정민(2021)은 음식점의 집적효과와 밀도의 한계효과를 분석하였다. 선행연구와 같이 업종의 집적효과와 경쟁효과를 단일 업종뿐 아니라 타 업종과의 효과까지 고려하는 것이 향후 과제가 될 것이다.

그러나 발달상권과 골목상권 매출액에 영향을 미치는 요인을 비교하여 살펴본 점, 용도지역을 선행연구보다 세부적으로 분류하여 분석한 점, 상권 면적과 매출액의 관계에서 한계 지점을 분석하여 상권 면적과 매출액에서 비선형관계를 확인한 점에서 의의를 가진다.

본 연구가 참고한 서울시에서 제공하는 우리마을가게 상권분석 서비스에서는 서울시의 행정동과 상권의 분석 리포트를 제공하는데 특정 지역을 선택하면 업종 분석, 매출 분석, 인구 분석, 지역 분석을 확인할 수 있다. 본 연구의 결과를 통해 창업 시 핵심적인 요소 중 하나인 매출액의 영향요인을 파악하여 창업 예정자에게 도움을 주고 더 세밀한 상권분석 서비스에 활용될 수 있을 것으로 예상된다.

제1장 서론

제1절 연구의 배경과 목적

한국의 자영업 비중은 30%를 넘어 '자영업 천국'으로 불리기도 했으나, 최근에는 점차 비중이 감소하고 있다.¹⁾ 2023년 9월 통계청 경제활동조사에 따르면 자영업자는 전체 취업자 수의 19.96%를 차지하는 572만 9,000명이다. 올해 들어 자영업 비중이 20% 미만으로 나타난 것은 2월(19.98%)과 3월(19.86%)에 이어 세 번째이다. 코로나19 유행 기간에도 자영업자 비중은 20%대를 유지해왔으나, 올해부터는 고금리 등의 영향으로 상황이 변화하고 있다. 또한, 하반기 경기 회복이 예상보다 늦어지고 있어 자영업자들은 어려운 상황에 직면하고 있다. 고물가와 고금리 부담으로 인해 소비자들은 외식 등을 줄이기 시작했으며, 자영업자들도 매출과 이자 비용 양쪽에서 어려움을 겪고 있다.

2021년 소상공인실태조사 결과에 따르면 전국 소상공인 사업체 수는 4,117천 개, 종사자 수는 7,205천 명이며 서울의 사업체 수(786개)와 종사자(1,337명) 수는 전년 대비 감소하였다. 소상공인의 대부분은 지역주민의 생활과 밀접하게 연관된 업종으로 경제의 중요한 기반이 되며 상대적으로 진입장벽이 낮은 도소매업과 음식업 등이 주로 상권에 진출한다. 상권의 점포 밀도에 의한 경쟁이나 경기 악화로 인한 민간소비가 위축되면 상권의 폐업률은 상승할 수 있으며 이는 고용 시장의 침체와 높은 실업률을 야기한다.

본 연구의 목적은 서울시 골목상권과 발달상권을 대상으로 하고 영업을 유지하는데 기준이 되는 매출액에 영향을 미치는 요인을 파악하여 상권의 성장 가능성과 성과를 평가하고 상권의 동향을 파악할 수 있게 하여 신규 자영업자들에게 도움이 되는 것에 목적이 있다. 그 중 상권 매출에 최대 효용을 낼 수 있는 적정 면적을 찾는 것을 최종 목적으로 한다. 선행연구를 통해 상권 면적이 매출액에 긍정적인 영향을 미친다는 것은 확인되었으나

1) 정진호, 2023.10.24., 중앙일보, <https://www.joongang.co.kr/article/25201675>

< 그림 1-2 > 서울시 상권분석서비스 리포트

종합의견

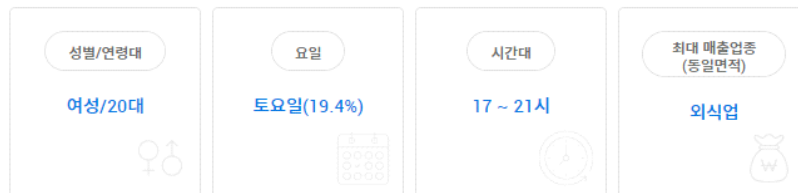
- **건대입구역(건대)의 업종전체** 점포수가 전년동기에 비해 **감소**하고 있습니다. 상권이 쇠퇴하는 시기인 경우 창업에 유의하여야 합니다.
- **건대입구역(건대)의 업종전체** 매출액이 전년대비 감소 추세입니다. 매출감소 원인을 파악하시기 바랍니다. 창업전이라면 창업을 재검토하시고 창업자이시면 자신의 점포에 영향이 있는지 파악하세요.
- **건대입구역(건대)**은 전년 동분기에 비해 유동인구가 **증가**하고있는 지역입니다. 경쟁 업소출현을 경계하세요.
- 서울시 발달상권249개 중 건대입구역(건대) 상권의 점포수는 **48위**, 매출액 **38위**, 유동인구 **21위** 입니다.



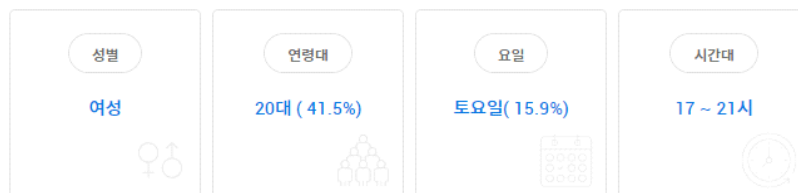
Best 업종



Best 매출



Best 유동인구

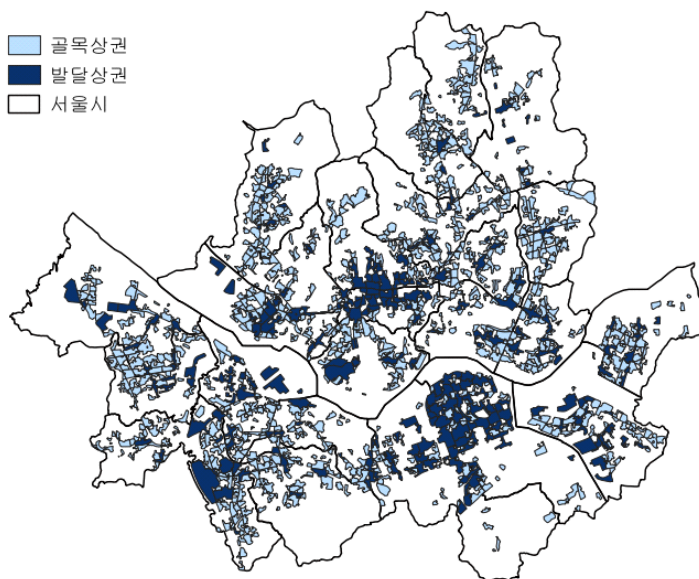


제2절 연구의 범위와 방법

시간적 범위는 2022년으로 하며 1년간 분기별로 제공된 데이터들을 사용한다. 공간적 범위는 서울시에서 정의한 골목상권과 발달상권에 국한하며, 관광특구는 이 두 상권과 중복되는 공간이 많아 연구의 범위에서 제외하였다. 또한, 전통시장은 온누리상품권 가맹점 가입 여부, 시장 상인교육의 시행 여부, 이벤트 광장 및 고객지원 센터 유무 등이 매출액에 긍정적인 영향을 미친다(김중숙, 2014)는 연구결과를 참고하여 전통시장은 상권과는 다른 요인이 매출액에 영향을 미칠 것으로 판단하여 연구 대상에서 배제하였다.

서울시에서 정의한 골목상권 1090개, 발달상권 249개로 총 1339개의 상권을 대상으로 하였으나 독립변수의 데이터를 구축하는 과정에서 결측값이 존재하는 상권을 제외하여 1314개의 상권을 분석하였다. 이를 통해 어떤 요인이 해당 상권의 매출액에 영향을 미치는지 파악하고자 한다. 분석을 위해 사용한 데이터의 출처와 범위는 다음과 같다.

< 그림 1-3 > 서울시 골목상권과 발달상권 분포



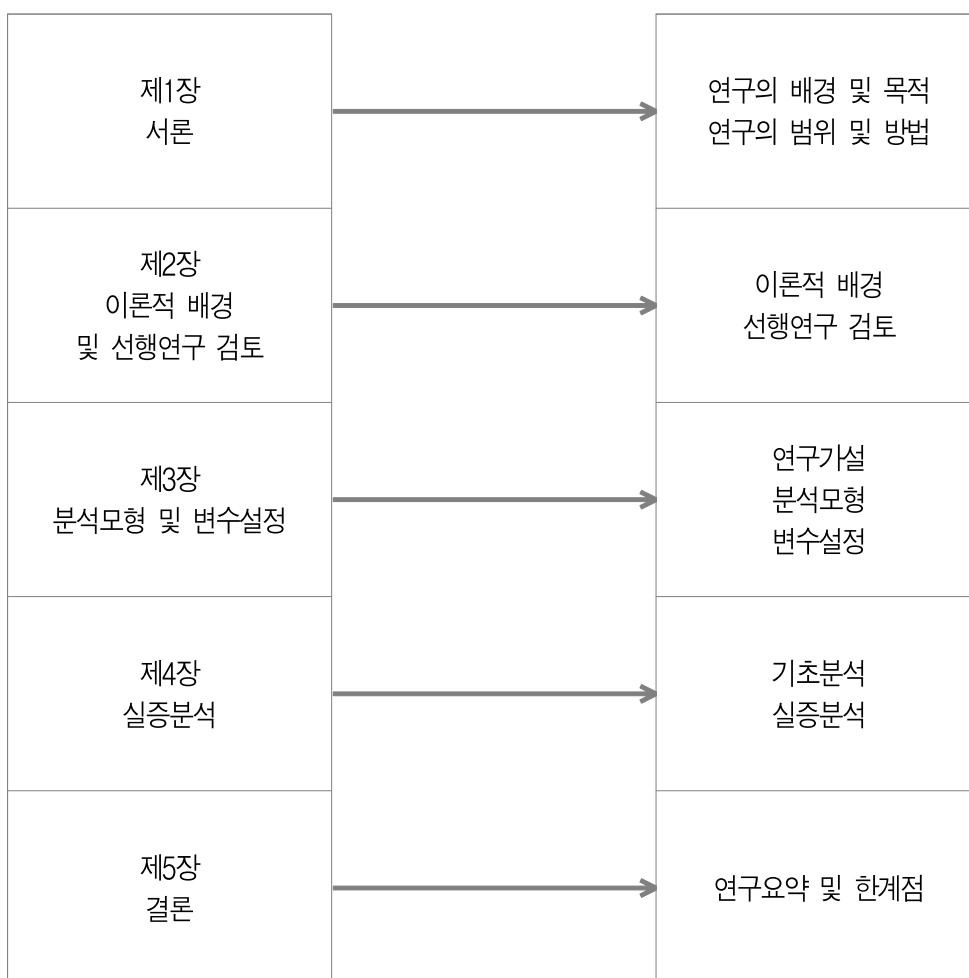
< 표 1-1 > 분석 대상 및 범위

구분	출처	시간적 범위	공간적 범위
상권 영역 및 면적	서울시 열린데이터광장	2022년 기준	골목상권 1076개, 발달상권 239개 총 1314개 상권
상권별 매출액		2022년 분기별평균	
상권별 점포		2022년 분기별평균	
상권별 월평균소득		2022년 분기별평균	
상권별 유동인구		2022년 분기별평균	
상권변화지표		2022년 분기별평균	
버스정류장		2022년 기준	상권 내 버스정류장
지하철역		2022년 기준	지하철역 350m 버퍼 내에 존재하는 상권
서울시 5대 생활권역		2022년 기준	상권이 속한 자치구
공시지가	국가공간정보포털	2022년 기준	상권 내 필지
용도지역		2022년 기준	상권 내 필지
임대료	서울신용보증재단	2022년 분기별평균	상권이 속한 행정동

제3절 연구의 흐름

본 연구의 흐름은 다음과 같다. 제1장에서 연구의 배경과 목적, 범위 및 방법에 관해 설명하고, 제2장에서는 이론적 배경과 선행연구를 검토하여 연구의 목표를 구체화한다. 제3장에서는 연구의 가설, 분석모형 및 변수 설정을 설명한다. 제4장에서는 이를 기반으로 하여 기초분석과 실증분석을 수행하고 결과를 정리한다. 마지막으로 제5장에서 연구 내용을 종합하고 시사점과 한계를 고찰한다.

< 표 1-2 > 연구의 흐름도



제2장 이론적 배경과 선행연구 검토

제1절 이론적 배경

1. 상권

상권(Trading area, Market area)은 점포와 고객을 흡인하는 지리적 영역을 의미하며 일반적으로 상품 판매액의 비율을 고려하여 상권을 분류한다.

상권을 크기에 따라 분류하면 대형상권, 중형상권, 소형상권으로 분류할 수 있다. 대형상권은 국내의 100대 상권으로 일 매출이 10억 이상이고 유동 인구가 1만 명 이상인 상권을 의미하고 중형상권은 중형 프랜차이즈 음식점이 위치하는 상권으로 대형상권을 제외한 약 200~300개의 상권이 존재한다. 소형상권은 배달 전문 프랜차이즈 치킨점이 위치한 상권으로 대형, 중형상권을 제외하고 약 1,000개의 상권이 있다.

상권을 거리별로 분류해보면 1,2,3차 상권으로 나눌 수 있다. 1차 상권은 약 70%의 상품 판매액을 차지하는 지역을 말하는데 고객들이 점포에 가장 근접해 있어 고객 수나 고객 인당 판매액이 가장 높은 지역을 말한다. 편의점의 경우 점포를 중심으로 약 500m 반경 이내의 범위를 1차 상권으로 분류한다. 2차 상권은 다음 25%를 차지하는 지역을 의미한다. 1차 상권의 외곽에 위치하며 약 1km 반경 이내의 지점을 말한다. 나머지는 3차 상권이 되고 약 2km 반경 이내의 지점을 말한다.

상권 주변의 환경에 따라 분류하면 사무실이 밀집한 오피스 상권, 거주 지역에 있는 주택가 상권, 상가 중심지인 번화가 상권, 지하철역 중심에 형성된 역세권 상권, 대학가 상권, 교외 상권으로 분류된다.

상권에 영향을 미치는 요인은 다양한데 신규 지하철 노선의 개설, 버스 터미널의 형성 및 이전, 버스 정류장의 이전 등 교통수단의 변화가 그중 하나다. 대형 할인점이나 백화점 등 대형 업체의 등장도 상권에 민감하게 반응한다. 또한, 공공 및 민간 기관의 이전, 대기업의 입지 및 이전도 상권의

변화와 이동에 영향을 미칠 수 있으며, 배후지역의 소득수준 변화도 중요한 요인이다.

상권은 발전 단계별로 특성이 나뉘는데 성장기 상권은 상권 발전에 영향을 주는 요소들이 상승하는 단계로, 지가가 상승하고 토지 투기 현상이 나타나며, 젊고 높은 교육 수준의 주민들이 분포하는 특징을 가진다. 성숙기 상권은 상권 발전 요인들이 충분히 성숙한 단계로, 지역 개발이 완료되어 활성화되거나 부동산의 가격과 기능 등이 최고조를 나타내고 배후 지역의 소득수준이 비교적 매우 높은 특징을 보인다. 쇠퇴기 상권은 각종 상권 기능이 점차 쇠퇴하는 단계로, 건물들이 노후화되고 지가가 낮아지며, 주민들도 노령화 추세를 보이는 특징이 있다.

상권의 결정 요인은 공간적 요인과 비공간적 요인으로 나눌 수 있다 (Mejia & Benjamin, 2002). 공간적 요인에는 상권, 부지, 건물과 같은 요소를 포함하며, 비공간적 요인은 점포 이미지와 상품 구성 등이 포함된다.

본 연구는 특정한 점포를 대상으로 하는 것이 아니라 점포들이 모여있는 상권 전체를 다루고 있고 개별적인 점포의 데이터를 구하는 것에 한계가 있다는 점에서 상점의 부지, 건물, 점포 이미지, 상품 구성과 같은 요인은 고려하지 못했다. 상권 결정 요인은 소비자와 관련된 수요 요인과 판매자와 관련된 공급 요인으로 구분할 수 있는데 수요 요인은 인구, 소득수준, 인구 통계적 특성 등이 있으며 공급 요인은 경쟁, 집적, 거리와 같은 요인을 포함한다.

< 표 2-1 > 상권 결정 요인

구분		설명
수요요인	인구	<ul style="list-style-type: none"> 상권의 잠재구매력을 측정하는 필수적인 자료 인구수는 점포 결정과 매출액에 양의 영향을 미치는 것으로 알려져 있음
	소득수준	<ul style="list-style-type: none"> 지역의 경제적 수준을 나타내는 변수 소매점 매출액을 결정하는 필수 지표
	인구통계적특성	<ul style="list-style-type: none"> 교육수준, 직업, 문화적 성향 등의 인구통계적 특성 소비자의 기호를 설명하는 변수로 활용이 가능함
공급요인	경쟁	<ul style="list-style-type: none"> 대형점포가 상권 범위 내에 존재하는지 여부
	집적	<ul style="list-style-type: none"> 상점들이 지리적으로 근접하게 입지하는 것 집적효과에 따라 상권을 결정하는데 긍정적 영향을 줌
	거리	<ul style="list-style-type: none"> 상점과 소비자 간 물리적 거리는 소비자의 이동비용에 영향을 줌 매출액은 소비자와 상점 간 거리에 영향을 받음

이명호(2017), 빅데이터를 활용한 소지역 상권 매출에 영향을 미치는 요인분석에 관한 연구

2. 서울시에서 정의한 상권

상권이란 ‘상업상의 세력이 미치는 범위’를 의미하는데 일반적으로 소비자나 고객을 유입하는 지리적 범위, 상업 활동을 유발하는 지역 조건으로 구비된 공간을 의미하고 소비자들의 일상생활에 밀접한 재화나 서비스를 제공하며 도시의 활력과 관계가 깊은 공간이다(황재석, 2021). 또한, 자영업자와 소상공인의 생계와 직접적으로 연결되어있어서 지역경제 활성화 측면에서 중요한 역할을 담당한다(김현철 외, 2019).

서울시에서 제공하는 우리마을가게 상권분석 서비스²⁾에 따르면 서울시 상권은 골목상권, 발달상권, 전통시장상권, 관광특구상권 4개로 분류된다.

골목상권이란 대로변이 아닌 거주지 안의 좁은 도로를 따라 형성되는

2) 우리마을가게 상권분석 서비스, <https://golmok.seoul.go.kr/main.do>

상업세력의 범위를 의미하며 음식점업, 소매업, 서비스업을 영위하고 도보를 통해 이동할 수 있는 거리에 해당하며 주거지역이 밀집된 곳에 형성된 상권 대로를 제외한 길 단위로 구성되고 30개 이상 점포수를 포함한 골목상권 지역을 의미한다.

발달상권은 법조항에 따라 2천 제곱미터 이내 50개 이상의 상점이 분포하는 경우 “상점가”라 하고, 배후지를 고려하지 않은 도보이동이 가능한 범위 내의 상가업소밀집지역을 발달상권으로 정의한다. 발달상권은 2016년 중소벤처기업부(소상공인시장진흥공단) 260개 발달상권을 전통시장 등 중복 제거로 249개로 설정하였으며 교통이 발달하고 배후 인구와 유동인구가 많은 곳에 형성되는 상권을 의미하며 양호한 입지 조건 덕에 평균 임대료가 상대적으로 높으며 이를 부담할 수 있는 대형 프랜차이즈 매장이 주로 입점한다.

전통시장상권은 오랜 기간에 걸쳐 일정한 지역에서 자연발생적으로 형성된 상설시장이나 정기시장을 의미하고 관광특구상권은 관광 활동이 주로 이루어지는 지역적 공간 내에 입지한 상권을 말한다. 관광특구상권에는 이태원, 명동, 동대문패션타운, 종로·청계, 강남 마이스가 지정되어 있다.

본 연구에서 연구 대상으로 삼은 발달상권과 골목상권을 자세히 살펴보기 위해 건대입구역 부근 발달상권과 골목상권을 예로 들어보면 사진과 같다. 건대입구역에 인접한 부분은 발달상권이며 건대입구역에서 떨어져 있지만 상권이 형성된 부분은 골목상권으로 분류되어 있다.

유형	정의
발달상권	배후지를 고려하지 않은 도보 이동이 가능한 범위 내의 상가업소 밀집지역
골목상권	골목 점포의 밀집도가 높은 상권
전통시장	오랜 기간에 걸쳐 일정한 지역에서 자연발생적으로 형성된 상설시장이나 정기시장
관광특구	관광활동이 주로 이루어지는 지역적 공간 내 입지한 상권

3. 상권의 현황

상권 매출액 분석을 하기에 앞서 2022년 분기별 평균 매출을 자치구로 분류해보았다. 강남구가 2조 9천억 원으로 분기별 평균 매출액이 가장 많았으며 서초구 1조 6천억 원, 송파구가 1조 4천억 원이었다. 가장 높은 순위를 차지한 3개의 구는 동남권에 해당한다.

〈 표 2-3 〉 2022년 서울 상권 분기별 평균 매출 (자치구별)

(단위 : 억)

자치구	분기별 평균 매출
강남구	29,182
서초구	16,622
송파구	14,217
용산구	14,213
영등포구	10,360
동작구	9,873
종로구	9,872
중구	9,548
마포구	7,479
구로구	6,330
강서구	6,283
강동구	6,190
금천구	6,004
광진구	5,704
동대문구	5,178
노원구	4,733
관악구	4,606
양천구	4,141
성동구	3,919
은평구	3,569
서대문구	3,569
성북구	3,301
중랑구	3,104
강북구	3,041
도봉구	2,275

제2절 선행연구 검토

1. 상권 매출액에 관한 연구

상권 매출액에 관한 선행연구들은 골목상권만을 대상으로 하여 매출액을 분석하였거나 시간의 흐름에 따른 연구, 생활인구의 분포 또는 SNS 언급량 등과 같이 특정한 요인을 추가하여 매출액에 어떤 영향을 미치는지까지 진행되었다.

김지원(2018)에 따르면 2년 동안의 상권 매출액 변화데이터를 사용하여 업종 다양성과 점포 밀도가 상승할수록 골목상권의 매출액이 증가한다는 것을 확인하였다. 업종 다양성이 증가할수록 매출이 증가하고 점포 밀도가 증가할수록 매출이 증가하지만, 임계수준 이상의 점포 밀도 증가는 매출의 감소시킨다는 것을 시사한다. 이러한 결과는 소비자의 입장에서 재화와 서비스를 구매하는데 소요되는 탐색 비용을 감소시키고 다목적 쇼핑의 구매 패턴을 가지는 소비자에 대한 집객 효과가 큰 상권이 더 높은 매출액을 가질 수 있다고 해석할 수 있다.

김현철, 이승일(2019)은 골목상권을 대상으로 상권특성, 배후지역특성, 공간구조 특성으로 구분하여 매출액에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 그 결과 20~40대, 06~11시, 17~21시 등이 매출액에 양의 영향을 미쳤으며 점포수가 많으면서 밀도가 높으면 매출액에 음의 영향을 미치고 소매업과 음식점의 관계에 따라 서로 다른 영향을 미치는 것을 확인하였다.

손경민(2021)은 생활인구의 공간적 분포가 상권 매출에 어떠한 영향을 미치는지 분석하였다. 이 연구는 서울시의 생활인구 데이터를 시간과 연령을 기준으로 세분화하여 공간 분포가 서울시 상권의 매출에 미치는 영향을 실증적으로 조사하였다. 주간시간대보다 야간시간대 생활인구가 증가할수록 골목상권과 발달상권 매출은 더 증가할 가능성이 있다. 골목상권은 야간 청년층 생활인구가 증가할수록 상권 매출이 가장 크게 증가하였으며 발달상권은 주간 시간대 장년층 생활인구가 증가하는 것이 상권 매출액에 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타났다.

임승현(2021)은 입지특성 및 SNS 언급량 중심으로 골목상권 매출액 영향요인을 분석한 결과 서울시에서 지정한 골목상권의 범위와 SNS 사용자가 인식하는 골목상권의 범위가 다른 것으로 나타났다. 영향을 미치는 요인에는 상권 내 점포수, 직장인구, 유동인구, 지하철 접근성이 매출액에 양의 영향을 주었으며 주거, 업무밀도, 토지이용혼합도가 높을수록 양의 영향이 나타났다. 대형유통시설의 경우 매출액에 음의 영향을 주었으며 SNS 언급량이 많을수록 골목상권 매출액이 늘어났다. 이는 골목상권 매출액에 미치는 SNS의 영향력이 크다는 것을 보여준다.

〈 표 2-4 〉 상권 매출액에 관한 선행연구

선행연구	연구범위	종속변수	독립변수
골목상권 매출 변화에 영향을 미치는 상권 특성 연구 김지원(2018)	골목상권	2년 매출액 변화	매출, 업종다양성, 점포수, 상주인구, 유동인구, 아파트시세, 점포밀도, 집객 시설
서울시 골목상권 매출액에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 김현철, 이승일(2019)	골목상권	월평균 추정 매출액	연령별, 시간대별, 업종별 매출비율, 업종별 밀집도, 업종 수, 상권면적, 상가밀도, 유동인구, 용도지역, 배후지 상주인구, 배후지 추정소득, 대형유통 시설, 건물노후도, 건폐율, 용적률, 주거용도 건물 수, 비주거용도 건물 수, 공시지가, 지하철 승하차인원, 버스승하차인원
생활인구의 공간적 분포가 서울시 상권 매출에 미치는 영향 손경민(2021)	발달상권, 골목상권	평균 분기별 상권 매출액	생활인구, 여성매출비율, 도소매산업 규모, 그 외 산업규모, 총 가구수, 점포밀도, 지하철역과의 거리, CBD와의 거리, 버스정류장과의 거리
서울시 골목상권 매출액 영향요인 입지특성 및 SNS 언급량을 중심으로 임승현(2021)	골목상권	상권별 매출액	점포수, 매출분기, 직장인구, 유동인구, 버스정류장 접근성, 지하철 접근성, 주거밀도, 업무밀도, 상업밀도, 토지이용혼합도, 도심과의 거리, 주변 대형점포 개수

2. 상권 변화에 관한 연구

상권 변화에 관한 연구는 상권을 기준에 따라 구분하여 영향 요인을 분석하였거나 최근 코로나19의 영향으로 인한 상권 변화에 관한 연구가 진행되었다.

강현모, 이상경(2019)은 서울시의 골목상권을 성장상권과 쇠퇴상권으로 구분하고, 로지스틱 회귀분석을 통해 골목상권 성장에 영향을 미치는 요인을 조사했다. 결과적으로 여성 매출 점유율 증가, 20~30대 매출 점유율 증가, 건축물 밀도, 골목상권 면적은 상권의 성장을 촉진하는 요인으로 나타났으며, 반면 소득수준과 지하철역 근접 위치는 부정적인 영향을 미치는 것으로 밝혔다. 또한, 동북생활권 근방의 골목상권이 도심생활권의 골목상권에 비해 더 빠르게 성장하는 경향이 나타났다.

최승호(2021)는 영업개월을 상권 변화로 정의하고 분석하였다. 2019년 서울시 내 상권별 운영 영업개월 평균, 폐업 영업개월평균을 종속변수로 하여 상권의 질적 변화에 영향을 주는 요인 중 상품의 구성과 소비자의 특성에 주목하여 분석하였다. 그 결과 진단가가 높고 외식업 가맹점 비율이 높을수록 상권의 변화 속도가 빠르고 원거리 방문객이 많은 상권일수록 창업이 활발하다는 것을 확인했다. 배후지역 인구 중 상주인구 대비 직장인구 비중이 높은 상권일수록 창업이 저조하고 여성 대비 남성 방문객 비중이 높고 방문객의 연령층은 높을수록, 주간 방문객 비중이 높을수록 변화 속도가 느리다고 밝혔다.

오영기(2021)는 20년간 서울시 골목상권을 대상으로 하여 시간의 흐름에 따라 상권 변화를 분석하고 변화의 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 상권의 성장은 도심생활권, 동남생활권, 서북생활권을 중심으로, 상권의 쇠퇴 후 성장은 동북생활권을 중심으로, 상권의 성장 후 정체는 동남생활권을 중심으로, 상권의 쇠퇴는 서남생활권을 중심으로 구분하였다. 상권 변화요인으로 는 경우 20~30대 매출비율이 높을수록, 지하철 접근성이 좋을수록, 배후지 상주인구가 많을수록, 배후지 추정 소득이 높을수록, 후발업종 비율이 높을수록, 업종이 다양할수록 상권이 성장할 가능성이 높다는 것을 확인했다.

코로나19의 영향에 관한 연구로는 권도율, 전재식(2022)은 코로나19에 따른 상권 변화를 파악하기 위해 2015년부터 2020년까지의 매출액의 데이터를 가지고 상권 변화의 공간적 특성을 분석하고 상권별, 업종별 코로나19의 피해 규모와 차이를 추정하기 위해 매출액 변화에 미치는 영향을 파악하였다. 공간분석 결과에 따르면 코로나19 이후 관광상권, 대학상권, 발달상권 등에서 매출액이 감소하는 추세를 보였으며 인구 유출이 큰 지역 상권에서 매출액 감소 폭이 특히 큰 경향이 나타났다.

임현정, 최상범(2022)은 행정동 단위 유동인구 군집화를 통한 업종별 비교를 중심으로 하여 코로나19가 상권 매출 변화에 입지와 업종별로 어떤 차이가 발생했는지 분석하였다. 상권의 입지적 특성은 상권을 이용하는 유동인구의 유형에 따라 행정동 단위로 군집화하여 중심업무상권, 변화가 상권, 주거중심 상권으로 구분하였다. 매출 변화에 미치는 요인으로는 유동인구의 감소가 가장 큰 변화가 상권이 매출 감소액이 가장 큰 것으로 확인했으며 변화가 상권 내에서도 외식업 업종의 매출액이 크게 감소한 것을 확인하였다. 주거중심 상권과 중심업무 상권의 매출 변화는 크지 않아 안정적인 상권이라고 밝혔다.

박지완, 전이봄, 이승일(2023)은 코로나19 전후 기간을 대상으로 골목상권을 성장상권과 쇠퇴상권으로 구분하여 지역적으로 분포의 차이가 있음을 확인하고 성장상권에 영향을 미치는 요인을 도출하였다. 코로나19 시기에는 대면필수업종과 집객시설의 밀도, 인구밀도가 상권 지속성에 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났고 상권 배후지 특성이 상권 지속성에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

< 표 2-5 > 상권 변화에 관한 선행연구

선행연구	연구범위	종속변수	독립변수
시계열 군집분석과 로지스틱 회귀분석을 이용한 골목상권 성장요인 연구 강현모, 이상경(2019)	골목상권	성장상권, 정체·쇠퇴상권으로 분류한 골목상권	여성 매출 점유율, 종사자 수 증가율, 행정동 소득수준, 점포 창업률, 건축물 밀도, 상권면적, 지하철역 거리, 버스정류장 수, 서울 5대 생활권
생활밀집업종의 변화가 골목상권의 성장과 쇠퇴에 미치는 영향 오영기(2022)	골목상권	선발업종 후발업종 사양업종 정체업종	쇠퇴상권, 성장상권, 정체상권, 성장 후 정체상권
코로나19 전후 서울 상권 매출의 공간적 변화 권도율, 전재식(2022)	발달상권, 골목상권, 전통시장, 관광특구	상권별 매출액	매출건수, 점포수, 개업/폐업 점포비율, 유동인구, 상주인구, 직장인구, 평균소득, 연도더미
코로나19가 서울시 상권 매출 변화에 미치는 영향 분석 - 행정동 단위 유동인구 군집화를 통한 업종별 비교를 중심으로 임현정, 최상범(2022)	발달상권, 골목상권, 전통시장, 관광특구	상권별 매출액	업종별 매출액, 매출 증감률, 매출증감액, 유동인구 군집화
골목상권 매출액 데이터를 활용한 성장·쇠퇴 유형화와 성장상권 영향요인 분석 - 코로나19 전후를 대상으로 박지원, 전이봄, 이승일(2023)	골목상권	성장상권, 쇠퇴상권 매출액	업종별 밀도, 점포밀도, 집객시설 밀도, 생활인구밀도, 지하철역 더미, 버스정거장밀도, 배후지 생활인구, 배후지 점포, 배후지 집객시설

3. 상권 생존율에 관한 연구

상권 생존율에 관한 연구로는 업종을 특정하여 생존 특성을 분석하거나 코로나로 인한 상권의 변화 연구뿐 아니라 코로나 영향으로 인한 상권의 회복 탄력성에 관한 연구가 진행되었다.

김동준, 이창효, 이승일(2019)은 상업시설 중 자영업 창업이 많은 일반음식점업의 생존특성에 대해 분석하였다. 그 결과 안정적 영업을 위한 입지선택에서 골목상권은 접근도로 유형의 위계가 높을수록 생존에 유리함을 밝혔다. 유사업종의 다양성은 음식점 생존에 긍정적인 요인이며 과당경쟁과 이종업종 다양성은 부정적인 요인이다. 발달상권은 상대적 특화로 인해 과당경쟁이 발생할 경우 생존에 불리한 환경이며 골목상권은 절대적 개체 수의 집적과 유사업종의 높은 다양성이 생존에 유리한 환경을 조성한다. 또한, 상권 내 신규 건축물 개발은 상권유형과 용도에 따라 일반음식점 생존특성에 다른 영향을 미친다. 용도별로 안정성을 높이거나 생존 위협요인으로 작용한다. 고령화지수와 유년기 인구 부양비가 높은 지역일수록 일반음식점의 생존 위험확률을 높인다.

하정원, 이수기(2021)는 코로나19 확산 시기 집계구 매출의 변화와 회복 탄력성 영향요인을 분석하였다. 매출 감소 분석 결과로는 대학생이 많은 지역, 상업지역, 버스 접근성이 높은 지역, 대면과 다중이용시설 업종 위주 지역에서 매출 감소가 높게 나타났으며 주거지역, 공원에 인접한 지역은 매출 감소가 상대적으로 적었다. 매출 회복 탄력성 분석 결과 대학생 의존도가 높은 지역과 상업, 업무지역에서는 지속적 침체를 보였고 회복 탄력성은 대면 접촉 가능성이 상대적으로 낮은 차량의 교통접근성과 긍정적 관계를 보였다. 또한, 업종별 매출 다양성, 운영 제한 업종, 재난지원금 사용 가능 업종에서 회복 탄력성과 양의 관계를 보였다.

이슬, 김태건, 김갑성(2022)은 골목상권을 대상으로 골목상권을 4개의 유형으로 분류하고 코로나19 발생에 따른 상권별 회복탄력성과 생존 특성을 연구하였다. 유동인구와 직장인구의 영향이 큰 상권과 젊은 세대 수요층의 영향이 큰 상권에서 매출의 피해가 크게 나타났으며 골목상권 매출 위기에

영향을 주는 요인으로 젊은 세대 수요층이 많은 상권, 아파트 가격과 면적당 생활인구, 프랜차이즈 점포 비율은 위기를 높이고 면적당 상주인구, 업종 다양성은 위기를 낮추는 것으로 분석하였다.

〈 표 2-6 〉 상권 생존율에 관한 선행연구

선행연구	연구범위	종속변수	독립변수
서울시 발달상권과 골목상권의 일반음식점 생존특성 연구 김동준, 이창호, 이승일(2019)	골목상권, 발달상권의 일반음식점	생존기간, 생존여부	사업체 법인 여부, 유사이종 업종 수, 대규모 상업점포까지 거리, 경사도 여부, 토지이용특성, 접근도로 특성, 상권 면적, 상권의 LQ지수, 업종다양성, 일반음식점 밀도, 공시지가 상승률, 용도별 연면적 밀도, 인구밀도, 고령화지수, 유년기 인구 부양비
서울시 근린지역 상업매출 감소와 회복탄력성 영향 요인 분석 - COVID-19 영향을 중심으로 하정원, 이수기(2021)	서울시 집계구	매출감소, 매출회복탄력성	생활인구, 토지이용다양성, 평균 건폐율, 평균 층수, 건물밀도, 접근성, 도로율, 공원, 교육시설, 단위면적 지가, 매장밀도, 업종별 매출 혼합도, 대면 업종 매출비율, 다중이용시설 업종 매출비율, 제한 업종 매출비율, 긴급재난지원금 사용처 업종 매출비율
코로나19 발생에 따른 서울시 골목상권 유형별 회복탄력성 및 영업위기에 관한 분석 이슬, 김태건, 김갑성(2022)	골목상권	매출회복탄력성	회복탄력성, 집객시설 수, 아파트가격, 발달상권 인접여부, 직장인구, 상주인구, 생활인구, 평균 영업개월, 점포수, 프랜차이즈 점포 비율, 업종 다양성, 대면 업종 매출비율, 영업제한업종 매출비율

4. 선행연구와의 차별성

선행연구를 살펴본 결과 상권에 관한 연구로는 상권 매출액에 관한 연구, 상권 변화에 관한 연구, 상권 생존율에 관한 연구가 진행되었다. 상권 매출액에 관한 연구는 소규모 자영업자가 많은 골목상권으로 대상을 특정하

여 매출액에 영향을 미치는 영향요인을 분석한 연구들이 대다수였으며 생활 인구의 분포나 입지특성, SNS 등의 상권 특성 변수를 추가하여 연구가 진행되었다. 상권 변화에 관한 연구는 영업기간이나 성장상권, 쇠퇴상권으로 분류한 연구가 있으며 최근 코로나19의 영향으로 인한 상권의 변화를 알아보는 연구까지 진행되었다. 상권 생존율에 관한 연구는 상권 내 세부적인 업종을 특정하여 생존 특성을 분석하였거나 코로나로 인한 상권 매출의 변화뿐 아니라 매출 회복 탄력성을 분석한 연구가 있다.

상권의 매출은 사업의 유효수요를 결정하고 상점의 생존과 폐업에 직접적인 영향을 미친다(이연수 외, 2014). 또한, 안정된 상권 매출은 일자리 창출이나 지역경제의 성장에 큰 영향을 미치기 때문에 본 연구는 상권의 매출액에 영향을 미치는 요인에 대해 분석해보고자 한다. 기존 상권 분석연구는 골목상권에 한정되어 있거나 골목상권, 발달상권, 전통시장, 관광특구 모든 상권을 대상으로 하고 있다. 본 연구는 소상공인들이 사업을 진행하기에 진입장벽이 상대적으로 낮은 발달상권과 골목상권을 대상으로 하여 매출액에 미치는 영향 요인이 어떻게 다른지 비교해보고자 한다. 서울의 전체 상권 중 전통시장과 관광특구는 발달상권, 골목상권과는 다른 영향 요인이 미칠 것으로 판단하여 제외하였다는 점에서 차별점을 갖는다.

2019년 4분기와 2022년 4분기의 골목상권, 발달상권 매출액의 합을 비교해보면 2019년 4분기는 21조 9천억 원 2022년 4분기는 20조 4천억 원으로 코로나19의 영향은 현재의 상권 매출액에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 판단하여 선행연구에서 진행한 매출액 영향 요인들을 바탕으로 상권 내 필지의 용도지역과 상권 구성 업종비율을 세분화하여 분석한다.

마지막으로 상권 매출액에 관한 영향 요인 연구에서 상권 면적과 매출은 선형관계가 있다는 선행연구들을 확인하였으나 본 연구에서는 면적을 제외한 값의 변수를 사용하여 면적과 매출액의 비선형관계 여부를 확인해보고 상권 면적의 영향으로 매출액 변화가 최대가 되는 지점을 산출하는 것에 의의가 있다.

제3장 분석모형 및 변수 설정

제1절 연구가설

본 연구는 기존의 선행연구에서 살펴보았던 독립변수를 바탕으로 새로운 변수를 추가하여 상권의 매출액에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 한다. 독립변수는 상권의 입지특성, 상권이 가지는 개별적 특성, 상권 내 수요특성으로 나누어 구성하였다.

1. 입지특성

상권이 위치하는 입지특성으로는 ‘상권의 종류’, ‘해당 자치구’, ‘접근성’, ‘대규모 점포’, ‘용도지역’ 변수로 구성하였다. 이론적 고찰에서 확인했듯이 상권 매출액이 높은 순위에 동남권이 속하기 때문에 동남권에 해당하는 상권일수록 매출액이 높아질 것으로 예상된다.

선행연구에서는 상권 내에 가장 많이 차지하는 용도지역을 주거지역, 상업지역, 공업지역으로만 나누어 더미로 구성하였기 때문에 세부적인 분석이 부족하다고 판단하였다. 이에 따라 본 연구는 ‘용도지역’ 변수 중 주거지역을 준주거지역, 1, 2, 3종 일반주거지역으로 세분화하여 살펴보고자 한다. 따라서 본 연구에서는 기저변수를 상업지역으로 설정하고 개발이 용이한 3종 일반주거지역을 포함한 상권일수록 매출액이 높아질 것으로 예상된다.

1. 상권이 위치한 입지의 특성에 따라 매출액에 영향이 있을 것이다.

1-1. 동남권에 속한 상권일수록 매출액이 높아질 것이다.

1-2. 3종 일반주거지역을 포함한 상권일수록 매출액이 높아질 것이다.

2. 개별특성

상권이 개별적으로 가지는 특성으로는 ‘상권 면적’, ‘임대료’, ‘상권 변화지표’, ‘프랜차이즈 점포비율’, ‘업종별 점포 구성비율’, ‘업종별 다양성 지수’를 변수로 구성하였다. 상권을 구성하고 있는 업종에 따라 매출액에 영향이 있을 것으로 판단하여 상권을 이루고 있는 업종 점포수 비율과 업종 다양성 지수를 통해 확인해보고자 한다.

2. 상권이 가지는 개별적인 특성에 따라 매출액에 영향이 있을 것이다.

- 2-1. 상권 면적과 매출액은 비선형관계가 나타나는 지점이 있을 것이다.
- 2-2. 상권을 이루는 업종이 다양할수록 매출액이 높아질 것이다.

3. 수요특성

상권 내 수요특성으로는 ‘유동인구의 밀도’, ‘거주인구의 월평균소득’을 변수로 구성하였다.

인구와 소득은 상권의 잠재구매력을 측정하는 가장 기본적인 요인이며 관련된 지표들을 통해 상권의 규모와 상권 매출액에 미치는 영향 등을 예측할 수 있다.

3. 상권 내 수요특성에 따라 매출액에 영향이 있을 것이다.

- 3-1. 유동인구의 밀도가 높을수록 매출액이 높아질 것이다.
- 3-2. 거주인구의 월평균 소득이 높을수록 매출액이 높아질 것이다.

제2절 분석모형

서울시에서 정의한 골목상권 1090개, 발달상권 249개로 총 1339개의 상권을 대상으로 하였으나 독립변수의 데이터를 구축하는 과정에서 결측값이 존재하는 상권을 제외하여 1314개의 상권을 대상으로 한다.

연구는 선행연구를 참고한 영향 요인과 상권의 입지특성, 상권 내 업종 다양성을 추가로 고려하여 발달상권과 골목상권의 매출액 영향요인을 분석해보기 위해 다중회귀 모형을 사용하였다.

회귀분석이란 독립변수와 종속변수의 영향 관계를 분석하는 방법론이다. 종속변수에 대한 독립변수가 하나의 변수를 가질 때는 단순회귀분석을 수행하지만 본 연구는 다수의 독립변수로부터 영향을 받는다는 것을 가정했기 때문에 다중회귀분석을 이용한다. 다중회귀 모형은 다음과 같다.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

$$Y = \text{상권별 매출액}, \alpha = \text{절편}, \beta = \text{회귀계수}$$

$$X = \text{독립변수}, \varepsilon = \text{오차항}$$

회귀분석의 기본가정은 변수의 정규성과 변수 간 상관관계가 없다고 가정한다. 인구나 임금과 같은 변수는 다른 변수보다 값이 큰 변수와 그렇지 않은 변수를 변수로 삼을 때 분석 결과의 왜곡이 발생하기 때문에 정규성이 만족하지 않는 변수는 로그로 변환한다(Wooldridge, 2015). 본 연구는 상권 매출액, 환산임대료, 월 평균소득을 로그로 변환하여 분석하였다.

제3절 변수설정

1. 종속변수

본 연구는 상권별로 분기별 평균 매출액을 종속변수로 사용하였다. 서울시 열린데이터 광장에서 제공하는 2022년의 상권별 추정 매출액의 분기별 평균을 산출하고 다중회귀모형을 사용하기 때문에 선형성 보정과 변수들의 크기 차이 보정을 위해 종속변수에 로그를 취하였다.

상점이나 상업시설별 매출액 자료는 정보공개가 불가능하므로 소지역 단위의 추정 매출액이나 유통업체가 제공하는 연도별 매출액 통계자료, 기업 내부 자료를 활용하고 있다(이임동 외, 2010; 김성문 외, 2014; 이연수 외, 2014). 본 연구에서 활용한 매출액 데이터는 추정 매출액으로 신용카드사가 제공하는 매출정보 데이터를 활용한 자료이다. 추정 매출 데이터는 카드사에서 제공하는 데이터를 상권분석 서비스의 100대 생활밀접업종을 바탕으로 각 업종에 보정계수를 곱하거나 이상치를 제거하는 등의 방식으로 가공하여 만들어진 것이다. 본 연구의 종속변수인 ‘상권별 매출액’ (이하 매출액)의 산정식은 다음과 같으며 매출액은 2022년 분기별 평균으로 한다.

$$\text{상권별 매출액} = \ln(\text{2022년 분기별 평균 매출액})$$

2. 독립변수

독립변수는 기존 진행된 선행연구를 참고하여 상권의 입지특성, 상권의 개별적 특성, 상권 내 수요특성으로 구성하였다. 서울열린데이터광장, 통계청, 우리마을가게 상권분석서비스, 국가공간정보포털 등을 통해 추가적인 자료를 수집하고 정리하여 상권의 입지특성, 상권의 개별적 특성, 상권 내 수요특성으로 나누어 매출액에 어떤 영향을 미치는지 분석하였다.

1) 입지특성

상권이 위치하는 입지특성으로는 ‘상권의 종류’, ‘해당 자치구’, ‘접근성’, ‘대규모 점포’, ‘용도지역’ 변수로 구성하였다.

‘상권의 종류’는 분석의 대상이 골목상권과 발달상권 전체이기 때문에 골목상권과 발달상권 해당 여부로 상권의 종류를 분류하였다.

‘해당 자치구’는 도시공간구조가 입지의 거시적 영향 요인이 될 수 있어 상권 형성과 규모 확장에 관련이 있으므로 변수를 추가했다. 자치구 권역은 2030 서울 도시기본계획에 따라 서울 25개 자치구를 5대 생활권역으로 구분하였다. 권역별로 더미 처리하여 5개의 권역 중 서남권을 기저변수로 두었다.

〈 표 3-1 〉 서울시 5대 생활권역

구분	지역
도심권	종로구·중구·용산구
서북권	마포구·서대문구·은평구
동북권	성동구·광진구·동대문구·중랑구·성북구·노원구·강북구·도봉구
서남권	금천구·관악구·동작구·영등포구·구로구·양천구·강서구
동남권	서초구·강남구·송파구·강동구

‘접근성’은 지하철과 버스정류장으로 측정하였는데 상권영역은 포인트 데이터가 아니라 폴리곤 데이터이기 때문에 지하철역과의 최단 거리를 구하는 것은 부정확하다고 판단하였다. 서울교통공사에서 제공하는 1~8호선 지하철역 위치 데이터를 이용하여 지하철역에서 보행권으로 인식되는 350m 이내에 상권이 존재하는지의 여부를 더미로 구성하였다.³⁾ 버스정류장은 상권 영역 내에 존재하는 버스정류장의 개수를 변수로 구성하였다.

3) 성인이 70m/min의 속도로 5분간 이동 가능한 범위로 반경 350m를 기준범위로 설정하였다.

‘대규모 점포’는 상권 주변에 대규모 점포의 유무를 더미로 구성하였다. 소비자 흡인요인이 작용한다는 연구 결과(김동준, 2019)를 활용하여 대규모 점포가 매출액에 영향이 있는지 알아보고자 하였다. 서울시 대규모점포 인허가 데이터에서 2022년 4분기 기준 영업을 하는 점포를 대상으로 하였으며 대형마트, 복합쇼핑몰, 백화점, 쇼핑센터가 포함된다. 「유통산업발전법」에 따르면 백화점 및 대형마트는 반경 3km, 기업형 슈퍼마켓은 반경 500m를 상권의 영향 권역으로 정하였다. 본 연구에서는 일반적으로 도보 접근이 가능한 도보권이며 500m내 백화점 수와 반경 500m내 할인점 수는 모두 정(+)의 영향을 주는 것을 확인한 이경민(2014)의 연구를 참고하여 500m를 기준으로 설정하였다.

‘용도지역’은 주거지역, 상업지역, 공업지역, 기타 지역(학교, 녹지 등)을 대상으로 하여 필지를 포함하고 있는지를 더미로 구성하였다. 기저변수는 상업지역으로 정하였다. 상권 내 필지 중 가장 많은 비중을 차지하며 대다수 상권이 위치한 주거지역을 바탕으로 한 연구(최승호, 2021)를 바탕으로 주거지역은 준주거지역, 1, 2, 3종 일반주거지역으로 세부적으로 나누어 분석하였다.

〈 표 3-2 〉 용도별 입점 가능 업종

용도지역	점포입점 가능 지역	주요 업종
주거지역	일반주거지역 준주거지역	일반음식점, 휴게음식점, 제과점, 노래연습장, 청소년게임제공업, PC방, 일반 체육시설, 스크린골프장, 목욕장업, 이미용업, 세탁업, 교육시설, 고시원, 안마원, 안경점 등
상업지역	일반상업지역 중심상업지역 유통중심상업지역 근린상업지역	(주거지역 업종 포함) 단란주점, 유흥주점, 일반게임제공업, 숙박업, 안마시술소
공업지역	준공업지역 일반공업지역	(주거지역 업종 포함) 숙박업

최승호(2021), 상권변화에 영향을 미치는 점포 및 방문객 특성에 관한 연구

2) 상권특성

상권이 개별적으로 가지는 특성으로는 ‘상권 면적’, ‘임대료’, ‘상권 변화지표’, ‘프랜차이즈 점포비율’, ‘업종별 점포비율’, ‘업종별 다양성 지수’를 변수로 구성하였다.

‘상권 면적’은 상권의 규모를 파악하기 위해 사용하였으며 면적과 매출액에서 비선형관계의 유무를 확인해보기 위해 상권 면적을 제곱한 값도 변수로 추가하였다.

‘임대료’ 변수는 매출액과 상가 임대료는 정의 상관관계가 존재한다는 연구(정승영 외, 2009)를 참고하였으나 본 연구가 대상으로 하는 상권의 개별 점포의 임대료를 구득할 수 없어 서울시 상권분석 서비스에서 참고하고 있는 행정동 임대료 데이터를 사용하였다. 데이터는 서울신용보증재단에서 제공하는 환산임대료이며 1층과 1층 외로 구분하여 환산임대료 평균을 활용하였다. 환산임대료는 보증금에 환산 전월세 전환율(0.12)을 곱하고 월 임대료를 더하는 방식으로 산출한다.

‘상권변화지표’는 서울시 상권분석서비스에서 정의하는 상권변화에 따라 동종업종 점포 평균 영업기간을 기준으로 생존점포와 폐업점포 영업기간을 비교한다. 생존점포 영업기간과 폐업한 사업체의 평균 영업기간을 기준으로 4개의 등급으로 나눈 지표를 제공한다. 순환형은 상권 사업체의 평균 영업기간이 서울시에서 생존한 사업체들의 평균 영업기간보다 낮고, 서울시에서 폐업한 사업체들의 평균영업기간보다 낮은 상권, 상권확장형은 상권 사업체의 평균 영업기간이 서울시에서 생존한 사업체들의 평균 영업기간보다 낮고, 서울시에서 폐업한 사업체들의 평균영업기간보다 높은 상권, 상권축소형은 상권 사업체의 평균 영업기간이 서울시에서 생존한 사업체들의 평균 영업기간보다 높고, 서울시에서 폐업한 사업체들의 평균영업기간보다 낮은 상권, 정체형 상권은 상권 사업체의 평균 영업기간이 서울시에서 생존한 사업체들의 평균 영업기간보다 높고, 서울시에서 폐업한 사업체들의 평균영업기간보다 높은 상권으로 정의하고 있다. 이러한 상권 변화 유형은 상점 수와 매출의 관계를 통해 상권의 현황과 변화를 분석하고, 상황에 맞는 정책 및 전략을 수립하는 데 참고할 수 있다.

〈 표 3-3 〉 상권변화 유형

구분	영업기간	상권 설명
순환형	생존점포 영업기간▽ 폐업점포 영업기간▽	도시 재생 및 신규개발 상권으로 창업 진출입시 세심한 주의 필요 상권
상권확장형	생존점포 영업기간▽ 폐업점포 영업기간△	경쟁력 있는 신규 창업 우위 상권
상권축소형	생존점포 영업기간△ 폐업점포 영업기간▽	경쟁력 있는 기존 업체 우위 상권
정체형	생존점포 영업기간△ 폐업점포 영업기간△	창업 진출입시 세심한 주의 필요 상권

주: 영업기간의 기준은 동종업종의 평균 영업기간임
최승호(2021), 상권변화에 영향을 미치는 점포 및 방문객 특성에 관한 연구

이해를 돕기 위해 동일한 자료를 활용하였으나 개점률, 폐점률로 변환해서 살펴본 연구(이정란, 2017)를 참고하면 다음 그림과 같다.

〈 그림 3-1 〉 개점률, 폐점률로 나타낸 상권변화 유형



이정란(2017), 업종다양성에 따른 상권의 형성 과정 및 변화특성

점포의 개점률이 높고 폐점률이 낮은 상권의 경우에는 전체 점포 수가 증가하여 상권이 확장되고, 개점률이 낮고 폐점률이 높은 상권의 경우 전체 점포 수가 감소하여 상권이 축소한다.

‘프랜차이즈 점포비율’은 전체 점포 수에서 프랜차이즈 점포가 차지하는 비율을 의미한다. 프랜차이즈 점포는 본사의 전문적인 입지 분석을 거쳐 입점하며, 개업 후에도 지속적인 매장 유지 관리 등이 이루어지므로 폐업 확률이 상대적으로 낮다(정유경 외, 2007). 그러나 프랜차이즈 점포는 소비자에게 다양한 옵션을 제공하는 데 어려움이 있고 지역 특색을 반영하지 못한다는 점을 고려하여 프랜차이즈 점포 수가 전체 점포 수에서 어느 정도의 비율을 차지하는지를 살펴보고자 한다.

‘업종별 점포비율’은 상권의 전체 점포에서 업종별 점포가 차지하고 있는 비율을 의미한다. 서울시 상권분석 서비스에서 제공하는 매출액 데이터는 100대 생활밀접업종을 바탕으로 산출하기 때문에 업종의 구성을 확인하기 위하여 업종별 구성 변수 역시 100대 생활밀접업종을 기준으로 하였다. 서울시에서 정의한 100개의 생활밀접업종은 사업체 수가 많고 종사자 수가 5인 미만인 소규모 사업체 비중이 높으며 창업 등 진출입이 용이한 업종으로 정의하고 있다. 100개의 생활밀접업종을 외식업 10종, 서비스업 47종, 소매업 43종으로 분류하였다. 전체 점포를 외식업(CS1), 서비스업(CS2), 소매업(CS3)으로 구분하고 전체 점포 수에서 외식업과 서비스업, 소매업 점포가 차지하는 비율을 구성하였고 기저변수는 소매업으로 설정하였다.

〈 표 3-4 〉 100대 생활밀접업종

외식업(10종)			
한식음식점	중식음식점	일식음식점	양식음식점
제과점	패스트푸드점	치킨전문점	분식전문점
호프,간이주점	커피,음료		
서비스업(47종)			
일반교습학원	외국어학원	예술학원	컴퓨터학원
스포츠강습	일반의원	치과의원	한의원
동물병원	변호사사무소	변리사사무소	법무사사무소
기타 법무서비스	회계사사무소	세무사사무소	당구장
골프연습장	볼링장	PC방	전자게임장
기타오락장	복권방	통신기기 수리	스포츠클럽
자동차수리	자동차미용	모터사이클 수리	미용실
네일숍	피부관리실	세탁소	가전제품수리
부동산중개업	여관	게스트하우스	고시원
노래방	독서실	DVD방	녹음실
사진관	통번역서비스	건축물청소	여행사
비디오·서적임대	의류임대	가정용품임대	
소매업(43종)			
슈퍼마켓	편의점	컴퓨터 및 주변장치판매	핸드폰
주류도매	미곡 판매	육류 판매	수산물 판매
청과상	반찬가게	일반의류	한복점
유아의류	신발	가방	안경
시계 및 귀금속	의약품	의료기기	서적
문구	화장품	미용재료	운동·경기용품
자전거 및 기타운송장비	원구	섬유제품	화초
애완동물	중고가구	가구	가전제품
철물점	악기	인테리어	조명용품
중고차 판매	자동차부품	모터사이클 및 부품	재생용품 판매점
예술품	주유소	전자상거래업	

주: 우리마ulg게 상권분석서비스

‘업종별 다양성 지수’는 외식업, 서비스업, 소매업으로 나눈 업종을 세부적으로 살펴보았을 때 얼마나 다양하게 구성되어 있는지를 살펴보고자 한다. 다양한 업종을 포함하는 상권은 다양한 고객층을 끌어들이고 소비자의 니즈를 충족시킨다. 또한, 다양한 업종이 상권에 존재하면 한 업종이 침체할 때 다른 업종이 지역에 안정성을 제공할 수 있다. 이렇게 업종별 다양성은 경쟁과 협력 관계를 나타낼 수 있다. 본 연구에서 업종 다양성 지수는 Shannon-Weiner Index를 사용하였다.

$$H = - \sum_{i=1}^s p_i \ln p_i$$

H : Shannon 지수

s : 전체 업종수

p_i : 전체 업종 중 업종 i 에 해당하는 점포 수의 비율

< 표 3-5 > Shannon-Wiener 다양성 지수 산정 예시

업종	업종별 점포수			
	A상권	B상권	C상권	D상권
한식음식점	10	20	91	10
중식음식점	10	20	1	10
일식음식점	10	20	1	10
양식음식점	10	20	1	10
제과점	10	20	1	10
패스트푸드점	10	20	1	0
치킨전문점	10	20	1	0
분식전문점	10	20	1	0
호프-간이주점	10	20	1	0
커피-음료	10	20	1	0
Shannon-Wiener Index	2.30258	2.30258	0.50028	1.60943

최승호(2021), 상권변화에 영향을 미치는 점포 및 방문객 특성에 관한 연구

표와 같이 상권과 상권 내 업종별 점포 수를 가정하였을 때 Shannon-Wiener 지수가 의미하는 바는 다음과 같다. A상권과 B상권을 비교했을 때 A상권의 총 점포수는 100개, B상권은 200개로 총 점포수가 다르고 각각 업종의 점포수가 다르더라도 점포 분포의 균등한 정도가 같다면 같은 지수 값을 갖는다. A상권과 C상권을 비교해보면 총 점포수는 100으로 같지만 A상권 점포 수가 더 균등하기 때문에 더 큰 지수값을 갖는다. A상권과 D상권을 비교하면 A상권의 업종이 더 많아서 더 큰 지수값을 갖는다. 따라서 상권 내에 업종별 점포수가 균등하고 업종 수가 많을수록 큰 지수 값이 나온다는 것을 알 수 있다. Shannon-Wiener 다양성 지수가 클수록 다양한 업종이 골고루 있어 소비자들을 끌어들이는 데에 우위가 있다고 할 수 있다.

3) 상권 수요 특성

상권 내 수요특성으로는 ‘유동인구 밀도’, ‘월평균소득’을 변수로 구성하였다. 인구는 소득과 함께 상권의 잠재구매력을 측정하는 가장 기본적인 요인이며 관련된 지표들을 통해 상권의 규모와 향후 상권의 변화 특성 등을 예측할 수 있다. 따라서 본 연구의 인구는 유동인구와 거주인구로 나누어 살펴보고자 한다. 유동인구는 하루를 시간대별로 나누어 특정 시점에 해당 상권에 있는 사람들을 측정한 값이며 거주인구는 해당 상권에 주민등록주소를 기반으로 작성한 인구수이다.

‘유동인구 밀도’는 상권 면적에 대한 유동인구의 밀도를 의미하며 유동인구가 상권의 수요층이 될 것으로 판단하여 구성하였다.

‘월평균소득’은 상권 내 거주인구의 소득수준은 소비 능력과 구매력을 반영할 것으로 판단하여 상권 내 거주인구의 추정 소득 금액에 로그를 취하여 변수를 구성하였다.

〈 표 3-6 〉 변수 설명

구분	변수명	세부내용	단위
종속변수	분기별 평균 매출액	ln(분기별 평균 매출액)	원
독립변수	입지 특성	상권 종류	더미
		상권 해당 자치구	더미
		접근성	개
		지하철역 반경 350m 내 상권 해당=1, 해당하지 않으면=0	더미
		대규모 점포	더미
		대규모 점포 반경 500m 내 상권 해당=1, 해당하지 않으면=0	더미
		용도지역	더미
		준주거지역 포함=1, 그 외=0 1종일반주거지역 포함=1, 그 외=0 2종일반주거지역 포함=1, 그 외=0 3종일반주거지역 포함=1, 그 외=0 상업지역(기준) 포함=1, 그 외=0 공업지역 포함=1, 그 외=0 기타지역 포함=1, 그 외=0	더미 더미 더미 더미
	상권 특성	상권면적, 면적 ²	m ²
		임대료	3.3m ² 원
		상권변화지표	더미
		정체형=1, 그 외=0 순환형=1, 그 외=0 상권축소형=1, 그 외=0 상권확장(기준)=1, 그 외=0	더미
		프랜차이즈 점포 비율	%
		업종별 점포 비율	%
		업종 다양성 지수	지수
	수요 특성	유동인구 밀도	명
		월평균소득	원

제4장 실증분석

제1절 기초분석

서울시 총 1314개의 발달상권과 골목상권의 특성에 대해 기초통계분석 결과는 다음 표와 같다.

‘분기별 평균 매출액’은 최소 7백만 원에서 최대 919,638백만 원, 평균 13,960백만 원으로 나타났다.

‘발달’과 ‘골목’은 각 상권이 해당하는 상권 종류를 더미 처리하였고 발달상권이 18%를 차지하고 골목상권이 82%를 차지하는 것으로 나타났다.

‘도심권’, ‘동북권’, ‘서북권’, ‘동남권’, ‘서남권’ 변수는 상권이 위치한 해당 자치구에 따라 더미 처리하였다. 상권이 가장 많이 위치한 권역은 동북권으로 29%를 차지하였으며 서남권 27%, 동남권 21%, 서북권 13%, 도심권 11% 순으로 차지하였다.

‘버스정류장 수’는 상권 내에 위치한 버스정류장 개수를 의미하는데 최소 0개에서 최대 47개가 있으며 평균적으로는 4.13개가 있는 것으로 보인다.

‘지하철 350m 이내 여부’는 서울지하철 1~8호선을 대상으로 각 지하철역에서 반경 350m 이내에 상권이 위치하면 1, 위치하지 않으면 0으로 설정하였다. 평균은 0.54로 두 더미가 비슷하게 분포되어 있다.

‘대규모점포 500m 이내 여부’ 역시 서울 인허가 데이터에서 제공하는 대규모점포를 대상으로 각 점포에서 반경 500m 이내에 상권이 위치하면 1, 위치하지 않으면 0으로 설정하였다.

상권에 해당하는 필지 중 ‘준주거지역’, ‘1종일반주거지역’, ‘2종일반주거지역’, ‘3종일반주거지역’, ‘상업지역’, ‘공업지역’, ‘기타지역(학교, 녹지 등)’을 각각 포함하고 있으면 1, 포함하지 않으면 0이라고 구성하였다. 상업지역을 기저변수로 설정하였으며 대부분의 상권이 2, 3종 일반주거지역을 포함하고 있는 것을 알 수 있다.

〈 표 4-1 〉 기초통계

구분		N	최소값	최대값	평균	표준편차
분기별 매출액 평균(백만원)		1314	7	919,638	13,960	41,083
입 지 특 성	발달상권	1314	0	1	0.18	0.39
	골목상권	1314	0	1	0.82	0.39
	도심권	1314	0	1	0.11	0.32
	동북권	1314	0	1	0.29	0.45
	서북권	1314	0	1	0.13	0.33
	동남권	1314	0	1	0.21	0.41
	서남권	1314	0	1	0.27	0.44
	버스정류장수	1314	0	47	4.13	4.59
	지하철역 350m 이내 여부	1314	0	1	0.55	0.50
	대규모 점포 500m 이내 여부	1314	0	1	0.41	0.49
	준주거지역	1314	0	1	0.30	0.46
	1종 일반주거지역	1314	0	1	0.59	0.49
	2종 일반주거지역	1314	0	1	0.91	0.29
	3종 일반주거지역	1314	0	1	0.76	0.42
	상업지역	1314	0	1	0.27	0.44
	공업지역	1314	0	1	0.07	0.26
	기타지역	1314	0	1	0.003	0.06
상 권 특 성	상권 면적	1314	8,274	876,510	111,709	89,683
	1층 환산임대료	1314	21,959	381,126	143,098	44,513
	1층외 환산임대료	1314	0	390,067	98,524	40,183
	정체형	1314	0	1	0.26	0.44
	순환형	1314	0	1	0.40	0.49
	상권축소형	1314	0	1	0.16	0.36
	상권확장형	1314	0	1	0.18	0.39
	프랜차이즈 점포비율	1314	0.00%	57.14%	8.44%	5.26%
	외식업 점포비율	1314	0.00%	69.89%	25.93%	10.34%

	서비스업 점포비율	1314	0.00%	72.82%	34.50%	10.72%
	소매업 점포비율	1314	9.19%	91.83%	39.57%	12.25%
	외식업 다양성지수	1314	0.000	2.138	1.538	0.364
	서비스업 다양성지수	1314	0.000	3.293	2.393	0.513
	소매업 다양성지수	1314	0.320	3.289	2.592	0.448
수 요 특 성	유동인구밀도	1314	0.00025	89.749	8.268	5.3776
	월평균소득	1314	960,234	6,477,930	2,874,640	764,634

‘상권 면적’은 최소 8,274㎡에서 최대 876,510㎡의 범주에 있으며 평균적으로 111,709㎡이다.

‘1층 환산임대료’는 상권이 해당하는 행정동의 1층 환산임대료의 평균을 의미한다. 최소 21,959(원/3.3㎡)에서 최대 381,126(원/3.3㎡)이며 평균적으로 143,097(원/3.3㎡)이다.

‘1층 외 환산임대료’는 상권이 해당하는 행정동의 1층이 아닌 층 환산임대료의 평균을 의미한다. 최소 0(원/3.3㎡)에서 최대 390,066(원/3.3㎡)이며 평균적으로 98,524(원/3.3㎡)이다.

‘정체형’, ‘순환형’, ‘상권축소형’, ‘상권확장형’은 상권변화 지표를 의미하며 각 상권에 해당하는 상권변화지표를 더미 처리하였으며 순환형 변수가 40%이며 정체형 상권이 26%, 확장 상권은 18%, 축소형 상권은 16%를 차지하였다.

‘프랜차이즈 점포비율’은 상권 내 전체 점포 수에서 프랜차이즈 점포가 차지하는 비율을 의미한다. 최소 0%에서 최대 57.14%이며 평균적으로 8.44%를 차지한다.

‘업종별 점포비율’은 상권 내 업종별 점포가 전체 점포 수에서 차지하는 비율로 평균적으로 소매업 점포비율이 39.57%로 가장 높으며 서비스업(34.5%), 외식업(25.93%) 순이다.

다양성 지수는 Shannon-Wiener 다양성 지수를 활용하여 상권 내 외식 업종 점포가 얼마나 다양한 업종이 골고루 있는지 측정한 값이다. 값이 클수록 점포가 고르게 다양한 업종이 분포하고 있다고 해석할 수 있다.

평균값만 비교해보았을 때 소매업이 외식업과 서비스업에 비해 점포들이 고르고 다양한 업종으로 구성되어 있다고 해석할 수 있다.

‘외식업 다양성지수’는 최소 0에서 최대 2.14이며 평균 1.54이다.

‘서비스업 다양성지수’는 최소 0에서 최대 3.29이며 평균 2.39이다.

‘소매업 다양성지수’는 최소 0.32에서 최대 3.29이며 평균 2.59이다.

‘유동인구 밀도’는 유동인구를 상권면적으로 나누었으며 최소 0에서 최대 89.75명이며 평균 8.28명이다.

‘월평균소득’은 상권 내 거주인구의 월평균소득을 의미하며 최소 960,234원에서 최대 6,477,930원이며 평균 2,874,640원이다.

제2절 실증분석결과

본 연구는 독립변수를 입지특성, 상권특성, 수요특성으로 나누고 종속변수인 ‘상권의 매출액’에 미치는 영향에 대해 다중회귀모형을 사용하여 분석하였다. 분석결과 R^2 은 0.742, 수정된 R^2 값이 0.736이며 VIF는 모두 10 미만으로서 공선성은 없다고 판정되었다. Durbin-Watson 검정 결과 d값은 1.980으로 자기상관이 없는 것으로 나타났다. 회귀분석 결과는 다음 표와 같다.

〈 표 4-2 〉 회귀분석 결과

구분		Beta	Std.	t-Value	VIF
(상수)		13.667	1.926	7.098	
입지 특성	발달상권	1.092***	0.081	13.534	1.987
	도심권	0.085	0.097	0.876	1.911
	동북권	0.051	0.062	0.823	1.649
	서북권	0.023	0.081	0.288	1.492
	동남권	0.209***	0.079	2.653	2.092
	버스정류장수	0.025***	0.008	3.257	2.517
	지하철역 350m 이내 여부	0.017	0.047	0.366	1.142
	대규모점포 500m 이내 여부	0.124**	0.049	2.548	1.173
	준주거지역	0.114**	0.052	2.207	1.158
	1종일반주거지역	-0.103**	0.050	-2.055	1.266
	2종일반주거지역	-0.368***	0.090	-4.094	1.357
	3종일반주거지역	0.203***	0.060	3.380	1.332
	공업지역	-0.121	0.099	-1.227	1.382

	기타지역	-1.240***	0.421	-2.941	1.110
상권 특성	상권 면적/100,000	0.611***	0.073	8.403	8.744
	상권 면적 ² /100,000	-0.049***	0.013	-3.804	6.322
	LN(1층환산임대료)	0.089	0.107	0.835	1.980
	LN(1층외환산임대료)	-0.049	0.056	-0.888	1.520
	정체형	0.126*	0.070	1.785	1.968
	순환형	0.018	0.065	0.272	2.061
	상권축소형	0.073	0.080	0.911	1.722
	프랜차이즈 점포비율	0.011**	0.005	2.359	1.217
	외식업 점포비율	0.015***	0.003	5.784	1.493
	서비스업 점포비율	-0.003	0.003	-1.052	1.549
	외식업 다양성지수	0.409***	0.083	4.912	1.890
	서비스업 다양성지수	0.957***	0.066	14.418	2.387
	소매업 다양성지수	0.283***	0.069	4.074	1.993
수요 특성	유동인구밀도	0.001	0.005	0.157	1.239
	LN월평균소득	0.210*	0.122	1.722	1.633
모형적합도 (Adjusted R 제곱)		0.736			
종속변수		ln(상권별 총 매출액), 2022년 분기별 평균			

***은 유의수준 1% 내, **은 유의수준 5%내, *은 유의수준 10% 내에서 통계적으로 유의함

1. 입지특성

입지특성에서는 독립변수인 ‘발달상권’, ‘동남권’, ‘버스정류장 수’, ‘대규모 점포’, ‘용도지역’ 변수가 매출액에 영향을 주는 것으로 확인됐다.

‘발달상권’에 해당하는 상권일수록 매출액이 높게 나타났다. 발달상권은 골목상권에 비해서 상권 수요인구, 배후지 인구 등 상권 수요가 풍부하고 상권의 면적, 상권의 점포 수 등 공급 요인 역시 골목상권보다 우위에 있다. 따라서 기저변수로 설정한 골목상권에 비해 발달상권의 매출액이 높게 나타난 것으로 해석하였다.

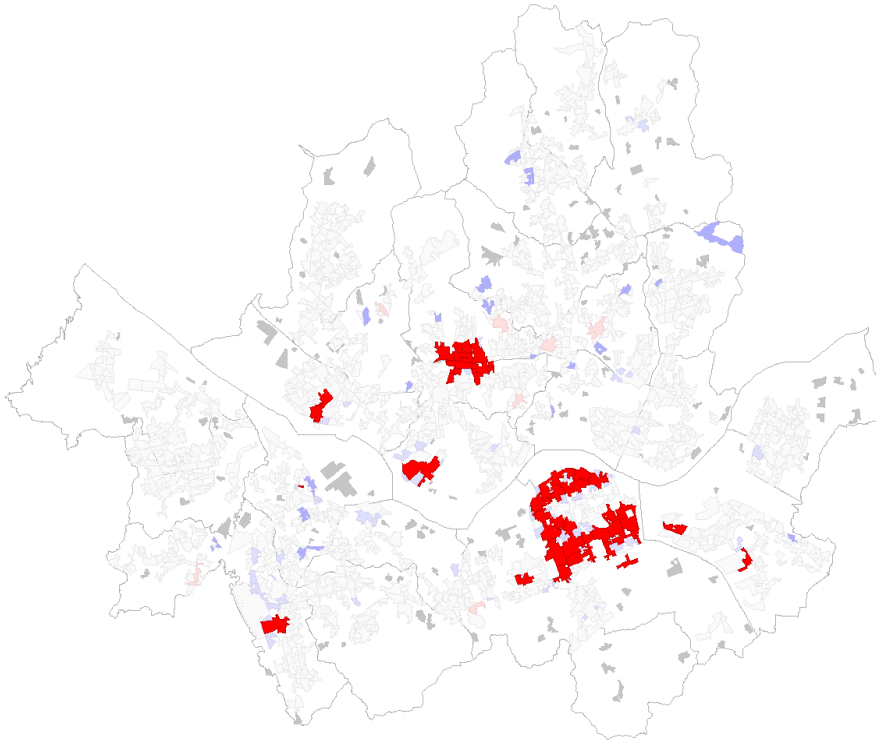
‘동남권’에 해당하는 상권일수록 매출액이 높게 나타났다. 이론적 고찰 부분에서 살펴본 자치구별 매출액 순위를 보았을 때 동남권에 해당하는 자치구들이 높은 순위를 차지하는 것을 확인하였다. 그래서 더 나아가 골목상권과 발달상권에 해당하는 상권들의 2022년 매출액의 군집성이 있는지 분석해보았다. Moran’ s I는 공간자기상관 지수로 지리적인 패턴이 있는지 측정한다. -1에서 1의 값을 가지며 1에 가까울수록 양의 공간적 자기상관이 있다고 할 수 있다. 유사한 값들이 서로 가까운 공간 위치에 집중되어 있다는 것을 의미하며 주변 지역의 유사한 값들이 군집되어있는 패턴이 있음을 나타낸다.

확인 결과 Moran’ s I 값이 5%에서 유의하며 0.058로 약한 양의 공간적 자기상관을 나타냈다. 그림의 결과와 같이 hotspot을 나타내는 HH(High-High) 군집 지역은 50개이며 강남구(동남권)와 중구, 종로구(도심권)에 걸친 지역으로 해당 지역 주변은 유사한 높은 매출액을 가진 지역들이 군집되어 있다는 것을 의미한다. 이 지역들은 업무시설과 상업지구가 밀집된 서울에서 경제적 중심지에 해당하며 인구 밀집도가 높은 지역에 해당한다. 다양한 서비스와 상품에 대한 수요가 증가하여 상업 활동과 소비가 활발해 매출액이 높게 나타난 것으로 분석하였다.

< 표 4-3 > 공간적 자기상관성 분석

구분	Index	Z-Score	p-value
Global Moran's I	0.058	2.2095	0.02

< 그림 4-1 > LISA 분석 High-High 결과



‘버스정류장 수’는 매출액에 양의 영향이 있는 것으로 나타났다. 접근성을 측정하기 위한 변수 중 상권 내에 존재하는 버스정류장 수가 유의하게 나타났는데 이는 다양한 지역에서 많은 사람들이 쉽게 접근할 수 있는 편의성과 접근성을 제공하고 유동인구가 증가한다는 점에서 매출액에 양의 영향을 주는 것으로 판단하였다.

‘대규모 점포’는 상권 주변 500m를 기준으로 하여 대규모 점포의 유무를 더미로 구성하였는데 매출액에 양의 영향이 있는 것으로 나타났다. 본 연구의 대규모 점포는 서울시 대규모점포 인허가 데이터에서 2022년 4분기

기준 영업을 하는 점포를 대상으로 하였으며 대형마트, 복합쇼핑몰, 백화점, 쇼핑센터가 포함된다. 김동준(2019)은 대규모점포의 소비자 흡인요인이 작용하여 매출액에 영향이 있다는 것을 확인하였다. 본 연구 역시 대규모 점포는 해당 지역에 다양한 고객을 유입하여 주변 상권의 매출액에 긍정적인 효과를 미친다고 판단하였다.

‘용도지역’ 변수에서는 ‘준주거지역’, ‘3종 일반주거지역’은 매출액에 양의 영향이 있고 ‘1종, 2종 일반주거지역’과 ‘기타지역(학교, 녹지 등)’은 음의 영향이 있는 것으로 나타났다. 기저변수를 상업지역으로 설정하였기 때문에 상업지역과 비교하여 준주거지역과 3종 일반주거지역은 주거지역 중 개발이 가장 용이하기 때문에 매출액에 양의 영향을 미치고 1종, 2종 일반주거지역과 학교, 녹지 등에 해당하는 기타지역은 매출액에 음의 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

2. 상권특성

상권특성에서는 독립변수인 ‘상권 면적’, ‘상권 면적의 제곱’, ‘정체형 상권’, ‘프랜차이즈 점포비율’, ‘업종별 점포수 비율’, ‘업종별 다양성 지수’ 변수가 상권의 매출액에 영향을 주는 것으로 확인됐다.

‘상권 면적’과 매출액은 양의 영향이 있다. 상권의 규모를 측정하기 위해 사용한 면적이 매출액과 양의 영향이 있는 것으로 보아 상권 규모가 클수록 유입되는 인구가 많고 점포 수가 많이 위치하기 때문에 매출액이 높아지는 것으로 판단하였다. 대형상권에는 다양한 브랜드와 상점이 입점할 수 있어 소비자들에게 더 많은 선택의 기회를 제공하며 교통이 편리하고 주변 인프라가 발전해 있는 경우가 많아 소비자들이 쉽게 접근할 수 있다.

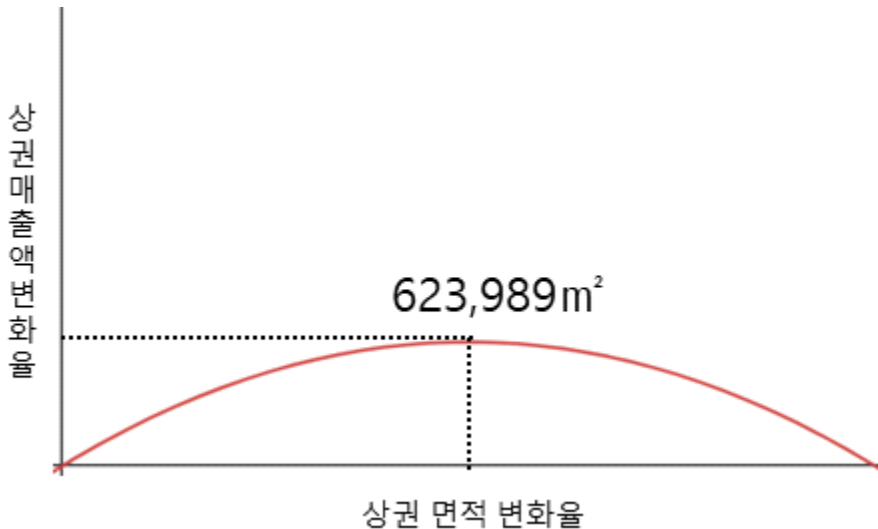
상권 면적과 매출액은 양의 영향이 있기 때문에 일차 선형관계가 있다는 것을 확인하였으나 상권 면적 제곱이 음의 영향이 있는 것으로 나타났다. 이는 초기에는 면적이 증가함에 따라 매출액이 크게 증가할 수 있지만 한계점 이후에는 면적의 증가가 매출액 증가율을 감소시킨다는 것이다.

상권 면적² 변수와 함께 살펴본 결과 623,989㎡부터는 면적의 증가가 매출액을 크게 증가시키지 못한다, 상권 면적의 증가가 특정 한계점에 도달하면 상권 매출액의 변화에 미치는 양(+)의 영향의 크기가 최대가 되며 그 한계점이 면적 영향으로 인한 최대 매출을 낼 수 있는 상권의 규모라고 판단하였다.

$$y = -0.0489\text{면적}^2 + 0.611\text{면적} + \alpha$$

$$\frac{\partial V}{\partial \text{면적}} = -0.0979\text{면적} + 0.611$$

< 그림 4-2 > 상권 면적 변화에 따른 매출액 변화



본 연구 대상으로 한 발달상권과 골목상권의 면적을 살펴본 결과 골목상권은 8,274㎡~577,949㎡의 규모이며 발달상권은 25,714㎡~876,510㎡의 규모를 가지는 것을 확인할 수 있다. 적정 면적으로 판단한 623,989㎡는 골목상권 규모에는 해당하지 않지만 발달상권 규모에 속한다.

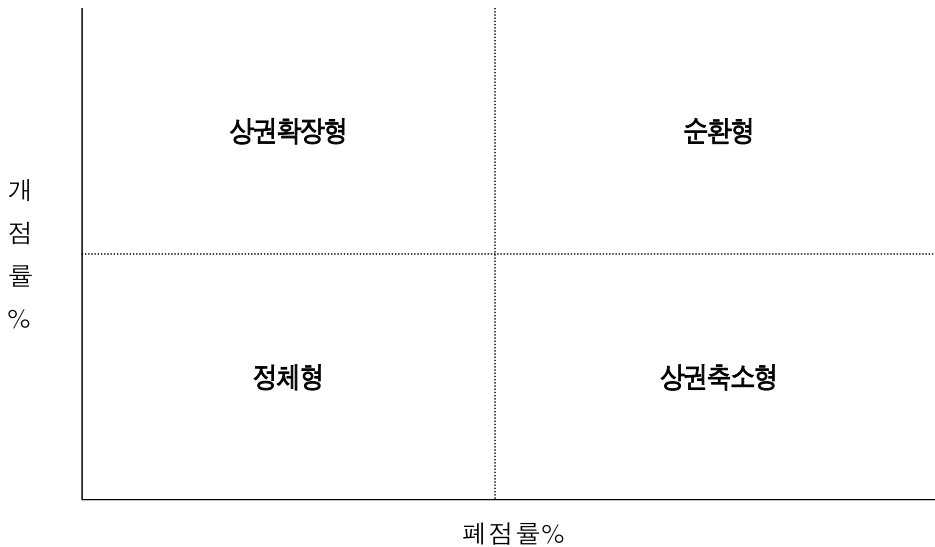
〈 표 4-4 〉 발달상권과 골목상권 면적

(단위 : m²)

구분	최소값	최대값
발달상권	25,714	876,510
골목상권	8,274	577,949

‘정체형 상권’에 해당하는 상권은 매출액이 높다. 정체형 상권이란 개점률과 폐점률이 모두 낮은 상권으로 안정된 상권을 의미한다. 오영기(2021)는 상권의 성장을 분류하였는데 성장 후 정체 상권이 동남 생활권을 중심으로 이루어졌다고 분석하였다. 본 연구 역시 성장을 지나 정체한 상권은 안정된 상권이라고 생각하였고 고객 충성도와 성장 기간동안 이루어진 지역적 인지도가 높고 정체된 상권은 경쟁자가 적을 것이기 때문에 매출액이 더 높게 나타날 것으로 판단하였다.

〈 그림 4-3 〉 개점률, 폐점률로 나타낸 상권변화 유형



이정란(2017), 업종다양성에 따른 상권의 형성 과정 및 변화특성

‘프랜차이즈 점포 비율’과 매출액은 양의 영향이 있다. 프랜차이즈 점포는 본사의 전문적인 입지 분석을 거쳐 입점하며, 개업 후에도 지속적인 매장 유지 관리 등이 이루어지므로 폐업 확률이 상대적으로 낮다(정유경 외, 2007). 프랜차이즈 점포 비율이 높은 상권은 안정된 상권이라고 판단할 수 있다. 또한 프랜차이즈는 소비자에게 익숙하고 신뢰도를 주며 표준화된 운영 체계를 가지고 있기 때문에 매출액에 도움이 되는 것이라고 판단했다.

상권을 구성하고 있는 업종에 따라 매출액에 영향이 있을 것으로 판단하여 업종별 점포 비율과 다양성 지수를 활용하였다. 강현모(2017)는 외식업 점포 비율과 매출액에 정의 관계가 있는 것을 확인하여 골목상권 내 높은 매출액을 견인하는 업종이 외식업이라고 밝혔다. 본 연구 역시 ‘외식업 점포비율’은 매출액에 양의 영향이 있는 것으로 나타났다. 소매업 점포 비율을 기저변수로 하였기 때문에 소매업 점포보다 외식업 점포 비율이 높을 때 매출액이 높아진다고 해석하였다.

‘업종별 다양성 지수’는 매출액에 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 외식업, 서비스업, 소매업 모든 업종에서 다양성 지수와 매출액이 긍정적인 영향이 있는 것으로 나타났는데 이는 대분류(외식업, 서비스업, 소매업)에 해당하는 소분류가 다양하게 분포되어 있을수록 매출액에 양의 영향을 준다는 것을 의미한다. 외식업종으로 예를 들면 표와 같이 외식업에 해당하는 소업종 점포들이 상권에 다양하게 골고루 분포되어있다는 것이다.

〈 표 4-5 〉 외식업에 해당하는 업종

외식업(10종)			
한식음식점	중식음식점	일식음식점	양식음식점
제과점	패스트푸드점	치킨전문점	분식전문점
호프,간이주점	커피,음료		

업종 다양성이 높은 상권은 소비자들에게 재화나 서비스를 판매하는 것에 있어 다양성이 떨어지는 상권보다 비교우위가 있기 때문이라고 판단하였다. 이 비교우위는 다목적 소비자에게는 여러 재화와 서비스를 한 상권영역

내에서 소비할 수 있다는 것이며, 단일목적 소비자와 비목적 상권 통행자에게는 구매 계획이 없던 재화나 서비스에 대한 구입을 유도하여 소비를 촉발시키는 효과를 가지는 것이다.

3. 수요특성

수요특성에서는 유동인구와 거주인구 데이터를 활용하여 상권의 수요 특성에 따른 매출액을 확인해보고자 하였고 ‘거주인구의 월평균소득’ 변수는 매출액에 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 월평균소득은 소비능력과 구매력에 영향을 주는 기본적인 요인이므로 소득이 높을수록 매출액이 높다는 것을 확인하였다.

제3절 발달상권과 골목상권 실증분석 결과 비교

2절에서는 발달상권과 골목상권 전체를 대상으로 하여 매출액에 영향을 미치는 요인을 살펴보았다. 3절에서는 발달상권과 골목상권을 나누어 분석하여 각각 상권에 미치는 영향 요인에서 차이가 있는지 살펴보고자 한다.

발달상권과 골목상권 각각 독립변수로 입지특성, 상권특성, 수요특성으로 나누고 종속변수인 ‘상권의 매출액’에 미치는 영향에 대해 다중회귀모형을 사용하여 분석하였다. 발달상권을 대상으로 한 분석의 수정된 R제곱값은 0.649이며 골목상권을 대상으로 한 분석의 수정된 R제곱값은 0.601이다.

발달상권은 서북권에 해당하는 상권이 기저변수인 서남권에 해당하는 상권보다 매출액이 낮게 나타났다. 버스정류장수는 접근성 측면에서 유리하기 때문에 매출액과 양(+)의 영향이 있으며 상업지역을 기저변수로 하여 준주거지역을 포함한 상권일수록 양(+)의 영향, 2종 일반주거지역을 포함한 상권일수록 음(-)의 영향을 보인다. 상권면적은 매출액과 양(+)의 영향이 있지만 면적을 제공한 값은 음(-)의 관계를 보였다.

발달상권과 골목상권 전체를 대상으로 하였을 때는 소매업 점포비율을 기준으로 하였을 때 외식업 점포비율이 높을수록 매출액에 긍정적인 영향을 미쳤으나 발달상권만 대상으로 하였을 때는 서비스업 점포비율과 매출액이 긍정적인 영향을 보였다. 외식업 다양성 지수는 양(+)의 영향이지만 소매업 다양성 지수는 음(-)의 영향으로 나타났다. 외식업에 비해 소매업은 집적효과가 나타난 것으로 판단하였다.

골목상권은 동남권에 해당하는 상권일수록 매출액이 높게 나타났고 버스정류장 수와 대규모점포 500m 이내 여부도 매출액과 양(+)의 영향을 보였다. 준주거지역, 3종일반주거지역은 매출액과 양의 영향을 보였으나 2종일반주거지역과 학교, 녹지에 해당하는 기타지역은 매출액과 음의 영향을 보였다. 상권 면적과 매출액은 양(+)의 영향을 보였으나 상권면적 제공 변수는 유의미하게 나타나지 않았다. 프랜차이즈 점포비율, 외식업 점포비율은 매출액과 양(+)의 영향이 있지만 서비스업 점포비율은 발달상권과 다르게 매출액과 음(-)의 관계가 나타났다. 단가가 높은 서비스업 점포는 상권 수요와 공

급의 규모가 골목상권에 비해 비교적 큰 발달상권에서 긍정적인 영향을 미치지만 골목상권 매출액에는 부정적인 영향을 미친다고 판단하였다. 서비스업, 소매업 다양성 지수는 매출액과 양(+)의 관계가 있으며 거주인구의 월평균소득 역시 매출액과 양(+)의 영향이 있는 것으로 나타났다.

〈 표 4-6 〉 회귀분석 결과 비교

구분		발달+골목	발달	골목
입지특성	발달상권	+		
	도심권			
	동북권			
	서북권		-	
	동남권	+		+
	버스정류장수	+	+	+
	지하철역 350m 이내 여부			
	대규모점포 500m 이내 여부	+		+
	준주거지역	+	+	+
	1종일반주거지역	-		
	2종일반주거지역	-	-	-
	3종일반주거지역	+		+
	공업지역			
	기타지역	-		-
상권특성	상권 면적/100,000	+	+	+
	상권 면적 ² /100,000	-	-	
	LN(1층환산임대료)			
	LN(1층외환산임대료)			
	정체형	+		
	순환형			
	상권축소형			
	프랜차이즈 점포비율	+		+
	외식업 점포비율	+		+
	서비스업 점포비율		+	-
	외식업 다양성지수	+	+	
	서비스업 다양성지수	+		+
수요특성	소매업 다양성지수	+		+
	유동인구밀도			
	LN월평균소득	+		+

< 표 4-7 > 발달상권 회귀분석 결과

구분		Beta	Std.	t-Value	VIF
(상수)		18.449	3.296	5.598	
입지 특성	도심권	-0.031	0.203	-0.155	4.317
	동북권	0.039	0.149	0.264	1.968
	서북권	-0.403**	0.197	-2.043	1.929
	동남권	0.125	0.150	0.838	3.510
	버스정류장수	0.030***	0.009	3.322	2.387
	지하철역 350m 이내 여부	-0.005	0.101	-0.053	1.255
	대규모점포 500m 이내 여부	0.066	0.087	0.763	1.200
	준주거지역	0.160*	0.094	1.705	1.475
	1종일반주거지역	0.000	0.090	0.003	1.362
	2종일반주거지역	-0.435**	0.172	-2.528	2.197
	3종일반주거지역	-0.091	0.174	-0.525	2.368
	공업지역	-0.283	0.189	-1.496	1.852
상권 특성	상권 면적/100,000	0.882***	0.107	8.269	12.575
	상권 면적 ² /100,000	-0.080***	0.014	-5.547	9.115
	LN(1층환산임대료)	0.167	0.236	0.705	3.102
	LN(1층외환산임대료)	-0.054	0.202	-0.267	3.126
	정체형	0.100	0.167	0.599	4.239
	순환형	0.052	0.165	0.311	4.478
	상권축소형	0.060	0.178	0.334	2.872
	프랜차이즈 점포비율	-0.012	0.010	-1.237	1.656
	외식업 점포비율	0.000	0.006	-0.055	2.166
	서비스업 점포비율	0.011**	0.005	2.152	2.797
	외식업 다양성지수	1.130***	0.244	4.630	1.517
	서비스업 다양성지수	0.153	0.150	1.017	1.858
	소매업 다양성지수	-0.502***	0.150	-3.336	2.350
수요 특성	유동인구밀도	0.018	0.014	1.320	1.728
	LN월평균소득	0.118	0.193	0.611	1.497
모형적합도 (Adjusted R 제곱)		0.649			
종속변수		ln(상권별 총 매출액), 2022년 분기별 평균			

***은 유의수준 1% 내, **은 유의수준 5%내, *은 유의수준 10% 내에서 통계적으로 유의함

< 표 4-8 > 골목상권 회귀분석 결과

구분		Beta	Std.	t-Value	VIF
(상수)		13.280	2.197	6.044	
입지 특성	도심권	0.097	0.107	0.910	1.664
	동북권	0.030	0.066	0.460	1.612
	서북권	0.074	0.086	0.866	1.470
	동남권	0.191**	0.089	2.157	1.915
	버스정류장수	0.025**	0.011	2.339	1.651
	지하철역 350m 이내 여부	-0.001	0.051	-0.013	1.102
	대규모점포 500m 이내 여부	0.120**	0.054	2.242	1.136
	준주거지역	0.137**	0.058	2.363	1.116
	1종일반주거지역	-0.081	0.057	-1.418	1.331
	2종일반주거지역	-0.298***	0.101	-2.939	1.320
	3종일반주거지역	0.210***	0.063	3.343	1.291
	공업지역	-0.079	0.109	-0.724	1.359
	기타지역(학교, 녹지)	-0.934**	0.424	-2.201	1.143
상권 특성	상권 면적/100,000	0.414***	0.111	3.723	9.698
	상권 면적 ² /100,000	-0.031	0.028	-1.135	7.045
	LN(1층환산임대료)	-0.028	0.116	-0.242	1.714
	LN(1층외환산임대료)	-0.040	0.057	-0.708	1.397
	정체형	0.048	0.075	0.637	1.780
	순환형	-0.014	0.068	-0.199	1.893
	상권축소형	0.084	0.085	0.985	1.638
	프랜차이즈 점포비율	0.015***	0.005	3.039	1.157
	외식업 점포비율	0.022***	0.003	7.588	1.586
	서비스업 점포비율	-0.006**	0.003	-2.097	1.679
	외식업 다양성지수	0.187**	0.088	2.121	1.869
	서비스업 다양성지수	1.108***	0.076	14.669	2.428
	소매업 다양성지수	0.516***	0.081	6.337	2.305
수요 특성	유동인구밀도	0.000	0.005	-0.040	1.202
	LN월평균소득	0.283**	0.140	2.018	1.552
모형적합도 (Adjusted R 제곱)		0.601			
종속변수		ln(상권별 총 매출액), 2022년 분기별 평균			

***은 유의수준 1% 내, **은 유의수준 5%내, *은 유의수준 10% 내에서 통계적으로 유의함

제5장 결론

제1절 연구요약

2021년 소상공인실태조사 결과에 따르면 전국 소상공인 사업체수는 4,117천 개, 종사자 수는 7,205천 명이며 서울의 사업체 수(786개)와 종사자(1,337명) 수는 전년 대비 감소하였다. 소상공인의 대부분은 지역주민의 생활과 밀접하게 연관된 업종으로 경제의 중요한 기반이 되며 상대적으로 진입장벽이 낮은 도소매업과 음식업 등이 주로 상권에 진출한다. 상권의 점포 밀도에 의한 경쟁이나 경기 악화로 인한 민간 소비가 위축되면 상권의 폐업률은 상승할 수 있으며 이는 고용 시장의 침체와 높은 실업률을 야기한다.

따라서 본 연구는 서울시 골목상권과 발달상권을 대상으로 하여 영업을 유지하는데 기준이 되는 매출액에 영향을 미치는 요인을 파악하여 상권의 성장 가능성과 성과를 평가하고 상권의 동향을 파악할 수 있게 하여 신규 자영업자들에게 도움이 되는 것에 목적이 있다.

본 연구의 차별점은 첫 번째로 대다수 선행연구가 분석 대상을 골목상권이나 서울시에서 정의하는 4개(발달상권, 골목상권, 전통시장, 관광특구)를 대상으로 정하였으나 본 연구는 시장이라는 특수성을 가진 전통시장을 제외하고 발달상권, 골목상권과 영역이 겹치는 관광특구를 제외하여 비슷한 업종으로 구성된 발달상권과 골목상권만을 대상으로 하였으며 두 상권의 매출액에 미치는 영향 요인이 어떻게 다른지 비교해보았다.

두 번째는 상권 매출액에 관한 영향 요인 연구에서 상권 면적과 매출은 선형 관계를 가진다는 선행연구들을 확인하였으나 본 연구에서는 면적을 제공한 값의 변수를 사용하여 면적과 매출액의 비선형관계 여부를 확인해보고 상권 면적의 영향으로 매출액 변화가 최대가 되는 지점을 산출하는 것에 의의가 있다.

본 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

발달상권과 골목상권 전체를 대상으로 하였을 때 입지특성에서는 ‘발달상권(+)’, ‘동남권(+)’, ‘버스정류장 수(+)’, ‘대규모점포(+)’, ‘용도지역’

변수가 매출액에 영향을 주는 것으로 확인됐다.

상권특성에서는 독립변수인 ‘상권 면적(+)', ‘상권 면적의 제곱(-)', ‘정체형(+)', ‘프랜차이즈 점포비율(+)', ‘외식업 점포 비율(+)', ‘업종별 다양성 지수(+)' 변수가 상권의 매출액에 영향을 주는 것으로 확인됐다.

상권 면적² 변수와 함께 살펴 본 결과 623,989㎡부터는 면적의 증가가 매출액을 크게 증가시키지 못한다, 상권 면적의 증가가 특정 한계점에 도달하면 상권 매출액의 변화에 미치는 양(+)의 영향의 크기가 최대가 되며 그 한계점이 면적 영향으로 인한 최대 매출을 낼 수 있는 상권의 규모라고 판단하였다.

수요특성에서는 ‘거주인구의 월평균소득(+)' 이 매출액에 영향을 주었다.

발달상권만 분석 대상으로 하였을 때는 ‘서북권(-)', ‘버스정류장 수(+)', ‘용도지역', ‘상권 면적(+)', ‘서비스업 점포 비율(+)', ‘외식업 다양성 지수(+)' 가 매출액에 영향을 미쳤다.

골목상권만을 분석 대상으로 하였을 때는 ‘동남권(+)', ‘버스정류장수(+)', ‘대규모점포(+)', ‘용도지역', ‘상권 면적(+)', ‘프랜차이즈 점포비율(+)', ‘외식업 점포비율(+)', ‘서비스업 점포비율(-)', ‘서비스업 다양성 지수(+)', ‘소매업 다양성 지수(+)', ‘거주인구의 월평균소득(+)' 이 매출액에 영향을 미쳤다.

〈 표 5-1 〉 회귀분석 결과 비교

구분		발달+골목	발달	골목
입지특성	발달상권	+		
	도심권			
	동북권			
	서북권		-	
	동남권	+		+
	버스정류장수	+	+	+
	지하철역 350m 이내 여부			
	대규모점포 500m 이내 여부	+		+
	준주거지역	+	+	+
	1종일반주거지역	-		
	2종일반주거지역	-	-	-
	3종일반주거지역	+		+
	공업지역			
	기타지역	-		-
상권특성	상권 면적/100,000	+	+	+
	상권 면적 ² /100,000	-	-	
	LN(1층환산임대료)			
	LN(1층외환산임대료)			
	정체형	+		
	순환형			
	상권축소형			
	프랜차이즈 점포비율	+		+
	외식업 점포비율	+		+
	서비스업 점포비율		+	-
	외식업 다양성지수	+	+	
	서비스업 다양성지수	+		+
	소매업 다양성지수	+		+
수요특성	유동인구밀도			
	LN월평균소득	+		+

제2절 연구의 한계

본 연구의 한계점은 개별적인 상권의 데이터를 구득할 수 없어 점포별 특성이 아닌 상권을 단위로 분석하였다는 점이다. 매출액에는 입지나 상권특성 외에도 개별적인 점포들의 임대료, 점포의 규모, 영업 방식 등 구체적인 요소들이 영향을 미칠 것으로 생각되며 분석에 사용한 임대료 데이터는 상권이 위치한 행정동 평균 환산임대료이기 때문에 세부적인 상권을 분석하기에는 무리가 있는 것으로 보인다. 상권 매출액에 영향을 줄 수 있는 개별적인 요인을 고려하지 못한 점이 연구의 한계로 사료된다.

또한, 다양성 지수의 측면에서는 외식업이라는 큰 카테고리에서 업종의 다양성을 측정하여 한식과 커피를 같은 외식업으로 묶어서 분석하게 되었다. 신우진 외(2010)에 따르면 소매업종을 대상으로 동종, 이종 업종의 분포 패턴을 분석하여 한식, 찻집, 미용실 등의 업종이 타 소매업종과 집적효과가 있음을 확인하였으며 이정민(2021)은 음식점의 집적효과와 밀도의 한계효과를 분석하였다. 선행연구와 같이 업종의 집적효과와 경쟁효과를 단일 업종뿐 아니라 타 업종과의 효과까지 고려하는 것이 향후 과제가 될 것이다.

그러나 발달상권과 골목상권 매출액에 영향을 미치는 요인을 비교하여 살펴본 점, 용도지역을 선행연구보다 세부적으로 분류하여 분석한 점, 상권 면적과 매출액의 관계에서 한계 지점을 분석하여 상권 면적과 매출액에서 비선형관계를 확인한 점에서 의의를 가진다.

본 연구가 참고한 서울시에서 제공하는 우리마을가게 상권분석 서비스에서는 서울시의 행정동과 상권의 분석 리포트를 제공하는데 특정 지역을 선택하면 업종 분석, 매출 분석, 인구 분석, 지역 분석을 확인할 수 있다. 본 연구의 결과를 통해 창업 시 핵심적인 요소 중 하나인 매출액의 영향요인을 파악하여 창업 예정자에게 도움을 주고 더 세밀한 상권분석 서비스에 활용될 수 있을 것으로 예상된다.

참고문헌

- 강현모(2018). 골목상권의 매출액과 성장 결정요인. 석사학위논문 가천대학교 일반대학원. 경기도
- 강현모, 이상경(2019). 시계열 군집분석과 로지스틱 회귀분석을 이용한 골목상권 성장요인 연구. 한국측량학회지 37.6 : 535-543.
- 권도을, 전재식(2022). 코로나19 전후 서울 상권 매출의 공간적 변화. 不動産學研究 28.3 : 25-44.
- 김동준, 이창효, 이승일(2019). 서울시 발달상권과 골목상권의 일반음식점 생존특성 연구. 國土計劃 54.5 : 76-90.
- 김종숙(2014). 전통시장 매출액에 영향을 주는 요인에 관한 연구. 석사학위논문 건국대학교 행정대학원, 2014. 서울
- 김지원(2018). 골목상권 매출변화에 영향을 미치는 상권 특성 연구. 석사학위논문 서울대학교 대학원. 서울
- 김현철, 이승일(2019). 서울시 골목상권 매출액에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 서울도시연구 20.1. 117-134.
- 박지완, 전이봄, 이승일(2023). 골목상권 매출액 데이터를 활용한 성장-쇠퇴 유형화와 성장상권 영향요인 분석 - 코로나19 전후를 대상으로 -. 지역연구 39.1 : 53-66.
- 손경민(2021). 생활인구의 공간적 분포가 서울시 상권 매출에 미치는 영향. 석사학위논문 중앙대학교 대학원. 서울
- 오영기(2021). 서울시 생활밀접업종 분석을 통한 상권 변화 유형과 영향 요인 연구. 박사학위논문 가천대학교 일반대학원. 경기도
- 이경민, 하승현, 정경훈, 정창무(2014). 대형상업시설 입지가 지역 상권에 미치는 영향에 관한 연구. 대한건축학회논문집 30.4 : 49-56.
- 이명호(2017). 공간 빅데이터를 활용한 소지역 상권매출에 영향을 미치는 요인분석에 관한 연구. 석사학위논문 안양대학교 일반대학원, 경기도
- 이슬, 김태건, 김갑성(2022). 코로나19 발생에 따른 서울시 골목상권 유형별 회복탄력성 및 영업 위기에 관한 분석. 不動産學研究 28.2 : 7-25.

이정민(2021). 서울시 발달상권과 골목상권의 상업시설 업종별 밀도가 음식점 폐업에 미치는 효과 분석. 석사학위논문 서울시립대학교 일반대학원. 서울

임승현(2021). 서울시 골목상권 매출액 영향요인 실증분석. 석사학위논문 공주대학교 일반대학원. 충청남도

임현정, 최상범(2022). 코로나19가 서울시 상권 매출 변화에 미치는 영향 분석 - 행정동 단위 유동인구 군집화를 통한 업종별 비교를 중심으로 -.서울도시연구 23.1: 47-65.

정승영, 최인섭(2009). 테이크아웃 커피전문점의 임대료와 매출액의 관계성에 관한 연구. 不動産學報 38 : 366-375.

최승호(2021). 상권변화에 영향을 미치는 점포 및 방문객 특성에 관한 연구. 석사학위논문 건국대학교 대학원. 서울

하정원, 이수기(2021). 서울시 근린지역 상업 매출 감소와 회복탄력성 영향 요인 분석 : COVID-19 영향을 중심으로. 國土計劃 56.5 : 165-181.

정진호, 2023.10.24., 중앙일보, <https://www.joongang.co.kr/article/25201675>

서울열린데이터광장 <https://data.seoul.go.kr>

국가정보포털 <http://www.nsd.go.kr/lxportal/?menuno=2679>

우리마을가게 상권분석서비스 <https://golmok.seoul.go.kr/main.do>

통계청 <https://kostat.go.kr/ansk/>

ABSTRACT

Factors influencing sales of commercial districts in Seoul Focusing on the comparison between the developmental and alley commercial districts

Kim, Jieun

Department of Real Estate Studies
Graduate School of Konkuk University

According to the results of the 2021 Small Business Survey, the number of small businesses nationwide is 4,117,000, and the number of employees is 7,205,000, and the number of businesses (786) and workers (1,337) in Seoul has decreased compared to the previous year. Most of the small business owners are industries closely related to the lives of local residents, and they are an important basis for the economy, and wholesale and retail businesses and food businesses with relatively low entry barriers enter the commercial sphere. If competition caused by store density in the commercial sphere or private consumption contracted due to economic deterioration, the closing rate of the commercial sphere could rise, leading to a slump in the job market and a high unemployment rate.

Therefore, the purpose of this study is to help new self-employed people by identifying factors that affect sales, which are the criteria for maintaining business in Seoul's alley and developmental commercial districts, evaluating the growth potential and performance of commercial districts and identifying trends in commercial districts.

The first difference in this study was that most previous studies selected four (development commercial districts, alley commercial districts, traditional markets, and special tourist zones) defined by Seoul, but this study only targeted development commercial districts and alley commercial districts composed of similar industries, except for traditional markets with the specificity of the market, and compared how the influencing factors on sales of the two commercial districts were different.

Second, previous studies have confirmed that commercial area and sales have a linear relationship in the study of influencing factors on commercial sales, but in this study, it is significant to check whether there is a nonlinear relationship between area and sales using a variable that squares the area, and to calculate the point where the change in sales is maximized due to the influence of the commercial area.

The results of this study showed that in terms of location characteristics, variables such as “development area (+),” “southeast area (+),” “number of bus stations (+),” “large-scale stores (+),” and “use areas” affect sales.

In terms of the characteristics of commercial districts, independent variables such as “commercial district area (+),” “square of commercial district area (-),” “static (+),” “franchise store ratio (+),” “food restaurant store ratio (+),” and “diversity index (+) by industry” affect sales in commercial districts.

As a result of examining it together with the commercial area area² variable, from 623,989m², an increase in area does not significantly increase sales. When the increase in the area of the commercial district reaches a certain limit, the magnitude of the positive (+) effect on the change in sales of the commercial district becomes the maximum, and the limit is the size of the commercial district that can generate maximum sales due to the area effect.

In terms of demand characteristics, the average monthly income of the resident population (+) affected sales.

When only development businesses were analyzed, sales were affected by the northwestern region (-), the number of bus stops (+), the use area, the commercial area (+), the service store ratio (+), and the restaurant industry diversity index (+).

When analyzing only alley commercial areas, “Southeast (+),” “number of bus stops (+),” “large-scale stores (+),” “use areas,” “right-of-use areas (+),” “franchise store ratio (+),” “restaurant store ratio (+),” “service store ratio (-),” “service industry diversity index (+),” “retail industry diversity index (+),” and “average monthly income (+) of the resident population” affected sales.

The limitation of this study is that individual commercial district data could not be obtained, so the commercial district was analyzed by unit rather than the characteristics of each store. Since the rent data used for the analysis is the average converted rent in the administrative building where the commercial district is located, it seems difficult to analyze the detailed commercial district, and the limitation of the study is that it does not take into account individual factors that can affect commercial district sales.

In addition, in terms of the diversity index, the diversity of industries in the large category of the restaurant industry was measured and analyzed by grouping Korean food and coffee into the same restaurant industry. According to Shin Woo-jin et al. (2010), the distribution patterns of similar and heterogeneous industries in the retail sector were analyzed to confirm that industries such as Korean food, tea houses, and beauty salons had an accumulation effect with other retail sectors, and Lee Jung-min (2021) analyzed the accumulation effect of restaurants and the marginal effect of density. As in previous studies, it will be a future task to consider the agglomeration effect and competition effect of industries not only with a single industry but also with other industries.

However, it is significant in that it compared the factors affecting the sales of development and alley commercial districts, analyzed the use area in more detail than previous studies, and analyzed the limit points in the relationship between commercial area and sales to confirm the nonlinear relationship between commercial area and sales.

Our village store commercial district analysis service provided by the Seoul Metropolitan Government referred to in this study provides analysis reports on administrative dong and commercial districts in Seoul, and if you select a specific region, you can check industry analysis, sales analysis, population analysis, and regional analysis. Through the results of this study, it is expected that the factors influencing sales, one of the key factors when starting a business, can be identified to help prospective start-ups and be used for more detailed commercial area analysis services.

Keywords: Alley commercial district, development commercial district, sales volume, commercial district analysis, commercial district area