

쿠캣

플래그십 스토어
3호점 오픈 프로젝트



상권분석

Index

1. 주제선정
2. 쿠캣소개
3. 상권결정
4. 이유
5. 분석과정

하나

쿠캣 플래그십 스토어 3호점
오픈 프로젝트 TF팀이 되어 상권 분석하기!

쿠캣 플래그십스토어 오픈 프로젝트

상권분석을 큰 주제로 잡고
프로젝트를 진행하다, 일반적인
상권분석보단 하나의 스토리를
갖고 프로젝트를 진행하는 것이
더 의미있겠다 판단했습니다.

그래서, 기업들을 조사했고
플래그십 스토어로 오프라인 커머스
에 뛰어든 쿠캣을 선택했습니다.

저희가 선택한 상권은
강남역, 명동, 신림동, 이태원
네 곳입니다.

'매출'이 '이윤'보다 중요한
플래그십 스토어 특성상
상권 전체 매출과 유동인구,
그리고 이와 관련 있는 지표가
주요 근거였습니다.





둘

cookat.tv_kr

팔로우



...

게시물 4,927

팔로워 1.3백만

팔로우 18

쿠캣코리아

불맛 가득 통 ! 오징어 쫄깃한 한입

오늘만 쿠캣에서 32% 할인!!



bit.ly/31yBgZr

4_hyun.ju, sungamu, harrybutter1님이 팔로우합니다

게시물

동영상

태그됨





Youtube

간편하게 만들 수 있는
요리미디어 업체에서
오늘뭐먹지? 쿠캣등



E-Commerce

간장게장, 닭갈비 등
간편식 전문 커머스로



Flagship Store

플래그십 스토어로
MD제품 쉽게 경험토록 발전

경쟁

간편식 : 마켓컬리, 노브랜드, GS25, CJ, 프레시지 등

e-커머스 : 마켓컬리, 쿠팡

플래그십 스토어 : GS25, 밀키트 무인매장 업체

미디어 : 여러 먹방 유튜브 채널, 비슷한 내용의 채널

핵심상품

간편식 : 새우장, 딸기찹쌀떡, 다이어트 식품 등

SNS, 유튜브 채널로 자연스럽게 제품 광고 가능. 가장 큰 경쟁력

고객

간편식 수요자

20대, 30대, 40대 초반
1인 가구 / 맞벌이 부부

해외

쿠캣 홍콩
쿠캣 베트남

미국, 호주도 진출

기타

누적 투자액 :
약 490억원

투자단계 :
시리즈 D

당면한 문제 :
인터넷 제품에
대한 신뢰도 하락
(플래그십 스토어)

셋



EVERYDAY
COOKAT

이윤보다 매출이 KPI인 플래그십 스토어
그래서 세 곳의 상권을 제안합니다.



플래그십 스토어

성공한 특정상품 브랜드를 앞세워 전체 브랜드의 성격과 이미지를 극대화하는 매장을 의미합니다.

'플래그십'은 해군 함대의 기함을 지칭하는데 여기서는 기업의 주력 상품을 의미합니다.

브랜드 경험, 체험이 가능하도록 넓은 공간을 확보하고 브랜드 이미지에 부합하는 인테리어 등으로 꾸밉니다.

이윤 창출보다 브랜드파워를 키우는 것이 주 목적입니다.

1.

강남, 명동 상권

매출액과 유동인구수가 압도적으로 컸습니다. 다만, 전분기 대비 상권 내 편의 시설 수가 줄어들고 있다는 점을 고려했을 때 상권이 하락세일 수 있음에 주의해야 합니다.

2.

신림 상권

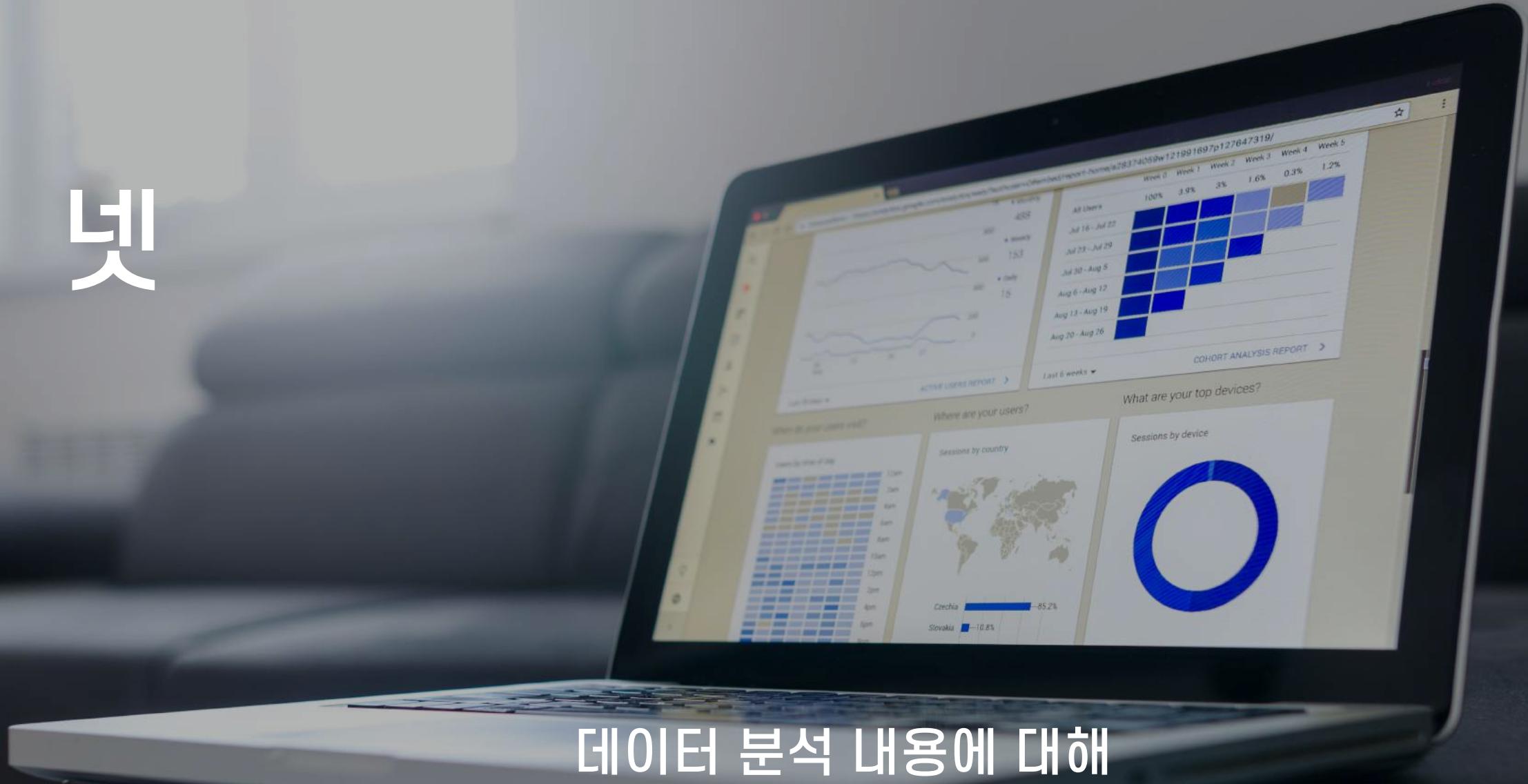
쿠캣마켓의 주 타겟 층인 20대 1인 가구가 홍대 다음으로 많고 상권 내 편의 시설 수도 전분기 대비 10개 이상 늘어나는 모습을 보였습니다.

3.

이태원 상권

강남과 명동, 신림 상권 타겟 층은 기존 매장인 삼성역, 신촌과 겹칩니다. 이를 제외하면서 관광 특구인 곳을 찾았을 때 이태원이 가장 적합하다 판단했습니다.

넷



데이터 분석 내용에 대해
결과를 도출하면서 얻은 정보 말씀드립니다.

Target : 브랜드파워를 가장 높일 수 있는 상권

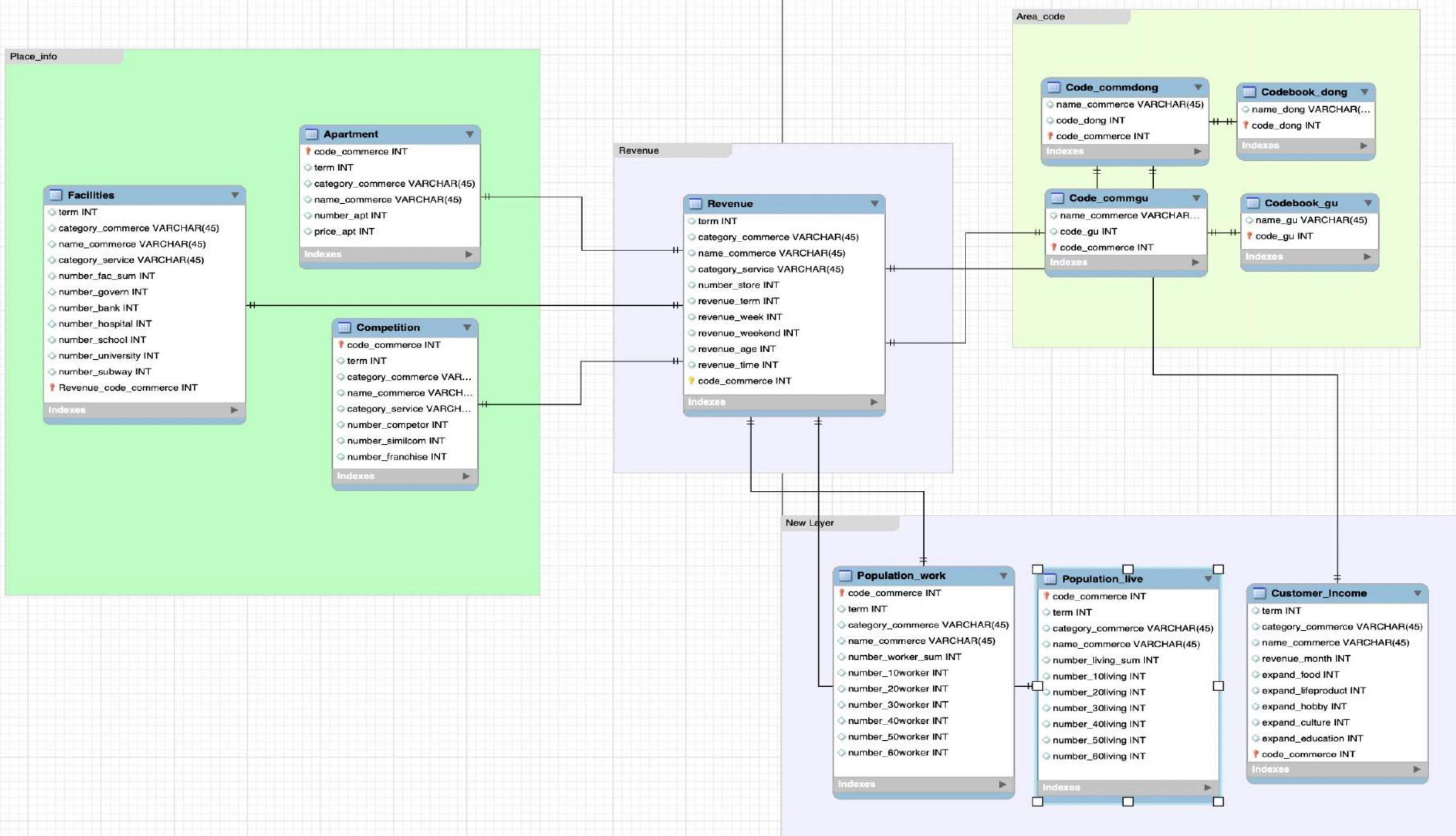
Why? : 플래그십 스토어로 이커머스 판매량 극대화, 브랜드 신뢰도와 인지도 확보하기 위해

What? : 강남역/명동상권, 신림동상권, 이태원상권

How? : 결과: 매출 || 원인: 1. 유동인구. 2. 직장인구. 3. 경쟁업체. 4. 편의시설 수 … FROM 상권데이터

Analysis Way : 전처리 || SQL 데이터베이스에 저장 || ERD와 시각화 || 통계분석 || 머신러닝

Place_info



Team 3.ipynb

파일 수정 보기 삽입 런타임 도구 도움말 오후 3:37에 마지막으로 저장됨

댓글 공유 설정 JH

목차

import library
Intro : 왜 1인가구/2030세대인가?

데이터 전처리

a. 결과변수 데이터(매출)

b. 생활인구 & 직장인구

생활인구

직장인구

c. 아파트

2021.11.17

d. 집객시설

e. 지역코드북

잠시 확인

f. 경쟁업체 & 개업율

g. 집객시설 다시 점검

h. 소득수준

Database - SQL

csv. SQL에 입력하기

EDA

a. 매출 데이터

점포당 매출 액수가 큰 상권과 업종은?

11시 - 21시까지의 매출을 기준으로
다시 한번 매출 순위 파악해보기상권, 서비스업종은 연령별로 매출 차
이가 클까?

+ 코드 + 텍스트

▼ 0. import library

- 판다스, 넘파이, 맷플롯립, bs4, 정규표현식

```
[ ] !pip install selenium
!pip install numpy
!pip install pandas
!pip install matplotlib
!pip install seaborn

!pip install urllib
!pip install BeautifulSoup
!pip install requests

!pip install tqdm
!pip install time
!pip install re

[ ] from selenium import webdriver

import numpy as np
import pandas as pd
import matplotlib.pyplot as plt
import seaborn as sns

import matplotlib as mpl
mpl.rcParams["axes.unicode_minus"] = False

import urllib.request as req
from urllib.request import urlopen
from urllib.request import HTTPError, URLError
```

2021년 2분기 상권, 업종 매출 순위 Top 10

관광특구	명동남대문북창동다동 무교동	한식음식점	622	51600482142
관광특구	종로?청계	한식음식점	471	28970521610
발달상권	강남역	한식음식점	245	24523560218
발달상권	여의도역_1	한식음식점	234	22102933560
관광특구	잠실관광특구	한식음식점	259	21558867110
발달상권	홍익대학교주변	한식음식점	443	19909275305
발달상권	선릉역_2	한식음식점	178	19629827127
발달상권	홍익대학교주변	커피음료	356	18854265093
발달상권	종로구청	한식음식점	190	18465280126
발달상권	교대역_1	한식음식점	222	18339424464

2021년 2분기 상권, 업종별 점포당 매출 순위 Top 10

1	발달상권	신도림역	저고점
2	관광특구	잠실관광특구	편의점
3	골목상권	테헤란로81길	한식음식점
4	발달상권	북창동	한식음식점
5	발달상권	여의도역_2	한식음식점
6	발달상권	압구정로데오거리_2	양식음식점
7	발달상권	선릉역_2	한식음식점
8	발달상권	방이동먹자골목	한식음식점
9	발달상권	서울서초구강남역	한식음식점
10	발달상권	종로구청	한식음식점

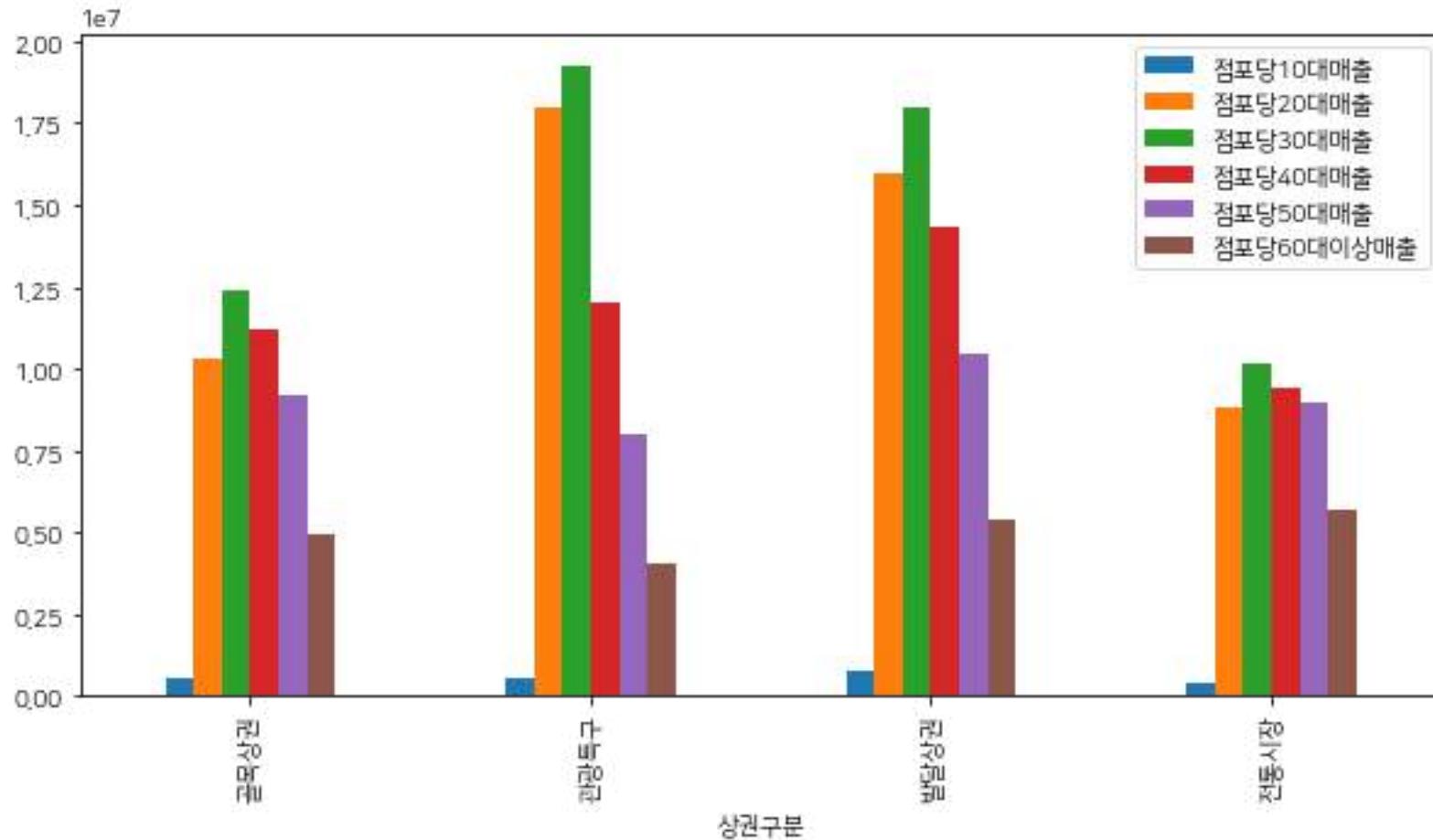


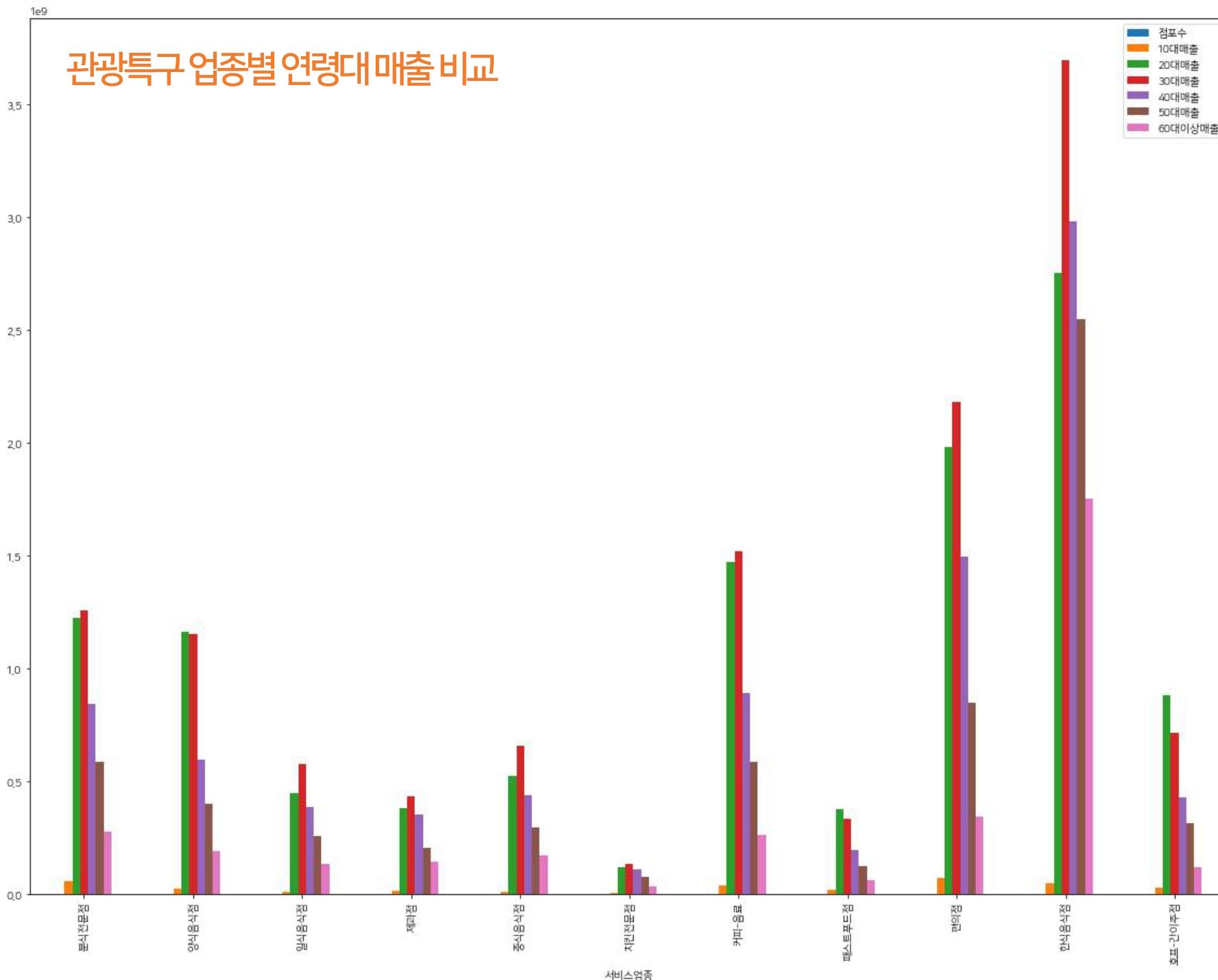


2021년 2분기 상권 & 업종 11시-21시 점포당 매출 순위 Top 10

관광특구	중식음식점	1.41294800
발달상권	편의점	1.24427700
관광특구	편의점	9.9869600
골목상권	편의점	9.6333810
전통시장	편의점	9.3087360
발달상권	제과점	7.3995330
관광특구	일식음식점	7.0390100
발달상권	중식음식점	6.9625110
골목상권	한식음식점	6.0659580
골목상권	제과점	5.8288910

상권별 점포당연령대매출 비율.



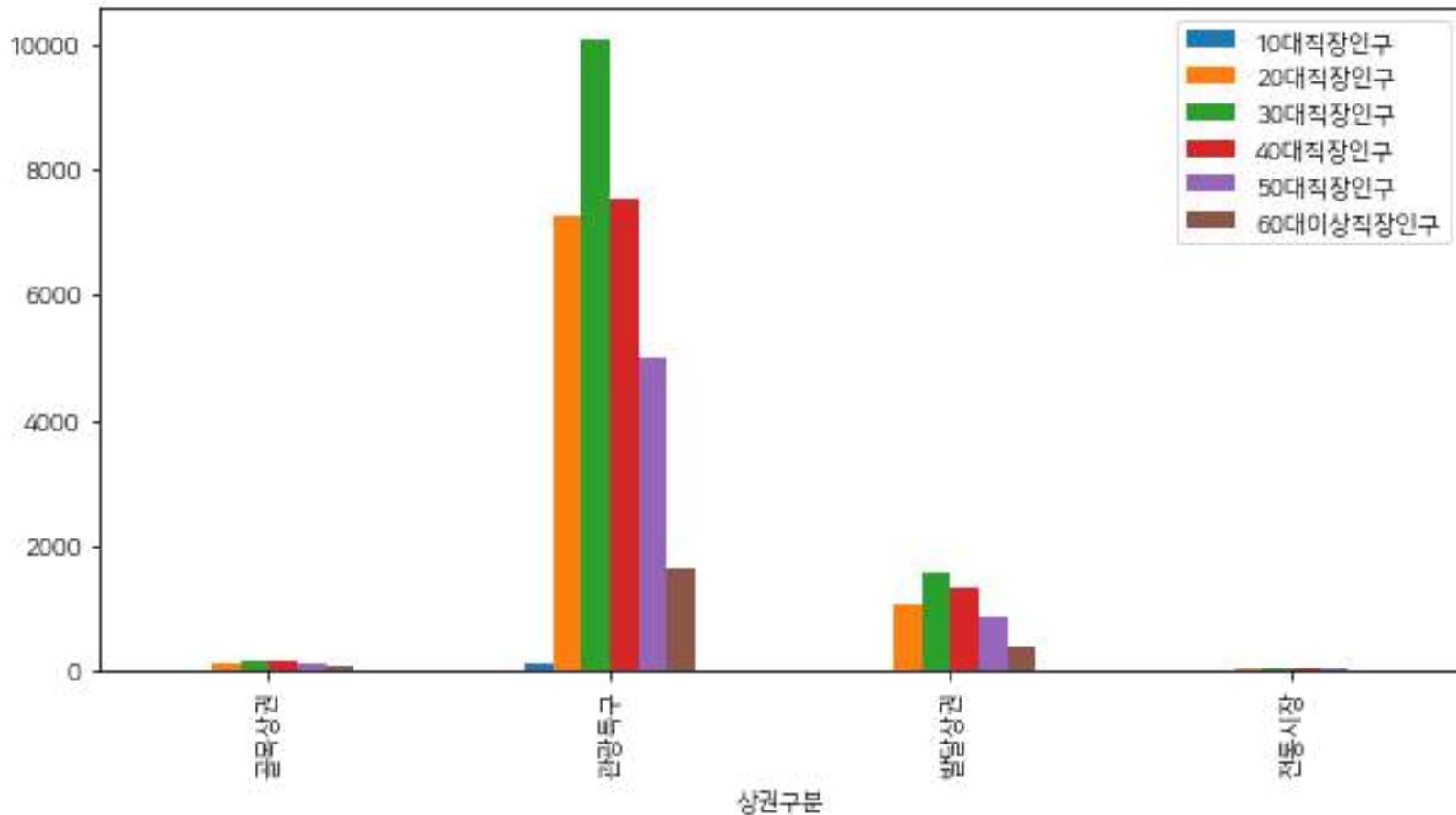


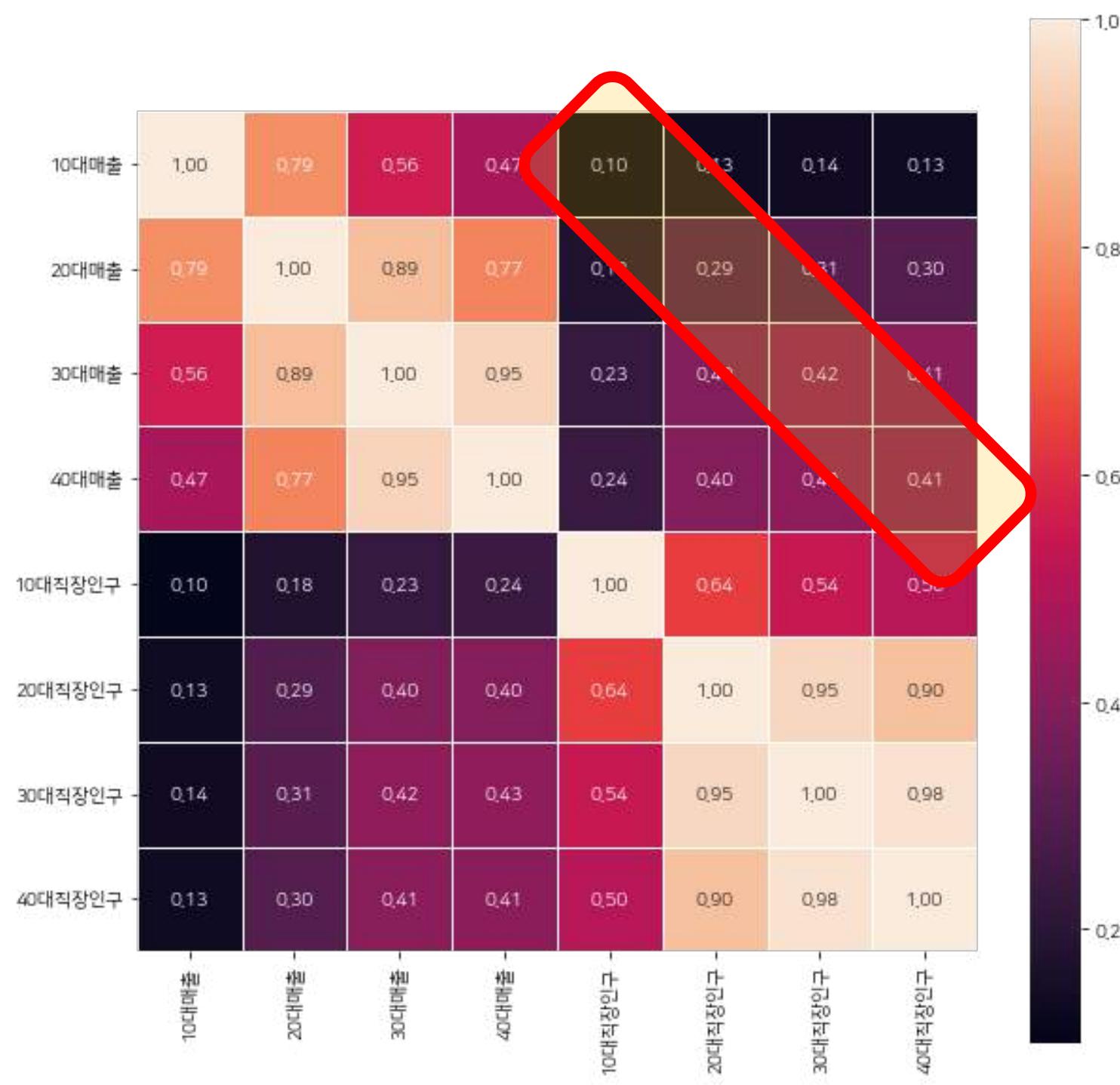
I. 관광특구와 발달상권 위주로

2021년 2분기 상권내 30대 직장인구수 Top 9

관광특구	명동·남대문·북창동 다동무교동	34007
발달상권	구로디지털1단지	14856
발달상권	삼성역_3	13692
발달상권	잠실역	11193
발달상권	여의도역_2	10493
발달상권	선릉역_2	10457
관광특구	종로·청계관광특구	9965
발달상권	여의도역_1	9188
발달상권	강남역	9161

상권별 직장인 인구 분포 비율





모든 상권의 직장인구 수와 연령대 매출 관계

상관관계 분석 결과

10대, 20대에선 인구 수와 매출의 선형 관계가 없었으나 30대, 40대 경우엔 인구 수와 매출의 선형 관계를 확인할 수 있었습니다.

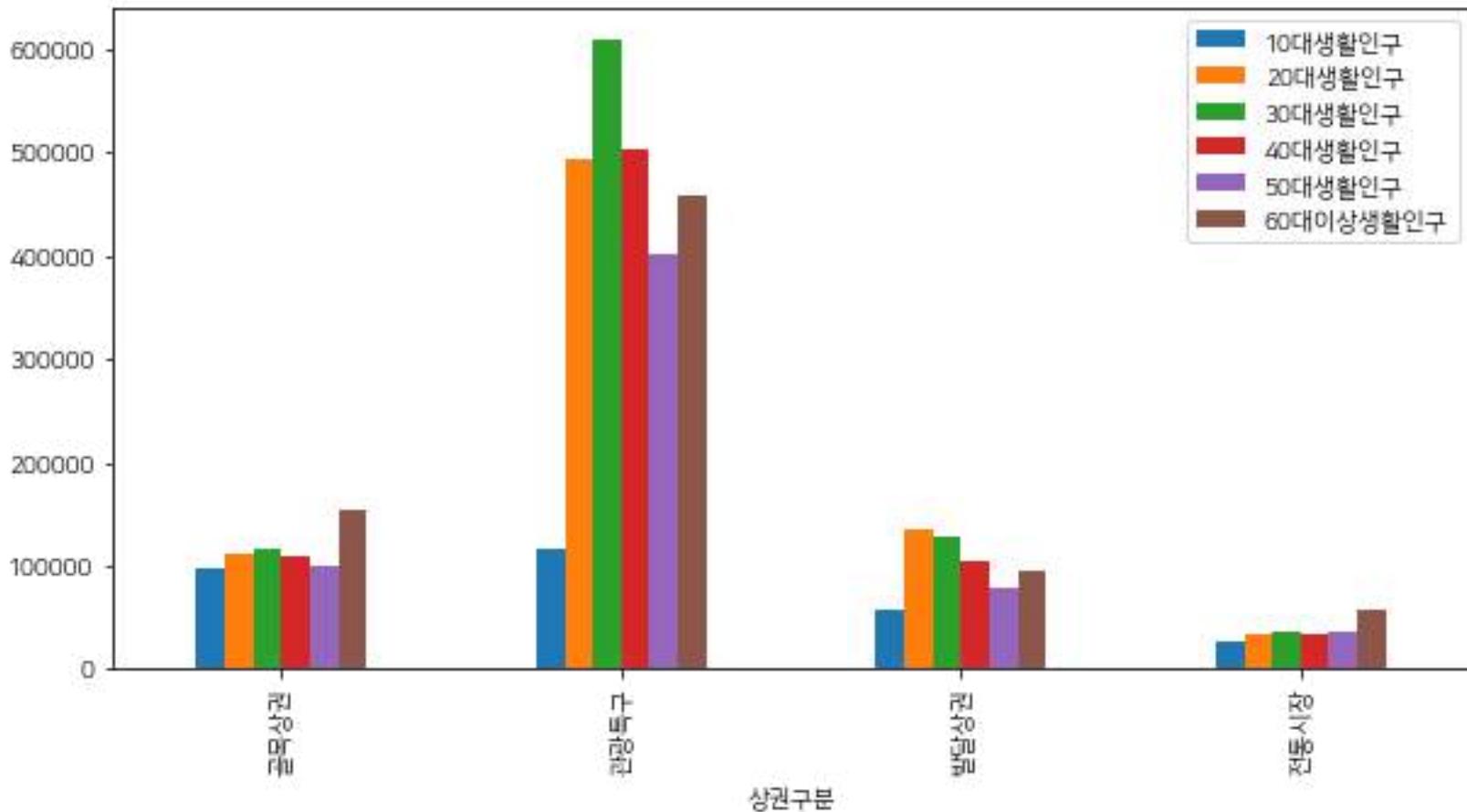
다만, 40대 매출이 20대, 30대 인구 수와도 선형 관계가 있는 것으로 확인되는 바, 이후 통계 분석을 통해 조금 더 정확하게 파악할 필요가 있다고 판단했습니다.

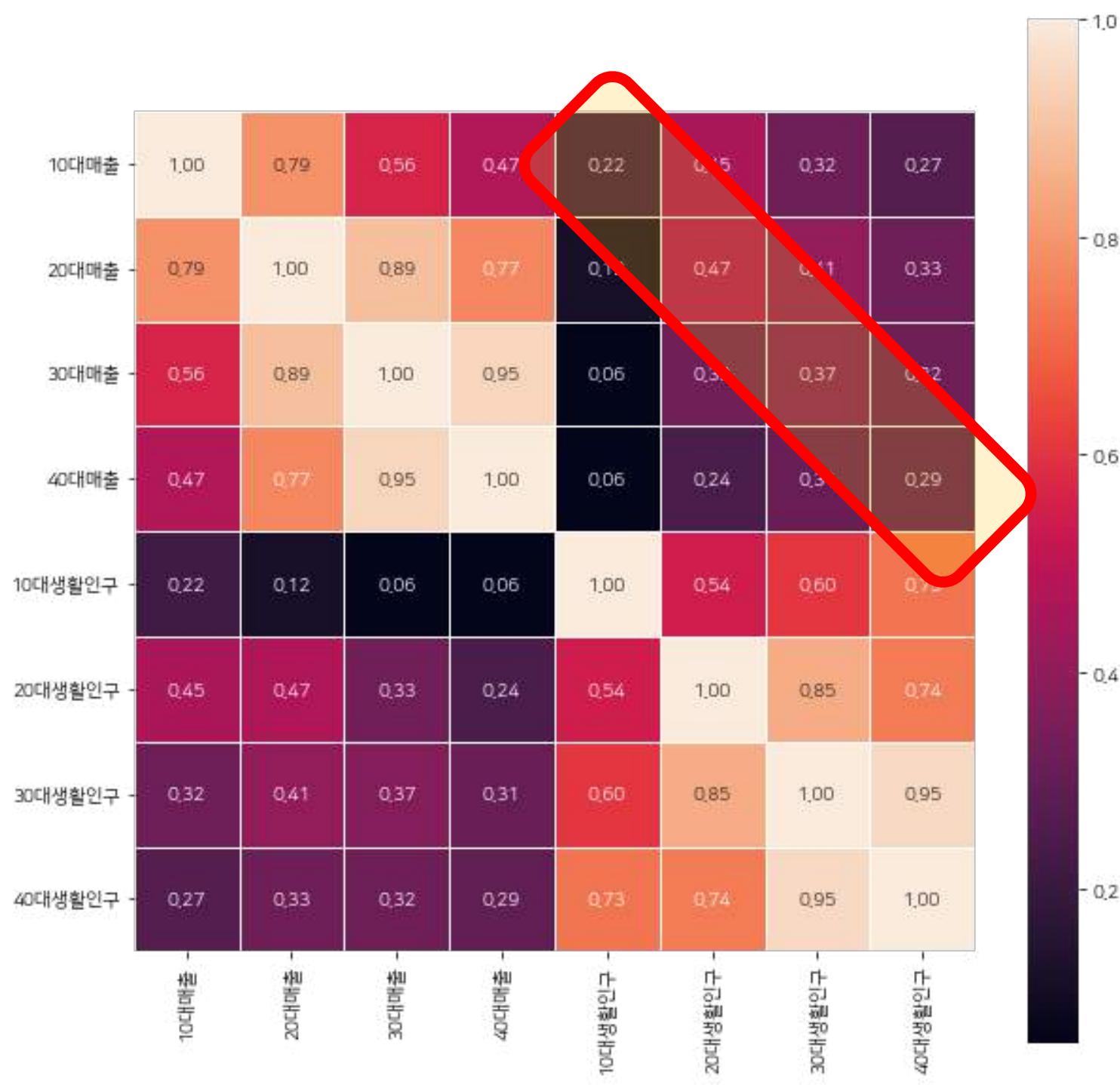
인구 수와 상권 내 전체 매출 사이엔 약간의 상관 관계가 있음을 확인했습니다.

2021년 2분기 상권내 20대 생활인구수 Top 9

발달상권	홍익대학교 주변	1807213
발달상권	서울 서대문구 신촌역	1644952
발달상권	서울 관악구 서울대입구역_1	916661
골목상권	서울시립대로29길	904447
골목상권	북아현로4길	882909
발달상권	신사동 가로수길	822023
발달상권	서울 서초구 강남역	811340
발달상권	선릉역_2	714890
관광특구	잠실 관광특구	680201
관광특구	명동 남대문 북창동 다동 무교동 관광특구	653550

상권별 생활인구 분포 비율





모든 상권의 생활인구 수와 연령대 매출 관계

상관관계분석 결과

직장인구와 달리 20대인구 수와 매출 사이의 상관관계가 강하게 나타나는 것을 확인할 수 있었습니다.

30대, 40대는 출근 후 출근 지역에서 소비를 많이 하는 편이고 20대는 비교적 생활 지역에서 소비를 많이 하는 편임을 알 수 있었습니다.

이 결과를 통해, 30대 이상을 주 타겟층으로 하려면 직장인구가 많은 지역에, 20대를 주 타겟층으로 하려면 20대 생활인구가 많은 지역을 골라야겠다는 단기준을 세웠습니다.

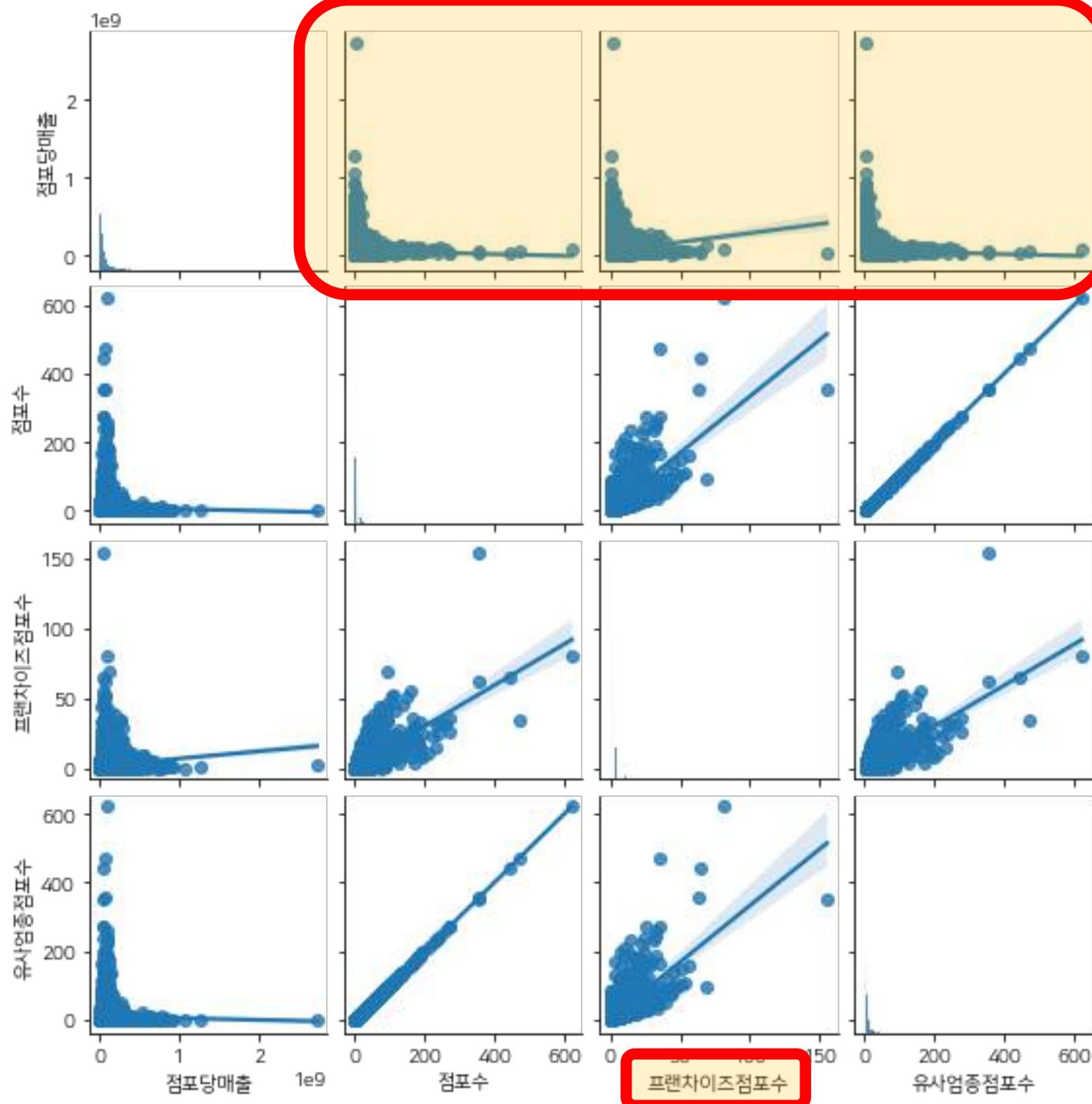
1. 관광특구와 발달상권 위주로
2. 30대는 직장인구, 20대는 생활인구 중심으로



2021년 2분기 상권 프랜차이즈 수 Top 10

- | | |
|------------------------|-----|
| 명동 남대문 북창동 다동 무교동 관광특구 | 357 |
| 홍익대학교 주변 | 236 |
| 잠실 관광특구 | 171 |
| 가산디지털단지역_3 | 167 |
| 종로?청계 관광특구 | 157 |
| 서울 서대문구 신촌역 | 157 |
| 구로디지털1단지 | 143 |
| 서울 서초구 강남역 | 139 |
| 동대문패션타운 관광특구 | 138 |
| 신사동 가로수길 | 130 |

*한식, 분식, 패스트푸드, 편의점 합계



경쟁업체 수와 점포당 매출 관계

경쟁자수가 많으면 점포당 매출은 적어집니다.
그런데, 점포당 매출 x 프랜차이즈 점포수 데이터를 보면
회귀선이 위로 올라가는 모습을 볼 수 있습니다.

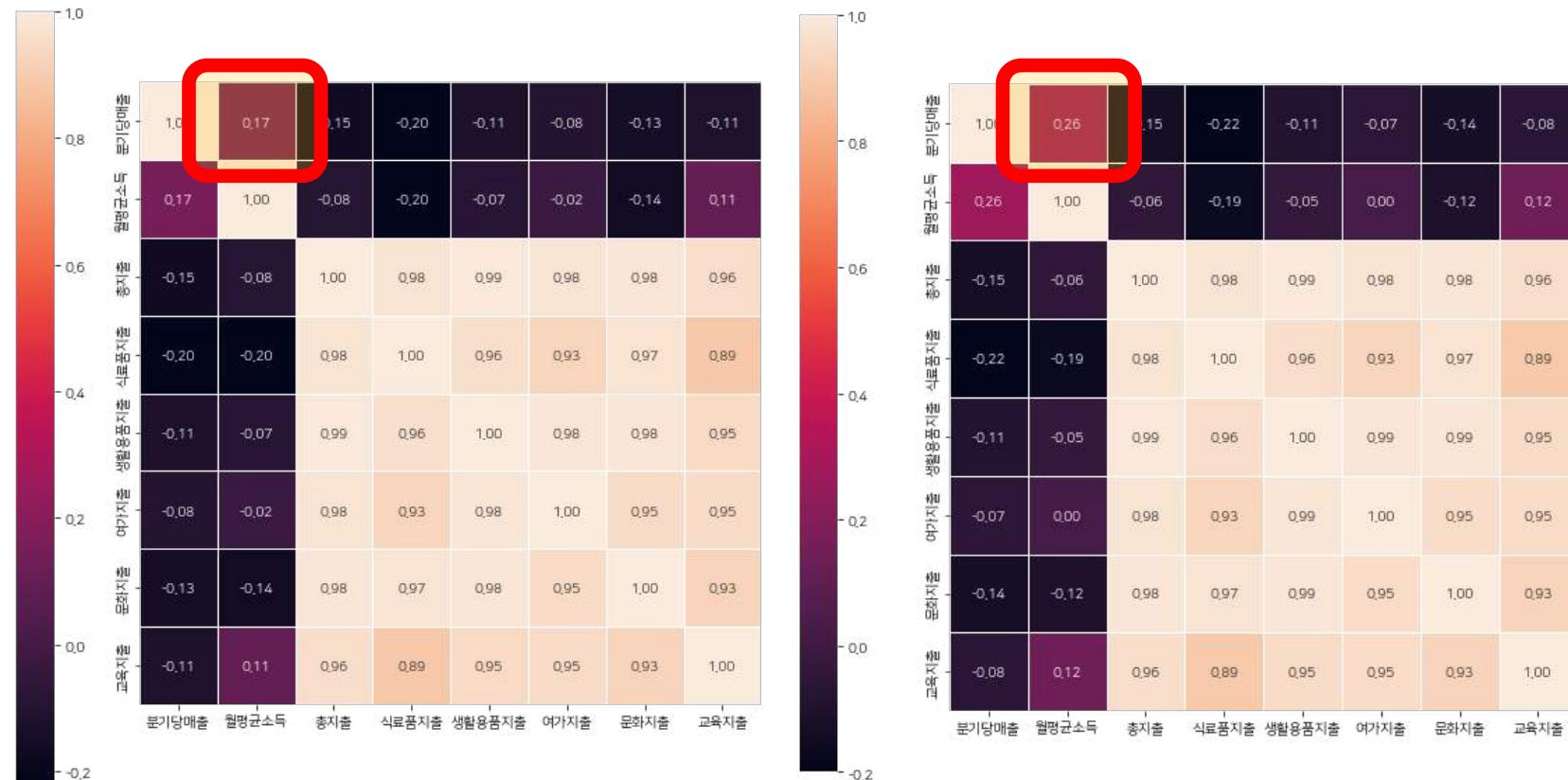
저희 여기서 두 가지를 유추했습니다.
하나. 프랜차이즈 업체가 들어간 상권은 발달된 상권으로
매출 크기가 크고 구매력 있는 소비자들의 이동이 많다.
둘. 평균의 합정일 가능성이 있다. 프랜차이즈 업체가
돈을 버는 것일 뿐, 이것이 기회라고 판단하기 어렵다.

다만, 쿠캣은 브랜드이고, 프랜차이즈 업체와 경쟁해야 하므로
또, 유동인구가 많은 발달된 상권에서 플래그십 스토어를 운영
해야 하므로 프랜차이즈 업체가 많은 곳에 들어가는 것이 맞다고
판단했습니다.

1. 관광특구와 발달상권 위주로
2. 30대는 직장인구, 20대는 생활인구 중심으로
3. 매출은 경쟁업체 수와 역의 관계이나 프랜차이즈 수와 정의 관계

2021년 2분기 배후지 소득과 상권 매출 관계에 대해

	분기당매출	월평균소득	총지출	식료품지출	생활용품지출	여가지출	문화지출	교육지출
분기당매출	1.00	0.14	0.02	-0.05	0.08	0.09	0.04	0.07
월평균소득	0.14	1.00	-0.09	-0.22	-0.08	-0.03	-0.16	0.09
총지출	0.02	-0.09	1.00	0.98	0.99	0.98	0.98	0.96
식료품지출	-0.05	-0.22	0.98	1.00	0.96	0.93	0.98	0.89
생활용품지출	0.08	-0.08	0.99	0.96	1.00	0.99	0.99	0.95
여가지출	0.09	-0.03	0.98	0.93	0.99	1.00	0.95	0.95
문화지출	0.04	-0.16	0.98	0.98	0.99	0.95	1.00	0.93
교육지출	0.07	0.09	0.96	0.89	0.95	0.95	0.93	1.00



편의점

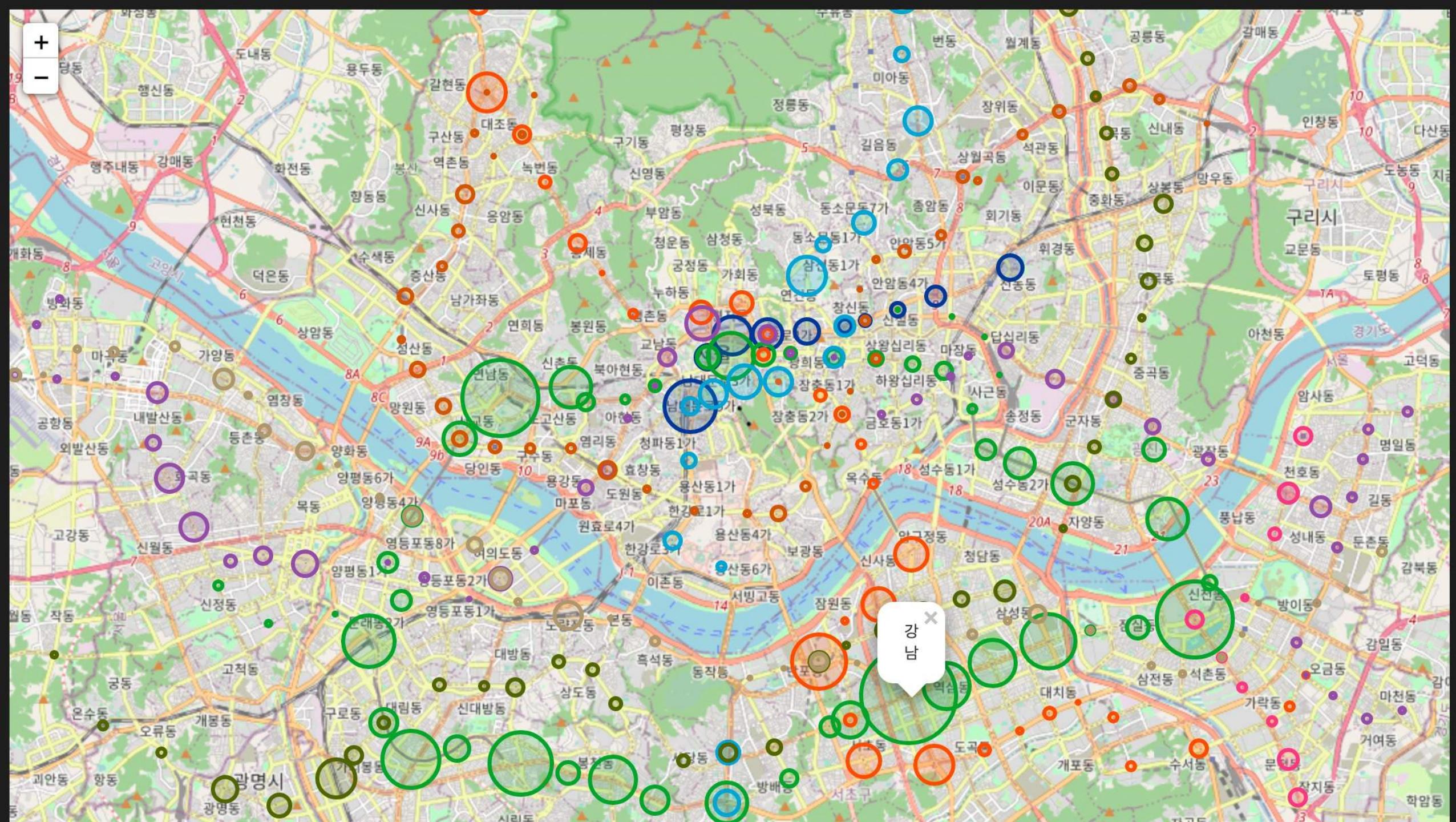
분식전문점

패스트푸드점

1. 관광특구와 발달상권 위주로
2. 30대는 직장인구, 20대는 생활인구 중심으로
3. 경쟁업체 수는 역의 관계이나 프랜차이즈 수는 정의 관계
4. 배후지 지출보다 배후지 소득이 상권 전체 매출과 관련

2021년 2분기 지하철 승하차객수 Top 5

1 강남	2호선	70587.87	71209.52	141797.39
2 잠실(송파구청)	2호선	55960.01	54753.98	110713.99
3 신림	2호선	54015.56	52096.64	106112.20
4 구로디지털단지	2호선	48958.84	48976.27	97935.11
5 홍대입구	2호선	45874.71	49000.81	94875.52
6 신도림	2호선	41587.84	40956.28	82544.12
7 삼성(무역센터)	2호선	40438.74	41238.75	81677.49



1. 관광특구와 발달상권 위주로
2. 30대는 직장인구, 20대는 생활인구 중심으로
3. 경쟁업체 수는 역의 관계이나 프랜차이즈 수는 정의 관계
4. 배후지 지출보다 배후지 소득이 상권 전체 매출과 관련
5. 역 승하차 기반으로 유동인구 유추



2021년 2분기 아파트 수 많은 상권 Top 8

발달상권	홍익대학교주변	92
발달상권	선정릉역_2	82
발달상권	서울강남구역삼역_1	80
발달상권	선릉역_2	75
발달상권	역삼역_1	74
발달상권	서울서초구강남역	68
발달상권	강남구논현역_2	65
발달상권	신사동가로수길	60



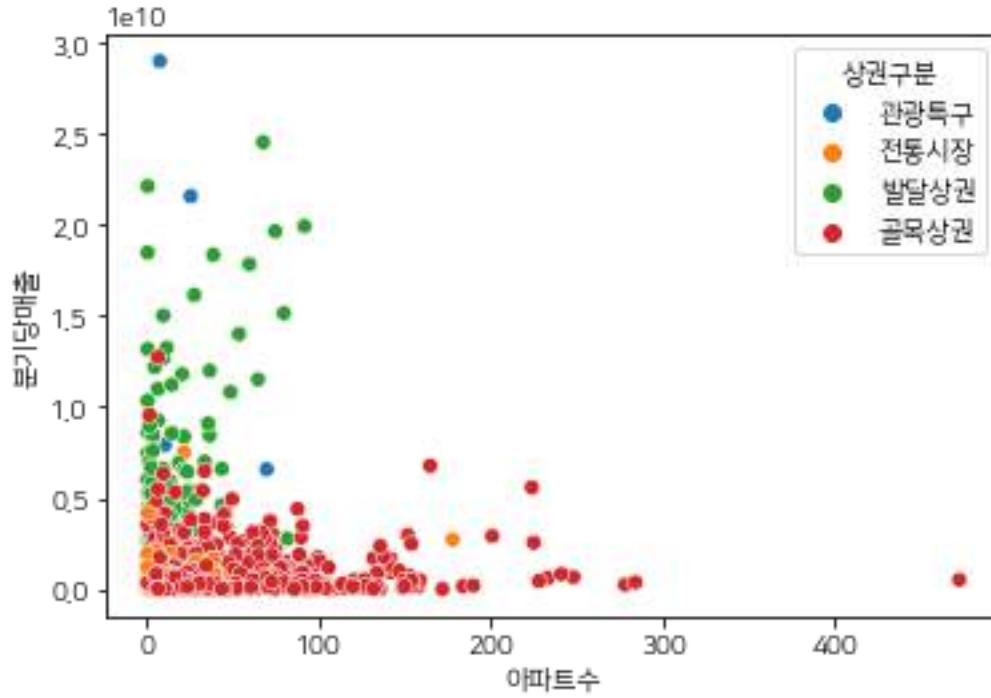
발달상권 매출과 아파트 수의 관계

상관관계분석 결과

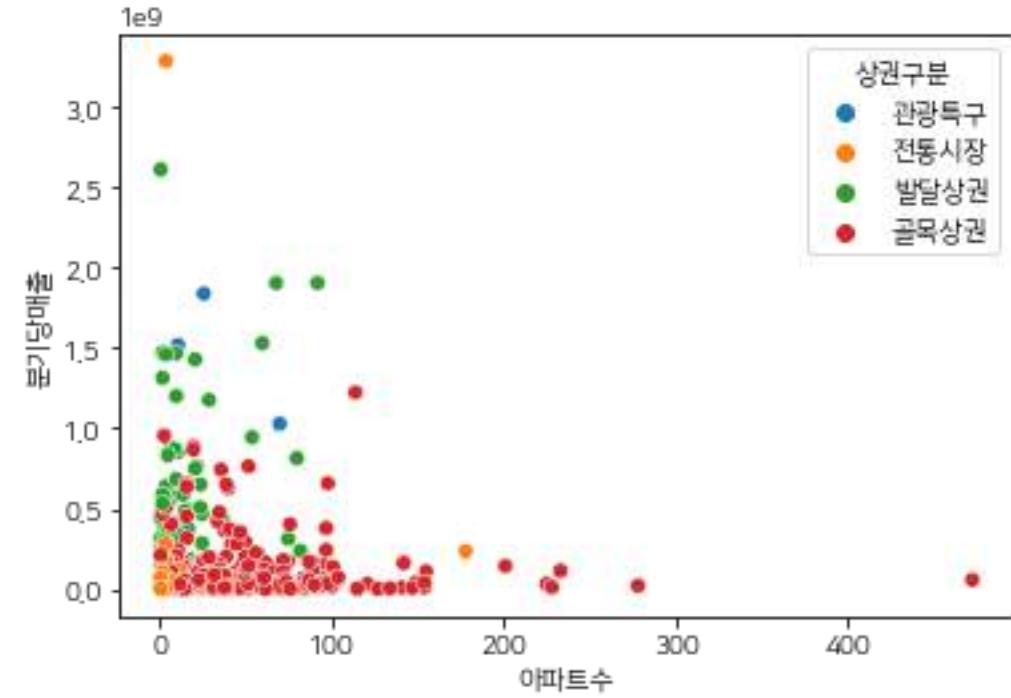
발달상권 매출과 상권 전체 매출이 상관관계를 갖는 것을 알 수 있었습니다. 이러한 결과로 상권의 크기를 결정하는데 아파트가 요인이 될 수도 있겠단 추론을 할 수 있었습니다.

다만, 주목해봐야 할 점은 이상권의 크기가 점포당 매출 증가에 영향을 주기 어려워 보인다는 점입니다. 데이터 분포 형태를 봐야 정확히 알 수 있겠지만, 아파트 수가 상권 크기에 영향을 미치지만 점포의 매출 확보에 영향을 주진 않을 가능성이 클 거란 추측이 가능합니다.

다만, 브랜드파워 확보가 KPI인 플래그십 스토어엔 아파트 수가 중요한 요인이 될 수 있겠다 판단했습니다. 상권 크기는 곧 상권 내 소비력을 뜻하고 유동인구 수를 나타내는 지표이기 때문입니다.



[한식음식점]



[파스트푸드점]

아파트 수가 외식 수요로 이어져 이러한 결과가 나온 것이 아닐까 추측하고 있습니다.

아파트 수가 상권 크기에 영향을 주지만 쿠캣 주요 고객층에 맞는지는 조금 냉정하게 바라볼 필요가 있어 보입니다.

1. 관광특구와 발달상권 위주로
2. 30대는 직장인구, 20대는 생활인구 중심으로
3. 경쟁업체 수는 역의 관계이나 프랜차이즈 수는 정의 관계
4. 배후지 지출보다 배후지 소득이 상권 전체 매출과 관련
5. 역 승하차 기반으로 유동인구 유추
6. 발달상권 내 아파트 수가 상권크기과 연관. 단, 점포당 매출은 X

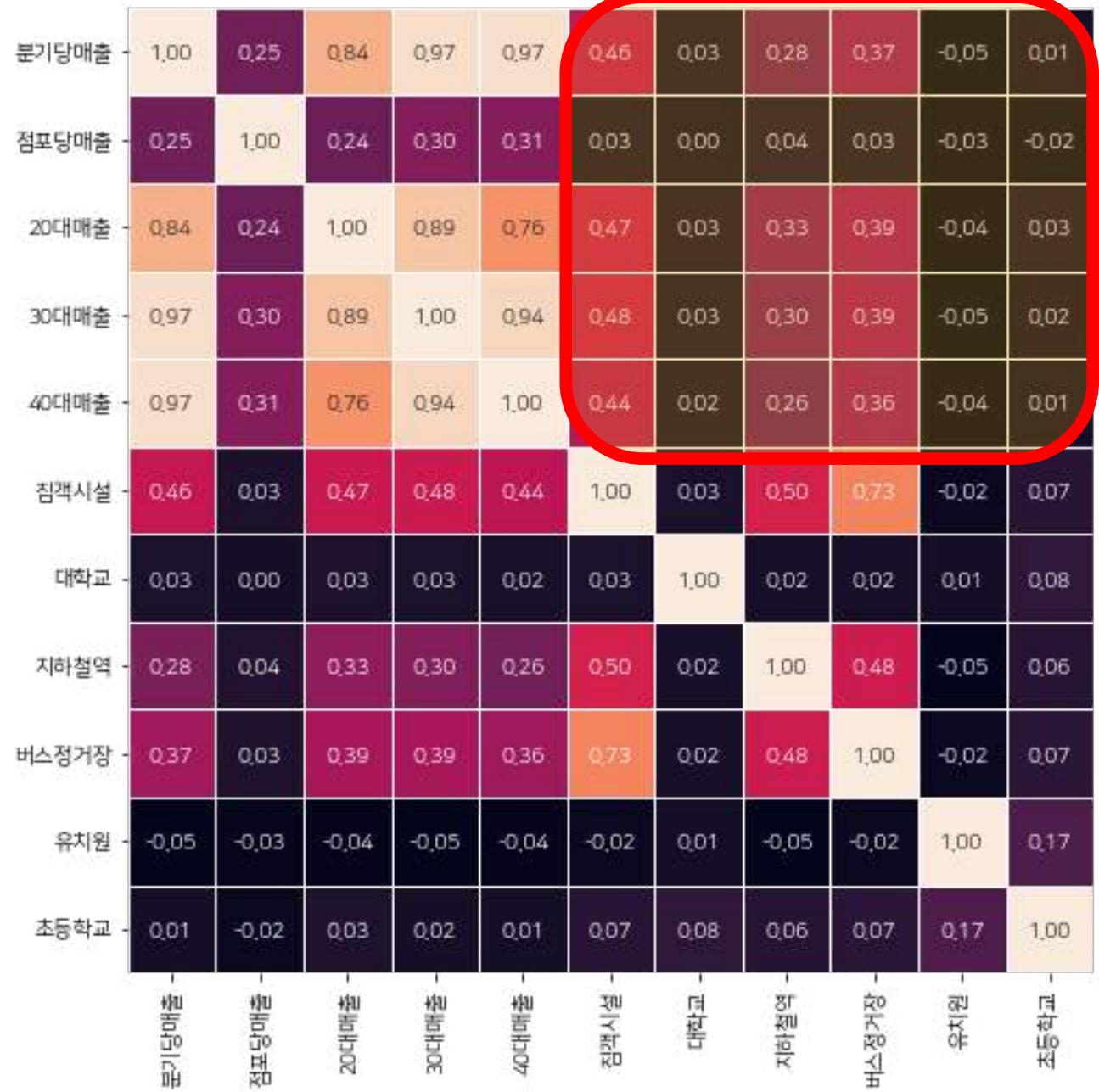
2021년 2분기 상권 편의시설 수 Top 10

관광특구	명동 남대문 북창동 다동 무교동 관광특구	426
관광특구	종로?청계 관광특구	243
발달상권	신사동 가로수길	222
발달상권	서울 서초구 강남역	193
발달상권	명동거리	152
관광특구	잠실 관광특구	149
관광특구	동대문패션타운 관광특구	149
발달상권	서울 강남구 강남역_2	147
발달상권	서울 강남구 압구정역	130

전분기대비 상권 편의시설 수 증가 상권 Top 5

발달상권	종로 5가역_3	72	84
발달상권	서울 노원구 노원역	110	121
발달상권	서울 관악구 신림역	21	31
발달상권	가산디지털단지역_3	99	105
발달상권	디지털미디어시티	59	64

*2분기 편의시설 수 30개 이상인 곳



편의시설과 주요 업종 매출간 상관관계

편의시설 수와 상권 내 한식음식점, 편의점, 분식전문점 등
의 매출의 상관관계를 파악해 봤습니다.

일단, 접객시설 수와 상권 전체 매출은 상관관계를 지니고
있으나 점포당 매출과는 선형 관계를 이루지 않음을
알 수 있었습니다.

접객시설이 점포 매출에 영향을 주진 않으나 상권 전체 매출,
즉, 상권의 크기엔 영향을 미칠 수 있음을 알 수 있었습니다.

단, 플래그십 스토어는 매출 뿐 아니라 브랜드 인지도, 노출
도 KPI이므로 이 결과를 상권 결정에 고려해야 한다 판단했습니다.

1. 관광특구와 발달상권 위주로
2. 30대는 직장인구, 20대는 생활인구 중심으로
3. 경쟁업체 수는 역의 관계이나 프랜차이즈 수는 정의 관계
4. 배후지 지출보다 배후지 소득이 상권 전체 매출과 관련
5. 역 승하차 기반으로 유동인구 유추
6. 발달상권 내 아파트 수가 상권크기과 연관. 단, 점포당 매출은 X
7. 편의시설 증감으로 상권 추이 파악
8. 편의시설 수와 매출은 상관관계

다섯

데이터를 통한 3호점 MD 전략 제안
분석 과정에서 느꼈던 아쉬운 점에 대해



1. 쿠캣 플래그십 스토어 현황

	코엑스	신촌
주력 판매 메뉴	<p>ку캣마켓 코엑스몰점</p> <p>홈 리뷰 사진</p> <p>⌚ 영업중 : 10:30 - 21:30 ✓</p> <p>₩ 갑자탕 뿐음밥 7,900원 불고막 비빔밥 9,900원 반반 새우장 멸발 10,900원 까만 당면 짬닭 10,900원 쭈꾸미 멸발 8,500원 명란 크림 파스타 9,900원 더블치즈 톤까스 10,500원 매콤크림닭갈비 빠네 11,900원 통등심돈까스 8,500원 멘보사카레 9,500원 쭈꾸미멸발 8,500원 로제짬닭 10,900원 갈바스파스타 9,900원 풀기름막국수 8,900원 매콤 닭불고기덮밥 7,900원 간장/양념 깐새우장 멸발 9,900원</p> 	<p>ку캣마켓 신촌점</p> <p>홈 소식 리뷰 사진</p> <p>↑ 광흥창역 1번출구에서 직진후 스타벅스앞에서 좌회전 하시면 됩니다!</p> <p>⌚ 영업중 : 10:30 - 23:00 ✓</p> <p>₩ 가격표 사진을 올려주세요.</p> <p>₩ 팔기속우유 찹쌀떡 9,900원 티라미수쪽 찹쌀떡 10,900원 두끼로제떡볶이 6,900원 매콤크림 닭갈비 9,900원 남작막창 7,500원</p>
주력 메뉴 개수/ 평균 가격	<ul style="list-style-type: none">주력 메뉴개수 : 총 16 가지평균가격: 9,650 원	<ul style="list-style-type: none">주력 메뉴 개수: 총 5 가지평균가격: 9,020 원
매장 특징	<ul style="list-style-type: none">ку캣상품을 활용해 다이닝 메뉴로 판매	<ul style="list-style-type: none">편의점+ 카페 느낌주력 상품 구성이 디저트+ 밀키트주력 상품 메뉴 구성 단순

2. 워드 클라우드로 유추한 컨셉 선정 이유

	코엑스	신촌
지역 + 스토어 워드 클라우드	<p>Brands, concepts, experiences, and local terms are interconnected in a word cloud centered around COEX.</p>	<p>Keywords related to convenience stores, open spaces, and community life are highlighted in the Sinchon word cloud.</p>
지역+ 메뉴 워드 클라우드	<p>Regional menu items and international cuisines are shown in a word cloud.</p>	<p>Specialty dishes and dining concepts are central to the Sinchon menu word cloud.</p>
컨셉 선정 인사이트	<ul style="list-style-type: none"> "브랜드, 컨셉, 체험, 커머스, 시식" 등 단어들 유추해 보았을때 코엑스는 대표적으로 다양한 브랜드들이 자신의 컨셉과 가치 등을 오프라인으로 알리기 위해 선택하는 지역임을 유추할 수 있음 "스페셜, 호텔, 딤섬, 탄두리 치킨"과 같이 특별하고 고급화된 메뉴와 "라면 버거, 점심"과 같이 점심에 간단하게 요기할 수 있는 메뉴들의 수요가 동시에 있어 쿠캣 스토어도 이에 맞춰 간편하지만 특별한 메뉴들로 다이닝 메뉴가 구성이 되어있음 	<ul style="list-style-type: none"> "아이디어, 가치, 버츄얼" 등 단어들 유추해 보았을때 신촌의 스토어는 쿠캣의 "맛있고 즐거운 순간을 제공"하는 기업가치를 반영해야함. 이런 기업가치를 반영하기 위해선 티라미슈 찹쌀떡과같이 간편하지만 새로운 조합이라 흥미를 일으킬 수 있는 메뉴들 위주로 간편하게 구매할 수 있는 편의점 스타일 매장이 적합함 "혼밥, 예약, 주문" 등 키워드에서 볼 수 있듯이 대기시간이 오래 걸리지 않고 혼밥이 가능한 밀키트 메뉴와 분식메뉴로 구성하는 것이 적합함

3. 워드 클라우드로 유추한 3호점 컨셉 및 전략



Project 통해 느낀점

데이터는 재료, 코드는 도구라는 걸 느꼈습니다.

재료, 도구가 좋다고 음식이 무조건 맛있는 건 아니듯 데이터 분석도 좋은 품질의 데이터와 코딩력 그리고 데이터를 바라보는 분석가의 정확한 시각과 관점이 조화를 이뤄야 좋은 결과물도 출로 이어진다는 걸 배웠습니다.

데이터들이 정확히 무엇을 의미하는지, 분석 결과가 무엇을 의미하는지 정확히 이해하는 해석 능력, 분석 과정에서 필요한 값을 코드로 무리 없이 뽑아낼 수 있는 코딩력, 그리고 좋은 데이터를 뽑아낼 수 있는 서칭력의 중요성을 깨달았습니다.

인스타, 유튜브 댓글을 웹크롤링 실패하고, 방대한 버스 정류장 데이터 분석을 실패하면서 데이터 분석가로서 지녀야 할 코딩력의 필요성을, 내부 데이터가 없어 추측 데이터로만 결과를 도출하기 위해 노력하며 좋은 데이터가 결과에 어떤 영향을 주는지 알 수 있었습니다.

Project 한계점

하나. 쿠캣 매출 데이터, 내부 데이터 확보 불가. 추측 데이터로 분석
둘. 도로명 주소로 행정동 코드 복과 연결 안 되는 지역은 유동 인구 분석 불가
셋. 데이터량이 방대해 분석 모델용 데이터 테이블 까지 만들지 못함.
넷. 통계 분석, 머신러닝 분석으로 보다 객관적인 결과 도출 못함.
다섯. EDA 통한 단순 분석

WHAT
DO YOU
MEAN?

감사합니다

