

서울시 프랜차이즈 커피점 입지의 영향요인*

-스타벅스 커피전문점을 중심으로-

A Study on the Influential Factors for Location of the Franchized Coffee shop in Seoul

-focused on the Starbucks Coffee shop-

정승영** · 최인섭***

Jeong, Seung-Young · Choi, In-Sub

Abstract

The purpose of this study is to find the factors affecting the location of a Starbucks coffee shop by using multiple regression analysis. This study is based on location theory and the data for this analysis was collected from 522 retail real estate leases in Seoul. The results of the study are as follows. First, the most important factors affecting the location of a Starbucks coffee shop are monthly rent, deposit money, and goodwill value. Second, the number of firms & employees, local economic base, location characteristics, goodwill value, the deposit money, and monthly rents affect on the location of a Starbucks coffee shop in Seoul. Third, the result shows that deposit money, monthly rents, goodwill value, and numbers of business firms are important in the process of selecting the coffee shop location.

Keywords: Coffee shop, Location, local economic base, monthly rent, multiple regression

1. 서론

상점매출액은 입지 및 상권에 의해 많은 영향을 받는다. 따라서 부동산소유자 및 임차인은 사업의 성공하기 위해서 양호한 입지를 선호하며 좋은 상권과 상

점의 입지를 찾는데 많은 노력을 한다. 그러나 상가의 입지에 영향을 주는 요인이 다양하기 때문에 프랜차이즈 커피전문점의 입지를 객관적으로 판단하기 어렵다. 따라서 부동산소유자 및 임차자는 좋은 입지를 객관적으로 판단할 수 있는 지표에 관심이 많다. 입지는

* 논문은 2018년 김포대학교의 학술지원에 의해 연구되었음

** 김포대학교 부동산자산경영학과 조교수 Department of Real Estate Asset Management, Kimpo University (first author: jkj0519@kimpo.ac.kr)

*** 극동대학교 호텔관광경영학과 교수 Department of Hotel & Tourism Management, Far East University (corresponding author: Choi, In-Sub)

상가개발 과정에서 핵심적인 항목이기에 상점의 매출액에 영향을 주는 변수를 이해하는 것은 매우 중요하다. 특히, 상가임대료는 상가부동산의 가치평가와 입지선정에서 중요한 척도이며 상권의 활성화 지표이다. 최근 입지는 상가임대료의 결정, 입차인의 배합, 상점의 매출액 추정, 그리고 상점거리의 등급결정에서 중요한 사항이다. 입지요인은 상가시장에서 상점의 가치를 평가하는데 매우 유용하며, 상가시장에서 객관적인 상가 임대료의 결정, 상점매출액의 추정, 상가입지의 선정, 상가마케팅전략의 수립, 상가업종의 선택, 그리고 상가의 매력도 및 상업활성화의 정도를 측정하는데 기여한다. 본 연구의 목적은 서울시에 입지하고 있는 프랜차이즈 커피전문점의 임대사례 및 상권내의 인구 및 산업특성에 관한 자료를 이용하여 프랜차이즈 커피전문점의 입지에 영향을 주는 요인을 제시하는데 있다. 세부적으로는 서울시 주요 상권의 인구의 중요도를 확인한다. 나아가 상가 임대료, 인구 통계학적 특징, 산업의 상관관계를 통해 상호작용의 효과를 계량적인 수치로 제공하는데 있다. 본 논문의 구성은 다음과 같다. 2장에서는 상가입지의 이론과 기존의 연구들을 검토하고, 3장에서는 본 연구의 이론적 모형을 구축하며, 4장에서는 자료를 바탕으로 한 실증 분석방법과 그 결과를 해석한다. 마지막으로 5장에서는 이제까지의 연구결과를 요약한다.

2. 이론적 고찰

2.1. 상업입지의 요인

상업입지의 영향 요인에는 접근성, 가시성, 지역적 노출, 고밀도, 성장성, 운영의 편리성, 안전과 보안, 적절한 주차 등이 포함된다. 상가건물의 가치는 가시성과 접근성에 의한 영향을 많이 받는다. 여기서 접근성은 고객과 커피전문점과의 가까움을 의미하며 레일리(W. Reilly)의 소매인력법칙에서는 가까움을 판단하

는 변수로 거리를 사용한다. 고객과 상점과의 거리의 제공이 증가할수록 고객의 부담이 증가한다. 그리고 상점과의 떨어진 거리가 증가함에 따라 지가 및 상가 임대료가 하락하는 현상이 발생한다. 스타벅스 커피점의 가시성은 고객들이 가능한 멀리서 볼 수 있는지를 의미하며 스타벅스 커피점의 접근성은 양방향 교통원활, 모두에게 쉽고 넓고 분명하게 표시된 출입구, 충분한 주차공간 등을 의미한다. 또한 지역적 노출은 지역도로에 접한 부지여부를 의미한다. 나아가 상가 입지에서 중요한 건물의 밀도는 상가입지에서 중요하다. 수평적 밀도의 상권에서는 수직적 밀도의 상권보다 판매액이 낮으나 고밀도는 모든 판매량 문제를 보편적으로 해결하는 요인이다.

2.2. 커피전문점의 입지

커피전문점은 영화관, 백화점, 편의점, 시장 등과 같이 상업행위를 목적으로 하는 상업용 부동산에 해당되며 상업용 부동산의 입지를 선정할 때에는 배후지의 고객의 양과 질, 고객의 교통수단의 상태, 영업의 종별 및 경쟁상태, 당해 지역의 창의와 자력, 번영성의 정도, 그리고 가로의 대상지와의 관계 등을 고려한다. 기존의 연구에서는 커피전문점의 물리적 특성을 중심으로 커피전문점의 입지요인으로 제시되었다. 여기서 이전의 커피전문점의 입지요인 및 형태에 관한 연구를 요약하면 다음과 같다.

김아름(2011)은 커피점의 사례를 이용하여 유동인구와 예상매출액이 커피점의 입지의 우열을 판단하는 변수가 될 수 있는지를 검토하였다.

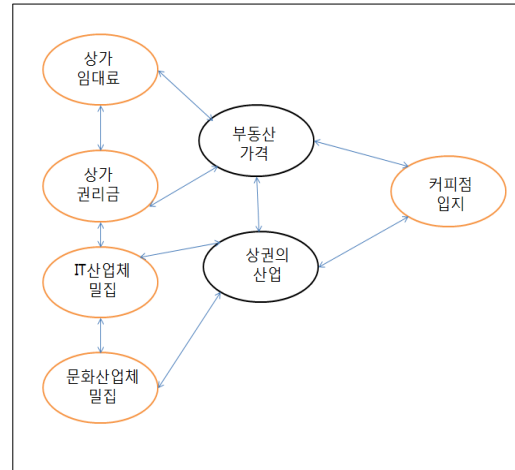
신우진·최승두(2014)는 상점, 접근성, 입지의 특징이 프랜차이즈 커피전문점의 매출액에 영향을 준다고 주장하였다

서정환(2011)은 점포특성, 접근성, 경쟁환경, 경제성, 인구특성을 커피전문점의 입지요인으로 설명하고 입지요인의 중요성을 강조하였다. 이 연구결과는 프

랜차이즈 커피점의 요인으로서 접근성, 경쟁환경, 점포특성, 경제성, 인구특성 변수가 중요하다는 것을 제시하였다.

정정임(2011)은 커피점의 매출자료와 다중회귀분석을 이용하여 상권의 소비력, 매장의 접근성, 상가건물의 가시성이 커피점의 입지요인이라는 것을 실증적으로 보였다

기존연구에서는 커피점이 입지한 토지와 건물특성과 커피점이 위치하고 있는 상권특성을 다루고 커피점과의 접근성, 및 상가건물의 특성을 커피점의 입지에 영향을 주는 핵심변수로 설명하였다. 본 연구는 스타벅스 커피점의 입지에 영향을 주는 요인으로서 상권의 부동산가격, 주요산업체의 현황 및 종업원의 수, 거주민의 인구통계학적 특성을 포함한 상권의 특성에 따른 스타벅스 커피전문점의 입지에 영향을 파악하여 스타벅스 커피전문점의 입지에 관한 자료를 제공하였다.



<그림 1> 연구모형

2단계모형에서는 상권의 산업체의 밀집도 및 상권의 평균 부동산가격과 관련된 변수를 이용해서 커피전문점의 입지 결정모형을 구축했다.

3. 이론적 모형

3.1. 연구모형 및 가설설정

<그림 1>의 모형도에서 제시한 것과 같이, 각 상권의 평균 부동산가격과 기반산업이 스타벅스 커피전문점의 매출액에 직접적으로 영향을 주며 커피전문점의 입지에도 직·간접적으로도 영향을 준다. 이 논문에서는 상권의 평균 부동산가격 및 산업이 상점의 매출액에 영향을 주고 이 변수들이 커피점의 입지에 영향을 준다는 것을 실증분석을 통해 설명한다. 상권내에 산업체가 증가하여 커피전문점의 고객방문 횟수 및 매출액에 직접 비례하여 증가할 것이며, 지역산업을 통해 입점객수 및 매출액을 충분히 예측할 수 있다. 이 연구에서는 커피전문점의 입지모형을 2단계로 구축하였다. 두 가지 모형의 공통점은 커피전문점의 수를 종속변수로 설정했다는 것이다. 1단계모형에서는 상권내의 산업체의 수를 가지고 모형을 구축한 것이며,

$$CL_{jt} = f(IND_{jt}) \text{----- 수식 (1)}$$

$$CL_{jt} = f(APP_{jt}, IND_{jt}, LO_{jt}) \text{----- 수식 (2)}$$

여기서, CL_{jt} 는 t시간 동안에 j행정구의 '커피전문점의 수'를 의미하며 이 모형의 종속변수이다. 다음으로, IND_{jt} 는 '상권의 핵심 산업'을 말하며, APP_{jt} 는 '스타벅스 커피전문점이 입지한 서울시 행정동별 인구특성'을 의미한다. 끝으로, LO_{jt} 는 '상권 및 입지'를 대리하는 독립변수이다. 이 연구는 이러한 각각의 변수조합으로 스타벅스 커피전문점의 입지를 설명하고자 한다.

3.2. 모형에 사용된 변수

3.2.1. 입지 및 상권

커피전문점이 집적되어 입지하는 지역은 공통적으

로 유동인구가 많고 주택이 밀집지역이다. 통상 커피점의 입지는 프랜차이즈 커피전문점을 중심으로 커피점 간의 경쟁이 심해지고 있다. 대표적인 사례에는 서울시 홍대, 정자동, 삼청동, 기타 카페거리 및 로데오거리, 대형쇼핑센터, 영화관 근처가 해당된다. 커피점의 입지를 고려할 때, 상점의 확장가능성, 커피점의 밀집, 상점의 독특한 이미지 등을 고려하는데 고객과 통행량을 발생시키는 시설을 중심으로 스타벅스 커피전문점이 집적되어 입지한다. 또한 주택이 상권에 입지하는 커피전문점들은 아파트 단지, 학교근처, 대형마트 인근, 교회 및 집합시설 근처, 소비층을 조사하여 입지를 선정한다. 아울러, 이러한 지역은 충성도가 높은 고객이 확보되어 손님을 확보할 수 있고, 상점의 운영자가 커피전문점 주변의 고객성향을 잘 알고 있어서 안정적으로 사업을 운영할 수 있으나 주택가와의 거리가 근접되어 있어 커피점의 운영자가 출퇴근이 쉽지만 고객층이 한정되어 있어 정기적인 모임장소가 되거나 폐쇄적으로 될 확률이 크다는 점을 고려해야 한다. 대형 프랜차이즈 커피점이 근거리에 위치할 경우에는 경쟁이 증가하여 매출의 감소가 발생한다. 다음으로, 신규상권에 입지한 커피점의 특징이다. 신도시에서는 아파트 입주를 시작하거나 준비 중인 곳, 아파트 단지, 대형 건물이 없는 주택단지, 버스 종점 등의 외진 곳이 신규상권의 형성되고 있는 지역에 해당되며 상대적으로 상가임대료가 저렴하고 상가권리금도 없어 투자비용 대비하여 좋은 위치와 금액 대비 넓은 규모로 사업을 운영할 수 있으며 이러한 지역은 상권이 발전되고 매출목표를 달성했을 경우에는 상가권리금을 받아서 추가 이익을 얻을 수 있으며 주변에 경쟁상대가 없고 상권내의 영향을 강화할 수 있다. 그러나 이러한 지역의 커피점의 경우에는 입지에 따른 위험이 크고 주변에 상권이 형성되지 않아 초보 사업자가 운영하기가 어렵고 상권이 아직 활성화되지 않아 하여서 커피점의 매출이 불안정하고 유동인구가 적어서 홍보비용이 많이 소요된다. 커피점의 입지를 고

려할 때, 사업운영자는 유동인구 및 커피를 소비하는 안정적 고객확보의 가능성 등을 고려한다. 커피전문점의 입지는 홍보가 쉽고 커피를 즐기는 소비층을 쉽게 찾을 수 있는 곳으로 선정하며 나아가 사업운영자는 인근주민의 특성에 맞게 커피전문점을 개발하고 상권의 유동인구를 평일, 주말, 낮, 밤으로 구분하여 파악하고, 주된 고객이 될 만한 사람들의 특성에 맞게 상품과 서비스를 제공하도록 한다.

3.2.2. 부동산가격

우량한 커피전문점에는 상대적으로 높은 상가임대료와 상가권리금이 발생한다. 상가권리금은 크게 바닥권리금, 시설권리금, 영업권리금으로 분류되며 상권의 경제기반과 연관이 있는 것은 바닥 권리금이다. 일반적으로 바닥권리금은 1년 동안의 순이익을 기준으로 산정된다. 상가권리금은 상가건물을 거래할 때 세부적으로 상가권리금을 구분하여 거래하지 아니하고 이들은 하나의 덩어리로 묶어서 거래된다. 그리고 상가권리금이 없는 상가의 경우에는 신축건물이거나 입지가 좋지 않아 공실인 상가건물이거나 상권의 활성화가 미흡한 경우 등이 해당된다. 또한 상가권리금이 형성된 커피전문점은 사업의 실패 가능성이 상대적으로 저렴하기 때문에 상권이 안정되어 있어 커피전문점의 운영경험이 없는 사업운영자가 선호한다.

4. 자료

4.1. 자료의 집합

본 연구를 위해 사용된 자료는 2014년에 서울시에 위치한 스타벅스 커피전문점의 자료와 통계청에서 제공하는 행정동별 인구 및 산업에 관한 통계자료 및 각 행정구역별 상가임대사례로 구성되었다. 이 연구의 표본은 서울시에 위치한 상가건물의 522개 임대사례이며 본 연구에서 사용된 독립변수는 상가건물의 3.3

m² 평균 보증금, 월세, 상가권리금, 도·소매업체의수, 사업서비스업체의 수, IT사업체의 수, 상가 보증금, 상가 월임대료, 상가권리금으로 구성되어 있다. 여기서 상가 임대료의 경우는 상권 내에서 보증부월세 방식으로 임대된 상가건물의 3.3m²당 상가 월세와 3.3m²당 보증금, 3.3m²당 상가권리금으로 구분하여 사용하였다. 본 연구의 종속변수는 행정구역별 스타벅스 커피전점의 수이고 여기에서 사용된 상가임대사례는 대부분이 상권을 활성화시킨 주요 상권의 역세권과 고객의 접근성이 좋은 지상 1층에 입지하는 경향이다.

<표 1> 주요변수의 기술통계량

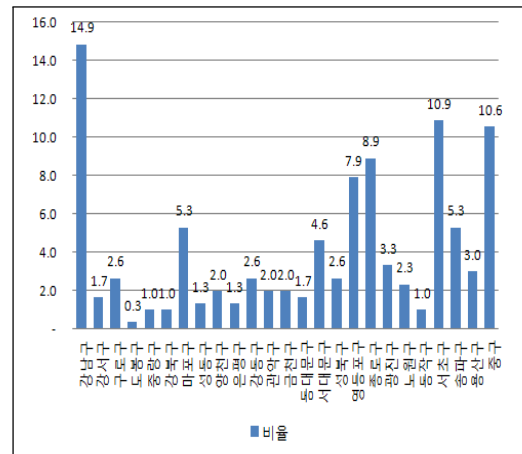
(단위 : 명, 만원, 명)

| 구분 | 변수 | 최소값 | 최대값 | 평균 | 표준편차 |
|------|------------------------------|------|--------|----------|----------|
| 종속변수 | 커피점수 | 0 | 15 | 0.70 | 1.68 |
| | 평균 3.3m ² 당 상가보증금 | 36.1 | 490.3 | 136.0 | 37.99 |
| 독립변수 | 평균 3.3m ² 당 월세 | 82 | 237.0 | 134.61 | 41.65 |
| | 평균 3.3m ² 당 상가권리금 | 0 | 502.0 | 142.43 | 59.46 |
| | 총사업체수 | 59 | 18064 | 1378.42 | 1510.98 |
| | 3차산업 업체수 | 46 | 15732 | 1238.88 | 1327.00 |
| | 3차산업 종사자수 | 108 | 114805 | 5755.68 | 9488.28 |
| | 제조업체수 | 0 | 4180 | 139.38 | 281.24 |
| | 인구밀도 | 957 | 94983 | 40417.95 | 19227.30 |

주)* N=522

5. 실증분석의 결과

서울시 25개 행정구역에서 조사된 스타벅스 커피점의 수는 303 개소가 있다. 2015년을 기준으로 스타벅스 커피점의 수를 행정구역별로 비교해 보면, 강남구 45 개소, 강서구 5개소, 구로구 8개소, 도봉구 1개소, 중랑구 3개소, 강북구 3개소, 마포구 16개소, 성동구 4개소,

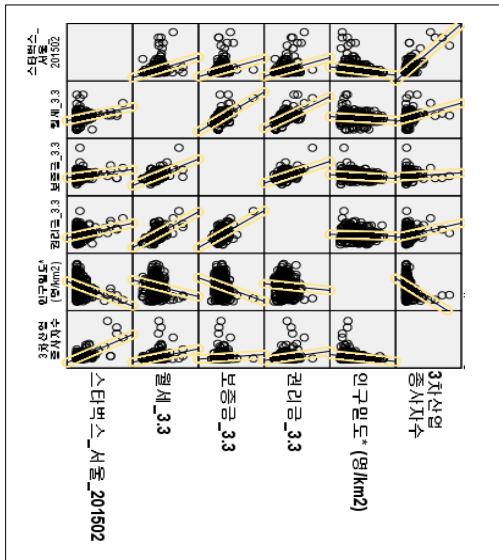


주1) 스타벅스 커피전문점의 행정구별 비율

<그림 2> 서울시 주요상권별 스타벅스 커피전문점의 입지비율

양천구 6개소, 은평구 4개소, 강동구 8개소, 관악구 6개소, 금천구 6개소, 동대문구 5개소, 서대문구 5개소로 조사되어 각 행정구역별로 많은 차이를 나타냈다. 서울시 행정동별 스타벅스 커피점의 지점수는 많은 차이를 보였다. 즉, 강북지역은 143개소이지만 강남지역의 경우에는 160개소가 조사되어 강북지역이 강남지역 보다 더 많이 입지하고 있다. <그림 2>에서 보듯이, 서울시 스타벅스 커피점의 수를 행정구별로 세부적으로 살펴보면, 강남구는 전체의 14.9%, 중구의 경우는 10.6%로 나타났고 인근지역이라 하더라도 상권에 따라 입지비율의 차이가 크게 나타났다. 이 결과는 스타벅스커피점의 입지는 입지비중과 상권의 활성화 정도와 관련이 있다는 것을 보였다. 그래서 상권별 평균 스타벅스 커피점의 수와 상관성 있는 변수와 다중공선성을 파악하기 위해서 상관분석을 실시하였다.

<그림 3>에서 스타벅스 커피전문점의 수에 영향을 미치는 변수들의 상호관련성을 피어슨 상관계수를 통해 살펴보았다. 그 결과에서 유의수준 0.05하에서 스타벅스 커피점의 수는 3차산업체종사자수와는 +0.69,



<그림 3> 상가임대료와 독립변수간의 상관관계

<표 2> 상관관계행렬도

| 구분 | 커피점의 수 | 상가보증금 | 상가월세 | 상가권리금 | 3차산업종사자수 | 3차산업체수 |
|------------|---------|--------|---------|--------|----------|--------|
| 커피점의 수 | 1 | | | | | |
| 상가보증금 | +0.21** | 1 | | | | |
| 상가월세 | +0.29** | +0.56* | 1 | | | |
| 상가권리금 | +0.28** | +0.49* | +0.58** | 1 | | |
| 3차산업 종업원 수 | +0.69** | +0.076 | +0.21** | +0.17* | 1 | |
| 3차산업체수 | +0.50** | +0.008 | +0.27** | +0.20* | +0.80** | 1 |

주) * 상관관계는 0.05(양쪽)에서 유의하고, **상관계수는 0.01수준(양쪽)에서 유의하다.

3차산업체수와는 +0.50로 나타난다. 즉, 커피점의 수와 각 상권의 경제기반을 나타내는 사업체의 수 및 사업체 고용자의 수와는 상대적으로 높은 상관관계를 보였다. 아울러 상권의 부동산가격의 수준을 나타내는 지표에 해당하는 평균 3.3㎡당 상가보증금, 3.3㎡당 상가월세는 3.3㎡당 상가권리금도 스타벅스 커피점의 수와도 유의한 정(+)의 상관관계를 보였다. 구체적으로 보면, 스타벅스 커피점의 수와 주요변수와의 상관관계 계수값은, 다음과 같이, 평균 3.3㎡당 상가보증금과는 +0.21, 3.3㎡당 상가월세와는 +0.29, 3.3㎡당 상가권리금 + 0.28로 나타난다. 본 연구에 사용된 자료집합에서 산업과 부동산가격의 독립변수 사이에는 높은 상관관계가 발생하여 완전모형에서 높은 다중공선성이 발생하여 본 연구에서는 효율성 있는 모형을 구축하기 위하여 유의성 있는 독립변수들의 일부만을 투입하여 모형을 구축하였다.

<표 4> 2단계 스타벅스 입지 결정모형(서울시)

| 변수명 | 1단계 선형모형 | | | 2단계 선형모형 | | |
|------------|-----------------|---------|------|-----------------|-------|------|
| | 종속변수 : 스타벅스 지점수 | | | 종속변수 : 스타벅스 지점수 | | |
| | 계수값 | t통계량 | VIF | 계수값 | t통계량 | VIF |
| 상수항 | -0.345 | -3.68** | | -1.82** | -7.38 | |
| 제조업체 수 | 0.000 | -1.23 | 1.56 | | | |
| 3차산업체수 | 0.000 | 4.39** | 2.57 | | | |
| IT산업체 수 | 0.003 | 4.45 | 1.31 | 0.004 | 5.56 | 1.25 |
| 문화산업체 수 | 0.017 | 6.99** | 1.63 | 0.021** | 10.51 | 1.19 |
| 상가월세 | | | 7 | 0.097* | 2.41 | 1.66 |
| 상가보증금 | | | | | | |
| 상가권리금 | | | | 0.004 | 3.05 | 1.60 |
| 지역 평균월세 | | | | 0.004** | 2.77 | 1.15 |
| adj. R2 | 0.344 | | | 0.382 | | |
| F통계량 | 69.41 | | | 65.35 | | |
| F통계량의 유의확률 | 0.000 | | | 0.000 | | |

주) **, *는 각각 1%, 5% 유의 수준에서 통계적으로 유의함을 의미함.

스타벅스 입지모형을 비교하기 위하여 1단계와 2 단계로 구분하여 구축하였다. 먼저, 스타벅스 커피점의 수와 상관관계가 있는 상권의 산업특성과 관련된 독립변수만으로 모형을 구축한 경우에는 수정된 R2가 0.34이고 F통계량은 69.41이다. 그리고 유의수준 0.05하에서 F통계량의 유의확률이 0.00이기에 모형이 유의성이 있다. 다음으로, 상권의 산업과 부동산가격 변수를 사용하여 입지모형을 구축한 경우에는 수정된 R2가 0.38이고 F통계량은 65.35이다. 그리고 유의수준 0.001하에서 F통계량의 유의확률이 0.000이기에 이 입지모형은 유의성이 있다.

<표 5> OLS회귀모형(지역별)

| 변수명 | 강남지역 | | | 강북지역 | | |
|------------|-------------------|-------|------|-------------------|-------|------|
| | 종속변수 : 스타벅스 점포의 수 | | | 종속변수 : 스타벅스 점포의 수 | | |
| | 계수값 | t통계량 | VIF | 계수값 | t통계량 | VIF |
| 상수항 | -1.027** | -3.38 | | -2.26** | -6.49 | |
| 월세/3.3㎡ | 0.223** | 3.81 | 2.10 | 0.042 | 0.82 | 1.53 |
| 상가권리금/3.3㎡ | -0.003* | -2.02 | 1.78 | 0.011** | 5.99 | 1.61 |
| 지역 평균 월세 | 0.002 | 0.91 | 1.37 | 0.004 | 1.74 | 1.07 |
| IT사업체수 | 0.008** | 9.05 | 1.60 | 0.001 | 1.16 | 1.10 |
| 문화사업체수 | 0.010** | 3.69 | 1.45 | 0.022** | 8.24 | 1.13 |
| adj. R2 | 0.526 | | | 0.412 | | |
| F통계량 | 52.98 | | | 41.01 | | |
| F통계량의 유의확률 | 0.000 | | | 0.000 | | |

주) **, *는 각각 1%, 5% 유의 수준에서 통계적으로 유의함을 의미함.

<표 5>는 서울시를 강남지역과 강북지역으로 구분하여 스타벅스 커피전문점의 입지모형을 제시한 결과이다. 선형모형의 적합성을 나타내는 F값이 52.98로 나타나고 있어 모형이 유의하다. 그리고 수정된 R2값은 0.52이다. 독립변수들의 계수들 값에 대한 통계적인 유의성을 살펴보면, 상가월세, 상가권리금, IT사

업체의 수, 문화산업체의 수 변수가 5% 유의수준에서 적합한 것으로 나타났다. 전로그 모형에 선정된 축소 모형의 유의한 변수에는 서울 지역이다. 유의한 독립변수로 적용하여 스타벅스 커피전문점 입지모형을 구축한 결과에 따르면, 상권내 스타벅스 커피점수에 가장 중요한 변수로서는 문화사업체수, 상가권리금/3.3㎡의 순서로 중요하게 나타났다. 이 결과는 서울시 행정동별 IT사업체수 및 문화사업체수가 많아질수록 스타벅스 커피점의 수가 늘어나며, 개별상가의 상가월세/3.3㎡와 개별상가의 상가권리금/3.3㎡는 스타벅스 커피점의 수에 정(+)의 영향을 주는 요인이라 할 수 있다.

<표 6> OLS회귀모형(로그_로그 모형)

| 변수명 | 강남지역 종속변수 : 스타벅스 점포수 | | | 강북지역 종속변수 : 스타벅스 점포수 | | |
|------------|----------------------------|---------|------|----------------------------|---------|------|
| | 계수값 | t통계량 | VIF | 계수값 | t통계량 | VIF |
| 상수항 | -9.60 | -5.32** | | -4.96 | -2.63** | |
| 월세/3.3㎡ | 0.63 | 1.88 | 1.29 | 0.14 | 0.78 | 2.35 |
| 상가권리금/3.3㎡ | 1.00 | 4.28** | 1.27 | 0.06 | 0.32 | 2.17 |
| 지역 평균 월세 | 0.62 | 1.89 | 1.08 | 0.80 | 2.33** | 1.31 |
| IT산업업체수 | 0.19 | 2.57** | 1.26 | 0.45 | 7.31** | 1.23 |
| 문화산업업체수 | 0.32 | 3.10** | 1.20 | 0.04 | 2.37** | 1.05 |
| adj.R2 | 0.21 | | | 0.30 | | |
| F통계량 | 16.66 | | | 21.32 | | |
| F통계량의 유의확률 | 0.000 | | | 0.000 | | |

주) **, *는 각각 1%, 5% 유의 수준에서 통계적으로 유의함을 의미함.

<표 6>은 서울시 강북지역에 대한 스타벅스 커피점의 입지모형의 결과이다. 먼저, 선형모형의 적합성을 나타내는 F값이 16.66로 나타나고 있어 모형이 유의하다. 한편 수정된 R2값은 0.21이다. 독립변수들의 계

수들 값에 대한 통계적인 유의성은 지역 평균 상가월세, IT산업업체수, 문화산업업체수가 5% 유의수준에서 적합한 것으로 나타났다. 개별점의 상가월세 및 상가권리금, 지역 평균 상가월세, IT산업업체수, 문화산업업체수의 독립변수로 적용하여 스타벅스 커피점의 입지모형을 구축할 수 있다. 스타벅스 커피점의 수에 가장 중요한 변수에는 IT산업업체의 수, 문화산업업체의 수, 지역 평균 상가월세/3.3㎡의 순서로 나타났다. 이 결과는 상권이 활성화된 대도시지역, 서울에서는 상권의 IT산업체 및 문화산업체수가 많을수록 스타벅스 커피점이 많이 위치한다는 것을 실증적으로 보였다.

6. 결론

본 연구는 프랜차이즈 스타벅스 커피전문점의 자료를 이용하여 분석한 결과에서 상가월세, 상가보증금, 상권의 인구 및 산업은 커피전문점의 입지에 영향을 주는 중요한 변수임을 제시하였다. 세부적으로, 이 분석결과를 요약해 보면, 다음과 같다. 첫째, 상가임대료 수준, 지역경제와 밀접한 기반산업의 특징, 인구특징이 스타벅스 커피전문점의 입지에 많은 영향이 준다는 것을 실증적으로 제시하였다. 둘째, 상권, 상점의 브랜드, 그리고 사업체의 혼재에 따라 스타벅스 커피점의 입지에 영향을 주는 독립변수에는 차이가 있다. 즉, 서울시에서는 상가월세, 상가보증금, 상가권리금, 3차사업체의 수가 스타벅스 커피점의 입지에 영향을 주는 중요한 변수이며 서울시에서 상권이 상대적으로 매우 활성화된 강남지역에서도 상가보증금 및 월세가 스타벅스 커피점의 입지에 영향을 주는 유의한 변수로 나타났다. 셋째, 스타벅스 커피전문점은 상가월세, 상가권리금, 3차사업체수가 많이 군집하는 상권에서 스타벅스 커피점의 수가 많이 조사되었고 평균 상가월세의 수준이 높은 상권에서는 커피전문점의 수가

상대적으로 많이 조사되었다. 따라서, 사업운영자, 부동산자산관리자, 부동산개발업자 등은 커피점의 입지, 상권의 경제력, 부동산매매가격 및 임대료, 상가권리금, 상점의 매출액 그리고 상가건물의 전면도로를 통과하는 보행자 통행량을 종합적으로 고려하여 커피전문점의 입지를 결정하는 것이 타당하겠다. 본 연구 결과는 부동산개발자 및 운영자의 커피전문점 상권입지 선정에 있어 부동산가격과 인구통계학적 속성 등을 수치화하여 종합적인 타당성 분석에 활용 될 수 있을 것이다.

- 주1. 정승영 외 4(2015) 「부동산입지론」, 서울: 부연사. pp33-38
- 주2. 김아름, 2011, 「커피전문점의 입지요인에 대한 연구」, 한국유통과학회 학술회의록, p.419-432.
- 주3. 신유진 · 최승두(2014), 프랜차이즈 커피전문점의 상가입 지요인 분석 연구, 한국주거환경학회, 12권, 3호, pp.15-25.
- 주4. 서정환(2011), 「커피전문점의 입지요인에 대한 연구」, 건국대학교 대학원 석사학위 논문
- 주5. 정정임(2011), 「커피 전문점의 입지 요인 분석」, 건국대학교 대학원 석사학위 논문

참고문헌

References

- 김아름, 2011, 「커피전문점의 입지요인에 대한 연구」, 한국유통과학회 학술회의록, p.419-432.
- Kim A-Reum, 2011, A Study on the Factors of Selecting Coffee Shop's Location, *Korea Distribution Association Proceedings*, p.419-432.
- 김찬호 · 송지수(2001) 「아파트 단지내 근린상가 업종의 입지특성 분석을 통한 용도결정에 관한 연구」 국토계획, 대한국토 · 도시계획학회, 제36권 제3호, 113-129.
- 서정환(2011), 「커피전문점의 입지요인에 대한 연구」,

- 건국대학교 대학원 석사학위 논문
- 신유진·최승두(2014), 프랜차이즈 커피전문점의 상
가입 지요인 분석 연구, 한국주거환경학회, 12권,
3호, pp.15-25.
- 이소영(1997), 「도심상업활동의 입지선택 특성에 관
한 연구」, 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이경춘(1995), 「도심상업지역의 입체적 입지특성 분
석을 통한 용도결정에 관한 연구」, 서울대학교 박
사학위논문, 1-125.
- 정승영 외 4(2015) 「부동산입지론」, 서울: 부연사.
- 정승영(2005), 「상권분석」, 서울: 예음
- 정승영·김진우(2006), 「횡단면자료를 이용한 상가입
대료결정모형에 관한 연구」, 부동산학연구, 제12
집, 제2호.
- 정승영·홍기용(2006), 「상권의 경제력이 소매임대료
에 미치는 영향」, 부동산학연구, 제12집, 제1호.
- 정정임(2011), 「커피 전문점의 입지 요인 분석」, 건국
대학교 대학원 석사학위 논문, 2011
- 조주현(2009), 「부동산학원론」, 건국대학교출판부.
- 최막중·신선미(2001), 「보행량이 소매업 매출에 미치
는 영향에 관한 실증분석」, 국토계획, Vol. 36, No. 2.
- 홍기용(2005), 「도시경제학」, 서울:박영사.
- C. Samuel Craig, Avijit Ghosh, Sara MacLafferty
(1984), 「Models of the Retail Location
Process: A Review」, Journal of Retailing, Vol.60,
No.1, pp.5-36.
- Huff, D. L(1963) 「A probability Analysis of Shopping
Centre Trade Areas」, Land Economics, pp.81-
90.
- Luis C. Mejia and John D. Benjamin(2002), 「What
Do We Know About the Determinants of.
Shopping Center Sales? Spatial vs. Non-Spatial
Factors」, Journal of Real Estate, Vol.10, No.1

2018년 04월 14일 원고접수(Received)
2018년 6월 01일 1차심사(1st Reviewed)
2018년 6월 15일 2차심사(2st Reviewed)
2018년 6월 27일 게재확정(Accepted)

초 록

이 연구의 목적은 다중 회귀 분석을 사용하여 스타벅스 커피숍의 위치에 영향을 미치는 요인을 탐
색하는 것이다. 이 연구는 위치 이론에 기반을 두고 있으며 이 분석을 위한 자료는 522개 서울시 상
가 부동산 임대사례에서 수집하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 스타벅스 커피숍의 위치에 영
향을 미치는 가장 중요한 요인은 월세, 보증금, 그리고 상가권리금이다. 둘째, 기업과 직원의 수, 지역
경제 기반, 위치 특성, 상가보증금, 상가월세, 상가권리금이 서울의 스타벅스 커피숍의 입지에 영
향을 준다. 셋째, 커피숍 입지 선정 과정에서 보증금, 월세, 상가권리금, 사업체의 수가 중요한 것으로
나타났다.

주요어 : 커피점, 입지, 경제기반, 월임대료, 다중회귀분석