20대의 서울시 주요 상권 선호도와 매출액 관계 분석: 도시 소비 트렌드 탐색

연구 기간: 2024.04.17~04.26

작성자: 전현아

CONTENTS

1. 연구 배경과 목적

2. 데이터 설명

- 2.1 활용 데이터
- 2.2 데이터 정의 및 전처리

3. 기초자료 분석

- 3.1 SKT 유동인구
- 3.2 서울시 상권분석 행정동 추정매출 데이터

4. 20대 유동인구와 상권 매출 비교

- 4.1 행정동 별 2022년 4분기 유동인구 및 매출금액 분석
- 4.2 외식업 매출금액과 유동인구 확인

5. 인사이트 도출

- 5.1 결과분석
- 5.2 도시 소비 트렌드 파악과 인사이트 도출

6. 연구 한계점

- 6.1 연구 한계점
- 6.2 개선 방안

1. 연구배경과 목적

현대 도시에서는 도시화와 함께 소비 트렌드가 끊임없이 변화하고 있다. 특히, 젊은 세대인 20대의 소비 특성을 파악하고 이해하는 것이 도시 발전 및 상권 운영에 필수적이다. 최근 IT 발전으로 유동인구 데이터의 수집 및 분석이 용이해졌다. 스마트폰의 위치 기반 서비스의 발전으로부터 얻어진 데이터는 상권 운영자나 도시 정책 결정자들에게 유용한 정보를 제공한다. 이러한 정보를 통해 상권 운영의 효율성을 높이고, 고객들의 선호도 및 소비 패턴을 파악하여 상권의 경쟁력을 강화할 수 있다.

따라서 유동인구와 상권매출액 간의 관계를 조사하는 것은 단순히 경제적인 측면뿐만 아니라, 도시 발전 및 상권 전략 수집에 있어서도 매우 중요한 연구 과제로 부각된다. 또한 20대를 타켓팅으로 한 소상공인을 위해 상권매출액이 높은 상권 위치와 서비스 업종을 확인할 수 있어 기초 자료로 활용할 수 있을 것이다.

2. 데이터 설명

2.1 활용 데이터

- 1) SKT 유동인구 PCELL 데이터(2022.10~2022.12)
- 2) 서울시 상권분석 행정동 추정매출 데이터(2022년 4분기)
- 3) 서울시 상권분석 행정동 공간 데이터(.shp)
- 4) 2022년 11월 기준 시군구 공간 데이터(.shp)¹⁾

2.2 데이터 정의 및 전처리

- 1) SKT 유동인구 PCELL 데이터(2022.10~2022.12)
 - (정의) 서울시 SKT 서비스 인구 50x50m 격자 데이터로 구성
 - (전처리) 2022년 10월~12월(4분기) **20대 유동인구를 추출**함
 - X좌표, Y좌표는 crs 5179로 구성되어 crs 4326 위경도로 변경함
 - 3, 4) 서울시 행정구·동 공간데이터를 활용해 PCELL 데이터에 행정동을 부여함
 - 2) 행정동 추정매출 데이터의 시간 컬럼 기준으로 결합함

컬럼명	설명	컬럼명	설명	
SIGEMD_KOR_NM	R_NM 행정동 T_0_5		0~6시 인구	
ADSTRD_CD	행정동 코드	T_6_10	6~11시 인구	
week	평일/주말 구분	T_11_13	11~14시 인구	
WKDY_CD	요일	T_14_16	14~17시 인구	
GENDER	성별	T_17_20	17~21시 인구	
longitude	위도	T_21_23	21~24시 인구	
latitude	경도	total	전체 시간대 인구	

[유동인구 데이터 사용 컬럼]

2) 서울시 상권분석서비스(추정매출-행정동)

- (정의) 행정동 기준으로 서비스 업종에 따른 시간대 별 매출금액 데이터이며, 서울 열린 데이터 광장 공공데 이터임
- (전처리) 유동인구와 비교하기 위해 2022년 4분기 데이터를 추출함
- 행정동에서는 동일한 동이지만, 구가 다른 것이 존재해 3, 4) 서울시 행정구·동 공간데이터를 사용해 행정구

¹⁾ 시군구 데이터 출처: http://www.gisdeveloper.co.kr/?p=2332

를 추가함 (예: 신사동 -> 관악구 신사동, 강남구 신사동)

• 서비스 업종 코드 종류가 많아 서울시 상권분석서비스 사이트2)에 있는 기준으로 나눔.

컬럼명	설명	컬럼명	설명
SIGEMD_KOR_NM	행정동	연령대_20_매출_금액	
ADSTRD_CD	행정동 코드	시간대_00~06_매출_금액	
서비스_업종_코드_명	ex) 한식음식점, 미용실 등등	시간대_06~11_매출_금액	
category	서비스 업종코드 별 카테고리 (food, service, sale)	시간대_11~14_매출_금액	
주중_매출_금액		시간대_14~17_매출_금액	
주말_매출_금액		시간대_17~21_매출_금액	
당월_매출_금액		시간대_21~24_매출_금액	

[서울시 상권분석 행정동 추정매출 데이터 사용 컬럼]

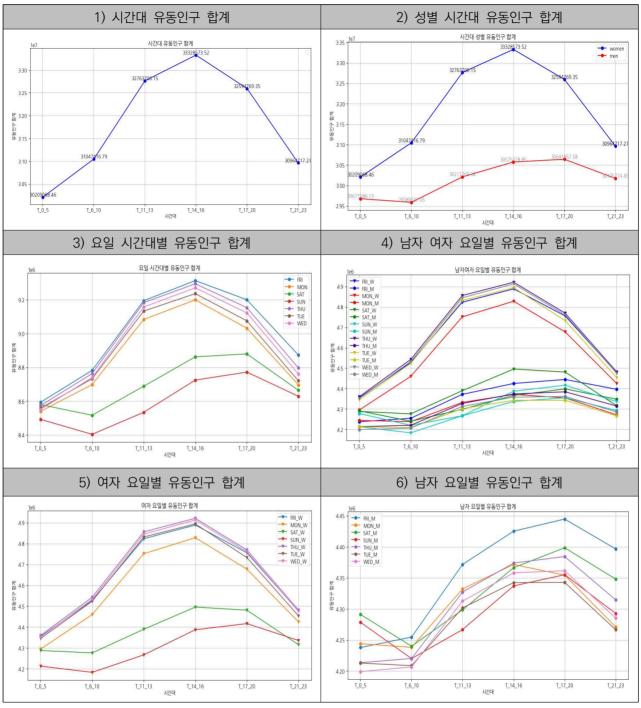
category	서비스 업종 코드 명
food(외식업)	한식음식점, 중식음식점, 일식음식점, 제과점, 패스트푸드점, 치킨전문점, 분식전문점, 호프-간이주점, 커피-음료, 양식음식점
service(서비스업)	일반교습학원, 외국어학원, 예술학원, 컴퓨터학원, 스포츠강습, 일반의원, 치과의원, 한의원, 동물병원, 변호사사무소, 변리사사무소, 법무사사무소, 기타법무서비스, 회계사사무소, 세무사사무소, 당구장, 골프연습장, 볼링장, PC방, 전자게임장, 기타오락장, 복권방, 통신기기수리, 스포츠클럽, 자동차수리, 자동차미용, 모터사이클수리, 미용실, 네일숍, 피부관리실, 세탁소, 가전제품수리, 부동산중개업, 여관, 게스트하우스, 고시원, 노래방, 독서실, DVD방, 녹음실, 사진관, 통번역서비스, 건축물청소, 여행사비디오/서적임대, 의류임대, 가정용품임대
sale(소매업)	슈퍼마켓, 컴퓨터및주변장치판매, 편의점, 핸드폰, 주류도매, 미곡판매, 육류판매, 수산물판매, 청과상, 반찬가게, 일반의류, 한복점, 유아의류, 신발, 가방, 안경, 시계및귀금속, 의약품, 의료기기, 서적, 문구, 화장품, 미용재료, 운동/경기용품, 자전거 및 기타운송장비, 완구, 섬유제품, 화초, 애완동물, 중고가구, 가구, 가전제품, 철물점, 악기, 인테리어, 조명용품, 중고차판매, 자동차부품, 모터사이클및부품, 재생용품 판매점, 예술품, 주유소, 전자상거래업

[서비스 업종코드 별 카테고리 기준]

²⁾ 서울시 상권분석서비스 사이트: https://golmok.seoul.go.kr/intendedOwner/intendedOwner.do

3. 기초자료 분석(EDA)

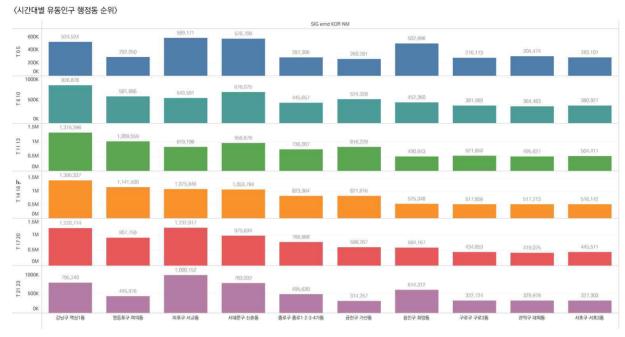
3.1 SKT 20대 유동인구 PCELL 데이터(2022.10~2022.12)



- 1) 시간대 유동인구 합계 플롯을 보면, 14~17시 인구가 가장 높고, 00~06시 인구가 가장 적음.
- 2) 시간대 성별 유동인구 플롯과 1) 유동인구 합계 플롯을 비교한 결과, 남자의 유동인구보다 여자의 유동인구 수가 높은 것을 확인할 수 있으며, 전체 유동인구 합계와 여성의 유동인구 합계가 비슷한 양상을 보임.
- 3) 요일 시간대별 유동인구 플롯을 확인해보니, 평일에는 주말에 비해 유동인구가 더 많았으며, 이는 5) 여성의 경우와 비슷한 양상을 보임.
- 6) 남자 요일별 유동인구 플롯을 보면, 다른 플롯과는 다르게 평일과 주말의 차이는 크게 나타나지 않았으며, 특히 금요일에 가장 높은 유동인구 수를 보임. 또한, 00~06시 경우에도 여자와 달리 남자가 주말에 높은 인구 수를 보임

7) 평일 기준 시간대별 20대 유동인구가 높은 행정동

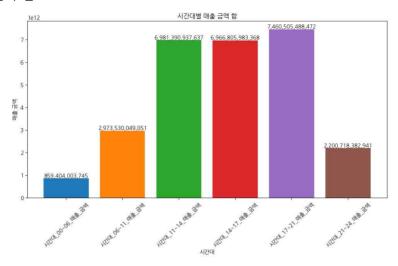
• '00~06시 시간대의 유동인구는 거주지에 있다'는 가설을 세우고자 하였으며, 이는 해당 시간대에는 대부분의 사람들이 취침을 취하고 있는 시간으로 간주되기 때문임.



- (평일 00~06시 유동인구) 서대문구 신촌동, 강남구 역삼1동, 마포구 서교동, 광진구 화양동, 동작구 상도1동
- (평일 06~11시 유동인구) 강남구 역삼1동, 서대문구 신촌동, 영등포구 여의동, 금천구 가산동, 마포구 서교 동
- (평일 11시~14시 유동인구) 강남구 역삼1동, 영등포구 여의동, 서대문구 신촌동, 금천구 가산동, 종로구 종 로1·2·3·4가동
- (평일 14~17시 유동인구) 강남구 역삼1동, 영등포구 여의동, 서대문구 신촌동, 금천구 가산동, 마포구 서교 동
- (평일 17~21시 유동인구) 마포구 서교동, 강남구 역삼1동, 서대문구 신촌동, 영등포구 여의도동, 종로구 종 로1·2·3·4가동
- (평일 21~24시 유동인구) 마포구 서교동, 강남구 역삼1동, 서대문구 신촌동, 광진구 화양동, 종로구 종로 1·2·3·4가동
- (공통 상위 행정동) 마포구 서교동, 강남구 역삼1동, 서대문구 신촌동으로, 이들 지역은 20대가 많이 이동하는 지역으로 알려져 있음. 서교동은 홍대·합정이 위치해 있고, 역삼1동은 놀 거리가 많은 지역으로, 신촌동은 대학가가 밀집되어 있어 20대 유동인구가 많은 것으로 생각됨.
- 또한, 2022년 4분기로 연말시즌이라 영등포구 여의동에 있는 크리스마스 마켓이 진행되는 더현대 서울에 많이 방문했을 것으로 보임.

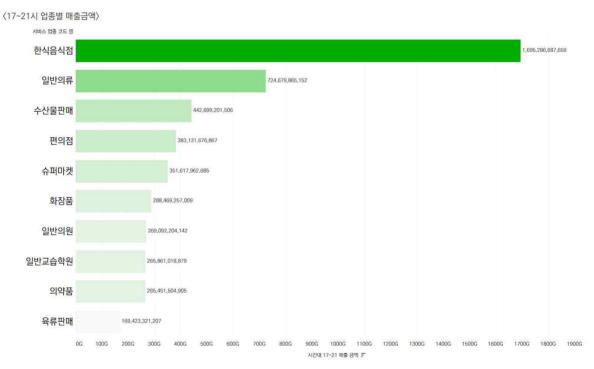
3.2 서울시 상권분석 행정동 추정매출 데이터(2022년 4분기)

1) 시간대별 매출금액 합



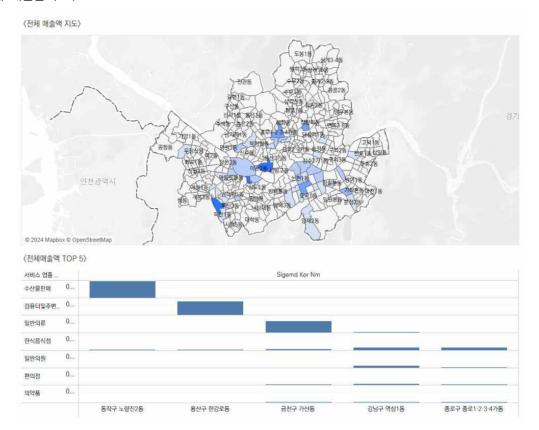
• 시간대 별 매출금액을 확인했을 때, 17~21시가 매출액이 가장 높으며, 11~17시가 그 다음으로 높게 나옴

2) 17~21시 매출금액의 업종



- 17~21시 매출금액 중 상위 10개를 확인해보니, 한식음식점이 압도적으로 높으며 그 다음 소매업인 일반의 류, 수산물판매를 보여주고 있음.
- 따라서, 매출금액은 한식음식점에 많은 영향을 받는 것을 알 수 있음.

3) 전체 매출금액 지도



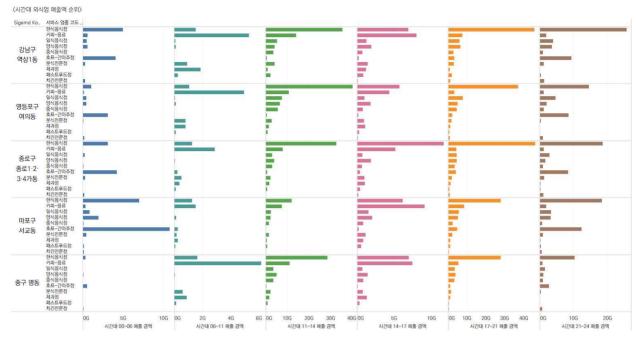
• 당월 매출금액을 확인했을 때, 소매업(수산물 판매, 컴퓨터 및 주변 장치 판매, 일반 의류)이 매출금액이 높게 나왔으며, 그 다음은 외식업(한식음식점), 서비스업(일반의원, 편의점) 순으로 높게 나온 것을 확인할 수 있음

4) 카테고리(category)별 매출금액 지도



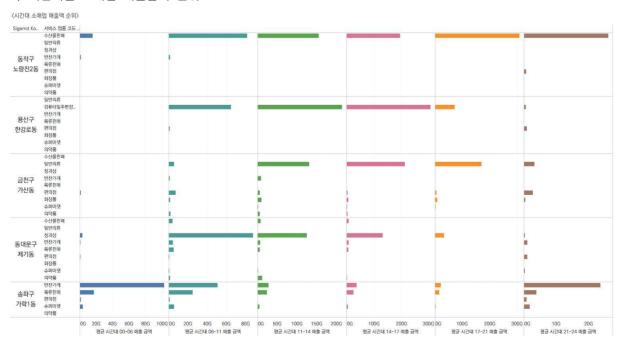
- 외식업, 서비스업, 소매업의 평균 당월 매출금액이 높은 행정동 상위 5곳과 업종을 확인함.
- 셋 다 매출금액에 따라 행정동이 다른 것을 확인할 수 있음.
- (외식업) 한식음식점이 가장 높으며, 커피-음료, 호프-간이주점 순으로 매출금액이 높으며 강남구 역삼1동, 영등포구 여의동, 종로구 종로1·2·3·4가동에 위치함.
- (서비스업) 강남구, 서초구에 일반의원이 가장 매출금액이 높은 것을 알 수 있음. 이는 해당 지역에 의료 시설이 집중되어 있음을 시사함.
- (소매업) 동작구 노량진2동은 수산물 판매, 용산구 한강로동은 컴퓨터 및 주변 장치 판매, 금천구 가산동은 일반 의류로 매출금액이 높게 나옴.
- 이러한 결과들을 통해 각 업종이나 서비스의 성격에 따라 매출이 높은 지역이 상이하며, 그에 따라 해당 지역의 특성과 수요가 다양하게 반영되고 있음을 확인할 수 있음.

5) 시간대별 외식업 매출금액 순위



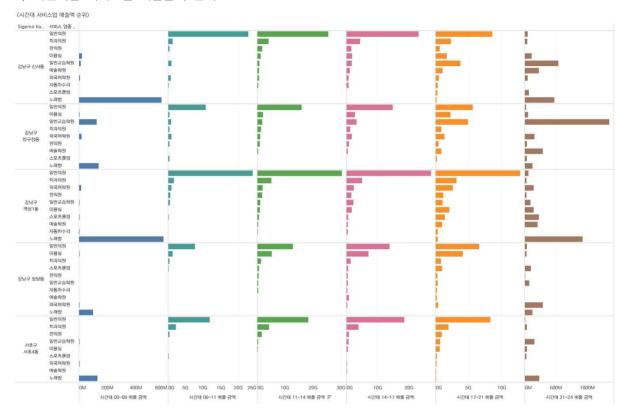
- 외식업 기준으로 당월 매출금액이 높은 순으로 정렬함.
- 외식업 기준으로 **강남구 역삼1동, 영등포구 여의동, 종로구 종로1·2·3·4가동, 마포구 서교동, 중구 명동** 순으로 매출액이 높은 것을 확인할 수 있음. 주로 회사가 많거나 핫플레이스, 관광지로 유명한 지역에서 외식업이 활발히 이루어지고 있음을 알 수 있음.
- 00~06시 매출금액에서 마포구 서교동에서 호프-간이주점이 높게 나왔음. 이는 해당 지역이 홍대, 합정과 같은 20대들이 새벽에 주로 방문하는 장소로 알려져 있음을 시사함.
- 06~11시, 14~17시 매출금액을 보면, 주로 커피-음료 매출금액이 높음. 이는 식사 시간이 아니라서 커피-음료에 방문하는 경향이 있음을 나타냄.
- 나머지 시간대는 한식음식점이 다른 업종에 비해 많이 높은 것을 알 수 있음.

6) 시간대별 소매업 매출금액 순위



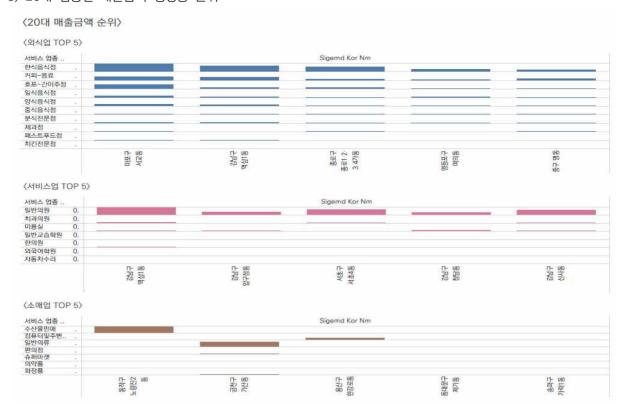
- 소매업 기준으로 당월 매출금액이 높은 순으로 정렬함
- 소매업은 외식업과 달리 골고루 소매업 업종이 골고루 퍼져있는 것이 아닌, 행정동마다 매출금액의 업종이 다름
- 동작구 노량진2동은 노량진 수산물 도매시장의 영향으로 수산물 판매 매출금액이 높은 것을 알 수 있음
- 용산구 한강로동은 전자상가가 몰려 있어 컴퓨터 및 주변 장치 판매 매출금액이 높은 것을 알 수 있음
- 금천구 가산동은 아울렛이 몰려 있어 일반 의류 매출금액이 높은 것을 알 수 있음

7) 시간대별 서비스업 매출금액 순위



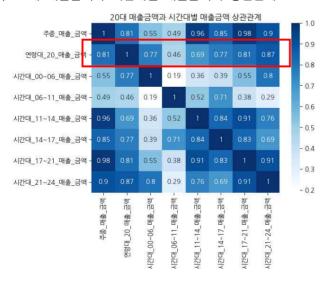
- 서비스업 기준으로 당월 매출금액이 높은 순으로 정렬함
- 서비스업은 강남구, 서초구에 매출금액이 높음
- 06~21시까지 일반의원이 압도적으로 높은 것을 확인할 수 있으며, 강남에 일반의원이 많이 몰려있는 것을 알 수 있음
- 또한, 일반교습학원도 매출금액이 높은 것을 알 수 있으며 강남에 많은 학원이 있음
- 00~06시는 노래방의 매출금액이 높게 나옴

8) 20대 업종별 매출금액 행정동 순위



- 20대 매출금액을 기준으로 외식업, 서비스업, 소매업 각각 행정동을 비교함
- 외식업에서는 강남구 역삼1동이 당월 매출금액에서는 1위였지만, 20대의 매출금액을 고려할 때는 2위로 밀리고 대신 마포구 서교동이 1위로 올라갔음. 이를 통해 20대는 강남구보다는 마포구 서교동인 홍대·합정에 자주 가는 것을 알 수 있음
- 서비스업이나 소매업의 20대 매출금액과 당월 매출금액에 큰 차이가 없는 것을 확인할 수 있음. 이는 특정 연령층의 선호도나 소비 형태가 전반적으로 일정하다는 것을 시사함.

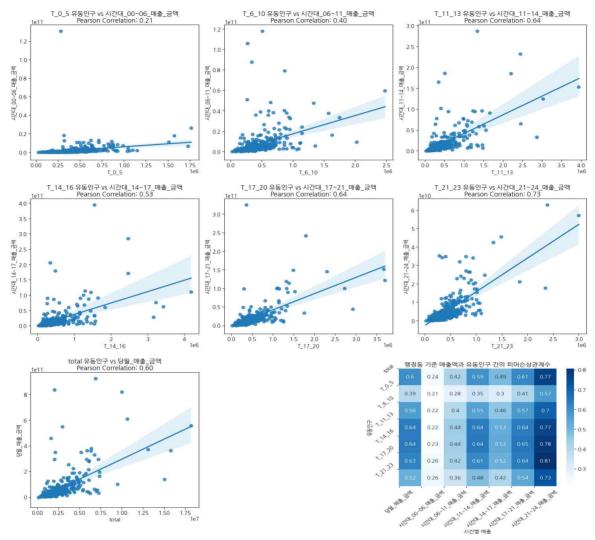
9) 20대 매출금액과 시간대별 매출금액의 상관관계



- 20대 매출금액이 높은 상관관계를 가진 곳을 확인해보니 21~24시 매출액이 가장 높으며, 06~11시를 제외한 나머지 시간대도 높은 상관관계를 가진 것을 확인했음.
- 따라서, 시간대별 매출금액을 20대 매출금액이라고 가정하고 진행하기에 적절하다고 판단됨.

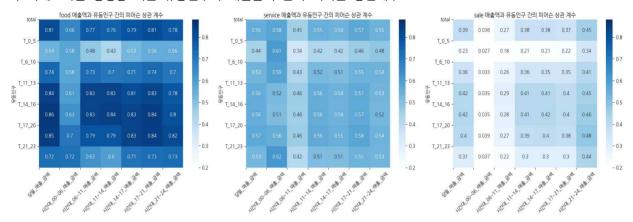
4. 20대 유동인구와 상권 매출 비교

- 4.1 행정동 별 2022년 4분기 유동인구 및 매출금액 분석
 - 1) 행정동 기준 유동인구와 매출금액 간의 피어슨 상관계수 및 산점도 확인



- 행정동을 기준으로 데이터를 그룹화하고, 각 시간대 별 유동인구와 매출금액 간의 상관관계를 분석함.
- 분석 결과, 21~24시 유동인구와 매출금액이 가장 높은 상관관계를 보였으며, 이를 시각화한 산점도도 해당 결과를 뒷받침함.
- 반면, 00~06시에는 유동인구와 매출금액 간의 상관관계가 가장 낮게 나타남.
- 이를 종합해 볼 때, 유동인구가 많다고 해서 항상 매출액이 높다고 단정지을 수는 없지만, 대체적으로 양의 상관관계가 존재한다고 볼 수 있음.
- 이러한 결과는 특정 시간대에 유동인구가 늘어남에 따라 매출금액도 함께 증가하는 경향이 있음을 시사하며, 이는 해당 행정동의 상업적 활동과 인구 이동 패턴을 이해하는 데 도움이 될 것으로 보임.

2) 카테고리별 행정동 기준 유동인구와 매출금액 간의 피어슨 상관계수



- 유동인구와 카테고리별 매출금액의 상관관계 분석을 위해 외식업(food), 서비스업(service), 소매업(sale)으로 분류함.
- 분석 결과, 3개의 카테고리 중에서 **외식업 매출금액이 유동인구와 가장 높은 상관관계**를 보임.
- 또한, 00~06시 매출금액과 유동인구의 상관관계를 살펴본 결과, 서비스업이 가장 높은 상관관계를 보임.
- 서비스업을 기준으로 00~06시 시간대의 매출금액을 확인한 결과, 여관, 노래방, PC방의 매출액이 높게 나타남.
- 이러한 결과는 외식업과 유동인구와의 상관관계가 뚜렷하게 나타나며, 특히 서비스업의 경우 여관, 노래방, PC방과 같은 업종이 새벽 시간대에 높은 매출을 기록하는 것을 보여줌.
- 3) 거주지(00~06시) 유동인구와 주요 매출액이 발생하는 시간대(17~21시) 유동인구의 비교
 - 강남구 역삼1동, 영등포구 여의동, 마포구 서교동, 종로구 종로1·2·3·4가동, 서대문구 신촌동은 00~06시에 비해 17~21시에 유동인구가 증가하는 경향을 보임. 이는 해당 지역이 주로 외부에서 유입되는 인구가 많다는 것을 시사함.
 - 반면, **강서구 화곡1동, 관악구 인헌동, 관악구 청룡동** 등은 00~06시에 비해 17~21시에 **유동인구가 감소**하는 경향을 보임. 이는 해당 지역이 주로 **유입인구보다는 거주 인구가 많다**는 것을 시사함.
 - 이와 같은 분석을 통해 특정 지역의 유동인구 이동 패턴과 거주 인구의 비율을 파악할 수 있으며, 이는 해당 지역의 상업 및 인구 흐름을 이해하는 데 도움 됨.
- 4.2 외식업 매출금액과 유동인구 확인
 - ※ 외식업의 매출금액과 유동인구의 상관관계가 높으므로, 두 데이터를 비교 분석 진행
 - 1) 외식업 중 주요 매출액이 발생하는 시간대(17~21시) 업종 확인

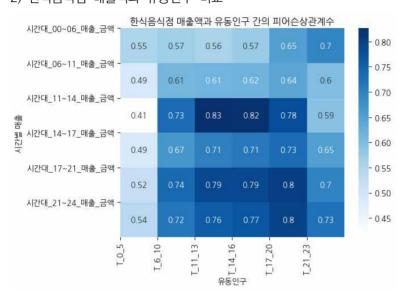


• (외식업 매출금액이 높은 업종 및 행정동) 한식음식점이 가장 높게 나왔으며, 종로구 종로1·2·3·4가동, 강남 구 역삼1동, 영등포구 여의동, 중구 명동 등등임. 이는 외식업의 매출금액은 한식음식점 매출에서 많이 나온 것을 확인할 수 있으며, 해당 지역에 한식음식점이 많이 몰려 있다는 것을 알 수 있음.

SIGEMD_KOR_NM	서비스_업종_코드_ 명	주중_매출_금 액	시간대_00~06_매출_금 액	시간대_06~11_매출_금 액	시간대_11~14_매출_금 액	시간대_14~17_매출_금 액	시간대_17~21_매출_금 액	시간대_21~24_매출_금 액
성북구 돈암1동	커피-음료	434524	0	0	33425	395528	33425	0
성동구 응봉동	분식전문점	1177129	0	0	192224	929518	55387	0
중구 청구동	분식전문점	294624	0	0	200880	127224	107136	0
관악구 청림동	치킨전문점	0	0	0	0	0	138026	0
관악구 삼성동	호프-간이주점	980392	0	0	0	833333	147059	0
송파구 풍납1동	커피-음료	5514003	0	0	5086590	3048911	205609	0
양천구 목5동	호프-간이주점	3699744	3477203	0	0	0	222541	2086322
관악구 삼성동	커피-음료	3288687	0	646074	1366209	1632532	335643	0
중랑구 면목5동	패스트푸드점	2221216	2473773	667012	0	0	346458	459785
중구 중림동	제과점	13080446	0	2184641	8190175	2357310	348320	0

• (외식업 매출금액이 낮은 업종 및 행정동) 성북구 돈암1동의 커피-음료, 상동구 응봉동의 분식전문점, 중구 청구동의 분식전문점, 관악구 청림동 치킨전문점 순으로 낮게 나옴.

2) 한식음식점 매출액과 유동인구 비교



- 외식업 중 한식음식점이 가장 매출액이 높아 한식음식점과 유동인구를 비교함.
- 시간대별 두 데이터는 높은 상관관계를 보이는 것을 확인할 수 있음. 특히 11~14시, 17~21시 식사시간 대에 약 0.8 높은 상관관계를 나타냄.
- 이러한 결과는 유동인구가 한식음식점을 방문하기 위해 해당 지역을 더 많이 이동하는 것을 나타낼 수 있음.

5. 결과 분석과 인사이트 도출

5.1 결과 분석

이번 연구에서는 2022년 4분기(10~12월) 서울시 주요 상권에서 20대의 유동인구와 해당 행정동의 매출금액을 결합하여 분석하였다.

20대의 유동인구를 확인한 결과, 오후 2시부터 5시까지의 시간대에 유동인구가 가장 높았고 이 시간대의 주요 행정동은 강남구 역삼1동, 마포구 서교동, 서대문구 신촌동으로 나타났다. 이는 오후 시간대에 20대가 주로 활동하는 지역을 파악할 수 있으며, 기업의 마케팅 전략을 세우는 데에 도움이 될 것으로 파악된다.

상권분석 행정동 전체의 매출금액은 오후 5시부터 9시까지가 가장 높았다. 이 시간대의 주요 업종은 외식업인 한식음식점이 가장 높은 매출액을 기록했으며, 해당 행정동으로 강남구 역삼1동, 마포구 서교동, 영등포구 여의동, 종로구 종로1·2·3·4가동으로 나타났다. 그 다음 매출액이 높은 오후 2시부터 5시까지의 시간대는 커피-음료가 높게 나왔으며, 식사 시간이 아니라 한식음식점보다 커피-음료에 방문하는 것을 알 수 있다.

또한, 위의 상관분석을 토대로 20대의 유동인구와 매출금액의 상관관계가 높다고 나온 것을 확인할 수 있다. 이는 20대의 유동인구와 매출이 연관성을 갖고 있음을 시사한다. 20대의 주로 활동하는 시간대에는 한식음식점 및 커피-음료인 외식업이 주요 매출원으로 작용하고 있으며, 이는 20대의 식사 문화와 관련이 있을 것으로 추정된다.

5.2 도시 소비 트렌드 파악과 인사이트 도출

위의 분석 결과를 종합해보면, 20대의 활동 시간대와 해당 시간대의 상권 매출이 상호 연관성을 갖고 있음을 확인할 수 있다. 특히 오후 시간대에 20대가 활동하는 지역은 외식업이 주로 매출을 이루는 것으로 나타났는데, 이는 20대의 다양한 식문화와 외식 선호도에 영향을 받는 것으로 해석할 수 있다. 이러한 인사이트를 통해 해당 지역의 마케팅 전략을 수립할 때, 20대의 식습관과 선호도를 고려하는 것이 중요함을 알 수 있다.

기업을 위한 마케팅 전략으로는 20대 맞춤 마케팅을 위해 팝업 및 판촉행사를 진행할 때는 마포구 서교동인 합정과 홍대에 진행하는 것이 효과적일 것으로 판단된다. 이 지역들은 20대의 활동이 활발하고, 다양한 먹거리와 문화활동이 가능한 장소로 알려져 있어 해당 타깃층을 효과적으로 모을 수 있다. 또한, 20대의 참여를 유도할 수 있는 이벤트를 개최하여 고객들의 참여와 소통을 촉진하고 브랜드 인지도를 높일 수 있다. 특히, 20대는 디지털 미디어에 민감하게 반응하는데, 소셜 미디어 플랫폼을 통한 마케팅 전략을 강화하는 것이 효과적이다.

소상공인을 위한 마케팅 전략으로는 한식음식점과 커피-음료를 같이 판매하여 다양한 고객층을 유치하고 매출을 높일 수 있을 것이다. 특히 한식음식점 내에서 커피-음료를 함께 제공함으로써 한끼 식사 이외에도 커피 등의 음료를 통해 손님들이 더 오래 머무르게 할 수 있다는 장점이 있다. 또한, 카페에 음료뿐만 아니라 보드게임이나 전시회 등 놀거리가 많다면 더 매출금액을 올릴 수 있을 것이다.

유동인구가 많으면 범죄 발생 가능성도 높아진다는 점을 주목해야 한다. 따라서 유동인구가 많은 지역에는 경찰 및 순찰차를 적극 배치하여 범죄 발생 건수를 줄이는 데 주력해야 한다. 이를 통해 해당 지역의 안전성을 높이고 소상공인과 고객들에게 안전한 환경을 제공할 수 있다.

6. 연구 한계점

6.1 연구 한계점

- 데이터 접근성: 본 연구는 서울시 행정동별 유동인구 및 상권 매출금액 데이터를 활용했다. 하지만, 더욱 세분화된 데이터(예: 직업별 유동인구 데이터, 주거인구 데이터)의 부족으로 인해 20대의 소비 특성을 정확하게 파악하는 데 어려움이 있었다. 또한, SNS 데이터, 상권 가격 등 다양한 데이터를 활용하지 못한 점은 아쉽다.
- 분석 방법의 한계: 본 연구는 유동인구와 매출금액의 상관관계 분석을 통해 20대의 소비 트렌드를 파악했다. 하지만, 더욱 심층적인 분석을 위해 공간통계기법 및 유동인구 예측 등 다양한 분석 방법을 활용하지 못했다.
- 연구기간: 본 연구는 2022년 4분기 데이터를 기반으로 분석을 진행하였다. 하지만, 더욱 장기간의 데이터를 활용하여 20대의 소비 트렌드 변화를 파악하는 것이 필요하다.

6.2 개선 방안

- 데이터 확보 및 다변화: 행정동별 데이터 외에도 직업별 유동인구 데이터, SNS 데이터, 상권 가격 등을 추가적으로 확보하여 분석한다.
- 심층 분석 방법 활용: 회귀 분석, 텍스트 마이닝, 유동인구 예측 등 다양한 분석 방법을 활용하여 20대의 소비 트렌드를 보다 심층적으로 분석한다.
- 연구 범위 확대: 서울시 외에도 다른 지역, 다른 연령층, 다른 성별을 대상으로 연구를 진행하여 20대의 소비 특성을 보다 일반화할 수 있도록 한다.
- 장기간 데이터 분석: 더욱 장기간의 데이터를 수집하고 분석하여 20대의 소비 트렌드 변화를 파악하고 변화 요인을 분석한다.

본 연구의 한계점을 인지하고 추후 개선방안을 통해 완성도가 높은 연구를 진행하여, 20대 소비 트렌드에 대한 이해를 높이고 상권 활성화 및 창업을 고려하는 사람들에게 더 유용한 정보를 제공할 수 있도록 노력하고자 한다.