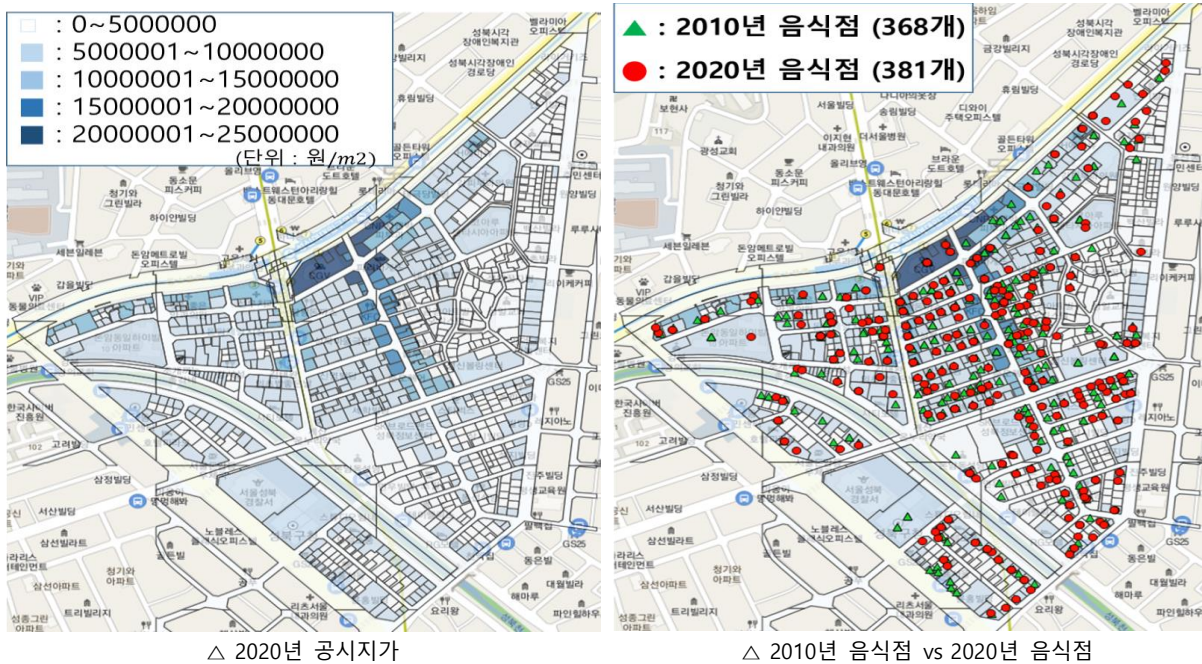


성신여대 상권에서 10년을 생존한 음식점 Mapping / 특징분석

<이성규>

성신여대 상권은 성신여대입구역에서 성신여대로 가기 위해 지나칠 수 밖에 없는 로데오거리를 중심으로 양쪽에 크고 작은 골목들과 정문 앞 거리, 돈암시장 거리로 형성되어 있습니다. 더불어 1만여명의 성신여대 학생들과 1천5백여명의 성신여·중고 학생들로 여성 유동인구가 높고 10~20·30대 연령 고객층의 유동인구가 많습니다. 인근에 위치한 국민대, 서경대 등의 대학이 상권의 발달이 미비하여 해당 학교 대학생들도 가까운 성신여대 상권을 주로 이용하고 있습니다. 2017년 9월 우이신설선 개통과 더불어 매년 유동인구가 증가하고 있고 상권의 공시지가와 임대료가 매년 상승하면서 상가의 사업변동률도 높아지고 있습니다. 저는 사업의 목적은 수익과 생존으로 계속 사업으로 나아가는 것이라고 생각해서, 폐업하지 않고 오래 생존한 상권을 분석하고자 10년을 생존한 음식점을 맵핑하고 분석하겠습니다.

<2010년, 2020년 음식점 데이터로 파악한 상권 내 음식점의 특징>

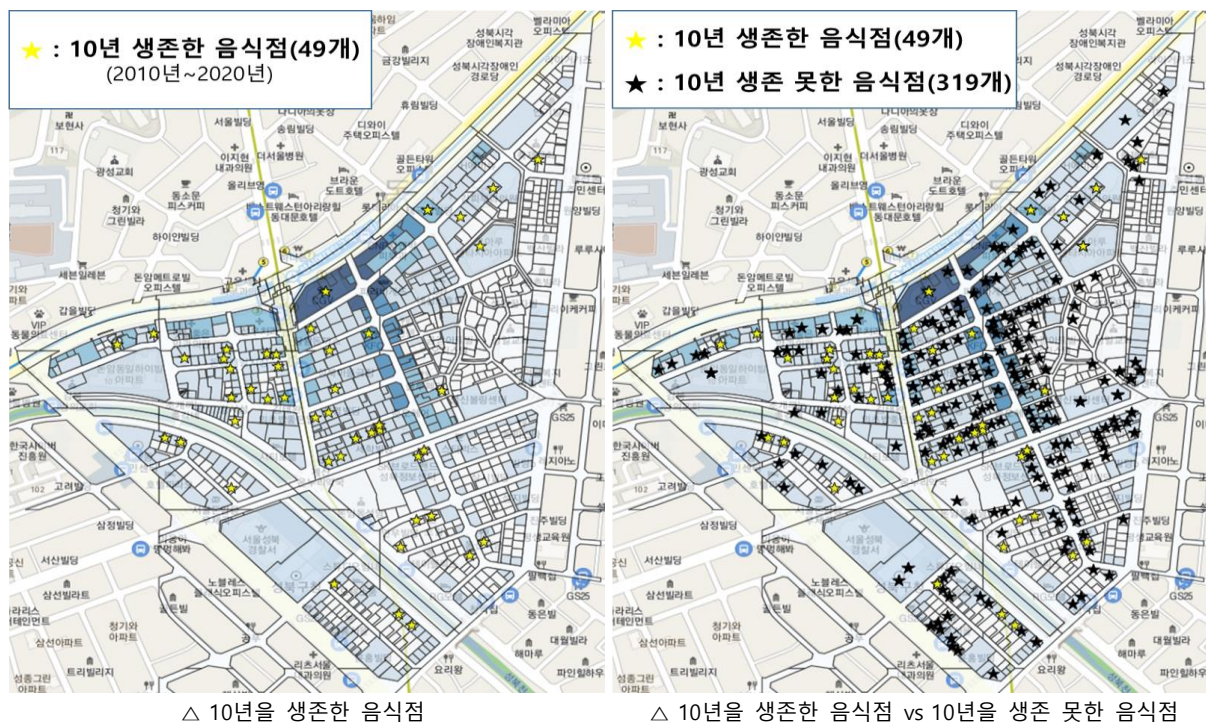


성신여대 상권에서 10년을 생존한 음식점을 살펴보기 위해서 2010년 음식점 데이터와 '2020년 (~6월 30일) 음식점 데이터를 추출해서 맵핑하였습니다. 그리고 QGIS 상의 기존 Daum지도만으

¹ 소상공인시장진흥공단(2020.9.28), <소상공인시장진흥공단 상가정보_20200630>, 공공데이터포털, <https://www.data.go.kr/tcs/dss/selectFileDataDetailView.do?publicDataPk=15012005>

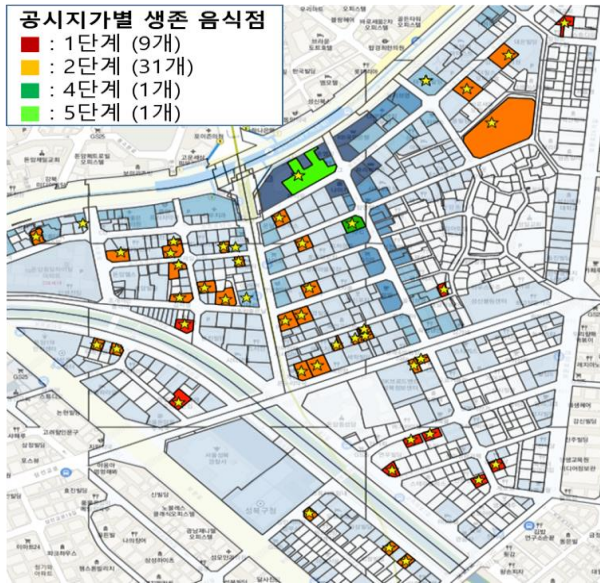
로는 상가들을 명확히 구분하기 어려워서 ²2020년 공시지가 데이터를 이용해 공시지가(원/m²)을 기준으로 5단계의 색으로 상가들을 구분하여 지도에 맵핑하였습니다. 그 결과, 대부분의 음식점들이 로데오거리와 성신여대 정문거리 상권에 위치해 있었습니다. 반대로 그림의 지도 상 서쪽에 있는 하이빌아파트 단지과 성북구청 단지는 상대적으로 음식점이 적었습니다. 그리고 2010년에 비해 2020년에 음식점의 수가 약 3.5%(13개)증가 한 것으로 보아 10년간 성신여대 전체 상권에서 음식점이 차지하는 비중이 많이 늘지 않았다고 분석했습니다.

<생존 못한 음식점 정의와 공시지가로 분석한 10년을 생존한 음식점의 특징>

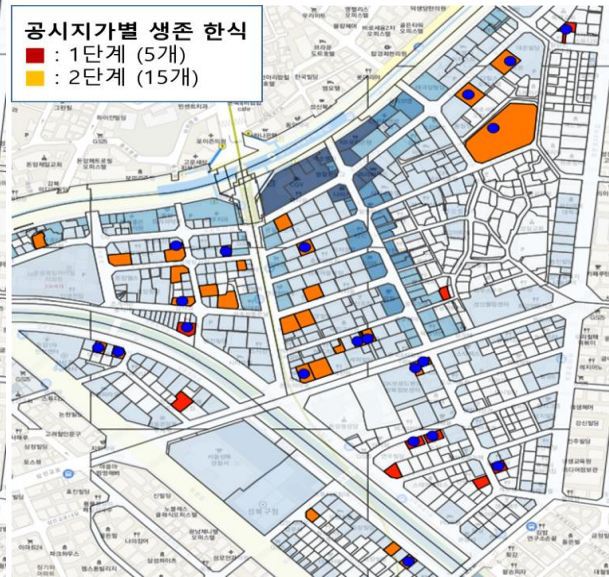


앞서 추출했던 2010년과 2020년 음식점 맵핑에서 겹치는 음식점으로 10년(2010년~2020년)을 생존한 음식점을 도출해 맵핑하였습니다. 그리고 겹치지 않는 음식점들을 추출해서 10년을 생존 못한 음식점(폐업한 음식점)이라고 정의했습니다. 10년을 생존한 음식점은 한식(20개) 업종을 중심으로 총 49개로 이루어져있었습니다. 그리고 공시지가(원/ m²)가 1단계(0~500만원), 2단계(500~1000만원)인 상가에 위치한 10년을 생존한 음식점은 각각 9개, 31개이고 4단계(1500~2000만원), 5단계(2000~25000만원)인 음식점은 각각 1, 2개였습니다. 특히 가장 많은 수를 차지한 아래의 그림과 같이 한식 업종의 경우, 1단계에 위치한 한식 음식점은 5개, 2단계는 15개로 모두가 공시지가가 낮은 1~2단계에 위치해 있었습니다. 결과적으로 10년을 생존한 음식점은 주로 공시지가가 높은 곳(4,5단계)보다는 상대적으로 낮은 곳(1,2단계)에 위치해 있었습니다.

² 국가공간정보센터(2020.8.13), <서울특별시_개별공시지가공간정보>, 국가공간정보포털, <http://openapi.nsdi.go.kr/nsdi/index.do#>

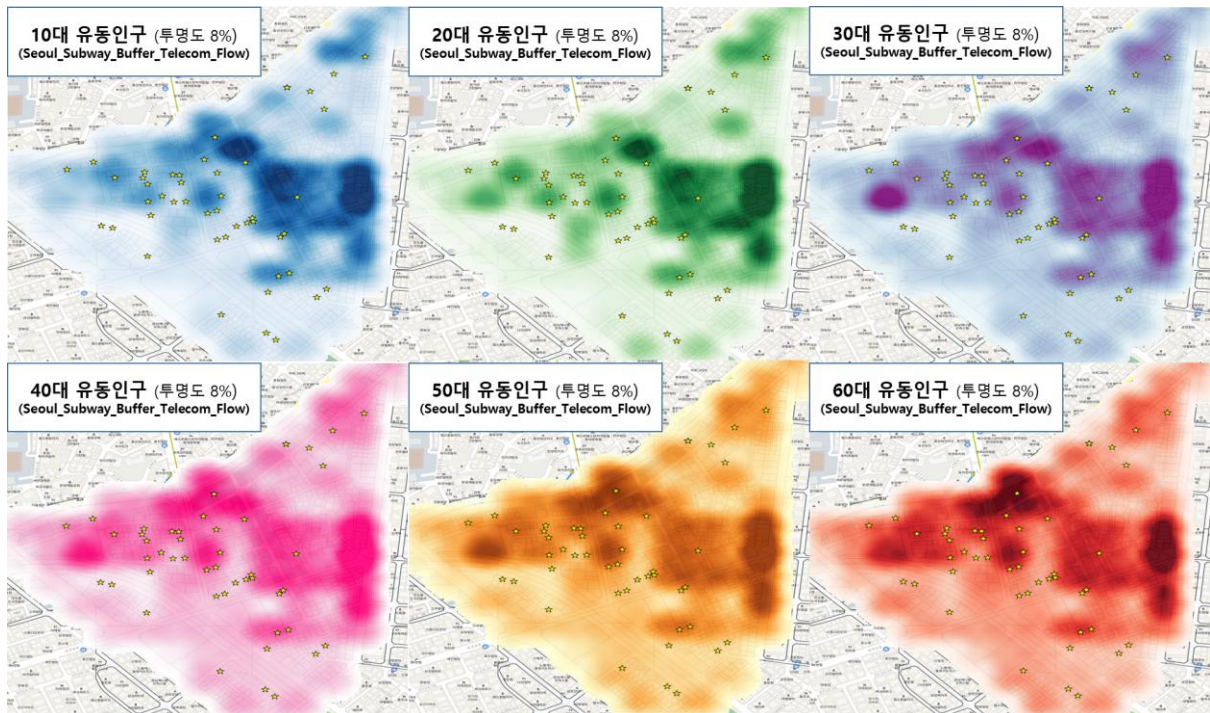


△ 공시지가별 10년 생존한 음식점



△ 공시지가별 10년 생존한 한식 업종 음식점

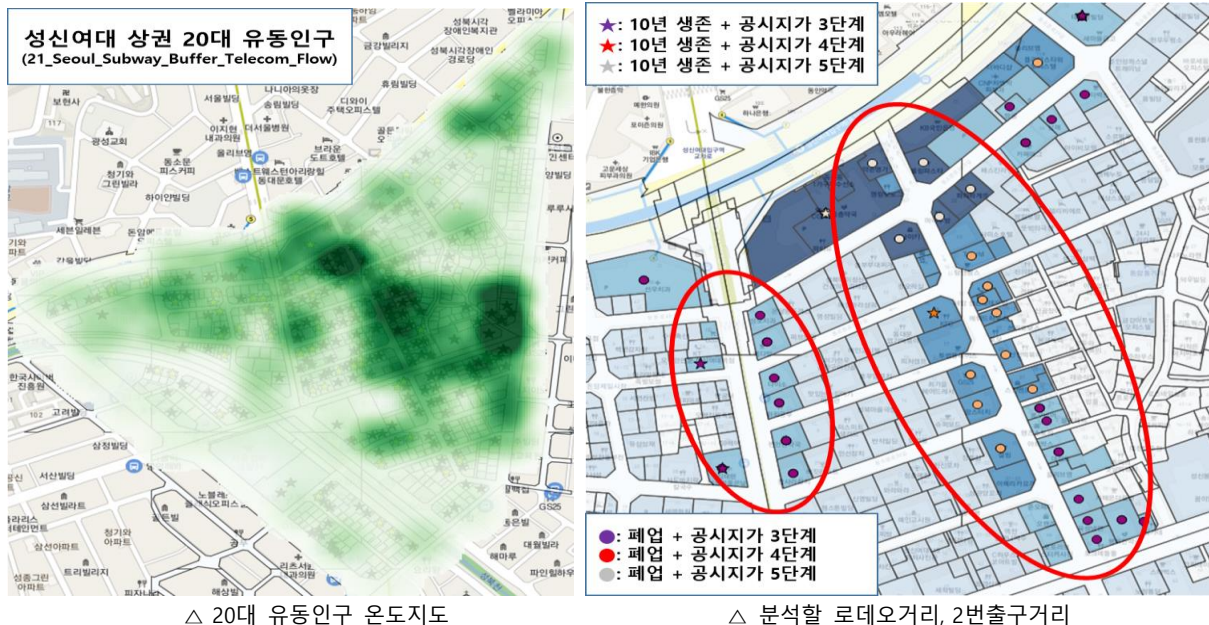
<연령별 유동인구로 분석한 10년을 생존한 음식점의 특징>



△ 연령별 유동인구

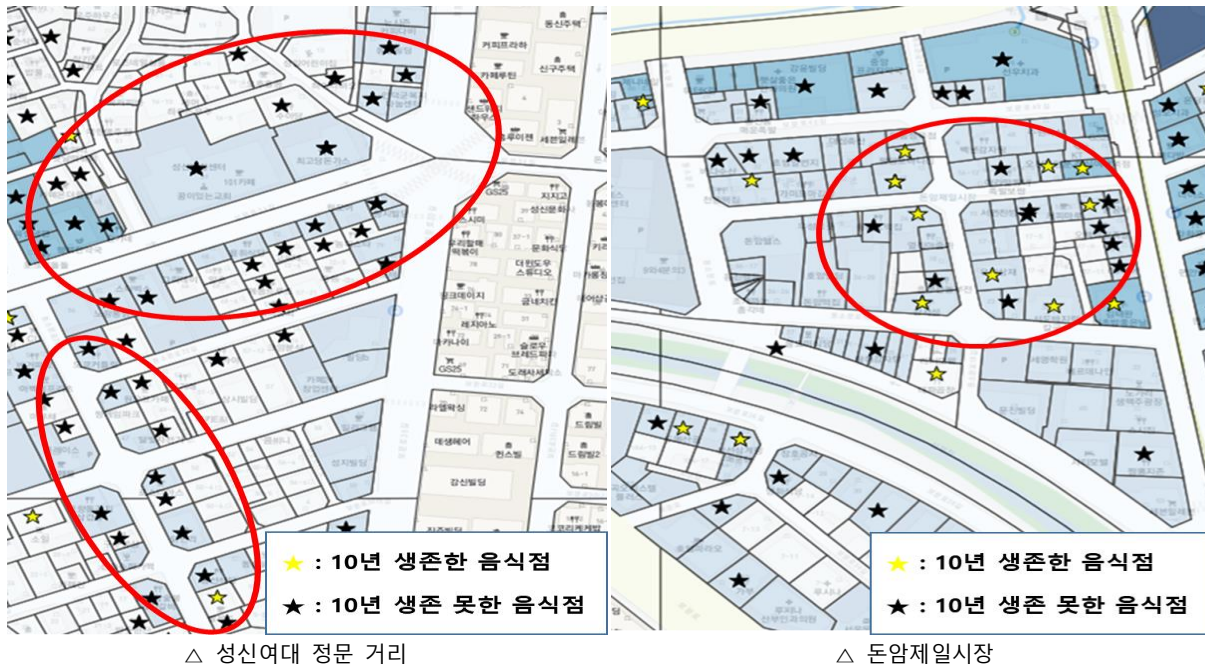
통신사의 지하철역 상권 유동인구 데이터를 온도지도로 이용해서 각 연령대마다 맵핑했습니다. 모든 연령대에서 1·2번 출구거리, 로데오거리, 성신여대 정문 거리에 많은 유동인구가 밀집해 있었습니다. 로데오거리와 성신여대 정문거리에 주로 밀집해있는 10·20대에 비해 30~60대는 주거 지역인 돈암동일하이빌 아파트단지와 시장쪽에도 많이 포진되어 있었습니다. 특히 10년을 생존한 음식점들이 유동인구가 특히 많이 몰리는 핫플레이스(변화가)에는 거의 위치하지 않았습니다.

<유동인구와 공시지가, 주변환경으로 분석한 주요거리의 10년을 생존한 음식점의 특징>



가장 주고객층인 20대 유동인구 온도지도를 보면, 앞서 살펴본 것처럼 1·2번 출구거리, 로데오거리, 성신여대 정문 거리에 유동인구가 밀집되어있습니다. 여기서 온도지도에서 진한 색을 띄고, 10년을 생존한 음식점과 폐업한 음식점이 대비되어 나타나는 2번 출구거리와 로데오거리 분석했습니다. 먼저, 2번 출구거리는 로데오거리에 비해 공시지가가 낮고, 유동인구도 상대적으로 적습니다. 모두 3단계의 공시지가를 가지고 있지만 거리의 좌측구역(돈암시장방향)은 아직 생존해 있고 건너편인 우측구역의 3단계 공시지가 상가는 모두 폐업해 지금은 새로운 사업이 들어와 있습니다. 좌측구역은 시장의 입구/출구의 입지를 가지고 있어 시장을 드나드는 고객층들에게 접근성이 좋아 10년을 생존한 음식점들이 존재하지만, 우측구역은 로데오거리의 먹자골목들 끝에 위치하고 있어 로데오거리 고객층들에게 노출이 떨어집니다. 또한 시장 고객층들에게도 좌측구역보다 인지도가 떨어져 10년을 생존한 음식점이 없는 것으로 분석했습니다

로데오거리는 1번출구에서 도보로 성신여대를 가는데 지나가야하는 거리로, 많은 유동인구를 바탕으로 4·5단계의 높은 공시지가를 형성하고 있습니다. 10년을 생존한 음식점중에서 4단계 공시지가에서 1개, 5단계에서 2개가 모두 로데오거리에 위치하고 있습니다. 4단계 공시지가에 위치한 생존 음식점은 거리의 입구에서 들어오는 방향으로 보이는 초입사거리블럭에 위치해 입지성이 높습니다. 또한 위치하고 있는 초입사거리블럭 주변에 음식점보다는 패션, 뷰티, 카페, 통신 업종들이 주를 이루고 있어 경쟁성이 높습니다. 여성 고객들이 가장 주 고객층이다보니 이렇게 패션, 뷰티, 카페 등의 업종들이 주를 이루게 되고 성신여대 상권에서 가장 좋은 입지성을 가진 거리지만 높은 공시지가와 임대료 때문에 폐업이 많아 상가에 사업 변동이 잦습니다. 이렇다보니 음식점들은 여러 골목으로 들어가 모이게되면서 로데오거리에는 10년을 생존하지 못한 음식점들이 많아졌을 것으로 분석했습니다.



온도지도를 보면 성신여대 정문 거리도 유동인구가 매우 많지만, 특이하게 유동인구가 많은 것에 비해 공시지가가 1, 2단계로 상대적으로 낮은 편이고 10년을 생존한 음식점이 없습니다. 그 이유는 학기중에는 성신여대 학생들로 인해 장사가 잘되지만 방학 시즌에는 주 고객층인 학생들이 현저히 줄기 때문입니다. 또한, 발달해 있는 로데오거리에 비해 상대적으로 먼 위치도 10년을 생존한 음식점이 생기기 어려운 이유라고 분석했습니다.

돈암제일시장은 연령별 유동인구 그림과 같이 특히 30~60대 연령층의 유동인구가 많고 공시지가가 정문거리와 마찬가지로 1,2단계이며 낮은 편입니다. 10년을 생존한 음식점들이 다른 거리에 비해서 많이 모여 있는 것이 특징인데, 생존한 음식점들이 시장의 중심사거리에 위치해 있으며 시장의 특성인 단골고객층의 영향으로 보여집니다.

<10년을 생존한 음식점의 특징분석과 결론>

성신여대 상권에서 10년을 생존한 음식점들은 대체적으로 유동인구가 너무 많은 곳보다는 밀도가 평균적인 위치에 있었고, 공시지가가 상대적으로 낮은 곳에 위치해있었습니다. 그리고 2번출구 거리처럼 주변에 큰 거리상권의 영향을 받거나 로데오거리처럼 주변 업종의 영향에 따라 폐업이 되거나 10년을 생존했습니다. 또, 시간의 흐름에 따라 영향을 받고 지역적 특성에 따라서도 영향을 받았습니다. 결국 10년을 생존한 음식점들은 무작정 예상고객이 많고 비싼 부동산의 위치를 선택하는 것이 아니라 고객의 니즈(needs)를 읽고 만족시키면서도 자신들의 순이익을 극대화시킬 수 있는 합리적인 위치에 자리를 잡고 있었습니다.