

장사는 목이다

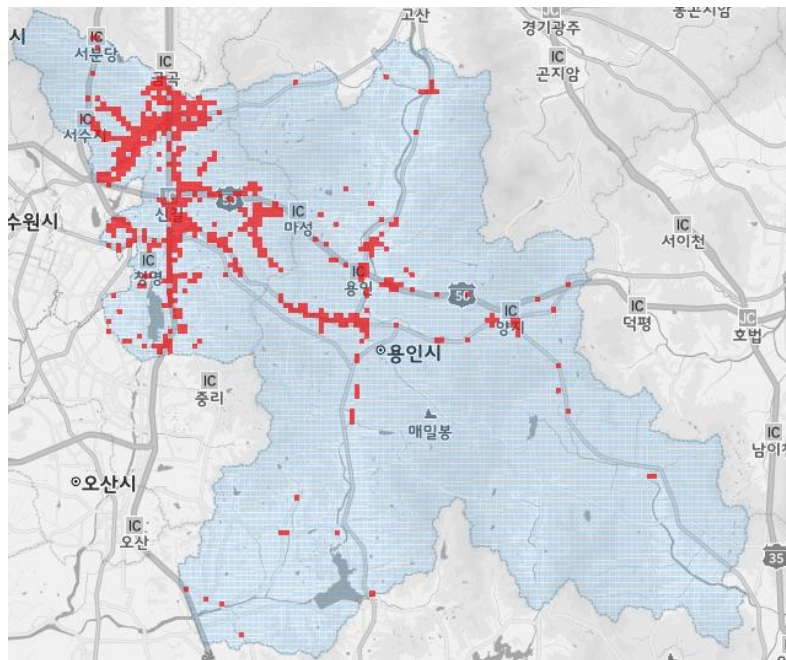
Importance of Location

알파고 님충성팀

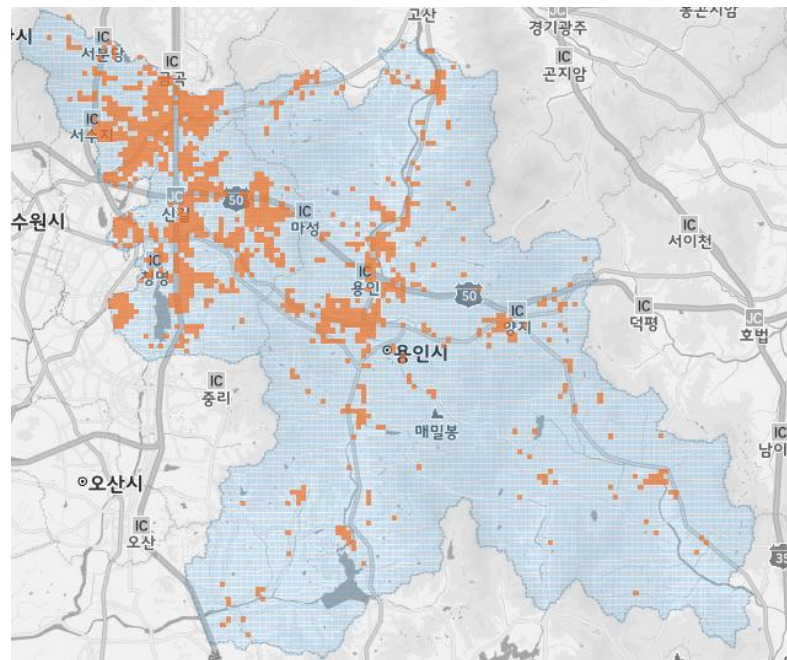
이한울
손예선

INTRO

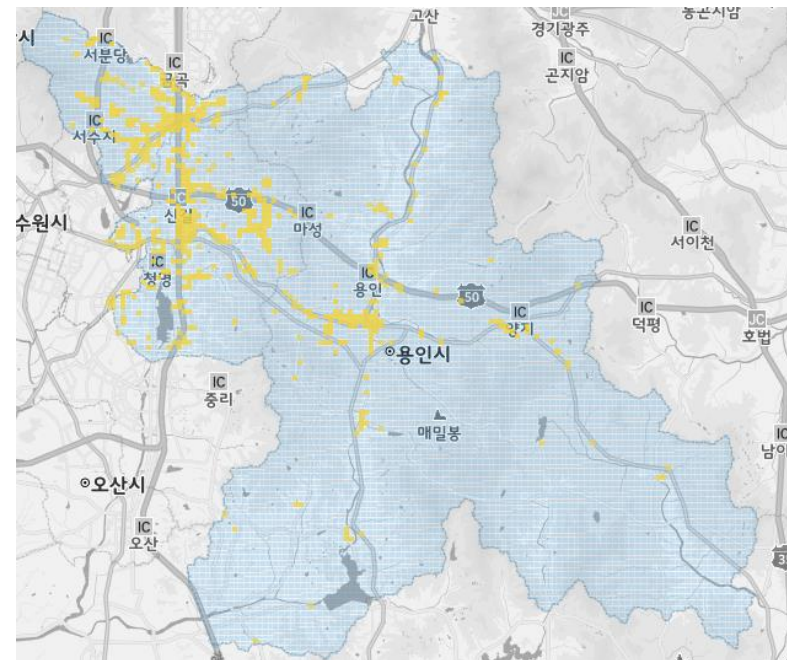
상위 25% 이상의 값을 가진 격자 추출



총유동인구수가 상위 25% 이상인 격자



총인구수가 상위 25% 이상인 격자



총매출량이 상위 25% 이상인 격자

INTRO

앞의 세 가지 조건을 모두 충족하는 격자

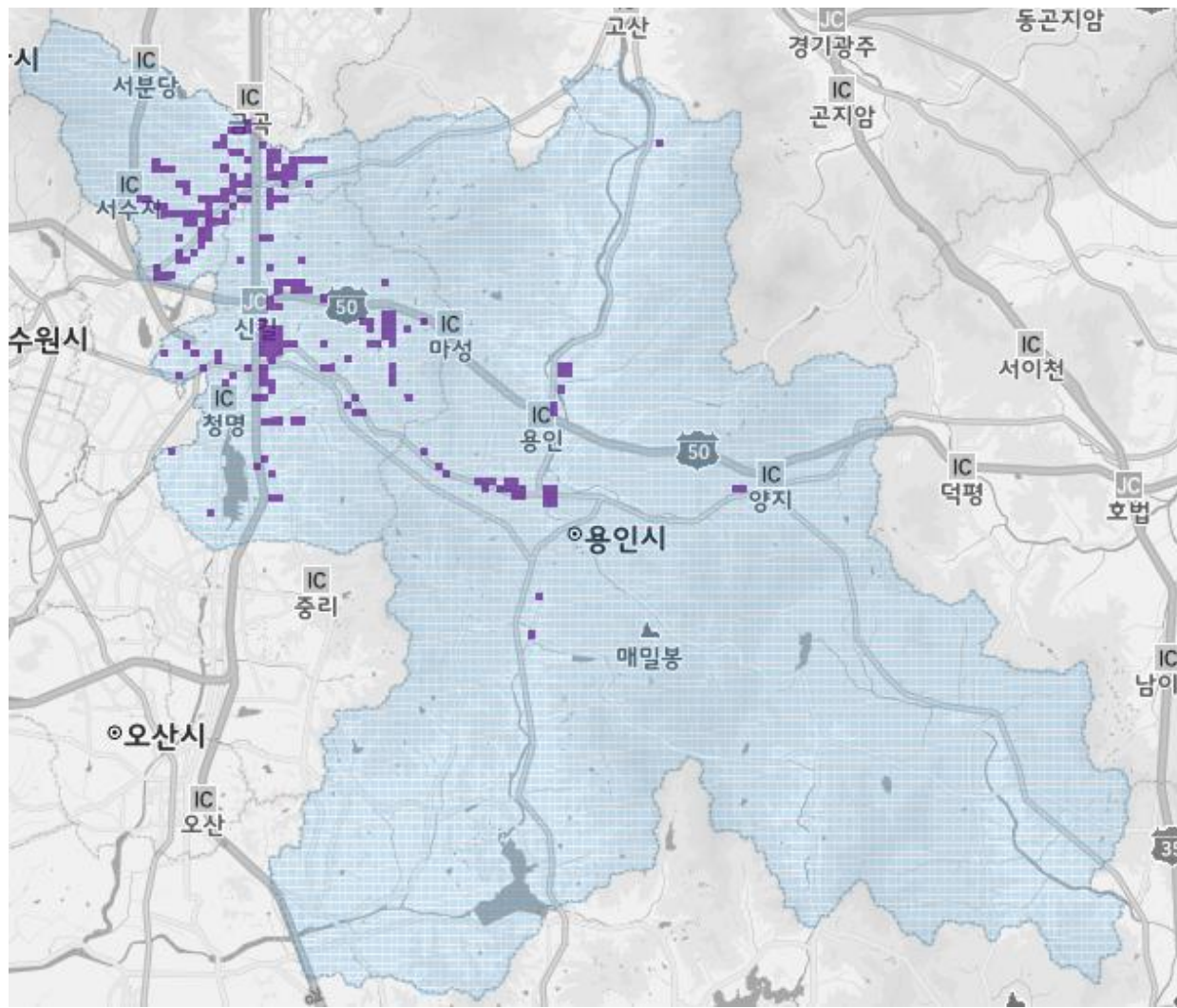
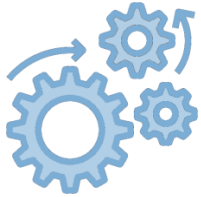


Table of Contents



1. 데이터 전처리



2. 데이터 시각화



3. 창업지원사업

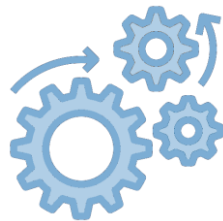


4. 창업데이터분석



5. 창업아이디어

01



데이터 전처리

01

여러 파생변수 생성

- ▶ total_volume: 분기별 매출액의 총합을 계산하였다.

```
yongsales['total_volume'] = yongsales.iloc[:,23:38].sum(axis=1)
```

- ▶ multipolygon 형식의 geometry 컬럼을 함수를 정의하여 coordinates 형식으로 변환 후, 중복된 마지막 리스트 값을 삭제하였다.

```
def multipolygon_to_coordinates(x):
    lon, lat = x[0].exterior.xy
    return [[x, y] for x, y in zip(lon, lat)]
```

```
# Coordinates로 변경하기 위해 DataFrame 복사
yongsales = raw_yongsales[:]

yongsales['coordinates'] = yongsales['geometry'].apply(
    multipolygon_to_coordinates)

#중복되는 마지막 요소 제거
for i in range(len(yongsales['coordinates'])):
    del yongsales['coordinates'][i][-1]
```

- ▶ runout_percent: 격자별 휴폐업 사업장 비율 (휴폐업 사업장 수 / 격자내사업체 수)을 계산하였다.

```
yongsales['runout_percent'] = yongsales['runout_cnt'] / yongsales['ws_cnt'] * 100
```

- ▶ guarantee_score: 사업 경과년도별로 가중치를 주어 점수로 계산하였다.

```
yongsales['guarantee_score'] = ((yongsales['found_age_6'] * 6) + (yongsales['found_age_5'] * 5) +
    (yongsales['found_age_4'] * 4) + (yongsales['found_age_3'] * 3) +
    (yongsales['found_age_2'] * 2) +
    (yongsales['found_age_1'] * 1)
    ) / yongsales['ws_cnt']
```

- ▶ 유동인구(yi_7) 데이터프레임에 "아침(08시~11시), 점심(12시~15시), 저녁(17시~20시), 이외시간대" 로 시간대별 유동인구 컬럼을 생성하였다.

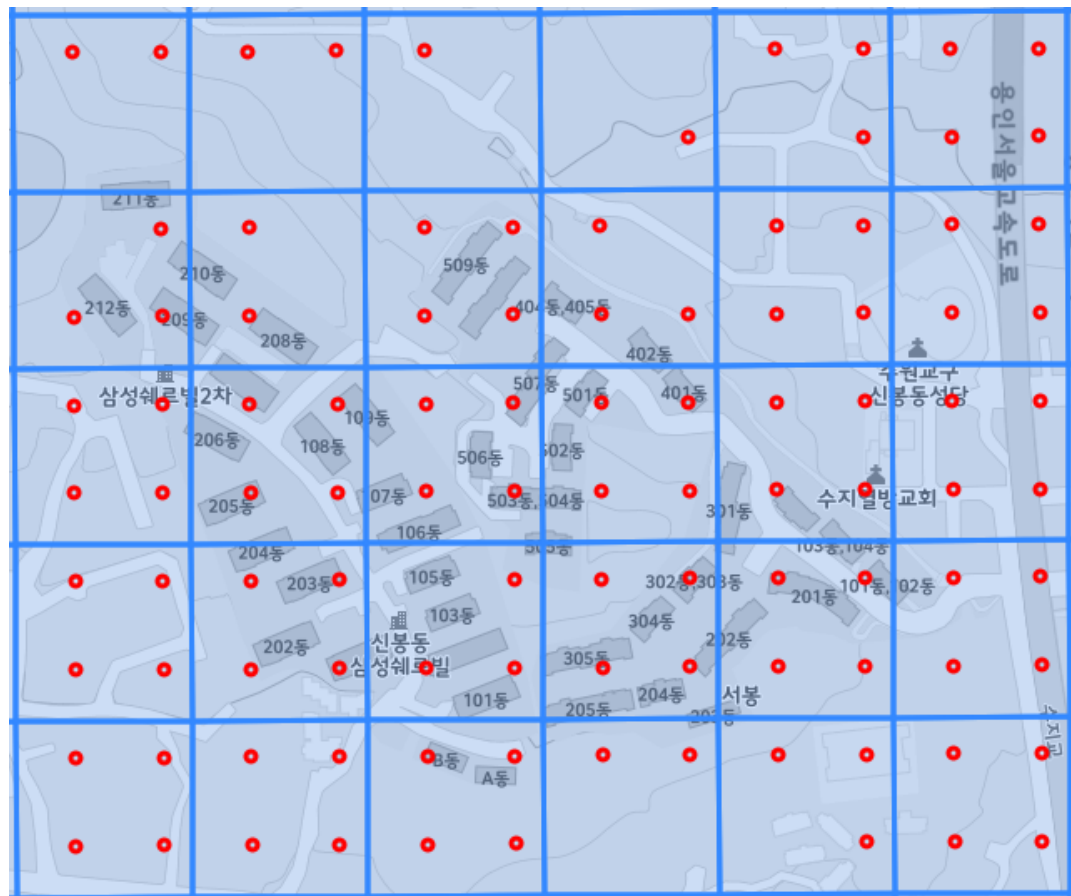
```
col_list = []
for col in yi_7.columns:
    if col.split('_')[0] == 'TMST':
        col_list.append(col)
```

```
for i in yi_7.columns:
    yi_7[i] = yi_7[i].astype('float')

#시간대별 새로운 column 생성
yi_7['Ah'] = yi_7['TMST_08'] + yi_7['TMST_09'] + yi_7['TMST_10'] + yi_7['TMST_11']
yi_7['Jum'] = yi_7['TMST_12'] + yi_7['TMST_13'] + yi_7['TMST_14'] + yi_7['TMST_15']
yi_7['Ju'] = yi_7['TMST_17'] + yi_7['TMST_18'] + yi_7['TMST_19'] + yi_7['TMST_20']
yi_7['Rest'] = yi_7[col_list].sum(axis=1) - yi_7['Ah'] - yi_7['Jum'] - yi_7['Ju']
```

01

여러 파생변수 생성



- ▲ 유동인구(yi_7) 데이터프레임의 위치정보와 용인시 전체 격자를 함께 시각화한 결과, 격자 내에 포함되어 있음을 알 수 있었다.

- ▶ 따라서, 시간대별 유동인구의 위치정보가 yongsales 데이터프레임의 격자 내에 포함되어 있으면 해당 유동인구 수를 컬럼으로 추가하였다.

```

Ah_list = []
Jum_list = []
Ju_list = []
Rest_list = []

for i in tqdm_notebook(range(len(yongsales))):
    Ah, Jum, Ju, Rest = 0, 0, 0, 0
    for j in range(len(yi_7)):
        if (yongsales['coordinates'][i][0][0] < yi_7['lon'][j]) & (
            yi_7['lon'][j] < yongsales['coordinates'][i][2][0]):
            if (yongsales['coordinates'][i][0][1] < yi_7['lat'][j]) & (
                yi_7['lat'][j] < yongsales['coordinates'][i][2][1]):
                Ah += yi_7['Ah'][j]
                Jum += yi_7['Jum'][j]
                Ju += yi_7['Ju'][j]
                Rest += yi_7['Rest'][j]

    Ah_list.append(Ah)
    Jum_list.append(Jum)
    Ju_list.append(Ju)
    Rest_list.append(Rest)

yongsales['Ah'] = Ah_list
yongsales['Jum'] = Jum_list
yongsales['Ju'] = Ju_list
yongsales['Rest'] = Rest_list

yongsales.to_csv('output/yongsales.csv', index=False)

```

01

여러 파생변수 생성

```
notna_yi_3 = yi_3[:]

notna_yi_3['coordinates'] = notna_yi_3['geometry'].apply(
    multipolygon_to_coordinates)

for i in range(len(notna_yi_3['coordinates'])):
    del notna_yi_3['coordinates'][i][-1]

# 총인구수 df의 격자 내 인구수가 Nan값이거나 0인 경우를 제외
notna_yi_3 = notna_yi_3[notna_yi_3.val.notna() & notna_yi_3.val != 0]
notna_yi_3.reset_index(inplace=True, drop=True)
```

```
lon_list = []
lat_list = []

for i in range(len(notna_yi_3)):
    lon, lat = 0, 0

    for j in range(4):
        lon += notna_yi_3['coordinates'][i][j][0]
        lat += notna_yi_3['coordinates'][i][j][1]

    lon /= 4
    lat /= 4
    lon_list.append(sum_lon)
    lat_list.append(sum_lat)

notna_yi_3['mean_lon'] = lon_list
notna_yi_3['mean_lat'] = lat_list
```

- ▶ 총인구수 데이터프레임에도 앞에서 정의한 함수를 적용하여 변환시킨 후, 격자내 인구수가 Nan이거나 0인 경우를 제외하였다.
- ▶ 변환한 coordinates의 평균값을 mean_lon, mean_lat 컬럼으로 추가하였다.
- ▶ 추가한 컬럼이 yongsales 데이터프레임의 격자내에 포함되어 있으면 total_pop 컬럼으로 추가하였다.

```
pop = 0
pop_list = []

for i in range(len(raw_yongsales)):
    pop = 0
    for j in range(len(notna_yi_3)):
        if (yongsales['coordinates'][i][0][0] < notna_yi_3['mean_lon'][j]) & (
            notna_yi_3['mean_lon'][j] < yongsales['coordinates'][i][2][0]):

            if (yongsales['coordinates'][i][0][1] < notna_yi_3['mean_lat'][j]) & (
                notna_yi_3['mean_lat'][j] < yongsales['coordinates'][i][2][1]):
                pop += notna_yi_3.val[j]

    pop_list.append(pop)

yongsales['total_pop'] = pop_list
```


02

새로운 데이터프레임 생성

- ▶ 용인시 소상공인 매출액정보 (yi_16, yi_17) 데이터프레임을 병합하여 하나의 데이터프레임(raw_yongsales)으로 생성하였다.

```
raw_yongsales = pd.merge(yi_17, yi_16[['gid', 'geometry']],
                        on='gid', how='left')
raw_yongsales = gpd.GeoDataFrame(raw_yongsales)
```

- ▶ yongsales의 coordinates와 매치되는 상권정보 데이터의 위도, 경도를 찾아 데이터프레임에 gid(격자) 컬럼을 추가하였다.

```
# gid 컬럼을 yi_1에 추가하기 위해 데이터프레임 복사
yi_1_gid = yi_1[:]
```

```
for i in tqdm_notebook(range(len(yongsales))):
    for j in range(len(yi_1)):
        if (yongsales['coordinates'][i][0][0] < yi_1['경도'][j]) & (
            yi_1['경도'][j] < yongsales['coordinates'][i][2][0]):
            if (yongsales['coordinates'][i][0][1] < yi_1['위도'][j]) & (
                yi_1['위도'][j] < yongsales['coordinates'][i][2][1]):
                yi_1_gid['gid'][j] = yongsales['gid']
```

- ▶ 분석을 위한 yong_analysis 데이터프레임을 생성하였다.
- ▶ sme_loan_cnt(대출 이력이 있는 사업체 수)의 경우, sme_loan_y_1~6(대출액 5천~10억 이상)까지 분포된 사업체를 가중치 없이 동일하게 1개로 취급하였기 때문에 sme_loan_1~6 특성으로 대체 후 제거하였다.

```
yong_analysis = yongsales[:]
```

분석에 필요 없는 컬럼 제거

```
yong_analysis.drop(['runout_cnt', 'geometry', 'coordinates'],
                  axis=1, inplace=True)
```

for col in yong_analysis.columns:

```
    if col.split('_')[0] == 'found':
        del yong_analysis[col]
    elif col.split('_')[0] == 'sales':
        del yong_analysis[col]
    elif col.split('_')[0] == 'sme':
        del yong_analysis[col]
    elif col.split('_')[0] == 'rpr':
        del yong_analysis[col]
    elif col.split('f')[0] == 'high_':
        del yong_analysis[col]
```

업종코드 컬럼(indcd_) 제거

```
for each in yong_analysis.columns:
    if each.split('_')[0] == 'indcd':
        del yong_analysis[each]
```

총 유동인구 수 컬럼 생성

```
yong_analysis['total_fp'] = yong_analysis[['Ah', 'Jum', 'Ju', 'Rest']].sum(axis=1)
```

yong_analysis 파일을 csv 형식으로 저장

```
yong_analysis.to_csv('output/yong_analysis.csv', index=False)
```

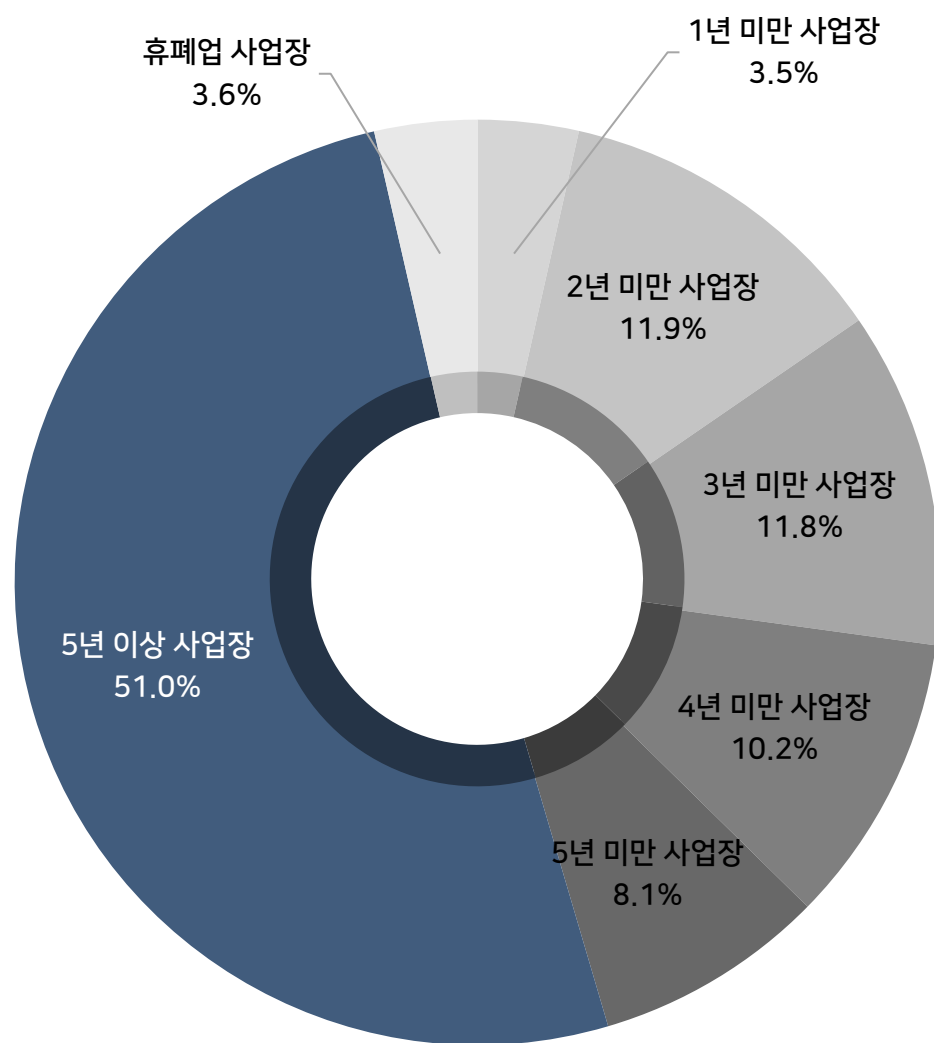
02



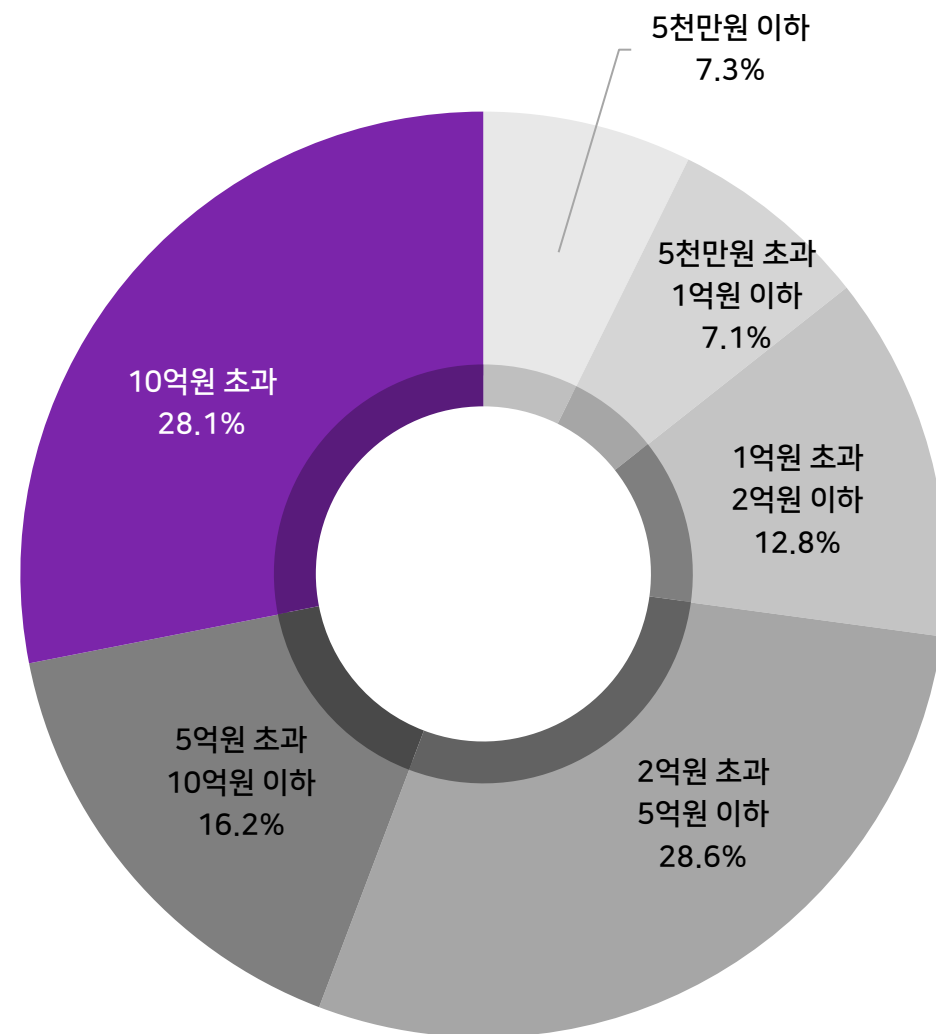
데이터 시각화

01

사업체 현황



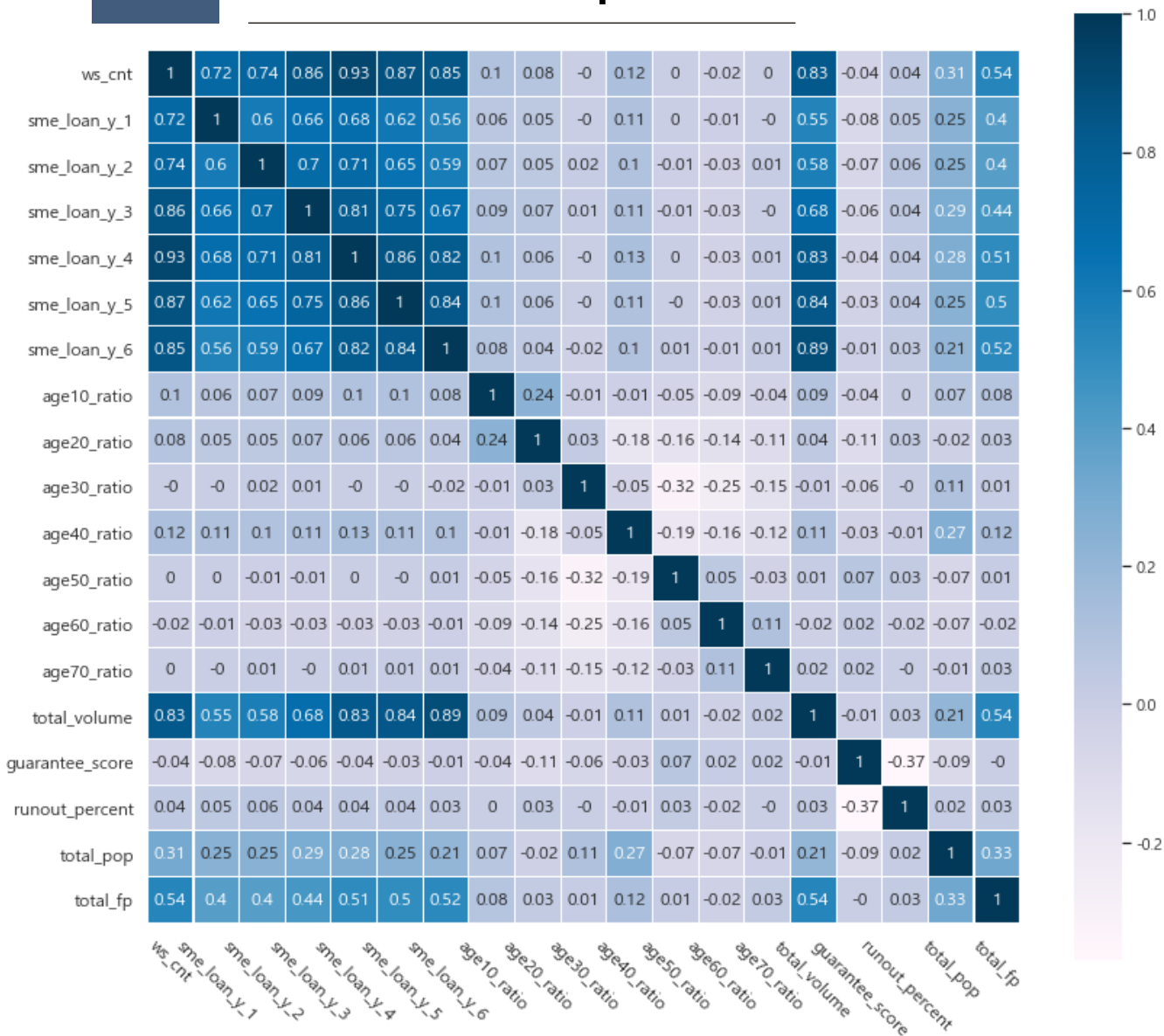
▲ 경과 연도(found_age)별 사업체 현황



▲ 대출금액(sme_loan)별 사업체 현황

02

Heatmap



```

colormap = plt.cm.PuBu
plt.rcParams['figure.figsize'] = [12, 12]
sns.heatmap(round(yong_analysis.astype(float).corr(), 2), linewidths=0.1,
            vmax=1.0, square=True, cmap=colormap, annot_kws={'size': 13},
            linecolor="white", annot=True)
plt.xticks(rotation=-45, fontsize=13)
plt.yticks(fontsize=13)
plt.savefig('output/heatmap.png', dpi=400, bbox_inches='tight')
plt.show()

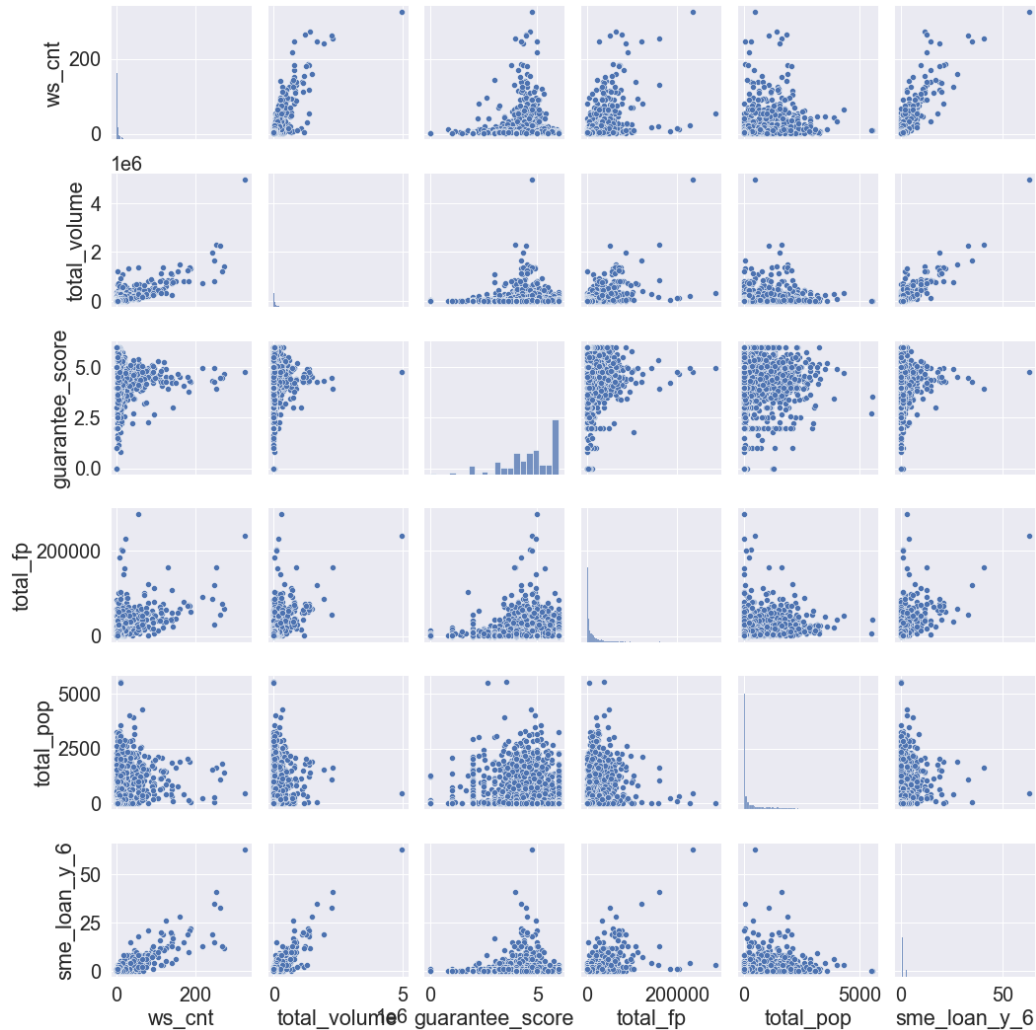
```

- ▶ 상관관계와 관련 없는 컬럼(지역정보, 중복된 정보)들을 제외한 yong_analysis 데이터프레임을 활용하여 히트맵으로 feature별 상관관계를 나타내었다.

03

Correlation 그래프

▶ 주요 5가지 특성 상관관계 그래프



	ws_cnt	total_volume	guarantee_score	total_fp	total_pop	sme_loan_y_6
ws_cnt	1.000	0.833	-0.039	0.541	0.305	0.851
total_volume	0.833	1.000	-0.013	0.539	0.213	0.887
guarantee_score	-0.039	-0.013	1.000	-0.004	-0.092	-0.008
total_fp	0.541	0.539	-0.004	1.000	0.325	0.520
total_pop	0.305	0.213	-0.092	0.325	1.000	0.208
sme_loan_y_6	0.851	0.887	-0.008	0.520	0.208	1.000

1. 총 매출액과 가장 상관관계가 높은 특성은 sme_loan_y_6
즉, 높은 대출 금액을 가진 업체가 많은 격자일수록 매출액과 큰 양의 상관관계를 가짐
2. 특성 간 상관관계만을 따지면 총 매출액과 거주인구수는 양의 상관관계를 가지고 있음
3. 하지만 RF 모델의 분석 결과, 거주인구수가 매출액에 미치는 영향은 매우 적고 피어슨 상관관계에서도 매출액과 연관성이 높지 않음

- ws_cnt : 총 업체 수
- total_volume : 기간별 총 매출액
- guarantee_score : 사업연차에 따른 가중치 점수
- runout_percent : 격자당 휴폐업 업체 수 / 총 업체수
- total_pop : 총 거주인구 수

03



소상공인 창업 위치 아이디어 지원사업
(장소는 목이다)



기획 의도

- ▶ 국내 창업 기업 10곳 중 7곳은 문을 연 뒤 5년을 버티지 못하고 **폐업**하는 것으로 조사되었다.

출처: 한국경제(고은이 기자)

- ▶ 거기에 더해서 현재의 시장상황은 코로나라는 재난이 창업의 문턱을 훨씬 높여 놓은 상태다. 따라서 좋은 아이템을 가지고 어떻게 운영하는지도 중요하지만, 현재 소상공인에게 가장 중요한 것은 **안정성**이라는 생각이 들었다.
- ▶ 안정성을 찾는 방법으로 데이터 분석을 통해 매출액을 예측하고, 이를 토대로 **최적의 장소**를 찾아내는 방법을 소상공인들에게 창업을 지원하는 방안으로 생각하게 되었다.



사업 개요

- ▶ 지원 대상: 창업을 시작하기를 원하는 **예비 창업자**
- ▶ 용인시_소상공인_매출정보.csv, 용인시_유동인구.csv, 용인시_상권_정보.csv 등의 데이터를 이용한 딥러닝 분석을 통해 업종과 규모에 **적합한 장소 정보**를 제공해주는 서비스 (단, 현재 데이터에서 좀 더 세분화된 데이터가 필요함)



소상공인 창업위치선정 아이디어 지원사업

3

창업지원사업

분석 과정

1

설문조사를 통해 창업하려는 업종과 대출금액 등의 인풋 생성

2

기존 데이터를 바탕으로 딥러닝 모델을 만들어 Target인 매출액을 예측

3

높은 매출액을 가진 격자들을 선정

4

용인시 상권 정보.csv를 바탕으로 격자내 동일 업종을 분류하여 경쟁업체 수 검토

5

위의 과정을 통해 최종 장소의 후보군 도출

6

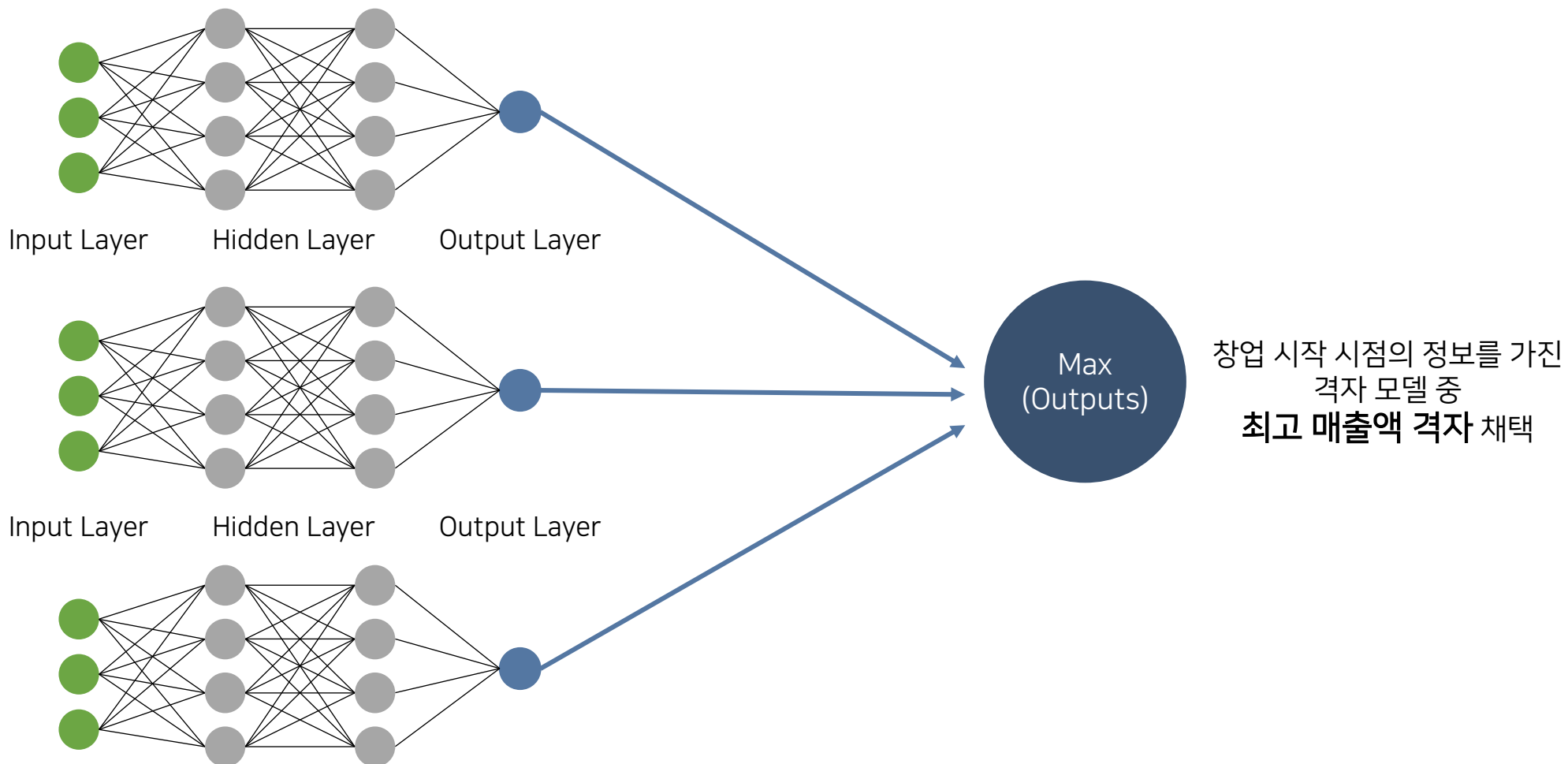
최종 장소 격자에 맞춤 아이디어 제공



소상공인 창업위치선정 아이디어 지원사업

3

창업지원사업





소상공인 창업위치선정 아이디어 지원사업

딥러닝 분석의 문제점에 대한 대안

“

- 매출액에 영향을 주는 변수들이 너무 많기 때문에 정확한 매출액을 예측하기는 어려움
- 이에 대한 대안으로 현재 상권 정보와 업종 데이터에서 얻은 인사이트를 토대로 매출액이 높을 것으로 예측되는 지역의 후보군을 만들어서 해당 격자의 맞춤 아이디어를 제공

”

04



창업 아이디어를 위한 데이터 분석

01

머신러닝 분석

```
list = ['gid', 'rpr', 'sales', 'indcd', 'mean']

RFyong = yongsales[:]

for i in RFyong.columns:
    if i.split('_', 2)[0] in list:
        del RFyong[i]

RFyong.drop(['runout_cnt', 'sme_loan_cnt', 'geometry', 'coordinates',
            'smbiz_yn_cnt', 'total_volume'], axis=1, inplace=True)
```

```
X_train, X_test, y_train, y_test = train_test_split(
    RFyong, yong_analysis['total_volume'], random_state=0, test_size=0.1)
```

```
kfold = KFold(n_splits=5)

param_grid = {'max_features': ["auto"],
              'n_estimators': range(300, 500, 2)}
```

```
grid_search_RF = GridSearchCV(RandomForestRegressor(
    random_state=0), param_grid=param_grid, cv=kfold)
```

```
grid_search_RF.fit(X_train, y_train)
```

```
print(grid_search_RF.best_params_)
print(grid_search_RF.best_score_)
```

```
RF = RandomForestRegressor(n_estimators=326, random_state=0, max_features='auto')
```

```
RF.fit(X_train, y_train)
```

executed in 5.40s, finished 14:09:36 2021-01-27

```
RandomForestRegressor(n_estimators=326, random_state=0)
```

```
RF.score(X_test, y_test)
```

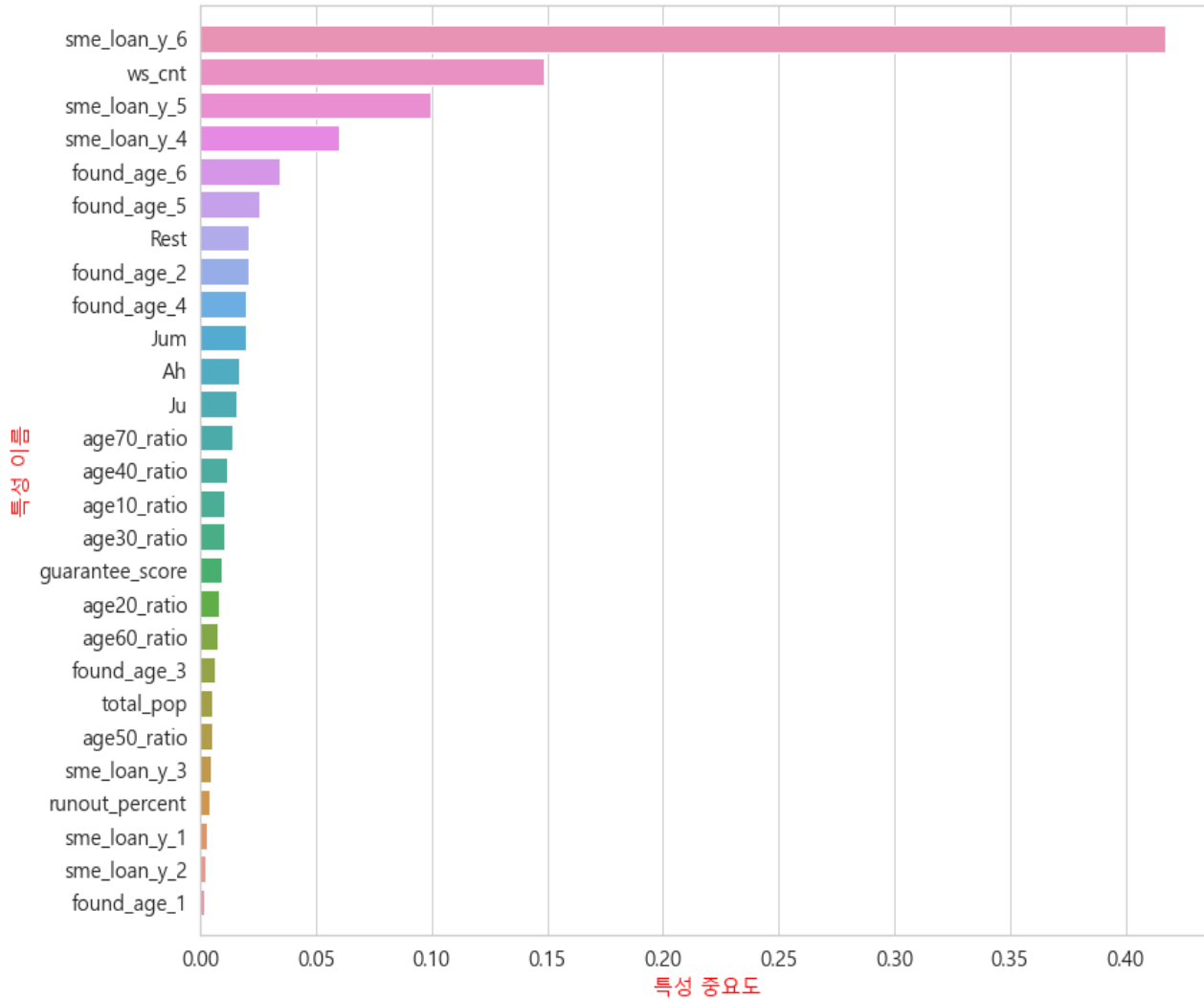
executed in 47ms, finished 14:09:37 2021-01-27

```
0.8768601104897057
```

- ▶ 어떤 속성이 매출액에 가장 큰 영향을 갖는지 알아보기 위해 여러 변수 중 총매출액(total_volume)을 Target으로 잡고, 나머지 변수들을 정제한 후, 머신러닝 기법인 **RandomForestRegressor** (이하 RF)를 이용하여 훈련시켜보았다.
- ▶ **GridSearchCV**를 활용하여 최적값(n_estimators=326)을 찾아 RF의 파라미터로 활용하였다.
- ▶ 최적값을 적용한 RF의 정확도는 대략 **87.7%**의 예측력을 보여주었다.

01

머신러닝 분석



- ▶ 가장 높은 예측력(약 87.7%)을 지닌 RF 모델의 특성중요도를 분석해 본 결과, **sme_loan_y_6(대출액 10억 초과 업체수)**가 총대출액에 대하여 압도적으로 영향력이 높았다.
- ▶ 업체 수, 대출 금액 등 대출액과의 높은 상관관계에 대해서는 훈련 전부터 당연히 예상된 결과로서 받아 들였지만, 알파고팀충성팀은 또 하나의 큰 상관관계가 있을 것으로 예상했던 **거주 인구 수(total_pop)**가 총 대출액에 영향력을 행사하지 못하는 이유에 초점을 두기로 하였다.

“거주 인구 수가 많은 지역의 격자를 찾고
folium으로 시각화하여 분석한 결과,
아파트가 들어서 있는 상권이 대부분이었다.
따라서 **아파트 상권**의 특징을 분석해 보았다.”

1. 아파트 상권은 대부분 편의점이나 작은 학원처럼 서로 **관련 없는 업종들의 소규모 상권**으로 이루어져 있다.
2. 따라서 역 근처나 랜드마크 주변에 형성되는 지역 중심형 상권처럼 **발전된 형태**를 찾아보기 **힘들다**.
3. 상권의 밀도가 적어 고객들의 **다양한 니즈**를 채우기 힘들다.
4. 유행이나 감성에 **민감한** 사업아이템을 채택하기 어렵다.
5. 젊은 고객층(age10_ratio, age20_ratio)의 카드 사용률이 **평균보다 낮다**.

- ▶ 앞서 설명한 아파트상권의 특징인 '상권의 밀도가 적다'는 것은 단점이라고 여겨질 수도 있지만 반대로 **"경쟁이 적다"**는 것을 의미하기 때문에 큰 장점이기도 하다.
- ▶ 지역 중심형 상권에 비싼 세를 부담해가며 창업을 하는 것에 비해 상대적으로 **부담이 적다**.
하지만, 중심상권보다 실질적 유동인구가 적기 때문에 이에 대한 해결책이 필요하다.
(ex) 배달업종 혹은 생활에 관련된 업종
- ▶ 코로나 시대를 맞아 **집과 가까운 장소**에 업체가 있다는 건 굉장히 큰 장점이 될 수 있다.
(ex) 배달의 용이성, 출 · 퇴근 시 접점 등
- ▶ 마지막으로, 평균 거주인구가 **3,500여 명**인 아파트 상권 격자들이 가진 이러한 **잠재적 고객**들을 효과적으로 유치할 수 있는 방법이 있다면 창업을 지원하는 데 있어 최고의 방법이 될 것으로 생각된다.

03

분석 결론

상권의
적은 밀도

Target과의
가까운 거리

평균 3500여 명의
잠재적 고객

{ 아파트 상권의 강점 }

05



창업 아이디어

01

아파트 상권 추천 아이템

아파트 상권의 강점을
부각시킬 수 있는 아이템 추천



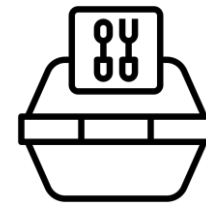
비건 베이커리

달걀이나 우유, 버터 등
동물성 재료가 들어가지 않는
빵·과자·케이크를 판매하는 빵집



강아지 유치원

반려동물 소유자가 장시간
외출 시 반려동물을 돌볼 시간이
없을 때를 위한 서비스



밀키트

4세대 HMR(가정간편식)
'식사를 만들 수 있는 모든
편의가 갖춰져 배달되는 키트'



비건 베이커리

Strengths

건강하고 좋은 품질의 제품 제공
알레르기/아토피환자도 섭취 가능
가벼운 채식주의자까지 Target 설정 가능



S

W

Weaknesses

채식에 대한 편견
재고관리에 대한 통제가 어려움
일반 베이커리에 비해 높은 가격

Opportunities

채식에 대한 수요 증가
매장 수가 적어 독점적 지위 획득 용이
전세계적인 '비거니즘(Veganism)' 트렌드

O

T

Threats

온라인에서도 손쉬운 구매 가능
코로나로 인한 경기 침체



비건 베이커리

- ▶ 2017년 기준 국제채식인연맹은 전 세계의 채식 인구를 1억 8,000여 명으로 추산하고 있으며 채식주의자 중에서 동물성 음식을 전혀 먹지 않는 비건인은 그 중 5,400만 명 정도이다.
- ▶ 국내에서도 비건인이 증가하고 있는 추세이다. 한국채식연합에 따르면 전체 인구의 2~3% 정도인 100~150만 명이 채식 인구이며 그 중 비건은 50만 명으로 예상되고 있다.



- ▲ 썸트렌드의 비건 연관어 검색 추이를 살펴본 결과, “비건빵”에 대한 관심이 지속적으로 증가하는 추세를 보인다.



강아지 유치원

Strengths

자격증이 필수적이지 않아 진입장벽이 낮음
장시간 외출 시 믿고 맡길 수 있는 기능
위탁이외 서비스 제공의 폭이 넓음

S

W

Weaknesses

인지도가 높지 않음
초기 자본금이 높은 편

Opportunities

반려동물 시장 확대
반려동물 관련 지출의 지속적 증가 추세
프리미엄, 웰빙 트렌드 확산으로 다양한 분야 접목 가능

O

T

Threats

경기 침체 시기 경제적 부담이 될 수 있음
낮은 진입장벽으로 경쟁업체의 위협 가능성 있음

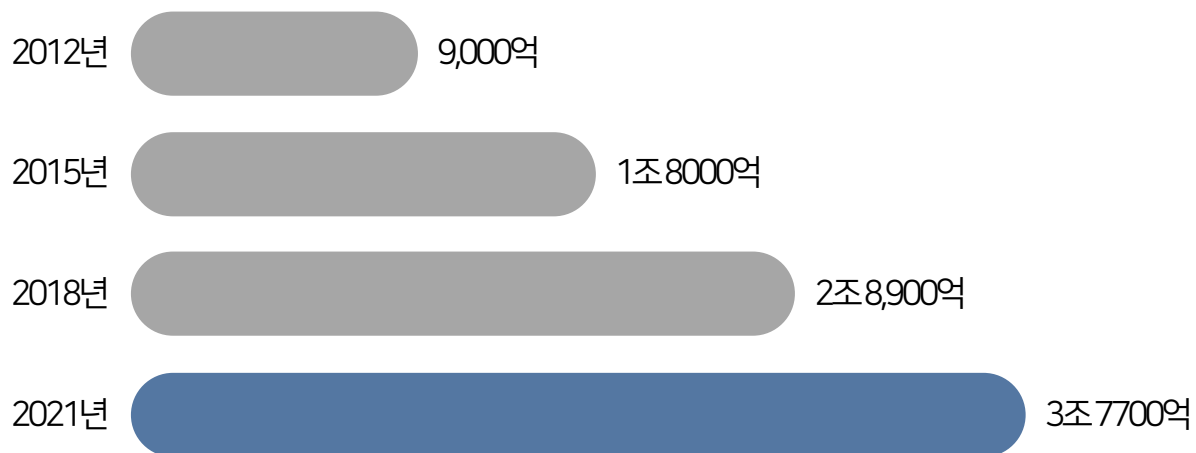


강아지 유치원

- ▶ 국내 반려동물 보유 가구 추이가 증가함에 따라 국내 반려동물 관련 시장 규모 또한 함께 지속적으로 증가하는 추세이다.
- ▶ 따라서 거주 인구가 많은 아파트 상권의 경우, 반려동물 관련 시장으로의 진입이 용이할 것으로 예상된다.

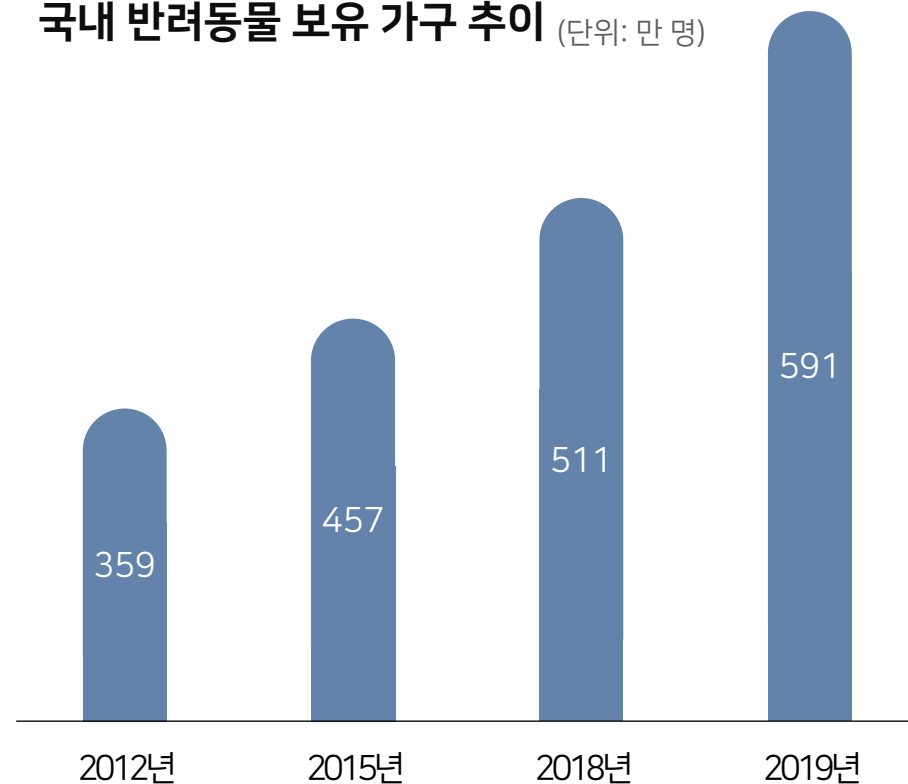
국내 반려동물 관련 시장 규모 (단위: 원)

※2021년은 전망치

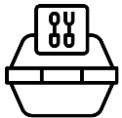


자료: 통계청, 농림축산식품부

국내 반려동물 보유 가구 추이 (단위: 만 명)



자료: 통계청, 농림축산식품부



밀키트(Mealkit)

Strengths

재료 신선도가 높고 배달음식에 비해 위생적임
조리시간을 단축할 수 있음
재료 준비를 위한 시간을 단축할 수 있음

SW

Weaknesses

현재까지는 단가가 높음
신선품을 사용한다는 장점이 있지만 그만큼 유통기한이 짧음

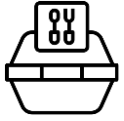
Opportunities

코로나 이후 세계적으로 밀키트 시장이 엄청나게 성장
배달음식의 위생에 대한 부정적인 시각이 많이 존재
혼자사는 가구가 늘어남에 따라 수요 증가

OT

Threats

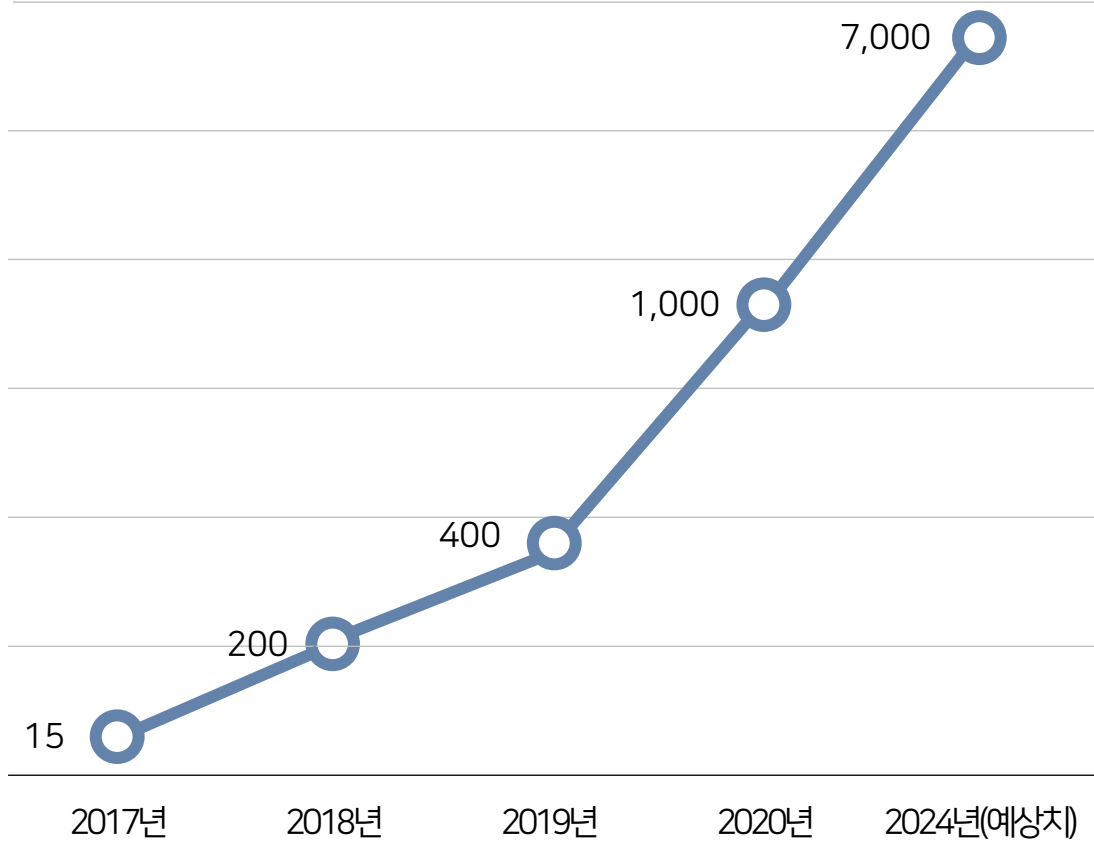
온라인에서도 손쉬운 구매 가능
아직 초기 단계의 시장조건



밀키트(Mealkit)

국내 밀키트 시장 규모

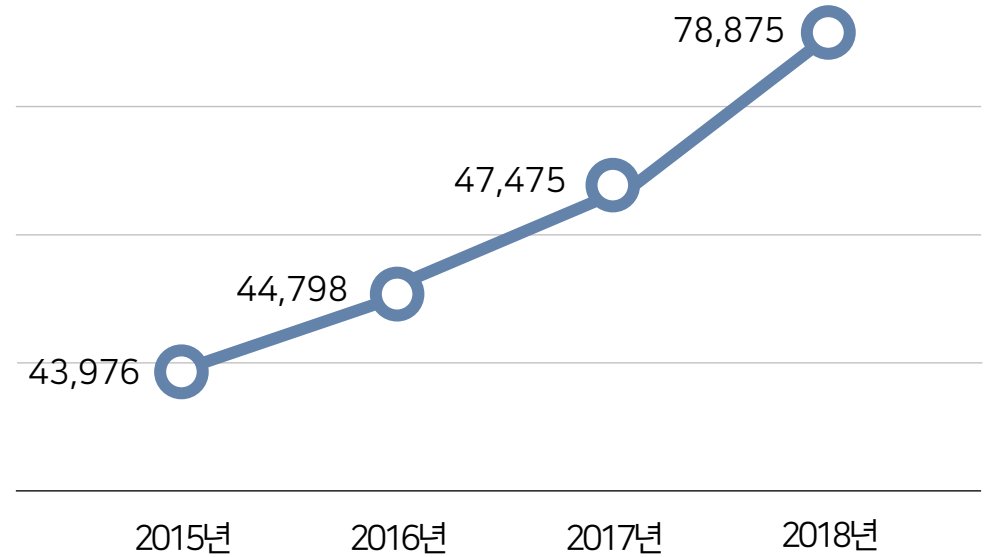
(단위: 억 원)



자료: 한국농촌경제연구원

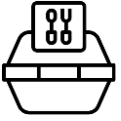
가구당 월평균 간편식 지출액 추이

(단위: 원)



자료: 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사

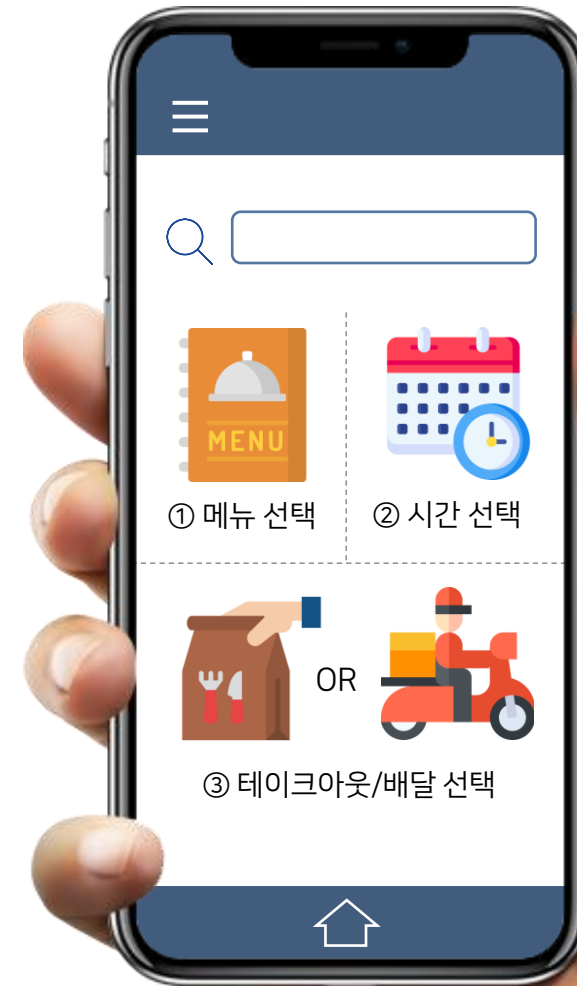
1. 시장이 형성된 지 3~4년 밖에 되지 않았는데도 작년 밀키트 시장 규모는 재작년(400억)의 **2배 이상**인 1000억에 이른다.
2. 코로나 시대와 1인 가구 증가 등의 여러가지 사회 현상들로 밀키트 시장의 규모는 **성장하고 있는 추세**이다.
3. 또한 **간편식에 대한 비중**이 늘고 있음을 지출액 추이를 통해 확인 할 수 있다.
4. 지금과 같은 추이라면 2024년에는 **7000억의 규모**로 성장할 것으로 예상된다.



밀키트 사업전략

어플리케이션 활용

- 사용자가 사전에 **메뉴**와 원하는 **시간** 선택
- 아파트 상권의 경우, 고객과의 거리가 **가까우므로** 테이크아웃이 용이
- 귀가 전 밀키트를 **테이크아웃**하거나 집앞으로 **배달**





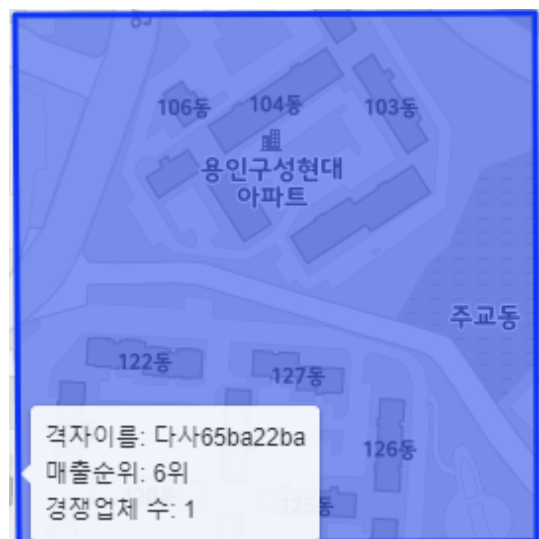
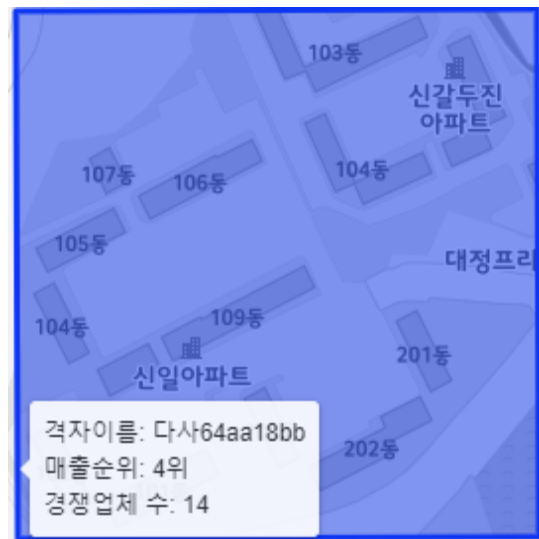
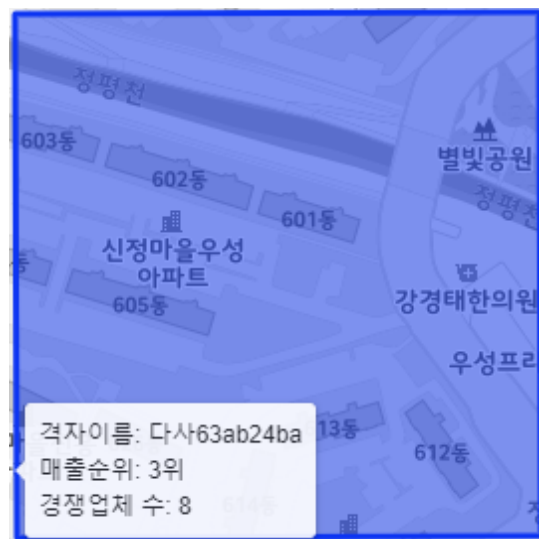
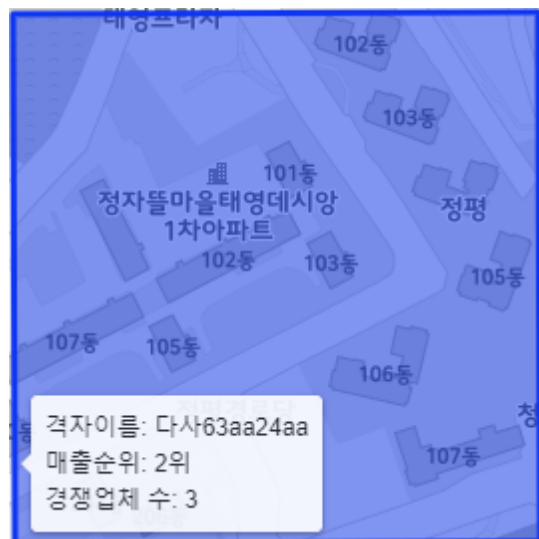
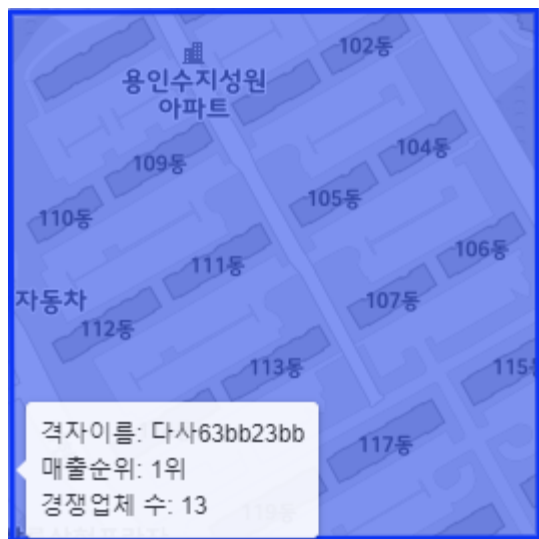
TOP 20 아파트 격자



- ▶ 거주인구수가 높은 격자중에서 총 매출액 순으로 다시 분류하여 선정
- ▶ 아파트 격자 창업 장소에 대한 정보를 제공
- ▶ 경쟁업체 수는 음식관련업종(밀키트, 배달음식점 등의 창업시 경쟁업체 수)



TOP 20 아파트 격자



```
Competitor = ['Q01', 'Q02', 'Q03', 'Q04', 'Q05', 'Q06',  
              'Q07', 'Q10', 'Q11', 'Q13', 'Q14']  
for i in list:  
    Apart = yi_l_gid[yi_l_gid['gid'] == i]['중분류코드']  
    Com = 0  
    for j in Apart:  
        if j in Competitor:  
            Com += 1  
    C.append(Com)
```

※ Competitor = 음식 관련 업종 코드



한방 카페

- ▶ 커피 대신 차(茶)를 찾는 20~30대가 늘고 있다.
건강을 중시하는 트렌드가 결합되면서 점차 커피를 대체하는 음료로
다양한 맛과 기능성이 함유된 차 제품을 찾는 20~30대가 늘고 있는 추세이다.

출처: 식품외식경영

- ▶ 또한, 최근 신종 코로나 바이러스 감염증의 확산으로 인해 면역력 강화가
화두로 부상하면서 전통 한방차에 대한 관심이 높아지고 있다.

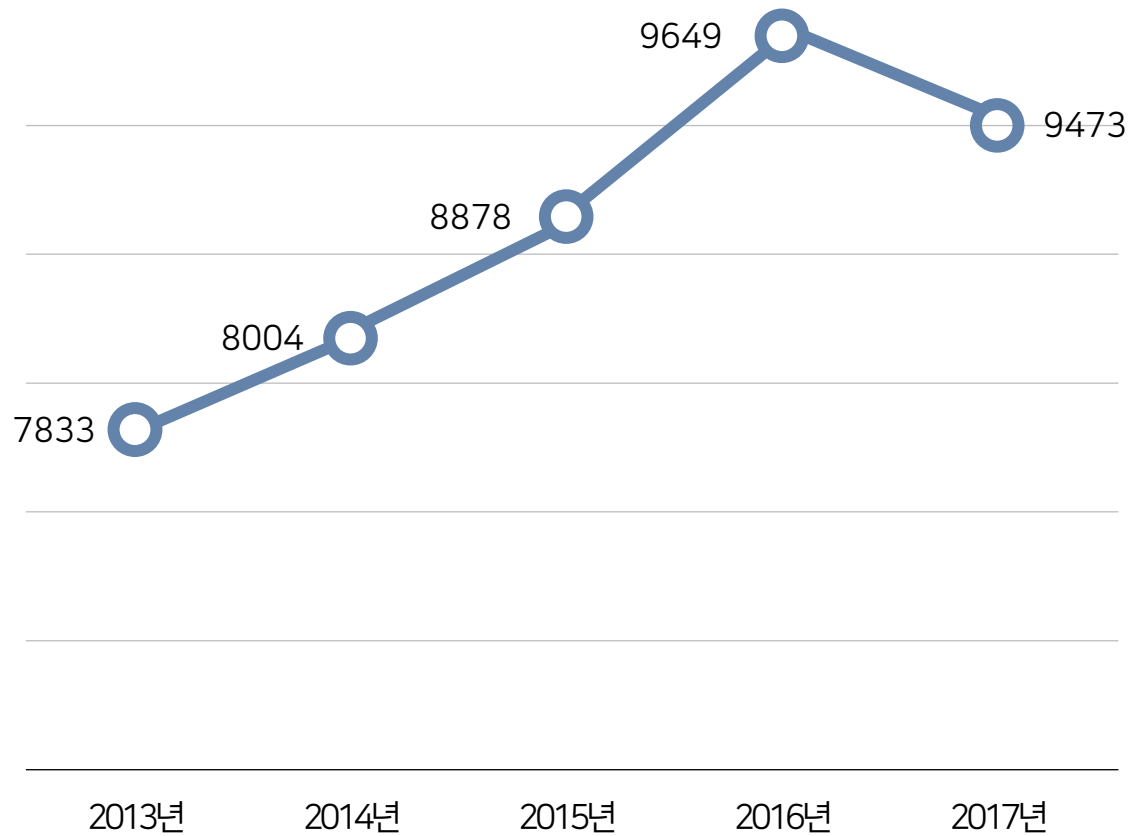
출처: 시장경제



한방 카페

연간 다(茶)류 국내판매량 합계

(단위: 억 원)



자료: 식품의약품안전처



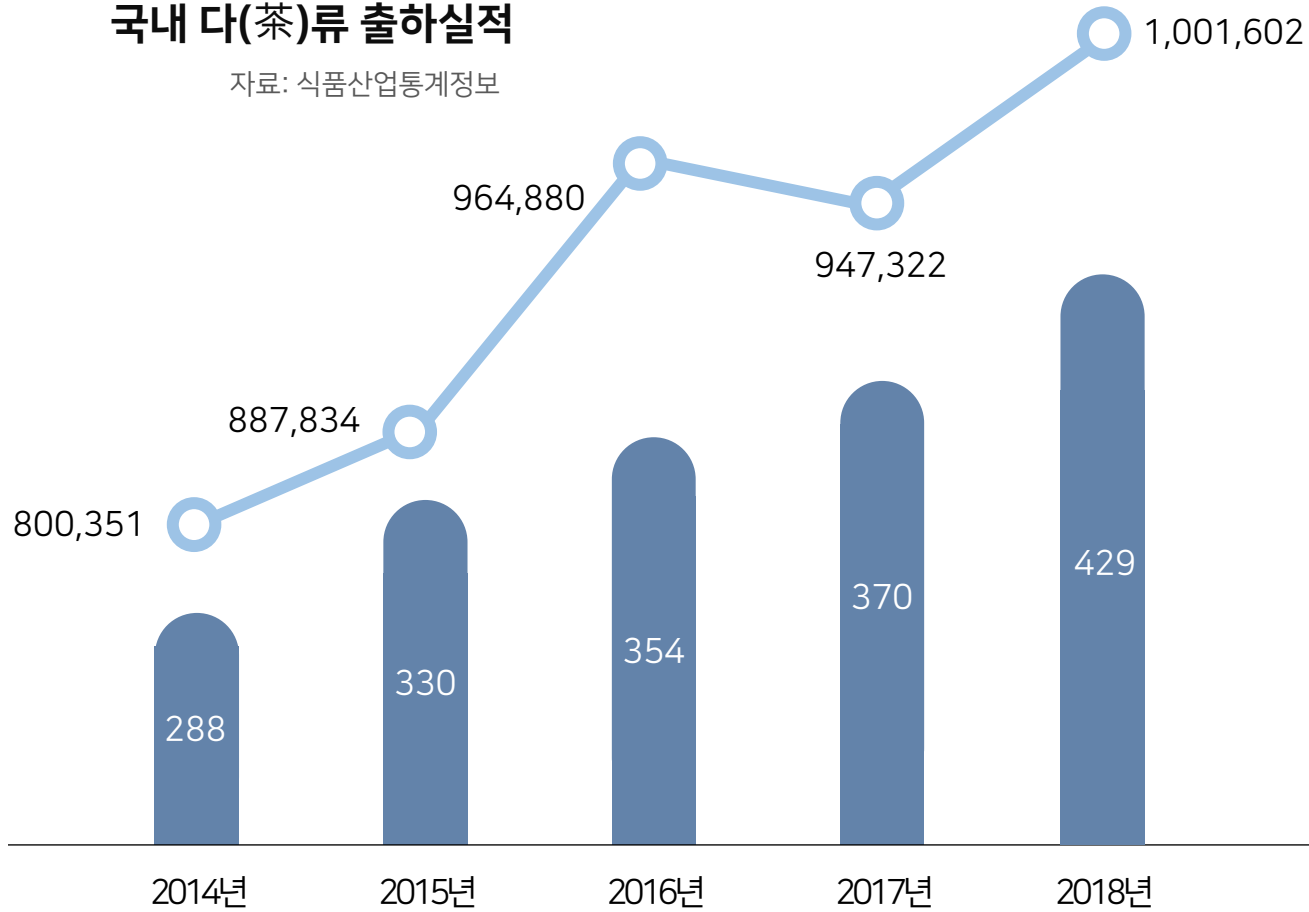
- ▶ 식품의약품안전처의 [연간 다류 국내 판매량 합계] 추이를 보면 차에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있는 것으로 보여진다.



한방 카페

국내 다(茶)류 출하실적

자료: 식품산업통계정보



출하액(단위: 백만 원)

출하량(단위: 천 톤)

- ▶ 식품산업통계정보의 [가공식품 세분시장 현황 보고서]의 국내 다류 출하실적을 살펴 본 결과, 출하량과 출하액 모두 지속적으로 증가하는 추세다.
- ▶ 따라서, 차에 대한 수요의 증가를 통해 한방차에 대한 수요 또한 증가할 것으로 예상되어, 한방카페에 대한 전망이 밝을 것으로 보인다.
- ▶ 또한, 오피스 상권에서 한방카페 창업을 할 경우, 근무 중간에 업무 스트레스를 해소할 수 있으므로 한방카페는 오피스 상권 창업의 좋은 아이디어가 될 수 있다.



한방 카페

Strengths

차의 대중화 가능성 높음
도심 속 휴식공간(힐링)의 이미지
특색 있는 효능을 인정받는 차의 종류가 많음

S

W

Weaknesses

재료 조달 및 관리가 커피에 비해 까다로움
가격대 상향 편중의 가능성이 있음

Opportunities

힐링+웰빙 트렌드
인구 고령화에 따른 실버 세대의 증가
일반 커피 시장은 포화 상태, 한방차의 경우 차별화 가능

O

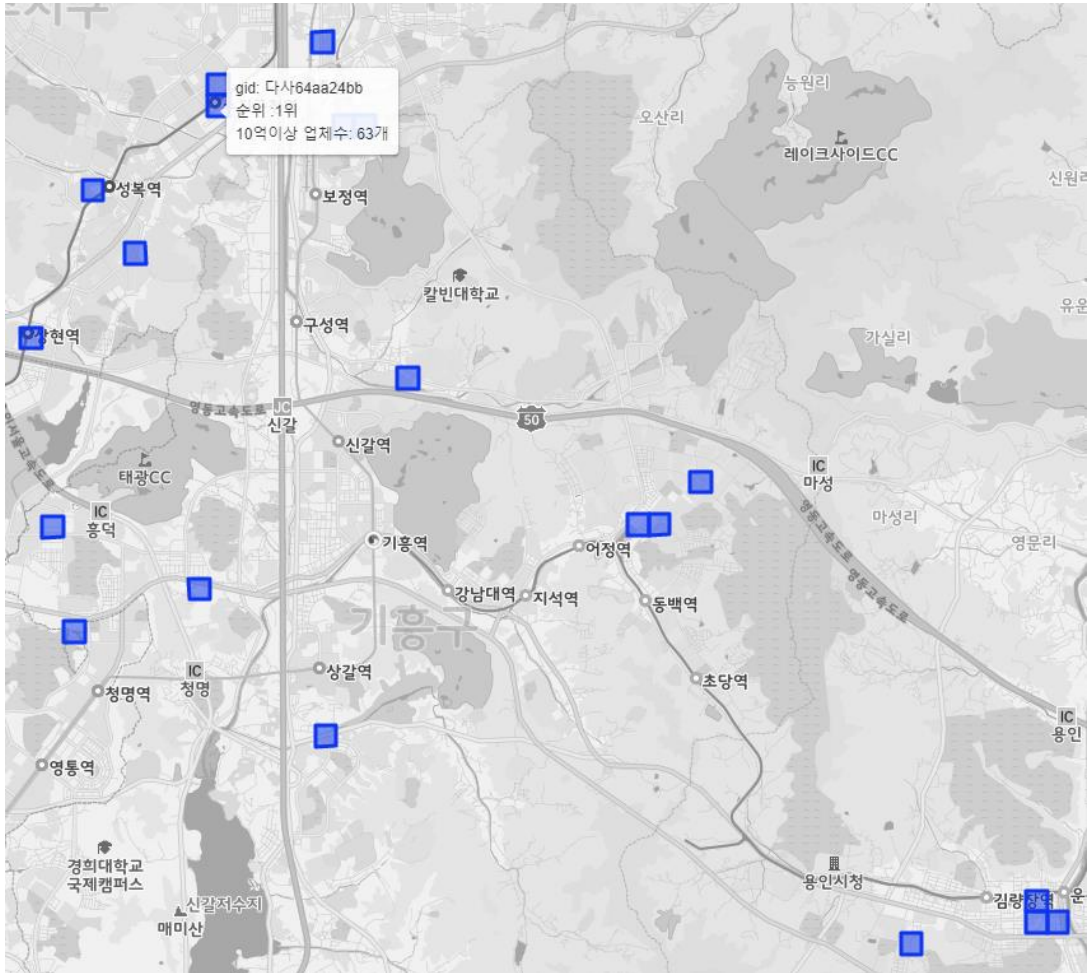
T

Threats

Target이 비교적 한정적임
일반 커피 시장에서의 차 메뉴 개발



TOP 20 오피스 상권 격자



- ▶ 상대적으로 많은 대출을 받은 격자일수록 업체들의 규모가 더 크다는 점을 중심으로 sme_loan_y_6(대출금액 10억 이상)이 많은 격자를 분류하여 분석하였다.
- ▶ 격자당 평균 Q01(한식) 20.95개의 음식점, F01(생활서비스) 19.85개의 업체가 입점하고 있다.
- ▶ 격자들을 분석한 결과 **오피스상권**을 형성하는 특성들이 보여진다.

Ah	Jum	Ju	Rest
20.00000	20.00000	20.00000	20.00000
15073.92650	16570.48650	19011.15050	20773.70650

▲ 10억이상 대출 격자의 유동인구수

Ah	Jum	Ju	Rest
2257.00000	2257.00000	2257.00000	2257.00000
2509.71903	2672.04572	2844.03419	3479.08732

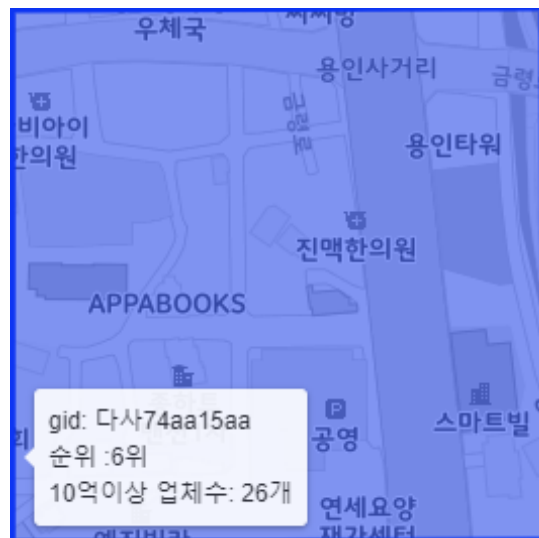
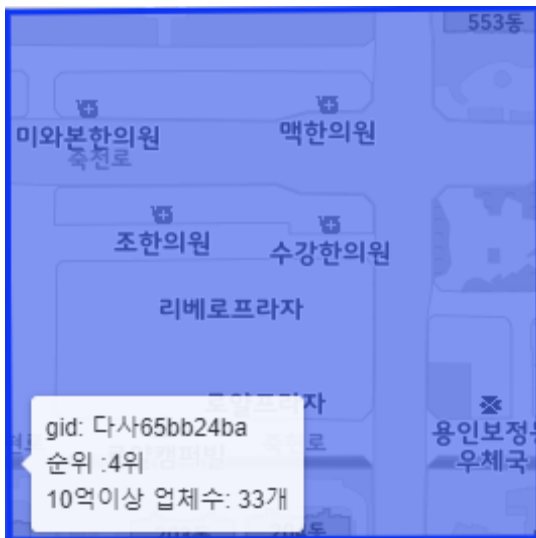
▲ 전체 유동인구수 평균

구분	특성
사무실(오피스) 상권	<ul style="list-style-type: none">- 관공서나 회사원이 고객의 주류층을 이루는 지역- 점심시간과 저녁 퇴근시간에 고객이 많음- 평일에 비해 주말에는 고객이 현저히 감소

자료: 호텔앤레스토랑



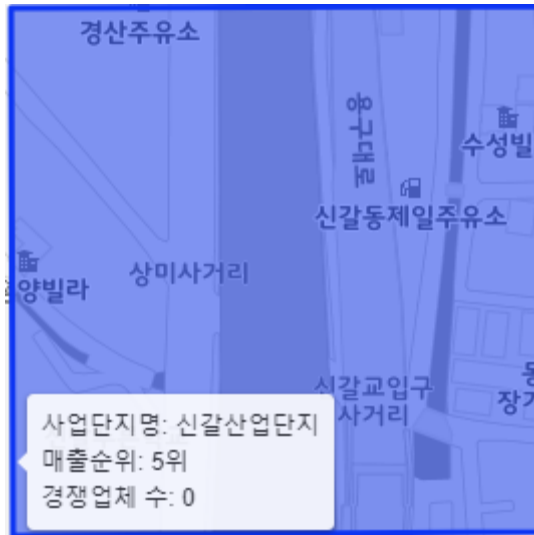
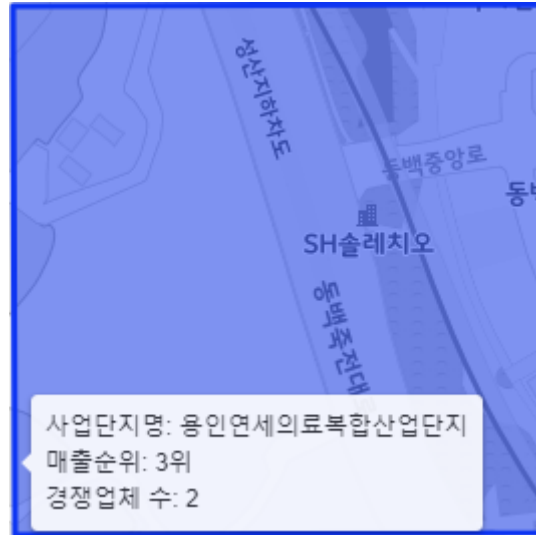
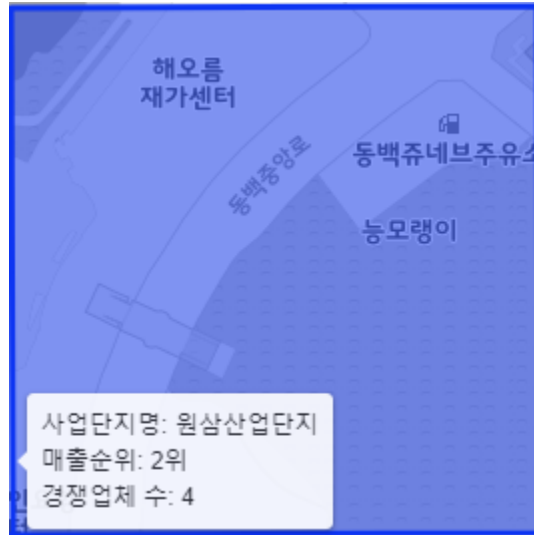
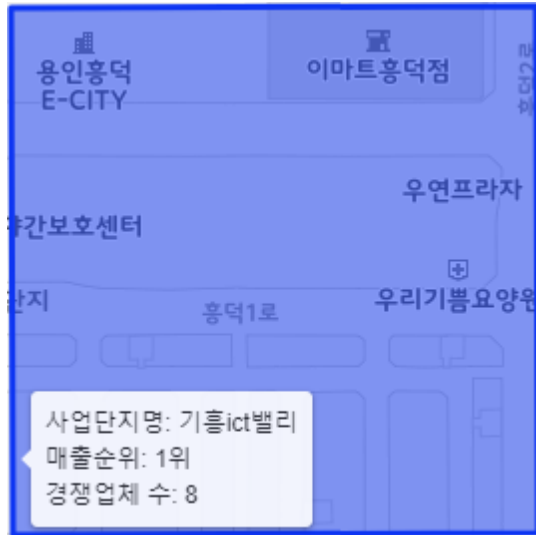
TOP 20 오피스 상권 격자



- ▶ sme_loan_y_6가 많은 TOP20 격자를 살펴 본 결과, 격자 내에 한의원 수가 많은 것을 알게 되었다.
- ▶ 이를 통해 해당 지역이 한의학에 대한 수요가 많은 것으로 예상하였다.
- ▶ 따라서 이와 같은 격자에서는 한방카페에 대한 긍정적인 여론으로 이어질 수 있을 것으로 보인다.



산업단지 격자



▶ '용인시 민간산업단지 조성현황 정보'를 참조하여 상권정보 격자 내에 위치한 산업단지만을 선별 후 분석하였다.

자료: 한국경제신문

▶ 해당 격자의 경쟁업체는 중분류코드 'Q12'인 '커피점/카페'로 특정하였다.

참고 자료

각종 통계자료

- 통계청: <http://kostat.go.kr/>
- 한국농촌경제연구원: <https://www.krei.re.kr/>
- 농림축산식품부: <https://www.mafra.go.kr/>
- 한국농수산물유통공사: <http://www.at.or.kr/>
- 식품의약품안전처: <https://www.mfds.go.kr/index.do>

창업지원사업

- 한국경제: <https://www.hankyung.com/politics/article/2020100923281>

비건베이커리

- 한국채식연합: <https://www.vege.or.kr/>
- 한국비건인증원: <http://vegan-korea.com/>
- 중앙일보: <https://news.join.com/article/23550673>
- 아시아경제: <https://www.asiae.co.kr/article/2020052915412598798>
- 썸트렌드: <https://some.co.kr/some-gallery/detail?someGalleryInfoSeq=266788e7-444d-4660-8ca2-505b2110ff6d>
- 미디어동원: <https://media.dongwon.com/post/625>

밀키트

- 식품외식경영: <https://www.foodnews.news/mobile/article.html?no=80377>
- FORTUNE KOREA: <http://www.fortunekorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=12303>

강아지유치원

- 중앙시사매거진: <https://jmagazine.join.com/economist/view/328263>
- 서울신문: <http://go.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20131019008009>
- 스카이데일리: http://www.skyedaily.com/news/news_view.html?ID=63479
- 한국경제매거진: <https://magazine.hankyung.com/money/article/2019082800172041062>

한방카페

- 고대신문 <http://www.kunews.ac.kr/news/articleView.html?idxno=30201>
- 시장경제: <http://www.meconomynews.com/news/articleView.html?idxno=40747>
- 식품외식경영: <http://www.foodnews.news/news/article.html?no=149857>
- 한국티소믈리에연구원: <http://www.teasommelier.kr/>
- 호텔앤레스토랑[김영갑 교수의 상권분석과 마케팅36 - 상권과 입지의 분류 이해하기]: <https://www.hotelrestaurant.co.kr/news/article.html?no=3529>
- 한국경제: <https://www.hankyung.com/society/article/2017022272961>
- FIS 식품산업통계정보 [2019 가공식품 세분시장 현황 보고서]: <https://www.atfis.or.kr/home/M000000000/index.do>

• • • • • • • •
THANK YOU 😊