

성신여대 상권 중 10년 이상 생존한 음식점 특징분석

20192784 윤경서

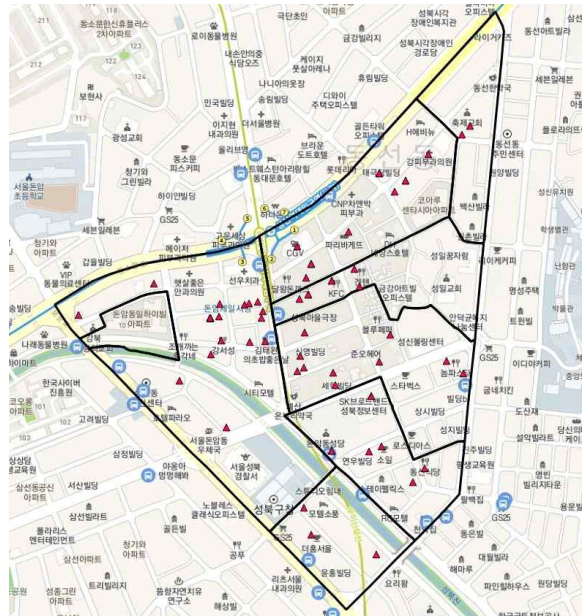
1년에 수없이 많은 음식점이 생겨나고, 그와 동시에 수없이 많은 음식점이 사라집니다. 그 사이에서 유행과 사회적 분위기, 추구하는 가치 등 계속되는 변화에 적응하며 10년 이상 생존한다는 것은 쉬운 일이 아닙니다. 많은 상권 중 성신여대 상권에서 10년 이상 생존한 음식점을 조사하고 특징을 분석한 결과를 보고드리고자 합니다.

분석하기 전 세웠던 가정은 다음과 같습니다.

- ◆ 대학교 상권이기에 때문에 학생, 청년층을 타깃으로 한 음식점들이 많을 것이다.
- ◆ 호불호가 갈리지 않는 대중적인 음식일 것이다.
- ◆ 10년 정도의 전통과 경력이 쌓였을 것이니 지점을 확장한 음식점이 많을 것이다.

위의 가정을 바탕으로 타깃층 분석, 메뉴 분석, 지점을 확장한 음식점의 위치 분석을 진행하였습니다.

다음은 성신여대 상권에서 10년 동안 살아남은 음식점 위치 데이터입니다.



69개의 음식점 중 한식/분식점이 46곳으로 압도적으로 많았으며, 퓨전음식/양식/일식/패스트푸드점이 15곳, 제과제빵 떡/커피점이 8곳을 차지했습니다.

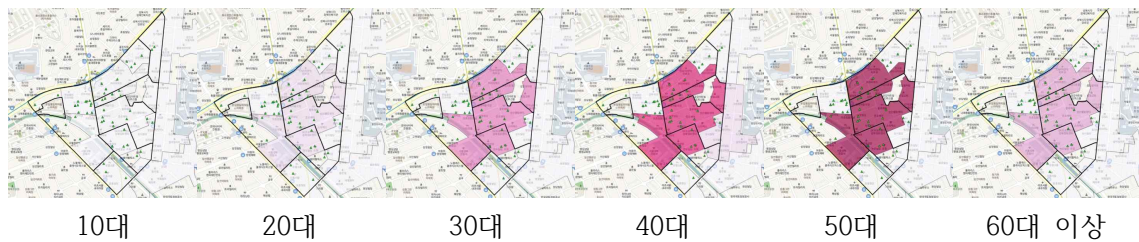
◆ 주 타깃층 분석 - 중년층

해당 조사권역은 성신여대 대학가로 청년들이 매우 많은 곳입니다. 그럼에도 불구하고 10년 이상 생존한 음식점의 주 타깃층이 중년층인 이유를 직장인구 수, 유동인구 수, 카드 매출 내

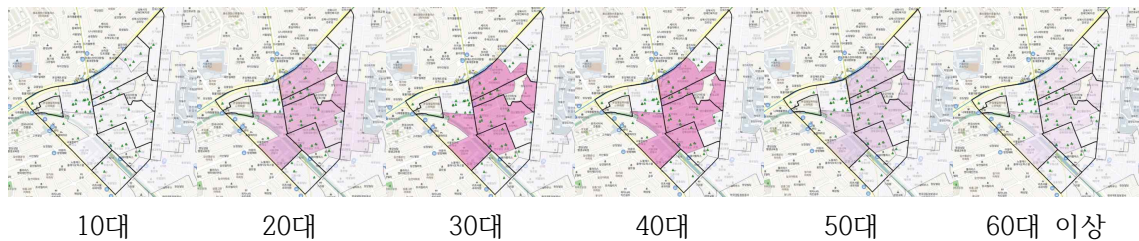
역, 직장인이 선호하는 메뉴를 주제로 다룬 기사로 설명하겠습니다.

다음은 조사권역에 속하는 상권에 따른 직장인구 수 데이터입니다.

남성_직장인구 수



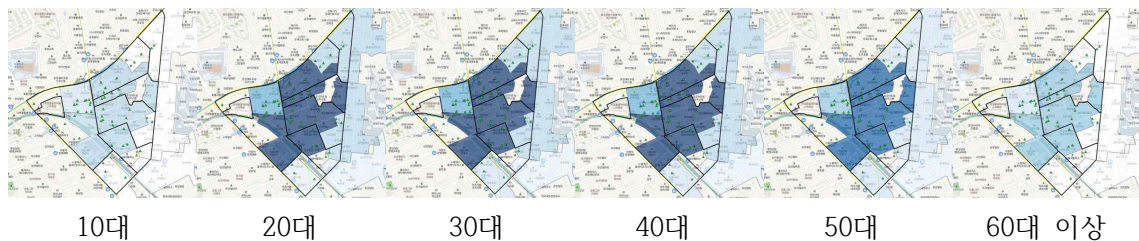
여성_직장인구 수



조사권역의 중심에 자리 잡고 있는 발달상권에서의 직장인구 수가 성별과 연령대에 따라 큰 차이를 보인다는 것을 알 수 있습니다. 여성보다는 남성이 훨씬 많으며, 남성이 여성보다 연령대가 조금 더 높은 것을 알 수 있습니다. 직장이 밀집해있다는 것은 해당 권역 안에 머무르는 직장인이 많다는 것이며, 직장인의 특성상 식사 시간이 한정적이라는 것을 고려한다면 해당 권역 내에서 혹은 인접한 권역 내에서 식사를 할 것임을 짐작할 수 있습니다.

다음은 조사권역에 속하는 상권에 따른 유동인구 수 데이터입니다.

유동인구 수



중년층에 주로 밀집해있던 직장인구 수보다는 청년층까지 포함한 다양한 연령층의 분포를 볼 수 있습니다. 대학가인 만큼 청년층의 유동인구 수가 가장 많을 것이라고 예상하기 쉽지만, 중년층이 청년층과 거의 비슷한 유동인구 수를 보인다는 것을 알 수 있습니다.

다음은 조사권역에 속하는 기초구역에 따른 카드 매출 관련 데이터입니다.

남성 신용카드 매출 온도지도



여성 신용카드 매출



국가기초구역에 따른 신용카드 데이터는 조사권역 내에 일부만 존재하기 때문에 이 데이터가 조사권역 전체를 대표하는 값으로 보고 설명하겠습니다. 이 중 돈암시장이 포함된 기초구역은 시장이 대부분을 차지하여 다른 구역에 비해 가격대가 현저히 낮은 것으로 추정됩니다. 위 데이터에 따르면 직장인구 수 데이터와 비례하게 남성이 여성보다 카드 매출이 훨씬 크며 중년층이 청년층보다 카드 매출이 크다는 것을 알 수 있습니다. 또한, 연령대와 성별에 따라 매출의 변화가 눈에 띄게 보이는 구역이 직장인구가 밀집해있던 구역과 바로 인접한 구역입니다. 따라서 많은 직장인들이 직장과 인접한 곳에서 식사를 한다는 것을 짐작할 수 있습니다.

이데일리, 경향신문, 강원일보, 머니투데이에서 직장인이 선호하는, 주로 먹는 음식에 대한 통계자료를 보도한 기사가 있습니다. 기사들에 따르면 직장인이 선호하는, 주로 먹는 점심 메뉴는 백반, 찌개/탕류, 돈가스, 김밥 등이 있으며, 저녁 메뉴로는 치킨, 삼겹살, 소고기, 기타 고기류 등이 있는 것을 알 수 있습니다. 성신여대 상권에서 10년 이상 생존한 음식점의 메뉴를 살펴보면 직장인의 점심, 저녁 메뉴와 매우 유사하다는 것을 알 수 있습니다.

조사권역에 속하는 직장인구, 유동인구, 신용카드 매출 데이터를 종합해보면 청년층부터 중장년층까지 다양한 연령대가 밀집해 있습니다. 그러나 유동인구에 비해 정기적으로 오랜 시간 권역에 머무는 사람들은 직장인구가 될 것이며, 직장인구는 청년층보다 중년층이 많습니다. 신용카드 매출 데이터에서도 알 수 있듯이 청년층에 비해 중년층의 매출이 높으며, 중년층이 대부분인 직장인들이 선호하는 메뉴는 10년 이상 된 음식점들의 주메뉴와 매우 유사합니다. 따라서 10년 이상 생존한 음식점들은 중년층을 주 타깃층으로 삼는다는 것을 확인할 수 있습니다.

◆ 메뉴 분석 - 대중적인 메뉴

일요시사에서는 2011년, 경향비즈, 뉴스핌에서는 2013년에 직장인이 선호하는, 주로 먹는 음

식에 대한 통계자료를 보도한 기사가 있습니다. 이 기사들에 따르면 선호하는 혹은 주로 먹는 점심 메뉴로는 찌개/탕류, 백반, 비빔밥, 돈가스, 제육볶음 등이 있으며, 저녁 메뉴로는 삼겹살, 치킨, 회, 소고기, 돼지갈비, 기타 고기류 등이 있는 것을 알 수 있습니다. 약 10년 전의 통계자료와 현재 통계자료의 결과가 거의 같다는 것은 10년 이상 생존한 음식점의 주메뉴들이 시대에 상관없이 호불호가 갈리지 않는, 유행을 따라가지 않는 대중적인 메뉴라는 것을 의미합니다.

◆ 지점을 확장한 음식점 분석 - 매우 드물며, 해당 음식점은 본점과 인접한 곳에 지점확장

다음은 지점을 확장한 음식점의 위치 데이터입니다.

생존기간 동안 지점을 확장한 음식점



주황색 버퍼의 라벨은 2010년, 초록색 버퍼의 라벨은 2020년의 지점을 확장한 음식점의 데이터입니다. 10년간 생존한 많은 음식점 중 지점을 확장한 음식점은 단 세 곳이며, 이 음식점들의 특징은 본점과 매우 인접한 위치에 지점을 확장했습니다. 바다와 인접한 곳에 가면 수많은 횡집, 해산물 집이 줄지어있습니다. 같은 메뉴의 식당들이 즐비해 있기에 해산물을 먹으러 바닷가를 가는 사람들도 있습니다. 이와 같은 또 다른 예로는 전주 한옥마을이 있습니다. 비빔밥 식당들이 즐비해 있어 전주 한옥마을은 한옥뿐만 아니라 비빔밥으로도 매우 유명하며, 비빔밥을 먹으러 전주 한옥마을에 방문하는 사람들도 많습니다. 지점을 확장한 세 음식점은 이와 같은 마케팅을 사용하여 인접한 곳에 지점을 확장했다는 것을 짐작할 수 있습니다.

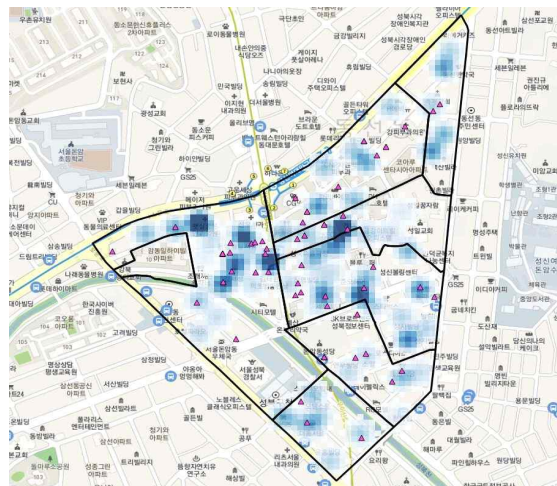
◆ 내부 공간 분석, 종업원 수 분석 - 좁은 내부, 최소한의 직원

성신여대 상권은 잘 알지 못하는 지역이라 직접 방문을 했습니다. 10년 이상 생존한 음식점

들을 돌아보며 상권을 돌아왔습니다. 10년 이상 생존한 음식점은 내부가 좁아 보였으며, 가족경영을 하는 것처럼 보였습니다. 직접 방문한 세 곳의 음식점 또한 내부가 넓지 않았고, 가족경영을 하는 곳이었습니다. 방문한 음식점에서 사장님과 인터뷰를 할 수 있는 기회가 생겨 임대료에 관한 질문을 하게 되었습니다. 임대료 차이가 구역별로 크게 차이가 나며, 임대료가 비싸 아르바이트생 혹은 직원의 수가 많으면 손해를 본다는 것을 알게 되었습니다. 인터뷰 후 내부 공간과 직원 수를 추정해보기 위해 토지표준가격에 대한 분석을 했습니다.

다음은 토지표준가격 관련 데이터입니다.

토지표준가격 온도지도



10년 이상 생존한 음식점은 대부분 토지표준가격이 높은 곳에 위치한다는 것을 알 수 있습니다. 토지표준가격이 높다는 것은 집객시설이 많아 유동인구 수가 많은 곳을 의미합니다. 따라서 수익을 내며 꾸준히 생존하기 위해서는 내부 면적이 넓을수록, 직원 혹은 아르바이트생 수가 많을수록 손해라는 것을 알 수 있습니다.

【최종 분석결과】

성신여대 상권의 10년 이상 생존한 음식점은 중년층을 타겟으로 하며, 메뉴는 유행을 따라가지 않는 대중적인 메뉴입니다. 지점을 확장하는 음식점은 거의 없으며, 지점을 확장한 음식점의 경우 본점과 인접한 곳에 지점을 확장하여 한 공간에 밀집시키는 마케팅 전략을 사용합니다. 또, 대부분 유동인구가 많은 곳에 위치한다는 위치적 특징으로 인한 값비싼 토지표준가격으로 내부가 넓지 않으며, 최소한의 직원으로 가족경영을 하는 곳이 많습니다.

✓ 참고자료

상권-직장인구(서울시 우리마을가게 상권분석서비스, 2019.12.24.) / 상권-추정유동인구(서울시 우리마을가게 상권분석서비스, 2019.12.24.) / 상권영역(서울시 우리마을가게 상권분석서비스, 2019.12.24.) / 직장인 4명 중 1명 점심 때 '혼밥'...지출은 평균 6110원(경향신문, 2019.06.09.) / 직장인 점심값 평균 6230원...구내식당 이용자 늘었다(이데일리, 2018.06.14.) / 직장인 점심식사 선호도 1위 '회·초밥'(강원일보, 2019.11.07.) / 직장인 85% "주 1회 이상 외식"...점심 메뉴 1위 찌개류, 저녁은 치킨(머니투데이, 2018.01.09.) / 직장인 점심메뉴 3위 백반, 2위 된장찌개, 부동의 1위는? (경향비즈, 2011.03.24.) / 직장인 점심값은 얼마?(일요시사, 2013.04.03.) / 직장인 회식 메뉴 1위 '삼겹살'...2위는 '호프집 안주 메뉴'(뉴스핌, 2013.09.10.) / 2020년 2학기 공간빅데이터 수업자료(국민대학교, 송규봉, 2020.09.03.-2020.12.10.)