

기상 조건이 대형 할인점 가공 식품 판매량에 미치는 영향

- 음료, 주류, 빙과류를 중심으로 -

박 신 애 (건국대학교 지리학과, parksa@konkuk.ac.kr)

이 승 호 (건국대학교 지리학과, leesh@konkuk.ac.kr)

본 연구에서는 대형 할인점의 가공 식품 중 음료, 주류, 빙과류 판매량을 중심으로 기상 조건과의 관련성을 파악하고자 하였다. 이를 위해 음료와 주류, 빙과 품목에 대한 일별 매출량 자료와 기상청에서 제공하는 기온, 강수량 등의 일별 기상 자료를 사용하였다.

음료, 주류, 빙과류의 판매량은 기온 요소와 밀접한 상관관계를 갖는다. 생수, 튜브 빙과, 바 아이스는 휴일의 일 평균 기온에 가장 민감하게 반응하며, 기온이 상승하면 이들 품목의 매출량은 뚜렷이 증가한다. 빙과류의 판매량은 대체로 일 최고 기온 보다 일 평균 기온에 민감하게 반응한다. 과즙 음료, 기능성 음료, 냉장 음료, 이온 음료는 일 최고 기온이 상승하면 매출량이 증가하는 경향이다. 음료에서는 두유와 탄산 음료를 제외한 모든 품목에서 기온 요소와 상관관계가 비교적 높다. 주류에서는 맥주가 휴일의 일 최저 기온과 유의한 정적 상관관계를 갖는다. 반면 꼬냑, 브랜디, 위스키, 통아이스크림, 콘모나카의 매출량은 기온과 부적 상관관계를 갖는다. 이러한 결과는 음료, 주류, 빙과류 판매와 밀접한 관계를 갖는 기온 요소는 상품에 따라 다르며, 같은 기온 요소라도 정반대의 영향을 미칠 수 있음을 보여준다.

풍속, 적설량과 꼬냑, 브랜디, 위스키, 통아이스크림, 콘모나카를 제외한 음료, 주류, 빙과류 품목의 판매량은 대체로 약한 부적 상관관계를 갖는다. 이밖에 강수량, 습도, 일조 시간, 운량과의 상관관계에서는 대부분의 품목에서 유의하지 않거나 약한 상관관계를 갖는다.

대형 할인점의 음료, 주류, 빙과류의 상품 매출량은 기상 요소 중 기온 요소에 가장 민감함을 알 수 있다. 최근 대형 할인점의 급속한 점포수의 증가로 인한 가격 경쟁이 심화되면서 기상 정보 이용의 필요성이 증대되고 있다. 기상 정보는 이러한 대형 할인점의 효율적 판매와 재고 관리에 중요한 정보가 될 수 있다. 따라서 음료, 주류, 빙과류 외에도 기상 조건에 민감한 상품을 규명하고, 상품 판매에 중요한 영향을 미치는 기상 조건에 관한 연구가 진행되어야 할 것이다.