

# 제과점 상권분석 요령

지난호에는 제과점의 이상적인 입지조건은 무엇이며 그 입지조건을 조사하는 방법을 다루었다. 이번호에는 상권을 이루는 가장 중요한 요소로서 지역거주자와 교통에 관한 상권분석은 어떻게 해야 하며 상권에 미치는 영향에 대해 알아본다.

## 1. 지역 거주자에 관한 조사

### 상권의 세대수

일반적으로 제과점의 제1차 상권은 점포 주변 500m 이내를 말한다. 이것은 가장 가까운 상권으로서 걸어서 물건을 사러 올 수 있는 거리(걸어서 10분 정도의 거리)는 대개 500m라고 한다. 그 상권내에 몇세대가 거주하고 있는가를 조사해야 한다. 가장 간단한 방법을 실례로 표시해 본다

우선 예정점포의 위치를 지도에 표시한다. 그리고 그곳을 중심으로 500m의 원을 그린다. 다음으로 원 안에 포함되는 그 지역의 동을 기입한다. 그 원안에 전부가 포함되는 동과 일부만 들어가고 잘린 동을 구분한다. <표1>

그리고 구분된 동의 세대수를 조사한다. 이것은 동사무소나 복덕방에 가서 문의하면 파악할 수 있으며, 동시에 연령층이나 가족구성 등도 알 수 있을 것이다. 또 각 신문사 보급소에 가서 그 동의 배포부수를 알면 대략적으로 세대수는 알 수 있을 것이다. 이 배포부수는 개점용 전단광고지 매수를 결정

하기 위해서도 참고가 되는 숫자이다.

원안에 전부 포함되어 있는 동에 대해서는 자료의 실수를, 원안에 일부만 포함되어 있는 동은 자료의 1/2을 각각 예정 세대수로 집계하면 <표2>와 같이 된다. 말하자면 지도상의 예정점포에서 반경 500m 이내의 예정세대수는 약 5,500세대수가 된다. 일반적으로 베이커리 경영에서 제1차 상권의 예정세대수는 최저 2,200세대수 이상을 필요로 하고 있다.

### 상권을 구성하는 소비자의 요인

해당 상권에서 소비자 구성은 어떻게 되어 있는지를 조사한다. 즉, 상권내 세대의 가족구성, 연령층, 직업별 구성비가 어떻게 이루어져 있는가를 볼 필요가 있다.

어떤 업종이라 해도 손님의 대상은 사무직 여성이나 젊은 주부층이 되며 신세대가 많을 수록 좋은 조건이라 할 수 있다. 젊은 연령층이 차지하는 비율이 높은 지역일 수록 소비구매력이 왕성하며 또한 인구 증가율도 높으므로 앞으로 성장 가능한 지역으로 판단해도 좋을 것이다.

일반적으로 육체 노동자보다도 사무근로자 가정이 식사도 서양화되어 있으며 자연히 빵식 보급율도 높은 것으로 되어 있다. 따라서, 직업별 구성비를 보았을 때 일반 샐러리맨 가정이 많은 지역일 수록 빵의 수요가 높은 것으로 생각할 수 있다.

가정용 서적이나 피아노 세일즈맨은 널려 있는 세탁물에 따라 그 지역 판매예상을 파악한다고 한다. 제과점을 출점하고자 할 때는 이 정도로 자세히 주변 상황을 파악하는 것이 중요하다.

### 상권을 구성하는 소득 수준층

소득수준은 보행자의 복장이나 직업, 주변 상점의 분위기에서 추측할 수 있다. 그러나 더욱 자세하게 알고자 한다면 구청이나 동사무소에 가서 문의하면 가장 새로운 자료를 입수할 수 있을 것이다.

소득수준에서 생각해야 할 것은 그 지역성에 맞는 상품계획이 있어야 한다. 앙금빵이 잘 팔리는 지역이 있는가 하면 프랑스빵이나 독일풍의 빵이 인기가 있는 지역도 있다. 이것은 소득수준 차이에서 오는

표1

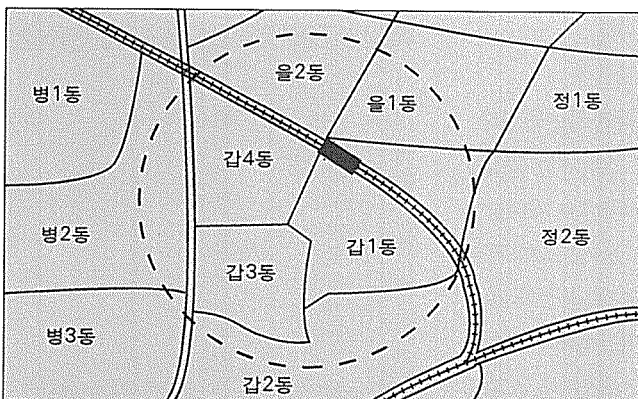


표2

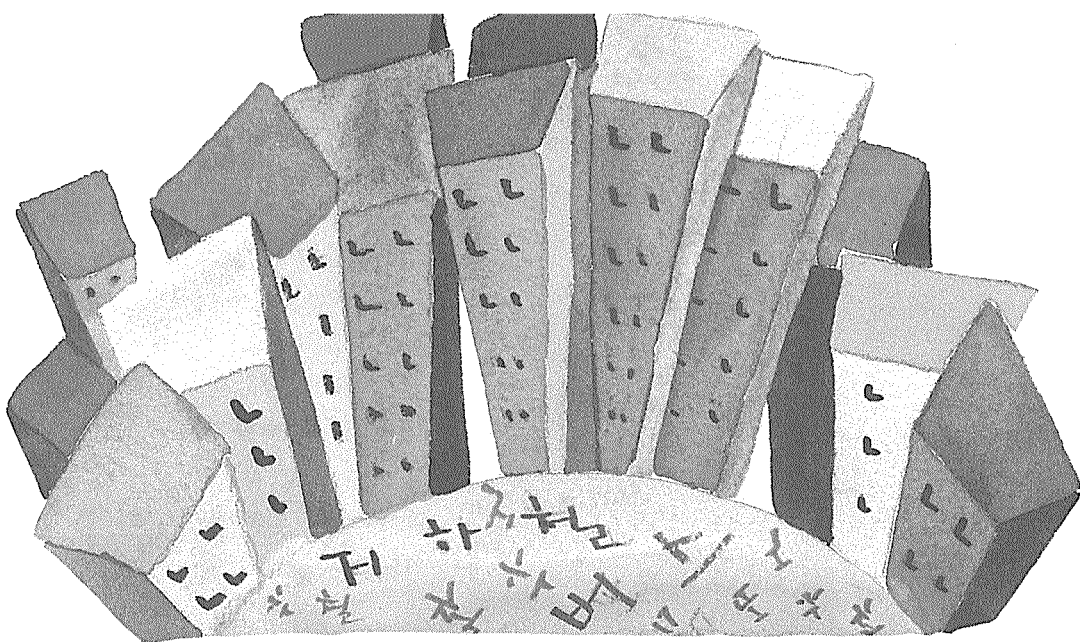
●동과 세대수

동	자료	조정
갑1동	1310	1310
갑2동	1283	642
갑3동	1110	1110
갑4동	1432	1432
을1동	313	157
을2동	1351	676
병2동	400	200
합계	7199	5527

표3

●보행자의 목적조사 (월 일 시~시)

구분	좌 →		← 우	
	남	여	남	여
통근				
통학				
구매객수	~19			
	20~29			
	30~39			
	40~49			
기타	남			
	여			



것이라고만 할 수 없다. 그러나 소득수준의 차이가 문화, 교육수준의 차이로 나타나며 생활환경의 차이로 나타난다고 생각할 때 이 또한 고려하지 않을 수 없는 문제일 것이다.

#### 상권의 안전성을 고려해야

다음으로 중요한 것은 앞으로 그 지역의 경제개발에 의한 변화가 예정 점포에 어떠한 영향을 미치는가 하는 문제이다.

그 지역의 토지 이용, 스포츠·문화시설의 설치나 정비, 신설 지하철 혹은 대형상가 진출, 택지개발의 진전상황, 도로·교통에 관한 조사와 관련하여 출점의 여부를 결정짓는 중요한 포인트가 된다.

현재는 조건이 좋은 장소라 해도 몇년 후 지역개발의 영향을 받아 손님이 분산되고 만다면 그 출점은 보류해야 할 것이다.

## 2. 도로 교통에 관한 조사

#### 주요 교통지가 상권으로는 가장 적함

입지조건을 생각할 때 상업지와 교통기관은 밀접한 관계가 있다. 말하자면 지하철이나 버스정류장이 가까운 곳에 사람이 모이기 쉽고 유동인구가 많이 흐르기 때문이다. 따라서, 예정점포가 역에 속하느냐 혹은 상점가가 역이나 버스정류장에 어느 정도 근접한 상업지인가 그리고 역이나 버스정류장으로부터 어느정도 영향을 받는 장소인가를 조사할 필요가 있다.

그리고 역에 드나드는 철도노선이 몇번 교차하느냐도 중요한 체크 포인트가 된다.

교통기관이 발달되어 있는 도시는 활기

가 있기 마련이고 지방의 경우 성장도시로 되어 있다. 그리고 경제가 발달하고 문화교육의 중심도시가 된다.

단, 역에 가까워도 철도 노선이 단선이며 하루 10회 정도의 운행횟수 밖에 되지 않는 역이라면 자연히 승객수도 적으며 교통의 중심지가 되기 어렵다. 그리고 특급, 보통 등의 정차역인지도 중요한 점이 된다. 특급이 정차하는 역이라면 승객도 경제성이 있는 손님이므로 지역의 중요거점임에 틀림이 없다. 반드시 어느정도 인구가 존재하며 그만큼 경제발전이 예상되는 도시라 볼 수 있다.

앞으로 대기업이나 공장, 대학 등의 지방 진출은 점차 늘어날 것이며 이를 위해 주택이나 지역개발도 활발하게 이루어지고 지역도시의 인구증가가 크게 예상되고 있다. 이런 의미에서도 앞으로 수도권에서 지방도시의 예정점포를 찾아야 할 것이다.

#### 버스노선에 의한 교통편

철도뿐 아니라 버스 등의 교통망이 잘 되어 있는 곳도 입지조건으로서는 중요한 요소가 된다.

말하자면 소비자인 고객이 주변 각 지역에서 그 장소에 쉽게 올 수 있기 때문이며 이것은 상점으로서도 중요한 문제이기 때문이다. 앞에서 가장 가까운 상품으로서 제1차 상권을 주위 500m 라고 설명했는데 상권은 당연히 제2차 상권의 1,000m나 그 외측도 있기 때문이다. 500m라고 하는 것은 걸어서 물건을 사러오기 쉬운 거리이며 지방으로 갈수록 교통망을 이용하여 쇼핑하는 것이 많아진다.

따라서 버스 등의 운행계통의 많고 적음을 조사할 필요가 있다. 많으면 많을수록 유리한 장소이며 운행횟수가 많은 장소가 입지조건으로서는 바람직하다. 역이나 버스차량 혹은 센터에 가면 승객수를 알 수 있으므로 주변지역이 적어도 두세개의 역이나 버스터미널을 비교 조사하는 것이 좋다.

오래된 역이니까 승객수가 많다고 할 수 없으며 몇년전과 비교해 승객수의 증감상태를 아는 것도 그 지역의 성장성을 판단하는 데 크게 도움이 될 것이다.

#### 보행자의 목적조사

예정점포 앞 도로를 지나는 사람의 목적을 조사해 보자. 말하자면 출근 혹은 등교하는 사람이 많은지, 쇼핑객이 많은지, 목적이 없는 단순 보행자인지를 조사한다.

이것은 실제 수를 조사할 필요가 있다. 점포 앞을 중심으로 해서 오른쪽에서 오는 사람, 왼쪽에서 오는 사람, 학생, 여성, 출근, 등하교, 쇼핑 기타. 이것을 어느정도 시간대를 구분해서 통계를 내보면 더욱 분명해진다. <표3>

한사람이 하기에 어려우므로 몇사람이 나눠 하면 좋을 것이다. 이 조사를 몇일간 요일을 바꿔 행한 후 집계하면 그 점포 앞을 지나는 손님의 실태를 파악할 수 있다. 특히 쇼핑객으로 보이는 통행객에 대해서는 그래프로 나타내 보는 것도 좋다.

<표3>을 이용해 보행자의 목적을 조사한 후 집계를 조사일수 전부 나타내 보면 보다 정확한 구매객의 실태를 파악할 수 있다. <표4>