

인테리어 컨설팅

신대방동

파리베이커리

지하철 7호선 유동인구 유도할 수 있는 복합점포로 전환 필요

위치 : 서울 동작구 신대방2동 377-1 동작세무서 앞
개점일자 : 1991년
점주명 : 변장섭
규모 : 1점포 1공장 약 18평
매출액 : 50만~60만원/일
종업원수 : 공장/3명, 매장/2명



제과점들이 매출을 올리기 위해 필요한 것은 지역 상권분석과 그 지역 주민들의 소비취향을 정확하게 아는 것이다. 그러나 대부분의 제과점은 제품구성이나 판매방식에 있어 기존의 구태의연한 방법만을 답습하는 경우가 대부분이다.

이에 본지는 이번호부터 인테리어 컨설팅 전문가를 초빙해 모델점포의 상권분석과 그에 따른 인테리어 보수방향, 유망 업종의 제품 접목 등 경영전반에 대해 무료로 컨설팅을 실시한다.

필자는 인테리어 컨설팅 전문가로 구성하며 이번 달에는 메카 디자인 김성민 실장이 진행한다.

(글 : 김성민 실장/메카디자인)

모든 점포의 종류가 기업화 되어가는 추세 속에서 독립점포로서의 제과점이 갖는 위치는 상당히 어두운 면을 갖고 있는 것이 현실이다. 대다수의 점포가 여러가지 제약 속에서 매출을 증대시키기란 매우 어려운 일이다. 설사 새로운 방식, 시설, 새로운 제품, 복합 판매의 형식을 갖춘다 해도 판매 증진이나 점포의 이미지를 위한 노력이 계속 경주되어야 하며 안이하게 대처할 수는 없는 현실이다.

이번 파리베이커리 컨설팅을 시작하면서 인테리어 측면이 아닌 전부분에 걸친 조사에서 얻은 결론은 파리베이커리가 갖는 입지나 조건이 전에 비해 상당히 복잡한 문제를 안고 있음이 드러났다.

충분한 조사와 시간이 허용되지 않은 기간에 정교한 판단을 내리기는 어렵지만 개략적인 방향을 제시해 본다.

현재는 중심상권에서 벗어난 곳에 위치

거시적으로 볼 때 기존의 파리베이커리는 1번 국도상의 대방로와 시흥대로의 연결 지점인 신대방 사거리에 위치해 있으며 주로 주거지역과 준주거, 일반 상업지구 사이에서 꽤 오랜 기간을 영업해 왔다. 확장된 대방로는 국철인 대방



성이 시작되는 기점인 97년도부터는 많은 발전이 있을 것으로 예상된다. 그러나 지하철 4호선과의 환승역이 되는 충신대역에서 봉천동, 상도동, 신대방동, 신길동을 지나 구로동역에서 순환 지하철인 2호선과 만나는 7호선 전철은 실제의 출퇴근 인구를 좌우로 분산시키므로 파리베이커리가 갖는 입지조건은 여의치 못하다고 할 수 있다.

미시적 측면에서 전개해 보면 파리베이커리가 갖는 주변의 중심상권은 대방역

상가, 신길로 신평쇼핑센터 상권, 강남성심병원 상권, 상도동 성대시장 상권 등으로 분산되어 있다.

즉, 입점지의 근거리인 300m이내에는 중심상권이 없다.

파리베이커리가 위치한 대로변 사거리의 상권 가속화가 생긴다면 좋은 조건이겠지만 150여 미터 떨어진 파리베이커리 현 입점지에서는 왕복 6차선 도로가 있고 건너편 상권이 약하여 도움이 되지 않으며 주식회사 농심의 물류센터로의 전환으로 그나마 유동인구도 보장되지 않는다. 배후지로서의 세력은 향후 A급이겠지만 (신대방 아파트, 펄컨 아파트 등) 현재는 재래식 시장인 영진시장과 신대방시장이 주거지 인구의 흐름을 양분한다.

그러나 전철역이 완성되는 기점의 측면에서는 현재의 파리베이커리 입점지가 상권중심지에서 벗어나 있지만 걸어서 2~3분 내의 거리이므로 주거지 인구와 배후지의 인구 이동을 유도하는데는 훨씬 유리해진다. (대로변을 따라 유동인구가 움직이지만, 주거지 인구는 간선도로를 이용하는 심리가 크다)

따라서, 사거리를 중심으로 보면 학원가, 외식사업, 식당가, 패션소품, 스포츠용품, 노래방, 미용실, 단란주점, 오락실 등의 업종이 발전하게 되며 주거지 인구가 기존의 상태보다 유동인구의 반이하로 낮아지게 됨으로써 많은 유동인구를 갖게 된다.

현재 파리베이커리의 피크타임 유동인구는 시간당 500명을 넘지 않지만 장래에는 2,000명 이상이 될 것이므로 현입점지의 출점전략은 10대에서 30대를 공략하되 새로운 업종보다는 기존 업종에 대한 외식업종을 강화하는 새로운 전략이 필요하다. 또한 배후지 세력이 반경 500미터 이내에서 1,300세대를 가지므로 배달제품도 유력한 전략으로 세울 수 있다.

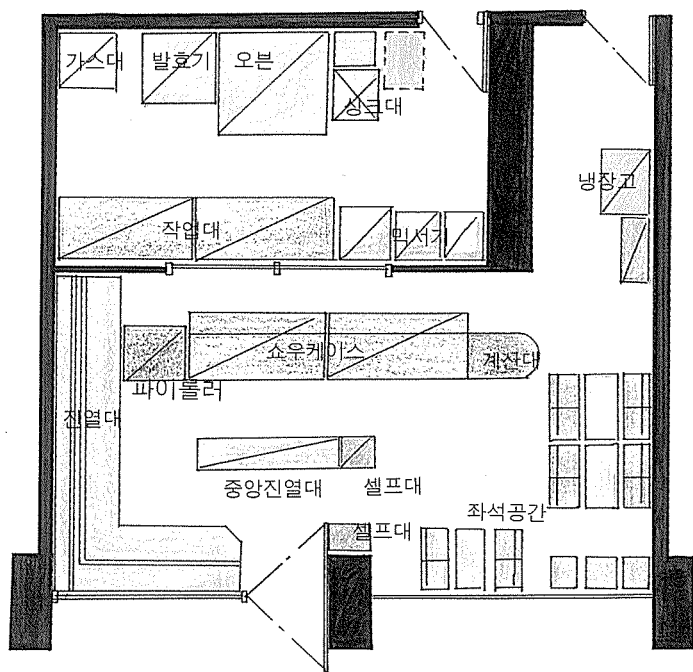
파리베이커리를 중심으로 반경 1,000미터 이내의 인구

역에서부터 지하철 7호선(97년 완공예정) 역사까지의 거리는 약 2km정도로 언덕을 갖는 형태이다.

따라서 대방로의 상권은 향후 3년 이상이 지나야 안정되지만 중간 지역에 위치한 (공군회관에서 해군본부까지) 언덕부분은 도로 양측면에 있는 음식점과 은행, 학교, 주거지의 배후지 세력을 갖는 식당가나 편의점, 문구, 컴퓨터점, 소학원 등으로 발전하기 쉬운 지역이다.

실제로 언덕 앞뒤로 대방역은 이미 상권이 형성되어 있으며, 97년 완공예정인 서울기계공고앞(신대방역)의 상권 형

현재의 매장 평면도



는(보조상권 포함) 1만5,000명이고 양분되는 도로를 기준으로 유동인구까지 합하면 2만여명의 인구를 갖는 조건이다. 따라서 향후 파리베이커리가 전개할 방향으로서 입점지의 내점률은 500명을 최대로 하며 객단가는 3,000~3,300원으로 잡아야 한다.

지하철 개통으로 인한 유동인구, 복합점포로 유도

여기서 우리가 다루는 업종은 기본이 제과업이므로 제과점을 유지시킨다면 제품과 기술력, 영업력이 강화된다는 가정하에 기본매출은 75만~80만원선이며, 강화된다는 가정하에 제과점과 피자점 또는 패스트푸드점의 복합형태이면 1백20만~1백50만원 선의 기본매출을 올려야 한다.

그러나 파리베이커리 현재 면적이 18평이므로 약간의 필요한 면적이 가능하다면 25평 정도로 확장하고 제과점 40%, 피자 및 간이 패스트푸드 40%, 아이스크림 및 다이어트 식품 또는 커피 제품 20%로 보강하여 1점포 4개업종이 복합된 형태로 진행한다면 주거지 인구와 유동인구의 2.5% 정도를 내점시킬 수 있다.

지금까지 파리베이커리가 위치한 상권분석과 앞으로 변화될 상권을 예상해 복합점포를 수용할 경우 매출증대를 꾀할 수 있는 모델 점포구성을 A안과 B안의 평면도로 제시한다.

그리고 지하철역 세권의 짧은 시간 체류자를 확보하기 위한 제품과 경영이 필요하다. 역 주변의 오피스를 위한 메뉴 개발을 통하여 플러스 알파의 효과를 기대할 수도 있기 때

문이다. 여기서 패스트푸드인 피자는 배달 50%, 포장 30%, 좌석 20%로 잡아야 한다.

결론적으로 지하철 역사가 완공되는 시점에는 많은 점포의(특히 대형점포) 출시가 예상되므로 선수를 잃게 될 우려도 있다. 그러므로 기존의 유동인구와 새로운 유동인구의 흐름을 파악하여 상권이 본격적으로 출시하기 1년전부터 자리를 잡아가는 경영상의 시도가 필요하다.

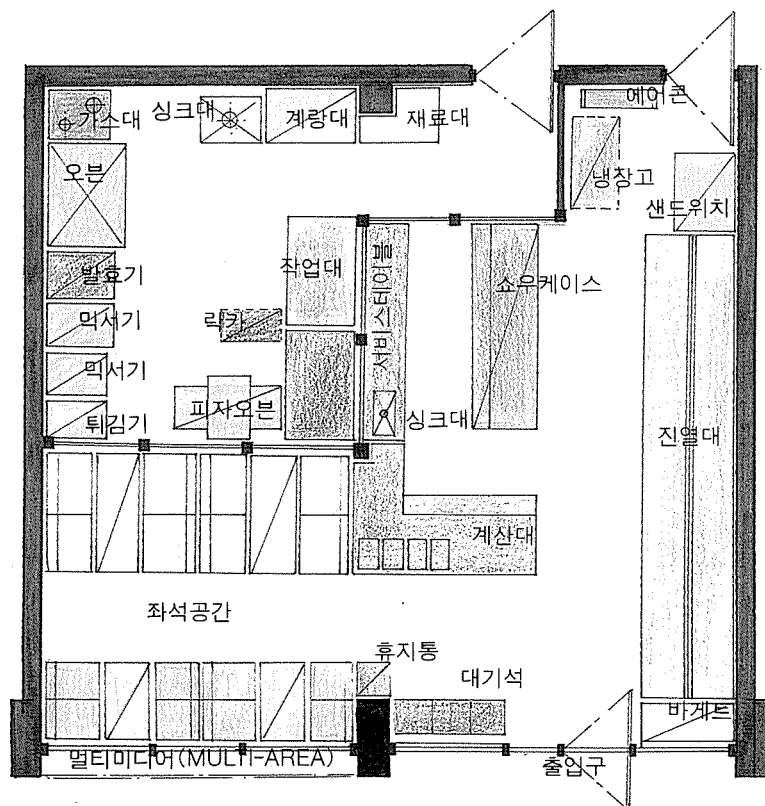
매장은 기존의 제과라인을 유지하는 것이 좋고 쇼케이스는 9자에서 10자 사이의 것으로 1대를 설치하고 빵 디스플레이는 기존의 길이보다 짧은 10자 정도의 6단 가변형으로 유지하는 것이 좋다. 그리고 별도의 샌드위치 진열 쇼케이스와 샐러드바를 설치하며 패스트푸드와 피자 주방은 되도록 제과라인과 연계시키되 매장 전면으로 돌출시키는 것이 유리하다.(충동구매유발)

또한 좌석은 8~10석이 기준이 되며 점포의 확장이 여의치 않으면 4석 정도도 괜찮다. 다만 카운터는 공장 생산시설과 좌석, 진열대를 포함하는 연결선상에 위치하여야 한다. 그래야 제품관리, 접객, 서비스를 충실히 할 수 있기 때문이다.

파리베이커리는 주 상권의 위치상에서 볼 때 매장 전면의 노출이 필요하며 접근성이나 시계성을 최대한 확보해야 하는 과제를 안고 있다.

지금까지 파리베이커리의 상권분석을 통해 제시한 방안

A안-기본평면에 제과 50%, 패스트푸드와 피자 50%를 도입한 평면이다.



은 상당히 기술적인 문제를 안고 있다. 그러나 제과점의 기본기계가 유지되는 조건이므로 파리베이커리의 경우 피자나 패스트푸드의 도입은 시간대의 활용과 공간의 합리화로 충분히 가능한 공간으로 진행할 수 있다. 또한 이미 피자라인이 진행되고 있고 발전되어지는 형태이므로 소규모 매장의 장점을 최대한 살릴 수 있다.

단, 제과류 진열공간은 반드시 1일 2회전이며 선물용 제품은 별도의 공간을 가져야 하며 냉동·냉장진열공간을 갖추어야 한다. 또한 혹서기(여름)의 매출증대와 좌석 보유를 위하여 옥외 좌석을 2~3개 갖는 것이 유리하다.

각 계절에 맞는 특별 생선품을 제조하기 위한 방법으로는 넓은 인도쪽으로 옥외판매대의 간이시설을 갖는다면 매출 증대에 많은 도움이 될 것이다.

유사업종 진출에 앞서 복합점포로 선점 필요

파리베이커리는 현지역에서 기존의 타 점포(동일업종)에 비하여 입점 위치나 제품력·인지도 등에서 앞서 있으므로 앞으로 업주의 의지나 경영력에 따라서는 상당히 발전할 수 있는 여지를 안고 있다. 그러나 출점이나 영업다각화 시점이 자칫 늦어질 경우 현지역의 외식업이나 동일업종의 앞선 출점에 영향을 받을 수 있다.

제품은 다품종 다량 생산으로 선물용이 적합하며, 쿠키류의 선물용은 포장에 좋아야 하며 피자는 크기별로 3종류와 조각피자 보다는 5~6인치 정도인 미니피자가 유리하다.

전문공간으로서 샌드위치, 햄버거, 돈까스, 정식류(2~3종류)가 유리하고 신세대 여성을 위한 샐러드와 저지방 아이스크림류 등의 제품으로 매장의 이미지를 전개시켜 나가는 등 매월 새로운 전략과 고객관리를 위한 아이템을 개발하고 지역 주민과의 커뮤니케이션을 통한 영업력을 유지하여 나간다면 지역의 명소로 발전 가능하다.

매장의 인테리어는 지중해풍의 디자인이 적합하고 편안하고 명랑하며 밝고 경쾌한 분위기로 전개해야 한다.

●매출증대를 위한 지역발전과 주민과의 연대감을 위한 제언

1. 매장앞 정류장에 비나 눈을 피하기 위한 차양막 시설 제공
2. 계간지로 A3용지 1장의 미니제과점 신문 발행
3. 각종 게시물의 게시판 및 지하철역사 메모판 설치
4. 각 초·중·고 학교의 정문게시판 설치
5. 공중전화 시설 설치
6. 지역신문 위치대 설치
7. 냉·온수 매장 외부 제공
8. 기타

점포 컨설팅을 무료로 드립니다

제과점 컨설팅을 원하는 분은 독자엽서에 점포상호와 전화번호를 기입해 보내주시기 바랍니다.

