

# 유망 상권을 찾아라!!

## 상권분석 컨설턴트가 원하는 좋은 입지의 조건

제과점과 같은 소점포사업에서 입지의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않다. 실제로 전문가들은 적절한 입지 선택이 점포 성공의 80%~90%를 좌우한다고 이구동성으로 말한다. 이에 본지는 올해 97년부터 상권분석 전문 컨설팅 업체인 미주하우징(주)와 공동으로 신흥상권 및 유망상권에 대한 조사·분석을 통해 독자 여러분에게 매일 신선한 상권 정보를 제공한다. 그 첫 번째로 좋은 상권 고르는 방법에 대해 알아본다.

□ 글/ 미주하우징(주) 상권분석 컨설턴트 임근율

상권분석이란 한 마디로 영업이 잘 될만한 점포를 효율적으로 쉽게 구하기 위한 방법으로 생각하면 된다. 아무리 노하우가 있더라도 사람 하나 없는 산간벽지에서는 결코 사업이 성공할 수 없다. 업종 선택이나 개인능력도 좋은 가게터를 얻었을 때 비로소 빛을 발할 수 있다. 실제로 장사에 성공한 사람들의 대부분은 '목이 좋아서' 라는 말을 잊지 않는다. 그래서 많은 사람들은 소점포사업을 '입지사업' 이라고까지 부르고 있다.

그러나 마음에 드는 점포를 구하기란 생각처럼 쉽지 않다. 점포를 구하기 위해 다녀본 사람이라면 한결같은 느낌이겠지만, '되겠다'는 판단이 서는 곳이면 어김없이 엄청난 권리금이 따라다니고 그나마 매물도 드물다. 그렇다고 아무 곳에서나 가게를 얻을 수 없는 일이니 더욱 답답하기 마련이다.

그럴 때 필요한 것이 입지를 보는 안목이다. 현재는 임대료가 그다지 높지 않지만 앞으로 발전 가능성이 높은 곳, 이동 인구는 많지 않지만 주변에 경쟁상점이 없어서 비교적 고객확보에 어려움이 없는 곳, 업종의 특성상 극

복이 가능한 곳 등 자신만의 안목을 갖고 잘 판단하면 의외로 좋은 입지를 얻을 수도 있기 때문이다.

최근 들어 서울 도심 지역을 비롯한 수도권 지역에 새 전철 노선이 개통되면서 이들 역세권이 새로운 상권으로 부각되고 있다. 역세 상권은 일단 유동인구가 많고 상권 발달이 지속적이므로 일단 유망상권으로 보면 된다. 또한 이러한 역세권을 기본으로 상권을 보는 안목을 키워보는 것도 자신의 제과점 입지를 선정하기 위한 훌륭한 방법이 될 수 있다.

## 신흥 역세상권이 떠오른다

정부의 다양한 개선책에도 불구하고 도심 교통난이 날로 가중되면서 지하철의 이용빈도가 점차 높아짐에 따라 상권의 흥망성쇠에 중요한 역할을 하고 있다.

1기 지하철에 이어 새로이 2기 5, 6, 7, 8호선 지하철이 98년말까지 전면 개통될 것으로 보인다. 이미 5호선은 운행에 들어갔으며 7·8호선은 일부 운행중이다. 서울과 인근 도시에 연결된 국철이 포함된 지하철역은 모두 317개에 환승역만 53개에 이른다. 역세권의 영향력을 지하철역을 중심으로 반경 500m로 보면 서울시의 절반 이상이 역세권내에 들어가게 되므로 역세 상권이 차지하는 영향력은 대단하다.

지하철 노선이 속속 개통되고 있으며 날로 심각해지는 교통 체증과 자가 운전자에 대한 세금 등 각종 부담금이 높아지는 현실은 많은 사람들이 지하철을 이용하게 만드는 요인으로 작용하고 있다. 이처럼 지하철을 이용하는 인구가 늘어남에 따라 역세권이 새로운 투자요인으로 부각되고 있으며 역세권에 대한 투자는 곧 상권의 핵심 투자가 될 수밖에 없다는 인식이 확대되고 있다. 이처럼 상권은 정부의 주요 시책이나 주택사업정책, 교통과 같은 사회간접자본에 대한 투자 등에 따라 그 추세가 급변하게 마련이다. 그렇다면 좋은 입지 상권을 고르는 방법은 무엇일까.

## 장사가 잘되는 점포란?

두말 할 필요 없이 영업이 잘되어야 좋은 점포이다. 일단 영업이 잘되는 점포를 살펴보면 기본적으로 갖추어야 할 요건들을 충분히 반영하고 있음을 알 수 있다. 점포의 영업이 잘되려면 소프트웨어적인 것과 하드웨어적인 요소 두 가지를 모두 갖추어야 한다.

소프트웨어적인 요소는 맛과 서비스, 실내 분위기 및 인테리어 배치 등이며, 하드웨어적인 요소는 점포가 부동산으로서 갖추고 있어야 할 기본적인 요건들이다.

이 중에서 상권분석이 적용되는 분야가 바로 점포의 하드웨어적인 측면. 사실 상권을 분석하는 데 필요로 하는 기초 자료는 방대할 정도로 많다. 자료를 수집하는 것도 문제지만 입수된 자료를 체계적으로 분석하는 일은 결코 쉬운 일이 아니다. 이처럼 상권분석의 어려움을 말하고 있는 것은 그만큼 상권분석이 중요하다는 것을 강조하기 위해서이다. 그렇다면 점포를 구할 때 손쉽게 참조하거나 활용할 수 있는 상권분석에 대한 구체적인 방법을 알아보도록 한다.

## 상권 고르기, 이것만은 알아두자

점포라 하면 각종 체인점을 비롯한 개인 점포 등 여러 가지로 나누어 볼 수 있다. 체인점은 본사에서 점포를 선정하는 데 자체 노하우에 의한 기준에 의해 어느 정도 도움을 주기 때문에 그다지 어려움이 없겠으나 개인 단독으로 점포를 구할 때는 사실상 막연함이 앞선다.

일반적으로 점포 입지를 선정할 때는 장기적인 안목으로 도시(지역)의 구조와 형태를 먼저 살펴봐야 한다. 대도시인가, 소규모 도시인가, 또 위성도시인가, 항구 도시인가, 교육도시인가 등을 파악하고 자신이 하고자 하는 업종이 입점하려고 하는 도시(지역)의 성격에 맞는지를 1차적으로 판단해야 한다.

베이커리업종은 어느 도시에도 잘 어울리는 업종으로 기본적인 인구수만 뒷받침되면 도시의 구조와 형태가 매출에 주는 영향력이 타 업종에 비해 그다지 큰 편은 아니다. 그러나 제과점 또한 판매행위를 최우선으로 하기 때문에 입지 상권의 중요성을 무시할 수는 없다.

따라서 장기적인 안목으로 도시의 성장이 엿보인다고 판단되면 도시내에서 점포 입지는 다음의 요령을 참조하여 물색하면 된다.

### ◆ 자신이 구하고자 하는 점포가 위치한 상권의 잠재력을 판단하는 것이다.

상권의 잠재력을 판단하는 일은 결코 쉬운 일이 아니다. 상권의 잠재력은 공공시설의 설치 정도, 학생 수, 전·출입 가구수의 동향, 건축물 형태의 비율과 증가 추세, 인구 밀집도 등을 참고로 해 판단하게 되는데 일반인들은 자료를 구하기도 어렵고 구했다라도 분석하기가 여간 까다로운 것이 아니므로 해당 지역의 은행의 수를 따져보면 쉽게 비교할 수 있다. 은행들이 들어서고 있는 지역이라면 일단은 잠재력이 충분하다고 보면 된다.

· 입지상권  
· 주빵집  
· 제과

◆**접근성의 판단이다.**

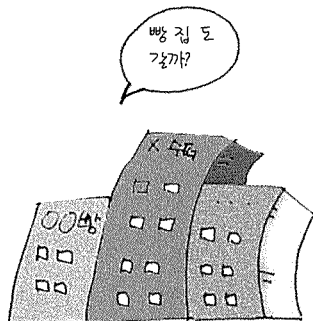
접근성이란 소비자가 점포까지 오는 데 어느 정도 편리한가를 판단하는 기준으로 버스정류장, 지하철역, 횡단보도의 설치 유무, 언덕의 유무 등으로 판단한다. 접근성이 좋은 곳은 유동인구가 많을 수밖에 없는 지형적, 지리적 이점을 가진 곳이라고 보면 된다.

◆**중도 저지성(阻止性)의 판단이다.**

중도 저지성의 판단은 지하철역, 버스정류장, 아파트 단지 입구 등 사람들이 모이거나 집결하는 곳에서 입점하고자 하는 점포의 위치까지 오는 데 경쟁업소들이 어느 정도 있는지를 판단하면 된다. 중도 저지성의 판단은 직접 걸어 볼 것.

◆**입점하고자 하는 주변 혹은 동일 건물내의 다른 업종에 들렀다가 자신의 업종에도 찾아올 수 있는 보완관계의 업종이 어느 정도 있는지의 판단이다.**

지하에 대형 슈퍼마켓이 있고 1층에 제과점이 위치한다면 슈퍼마켓에 들르면서 제과점에 들르게 되므로 상호 보완관계인 업종이라 할 수 있다.



◆**조망권의 확보이다.**

백화점처럼 자체 광고를 통하여 고객을 창출하는 ‘고객창출형’ 점포가 아닌 제과점과 같은 근린생활 점포는 제과점 앞을 지나가는 유동인구에 의해 매출이 결정되므로 점포가 잘 보이는지의 판단은 중요한 사항이다. 일반 점포가 별도의 홍보비를 책정하여 홍보하기에는 규모가 작기 때문에 가장 효율적인 홍보 방법은 항상 눈에 잘 띄도록하는 조망권의 확보이다.

조망권의 체크는 건너편에서 바라보고 길 좌우측에서 바라보아 기존의 간판이나 점포의 위치가 눈에 쉽게 보이는지를 점검하는 것이 좋다. 여기서 한 가지 주의할 점은 조망권을 스스로 판단하지 말고 지나가는 행인에게 이 근처라고 하면서 찾아달라고 하거나 물어보아야 조망권에 대한 정확한 판단을 할 수 있다.

◆**입지의 경제성이다.**

점포로서 다른 조건들은 다 갖추었는데 임대거나 혹은 분양가가 예상수입에 비하여 과투자자가 되지 않았는가의 판단이다. 영업이 잘 되서 신바람은 나지만 과도한 임대료로 인하여

손이익이 작게 발생한다면 걸으로는 남고 속으로는 밀지는 장사를 하게 되기 때문이다.

◆**유동인구의 파악이다.**

유동인구는 입점하고자 하는 점포의 바로 앞에서 실시해야 하며 하루 동안에 어느 정도의 사람이 지나가는가와 어떤 층이 주로 지나가는지도 파악해야 한다. 특히 손익분기점과 관계된 제과점 일일 방문 고객은 점포 규모에 따라 틀리겠지만 점포 개설에 투자되는 금액에 대하여 자신이 원하는 한달간의 소득을 계산하여 판매에 따른 역산을 해보면 하루동안 제과점에 들러야 하는 일일 고객의 수가 나온다. 제과점과 같은 소매형 점포는 유동인구에 따라 매출액에 차이를 보이므로 일일 유동인구 파악은 매우 중요하다.



그밖에 상권의 팽창여부, 경쟁업체 입점여부, 주변 상점들의 배치와 배열 등도 고려해야 하나 일반인에게는 다소 어려움이 따르는 부분이다.

위에서 언급한 내용들은 점포가 입지할 상권을 선정하기 전에 반드시 우선 되어야 할 상권 리서치 작업이다. 상권을 조사하여 분석한다는 것이 그리 쉬운 일은 아니지만 우선은 현재 영업이 잘되고 있는 점포를 방문하여 위의 8가지 내용들을 근거로 일일이 체크해 보는 것이 ‘잘나가는 점포’가 될 수 있는 밑거름이다.

점포입지를 선정하는 행동 요령에 근거하여 모범 점포를 유심히 관찰해 보면 점포의 위치도 좋고 멀리서도 점포가 잘 보이는 등 기본적으로 점포가 갖추어야 할 요건들을 충실히 반영하고 있는 것을 알 수 있을 것이다.

앞으로 이와 같은 사항들을 바탕으로 우선은 제과점이 입점할 수 있는 서울지역 24개구 유망상권을 찾아 조사·분석을 할 예정이므로 <월간 베이커리> 독자 여러분에게 많은 도움이 되길 바라는 마음이다. ■■

**회사 및 상권 분석팀 소개**

- 미주하우징(주)는 부동산 개발에 따른 제반업무를 수행하는 도심형 부동산 전문 컨설팅업체이다. 최근에는 기업의 체인망 신규점포 개설 의뢰를 일괄 수행하는 등 부동산 컨설팅에서 상권분석을 통한 가맹점의 입점 대상지 매입 대행까지 업무영역을 확대하고 있다.
- 상권 분석팀: 팀장 임근울, 주임 이충섭 · 임혜경 ☎(02)4567-119
- 진행 : 강영주