
창업과 윤리경영

Chapter 4 – 상권분석과 입지선정



OVERVIEW

- 상권분석의 의의 및 상권 유형
- 상권의 특성과 분석절차
- 상권별 유망 아이템
- 각 업태별 상권과 입지
- 점포 입지 고려요인과 선정



제1절 상권의 분석

1. 상권의 의의 및 결정요소

(1) 상권의 의의

- ① 상점입지는 개별 점포 입장에서 보면 상점을 개설하기 위한 입지조건이 되지만 소비자의 입장에서 보면 상품을 구매할 수 있는 구매시점
- ② 소매업이나 외식업 또는 유흥 오락산업은 입지산업으로 특정산업에서의 입지 선정은 사업 성공과 실패를 좌우하는 중요한 전략적 과제로 고객 접근가능성이 높아야 한다.
- ③ 상권의 개념 : 거래권 / 판매권
 - 거래권은 소매업에서 거래대상이 되는 고객의 거주지 범위
 - 판매권은 소매상이 판매대상으로 하는 지역
- ④ 상세권
 - 어느 특정 상업집단(예; 명동, 동대문, 남대문 시장)의 상업세력이 미치는 범위
- ⑤ 상권은 인위적으로 형성되는 아니라 자연적인 흐름에 의하여 형성

제1절 상권의 분석

1. 상권의 의의 및 결정요소

(2) 소매점의 상권

① 소매점의 영업범위는 **거리적으로 한계가 있다.**

- 상점자체요인(상품구색, 가격, 서비스)중요하지만 소비자의 거리가 대단히 중요
- 후쿠오카시 점포와의 거리가 멀어짐에 따라 일어나는 소비자들의 점포인지도 조사자료에 의하면 **“500m 이내 : 95% / 1km 이내 : 45% / 2km 이내 : 15% 로 낮아짐**
- 상품의 품질이 동일하면서 A/S를 받아야 하는 상품일 경우 소비자들은 가까운 곳에서 상품을 구입하고 있다
- 자가용 보유증가로 인해 소비자들의 구매 이동 범위 더 넓어지고 있다.

② 소매점의 영업범위는 **각 상점이 가지고 있는 입지조건에 따라 다르다**

③ 소매점 상권은 **상품의 종류에 따라 다르다**

- Hutchinson의 “소비자들의 구매이동에 관한 분석 자료”에 구매활동은 도시 구조에 따라 거주지 부근, 부도심, 도심 등으로 구분
- 상품에 따라서 고객의 이동거리가 다르다는 것은 상품에 따라서 소비자들의 구매패턴이 다르다는 것을 의미

제1절 상권의 분석

1. 상권의 의의 및 결정요소

(3) 상권의 결정요소

① 업종

- 판매업, 서비스업, 외식업, 레저·스포츠업 등으로 구분
- 판매업은 생필품, 중간품, 기호품 구분
- 업태에 따라 편의점, 슈퍼마켓, 백화점

② 사업장의 규모

- 동일업종을 영위하는데도 사업장의 규모, 시설의 고급화에 따라 상권 유동적
- 규모가 크고 고급일수록 상권이 넓다.

③ 경영전략

- 업종 및 시설조건이 동일하더라도 경영자의 자세, 영업, 판촉전략에 따라 상권이 확장되기도 하고 축소되기도 한다.

④ 물리적 요소

- 자연 지형물(산, 하천, 철도, 도로 등 상권 분할 대표적 요소)
- 대형 시설물(학교, 관공서, 운동장 등)
- 도로상태(도로망 연계, 노폭, 중앙분리대, 신호등, 건물목 유무, 접도조건 등)
- 중심방향 (도심, 역 등이 모여드는 중심방향쪽 상권 좁아지고, 반대쪽 넓어짐)

제1절 상권의 분석

2. 상권의 유형

구분	상권유형
고객 흡인율별	1차 상권, 2차상권, 3차상권
형태별	중심형, 근린형, 지구형
범위별	지역상권, 지구상권, 점포상권
지역적 특성별	도심상권, 역세권, 대학가, 아파트단지, 주택지, 오피스가, 학원가, 변화가 및 지하상가
점포유형별	고객창출형, 근린고객 의존형, 통행량 의존형
상품유형별	편의품, 선매품, 전문품
업태별	도매업중심형, 소매업중심형, 음식점중심형, 혼합형
입지별	단독입지형, 상가입지형

제1절 상권의 분석

2. 상권의 유형

(1) 고객 흡인율에 따른 분류

① 1차상권

- 상권 고객 60~70% 거주
- 고객들이 상점에 가장 근접, 고객 1인당 판매금액이 가장 많은 지역
- 식료품인 경우 500m 이내
- 선매품의 경우에는 버스, 승용차로 15~30분

② 2차상권

- 1차상권 외곽에 위치
- 상점 이용고객 20~25% 거주 지역으로 고객의 분산도가 높다
- 편의품인 경우 2차 상권은 고객을 흡수하지 못함.
- 선매품의 경우 2차 상권은 버스, 승용차로 30~60분

③ 3차 상권

- 1,2차 상권에 포함되는 고객 이외의 나머지 고객 거주, 고객 매우 분산
- 편의품은 고객은 거의 존재하지 않음
- 선매품이나 전문점을 취급하는 점포 고객 5~10% 거주

제1절 상권의 분석

(2) 형태에 따른 분류

① 중심형(번화가)

- 주거지에서 멀리 떨어져 있으며 쇼핑은 1년에 몇 회 간격으로 이루어짐
- 부도심 상권 : 지하철, 철도 등 교통이나 도시개발로 형성되는 신흥상권
- 도심 상권 : 전통적이고 복합형으로 구성된 중심상권으로 해당 도시 전체에 세력을 미치는 상권

② 근린형

- 동네상권(주거지근처, 자주 쇼핑, 외식을 즐기는 상업지)
- 주택가형, 소형상권 반경 500~1,500m, 인구 10,000~30,000명
- 생필품을 중심으로 한 식품류, 편의품 위주의 상품을 취급하는 소규모 상가

③ 지구형

- 주거지에서 다소 떨어져 있고, 주단위 쇼핑, 생활용품 전문점
- 지구 중심형 상권 : 읍, 동, 면의 반 또는 전체(반경 1km 이내 상권)
- 대지구 중심형 상권: 몇 개의 거주지역

제1절 상권의 분석

(3) 범위에 따른 분류

- ① 지역상권
 - 특정 지역 전체가 가지는 상권(총상권)
- ② 지구상권
 - 지역 상권 내에서 특정의 입지가 속하는 상권 집적이 가지는 상권
- ③ 점포상권
 - 지구상권내에서 특정입지의 점포가 가지게 되는 상권

(4) 지역적 특성에 따른 분류

- ① 도심상권
 - 모든 도시의 중심부
- ② 역세권
 - 유동인구 특성 파악이 중요
- ③ 대학가
 - 다른 상권보다는 비교적 건전한 상권(실속 소비)



제1절 상권의 분석

④ 아파트 단지

- 평형별 거주 연령층과 생활 수준에 따라 소비가 결정(단지 주민의 눈높이 맞춤)

⑤ 주택지

- 자본이 적은 만큼 시작하기가 쉽지만 창업 성공률은 낮다

⑥ 오피스가

- 직장인의 특성을 고려한 업종

⑦ 학원가

- 입시생과 자격증을 준비하는 젊은 층

⑧ 번화가 및 지하상가

- 번화가는 유동인구가 많고, 구매력도 높은 곳, 보증금, 권리금 높다
- 지하상가는 통행로의 성격을 띠고 있기 때문에 입지로 유리
- 주로 젊은 고객중심의 소매점 입주

제1절 상권의 분석

3. 상권분석의 필요성

- ① 잠재수요 반영한 **판매 예상량**(sales potentials) 추정
- ② **고객 지향적 마케팅전략 수립·전개 필요** – 세분화된 시장의 파악이 가능
- ③ **입지전략**을 전개하는 데 필요
(소비자 욕구, 만족도에 대한 격차 판매기회와 입지전략을 수립)



제2절 상권의 특성과 분석 절차

1. 상권의 특성

상권의 선택은 지역의 통행량, 주변상권의 분석, 고객들이 찾기 쉬운 위치인가, 점포가 눈에 잘 띄는가, 접근성이 좋은가, 상품의 구색을 고루 갖춘 지역인가, 취급품목이 다양한가, 가격 면에서 타 지역보다 저렴한가,

- 특 성 -

가. 상권은 성격에 따라 달라짐(상권 구성과 업종, 입지간의 관계 파악)

나. 상권은 형태에 따라 다르다(상권의 성격과 업종에 따라 달라진다)

– 개점하고자 하는 업종과 기존의 상권에 형성된 업종들이 호혜관계인가, 상극관계인가

다. 상권은 변한다

라. 상권의 형태에 따라 상품의 형태가 달라진다.

마. 새로운 상권의 출현

제2절 상권의 특성과 분석 절차

2. 상권분석의 조사항목 및 절차

(1) 상권의 조사항목

상권 분석 목적은 상권 범위 설정, 설정된 상권 경쟁상황을 감안한 매출액 산정

1) 상권 내 경쟁시설물 정보

－ 개수, 위치 / 규모, 경쟁력 / 영업실태, 임대료 등

2) 상권 내 행정 통계

－ 인구수, 세대수 / 세대별 소비지출비용 / 사업체수, 종업원수 /

유통인구, 통행객(차량통행량)

3) 소비자 특성

－ 지역별 고객분포/지역별 점유율 / 소비단가 / 이용횟수, 시설별 선호 등 /

지역별 필요시설물

제2절 상권의 특성과 분석 절차

2. 상권분석의 조사항목 및 절차

(2) 상권조사 방법

상점의 성공은 입지선정에서 출발하며,

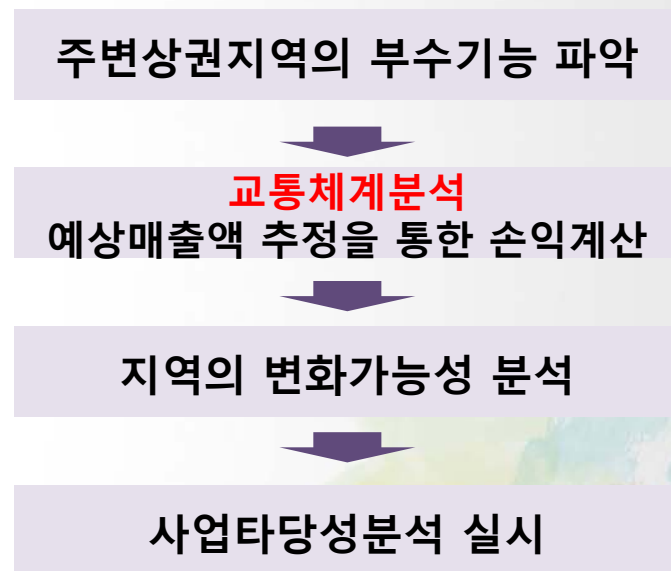
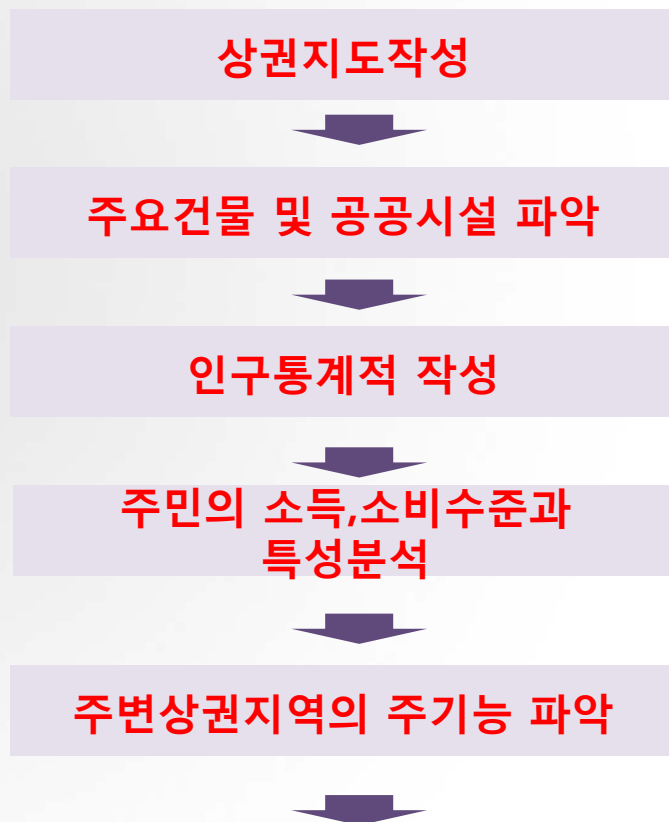
- 첫 단계 **점포별 적정매출액 크기 산정**, 상권 실사 점포주변의 상권을 도보로 관찰
- 둘째 단계 **매출액의 크기는** 점장, 스텝의 능력, 판매방법의 차이가 아니라
입지조건과 상권의 차이에서 나옴
- 셋째 단계 **매출예측**(상권인구, 상권의 질, 통행량, 영업력, 경쟁성) 계산
- 넷째 단계 **점포 외관과 내장 차별화**



제2절 상권의 특성과 분석 절차

2. 상권분석의 조사항목 및 절차

(2) 상권조사 방법(분석 절차)



제2절 상권의 특성과 분석 절차

상권분석표

구분	평가항목	분석평가			비고
		○	△	×	
지형적 지리조건	입지 조망권				
	지형자세				
	상권분할 여부(자연지형,주조물,도로)				
도로교통망	역세권과의 접근성				
	대중교통수단과의 연계성				
	도로망과 도로폭				
	건널목,지하도, 육교 등의 유무				
	주변 주차여건				
상권내 소비자	타깃연령층 수요				
	성별 구성비				
	유동인구(주·야, 평일,휴일)				
	소득수준과 소비성향				
편의 및 부적합시설	공공관련시설				
	관련편의시설				
	위해환경시설 여부				
계					
종합의견	상권특성	상권평가			
		가	미결	부	

제3절 상권별 유망 Item

1. 상권의 설정거리

(상권설정의 절차)

- 1/10,000 또는 1/5,000지도를 준비하여 계획지점 표시
- 하고자 업종,업태를 고려 가장 기본적인 상권의 반경범위를 그린다
- 산, 하천, 철도, 도로 대형시설물 등 물리적으로 구분하는 요소 감안하여
현실적 상권 범위 조정
- 조정된 상권에 경쟁점의 위치,영향권,도로의 연계상황, 중심방향 등 고려
현실적인 상권범위 확정(아메바형)
- 확정된 상권범위 내에 속하는 행정구역단위의 인구수(세대수),사업체수(종업원수),
산업통계표 등의 자료를 입수하여 상권규모를 계량화

제3절 상권별 유망 Item

1. 상권의 설정거리

(상권설정의 거리)

구분	1차상권	2차상권	3차 상권
편의품 (convenience goods)	반경 500m 이내 (도보 10분거리)	반경 500km~1km이내	1km 이상
선매품 (shopping goods)	지하철,버스,차 30분 이내	30분~1시간 이내	1시간 이상
개별점포	점포매출 또는 고객수의 60% 이상을 차지하는 주거범위	점포매출 또는 고객수의 30%이상 차지하는 주거범위	점포매출 또는 고객수의 5% 이상을 차지하는 주거 범위

제3절 상권별 유망 Item

2. 상권과 아이템 – 상권별 유망아이템

입지	특징	권장아이템(업종)
아파트상가	<ul style="list-style-type: none"> • 600~1,000가구를 기준으로 상가형성 • 지하나 2층보다는 1층 점포형 업종이 안정 • 배후지 평형대는 20~30평형이 적당 	슈퍼마켓, 화장품점, 미용실, 이발소, 치킨점, 세탁소 등 생활용품
학교주변	<ul style="list-style-type: none"> • 대학을 제외한 초중고등학교 근처 • 정문 기준 500m 이내 후문 기준 300m 이내 • 인·허가사항은 특별히 조성 	문구점, 분식점, 캐릭터전문점, CD전문점, 팬시용품점, 과학 모형기기전문점
지하철역 주변	<ul style="list-style-type: none"> • 지하상가를 포함한 500m 이내 역세권 • 환승역은 금상첨화 • 먹거리보다는 판매업종이 유리 	캐주얼의류점, CD전문점, 꽃집, 보세신발, 스포츠용품점, 선물의 집
주택가 주변	<ul style="list-style-type: none"> • 해당 점포기준 500m 반경이 1차 상권 • 배후지 5천여 가구가 주요 고객 • 버스정류장 기준 100m 이내가 적당 	내의전문점, 김밥전문점, 삼겹살 전문점, 편의점, 사진관, 건강식전문점
사무실 밀집지	<ul style="list-style-type: none"> • 5층 이상 10개동, 10층 이상 5개동 • 1층 단독점포보다는 건물 지하 • 아케이드 음식점 유리 • 음식점 및 서비스 업종이 안정 	베이커리카페, 추어탕, 컴퓨터현수막, 국수전골, 사무편의점
중심지 대로변	<ul style="list-style-type: none"> • 대학을 포함한 젊은 층 위주의 변화가 • 6차선 이상보다는 2~4차선이 유리 • 주로 패션과년 업종이 성업 중 	감각패션점, 신발편의점, 청바지전문점, 패션내의점, 액세서리점, 의류체인점

제3절 상권별 유망 Item

2. 상권과 아이템 -아이템별 상권

업태구분	업종별	상권범위	아이템(업종)
소매업, 유통업	생필품, 편의품	300~500m	편의점, 구멍가게, 문구점, 슈퍼마켓, 반찬가게, 과일야채, 생선, 정육점, 책대여점
소매업 유통업	선매품, 명품, 고급품	1~3km	안경전문점, 패션브랜드점, 포토샵, 스포츠화, 캐주얼전문점, 가구점, 보석시계전문점, 해외명품점
외식업	중소형음식점	300~500m	분식, 라면, 우동, 김밥, 치킨, 돈가스, 삼겹살 등
	패스트 푸드 고급·전문음식점	1~3km	레스토랑, 햄버거, 피자전문점,
기타 서비스업	근린생활업종 문화·서비스업종	300~500m	세탁편의점, 플라워샵, 애견용품점
	미용, 취미, 건강 교육서비스업	1~3km	어학원, 어린이집, 요리학원, 대형pc방, 헬스클럽, 병원, 피부관리, 찜질방, 건강식품대리점

제3절 상권별 유망 Item

3. 상권선택의 고려사항

- ① 점포입지를 선택한 후 그 입지에 맞는 업종을 선택하는 것이 안전한 개점
- ② 상권선택은 장기적인 안목이 필요하다
- ③ 업종에 맞는 상권선택이 필요하다
- ④ 소매점을 개설하기 위해서는 점포 자체의 영업능력도 중요하지만 전체적인 시장세력에도 관심을 갖지 않으면 안 된다.
- ⑤ 상권에 못지않게 중요한 것은 영업전략이다.



제4절 각 업태별 상권과 입지

신변품업태, 충동구매업태, 계획구매업태 그리고 제조직판 업태에 따른 상권과 입지를 살펴보면,

1. 신변품 업태

- 상품의 가격이나 가치가 일정하고 보통 신변에서 일상적으로 이용하는 업태
(예 : 일용생활용품 업태)
- 점포를 중심으로 반경 500m 범위 이내
- 소비 인구의 수가 중요
- 근처에 동업시설이 있다면 각 상권의 교차권 내에 있는 시설 여러 요소가 우위에 있는 것이 소비자를 보다 많이 흡인
- 반대로 경합하는 시설이 없을 경우 그 상권은 커진다.

♣ 업태란 한국표준산업분류표상 영업의 종류 중 대분류, 업종은 세분화된 산업(의류,문구용품 등)

제4절 각 업태별 상권과 입지

2. 충동구매 업태

- 상품의 가격이나 가치에 일정한 기준이 없고, 이용고객의 기호에 따라 비교구매가 중심을 이루는 업태(예 : 복식식품이나 생활용품 업태)
- **상권의 크기는 그 지구에 모여 있는 같은 점포시설의 수에 비례하고, 입지로는 경쟁이 심한 장소가 반대로 유리한데, 업태상의 특성을 분명히 해야 한다.**
- 젊은 층이 많이 모여드는 곳이 경쟁을 벌이는 같은 업자가 많은 상업지역이므로 외래객이 많은 일류 상점가만큼 유리하다

3. 계획구매 업태

- 상품의 구매에 있어서 계획이 세워지고,구매하는 상업시설이 미리 선택되기 쉬운 업태(예 : 생활 내구품, 고액상품을 다룬 업태)
- **상권범위는 그 시설의 매장규모에 비례,지역 중심 상가 유리**
- 그러나 소규모, 상품구성이 불충분하면 입지의 효력이 약해진다
- **구매계획 결정까지 시간이 걸림(입지의 편리함으로 주요 조건이 되지 않음)**

제4절 각 업태별 상권과 입지

4. 제조직판 업태

- 취급상품 각각의 특색이나 제조방법에 따라 생산량, 유통방법 등이 한정되므로 이용객에 의해 지정되는 업태(예 : 가공식품업태(생선,정육점은 제외))
- 상품은 특정시설단위의 상품이거나 어느 지역의 특산품인 경우로 입지와 상권은 상점명이나 상품명 등의 지명도에 따라 다르므로 유형적인 파악이 어렵다.
- 경영규모가 확대됨에 따라 제조부문에서 판매점이 주가 되고, 거의 대부분 광역상권 배경으로 한 도시의 주요지역에 집중
- 전국 각지의 역 빌딩 내,백화점 내,유명상점가 설치되어 대대로 이어오는 점포

제5절 점포입지 고려요인과 선정

1. 점포입지의 의의와 유의사항

(1) 점포입지의 의의

- 점포입지는 사업장의 지역범위인 **상권과 지점으로 구성**
- 상권이란 **고객을 흡인하는 지역범위**
- 지점은 점포 앞의 유동인구로서 점포의 시계성, 접근성, 점포규모에 의해 크게 영향을 받음
- 즉 점포 앞의 유동인구가 많고 점포 외관이 잘 보이는 곳에 점포가 위치하면 고객유인효과가 크게 나타날 수 있다.



제5절 점포입지 고려요인과 선정

1. 점포입지의 의의와 유의사항

(2) 점포입지의 유의사항

- ① 해당 상권의 인구수, 가구수, 소비수준 등 전문기관에 의뢰하거나 창업자가 직접 현장에서 조사
- ② 점포 후보지에 대한 장래성 조사
 - － 시가지 형성 상황, 주변도시의 인구증가속도, 도로신설·변경
 - － 강력한 경쟁업체 또는 대형 유통업체의 출범가능성 파악
- ③ 새로운 점포가 창업자 자신의 능력에 적합한지 사전 확인
 - － 점포보증금과 권리금, 점포 임차기간 연장 가능성, 임차료 인상률, 창업자 거주지와의 통근거리 등 확인 하는 것이 필수

제5절 점포입지 고려요인과 선정

2. 점포를 선정할 때 확인해야 할 사항

(1) 지역적인 면

- ① 창업 희망업종의 일반적인 조건에 맞는지?
- ② 유동인구 수는 얼마나 되는가?
- ③ 향후 고객수의 증가를 기대할 수 있는가?
- ④ 인근의 상가나 동종업종, 대형점포 등의 영업상태는 어떠한가?
- ⑤ 상권내의 주거상황과 소득수준, 세대수와 인구수 등은 어떠한가?
- ⑥ 경쟁점포의 위치와 영업상태는 어떠한가?

(2) 점포조건적인 면

- ① 점포 전면의 길이는?
- ② 점포의 넓이와 형태는 적당한가?
- ③ 도로에 접하여 있는가?
- ④ 주차장은 있는가? 상품의 수·배송에 문제는 없겠는가?
- ⑤ 설비에 문제는 없겠는가?



제5절 점포입지 고려요인과 선정

2. 점포를 선정할 때 확인해야 할 사항

(3) 경영관리적인 면

- ① 점포의 수준과 비교해서 비싸지는 않은가?
- ② 준비자금과 부합하는가?
- ③ 관리비, 공과금 등이 높지 않은가?
- ④ 예상매출은 어느 정도인가?
- ⑤ 이익은 어느 정도 가능한가?



제5절 점포입지 고려요인과 선정

3. 점포입지의 조건

◆ 사업의 성공여부 결정 절대적인 요인

- ① 무슨 사업을 할 것인가?
- ② 조건,선정과 어디에서 장사를 할 것인가?(소매업은 입지산업)
(입지 및 상권 체크포인트)

구분	내용
입지성	점포용도조건, 점포규모조건, 점포형태조건, 점포배치구조, 지형조건, 지표성, 인지성
교통의 접근성	역세권과의 관계, 도로망구조, 보행자의 동선구조, 차량접근환경, 도로접근환경, 신호등과의 관계, 주차장 여건
상권의 양분성	통행지수, 배후 거주자수, 배후 상주자수, 핵심 수요자수
상권의 질	주택구조, 생활수준, 고급내구재 보급률, 상주권 내 업체특성, 상주집단 및 통행자 집단의 질적 수준
유동인구 및 인구유발시설	유동인구의 성별·연령대, 유동인구의 직업, 유동인구의 내점동기 등 주변 인구유발시설 현황
경합성	상권의 경합성, 직·간접 경합점수, 경합점의 MD, 경합점의 Hard ware, 경합점의 영업력, 경합점의 상권 범위, 경합점의 고객층 특성, 경합점의 운영자·종사자
주변의 업종구조	판매서비스업 분포, 점포의 층별 분포, 업종의 층별 분포, 브랜드의 분포구조, 업종의 위계 구조
입점조건	계약기간, 거래가, 임대료수준,임대형태,권리금
장래성	주거환경의 변화가능성, 교통·접근성의 변화가능성,사업시설의 변화가능성,경쟁환경 변화가능성, 기타 요인의 변화가능성

제5절 점포입지 고려요인과 선정

3. 점포의 입지 조건

① 경쟁점포의 조사는 입지분석의 위한 중요한 요소로

- 반경 300~500m에 경쟁점포가 없다면 고객선점 의미에서 좋은 입지, 경쟁점이 있을 경우 자기점포에 얼마만큼의 영향을 줄 것인지 대해 조사하고 경쟁점포가 가진 힘에 대해 조사
- 경쟁점의 현황 면적 및 영업시간, 종업원 수, 이용객수, 매출 등을 조사

② 점포 인근도로의 차량 이동속도: 고객이 내 점포 인식하는 부분에 영향 미침

- 신호등이 있는 교차로 인근의 도로로서 정체지역이라면 그만큼 내 점포에 대한 노출이 많다
- 교통 및 통행량에 대한 기본자료는 도시교통연보를 활용하고, 점포 앞에서 직접 살펴보는 것이 가장 좋은 방법
- 버스나 트럭 등 대형차의 통행비율이 20% 이상이라면 시계성에 문제가 있는 입지

③ 길거리의 유동인구에 의해 매출이 좌우되는 입지가 아니라면 주차장은 점포가 갖춰야 할 필수요인

- 특별한 목적을 가진 고객이 오는 입지의 점포라면 주차시설이 필요
- 점포 내 주차장시설이 없으면 차선택으로 인근에 주차할 공간이 있는 입지에 주차공간 확보

제5절 점포입지 고려요인과 선정

3. 점포의 입지 조건

④ 집객시설은 고객이 모여드는 중요한 요인

- 역 주변, 관공서, 은행, 법원 등 주요 집객 시설
- 버스노선이 접근하기 쉬운 지역

⑤ 고객의 접근성

- 1층이 가장 비싸고, 2층 또는 지하순서로 임대료가 측정
- 엘리베이터 유무
- 엘리베이터가 없다면 2층 이하의 점포 선택

⑥ 점포가 위치한 입지는

- 전철역, 지하상가, 오피스텔 밀집지역 등 배후세력 및 유동인구가 많은 지역이 유리
- 상업지역 및 학교, 재래시장은 유동인구의 제한이 있으며 주택과 빌라 등 주거지역은 생활형 업종 중심
- 10층 이상의 건물수가 많으면 상주인구가 많고, 고객유동량이 많은 지역으로 좋은 입지
- 수요층 퇴근경로에 위치한 입지 좋은 입지

제5절 점포입지 고려요인과 선정

3. 점포의 입지 조건

⑦ 점포의 접근성과 가시성

- 대로변의 코너지역, 대로변에 들어가 있더라도 전면 길이가 넓은 경우 보완의 가능성이 있음, 차선수가 적을 수록 맞은편에서의 접근성이 뛰어남

⑧ 보증금, 권리금 및 임대료가 입지여건에 비해 싼 점포를 선택하는 것이 유리
통상 영업권리는 1년간 점포 영업순이익을 말함.

⑨ 점포주변 개발계획도 조사 – 개발이 완료되어 수요층 유입이 진행 중인 입지



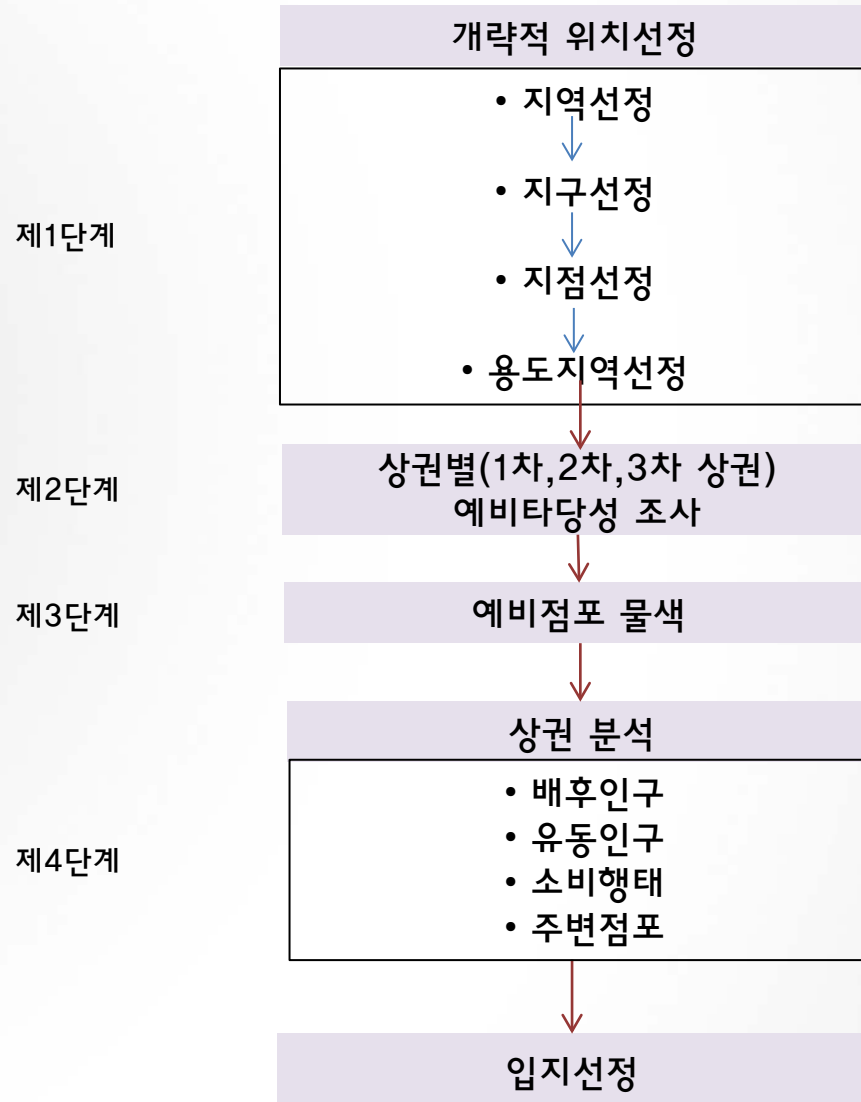
제5절 점포입지 고려요인과 선정

점포입지분석표

구분	평가항목		분석평가			비고
			○	△	x	
점포가치분석	주변시세 대비 임대가와 권리금					
	점포의 규모 및 전용면적률					
	점포 모양새와 점두 길이					
	건물의 건축연대					
	엘리베이터 등 편의시설					
	출입구 동선 및 크기					
	천장높이					
	냉·난방 유무					
	건물규모와 업종배치					
경쟁력 분석	경쟁점 수준과 규모					
	경쟁점과의 입지 및 거리					
	동일업종 경쟁점포 유무					
	유사업종 유무					
기타사항	주차장유무					
	화장실 등					
종합의견	점포입지특성		입지평가			
			가	미결	부	

제5절 점포입지 고려요인과 선정

4. 입지선정의 기본절차



제5절 점포입지 고려요인과 선정

5. 점포입지의 등급

(1) A 급지

- 앞으로 지나다니는 유동인구는 물론 배후지에 거주하는 주민까지도 일부 흡수할 수 있을 정도
- 상권의 범위가 넓다.
- 보증금과 권리금이 높다
- 대부분 업종이 잘되며, 사양사업을 선택 실수를 했더라도 업종전환이 용이
- 유명의원점, 안경점, 액서리, 패스트푸드점 ,음식업종 김밥전문점
- 비교적 점포의 크기 적다

(2) B 급지

- A급지보다 상권이 좁다
- B급지는 유동인구의 일부만 흡수하고, 배후지 거주하는 주민 흡수
- B급지는 맛으로 승부할 수 있는 음식점이 적합
- 음식점으로는 B급지가 A급지만큼 유용성이 있다



제5절 점포입지 고려요인과 선정

5. 점포입지의 등급

(3) C 급지

- 가장 상권의 범위가 좁으며 유동인구의 극히 일부만 유입
- 역세권 중 일부 C급지는 제법 유동인구가 유입
- C급지의 유동인구는 극히 적고, 그 배후지 주민에 한정
- C급지 상권은 되도록 피하는 것이 좋다(좋은 업종이 없다)
- 소규모 장사를 하되 반드시 시설비가 들지 않는 업종 선택
- 경사진 곳이 많다.



제5절 점포입지 고려요인과 선정

6. 위치에 따라 점포 구하는 방법

(1) 역세권 상가 점포

- 역으로 부터 반경 100m이내의 점포 및 크기는 300m
- 생식품을 제외한 음식업, 소매업 및 서비스업
- 투자비가 비싸므로 창업자의 투자금액에 따라 결정됨

(2) 아파트단지 내 점포

- 실평수 기준 5~10평 점포
 - 아파트 500세대 내외 : 생식품,음식점(분식,중식),슈퍼(15평이내),어린이관련 학원, 기타소매점(약국,비디오대여,문방구,미용실,부동산 등)
 - 아파트 세대수 500~1,000 :패스트푸드점,한식점, 치킨호프점,생활용품점
- ① 인접상가 도보로 5분 이상 거리에 위치하고, 4차선이상 차량 전용도로가 인접해 있으면 고객 독점
 - ② 상가의 총평수 비율이 아파트 총평수의 3%이내
 - ③ 아파트 주민 및 유동고객까지 흡수할 수 있는 위치
 - ④ 대규모 아파트 단지는 주민의 이동동선을 파악, 어느 점포에 손님이 많은지 파악
 - ⑤ 사전에 그 지역의 개발계획(주변 개발계획,아파트 재개발 여부 등) 확인

제5절 점포입지 고려요인과 선정

6. 위치에 따라 점포 구하는 방법

(3) 주택가 점포

- 주택가 점포는 5~10평 적당
- 가로의 구조를 파악하여 유동인구 주 통행로를 파악, 주부들이 지나는 길목
- 점포 배후에 주택재개발이 이루어지는지 주목
- 차량 통행이 잦은 곳보다는 도보로 진입하는 골목 입구 점포가 유리
- 주변 점포의 경우 다양한 업종이 모여 있는 장소가 바람직
- 소비자의 생활수준을 파악하여 생창업하고자 하는 업종과 맞는지 파악

(4) 대로변 중심상가 내 점포

- 유동인구 파악 중요
- ① 유동인구의 통행방향 및 연령과 성별 기록
- ② 피크타임 시 유동인구가 시간당 5,000명 이상인 지역 A급 상권

(5) 이면도로(중·소로) 근린상가 점포

- ① 해당 동사무소에서 세대수 및 인구수 파악
- ② 반경 1KM이내의 지역주민 생활수준 파악과 업종의 연계성 검토
- ③ 지하철 이용객수와 버스 노선 파악
- ④ 지하철 이용고객은 하루 4만명 이상, 버스노선 12개 이상이면 발전가능성

제5절 점포입지 고려요인과 선정

7. 점포의 입지에 맞는 사업

구분		입지의 특징	가능한 사업
상가	근린상가	<ul style="list-style-type: none"> • 소도시의 역전이나 상가 또는 통근, 통학으로 주간인구가 감소하는 곳 	<ul style="list-style-type: none"> • 일용품, 식품 등의 잡화 • 소형음식점 등 단골을 중심으로 하는 경영
	지방상가	<ul style="list-style-type: none"> • 중소도시 중심상가, 관청이나 대형 점포, 회사근처로 주간인구가 증가하는 곳 	<ul style="list-style-type: none"> • 유행상품점, 고객층에 맞는 상품 갖추기 • 음식점은 단품보다는 다양한 메뉴로 선정
	대도시상가	<ul style="list-style-type: none"> • 대도시의 번화가로 주간인구가 많고 야간에는 줄어듦 	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 사업이 가능 • 점포 확보비용이 많이 들어서 고가품 또는 대량판매가 아니면 곤란 • 음식점은 배달에 주력
비지니스타운		<ul style="list-style-type: none"> • 관청이나 대기업의 사무실이 집중 • 주간인구 집중, 야간 공동화 현상 	<ul style="list-style-type: none"> • 샐러리맨 상대의 사업이나 회사 • 방식에 따라 소자본 창업도 가능 • 음식점은 배달에 주력
학교 근처		<ul style="list-style-type: none"> • 대학근처 • 주간인구 집중 	<ul style="list-style-type: none"> • 학생 상대의 사업 • 대중브랜드의 음식점

제5절 점포입지 고려요인과 선정

8. 상품의 분류에 따른 점포의 위치

(1) 패션품점의 위치

- 패션품의 단가는 편의점보자 높으나 구매빈도가 낮다
- 일정한 고객수 확보를 위해 상권이 넓어야 함
- 교통량이 많아야 함
- 교통수단을 이용하여 1시간 이내의 거리, 반경 12KM이내
- 차량 보급으로 인해 대도시 상권으로 30~40KM
- 통행인구의 질과 남녀의 비율에 따라 달라짐

(2) 편의품점의 위치

- 편의품점 고객은 인근에 거주하는 사람들
- 도보로 10분 이내 , 거리로 700m 이내
- 식료품은 구매 빈도가 높고 가까운 거리에서 구매
- 비식료품은 식료품에 비해 구매빈도가 낮고 1km까지 찾아 갈 수 있다



제5절 점포입지 고려요인과 선정

8. 상품의 분류에 따른 점포의 위치

(3) 서비스업의 위치

- 용역상품의 분류로 음식점과 기타 서비스업으로 분류
- 같은 종류의 음식점이라도 패션가에 위치하면 단가가 비싸고 메뉴도 고급화
- 편의품 상가에 위치하면 대중음식을 주 메뉴로, 양식전문점은 다소 어렵다
- 외곽지역은 차량 이동하는 만큼 인테리어 등 분위기가 확실하게 달라야 한다.
- 호텔과 숙박업은 교통 편리, 이발소는 주거지역, 미장원은 주거지를 배후 둔 상가지역
- 서비스의 목적에 따라 그 위치가 정해짐

제5절 점포입지 고려요인과 선정

9. 점포선정에서 피해야 할 점포

- (1) 역세권 중 상권이 확대되는 곳은 피하라
- (2) 유동인구가 그냥 흐르는 곳은 피하라
- (3) 업종이나 주인이 자주 바뀌는 점포는 피하라
- (4) 빈 가게가 많은 곳은 피하라
- (5) 언덕 위나 상가의 연속성이 끊긴 곳은 피하라(사람들은 낮은 데로 몰리는 경향)
- (6) 주변에 공터가 있는 곳은 피하라(신흥상권, 주택지 상권이 경우 더 큰 상가 건축가능)
- (7) 500m 안에 대형유통시설이 있으면 피하라
- (8) 권리금이 없는 곳은 피하라(목이 좋지 않음)
- (9) 주변에 큰 규모의 같은 업종이 있으면 피하라(독특한 노하우가 있으면 작은 가게 가능)
- (10) 건물주가 장사하는 건물은 피하라(보증금, 월세가 지역에서 제일 비싸고 해마다 오른다)

제5절 점포입지 고려요인과 선정

10. 점포의 계약 및 관련 법률 확인사항

(1) 점포의 상태조사

건물의 준공연월일	<ul style="list-style-type: none">• 건축연수• 건물 내부의 수도관, 전산 등의 설비 상태• 건물 내장자료, 시공상태• 낮은 구조: 신세대 기피
점포의 출입구 상태	<ul style="list-style-type: none">• 계단이 많으면 여성, 고령 고객 불편• 출입구 통로 open형 : 비, 바람 등의 피해• 지하층 : 출입구 협소하면 불편
입주업종 및 인기도 수준	<ul style="list-style-type: none">• 입주업종이 시끄럽고 지저분하면 여성고객, 수준있는 고객, 가족고객이 출입 꺼림• 동물병원 있으면 불리• 야간업소 있으면 불리
여성고객 기피점포 및 업종 유무	<ul style="list-style-type: none">• 성인용품점이 있으면 불리• 화려한 주점 있으면 불리• 남성 위주의 투기성 업종 있으면 불리
건물의 높이	<ul style="list-style-type: none">• 지나치게 낮은 건물 초라한 점포 : 젊은이 기피
외부모양	<ul style="list-style-type: none">• 오래되고 낡고 초라한 점포 : 젊은이 커피• 정원의 조경, 아늑한 분위기 : 가족 고객, 여성 고객 출입

제5절 점포입지 고려요인과 선정

10. 점포의 계약 및 관련 법률 확인사항

(2) 점포의 계약

1) 점포계약의 준비 및 고려 사항

- ① 집기,비품의 제조사와 용량, 제품명을 대충 살펴보거나 목록을 작성
- ② 계약금,중도금,잔금 등 전체 자금일정을 최소 일주일 이상의 기간을 두고 자금상황과 기존임차인의 상황을 점검
- ③ 권리금 계약은 건물주가 아닌 세입자와 하기 때문에 이중 계약 방지를 위해 실지 소유주 혹은 임차인 여부 확인이 가능한 가능한 허가 받은 중개 업소에서 하도록
- ④ 등기부등본,건축물대장,토지가옥대장, 도시계획확인원 등 법률관계 직접 확인
- ⑤ 계약장소에 나가기 전 막바지 협상에 도움이 될 만한 사람과 동행
- ⑥ 계약일정은 내가 편한 시간
- ⑦ 가격에 대한 협상은 부드럽고 단호하게
- ⑧ 계약기간은 업종에 따라 단기 혹은 장기
- ⑨ 계약서상 특약을 효과적으로 활용(차후 임차인 권리금을 받을 수 있도록 점포주의 협력조항, 잔금 지불 일에 전세권 혹은 임차권 등기, 임차권의 적정한 증가, 계속 재계약 명시,간판,주차장,화장실 등)

제5절 점포입지 고려요인과 선정

10. 점포의 계약 및 관련 법률 확인사항

(2) 권리금과 임대차 계약

① 권리금 계약

- 시설개선비용, 인테리어 설치비 대한 보상액
- 일정기간 동안 한 장소와 점포에서 특정간판, 상호 등으로 영업을 해온 덕택에 확보 가능한 고정적인 수입 보장해주는 데 대한 금전적 보상
- 권리금에 대한 계약서 상 기재되어야 할 사항
 - 가. 임대료 인상금액에 대한 책임소재 분명히 해야 한다.
 - 나. 임대차기간의 잔여기간 승계문제를 명확히 하도록 한다.
 - 다. 시설 및 집기, 비품은 계약 당일의 상태로 잔금 지불일에 양도 명시
 - 라. 중도금의 은행입금은 약속하고 계좌번호를 적어둔다

② 점포임대차계약

- 특약의 일반적인 내용
 - 가. 권리금은 절대 인정하지 않는다.
 - 나. 건물주가 요구하면 언제든지 비워준다
 - 다. 시설은 원상 복구한다.
 - 라. 제소 전 화해조서를 요구하면 계약서 작성을 재고하는 것이 좋다.

제5절 점포입지 고려요인과 선정

10. 점포의 계약 및 관련 법률 확인사항

(3) 점포를 구할 때 유의할 사항

- 기존 점포의 경영상태가 어떠하였는가 파악한다
- 가맹점일 경우 프랜차이즈 본사 경영상태, 부도가능성, 계약기간, 계약조건의 변동가능성 등 파악한 후 건물주와 계약해야 한다
- 상가일 경우 신·개축 가능성의 유무를 조사한다.
- 점포가 위치한 지역 또는 인근에 어떠한 도시개발계획이 있는지를 확인하고 경쟁점, 대형쇼핑센터, 건립계획 등이 있는지 검토
- 고객의 이용상황 등 현장조사도 필요하다.



제5절 점포입지 고려요인과 선정

10. 점포의 계약 및 관련 법률 확인사항

(4) 임차보증금의 안전성 확보

- ① 임차건물 또는 타 건물에 근저당 설정 혹은 전세권 설정
- ② 보증보험증서 발급, 연대보증서 작성, 약속어음 공증

(5) 임대차계약서 작성 시 유의 사항

- ① 반드시 건물주 명의로 계약
- ② 부동산중개소 대표자의 입회인 서명을 받을 것
- ③ 월세금 기산일
- ④ 임대기간
- ⑤ 계약 연장 또는 해약에 관한 사항
- ⑥ 보증금, 월세의 인상·인하 등에 관한 사항
- ⑦ 계약 종료 후 구축물 처리, 증설시설의 처리 사항
- ⑧ 중도해약 시의 처리방안
- ⑨ 임차료 지급기일, 지급방법
- ⑩ 건물수리비의 부담 한계
- ⑪ 건물주의 부주의로 야기된 영업중지 등에 대한 손해배상의 범위 및 처리방법
(건물에 대한 화재보험 등 가입여부)

제5절 점포입지 고려요인과 선정

11. 상가건물 임대차보호법

(1) 도입배경

- 임차인은 임대인에 비해 상대적 약자 위치
- 시설비 투입 후 재계약 거부
- 임차건물의 경매로 인한 보증금 회수 불가능
- 상가건물임대차 공정한 거래질서 확립 및 영세상인들 안정적 생업종사 권리 보호
- 2001년 12월 제정, 공포 2002년부터 11월부터 본격적으로 시행

(2) 상가건물 임대차보호법 대상과 변제권 범위

지역	법적용대상보증금	소액임차인의 우선변제권	
		우선변제권인정금액	변제한도
서울특별시	2억 4만원 이하	4,500만원	1,350만원
수도권과밀 억제권역 (서울시 제외)	1억 9천만원 이하	3,900만원	1,170만원
광역시 (인천시, 군지역 제외)	1억 5천만원 이하	3,000만원	900만원
기타지역	1억 4천만원 이하	2,500만원	750만원

제5절 점포입지 고려요인과 선정

11. 상가건물 임대차보호법

(3) 임차인의 권리

- 임대차 존속기간 보장 : 최대 5년간 계약갱신 요구권 보장(계약은 1년 단위)
- 임대인 변경에 따른 영향 차단 : 건물소유주가 바뀌어도 새로운 소유주에 임차권 주장
- 임대료 인상 상한선 설정 : 인상 상한선을 연 12%로 제한
- 우선 변제권 보장 : 확정일자
- 임차권등기명령신청,소액보증금에 대한 최우선 변제권 등 보장

(4) 임대인의 보호

- 임대차 존속기간은 5년이나, 계약은 최소 1년 단위로 체결
- 임차인의 부당한 권리남용에 해당되는 경우 임대인이 계약갱신요구를 거절 할 수 있도록 규정 명시

(5) 상가건물임대차보호법에서 대항력

- 당사자뿐만 아니라 제3자에게 주장할 수 있는 권리
- 대항력 발생요건은 임차인의 건물 인도와 사업자등록이다.
- 사업자 등록을 신청한 다음날부터 발생
- 임대인이 바뀌어도 계약 유효

제5절 점포입지 고려요인과 선정

11. 상가건물 임대차보호법

(5) 확정일자 취득

- 그 날짜에 그 문서가 존재하였음을 인정해주는 것으로
임대차계약서 원본에 확정일자번호, 확정일자를 기재하고
확정일자용 관인을 날인하는 것을 말함
- 확정일자 발급은 상가건물을 관할하는 세무서에서 발급
- 확정일자를 받은 임차인에게 “우선변제권”이 부여 됨

