

마포구 합정동 · 이자까야(간이주점)

창업 상권 컨설팅 리포트

NICE비즈맵 프리미엄 상권분석 데이터를 바탕으로, 합정동 이자까야 상권의
사업성·매출·경쟁·고객을 진단하고 실행 가능한 창업 전략을 제안합니다.

상권평가지수 (1,000점 만점)

709 **A+**

창업 적합도 “매우 높음”

서울 평균(572점)을 **+137점(+24%)** 앞서는 **최상위 A+ 상권**입니다. 다만 **성장성은 C등급** — ‘좋은 입지’가 아니라 ‘**잘 운영해야 살아남는 성숙·경쟁 상권**’이라는 점이 이 리포트의 핵심 메시지입니다.

성장성

C

안정성

A+

밀집도

A

구매력

A

집객력

A+

핵심

한눈에 보는 진단 요약

합정동 이자까야 상권은 **‘들어오긴 좋지만, 이기긴 어려운’** 상권입니다. 절대 평가지수와 고객 구매력·집객력은 서울 최상위권이지만, 성장세는 꺾이고 경쟁은 심화되는 국면입니다. 아래 4가지가 의사결정의 핵심입니다.

① 구매력은 최상급

결제단가 **88,261원**(서울 +34%), 9만원 이상 고액 결제가 **36.7%**. 고객은 ‘제대로 된 한 상’에 기꺼이 지갑을 엽니다.

② 고객의 85%는 ‘유입’

전체 16,246명 중 **유입고객 84.9%**. 동네 장사가 아니라 홍대·서교에서 흘러오는 **유동 의존형** 상권입니다.

③ 매출은 ‘시간’에 쏠림

매출의 **50.3%**가 **21~24시**, **토요일 25.7%**, 12월 정점. 좁은 피크 타임을 잡는 회전·예약 설계가 성패를 가릅니다.

④ 경쟁은 ‘심화기’

점포수 +0.5% 늘고 매출 -2.7% 줄어드는 **경쟁심화기**. 평균 운영연수 3.1년의 성숙 시장 — 차별화 없이는 평균 미만으로 수렴합니다.

결론

진입 자체는 **“추천”**입니다(진입 적정성 A). 단, 성공 조건은 입지가 아니라 **운영력**입니다 — ① 객단가를 지키는 메뉴·세트 설계, ② 금·토 21~24시 피크 회전 극대화, ③ 유입고객을 끌어들이는 가시성·SNS. 이 세 가지가 본 리포트 전략의 축입니다.

1 상권 개요

1.1 입지 성격 — 역세권 + 홍대 배후

분석 지점은 **합정역(서울 2·6호선) 역세권**으로, 홍대·서교동 상권과 한강·양화로 사이에 위치합니다. 반경 500m 내 이자까야는 **17개**가 영업 중이며, 야키토리·이자까야 업태가 합정역 북측에 밀집해 하나의 '이자까야 클러스터'를 형성하고 있습니다.

상권 유형

역세권

합정역 2·6호선

경쟁 점포

17개

반경 500m 내 이자까야

일평균 유동인구

4,335명

금요일 15~18시 정점

주거 세대

8,067세대

아파트 2,045 (25.4%)

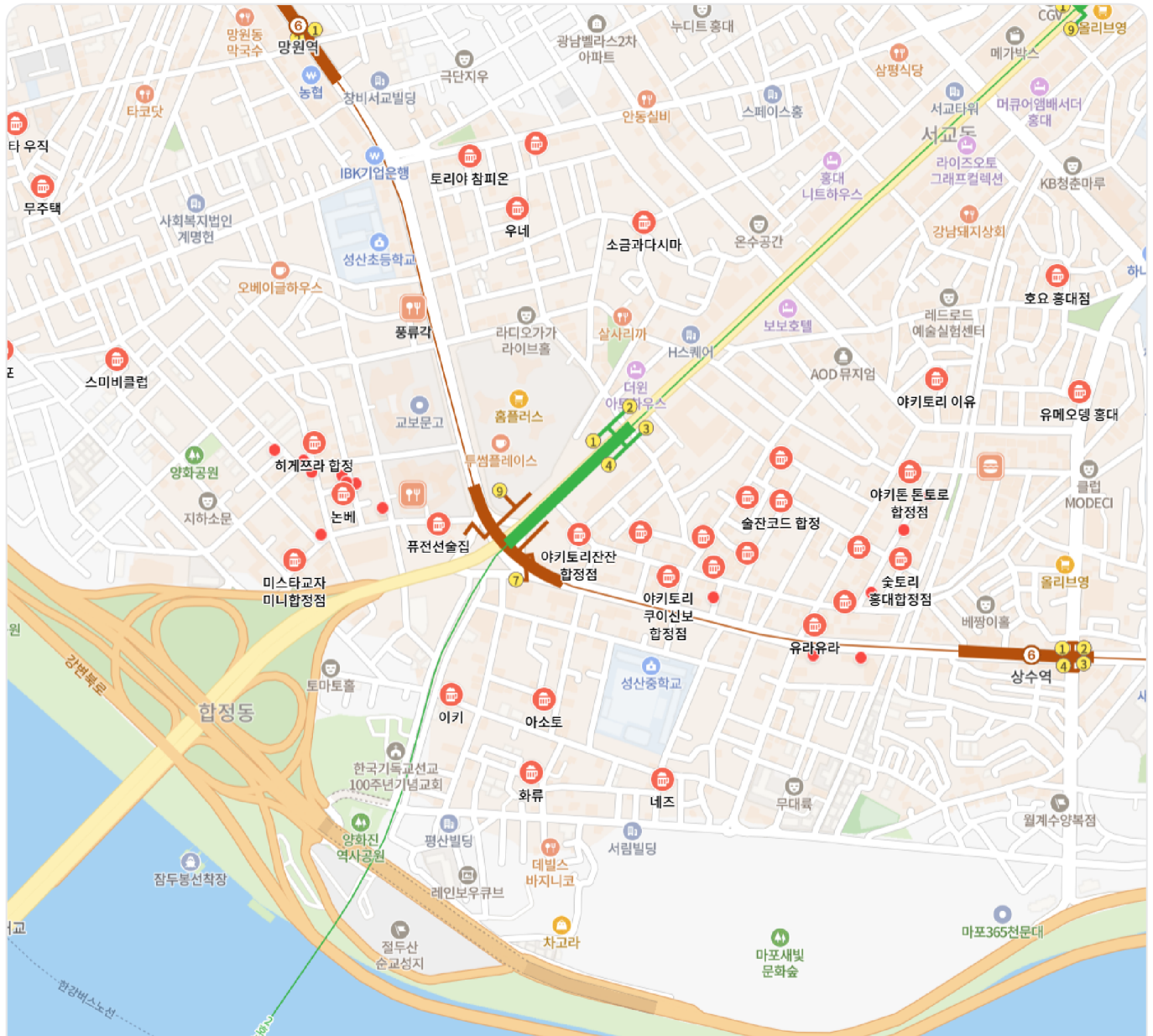
※ **안내** 반경 500m 내 이자까야 **17개**는 NICE비즈맵 업종 분류 기준의 집계치이며, **업종 분류 기준(간이주점·일식·호프 등 카테고리 구분)**과 사업자 등록 업태에 따라 점포 수가 다르게 집계될 수 있습니다.

핵심

측정 지점의 '보행 유동' 자체는 서울 평균 대비 적지만(-84%), 고객의 **85%가 외부 유입**입니다. 즉 "문 앞을 지나는 사람" 수보다 **홍대·서교에서 술자리를 찾아 '이동해 오는' 목적성 고객**이 매출을 만드는 상권 — 골목 안쪽이라도 '찾아올 이유(컨셉)'가 있으면 충분히 승부가 됩니다.

1.2 상권 지도 — 경쟁 클러스터 분포

합정역(2·6호선)을 중심으로 한 반경 500m 상권. 이자까야·야키토리 업태가 역 북측에 집중 분포합니다.



합정역 일대 이자까야·야키토리 분포 — 역 북측 골목에 동종 업태가 밀집한 ‘경쟁 클러스터’ 구조.

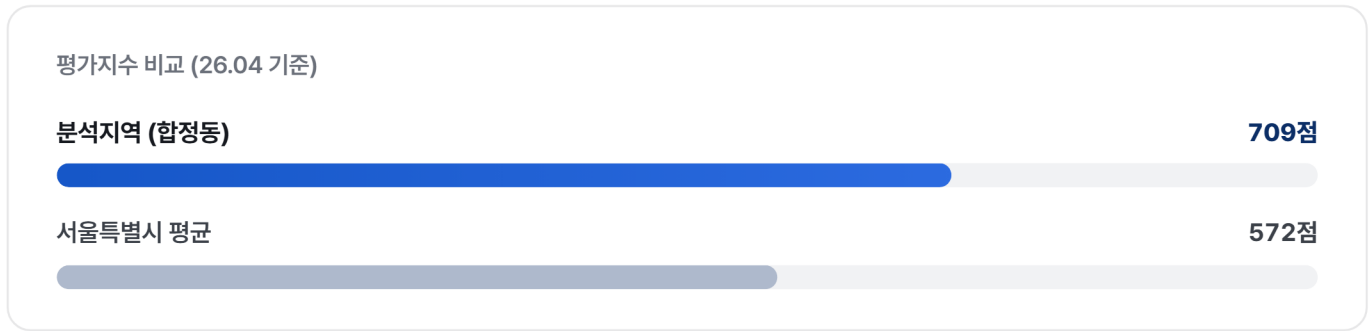
지도 캡처 출처 : 네이버 지도 검색 (NAVER Map, map.naver.com) · 상권 범위·점포 위치는 NICE비즈맵 분석 기준

※ **안내** 지도에 표기된 점포는 참고용이며, 실제 영업 여부·업종 분류는 시점과 기준에 따라 달라질 수 있습니다. 점포 수는 업종 분류 기준에 따라 상이하게 집계될 수 있습니다.

2 사업성 종합진단

2.1 종합평가지수 709점 / A+

5개 지표(성장성·안정성·밀집도·구매력·집객력)를 1,000점으로 환산한 종합 점수. 합정동 이자까야는 **709점, A+등급**으로 서울 평균(572점)을 137점(+24%) 앞섭니다.



주의 신호

같은 지표가 전월(26.03) 767점 → 당월 709점으로 58점 하락했습니다. 절대 등급은 A+이지만 경기 방향은 ‘악화’ — 높은 점수를 ‘안전 신호’로 오해하지 말고, 하락 원인인 성장성(아래)을 함께 보십시오.

2.2 5대 지표 — 강점과 약점

지표	서울 평균 대비 수준	등급
집객력		A+
안정성		A+
구매력		A
밀집도		A
성장성		C

2.3 SWOT 진단

5대 지표·매출·경쟁·고객 데이터를 강점/약점/기회/위협으로 종합한 결과입니다.

S · 강점 Strength

- 안정성·집객력 A+ — 폐업 위험 낮은 성숙 상권
- 구매력 A — 결제단가 서울 +34%
- 수요>공급 (매출비중 1.2% > 점포비중 0.52%)

W · 약점 Weakness

- 성장성 C — 매출 6개월 -3% 추세
- 점포수는 늘고(+0.5%) 매출은 줄어듦(-2.7%)
- 측정지점 보행 유동 절대량은 낮음

O · 기회 Opportunity

- 일식 선호도 9.0% (서울 평균의 5.6배)
- 고액 결제(9만원+) 36.7% — 객단가 상향 여력
- 홍대·서교 유입 84.9% — 광역 모객 가능

T · 위협 Threat

- 경쟁심화기 — 신규 진입으로 출혈 우려
- 업종 경기 '4사분면(경쟁심화)' 위치
- 전월 대비 평가지수 58점 하락

전략 방향

강점(구매력·안정성)과 기회(일식 선호·고액 결제)를 결합한 '**프리미엄 일식 포지셔닝**'이 약점(성장성)과 위협(경쟁심화)을 방어하는 가장 자연스러운 해법입니다.

3 매출 구조 분석

3.1 매출 수준과 양극화

평균 매출 / 월

5,439만원

중간값 매출 / 월

4,790만원

상위 20%

11,556만원

하위 20%

1,156만원

핵심

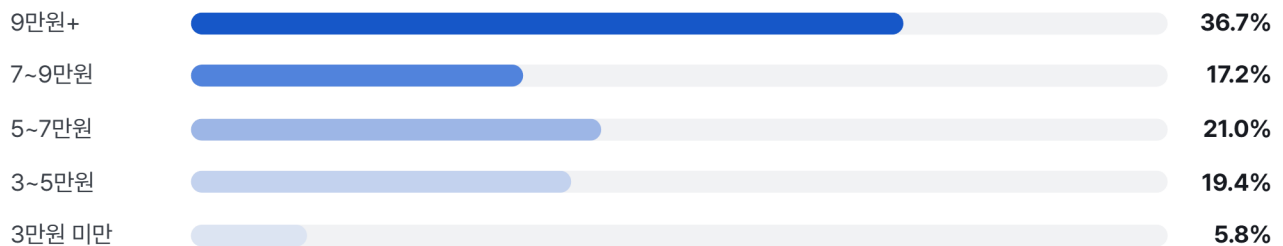
상위 20%(1.16억)와 하위 20%(0.12억)의 격차가 **약 10배**. 평균 5,439만원은 '기대값'이 아니라 **소수 강자가 끌어올린 허수**에 가깝습니다. 현실 목표는 **중간값 4,790만원**으로 잡으십시오.

3.2 객단가 — 이 상권의 진짜 무기

평균 결제단가 (3개월)

88,261원 서울 +33.9%

월 결제건수 (점포당)

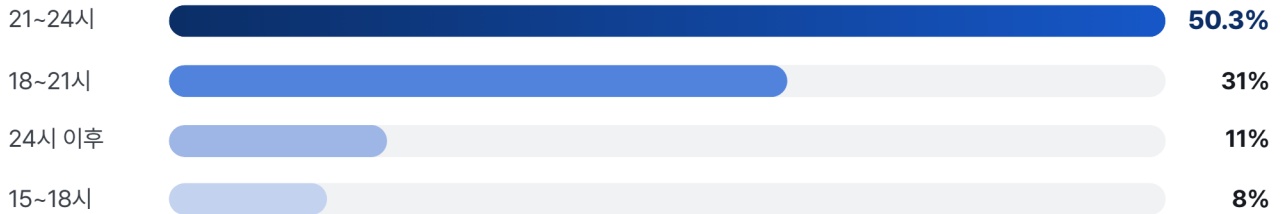
969건 서울 +52.4%결제금액 분포 — 7만원 이상이 **53.9%**

해결 · 메뉴/가격 전략

결제의 절반 이상이 '테이블 단가' 7만원 이상 — 1인 객단가가 아니라 **2~4인 술자리 단위** 소비입니다 → **4~6만원대 2인 코스/오마카세 세트**를 간판화하고 **사케·하이볼 페어링**으로 객단가를 끌어올리십시오.

3.3 매출이 몰리는 시간 — 좁고 뾰족하다

시간대별 매출 비중



피크 요일 **토요일 25.7%** 피크 월 **12월** 주 고객 **30~34세 남성**

해결 · 운영 설계

하루 매출의 절반이 **21~24시 단 3시간**에 발생합니다. 이 구간의 **좌석 회전과 객단가**가 곧 손익입니다 → 피크에는 **예약·웨이팅 관리와 2~3인 테이블 구성**으로 회전을 높이고, 한산한 15~18시는 무리한 인력 대신 **'혼술·페어링'** 타임 특가로 가볍게 채우는 **'이중 운영'**을 권장합니다.

참고 결제단가는 '1회 결제 금액'으로 1인 객단가가 아닌 **테이블 단가**에 가깝습니다. 12월·연말 단가 상승은 단체손님 증가에 따른 테이블 단가 상승으로 해석해야 합니다.

4 경쟁 환경 분석

4.1 경쟁 강도 — ‘경쟁심화기’

경쟁도

경쟁심화기

평균 운영연수

3.1년

진입 적정성

A 등급

합정동 이자까야 (6개월 평균)		서울특별시 이자까야	
점포수	+0.5% 증가	점포수	-0.2% 감소
매출액	-2.7% 감소	매출액	+0.3% 증가

핵심

서울 전체는 점포가 줄며 매출이 도는데, 합정동은 점포가 늘면서 1인당 매출이 꺾이고 있습니다. 파이는 그대로인데 나눠 먹는 입이 늘어난 국면 — 신규 진입자는 ‘남는 자리’가 아니라 ‘뺏어야 할 자리’로 보고 차별화를 준비해야 합니다.

4.2 그래도 진입할 이유 — 수요 > 공급

매출 비중 (수요)

1.2%

점포 비중 (공급)

0.52%

매출 비중(수요)이 점포 비중(공급)의 2.3배 — ‘쓰는 돈’ 대비 ‘파는 가게’가 아직 적은 구조.

해석

단기 경기는 부담스럽지만 구조적으로는 수요가 공급을 앞서는 ‘진입 적정성 A’. 결론은 “진입 OK, 단 평범하면 위험” — 17개 경쟁점 사이에서 뚜렷한 한 곳이 있어야 평균 이상으로 안착합니다.

5 고객 분석

5.1 누가 오는가 — 85%가 '유입' 고객

고객 구성 (총 16,246명)

유입 84.9%

■ 유입 13,797명 (84.9%) ■ 직장 1,250명 (7.7%) ■ 주거 1,199명 (7.4%)

핵심

동네 단골(주거 7.4%)로는 굴러가지 않습니다. 매출의 동력은 **홍대·서교동에서 넘어오는 유입 고객**이며, 유입의 거주·직장지 1위 모두 서교동입니다. 따라서 마케팅 무게중심은 '반경 500m 전단지'가 아니라 '홍대 상권을 포함한 온라인 노출(지도·SNS·예약앱)'에 뒤야 합니다.

5.2 핵심 타겟 — 두 개의 고객층

주 매출 고객

30~34세 남성

결제건수 기준 최다 고객층. 회식·친구 모임 중심의 **2~4인 술 자리** 수요.

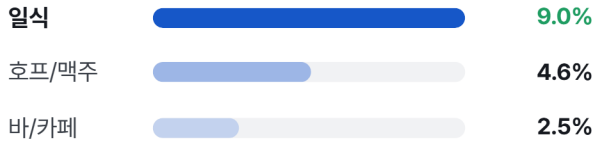
고단가 핵심 타겟

50대+ 남성 · 서교동 주거

핵심 이용고객의 **83.3%**가 50대+ 남성, 최근 1년 **60대+ 비중 증가** — 구매력 높은 중장년 '진짜 단골' 후보.

5.3 선호와 지불 의향 — 일식에 진심인 동네

분석지역 업종 선호도 (이용률)



일식 선호 9.0% = 서울 평균(1.6%)의 5.6배

이자까야 결제금액 (평균 대비)

+32.8%

이 상권 고객은 동일 업종 평균보다 이자까야에 **32.8% 더 지**불합니다. '저렴한 술집'이 아니라 '**가치를 지불하는 미식**' 수요가 확인됩니다.

해결 · 포지셔닝

선호도·지불의향 모두 **프리미엄 일식 방향**을 가리킵니다. 가격 경쟁(저가 꼬치·하이볼 무한리필)은 이 상권의 강점과 정반대
→ **제철 식재·시그니처 사케·정갈한 공간**으로 '객단가 9만원이 아깝지 않은 한 끼'를 설계하는 편이 데이터와 일치합니다.

고객 프로파일 요약

주 이용

30대 남성 · 2~4인

방문 동선

홍대·서교 → 합정

소비 성향

고단가 미식 지향

해결

전략 제언 — 실행 플랜

진단을 '무엇을 할 것인가'로 옮긴 5개 실행 과제 — 모두 데이터 근거 → 액션으로 연결됩니다.

01 '프리미엄 일식'으로 포지셔닝하라

근거

일식 선호 9.0%, 결제
+32.8%, 9만원+ 36.7%

제철 오마카세·시그니처 사케 페어링으로 '가치 지불' 수요에 정조준. **4~6만원대 2인 코스**를 간판 상품화.

02 피크 3시간(21~24시)에 운영을 집중하라

근거

매출 50.3%가 21~24시,
토 25.7%, 12월 정점

예약·웨이팅·2~3인 테이블로 피크 회전 극대화. 연말·주말은 **단체석/코스 예약**을 사전 가동.

03 홍대·서교 유입을 '온라인'으로 잡아라

근거

유입 84.9%, 거주·직장지 1
위 서교동

고객은 '검색해서 찾아오는' 사람들. **지도앱·인스타·예약앱 노출**과 **리뷰 관리**가 전단지보다 우선.

04 경쟁심화기 — '차별화 한 곳'으로 방어하라

근거

점포 +0.5%·매출 -2.7%,
성장성 C, 17개 밀집

단일 시그니처(예: 숯불 야키토리 전문, 사케 페어링 바)로 카테고리를 좁혀 '이건 여기' 기억점을 만드십시오.

05 손익은 '중간값 4,790만원' 기준으로 짜라

근거

평균 5,439 vs 중간
4,790, 상·하위 10배

사업계획은 **보수적으로 중간값(4,790만원)**으로 BEP를 역산하고 **고정비 과투자**를 경계하십시오.

6 종합 결론 & 체크리스트

FINAL VERDICT

합정동 이자까야 상권은 **'진입 추천, 운영 주의'** 상권입니다.

구매력·집객력·진입 적정성은 서울 최상위권이지만, 경쟁은 심화기이고 성장세는 꺾였습니다. **프리미엄 일식 포지셔닝 · 피크타임 회전 · 온라인 유입 모객**의 세 축을 갖춘다면, 데이터가 가리키는 '상위 20%(월 1.1억)' 진입이 충분히 현실적입니다.

창업 전 점검 체크리스트

- ☐ **컨셉** — 17개 경쟁점과 구별되는 '단일 시그니처'를 한 문장으로 말할 수 있는가?
- ☐ **객단가** — 4~6만원대 코스/세트로 테이블 단가 7만원+를 설계했는가?
- ☐ **피크 운영** — 금·토 21~24시 좌석 회전·예약 관리 체계가 있는가?
- ☐ **온라인 모객** — 지도앱·인스타·예약앱·리뷰 운영 담당과 예산이 정해졌는가?
- ☐ **손익** — 월 매출 4,790만원(중간값) 기준으로 임대료·인건비 BEP를 검증했는가?