1. 상업시설 및 상권의 이해

가. 상권의 정의

당해 점포를 중심으로 고객 흡입력이 미치는 범위

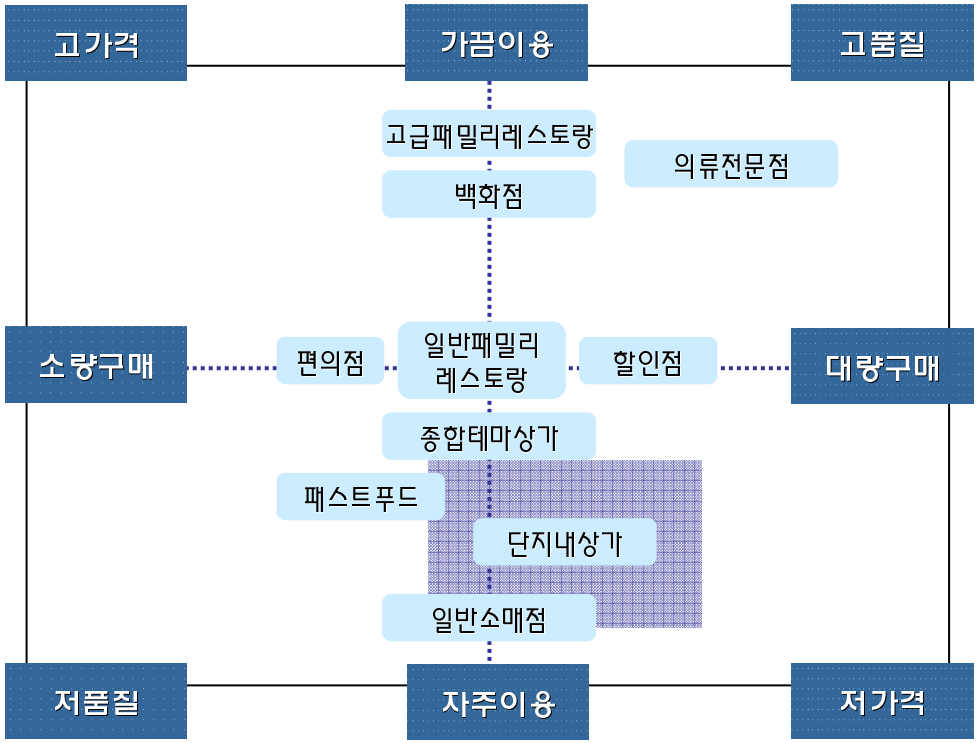
Area Marketing에 의해 상권의 수성, 확장 가능

구분	상권 유형
수요권 범위별	1차 상권 : 2㎞ 이내 2차 상권 : 4㎞ 이내 3차 상권 : 8㎞ 이내
위계별	도심상권,부도심 상권,지역지구상권,근린상권
입지특성별	입지 적응형 : 유동형, 입지 창출형 : 목적형

위계별 상권의 분류

구분	분류기준	비고
도심상권	-. 전통적 집중적, 핵심 상권	명동, 종로
부도심 상권	-. 도심 집중화 억제를 위한 정책적 육성 상권	여의도, 영등포
지역지구 상권	-. 교점지역 : 교통환승시설 -. 특정 수요층의 폐쇄형 상권	신림,성신여대
근린주거 상권	-. 주거와 상권의 밀접성 -. 상권확장이 불가능	사업대상지

나. 상업시설의 Positioning



- 사업지 상가는 근린주거상권 특성 보유
- 단지내 상가는 시설 특성 상 수요범위의 물리적 한계 발생
- 광역 및 지역중심상권 확장이 어려운 시설 특성

다. 상가유형에 따른 분류

■ 지구형 상가 (Community Center) : 근린형 상가
■ 지역형 상가 (Regional Center)
■ 광역형 상가(Central Business Center)

구 분	근린형 (Neighborhood Center)
입지지역	• 500호 이상 상주인구로 형성 • 지역사회의 근린형성
최소지지인구	• 4,000명
유치권	• 주로 근린주구 범위 (1차상권) • 도보객이 주 이용층, 7~15분 거리 범위
고객층	• 고정객이 주 이용층
상품종류	• 일용품 중심
점포수	• 50개 이하
업종	• 일상 식료품, 일용잡화, 생활밀착형 업종
점포구성	• 일반 식품점, 잡화점, 슈퍼, 이미용, 소규모식당
규모	• 건물의 전면길이 : 150m이하
밀도(건폐율)	• 50% 전후
핵	• 대부분 무핵상가 형태

라. 상가위치에 따른 분류

구 분	내 용
중앙집중식 (CLUSTERING)	• 한 곳에 수십개의 상가가 집중 • 비교적 넓은 면적 확보 • 넓은 주차장 확보 • 건물층수는 3층 내외 • 단지중앙이나 출입구에 배치 • 녹지공간 확보 • 슈퍼마켓과 중대형 상가나 소형상가와 혼합 • 상품의 종류는 일용상품과 선매품으로 구분
분산형 (ISOLATED)	• 소규모 노선상가나 독립점포 • 소규모 면적 확보 • 소규모 주차장 • 건물 층수는 1~2층 • 주거에 인접 배치 • 5~8개 혹은 2~3개 점포로 분산배포 • 소형점포 중심

1. 단지 내 상가 공급사례

■ 올림픽선수촌 아파트(올림픽프라자)

구 분		점포수	업종(점포수/전용면적)
전 체		207	122동 5,369세대
식료품 소매점		6	반찬(1/10.0), 건강식(5/5.8)
비식료품 소매점	의류/잡화	81	숙녀의류(37/5.2), 캐주얼의류(8/5.3), 아동복(4/5), 속옷(5/4.4), 나이키(8), 신발(3/4), 금은방(9/4.3), 화장품(5/4.4), 액세사리(8/4.6), 골프웨어(18.0),
	기 타	47	게임CD(9), 꽃집(5.0), 골프샵(10.0), 도자기(3.0), 미술재료(8.0), 수입가전(5.0), 슈퍼(100.0), 음반(2/5.0), 자수(2/4.5), 스포츠용품(12.0), 악기점(6.0), 그릇(5), 철물점(3.0), 편의점(20), 서점(2/7.5), 약국(2/10), 문구(3/5.7), 안경점(3/8.3), 옷수선(3/5.3), 가구(4/8.8), 수입품(4/6.3), 침구(5/6), 팬시(5/4.6)
음식점	대중음식	18	레스토랑(20.0), 중식(10.0), 식당(13/9.2), 분식(3/8.7)
	외 식	4	패스트푸드(3/25.3), 치킨(8)
	기 타	13	아이스크림(2/17.5), 제과점(9/10.3), 도너츠(10.0), 커피전문점(5.0),
오락시설		0	-
서비스업		38	비디오대여점(5), 손톱관리(4), 책대여점(8), 포장(3), 사진관(2/7), 화랑(2/5.5) 인테리어(17/7.9), 세탁소(2/4), 미용실(5/18), 부동산(6/10)

• 식당 외 전용면적 약 10평 이하로 구성 → 단지내 상가 단위매장의 면적규모 한계성 시사

1. 단지 내 상가 공급사례

■ 분당 파크뷰(주상복합)

층	분양면적(평)			전용율	점포수	층	분양면적(평)			전용율	점포수
	전용	공용	계				전용	공용	계		
1층	589	601	1,190	49.5	38	6층	210	221	431	48.8	5
2층	542	569	1,111	48.8	31	7층	210	221	431	48.8	4
4층	165	173	338	48.8	3	8층	259	272	531	48.8	5
5층	157	165	322	48.8	4	분산상가	129		129		5

층	점포수	업종	
1층	13	지정	은행, 부동산3, 아이스크림2, 패스트푸드2, 베이커리2, 약국2. 피자
	25	권장	이동통신, 컴퓨터,의류,문구/서적,화원, 스넥4,엑세사리, 인테리어2등 기타
2층	4	지정	미용실2, 비디오, 세탁소
	27	권장	한/중/일 식당외 근생15, 한의원2, 피부/발관리실, 안경, 여행사, 건강식품, 사진관, 잡화
4층	3	권장	가정의학과, 비반크리닉, 성형외과
5층	4	권장	치과, 이비인후과, 피부비뇨기과, 내과/소아과
6/7/8층	14	권장	영업, 입시, 음악, 미술, 속셈학원, 태권도장
분산	3	권장	세탁소2, 슈퍼
상가	2	권장	비디오, 생활용품
계	95		

- 아파트 총세대수 1,829세대, 상가 총분양면적 4,483평, 총전용면적 : 2,261평
- 입찰방법 : 내정가 기준 점포별 최고가 경쟁입찰(권장업종 수분양자는 지정업종 영업불가)
- 1층 층내 전용율 차등 적용(48.6 ~ 52.8%)

2. 주요업종별 시설면적 분석

■ 금융, 클리닉, 외식, 서비스업

구 분	금융시설	클리닉시설	외식시설	서비스업
도곡동 주상복합 단지	150 ~ 300평	30 ~ 50평	20 ~ 35평	10 ~ 20평
분당 파크뷰	122	30 ~ 60평	28 ~ 37평	10 ~ 20평
대단위 아파트 내 상가	120 ~ 200평	20 ~ 40평	치킨 8 ~ 15평 패스트푸드 25 ~ 40평	5 ~ 10평 미용실(20평)

■ 전문점, 대중음식, 식료품소매, 의류/잡화

구 분	전문점	대중음식	식료품소매	의류/잡화
도곡동 주상복합 단지	10 ~ 20평	20 ~ 35평	8 ~ 10평	-
분당 파크뷰	10 ~ 15평	15 ~ 37평	8 ~ 42평	8 ~ 11평
대단위 아파트 내 상가	5 ~ 10평 편의점(20평)	10 ~ 15평	10 ~ 20평	4 ~ 8평

- 단위매장 규모별로는 도곡동 주상복합아파트 밀집지역이 가장 크게 나타나는데, 이는 권역 내 평형구성 및 수요자특성에 기인
- 분당 파크뷰의 경우 해당 단지 외에 외부 유동인구 유입이 가능한 입지특성 기인 단위매장 규모 다소 폭넓게 설정
- 일반 대단위 아파트 단지 내 상가의 경우 수요층범위의 한계에 기인 대규모 매장 및 업종구성 어려움

3. 상가규모설정 연구

가. 개발여건 별 최소상가규모

구분	규모 (세대)	단지내 주민 가구당 소비금액 (원)(A)	단지외 주민 가구당 소비금액 (원)(B)	상권내 주민 가구당 소비금액 (원)(C=A+B)	점포 평당 최소 매출액 (원)(D)	최소 상가 규모 (평/호)(E=C/D)	최소 상가 규모(㎡/호) (F=E/03.3025)
수도권	소규모	143,265	61,399	204,664	1,005,532	0.2035	0.67
	중규모	169,860	72,797	242,657	1,019,997	0.2379	0.79
	대규모	175,474	75,203	256,677	1,036,290	0.2477	0.82
대도시	소규모	123,760	53,040	176,800	834,780	0.2118	0.70
	중규모	182,562	78,241	260,803	1,055,952	0.2470	0.82
	대규모	**190,697**	**81,727**	**272,424**	**945,598**	**0.2880**	**0.95**
중소도시	소규모	206,225	88,382	294,607	1,064,724	0.2767	0.91
	중규모	171,156	73,352	244,508	808,588	0.3023	1.00
	대규모	193,467	82,914	276,381	775,262	0.3551	1.17

•소규모 세대는 500~800호, 중규모세대는 801~1,300호, 대규모세대는 1,301호 이상
자료 : 대한주택공사 주택연구소 "주거단지 개발여건 변화에 따른 단지내 상가 이용 특성 및 규모연구"

- 개발여건 : 개발밀도,단지면적,도시특성,상가규모,주변상권,주택평형,세대규모 감안 설정
- 최소한의 주민 상가이용 편의제공과 상인의 이윤보장이 가능한 최소 상가규모 도출

3. 상가규모설정 연구

나. 서비스 공급자 측면에서의 적정 상가규모

적용근거	적용규모
• 아파트 단지내 점포 운영자의 적정이윤 발생 매장면적 • 1998년 이전(IMF) : 0.5평 → 이후 : 0.3평으로 면적 축소 • 할인점,백화점,전문매장 등의 과점화 진행 및 소비패턴변화에 기인 단지내 • 상가의 상권 경쟁력 약화 ※지하층 부 슬럼화	0.99㎡/호(0.3평/호)~1.65㎡/호(0.5평/호)

다. 단지 개발규모 변화에 따른 상가규모

단지규모	민간개발	공공개발
2,000세대 이상	**1.9㎡/호**	0.83 ㎡/호
1,000~2,000세대	2.3 ㎡/호	0.76 ㎡/호
1,000세대 미만	2.7 ㎡/호	0.65 ㎡/호

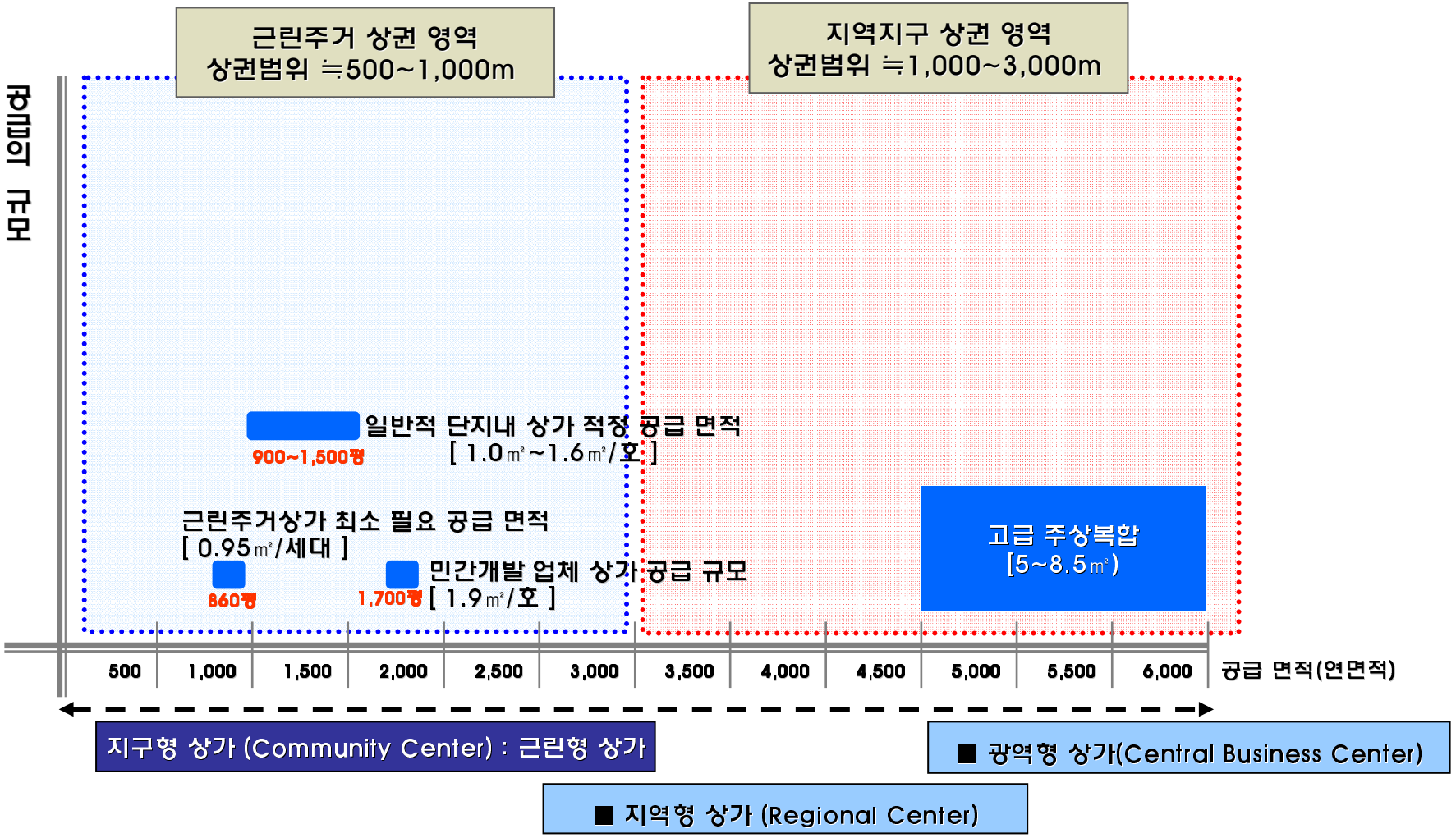
1995~2000년 분양된 아파트 단지내 상가 129개 공급사례 분석 자료

라. 주택건설기준 등에 관한 규정

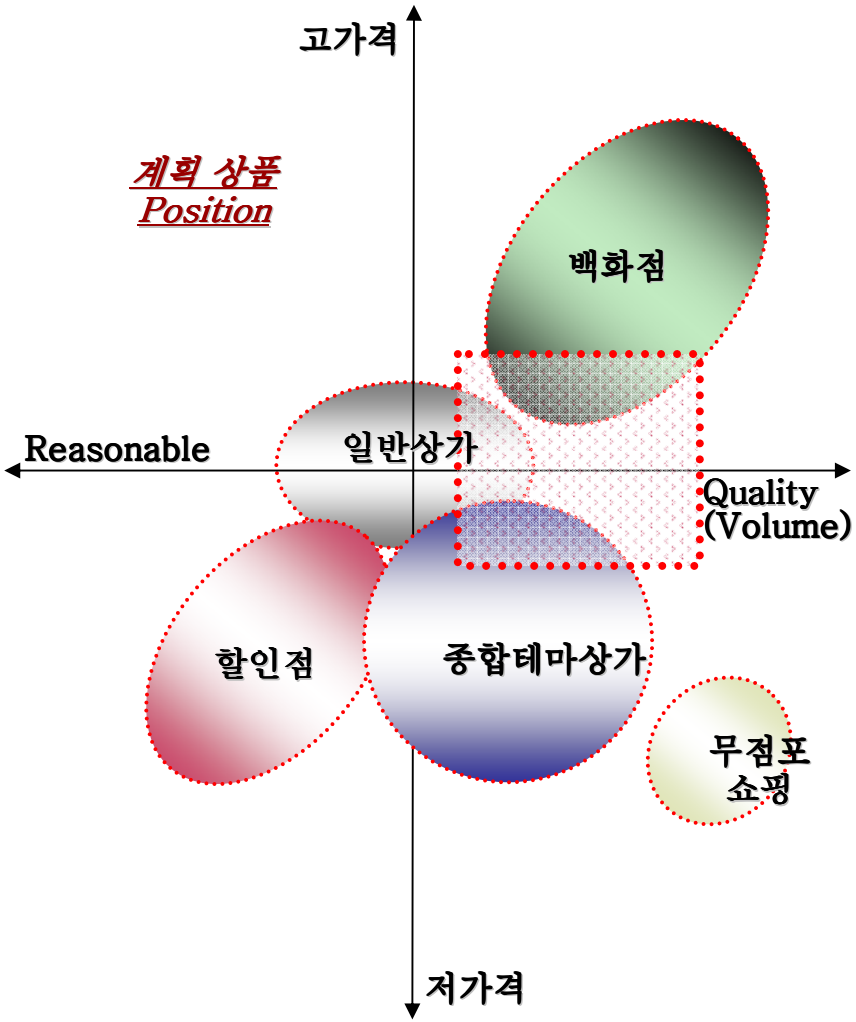
적용이론	적용규모
• Perry의 근린주구개념 : 1개 블록에 초등학교 및 교회·병원·시장·극장·도서관 등 생활필요시설을 구성해 그 안에서 모든 것을 해결할 수 있는 단위 지역 개념	6㎡ 이하/호

3. 상가규모설정 연구

마. 계획 상품 규모 검토



4. 프로젝트 포지셔닝



구분	내용
백화점	• 할인점과의 차별화 전략 전개 →고급화, 고가격전략 • Big3인 롯데, 현대, 신세계의 지방 진출 강화 및 영업력 강화 • 우위인 Big3만 존재 가능
할인점	• 품질 및 서비스보다 가격 경쟁력 강화로 급속 성장중 • 고객 집객 효과 우수 • 신유통형태(무점포 쇼핑)의 확대에 대응 모색중
일반 상가 (단지내 상가)	• 반경 500m내 1차 상권내의 생활밀착형 상품 판매점 • 백화점,할인점 등의 규모 경쟁력, 가격 경쟁력 확대에 의해 점차 경쟁력 약화
종합 테마 상가	• 소비패턴의 변화에 대응한 개념으로 영업력 강화 • 백화점, 할인점등 단일테마로 공략치 못하는 대상공략 (틈새시장 Marketing)
무점포 쇼핑	• TV 홈쇼핑, 텔레마케팅, 전자상거래 부문 지속 성장세 • 인터넷 보편화를 통한 폭발적 성장 예상

•백화점, 테마상가, 일반상가의 틈새 공략
⇒ 하드웨어 + 소프트웨어 병행 개발

5. 관련법규상 도입가능 시설

주택건설기준등에관한규정	용도별 건축물의 종류 [건축법시행령 별표1]
제1종,제2종 근린생활시설 (장의사·총포판매소· 단란주점 및 안마시술소 제외)	건축법시행령 별표1의 제3호, 제4호 (뒷 페이지 참조)
종교집회장과 그 종교집회장안에 설치하는 납골당	• 건축법시행령 별표1의 제5호 가목 가. 종교집회장(교회·성당·사찰·기도원·수도원·수녀원·제실·사당 기타 이와 유사한 것)과 종교집회장안에 설치하는 납골당으로서 바닥면적의 합계가 300㎡ 이상인 것
판매 및 영업시설중 소매시장·상점	• 건축법시행령 별표1의 제6호 나목, 다목 나. 소매시장(유통산업발전법에 의한 시장·대형점·백화점 및 쇼핑센터 그밖에 이와 유사한 것 다. 상점 (상점에 소재한 근린생활시설을 포함한다) (1) 제1종 근린생활시설중 슈퍼마켓과 일용품 등의 소매점으로서 바닥면적의 합계가 1,000㎡ 이상인 것 (2) 제2종 근린생활시설중 게임제공업소 등으로서 바닥면적의 합계가 500㎡ 이상인 것
교육연구 및 복지시설	• 건축법시행령 별표1의 제8호 가. 학교, 나. 교육원, 다. 직업훈련소, 라. 학원(자동차학원,무도학원 제외), 마. 연구소, 바. 도서관, 사. 아동관련시설 및 노인복지시설과 다른 용도로 분류되지 아니한 사회복지시설 및 근로복지시설, 아. 생활권수련시설, 자연권수련시설
업무시설중 금융업소	• 건축법시행령 별표1의 제10호 나목 나. 일반업무시설 : 금융업소로서 바닥면적의 합계가 500㎡ 이상인 것

★ 근린생활시설 등의 규모 제한 : 세대당 6㎡ 이하 (단, 세대당 6㎡ 이하로 산정한 면적이 500㎡ 미만인 경우 500㎡ 까지 설치 가능)

5. 관련법규상 도입가능 시설

■ 근린생활시설 건축물의 종류 [건축법시행령 별표1 제3호, 제4호]

제1종 근생시설	가. 수퍼마켓과 일용품(식품,잡화,의류,완구,서적,건축자재,의약품류 등) 등의 소매점 (바닥면적 1,000㎡ 미만) 나. 휴게음식점 (바닥면적 300㎡ 미만) 다. 이용원,미용원,일반목욕장 및 세탁소 (공장이 부설된 것은 제외) 라. 의원,치과의원,한의원,침술원,접골원 및 조산소 마. 탁구장 및 체육도장 (바닥면적 500㎡ 미만) 바. 동사무소,경찰관파출소,소방서,우체국,전신전화국,방송국,보건소,공공도서관,지역의료보험조합 기타 이와 유사한 것 (바닥면적 1,000㎡ 미만) 사. 마을공회당,마을공동작업소,마을공동구판장 기타 이와 유사한 것 아. 변전소,양수장,정수장,대피소,공중화장실 기타 이와 유사한 것
제2종 근생시설	가. 일반음식점, 기원 나. 휴게음식점 (바닥면적 300㎡ 이상) 다. 서점 (바닥면적 1,000㎡ 이상) 라. 테니스장,체력단련장,에어로빅장,볼링장,당구장,실내낚시터,골프연습장 등 (바닥면적 500㎡ 미만) 마. 종교집회장 및 공연장 (바닥면적 300㎡ 미만) 바. 금융업소, 사무소, 부동산중개업소, 결혼상담소 등 소개업소, 출판사 등 (바닥면적 500㎡ 미만) 사. 제조업소,수리점,세탁소 기타 이와 유사한 것 (바닥면적 500㎡ 미만이고, 대기환경보전법, 수질환경보전법 또는 소음,진동규제법에 의한 배출시설의 설치허가 또는 신고를 요하지 아니하는 것) 아. 컴퓨터게임장 (공중위생법시행령 제3조 제3호 가목의 시설, 바닥면적 500㎡ 미만) 자. 사진관·표구점·학원 (바닥면적 500㎡ 미만이며, 자동차학원 및 무도학원을 제외한다) ·장의사 ·동물병원·독서실· 총포판매소 기타 이와 유사한 것 차. 단란주점 (바닥면적 150㎡ 미만) 카. 의약품도매점 및 자동차영업소 (바닥면적 1,000㎡ 미만) 타. 안마시술소 및 노래연습장

6. 고려요인별 유치업종 분류

구 분	고려요인	유치업종
비경쟁 업종	• 주변 상가와의 경쟁력에서 우위확보 업종 – 롯데백화점과의 경쟁	• 백화점 지하 식품매장과의 차별성 확보 – 대중적 슈퍼마켓 (예, LG마트, 하나로마트 등)
이용자 빈도	• 상가 활성화를 위한 전략적 업종	• 패스트푸드, 전문식당가(웨밀리레스토랑) 등
지역부족업종	• 대치동 상권 및 소비특성으로 반영한 업종	• 교육, 의료, 스포츠 관련 업종
부대지원업종	• 입주민을 위한 부대지원시설	• 휴식, 식음 업종
소비성향	• 가계지출중 점유율이 높은 항목	① 식료품 ② 교육,교양,오락 ③ 피복 및 신발 ④ 보건의료 ⑤ 가사용품
	• 가계지출중 성장성이 높은 항목	① 외식 ② 교양오락 ③ 교육 ④ 가사서비스

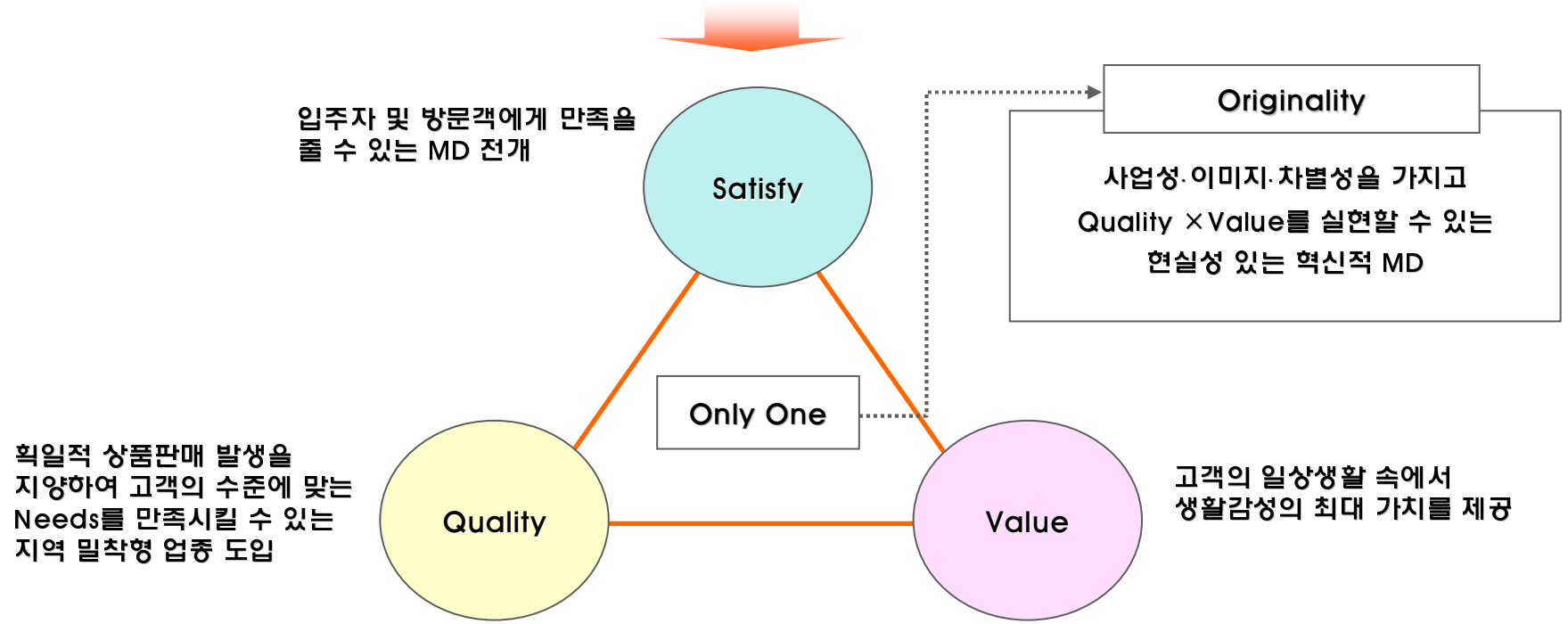
6. 방향성에 의한 유치업종 분류

도심형 상업시설로서의 Next Stage 지향

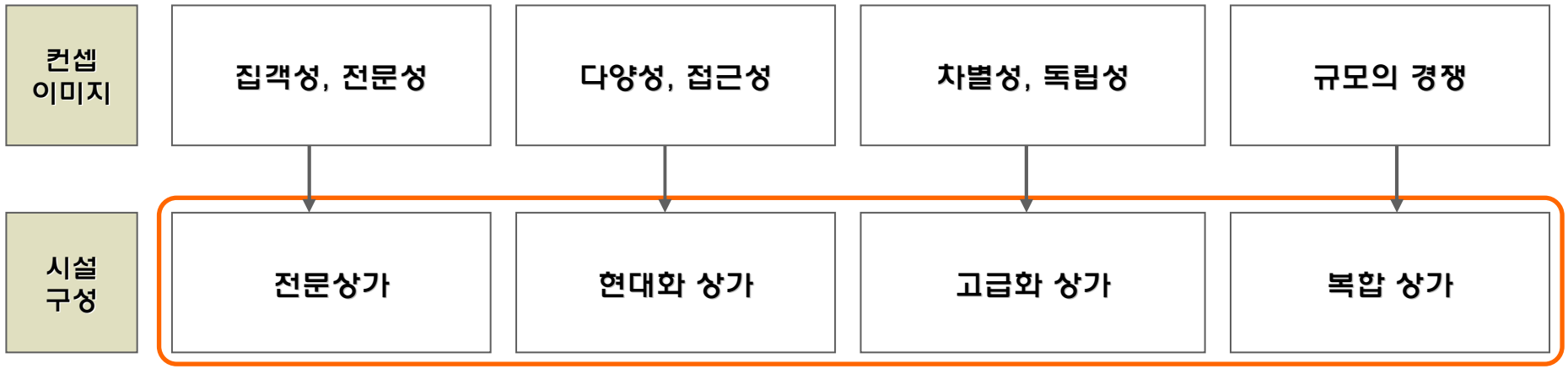
아파트 거주자를 중심으로 Urban Consumer의
부가가치 생활양식을 다각적으로 지원

생활권형 상업시설로서의 편리성·Daily성

생활 MD를 보다 풍요로운 감성과 만족 제공



6. 방향성에 의한 유치업종 분류



가. Finance Center

도입 사례		업종 유형 및 사례	시설 필요면적
도곡동 슈퍼블록	• 한미,하나,국민 등 은행 • 삼성,교보,한빛,LG,메리츠,대신,서울 등 증권매장 • 기타 유사 시설	• 국민은행, 하나은행, 신한은행, 한빛은행, 조흥은행, 한미은행, 외환은행, 기업은행, 주택은행, 제일은행, 시티은행, 서울은행 등 은행 • 삼성/대우/LG/현대/한화증권 등 • 대한투자/한국투자신탁, 우체국 등	전용면적 100~200평
도곡역 ~ 대치역	• 각종 은행 • 각종 증권사 • 각종 보험사		

도입방향	• 해당 사업지 및 인접 거주민을 위한 금융 편의 시설 • 거주민의 금융 재테크 관리 서비스 – private bank	금융 편의 시설 & 금융 재테크 전문 관리실
도입 시설 점포 유형	• 은행, 투자신탁사, 증권사	
목표 Target	• 자산 관리 및 금융 관리 목적의 주부층 및 Family, 한티역세권 이용자	
시설 배치 위치	• 지하 1층, 지상1층 또는 지상 2층	
시설 도입 주안점	• 계획 사업지 경사 부지로 인해 남북 양방향 점포 접근 편의성 확보	

나. Education Complex

도입 사례		업종 유형 및 사례	시설 필요면적
아파트 단지 상가	• 예능계 전문 학원 • 과목별 전문학원 • 종합 보습 학원 등	• 피아노학원, 미술학원, 체육학원,성악학원 등 • 각종 영어학원, 제2외국어 학원 • 과목별 전문학원 • 종합 보습학원 • 학원 + 금융 = 경제 학습 학원 • 학원 + 크리닉 = 학습크리닉, 베타인지 크리닉 등	전용면적 개인 50 ~ 프랜차이즈200평
일반 상권내	• 미술학원, 음악학원 등 예능계 학원 • 보습학원, 과목별 전문 학원, • 연령별 영어학원		

도입방향	• 도곡동 교육특성을 반영한 전문 학원시설 집적	교육 대체시설의 집적 2th Edu.
도입 시설 점포 유형	• 단지내 상가 특성에 맞는 다양한 연령층의 각종 학원시설 집적	
목표 Target	• 단지 거주민 자녀, 기타 사업지 주변 거주민 자녀	
시설 배치 위치	• 지상 5층	
시설 도입 주안점	• 중복과목의 입점 제한, 이동동선의 분리.	

다. Clinic Complex

도입 사례		업종 유형 및 사례	시설 필요면적
도곡동 슈퍼블록	• 치과, 외과, 내과 및 각종 의원	• 내과 > 치과 > 안과 > 이비인후과 > 한의원 > 피부비뇨기과 > 소아과 > 정형외과 > 산부인과 > 성형외과 • 비만관리실, 산후조리원, 노화방지 대체의학실	전용면적 50~100평
아파트 단지 상가	• 내과, 치과, 한의원, 이비인후과, 산부인과, 피부/비뇨기과, 소아과, 신경정신과 등		
일반 상권내	• 산부인과 전문 병원, 일반 병원 • 유사 의료시설		

도입방향	• 일상생활에 필수적인 전문클리닉 집적	크리닉 및 의료, 미용관련 대체 시설 집중 Care & Treatment ↓ Co-op Clinic
도입 시설 점포 유형	• 약국, 한의원, 피부과, 비뇨기과, 치과, 내과, 정형외과, 성형외과, 소아과, 안과, 이비인후과 등	
목표 Target	• 단지입주 Family, 한티역세권 이용자	
시설 배치 위치	• 지상 3~4층	
시설 도입 주안점	• 동일,유사 업종 매장의 단일층내 집중화, 동일과목 의료시설 중복 입점 제한	

라. Living Complex

도입 사례		업종 유형 및 사례	시설 필요면적
도곡동 슈퍼블록	• 부동산 업소 • 식품전문매장 • 안경점,꽃집,세탁소 등 • 삼성전자 제품 매장 등	• LG마트, 세탁소, 제과점, 편의점, 서점/문구, 비디오대여, 스포츠의류/용품, 커피숍, 사진관, 여성의류, 부동산업소, 컴퓨터, 남성의류, 주방용품, 가구/인테리어, 악세서리 등 일상 용품 판매점	전용면적 10~50평 (식품매장 전용 200평)
아파트 단지 상가	• 약국,미용실,부동산업소 • 화장품,꽃집 • 안경점,세탁소,인테리어 • 반찬가게		

도입방향	• 단지내 입주자 생활지원 • 일상성을 바탕으로 직주근접형 시설로 생활지원 강화	생활 편의시설 매장 & 제공 서비스 강화 Specialty Store
도입 시설 점포 유형	• 식품전문할인매장, 미용실, 안경점, 화장품점, 세탁편의점, 가전제품, 화원, 인테리어. 카페, 사진관, 부동산 중개소, 반찬가게 등	
목표 Target	• 단지입주 Family, 한티역세권 이용자	
시설 배치 위치	• 지하 1층 ~ 지상 2층	
시설 도입 주안점	• 편리한 이동동선 구축, 고급매장 분위기 연출, 개설 점포 운영 관리 방안 마련	

마. Special Restaurant Complex

도입 사례		업종 유형 및 사례	시설 필요면적
도곡동 슈퍼블록	• 대중음식점(전문식당) – 한식,중식,일식,양식,분식 • 외식시설 – 베트남,돈까스,이탈리안,샤브샤브 • 냉면 등 • 패스트 푸드 • 기타 : 호프,참치회,로바다야끼	• 선호도 – 한식 > 일식 > 중식 > 패밀리레스토랑 > 양식 • 한식:용수산,우래옥,한우리,한미리,버드나무 • 일식:이즈미,신라호텔직영,아리아께,삼경,기소야 • 중식:도리,연경,신라호텔직영,팔선,동천홍 • 패밀리:배니건즈,TGIF,마르쉐,아웃백스테이크 • 양식:신라호텔직영,라꾸지나 • 패스트푸드: 버거킹,롯데리아,맥도날드,KFC	전용면적 30~100평

도입방향	• 시간 소비형 매장으로서 단지내 입주자 및 역세권 활동자 대상 레스토랑	전문 외식형 레스토랑 & 패스트푸드
도입 시설 점포 유형	• Restaurant, FOOD COURT	
목표 Target	• 단지입주 Family, 한티역세권 이용자	
시설 배치 위치	• 지하 1층 ~ 지상 2층	
시설 도입 주안점	• 고급매장 분위기 연출, 동일 업종 매장의 집중화	

가. MD분류 및 구성 예시

구분	MD분류	MD구성	유형 사례
Fast Food	패스트푸드점	• 가격 3,000~8,000원대의 패스트푸드점	맥도날드, 버거킹, KFC, 미스터피자, 피자헛, 던킨도너츠
	Café	• 카페, 커피전문점, 생과일주스, Take-Out	Starbucks, Segafredo, Halis
	제과/아이스크림	• 제과점,샌드위치점,아이스크림	파리바게트, 뚜레쥬르, 배스킨라빈스, 서브웨이, 샌드데이, 하겐다즈
Family Restaurant	테마레스토랑	• 가격 15,000~40,000원대의 레스토랑	마르쉐, 베니건스, TGIF, VIPs
	패밀리레스토랑	• 가격 5,000~20,000원대의 레스토랑	코코스, 칠리스, 스카이락, 이탈리아니, UNO
	전문레스토랑	• 세계 각국/요리별, 퓨전레스토랑	델리, 포호아, 포타이, 포킴, 일마레, 소렌토, 뽀모도로, 팔로알토, 엉클웡스
식음	Food	• 식당, 우동점,분식점등	기소야, 김가네, 명화당, 투다리
	Pub&Bar	• 직장인을 위한 대중형 퍼브, 칵테일바, 와인바	더플레어, ZZYZX, 젠제, 이자까야, 엉클톰스, 데리야끼
Anchor Ⅰ - 건강	약국,클리닉	• 여성클리닉,비만클리닉,약국	-
	Health& Beauty	• 건강,미용,목욕,화장품등	The Body Shop, 아벤트, 코바스, Nail Care, 자크데상쥬, 이가자
Anchor Ⅱ - 전시	전시 및 금융기관	• 중형차 및 수입차 전시장, 시중은행	BMW, Mercedez Benz, Lexus,
Anchor Ⅲ - 생활	캐릭터/포토샵	• 특정 캐릭터 관련 상품판매 전문점	Disney Store, WBSS, Masimaro, Hello Kitty, Lotto Shop, Photo Gallery
	팬시/선물	• 팬시용품, 선물용품, 취미용품, 문구, 장식품	아트박스, Hallmark's, 바른손, 에네스코, 애니랜드, 딸기, 모모짱

가. MD분류 및 구성 예시

구분	MD분류	MD구성	유형 사례
판매	부티크/수입패션의류	• 최고급 디자이너 부띠끄/ 직수입 의류, 잡화	이동수, 버버리, 미쏘니
	Fashion Shop	• 패션의류, 골프의류, 잡화, 액서세리 등	닥스, 아스트라, 올시, 먼싱웨어, Black & White, 잭니클라우스
	Casual & Sports	• 남/여 캐주얼, 레포츠웨어 등	지오다노, FUBU, MARU, Bean Pole, Guess, ONG, SJ, Enc, mvio, NII
	Jewelry	• 금, 은, 다이아몬드 등 귀금속과 준보석, 시계, 공예품등	에네스코, 쥬얼리아, 미니골드, 쌈지, 티파니, 로이드, 시스템, 골든듀, 빌리지
	Leather	• 구두, 가방, 지갑, 벨트 등	Equire, 쌈지, 가파치, Delsy
서비스	근린서비스	• 약국, 세탁전문점, 편의점, 사진관등	Seven Eleven, LG25, Family Mart
	홈데코	• 인테리어, 꽃집, 생활용품 판매점	코즈니, 전망좋은방, All-Fan, 아트플라워, 생활의향기
생활	이동통신	• 이동통신 대리점등	SK Telecom, KTF, LG Telecom, Anycall shop, Cyon shop, Ting shop
	서점	• 서적 및 관련용품	
	Office Supply	• 사무용품, 사무기기, 사무서비스, 소형 가전, 전자	Office Max, 드림디포, 알파문구
	CD,DVD	• CD, DVD, 비디오테입 등	영화마을, CGV Home
	스포츠, 레저	• 스포츠용품, 레저용품	Sports Authority, Sports Depot
	Kids & Toy	• 아동용품, 의류, 놀이시설, 완구	LEGO, 쇼콜라, 베비라, 아가방, 앙떼떼, FILA Kids, 아카짱야