

# 누가 편의점 에서 한 끼를 해결하나?

대전 소재 편의점 POS 데이터를 활용해, 식사 대응 식품 구매가 집중된 행정동과 구매자의 인구 통계적 특성을 함께 살펴봤다. 지난 1년간 대전 편의점 이용자가 구매한 제품 319만여 개 중 133만여 개(약 41.8%)가 식품인 것으로 보아, 편의점은 사실상 한 끼 식사나 간식을 해결하는 주요 창구 역할을 담당하고 있다. 사람들은 어떤 먹거리를 찾을까? 판매 식품의 특성을 고려해 먹거리 구매 유형을 다섯 가지로 구분했다.

## 분석 개요

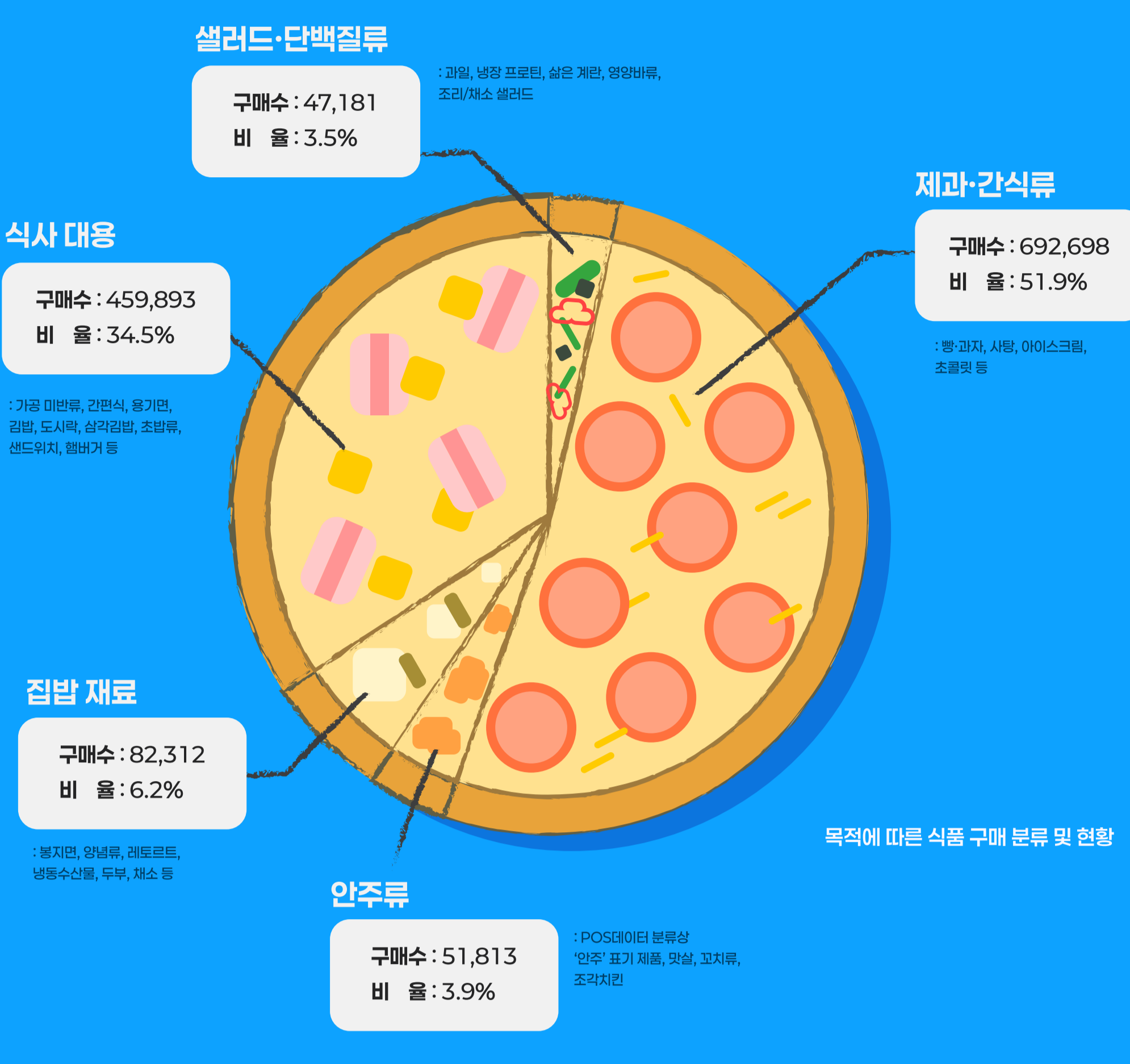
**데이터** : 대전 소재 A 편의점 POS 데이터 및 B 카드사 결제지 기준 결제 데이터를 결합하여 활용

**분석대상** : 선물세트·음료를 제외한 편의점 식품 1,333,897개

**범 위** : 2024.09.~2025.08. (1년)

**방 법** : SPSS 21.0을 활용한 교차분석

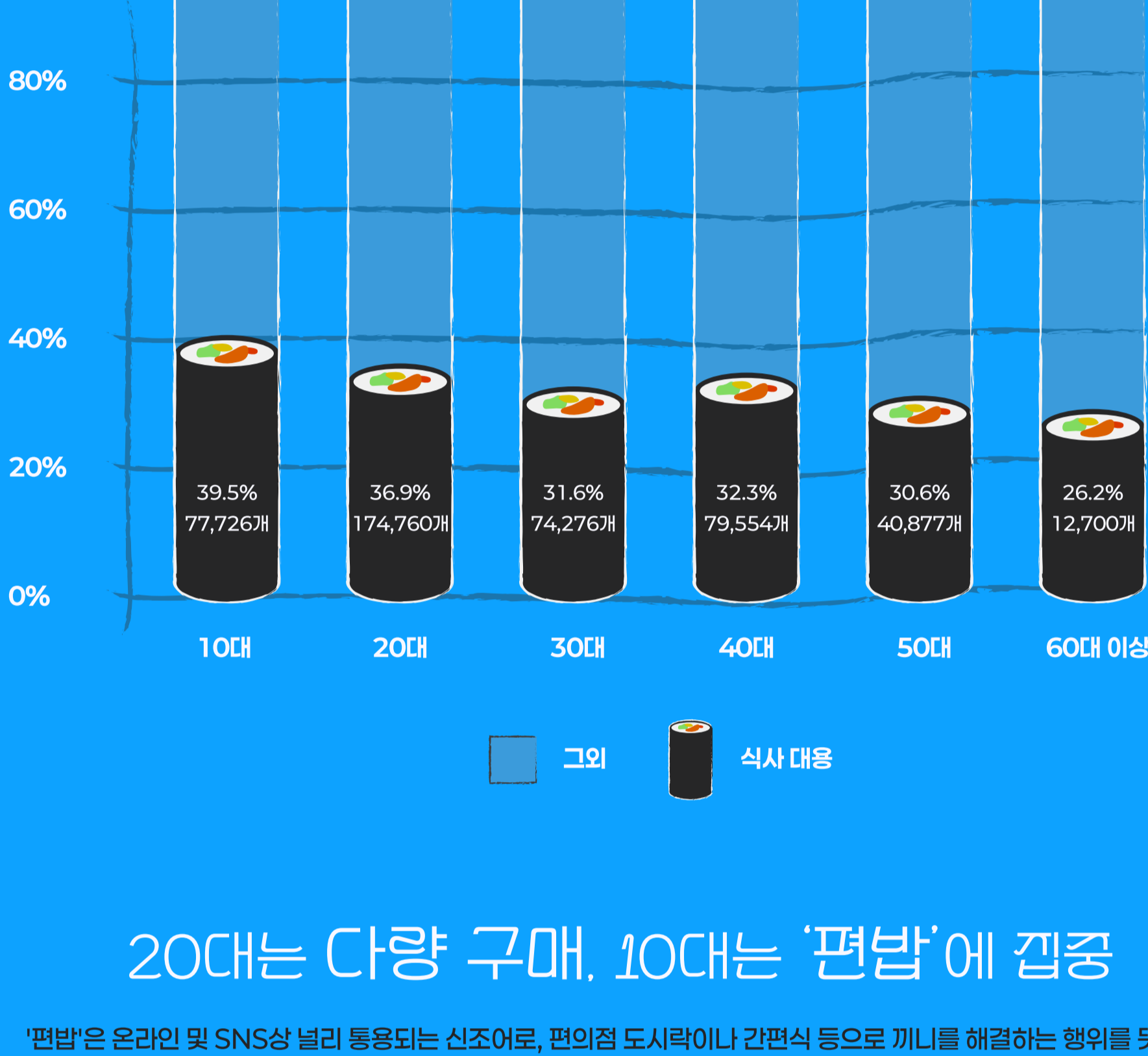
※ 전체 식품: 음료·선물세트를 제외한 모든 식품(분식·무수)을 의미함.



식품 구매는 과자·초콜릿 등 제과·간식류(51.9%) 비중이 가장 높았으나, 용기면·삼각김밥·도시락·즉석밥·냉장 간편식처럼 편의점에서 직접 한 끼를 할 수 있는 간편식류 제품 비중도 상당했다. 데이터만으로 구매 목적을 단정할 수 없으나, '식사 대응'으로 분류한 식품을 구매한 사람이 끼니 해결을 위해 편의점을 찾았을 가능성은 충분하다. 이를 근거로, 대전 지역 편의점을 식당처럼 이용하는 사람들은 누구인지 들여다봤다.

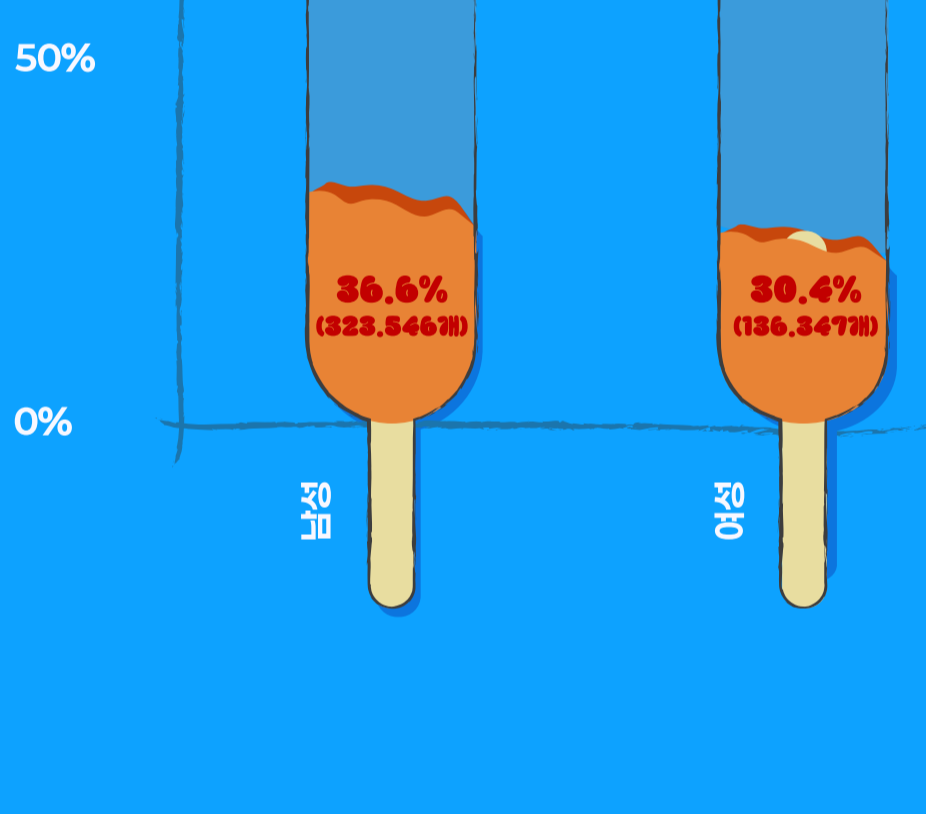
## 20대는 다량 구매, 10대는 '편밥'에 집중

전체 식품 구매량 대비 연령대별 식사 대응 식품 구매 비중



## 20대는 다량 구매, 10대는 '편밥'에 집중

'편밥'은 온라인 및 SNS상 널리 통용되는 신조어로, 편의점 도시락이나 간편식 등으로 끼니를 해결하는 행위를 뜻한다. 구매량 자체가 많은 연령대는 '20대(174,760개)'였지만, 편밥 구매 비중은 '10대(39.5%)'가 가장 높았다. 20대가 많은 양의 식품을 다양한 카테고리에 걸쳐 구매하는 것과 달리, 10대는 상대적으로 식사 해결 중심의 구매 패턴을 보였다. 전반적으로 연령대가 높을수록 식사 대응 식품 구매 비중은 대체로 낮아진다.



## 남성이 더 많이 찾는 '편밥'

비중으로 볼 때 '남성(36.6%)'이 '여성(30.4%)'보다 '편밥'을 선호하는 경향이 뚜렷했다. 구매량도 '남성(323,546개)'이 '여성(136,347개)'보다 약 2.4배로, 절대적인 소비 규모에서도 차이를 보였다.

## 대전 어느 동네에서 '편의점 밥'을 많이 먹나?

### 구매 비중 1위는 대화동(47.1%), 온천1동은 판매량 1위

구매량이 많다고 해서 '편밥'을 많이 먹는 것은 아니다. 구매량으로는 온천1동이 가장 높고, 둔산2동, 온천2동이 이름을 올렸다. 하지만 구매 비중 기준으로는 대화동이 47.1%로 전체 식품 구매 수 대비 식사 대응 식품 구매 비중이 가장 높았으며, 오류동(46.2%), 회덕동(44.5%), 월평2동(43.7%), 가양2동(43.3%)이 뒤를 이었다. 지도에 식사 대응 구매 비중을 4구간<sup>1)</sup>으로 설정해 표시했고, 기준에 따라 행정동을 분류하면 다음과 같다.

1) 식사 대응 식품 구매 비중을 표현한 지도는 최소값 23.7%, 최댓값 47.1% 사이를 10% 간격으로 구분했을 때의 비율: 40% 이상, 높음; 35% 이상~40% 미만, 보통; 30% 이상~35% 미만, 낮음; 30% 미만, 데이터로 제공받지 못한 행정동 10개의 키워드(경량, 고품, 우의하지 않아 분석에서 제외)만 태핑 1동 (총 11개 행정동)은 가장 높은 비율임으로 표시함.



**월평동**은 편밥 비중 4위로, 젊은 남성 중심 소비지역이다. 71개 행정동 중 남녀 격차가 16%로 가장 크다.

**회덕동**은 30대를 제외한 전 연령대 여성 최상위, 성별 격차 5.4%로 5개 행정동 중 최대로 편밥 비중 3위다.

**대화동**은 편밥 비중 1위로, 산업단지 직장인의 식사 선택지로 20~50대(44~50%)가 주를 이룬다.

**가양2동**은 전반적으로 높은 비중을 차지하는 편밥 비중 5위다.

**오류동**은 30대 여성 비중이 58.9%에 달해 남성보다 높은 이례적인 지역으로, 편밥 비중 2위다.

## 오류동은 30대 여성, 월평동은 20대 남성 동네별로 다른 편밥 기형도

편밥 메뉴로는 '용기면'이 5개 행정동에서 판매량 1위를 차지해 동일한 패턴을 보였으나, 편밥을 찾는 소비층은 동네마다 다르다. 대화동(47.1%)은 5개 동 중 두들게 여성(48.3%)이 직장인의 영향으로 20~50대 전 연령대에서 구매 비중(44~50%)을 보인다. 오류동(46.2%)은 71개 동 중 두들게 여성(44.7%)보다 높은 이례적 지역<sup>3)</sup>이다. 회덕동(44.5%)은 30대(26.7%)를 제외한 전 연령대 여성이 71개 동에서 최상위권을 기록했다. 월평2동(43.7%)은 남녀 격차가 16.0%로 71개 동 중 가장 크며, 20대 남성이 구매자의 47%를 차지해 젊은 남성 중심의 소비 패턴이 뚜렷하다. 가양2동(43.3%)은 편의점 이용자 전반에서 '편밥'이 소비 패턴으로 자리 잡은 곳으로 풀이된다.

2) 대전시업권별 대전광역시청 대전광역시청 시정정보공표 산업단지 현황, 2025.3.13. 공개 기준에 소재하며, 근무자 수는 6,085명 (2024.12.31. 조사 시점), 대화동 인구 수 5,750명(대전광역시청, 2025.7.31. 조사 기준)에 비해 상당 규모의 근무자가 인구에 있어, 편의점 식품 구매에 특근 근무자의 영향이 있었을 가능성이 있음  
3) 분석 대상 71개 행정동 중 여성 비중이 큰 행정동은 5개이며, 그 외 모두 남성 비중이 높음