



2019 Q3

# Retail Market Report

Performance. Partnership.



Platinum  
member



## 대형판매시설 투자시장

03

01. 거래 규모 추이
02. 지역별 거래 면적 및 3.3㎡당 가격
03. Cap. Rate 추이
04. 매도·매수자 유형별 거래 규모
05. 지역별 거래 사례

## 대형판매시설 공급시장

05

01. 주요 경제 지표
02. 업태별 공급 추이
03. 지역별 공급 추이
04. 회사별 공급 추이

## 서울 주요 상권별 동향

07

01. 서울 상권 동향 Overview
02. 강남역 상권
03. 명동 상권
04. 종로 상권
05. 여의도 상권
06. 홍대/합정 상권
07. 이태원/한남 상권
08. 신사/압구정 상권
09. 건대 상권

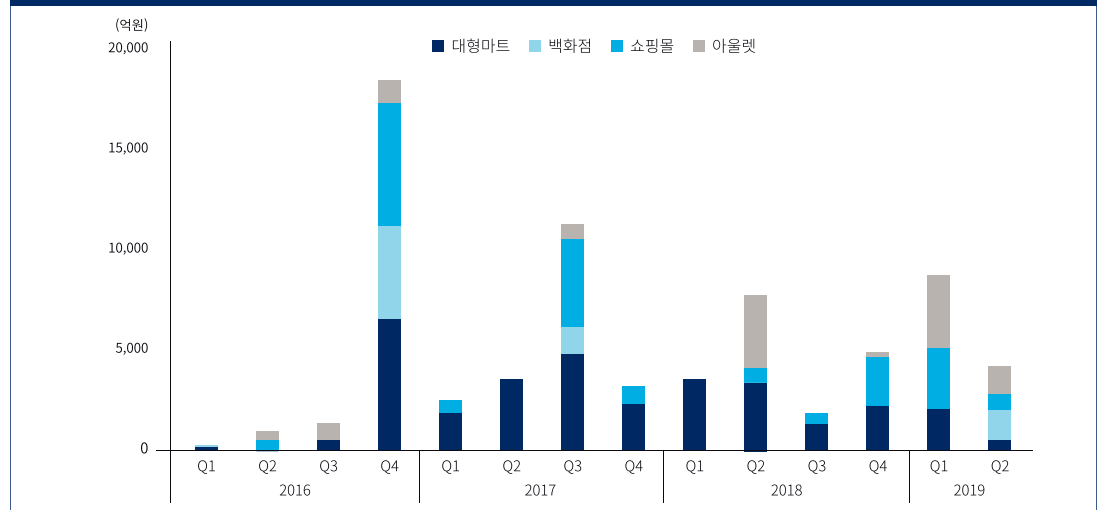
# 01 대형판매시설 투자시장

당분기 대형 판매시설의 총 거래규모는 4,141억원으로, 최근 5년간 상반기 기준으로 최대 규모를 기록

## 01-1. 거래규모 추이

※ 출처 : Avison Young Korea Research

Graph 1. 거래규모 추이

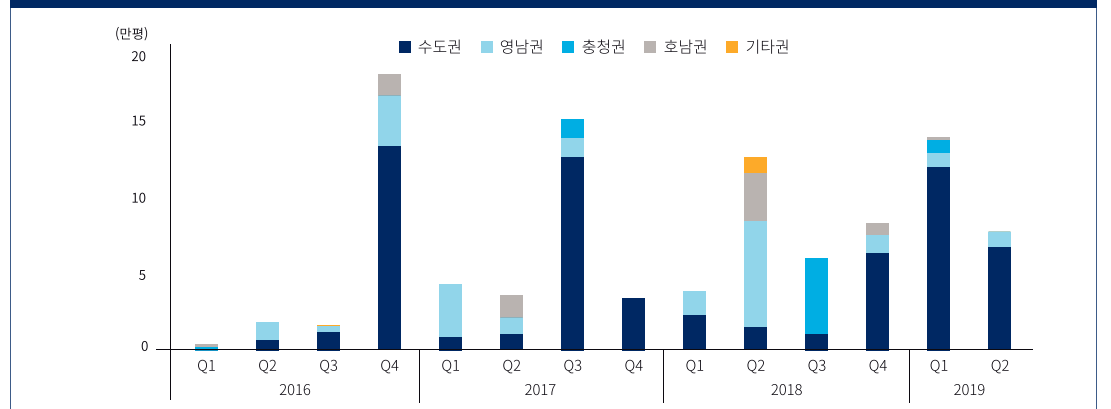


■ 2019년 2분기 전국 대형 판매시설은 총 4,141억원이 거래됨. 이는 전분기 대비 52% 감소한 규모이나 최근 5년간 상반기 기준으로는 최대 규모를 보임. 거래 건수로 살펴보면 당분기에 아울렛 5건, 백화점 2건, 쇼핑몰 1건, 대형마트 1건이 거래됨. 아울렛의 경우, 당분기 5개의 점포가 거래되었으나 전분기 대형 아울렛 거래의 영향으로 전체적인 거래 규모는 감소함. 다만 하반기 대형마트를 중심으로 대규모 거래가 예정되어 있어 거래규모는 증가할 것으로 전망됨

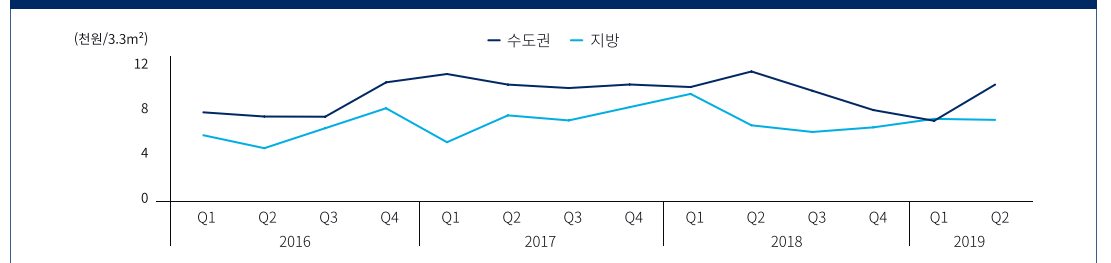
## 01-2. 지역별 거래 면적 및 3.3㎡당 가격

※ 출처 : Avison Young Korea Research

Graph 2. 지역별 거래면적



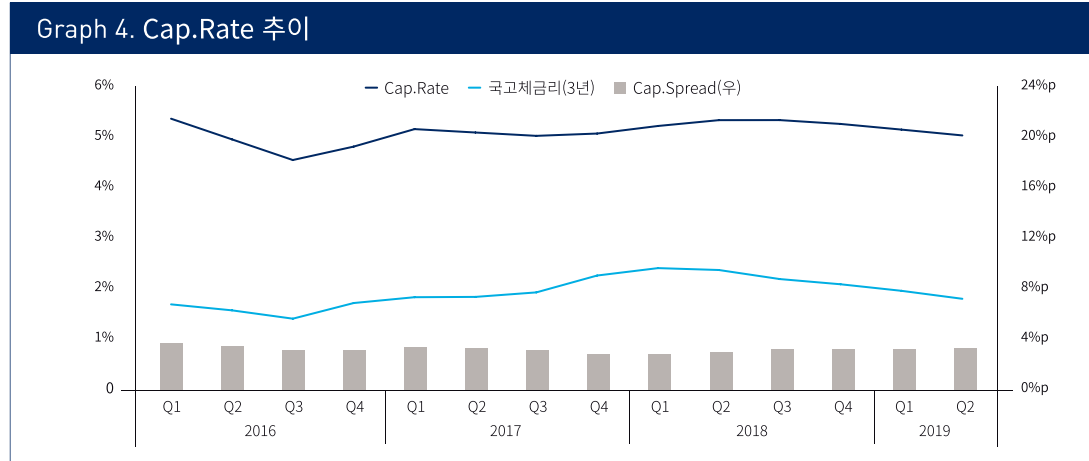
Graph 3. 3.3㎡당 가격



■ 당분기 대형 판매시설의 거래는 총 9건 77,376평(3.3㎡)이 거래됨. 지역별로 살펴보면 수도권에서 6건, 영남권에서 3건이 거래됨. 공정거래위원회의 매각 명령에 따라 인천지역 백화점 2곳(연면적 합 4만평)이 거래되면서 수도권을 비롯한 전국의 당분기 거래 면적의 52%를 차지함. 3.3㎡당 매매가는 서울 지역 쇼핑몰 거래의 영향으로 수도권이 9,758천원, 지방 전체는 6,809천원을 기록함

### 01-3. Cap.Rate 추이

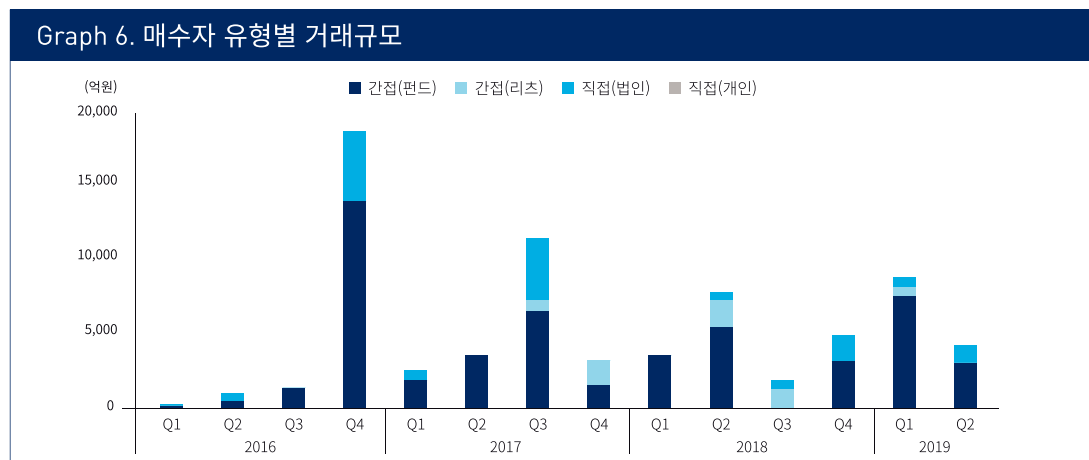
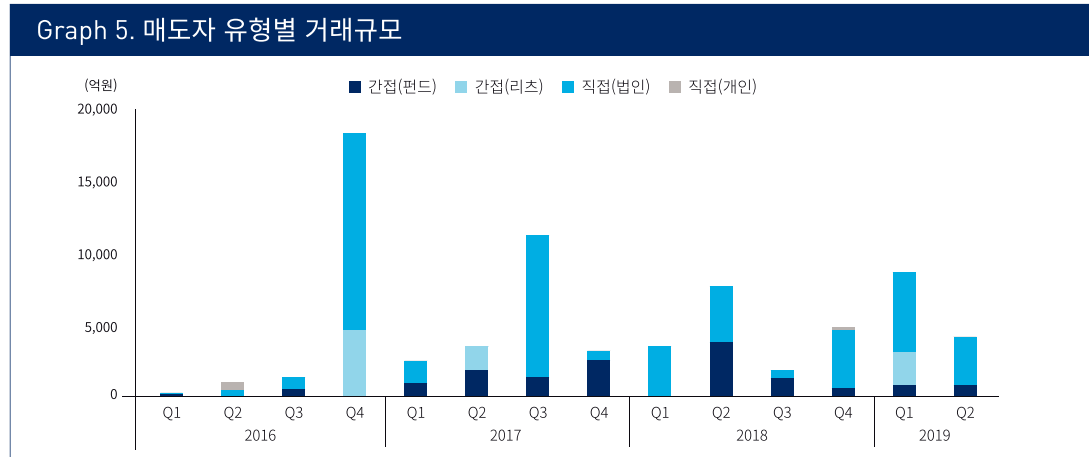
※ 출처 : Avison Young Korea Research



- 2019년 2분기 대형 판매시설의 자본환원율(Cap. Rate)은 전분기 대비 0.11%p 하락한 4.97%를 기록함. 당 분기 거래된 자산들이 낮은 임대료 수준 대비 상대적으로 높은 거래가격에 거래되어 자본환원율이 하락함. 자본환원율 하락에도 불구하고 3년만기 국고채 금리 하락이 상대적으로 큰 수준(0.16%p 하락)을 보였기 때문에 Cap. Spread 또한 전분기 대비 0.04%p 증가한 3.33%p를 기록함

### 01-4. 매도·매수자 유형별 거래규모

※ 출처 : Avison Young Korea Research



- 법인이 직접 매수한 백화점 1건 거래를 제외하고 모두 부동산펀드를 통해 투자가 이루어짐. 7년전 부동산펀드가 매수했던 서울 광진구에 소재한 쇼핑몰은 펀드 만기 후 당 분기 다시 매각됨. 한편, 경기도 수원시 아울렛을 포함하여 패키지로 거래된 아울렛 5개점은 1개의 부동산펀드가 법인으로부터 5개 자산을 모두 세일앤리스백 방식으로 매입한 사례로 운용 후 임대주택 등으로 개발할 것으로 알려짐

### 01-5. 지역별 거래 사례

※ 출처 : Avison Young Korea Research



| 판매시설명     | 주소     | 거래면적(3.3㎡) | 거래가격(억원) | 3.3㎡당 가격(천원) | 매도자    | 매수자      |
|-----------|--------|------------|----------|--------------|--------|----------|
| 롯데마트 이천점  | 경기 이천시 | 11,893     | 522      | 4,391        | 플러스일차  | 미래에셋자산운용 |
| 롯데백화점 부평점 | 인천 부평구 | 8,528      | 317      | 3,717        | 롯데쇼핑   | 마스턴투자운용  |
| 동아아울렛 분점  | 대구 중구  | 4,117      | 302      | 7,330        | 이랜드리테일 | JR투자운용   |



롯데마트 이천점



롯데백화점 부평점



동아아울렛 분점

# 02

## 대형판매시설 공급시장

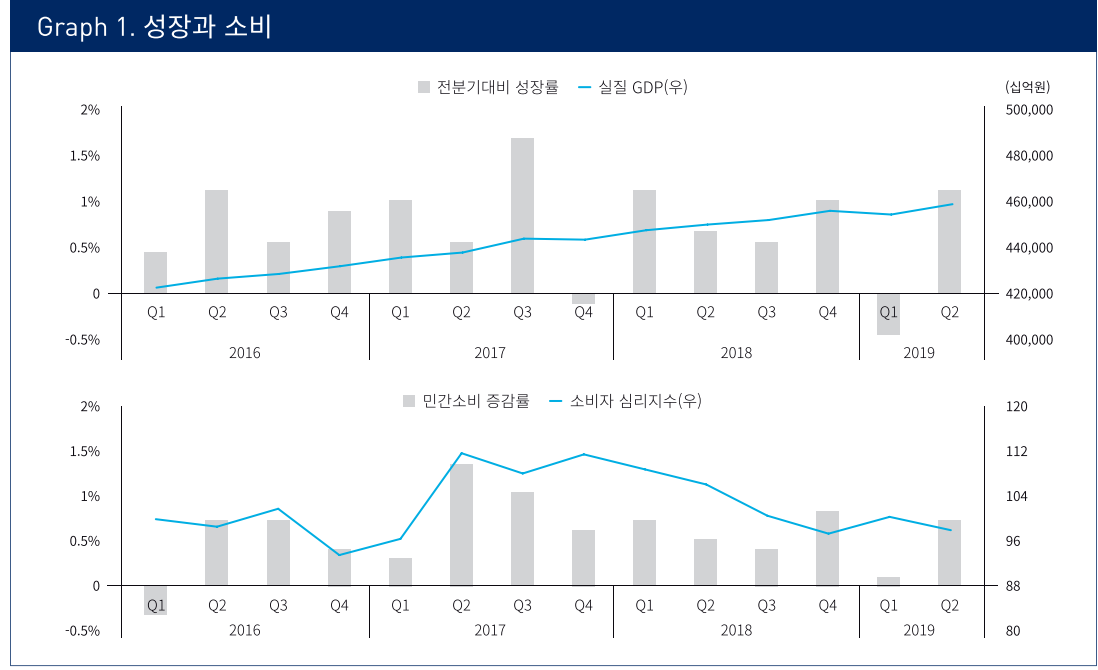
백화점의 총 공급 면적이 감소하는 가운데,  
쇼핑몰과 창고형 할인 매장의 공급 면적은 증가 추세를 보임



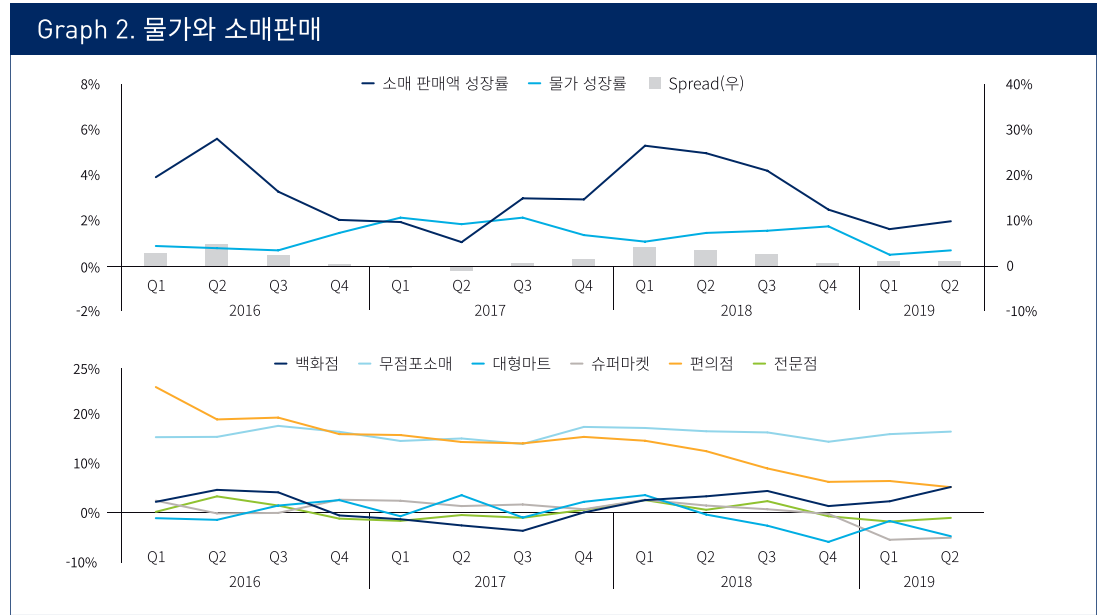
### 02-1.

#### 주요 경제 지표

※ 출처: 한국은행, 통계청



■ 한국은행에 따르면 2분기 실질 국내총생산(GDP)은 전분기대비 1.0% 성장함. 지출항목별로 살펴보면 전분기대비 민간소비가 0.7%, 정부소비가 2.2% 증가하며, 민간과 정부의 소비 모두 증가함. 민간소비의 경우 전분기와 반대로 가전제품 등 내구재의 소비가 감소하였으나 의료 서비스와 준내구재(의류)의 소비가 증가함. 소비자 심리지수는 4월 101.6을 기록하며 소비 전망 낙관의 기준값인 100보다 높은 수치를 보였으나, 5월부터 다시 하락하기 시작하여 6월 97.5를 기록함

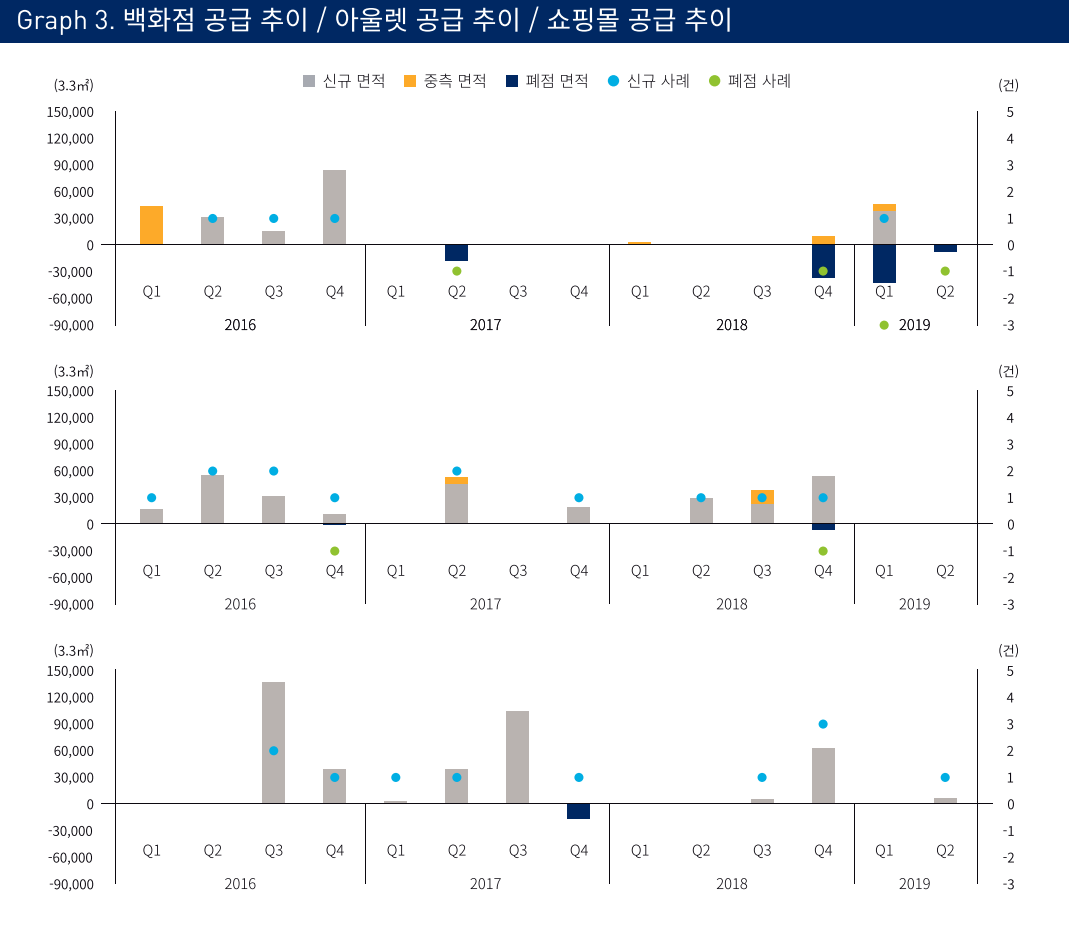


■ 농산물 가격 안정과 국제 유가 하락 효과로 6개월 연속 0%대 물가 상승률을 보임. 당분기 소매판매액 성장률은 전분기보다 소폭 상승하였으나, 작년과 비교했을 때 여전히 낮은 수준을 보이고 있음. 온라인 쇼핑 등 무점포 소매는 안정적으로 두자리수 성장을 유지하는 반면 대형마트와 슈퍼마켓, 전문점 등은 여전히 마이너스 성장을 기록함. 한편 백화점의 경우 해외 명품 팝업스토어와 1인 가구를 타겟으로 한 공기청정기, 무선 청소기 등 프리미엄 소형 가전의 매출 증가로 성장률이 증가함

## 02-2.

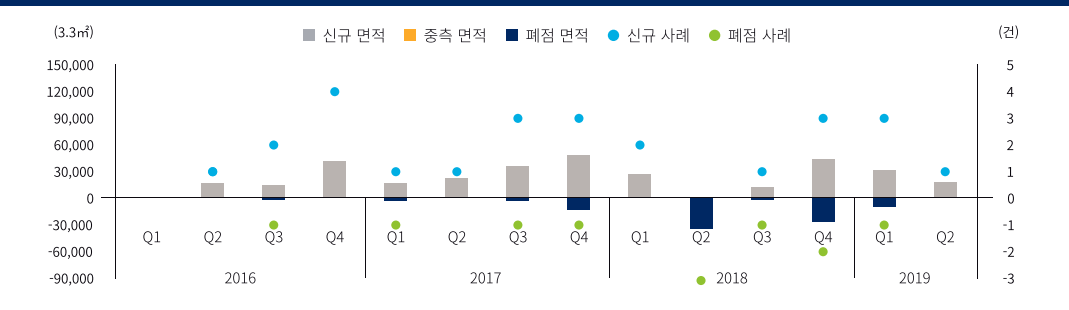
### 업태별 공급 추이

※ 출처 : Avison Young Korea Research



- 올해 1분기 롯데백화점 인천터미널점의 개점으로 인하여 공정거래위원회로부터 인천 지역 내 백화점 매각 명령을 받은 롯데백화점은 전분기 인천점에 이어 당분기 부평점을 매각하며 폐점함. 하반기에는 AK플라자 구로본점과 갤러리아백화점 수원점의 폐점이 예정된 반면, 신규 백화점 출점 계획은 없어 백화점 전체 공급 면적은 3년 연속 감소할 것으로 예상됨. 아울렛의 경우, 3분기 청주 드림플러스를 리뉴얼한 NC 청주점의 오픈을 제외하고 올해 공급은 없는 것으로 알려짐. 반면 쇼핑몰의 경우 당분기 AK& 세종점을 비롯하여 연말까지 롯데몰 용인성복점, 스타필드시티 부천점 등의 공급이 연이어 예정되어 있어 전체 공급량이 증가할 것으로 예상됨

Graph 4. 대형마트 공급 추이

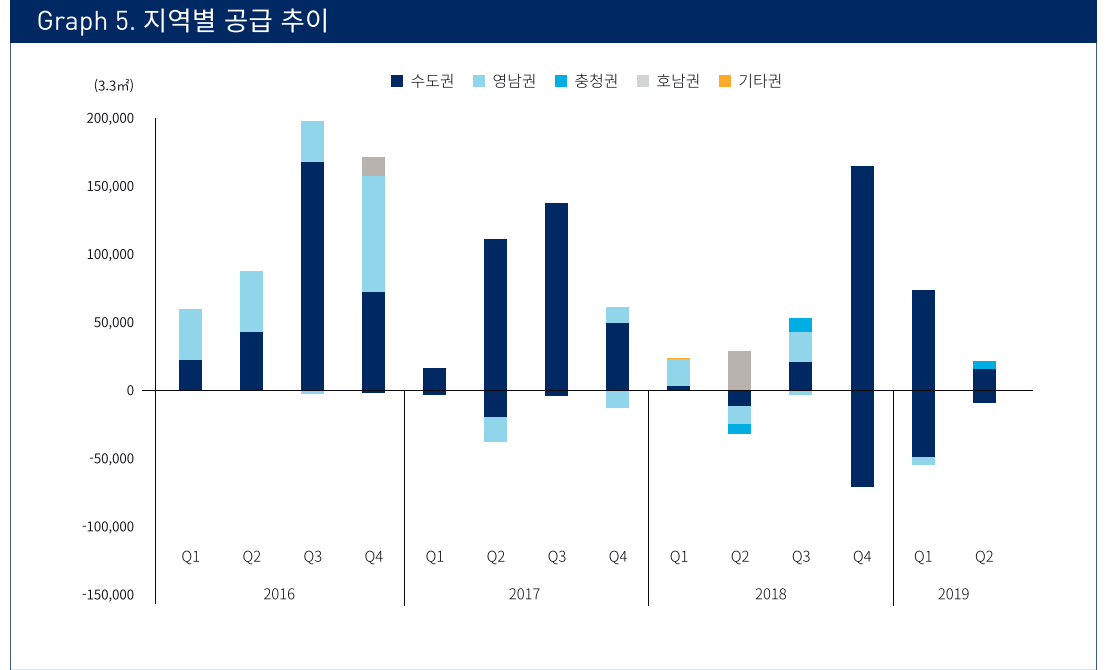


- 당분기 영업 사상 첫 적자를 낸 이마트를 비롯해 대형마트 업계의 부진이 계속되는 가운데 참고형 할인매장인 코스트코에서 하남에 신규 점포를 출점함. 홈플러스와 이마트 등 기존 대형마트들이 2017년 이후 신규 출점을 거의 하지 않는 것과 달리 코스트코와 이마트트레이더스 등 참고형 할인매장은 평균적으로 분기에 1개씩 점포를 출점하고 있음. 하반기에도 이마트트레이더스 부천점과 부산명지점 등의 오픈이 계획되어 있어 참고형 매장의 확장세는 계속 유지될 것으로 보임

## 02-3.

### 지역별 공급 추이

※ 출처 : Avison Young Korea Research

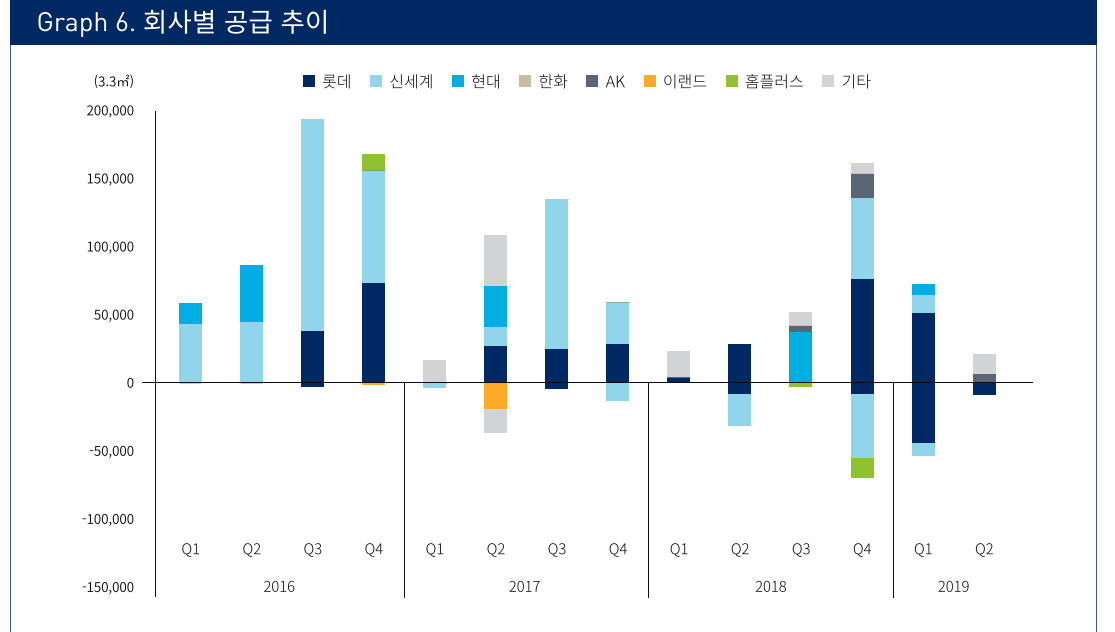


- 2019년 2분기 대형 판매시설은 신규 출점 2건, 폐점 1건이 발생함. 전분기에 이어 신규 출점이 있던 하남시는 코스트코 하남점의 오픈으로 이마트트레이더스 2개점을 비롯해 총 3개의 참고형 할인매장이 있는 지자체가 됨. 한편, 1분기 롯데백화점 인천터미널점 오픈에 따른 부평점 매각 영향으로 전분기에 이어 당분기에도 인천지역에서 폐점이 이어짐.

## 02-4.

### 회사별 공급 추이

※ 출처 : Avison Young Korea Research



- AK는 구로에 위치한 AK플라자의 본점을 폐점하면서까지 지역근린형 쇼핑몰인 AK& 출점에 집중함. 2018년 3분기 흥대점을 시작으로 용인 기흥점에 이어 당분기 세종점까지 해당 상권의 성격에 맞게 콘셉트를 설정하여 빠른 속도로 출점 중임. 한편, 2016년 출점이 주춤했던 코스트코는 국내 참고형 할인매장의 성장세에 힘입어 당분기 하남점을 오픈하고, 향후 김해점과 청라점의 오픈을 확정하는 등 연 1~2개 점포를 꾸준히 출점 중임

# 03

## 서울 주요 상권별 동향

서비스업의 매출 성장세와 달리 물판 및 식음 업종의 매출 하락이 지속되고 있으며, 소득수준별 소비 양극화가 심화되는 양상이 관찰됨



### 03-1-1.

#### 업종별 매출<sup>1)</sup> 및 점포수

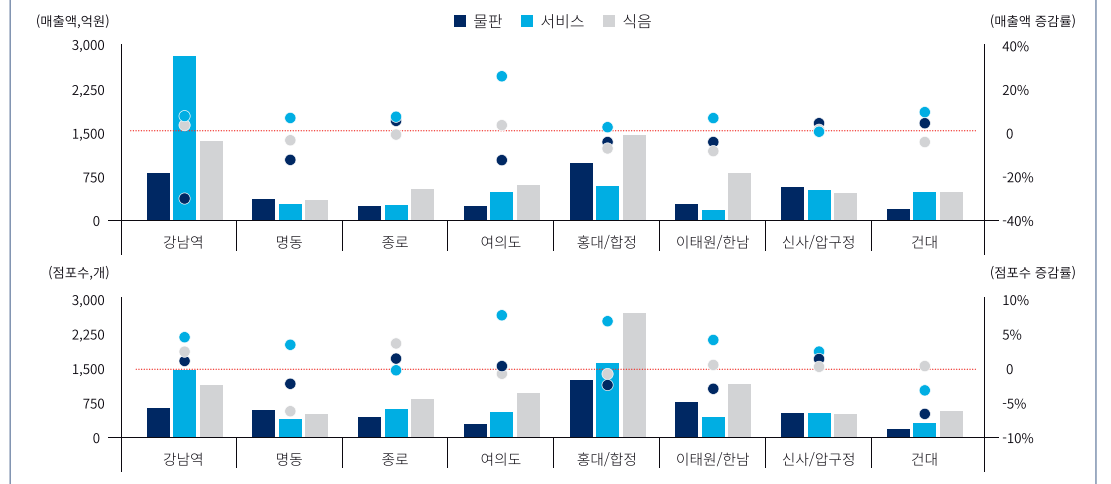
2019년 2분기 기준, 전년동기대비

1) 본 리포트의 상권 매출 분석은 외국인 매출을 제외한 내국인 매출을 대상으로 하였음

2) 건당 이용단가(천원)  
=상권 매출액 / 상권 이용건수

3) 한국은행, 2019년 7월 소비자동향조사

Graph 1. 업종별 매출 및 점포수



| 상권                    | 강남역         | 명동         | 종로         | 여의도        | 홍대/합정      | 이태원/한남     | 신사/압구정       | 건대         |
|-----------------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|------------|
| 총 매출액                 | -2.7%       | -5.7%      | +2.2%      | +5.7%      | -5.0%      | -6.4%      | +1.4%        | +1.4%      |
| 총 점포수                 | +2.8%       | -2.3%      | +1.6%      | +1.8%      | +0.7%      | -          | +1.3%        | -2.0%      |
| 건당 이용단가 <sup>2)</sup> | 34.8(▲0.9)  | 24.7(▼0.6) | 26.6(▲1.1) | 26.2(▼0.1) | 20.5(▼0.6) | 26.1(▲0.1) | 57.0(▼2.3)   | 21.8(▲0.5) |
| 물판                    | 16.6(▼3.7)  | 23.4(▼1.6) | 22.0(▲1.7) | 18.6(▼3.3) | 19.3(-)    | 18.9(▼0.2) | 62.8(▲2.1)   | 10.7(▲0.2) |
| 서비스                   | 129.9(▲7.0) | 60.5(▲0.6) | 45.6(▲3.3) | 52.9(▲0.3) | 34.5(▼3.1) | 48.0(▲3.9) | 158.6(▼26.4) | 46.6(▲2.7) |
| 식음                    | 18.7(▲0.4)  | 17.6(▼0.5) | 24.1(▲0.2) | 21.3(-)    | 18.2(▼0.9) | 27.1(▼0.3) | 31.4(▼1.9)   | 19.7(▼0.3) |

■ 2019년 2분기 서울 주요 상권에서는 전년동기와 비교하여 서비스업의 매출이 성장하였으나, 물판업과 식음업의 매출은 역성장을 기록하였음. 특히, 교육, 의료보건에 대한 소비지출전망<sup>3)</sup>은 긍정적으로 유지되고 있지만 의류, 내구재, 외식에 대한 소비지출전망은 부정적으로 나타나 단기적으로는 물판 및 식음 업종의 매출 회복이 쉽지 않을 것으로 예상됨. 상권별로 살펴보면, 성인의류와 화장품의 매출비중이 높은 강남역과 명동 상권의 물판업은 매출 및 건당 이용단가의 하락이 지속되었음. 또한, 식음업의 매출 비중이 높은 홍대/합정과 이태원/한남 상권에서는 중식을 제외한 모든 식음업의 매출 하락이 관찰됨

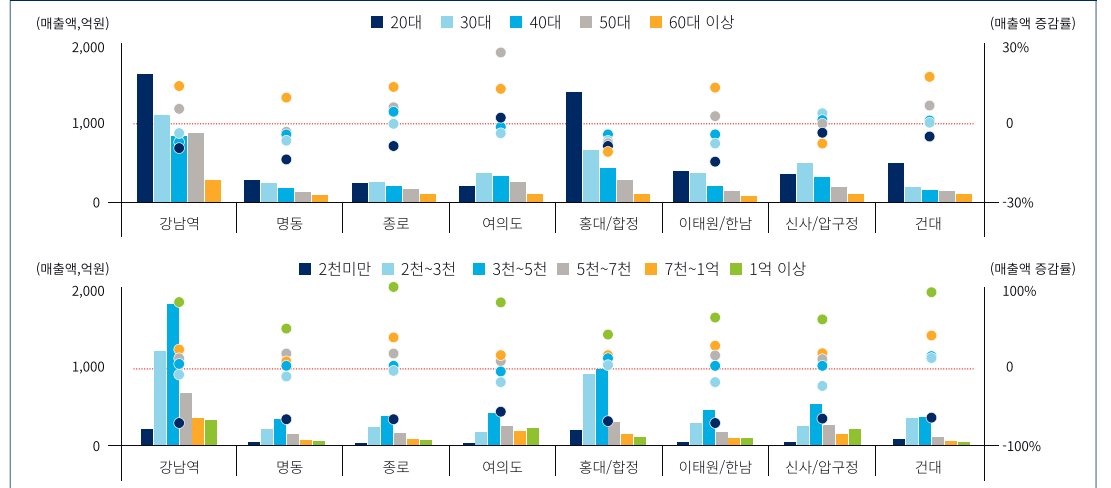
### 03-1-2.

#### 소비자 특성

2019년 2분기 기준, 전년동기대비

4) 통계청 조사에 의하면 2019년 2분기 소득 5분위 가구의 가처분소득이 전년동기대비 2.3% 증가하였지만, 소득 1분위 가구의 가처분소득은 전년동기대비 1.3% 감소하며 상하위 가계간 소득의 불균형이 심화된 것으로 나타남

Graph 2. 연령대별·소득수준별 매출액

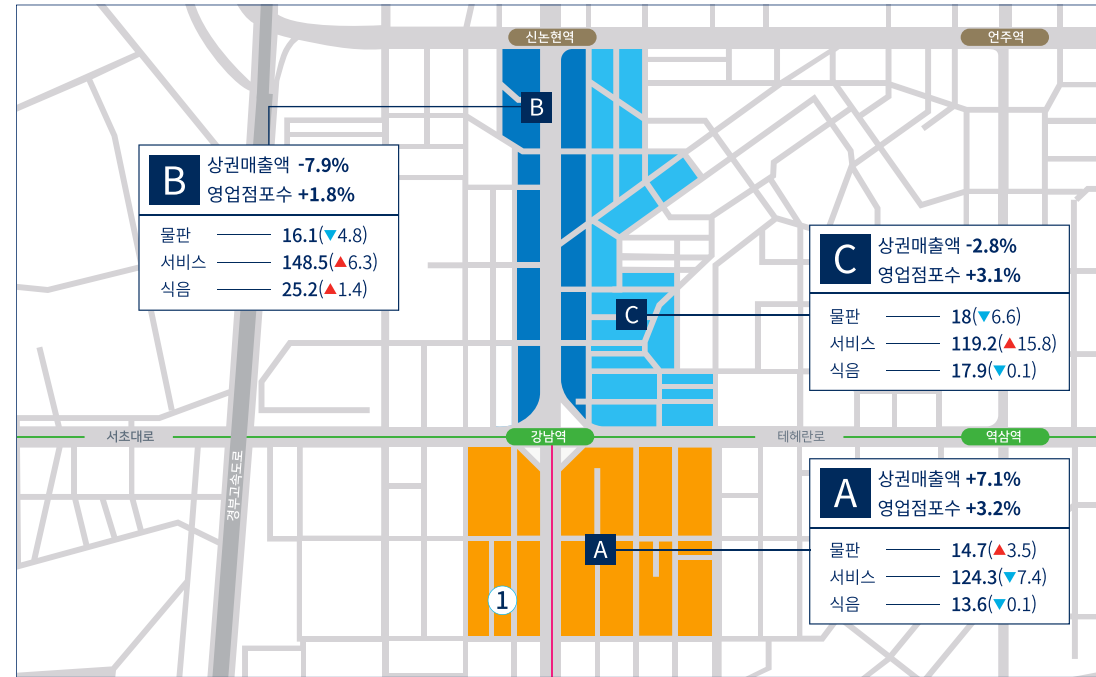


■ 서울 주요 상권들에서는 소득수준 1억원 이상 소비자층의 매출이 전년동기대비 44~108% 수준의 증가율을 보인 반면, 소득수준 2천만원 미만인 저소득 소비자층의 매출은 55~71% 수준 감소하며 대비되는 모습을 보임. 특히, 전분기대비 저소득층의 소비지출 감소폭이 더욱 커지고 있는 것으로 나타나는데, 가계소득수준별 가처분소득의 격차 확대가 주요 상권내 소비양극화 심화에 영향을 미친 것으로 추정됨<sup>4)</sup>. 한편, 소비연령 측면에서 젊은 연령층의 매출비중이 높은 강남역과 홍대/합정, 이태원/한남 상권은 해당 상권을 방문하는 20~30대 소비자의 지출감소 영향으로 상권매출이 전년동기대비 역성장을 기록하였음

## 03-2.

### 강남역 상권

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



\*물판/서비스/식음 건당 이용단가(천원)

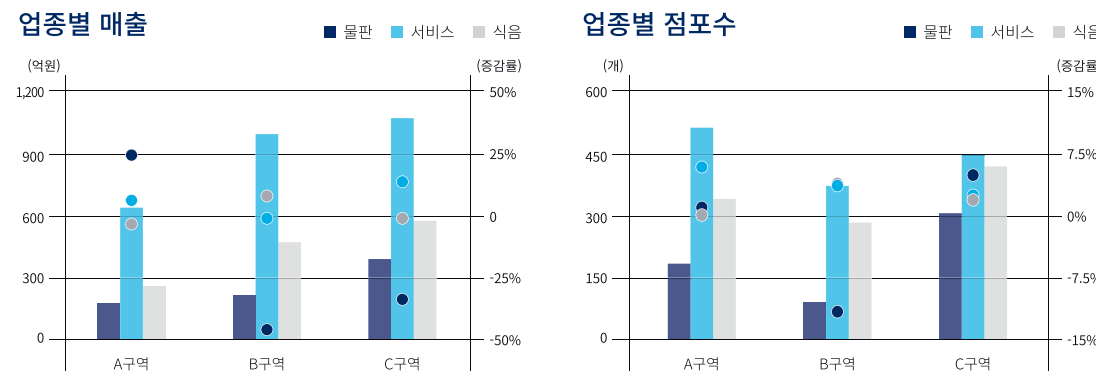
#### 주요 거래 사례

| 구분 | 지역 | 거래 시기     | 대지면적(3.3㎡) | 연면적(3.3㎡) | 층 수  | 준공년도 | 총 거래금액(억원) | 임차인 업종 |
|----|----|-----------|------------|-----------|------|------|------------|--------|
| ①  | A  | 2019년 2분기 | 334        | 385       | 3/B1 | 1993 | 49         | 식음     |

## 03-2-1.

### 업종별 매출 및 점포수

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



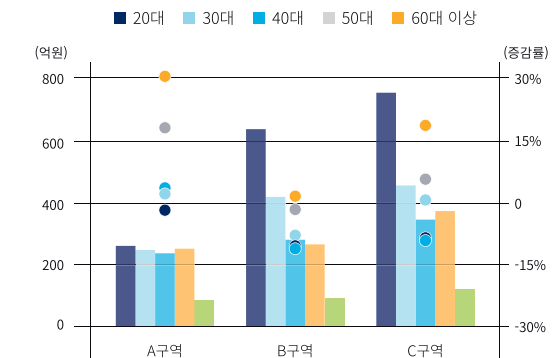
- A구역에서는 전년동기대비 상권매출액과 점포수가 각각 7.1%, 3.2% 증가하며 상권이 성장세를 나타냈음. 특히, A구역의 주요 매출비중을 차지하는 서비스업종의 매출 증가가 A구역 전체상권의 매출 성장을 견인하였으며, 서비스업종 중 의료업종의 매출이 전년동기대비 약 12%(43억원 규모) 증가하였음
- B구역은 물판업종의 부진이 이어지며 전체상권의 매출이 7.9% 감소하였음. 특히, 성인의류업의 매출과 점포수의 감소가 뚜렷하였으며, 생활잡화 등을 판매하는 소매점들의 매출 감소가 큰 것으로 나타남. 이와 같은 물판업의 부진에도 불구하고, 예술문화와 쇼핑을 결합하여 체험형 매장 컨셉을 내세우는 “로옴 플래그십 스토어 오픈(2019년 4월)” 등 패션업체의 새로운 시도가 관찰되었음

## 03-2-2.

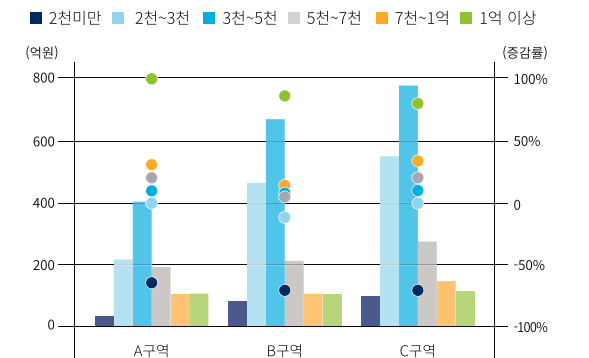
### 소비자 특성

2019년 2분기 기준, 전년동기대비

#### 연령대별 매출



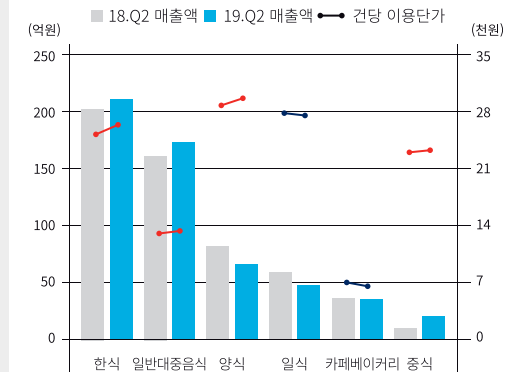
#### 소득 수준별 매출



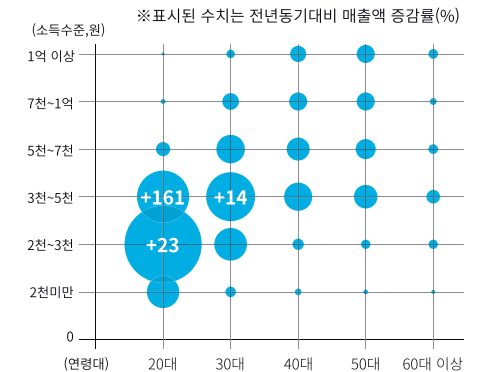
- A구역은 B/C구역에 비하여 소비자의 평균 연령대가 높은 상권으로 30대 이상 소비자들의 매출 증가가 A구역 전체 상권의 매출 성장에 기여하였음. 반면, B구역은 60대 이상을 제외한 전연령층 소비자들의 소비지출이 부진하였으며, C구역에서는 20대 및 40대 소비자들의 매출이 역성장하였음
- 소비자 소득수준에 따른 상권매출에 있어서도, 세부구역과 무관하게 고소득층 및 저소득층 소비자들의 소비양극화 현상이 관찰되었음. 소득수준 1억원 이상의 소비자들의 매출은 전년동기대비 80% 이상 증가하였으며, 소득수준 2천만원 미만의 소비자 매출의 감소폭은 60% 수준 이상으로 나타났음

#### 강남역 상권 C구역 식음업종 분석

##### 세부업종별 매출 변동



##### 소비자 매출액 규모



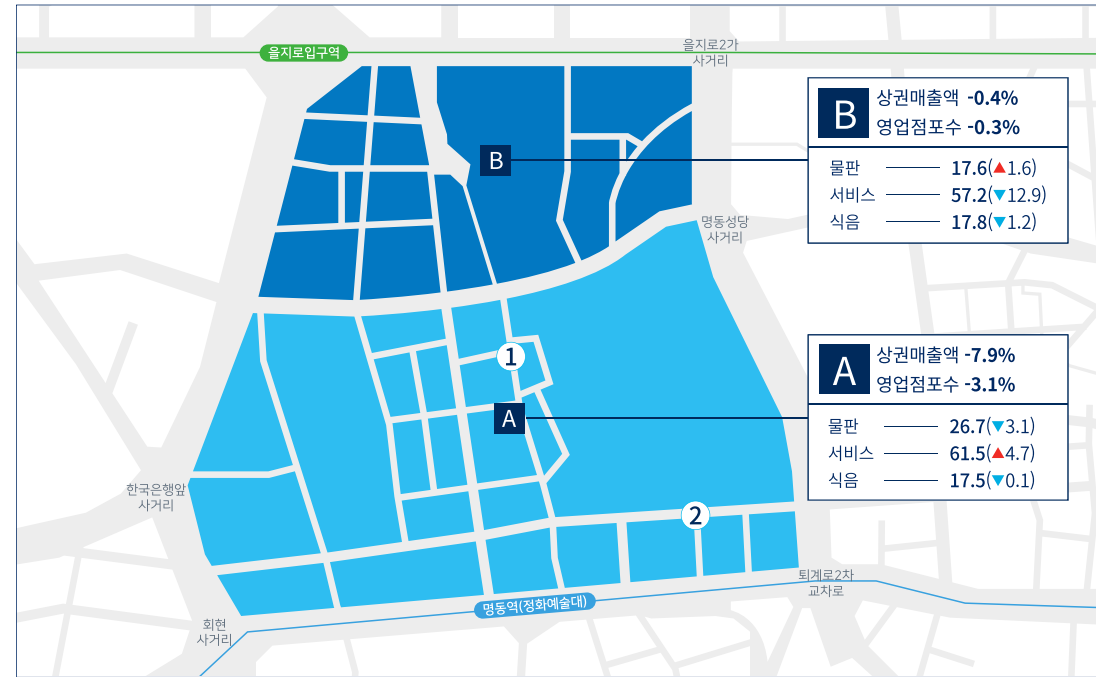
- 강남역 상권 내 C구역은 서비스업종 다음으로 식음업종의 매출비중(2019년 2Q 기준, 28.2%)이 높음. 특히, C구역에서 식음업종의 매출을 발생시키는 소비자들의 연령대와 소득수준이 비교적 낮다는 특징을 지니고 있음. 2019년 2분기에도 20~30대, 소득수준 2천~5천만원 구간에 속하는 소비자들의 매출이 전년동기와 비교하여 크게 늘어난 것으로 나타났음
- 젊은 소비자층의 영향으로 트렌드에 민감한 특징을 지닌 C구역에서는 최근 SNS와 미디어 매체를 통해 인기가 증가하고 있는 중식업종의 성장이 주요하게 관찰됨. 중식업종의 매출과 점포수는 전년동기대비 각각 104%, 40% 증가하였으며, 특히, 마라요리와 양꼬치를 판매하는 점포들의 매출성장이 뚜렷한 것으로 분석됨
- 이외에도 C구역 식음업종에서 주요 매출비중을 차지하는 한식과 일반대중음식 업종의 매출이 전년동기대비 각각 4%, 7% 증가한 반면, 양식과 일식 업종은 매출이 각각 19%, 20% 감소하며 대비되는 모습을 보였음
- 한편, C구역 내에 코람코자산신탁이 블라인드펀드로 개발·운영하는 복합시설인 ‘케이스퀘어 강남 I’에는 국내에서 디지털매장 중 가장 큰 규모를 지닌 ‘빌리엔젤 플래그십 스토어’가 2019년 5월에 오픈하였음. 젊은 소비자층이 집중된 C구역에는 디지털 및 음료 등 카페베이커리의 매출이 식음업 중 6% 수준의 비중을 차지하고 있음



### 03-3.

#### 명동 상권

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



\*물판/서비스/식음 건당 이용단가(천원)

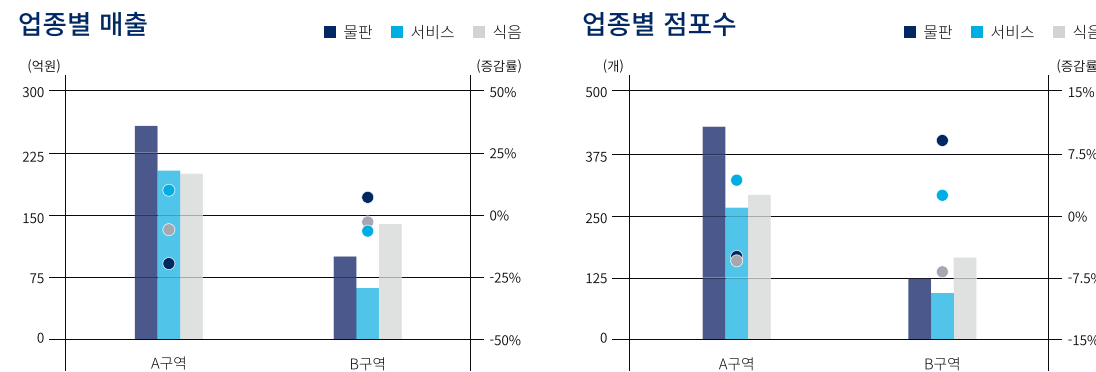
#### 주요 거래 사례

| 구분 | 지역 | 거래 시기     | 대지면적(3.3㎡) | 연면적(3.3㎡) | 층 수  | 준공년도 | 총 거래금액(억원) | 임차인 업종 |
|----|----|-----------|------------|-----------|------|------|------------|--------|
| ①  | A  | 2019년 2분기 | 30         | 78        | 3    |      | 100        | 식음, 물판 |
| ②  | A  | 2019년 2분기 | 40         | 162       | 5/B1 | 1962 | 31         | 식음     |

### 03-3-1.

#### 업종별 매출 및 점포수

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



- A구역의 내수상권<sup>1)</sup>은 물판 및 식음 업종의 매출 부진에 기인하여 전년동기대비 매출이 역성장하였음. 특히, 물판 및 식음 업종의 점포수 또한 감소하고 있는 상황으로 전반적으로 상권의 상황이 부정적인 것으로 판단됨. 성인의류와 화장품 업종의 매출액 감소가 뚜렷하며, 해당 업종의 점포수는 각각 18%, 9% 감소하였음
- B구역은 국내 H&B숍 등을 중심으로 물판업의 매출이 전년동기대비 증가하였지만, 서비스와 식음 업종의 매출이 역성장하였음. 식음업종 중 양식, 일식, 중식의 매출 하락이 큰 것으로 나타남

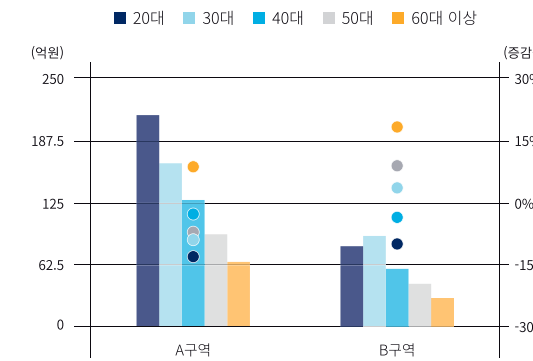
1) 본 리포트의 상권 매출 분석은 외국인 매출을 제외한 내국인 매출을 대상으로 하였음

### 03-3-2.

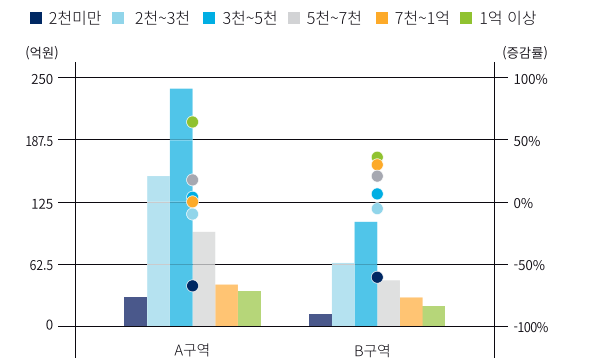
#### 소비자 특성

2019년 2분기 기준, 전년동기대비

#### 연령대별 매출



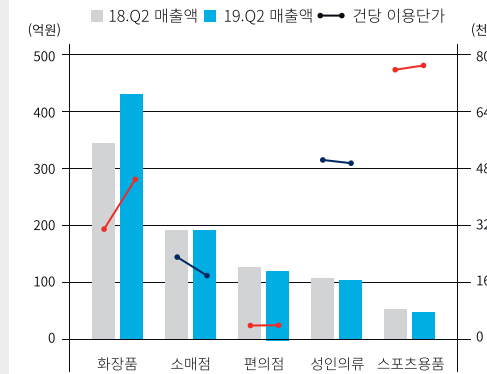
#### 소득 수준별 매출



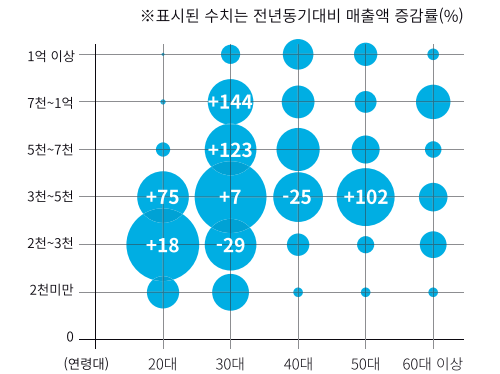
- 소비 연령측면에서는 A구역에 비하여 B구역의 소비자 평균연령대가 높은 것으로 나타남. A구역은 60대 이상을 제외한 전 소비연령대에서의 매출 감소가 나타났으며, B구역에서는 20대와 40대 소비자의 소비지출 감소가 관찰됨
- 소비자의 소득수준 특징을 살펴보면, 저소득층 소비자들의 소비지출 감소가 상권의 매출 역성장장에 주요한 영향을 미친 것으로 분석됨. A/B구역에서 소득수준 2천만원 미만인 소비자들의 매출액 감소율은 각각 67.6%, 60.9%이며, 소득수준 2~3천만원 구간에 속하는 소비자들의 매출액 감소율도 A/B구역 각각 9.6%, 5.4%로 나타남

#### 명동 상권 B구역 물판업종 분석

##### 세부업종별 매출 변동



##### 소비자 매출액 규모

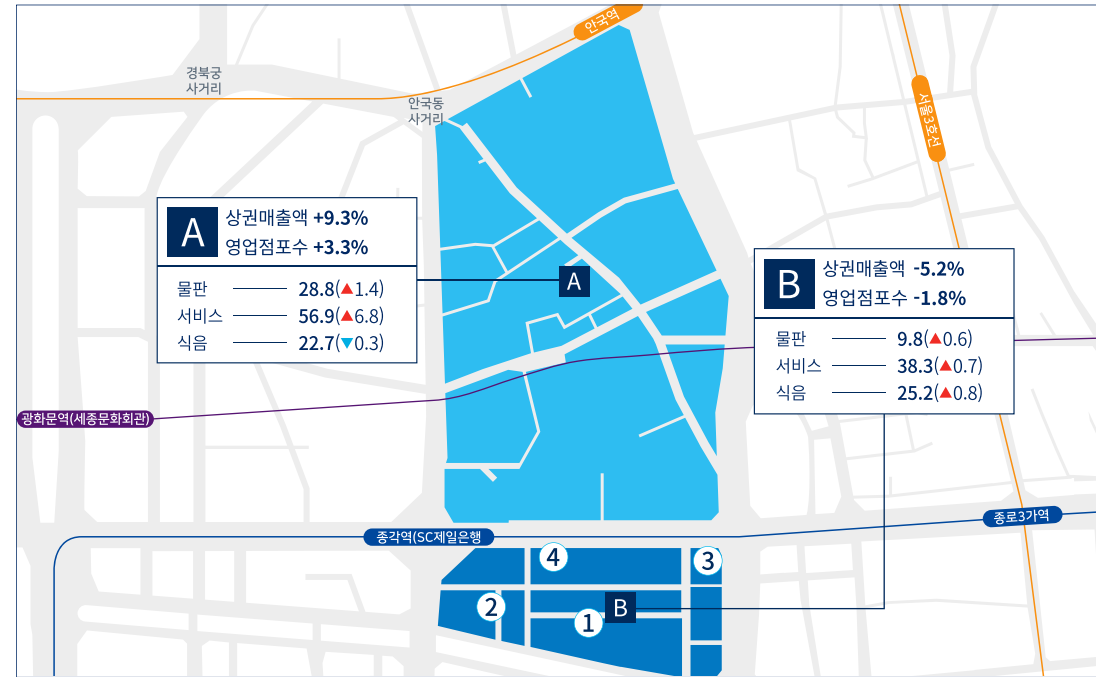


- 명동 상권 B구역의 물판업종에서는 화장품 업종의 매출비중이 42.5%로 가장 크며, 식품 및 생활 잡화 등을 판매하는 소매점(19.0%)과 편의점(11.9%)이 주요 매출규모를 나타내고 있음
- B구역에서 물판업종 점포를 이용하는 소비자특성을 살펴보면, 20~50대이며 소득수준이 2천~5천만원 구간에 속하는 소비자의 매출비중이 큰 것으로 나타남. 명동 상권은 전통적으로 외래 관광객의 매출 비중이 높지만, 내수객 측면에서는 주변 오피스 지역의 영향으로 소비자의 스펙트럼이 다양할 수 있음. 2019년 2분기에는 소득수준이 3천~5천만원 구간에 속하는 20대, 50대 소비자들의 매출이 큰 폭으로 증가하였음
- 세부 업종 측면에서 A구역 화장품 업종의 매출 부진과 달리 B구역의 화장품 업종은 매출이 전년동기대비 25% 상승하며 B구역 물판업종의 매출 상승을 견인하였음. 특히, 상권 및 소비자 특성에 기반한 맞춤형 매장을 선보인 국내계열 H&B숍의 매출 증가세가 관찰되었으며, 화장품 업종 점포 수의 변동은 크지 않았음
- 향후 명동 상권에는 고급화 및 체험형 컨셉을 내세우는 외국계 H&B숍의 진출이 예정되어 있는 등 국내외 다양한 뷰티업체들의 오프라인 뷰티시장 공략을 위한 각축장이 될 것으로 예상됨

# 03-4.

## 종로 상권

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



\*물판/서비스/식음 건당 이용단가(천원)

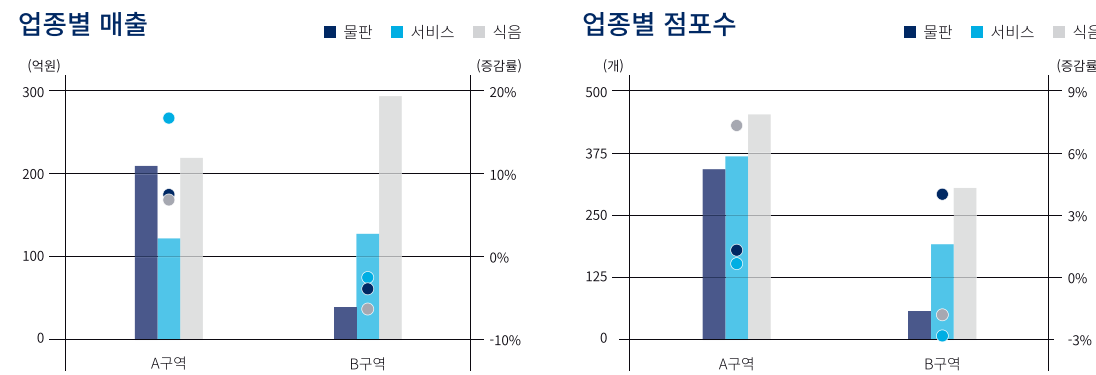
### 주요 거래 사례

| 구분 | 지역 | 거래 시기     | 대지면적(3.3㎡) | 연면적(3.3㎡) | 층 수   | 준공년도 | 총 거래금액(억원) | 임차인 업종  |
|----|----|-----------|------------|-----------|-------|------|------------|---------|
| ①  | B  | 2019년 1분기 | 61         | 636       | 11/B1 | 1969 | 178        | 식음, 서비스 |
| ②  | B  | 2019년 2분기 | 22         | 102       | 6     |      | 43         | 식음      |
| ③  | B  | 2019년 2분기 | 23         | 123       | 5/B1  | 1971 | 30         | 식음, 서비스 |
| ④  | B  | 2019년 2분기 | 75         | 441       | 6/B2  | 1965 | 93         | 식음, 서비스 |

# 03-4-1.

## 업종별 매출 및 점포수

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



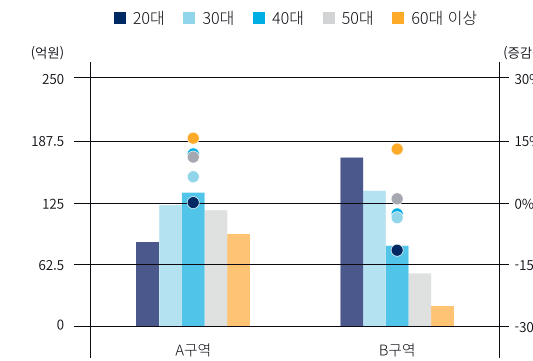
- A구역은 물판/서비스/식음 전 업종의 매출 성장에 힘입어 전체 상권 매출액이 전년동기대비 9.3% 증가하였음. 물판 및 식음 업종의 매출비중이 높은 A구역에서는 특히, 일식과 일반대중음식 점포들의 매출수준 상승(각각 61%, 8%)이 뚜렷했으며, 점포수도 각각 43%, 11% 늘어나면서 해당 업종이 성장세를 보였음. 또한, 서비스업의 매출상승률이 가장 높게 나타나는데, 교육서비스 업종의 매출은 전년동기대비 55% 증가함
- 반면, B구역에서는 주요 매출비중을 차지하는 식음업종의 매출 하락(전년동기대비 -6.5%)과 함께 물판과 서비스업의 매출도 역성장을 기록하면서 B구역 전체상권의 매출은 전년동기대비 5.2% 감소하였음. B구역에서는 서비스와 식음 업종의 점포수도 각각 3.0%, 1.9% 감소하면서 해당 업종의 성장이 정체되는 모습을 보임

# 03-4-2.

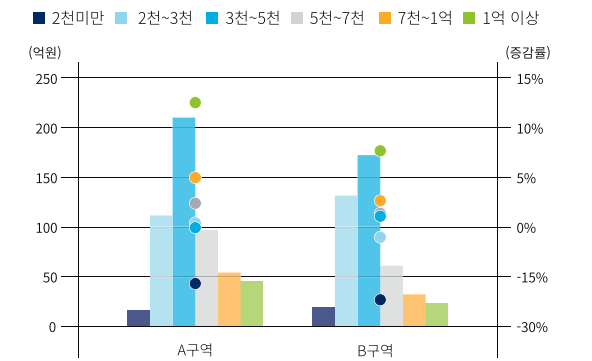
## 소비자 특성

2019년 2분기 기준, 전년동기대비

### 연령대별 매출



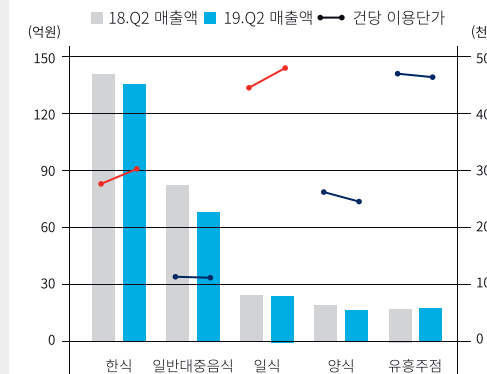
### 소득 수준별 매출



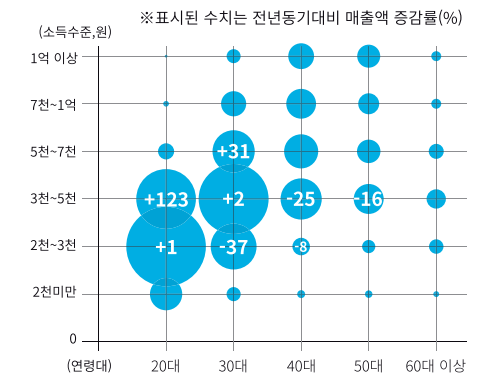
- A구역은 40대 소비자의 매출 비중이 가장 높으며, B구역에 비하여 상대적으로 소비연령층이 높은 특징을 보이고 있는데 2019년 2분기에는 전 연령대 소비자들의 매출이 증가하는 모습을 나타냈음. 반면, '젊음의 거리'로 대변되는 B구역은 20~40대의 소비지출이 전년동기대비 감소하며 상권매출 감소를 야기함
- 소비자들의 소득수준 측면에서는 A구역 소비자들의 평균 소득수준이 B구역에 비하여 높은 것으로 나타났으며, A구역에서는 소득수준 7천만원 이상의 소비자들의 소비지출이 전년동기와 비교하여 크게 증가함. 하지만 B구역에서는 주요 매출비중을 차지하는 소득수준 2~3천만원대 소비자들에 대한 매출이 감소한 것으로 분석됨

### 종로 상권 B구역 식음업종 분석

#### 세부업종별 매출 변동



#### 소비자 매출액 규모



- 종로 상권 B구역은 식음업의 매출비중(2019년 2분기 기준, 63.7%)이 높은 지역이며, B구역 식음시장의 주요 소비자층은 20~30대, 소득수준 5천만원 미만 구간의 소비자임. 2019년 2분기 현재, 20대 소비자들의 매출은 전년동기대비 증가한 것으로 나타나지만, 30~50대의 주요 소비자층의 매출은 감소하였음
- 최근 B구역에서는 상가공실률 상승 및 상권경쟁력 약화 문제가 대두되고 있으며, 이 지역에서 가장 많은 점포수와 높은 매출액 규모를 지닌 식음업종의 매출 하락이 크게 나타나고 있음. B구역 식음업종 중 가장 큰 매출비중을 차지하는 한식업이 전년동기대비 매출이 4.0% 감소하였으며, 일반대중음식업은 매출이 17.1% 감소하는 등 매출감소세가 크게 나타났음
- 한식과 일식 업종의 건당 이용단가는 전년동기대비 각각 2,401원, 3,114원 증가하였지만, 점포 방문자 수의 감소로 매출액이 감소한 것으로 보임

### 03-5. 여의도 상권

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



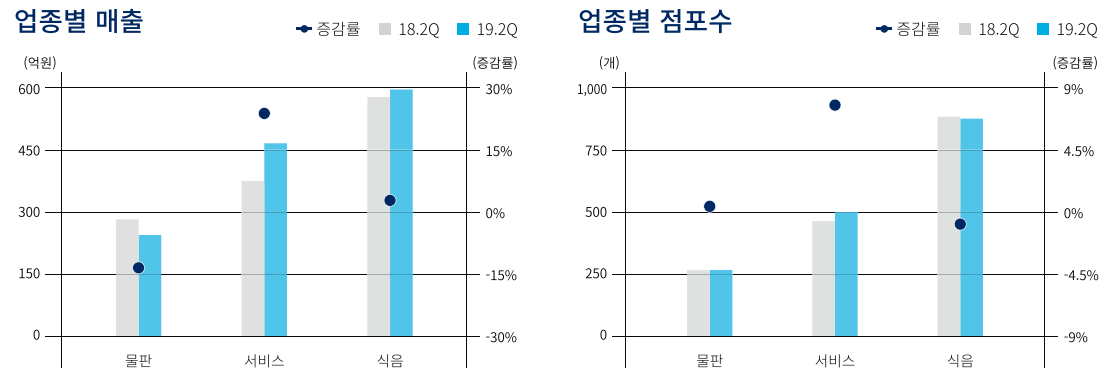
\*물판/서비스/식음 건당 이용단가(천원)

#### 주요 거래 사례

| 구분          | 지역 | 거래 시기 | 대지면적(3.3㎡) | 연면적(3.3㎡) | 층 수 | 준공년도 | 총 거래금액(억원) | 임차인 업종 |
|-------------|----|-------|------------|-----------|-----|------|------------|--------|
| 최근 거래 사례 없음 |    |       |            |           |     |      |            |        |

### 03-5-1. 업종별 매출 및 점포수

2019년 2분기 기준, 전년동기대비

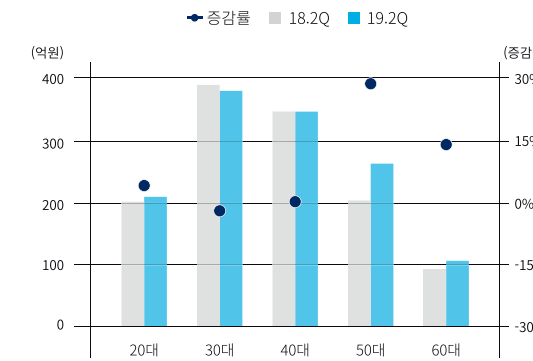


- 여의도 상권에서는 서비스와 식음 업종의 매출액 증가에 따라 전체 상권 매출수준이 전년동기대비 5.7% 상승하였음. 서비스 업종에서는 교육(+10%) 및 스포츠(+24%) 업종의 매출이 크게 늘어났으며, 식음업종에서는 중식(+43%)과 한식(+6%)의 매출수준 상승이 뚜렷하였음
- 기타 주요 상권과 마찬가지로 여의도 상권에서도 물판 업종의 매출 부진이 관찰되었는데, 특히, 식품잡화 및 생활잡화를 판매하는 소매점의 매출 하락이 크게 나타났음
- 상권 내 점포 수를 살펴보면 물판과 식음 업종의 점포 수 변동은 미미한 반면, 서비스 업종의 점포수가 전년동기대비 7.8% 증가하였음. 2019년 이후 교육서비스와 관련된 어학원 등의 수가 증가한 것으로 조사됨

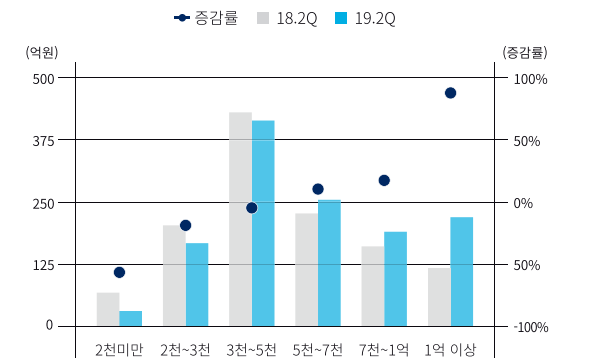
### 03-5-2. 소비자 특성

2019년 2분기 기준, 전년동기대비

#### 연령대별 매출



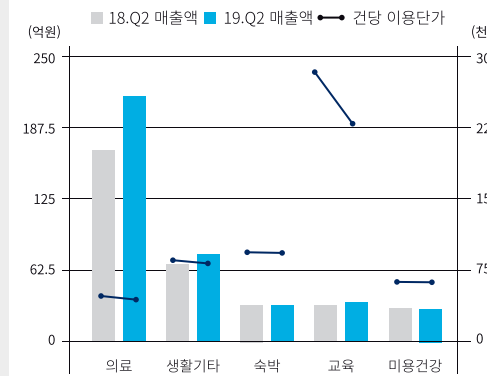
#### 소득 수준별 매출



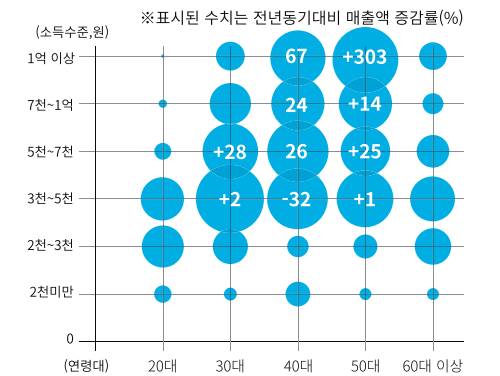
- 2019년 2분기에는 50대 소비자 매출이 전년동기대비 29.2% 수준으로 크게 증가하며 상권 매출 상승을 견인하였음. 한편, 20대 소비자 매출이 전년동기대비 3.9% 증가하였는데, 이는 20대 소비자 매출이 감소한 서울의 기타 상권들과는 차별되는 모습임
- 소비자의 소득수준별 매출측면에서는 소득수준 1억원 이상의 고소득 소비자들에 대한 매출이 전년동기대비 88.2% 수준으로 크게 증가하였고, 해당 고객군의 매출비중 또한 17.2% 수준으로 늘면서 고소득 소비자층이 여의도 상권의 주요 고객군으로 부상함

#### 여의도 상권 서비스업종 분석

##### 세부업종별 매출 변동



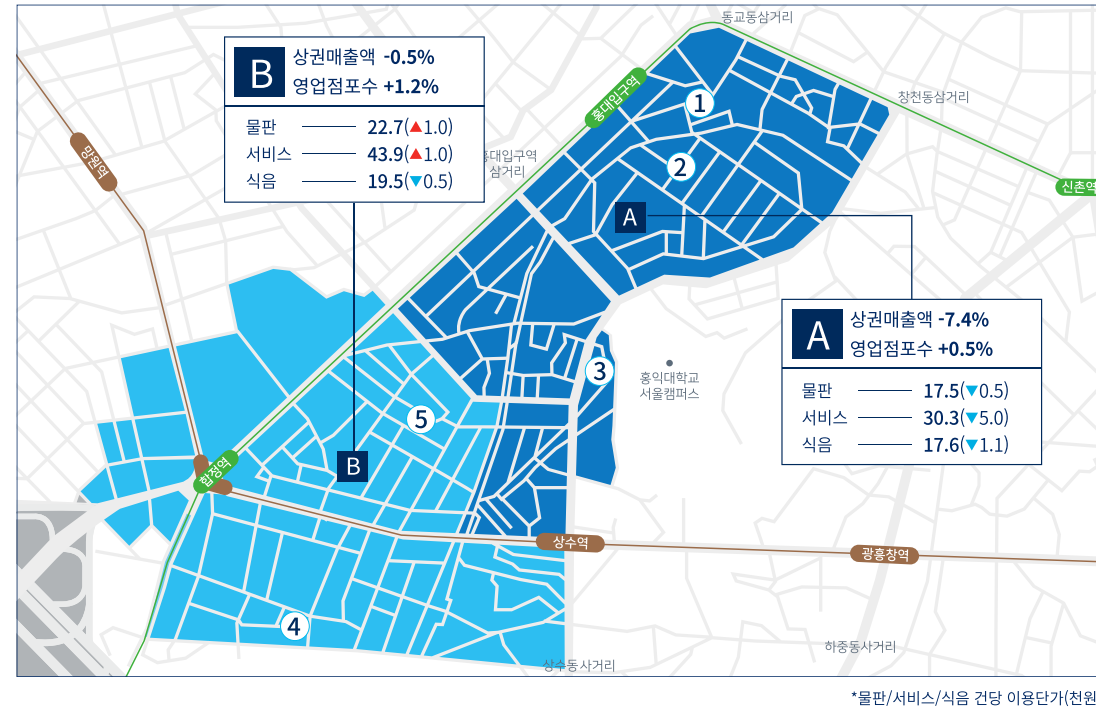
##### 소비자 매출액 규모



- 여의도 상권의 서비스업종은 업종 측면에서 당분기 가장 높은 매출증가율(+24.2%)을 보임. 특히, 의료업종의 매출이 전년동기대비 28.3% 증가한 것으로 나타나 서비스업종의 매출 상승을 이끌었음
- 여의도 상권에서 서비스업종을 이용하는 소비자들의 특성을 살펴보면, 소득수준이 5천만원 이상인 40~50대 고객이 여의도 서비스업 상권의 주요고객층임을 알 수 있음. 특히, 2019년 2분기에는 소득수준이 1억원 이상인 50대의 소비지출 비중이 가장 크게 나타났으며, 이들 고객군에 대한 매출은 전년동기대비 303% 수준으로 크게 증가하였음
- 한편, 의료, 숙박, 교육 등 대부분의 서비스 세부업종에서 건당 이용단가 수준이 전년동기대비 하락한 것으로 나타남. 교육업종의 경우, 전년동기대비 매출은 10.1% 증가하였지만 건당 이용단가는 57,903원 하락하여 매출효율성은 좋지 않은 것으로 나타남. 이는 상권 내 교육서비스 업체 수의 증가에 따라 매출액 규모 또한 증가하였지만 경쟁 심화에 따라 서비스 단가 수준은 낮아진 것으로 풀이됨

# 03-6. 홍대/합정 상권

2019년 2분기 기준, 전년동기대비

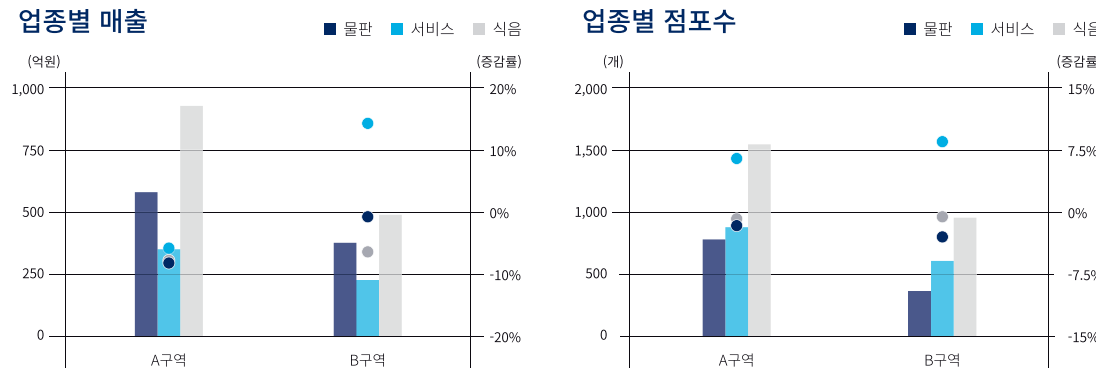


## 주요 거래 사례

| 구분 | 지역 | 거래 시기     | 대지면적(3.3㎡) | 연면적(3.3㎡) | 층 수  | 준공년도 | 총 거래금액(억원) | 임차인 업종  |
|----|----|-----------|------------|-----------|------|------|------------|---------|
| ①  | A  | 2019년 1분기 | 49         | 134       | 4/B1 | 1997 | 21         | 식음      |
| ②  | A  | 2019년 1분기 | 65         | 197       | 6/B1 | 1993 | 50         | 물판      |
| ③  | A  | 2019년 1분기 | 55         | 53        | 2    | 1965 | 59         | 서비스     |
| ④  | B  | 2019년 1분기 | 45         | 29        | 1/B1 | 1970 | 31         | 물판      |
| ⑤  | B  | 2019년 2분기 | 40         | 60        | 3    | 2008 | 19         | 물판, 서비스 |

# 03-6-1. 업종별 매출 및 점포수

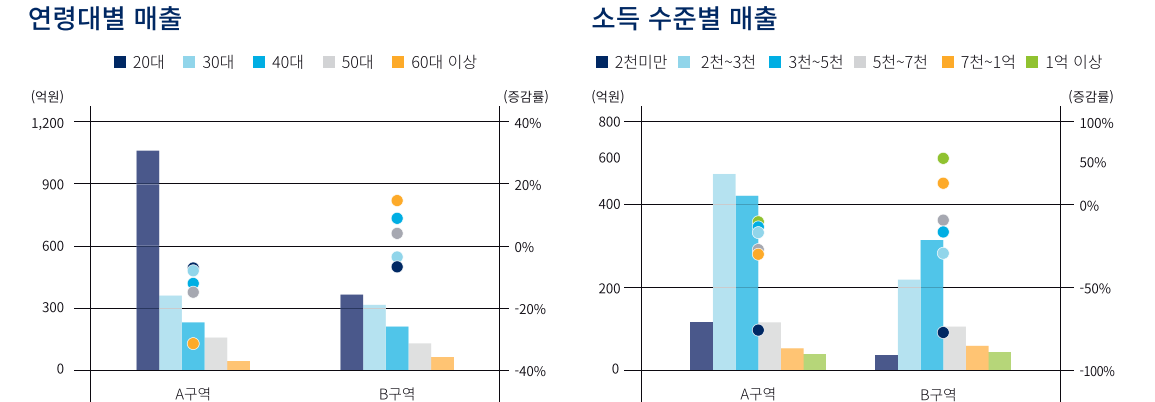
2019년 2분기 기준, 전년동기대비



- A구역은 물판/서비스/식음 전 업종에서 매출 하락이 발생하여 A구역 전체 상권의 매출액은 전년동기대비 7.4% 감소하였음. A구역 매출의 49.8% 수준을 차지하는 식음업종은 전년동기대비 7.7%의 매출하락률을 기록하였으며, 중식을 제외한 모든 식음업종의 매출이 부진한 것으로 확인됨
- B구역에서는 의료, 미용건강 등 서비스 업종의 매출 상승이 높은 것으로 나타났지만, 물판 및 식음 업종의 매출 부진으로 B구역 전체 상권의 매출은 전년동기대비 0.5% 감소하였음. B구역에서는 물판 및 식음 업종의 점포수도 감소하며 해당 업종의 역성장세가 관찰됨

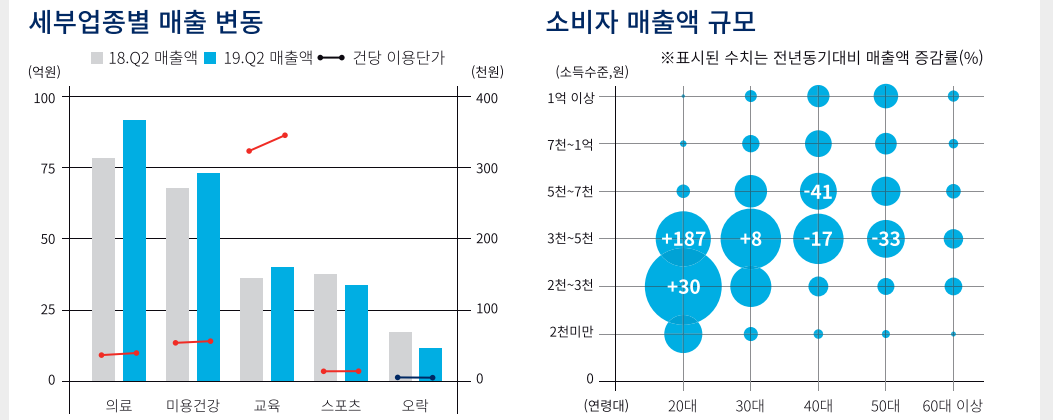
# 03-6-2. 소비자 특성

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



- 최근 주요 상권들에서 관찰되고 있는 40대 이상 소비자층의 소비지출 증가세와 달리 A구역에서는 고연령대 소비자 일수록 매출하락률이 더욱 커지는 모습이 나타남. B구역은 A구역과 비교하여 상대적으로 소비자 평균 연령대가 높으며, 40대 이상 소비자층의 매출이 전년동기대비 증가하였음
- 상권 소비자의 소득수준 측면에서는 A구역 대비 B구역에서 소득수준 7천만원 이상인 고소득 소비자층의 매출 상승률이 크게 나타나고 있음. 특히, B구역에서는 소득수준 1억원 이상 소비자층의 소비지출 증가율이 72.7%로 높게 나타남

## 홍대/합정 상권 A구역 서비스업종 분석

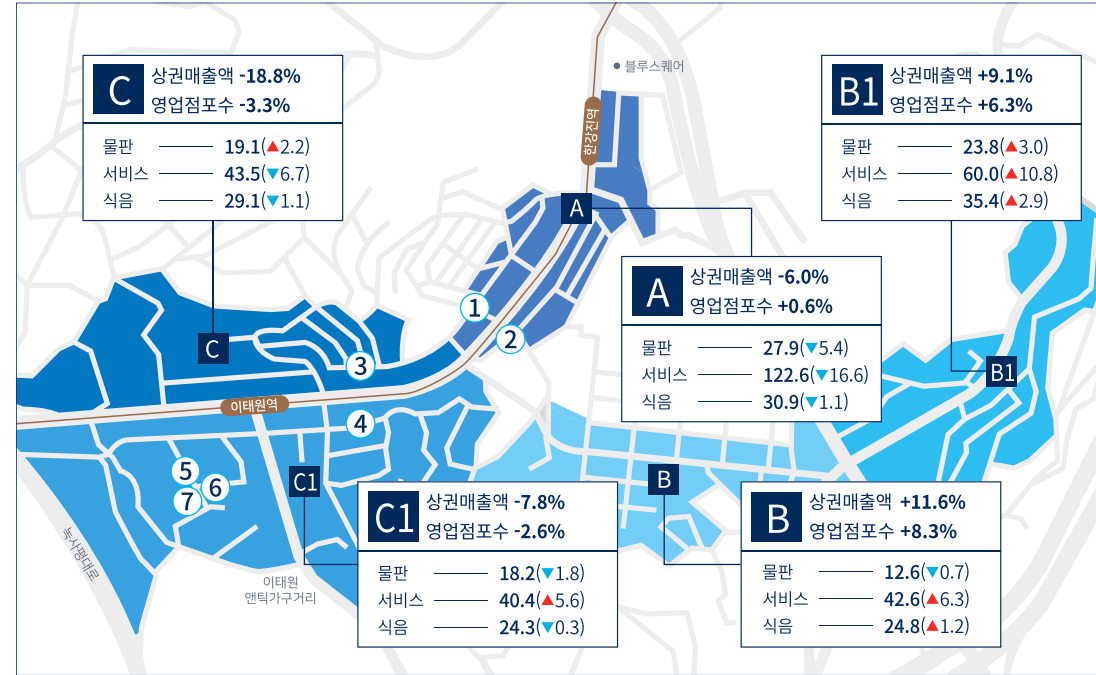


- 홍대/합정 상권 A구역의 서비스업종에서는 의료, 미용건강, 교육 서비스 업종은 매출이 상승하는 모습을 보였지만, 스포츠와 오락 등 여가 및 놀이 관련 서비스 업종의 매출 하락률이 큰 것으로 나타났음. 최근까지 유행하던 방탈출카페와 함께 전통적인 여가 놀이시설인 노래방과 PC게임방 등의 매출 상승이 부진한 것으로 분석됨
- 고객특성을 살펴보면, 소득수준이 2천~3천만원 구간에 속하며 20대인 소비자 매출비중이 가장 크게 나타났으며, 전년동기대비 매출액이 30% 증가한 것으로 나타나 A구역의 서비스업종 시장은 여전히 20대 학생층이 주요 소비자임을 알 수 있음
- 또한, 20대이며 소득수준이 3천만원 이상 되는 소비자의 매출 상승률이 187%로 크게 나타나 20대 직장인 층의 유입이 늘어난 것으로 해석되며, 40~50대 소비자의 매출은 뚜렷하게 하락한 것으로 나타나 A구역 서비스 상권의 분위기는 더욱 젊어지고 있는 것으로 판단됨

# 03-7.

## 이태원/한남 상권

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



\*물판/서비스/식음 건당 이용단가(천원)

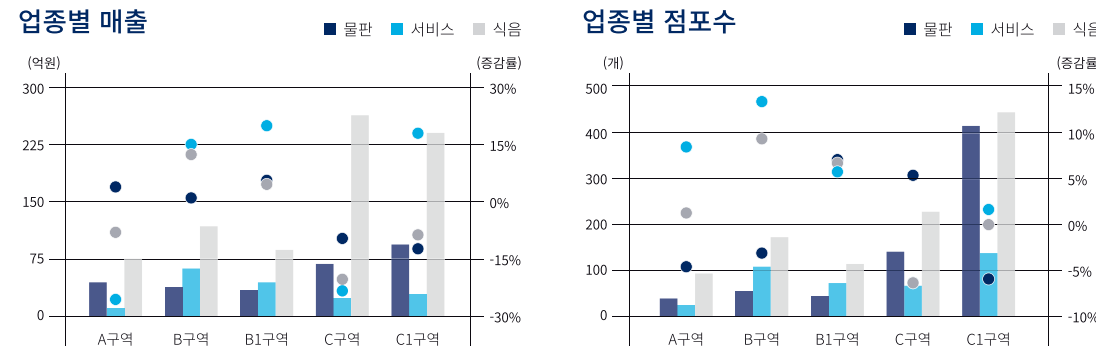
### 주요 거래 사례

| 구분 | 지역 | 거래 시기     | 대지면적(3.3㎡) | 연면적(3.3㎡) | 층 수  | 준공년도 | 총 거래금액(억원) | 임차인 업종  |
|----|----|-----------|------------|-----------|------|------|------------|---------|
| ①  | A  | 2019년 2분기 | 66         | 75        | 2/B1 | 2014 | 30         | 서비스     |
| ②  | A  | 2019년 2분기 | 53         | 77        | 2/B1 | 1992 | 150        | 식음, 물판  |
| ③  | C  | 2019년 1분기 | 22         | 70        | 4    | 1967 | 23         | 식음      |
| ④  | C1 | 2019년 1분기 | 65         | 56        | 2    | 1962 | 39         | 식음      |
| ⑤  | C1 | 2019년 2분기 | 58         | 140       | 3/B1 | 1956 | 43         | 물판, 서비스 |
| ⑥  | C1 | 2019년 2분기 | 53         | 70        | 2/B1 | 1978 | 65         | 식음      |
| ⑦  | C1 | 2019년 2분기 | 60         | 44        | 2    | 1971 | 65         | 식음, 물판  |

# 03-7-1.

## 업종별 매출 및 점포수

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



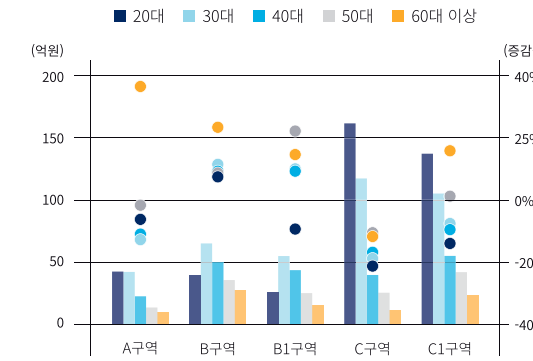
- A구역에서는 서비스와 식음 업종의 매출 하락 영향으로 전체 매출이 전년동기대비 6.0% 수준 하락하였음. 반면, 물판 업종의 매출은 화장품업 등의 성장으로 전년동기대비 4.2% 증가하였으며, 주로 해외 럭셔리 코스메틱 브랜드 샵들의 매출성장세가 관찰됨
- B/B1구역은 전 업종의 매출수준 및 점포 수가 증가하여 해당 상권이 성장기에 있는 것으로 판단됨. 특히, 주요 매출 비중을 차지하는 식음업종의 건당 이용단가는 이태원/한남 상권 내 다른 구역들과 비교하여 상대적으로 높은 수준을 유지하고 있으며 지속적으로 객단가 수준이 상승하고 있음
- C/C1구역에서는 주요 매출비중을 차지하는 식음업종의 불황이 심화되고 있는 것으로 나타났으며, 세부적으로 중식당을 제외하고 일반 레스토랑, 카페 등의 매출이 각각 22%, 30% 수준 하락하였음

# 03-7-2.

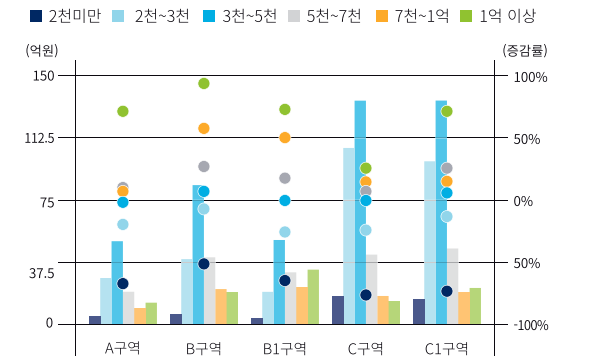
## 소비자 특성

2019년 2분기 기준, 전년동기대비

### 연령대별 매출



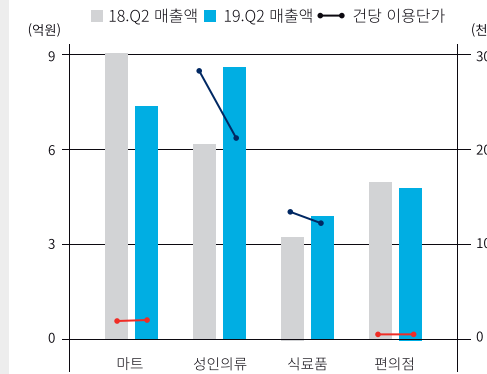
### 소득 수준별 매출



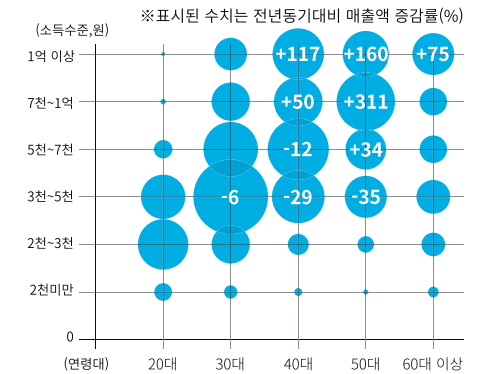
- 상권 불황이 심화되고 있는 C/C1구역은 20~30대 소비자의 매출비중이 높은 지역임. 2019년 2분기에는 이러한 20-30대 소비자의 전년동기대비 매출하락률이 가장 크게 나타났으며 상권 매출의 하락을 주도함. 반면, 30~40대 소비자 비중이 높은 B/B1구역은 20대를 제외한 전 연령대 소비자의 매출이 증가함
- B/B1구역은 소득수준 7천만원 이상인 소비자들에 대한 매출상승률이 50% 수준 이상으로 크게 나타나고 고소득층 소비자들의 영향력이 점차 중요해지는 것으로 분석됨

## 이태원/한남 상권 B1구역 물판업종 분석

### 세부업종별 매출 변동



### 소비자 매출액 규모

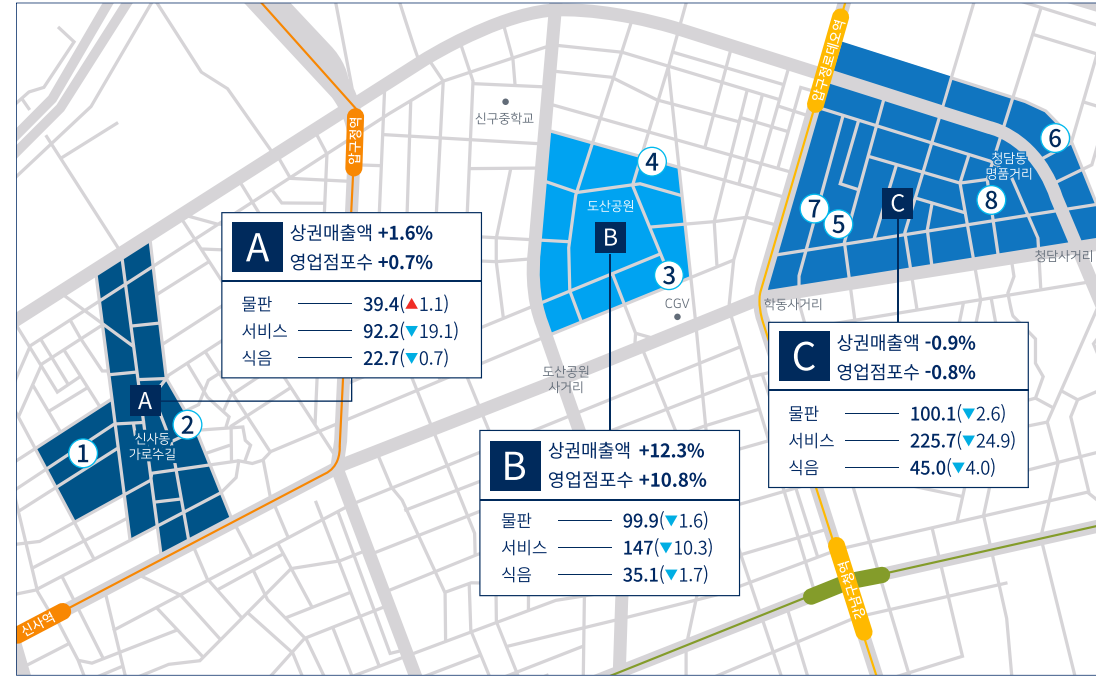


- 이태원/한남 상권 B1구역 물판업종의 매출은 전년동기대비 6.3% 증가하였으며, 성인의류(+39.4%)와 식료품(+20.0%) 업종의 매출상승률이 큰 것으로 나타남. 2018년 하반기 이후 패션의류 판매 점포의 수가 늘면서 패션업종 매출이 증가하였으며, 고급와인과 건강식품 등의 수요가 늘고 있는 것으로 분석됨
- 해당구역 내 물판업 소비자들의 특성을 분석해보면 30~50대 소비자들의 매출비중이 높으며, 전년동기와 비교하여 소득수준이 7천만원 이상인 40~50대 소비자들의 소비지출이 크게 증가하고 있는 모습을 확인할 수 있음. 특히, 소득수준 7천만원~1억원 대의 50대 소비자 매출이 전년동기대비 311% 증가하면서 주요 소비자군으로 부상하였음

# 03-8.

## 신사/압구정 상권

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



\*물판/서비스/식음 건당 이용단가(천원)

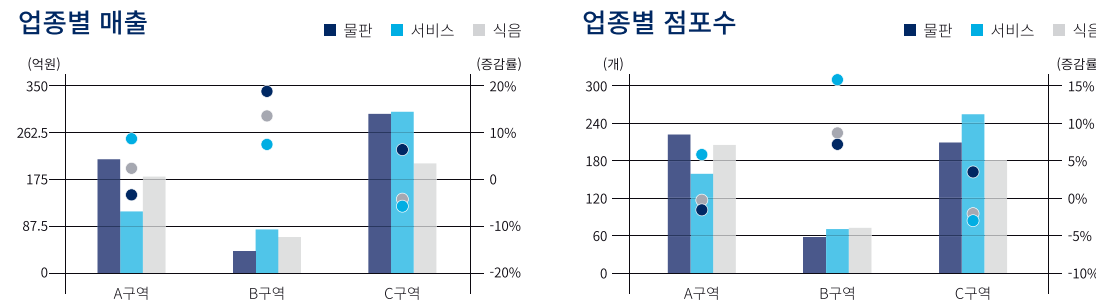
### 주요 거래 사례

| 구분 | 지역 | 거래 시기     | 대지면적(3.3㎡) | 연면적(3.3㎡) | 층 수  | 준공년도 | 총 거래금액(억원) | 임차인 업종  |
|----|----|-----------|------------|-----------|------|------|------------|---------|
| ①  | A  | 2019년 2분기 | 106        | 392       | 6/B1 | 1997 | 76         | 물판, 서비스 |
| ②  | A  | 2019년 2분기 | 220        | 721       | 6/B1 | 1988 | 208        | 식음, 서비스 |
| ③  | B  | 2019년 2분기 | 72         | 100       | 2/B1 | 2004 | 34         | 서비스     |
| ④  | B  | 2019년 2분기 | 74         | 74        | 2/B1 | 1977 | 65         | 물판      |
| ⑤  | C  | 2019년 1분기 | 189        | 157       | 3    | 1995 | 90         | 서비스     |
| ⑥  | C  | 2019년 1분기 | 109        | 450       | 6/B2 | 1996 | 133        | 물판      |
| ⑦  | C  | 2019년 2분기 | 184        | 765       | 6/B2 | 1989 | 285        | 서비스     |
| ⑧  | C  | 2019년 2분기 | 68         | 55        | 1/B1 | 1977 | 36         | 서비스     |

# 03-8-1.

## 업종별 매출 및 점포수

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



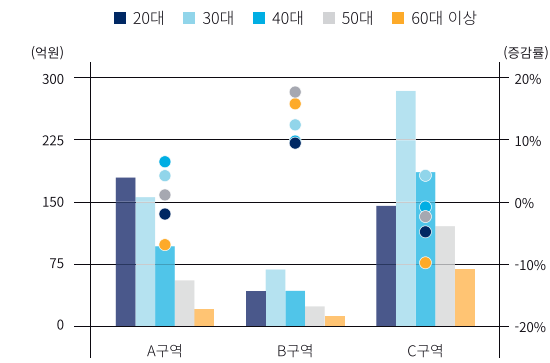
- 전분기까지 상권 상황이 좋지 않았던 A구역은 서비스와 식음 업종의 매출이 증가하며, 전체 상권의 매출이 전년 동기대비 1.6% 증가하는 모습을 나타냄. 특히, 미용건장업의 매출이 17% 늘었으며, 유흥주점(+133%)과 중식당(+123%)의 매출도 크게 증가한 것으로 분석됨
- B구역은 전 업종의 매출성장세에 힘입어 전체 상권의 매출수준이 12.3% 상승하는 모습을 나타냄. 특히, 물판업의 매출 상승률(+19.4%)이 높게 나타나고 있으며, 2019년 2분기 들어 국내외 패션브랜드들의 플래그십스토어 오픈이 이어지며 의류 및 잡화 매출의 비중이 확대되고 있음
- C구역에서는 성인의류 매출 증가 등 물판업의 성장이 관찰되었지만, 서비스 및 식음 업종의 매출성장이 부진하여 전체 상권의 매출은 전년동기대비 0.9% 감소하였음

# 03-8-2.

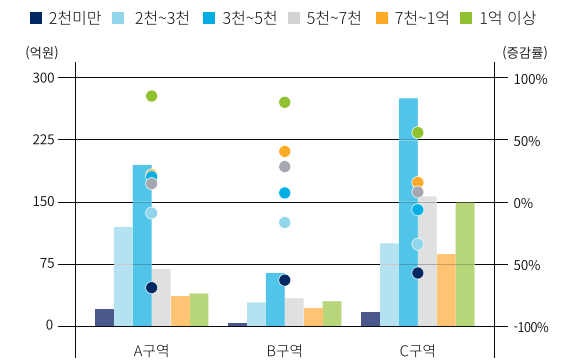
## 소비자 특성

2019년 2분기 기준, 전년동기대비

### 연령대별 매출



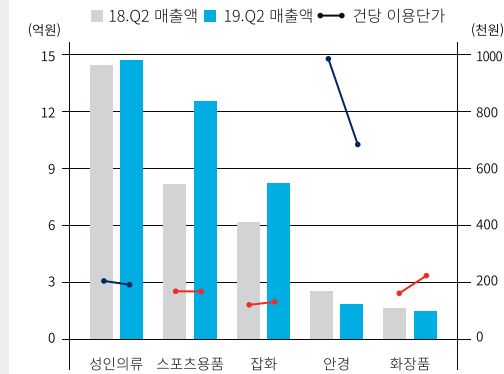
### 소득 수준별 매출



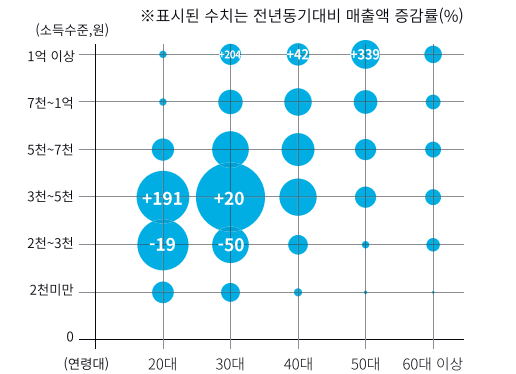
- A구역은 신사/압구정 상권에서 상대적으로 20대의 매출비중이 높은 지역이지만, 2019년 2분기에는 30~40대 소비자들의 소비지출 증가가 전체 상권의 매출성장을 견인하였음. C구역은 30대 소비자의 매출비중(2019년 2분기 기준, 35.1%)이 높으며 30대 소비자의 매출이 전년동기대비 증가하였지만, 기타 연령대 소비자 매출의 하락으로 전체 상권 매출은 소폭 하락한 것으로 판단됨
- 소득수준별 소비자 매출특성을 살펴보면, 모든 구역에서 소득수준 7천만원 이상 구간에 속하는 소비자의 소비지출 증가율이 높게 나타나고 있는 반면, 소득수준 3천만원 미만인 소비자에 대한 매출은 하락하여 소비양극화가 뚜렷하게 관찰되고 있음

## 신사/압구정 상권 B구역 물판업종 분석

### 세부업종별 매출 변동



### 소비자 매출액 규모

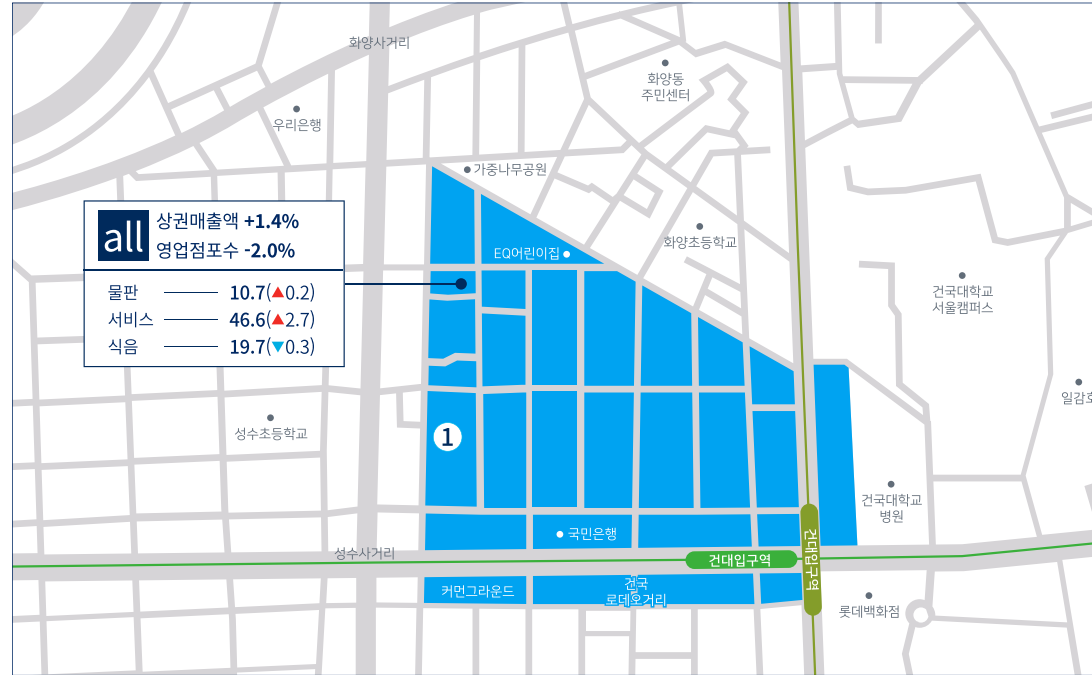


- 신사/압구정 상권의 B구역은 전통적으로 식음 및 서비스 업종의 비중이 높은 지역이지만, 최근 들어 물판업의 성장세가 관찰되고 있음. 2019년 2분기에는 성인의류, 스포츠용품, 잡화 업종의 매출이 전년동기대비 각각 2.0%, 53.8%, 33.1% 늘면서 물판업의 매출 성장을 견인하였음
- 2019년 2분기에는 삼성물산의 준지(JUUN..) 플래그십스토어와 럭셔리 퍼퓸 브랜드 바이레도의 아시아 첫 번째 플래그십스토어가 B구역 도산공원 일대에 오픈하면서 상권 내 패션의류 및 잡화 비중의 확대를 이끌었음. 특히, 바이레도 플래그십 스토어에서는 향수 등 코스메틱 제품 외에도 기존 매장과 차별되는 핸드백 등의 패션잡화 제품들의 등장이 특징적임. 이외에도 B구역에서는 골프용품샵과 스포츠용품 편집 매장 등 스포츠용품 속의 매출이 크게 늘어난 것으로 확인됨
- B구역 물판업 소비자의 특성을 살펴보면, 소득수준이 3천~5천만원 구간에 속하는 20~30대 소비자층의 매출 비중이 높았으며 전년동기대비 매출성장률이 큰 것으로 나타나 20~30대 사회초년층의 소비 비중이 높다고 판단됨
- 또한, 소득수준 1억원 이상대의 고소득층 소비자 매출액이 크게 증가하고 있는 것으로 나타나 이들을 타겟으로 하는 럭셔리 패션브랜드 매장의 성장세가 예상됨

# 03-9.

## 건대 상권

2019년 2분기 기준, 전년동기대비



\*물판/서비스/식음 건당 이용단가(천원)

### 주요 거래 사례

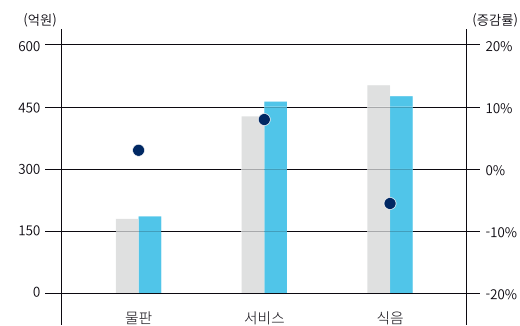
| 구분 | 지역  | 거래 시기     | 대지면적(3.3㎡) | 연면적(3.3㎡) | 층 수  | 준공년도 | 총 거래금액(억원) | 임차인 업종 |
|----|-----|-----------|------------|-----------|------|------|------------|--------|
| ①  | all | 2019년 2분기 | 70         | 181       | 4/B1 | 2012 | 72         | 식음     |

# 03-9-1.

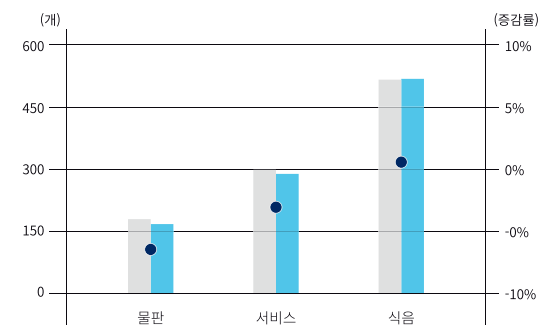
## 업종별 매출 및 점포수

2019년 2분기 기준, 전년동기대비

### 업종별 매출



### 업종별 점포수



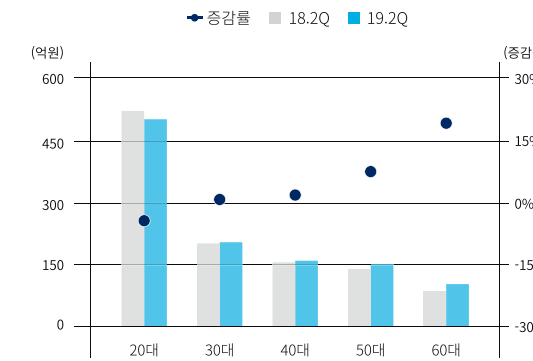
- 건대 상권은 2019년 2분기 물판과 서비스 업종의 매출이 전년동기대비 각각 3.3%, 8.3% 증가하면서 상권 전체의 매출성장을 견인하였음. 물판업에서는 성인리류의 매출과 판매점포 수가 증가하면서 해당 업종이 성장하는 모습을 보였으며, 서비스업에서는 의료와 교육 서비스의 매출 증가가 나타났음
- 반면, 식음업은 세부적으로 양식과 중식 업종의 매출이 전년동기대비 각각 6%, 21% 증가하였지만, 기타 일식, 카페베이커리, 패스트푸드 등의 업종에서 매출 하락이 발생하여 식음업 전체의 매출은 역성장하는 모습을 나타냈음

# 03-9-2.

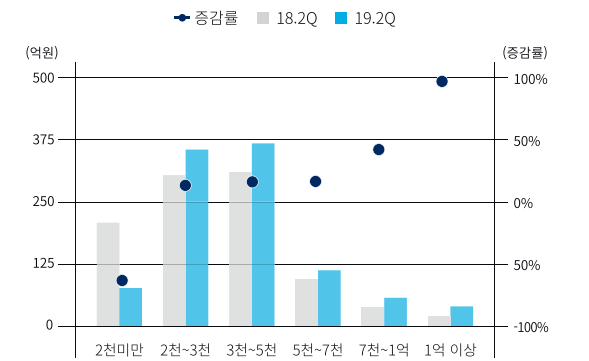
## 소비자 특성

2019년 2분기 기준, 전년동기대비

### 연령대별 매출



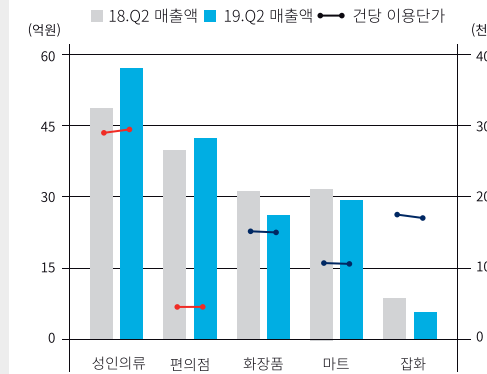
### 소득 수준별 매출



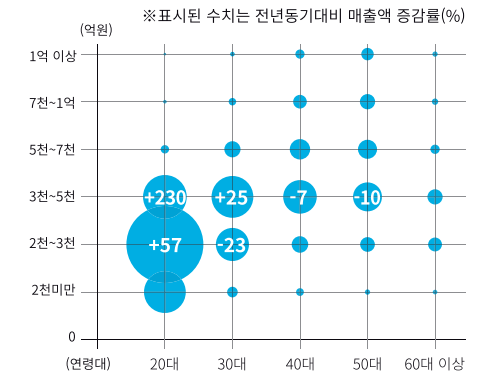
- 서울의 주요 대학가 상권인 건대 상권에서는 주요 매출비중을 차지하는 20대 소비자의 매출이 전년동기대비 3.8% 감소하였지만, 30대 이상 소비자들의 매출이 증가하면서 전체 상권 매출의 증가를 이끌었음. 특히, 50~60대 소비자의 매출증가율이 각각 8.2%, 20.1%로 높게 나타나 상권 주요 고객층의 범위가 확대될 가능성이 대두됨
- 소비자의 소득수준 측면에서도 소득수준 2천만원 미만 대의 소비자 매출이 전년동기대비 63.1% 수준으로 크게 감소한 반면, 소득수준 7천만원 이상 소비자들의 소비지출 증가율이 크게 나타남. 이와 함께 물판과 서비스 업종의 건당 이용단가 수준이 전년동기대비 상승하는 모습을 나타냈음

## 건대 상권 물판업종 분석

### 세부업종별 매출 변동



### 소비자 매출액 규모



- 건대 상권에서는 물판업의 주요 매출 비중을 차지하는 성인리류와 편의점 매출이 전년동기대비 각각 17.3%, 6.5% 증가하면서 물판업의 매출 성장을 견인하였음
- 성인리류 업종에서는 패션리류 편집숍의 점포 수 증가와 소비자 방문 빈도가 증가한 것으로 나타남. 편의점 업종을 살펴보면, 전체 영업점포 수는 전분기와 비교하여 감소하였지만 편의점 이용건수가 20.1% 수준으로 급증하여 편의점 매출이 14.7% 증가하였음. 반면, 화장품, 마트, 잡화 업종은 매출액 감소와 함께 건당 이용단가 수준도 낮아지는 모습을 나타냈음
- 물판업의 소비자 특성 측면에서는 소득수준이 2천~3천만원 수준인 20대의 매출이 전년동기대비 57% 증가하며 주요 소비자층으로서의 입지를 확고히 했고, 소득수준 3천~5천만원대의 20~30대 소비자 매출도 현저히 증가한 것으로 나타남

**AVISON  
YOUNG**



Platinum member

---

[avisonyoung.co.kr](http://avisonyoung.co.kr)

---

©2019 Avison Young (Korea) Inc. All rights reserved.

\*본 보고서 정보(그래프, 지도 등)에 대한 지적재산권은 당사의 소유이며, 사전허가 없이 영업적 목적으로 무단 복사 및 배포시 법적 제재를 받을 수 있습니다.

Avison Young Korea Inc.

에비슨영코리아 주식회사

서울특별시 중구 을지로 5길 16, 9F (을지로 2가 삼화타워) T. 02-3775-7200

Consulting Divison, Avison Young Korea

에비슨영코리아, 컨설팅사업부

MatePlus 

GENSTAR