

’19.1H

PRIME HIGH STREET RETAIL RESEARCH REPORT

Cushman & Wakefield Research

CUSHMAN & WAKEFIELD



CONTENTS

Ch.1 Research Design

Ch.2 Executive Summary

Ch.3 Research Findings

CUSHMAN & WAKEFIELD

Ch.1 Research Design

Overview

서울 6대 가두상권(명동, 강남역, 홍대, 가로수길, 이태원, 청담) 내 핵심권역 리테일 자산(오피스 및 숙박시설 제외)의 임차인 전수조사를 통해 상권 특성 및 트렌드를 파악함.

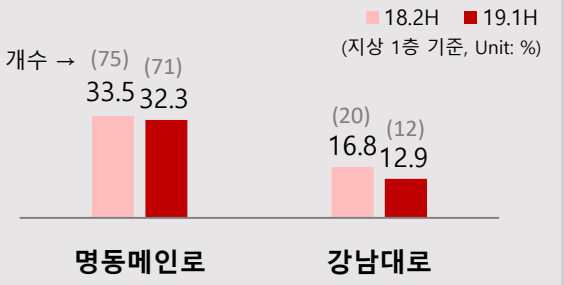
6개 상권 조사 범위



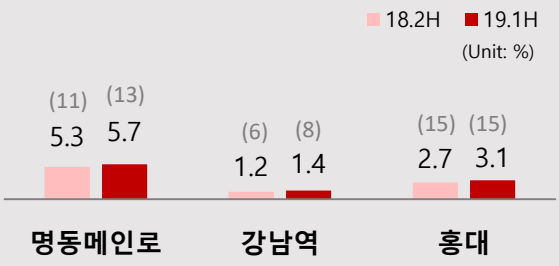
Ch.2 Executive Summary



화장품 로드샵 감소



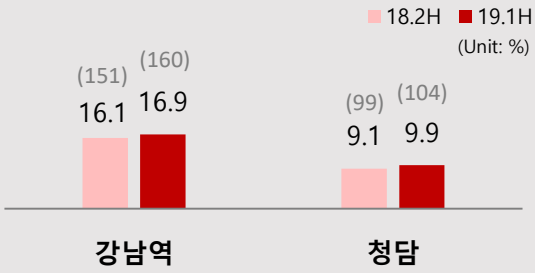
슈즈멀티샵 증가







강남소재 성형외과/피부과 증가



6대상권 중화권 음식 및 디저트 확산







Ch.3 Research Findings

CUSHMAN & WAKEFIELD

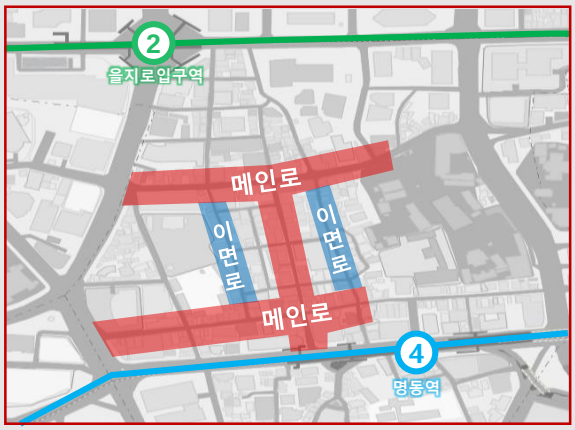
MYEONG DONG

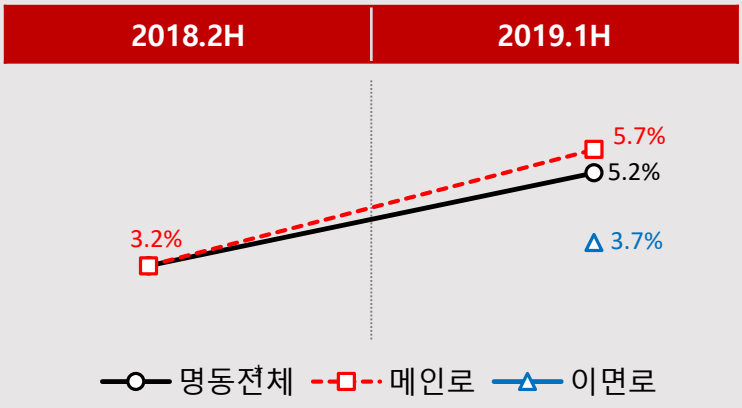
◆ '19년 상반기 기준 명동 핵심상권 공실률은 **5.2%**로 나타나며, 메인로를 기준으로는 전기 대비 소폭 상승함. 이는 '눈스퀘어'와 '엠플라자' 내 대형면적 임차인이 폐점한 것이 주요 요인임.

◆ **외국인 관광객**이 주소비층인 명동 상권에서 메인로는 **'쇼핑'** 관련 업종이 주를 이루는 반면, 이면로는 **'F&B(한식)'**를 중심으로 '쇼핑' 업종이 혼재되어 분포하고 있음.

◆ 메인로를 중심으로 **화장품** 매장의 임차비중이 상대적으로 크게 감소한 것이 특징적임.

명동 세부권역별 공실률





* 18.2H 명동전체 공실률은 이면로 제외

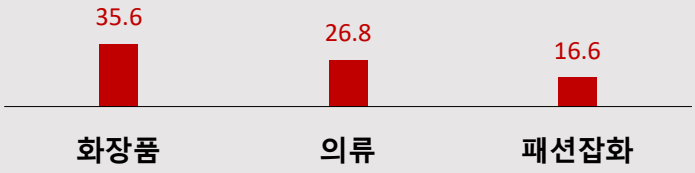
TOP 3 Retail Industry

◆ 전체

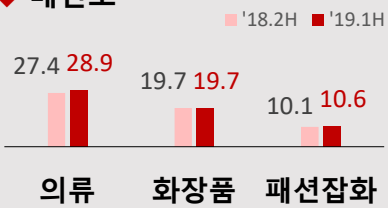
(단위 : %)



◆ 1층



◆ 메인로

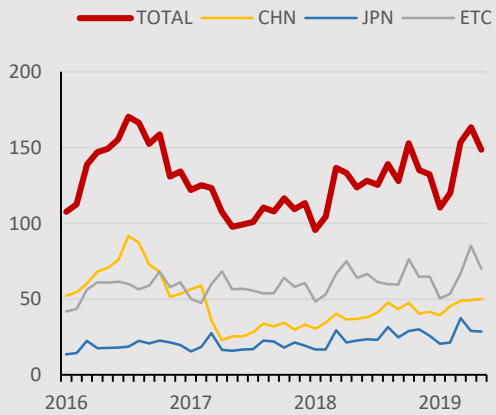


◆ 이면로*



[*참고] 외국인 관광객 입국 추이

◆ 2018년을 기점으로 외국인 관광객 수가 증가세를 보이고 있어 상권에 긍정적임.

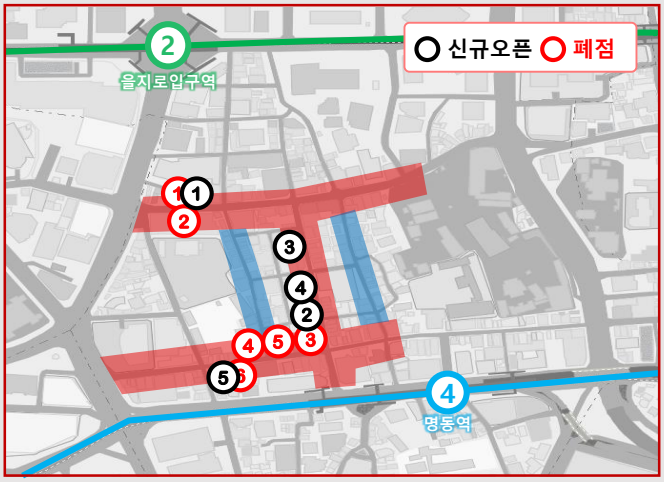


Source) 한국관광공사

* '19.1H부터 이면로 신규추가

'19.1H 상권 주요이슈

주요 신규 오픈 및 폐점 리테일 매장



신규 오픈

	브랜드	구분	오픈일	비고
1	S-Market 명동점	슈즈	2019.02	신규
2	S-Market 명동중앙점	슈즈	2019.03	신규
3	ABC마트 GRAND STAGE 명동중앙점	슈즈	2019.03	리뉴얼
4	SWATCH	시계	2019.03	신규
5	뉴에라	의류, 패션잡화	2019.03	신규

폐점

	매장명	구분	위치
1	바닐라코	화장품	명동1가 74-2
2	더바디샵	화장품	명동2가 83-5
3	더페이스샵	화장품	충무로1가 23-19
4	잇츠스킨	화장품	충무로1가 22-4
5	미샤	화장품	충무로1가 23-15
6	AHC Play Zone	화장품	충무로1가 24-11

◆ '신발'을 중심으로 패션잡화 매장 오픈 활발

- 올해 상반기 명동 핵심상권에서 3곳의 슈즈 멀티샵이 신규 오픈하거나 리뉴얼 오픈하였다. 멀티 슈즈샵 브랜드 'S-Market'은 명동메인로에만 명동점과 명동중앙점을 잇따라 오픈하였고, 'ABC마트'도 명동중앙점을 일반 매장에서 자체 최상급 채널인 'GRAND STAGE'로 리뉴얼 오픈하였다. 이러한 슈즈멀티샵의 증가는 애슬레져룩, 기업의 자율복장 증가와 같은 패션트렌드 변화 및 편집샵 매장을 선호하는 최근의 소비트렌드 영향으로 풀이된다.

- 신발 뿐만 아니라 다른 패션잡화 업종 브랜드의 진출도 눈여겨볼 만하다. 스위스 패션시계 브랜드 'SWATCH'가 국내 최대 규모의 플래그십스토어를 신규 오픈하였고, '뉴에라' 플래그십스토어도 명동에 자리잡았다. 이에 명동 메인로 1층 기준 패션잡화 매장의 임차비중은 15.4%로 작년 하반기 대비 약 1.5%p 증가하였다.

◆ 매출부진 여파로 인한 화장품 로드샵 철수

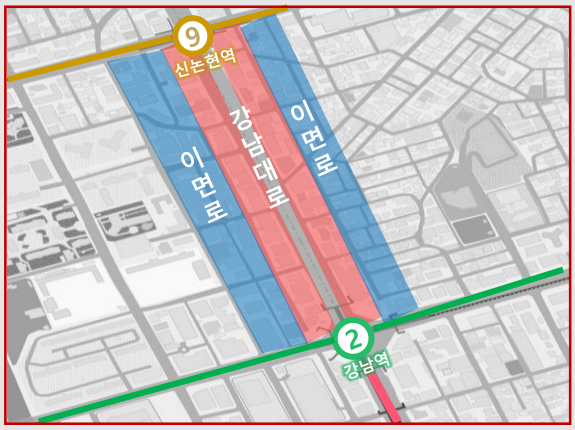
- 화장품 로드샵 브랜드들은 명동에서 매장을 철수하는 흐름을 보였다. 한때 유커로 인해 호황을 누렸었지만 경쟁 심화와 사드사태 그리고 국내 수요 감소로 모멘텀을 상실하며 매장 축소에 나선 것으로 보인다. 실제로 '바닐라코', '더바디샵', '더페이스샵, '잇츠스킨', '미샤', 'AHC Play Zone' 등이 철수하며 명동메인로 1층 기준 임차 비중이 작년 하반기 대비 1.2%p 감소한 32.3%로 나타났다.

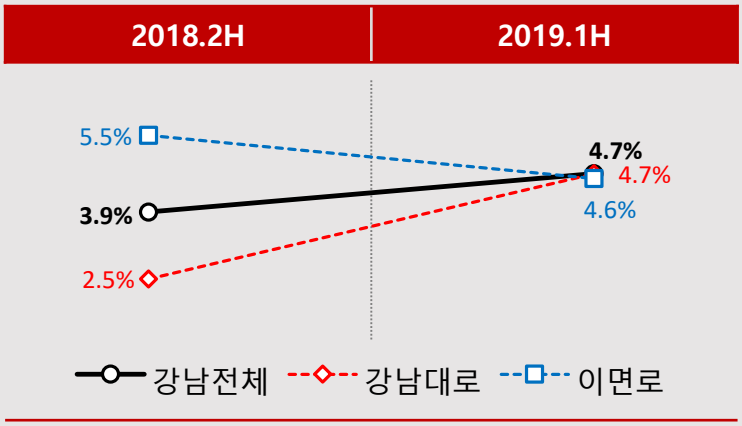
GANGNAM STATION

◆ '19년 상반기 기준 강남역 핵심상권(대로/이면) 공실률은 **4.7%**로 집계 되었으며, 강남대로 화장품 로드샵 감소가 주요하게 영향을 미치며 전기 대비 소폭 상승함.

◆ 전체 기준 가장 많은 임차면적을 차지하고 있는 **의원**의 경우 대부분을 차지하고 있는 **성형외과/피부과**가 증가하며 상대적으로 전기 대비 큰 폭의 증가세를 보임.

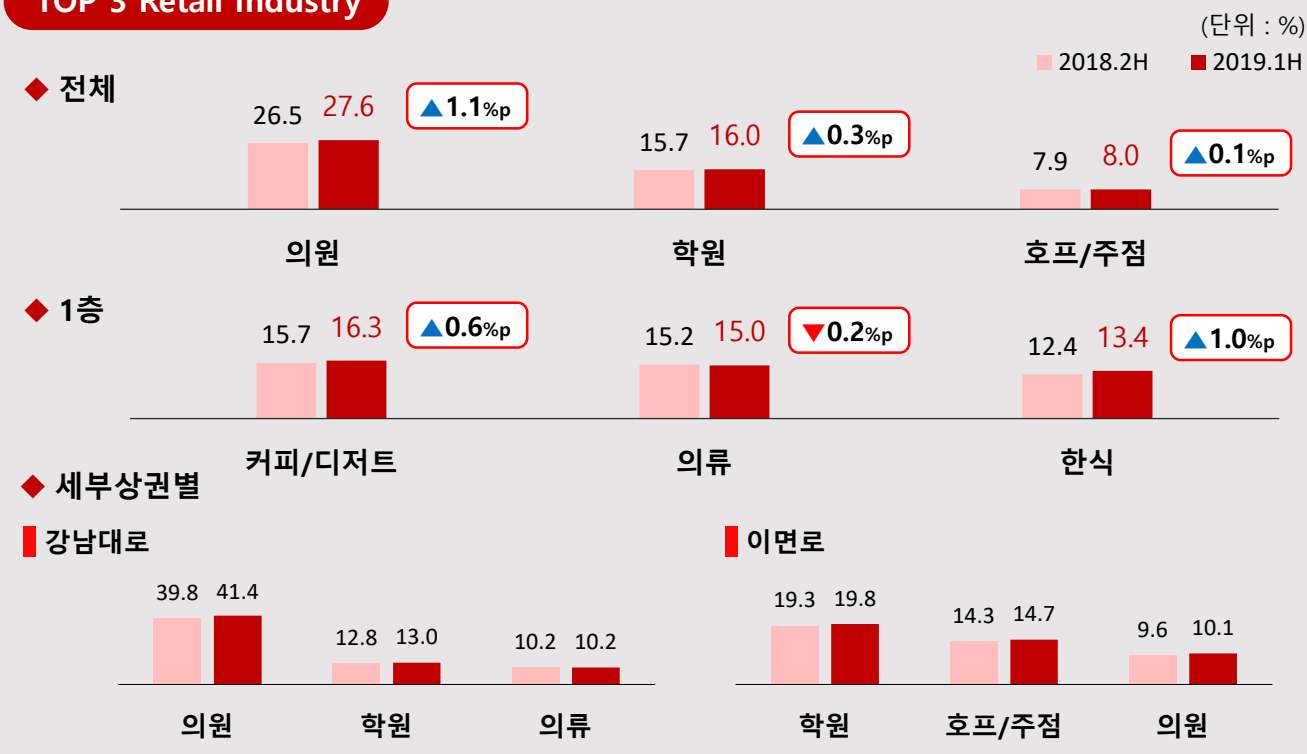
강남역 세부권역별 공실률





TOP 3 Retail Industry

(단위 : %)



'19.1H 상권 주요이슈 1

주요 신규 오픈 및 폐점 리테일 매장



신규 오픈

	매장명	구분	오픈일	비고
1	ABC마트 ST 강남점	슈즈	2019.01	신규
2	라공방 강남2호본점	중식(마라요리)	2019.03	신규
3	타이거슈가 강남점	음료(흑당)	2019.04	신규
4	블랙슈가 강남본점	음료(흑당)	2019.06	신규
5	이니스프리 플래그십	화장품	2019.06	리뉴얼

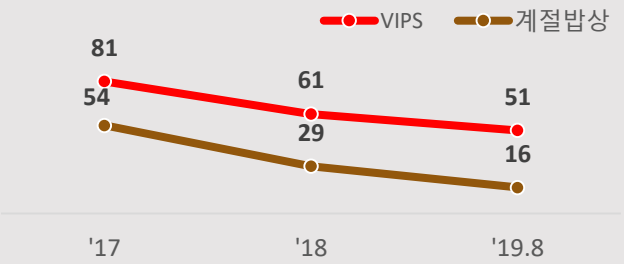
폐점

	매장명	구분	위치
1	스킨푸드	화장품	서초동 1304-2
2	It's skin	화장품	서초동 1304-5
3	미샤 플래그십	화장품	서초동 1305-3
4	에뛰드하우스	화장품	서초동 1306-5
5	더페이스샵	화장품	서초동 1306-8
6	바닐라코	화장품	서초동 1318
7	VIPS	뷔페	역삼동 820-8
8	계절밥상	뷔페	서초동 1317-31
9	바나나프라이	뷔페	서초동 1303-16

◆ 캐주얼 뷔페 매장 철수, 중화권 F&B 업종 증가

- 강남역의 인스타그램 연관 해시태그 누적게시글 수를 분석한 결과 맛집, 모임 등 사람들을 만나서 먹고 즐기는 것과 관련된 해시태그 비중이 57.9%로 절반 이상을 차지하고 있다. 이렇듯 강남역 상권은 이면을 중심으로 F&B가 매우 중요한 상권임을 보여준다. 이러한 강남역 상권에서 올해 상반기 3곳의 캐쥬얼 뷔페 매장이 철수하였고 최근 중화권 F&B를 대표하는 마라요리 및 흑당버블티 매장이 다수 오픈하였다.
- 올해 상반기 강남역 상권에서 'VIPS', '계절밥상' 그리고 '바나나프라이'가 철수하며 뷔페 업종의 임차 비중이 0.7%p 감소한 것으로 나타났다. 이는 특색있는 경험과 가성비를 중시하는 소비트렌드에 따라 뷔페 매장수가 줄어들고 있는 최근의 트렌드를 반영하는 사례로 보인다.
- 한편 올해 국내 F&B 산업의 주요 이슈로 떠오른 '마라'와 '흑당버블티'의 유행이 강남역에서도 확인되었다. 라공방이 강남1호점에 인기에 힘입어 강남2호본점을 내는 등 마라요리를 취급하는 음식점 5곳이 오픈하거나 오픈 준비중인 것으로 조사되었다. 흑당버블티 매장도 이면로를 중심으로 3곳이 연이어 입점하고 SNS상에서도 좋은 반응을 보이며 인기를 증명하고 있다.

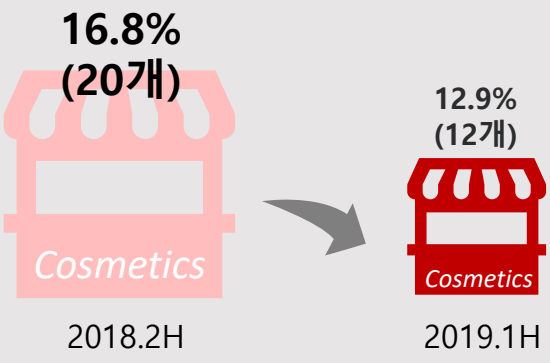
연도별 뷔페 브랜드 매장 수(전국)



Source) 한국경제, CJ푸드빌

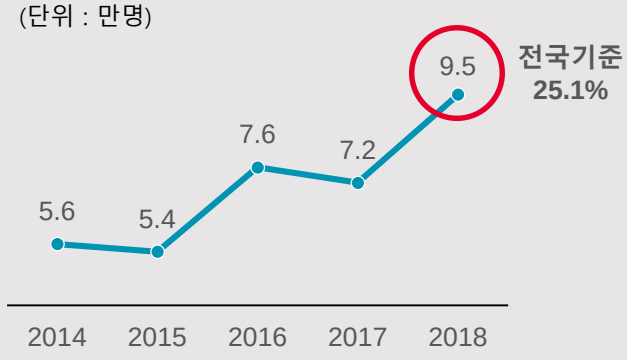
'19.1H 상권 주요이슈 2

강남대로 화장품 매장 비중



강남구 해외의료 관광객 수

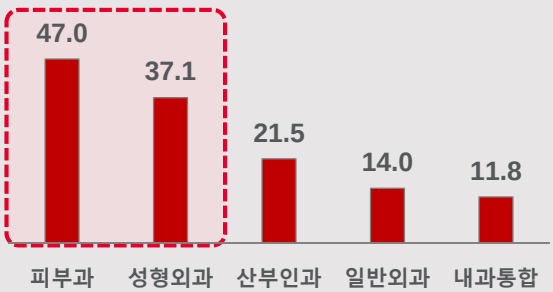
(단위 : 만명)



Source: 강남구

전국 병/의원 진료과목별 증가율

(단위:%,Y-O-Y)



Source: 보건복지부

◆ 강남대로 화장품 로드샵 감소

- 작년 하반기 강남대로를 따라 분포하던 20개의 화장품 로드샵 중 올해 상반기에만 8개의 매장이 철수하면서 12개의 매장만이 남게 되었다. 이에 따라 화장품 로드샵의 강남대로 임차비중(지상1층 기준)도 16.8%에서 12.9%로 감소하였다. 이는 온라인쇼핑의 발전에 따른 구매처 다변화와 편집샵 형태를 선호하는 소비트렌드 변화에 따른 현상으로 최근 오픈하는 오프라인 화장품 매장들이 체험형 편집샵이 주를 이루는 것과 궤를 같이한다. 실제로 올해 6월 강남대로에서 공간 체험형 매장으로 리뉴얼 오픈한 '이니스프리 플래그십'처럼 향후에도 맞춤형, 체험형 컨텐츠를 제공하는 화장품 매장이 증가할 것으로 예상된다.

◆ 미용 관련 의원(성형외과/피부과) 증가

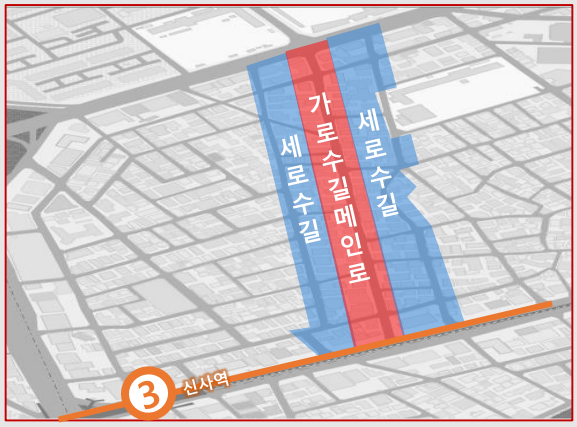
- 강남역 상권 전체 의원 업종의 임차비중이 작년 하반기 26.5%에서 1.1%p 증가한 27.6%로 올해 상반기에도 가장 큰 임차비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이는 의원업종의 대부분을 차지하고 있는 '성형외과', '피부과'와 같은 미용 관련 의원 수가 작년 하반기 151개에서 올해 상반기 160개로 증가하며 임차비중 역시 16.1%에서 16.9%로 증가한 것이 주요 요인이다. 특히, 같은 강남구에 속한 청담 상권에서도 올해 상반기 이러한 증가 현상이 함께 나타났다.

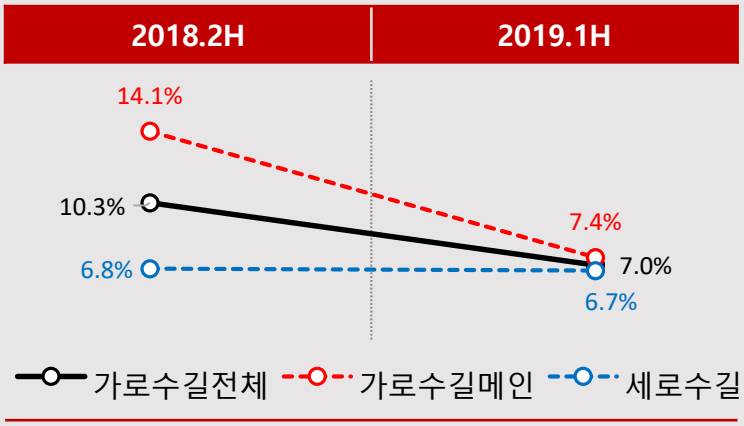
  최근의 한류열풍을 타고 성형을 주목적으로한 해외의료 관광이 늘고 있고 특히 강남구는 해외의료관광객이 10만명에 육박할 정도로 그 중심에 있는 것이 주요 배경으로 보여진다. BTS를 필두로 한류열풍이 지속되고 있어 강남권의 미용관련 의원 산업에는 향후에도 긍정적으로 작용할 것으로 예상된다.

◆ '19년 하반기 기준 가로수길(메인/세로수길) 공실률은 **7.0%**로 '18년 하반기 대비 **3.3%p** 감소함. 이는 **신규 플래그십 또는 팝업 스토어**가 증가한 것이 주요 요인임.

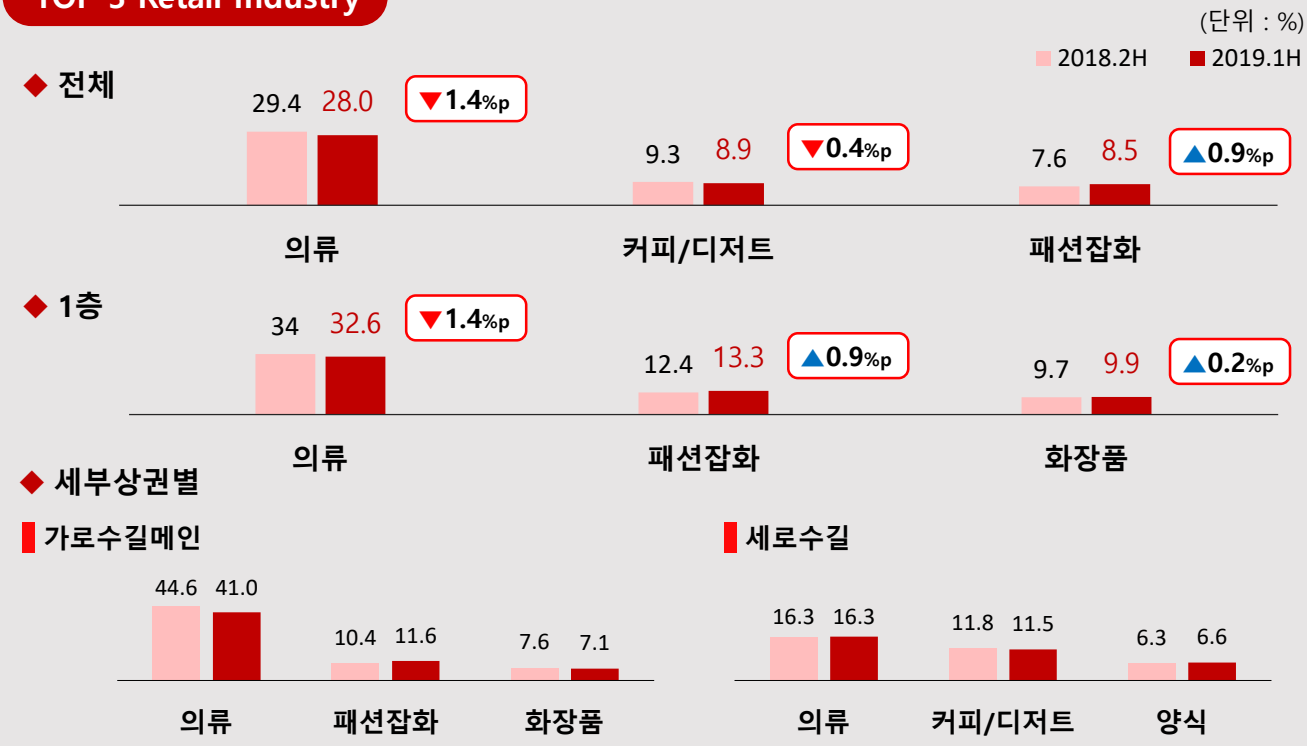
◆ 가로수길 상권의 리테일은 전체 기준 작년과 동일하게 **의류, 커피/디저트, 패션잡화** 순으로 임차 비중이 높게 나타나는 가운데 **의류** 매장이 차지하는 비중이 **감소**한 반면 **패션잡화**의 비중은 상대적으로 소폭 **증가**한 것이 특징적임.

가로수길 세부권역별 공실률



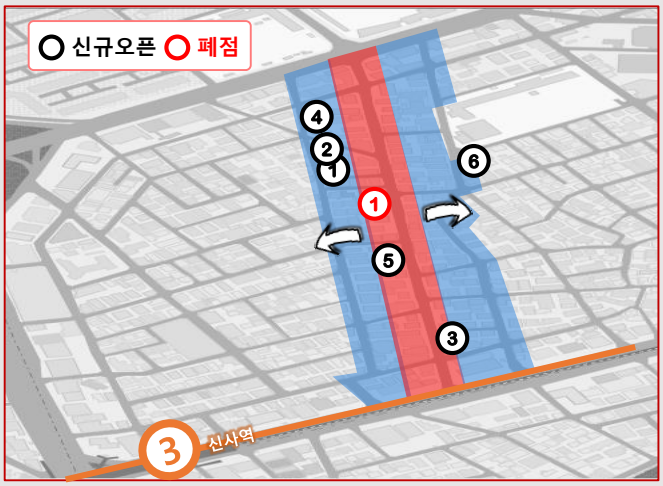


TOP 3 Retail Industry



'19.1H 상권 주요이슈

주요 신규 오픈 및 폐점 리테일 매장



신규 오픈

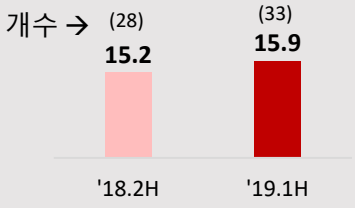
	브랜드	구분	오픈일	비고
1	젠틀몬스터	아이웨어	2019.02	리뉴얼
2	DITA	아이웨어	2019.03	신규
3	SPOONZ STORE	잡화	2019.04	신규
4	타미진스	의류	2019.04	신규
5	FIND KAPOOR	패션잡화	2019.05	신규
6	NACIFIC	화장품	2019.05	신규

폐점

	매장명	구분	위치
1	마이클코어스	의류, 패션잡화	신사동 534-13

가로수길 플래그십스토어 비중

(지상 1층 임차면적 기준, 단위: %)



◆ 팝업 및 플래그십 스토어 오픈 활발

- 올해 상반기 가로수길 상권에는 5월에만 4개의 브랜드가 팝업스토어를 오픈하며 사람들을 끌어모았다. 작년 하반기 0.7%에 불과하던 가로수길의 팝업스토어 임차비중(지상1층기준)은 올해 상반기 2.1%p 증가한 2.8%로 나타났다. 가로수길 메인로에 삼성전자가 라이프스타일 TV 팝업스토어 '새로보다'를 오픈한데 이어 프랑스 럭셔리 니치(Niche)향수 브랜드 '딥티크'도 팝업스토어를 오픈해 화제가 되었다. 세로수길에서는 세계 최대 디지털 축구 미디어 매체인 골닷컴에서 런칭한 패션브랜드'골브랜드'가 세계 최초로 팝업스토어를 오픈하였고 아이웨어브랜드 '젠틀몬스터'는 카페 형태의 팝업스토어 '더가든'을 오픈하였다. 이러한 사례를 통해 젊고 유행에 민감한 유동인구를 필요로 하는 팝업스토어들에게 가로수길은 여전히 좋은 대안처임을 의미한다.

- 플래그십스토어의 오픈도 활발하게 이루어지며 올해 상반기 가로수길의 플래그십스토어 임차비중은 작년 하반기 대비 0.7%p 상승한 15.9%로 나타났다. 주요 사례로는 가로수길 메인로에 엔씨소프트의 캐릭터 브랜드 스푼즈가 'SPOONZ STORE'를 오픈하였고, 패션잡화 브랜드 'FIND KAPOOR'의 국내 첫 플래그십스토어도 자리를 잡았다. 세로수길에서는 '젠틀몬스터'가 리뉴얼 오픈한데 이어 바로 옆에 또 하나의 아이웨어 브랜드인 'DITA'도 플래그십을 신규 오픈하였다. 또한 '타미진스'의 아시아 최초 단독 플래그십스토어도 문을 열었다. 이러한 세로수길의 플래그십스토어 증가는 가로수길의 Sub 상권이 아닌 기존 가로수길 상권 자체의 확장을 나타내는 사례로 보여진다.

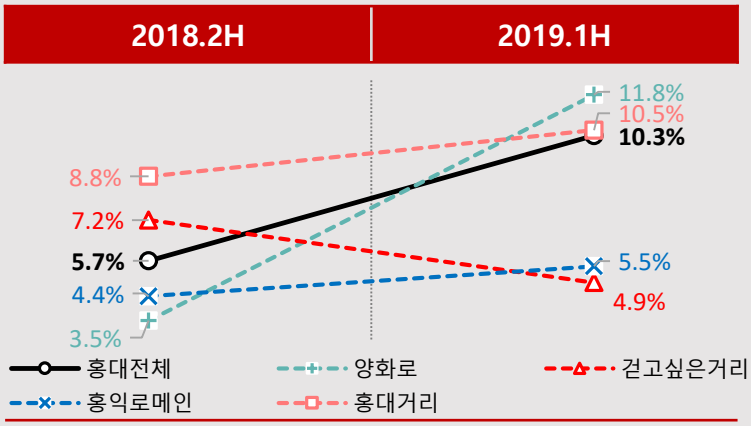
HONGDAE

◆ '19년 상반기 기준 홍대 핵심상권(걷고싶은거리/양화로/홍대거리/ 홍익로메인)의 공실률은 **10.3%**로, '18년 하반기 대비 **4.6%p** 상승함. 이는 양화로에 위치한 '아일렉스스퀘어(15,258m²)'가 준공되며 공급면적이 크게 늘어난 것이 주요 요인임.

◆ 여전히 1020을 주타겟으로 하는 **의류**매장의 임차 비중이 가장 높은 가운데, 1층을 기준으로 **의류** 매장의 비중이 소폭 감소한 반면 **패션잡화** 매장 비중은 상대적으로 상승한 것이 특징적임.

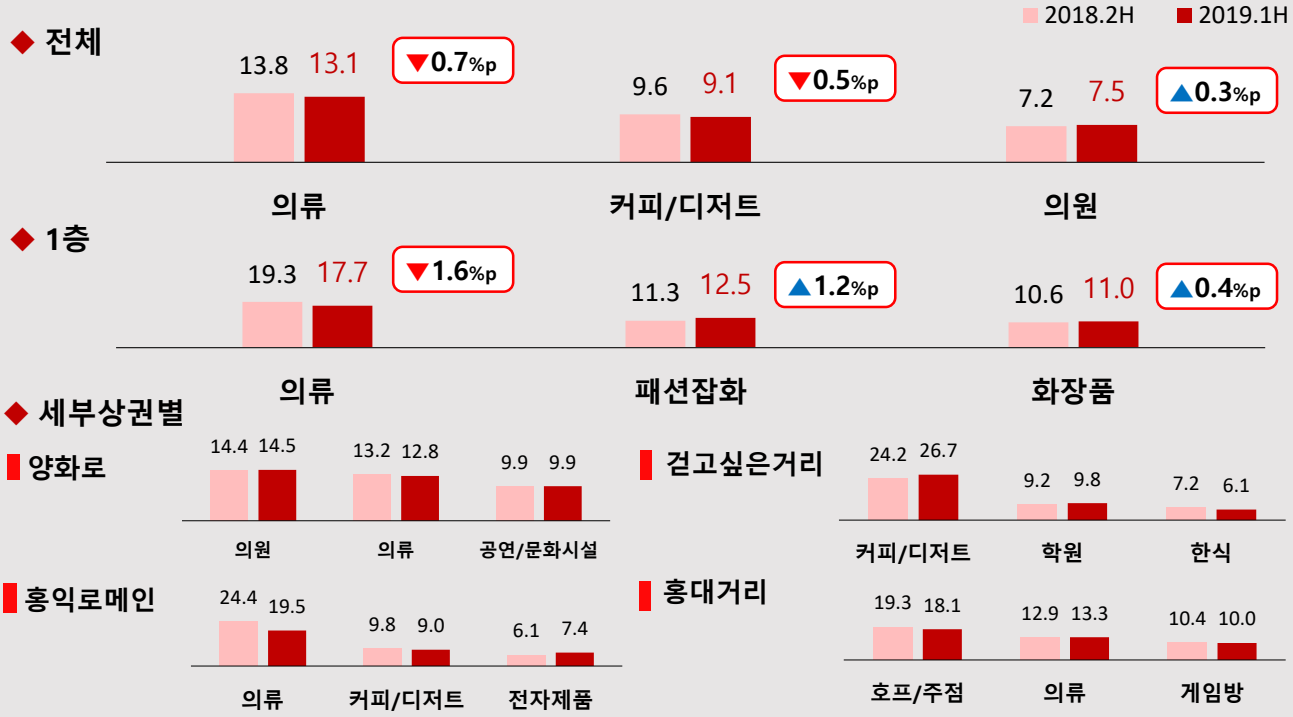
홍대 세부권역별 공실률





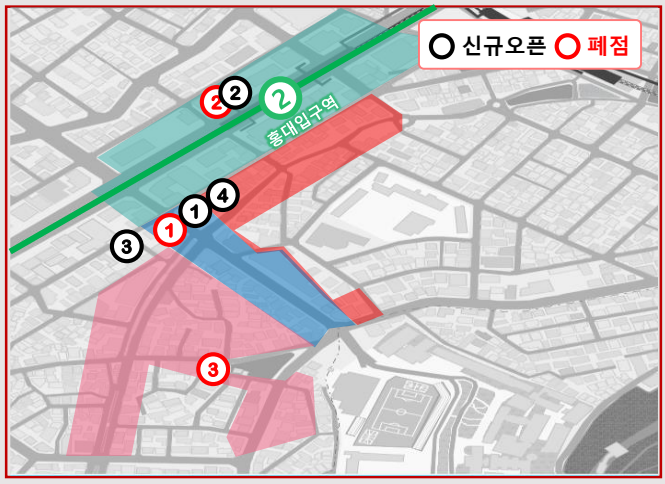
TOP 3 Retail Industry

(단위 : %)



'19.1H 상권주요 이슈

주요 신규 오픈 및 폐점 리테일 매장



신규 오픈

	브랜드	구분	오픈일	비고
1	AAPLACE	의류	2019.01	신규
2	ABC마트 메가스테이지	슈즈	2019.04	신규
3	ABC마트 그랜드스테이지	슈즈	2019.06	신규
4	NUNC	화장품	2019.06	신규
5	아디다스 오리지널스	스포츠	예정	신규

폐점

	매장명	구분	위치
1	Bershka	의류	서교동 356-2
2	Top10	의류	동교동 159-5
3	랄라블라	화장품	서교동 364-1

◆ 슈즈 멀티샵 증가

- 명동, 강남역과 마찬가지로 홍대 핵심상권에서도 2곳의 슈즈 멀티샵이 19년 상반기에 신규 오픈하였다. 2호선 홍대입구역 부근에 새롭게 문을 연 복합쇼핑몰 EXIT 내 'ABC마트 메가스테이지'가 오픈하였으며, ABC마트의 최상급채널인 '그랜드스테이지'가 홍익로 5길에 신규매장을 오픈했다. 이로써 ABC마트는 홍대 핵심상권에만 총4개의 매장을 보유하게 됐다. 2곳의 ABC마트가 신규 오픈함에 따라 홍대 핵심상권의 신발 매장 임차 비중은 작년 하반기 2.7%에서 올해 상반기 3.1%로 0.4%p증가하였다.

◆ 네일, 헤어샵 등 뷰티 관련 매장 증가

- 올해 상반기 홍대 핵심상권에서 3곳의 네일샵과 4곳의 헤어샵이 신규 오픈하며 '헤어샵 및 피부미용'업종 임차 비중이 작년 하반기 대비 0.6%p 증가한 5.9%로 나타났다. 실제로 인스타그램에서 #홍대 연관 해시태그 누적 게시글수를 분석해보면 '뷰티' 관련 게시글 수가 전체의 21.5%*로 가장 높은 비중을 차지할 정도로 홍대는 1020의 뷰티 니즈를 충족시켜 주는 주요 상권이다. 특히 2015년 상수역점을 시작으로 홍대권역에서만 매장을 확장해 가고있는 헤어샵 브랜드 '베이바이허슬기(Bay by Heosulgi)'는 분홍점을 신규 오픈하며 총6개의 매장을 보유하게 되었다.

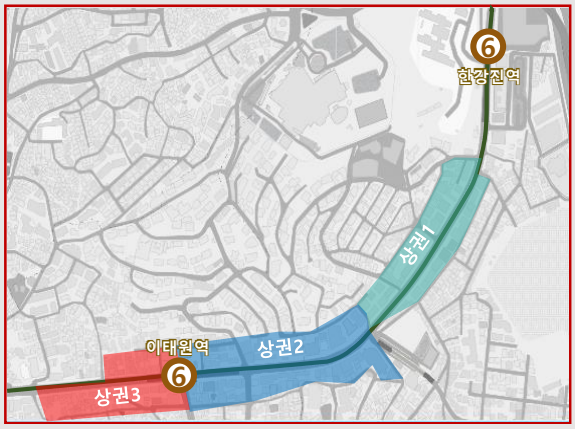
◆ 중화권 식음 컨셉의 F&B 매장 증가

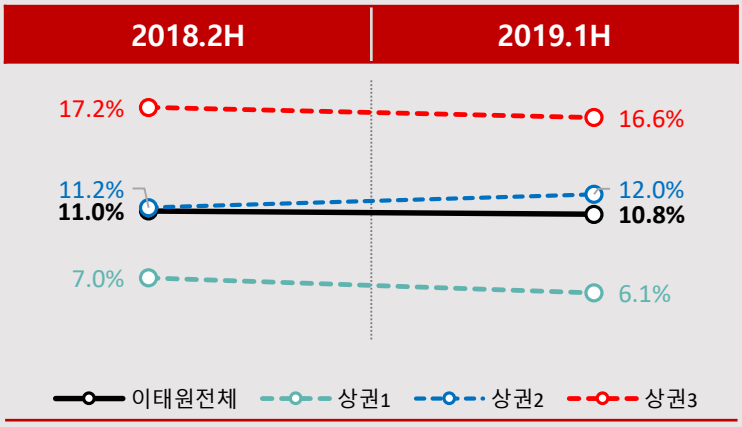
- 타 주요상권과 마찬가지로 홍대 핵심상권에서도 '마라'와 '흑당버블티' 관련 매장이 전기 대비 증가했다. 마라요리점 으로는 '중화쿵푸', '중화마라'가 신규 오픈하였고 버블티 매장으로는 '타이완슈가'와 '팔공티'가 새롭게 오픈하였다. 이러한 업종의 인기는 인스타그래머블의 확산과 해외여행 증가로 외식문화가 다양해짐에 따른 사회문화적 트렌드 변화가 큰 요인이다. 특히 밀레니얼세대가 주 소비층인 홍대는 트렌드 변화를 흡수하고 선도하기에 가장 적합한 상권 중 하나이다.

◆ '19년 상반기 기준 이태원 핵심상권(상권1/2/3)의 공실률은 **10.8%**로, '18년 하반기 **11.0%**에 비해 매우 소폭 하락하였으나 여전히 주요 상권 중 두번째로 높음.

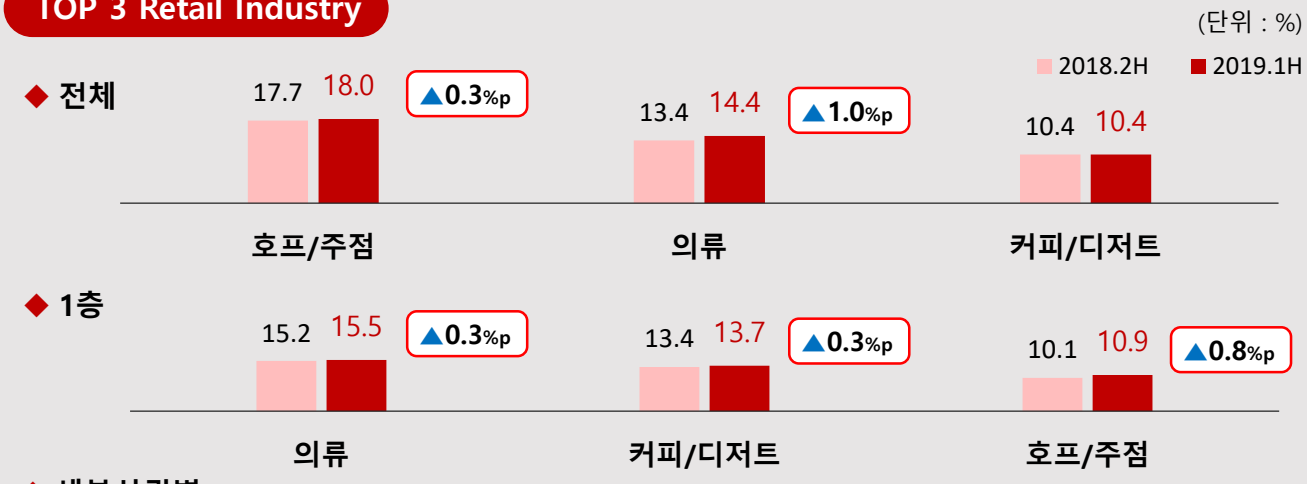
◆ 임차업종은 전체 기준 작년과 동일하게 **호프/주점, 의류, 커피/디저트** 업종 순으로 임차비중이 높게 나타나며, 상권3을 중심으로 **의류**매장의 비중이 증가한 것이 특징적임.

이태원 세부권역별 공실률

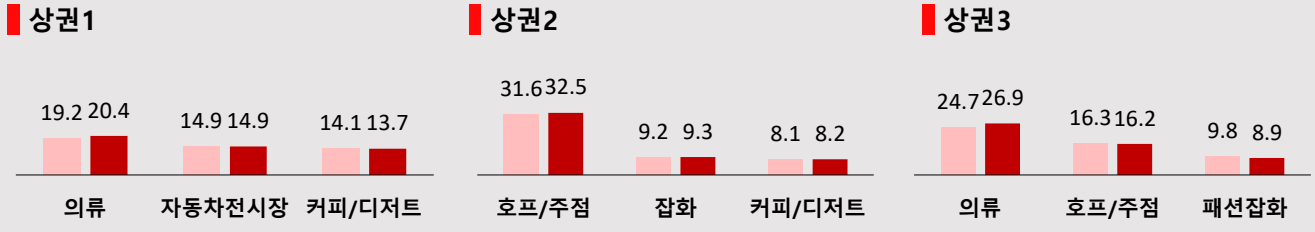




TOP 3 Retail Industry

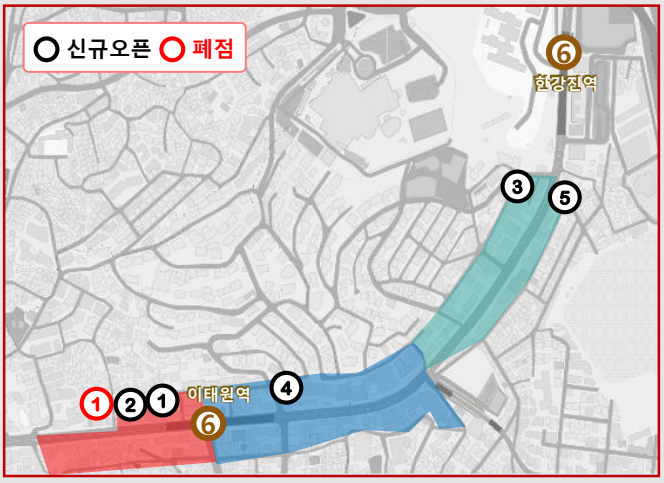


◆ 세부상권별



'19.1H 상권 주요이슈

주요 신규 오픈 및 폐점 리테일 매장



신규 오픈

	매장명	구분	오픈일	비고
1	언니네료리주점	F&B	2019.03	신규
2	비노친친	F&B	2019.03	신규
3	왕슈슈	F&B	2019.03	신규
4	TRAP LOUNGE	F&B	2019.04	리뉴얼
5	WISY쇼룸	의류	-	신규

폐점

	매장명	구분	위치
1	마이치치스	F&B	이태원동 168-3

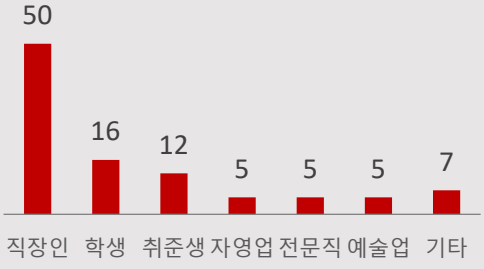
◆ 상권3 의류 매장 증가

- 이태원 내 세부상권 중 가장 높은 공실률을 보이는 상권3 권역에 보세옷가게를 중심으로 9개의 크고 작은 의류매장이 신규 오픈하며 공실률이 소폭 하락하였다.

◆ 주점 또는 바(BAR) 오픈 활발

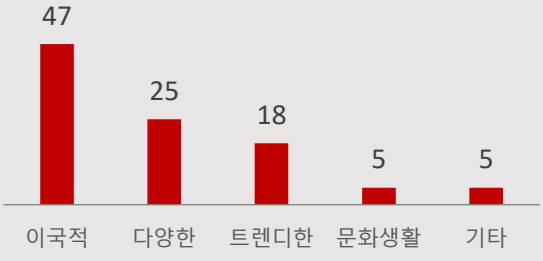
- 음주와 유흥의 중심지답게 이태원 핵심상권에서 올해 상반기에 9곳의 주점(酒店) 또는 라운지바(BAR)가 새로 오픈하였다. 실제로 이태원과 연관된 인스타그램 게시글의 해시태그를 분석해보면 '주점'과 관련된 해시태그 비율이 34%로 가장 높게 나타난다. 특히 이태원 특유의 감성과 분위기 및 트렌디함이 돋보이는 매장으로는 'TRAP LOUNGE', '언니네료리주점', '비노친친' 등이 새로 오픈하였다. 이러한 F&B매장들의 지속적인 오픈이 다양한 먹거리와 트렌디한 장소를 찾는 이태원 방문객들의 니즈를 충족시켜주고 있다.

이태원 방문객 직업분포 (단위:%)



Source: 서울도시연구 제20권 제2호

이태원 방문 이유 (단위:%)

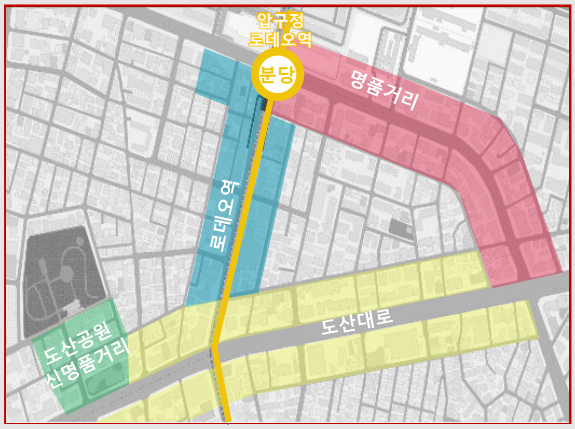


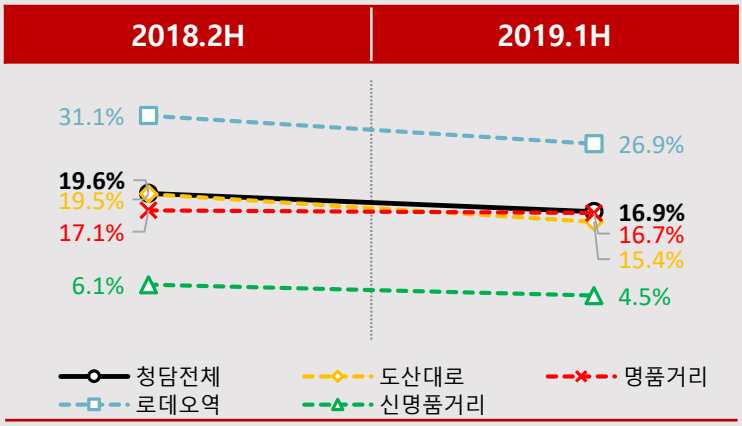
CHEONGDAM

◆ '19년 상반기 기준 청담 핵심상권(도산대로/로데오역/명품거리/신명품거리)의 공실률은 **16.9%**로 '18년 하반기 대비 **3.4%p** 하락하였으나, 여전히 주요 상권 중 가장 높게 나타남.

◆ 전반적으로 모든 세부권역에서 공실률이 하락한 가운데, 업종별로는 **명품**매장과 **의원(피부과/성형외과)**이 증가하며 공실률 하락을 주도함.

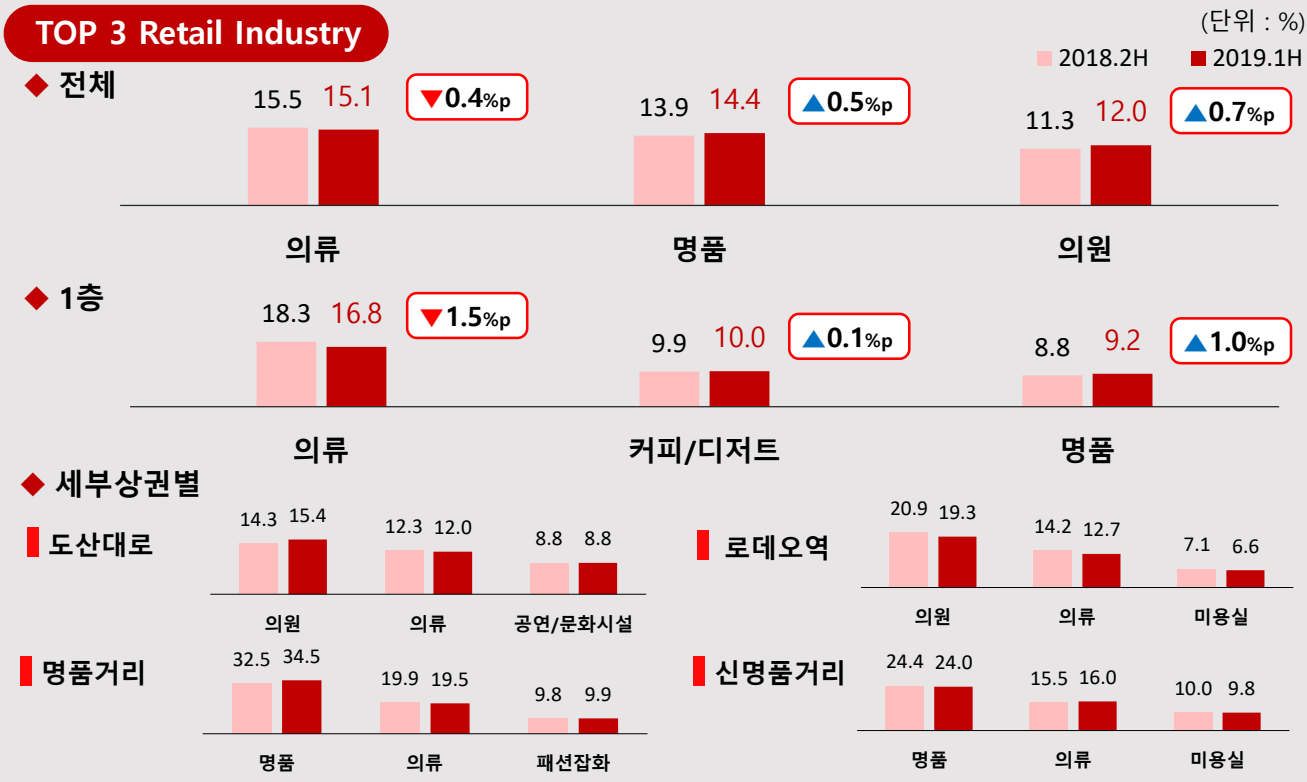
청담 세부권역별 공실률





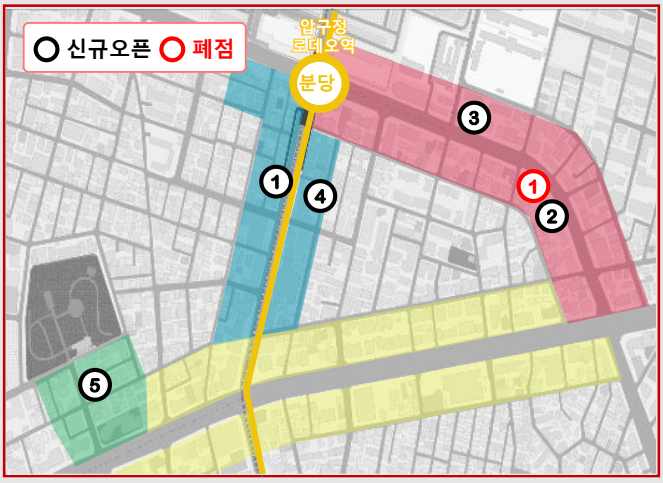
TOP 3 Retail Industry

(단위 : %)



'19.1H 상권주요 이슈

주요 신규 오픈 및 폐점 리테일 매장



신규 오픈

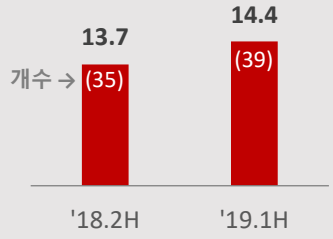
	브랜드	구분	오픈일	비고
1	모헤닉하우스 서울	자동차	19.02	신규
2	끌로에 플래그십	패션잡화	19.02	신규
3	샤넬 인 서울 부티크	의류	19.03	신규
4	싸이벡스 플래그십	유아용품	19.03	신규
5	바이레도 플래그십	향수	19.05	신규

폐점

	매장명	구분	위치
1	네스프레소	가전제품	청담동 99-22

청담 플래그십스토어 임차비중

(지상 1층 임차면적 기준, 단위: %)



◆ 명품거리 일대 명품 브랜드 회귀 움직임

- 지난해 명품브랜드들의 대거 이탈로 높은 공실률을 기록했던 명품거리에 명품브랜드들이 다시 둥지를 틀고 있다. 클로에(Chloé)가 2월에 플래그십 스토어를 오픈한 것을 시작으로, 샤넬(CHANEL)도 국내 최초의 플래그십 스토어인 '샤넬 인 서울 부티크'를 오픈하였다. 이밖에 루이비통(LOUIS VUITTON) 역시 플래그십매장 오픈을 위한 리뉴얼 공사가 한창이고 기타 다른 명품브랜드들도 오픈을 준비중이다. 이에 따라 명품거리의 공실률은 작년 하반기 대비 소폭 하락하였으며 하반기 루이비통을 비롯해 주요 명품 브랜드들의 오픈이 예정되어 있어 공실률은 더욱 하락할 것으로 예상된다.

◆ 하이엔드 브랜드 플래그십 오픈 활발

- 세련되고 고급스러운 이미지를 바탕으로 각 업종에서 유행을 선도하는 하이엔드 브랜드들 역시 올해 상반기 줄지어 청담 일대에 플래그십 스토어를 오픈하며 청담 전체 공실률 하락을 주도하였다. 지난 2월 수제 전기 자동차 브랜드 모헤닉이 '모헤닉하우스 서울'을 정식 오픈한데 이어 독일 프리미엄 유아용품 브랜드 '싸이벡스'는 전세계 첫 플래그십 스토어를 청담에 오픈하였다. 이러한 명품 및 하이엔드 브랜드 플래그십 스토어들이 신규 오픈하며 청담 상권의 플래그십 스토어 임차비중은 작년 하반기 대비 소폭 상승한 14.4%로 나타났다.

◆ 미용 관련 의원(성형외과/피부과) 증가

- 강남역과 마찬가지로 청담 상권에서도 성형외과, 피부과 등 미용 관련 의원 비중이 작년 하반기 대비 증가한 것으로 나타났다. 청담 상권 전체 해당 의원의 수는 99개에서 104개로 증가했다.

CUSHMAN & WAKEFIELD

Contact



진 원 창 팀장
Senior Manager
Head of Research
E-mail) Philip.jin@cushwake.com
Tel) 02.3708.8817



원 서 현 대리
Assistant Manager
Research Analyst
E-mail) Sarah.won@cushwake.com
Tel) 02.3708.7444

Copyright © 2019 Cushman & Wakefield. All rights reserved. The information contained within this report is gathered from multiple sources considered to be reliable. The information may contain errors or omissions and is presented without any warranty or representations as to its accuracy.