



CUSHMAN &
WAKEFIELD

2024 SEOUL HIGH STREET RETAIL

2024 OCT



Better never settles

CONTENTS

01

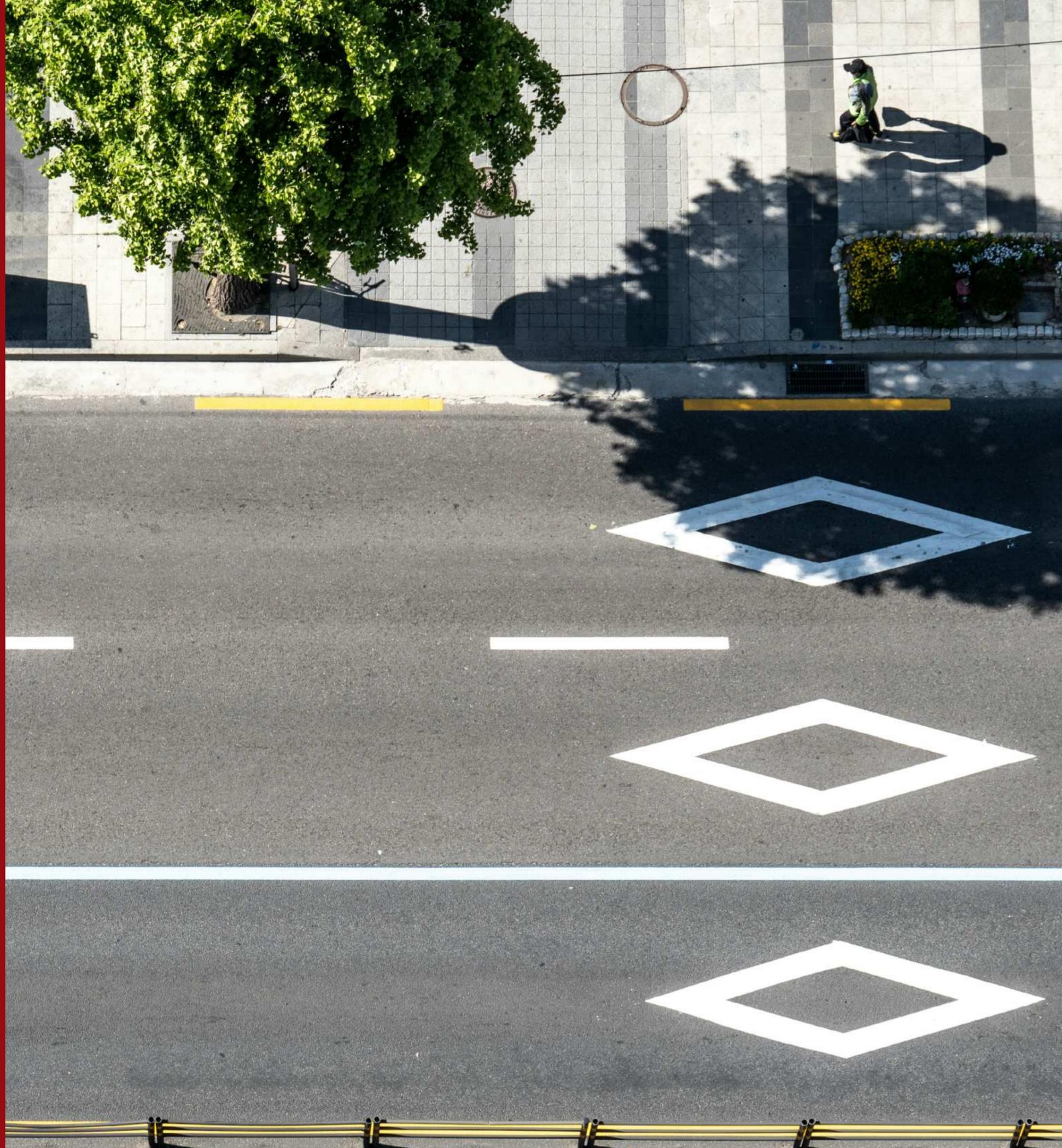
MARKET OVERVIEW

02

SEOUL HIGH STREET

03

MARKET SNAPSHOT





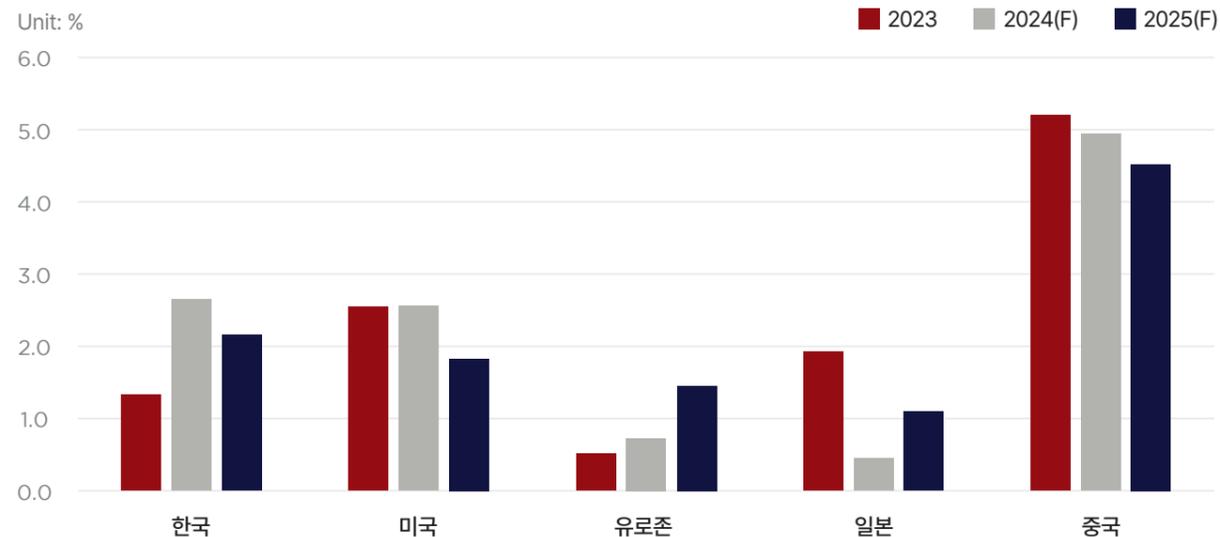
1. MARKET OVERVIEW

Economic Overview

2024년 세계 경제는 안정적인 성장을 이어갈 것으로 보인다. OECD에 따르면, 2024년 세계 경제 성장률은 3.1%로 안정되고 2025년에는 소폭 상승해 3.2%에 이를 것으로 전망된다. 2024년 미국은 견고한 소비 등을 기반으로 2.6% 성장할 것으로 보이나, 유럽과 일본은 상대적으로 부진할 전망이다. 중국은 내수 수요와 정부의 경기 부양책에 힘입어 4.9% 성장할 것으로 전망되며, 한국은 2024년에 2.4% 성장할 것으로 예상된다.

장기간 지속된 고금리 기조 끝에, 미국 연방준비제도가 2024년 9월에 4년 만에 처음으로 기준금리를 50bp 인하했다. 금리 인하로 소비자들의 대출 부담이 완화되고, 소비 지출이 증가해 소매업계의 매출이 증가할 것이라는 기대감이 커졌다. 다만, 중동 지역의 지정학적 위험이 확대되거나 미국, 중국 등 주요국의 경기가 악화될 가능성이 잔재해 불확실성은 여전히 큰 상황이다.

주요국 경제성장률



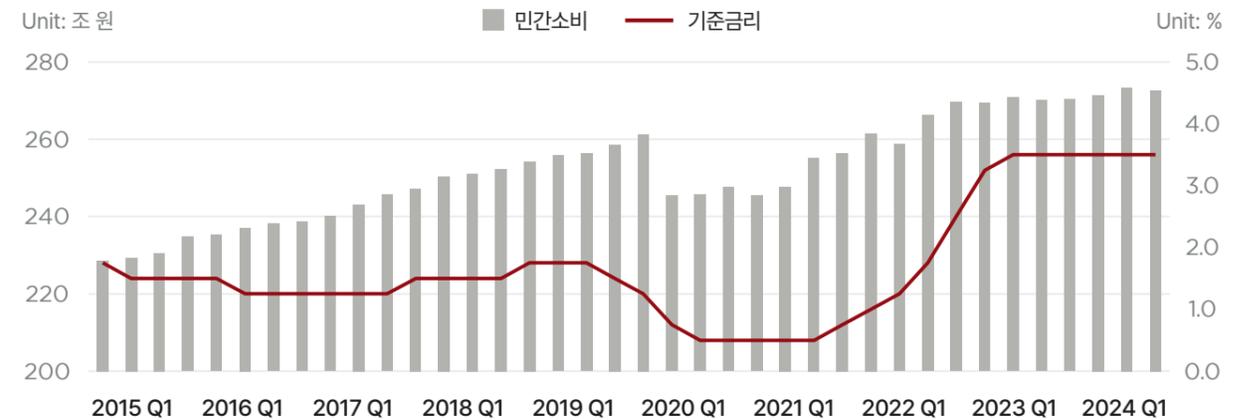
Source: OECD

최근 한국 경제는 수출 증가에도 불구하고 내수 부진으로 인해 성장세가 둔화되며 경기 회복이 다소 지연되고 있다. 반도체 수출 개선으로 경상수지는 흑자 기조를 유지했지만, 고금리 영향으로 민간 소비가 위축되며 상품 소비를 중심으로 낮은 성장세를 보였다. 또한 내수 부진과 국제 유가 하락으로 인해 물가상승률은 둔화되었고, 서비스업을 중심으로 취업자 수 증가 폭도 축소되고 있다.

2023년에는 이례적으로 가처분소득 증가율(2.0%)이 물가상승률(3.6%)을 밑돌며 국민의 경제적 부담이 더욱 가중된 것으로 나타났다. 특히 먹거리 물가가 급등하면서 국민이 체감하는 생활비 부담이 커졌는데, 이렇듯 가처분소득보다 물가가 빠르게 오르는 상황에서는 실질 구매력이 감소해 소비 위축이 심화될 수 있다.

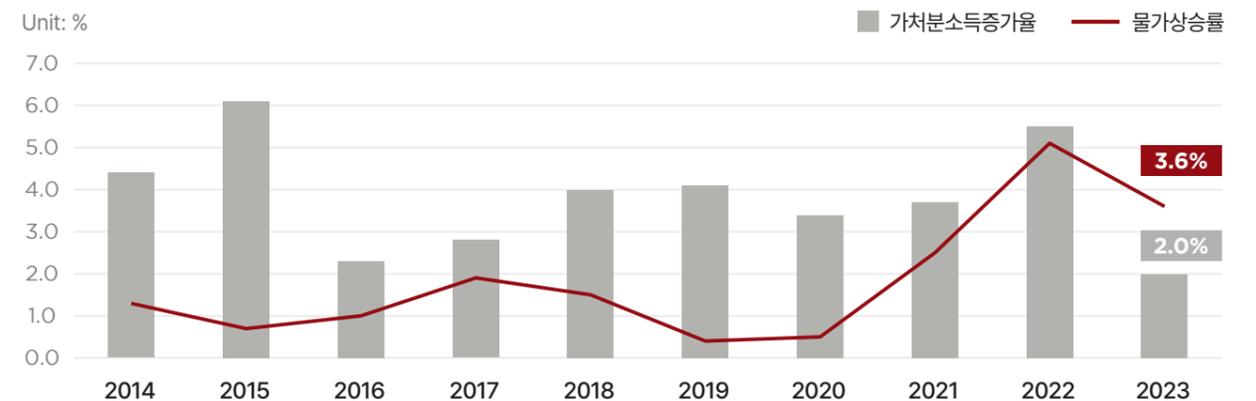
2025년 경제성장률은 2.2%로 예상되어, 올해와 비교해 소폭 하락할 것으로 전망된다. 이러한 성장을 둔화는 국제 경제, 금리와 물가 수준, 내수 회복 등 복합적인 요인에 따라 변동될 것으로 보인다.

한국 기준금리와 민간소비



Source: 한국은행

가처분소득증가율과 물가상승률



Source: 통계청

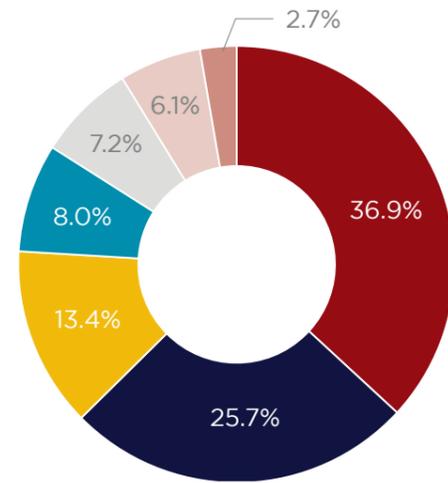
Retail Market Overview

국내 리테일 시장은 2022년 494조 원에서 2023년 509조 원으로 연간 3.1% 성장하며 안정적인 상승세를 이어갔다. 고물가와 고금리로 인한 소비 둔화 우려에도 불구하고, 전년도와 비슷한 성장률을 기록한 것이다. 특히 경제 전반의 불확실성이 컸던 상황에서 이러한 성장은 주목할 만하다.

유통 채널별로 보면, 2023년 기준 전문소매점의 판매 비중이 36.9%로 가장 높은 비중을 차지했으며, 이는 전체 시장에서 여전히 오프라인의 중요성이 크다는 것을 보여주고 있다. 온라인 판매가 25.7%로 그 뒤를 이어, 팬데믹 이후로도 비대면 소비 시장의 성장이 꾸준히 지속되는 것으로 나타났다.

유통 채널 중에서 가장 두드러진 성장을 보인 곳은 백화점으로, 2023년에 8.4%의 성장률을 기록하며 명품과 프리미엄 제품에 대한 수요가 견조함을 시사했다. 한편, 면세점은 고환율과 더불어 주요 고객층인 중국인 관광객 회복이 더딘 영향으로 매출이 20% 이상 감소하며 어려움을 겪었다.

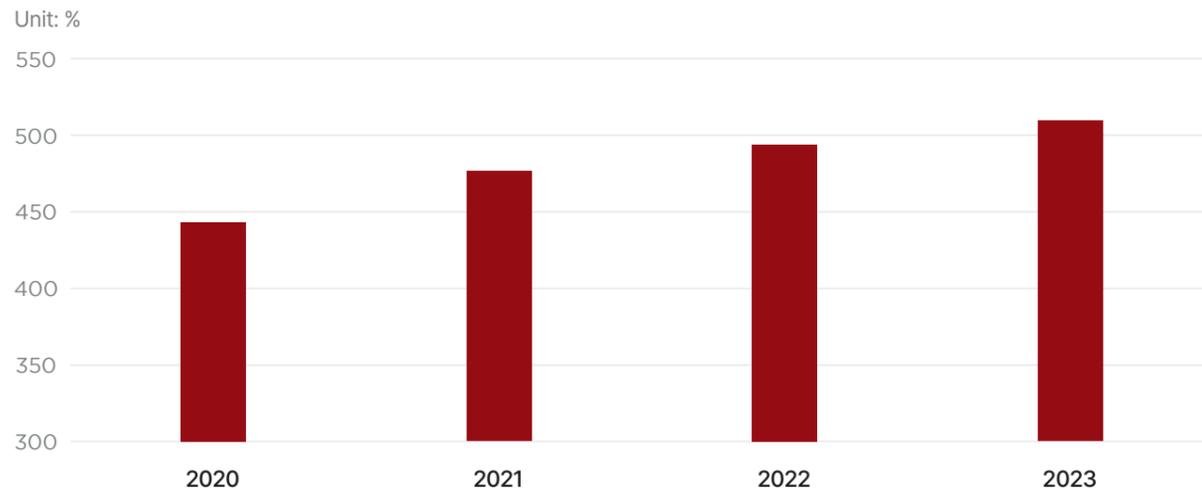
유통 채널별 점유율



- 전문소매점
- 무점포 소매
- 슈퍼마켓 및 잡화점
- 백화점
- 대형마트
- 편의점
- 면세점

Source: 통계청, Cushman & Wakefield

한국 리테일 시장 규모



Source: 통계청, Cushman & Wakefield





Tourism

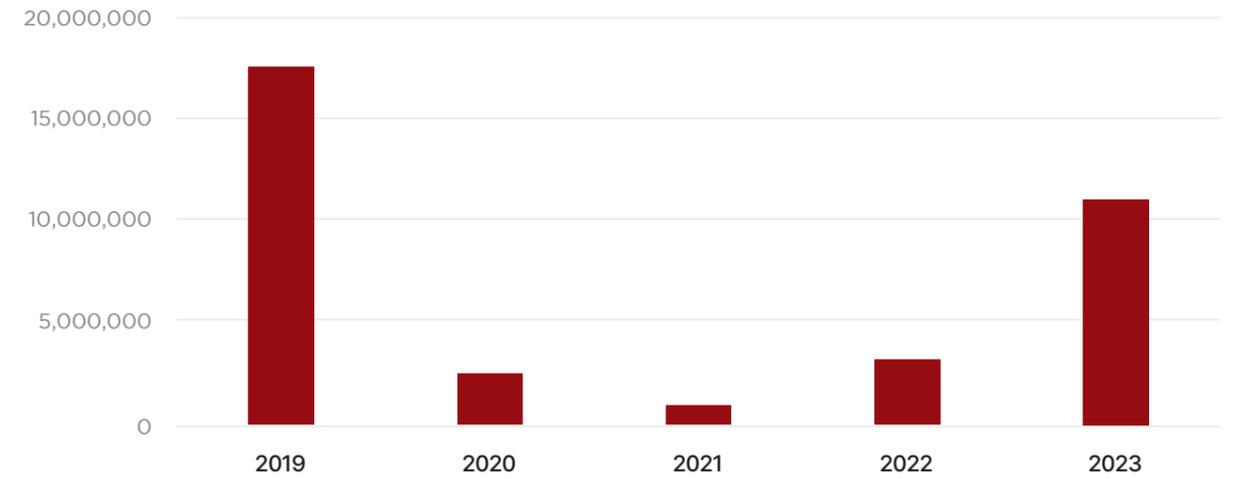
코로나19로 인해 급감했던 방한 외국인 관광객 수가 2023년 들어 뚜렷한 회복세를 보이기 시작했다. 2023년의 관광객 수는 코로나19 이전인 2019년의 60% 수준으로 회복되었다. 국가별로 보면, 일본이 232만 명으로 가장 많은 관광객을 기록했다. 일본에 이어 중국에서 202만 명, 미국에서 109만 명의 관광객이 한국을 찾았다. 중국인 관광객은 한국 관광업에서 오랫동안 중요한 역할을 해왔으나, 최근 들어 그 수는 팬데믹 이전과 비교해 여전히 크게 줄어든 상태다. 2019년과 비교하면 현재 중국인 관광객 수는 여전히 1/3 수준에 머물러 있어, 중국 관광객의 회복 여부가 국내 관광업에 주요 과제로 남아 있다.

2024년 상반기에는 외국인 관광객 수가 더욱 빠르게 증가해 약 770만 명을 기록했다. 이는 2019년 동 기간 대비 90%를 상회하는 수준으로, 팬데믹으로 인한 여파가 거의 사라지고 있음을 보여준다. 또한, 관광객들의 여행 행태에도 변화가 감지되고 있다. 과거에는 단체 관광이 주를 이루었지만, 이제는 개별 관광객의 비중이 점차 커지는 추세다. 이는 개인의 취향과 선호를 반영한 맞춤형 여행을 즐기려는 경향이 강해졌기 때문이다. 앞으로도 이러한 여행 트렌드는 지속될 것으로 보여, 개별 관광객의 수요를 충족시키기 위한 노력이 더욱 중요해지고 있다.



외래객 입국자수

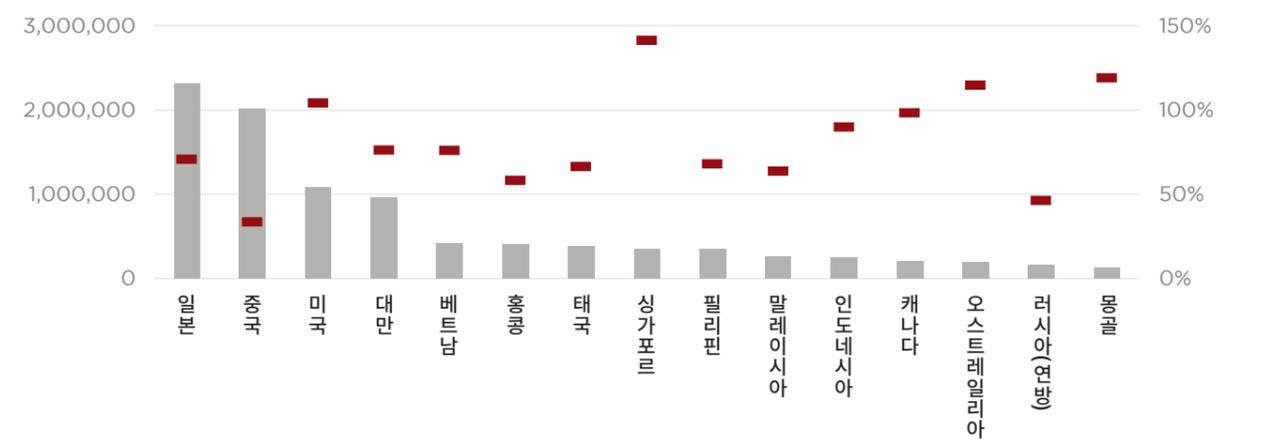
Unit: 명



Source: 한국관광공사

국가별 입국자수 및 회복률

Unit: 명



Source: 한국관광공사, Cushman & Wakefield

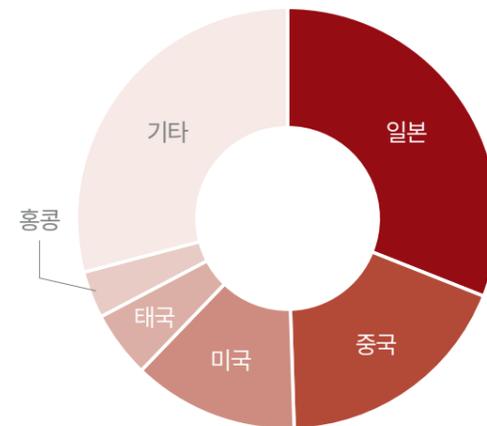


Key Takeaways



메디컬 시장의 확장

2023년 외국인 환자 현황



605,768명

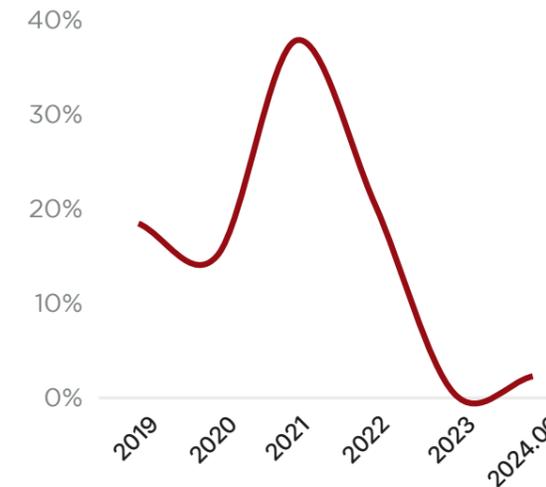
2022 대비 2.4배↑

- 한류 열풍과 선진 의료 서비스로 외국인들의 발길이 이어지며 역대 최대 환자수를 기록함
- 외국인 환자 중 절반 이상은 피부과, 성형외과를 찾음
- 가장 많이 찾는 지역은 '메디컬의 메카'인 서울 강남구로 나타남

Source: 한국보건산업진흥원

명품 시장 성장의 둔화

명품 시장 성장률



- 전 세계적으로 명품의 성장이 둔화되고, 국내에서도 주요 백화점 명품 매출 성장률이 감소함
- 팬데믹 기간 급성장한 명품 시장이 엔데믹과 고물가를 맞아 제동이 걸림
- 한국의 경우, 엔저 등으로 소비 채널이 해외로 분산된 영향도 있음

Source: 산업통상자원부

브랜드의 활발한 해외 진출

Outbound

Matin Kim **XEXYMIX**
TAMBUSRIN GENTLE MONSTER
 Mardi Mercredi

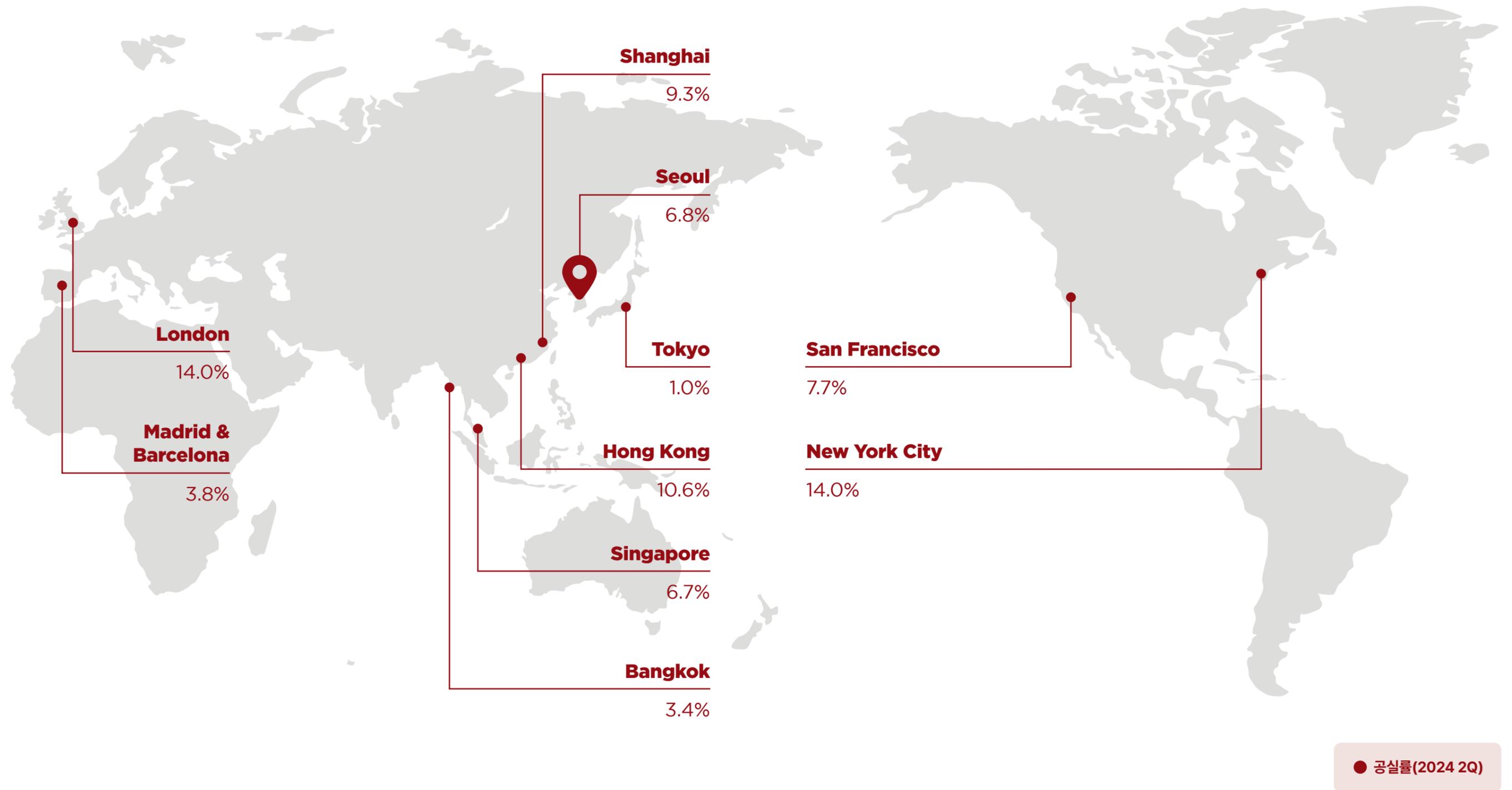
Inbound

1910 BACHA COFFEE
Supreme **KITH**
FIVE GUYS *Tim Hortons*

- 코로나19 기간 해외 진출에 제동이 걸렸던 국내, 해외 브랜드의 움직임이 활발해짐
- K컨텐츠의 위상이 높아지자 이를 기회로 해외 진출에 나서는 국내 패션, 뷰티 브랜드가 증가함

2. SEOUL HIGH STREET

High Streets in Global Cities



2. SEOUL HIGH STREET

High Streets Seoul

| 공실률 | | | |
|--------|-------|-------|-------|
| | 2023 | 2024 | Y-o-Y |
| 명동 | 14.5% | 6.8% | -7.6% |
| 강남 | 19.2% | 20.0% | 0.8% |
| 홍대 | 15.9% | 14.4% | -1.5% |
| 가로수길 | 36.5% | 39.4% | 2.9% |
| 한남·이태원 | 9.9% | 11.5% | 1.7% |
| 청담 | 16.3% | 17.4% | 1.1% |



Source: Cushman & Wakefield



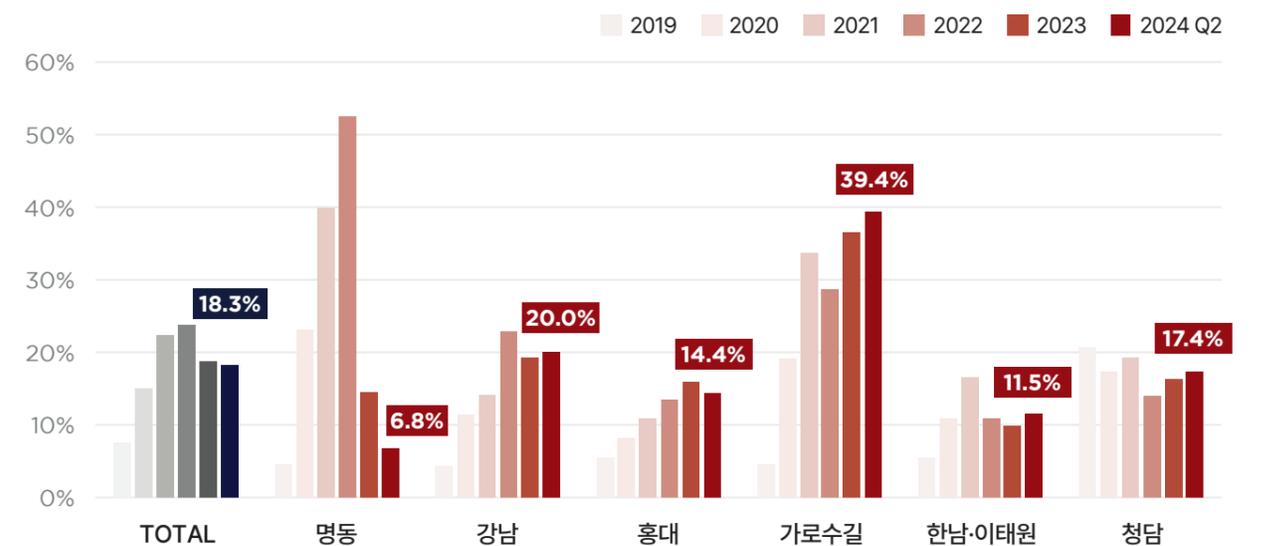
서울 가두상권, 완만한 회복세 속 명동은 뚜렷한 활기

팬데믹 이후 빠른 속도로 회복했던 2023년에 비해, 2024년 서울 리테일 시장은 완만한 회복세를 보였다. 서울 주요 가두상권의 2024년 2분기 평균 공실률은 전년 동기 대비 0.4 pp 감소한 18.3%를 기록했다. 팬데믹 초기 공실률이 급격히 증가했던 주요 상권들은 2023년을 기점으로 점차 회복세를 보였다. 그중에서도 특히 외국인 관광객의 증가와 함께 명동은 2024년에도 눈에 띄게 공실률이 회복되는 모습을 보였다.

하지만, 엔데믹 이후 모든 상권이 동일한 회복세를 보이는 것은 아니다. 가로수길의 경우 2023년에 이어 2024년에도 공실률이 소폭 상승했다. 한남, 성수, 도산공원 등으로 유동인구가 분산되면서 상권의 전반적인

활기가 다소 하락했다. 가로수길 메인 도로를 중심으로 공실이 지속되고 있는 반면, 이면 상권인 세로수길은 여러 임대 활동이 이어지며 상대적으로 안정적인 모습을 보이고 있다. 청담의 경우 공실률이 소폭 상승했으나, 여러 브랜드가 새롭게 오픈을 준비하고 있어 추가적인 회복이 예상된다. 명품 브랜드가 선호하는 지역으로 여전히 높은 수요를 보이며 상권의 안정성이 유지되고 있다.

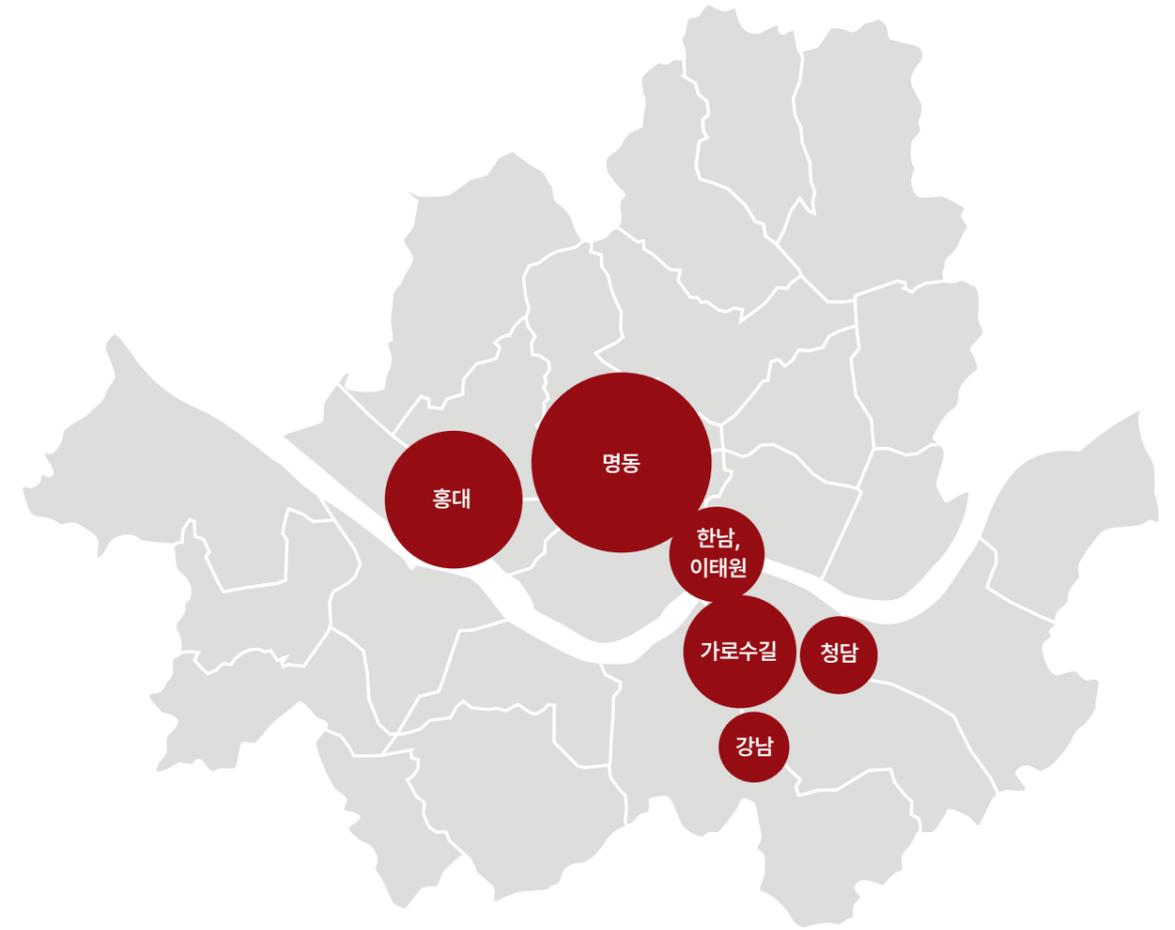
서울 6대 상권 공실률



Source: Cushman & Wakefield



상권별 외국인 관광객 방문자수



Source: 한국관광공사, Cushman & Wakefield

외국인 관광객 최다 방문지 자리를 굳건히 지킨 명동

외국인 관광객이 서울에서 가장 많이 방문하는 지역은 명동으로 나타났다. 한국관광공사에 따르면, 2023년 기준 명동을 방문한 외국인 방문객은 홍대의 약 2배, 이 외 상권과 비교하면 약 10배 정도 차이가 나는 것으로 나타났다. 이는 외국인 관광객들이 명동 자체를 관광지로써 방문하는 것도 있지만, 명동에 주요 호텔이 몰려 있어 자연스럽게 외국인 유동인구가 많은 영향도 있다. 명동은 하늘길이 운전히 열리기 전인 2022년과 비교하면 방문객이 8배 이상 증가하기도 했다.

2위는 홍대로, 명동의 절반 수준의 외국인 방문객이 다녀간 것으로 조사되었다. 홍대 또한 전년 대비 약 7배 많은 외국인 방문객이 방문했다. 이 외 상권은 절대적인 방문객 수는 명동, 홍대에 비해 적은 편이지만, 모두 전년 과 비교하면 외국인 방문객 수가 5배 내외로 성장했다. 최근 들어 패키지 여행객이 줄고 개별 관광객이 늘어나는 것이 관광 트렌드로 자리 잡으면서, 관광객들은 국내 패션 및 뷰티 브랜드의 플래그십 스토어나 팝업스토어, 유명 F&B 매장 등을 많이 방문하는 것으로 알려졌다.

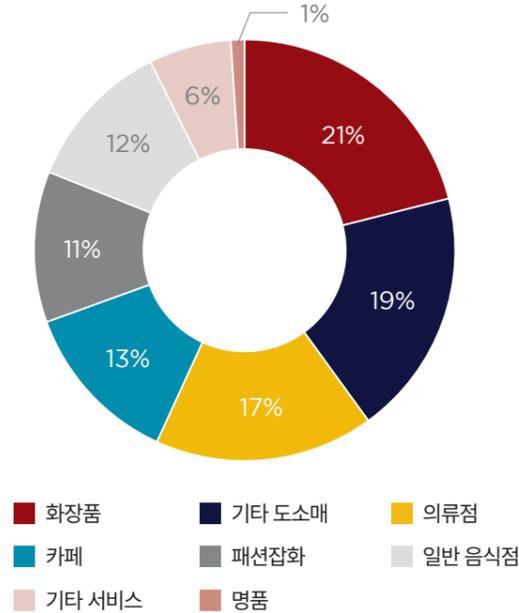
서울 가두상권 신규 매장 동향 분석

2023년 하반기 ~ 2024년 상반기 사이 서울 가두상권에서 신규 매장이 가장 많이 오픈한 곳은 명동으로 나타났다. 명동은 외국인 관광객의 의존도가 높은 상권으로 코로나19 이후 극심한 침체를 겪었는데, 글로벌 브랜드가 돌아온데 이어 최근까지 비어있던 소형 공실도 화장품, 잡화점 등으로 채워지며 가장 많은 수의 신규 점포가 확인되었다. 홍대와 한남·이태원 상권도 상대적으로 많은 수의 점포가 개점했다. 이 두 상권은 명동과 달리 팬데믹에도 비교적 안정적인 상태를 유지해 임차 가능한 공간이 많지 않았으며, 기존에 있던 매장이 폐점하고 새로운 브랜드로 채워진 경우가 많은 것으로 조사되었다.

같은 기간 신규 오픈한 점포 중 가장 높은 비중을 차지한 업종은 화장품으로 나타났다. 화장품은 전체 신규 점포 중 약 21%를 차지했으며, 특히 명동을 중심으로 화장품 매장이 가장 많이 오픈했다. 외국인 관광객들의 꾸준한 유입과 K-뷰티에 대한 관심이 이 같은 성장을 이끈 것으로 보인다. 특히 명동은 최근 외국인들의 필수 코스로 꼽히는 '올리브영'을 비롯해 K-뷰티 로드샵의 주요 거점으로, 관광객들이 명동에서 K-뷰티 제품을 찾으면서 상권 활성화에 큰 역할을 하고 있다.

그 외에도, 의류와 패션잡화가 활발하게 오픈하고 있다. 팬데믹 동안 보수적이었던 여러 패션 브랜드들이 엔데믹 도래 이후 다시 매장 확장을 적극적으로 추진하면서, 명동, 홍대, 한남·이태원 등 여러 상권에 많은 매장이 새로 생겼다. F&B 군 내에서는 음식점보다는 카페 오픈 비중이 더 큰 것으로 나타났다. 이는 국내 소비자들의 꾸준한 커피 사랑과 더불어 개성 있는 카페들이 상권 곳곳에 등장하는 트렌드가 반영된 것으로 보인다.

신규 매장 업종비



Source: Cushman & Wakefield

상권별 신규 매장 수 비교(2023 2H - 2024 1H)



Source: Cushman & Wakefield
note: 메인 상권 내 1층 매장 기준



New Store Openings (2023 1H - 2024 1H)

| Market | Tenant | SQM | Category | Open |
|--------|-----------|-------|------------|------|
| 명동 | 룰루레몬 | 730 | Sports | 2024 |
| 명동 | 무신사 스탠다드 | 1,260 | Fashion | 2024 |
| 강남 | 애플 | 1,590 | Electronic | 2023 |
| 강남 | 파이브가이즈 | 620 | F&B | 2023 |
| 홍대 | 무신사 | 1,500 | Fashion | 2023 |
| 홍대 | 올리브영 | 990 | Beauty | 2024 |
| 가로수길 | 라인프렌즈 스퀘어 | 350 | Lifestyle | 2023 |
| 가로수길 | 폴렌느 | 250 | Fashion | 2024 |
| 한남·이태원 | 헌터 | 440 | Fashion | 2023 |
| 한남·이태원 | 탬버린즈 | 580 | Beauty | 2024 |
| 청담 | 바샤커피 | 380 | F&B | 2024 |
| 청담 | 오데마피게 | 940 | Luxury | 2024 |



6대 상권 모두 코로나19 이전 매출 회복

쿠시먼앤드웨이크필드가 서울 6대 가두상권을 대상으로 신용카드 매출 데이터를 분석한 결과, 2024년 상반기 기준 전 권역의 매출이 코로나19 발생 이전인 2019년 상반기와 같거나 상회하는 것으로 나타났다. 주목할 만한 점은 각 상권마다 업종별로 회복 여부는 차이를 보였지만, 메디컬 업종은 전 권역에 걸쳐 매출이 증가했다는 점이다.

명동은 지난해까지 매출 회복률이 70%대에 머물렀으나, 관광객 귀환에 힘입어 올해 큰 폭으로 매출이

상승했다. 특히 팬데믹 이전과 비교해 메디컬과 숙박 관련 매출이 두 배 이상 성장했다. 강남의 경우 전체 매출 중 메디컬이 가장 큰 비중을 차지하는데, 메디컬만 유일하게 팬데믹 이전 대비 매출이 증가해 다른 업종의 매출 감소분을 상쇄시켰다. 가로수길은 최근까지 공실률이 증가한 것과는 달리 매출은 전년 대비 신장했으며, 청담 상권은 엔데믹 기저 부담과 경기 둔화, 소비 채널분산 등으로 전년 대비 매출이 감소한 것으로 나타났다.

코로나19 이후의 매출 회복 추이

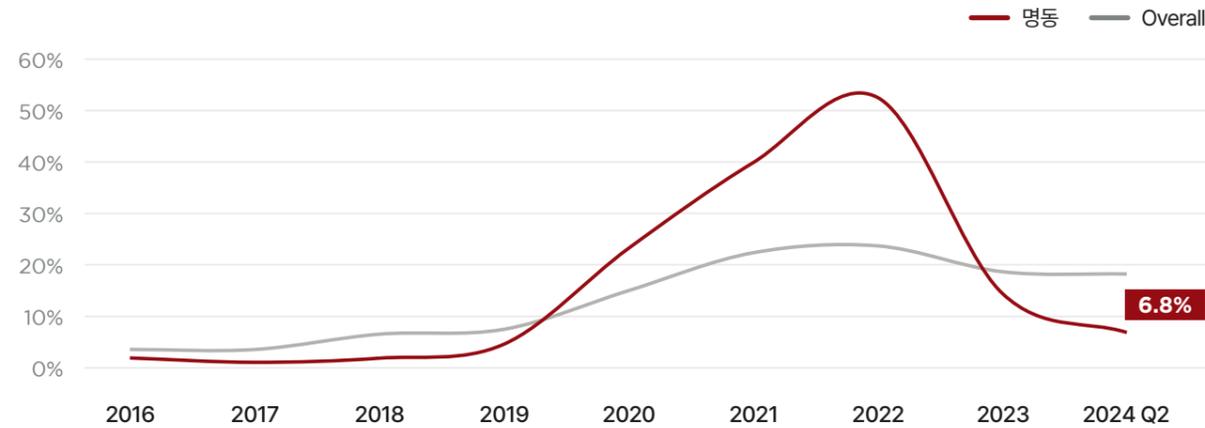


Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

3. MARKET SNAPSHOT

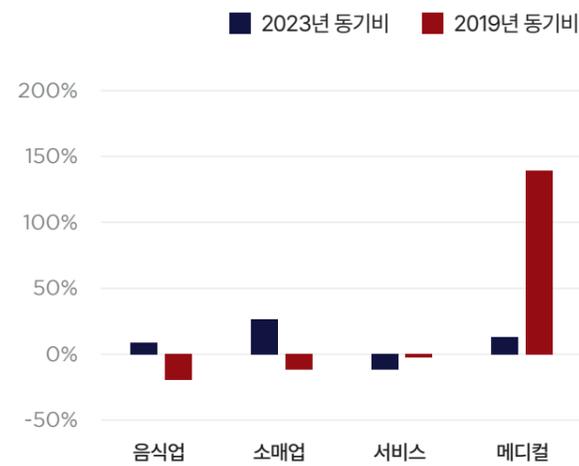
명동

명동 공실률 추이



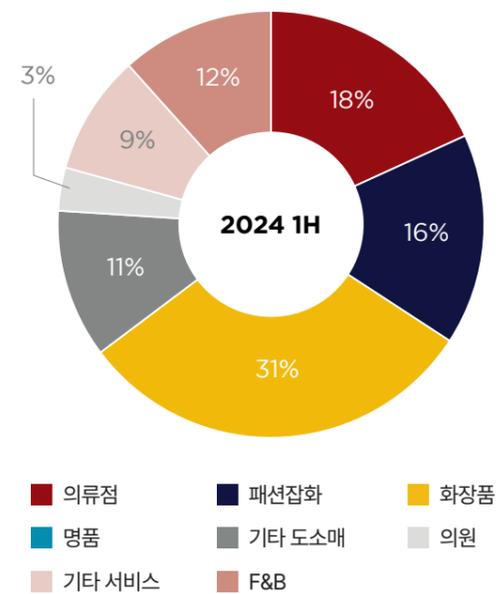
Source: Cushman & Wakefield

명동 업종별 매출 증감률 (2024 1H)



Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

명동 테넌트 업종비



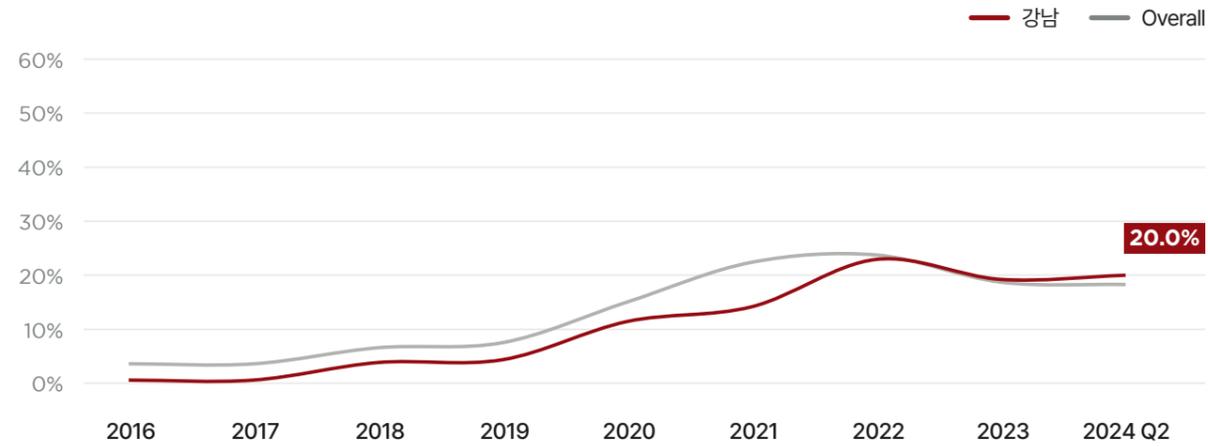
Source: Cushman & Wakefield

New Store Openings



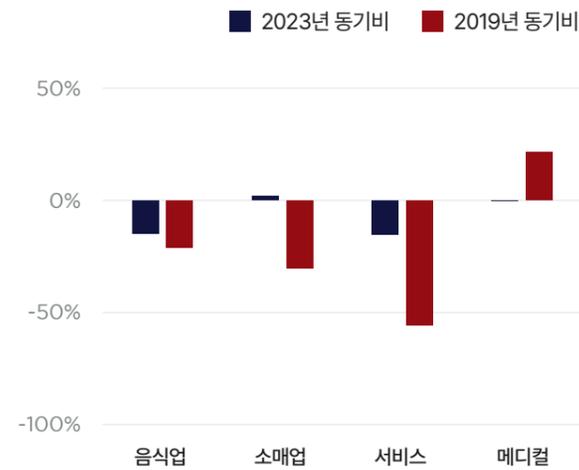
강남

강남 공실률 추이



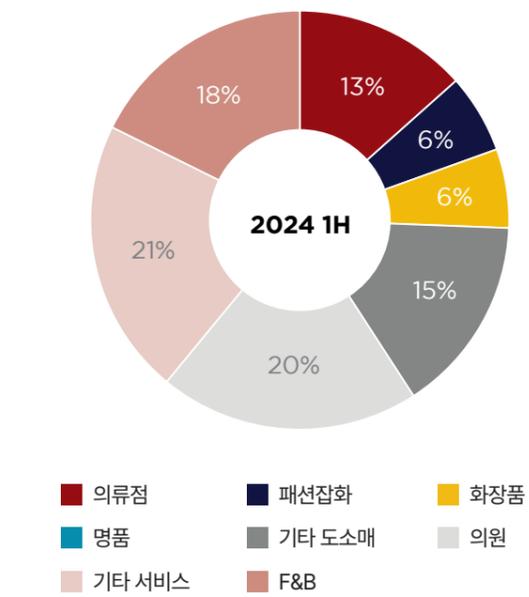
Source: Cushman & Wakefield

강남 업종별 매출 증감률 (2024 1H)



Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

강남 테넌트 업종비



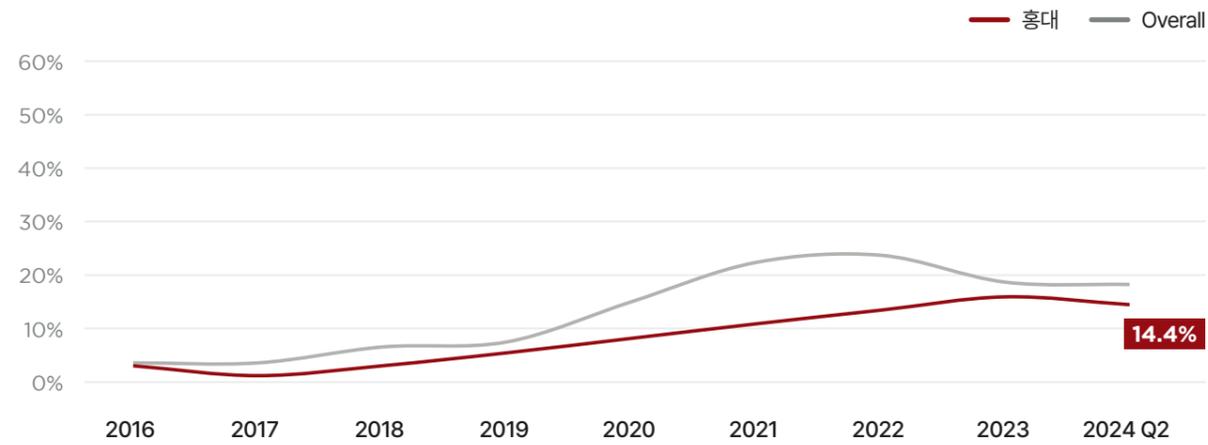
Source: Cushman & Wakefield

New Store Openings



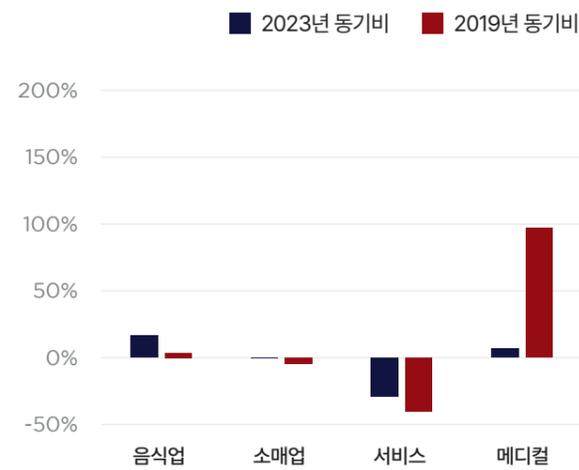
홍대

홍대 공실률 추이

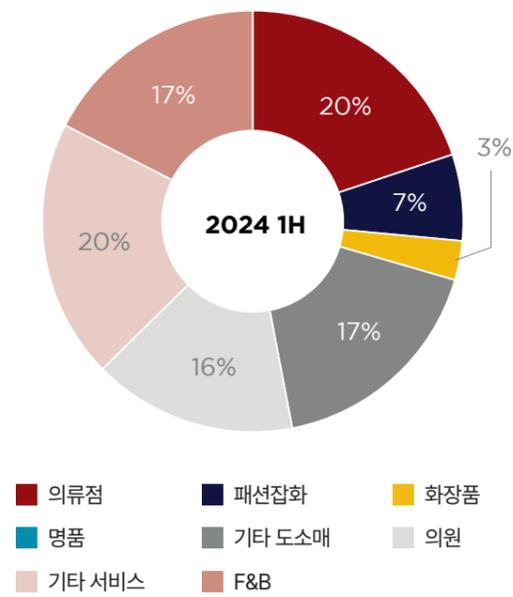


Source: Cushman & Wakefield

홍대 업종별 매출 증감률 (2024 1H)

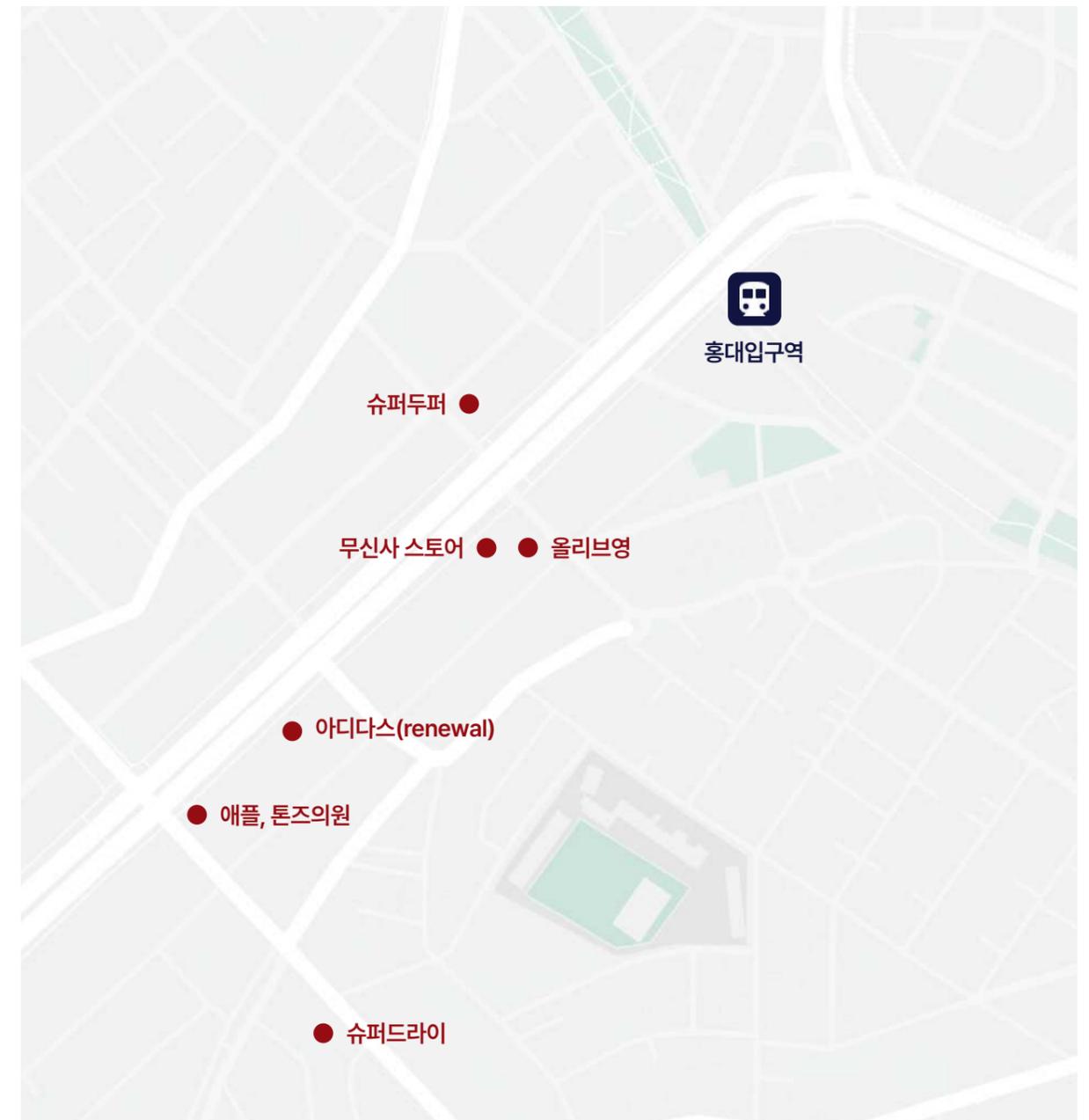


홍대 테넌트 업종비



Source: Cushman & Wakefield

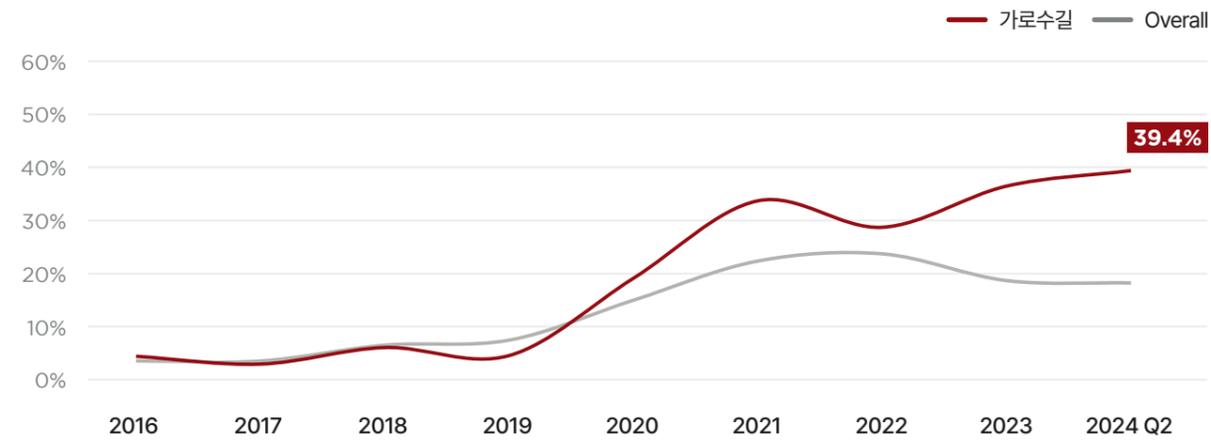
New Store Openings



Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

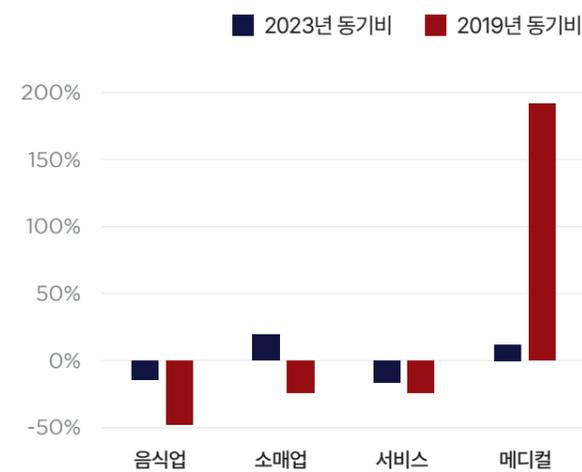
가로수길

가로수길 공실률 추이



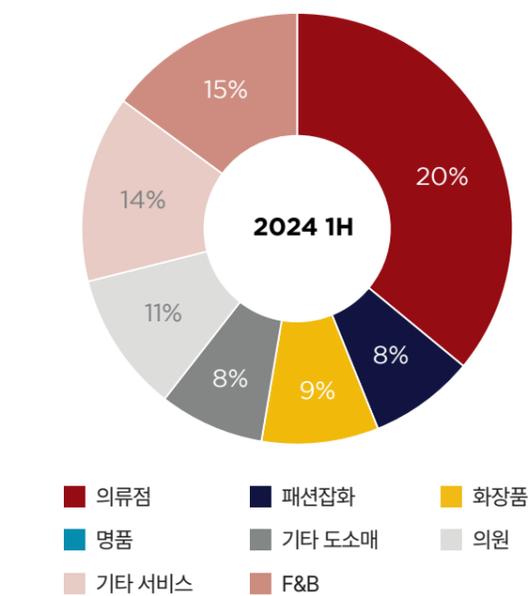
Source: Cushman & Wakefield

가로수길 업종별 매출 증감률 (2024 1H)



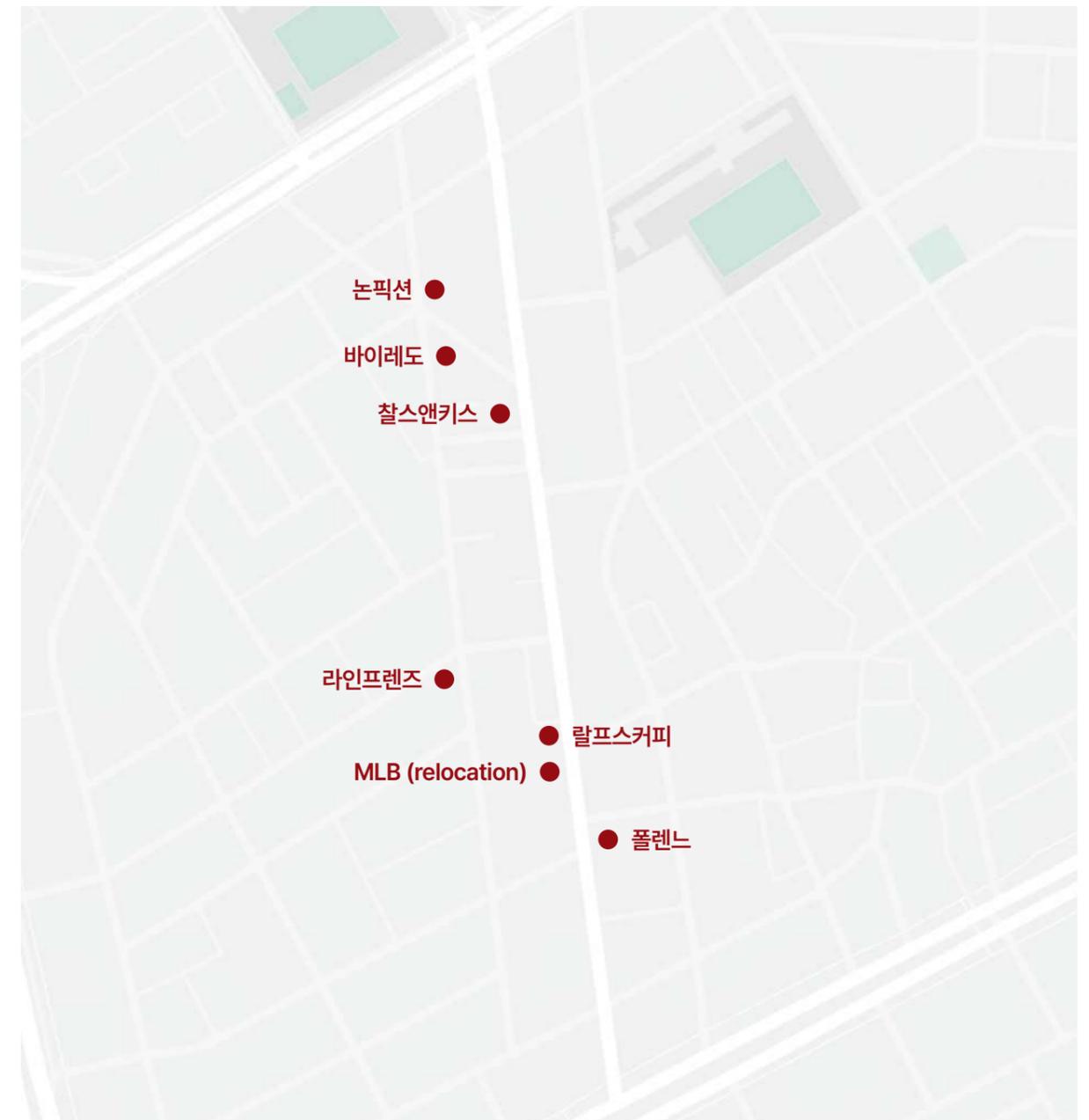
Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

가로수길 테넌트 업종비



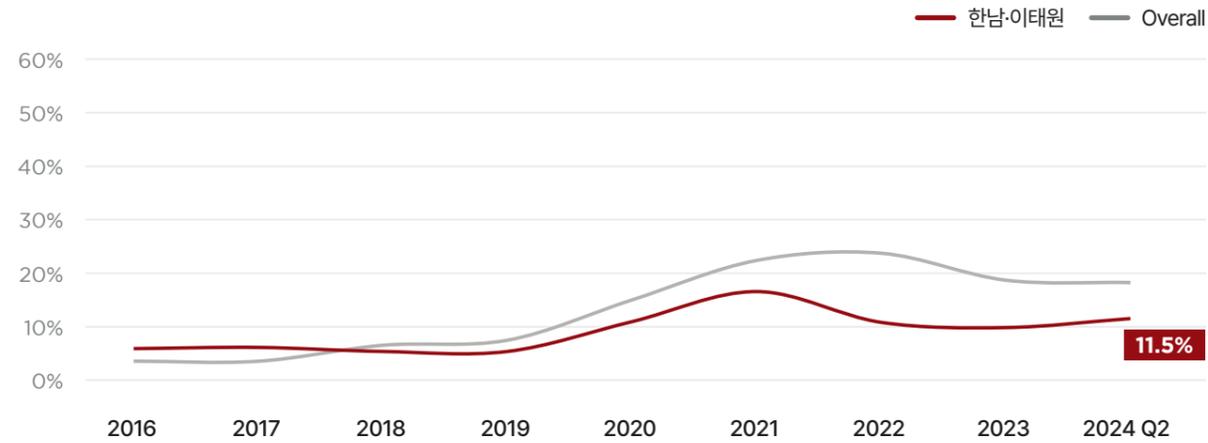
Source: Cushman & Wakefield

New Store Openings



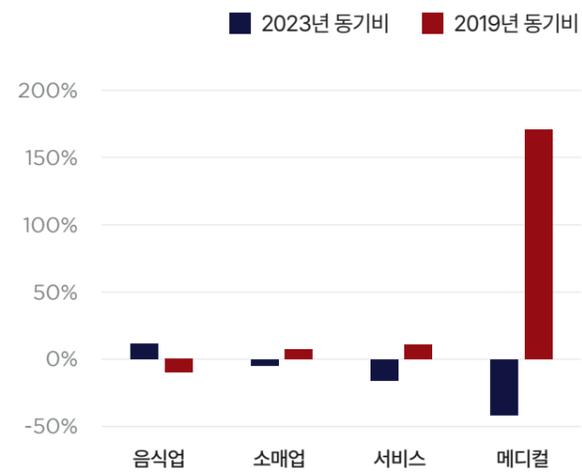
한남·이태원

한남·이태원 공실률 추이



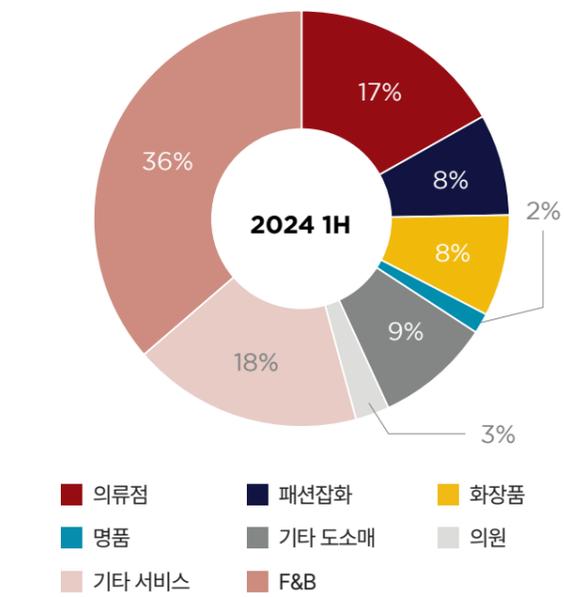
Source: Cushman & Wakefield

한남·이태원 업종별 매출 증감률 (2024 1H)



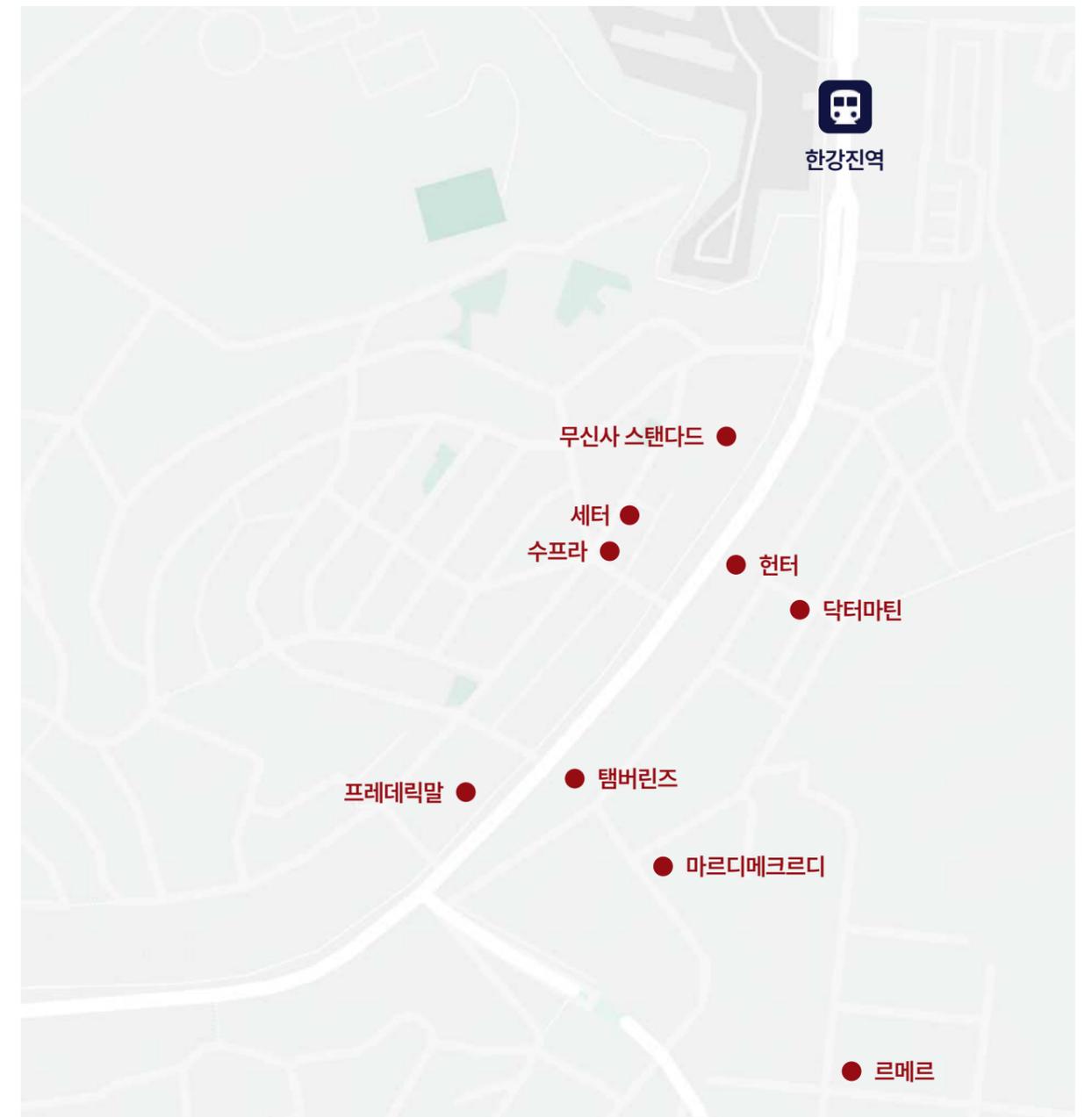
Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

한남·이태원 테넌트 업종비



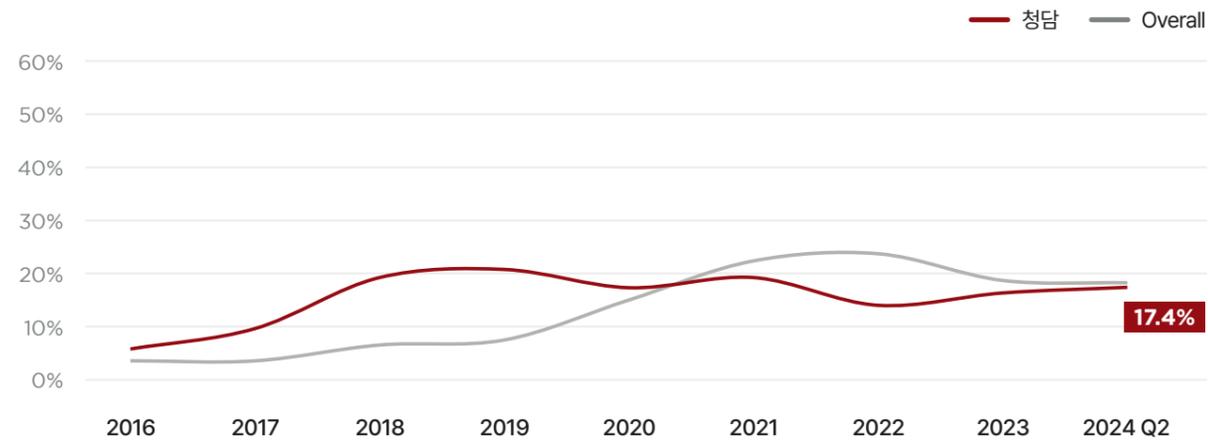
Source: Cushman & Wakefield

New Store Openings



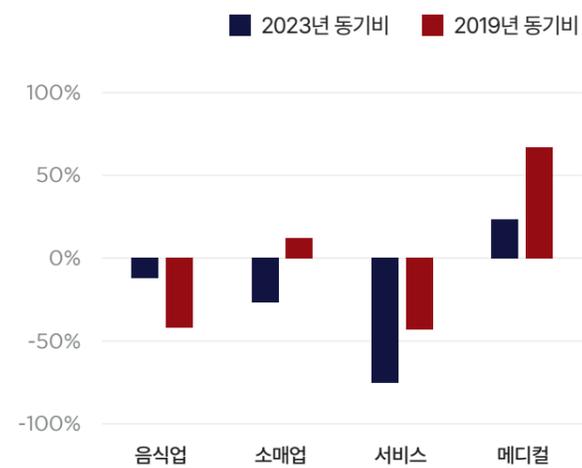
청담

청담 공실률 추이



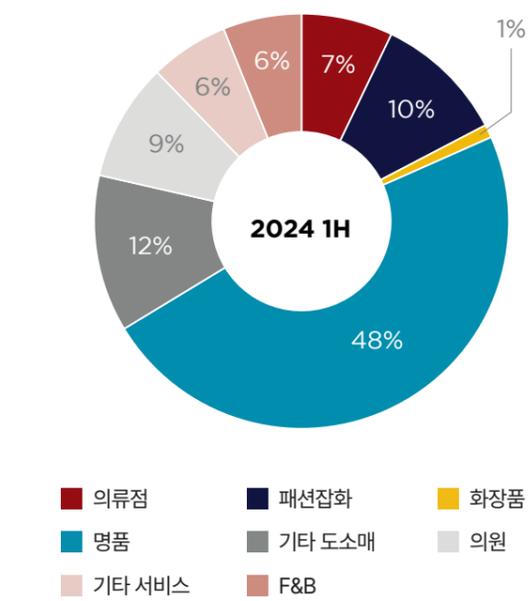
Source: Cushman & Wakefield

청담 업종별 매출 증감률 (2024 1H)



Source: 신용카드사, Cushman & Wakefield

청담 테넌트 업종비



Source: Cushman & Wakefield

New Store Openings





AUTHORS:

김수경 팀장

Head of Research
010 7153 0867
suki.kim@cushwake.com

소진 과장

Research Manager
010 9186 1816
jin.so@cushwake.com

CONTACTS:

김성순 전무

Head of Retail Services
010 8775 6632
dan.kim@cushwake.com

윤화섭 상무

Head of Retail Leasing Services
010 7740 7887
jason.yun@cushwake.com

남신구 이사

Head of Tenant Representation
010 5656 3048
kelly.nam@cushwake.com

ABOUT CUSHMAN & WAKEFIELD

Cushman & Wakefield (NYSE: CWK) is a leading global commercial real estate services firm for property owners and occupiers with approximately 52,000 employees in nearly 400 offices and 60 countries. In 2023, the firm reported revenue of \$9.5 billion across its core services of property, facilities and project management, leasing, capital markets, and valuation and other services. It also receives numerous industry and business accolades for its award-winning culture and commitment to Diversity, Equity and Inclusion (DEI), sustainability and more. For additional information, visit www.cushmanwakefield.com.

©2024 Cushman & Wakefield. All rights reserved. The information contained within this report is gathered from multiple sources believed to be reliable, including reports commissioned by Cushman & Wakefield ("CWK"). This report is for informational purposes only and may contain errors or omissions; the report is presented without any warranty or representations as to its accuracy.

Better never settles