

ECONOMIC REVIEW

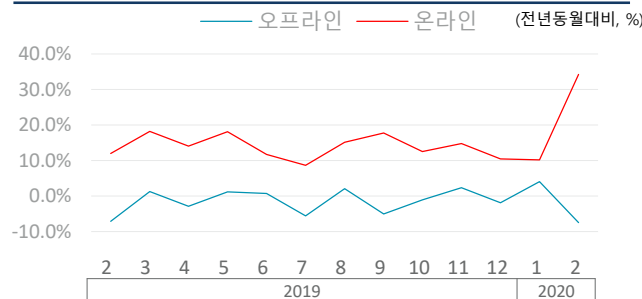
한국은행의 발표에 따르면 2020년 3월 소비자심리지수(CCSI)는 20년 1월 대비 25.8포인트 하락한 78.4를 기록하였다. 이는 2008년 글로벌 금융위기 직후 발표된 2009년 3월 (72.8) 이후 가장 낮은 수준이다. 소비자심리지수의 주요 하락 요인은 코로나19가 전 세계로 확산되며 경제의 불확실성이 높아지며 소비 심리가 위축된 것으로 보인다. 위축된 소비 심리는 봄이 찾아오며 다소 회복세를 보이고 있으나 전 세계적으로 코로나19의 확산세가 계속됨에 따라 소비심리 위축은 한동안 지속될 것으로 예상된다.

MARKET TREND: 코로나19로 쇼핑품목 변화와 오프라인 매장 전략 변화

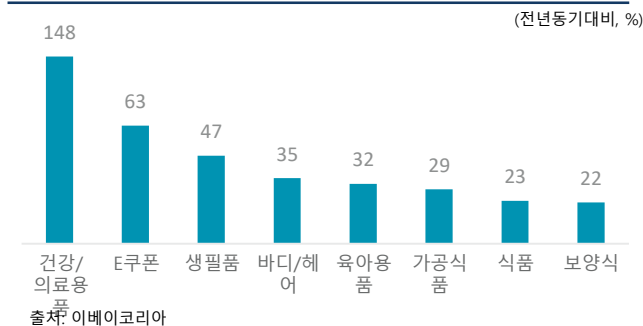
코로나19의 높은 전염력으로 인해 사회적 거리두기 운동이 지속되며 사람들의 생활환경에도 많은 변화가 나타나고 있다. 특히 소비패턴의 변화가 감지되며 이에 따른 리테일 시장에 영향을 미치고 있다. 먼저 건강에 대한 관심이 더욱 높아지며 건강/면역용품 관련 품목의 소비가 늘어났고 외출이 제약되고 집에서 보내는 시간이 많아짐에 따라 필요한 생필품 등을 한번에 많이 구매하는 등의 쇼핑 트렌드가 나타나고 있다. 이런 트렌드 속에서 이베이코리아는 2020년 1분기 쇼핑 트렌드를 H.O.L.O로 정의하기도 했다. H.O.L.O는 건강/면역 용품 (HealthCare), 대용량(Oversize), 집콕(Life at home), 온라인쇼핑(Online Shopping)의 앞 글자를 딴 명칭으로 코로나19로 인해 변화된 쇼핑 트렌드를 잘 보여준다

특히, 코로나19의 확산으로 온라인 쇼핑의 성장은 더욱 상승 곡선을 타고 있다. 사회적 거리두기 운동이 전개되며 코로나19의 높은 전파력을 피해 오프라인 매장이 아닌 온라인 쇼핑의 수요가 큰 폭으로 증가하고 있기 때문이다. 산업통상자원부에 따르면 2월 기준 전년 동월 대비 오프라인 매출은 7.5% 감소한 반면 온라인 매출은 34.3%가 증가하며 폭발적인 증가세를 보이고 있다. 온라인 소비의 주된 품목은 코로나19가 확산되며 식품과 생필품이 주를 이루고 있다. 과거 YOLO가 유행했을 당시 패션 및 화장품이 주요 온라인 소비품목이었던 것에 비하면 큰 변화이다. 온라인 소비로 대표되는 언택트 소비는 오프라인 매장 전략에도 변화를 가져오고 있다. 사회적 거리두기 운동으로 매출이 급감한 외식업체는 변화한 소비패턴에 맞춰 오프라인 매장의 구조조정에 들어갔다. CJ푸드빌은 신규 매장 출점을 보류하는 대신 가정간편식과 배달 메뉴를 강화하고 있으며 신세계푸드는 수익성이 나지 않는 매장은 정리하고 코로나19로 테이크아웃 비중이 높아지며 매출이 증가하고 있는 '노브랜드버거' 사업에 주력하기로 하였다. 코로나19로 매출이 급감한 뷰티업체도 전략을 수정하고 있다. 기존 체험형 오프라인 매장을 유지하되 수익성이 떨어지는 매장은 정리하고 온라인과 홈쇼핑 등 다양한 언택트 판매 채널을 확보하는 전략을 펼치고 있다. 코로나19가 장기화되며 변화한 소비 트렌드는 일시적인 변화가 아닌 소비 트렌드의 전환점이 될 것으로 예상되는 만큼 기존 판매 중심의 오프라인 매장에 큰 변화가 있을 것으로 전망된다.

온·오프라인 매출 증감율(YOY)



2020년 1분기 온라인 쇼핑 품목 증감율(YOY)



4,749,174원*
Median HH Income

YoY Chg

12-Mo. Forecast

71,481명
Population Growth

4.1%
Unemployment Rate

Source: KOSIS, STATISTICS KOREA, BANK OF KOREA
* 4인 가구 기준

S. KOREA ECONOMIC INDICATORS
Q1 2020

2.0%
GDP Growth

YoY Chg

12-Mo. Forecast

105.5
Consumer Price Index(CPI)

56
Consumer Composite Sentiment Index(CCSI)

Source: KOSIS, BANK OF KOREA, Ministry of the interior and Safety

MARKET STATISTICS

SUBMARKET	INVENTORY (sqm)	DIRECT VACANT (sqm)	OVERALL VACANCY RATE	YTD OVERALL NET ABSORPTION (sqm)	UNDER CNSTR (sqm)	TOP 3 Tenant Industry
가로수길	114,066	10,187	8.9%	-2,248	3,841	1.의류점(▲0.9%p) 2.커피/디저트(▲0.2%p) 3.의원(▲2.4%p)
강남	387,086	16,474	4.3%	1,199	5,143	1.의원(▲0.4%p) 2.학원(▼0.1%p) 3.호프/주점(▲0.4%p)
명동	145,105	7,174	4.8%	400	1,570	1.의류점(▲0.1%p) 2.화장품(▲0.2%p) 3.패션잡화(▼0.1%p)
이태원	100,366	8,546	8.5%	2,455	8,546	1.호프/주점(▲1.2%p) 2.의류점(▲0.5%p) 3.커피/디저트(▲0.1%p)
청담	367,346	52,733	14.4%	11,512	7,850	1.명품(▼0.2%p) 2.의류점(▼0.4%p) 3.의원(▲1.6%p)
홍대	205,080	19,823	9.7%	1,416	2,180	1.의원(▲0.4%p) 2.커피/디저트(▼0.3%p) 3.호프/주점(▲0.5%p)
6대상권 TOTALS	1,319,049	114,937	8.6%	14,734	29,130	

KEY LEASE TRANSACTIONS Q1 2020

SUBMARKET	PROPERTY	TENANT	SQM	TYPE
을지로	센터원	크레이지후라이	100.99	F&B
여의도	IFC	폴바셋	254.24	F&B
판교	미래에셋센터	라운즈(Rounz)	198.45	Fashion Goods
가로수길	신사동 543-7	랭앤루 플래그십스토어	243.8	Fashion
광교	엘리웨이 광교	바복스	84.74	ETC
명동	M-PLAZA	애플레이그라운드 팝업스토어	1,364	Fashion
판교	현대백화점	롤루레몬	156	Fashion
명동	정취빌딩	더하노이	122	Service

KEY PROJECTS UNDERCONSTRUCTIONS YTD 2020

PROPERTY	LOCATION	SQM	COMPLETION DATE
신세계 사이먼 프리미엄 아울렛	의정부	82,116	2020
현대입구 동교동 복합시설	서울	17,806	2020.1
신세계북한문	송도	59,000	2020
파크원현대백화점	여의도	89,100	2020
이랜드몰	송도	19,587	2020
타임스퀘어	송도		2020.9
신세계 스타필드	안성		2020.9
현대 CGV 복합몰	서울	3,298	2021.3

Philip.Jin

Head of Research, Seoul

+82 2 3708 8817 / Philip.Jin@cushwake.comcushmanwakefield.com

A CUSHMAN & WAKEFIELD RESEARCH PUBLICATION

Cushman & Wakefield (NYSE: CWK) is a leading global real estate services firm that delivers exceptional value for real estate occupiers and owners. Cushman & Wakefield is among the largest real estate services firms with approximately 51,000 employees in 400 offices and 70 countries. In 2018, the firm had revenue of \$8.2 billion across core services of property, facilities and project management, leasing, capital markets, valuation and other services.

©2020 Cushman & Wakefield. All rights reserved. The information contained within this report is gathered from multiple sources believed to be reliable. The information may contain errors or omissions and is presented without any warranty or representations as to its accuracy.