

# 2024 RETAIL REPORT

(Focusing on Mall, Center, etc.)

#09 Research Center Contents Report

2024 리테일 리포트

2024.12. 리서치센터 최규정 선임

RSQUARE

# 41조 5,048억원<sup>1)</sup>

이는 2024년 3분기 온라인 쇼핑 상품 거래액이다.

온라인 쇼핑이 주류를 이뤘던, 팬데믹 때인 2022년 동기 대비하여 2.1%p나 증가한 수치로 정보통신 기술과 물류 산업의 눈부신 발전의 결과물이다.

온라인 쇼핑이 발달하는 상황 속에서 오프라인 대형 리테일 매장은 몇 년 새에 새로운 국면을 맞고 있다.

<sup>1)</sup>출처: 통계청

리포트에서는 상업시설(Retail)을 쇼핑몰, 백화점, 대형마트, 아울렛과 같은 대형 판매시설을 중심으로 이야기한다.

01 리테일 관련 동향

02 리테일 거래 시장

03 리테일 공급 시장

04 리테일 트렌드

05 결론

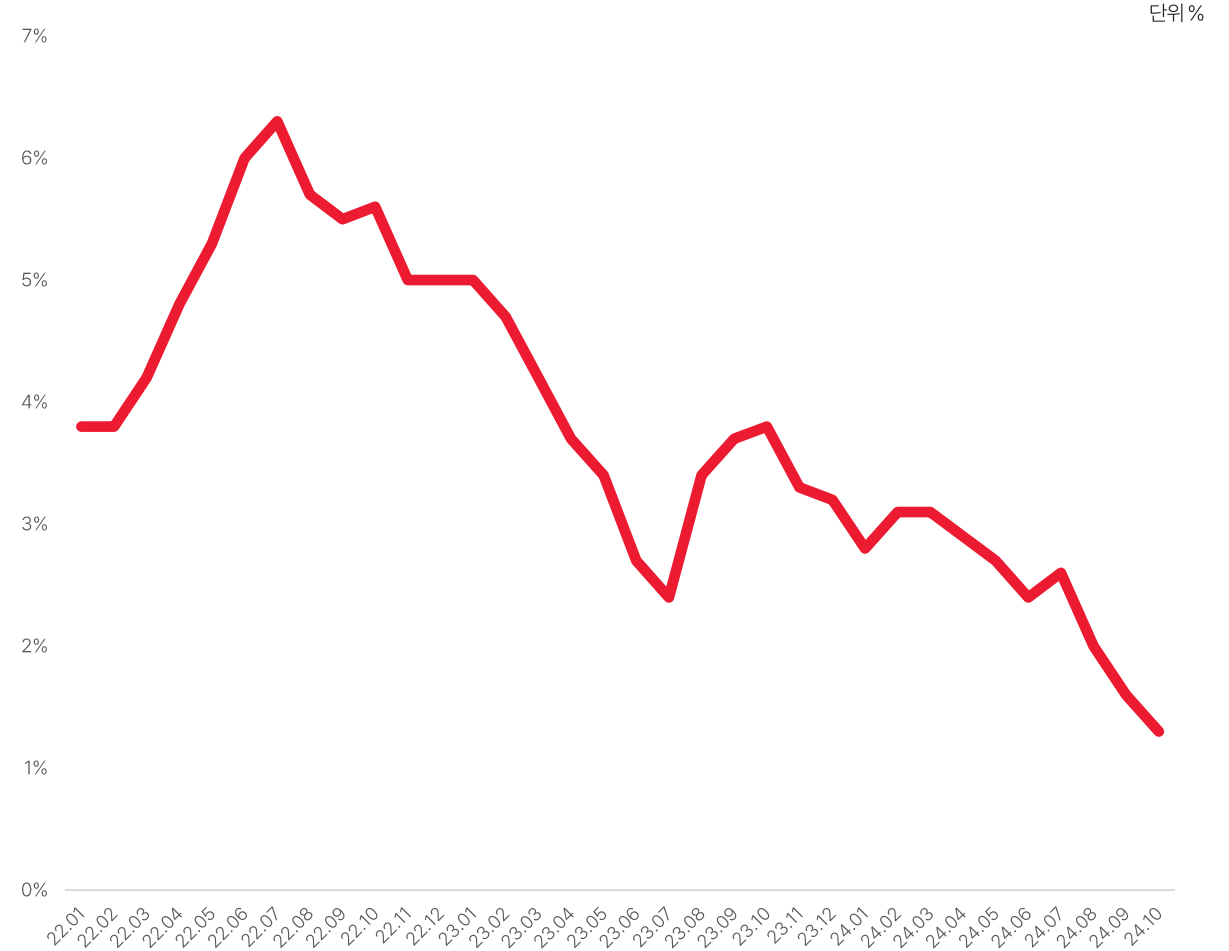
# 리테일 관련 동향

## 리테일 관련 동향 소비자물가상승률

2024년 1~10월 소비자물가상승률은  
월 평균 2.45%를 기록하며  
2022년 5.1% / 2023년 3.6%  
과거 두 기간 대비하여 점차 줄어들어왔다.

올 10월은 1.3%, 2021년 1월 이후 최저치를 기록했다.  
이는 한국은행의 물가 안정 목표치(2%)를 초과하여  
감소한 수치로 인플레이션은 빠르게 둔화되고 있으나,  
역으로 내수 시장이 빠르게 침체되고 있음을 시사한다.

### 소비자 물가 상승률 변화 추이



### 소비자물가상승률

소비자물가지수(CPI)는 가구에서 일상생활을 영위하기 위해 구입하는 상품과 서비스의 가격변동을 측정하기 위하여 작성되는 지수로서 총 소비지출 중에서 구입 비중이 큰 458개 상품 및 서비스 품목들을 정하고 이를 대상으로 조사된 소비자 구입가격을 기준으로 산정. 소비자물가상승률은 소비자물가지수의 전년 대비 변화율로 계산

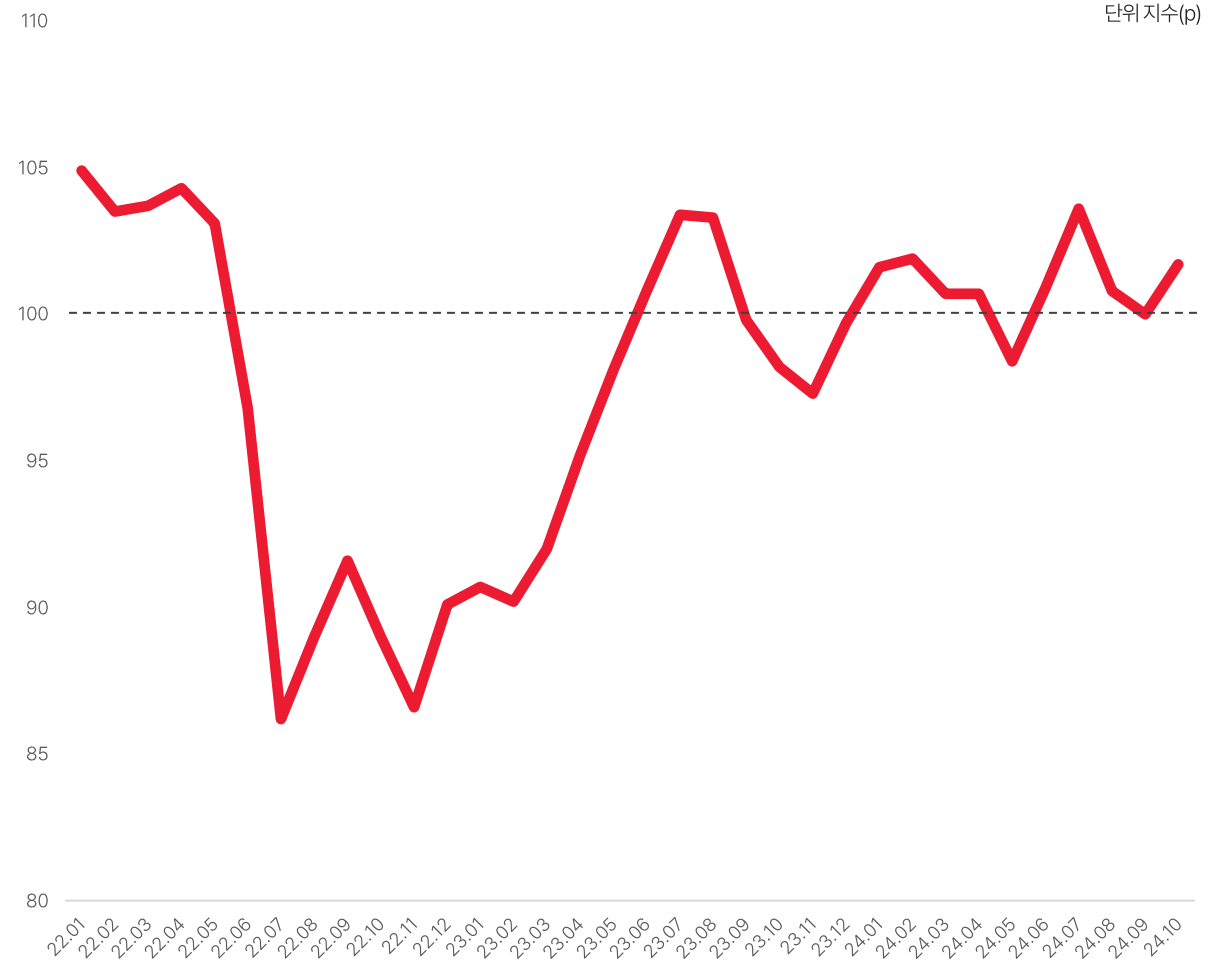
1)출처 한국은행

## 리테일 관련 동향 소비자심리지수(CCSI)

2024년 1~10월의 소비자심리지수는 평균 101.03p  
2022년 동기 대비 3.82p 증가,  
2023년 동기 대비 3.86p 증가하였다.

팬데믹 시즌보다 상당히 회복된 모습이며, 현재 고물가  
상황이지만, 소비자들의 소비 심리는 보다 낙관적인  
상황이다. 소비가 힘든 상황이나 여건이 나아질 것으로  
기대를 하고 있는 것으로 보인다.

## 소비자심리지수 변화 추이



## 소비자심리지수(CCSI)

소비자들의 경제상황에 대한 심리를 종합적으로 나타내는 지수. 소비자동향지수 중 6개 주요지수를 이용하여 산출한 심리지표로서 장기평균치(2003.01~2023.12)를 기준값 '100'으로 하여 100보다 크면 낙관적, 100보다 작으면 비관적(의미<sup>1)</sup>)

1)출처 한국은행

## 리테일 관련 동향 채널별, 업태별 매출 증감률

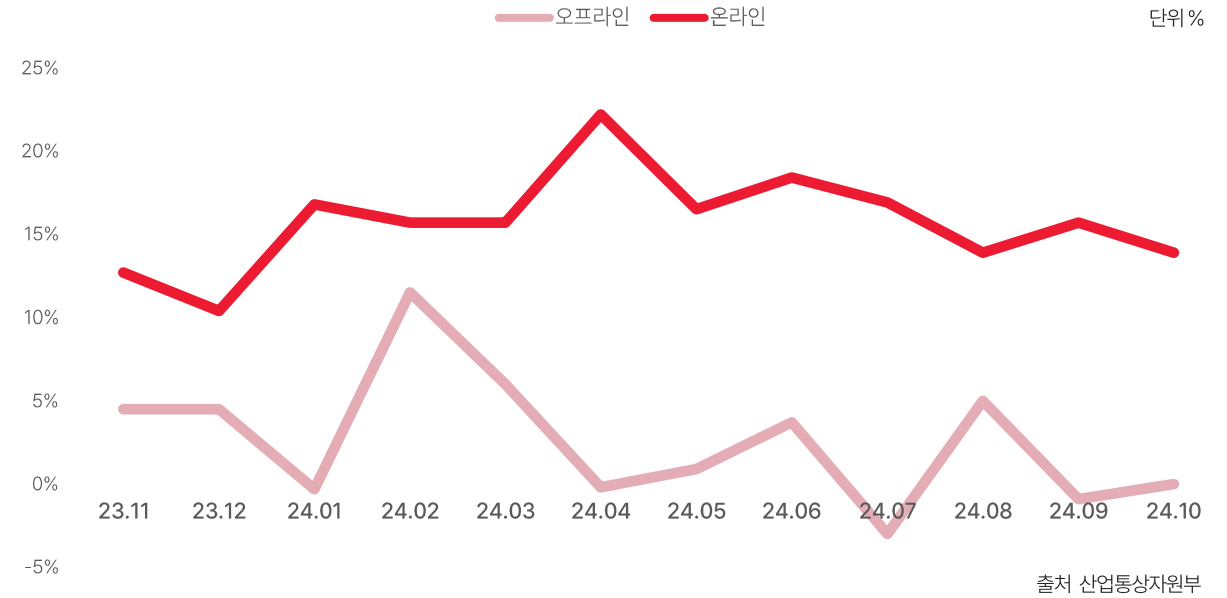
최근 1년 간 온라인 매출은 전년 동월 대비 월 평균 15.6%로 고성장 중이나, 오프라인은 올 10월 기준 0%로 정체됐다.

백화점의 매출액은 24년 2분기 부터 시작된 감소세가 3분기에 회복되었으나 여전히 -2.1%로 역성장 중이다.

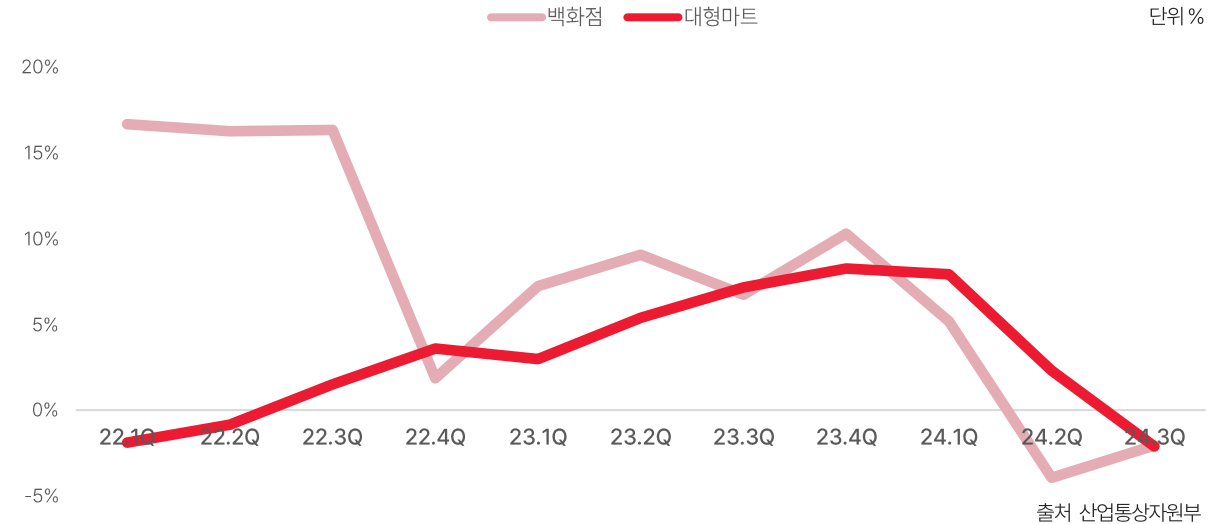
대형마트도 2022년 3분기부터 이어진 매출 상승 랠리가 올해 1분기부터 둔화되며 3분기에 -2.1%로 하락 전환을 하였다.

대표적인 대형 판매시설 두 유형 에서 역성장이 발생했다는 것은 **오프라인 리테일 성장에 대한 돌파구가 필요함을 시사한다.**

유통 채널별 전년동월 대비 월별 매출 증감률



업태별 전년동기 대비 분기별 매출 증감률



# 리테일 거래 시장

# 리테일 거래 현황

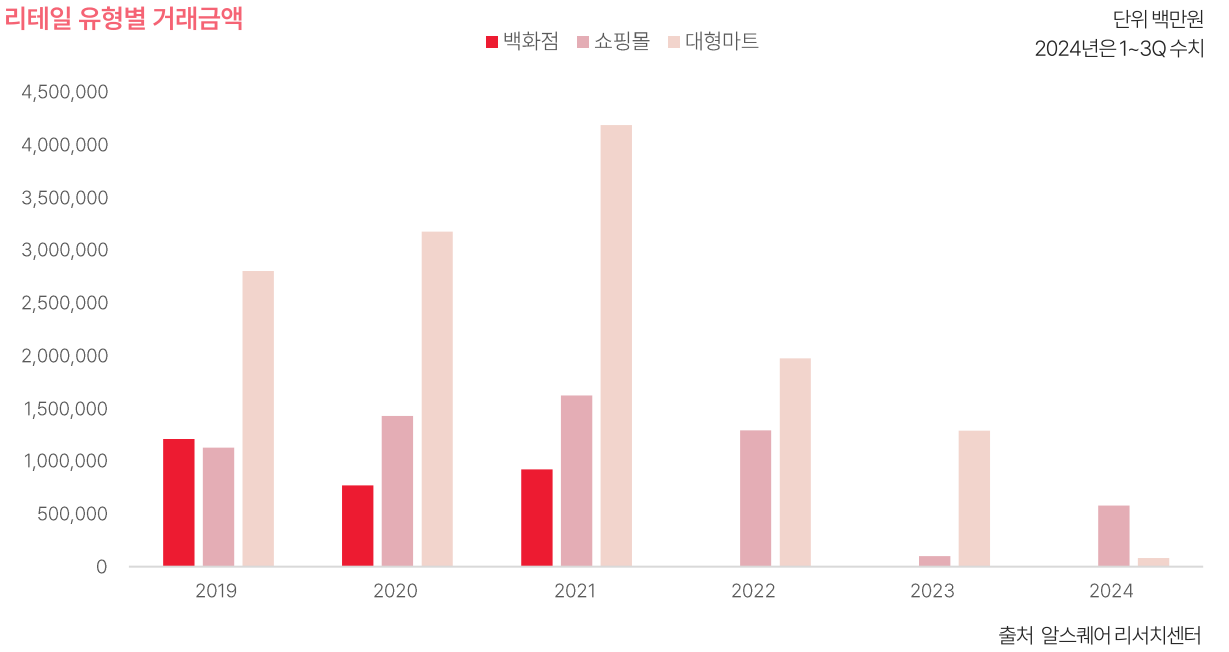
리테일 총 거래액은 **2024년 1~3분기 6,636억원**으로 2021년을 정점으로 가파르게 하락하고 있다.

대형마트(이마트, 홈플러스 등)를 주거용 상품으로 용도 변경을 하기 위한 목적의 거래가 팬데믹 이후로 다수 발생하였다.

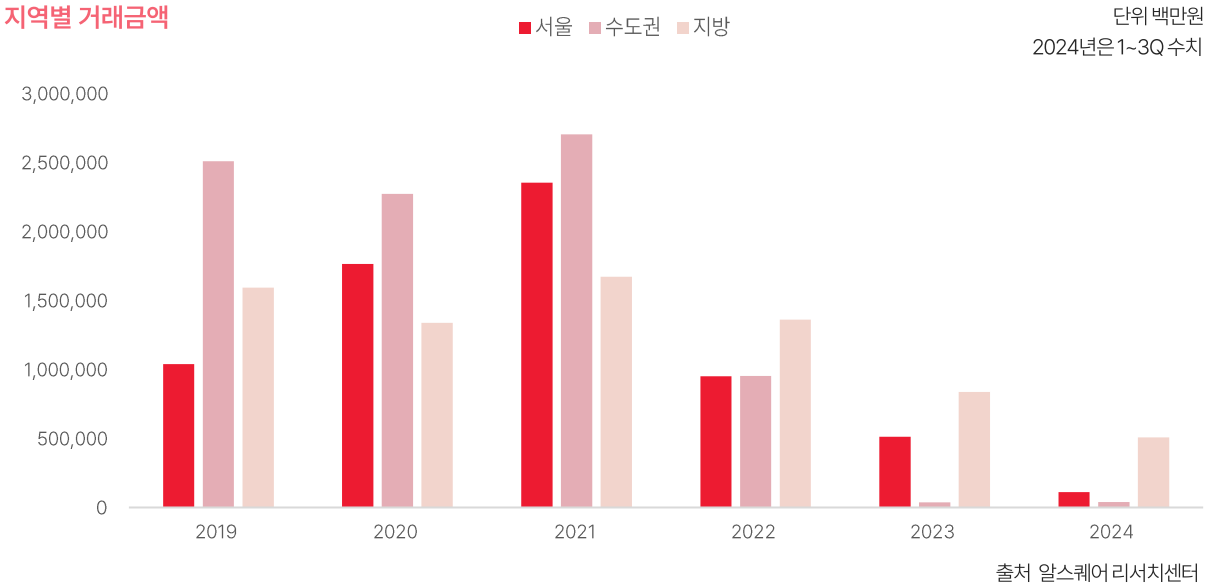
수도권에서 이끌었던 리테일 거래는 최근 들어 가파르게 줄었고, 지방을 중심으로 거래가 되고 있는 상황이다.

고금리와 온라인 유통업의 성장으로 **당분간 리테일 거래는 드물 것으로 보인다.**

리테일 유형별 거래금액



지역별 거래금액



## 리테일 수익률 및 거래 리스트

2023~2024년도는 거래가 주거 상품 개발을 위해  
자산을 매입하는 형태가 많았다. 특히 대형마트 중  
홈플러스가 주거 개발 목적으로 시장에서 활발하게 거래  
되었다.

최근에는 '광주 신세계 아트 앤 컬처파크'(가칭) 복합  
쇼핑몰 조성을 위해 광주 신세계에 유스퀘어가  
매각되었다. 오랜 시간동안 매수자를 구하지 못해 계속  
매각 작업 중인 자산이 여럿 있으며, 계속 새로운 매물이  
나오고 있어 기존 자산의 매각이 더욱 쉽지 않을 것으로  
보인다.

### 리테일 주요 거래 및 시장 매물 리스트 2023~2024(1~3Q) 주요 거래 리스트

지역	유형	자산명	거래 시기	거래 금액 (억원)	매도인	매수인	매입 목적
서울	대형마트	롯데마트 송파점	23.1Q	2,850	KT 투자운용	동훈	용도변경 예상
부산	대형마트	메가마트 남천점	23.2Q	6,070	부산도시가스	큐브광안PFV	주거 개발
대구	대형마트	홈플러스 내당점	23.3Q	630	홈플러스	혜우	용도변경 예상
광주	대형마트	홈플러스 광주계림점	23.4Q	472.9	홈플러스	정원주택개발	주거 개발
전남 순천	대형마트	홈플러스 순천풍덕점	24.1Q	400	홈플러스	퍼스트씨엔디	주상복합 개발 예상
광주	쇼핑몰	유스퀘어	24.3Q	4,700	금호고속	광주 신세계	밸류애드
서울	쇼핑몰	더샵 서울숲 쇼핑몰	24.3Q	1,121	포스코 E&C	GRE파트너스	오피스로 용도 변경
경기 부천	대형마트	홈플러스 부천소사점	24.3Q	415	홈플러스	퍼스트씨엔디	주상복합 개발 출처 알스퀘어리서치센터

### 시장 매물 리스트

지역	유형	자산명	매도인	펀드명
울산	대형마트	홈플러스 울산점	유경PSG자산운용	유경공모부동산투자신탁제3호
충남 천안	백화점	갤러리아 센터시티점	코람코자산신탁	코람코가치부동산투자신탁2의3호리츠
경기 수원	대형마트	롯데마트 영통점	롯데쇼핑	-
서울	쇼핑몰	두타몰(두산타워)	마스턴투자운용	마스턴전문투자형사모부동산투자신탁제98호 출처 알스퀘어리서치센터

# 리테일 공급 시장

## 리테일 유형별 공급 추이

올해 2024년 3분기는 작년 대비 대형마트 매장 감소세가 눈에 띈다. 주요 3사 전부 감소했고, 코스트코만 유일하게 매장 수가 증가하였다. 백화점도 계속해서 감소하고 있는데, 현대백화점 부산점을 커넥트 현대로 전환시키며, 쇼핑몰로의 변화를 꾀했다.

반면, 스타필드, 타임빌라스, 커넥트 현대가 연이어 개점하며 기존의 판매 목적 형태에서 고객의 체류시간을 늘리고 고객 경험을 강화할 수 있는 형태(쇼핑몰)로 변화하고 있음을 알 수 있다.

### 대형마트 공급 변화

단위동

시점	이마트 <sup>1)</sup>	롯데마트	홈플러스	코스트코	합계
23.3Q	154	111	131	18	414
24.3Q	153	110	127	19	408
증감	-1	-1	-4	1	-5
개점/폐점 매장	상봉점, 펜타포트점 폐점 수원화서점 개점	영통점 폐점	목동점, 서면점, 안양점, 서대전점 폐점	청라점 개점	

1) 트레이더스 포함

### 백화점 공급 변화

단위동

시점	롯데백화점	현대백화점	신세계백화점	NC백화점	합계
23.3Q	32	16	13	19	80
24.3Q	31	15	13	18	77
증감	-1	-1	0	-1	-3
개점/폐점 매장	마산점 폐점	부산점 폐점 <sup>1)</sup>		서면점 폐점	

1) 커넥트현대로 전환

### 아울렛, 쇼핑몰 공급 변화

단위동

시점	뉴코아, 2001 아울렛	스타필드	커넥트 현대	타임빌라스	합계
23.3Q	22	8	0	0	30
24.3Q	21	9	1	1	32
증감	-1	1	1	1	2
개점/폐점 매장	2001아울렛 구로점 폐점	수원점 개점	부산점 개점	수원점 개점	

출처 각사 홈페이지

## 리테일 유형별 공급 예정

그럼에도 불구하고, 앞으로 리테일의 공급은 매년 예정되어있다. 내년에 마곡 CP4 지하에 '이마트 트레이더스 마곡점'이 개점 예정 되어있으며, 2026년 제주도에 코스트코의 개점이 예정 되어있다.

백화점은 광주에서 더현대 광주 개점과 광주 신세계의 리뉴얼이 예정 되어있다. 쇼핑몰은 스타필드를 비롯하여 타임빌라스, 커넥트 현대 모두 서울부터 지방까지 공격적으로 개점을 앞두고 있다.

### 대형마트 개점 예정 목록

시기	지역	점포명	특징
2025	서울 강서	이마트 트레이더스 마곡점	원그로브(CP4) 지하2층에 개점 예정
2025	서울 강동	롯데마트 천호점	강동밀레니얼중흥S클래스 단지 내 개점 예정
2025	서울 강동	이마트 고덕비즈밸리점	이마트 서울 개점은 2020.07 신촌점 이후 처음
2025	인천	이마트 트레이더스 구월점	
2026	제주	코스트코 제주점	제주신화월드 H지구 상업시설 내 개점 예정

### 백화점 개점 예정 목록

시기	지역	점포명	특징
2027	광주	더현대광주	옛 전남방직, 일신방직 공장 자리에 개발
2028	광주	광주신세계 Art & Culture Park	신세계 광주점 확장 프로젝트로 유스퀘어와 기존 신세계 광주점을 통합, 확장하여 지역 랜드마크로 기획
2029	서울 강남	신세계백화점 수서역점	수서역 환승센터 복합 개발로 같이 개발되는 프로젝트

### 쇼핑몰 및 아울렛 개점 예정 목록

시기	지역	점포명	특징
2025	충북 청주	커넥트 현대 청주	커넥트 현대 2호점
2026	인천	타임빌라스 송도	호텔과 복합 개발 예정
2027	서울 구로구	스타필드 빌리지 디큐브점	디큐브시티 리모델링으로 기존 현대백화점 디큐브점에서 스타필드 빌리지 디큐브점으로 변경
2027	부산	현대프리미엄아울렛 부산점	에코델타시티 내 개점 예정
2027	인천	스타필드 청라	청라 돔 야구장과 함께 개점 예정
2027	경남 창원	스타필드 창원	비수동권 최초의 스타필드
2028	전북 전주	타임빌라스 전주	전주종합경기장 복합 개발 내 개점
2028	서울 노원	아이파크몰 서울원	서울 동북권 최대 규모의 복합 문화시설 개점 예정

# 리테일 트렌드

# 대형마트의 식료품 강화

온라인 쇼핑이 계속 성장하며, 대형마트를 비롯한 오프라인 리테일은 매출 증가와 집객력 강화를 위해 각자의 돌파구를 마련했다. 그 중 대형마트는 필수재인 식료품 판매를 강화하는 방향으로 전략을 세워서 상황을 해결해 나가고 있다.

이마트는 죽전점을 올해 '스타필드 마켓 죽전'으로 리뉴얼하며, 공산품을 줄이고 신선식품 및 델리 상품을 매장 전면부에 배치했다. 더불어 이마트 역대 최장 길이인 33m에 달하는 축산 매대를 설치하고, 참치 정육점 매장을 따로 세우며 식품 경쟁력을 강화했다.

홈플러스는 기존 매장을 식료품 전문 브랜드인 '메가푸드마켓'으로 전환하고 있는데, 2022년 2월 간석점에 첫 선보인 이후 2024년 11월 전주효자점 개점까지 현재 33곳까지 확장하며 식료품을 강화하고 있다.

<스타필드마켓 죽전점>



8.29(오픈일)~9.29 전년동기대비

고객수

47% ▲

매출

46% ▲

<홈플러스메가푸드마켓 김해점>



출처 각사 홈페이지

# 체험형 복합 쇼핑몰의 확장

팬데믹 이후부터 **고객의 체류시간을 늘리려는 체험형 복합 쇼핑몰의 발달**이 시작되어, 현재 신세계, 롯데, 현대 등 주요 유통 업체를 필두로 전국적으로 확장되고 있다.

올해 1월에 오픈한 스타필드 수원점은 첫 '스타필드 2.0' 모델로 체험형 공간을 강화하고, 시원한 개방감을 조성하여 소비자 친화적인 매장으로 만들었다.

SNS에서 핫한 '별마당 도서관', 실내 어트랙션을 경험할 수 있는 '스몹', 성수동 LP 카페 '바이닐 성수'를 입점시키는 등 집객력의 강화를 위해 여러 체험형 콘텐츠를 쇼핑몰 안에 넣었다.

처음부터 반려동물과 쇼핑을 할 수 있도록 구성했다. 반려동물 프리미엄 복합 공간 '코코 스퀘어'를 입점시키고 애완견 놀이터 '펫파크'를 8층에 만들어, 쇼핑몰을 '펫 프렌들리'하게 조성했다.

이러한 노력으로 오픈 전부터 SNS에서 인기몰이를 하며, 오픈 3일만에 누적 방문객 33만명을 기록했다. 첫 성공에 안주하지 않고 팝업 스토어 운영, 새로운 MD 구성 등 꾸준히 고객을 유입할 동력을 창출하고 있다.

<별마당 도서관>



출처 신세계

<코코 스퀘어>



출처 프라퍼티

# 옴니채널 활용, 월마트

월마트는 2023년에 6110억 달러(약 830조 원)의 매출을 기록, 작년 미국 상장 기업 중 최대 매출을 올린 기업이 됐다. 이뿐 아니라 2024년 3분기에는 전년 동기대비 27%의 가파른 매출 성장률을 보였다.

전 세계적으로 온라인 쇼핑이 발달하는 가운데 월마트는 온라인과 오프라인 매장을 통합해서 판매하는 **옴니채널 전략**을 활용했다.

오프라인 매장을 일종의 물류센터로 활용한다. '커브사이드 픽업'이라는 서비스는 고객이 온라인에서 주문하면, 월마트 매장에서 받는 서비스로 매장 주차장이나 픽업 존에 주차하면 직원이 제품을 차 트렁크까지 실어준다.

또한 드론을 활용해서 30분 이내에 앱에서 주문한 제품을 배송 받을 수 있도록 하였다. 현재 10개의 배송 옵션을 제공하여 매장에서 집까지 빠르게 제품을 받아볼 수 있도록 매장과 온라인의 연계를 잘 활용했다.

<커브사이드 픽업>



<드론 배송>

출처 월마트



# 앞으로

# TO BE

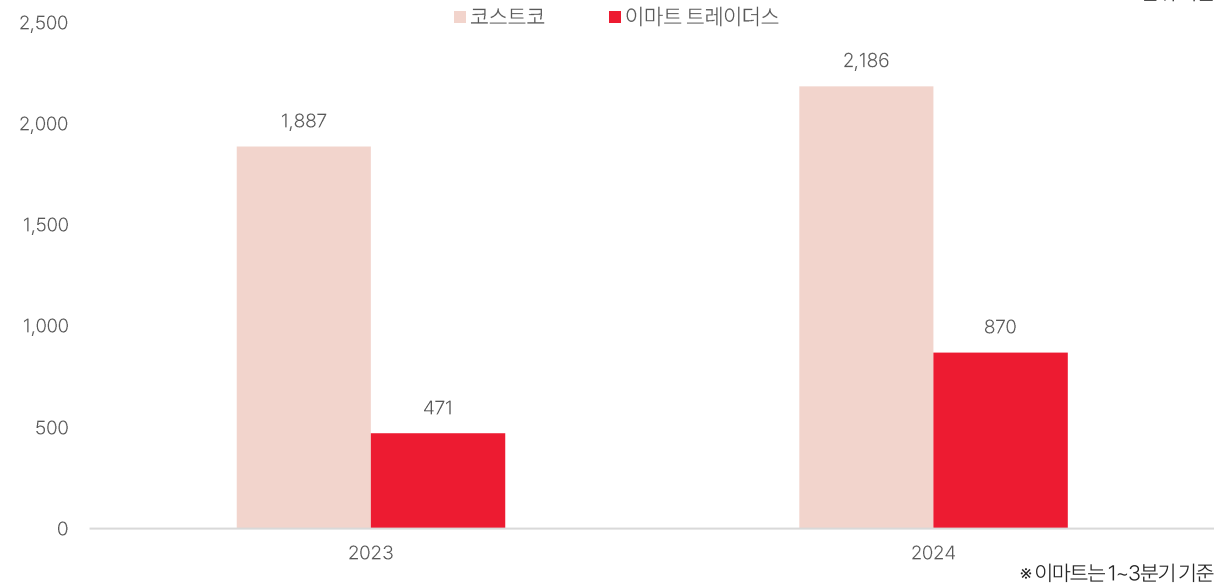
현재의 리테일 시장은 오프라인 매출 상승률의 둔화부터 거래, 공급시장 전부 어려운 상황이다. 근본적인 원인은 고금리, 고물가 시대에서 소비가 둔화되고, 오프라인 쇼핑에서 간편한 온라인 쇼핑으로 소비자들이 이동하고 있기 때문이다.

이런 어려운 상황에도 불구하고, 코스트코, 이마트 트레이더스 같은 창고형 할인점은 '저가, 대용량'을 무기로 고물가 시기에도 매출과 영업이익을 높이고 있으며, 매장의 신규 출점을 추진하고 있다.

코스트코의 영업이익이 전년 대비 올해 15.8% 상승했으며, 이마트 트레이더스는 2024년 1~3분기에 전년 동기대비 84.7% 상승하였다. 불황일수록 '가성비' 제품이 인기는 올라가기에 창고형 할인점의 인기는 지속 될 것이라고 보인다.

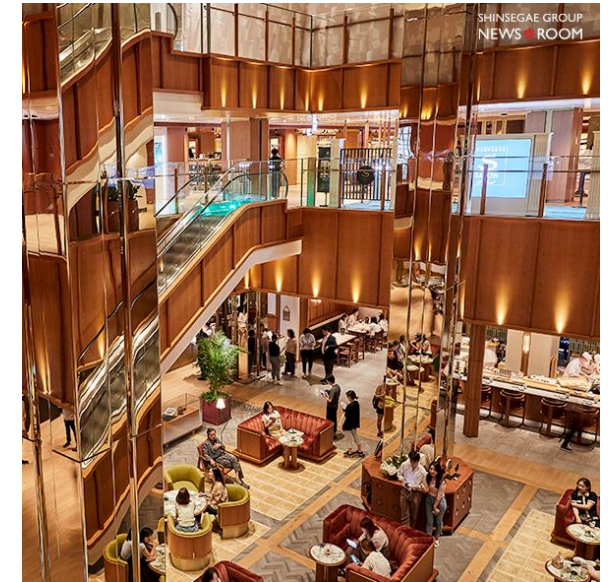
또한 올해 디저트 전문관 '스위트 파크', 새로운 플랫폼 '하우스 오브 신세계'를 공개하며 11월에 매출 3조 원을 조기 달성한 '신세계백화점 강남점'처럼, 소비자들이 방문해야 할 소구점을 제시하는 것이 지금의 상황을 타개할 방안이라고 생각한다.

<창고형 할인점 영업이익 추이>



<하우스 오브 신세계>

출처: 신세계백화점



## Contact

## 리서치 센터

**최규정** 선임 저자

Associate Manager  
Research Center  
kyu.choi@rsquare.co.kr

## 알스퀘어

서울 강남구 테헤란로 311 아남타워

부동산 서비스 및 기타 문의  
info@rsquare.co.kr  
**임차문의**  
sales@rsquare.co.kr  
**인테리어문의**  
rd\_info@rsquare.co.kr  
**A/S문의**  
rd\_as@rsquare.co.kr

**1551-5678**

본 보고서에 대한 지적재산권은 알스퀘어의 소유이며 사전허가 없이  
영업적 목적으로 2차적 저작물 작성, 무단복제 및 배포 시 법적 제재를 받을 수 있습니다.