

SKT, ‘압구정ᆞ청담 뜬다’ 코로나 전후 상권 대분석

**- 빅데이터 분석 솔루션 ‘지오비전’ 통해 2019년부터 3년간 대한민국 상권의 변화 확인**

**- 소비 고급화 트렌드로 압구정****ᆞ청담 상권 순위 상승… 관광객 위주 명동 큰 폭 하락**

**- 코로나19에도 업소 수 증가… 재택시간 및 비대면 업무ᆞ수업 증가로 펫샵ᆞ커피전문점 늘어**

|  |
| --- |
| **엠바고 : 배포 즉시 사용 가능합니다.** |

**※ 보도자료에 인용된 상세 데이터와 업종ᆞ순위별 인포그래픽은 SK텔레콤 뉴스룸(news.sktelecom.com)에서 확인 가능합니다.**

**[대한민국 100대 상권 ①] 압구정역이 강남역 누르고 상권 1위… 삼성역 · 명동 주춤**

<https://news.sktelecom.com/173585>

**[대한민국 100대 상권 ②] “사회적 거리두기에도 신장개업은 늘었다”**

<https://news.sktelecom.com/173572>

**[2021. 12. 23]**

‘압구정, 청담 상권이 뜨고 명동이 진다’는 분석이 나왔다.

SK텔레콤(대표이사 사장 유영상, [www.sktelecom.com](http://www.sktelecom.com))은 자사의 빅데이터 분석 솔루션 ‘지오비전(Geovision)’을 통해 상권 별 업소 수ᆞ카드 매출ᆞ유동인구 등을 종합적으로 분석한 ‘2021년 대한민국 100대 상권’을 SK텔레콤 뉴스룸(news.sktelecom.com)에 23일 공개했다.

SKT는 전국에 활성화된 상권 중 올해 월 평균 매출이 상위인 100곳을 선정, 해당 상권의 코로나 전후(2019년~2021년)기간의 업소 수ᆞ카드 매출ᆞ유동인구 등을 ‘지오비전’으로 분석해 이 같은 결과를 얻었다고 밝혔다.

**■ 압구정역 상권이 2021년 대한민국 월 평균 매출 1위… 소비 고급화 트렌드 영향**

‘2021년 대한민국 100대 상권’ 중 가장 많은 월 평균 매출을 기록한 상권은 압구정역이었다. 압구정역 상권이 매출 1위를 기록한 것은 SKT가 2012년 상권 분석을 시작한 이래 최초다.

압구정역 상권은 2021년 하루 평균 136억 원의 매출을 기록했다. 일 평균 유동인구는 23만명으로 전국 31위 수준이지만, 유동인구당 매출 기준으로는 약 59,000원으로 국내에서 가장 높았다.

SKT는 명품 매장ᆞ고급 레스토랑ᆞ병원이 많은 압구정역 상권이 코로나로 내수 소비가 고급화되는 현상의 수혜 지역이 됐다고 분석했다.

2019년 120위권에서 올해 59위로 코로나19 이후 가장 많은 순위가 오른 청담역 부근 상권도 압구정역과 같은 내수 소비 고급화의 수혜지역으로 분석됐다.

청담역 부근 상권은 일 3만3000명으로 일 유동인구가 100대 상권 중 가장 적지만, 명품 매장과 고급 스튜디오 및 병원이 많아 유동인구당 매출이 약 3만 3천원의 높은 수준으로 나타났다.

매해 조사마다 대한민국 1위 상권이었던 강남역 남부는 2019년 월 매출 3,654억원, 2020년 3,817억원에서 올해 3,586억원으로 여전히 한국에서 가장 큰 상권이지만 성장은 주춤한 모습을 보였다.

100대 상권 중 코로나 전후 순위 하락이 가장 큰 상권은 건대입구역 상권(2019년 63위 → 2021년 97위)과 명동역 상권(2019년 58위 → 2021년 91위)으로 나타났다.

특히, 명동은 해외관광객 방문이 많았던 지역으로 코로나로 여행이 제한되며 타격을 입은 것으로 분석됐다. 명동의 2019년 내국인 일 유동인구 18만명이었지만, 현재는 13만8000명으로 2년새 약 25%가 감소했다. 같은 시기 외국인 방문도 일 3,000명에서 150여명으로 급감했다

**■ 코로나19 이전보다 업소 수 증가… 애견/애완동물샵과 커피전문점이 가장 많이 늘어**

SKT는 지오비전을 통해 2019년에서 2021년까지 3년동안 한달 1회 이상 카드 매출이 발생하는 업소 수를 추출, 코로나 전후의 업종 트렌드를 분석했다.

먼저, 2021년 10월 기준 전국 약 192만 개의 업소ᆞ매장이 영업 중으로, 코로나19 유행 전인 2019년 10월 약 179만 개에서 7.3% 증가했다는 것이 확인됐다.

또한, 2019년 10월과 2021년 10월의 업종별 업소 수 비교를 통해 코로나 전후 영향 등을 간접 분석한 결과 애견/애완동물샵이 2019년 8,500개 대비 현재 11,500개로 2년간 34% 늘어나면서 가장 증가율이 높은 업종으로 나타났다.

커피전문점(다방ᆞ커피숍ᆞ카페)는 같은 기간 83,500개에서 10만5,000개로 26.3% 증가하며 증가율 2위를 차지했다.

SKT는 코로나19로 집에 머무르는 시간이 증가함에 따라 애완동물에 대한 수요가 급증해 애견/애완동물샵이 창업으로 연결되었으며, 커피전문점 또한 원격 근무 및 수업의 영향으로 2년간 창업이 가속화됐다고 분석했다.

또, 코로나19로 집에 머무르는 시간이 길어지며 개인/가정용품수리(배관, 전자제품 등), 세탁/가사서비스에 대한 업소 수도 2019년 대비 22~23% 증가했다고 전했다.

장홍성 SKT 광고/데이터CO 담당은 "코로나19 전후의 대한민국 상권의 변화를 빅데이터 분석으로 확인할 수 있었다”며, “이번 상권 분석이 경제ᆞ사회 현상 분석과 정책 수립 등 대한민국 발전에 활용되길 기대한다”고 밝혔다.

**▶ 관련 문의: SKT PR실 혁신PR팀 정 욱 매니저(02-6100-3881)**

**<끝>**