

목동역의 일일 평균 이용인구수는 3만8,000여명. 이 지역은 총 14개 아파트 단지에 10여만명이 거주하고 있으며 전반적인 생활수준이 높고 전체 아파트 40% 이상이 중대형 규모이다. 지난해말 지하철 5호선이 개통됨에 따라 163필지 12만 2,000여평에 달하는 목동 상업지역은 서부지역 중심지로 부상하고 있다.



□ 글/ 미주하우징(주) 상권분석팀장 임혜경 (☎02-4567-119)  
□ 진행·사진/ 강영주

# 지하철 5호선이 통과하는 인구 60만의 서부지역 중심지 목동역세권

### 목동역 현황

- 지난해 12월 개통, 현재 5호선 구간 운행중.
- 현재 1일 평균 이용인구 : 3만 5,000명~3만 8,000명

목동 지역의 상업 및 주거의 중심축을 이루고 있는 목동 역세권은 행정구역상 양천구 목1동과 신정4, 5동 경계지점인 목동 오거리를 중심으로 형성돼 있다.

지역을 구성하고 있는 대부분이 아파트단지인 이곳은 등촌로와 오목로의 교차지점이며, 등촌로를 축으로하여 동쪽은 아파트단지, 서쪽은 상업시설과 업무시설, 그리고 단독 및 다세대로 이뤄진 주거지를 형성하고 있다.

### 위치 및 지역 특성

지난 87년 도시설계구역으로 지정된 후 목동지역 아파트단지는 총 14개 단지에 10여만명이 거주하고 있으며 주변의 신월동, 신정동 상주인구를 포함해서 50여만명에 이르는 주거인구가 상존한다. 전반적인 생활수준이 높고 전체 아파트의 40% 이상이 국민주택 규모 이상의 중대형 아파트로 구성돼 있다.

지난 연말 지하철 5호선이 개통됨에 따라 30% 이상, 많게는 두배가까이 시세가 오를 만큼 수요자들과 투자자들에게 인기가 있는 지역이다. 이러한 주거지의 특성에 비례해 상업 및 업무시설이 미비함을 보였으나 163필지 12만2,000여평에 달하는 목동 상업지역에 대기업들의 매입이 가속화되면서 서울 서부지역의 중심지로 부상하고 있다.

목동 역세권의 중심을 이루고 있는 목동오거리 인근 지역은 최근들어 대규모 개발이 이루어지고 있는 업무시설 중심지와는 다소 거리감이 느껴지지만, 이 지역이 탄탄한 배후세력을 중심으로한 황금상권이라는 것은 의심할 여지가 없다. 오히려 기존 상권이 새로이 조성되고 있는 업무시설 중심지를 배후에서 받쳐주어 기존에 주거 중심지로서의 이미지를 없앴고 동시에 상업·업무 및 행정 시설이 밀집된 서울시 부도심권으로써

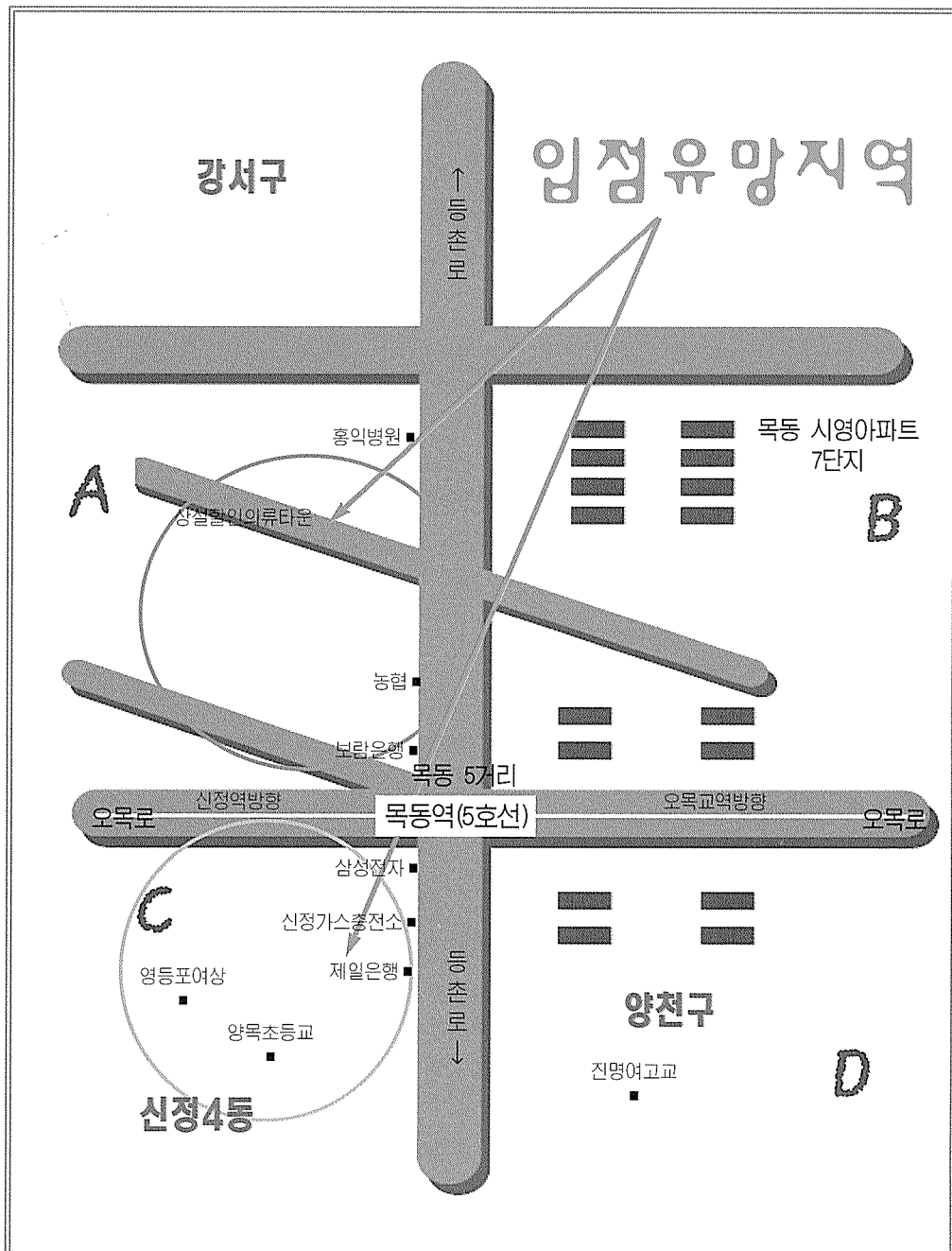
역할을 담당게 될 전망이다.

### 상권 현황

#### A지역

근린생활시설 및 먹거리 시설 절대 부족

목동오거리 북서측 간선도로는 국내외 유명브랜드들의 상설매장이 밀집한 거리로서 유명한 곳인데, 외국 브랜드를 수입하는 의류업체들이 유명백화점에 먼저 입점하여 브랜드를 알린 후 상설매장을 설치하는 것과는 반대로 이 지역에다 먼저 매장을 신설한 후 소비자의 반응도에 따라 향후 전략을 정할 정도로



## 상권 시세

(단위:만원)

구분	임대가	매매가	시세특징	비고	
A	주택	4,000~6,500	700~900	상가건물은 수요는 많으나 공급물량이 부족, 높은 임대가에도 불구하고 1층의 경우 물건이 없다. 권리금은 작년말에 비해 소폭내림세지만 임대료 등은 오히려 오름추세. 상가나 룩이 좋은 곳의 단독주택은 매물로 나와있지 않다.	20평형 기준
	상가	500~800	3,500~5,000		권리금 1억 8,000~2억 5,000 30평형 기준
B/D	아파트	7단지: 1억4,500~1억 5,000	7단지: 3억3,000~3억 5,000	아파트의 경우 전반적으로 하락세, 전세가가 매매가보다 조금 더 하락세를 보이나 B지역 7단지의 경우 동일 평형의 시세가 타 단지에 비해 8,000~1억까지 차이를 보이고 있으나 매물은 찾을 수가 없다. 오피스텔에 비해 하락폭은 낮은 편이며 실제 거래도 주춤한 상태.	35평형 기준
		8단지 1억~1억2,000	8단지 2억5,000~2억 6,000		
C	주택	3,500~5,500	700~900	A지역보다는 상권의 형성도나 활성화 정도가 조금은 떨어지지만 근린 생활시설 위주의 상권이 형성되어 있어 매물을 찾는 것은 그다지 어렵지 않다. 매매용 매물을 찾을 수 없는 것은 이 지역도 마찬가지. 시세는 A지역에 비해 낮은 편. 주택 전세 및 매매용 매물을 구하기도 그리 어렵지 않다.	20평형 기준
	상가	500~700 (1,200)	3,000~4,500		권리금 1억 8,000~2억 30평형 기준

### \*주지사향

1. 주택 매매가 및 상가 임대, 매매가는 평당가임.
2. 상가 임대가 중 괄호안의 시세는 최고가임.
3. 오거리 동측의 시영 7단지는 목동지역내에서 최고의 시세를 형성하고 있는 단지.

소비자들과 업계 관계자들에게 인지도가 높은 지역이다.

밤낮 구분없이 양질의 제품을 보다 저렴한 가격에 구입하려는 소비자들의 발길이 끊이지 않는 곳이며, 특히 브랜드 제품을 선호하는 청소년들과 젊은 주부들이 구매 중심세력을 이룬다.

유명 패스트푸드점들이 몹 좋은 자리에 입점해 있고 대형 의료시설도 역세권내에 위치해 있어 주거지역으로서의 최상의 조건을 갖춘셈. 다만 근린생활시설이 다소 부족한 것과 10~20대 초반 젊은이들의 왕래가 빈번함에도 불구하고 이들을 대상으로 하는 먹거리 시설이 절대 부족하다.

### B·D지역

목동지역내 최고의 시세를 형성하는 주거단지

시영아파트 7단지(거주인구: 1만200여명)가 위치한 곳은 목동지역내에서 최고의 시세를 형성하고 있는 지역. 그만큼 거주민들의 생활수준이 높고 아파트 규모도 국민주택 이상의 중대형이 주를 이룬다. 주요 상업시설은 단지내 상가가 전부이나 대부분의 생활품은 A·C지역에 형성된 상업시설에서도 구입이 가능하며 영등포 지역과의 거리가 10분 이내이기 때문에 필요한 물품 구매시 불편함은 거의 없다.

### C지역

학교 주변 상권

상업시설은 등촌로변과 목동오거리에서 5호선 신정역으로 향하는 간선도로변에 밀집돼 있다. 주거지역은 단독주택과 다세대주택으로 구성돼 있으며 대형평수의 단독 주택들도 눈에 띄는 전형적인 주거지역이다.

상업시설의 대부분이 근린 생활시설 중심으로 이루어져 있는데 등촌로변으로는 제1,2 금융권이 포진하고 있다. 이는 등촌로와 신월로가 만나는 지점까지 이어진다. 영등포역상과 양목초등학교가 구역의 중심에 위치하고 있어 이들 학교주변으로도 학원문방구, 서점, 팬시점, 분식점 등의 소규모 상권이 형성돼 있다.

### 상권 전망

현재 서울시 전체를 대상으로 볼 때는 상가가 과잉 공급된 형국을 보이고 있다. 그러나 이는 목동지역에는 해당되지 않는다. 이곳에는 입점을 하고 싶어도 할 수 있는 자리가 없다.

이 지역은 현재로서도 이미 황금상권이라 칭하며 앞으로도 크게 달라지지 않을 것으로 보인다. 지역 동쪽에 커다란 S자 모양으로 상업지가 형성되고 있고 이들 상업지에 대기업 사옥과 여러 방송사들, 그리고 백화점이 들어설 예정에 있지만 목동 역세권에 형성돼 있는 상권에는 거의 영향을 미치지 않을 것으로 보인다.

어느 지역이건 간에 인구가 밀집되어 있거나 유동인구가 많은 지역이면 기본적으로 상업시설은 형성돼 있기 마련. 그러나 이곳처럼 뚜렷한 색깔을 가지기란 쉽지 않다. 일반 성인들 사이에서 '목동'이라하면 아파트 밀집지역이라는 이미지를 가지고 있듯이 젊은층들 사이에서 '목동·신정동'이라는 이름은 유명브랜드를 싸게 살 수 있는 곳이라는 이미지가 강하다.

이러한 현상은 앞으로 더욱 뚜렷해질 것으로 보이며 구역 전체로 확산될 전망이다. 한편 그동안 간선도로변으로만 입점해 있던 이들 브랜드 매장들이 이면도로 상가건물로 입점하는 양상을 보이고 있으며 점포를 구하기가 어려운 관계로 입점하려는 대부분의 업체들이 임대가에 구애받기 보다는 몹 좋은 자리에 웃돈을 얹어주고라도 입점하려고 해 임대가를 부추기는 요인이 되고 있다. 한 예로 A지역 이면도로가 맞물리는 코너에 단독주택을 가지고 있던 김모씨는 지난해 말 공사를 시작해서 한달전 준공을 마치고 내부 마무리 공사중인 지하1층, 지하4층의 상가건물을 재건축했는데 바로 옆에 위치한 기존 상가 임대가에 비하여 평당 100~200만원의 높은 금액으로 임대하였음에도 불구하고 공사가 채 마무리 되기도 전에 임대료가 되는 등 높은 임대 수익을 올렸다.



(좌) A지역- 10~20대 젊은층의 왕래가 잦은 지역으로 먹거리 시설이 부족.  
 (우) A지역- 목동오거리 북서측 간선도로변 유명브랜드 상설매장이 밀집돼있다.  
 (아래) C지역-단독주택 및 다세대주택 및 밀집지역으로 금융권이 포진해 있으며 학교 주변 상권이다.

이 지역은 두가지로 투자 방향을 설정할 수 있다. 첫째는 지역의 특성에 맞도록 유명브랜드 입점을 목표로 하는 것이고, 둘째는 지역내 먹거리와 휴식 공간이 부족함을 염두에 둔 개발이다. 앞서 언급한 예는 이 두가지를 모두다 만족하는 전략으로 성공을 거둔 케이스임을 기억해 두자.


### 주거인구 수준과 성향 파악

이 지역을 왕래하는 유동인구의 계층은 매우 다양하다. 기본적으로 주변에 대단위 아파트단지가 있는 관계로 30~40대 주부를 비롯한 다양한 연령층이 존재한다. 또한 젊은층의 유입률이 얼마 전부터 가파른 상승세를 보이고 있기 때문에 이들을 대상으로 다양한 업종들이 존재한다. 입지적 여건상 가까운 곳에 재래시장이 들어서 있지 않기 때문에 비교적 아파트단지내 상가가 잘 발달되어 있다.

목동오거리의 경우 B·D지역이 아파트단지로 구성되어 있고 A·C지역은 일반주택가이다. 근린생활업종이 주로 자리하고 있는 상가숫자도 점차적으로 늘어나고 있는 형국이기 때문에 대로변, 특히 은행주변이나 대로변에서 이변도로 입구는 노른자위 자

리이다. 이러한 곳은 일단 점포 앞을 지나는 유동인구가 많기 때문에 선택의 폭이 넓다.

제과점 개업시 투자포인트는 외관 및 내장 인테리어를 비롯한 제품에 있다. 목동 역세권 지역은 거주민의 생활수준이 중상위층이기 때문에 이에 걸맞는 전략이 필요할 것이다.

단순히 구색맞추기 보다는 양질의 재료를 사용해 개성있고 질 좋은 제품 구성을 갖추도록 하자. 또한 생활수준은 곧 문화수준으로 이어지는 게 자본주의 특징이다. 따라서 점포 외관이나 내장을 꾸밀 때도 이러한 점을 염두에 두고 제과점 이미지를 부각시켜야 할 것이다. 이처럼 구매자층의 생활수준이 높다는 것은 잘만 활용하면 매우 유리하게 작용할 때가 많다. 

## 잠깐!! 투자상식

“유동인구와 매출은 비례한다”

상점을 평가하는 기본적인 기준은 상점을 중심으로 얼마나 많은 사람들이 오가느냐에 달려 있다. 이는 물에 고기가 많아야 쉽게 낚을 수 있다는 낚시의 원리와 같다. 이른바 '시내' 라는

말 속에는 유동인구가 많고 따라서 고객이 많다는 말과도 통한다. 이런 곳은 아무리 무심코 지나간다고 하지만 순간순간에 진열된 옷이나 코끝을 건드리는 맛있는 냄새는 그냥 지나치기란 쉽지 않다. 따라서 모든 상점이 사람들이 많이 다니는 곳에 발달되는 것은 너무나 당연하다.