부동산 트렌드

heerim
Architects & Planners

R2Korea, Inc.
www.R2Korea.co.kr

GALLUP KOREA

「 2022 부동산 트렌드 」

〈 참여연구진 〉

㈜희림종합건축사사무소	박규용 사장
	오성원 전무이사
	이승왕 상무이사
알투코리아부동산투자자문㈜	이 현 대표이사
	김혜현 이사
	배정현 차장
	강영식 사원
한국갤럽조사연구소	홍성기 이사
	김경훈 차장
	전민형 선임연구원

들어가며

2020년 말, 코로나 19 감염증의 제3차 대유행에 대한 우려 속에서도 포스트 코로나 시대의 새로운 규범 속에서 살아가는 방식에 대하여 이야기하고 있었다. 그러나 2021년 한 해 동안 높은 백신 접종률에도 불구하고 코로나 19 감염병의 종식에 대한 기대와 달리 새로운 변종의 출현으로 일상 회복은 다시 미루어지고 있다. 한편, 2021년 한해 유례없던 아파트 가격 상승은 코로나 19만큼이나 우리의 미래를 불안하게 하였다. 나의 안전을 위한 공간은 이제 위생이나 감염병으로부터의 안전 같은 단순히 건강상의 안전뿐만 아니라 나의 경제 안전을 포함하게 되었다.

코로나 19와 기술 발전이 가져다 준 생활 방식과 일하는 방식의 변화, 그리고 경제회복을 위한 경제 정책 등이 2022년에도 부동산 산업에 영향을 미치게 될 것으로 보인다. 사회적 거리두기와 사적모임제한은 디지털 전환을 통한 비대면 생활과 메타버스 같은 가상 세계와의 공존이라는 새로운 규범을 만들어 내고 있다. 한편, 바이러스로부터의 공포와 아직은 요원한 일상 회복에 대한 희망은 사소한 일상에 대한 의미와 인류 미래에 대한 우려 등 가치 중시 경향으로 이어지고 있다. 우리 도시와 부동산 산업이 친환경스마트시티의 구현과 같이 과학기술의 발전을 통하여 변화에 대응하고 있는 한편, 소비자 설문조사에서 여행, 산책/걷기, 근교 나들이와 같은 코로나 이전에는 당연시 여겼던 일들을 희망하고 있는 것을 보아도 일상의 가치를 중시하는 소비트렌드 변화의 한 단면을 알 수 있다.

2021년 한 해 동안 아파트 가격의 상승에 따른 심리적 불안감이 연립·다세대 등 비아파트 수요 증가와 같이 주거 형태와 주거지 선택의 기준을 다양하게 만드는 역할을 한 것으로 나타났다. 특히. 밀레니엄세대로 대변되는 30대들이 부동산 시장의 주요 수요층으로 대두되면서 이러한 현상은 더욱 두드러졌다. 분야별 전문가 좌담회에서는 주택가격 상승을 2022년 부동산 트렌드 전망의 주요 원인이며 동시에 변화의 결과라는 점에서 중요한 의미를 지닌다고 분석하였다. 주택가격 상승의 원인은 다양하지만, 주택가격 상승이 초래하는 변화에 따라 주거 형태의 다양성과 주거 질의 양극화 등은 전통적인 아파트를 대체할 수 있는 기능을 가진 상품을 요구하고 있다.

MZ세대로 대표되는 세대간 다양성을 아파트라는 제한된 형태에 담을 수 있는 “비움의 공간”이 2022년 부동산 트렌드를 형성할 주요 키워드가 될 전망이다. “나의 안전을 위한 공간”을 기술적으로 구현하는 것이 2021년 부동산 개발 산업 트렌드의 한 축이었다면, 2022년에는 더욱 진화하는 기술적 진화와 함께 세대 간·세대 내의 세분화된 니즈를 최대한 만족시킬 수 있는 비움이 있는 공간을 제공함으로써 아파트라는 제한된 주거 형태의 제약을 극복하려는 시도와, 대도시권 집중과 지역격차 같은 양극화 심화의 해소라는 과제를 떠안게 될 것으로 보인다.

주거의 질적 측면이 강조됨에 따라 나만의 개성을 표현할 수 있는 비어 있는 공간에 대한 요구는 세대 구분을 넘어 확대될 것으로 보인다. 반면, 고품질의 아파트를 소유할 수 있는 수요층과 고시원 등 대체주거상품을 소비할 수밖에 없는 소득 수준에 따른 양극화도 지속될 것으로 보여, 수도권 집중화 현상과 함께 2022년 우리나라 부동산 정책이 풀어야 할 과제가 될 전망이다.

2022년 부동산 트렌드 연구에서는 부동산 산업에 영향을 미치는 주요 요소로써 기술의 발전, 주거 소비의 다양화, 가치 중심 등을 전망하였다. 개성을 중시하는 MZ세대의 특성을 반영한 “균열의 MZ”, 그리고 M세대도 있고 Z세대도 있지만 MZ세대는 없다고 항변하는 다양한 니즈와 경제적 안정까지 담보한다고 믿는 아파트에 담아야 하는 “제한적 다양성”, 그리고 이러한 소비자의 니즈를 반영할 수 있도록 공간을 비우는 “비움 HOME”을 3대 핵심 키워드로 선정하였다. 3개 키워드와 포스트 코로나에 대한 대비, 디지털 전환이 앞당기고 있는 산업의 발전 등을 고려하여 다음과 같이 8대 트렌드를 선정하였다.

Trend 01. 한계 MZ	Trend 05. 희망과 현실 사이 10평형
Trend 02. 컴온 도시	Trend 06. 플래닛 홈 (Plate and eat at home)
Trend 03. 무아지경	Trend 07. 임팩트 인테리어 (Impact Interior)
Trend 04. 오피스텔, 니치에서 매스로	Trend 08. ESG, 진전과 반전

여전히 희망을 이야기하고 있지만, 새로운 규범에 적응하기 위해서는 결코 포기할 수 없는 아파트라는 제한된 주거 형태 속에서도 다양한 니즈를 반영할 수 있는 비움의 공간이 2022년 부동산 산업의 새로운 규범을 제시할 것으로 전망된다.

목차

Chapter 01 국내외 사회환경 트렌드

제1절. 국내외 트렌드 분석 ····· 1
1.1 Frost & Sullivan ····· 4
1.2 McKinsey ····· 5
1.3 한국 Deloitte ····· 6
1.4 서울대학교 소비트렌드 분석센터 ····· 7
1.5 경제협력개발기구(OECD) ····· 8
1.6 삼정KPMG 경제연구원 ····· 9

Chapter 02 부동산 시장 환경 분석

제1절. 국내 부동산 시장 환경 분석 ····· 11
1.1 제반여건 분석 ····· 14
1.2 부동산 시장 환경 분석 ····· 20

제2절. 국내 2021 부동산 주요 정책 ····· 25
2.1 2021 시행 정책 ····· 26
2.2 2021 주요 부동산 정책 ····· 27

제3절. 국내외 부동산 시장 전망 ····· 38
3.1 해외 부동산 시장 전망 ····· 41
3.2 국내 부동산 시장 전망 ····· 42

Chapter 03 전문가 좌담회

제1절. 전문가 좌담회 개요 ····· 43

제2절. 전문가 좌담회 주요 내용 ····· 45

2.1 거시경제분야 ····· 45
2.2 주거상품분야 ····· 48
2.3 건설개발분야 ····· 50
2.4 종합 ····· 53

Chapter 04 일반인 설문조사

제1절. 설문조사 개요 ····· 55

제2절. 설문조사 주요 내용 ····· 57

2.1 주거 이동 계획 ····· 57
2.2 주거 관련 라이프스타일 ····· 60
2.3 코로나 19로 인한 근무행태 변화 ····· 70
2.4 주거 시설 트렌드 인식 ····· 72
2.5 종합 ····· 79

Chapter 05 2022 부동산 트렌드

제1절. 2022 부동산 트렌드 핵심 요소 ····· 81

제2절. 2022 부동산 트렌드 ····· 84

제3절. 종합 ····· 104

CHAPTER

01

국내외 사회환경 트렌드

제1절. 국내외 트렌드 분석

국내외 트렌드 분석

코로나 19가 장기화되고 있다. 백신접종과 함께 조심스럽게 위드 코로나를 준비하던 세계 각 국은 델타, 오미크론 등으로 변이를 거듭하고 있는 바이러스로 인해 방역 강화와 완화를 반복하며 지루한 싸움을 이어가고 있다. 한편으로는 코로나 19로 인해 발생한 제반 문제들을 해결하고, 코로나 19로 인해 가속화된 미래사회에서의 국가경쟁력을 확보하기 위하여 포스트 코로나를 준비하고 있다. 사람들 역시 코로나 19를 계기로 일상생활의 소중함과 사회적 가치의 중요성을 인식하면서 생활과 소비에서 변화를 보이고 있다.

2022 국내외 트렌드 분석결과, 과학기술 발전과 가치 중시 경향, 경제정책 변화에 대한 트렌드가 두드러졌다. 특히 과학기술의 발전은 미래 사회 예측을 위한 트렌드 전망에서 빠질 수 없는 주제이다. 새로운 기술 자체도 중요하지만, 첨단기술이 인간의 생활과 사회에 미치는 영향이 크기 때문에 2022 부동산 트렌드에서도 무게감 있게 다루어졌다. 또한 코로나 19로 인해 촉발된 가치 중시 경향도 주목할 부분이다. 바이러스로 인한 공포는 지금까지 우리가 놓치고 있던 전 인류적 당면과제와 사회적 가치를 되돌아보고, 기업의 역할을 고민하는 계기가 되었다. 경제정책 변화는 코로나 19로 인한 결과물일 수 있다. 코로나 19에 대응하는 과정에서 각 국이 취한 경제정책들과 그 파장들을 해결하는 것이 포스트 코로나를 준비함에 있어 중요한 요소가 될 것으로 예상된다.

2021년 기술 분야의 트렌드는 디지털 전환이 핵심이었다. 코로나 19로 인한 언텍트 생활의 일반화로 온라인 거래, 비대면 교육, 재택근무, 화상회의 같은 디지털화가 이루어졌고, 이를 뒷받침하는 빅데이터, 5G 등이 부상했다. 2022 트렌드에서는 메타버스, 인공지능, 블록체인, 로봇기술 등을 활용한 가상세계의 구축과 인간의 역할을 대체할 기술의 발전이 두드러졌다. 이에 따라 지금까지 오프라인을 지원하던 기술 분야는 스스로 자신의 가상세계를 구축하고 주도해 나가는 첨단과학 기술시대를 눈앞에 두고 있다.

앞서 말한 바와 같이 기술의 변화를 주목해야 하는 이유는 기술발전이 우리 사회와 경제에 미치는 영향 때문이다. 산업구조의 변화에 따라 전통적, 노동력 기반의 제조업은 쇠퇴하고, 기술기반 첨단산업이 발전하고 있다. 새로운 산업은 디지털 시대에 최적화되어 있는 20~30대 젊은이들에게 일자리를 제공하고 있다. IT산업과 온라인 마케팅 등의 직접적 산업 외에도 1인 미디어, 웹툰, 배달 같은 재능 기반의 다채로운 직종들도 늘어나고 있다. 2022 트렌드에서 나타난 도시화, 온라인 기반 소비, MZ세대의 소비주도 이면에는 첨단산업의 발전이 있다. 따라서 기술의 발전과 함께 산업의 변화를 주목해야 한다.

두 번째 트렌드는 가치 중시 경향이다. 바이러스로 인한 전 세계적 거리두기와 공포는 인류와 사회, 가족 같은 기본적 가치에 대해 돌아보는 계기가 되었다. 가족과 가까운 지인에 대한 소중함을 깨닫는 계기가 되었고, 환경문제와 기업의 사회적 책임을 인식하게 되었다. 특히 인류의 미래를 연장하기 위한 탄소중립은 앞으로도 국가와 기업, 개인에 이르기까지 다양한 측면에서 이슈가 될 전망이다.

이에 따라 2022 트렌드에서도 탄소중립과 새로운 에너지가 주요 트렌드로 제시되었다. 이미 유럽연합의 경우 2020년 유럽연합 27개국에서 생산된 전체 전력 중 재생에너지 발전 비중이 38%로 재생에너지 발전이 화석연료발전량(37%)을 앞질렀고[1], 전 세계적으로 풍력과 태양광, 수력 등의 재생에너지 산업이 성장하고 있다. 탄소배출 감량에 대한 국가적 압력이 높아지면서 우리나라도 2050년 탄소중립을 목표로 관련 제도를 개선하고 기업에 대한 탄소절감 요구 수위를 높이고 있다. 스마트시티와 제로에너지 건축과 같은 친환경 도시와 건물에 대한 관심도 한층 높아지고 있다.

전 세계적으로 ESG(Environment, Social, Governance) 경영이 중요해지고 있다. 소비자들도 제품의 성능과 품질만으로 소비하던 소비행태에서 기업의 가치관, 즉 환경문제에 대한 기업의 인식과 대응, 기업의 사회적 책임, 기업 투명성에 대한 실천 등을 중요한 제품 선택의 기준으로 설정하고 있다. 기업들도 달라진 제도와 소비자 눈높이에 맞춰 ESG 경영을 적극 도입하고 있다.

1) 자료: 싱크탱크 앰버(Ember)·아고라 에네르기벤데(Agora Energiewende) 2020 전망보고서. 코트라 재인용

코로나 19 이후 각 국의 최우선 과제는 경제 회복일 것이다. 경제성장률, 실업률, 국가부채와 같은 정량적 지표를 관리하는 것부터 유동성 문제, 코로나 19로 심화된 빈부격차 등 간접적인 과제들도 있다. 코로나 19로 인해 하늘과 바닷길이 막히면서 기업의 리쇼어링(Reshoring) 문제도 재조명되고 있다.

세계 경제 회복에 있어 가장 중요하고 민감한 사안은 재정정책이다. 코로나 19로 인해 전 세계적으로 확대된 각 국의 재정은 자산시장 버블과 인플레이션 우려를 낳고 있지만, 급격한 재정축소는 재정건전성을 악화시키고 기업·가계부실로 이어질 가능성이 있다. 개인들은 위험 경고에도 불구하고 부동산과 주식, 비트코인 등 다양한 상품으로 투자를 확대하며 경제정책 운영에 부담을 주고 있다. 또한 코로나 19는 빈부의 격차를 더욱 심화시켰다. 국가적으로는 선진국보다 신흥국 경제에 더욱 영향이 있었고, 기업도 자본과 매출규모가 적을수록 코로나 19에 대한 대응이 어려웠다. 가계 역시 저소득, 취약계층에게 더욱 혹독했다.

2022년에는 경기부양을 통한 경제회복을 각 국의 최우선 과제로 선정하고, 점진적 재정축소를 통해 인플레이션을 관리할 것으로 예상된다. 한편으로는 새로운 첨단산업에 대한 투자와 지원을 통해 미래 신성장동력을 확보하고, 양질의 일자리를 창출하기 위해 노력할 것이다. 또한 기업들에게는 투자비 절감을 위해 신흥국에 운영 중인 생산공장의 리쇼어링을 유도해 산업의 안정성과 일자리 창출을 모색 할 것으로 예상된다.

신흥국의 경우, 선진국의 경제상황이나 재정정책에 따른 영향에 민감하므로 선진국의 인플레이션, 금리인상, 리쇼어링 정책은 신흥국 경제에 다양한 영향을 미칠 것으로 예상된다.

Frost & Sullivan

◆

Frost & Sullivan은 향후 10년간 지속될 기술과 사회, 경제 분야 등의 「메가트렌드」를 공개했다. 기술의 연결과 융합, 인공지능, 도시화, 건강과 환경, 기술기반의 인프라 투자, 미래 에너지 등을 주요 트렌드로 선정했다.

| 향후 10년 동안의 13대 메가트렌드

트렌드	내용
연결 및 융합	· 인터넷을 활용한 광범위한 네트워크 구축을 바탕으로 생활, 의사소통 및 비즈니스 수행방식을 변화시킬 혁신적 애플리케이션이 출시될 것으로 예상 · 2025년까지 인공지능, 빅데이터, 블록체인이 중심. 1인당 7개의 디바이스가 연결될 전망
인공지능 시대	· 시각, 음성, 보안 등 인지기능을 위해 훈련된 딥 네트워크 프로세서가 모바일에 도입될 전망 · 2030년까지 서구 세계 일자리의 50% 이상이 AI로 자동화 될 것으로 전망
친환경 스마트 시티	· 친환경 제품 및 서비스 진화로 스마트시티 필요성도 높아질 전망. 스마트시티 시장은 2025년 2조 4천억 달러로 예상되며, 점유율 중 47.5%는 스마트에너지, 인프라, 빌딩공간으로 예상
온라인과 오프라인의 융합	· 오프라인 매장은 경험과 참여에 중점을 두고 온라인 거래와 융합하여 진화 · 직접 거래, 구매자동화, 디지털 어시스턴트와 결합 · 디지털 어시스턴트는 추천, 선호도를 통한 강력한 옴니채널 쇼핑 경험을 제공
새로운 비즈니스 모델	· 온라인 집계 및 클라우드 기반 플랫폼의 출현은 새로운 시장과 기회를 제공 할 전망 · 순환경제는 소비와 비즈니스 모델에 영향, 윤리와 공정한 비즈니스 관행이 기본요소로 부상
도시화	· 전통적 도시들이 경제 중심지로 성장할 것이며, 약 90%는 아시아, 아프리카에서 발생 · 2030년까지 전 세계 인구의 60%가 도시지역에 거주, 2025년까지 33개의 메가시티가 존재
소셜 트렌드	· 향후 10년 동안 소비자 계층이 밀레니얼 세대에서 Z세대로 전환될 것으로 전망 · 소비자는 민족주의와 무역 보호주의 정서에 영향을 받을 전망
건강 및 웰빙	· 의료 서비스 발전은 바이오 제약 및 의료기기 산업에 많은 기회와 파트너십을 제공할 전망 · 2025년 의료 비즈니스 모델 약 80%가 플랫폼 기반 의료분석 및 인텔리전스 솔루션으로 예상
경제 트렌드	· 향후 20년간 BRICS에서 멕시코, 아르헨티나, 폴란드, 이집트, 남아프리카공화국, 터키, 인도네시아, 필리핀, 베트남으로 경제력이 크게 전환될 것으로 전망 · 필리핀, 나이지리아, 이집트 등 신흥 경제는 2030년까지 선진 경제 대비 약 2배의 성장 예상
Zero로의 혁신	· 'Innovating to Zero'의 비전과 목표를 가진 제품과 기술로 전환 · 제로 컨셉은 보안침해·사고·사망자 제로의 자동차를 갖게 될 것이며, 도시와 건물은 탄소중립을 희망 할 것임. 신흥기술은 제로를 위한 혁신을 위해 노력할 전망
모빌리티의 미래	· 도시는 자동차 소유보다 자전거, 도보, 대중교통 및 공유 모빌리티 서비스에 대한 선호 증가 · DRT(Demand Responsive Transport) 시스템은 2030년까지 4,600억 달러 수익 예상
인프라의 미래	· 향후 10년간 글로벌 인프라 투자 수요는 50% 증가할 것으로 예상 · 사이버 물리시스템, 고급컴퓨팅, 모바일, 분석 및 클라우드 기술의 발전은 인프라 솔루션 촉진
에너지의 미래	· 풍력과 태양열이 전 세계적으로 가장 큰 비중을 차지하며 재생에너지 수요를 촉진할 전망 · 디지털 혁신과 스마트 기술은 에너지 인프라를 보다 유연하고 지능적으로 연결하고 스마트한 에너지 시스템으로 발전

자료:Frost & Sullivan

McKinsey

◆

McKinsey는 「코로나 19 이후에도 회복 또는 지속될 6대 소비트렌드」를 발표했다. 소비자 연령과 소득에 따라 9개 그룹으로 나누어서, 코로나 19에 따른 수요 분석과 소비지출 회복세를 전망하고, 코로나 19 이후에도 회복·지속될 6대 소비트렌드를 발표했다.

식료품 쇼핑과 의료 분야처럼 온라인화가 가속화될 산업은 코로나 19 이후에도 회복 또는 지속될 것으로 예측했으나, 공연장, 항공여행 등 온라인으로 대체할 수 없는 서비스는 심각한 소비감소에 직면할 것으로 예상했다.

코로나 19 이후 회복 또는 지속될 6대 소비트렌드

트렌드	내용
온라인 식료품점 (E-grocery)	· 온라인 식료품점의 보급률이 일부 국가에서는 COVID-19 이전 수준의 두 배 이상 증가 · 기업들이 딜리버리 서비스, BOPIS(Buy Online Pickup In Store), 드라이브인 서비스 등의 다양한 서비스를 제공함에 따라 고착화될 가능성이 높음
엔터테인먼트 (Entertainment)	· 대면 엔터테인먼트 지출이 급격히 감소하고 가정에서 즐길 수 있는 비대면 엔터테인먼트 지출이 증가 · 대면 엔터테인먼트는 COVID-19가 종식됨에 따라 소비지출이 반등할 가능성이 높음
가정생활 (Home nesting)	· 가정에서 소비하는 시간과 지출이 증가하면서 홈 헬스장, 뒷마당, 정원, 부엌과 같은 가정생활을 용이하게 하는 품목의 지출이 증가 · 특히 재택근무자들은 가정활동뿐만 아니라 업무를 위한 공간으로서 집을 더욱 확장하고 개선하기 위해 지속적인 투자가 이루어질 전망
레저 항공여행 (Leisure air travel)	· 모든 산업 중 가장 심각한 지출감소에도 불구하고 항공여행에 대한 수요는 COVID-19 이전의 상황으로 회복할 전망 · 팬데믹 상황에서의 제한된 항공여행 수요는 여행규제가 해제될 때 강력하게 반등할 것으로 예상
원격교육 (Remote education)	· 전 세계적으로 대면교육이 원격교육으로 빠르게 전환되었으나, 초·중학교의 원격교육은 학생, 교사, 학부모의 경험부족으로 고착화되지 않을 것으로 전망 · 하지만, 고등교육의 경우 교육을 강화하기 위해 선별적으로 활용될 것이며, 원격교육이 학습의 도구로서 지속적으로 발전하고 성장할 것으로 예상
가상의료 (Virtual healthcare)	· COVID-19로 인해 가상의료 서비스의 이용률이 빠르게 증가 · 소비자들은 가상의료의 편안함을 경험하였고, 더 많은 제공자들이 가상의료 서비스를 개발 및 투자하고 있으므로 COVID-19 종식 이후에도 가상의료 이용은 지속적으로 증가할 것으로 예상

자료:McKinsey Global Institute

한국 Deloitte

◆

한국 Deloitte는 「미래사회에 영향을 미칠 7대 메가트렌드」를 발표했다. 국제질서 변화와 세계적인 탈탄소화 움직임, ESG 경영 가속화와 금융산업 재편, 변곡점에 선 제조업, 고객경험을 중시하는 소비트렌드 등이 코로나 19 이후에도 지속될 트렌드들로 선정됐다.

| 2021년과 그 이후를 지배할 7대 메가트렌드

트렌드	내용
미·중 긴장 지속과 국제질서 변화	· 미국의 최우선 정책목표는 COVID-19에 따른 경제회복이 될 것이며 이를 위해 리쇼어링 강화, 일자리 창출, 자국 내 투자 유치 등에 총력을 기울일 것으로 전망 · 중국은 미국을 상대로 외교·안보에 있어 기존의 강경·독자 노선을 지속할 것이며 군사·기술 부문에서도 더욱 첨예하게 대립할 것으로 예상
전 세계적인 탈탄소화 움직임	· 주요국 정부는 파리협정에 따라 '2050 장기 저탄소 발전전략(LEDS)'을 유엔에 제출하고 장기적 목표 달성을 위한 구체적 실행 전략을 수립 중 · 글로벌 기업들 역시 선제적으로 대응책을 실행해 오고 있으며, 동참 비율은 점점 더 높아질 것으로 전망
기업들의 ESG 경영 도입 가속화	· 최근 유럽과 미국을 중심으로 기업의 사회적 책임을 강조하는 ESG 경영에 대한 투자규모가 커지며, 일부 국가에서는 관련 정보 공시가 의무화되고 있는 추세 · ESG는 새로운 투자 기준으로 인식되며, 미국 주식시장에서 ESG 부문 상위 20%의 주식이 변동성 장세 기간 동안 타 기업 대비 높은 성과를 창출
기술이 불러온 금융산업 재편	· COVID-19로 인한 비대면 서비스 확대와 더불어 거대 IT 기업들이 금융산업에 공격적으로 진출하여 전통적 금융사와 경쟁 관계를 형성 · 빅테크가 실질적 금융업을 영위함에도 규제적용은 보수적이라는 비판이 있으며 이에 따라 금융당국의 규제도 가시화될 전망
Post Pandemic 시대의 금융안정	· 세계 각국은 COVID-19로 인한 실물경제 충격에 양적완화 정책으로 대응하였으며, 그 규모와 속도를 전시에 준하는 수준으로 단행. 이에 따른 파급효과가 클 것으로 전망
변곡점에 선 제조업	· 2021년에는 각국 경기부양책에 따라 글로벌 수요회복 가능성이 높아 투자와 구조 개편을 통한 제조업 경쟁력 강화 기대 · 선진국은 자국 제조업 경쟁력 강화 투자 및 리쇼어링 전략을 추진 중이며, 신흥국은 제조업 설비 증대 및 자국 내 공급망 유치를 위해 노력
COVID-19가 몰고 온 소비 트렌드	· '비대면'이 일상이 되어 COVID-19 이후에도 '뉴 노멀'로 자리잡을 가능성이 높은 상황 · 고객 경험 중시 트렌드로 인해 라스트 마일 딜리버리(Last-mile Delivery)와 구독형 서비스 확산 추세 지속 전망

자료:Deloitte Insights

서울대학교 소비트렌드 분석센터

◆

서울대학교 소비트렌드 분석센터는 2022년 소비트렌드에 대해 분석한 「트렌드코리아 2022」를 출간했다. 파편화된 나노사회, 수입 다변화·극대화 노력, 득템력·러스틱 라이프·헬시플레저·서사에 대한 소비 등의 소비트렌드, 가상공간 기술발전, 소비자 주도 유통과정 등을 중요한 소비트렌드로 발표했다.

트렌드코리아 2022

트렌드	내용
나노사회 (Transition into a Nano Society)	· 극소단위로 파편화된 사회 · 공동체가 개인으로 모래알처럼 흩어지고, 개인은 더 미세한 존재로 분해되며 서로 이름조차 모르는 고립된 섬이 되어감
머니러시 (Incoming! Money Rush)	· 수입을 다변화, 극대화하고자 하는 노력 · 물질주의화 현황으로 볼 수도 있지만 '성장'과 '자기실현' 수단으로 수입 창출에 나섬
득템력 (Gotcha Power)	· 경제적 지분 능력만으로는 얻을 수 없는 희소한 상품을 얻을 수 있는 소비자의 능력을 지칭 · 상품과잉시대, 돈만으로는 자신을 표현할 수 없는 현대판 구별짓기
러스틱 라이프 (Escaping the Concrete Jungle)	· '촌'스러움이 '힙'해지고 있음 · 러스틱 라이프란 날것의 자연과 시골 고유의 매력을 즐기면서도 도시생활에 여유와 편안함을 부여하는 시골향(向) 라이프 스타일
헬시플레저 (Revelers in Health)	· 소비자들이 더 이상 건강과 다이어트를 위해 고통을 감수하려고 하지 않는다는 것 · 건강(Health) 관리도 즐거워야(Pleasure) 함
엑스틴 이즈 백 (Opening the X-Files on the X-teen Generation)	· 새로운 40대인 X세대는 기성세대보다 풍요한 10대를 보내며 개인주의적 성향을 가지고 있음 · 자신의 10대 자녀와 라이프스타일을 공유
바른생활 루틴이 (Routinize Yourself)	· 스스로 바른생활을 추구하며 루틴을 지키려고 노력하는 신인류 · 치열한 경쟁사회에서 힐링을 도모하고 스트레스를 해소하며 미세행복을 추구함
실재감테크 (Connecting Together through Extended Presence)	· 가상공간을 창조하고 그 안에서 다양한 감각 자극을 제공하고 인간의 존재감과 인지능력을 강화시켜 생활의 스펙트럼을 확장시키는 기술 · 가상·원격과 현실의 경계를 매끄럽게 연결하는 새로운 경험
라이크 커머스 (Actualizing Consumer Power)	· 동료 소비자의 '좋아요'에서 출발하는 소비자 주도 유통과정 · 각종 SNS의 발달과 마이크로 인플루언서의 탄생은 이제 '상시' 쇼핑시대를 열었음
내러티브 자본 (Tell Me Your Narrative)	· 강력한 서사(敍事), 즉 내러티브를 갖추는 순간, 당장은 매출이 보잘 것 없는 회사의 주식도 천정부지로 값이 오를 수 있음

자료:서울대학교 소비트렌드 분석센터

경제협력개발기구(OECD)

◆

경제협력개발기구는 정기보고서인 「경제전망」을 통해 백신보급에 따른 세계 경제 전망과 코로나 19 이후의 경제 전망을 발표했다. 백신보급 확대로 세계 경제는 대부분 위기 전 수준을 회복하였으나, 코로나 재확산으로 인해 다소 둔화되었으며, 백신접종, 정책 지원 등에 따라 회복세가 지속되나 회복속도는 완만해질 것으로 전망했다. 또한 변이 바이러스의 발생, 중국 성장세 둔화 등이 하방리스크로 작용할 가능성이 있는 것으로 분석했다.

경제협력개발기구(OECD) 경제 전망

구분	세계 경제 전망	
	2021년	2022년
동향	· 세계 경제는 '20년 극심한 침체 이후, 경제활동 재개와 각국의 적극적 정책 대응으로 점차 회복되는 모습 - 코로나19 재확산, 봉쇄강화 등으로 회복세 약화	· 세계 경제는 위기 전 수준을 회복하였으나, 아직 불완전한 상황 - 공급망 차질, 원자재 가격 상승, 코로나 재확산 등으로 성장 모멘텀 둔화
전망	· 세계 경제는 '20년 4.2%, '21년 4.2%, '22년 3.7% 성장 전망 - 향후 2년간 세계 경제는 백신 등으로 회복 모멘텀을 이어갈 전망	· 세계 경제는 '21년 5.6% 성장 후, '22년 4.5%, '23년 3.2% 성장 전망 - 백신접종 확대, 정책 지원, 가계저축 감소 등에 따라 회복세가 지속되나, 회복속도는 완만할 것으로 예상
상하방 요인	· '21년 말 백신·치료제가 보급되기 전까지 상당 기간 동안은 국지적인 코로나19 재확산 가능성 등 불확실성 지속	· 변이 바이러스 발생, 중국 성장세 둔화, 인플레 지속 가능성 및 통화정책 조기 긴축 우려 등이 하방리스크로 작용할 가능성 있음

▼▼▼

구분	한국 경제 전망	
	2021년	2022년
동향	· 효과적인 방역조치로 '20년 성장률은 1.1%로 OECD회원국 중 가장 작은 폭으로 위축 - 한국 경제는 대규모 재정지원으로 인해 소비가 살아나고 반도체 중심으로 수출이 회복됐으나, 일자리는 감소	· 재정정책은 확장적 기조를 지속하고 있으나, 인플레이션 우려 등으로 통화정책 정상화 고려 - 한국은행은 인플레이션 및 가계부채 상승세를 억제하기 위해 '21년 11월에 기준금리를 인상하고, 추후 금리인상 고려
전망	· 한국 경제는 '20년 1.1%, '21년 2.8%, '22년 3.4% 성장 전망 - 효과적인 백신의 출시에 따른 거리두기 완화 등으로 서비스 부문에 점진적 회복이 나타나며, 고용도 서서히 증가할 전망	· 한국 경제는 '22~'23년 3% 내외 성장하며 '23년까지 안정적인 성장세를 지속할 것으로 전망 - 사회적 거리두기의 점진적 해제, 확장적 재정정책 등으로 서비스 분야 중심으로 소비·고용 회복세 확대 - IT·기계 등 주력품목에 대한 강한 글로벌 수요 등으로 '23년까지 증가세 지속 전망

자료:경제협력개발기구(OECD)

삼정KPMG 경제연구원

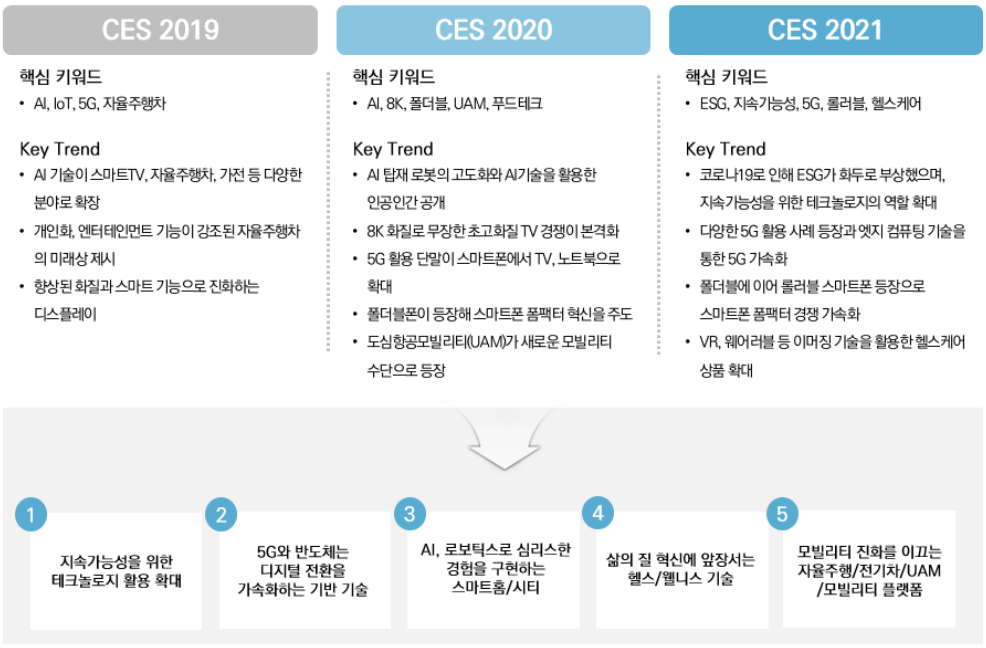
◆

과학기술의 발전은 세계 경제와 사회 전반에 큰 변화를 일으키고 있다. 삼정KPMG는 CES 2021을 토대로 「미래 ICT 산업 전망」을 발표했다. 5G, 롤러블 등의 기술 외에도 ESG, 지속가능성도 중요성이 높아지고 있다.

CES 2021을 통해 본 미래 ICT 산업

분야	내용
지속가능성	· 신기술만큼 ESG에 대한 관심도 높아짐. 제품의 생산, 유통 과정에 친환경성이 강조됨 · Net Zero, 순환경제, RE100, 친환경 운송, 신재생에너지, 사회공헌활동, 개인정보보호, 직원건강 및 안전관리, 기업지배구조공시 확대 등 ESG 경영 트렌드 가속화 전망
홈&패밀리	· 소비자 구매결정 요인은 브랜드에 대한 신뢰, 개인의 안전, 기업이 추구하는 가치 등이 중요 · AI, IoT 등 접목으로 개인 취향과 라이프스타일에 최적화된 맞춤형 제품과 서비스에 집중
휴대폰/통신	· 5G폰 전환 가속화, 폴더블폰, 롤러블폰 등 폼팩터 변화로 새로운 수요 창출 예상 · 업무, 교육, 원격의료, 유통, 스트리밍까지 5G는 모든 분야의 혁신플랫폼 역할을 수행할 전망
TV/디스플레이	· 대화면 프리미엄군 TV에 대한 수요 증가로, 기업들은 더 크고 선명한 TV 라인업을 구축 · 미니 LED TV 출시에 따라 프리미엄 LCD 경쟁 구도가 예상
모빌리티	· 전통적 완성차 업체들은 전기차, 도심항공 모빌리티, 물류 솔루션 등 새로운 사업으로 확장 · 非 모빌리티 기업도 자사의 인프라(주유소)를 모빌리티의 거점으로 활용하고자 하는 모습 · 코로나 19로 드론을 활용한 물류/배달 서비스에 대한 관심이 증대
헬스/웰니스/뷰티	· 코로나 19 방역 기술이 주목을 받으며, 헬스 모니터링 외 디지털 치료 기기와 서비스도 성장 · CES는 의료기관에서 비대면 관리를 위한 로봇 시장의 성장, AI를 활용한 진단, 정신적 안정과 의료 교육을 위한 혼합현실 기술을 주요 미래 트렌드로 꼽음
AI/로보틱스	· 데이터 학습을 통해 진화하는 딥러닝, 움직임을 감지할 수 있는 센서, 사물을 인식하는 컴퓨터 비전 기술이 결합해 AI/로보틱스 분야의 혁신을 추동 · 가상인간처럼 AI 기술을 활용해 사람과 상호작용할 수 있는 AI 에이전트 개발 활성화 전망
반도체	· 하이퍼퍼먼스 컴퓨팅이 PC, 게임기, 서버, 데이터 센터 등에 적용, 전 산업의 디지털 전환 가속화 · 최근 AI 반도체, 엣지 컴퓨팅 프로세서, 맞춤형 프로세서가 시장의 새로운 흐름으로 부상

자료:삼정KPMG 경제연구원



자료:삼정KPMG 경제연구원

CHAPTER

02

부동산 시장 환경 분석

제1절. 국내 부동산 시장 환경 분석

제2절. 국내 2021 부동산 주요 정책

제3절. 국내외 부동산 시장 전망

국내 부동산 시장 환경 분석

코로나 19 발생 초기에는 경제 위축과 실업률 증가로 인해 부동산 자산 가치도 하락할 것이라는 예상이 많았다. 부동산은 투자금액이 큰 반면 현금, 주식보다 회전률이 낮아서 불확실한 경제여건 하에서는 수요가 위축되는 특성을 보여 왔기 때문이다. 하지만 지난 2년간 주거용 부동산은 어떤 자산보다도 안정적이고 투자가치 높은 상품으로 인식되었고, 사회적 거리두기와 재택근무로 인해 주거상품으로서의 중요성도 높아졌다. 반면, 상업용·업무용 등 비주거용 부동산은 오프라인 생활이 온라인으로 대체되며 사용자가 줄었고, 앞으로도 100% 회복되기는 어려울 것으로 보인다. 본 장에서는 부동산 시장에 대한 제반여건을 살펴보고, 국내 부동산 시장에 대한 현황 및 코로나 19 이후의 부동산 시장을 전망했다.

코로나 19를 전후해 아파트 시장은 호황을 보였다. 아파트 가격은 2014년부터 8년간 상승했고, 코로나 19가 발생한 2020년에는 전국 평균 19.5% 상승해 15년 만에 최고 상승률을 기록했다. 2021년에도 12월 현재 매매가격[2] 15.3%, 전세가격도 12.0% 올라 매매와 전세가격이 동반상승했다. 코로나 19가 아파트 가격 상승의 근본적 원인은 아니지만, 아파트 가격 상승에 긍정적인 영향을 미친 것으로 보인다.

아파트 가격 상승의 경제적 요인으로는 우리나라의 경제 성장, 풍부한 유동자금, 저금리 등이 있다. 2021년 7월, 유엔무역개발회의는 우리나라를 선진국 그룹으로 변경했다. 이미 GDP 순위 세계 10위, 수출 7위, 국민소득 3만 달러를 넘어서 선진국에 손색없을 상황이었다. 유동자금 측면에서는 2021년 9월 기준 한국은행의 M2[3]는 3,518조로 전년 말 대비 10.1% 증가했고, 2020년에는 9.3% 증가하는 등 최근 유동자금 증가율이 2010년~2019년 평균 증가율 6.4%를 앞서고 있다. 기준금리는 2015년 이후 2% 수준에서 코로나 19가 본격화된 2020년 5월 이후 0.5%로 낮아졌다. 2021년 11월에는 1.0%까지 올랐지만, 전반적인 경제성장과 재정확대에 따른 유동성증가, 저금리는 부동산 가격상승의 중요한 기반을 형성했다.

2) 부동산114 기준
3) 광의통화 : 협의통화(M1)인 현금통화, 요구불예금, 수시입출식 예금액의 합계 + 만기 2년 미만 금융상품의 합계

젊은 층을 중심으로 수요도 증가했다. 금융권, 첨단산업 등에 종사하는 고소득 청년층은 안정적 소득을 바탕으로 아파트를 구입했고, 아파트 가격상승에 불안감을 느낀 후발주자들도 소위 '영끌'을 통해 내집마련에 나섰다. 이에 따라 2021년 서울에서 아파트를 가장 많이 구입한 연령이 30대이며, 30대의 은행권 주택담보대출 신규취급액은 2017년 2분기~2021년 2분기까지 207.8조 원[4]으로 동기간 전체 주택담보대출 취급액 579.3조 원의 35.9%로 다른 연령보다 많았다. 부모 세대인 베이비부머도 고학력, 안정적 자산을 바탕으로 자녀들의 주택구입을 지원하면서 2021년 10월까지 서울 아파트 거래원인 중 13.4%가 증여로 나타났다.

또한 코로나 19로 인해 주거공간에 대한 중요성이 부각되면서 수요가 더욱 늘었다. 재택근무의 증가와 외부 모임·여행 제한으로 집에서 보내는 시간이 늘면서 주택에 대한 활용성과 소유욕구도 커졌다.

수요에 비해 공급은 부족한 상황이다. 2011~2020년까지 서울 연간 공급물량은 3만 3천호[5]로 2001~2010년 5만 7천 호보다 줄었고, 강남권·도심권 새 아파트는 희소할 정도이다. 인기지역일수록 분양가상한제, 고분양가관리 등으로 신규공급은 더욱 줄어들 전망이다. 물론 정부도 다양한 공급확대 방안을 내놓고 있지만, 공공 중심 공급물량의 한계와 대규모 택지개발사업의 사업기간 등을 고려하면 당분간 공급부족 현황은 지속될 전망이다.

단독주택, 연립·다세대, 오피스텔과 도시형생활주택 등 비아파트 주거용 부동산 시장도 들썩이고 있다. 아파트를 구입할 여력이 없거나, 개성 있는 주택을 원하는 사람들이 늘면서 비아파트 주택수요가 증가하고 있다. 이에 따라 지역과 연령, 소득 등에 따라 주택 선택 기준도 다양화되고 있다. 젊은 층의 주택수요가 많은 서울은 소형 주택시장도 세분화 되고 있다. 서울 강남권에서는 언주로, 테헤란로, 논현로를 중심으로 고급 오피스텔과 도시형생활주택 공급이 늘고 있다. 발렛파킹, 컨시어지 서비스와 수입 브랜드 가구, 첨단 빌트인 가전제품을 갖추고, 분양가격은 전용면적당 1억 원/3.3㎡을 넘는 고급아파트가 있는 반면 역세권 청년주택, 행복주택 같은 공공지원형 소형주택 공급도 늘고 있다. 수도권 외곽이나 비도시 지역에서는 전원주택이나 타운하우스에 대한 선호도 증가하고 있다.

4) 금융감독원, 장혜영 의원실 자료 재가공
5) 부동산114 기준

상업시설은 전통적인 핫플레이스 일수록 고전을 면치 못했다. 코로나 19로 가장 영향이 큰 상권은 명동, 이태원, 마포·합정 같은 외국인 관광객 중심 상권이다. 종로와 가로수길처럼 다수의 사람들이 모이는 장소도 공실이 증가했다. 오피스 밀집지역인 도심과 강남권도 상황은 좋지 않다. 코로나 19 발생 이후 대기업일수록 재택근무, 유연근무제 등 비대면 방식을 적극적으로 도입했고, 회식금지와 같은 지침도 엄격하게 적용해 주변 상권도 침체되고 있다.

대형 복합문화시설도 영향이 컸다. 영화진흥위원회에 따른 영화관 매출은 2021년 1~11월 5,000억 원으로 2019년 동기간 1조 7,273억 원 대비 1/3 수준으로 감소했고, 영화관을 중심으로 한 상업, 쇼핑시설의 타격도 컸다. 반면 밀집도가 높지 않은 생활 상권은 코로나 19로 인한 영향이 상대적으로 적었고, 근거리 배달 서비스 등을 통해 코로나 19에 대응하고 있다.

업무시설은 코로나 19에도 특별한 이슈는 없었다. 프라임 오피스는 상대적으로 안정적인 임차인을 확보했기 때문에 변동성이 적었고, 외국계 투자회사나 자산운용사들에게 국내 프라임 오피스는 안정적 투자처로 인식되어 거래도 비교적 활발했다. 하지만 업무시설은 주거용 부동산이나 상업시설처럼 시장 변동이 즉각 반영되지 않기 때문에 앞으로도 지켜봐야 할 것으로 보인다. 또한 코로나 19로 인해 시범적으로 운영되었던 재택근무가 일반화되고 지역거점 오피스가 확대될 경우 대형 오피스 수요도 감소할 수 있다. 또한 상업시설 비중이 높은 오피스들은 임대수입 감소로 인해 건물가치가 하락할 수도 있다.

제반여건 분석

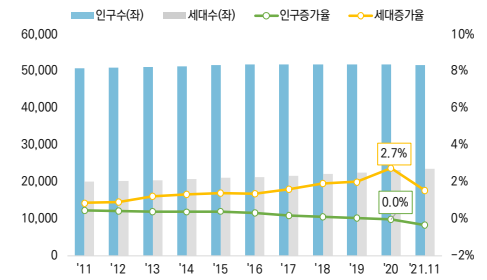
◆

인문사회 환경 변화

우리나라 인구는 2019년을 정점으로 감소하고 있다. 전국의 인구수는 2019년 말 5,184만 명에서 2021년 11월 5,165만 명으로 약 20만 명, 0.4% 감소했다. 연령별 인구 비중으로는 60세 이상 고령인구가 1,295만 명으로 약 25.1%를 차지했고, 40~50대가 32.5%, 20~30대 26.0%를 차지하고 있다. 특히 60세 이상 고령인구는 지난 10년간 연 평균 4.9%, 2012년 대비 2021년 11월까지 54.1% 증가한 반면 20~30대 인구는 같은 기간 9.4% 감소했다.

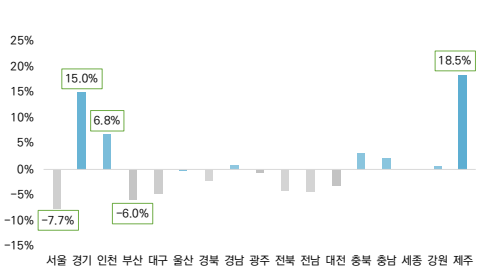
지역적으로는 대도시권 내 중심지역에서 외곽으로 인구가 이동했고, 대도시권과 이격되어 있는 지방에서는 인구감소가 본격화되고 있다. 서울 인구는 경기·인천으로, 대전은 충청권으로 이동한 것으로 나타났다. 반면 경상권과 전라권은 고령인구 비중이 높아 전반적으로 인구가 감소하고 있다.

전국 인구 및 세대 추이



자료:통계청

2010년 대비 2021년 지역별 인구 증감률

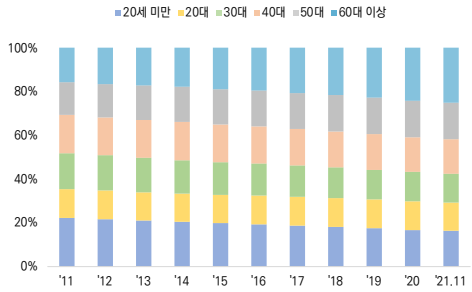


자료:통계청

주택 수요의 기본이 되는 세대수는 2019년 2,248만 세대에서 2,344만 세대로 4.3% 증가해 인구 감소와는 다른 양상을 보였다. 주택의 규모와 수요 성향을 파악할 수 있는 세대 구성 측면에서는 1~2인 세대가 빠르게 늘고 있으며, 그 주역은 20~30대 젊은 세대와 60대 이상 고령인구인 것으로 나타났다. 젊은 층은 결혼과 분가 등으로 세대가 분화되고 있고, 반대로 고령층은 자녀의 분가나 배우자의 사망 등으로 1~2인 세대가 되고 있다. 이에 따라 1~2인 세대는 2015년에는 전체 세대 중 50%를 넘어섰고, 2020년 말에는 59.8%로 늘었다.

전국 연령별 인구 비중 추이

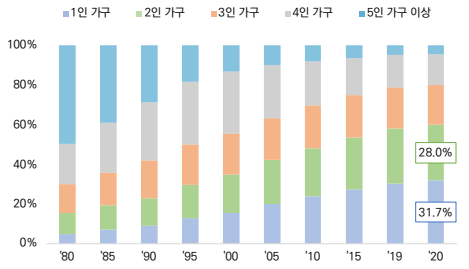
(단위:%)



자료:통계청

전국 가구구성 비중 추이

(단위:%)



자료:통계청

아파트의 주 수요층인 3인 가구 이상의 경우, 3인 가구는 증가한 반면 4인 가구는 감소했다. 2020년 말 기준 3인 가구는 420만 가구로 2015년 대비 2.4% 증가했고, 4인 가구는 327만 가구로 같은 기간 -8.8% 감소했다. 5인 이상 가구는 94만 가구로 -22.6% 감소했다.

세대 특성 변화

인구 구조 뿐만 아니라 세대별 특성도 변화하고 있다. MZ세대[6]가 문화, 소비, 라이프스타일을 주도하면서 나를 위한 소비, 사회적 가치, 디지털 기반의 정보수집 등이 중요해지고 있다. 특히 Y세대는 IMF 경제위기 이후 출생한 세대로 청년실업과 욜로(YOLO)와 같은 개인적 성향이 강하고, Z세대는 디지털에 기반한 멀티태스킹, 사회적 가치와 다양성을 중시하는 것으로 조사됐다.

X·Y·Z 세대의 특성 비교

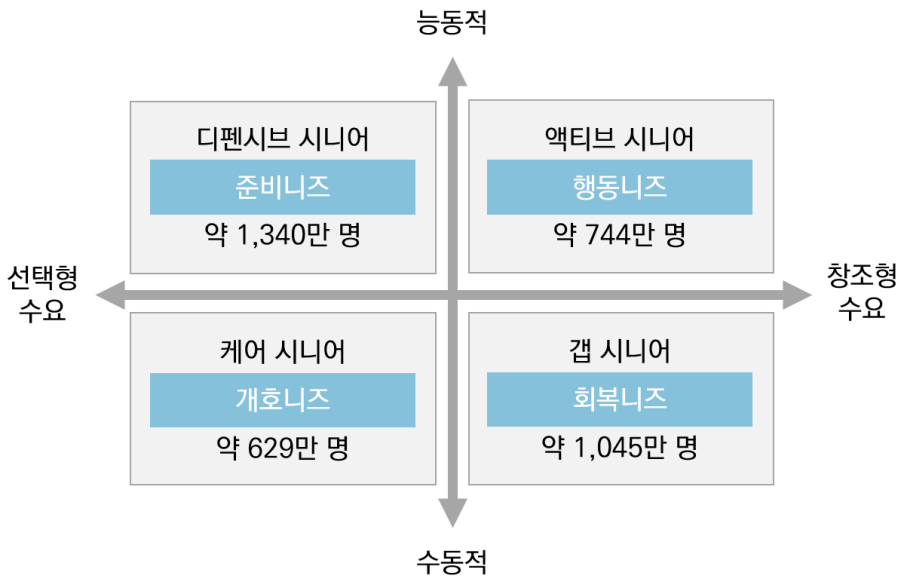
구분	X세대	Y세대(밀레니얼 세대)	Z세대
현재 연령대	40대 초반~50대 중후반	20대 중후반~30대 후반	10대 중반~20대 중반
출생년도	1965~1979년	1980~1994년	1995년 이후
인구 비중	24.5%	21.0%	15.9%
세대별 이슈	· 88서울올림픽 · 냉전체제 종식	· IMF 경제위기, 2002 월드컵 · 소셜미디어의 부흥	· 글로벌 금융위기, 세월호 침몰 · 정보기술(IT) 붐
관심사	워라밸	자유	개인의 행복
미디어 이용	디지털 이주민	디지털 유목민	디지털 네이티브
선호 매체	TV	모바일	
선호 콘텐츠 유형	텍스트	영상	
커뮤니케이션	이메일, 문자	소셜미디어(SNS)	영상통화
선호 SNS	블로그, 네이버밴드	페이스북, 인스타그램	인스타그램
직업의식	개인 포트폴리오, 전문능력	디지털 창업, 조직을 위해서가 아니라 함께 일함	유연한 고용, 본업과 부업 멀티태스킹
사회적 특징	개인주의와 개성의 탄생	청년실업과 욜로	다양성 중시, 환경과 사회문제 관심 많음
소비 특징	가성비 중시, 브랜드에 민감	고가의 물품 소비도 활발, 사회적 가치 중시, 중고거래·공유 등과 같은 합리적 소비 증가	
기타 특징	뉴스/시사 시청 높음	온라인 쇼핑 선호	유튜브 감상, 주도적, 자기중심

자료:통계청, 맥킨지코리아, 플레이디, 삼정KPMG 재인용

6) MZ세대는 1980년대 초~2000년대 초에 탄생한 밀레니얼세대와 1990년대 중반~2000년대 초반 출생한 Z세대를 통칭한 말로서 밀레니얼의 M과 Z세대의 Z가 합쳐져서 MZ로 불리움

고령인구도 중요해지고 있다. 지금까지 고령인구는 비활동적, 저소득층처럼 인식되어 소비 시장에서 주목 받지 못했고 영향력도 적었다. 하지만 베이비부머가 2020년대부터 고령인구로 진입함에 따라 경제력을 바탕으로 한 건강한 액티브 시니어가 우리 경제의 주요 소비층으로 부상하고 있다. 2018년 산업연구원에 따르면 우리나라 액티브 시니어는 약 750만 명 수준으로 전체 인구의 6.7% 정도이며 지속적으로 증가할 것으로 예측했다.

고령자 유형별 수요 구조



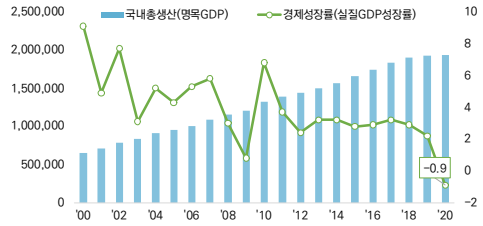
- 액티브 시니어: 경제적 여유가 있고, 건강상태가 양호하여 새로운 고부가가치 서비스 수요창출 가능 집단
- 갭 시니어: 경제적 여유는 있으나 건강상의 이유로 소비활동에 약간의 제약이 있는 집단
- 디펜시브 시니어: 생활에 어려움 없으나 연금 외 경상소득이 없어 필수적인 소비만 하는 집단
- 케어 시니어: 건강에 문제가 있으면서 경제적 여유도 없어 공적인 관리가 필요한 집단

자료:산업연구원, 우리나라 고령층의 특징과 소비구조 변화(2018) 재인용

경제여건 변화

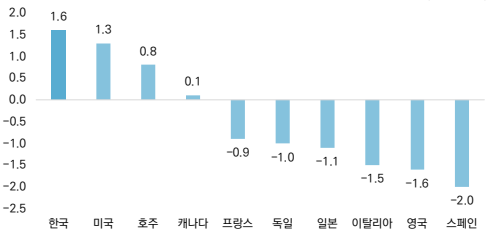
우리나라는 코로나 19에도 불구하고 비교적 견고한 경제여건을 유지했다. 2020년 경제성장률은 -0.9%로 2008년 금융위기 이후 처음으로 하락했지만, K-방역으로 불리는 적극적인 방역 대응을 통해 2021년에는 비교적 안정적인 경제성장률을 기록했고, 앞으로도 완만한 경제성장률이 예상되고 있다. 이에 따라 OECD는 우리나라의 2021년 경제성장률을 4.0%로 전망했고, 코로나 19가 발생한 2020~2021년 우리나라의 평균 성장률을 G20 전체 국가 중 3위, G20 선진국 중에서는 1위로 전망했다.

우리나라 경제성장률 추이



자료:한국은행

G20 선진국 '20~'21년 평균 성장률

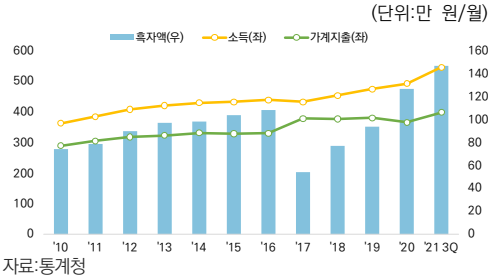


자료:기획재정부 보도자료(2021.09)

우리나라 근로자 가구 소득은 2021년 3분기 기준 월 545만 원, 지출액 399만 원이고, 가계흑자액은 147만 원으로 나타났다. 소득은 2017년 이후 2021년 3분기까지 꾸준히 증가하고 있으며, 가계흑자액은 2021년에 147만 원 선을 유지하고 있다. 2021년 수출액이 사상 최대 실적을 예상하고 있고, 코로나 19에도 재난지원금 지급 등으로 가계소득이 증가하면서 가계소득과 지출, 흑자액이 유지되고 있는 것으로 조사됐다.

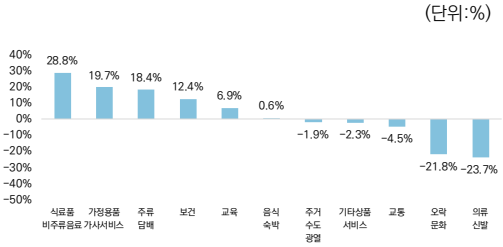
코로나 19 이전인 2019년과 비교했을 때 근로자가구의 소비 지출액은 집에서 보내는 시간이 증가하면서 식료품, 가정용품, 보건, 주류·담배, 주거·수도·광열 등 주거와 관련한 비용은 크게 증가했고, 외부활동 중심인 교육, 오락·문화, 의류·신발, 교통 등은 감소했다.

근로자가구 소득·지출액 추이



자료:통계청

근로자가구 '19년 대비 '21.3Q 소비 지출액 증감률



자료:통계청

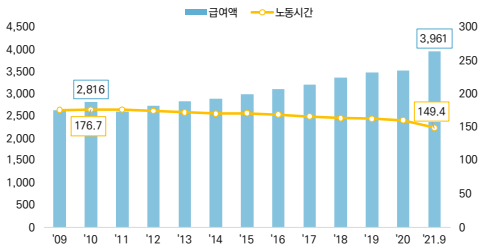
근무시간이 줄어들며 개인의 시간적 여유는 늘어난 것으로 나타났다. 2018년 주 52시간 근무제가 도입된 이후 근무시간은 점차 줄어들어 2018년 월 평균 근로시간 163.9시간에서 2021년 9월 149.4시간으로 감소했다. 2021년 7월부터는 5인 이상 50인 미만 사업장까지 주 52시간 근무제가 확대된 만큼, 근로시간은 꾸준히 줄어들 것으로 예상된다. 임금총액은 2021년 9월 기준 월 396만 원으로 코로나 19 이전인 2019년 대비 13.5% 상승했다.

아파트 가격이 상승하고, 저금리가 유지되면서 주택담보대출 규모는 꾸준히 늘었다. 2020년 기준금리가 0.5%대까지 떨어지면서 주택담보대출 금리도 하락해 부동산 시장에 투자자금이 유입되었고, 2021년 12월 예금취급기관의 주택담보대출 잔액은 721.9조로 증가했다.

기준금리가 2021년 8월 0.75%, 11월 1.0%로 인상되었고, 2022년에도 추가적인 금리인상이 예상되면서 주택담보대출 금리도 3.26%로 높아졌다.

전체근로자 월평균 근로시간, 임금총액

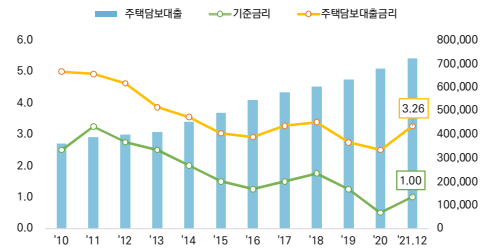
(단위:천 원, 시간)



주:상용근로자 1인 이상 사업체에 종사하는 전체 근로자 대상
자료:고용노동부 사업체노동력조사

기준금리 및 주택담보대출 규모

(단위:%, 십억 원)



주:예금취급기관 기준
자료:한국은행

부동산 시장 환경 분석

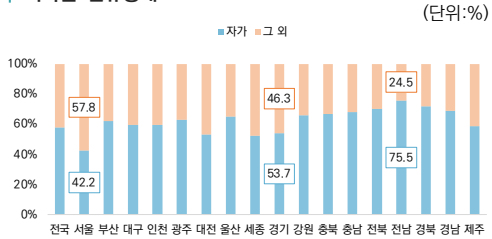
◆

주거용 부동산 시장

공급 현황

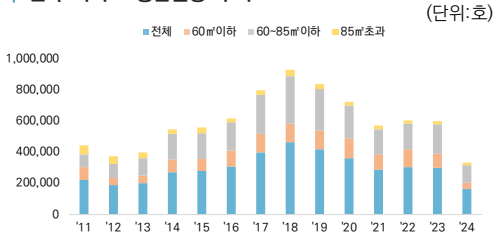
2021년에도 아파트 가격 상승이 상승했다. 2014년 이후 8년 연속 상승했고, 서울은 2017년 이후 연 10% 이상씩 상승했다. 주택보급률은 전국 104.8%로 100%를 상회하고 있지만, 아파트에 대한 선호도와 전체 주택 중 아파트 비중 62%를 감안하면 아직도 아파트 수요는 풍부한 편이다. 특히 서울의 주택보급률은 96% 수준이며, 자가 점유율 42.2%로 전국에서 가장 낮은 수준이다. 전국 공급물량은 2018년 46.3만 호에서 꾸준히 감소해 2021년 28.4만 호를 기록했고, 2022~2023년에도 30만 호 수준에 머물 것으로 예상된다.

지역별 점유형태



자료:주거실태조사(2020년 기준)

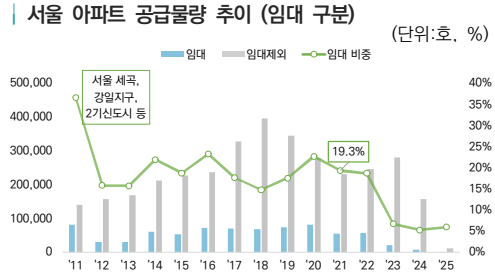
전국 아파트 공급물량 추이



자료:부동산114

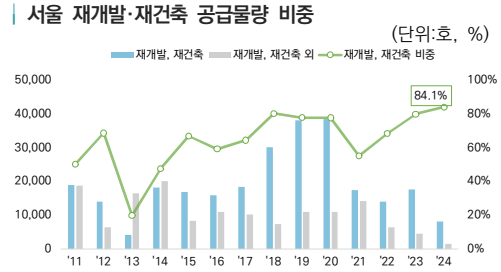
서울 아파트 공급물량은 2000년대 초반에는 연 평균 6~8만 호가 공급되었으나, 2021~2022년에는 2~3만 호 수준으로 줄었다. 그나마 임대주택과 재개발·재건축 물량이 많아서 거래시장에서 체감되는 아파트 공급은 제한적이다. 택지가 부족한 서울에서 재개발·재건축을 통한 공급물량은 전체의 70~80% 비중을 차지하지만, 각종 규제로 사업추진이 지연되면서 민간아파트 공급물량 감소의 원인이 되고 있다.

서울 아파트 공급물량 추이 (임대 구분)



자료:통계청(2019년 기준)

서울 재개발·재건축 공급물량 비중



자료:부동산114

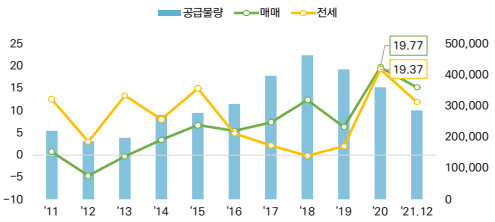
아파트 가격·거래현황

매매수요와 전세수요는 대체재처럼 매매가격이 상승하면 대기수요가 매입을 포기해 전세로 전환되고, 전세가격이 급등하면 임차수요가 내집마련 수요로 바뀌는 경향을 보였다. 하지만 2019년 이후 매매와 전세가 동반 상승하고 있다. 세제혜택에 따른 거주요건 강화, 분양권·재건축 등의 거래기준 강화, 「임대차3법」 시행 등에 따라 전세 매물이 감소하고, 가격도 큰 폭으로 올랐다. 이에 따라 2021년 전국의 매매, 전세가격 변동률은 10%를 넘어섰다.

2019년까지 가격상승을 주도했던 서울 인기지역의 상승세는 둔화됐지만 서울 외곽, 수도권, 지방까지 가격상승이 확산되면서 전국적으로 아파트 가격이 상승했다.

전국 아파트 가격변동률 추이

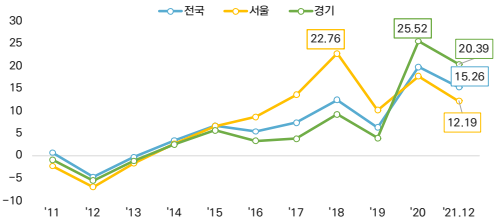
(단위:%, 호)



자료:부동산114

지역별 아파트 매매가격 변동률 추이

(단위:%)



자료:부동산114

다만, 2021년 하반기로 갈수록 아파트 가격 상승률은 둔화되고 있다. 2021년 상반기 전국의 월 평균 매매가격 상승률은 1.8%, 전세 1.3%였으나, 하반기에는 매매 1.0%, 전세 0.7%로 낮아졌다. 매매보다는 전세시장이 「임대차3법」 시행 초 혼란을 보였다가 안정을 찾고 있으며, 매매의 경우 서울 외곽지역과 수도권에서 가격상승률이 높았던 지역, 지방의 공급물량이 많은 지역 중심으로 아파트 가격 상승률이 눈에 띄게 둔화되었다.

전년 대비 월별 매매가격 변동률을 살펴보면, 서울은 2018년 11월 26.3%, 경기도는 2021년 6월 32.6%가 고점이었으나 2021년 말이 될수록 상승률이 둔화된 것으로 나타났다.

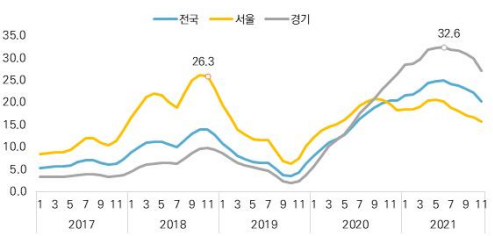
전국 아파트 월별 가격변동률 추이

(단위:%, 전월 대비)

자료:부동산114

아파트 월별 매매가격 변동률 추이

(단위:%, 전년 대비)



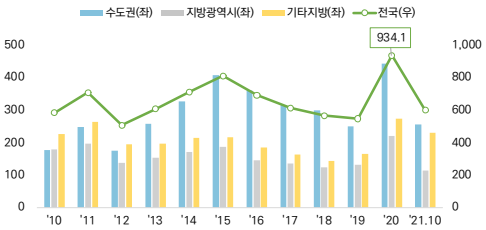
자료:부동산114

아파트 가격·거래현황

2020~2021년에는 거래량도 큰 폭으로 증가했다. 2020년 전국 아파트 매매거래건수는 93만 4천 건으로 아파트 재고물량의 약 8.1%가 거래된 셈이며, 지난 10년간 연 평균 거래건수의 140%에 달하는 양이다. 2021년 1~10월 거래건수는 89만 4천 건이었다. 연령대별로는 전국적으로는 40대 구매비중이 가장 높았고 서울은 30대가 36.8%로 가장 많았다. 또한 아파트 거래원인별 거래 비중에서는 매매, 기타소유권 이전에 이어 증여가 전국에서 6.7%를 차지했고, 서울은 13.4%에 달했다. 경제력이 양호하고 아파트 가격이 높을수록 보유 아파트의 처분보다는 증여를 선택하는 경향이 높은 것으로 나타났다.

전국 아파트 매매거래 건수

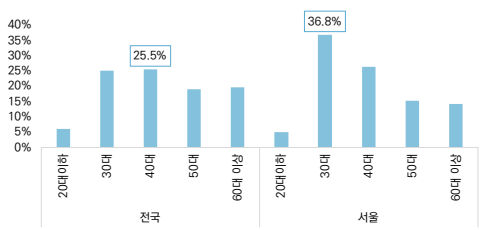
(단위:천 건)



자료:한국부동산원

2021년 1~10월 연령대별 아파트 매매 비중 추이

(단위:%)

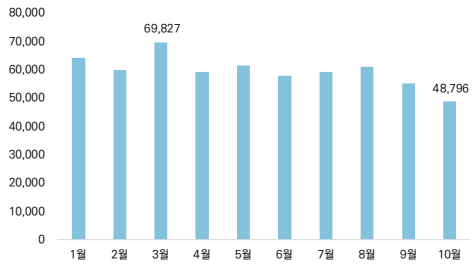


자료:한국부동산원

거래량 역시 2021년 하반기가 될수록 감소했다. 2021년 3월 6만 8천 건에 달했던 전국 아파트 매매거래량은 10월에는 4만 8천 건으로 줄었다. 2020년 1~10월과 2021년 동기간 월 매매거래량을 비교해 보면 2020년 73.8만에서 2021년 59.7만 건으로 감소해 14만 건, 19.1% 감소한 것으로 나타났다. 지역별로는 서울, 경기도를 비롯한 수도권, 광역시의 거래량이 감소한 반면, 강원, 충청, 경상 등 지방은 거래량이 증가했다. 이는 가격상승과 규제강화로 수도권, 광역시 거래량이 감소한 상황에서 뒤늦게 지방의 거래량이 증가한 것으로 분석된다.

2021년 전국 아파트 월별 거래건수

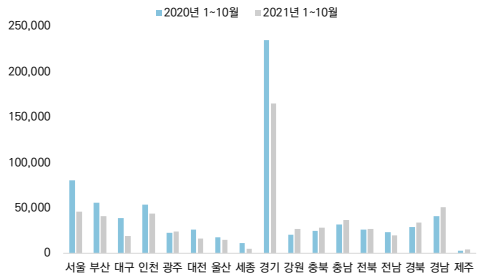
(단위:건)



자료:한국부동산원

2020년 vs 2021년 동기간 아파트 매매거래량 비교

(단위:호)



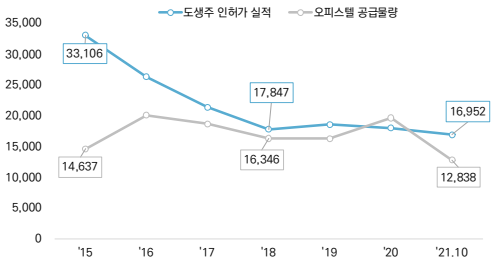
자료:한국부동산원

도시형생활주택·오피스텔 시장

1~2인 가구가 증가하며, 소형주택 수요도 늘어나고 있다. 건설사 역시 분양가상한제 등 아파트 건설 규제 강화로 도시형생활주택, 오피스텔 등 소형주택 공급을 늘리고 있다. 국토교통부의 도시형생활주택 인허가 실적과 부동산114의 오피스텔 공급물량을 기준으로 추정해 보면, 서울에서 연 3~4만 실 정도가 공급되는 것으로 추정된다. 아파트가 연간 3만 실 미만 공급되는 점을 감안하면 상당한 규모이다. 특히 원룸형은 연간 6~7천 호 가량 공급되고 있다.

서울 도시형생활주택, 오피스텔 공급물량 추이

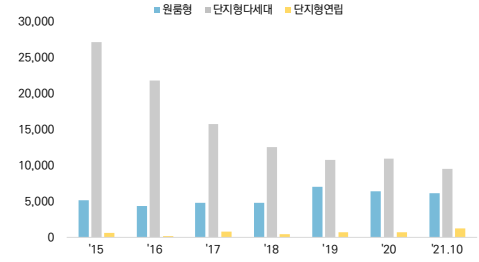
(단위:호, 실)



자료:도시형생활주택 국토교통부 통계누리, 오피스텔 부동산114

서울 유형별 도시형생활주택 인허가실적

(단위:호)



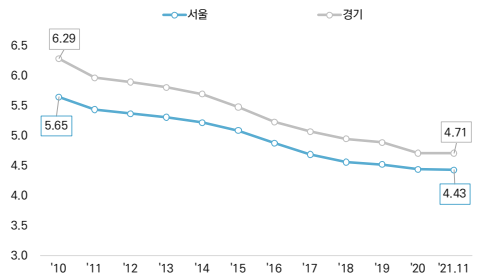
자료:국토교통부 통계누리

상업, 준주거 지역에도 오피스텔 공급이 늘어나며 노후 상업시설, 숙박시설이 전환되는 사례도 증가하고 있다. 저금리, 투자처 부족으로 임대목적으로 구입하는 임대수요와 1~2인 실거주 수요까지 합세하며 안정적 수요층을 유지하고 있다. 반면 매매가격이 상승하면서 임대수익률은 하락 중이다. 서울은 4.4%, 경기는 4.7%대까지 떨어졌다.

강남권에서는 오피스텔 고급화 전략으로 분양가격이 전용면적당 1억 원/3.3㎡을 넘는 오피스텔이 등장했다. 준공된 오피스텔의 경우, 2021년 서울에서 거래된 오피스텔 실거래가는 전용면적당 2,000만 원/3.3㎡대 후반이며, 강남 소형 오피스텔은 평균 4,600만 원/3.3㎡이었다.

오피스텔 임대수익률 추이

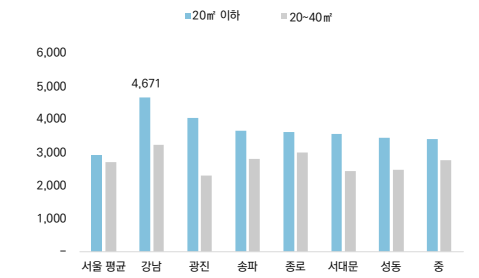
(단위:%)



자료:부동산114

오피스텔 구별 전용면적당 매매 실거래가

(단위:만 원/3.3㎡)



자료:국토교통부 실거래가 (2021.01~12)

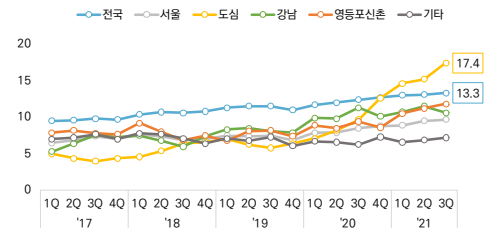
비주거용 부동산 시장

코로나 19로 인해 가장 영향을 받은 부동산 유형은 상업시설이다. 자발적 외출도 줄었지만, 사회적 거리두기에 따른 집합제한과 영업시간 제한, 온라인 전환, 기업별 코로나 19 대응 매뉴얼 등에 따라 오프라인 모임이 급감했다. 특히 외국인 대상의 상업시설 밀집지역이 가장 영향이 컸고, 온라인 수입으로 전환한 대학가 주변, 업무시설 인근 등도 영향이 컸다. 이에 따라 상가공실률은 가장 안정적 상권으로 손꼽히던 서울 도심권이 17.4%로 가장 높은 수준을 기록했고 강남, 영등포신촌을 비롯한 전국의 공실률도 높아졌다.

임대료 역시 도심이 가장 큰 폭으로 하락했다. 공실률이 높았던 강남권도 2020년 이후 임대료 하락이 눈에 띄었다. 전국적으로 상업시설은 공실률 증가, 임대료 하락이 이어졌다.

중대형 매장용 상가 공실률 추이

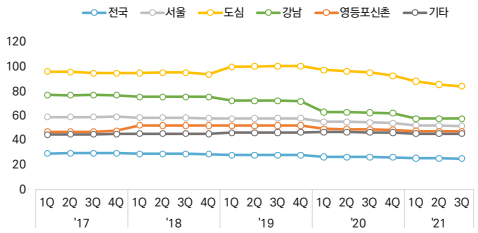
(단위:%)



자료:한국부동산원

중대형 상가 임대료 추이

(단위:천 원/㎡)



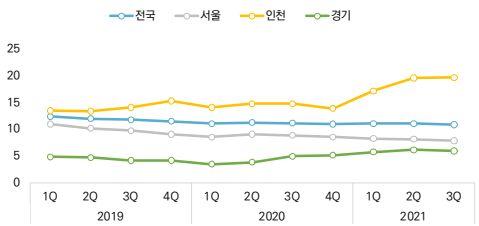
자료:한국부동산원

기업용 부동산인 오피스의 경우, 코로나 19에도 비교적 견고한 시장을 유지했다. 다만 코로나 19가 장기화되면서 경기, 인천 등 외곽지역의 오피스는 공실률이 증가하는 추세를 보인 반면 대기업이 많고 수요가 풍부한 서울은 안정적인 흐름을 보여주고 있다.

임대료의 경우, 2021년 3분기 기준, 전국 평균 17.1천 원/㎡, 서울 22.4천 원/㎡ 수준이며 임대료 수준의 변동도 거의 없는 것으로 조사됐다.

오피스 공실률 추이

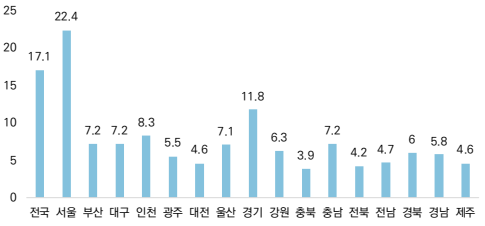
(단위:%)



자료:한국부동산원

오피스 지역별 임대료

(단위:천 원/㎡)



자료:한국부동산원

국내 2021 부동산 주요 정책

2021년에 새롭게 발표된 정책은 많지 않았다. 부동산 정책 기조가 바뀌어 2020년까지는 규제 강화를 통한 수요억제, 부동산 수익에 대한 환수 등이 주요 정책이었다면 2021년에는 공급확대에 집중되었다. 다양한 수요억제 및 규제정책에도 불구하고 전국 아파트 가격이 급등하면서 공급물량 확대 없이는 주택시장 안정이 어렵다는 공감대가 형성되었다. 또한 핵심 지역인 서울시 역시 오세훈 시장 취임 후 주택공급 확대를 위한 공급방안이 발표되었다.

2021년에 발표된 공급확대 정책들의 경우, 우선 정부에서는 「공공주도 3080+ 대도시권 주택공급 획기적 확대방안」을 통해 2025년까지 대도시권에 83.6만 호를 공급하겠다는 계획을 발표했다. 정비사업, 복합사업, 공공택지 등 다양한 공급방안이 제시되었고, 실질적인 공급물량 확대를 체감하고, 수요를 억제하기 위해 3기 신도시 사전청약 물량을 확대했다.

정부의 공공주도형 공급확대 정책과 달리 서울시는 규제완화를 통한 민간 중심의 공급물량 확대방안을 제시했다. 「재개발 활성화 6대 규제완화 방안」을 통해 재개발 사업의 사업기간 단축 및 제2종일반주거지역 7층 높이제한 해제, 신규 구역 발굴 등 재개발 사업을 활성화했다. 또한 역세권 복합개발 사업추진을 위해 적정 요건의 사업지에 대해 종 상향, 용적률 완화 등을 지원하도록 했다.

공공주도 또는 민관협력을 통한 부동산 개발 사업이 늘어나고 있지만, 개발이익에 대한 환수 등 공공성 요구가 높아지고 있어 현실적으로는 사업추진이 쉽지 않을 것으로 예상된다.

한편 2021년의 시작과 함께 2020년 발표된 부동산 관련 세제개편이 시행되었다. 세금감면 요건에 거주기간 추가, 소득세 최고세율 과표 구간 추가, 종합부동산세 세율 인상, 분양권 주택 간주 등이 시행되며 부동산 보유자들의 세금부담이 커졌다. 2차례의 기준금리 인상도 부동산 투자 수요 억제에 영향을 미치고 있다.

중장기적으로 부동산 시장에 영향을 미칠 주요 정책으로는 글로벌 경쟁력 강화와 지역불균형 완화를 위한 정부의 초광역협력 지원전략(안)이 있다. 초광역협력은 교통망 및 산업지원 등이 동반되므로 지역사회에서의 영향력은 클 것으로 예상된다. 환경문제에 대응하기 위한 탄소제로 정책, 중대재해 처벌에 대한 법률 등 ESG와 관련된 정책들도 추진되고 있다.

2021 시행 정책

◆

2021년 시행된 주요 정책

<table>
<tr><th>구분</th><th>내용</th><th>시행시기</th></tr>
<tr><td>1가구 1주택 비과세 보유기간 산정방식 변경</td><td>· 2021년 이전에 최종 1주택이 된 경우는 추가 2년 보유를 하지 않고 비과세 가능
· 2021년 1월 이후에 다주택 상태에서 최종 1주택이 된 경우에만 추가 2년 보유를 해야 비과세 가능</td><td>’21.1.1</td></tr>
<tr><td>분양권 주택수 포함</td><td>· 과도한 투기수요를 억제하기 위해 분양권도 주택수에 포함
· 2020년 8월 12일 이후 취득한 분양권은 ‘취득세’ 산정 주택수에 포함</td><td>’21.1.1</td></tr>
<tr><td>신혼부부·생애최초 특별공급 소득요건 완화</td><td>· 민영주택의 신혼부부·생애최초 특별공급 소득기준 요건이 도시근로자 월평균 소득의 외벌이 140%, 맞벌이 160% 이하로 완화
<table>
<tr><th rowspan="2">구분</th><th colspan="2">개정 전</th><th colspan="2">2021년</th></tr>
<tr><th>물량</th><th>소득기준</th><th>물량</th><th>소득기준</th></tr>
<tr><td rowspan="2">공공주택</td><td rowspan="2">100%</td><td rowspan="2">도시근로자 월평균 소득의 100% 이하(맞벌이 120%)</td><td>우선(70%)</td><td>100%(맞벌이 120%)</td></tr>
<tr><td>일반(30%)</td><td>130%(맞벌이 140%)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">민영주택</td><td rowspan="2">기본세율</td><td rowspan="2">100%(맞벌이 120%)</td><td>우선(70%)</td><td>100%(맞벌이 120%)</td></tr>
<tr><td>일반(30%)</td><td>140%(맞벌이 160%)</td></tr>
</table></td><td>’21.1.1</td></tr>
<tr><td>분양가상한제 아파트 당첨자 거주의무기간 신설</td><td>· 분양가상한제가 적용된 아파트의 당첨자는 최소 2년 이상 실거주 요건 신설
· 공공택지에서는 분양가에 따라 최초 입주가능일로부터 3~5년, 민간택지는 분양가에 따라 2~3년 실거주해야 함
<table>
<tr><th colspan="2">분양가상한제 적용 아파트</th></tr>
<tr><td>공공택지</td><td>3~5년 거주</td></tr>
<tr><td>민간택지</td><td>2~3년 거주</td></tr>
</table></td><td>’21.2.19</td></tr>
<tr><td>종합부동산 세율 인상 및 세부담 상한 변경</td><td>· 최고세율은 개인의 경우 6%까지 올라가며 그 외의 경우에도 최고 3% 종부세율이 적용 가능
<table>
<tr><th>구분</th><th colspan="3">2주택 이하</th><th colspan="3">3주택 이상 및 조정대상지역 2주택</th></tr>
<tr><th>과세표준</th><th>현행</th><th>개인</th><th>법인</th><th>현황</th><th>개인</th><th>법인</th></tr>
<tr><td>3억 원 이하</td><td>0.5%</td><td>0.6%</td><td rowspan="6">3.0%</td><td>0.6%</td><td>1.2%</td><td rowspan="6">6.0%</td></tr>
<tr><td>3~6억 원</td><td>0.7%</td><td>0.8%</td><td>0.9%</td><td>1.6%</td></tr>
<tr><td>6~12억 원</td><td>1.0%</td><td>1.2%</td><td>1.3%</td><td>2.2%</td></tr>
<tr><td>12~50억 원</td><td>1.4%</td><td>1.6%</td><td>1.8%</td><td>3.6%</td></tr>
<tr><td>50~94억 원</td><td>2.0%</td><td>2.2%</td><td>2.5%</td><td>5.0%</td></tr>
<tr><td>94억 원 초과</td><td>2.7%</td><td>3.0%</td><td>3.2%</td><td>6.0%</td></tr>
</table></td><td>’21.6.1</td></tr>
<tr><td>양도소득세 최고세율 인상</td><td>· 2021년에는 10억 원 초과 구간이 신설되면서 최고세율이 45%로 상향 조정
<table>
<tr><th>과세표준</th><th>2020년</th><th>2021년</th></tr>
<tr><td>1,200만 원 이하</td><td>6%</td><td>6%</td></tr>
<tr><td>1,200만 원~4,600만 원 이하</td><td>15%</td><td>15%</td></tr>
<tr><td>4,600만 원~8,800만 원 이하</td><td>24%</td><td>24%</td></tr>
<tr><td>8,800만 원~1.5억 원 이하</td><td>35%</td><td>35%</td></tr>
<tr><td>1.5억 원~3억 원 이하</td><td>38%</td><td>38%</td></tr>
<tr><td>5억 원~10억 원 이하</td><td>40%</td><td>40%</td></tr>
<tr><td>10억 원 초과(신설)</td><td>42%</td><td>45%</td></tr>
</table></td><td>’21.6.1</td></tr>
<tr><td>주택임대차 신고제 시행</td><td>· 주택 전·월세 계약 시에 전반적인 계약사항을 임대차계약 당사자가 30일 이내에 시·군·구청에 공동으로 신고해야 함
· 신고할 계약사항은 임대기간, 보증금, 임대료, 계약금·중도금·잔금 납부일 등임</td><td>’21.6.1</td></tr>
</table>

2021 주요 부동산 정책

◆

공급

2021.2.4 공공주도 3080+, 대도시권 주택공급 획기적 확대방안

· 2025년까지 서울 32.3만 호를 포함한 83.6만 호 공급

· 공공이 주도·참여하여 사업기간 단축, 용적률 상향, 인센티브 제공 등을 통한 공급 확대

공급 부지확보 물량('21~'25) 추계치 총괄

(단위:만 호)

구분	총계	정비사업	도심공공주택복합사업			소규모	도시재생	공공택지	비주택 리모델링	신축매입
			역세권	준공업	저층주거					
계	83.6	13.6	12.3	1.2	6.1	11	3	26.3	4.1	6
서울	32.3	9.3	7.8	0.6	3.3	6.2	0.8	-	1.8	2.5
인천·경기	29.3	2.1	1.4	0.3	1.3	1.6	1.1	18.0	1.4	2.1
5대 광역시	22.0	2.2	3.1	0.3	1.5	3.2	1.1	(광역)5.6 (지방)2.7	0.9	1.4

사업별 요약

입지유형	공급확대방안
1) 재개발 재건축 (도시 및 주거환경정비법)	· 공공 직접시행 정비사업 신설 - (지원) 토지주 수익보장, 절차간소화 및 사업성 개선 - (공공성) 잔여이익은 생활SOC, 공공임대 등 공적활용
2) 도심공공주택복합사업 (공공주택 특별법)	· 입지 유형별 복합/특화 개발사업 신설 - (구조) 공공시행 수용방식 + 토지주 우선 공급
① 역세권 (5천㎡ 이상, 승강장 350m 이내)	· 주거상업고밀지구 신설 - (지원) 용적률, 상업비율 및 주차장의무 완화 등
② 준공업 (5천㎡ 이상, 산업쇠퇴지역)	· 주거산업융합지구 신설 - (지원) 용도지역 변경, 건축 인센티브 부여 등
③ 저층노후 (1만㎡ 이상, 공공개입要 노후지역)	· 주택공급활성화지구 신설 - (지원) 용적률 등 도시·건축 인센티브 부여
3) 소규모 정비사업 (빈집 및 소규모주택 정비에 관한 특례법)	· 소규모 정비 절차 신설·정비 - (구조) 민간자율 원칙, 토지주 동의로 공공 직접시행 가능
① 역세권 (5천㎡ 미만)	· 소규모 재개발 신설 - (구조) 지자체 구역지정, 조합 자율 시행 - (지원) 도심 공공주택 복합사업과 동일 지원
② 준공업지역 (5천㎡ 미만)	
③ 노후주거지역 (1만㎡ 미만)	· 소규모 주택정비 관리지역 신설 - (구조) 지자체 관리계획 수립, 민간이 체계적 정비 - (지원) 소규모 정비 요건완화, 도시·건축규제 완화 등
4) 도시재생 (도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법)	· 주거재생혁신지구 도입, 도시재생 인정제도 확대 - (지원) 부지확보 용이성 제고, 재정지원 등

2021.9.15 도심 주택공급 확대 및 아파트 공급 속도 제고방안

① 도심 주택공급 확대 방안

· 도심 내 주택공급 활성화를 위해 오피스텔 바닥난방 허용 기준 확대, 도시형생활주택 허용면적 기준 확대

· 기금지원 한도 상향 및 금리 인하, 세제 혜택 등 인센티브 지원

구분	내용
오피스텔·도시형생활주택 건축기준 완화	· (오피스텔) 바닥난방 설치 허용 면적 기준 변경(전용 85㎡→전용 120㎡) · (도시형생활주택) 허용면적 기준 및 방 수 제한 완화(전용 60㎡로 확대, 방 2개→최대 4개*) * 공간구성 완화 세대는 전체 세대수의 1/3 이하로 제한
기금·세제 지원	· (기금 지원) 민간 건설사의 주택도시기금 건설자금 융자 한도상향(현행 대비 40% 상향) 및 대출금리 인하(현행 대비 1%p 인하) · (세제 혜택) 민간사업자가 과밀억제권역 내 준주택을 신축하는 경우 취득세가 중과*되나, LH 등과 매입약정을 통해 공공임대로 공급하기로 한 경우 취득세 중과 배제 * 토지분 : 4%(기본) + 4%(중과) = 8% / 건축분 : 2.8%(기본) + 1.6%(중과) = 4.4%

② 아파트 공급 속도 제고 방안

· 아파트 공급 속도 제고 방안으로 주택건설사업계획 통합심의 활성화, HUG 고분양가 심사기준 개선 및 분양가 상한제 심의기준 구체화 방안 마련 등 추진

구분	내용
주택건설사업계획 통합심의 활성화	· 사업주체 주택건설사업 관련 통합심의 신청 시 사업계획 승인권자의 통합심의 의무화 → 주택건설사업 인허가 기간 단축 가능(9개월→2개월)
HUG 고분양가 심사기준 개선	· 단지 규모 및 브랜드 등이 유사한 인근 사업장 시세 반영 · 세부 심사기준 공개 등 제도 운영과정에서 합리성과 투명성 강화
분양가 상한제 심의기준 구체화	· 분양가 심사 과정 시 분양가 심의 기준 구체화 → 지자체 재량 축소 및 사업주체 분양가 예측 가능성 제고

2021.5.26 서울특별시 6대 재개발 규제완화 방안

· 주거정비지수제 폐지와 공공기획 전면 도입하여 구역 지정기간을 5년에서 2년으로 단축, 노후도가 심각한 재개발 해제구역은 다시 신규지정 가능

· 6대 규제완화 방안 시행을 위해 「도시 및 주거환경정비 기본계획」을 변경 예정

6대 재개발 규제완화 방안

<table>
<tr><th>규제 완화 방안</th><th>내용</th></tr>
<tr><td>주거정비지수제 폐지</td><td>· (기정) 법적요건과 주거정비지수제 요건을 모두 충족해야만 재개발 구역 지정 가능
- 법적요건: 필수항목(노후도 동수 2/3이상, 구역면적 1만㎡ 이상)을 충족하고, 선택항목(노후도 연면적 2/3이상, 주택접도율 40%, 과소필지 40%, 호수밀도 60세대/ha) 중 1개 이상 충족
- 주거정비지수제 요건: 필수항목(대지면적 1만㎡이상, 노후 동수 2/3 이상, 노후도 연면적 60% 이상, 주민동의율 2/3이상, 평가점수 70점 이상)을 충족하고, 도시계획 심의
· (개정) 법적요건만 충족하면 재개발구역 지정 가능</td></tr>
<tr><td>공공기획을 통한 구역지정 기간단축</td><td>· (기정) 주민제안, 사전검토(6개월), 사전 타당성조사(12개월), 기초생활권 계획수립(10개월), 정비계획수립(20개월), 정비구역지정 법정절차(12개월) → 총 60개월
· (개정) 주민제안, 사전검토(4개월), 공공기획+정비기획(14개월), 정비구역지정 법적절차(6개월) → 총 24개월</td></tr>
<tr><td>주민동의율 간소화·명확화</td><td>· (기정) 주민제안단계(10%), 사전타당성 조사(50%), 정비구역 지정단계(2/3이상)
· (개정) 주민제안단계(30%), 공공기획+정비계획(2/3이상)</td></tr>
<tr><td>재개발해제구역 신규지정 활성화</td><td>· 재개발해제구역 중 노후화·슬럼화돼 주거환경개선이 반드시 필요한 지역은 주민합의에 따라 신규구역으로 지정 가능</td></tr>
<tr><td>제2종(7층) 일반주거지역 규제 완화</td><td>· 2종 일반주거지역 중 7층 높이제한 적용을 받고 있는 지역에서 재개발·재건축 사업을 추진하거나 공동주택(아파트)을 건립하는 경우 2종 일반주거지역과 동일하게 최고 25층까지 (공동주택) 건축 가능
<table>
<tr><th rowspan="2">구분</th><th colspan="4">용적률</th><th rowspan="2">최고 층수</th></tr>
<tr><th>기준용적률</th><th>허용용적률</th><th>상한용적률</th><th>법적상한용적률</th></tr>
<tr><td>제2종일반 주거지역(7층)</td><td>170%</td><td>190%</td><td>250%</td><td>250%</td><td>7층 이하</td></tr>
<tr><td>제2종일반 주거지역</td><td>190%</td><td>200%</td><td>250%</td><td>250%</td><td>25층 이하</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>매년 재개발구역 공모추진</td><td>· 구역 지정 활성화를 위해 매년 재개발구역 지정 공모를 실시, 연 25개 이상 구역을 발굴할 계획</td></tr>
</table>

2021.6.2 서울특별시「역세권 복합개발(고밀주거) 지구단위계획 수립기준」시행

· 도로, 면적 등 충족 시 주거지역에서 준주거지역으로 종 상향이 가능하며, 용적률 최대 700%의 고밀개발 가능
· 완화된 용적률 중 50%는 공공기여로 제공하며, 공공기여 중 70% 이상은 공공임대주택, 30% 이하는 공공시설 등으로 제공

사업대상지 기준

구분	역세권 내(승강장경계 250m 이내)에 입지한 지역		
	면적 요건	도로 요건	노후도 요건
내용	· 가로구역의 1/2이상으로서 1,500㎡ 이상~5,000㎡ 이하 · 위원회에서 인정하는 경우 최대 10,000㎡ 이하	· 2면 이상이 폭 4m 이상 도로에 접하면서 최소 한 면은 폭 8m 이상 도로에 연접	· 서울특별시 도시계획조례 시행규칙 별표1에 따른 건축물 노후도 기준 충족

용적률 체계

구분			중심지 역세권	비중심지 역세권
기준 용적률(%)			· 제2종/제3종: 변경 전 조례용적률-20% · 준주거: 조례용적률 · 기존 지구단위계획구역의 경우 기존 허용용적률-20%	
허용 용적률(%)			· 제2종/제3종: 용도지역 변경 전 조례용적률 · 준주거: 조례용적률 · 기존 지구단위계획구역의 경우 기존 허용용적률	
상한 용적률(%)	간선 도로변	10m이상 진입도로 확보	600% 이하(700% 이하)	500% 이하(600% 이하)
		8m이상 진입도로 확보	560% 이하	460% 이하
	이면 도로변	10m이상 진입도로 확보	530% 이하	430% 이하
		8m이상 진입도로 확보	500% 이하	400% 이하

수요

2021.2.15 분양가상한제 적용주택 거주의무기간 요건 추가

· 기존의 거주의무기간은 공공분양 주택에만 적용되었으나, 개정을 통해 민간택지에서 공급되는 분양가상한제 적용주택도 거주의무기간 요건 추가

분양가상한제 거주의무기간

구분	분양가격	거주의무기간
공공택지에서 건설·공급되는 주택	인근지역 주택매매가격의 80% 미만	5년
	인근지역 주택매매가격의 80~100%	3년
민간택지에서 건설·공급되는 주택	인근지역 주택매매가격의 80% 미만	3년
	인근지역 주택매매가격의 80~100%	2년

2021.8.25 공공택지 신규 사전청약 확대

· 공공택지에서 공급되는 아파트에 대해 사전에 청약할 수 있는 사전청약물량 확대
· 2024년 상반기까지 기존 사전청약 물량 포함 16.3만 호 조기공급으로 사전청약 공급물량 확대

사전청약 공급(예정)물량

구분		합계	'22년까지			'23년 이후	
			'21.下	'22.上	'22.下	'23.上	'23.下~'24.上
신규 사전청약	민간사업	8.7	0.6	1.6	1.2	1.1	4.2
	3080+(공공)	1.4	0.4	-	-	0.5	0.5
기 사전청약		6.2	3.2	1.5	1.5	-	-
계		16.3	4.2	3.1	2.7	1.6	4.7

2021.10.26 가계부채 관리 강화방안

· 가계부채 관리를 위해 주택 기준으로 산정하던 대출기준을 총 대출액 기준으로 변경하여 조기 시행
· 제2금융권의 조정비율을 낮춰 DSR 기준치 강화

① 차주단위 DSR 2·3단계 조기 시행

· 차주단위 DSR 확대적용 계획을 '22.1월로 앞당겨 조기 시행

구분	'21.7월 이전	1단계(현행)	2단계 ('22.7월→'22.1월)	3단계 ('23.7월→'22.7월)
주택담보대출	투가·과열지구 9억 원 초과 주택	①全 규제지역* 6억 원 초과 주택	총 대출액 2억 원 초과	총 대출액 1억 원 초과
신용대출	연소득 8천 초과 & 1억 원 초과	②1억 원 초과	(①/② 유지)	(①/② 폐지)
영향을 받는 대출이용자	신규취급 주담대의 8.8%	신규취급 주담대의 12.4%	全차주의 13.2% 全대출의 51.8%	全차주의 29.8% 全대출의 77.2%

* 투기지역·투기과열지구·조정대상지역

② 제2금융권 DSR 기준 강화

· 차주단위 DSR : 제2금융권 기준을 60%→50%로 하향조정
· 금융회사 평균 DSR : 최근 증가세가 높은 권역 규제비율 강화

업력별 평균 DSR 기준치 강화

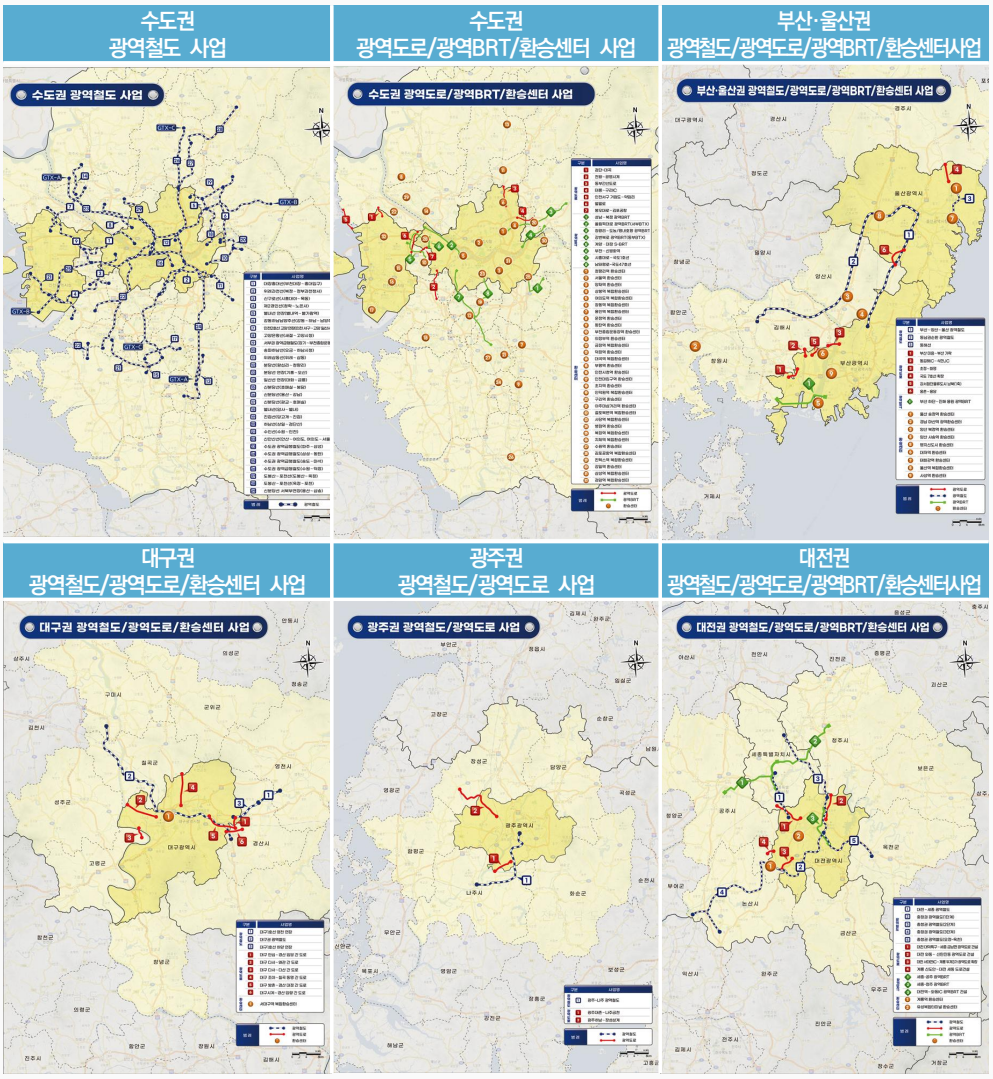
평균DSR	은행	보험	상호	카드	캐피탈	저축
현행 규제비율	40.0%	70.0%	160.0%	60.0%	90.0%	90.0%
준수현황	38.3%	51.9%	124.6%	55.7%	70.5%	71.5%
조정비율	40.0%	50.0%	110.0%	50.0%	65.0%	65.0%

도시계획

2021.7.9 제4차 대도시권 광역교통시행 계획

· 「대도시권 광역교통 관리에 관한 특별법」에 따라 대도시권 광역교통시행계획이 확정·고시
· 교통망 확충 계획에 따라 부동산 시장의 영향이 클 것으로 예상

권역별 광역교통시설사업 계획도



2021.10.4 초광역협력 지원전략(안) 발표

① 초광역협력의 법적근거 마련 및 계획수립

· (법적근거) 국가균형발전특별법에 초광역권 정의, 초광역협력사업 추진·지원 근거 마련, 국토기본법·국토종합계획에 공간구조 및 발전전략 등 초광역권 계획 도입

· (계획수립) 지역 주도로 수립한 「초광역발전계획」에 대해 범부처 협의·조정 등을 통해 확정 후 국가균형발전 5개년 계획에 반영

② 예산 전 주기에 걸친 재정지원 체계 구축

· (예비타당성 조사) SOC사업 예비타당성 대상 기준 상향 조정 추진

- 현행: 총사업비 500억 원, 국비 300억 원 → (검토) 1,000억 원, 국비 500억 원
- 지역발전투자협약 사업 중 500억 미만 사업 대상 투자심사 면제 검토 및 수시심사 적극 활용

· (예산편성) '22년 초광역협력 시범사업 반영(223억 원), 국고보조율 상향(50→60%)

- SOC(거점·광역교통망 구축), 경제(산업기반 조성), 문화(광역관광개발사업), 교육(RIS) 및 이를 융합한 사업

국내 권역별 메가시티 추진현황

구분	대전·세종·충북·충남	대구·경북	광주·전남	부산·울산·경남
비전	· 글로벌 신성장 엔진의 중심, 충청권 메가시티	· 2040 글로벌 경제권, 통합대구경북	· 동북아 신성장의 시작, 광주전남 메가시티	· 부울경, 동북아 8대 메가시티
추진 전략	· 4차 산업혁명 특별권역 미래산업 메카 · 국가기능 특화·연계 균형발전 허브	· (산업혁신)대한민국 혁신성장의 사다리 · (인재혁신)미래형 혁신인재 1만 명 플랫폼 · (공간혁신)공항·항만 연계 환태평양 글로벌 허브	· (광역+광역)글로벌 에너지 허브 구현 · (광역+기초)광주 인접 5개 시·군 상생발전 전략 수립 · (권역+권역)남해안남부권 연계 신성장축 도약	· 기후 위기 대응 선도, 혁신 기반 동반 성장, 공간 압축 초광역 인프라
기대 효과	· 2040년 인구 600만 명, 전 지역 50분 생활권, 국내외 기업 유치 2천개, 신규일자리 24만개, 온실가스 2억16백만톤CO2감축	· 2040년 인구 550만 명, 실질 GRDP 300조, 벤처·중소기업 5천개, 외국인 관광객 800만 명	· 2040년 인구 500만 명, 실질 GRDP 200조, 기업유치 2천개, 일자리/인력양성 20만 명	· 2040년 인구 1,000만 명, 전 지역 1시간 생활권, 실질 GRDP 491조, 외국인 관광객 1,000만 명
향후 계획	· 특별지자체 설치·운영 후, 충청권 행정통합 추진	· 특별지자체 설치·운영 후, 대구경북 행정통합 추진	· 2024년 내 특별지자체 설치 후 권역·권역 간, 광역·기초 간 협력 지속 추진	· 2022년 1사분기 내 특별지자체 설치

공공성 확대

2021.12.9 도시개발법, 주택법 개정안 국회 본회의 통과

· 민·관 공동 도시개발사업의 공공성 강화를 위한 도시개발법, 주택법 개정안 국회 본회의 통과
· 개발이익환수법은 국회 본회의 상정 제외

① 도시개발법
· 민·관 공동 도시개발사업에서 민간참여자의 이윤율 상한을 대통령령으로 정하도록 규정
- 민간참여자의 이윤율, 수익배분 기준 등을 공공시행자와 민간 참여자가 체결하는 협약에 포함
- 이윤율을 초과한 민간참여자의 이익은 생활편의증진을 위한 시설 설치, 임대주택의 건설·공급 사업비로 재투자
· 시행자가 조성 토지를 직접 사용하는 경우 민간참여자의 출자 범위 내에서 사용
· 공공 임대사업자에게 임대주택 건설용지 공급 시, 가격기준을 감정가격→조성원가로 인하
· 도시개발사업의 민간참여자 선정, 사업시행 및 운영실태 등에 대해 관리·감독 강화
· 공포 후 6개월 후 시행하되, 시행 후 최초로 도시개발구역을 지정하는 경우부터 적용

② 주택법
· 공공이 총 지분의 50% 초과 출자하는 도시개발사업의 경우, 공동주택 용지를 공공택지에 포함
- 해당 주택은 분양가상한제 적용 및 분양가격 공시의무 부여
· 공포한 날부터 시행, 시행 이후 최초 주택건설 사업계획 승인을 받아 공동주택을 건설·공급하는 용지부터 적용

③ 개발이익환수법
· 현행 개발부담금 부담률 20~25%를 50%로 올리는 개발이익환수법 개정안이 국회에 제출
- 개발부담금 산정 기준은 부과 종료시점의 토지의 가액에서 부과 개시 시점의 토지의 가액을 제외한 후 부과 기간의 정상지가 상승분, 개발비용을 제외한 금액을 대상으로 부담률 20~25%를 적용하고 있음
· 개발부담금 부담률 50% 상향 안은 국회에 제출되었으나, 본회의에 상정되지 못함

ESG

2021.10.8 2030 국가 온실가스 감축목표(NDC) 상향

· 코로나 19 발생 이후 EU, 영국, 미국, 캐나다 등 세계 주요국 2050 NDC 상향
· 국내 탄소배출량을 2018년 배출량(727.6백만 톤) 대비 40%(291백만 톤) 감축. 2030년 배출량 436.6백만 톤 목표
· 국제메탄서약 가입을 위한 메탄 감축 방안 마련

| 탄소 부문별 감축 목표

(단위:백만 톤CO2eq)

구분	부문	기준연도('18)	現 NDC ('18년 比 감축률)	NDC 상향안 ('18년 比 감축률)
배출량		727.6	536.1 (△191.5, △26.3%)	436.6 (△291.0, △40.0%)
배출	전환	269.6	192.7 (△28.5%)	149.9 (△44.4%)
	산업	260.5	243.8 (△6.4%)	222.6 (△14.5%)
	건물	52.1	41.9 (△19.5%)	35.0 (△32.8%)
	수송	98.1	70.6 (△28.1%)	61.0 (△37.8%)
	농축수산	24.7	19.4 (△21.6%)	18.0 (△27.1%)
	폐기물	17.1	11.0 (△35.6%)	9.1 (△46.8%)
	수소	-	-	7.6
	기타(탈루 등)	5.6	5.2	3.9
흡수 및 제거	흡수원	-41.3	-22.1	-26.7
	CCUS	-	-10.3	-10.3
	국외 감축	-	-16.2	-33.5

| 메탄 30% 감축안

(단위:백만 톤CO2eq)

분야		에너지	농축산	폐기물	산업 공정	LULUCF	배출 총계
배출량	'18년	6.3	12.2	8.6	0.6	0.3	28.0
	'30년	4.5	9.7	4.6	0.7	0.3	19.7
감축률		28.6%	20.9%	46.5%	-13.3%	-	약 30% (29.7%)

2021.9.27 중대재해 처벌 등에 관한 법률 시행령 제정안 국무회의 의결

· 2022년 1월 27일 중대재해 처벌법 시행
· 중대재해 처벌 등에 관한 법률에서 위임한 법률의 세부 규정
- 직업성 질병자의 범위, 공중이용시설의 범위, 안전·보건확보 의무의 구체적 내용 등 규정

① 직업성 질병자의 범위

· 각종 화학적 인자(총 199종의 유해인자와 인 등 금지물질)에 의한 급성중독과 급성중독에 준하는 질병으로 정함
· 급성중독에 준하는 질병은 인과관계의 명확성, 사업주의 예방가능성, 피해의 심각성을 기준으로 선정

② 중대시민재해의 공중이용시설의 범위

· 중대시민재해 적용대상이 되는 공중이용시설은 대상의 명확성, 공중 이용성 및 재해발생시 피해규모 등을 고려하여 대상 범위 규정
- 연면적 2천㎡ 이상 지하도상가, 연장 5백m 이상 방파제, 바닥면적 1천㎡ 이상 영업장, 바닥면적 2천㎡ 이상 주유소·충전소 등

③ 안전·보건 확보의무의 구체적 내용

· 중대산업재해 관련
- 중대산업재해 관련 안전보건관리체계의 구축 및 이행
  : 안전보건목표와 경영방침 설정, 전담조직 설치, 업무절차 마련 및 점검,
  필요한 예산 편성 및 진행 관리, 안전보건관리책임자 등에게 필요한 권한·예산부여, 평가기준 마련 및 평가,
  안전/보건관리자, 산업보건의 등을 정해진 수 이상 설치,
  종사자 의견청취 및 개선방안 마련, 매뉴얼 마련 및 조치사항 점검,
  제3자 도급·용역·위탁시 종사자 안전·보건 확보를 위한 기준·절차 마련 및 이행여부 점검
- 안전·보건 관계 법령에 따른 의무이행에 필요한 관리상 조치

· 원료·제조물 관련
- 안전보건관리체계의 구축 및 이행
- 중대시민재해 우려가 높은 원료 제조물에 대해서는 유해 위험요인 주기적 점검 및 위험징후 대응조치, 업무처리절차 마련

· 공중이용시설·공중교통수단 관련
- 안전보건관리체계의 구축 및 이행

④ 안전보건교육 수강 및 과태료 부과

· (교육내용) 안전·보건에 관한 경영방안, 중대산업재해 원인분석과 재발방지 방안 등
· (교육방법) 20시간 범위내 운영, 참여자 부담, 분기별 중대산업재해 발생 법인·기관 대상 교육대상자 확정 등
· (과태료) 1차 1천만 원, 2차 3천만 원, 3차 5천만 원

⑤ 중대산업재해 발생사실의 공표

· (공표대상) 중대산업재해로 범죄의 형이 확정되어 통보된 사업장
· (공표내용) 사업장 명칭, 재해발생 일시·장소, 피해자 수, 재해 내용·원인, 해당 사업장 최근 5년 내 재해발생 여부
· (공표방법) 관보, 고용부 또는 한국산업안전보건공단 홈페이지에 1년 게시

국내외 부동산 시장 전망

코로나 19는 전 세계에 다양한 영향을 미쳤다. 세계화는 후퇴했고, 사회적 거리두기로 사람들과의 만남이 줄어든 자리를 온라인이 대체했다. 물리적 생활공간인 부동산도 사람들의 생활변화에 적응하고 있다. 유형별로 쓰임새가 달라지기도 하고, 활용가치가 떨어진 부동산도 있지만, 전 세계적으로 유사한 형태의 변화가 있었다.

주거시장은 코로나 19에서 가장 주목받은 부동산이다. 외부활동이 줄어들면서 집의 중요성이 높아져 휴식과 거주 뿐 아니라 업무와 친목, 가족의 생활과 안정성까지 담보하는 공간이 되었다. 이에 따라 세계 주요국의 집값이 큰 폭으로 올랐다. 2021년 6월 부동산 정보업체 나이트프랭크에 따르면 지난 1년간 뉴질랜드(22.1%), 룩셈부르크(16.6%) 미국(13.2%), 오스트리아(12.3%), 네덜란드(11.3), 러시아(11.1%) 등의 집값이 10% 이상 급등했다. 적극적 재정확대와 주택 수요 증가로 주택가격이 상승했고, 국내도 예외는 아니었다.

주택 선호도도 달라졌다. 해외의 경우 도시에서 교외로 이동하고, 아파트에서 단독주택으로 이동하는 경향을 보였다. 바이러스와의 전쟁으로 인해 저밀도, 자연친화적인 주거에 대한 관심이 높아지면서 50~60대 장년층을 중심으로 자연과 여유를 찾아 복잡한 도시를 떠나는 경향을 보였다. 반면 청년층의 도시 선호는 여전했다. 양질의 일자리가 중요하고, 단독주택을 구입할 자금여력이 부족한 청년층에게 직주근접, 도시의 편리함은 포기하기 어려운 주거여건이기 때문이다. 코로나 19 이후에도 주택수요는 세분화되고, 공간구성과 활용도 다양해질 전망이다.

코로나 19로 인해 가장 타격을 받은 부동산 유형은 상업시설과 숙박시설이다. 상업시설은 이동제한, 집합금지와 같은 정부의 직접적 통제 이외에도 재택근무, 온라인 강의, 화상회의, 자발적 모임 자제 등으로 타격을 입었다. 그 빈자리는 온라인이 메웠으며, 코로나 19 이후에도 온라인 활용도는 높아질 전망이다. 이에 따라 상업시설은 옴니채널의 한 영역으로서 변신하고 있다. 기업들은 오프라인 매장을 경험과 이미지 홍보, 온라인 회원 관리, 교환 및 환불 등 고객 접점공간으로 활용하고, 판매는 온라인 중심으로 이원화하고 있다.

반면 온라인 전환이 어려운 업종과 온라인 전환에 실패한 상업시설은 살아남기 어려울 것으로 예상된다. 부동산 시장에서도 노후, 공실 상업시설에 대한 용도전환 사례가 증가할 전망이다.

숙박시설은 로컬 여행보다는 도시, 외국인 대상의 고급 숙박시설의 영향이 더 컸다. 이동제한과 자가격리 의무기간으로 인해 출·입국은 극도로 제한되었고, 밀도가 높은 도시로의 여행이나 출장과 같은 기업수요는 감소했다. 반면 저밀도의 자연친화적인 여행지는 사람들이 늘어나면서 로컬 숙박시설은 이미 코로나 19 이전을 회복했거나 회복하고 있다. 부동산 시장에서도 코로나 19로 인해 억눌려 온 해외여행과 국제교류가 증가하며 호텔, 컨벤션 등이 급속히 회복될 것으로 보는 예측이 많았다.

업무시설은 대기업이나 자산운용사들이 보유한 사례가 많아서 코로나 19에도 다른 부동산에 비해 가격과 거래가 비탄력적이었다. 코로나 19 이후 자본력이 뒷받침되는 대형 업무시설의 경우 관리의 중요성, 운영시스템에 대한 엄격한 기준을 도입해 대형 오피스가 한 단계 발전하는 계기가 될 것으로 보인다. 특히 위생이나 환경 문제, 직원들의 복지나 창의력을 높일 수 있는 업무환경 구축 등에서 질적 성장을 보일 전망이다. 반면 해외에서는 경우 코로나 19로 인해 업무밀집도가 높고 재택근무가 원활한 대기업이 입주한 A등급 오피스가 B등급 오피스보다 수요가 감소한 것으로 조사되기도 했고, 교외지역 오피스 투자가 증가하기도 했다.

물류시설은 주거시설과 함께 코로나 19로 인한 최대 수혜 부동산이다. 온라인 산업 발달로 물류시장은 호황을 누리고 있다. 국제 교역을 위한 대형 물류시설 뿐 아니라 국내 쇼핑, HMR(가정간편식, Home Meal Replacement) 등을 위한 도심형 물류시설의 확보가 치열하다. 특히 배송시간 단축에 대한 경쟁우위를 확보하기 위해 최첨단 시설을 갖춘 도심형 물류시설 수요가 증가하고 있다. 하지만 한편에서는 공급과잉과 지나친 가격상승 등에 대한 우려의 목소리도 나오고 있다.

코로나 19로 인해 세계적으로 대도시, 고층건물, 물리적 공간이라는 부동산의 개발 공식이 흔들리며 외곽 지역, 저밀도, 비 물리적 서비스에 대한 수요 증가를 예고하고 있다. 디지털 산업의 발달로 지역의 선택권이 넓어지고 친환경적 공간, 위생과 안전 관련 서비스는 증가할 전망이다.

주거시설은 도시와의 접근성이 양호한 교외의 단독주택 단지 개발이 늘어날 전망이다. 수요자들이 추구하는 친환경성, 편리함과 경제성을 담보하면서, 공급자의 수익성이 가능한 지역에서 주거용 상품이 증가할 것으로 예상된다. 대표적으로 서울 근교 수도권, 부산·대전 등 대도시 주변의 저밀도주택 수요가 증가할 것으로 보인다. 반대로 고밀도 건물에서도 옥상, 테라스 등 야외공간을 활용, 실내정원과 같은 자연친화적이고 쾌적한 환경을 제공할 수 있는 설계와 시설이 중요해질 전망이다. 또한 수요가 더욱 세분화되면서 가족용 임대주택, 노인주택, 학생 기숙사처럼 특정 수요자 맞춤 공급도 늘어날 전망이다.

도심의 노후 시설을 1~2인 대상의 주거시설로 변경하거나 리모델링하는 사례도 증가할 전망이다. 안정적 소득이 있는 청년층을 대상으로 한 소형주택이 늘어나면서 입지 좋은 숙박시설, 상업시설 등이 주요 타겟이 될 것으로 보인다.

그 밖에도 국내외 부동산 전망에서는 기술과 서비스에 집중할 것을 조언하고 있다. 기술산업을 뒷받침할 데이터센터, 의료시설, 냉장시설 등 특수 부동산이 늘어날 전망이며, 기술기반 사회로 전환되면서 스마트 도시, 첨단산업시설과 결합된 부동산은 앞으로도 늘어날 수밖에 없다. 코로나 19로 가장 타격을 받은 상업시설 역시 고객을 모을 생각보다는 고객이 필요한 서비스를 먼저 생각하고, 이에 맞는 옴니채널로서의 상업시설 운영을 제안하고 있다.

해외 부동산 시장 전망

◆

주거용은 도심을 선호하는 청년층과 저밀도 교외주택을 선호하는 장년층이 증가하고 있다. 상업용 부동산은 옴니채널 확대에 따른 온·오프라인 통합 전략이 중요해지고 있고, 업무시설은 원격근무로 인한 여유 공간을 서비스 공간으로 재구성 할 필요성이 높아지고 있다.

코로나 19 이후 주요 부동산 트렌드

유형	내용
주거	· 코로나 19의 영향으로 고밀도 도시에서 교외로, 아파트에서 단독주택으로의 주거지 이동이 가속화됨 · 반면 도시는 금융, 문화, 정부의 중심지로서의 역할 수행, 특히 20대 그룹은 도시적 생활방식 추구 · 새로운 주택을 구매할 때 재택근무를 할 수 있는 조용하고 사적인 공간이 있는 주택의 선호도가 높아짐
상업	· 상업시장의 옴니채널 확대 · 비대면 소비패턴은 코로나 19 이후에도 '뉴노멀'로 자리잡을 가능성이 높음. 배달 외에도 디지털 기술을 활용한 매장 외 픽업, 드라이브스루 등 서비스 성장 전망 · 디지털 네이티브 브랜드, 건강 및 웰빙, 자동차 소품, 애완동물 서비스, 식료품, 편의점 등은 증가 예상 · CBRE에서는 상업수요의 약 20% 감소를 예측. 다가구, 사무실, 호텔 등으로 전환 모색할 필요성 있음
업무	· 코로나 19는 B등급보다 A등급 오피스에 더 영향. 원격근무로 인해 오피스 수요 약 15% 감소 전망 · 밀집도가 높은 중심업무지구 대신 저밀도의 차량접근성이 용이한 교외지역 오피스 투자 증가함 · 코로나 19, ESG 경영에 따라 유연한 공간구성, 실내 공기질 정화, 비접촉 기술 제공 등 생산성, 건강·안전에 대한 중요성 증가 · 프롭테크는 데이터 수집·구성을 통한 비용절감과 위험 운영시스템 구축에 주력하고 있음
물류	· 코로나 19로 인한 공급 차질을 대비하기 위해 공급처 다변화, 예비 재고 확보 등을 통한 JIC(Just In Case)전략으로 리스크를 절감함 · 니어쇼어링(Near-shoring), 최종소비자에게 가까운 지역에 물류시설을 설립하여 공급망을 안정화할 것으로 전망 · 식품 및 음료 등 생필품의 온라인 구매가 증가함에 따라 당일배송을 용이하게 하는 방법 중심으로 물류산업이 발달할 전망 · 물류산업은 온라인거래의 급격한 증가로 높은 투자 수준에 도달하였지만, 이로 인한 물류시설의 과잉가격에 대한 우려도 존재함
호텔	· 소규모 도시와 지방 호텔은 이미 빠르게 회복 중. 코로나 19 종식 후 이전 수준을 회복할 것으로 예상되지만, 도시지역이나 리조트 등 고급 호텔은 상대적으로 회복이 더딜 것으로 예상됨 · 코로나 19 기간 동안 호텔은 사무실 공간으로 임대하거나, 중장기 주택과 대학생 주거지로 개조하는 등 유연하게 사용될 것으로 예상됨 · 숙박시설의 청결도 및 안전 강화 중요성이 높아지며, 새로운 서비스 및 운영 방식에 대한 필요성 높아짐

자료:PwC, JLL, CBRE, Mckinsey & Company

상대적으로 재고가 적고, 회전율이 낮으며 수익률이 높은 특수 운영 부동산에 대한 선호 증가
부동산 산업에서도 양적완화 축소, 탈탄소화, ESG 등에 대한 대응 필요함

국내 부동산 시장 전망

◆

코로나 19에 따른 사회적 거리두기 등으로 주택시장은 유례없는 호황을 보인 반면, 상업시장은 약세를 면치 못하고 있다. 업무시설은 프라임오피스의 공급물량 감소로 전반적으로 공실률이 낮아지고 이다. 물류시장은 코로나 19 이후 온라인 거래가 급증하며 물류센터의 공급 및 거래규모가 지속적으로 증가하고 있다.

코로나 19 이후 주요 부동산 트렌드

유형	내용
주거	· 2022년 전국 아파트 공급예정물량은 30.8만 호로 최근 5년 평균 38.5만 호 대비 7.7만 호 감소, 서울은 2.1만 호로 최근 5년 평균 4.3만 호에 비해 2.2만 호 감소. 수급불균형으로 인한 가격불안정 지속될 전망 · 아파트 가격 하락 우려, 다주택자·고가주택에 대한 세금 강화, 대출규제 강화, 금리인상 등으로 전반적인 아파트 가격 상승세는 둔화될 것으로 예상됨 · 지역 내 중심지와 외곽, 수도권과 지방 등의 가격격차가 커지고, 비인기지역의 아파트가격 하락 전망 · 반면 서울의 재개발 규제 완화로 인해 서울 내의 재개발 사업이 활발하게 진행될 것으로 예상됨
상업	· 외국인 관광객 급감, 사회적 거리두기 지속 등에 따라 명동 상권과 홍대·합정 상권의 타격이 큼 · 서울 상업시설 공실률 증가 추세. 2021년 3분기 기준 전국 13.3%, 서울 9.7%이며, 강남권역의 공실률이 10.6% 이상임. 유동인구가 많고 중저가 시장인 망원역(1.0%), 뚝섬(1.3%), 신림역(3.7%), 구로디지털단지역(2.1%) 등 상권은 비교적 안정적임 · 상업시설 전환률은 가락시장, 잠실새내역, 강남대로 순이며, 건대입구, 군자, 수유는 상대적으로 낮음
업무	· 2021년 3분기 기준 서울 오피스 임대료는 22.4천 원/㎡으로 유지중이며, 기타권역의 임대료는 2020년 대비 하락함. 시도별 임대료는 비슷한 수준을 유지 중임 · 공실률은 서울 도심권을 제외하고 모두 하락 추세임. 2021년 3분기 기준 전국 10.9%, 서울 7.9%이며 도심권역(10.5%), 여의도·마포권(8.7%)이 상대적으로 높고, 강남권(6.9%), 기타권역(6.7%)이 낮음 4분기부터 2022년 말까지 프라임오피스의 신규공급이 없으므로 공실률은 더욱 하락할 것으로 예상됨 · 공실률 감소로 2021년 3분기 투자수익률은 전국 1.8%, 서울 1.9%로 2020년 3분기 각 1.3%, 1.5%에서 높아짐
물류	· 2021년 3분기 기준 수도권에 공급된 물류센터는 약 17만 평으로 남부권(안성, 평택, 화성)에 66%가 집중되어 공급됨 · 2021년 3분기 기준 거래규모는 전년보다 61% 증가한 9,300억 원으로 분기 중 가장 많은 거래규모를 기록함. 4분기에는 물류센터 5곳을 추가 매입할 예정으로 전체 거래규모는 4조 원에 이를 전망임

자료:부동산114, 한국감정원, KB경영연구소, 세빌스, 젠스타메이트

아파트 가격 하락 우려, 부동산 규제 정책, 금리인상 등으로 주택가격 안정 예상
외국인 관광객 감소 및 사회적 거리두기 지속으로 임대료가 높은 상권 공실률 증가
주요 업무 지역의 오피스는 수요 이탈 없이 안정적 가격과 공실률 예상
코로나 19로 인한 물류수요 급증으로 물류센터 공급 및 거래 증가 전망

CHAPTER

03

전문가 좌담회

제1절. 전문가 좌담회 개요

제2절. 전문가 좌담회 주요 내용

전문가 좌담회 개요

2022년 부동산 시장 전망과 변화되는 트렌드 분석을 위해 건설부동산 분야의 전문가가 참여하는 전문가좌담회를 실시했다. 세부분야는 거시전망, 건설개발, 주거상품으로 구분하여 아파트 가격급등에 따른 건설부동산 시장과 산업의 전망을 살펴보고, 이에 따른 2022 건설개발 산업과 주거상품에 대한 트렌드를 논의했다. 전문가는 건설부동산 관련 학계 및 연구소 등 연구 분야 전문가와 설계를 비롯한 건설개발, 운영 등 부동산 관련 업계의 전문가가 참여했다.

전문가좌담회의 진행방식은 코로나 19로 인해 화상회의로 진행되었다.

전문가 좌담회 개요

건 명		· 2022 부동산 트렌드 전문가 좌담회
일 시		· 1차 : 2021. 10. 06 (수) 14:00 ~ 15:30 · 2차 : 2021. 10. 13 (수) 15:00 ~ 16:30 · 3차 : 2021. 10. 14 (목) 14:00 ~ 15:30
장 소		· 화상회의
참석자		· 거시전망 : 학계, 연구 분야 전문가 4명 · 건설개발 : 건설/개발, 연구 분야 전문가 4명 · 주거상품 : 학계, 건설/개발, 건축 등 분야 전문가 5명
공통 주제		· 주택가격 상승요인 및 전망 · 인구구조 및 세대특성 변화에 따른 건설·부동산 산업 및 시장의 변화 · 코로나 19로 인한 주택시장 변화 및 위드 코로나 전망
전문분야 주제	거시전망	· 집값 상승 요인 및 전망 · 도시의 변화 및 발전 방향 · 미래 정책 방향
	주거상품	· 부동산 사회환경 및 시장변화에 따른 주택 상품 변화 전망 · 주택 상품 아이템(공간, 서비스 등) · 환경, 기술에 대한 준비
	건설개발	· 정책변화, 금리 인상 등에 따른 건설산업 전망 · 2022년 주력 사업방향(지역, 부동산 유형, 개발방식 등) · 위험 vs 기회요인

| 전문가 좌담회 참석자 명단

분야	소속	소속대학/학과 또는 부서	성함/직위
거시전망	건설산업연구원	주택도시연구실	허윤경 실장
	명지대학교	경영대학 부동산학과	이상영 교수
	알투코리아부동산투자자문	-	이 현 대표
	한밭대학교	건설환경조경대학 도시공학과	이상호 교수
주거상품	연세대학교	생활과학대학 실내건축학	김석경 교수
	중앙대학교	공과대학 건축학부	최윤경 교수
	현대엔지니어링	상품설계팀	송남헌 차장
	희림건축사사무소	주거설계본부	이승왕 상무
	DL E&C	상품개발팀	홍동진 부장
건설개발	홈즈컴퍼니	-	이태현 대표
	DL E&C	개발사업부	손병희 부장
	DS 네트웍스	개발영업6팀	이수정 상무
	LH토지주택연구원	연구기획처 주거복지연구실	진미윤 연구위원

주:소속 가나다순

전문가 좌담회 주요 내용

거시경제분야

◆

주택가격 상승요인 및 전망

최근 주택가격 상승 원인은 통화량 증가, 저금리, 아파트 공급부족 등에 기인함. 또한 임대차보호법 개정으로 인한 전세가격 상승, 주택청약에서 불리한 청년층이 불안감에 주택시장으로 유입되었음. 지난 8월 한차례 금리가 올랐고, 정부가 추가적인 금리인상을 예고하고 있지만 가계부채를 고려한다면 급격한 금리인상은 어려울 것으로 보임. 또한 인허가물량이 증가하고 있지만, 정부가 재개발·재건축 등의 공급 규제 정책 등 인위적으로 공급물량을 조절하고 있어 공급이 수요를 따라가지 못하고 있는 상황이므로 내년에도 아파트 가격상승은 불가피할 것으로 보임. 다만 가격상승률은 둔화될 것으로 예상됨

인구구조 및 세대특성 변화에 따른 건설부동산 시장 영향

최근 부동산 시장에서 MZ세대[7]의 영향력은 지속적으로 증가하고 있음

2021년 서울 아파트를 가장 많이 구입한 연령이 30대이며, 이들은 자산여력이 확보된 1~2인 가구 혹은 맞벌이 비중이 높음. 주택담보대출 비중도 타 연령에 비해 높지 않고 소득을 고려했을 때 충분히 상환능력을 보유하고 있음. 또한 주택거래 비중 중 증여의 비중도 크게 증가했음. 이들은 주거 구입 시 좋은 지역, 직주근접을 선호하며 주거의 질적인 측면을 중요시함에 따라 이들을 타겟으로 한 주택, 인테리어 등의 산업변화도 예상되고 있음

반면 MZ세대 내에서도 산업의 격차가 소득의 격차로, 또 자산의 격차로 이어지면서 양극화가 커지고 있음. 아파트를 구입할 수 있는 MZ세대는 일부일 뿐 대부분의 청년층은 아파트 구입 여력이 없으며, 오피스텔, 고시원 등의 차선책을 선택하고 있음

7) MZ세대는 1980년대 초~2000년대 초에 탄생한 밀레니얼세대와 1990년대 중반~2000년대 초반 출생한 Z세대를 통칭한 말로서 밀레니얼의 M과 Z세대의 Z가 합쳐져서 MZ로 불리움

코로나 19로 인한 주택시장 변화

코로나 19로 인해 주택의 기능이 다양화되고, 아파트 가격 상승과 함께 주택의 질에 대한 요구도 높아지고 있음. 또한 기술의 발달과 코로나 19로 인한 고용의 변화로 인해 거주지의 제한도 약화되고 있고, 주택에 대한 가치변화도 나타나고 있음. 이에 따라 주택도 고객의 니즈에 따른 소품종 대량생산이 적합한 시대가 되고 있음

하지만 아파트가격 급등으로 인한 자산 가치가 부각되면서 주택의 질적 요구는 반영되지 않고 있음. 수도권의 붐비는 지하철, 포화상태에 달한 인프라에도 불구하고 자산 가치 상승 이유로 수도권 거주를 선호함. 정부도 3기 신도시 개발 등 손쉬운 공급을 택하면서 다품종소량생산으로의 전환은 당분간 어려울 전망임

도시의 변화 및 발전방향

도시화는 지속될 가능성 높음. 과거 성장의 시대에는 고용이 쉬워 도시를 선택했다면 현재는 다양한 일을 하며 생존의 시대를 살아가기 위해 도시에 거주해야 하는 청년층이 많음. 높은 가격수준으로 아파트 시장에 진입하지 못하는 계층은 주택청약, 오피스텔, 도시형생활주택 등의 대안으로 관심도가 증가하고 있지만, 도시적 측면에서는 오피스텔, 도시형생활주택 등은 쉽게 공급할 수 있는 반면 주거의 질이 떨어지는 문제를 고려해야 함

양극화 측면에서 지역 간 양극화도 심화되고 있음. 수도권과 지방의 주택가격 격차가 커지고 있고, 지방의 인구감소도 심각한 상황임. 이에 대한 정책적 차원에서 지역균형 발전 등의 대안이 필요함

위드 코로나 전망

기술의 발전이 가속화 되고 있으며, 에너지 자립마을과 실험적 마을, 스마트시티 등이 생겨나고 있음. 또한 방랑적 공간의 점유와 물리적 공간 이동 가능성 등 기술적 변화에 따라 거주공간의 이동도 용이해지고 있으며, 가상적 스테이가 늘어날 것으로 보임. 또한 가상현실(메타버스)의 발전에 따라 라이프 스타일이 변화하고 공간적 제약이 줄어들게 될 전망임

환경에 대한 중요성이 증가하면서 에너지 자립과 ESG 경영은 건설부동산 산업에서도 중요한 이슈임. 특히 ESG 경영은 사회적 가치를 높이기 위하여 산업간 격차를 줄이고, 중대재해처벌법 등과 같은 안전을 확보하기 위한 노력이 중요해질 것임

향후 정책 변화 전망

현재까지의 주택시장은 정책 개입이 늘어나며 규제를 피하기 위한 증여, 갭투자 등 거래구조의 변화를 야기했고 결과적으로 시장을 왜곡함. 정책을 통해 주택시장을 인위적으로 조정하기는 어려우며, 앞으로 규제완화를 통해 제도를 정상화할 필요성 있음

주택시장 및 가격안정화를 기대하는 목소리가 높아짐에 따라 내년 대선 및 지방선거에서는 국토균형발전, 규제완화, 공공주도의 개발계획 등이 공약으로 나올 전망임. 예년에 비해 부동산에 대한 관심이 높아진 상황이어서 부동산 관련 정책에 대한 영향도 커질 것으로 예상됨

상위층에 대한 제약보다는 저소득층, 중상층 주거의 질적 향상을 위한 정책을 수행해야 함. 또한 정책변화 방향이 수도권 주택안정화 뿐 아니라 지방으로 수요를 전환시키고, 지방 MZ세대에 대한 지원정책들이 수반되어야 함. 또한 최근 불거진 대장동 개발 사업 논란 등과 같은 부패를 방지하여 부동산 정책에 대한 신뢰를 확보하는 것이 필요함

주거상품분야

◆

주택가격 상승요인 및 전망

최근 주택시장의 주요 이슈는 지속적인 주택가격 상승과 이에 따른 양극화 심화임

주택가격은 입지적 요인, 세금 및 대출 규제 등으로 상승세를 유지하는 상황이며, 저금리 전망 등과 함께 지금 주택을 구매하지 않으면 남들보다 뒤처지는, 소위 말해 벼락거지가 될 수 있다는 심리로 인해 주택 수요는 지속적으로 증가하고 있음. 주택가격 상승으로 인해 수요자들은 부동산을 자산의 형태로 인식하는 추세이며, 이로 인해 투자가치가 높은 선호지역과 그렇지 못한 비선호지역의 양극화가 가속될 전망임

부동산 가격에 대한 불안감이 커지고, 부동산 정책으로 인한 시장이 왜곡되어진 상황에서 주택시장 안정화를 위한 정책적 뒷받침이 마련되지 않는 한 주택가격 상승은 2022년에도 지속될 전망임

세대특성 및 코로나 19로 인한 주택시장 변화

이제는 집에 사람을 맞추는 시대에서 사람이 집을 만드는 시대가 되었음. 또한 MZ세대의 부상과 코로나 19로 인해 주거에서의 가장 큰 트렌드는 다양성이라고 할 수 있음

부동산 시장에서의 MZ세대 비중은 지속적으로 증가하고 있으며, 주거상품에 대한 인식은 Live에서 Buy로 소비자 가치가 전환됨. 높은 주택가격과 강화된 규제책으로 인해 틈새상품에 대한 수요가 증가하고 있으며 이러한 수요는 다세대·다가구, 오피스텔, 생활형 숙박시설, 타운하우스 등의 공동주택 대체상품으로 확대될 전망임. 하지만 공동주택 대체상품은 아파트 수요가 기반이 되기 때문에 아파트 기능을 담을 수 있는 공간 구성으로 변화할 것으로 예상됨

공동주택에서는 대형면적의 수요가 증가하고 있지만, 직장과 주택가격 등을 고려할 때 주택유형과 평면에 제약이 있고, 필요공간에 대한 확대는 반대로 다른 공간을 줄여야 하는 제로섬 관계에 있음

MZ세대들은 자신만의 개성을 표현하며 다양하고 편리한 기능을 갖춘 주거공간을 원하며, 각자의 스타일대로 꾸민 집을 배경으로 한 인스타그램, 해시태그(Hashtag) 등이 큰 폭으로 증가함. 이에 따라 산업적으로는 집에서의 시간이 길어지며 옥션, 홈퍼니싱 매출이 증가함

주거상품 및 아이템 변화 전망

급격한 가격상승과 주택수요가 다변화됨에 따라 상품에 대한 퀄리티 업 요구가 높아질 것으로 예상됨. 특히 고급화와 내가 원하는 특화에 대한 요구가 증가될 전망임. 이러한 요구는 크게 공간의 세분화, 동선의 다양화, 맞춤형 인테리어 세 가지로 구분할 수 있음

코로나 19로 인해 가족들이 집에 머무는 시간이 늘어나면서 공간에 대한 니즈가 다양화되고 이에 대응하기 위한 공간의 가변성과 소음·진동 등을 차별화 할 수 있는 방안 모색이 중요해지고 있음. 이러한 니즈를 반영하여 주거상품은 공간 제약을 최소화 할 수 있는 가변 벽체, 알파룸 외에도 안방-서재 연결통로에 사무공간 확보, 발코니를 정원 느낌이 나는 힐링공간으로 조성하는 등 공간의 세분화를 통해 맞춤 주거공간을 계획이 늘어날 전망임

코로나 19로 위생이 중요해지며 사람이나 반려동물 등을 고려한 위생 동선과 시설 등에 대한 반영이 중요해지고 있음. 이를 따라 외부에서 집에 들어올 때 현관에서 유해물질을 제거하고 One-stop 세탁존이나 머드룸으로 연결되는 동선 등이 늘어나고 있음

각자의 개성이 중요해지면서 주택의 공간 디자인은 비움의 컨셉인 캔버스디자인(Canvas Design)이 중요해지고 있음. 또한 집을 넓어보이도록 거실부터 주방까지 연계한 아트월과 얇고 가는 조명 등을 사용되는 추세며, 이러한 추세는 지속될 것으로 전망됨

환경, 기술에 대한 준비

기술발달로 인해 메타버스를 활용한 가상현실 등 비대면 분양방식 증가함. 도심형 모빌리티 등의 관심도 높아지고 있음. 또한 기술발달이 가속화되면서 물류센터, 데이터센터의 개발사업이 더욱 확대될 전망임. 코로나 19로 인해 기술의 발전이 가속화되고 있는 상황으로 가상현실, 드론을 활용한 딜리버리 등의 비대면 기술 등이 발전함에 따라 공간의 제약이 줄어들고 베란다, 발코니와 같은 공간의 활용도가 증가할 전망임

코로나 19로 인해 공간에 대한 개념이 변화하며, 위생에 대한 인식이 높아지고 있어 이러한 니즈들은 상품에 내재화되고 있음. 내부에서 보내는 시간이 늘어남에 따라 공간이 세분화되고 다양화 될 것으로 예상됨. 또한 업체들은 클린룸, 머드룸과 같은 위생과 동선에 대한 고민이 이루어지고 있음. 코로나 19로 인한 관련 업계의 발빠른 대응은 높이 평가할 만하지만, 미세먼지 때와 마찬가지로 코로나 19로 인해 급격하게 변화된 상황에서 이를 해결하기 위한 주택상품변화에 대해서는 상황이 얼마나 지속될지에 대한 고민이 필요함

건설개발분야

◆

주택가격 상승요인 및 전망

최근 주택가격 상승 원인은 공급물량의 감소, 경제적인 요인이 주된 원인으로 판단됨. 주택을 금융, 자산 등 자본으로 인식하는 추세와 더불어 저금리로 인한 대출 부담이 줄어들면서 주택 투자에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있으며 이는 전 세계적인 흐름임

주택시장 예측이 어려워지고 있음. 전반적으로는 저금리 기조가 지속되고 공급물량이 확보되지 않는다면 주택가격 상승은 지속될 것으로 전망됨. 다만 3기 신도시와 같은 공공주도의 대규모 공급계획 등 점차적인 공급완화를 통해 시장안정화는 가능할 것으로 예상됨

세대변화 및 코로나 19로 인한 주택시장 변화

최근 개인의 가치가 중시되는 사회로 변화함에 따라 주택 내에서도 알파룸과 같은 개인공간과 자신의 개성을 표현하기 위한 공간의 수요가 증가하고 이러한 수요를 구현할 수 있는 넓은 공간에 대한 선호도가 높아짐

개개인의 취미활동이 다양해짐에 따라 '자신의 공간은 따로, 취미 등의 활동은 나의 공간이 아닌 공용공간에서'라는 인식이 확대되어지고 있음. 이러한 인식의 변화를 반영하여 라운지, 공유타운 등의 공유공간 개발이 확대될 것이며 특히 수도권에서는 하이엔드(High end) 주거상품의 개발이 증가할 전망임. 또한 카쉐어링, 청소, 세탁 등의 생활 전반에 IoT 기술을 반영하기 위해 쏘카 등 관련 업체의 참여도 활발해질 것으로 전망됨

다만 수도권 주태가격 상승을 따라가지 못하는 수요층은 기술의 발달로 공간적 제약이 줄어듦에 따라 정주환경이 갖춰진 로컬 전원주택으로 수요가 증가할 것으로 예상됨. 또한 IoT, 가상현실 분야의 발전이 가속화 되며 위생에 대한 인식이 확대됨에 따라 물리적 공간에 대한 제약이 줄어들고 친환경적 개발이 확대될 전망임

건설산업 전망

아파트 가격 상승에도 불구하고 개발사업을 위한 토지확보가 어려움. 토지비 및 건축비 상승 등 투자비가 대폭 증가함. 특히 개발사업에서 토지비가 차지하는 비중이 70%를 차지하면서 사업리스크가 커지고 있음. 또한 초기 투자비용이 크고 회수가 장기간 소요되는 사업은 추진이 어려움

주거용 외 지식산업센터, 물류센터, 데이터센터, 병원, 리테일 분야 등 개발 사업을 위한 검토분야가 다양화되고 있음. 리테일 시장은 여러가지 악재에도 불구하고 실제 개발에서는 양호한 성과를 보이고 있음. 내년에도 주택 외 다양한 상품개발이 늘어날 전망임

코로나 19 이후 중산층 감소하며, 저소득 비중이 증가하고 있음. 주택상품은 하이엔드(High end)와 로엔드(Low end) 상품으로 양분되고 있어 미들엔드(Middle end) 상품의 공급이 중요함. 공공분양, 공공 지분투자 사업 등이 늘어날 것으로 보이며 중간시장 개척을 위해 민관협력이 필요함

2022 주력사업 방향

개발 방향은 공공주도 개발사업과 민간사업으로 구분할 수 있음. 공공주도 개발 사업은 공동주택 공급물량 확보 및 지속가능한 친환경적 복합개발 사업이 많아질 전망임. 공공의 입장에서는 공급물량을 늘리기 위해 민간사업자의 참여가 필요한 상황인 반면, 민간은 규제 등으로 인해 참여가 쉽지 않은 상황임. 공모사업의 경우, 민간이 토지를 확보할 수 있는 방법이므로 적극적으로 참여할 수밖에 없음. 정비사업도 관심의 대상임. 1기 신도시, 서울, 수도권 공동주택 리모델링 혹은 단독주택 리모델링의 확대가 예상됨

지역적으로는 산업의 변화에 주목하고 있음. 코로나 19로 인해 지역 산업측면에서 자동차, 철강 등 주력산업은 위축되었으나 점차 회복세를 보이고 있으며, 바이오헬스, 2차 전지와 같은 기술의 발전이 가속화되고 있음. 해당 산업 기반도시들의 경우 구매력 상승에 따라 주택 공급 가능성이 있을 것으로 예상됨

2022년에도 공동주택이 주된 사업이 되겠지만, 높은 주택가격과 코로나 19로 인한 비대면 수요 증가 등으로 도시형생활주택, 지식산업센터, 병원, 물류센터, 데이터센터와 같이 공동주택 외 부동산 상품 시장의 개발이 확대될 전망임

공공의 입장에서는 affordable 주택에 대한 공급 중요함. 주택가격 상승에 따라 노인, 청년 기숙사와 같은 소외계층에 대한 대응이 필요하며, Low return Low risk 사업으로 민간의 참여가 필요함

기회 vs 위협요인

높은 토지가, 각종 규제 등으로 인해 민간사업자의 토지확보 및 개발이 어려운 상황임. 공공개발사업 참여, 정비사업 등의 공동주택 사업과 함께 틈새시장인 오피스텔, 도시형생활주택 등 검토 예정임. 또한 복합개발사업과 다양한 비주거용 부동산에 대한 사업화 방안 모색과 수도권 외 지역에 대한 개발사업이 확대될 예정임

주택임대사업을 통해 다양한 주거 서비스를 제공해 왔던 기업의 입장에서는 법인에 대한 취득세, 법인세 등 정부의 세제개편으로 인해 사업자체가 불투명한 상황임. 반면 사회적 요구가 변화하고 새로운 주거 서비스에 대한 소비자 만족도가 높다는 점은 긍정적임. 코로나 19로 인한 재택근무 증가로 거주지역에 대한 거리변수가 적어지면서 사업이 용이한 지방 비아파트 상품에 대해 모색 중이며 IT, 보안, 카쉐어링 등 운영상품화 등을 검토하고 있음

종합

◆

부동산 시장에서는 지속적인 주택가격 상승과 양극화 현상이 주요 이슈로 손꼽혔다. 아파트 가격상승 원인은 통화량 증가, 저금리, 공급물량 부족 등이 공통적 의견이었고, 앞으로도 급격한 금리인상의 어려움, 서울 등 인기지역의 공급물량 부족, 두터운 수요 등의 이유로 아파트 가격은 상승할 것으로 예측했다. 다만 가격상승률은 예년보다 둔화될 것으로 전망했다.

서울을 중심으로 30대가 주요 주택수요층으로 진입하면서 세대 내에서도 주택소유 여부와 소득에 따라 양극화가 커지고 있다. 경제적 여유가 있는 청년층은 좋은 입지와 고품질의 아파트를 선호하는 반면, 대부분의 청년층은 아파트 소유가 불가능해 오피스텔이나 고시원 등 대체주거상품에 거주하고 있다. 생존을 위한 직업이 도시에 집중되어 있어 주거여건 악화에도 불구하고 수도권 집중화는 계속될 전망이다.

주택가격 상승에 따라 주택의 질적 제고(Quality up) 요구도 높아지고, 개인의 가치 중시 경향과 코로나 19로 인한 실내 체류시간 증가로 주택의 다양성이 요구되고 있다. 또한 기술의 발전과 근무환경 변화로 주택의 위치적 중요성이 낮아지고 있다. 반면 현실적으로는 주택이 자산증식 수단이 되면서 품질에 대한 중요성이 희석되고, 주택가격 상승으로 개인이 필요로 하는 물리적 공간의 확장이 어려운 상황이다. 이에 따라 상품으로서의 주택의 변화는 소비자가 스스로 활용하기 용이한 공간의 구성과 디자인이 중요해지고 있다.

이에 따라 다양한 주거수요에 대응하기 위한 가변형 벽체, 유연한 공간 등의 상품이 증가하고 있다. 개인의 취미공간, 업무공간, 자연과 함께하는 힐링공간 등 소비자 니즈에 따라 활용 가능한 공간구성이 중요해지고 있다. 디자인은 소비자가 활용하기 쉽게 베이스 톤만 맞춰주는 비움의 디자인으로 변화하고 있다. 또한 코로나 19로 인한 위생과 환경에 대한 중요성이 높아지면서 외부 세균 등을 차단할 수 있는 동선이나 시설 등에서 변화가 예상됐다.

건설개발 분야에서는 지가상승과 규제강화로 아파트 개발여건이 악화되고 있으며, 오피스텔, 도시형생활주택 등 대체상품에 대한 공급과 공공개발사업 참여, 복합개발사업 등을 모색하고 있다. 또한 지식산업센터, 물류시설, 데이터센터, 친환경 개발, 병원 등 다양한 유형의 부동산 개발을 준비하고 있다. 기술기반 산업들이 성장할 것으로 예상되며, 해당 산업의 기반이 되는 도시들에 대한 기회를 모색하고 있다.

환경 이슈로 스마트시티, 에너지 절감, ESG 경영 등의 요구가 높아질 것으로 예상되며, 기술의 발달로 따라 IoT 또는 메타버스를 활용한 서비스가 늘어날 것으로 예상된다.

주요 이슈	부동산 산업·시장 변화
주택가격 상승요인 및 전망	· 가격상승 요인 및 전망 - 가격상승 요인은 지속적인 가격상승에 따른 불안감, 저금리 기조, 수도권 중심 공급부족 등 - 가계부채로 인해 급격한 금리인상 제한, 단기간 내 공급 어려움 등으로 2022년 주택시장도 가격상승 예상. 가격상승폭은 둔화될 것으로 전망됨 - 주택의 질보다는 가격을 우선시, 수도권 내 수요 증가 지속
지역·세대간 양극화 심화	· 수도권 vs 지방 양극화 - 높은 주거비용에도 산업과 직업의 기회가 많은 수도권 선호, 지방은 심각한 인구감소와 성장정체. 이에 대한 정책적 대안 필요 · 젊은 세대의 양극화 심화 - MZ세대 내에서도 주택소유와 소득 등에 따른 경제적 양극화 심화
개인의 가치 중시	· 가족보다는 개인 중시 경향 - 코로나로 인한 재택근무 증가 및 실내 활동시간 증가로 각자 개성에 맞는 주거 구성 선호 - 필요에 따라 변화할 수 있고 다양한 기능을 구현할 수 있는 공간 선호 · 나를 위한 공유 공간 필요 - 취미활동 다양화. 부가적인 공간은 내 공간보다는 공동 사용공간 선호
기술발달로 공간제약 감소	· 공간적 제약 감소 - 코로나 19로 인한 재택근무 확대 및 기술개발로 주택입지에 대한 제약 감소 - 가상현실(메타버스)의 기술 발달로 업무, 미팅 등 공간적 제약 감소 · 물류센터, 데이터센터 성장 - 온라인 쇼핑 증가 및 화상회의, 가상현실 활용이 증가하여 관련 물류, 데이터 산업 성장
정상화를 위한 정책변화	· 부동산 시장의 정상화 필요 - 양극화, 거래구조 변화 등 시장왜곡을 야기한 정책 기조 변화 필요. 대선, 지방선거 공약에 반영될 것으로 예상 · 공공주도사업 방향 - 주택시장 안정을 위해 발주사업, 공공주도 대규모 개발사업 추진 예상 - 지속·유지 가능한 친환경 개발사업 추진 예상
건설, 부동산업 사업 다각화	· 민간 건설부동산 산업 - 토지비 등 개발에 따른 비용 증가. 토지 확보 어려움 - 공공주도 개발사업, 주거용 틈새상품, 비주거용 부동산 등 사업기회 모색 · 공동주택 외 대체상품 수요 증가 - 지식산업센터, 물류, 데이터센터 등 비주거용 부동산 확대 전망 - 공유공간의 수요를 반영한 하이엔드 상품 개발 확대

CHAPTER

04

일반인 설문조사

제1절. 설문조사 개요

제2절. 설문조사 주요 내용

설문조사 개요

2022년 부동산 및 주거 트렌드를 알아보기 위해 소비자 대상 설문조사를 실시함

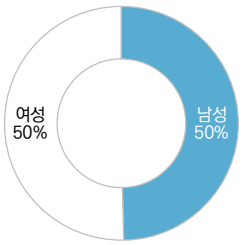
대상은 수도권(서울/경기) 및 부산, 창원 지역에 거주하는 주택 소유 가구주 및 가구주 배우자이며, 「부동산 관련 인식 및 주거 라이프스타일 변화」를 파악하기 위하여 2019년 이후 매년 설문조사를 실시함

2022년에는 코로나 19로 인한 거주 및 근무환경 변화에 따른 트렌드 변화에 주목하여 분석함. 조사기관은 한국갤럽조사연구소가 수행했으며, 조사방법은 1:1개별 면접조사를 통해 조사함

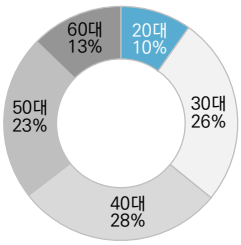
설문조사 개요

조사명	2022년 부동산 및 주거 트렌드 조사
조사 지역	서울, 경기, 부산, 창원
조사 기간	2021년 9월 10일 ~ 2021년 10월 20일(41일간)
조사 기관	한국갤럽조사연구소
조사 대상	20~69세 가구주 및 가구주의 배우자 아파트, 주상복합, 오피스텔(원룸형, 주거형) 거주자 주택 점유형태가 자가, 전세, 월세, 연세인 거주자(무상, 기타 거주자 제외)
조사 방법	1:1 개별 면접 조사
표본수	1,344명
조사 목적	응답자들의 가구 특성, 거주 주택 및 소유 현황 등을 분석하여 부동산 관련 인식과 주거 라이프스타일 파악을 통해 2022년 부동산 및 주거 트렌드를 알아보기 위함

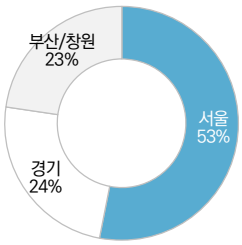
응답자 특성



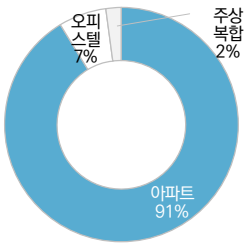
성별



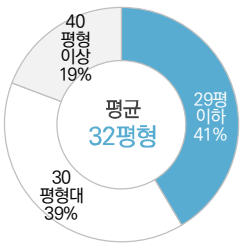
연령별



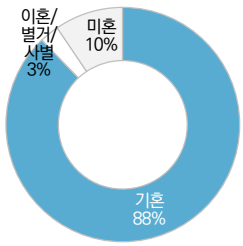
거주지역별



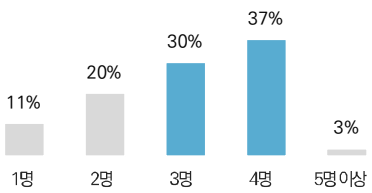
주택유형별



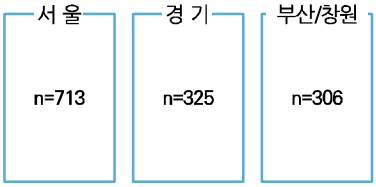
거주평형대별



결혼여부



가구원수



거주지

설문조사 주요 내용

설문 결과는 「주택 이동 계획」, 「주거 관련 라이프스타일」, 「코로나 19로 인한 근무행태 변화」, 「주거 시설 트렌드 인식」으로 구분되며, 트렌드 변화 분석을 위해 2020년, 2021년 트렌드 조사결과와 비교하여 분석함

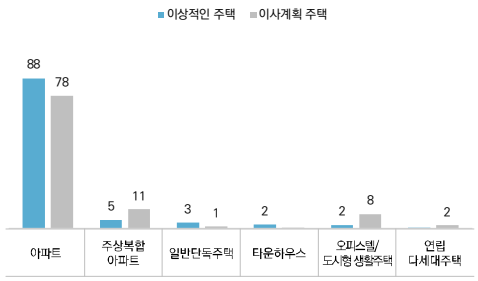
주거 이동 계획

◆

이상적인 주택 유형은 아파트 87.6%, 주상복합 5%, 단독주택 3.3% 순으로 조사되었음. 반면 이사계획이 있는 280명의 경우 주택유형은 아파트 77.5%, 주상복합 11.1%, 오피스텔/도시형생활주택 8.2% 순으로 조사되어 일반 아파트를 선호하지만 현실적으로는 주상복합, 오피스텔을 선택하는 비중 높음. 이상적인 주택 유형은 전 연령대에서 아파트 선호도가 높았고, 연령대가 낮을수록 주상복합 및 오피스텔을 선호하는 경향을 보였으며, 연령대가 높을수록 단독주택 및 타운하우스 등 저밀도 주택에 대한 선호도가 높음

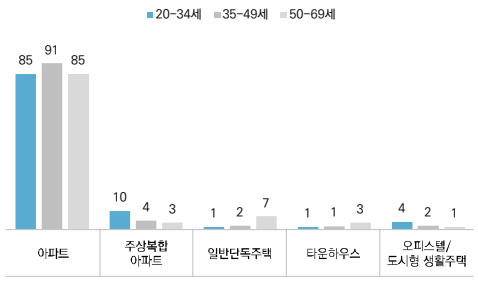
이상적 vs 이사계획 주택 유형

(단위:%)



연령별 이상적인 주택 유형

(단위:%)

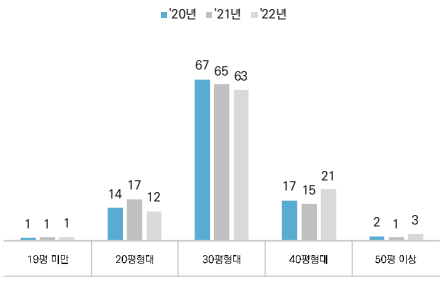


이상적인 주택규모는 평균 34.5평으로 조사됨. 30평형대가 63%로 가장 높았으나 2020년 이후 중소형 평형의 선호비중이 감소한 반면, 40평형대는 21%로 전년(15%) 대비 6%p 증가, 50평형 이상 선호비중도 다소 증가함

향후 주택 이전 시 고려요인은 가격 〉 입지 〉 상품 〉 브랜드/시공사 순이었으며, 전년 대비 가격요인이 8%p 증가하고, 입지요인이 4%p 감소하여 전년에 2순위였던 가격요인이 1순위로 올라감. 지역별로는 서울은 가격과 입지요인이 비슷한 비중이었으나, 경기, 부산/창원은 가격요인이 가장 중요한 것으로 조사됨

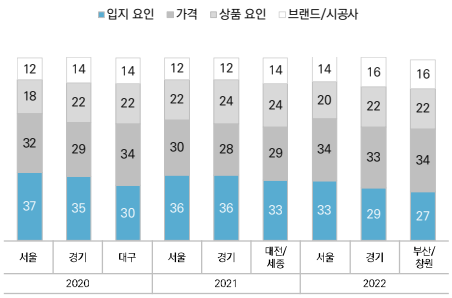
이상적인 주택 규모

(단위:%)



향후 주택 선택 시 고려 요인

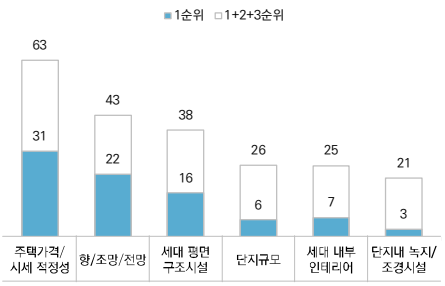
(단위:%)



주택 이전시 상품 고려 요인 중에서는 주택가격 〉 향/조망/전망 〉 세대 평면 구조/시설 순이며, 특히 주택가격, 단지규모에 대한 응답은 늘고, 세대 평면 구조/시설, 세대 내부 인테리어는 감소함. 단지 규모처럼 자산 가치에 영향을 미칠 요소에 대한 중요성이 높아지고, 평면 구조 및 내부 인테리어 등 입주자가 변경할 수 있는 세대 내 요인은 낮아짐

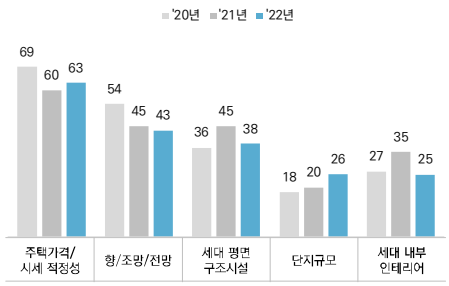
향후 주택 선택 시 상품 고려 요인

(단위:%)



'20~'22년 상품 고려 요인(1+2+3순위)

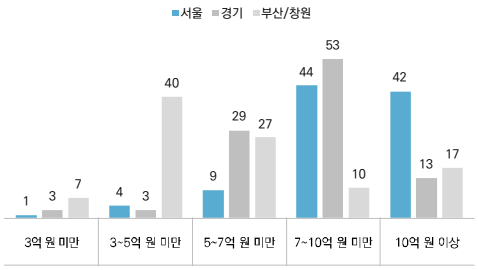
(단위:%)



이사 시 예상 분양가 또는 매입금액은 서울 및 경기의 경우 7~10억 원 미만, 부산/창원은 3~5억 원 미만으로 예상하는 응답이 많으며, 전세보증금은 서울은 5~7억 원 미만, 경기 3~5억 원 미만, 부산/창원은 1~3억 원 미만으로 예상하는 응답이 많음. 서울은 분양가 또는 매입금액이 10억 원 이상으로 예상한다는 응답도 42%에 달했음

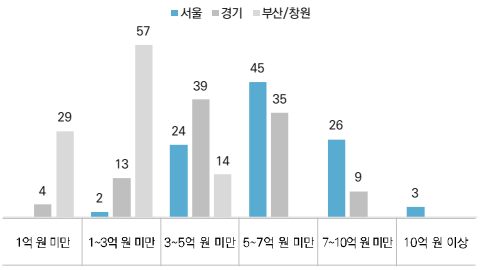
이사 시 예상 분양가 또는 매입금액

(단위:%)



이사 시 예상 전세 보증금

(단위:%)



주거 관련 라이프스타일

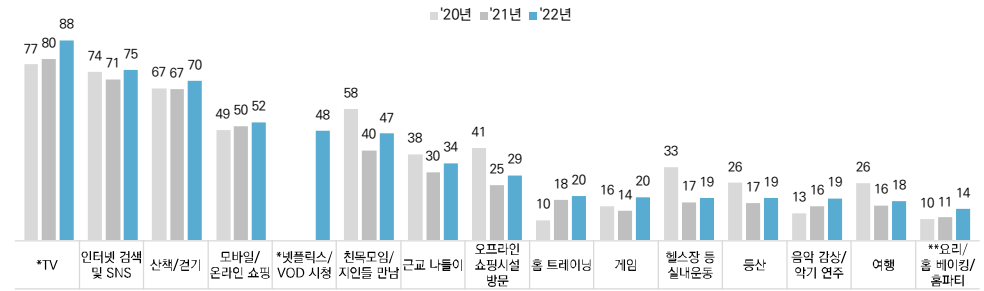
◆

여가활동

각 항목별 경험률은 대체로 전년 대비 증가함. 응답자들은 최근 1개월 내 'TV시청', '인터넷 검색 및 SNS' 등 집 안 활동을 주로 하였으며, 2021년 대비 '친목·사교모임/지인들 만남', '오프라인 쇼핑 시설 방문', '근교 나들이' 등 외부 활동이 증가함. 이는 사회적 거리두기 지속에 대한 피로도, 원활한 백신접종 등의 영향으로 외부활동이 증가한 것으로 분석됨

1개월 내 여가활동 경험

(단위:%)

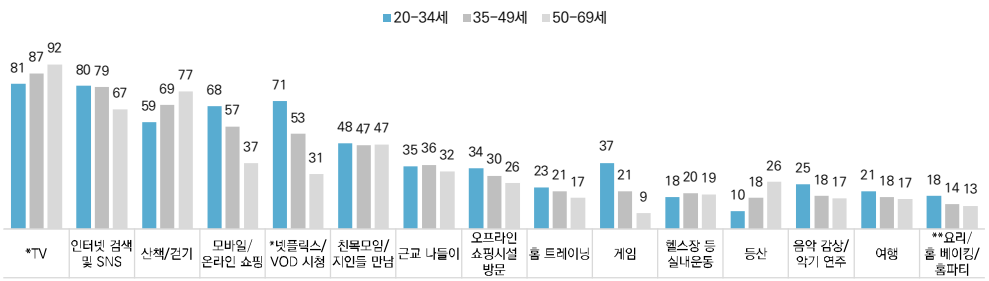


*'TV/VOD/넷플릭스 등 시청' 항목을 'TV시청'과 '넷플릭스/VOD 시청'으로 분리함
**'요리/홈베이킹' 항목을 '요리/홈베이킹/홈파티'로 변경함

연령대별로는 전 연령대 모두 TV시청의 비율이 가장 높음. 또한 연령이 낮을수록 '인터넷 검색 및 SNS', '모바일 쇼핑/온라인 쇼핑', '게임' 등 집안에서 온라인을 통해 생활하는 비중이 높은 반면 연령이 높을수록 '산책/걷기', '등산', '원예/식물 기르기' 경험이 많아, 집 밖에서 오프라인 활동경험이 많음

1개월 내 연령별 여가활동 경험

(단위:%)

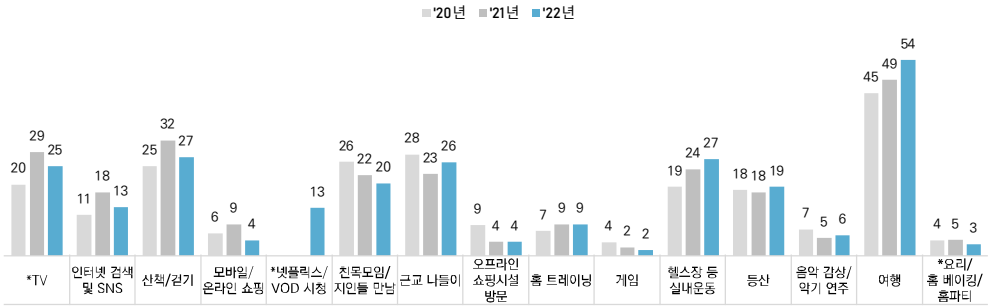


*'TV/VOD/넷플릭스 등 시청' 항목을 'TV시청'과 '넷플릭스/VOD 시청'으로 분리함
**'요리/홈베이킹' 항목을 '요리/홈베이킹/홈파티'로 변경함

희망 여가활동은 전년과 동일하게 전 연령대 모두 '여행'에서 높은 응답률을 보였으며, '산책/걷기', '근교 나들이' '사진촬영' 등 외부 활동에 대한 희망 비율이 높음. 위드 코로나 단계에 접어들면서 국내외 여행, 근교 나들이 등 여행 및 관광활동이 크게 증가할 것으로 예상됨. 연령별로는 40~50대의 인터넷 검색, 온라인 쇼핑이 증가했고, 20대는 셀프인테리어/집안 꾸미기 등이 증가함

희망 여가활동

(단위:%)

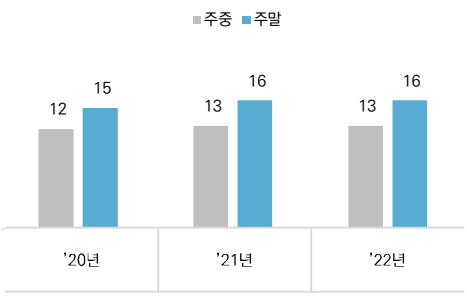


*'TV/VOD/넷플릭스 등 시청' 항목을 'TV시청'과 '넷플릭스/VOD 시청'으로 분리함
**'요리/홈베이킹' 항목을 '요리/홈베이킹/홈파티'로 변경함

하루 평균 집에 머무는 시간은 주중 13시간, 주말 16시간으로 전년과 동일함. 여가시간을 보내는 장소는 주중, 주말 모두 집 안에서 보내는 비중은 소폭 줄고, 단지 내에서 보내는 시간이 증가함

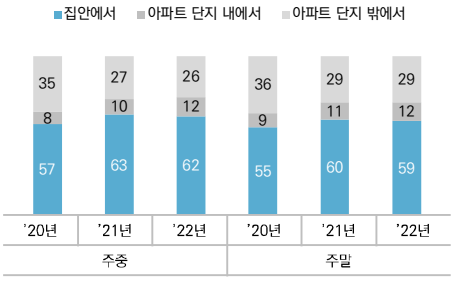
하루 평균 집에 머무는 시간

(단위:시간)



여가시간을 보내는 장소

(단위:%)



집안에서 여가시간을 보내는 공간은 거실이 85%로 작년과 동일하게 가장 높은 비중을 보임. 거실을 제외하면 연령대가 낮을수록 부부침실, 다이닝룸의 사용빈도가 높았고, 연령대가 높을수록 주방에 대한 빈도가 높음

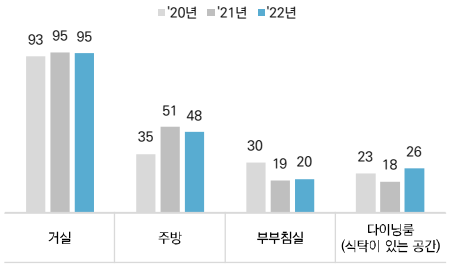
주거시설 내 가족과 함께 시간을 보내는 공간은 거실 〉 주방 〉 다이닝룸 〉 부부침실로 조사되어, 거실의 활용도가 가장 높았으나 전년 대비 다이닝룸이 8%p 증가함

집 안에서 여가시간을 보내는 공간

(단위:%)

가족과 함께 시간을 보내는 공간(1+2순위)

(단위:%)



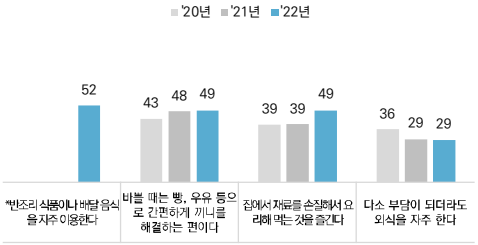
라이프스타일 특성

식생활, 쇼핑, 취미생활, 커뮤니티

라이프스타일 중 생활부문 특성을 분석하기 위하여 식생활, 취미생활, 쇼핑, 커뮤니티의 4가지로 분석함

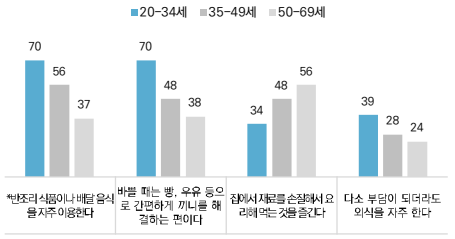
식생활에서는 신규문항인 '반조리 식품이나 배달 음식을 자주 이용한다'는 비중이 52%로 가장 높으며, '바쁠 때는 빵, 우유 등으로 간편하게 끼니를 해결하는 편이다'와 '집에서 재료를 손질해서 요리해 먹는 것을 즐긴다'는 비중이 49%로 뒤를 이었다. 반조리 식품이나 간편식으로 간단히 식사를 해결하는 사람들도 많았지만, '집에서 재료를 손질해서 요리해 먹는 것을 즐긴다'는 전년 대비 10%p 증가해 코로나 19의 장기화로 집에서의 요리 비중도 크게 늘어남. 연령별로는 연령대가 낮을수록 배달음식이나 간편식, 외식으로 끼니를 해결하는 비중이 많았음

라이프스타일 특성: 식생활 (단위:%)



*2022년 추가된 문항

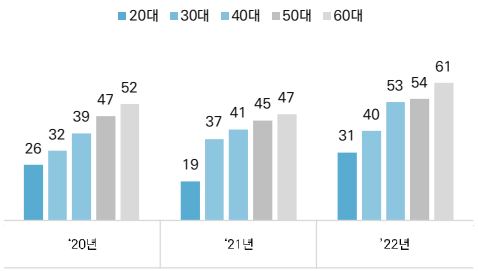
연령별 식생활 특성 (단위:%)



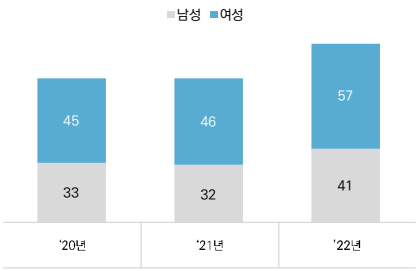
*2022년 추가된 문항

집에서 요리하는 비중은 전 연령대에서 증가했으나, 육아와 직장으로 바쁜 30대보다는 타 연령에서 증가폭이 크게 나타남. 남성, 여성 모두 요리를 즐기는 비중이 높아졌으나, 여성이 상대적으로 남성보다 늘어남. 또한 남성도 40% 이상 요리를 즐긴다고 답변함

집에서 재료를 손질해서 요리해 먹는걸 즐긴다: 연령별 (단위:%)



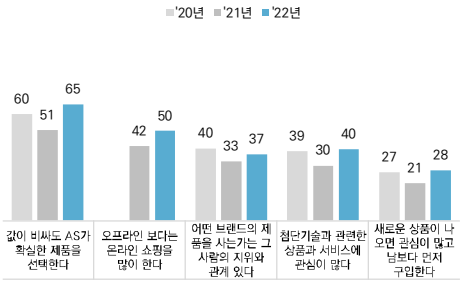
집에서 재료를 손질해서 요리해 먹는걸 즐긴다: 성별 (단위:%)



쇼핑은 전년 대비 모든 긍정률이 높아짐. 코로나 19로 인해 오프라인 쇼핑활동은 감소하였지만 온라인 쇼핑 거래규모가 더욱 커지면서 증가한 것으로 분석됨. 연령별로는 연령대가 낮을수록 첨단기술과 관련한 상품과 서비스에 관심이 많으며, 주로 30~40대의 긍정률이 다른 연령대에 비해서 높음

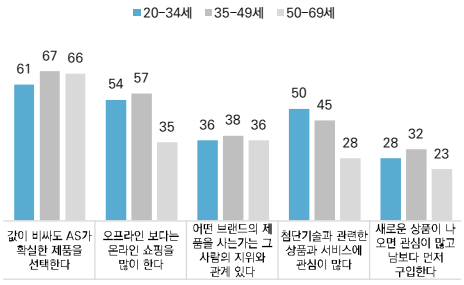
라이프스타일 특성: 쇼핑

(단위:%)



연령별 쇼핑 특성

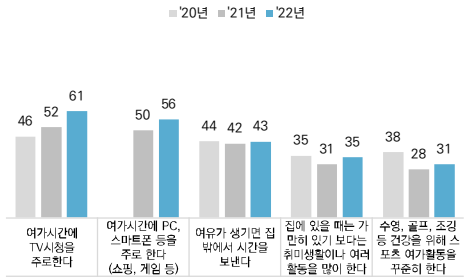
(단위:%)



취미생활은 전년 대비 '여가시간에 TV시청을 주로 한다'와 '여가시간에 PC, 스마트폰 등을 주로 한다' 등 집 안에서 정적인 활동도 증가하였을 뿐만 아니라 외부 활동이나 야외 스포츠 활동 또한 증가함. 연령별로는 연령대가 낮을수록 여가시간에 PC, 스마트폰, 외부활동 등을 주로 하며, 연령대가 높을수록 TV시청, 스포츠 활동이 높음

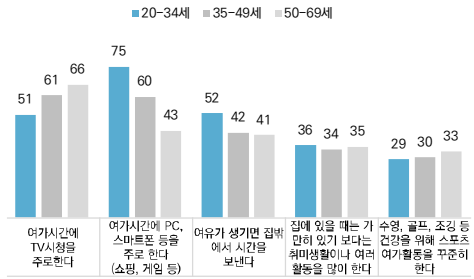
라이프스타일 특성: 취미생활

(단위:%)



연령별 취미생활 특성

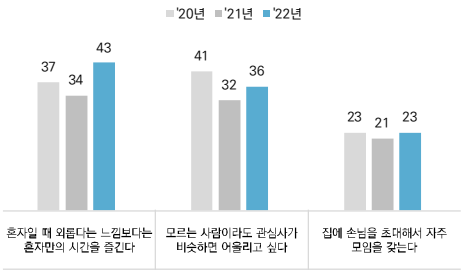
(단위:%)



커뮤니티에 대한 긍정률도 전반적으로 높아졌음. '혼자만의 시간을 즐긴다'는 전년 대비 9%p 증가함. 코로나 19로 인한 대면 교류 감소로 커뮤니티 활동이 여전히 위축되어 있는 상태임. 연령별로는 연령이 높을수록 혼자만의 시간을 즐기며, 주로 30~40대의 긍정률이 다른 연령대에 비해서 높음

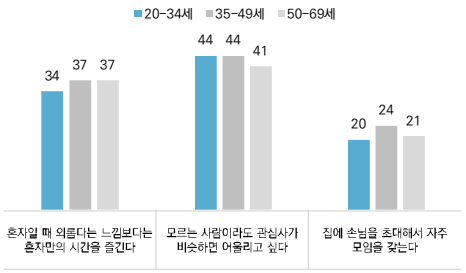
라이프스타일 특성: 커뮤니티

(단위:%)



연령별 커뮤니티 특성

(단위:%)



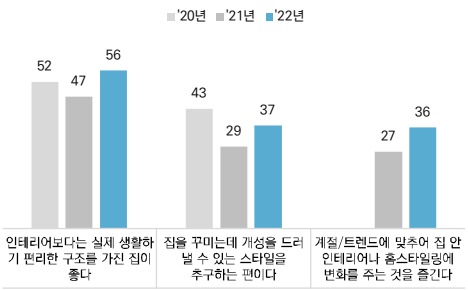
인테리어, 주거가치관

주거부문은 인테리어와 주거가치관으로 구분함

인테리어에서는 전년 대비 모든 항목에서 긍정률이 상승함. '인테리어보다는 실제 생활하기 편리한 구조를 가진 집이 좋다'가 56%의 긍정률을 보였고, '개성을 드러낼 수 있는 스타일을 추구하는 편이다'가 37%, '계절/트렌드에 맞추어 집안 인테리어나 홈스타일링에 변화를 주는 것을 즐긴다'는 응답은 36%의 긍정률을 보임. 상대적으로 20~30대는 타 연령보다 개성과 계절/트렌드를 중시함

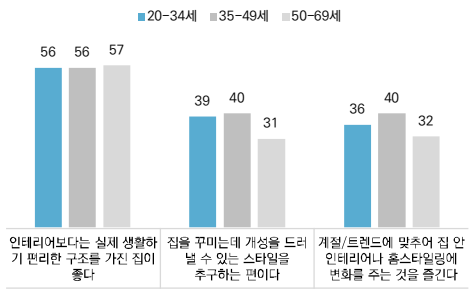
인테리어에 대한 응답

(단위:%)



연령대별 인테리어 긍정률

(단위:%)



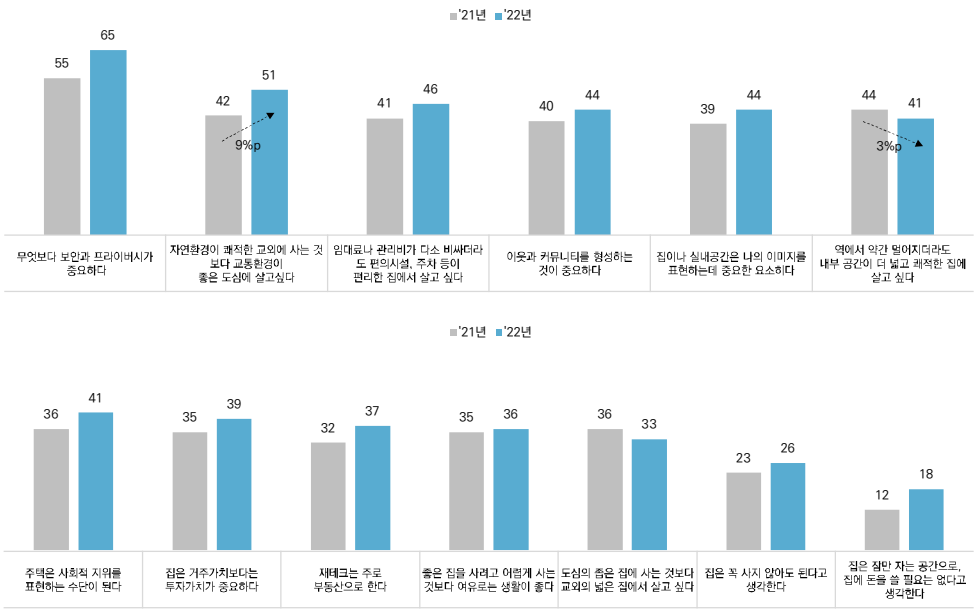
주거가치관에 대한 응답으로는 보안과 프라이버시 〉 교통환경 좋은 도심 〉 편의시설·주차 공간 등 안전하고 편리한 집에 대한 응답률이 높음. 특히 '보안과 프라이버시'는 전년 대비 10%p, '교통환경 좋은 도심'은 9%p 상승하여 주거에 대한 안정성 및 교통접근성이 더욱 중요해짐

안정성·편리성 외 '역에서 멀어지더라도 내부 공간이 넓고 쾌적한 집에 살고싶다', '도심의 좁은 집에 사는 것보다는 교외에 넓은 집에서 살고싶다'는 전년 대비 3%p씩 감소해 주택의 쾌적성 보다는 좋은 입지를 더 선호함

연령대별로는 연령이 낮을수록 도심을, 높은 연령에서는 역에서 멀어지더라도 내부 공간이 쾌적한 집을 선호함

주거 가치관에 대한 응답

(단위:%)



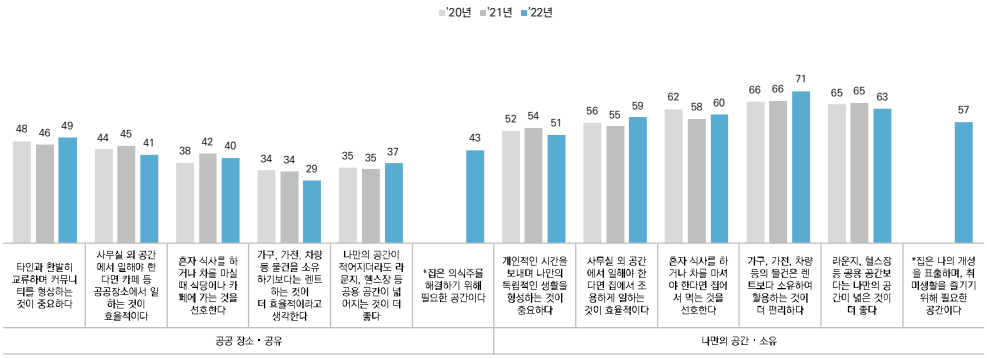
공공 장소 vs 나만의 공간

생활에 따른 공간과 소유 의식 조사에서는 전년과 동일하게 「나만의 공간·소유」에 대한 중시 성향이 컸으며, 특히 '가구, 가전, 차량 등에 대한 소유'에 대한 긍정률이 가장 높게 나타남

전년 대비 '물건을 소유하기 보다는 렌트하는 것이 효율적이라고 생각한다', '사무실 외 공간에서 일해야 한다면 카페 등 공공장소에서 일하는 것이 효율적이다' 대한 긍정률이 낮아진 반면, '물건은 렌트보다 소유하여 활용하는 것이 편리하다', '집에서 조용하게 일하는 것이 효율적이다'의 긍정률은 높아짐

공공장소 vs 나만의 공간

(단위:%)

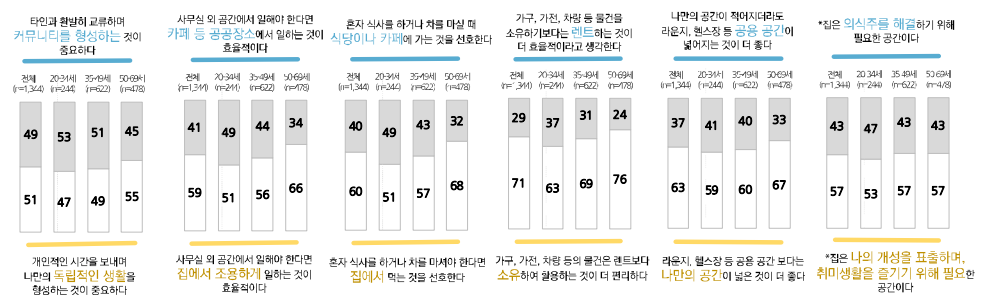


*2022년 추가된 문항

연령대별로는 젊은 연령층은 카페 등 공공장소, 공유 사용, 공용 공간 활용을 선호하는 반면, 연령대가 높을수록 집에서 나만의 공간을 소유하여 활용하는 것을 선호하는 특징을 보임. 원활한 백신 접종과 위드 코로나 시대에 발맞춰 식당, 카페 등 공공장소·공용공간 이용자가 증가될 것으로 예상됨

공공장소 vs 나만의 공간·소유

(단위:%)



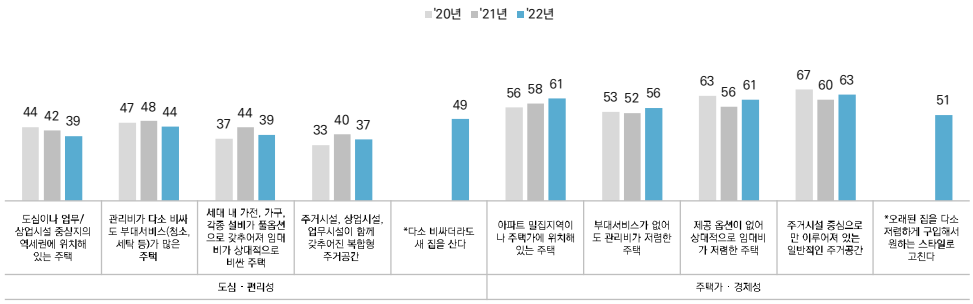
*2022년 추가된 문항

주거 입지 및 서비스 선호

주거 입지와 서비스 선호에서는 도심·서비스가 잘 갖춰진 편리한 주택보다는 경제적·주택가에 위치한 주택을 선호함. 연령대가 낮을수록 역세권, 주거/상업시설이 함께 갖춰진 복합형 주택 및 청소, 세탁 등 부대 서비스가 제공되는 주택에 대한 긍정률이 높음

도심·편리성 vs 주택가·경제성

(단위:%)



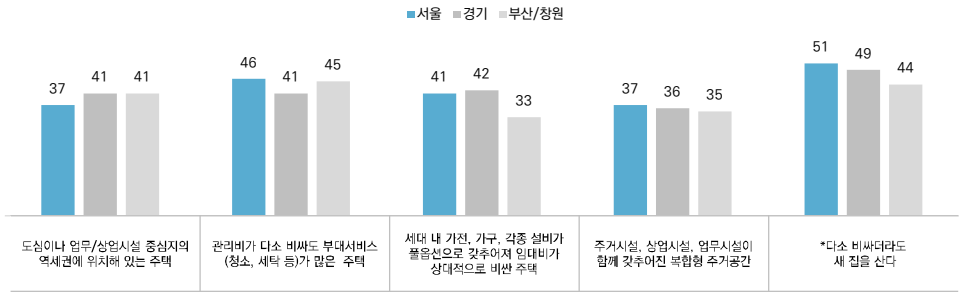
*2022년 추가된 문항

지역별로는 서울보다는 경기도, 부산/창원 거주자가 도심·역세권 주택에 대한 긍정률이 두드러졌고, 복합형 주거공간보다는 주택가를 선호함. 또한 서울의 경우 '다소 비싸더라도 새 집을 산다'에 대한 긍정률이 가장 높음. 새 집에 대한 선호도 자체도 높지만 서울 아파트의 경쟁력을 고려할 때 미래가치가 높은 아파트에 대한 기대감이 있는 것으로 보임

연령대별로는 연령대가 낮을수록 도심, 서비스에 대한 선호가 높았고 연령이 높을수록 주택가나 경제적인 주택에 대한 선호가 높음. 20대는 역세권, 부대 서비스, 복합공간 등의 선호가 다른 연령보다 높음. 또한 연령대가 낮을수록 다소 비싸더라도 새 집 구매에 대한 긍정률이 높으며, 이는 젊은 층일수록 자산과 소득 증가가 예상되므로 현재 상환의 부담이 있더라도 미래 가치가 높은 새 아파트를 선호하는 것으로 분석됨

지역별 도심·편리성 긍정률

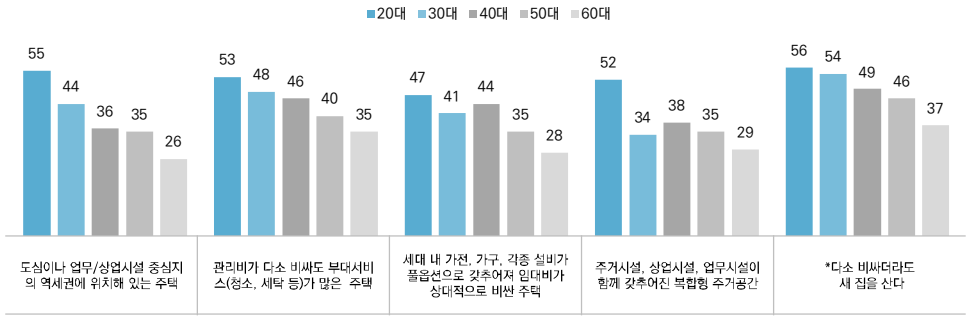
(단위:%)



*2022년 추가된 문항

연령대별 도심·편리성 긍정률

(단위:%)



*2022년 추가된 문항

코로나 19로 인한 근무행태 변화

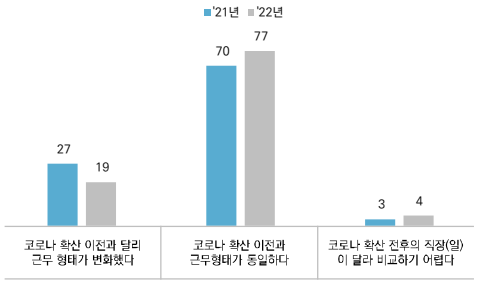
◆

코로나 19가 2021년까지 장기화 되면서 코로나 19로 인한 사회 경제적 영향이 1년 이상 지속되었으므로 근무형태 변화에 대해 전년과 비교 조사하여 부동산 및 주거트렌드에 영향을 미칠 요소를 분석함

코로나 19로 인한 근무형태 변화는 전년 대비 8%p 하락해, 코로나 19의 장기화로 근무형태도 원 위치되고 있는 것으로 조사됨. 근무형태가 변화된 경우, 근무형태 유형으로는 시차출퇴근제 〉 재택근무제 〉 선택근무제 〉 원격근무제 순으로 조사됨. 전년 대비 시차출퇴근제(+6%p)와 원격근무제(+4%p) 유형이 증가하였으며, 선택/재택근무제는 소폭 감소함. 선택근무제나 재택근무제의 경우, 업무차질과 사회적 거리두기 완화로 비중이 감소한 것으로 예상됨

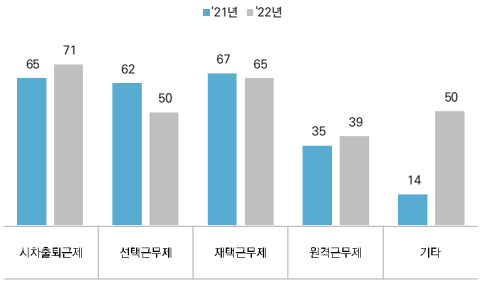
코로나 19로 인한 근무형태 변화

(단위:%)



코로나 19로 인한 근무형태 변화 유형

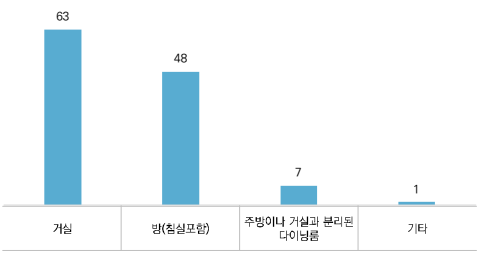
(단위:%)



재택근무 시 활용 공간으로 거실 〉 방 〉 다이닝룸 순이었으며, 그 이유로는 '컴퓨터가 비치된 공간이라서' '책상/테이블/식탁이 마련되어 있어서' 등 근무를 할 수 있는 가구나 장비가 마련되어 있는 공간을 주로 활용한다고 응답함

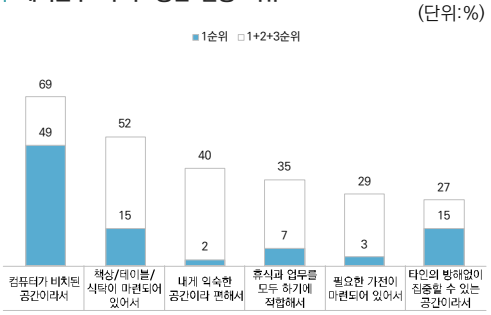
재택근무 시 활용 공간

(단위:%)



재택근무 시 주 공간 활용 이유

(단위:%)



코로나 19의 장기화로 인해 라이프스타일의 변화가 지속 및 가속화되고 있으며, 이를 '식생활', '쇼핑', '친목모임', '운동', '컨텐츠 소비', '교육' 분야에서 살펴봄

식생활 분야에서는 코로나 19의 장기화로 '가정에서 음식배달이 늘었다'는 응답이 73%로 가장 크게 증가했고, '가정내 직접 조리(HMR 포함)'가 70% 증가함. 또한 '음식점에서 외식은 줄었다'는 응답이 61%로 증가하여, 코로나 19 이후 주로 집에서 식사를 해결하는 비중이 늘어나고 있음

쇼핑에서는 '오프라인 구입'이 감소하고 '온라인 구입'이 72%로 크게 증가함. 코로나 19로 인해 오프라인 쇼핑에 대한 불안감이 전년과 같이 지속되고 있음

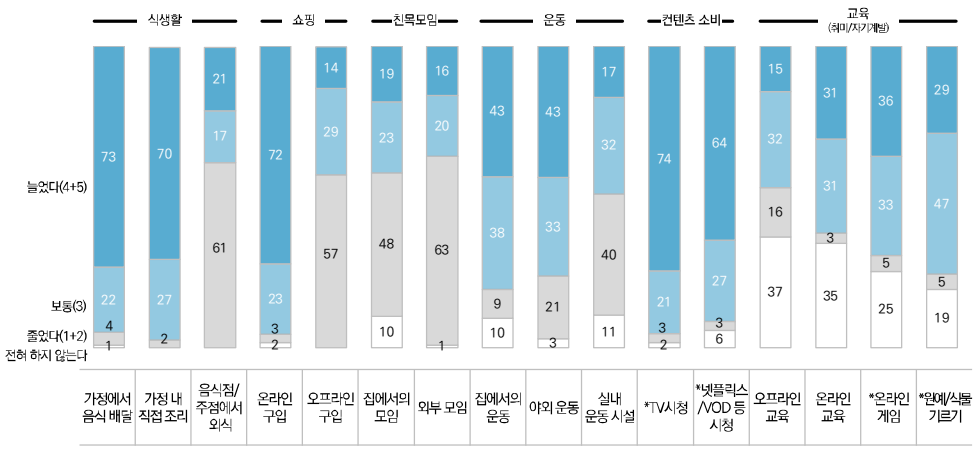
친목모임에서는 외부모임 감소가 63%로 높게 나타나고 있으며, 여전히 코로나 19로 인해 '집에서의 모임'보다 '외부 모임'의 감소폭이 더 크게 나타남

운동은 '집에서의 운동'과 '야외운동'이 43% 증가하였고, '실내 운동시설'은 여전히 감소폭이 크게 나타남. 컨텐츠 소비는 'TV시청'이 74%, '넷플릭스/VOD 시청'은 64%로 증가함

교육(취미/자기계발)은 온라인 교육 비중이 31%로 증가하였으며, 취미생활로 온라인 게임 비중이 36%로 증가함

코로나 19로 인한 라이프스타일 변화

(단위:%)



*2022년 추가된 문항

주거 시설 트렌드 인식

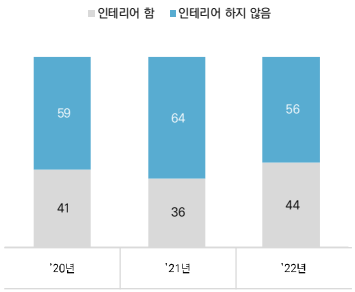
◆

세대 내부 공간 구성

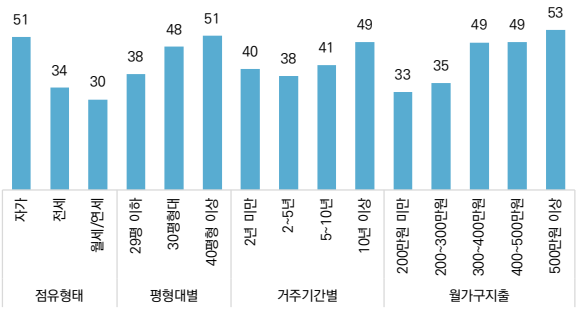
인테리어

응답자 중 현 거주 주택을 인테리어 한 경험이 있는 거주자는 44%로 전년 대비 8%p 증가하였으며, 자가 거주자, 40평형 이상, 거주기간이 길수록, 월평균 가구지출이 클수록 인테리어 경험 비율이 많음

현 거주 주택 인테리어 여부 (단위:%)

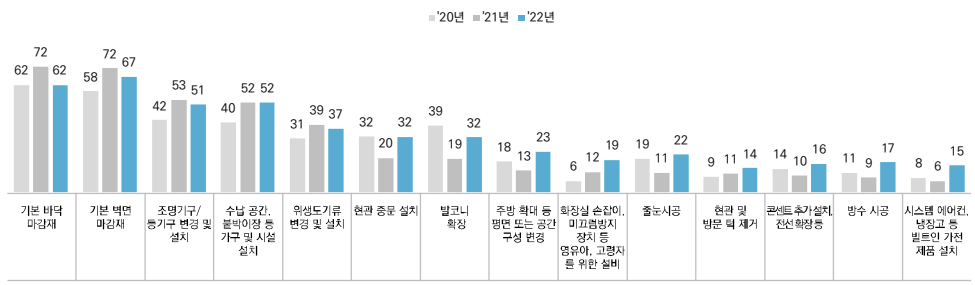


유형별 인테리어 경험 비율 (단위:%)



인테리어 개보수 종류는 기본 벽면 마감재 〉 기본 바닥 마감재 〉 수납공간, 붙박이장 등 가구 및 시설설치 〉 조명기구/등기구 변경 및 설치 〉 위생도기류 변경 및 설치 순으로 개보수 비중이 높았음. 전년과 비교하면, '현관 중문 설치', '발코니 확장', '평면 또는 공간 구성 변경', '줄눈 시공'은 비중이 크게 증가한 반면, '기본 바닥 마감재 교체', '기본 벽면 마감재 교체'와 같은 기본적인 인테리어 비중은 감소함

인테리어 개/보수 종류 (단위:%)

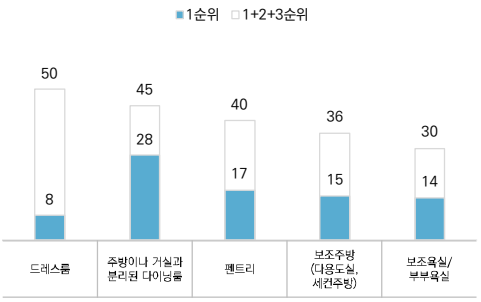


보유공간 선호도

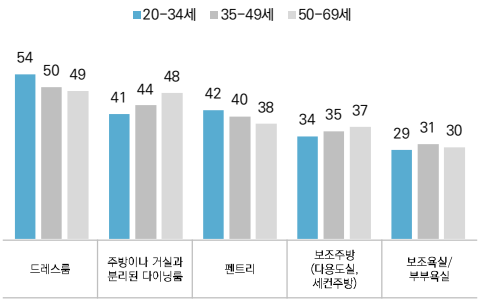
향후 보유하길 희망하는 공간으로, 드레스룸 〉 주방/거실과 분리된 다이닝룸 〉 펜트리 〉 보조주방 〉 보조욕실/부부욕실 순으로 조사됨. 연령별로는 연령이 낮을수록 드레스룸, 펜트리를 희망하고, 높을수록 다이닝룸, 보조주방을 선호함

반면 선호도 1순위 기준으로는 다이닝룸이 28%로 가장 높고, 펜트리 〉 보조주방 〉 보조욕실/부부욕실 〉 드레스룸 순으로 1+2+3순위와는 다르게 나타남

희망 보유 공간 (단위:%)



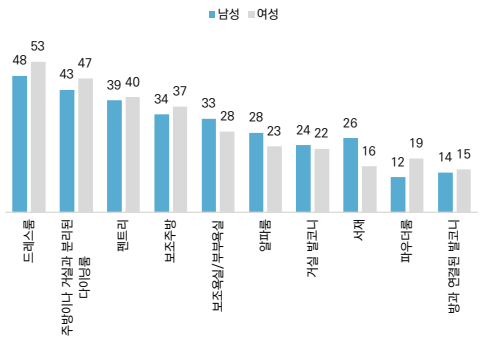
연령별 희망 보유 공간 (단위:%)



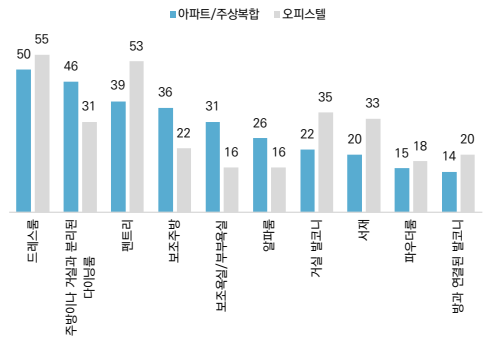
성별로는 남성, 여성 모두 드레스룸과 다이닝룸에 대한 선호가 높았으며, 남성은 보조욕실/부부욕실, 알파룸, 서재, 거실발코니에 대한 선호가 높았고, 여성은 펜트리, 보조주방에 대한 선호가 높았음

주택유형별로는 오피스텔에 거주하는 응답자는 아파트 거주자에 비해 드레스룸, 펜트리, 거실발코니, 서재, 파우더룸 등 별도의 공간에 대한 선호가 높았으며, 아파트/주상복합에 거주하는 응답자는 오피스텔 거주자에 비해 다이닝룸, 펜트리, 보조주방, 보조욕실/부부욕실, 알파룸 등의 보조 공간을 선호함

성별 희망 보유 공간 (단위:%)



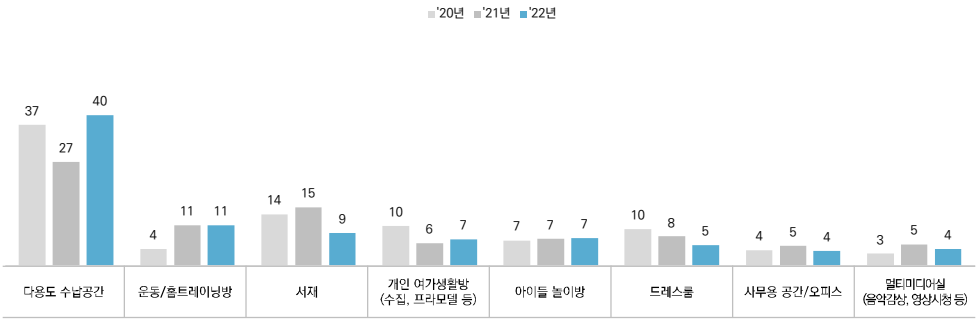
주택유형별 희망 보유 공간 (단위:%)



남는 방이 있다면 다용도 수납 공간 〉 운동/홈트레이닝 〉 서재 〉 개인 여가생활방으로 활용하길 희망했으며, 특히 '다용도 수납 공간'은 전년 대비 13%p 증가함

남는 방 용도 선호도

(단위:%)



가전

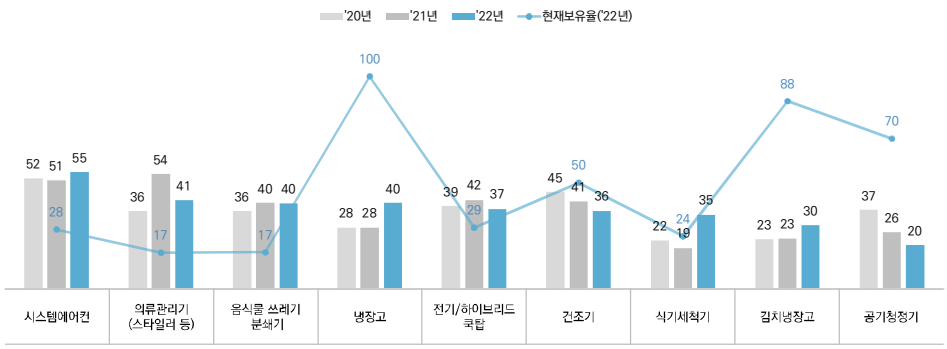
가전은 시스템에어컨 〉 의류관리기 〉 음식물 쓰레기 분쇄기 〉 냉장고 〉 전기/하이브리드 쿡탑이 유상 옵션으로 구성 시 선호도가 높은 가전임

전년 대비 시스템에어컨, 냉장고, 식기세척기, 김치냉장고 등 주로 주방관련 가전의 유상옵션 선호 비중이 증가했으며, 특히 식기세척기는 선호 비중이 크게 증가함

희망 유상 옵션 현재 보유율은 '냉장고', '김치냉장고', '공기청정기' 순으로 보유율이 높으며, 현재 보유율 대비 희망 유상 옵션 가전 비율이 높은 가전은 '시스템에어컨', '의류관리기', '음식물 쓰레기 분쇄기'가 있음

유상옵션 희망 보유 가전

(단위:%)



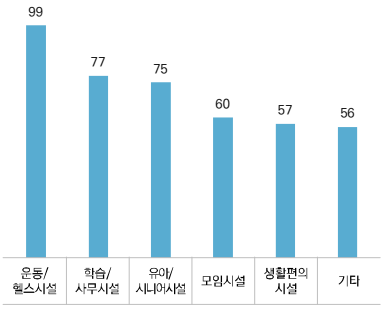
단지 내 시설

희망시설

단지 내 희망시설은 운동/헬스 시설 〉 학습/사무시설 〉 유아/시니어시설 순으로 선호도가 높았으며, 세부시설별로는 휘트니스 센터/헬스장 〉 GX룸 및 강습시설 〉 주민카페 〉 사우나, 찜질방 〉 무인 우편함/반송함 순으로 조사됨

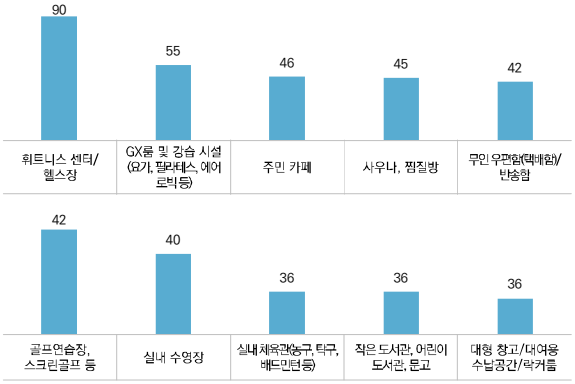
희망시설 유형

(단위:%)



상세 희망시설

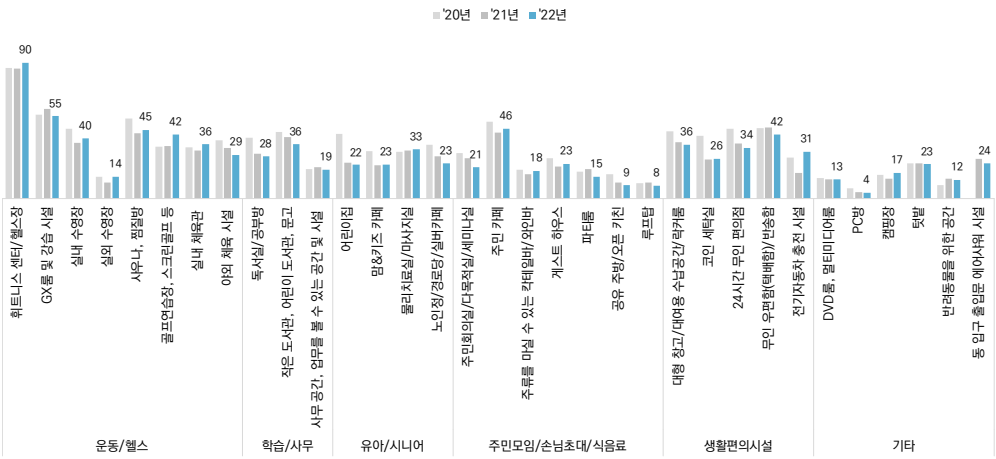
(단위:%)



휘트니스 센터/헬스장, GX룸 및 강습 시설, 사우나 및 찜질방, 골프 연습장 등 운동/헬스 관련 시설의 선호도가 높으며, 그 외 주민 카페, 무인 우편함을 희망하는 비율이 높음. 특히 전년 대비 '골프연습장(+7%p)', '전기자동차 충전 시설(+12%p)'에 대한 선호도가 큰 폭으로 상승함

단지 내 희망시설 유형

(단위:%)



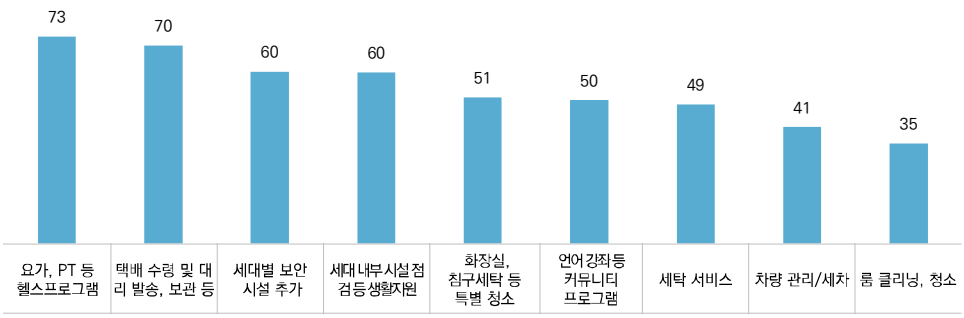
주거 시설 제공 서비스

주거 시설 제공 서비스는 '요가, PT 등 헬스프로그램', '택배 수령/발송/보관', '세대 내부 시설 점검', '세대별 보안 시설추가', '특별 청소' 순으로 선호도가 높고, 그 외 '커뮤니티 프로그램', '세탁 서비스', '차량 관리/세차', '룸 클리닝, 청소' 서비스에 대한 선호도가 높음

전년 대비 '헬스 프로그램', '커뮤니티 프로그램' 등 강좌 서비스와 '조식제공 서비스', '조식 외 식사 제공 서비스' 등 식사 제공 서비스가 큰 폭으로 증가함

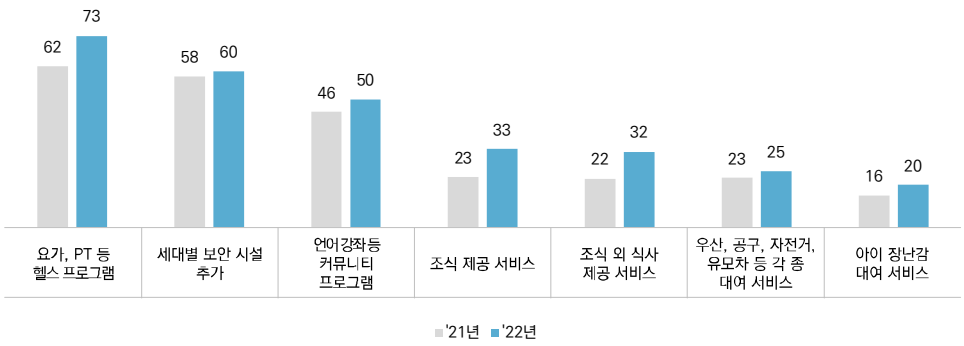
'22년 선호도 높은 서비스

(단위:%)



'21년 대비 '22년 선호도 높은 서비스

(단위:%)



상가시설

상가 시설은 '병원/클리닉', '대형 할인마트/슈퍼마켓' '은행/ATM' '약국' 순으로 선호도가 높으며, 전년 대비 대형 할인마트/슈퍼마켓은 10%p 증가함

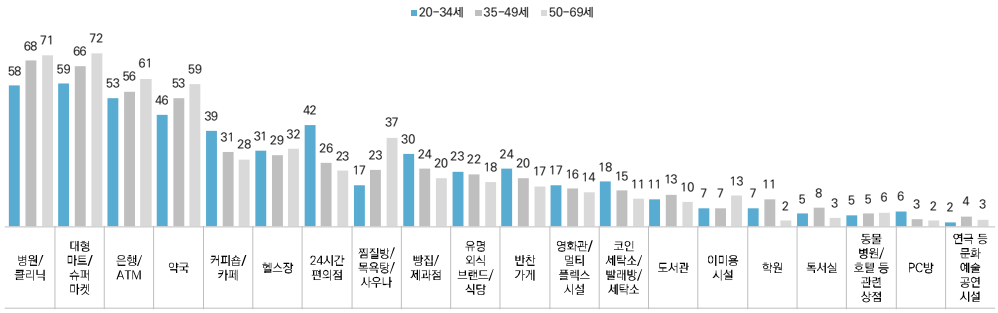
연령별로 희망 상가/편의시설은 연령대가 높을수록 병원/클리닉, 대형 할인마트/슈퍼마켓, 은행/ATM, 약국, 찜질방/목욕탕/사우나를, 연령대가 낮을수록 커피숍/카페, 24시간 편의점, 베이커리/제과점, 반찬가게, 영화관, 코인세탁소/빨래방 시설에 대한 선호도가 높음

희망 상가/편의 시설

(단위:%)

연령별 희망 상가/편의 시설

(단위:%)



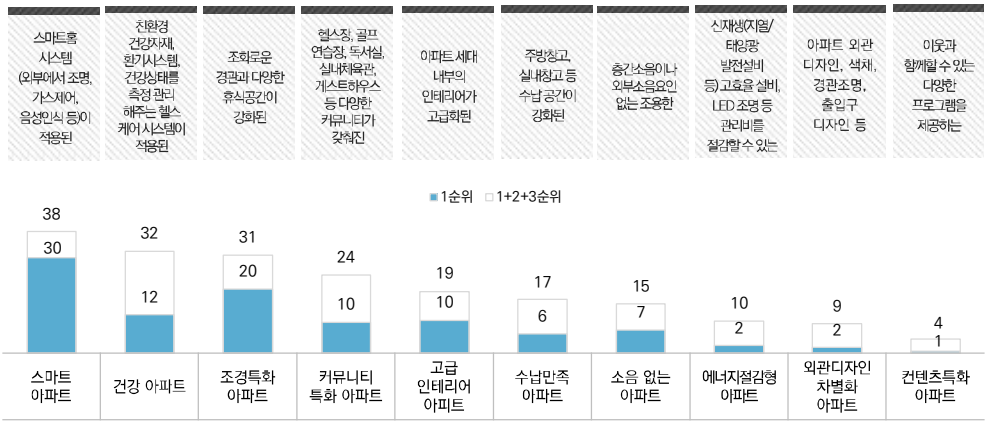
선호 주택 컨셉

선호 주택 컨셉으로는 '스마트홈 시스템이 적용된 아파트', '친환경, 건강자재, 환기시스템, 건강상태를 측정 관리 해주는 헬스케어 시스템이 적용된 아파트'에 대한 선호도가 높음

연령별로는 20-34세의 청년층이 스마트 기술이나 고급 인테리어 아파트를 더 선호하며, 50-69세는 건강, 조경, 수납 공간, 컨텐츠 특화에 대한 선호도가 더 높음

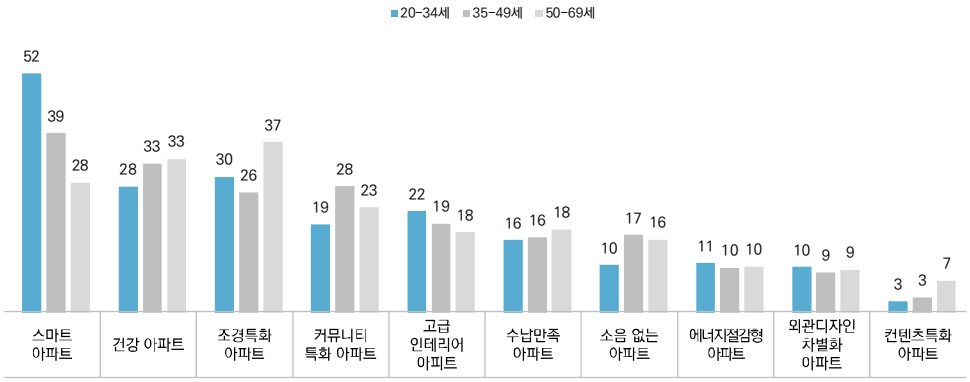
선호 주택 컨셉

(단위:%)



연령별 선호 주택 컨셉

(단위:%)



종합

◆

「주거 이동 계획」, 「주거 관련 라이프스타일」, 「코로나 19로 인한 근무행태 변화」, 「주거 시설 트렌드 인식」 분야의 설문조사 결과는 다음과 같이 분석되었다.

주거 이동계획에서는 주택가격에 대한 민감도가 높아졌고, 주택 유형에서는 아파트, 단독주택에 대한 선호도에 비해 실제 이전 시에는 오피스텔/도시형생활주택 등 고밀도, 복합건물에 대한 이전 비중이 다소 높았다.

라이프스타일에서는 코로나 19로 인해 집에서 머무는 시간이 지속되면서 인터넷 검색, 모바일 쇼핑, 음악감상, 요리 등의 경험이 늘었고, 특히 40~50대 장년층의 인터넷 활용이 늘어나고 있다. 또한 식생활에서는 반조리 식품이나 간단한 식사가 많았지만, 장년층이 집에서 요리하는 비중도 높아졌다. 쇼핑은 비싸도 A/S가 확실한 쇼핑이 크게 증가했고, 온라인 쇼핑 비중이 꾸준히 높아지고 있다. 인테리어 경험은 바닥, 벽면 마감재 등 기본 인테리어 비중이 높긴 하지만, 청년층은 개성과 트렌드에 민감한 경향을 보였다.

코로나 19로 인한 근무행태 변화에서는 코로나 19 이전으로 회귀하는 경향이 컸고, 재택근무제나 선택근무제보다는 원격근무제, 시차출퇴근제 등 근무에 영향이 적은 방향으로 유지됐다.

주거시설 트렌드 인식에서는 선호공간에서는 1순위는 다이닝룸이었고, 펜트리, 보조주방 순이었다. 주거 시설로는 휘트니스 센터/헬스장, GX룸 및 강습시설, 서비스로는 헬스프로그램 등 운동 및 헬스 관련 시설 및 서비스에 관한 선호도가 높아졌고, 주택 컨셉은 편리성을 추구하는 주거 가치관으로 인해 스마트홈 시스템이 적용된 아파트의 선호도가 높아졌다.

CHAPTER

05

2022 부동산 트렌드

제1절. 2022 부동산 트렌드 핵심 요소

제2절. 2022 부동산 트렌드

제3절. 종합

2022 부동산 트렌드 핵심 요소

코로나 19는 바이러스에 의한 감염병이지만, 지난 2년간 전 세계적으로 정치, 경제, 사회, 문화 등 전 영역에 막대한 영향을 끼쳤고, 국가와 사회 뿐 아니라 개인의 생활까지 변화시켰다. 2022년은 전 세계적으로 코로나 19를 극복하는 한 해가 될 전망이다. 완전 극복을 통한 포스트 코로나가 될지, 코로나 19의 위력이 약해져 위드 코로나가 될지는 불확실하지만, 영향력은 축소될 수밖에 없다. 2022 부동산 트렌드는 코로나 19 이후, 위드 코로나 시대의 전망을 토대로 2022 부동산 트렌드를 도출했다.

경제적으로는 코로나 19로 인한 피해를 최소화하기 위해 전 세계적으로 막대한 재정지출을 동원했고, 이에 대한 인플레이션이 우려되는 상황이다. 주요국의 부동산 가격이 폭등했고, 주식과 비트코인 등 투자자산으로 막대한 자금이 흘러든 반면 저소득층은 실업률 증가와 소득 감소로 인한 경제적 피해가 컸다. 2022년에는 전 세계적으로 양적완화 축소 움직임을 보일 것으로 예상되고, 미국, 중국, 유럽 등의 경제정책 변화에 따라 신흥국 경제의 변동성이 커질 전망이다. 우리나라 역시 위험수위에 오른 가계부채와 부동산 가격 폭등, 인플레이션 우려로 한국은행 금융통화위원회가 2021년 8월과 11월에 기준금리 인상을 결정했고, 2022년에도 2~3차례 인상될 것으로 예상된다.

코로나 19는 산업구조 변화를 앞당겼다. 전파력과 치명률을 갖춘 바이러스와의 전쟁으로 Bio산업이 성장하면서 관련 주가가 급등했고, 사회적 거리두기는 IT산업을 비롯한 통신, 반도체, 친환경 산업 등 첨단산업의 발전 속도를 앞당겼다. 이와 관련한 온라인 플랫폼, 전자상거래, 데이터베이스, 물류 등의 연관 산업들도 급성장하게 되었다.

첨단산업의 발달은 첨단과학기술과 문화에 익숙한 젊은 세대에게 다양한 기회를 제공하고 있다. IT산업의 필수인력인 프로그래머의 몸값이 급등했고, 온라인 플랫폼, 유튜브, 인스타그램 등을 활용한 다양한 직업들이 생기며 청년층들의 일자리가 늘어나고 있다. 또한 첨단산업을 위한 지식과 기술, 인프라가 대도시에 집중되며 경제, 산업, 인구 등의 도시집중도 심화되고 있다.

생활의 변화는 직접적으로 코로나 19를 체감하게 만들었다. 온택트[8] 생활이 일반화되며 온라인 쇼핑, 교육, 트레이닝, 문화생활 등은 온라인에 익숙지 않았던 40~60대까지 흡수되었고, 직장에서는 재택근무나 시차근무제 등 근무형태가 변화되었다. 또한 학생들은 학교 대신 PC 앞에서 수업을 듣고, 사람들과의 모임은 축소되고 가족과 함께 보내는 시간이 증가했다. 코로나 19 이후에도 온라인 활용도는 앞으로도 늘어날 전망이다.

2022년 부동산 트렌드 핵심 요소는 양극화, 다양화, 가치 중심이다.

2015년부터 급등한 아파트 가격은 2021년 절정을 이루며 아파트 보유여부에 따른 양극화가 심화되고 있다. 또한 2022년 이후 아파트 가격이 안정되더라도 이미 벌어진 지역별, 소득계층별, 연령별 양극화는 우리사회의 숙제로 남는다. 수도권과 지방의 아파트 가격격차는 더 벌어졌고, 경제적 여유가 있는 고소득층은 보유 부동산의 가격 상승과 신규 투자를 통한 자산 증식이 가능했던 반면 저소득층은 불안정한 일자리와 열악한 경제상황에 직면해 있다. 자가 보유 비중이 높은 장년층은 청년층보다 상대적으로 유리한 측면이 있었고, 청년층 내에서도 소득과 부모의 경제력을 바탕으로 양극화가 나타났다. 2022년에도 특별한 대안이 없는 한, 이 간극이 좁혀지기는 어려울 전망이다. 정부에서도 3기 신도시와 같은 공공 개발사업의 공급기준 조정을 통해 젊은 무주택자들의 당첨 기회를 늘릴 계획이지만, 이 또한 일부 당첨자들에게만 자산 점핑 기회를 제공한다는 점에서 양극화 해소는 어려울 전망이다. 2022 부동산 트렌드에서는 양극화에 따른 트렌드에 주목했다.

두 번째 요소는 다양성이다. 코로나 19 이후 집콕 생활이 일상화되면서 집의 기능이 다양해졌다. 주택은 내일의 충전을 위한 거주와 휴식의 공간이었지만, 코로나 19와 함께 사무실 겸 쇼핑공간이 되었고, 홈파티, 홈트레이닝 등 나를 위한 생활의 중심으로 부상했다. 코로나 19 이후에도 주택의 다양성은 확대될 것으로 예상된다. 주택이 주는 집콕의 편리함과 나에게 최적화된 공간이라는 매력 때문이다. 주택 관련 산업에서도 이러한 변화를 뒷받침할 설계, 구조, 개발 등의 전통 산업뿐 아니라 인테리어, 빌트인 시스템, IoT 등 소프트웨어 영역의 지원 산업이 확대될 것으로 예상된다. 2022 부동산 트렌드에서는 주택의 다양성이 실제 소비자와 건설·부동산 산업에 어떤 영향을 미칠지를 분석했다.

8) 온택트는 비대면을 일컫는 '언택트(Untact)'에 온라인을 통한 외부와의 '연결(On)'을 더한 개념으로 온라인을 통해 외부활동을 이어가는 방식을 의미함.

세 번째 요소는 가치 중심이다. 특히 환경문제와 공공성 확보는 건설·부동산 산업도 피해 갈 수 없는 요소이다. 환경문제는 에너지 절감과 친환경 자재 등의 요구가 높아지고, 법적 기준도 높아질 것으로 예상된다. 특히 친환경 건축물 개발은 탄소중립에서도 높은 비중을 차지하는 분야이다. 신축 건축물에 대한 기준이 강화되고 소비자들의 인식도 달라지면서 건설·부동산 업계에서도 환경문제에 대한 적극적인 대응이 필요할 것으로 전망된다.

공공성은 성남시 대장동 도시개발 사업을 통해 불거진 문제들, 즉 개발과정의 투명성, 적정 개발이익에 대한 기준, 민간사업자의 수익에 대한 환수 문제 등이 쟁점이 될 것으로 예상된다. 대선과 지방선거 과정에서도 이와 관련한 논쟁이 이어질 전망이다. 한편에서는 ESG 경영과 맞물린 건설현장 관리, 하도급 계약문제 등 불합리한 관행과 불공정한 계약 등 다양한 영역에서 사회 주체들의 사회적 가치에 대한 요구가 높아질 전망이다.

2022 부동산 트렌드

2022년 부동산 트렌드에서는 2022 부동산 트렌드 도출을 위한 3가지 주요 키워드로 「균열의 MZ」, 「제한적 다양성」, 「비움 HOME」을 선정했다. 3대 키워드는 부동산 시장에서의 MZ세대 부상, 코로나 19 이후의 사회변화를 바탕으로 한 주택시장의 특성, 2022년 아파트 상품구성에 대한 전망 등을 토대로 선정했다.

2021년은 MZ세대가 우리 사회의 화두였다. 이들은 정보통신기술에 익숙한 세대로 온라인과 SNS를 기반으로 우리 사회의 문화를 주도하고 있고, 본격적인 경제활동을 바탕으로 주요 소비층으로 부상했다. 전국적으로 MZ세대 비중은 30% 수준이지만, 이들이 가진 파급력은 어느 세대보다도 높게 나타나고 있다. 한편으로 MZ세대는 양극화가 심한 세대이기도 하다. 부모 세대인 베이비부머는 고도의 경제성장기를 거친 세대로, 부모의 경제력에 따라 MZ세대의 학력과 소득, 자산도 편차를 보이면서 MZ세대 내 균열을 보이고 있다.

부동산 시장에서도 MZ세대의 양극화는 두드러졌다. 30대는 최근 서울 아파트를 가장 많이 구입하는 연령이고, 증여가 늘어남에 따라 부모세대의 부를 바탕으로 MZ세대의 주택 소유비중도 높아지고 있다. 따라서 고소득 MZ세대를 겨냥한 고급 오피스텔은 전용면적 기준 평당 1억 원을 넘는 높은 분양가를 기록하고 있다. 반면 대부분의 MZ세대는 소득이 낮은 1~2인 세대로서 영끌·빚끌을 통해 겨우 소형, 외곽 아파트를 구입·임차하거나, 아파트·오피스텔을 포기하고 다세대주택, 고시원 등에서 생활하고 있다. 앞으로도 다양한 MZ세대를 겨냥한 주택 공급과 설계, 인테리어가 주요 트렌드가 될 전망이다. 자산여력이 충분한 MZ세대를 겨냥한 소형 하이엔드 아파트와 오피스텔의 공급이 한 축이라면, 자산과 소득이 부족한 MZ세대를 위한 아파트 특별공급, 행복주택과 역세권 청년주택, 도시형생활주택 등도 지속적으로 공급될 것으로 보인다. 이에 따라 2022 부동산 트렌드 키워드 중 첫 번째를 「균열의 MZ」로 선정했다.

두 번째 키워드는 「제한적 다양성」이다.

코로나 19와 세대변화를 통해 주택의 활용성이 그 어느 때보다 높아졌다. 필요에 따라 집은 위험에 대응하는 대피공간이자, 사무실, 쇼핑시설, 문화·체육공간으로 활용되었고, 거주자의 성향을 반영한 나만의 집에 대한 요구도 뜨거워지며 인테리어 산업이 급부상하고 있다. 코로나 19로 인해 경험하게 된 주택의 재발견은 앞으로도 지속될 것으로 예상된다. 반면 주택유형에서는 아파트라는 틀에 제한되면서 대량 공급된 20~40평형대 중심의 아파트 평면과 공간구성 내에 한정된 다양성을 보이고 있다.

아파트의 한계를 뛰어넘지 못하는 중요한 이유는 자산 가치 때문이다. 우리 사회에서 아파트는 가장 안정적이고, 투자가치 높은 상품이며, 언제든지 거래 가능한 규격상품으로 자리매김하고 있다. 코로나 19라는 전 세계적 펜데믹 상황에서도 급등한 아파트 가격이 이를 뒷받침했다. 이외에도 아파트가 직주근접성과 생활편의성, 경제성 등에서 단독주택이나 비아파트 공동주택보다 앞선다고 인식되면서 앞으로도 아파트라는 틀을 깨기는 어려울 것으로 예상된다.

2022년에도 아파트가 주도하는 주택시장이 지속되는 가운데, 효용성에서는 아파트를 뛰어넘는 아파트 상품에 대한 선호가 높아질 것으로 예상된다. 단독주택의 마당이나 다락방, 고급 타운하우스의 높은 층고와 테라스 등 아파트의 한계를 보완한 아파트 수요가 늘어날 전망이다. 한편으로는 출퇴근이 자유로운 IT, 미디어산업 등의 청년층이나 은퇴한 액티브시니어 중심으로 경제적이고 개성 있는 생활을 즐기기 위한 탈 아파트족이 늘어날 것으로 예상된다. 하지만 그 비중은 크지 않을 전망이다.

세 번째 키워드는 「비움 HOME」이다.

2015년 이후 지속된 아파트 시장은 호황의 끝자락을 예고하고 있다. 아파트 가격은 안정되고, 거래량은 줄어들 것으로 예상된다. 개발여건은 경쟁심화, 토지비 및 건축비 증가, 개발이익에 대한 사회 환원 요구 등으로 어려워지는 반면, 수요자는 상품이나 분양가격에 민감해지면서 미분양 물량 증가, 거래시장의 관망세가 커질 것으로 예상된다. 때문에 공급자와 수요자 모두 경제적 측면에 대한 고려가 중요하고 다양한 개인의 니즈를 반영해야 하는 상황이다.

상품적 측면으로 볼 때 아파트 시장 호황기에는 플러스 상품이 유리하다. 공간, 디자인, 시설 등 소비자들이 원하는 작은 요소를 반영하면 그 이상의 분양가를 받을 수 있기 때문이다. 최근 몇 년간 아파트 브랜드들은 경쟁적으로 알파룸·베타룸·멀티룸 등 컨셉형 방을 배치하고, 기능적으로는 수납공간이나 빌트인 가구·가전을 설치하고, IoT 서비스를 내세우며 경쟁적으로 플러스 상품을 공급해 왔다. 입주자를 위한 다양한 커뮤니티 시설과 건축과 인테리어에서도 공간을 분리하고, 좋은 자재나 아트월 등을 부각하며 고급화 전략을 펴 왔다.

2022년부터는 소비자 재량권을 확대할 수 있는 비움의 컨셉이 중요할 것으로 전망된다. 소비자가 원하는 대로 활용할 수 있도록 평면은 단순화하되 자투리 공간에 대한 활용아이디어를 다양하게 제공하는 것이 중요하다. 인테리어도 고객이 원하는 대로 꾸밀 수 있도록 베이직한 인테리어가 늘어날 것으로 예상된다. 다양한 기본옵션보다는 발코니 확장, 시스템에어컨, 수납공간 확보처럼 입주 전 시공되어야 할 공간 부분에 집중될 전망이다. 이에 따라 부동산 트렌드 세 번째 키워드는 비움 HOME이다. 물론 공급자가 비운 자리는 입주자가 다양하게 채워나갈 공간이지만, 지금까지 아파트가 공급자 중심에서 소비자 중심의 공간 및 인테리어로 변경되는 점을 고려하여 공급자 입장의 비움 HOME을 선정했다.

2022 TREND
균열의 MZ
3대
Keyword
제한적 다양성
비움 HOME
8대 Trend
한계 MZ
컴온(Come On) 도시
무아지경
오피스텔, 니치에서 매스로
희망과 현실사이 10평형
플래닛 홈(Plate and eat at home)
임팩트 인테리어(Impact Interior)
ESG, 진전과 반전

한계 MZ

영끌, 빚끌이 만들어 낸 MZ세대의 패닉바잉

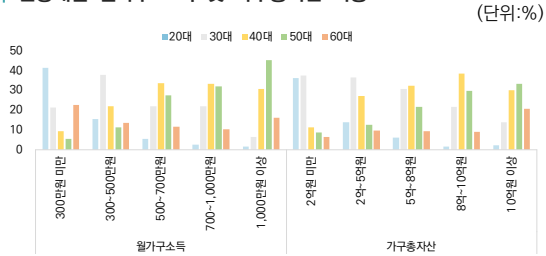
요즘처럼 주택 매매시장에서 30~40대가 부각된 적은 없었다. 특히 서울 아파트를 30대가 가장 많이 구입한 것은 이례적이다. MZ세대는 결혼연령이 늦춰지고, 맞벌이가 늘어나면서 이전 세대에 비해 높아진 자산여력과 소득을 토대로 부동산 시장에 진출했다. 유례없는 저금리와 정보취득력도 한몫을 했다. 건설산업연구원의 연구결과, 수도권에서 아파트를 구입한 30~40대 중 상당수는 고가 아파트 구입에도 불구하고 대출비중은 20% 이하, 상환능력도 충분한 것으로 분석됐다.

반면, 대부분의 MZ세대는 보유자산이 많지 않고, 소득의 변동성이 커서 장년층에 비해 시장변화에 취약할 수밖에 없다. 2022 부동산 트렌드 조사결과, 30대의 평균 자산은 6억 1천만 원, 소득 월 512만 원인 반면, 50대는 자산 11억 원, 소득 월 620만 원으로 30대보다 자산은 1.8배, 소득은 1.2배 많았다. 문제는 아파트값 급등으로 인한 불안감으로 자산여력이 부족하고, 소득이 불안정한 MZ세대도 부동산 투자시장에 뛰어들었다는 점이다.

2022년에는 영끌, 빚끌로 아파트 구입한 패닉바잉[9] MZ세대가 부각될 전망이다. 이들은 벼락거지를 면하기 위해 아파트와 주식, 비트코인 등 다양하고 적극적인 투자를 통해 자산 증식에 성공한 듯 보였으나, 아파트가격 안정, 금리인상에 따른 대출상환액 증가 등으로 자산가치 하락에 직면해 있다. 부동산 트렌드에서는 어렵게 투자대열에 합류했지만, 부동산 시장 변화로 위기상황을 맞는 한계 MZ를 2022 부동산 트렌드로 도출했다.

연령대별 월가구 소득 및 가구총자산 비중

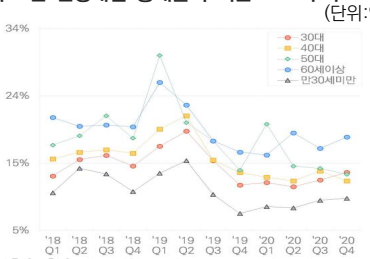
(단위:%)



자료:2022 부동산 트렌드

수도권 연령대별 총대출액 기준 DTI 추이

(단위:%)



주:대출을 활용해 구매한 주택 수÷무주택자 구매 주택 수
자료:건설산업연구원·KCB(2021.9) 재인용

9) 패닉바잉(Panic+Buying) : 가격 상승과 물량 소진 등에 불안한 사람들이 가격과 상관없이 부동산, 주식 등을 사들이는 일을 가리키는 용어, 집값이 연일 상승하니 공황상태에서 집을 사는 상태로 공황구매라고도 불림

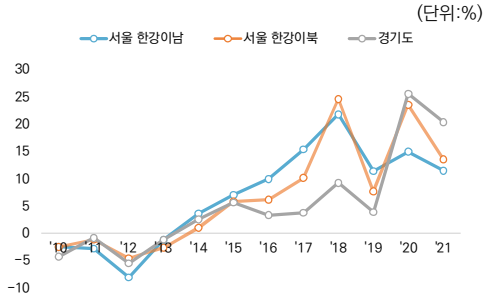
패닉바잉에서 패닉셀링으로

아파트 시장은 오를 때는 수요가 많은 중심지역·선호 단지부터 상승하고, 하락할 때는 외곽지역, 수요가 없는 지역부터 거래둔화 및 가격하락이 시작된다. 2014년 아파트 가격상승시점에는 강남권부터 상승이 시작되고, 2020~2021년에는 서울 외곽, 수도권의 상승률이 더욱 높았다. 한계 MZ세대들이 패닉바잉한 아파트는 서울과 수도권 외곽, 또는 지방의 소형아파트들에 집중되었고, 미래소득을 담보로 최대한 대출을 받은 사례가 많았다. 부동산 가격하락도 이들 지역부터 시작될 가능성이 높다. 아파트 가격 상승 초기에 투자한 투자자라면 이익실현이 가능하겠지만, 2020년 이후 투자자들은 일정기간 대출상환과 아파트 시장을 관망한 후 아파트 가격하락과 대출금리 인상으로 인한 코너에 몰리면 패닉셀링 할 가능성이 높다. 2022년 초에 1가구 1주택 양도세 비과세 요건이 12억 원으로 완화되면 전세 끼고 구입한 투자자들의 매물이 출시될 가능성도 높아질 전망이다.

한편에서는 자산 증식에 성공하지 못한 MZ세대의 도전도 지속될 것으로 예상된다. 특히 3기 신도시 사전청약에 적극적으로 참여할 것으로 예상된다. 청년층에서 공공택지에서 공급되는 아파트의 당첨은 유일한 자산 점핑의 기회일 수 있다. 이들에게 아파트 당첨은 벼락거지를 면하고, 자산증식의 가능성도 있기 때문이다. 입주시점까지 상대적으로 여유 있게 분양자금을 모을 수 있고, 대규모 택지개발사업으로 인한 분양이 실패한 사례는 찾아보기 어렵기 때문이다. 실제 수도권 공공택지 사전청약에서 30대가 46.1%, 20대도 10.8%를 차지했다.

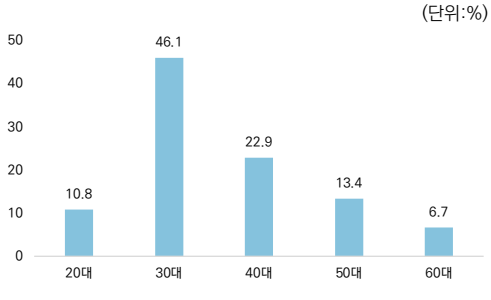
2022년에는 대출상환, 자산 가치 축소 등의 위기를 겪는 한계 MZ의 패닉셀링과 다른 한편에서는 여전히 자산 점핑의 기회를 잡기위해 고군분투하는 MZ세대들이 부동산 시장의 새로운 변수로 작용할 전망이다.

연간 아파트 가격변동률 추이



자료:부동산114

수도권 1차 공공택지 사전청약 청약자 연령대별 비중



자료:국토교통부

컴온(Come On) 도시

첨단산업 중심, 컴온 도시

도시 집중화가 지속되고 있다. 우리나라 산업이 서비스산업에서 첨단산업으로 빠르게 전환되면서 첨단산업이 밀집된 도시로의 집중은 불가피하다. 2022 부동산 트렌드에서는 과거 제조업, 서비스업 중심 산업에서의 도시화가 온라인 기반의 첨단산업 중심의 도시화로 전환되고, 코로나 19로 인해 온라인 산업이 급성장하고 있다는 점에서 2022 부동산 트렌드를 「컴온(Come-On) 도시」로 명명했다.

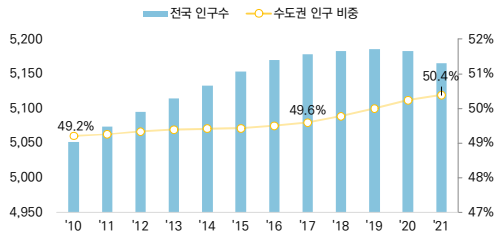
컴온 도시는 IT산업, 영상·문화·게임 산업 등 소프트웨어 산업이 중심이기 때문에 생산 설비가 적어 물리적 공간 의존도가 낮고, 새로운 기술과 아이디어가 중요하기 때문에 첨단산업에 익숙한 20~30대에게 유리하다. 따라서 컴온 도시에서는 MZ세대 중심, 지역적으로는 수도권처럼 첨단산업이 압축된 대도시가 더욱 부상할 수밖에 없다.

서울시 인구이동통계에 따르면, 직업 때문에 서울로 이동하는 전입인구는 전체의 약 35%로 조사되었으며, 전국 인구 중 수도권 비중은 지난 2010년 49.2%에서 2021년 11월 50.4%로 4.7%p 증가했고, 최근 5년간 인구 집중 현상이 더욱 두드러지고 있다. 특히 수도권 전체 인구 중 20~30대 인구는 28.3%로 지방광역시 25.5%, 그 외 지방 22.4%보다 높다.

반면 산업변화에 대응하지 못한 지방에서는 빈집이 쌓이고 있다. 통계청 인구주택 총조사에 따르면 2020년 기준 전국의 빈집은 151.1만 호로 2015년 106.8만 호에서 41.4% 증가했다. 지방의 빈집이 82.5만 호(54.6%)로 절반 이상을 차지하고 있고, 수도권 43.4만 호, 지방광역시 25.1만 호 수준이다. 청년층이 빠져나간 지방은 고령인구 비중이 높아 새로운 산업과 도전이 거의 불가능해 대도시권과 지방의 격차가 더 커지는 악순환이 반복될 전망이다.

전국 인구수 대비 수도권 인구 비중

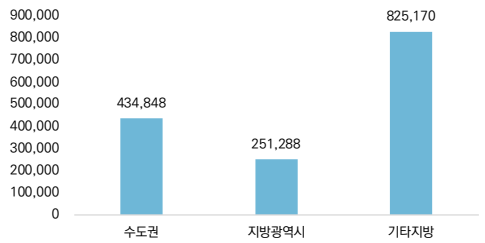
(단위:만 명, %)



자료:통계청(2021년 11월 기준)

권역별 빈집 규모

(단위:호)



자료:통계청(2020년 기준)

직주근접, 생활의 편리함 중시

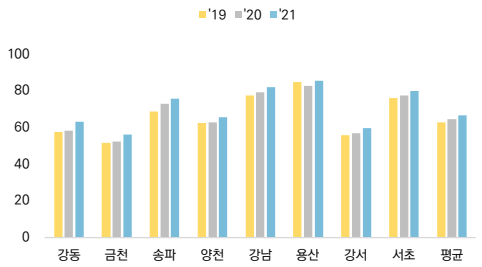
도시화는 주택문제에 직접적 영향을 미친다. 2022 부동산 트렌드 조사에서는 연령이 낮을수록 도심을 선호했고, 아파트, 오피스텔과 같은 고밀도 주택을 선호했다. MZ세대를 중심으로 직주근접성과 생활의 편리함을 바탕으로 다양하고 자유로운 직업을 향유하는 도시가 컴온 도시이기 때문이다. 이에 따라 서울 오피스텔의 경우 보증금 1,000만 원일 때 평균 월세는 66.5만 원으로 2019년 62.7만 원, 2020년 64.4만 원에서 매년 2만 원가량 오르고 있고, 전용면적 40㎡이하의 소형 오피스텔 전세가격 역시 2021년 793.8만 원/3.3㎡으로 2019년 669.5만 원/3.3㎡ 대비 18.6% 상승했다.

도시에 기회만 있는 것은 아니다. 불안정한 경제활동과 N잡을 뛰어야만 살아갈 수 있고, 좁지만 오피스텔, 도시형생활주택, 원룸, 고시원 등 직주근접성이 양호한 도심의 주택에 머물러야 하는 젊은이들의 고단한 생활이 녹아있다. 컴온 도시가 심화될수록 청년들의 주거환경은 더 열악해지고, 일자리 경쟁도 치열해질 전망이다.

높은 주거비용과 경쟁 심화로 도시에서의 생활은 녹록지 않고, 전통산업에 비해 노동력의 투입이 적기 때문에 고소득, 안정적 직장을 찾기는 쉽지 않다. 반면 변화되는 산업 특성상 온라인 기반의 유튜버, 웹툰작가, 배달, 택배 등 비정기, 단기 일자리가 늘어나고 평생직장, 전일근무의 개념은 낮아지면서 한 번에 다양한 직업을 갖는 N잡러가 증가하고 있다. 이러한 흐름에서 도시는 재능과 교육을 기반으로 한 새로운 기회의 땅이기도 한 것이다.

서울 오피스텔 연도별 구별 평균 월세

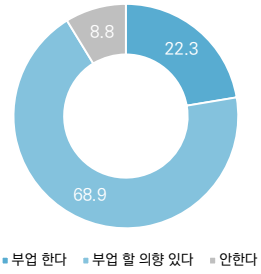
(단위:만 원)



자료:국토부 실거래가, 보증금 1,000만 원인 경우

직장인 부업 긍정률

(단위:%)



자료:알바몬x긱몬(직장인 1,324명 조사)

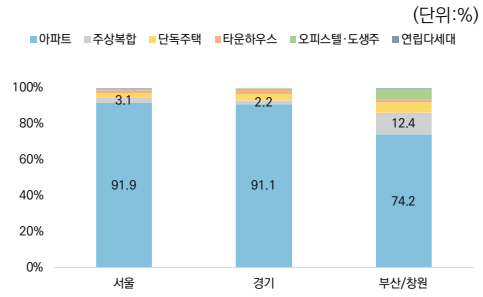
무아지경

무조건 아파트

무아지경은 개성 강한 주택수요가 많음에도 불구하고, 결국 구입 시에는 무조건 아파트를 지향하는 경향을 말한다. 아파트 가격 급등과 코로나 19로 인한 주택과 주거생활에 대한 관심이 집중되면서 주택의 질적 요구수준도 높아졌다. 다양한 공간구성과 높은 층고, 자연친화적인 정원, 바비큐를 할 수 있는 야외공간 등 사람들마다 집에 대한 로망도 다양하다. 그럼에도 불구하고 우리나라에서 아파트에 대한 선호도는 단독주택에 비해 월등히 높고, 전 세계 어느 나라보다도 높다. 최근 몇 년간 아파트 가격 급등으로 아파트 외 주택상품에 대한 가치는 상대적으로 낮게 인식되면서 아파트에 대한 맹목적 선호현상은 더욱 심화되고 있다. 이에 따라 2022 부동산 트렌드에서는 「무아지경」을 중요 트렌드로 도출했다.

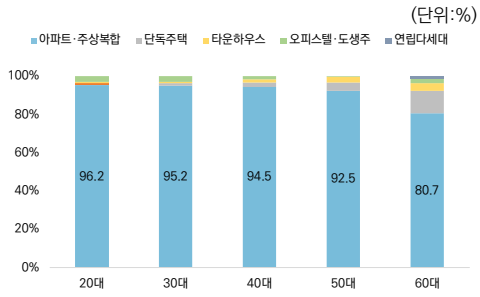
2022 부동산 트렌드 조사결과에서도 응답자의 87.6%는 이상적인 주택유형을 아파트로 응답했으며, 주상복합을 포함하면 93%에 달했다. 일반단독주택 3%, 타운하우스와 오피스텔이 각각 2%를 차지했다. 특히 서울 거주자는 95%가 아파트·주상복합을 선호했으며, 경기 93%, 부산/창원 87% 순으로 조사되어 수도권의 아파트 선호도가 높았다. 연령별로는 20~40대까지 95%가 아파트로 응답했고, 아파트 중에서는 35~49세의 선호도는 일반아파트 91%, 주상복합 4%였던 반면 20~34세는 아파트 85%, 주상복합 10%로 젊은 연령층일수록 복합 형태의 아파트에 대한 선호도가 높았다. 또한 20~34세는 오피스텔, 도시형생활주택에 대한 선호도 4%로 타 연령대보다 높았다.

거주 지역별 선호 주택유형



자료:2022 부동산 트렌드 설문조사

연령대별 선호 주택유형



자료:2022 부동산 트렌드 설문조사

아파트에 담긴 단독주택

주택의 니즈 변화에도 무아지경인 이유는 아파트가 단독주택보다 경제적이기 때문이다. 출퇴근 시간에 소요되는 시간과 비용, 주택 관리에 대한 부담, 보안, 매도 시 환금성과 자산 가치 상승 등을 고려하면 아파트를 포기하기는 쉽지 않다. 특히 도심과 인접한 주택은 좁은 골목에 위치한 다가구·다세대 주택이 대부분이고, 신축이 가능하거나 마당이 있는 주택은 통상 아파트 가격 수준을 뛰어넘는다. 때문에 2022년에도 아파트에 대한 선호는 줄어들지 않을 것으로 보인다.

오히려 아파트에 주택의 장점까지 담은 아파트에 대한 요구가 높아지면서 건설, 부동산, 인테리어 산업의 대응이 빨라질 것으로 예상된다. 단지 내 조경의 경우 인공적 조형물보다는 원형지나 자연지형을 살리고, 산책로와 휴식공간을 반영할 것으로 예상된다. 세대 내에서는 최대한 층고를 높이고, 우물천장 등으로 개방감을 살리는 것이 중요할 것으로 보인다. 최고층에는 다락방, 복층, 썬큰 등으로 다양화 하고, 세대 내부 공간에 작은 정원이나 조명 등을 통해 아파트지만 단독주택이나 캠핑장에 있는 것과 같은 느낌을 선호할 것으로 예상된다. 지금까지 조망권 확보가 부족해 선호도가 떨어졌던 저층부 아파트도 거실에서 단지 내 조경을 활용할 수 있다는 점에서 선호도가 높아지고 있다. 윈도우시트나 폴딩도어, 버꾸기창 등을 활용해 주택이나 타운하우스 느낌을 살릴 수 있는 다양한 인테리어 아이디어도 나올 것으로 보인다.

윈도우시트가 있는 아파트

자료:오늘의집

캠핑 분위기 발코니

자료:오늘의집

고덕그라시움 단지조경

자료:대우건설

오피스텔, 니치에서 매스로

◆◆◆

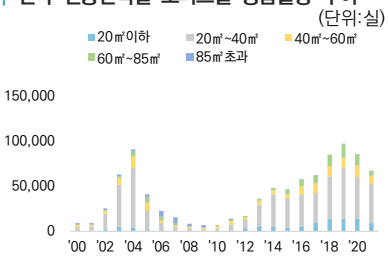
오피스텔, 트렌드와 제도완화 수혜템

오피스텔은 주거용 부동산 시장의 대표적인 틈새상품이다. 소형오피스텔은 20~30대, 1~2인 가구 등 한정된 수요자를 대상으로 한 상품이고, 사업규모도 작아서 개발 및 건설사들의 주력 상품이 되지 못했다. 투자자들도 임대용 오피스텔은 가격상승을 기대하기 어렵고, 주거용으로 사용할 경우 주택 수에 포함되어 세금 부담이 커지기 때문에 월세상품 정도로 인식되었다. 반면 아파트 수요를 대체할 3~4인용 오피스텔은 전용면적 85㎡초과 면적의 바닥난방 금지, 발코니 설치 금지 등 규제와 아파트 대비 낮은 선호도 등으로 외면 받아왔다.

하지만 최근 부동산 트렌드를 대표하는 도시 집중, 직주근접 선호 심화, 아파트값 상승, 부동산 규제강화 등의 키워드에 가장 수혜상품은 오피스텔과 도시형생활주택이 될 전망이다. 아파트 수요는 넘쳐나는데 공급은 턱없이 부족해 가격이 천정부지로 오르면서 도심에서 외곽으로 밀려나거나, 아파트를 포기할 상황, 내집마련 시기가 늦춰진 사람들이 차선책으로 오피스텔이나 도시형생활주택을 선택하기 때문이다.

정책도 오피스텔·도시형생활주택의 공급에 우호적이다. 대규모 공공개발, 재개발·재건축에 비해 사업기간이 짧고, 도심에 건축되어 서울에서도 주택공급을 단기간에 늘릴 수 있다는 장점이 있기 때문이다. 이에 따라 2021년에는 오피스텔 바닥난방 허용기준이 전용면적 85㎡이하에서 120㎡이하로 확대되면서 전용면적 85㎡의 아파트 면적 수준까지 오피스텔도 공급될 수 있게 되었다. 통상 오피스텔과 함께 건축되는 도시형생활주택도 전용면적 50㎡에서 60㎡이하로 완화되었고, 공간구성도 방 2개에서 4개까지 허용된다. 따라서 3~4인이 거주할 수 있는 중대형 오피스텔과 도시형생활주택 공급이 가능해졌다.

전국 전용면적별 오피스텔 공급물량 추이



자료:부동산114

도심 주택공급 확대 방안 주요 내용

유형	구분	주요 내용
도시형 생활주택	면적 확대	전용 50㎡이하 → 60㎡이하
	공간구성 완화	방 2→ 4개, 침실 3+거실 1
	대출한도	5천만 원→ 7천만 원
	대출금리	3.3~3.5 → 2.3~2.5%
오피스텔	바닥난방 허용	전용 85㎡ → 120㎡
	대출한도	4천만 원 → 6천만 원
	대출금리	4.5 → 3.5%

자료:국토교통부

제2의 전성기로 Mass 상품화

과거에도 오피스텔의 전성기가 있었다. IMF로 인한 규제완화로 2000년대 초반에 오피스텔 공급이 연간 8만 실까지 급증했다. 강남구 도곡동 타워팰리스, 양천구 목동 하이페리온, 영등포구 여의도동 트럼프월드 등은 아파트보다 비싼 고급 중대형 오피스텔이었고, 약 20년이 지난 지금까지도 높은 가격수준을 유지하고 있다. 이들 오피스텔은 전용면적 300㎡ 이상의 대형 면적도 있지만, 전용면적 85㎡ 전후의 중대형 면적도 포함되어 있다. 실제로 아파트를 대체한다는 의미에서 아파텔이라 불린 3~5인 가족을 위한 중대형 오피스텔이 이 시기에 선풍적인 인기를 끌었다. 오피스텔 공급이 감소하고, 소형 임대용 오피스텔로 전락한 것은 2004년에 오피스텔에 대한 바닥난방이 금지되었고, 2006년 이후에는 중소형 면적에 한해 제한적으로 허용되었기 때문에 전용면적 40㎡ 이하의 소형 오피스텔만 살아남았다.

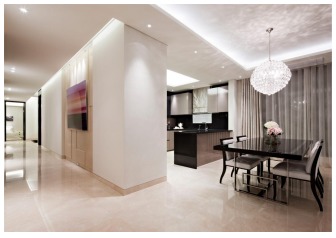
오피스텔은 제2의 전성기를 앞두고 있다. 하이엔드급 초고가 오피스텔과 1~2인 대상 소형 오피스텔로 양분되어 니치마켓을 이끌어 온 오피스텔 시장은 2022년 이후 중대형 오피스텔과 소형 도시형생활주택을 결합한 3~4인 가족단위 아파트 수요를 공략하며 매스시장으로 진출할 것으로 보인다. 업무중심지역과의 접근성이 양호한 상업지역이 1차 대상이 될 것으로 예상된다. 도심권의 노후 건물이 밀집된 상업용지, 역세권 상업·업무시설, 저효율 호텔이나 모텔, 아파트 밀집지역 주변의 준주거지역 등 다양한 지역에서 오피스텔 전환 사례가 늘어날 전망이다.

내집마련 수요자들도 청약통장이나 거래규제 없고, 교통여건이 양호한 지역에서 새 집을 마련할 수 있다는 장점이 있다. 건설사들도 대중적인 아파트 대체형 오피스텔 브랜드를 선보이며 시장 공략에 나설 것으로 예상된다. 이미 진출한 대형 건설사 외에도 다양한 건설사들이 본격적으로 오피스텔 상품을 검토할 것으로 예상된다. 이에 따라 2022 부동산 트렌드에서는 「오피스텔, 니치에서 매스로」를 주요 트렌드로 도출하였다.

도곡동 타워팰리스 전경

자료:나무위키

대치동 상지카일룸



자료:상지카일룸 홈페이지

위례신도시 송파위례 아피체

자료:아피체홈페이지

희망과 현실사이 10평형

◆◆◆

희망면적 40평형, 방 3개

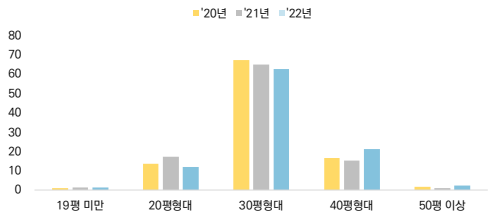
코로나 19로 인해 집에서 보내는 시간이 늘어나고, 주택 활용이 다양화되며 불변의 아파트 희망 평형 30평형대 위상이 흔들리며, 40평형대 선호도가 높아지고 있다. 2022 부동산 트렌드 조사결과에 따르면 30평형대 아파트의 선호도는 60% 이상으로 여전히 가장 높은 수준이지만, 40평형대 희망 비중도 20%를 넘었다. 또한 전년 트렌드에서는 40평형대 거주자도 40%는 이상적인 평형대로 30평형대를 선택했지만, 2022년에는 40대 평형대의 24%만 30평형대를 선택했고 62.8%는 거주하고 있는 40평형대에 만족했다.

40평형대 아파트 선호도가 높아지는 이유는 보유해야 할 가전제품 수가 늘어나는 것도 한 몫을 하고 있다. 과거에는 냉장고, 세탁기, TV 정도가 기본 가전이었다면 최근에는 건조기, 공기청정기, 김치냉장고, 식기세탁기도 필수가전이 되었고, 거거익선(巨巨益善)이라는 말이 나올 정도로 대형 가전제품을 선호하면서 주택 내 필요 공간이 늘어나고 있다.

반면 방 개수는 희망 평형, 연령대와 관계없이 전 연령대에서 3개를 희망했다. 전체 응답자수 중 77.1%는 방 3개를 선택했고, 2개가 10.7%, 4개 이상은 5.7%에 불과했다. 또한 현재 40평형대 거주자 중 70.8%는 방 3개를 희망하는 것으로 조사됐다. 전반적으로 가족 구성원수가 줄어들면서 폐쇄적인 공간인 방에서의 활동은 줄어들고, 거실이나 주방처럼 개방된 공간을 다양하게 활용하고자 하는 선호가 높았다. 특히 거실은 가족들이 가장 많이 모이고, 활용하는 공간으로 부동의 1위를 차지했다. 발코니 확장으로 거실공간이 늘어나면서 거실은 가족들의 모임장소, 재택근무 공간 등으로 활용되었다. 그 외 공간은 가족의 선호에 맞도록 다양하게 활용될 수 있어 방 개수에 대한 요구는 높지 않았다.

응답자 희망 평형대

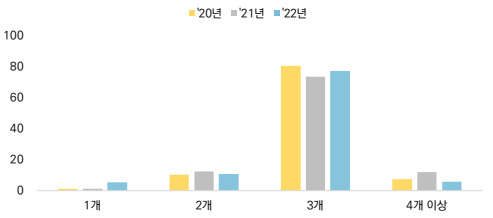
(단위:%)



자료:2022 부동산 트렌드 설문조사

응답자 희망 방 개수

(단위:개)



자료:2022 부동산 트렌드 설문조사

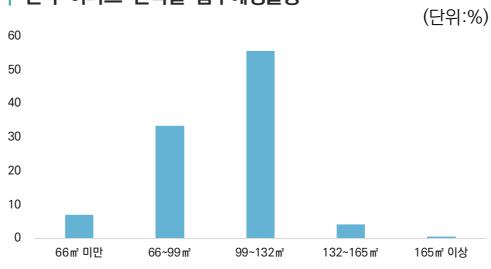
현실면적 30평형대, 방3개

40평형대에 대한 선호도가 실제 40평형대의 구입으로 이어지는 것은 아니다. 아파트가격이 상승하면서 30평형대와 40평형대간 가격격차는 더욱 커졌고, 서울의 경우 30평형에서 40평형으로 옮기기 위해서는 평균가격 기준으로 3억 원 이상의 추가금액이 필요하다. 2022 부동산 트렌드 설문조사 응답자 중에서도 서울 거주자는 평균 30평형에 거주하는 반면, 경기도는 37평형으로 상대적으로 거주면적이 큰 것으로 나타났다. 이처럼 희망 면적은 커지지만, 현실적으로는 30평형대에 머물 수밖에 없는 현 부동산 트렌드를 2022 부동산 트렌드 「희망과 현실면적 10평형」으로 도출했다.

현실에서는 40평형대로 옮기기 어렵다면 30평형대를 40평형대로 활용하기 위한 거주자들의 공간배치와 인테리어가 활발해질 것으로 보인다. 저활용 방을 과감하게 다이닝룸이나 거실로 변경하여 식탁, 냉장고, 식기보관용 장식장, 커피머신 등 주방 관련 제품이나 대형 TV공간을 확보하고, 발코니 확장 공간을 활용해서 세탁기와 건조기, 그 외 펜트리 공간 등을 활용하는 등 다양한 공간배치가 늘어날 전망이다.

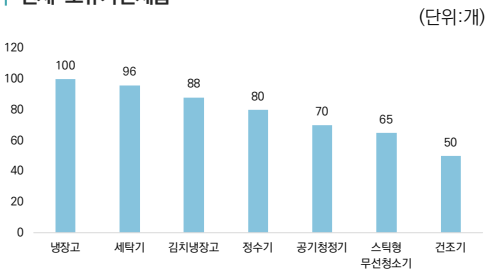
공급물량 측면에서도 40평형대 비중은 높지 않다. 2025년까지 입주예정인 전국의 아파트 86.6만 호의 평형을 분석해 보면, 30평형대 비중이 55.3%, 20평형대 33.3%, 20평형대 미만 6.8%로 중소형 아파트가 95.6%를 차지했고, 40평형대의 입주예정물량은 4%에 불과했다. 수요는 늘어나는 반면 공급은 부족해서 당분간 40평형대의 아파트 가격은 강세를 보일 전망이다. 이에 따라 희망 면적 40평형대와 현실 면적 30평형대의 괴리가 이어질 것으로 예상된다.

전국 아파트 면적별 입주예정물량



자료:부동산114

현재 보유가전제품



자료:2022 부동산 트렌드 설문조사

플래닛 홈(Plate and eat at home)

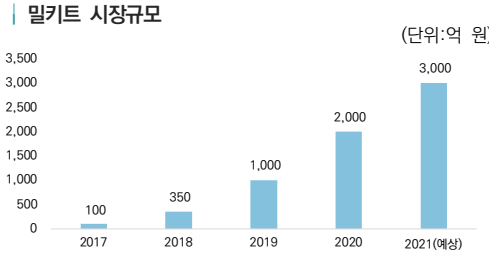
◆◆◆

음식 문화, 먹는 즐거움에서 보고 즐기는 시간으로

음식문화가 바뀌고 있다. 5~6년 전부터 시작된 간편 요리시장은 코로나 19과 함께 급성장했다. 과거 밀키트, HMR 음식은 청년층을 중심으로 한 혼밥족이나 1~2인 가구의 간단한 끼니 정도로 인식되었지만, 지금은 연령과 가족구성원에 관계없이 애용하는 식품이 되었다. 많은 사람들이 요리부담을 줄이고 식사 시간을 즐기기 위해 가정간편식을 찾고 있다.

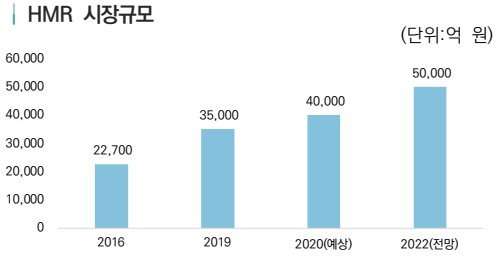
특히 코로나 19로 인한 사회적 거리두기가 시행되면서 20~30대 청년층을 중심으로 가까운 지인과 함께 집에서 즐기는 홈파티가 새로운 문화로 자리 잡았다. 손쉽게 조리할 수 있고, 파티분위기를 높여주는 밀키트 식품은 MZ세대가 활용하는 SNS를 통해 급속하게 퍼져나갔다. 중장년층의 소비도 크게 늘었다. 코로나 19로 인해 집에서 보내는 시간이 길어진 자녀를 위해 간편한 음식을 준비하거나, 외식이 어려워지며 매 끼니를 집에서 해결해야 하는 중장년층은 현실적인 문제로 밀키트나 HMR과 같은 가정간편식을 찾고 있다. 이에 따라 밀키트 시장은 2019년 1,000억 원 규모에서 2021년 3,000억 원을 달성할 것으로 예상되고, HMR 시장도 2019년 3조 5천억 원에서 2022년에는 5조 원 수준으로 커질 전망이다.

밀키트 시장규모



자료:농촌경제연구원, 재인용

HMR 시장규모



자료:한국농수산식품유통공사

하지만 근본적으로는 식사문화가 변화되었다. 과거에는 어머니가 정성껏 해 주시는 음식을 맛있게 먹는 것이 가정식 식사의 정석이었다면, 지금은 맛있는 음식과 그에 걸맞은 플레이팅, 즐거운 대화로 식사시간을 즐기는 것이 중요해졌다. 혼자 먹을 때도 예쁘게 차려서 인스타그램을 통해 타인과 소통하고, 가족·지인들과의 식사시간에는 분위기에 어울리는 세팅과 음악으로 홈파티를 즐기는 것이 일상이 되었다. 이 과정에서 음식 자체는 정성껏 만든 음식일 수도 있고, 밀키트나 HMR로 간단히 차린 음식, 배달음식이어도 괜찮다.

희망공간 1순위 다이닝룸

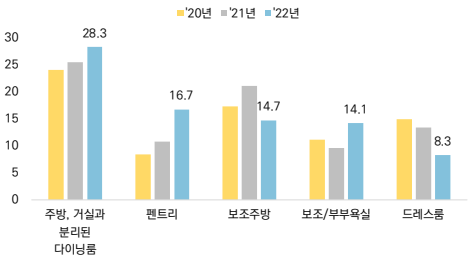
음식 문화가 요리 그 자체보다 맛있고 예쁜 음식, 함께하는 사람, 즐거운 분위기 등으로 확장되는 트렌드를 반영하여 2022 부동산 트렌드는 「플래닛 홈(Plate and eat at home)」으로 선정했다. 플래닛 홈에서는 요리공간인 주방보다는 식사를 하는 공간, 즉 다이닝룸에 대한 선호도와 활용도가 높았다.

2022 부동산 트렌드 조사결과, 이사 시 희망하는 공간 1순위는 주방이나 거실과 분리된 다이닝룸이 28.3%로 가장 높았고, 다이닝룸에 대한 긍정률은 2020년 24.1%, 2021년 25.5%로 꾸준히 높아지고 있다. 과거처럼 음식문화가 요리와 식사하는 행위 위주라면 주방과 분리된 다이닝룸은 오히려 효율성이 떨어진다. 반면 요리과정은 감추고 깨끗한 공간에서 즐겁게 식사시간을 즐기고 싶은 니즈가 커지면 주방, 거실과 분리되어 온전히 식사시간에 집중할 수 있는 다이닝룸이 중요해진다. 가족과 함께 시간을 보내는 공간에서도 다이닝룸은 26.2%로 전년도 18.2%에 비해 8%p 높아졌다.

연령별로는 20~30대 청년층보다 40~50대에서 다이닝룸에 대한 선호가 더 높았고, 30~50대는 작년보다 다이닝룸에 대한 긍정률이 높아졌다. 장년층일수록 주택 면적이 넓고, 집에서 요리하는 횟수가 많기 때문으로 풀이된다. 또한 보관해야 할 그릇이나 조리기구, 식품들이 증가하면서 펜트리 공간에 대한 요구도 높아지고 있다. 보조주방은 다이닝룸에 이어 2번째로 높은 선호를 보였지만 선호도는 낮아졌다. 가족구성원이 감소하고, 과거 한식처럼 많은 음식을 장시간 장만하기 보다는 메인음식 1~2개를 중심으로 식사하는 경향으로 바뀌면서 주택공간에 대한 선호도도 바뀌고 있다.

'20~'22 희망하는 공간 1순위

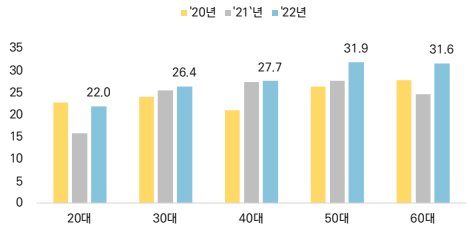
(단위:%)



자료:2022 부동산 트렌드 설문조사

'22 다이닝룸 희망 연령 비중 1순위

(단위:%)



자료:2022 부동산 트렌드 설문조사

임팩트 인테리어(Impact Interior)

◆◆◆

인테리어, 유형보다는 개성

2022년은 유행보다는 개성에 집중하는 「임팩트 인테리어」가 대세가 될 전망이다. 임팩트 인테리어는 다양한 요소보다는 나를 가장 잘 표현하는 한 가지 컨셉에 집중하는 개념이다. 주택 전체를 관통하는 구조적인 부분으로 나타낼 수도 있고, 내가 가장 소중하게 생각하는 한 공간일 수도 있고, 갖고 싶었던 가구나 조명, 또는 인테리어 소품, 자신이 선호하는 색상으로 임팩트를 줄 수도 있다. 그 한 가지를 위해서는 과감하게 지갑을 열 준비가 되어 있다.

한강변을 강조하기 위해 통유리로 한눈에 한강이 내려다보이는 인테리어를 할 수도 있지만, 한강을 배경으로 은은한 조명과 음악으로 한강을 즐길 수도 있다. 요리를 좋아하는 사람이라면 조리공간과 다이닝 공간을 분리해서 다양한 조리기구와 그릇을 수납하는 공간이 필요할 수도 있지만, 반대로 멋진 테이블과 테이블보를 준비해서 예쁜 음식을 인스타그램에 올리는 것이 중요할 수도 있다. 베란다나 거실 한편에 작은 정원을 만들어서 예쁜 꽃을 키울 수도 있고, 원룸이지만 나를 표현하는 포스터와 멋진 조명으로 소확행을 즐기는 공간으로 만들수도 있다. 그야말로 임팩트 주택은 10인 10색이다.

앞으로도 인테리어의 범위는 넓어지고, 대중화 될 것으로 예상된다. 한샘, 까사미아, 이케아, 자라홈과 같은 대형 매장을 중심으로 한 온·오프라인 회사도 성장하겠지만, 다양한 고객의 니즈를 충족하기 위해서는 중소기업과 개인들이 생산하는 다품종소량생산 인테리어 물품을 판매하는 온라인 마켓이 더욱 중요해질 수 있다. 이에 따라 오늘의 집, 집꾸미기, 10x10과 같은 인테리어 유통망을 확보한 온라인 전문몰의 경쟁도 치열해질 전망이다.

베란다 정원공간

자료:pinterest

예쁘게 세팅된 음식

자료:오늘의집

조명과 빔으로 꾸민 원룸

자료:pinterest

건설사는 캔버스 디자인

지금까지 신축 아파트는 유행에 따라 건설회사가 지정한 색상과 디자인, 아트월을 동일하게 제공했고, 인테리어에 대한 관심과 안목이 적었던 입주자들도 대부분 건설회사의 인테리어를 그대로 유지했다. 동일한 건설회사에서 공급한 아파트들은 공급시점에 따라 안방과 주방의 포인트 벽지가 같거나 대리석 아트월이 있었다. 하지만 입주자들의 안목과 개성이 강해지고 소득수준이 높아지며 더 이상 동일한 인테리어를 선호하지 않는다. 건설사와 시행사도 고객별 천차만별인 맞춤 인테리어를 제공할 수는 없다.

신축 아파트의 인테리어 컨셉은 일명 캔버스 디자인으로 불리는 베이스 인테리어가 대세가 될 전망이다. 인테리어의 주도권을 집주인에게 넘기고, 기본 인테리어는 전반적인 주택의 톤을 깨끗하고 단순하게 정리하는 방향이 될 전망이다. 벽지나 타일 색상도 옅은 색상으로 통일하고, 공간별로 구분되었던 디자인 요소를 집 전체에 통일되게 적용하여 넓어보이도록 단순화하고, 몰딩이나 문선도 최대한 눈에 띄지 않도록 정리해서 입주자들이 마음껏 꾸밀 수 있도록 비움의 컨셉을 적용할 것으로 보인다.

반면 시스템 에어컨이나 필수 가전제품은 희망하는 입주자들의 경우 시공단계부터 맞춤 장착될 수 있도록 제공하여, 입주 후 재시공하는 불편함을 최소화 할 필요가 있다. 비움의 인테리어와 기본에 충실한 시공, 필수시설 사전 선택 등은 임팩트 인테리어를 위한 건설사들의 선택이 될 것으로 예상된다.

캔버스 디자인

자료:대림산업

비움 컨셉 디자인

자료:pinterest

ESG, 진전과 반전

건설·부동산 산업도 ESG 경영

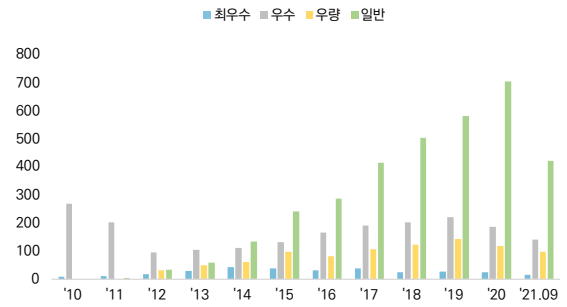
환경과 사회적 가치는 우리 사회를 지탱하기 위한 주요 축이며, 미래 사회를 위한 화두이기도 하다. 특히 코로나 19를 계기로 인류의 지속가능성을 위한 탄소중립과 전 세계적 위기에 공동 대응하기 위한 사회적 가치가 더욱 중요하게 부상했고, 우리나라도 2050년 탄소중립을 선언했다. 이와 함께 환경과 사회적 가치를 위한 기업들의 ESG(Environmental, Social, Governance) 경영도 선택이 아닌 필수가 되고 있다.

주택은 건강한 삶의 터전이라는 점에서 어느 분야보다 환경과 사회적 가치가 중요시 되고 있고, 건물부문은 2030년까지 민간까지 제로에너지빌딩을 의무화 한다는 로드맵이 설정되어 있는 만큼 건설·부동산 업계에서도 ESG 경영을 서두르고 있다. 건축적으로는 아파트의 공법과 자재, 설비에서 친환경이 트렌드가 되고 있다.

제도적으로도 건축물에너지 효율등급이 단계적으로 상향되며 2021년 7월 이후에는 신축 아파트의 에너지효율등급이 1+에서 1++로 높아졌다. 또한 조명이나 냉난방에 신재생에너지를 사용하는 등 신재생에너지 사용비율도 높아지고 있고, 녹색건축 인증을 받은 건축물도 증가하면서 아파트의 경우 신축아파트일수록 친환경, 에너지효율이 높아지고 있다. 실제 에너지효율등급이 높거나 친환경 건축물일수록 관리비가 절약되고 소비자들에게도 긍정적 평가를 받으며 건설사들도 친환경 아파트 건설에 적극적으로 나서고 있다.

연도별 녹색건축 인증현황

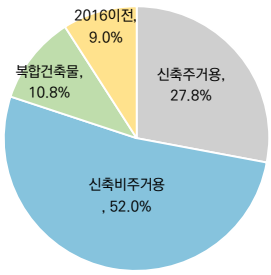
(단위:건)



자료:한국환경산업기술원

건축물 용도별 녹색건축 인증현황

(단위:%)



자료:한국환경산업기술원 (2021.09 기준)

자산 가치와 사회적 가치 충돌

반면 주택시장에서 사회적 가치에 대한 진전은 더디다. 오히려 서울을 비롯한 전국의 아파트 가격이 급등하면서 소유자의 프라이드가 높아지고, 코로나 19의 확산으로 타인에 대한 경계가 심해지면서 아파트를 둘러싼 소유자와 비 소유자 간, 거주자와 외부인 간, 계층 간 불협화음이 커지고 있다. 입주자들이 택배기사들의 단지 내 진입을 불허하거나, 경비원에 대한 폭행사건 등이 단순히 아이들에 대한 교통사고 우려와 주차 문제라고 볼 수는 없다.

소셜믹스(Social Mix)는 사회적, 경제적 배경이 다른 주민들이 함께 어울려 살게 함으로써 지역주민 간 격차를 해소하고 사회통합을 이루기 위한 공공정책이다. 하지만 소셜믹스를 위해 재건축 단지에 임대 세대를 분산 배치한 지구단위계획을 재건축 조합원들이 반대하는 일도 벌어지고, 청년들의 주거문제 해소를 위해 추진되고 있는 역세권 청년주택 사업지마다 주변 거주자들의 반발이 심하다. 정부와 지자체에서 공동 추진하고 있는 공공실버주택은 주변 거주자들의 반대로 세대 규모가 축소되거나 사업이 지연되고 있다. 사업마다 다양한 이유가 있지만, 결국은 자신들의 영역에 저소득층이나 사회적 약자가 증가해 지역 이미지가 실추되고, 해당 아파트의 가격이 하락할 것이라는 불안감이 내재되어 있다. 이처럼 환경문제는 정부와 수요-공급자 간 공감과 합의를 통해 진전을 보이는 반면, 직접적인 자산 가치와 연계된 사회적 가치에 대해서는 공감대를 형성하지 못하고 심한 경우 외면 받고 있다. 이에 따라 2022 부동산 트렌드는 「ESG, 진전과 반전」으로 선정했다.

해외에서도 소셜믹스는 쉽지 않지만, 프랑스의 경우 대표적 부촌 중 한 곳인 파리 16구에 지어진 공공임대주택, 소득계층별 혼합재개발을 목표로 개발된 미국 시애틀의 그린브릿지 등이 대표적 성공사례로 손꼽힌다.

프랑스 파리 16구의 공공임대주택

자료:동아일보

미국 시애틀 Greenbridge

자료:LH주택연구원

종합

2020년은 역사상 유례가 없는 바이러스의 출현으로 전 세계가 혼란에 빠진 한 해였다. 이에 따라 2021 부동산 트렌드는 코로나 19의 등장에 따른 사회, 기술적 변화가 건설·부동산 시장에 미치는 영향을 중심으로 도출되었다. 「사회적 거리두기, IT로 거리 좁히기」라는 사회적 변화와 기술의 발전을 근간으로 하여 주거와 상업 같은 공간의 경계가 완화되는 「공간의 유연화」, 주택의 다양한 기능에 초점을 맞춘 「만능 하우스」를 주요 키워드로 선정했고, 이에 따라 7개의 트렌드를 도출했다. 또한 코로나 19로 인해 촉발된 사회변화가 주택 뿐 아니라 오피스, 물류, 상업, 프롭테크 등 다양한 부동산 유형에 미치는 영향을 살펴보고자 했다.

2022 부동산 트렌드는 우리 사회의 변화와 함께 코로나 19라는 변수를 만난 주택시장을 조명했다. 최근 소비시장의 중심에 선 MZ세대가 주택시장에서도 다양한 영향을 미치면서 **「균열의 MZ」**를 주요 키워드로 선정했다. 주택 시장의 큰 손이 된 고소득 MZ세대 외 대부분의 청년층은 저가, 임대주택 수요층이라는 점에서 MZ세대의 균열을 보여주고 있다. 두 번째는 **「제한적 다양성」**이다. 주택가격 상승과 코로나 19로 인해 주택의 활용성과 질적 요구수준이 높아지고 있지만, 아파트라는 한정된 유형과 면적에 맞춰진 다양성이라는 점에서 제한적 다양성으로 명명했다. 특히 아파트 가격 급등에 따라 주택의 질보다는 입지와 소유가 중요해지고 있다. 세 번째 키워드는 **「비움 HOME」**이다. 내 공간만큼은 내 가족과 내가 원하는 대로 개인의 취향과 활용이 다양해지며 주택의 건설, 인테리어 컨셉은 비움 HOME이다. 많은 공간보다는 활용하기 좋은 공간, 많은 가구와 가전제품보다는 소비자 재량권 확대, 강렬한 인테리어보다는 기본 톤을 맞춰서 소비자가 마음껏 개성을 드러낼 수 있도록 지원하는 인테리어가 2022년의 주요 트렌드가 될 전망이다.

이에 따라 선정된 8대 트렌드는 사회변화와 주택시장 전망을 반영한 **「한계 MZ」**, 첨단산업 발전에 따른 **「컴온 도시」**, 아파트에 대한 무한사랑을 담은 **「무아지경」**이 있다. 공급적 측면에서는 틈새 상품이었던 오피스텔이 주력상품으로 부상하는 **「오피스텔, 니치에서 매스로」**와 대형평형 선호가 늘어나며 **「희망과 현실사이 10평형」** 등을 선정했다. 또한 주택 활용적 측면에서는 음식문화의 변화와 함께 부상하고 있는 다이닝룸을 반영한 **「플래닛 홈」**과 소비자의 개성을 반영한 **「임팩트 인테리어」**가 있다. 끝으로 건설, 부동산 산업에서도 외면할 수 없는 ESG에 대해 법적, 제도적으로는 발전하고 있지만, 사회적으로는 외면 받는 현실을 반영한 **「ESG, 진전과 반전」**을 선정했다.

2021 부동산 트렌드와 2022 부동산 트렌드 비교

heerim
Architects & Planners

R2Korea, Inc.
www.R2Korea.co.kr

GALLUP KOREA