

< 연구진 >

「2019 부동산 트렌드」

(주)희림종합건축사사무소 :

박규용 사장

김태완 전무

오성원 전무

이승왕 소장

알투코리아부동산투자자문(주) :

이 현 대표이사

김태호 상무이사

이용훈 차장

정세리 과장

강승한 대리

더리서치그룹 :

김학렬 소장

한석희 차장

박덕전 연구원

〈목 차〉

I. 서론

II. 연구개요

1. 연구의 목적	2
2. 연구의 범위	2
3. 연구의 내용 및 절차	2
가. Work flow	2
나. Framework 설정 및 조사항목 선정	3
다. 조사항목	4

III. 조사 결과

1. 이슈 탐색	7
가. 전문가 조사	7
나. 빅데이터 조사	9
2. 분야별 조사 결과	13
가. 사회(Society)	13
나. 기술(Technological)	21
다. 경제(Economic)	22
라. 환경·생태(Environmental)	25
마. 정치(Political)	26
바. 가치관(Value)	28

IV. 부동산 트렌드 전망

1. 2019년 변화 전망	34
가. 밀레니얼 세대 ... 개인화된 행복 추구	34
나. 워라벨(일·생활 균형) 트렌드 확산	35
다. 가성비, 가심비 ... 실속 추구 속 자기만족	35
라. 공유 개념 확산 ... 커뮤니티시설 다양화	36
마. 환경, 캠페인이 아닌 생존의 문제	37
바. 고령화 사회 ... 실버주택이 아닌 기존 주택의 실버 배려	37

사. 30평형대로 수렴 (20평형-> 30평형대 <- 40평형대)	38
아. 투자에서 실거주로 수요 전환	38
자. 스마트홈 필수 기능 위주로 특화 및 전문화	38
차. 조식포함아파트? 단지 제공 서비스로 가사해방	39
카. 다시 늘어나는 커뮤니티 시설, 어떤 시설까지	39
타. 알파룸 / 펜트리 / 드레스룸 ... 수납 극대화	40
파. 나를 배려한 힐링 공간 ... 커렌시아	40
하. 집의 본연의 기능에서 출발	40
2. 트렌드 키워드	42
3. 소구점	43

I. 서론

2018년은 1988년 이후 30년 만에 개최한 올림픽으로 시작했다. 이전의 올림픽 분위기는 아니었지만 동계스포츠에 온 국민이 열광하였고 세계 평화를 지향하는 올림픽 정신에 부합하는 남북 평화 무드가 조성되었다.

남북평화 분위기와 통일에 대한 기대가 커가는 가운데 역대급 무더위로 연일 최고 기온을 경신하던 여름을 지냈고 수은주만큼이나 서울·수도권의 집값도 하늘 높은 줄 모르고 치솟았다.

무더위를 지나 설 새 없이 오르던 집값은 9.13 부동산대책 발표와 추석을 지나면서 더위와 함께 열기가 걷히기 시작했다.

주거용 부동산의 트렌드는 밀레니얼 세대의 특성과 지역적·계층적 양극화로 대변되는 사회 변화의 흐름에도 부동산 투자 열풍과 급등세와 같은 시장 현상에 묻혀 세대의 평면이 어찌 변하고 있는지, 실수요자들은 어떤 평형대에 수요가 몰리는지, 어떤 아파트 커뮤니티 시설이 선호되는지 등에 대한 관심은 뒷전이 되었다.

소비자의 수요를 잘 반영한 잘 지어진 집보다 오를 만한 곳의 아파트가 수요가 더 높았다. 수도권 분양가상한제 적용 아파트의 청약경쟁률은 로또 아파트라는 별칭이 말해 주듯 나오는 대로 수백 대 일의 경쟁률을 기록했다. 그 아파트들도 얼마나 살기 좋게 잘 지어진 집인지 꼼꼼히 살펴지기보다 분양 받은 후 붙을 프리미엄에 더 많은 관심을 받았다.

이러한 상황에도 불구하고 여전히 인구구조가 바뀌고 있고 사람들의 생활이 바뀌고 있는 만큼 주거시설 트렌드도 어떠한 방향으로 변화해 가고 있다.

최근은 부동산 투자수요에 가려 다른 때보다 주거 소비자의 니즈가 두드러지게 보이지 않고 있었지만 부동산 열기가 식으면서 점차 소비자 니즈와 부합하는 개발 트렌드를 보일 것으로 예상된다.

본 부동산 트렌드 분석 연구는 최근의 부동산 시장의 열기에 묻혀 있는 인간 생활의 세가지 기본요소 의식주(衣食住) 중의 하나인 집에 대한 본질을 들여다 볼 수 있는 기회를 제공하는 것이 중요한 목적이라고 할 수 있다.

II. 연구 개요

1. 연구의 목적

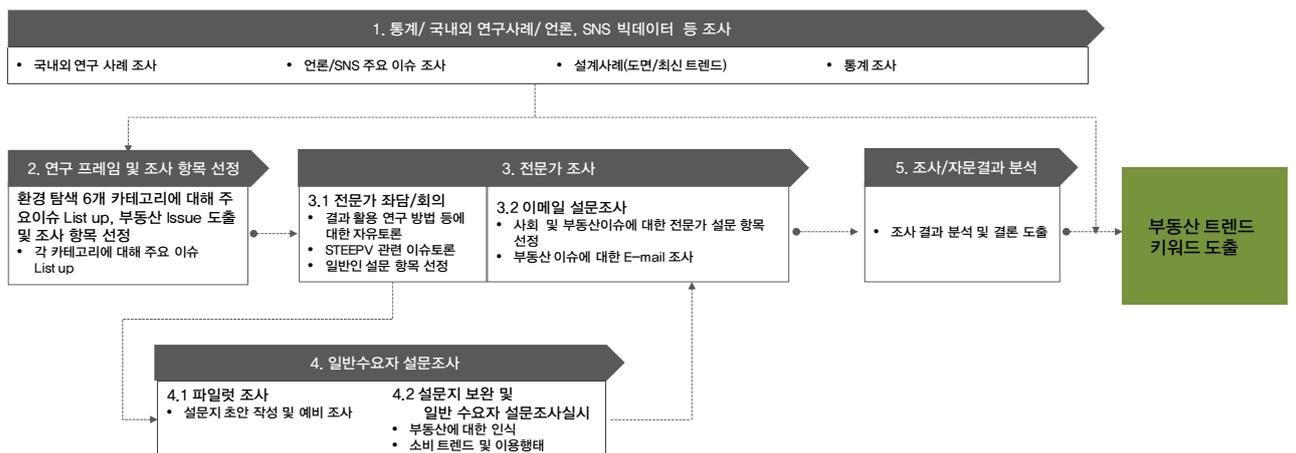
- 사회경제 현상, 소비자 행태 등의 조사를 통해 부동산 시장의 변화 요인과 연관이슈를 파악하고 향후 부동산트렌드에 대한 전망과 시사점을 도출, 부동산 산업에서 활용 가능한 객관적이고 전문적인 자료의 제공을 목적으로 한다.

2. 연구의 범위

- 시간적 범위 : 2018년 ~ 2019년 전망
- 공간적 범위 : 전국 (설문조사 : 수도권 및 영남(부산, 양산) 지역)

3. 연구의 내용 및 절차

가. Work flow



나. Framework 설정 및 조사항목 선정

- 본 연구의 Framework은 선행연구 등의 환경탐색 과정을 통해 도출된 방법론인 STEEPV와 메슬로우의 욕구이론(결핍과 성장)에 근거하여 6개의 카테고리로 구분하여 설정하였고, 이에 대한 주요 이슈 및 부동산 연관 이슈 도출하여 설정하였다.

카테고리	주요 이슈	부동산 관련 이슈
사회 (Social)	저출산/인구감소	소형평형
		공간변형이 가능한 가변형주택
	고령화 (인구구조변화)	시니어 주거 시설
		가사지원 등 서비스(조식 서비스, 청소, 세탁 등)
		병원 등 편의시설 근접성,
		보행자 위주(평지)의 단지 조성
	지역 격차 심화	주택 가격 양극화(서울 vs지방/ 강남vs비강남)
	1인가구 증가	초소형 오피스텔 등 1인 주거시설
모바일 IT 기기 의존	스마트폰으로 인한 피로감/ 아날로그 공간 증가	
기술 (Techno-logical)	IOT, 컨버전스	스마트홈
	핀테크	프롭테크(부동산 분야 기술 융합)
	VR,AR	새로운 자금조달 방식 등장
	빅데이터	증강현실 등을 이용한 단지소개
경제 (Economic)	최저임금인상	관리비 증가에 따른 관리인력 감소 또는 무인시스템 대체
	주 52시간 근무	단지 내 여가시설 관련 커뮤니티시설
	취업난	부모와 거주하는 쉐어하우스 증가
	공유경제	에어 비엔비등 주거공간 초단기 임대 쉐어하우스
환경/생태 (Environmental)	기후변화	단열/실내 냉난방/환기 시설 등, 미세먼지로 인한 발코니 미 확장, 단지 내 알림시설
	대체에너지/신재생에너지	제로에너지 주택태양광, 에너지 절감 설계
정치 (Political)	지방분권/지방균형발전	행정기관 지방이전에 따른 독신자숙소(소형주택)
	부동산 정책	리모델링 등 도시재생
		다주택 보유 감소/수익형 부동산 임대주택 공급물량 증가
가치관 (Value)	개인 시간 중시(워라벨/YOLO)	주거 시설 내 개인공간
	가심비/가성비	주거 입지, 실용성 중요도
	소유/투자	주택 실거주 목적, 투자 목적
	애완동물	애완동물을 위한 공간

다. 조사항목

1) 통계조사

- 통계청, 국토교통부등의 통계를 통해 인구, 주거실태 등의 통계 자료를 조사하였다.
- 통계청 MDIS(마이크로데이터 통합서비스)의 주거실태조사, 가족실태조사 등의 Raw data 분석에 의한 연령, 지역, 주거점유형태 등의 요인별 분석을 수행하였다.

자료 출처	통계명	통계 내용	관련 이슈
통계청 (KOSIS)	인구 총 조사 인구	연도별 연령 및 성별 인구 변화	저출산/인구감소 고령화(인구구조 변화)
	아파트 주거환경 통계	연도 및 지역별 구조방식 및 층수 현황	1인가구 증가 사회 양극화 실업률 증가
		연도 및 지역별 부대 복리시설 현황	가성비증시 여성근무시간 증가 삶의질증시
		연도 및 지역별 대중교통 및 교육시설 인접현황	
	가족실태조사	가족과 함께 외식, 쇼핑 현황	최저임금인상 부동산정책
	상업용 부동산 임대동향조사	규모별 임대료 및 순영업소득	
	도소매업, 음식숙박업 조사	상가 임대 면적 및 영업시간	
통계 자료 추출 (MDIS)	주거실태조사	연도별 주택 구조 및 면적	인구변화에 따른 주거변화 주거공간별 가치 변화
		연도별 주택 내부 시설 사용 형태	
		현재 주택 주거환경 만족도	근로시간 단축 반려견 가성비 증시
		이사를 희망하는 주택형태 및 면적	
	상업시설 별 접근용이성 만족도	1인기업 스마트 홈	
생활시간조사	주택 내부에서 각 공간별 점유시간		
국토교통 통계누리	주택건설실적통계(준공)	전용면적별 사용검사실적	소형 평형 증가 부동산 정책

3) 전문가 조사

구분	대상	조사내용
좌담회	참석 학계, 연구계, 업계등 전문가 10명	주거/상업 시설별 주요 이슈파악 소비자 및 개발 트렌드 도출 자문
이메일 조사	전문가연구회를 포함한 분야별 3~4인 (총 20~30명)을 대상으로 추진	전문가 회의 후 한 해동안 있었던 주요 이슈와 부동산 이슈에 대한 설문

4) 설문조사

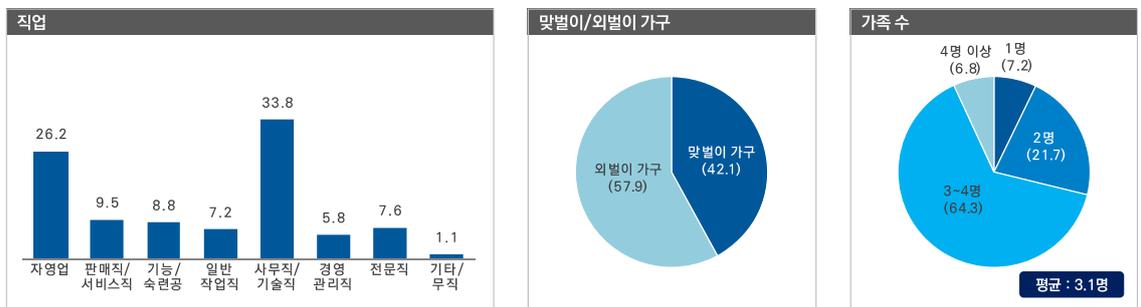
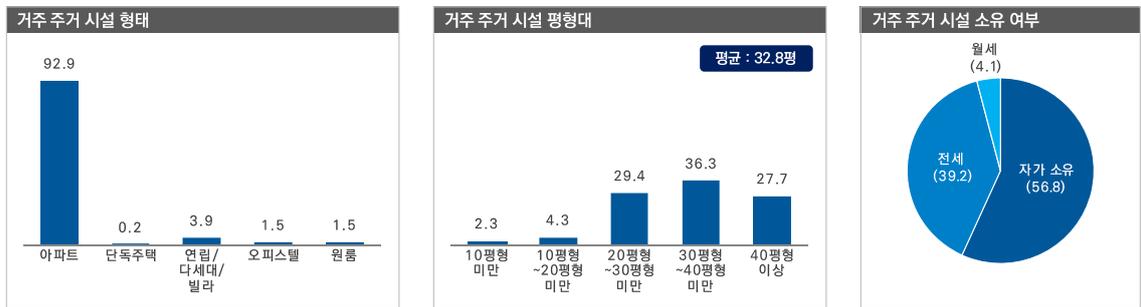
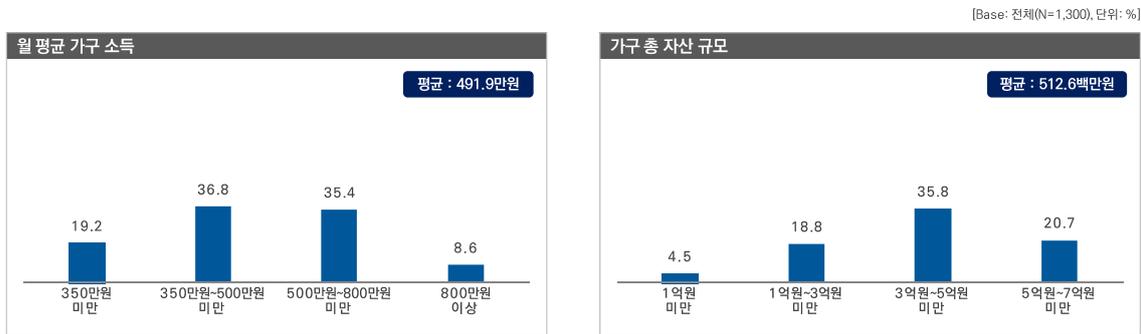
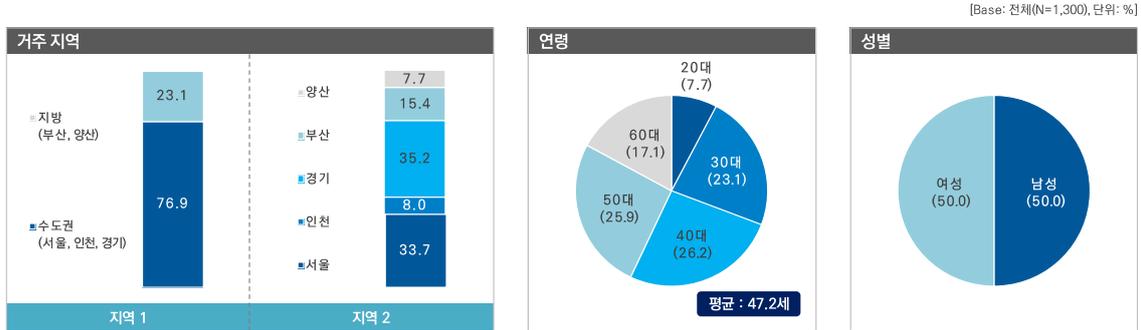
■ 조사개요

- 부동산 시장 및 투자 관련 분석, 주거 관련 소비행태, 선호요인 등을 파악하기 위해 20대~60대 성인 1,300명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

구분	내용	
대상	거주지/나이	<ul style="list-style-type: none"> •수도권 및 영남 지역(부산, 양산) 거주 •20대~60대 성인 남녀
	조사 규모	<ul style="list-style-type: none"> •1,300명(서울·수도권 1,000명, 지방(부산, 양산) 300명) - 성×연령×지역별 할당
기간	●9월 3주차 - 10월 2주차 (약 1개월)	
방법	●1:1 개별 면접 조사(Face to Face interview)	
표본오차	●95% 신뢰수준 ±2.7%p	
조사 내용	<p>[주거 관련]</p> <ul style="list-style-type: none"> •부동산 시장 및 투자 관련 인식 •주거관련 트렌드 및 소비행태 파악 •부동산 유형 별 니즈 및 선호 상품 파악 •은퇴 후 계획 및 주택 관련 사항 투자상품 •재테크 및 부동산 투자관련 사항 <p>[소비자 라이프 스타일 관련]</p> <ul style="list-style-type: none"> •라이프스타일 관련 사항 	

주요 조사 항목	
주거 트렌드/ 소비행태 파악	<ul style="list-style-type: none"> •현 거주 지역 선택 이유 •현 거주 주택 구매 목적 •주택 구매시 주요 고려 요인 (Key Buying Factor) •이사 계획 및 향후 이주 희망 지역/주택 유형/방 개수 및 평형 •커뮤니티, 공동 시설, 조식 서비스 등 특화/부대 시설 선호도 •스마트홈에 대한 니즈 및 선호 IoT기능 •재건축/재개발 및 리모델링에 대한 인식 및 분양/의향
부동산 니즈/선호상품 파악	<ul style="list-style-type: none"> •현 재테크 상품 및 부동산 투자 여부/향후 투자 의향 •현 부동산 투자 상품 vs. 향후 투자 적합 상품 (부동산 유형) •수익형 부동산 투자 수요 변화 •향후 부동산 투자 선호 지역 및 이유
기타 주거관련 사항	<ul style="list-style-type: none"> •아파트 커뮤니티 희망 시설 •아파트 관리사무소 및 프론트 제공 희망 서비스 •스마트홈 서비스 필요도 및 선호 서비스 •여가시간 활용 행태
라이프스타일 파악	<ul style="list-style-type: none"> •가구 수 및 자녀 수 •월 평균 가구 소득 및 가구 총 자산 규모 수준, 소유 부동산 유형 •직업 및 출근 지역, 출퇴근 교통 수단/소요 시간 •현재 관심사 (재테크, 여행, 건강, 교육 등) •취미/여가시간 활용 행태

■ 응답자 개요



III. 조사 결과

1. 이슈 탐색

가. 전문가 조사

- 우선적으로 전문가 조사를 통해 STEEPV(사회, 기술, 경제, 환경, 정치, 가치관)의 최근 나타난 주요 이슈와 이와 관련한 부동산 관련이슈를 검토하였다.
- 사회분야의 지역격차심화와 주택가격 양극화 현상이 가장 큰 이슈로 꼽혔다. 올 한 해는 무엇보다 서울 지역의 주택가격 급등이 모든 사회 및 부동산 현상을 뒤덮고 있고 이에 따라 격차가 심화되고 주택가격의 양극화 현상이 나타났다.
- 그 다음으로는 가치관 분야에서 요즘 소비자의 소비트렌드를 가장 잘 나타내는 가성비와 가심비가 두 번째로 높은 순위로 평가되었다. 이러한 소비트렌드는 부동산과 관련하여 입지와 실용성에 대한 중요도가 부각되었다. 또한 부동산에서도 가심비라고 하는 소비자의 마음을 사로잡을 만한 아이템에 대한 고민도 필요하다고 할 수 있다.
- 세 번째로 높은 순위는 현 정부의 부동산 정책방향을 볼 때 향후 임대주택 공급이 늘어날 것이라는 점이다. 같은 순위로 기후변화에 대한 관심이 점차 증가하고 있는 가운데 특히 올여름 기록적인 더위를 기록하면서 ‘단열, 실내 냉난방, 환기시설’에 대한 이슈가 높게 평가되었다.
- 네 번째는 고령화로 인한 인구구조 변화, 이로 인해 부동산의 편의시설 근접성이 강조되는 점을 꼽았으며 올해 도시재생과 리모델링이 정책과 연결된 부동산 분야의 화두가 되었고 소비자의 부동산 소유와 투자에 대한 가치관 변화, 에너지 절감에 대한 필요성, 하반기부터 시행된 주52시간 근무제 이후 ‘워라벨’이라는 단어로 대변되는 퇴근 후 여가 시간을 위한 공간 등이 부동산 관련된 10위권 이내의 주요 이슈로 떠올랐다.
- 그리고 IoT 등 기술발전으로 스마트홈 개념이 보편화 되고 있는 점, 부동산 정책으로 향후 다주택 보유 감소와 수익형 부동산 투자수요 증가, 최저임금 증가로 인한 관리 인력 감소(무인시스템 대체), 빅데이터로 인한 정보량의 증가, 프롭테크(부동산 분야 기술 융합) 발전 등이 15위권까지의 이슈로 평가되었다.
- 반면 행정기관 이전으로 독신자 숙소가 증가, 모바일 IT기기 의존으로 스마트폰 피로감, 기술 분야의 증강현실을 이용한 단지 소개 등은 가장 중요도가 낮게 평가된 항목들이다.

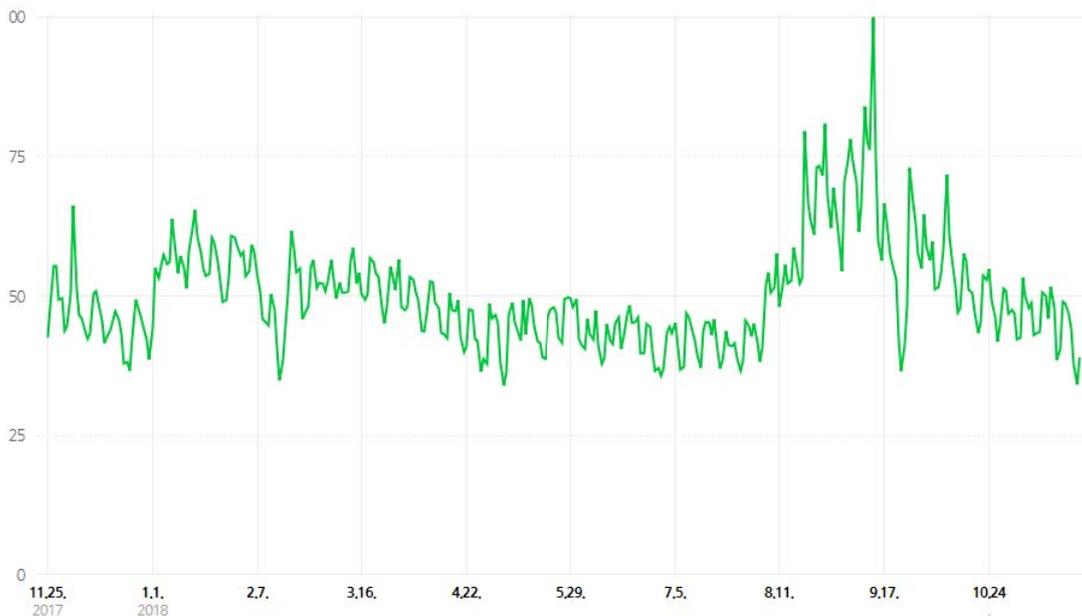
카테고리	주요이슈	부동산관련이슈	학계	업계	전체 평균	순위
사회	저출산 /인구감소	소형평형	7.1	6.2	6.7	6
		공간변형이 가능한 가변형주택	5.6	6.4	6.0	19
	고령화 (인구구조변화)	시니어 주거 시설	6.7	5.3	6.1	17
		가사지원 등 서비스	6.4	5.6	6.0	19
		병원 등 편의시설 근접성	7.0	6.7	6.8	5
		보행자 위주의 단지조성	6.1	4.8	5.5	24
	지역 격차심화	주택 가격 양극화	7.2	7.4	7.3	1
	1인가구 증가	초소형 오피스텔 등 1인 주거시설	6.3	6.0	6.2	15
모바일 IT기기 의존	스마트폰으로 인한 피로감/ 아날로그 공간 중요성	4.7	4.6	4.6	29	
기술	IOT, 컨버전스	스마트홈	6.5	6.4	6.5	11
		프롭테크(부동산 분야 기술 융합)	6.2	6.1	6.2	15
	핀테크	새로운 자금조달 방식 등장	6.1	6.0	6.1	17
	VR,AR	증강현실 등을 이용한 단지소개	5.4	4.1	4.8	28
	빅데이터	정보제공 매체 다양화, 정보깊이 심화	6.6	5.9	6.3	13
경제	최저임금인상	관리비 증가에 따른 관리인력 감소 또는 무인시스템 대체	6.6	5.9	6.3	13
	주52시간 근무	단지내여가시설관련	6.6	6.4	6.5	10
	취업난	부모와 거주하는 쉐어하우스 증가	5.8	6.2	6.0	19
	공유경제	에어 비엔비등 주거공간 초단기 임대	5.5	4.8	5.2	27
		쉐어하우스	5.8	4.8	5.3	26
환경 /생태	기후변화	단열/실내 냉난방/환기 시설 등	7.0	6.8	6.9	3
		미세먼지로 인한 발코니 미확장, 단지 내 알람시설	6.1	5.4	5.8	22
	대체에너지/신재생에너지	제로에너지 주택태양광, 에너지 절감 설계	6.7	6.6	6.6	9
정치	지방분권/ 지방균형발전	행정기관 지방이전에 따른 독신자숙소	4.7	4.0	4.4	30
	부동산 정책	리모델링 등 도시재생	6.6	6.8	6.7	6
		다주택 보유 감소/수익형 부동산	6.9	5.8	6.4	12
		임대주택 공급물량 증가	7.0	6.8	6.9	3
가치 관	개인시간중시(워라벨/ YOLO)	주거 시설 내 개인공간	5.7	5.8	5.7	23
	가심비/가성비	주거 입지, 실용성 중요도	7.1	7.2	7.2	2
	소유/투자	주택 실거주 목적, 투자 목적	6.6	6.7	6.6	8
	애완동물	애완동물을 위한 공간	5.1	5.7	5.4	25

나. 빅데이터 조사

- 네이버 DataLab, 과 Google Trends의 검색어 트렌드, 한국정보화진흥원(NIA)의 소셜데이터 분석, 한국 언론진흥재단의 빅카인즈 등의 빅데이터 검색, 연간 부동산 이슈가 어떻게 변해 왔는지와 연관검색어 검색을 통해 관련 이슈를 추정하였다.

1) 검색어 트렌드

- 아래의 그래프는 네이버 DataLab,와 Google Trends의 검색어 “부동산” 조회 현황을 나타낸 그래프이다. 가장 많은 시점의 수치를 100으로 하고 상대적인 수치를 그래프로 표기한 것이다. 9.13부동산대책 전후로 가장 높은 수치를 기록했으며 10월 이후는 올해 3월~8월 과 같이 50을 밑도는 수준으로 검색이 줄어들고 있음을 알 수 있다.



<그림> 네이버 DataLab. “부동산” 검색 트렌드

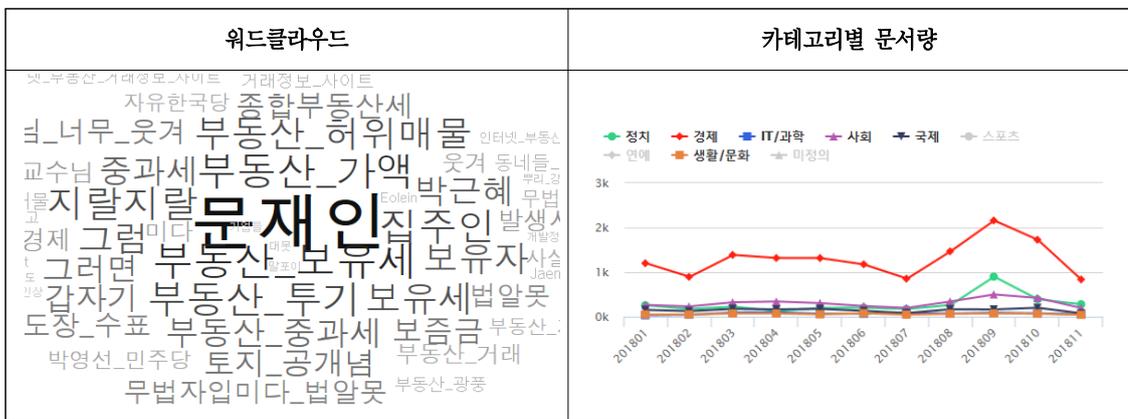


<그림> Google trends. “부동산” 검색 트렌드

2) 소셜데이터 분석

- 한국정보화진흥원(NIA)의 소셜데이터 분석의 “부동산” 과 관련하여 많이 언급된 키워드들을 워드클라우드로 표현한 그림은 아래와 같으며 대통령, 부동산 세제 등 관련 어휘들이 많이 언급되었다. 정치, 경제, IT/과학, 사회, 국제, 생활/문화 등의 카테고리별로 분류하여 문서량을 분석하였을 때 경제 분야의 문서량이 가장 많이 생성되었던 것으로 분석되었으며 9월 부동산 정책 발표 즈음으로 정치 분야에서도 부동산 관련된 문서 생성량이 많았던 것으로 분석되었다.

<표> 소셜데이터 분석(NIA)



자료 : 한국정보화진흥원(NIA)

3) 연관 키워드 검색

- 한국언론진흥재단의 빅카인즈(BIGKINDS)의 빅데이터 분석에 따라 한해 동안 언론에 노출된 “주거 트렌드”, “주거 평면” 과의 연관 키워드를 분석함

■ 연관키워드 _ 주거 트렌드

- 소비자, 부동산, 차별화, 라이프스타일, 입주민, 극대화 등이 키워드로 검색되었다. 상반기에는 수요자들이라는 키워드가 가장 높게 랭크되었고 하반기에는 라이프스타일이 가장 높게 랭크되었다.
- 상반기 대비 하반기에 라이프스타일, 공간활용도, 워라벨, 극대화 등의 키워드가 더 높게 랭크되는 특징을 보였다. 공간활용도, 극대화 등의 단어로 보아 올해에도 하반기로 오면서 실용적인 면이 점점 더 강조되고 있는 사회트렌드를 더 반영하고 있는 것으로 보이며

하반기 주52시간 근무제 시행으로 워라벨, 라이프스타일과 같은 키워드가 많이 노출되고 있는 것을 볼 수 있다.

- 주거 환경 관련된 키워드로는 숲세권, 자연친화 등의 키워드가 눈에 띄었고 단지 내 편의 시설 관련해서는 상업시설, 골프연습장, 옥상정원 등이, 단위세대 관련해서는 수납공간, 드레스룸, 스마트홈, IoT, 복층설계 등이 주거 트렌드와 연관키워드로 검색되었다.

주제어	연관 키워드
주거 트렌드 연간 (2018.01~2018.11 기사 1,000건 기준)	
주거트렌드 상반기 (2018.01~2018.06 기사 1,000건 기준)	
주거트렌드 하반기 (2018.07~2018.11 기사 1,000건 기준)	

- 좀 더 소비자 관점의 관심사를 살펴보기 위해 “주거 평면” 과의 연관키워드를 분석한 결과 수요자들, 극대화, 전용면적, 선호도, 수납공간, 특화설계, 선호도, 중소형, 팬트리, 드레스룸 등의 순으로 검색되었다.
- 이 연관 검색어에서도 마찬가지로 상반기에서 하반기로 갈수록 실용적 측면이 강조되는 키워드가 많이 검색되었다. 극대화, 전용면적, 팬트리, 드레스룸, 특화설계, 공간활용도, 커뮤니티시설 등이 상반기에 비해 두드러지게 빈도가 높았다.

■ 연관키워드 _ 주거평면

주제어	연관 키워드
주거 평면 연간 (2018.01~2018.11 , 기사 1,000건 기준)	
주거 평면 상반기 (2018.01~2018.06 , 기사 1,000건 기준)	
주거 평면 하반기 (2018.07~2018.11 , 기사 1,000건 기준)	

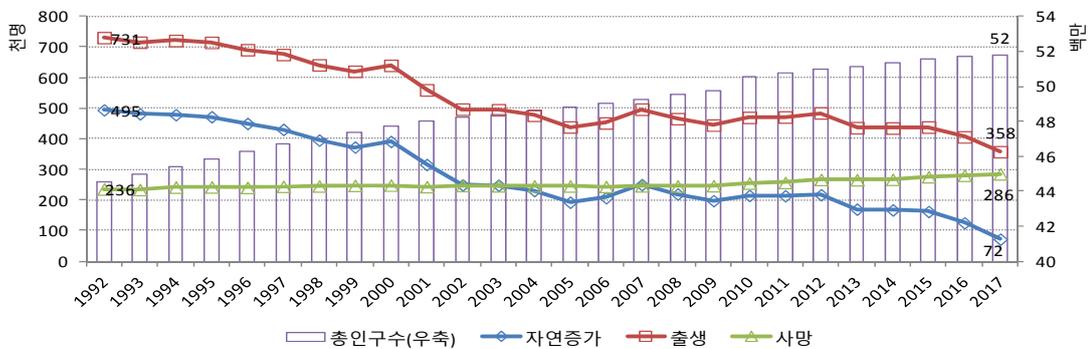
2. 분야별 조사 결과

가. 사회(Society)

- 2018년 사회분야의 이슈는 저출산·인구감소, 고령화에 따른 인구구조변화, 지역격차 심화, 1인가구 증가 등으로 선정되었다.

■ 인구구조 변화

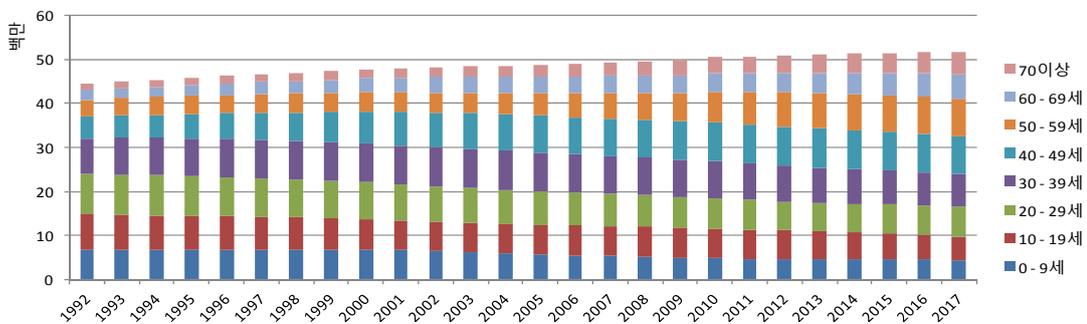
- 출산 인구는 2017년 358천명 수준까지 감소하였고 이에 따른 인구의 자연증가가 감소해 인구 증가가 정체되어 있다.



<그림> 국내 인구 추이

자료 : 통계청

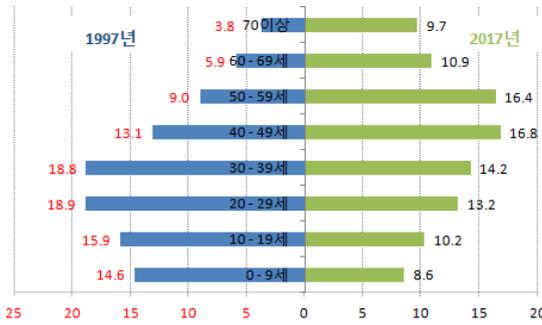
- 연령별 인구 비중을 보면 1997년 전체 인구 중 9세이하의 비중은 14.6%였다가 20년 후인 2017년 8.6%로 줄어 들었다. 반면 70세 이상의 비중은 1997년 3.8%였다가 2017년 9.7%로 증가하였다. 양 끝단의 연령대 뿐만 아니다. 30대까지의 비중은 줄어들었고 40대이후의 비중은 늘어났다. 연령대별 비율의 변화를 보면 굳이 숫자로 따져 보지 않아도 고령화의 진행이 간과할 수 없을 정도로 진행되어 왔음을 알 수 있다.



<그림> 연령대별 인구추이

자료 : 통계청

<표> 시기별 연령대별 인구비중



연령 \ 연도	1997	2007	2017
0 - 9세	14.6%	10.7%	8.6%
10 - 19세	15.9%	13.8%	10.2%
20 - 29세	18.9%	14.9%	13.2%
30 - 39세	18.8%	17.6%	14.2%
40 - 49세	13.1%	17.3%	16.8%
50 - 59세	9.0%	11.9%	16.4%
60 - 69세	5.9%	7.8%	10.9%
70이상	3.8%	6.0%	9.7%

<그림> 연령대별 인구비중 비교('97vs'17)

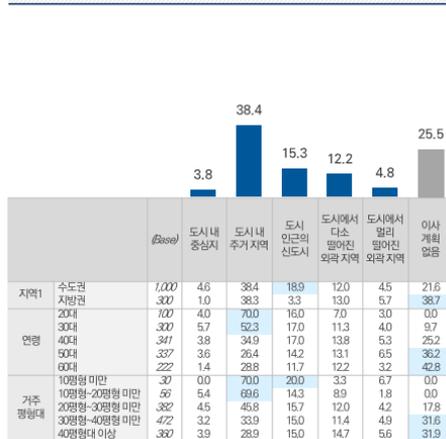
자료 : 통계청

- 세계 보건기구(WHO) 보고서(2017.02.21.)에 따르면 2030년 우리나라는 OECD 35개 국중 세계 최고의 장수국이 될 것으로 전망되고 있어 고령화 문제가 여러 분야에 영향을 끼치는 심각한 문제로 등장하게 될 가능성이 있다.

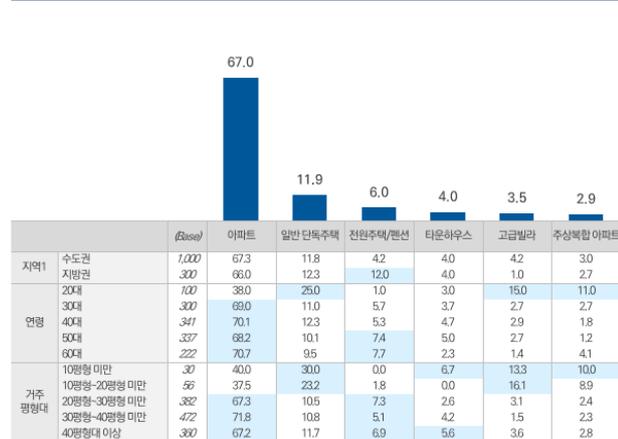
■ 고령화

- 고령화의 급속한 진행으로 자연스럽게 시니어 주거시설의 수요 증가를 생각할 수 있다. 고령자들의 성향과 요구에 대응하는 다양한 형태의 실버 혹은 시니어 주거시설이 등장할 것이다. 다만 고령자일수록 현재 살고 있는 지역과 주거시설에 그대로 있고자 하는 의사가 높은 점이 개발에 있어 생각해 봐야 할 요소일 것이다.
- 설문조사에서 60대의 은퇴 후 “이사계획 없음” 이 42.8%로 전체 연령 평균 25.5%에 비해 월등히 높게 나타났으며 희망 거주지역도 도시 내 주거지역이 가장 높게 나타났다. 또한 희망주택 형태도 아파트의 비율이 70.7%로 전체 평균보다 높았으며 단독주택의 비율은 전체 평균보다 낮았다.

▶ 은퇴 후 거주 희망 지역 (N=1,300, %)



▶ 은퇴 후 거주 희망 주택 형태 (N=1,300, %)



- 인구 구성상 고령자의 비율이 크게 늘어 나게 된다면 특별히 고령자를 위한 시설을 만드는 것 자체가 큰 의미가 없을 수도 있다. 보통의 주거시설을 고령자들을 배려하고 고령자의 니즈를 충족시키고, 젊은 세대와 자연스럽게 융화될 수 있는 시설로 만들어야 할 필요성이 있을 수도 있다.(예. 은퇴전 직업 재능기부, 아이돌봄 등)

■ 1인가구 증가

- 결혼연령이 높아지고 이혼의 증가로 인구 감소 뿐 아니라 경제력을 갖춘 비혼 비율이 증가하면서 1인가구가 지속적으로 증가하고 있는 데 이러한 현상은 많은 사회 현상으로부터 나온 결과이지만 이로 인해 다양한 분야의 많은 변화를 영향을 초래하기도 한다.
- 1인가구가 늘면서 혼자서 하는 일(혼자 밥먹기, 혼자 영화보기, 혼자 차마시기 등)이 자연스럽게 쉬어 오히려 타인과 하는 일에 대한 어색함과 거부감이 더 커지게 되는 현상이 생기고 있다.
- 주거실태 조사에 의하면 1인가구는 2006년 전체가구의 14.4%였던 것이 2017년 27.9%로 두배 가까이 증가했다. 1인가구는 증가하고 4인 이상 가구가 감소하는 현상으로 평균가구원수도 2006년 3.04명에서 2017년 2.49명으로 감소했다.

<표> 가구원수 변화(주거실태조사)

(단위 : %)

구분	1인가구	2인가구	3인가구	4인가구	5인가구	6인 이상 가구	계	평균가 구원수
2006	14.4	23.7	21.0	29.6	8.3	3.0	100	3.04
2008	15.9	24.1	21.7	28.5	7.4	2.3	100	2.95
2010	18.0	24.9	21.1	26.6	7.3	2.2	100	2.87
2012	15.1	26.1	21.2	28.6	6.9	2.0	100	2.93
2014	26.8	26.2	21.2	19.9	4.7	1.1	100	2.53
2016	27.2	26.1	21.5	19.3	4.7	1.1	100	2.52
2017	27.9	26.1	21.4	19.2	4.3	1.0	100	2.49

자료 : 주거실태조사(통계청)

- 평균가구원수가 줄어들음에 따라 1인당 사용하는 면적에도 변화가 있어왔다. 2006년 가구당 67.3㎡, 1인당 26.2㎡이었던 것이 2017년에는 가구당 65.4㎡, 1인당 31.2㎡로 가구당 면적은 늘어나다가 최근 들어 줄어드는 추세를 보였으며 1인당 면적은 2006년부터 2017년까지 5㎡ 가량 늘어났다.

<표> 주거면적(가구당,1인당) 변화(주거실태조사)

(단위 : ㎡)

구분	2006		2008		2010		2012		2014		2016		2017	
	가구당	1인당												
전체	67.3	26.2	69.3	27.8	68.7	28.5	78.1	31.7	71.4	33.5	70.1	33.2	65.4	31.2
수도권	67.0	24.4	68.9	25.7	66.6	25.9	79.0	29.4	70.9	31.3	68.4	30.7	62.4	28.3
광역시	64.5	24.0	68.9	27.3	70.4	28.3	80.8	32.6	74.5	34.5	70.3	33.2	67.8	32.0
도지역	69.5	30.0	70.1	31.2	70.8	32.4	75.1	34.6	70.2	36.2	72.7	37.1	68.4	35.1

자료 : 주거실태조사(통계청)

- 1인가구의 증가와 1인당 면적의 증가는 개인 공간의 다양한 변화의 가능성 볼 수 있게 되는 요소라 할 수 있겠다. 근무시간 단축 등으로 집에 있는 시간이 늘어나고 집에서 즐기는 여가와 휴식 선호 증가와도 맞물려 기존에 없던 새로운 변형에 대한 아이디어가 필요할 것이다.
- 또한 4인 이상의 가구가 2006년 40.9%에서 2017년 24.5%로 16.4%p나 감소한 것도 향후 주거 공간에 주는 시사점이 크다고 할 수 있다. 작은 방 2개를 2개로 온전히 이용할 수도 있고 벽을 헐고 넓고 쾌적하게도 사용할 수 있게 하여 소비자가 선택·결정할 수 있게 하는 시도도 증가할 것이다.



동탄동원로얄듀크포레 59㎡ : 작은 방 가변벽체



트리플캐슬하우스
1이하 2개층 공간 서비스 제공



안방안 서재
(송도 더샵센트럴시티)

<그림> 가변형 공간 및 특화 평면 사례

자료 :각사 홈페이지

■ 개인중시

- 최근 출간된 '2019대한민국 트렌드'에 따르면 우리나라 사람들이 가장 자주 경험한 감정 1~6위까지는 “귀찮다”, “답답하다”, “근심걱정”, “심란하다”, “불안하다”, “지겹다”이다. 7위까지 와야 “좋다”가 나오고 8위 “행복하다” 이후에 다시 “우울하다”가 나온다. 그나마도 긍정적인 감정이 몇 년만에 가장 상위로 올라간 결과이다. 이처럼 귀찮은 것에서 벗어나 혼자만의 공간에서 근심과 불안함을 떨쳐버리고 힐링해야 할 필요성을 매우 커지고 있다고 할수 있다.
- 혼자서 자기만의 공간에서 휴식하고 힐링하는 현상은 도심의 수면카페, 안마카페의 등장에서도 트렌드를 볼 수 있다. 자기만의 휴식과 힐링의 공간은 커렌시아(Querencia : 스페인어로 피난처, 안식처를 의미, 투우경기장에서 투우사와 마지막 결전을 앞두고 소가 잠시 쉬는 곳을 뜻함)라는 용어로 불리우며 나만의 공간을 찾는 수요가 늘고 있다. 힐링의 방식도 멀리 가지 못하고 시간을 많이 내지 못하는 현대인의 생활상을 반영하는 패스트힐링(Fast Healing) 방식이다. 예를 들어 점심시간에 직장 주변 수면카페에서 간단하게 식사를 해결하고 1시간 이내로 빠르게 쉬고 힐링하는 것이다. 또는 카페 한 칸에서 책읽기, 자동차안에서의 음악감상, 한적한 산책로 등 소소한 이런 것들이 나만의 힐링 공간이 될 수도 있다.
- 이런 힐링을 위한 소소한 공간을 집안으로 가져오는 작업은 매우 창의적이고 흥미로운 작업을 것이다. 소소하지만 확실한 행복, 이른바 “소확행” 중 하나라고 할 수 있다. 1인가구의 집은 자체가 커렌시아 일 수도 있지만 2세대 이상이 사는 집에서는 커렌시아는 주거공간중 어느 한 공간이 될 것이다. 최상층의 다락방, 1층 세대의 지하 서비스룸 등은 기존 주거 공간에 추가로 더해진 공간으로 많은 상상력을 발휘하여 꾸밀 수 있는 매우 훌륭한 커렌시아 공간이다. 이러한 일부세대에 특화된 평면을 도입하는 것은 마케팅적으로 널리 쓰이고 있는 방식이지만 특별한 공간이 없는 세대에서도 작은방, 수납공간 등의 공간을 잘 조정하면 나만의 커렌시아를 마련할 수 있을 것이다. 입주 후에 내 취향에 맞는 나만의 개성있는 공간으로 잘 꾸며야 하겠지만 이러한 공간으로 구현 가능 하도록 설계되어 있는 집이라면 소비자의 선호는 더 높아 질 것이다.

■ 가사노동시간 감소

- 통계청 가족실태 조사에 따르면 맞벌이가구는 2010년 27.9%→2015년 47.5%로 19.6%p, 주말부부는 2010년 2.3%→2015년 7.5%로 5.2%p 증가하였다. 여성의 사회 활동이 늘어난 결과이며 가정 내에서의 성역할 가사분담 등의 변화도 진행되고 있다.
- 가족실태 조사 결과 전체적으로 가사 노동 횟수와 시간이 줄어든 것을 볼 수 있다. 특히 식사 준비 시간은 2010년 1주평균 7.6시간에서 2015년 5.8시간으로 가장 많이 줄어들었으

며 여성의 식사준비시간도 8.8시간에서 7.4시간으로 줄어 들었다.

- 여성의 가사노동 시간은 시장보기를 제외하고는 모두 줄어들어 사회 활동이 늘어난 만큼 집안에서의 가사 노동 시간은 줄어 든 것으로 보인다.

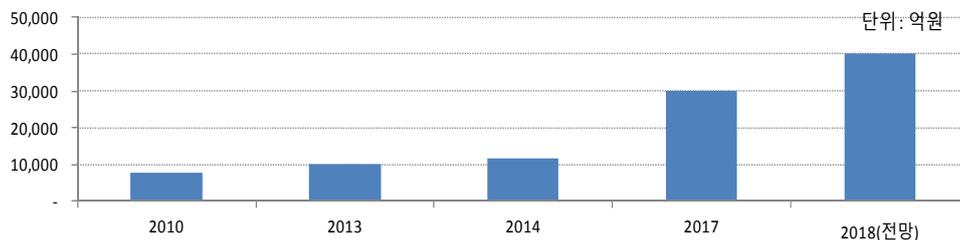
<표> 8개 가사노동항목 참여횟수 및 소요시간: 2차, 3차 조사 비교

(단위: %)

항목	2010									2015								
	전체			남성			여성			전체			남성			여성		
	1주 평균 수행 횟수	1회 평균 소요 시간 (분)	1주 평균 소요 시간 (시간)															
식사준비	10.2	42.5	7.6	5.4	35.1	3.1	11.6	44.5	8.8	9.4	34.0	5.8	5.1	26.7	2.3	11.3	37.4	7.4
설거지	9.6	21.3	3.4	4.8	19.6	1.5	11.3	21.9	4.1	9.1	19.9	3.1	4.9	18.3	1.4	11.3	20.7	4.0
세탁	3.1	40.2	2.2	2.0	33.3	1.2	3.4	42.0	2.4	2.8	29.9	1.4	2.0	26.7	0.9	3.1	31.0	1.6
다림질	1.8	24.0	0.7	1.4	22.1	0.5	1.9	24.3	0.8	1.6	25.5	0.7	1.5	25.8	0.6	1.6	25.4	0.7
집안청소	3.8	32.4	2.1	2.3	29.6	1.2	4.4	33.7	2.5	3.3	30.9	1.7	2.3	27.6	1.0	3.8	32.9	2.1
음식물쓰레기 기버리기	3.0	12.9	0.6	2.3	12.4	0.5	3.2	13.1	0.7	2.6	9.7	0.4	2.1	9.4	0.3	2.8	9.8	0.5
쓰레기분리 수거	1.9	15.2	0.5	1.7	15.2	0.5	2.0	15.3	0.5	1.7	12.0	0.3	1.6	11.9	0.3	1.8	12.1	0.4
시장보기	1.8	53.9	1.6	1.5	54.8	1.4	2.0	53.5	1.8	2.0	47.5	1.6	1.6	46.3	1.2	2.3	48.0	1.8

자료 : 가족실태조사(통계청)

- 한국 농수산식품유통공사에서 발표한 HMR(Home Meal Replacement)시장의 연도별 추세도 간편식의 확산으로 가사노동 등 가정 내의 생활 변화가 크게 나타나고 있음을 알 수 있다. HMR시장은 2010년 8천억원대에서 2018년 약 4조원 대로 전망하고 있어 최근 관련 산업이 가파른 성장하고 있음을 알 수 있다.

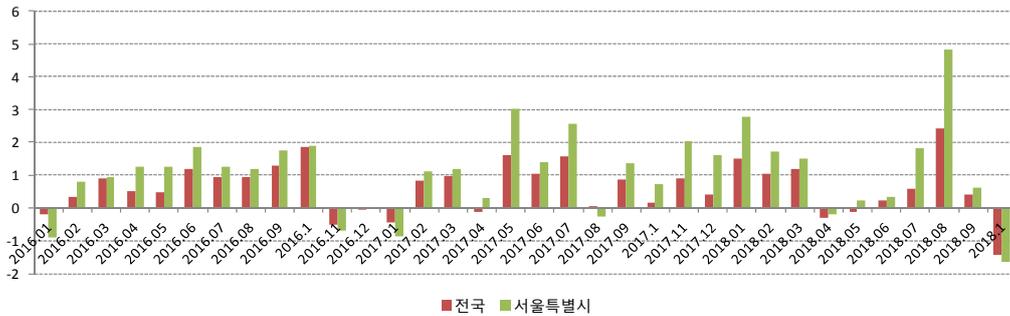


<그림> HMR시장 추이 및 전망

■ 지역격차 심화

- 2018년 사회현상 중 가장 큰 화두는 지역격차의 심화였다. 2017년 중반 이후부터 9.13부동산대책이 나오기 전인 2018년 8월까지 서울과 수도권 일부지역의 공동주택 가격이 급등하면서 나타난 현상이다.

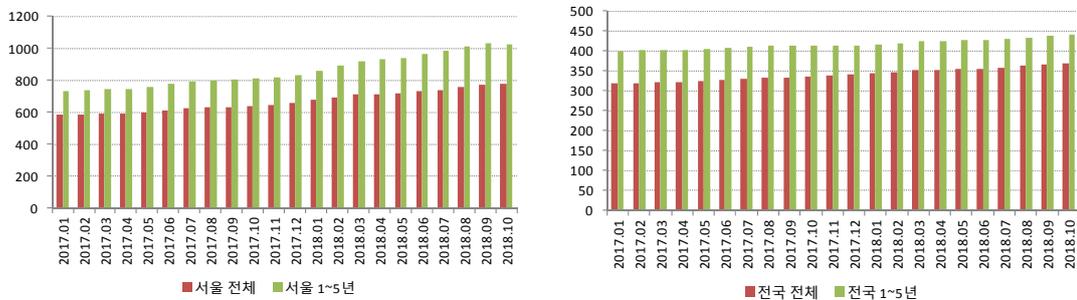
- 서울 내에서도 새집에 대한 수요 집중으로 새집과 오래된 집 간의 가격상승의 차이가 두드러지게 나타났다.
- 새집에 대한 수요는 가격 상승 여력까지 감안하여 강남과 수도권 택지지구 등에서는 로또 아파트라 불리며 매우 높은 청약경쟁률을 기록했으며 반대로 지방은 미분양이 속출하였다.



<그림> 전국 대비 서울 아파트 매매가격 변동률

자료 : 부동산 114 Reps

- 서울 내에서도 새집에 대한 수요 집중으로 새집과 오래된 집 간의 가격상승의 차이가 두드러지게 나타났다. 서울의 경우 2018년 들어 준공 5년 이내의 새집과 전체 주택과의 단위면적당 가격의 격차는 더 크게 벌어지는 현상을 보여 왔다.



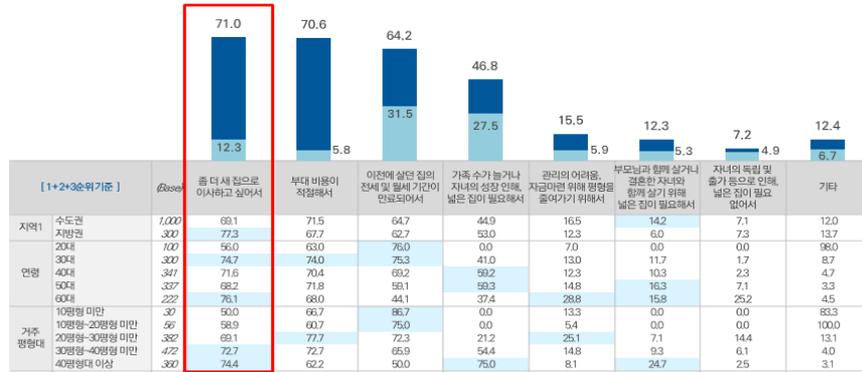
<그림> 전국 대비 서울 아파트 매매가격 변동률

자료 : 부동산 114 Reps

- 새집에 대한 수요는 신규분양단지에서도 확연히 나타났으며 가격 상승 여력까지 감안하여 강남과 수도권, 지방광역시의 택지지구 등에서는 로또 아파트라 불리며 매우 높은 청약경쟁률을 기록하였으며 반대로 지방은 미분양이 속출하였다. 양극화 현상이 나타났다.
- 설문조사에서도 현주택 선택 이유 중 가장 높은 비율의 응답은 “좀 더 새 집으로 이사하고 싶어서”가 차지하여 새집에 대한 수요 높은 것으로 조사되었다.

▶ 현 거주 지역 선택 이유

(N=1,300, %)



- 올해 10월까지 분양단지는 322개 단지가 분양됐다.(자료:부동산114) 이중 청약경쟁률이 100대1을 넘는 단지가 무려 16개 되었으며 반면 모집세대수보다 청약신청자가 적은 1미만의 단지도 105개 단지가 됐다.

<표> 2018년 청약경쟁률 상위 단지

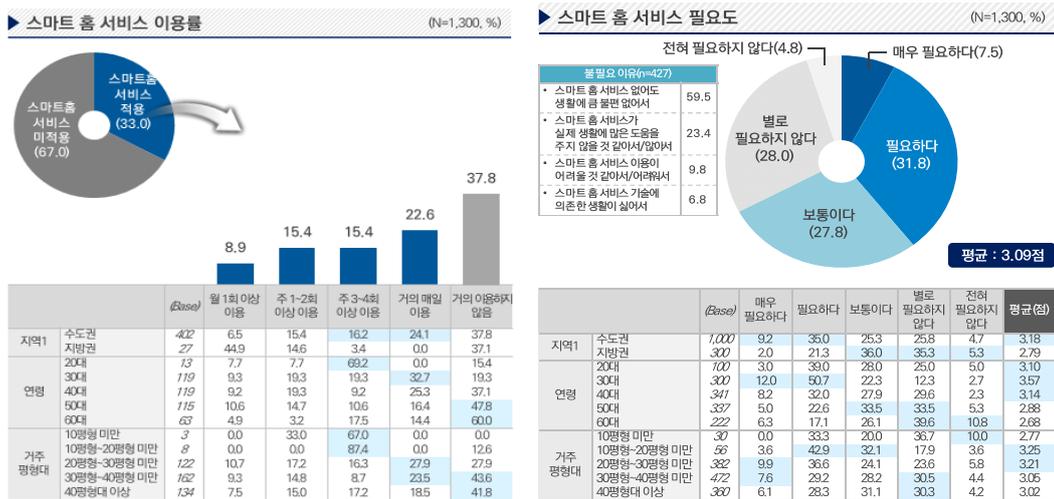
아파트	세대수	도시	시군구	읍면동	분양일	전체경쟁률 (1~2순위)
e편한세상남산	348	대구	중구	남산동	2018.01	346.51
e편한세상둔산(1단지)	348	대전	서구	탄방동	2018.01	321.36
남산롯데캐슬센트럴스카이	987	대구	중구	남산동	2018.08	284.2
갑천트리폴시티(3BL)	1,762	대전	서구	도안동	2018.07	263.62
e편한세상둔산(2단지)	428	대전	서구	탄방동	2018.01	241.91
도룡포레미소시움	232	대전	유성구	가정동	2018.09	227.3
동탄역유림노르웨이숲	312	경기도	화성시	오산동	2018.08	184.61
힐스테이트펜타힐즈	657	경북	경산시	중산동	2018.11	173.33
복현자이	594	대구	북구	복현동	2018.04	171.41
대구역한라하우젠트센텀	256	대구	북구	칠성동2가	2018.08	157.99
진천역라운프라이빗센텀	585	대구	달서구	진천동	2018.09	110.79
세종제일풍경채(HC2)	771	세종	세종시	나성동	2018.04	109.25
동탄역금성백조예미지	498	경기도	화성시	오산동	2018.04	106.81
상무양우내안애	353	광주	서구	마륵동	2018.07	105.83
달서센트럴더샵	789	대구	달서구	본리동	2018.05	105.39
미사역파라곤	925	경기도	하남시	망월동	2018.05	104.91
노원꿈에그린	1,062	서울	노원구	상계동	2018.08	97.95
주월양우내안애	594	광주	남구	주월동	2018.07	97.08
광주계림3차두산위브	908	광주	동구	계림동	2018.1	94.15
힐스테이트범어	414	대구	수성구	범어동	2018.06	85.32
당산센트럴아이파크	802	서울시	영등포구	당산동5가	2018.03	79.9
신길파크자이	641	서울	영등포구	신길동	2018.06	79.63
범어센트럴빌	88	대구	수성구	범어동	2018.04	77.31
항동공공주택지구2단지	394	서울	구로구	항동	2018.1	73.46
화명센트럴푸르지오	886	부산	북구	화명동	2018.05	71.44
서신아이파크e편한세상	1,390	전북	전주완산구	서신동	2018.05	63.41
의왕더샵캐슬	941	경기	의왕시	오전동	2018.06	57.81
트리웨이트리젠시	528	세종	세종시	나성동	2018.02	55.38
신마곡벽산블루밍메트로	298	서울	강서구	방화동	2018.09	54.75
만성이지움레이크테라스	177	전북	전주덕진구	만성동	2018.08	50.94
앞산봉덕영무예다움	622	대구	남구	봉덕동	2018.05	50.09

나. 기술(Technological)분야

- 최근 기술 분야에서는 IoT와 기술 융합, VR·AR, 빅데이터 등이 주요 이슈가 되고 있다
- 이에 따른 부동산 이슈로 스마트홈의 확산, 프롭테크(부동산분야 기술 융합), 부동산 정보 채널의 다양화(온라인 카페, 팟캐스트, 유튜브) 등을 들 수 있다.

■ 스마트홈

- 스마트홈의 경우 서비스 시스템이 갖춰져 있는 경우에도 거의 이용하지 않는다는 응답이 37.8%나 되어 이용이 아직 활발하지는 않은 것으로 조사되었다. 특히 연령별로 거의 매일 이용하는 비율이 30대는 13.0%, 60대는 4.1%로 나타나 고연령대의 이용률이 낮은 것으로 나타났다. 아직은 도입이 오래되지 않아 익숙하게 사용하지 않고 있고 이용도가 높고 유용한 서비스와 그렇지 않은 서비스의 옥석을 가리고 있는 과정으로 볼 수 있다.



- 커뮤니티 시설에서는 가상현실(VR)을 이용한 스크린골프장을 설치하는 아파트들이 늘고 있어 스크린야구장을 설치하는 아파트 들이 등장할 정도로 커뮤니티시설의 흥미와 매력도를 업그레이드하는 것이 마케팅의 주요 소구점이 되기도 한다.
- 기술의 발전으로 빅데이터 분석 등을 활용한 심도 있고 유용한 정보가 늘어 날 것으로 보이며 이러한 정보는 부동산 정보업체에게 강력한 마케팅도구가 될 것이다. 가성비와 가심비를 중요시하는 꼼꼼한 소비자에게도 입맛에 맞는 정보를 제공하게 될 것이다.

■ 부동산정보 인지 채널

- 부동산 관련 정보를 인지하는 채널은 부동산 중개업자, 지인, TV 등의 전통적인 채널이 아직은 가장 높은 비중을 차지하고 있지만 인터넷(기사, 블로그, 카페, 커뮤니티 등)과 모

바일 앱 등을 통한 정보인지 비중도 낮지 않다. 특히 연령대별로 차이가 두드러져 20대, 30대의 경우 인터넷, 모바일 어플리케이션 등의 비중이 높게 나타났다.

○ 정보 인지 채널

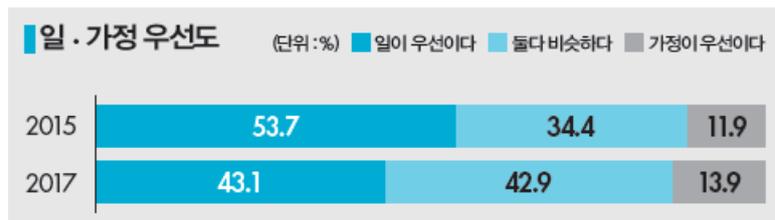
	(Case)	부동산 중개업자	주변 사람/ 지인 추천	TV- 뉴스	TV- 부동산 정보	인터넷- 포털	부동산 정보 사이트	신문- 광고	신문- 기사	TV- 광고	TV- 사사/ 다큐	인터넷- 기사	모바일 어플리케 이션	인터넷 블로그/ 카페/ 커뮤니티	욕외 광고매체	SNS	전단지	인터넷- PR 광고	라디오- 광고	인터넷- 이메일	라디오- 방송
전체	1,300	64.3	62.3	68.5	43.3	35.8	34.8	24.3	22.9	22.1	21.5	19.2	18.8	13.3	12.4	11.2	8.5	7.0	6.5	5.8	3.7
지역																					
수도권	1,000	58.1	57.6	57.3	39.0	37.0	37.3	29.6	21.8	19.8	21.7	22.3	22.8	16.2	12.3	13.2	7.5	8.7	8.0	7.3	4.4
지방권	300	85.0	78.0	62.7	57.7	32.0	26.7	6.7	26.7	29.7	20.7	9.0	5.7	3.7	12.7	4.7	11.7	1.3	1.3	0.7	1.3
연령																					
20대	100	18.0	41.0	76.0	58.0	26.0	46.0	30.0	31.0	9.0	35.0	34.0	35.0	30.0	3.0	25.0	1.0	21.0	9.0	15.0	0.0
30대	300	58.3	57.7	54.7	43.7	47.3	37.0	27.0	23.3	21.7	19.0	27.3	29.3	17.7	12.7	14.0	7.0	9.3	7.0	6.0	5.7
40대	341	68.6	61.9	56.0	42.8	42.8	39.6	22.0	21.1	24.6	23.2	20.8	17.0	13.8	14.7	12.9	7.0	4.7	6.5	5.9	4.1
50대	337	68.1	66.2	57.9	42.4	31.5	34.1	23.1	26.1	23.1	20.2	13.1	12.2	9.5	13.6	8.3	10.4	4.5	6.2	4.7	2.1
60대	222	79.3	73.0	60.8	38.3	20.7	20.7	23.4	16.7	23.0	18.0	8.6	10.4	5.0	10.8	4.1	13.1	5.0	5.0	2.7	4.5
가성비																					
가성비 고려	347	70.6	70.0	57.1	42.1	32.0	32.0	26.8	27.1	21.3	21.0	16.4	16.1	9.2	15.3	8.6	13.0	5.8	9.8	4.0	4.3
고려도	953	62.0	59.5	59.1	43.8	37.3	35.9	23.4	21.4	22.4	21.6	20.3	19.8	14.8	11.3	12.2	6.8	7.5	5.2	6.4	3.5
부동산																					
부동산 관심 높음	297	58.2	60.9	58.9	46.8	37.4	41.1	29.0	23.2	16.8	23.2	23.6	22.2	16.8	13.1	13.5	8.8	7.7	9.8	6.4	3.4
관심도	1,003	66.1	62.7	58.4	42.3	35.4	33.0	22.9	22.8	23.6	20.9	17.9	17.8	12.3	12.2	10.6	8.4	6.8	5.5	5.6	3.8

다. 경제(Economic)분야

- 최근의 경제 분야의 이슈는 주52시간 근무에 따른 근로시간 단축, 최저임금인상, 취업난, 공유경제 등이었다.

■ 근로시간 단축

- 통계청이 발표한 2017 일·가정양립지표에 따르면 “일이 우선이다” 는 비율이 2015년 53.7%에서 2017년 43.1%로 10%p이상 줄어들었으며 “가정이 우선이다” 라는 비율도 11.9%에서 2%p 늘어 난 13.9%를 보여 일보다 가정의 중요도가 점차 더 커지고 있는 것으로 나타났다.



자료 : 가족실태조사(통계청)

- 이와 관련된 가장 큰 부동산 이슈는 집에서 머무는 시간의 증가이다. 집 안에서도 가족들이 함께 할 수 있는 공간에 대한 수요가 높아지고 단지내 커뮤니티시설도 보다 다양한 시설이 나오게 될 것으로 보여 진다.
- H 세컨리빙이라고 하는 한 현대건설이 개발한 공간은 ‘가족이 모이는 장소’ 라는 개념을 도입했다. 주방을 요리를 위한 곳이 아니라, 함께 식사를 하고 홈파티를 즐기며 가족이 모여 카페처럼 공부를 하거나 독서를 할 수 있는 새로운 공간으로 만들었다. 최근 분양한 송도 아파트의 다이닝 북카페도 유사한 사례이다.



H 세컨리빙(현대건설)

다이닝북카페(송도 더샵센트럴시티)

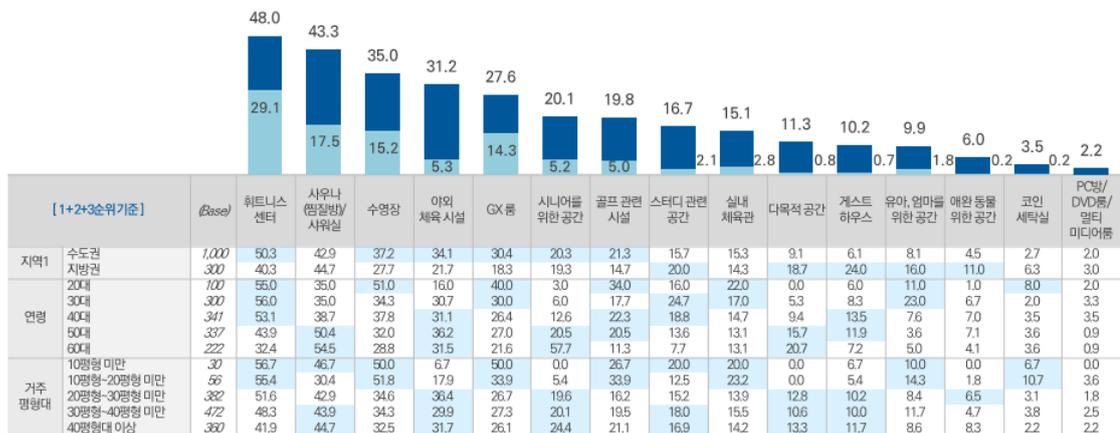
<그림> 주방공간 변형 사례

- 최근 홈트(홈 트레이닝 : 집에서 혼자 퍼스널 트레이너의 프로그램과 같이 계획적으로 운동하는 것)를 하는 사람도 많이 늘어나고 있다. 이러한 수요에 대응하는 어플도 등장하여 온-오프라인을 결합한 서비스도 생겨나고 있다.
- 단지 내의 운동공간의 수요가 꾸준히 높게 나타나고 있고 . 설문조사에서 나타난 희망 커뮤니티 시설에서도 운동관련 시설인 휘트니스센터, 수영장, GX룸 등의 수요가 가장 높게 나타나고 있다.

▶ 공동주택 희망 커뮤니티 시설

(N=1,300, %)

■ 1순위 ■ 1+2+3순위



- 최근 관리비용 등의 우려로 소비자들에게 주목을 덜 받고 있는 단지내 커뮤니티 시설도 대단지를 중심으로 최근 주민들의 니즈에 부합하는 다양한 시설이 다시 늘어나고 있는 추세로 휘트니스센터, 독서실, 실내골프연습장 등을 기본으로 수영장, 실내 체육관, 게스트 룸, 코인세탁실 등 다양한 시설 설치가 늘고 있다.

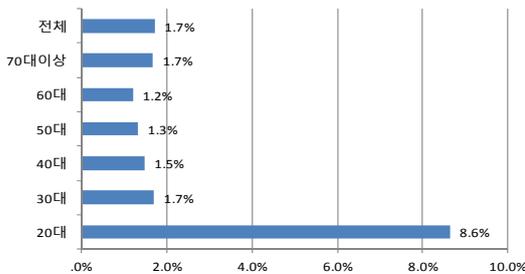
<표> 최근 분양단지 커뮤니티시설 설치 현황

아파트명	세대수	분양일	건설사	커뮤니티시설
디에이치자이 개포	1,996	2018.03	현대,GS,현엔	피트니스센터, 인도어조깅, GX 룸, 실내수영장,실내사우나,실내골프연습장,음악연주실 AV룸,작은도서관,독서실,스터디룸,북카페,카페테리어,게스트하우스,어린이집
고덕자이	1,824	2018.06	GS건설	피트니스센터, GX 룸, 실내사우나, 실내골프연습장, 독서실,스터디룸,북카페,게스트하우스 등
꿈의숲 아이파크	1,711	2018.07	HDC현대산업개발	피트니스센터, GX룸, 실내수영장, 실내골프연습장
마포 프레스티지자이	1,694	2018.04	GS건설	피트니스센터, GX룸, 실내수영장, 실내사우나, 실내골프연습장, 작은도서관, 독서실, 스터디룸, 카페테리어, 게스트하우스
래미안 목동아텔리체	1,497	2018.06	삼성물산	피트니스센터, GX룸,실내사우나, 실내골프연습장,작은도서관, 독서실, 스터디룸, 카페테리어, 코인세탁실
힐스테이트 신촌	1,226	2018.06	현대건설	피트니스센터, GX룸,작은도서관, 독서실, 스터디룸, 북카페, 게스트하우스
노원꿈에그린	1,062	2018.08	한화건설	피트니스센터, GX룸, 실내골프연습장,독서실, 스터디룸, 어린이집
개봉역센트레 빌레우스(민간임대)	871	2018.01	동부,범양건설	피트니스센터, 작은도서관, 독서실, 스터디룸, 게스트하우스, 키즈카페
e편한세상 보라매	859	2018.03	대림산업	피트니스센터, GX룸, 실내골프연습장, 작은도서관, 카페테리어, 라운지카페
당산센트럴 아이파크	802	2018.03	HDC현대산업개발	피트니스센터, GX룸, 실내골프연습장, 작은도서관, 어린이집, 라운지카페
항동공공주택 지구3단지	732	2018.07	한신,평광,대진	피트니스센터, 작은도서관, 라운지카페
신길파크자이	641	2018.06	GS건설	피트니스센터, GX룸, 실내골프연습장, 작은도서관, 독서실, 카페테리어
e편한세상서울대입구2차	519	2018	삼호	피트니스센터, GX룸, 실내골프연습장, 독서실, 라운지카페

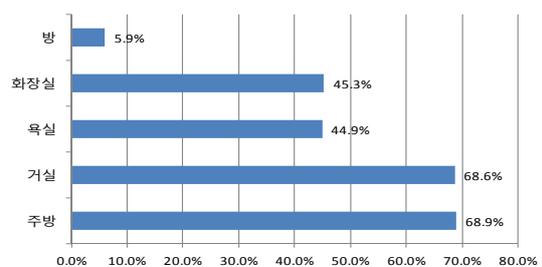
자료 : 각사 홈페이지, 언론기사 참조

■ 공유경제

- 한편 공유경제가 경제 분야의 주목할 만한 이슈이고 공유오피스와 대학생 등의 청년 주거에 있어서는 부동산에도 공유 개념이 확산되어 있다. 그러나 전문가 조사에서도 더 이상의 영향이 없을 것으로 전망되었고 2017년 주거실태조사에서 나타난 셰어하우스 입주의향에서 보면 향후 공유 개념이 청년 등 특정 층 이상으로 더 확대될 가능성은 낮아 보인다.



<그림> 셰어하우스 입주의향(N=60,640)



<그림> 공유할수 있는 공간범위(의향자)

자료 : 주거실태조사(통계청)

라. 환경·생태(Environmental)

- 최근의 환경·생태 분야의 이슈는 기후변화, 대체에너지·신재생에너지로 선정되었다.
- 이에 따른 부동산분야의 이슈로 주택의 단열과 냉난방에 대한 중요도가 높아지고 있으며 미세먼지 대한 고려로 에어샤워 시스템을 갖춘 단지, 세대내 정화 시스템도 등장했다. 분양아파트의 확장 기본형이 보편화 되면서 최근 분양단지에서는 잘 볼 수 없었던 발코니가 다시 있어야 하는 것 아니냐는 의구심도 생기기 시작했다.
- 에너지 절감을 위해 패시브하우스 개념이 도입되기 시작됐으며 여름철 무더위로 인한 전 기로 걱정이 커지고 있다. 세대내 미니태양광 발전 시설 설치는 점점 늘고 있고



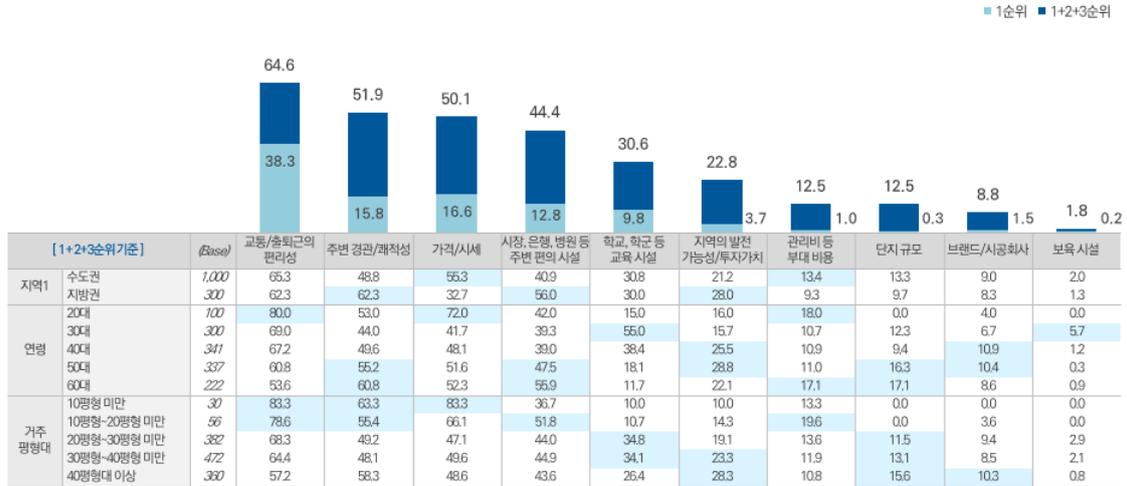
SH공사	구로구 향동지구 아파트, 위례지구 근린공원 부지에 미세먼지 저감 대책으로 활용할 수 있는 미스트 분사 시스템을 시범 조성
삼성물산	래미안 리더스원'에 IoT 기술을 활용한 미세먼지 제거 시스템, 미세먼지농도 신호등. 공기질이 안 좋을 경우 래미안의 주거관리 시스템(HAS)과 연동해 자동으로 실내환기 시스템이 작동
금호건설	공기 정화에 도움이 되는 녹지공간을 크게 늘림. 조경면적이 44%로 극대화
현대건설	'H-클린현관(H-Entrance)구조, 오염물질이 집안으로 유입되는 것을 방지하기 위해 주방 쪽 급·배수관을 현관 입구로 연장해 작은 세대 배치, 각 세대 환기구에 효과필터(미세한 입자를 제거하는 고성능 필터) 장착
대림산업	초미세먼지를 제거할 수 있는 '공기청정 환기시스템', 세대 내부에 설치된 환기장치에 공기청정 기능을 결합 정화된 공기가 천장에 연결된 급·배기구를 타고 집안 곳곳에 전달되도록 설계
SK건설	실내 공기 질을 높이는 '스마트 에어케어' 기술을 도입 계절, 상황별 특성을 자동으로 파악해 입주자가 실내 공기 질 상태를 실시간으로 확인
대우건설	단지 전체는 물론 세대 내부 미세먼지까지 차단, 주차장 출입구 등의 센서에 의한 자동 환기 기능 제공

자료 : 각사 홈페이지 및 언론 기사 참조

- 주거 선택 요인에 있어서도 주변경관, 쾌적성이 교통/출퇴근 편리성 다음으로 높게 조사 되어 최근의 미세먼지 등으로 환경 문제에 대해 주거 선택에 있어서도 크게 고려하고 있는 것을 알 수 있다.

▶ 향후 이사 지역/주거 시설 선택시 주요 고려 요인

(N=1,300, %)



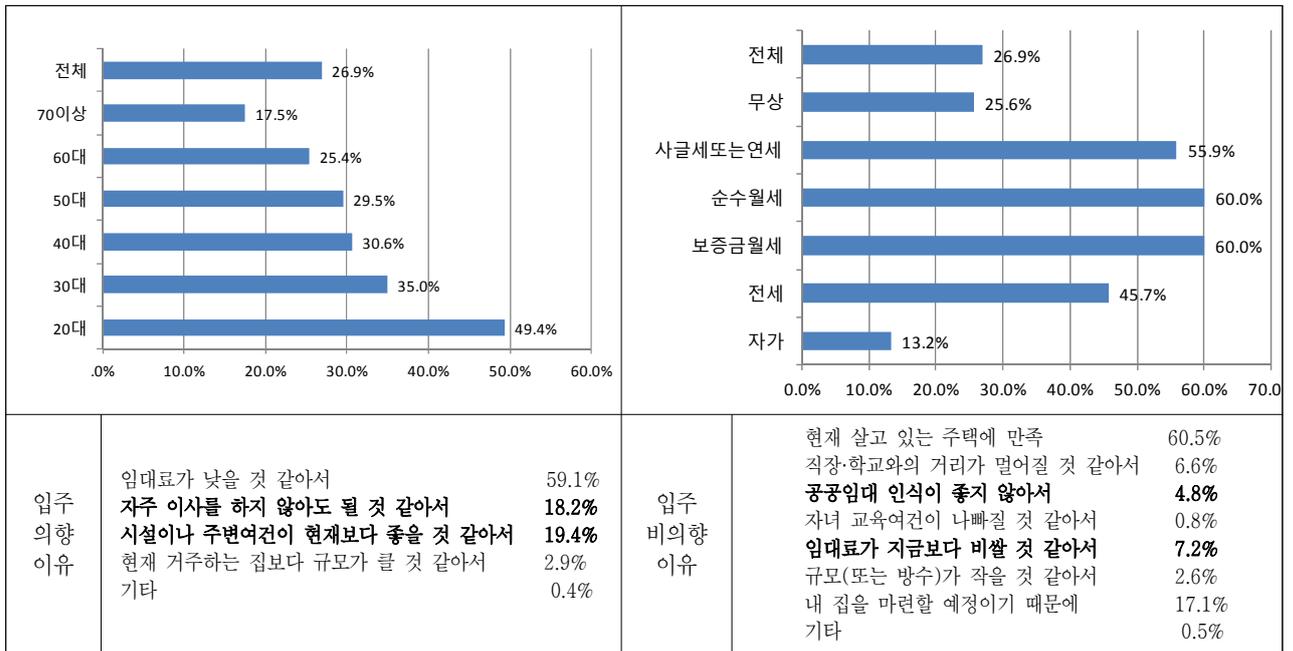
마. 정치(Political)

- 정치분야의 이슈는 지방분권과 부동산정책 등이 이슈로 선정되었다.
- 이에 따른 부동산 이슈로는 도시재생관련 사업 증가, 공공 임대주택 증가 등이 있다.

■ 임대주택 증가

- 주거실태조사에 따르면 공공임대주택의 입주의향은 전체 26.9%로 조사되었다. 연령대별로는 20대의 입주의향이 49.4%로 가장 높았으며 70대 이상은 17.5%에 그쳐 연령대별로 공공임대주택을 바라보는 시각차이가 확연히 드러나고 있다.
- 한편 주거 점유형태별로는 자가의 경우 13.2%, 전세는 45.7%, 월세는 60%내외의 입주의향을 보였다.
- 입주의향 이유로 임대료 이외에 “자주 이사를 하지 않아도 될 것 같아서” (18.2%) 등의 주거 안정화에 대한 요구가 있었으며 “시설이나 주변여건이 현재보다 좋을 것 같아서” 라고 답변한 비율도 19.4%로 공공임대주택의 질적인 측면에서도 크게 부정적이지 않은 것으로 나타났다. 입주 비의향 이유로는 입지 등의 이유와 내집 마련 계획 등이 이유로 꼽혔으며 “임대료가 지금보다 비쌀 것 같아서” 라는 응답이 7.2%로 최근 공공임대주택의 유형이 다양해 지면서 임대료도 아주 저렴하지만은 않다는 인식이 있는 것으로 보인다. 또한 “공공임대 인식이 좋지 않아서” 라는 답변은 4.8%에 그쳐 공공임대주택에 대한 인식이 나쁘지 않은 것으로 나타났다.

부동산 트렌드



<그림> 공공임대주택 입주의향 및 현 점유형태별 입주 의향

자료 : 주거실태조사(통계청)

바. 가치관(Value)

- 가치관 분야의 이슈는 가심비/가성비 중시, 투자관, 애완동물 등이 이슈로 선정되었다.
- 이에 따른 부동산 관련 이슈는 주거시설 내 개인공간, 주거 입지와 실용성에 대한 중요도 증가, 부동산 보유 및 투자에 대한 인식, 애완동물 배려 공간 등을 들 수 있다.

■ 개인행복 중시

- 작년부터 이어온 워라밸, 율로 등의 키워드로 대변되는 개인 행복을 중시하는 현상은 올해 에도 생활과 소비 전반에서 상당한 영향이 있는 키워드였다. 그러나 여행상품 등의 마케팅에 많이 쓰이면서 부동산과 직접적으로 연결되는 고리가 잘 드러나지 않았다. 전문가 조사결과에서도 이러한 이유로 중요도가 낮게 평가 되었다.

■ 반려동물 인구 급증

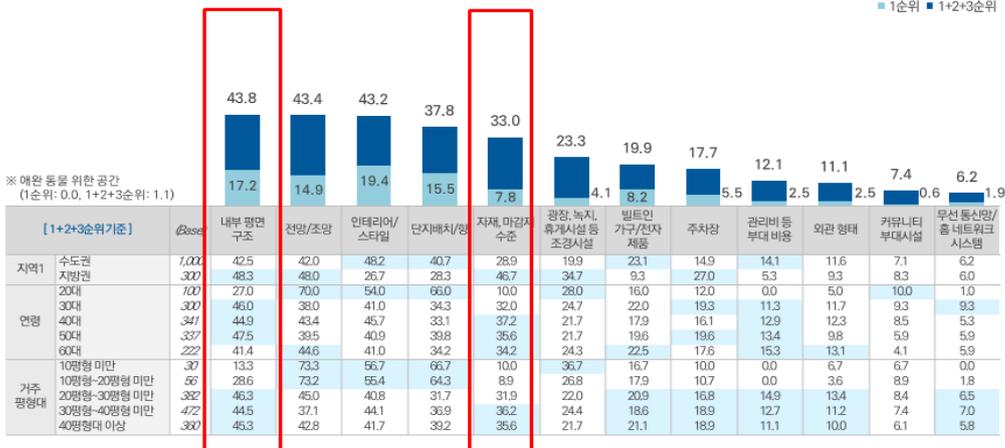
- 농림축산검역본부의 '2017년 동물보호에 대한 국민의식조사' 결과에 따르면, 반려동물을 기르고 있는 가구 수는 2010년 17.4%에서 점차 증가하여 2017년은 28.1%로 4가구 중 1가구 이상이며 우리나라에서 천만 명 이상이 반려동물을 기르는 것으로 나타났다. 특히 고양이를 키우는 가구는 2015년 2.7%에서 2017년 6.3%로 증가가 두드러졌는데 이는 독립적인 고양이의 습성이 1인 가구 증가현상과 맞물린 결과인 것으로 추정된다. 그러나 이러한 반려동물을 키우는 인구의 증가 현상이 일부 커뮤니티 공간의 아이টে으로 활용될 가능성은 있지만 부동산 트렌드로 이어질 정도로 영향이 크지 않을 것으로 전문가조사에서 나타났다.

■ 가성비·가심비

- 반면 가성비, 가심비 등의 이슈는 중요도 조사결과 30개 이슈 중 2위로 랭크되어 부동산에도 영향을 크게 줄 수 있는 이슈로 조사되었다. 소비생활에서의 꼼꼼함과 이른바 '호갱님'이 되지 않겠다는 생각은 주거 소비에서 반영될 것이라는 것이다. 이러한 현상은 비정상적으로 주택가격이 급등했던 2018년이 지나가면서 실거주 위주로 수요의 방향이 재편된다면 더욱 뚜렷이 나타나게 될 것으로 전망된다.
- 설문조사 결과 향후 주거 시설 선택시 주요 고려 요인으로 내부 평면 구조, 자재/마감재를 중요하게 고려하였고 특히, 연령이 높아질수록 가성비 차원으로 공간 효율성/실용성 위한 평면 구조, 자재/마감재의 중요도가 상승하였다.
- 설문조사 결과에서 특이한 사항은 20대의 가심비 관련 의견이 다른 연령층과 다른 특징을 보였는데 전망/조망, 인테리어/스타일 등의 중요도가 높은 점이다.

▶ 향후 주거 시설 선택시 주요 고려 요인: 세대 내부/외부 상품

(N=1,300, %)



- 최근 분양 단지에서 나타나고 있는 특화설계는 이러한 꼼꼼한 소비자의 눈높이에 맞추기 위한 것으로 보인다. 3면발코니 개방, 개방형 발코니 등 서비스면적을 더 넓히는 경우가 실거주면적을 넓혀 가성비를 높이는 대표적 상품 전략으로 보인다.
- 가변형 벽체로 작은 방을 크게 사용할 수 도 있고 드레스룸, 알파룸 등을 서재나 맘스오피스로 소비자가 선택하여 꾸밀수도 있다.



3면 발코니



오픈테라스



드레스룸->알파룸 변형 가능

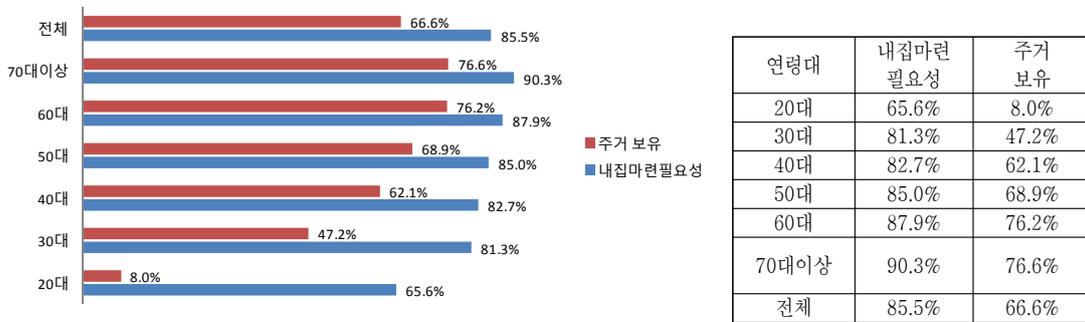


드레스룸->서재, 알파룸->펜트리, 맘스오피스

<그림> 특화평면 사례

■ 부동산에 대한 인식

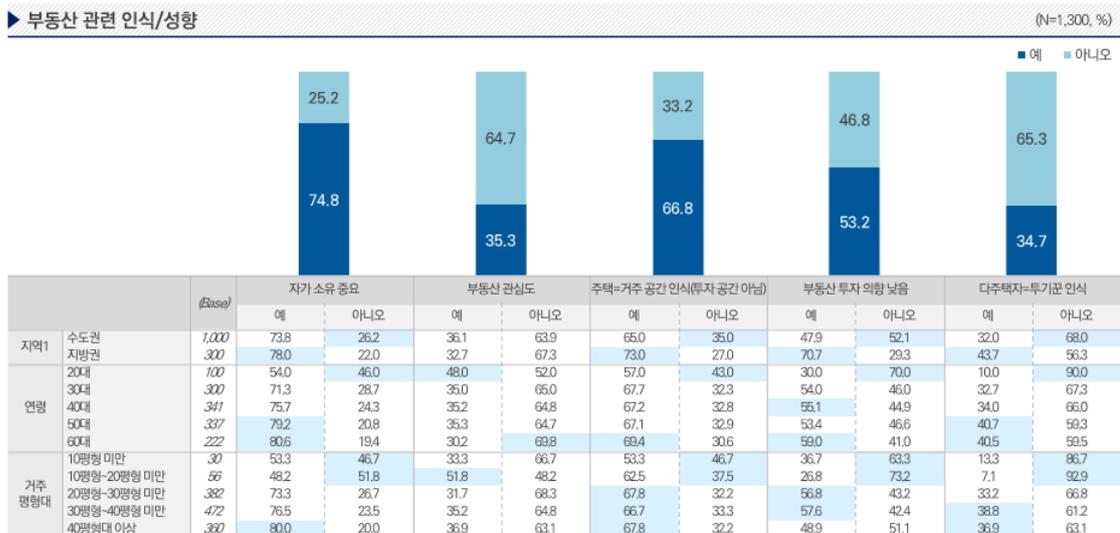
- 2017년 주거실태조사로부터 나타난 “내집을 꼭 마련해야한다고 생각하십니까?” 라는 질문의 주택 보유 의향에서 85.5%가 꼭 보유해야 한다고 응답하였다.
- 연령별로는 20대가 65.5%로 가장 낮았으며 70대 이상은 90.3%가 내집은 꼭 있어야 한다고 생각 했다.
- 현재 주택 보유 여부와 내집마련의 필요성을 비교해 본 결과에서도 고연령대 일수록 내집 마련 필요성과 실제 보유 비율이 높았다. 30대와 40대는 필요성은 느끼나 아직 보유하지 못한 비율이 20~30% 정도의 차이로 나타났다. 20대의 경우는 내집마련의 필요성도 전체 평균에 비해 20%p가량 낮은 65.6% 이며 보유 비율은 8.0%에 그쳤다.



<그림> 내집마련 필요성과 현재 주거보유여부 비교

자료 : 주거실태조사, 마이크로데이터분석(통계청)

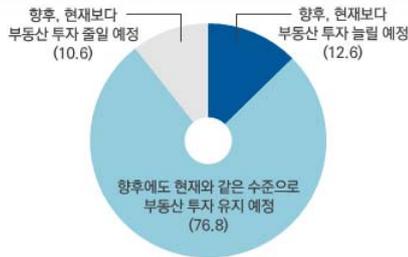
- 올해 설문조사에서 나타난 부동산 투자여향은 53.2%로 절반을 약간 상회하는 수준이었다.



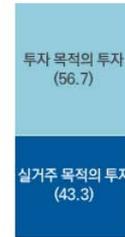
부동산 트렌드

- 그리고 향후에도 투자목적의 투자가 실거주목적의 투자보다 높은 수준으로 조사되었다.

▶ 향후 부동산 투자 의향 (N=293(현재 부동산 투자자), %)



▶ 실거주 목적 vs. 투자 목적 투자 비율 (N=262(현재 부동산 투자자 중 향후 부동산 투자 수준 유지 및 확대자), %)

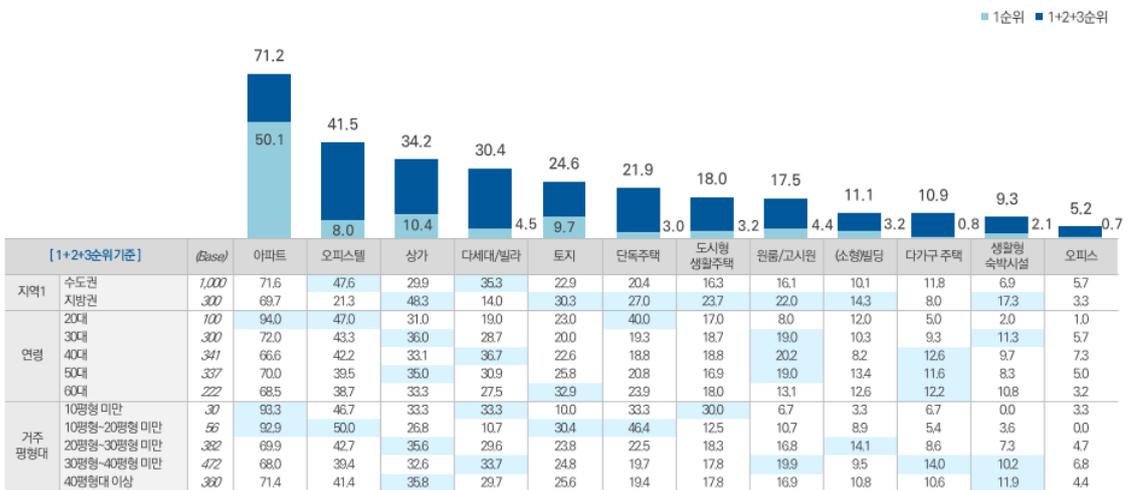


지역1	수도권	지방권	(Base)	투자 늘릴 예정	투자 유지 예정	투자 줄일 예정
연령	20대	30대	9	56.6	44.4	0.0
	40대	78	36	16.7	75.0	8.3
	50대	105	78	16.7	73.1	10.3
	60대	66	105	9.5	79.0	11.4
	10평형 미만	1	66	4.6	83.1	12.3
	10평형-20평형 미만	3	100	100.0	0.0	0.0
거주 평형대	20평형-30평형 미만	54	3	66.7	33.3	0.0
	30평형-40평형 미만	105	54	13.0	79.6	7.4
	40평형대 이상	130	105	12.4	73.3	14.3
			130	10.8	80.0	9.2

지역1	수도권	지방권	(Base)	실거주 목적의 투자	투자 목적의 투자
연령	20대	30대	9	43.1	56.9
	40대	78	19	46.3	53.7
	50대	105	9	47.8	52.2
	60대	66	37	42.4	57.6
	10평형 미만	1	70	42.9	57.1
	10평형-20평형 미만	3	88	42.2	57.8
거주 평형대	20평형-30평형 미만	54	57	46.5	53.5
	30평형-40평형 미만	105	1	60.0	40.0
	40평형대 이상	130	3	50.0	50.0
		130	50	46.8	53.2

- 투자 희망 상품은 역시 올해 가장 상승이 높았던 아파트가 가장 높게 나타났으며 오피스텔, 상가, 다세대/빌라 순이었다.

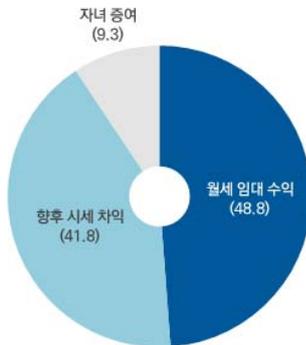
▶ 향후 부동산 투자 희망 상품 (N=1,300, %)



- 부동산에 투자하는 목적은 임대수익이 48.8%로 시세차익을 위한 목적 보다 다소 높게 조사되었으며 자녀 증여를 위한 투자도 9.3%나 됐다.

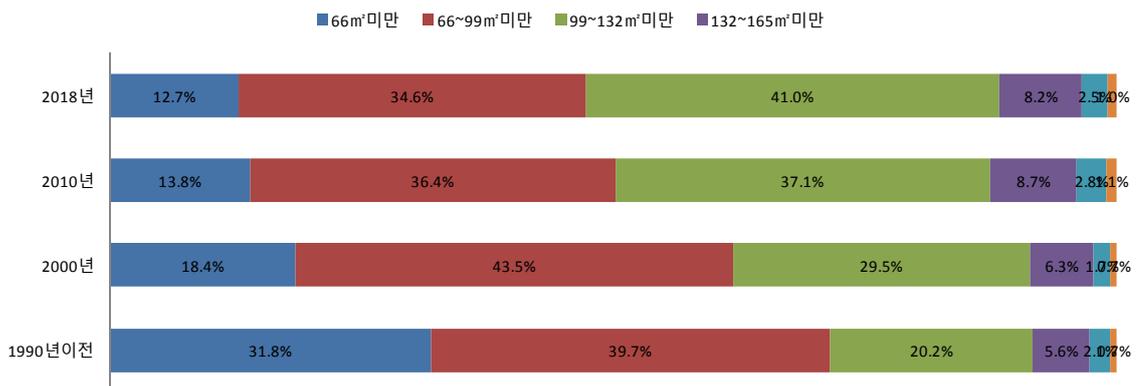
▶ 향후 부동산 투자 목적

(N=1,300, %)



		(Case)	월세 임대 수익	향후 시세 차익	자녀 증여
지역1	수도권	1,000	47.8	40.9	11.3
	지방권	300	52.3	46.0	2.7
연령	20대	100	20.0	71.0	9.0
	30대	300	50.7	42.7	6.7
	40대	341	56.3	35.2	8.5
	50대	337	50.1	40.1	9.8
	60대	222	45.9	40.5	13.5
	60대 이상	222	45.9	40.5	13.5
거주 평형대	10평형 미만	30	13.3	80.0	6.7
	10평형-20평형 미만	56	19.6	73.2	7.1
	20평형-30평형 미만	382	52.4	38.7	8.9
	30평형-40평형 미만	472	51.3	39.2	9.5
	40평형대 이상	380	49.4	40.6	10.0

- 설문조사를 통해 현재 거주하고 있는 집의 규모와 향후 거주할 집의 규모를 비교해 본 결과 20평형대에서 30평형대로, 40평형대로 30평형대로 이전하려는 수요를 감안하면 향후 30평형대의 선호 및 수요가 점점 더 늘어 날 것으로 보인다.
- 부동산114데이터의 평형대별 주택 분포를 살펴보면 30평형대의 공급도 점점 늘고 있는 것을 알 수 있다.
- 과거 1990년대 이전은 20평형대가 약 40%에 달하는 가장 큰 비중을 차지했으나 점차 10평형대 감소, 30평형대 증가 등의 영향으로 2018년 현재 20평형대는 34.6%, 30평형대는 41.0%의 분포를 보였다.



<그림> 전국 아파트 평형대별 분포 변화

자료 : 부동산 114 Reqs (분양면적 기준)

- 이 추세는 최근과 향후 입주와 단지들의 통계를 보면 점점 더 30평형대의 비중이 더 커짐을 알 수 있다. 30평형대의 공급은 최근 60% 가까이 꾸준히 공급되었거나 공급될 예정이다.

- 한편 20평형대도 2020년과 2021년 올해 27.8% 보다 3~4%p 정도 다소 증가할 것으로 보인다. 이는 최근 서울 등 분양가 상승으로 30평형대 가격 부담으로 20평형대 비중이 늘었던 것이 원인인 것으로 보인다.

<표> 최근 전국 평형대별 공급 비중

항목	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
66㎡미만	7.5%	6.8%	11.3%	8.9%	6.5%	8.2%	2.3%	2.6%
66~99㎡미만	26.6%	29.7%	31.8%	31.8%	27.8%	27.8%	31.5%	30.8%
99~132㎡미만	58.6%	56.4%	53.3%	56.4%	62.3%	58.2%	59.5%	59.4%
132~165㎡미만	6.4%	5.8%	3.1%	2.7%	3.0%	4.6%	4.8%	6.5%
165~198㎡미만	0.7%	1.2%	0.5%	0.2%	0.3%	0.3%	0.1%	0.5%
198㎡이상	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.3%	0.0%	0.3%

<표> 최근 서울 평형대별 공급 비중

항목	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
66㎡미만	6.3%	12.2%	10.6%	12.6%	14.1%	10.6%	7.1%	4.8%
66~99㎡미만	29.5%	24.6%	30.5%	32.9%	31.7%	34.4%	36.2%	38.6%
99~132㎡미만	45.0%	46.2%	47.1%	46.7%	46.9%	48.4%	45.4%	46.3%
132~165㎡미만	17.5%	12.9%	8.3%	5.8%	5.9%	5.1%	6.2%	6.9%
165~198㎡미만	1.5%	3.8%	2.5%	1.1%	1.3%	0.8%	0.4%	0.5%
198㎡이상	0.2%	0.3%	0.7%	1.0%	0.1%	0.7%	0.1%	3.0%

IV. 부동산 트렌드 전망

1. 2019년 트렌드 전망

가. 밀레니얼 세대 ... 개인화된 행복 추구

- 밀레니얼세대는 밀레니얼스(Millennials) 또는 Y 세대(Generation Y)라고도 하며 정확한 구분 기준은 없으나, 1981년~1996년 출생세대(미국 퓨리서치)를 주로 일컫는다. 베이비붐 세대의 자녀로 베이비붐 에코 세대라고도 한다.
- 인터넷 사용을 생활화 하고 SNS등을 통한 네트워킹에 매우 익숙한 특징을 가지며 취업난을 겪으며 프리터(free+arbeiter)를 선호하고 평균적인 소득수준은 낮은 편으로 부모세대인 베이붐 세대에 의존적인 측면이 있다.
- 밀레니얼세대의 본격적 부상으로 결혼에 대한 의지가 축소되면서 1인가구가 늘어날 것이며 가정에서의 평등한 역할 분담은 주방 등 주부만의 공간으로 치하는 공간을 강조하지 않게 될 것이다. 개인 생활과 공간을 중시하는 경향으로 주택 내 개인 공간에 대한 요구도 증가할 것으로 보인다. 실속형 중소형 평형의 집에서 거주하고 혈연중심의 관계보다 넷연 중심의 타인관계 비중이 크며 베이비부머 세대가 정형화된 행복을 추구한다면 밀레니얼 세대는 개인화된 행복을 추구하는 편이다.
- 밀레니얼 세대가 세대주가 되어 이루는 가정은 매년 계속 늘어날 것이고 이들의 주거 시설에 대한 요구도 세대의 특성 만큼 지금까지와 다른 양상으로 나타나게 될 것이다.

구분	베이비부머 세대 (20세기형)	밀레니얼 세대 (21세기형)
주거	대형평수, 대형차 1	중소형평수, 중소형차 2
가사	가정 내에서 해결	외부자원, 플랫폼활용
부부관계	성별에 따른 역할고정	목적위주의 역할분담
자녀 관계	책임자, 관리자	동반자, 친구
부모 관계	내가 돌봐야 할 대상	나의 지지자, 후원자
타인 관계	혈연 중심	넷(net)연 중심
직업관	생존	의미 발견
행복관	정형화된 행복	개인화된 행복
소비	절약소비, 합리적 소비	적정소비, 유연소비



자료: 트렌드코리아 2019

나. 워라벨(일·생활 균형) 트렌드 확산

- 2018년 하반기 이후 주52시간 근무가 확대되면서 직장인의 여가시간이 늘어나고 오피스, 소확행 등의 트렌드와 맞물리면서 여행수요 증가, 외식업 증가, 투잡 증가 등이 전망된다.
- 작년 발표된 2017 일·가정양립지표에 따르면 “일이 우선이다” 는 비율이 2015년 53.7%에서 2017년 43.1%로 10%p이상 줄어들고 “가정이 우선이다” 라는 비율도 11.9%에서 2%p 늘어 난 13.9%를 보여 주52시간 근무제와 이후 워라벨 트렌드 확산 속도가 가속화 될 것으로 보인다.
- 퇴근 후 저녁시간에 가족과 함께하는 시간이 늘어날 것이고 이에 따른 공간에 대한 수요가 증가할 것으로 보인다. 이러한 수요의 증가와 집안 또는 근처에서의 활동을 선호하는 최근의 트렌드는 단지내 커뮤니티시설이 다양해지는 원인이 될 것이다.
- 또한 재택근무의 증가로 집에서 또는 단지 내에서 업무를 보려고 하는 사람의 수요도 생길 수 있을 것이다.

다. 가성비, 가심비 ... 실속 추구 속 자기만족

- 가심비는 소비자가 지불한 금액 대비 얼마만큼의 성능으로 만족을 누리느냐가 초점이라면 가심비는 소비를 통해 얻게 되는 주관적이고 심리적인 욕구에 초점을 맞춘 개념으로 볼 수 있다.
- 자신에게 만족감을 주는 특정 분야에 대한 아낌없는 지출이 가심비 트렌드의 대표적 현상이다.
- 주거상품의 가심비 아이템은 분양가가 다소 올라가더라도 에어샤워부스를 설치한다거나 안면인식으로 출입문을 개방해주는 시스템을 도입한다거나 하는 예가 있다.
- 세대 내에서도 가장 아끼는 공간을, 예를 들어 주방, 서재, 욕실, 알파룸 등 커렌시아 공간을 스스로 꾸밀 수 있는 방식으로 제공한다면 가심비를 자극할 수 있는 하나의 아이টে이 될 수 있을 것이다.
- 투자수요보다 실거주 수요가 우세해 진다면 가성비, 가심비를 중시하는 소비자의 성향이 더 직접적으로 투영될 것이다.
- 같은 돈이면 더 편한 곳에서 더 넓게, 더 알차게 활용할 수 있는 공간을 필요로 할 것이다. 빅데이터 분석에서 전용면적이라는 단어가 상위권으로 올라 가고 있는 것도 한 예일 것이며 같은 분양평수라도 서비스면적의 차이까지도 꼼꼼히 보게 될 것이다.

라. 공유 개념 확산 ... 커뮤니티시설 다양화

- 공유경제 개념이 확대되면서 부동산 분야에서는 공유오피스를 중심으로 가장 확대 되고 있으며 대학생 등 청년 주거에서는 셰어하우스가 많이 공급되었다. 에어 비앤비 등 해외 신개념 숙박 플랫폼도 공유 개념의 부동산 관련 상품으로 최근 몇 년간 성장했다.
- 후발 주자들의 등장과 경쟁이 생기면서 오피스와 주거가 결합한다든지 이러한 시설들의 버전은 다양해 졌지만 일정한 틀에 갇혀 있고 끝이 보이고 있는 것도 사실이다.
- 2017년 주거실태 조사 결과 공유주택(셰어하우스)에 입주할 의향은 1.7%로 나타났다. 20대의 입주 의향은 8.6%로 다른 연령대에 비해 월등히 높게 나타났으며 가구원수 별로는 1인가구의 입주의향이 4.0%, 2~3인가구가 각 1.2%, 나머지는 1%미만의 입주의향을 보였다. 아직은 주거에 있어서는 공유는 매우 제한적 수요에 집중하게 될 것이며 현재까지의 틀을 깨고 새로운 시도가 있어야 할 것으로 보인다.
- 2가구 이상이 한 주택을 공유하는 경우의 예로 보면 남는 공간 또는 전체 주택을 대학생 등 청년층에 임대하는 정도를 들 수 있을 것이다. 캥거루족이라고 불리는 미혼 성인 자녀의 동거, 결혼한 성인자녀와 그 가족의 동거, 간병인과의 동거 등 시대에 흐름에 따라 나타날 수 있는 여러 곳에서 주거 공간의 공유의 사례가 나올 수 있을 것이다.
- 공유의 대상을 보다 넓혀서 생각해 보면 부동산의 공간적 영역 범위 뿐아니라 사물이 될 수도 있고 가상의 공간이 될 수도 있다. 주거에서의 공유의 개념은 사는 공간이 될수도 있지만 생활의 변화에 따라 새롭게 요구되는 커뮤니티 공간 등의 확대에 영향이 있을 것으로 보인다.
- 아이들의 장난감을 공유한다든지 잘 안쓰는 주방 조리기구를 공유한다든지, 카셰어링 서비스를 이용한다든지 하는 것이 개인 공간이 아닌 다른 공간 또는 사물의 공유의 예가 될 것이다.
- 개인공간을 중시하는 흐름과 공유를 통한 효율성 증대라는 서로 상반된 양립하는 가치관을 어떻게 조화롭게 배치 할 수 있는지가 부동산 상품에 적용하는 것의 핵심이다.
- 개인의 프라이버시를 최대한 지켜 줄 수 있는 시설이 되어야 하고 공동이용으로 비용 절감이 되어야 한다. 이러한 시설에 대한 아이디어가 필요하다고 할 수 있다.
- 세대 내에서는 소음 때문에 할 수 없는 음악연주가 취미인 사람을 위한 방음 연주연습시설, 일찍 퇴근한 직장인의 잔무를 처리할 수 있는 오피스 공간 등 수요자의 요구는 다양할 것이다.

마. 환경, 캠페인이 아닌 생존의 문제

- 과거 아침에 일어나서 확인하는 날씨는 비가 올 것인지, 춥거나 더울 것인지 만을 확인했었지만 최근에는 미세먼지 수준을 확인하는 일을 잊지 않는다. 그만큼 미세먼지는 현대인의 건강에 매우 위협적인 존재가 되어 버렸다.
- 그리고 더 이상 확인하고 마스크 쓰며 회피할 수 있는 문제가 아니며 보다 적극적인 행동으로 미세먼지에 대처해야 하는 상황이 되어 버렸다.
- 또한 지난 여름 기상관측 이후 최고 기온을 몸으로 느낀 우리나라 국민들은 기후변화로 언제든 폭염이 몰려올 수 있다는 경각심을 갖게 되었다.
- 환경은 먼 미래에 후세에게 깨끗한 세상을 물려주자는 캠페인이 아니라 당장 오늘, 내일 건강하게 살아야 하는 현대인의 가장 골치 아픈 관심사가 되어 버렸다.
- 주거에 있어서는 IoT 등과 결합된 공기정화 시스템, 미세먼지 차단·경보 시스템 등 첨단 기술의 다양한 기술에 의한 상품 개발이 있을 것으로 기대된다.

바. 고령화 사회 ... 실버주택이 아닌 기존 주택의 실버 배려

- 사회 변화의 가장 큰 축 중의 하나는 저출산 고령화다. 저출산과 고령화가 동시에 매우 빠른 속도로 일어나고 있기 때문에 인구구조도 급격히 변화하고 있다.
- 수년전부터 고령화 사회에 대비한 실버산업(특히 실버주거시설)또는 복지·지원 등에 공공과 민간에서 상당히 많은 관심과 연구가 진행되고 있다. 주거실태조사나 금번 설문조사로 얻은 결과로는 새로운 곳에 새로운 형태의 시설의 공급보다는 현재 거주하고 있는 지역에서 보편적인 형태의 공급과 지원이 더 필요할 수 있을 것으로 보인다.
- 고령자는 더 이상 특정 계층으로 보기에 너무 비중이 커진 주류가 돼버렸으며 아직까지 밀레니얼 세대에 금전적으로 도움을 주기도 하고 육아를 맡아 주기도 하면서 멀리 떨어지기 어려운 상황이 되어 있는 점도 생각해 봐야 할 것이다.
- 가사해방을 위한 단지내 서비스, 세대가 공유할수 있는 커뮤니티 시설의 증가 등이 고령화 사회와 밀레니얼 세대 가족 증가에 따른 주거시설의 실질적 변화로 더 적합할 것이다.

사. 30평형대로 수렴 (20평형-) 30평형대 (- 40평형대)

- 설문조사를 통해 현재 거주하고 있는 집의 규모와 향후 거주할 집의 규모를 비교해 본 결과 20평형대에서 30평형대로, 40평형대에서 30평형대로 이전하려는 수요를 감안하면 향후 30평형대의 선호 및 수요가 점점 더 늘어 날 것으로 보인다.
- 가구원수가 줄어 들고 있는 점을 감안하면 20평형대 거주자가 30평형대로 늘리고 싶어 하는 것은 쾌적한 주거 공간을 원하는 결과이며 40평형대에서 줄이려는 이유는 그 쾌적함이 넓어야만 하는 것은 아니라고 해석 할 수 있다.
- 불필요한 방이 있는 것보다 주로 생활하는 공간이 쾌적해야 하고, 그리고 드레스룸, 팬트리 등 수납 공간이 쓸만 해야 하며 휴식공간이든 놀이공간이든 새로운 니즈에 맞는 공간이 있어야 한다. 예를 들어 주부들의 가사 활동의 효율성을 위해 주방 공간을 넓고 쾌적하게 잘 꾸며 주는 노력은 밀레니얼 세대의 생활과는 거리가 멀다. 밀레니얼 세대의 엄마는 혼자 주방에서 희생하지 않는다. 오히려 간편식과 배달음식을 여유 있고 즐겁게 먹을 수 있는 공간과 간편식 재료를 보관할 수 있는 공간이 더 필요 할 수도 있다.
- 수납공간과 개인 공간의 중요성, 실용성과 가심비 공간에 대한 강조가 더 커질 것이다.

아. 투자에서 실거주로 수요 전환

- 올해 뜨거웠던 서울 및 일부 지역의 부동산 시장의 열기로 투자수요가 실거주 수요보다 다소 높게 조사되었다. 실거주 목적의 투자를 한다고 하더라도 이러한 시장 상황에서는 자신의 주거 조건에서 최대한 오른 곳을 찾을 것이며 적어도 떨어질 가능성이 적은 곳을 찾으려는 노력은 할 것이다.
- 최근(2018년 10월 이후) 가격이 안정화 되고 있고 일부 떨어지고 있는 현상이 비정상적으로 오른 집값이 제자리로 되돌아가고 있는 신호라고 한다면 내년의 주거 수요는 빠르게 실거주 위주로 재편될 것이며 신규주택 공급에 있어서는 마케팅에 더 많은 노력이 있을 것이며 수요자는 더 꼼꼼이 가성비 높은 주택을 찾을 것이다.
- 즉, 비슷한 입지라면 소비자의 만족이 높은 주거가 분양마케팅에 유리하다. 소비자가 선호하는 새로운 아이템의 도입은 필수적이고 입주 이후 이용에 있어서도 경제적이고 실용적인 시설로 구성되어야 할 것이다.

자. 스마트홈 필수 기능 위주로 특화 및 전문화

- 스마트 홈은 기술의 발전, 소비자의 편리성 추구, 보안의 중요성 강화, 환경문제 심각성 등 여러 요인의 영향으로 신규 단지에서는 필수적인 도입요소가 될 것임에 틀림없다.
- 설문조사에 의하면 사용하는 빈도는 생각보다 높지 않아 실제로 너무 많은 기능들이 나와 있어서 스마트폰의 모든 기능을 사용하지 않듯이 월패드와 많은 기능들은 잘 사용하지 않는 기능들이 되고 있다. 현재는 많은 다양한 아이템들이 개발되고 시험되고 있는 과정이라고 볼 수 있다. 향후에는 선택된 기능에 집중하여 개발이 이루어 질 것으로 보인다.
- 그 예로 미세먼지, 공기정화와 관련된 이이템들은 소비자의 니즈와 기술의 발달에 의해 점점 더 발전할 가능성이 있다.

차. 조식포함아파트? 단지 제공 서비스로 가사해방

- 생소했던 아파트의 조식 제공 서비스는 올 한해를 지나면서 많은 단지로 확대되고 있으며 케이터링 업체들의 신규 사업으로 자리잡고 있는 형국이다.
- 이밖에 신규 단지를 중심으로 아파트에서 제공하는 서비스가 매우 다양해 지고 있다. 다양하고 고급스러운 서비스를 제공하는 것이 분양시 긍정적 요소가 될 수 있기 때문이다.
- 식사, 민원 대행, 세탁 등 가사노동을 줄여 줄 수 있는 서비스, 카쉐어링, 셔틀버스 운영 같은 편의성 증진 서비스도 계속 등장할 것으로 보이며 육아, 의료 등 연결된 복지 서비스 확대 가능성이 있는 서비스 이다.
- 단지에서 제공하는 이러한 서비스는 바쁜 일상을 보내는 맞벌이 부부나 고령화 사회로 진입하면서 늘어난 노년 부부들에게 필요한 서비스로 그 수요는 지속적 증가될 전망이고 해당 서비스의 산업이 발전하고 있으며 아파트 단지는 그 서비스를 제공할 수 있는 장소를 적절히 제공해 주기만 하면 되기 때문에 서비스도 점차 다양해 지고 빠르게 확대될 것으로 보인다.

카. 다시 늘어나는 커뮤니티 시설 어떤 시설까지

- 단지 내에서 제공하는 서비스의 종류가 많아지면서 커뮤니티 시설의 새로운 공간도 보다 많이 필요하다. 피트니스 등 운동실, 작은 도서관 등은 최근 단지에 거의 모두 도입하고 있는 시설들이다. 게스트하우스, 사우나, 수영장 등도 단지의 규모에 따라 다르지만 관리비 상승 등을 우려해 도입을 주저하던 시설들도 최근 다시 도입이 늘어 나고 있는 상황이

- 다. 근무시간이 단축되고 단지 내에서 평일 저녁에 할 수 있는 꺼리가 많은 것은 마케팅에 매우 큰 장점이 될 수 있다. 향후 보다 다양한 커뮤니티 시설이 등장할 것으로 보인다.
- 다만 단지 규모에 따라 수영장이나 게스트하우스 같은 시설이 관리 측면에서 가능한지의 여부는 철저히 따지게 될 것이며 이에 따라 단지 규모별로 시설이 다르게 배치될 것으로 보인다. 규모의 경제로 더 많은 커뮤니티시설을 저렴하게 고급할 수 있는 대단지 아파트가 더 선호될 수 있는 요인이 될 수도 있을 것 같다.
 - 주52시간 근무제로 집에서 보내는 저녁 시간이 길어 지면서 취미생활공간과 가족 놀이 공간 위주로 다양한 시설이 등장할 것으로 보인다. 층간 소음 등으로 가정 내에서의 활동은 많은 제약을 받고 있고 취미 활동은 매우 다양해 지기 때문에 점점 더 커뮤니티시설에서 이러한 니즈를 해결하려 할 것이다. 예로 DIY카페, 애견놀이터, 가족운동실, 음악연주실, 키즈 트램폴린 놀이터, 공유주방, 개인 스파, 코인세탁실 등 최근 새롭게 도입되고 있는 시설에 더해져 나올 수 있는 아이템들로 보여진다.
 - 개별적으로 집안에 두기 어렵거나 비용이 많이 드는 시설과 도구 등에 대해서는 공유가 상당히 효과적인 방식이 될 수 있다. 반면 타인과 오프라인으로 만나는 것을 꺼리는 젊은 층의 성향을 볼 때 이러한 두가지 측면이 잘 고려된 시설이 환영받을만한 시설이 될 것이다.

타. 알파룸 / 팬트리 / 드레스룸 ... 수납 극대화

- 최근 분양되고 있는 아파트의 평면을 보면 4베이 평면이 늘어나면서 부수적으로 알파룸, 팬트리는 공간은 익숙한 공간이 되었고 실제로 발코니 확장을 기본으로 하고 있기 때문에 수납공간에 대한 필요성도 매우 크다. 또한 안방 욕실과 연결되는 드레스룸은 서비스 공간과 합쳐지면서 충분한 공간으로 넓어 지고 있다.
- 가변형 벽을 사용한 이러한 공간들의 변형된 형태들도 많이 등장하고 있으며 많은 창의적인 아이디어가 나올 것으로 보인다.

파. 나를 배려한 힐링 공간 ... 커렌시아

- 2018년 사람들이 가장 자주 경험한 감정은 ‘귀찮다’ 이다.(2019 대한민국트렌드 중) 2013년부터 ‘근심걱정’, ‘답답하다’ 에 이어 줄곧 3위였던 ‘귀찮다’ 가 1위로 부상했다. ‘귀찮다’ 의 1위 부상이 가지는 의미는 개인 삶을 중시하는 풍조가 매우 강화되었음을 의미한다. 사회적으로는 중요한 일이라 할지라도 자신의 삶과 직접적으로 관련이 없다면 귀찮게 느끼는 것이다. 현재를 살고 있는 사람은 아무에게도 간섭받지 않고 온전한 혼

자만의 시간을 갖고 싶어 하는 바람이 있다.

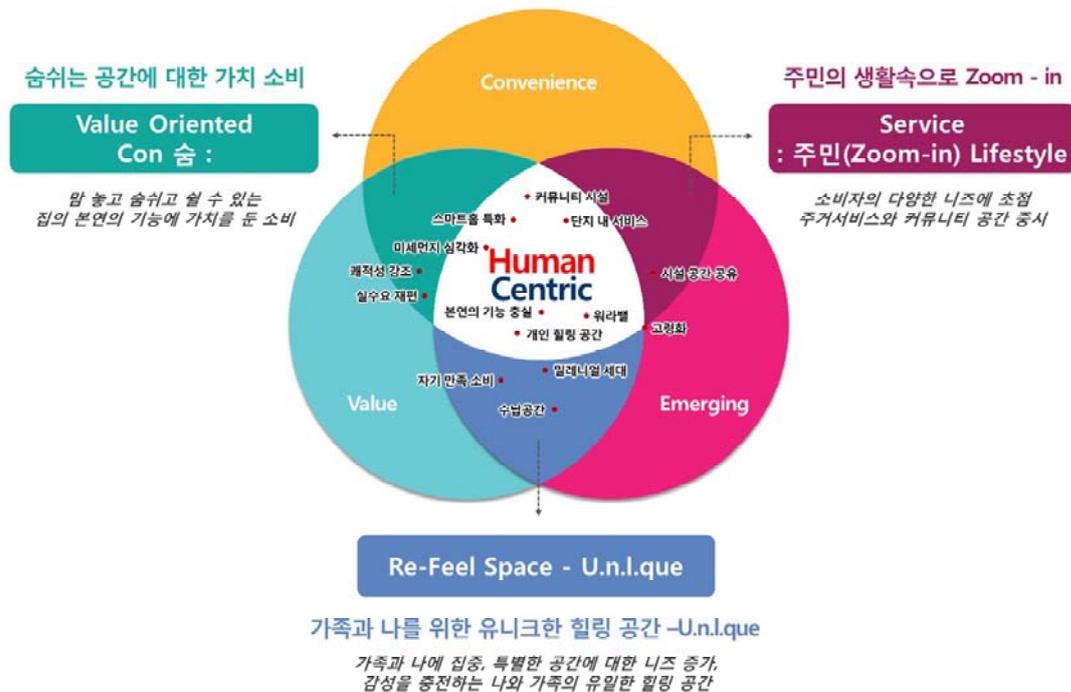
- 또한 스트레스와 피곤으로부터 패스트 힐링(Fast Healing)을 원하는 현대인들이 찾고 있는 수면카페, 스터디카페 등의 휴식공간 들이 집안으로 들어 올 가능성도 있다.
- 한정된 공간에서 수납공간에 더 할애할 것이냐 개인 또는 가족을 위한 공간을 늘릴 것이냐는 서로 상충되는 개념이 되고 있다.
- 수납공간이 중요하다고 하지만 현대인의 힐링의 공간이되는 곳은 결국 가정이 되어야 할 것이다. 커렌시아로 불리우는 개인 휴식 힐링 공간에 대한 수요는 계속 늘어 날 수 있을 것이다.
- 물론 수납과 개인 공간 기능의 배분을 소비자가 결정할 수 있도록 하는 것이 가장 바람직 할 것이다.

하. 집의 본연의 기능에서 출발

- 집의 본질적인 본연의 기능은 무엇보다 안전하고 아늑하게 쉴 수 있는 공간일 것이다. 4계절 미세먼지, 여름 무더위, 겨울 혹한으로부터 안전한, 춥고 덥지 않게 편히 쉴 수 있는 공간이 되고 안전하고 아늑한 집이 되는 것이 기본이나 환경적 문제, 에너지효율 등 여러 문제로 이 기본에 충실하는 것도 쉽지 않은 일이 됐다.
- 결국 수요자는 이러한 본연의 기능을 충실히 할 수 있는 집을 원하고 있고 공급자의 마케팅은 필수 요건을 만족시키는 것에서 부터 출발해야 할 것이다.

2. 트렌드 키워드

- 2019년 부동산 트렌드의 핵심키워드는 “Human Centric : 사람 중심” 으로 선정하였다.
- 본 연구 결과 선정된 2019년 전망되는 14가지 변화들을 종합하여 편리성 (Convenience), 가치(Value), 변화(Emerging)의 주제로 정리되었고 이 주제들로 대변되는 내용들의 공통분모는 ‘Human Centric’ 으로 결국 사람 중심으로 귀결되고 있다.
- 세가지 트렌드 주제 ‘편리성 (Convenience), 가치(Value), 변화(Emerging)의 각 주제의 내면에 담긴 내용들간의 연결을 통해 다시 세 개의 키워드를 도출하였다.
- 맘 놓고 숨쉬고 쉴 수 있는 집의 본연의 기능을 기본으로 하고 실속 있고 가치 지향적인 소비를 추구하는 트렌드를 표현한 “Value Oriented **Con**숨:”
- 소비자의 니즈에 맞는 다양한 주거서비스와 커뮤니티 공간에 대한 중요도를 중시하는 트렌드는 “Service : **주민(Zoom-in) Lifestyle**” 로 주민의 삶속을 들여다 보고 여기에서 다양 서비스를 발견해 내는 것을 표현하였다.
- 가족과 나에 집중하는 트렌드가 확산될 것이며 이에 따른 특별한 공간에 대한 니즈가 커지는 현상은 감성을 충전하는 나와 가족의 유일한 힐링 공간의 의미로 “**Re-feel Space - U.n.I.que**” 로 표현하였다.



3. 소구점

분야	트렌드	적용방안
단지계획	<p><환경>주거환경에서 쾌적성 중요(미세먼지 등 영향)</p> <p><사회현상>반려동물 인구 증가</p> <p><가심비>세대/단지 가성비 요소 도입</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 단지 조경면적 확대, 산책로 계획 • 브랜드, 외관 중요 • 고급화 아이템 도입
세대 평면	<p><실속형, 가성비></p> <p>30평형대로 선호 집중, 서울 20평형대 증가</p> <p><가심비>수납공간(드레스룸, 알파룸, 팬트리) 중요</p> <p><여가시간증가/개인 중요>가족 공간 필요</p> <p><개인 중요/힐링공간> 개인공간 중시</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 85㎡평면 다변화, 74㎡ 등 틈새 개발 • 가변형 옵션 도입 알파룸 ↔ 팬트리/가족실/주방거실 드레스룸 ↔ 서재/AV룸
커뮤니티 시설	<p><공유경제/가심비>공간사물 공유</p> <p><사회현상>개인 중시, 운동, 고령화, 여성경제활동</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 조식라운지, 장난감도서관, 공유주방, 코인세탁실 • 개인(가족)운동실, 개인 스파, 악기 연주 연습실, 스터디카페(개인 사무, 공부) • 노인배려 시설(전용 운동공간, 재능기부) • 아이돌봄 공간
스마트홈	<p><기술>사용 확대 추세, 다양한 기술 사용빈도 높지 않음</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 특화된 기술 및 아이템 • 미세먼지 등 핵심 분야 집중

V. 부 록

첨 부

1. 참여 전문가

구분	분야	소속	소속대학/학과 또는 부서	성함/직위
토론 패널	학계	가천대학교	공과대학 도시계획학과	이상경 교수
		명지대학교	경영대학 부동산학과	이상영 교수
		한밭대학교	건설환경조경대학 도시공학과	이상호 교수
		LHI	-	진미윤 연구위원
	업계	알투코리아부동산투자자문(주)	개발건설팀본부	김혜현 이사
		대림산업	주택사업팀	손병희 부장
		(주)희림종합건축사사무소	주거설계 1본부	오성원 전무
		신한금융투자	부동산팀	이남수 팀장
		현대엔지니어링(주)	설계실장	한윤석 상무
		중앙일보	이코노미스트	황정일 기자
이메일 설문	학계	성균관대	건축학과	김도년 교수
		단국대학교	도시계획부동산학과	김호철 교수
		건국대학교	부동산학과	심교연 교수
		가천대학교	도시계획학과	이상경 교수
		명지대학교	부동산학과	이상영 교수
		한밭대학교	도시공학과	이상호 교수
		건국대학교	부동산학과	이현석 교수
		한밭대학교	도시공학과	임윤택 교수
		중앙대학교	건축학과	최윤경 교수
		연세대학교	주거환경학과	하미경 교수
	업계	지오플랜	마케팅본부	김병조 상무
		(주)희림종합건축사사무소	주거설계1본부	김태완 전무
		알투코리아부동산투자자문(주)	개발건설팀본부	김혜현 이사
		만선감정평가법인	-	황종현 이사
		대림산업	주택사업팀	손병희 부장
		㈜신영	사업팀	이수정 부장
		대우건설	주택사업2팀	최덕신 부장
		건설경제	부동산부	최지희 기자
중앙일보	이코노미스트	황정일 기자		

* 분야별 가나다순

첨 부

2. 전문가 설문지

안녕하십니까?

저희 알투코리아부동산투자자문(주), (주)희림종합건축사사무소, 더리서치그룹은 공동으로 ‘부동산 트렌드 연구’ 수행에 있어 각 계 전문가 분들의 고견을 청취하기 위해서 전문가 설문조사를 실시하고 있습니다.

본 설문조사는 내부 연구 및 1, 2차 전문가 좌담회를 통해 도출된 사회 현상과 부동산 이슈에 대한 중요도를 평가하여 차후 주요 트렌드 선정에 대한 평가지표 및 연구자료로 활용 될 예정입니다.

또한 본 과업과 관계있으나 설문 상에서 반영되지 않은 내용이 있다면 어떠한 내용이라도 의견을 주시면 소중한 의견 향후 조사 및 과업진행에 참고하겠습니다.

문의처 : 알투코리아부동산투자자문(주) 투자분석팀 이용훈 차장

☎ 02) 6207-1329 E-mail : yhlee@r2korea.co.kr

☞ 회신방법 : 본 파일에 입력하여 저장 후 e-mail로 회신해 주시거나 출력물에 수기로 작성하여 팩스로 보내 주시기 바랍니다.

Fax 02) 6207 -1365

감사합니다.

1. 부동산 관련 이슈의 중요도 평가

부동산 트렌드 분석을 위한 조사항목 등 연구 프레임 설정을 위해 STEEPV(사회, 기술, 경제, 환경, 정치, 가치)기법을 통해 6개 분야로 구분하고, 연구진·전문가의 브레인스토밍과 빅데이터 등을 참고로 하여 각각 항목에 대한 주요 이슈와 관련된 부동산 이슈를 1차적으로 선정하였습니다. 각 이슈들의 중요도를 평가하여 차후 트렌드 도출시 평가 지표로 활용할 예정입니다.

각 항목들이 부동산 시장 및 산업 전반에 미치는 영향의 정도에 대해 중요도를 평가해 주십시오. (✓)

카테고리	주요 이슈	부동산 관련 이슈	평가								
			중요도 낮음 1점	<- 2점	- 3점	- 4점	중요도 보통 5점	- 6점	- 7점	-> 8점	중요도 높음 9점
사회 (Social)	저출산/인구감소	소형평형									
		공간변형이 가능한 가변형주택									
	고령화 (인구구조변화)	시니어 주거 시설									
		가사지원 등 서비스(조식 서비스, 청소, 세탁 등)									
		병원 등 편의시설 근접성, 보행자 위주(평지)의 단지 조성									
	지역 격차 심화	주택 가격 양극화(서울 vs지방/ 강남vs비강남)									
	1인가구 증가	초소형 오피스텔 등 1인 주거시설									
	모바일 IT 기기 의존	스마트폰으로 인한 피로감/ 아날로그 공간 증가									

부동산 트렌드

카테고리	주요 이슈	부동산 관련 이슈	평가									
			중요도	<-	-	-	중요도	-	-	->	중요도	
			낮음 1점	2점	3점	4점	보통 5점	6점	7점	8점	높음 9점	
기술 (Techno- logical)	IOT, 컨버전스	스마트홈										
		프롭테크(부동산 분야 기술 융합)										
	핀테크	새로운 자금조달 방식 등장										
	VR,AR	증강현실 등을 이용한 단지소개										
	빅데이터	정보제공 매체 다양화, 정보깊이 심화										
경제 (Economic)	최저임금인상	관리비 증가에 따른 관리인력 감소 또는 무인시스템 대체										
	주 52시간 근무	단지 내 여가시설 관련 커뮤니티시설 부모와 거주하는										
	취업난	캥거루족 증가										
	공유경제	에어 비엔비등 주거공간										
		초단기 임대 쉐어하우스										
환경/생태 (Environmental)	기후변화	단열/실내 냉난방/환기 시설 등, 미세먼지로 인한 발코니 미 확장, 단지 내 알림시설										
		제로에너지 주택태양광, 에너지 절감 설계										
	대체에너지/ 신재생에너지											

카테고리	주요 이슈	부동산 관련 이슈	평가									
			중요도 낮음	<-	-	-	중요도 보통	-	-	->	중요도 높음	
			1점	2점	3점	4점	5점	6점	7점	8점	9점	
정치 (Political)	지방분권/ 지방균형발전	행정기관 지방이전에 따른 독신자숙소(소형주택)										
	부동산 정책	리모델링 등 도시재생										
		다주택 보유 감소/수익형 부동산										
		임대주택 공급물량 증가										
가치관 (Value)	개인 시간 중시 (워라벨/YOLO)	주거 시설 내 개인공간										
	가심비/가성비	주거 입지, 실용성 중요도										
	소유/투자	주택 실거주 목적, 투자 목적										
	애완동물	애완동물을 위한 공간										

(위 설문 내용 외 각 분야 별 추가할 주요 이슈나 부동산 관련 이슈가 있다면 아래에 적어 주십시오)

- 최근 정치사회적 주요 이슈 중 하나는 여성 이슈임. 여성들의 소득수준이 늘어나며 비혼족이 늘어나는 추세인데 이들을 위한 맞춤형 소형 주택 트렌드가 아직 시장에 자리잡지 못한 상태임. 빅데이터(이들의 소득수준과 행동 패턴)와 중소형 건설사들의 사업유형을 분석한 주택모델 개발이 필요함(사업지 및 수익성, 공급 가구수와 전자제품, 차량 제공 등 부가서비스 확장모델 분석도 포함)
- 범죄예방 CEPTED 설계를 현재의 보여주기식이 아닌, 지자체와 연계형으로 확장시킬 필요가 높음. 도시 중심부의 집값이 비싸짐에 따라 중서민층 가구의 주택이 오파지역에 몰리고 있는데 교통지에서 주거지까지의 이동거리가 범죄 노출 위험도를 높이고 있음. 아동들 학교에서 단지 간 반경 이동거리 역시 범죄 노출 위험도가 높음. 단지내 CEPTED 설계가 아니라 신규 아파트 단지와 지역 내 주요 인프라 시설간의 이동거리가 설계 대상 범위로 확장되어야 함. 여기에 스마트폰을 활용한 범죄예방 서비스 적용이 필요.

「 설문에 응해주셔서 감사합니다 」

SQ3. 실례지만 귀하의 **만 나이**는 어떻게 되십니까? **만 ()세**

- 1) 20대
- 2) 30대
- 3) 40대
- 4) 50대
- 5) 60대
- 6) 70대 이상 → 면접 중단

SQ4. 귀하께서는 **가구주(또는 가구주의 배우자)** 이십니까?

- 1) 가구주(또는 독립 세대)
- 2) 가구주의 배우자
- 3) 기타 → 면접 중단

SQ5. 실례지만 귀하께서 **현재 거주하고 계시는 주거 시설의 형태**는 무엇입니까?

[20대]

- 1) 아파트
- 2) 단독주택
- 3) 연립/다세대/빌라
- 4) 오피스텔
- 5) 원룸
- 6) 기타(구체적으로: _____)

[30대 이상]

- 1) 아파트
- 2) 단독주택 → 면접 중단
- 3) 연립/다세대/빌라 → 면접 중단
- 4) 오피스텔 → 면접 중단
- 5) 기타 → 면접 중단

SQ6. 귀하께서 **현재 거주하고 계시는 주거 시설(SQ5 응답 주거 형태)의 소유 형태**는 어떻게 되십니까?

- 1) 자가 소유
- 2) 전세
- 3) 월세
- 4) 기타 → 면접 중단

SQ7. 귀하께서 **현재 거주하고 계시는 주거시설(SQ5 응답 주거 형태)의 크기**는 얼마입니까?

아파트는 분양 면적, 단독주택 및 연립/다세대/빌라는 건평 기준으로 말씀해 주십시오.

- 1) 10평형 미만
- 2) 10평형~20평형 미만
- 3) _____ 평형
- 4) 20평형~30평형 미만
- 5) 30평형~40평형 미만
- 5) 40평형대 이상

A. 현재 거주 지역/주택 관련 질문

A1. 귀하께서는 **현재 살고 계신 곳으로 이사하신 지 얼마나** 되셨습니까?

● _____ 년 _____ 개월

A1-1. (20대만 질문) 귀하께서는 **현재 살고 계신 곳으로 이사하시기 직전에도 독립 세대(또는 가구주 or 가구주**

배우자)이셨습니까, 아니면 부모님과 함께 거주하셨습니까?

- 1) 이전에도 독립 세대(가구주 or 가구주의 배우자로)로 거주
- 2) 이전에는 독립하지 않고 부모님과 함께 거주

A2. (전체 응답자) 귀하께서 현재 살고 계신 지역으로 이사하신 이유는 무엇입니까? 다음 중, 중요한 이유를 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

● 1순위: _____, 2순위: _____, 3순위: _____

- | | |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1) 적당한 시세/가격의 지역이라서 | 2) 친/인척이 가까이 있어서 |
| 3) 친숙한 지역이어서/ 예전부터 살던 지역이라서 | 4) 교통환경이 편한 지역이라서 |
| 5) 직장과 가까운 곳이라서 | 6) 주거환경이 더 쾌적한 곳이라서 (산,공원 등) |
| 7) 교육 환경이 좋은 곳이라서(학군, 학원 등) | 8) 개발 가능성 등 향후 투자 가치가 높은 곳이라서 |
| 9) 기타(구체적으로:_____) | |

A3. 귀하께서 현재 살고 계신 주택으로 이사하신 이유는 무엇입니까? 다음 중, 중요한 이유를 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

● 1순위: _____, 2순위: _____, 3순위: _____

- 1) 가족 수가 늘거나 자녀의 성장 인해, 넓은 집이 필요해서
- 2) 부모님과 함께 살거나, 결혼한 자녀와 함께 살기 위해 넓은 집이 필요해서
- 3) 자녀의 독립 및 출가 등으로 인해, 넓은 집이 필요 없어서
- 4) 좀 더 넓은 집이 필요해서
- 5) 관리의 어려움, 자금마련 위해 평형을 줄여가기 위해서
- 6) 이전에 살던 집의 전세 및 월세 기간이 만료되어서
- 7) 좀 더 새 집으로 이사하고 싶어서
- 8) 관리비 등 부대 비용이 적절해서
- 9) 부모님 집에서 독립하기 위해서
- 10) 기타(구체적으로:_____)

A4. 귀하께서는 현재 살고 계신 지역의 부동산 경기가 얼마나 좋다고 생각하십니까?

매우 나쁘다	나쁜 편이다	보통이다	좋은 편이다	매우 좋다
1	2	3	4	5

A5. 귀하께서는 현재 살고 계신 지역의 부동산 시세는 향후 1년 동안 어떻게 변화할 것 같습니까?

많이 내려갈 것이다	약간 내려갈 것이다	지금과 비슷할 것이다	약간 올라갈 것이다	많이 올라갈 것이다
1	2	3	4	5

B. 향후 이사 계획 및 향후 주택 관련 질문

B1. 귀하께서는 향후 이사 계획이 있으십니까?

- 1) 향후 이사 계획 있음 B1-1로 이동 2) 향후 이사 계획 없음 B2로 이동

B1-1. (B1의 1) 이사 계획 응답자만 귀하께서는 향후 이사하고 싶은 지역으로 가장 선호하시는 곳은 어디입니까?

- 국내: _____ 시/도 _____ 시/군/구 _____ 읍/면/동
- 해외: _____ 국가 _____ 도시명

B1-2. (B1의 1) 이사 계획 응답자만 귀하께서는 향후 이사시 다음 중 어떤 형태로 이사하실 예정입니까?

- 1) 기존 주택을 팔고 다른 주택으로의 이사 의향 2) 기존 주택을 임대주고, 다른 주택으로의 이사 의향
3) 기존 주택을 팔고, 임대를 살고 싶은 의향 4) 기타(구체적으로: _____)

B1-3. (B1의 1) 이사 계획 응답자만 귀하께서 향후 이사시(또는 이사한다고 가정했을 때) 거주하고 싶은 주택의 크기(평형대)는 현재 거주하고 계시는 주택과 어떤 차이가 있을 것 같습니까?

- 1) 현재 살고 있는 주택보다 평형대가 더 큰 주택으로 이사할 것이다
- 2) 현재 살고 있는 주택과 비슷한 규모/차이가 없는 주택으로 이사할 것이다
- 3) 현재 살고 있는 주택보다 평형대가 더 작은 주택으로 이사할 것이다

B2. (전체 응답자) 귀하께서는 향후 이사시(또는 이사한다고 가정했을 때) 중요하게 고려하실 요인은 무엇입니까? 다음 중, 중요하게 고려하실 요인을 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

- 1순위: _____, 2순위: _____, 3순위: _____

- | | |
|--------------------------------|--------------------|
| 1) 교통/출퇴근의 편리성 | 2) 주변 경관/쾌적성 |
| 3) 시장, 은행, 병원 등 주변 편의 시설 | 4) 학교, 학군 등 교육 시설 |
| 5) 지역의 발전 가능성/투자가치 | 6) 가격/시세 |
| 7) 브랜드/시공회사 | 8) 단지 규모 |
| 9) 관리비 등 부대 비용
맡기는 부모님 집 등) | 10) 보육 시설(어린이집, 아이 |
| 11) 기타(구체적으로: _____) | |

B2-1. 귀하께서 이사 가서서 거주하실 주택(실거주 목적)이 아닌 투자 목적의 주택을 선택(또는 선택한다고 가정했을 때) 중요하게 고려하실 요인은 무엇입니까? 다음 중, 중요하게 고려하실 요인을 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

● 1순위: _____, 2순위: _____, 3순위: _____

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| 1) 교통/출퇴근의 편리성 | 2) 주변 경관/쾌적성 |
| 3) 시장, 은행 병원 등 주변 편의 시설 | 4) 학교, 학군 등 교육시설 |
| 5) 지역의 발전 가능성/ 투자가치 | 6) 가격/시세 |
| 7) 브랜드/시공회사 | 8) 단지/규모 |
| 9) 관리비 등 부대비용
부모님 집 등) | 10) 보육 시설(어린이집, 아이 맡기는 |
| 11) 기타(구체적으로: _____) | |

B3. 귀하께서는 향후 이사할 주택을 선택(또는 선택한다고 가정했을 때) 중요하게 고려하실 요인은 무엇입니까? 다음 중, 중요하게 고려하실 요인을 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

● 1순위: _____, 2순위: _____, 3순위: _____

- | | |
|--|-------------------|
| 1) 단지배치/향 | 2) 인테리어/스타일 |
| 3) 빌트인 가구/전자 제품 | 4) 전망/조망 |
| 5) 내부 평면 구조 | 6) 외관 형태(건물 디자인) |
| 7) 자재, 마감재 수준
조경시설 | 8) 광장, 녹지, 휴게시설 등 |
| 9) 주차장
도서관 등) 부대시설 | 10) 커뮤니티(휘트니스 센터, |
| 11) 애완동물 위한 공간 (애완견 산책로, 펫 카페 등) | |
| 12) 무선 통신망/홈 네트워크 시스템 (외부에서 조명/가스 차단, 가전 제품 원격 조정, 보안/경비 시스템 조정 등) | |
| 13) 관리비 등 부대 비용
_____) | 14) 기타(구체적으로: |

B4. 귀하께서 향후, 이사시 거주하고 싶은 주거 시설의 형태/평형대/방 개수/구조 배치는 무엇입니까? 다음 중, 각 항목에 대해 가장 선호하시는 사항을 하나만 선택해 주십시오.(단수)

선호 주택 유형	선호 평형대	희망 방 개수	향	선호 구조/배치
1) 아파트	_____ 평형			
2) 단독 주택	1) 20평형대 미만	1) 1개	1) 정남향	1) 2bay 2) 3bay 3) 4bay
3) 연립/다세대/빌라	2) 20~24평형	2) 2개	2) 남동향	
4) 오피스텔	3) 25~29평형	3) 3개	3) 남서향	
5) 기타(구체적으로: _____)	4) 30~34평형	4) 4개 이상	4) 동향	
	5) 35~39평형		5) 서향	
	6) 40평형대 이상		6) 기타(구체적으로: _____)	

C. 은퇴 이후 이후 계획 및 주택 관련 질문

- C1. 귀하께서 현재 거주하시는 지역은 어디입니까?
 C2. 귀하께서 향후 은퇴하시거나 혹은 자녀 분가 등으로 인한 가족 축소기 이후에 거주하기 원하는 지역은 어디입니까? 가장 희망하시는 지역 한 곳만 선택해 주십시오.

C1. 현재 거주 지역	C2. 가족 축소기 이후 거주 희망 지역
1) 업무 및 상업시설이 위치한 도시 내 중심지	1) 업무 및 상업시설이 위치한 도시 내 중심지
2) 업무 및 상업시설이 위치한 도시 내 주거 지역	2) 업무 및 상업시설이 위치한 도시 내 주거 지역
3) 업무 및 상업시설이 위치한 도시 인근의 신도시 (베드타운 역할)	3) 업무 및 상업시설이 위치한 도시 인근의 신도시 (베드타운 역할)
4) 업무 및 상업시설이 위치한 도시에서 다소 떨어진 외곽 지역	4) 업무 및 상업시설이 위치한 도시에서 다소 떨어진 외곽 지역
5) 업무 및 상업시설이 위치한 도시에서 멀리 떨어진 외곽 지역	5) 업무 및 상업시설이 위치한 도시에서 멀리 떨어진 외곽 지역
6) 기타(구체적으로: _____)	6) 기타(구체적으로: _____)
	7) 이사 계획 없음 (현재 거주지에서 계속 살 예정)

C3. 귀하께서 가족 축소기 이후 거주하고 싶은 지역으로 가장 선호하시는 곳은 어디 입니까?

- 국내: _____ 시/도 _____ 시/군/구 _____ 읍/면/동
- 해외: _____ 국가 _____ 도시명

C3-1. 가족 축소기 이후 거주하고 싶은 지역 OO(C3의 응답 지역)를 선호하는 이유는 무엇입니까?

C4. 가족 축소기 이후 거주하고 싶은 지역(C3 응답)을 희망하시는 이유는 무엇입니까?

다음 중, 중요한 이유를 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

1순위: _____, 2순위: _____, 3순위: _____

- | | |
|-----------------------|-------------------------------|
| 1) 고향이라서 | 2) 자식 또는 친척과 가깝기 때문에 |
| 3) 전원생활을 위해 | 4) 오래 살아서 정도 들고 친구/아는 사람도 많아서 |
| 5) 새로운 인생을 설계하기 위해 | 6) 교육 여건 때문에 |
| 7) 자녀의 육아 문제 때문에 | 8) 부동산 투자 또는 재산 증식을 위해서 |
| 9) 교통이 편리하기 때문에 | 10) 편의시설/기반시설이 좋기 때문에 |
| 11) 가격이 저렴하기 때문에 | 12) 병원/의료 시설고 가깝기 때문에 |
| 13) 쾌적한 환경 때문에 | 14) 도둑, 범죄의 위험이 없기 때문에 |
| 15) 기타 (구체적으로: _____) | |

C5. 귀하께서 가족 축소기 이후, 거주하기 원하는 주거 시설의 형태는 무엇입니까? 가장 살고 싶은 유형 하나를 선택해 주세요.

- | | | |
|----------------------|-------------|--------------|
| 1) 아파트 | 2) 주상복합 아파트 | 3) 일반 단독주택 |
| 4) 일반 연립/빌라 | 5) 상가주택 | 6) 고급빌라 |
| 7) 주거형 오피스텔 | 8) 타운하우스 | 9) 실버주택/실버타운 |
| 10) 골프 빌리지 | 11) 주거형 콘도 | 12) 전원주택/펜션 |
| 13) 기타(구체적으로: _____) | | |

D1-2. (D1의 4) 부동산 투자자만) 귀하께서 살고 계시는 주택 외, 귀하께서 보유하고 계시는 주택은 몇 개입니까?

- 현재 거주 주택 외, _____ 개 주택 보유

D1-3. (D1의 4) 부동산 투자자만) 귀하께서는 향후 부동산 상품에 대한 투자를 늘릴 예정이십니까, 줄일 예정이십니까?(단수)

- 1) 향후, 현재보다 부동산 투자 늘릴 예정  D1-3-1로 이동
- 2) 향후에도 현재와 같은 수준으로 부동산 투자 유지 예정  D1-3-1로 이동
- 3) 향후, 현재보다 부동산 투자 줄일 예정  D3으로 이동

D1-3-1. (D1-3의 1~2) 응답자-부동산 투자 유지 또는 확대자) 귀하께서 향후 부동산 상품에 대한 투자를 늘리신다면, 실제 거주를 위한 투자와 실 거주가 아닌 오직 투자 목적 중 어디에 더욱 중점을 두어 투자하시겠습니까? 실거주 목적과 투자 목적의 부동산 상품 구입을 100% 봤을 때, 각각의 투자 비율을 말씀해 주십시오.

- 실거주 목적 () % + 투자 목적 () % =100%

D2. (D1의 2) 부동산 투자자 제외) 귀하께서는 향후 부동산 상품에 투자하실 의향이 얼마나 있으십니까?



D2-1. (D2 의 4~5) 응답자-부동산 투자 의향자) 귀하께서 향후 부동산 상품에 투자하신다면, 실제 거주를 위한 투자와 실 거주가 아닌 오직 투자 목적 중 어디에 더욱 중점을 두어 투자하시겠습니까? 실거주 목적과 투자 목적의 부동산 상품 구입을 100% 봤을 때, 각각의 투자 비율을 말씀해 주십시오.

- 실거주 목적 () % + 투자 목적 () % =100%

D3. (전체 응답자) 만약, 귀하께서 향후 부동산에 투자하신다면 투자 희망 상품/투자 목적/예상 투자 금액/희망 지역은 각각 어떻게 되십니까?

투자 희망 상품	<ul style="list-style-type: none"> ● 1순위: ____, 2순위: ____, 3순위: ____ 1) 아파트 2) 단독주택 3) 다세대/빌라 4) 오피스텔(주거용 오피스텔 포함) 5) 도시형 생활주택 6) 원룸/고시원 7) 다가구 주택 8) 상가 9) 오피스 10) 생활형 숙박시설 (분양형 호텔) 11) (소형)빌딩 12) 토지 13) 기타 (구체적으로: _____)
투자 목적	<ul style="list-style-type: none"> 1) 향후 시세 차익 2) 월세 임대 수익 3) 자녀 증여 4) 기타 (구체적으로: _____)
투자 예상 금액	<ul style="list-style-type: none"> ● 약 _____ 억 _____ 천 만원
투자 희망 지역	<ul style="list-style-type: none"> 1) 서울 2) 인천 3) 경기 4) 대전 5) 대전 외, 충남/충북 6) 대구 7) 대구 외, 경북/울산 8) 부산 9) 부산 외, 경남 10) 광주 11) 광주 외, 전남/전북 12) 강원 13) 제주 14) 기타 (구체적으로: _____)

D4. 귀하께서는 평소 아파트, 주상복합, 오피스텔 등 부동산과 관련된 정보를 어디에서 얻으십니까?

다음 중, 귀하께서 부동산 관련 정보를 수집하는 채널(경로)을 모두 말씀해 주세요. (복수)

D5. 이 중(D3 응답 채널), 귀하께서 가장 신뢰하시는 채널(경로)은 무엇입니까? (단수)

	D4. 부동산 정보 수집 채널(경로)	D5. 부동산 정보 신뢰 채널(경로)
1) 신문-광고	1	1
2) 신문-기사	2	2
3) TV-광고	3	3
4) TV-뉴스	4	4
5) TV-시사/다큐	5	5
6) TV-부동산 정보	6	6
7) 라디오-광고	7	7
8) 라디오-방송	8	8
9) 인터넷-포털(네이버 부동산, 다음 부동산 등)	9	9
10) 인터넷-이메일	10	10
11) 인터넷-PR 광고	11	11
12) 인터넷-기사	12	12
13) 인터넷 블로그/카페/커뮤니티	13	13
14) 부동산 정보 사이트(부동산 114, 국토교통부 관련 사이트)	14	14
15) SNS (페이스북/유튜브 등)	15	15
16) 모바일 어플리케이션 (다방, 직방 등)	16	16
17) 주변 사람/지인 추천 (입소문, 추천)	17	17
18) 부동산 중개업자(동네 부동산)	18	18
19) 옥외 광고매체	19	19
20) 전단지	20	20
21) 기타(구체적으로: _____)	21	21

E. 기타

E1. 귀하께서 새로운 집에 거주하신다면, 새 집에서 어떤 아이템이 제공되기 원하십니까? 다음의 시설 중, 새 집에서 기본으로 제공하기 원하는 아이템을 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

공동 주택 제공 서비스	1순위	2순위	3순위
1) 양문형 빌트인 냉장고	1	1	1
2) 빌트인 감치 냉장고	2	2	2
3) 기능성 오븐(전자레인지 겸용)	3	3	3
4) 식기세척기	4	4	4
5) 식기건조기	5	5	5
6) 가스쿡탑	6	6	6
7) 전기쿡탑(인덕션): 직접 열을 가하지 않아 안전하며, 조리시간이 짧으나, 철 성분이 든 용기만 사용 가능	7	7	7
8) 하이브리드 쿡탑(가스+전기)	8	8	8
9) 에어컨	9	9	9
10) 공기 청정기	10	10	10
11) 스타일러 (탈취, 살균, 의류건조 등의 기능이 있는 의류 관리 가전제품)	11	11	11
12) 세탁기	12	12	12
13) 의류 건조기	13	13	13
14) 제습기	14	14	14

E2. 귀하께서 공동 주택(아파트 등)에 거주하신다면, 어떤 시설이 제공되기 원하십니까? 다음의 시설 중, 우선적으로 희망 시설을 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

공동 주택 제공 시설		1순위	2순위	3순위
체력 단련 관련 시설	1) 휘트니스센터(헬스장)	1	1	1
	2) GX 룸 (요가/필라테스/에어로빅 등 단체운동)	2	2	2
	3) 수영장	3	3	3
	4) 사우나(찜질방)/사위실	4	4	4
	5) 골프연습장/스크린 골프 연습장 등 골프 관련 시설	5	5	5
	6) 실내 체육관 (농구, 탁구, 배드민턴 등)	6	6	6
	7) 야외 체육 시설(조깅트랙/수영장/배드민턴/퍼팅그린 존 등)	7	7	7
스터디 관련 시설	8) 독서실/공부방/문고/작은도서관/어린이도서관 등 스터디 관련 공간	8	8	8
유아/시니어 관련 시설	9) 유아놀이방/어린이집/맘&키즈카페/키즈룸 등 유아, 엄마를 위한 공간	9	9	9
	10) 노인정/경로당/실버룸/골든클럽 등 시니어를 위한 공간	10	10	10
기타 시설	11) 주민회의실/다목적실/세미나실 등 다목적 공간	11	11	11
	12) 애완 동물 위한 공간 (펫 카페 등)	12	12	12
	13) 게스트 하우스	13	13	13
	14) 코인 세탁실	14	14	14
	15) PC방/DVD룸/멀티미디어룸	15	15	15
	16) 기타 (구체적으로: _____)	16	16	16

E3. 귀하께서 **공동 주택(아파트 등)에 거주하신다면, 관리 사무소 및 프론트에서 어떤 서비스를 제공하기 원하십니까?** 다음의 서비스 중, **우선적으로 희망 시설을 순서대로 3가지만** 선택해 주십시오.

공동 주택 제공 서비스	1순위	2순위	3순위
1) 세탁대행(세탁물 수령/발송) 서비스	1	1	1
2) 우편/택배 수령 및 발송 대행 서비스	2	2	2
3) 무인택배함 제공	3	3	3
4) 조식 서비스	4	4	4
5) 민원(서류발급 등) 대행 서비스	5	5	5
6) 실내 청소/정리 대행 서비스	6	6	6
7) 자질구레한 고장신고/AS 처리대행 서비스	7	7	7
8) 카 셰어링(입주민들만 공동 이용할 할 수 있는 차량 렌트 서비스, 예약 후 사용 기간에 따라 비용 지불하며 사용)	8	8	8
9) 장난감 대여(입주민들만 공동 이용할 할 수 있는 장난감 대여 서비스, 예약 후 사용 기간에 따라 비용 지불하며 사용)	9	9	9
10) 아이 돌봄 서비스	10	10	10
11) 기타 (구체적으로: _____)	11	11	11

E4. 귀하께서는 **공동 주택(아파트 등)의 경비업무 중 일부 '무인경비 시스템 및 CCTV(외부 침입자 감지 시, 경보음이 울리고 무인경비 업체가 출동하는 시스템'으로 교체하는 것을 얼마나 선호하십니까?**
 (경비 업무를 무인경비 시스템 및 CCTV로 교체시, 관리 비용은 낮아질 수 있으나, 기존 경비원 업무에 포함된 택배 대리 수령, 쓰레기 분리 수거 도움 등(감시 업무 외 기타 업무)은 지원되지 않습니다. 보안 및 안전, 관리비, 경비원의 추가 업무 지원 여부 등을 종합적으로 고려해 말씀해주세요.)

전혀 선호하지 않는다	별로 선호하지 않는다	보통이다/ 별 차이 없다	선호한다	매우 선호한다
1	2	3	4	5

E5. 귀하께서는 **'스마트 홈 서비스'를 평소 얼마나 자주 이용하십니까?**

거의 이용하지 않는다	1달에 1회 이상 이용한다	1주일에 1~2회 이상 이용한다	1주일에 3~4회 이상 이용한다	거의 매일 이용한다	스마트홈 서비스 미적용 세대
1	2	3	4	5	9

E6. 귀하께서는 **'스마트 홈 서비스'가 얼마나 필요하다고 생각하십니까?**

전혀 필요하지 않다	별로 필요하지 않다	보통이다	필요하다	매우 필요하다
1	2	3	4	5

E6-1. **(E6의 1~2)불필요자만** 귀하께 '스마트 홈 서비스'가 필요하지 않는 가장 큰 이유는 무엇입니까?(단수)

- 1) 스마트 홈 서비스 없이도 생활하는데 큰 불편함 없어서
- 2) 스마트 홈 서비스가 실제 생활에 많은 도움을 주지 않을 것 같아서/않아서
- 3) 현재, 개발된 서비스/기술 중 이용하고 싶은 서비스/기술이 없어서
- 4) 스마트 홈 서비스 이용이 어려울 것 같아서/어려워서
- 5) 스마트 홈 서비스 기술에 의존한 생활이 싫어서
- 6) 기타 (구체적으로: _____)

E7. 귀하께서는 다음에 제시되는 '스마트 홈 서비스'의 세부 서비스 중, 어떠한 서비스가 필요하실 것 같습니다? 다음의 서비스 중, 필요하실 것 같은 서비스를 순서대로 2가지만 선택해 주십시오.

스마트 홈 서비스	1순위	2순위
1) 가전 제품 연계 서비스(예시): - 집안에 먼지가 많을 시, 로봇 청소기 자동 가동/ 또는 집 밖에서 원격 조정 - 미세먼지 발생 시, 공기 청정기 자동 가동/ 또는 집 밖에서 원격 조정 - 누워서 음성으로 조명, TV 제어 (음성 인식 비서 기능) - 냉장고에 떨어진 물품 등을 체크하고 모바일로 알람/ 또는 자동 주문 - 집 밖에서 원격으로 난방 시스템 켜고 끄는 기능	1	1
2) 실버 세대 관련 서비스(예시): - 움직임 감지로 보호자에게 문자 전송 (보호자 안부 문자) - 빌트인 체중계로 체중 데이터 축적 - 병원 연계 서비스로 홈닥터 서비스 등 의료 시설 서비스	2	2
3) 자녀 관련 서비스(예시): - 아이와 학교, 학원 등하고 차량의 위치 추적으로 부모안심 단지 조성 - 특화 공부방 설계로 다른 방보다 더 많은 환기/방음/조명 원격 조정 가능	3	3
4) 반려 동물 관련 서비스(예시): - 건강 체크 및 알람(예방접종 시기 알림, 건강 정보/병원이력 등 제공) - 웹캠/모션감지 등의 기능 활용해 반려동물 상태 모니터링, 이상시 알람 - 반려 동물에게 물/식사 등을 시간에 맞추어 제공해 주는 서비스	4	4
5) 범죄 예방/안심 강화 서비스(예시): - 특정 소리 인식, 모션인식 등 IT 기술을 활용한 단지 내 CCTV 설치 - 세대 방문자 시간, 얼굴 기록(부재중 방문 포함)해 모바일로 안내 등 무인경비 체제 - 화재 발생시 알람, 신속 이동경로 표기해 모바일로 안내	5	5

E8. 귀하께서는 여가 시간을 어디에서 보내십니까?

집안, 아파트 단지 내, 집/아파트 단지 외부 공간의 합을 100% 봤을 때, 각각의 공간에 시간을 보내는 비율을 말씀해 주십시오.

- 집안에서 () % + 아파트 단지 내에서 () % + 집/아파트 단지 외부에서 () % =100%

E9. 귀하께서는 **여가 시간에 주로 어떤 활동**을 하십니까? (단수)

- | | |
|--|------------------------|
| 1) TV 시청 | 2) 독서/스터디 |
| 3) 인터넷 서핑/ 모바일 라이프 (모바일 기기, SNS 활용 등)
공연 관람 | 4) 영화/연극/뮤지컬 등 문화예술 |
| 5) 쇼핑 | 6) 여행 (캠핑/등산/해외 여행 등) |
| 7) 맛집/카페/디저트집 찾아 다니기 | 8) 외모 가꾸기 (헤어, 메이크업 등) |
| 9) 휘트니스/헬스 | 10) GX 운동 |
| 11) 수영 | 12) 골프/스크린골프 |
| 13) 애완동물/반려 동물 케어
사람들과의 네트워킹 | 14) 친목 도모/사교 모임/주변 |
| 15) 텃밭 가꾸기/원예/식물 기르기 | 16) 요리하기/쿠킹/홈베이킹 |
| 17) 음악/미술(그림, 공예 등) 활동
(캔들/디퓨저/비누 등) | 18) DIY 제품 만들기 |
| 19) 인테리어/셀프 인테리어/집안 꾸미기 등
_____) | 20) 기타 (구체적으로: |

F. 소비 생활에 관한 질문

F1. 귀하께서 거주하시는 주택 인근에 위치하기 원하는 시설은 무엇입니까? **중요한 순서대로 3가지만** 선택해 주십시오.

● 1순위: _____, 2순위: _____, 3순위: _____

- | | | |
|---------------------|------------------------|---------------|
| 1) 은행 | 2) 패션관련 판매점 | 3) 병원/클리닉센터 |
| 4) 슈퍼마켓 | 5) 학원 | 6) 책/DVD 렌탈샵 |
| 7) 안경점 | 8) 세탁소 (전문세탁소) | 9) 미용실 |
| 10) 패스트푸드점(버거킹 등) | 11) 커피숍/카페 | 12) 프랜차이즈 음식점 |
| 13) 베이커리/제과점 | 14) 일반 음식점(한식/일식/중식 등) | |
| 15) 가구소품/인테리어샵 | 16) 찜질방/목욕탕 | 17) 애완동물/동물병원 |
| 18) 대형 헬스클럽 | 19) 마사지샵(미용/스포츠) | |
| 20) 리폼/수선가게(옷/가방 등) | 21) 24시간 편의점 | 22) 반찬 가게 |
| 23) 24시간 빨래방 | 24) 기타(구체적으로:_____) | |

F2. 마지막으로 귀하의 소비 및 부동산과 관련한 귀하의 태도 및 의견에 대해 여쭙보겠습니다. 다음의 문장에 대하여 어떻게 생각하시는지 하나만 골라주십시오.

구분	예	아니오
1. 나는 우리 가족이 먹을 식품/음식은 가격이 좀 비싸더라도 품질이 우수한 제품을 구입한다 (가격보다는 품질 중요시 함)	1	2
2. 나는 쇼핑을 할 때, 아무리 싸게 행사를 하더라도 유명한 브랜드 제품이 아니라면 구입하지 않는 편이다	1	2
3. 나는 쇼핑을 할 때, 비싼 유명 브랜드 제품과 좀 더 저렴하지만 잘 알려지지 않은 브랜드 제품의 성분, 품질을 꼼꼼히 비교한 다음 큰 차이가 없으면 저렴한 브랜드를 구입하는 편이다	1	2
4. 나는 쇼핑을 할 때, 좀 더 저렴한 제품을 구입하기 위해 인터넷이나 오프라인 매장에서 발품을 많이 파는 편이다	1	2
5. 나의 행복과 만족감을 위해 약간 무리하더라도 쇼핑, 여행 등 나를 위한 투자/선물을 종종 하는 편이다	1	2
6. 나에게 있어 주택 구입, 자가 소유는 매우 중요한 사항이다	1	2
7. 나에게 있어 주택은 '거주(살기 위한) 공간'의 의미이지, '투자의 대상'이 아니다	1	2
8. 나는 주변 사람들보다 부동산 및 부동산 투자에 대한 관심이 많은 편이다	1	2
9. 나는 대출을 받아 가며 부동산에 투자하거나 부동산을 구입하고 싶지 않다	1	2
10. 나는 다주택자(주택 2채 이상 소유)는 모두 투기꾼이라 생각한다	1	2

DQ. 인구통계학적 질문

DQ1. 현재 귀댁의 가족 구성원 및 형태는 다음 중 무엇입니까? (현재, 함께 거주하고 있는 가족 기준)

- | | |
|----------------------------|---|
| 1) 1인 가구 D2로 이동 | 2) 형제/자매 및 지인 등 룸메이트와
거주 D2로 이동 |
| 3) 부부만 D2로 이동 | 4) 부부+미혼자녀 |
| 5) 부부+그 부모+미혼자녀(3대가 사는 가구) | 6) 부부 + 그 부모(부모와 사는 부부) D2로 이동 |

DQ1-1. (DQ1의 4) 또는 5) 응답, 자녀 있는 경우) 귀하의 자녀는 몇 명입니까?
(현재, 함께 살고 있는 자녀 기준)

● _____ 명

DQ2. 현재 귀하와 함께 거주하고 계시는 가족은 본인을 포함하여 모두 몇 명입니까?

● _____ 명

DQ3. 귀댁은 현재 맞벌이 가정입니까, 외벌이 가정입니까?

1) 맞벌이 가정

2) 외벌이 가정

DQ4. 귀하 또는 배우자 분의 평소 출퇴근 시간은 얼마나 되십니까?

평소, 집에서 출발하셔서 직장(또는 근무처)까지 도착하시는 Door to Door 소요 시간을 말씀해주시기 바랍니다.

(맞벌이 가정은 귀하와 배우자 분의 출근 소요 시간 중, 더 짧은 시간 하나만 말씀해 주세요.)

● 약 _____ 시간 _____ 분 소요

DQ5. 귀댁의 가구주 직업은 어떻게 되십니까?

- 1) 농업.수산업.축산업 (가족 종사자 포함)
- 2) 자영업 (종업원 9명 이하 소규모 업소 주인 및 가족종사자, 약국, 개인택시운전사 등)
- 3) 판매직.서비스직 (상점점원, 세일즈맨, 보험설계사 등)
- 4) 기능.숙련공 (중장비.트럭운전사,전자.가전제품 A/S 기술자 등)
- 5) 일반직업직 (토목 관계 현장작업, 청소, 수위 등 육체노동자)
- 6) 사무직.기술직(일반회사 사무직, 기술직, 교사, 회사에 소속된 웹디자이너, 컴퓨터 프로그래머 등)
- 7) 경영관리직(5급이상 공무원, 교장, 기업체 부장 이상 등)
- 8) 전문직(대학교수, 변호사, 의사, 회계사, 종교인, 언론인, 고소득 프리랜서 등)
- 9) 가정 주부
- 10) 무직
- 11) 기타 (구체적으로 : _____)

DQ6. 귀댁의 월 평균 가구 소득 총액은 대략 얼마입니까? (수입 외 임대소득, 부수입, 보너스 등 포함)

● 약 _____ 만원

DQ7. 현재, 귀하와 배우자 및 함께 거주하고 계시는 가족의 자산을 합산한 총자산 규모는 대략 얼마입니까?

● 약 _____ 억 _____ 천 _____ 백 만원

- | | | |
|----------------|-----------------|---------------|
| 1) 3억원 미만 | 2) 3억원~6억원 미만 | 3) 6억원~9억원 미만 |
| 4) 9억원~12억원 미만 | 5) 12억원~15억원 미만 | 6) 15억원 이상 |

- 끝까지 조사에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다 -