

새로운 주거 수요 확산, 틈새 주택 상품 속속 출현

조 철 현 | 아주경제 건설부동산부 부장

‘집 = 아파트’라는 공식이 깨지고 있다. 아파트 일색이던 주거 형태가 최근 들어 다양한 모습을 선보이고 있다. 아파트에 질린 수요자들이 다양한 형태의 주거 상품으로 갈아타면서 이른바 ‘탈(脫) 아파트’ 현상이 확산되는 분위기다. 이는 쾌적한 주거 환경을 추구하려는 욕구와 비교적 싼 값에 개성 있는 ‘나만의 집’을 가질 수 있다는 특징이 맞물려 나타난 움직임이다.

강원대 이학동 교수(부동산학과)는 “사람들이 아파트에 대해 가졌던 로망이 이제 단독주택·땅콩주택·캐저루 하우스 등 각자 자기만의 개성이 뚜렷한 주거 형태에 대한 로망으로 바뀌어 가고 있다”고 말했다. 아파트 가격이 약세를 면치 못하면서 투자 상품으로서 가치가 떨어진다는 점도 영향을 미치고 있다. 아파트에 투자해 시세 차익을 얻을 수 없다면 나만의 집을 지어 쾌적하게 살자는 심리가 번지고 있다는 분석이다.

건설업계도 바빠졌다. 틈새 주거 상품을 새로운 주택사업으로 보고 상품 개발에 속속 나서고 있다.

아파트 전성시대, 막 내리나

아파트 공화국인 대한민국의 주거 판도가 바뀌고 있다. 1980년대 후반~1990년대 초반, 수도권 1기 신도시 개발을 시작으로 독주 체제를 굳히며 ‘부동산 불패 신화’의 주인공으로 자리매김했던 아파트가 내리막길로 미끄러지고 있다. 일각에서는 “이제 아파트 시대는 끝났다”고까지 말한다. 대신 그 자리를 단독주택 등을 비롯한 다양한 주택 상품들이 채우고 있다. ‘탈아파트’ 현상이 가속화하고 있는 것이다.

이와 같은 변화의 배경에는 부동산 시장의 장기 침체가 크게 자리하고 있다. 아파트가 곧 재산으로 인식되며 재테크의 중요한 수단이었던 과거에는 너도나도 대출을 받아 아파트를 사는 데 골몰했다. 하지만 한때 ‘버블(거품) 논쟁’이 불거질 정도로 치솟던 아파트 값은 하향 안정세 돌아섰다. 부동산 경기 침체 여파로 아파트가 더 이상 투자 수단으로서의 매력을 잃자 아파트를 바라보는 시선도 달라졌다.

주택 보급률이 높아진 것도 아파트 전성시대의 종말을 앞당기는 데 한몫을 한다. 주택 과부족 시대가

지나면서 아파트 수요 압박이 약화됐고, 이는 아파트에 대한 선호도를 떨어뜨리는 계기로 작용했다는 설명이다. 반면 과거 4인에서 1~2인으로 가구 구성원이 줄면서 저렴한 소형 주택에 대한 선호도는 높아지고 있다. 또 고령 인구는 꾸준히 늘고 있어 노인 맞춤형의 새로운 주택 수요도 확대되고 있다.

주택 '소유'에 대한 달라진 가치관도 주거 트렌드 변화의 중요한 배경이다. 최근 들어 젊은 층을 중심으로 '사는(buy)' 집에서 '사는(live)' 집으로 주택에 대한 패러다임의 전환이 이뤄지고 있다. 주택 선택 기준이 편리성에서 삶의 질과 개성으로 변하고, 주5일제로 인한 여가시간 증대도 주거 트렌드를 변화시킨 요인이다.

국토해양부가 얼마 전 내놓은 주택 공급 인허가 현황만 봐도 주택 유형의 달라진 선호도를 알 수 있다. 2011년 아파트 외 인허가 실적은 19만 2,832호로, 전년 대비 76% 늘었다. 이는 아파트 외 주택이 급증했던 2002년 이후 가장 많은 물량으로, 수도권에서 81.6%, 지방에서는 70.9%가 늘어 전국적으로 높은 증가세를 보였다.

주거 형태의 진화... 주택 유형 다양화

주거 선호도가 바뀌면서 다양한 주택 상품이 출현하고 있다. 이 중에서도 단독주택이 가장 활발한 변화 과정을 겪고 있다. 답답한 아파트를 떠나 한적한 주택에 살고 싶어 하는 사람이 늘면서 단독주택 스타일에도 변화의 바람이 불고 있다. 개성이 담긴 차별화된 단독주택이 출현하기 시작한 것이다.

대표 사례가 '땅콩주택'이다. 한 개 필지에 2가구가 나란히 지어진 모습이 땅콩을 닮았다고 해서 붙여진 이름이다. 미국에서는 '듀플렉스(duplex)홈'으로



쾌적함과 비용 절감으로 주목받고 있는 땅콩주택.

불린다. 단독주택의 쾌적함을 누리면서 땅값과 건축 비용을 두 집이 같이 내기 때문에 비용 부담을 절반으로 줄일 수 있는 것이 특징이다. 경기도 고양·용인·화성시 등 수도권에 널리 분포돼 있다.

최근 들어선 획일적인 디자인에서 탈피해 다양한 자재와 외관을 갖춘 땅콩주택도 선보이고 있다. 하지만 소유권 문제, 보안과 사생활 노출, 관리 문제 등은 단점으로 꼽힌다. 땅콩주택은 한 개 필지에 3~4가구가 함께 사는 '완두콩주택'으로 진화하고 있다.

귀향·전원 생활을 꿈꾸는 은퇴자들이 늘어나면서 전원주택·타운하우스 등도 재조명받고 있다. 가장 눈에 띄는 변신은 넓은 전원주택을 두 가구가 쪼개 쓰는 '갱거루 하우스'다. 이 주택은 이르면 부분 임대형 아파트의 전원주택식 버전이다. 이에 따라 은퇴해 전원주택에서 노후 생활을 만끽할 수 있으면서 별도 가구를 미니 펜션 용도로 임대해 수익을 올릴 수도 있다.

디자인 측면에서도 차별화가 한창이다. 대표 상품이 '힐링(healing) 전원주택'이다. 대도시 인근의 전원 생활을 즐길 수 있는 주택지에 인체의 면역력을 강화해 주고 치료 능력이 있는 자재로 건축한 주택단지를 일컫는다. 최근 들어선 내·외부 벽면을 친환경 황토로 마감한 힐링 전원주택이 강원도 등지에서 많

특집 '주택'의 미래를 말하다

이 공급되고 있다. 황토를 활용한 힐링 전원주택은 전원주택 본래 목적인 '안식'과 '휴가' 목적 달성을 극대화한 형태다.

동두천시 등 수도권 일대에서는 '프로방스풍 목조 주택'이 속속 들어서고 있다. 방문객에게 남유럽 농촌 마을에 온 듯한 착각을 선사한다. 전형적인 박스형 단독주택에서 탈피한 것이 특징이다.

에스키모족 이글루 같은 외관을 하고 있는 '돔(dome)하우스'에도 관심이 쏠리고 있다. 만화 속 스펀지 마을의 '버섯집'을 연상케 하는 단독주택이다. 돔하우스는 돔 구조의 특성상 내부에 기둥이 없어 내부 공간을 넓게 활용할 수 있고 에너지 효율이 높아 냉난방 비용을 줄일 수 있는 게 장점이다.

개인 사생활 보호가 필요한 곳은 독립 공간으로 격리하고, 취사나 여가 공간 등은 다른 입주민들과 공동으로 사용하는 '셰어하우스(share house)'도 눈길을 끈다. 이웃과 격리된 원룸형 일색으로 지어지던 도시형 생활주택에 공동체 정서를 도입한 상품이다. 서울 서대문구 연희동의 '연희 마이바움'이 국내 1호 셰어하우스로는 꼽힌다. 지하 1층은 7대의 주차 공간이 확보돼 있고, 지상 2~5층은 전용 10·18㎡ 규모 37실의 원룸으로 구성됐다. 1층에는 입주민 공용 공간인 카페테리아가 있어 저렴한 가격에 식사와 간식을 할 수 있다. 한 칸에는 직접 요리를 할 수 있는 공간도 마련돼 있다. 시니어타운도 아파트를 대체할 틈새 상품으로 떠올랐다. 고령화 시대에 발 맞춰 등장한 상품으로, 주거·의료·문화·헬스가 복합된 선진형 주택이다. 지난해 3월 「노인복지법」 개정이 이뤄졌다는 점도 호재다. 60세 미만의 사람도 입주할 수 있고, 일반인에게도 양도 및 임대 가능하게 했다. 주택 구입자는 취·등록세 50%를 감면받고 전기

요금도 20% 할인받는다.

주택건설업계, 신상품 개발 박차

주택 수요자들의 욕구가 다양해지면서 건설사들도 새 상품 개발에 나서는 등 분주한 움직임을 보이고 있다. 차별화된 상품 개발로 시장을 선점하면서 고객에게 한 발 더 다가간다는 전략이다. 업계 관계자는 "아파트에 대한 투자 가치가 상대적으로 줄어들면서 천편일률적으로 지어지는 아파트보다는 개성 있는 주택에 대한 선호도가 높아지는 추세"라며, "업계에서도 경쟁력 강화를 위해 상품 다변화에 나서고 있다"고 말했다.

SK그룹 계열 개발회사인 SK D&D는 '스카이홈'이라는 단독주택 브랜드를 앞세워 지주 공동사업으로 소규모 전원주택단지 조성을 추진 중이다. 지난 2010년 첫 선을 보인 스카이홈은 기존 단독주택의 단점을 보완한 친환경적인 단독주택으로 공사 기간이 7~9주로 짧고, 자재를 대량 구매하기 때문에 공사 단가도 낮출 수 있다는 게 장점이다.

최대 10년 간 무상 애프터서비스(AS)도 실시한다. 목재기업인 동화홀딩스의 자회사 동화SFC하우징도 고급 목조형 단독주택인 '네이처하우스'를 선보였다. 이 회사는 일본 주문주택 전문 기업인 스미토모 임업과 공동 출자해 분양뿐만 아니라 토지를 소유한 수요자들에게 단독주택을 지어주는 서비스를 제공하고 있다. 전문가들은 시공 능력과 상품 기획력, 자금을 갖춘 대형 건설업체들이 잇달아 틈새 주택시장으로 뛰어들면서 상품의 질을 비롯해 애프터서비스 등 소비자 서비스의 질도 더욱 좋아질 것으로 기대하고 있다. CERIK