‘얼어붙은’지방 주택 시장 - 지역 밀착형 상품 개발을

- 충청권 이외 총선 이후도 ‘냉랭’, 주택건설업계 ‘二重苦’ -

총선은 예상대로 부동산 시장에 큰 영향을 주지 않고 지나갔다. 커다란 정책 변수가 별 문제없이 비켜간 셈이다. 그러나, 현재 부동산 시장은 곳곳에 불안 요소가 잠재되어 있다. 재건축 대상 아파트와 분양권 전매 가능한 아파텔 등이 바로 그것이다. 재료가 될 만한 곳이나 상품에는 어김없이 로또식 대박을 노리고 부동자금이 시장으로 유입되고 있다. 서울 용산에 이어 부천의 대규모 주상복합 아파트에도 많은 청약자가 몰린 것은 이러한 현상을 잘 보여준다.

하지만 이러한 자금의 유입도 재료나 지역에 따라 그 격차가 심한 편이다. 지역적으로는 용산, 광명 등 개발 재료와 최근 개통된 고속철도의 역사를 중심으로 관심이 집중되고 있다. 상품으로는 분양권 전매가 가능한 주상복합 아파트와 사업 승인을 받은 강남의 재건축 아파트 등이 시장 분위기를 이끌고 있다. 이에 반해 일반 아파트 동시 분양 시장에서는 특별한 쏠림 현상이 아직 보이지 않고 있다.

지방 주택 시장, 충청권 제외하고는 냉랭

지방 시장은 서울과는 분위기가 사뭇 다르다. 대전을 중심으로 하는 충청권을 제외하고는 마땅한 재료가 없다. 이런 분위기는 가격에 그대로 반영되고 있다. 국민은행이 최근 발표한 ‘3월 전국 주택 가격 동향 조사’에 따르면 서울과 대전을 제외하고는 가격 이하락한 것으로 나타나고 있다.

서울(100.9)은 10·29 대책에도 불구하고 기준시점인 지난해 9월(당시 가격을 100으로 보고 비교한 수치)에 비해 매매 가격이 상승한 것으로 나타났다. 광역시 가운데는 대전(101.4)이 서울보다 높은 매매 가격 상승세를 보였다. 가격 변동률도 대전은 2003년 한 해 동안 39.1%나 상승하였다. 이에 반해 부산(97.8)은 광역시 가운데 가장 큰 하락 폭을 보였으며, 대구(99.3), 인천(98.1), 광주(99.4), 울산(99.0) 등도 부산에 비해 하락 폭은 작지만 하락세를 보이고 있다. 가격 하락은 바로 거래에 반영되어 매물을 사겠다는 ‘매수우위’는 4.9%인 반면 팔겠다는 ‘매도우위’는 63.8%로 나타났다.

투기적 수요 이탈 후 관망세

지방의 분양 시장도 마찬가지이다. 먼저, 부산의 침체가 눈에 띈다. 부산의 경우 매매 가격 하락 폭도 크지만 분양 시장의 주택 청약률은 지난해 8.1대 1에서 현재 0.06대 1, 초기 계약률은 지난해 87%에서 현재 1.3%로 극히 낮은 수준을 보이고 있다.

지방의 분양 시장이 어려운 것은 크게 두 가지 이유에서다. 우선 가격 상승기에 시장에 참여했던 전국적인 투기적 수요가 분양권 전매 가 제한되는 투기과열지구 지정 등 정부의 잇따른 시장 안정 대책 등의 영향으로 시장에서 이탈한 것이 주효했다. 또 다른 하나는 투기적 수요에 편승했던 실수요를 포함한 지역 내 수요자들이 가격 하락 기대감 등으

로매수시점을늦추고있기때문이다.

이 외에 다른 이유도 있다. 분양가격 상승률이 아파트 매매 가격 상승률을 초과하기때문이다. 부산을예로들면지난해부산지역의아파트매매가격상승률은약8%로 전국평균13.5%, 서울의13.8%, 그리고광역시 전체 평균인 13.3%보다 낮았다. 이에 반해 최근 분양된 아파트의 공급가는 평당 750만원 수준으로 지난해보다 11.7% 정도 상승한 것으로나타났다. 그렇지않아도 최근분양가격이시세 수준을초과해서책정되고 있는데 아파트 가격 상승률을 상회한다는 얘기는 프리미엄을 노린 투기 수요가 아닌 실수요자가 선택하기에도 부담스러운 가격일수밖에없다.

이에 따라 최근 지방에서 분양을 준비하고있는업체들의경우분양가격을이전처럼공격적으로잡지못하고있다. 이전의분양 가격을 100이라고 한다면 최근에는 95 수준이거나 그 밑으로 분양 가격을 결정하고있다. 뿐만아니라지방의경우에는중도금무이자대출등의공급조건은필수이다. 소비자의 초기 부담을 최소화해주는 것이 지방에서는 미덕이다. 이전부터 적용해 왔고범위가보다확대되고있다. 이렇게해도 소비자가 선택해줄지 의문이라는 게 분양 관계자들의 전언이다. 이런 까닭에 업체는 이중고에시달리고있다. 오를대로오른토지가격이반영된분양가를무작정내릴수 없기 때문이다. 그리고건설업체가높은분양가격을책정해크나큰이익을보고있다는최근의여론또한짐이되고있다.

그렇다고 지역 시장이 어렵기만 한 것은 아니다. 아파트시세조사업체인부동산114에서부산지역주민을대상으로실시한최근의설문조사결과를보면조사대상자의 42.8%가 현 거주지를 처분하고 이주할 의사가 있는 것으로 나타났으며, 이 가운데 67%가 아파트를 선호하는 것으로 나타났다. 물론 이주 의사를 갖고 있는 사람들이 실제구매력을갖춘소비자인가라는반론의 여지는있다. 그러나, 이것은실수요자기반의잠재수요층이시장내에여전히존재한다는것을의미한다. 다만이전보다쉽지않을뿐이다. 따라서, 현재와같은분위기에서는지역내실수요자를대상으로하는사전마케팅과초기 boom-up의사업성공의관건이라고할수있다.

주택시장이 공급자중심에서소비자중심으로전환되는과도기를지방시장이먼저겪고있다. 그렇다면지역소비자의 니즈를파악함으로써팔릴수 있는 상품 개발에주력함으로써활로를찾아야한다.

지역 밀착형 상품 개발로 활로 모색해야

여기에 분양성 제고를 위해서는 지역적 정서를 감안한 지역 상품을 개발할 필요가 있다. 서울에서 성공한 상품이반드시지방에서도 성공한다는 보장이 없다. 우리나라 만큼집에대해보수적인나라도드물다. 지방의 경우 전망보다는 여전히 향을 중요시하거나 출입구에서 바로 주방이 보이는 것을 선호하지 않는다. 또한 실개천, 정자 등의단지내조경보다는전용공간내주방용품을 무상 제공하거나 사소한 부엌살림이 많아뒤베란다쪽에대용량의큰수납공간을선호하는등의특징이있다. 브랜드는키우되고급화가 최선은아니라는 뜻이다. 따라서, 지역에서 선호하는 상품을 공급하는 전략이요구된다.

한편, 다시금 가격 폭등에 기인한 '묻지마투자'식의청약은없을것으로예상된다. 시장이 공급자 시장(supplier's market)에서 소비자시장(buyer's market)으로전환되는과도기를지방시장이먼저 겪고있는 것이다. 그렇다면 지역 소비자의니즈를파악해팔릴수있는상품을 만들어내는것이 가장효과적인방법이다.

최근화성동탄등의택지개발지구는물론비택지개발지구를통해대단위아파트 공급이 이루어질 예정이다. 그리고 여전히 충청권을중심으로대단지아파트가공급된다. 이 가운데 최대의 관심은 화성 동탄이 될 듯싶다. 9개 단지에 6,000가구 수준이다. 입지자체가 수도권인까닭에수원 · 화성및수도권일부거주자는물론서울의실수요자등이가세할 것으로 예상된다. 광역시로는부산 다대, 대구월성, 광주신창등에 500가구 이상의 대단지 신규 물량이 공급될예정이다. 지방주택시장이얼어붙은 지금얼마나성과를거둘수있을까. 실수요자를대상으로한 선전을 기대해본다.

서정렬
알투코리아부동산투자자문(주) 부사장
jysuh@R2Korea.co.kr