

창조경제를 위한 부동산산업 생태계 활성화



주택산업연구원 김 찬호

 주택산업연구원
KOREA HOUSING INSTITUTE



Table of Contents

- I. 서론
- II. 부동산산업 현황 및 특징
- III. 부동산 시장 전망
- IV. 일본 부동산산업 사례
- V. 부동산산업 전략 및 활성화 방안

 주택산업연구원
KOREA HOUSING INSTITUTE

I. 서론

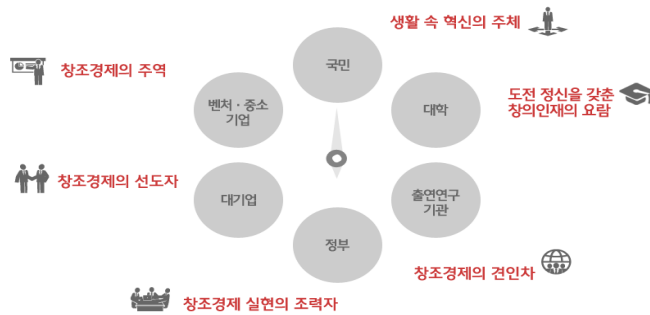
1. 창조경제 의미

I. 서론

창조경제란?

창의적 아이디어가 성장엔진이 되는 경제!

- 창의성을 경제의 핵심 가치로 두고 새로운 부가가치 · 일자리 · 성장동력을 만들어내는 경제
- 국민의 창의성과 과학기술, 정보통신기술(ICT)의 융합을 통해 산업과 산업이 융합하고 산업과 문화가 융합해 새로운 부가가치를 창출함으로써 새로운 성장 동력과 일자리를 만들어내는 경제



창조경제 실현을 위한 부동산산업의 역할과 방향은?

창의성을 바탕으로 새로운 부가가치, 일자리, 성장동력 창출을 위해 무엇을 고민해야 하는가?

1 국내 부동산산업은 어떠한 특성을 가지고 있는가?

2 부동산시장은 향후 어떠한 변화가 예상되는가?

3 부동산산업의 성장과 활성화를 위해 무엇이 필요한가?

창조경제를 위한 부동산산업(주택산업)의 경영전략 관점에서 방향성 제시

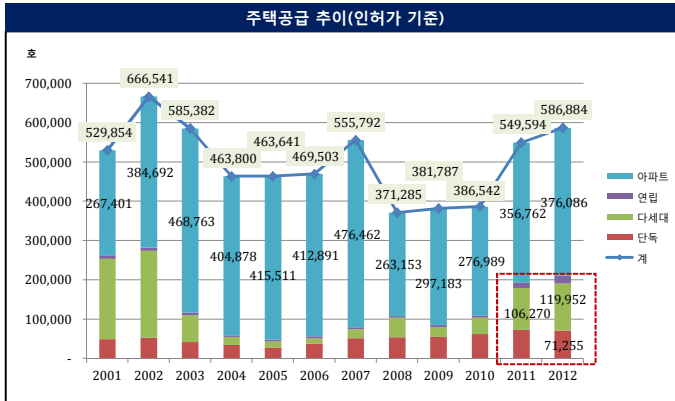
II. 부동산산업 현황 및 특징

1. 주택공급 추이

Ⅱ. 부동산산업 현황 및 특징

수도권 시장 침체에도 불구하고 2011년, 2012년 주택공급실적 큰 폭 증가
지방시장 공급, 비아파트 유형 공급 비중 증가

- ❖ 주요 공급증가 요인인 지방시장, 도시형생활주택 공급과잉 우려. 주택공급 축소 조절 정책 기초
⇒ 향후 신규주택공급 축소 예상



- ✓ 주택건설실적은 2008-2010년 3개년 40만호 이하로 크게 감소 후, 2011년, 2012년 50만호 이상으로 큰 폭 증가

- ✓ 2011년, 2012년 공급 실적은 지방 공급 증가와 단독, 다세대 등 비아파트 유형 증가 요인이 특징

2. 주택 임대업 및 관리업 추이

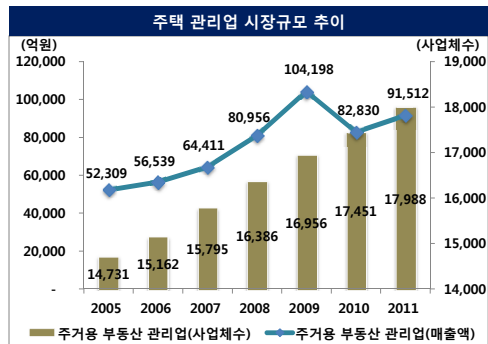
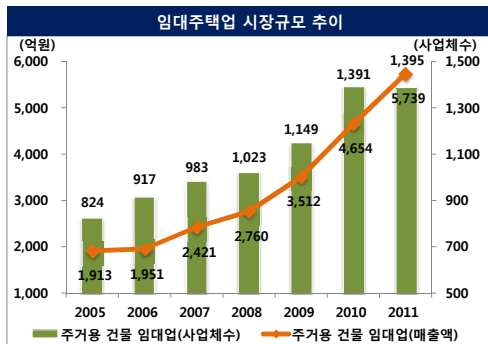
Ⅱ. 부동산산업 현황 및 특징

주택임대업, 관리업 시장 성장세 추이

단, 2010년 관리업체 선정의 경쟁입찰제 도입으로 관리업 시장 매출규모 축소 (아파트 관리업)

- 주택임대업 시장규모는 지속적으로 성장
- 2010년 이후 높은 성장세 : 2010년 매출액 및 사업체수
→ 약 1,200억원 증가, 약 250개 업체 증가
- ❖ 주택임대업 매출액은 제도권(등록사업자)에 한정된 것으로 미등록 개인사업자 포함시 연간 약 3조원 규모 추정 (약 5배)
(총 임차가구 약 700만, 제도권 임대주택 약 140만호)

- 주택관리업 시장규모 성장세 지속
- 사업체수 증가, 2010년 매출액 규모 축소
- ※ 2010년 경쟁입찰제(최저가 입찰방식)시행으로 덤핑경쟁으로 인한 관리수수료 수입 감소



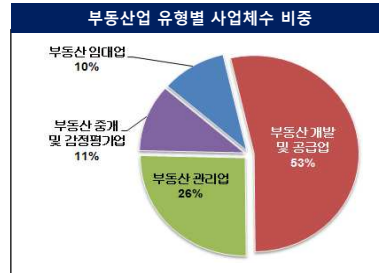
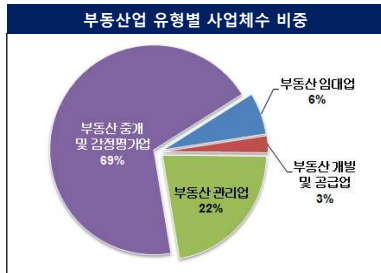
3. 부동산업 현황

Ⅱ. 부동산산업 현황 및 특징

부동산업 중 사업체수 기준으로 부동산 중개업 비중이 가장 높으며, 매출액 기준으로 개발 및 공급업 비중이 높음

<부동산업 유형별 현황>

구 분		사업체수(개)	매출액(조원)	사업체 당 평균매출액(억원)	
부동산업	부동산 임대 및 공급업	부동산 임대업	7,503	5.35	7.1
		부동산 개발 및 공급업	3,038	28.60	94.1
	부동산 관련 서비스업	부동산 관리업	25,800	13.65	5.3
		부동산 중개 및 감정평가업	79,921	5.90	0.7
총 계		116,262	53.50	4.6	



4. 국내 부동산산업 특징

Ⅱ. 부동산산업 현황 및 특징

한국 부동산산업 특징

▶ 아파트 개발 및 공급업 중심 산업구조

- 전체 부동산업 중 개발공급업이 53%의 비중 차지 (통계청 서비스업 조사 매출액 기준)
- 개발공급업 중 주거용부동산이 약 50% 비중

▶ 건설회사 중심 산업구조

- 2000년대 이후 아파트 개발사업에서 디벨로퍼(시행사)의 참여가 증가하였으나, 실질적으로는 건설사가 주도하는 구조
- 부동산PF는 시공사 지급보증에 의해 이루어지고 있으며, 실질적인 주체는 건설회사

▶ 임대업, 관리업 사업체 영세성

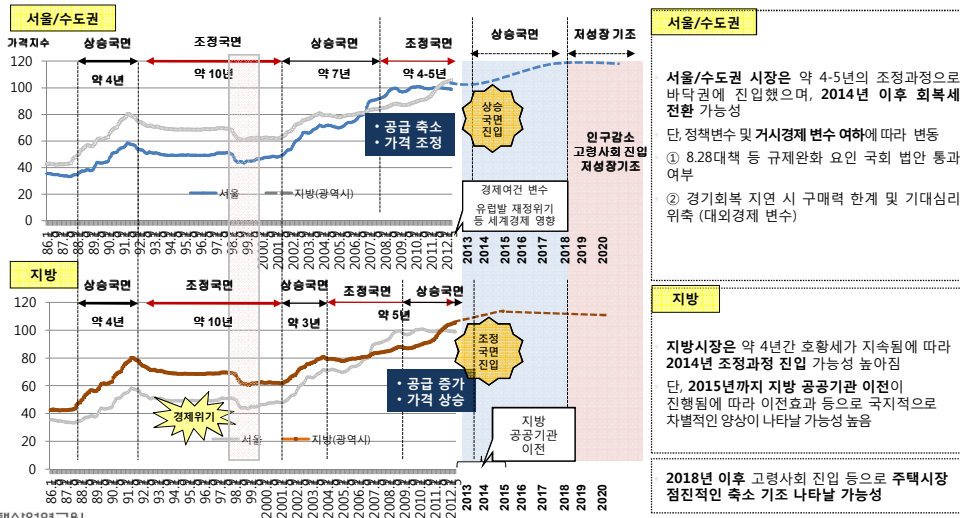
- 부동산 임대업과 관리업의 사업체 당 매출액규모는 평균 5-7억원 규모
- 상대적으로 소규모영세사업체를 중심으로 이루어져 있음

Ⅱ. 부동산시장 전망

1. 부동산시장 시나리오

Ⅲ. 부동산시장 전망

2003년경 이후 수도권과 지방시장의 주택경기 사이클 양극화 현상 ⇒ 2018-2020년경 장기 안정화 진입 가능성
수도권시장은 4-5년간 조정과정을 거쳐 ⇒ 2014년 수도권 주택시장 회복 가능성
지방시장은 약 3-4년간 호황국면에서 ⇒ 2014년 조정국면 진입 가능성



2. 부동산시장 환경변화 요인과 시사점

Ⅲ. 부동산시장 전망

부동산시장 환경 변화 요인

수요 환경 변화

- ✓ 강한 소유의식 → 소유의식 약화, 거주 중심
- ✓ 3-4인 가구 중심 → 1-2인가구 중심
- ✓ 30-40대 가족 중심 → 베이비붐세대, 고령자 중심

공급 환경 변화

- ✓ 신도시, 대규모 공공택지 → 도시재생, 소규모 개발
- ✓ 공공 비중 확대 → 공공 비중 축소
- ✓ 규제(분양가상한제, 개발부담금 등) → 규제완화
- ✓ 공급자 우위 → 소비자 우위
- ✓ 소품종 대량생산(아파트) → 다품종 소량생산(다양화)

Key Implication

- 소비자 가격, 질에 대한 중시도 확대
- 임대수요층 증가, 다양화 (학생, 독신층, DINK, 고령자 등)
- 주거 재조정 수요 증가 (베이비붐세대, 고령층 등 주거이전)
- 수익형 부동산 투자수요 증가(베이비붐세대 은퇴, 고령자)

- 기존 주택 활용 사업 (재건축, 리모델링, 개보수 등)
- 지역특화 사업 (마을 만들기, 주민참여형 개발 등)
- 주택사업 기획력, 마케팅 중요도 확대
- 주택사업 후방분야 중요성 증대 (임대, 관리, 유통, 개보수)
- 고급형 VS 저가형, 실속형 주택 양극화

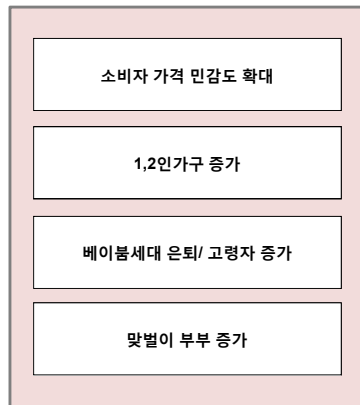
3. 신 주거트렌드

Ⅲ. 부동산시장 전망

주택수요 및 주거 니즈 변화로 최근 몇 년간 새로운 주거트렌드가 나타나고 있음

☞ 향후 주거유형 및 주거모델의 다양화가 진전될 것으로 예상

수요 및 주거 니즈



신 주거트렌드 사례



3. 신 주거트렌드

1 4S (Sale, Small, Smart, Silver)

➔ 4S란?

: 주택 소비에 있어서 투자 개념에서 실속 위주로 변화, ⇒ 새로운 트렌드 4S 'Sale, Small, Smart, Silver'



3. 신 주거트렌드

2 1+1 재건축

➔ 1+1 재건축이란?

: 재건축 또는 재개발 조합원이 본인 거주용과 전용 60㎡ 이하 임대소형주택을 합쳐 입주권 2가구를 배정받는 것

➔ 동향 및 정책

노후생활자금 마련 위한 임대수익형 부동산에 대한 관심 증대

: 은퇴한 60~70대 조합원이 많이 거주하고, 중대형으로 구성된 재건축단지에서 선호

실속형 주거 니즈 확대로 중소형 강세 지속

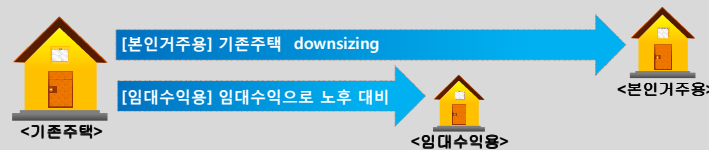
: 비교적 거래가 용이하고 유지관리비 절약되는 중소형 강세

「도시및주거환경경비법」 개정(2012.8.2 시행)으로 1조합원 2가구분양 가능

: (중전) '1조합원 1입주권' 원칙 적용 → (개정) 중전 주택 지분값을 넘지 않는 범위에서 2가구까지 가능

→ 낮은 주거비용, 임대수익 창출
→ 은퇴 앞둔 베이비붐세대 선호

➔ 1+1 재건축 개념도



3. 신 주거트렌드

3 공업화 주택(모듈러 하우스)

➔ 공업화 주택이란?

: 표준화된 규격의 모듈 공장에서 제작, 현장에서 조립 완성시키는 공법

➔ 동향 및 정책

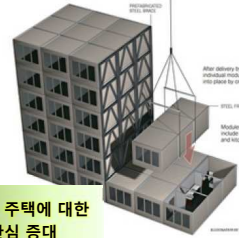
민간, 저가격 주택 공급 전략

: 공사비용 절감과 공사기간 단축 등으로 저렴주택 공급 가능

정부, 보금자리주택을 '공업화 주택'으로 공급하는 방안 추진

: 도시형생활주택 등 원룸형 보금자리주택 임대아파트 일부를 공업화주택으로 공급 추진

공업화 주택에 대한
관심 증대



➔ 모듈러 주택 시험 사례

사례	내용
모듈러 한옥	<p>공시기간 단축(일반한옥3개월, 모듈형 한옥2주~1개월)</p> <p>- 대청마루, 기본골조, 벽체, 문틀 등을 공장에서 제작하여 현장에서 조립(공정 70% 이상 공장에서 이루어짐)</p> <p>건축비 절감(일반한옥약 천만원, 최고급 자재 사용시 2천만원, 모듈형 한옥 480~600만원)</p> <p>- 설계표준화로 인한 비용 감소, 시공과 자재 표준화로 인한 인건비와 자재비 절감</p>
이동형 모듈러하우스 청담 MUTO	<p>- 포스코A&C는 서울 강남구 청담동에 민간토지를 장기 임대해 계약 종료 후 이축하는 방식으로 이동형 모듈러 하우스 'MUTO 청담'을 준공</p> <p>- 향후 도심 유휴지를 활용한 다양한 주택 구조설계, 유닛 모델 개발 추진 계획</p>

3. 신 주거트렌드

4 한옥주택

➔ 동향 및 정책

한옥주택 관심 증대

: 한옥 주택 증가 추세 : 5만5천 가구(2008) → 8만9천 가구(2011)

한옥 증·개축시 건폐율 완화

: 녹지지역과 보전 및 생산관리지역, 농림지역, 자연환경보전지역에 있는 한옥 증개축시 건폐율 20%이하에서 30%이하로 완화

한옥 개축과 대수선 가능하도록 '서울시 건축조례 일부 개정 조례안' 입법예고

다양한 형식의
한옥주택 양식 공급 증가

➔ 한옥적용 아파트 사례

LH공사, 한옥형 주택평면 개발

- 지난해 사랑방형, 한실형, 안마당형, 다실형 등 4개 타입의 한옥형 주택평면 개발
- 2012년 현재 전용 59㎡의 사랑방형과 찻마루형, 전용 74㎡의 별채형과 대청마루형의 설계안 완성

피데스개발, 현관 입구에서 곧바로 출입할 수 있는 사랑채와 찻마루 공간 도입(목포 우미 파렌하이트)



3. 신 주거트렌드

5. 땅콩주택(Duplex Home)

▶ 땅콩주택이란?

: 하나의 토지에 건물은 하나지만 좌우로 분리되는 독립된 구조를 가지고 있는 2가구 독립거주 단독주택

▶ 동향

주택투자 인식 감소

: 투자가치보다 주거가치와 삶의 질 중시

단독주택 관심 증대

: 수도권 아파트값 하락, 단독주택에 대한 관심 증대

소형주택 선호

단독주택과 소형의 결합 상품으로 한 필지 두 가구 '땅콩주택' 등장

▶ 땅콩주택 사례



용인 동백지구 땅콩주택 1호

땅콩주택의 장점

- 아파트와 같은 값으로 도심 근처에 정원 딸린 주택 소유 가능
- 두 가구가 비용을 절반씩 부담하므로 비용절약
- 각종 생활하수도, 전기, 도시가스공사를 같이 진행하여, 공사비용절약

땅콩주택의 단점

- 하나의 부지 위에 지어진 집이기 때문에 추후 재산권 행사에 제약
- 개인 맞춤형대이기 때문에 환금성이 떨어짐
- 열집과 소음 문제 등 사생활 침해 가능성

3. 신 주거트렌드

6. 멀티홈(세대분리형 주택)

▶ 멀티홈이란?

: 부모와 자녀세대가 한 집에 거주하면서도 별도의 아파트처럼 독립된 공간이 가능한 '세대분리형' 아파트

▶ 동향 및 정책

가구주인 부모와 동거하는 30~40대 성인자녀 비중 증가

- 부모 경제력에 의존, 자녀양육, 재테크 등의 이유로 부모와 동거하는 30~49세 자녀 증가
- 서울, 가구주인 부모와 동거하는 성인자녀비중: 2000년 25만 3천여명(7.6%) → 2010년 48만 5천여명(14.7%)으로 1.9배 증가

3세대 이상 함께 사는 가구 증가

- 어린자녀를 둔 맞벌이 부부 증가, 처가나 시가와 함께 사는 사례 증가
- 수도권 3세대 이상이 함께 사는 가구수: 2005년 52만 8천가구 → 2010년 53만 5천가구로 증가

세대분리형 아파트 건설기준 완화

- (기준) 전용 85㎡ 초과 공동주택의 일부 공간을 30㎡ 이하로 분할해 사용 또는 임대
- (개정) 면적에 관계없이 세대분리형 아파트 허용, 임대 면적 상한 폐지, 최소주거환경을 확보하기 위해 14㎡ 이상으로 구획하도록 함

▶ 멀티홈 사례



GS건설이 개발한 2세대 임대가능한 평면



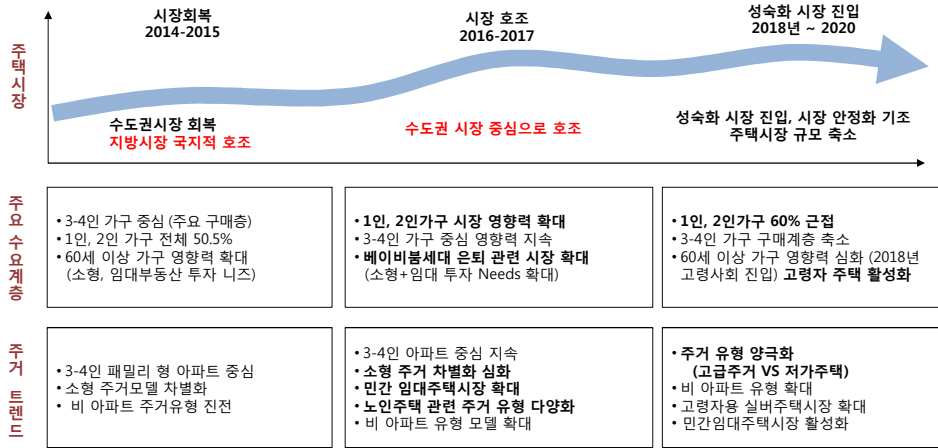
부산금정 벽산 블루밍 평면



흑석뉴타운 센트레빌2차 평면

4. 부동산시장 중장기 트렌드 전망

주택시장은 정책 및 거시경제 여건 등의 다양한 변수가 있으나, 201년 이후 수도권 중심으로 회복세 가능성 2020년을 전후로 성숙화 시장으로 진입 예상 (고령화에 따른 저성장기조 정착)

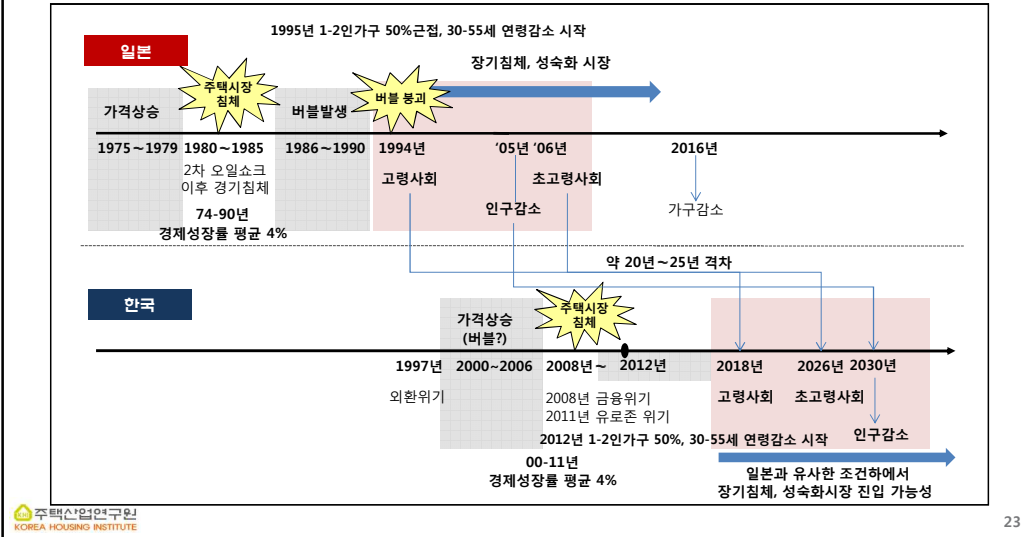


IV. 일본 부동산산업 사례

1. 부동산시장 변화 한일 비교

IV. 일본 부동산산업 사례

주택시장의 주요변수인 인구 및 가구, 경제여건 등에서 한국은 일본과 유사한 변화과정을 거치고 있음
향후 10년을 전후해 일본과 같은 주택시장의 성숙화 단계에 진입할 가능성이 높음

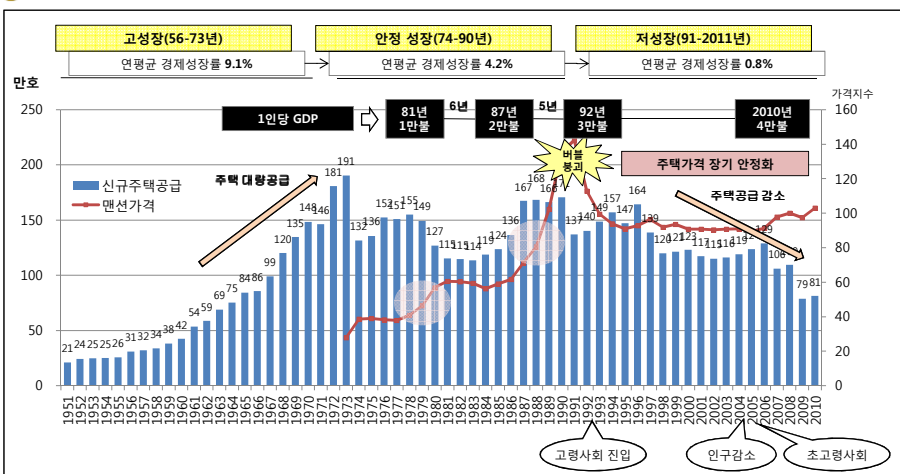


23

2. 부동산시장 변화 과정

IV. 일본 부동산산업 사례

- 고성장기 (1965-1973년) : 주택대량공급, 1970년 전국 주택보급률 100%, 1973년 190만호 공급
- 안정성장기(1974-1990년) : 주택공급 연간 평균 130-150만호 수준, 80년대 중반 버블발생
- 저성장기 (1991-현재) : 90년대초 버블붕괴 이후 장기침체 - 성숙화 시장(저성장기조, 가격안정, 수요감소)



24

3. 성숙화 시장의 문제

2000년대 수백수요 둔화, 저성장기조 등으로 본격적인 성숙화시장 전환

(1) 주택거래 침체와 유통 적체

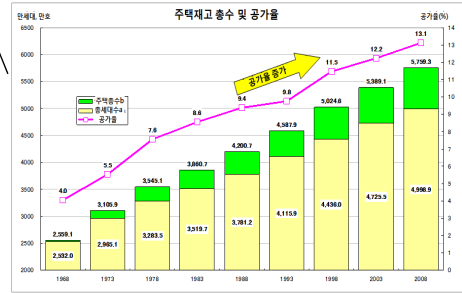
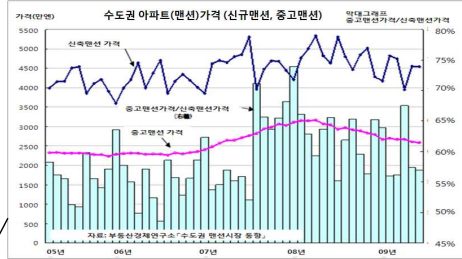
- 소유욕구 약화로 신규주택수요 감소와 기존주택 거래 침체
- 라이프스타일 변화에 따른 주거이전이 원활히 이루어지지 못 함으로서 주거소비의 비효율성 문제 발생
- ⇒ (정책) 주택유통지원센터 - 고령자 등 주거이전 지원

(2) 중고주택 슬럼화와 신규주택과의 가격격차 확대

- 주거 기능 노후화에 따른 재건축이 원활히 이루어지지 못함으로써 중고주택의 슬럼화 현상과 공가(반집) 증가
- 중고주택 자산가치 하락 - 신규주택과의 가격격차 확대
- ⇒ (정책) 도시재생특별법 - 도시재생비 축진을 위한 지원 확대

(3) 소유의식 약화와 임대수요 증가

- 주택가격 상승기대가 어려움에 따라 주택의 보유비용 증가
- 임대 거주의 상대적 효율성 증가로 임대선호 현상 증가
- ⇒ (정책) 민간 우량임대주택 활성화 촉진 - 법, 제도 지원



4. 부동산산업 변화 특징

2000년대 주택산업 및 주거상품에서 몇가지 특징적인 트렌드 변화가 나타남

구분	2000년대 주요 변화 특징	내용
주택산업	기업 유형	도급형 건설사 부진 VS 개발형 기업 성장 개발형 종합 디벨로퍼 매출 및 수익성 확대
	사업 유형	주택건설시장 축소 VS 주거서비스시장 성장 관리, 중개, 생활지원서비스, 리폼 등 주택사업 Value Chain 확대를 통한 사업다각화 임대, 관리, 중개, 리폼 등 수수료 사업 성장
주거상품 및 차별화	가격	고급형 VS 저가형 양극화 대형브랜드업체 고급주거, 중견주택사업자 저가형 주거 공급 양극화 현상
	맞춤형	수요 맞춤형 주거상품 개발 기획, 테마형 아이디어 상품 경쟁 수요 특성별로 맞춤형 주거모델 경쟁
	차별화	친환경, 에너지 절약 중시 친환경, 에너지 절약 기술에 대한 차별화 경쟁 심화

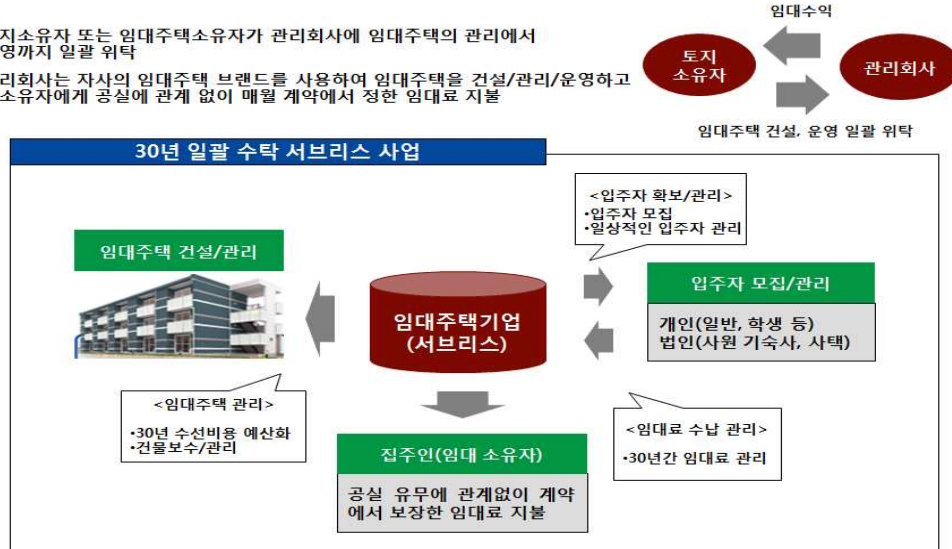
5. 주요 성장사업 및 사업 성공사례(1)

IV. 일본 부동산산업 사례

1 임대관리사업 (서비스 사업)

토지소유자 또는 임대주택소유자가 관리회사에 임대주택의 관리에서 운영까지 일괄 위탁

관리회사는 자사의 임대주택 브랜드를 사용하여 임대주택을 건설/관리/운영하고 원소유자에게 공실에 관계 없이 매월 계약에서 정한 임대료 지불

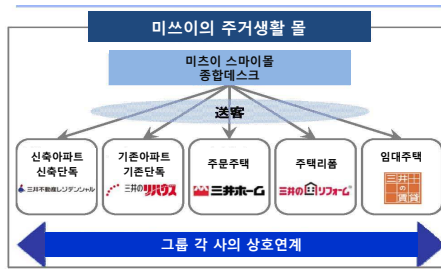


5. 주요 성장사업 및 사업 성공사례(2)

IV. 일본 부동산산업 사례

2 주거서비스 사업 및 차별화

생활지원 서비스 사업



- 분양·임대 신축·개축, 리폼 등 주거관련 정보 일괄 검색 및 컨설팅 서비스 제공
- 가족구성, 라이프스타일에 맞는 최적의 주거 솔루션 제공



- 미쓰이가 공급한 약 40만호 주택 거주자 멤버십 서비스 제공
- 미쓰이 주거생활 loop 개설 운영
 - ✓ 생활용품, 가전 인테리어 등 쇼핑물 이용 제품 할인판매 (제품 판매사와 제휴로 매출액의 일정 부분 수수료수입)
 - ✓ 리폼, 정소, 가사 등 생활지원서비스 제공(유료)
 - ✓ 호텔 및 레스토랑, 여행 정보제공 및 예약 서비스(무료)

청소 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 방, 거실, 화장실 등 청소서비스 • 기본 타입부터 특정 공간 및 설비에 특화된 타입 등 다양한 옵션
세탁 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 벨레, 다림질 등 세탁 관련 서비스 • 드라이클리닝 등 세탁을 맡기기/찾기 서비스

장보기 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 생활용품 구매 식재료 배달 • 간단한 요리 파티 준비 보조
기타 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 애완동물 돌보기(여행 장기출장 등 애완동물을 경유) 장기간 돌보지 못하는 경우 • 기타 다양한 가사 관련 서비스

5. 주요 성장사업 및 사업 성공사례(3)

IV. 일본 부동산산업 사례

3 분양-임대-고령자주택 혼합개발

도심 재개발지를 활용하여 주거단지에 **분양주택+임대주택+고령자주택**을 혼합하여 개발

- 단지 내 병원, 보육시설, 쇼핑센터 등 각종 편의 시설이 배치되어 생활 편리성 확보
- **자녀세대와 고령자 부모세대가 근거리 거주**할 수 있는 여건이 마련되면서 **사업별 시너지 효과가 발생**하여 분양성 제고, 시니어주택 사업성 제고



5. 주요 성장사업 및 사업 성공사례(4)

IV. 일본 부동산산업 사례

4 저가형 주거모델 공급

> 컨셉

- 주택구조에 대한 품질은 유지하고 단순한 구조, 평면, 설비로 최대한 가격 절감

> 내용

- 대형 하우스메이커 「미사와홀」은 기존 고급형 주택과 차별화되는 「LIMITED25」라는 저가격 단독주택상품 출시
- 일반적으로 대형 브랜드업체는 고급형 주택을 공급하고, 브랜드 여력이 떨어지는 중견업체가 저가형 주택을 공급했으나, 브랜드 업체 중 미사와홀이 차별화 전략으로 저가형 모델을 공급하게 됨

> 효과

- 「LIMITED25」은 출시 이후 판매 호조를 보이며 1개월 만에 매출 200% 이상 증가
- 저가형 「LIMITED25」 판매가 증가한 만큼 자사 중고급형주택 판매가 감소하여, **전체 수익구조는 오히려 악화**
- 저가형 상품 전략에 대한 **사전 리스크 관리 부재로 고급형 상품 브랜드 이미지 악영향**



5. 주요 성장사업 및 사업 성공사례(5)

IV. 일본 부동산산업 사례

5 친환경 에너지 차별화

> 컨셉

- 오릭스부동산은 친환경, 에너지 절약 부분에 대한 차별화 전략으로 계열사인 "오릭스자동차", "오릭스 전력회사"와 연계하여 친환경/에너지 절약을 실현하는 "에코주택" 상품 공급

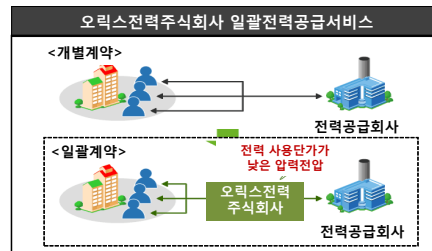
> 내용

카셰어 서비스

- 오릭스부동산 계열사인 오릭스자동차의 카셰어사업과 연계하여 단지내 하이브리드카 배치
- 주차공간 부담 해소, 입주자 자동차 보유 및 사용비용 절감

전력 일괄공급 서비스

계열사인 「오릭스전력」과 연계하여 단지내 전력의 일괄공급방식 도입 → 전기요금 10% 절감



5. 주요 성장사업 및 사업 성공사례(6)

IV. 일본 부동산산업 사례

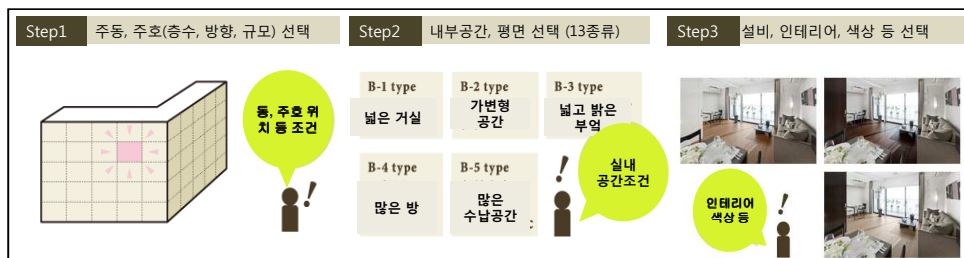
6 맞춤형, 옵션형 주거모델

> 컨셉

- 일반적인 옵션형과 차별화하여 수조설비와 관련된 욕실이나 화장실, 부엌 등의 위치도 이동할 수 있는 모델 개발

> 내용

- 내부공간, 평면 선택 옵션은 총 13종류이며 동, 주호의 위치, 조건에 따라 다양한 선택옵션 제공
- 1단계: 주동, 주호 선택 → 2단계 내부공간 및 평면 선택 → 3단계: 인테리어 선택



● 부동산 시장 성숙화 시장 하에서 스톡 중시의 사업전략 강화 필요

- 도시재생, 리폼, 건물 관리 등 기존 재고주택을 활용한 사업 및 시장 확대

● 시공기술만으로 경쟁력 확보 및 사업규모 확대는 어려움

- 새로운 부가가치 창출을 위한 개발 부문 역량 강화, 소프트웨어 부문 강화 필요

● 주택사업의 영역 확장을 통해 시너지 효과 창출

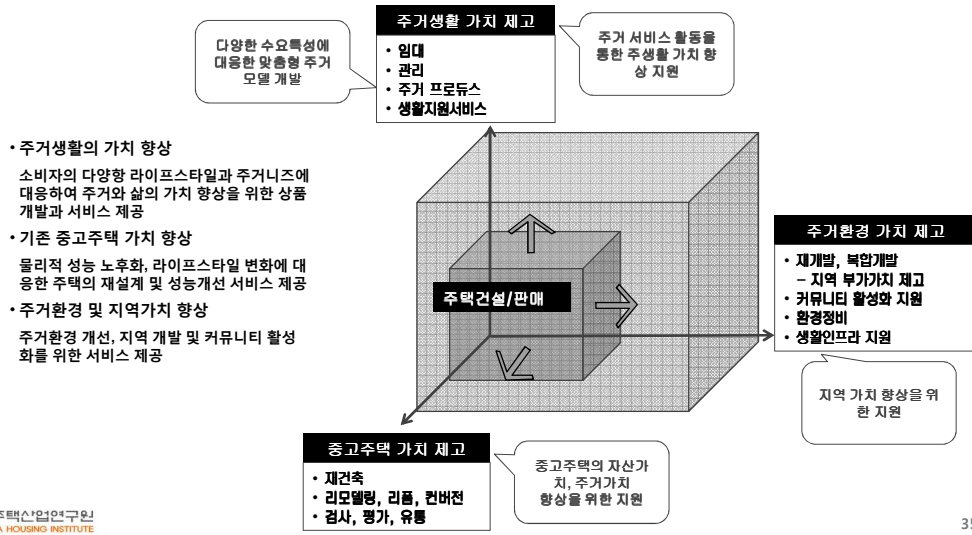
- 분양, 임대, 관리, 중개, 리폼 등 주택사업의 Value Chain 확장을 통해 사업기회 확대, 계속수익모델 추구

V. 부동산산업 전략 및 활성화 방안

1. 부동산산업 역할 및 위상 재정립

V. 부동산산업 전략 및 활성화 방안

주택유통 적체, 중고주택 가치하락, 임대수요 증가 등의 제반 문제를 완화하기 위한 역할
기존의 아파트 건설/ 판매 영역에서 주거가치를 제고 또는 창출하기 위한 3가지 영역으로 확장



35

2. 사업 영역 확장

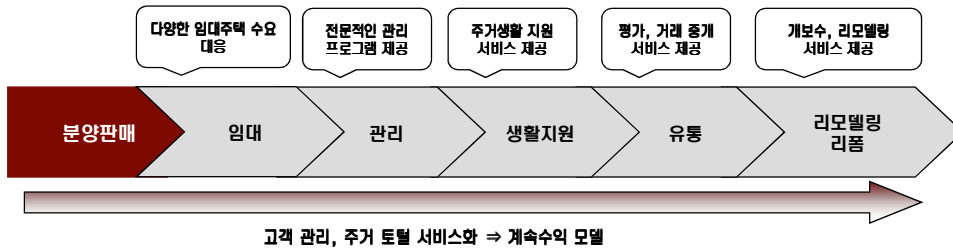
V. 부동산산업 전략 및 활성화 방안

사업영역 확장을 통해 신성장 동력 발굴 및 계속수익모델 추구

판매 이후의 후방 분야에 대한 진출로 새로운 수익기회 및 장기적인 계속 수익구조로 확장

자사 브랜드 주택에 대해 판매 후 관리 및 주거서비스 제공으로 브랜드 강화 시너지 효과 창출

- 주거서비스 영역의 사업모델 개발
- 자사 브랜드 주택의 전국적인 네트워크 구축, 입주자에 대한 멤버십 기반 구축으로 다양한 주거서비스 제공
- 관리, 중개, 리폼, 생활지원 등 서비스 제공에 따른 수수료



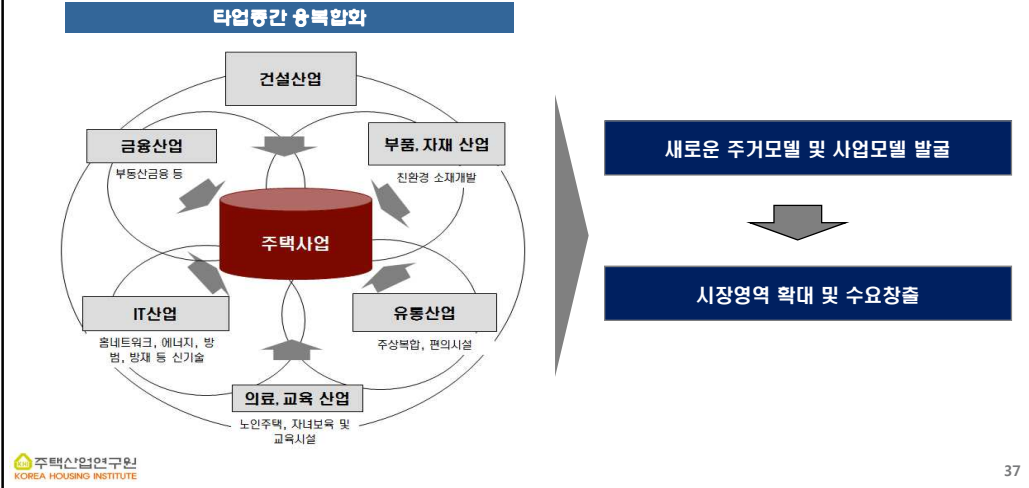
36

3. 타업종간 연계 및 융복합

V. 부동산산업 전략 및 활성화 방안

유망시장 부문에 대한 핵심역량 강화와 타업종과의 연계를 통해 새로운 사업모델 개발과 사업영역 확장

- 부동산산업은 건설, 금융, IT, 유통 등 다양한 산업분야의 참여가 확대될 것임
- 업종간 연계, 제휴를 통한 새로운 주거모델, 사업모델 발굴로 성장동력 창출



37

4. 부동산산업 전문화 및 고도화

V. 부동산산업 전략 및 활성화 방안

▶ 철저한 사업성 분석과 경쟁력을 기초로 한 사업방식

- 주택시장이 점차 성숙화 시장으로 전환되어 가고 수요특성이 다양화되어 감에 따라 개발역량 및 시장 분석능력은 더욱 중요해짐
- 따라서 모든 사업영역에서 전문화 추구를 통한 경쟁력 강화 노력이 요구됨

▶ 사업 혁신을 위한 노력

- 향후 주택가격 상승에 대한 기대가 약화됨에 따라 소비자의 주택선택에 대한 눈높이는 더욱 높아짐
- 원가절감, 기술개발 등을 통한 경쟁력 강화, 수요 맞춤형 주거모델 개발 등으로 수요를 창출하기 위한 지속적인 자구노력이 요구됨

▶ 사업 영역 확대와 신시장 개발

- 지금까지의 획일적인 아파트개발/분양 시장은 점차 축소가 예상됨에 따라, 성장을 위해서는 시장변화에 대응한 새로운 사업영역 발굴 및 신시장 개발 노력이 필수적임

38

➤ 철저한 시장 중시 정책

- 향후 투기나 시장과열로 인한 가격불안 등의 위험보다 시장 위축으로 인한 주거불안, 내수경기 침체 등의 문제가 더욱 중요
- 창조경제 실현과 부동산산업 활성화를 위해서는 업계의 창의적인 활동에 의한 성장동력 발굴, 주거모델 개발 등의 혁신이 필요
- 창의적 활동을 제약하는 각종 규제 철폐하고 철저한 시장 중시 정책으로 전환 필요

➤ 거시적 관점에서의 부동산산업 육성 지원

- 세계경제의 불확실성 확대, 저출산/고령화 진행으로 인한 저성장기조 등으로 국내 내수경기 활성화의 중요성이 더욱 높아짐
- 부동산산업은 내수경기의 중요한 축으로 경제적 파급효과가 높은 만큼 부동산산업 육성을 위한 정책적 지원이 필요

➤ 종합부동산기업 육성

- 향후 부동산산업은 건설사의 아파트 개발/건설 중심의 산업구조에서 임대, 관리, 유통, 주거서비스 분야 육성을 통한 성장 전략 필요
- 자본력과 전문적인 개발역량을 갖추고, 부동산 토털서비스 기능을 제공하는 종합부동산기업 육성 필요

감사합니다