
2021년 11월 2주 부동산동향 찌라시

2021. 11. 04.(목)

제 공 : 와이낫플래닝(주)

목차

1. Why not ? -부동산학박사 월드건설산업 김학수 이사-
2. 상업시설 공급개발, 소비트렌드, 정책적 측면의 변화는 ?

-이종운 전무-

3. 가격으로 본 전국 광역시 분양성 -송영반 전무-

① Why not ?

와이낫플래닝의 박찬주 대표를 알게 된지 10년이 훨씬 지났다. 비슷한 또래의 나이와 잘 나가던(?) 대기업 건설회사의 마케팅팀 출신이라는 공통분모는 항상 공동의 관심사를 만들었기에 우리들의 만남은 언제나 유쾌했다. 새로운 것에 민감하고 상대방의 소리를 경청하는 그의 모습은 대기업을 그만두고 창업, 그것도 분양대행사를 선택한 이후로도 우리의 인연을 오랫동안 유지하게 만들었다.

5년 전 카톡으로 소식지 하나가 날아왔다. 조금은 불온한 이미지의 ‘찌라시’로 이름 불리는 와이낫플래닝의 부동산 정보 소식이다. 스스로 ‘찌라시’라 칭한 것은 누구보다 빠르게 현장의 소식을 전하고, 선불리 답을 말하기보다는 먼저 질문을 던지려는 와이낫플래닝의 의지가 담겨 있는 듯 했다.

일반적인 데일리 이슈와 기사모음과 달리 와이낫플래닝의 ‘찌라시’가 전해주는 정보는 세련되지 않았지만 빠르고 정확했으며, 무엇보다도 현장감이 있다. 그리고 설명이 친절하다. 나를 비롯한 많은 사람들이 지인들과 공유하고 전달하는 이유이다. 횃수를 더할수록 풍성해진 와이낫플래닝의 ‘찌라시’는 이제 직접 구독자 삼천이 넘는 업계의 리포트가 되었다.

어제 227번째 ‘찌라시’를 받아 보았다. 최근 큰 이슈가 되고 있는 생활형숙박시설 규제 방향과 관련한 내용이 눈에 들어온다. 단순히 언론을 통해 발표된 보도자료의 전달을 넘어 수익률을 확보하기 위한 나름의 방안에서부터 성공적인 마케팅을 위한 적정평형까지 제안하는 기사에서 고민의 깊이를 느낀다. 인구 5만의 소도시, 영광의 부동산 시장에 관한 기사는 와이낫플래닝의 플레이어들이 발품을 팔아 건져 올린 현장감 넘치는 소식이며, 공공 통계의 문제점에 대한 분석은 지극히 전문적이다.

어느 순간 ‘찌라시’는 오랫동안 약속을 지키고 소통하는 와이낫플래닝의 상징이며, 룰런을 위한 기초체력이 된 것 같다.

부동산 시장의 정보는 넘쳐나고 미래는 불확실하다. 와이낫? 은 “왜 안 되느냐?”는 질문과 함께 “해보긴 해봤어? 라고 반문하던 고 정주영회장의 마인드를 닮은듯하다. 이 두 가지는 우리들이 부동산 마케팅 회사를 통해 얻고자 하는 핵심이다. 씩씩하게 제안하고 기분 좋게 동의해주는 와이낫플래닝의 새로운 10년과 함께 천 번째 부동산 ‘찌라시’를 기다린다.

<부동산학박사 월드건설산업 김학수 이사 (simsin@naver.com)>

② 상업시설 공급개발, 소비트렌드, 정책적 측면의 변화는 ?

본인은 최근 상업시설 마케팅 제안을 하고 있는 가운데, 최근의 상업시설이 공급(개발), 수요, 정책적 측면을 어떻게 변화되고 있는지 살펴보았습니다.

개발측면 에서는 2000년대 초기 상가개발은 단순히 물건을 판매하는 공간으로 1세대(두타, 밀리오레)쇼핑위주 박스형태, 2세대(코엑스몰)판매+문화가능을 도입한 물형태, 3세대(타임스퀘어)엔터테인먼트 기능이 복합된 복합쇼핑몰에서 최근에는 단순히 물건을 판매하는 곳이 아닌, 가치소비를 중시하고, 시간을 소비하는 새로운 트렌드 4세대 상업시설 (벨라시티, 엘리웨이)복합쇼핑몰에 커뮤니티가 강조된 체험형 라이프 스타일센터, 지역 밀착형 라이프 스타일 센터(LSC) 등으로 불리며 계속 변화하고 있습니다.

소비측면에서는 최근 상업시설 소비트렌드를 파악해보면, 코로나19는 소비자의 소비트렌드에 많은 변화를 주어 의식주 모든 영역의 라이프 스타일 변화를 이끌었습니다. 이를 요약하면, (1)언택트 (2)홈코노미 (3)에고이즘 (4)불안 Care (5)홈어라운드 등으로 나타나고 있습니다. 언택트(비대면)는 대면접촉에 대한 두려움이 증가되며, 사람들과 접촉하지 않은채 소비하는 비대면 방식의 소비확산, 배달서비스, 온라인 소비확대 등이 나타나고 있으며/ 홈코노미(home+Economy) 집밖에서 여가를 즐기는 것과 같이 집에서 다양한 여가생활을 즐길 수 있도록 집에서 할 수 있는 활동을 지원하는 제품(가구, 인테리어, 가전산업) 매출증가, 서비스에 대한 소비확대/홈어라운드 소비(Home-around) 집에서 멀리 나가지 않고 근처에서 소비하는 형태로 상권 중심축이 변화가에서 주거지 인근(동네상권)으로 옮겨지는 경향을 보이고 있습니다.

또한, 코로나19 여파로 오프라인 상가들이 비대면 편의성이 강한 온라인시장에 주도권을 빼앗기는 형국으로, 위드코로나 시대에도 언택트 소비트렌드 상승세를 꺾기는 어려운 것으로 예상되면서 향후 상가 투자와 개발시장의 변화를 예고하고 있습니다. 최근 정부는 11월부터 단계적 일상회복을 의미하는 위드코로나 시대를 준비하고 있는데, 위드코로나시대를 맞이하여 상가투자와 개

발시장은 ‘입지중심 “에서 “콘텐츠 중심” 으로 가속화 될 것으로 예상되며, 특히 소비자들은 이미 단순소비에서 체험과 취향 중심으로 급변중이라 상가 투자와 개발 전략에 있어서도 ‘목’ 중심의 물리적 조건의 우수성에 더해 주거수요, 직장수요, 관광수요까지 아우를 수 있는 콘텐츠 상품을 만들고 이런 곳에 관심을 뒀야 한다는 생각됩니다.

최근 상가시장은 2년간 코로나19시대에 영업시간이 제한되고, 임대료 인하, 매출감소, 코로나 장기화로 폐업률 증가 등으로 손해를 보고 있는 임대인, 임차인이 많았습니다. 하지만 최근 상가시장으로 투자수요가 증가하는 추세를 보이고 있는데, 이는 위드코로나 시대가 다가오면서, 폐업했던 임차인들도 다시 생계를 위해 시장에 창업을 준비중이고, 투자자들은 임차인 창업과 고객 이용수요 증가를 기대하면서 코로나 때문에 상가 매매가격의 하락으로 저렴하게 매입하려는 투자수요가 증가하는 모습을 보이고 있습니다. 물론 위드코로나 초기 단계이기에 빠른 공실률 감소, 매출액 증가가 나타나지는 않지만, 상가수익률 회복과 매매가격의 상승을 기대하는 목소리는 높아지고 있습니다.

다만, 정부의 강력한 부동산 대책에 따른 대출규제, 금리인상 등 불안한 요소로 작용하고 있지만, 향후 상가시장으로는 더 많은 투자수요가 유입될 거라 생각합니다.

<와이낫플래닝 이종운 전무 (ynp012@ynp.uplusworks.co.kr)>

③ 가격으로 본 전국 광역시 분양성

최근 몇 년간 지속적인 규제에도 불구하고, 분양가 및 매매가의 상승 행진은 계속되었다. 미분양이 속출하는 지역도 있었고, 지속적 상승을 보이는 지역도 존재해서, 과연 어디까지 상승곡선이 이어질까 궁금하고, 추가 상승 여력은 있는 것일지 의문스러워서 전국 광역시의 평균분양가(HUG 발표, 2020년 9월말 기준) 및 평균매매가(부동산 114 Reps 2020년 9월말 기준)를 들여다보았다.

▶ 광역시 평균분양가 및 평균 매매가

범례 : [평균분양가], [평균매매가], [평균매매가-평균분양가]

- 인천광역시 : [1,305만원/평], [1,466만원/평], [161만원/평]
- 부산광역시 : [1,318만원/평], [1,562만원/평], [244만원/평]
- 대구광역시 : [1,437만원/평], [1,282만원/평], [-155만원/평]
- 광주광역시 : [1,312만원/평], [807만원/평], [-505만원/평]
- 대전광역시 : [1,124만원/평], [1,373만원/평], [249만원/평]
- 울산광역시 : [1,302만원/평], [962만원/평], [-340만원/평]

인천, 부산, 대전의 경우에는 평균매매가의 우위로 추가적인 분양가 상승 여력이 가능할 것으로 보이며, 현재 분양시장도 단기간에 조기완판 되는 모습을 볼 수 있었다. 하지만 대구, 광주, 울산의 경우는 평균매매가를 상회하는 평균분양가를 보이며, 분양가 추가 상승 여력은 없어 보이고, 특히 대구광역시의 경우 최근 대거 미분양을 보이고 있는 현황을 볼 수가 있다.

물론 상세 지역별 편차가 큰 지역도 있고, 적은 지역도 있으나, 전반적인 분양 분위기를 살펴보기 위한 지표이므로, 가격 차이가 크다는 것이 반드시 더 좋거나 나쁘다고 볼 수는 없다.

하지만, 차등이 “+” 인 지역과 “-” 인 지역의 흐름은 맞는 것으로 보인다. 또한, 상세지역을 조사하고자 할 때, 구체적인 자료 도출로 향후 예측을 해본다면, 시장의 흐름을 어느 정도 예측할 수 있지 않을까 한다.

당연히 상품 및 개발 여건 등에 따라, 예외적인 경우가 생길 수 있으므로, 상기의 분석 이외의 사항을 면밀히 분석해서 종합적으로 판단해야 할 것이나, 지역의 흐름을 거시적으로 살펴보는 한 방법이 아닐까 생각된다.

<와이낫플래닝 송영반 전무 (ynp058@ynp.uplusworks.co.kr)>

④ 마무리 글

부동산 동향 찌라시는 저희 와이낫플래닝 임직원들이 평소 부동산 시장조사, 업계 관계자 인터뷰, 개인적인 직간접 경험을 토대로 기삿거리를 만들어 공유하고자 기획되었습니다. 기존에 보시던 딱딱한 보고서 형태의 리포트를 지양하고, 가벼운 읽을거리를 지속적으로 제공하고자 합니다. 다만, 제목처럼 부동산 동향 찌라시로써 팩트에 기인하긴 하지만 다소 주관이 개입될 수 있음을 감안하여 주시기 바랍니다.

<와이낫플래닝 분양사업부문장 전우경 전무>