

# 발전적인 주거문화를 위한 정책 방향과 과제: 누구나 살고 싶은 집은 있다

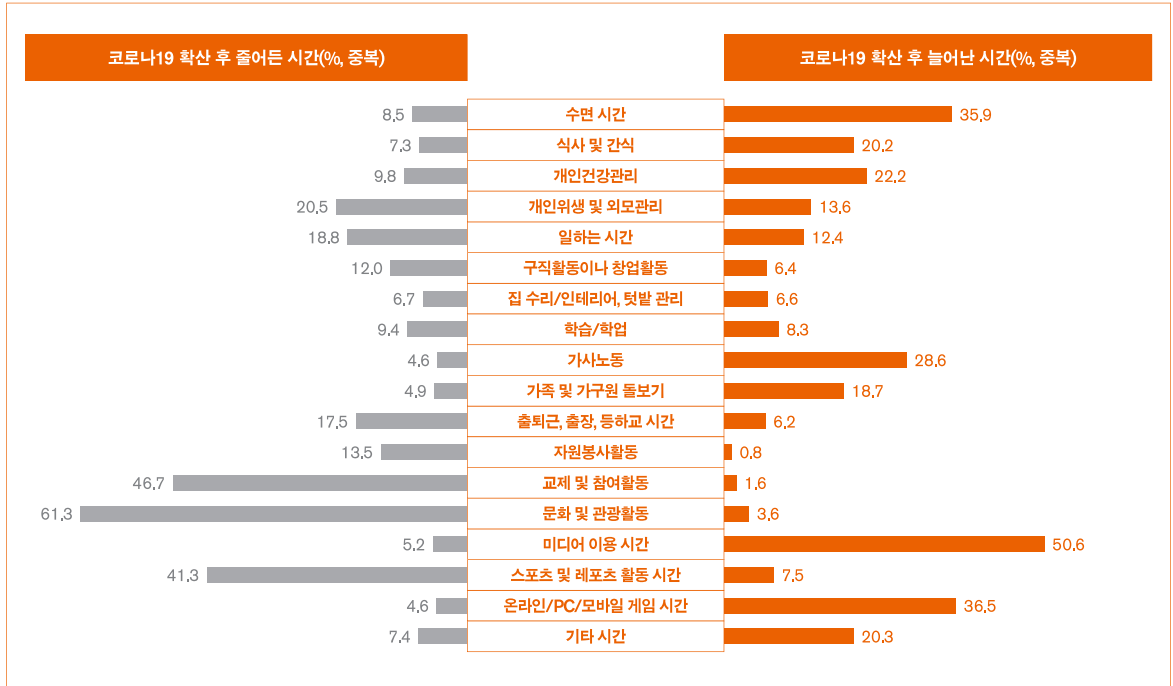
성은영  
건축공간연구원 주거문화연구단장

**팬데믹으로 소환된  
집의 의미:  
집, 다시 주(主)  
생활공간이 되다**

전대미문의 코로나19라는 전염병은 우리를 지금까지 경험해 보지 못한 세상으로 이끌었다. 팬데믹으로 인해 사회·경제·기술 등 전 분야에서 매우 큰 변화들이 있었고, 각 개인들은 일상 자체가 바뀌었다. 코로나19 이전 바쁜 현대인들은 남녀노소 모두 아침이 밝으면 각자의 목적에 따라 어린이집·학교·직장 등으로 통근·통학하여 교육·친교활동 등을 하다가 저녁이 되어서야 집으로 다시 돌아왔다. 하지만 지난 2년여 동안은 사회적 거리두기 시행으로 비대면 생활이 일상이 되면서 집에서 많은 시간을 보내게 되었다.

서울시민의 생활시간조사(서울특별시, 2021)에 따르면 코로나19 이후 외식과 공연관람 등 외부활동은 감소하였고, 원격학습이나 가사노동과 미디어 이용 등 가정 내 활동은 크게 증가하였다.\* 사회적 거리두기로 인한 재택근무와 원격수업 등이 일상화되면서 당연히 이러한 일상활동의 상당 부분을 집에서 행하게 되었다. 즉 교육, 업무, 친목활동, 취미활동 등 개인 일상의 시간과 공간적 중심이 다시 각자의 집으로 원점회귀하였다.

\* 코로나19 이후 응답자의 36.5%가 온라인·모바일 게임 시간이 증가하였다고 답변한 반면 문화 및 관광활동은 61.3%가 감소하였다고 응답하였다(서울특별시, 2020).



코로나19 이후 활동시간 변화 차이  
출처: 서울특별시(2020)

일부 전문가들의 이야기처럼 n데믹이 계속 이어지고 외부 공간에 대한 불안감과 불확실한 미래가 지속될수록 집 안에 머무르는 시간이 늘어나고 집이라는 존재의 근원적 가치와 기능에 집중할 수밖에 없을 것이다. 이에 집은 이제 단순히 추위와 같은 외부 환경에서 신체를 보호하고 온전한 휴식을 취하는 안식처로서, 혹은 최근까지 매일 뉴스기사의 상당 면을 차지 하던 부동산으로서뿐만 아니라 과거와 현재 그리고 미래 가치가 더해진 더욱 진화된 의미로 발전해 나가고 있다.

### 주거 수요 세분화와 소비 방식의 변화: 주거, 문화가 되다

저출산·고령화 등으로 인구감소와 수도권·대도시로의 인구 집중으로 지방소멸과 빈집 문제가 심화되어도 사람들이 살기 원하는 곳의 집은 항상 부족하고, 이로 인해 부동산 시장은 요동친다. 또한 시대와 거주여건 변화에 따라 사람들이 원하는 주거 수요는 지속적으로 다변화·세분화되

## 2020 주거공간 트렌드

트렌드	내용
슈퍼 & 하이퍼(Super & Hyper)	식사·휴식 등의 기존 주거공간 역할에서 코로나19를 겪으면서 쇼핑, 재택근무, 온라인 취미생활, 교육 등 집 외부에서 수행하던 일들까지 포함하면서 물리적인 경계 확장
위두(We Do)	워워크·워콕·위스터디 등 다양한 공유활동이 증가하고, 이를 구현할 수 있는 공간에 대한 수요 증가: "개별 주택을 직접 구매하기 어려운 부동산 정책 환경으로 인해 리츠 등의 간접투자 방식인 위바이 현상 부상 예상"
낯낯공간(Urban Plaform)	새벽배송, 배달전성시대를 맞이하여 도시 유휴공간이 물류 플랫폼으로 재생
올인룸(All in Room)	방은 다양한 활동을 할 수 있게 공간을 조성하고, 이를 외부에 홍보하는 수단으로 활용
팝업DK(Pop-up Dining Kichen)	1인가구, 배달문화 발달에 따른 주택 내 요리 공간 대신 주민식당 혹은 공동주방을 활용
EB주연시대(Eco-Boomer)	베이비부머 자녀 세대가 주요 소비층으로 부상하면서 트렌드의 변화 주도
펫봇인 스테이(Pet-Robot-외국인)	반려동물, 홈로봇, 외국인 등 다양한 형태의 가구 구성

출처: 김희정(2020)

고 있다. 총인구가 감소하였지만\* 1~2인가구의 증가로 가구수는 지속적으로 증가하고 있으며 개인주의 성향이 강해지면서 가족의 의미와 가구 형태도 다변화하고 있다. 또한 전 세계적으로 노동시장에서 가장 높은 비율을 차지하고 소비구매력 관점에서도 핵심 주체인 MZ세대(포럼M, 2021)가 독립가구를 이루면서 새로운 트렌드를 형성해 가고 있다. 사람들의 생활방식 변화로 주거공간은 휴식뿐만 아니라 공부, 업무, 취미 등 생활하는 사람들의 니즈를 반영하여 변화하고 있다. 사람들의 라이프스타일 변화에 따라 공간의 역할이나 경계가 확장되고, 공간의 다양성을 요구하는 등 공간에 대한 패러다임이 변화하면서 주택을 구입할 때 고려할 사항이 창, 단지 배치에서 인테리어, 빌트인 가구의 여부 등으로 바뀌어 가고 있다. 이러한 수요를 반영하여 주택과 주거공간 관련 산업이나 시장에서는 새로운 용어들이 등장하였다.

### 레이어드 홈(Layered Home)

코로나19로 인해 주거공간의 재실시간이 증가하고 주거공간 내에서의

\* 2021년 3월 말 기준 우리나라 주민등록인구는 5,170만 5,905명, 2020년(5,182만 9,023명, 2020.12.31. 기준)에 비해 12만 3,118명 감소(행정안전부, 2021)하여 실질적인 총인구 감소가 시작되었다.

활동 폭이 확대되어 기존의 거주기능 외에 업무·여가·교류 등 여러 기능이 요구되고 있다(박규용 외, 2021, p.5). 이에 최소한의 주거면적에서 최대의 기능을 구현하기 위한 멀티(multi) 혹은 레이어드(layered) 공간 수요가 증가하고, 지속적으로 증가하고 있는 1인가구와 맞물려 더욱 다양한 형태로 진화하고 있다.\*

### 마이크로 반경, 슬세권

과거 ‘역세권(역에서 반경 500m 내의 권역)’이 ‘이동’의 편의성에 초점을 맞추었다면, 1인가구 증가와 함께 등장하여 코로나19로 빠르게 확산된 ‘슬세권(슬리퍼 차림의 편안한 복장으로 생활편의시설을 이용할 수 있는 권역)’은 ‘이용’의 편의성에 초점을 맞추고 있다.\*\* 마이크로 반경-슬세권에 대한 수요는 20~30대에서 두드러지게 나타나는 경향이 있으며, 1~2인 소형가구의 증가와 같은 맥락에서 형성되고 있다. 나아가 이들은 개인 주거공간뿐만 아니라 ‘동네’ 역시 하나의 트렌드 지표로 인식하고, 다른 사람들과 다른 트렌드 소비를 위해 특색 있는 동네를 찾기 시작하였다(이승연, 2021).

### 공유주택

2010년대 이후 1~2인가구의 증가와 공유경제의 등장으로 주거 분야에서도 독립된 개인공간을 확보하면서 주방·거실 등을 공유함으로써 주거비를 절감할 수 있는 공유주택이 확산되고 있다. 코로나19 이후에는 타인과의 공유에 대한 인식이 복합적으로 변화하면서 공유영역을 최소화하거나 다양한 기능으로 구분하여 접촉을 줄이고, 개인공간의 면적과 쾌적성을 최대한 확보하는 등 공유주택의 질적 전환도 시도되고 있다. 특히 공유공간을 매개로 한 주거서비스를 통해 외부에서 이용하던 F&B, 피트니스, 학습 등의 활동을 주택 내 라운지나 카페에서 활동할 수 있도록 결합하는 형태도 등장하였다(신수정, 2021).

\* 수면, 식사, 휴식 등 집의 기본적인 기능에 업무, 취미생활 등의 기능을 더한 주택. 기본레이어(기존 주거기능)-응용레이어(새로운 주거기능)-확장레이어(주거 관련 기능이 동네로 확장)로 구성(김남도 외, 2020)

\*\* 부동산 중개 플랫폼인 ‘직방’의 2021년도 거주민 리뷰 데이터 분석에 ‘코로나’, ‘발방치’와 함께 ‘슬세권’이 주요 키워드로 도출되었다(유업식, 2021).

### 호모집쿠스·홈루덴스(Home Ludens)

코로나19 이후 확산되고 있는 수요로, 호모집쿠스·홈루덴스는 초연결성과 초개인화의 특성을 가지며 집을 삶의 중심으로 두는 경향이 큰 집단을 일컫는 용어이다. 사회적 관계의 형성이 언택트(Untact)-온택트(Ontact)-딥택트(Deeptact)로 진화하며 관계가 좁고 깊어지는 동시에 교류의 공간적 영역은 주거공간으로 축소되었다. 호모집쿠스·홈루덴스의 출현은 주거공간의 개인 취향화와 인테리어 수요로 연결되어 인테리어 및 리모델링 시장의 확대를 견인하고 있으며(포럼M, 2021) 이제 가구와 조명 등 인테리어 소품을 통해 주거공간을 부분적으로 바꾸는 수요를 넘어 향후 주거의 형태를 바꿀 것으로 전망되기도 한다(임나래, 2021).

### 업-사이징(up-sizing)

소득증가와 생활여건 개선에 따라 ‘젊은 시절에 작은 평형에서 출발해 나이 들면서 평형을 넓혀 가는 시대’는 지나고, 금융보조를 통해서라도 장기적인 주거안정을 도모할 수 있는 30평형 이상의 주택에 대한 선호도가 증가하고 있다(박규용 외, 2021, p.52).

### 주거구독

디지털대전환에 의해 장소의 제약 없이 디지털 환경에서 업무를 수행하는 디지털 노마드가 등장하고 코로나19로 주거공간·업무공간·학습공간 등의 구분이 모호해지면서 업무·주거·휴식을 함께 수용하는 공간 수요[워케이션(Worcation, Work+Vacation)]가 생겨났다. 이러한 수요는 2010년대 초·중반 에어비앤비(airb&b, 2008년 론칭)로 연계되었으며, 최근 구독경제의 확산으로 주거구독시장까지 형성하고 있다. 주거구독은 정액제를 통해 한 공간에 단기간 머물면서 여러 주거공간에 거주할 수 있는 서비스로, 일본에서 먼저 시작되었다(ADDRESS 서비스). 국내에서는 제주도의 빈집을 활용한 ‘다자요’, 남해군의 빈집을 활용한 ‘유휴’ 서비스가 론칭되어 서비스 중인 가운데 최근에는 SK D&D에서 자체 임대주택 브랜드 ‘에피소드’를 론칭해 주거구독 개념을 시장에 도입하였다(김서운, 2021).



정기구독을 통해 일본 전역의 계약된 주거공간에 머물 수 있는 ADDress 서비스  
 출처: ADDress 홈페이지. <https://address.love/company?from=menu-visitor>

### 러스틱 라이프

도시의 편리한 삶과 시골의 편안함을 동시에 추구하는 삶의 방식으로,\* 도시에서 살면서도 일주일에 한두 번은 시골에서의 삶을 누리하고자 하는 러스틱 라이프에 대한 선호도가 높아지고 있다. 일회성 시골여행보다는 시골에 제2의 삶터를 마련하는 것을 궁극적 목표로 하고 있는데, 이는 도시에서의 생활 속 녹색갈증(biophilia)을 해소하려는 관점으로 풀이되고 있다.



러스틱 라이프를 시작하는 4단계  
 출처: LX 인터내셔널 블로그. <http://blog.lxinternational.com/28897/>

\* 김지은(2021); LX 인터내셔널 블로그. <http://blog.lxinternational.com/28897/>

이러한 주거 수요의 세분화 및 소비 방식의 변화는 주택과 주거 생활을 즐기고자 하는 트렌드로 확산되고 있으며, 특히 ‘집방’\* 등의 형태로 트렌드를 선도하거나 빠르게 반영하는 방송과 매체에까지 등장하면서 주거는 문화의 영역으로 자리 잡아 가고 있다.

## 우리의 주거문화와 주택정책의 현주소: 수요와 정책의 간극

주택의 형태를 결정하고 공간과 그 관계를 구성하는 것은 인간이 자기의 이상적인 생활에 관해 갖고 있는 미래상(vision)이며 문화적 현상이기 때문에 그 형태의 조직은 그것이 속한 문화적 환경에 크게 영향을 받을 수밖에 없다(Rapoport, 2013, p.65). 은신처의 제공이 주택의 소극적 기능이라면, 적극적인 목적은 한 인간의 생활에 가장 적합한 환경, 즉 공간의 사회적 단위를 창조하는 것이므로 주택과 주거 역시 문화로 볼 수 있다. 하지만 그동안 부동산 가치에 가려져 집에 담긴 생활양식과 가치관으로서의 주거문화를 염두에 두지 않았던 것이 사실이다.

급속한 경제성장과 도시화로 인한 주택 부족 문제를 해결하고자 생산 효율이 높은 아파트 공급에 정책과 제도가 집중되면서 아파트가 정책적으로 장려되었고,\*\* 아파트가 독점적인 주거 유형이 되면서 부동산 시장의 편향성이 강화되었다. 이에 1990년대 전체 주택 중 22.7%에 불과하던 아파트는 30년이 지난 2020년 전체 주택 중 62.9%로 우리나라 주택의 절반 이상을 차지하게 되었고, 1980년대 이후 지속적으로 강화된 주택 유형의 획일화 경향과 높은 환금성 때문에 아파트는 독점적 지위를 확보하고 있다.

이 과정에서 주택정책은 주택공급, 주택시장 안정, 주거복지 실현의 세 가지 방향으로 추진해 왔는데 이는 모두 양적 공급 확대를 목표로 수단으로 하였다(염철호 외, 2011, p.2). 최근 세 정부의 주택정책 기조를 살펴보면, 우선 이명박 정부는 주택 거래 활성화 및 부동산 세제 완화에 집중하였다. 이어 박근혜 정부는 주택시장 침체의 장기화로 인해 수요자들의 주거불안과 주거비 부담이 가중되는 것을 막고자 임차 수요를 매매 수요

\* 집을 소재로 하는 방송으로 부동산 매물 보기, 집 꾸미기 및 정리하기, 주거와 삶을 보여주기, 살아보기 등을 내용으로 한다(최아름, 2021, p.195).

\*\* 공영주택법(1963), 주택건설촉진법(1972), 도시재개발법(1976), 택지개발촉진법(1980), 재건축사업 도입(1987) 등 법제 기반으로 추진된 아파트 등 공동주택 위주 공급 개발 사업이 진행되었다.

정부별 주요 주거정책 및 향후 주거문화를 고려한 정책 방향 제안

구분	이명박 정부	박근혜 정부	문재인 정부	향후 주거정책 방향
	내 집 마련 촉진 서민 주거 안정	경기부양 주거난 완화	투기억제 주거복지 강화	집에 대한 인식 전환 부동산 가치 → 삶의터의 가치
주택공급	보금자리주택 도입 및 공급(개발제한구역 부분 해제)	행복주택 도입 및 공급 기업형임대주택 (뉴스테이)도입	공적임대주택 공급 규제지역 확대 및 대출 규제, 세금 인상	· 1인가구를 위한 주거유형 공급 방안 모색 · 공공·민간이 함께하는 주택 공급방식 논의
주거복지	· 장애인·고령자 등 주거약자용 주택의 편의시설 설치기준 설정 · 주택바우처 추진	· 「주거급여법」 제정 · 「주거기본법」 제정	· 주거복지 로드맵 · 「주택임대차보호법」 개정 · 청약제도 개선	· 거주자들의 수요를 반영한 주거서비스 제공 · 라이프스타일 변화에 대응한 세제 개편
주거문화				

로 전환함으로써 경기 부양과 함께 주거난을 완화하는 정책을 폈다. 또 투기억제와 맞춤형 주거공급에 초점을 맞춘 문재인 정부는 사회통합형 주거지원을 위해 생애단계별 맞춤형 주거복지 로드맵을 수립하고, 주거 공공성 강화를 위해 공공에서 무주택 또는 서민·실수요자를 대상으로 임대주택 공급을 확대하였다. 이런 가운데 현 윤석열 정부는 이전 정부가 보여준 일련의 부동산 정책\*과 주택가격 상승에 따른 주거 불안정성을 타개하기 위하여 부동산 시장의 정상화를 추구하고 있다.

이처럼 주택가격 안정화에 치중하여 지나치게 자주 내놓은 정부의 정책들은 오히려 시장의 변동성과 내성을 키워 불확실성과 불신으로 이어지고, 주택가격이 급격히 상승하는 상황에서 주거비 부담능력(housing affordability)이 낮은 서민들은 비자발적 이주에 따른 상대적으로 열악한 주택 및 주거환경으로 인해 삶의 질이 낮아지고 있다(이민주 외, 2019). 즉 대단위 아파트의 집중 공급으로 주택시장을 통한 경기 활성화를 도모하였으나 주택의 상품화와 투기화 유발로 주거 불안정성은 심화되었고, 공공주택은 주거환경의 질을 담보하지 못하였다는 한계가 있다.

이러한 일련의 부동산 정책으로 인해 국민적 실망과 혼란이 가중된 상황은, 공급과 수요의 미스매칭 및 불명확한 정책의 초점에서 기인한다

\* 문재인 정부는 공공성을 강화하여 주택가격을 안정시키기 위한 부동산 정책을 29회 발표하였지만 시장의 불확실성으로 인해 오히려 주택가격이 상승하고 주거불안정성이 심화되었다는 평가를 받고 있다.



고 볼 수 있다. 모두가 질 좋고 부담 가능한 주택과 주거환경을 원하지만, 입지·규모·형태 등에 따라 공급된 주거의 선택지가 한정적인 상황에서는 차선이나 비교우위의 주거 선택이 어렵고, 한정된 공급에 수요가 집중되는 것이 불가피하다. 따라서 모두가 같은 목표에 대한 선택경쟁을 하는 한 주택은 항상 부족할 수밖에 없다. 이에 단순 공급 물량을 늘리는 것만으로는 공급 부족 문제를 해결할 수 없으며 부동산 대책이 아닌 주거정책으로서, 국민의 주거의 질 제고를 '목표'로 다양한 수요에 맞는 양질의 쾌적한 집을 많이 짓는 '정책 수단'을 더욱 적극적으로 강구할 필요가 있다. 즉 수요맞춤, 질적 수준 제고 등을 통해 주택 및 주거정책의 기초 역시 발전적 주거문화의 방향으로 변화해야 할 것이다.

**맺음말:**  
**미래의 삶을 그리는**  
**주거문화 기초 만들기**

모두 다 같이 아침 일찍 집을 나가서 밤에 들어와 잠을 자고 또 같은 날을 맞이하던 시대는 지났다. 더 이상 사람들은 공장에서 찍어 나온 듯 만들어진 획일화된 방과 거실, 주방을 원하지 않는다. “누구나 살고 싶은 집은 있다.” 그 집은 각각 다른 집일 것이며, 또한 ‘이전과는 다른 집’을 원하고 있다. 이제 우리 모두에게 ‘살고 싶은 집’은 ‘어떤 집’인가에 대한 고민이 본격적으로 시작되었다. 집에 대한 세분화된 수요와 이를 다양한 방식으로 소비하려는 주거문화는 이제 거스를 수 없는 시대의 흐름이 되어 가고 있다.

주택정책 역시 이러한 시대적 흐름과 수요에 대응해야 할 시점이다. 사람들이 원하는 대로 각자가 살고 싶어 하는 다양한 집에 살 수 있는 기회를 더 많이 만들어주어야 한다. 정책이 주택공급에만 집중하고 있지는 않은지, 최근의 다양한 주거에 대한 사람들의 욕구에 얼마만큼 부응하고 있는지 다시 생각해보아야 한다.

향후의 주거정책은 부동산 가치보다는 거주 가치에 초점을 두고, 다양한 선택이 가능하도록, 각자의 선택이 존중받을 수 있도록 지불가능성을 높여야 한다. 또한 그 어떤 집도 주거 환경의 질이 낮아지지 않도록 생활환경의 개선 또한 함께 고려되어야 한다. 이러한 정책이 거주자의 삶과 수요에 유리되지 않도록 거주자 계층, 주거 유형, 지역 여건 등을 실측하고 조사한 다양한 증거기반 연구를 수행할 필요가 있다.

우리는 어느새 소설, 영화 속에서 문화적 상상력을 통해 접하던 미래 사회에 살고 있다. 주거문화 역시 사회에서 통용되는 거주에 대한 생각과 집에 대한 의미가 본질에 가까워지고 이것이 자연스러운 문화로 향유될 수 있게 된다면, 누구나 각자가 살고 싶은 집에서 나만의 삶을 누릴 날이 오지 않을까.

#### 참고문헌

- 1 김난도, 전미영, 최지혜, 이향은, 이준영, 이수진, 서유현, 권정윤, 한다혜. (2020). 트렌트 코리아 2021. 미래의창.
- 2 김서은. (2021). “집도 가구도 구독하자”...건설업계, 공유경제 바람 타고 ‘구독’ 열풍. 아이뉴스 24. 12월 20일 기사. <https://www.inews24.com/view/1434215>
- 3 김지은. (2021). 2022년 대한민국 트렌드 10가지. 우먼센스. 12월 21일 기사. <https://www.smlounge.co.kr/woman/article/49805>(검색일: 2022.4.4.)
- 4 김희정. (2020). 2020 주거공간 7대 트렌드 전망. 도시정보, (455), 35-37.
- 5 박규용, 오성원, 이승왕, 이현, 김혜현, 배정현, 강영식, 홍성기, 김경훈, 전민형. (2021) 2022 부동산 트렌드. (주)희림종합건축사사무소, 알투코리아부동산투자자문(주), 한국갤럽조사연구소.
- 6 서울특별시. (2020). 지난 10년간 서울시민의 생활시간 변화: 코로나19 전후 서울시민의 생활시간 변화. 12월 1일 보도자료.
- 7 신수정. (2021). 하숙→기숙사 지나 ‘공유 주거’...“새 라이프스타일 원해”. 이데일리. 10월 3일 기사. <https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=01377606629209312&mediaCodeNo=257>
- 8 염철호, 하지영. (2011). 주거문화 진단 및 주택정책 방향설정 연구. 건축공간연구원.
- 9 유엄식. (2021). 올해 아파트 3대 키워드 ‘코로나’ ‘슬세권’ ‘발망치’. 머니투데이. 11월 15일 기사.
- 10 이민주, 박인권. (2019). 대도시 공간배제적 주거이동 영향요인 실증분석. 국토연구, 101, 49-73.
- 11 이승연. (2021). ‘슬세권’ 산책하며, 맛집까지 탐방한다...동네 경제를 주목하다. 매일경제. 4월 13일 기사. <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2021/04/353748/>
- 12 임나래. (2021). [2022년 달라지는 문화예술-①건축편] 코로나 팬데믹으로 인한 주거 공간의 변화. 예술과 함께 문화뉴스. 12월 28일 기사. <https://www.mhns.co.kr/news/articleView.html?idxno=518874>(검색일: 2022.4.3.)
- 13 최아름. (2021). ‘집방’을 통해 본 ‘집’의 의미와 역할 변화에 대한 고찰. 문화콘텐츠연구, 21, 193-226.
- 14 포럼M. (2021). 3개월마다 만나는 마이크로 트렌드. 쌤앤파커스.
- 15 행정안전부. (2021). 작년 첫 인구감소 이후, 올해도 3개월 연속 감소세 지속. 4월 8일 보도자료.
- 16 LX 인터내셔널 블로그. <http://blog.lxinternational.com/28897/>
- 17 Rapoport, A. (2013). 주택의 형태와 문화. 송보영, 최형식 역. 태림문화사.