Navigation & Solution

부동산・주택업계의 새로운 성장영역으로서 뉴타운의 가능성

키누마츠 요시타카 (衣松佳孝)
미츠하시 료 (光橋遼)
이노우에 카이 (井上海)

CONTENTS

Ⅰ. 환경변화와 성장 영역으로서의 뉴타운
Ⅱ. 뉴타운의 역사와 현황
Ⅲ. 뉴타운 활용상의「목표」
Ⅳ. 활용 추진 시 해결 과제와 방향성
Ⅴ. 끝으로

요 약

1. 인구의 지속적인 감소 등으로 인해, 완만한 시장 축소가 예상되는 일본 부동산・주택 산업에서는「고객 확보」가 효과적인 대응책 중 하나로 고려되고 있는데, 주택 가격의 상승, 고령화가 진행되고 있는 현 상황에서, 보다 LTV(Life Time Value : 고객 생애 가치)가 큰 젊은 세대에 대한 접근이 중요해지고 있다.
2. 이러한 상황에서 젊은 세대 고객과의 접점 획득을 위한 장의 후보로 뉴타운을 거론되고 있다. NRI가 실시한 설문조사에 따르면, 젊은 세대는 다른 세대와 비교하여도 뉴타운에 좋은 인상을 가지고 있는 것으로 나타났다. 또한 일정한 인구 규모와 우수한 인프라를 갖춘 뉴타운은 개발 및 관리 주체 뿐만 아니라, 다른 사업자들에게도 유망한 서비스 확장 대상으로 유망하다고 여겨지고 있다. 또한, 뉴타운은 주민의 고령화와 같은 문제를 안고 있기 때문에, 그 활용은 지역 및 인프라의 지속가능성 향상에 기여할 뿐만 아니라, 사회적으로도 의미가 클 것으로 생각된다.
3. 뉴타운 활용을 추진하는 데에는 많은 과제가 존재하는데, 해결을 위해서는 관련 주체 간의 연계를 촉진하는 주체(뉴타운 코디네이터)와 같은 존재가 필요하다. 사업성 등의 문제도 존재하지만, 선도하는 사례나 대응책도 나오고 있는 상황으로, 앞으로 더 많은 구체적 사례나 활용 방안이 창출될 것으로 기대된다.

Ⅰ. 환경 변화와 성장 영역으로서의 뉴타운

이번 장에서는 일본내 부동산・주택업계를 둘러싼 환경 변화를 살펴본 뒤, 부동산・주택 사업자의 미래 성장 영역 중 하나로「뉴타운」에 주목하는 이유를 설명하도록 하겠다.

1. 부동산・주택업계를 둘러싼 환경 변화

일본의 부동산・주택업계를 둘러싼 환경은 크게 변화하고 있다.

인구 감소에 따른 신설 주택 착공 호수의 축소는 중장기적 추세로 볼 수 있다. 또한, 라이프 스타일의 다양화에 따라 진학・취업을 계기로 임대주택에서 혼자 생활을 시작하고, 결혼해서 보다 넓은 임대주택(단지) 등에 이사 후, 출산・육아 등으로 세대 구성의 변화가 생겨 자택 구입, 마지막 거주지로서의 전형적인 주택 및 거주 패턴, 소위「주택 스고로쿠(주사위놀이)」의 붕괴는 오래전부터 이야기 되어왔다.

최근에는 이에 더해, 단기적인 추세로서 사회・경제정세에 따른 급격한 환경 변화도 보여지고 있다. 예를 들면, 국제적인 목재 부족으로 인한 가격 상승(이른바「우드쇼크」)과 이로 인한 건설 자재비 상승, 인력부족에 의한 인건비 상승, 이 모든 영향은 건설 공사비 및 최종적인 주택 가격 상승으로 이어지게 되었다. 또한, 코로나19의 감염 확대로 인해 재택근무의 확대, 도심 집중 완화,「이중거주」에 대한 관심이 높아진 것도 소비자 가치관의 단기적 변화의 표현이라 볼 수 있다.

나아가, 지속 가능한 사회를 목표로 하는「SDGs」및「탈탄소」의 실현을 위한 노력도 최근 급격하게 커진 추세라 할 수 있다.

이처럼, 부동산과 주택업계를 둘러싼 환경은 크게 변화하고 있고, 앞으로도 그 추세는 계속될 것으로 예상된다.

2. 환경 변화에 대한 대응의 방향성

이러한 환경 변환에 대해, 부동산・주택 사업자는 어떻게 대응해 나가야 할 것인가. 특히, 중장기적인 사업에 큰 영향을 미칠 수 있는「마켓의 축소」에 대해서는 미래 수익창출의 원천을 확보하는「고객 확보」가 효과적인 대응책의 하나로 여겨진다. 즉, 인구감소 및 가치관의 다양화로 인해 신규 고객 획득의 장벽이 높아지고 있는 가운데, 자사에 있어 유망한 고객과 지속적인 관계성을 쌓아, LTV(고객 생애 가치)를 향상 시키는 것이 필요하다

실제로, 지속적인 고객 접점의 확보를 목표로 하는 노력은 각 업계에서 나타나고 있다. 예를 들면, 미쓰이부동산 그룹에서는 자사의 주택 서비스를 이용한 고객용 멤버십 서비스「미쓰이 스마이(주거) LOOP」을 전개하고 있다. 외부 사업자와 연계하면서, 회원용으로 다양한 우대 서비스를 제공하고, 고객의 로열티를 확실하게 높임으로써 주택 판매 후의 유지보수 및 리폼・매각 등의 시기에 자사 서비스를 확실하게 어필할 수 있다. 또한, 세키스이 하우스에서는, 신축 도급을 중심으로 한「플로(Flow)형」에 더하여, 고객기반을 활용한「스톡(Stock)형」의 사업을 강화하였다. 그 결과 그룹 수익 전체에서「스톡형」이 차지하는 비율이 높아졌고, 고객 기반의 활용이 안정적인 수익원으로 자리잡게 되었다.

한편, 현재의 고객 확보 전략의 대상은, 주로 주택 등 부동산을 구입한 사람이 메인 대상으로, 연령층은 비교적 높은 것(약 30대 후반~40대 이후)으로 알려져 있다. 특히, 주택 가격이 상승하고 있는 도심부는, 보다 연령층이 높아지고 있다. 때문에 앞으로도 이 경향이 계속되다고 가정하면, 고객 확보 전략 자체는 성공한다고 해도, 연령층이 높은 고객이 많기 때문에, 결과적으로 확보할 수 있는 LTV가 감소하는 상황에 직면할 가능성이 있다.

따라서, 미래 수익창출의 원천을 확보하고, 중장기적인 마켓 축소에 대응하기 위해서는 부동산 구입층에 국한되지 않는 고객에 대한 접근법 중요하다. 그 중에서도, LTV를 향상시킬 수 있는 가능성의 크기를 고려할 때, 20대를 포함한「젊은 세대」로의 접근이 중요하다고 할 수 있다.

3. 성장영역으로의 뉴타운

젊은 세대와의 접점을 효율적으로 획득하기 위한 장의 후보 중 하나로, 본 고에서는「뉴타운」에 주목하려 한다. 그 이유로는, 이하의 세가지를 들 수 있다.

첫번째 이유는, 뉴타운은 비교적 우수한 인프라를 갖추고 있으며, 일정 규모의 인구가 집중되어 있기 때문에, 노력에 따라 많은 고객 접점을 얻을 수 있을 것으로 판단되기 때문이다. 구체적으로는, 주택・시설의 리모델링 및 재개발 등 기존 자산의 효율

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

적인 활용이나, 모빌리티 등의 생활 관련 서비스와 연계한 뉴타운의 실험적 활용을 생각할 수 있다. 또한 코로나 19 감염 확산 기간을 겪은 교외의 회복, 또 최근 통근 재개 트렌드도 고려하면, 도시지역에「나름대로」가까운 뉴타운은 고객 접점 확보의 관점에서 최근 유효성이 더욱 높아지고 있는 것으로 보여진다.

두번째 이유는, 젊은 세대는 뉴타운과의 친화성이 높다고 생각되기 때문이다. 상세한 조사결과는 뒷부분에서 소개하겠지만, 노무라종합연구소가 실시한 설문조사에 의하면, 젊은 세대는 타세대와 비교했을 때 뉴타운에 좋은 인상을 가지고 있는 것으로 나타났다.

마지막으로 세번째 이유는, 주민의 고령화 등으로 인한「과제 선진지(저출산, 고령화 등 앞으로 직면할 과제를 선점하고 있는 지역)」의 측면도 있는 뉴타운에 대한 대책 방안은 사회적 의의가 크며, 브랜딩 효과도 기대할 수 있기 때문이다. 뉴타운의 자산을 효과적으로 활용함으로써 지역・인프라의 지속 가능성을 향상시키는데 일조하기 때문에 SDGs의 관점에서도 의의가 있는 대책 방안이라고 할 수 있다.

이처럼, 뉴타운은, 부동산・주택 사업자가 고객 접점을 획득할 수 있는 장소 중 하나일 뿐 아니라, 생활 관련 서비스 사업자에게도 새로운 비즈니스 찬스 획득의 장이 될 것으로 보인다.

나아가 지역의 지속 가능성 향상에도 기여할 수 있을 것으로 보이며, 뉴타운 개발・관리주체나 지자체・주민들에게도 의미 있는 활동이 될 수 있다.

본 고에서는, 부동산・주택업계의 향후 새로운 성장 영역으로서의「뉴타운」에 대해 그 역사와 현상을 간결하게 정리한 후, 주목해야 할 대상과 그 방안에 대해 살펴 보도록 하겠다.

Ⅱ. 뉴타운의 역사와 현상황

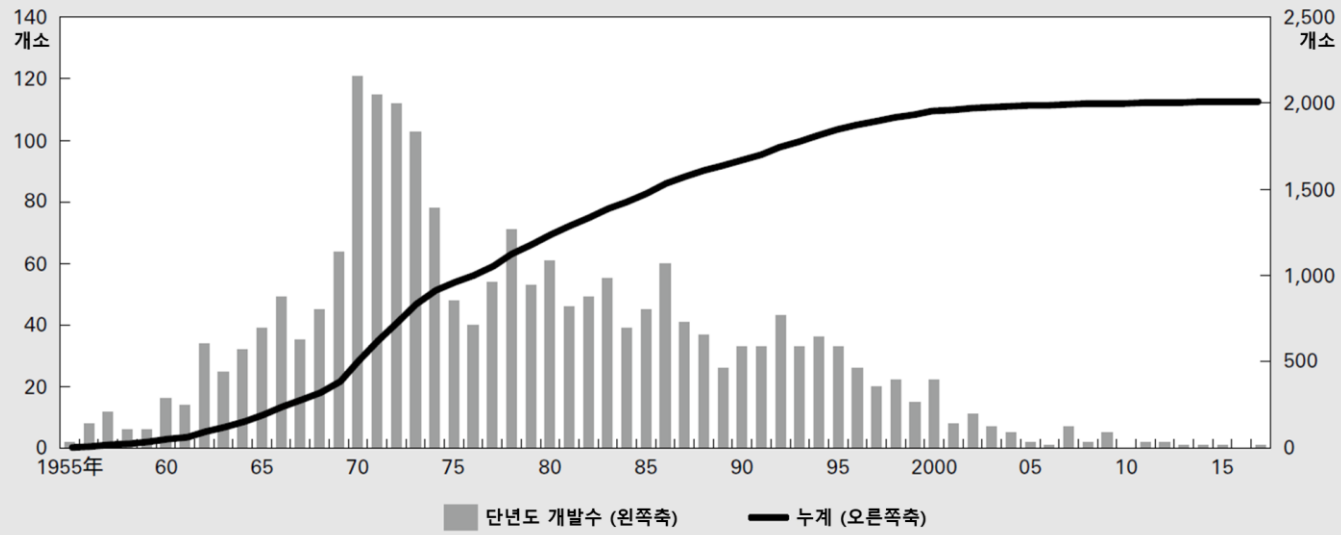
이번 장에서는 본 논문에서 대상이 되는 뉴타운에 대해, 그 정비 역사와 현재 상황을 간결하게 정리해 보겠다.

1. 뉴타운 정비의 역사

전후, 고도 경제 성장을 거쳐 계속해서 증가하는 인구를 수용하기 위해 도시 근교를 중심으로 뉴타운 정비가 진행되었다. 국토교통성이 2018년에 작성한「전국 뉴타운 리스트」에 의하면, 뉴타운 개발은 1955년부터 시작되어, 70년대 전반에 개발 전성기를 거쳐, 현재는 전국에 2000곳 이상 존재한다 (그림1, 2)

뉴타운은 당시「교외에서의 양호한 주거생활 제공」을 목표로 삼고, 세밀한 계획을 바탕으로 형성된 것이 많았다. 구획이 잘 정돈되어 있고, 도로 폭과 건물 간 거리가 넓고 녹지가 많으며, 상업 시설 등이 뉴타운 내부나 인근에 설치되어 있는 등, 하드웨어 면에서 우수한 인프라를 갖추고 있었다. 또한, 동일한 연령대, 유사한 가족 구성을 가진 주민

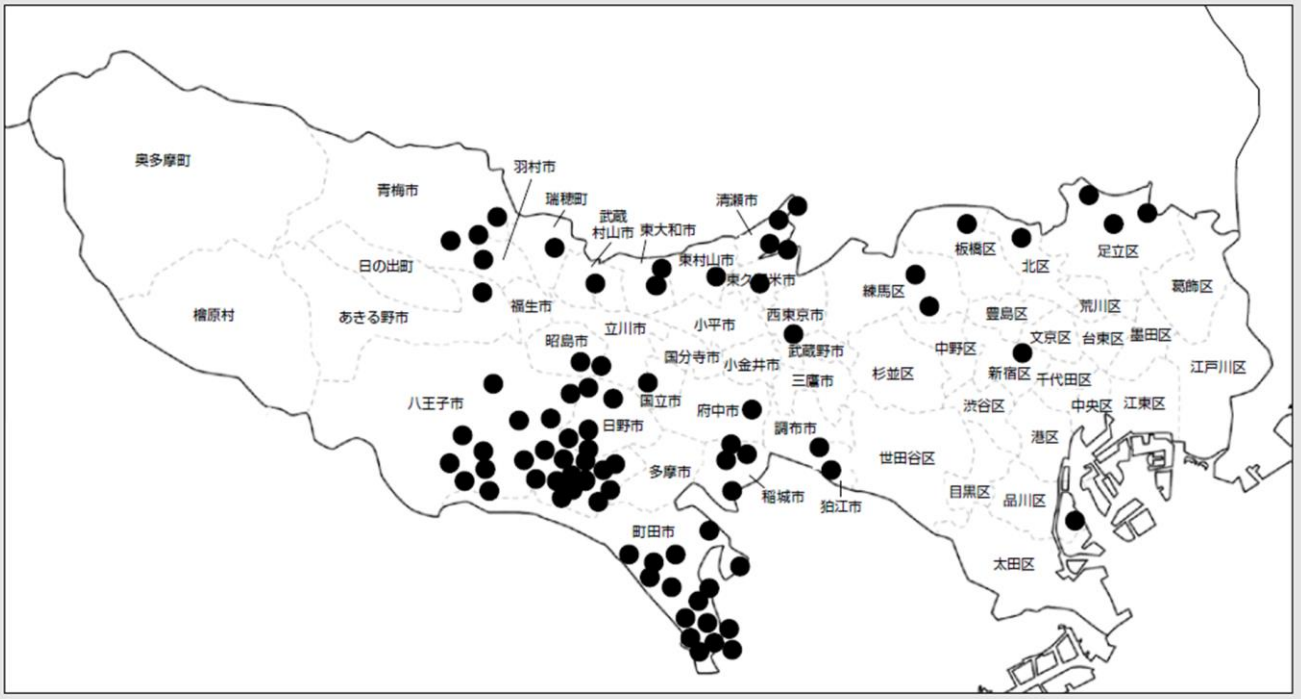
그림1 1955년 이후 뉴타운의 개발수 및 누계수 (전국)



출처) 국토교통성 #전국의 뉴타운 리스트* (2018년)

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

그림2 도쿄도내의 뉴타운 분포도



출처) 국토교통성 #전국의 뉴타운 리스트* (2018년)

들이 같은 시기에 입주하면서 형성된, 활발하고 밀접한 커뮤니티, 도심과 비교하여 저렴한 가격 등 소프트면에서의 매력도 있었을 것이다.

2. 뉴타운의 현황

한편, 2000년대 이후부터 인구 감소・도시로의 거주 회귀 속에서 많은 뉴타운은「과제 선진지」화가 진행되고 있다.

예를 들면, 획일적인 정비로 인하여 동시기에 한꺼번에 인구가 유입된 뉴타운 주민의 특성은 동질적이며, 현재는 고령화가 두드러지고 있다. 자녀 세대가 뉴타운을 떠나 다른 지역에 거주하는 등의 이유로 인해, 빈집도 증가하고 있다. 또한, 예전에는 넓은 구획이 뉴타운의 매력 중 하나였지만, 고령화가 진행되면서 뉴타운 내 이동 수단 확보가 새로운 과제가 된 것이 현실이다. 게다가 뉴타운 내에서 오랫동안 이용되어온 소규모 상점과 슈퍼마켓도 자가용 보급 및 교외형 대형 쇼핑몰의 개장으로 인해 매력이 감소하여 현재는 폐점이 잇따르고 있으며, 경관과 치안 유지 측면에서도 문제가 되고 있다.

이처럼, 한때 뉴타운의 매력으로 여겨졌던 소프트웨어 및 하드웨어 인프라가 때때로 부작용을 낳으며, 다양한 문제를 안고 있는「과제 선진지로서의 뉴타운」이 등장하고 있는 것이다.

그러나, 제Ⅰ장에서도 언급한 것 처럼, 뉴타운은 활용방법에 따라서는 부동산・주택업계에서 새로운 성장영역이 될 가능성이 있다. 본 장에서는 어떤 대상에 대해 어떤 조치를 취해야 하는지에 대해 NRI가 실시한 설문 조사 결과를 바탕으로 이야기해보려 한다.

Ⅲ. 뉴타운 활용상의「목표」

성장 영역으로서의 가능성을 내포하고 있다고는 하지만, 대부분이 교외에 위치하고 있고, 이전 장에서 언급한 바와 같이 해결해야 할 과제도 많은 뉴타운은, 현재로서는 많은 사람들에게 매력적인 선택지가 되고 있다고 말하기 어려운 상황이다. 따라서 목표 대상의 요구에 따라 새로운 생활 스타일을 제안하고 가치를 제공해 나갈 필요가 있다.

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

본 장에서는 2022년 9월에 NRI가 1도3현에 거주한 18~49세, 3000명을 대상으로 실시한 「뉴타운에 관한 이미지 조사」의 내용을 중심으로, 대상이 되는 사람은 누구인지, 또 어떤 뉴타운이 활용에 기여하는지 알아보도록 하겠다.

1. 목표로 하는 「고객층」

제Ⅱ장에서 언급했듯이, 뉴타운은 과제 선진지로 거론되는 경우가 많은데, 소비자는 어떻게 받아들이고 있을까. NRI의 설문조사에서 젊은 세대를 대상으로 그 인상에 대해 물어보았다.

코시가야 레이크타운, 타마 뉴타운, 치바 뉴타운, 코호쿠 뉴타운 등 대표적인 뉴타운을 예시로 들었고, 뉴타운에 대한 좋은 인상은 가격 측면을 제외한 모든 항목에서 10~20대 젊은이의 평가가 30대, 40대와 비교하여 가장 높게 나타났다 (그림3)

이러한 결과가 나타난 이유로는 10~20대에게는 과제 선진지가 된 후, 재개발 등 개선을 위한 다양한 노력이 진행된 뉴타운의 인상이 강하기 때문에, 다른 세대들과 비교할 때 더 긍정적인 이미지를 가지고 있는 것이 아닐까 생각된다. 반면에, 30대와 40대의 거주자들은 문제 지역으로 변해가는 뉴타운이나 무질서한 개발로 인한 환경 악화의 인상이 강하며, 혹은 직접적인 경험을 가지고 있기 때문에, 뉴타운에 대해 상대적으로 부정적인 이미지를 가지고 있을 가능성을 생각할 수 있다.

어쨌든, 부동산・주택업계가 목표 대상으로 해야 할 젊은 세대와 뉴타운은 친화성이 높다고 할 수 있다. 이후는, 그 가치관과 요구를 심층적으로 파악하고, 가능한 활용 방안을 모색해보려 한다.

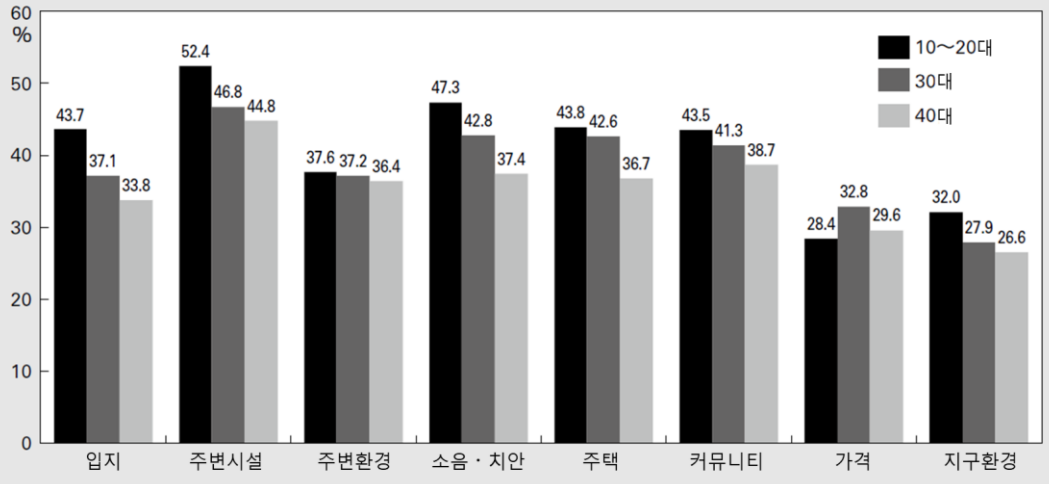
먼저, 젊은 세대가 이주할 때 중요시하는 점을 살펴보면, 근무지와의 접근성, 가까운 상업시설이 희망사항의 최상위에 위치했다. 그 외 자녀의 유무로 구분해보면, 자녀가 없는 그룹에서는 도심으로의 접근성(35.5%) 및 역이나 버스정류장과의 접근성(37.5%) 등, 입지 자체에 중점을 둔 경향이 나타났다 (그림4)

한편, 자녀가 있는 그룹에서는 주택의 구조, 면적(각각 33.6%, 30.7%)이나, 병원과의 접근성(32.1%) 등, 주택 및 주변시설을 중시하는 경향이 나타났고, 도심으로의 접근성을 중시하는 사람은 12.1%로, 상대적으로 입지의 중요도가 낮은 것을 알 수 있다 (그림5)

자녀가 있는 세대에서의 교외 수용 경향은, 원격근무의 확산과 상승하는 임대료를 고려했을 때, 교외 지역이 현실적인 선택지로 부상하고 있기 때문으로 생각된다.

실제로 앳홈의 전국 주요도시의 「임대맨션・아파트」모집 임대료 동향(2023년1월)을 살펴보면, 2023년 1월의 도쿄 23구의 가족용 맨션(50~70m^2)의 평균 임대료 지수는, 2015년 1월을 100으로 했을 때 126.5로, 2015년 이후 최고치로 나타났다. 자녀양육에 필요한 공간 등의 환경을 고려하면, 이전보다 더욱 교외 지역이 유망한 선택지가 될 것으로 보인다.

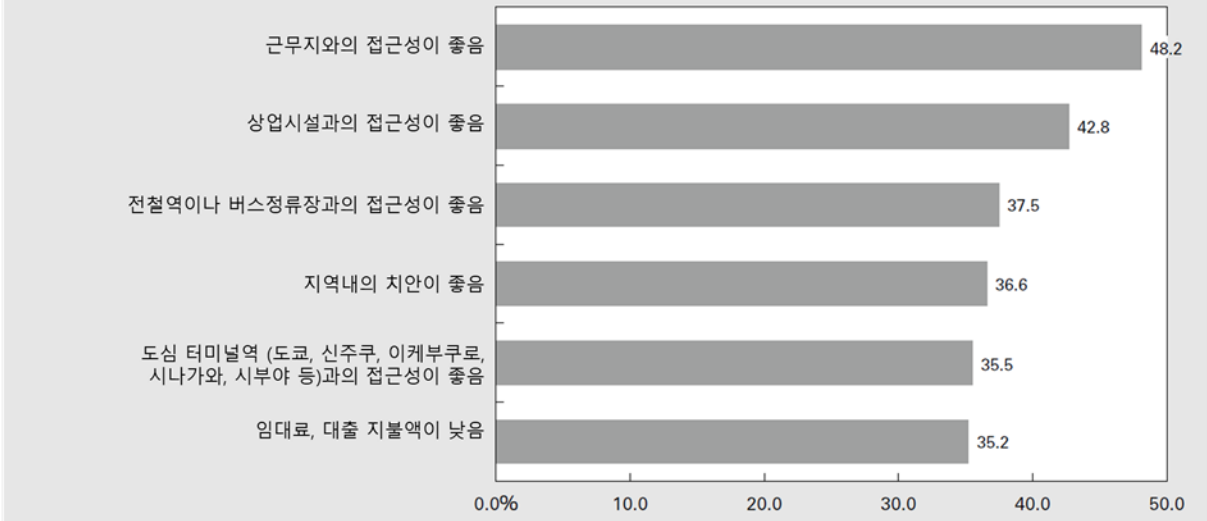
그림3 세대별 뉴타운에 대한 좋은 인상



출처) 노무라종합연구소 「뉴타운에 관한 이미지 조사」(2022년 9월)

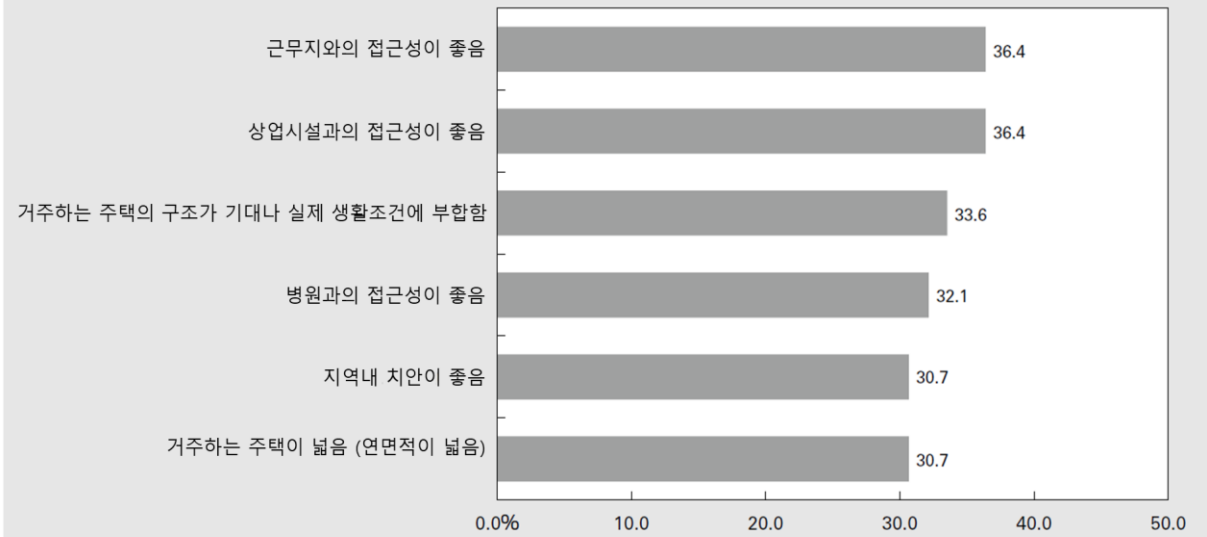
Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

그림4 10~20대가 전거 · 이주시에 중시하는 항목 (자녀없는 그룹)



출처) 노무라종합연구소「뉴타운에 관한 이미지 조사」(2022년 9월)

그림5 10~20대가 전거 · 이주시에 중시하는 항목 (자녀있는 그룹)



출처) 노무라종합연구소「뉴타운에 관한 이미지 조사」(2022년 9월)

이러한 점에서도 입지와 비해 임대료가 낮은 경향이 있는 뉴타운은 젊은이들에게 유망한 옵션 중 하나가 될 수 있을 것이다.

2. 목표로 하는「뉴타운 이미지」

다음은, 설문조사 결과를 바탕으로, 활용의 목표가 될 수 있는 구체적인 뉴타운에 대해 고찰해보려 한다.

설문조사를 통해 근무지의 접근성이 여전히 중요한 포인트임이 확인되었다. 조사에 의하면, 도쿄는 2022년 12월 시점에, 직원 30명 이상 회사의 원격근무 도입율은 52.4%로, 원격근무를 실시하고 있는 사람 중, 주 5일의 완전 원격근무자의 비율은 21.7%, 평균은 주 2.6회로 나타났다. 원격근무자들에 있어서도, 출근과 원격근무를 결합한 하이브리드 방식이 현재 주류라고 할 수 있다. 이러한 점을 고려할 때, 뉴타운을 활용하는 데 있어서도, 많은 사람들의 직장이 있는 도심지역에 대한 접근성은 일정 수준 보장되어야 한다. 후에 또 언급하겠지만, 접근성이 떨어지는 것을 보완하는 서비스와 결합하면 요구에 부응할 수 있을 것이다.

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

뉴타운 활용에서 또 하나 고려해야 할 점은 뉴타운 내의 주택 종류 구성이다. 단독주택이 중심인 경우, 토지 소유자의 수가 많고, 주민 조직을 통한 의사결정이 필요한 경우가 있어, 사업 전개에는 시간이 소요될 것으로 예상된다. 반면, 공공 · 민간 임대주택의 경우, 토지 및 건물 소유자인 지방자치단체나 개발업자 등과는 조정으로 해결될 수 있기 때문에, 상대적으로 활용의 문턱이 낮을 것으로 보인다. 따라서, 임대주택을 주로 하는 뉴타운이 활용하기에 더 적합할 것으로 판단된다.

이를 바탕으로, 목표가 될 수 있는 뉴타운의 한 예로서, 「도쿄역에서 1시간 이내」이며 「주요 주택 유형이 임대주택」인 두 가지 조건을 만족하고, 일정한 규모감을 가진 뉴타운의 예를 리스트화했다 (표1). 원래는 도쿄역 주변 지역 이외에 직장을 둔 사람들도 많고, 주거 유형도 모두 임대일 필요는 없기 때문에, 활용에 도움이 되는 뉴타운은 다른 곳에도 많을 것이다. 이 점은 주의할 점으로 언급될 수 있지만, 앞으로의 뉴타운 이미지를 검토하는 데 첫걸음으로 활용할 수 있을 것이다.

3. 목표를 토대로 한 뉴타운 활용의 방향성

지금까지 뉴타운의 활용을 검토하는 한편, 대상으로 해야 하는 「고객층」 및 「뉴타운 이미지」에 대해 이야기하였다. 이번에는, 목표 대상으로 한 고객층을 유인하기 위해 뉴타운에서 어떠한 대처를 해야 하는지, 활용의 방향성에 대해 고찰해 보도록 하겠다. NRI는, 어떤 서비스가 뉴타운에 있으면 이주를 검토할 것인가에 대한 설문조사를 실시하였고, 그 결과를 바탕으로 설명하도록 하겠다 (그림 6).

이 항목의 응답에서는, 자율운행 등 지역내 모빌리티 서비스, 여러 서비스와 연동한 구독 서비스, 무인 배송 서비스 등이 이주를 검토하는 열쇠가 되는 서비스로서 상위를 차지했다.

이러한 서비스들을 뉴타운 내에서 실행할 수 있다면, 뉴타운은 일정한 인구 집중 지역이 될 수 있다. 또한, 사람들이 모이면 새로운 서비스를 시험해 볼 수 있는 실험장으로 기능할 뿐만 아니라 서비스의 수익성 확보로도 이어질 것이다. 나아가, 이러한 서비스를 조합함으로써 입주자의 편의성을 향상시키고 주택으로서의 부가가치를 증가시켜 사업성을 높일 수 있을 것이다.

실제로, 자율운행을 활용한 실증실험은 뉴타운에서도 진행되고 있다. 아이치현의 고조지 뉴타운에서는 버스정류장까지의 라시트 원 마일 서비스를 제공하기 위해, 2017년부터 자율운행 등 모빌리티

표1 도쿄역에서 1시간권내로, 주로 임대주택으로 구성된 뉴타운의 예

도도부현	시구정촌	시구정촌	시공면적	도쿄역에서 거리
사이타마현	미사토시	와세다	194ha	59
치바현	치바시	케미가와카이힌 뉴타운	343ha	52
치바현	우라야스시	우라야스Ⅰ기 (이리후네 · 토미오카 · 히가시노)	874ha	42
치바현	우라야스시	우라야스Ⅱ기 (타카스 · 메이카이 ·히노데)	367ha	51
도쿄도	아다치구	아다치구부 토네리바치	184ha	56
도쿄도	아다치구	타케노츠카	100ha	42
도쿄도	네리마구	히카리가오카	104ha	52
카나가와현	요코하마시	토호쿠다이이치	548ha	57
카나가와현	요코하마시	요코다이	208ha	54
카나가와현	후지사와시	호쿠부다이이치	193ha	53

출처) 국토교통성 「전국의 뉴타운 리스트」 (2018년),「전국의 주택단지 리스트」(2018년) 「국토수치정보」

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

도입을 추진하고 있다. 오사카부 가와치나가노시 난카다이지구나 시조나와테시의 타와라지구 등에서도 뉴타운 내 자율주행 도입 사례가 있다.

또한, 상위에 들지 않았지만, 뉴타운과 도심 부동산, 두 거점의 거주 서비스를 희망하는 사람들이 19.5% 존재하였으며, 일정한 수요가 관찰되었다. 앞부분에서 일례로서 뉴타운 리스트를 작성했는데, 제표장에서도 도식화한 바와 같이 뉴타운의 대부분은 교외에 위치해 있다. 금전적인 문제도 있기 때문에 두 거점까지는 거주하지 못하더라도, 도심

그림6 10~20대가 뉴타운을 이주지로 고려할 때 희망하는 서비스

출처) 노무라종합연구소「뉴타운에 관한 이미지 조사」(2022년 9월)

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

내 숙박 시설(빈 아파트)을 한 달에 몇 번 이용할 수 있는 권리나 특급열차를 탈 수 있는 권리 등, 도심과 직장의 접근성을 보장하는 서비스는 젊은이들에게도 인기가 있지 않을까 싶다. 하이브리드 근무 방식을 적용하여 일주일에 몇 번 출근하거나, 휴일에 외출할 때 이러한 권리를 사용할 수 있다면, 거리의 장벽이 낮아지고, 도심에서 멀리 떨어진 뉴타운에서도 활용 가능성이 있을 수 있다.

또한, 다른 거주지에 관한 구독 서비스는 최근 증가하고 있으며, 「ADDress」나 「SANU 2nd Home」 등이 알려져 있다. 한편, 그 중 대부분은 노마드 생활 지향 소비자를 대상으로 한 서비스(ADDress 등)이거나, 관광이나 휴식을 위한 별장 같은 위치 서비스(SANU 2nd Home 등)이다.

교외에 살면서 도심으로 출근하는 라이프스타일은 일반적으로 주류로 여겨진다. 한편, 이러한 라이프스타일을 추구하는 소비자층을 대상으로, 「정착하면서 도심에 다른 생활 기반을 가질 수 있는」 서비스는 현재 그리 많지 않다.

그 사례로 「unito」를 들 수 있는데, 가구와 인프라가 완비되어 있고, 사용하지 않는 날은 임대료가 발생하지 않는 「재임대」가 가능한 서비스를 실시하여 2020년 12월 출시 이후 2023년 12월에 회원수 4만 명을 돌파하였다. 「Unito」는 기본적으로 임대 서비스이며, 자택이 있는 가운데, 추가로 임대 가능한 집을 보유하는 것은 고소득층을 제외하고는 어려운 일이다. 또한, 호텔 숙박을 통해 두개의 거점 거주를 제공하는 「Hostel Life」와 같은 서비스도 있지만, 현재 도쿄에서는 두개의 거점만으로, 아직 충분한 준비가 되어 있다고는 할 수 없는 상황이다.

이러한 소비자층의 요구를 충족시키기 위해, 교외의 뉴타운을 본거지로 하면서 도심에서의 숙박을 용이하게 하는 서비스나 이동 수단 서비스를 함께 제공할 수 있다면, 소비자에게 새로운 생활 스타일과 가치를 제공할 수 있을 것이다.

또한, 경우에 따라서는, 뉴타운을 두 거점 거주를 희망하는 도심 측의 수용처로 고려하여, 지방과의 두 거점 거주자를 유치하는 것도 생각해 볼 수 있다.

위치 대비 비교적 저렴하면서도 풍부한 자산을 갖춘 뉴타운은 두 곳의 거점 거주 또는 다른 서비스와의 패키지 판매과 같은 유연한 활용이 가능할 것으로 예상된다.

Ⅳ. 활용 추진 시 해결 과제와 방향성

지금까지 부동산 · 주택 사업자의 젊은 세대와의 고객 접점 획득, 신규 서비스 검토, 그리고, 사회과제 해결을 위한 「장」로서의 뉴타운의 가능성에 대해 이야기했는데, 실제로 이를 추진할 때는 해결과제가 많이 존재한다. 이번 장에서는 새로운 뉴타운 이미지를 실현하는데 있어 관계 주체가 안고 있는 과제 그 해결 방향을 제시해 보려 한다.

1. 활용 추진 시 해결해야 할 과제

현재 뉴타운을 둘러싼 환경은, 관계 주체들이 마치 「맞선」상태에 있는 것과 같다고 할 수 있다. 즉, 각 관계 주체들은 뉴타운에 대한 문제의식과 관심을 갖고 있지만, 동시에 해결과제가 있어, 결국 모두 첫발을 내딛지 못하고 있는 상황이다.

예를 들어, 부동산 · 주택 사업자들의 경우, 뉴타운의 토지 및 건물 소유주가 다양하여, 단독으로 부가가치를 제공할 수 있는 범위가 제한적이라는 문제가 있다. 또한 이러한 지역들이 과제 선진지화되어 있기 때문에 단독으로 투자 결정을 내리기 어려운 상황이다.

또한, 앞 장에서 설명한 것처럼, 생활 관련 솔루션 · 서비스 사업자의 경우는, 서비스 제공에 필요한 충분한 인구 밀도의 확보와 사업을 추진하는 데 있어서의 「핵심」(지자체나 사업자)과의 연결 구축이 큰 과제일 것이다.

또한, 지자체도 사업 추진 시 필요한 자원(인력, 물자, 자금, 정보)의 부족이 해결해야 할 과제로 여겨지고 있다.

수요자 측면에서 새로운 뉴타운의 주요 대상인 젊은 세대에 대해서도, 거주 환경과 조건이 그들의 요구와 맞아떨어져도, 관련 정보를 얻기 어렵고, 현지의 상황도 알지 못하는 상황에서, 이주라는 큰 결정을 내리기 어려울 것으로 예상된다.

2. 해결 방향성

이러한 맞선 상태를 만들어내고 있는 각 주체들의 문제 해결을 위해서는, 「뉴타운 코디네이터」와 같은 존재가 필요하다.

뉴타운 코디네이터는 뉴타운 활용을 위해 노력하면서, 해결과제를 안고 있는 사업자, 자치단체, 주민

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

과 같은 관계 주체들 간의 협력을 촉진하는 역할을 맡을 것으로 예상된다. 사업자는 코디네이터와의 협의 하에 뉴타운 주민의 요구에 기반하여 다른 회사와 함께 참여함으로써, 결과적으로 서비스 간의 상승효과와 투자를 통해 뉴타운의 매력을 향상시키고 사업성을 가진「밀집된」상태를 실현할 수 있게 된다. 또한 주민의 입장에서도, 요구에 맞춘 신규 개발 및 서비스 제공을 통해 신규 유입이 증가하고 인구 밀도가 향상되어, 새로운 투자가 이루어지고, 이는 생활 수준의 향상과 사회 문제 해결로까지 이어질 수 있을 것으로 예상된다.

실제 뉴타운 코디네이터의 사회 구현을 가정할 때, 뉴타운의 주요 주택 유형에 따라 진행 방식이 달라지는데, 구체적으로는 다음의 두 가지 패턴이 존재할 수 있다 (그림7).

(1) 사업자 적극적 관여에 의한 활용

임대 주택 중심으로 토지 및 건물 소유주 수가 비교적 적은 경우, 그 뉴타운을 관할하는 사업자(공공 임대의 경우 지자체 등)가 코디네이터로서, 다른 사업자를 참여시키면서 진행하는 방식이 고려될 수 있다. 실제로 이 패턴에 해당하는 뉴타운은 1도 3현 중에서도 한정되지만, 관련 주체가 비교적 적기 때문에, 추진이 쉽고 활용의 선진 사례가 될 수 있다.

(2) 협의회 구성을 통한 활용

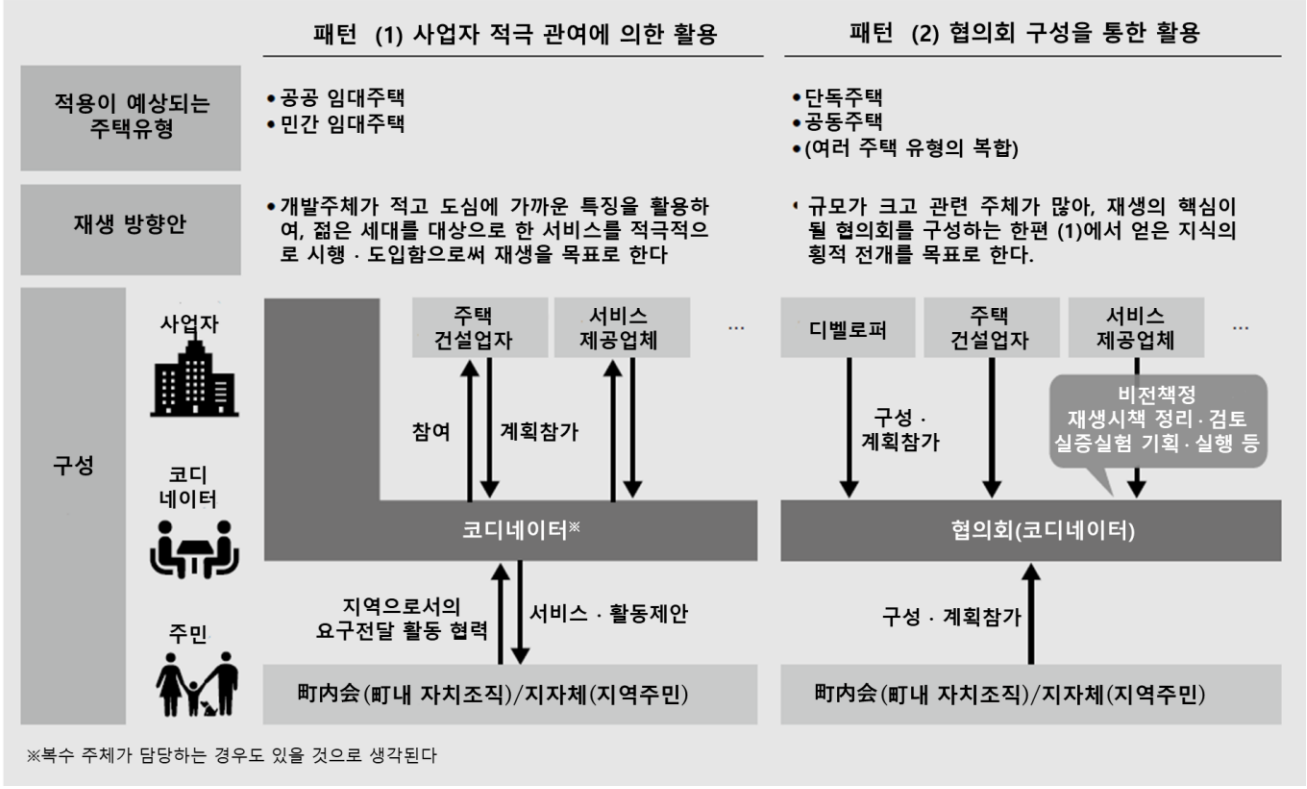
단독 주택이 많고 토지 및 건물 소유주 수가 많은 경우, (1)의 패턴과 비교하여 추진 방침 및 실제 활동에 있어서의 합의 형성에 더 큰 에너지를 필요로 한다고 할 수 있다. 또한, 뉴타운을 관할하는 사업자가 존재하지 않는 경우도 많기 때문에, 행정이나 대학, 주민 등을 포함하여, 코디네이터 기능을 가진 회의체(협의회 등)를 구성함으로써, 활용을 검토해 나가는 형태가 될 것으로 생각된다.

3. 뉴타운 활용의 선행 사례

지금까지 뉴타운 활용의 패턴을 제시하였는데, 이미 뉴타운 코디네이터와 같은 기능을 수행하며 뉴타운의 활용을 진행하고 있는 사례도 존재한다.

예를 들어, 패턴 (1)의 구체적 사례로는 시나가와 야시오 파크타운을 들 수 있다.「시나가와 야시오 파크타운」은 도쿄도 시나가와구에 위치, 독립행정법인 도시재생기구(UR도시기구) ・도쿄도가 관리하는 주택과 분양주택 등이 모여 구성된 대지 면적

그림7 뉴타운 코디네이터의 사회 구현 패턴



※복수 주체가 담당하는 경우도 있을 것으로 생각된다

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

40.8ha를 자랑하는 대규모 뉴타운이다. 이 중 UR 도시기구가 관리하는 구획에서는 양품계획과 연계하여 일부 리모델링을 진행하고 있으며, 기존 상태 복원 의무 없이 거실 다이닝의 벽면을 자유롭게 커스터마이즈 할 수 있는「커스터마이즈UR」주택이나, 자신의 취향에 맞는 방을 직접 만들어 살고 싶은 니즈에 대응하는「DIY」주택 등 리모델링을 통해 새로운 거주 방식을 제안하고 있다.

패턴 (2)의 사례로는 효고현 미키시에 위치한「미도리가오카・미키아오야마 단지」를 들 수 있다. 미도리가오카・미키아오야마 단지는 개발 면적 약 327ha, 6347세대 1만5155명이 사는 뉴타운으로(2016년 8월 시점), 최근 미도리가오카 지구의 고령화율이 38.8%에 이르는 등, 급격한 고령화와 빈집・빈터 증가가 문제가 되고 있었다. 이러한 상황에서, 다이와 하우스 공업이 사무국 운영을 맡는 형태로, 산관학(産官学) 공동의「교외형 주택 단지 라이프스타일 연구회」가 조성되었다. 지역 가치를 높이는 서비스 제공을 통한 신규 주민 유입 촉진 등, 지속 가능한 도시 만들기의 선도 모델 검토가 진행되고 있다.

이 두 가지 사례처럼, 뉴타운 활용 대책을 추진중이지만, 지속적인 활동의 담보가 되는 뉴타운 코디네이터 자신이나 관련 주체의 수익성 확보, 또는 지자체에서의 합의 형성 방법론의 정리 등, 해결해야 할 과제는 아직 많이 남아 있다. 계속해서 이러한 과제 해결을 위한 도전과 유스케이스의 창출이 요구되고 있다고 할 수 있다.

Ⅴ. 끝으로

본 논문에서는 일본내 시장의 축소와 비용 상승 등 어려운 경영 환경에 처한 부동산 및 주택 업체의 새로운 성장 영역으로서의 뉴타운의 가능성을 검토해 보았다. NRI가 실시한 설문조사 결과로, 젊은 세대와의 높은 친화성과 구체적인 서비스 요구 등, 뉴타운 활용의 가능성을 어느 정도 보여줄 수 있었다.

사업 환경의 변화와 더불어 SDGs의 확산과 같은 지속가능성 향상을 위한 흐름도 있어, 과거보다 축적된 자산(주택, 인프라, 지역 자체)을 어떻게 활용하고 살아가며 이어갈 것인가가 중요한 논점이 되고 있는데, 이는 사업자 뿐만 아니라 지자체나 주민들에게도 의미가 있다고 생각된다.

코로나 소용돌이를 겪은 후의 생활 방식 변화라는 순풍을 받으면서, 뉴타운이라는 오래되었지만 새로운 필드에서 미래를 향한 활용의 노력이 진행되기를 기대해 본다.

주

본 논문에서는, 국토교통성을 따라 다음 세가지 조건을 충족하는 주택・택지개발사업에서 개발된 지구를 뉴타운이라고 정의한다. 조건 1 : 1955년 이후에 착수된 사업 조건 2 : 계획 주택 1,000호 이상 또는 계획 인구 3,000명 이상의 증가를 계획한 사업 중, 지구 면적 16ha이상일 것. 조건 3 : 교외에서의 개발 사업 (사업 시작 시 DID 외였던 사업)

참고문헌

1. 임야청「2021년 삼림・임업백서」

2. 국토교통성「2021년 주택시장 동향 조사」

저자

키누마츠 요시타카 (衣松佳孝)

NRI America, Inc, 시니어 컨설턴트
전문분야는 부동산・주택, 운송・교통, 에너지 등의 인프라 영역의 전략입안, 신규사업 입안, 실행지원 등

미츠하시 료 (光橋遼)

NRI 어반 이노베이션 컨설팅부 컨설턴트
전문분야는 부동산・주택 영역의 전략입안, 실행지원 등

이노우에 카이 (井上海)

NRI 어반 이노베이션 컨설팅부 컨설턴트
전문분야는 부동산・주택, 운송・교통 영역의 전략입안, 신규사업입안, 실행지원 등

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

본 기사는 知的資産創造 2023년 7월호에서 발췌하여 한국어로 번역하였습니다.
문의사항은 노무라종합연구소 서울로 연락 바랍니다.
문의처 : inquiry@nri-seoul.com

홈페이지 www.nri-seoul.com 의 insight 메뉴에서 더 많은 기사를 볼 수 있습니다.
또한 知的資産創造 2023년 7월에 대한 전문 및 기사는 www.nri.com에서 열람 가능합니다.

본 기사의 무단 전재, 복제를 엄격히 금합니다. 모든 내용은 일본의 저작권법 및 국제조약에 따라 보호받고 있습니다.

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.