2025년 1월
Incross Industry Report

건축·하우징 업종 리포트

01-1 시장 현황

2024년 3분기 건설수주액 감소, 매매·전세 가격은 상승

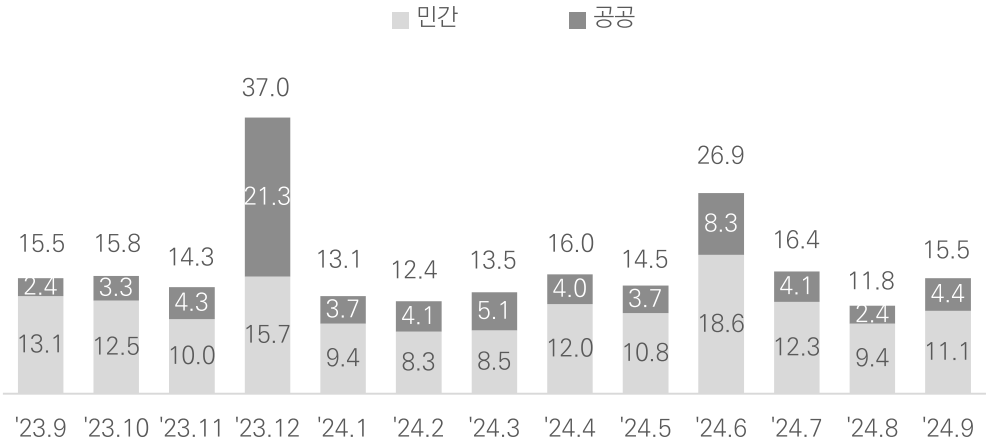
2024년 3분기 전체 건설수주액은 감소했으나 공공 부문에서는 증가세를 보임. 반면 민간 부문은 크게 줄어든 것으로 나타남. 전체 건설수주액은 2024년 9월 기준 15.5조 원으로, 과거 3년 평균인 17.6조 원 대비 감소. 민간 수주는 11.1조 원으로 과거 평균 14.3조 원보다 감소한 반면,
공공 수주는 4.4조 원으로 과거 평균 3.3조 원을 상회

2024년 전국 종합주택 거래 유형별 가격지수 변동률 분석 결과, 매매와 전세 가격은 상승세를 보였음. 특히 12월에 월세 가격 변동이 가장 큰 증가폭을 기록. 매매 가격지수 변동률은 2024년 1월 -0.14에서 점차 상승하여 8월에 0.19까지 증가한 뒤 하락세로 전환. 전세 가격지수는 비슷한 상승세를 보였으나, 변동폭은 매매보다 작음. 월세 가격지수는 하반기로 갈수록 변동이 더욱 뚜렷한 추세를 보임

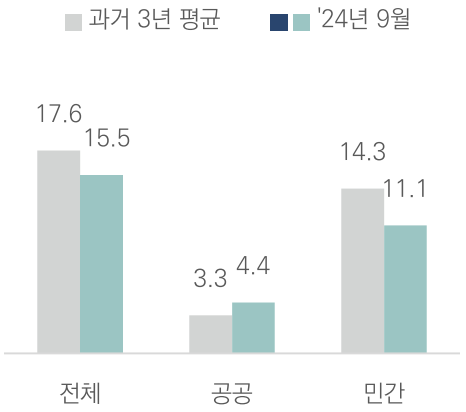
출처: (상) 한국건설산업연구원 / (하) 한국부동산원

2024년 3분기 건설수주액 줄어… 민간 줄고 공공 늘었다

| 전체 건설수주 추이 (단위: 조 원)

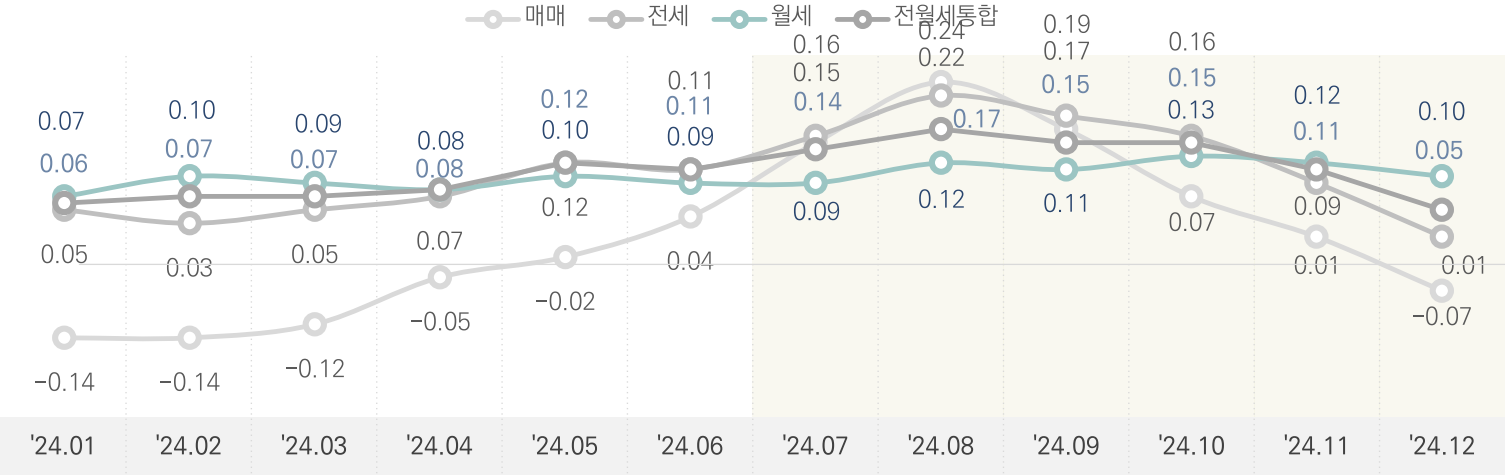


| '24년 9월 건설수주 비교 (단위: 조 원)



2024년 3분기엔 매매·전세 가격 상승, 12월엔 월세 가격 변동이 가장 ↑

| 2024년 전국 종합주택 거래 유형별 가격지수 변동률 추이



01-2 소비자 현황

2024년 하반기, 경제·사회 영향으로 소비심리지수 ↓

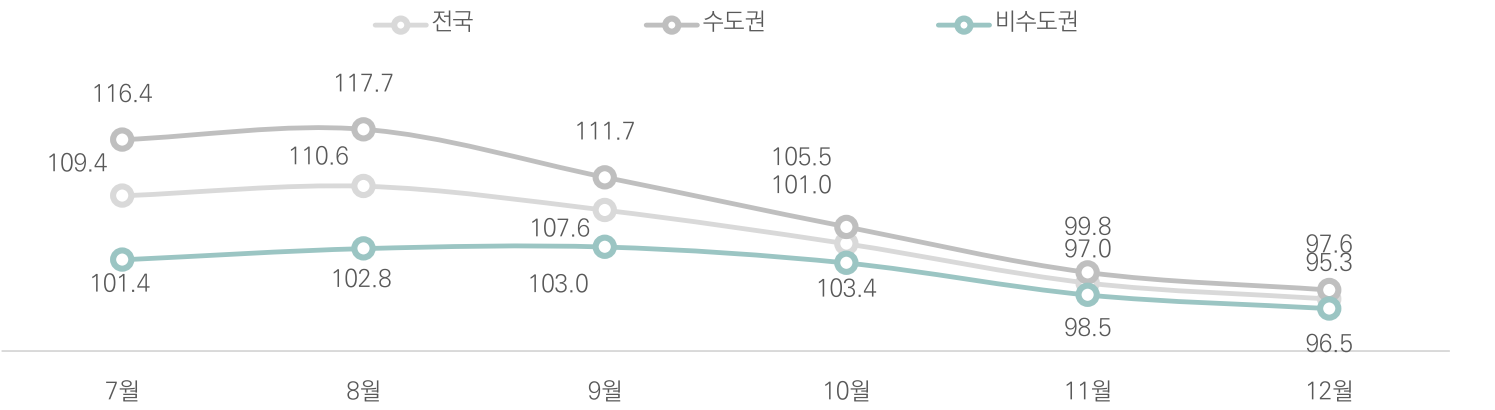
2024년 하반기 부동산시장 소비심리지수는 물가 상승, 경기 침체 우려, 대출 규제 등 이슈로 인해 지속적인 하락세. 전국 소비심리지수는 7월 116.4에서 점차 감소하여 12월 97.6으로 하락. 수도권과 비수도권 모두 비슷한 하락세를 보였으나, 수도권의 하락 폭이 더 큰 것으로 나타남. 수도권은 7월 117.7에서 12월 96.5로 감소

2024년 하반기 조사에서 응답자의 75%가 경기 침체에도 매매 가격이 유지되거나 상승할 것으로 예상.
하락 요인으로는 경기 침체 가능성(48.9%)이 가장 크고, 대출 규제(21.8%), 금리 부담(10.6%), 수요 감소(5.9%)가 뒤를 이음. 반면, 상승 요인으로는 핵심 지역 아파트 가격 상승(32.7%), 기준 금리 추가 인하 가능성(21.3%), 급매물에 의한 실수요층 유입(12.3%), 분양시장 활성화(9.0%), 재개발·재건축 활성화(8.1%) 등이 꼽힘

출처: (상) 국토연구원 / (하) 부동산R114

물가 상승·계엄령·사고 등 이슈로 소비심리지수는 지속 하락세

| 2024년 하반기 부동산시장 소비심리지수

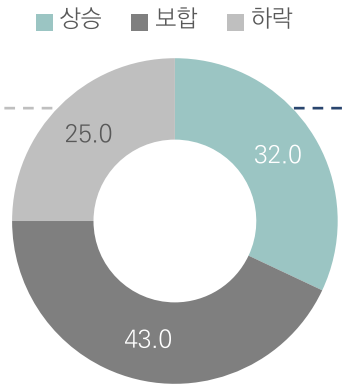


*부동산시장 소비심리지수는 0~200의 값으로 표현. 지수가 100을 넘으면 전월에 비해 가격상승 및 거래증가 응답자가 많음을 의미

75% 응답자, "경기 침체에도 집값은 유지되거나 오를 것"

| 2025 상반기 주택 매매 가격 전망 (2024년 하반기 소비자 조사) (단위: %)

매매 가격 하락 이유	%
경기 침체 가능성	48.9
대출 규제로 매수세 약화	21.8
대출 금리 부담 영향	10.6
가격 부담에 따른 수요 감소	5.9



매매 가격 상승 이유	%
핵심 지역의 아파트 가격 상승	32.7
기준 금리 추가 인하 가능성	21.3
급매물 위주로 실수요층 유입	12.3
아파트 분양시장 활성화	9.0
재개발, 개건축 정비사업 활성화	8.1

*2025년 상반기 조사는 2024년 11월 6일부터 18일까지 13일 동안 전국 1,306명을 대상으로 진행. 설문 조사의 표본 오차는 95%의 신뢰수준에 ±2.71%p.

01-3 트렌드

#패시브 하우스

기후감수성이 낳은 건축 트렌드

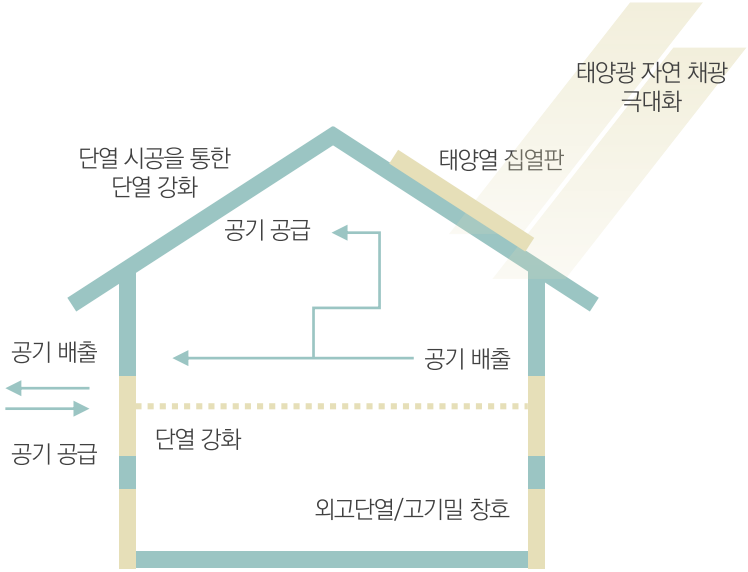
- 패시브 하우스는 단열, 태양광, 자연 환기 등을 활용해 에너지 소비를 최소화하면서도 쾌적한 실내 환경을 제공하는 친환경 건축 방식
- KCC글라스는 제로에너지·패시브 하우스를 위한 고단열 창호와 인테리어 솔루션으로 2024년 상반기 인테리어 매출이 전체 사업 비중의 40% 이상을 차지하며 성과를 기록. 에너지 절약과 기후 감축성이 요구되는 건축 시장에서 고부가가치 제품으로 경쟁력을 강화
- 패시브 하우스는 에너지 절약과 지속 가능성을 중시하는 현대 주거 트렌드로 자리 잡으며 관련 시장의 지속적인 성장 전망

제로 에너지, 에너지를 효율적으로 쓰는 '패시브 하우스'

| 패시브 하우스의 정의와 원리

"패시브 하우스"
Passive House

에너지 소비를 최소화하면서도 쾌적한 실내 환경을
유지할 수 있도록 설계된 건축물을 의미.
별도의 난방이나 냉방 장치에 의존하지 않고
자연적인 요소(단열, 태양광, 환기 등)를
최대한 활용하여 에너지를 절약하는 건축 방식

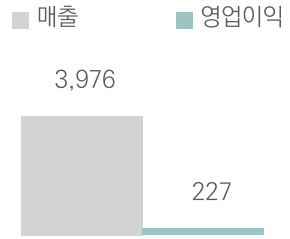


제로에너지·패시브 하우스 구현에 첫 걸음 '단열'

| KCC글라스의 인테리어 관련 실적 (단위: 억 원)

KCC 글라스

상반기 전체 사업 중 인테리어 비중 40%+



부동산 시장 침체와 같은 불리한 거시 환경에도 제로에너지, 패시브 하우스 등
기후감수성 관련 경쟁력 있는 고부가가치 제품으로 평가

출처: 보도자료

01-3 트렌드

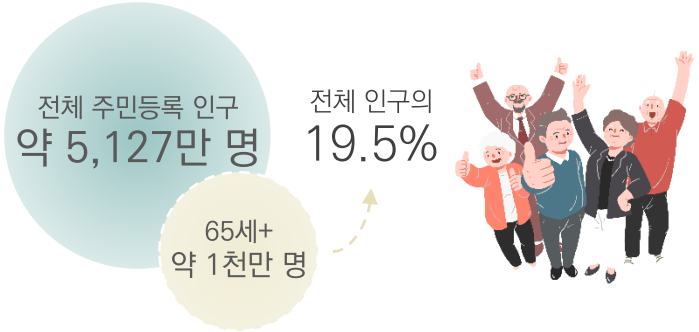
#시니어 레지던스

액티브 시니어들을 위한 공간

- 한국의 고령화가 가속화되며 65세 이상 인구는 전체 주민등록 인구의 19.5%를 차지. 국내 실버 산업은 2020년 약 72조 원에서 2030년 약 168조 원으로 2배 이상 성장할 것으로 전망
- 정부는 실버타운 설립 및 운영 규제를 완화하고, 신분양형 실버타운 도입, 요양 서비스 연계 강화 등 고령층의 주거 안정성을 높이기 위한 다양한 정책을 추진 중. 민간과 공공이 협력하여 실버타운 및 고령자 복지주택 공급 확대를 통해 고령층의 주거 환경 개선과 생활 편의를 지원하고 있음

5명 중 1명은 '65세 이상'… 발맞춰 성장 중인 실버 산업

| 주민등록인구 수



| 국내 실버 산업 추산 규모

2020년 약 72조 원 → 2030년 약 168조 원

약 2배 성장 전망

출처: 행정안전부, 한국보건산업진흥원

시니어 레지던스를 위한 정부의 규제 완화 노력

| 실버타운 규제 완화 관련 주요 내용

1	설립·운영 규제 완화
	• 소유권이 아닌 토지·건물 사용권으로 실버타운 설립·운영이 가능하도록 규제 완화 • 서비스 전문사업자 육성을 위한 지원 근거 및 사업자 요건(자본금 요건 등) 마련
2	리츠 등 진입규제 완화
	• 프로젝트 리츠 및 헬스케어 리츠 도입 통한 시니어 레지던스 개발 촉진 • 리츠 등의 실버타운 설치시부터 위탁운영사에 운영 위탁을 할 수 있도록 개선 • 리츠가 실버타운을 설치하고 신탁하여 운영하는 경우 지방세 감면 적용 예정
3	新분양형 실버타운 도입
	• 임대형을 일정 비율 포함한 新분양형 실버타운을 인구감소지역(89개소)에 도입 • 분양형 실버타운에 대한 지역활성화 투자펀드 투자 허용
4	요양서비스 연계 강화
	• 요양서비스가 필요한 경우에도 계속 거주 가능하도록 입주 유지기준 마련 • 실버타운과 요양시설 함께 건립시 인력 배치기준 및 시설기준 등 인허가 기준 완화

| 민간·공공 임대주택형 규제 완화 관련 주요 내용

1	실버스테이(민간임대주택)
	• 공공택지 내 민간임대용지 일부를 의료·복지시설 등 인접지역에 배치 및 공급 • 건설자금에 대해 주택도시기금 공공지원 민간임대 융자 지원 검토 • 고령자 수요가 적은 주민공동시설 설치 완화 검토 • 유주택 고령자도 입주 가능하도록 입주 대상 확대
2	고령자복지주택(공공임대주택)
	• 건설임대(비수도권), 노후임대 리모델링(수도권 도심), 매입임대를 통한 공급 확대 • 중산층 고령가구 입주기회 확대를 위한 추첨제 등 방안 마련

| 시니어 레지던스 공통 지원 방안

1	부지 확보 지원
2	투자위험 및 입주부담 완화

출처: 보도자료 취합

01-3 트렌드

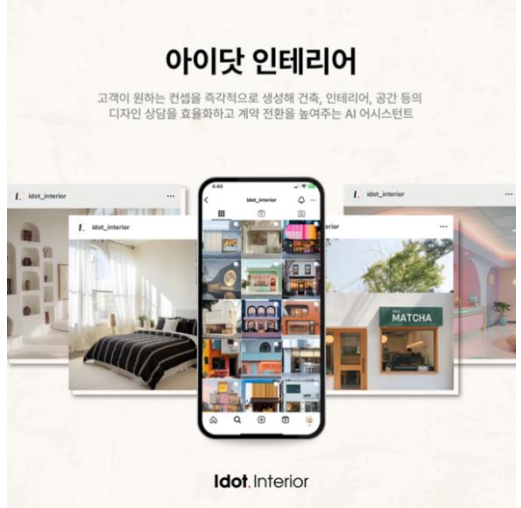
#AI 인테리어

나만의 특별한 인테리어를 위한 AI

- AI 기술이 인테리어 분야에 도입되며 맞춤형 서비스가 주목받고 있음. 원더스랩의 아이닷 인테리어는 사용자가 키워드를 입력하면 레퍼런스 이미지를 생성하는 AI 기반 솔루션으로, 인스타그램에서 초기 시범 운영 후 실제 인테리어 상담 및 계약 체결로 확장 중. 마인스페이스의 꾸민은 3D 인테리어 디자인 제작과 견적서를 자동 생성하는 AI 서비스로, 한 번의 디자인 제작에 소요되는 시간을 기존 평균 64시간에서 대폭 단축하며 계약 성사율을 2배로 높이는 성과를 거둠
- 이처럼 AI 기반 인테리어 서비스는 고객의 취향을 즉각 반영하고 효율성을 극대화하며, 디자인과 계약 전 과정을 혁신적으로 변화시키고 있음

고객의 취향에 따라 다양하게 추천해주는 AI 인테리어 디자인

| 원더스랩의 AI 활용한 '아이닷 인테리어' 출시



아이닷 인테리어

건축·인테리어 분야 특화 AI 콘셉트 디자인 어시스턴트

회사	원더스랩
출시일	2024. 11. 19
개요	• 건축·인테리어 디자이너들이 콘셉트 키워드를 프롬프트로 입력하면 레퍼런스 이미지를 생성해주는 솔루션 • 출시 전 6개월 이상 아이닷 인테리어로 생성한 콘셉트 이미지를 인스타그램에서 시범 운영, 실제 인테리어 의뢰 및 수주 등 솔루션 실효성 입증

출처: 보도자료

| 마인스페이스의 AI 기반 인테리어 서비스 '꾸민' 출시

꾸민

AI 기반 3D 인테리어 제작 및 견적 산출 서비스

회사	마인스페이스
출시일	2024. 10. 24
개요	• 3D 인테리어 디자인 제작과 견적서를 자동으로 작성해주는 서비스 • 디자인 제작 1회 시간 평균 64시간 단축, 3D 상담 전후 계약 성사율 2배 증가

출처: 보도자료

01-3 트렌드

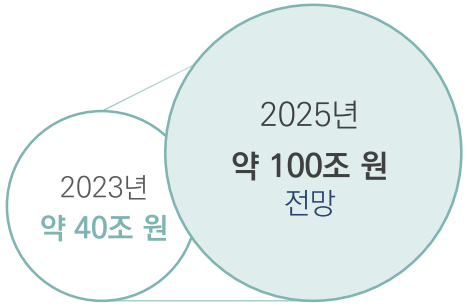
#가전 케어 멤버십

어차피 할부로 살 거라면,
멤버십으로 케어까지

- 국내 구독 경제 시장은 2023년 약 40조 원에서 2025년 약 100조 원으로 성장할 전망이며, 가전 시장에서 구독 서비스가 주요 성장 동력으로 작용
- LG전자는 2024년 구독 사업 매출 목표를 1조 8,000억 원으로 설정하며, 꾸준히 매출을 확대하고 있음
- 삼성전자는 AI 구독클럽을 통해 AI올인원과 AI스마트 요금제를 운영하며, 장기 할부와 무상 수리 서비스로 소비자 접근성을 높임

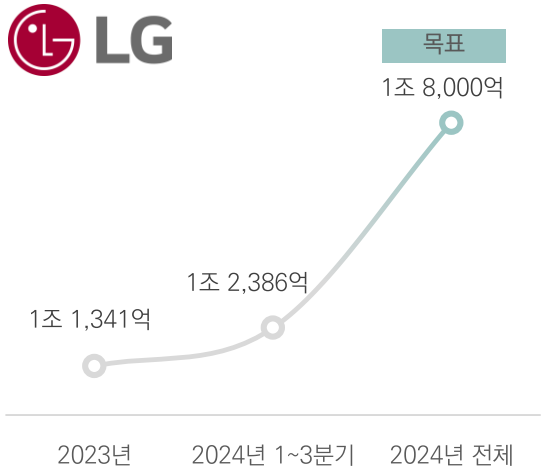
구독 서비스는 현재 가전 시장 성장에 기여 중

| 국내 구독 경제 시장 전망



출처: 보도자료

| LG전자 구독 사업 매출 추이* (단위: 원)



출처: LG전자

후발주자로 나선 삼성의 가전 구독 서비스

| 삼성 AI 구독클럽 실시 ('24. 12. 1), 요금제 구성

		AI올인원 5년형	AI스마트 5년/3년형
구독케어 유형	선택1	무상 수리 서비스 / 방문케어	
	선택2	무상 수리 서비스 / 셀프케어	
	선택3	무상 수리 서비스	
결제 카드		전용카드	전용카드 상관없이 내 카드로 결제 가능
결제 방식		총 금액을 60개월 장기 할부	삼성전자 제품은 일시불 or 할부 구독케어는 매월 결제

출처: 삼성스토어

01-4 미디어

2024년 하반기 건축·하우징 업종 광고비 분석

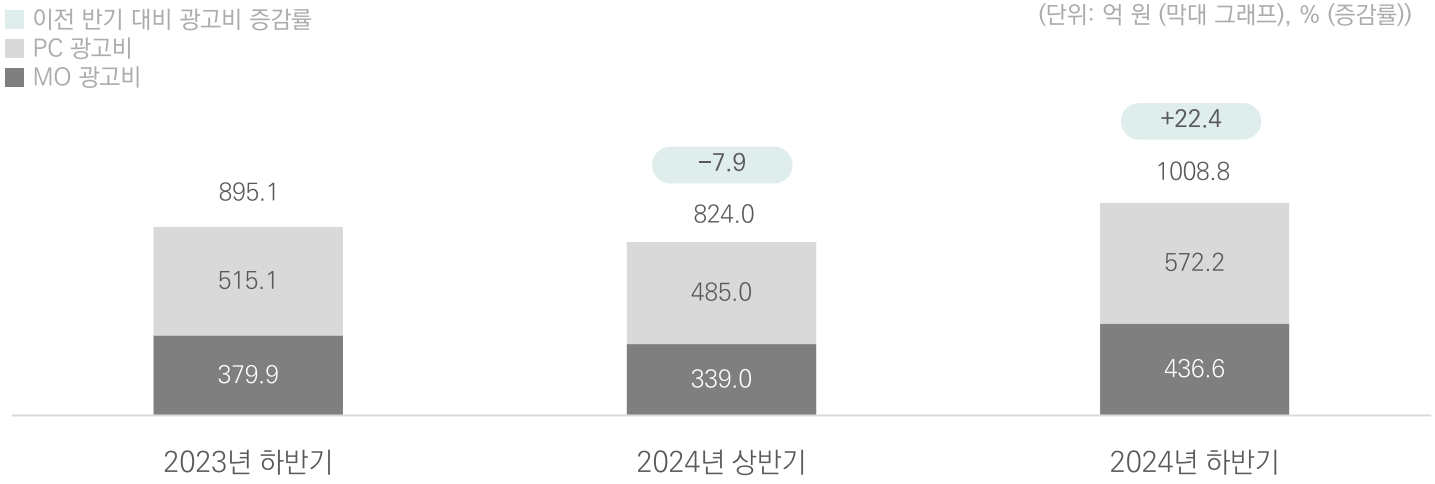
2024년 하반기 건축 및 하우징 업종의 배너 광고비는 1008.8억 원. 이는 전 분기 대비 22.4% 증가한 수준
PC 광고비가 572.2억 원으로 모바일 광고비보다 앞섬. 모바일 광고비는 436.6억 원.
건축·하우징 업종의 배너 광고비는 2024년 상반기 다소 감소했으나 하반기에는 증가

세부 분석 결과, 부동산 임대 및 매매 광고비 〉 가정용 인테리어 〉 가정용품 기타 순으로 광고비를 많이 지출한 것으로 나타남
부동산 임대 및 매매 광고비는 2024년 하반기 600.3억 원으로 전 분기보다 18.8% 증가. 가정용 인테리어 광고비는 130.8억 원으로 전 분기 대비 52.3% 증가

출처: 리서치애드
2024년 하반기 기준 관련 업종 배너 광고 (PC+MO) 광고비 분석
* 추정치로 실제와 다를 수 있음

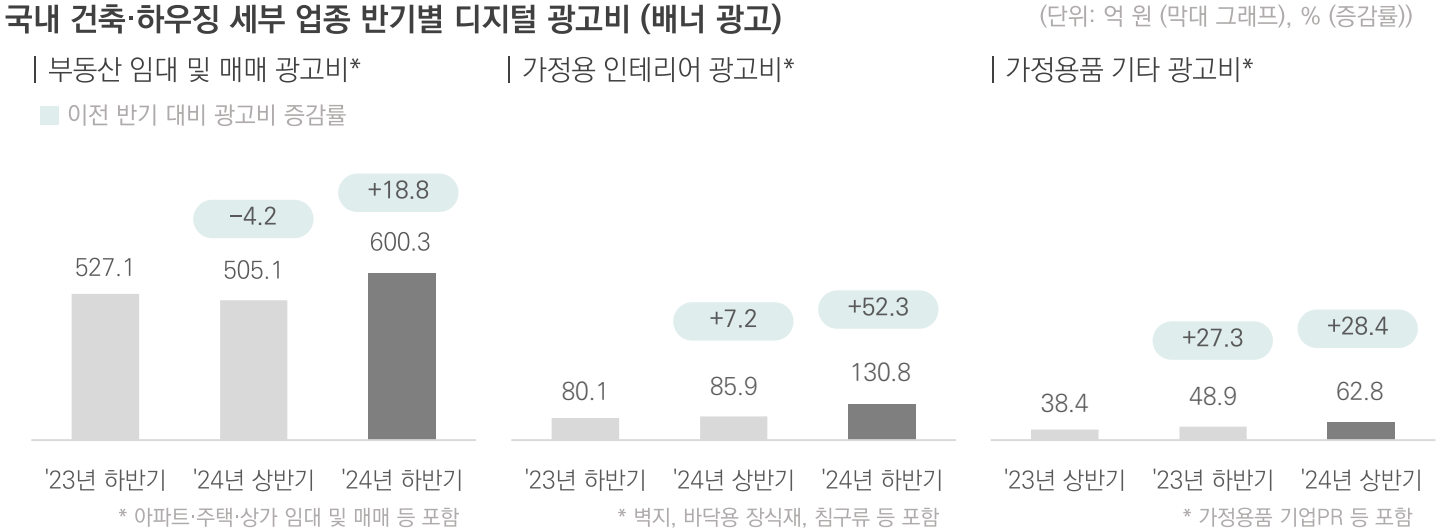
국내 건축·하우징 업종 반기별 디지털 광고비 (배너 광고)

(단위: 억 원 (막대 그래프), % (증감률))



국내 건축·하우징 세부 업종 반기별 디지털 광고비 (배너 광고)

(단위: 억 원 (막대 그래프), % (증감률))



* 아파트·주택·상가 임대 및 매매 등 포함
* 벽지, 바닥용 장식재, 침구류 등 포함
* 가정용품 기업PR 등 포함

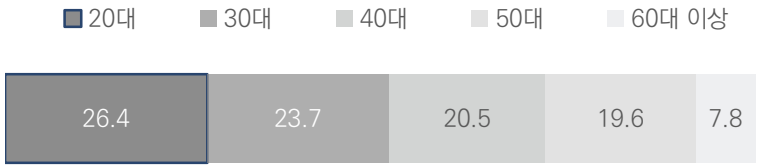
01-4 미디어

#직방

맞춤 부동산 플랫폼, 부동산 광고도 직방

- 아파트부터 원룸, 투룸, 빌라, 오피스텔까지 모두를 위한 부동산 서비스를 제공하는 맞춤 부동산 플랫폼
- 사용자 성비는 거의 유사하며 20대부터 50대까지 폭 넓게 사용 중
- 스플래시부터 DA 배너와 메시지형 상품 제공하며, 타깃별 아파트 패키지 또는 원룸/오피스텔/빌라 패키지 상품 집행 가능

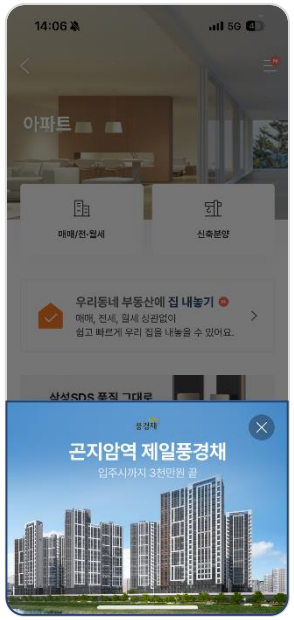
메인 타깃 인구 통계



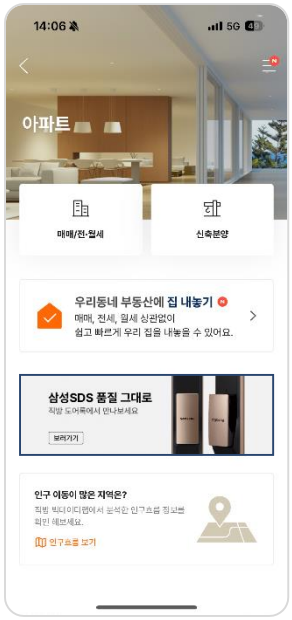
* 상품소개서 기준

주요 상품 및 노출 지면 예시

아파트 카테고리 팝업(MO)



아파트 카테고리 메인(MO)



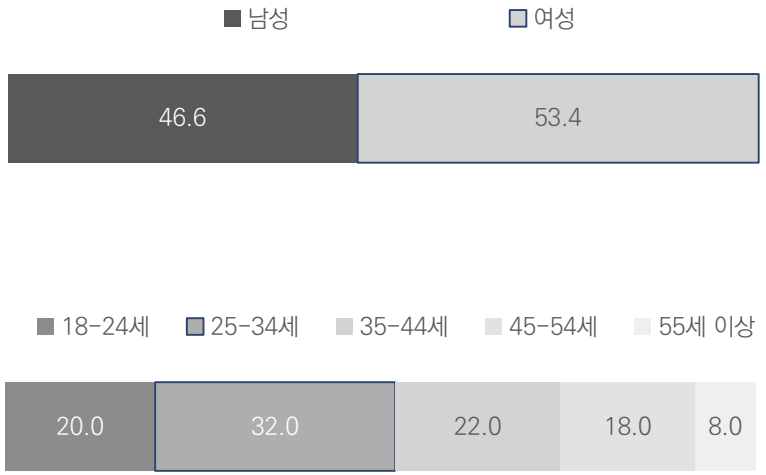
01-4 미디어

#다방

모두 다 보는 방! 부동산 광고 여기서 다방

- 원/투룸, 주택/빌라, 오피스텔은 물론 아파트까지 원하는 매물을 찾을 수 있는 부동산 앱
- 사용자 성비는 비슷하게 나타나며 주 사용층은 25-34세로 전체 이용 유저 중 32% 차지
- 노출 보장형과 소재 롤링형 배너 상품 제공하며, 브랜드 홍보 또는 분양 홍보를 위한 패키지 상품도 판매중

메인 타깃 인구 통계



* 상품소개서 기준

주요 상품 및 노출 지면 예시

메인 팝업(MO)

메인 최상단 배너(MO)

01-4 미디어

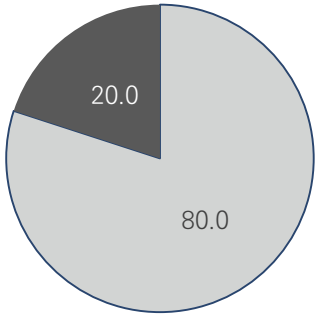
#아파트너

입주민 인증 기반 아파트 생활 토탈 플랫폼

- 입주자 명부에 기반하여 거주지 인증을 거친 입주민에게 편리한 아파트 생활을 제공하는 아파트 생활 토탈 플랫폼 앱
- 전국 3,100단지의 250만 세대와 제휴되어 MAU 110만 규모를 보이며* 해당 입주민 타깃 가능
- CPP 과금으로 스플래시 광고와 팝업 광고 집행 가능하며, CPM으로 배너 패키지 상품 집행 가능

메인 타깃 인구 통계

35-54세 연령대가
전체 유저 중 80% 이상을 차지

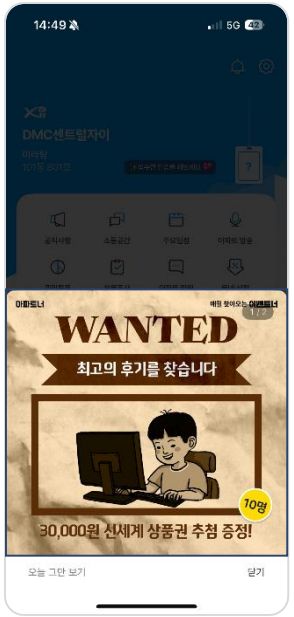


* 상품소개서 기준

주요 상품 및 노출 지면 예시

스플래시 광고(MO)

팝업 광고(MO)



E.O.D

리포트 문의 인크로스데이터랩 | ad_news@incross.com

※본 리포트의 2차 가공 및 무단 배포를 금합니다.

마인뉴스 구독하기

incross SK square
© 2025 Incross – All rights reserved.
This document constitutes the exclusive property of Incross. Incross retains all copyrights and other rights over, without limitation, Incross' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Incross. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs and the needs of its affiliated companies as the case may be only for the purpose of evaluating the document for services of Incross. No other use is permitted.