



# *Journal of Real Estate Analysis*

<http://www.kabjrea.org>

November 2018, Vol.4, No.2, pp.85~97

## 대형복합쇼핑센터가 주변 아파트 가격에 미치는 영향 - 하남시 스타필드를 사례로 -

### A Study on the Impact of Large-Scale Complex Shopping Center on Apartment Prices - Case of Starfield Hanam -

황종규\*

Hwang, Jong Kyu

#### ■ Abstract ■

This study analyzes the effects of a large-scale complex shopping center on surrounding apartment prices. This study investigated Starfield Hanam, a large-scale complex shopping center located in Hanam City. Starfield Hanam has a total floor area of 460,000 square meters, and is a combination of department stores, discount stores and leisure facilities. For the analysis, the Hedonic price function was used. Apartment price was used as a dependent variable; and residential characteristics, complex characteristics, area characteristics were used as explanatory variables. The results of analysis show that the opening of a large complex shopping center positively affected the price of nearby apartments. According as the distance from the complex shopping center increased by 1m, the price of apartment per 3.3m<sup>2</sup> was reduced by 0.028 million won. The distance range affecting apartment price is estimated to be about 2,000m.

Keywords : Large-scale complex shopping center, Apartment price, Price fluctuation, Distance range

\* 한국감정원 도시재생지원처 팀장, 부동산학 박사 | Team Manager, Urban Regeneration Support Office, Korea Appraisal Board | Ph.D. in Real Estate | [hjk3449@naver.com](mailto:hjk3449@naver.com) |

## 1. 서론

### 1. 연구배경 및 목적

주택의 가격은 주택이 가지고 있는 고유한 특성과 더불어 경제 환경, 정부의 정책, 주택단지 주변의 외부환경 등 다양한 요인에 의하여 변화를 보이고 있다.<sup>1)</sup> 아울러 주거의 물리적 특성과 아파트 단지의 특성이 아파트 가격 형성에 많은 영향을 끼쳤던 과거와 달리, 현재는 주거의 환경적, 입지적 특성 및 생활편의시설의 접근성 등이 주택 가격에 더 많은 영향을 주고 있으며 이러한 현상은 점차 심화되고 있다.<sup>2)</sup> 특히 대표적 생활편의시설인 유통시설에 있어서 우리나라의 경우 외국과 달리 주택가에 인접하는 경우가 많아 주택시장에 미치는 영향도 클 것으로 예상된다. 국내 유통업체는 1980년대 이후 국내 자동차 보급의 대중화 및 소비자의 라이프스타일 변화를 계기로 앞다투어 대형마트를 지역별로 입점시키는 경쟁을 하여 왔으며 최근에는 지역별 대형마트의 포화현상이 나타나고 있다.<sup>3)</sup> 대형마트의 경우 업체별 상품구성이 크게 다르지 않아 소비자의 방문결정 기준은 거리변수로 판단되어진다. 따라서 도달범위와 최소요구범위가 같아지는 상권영역에 따라 고전적 상권이론인 중심지이론상의 육각형 망의 공간조직을 가지게

된 형국이며 도달범위가 최소요구범위에 미치지 못하는 지점의 폐쇄가 나타나는 것으로 짐작된다. 더욱이 각 유통사는 대형마트의 성장한계를 보완하기 위한 수단으로 SSM(슈퍼슈퍼마켓)을 대형마트의 상권보다 하위상권을 대상으로 출점하려 하였으나 지역 소매점의 생존권 문제와 결부되어 출점에 어려움을 겪고 있다. 이러한 상황에서 최근 국내 유통사는 광역상권을 대상으로 하는 대형복합쇼핑센터를 출점하기 시작했으며 향후 각 권역별로 지속적인 공급이 예상된다.

복합쇼핑센터의 개념은 백화점, 할인점, 슈퍼마켓 등의 다양한 소매업체가 집합한 복합상업시설을 말한다. 미국의 경우 1940년부터, 일본은 1960년대부터 자동차 보급의 확대와 교외지역 주택단지 개발로 인하여 쇼핑센터의 건립이 활성화 되었고 1980년대 이후 고객들의 다목적 쇼핑행태 지향이라는 라이프스타일의 변화와 더불어 급속도로 증가하였다. 복합쇼핑센터는 규모에 따라 근린상가, 커뮤니티센터, 지역중심센터, 광역중심센터로 분류할 수 있다.<sup>4)</sup> 본 연구에서는 광역중심센터로서의 복합쇼핑센터를 대형복합쇼핑센터로 명기토록 한다. 이러한 대형복합쇼핑센터의 경우 기존의 대형마트의 기능은 물론 대형마트가 공급하지 못했던 위탁 및 오락시설을 제공하고 패션 및 잡화 라이프스타일과 관련한 전문샵들이 몰(mall) 형태로 구축

1) 한국교통연구원, 2010.

2) 신수현 외, 2013, 「도심형복합상업시설이 주변 아파트 가격에 미치는 영향」, 『부동산학보』, 제54권, 한국부동산학회, p.143.

3) 수도권 66개 구군의 경우 34개 지역의 대형마트 점포는 이미 포화상태인 것으로 분석되었으며 대형마트 상권포화와 저성장 경제로의 진입으로 대형마트의 향후 국내 출점 축진은 제로베이스에서 검토되어야 함(서용구 외, 2008).

4) 박원석, 2011, 「부동산입지론」, 서울 : 양현사, p.82.

되어 있으며, 선매품 및 전문품을 취급하는 백화점까지 함께 입지하고 있다. 따라서 광역권에서도 가족단위의 방문이 가능한 고차의 상권범위를 형성한다. 이러한 차별화는 근거리 수요층 외에도 원거리의 잠재고객을 유인할 수 있는 요인이 되고 있으며 유입된 유동인구는 지역의 부동산 가격 및 아파트의 실거래가 상승도 견인하는 요인이 될 것으로 예상된다.

본 연구는 기존의 연구가 주로 전철역 및 대중교통시설 이용의 편의성, 복합용도개발, 지역도시개발 등에 따른 주변 아파트 가격변화를 다룬 것에 비하여 최근 출점되고 있는 대형복합쇼핑센터 개발에 따른 주변 아파트 가격변화를 살펴보고자 한다. 지속적인 출점이 예상되는 상황에서 본 연구는 향후 대형복합쇼핑센터 개발효과를 논의하는 기초적 자료가 될 것으로 기대한다.

## 2. 연구범위 및 방법

근래 국내에 출점된 대형복합쇼핑센터로는 서울 송파구 잠실동의 롯데월드몰과 하남시 및 고양시에 위치한 스타필드가 대표적이다. 하지만 롯데월드몰의 경우 선행연구(신수현 외, 2013; 안지상, 2011)에서 다루어진 복합용도개발과 마찬가지로 주거시설과 업무시설, 숙박시설이 포함되어 있어 복합쇼핑센터만의 영향분석에는 하남시 및 고양시에 위치한 스타필드가 적합한 사례라 할 수 있다. 그런데 고양시 스타필드의

경우 하남시의 스타필드(이하 ‘스타필드하남’)<sup>5)</sup>에 비하여 거리수준별 반경 내 아파트 분포가 고르지 못하고, 대형복합쇼핑센터의 입점이 아파트 가격에 미치는 거리범위를 파악하기에는 스타필드하남이 더 적절한 아파트 거리범위를 가지고 있다. 따라서 본 연구는 스타필드하남을 사례로 분석토록 한다.

실증분석을 위해 스타필드 하남의 영업개시일 전후 각 6개월간의 인접 아파트 실거래가격을 조사, 아파트 실거래가를 종속변수로 하는 회귀분석을 실시하였고, 스타필드하남과 인접해 있는 기존의 간선도로 접근성에 따른 아파트 가격변화와의 비교분석을 위해 스타필드하남의 유치계획이 발표되기 직전 1년간의 아파트 실거래가 자료를 활용하여 동일한 분석을 진행하였다. 아울러 일정 거리구간을 더미변수로 적용, 거리구간별 아파트 가격변화를 동시에 파악함으로써 연속변수인 단위거리에 따른 아파트 가격변화와 더불어 스타필드하남의 출점이 아파트 가격에 영향을 미치는 거리범위를 분석하고자 하였다.

## II. 이론적 고찰

### 1. 선행연구 검토

외부환경이 주거시설 가격변화에 미치는 영향과 관련한 연구에 있어서 그 대상이 되는 주

5) 왕효석(2011)에 따르면 대형마트의 평균점포면적은 8,390㎡로 나타났다. 할인마트의 경우 업장면적이 전체 연면적의 40% 정도임을 감안할 때, 대형마트의 평균 연면적은 20,975㎡로 예상할 수 있으며, 이는 본 연구의 대상인 스타필드하남의 연면적 460,000㎡의 약 4.6%로 면적 차이가 큼.

거형식은 아파트가 대부분을 차지한다. 이는 2015년 기준 전국의 주택유형별 재고주택 중 아파트가 차지하는 비율이 60%를 넘어서는 등 아파트가 대표적 주거형식으로 자리 잡았기 때문이다. 아파트 가격에 영향을 미치는 외부요인은 고속도로 IC 및 환승센터의 설치, 전철역사의 개통, 주상복합 또는 복합상업시설의 개발, 할인점 출점 등 다양하다. 본 연구가 유통시설과 관련한 아파트 가격변화에 대한 연구인 점을 감안할 때 관련 선행연구로는 복합상업시설의 개발과 할인점의 출점에 의한 주변 아파트 가격변화 연구로 좁혀질 수 있을 것이다.

복합상업시설 개발의 경우 복합용도개발과 용어가 혼용되어 사용되고 있으나 두 경우 모두에 있어 유통시설 외에 주거시설 및 업무시설, 숙박시설을 포함한다는 점에서 공통적이라 하겠다. 신수현 외(2013)의 경우 경방 타임스퀘어를 대상으로 도심복합상업시설이 주변 아파트 가격에 미치는 영향을 회귀분석하였는데, 경방 타임스퀘어와 인근아파트의 물리적 거리는 아파트 가격과 정(+)의 상관관계를 보였고 아파트에서 상업시설까지의 도보거리가 1분 줄어들면 3.3㎡당 아파트 가격은 약 7만 원이 감소하는 것으로 나타났다. 반면, 안지상(2011)은 '건대 스타시티'를 포함한 서울 시내 7개의 복합용도개발 자료를 바탕으로 복합용도개발이 인근아파트 가격에 미치는 영향력을 실증분석한 결과 설명변수인 '복합용도개발 사례지와의 직선거리'가 멀어질수록 주변아파트의 평당매매가가 하락하는 것으로 나타나 신수현 외(2013)와는 다른 결과를 보였다. 이는 편의시설과의 거리에 따라

아파트가격의 증감이 지역에 따라 다르게 나타난 이정(2003)의 연구를 고려할 때, 복합상업시설의 입지와 용도구성에 따라 아파트가격의 증감은 다르게 나타난다고 예상할 수 있겠고 다만, 안지상(2011)의 연구가 7개 복합용도개발 자료를 근거한 것이므로 일반화에 더 가깝다고 볼 수 있을 것이다. 한편, 여흥구·이승한(2002)은 2006년 「유통산업발전법 시행령」에 따라 대형마트로 명칭이 변경된 할인점의 출점과 관련한 아파트 가격변화를 연구하였다. 2002년 기준, 운영 중인 할인점을 대상으로 할인점 오픈 전과 후의 각 1년간의 인근 공동주택 매매가의 변화를 추적한 결과 할인점 출점이 할인점 반경 1km 이내의 아파트 가격상승에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

전술한 신수현 외(2013) 및 안지상(2011)의 연구대상은 1990년 대중교통 기반 개발(TOD; Transit Oriented Development)을 주요 요소로 하는 뉴어바니즘의 등장(Congress for the New Urbanism, 1999)과 흐름을 같이 하는 복합용도개발(Mixed-Used Development) 개념으로 본 연구사례인 유통시설이 대부분을 차지하는 대형 복합쇼핑센터가 아파트 가격변화에 미치는 영향력 분석과는 차이가 있다. 또한, 여흥구·이승한(2002)의 경우는 백화점과 할인점, 여가시설을 복합적으로 포함하는 대형복합쇼핑센터와는 그 영향력에서 차이가 있을 것으로 예상되는 할인점만을 분석대상으로 하였고 할인점 출점 시기를 기준으로 전체 도시지역의 가격지수와 할인점 반경 1km 범위 내 가격지수의 비교를 통한 연구로서 할인점과의 거리에 따른 아파트 가격변

화를 확인할 수 없으며 통제되지 못한 기타 변수들의 영향력에 대한 설명에 한계가 있어 보인다.

## 2. 연구의 차별성

본 연구는 선행연구가 분석대상으로 하였던 주거 및 업무, 상업시설이 복합된 복합상업시설 및 상업시설의 한 종류에 불과한 할인점이 아닌 최근 출점이 시작된 대형복합쇼핑센터가 도시 공간에 미치는 영향에 대한 기초적 연구로서, 대형복합쇼핑센터와 아파트 간 거리에 따른 아파트 실거래가격 변화에 대한 분석이 목적이다. 즉 1990년대 들어 도·소매업의 새로운 형태로 등장하기 시작한 할인점이 중심지이론상의 도달범위와 최소요구범위가 일치하는 범위의 상권권역으로 구분되고 있는 시점에서, 차별적 유통시설의 공급이 필요한 각 경쟁업체들에 의해 향후에도 그 출점이 계속될 것으로 예상되는 대형복합쇼핑센터가 아파트 실거래가에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

## III. 연구설계 및 변수

### 1. 분석방법

실증분석을 위해 사용된 아파트 실거래가 가격자료는, 스타필드하남의 영업 개시일(2016년

9월)을 기준으로 전후 각 6개월간의 하남시 아파트 실거래가격 Data를 부동산 정보업체인 R114에서 유료로 구독하였으며 이를 3.3㎡당 가격으로 환산 후 한국감정원에서 제공하는 아파트실거래가격지수(2006.01=100)로 나눈 실질가격을 산출하여 종속변수로 사용하였다. 스타필드하남은 하남시 신장동 161번지 미사대로변에 위치하며 인근 아파트의 경우 신장동과 창우동, 덕풍동에 산재되어 있고, 분석에 사용된 아파트는 반경 3km 이내에 입지하는 300세대 이상의 38개 단지 1,579가구이다. 300세대 이상의 아파트 단지만을 분석한 이유는 소규모 아파트 단지에 의해 발생하는 특이현상을 배제하기 위해서이다.<sup>6)</sup> 한편, 본 연구사례인 스타필드하남의 경우 미사대로변에 위치함으로써 미사대로와 연결하고 있다. 따라서 분석에 사용된 실거래 아파트 거주민들이 서울 출퇴근 시 미사대로의 이용률이 높다는 점을 고려할 때, 대형복합쇼핑센터와의 거리에 따른 실거래가 변화가 출퇴근 시 미사대로 접근성에 의한 실거래가 변화와 관련성이 있는지의 여부도 함께 고려할 필요가 있겠다. 따라서 스타필드하남 유치계획이 발표되기 전인 2009년도에 분석지역에서 거래된 아파트 실거래가 표본 256가구에 대한 분석을 병행하여 비교토록 한다.

아파트는 물리적 특성, 단지 및 지역적 특성을 지닌 복합체로 그 효용은 이들 특성이 갖는 가치의 합으로 표현될 수 있다.<sup>7)</sup> 이러한 아파트

6) 박성균, 2011, 「주거용과 상업용 부동산의 가격 결정요인에 관한 비교 연구」, 건국대학교 대학원, 박사학위논문. p.78.

7) Rosen, 1974, 「Hedonic price and implicit market: Product differentiation in pure competition」, *Journal of Political Economy*, vol.82, p.105.

특성의 개별가치는 시장에서 관찰될 수 없으며, 각 특성의 개별가치 파악을 위해서는 적절한 분석기법을 이용하여 추정하여야 하는데 이를 위해 자주 이용되는 것이 헤도닉가격모형(Hedonic price function)이다.<sup>8)</sup> 부동산 가격을  $P$ 라고 하고 여러 특성들을  $Z_1, Z_2, \dots, Z_n$ 으로 표시할 때, 헤도닉 가격함수의 일반적인 형태는 (식 1)과 같다.

$$P = f(Z_1, Z_2, \dots, Z_n) + u \quad (\text{식 1})$$

여기서  $u$ 는 특성변수들만으로 설명되지 않는 오차항을 표시한다. 만약  $f$ 의 함수가 선형이라면 위 식은 (식 2)와 같이 나타난다.

$$P = a_0 + a_1 Z_1 + a_2 Z_2 + \dots + a_n Z_n + u \quad (\text{식 2})$$

연구자들은 시장으로부터  $P, Z_1, Z_2, \dots, Z_n$  등의 자료를 모아  $a_0, a_1, \dots, a_n$  등의 계수 값을 추정하며 이로부터 다양한 정보를 이끌어낸다. 헤도닉 가격함수는 이질성이 강한 재화를 그 특성들의 집합으로 파악하고 전체의 개별 특성들과 어떻게 연관되는가를 탐구하는 함수로써,<sup>9)</sup> 아파트 가격을 종속변수로 하여 개별 독립변수의 가치를 파악하는, 본 연구의 분석방법으로 사용토록 한다.

## 2. 변수정의

분석에 사용되는 변수는 <표 1>과 같다. 본 연구가 대형복합쇼핑센터에서 인근 아파트까지

의 거리에 따른 아파트 가격변화에 대한 분석이므로 종속변수는 아파트 3.3㎡당 실거래가격을 사용하였다. 통제변수의 성격을 가지는 독립변수로는 선행연구를 참조하여, 주거특성으로 분양면적 및 방수, 층수를, 단지특성으로 총세대수, 전용률, 세대별 주차대수, 건축연한 및 건축연한 제곱을 사용하였는데, 건축연한 제곱의 경우 연한증가에 따른 재건축기대감에 의한 가격상승추세를 고려하기 위함이다. 선택변수로서의 거리와 관련하여, 선행연구에서는 살펴볼 수 없었던 대형복합쇼핑센터의 아파트가격 영향거리범위를 검토하기 위하여 2개의 모형을 설정하였다. 모형1은 대형복합쇼핑센터와 실거래 아파트까지의 거리를 연속변수로 투입하여 단위 거리에 대한 가격변화를 살펴보기 위한 것이고, 모형2는 거리를 500m 구간별로 나눈 더미변수를 사용하여 대형복합쇼핑센터의 출점이 아파트 실거래가격에 영향을 미치는 거리의 한계범위를 파악하기 위한 것이다. 선행연구의 경우 주거특성과 관련하여 난방방식을 사용하고 있으나 본 연구의 공간적 범위 내 사례아파트는 모두 개별난방으로 구성되어 제외하였다. 거리 측정에 있어서는, 대형 리테일의 경우 도보보다는 차량을 이용한 대규모 구매가 일반적이므로 교통수단과 선택노선에 따른 편의성이 다양하게 나타날 수 있으나, 측정상의 어려움과 측정오차가 클 경우 분석결과에 미치는 영향을 고려하여 지도상의 직선거리를 사용하였다. 아울러 기

8) 신수현 외, 2013, 「도심형복합상업시설이 주변 아파트 가격에 미치는 영향」, 『부동산학보』, 제54권, 한국부동산학회, p.148.

9) 김경환 · 손재영, 2010, 「부동산경제학」, 서울 : 건국대학교출판부, p.82.

〈표 1〉 변수 정의

구분		변수명	자료 출처	단위	내용
종속변수		아파트 실거래가	R114	만 원	단위분양면적 매매가격(3.3㎡)
독립 변수	주거 특성	면적		㎡	분양면적
		방수		개	
		층수		층	
	단지 특성	총세대수		세대	분양세대수
		전용률		%	전용면적/분양면적×100
		세대별 주차대수		대	총 주차대수/ 총 세대수
		건축연한		년	입주년도 기준
		건축연한 제곱		년	
	지역 특성	거리		지도상 직선거리	m
		거리범위 (기준더미 : 0~500m)	더미1		반경 500~1,000m
더미2			반경 1,000~1,500m		
더미3			반경 1,500~2,000m		
더미4			반경 2,000~2,500m		
더미5	반경 2,500~3,000m				

존 연구의 경우 총 주차대수를 독립변수로 사용하였으나 총 세대수와와의 공선성 문제로 세대별 주차대수를 적용하였다.

#### IV. 실증분석

종속변수와 설명변수의 기초통계량 분석결과는 〈표 2〉와 같다. 종속변수인 아파트 실거래가는 559만 원부터 225만 원까지 분포하며 평균은 368만 원으로 나타났고, 선택변수인 쇼핑센터로부터의 거리는 258~2,640m에 포함되어 있다. 전용률의 경우 복도식 아파트가 다수 포함된 이유로 90%의 높은 최대값을 보이고 있으며 세대별 주차는 평균 1.21대로 나타났다. 건축연한에

있어 분석 범위 내 가장 오래된 아파트는 준공 후 23년이 경과하였고, 16년의 평균값을 보이고 있어 재건축에 의한 가격상승 기대감이 나타날 것으로 예상된다.

비교시점인 2009년도의 경우는 선택변수인 거리 및 거리더미의 평균값이 2016년도와 비슷한 수준을 보이고 있다. 평당 실거래가에 있어서는 최대값은 491만 원으로 2016년도보다 낮게 나타나지만 최소값과 평균값은 2016년도에 비하여 오히려 높게 나타나는데, 이는 2009년도의 실거래 아파트가 전용률 및 세대별 주차대수의 평균값이 상대적으로 높게 나타나고 건축연한이 오래되지 않은 이유일 것으로 짐작된다.

상기 변수를 대상으로 한 모형1의 다중회귀분석 적합성은 〈표 3〉과 같으며 모형의 설명력은

〈표 2〉 기초통계량

구분	2016년			2009년		
	최대값	최소값	평균	최대값	최소값	평균
실거래가(3.3㎡)	558.80	224.70	367.64	490.88	283.61	385.75
거리(m)	2,640	258	1,445.75	2,630	258	1,509.24
분양면적(㎡)	208.26	59.50	104.27	208.26	105.78	133.67
전용률(%)	90	70	77.74	90	73	79.87
층수	25	1	9.96	25	1	10.05
총세대수	2,055	312	865.31	1,704	312	658.42
방수	4	2	3.08	4	3	3.72
세대별 주차대수	2.34	0.65	1.21	1.87	0.89	1.55
건축연한(년)	23	7	15.5	16	2	5.62
건축연한 제곱	527	48	271.13	272	6	58.62
거리더미1	893	594	730	893	668	817
거리더미2	1,470	1,140	1,272	1,470	1,140	1,244
거리더미3	2,000	1,590	1,932	2,000	1,910	1,985
거리더미4	2,450	2,130	2,339	2,350	2,310	2,345
거리더미5	2,640	2,610	2,627	2,630	2,610	2,613

〈표 3〉 모형의 적합성(모형1)

구분	2016년	2009년
R	0.880	0.866
R <sup>2</sup>	0.774	0.750
수정된 R <sup>2</sup>	0.772	0.742
추정값의 표준오차	27,16960	22,11352

2016년의 경우 0.772, 2009년은 0.742로 나타났다. 즉 종속변수인 평당실거래가격이 2016년의 경우 분산의 77.2%, 2009년은 74.2%가 독립변수에 의해 설명되고 있다.

〈표 4〉는 모형1의 다중회귀분석 결과이다. 2016년의 경우 설명변수 모두가 선행연구결과

와 유사하게 나타난다. 방수 및 층수, 총세대수, 전용률, 세대별 주차대수가 많거나 높으면 단위 면적당 실거래가는 높아지고 있으며 총 세대수를 제외하면 유의수준 1% 이내로 유의함을 보이고 있다. 건축연한 변수 역시 음(-)의 상관관계를 보이고 있으나 건축연한의 제곱의 경우 유의수준 1% 이내로 정(+)의 상관관계를 보여, 수도권 아파트 단지에 있어 재건축기대감에 의한 가격상승 양상을 여기서도 확인할 수 있다.<sup>10)</sup> 선택변수인 복합쇼핑센터로부터의 거리의 경우는 거리가 1m 멀어질수록 3.3㎡당 가격은 0.028만 원 감소하며 이는 성인 보행속도를 4.8km/h로 가정

10) 최대가격 연한은 20.23년으로, 이는 다른 조건이 일정할 때 가격에 대한 연한의 회귀식, 실거래가격=578.84-32.125×연한+0.806×연한<sup>2</sup>을 연한으로 편미분하여 구할 수 있음.



〈표 4〉 분석결과표(모형1)

구분	2016년			2009년		
	계수값	t	유의확률	계수값	t	유의확률
상수	578,874	28,190	0,000	489,710	4,463	0,000
분양면적	-2,019	-37,490	0,000	-0,801	-3,852	0,000
방수	54,062	24,812	0,000	12,617	1,568	0,118
층수	0,632	5,275	0,000	0,412	1,308	0,192
층세대수	0,004	1,724	0,085	0,027	2,455	0,015
전용률	140,917	7,103	0,000	45,927	0,303	0,762
세대별 주차대수	37,717	15,412	0,000	30,666	3,406	0,001
건축연한	-32,125	-19,972	0,000	-19,594	-7,626	0,000
건축연한 제곱	0,806	15,777	0,000	0,767	5,437	0,000
거리	-0,028	-23,896	0,000	-0,035	-6,750	0,000

했을 경우 직선 도보거리가 1분 늘어나면  $3.3\text{m}^2$  당 가격은 2.24만 원 감소한다고 볼 수 있다.

한편 스타필드 하남의 출점이 발표되기 전인 2009년도 실거래가를 2016년도와 동일한 방법으로 분석해본 결과, 거리변수의 계수 값은 유의수준 1% 이내에서 -0.035을 나타내고 있다. 이는 도로와의 접근성이 주변 아파트가격에 긍정적인 영향을 미치는 연구(오홍운·김태호, 2009; 이금숙 외, 2010; 최상국·김진유, 2011)를 고려할 때, 인근 아파트 주민들이 서울로 출퇴근할 경우에 있어서의 미사대로 이용편의성에 기인한 것으로 판단된다. 다만, 2016년과 2009년의 거리 계수 값의 차이를 해석해 본다면 2009년의 미사대로 도로 이격거리에 따른 실거래가 하락

현상이 2016년 대형복합쇼핑센터의 건립에 의하여 그 가격하락 폭이 미세하나마 감소한 것으로 짐작할 수 있겠다. 아울러 대형복합쇼핑센터로부터 500m 이내에서 거래된 2009년과 2016년 실질가격을 비교한 결과 2016년의 평균값이 2009년보다 다소 높게 나타나지만 독립표본 T검정에서 그 차이가 없는 것으로 분석되었고,<sup>11)</sup> 본 연구의 대상인 스타필드하남의 경우 연면적이  $460,000\text{m}^2$ 로써 자동차를 이용한 광역상권을 대상으로 하고 있어 출점지역에서 500m 이내의 인근 아파트보다는 이보다 멀리 위치한 아파트의 가격에 더 긍정적인 영향을 미쳤을 것으로 생각된다.<sup>12)</sup>

모형2는 이러한 대형복합쇼핑센터의 출점이

11)	구분	Levene의 등분산 검정		평균의 동일성에 대한 t-검정		
		F	유의확률	t	자유도	유의확률
	등분산이 가정됨	3.494	0.805	1.695	212	0.128

12) 편의시설로부터 멀어질수록 아파트 가격상승이 더 크게 나타날 수 있다(이정, 2003)는 연구에 준하면, 대형복합쇼핑센터의 출점이 미치는 아파트가격에의 긍정적 영향은 출점지역과 인접한 아파트에도 나타나겠지만, 인접지역 아파트보다 원거리의 아파트 가격에 더 긍정적 영향을 줄 것으로 짐작됨.

아파트 가격에 미치는 영향의 한계거리에 대한 분석인데, 모형1이 인근 아파트 가격에 미치는 영향을 단위거리로 파악해보았다면, 모형2는 아파트 가격에의 긍정적 영향이 미치는 거리범위에 대한 분석이다. 이를 위해 스타필드하남의 출점지역으로부터 거리를 범주화하여 더미변수로 적용하여 보았다. 거리범위는 500m로 하였고 기준범주는 0~500m 구간이다. 모형2의 분석 결과는 <표 5> 및 <표 6>과 같다. <표 5>의 경우 모형2의 적합성을 보여주고 있는데 수정된  $R^2$ 의 경우 0.799로서 79.9%의 설명력을 보여준다. 분석결과표의 거리더미 변수를 살펴보면, 2009년의 경우 반경 0~500m의 기준범주 대비 더미 2(1,000~1,500m)를 제외한 나머지 거리더미가 유의한 결과를 보인다. 즉 반경 0~500m에 비

하여 500~1,000m, 1,500~2,000m, 2,000~2,500m, 2,500~3,000m 거리구간이 모두 음의 계수 값을 보임으로써 거리밴드별로 미사대로에서 멀어질 수록 가격이 하락하고 있다.

이에 비하여 2016년 대형복합쇼핑센터 개장 전후 각 6개월간의 실거래가 표본에 대한 분석 결과는 더미1 계수 값이 유의하지 않게 나타나, 2009년 더미1 구간이 유의한 결과를 보인 점을 고려할 때 출점에 의한 더미1 구간의 가격상승

<표 5> 모형의 적합성(모형2)

구분	2016년	2009년
R	0.895	0.880
$R^2$	0.801	0.774
수정된 $R^2$	0.799	0.762
추정값의 표준오차	25,51244	21,20561

<표 6> 분석결과표(모형2)

구분	2016년			2009년		
	계수값	t	유의확률	계수값	t	유의확률
상수	475,347	22.495	0.000	149,374	0.882	0.378
분양면적	-2,054	-36.501	0.000	-0.999	-4.711	0.000
방수	50,387	22.929	0.000	14,452	1.657	0.099
층수	0.706	6.240	0.000	0.678	2.036	0.043
총세대수	0.007	2.655	0.008	0.012	0.742	0.459
전용률	147,811	7.642	0.000	257,904	1.386	0.167
세대별 주차대수	37,329	15.408	0.000	92,552	5.071	0.000
건축연한	-22,261	-12.800	0.000	-5,167	-0.932	0.352
건축연한 제곱	0.520	9.430	0.000	0.230	0.852	0.395
거리더미1	-0.093	-0.033	0.974	-37,692	-3.265	0.001
거리더미2	-2,728	1.318	0.188	-20,172	0.993	0.322
거리더미3	-17,249	-4.963	0.000	-37,676	-1.965	0.051
거리더미4	-32,857	-17.336	0.000	-30,035	-1.756	0.080
거리더미5	-35,358	-14.339	0.000	-36,601	-2.571	0.011

을 예상할 수 있겠다. 아울러 2009년과 같이 더미3, 더미4, 더미5 모두 유의한 결과를 보이는데, 더미3 계수 값의 경우 2009년 더미3 계수 값보다 50% 이상 증가한 반면 더미4와 더미5는 2009년과 비교 시 계수 값이 일부 하락하였으나 의미를 둘 정도의 차이는 아니다. 즉 2009년 미사대로 접근성에 따른 거리구간별 가격하락 현상은 대형복합쇼핑센터 출점에 따라 반경 1,000m까지는 반경 500m와 동일한 수준으로 실거래가 증가를 가져왔고 그 영향력은 반경 2,000m(더미3)까지 미치는 것으로 해석할 수 있겠다.

## V. 결론

본 연구는 국내 유통업체들이 1993년부터 출점을 시작한 생활필수품 위주의 대형마트가 공간적 포화상태에 따른 성장한계를 보이는 상황에서 근래에 출점을 시작하였으며 대형마트에 비하여 고차의 재화와 서비스를 제공하고 규모 면에서도 대형마트보다 훨씬 큰 대형복합쇼핑센터 건립에 따른 주변 아파트가격의 변화를 분석하였다. 대형복합쇼핑센터는 다양한 형태의 판매시설과 Entertainment 시설을 갖추고 있어, 할인판매점 위주의 대형마트 및 도심형복합용도개발(주거와 판매, 업무시설 또는 판매와 업무, 숙박시설이 결합된 형식)과는 그 성격이 다르고, 따라서 할인판매점 및 도심형복합시설 개발이 아파트가격에 미치는 영향에 대한 연구와

는 차별성을 가진다. 또한 본 연구의 대상인 스타필드하남은 인근 아파트 주민의 서울 출퇴근 도로로 이용되는 미사대로변에 위치하여 도로 접근성에 따른 아파트 가격변화와의 관계를 동시에 확인해 보았다. 특히 출점에 따른 단위거리별 아파트 가격변화 분석과 더불어 거리밴드를 더미변수로 설정, 스타필드하남 출점이 인근 아파트 가격에 미치는 영향의 거리범위를 파악함으로써 대형복합쇼핑센터의 출점이 인근 부동산 가격에 미치는 영향에 대한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

분석결과 스타필드하남의 개발은 인근 아파트 가격에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 복합쇼핑센터와의 거리가 1m 멀어질수록 3.3㎡당 아파트 가격은 0.028만 원 감소하는 것으로 분석되었는데, 출점계획 발표 전인 2009년 도로접근성에 따른 거리계수 값과 비교할 때 출점은 아파트 가격상승에 긍정적 영향을 미치는 것으로 판단된다. 한편 스타필드하남 출점에 따른 가격영향 거리범위의 분석을 위한 2016년 및 2009년의 거리밴드 더미변수 계수 값의 비교결과, 출점에 따른 아파트 실거래가격 영향범위는 반경 약 2,000m로 분석되었다. 출점관련 계획 발표 이전시기인 2009년의 회귀분석 계수 값과의 비교를 통한 분석이기는 하지만, 지금까지 대형마트 및 도심복합용도개발 등의 선행연구에서 그 영향범위로 일반화되던 1km<sup>13)</sup>를 넘어섬을 확인할 수 있었다.

본 연구는 대형복합쇼핑센터의 출점에 따른

13) 최유란 외, 2009, 「MAS를 이용한 대규모 복합개발의 주변상권에 대한 파급효과 분석: 청량리 균형발전축전지구 및 왕십리역 민자역사개발지구를 중심으로」, 『국토계획』, 44(1): 39-40.

인근 아파트 가격의 변화를 파악해 보고자 그 대표적 사례로서 스타필드하남을 분석해 보았다. 하지만 단일 사례에 대한 분석으로 일반화하기는 어려우며, 도로에 의한 영향을 독립적으로 분석하지 못한 한계가 있어 향후의 과제로 남긴다. 하지만 우리나라 주택재고의 주된 유형으로 자리 잡은 아파트에 있어서 공급의 확대가 예상되는 대형복합쇼핑센터 출점이 실거래가격에 미치는 영향에 대한 파악은, 향후 대형복합쇼핑센터 개발이 주변지역에 미치는 영향과 관련한 연구에 있어 기초자료가 될 것으로 생각한다.

## 참고문헌

1. 김경환 · 손재영, 2010, 『부동산경제학』, 서울 : 건국대학교 출판부.
2. 박원석, 2011, 『부동산입지론』, 서울 : 양현사.
3. 박성균, 2011, 「주거용과 상업용 부동산의 가격 결정요인에 관한 비교 연구」, 건국대학교 박사학위 논문.
4. 서용구 · 한경동 · 김혜란, 2008, 「대형마트 상권 포화에 관한 포괄적 연구」, 『유통연구』, 13(5): 33-50.
5. 신수현 · 최형석 · 심교언, 2013, 「도심형복합상업 시설이 주변 아파트 가격에 미치는 영향」, 『부동산학보』, 54: 141-158.
6. 안지상, 2011, 「복합용도개발이 인근아파트가격에 미치는 영향력에 관한 연구」, 건국대학교 부동산 · 도시연구원.
7. 여흥구 · 이승한, 2002, 「할인점 출점이 공동주택 가격변화에 미치는 영향에 관한 연구」, 『국토계획』, 37(6): 111-127.
8. 오홍운 · 김태호, 2009, 「고속도로 인터체인지 이

격거리와 주변 아파트 가격의 관계연구: 서울외곽 순환고속도로 영향권을 중심으로」, 대한교통학회지, 27(6): 89-96.

9. 왕효석, 2011, 「상권유형별 대형마트의 영향권 및 매출 영향 요인 분석」, 한양대학교 석사학위논문.
10. 이금숙 · 김경민 · 송예나, 2010, 「복합용도개발과 교통이 아파트가격에 미치는 영향」, 『한국경제지리학회지』, 13(4): 515-528.
11. 이정, 2003, 「접근적 특성이 아파트가격에 미치는 영향에 대한 지역간 분석 연구: 강남구 · 노원구 · 분당을 중심으로」, 건국대학교 석사학위논문.
12. 최상국 · 김진유, 2011, 「고속도로 IC 개통이 주변 지역 아파트 가격에 미친 영향 분석」, 한국주택학회 추계학술대회 논문집.
13. 최유란 · 이명훈 · 전병혜, 2009, 「MAS를 이용한 대규모 복합개발의 주변상권에 대한 파급효과 분석: 청량리 균형발전촉진지구 및 왕십리역 민자개발지구를 중심으로」, 『국토계획』, 44(1): 35-54.
14. Rosen, S. 1974, "Hedonic price and implicit market: Product differentiation in pure competition", *Journal of Political Economy*, 82(1): 34-55.

논문 접수일 : 2018년 11월 13일

심사(수정)일 : 2018년 11월 28일

게재확정일 : 2018년 11월 30일

## 국문초록

본 연구는 각 유통업체의 대형마트가 시장 포화상태에 접어들면서 출점이 시작된 대형복합쇼핑센터의 개발이 주변 아파트 가격에 미치는 영향에 대한 분석이다. 분석을 위하여 하남시에 위치한 스타필드(이하 ‘스타필드하남’)을 사례로 하였다. 스타필드하남은 백화점과 할인점, 여가시설이 복합된 연면적 약 460,000㎡의 대규모 복합쇼핑센터로써 대형복합쇼핑센터 출점에 따른 주변 아파트 가격변화에 대한 연구에 적합한 사례로 볼 수 있다. 분석방법은 헤도닉가격모형을 사용하였다. 종속변수로 아파트가격을, 설명변수로 주거특성 및 단지 특성, 지역특성을 사용하였다. 분석결과 대형복합쇼핑센터의 출점은 인근 아파트 가격에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 복합쇼핑센터와의 거리가 1m 멀어질수록 3.3㎡당 아파트 가격은 0.028만 원 감소하는 것으로 분석되었고, 아파트 가격에 영향을 미치는 거리범위는 대형복합쇼핑센터 반경 약 2,000m로 파악되었다.

주제어 : 대형복합쇼핑센터, 아파트가격, 가격변화, 거리범위

