

연구보고서 2008-01

# 전문건설업의 해외시장 진출 활성화를 위한 기초연구

2008. 1

대한건설정책연구원

**연 구 진**

---

김용범 연구위원

김혜원 연구원

---

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서  
대한건설정책연구원의 공식적인 견해와 다를 수 있습니다.

## 발 간 사

건설산업을 흔히 일컬어 국가경제발전에 근간이 되는 기간산업이라 합니다. 우리나라의 초고층빌딩, 고속철도는 세계 선진국과 비교하더라도 손색이 없을 정도이며 해외에 신도시까지도 수출을 하고 있습니다. 건설산업의 세계화는 해외공사 수주에서도 나타나고 있으며 2007년 12월 초까지 357억 불을 기록하였습니다. 이는 역대 최고의 수주액을 달성한 것으로 앞으로 우리나라 건설산업의 해외시장 진출은 더욱 활성화 될 것으로 전망됩니다.

건설업체들 중에서 전문건설업체들은 고도의 기술력에 의한 정밀시공이 가능함에도 불구하고 일반건설업체, 엔지니어링 업체들과 비교해서 해외진출은 활발하지 못한 편입니다. 우리 전문건설업체들이 해외로 진출하기 위해서는 가격 경쟁력 보다는 기술 경쟁력을 가지고 나가야 할 것이며, 업계 차원의 공동대응방안과 정부차원에서의 지원방안이 보다 적극적으로 이루어질 필요가 있습니다.

본 보고서는 전문건설업의 해외진출 활성화를 위한 기초연구의 차원에서 시도된 연구로서 해외진출을 고려하고 있는 전문건설업체 그리고 해외진출을 하고 있는 업체들에게 유용한 자료가 되기를 기대합니다. 끝으로 연구를 수행한 김용범 연구위원, 김혜원 연구원의 노고에 감사하며, 본 연구의 심의과정에서 많은 조언과 자료 협조를 해주신 해외건설협회의 김태엽 팀장과 CJ개발의 현준식 박사에게도 진심으로 감사의 뜻을 포함합니다.

2008년 1월

대한건설정책연구원

원장 조 우 현

## 1. 서론

- 해외건설시장 규모 확대와 우리나라의 해외진출 활발
  - 세계 건설시장 규모는 4조 6,000억 불로 추정되며 최근 고유가의 영향으로 해외건설시장은 활발하게 움직이고 있음.
  - 우리나라도 해외건설수주액이 2005년 이후 3년간 매년 100억 불 이상의 수주액을 달성하였으며 2007년에는 357.2억 불 이상을 달성하였음.
  - 지역별로는 중동지역에서의 수주가 대부분이며 최근에 아시아 지역에서의 수주가 증가하고 있고, 공종별로는 플랜트 위주의 수주가 이루어짐. 산유국을 중심으로 플랜트 공사의 발주량이 증가했기 때문임.
  
- 국내 건설시장 침체를 극복하기 위한 전략 필요
  - 국내 건설시장이 경기침체 및 정부의 부동산 규제 강화로 지방에서 미분양 대량 발생 등의 문제가 발생하고, 업체 간의 치열한 경쟁으로 수익성이 떨어지면서 새로운 사업모델 필요.
  - 국내시장 위축에 따른 시장 다변화를 위해 해외진출은 장기간 쌓아온 전문기술, 노하우, 경험 등을 자산화 할 수 있는 기회가 될 것임.
  
- 전문건설업의 해외진출 방안제시
  - 국내외 건설시장의 동향과 건설업체들의 현황을 파악하기 위해 국내 문헌 및 해외 문헌 조사를 행함.

- 기존의 연구는 해외시장 현황조사, 일반건설업과 엔지니어링의 해외진출에 초점을 두고 있으며 전문건설업에 초점을 둔 연구가 거의 없음.
- 전문건설업의 입장에서 해외 시장으로 진출하는데 필요한 해외 시장 정보를 제공하고 진출할 수 있는 방안제시가 연구목적임.

## 2. 국내외 건설시장 동향 분석

### ○ 국내 건설시장 현황

- 국내 건설수요는 공공에서 민간으로, 신규건설에서 유지보수시장으로 변화하고 있음. 정부의 부동산 규제로 건설경기의 침체가 바로 이어질 것으로 보았으나 실제로는 공공개발사업의 영향으로 전체 건설시장은 크게 변화가 없을 것으로 전망됨. 실제 건설수주 현황에서도 민간사업 비중이 공공사업보다 2배 이상 많으며 증가세도 공공보다 더 높게 증가하고 있음.
- 건설업체의 경쟁구도도 변화하고 있으며 규모별 · 지역별 양극화가 더욱 심화되고 있음. 건설 경기체감지수에서도 2007년 10월 현재 대형업체는 77.8, 중소기업체는 47.9로 차이가 크게 나고 있으며 지역별로도 서울업체는 87.4이고 지방업체는 38.8로 격차가 크며 이러한 현상은 최근 수년간 개선되지 않고 있음.

○ 해외 건설시장 현황

- 해외건설시장 규모는 2006년 4조 6,000억 불로 추정되며 매년 4~5% 성장할 것으로 예상됨. WTO 및 FTA와 함께 건설시장의 개방이 더욱 가속화되고 세계건설시장 규모도 확대될 것임.
- 미국의 건설시장은 2006년까지는 주택투자가 건설투자의 증가를 이끌었으나 2007년 서브프라임모기지 부실로 주택경기의 위축이 예상되며 이는 향후 건설시장에도 영향을 줄 것임.
- 일본의 건설시장은 우리나라와 크게 다르지 않으며 2006년도에는 공공공사의 감소를 민간공사와 해외공사가 보완했다고 할 수 있음. 공공공사는 감소가 지속적으로 이루어지고 있고, 민간공사도 향후에는 증가세가 둔화될 것으로 예상됨.
- 유럽은 건설산업의 경쟁력을 환경 문제와 결부해서 추진하고 있음. 유럽의 건설투자가 GDP대비 10% 이상을 차지하는 중요한 산업이므로 환경에 주는 영향도 크기 때문임. EU에서는 지속가능한 건설을 모토로 해서 건물 에너지 성능에 대한 지침을 마련하고 유럽의 각 국가들이 이에 따르도록 하고 있음.
- 세계의 성장과 함께 인프라 수요도 증가될 것으로 예상되며, 특히 저소득 그룹에 해당되는 국가에서의 발주량이 증가할 것임. 2005~2010년간 전 세계 신규투자가 3,700억 불로 예상되고 이는 세계 GDP의 1%에 해당되는 규모이며, 유지를 위한 투자도 4,800억 불이 될 것으로 예상됨.

### 3. 국내외 건설업체의 해외진출 현황

#### ○ 국내 건설업체 해외진출 현황

- 우리나라 건설업체들의 해외공수 수주액은 2007년 12월초 현재 357.2억 불로 지금까지 최고 수준을 기록하였음. 해외공사 수주액이 증가한 것은 고유가로 중동 지역에서의 공사 발주량이 증가했기 때문이기도 하지만, 국내 건설시장의 침체와 치열한 경쟁으로 업체들이 해외로 눈을 돌렸기 때문임.
- 전문건설업체 중에서는 (주)삼보지질이 해외시장에 성공적으로 진출한 사례이며 싱가포르, 두바이, 베트남, 홍콩, 대만에 현지법인을 설립하여 사업을 전개하고 있음.

#### ○ 국외 건설업체 현황

- 2006년도 미국 전문건설업체 600개 업체의 매출액은 654.7억 불로 전년동기대비 14.0% 증가하였음. 전체 시장은 안정적으로 성장을 하고 있으나 2007년도 서브프라임모기지 부실의 영향으로 주택경기 침체에 의한 수주감소의 우려가 있음.
- 미국 전문건설업은 숙련된 인력 부족을 가장 큰 어려움으로 꼽고 있음. 이민 노동자의 고용 문제뿐만이 아니라 젊은 세대의 노동력 부족이 주요 원인이며 이에 대한 대책마련을 고민하고 있음.

- 일본의 건설업계 특히 중소기업체들은 현 사업의 고도화 · 고부가 가치화와 신사업 실시, 신분야 진출, 업종 · 업태 전환 등으로 다른 회사와는 차별화를 두는 등 경쟁력 강화를 통해 매출액을 증가시키고자 하고 있음.
- 해외의 선진 건설업체들의 아시아 시장 진출 사례를 통해서 진출 현황 및 전략을 살펴보면, 유럽 선진업체인 Hochtief(독일), Skanska(스웨덴), Vinci(프랑스), Bouygues(프랑스)는 자국 시장 외에는 미국과 중동지역으로의 진출이 대부분이며 아시아 시장은 건설시장 개방도에 비해서는 점유율이 높은 편임에도 불구하고 활발한 진출이 이루어지지 못하고 있음. 아시아 시장의 문화적 폐쇄성, 언어, 노동력 등의 문제를 원인으로 보고 있음.

#### 4. 전문건설업 해외진출 활성화 방안

##### ○ 해외진출 활성화 방안

- 우리나라 건설업이 해외시장으로 진출하기 위해서는 사업 환경을 정비하고, 사업기회의 증대를 위해 업계와 정부가 함께 노력해야함. 그리고 해외사업을 하는데 있어서 리스크 관리능력 강화, 새로운 시장에 맞는 신사업 모델을 발굴해야함.
- 해외사업을 전개하는데 중요한 것은 전문 인력을 보유하고 있는가의 여부이며, 정부와 업계에서 모두 인력 발굴 및 양성에 관심을 가질 필요가 있음. 해외업무에 있어서 계약관리, 클레임 처리 등 해외 고유의 지식과 경험이 필요하므로 이를 위한 교육 등을 할 수 있는 프로그램이 마련되어야 함.



- 전문건설업이 단독으로 진출을 하게 되면 외국 정부의 공사를 원도급 받거나 외국 기업의 공사를 하도급 받는 형태가 될 것임. 단독진출은 어려움이 있을 수 있으나 일단 경험과 노하우가 축적이 되면 업체의 역량강화 및 성장 동력이 될 수 있음.
- 전문건설업이 우리나라 일반건설업과 동반 진출을 하는 형태는 처음에 진입하는데 있어서의 장벽이 낮을 수 있다는 장점과 함께 언어나 관습의 차이로 인한 어려움도 적을 수 있음. 하지만 경험과 노하우 축적이라는 면에서 부족할 수 있으므로, 현지의 네트워킹과 공사 관리능력 등을 스스로 키워나가야 함.
- 마지막으로 현지 업체와 전략적 제휴를 통해서 진출을 하는 방법도 있으며, 이러한 방법은 우리나라 업체들의 사업 리스크를 줄이고 이익을 극대화 할 수 있다는 장점이 있음.
- 해외공사는 업체들의 노력과 함께 정부의 적극적인 지원이 수반되어야 함. FTA, WTO와 같은 양국간 및 다국간 교섭기회를 활용하고, 국가의 공적개발원조(ODA) 사업도 적극적으로 참여함으로써 해외공사 수주의 기회를 확대하는데 도움이 되도록 해야 함. 그리고 해외전문인력 양성을 위한 프로그램 지원도 필요함.

## 5. 결론 및 정책제언

### ○ 결론 및 정책제언

- 고유가로 공사발주량이 많은 중동지역을 시작으로 해서 중동을 대신할 에너지 자원의 공급원으로 부상하고 있는 중앙아시아와

서구의 선진업체들이 언어, 문화적인 장벽으로 진출하기 어려워하는 아시아 시장을 진출 대상으로 해야 할 것임. 또한, 우리나라의 법적인 요소로 인해 원도급을 하는 것이 어려운 전문건설업체들이 해외에서는 공사의 성격에 맞게 원도급을 받아서 공사를 수행할 수도 있으므로 해외에서의 경험과 노하우 축적이 중요함. 그리고 전문건설업체를 포함해서 건설업체들이 해외로 나가기 위해서는 정부의 적극적인 지원이 필요함.

- 개별 전문건설회사가 해외건설시장에 독단적으로 진출하는 것은 사업위험이 매우 크므로, 대한전문건설협회가 협회차원에서 공동프로젝트의 개발 및 추진으로 시장 개척과 건설관리를 공동으로 대응하는 것이 바람직할 것임.
- 마지막으로, 업계와 정부 모두 환경 문제에 관심을 갖고 이에 대한 대비도 해야 하며, 빠르면 2012년부터 교토 의정서와 같은 국제적 기준을 맞출 수 있도록 해야 함.

#### ○ 연구의 한계 및 향후과제

- 전문건설업의 해외진출을 위한 기초연구의 성격으로 진행되었으나, 실제 해외진출에 진출할 수 있는 국가, 상품을 선정해서 구체적인 전략을 수립을 하기 위한 정보 제공에는 한계를 갖고 있음.
- 지역별 · 상품별로 차별적인 전략을 갖고 진출 할 수 있는 보다 상세한 분석이 이루어져야 할 것이며, (주) 삼보지질 외에 성공사례 뿐만이 아니라 실패사례를 발굴하여 해외진출시 도움이 될 수 있도록 해야 할 것임.

## - 목 차 -

<b>제1장 서론</b> .....	1
1. 연구의 목적 및 방법 .....	1
1) 연구의 목적 및 배경 .....	1
2) 연구의 범위 및 방법 .....	3
3) 연구의 구성 .....	4
2. 선행연구 검토 .....	6
1) 선행연구 검토 .....	6
2) 연구의 차별성 .....	9
<b>제2장 국내외 건설시장 동향 분석</b> .....	11
1. 국내 건설시장 동향 .....	11
1) 건설업을 둘러싼 환경 변화 .....	11
2) 국내 건설시장 변화 .....	19
2. 해외건설시장 동향 .....	25
1) 해외건설시장 동향 개요 .....	25
2) 미국 건설시장 .....	25
3) 일본 건설시장 .....	30
4) 유럽 건설시장 .....	37
5) 인프라 투자 수준의 국제비교 .....	46

**제3장 국내외 건설업체의 해외진출 현황 .....51**

- 1. 국내 건설업 해외진출 현황 개요 및 진출사례 .....51
  - 1) 국내 건설업 해외진출 현황 개요 .....51
  - 2) 국내 전문건설업체 해외진출 현황 .....56
  - 3) 국내 전문건설업체 해외진출 사례 .....60
- 2. 해외 건설업체 동향 및 해외진출 사례 .....63
  - 1) 해외 전문건설업체 동향 .....63
  - 2) 해외 건설업체의 아시아시장 진출 사례 .....77

**제4장 전문건설업 해외진출 활성화 방안 .....93**

- 1. 전문건설업의 해외진출 필요성 및 가능성 .....93
  - 1) 전문건설업의 해외진출 필요성 .....93
  - 2) 전문건설업의 해외진출 가능성 .....94
- 2. 해외시장에서의 경쟁력 제고 방안 .....99
  - 1) 리스크 관리 강화 .....99
  - 2) 신사업모델 발굴 .....100
  - 3) 인재발굴 및 육성 .....101
  - 4) 해외시장 진출 형태에 따른 방안 .....102
- 3. 해외진출을 위한 정부차원의 지원체계 .....105
  - 1) WTO, EPA, FTA와 같은 정부교섭기회 활용 .....106
  - 2) ODA 활용 .....107
  - 3) 해외 진출 기술자 육성을 위한 정부차원의 교육센터 운영 109

제5장 결론 및 정책제언 .....	111
1. 결론 및 정책제언 .....	111
1) 연구의 결론 .....	111
2) 정책제언 .....	116
2. 연구의 한계 및 향후과제 .....	117
참고문헌 .....	119

## - 표 목 차 -

〈표2-1〉 주요국의 노인부양비율 추이 및 전망 .....	12
〈표2-2〉 공공 및 민간의 건설수주현황 .....	20
〈표2-3〉 토목 및 건축의 건설수주현황 .....	21
〈표2-4〉 일반 및 전문건설업 업체수 및 면허등록수 .....	22
〈표2-5〉 일반건설업자 및 전문건설업자 계약액 추이 .....	23
〈표2-6〉 규모별 지역별 경기종합 BSI 추이 .....	24
〈표2-7〉 미국 부문별 건설투자의 추이 .....	29
〈표2-8〉 일본 건설투자 추이 .....	34
〈표2-9〉 일본 주택착공호수 추이 .....	35
〈표2-10〉 일본 해외건설 수주 .....	37
〈표2-11〉 EU가맹국가의 건설투자 .....	45
〈표2-12〉 소득그룹별 인프라 접근도(2000) .....	47
〈표2-13〉 2005-2010년간 필요한 인프라 투자 예측액(매년) .....	49
〈표3-1〉 중소건설업체 해외면허 신고현황 .....	57
〈표3-2〉 지역별 중소건설업체 해외공사 수주액 현황 .....	58
〈표3-3〉 전문건설업체 국내 매출액 대비 해외수주액 .....	60
〈표3-4〉 미국 전문건설업 매출규모 .....	63
〈표3-5〉 미국 전문건설업종별 매출액 .....	65
〈표3-6〉 Hochtief 그룹 부문별 매출액 .....	80
〈표3-7〉 Hochtief 그룹 지역별 매출액 .....	80
〈표3-8〉 Vinci Construction Grands Projects의 지역별 매출액 .....	84
〈표3-9〉 Bouygues 그룹 지역별 매출액 .....	87

## - 그림 목 차 -

[그림1-1] 연구흐름도 .....	5
[그림2-1] 장래인구추계 .....	13
[그림2-2] 노동력인구의 추계 .....	14
[그림2-3] 건설기능인력의 고령화 .....	15
[그림2-4] 미국 건설투자액 추이 .....	27
[그림2-5] 미국 민간주택투자 추이 .....	28
[그림2-6] 미국 공공투자 추이 .....	28
[그림2-7] 일본 건설투자추이 .....	32
[그림3-1] 해외건설수주 추이 .....	53
[그림3-2] 지역별 해외건설수주 추이 .....	54
[그림3-3] 공종별 해외건설수주 추이 .....	55
[그림3-4] 중소건설업체의 공종별 해외건설수주 추이 .....	58
[그림3-5] 삼보지질 수주액 및 매출액 .....	61
[그림3-6] 일본 중소건설업체 경쟁력 강화 사례 .....	67
[그림3-7] Hochtief 그룹 조직도 .....	79
[그림3-8] Vinci 그룹 조직도 .....	83
[그림3-9] Bouygues 그룹 조직도 .....	86

## 1. 연구의 목적 및 방법

### 1) 연구의 목적 및 배경

세계 건설시장은 글로벌화의 가속화가 이루어지고 있으며 우리나라도 중동, 아프리카, 아시아 지역으로의 해외진출이 증가하면서 해외 건설업체들과의 경쟁이 불가피할 것이다. 2007년 8월 해외건설수주가 200억 불 이상을 달성하였고, 12월 현재 355억 불 이상을 돌파하였다. 2005년 이후 3년간 매년 100억 불 이상의 수주액을 달성하였으며 사상 최대의 해외건설수주액을 기록하게 되었다.

지역별로는 1960~1980년대에는 중동지역(88.8%)에서의 수주가 대부분을 차지하고 있으며, 1990년대에는 아시아(57.0%) 그리고 2000년대에는 다시 중동지역(54.16%)에서의 수주가 많았다. 중동지역에서 수주가 많은 것은 고유가 지속으로 산유국의 산업기반시설 확충 및 채투자가 이루어짐에 따라 신규발주물량이 증가했기 때문이다. 이는 공종별 수주경향과도 무관하지 않다. 공종별로는 1960~1980년대에는 토목, 건축위주로, 1990년대에는 토목, 건축에 플랜트가 포함되었고, 2000년대에는 플랜트 위주의 수주가 이루어졌다.

플랜트 수주금액은 2007년 12월 현재 230억 불을 기록하면서 계속해서 증가하고 있으며, 중동 산유국에서는 향후에도 플랜트건설 발주물량이 증가할 것으로 보인다. 아시아지역에서는 베트남, 카자흐스탄을 중심으로 신도시 개발 및 주택분야에서의 발주 그리고 아프리카 지역은 알



제리, 나이지리아, 앙골라 등 산유국을 중심으로 플랜트 및 신도시개발 등의 발주가 예상된다. 이러한 추세를 감안하면 국내 건설업체들은 기존의 플랜트 수주를 유지하면서 아시아와 아프리카 지역에서의 신도시 건설 등 새로운 상품 수주와 같은 다양한 분야로의 해외진출도 기대해 볼 수 있다.

최근 국내 건설시장은 경기침체 및 정부의 부동산안정화 대책에 따라 지방에서 대규모 미분양 사태가 발생하고 있으며, 업체 간 치열한 경쟁에 따라 수익성이 떨어지는 등 많은 어려움을 겪고 있다. 어려움을 극복하기 위해서 업체들은 사업 다각화 및 해외시장 진출 등 다양한 전략을 수립하여 추진하는 등 많은 노력을 기울이고 있다. 일반건설업체들의 노력과 함께 전문건설업체의 입장에서도 경영을 안정화하기 위한 전략이 절실히 필요하게 되었다. 국내시장 위축에 따른 시장의 다변화를 위해 해외진출은 장기간 쌓아온 전문기술, 노하우, 경험 등을 자산화 할 수 있는 기회가 될 수 있다. 하지만 해외시장 진출에 있어서는 중동, 중앙아시아, 중국 등 시장을 두고 터키, 이집트, 인도와 같은 국가들의 업체 진출이 가시화되면서 우리나라 업체와의 경쟁은 피할 수 없게 되었다. 이들과의 경쟁에서 생존하기 위해서는 해당 국가의 법·제도 및 시장에 대한 정확한 파악이 필요하며 이에 맞는 전략을 갖고 진출할 필요성이 있다.

기존 연구에서는 일반건설업체 및 엔지니어링에 대한 연구들이 있었으나 전문건설업체를 대상으로 하는 연구가 거의 이루어지지 못하였다. 현재의 건설생산 시스템에서 하도급을 위주로 하는 전문건설업체들은 일반건설업체들에 비해 해외에 대한 정보가 미미하고, 업체 인프라가 취약하여 해외 시장 진출이 활발하지 않았고 또한 이에 대한 연구는 전무한 상황이다.

본 연구에서는 국내시장 외에 해외시장으로 전문건설업이 진출하기

위한 방법을 모색하고자 한다. 전문건설업체의 해외진출은 일반건설업체에 비해서는 쉽지 않은 상황이다. 일반건설업체가 해외에 진출을 할 때 자국의 전문건설업체를 의무적으로 시공하게 하는 나라도 있다. 교량, 터널 등과 같은 전문적인 시공기술을 필요로 하는 복합공사에는 전문건설업체가 단독 혹은 동반 진출할 수 있으나 이것도 해당 국가의 법·제도에 대한 이해, 언어문제 등이 선결되어야만 한다.

전문건설업의 해외시장 진출은 세 가지 형태로 구분해서 볼 수 있다. 전문건설업체들이 단독으로 해외에서 원도급 혹은 하도급을 받는 형태, 내 일반건설업체와 협력업체 형태로 동반 진출하는 형태 그리고 현지업체와 전략적 제휴를 통해 진출하는 형태가 있다. 각각의 형태는 업체의 기술력이나 전문 인력 보유에 따라서 장단점이 있겠지만 중요한 것은 어떠한 형태로 해외에 진출을 하더라도 국내 전문건설업체들의 독자적인 역량으로는 해외진출이 쉽지 않다는 점이다.

본 연구는 전문건설업이 해외 시장으로 진출하는데 필요한 해외시장 정보를 제공하고 동시에 전문건설업이 해외시장으로 진출 가능성 및 필요성 그리고 진출방안을 제시하는 것에 그 목적을 두고 있다.

## 2) 연구의 범위 및 방법

본 연구는 전문건설업체의 해외시장 진출 활성화를 위한 기초 연구이므로 전문건설업체들이 진출할 수 있는 특정 국가나 상품, 업종을 도출하거나 이러한 국가에 대한 자세한 현황을 기술하기 보다는 전문건설업이 해외 진출하는데 있어서 검토해야 할 내용이 무엇인지 그리고 선진건설업체들은 해외에 어떻게 진출하는지 등의 현황 및 기초적인 자료 수집을 주요 연구 내용으로 하고자 한다. 이러한 기초자료 조사를 통해 우리나라 전문건설업이 향후 해외로 진출하는데 있어서 시사점을 얻고

자 한다.

연구방법은 주로 기존의 문헌고찰을 하였다. 우리나라가 해외건설시장으로 진출한 현황이나 해외시장조사에 대한 내용은 주로 해외건설협회와 건설교통부 자료를 참조하였고, 그 외에 해외건설과 관련된 세미나 자료 등을 활용하였고, 전문건설업의 전문가 의견을 참조하였다.

여기에 더해서 일본의 건설교통성과 일본 해외건설협회의 문헌자료를 수집·정리함으로써 우리나라와 비슷한 건설제도를 가지고 있는 일본 건설산업의 해외진출에 대해서 알아보았다. 건설규모에 비해서는 해외시장으로의 진출이 미미한 일본의 건설업도 최근에 해외시장으로 관심을 갖게 되면서 많은 연구·조사들이 행해지고 있다. 이러한 자료들을 참고로 해서 우리나라 전문건설업이 해외진출을 하는데 도움이 될 수 있는 내용을 살펴보고자 한다.

### 3) 연구의 구성

본 연구는 총5장으로 구성되어 있다. 제1장 서론에서는 연구의 배경과 목적 그리고 연구범위 및 주요 연구방법에 대해서 기술하였다.

제2장에서는 국내외 건설시장 동향에 대해서 기술한다. 국내 건설시장 동향을 살펴봄으로써 전문건설업의 입지를 파악할 수 있을 것이다. 여기에 더해서 해외건설시장 동향을 기술함으로써 국내뿐만이 아니라 해외시장의 현황 및 향후 흐름을 알아본다.

제3장에서는 국내외 건설업체들의 해외진출 현황을 파악함으로써 해외에 진출하기 위한 시사점을 도출하였다. 우리나라 건설업이 해외에 진출해 있는 현황은 전문건설업 뿐만 아니라 일반건설업까지 포함하였다. 그리고 유럽계 선진 건설업체들이 아시아 시장에 진출한 사례를 통해서 진출하는데 있어서의 애로사항이나 진출 전략을 파악하였다.

제4장에서는 상기의 자료들을 바탕으로 해서 전문건설업의 해외시장 진출 방안을 제시하고자 한다. 전문건설업이 해외시장으로 성공적으로 진출하기 위해서는 어떠한 경쟁력을 강화해야하는지에 대해서 알아보고, 마지막으로 해외진출을 활성화하기 위해서 정부차원에서 지원할 수 있는 방안에 대해서 살펴보고자 한다.

제5장에서는 본 연구의 주요 내용을 요약하고 정책적 제언을 함과 동시에 연구가 갖고 있는 한계점을 밝혀서 향후 과제로 연결이 될 수 있도록 한다.

구분	주 제	주 요 내 용
제1장	서론	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연구의 목적 및 방법</li> <li>• 선행연구 검토</li> </ul>
제2장	국내외 건설시장 동향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 건설시장 동향</li> <li>• 해외건설시장 동향</li> </ul>
제3장	국내외 건설업체의 해외진출 현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 건설업 해외진출 현황 개요</li> <li>• 국내외 건설업체 동향 및 해외진출 사례</li> </ul>
제4장	전문건설업의 해외진출 방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전문건설업의 해외진출 필요성 및 가능성</li> <li>• 해외시장에서의 경쟁력 제고 방안</li> <li>• 해외진출을 위한 정부지원체계</li> </ul>
제5장	결론 및 정책제언	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 결론 및 정책제언</li> <li>• 연구의 한계 및 향후 과제</li> </ul>

연구흐름도

[그림1-1] 연구흐름도

## 2. 선행연구 검토

### 1) 선행연구 검토

지금까지 해외건설시장에 대한 연구는 많이 이루어지지 않았으며, 특히 전문건설업 관점에서의 해외진출에 관한 연구는 거의 이루어지지 못했다. 지금까지 이루어진 연구는 주로 해외시장 현황조사 및 일반건설업체들의 해외진출전략, 중소기업체의 해외진출에 관한 연구였으며, 최근 들어 해외시장에 대한 관심이 높아짐에 따라 여러 분야에서 다양한 연구가 시도되고 있다.

해외시장의 현황 조사는 특정 국가나 지역에 대한 일반적인 건설시장 현황에 대한 조사 및 이들 국가에 대한 일반건설업체의 진출 가능성 등이 주요 내용으로 이루어져 있다. 일반건설업체나 전문건설업체의 국가별로 구체적인 시장진출 전략에 있어서는 다소 차이가 있을 수 있으나, 전문건설업체 입장에서든 이러한 시장조사 내용 및 일반건설업의 진출 전략을 통해서 시사점을 도출할 수 있을 것이다. 그리고 전문건설업이 일부 대형업체를 제외하고는 대부분이 중소기업체이므로 기존에 중소기업체의 해외진출에 관한 연구에서 도움을 받을 수 있을 것이다.

해외시장 조사와 관련해서는 해외건설협회와 건설교통부가 협력한 연구가 많으며 지역별·분야별 시장현황과 진출 전략에 대한 내용을 포함하고 있다. FTA체결대상국 해외건설 진출확대 방안(2006)에서는 FTA 추진 현황과 함께 말레이시아, 베트남, 인도네시아, 태국, 필리핀, 인도, 멕시코 등의 현지 시장현황을 포함하고 있다. FTA체결이 가속화되면서 시장다변화와 공중다원화를 추구할 수 있게 될 것으로 보고 있으며, FTA를 통한 경쟁력 강화, 각국별 진출 장벽, FTA기대효과 등의 내용을 담고 있다. FTA를 통해서 해외건설시장이 확대될 것으로 기대하면서

민간부문 보다는 공공부문 즉 정부조달시장 위주의 진출이 이루어질 것으로 전망하고 있다. 그 외에도 해외건설협회에서는 건교부와 공동으로 몽골, 일본, 중남미, 메콩강 유역국, 이라크, 아시아, 중국, 북아프리카, 인도, 중동, 남아프리카, 베네수엘라 등 다양한 국가에 대한 현황, 진출 전략에 대해서 연구를 해오고 있다.

건설산업연구원(2006, 2007)에서는 중소기업체 해외시장 개척을 위한 조사보고서를 4차례에 걸쳐 출간하였으며 그리스, 슬로베니아, 보스니아, 헤르체크비아, 크로아티아, 마케도니아를 시작으로 발칸반도 주변 국가들, 알제리, 가나, 아제르바이잔, 앙골라, 키르키즈, 투르크메니스탄, 우즈베키스탄 등의 국가를 대상으로 조사하였다. 아직은 우리나라 건설업체들의 진출이 많지 않은 국가들이기 때문에 향후에 진출 가능성에 대해서 검토하는데 주안점을 두었다고 할 수 있다.

최근에 중소기업체를 대상으로 해외시장으로의 진출방안에 대해서 이루어진 연구로는 김민형(2005)의 중소기업체의 해외시장 진출 실태 분석 및 활성화 방안이 있다. 이 연구에서는 국내 건설경기 특히 주택시장에서의 침체로 중소기업체들의 해외시장 진출이 증가하였음을 서두에서 언급하면서 국내 중소기업체의 해외시장 진출 현황을 보여주고 있다. 진출 국가는 다변화되고 있으나 진출 분야가 시공의 경우 산업설비와 전기에 치중되어 있으며, 주택관련 업체의 경우 리스크가 큰 지역으로 진출하고 있기 때문에 이에 대한 대비가 필요함을 언급하고 있다.

중소업체가 해외시장에 진출하기 위한 방안으로써 업체의 입장에서 기술력과 자금력을 갖추어야하며, 현지화에 충실해야하고, 체험 있는 업체와 동반 진출함으로써 리스크를 줄여야 하는 등의 방안을 제시하고 있다. 또한, 정부의 입장에서는 KOICA나 경제개발협력기금(EDCF)의 지원이 필요하고, 안정적인 자금 조달을 위해 중소기업체에 대한 보증을 원활하게 하기 위한 대안을 마련하고, 해외시장에 대한 직접적인 자금 지

원을 하는 것이 필요하다고 주장하고 있다.

건설교통부(2006)의 중소건설업체의 해외진출 활성화 방안에서는 중소 규모 건설업체들이 국내 건설경기의 침체와 함께 국내건설시장에서는 대형규모 건설업체들이 수주를 독식하고 있는 실정이며 여기에 FTA와 같은 양자 간 협상이 체결되면 외국 업체와도 경쟁을 해야 하기 때문에 신 시장 개척이라는 면에서 해외시장진출의 필요성을 설명하고 있다.

이 연구에서는 중소 건설업체의 현황을 기술하고 있으며 해외진출을 추진 중인 중소건설업체를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 전문건설업을 포함해서 기술경쟁력에서는 자사의 기술력을 비교적 높게 평가하고 있는 반면에 해외시장에 대한 정보수집 및 분석능력의 강화가 필요하다고 느끼고 있었다. 결국 기술력은 보유하고 있으나 이를 활용할 수 있는 해외건설 경험이나 지식의 부족으로 세계 시장에서의 경쟁력을 갖추지 못하고 있음을 의미한다고 본다. 이를 해결하기 위해서는 정부가 제도적 측면에서의 지원과 함께 업계 스스로의 노력이 필요함을 언급하고 있다.

해외시장 진출을 지원하기 위한 정부의 역할 강화에 대해서 최진욱의 3인(2007)에서는 공적개발원조(ODA)를 효율적으로 활용함으로써 해외건설 수주경쟁력을 향상시킬 수 있다는 연구를 수행하였다. ODA 활용에 관한 설문조사를 한 결과 ODA의 지원절차를 단순화하고 OECD DAC 회원국들 중에서 우리나라가 상대적으로 낮은 비중을 차지하는 ODA 수준을 높여야 한다고 하고 있다. 우리나라 건설업체들이 해외에서 경쟁력을 갖기 위해서는 ODA의 활용이 필요하다는 것으로 결론을 내리고 있다.

기존의 연구들이 아직은 해외시장의 현황조사 중심으로 연구가 이루어져 있는 것으로 보아 해외에 대한 정보수집이 미흡함을 알 수 있다. 상기의 연구에서도 언급하였듯이 정보수집과 분석능력의 부족함이 우리

나라 건설업체들의 해외진출에 장애가 되고 있는 것과 일맥상통한다 할 수 있다. 향후에는 이러한 현지 조사 연구와 더불어 이들 국가로의 진출을 위한 진출방안 및 지원방안에 대한 연구도 추가적으로 이루어져야 할 것이다.

또한, 국내건설시장의 침체와 관련해서 대형규모의 건설업체 뿐만이 아니라 중소건설업체들의 해외진출에 대해서도 연구들이 이루어지고 있다. 중소건설업체들의 입장에서는 대형업체들과는 다르게 자력으로 해외에 진출하는 것이 쉽지 않으므로 정부의 지원이 필요하며, 대형업체들의 경험을 바탕으로 해당 진출 지역에 적합한 전략을 갖고 진출해야 할 것이다.

## 2) 연구의 차별성

본 연구는 전문건설업의 관점에서의 해외건설시장 진출 방안에 대한 연구로서 기존에 이루어졌던 중소건설업체들의 해외시장 진출방안과 일부 중복되는 면이 있다. 하지만 중소건설업체들의 해외시장 진출 전략과 관련된 연구의 대부분이 일반건설업의 입장에서 기술된 면이 많기 때문에 전문건설업의 입장에서 새롭게 바라볼 필요가 있다.

전문시공을 위주로 하는 전문건설업의 특성상 지금까지 해외시장에 대한 관심이 일반건설업에 비해서 낮았던 것은 사실이다. 하지만 최근에는 전문건설업을 중심으로 중소건설업체들이 해외에 관심을 돌리고 있다. 국내건설시장이 침체되는 것도 하나의 환경적 요인이 되겠지만 해외 진출을 함으로써 경험과 지식의 축적이 향후 각 업체들의 성장 동력이 될 것이기 때문이다.

본 연구에서는 전문건설업이 해외시장에 진출해야하는 필요성에 대해서 논하고 해외건설시장의 현황을 살펴본 후 선진건설업체들의 자국 외



에 해외시장 진출 현황에 대해서 살펴보고자 한다. 기존에 연구된 자료들 중에서 전문건설업과 관련된 부분을 찾아서 재검토함으로써 전문건설업 관점에서 해외시장에 진출 할 수 있는 방안을 찾는다는 점에서 기존의 연구와는 차이가 있다.

해외의 전문건설업체들이 해외시장으로 진출한 사례와 전략에 대해서는 본 연구에 포함시키지 못하였지만, 일반건설업체 중에서 유럽계 건설업체들이 아시아 시장에 진출한 전략을 검토함으로써 해외시장 진출하는데 있어서의 어려운 점이나 진출방안에 대해서 시사점을 얻고자 한다.

지금까지 중소건설업의 관점에서 해외건설 시장에 관한 연구는 있지만 전문건설업의 관점에서의 접근은 거의 이루어지지 못했으며 그러한 측면에서 본 연구의 의의가 있다고 하겠다. 본 연구를 통해서 전문건설업에서도 해외시장에 대한 관심을 많이 갖게 되고, 해외시장 진출 활성화에 도움이 되기를 기대한다.

## 1. 국내 건설시장 동향

### 1) 건설업을 둘러싼 환경 변화

#### (1) 사회적 변화

사회여건 변화는 건설산업을 둘러싼 환경을 크게 변화시키며 이는 건설시장 구조, 건설주체의 역량, 경쟁요소 등에 많은 영향을 주게 된다. 사회여건변화 중에서 가장 크게 영향을 주는 것은 인구수와 그 구성비의 변화이며 그 외에도 소득증대에 따른 생활방식 변화, 글로벌화에 따른 진출가능한 시장의 확대로 건설산업은 많은 영향을 받게 될 것이다.

인구 증가세의 둔화와 고령화의 진전으로 인한 인구구조의 변화는 생산가능인구의 감소, 노인부양비율의 증대를 통해서 소비 및 투자, 경상수지, 재정수지 등 총수요 측면과 노동공급, 생산성 등 총공급 측면에 동시에 영향을 미침으로써 1인당 실질 GDP에 부정적 결과 즉 경제성장 둔화를 초래할 것으로 보인다. OECD에 따르면 우리나라는 2018년 고령사회, 2026년에 초고령 사회에 진입할 것으로 전망하고 있다<sup>1)</sup>. 더욱이 한국의 노인부양비 증가는 OECD 국가 중 가장 급속하게 진행 될 것으로 전망하고 있다 (<표2-1>참조).

1) UN에 의하면 전체 인구중 65세 이상 인구가 차지하는 비중에 따라 고령화사회(Aging Society, 7-14%), 고령사회(Aged Society, 14-20%), 초고령사회(Super-aged Society, 20% 이상)로 분류됨.

<표 2-1> 주요국의 노인부양비율 추이 및 전망

(단위:%)

	1980	1990	2000	2030	2050
한국	6.1	7.4	10.0	37.3	69.4
미국	16.9	18.9	18.6	32.9	34.9
일본	13.4	17.2	25.2	51.7	71.3
영국	23.5	24.1	24.1	40.1	47.3
프랑스	21.9	21.3	24.5	39.8	46.7
OECD 평균	18.0	18.8	20.6	37.5	48.9

자료 : 재경부 국제기구과 (2005), “인구고령화가 경제에 미치는 영향”

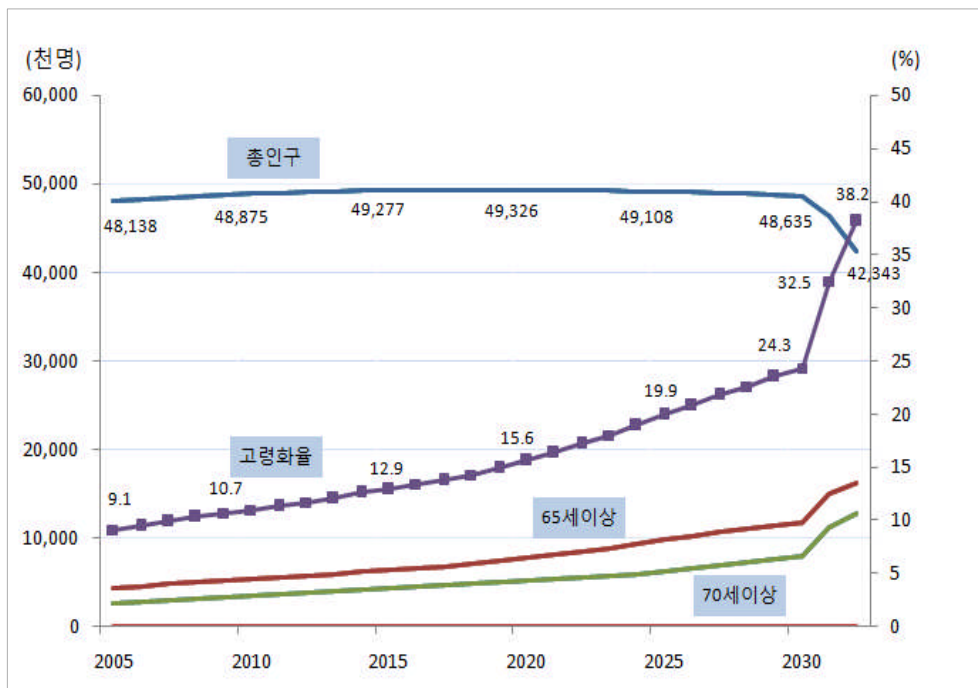
원출처는 OECD Economic Outlook

우리나라의 인구는 의학기술과 생활환경의 변화에 따른 수명연장으로 인구고령화가 나타나고 저출산·적은 자녀수에 따라서 인구증가 추세는 둔화될 것으로 전망하고 있다. [그림2-1]의 향후 2050년까지 인구추계 결과를 보면, 총인구수의 증가율 둔화보다 고령화율은 더욱 빠른 속도로 이루어지고 있음을 알 수 있다. 고령화율은 2008년 들어서 10.7%로 두 자리 수에 이르다가 2030년에는 24.3%까지 이르게 될 것으로 보고 있다. 2050년 고령화는 38.2%로 인구 10명 가운데 4명이 65세 이상의 노인이 될 것이며, 그 중에서 70세 이상의 노인은 3명이 될 것으로 예측하고 있다.

인구증가율 둔화와 고령화는 실제 일을 할 수 있는 노동력 인구에도 많은 영향을 주게 된다. [그림2-2]에서 보면 노동인구인 25~49세의 인구가 2030년인 25년 후에는 500만 명이 감소해서 1,549만 명으로 추계하

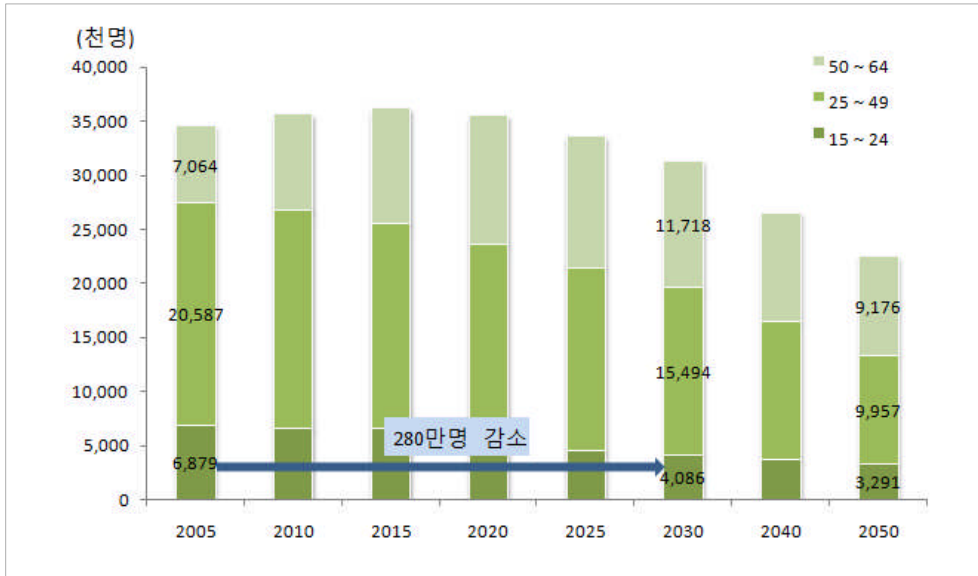
2) 이 자료는 2005년 3월에 발간된 OECD “The Impact on demand, factor market and growth” 자료를 토대로 IMF의 WEO와 GFSR 등의 고령화 관련 자료를 참조한 것임.

고 있다. 인구 1명당 부양해야하는 노인 인구의 비율은 높아지고 있으며 노동인구의 감소는 부양에 대한 부담을 더욱 가중시키게 된다. 15~24세의 청소년 인구도 2030년인 25년 후에는 현재보다 280만 명 감소할 것으로 예상하고 있다. 청소년 인구의 감소는 향후 노동인구에 영향을 주기 때문에 사회구조면에서 문제가 발생할 수 있다. IMF는 1인당 실질 GDP가 생산가능인구 1% 증가시 0.08%p 증가하는 반면에 고령자 인구 1% 증가시에는 0.041%p 감소하는 것으로 분석하고 있다. 더욱이 실질적인 노동시간은 주 5일제 근무로 인해 감소하기 때문에 노동생산성은 한층 더 하락할 수 있다.



자료: 통계청 장래인구 추계결과 (2006.11)

[그림 2-1] 장래인구추계

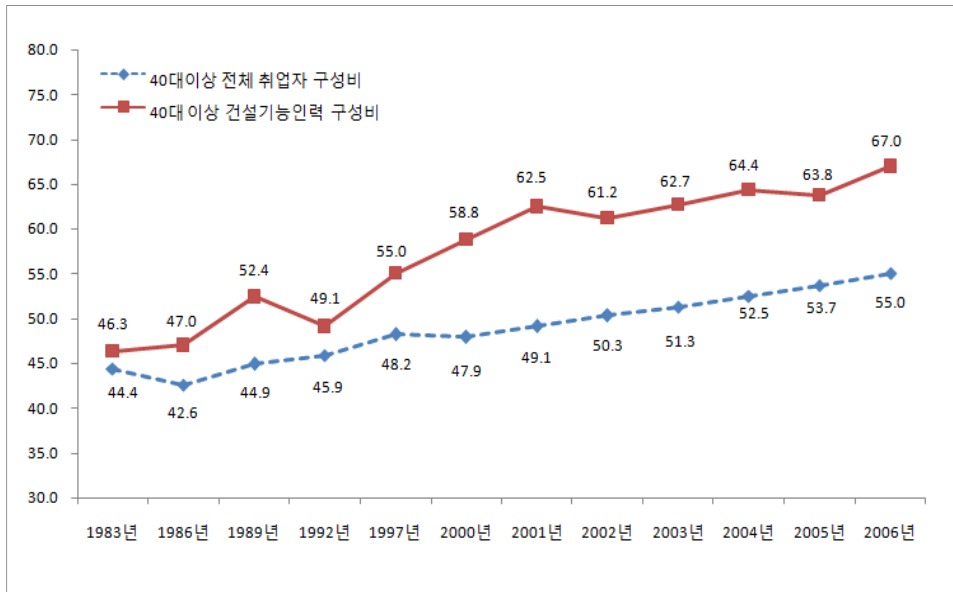


자료: 통계청 장래인구 추계결과 (2006.11)

[그림 2-2] 노동력인구의 추계

건설산업에서 전문건설업은 시공을 직접 담당하는 역할을 하기 때문에 인력문제가 중요하다. 현재와 같은 인구감소, 고령화 추세가 계속해서 이어진다면 전문건설업에서도 시공할 수 있는 노동인구의 고령화와 감소가 일어날 것은 분명하다. 이러한 사회적인 현상을 부정할 수 없기 때문에 전문건설업에서도 사전에 대비를 해야 할 것이다. 물론 첨단산업과 기술의 발달로 사람의 손이 필요한 작업이 줄어들 것이지만 예상하는 것 보다 인구감소와 고령화가 빨리 일어날 것으로 보인다.

실제 인구감소와 고령화 현상으로 건설업도 노동인구 수급에서 영향을 받고 있으며 노동인구 고령화는 더욱 뚜렷하게 나타나고 있다. [그림 2-3]에서와 같이 건설기능인력 40대 이상의 구성비가 2006년 12월말 67.0%로 전체 취업자 대비 40대의 구성비인 55.0%보다 높은 수치를 보여주고 있다. 건설업에서 노동인구 고령화는 젊은 기능 인력이 부족함을 의미하며 기피요인으로는 열악한 근무 환경을 들 수 있다.



출처: 심규범(2007), 무한경쟁시대, 기능인력 관리를 통한 건설산업의 생존전략 “5-5-5”, 건설산업동향, 한국건설산업연구원

원자료: 통계청, 경제활동인구조사, 각연도(12월 기준)

**[그림 2-3] 건설기능인력의 고령화**

전쟁을 경험하고 1970년대 우리나라 경제 부흥의 주역이었던 세대는 열악한 근무 환경에도 불구하고 생계유지를 위해서 열심히 일을 하였으나 현재 젊은 세대는 비교적 여유 있는 유년생활을 보냈기 때문에 힘든 일은 피하는 경향이 강하다. 특히 건설업의 경우 열악한 근로조건으로 인해 젊은 세대들이 진입을 기피하려고 하며 건설업에서는 여전히 고령층의 노동자가 많이 존재하고 있다. 젊은 노동인구가 건설업에 종사하게 하려면 직업에 대한 비전을 제시할 수 있어야 하며 지금까지 건설업에 대한 이미지 개선을 할 필요가 있다. 특히 직접 현장에서 일하는 전문건설업에서는 이미지를 개선하기 위해 많은 노력을 기울여야 한다.

인구 고령화에 대비하고 건설업에 대한 이미지 개선을 위해서는 건설

업 스스로가 기술개발을 위한 R&D 투자, 인력별 업무역량 강화 등에 대해서 좀 더 적극적인 대응을 해야 한다. 예를 들면, IT산업과 건설산업을 연계하는 U-City와 같은 새로운 형태의 분야가 나타나고 있으며 이에 대응하기 위해서 건설업에서도 연구개발에 대한 투자와 전문 인력 양성에 적극적으로 나서야 할 것이다. 그리고 해외진출을 하는 것이 건설업에 대한 이미지 개선을 하는데도 도움이 될 것이다. 국내에서 전문적인 인력을 양성해서 해외진출을 할 수 있도록 하고, 해외에서 쌓은 시공경험은 기능 인력에 자부심을 부여할 수 있을 것이며 이는 국내 건설업에 긍정적인 미래를 보여 줄 수 있을 것이다.

## (2) 건설시장을 둘러싼 법·제도적 변화

「건설산업기본법」의 개정으로 일반건설업과 전문건설업간의 겸업제한이 철폐됨에 따라 건설업계 전체적으로 구조적인 변화가 예상되고 있다. 법 개정과는 크게 상관없이 현행대로 유지된다면 전문건설업체는 전문건설업 시장 내에서의 경쟁력 강화를 추구해야 하며 일반건설업체와는 지금과 같이 원·하도급의 관계를 유지하게 될 것이다. 그러나 법·제도가 일반건설업과 전문건설업간의 수평적 구조를 추구하고자 하기 때문에 업체들이 지금까지의 관행대로 원·하도급의 수직적 구조를 고집하기는 어려울 것이므로, 새로운 법·제도에 적응하기 위한 업체들의 적극적인 움직임이 필요할 것이다.

일반건설업과 전문건설업이 서로의 시장에 각각 영향을 주게 된다면, 즉 일반건설업체가 전문건설업 면허를 취득해서 전문건설업 시장에 진출하거나, 전문건설업체가 일반건설업 면허를 취득해서 일반건설업 시장에 진출하게 되면, 건설시장의 구조는 변화가 일어날 것이다. 중·장기적으로는 경쟁력이 없는 이름만 있는 업체들의 퇴출이 자연스럽게 이

루어지면서 건설시장이 질적인 측면에서 건전해 질 수 있으나 이에 따른 건설시장 침체와 같은 부작용에 대한 대비도 해야 할 것이다.

일반건설업과 전문건설업간의 겸업제한 철폐가 이루어지면서 가장 우려했던 점이 바로 한 쪽으로만 진출을 하는 업체들이 많아져서 기존 시장의 질서에 혼란을 가져다 줄 수 있다는 점이다. 일반건설업체에서 전문건설업 시장으로 진출하는 업체들은 대규모 자본력을 가진 업체 혹은 일반건설업 시장에서도 경쟁력이 없는 업체들이 진출할 것이며 전자나 후자 모두 기존의 전문건설시장에 긍정적인 효과를 주지는 못한다. 자본력을 가지고 진출하게 되면 상대적으로 자본력이 적은 전문건설업체들은 시장에서 경쟁하기가 쉽지 않으며, 일반건설업 시장에서도 경쟁력이 없는 업체들이 진출하게 되면 형식적인 숫자가 많아질 뿐 역할을 제대로 하지 못할 것이다. 법 개정에 따른 환경변화는 여러 가지 시나리오가 있을 수 있지만 일반건설업에 비해 상대적으로 중소기업이 많은 전문건설업에 불리할 수 있으며 국내시장에서의 입지가 좁아질 수 있다.

국내 건설시장은 IMF라고 하는 외환위기를 경험하면서 1차 구조적인 변화가 있었으며 이제는 법·제도적인 변화를 통해서 2차 변화를 맞이하고 있다. IMF 외환위기 당시 예전에 경험하지 못했던 침체기를 겪은 건설산업은 구조조정을 통해 위기관리에 대한 중요성을 깨닫는 등 많은 교훈을 얻었다. 그 후 건설업체들은 스스로 관리능력과 건전한 재무구조를 갖추기 시작하였다. 「건설산업기본법」의 개정으로 건설업체들은 또 다시 구조적인 변화를 경험할 것이지만 IMF 외환위기를 극복했듯이 이번에도 사전에 준비해서 대응한 업체들은 생존할 수 있을 것이다. 더욱이 중소기업들이 대부분인 전문건설업체들은 건설산업을 둘러싼 환경 변화에 대해서 적극적으로 대처하는 노력이 절실한 시기이다.



### (3) 건설 경영의 패러다임 변화

건설산업을 둘러싼 사회적 환경변화나 법·제도적 변화와 함께 건설 산업 자체도 변화하고 있다. 건설생산체계가 수직적인 것에서 수평적으로 바뀌면서 일반건설업과 전문건설업이 아닌 원도급자와 하도급자로 역할 구분이 될 것이다. 일반건설업과 전문건설업간의 겸업제한 철폐로 제도를 통해서 서로의 업역을 보호받았던 시대에서 벗어나 새로운 경쟁 시장이 시작되었다. 건설산업의 입장에서는 일반건설업과 전문건설업간의 역할이 구분되어있지만 업체의 입장에서는 두 가지의 건설업을 동시에 할 수 있는 기반이 마련된 것이다.

건설산업의 변화에 맞게 전문건설업도 시공기술력을 국제경쟁력이 있는 수준으로 높임으로써 일반건설업과 수주경쟁이 가능하도록 해야 한다. 향후에는 전문 공종별로 기술력과 사업 능력을 보유한 업체가 시장에서 경쟁력을 갖고 살아남을 것이며 경쟁력이 없는 업체들이 퇴출되는 산업 내 구조조정이 이루어질 것이다.

한편 건설산업 내에서 경쟁력을 갖추었다고 해도 건설 분야 단독으로는 변화하는 환경에 적응하기 어려워지며 이제는 타 산업이나 기업과의 융합을 통해서 부가가치를 높일 수 있는 산업으로 변모해야할 것이다. 즉 타 산업과의 네트워크 체제를 구축함으로써 기존의 시공위주의 가치 창출에서 사업기획 및 금융 및 IT산업과의 연계를 통해 새로운 부가가치를 창출하도록 해야 한다. 예를 들면 정부 주도의 공공공사의 경우 대규모 금융자본과의 융합을 요구하기 때문에 건설과 금융과의 결합이 필요하다. 건설업체의 입장에서는 이에 대비해서 건설과 금융 전문 인력도 육성해서 보유해야할 것이다.

국내시장뿐만이 아니라 해외로 진출해야 하는 필요성도 나타나고 있으며 업체들은 다양한 형태의 아이디어를 가지고 새로운 시장으로 참여

할 준비를 해야 한다. 해외에서의 경험은 역으로 국내 건설업의 경쟁력을 강화시킬 것이므로 해외로의 진출을 업체들의 입장에서 적극적으로 고려할 필요가 있으며, 해외 공사 발주자들과의 상호 네트워크를 구축하게 되면 장기적으로 긴밀한 관계를 유지함으로써 우리나라의 건설 수준을 향상시키는데도 기여할 수 있다.

## 2) 국내 건설시장 변화

### (1) 건설수요의 변화

국내 건설수요는 내용면에서도 많은 변화가 일어나고 있다. 건설수요 전체로 보면 “공공→민간”으로, “신규건설→유지보수”, 설비투자수요에서는 “설비제조→R&D·판매유통”, “신규건설→기존설비 개량·보수”로 변화하고 있다. 또한 건설수요는 질적인 면에서도 많은 변화를 경험하고 있다. 예전과는 달리 건설수요도 기술의 고도화, 다양화 그리고 첨단화를 요구하고 있다. 초고층 건물의 건설, 대규모 교량 건설 등과 같이 첨단기술이 필요한 건설 수요가 증가하고 있고 설계에서부터 시공에 이르기까지 건설업 전체에 많은 변화를 요구하고 있다. 전문건설업의 입장에서도 고도의 기술에 의한 정밀시공을 요구하고 있기 때문에 이러한 수요에 맞는 기술개발에 전념해야 할 것이다.

건설수주현황을 보면 발주자별로는 민간사업의 비중이 공공사업에 비해서 2배 이상 많으며 그 증가세에 있어서도 2004년도의 일시적인 감소를 제외하고는 공공사업의 증가세보다 더 높게 증가하고 있다. 공종별로 보면 토목과 건축 모두 전년 동기대비 각각 26.5%, 27.5% 증가하였다. 토목이 증가하는 데는 공공부문에서 BTL사업과 같은 재정발주의 조기집행의 효과가 컸으며, 민간부문에서 토목의 증가는 재개발사업의 조

기 수주 영향이라고 할 수 있다.

다시 말하면 일시적인 증가라고 볼 수 있으며 2007년 하반기에는 증가세가 둔화될 것으로 예상된다. 그리고 2008년에는 행복도시, 혁신도시 등과 같은 대규모 국토균형 개발 사업이 공공공사 증가에 영향을 줄 것으로 보이며 2007년 대비 9.4% 증가할 것으로 전망하고 있다.

민간부문은 분양가 상한제 시행에 따른 민간 택지내 주택수주물량의 감소, BTL 고시규모 감소(4.9조원 감소), 비주거용 건축수주 증가, 2기 신도시내 민간주택수주 증가 등의 요인으로 2007년도 대비 1.9% 감소할 것으로 전망하고 있다<sup>3)</sup>.

<표 2-2> 공공 및 민간의 건설수주현황

(단위: 억원)

연 도	합계	공공		민간		
		증감률		증감률		
2001	678,359	12.8	298,871	21.3	379,487	6.9
2002	831,492	22.6	308,534	3.2	522,957	37.8
2003	1,024,478	23.2	322,165	4.4	702,312	34.3
2004	945,723	-7.7	337,645	4.8	608,078	-13.4
2005	993,840	5.1	318,255	-5.7	675,585	11.1
2006	1,073,184	8.0	295,192	-7.2	777,992	15.2
06.상	439,318	11.6	124,518	-0.7	314,800	16.5
07.상	558,971	27.2	142,897	14.8	416,074	32.2

자료 : 대한건설협회, '06상반기는 '05.상반기 대비 증감율임,

3) 이홍일(2007), 2008년 건설경기 전망, 한국건설산업연구원

<표 2-3> 토목 및 건축의 건설수주현황

(단위: 억원)

연 도	합계	토목		건축		
		증감률	증감률	증감률	증감률	
2001	678,359	12.8	260,014	15.9	418,345	10.9
2002	831,492	22.6	289,012	11.2	542,478	23.7
2003	1,024,478	23.2	319,499	10.5	704,979	30.0
2004	845,723	-7.7	322,236	0.9	623,487	-11.6
2005	993,840	5.1	303,964	-5.7	689,876	10.6
2006	1,073,184	8.0	283,825	-6.6	789,359	14.4
06.상	439,318	11.6	127,530	6.1	311,788	14.0
07.상	558,971	27.2	161,533	26.7	397,438	27.5

자료 : 대한건설협회, '06상반기는 '05.상반기 대비 증감율임.

건설수요가 변화한다는 것은 경기활황이나 침체, 업체의 수익증감과 같은 직접적인 것만이 아니라 다양한 요인이 복합된 결과이다. 중앙정부 및 지방정부의 재정 악화나 인구 감소 및 고령화에 따른 수요특성의 변화, 소득이 높아짐에 따른 소비자의 성향 변화, 기술개발에 따른 품질 향상으로 개보수 기간 장기화 등이 해당되는 요인들이다. 이와 같이, 건설수요를 구성하는 요인들이 변화하게 되면서 이에 대비해서 건설업체들은 수요 변화에 대한 조사 및 대응책을 마련하는 것이 필요하다.

(2) 건설업체의 경쟁구도 변화

정부의 규제 강화로 인해 건설경기의 약세가 예상되었으나 2008년도 건설경기 전망에서는 공공개발사업의 영향으로 증가할 것이라고 전망하

고 있다. 전체적인 건설경기는 올해와 비교해서 크게 변화는 없을 것으로 보고 있으나 지역 중소기업의 어려움이 가중될 것으로 보이며, 대기업과 중소기업간의 양극화 현상이 더욱 빠르게 진행될 것이다.

건설업체 수의 증감을 보면, <표 2-4>에서와 같이 전문건설업은 2006년도 현재 업체수 40,415개, 면허 등록수 64,405개이며 업체당 평균 면허 등록수가 2001년도 1.98개에서 2006년도에는 1.59개로 감소하였다. 일반건설업은 2006년 현재 업체 수 12,914개, 면허 등록수 14,498개로 평균 면허 등록 수는 1.12개로 나타나고 있다. 일반건설업체에 비해서 전문건설업체의 수가 증가함에 따라 전문건설업체간 수주경쟁은 더욱 심화될 것이다. 더욱이 겸업제한 철폐에 따른 일반건설업체들이 전문건설업체시장으로의 진입 정도에 따라서도 영향을 받게 될 것이다.

<표 2-4> 일반 및 전문건설업 업체수 및 면허등록수

(단위: 개)

구 분	일반건설업			전문건설업		
	업체수	면허 등록수	평균 등록수	업체수	면허 등록수	평균 등록수
2003	12,996	14,868	1.14	37,120	63,294	1.71
2004	12,988	14,653	1.13	38,328	61,905	1.64
2005	13,202	14,829	1.12	41,052	63,828	1.55
2006	12,914	14,498	1.12	40,415	64,405	1.59

자료 : 전문건설업 통계연보(2007), 대한전문건설협회  
 건설업통계연보(2006), 대한건설협회

건설공사 규모가 대형화되면 중소기업체들 보다는 대형업체들의 수주가능성이 커질 수 있으며 중소기업체들의 수주 경쟁력은 약화될 수 있다. 건설규모가 대형화되는 것은 건당 계약액 추이를 통해서도 알 수

있다. <표 2-5>에서 보면 1990년에 비해 2005년도에 일반건설업자의 건당 계약금액이 7억 원에서 14억 원으로 2배 증가하였으며, 전문건설업의 건당 계약금액도 1.2억 원에서 2.6억 원으로 2배 이상 증가하였다. 계약 실적의 증가세에 비해서 계약건수는 급격하게 증가하고 있지 않으며 오히려 2005년도 계약 건수는 2004년도에 비해 감소하고 있다. 이는 일반건설업자와 전문건설업자 양자 모두에게 해당되는 것이며 이를 통해서 공사의 규모가 대형화 되고 있음을 알 수 있다.

업체 규모별로 건설에 대한 경기체감지수를 보면 양극화 현상이 뚜렷하게 나타나고 있다(<표2-6>참조). 중소기업체는 대형업체에 비해 건설경기민감하게 반응하게 되며 2007년 10월 현재 대형업체가 67.2를 기록한 것에 비해 중소기업체는 47.9를 기록함으로써 양극화가 최근 수년간 개선되지 않고 있음을 알 수 있다.

<표 2-5> 일반건설업자 및 전문건설업자 계약액 추이

(단위: 건, 억원)

구분	일반건설업자 계약실적			전문건설업자 계약실적(하도급)		
	건수	금액	건당금액	건수	금액	건당금액
1990	37,678	263,765	7.00	37,043	45,152	1.22
1995	46,653	576,063	12.35	106,016	177,482	1.67
2000	51,687	499,363	9.66	140,095	235,056	1.68
2001	71,060	603,290	8.49	164,580	265,067	1.61
2002	84,754	851,191	10.04	179,634	332,504	1.85
2003	82,022	934,705	11.40	188,832	384,545	2.04
2004	76,895	838,668	10.91	186,616	411,325	2.20
2005	73,492	1,031,532	14.04	159,971	421,240	2.63

자료: 대한전문건설협회, 전문건설업 통계연보(1991, 1996, 2001-2006년호).

<표 2-6> 규모별 지역별 경기종합 BSI 추이

	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년 10월
종합	78.7	56.6	76.1	78.7	67.2
대형	100	87.5	100	90	77.8
중견	66.7	38.2	79.4	85	73.3
중소	67.6	41.3	44.4	58.3	47.9
서울	86.1	64.4	87.4	82.1	76.6
지방	67.9	43.8	38.8	71.8	50

주: 매년 12월에 조사된 수치를 기본으로 작성(2007년은 10월)

자료 : 한국건설산업연구원, CBSI 각년도

서울업체와 지방업체의 경기체감지수도 양극화 현상이 나타나고 있다. 2005년도에는 서울업체가 87.4를 기록하고, 지역 업체는 38.8로 양극화가 심각했으며 2006년도에는 조금 완화되기도 하였으나 2007년도에 들어와서는 다시 그 격차가 벌어지고 있다.

계약실적을 통해서 보면 공사가 점점 대형화되고 있으며, 건설경기체감도 대형업체보다 중소기업체들이 더 민감하게 반응하고 있다. 건설시장의 업체간 양극화 현상은 건설업체의 부도나 폐업으로도 이어지고 있다. 건설교통부의 보도자료<sup>4)</sup>에 의하면 2007년도 10월말 현재 일반건설업체는 80개, 전문건설업체는 124개의 업체가 부도 처리 되었으며, 폐업한 업체는 일반건설업체가 332개, 전문건설업체가 1,343개이다. 신설된 업체수가 많기는 하지만 기존의 업체들이 경쟁에서 살아남지 못하고 부도 혹은 폐업되는 것은 바람직하지 않은 현상임은 분명하다.

건설업체의 규모 및 지역 간에 나타나는 빈익빈 부익부 현상은 부실한 업체가 퇴출되고 건설한 업체들만이 살아남아서 경쟁을 하는 구조조정으로 이어질 수도 있다. 중소기업체들이 계속해서 사업을 영위하기 위

4) 건설교통부 보도자료(2007), 민관합동 “해외건설 종합정보센터’ 만든다

해서는 자신들만의 전문화된 기술이나 특화된 상품으로 시장에서 경쟁을 하는 구도가 형성되어야 할 것이다.

## 2. 해외건설시장 동향

### 1) 해외건설시장 동향 개요

세계건설시장의 규모는 Global Insight의 추정치에 의하면 2006년을 기준으로 해서 약 4조 6000억 불로 추정되며 매년 4~5% 성장할 것으로 예상하고 있다. WTO체제 및 FTA와 함께 건설시장의 개방은 가속화 될 것이며 세계의 건설시장규모는 더욱 확대될 것이다. 지역별로는 유럽, 북미, 아시아, 중동 순으로 시장을 형성하고 있고, 미국, 프랑스, 독일 등의 기업이 세계건설시장을 주도하고 있는 상태이다.

최근 수년간 해외건설시장이 활발하게 이루어진 것은 유가상승으로 인해 중동지역 및 신흥 산유국들로부터의 공사 발주량이 증가한 것이 큰 요인이다. 각 국가들은 세계시장의 환경에 맞게 해외시장 진출뿐만 아니라 국내시장에서도 변화가 있었을 것이다. 이러한 변화를 파악하기 위해 세계 건설시장에서 가장 큰 규모인 미국의 건설시장, 우리나라와 비슷한 법·제도하에서 해외진출을 꾀하고 있는 일본의 건설시장, 그리고 최근 경제성장을 주도하고 있는 유럽의 건설시장에 대해서 살펴보고자 한다.

### 2) 미국 건설시장

미국의 건설시장은 1990년대 이후 GDP의 약 8% 정도를 차지하고 있



으며 많은 고용을 창출하는 중요한 산업 중에 하나이다. 2006년도 미국의 건설투자는 1조 1,192억 불이며 전년도 대비 5.3% 증가하였으며, 2003년도와 2004년도에는 각각 전년도 대비 11.1%, 10.6% 증가한 것에 비하면 증가속도가 둔화되기 시작하였다. 건설투자 증가에 많은 영향을 준 것이 민간주택으로 2003년 ~ 2005년 사이에 매년 18.7%, 13.5% 각각 증가하였다. 하지만 2007년도에는 서브프라임 모기지의 부실화에 따라서 미국의 주택경기가 위축될 것으로 예상된다. 모기지 대출기관들의 대출기준 강화, 서브프라임 대출 기피 등으로 신용이 낮은 주택업자들의 대출에 어려움이 가중될 것이며 이는 주택경기 회복을 지연시키게 될 것이다.

부문별 건설투자를 보면 민간투자가 9,370억 불로 전년도 대비 4.3% 증가하였고, 공공투자가 2,551억 불로 전년도 대비 9.0% 증가하였다. 민간투자 중에서 68%를 차지하고 있는 주택투자는 6,413억 불로 전년도 대비 변화가 거의 없다. 오피스와 상업시설 등의 비주택투자는 2,957억 불로 전년도 대비 15.2% 증가하였다. 2006년까지의 추이로만 본다면 주택투자가 건설투자의 증가 추이를 이끌었으며 공공투자도 점점 증가하고 있다. (<표 2-7>참조)

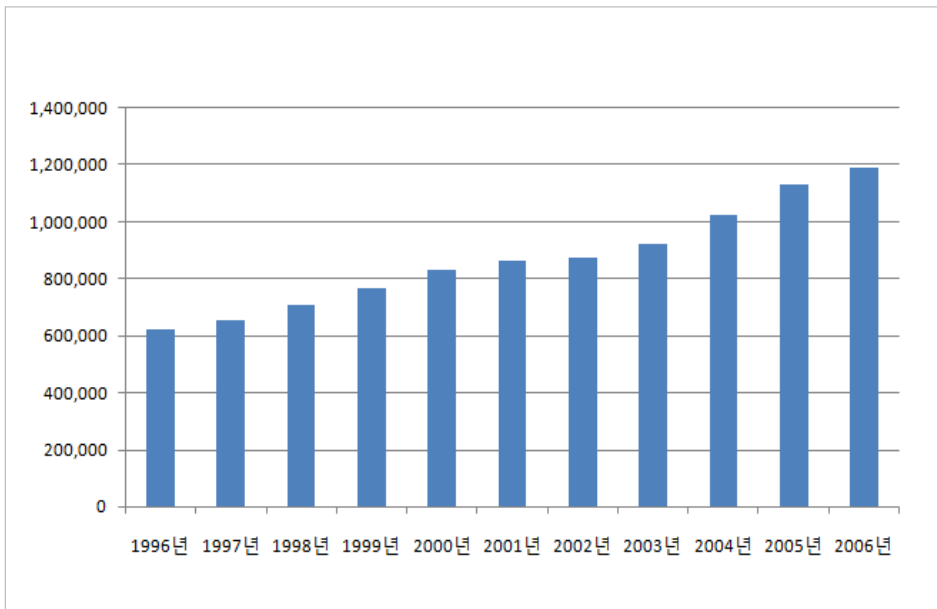
공공투자는 9.0% 증가하였고 과거 4년 만에 최대 증가를 보여주고 있다. 민간 비주택도 3년 연속으로 플러스를 유지하였고, 2007년도에는 전년도 대비 15.2%나 증가하였다. 2007년의 서브모기지 프라임의 부실에 의한 영향 정도에 따라서 건설투자는 향후 규모가 판가름 될 것이다.

미국의 2006년도 민간주택투자액은 6,413억 불로 전년도와 거의 변화가 없으며 2005년도에 13.5%와 2004년도에 18.7% 증가한 것에 비해 증가추세가 점점 둔화되고 있다. 국가정보원<sup>5)</sup>에 의하면 2007년 내에 미국의 주택가격 하락이 2%대보다 커지거나 혹은 대출조건 및 감독기능 강

5) 국가정보원 (2007), 海外經濟情報 제2007-60 호

화로 2007~2008년 사이에 서브프라임 모기지의 이자조정(reset)이 순조롭지 않을 경우 서브프라임 관련 디폴트가 크게 증대될 가능성이 있다고 예상하고 있다. 만약 미국의 주택가격 하락이 지속된다면 주택에 대한 투자도 감소될 것이며 이는 건설투자 전체에도 영향을 줄 것이다.

공공투자액은 2006년에 2,551억 불로 전년도 대비 9.0% 증가하였으며 과거 10년간 최고액을 달성하였다. 공공투자액 중에서도 도로가 12.1%로 많이 증가하였으며 이는 2005년 SAFETEA-LU<sup>6)</sup>의 제정으로 연방정부가 도로건설에 재정지원을 하게 됨에 따라 공공부문건설에 투자한 것이 반영되었기 때문이다. (<표 2-7>참조)

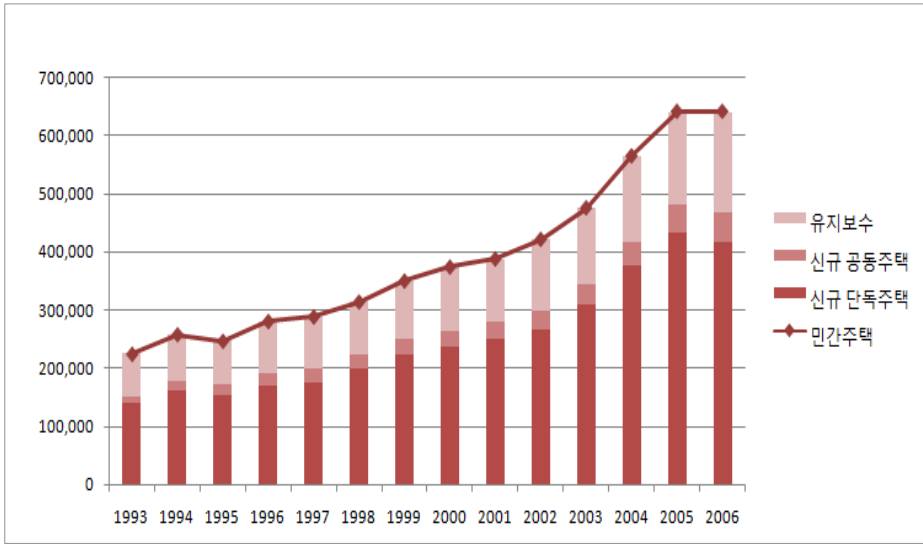


자료: 미국 상무성

단위: 백만불

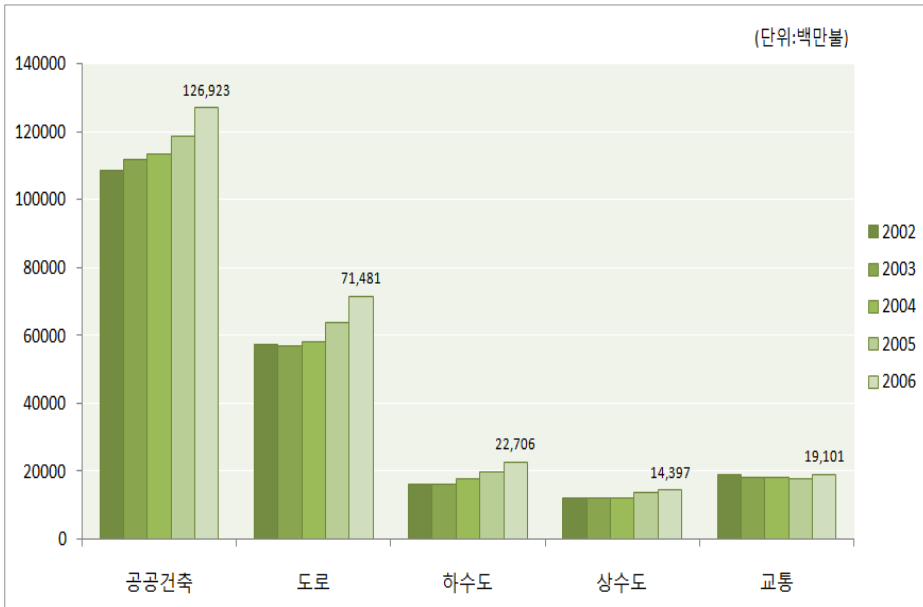
[그림 2-4] 미국 건설투자액 추이

6) SAFETEA-LU는 「the Safe, Accountable, Flexible and Efficient Transportation Act: A Legacy for Users」의 약어임.



자료: 미국 상무성

[그림 2-5] 미국 민간주택투자 추이



주: 공공건축에는 교육시설, 오피스, 주택, 상업시설 등이 포함되어 있음

자료: 미국 상무성

[그림 2-6] 미국 공공투자 추이

<표 2-7> 미국 부문별 건설투자의 추이

(단위: 백만불)

	2000년		2001년		2002년		2003년		2004년		2005년		2006년	
전체	831,075	(100%)	864,159	(100%)	873,090	(100%)	921,403	(100%)	1,023,487	(100%)	1,132,149	(100%)	1,192,238	(100%)
<b>민간</b>	<b>649,750</b>	<b>(78.2%)</b>	<b>662,247</b>	<b>(76.6%)</b>	<b>659,651</b>	<b>(75.6%)</b>	<b>705,276</b>	<b>(76.5%)</b>	<b>803,305</b>	<b>(78.5%)</b>	<b>897,989</b>	<b>(79.3%)</b>	<b>937,047</b>	<b>(78.6%)</b>
주택	374,457	(45.1%)	388,324	(44.9%)	421,912	(48.3%)	475,941	(51.7%)	564,827	(55.2%)	641,345	(56.6%)	641,332	(53.8%)
비주택	275,293	(33.1%)	273,922	(31.7%)	237,739	(27.2%)	229,335	(24.9%)	238,478	(23.3%)	256,644	(22.7%)	295,715	(24.8%)
호텔	16,304	(2.0%)	14,519	(1.7%)	10,467	(1.2%)	9,930	(1.1%)	11,982	(1.2%)	12,666	(1.1%)	17,687	(1.5%)
오피스	52,407	(6.3%)	49,745	(5.8%)	35,296	(4.0%)	30,579	(3.3%)	32,879	(3.2%)	37,276	(3.3%)	46,194	(3.9%)
상업시설	64,055	(7.7%)	63,606	(7.4%)	59,008	(6.8%)	57,505	(6.2%)	63,195	(6.2%)	66,584	(5.9%)	72,148	(6.1%)
헬스케어	19,455	(2.3%)	19,506	(2.3%)	22,438	(2.6%)	24,217	(2.6%)	26,272	(2.6%)	28,495	(2.5%)	33,183	(2.8%)
교육	11,683	(1.4%)	12,846	(1.5%)	13,109	(1.5%)	13,424	(1.5%)	12,701	(1.2%)	12,788	(1.1%)	13,745	(1.2%)
종교	8,030	(1.0%)	8,393	(1.0%)	8,335	(1.0%)	8,559	(0.9%)	8,153	(0.8%)	7,715	(0.7%)	7,690	(0.6%)
오락/유희	8,768	(1.1%)	7,828	(0.9%)	7,478	(0.9%)	7,781	(0.8%)	8,432	(0.8%)	7,507	(0.7%)	9,041	(0.8%)
교통	6,879	(0.8%)	7,058	(0.8%)	6,773	(0.8%)	6,568	(0.7%)	6,841	(0.7%)	7,124	(0.6%)	7,937	(0.7%)
통신	18,799	(2.3%)	19,596	(2.3%)	18,384	(2.1%)	14,456	(1.6%)	15,468	(1.5%)	18,846	(1.7%)	21,621	(1.8%)
전력	29,344	(3.5%)	31,499	(3.6%)	32,608	(3.7%)	33,619	(3.6%)	27,360	(2.7%)	26,304	(2.3%)	30,481	(2.6%)
제조업	37,583	(4.5%)	37,815	(4.4%)	22,744	(2.6%)	21,434	(2.3%)	23,667	(2.3%)	29,886	(2.6%)	34,278	(2.9%)
기타	1645	(0.2%)	1239	(0.1%)	860	(0.1%)	856	(0.1%)	1025	(0.1%)	974	(0.1%)	1177	(0.1%)
<b>공공</b>	<b>181,325</b>	<b>(21.8%)</b>	<b>201,912</b>	<b>(23.4%)</b>	<b>213,438</b>	<b>(24.4%)</b>	<b>216,127</b>	<b>(23.5%)</b>	<b>220,183</b>	<b>(21.5%)</b>	<b>234,160</b>	<b>(20.7%)</b>	<b>255,191</b>	<b>(21.4%)</b>
주택	NA	NA	NA	NA	5,264	(0.6%)	5,216	(0.6%)	5,508	(0.5%)	5,608	(0.5%)	6,084	(0.5%)
비주택	NA	NA	NA	NA	208,174	(23.8%)	210,911	(22.9%)	214,675	(21.0%)	228,552	(20.2%)	249,108	(20.9%)
교육	NA	NA	NA	NA	60,753	(7.0%)	60,892	(6.6%)	61,549	(6.0%)	66,899	(5.9%)	72,247	(6.1%)
교통	NA	NA	NA	NA	19,007	(2.2%)	18,142	(2.0%)	18,219	(1.8%)	17,928	(1.6%)	19,101	(1.6%)
도로	NA	NA	NA	NA	57,350	(6.6%)	56,974	(6.2%)	58,294	(5.7%)	63,790	(5.6%)	71,481	(6.0%)
기타	NA	NA	NA	NA	70,404	(8.1%)	73,946	(8.0%)	76,009	(7.4%)	79,527	(7.0%)	85,695	(7.2%)

자료: 미국 상무성

### 3) 일본 건설시장

2006년도 일본의 건설시장은 공공공사의 감소를 민간공사와 해외 공사가 보완했다고 할 수 있다. 2006년도 건설공사수주액은 전년대비 0.8% 증가한 54조 9,280억 엔이며, 이 중에서 원도급자의 수주액이 37조 5,252억 엔으로 전년대비 0.2% 증가, 하도급 수주액은 17조 4,028억 엔으로 2.2% 증가하였다<sup>7)</sup>.

공공공사로 부터의 수주액은 원도급자가 수주한 액수 37조 5,252억 엔 중에서 11조 3,839억 엔으로 전년대비 9.7% 감소하였고, 민간으로부터는 26조 1,414억 엔으로 5.3% 증가하였다. 발주자별로 보면, 공공공사는 재정난에 의해 국가와 지방의 예산삭감이 이루어지고, 2년 연속으로 전년대비 20% 가까이 대폭으로 감소하였고, 가장 클 때는 30%까지도 감소하였다. 개정 독점금지법의 시행으로 담합조사 강화와 입찰제도개혁(일반경쟁입찰 확대 등)으로, 국가의 직할공사 등 대형안건을 중심으로 낙찰 가격을 인하한 것이 시장을 압박하였다. 또한 시장에서는 재해복구관련 대형보정예산으로 효과가 적어졌다고도 볼 수 있다. 민간공사의 확대는 계속되었으며 비제조업에서는 의료·복지시설의 수주감소가 있고, 제조업은 전기기계와 화학의 공장건설 등 폭넓은 분야에서 호조를 계속해서 2자리 상승을 기록하였다.

2007년도에 들어와서는 공공공사의 감소가 계속되는 가운데, 민간공사의 확대도 점점 완화되면서, 2003년부터 계속되어온 확대국면이 종식될 것으로 예상되고 있다. 공공공사에서는 공공투자예산의 삭감을 피할 수 없기 때문에, 구조적 수주의 감소가 계속될 것으로 예상

---

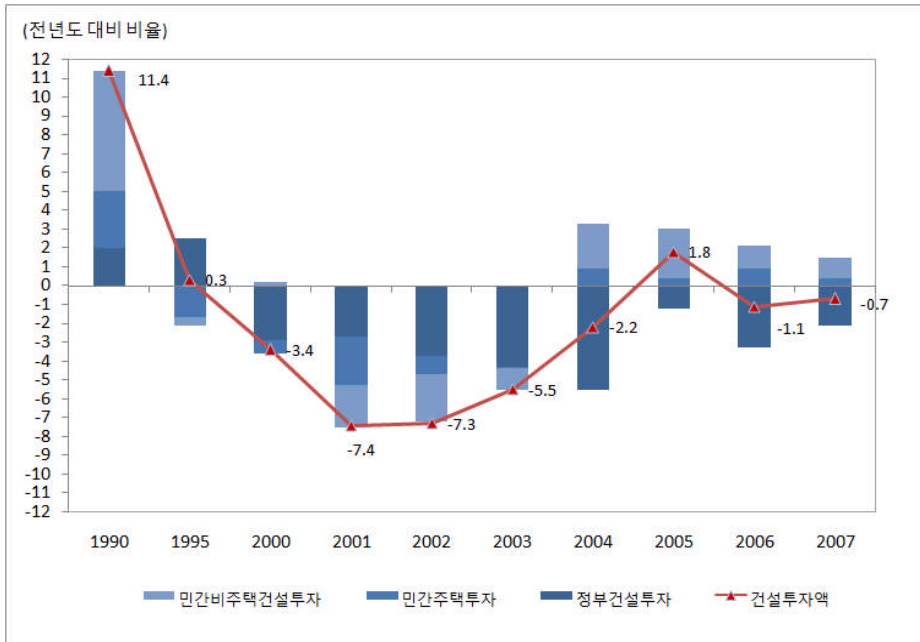
7) 일본 국토교통성(2007), 建設工事受注動態統計調査 2007년 10월분 참조

된다. 다른 한편으로 보정예산효과가 없어지고, 입찰제도 개혁이 중소기업의 공사와 지방에 침투하는 데에는 시간을 필요로 하기 때문에, 감소폭이 한자리에 머무르고 있다.

민간공사를 보면, 제조업에서의 수주는 업체의 설비투자가 전체적으로 낮아지는 추이를 보이고 있기 때문에, 성장 둔화가 계속될 것으로 보인다. 또한, 비제조업은 높은 수준의 맨션착공, 부동산 펀드의 왕성한 물건취득의 요구를 배경으로 하는 부동산업의 상승이 계속되고 있다.

2007년도의 건설투자를 예측하면, 전년도대비 0.7% 감소해서 52조 4,900억 엔이 될 것으로 예측하고 있다. 정부건설투자는 전년도 대비 6.2% 감소해서 계속해서 감소세가 될 것으로 예상하고 있다. 민간주택투자는 1.0% 증가할 것으로 예상하고 있다. 민간 비주택건설투자는 민간토목투자가 1.5% 증가하고, 민간 비주택건축투자가 4.6% 증가해서 전체적으로는 3.6% 증가할 것으로 예상하고 있다 ([그림 2-7], <표 2-8> 참조).

일본의 주택착공호수는 계속해서 증가세를 유지하고 있다. 2006년도 주택착공호수는 2005년도를 상회하는 127.5만호로 예측하고 있다. 금리인상, 지가상승에 따른 주택취득가격의 상승에 대한 우려 등과 같은 요인에도 불구하고, 경기회복이 본격화됨에 따라 고용·소득 환경의 개선과 정년퇴직한 세대와 차기 정년퇴직 세대들의 고급주택에 대한 선호로 수요가 지속적으로 일어나고 있다. 또한 지금까지는 경기가 좋았던 임대나 분양주택과 비교해서 자가주택에 대한 수요는 많지 않았지만, 대도시권뿐만이 아니라 지방권에서도 주택을 소유하려는 움직임이 나타나고 있다(<표 2-9> 참조).



주1 : 건설투자액은 명목건설투자액임

주2 : 민간비주택건설투자 = 민간비주택건축투자 + 민간토목투자

자료 : 건설경제연구소(2007), 건설경제 모델에 의한 건설투자 예측 참조

**[그림2-7] 일본 건설투자추이**

2007년도 주택착공호수는 <표 2-8>에서와 같이 전년도 대비 0.9% 감소해서 126.3만호로 예상하고 있다. 기업의 수익 개선에 의해 가계 소득이 증가되는 것이 보이기 시작하였고, 주택구입의 의지가 있는 정년퇴직세대 및 차기 정년퇴직세대의 주택취득에 대한 선호도 강하게 나타나기 시작하였다. 2006년과 마찬가지로 도시중심부로부터 폭 넓은 지역으로의 면적 확대가 일어날 것으로 보인다. 더욱이 금리 및 지가상승의 동향으로 주택수요도 점점 증가할 것으로 보인다.

한편, 지가와 금리의 상승, 자재가격 등의 상승으로 건설비용이 확

대됨에 따라 임대가구의 수익성 악화와 분양가격 상승 등 공급 측면에서 시장을 압박하였다. 2007년도 주택착공은 2006년도와 같은 수준으로 유지되거나 지속적인 상승을 하는 데는 한계가 있다고 예상하고 있다.

민간 비주택 건설투자는 2006년도 하반기에 기업수익의 개선, 수요 증가 등에 의해 증가세가 계속 될 것으로 보이지만, 2007년도에 들어서서 미국을 중심으로 세계 경제가 하향세로 돌아서기 시작하였고, IT관련 산업의 증가세 둔화, 설비투자 감소가 예상된다.

2006년도 해외공사는 전년대비 40% 대폭 증가하였다. 대형업체를 중심으로 국내수주를 보완하기 위해서 해외사업을 강화하였고, 대형 프로젝트 (알제리 고속도로 등)가 상당부분 공헌하였다. 2006년도 해외공사 수주액이 1,759건의 공사에 대해 1조 6,484억 엔 (국내법인수주액: 9,210억 엔, 현지법인 수주액: 7,274억 엔)을 달성하였으며 1996년도에 1조 5,926억 엔을 달성한 이후 최고의 수주액을 기록하였다.

해외건설 수주 전체를 지역별로 보면 아시아 지역에서의 수주는 1,269건, 6,772억 엔으로 전년도 대비 건수는 43건 감소하였으나 금액으로는 468억엔 증가하였다. 이것은 아시아 지역에서의 해외건설의 공사규모가 커졌음을 의미한다. 아시아 지역의 수주를 발주자별로 보면 공공기관에서의 수주는 503억 엔이 감소해서 1,645억 엔에 그쳤지만 민간으로부터의 수주는 972억 엔 증가해서 5,128억 엔이 되었다.

북미지역의 수주는 183건, 2,994억 엔으로 전년도 대비 건수는 19건 증가하였고 금액도 901억 엔이나 증가하였다. 북미지역도 공공기관으로부터의 수주는 178억 엔 증가해서 436억 엔이 되었으나 민간으로부터의 수주는 증가폭이 더 커서 723억 엔이 증가해서 2,558억 엔이 되었다.



<표 2-8> 일본 건설투자 추이

(단위 : 억엔, 실질치는 2000년도 가격)

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
명목건설투자	814,395	790,169	661,948	612,875	568,401	537,069	525,300	534,600	528,600	524,900
증감율	(11.4%)	(0.3%)	(-3.4%)	(-7.4%)	(-7.3%)	(-5.5%)	(-2.2%)	(1.8%)	(-1.1%)	(-0.7%)
정부	257,480	351,986	299,601	281,931	259,174	234,697	205,200	198,800	181,200	170,000
증감율	(6.0%)	(5.8%)	(-6.2%)	(-5.9%)	(-8.1%)	(-9.4%)	(-12.6%)	(-3.1%)	(-8.9%)	(-6.2%)
기여도	2	2.5	-2.9	-2.7	-3.7	-4.3	-5.5	-1.2	-3.3	-2.1
민간주택	257,217	243,129	202,756	185,751	179,507	179,008	183,700	186,000	191,000	192,900
증감율	(9.3%)	(-5.2%)	(-2.2%)	(-8.4%)	(-3.4%)	(-0.3%)	(2.6%)	(1.3%)	(2.7%)	(1.0%)
기여도	3	-1.7	-0.7	-2.6	-1	-0.1	0.9	0.4	0.9	0.4
비주택	299,698	195,053	159,591	145,193	129,720	123,363	136,300	149,800	156,400	162,000
증감율	(18.4%)	(-1.8%)	(0.7%)	(-9%)	(-10.7%)	(-4.9%)	(10.5%)	(9.9%)	(4.4%)	(3.6%)
기여도	6.4	-0.4	0.2	-2.2	-2.5	-1.1	2.4	2.6	1.2	1.1
실질건설투자	840,446	777,268	661,947	623,579	584,051	548,316	530,300	533,600	519,600	509,600
증감율	(7.6%)	(0.2%)	(-3.6%)	(-5.8%)	(-6.3%)	(-6.1%)	(-3.3%)	(0.6%)	(-2.7%)	(-1.9%)

주1 : 정부-명목정부건설투자 / 민간주택-명목민간주택투자 / 비주택-명목민간비주택건설투자 (민간비주택건축투자 + 민간토목투자)  
증감율 - 전년도 대비 증감율

주2 : 2005년까지는 국토교통성 “2006년 건설투자예측”에 의함.

자료 : 일본건설경제연구소(2007), 건설경제 모델에 의한 건설투자 예측 참조

<표 2-9> 일본 주택착공호수 추이

(단위 : 천호, 억엔)

		1990년	1995년	2000년	2005년	2006년	2007년
착공 호수	전체	1665.4 (100.0%)	1484.7 (100.0%)	1213.2 (100.0%)	1249.4 (100.0%)	1275.2 (100.0%)	1263.1 (100.0%)
	증감율	-0.4	-4.9	-1.1	4.7	2.1	-0.9
	자가	474.4 (28.5%)	550.5 (37.1%)	437.8 (36.1%)	352.6 (28.2%)	363.4 (28.5%)	359.2 (28.4%)
	증감율	-5	-4.9	-8	-4	3.1	-1.2
	임대	767.2 (46.1%)	563.7 (38.0%)	418.2 (34.5%)	518 (41.5%)	536 (42.0%)	533.1 (42.2%)
	증감율	-6.5	9.3	-1.8	10.8	3.5	-0.5
	분양	386.9 (23.2%)	344.7 (23.2%)	346.3 (28.5%)	370.3 (29.6%)	366.4 (28.7%)	361.8 (28.6%)
	증감율	20.3	-8.7	11	6.1	-1.1	-1.3
	명목민간주택투자	257,217	243,129	202,756	186,000	191,000	192,900
	증감율	9.3	-5.2	-2.2	1.3	2.7	1

주1 : 증감율 - 전년도 대비 증감율

주2 : 2005년까지는 국토교통성 “2006년 건설투자예측“에 의함.

자료 : 건설경제연구소(2007), 건설경제 모델에 의한 건설투자 예측 참조

중동지역 수주는 40건, 5,114억 엔으로 전년도 대비 16건 증가하였으며 알제리, UAE, 카타르에서 대규모 수주를 함에 따라 금액에서는 3,201억 엔으로 큰 폭으로 증가하였고 수주전체에서 차지하는 비율도 17%에서 31%로 상승하였다. 중동지역의 수주를 발주자별로 보면 공공기관으로부터의 수주는 3,078억 엔으로 대폭 증가해서 4,881억 엔으로 증가한 반면, 민간으로부터의 수주는 123억 엔 증가해서 332억 엔이 되었다. 중동지역은 대규모 공공공사 수주로 공공기관으로부터의 수주가 많았다.

유럽에서의 수주는 차지하는 비중도 많지 않지만 추세도 감소하고 있다. 2006년도 전체 수주가 57건, 126억 엔으로 전년도 대비 건수는 4건 감소하였고 금액도 207억 엔 감소하였다. 공공기관으로부터는 59억 엔 수주가 감소하였고 민간은 148억 엔 감소해서 126억 엔을 기록하였다.

동구권 유럽지역에서의 수주가 93건, 917억 엔으로 유럽지역보다 더 많은 수주를 하였으며 전년도 대비 건수는 5건, 금액은 412억 엔 증가하였다. 공공기관에서 발주한 공사는 122억 엔이 감소해서 51억 엔의 수주에 머물렀지만, 민간으로부터의 수주는 534억 엔 증가해서 866억 엔이 되었다.

중남미지역의 수주는 72건, 238억 엔으로 전년도 대비 건수는 2건 감소하였으나 금액은 78억 엔 증가하였다. 공공기관으로부터의 수주가 6억 엔 증가해서 88억 엔이 되었고 민간으로부터의 수주는 72억 엔 증가해서 149억 엔이 되었다.

그 외에 아프리카 지역에서의 수주는 55억 엔 감소해서 243억 엔이 되었고, 대양주지역의 수주도 24억 엔 감소해서 51억 엔에 머물렀다.

<표 2-10> 일본 해외건설 수주

	2006년도		2005년도	
	건수	금액(억엔)	건수	금액(억엔)
아시아	1,269	6,772 (41.0%)	1,312	6,304 (53.9%)
중동	40	5,143 (31.2%)	24	1,943 (16.6%)
아프리카	16	243 ( 1.5%)	23	297 ( 2.5%)
북미	183	2,994 (18.2%)	164	2,093 (17.9%)
중남미	72	238 ( 1.4%)	74	160 ( 1.4%)
유럽	57	126 ( 0.8%)	61	333 ( 2.8%)
동구유럽	93	917 ( 5.6%)	88	505 ( 4.3%)
대양주	29	51 ( 0.3%)	26	75 ( 0.6%)
계	1,759	16,484 (100.0%)	1,772	11,710 (100.0%)

자료 : 일본해외건설협회 (2007), 해외건설수주 동향자료

2007년도의 해외공사는 대형 프로젝트 수주를 전년 수준으로 기대하기 어려우나, 중견건설업체에서의 해외진출 강화노력으로 인해 전년도의 수주규모는 확보할 것으로 예상되고 있다.

#### 4) 유럽 건설시장<sup>8)</sup>

##### (1) 유럽 건설산업을 둘러싼 환경 개요

유럽에서는 건설 분야를 별개의 산업으로 고려하기 보다는 환경문제와 결부해서 생각하고 있다. 건설 분야는 GDP에서 차지하는 비율

8) 일본건설경제연구소(2007), 제23차 해외조사(유럽)보고서, 유럽에서 지속가능한 건설과 건설산업에 관한 조사

이 높지만 자원고갈, 폐기물 처리, 온난화 가스 배출이라는 환경문제의 주요 원인이 되고 있기 때문이다. 지속가능한 발전을 하기 위해서 건설은 매우 중요한 분야이며 국제연합 환경계획(이하 UNEP<sup>9)</sup>)에서도 「Sustainable Building and Construction Initiative」를 발족하였다.

유럽은 건설산업의 경쟁력에 대해서도 환경과 결부해서 추진하고 있으며 “지속가능한 건설(Sustainable Construction)”이라는 보고서를 작성하고 있다. EU에서는 2003년에 다음과 같은 내용으로 건물의 에너지 성능에 관한 EU지령을 발표하였다. 이러한 지령을 받아서 유럽의 각 국가는 국내법을 정비하고 대응을 해야만 한다. 지역마다 기상조건을 고려해서, 건물의 에너지 성능을 계산하기 위한 공통방법을 EU전체에 적용한다.

에너지 성능의 최저기준이 가맹국에 의해 결정되어, 신축 건물과 현존하는 건물의 대규모 개수에도 적용한다. 대부분은 현존하거나 혹은 앞으로 예정된 유럽의 건축기준에도 적용되고 있다. 건물을 인증하는 시스템에 의해 건물의 주인과 임차인, 사용자에게 대해서 에너지 소비량을 확인할 수 있도록 하고 있으며, 기준을 넘는 규모의 보일러나 에어컨은 그 에너지 성능과 온난화 가스 배출량을 확인하기 위해 정기적으로 검사하는 것이 의무화되어 있다.

이와 같이 유럽에서는 환경 문제에 대해서 적극적으로 대응을 하고 있으며 건설산업분야도 이에 맞게 방향을 잡고 계획을 세우고 있는데, 각 국가들이 세우고 있는 정책기조를 보면 다음과 같다.

프랑스는 2003년에 「지속가능한 발전에 관한 국가전략 5개년 계

---

9) 환경 분야 뿐만이 아니라 오존층 보호, 기후변동, 유해폐기물, 해양환경보호, 수질보전, 삼림문제를 대상으로 해서 국제연합활동과 국제협력활동을 하는 것을 목적으로 1972년에 설립됨.

획」을 책정하였으며 이 전략에서는 6개의 중점분야가 있다. 기후와 온실효과 가스배출 대책, 사회적 제휴, 공중위생, 생물의 다양성 · 천연자원 관리, 책임 있는 생산과 소비, 국제적 정책으로 나뉘어져 있다.

2005년에 에너지 정책의 기본방침을 정한 「2005년 7월법」을 책정하였고, 이 법률 가운데 2050년까지 온실효과 가스배출량을 매년 3%씩 삭감해서, 최종적으로는 현재 수준의 4분의 1로 줄이는 것을 명시하고 있다.

프랑스의 건설산업은 온실효과 가스 배출량 전체의 18%, 에너지 소비량 전체의 40%를 차지하고 있고, 지구 온난화 정책을 추진하는데 있어서 중요한 열쇠가 되는 분야이다. 신축된 주택건축물의 열량 규제 “RT2005“는 신축건축물의 에너지 효율을 적어도 15% 개선하는 것, 재생 에너지 이용을 촉진하는 것, 에어컨 이용을 삭감하는 것을 최우선 목표로 하고 있다.

약 3,000 만호인 기존 주택건축물의 열량 규제에 대해서도 검토하고 있다. 구체적으로는 1,000㎡이상의 대규모 건축물에 대해서, 건축물 가치의 25% 이상을 개수하는 경우에, 공사 완료 후에 전체 에너지 성능의 개선효과, 건축설비 또는 외벽의 성능개선효과 등을 명시하는 것을 검토하고 있다.

영국은 2005년 3월에 블레어 수상이 발표한 “Securing the Future-delivering UK sustainable development strategy(장래 보증 지속가능한 발전을 위한 전략)“이 있다. 지속가능한 발전에 대해서 영국은 기본적으로 경제적 측면, 사회적 측면, 환경적 측면을 고려한 통합과 균형을 강조하고 있다. 영국정부는 지속가능한 발전을 달성하기 위해서 건설산업이 정비해야하는 과제를 5개의 항목으로 구분해

서 검토하고 있다.

교토의정서에 따라 2010년까지 이산화탄소 삭감 목표로 인해 온난화 대책의 장기전망과 온실효과 가스 삭감의 정책을 결정한 기후변동 프로그램 등이 추진될 예정이다. 2012년까지 온실효과 가스의 배출량을 1990년 대비 12.5% 삭감이라고 하는 교토의정서 공약을 상회하는 수준으로 달성하고, 2010년까지는 23~25% 삭감 (이 중에서 이산화탄소 배출은 15~18%)이 가능할 것으로 예상된다. 이는 교토의정서 체결국가 중에서도 가장 높은 수준이며, 장기적으로 2050년까지 현재의 약 60%의 온실효과 가스 배출량 삭감을 목표로 하고 있다.

EU의 확대에 따라 인구 증가와 주택착공호수의 증가에 있어서도 지속가능한 건설이 이루어지도록 한다. 이러한 현상과 예측을 근거로 해서 새로운 기후변동 프로그램에서는 「지속가능한 주택규범」, 「기후 변동세」, 「에너지효율 행동계획」 등에 건설산업과 관련된 많은 규정이 포함되어 있다.

「저탄소건물 프로그램(Low Carbon Buildings Programme)」은 건물에 에너지 효율성, 마이크로 발전기술(태양광, 태양열, 풍력, 지열, 목재칩 등에 의한 발전기술)의 양쪽 방향에 대해서 그 추진을 장려하는 프로그램이다. 이 프로그램은 마이크로 발전기술에 대해서 국민들이 관심을 갖게 되고, 건설산업에도 마이크로 발전기술을 적극적으로 활용해서 비용 감소효과까지 얻는 것을 기대하고 있다.

스웨덴은 교토의정서 이전부터 국민의 환경문제에 대한 의식이 높았으며, 1999년에 환경정책의 기본이념, 지속가능한 발전에 대한 목표를 세웠다. 현재 스웨덴 정부의 환경정책은, 환경법전에 기초하고 있다. 정부는 환경법전에 기초해서 15개의 환경기준목표(「기후로의 영향을 감소시킨다」 등)를 제정하고 있으며 이 목표에 기초해서

정부 및 지방자치체는 상세한 목표, 전략을 정하고 있다.

2005년 1월에 환경성이 발전해서 「지속적발전성(省)」이 성립되었다. 지금까지 환경성의 소관에 추가해서 에너지정책(경제성), 주택·건축정책(기획성, 재무성), 지속가능한 발전(총리부)와 3개의 담당분야가 증가하였고, 지속적 사회구축을 향해서 효율적이고 효과적으로 대응하는 것이 가능해졌다.

건설 및 부동산 업계는 이산화탄소 가스 국내배출량의 약 40%를 점하고 있고, 이 업계에서 배출을 억제하는데 특히 적극적이다. (예: 건축물에 관련된 에너지 성능진단 (EU지침 「건설에서 에너지 기준」에 기초해서, 전체 건물에 대해서 에너지 이용량의 공시를 의무화함), 재생가능 연료원에 대한 보조금 제도 등)

스웨덴 정부는 수력발전, 풍력발전, 바이오테크, 태양에너지, 지열 에너지 등의 탈석유 의존 에너지 공급사회의 구축에도 노력하고 있다. 그리고 정부주도로 지속가능한 도시개발 개념이 확립되었고, 임해도 시개발, 에너지 효율을 향상시키는 마을 만들기를 실천하고 있다.

EU 국가들은 중소기업에 대해서도 환경의 측면에서 지원을 하고 있다. EU의 기업은 중소기업이 대부분이며, 경제활동과 고용에서 중요한 역할을 하고 있다. 산업전체를 봐도, 중소기업 중에서 실제로 환경관리 계획을 실시하고 있는 곳은 6%에 불과하며, 건설업계에 한정해서 보면 그 비율은 더 낮다. 건설업계가 환경에 주는 영향에 대해서 환경관리방침을 업계에 주고, 실제 시공 후 환경관리사항을 도출해서 환경관리공법과 같은 것을 만들고, Labeling System을 도입해서, 중소기업이 환경을 위해서 노력하고 있음을 공개적으로 보여 줄 수 있도록 하고 있다.



프랑스 정부는 2006년 8월 1일 공공계약법전을 개정해서, 중소기업의 시장 진입을 개선하는 것을 목적으로 ① 분할발주를 원칙화(제10조), ② 과거 경험이 없는 것을 이유로 입찰로의 참가배제 금지(제52조), ③ 중소기업에 대한 발주의 일정방식을 설정(제60조)하는 등 중소기업 대책을 강구하였다.

운수 · 설비 · 관광 · 해양성은 중소건설기업의 「계몽」에 중점을 둔 시책을 실시하였다. 구체적으로는 중소건설기업에 대한 규제 등과 관련된 정보제공을 자주 실시하고, 지속가능한 발전을 하고자 하는 노력이 더 나아가서는 회사의 이익이 된다고 하는 것을 알리고 있다.

영국은 2005년 제 3/4분기 건설업자수가 182,644개 중에서 종업원수가 300명 미만인 기업이 182,375개로 전체의 99.9%를 차지하고 있다. 영국에서 중소기업지원조직인 Small Business Services는 중소기업 지원으로 특화된 정부조직이며, DTI (Department of Trade and Industry, 통상 산업부) 아래에 독립성이 강한 행정기관으로, 2000년에 설립되었다. EU지령이 정한 기준금액 이하의 소규모 계약에 대해서 보다 많은 중소기업에게 공공조달로 참가기회를 주기 위해 여러 가지 유익한 정보를 제공하고 있다.

SBS(중소기업지원)는 지속가능한 건설에 관한 규제가, 소규모 비즈니스에 있어서 불이익이 되지 않도록 또한 정책담당자가 중소건설회사가 비즈니스를 전개하는데 있어서 지속가능한 정책의 영향을 이해할 수 있도록 쌍방의 정보를 전달해주는 역할을 맡고 있다.

Sitewise II는 환경청이 중소건설업체에 지원하는 것 중에 하나로, Anglian 지방(잉글랜드의 중·동부)에서 3년간 파일럿 캠페인을 말하며, 중소건설기업의 환경인식을 계몽하고 업적향상을 목적으로 하는 것이다. 잉글랜드 동부, Northamptonshire, Milton Keynes에서는 2021

년까지 해당 지역에서 50만호 이상의 주택신축이 예상되며, 해당지역에 지속가능한 건설을 촉진함으로써 중소기업회사의 환경의식계몽과 업적향상을 결부하는 것이 목표이다.

상기와 같이 유럽에서는 환경 문제를 깊이 인식하고 이에 대한 대응을 건설 분야에도 적극 반영하고 있다. NPO, NGO와 같은 비영리 단체들의 영역이었던 환경 문제를 중앙 정부에서 인지하고 이에 대한 대비를 하고 있으며, 환경 문제와 깊은 관련이 있는 건설산업도 같이 연구를 해서 대응책을 마련하고 있다.

우리나라도 최근 환경에 대해서 관심이 많아지고 있으며 건설 분야에서도 환경을 고려한 움직임이 보이고 있다. 건설과 관련된 환경 문제라고 한다면 건설폐기물이 가장 큰 문제가 될 것이다. 2003년 기준 서울시에서 발생한 건설폐기물은 33,967톤/일로, 이는 서울시 전체 폐기물 발생량 48,189톤/일의 70.5%로 매우 높다. 건설폐기물을 재활용 한다고는 하지만 대부분이 성토재, 복토재로 활용하는 수준에 불과하기 때문에 이러한 현상이 계속된다면 천연골재를 대체할 수 있는 건설자재 수급이 어려워지고 결국 골재난에 직면할 수 있다.

우리나라 정부에서도 건설폐기물재활용촉진에관한법률을 제정해서 재활용을 적극적으로 추진하고자 하고 있으나 아직은 건설현장에서의 미온한 대응으로 적절하게 가동되지 못하고 있다<sup>10)</sup>. 건설폐기물 재활용뿐만이 아니라 건설산업과 관련해서 환경문제를 고려한 정책은 거의 없다고 해도 과언이 아니다. 교토의정서가 효력을 발휘하기 전에 우리도 대응책을 마련해야하며 건설 분야에서도 이에 대한 적극적인 노력이 필요하다.

---

10) 이석민 외2 (2005), 건설폐기물 재활용 촉진을 위한 체계개선 연구, 서울시정개발연구원

## (2) 유럽 건설시장 개요

유럽의 건설투자는 GDP대비 10% 이상으로 건설산업이 유럽연합(이하 EU)에서 중요한 산업임을 알 수 있다. 건설시장의 증감률을 보면 스페인이 전년도 대비 36.3% 증가하였으며 독일이 4.9% 감소하였다. 동유럽 국가라고 할 수 있는 체코, 헝가리, 폴란드, 슬로바키아를 보면 건설시장의 전년도 대비 증감률이 EU내 다른 국가들에 비해 매우 많이 성장하였다(<표 2-11> 참조).

프랑스 건설시장은 2,536억 불로 GDP대비 10.3%이다. 프랑스에서는 주택건설이 대폭 증가하였고, 건설투자의 내역을 보면, 신축주택, 신축 비주택, 신설토목, 유지보수의 전 분야에서 증가하고 있다. 특히 신축주택의 건설투자가 큰 폭으로 증가하였고, 2005년 신축주택 착공수는 41만 호가 되었다.

영국의 건설시장은 2005년 2,750억 불로 전년도 대비 0.3% 감소하였으나, 과거 10년간 2배가 되었다. 인프라에서의 건설투자는 히스로 공항 제5터미널 등의 대규모 프로젝트와 2012년에 개최하는 올림픽으로 국내 건설투자가 증가함에 따라 증가된 것으로 보인다.

대규모 프로젝트가 준공을 하게 되면 에너지 분야에서의 증가가 기대되며 그 분야에서의 건설투자도 증가할 것으로 보인다. 또한 PFI와 같은 민간시장에서는, 민간사업자 주식을 매매하는 PFI 2차 시장이 생겼으며, 대기업 건설업자들의 PFI투자의욕이 점점 강해지고 있다.

스웨덴의 건설투자액은 305억 불로 GDP대비 7.4%를 차지하고 있다. 부동산 버블 붕괴의 영향으로 국내건설투자는 1990년대 초기와 같이 급격하게 하락하여 건설투자가 GDP에서 차지하는 비율이 감소

<표 2-11> EU가맹국가의 건설투자

국가명	GDP (2005, 억 불)	건설시장 (2005, 억 불)	건설시장의 전년도 대비 증감율	GDP대비 건설시장 비율
프랑스	24,584	2,536	3	10.3
독일	32,270	2,812	-4.9	8.7
이탈리아	20,415	2,638	0.6	12.9
스페인	13,039	2,992	36.3	22.9
영국	25,795	2,750	-0.3	10.7
계	116,103	13,729	5.6	11.8
오스트리아	3,529	405	-0.4	11.5
벨기에	4,297	366	-0.3	8.5
덴마크	3,002	357	3.8	11.9
핀란드	2,267	320	5.2	14.1
아일랜드	2,321	454	8.5	19.5
네덜란드	7,281	916	1	12.6
노르웨이	3,407	380	8.5	11.2
포르투갈	2,123	372	-4.6	17.5
스웨덴	4,152	305	4.2	7.4
스위스	4,238	475	2.7	11.2
계	36,616	4,349	2.5	11.9
체코	1,417	220	12.2	15.5
헝가리	1,279	148	8.3	11.6
폴란드	3,508	344	6	9.8
슬로바키아	560	45	14.2	7.9
계	6,764	759	8.7	11.2

자료 : 일본 건설경제연구소(2007), 제23차 해외조사(유럽)보고서, 유럽에서 지속가능한 건설  
과 건설산업에 관한 조사

하고 있다. 최근에는 인프라 분야에서의 건설투자도 증가하고 있다. 스웨덴의 건설업은 영세건설기업이 많은 구조이며 Skanska나 NCC와 같이 해외진출에 적극적인 기업도 있다.

## 5) 인프라 투자 수준의 국제 비교

세계는 2000~2010년에 매년 2.7% 성장할 것으로 기대하고 있다. 이러한 성장과 함께 인프라의 수요는 증가할 것으로 보이며, 이러한 수요에 맞게 공급이 이루어지지 못한다면 성장을 저해하거나 특히 인프라 시설이 필요한 개발도상국이나 저개발국가의 어려움은 더욱 가중될 수 있다.

인프라 시설의 공급현황을 알기 위해서 소득그룹별로 인프라시설에 대한 접근도를 나타낸 것이 <표2-12>이다. 인프라 시설은 도로, 철도, 통신, 전기, 상수도, 하수도를 포함하고 있으며, 인프라 시설에서 차지하는 비율이 낮은 항구, 공항 등과 석유 및 가스는 제외하였다.

소득그룹별 인프라 접근도를 보면, 상수도의 경우 고소득 그룹의 경우 접근도가 저소득 그룹에 비해 1.3배 높고, 하수도는 2.2배 높다. 이에 비해 비교적 새로운 기술을 가진 이동전화는 91배로 고소득 국가가 많이 갖추고 있다. 이동전화를 제외하고는 대부분의 인프라 시설의 고소득 그룹과 저소득 그룹간의 차이는 1인당 GDP의 차이인 63배에 비해서는 적게 나타나고 있다. 인프라 시설의 질적인 요소까지 고려를 하게 된다면 더 큰 격차가 나타날 수도 있으나 수치로 나타내기에는 어려움이 있기 때문에 여기에서는 제외하도록 하였다.

<표 2-12> 소득그룹별 인프라 접근도 (2000)

	1인당 GDP	전기 발생 (1인당 KW)	통신 (1000명당)		도로 (km/1000명)	철도 (km/1000명)	상수도 (갖춰진 가구 %)	하수도
			고정	이동				
			(라인수)	(가입자)				
저소득 그룹	475	0.11	28	5.8	1.06	0.07	76.26	45.58
중간소득 그룹	1,919	0.4	127	83.7	1.1	0.13	81.82	61.87
고소득 그룹	29,808	2.03	582	526	10.54	0.44	99.59	98.07
고소득 /저소득	63	18	21	91	10	6	1.3	2.2

자료: World Bank Policy Research Working Paper 3102(2003) "Investing in Infrastructure : What is needed from 2000 to 2010?"

향후 10년간 인프라시설의 수요를 지역별로 예측한 것이 <표2-13>이다. 2005~2010년간 매년 신규투자는 3,700억 불로 예상되며 이는 세계 GDP의 1%에 해당하는 규모이다. 또한 유지를 위한 투자가 4,800억 불이 될 것으로 보인다. 이러한 투자 수요가 강하게 나타나는 지역이 개발도상국들로 이들 국가들은 신규 투자에 대한 압박과 부족한 자원으로 더 큰 부담을 갖고 있다.

개발도상국은 2005~2010년간 매년 4,647억 불의 인프라 투자가 필요하며 이는 GDP의 5.5%에 해당하는 규모이다. 인프라 투자는 통신 부분 그리고 전력, 도로가 대부분을 차지하고 있다. 이동전화는 향후 매우 중요한 인프라 투자 부문이며 특히 개발도상국과 같은 경우에는 이동전화의 신규투자에 GDP의 0.9%를, 유지까지 포함을 하게 되

면 1.5%에 이른다.

동아시아와 태평양 지역은 다른 지역에 비해 상하수도 부문, 이동전화, 포장도로, 전화라인, 전기발전 등 대부분의 인프라 부문에서 가장 많은 투자가 예상되는 지역이다. 상하수도는 122억 불의 투자가 예상되며 신규투자보다는 유지를 하기 위한 투자가 약 1.5배 정도 많을 것으로 보인다. 통신도 역시 동아시아와 태평양 지역이 많은 투자가 이루어질 것이며 아직 구축되어 있지 않은 국가가 많기 때문에 신규투자가 유지를 위한 투자보다 더 많이 필요로 하고 있다.

동아시아와 태평양 지역은 2010년 까지 인프라투자가 많이 이루어질 것으로 예상되므로 건설 관련 업계 특히 시공을 담당하는 전문건설업체가 진출하기에 유망한 시장이 될 것이다. 지리적으로도 우리나라와는 가깝기 때문에 전문건설업체들이 진출하기에 유리하며 도로 및 철도, 상·하수도 부문으로는 현지 업체의 하도급을 받거나, 직접 발주자로부터 원도급을 받아서 공사를 할 수 있다. 전문건설업체로서는 동아시아와 태평양 지역으로 진출을 하는 것이 해외시장에서 성공적으로 사업을 수행할 수 있는 기회가 될 것이다.

<표 2-13> 2005-2010년간 필요한 인프라 투자 예측액(매년)

(단위: 백만불)

	전기발전		전화주라인		포장도로길이		철도길이		이동전화		상수도		하수도		총계	
	신규	유지	신규	유지	신규	유지	신규	유지	신규	유지	신규	유지	신규	유지	신규	유지
동아시아&태평양	25,005	18,273	17,041	16,838	12,133	8,475	164	1,426	41,155	26,070	1,799	3,602	2,608	4,202	99,906	153,786
남부아시아	11,124	6,986	3,233	3,404	6,575	15,753	126	1,372	3,392	1,815	1,912	3,286	1,707	2,417	28,069	51,978
유럽&중앙아시아	12,643	20,333	5,157	6,677	9,800	16,454	743	4,035	9,740	7,298	235	1,436	750	2,616	39,069	85,274
중동&북아프리카	7,307	4,625	1,278	1,569	3,308	3,616	51	450	1,850	1,344	399	629	691	1,030	14,884	20,840
사하라 이남 아프리카	3,273	2,941	539	653	4,094	3,429	140	873	3,275	2,181	689	949	1,256	1,619	13,268	12,644
라틴아메리카 & 캐리비안	15,034	10,593	3,276	4,175	2,791	4,128	0	733	15,049	10,015	645	1,245	1,147	1,989	37,944	55,786
고소득	37,051	78,403	8,706	23,181	77,056	91,742	1	6,858	11,595	34,934	565	4,719	982	8,133	135,956	346,875
저소득	17,990	13,293	4,835	5,321	13,598	22,858	491	2,918	6,393	3,730	2,974	5,036	3,706	5,462	49,988	58,619
중소득	56,396	50,558	25,690	27,995	25,104	28,998	733	5,970	68,068	44,994	2,707	6,111	4,454	8,410	183,151	173,035
개발도상국	74,386	63,852	30,525	33,315	38,702	51,856	1,225	8,888	74,461	48,724	5,681	11,147	8,160	13,872	233,139	390,408
세계	111,436	142,254	39,231	56,496	115,758	143,598	1,225	15,746	86,056	83,658	6,246	15866	9,143	22,005	369,095	479,624

자료: World Bank Policy Research Working Paper 3102(2003) "Investing in Infrastructure:What is needed from 2000 to 2010?"





## 1. 국내 건설업 해외진출 현황 개요 및 진출 사례

### 1) 국내 건설업 해외진출 현황 개요

우리나라는 2007년 상반기에만 해외공사 수주실적이 170억 불로 2006년도의 165억 불을 초과하면서, 지금까지 해외에 진출한 우리나라 건설업 수주액 중에서 최고수준을 보여주고 있으며 2007년 10월 말 300억 불<sup>11)</sup>로 2007년 8월에 200억 불을 돌파한지 두 달 만에 300억 불을 돌파하였고, 12월 현재 357.2억 불을 기록하였다.

2005년 이후로 해외공사 수주가 증가한 요인은 해외에서의 공사물량이 확대된 것도 있으며 국내 주택시장의 침체에 따라 업체들이 적극적으로 해외시장으로 눈을 돌린 결과이기도 하다. 2003년 이후로 국내에서는 주택·부동산 시장을 중심으로 건설시장이 활발해졌으나 계속되는 정부의 부동산 규제 정책으로 시장은 위축되기 시작하였다. 시장축소를 예상한 건설업체들은 해외로의 진출을 모색하였고 플랜트를 포함해서 건축·주택분야로도 진출하게 되었다.

1965년 현대건설이 태국에서 도로공사를 수주한 것이 최초의 해외공사수주 실적이며 중동지역으로는 1973년 삼환기업이 최초로 진출

11) 2007년 10월 21일 건설교통부 보도자료에 의하면 SK 건설이 싱가포르에서 9억 불의 아로마틱 플랜트 공사를 수주함에 따라 올해 해외건설공사 수주액이 300억 500만 불을 기록하였다고 밝혔다.

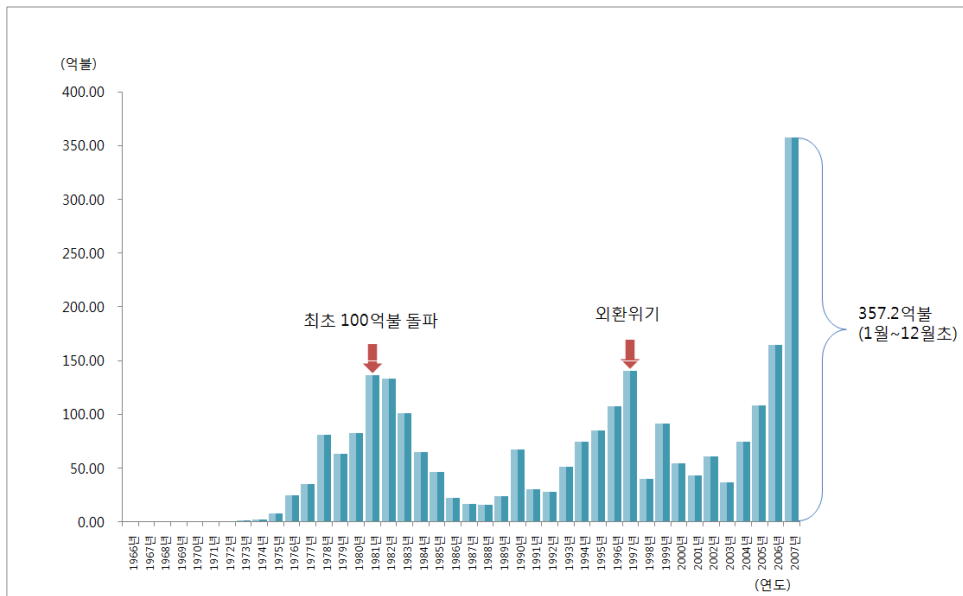
하였다. 2005년 이후로는 3년 연속 100억 불 이상의 수주를 기록하고 있으며 2007년에는 상반기에만 170억 불을 수주하였고, 2007년 10월 19일 현재 300억 불을 초과하여 해외공사수주 최고액을 달성하였다 [그림 3-1]참조).

해외건설수주는 1981년과 1982년에 각각 137억 불, 133억 불로 당시까지 최고의 해외건설수주액을 달성하였으며 중동지역에서의 수주가 각각 93%, 85%로 높은 비중을 차지하였다. 산유 국가들이 대부분인 중동지역에서는 SOC 분야의 토목분야와 선진건설업체의 하도급을 받아 공사를 수행하는 플랜트분야에서의 공사가 주를 이루었으며, 이러한 경향은 최근 3년간(2005~2007) 다시 나타나면서 제2의 중동 붐을 일으키고 있으며, 특히 플랜트 분야에 있어서도 선진업체의 하도급이 아닌 그동안 축적된 Engineering 역량을 바탕으로 발주자로부터 원도급을 받아 수주하는 형태로 발전하게 되었다.

1990년 들어 2백만 호 주택건설 이후 다소 침체된 국내 주택경기를 극복하고 그동안 축적된 역량을 바탕으로 아시아 지역을 비롯한 다양한 지역에서 개발형 사업을 추진하여 해외건설수주가 점차 증가하여 1997년 140억 달러의 수주를 기록하였으나, 1998년 외환위기를 경험하면서 한국의 국가신용도 하락에 따른 해외수주의 어려움과 해외 수주를 주로 했던 국내 그룹에 속한 계열사들의 부도로 해외사업 수행이 불가능해짐에 따라 국내 업체의 해외수주는 50억 불 내외로 급격히 감소하게 되었다.

이러한 현상은 2005년도로 들어오면서 오일가격이 급상승하면서 오일달러가 풍부해진 중동지역에서 발주가 크게 늘어나면서 다시 활발해지기 시작하였고, 2002년 이후 국내 주택경기 활황에 따라 투자여력이 생긴 국내업체들의 투자개발형 해외사업 투자로 지속적으로

늘어나 2005년 이후 3년 연속 100억 불을 초과하고 있다. 진출지역은 중동지역이 여전히 많은 비중을 차지하고 있으며 신도시 개발과 같은 주택·부동산 분야에 진출이 활발한 아시아 국가들, 아프리카 국가들로 나아가는 등 다양한 지역으로 진출하고 있다.



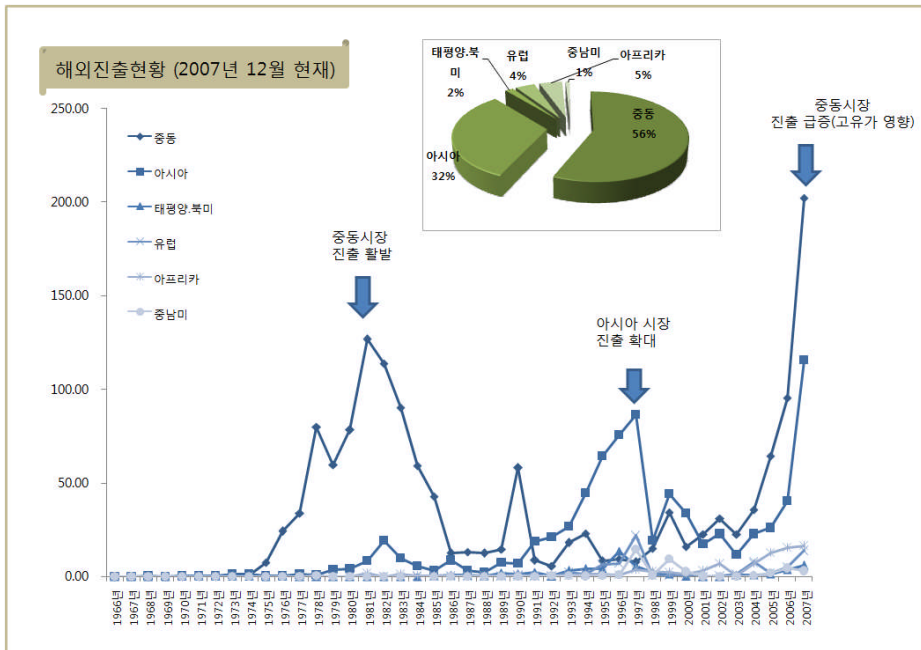
자료: 해외건설협회 수주통계 (2007년 12월 11일 현재) 재정리

[그림 3-1] 해외건설수주 추이

해외건설수주가 계속해서 증가하게 된 데에는 우리나라 업체들이 국내시장에서 눈을 돌려서 해외에 관심을 가졌기 때문이기도 하지만 세계건설시장을 둘러싼 환경 변화 즉 중동지역으로의 투자가 몰리고, 베트남, 필리핀 등과 같은 아시아지역에서의 개발이 활발해졌기 때문이기도 하다. 그러므로 해외건설수주를 계속해서 증가 또는 유지시키기 위해서는 지금의 시장 니즈를 충족시키는데 만족하지 않고 현지

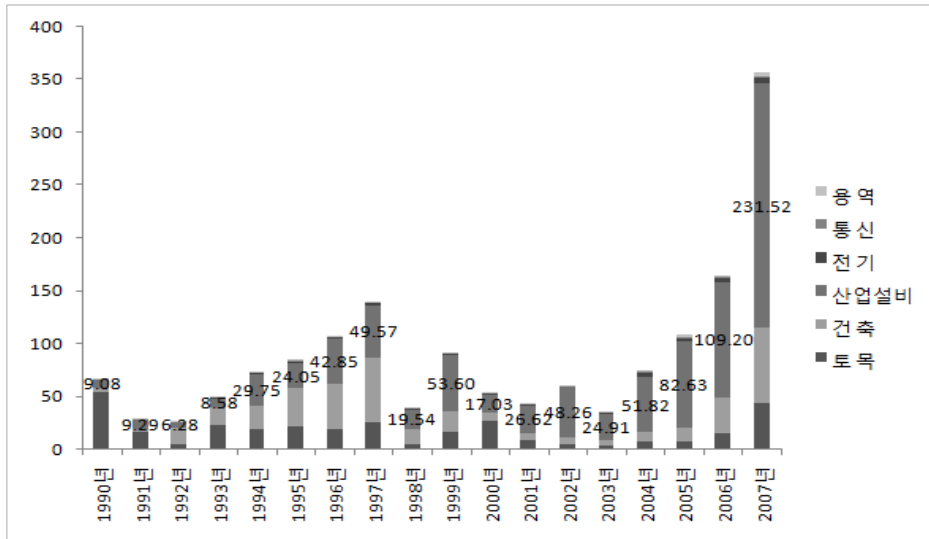
에서 뿌리를 내릴 수 있도록 업체뿐만이 아니라 정부차원에서도 노력을 해야 할 것이다.

2007년 10월 현재 상반기 해외건설수주 [그림3-2]를 보면 중동지역이 56.6%로 202억 불에 달하고 있으며 최근에 해외공사 수주가 많이 이루어지고 있는 아시아지역이 115억 불로 32.4%를 차지하고 있다. 과거에서부터 지금까지 중동지역 위주의 진출경향이 있으나 새로운 시장의 개척이라는 의미에서 중앙아시아, 동남아, 아프리카, 남미지역으로의 진출을 시도하고 있으며 실제 아시아 지역으로의 진출이 증가하고 있다. 지역별 수주 포트폴리로는 다양하게 되면 환경변화에 따른 수주의 증가 혹은 감소에 대해서 덜 민감해질 수 있으며 안정적으로 진출을 할 수 있을 것이다.



자료: 해외건설협회 수주통계 (2007년 12월 현재)

[그림3-2] 지역별 해외건설수주 추이



자료: 해외건설협회 수주통계 (2007년 12월 11일 현재)

[그림3-3] 공종별 해외건설수주 추이

공종별 해외공사수주 및 공종별 해외공사수주 추이를 보면 산업설비가 2003년을 기점으로 해서 그 후 계속해서 증가하고 있으며 2007년 상반기에는 218억 불로 전체 수주에서 65.7%를 차지하였고, 12월 현재 231억 불에 달하고 있다. 산업설비가 대부분의 플랜트공사를 의미하는 만큼 이는 중동지역으로의 진출비중이 큰 것과도 연관이 있으며 향후 중앙아시아, 남미지역으로 새롭게 진출을 하게 되더라도 이러한 경향은 계속 유지될 것이다. 그리고 최근 신도시개발<sup>12)</sup>과 같은 토목·건축(주택포함)분야로의 진출이 활발하며 이러한 경향은 앞으로 계속 될 것으로 예상된다.

12) 2007년 7월 13일 건설교통부 보도 참고자료에 의하면 알제리의 부이난 신도시 개발 사업에 건설교통부, 대우·외환은행으로 구성된 컨소시엄이 참가해서 사업을 추진하기 위한 기본조건의 협의가 완료됨에 따라 사업추진이 본격화될 것으로 전망하고 있음.

## 2) 국내 전문건설업체 해외진출 현황

최근 전문건설업체의 해외진출도 활발해지면서 해외공사수주 증가하였고 향후에도 전문건설업체의 해외공사 수주는 증가할 것으로 예상된다. 전문건설업체들도 일반건설업체들과 마찬가지로 국내시장에서의 경쟁률 심화로 새로운 시장을 창출할 필요성이 크기 때문이다.

해외로 진출하고자 하는 중소기업 현황을 먼저 보면, <표 3-1>에서와 같이 전문건설업종으로 해외면허를 신청한 업체가 2007년 10월 현재 654개이다. 이 중에서 토공사업과 기계설비공사업의 면허를 취득한 업체가 많으며 토공사업 면허를 획득한 전문건설업체가 169개로 중소기업건설업종 중에서 25.8%를 차지하고 있다. 기계설비공사업을 합하면 48.6%로 이 두 개의 업종이 전문건설업종 중에서는 해외면허를 취득한 업종의 과반수를 차지하고 있다. 토공 및 기계설비공사 다음으로 많은 업종은 실내건축공사업으로 74개 업체(11.3%)가 면허를 취득하였다.

진출한 해외건설시장을 지역별로 보면 중소기업건설업체 뿐만 아니라 우리나라 건설업체는 중동지역에 많이 집중해서 진출하고 있다. 중소기업건설업체들이 진출한 해외지역도 2007년도 10월 현재 중동지역이 70.5%로 가장 많이 진출해 있으며 그 다음으로 아시아지역이 22.1%이고 그 외 북미, 유럽, 중남미, 아프리카 지역으로는 거의 진출을 하지 못하였다. 중동지역으로의 진출은 유가상승으로 인해 공사가 많았던 영향 때문이며, 아시아 지역의 경우 중국에서 발주된 공사가 많았다(<표3-2>참조).

〈표 3-1〉 중소 건설업체 해외면허 신고현황 (2007년 10월 현재)

신고업종		업체수	업종신고
		(대표업종)	신고수
총 계		2,369	3,676
종합건설업		1	1
일반건설업	소계	877	1,057
	토목공사업	125	127
	건축공사업	250	312
	토목건축공사업	485	486
	산업설비공사업	1	48
	조경공사업	16	84
	전기공사업	406	555
	정보통신공사업	94	218
	건설엔지니어링업	214	258
	해외공사수주.개발업	113	128
전문건설업	소계	654	1,422
	철강재설치공사업	2	4
	준설공사업	4	7
	가스시설시공업	21	25
	난방시공업	1	3
	시설물유지관리업	25	58
	실내건축공사업	74	81
	도공사업	169	210
	미장.방수.조적공사업	16	37
	석공사업	7	14
	도장공사업	7	14
	비계.구조물해체공사업	19	70
	금속구조물.창호공사업	37	88
	지붕판금.건축물조립공사업	10	22
	철근.콘크리트공사업	36	222
	기계설비공사업	149	201
	상.하수도설비공사업	16	108
	보링.그라우팅공사업	13	67
	철도.궤도공사업	4	6
	포장공사업	1	52
	수중공사업	8	41
	조경식재공사업	11	19
	조경시설물설치공사업	3	16
	강구조물공사업	21	56
	승강기설치공사업	0	1
	환경오염방지시설업	10	37

자료: 해외건설 중소기업체수주지원센터

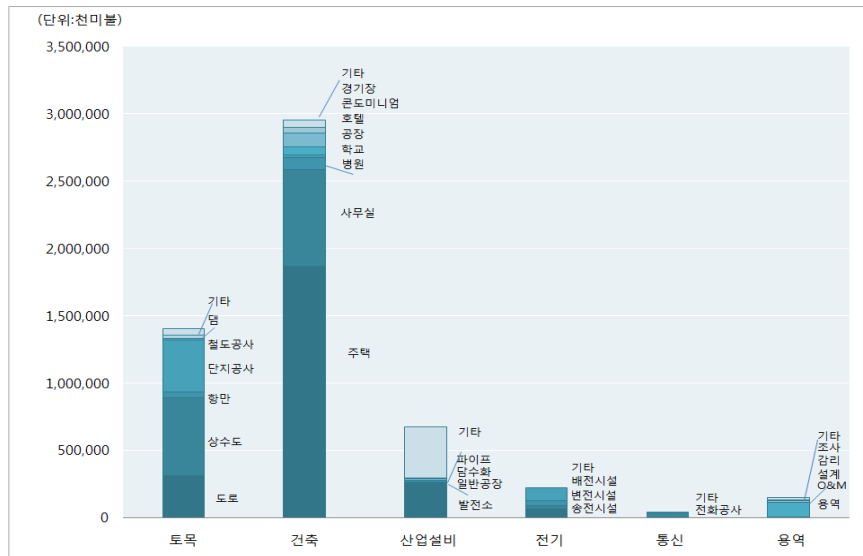


<표 3-2> 지역별 중소기업업체 해외공사 수주액 현황

(단위:천미불)

지 역	1965년 12월 1일~2007년 10월 23일		2007년 (10월 23일 현재까지)	
	누계건수	누계금액	건수	금액
총 계	2,410	30,893,394 (100.0%)	414	5,456,679 (100.0%)
중동	976	22,532,004 (72.9%)	121	3,845,139 (70.5%)
아시아	1,090	6,626,398 (21.4%)	237	1,207,733 (22.1%)
태평양,북미	166	780,783 (2.5%)	9	69,473 (1.1%)
중남미	42	223,917 (0.7%)	6	106,681 (2.4%)
아프리카	100	603,108 (2.0%)	24	171,152 (3.1%)
유럽	36	127,184 (0.4%)	17	56,501 (1.0%)

자료: 해외건설 중소기업체수주지원센터



자료: 해외건설협회 수주통계 (2007년 12월 11일 현재)

[그림3-4] 중소기업업체의 공종별 해외건설수주 추이

공종별로 해외공사 수주를 보면 중소기업체들의 수주는 건축이 29.5억 불로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 이는 전체 수주액 중에서 54.1%에 해당하는 금액이다. 토목이 14억 불로 25.8%, 산업설비가 6.7억 불로 12.4%를 차지하고 있으며, 그 외에 전기 4.2%, 용역 2.7%, 통신 0.8%를 나타내고 있다.

건축 중에서는 주택공사가 18.7억 불로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며 사무실, 호텔이 그 뒤를 이어서 차지하고 있다. 대형업체를 포함하는 경우에는 산업설비가 231.5억 불로 전체 357.1억 불의 64.8%를 차지하는 것과 비교해서 다른 양상을 보이고 있다. 다시 말해서, 중소기업체는 대형업체와는 달리 산업설비보다는 건축분야로의 진출이 활발하게 이루어지고 있다.

전문건설업체들의 해외진출 현황을 보면 <표 3-3>과 같이 2006년도 들어서서 해외공사 수주액이 증가하고 있음을 보여주고 있다. 전체 전문건설업체는 아니지만 해외에 진출한 33개 업체를 대상으로 국내 매출액 대비 해외수주액을 구하였다. 33개 업체들의 해외건설 수주액은 2000년에는 1.2%에서 2006년도에는 11.3%로 증가세를 보이고 있으며 2004, 2005년도의 4%대에 비해서도 상당히 증가하였다. 2007년은 국내 매출액이 없기 때문에 비교를 할 수는 없지만 이들 33개 업체의 해외수주액은 2006년도의 1,552억 원에서 2007년 약 3,957억 원<sup>13)</sup>으로 증가해서 전년도 대비 3.9배 늘어났다.

대형업체가 많은 일반건설업체들에 비해서 전문건설업체들의 해외진출은 미미한 편이지만 경험과 노하우 축적을 통해서 해외진출을 적극적으로 하고자 하는 업체들이 늘어나고 있다. 그러나 해외시장으

---

13) 2007년 12월 11일 현재 기준

로 진출을 하였으나 지속적으로 사업을 수행하는 것은 쉽지 않다. 33개 업체들을 대상으로 해외에 진출한 것을 연도별로 보면 2000년도에는 3개 업체가 진출하였으나 2006년, 2007년에는 9개 업체로 늘어났다. 해외에 진출한 33개의 업체들 중에서 실제 매년 해외공사를 수주한 업체수가 최대 9개 업체라는 것은 한 업체가 꾸준히 해외로 진출하는 데에는 성공하지 못했음을 보여준다. 그만큼 전문건설업체들이 해외에 진출을 하는 데에는 많은 어려움이 있음을 알 수 있다.

<표 3-3> 전문건설업체 국내 매출액 대비 해외 수주액

단위:천원			
	해외수주액(A)	국내매출액(B)	비율(A/B)
2000	9,129,000	765,815,225	1.2%
2001	24,546,000	754,911,454	3.3%
2002	7,800,000	826,503,130	0.9%
2003	74,517,000	969,477,639	7.7%
2004	54,276,000	1,177,743,506	4.6%
2005	57,982,000	1,371,106,797	4.2%
2006	155,207,000	1,367,718,563	11.3%

자료: 33개업체 대상, 해외건설협회 중소기업 수주액 자료, 대한전문건설협회 매출액 자료

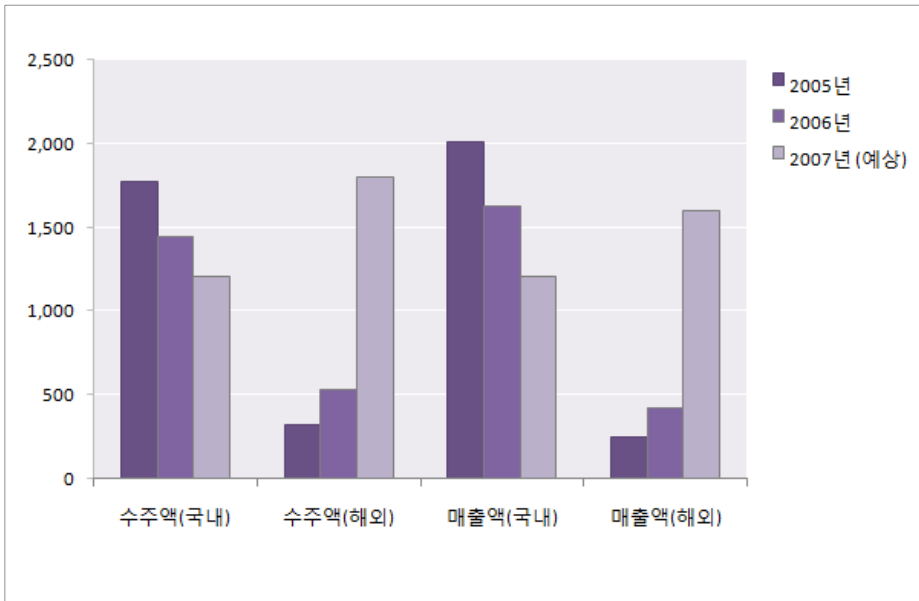
주: 환율 (\$1=1000원)

### 3) 국내 전문건설업체 해외진출 사례

전문건설업을 하는 업체들이 해외시장으로 진출한 사례 중에서 삼보지질주식회사(이하 삼보지질)<sup>14)</sup>의 해외진출은 성공적인 사례라고 할 수 있다.

14) 해외건설협회(2007), “해외공사 성공 및 실패사례 설명회”, 삼보지질 사례 참조

삼보지질은 1976년에 설립한 회사로 토공, 철콘 등의 전문건설업 10 업종의 면허를 보유한 자본금 110억 원의 회사이다. 2007년 6월 현재 해외에 약 10개의 현장에서 시공을 하고 있다. 최근 3년간의 국내 및 해외 수주 및 매출액을 보면 해외부문이 증가하고 있음을 알 수 있다. 수주액은 2007년 5월말 현재 해외가 1,612억 원으로 국내 467억 원으로 2.9배 많은 액수를 달성하였다.



자료 : 해외건설협회(2007), “해외공사 성공 및 실패사례 설명회”, 삼보지질 사례

**[그림3-5] 삼보지질 수주액 및 매출액**

삼보지질은 싱가포르, 두바이, 베트남, 홍콩, 대만에 5개의 현지법인을 운영하고 있다. 1980년대에는 일반건설업체의 협력업체로 진출하였으나 1996년 싱가포르 PSA 항만공사를 수주하면서 단독으로 해외에 현지법인을 설립하여 진출하기 시작하였다.

삼보지질이 싱가포르를 사례로 해서 해외건설시장에서 수주에 성공한 요인은 발주처로부터의 신뢰, 고품질 시공, 기술력 및 자체장비 보유 그리고 현지화를 들고 있다. 삼보지질은 1996년 싱가포르에 진출한 이후 10년간 현지에서 싱가포르 정부 및 다른 여러 발주처의 신뢰를 얻었으며, 하도급업자가 아닌 원도급업자로서 공사 계약을 한 것에도 의의가 있다고 하겠다.

전문건설업체가 해외에 진출하기 위해서는 국내와는 다른 현지의 상황에 맞추어서 할 수 있는 마인드가 중요하다. 국내의 관행이나 관습을 그대로 가지고 해외로 나가거나 단기적인 성과를 얻기 위해서 진출을 하게 되면 성공하기 보다는 실패할 가능성이 높다. 또한 전문건설업체들이 보유하고 있는 기술력 및 장비는 경쟁력을 갖도록 해야 한다. 동남아시아나 중앙아시아와 같은 시장에는 이미 중국이나 터키 업체들이 진출해 있기 때문에 이들과는 차별화 할 수 있는 공종으로 진출을 해야 한다.

해외시장에 진출하기 위해서 중요한 것은 현지에 적응을 잘하는 것이다. 해당 언어와 기술력을 갖춘 전문 인력을 찾는 것이 어렵기 때문에 사전에 인재 교육에 관심을 가져야 한다. 그리고 지속적으로 수주를 하기 위해서는 현지화가 이루어져야하며 국내공사에 비해서 사전대비가 철저해야한다.

해외공사의 특성상 리스크관리가 향후 해외공사 수행을 계속할 수 있을지를 결정하게 된다. 공사의 초기단계에서부터 시장 조사 및 견적에 대한 전문 인력을 보유해서 공사 관리를 해야 리스크를 최소화할 수 있다. 특히 자금력이 부족한 전문건설업체는 손실이 발생하게 되면 회복이 어렵기 때문에 초기부터 리스크 관리를 충실하게 해야 한다.

## 2. 해외 건설업체 동향 및 해외진출 사례

### 1) 해외 전문건설업체 동향

#### (1) 미국 전문건설업체 동향

미국의 전문건설업의 동향은 ENR지가 매년 발간하는 “The Top 600 Specialty Contractors”를 통해서 정리하였다. 2005년도 매출액을 기준으로 해서 Top 600 사를 보면 2004년도 514.1억 불에서 2005년도에는 574.4억 불로 11.7% 증가하였고, 2006년도에는 654.7억 불로 전년 동기대비 14.0% 증가하였다. 전문건설의 시장 전체는 안정적으로 성장을 하고 있지만 2007년도 서브 프라임 모기지 사태의 영향으로 주거부문을 포함해서 비주거부문도 직접적은 아니지만 간접적으로 수주감소가 일어날 것을 우려하고 있다.

〈표3-4〉 미국 전문건설업 매출규모

	(단위:억 불)		
	2004년	2005년	2006년
매출액	514.1	574.4	654.7
신규계약액	471.2	543.5	639.8

자료: ENR지 (2006년, 2007년)

전문건설업종별 매출액을 보면 전기업종이 158억 불 가장 많은 매출을 보이고 있으며 기계가 136억 불로 그 다음을 차지하고 있다. 전기와 기계업종을 합하면 2006년도에는 44.9%, 2005년도에는 47.1%를 차지함으로써 전문건설업 전체 매출액에서 50% 가까운 비율을 이 두

개의 업종이 차지하고 있다. 이 두 개 업종 매출액의 수위를 기록한 기업이 EMCOR그룹으로 전기업종에서는 2006년도 16.1억 불, 기계업종에서는 21.6억 불의 매출액을 달성하였다. EMCOR그룹은 Top 600 Specialty Contractors에서도 1위를 한 기업으로 2006년도 총 매출액이 50.2억 불, 신규계약액이 57.6억 불이다(<표 3-5>참조).

미국의 전문건설업계에서도 숙련된 인력부족을 가장 큰 어려움으로 꼽고 있다. 회사가 성장하기 위해서는 숙련된 인력들이 같이 동반 성장을 해야 함에도 그렇지 못한 것이 현실이라는 것이다. 이민 노동자를 활용하기 위해서는 불법이 아닌 합법적으로 고용을 해야 하며 이렇게 할 때 갖춰야 하는 서류와 보증 등의 문제가 있다.

인력부족은 또한 젊은 세대의 부족을 들고 있다. 대학을 진학하는 젊은 세대들에 대해서 업체들은 기회비용을 통해서 설득을 하고 있다. 대학을 진학하지 않고 배관공 훈련프로그램에 들어가면 시간당 17불로 연봉이 34,000불이고, 숙련된 배관공은 1년에 100,000불 이상을 받을 수 있다.

인력부족 외에 건설현장의 특성상 안전문제가 전문건설업에게는 큰 이슈이다. 나이든 노동력과 젊은 노동력 모두 건강에 관심이 있기 때문에 업체에서도 이 부분에 관심을 가져야 하며 신규인력을 모집하는데 중요한 포인트가 될 것이다.

일반건설업이 전문건설업의 조달 분야로 진출하는 것도 전문건설업자에게는 대응해야 할 사항이다. 일반건설업자들이 조달 분야로 진출을 하게 되면 가능한 한 가장 싼 것으로 구매하고, 조립되지 않은 채 공사현장으로 오기 때문에 공사현장에서 조립을 해야 하는 일도 생긴다. EMCOR의 사장에 의하면 전문건설업에서는 직접 구매 조달하는 일반건설업과는 일을 같이 하지 않으려고 하고 있다.

<표 3-5> 미국 전문건설업종별 매출액

(단위:백만불)

업종	2005년		2006년	
	매출액	비율	매출액	비율
asbestos abatement	751.1	1.3%	842.0	1.3%
concrete	4,361.5	7.6%	5,538.8	8.5%
demolition/wrecking	1,159.6	2.0%	1,295.5	2.0%
electrical	15,109.6	26.3%	15,810.6	24.1%
excavation/foundation	2,351.9	4.1%	2,875.0	4.4%
glazing/curtain wall	961.4	1.7%	1,156.1	1.8%
masonry	835.2	1.5%	892.4	1.4%
mechanical	11,926.5	20.8%	13,626.9	20.8%
painting	688.3	1.2%	845.8	1.3%
roofing	1,597.2	2.8%	1,818.6	2.8%
sheet metal	1,025.8	1.8%	1,008.7	1.5%
steel erection	1,085.9	1.9%	1,366.2	2.1%
utility	2,741.0	4.8%	3,978.0	6.1%
wall	2,857.5	5.0%	3,362.2	5.1%
other	9,989.1	17.4%	11,057.1	16.9%
합계	57,441.8	100.0%	65,474.1	100.0%

자료: ENR지 (2006년, 2007년)

전문건설업체들은 설계의 완성도가 미흡한 점에 대해서 많은 불평을 하고 있다. 특히 기계부분에 있어서는 설계가 제대로 이루어지지 않으며 전문건설업에서는 예전보다 CAD 작업이 많아졌다고 한다. 그런 빌딩의 건설과 관련해서도 에너지 비용은 전문건설업이 어떻게 하느냐에 달려있다. 기계 및 전기 업자들이 그런 빌딩을 만드는 것을 좌우하기 때문이다.



## (2) 일본 전문건설업체 사례<sup>15)</sup>

건설업계는 현 사업의 고도화·고부가가치화와 신사업 실시, 신분야 진출, 업종·업태 전환 등으로 다른 회사와는 차별화를 두는 등 매출액을 증가시키고자 하는 중소기업체를 사례로 들어서 일본의 전문건설업체의 동향을 파악하고자 한다.

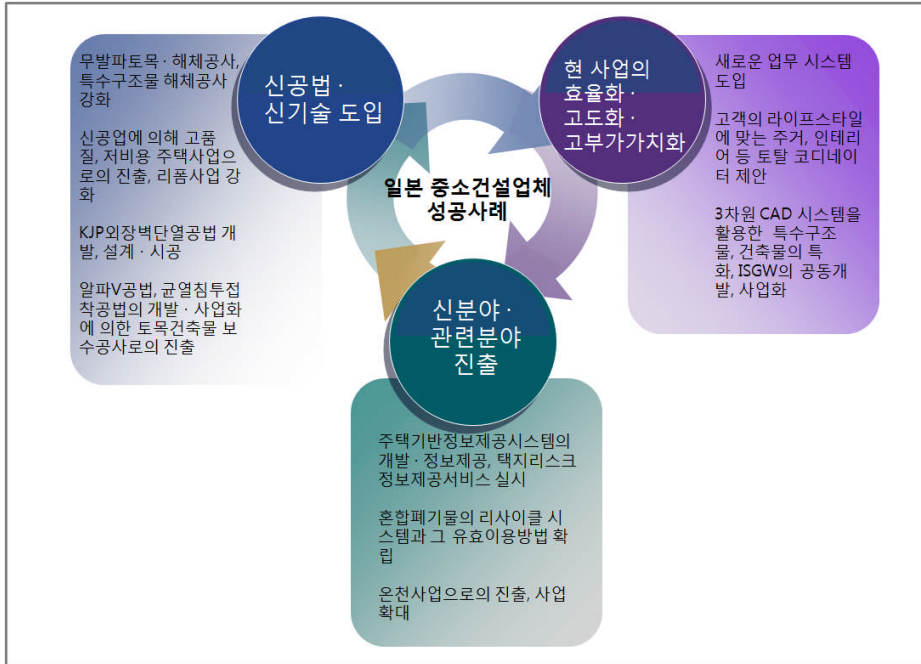
일본 건설시장에 있어서 공급의 측면에서 본다면 기술혁신의 진전과 새로운 비즈니스 모델을 구축함으로써 시장에 공급하는 능력과 변화에 대한 대응력을 강화할 수 있다. 일본의 건설시장도 업체들의 경쟁이 점점 더 치열해지고 있다. 경영자원과 업체의 지명도 등에 제약·한계가 있는 중소기업체는 경영혁신 등 신사업 활동을 도모함과 동시에 계획적·전략적 사업을 실시해서 최소한의 자원으로 최대한의 효과를 이끌어 내기 위한 노력을 해야만 한다.

본 장에서는 경영혁신계획을 통해서 새로운 사업 활동을 하고 있는 일본의 중소기업체 중에서 효과를 얻고 있는 업체들 가운데 전문건설업을 하는 곳을 사례로 해서 사업 활동을 분석하고 성공하게 된 요인에 대해서 고찰해보고자 한다.

분석의 대상이 되는 분야를 정리하면 [그림 3-6] 와 같다. 일본 중소기업체는 경쟁력 강화를 위해서 신공법·신기술을 도입하거나, 신분야·관련분야로의 진출을 꾀하였고, 현재 사업을 효율화·고도화·고부가가치화 하였다.

---

15) 일본 중소기업체금융공고 종합연구소(2005), “중소건설업의 새로운 사업전개의 방향성” 자료 참조



[그림 3-6] 일본 중소건설업체 경쟁력 강화 사례

### ① 신공법·신기술 도입 사례

카고 회사는 대규모 화약을 만드는 발파공사 회사로, 1961년에 같은 회사에서 분리·독립한 발파, 토목·해체공사 등을 하는 회사이다. 원래는 발파 공사를 전문 업자에게 하도를 주었으나 1965년부터 대규모 철강회사의 2공장에서 강관·나선형 파이프를 하도급 받기 시작하였고, 강관가공에도 진출하여, 발파공사에 맞게 2본부 체제에 가서 수주를 받게 되어 안정된 수익을 창출하게 되었다.

이 회사가 개발에 중점을 둔 공법은 발파가 곤란한 시공현장에서, 무발파로 효율적·효과적으로 암반굴삭을 할 수 있도록 하는 KNBB 공법(무발파 암반굴삭공법), 수중의 강관항(鋼管杭)·강관실판 등의

절단과 철거작업을 확실하고 효율적으로 할 수 있도록 하는 SPC공법(강관수중절단공법), 철강건축과 구조물의 절단 및 해체를 가능하도록 하는 V형 성형 폭파선을 활용한 V코드 공법 등을 들 수 있다.

이러한 기술 및 공법은 개별 수요와 시공환경 등에 맞게 케이스별로 공법을 개발하고 시공하면서 확립되어 왔다. 또한 모회사인 대규모 화약회사의 고성능 화약 및 폭파에 관한 데이터를 활용해서, 오랜 기간에 걸쳐 발파·해체공사를 하면서 축적된 경험과 노하우에 기초해서 다양한 니즈에 맞고, 그 가운데에서 시행착오가 쌓여 다양하고 고도의 기술과 공법을 만들어온 것이다.

독자적으로 공법개발과 기술이나 노하우가 축적이 되면서 다수의 발파사와 화약취급보안책임자라고 하는 기술자의 양성, 협력공사업자의 네트워크(전국에 약 10개사, 스태프 약 30명)가 형성되어 있고, 그 결과 현재는 전국에 40개사 정도가 발파공사전업을 하는 공사업자 가운데에서도 상위를 차지하고 있다.

최근에는 공공공사와 대형 택지조성사업의 감소로 인해 발파공사 수주가 감소하고 있다. 카고 회사는 이러한 수주환경의 악화에 대처하기 위해 무발파 토목·해체공사, 특수구조물의 해체공사를 강화하고, 다른 회사와의 차별화를 도모함과 동시에 신사업활동에도 노력하고 있다.

카고 회사의 강점은 오랜 기간에 걸쳐 발파·해체공사를 했기 때문에 여기서 축적된 경험·노하우, 다수의 유능한 기술자, 독자의 기술·공법을 갖고 있다는 것이다. 장점을 바탕으로 다양한 시공에서 필요로 하는 축적된 시공데이터, 경험, 노하우 등을 활용해서 기존의 기술·공법을 개량하고 저비용 및 고품질의 시공을 함으로써 정확하게 소비자의 니즈에 맞추고 있다.

예를 들면, 발파가 곤란한 현장에서 기존 비용보다 저비용·저소음·저진동의 암반파쇄공사가 가능하게 하기 위해 기존의 KNBB공법과 다른 회사의 비커공법을 기초로 해서, 더욱 개선된 수퍼비커공법(무발파암반파쇄공법)을 중견유압기구 회사와 공동 개발하였다.

개발결과, 종전보다 무발파 암반굴삭공법기와 비교해서, 저소음·저진동·안전성이 향상되고, 작업 환경·주변 환경이 보다 개선되었다. 그 외에도, 기계화로 인해 시간절감, 파쇄력의 강화, 범용유압소블활용으로 좁은 현장에서도 가능하게 함으로써 기존의 공법을 뛰어넘는 시공환경개선, 저비용화, 대응 가능한 현장의 확대가 실현되었다.

향후에는 공공공사가 감소함에 따라 토목공사 관련 수주가 점점 감소할 것으로 예상되고 있다. 저비용·고품질의 시공이 어려운 분야, 혹은 다른 회사에서 대응할 수 없는 분야에서 특화를 하는 것이 이 회사의 전략이며, 카고 회사는 수주환경이 한층 더 어려워질 것이라는 위기감을 갖고 더욱 차별화된 사업을 추진하는 것을 목표로 하고 있다.

구체적으로는 다양한 니즈와 정교함이 요구됨에 따라 무발파 공사를 중심으로 새로운 공법을 개발·제안해서 니즈에 맞게 함과 동시에 V코드, V카터 등을 활용한 교량, 철탑, 용광로 등의 특수구조물의 해체공사에 노력을 기울이고 있다.

특히, 용광로의 해체공사에 대해서는 독자적 폭약과 공법이 필요하여 같은 회사로밖에 하도급이 주어질 수밖에 없으며, 중후장대 산업의 구조전환의 진전에 따라 이러한 기존의 설비·구조물의 해체공사의 수요가 증가하는 가운데 기술을 더욱 연마해서 수준을 확보하려고 하고 있다.

또한 사업다각화의 일환으로, 대규모 철강회사의 관련회사 등 3사와의 공동출자로 별도의 회사를 설립하고, 온천 개발 사업에 전념하고 있다. 지질탐사를 해서 독자의 굴삭기술에 의해 온천굴삭을 하고, 급탕설비를 시공 판매하는 사업에서는 건강·레저설비, 농업(온실재배), 양식업, 지역난방, 의료시설 등을 대상 목표로 하였다.

## ② 신분야·관련분야로 진출 사례

지오테크 회사는 지방은행에서 근무했었던 현 사장이 주택의 지반 개량 비즈니스에 착안해서, 은행 퇴사 후 설비기기상사에서 근무하게 된 것이 계기가 되었다. 당시에는 건물침하문제가 심각하였고, 지반보강공사의 기술·공법 등이 확립되지 않은 상황이었다. 여기서 사장은 설비기기상사에서 지반보강·개량공사의 사업화에 전념하였고, 다른 회사보다 선구적으로 기술·공법 등의 연구개발을 함과 동시에 지반조사→보강공사→보증의 3가지로 대응한다고 하는 비즈니스모델을 보다 빨리 구축하기에 이르렀다. 이러한 노력으로, 설비기기상사에서 지반공사부분은 단기간에 주요사업의 하나로 성장하였다. 그 후 사장이 기존 경영진과 사업 가치관이 달라 퇴사하여 1989년 새롭게 만든 회사가 지오테크이다.

이러한 창립배경으로 지오테크 회사는 설립초기부터 설비기기상사에서 지반보강공사에 관련된 기술·노하우와 지반조사→보강공사→보증의 3가지를 동시에 대응할 수 있는 독자적인 비즈니스 모델을 갖고 있었다. 다른 회사와의 차별화를 꾀하기 위해 주택업자·공무점·부동산업자 등에 대해서도 지반보강공사를 보급하는 것을 추진함으로써 수주는 점점 확대되고 있다.

지반보강공사에 대해서는 약한 지반대책과 내진성 강화에 많은 니즈가 있었으나 이에 대해서 독자적으로 원활하게 대응하기에는 곤란하였다. 지오테크 회사는 전국에 대리점망을 구축하고 지금까지 축적해 온 기술·공법·노하우를 매뉴얼화해서 1992년부터 프랜차이즈를 시작하였다. 그 결과 홋카이도에서 가고시마까지 21개의 거점을 형성하고 있다. 그 외에도 전국에 협력업자 네트워크가 형성되어 있고, 주택기반사업 네트워크인 J·G업자회가 구축되어 있다.

기술·공법에 대해서는, 표층개량공법, 지오컬럼공법, 소구경망관항공법, SMD항공법 등을 도입함과 동시에, 전국 규모로 다양한 지반보강공사를 함에 따른 데이터와 노하우가 축적되어, 시공품질이 좋아지게 되었다. 더욱이 2000년에는 ISO9001인증을 획득하였고, 이에 따라 지반공사에 관한 기술·노하우·공법의 매뉴얼화·시스템화가 더욱 철저해졌고, 고품질과 표준화된 지반조사→설계·보강공사→보증의 3가지가 동시에 대응이 이루어지게 되었고, 현재 지반보강공사에서는 가장 수위 업체로서의 기반을 다지게 되었다.

지오테크 회사는 지반보강공사 외에, 토양오염조사·수복공사, 건물부동침하수정공사, 지하실 등의 토목공사 등 지질에 관한 다양한 사업전개를 하고 있다. 이 회사가 GEODAS와 GEOERIS라고 하는 신사업활동을 통해서 회사의 비즈니스 포트폴리오를 안정적으로 가져가고 있다. 지금까지 지오테크는 고객이 주로 공무점 등이 중심이었으며 최종소비자를 대상으로 하지 않았다. 그렇기 때문에 지오테크는 수주를 할 수 있는지 없는지의 여부가 공무점 등의 시공방침에 의해 좌우되었고, 최종소비자의 니즈에 정확하게 부합했다고 말하기는 어려웠다.

GEODAS는 과거 14년간에 실시된 지반조사·보강공사에 관한 전

국 10만 건의 데이터가 등록되어 있고, 데이터베이스화 되어 있다. 이 데이터베이스는 지반조사·보강공사가 행해지거나 주택지반 간이진단이 이루어져서 데이터의 갱신·축적이 실시되었고, 다양한 주택지반정보가 증가하고 있다.

Web에서 GEODAS에 접속을 하게 되면 회원전용 서비스(주택지반정보제공시스템)와 최종소비자에 대한 무료서비스라고 하는 2종류의 서비스가 있다. 주택지반 간이진단 등의 정보제공서비스는 직접적으로는 공무점 등의 회원에 대해서 이루어지지만, 최종소비자에 대해서도 지오테크에서 주택지반정보제공서비스를 하고 있다. 다시 말하면, 이것은 지반보강·개선에 관심이 있는 최종소비자가 공무점등에 대해서 지반조사·보강공사를 의뢰한다고 하는 형태라고 볼 수 있다.

GEOERIS는 부동산업자등만이 아니라 최종소비자(토지를 거래하는 사람들)에게도 이용이 가능한 형태로 보다 최종소비자에 가까운 시스템이라고 할 수 있다.

GEODAS와 GEOERIS에 의해 최종소비자에 대한 접근은 점점 효과가 나타나고 있다. 지오테크에서는 여기에 더해서 최종소비자가 시공업자를 직접 선택하는 수주방식으로서, 시공업자와 공동으로 지반과 주택의 일괄적인 설계·시공을 한다고 하는 수주시스템을 확립하였다. 여기에는 지반대책과 기초공사·건축공사를 일괄적으로 하고, 내구성·내진성을 더욱 높일 수 있도록 하는 것을 목표로 하고 있다. 지오테크에서는 향후에도 최종소비자의 니즈에 직접 대응하고, 보다 고품질의 서비스 제공을 하고자 하는 입장을 강화할 방침이다.

업계에서는 선두업체로서 업계 전체의 개혁·구조전환의 필요성을 느끼고 있다. 예를 들면 지반조사→보강·개량공사→보증이라고 하는 3가지를 한꺼번에 대응하는 것을 업계 표준으로 하고, 주택품질확

보축진법, 토양오염대책법 등에 기초해서 질 높은 지반·토양조사, 보강·수복공사를 업계전체에서 행하고, 업계전체의 레벨업·건전화와 지반보강, 개량공사의 보급·확대를 하는 것을 고려하고 있다.

더욱이, 지반강화공사에 대해서는 현재 주택 등 신축전 공사에 한정하고 건물부동침하 수정공사에 맞게 기존건물의 지반보강·내진성 강화공사가 가능하도록 하는 기술·공법의 연구개발에도 노력하고 있다. 이것은 지반보강공사를 한번 실시하면, 그 최종소비자로부터는 2번 주문이 오지 않기 때문이다. 신축주택의 대응만으로는 한계가 있다고 하는 인식에 기초해서, 막대한 수요가 예상되는 기존 건물의 내구성·내진성 강화 방식으로 대응하여 사업 확대를 해나가고자 하고 있다.

### ③ 현 산업의 효율화·고도화·고부가가치화의 사례

타지마 공업은 1953년 창업한 강구조물, 철골건축물의 설계·제조·시공업 회사이다. 원래는 철공소로서 시작하였고 1968년 이후부터 건축용 철골 가공을 하기 시작하였으며 그 이후 철골의 가공·시공이 주업종이 되었다. 1988년 사장이 바뀌면서 계절변동이나 경기변동의 영향을 받는 일반 건축용 철골 업무가 아닌, 제안형 업무를 하고자 하였다. 철 이외의 소재, 즉 스테인레스, 알루미늄, 동 등도 다루고자 하였으며, 하도급이나 중간제품만이 아니라 자사 브랜드로 최종 제품을 만들고자 하였다. 이러한 의지를 가지고 신규 분야로의 사업 전개를 적극적으로 모색하게 되었다. 그 결과, 1990년 material 사업부, 1993년 machinery 사업부를 만들면서, 특수구조물·건축물의 설계·제조·시공에 전념하게 되었다.



모든 사업에 대해서 철광을 포함하는 금속제의 부품 가공이 회사 내에서 가능하게 되었다. 3차원 특수구조물의 설계에 대해서는 외주에 의존하였으나, 특수구조물 · 건축물을 다루면서 설계능력의 강화가 필요하다는 것을 느끼고, 그 후 유능한 인재 채용 · 육성을 적극적으로 추진하였다. 디자인과 구조 아웃라인은 외부 설계사무소에서 하였고, 구조설계와 상세설계에 대해서는 내부에서 할 수 있게 되었다. 특수구조물 · 건축물의 디자인을 내부에서 할 수 있게 되면서 회사의 설계력은 향상되었다.

또한, 특수구조물 · 건축물의 설계 · 제조 · 시공에 적극적으로 나서는데 있어서, 주된 시장인 혼슈의 철공소에는 기능을 보유하고 있는 숙련공이 적고, 특수구조물 등의 분야에서는 경합이 적다고 한다. 다시 말해서 1990년 전후에 많은 철공소가 최신 설비를 도입함과 동시에 노동 비용의 삭감을 위해 숙련공을 삭감하였기 때문에, 규격품과 같은 것을 생산하는 철공소가 증가하는 한편, 가공 난이도가 높은 특수품 등의 가공이 가능한 철공소가 적어졌다. 부품의 가공은 굴파기 · 절단 · 조립 · 용접 등의 공정을 거치고, 가공난이도가 높고 손이 많이 가며, 고도의 기술 · 숙련 · 노하우가 필수적이다. 그러므로 숙련공의 기술 · 노하우가 필요한 특수구조물 등의 분야에 착수한다고 해도 다른 회사와의 사이에 충분한 차별화가 이루어지지 않는다면 승산이 없다. 이렇게 고도의 설계능력과 숙련공의 기술 · 노하우 등을 활용한 고도의 가공능력을 강점으로 하고 있다.

최근 종전의 공동주택, 사무실 빌딩, 점포, 공공시설이라고 하는 일반건축물에 대해서는 공공공사를 중심으로 수요가 감소하는 한편, 철공소간의 과다경쟁이 있었고, 타지마 공업도 수주감소, 채산성 악화를 겪게 되었다.

이러한 문제를 타개하기 위해서 타지마 공업은 자신 있는 분야의 강화, 신분야로의 진출에 의해 다른 회사와의 차별화를 도모하고, 고부가가치화를 실현하기 위해, 신사업활동에 노력하고 있다.

타지마 공업이 행한 신사업활동은 첫째, 3차원 CAD시스템을 활용한 특수구조물·건축물로 특화한 것이다. 타지마 공업의 핵심 역량은 고도의 설계능력과 숙련공의 기술·노하우 등을 활용한 고도의 가공능력이 있고, 신사업활동은 이 중에서 고도의 설계능력을 더욱 향상시키도록 하는 것이다.

3차원 CAD는 일반건축물의 설계에 필요하지 않으므로, 대형업체를 제외하고는 대부분 도입하지 않고 있었다. 그러나 3차원 CAD 도입으로 복잡한 3차원 구조물의 상세설계가 가능하게 되고, 종전 외주하였던 설계를 내부에서 할 수 있게 되었다. 또한 완성상황을 화면상에서 입체표시가 가능하고, 부품재료의 형태 등 맞지 않는 것은 수정이 가능하므로, 시공공장에서 조정 작업이 필요하지 않다. 그리고 설계변경 등에 대해서도 상세하게 대응할 수 있다고 하는 장점을 갖게 되서 공기단축·저비용화와 수주확보의 원활화를 기대할 수 있다.

둘째는 강판·유리·완충재에 의해 구성된 높은 디자인성과 내진성을 가진 판넬유닛 “ISGW”를 공동개발해서, 사무실·점포의 리모델링, 내진개수공사를 하기 위해서 판매·시공하는 사업을 실시하였다.

이 신사업은 타지마 공업 외에도 내진진단회사, 컨스트럭션 매니지먼트 회사, 내진진단과 설계회사, 디자인감리회사, 유리 부품재료 제작회사 등과 같이 연계해서 제품 및 사업 프로세스의 개발을 시작으로 진단→설계→부품제조 및 시공의 사업전개를 분담하는 등 공동으로 사업을 하고 있다.

이러한 사업의 특징이라고 한다면 구조구체에 유니트를 포함해서 공사를 하기 때문에 시공이 간편하고 저비용이다. 일상 업무를 하면서 내진개수가 가능하여 이전비용 등이 필요하지 않으므로 우수한 토탈 코스트 퍼포먼스가 가능하다. 유리의 사용으로 실내 · 외관에 밝고 개방적인 공간과 이미지가 창출될 수 있다. 유리 엠포킨 수지제 완충재 · 강판으로 구성되어 높은 내진성능을 가지고 있다는 점을 들 수 있고, 사무실 · 점포의 리모델링과 내진개수공사에서 ISGW의 채용 확대가 기대되기도 한다.

타지마 공업은 향후 지역에서의 수요와 관공서의 수요를 중심으로 점점 건축수요가 감소할 것이라는 위기감을 갖고 있다. 한편 신축 대신에 기존건축물의 유지 · 관리의 수요가 확대할 것으로 보고, 특수 구조물 · 건축물의 설계 · 제조 · 시공을 강화함과 동시에, ISGW 사업의 확대 등 개수공사 · 내진보수공사로의 대응강화를 도모할 방침이다.

또한 이러한 사업전개를 통해서, 향후에도 수주 받는 곳을 지역 안에서 혼슈 쪽으로 점점 이동시키고, 계절변동이나 경기변동의 영향을 받지 않는 수주기반으로 재구축을 하고자 하고 있다.

일본의 전문건설업체들은 카고 회사와 같이 신공법 · 신기술을 도입해서 시장에서의 경쟁력을 강화하기도 하며, 지오테크 회사는 지반 조사, 보강공사, 보증이라고 하는 3가지를 동시에 대응할 수 있는 새로운 비즈니스 모델을 창출해서 관련분야로 진출하는데 성공하게 되었다. 마지막으로 타지마 공업은 기존에 보유하고 있는 역량을 강화해서 다른 회사와의 차별화 전략을 통해 고부가가치화를 실현한 사례이다. 일본의 전문건설업체들은 국내 건설시장에서 경쟁하기 위해서 신기술 개발, 신분야로의 진출을 도모하고 있으며 현재 보유하고

있는 기술도 발전시킴으로써 더 나은 생산물을 창출하는데 노력하고 있다. 이러한 움직임은 일본의 국내 시장에서만이 아니라 해외시장으로 진출하는데 있어서도 큰 장점이 될 것이다.

## 2) 해외 건설업체의 아시아시장 진출 사례<sup>16)</sup>

건설산업은 사람, 기술 그리고 토지가 기초가 되어서 생산물을 만들어내는 것이기 때문에 다른 산업에 비해서 국가 간의 경계가 뚜렷하다. 제조업은 세계 어느 지역에서 만들어지는 것과는 상관없이 어디에서도 소비가 가능하다. 건설을 통해서 나오게 되는 최종 생산물인 건축물, 도로, 교량 등은 제조업과 같이 만들어서 이동을 할 수 있는 것이 아니기 때문에 다른 국가로의 수출·수입의 개념이 모호한 것이 건설산업이다.

해외의 선진 건설업체들이 아시아, 중동, 남아메리카 등의 지역으로 진출을 하고 있지만 실제 우리나라와 같은 경우도 해외 선진 건설업체의 진출이 활발하지 못한 편이다. 국내 건설업 면허를 취득하였던 벡텔과 같은 세계 유수의 업체도 면허를 반납하고 떠났다. 벡텔과 같은 업체도 우리나라에서 사업을 하지 못하고 떠났기 때문에 FTA와 같은 시장개방에서 자유롭다 라고 보기는 어렵다. 그만큼 해외에서 우리나라 건설시장으로의 투자가 약해질 수도 있기 때문이다. 해외의 선진 건설업체들이 우리나라를 포함해서 아시아 지역에서 계속적으로 사업을 활발하게 하지 못하는 원인에 대해서 알아보는 것

---

16) 이 자료는 "わが国建設業の海外市場戦略検討委員会の報告書" 2004. 3. 株式会社 日本総合研究所와 유럽 각 사의 annual report를 기초로 해서 재구성 한 것임.

이 필요하다.

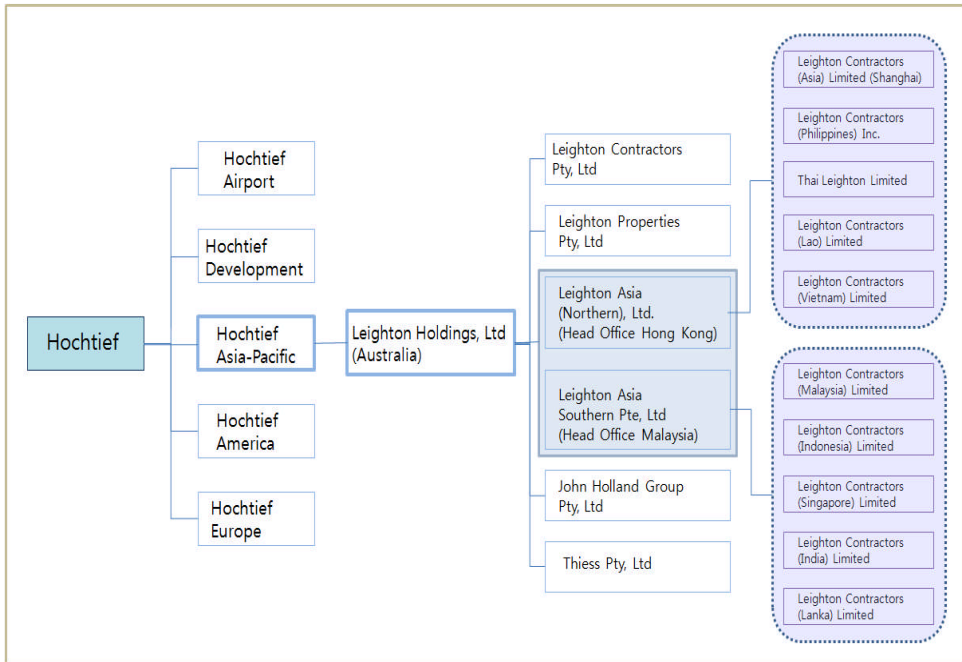
본 장에서는 아시아에 진출한 유럽건설업체의 전략을 파악해서 우리나라 건설업의 전략과 비교 고찰한다. 또한 아시아 지역의 다른 나라와 비교해서 우리나라 건설업이 어떠한 평가를 받는가에 대해서 조사하고, 강점·약점을 검토하고자 한다.

## (1) 유럽 건설업체 개요

### ① Hochtief 그룹 (독일)

아시아지역에서 Hochtief 그룹의 조직 구조를 보면 Hochtief 그룹은 공항, 개발, 아시아태평양 지역, 아메리카, 유럽의 5개 사업부문을 가지고 있다. 유럽·미국·아시아의 3개 주요지역에서 사업을 전개하고 있으며, 아시아지역은 호주에 있는 Leighton Holdings를 통해서 사업을 추진하고 있다. 2001년에 Leighton Holdings의 주식을 50.02% 취득하였고, 2006년 현재에는 35.7%를 보유하고 있다. Hochtief 그룹은 직접 아시아지역에 진출하는 것이 아니라 Leighton Holdings를 통해서 아시아지역에서의 사업을 관장하는 것이다.

Leighton 그룹은 1949년에 세워졌고, 토목공사회사로 설립되었으며 현재는 호주에서 종합건설회사로 성장하였다. Hochtief그룹이 1983년에 Leighton 그룹의 주식을 매입하기 시작해서 2001년에는 50.02%로 대주주가 되었으나 2006년 현재 35.7%로 그 영향력이 감소하였다.



[그림 3-7] Hochtief 그룹 조직도

아시아 지역에서 사업을 전개하고 있는 Leighton Holdings는 호주에서 대규모 프로젝트 개발과 도급시공을 하는 회사 중의 하나이며 그 아래로 6개의 회사가 있고, 그 중 4개회사는 호주 국내 사업에 특화해서 운영하고 있다. 2개의 회사 중 하나는 홍콩을 거점으로 해서 동북아시아지역으로의 진출을 추진하고 있고, 나머지 한 회사는 말레이시아를 거점으로 해서 동남아시아 지역으로 진출하고자 하고 있다.

Hochtief 그룹은 2007년 ENR지가 선정한 “The top 225 international contractors” 에서 4위를 기록하였다. 비록 전년도에 비해서는 한 단계 낮아졌지만 여전히 상위에 있는 그룹으로 해외시장에서 활발하게 사업을 수행하고 있다.

<표 3-6> Hochtief 그룹 부문별 매출액

부문	매상고(천유로)		구성비(%)	
	2005년	2006년	2005년	2006년
airport	4,108	3,765	0.0%	0.0%
development	924,855	1,016,727	6.8%	6.6%
construction services Americas	5,934,248	6,625,424	43.5%	42.7%
construction services Asia Pacific	4,577,899	5,733,571	33.5%	37.0%
construction services Europe	2,109,726	2,010,782	15.5%	13.0%
corporate headquarters/consolidation	102,359	117,755	0.7%	0.8%
합계	13,653,195	15,508,024	100.0%	100.0%

자료: Hochtief annual report 2006년

주: 매출액은 external sales

<표 3-7> Hochtief 그룹 지역별 매출액

지역	매상고(천유로)		구성비(%)	
	2005년	2006년	2005년	2006년
독일	2,270,639	2,127,108	16.6%	13.7%
다른 유럽	693,220	866,805	5.1%	5.6%
미국	5,998,059	6,721,936	43.9%	43.3%
아시아	893,029	1,019,076	6.5%	6.6%
호주	3,775,934	4,772,982	27.7%	30.8%
아프리카	22,314	117	0.2%	0.0%
합계	13,653,195	15,508,024	100.0%	100.0%

자료: Hochtief annual report 2006년

주: 매출액은 external sales

Hochtief 그룹의 부문별 매출액을 보면 미국시장에서의 건설 매출액이 약 66억 유로로 가장 높고 아시아시장에서도 약 57억 유로로 높은 매출규모이다. 하지만 아시아와 호주시장을 구분해보면 아시아 지역에서의 매출규모는 크지 않다. <표 3-7>에서 보면 아시아지역은 호주를 제외하면 전체 매출규모에서 차지하는 비중이 6%대에 불과하다. 향후에 진출 가능성이 남아 있다고도 할 수 있지만 아시아 시장으로의 진입장벽이 높다고도 볼 수 있다.

Hochtief 그룹이 아시아 지역으로 진출하는 전략을 보면, 일단은 매출규모를 중시하기보다는 아시아 시장에서의 점유를 높이는 것을 목표로 하고 있다. 중국은 잠재성이 있는 시장이지만 진출하기에 어려운 시장이기도 하기 때문에 홍콩을 거점으로 하고 있고 아시아 지역에 대한 경험이 축적되어 있는 Leighton이 중국시장으로 진출하는 교두보가 될 것이다.

Leighton Holdings는 아시아지역에 진출하는데 있어서 홍콩과 마카오를 거점으로 해서 아시아지역에서의 사업을 주도하는 전략을 세우고 있으며, 중국, 필리핀, 베트남, 라오스, 몽고 등에서 계속적으로 사업을 전개하며 한국에서도 사업을 추진하고자 하는 의지를 가지고 있다. 아시아 중에서도 인도시장은 어렵다고 판단하고 있으며 인도에 진출하기 위해서는 유력한 현지 업체와의 조인트벤처, 현지 업체가 할 수 없는 틈새시장 개척 그리고 인도에 진출하고자 하는 제조업의 공장 건설 수주를 확보하는 전략을 세우고 있다.

## ② Skanska 그룹 (스웨덴)

Skanska 그룹은 건설관리, 프로젝트 개발과 BOT, 서비스의 3개 사업분야, 12개의 유니트로 구성되어 있고 유럽·미국·아시아에 진출하고 있다. 아시아 지역에서는 Gammon Skanska라고 하는 자회사를 두고, 홍콩을 중심으로 중국, 타이, 싱가포르, 말레이시아 5개국의 지역에서 사업을 진행하고 있다.

Skanska의 아시아 부문인 Gammon Skanska는 1919년 인도에서 설립되었다. 1955년 홍콩으로 거점을 이동하고, 「Gammon Construction Limited」를 설립하였다. 1980년대부터 홍콩을 중심으로 주변 아시아



지역 국가에서 사업을 전개하고 있다.

자본 면에서는 1975년에 홍콩의 재무투자자인 Jardines사에 인수되어, 이 회사의 100% 자회사가 되었다. 그 후 1983년에 영국의 건설회사중 대업체인 Trafalgar House사가 Jardines사 소유의 Gammon의 50% 주식을 취득하였다. Trafalgar House는 1996년에 노르웨이 건설회사 Kvaerner사에 인수되어서 Kvaerner사의 산하에 있고, 2000년에는 Kvaerner사의 건설부문을 Skanska가 인수하였다.

2002년 Gammon이 주주로 있는 Jardines와 Skanska가 새로운 합의를 해서 Gammon Skanska로 사명을 변경하여, 2004년에는 Skanska는 자사가 가지고 있는 Gammon주를 영국 건설대업체인 Balfour Beatty에 매각하는 것에 합의하였다. 매각금액은 약 5억 스웨덴 크로네 (약 7,500만달러)이었다.

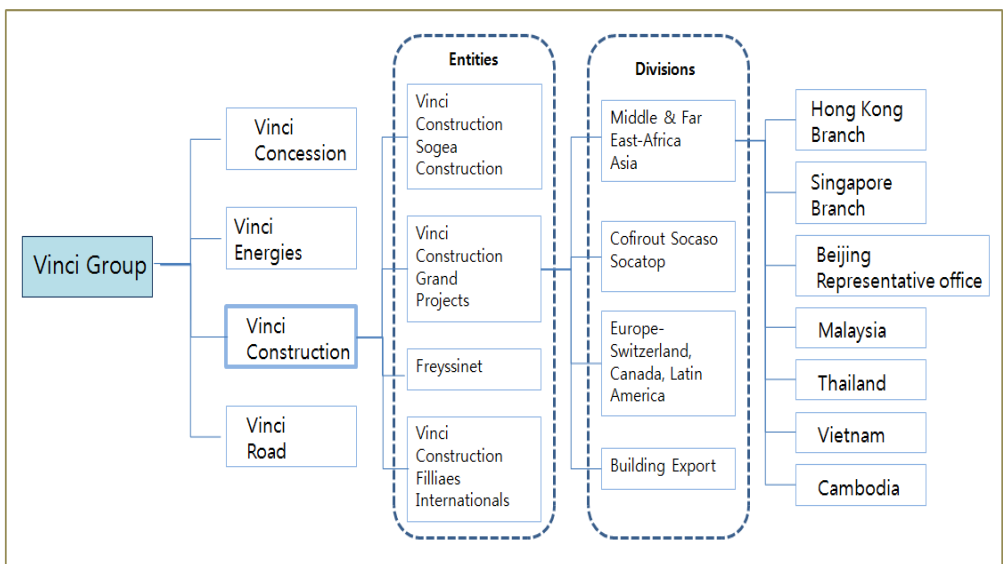
Skanska 그룹 전체 매출액은 도급사업을 하는 건설관련 서비스가 매출의 대부분을 차지하고 있고, 그 중 아시아지역에 있는 Gammon Skanska는 3% 정도를 차지하고 있다. 그러나 Gammon의 상세한 재무 데이터는 공표되지 않고 있다.

Skanska 그룹의 해외건설시장에 대한 전략을 보면, 우선 해외사업 전개에 있어서는 어떤 시장에서도 상위 3위에 들어가는 것을 목표로 하고 있다. 미국을 가장 규모가 큰 시장으로 인식하면서 아직은 미국 시장에서의 점유율이 높지는 않지만 많은 관심을 보이고 있다. 그리고 건설은 로칼 비즈니스가 있어서 지역에서 성공하기 위해서는 그 지역에 거점을 가지고 있는 것이 중요하다고 인식하고 있다.

한편, Gammon Skanska에서는 고객지향서비스 제공, 고객과의 관계 구축을 통한 시장참여 강화 등을 해외진출 전략으로 내세우면서 동시에 아시아 시장에 대해서는 중국시장이 열쇠가 된다고 보고 있다.

### ③ Vinci 그룹 (프랑스)

ENR지의 “The Top 225 global contractors“에서 1위를 한 프랑스의 Vinci 그룹은 그 아래에 4개의 회사를 가지고 있다. 이 중에서 아시아지역에서 사업을 전개하는 것은 Vinci Construction에 속하고 있는 Vinci Construction Grands Projects사이다. Vinci Construction Grands Projects사는 2000년에 설립되었고 해외의 거대 프로젝트에 특화된 사업을 전개하고 있다. 이 회사는 4개의 부서로 구성되어 있다. 이 중에서 Middle & Far East-Africa Asia는 아시아 시장을 중심으로 해서 사업을 하고 있다. 아시아지역에서 홍콩, 싱가포르, 중국, 태국 등 7개 국가와 지역에 지점을 두고, Vinci Construction 의 자회사와 연계해서 프로젝트를 실시하는 체제로 되어 있다.



[그림 3-8] Vinci 그룹 조직도

Vinci 그룹의 아시아 시장 진출의 기본전략은 소형 프로젝트는 수주를 한다고 해도 적자일 가능성이 많기 때문에 대형 프로젝트 수주를 목표로 하고 있다. 그리고 다른 업체들에 비해서 Vinci는 해외진출에 대한 관심이 낮은 편이다. Vinci의 총 매출액 중에서 프랑스 국내가 60%를 차지하고 있으며, 해외시장도 유럽이 90%, 미국과 기타 지역은 10%에 불과하다. 아시아 시장은 프로젝트 베이스로 진출을 하고 있으며 현지화를 하고자 하는 노력은 거의 하지 않고 있다.

〈표 3-8〉 Vinci Construction Grands Projects의 지역별 매출액

(단위: 백만유로)

	2003년	2004년
France	114.0	144.4
Europe	400.1	286.4
Americas	30.6	22.4
Africa	88.9	84.4
Middle East	1.0	1.5
Asia	34.2	7.7
Australia	0.1	0.7
total	668.9	547.5

출전: Vinci Construction Grands Projects사 annual report 2004년

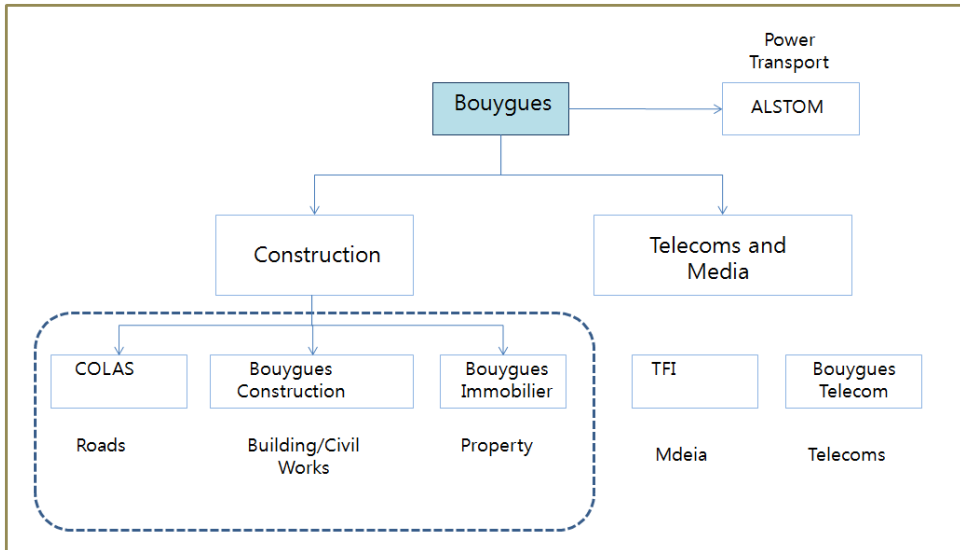
Vinci 그룹에서 아시아에 진출하고 있는 것은 Vinci Construction Grands Projects 회사이며, 이 회사의 지역별 매출액은 〈표3-8〉과 같다. Vinci Construction Grands Projects 사의 전체 매출액이 2003년도에 비해 2004년도에는 18% 감소하였으며 아시아지역에서의 매출액은

77% 감소하였다. Vinci는 아시아 지역에서 사업을 수행하기에는 이익이 낮기 때문에 철수하거나, spot 중심의 프로젝트를 선택해서 하는 전략을 내세우고 있다.

다른 아시아지역에 진출한 건설사에 비해 중국 건설시장에 대해서는 관심이 낮은 편이다. 2002년 이전에 중국에서의 사업은 세계은행과 아시아개발은행 등의 국제입찰 프로젝트, 해외정부의 지원프로젝트, 외국기업 투자에 의한 프로젝트에 집중하였다. 그 이후에는 중국 정부의 규제 상황에 따라 변화할 수 있으므로 가능한 한 고도의 기술력을 가지고 중국에 진입하는 전략을 세우고 있다.

#### ④ Bouygues 그룹 (프랑스)

Bouygues 그룹은 지주회사로, 산하에 텔레콤, 미디어, 건설 등의 6개 사업회사를 가지고 있고, 건설관련해서는 건설부문(Bouygues Construction), 도로부문(Colas), 자산 (Bouygues Immobilier)이 해당된다. 2006년에는 아시아 태평양 지역에서의 매출액은 6.7억 유로로, 이것은 Bouygues 그룹 전체 해외 매출액 26.2억 유로의 25.6%를 차지하고 있다. 그리고 Bouygues의 건설부문에 있어서 지역별 매출액은 <표 3-9>과 같고, 아시아지역의 매출은 프랑스 자국 내를 제외한 해외사업부문 전체의 13.7%미만을 차지하고 있다.



[그림3-9] Bouygues 그룹 조직도

Bouygues사가 아시아지역에서 추진한 사업을 보면 다음과 같다. 중국에서는 상하이-푸동지역과 창싱섬을 연결하는 청밍터널을 건설을 하였고, 이것은 세계에서 두 번째로 큰 양쯔강 아래로 8킬로 길이의 터널이다. 마카오에서는 대형 카지노와 쇼핑몰을 짓는데 필요한 기반 시설을 건설하고 있으며, 싱가포르에서는 245미터의 트윈 주거용 타워를 건설하고 있다. 태국에서는 방콕에서 세 번째로 큰 주거용 타워를 건설 중에 있으며, 호주에서는 시드니 도시철도 공항 연결 공사를 하였다. 한국에서도 현대건설과 합작으로 마장교를 건설하였고, 이 프로젝트에서 파이낸싱, 디자인, 건설 등을 담당하였다.

<표 3-9> Bouygues 그룹 지역별 매출액

(단위: 백만유로)

	2006년 매출액(A)	공사관련 매출액(B)	비율(A/B)
France	18,583	4,063	21.9%
European Union	2,811	754 (11.3%)*	26.8%
Rest of Europe	1,009	740 (18.2%)*	73.3%
Africa	1,034	351 (8.6%)*	33.9%
Middle East	77	63 (1.6%)*	81.8%
United States and Canada	2,067	1 (9%)*	0%
Central and South America	154	152 (3.7%)*	98.7%
Asia-Pacific	673	556 (13.7%)*	82.6%
total	26,408	6,680 (100.0%)*	25.3%

출전: Bouygues사의 annual report 2006년

주: \* Bouygues 사의 해외매출액 대비 구성비율

(2) 유럽계 건설업체의 아시아시장 진출 전략 특징

① 아시아지역에 대한 시장관과 기본전략

아시아지역의 건설시장에서는 중국, 한국과 현지 건설회사의 성장이 눈에 띄고, 경쟁은 치열해지고 있다. 이 때문에 유럽의 건설 회사들은 아시아 시장에 진출하는데 있어서 비용경쟁을 회피하고, 부가가치로 승부하고자 하고 있다.

부가가치라 해도 그 방향은 각 사의 필요성에 따라 어느 정도의 방향성이 있다. 구체적으로는 Leighton과 같은 시공기술에서의 부가가치를 중시하는 케이스와 VINCI와 같이 리스크 매니지먼트 등의 노하우로 차별화를 하는 경우이다. 더욱이 지역보다도 고객으로 마켓을 세분화하고 있다. 해외에서의 직접투자안건과, 신뢰할 수 있는 정부(홍콩, 싱가포르 등) 및 현지민간업체의 안건 등을 고려하고 있다.

PFI등의 장기에 걸쳐서 하는 투자회수형 사업에 대해서는 일부를 제외하고 아시아 시장에서는 시기상조로 인식하고 있다. 그 이유로는 발주자가 계약에 대한 의식이 낮고 책임감도 크게 느끼지 않으며, 법제도가 미비 되어 있는 등 리스크가 크다고 생각하고 있기 때문이다.

## ② 현지화

Leighton, Gammon의 2개사는 건설비즈니스 성공의 열쇠는 현지화라고 하는 인식을 가지고 있다. Bouygues도 홍콩에 한해서는 현지화를 진행하고 있다 (홍콩이외의 아시아 지역은 프랑스 본사가 관리하고 있음).

현지화의 프로세스는 다음과 같은 3가지로 유형화가 가능하다.

- 스스로 거점을 만들어서 진출해서 육성하는 방법  
(Leighton이 호주 이외의 아시아 거점에 진출한 경우가 해당).
- 인수 후, 점점 현지인재를 육성해서 이관하는 방법  
(Bouygues 가 Dragages를 매수한 후, 그 다음으로 현지화한 경우가 해당).
- 인수 후 인수업체에 전부 맡기는 방법  
(Skanska가 Gammon을 인수한 경우가 해당).

한편, VINCI사는 프랑스에 확고한 기반을 갖추고 있기 때문에 해외에서의 대규모 프로젝트에 참여하는데 있어서 현지화에 노력을 하고 있지 않는 편이다.

### ③ 관리시스템

본사가 해외사업을 어떻게 관리·컨트롤하는가의 구성(지역사회의 관리시스템)에 대해서는, 원칙적으로 각사마다 현장의 판단을 중시하고 있다. 본사는 현장부문에서 올라오는 정기적인 보고에 기초해서 사후평가 하는 입장을 취하고 있다.

또한, 각사가 구축하고 있는 프로젝트 관리 시스템은 어떤 프로젝트 매니저라도 그 일을 담당할 수 있도록 설계하고 있다. 인재육성에 투자를 해서 우수한 인력을 육성하고 그로 인해 회사의 이익을 증가시키는 것보다는 좋은 시스템을 정비해서 프로젝트 매니저에게 의존하지 않고 이익을 낼 수 있는 시스템을 구축하도록 노력하고 있다.

### ④ 유럽의 본사와의 관계

Leighton 및 Gammon은 각각 Hochtief가 51%, Skanska가 50% 자본참여를 하고 있다. 그러나 자본을 투입한 이후에 과도하게 사업전략에 개입을 하는 케이스는 전혀 없었다. 마켓 정보의 공유, 베스트 프랙티스의 공유, 고객기반의 확충 등이 중시되었고, 대등한 파트너로서 자리매김을 하고 있다.

Dragages의 경우 Bouygues의 100% 자회사이고, 개별사업에 관한 판단은 프로젝트 초기단계에서 Bouygues에서 결정하고, 나중에는



Dragages가 주체적으로 노력하는 체제가 되어 있다.

### ⑤ 중국시장에 대한 방침

중국시장에 대해서는 무시할 수 없는 시장규모이기 때문에, 현 단계에서는 리스크가 큰 만큼 신중한 편이다. 해외로부터의 직접투자안건과 가격이외의 부가가치를 이해하는 신뢰할 수 있는 고객의 안건에 대해서 노력하는 편이다. 특히 PFI·컨셉과 개발 등의 투자안건은 어떠한 회사에서도 노력할 예정은 없다는 입장이다.

한편, 장기적 관점에서 포석을 하는 업체도 있다. Dragages는 올림픽 스타디움에서의 기술협력과 중국 건설회사와 제3국과 JV를 하는 등의 노력을 하고 있다.

### (3) 유럽계 건설회사의 아시아 시장진출 사례를 통한 시사점

건설은 산업의 특성상 시장에 의해서만 움직이기 힘든 면이 있다. 대규모 공사의 발주자가 민간이 아니라 공공이기 때문이다. 다시 말하면 외국의 업체가 자국내 건설시장에 진출하기 위해서는 해당 국가의 건설관련 법, 제도, 문화 등을 모두 알아야 한다는 부담감이 있기 때문에 진출이 어렵다고 인식하고 있다. 특히 아시아 시장은 문화 자체가 개방적이라기보다는 폐쇄성이 강하므로 외국의 건설업체가 진출하기에는 어려움이 있다는 선입견이 있는 듯하다.

선진 외국의 건설 회사들이 해외진출을 하는데 있어서 시장이 한쪽으로 치우쳐 있다. 미국, 중동 지역이 많은 비중을 차지하고 있으며 아시아 지역으로의 진출은 미미한 편이다. 아시아 국가들 가운데

에서도 홍콩이나 싱가포르 같은 국제 무역도시라고 하는 이름에 걸맞게 외국의 건설업체들도 일부 진출을 본격적으로 하였다. 하지만 한국을 비롯해서 일본, 중국 등과 같은 동북아시아 국가들로는 진출을 많이 하지 못하고 있다. 한국과 일본은 자국의 건설업체들조차도 치열한 경쟁을 벌이고 있기 때문에 해외업체가 진출할 틈을 거의 찾지 못하고 있다. 그렇다면 향후 성장에 대한 기대가 높은 중국시장도 진출을 할 수는 있지만 건설 분야에 있어서만큼은 활발한 진출이 이루어지지 못할 것으로 전망된다.

우리나라 건설업의 입장에서는 이것이 기회가 될 수도 있다. 진출하기 쉽지 않은 아시아 시장으로 유럽의 건설업체들이 진출을 한 사례를 통해서 시사점을 도출함으로써 우리나라 건설업체들이 해외로 진출하는데 좋은 검토 사항이 될 것이다.

유럽의 건설업체들이 아시아 시장에 진출을 하는데 있어서는 직접 시장에 들어가기 보다는 현지 업체와 협력하거나 인수를 하는 직접적인 방식과 주식매입을 통해서 주식보유율을 높이는 간접적인 방식을 사용하고 있다. 시장이 경직되어 있거나 법·제도적인 측면에서 진출하기 어렵다면 현지 업체를 통해서 간접적으로 진출을 하는 방법을 이용할 수도 있다. 초기에는 이러한 방법을 통해서 사업을 시작하고 공사의 수주가 증가하게 되면 점차 해당 국가에서 단독으로 수행할 수 있도록 현지화 하는 것이 그 다음 단계가 될 것이다.

현지화 하기 위해서는 자국의 인력이 해당 국가에서 업무를 수행할 수 있도록 법, 제도, 언어, 문화 등의 교육을 하거나 혹은 현지에서 우수한 인력을 채용하는 방법도 있다. 결국 우수한 인력을 얼마나 보유하고 있느냐가 현지화에 중요한 요소가 될 것이다.

마지막으로는 인수·합병 등을 통해서 진출을 하거나 아니면 직접

자회사를 만들어서 진출을 하던 본사와의 관계가 중요하다. 본사에서  
는 현지에 진출한 업체에 어느 정도의 권한을 이양해 주어야 하며  
그에 따른 책임감도 부여해야 한다. 해당 국가의 공사 발주 체계나  
시장 현황을 잘 알지 못하는 본사에서 모든 것을 통제하고자 하게  
되면 원활한 공사가 이루어지지 못하고 현지에 진출한 업체는 어려  
움을 겪게 될 것이다.

## 1. 전문건설업의 해외진출 필요성 및 가능성

### 1) 전문건설업의 해외진출 필요성

우리나라 건설업체들이 해외에서 수주한 금액이 350억 불을 넘어가면서 해외시장에 대한 관심이 더 높아지고 있으며 전문건설업체들도 해외진출에 대해서 적극적으로 검토하고 있다. 우리나라 해외건설 수주는 현대건설, 두산중공업, 현대중공업, 삼성 엔지니어링, GS건설, SK건설, 대우건설, 삼성물산, 대림산업, 쌍용건설<sup>17)</sup> 등 대기업 위주로 이루어졌으며, 전문건설업체들은 일부를 제외하고는 이들 기업의 공사를 하도급 받아서 공사를 하는 것이 현실이었다.

국내에서도 해외공사와 다를 바 없이 일부 대형 전문건설업체를 제외하면 전문건설업체는 대부분이 중소기업이기 때문에 주도적으로 건설시장을 리드하는 역할을 하지는 못했다. 직접 시공을 하는 전문건설업이 건설산업을 주도적으로 이끌어야 함에도 불구하고 오랜 기간 하도급을 받는 수직적인 구조로 인해 그 역할이 두드러지게 나타나지 못했다. 수직적인 건설구조에서 수평적으로 변화되어 가는 이 시점에서 전문건설업체들도 건설시장을 둘러싼 환경변화에 적절하게

17) 건설교통부 보도자료(2007년 11월 30일)에 의해 해외건설 300억 불 달성에 크게 기여한 10개 기업에게 감사장과 감사패를 수여한 기업들임

대응해야하고 치열해지는 경쟁에서 생존하기 위한 전략이 필요하며 해외시장진출을 하나의 방안으로 고려해볼 수 있다. 해외시장진출은 업체들의 사업 분야를 다양화 할 수 있으며 국내에서는 얻을 수 없는 경험과 지식을 축적할 수 있는 기회가 되고, 이것을 다시 국내에서 활용함으로써 업체들의 성장 동력이 될 수 있다.

해외시장은 초기에 진입하는 데는 어려움이 있을 수 있으나 앞으로 건설 물량이 증가할 것으로 예상되는 지역으로 초기에 들어가서 자리를 잡는다면 장기적으로 업체들의 수주 포트폴리오를 다양화 할 수 있다. 우리나라와 거리상 가깝다는 장점이 있는 동남아시아지역, 아직 개발 여지가 많이 남아있는 중앙아시아 그리고 전후 재건과 산업발전으로 건설수요가 급증할 것으로 보이는 이라크를 포함해서 중동지역은 우리나라 건설업의 진출가능성이 높은 지역들이다. 이들 지역에 대한 정확하고 신뢰할 수 있는 정보를 가지고 각 업체의 역량에 맞게 선택하고 집중한다면 성공적으로 사업을 수행할 수 있을 것이다.

## 2) 전문건설업의 해외진출 가능성

앞에서 전문건설업의 해외진출의 필요성에 대해서 언급하였으나 전문건설업이 해외시장에서 경쟁력을 보유하고 있는지 그리고 해외진출의 가능성에 대한 검토가 필요할 것이다. 우선 해외진출을 하기에 앞서 전문건설업이 해외에 진출하는데 있어서 어떠한 어려움이 있는지 살펴보고자 한다.

제조업과는 달리 건설업은 어느 나라에나 존재하는 산업으로 자국내에서의 경쟁력을 가지고 해외로 진출하기는 쉽지 않으며 각 국가

의 다양한 제도나 관습을 이해하고 시장의 특성에 맞는 전략을 가지고 진출을 하는 것이 필요하다. 외국 업체들이 중동지역으로 진출을 활발하게 한 것은 시장 규모에 비해 많은 부분을 외국 기업에 개방을 했기 때문으로, 그 외의 유럽, 미국, 일본 등과 같은 선진국에서 외국의 건설업체들이 건설시장에서 공사를 수주하기는 쉽지 않은 것이 현실이다. 전문건설업이 해외로 진출하는 데는 많은 어려움과 문제점들이 있으며 이를 해결하는 것이 우선적으로 이루어져야 해외진출을 하되 성공적인 진출이 될 것이다.

전문건설업이 해외로 진출하는데 있어서 가장 큰 어려움은 정확한 정보의 구득이 어렵다는 것이다. 정보를 얻는 경로가 공식적으로 정해진 곳이 없기 때문에 획득한 정보에 대해서도 신뢰성을 검증할 수 있는 방법이 없다는 것이 문제점으로 지적되고 있다. 정보를 구득하는 방법은 우선 우리나라의 해외건설협회에서 제공하는 것을 이용할 수 있고, 해외공관을 통해서 보다 상세한 정보를 얻을 수 있다. 그러나 그 외의 경로를 통해서 얻은 정보에 대해서는 신뢰할 수 있는지의 여부를 판단해야하는 문제가 여전히 남아있다. 보다 구체적인 정보를 얻기 위해서는 현지에서 수집하는 것이 좋은 방법이지만 정보의 진위여부를 판단하기 어렵기 때문에 건설업체들이 해외공사에서 어려움을 겪게 된다.

해외건설공사를 성공적으로 수행하기 위해서는 해외건설시장에서 경험이 있는 인재를 활용해야하지만, 해외건설과 관련된 인재가 부족한 것이 건설업체들이 갖고 있는 또 하나의 어려움이라고 할 수 있다. 1970 ~ 80년대 초반에 해외 공사 경험이 있는 인재들은 퇴직을 하였고 그 이후 해외공사 수주의 부진으로 해외진출 자체가 많이 이루어지지 못하였기 때문에 해외경험을 보유하고 있는 인재들이 부족

한 것이 현실이다.

정보획득의 어려움과 경험 있는 인재의 부족은 전문건설업 뿐만이 아니라 일반건설업에서도 지적하고 있는 문제점이다. 최근 건설교통부와 해외건설협회에서는 해외공사와 관련된 정확한 정보를 제공하고 해외공사 업무와 관련된 인재를 육성하기 위한 교육 프로그램, 정보 구축 시스템 등을 만들어서 활용하고자 하고 있다. 향후 이러한 시스템이 갖추어진다면 해외에 진출하는데 있어서 진입장벽은 낮아질 것이다.

전문건설업이 해외에 진출하는데 있어서 일반건설업과 달리 직면할 수 있는 문제점도 있다. 일반건설업이나 엔지니어링은 소수의 인원만으로도 해외에서 사업을 수행하는 것이 가능하며 현지의 노동력을 활용할 수 있다. 하지만 직접 시공을 하는 전문건설업은 장비와 인력을 가지고 진출을 해야 하는 부담이 있으며 특수 장비나 고도의 기술에 의한 정밀시공을 필요로 하는 공사를 제외하면 현지 업체들과 비교해서 우리나라 전문건설업은 가격 경쟁에서 어려움이 있다. 가격 경쟁이 아닌 기술경쟁력으로 진출을 하는 것이 필요하며 모든 지역을 대상으로 하는 것보다는 지역을 선택해서 그 지역에 집중적으로 사업을 수행해서 자리를 잡는 전략이 필요하다.

기술력 및 가격 경쟁력을 가진 업체라고 해도 해외공사를 하지 못하는 또 하나의 이유는 공사보증과 관련된 것이다. 해외에서는 우리나라 건설업체의 공사보증에 대해서 한국은행, 수출입은행 등 신뢰성 있는 기관에 한해서만 인정을 하고 있기 때문에 업체들이 지급 보증을 하는데 어려움이 많다. 대한건설공제조합에서는 외환은행과 업무체결을 해서 해외공사에 대한 지급보증을 하기로 하였고, 2007년 4월 삼환기업의 아프가니스탄 도로공사 입찰보증을 시작으로 최근 삼성

물산 계약보증까지 2007년 10월 현재 총 2800만 불 규모의 해외건설 공사 입찰 및 계약 지급보증의 실적을 올렸다<sup>18)</sup>. 전문건설업체에 대해서는 전문건설공제조합이 하는 지급보증을 통해서 보증문제가 해결될 수 있다면 해외진출이 보다 활발해 질 것이다.

상기의 문제점들이 존재함에도 불구하고 건설업체들 그 중에서도 중소기업들이 대부분인 전문건설업체들이 향후에 다양한 수주 포트폴리오를 구성하기 위해서는 해외진출은 필요하다고 본다. 그렇다면 전문건설업이 해외진출을 어느 지역으로 하는 것이 성공할 수 있는지에 대해서 개략적으로 언급해보고자 한다.

미국, 유럽, 일본 등과 같은 선진 국가에서는 자국 내의 건설업체들이 시장을 선점하고 있기 때문에 우리나라 업체들이 진입하기에 어렵지만 동남아시아, 중앙아시아, 중동, 아프리카, 남아메리카 등의 지역에서는 인프라 수요도 아직 많이 남아있으며 전문 시공을 하는 분야로도 진출할 수 있는 여지가 많이 남아있다. 동남아시아 지역은 우리나라와 지리적으로도 가깝고 같은 동양 문화권이므로 진입장벽도 다른 서양 문화권에 비해 낮은 편이다. 최근에는 신도시개발과 같은 개발 사업이 많이 이루어지고 있고, 우리나라 업체들의 진출이 활발한 곳이므로 기존에 진출해 있는 업체들과 협력해서 공사를 수행할 수 있을 것이다. 중앙아시아 지역도 최근 부동산 경기가 활발해지면서 주택개발 등의 사업이 많이 이루어지고 있고 인프라 시설에 대한 수요도 강하게 나타나고 있는 곳이다. 카자흐스탄, 우즈베키스탄, 아제르바이잔 등과 같은 곳은 개발 잠재력이 높은 곳으로 우리나라 업체들이 진출하기에 좋은 곳이기는 하지만, 언어를 포함해서 문화,

---

18) 일간건설(2007년 2월), 해외건설공사 보증기준 마련  
헤럴드경제(2007년 1월), 건설공제조합 해외공사 지급보증 정착단계



제도적인 차이가 있다는 것을 인식하고 있어야 한다. 또한 중앙아시아 지역에서는 터키의 건설업체들이 많이 진출해서 자리를 잡고 있으며 향후에 아프리카, 라틴아메리카, 동남아시아 등으로까지 그 활동영역을 계속해서 넓힐 것으로 보이기 때문에 우리나라 업체와의 경쟁을 피할 수 없을 것이다. 또한 중앙아시아 지역은 경제적, 사회적, 문화적으로 터키와는 유대관계가 깊기 때문에 터키 건설업체가 더 유리한 입장을 갖고 있으므로 터키 건설업체와의 경쟁보다는 상생할 수 있도록 협력관계를 구축하면서 우리나라의 기술경쟁력을 앞세워서 진출을 하는 것이 바람직할 것이다.

중동 지역은 전후 재건 사업, 플랜트 관련한 산업설비 등의 공사 발주가 증가하고 있고, 우리나라의 건설업체들이 많이 진출해 있기 때문에 아직 해외로 눈을 돌리지 않았던 전문건설업체들도 일반건설업체와의 동반진출을 통해 처음으로 진출하기에 용이한 지역이다. 이 지역은 최근에 공사 발주량이 급증하면서 유럽, 미국의 선진 건설업체들이 중동지역으로 다시 진출하고 있고, 터키와 중국과 같은 가격경쟁력이 있는 국가들이 지리적으로 가깝다는 장점이 있기 때문에 전략적으로 중동지역에서 공사 경험이 많은 일반건설업체와 함께 진출하는 것이 좋은 방안이 될 수 있다.

초기 진출을 할 때에는 일반건설업체와 동반 진출을 해서 공사 경험과 노하우를 축적하면서 현지 적응을 통해서 네트워크를 구축하게 되면 단독으로 공사를 수주할 수 있는 역량을 갖게 될 것이다. 진출할 지역은 각 업체들이 결정해야 하겠지만 선진국 보다는 향후에 개발 잠재력이 높은 국가들로 진출하는 것이 장기적으로 안정적인 수주를 위해서도 유리할 것이다.

## 2. 해외시장에서의 경쟁력 제고 방안

우리나라 건설업이 해외진출에 성공하기 위해서는 사업 환경을 정비하고, 사업기회의 증대를 위해 업계와 정부가 함께 노력함과 동시에, 국내에서도 해외사업을 함에 따른 리스크 관리 능력 강화, 새로운 시장에 맞는 신사업모델을 발굴해야한다. 이와 함께 해외사업을 하는데 있어서 인재 발굴 및 인재 육성을 해서 국제경쟁력을 강화함으로써 해외진출에 대한 체계를 갖추는 것이 매우 중요하다.

### 1) 리스크 관리 강화

해외사업을 할 때에는 건설사업 프로세스에서 발생할 수 있는 리스크 외에도 국가 리스크와 환율 리스크 등의 다양한 리스크가 존재한다. 건설업이 해외사업을 전개하는데 있어서 리스크를 회피하고 관리해가기 위해서는 우선 기존 제도나 다른 산업에서 활용되고 있는 리스크 관리 방법을 적극적으로 활용함과 동시에 필요한 자원을 잘 배분함으로써 리스크 관리를 강화할 필요가 있다.

우리나라 정부에서도 기업의 해외활동 지원에 필요한 금융지원제도 외에도 해외거래에 있어서 정치적 위험(political risk)<sup>19)</sup>과 신용위험(credit risk)<sup>20)</sup>에 대응하기 위한 수출보험이 존재하고 있으므로 이러한 리스크 관리를 위한 제도를 활용해야한다. 수출보험제도 중 해

---

19) 정치적 위험(political risk) : 통상의 보험으로는 담보될 수 없는 위험 즉 수입국의 전쟁이나 내란, 환거래의 제한 및 금지 등에 의한 위험

20) 신용위험(credit risk) : 수출계약 상대방의 파산 또는 내금지금지연 및 거절 등에 의한 위험

외공사보험은 해외공사계약 상대방의 신용위험 발생, 해외공사 발주국 또는 지급국가에서의 정치적 위험 발생에 따라 손실을 입게 된 경우에 그 손실을 보상하는 제도를 말하며 한국수출보험공사가 해외공사보험(건설·엔지니어링), 해외공사보험(장비)로 별도 약관을 운영하고 있다.

리스크 관리의 방책으로써 정부에서 하는 보험제도가 유효한 수단이라고 생각되며, 이에 더해 해외의 민간보험시장 등에 있어서 한정적이지만 국가 리스크를 커버하는 보험 상품을 개발하거나 이러한 상품의 활용 가능성에 대해서도 검토해야 한다.

## 2) 신사업모델 발굴

전문건설업은 건설업의 본업이라고 할 수 있는 전문시공을 중심으로 진출을 하되, 단순한 하도급만의 사업에서 기술력과 전문성을 살린 다양한 서비스를 제공할 수 있도록 하고, 이를 살릴 수 있는 사업으로 전환하도록 한다.

외환위기 이후 건설시장 규모가 축소되면서 건설업체에서는 구조조정이 일어났고 여기서 생존하기 위해서는 사업경영의 투명성, 사업의 다각화 등의 전략을 구사하였다. 2007년 현재 건설시장을 보면 외환위기 이전으로 회복한 것처럼 보이지만 실제로는 주택시장의 호황으로 한 차례의 위기를 넘긴 것으로 보인다. 여전히 주택사업에 대한 비중이 높기 때문에 현재와 같은 미분양 사태가 지속될 경우 중소기업체들의 부도는 막기 어려울 것이다.

국내에서 사업을 영위하는 것이 쉽지 않을 때에는 해외진출을 모색하게 된다. 해외에 진출하는 것은 국내시장에 진출하는 것과 마찬가지로

가지로 상대국의 니즈에 맞게 신사업 모델을 발굴하는 것이 중요하다. 최근에는 공공과 민간이 협력해서 사업을 하는 형태가 많이 이루어지고 있으며, 아시아 지역에서도 PPP(Public Private Partnership), BTL(Build Transfer Lease) 등을 활용해서 민간에 의한 인프라 정비가 적극적으로 추진되고 있다. 우리나라 건설업이 가진 우수한 기술력 및 노하우를 활용해서 해당 국가에 질 높은 인프라 정비에 공헌하기 위한 방책에 대해서 관·민이 하나가 되어 새로운 사업 모델을 발굴하는 것이 필요하다.

### 3) 인재발굴 및 육성

해외에서 사업을 전개하는 데에 있어서 현지사업을 수행할 수 있는 인재를 보유하는 것은 매우 중요하다. 인재를 현지에서 구하는 것도 가능하지만 우리나라 건설업을 활용해서 고부가가치 건설서비스를 제공하기 위해서는 우리의 건설업이 가지고 있는 기업문화를 전달할 수 있는 사람이어야 한다.

1970년대에 중동지역으로 진출한 우리나라 건설업은 장기간 해외업무에 종사하는 인재를 있었음에도 불구하고 그 다음 세대에게 지식·경험을 전달하는 것이 충분히 이루어지지 않았다. 그 결과 본격적으로 해외시장에 진출하는 현재 해외업무에 종사하는 인재를 부족한 상황이다. 더욱이 외환위기를 경험하면서 건설업체는 구조조정을 하였고, 신규 인력 채용을 등한시 하면서 전문 인력 부족이 더욱 심화되었다고 할 수 있다.

해외업무를 하는데 있어서 계약관리, 클레임 처리 등 해외 고유의 지식·경험이 필요하며, 해외공사 실무에 관한 교육 등을 통해서 이

재를 육성해야한다. 1970년대 해외공사에 경험을 보유하고 있는 세대가 이제 정년퇴임을 이미 했거나 앞두고 있는 상황에서 이들을 활용하는 것도 한 방법이 될 수 있을 것이다.

#### 4) 해외시장 진출 형태에 따른 방안

##### ① 단독진출

전문건설회사가 해외건설시장으로 단독으로 진출을 하는 경우에는 해당 국가의 발주자가 발주한 것을 외국의 원도급 업체가 수주를 받은 공사를 다시 하도급 받거나 직접 발주자로부터 원도급을 받을 수 있다. 외국 기업이 수주한 공사를 하도급 받을 때에는 외국 기업과 공동으로 일을 하기 위해서는 그 업체와의 협력이 중요하며 공사를 순조롭게 하기 위해서는 원도급 업체와의 계약을 확실하게 하고 분쟁발생시를 대비해서 법적인 문제에 있어서도 준비를 철저히 하는 것이 필요하다. 그리고 직접 원도급을 수주할 때에는 발주자와의 관계를 원만하게 유지하면서 공사를 수행해 나가는 것이 중요하다.

해외시장으로의 단독진출은 많은 어려움이 있지만 일단 노하우를 축적하게 되면 그 이후에는 진출할 수 있는 영역이 확대될 수 있다. 이러한 노하우를 통해서 해당 국가뿐만이 아니라 또 다른 새로운 국가로 진출하는데 있어서도 많은 도움이 될 것이다. 그리고 해외공사에서 얻은 경험과 노하우는 각 회사의 역량을 강화시키고 이를 다시 국내시장에 적용함으로써 산업의 선진화에 기여할 수 있다.

국내에서는 기본적으로 단일공종 전문공사의 원도급만 허용되고 복합공사의 원도급을 받는 것이 금지됨에 따라, 2종 이상의 전문공사

가 복합된 공사로 공사예정금액이 2억 원 이상인 공사에 대해서는 전문건설회사가 원도급을 받지 못하게 되어있다<sup>21)</sup>. 반면 해외에서는 전문건설업체의 시공기술력을 가지고 단독으로 발주자로부터 수주를 받아서 공사를 할 수 있다. 외국에서는 일반건설업자와 전문건설업자를 구분해서 수주에 제한을 두기 보다는 발주자가 공사성격에 맞게 발주조건을 내세우도록 되어 있으므로 이에 맞게 입찰을 할 수 있다. 원도급의 입장에서 수주를 하기 위해서는 국내에서 하도급을 하던 방식과는 달리 A부터 Z까지 준비를 해야 하며 그 과정을 익히는데 시간적 경제적으로 비용이 들어갈 수 있다. 하지만 이러한 경험을 축적함으로써 향후에 해외시장 진출을 통한 발전가능성을 높일 수 있으며 업체들 각각의 전문시공기술의 향상뿐만 아니라 공사의 기획, 관리까지도 학습할 수 있는 기회가 될 것이다.

## ② 일반건설업체와 동반진출

우리나라의 일반건설업체와 동반해서 진출을 하게 되면 기존에 일반건설업체들이 보유하고 있는 오랜 기간 축적된 노하우를 통해서 해외시장으로의 진입이 보다 쉬울 수 있다. 해외건설공사를 보면 대

21) 건설산업기본법 제16조 3항에 의하면 “전문건설업자는 일반건설업자만이 도급 받아 시공할 수 있는 건설공사를 도급받아서는 아니된다. 다만, 다음 각 호의 1에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다. 1. 일반건설업자가 종합적인 계획·관리 및 조정을 하는 공사중 전문공사에 해당하는 부분만을 시공하는 조건으로 당해 일반건설업자와 공동으로 도급받는 경우 2. 전문공사와 그 부대공사를 함께 도급받는 경우 3. 2개 업종 이상의 전문건설업의 등록을 한 전문건설업자가 당해 업종에 해당하는 전문공사로 구성된 복합공사를 하도급받는 경우가 해당됨. 또한 건설산업기본법 시행령 제21조 2항에서는 “2종이상의 전문공사가 복합된 공사로서 공사예정금액이 2억원 미만이고, 주된 전문공사의 공사예정금액이 전체 공사예정금액의 2분의 1이상인 경우 그 나머지 부분의 공사”를 부대공사의 범위안에 포함하고 있음.

부분의 일반건설업체들 중에서도 대규모 업체들이 진출을 많이 하고 있으며 2007년 8월 현재 수주액을 기준으로 보면 현대중공업, 두산중공업, GS건설, 삼성ENG, 삼성물산, 대우건설, 현대건설 등이 각각 10억 불 이상을 수주하였다<sup>22)</sup>. 그러므로 일반건설업체들이 확보한 수주 물량에 대해서 하도급을 받을 수 있고, 공사과정에 있어서도 외국 업체들과 상대할 때 발생할 수 있는 언어, 문화적 차이로 인한 문제를 피할 수 있다.

하지만 해외공사에서도 전문건설업자들이 하도급의 역할만을 하게 될 경우에는 해당국가의 건설관련 제도·법에 대한 경험과 노하우를 축적하기 어려우며 수익배분에 있어서도 주도권을 갖기 어렵다. 따라서 점진적으로 현지에서 독자적 원도급 능력을 기르기 위해 현지 네트워킹과 공사 관리능력 등을 갖추어나가도록 별도의 노력을 경주하여 현지시장에서 생존능력을 배양시켜야 한다.

### ③ 현지 업체와의 전략적 제휴를 통한 진출

해외에 진출하는데 가장 큰 장애물이 국가별로 다른 관습, 제도, 언어, 문화 등이며 이들에 대한 신뢰할 수 있는 정보의 구득이 어려운 것이 현실이다. 또한 국내시장의 성장성이 한계에 부딪치고 있는 상황에서 새로운 성장 동력을 찾는 방법으로 해외 업체와의 제휴는 장기적으로도 건설산업에 도움이 될 수 있다.

특정 프로젝트를 수행하기 위해서 국제 기업 간 전략적 제휴를 하게 되면 독립적이고 대등한 회사로서 계속 존재하면서 프로젝트와 관련해서는 할당된 임무에 대해서 공동으로 관리하고 나오는 이익은

---

22) 2007년 8월 30일 건설교통부 보도자료

정해진 비율 혹은 기여도에 따라 분배하게 된다. 다시 말해서 건설과 같이 단위 프로젝트의 규모가 큰 사업은 프로젝트 베이스로 현지 업체와 전략적 제휴를 함으로써 우리나라 업체들의 사업 리스크를 줄이고 이익을 극대화 할 수 있다.

현지 업체와 전략적 제휴 형태로 진출을 하게 되면 현지에 적응하는데 어려움이 적어질 것이며 현지에서 인력채용 및 관리에 관한 문제에 대해서도 보다 수월하게 접근할 수 있다. 그리고 공사를 수행하는데 중요한 발주자와의 관계도 원만하게 유지할 수 있다.

해외의 현지 업체와 전략적 제휴를 하는 것은 위에서 언급한 바와 같이 해외로 진출하는데 좋은 방식이긴 하지만 어느 회사와 하는지가 중요한 부분이 될 것이다. 해당 기업의 재무·회계 정보와 시장 점유율 등의 기본적인 사항과 함께 시장에서의 인지도, 회사 내부의 분위기 등 객관적인 데이터로 표현하기 힘든 부분까지도 파악을 해야 하기 때문이다. 이에 대한 정보는 공신력 있는 곳에서 반드시 확인절차를 거치고 나서 전략적 제휴를 추진하는 것이 바람직할 것이다.

### 3. 해외진출을 위한 정부차원의 지원체계

우리나라 건설업이 해외에 진출하는 것은 건설업체 자신의 이익을 확보·확대 하는 것뿐만 아니라 그 외에 여러 가지 사회 경제적 의의를 가지고 있다. 우리나라 건설업체의 뛰어난 기술·노하우를 활용해서 우수한 건물·인프라 시설 등을 외국에서 건설하는 것은 우리나라에 있어서 국제 사회로의 공헌이나 국제 협력의 또 다른 면을 갖게 되는 것이다. 이는 우리나라의 현재 국제 사회에서의 지위나 신



퇴성 향상으로도 직결된다.

특히 현재 아시아, 중동 지역 등 해외의 개발도상국 등에서는 대규모 인프라 시설 니즈가 있으며 해외건설업에서 풍부한 경험을 보유하고 있는 우리나라 건설업의 활발한 참여가 기대된다. 치열해지는 국내시장 환경 가운데 해외시장으로의 진출을 추진하는 것은 건설업의 활력을 회복하기 위해서도 좋은 방안이 될 것이다.

우리나라 건설업이 해외진출을 실현하기 위해서는 정부 및 업계가 각각의 성격·기능에 맞게 역할분담을 한다는 전제하에 적극적으로 추진하는 것이 필요하다. 지금까지 우리나라 건설업이 해외에 진출하는데 있어서 정부의 지원이 충분했다고 말하기는 어렵다. 실제 해외에서 사업 전개는 각 기업이 주체적으로 하나이지만 정부 외에는 할 수 없는 일, 정부가 추진해야 하는 일이 적지 않다. 법·제도적으로 우리나라 건설업이 진입을 할 수 없는 배타적인 부분을 개선하기 위해서는 정부가 중심이 되어 교섭을 해야 한다.

해외로의 진출은 진출하고자 하는 업계와 기업이 노력해야 하는 것이지만, 진출 초기단계에서는 국가의 인지도와 신뢰가 많은 영향을 주게 되며 정부가 지원하는 정도에 따라서 성공 여부가 결정 될 수 있다. 향후에 우리나라 건설업이 해외진출을 하는데 있어서 정부의 적극적인 지원은 새로운 비즈니스 기회의 증대로 이어질 수 있도록 기반을 만들어 가야할 것이다.

## 1) WTO, EPA, FTA와 같은 정부교섭 기회 활용

건설업은 공공에서 발주하는 공사가 많고 시장 자체가 폐쇄적이라고 할 수 있다. 건설업 관련 제도들도 국내와 해외에 대해서 차별적

으로 적용하고 있으며 특히 인허가 등의 행정절차에 있어서 많은 어려움이 있다. 그러므로 우리나라 건설업의 해외전개를 추진하기 위해서는 진출하는 국가나 지역과 WTO, FTA 등 다국간·양국간의 정부 교섭기회를 활용할 필요가 있다.

최근 한미 FTA가 체결되었고, EU와의 FTA도 협상이 진행 중으로 양국 간 교섭기회가 눈에 띄게 증가하고 있다. 이러한 기회를 적극적으로 활용해서 우리나라 건설업이 해외에서 사업을 전개할 때 장벽이 되는 제도나 관습을 철폐하거나 개선하도록 하고, 사업할 수 있는 환경을 정비해나가도록 한다. 우리나라 건설업이 진출할 가능성이 있는 국가에 대해서 해당 국가의 건설관련 제도, 정부조달제도, 외국법인 투자환경, 취업노동자 관련 제도, 세금 등에 대한 조사와 건설시장 현황과 향후 전망, 건설업의 내부 구조 등에 대해서 정확하게 파악하는 것도 필요하다.

또한 각국에 주재하는 해외공관과 건설업체가 협력을 할 수 있는 환경을 마련하는 것도 중요하다. 민간 업체들이 단독으로 진출을 하는 것보다는 외교적 관계를 가지고 있는 해외공관들을 통한 정보가 가장 신뢰할 수 있기 때문이다. 해당 국가에 대한 정보와 진출 기업간의 의견 교환이 정기적이고 원활하게 이루어질 수 있는 환경을 구축하는 것이 바람직할 것이다.

## 2) ODA 활용

해외에서 사업 전개를 하는데 있어서 국가의 공적개발원조(ODA; Official Development Assistance, 이하 ODA) 사업은 우리나라 건설업이 해당 국가에 진출하는데 있어서 중요한 계기가 되며 수주를 안정

적으로 확보할 수 있는 방안 중에 하나이다.

우리나라 정부는 2005년 말 현재 40개국 137개 사업에 대해 총 2조 3,838억 원의 대외경제협력기금 차원지원을 승인하였으며 그 지원 규모는 1987년 179억 원에 비해 약 15배 증가한 것이다. 지역별로는 아시아 지역에 2002 ~ 2005년간 지원 전체 중에서 56%의 수준이 지원되었으며, 분야별로는 1990년대까지는 교통·통신·에너지 등 경제 인프라 위주로 지원되어 왔고, 2000년대 들어서서는 교육·보건·환경 등 사회 인프라 까지 확대되었다. 대외경제협력기금이 2000년대 들어와서 많이 증가하였으나 아직은 선진국의 4분의 1(GNI대비)수준에 불과하다.

재정경제부의 「2006-2009 EDCF 운용전략계획 수립」에 의하면 기금 지원 규모를 확대해서 2006 ~ 2009년간 총 1조 9,400억 원의 대외경제협력기금 지원을 추진할 예정이다. 그리고 대외경제협력기금의 지원 절차 개선방안도 마련하였다. 주요 지원국에 대해 개발도상국이 스스로 수립한 개발 계획을 토대로 우리의 비교우위 분야를 결정하는 방식으로, 국가별로 차별화된 3 ~ 4년간의 지원규모·전략 등을 포함한 ‘국별 지원계획(Country Program)’을 수립하였다. 이를 토대로 수원국(受援國)과 정기적인 정책협의를 개최해서 우량사업을 발굴해서 지원효과를 극대화 할 계획이다.

기금의 지원절차도 지금보다 간소화할 계획이다. 현재 개별 사업마다 체결하고 있는 ‘정부 간 시행약정’을 생략하고, 중점 지원국을 중심으로 다년간의 지원한도·조건 등을 규정한 ‘정부 간 기본협정’만으로도 다수의 사업에 대한 지원이 가능하도록 개선해 나갈 것이다. 이러한 지원 절차 간소화로 인해 각 사업당 지원 소요기간이 현재 9.4개월에서 3개월로 6개월 이상 단축되는 효과가 있을 것으로 기대

된다.

향후에 우리나라 건설업이 해외에서 사업을 전개하는데 있어서 우리나라 ODA를 적극적으로 활용할 있도록 ODA에 있어서 사회자본 정비안건을 증대시키고, 기술 활용형 안건을 한 층 더 활용하도록 적극적으로 노력해야할 필요가 있다.

### 3) 해외 진출 기술자 육성을 위한 정부차원의 교육센터 운영

해외진출을 하는데 가장 큰 걸림돌이 현지 언어 구사능력을 가진 기술자의 부족이다. 외국어가 가능한 인력은 많이 존재하고 있지만 건설 관련 기술자 중에서 언어 능력을 동시에 보유하기는 어렵기 때문에 이러한 기술자 육성을 위해서는 정부차원에서 지원을 할 필요가 있다.

해외건설 진출을 위한 인력공급을 위해서 정부 차원에서 기술자를 육성하는 교육센터를 운영하는 방안이 있다. 우리나라의 기술자들이 해외에 적응하기 위해서는 언어문제가 선결되어야 하는데 지역에 따라서는 영어를 꼭 해야 하는 것이 아니므로 이에 맞게 교육센터를 운영하도록 한다. 예를 들면 중앙아시아 지역은 한국어 구사를 해도 되기 때문에 영어 프리미엄 제거로 인건비를 절감할 수 있다는 장점이 있어서 이들 지역에 대해서는 능동적으로 인력 운용을 할 수 있다. 언어문제 외에도 해외시장, 제도, 관습, 문화 등에 대한 정보를 습득하고 사례 조사를 통해서 우리나라 업체가 해외에 나가서 부딪힐 수 있는 문제점을 사전에 인지할 수 있도록 한다.

업체에서도 해외진출 인재를 육성하기 위해서 투자를 해야하지만 건설산업의 해외진출을 보다 활성화하기 위해서는 정부차원에서 인

재를 육성하는 교육센터를 운영하게 된다면 건설업체들의 해외진출에 많은 도움이 될 것이다.

## 1. 결론 및 정책제언

### 1) 연구의 결론

최근 국내 건설시장은 경기침체와 정부의 부동산 시장 규제의 영향으로 지방에서는 미분양이 대량 발생하고 있으며, 업체들 간에도 경쟁이 치열해지고 있다. 산업의 어려움을 극복하기 위해 업체들은 사업의 다각화 및 해외시장 진출 등 다양한 전략을 수립하고 있다.

국내 건설업을 둘러싼 사회적, 법·제도적 변화는 건설시장의 구조, 건설주체의 역량, 경쟁요소 등에 많은 영향을 주게 된다. 인구 고령화와 저출산으로 인한 인구 감소는 노동인구시장에 영향을 줄 것이며 건설업과 같이 사람이 직접 시공을 하는 산업은 그 영향이 더 클 것이다.

또한, 법 개정으로 일반건설업과 전문건설업간의 겸업제한 철폐가 이루어지면서 비교적 중소기업이 많은 전문건설업체들은 더욱 치열하게 경쟁을 해야 할 것이다. 건설업을 둘러싼 환경변화 그리고 건설 산업 내부에서의 변화에 대응하기 위해서 전문건설업체들은 건설업 외에 타 산업과의 연계를 통해서 부가가치를 높이는 방안이 있으며 해외시장으로의 진출도 새로운 수익을 창출하는 방안이 될 것이다.

해외의 건설시장은 약 4조 6,000억 달러로 추정되며 계속해서 성장할 것으로 전망되며, 각 국가들의 시장 개방으로 더욱 규모가 확대될 것

이다. 최대 규모인 미국의 건설시장, 우리나라와 비슷한 체계를 가지고 있는 일본, 그리고 최근 부상하고 있는 유럽의 건설시장의 현황을 요약하면 다음과 같다.

미국의 건설시장은 성장을 계속해오다가 2007년 서브프라임 모기지 부실로 주택시장의 위축이 일어나고 이는 건설시장 전체에도 악영향을 주게 될 것이다. 이 사태의 영향은 아직 눈에 띄게 나타나고 있지는 않지만 2008년에는 수주감소로 이어질 것으로 예상된다.

일본의 건설시장은 공공 공사가 감소하고, 민간 공사와 해외 공사의 증가가 이루어지고 있다. 공공공사는 국가와 지방의 예산삭감, 개정 독점금지법의 시행으로 담합조사 강화와 일반경쟁입찰 확대 등으로 국가의 직할 공사 등 대형 안전을 중심으로 낙찰 가격이 인하하면서 시장이 영향을 받았다. 공공공사의 감소와 함께 민간공사는 확대되었고, 해외공사는 2006년도 기준으로 해서 전년도 대비 30% 증가하였다. 하지만 일본의 건설시장도 미국 시장의 영향을 받아서 민간시장의 증가세는 둔화될 것으로 전망된다.

유럽은 건설산업의 경쟁력을 환경과 결부해서 추진하고 있으며 건물의 에너지 성능 등을 고려하도록 하고 있다. 유럽의 건설투자는 GDP 대비 10% 이상으로 중요한 산업이기 때문에 환경에 주는 영향도 크다. 유럽에서는 환경문제를 중요한 부분으로 인식하고 건설 분야에서도 이에 대한 대비를 하고 있으며 유럽의 각 국가들은 이에 맞게 법령 등을 정비하면서 미래를 준비하고 있다.

상기의 국내외 건설시장 동향 분석에 이어서 국내외 건설업체들의 해외진출 및 해외 전문건설업체의 동향을 간단하게 정리하면 다음과 같다.

우리나라는 1965년에 태국으로 진출한 이래 2007년 12월초까지

357.2억 불을 달성하였으며 12월말에는 400억 불 정도 수주할 것으로 전망하고 있다<sup>23)</sup>. 최근에 해외공사 수주액이 증가한 것은 고유가의 영향으로 중동지역에서의 공사발주량이 증가했기 때문이기도 하지만, 국내 건설 시장의 포화상태로 인해 해외로 눈을 돌렸기 때문이다. 중동 지역에 집중되어 있고 공종도 산업설비에 치중되어 있기 때문에 다양한 시장과 분야를 발굴할 필요가 있다.

전문건설업의 관점에서 보면, 전문건설업체 중에서 (주) 삼보지질은 아시아지역으로의 성공적인 진출을 보여준 사례라고 할 수 있다. 삼보지질의 사례를 통해서 전문건설업체가 해외에 진출하기 위해서는 장기적인 비전을 가지고 있어야 하며 현지화에 적응할 수 있는 인력 보유의 여부가 성공의 관건이라 할 수 있다.

미국의 전문건설업에서도 해외 진출을 위한 것은 아니지만 숙련된 인력부족을 가장 큰 어려움으로 꼽고 있다. 다인종 · 다민족이 있는 미국은 이민 노동자를 활용해야 함에도 고용하는데 절차가 복잡하며 그렇지 아니하면 불법고용이 될 수도 있다. 산업 전반적인 측면에서 노동력 부족, 안전 문제 등이 전문건설업 분야에서 중요한 이슈로 다뤄지고 있다.

일본의 전문건설업은 신분야 진출, 신공법 · 신기술 도입, 현 사업의 효율화 · 고도화 · 고부가가치화에 초점을 두고 사업을 전개하고자 하고 있다. 새로운 기술이나 공법을 개발함으로써 내부역량을 강화하고, 현재 있는 능력을 최대한으로 할 수 있도록 노력하고 있다.

해외 전문건설업체들의 현황에 이어서 유럽의 선진 건설업체들이 자국 시장 외에 해외 시장으로 진출을 하기 위해서는 어떤 전략을

---

23) 해외건설협회에 따르면 2007년 12월 27일 현재 해외건설 수주실적은 총 397억 2,051만 불을 기록하였음.



세웠는지를 검토하였다. 전문건설업체의 해외시장 진출 전략은 아니지만 해외시장으로 진출하는데 문제점과 시사점을 도출할 수 있었다. 독일의 Hochtief, 스웨덴의 Skanska, 프랑스의 Vinci와 Bouygues를 보면, 아시아 지역 건설시장의 낮은 시장 개방도에 비해서는 진출이 많이 이루어진 편이지만 각 기업의 전체 수주액 대비로 본다면 아시아 시장이 차지하는 비율은 높지 않다. 중동지역과 같은 건설시장은 많이 개방되어 있기 때문에 진출하기가 용이하지만 아시아 지역은 시장의 개방 정도가 낮기 때문이다. 이와 같이 유럽의 선진 건설업체들은 아시아 건설시장이 문화적인 폐쇄성이 강하기 때문에 진출하기에 어려움이 많은 것을 이유로 진출하기에는 시기상조라고 인식하고 있다. 다만 진출을 한다면 현지화가 중요하며, 본사에서 관리 시스템을 얼마나 잘 구축하고 있는지, 본사와의 관계를 어떻게 설정하고 유지할 것인지가 중요하다고 보고 있다. 그리고 중국시장이 아시아 시장으로 진출하는데 있어서 매우 중요한 곳으로 인식하고 있다. 유럽과 같은 서구의 건설업체들이 아시아 시장으로 진출하는데 어려움이 있지만 같은 아시아 문화권인 우리나라는 보다 유리하게 다가갈 수 있을 것이다.

전문건설업이 해외에 진출하기 위해서는 해외시장에서의 경쟁력을 제고 할 수 있는 방안이 필요하다. 우선 해외사업을 할 때에는 다양한 리스크가 존재하기 때문에 리스크를 회피하고 관리하는 능력을 강화하는 것이 중요하다. 한국수출보험공사에서 하는 보험제도가 유효한 수단이며 여기에 더해서 민간보험시장에서도 리스크를 커버할 수 있는 보험 상품을 개발하거나 활용 가능성에 대해서 검토를 해야 한다.

해외 사업은 국내 시장과는 발주자의 니즈가 다를 수 있으므로 이

에 맞는 신사업 모델을 발굴하는 것도 필요하다. 특히 최근에는 아시아를 비롯해서 민간과 공공이 협력해서 사업을 하는 PPP(Public Private Partnership), BTL(Build Transfer Lease) 등의 사업 방식이 많이 이루어지고 있으며 이를 활용하는 사업 모델을 구축함으로써 해외로의 진출방안을 마련할 수 있다.

마지막으로 해외에서 사업을 전개하는데 있어서 중요한 요소가 현지 사업을 수행할 수 있는 인재를 보유하는 것이다. 인재를 직접 발굴해서 육성할 수도 있으며 현재 단계에서 그것이 어렵다면 인적 네트워크를 통해서 적시에 활용할 수 있도록 해야 할 것이다.

요약하자면, 2007년 11월 현재 우리나라의 해외건설시장 수주액이 300억 불을 넘어서면서 해외에서 우리나라 건설산업이 성장하고 있는 것처럼 보이지만 해외시장 점유율은 매우 낮다. 2006년 매출액을 기준으로 한 “2006년도 세계 225개 건설사(The top 225 global contractors)”를 국가별로 보면 미국이 18.4%, 프랑스가 15.3%, 일본 8.5%, 중국 5.3%이며 한국은 1.3%에 불과하다. 1997년 외환위기 당시 해외시장 점유율이 4.4%에서 현재 점유율이 낮아지고 있다. 바꿔 말하면 해외건설공사 수주액의 호조는 고유가와 저금리에 의한 세계적으로 건설경기 호황의 영향이며 우리나라만의 현상은 아니라는 것이다.

세계건설시장에서 점유율이 낮아진다고 하는 것은 우리나라 대형업체들의 해외시장 경쟁력이 높지 않음을 의미함과 동시에 중소기업체가 많은 전문건설업체도 마찬가지로 나타내는 것이다. 세계의 건설시장 점유율을 높이기 위해서는 전문건설업체, 일반건설업체 그리고 정부가 같이 협력을 하는 것이 필요하다.

## 2) 정책제언

우리나라 건설업이 해외에 진출하는 것은 건설산업만이 아니라 국제사회에서 우리나라가 갖게 되는 위상과도 관련이 있다. 그러므로 건설업이 해외에 진출하기 위해서는 정부의 지원이 필요하며, 이러한 지원은 우리나라 건설업의 새로운 비즈니스를 창출하게 될 것이다.

최근에 미국과 체결하게 된 한미FTA와 같은 양국 간 정부 교섭기회나, WTO, EPA와 같은 것을 적극적으로 활용할 필요가 있다. 인프라 정비와 같은 사업은 발주자의 대부분이 공공이기 때문에 우리나라의 전문건설업이 해당 국가로 진출하기 위해서는 공공 발주 시스템에 대한 사전 정보 및 경험이 있어야 한다. 그러나 이러한 것은 업체의 단독 노력만으로 되기는 어려우며 우리나라 정부에서 입찰제도 등의 건설관련 제도를 기술·품질 중심의 글로벌 스탠드화를 해나가야 한다.

해외공사의 특성상 리스크관리가 향후 해외공사 수행을 계속할 수 있을지를 결정하게 된다. 초기부터 리스크관리를 충실하게 해야 하기 때문에 협회차원의 노력이 필요하다. 대한전문건설협회가 현지 정부와의 제휴로 대규모 프로젝트의 발굴 및 추진이 리스크를 줄일 수 있는 대안이 될 수 있을 것이다.

또 하나의 방법이 국가의 공적개발원조(ODA) 사업에 적극적으로 참여하는 것이다. 우리나라 정부에서도 재정규모를 확대하고, 지원절차도 간소화함으로써 보다 적극적으로 지원할 계획이다. 우리나라 건설업체들이 해외로 진출하는데 있어서 ODA에 사회자본 정비안건을 증대시키고, 기술 활용형 안건을 포함함으로써 보다 적극적으로 ODA를 활용할 수 있게 해야 한다.

마지막으로 유럽의 건설산업에서 추구하고 있는 지속가능한 건설 즉 환경을 고려한 건설에 대해서도 관심을 가질 필요가 있다. 우리나라는 아직 개발도상국으로 구분이 되어 의무이행 대상국은 아니지만 2012 ~ 17년 개발도상국이 의무이행 대상국이 될 가능성이 높다. 그리고 선진국으로 분류가 되는 그 순간부터는 의무이행 대상국이 될 것이므로 이러한 환경 관련 국제기준에 맞출 수 있도록 준비를 해야 할 것이다.

## 2. 연구의 한계 및 향후과제

본 연구는 전문건설업체의 해외진출을 위한 기초연구의 성격으로 진행되었기에, 전문건설업체의 해외진출 필요성, 미국·일본·유럽 등 선진건설업체의 해외진출 사례, 국내 전문건설업체의 진출 사례를 소개하고, 향후 전문건설업체들의 해외에 진출하기 위한 업체 차원의 진출방안 및 정부차원의 지원방안에 대해서 기술하였다. 전문건설업체들이 실제 해외진출에 필요한 전략 수립을 위한 구체적인 정보 제공에는 한계를 지니고 있다. 향후 연구에서는 국내 전문건설 업체들이 해외에 진출할 수 있는 국가 및 상품(세부공종)을 선정할 수 있는 추가적인 분석이 이루어져야 할 것이다. 또한 진출 국가 및 상품을 위한 추가분석이 이루어진 후에는 이들 국가에 어떠한 형태로 진출해야 하는지에 대한 진출 형태 등에 대한 분석도 이루어져야 할 것이다.

한편으로는 본 연구에서 국내 전문건설업체의 해외진출 사례로 언급한 삼보지질의 성공사례 분석 이외에 다양한 해외진출 사례를 추

가적으로 발굴하여야 하며, 특히 성공사례 이외에도 실패한 사례를 발굴하여 향후 전문건설업체들이 해외에 진출할 때 실패를 반복하지 않게 대응책을 제시하여야 할 것이다. 이를 위해 이미 해외진출을 한 업체와 해외진출을 준비하고 있는 업체들을 대상으로 심층적인 인터뷰와 설문조사를 통해 추가적인 조사가 이루어진다면 전문건설업이 해외에 진출하는데 보다 구체적인 도움이 될 것이다.

## 참고문헌

### ■ 국내문헌

건설교통부 · 연세대학교(200), 중소기업체의 해외진출 활성화 방안, 해외건설협회 연구용역보고서

김민형(2005), 중소기업체의 해외시장 진출 실태 분석 및 활성화 방안, 한국건설산업연구원

국가정보원(2007), 해외경제정보 제2007-6호

이복남 · 최석인 · 이영환 · 장현승(2007), 해외 건설시장의 성장 가능성 진단 및 제언, 한국건설산업연구원.

재경부 국제기구과(2005), 인구고령화가 경제에 미치는 영향

최진욱 · 김재준 · 전낙근 · 이한승(2007), 해외건설 수주경쟁력 향상을 위한 ODA(Official Development Assistance) 활용방안, 건설관리논문집, 8(5), 한국건설관리학회, pp.173-181

한국건설산업연구원(2007), 2008년 건설경기전망, 한국건설산업연구원

\_\_\_\_\_ (2006), 2007년 건설경기전망, 한국건설산업연구원

\_\_\_\_\_ (2005), 2006년 건설경기전망, 한국건설산업연구원

\_\_\_\_\_ (2006), 중소기업체 해외시장개척을 위한 조사보고서(II), 한국건설산업연구원

\_\_\_\_\_ (2006), 중소기업체 해외시장개척을 위한 조사보고서(III), 한국건설산업연구원

\_\_\_\_\_ (2007), 중소기업체 해외시장개척을 위한 조사보고

서(Ⅳ), 한국건설산업연구원

해외건설활성화TFT(2006), 중소기업체 해외시장개척을 위한 조사보고서(Ⅰ), 한국건설산업연구원

#### ■ 해외문헌

World Bank(2003), Investing in Infrastructure:What is needed from 2000 to 2010?. World Bank Policy Research Working Paper 3102.

Annual Report(2006), Hochtief

Annual Report(2004), Vinci Construction Projects

Annual Report(2002), Bouygues

中小企業金融公庫 総合研究所 (2006), 中小建設業における新たな事業展開の方向性

社団法人 日本土木工業協会(2007), 日本建設業ハンドブック2007

建設経済研究所 (2007) 建設経済モデルによる建設投資の見通し

建設経済研究所 (2007) 第23次海外調査(欧州) 報告書(概要版)

#### ■ 인터넷자료

미국 상무성 홈페이지(<http://www.commerce.gov>)

통계청 홈페이지([www.nso.go.jp](http://www.nso.go.jp))

해외건설 중소기업체수주지원센터(<http://smc.icak.or.kr/>)

해외건설협회 홈페이지(<http://www.icak.or.kr/>)