

건설산업동향

# 중국의 부상이 한국의 해외건설시장에 미치는 영향

이복남·최석인

2003. 1. 23

■요약 .....	2
■서론 .....	3
■해외건설시장에서의 한·중·일의 주요 동향 .....	5
■한·중·일의 부문별 경쟁우위 평가 및 전망 .....	11
■시사점 및 대응방향 .....	16

CERIK

Construction & Economy Research Institute of Korea

한국건설산업연구원

## 요 약

- 2001년도 해외건설시장 매출액 기준으로 한중일 3국이 차지한 시장 점유율은 16.1%이며, 이는 1998년보다 34% 포인트가 낮은 수준이나, 중국업체들의 점유율은 지속적인 증가세를 보이고 있음.
- 중국의 약진이 주목할만하나 한국과의 경쟁부문이 상호 중복되지는 않은 것으로 평가되며, 향후에도 이러한 구도는 지속될 것으로 전망됨.
- 경쟁기술에 있어서 한국은 CM/PM기술, 일본은 설계/시공기술, 그리고 중국은 생산가격에서 상대적 우위를 가지고 있는 것으로 평가됨.
- 향후 시장에서는 중국이 아시아와 아프리카지역에서 경쟁력 우위를, 한국은 중동과 중남미시장에서 유리한 경쟁력을 갖게 될 것으로 전망됨. 반면에 일본은 지금보다 상대적으로 경쟁력이 후퇴하게 될 것으로 예상됨.
- 건설 상품별로 살펴보면, 중국은 교통시설부문에서, 일본은 랜드마크적 시설물 공사에서, 한국은 플랜트부문에서 가장 유리한 경쟁력을 가질 것으로 전망됨.
- 중국은 가격 경쟁력을 발판으로 최근의 해외시장 점유율을 확대할 수 있었으나, 일본과 한국은 급변하는 국제 경쟁 패러다임에 제대로 대처하지 못해 시장 확대에 실패한 것으로 판단됨.
- 하지만, 해외건설시장에서 한국과 중국은 주력시장이 상호보완적 관계에 있기 때문에 중국의 최근 부상이 한국에 심각한 영향을 미치지 않는 것으로 판단됨. 반면에 일본과 중국은 경쟁적 관계에 놓일 것으로 전망됨.
- 향후 해외건설시장에서 한국은 중국, 일본보다 경쟁우위를 가질 수 있는 잠재력과 가능성이 충분히 있지만, 우리 정부와 기업들은 아직 이를 인식하지 못하고 있는 실정임. 또한 해외건설시장은 국내시장 축소에 대한 대체시장이 되어야 함에도 불구하고 정부와 기업들은 이를 선택시장으로 보는 인식이 강함.
- 해외시장을 국내시장의 대체시장으로 만들고 건설을 해외 주요 수출상품으로 만들기 위해서, 정부가 핵심 상품, 지역 및 대상 기업 등을 선택하여 집중적으로 지원해야 실질적인 효과를 거둘 수 있을 것으로 판단됨.

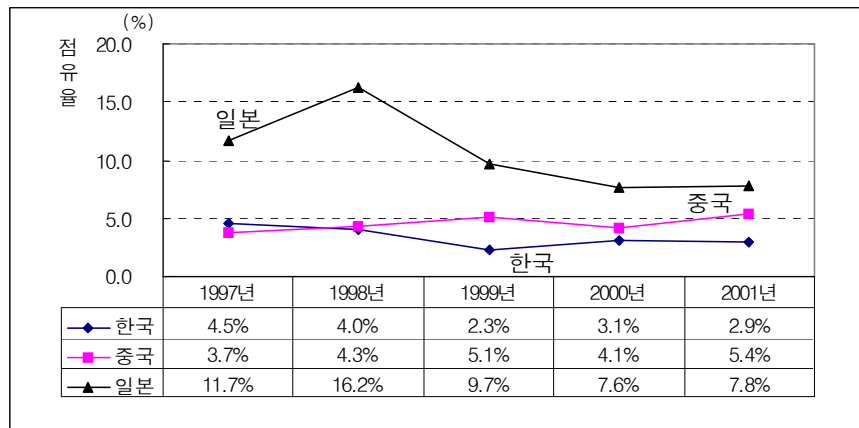
## ■ 서론

- 해외건설시장의 경쟁 패러다임이 변화하고 있는 가운데 국내 건설업계는 여전히 해외 시장을 내수시장의 대체시장 또는 필수시장이 아닌 선택시장으로 인식하는 경향이 높은 것으로 나타남.
- 현재 해외 건설시장은 과거와 달리 지역, 상품, 그리고 발주방식에 따라 시장 선점을 위한 핵심 경쟁 패러다임이 다양한 양상으로 변화하고 있는 실정임<sup>1)</sup>.
  - 아시아 지역과 중남미 지역의 금융 및 경제불안, 중동지역에서의 원유가 안정세 등으로 해외 건설시장의 환경은 크게 변화하였음.
  - 이러한 변화는 정부 재정에 의한 사업이 줄어드는 결과를 가져온 반면, 터키사업, 민간투자사업, 계약자 금융주선방식 등의 사업방식의 증가를 가져옴.
  - 국가 간의 설계, 시공기술 등 생산기술력의 차이는 크게 좁혀졌지만, 시장의 환경변화로 인하여 프로젝트 관리, 국제 금융기술, 사업 타당성 분석, 인적/물적 네트워크 등 기술 외적인 요소들이 해외 건설시장에서 경쟁력을 지배하는 주요 요소가 됨.
  - 유럽연합공동체(EU)로 인해 유럽시장 및 각종 기준이 사실상 단일화되어 유럽에 속한 글로벌 기업은 기업의 역량과 시장 선점을 단시간에 확보하기 위해 인수합병전략을 자주 활용하고 있음.
- ENR<sup>2)</sup>에 따르면, 우리나라는 이미 1997년부터 해외건설시장의 점유율에서 중국에 비해서도 열세에 놓여 있는 것을 확인할 수 있음(<그림 1> 참조).
  - 최근 5년간 해외건설시장에서 한·중·일 3국 가운데 중국은 점진적인 상승세를 보이고 있음.
  - 또한 해외시장에서 매출액 기준으로 상위 225대 기업군에 속한 중국 기업의 수는 2001년 기준으로 40개로 1997년에 비해 14개나 증가한 반면에 우리나라는 1997년에 비해 3개가 줄어 2001년 기준 7개에 불과한 것으로 조사되었음.

1) 이복남, 이영환, 해외건설시장의 경쟁 패러다임의 변화와 시사점, 건설산업동향, 한국건설산업연구원, 2003. 1

2) "The Top 225 International Contractors," ENR, 1998 ~ 2002

- 일본과 한국의 부진은 건설 기술력의 하락보다는 앞서 설명한 해외건설시장의 환경변화 즉, 경쟁 패러다임 변화에 적절히 대처하지 못했기 때문임. 반면에 중국의 경우는 낮은 임금을 배경으로 하는 가격 경쟁력을 가지고 있기 때문에 앞서 언급한 경쟁 패러다임 변화의 영향을 적게 받았던 것으로 판단됨.



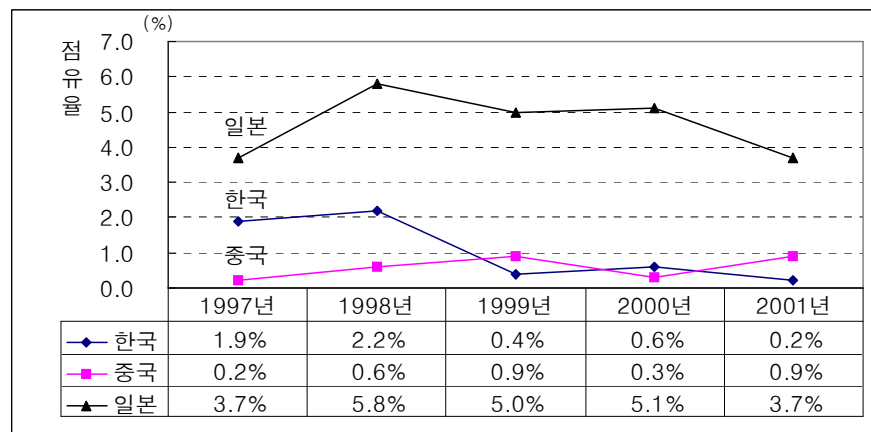
<그림 1> 해외건설시장에서 한·중·일의 점유율 변화

- 이러한 상황에서 ‘중국의 부상으로 인해 한국의 해외건설이 앞으로 더욱 비관적일 것이다’라는 건설업계의 기존 인식에 대한 사실 관계를 보다 구체적으로 확인할 필요가 있다고 판단됨.
- 또한 이를 통해 지금까지 해외 건설시장에서 경쟁상대로만 인식했던 중국과 일본에 대한 경쟁개념을 전환할 수 있는 기회를 가지고자 함. 즉, 이들과의 경쟁전략 수립 노력과 더불어 아시아 주요 3국의 협력을 통한 시너지 효과 혹은 상호 이익을 확보할 수 있는 가능성도 함께 강구할 필요가 있음.
- 이에 본 연구에서는 중국의 부상에 따른 해외 건설시장에서의 아시아 주요 3국의 동향을 다양한 측면에서 살펴보고 이에 근거하여 향후 해외 건설시장에서 한·중·일 각국의 경쟁구도를 비교하고자 함. 이를 통해 주요 시사점과 우리 정부와 산업계의 지원 방향을 모색함으로써 기업의 해외진출 전략수립 방향을 제시하고자 함.

## ■ 해외건설시장에서의 한·중·일의 주요 동향<sup>3)</sup>

### 설계 시장 동향

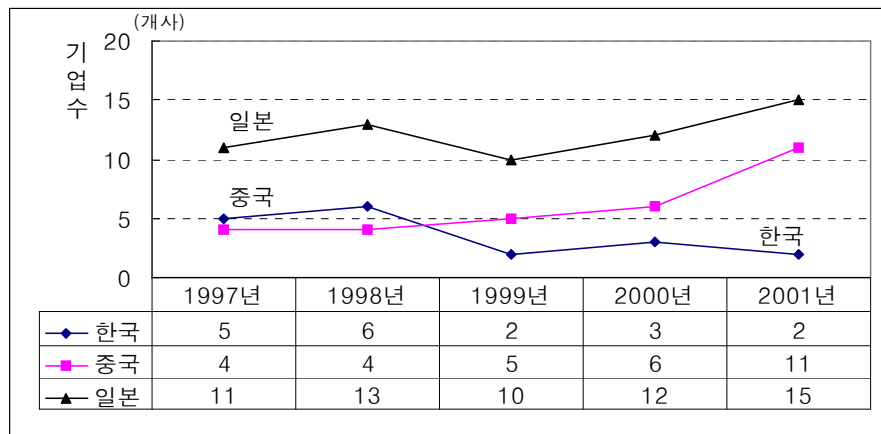
- 설계 및 엔지니어링 시장의 경우 아직 일본의 점유율이 아시아 3국 중에서는 가장 높은 것으로 조사됨(<그림 2> 참조).
- 중국의 경우 2000년에 다소 주춤하였지만, 전체적으로 상승세에 있음.
- 일본과 한국은 하향 추세를 보이고 있는 것으로 파악됨.



<그림 2> 한·중·일의 해외설계시장 점유율 변화

- 최근 중국 설계 및 엔지니어링 회사 중 해외시장에서 매출액 기준으로 상위 200대 설계 및 엔지니어링 회사에 속하는 기업들이 급속하게 늘어나고 있음(<그림 3> 참조).
- 상위 200대 기업군에 속한 중국 기업들의 1개사 평균 매출액은 한국의 43% 정도, 일본의 33.3% 정도인 1,700만 달러 수준에 머물고 있음.
- 중국 기업의 건별 수주액이 작아 중국의 시장 점유율 상승에 큰 영향을 미치지 못하는 것으로 판단됨.

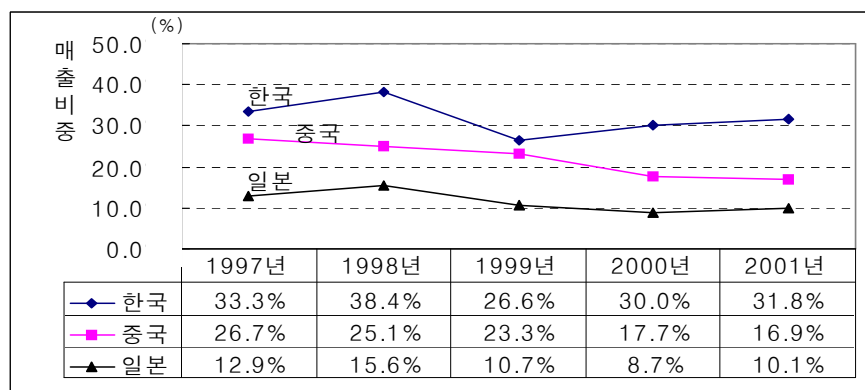
3) "The Top 200 International Design Firms," ENR, 1998 ~ 2002  
 "The Top 225 International Contractors," ENR, 1998 ~ 2002



&lt;그림 3&gt; 세계 200대 설계회사에 속한 아시아 3국의 기업체 수

## 건설 시장 동향

- 아시아 주요 3국의 해외 건설시장에서의 점유율과 관련한 일반사항은 서론에서 언급한 바와 같이 일본과 한국이 부진한 가운데 중국이 다소 상승세에 있는 것으로 조사되었음(<그림 1> 참조).
- 상위 225위에 속한 활동기업의 매출액 측면에서 아시아 3국을 동향을 살펴보면, 중국계 기업들의 수는 지속적으로 증가하고 있으나 중국계 기업들의 해외시장 매출 비중은 한국기업들에 비해 의존도가 낮은 것으로 조사됨<sup>4)</sup>. 그러나 중국계 기업군은 일본기업에 비해서는 해외매출 비중이 높은 편임(<그림 4> 참조).



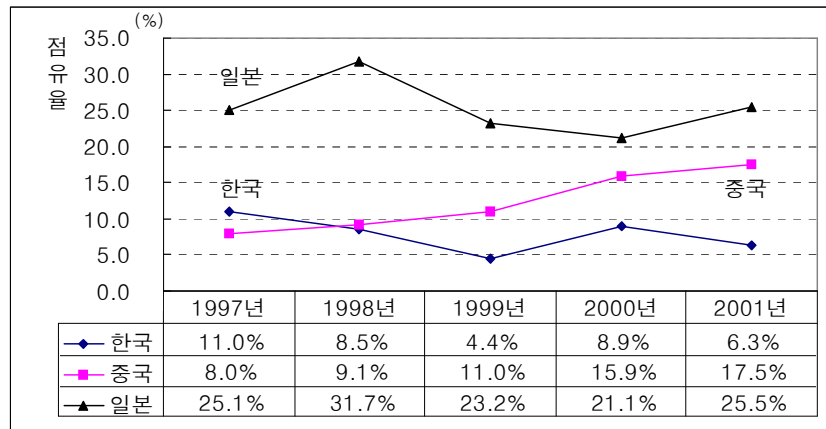
&lt;그림 4&gt; 아시아 3국 건설 기업들의 해외시장 매출 비중

4) 해외시장 매출 비중은 매년 발표되는 Top 225 International Contractors에 등재된 기업 중에서 아시아 3국의 기업을 선별하고, 각 나라별 해당 기업의 연도별 전체 및 해외 매출액 자료 분석을 통해 산출한 것임.

- 한국기업들의 해외 매출 비중이 높은 것은 해외시장의 집중도가 극히 소수의 기업들에 집중되었기 때문임. 이는 중국에 비해 상대적으로 글로벌 기업의 저변이 취약하다는 것을 보여주는 하나의 일례가 될 것임.

## 권역별 시장 동향

- 아시아 3국은 해외건설시장에서 유럽 및 북미 지역시장(50%)을 제외한 기타시장(아시아, 중동, 아프리카, 중남미)<sup>5)</sup>을 중심으로 활동영역을 가지고 있는 것으로 조사됨.
- 아시아 시장에서는 중국의 꾸준한 증가세가 돋보임(<그림 5> 참조).
- 아시아 3국의 해외 건설 물량 중에 상당부분을 차지하고 있는 지역으로 최근 중국과 일본기업의 시장 점유율이 높은 실정임.
- 반면에 한국의 시장 점유율은 하락추세에 있는 것으로 나타났으며, 이는 이 지역의 물량이 건축과 토목에 집중되어 있기 때문인 것으로 추정됨<sup>6)</sup>.



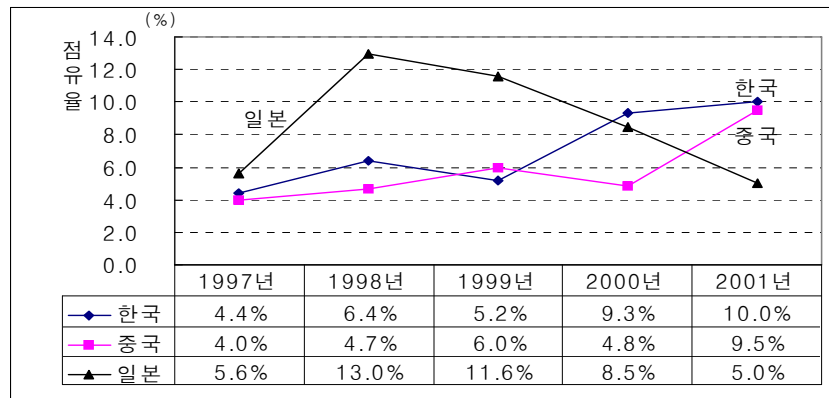
<그림 5> 아시아 3국의 아시아 시장 점유율 변화

5) 다음은 전체 해외시장에서 기타시장의 점유율을 나타낸 것임.

	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년
아시아	31.5%	29.1%	26.2%	21.6%	20.6%
중동	9.5%	12.3%	9.4%	8.8%	8%
아프리카	9.1%	10.5%	8.5%	6.8%	8.4%
중남미	8.8%	8.4%	9.1%	9.8%	10%

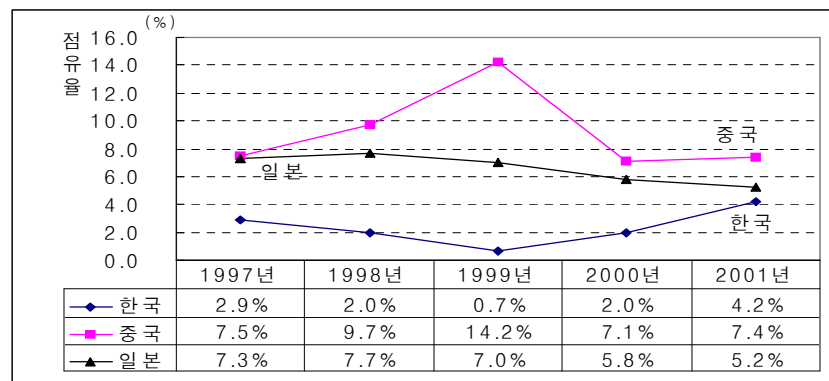
6) 아시아 지역의 경우 일본은 경험자금의 지원과 이 지역에서 자주 발주되는 랜드마크적 시설물에 강점을 가지고 있으며, 반대로 중국의 경우는 일반적인 건축과 토목시설의 낙찰자 결정에 가장 영향을 주는 가격경쟁력에 강점을 가지고 있기 때문에 한국보다 시장점유율이 높은 것으로 판단됨.

- 중동시장에서는 일본 기업들의 하락추세가 두드러지며, 이와는 반대로 한국과 중국기업들의 시장점유율은 상승 추세에 있는 것으로 나타남(<그림 6> 참조).



<그림 6> 아시아 3국의 중동시장 점유율 변화

- 아프리카 시장이 전체 해외건설시장에서 차지하는 비율이 10% 미만에도 머물고 있지만 시장의 잠재력은 매우 높은 것으로 평가됨(<그림 7> 참조).
- 아프리카 시장의 경우 생산가격에서 경쟁력을 가지고 있는 중국이 2000년 한해를 제외하고는 상승세<sup>7)</sup>를 이어가고 있는 것으로 나타났으며, 한국도 1999년 이후부터 상승세에 있는 것으로 조사됨.
- 1999년 이후부터 리비아에 대한 미국의 경제제재가 완화되었기 때문에 이를 중심으로 한 북아프리카 지역에서의 해외 건설 발주가 늘어날 것으로 전망되고 있음.<sup>8)</sup>



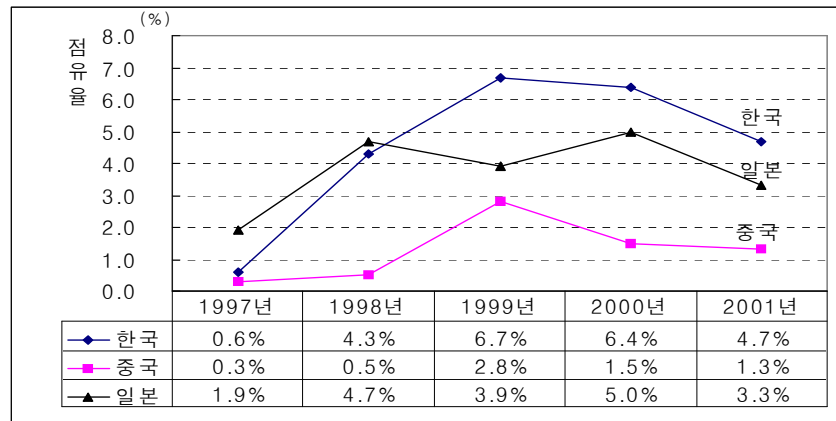
<그림 7> 아시아 3국의 아프리카 시장 점유율 변화

7) 가격경쟁력은 아프리카 시장에서 낙찰자 결정에 가장 큰 영향을 미치는 요소임.

8) "The Top 225 International Contractors," ENR, 2002, 8.26, pp.28~29



- 중남미 시장의 경우 한국의 시장점유율이 가장 높은 것으로 조사되었으나, 최근 들어 아시아 3국 모두 시장 점유율이 점점 줄어들고 있는 추세를 보임(<그림 8> 참조).



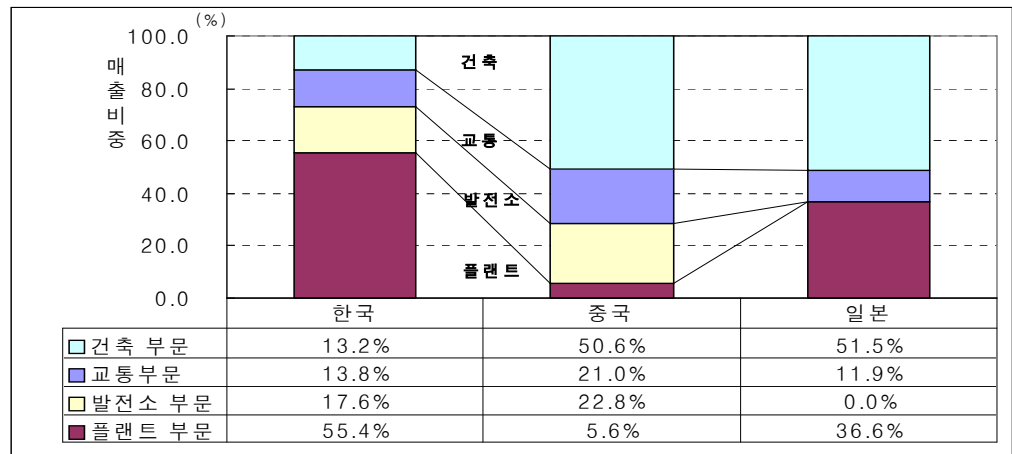
<그림 8> 아시아 3국의 중남미 시장 점유율 변화

- 권역별 시장 동향을 간단히 정리하면 아시아 지역에서는 일본이, 아프리카 지역에서는 중국이 높은 시장 점유율을 가지고 있는 것으로 조사됨. 반면에 한국의 경우 중동과 중남미 시장에서 상대적 우위를 보였음.

## 상품별 시장 동향

- ENR의 경우 해외 건설시장의 상품별 분석을 크게 11개 분야<sup>9)</sup>로 구분하여 제시하고 있으나, 본 연구에서는 이들 중 비중이 높은 상위 4개 부문(교통, 플랜트, 발전소, 건축)을 중심으로 분석하고자 함(<그림 9> 참조).
- 한국의 플랜트 비중이 높아진 것은 최근 플랜트 물량이 집중된 중동과 중남미 지역에서의 수주 확대에 힘입었기 때문임.
  - 발전소와 플랜트 부문이 전체 해외 매출에서 2/3 수준을 넘어선 73%를 차지함.
  - 전통적으로 국내 업체들의 주력분야였던 건축과 토목부문의 퇴조는 눈여겨봐야 할 대목임.

9) Building, Manufacturing, Industrial, Petroleum, Water, Sewer/Waste, Transportation, Hazardous Waste, Power, Telecommunications, Other



<그림 9> 해외 건설시장에서 아시아 3국의 주요 상품별 매출 비중(2001년)

- 중국의 해외 매출비중은 건축과 토목 부문이 전체의 71.6%로 조사되었음.
  - 이는 중국의 주력시장이 아시아와 아프리카 권역에 있는 것과 관련이 있는 것으로 이들 권역에서 빈번히 활용되는 가격을 중시하는 발주제도와 무관하지 않을 것으로 추정됨.
  - 플랜트 및 발전소 부문과 달리 건축과 교통(토목)분야에서는 낙찰의 가장 중요한 요소가 기술이 아닌 가격이 되는 경우가 일반적이기 때문에 중국이 가장 유리할 수밖에 없음.
- 일본의 경우 중국과 비교해볼 때 플랜트에서 우위를 보이고 있으며, 교통과 건축부문 등에서는 중국업체와 비슷한 63.4% 정도인 것으로 조사됨.
- 비록 2001년 한해 매출만을 통한 분석의 한계는 있으나, 상품별 시장을 분석해볼 때 한국은 중국과 경쟁관계에 있지 않으며 상호 보완적 관계를 형성할 수 있는 여지가 충분할 것으로 판단되며, 오히려 일본과 중국이 경쟁관계에 있다고 보아야 할 것임.
- 여기서 우리 건설업계는 향후 해외시장에서 중국기업들과 보완적 혹은 전략적 제휴관계 형성을 통해 시너지 효과를 가져올 수 있는 다양한 방법을 모색해야 할 것임.

## ■ 한·중·일의 부문별 경쟁우위 평가 및 전망

- 미래시장에서 아시아 3국의 부문별 경쟁구도를 파악하기 위해 본 고에서는 순위를 매기는 방식을 활용하였음. 즉, 평가 부문별 경쟁력 순위에 따라 1점에서 3점까지 부여하는 방식을 취하였음(<표 1> 참조).

<표 1> 경쟁구도 평가 항목 및 기준

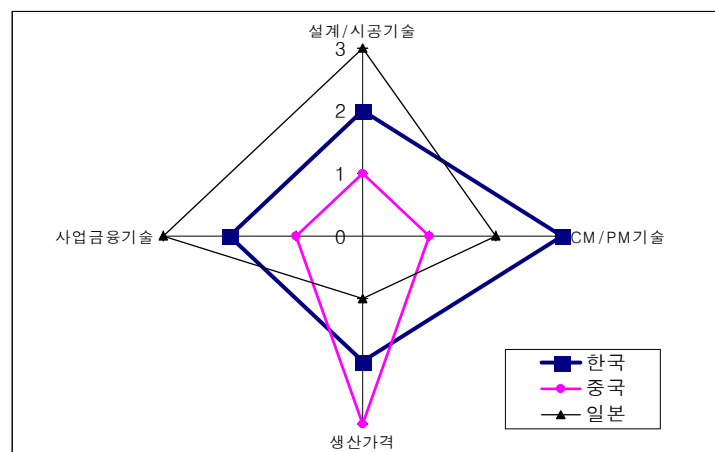
대분류	소분류	평가 방법 및 기준 (3국 중 가장 우수: 3점, 보통: 2점, 3국 중 가장 취약: 1점)
경쟁기술	설계/시공기술	각 기술의 경험 및 실적 유무 등을 참조하여 평가
	CM/PM기술	
	생산가격	
	사업금융기술	
지역	아시아	ENR 등을 통한 각 지역에서의 실적 등과 함께 자주 발주되는 건설상품 및 주로 활용되는 발주방식 등을 고려하여 평가
	중동	
	중남미	
	아프리카	
건설상품	교통시설	ENR 등을 통한 각국의 상품별 매출 비중검토, 그리고 상품별에 따라 달라지는 낙찰자 결정의 주요 요소 등을 감안하여 평가 (예: 건축, 토목--> 가격 경쟁력이 우수한 국가가 유리함)
	수자원시설	
	건축시설	
	플랜트시설	

- 본 경쟁구도 분석은 기본적으로 ENR 등과 관련 문헌을 바탕으로 한 시장 동향을 근거로 하고, 여기에 연구자의 지식과 경험을 추가하였음. 객관성에 다소 한계가 있지만, 본 결과는 아시아 3국의 경쟁력을 다양한 측면에서 상대적 우위를 비교했다는 것에 의미가 있으며, 전략수립의 기본 전제항목으로서도 충분한 활용가능성이 있다고 판단됨.

### 경쟁 기술

- 아시아 3국의 기술적 측면의 경쟁력은 크게 설계/시공 기술수준, CM/PM 기술수준, 사업금융 기술수준, 생산가격 경쟁수준 등으로 구분하여 상대 비교하였음(<그림 10> 참조).
- 설계/시공기술에서는 일본을 가장 높게 평가할 수 있을 것임.
- 1900년대 이후 건설된 건물 및 사회기반시설의 건설 사례를 기준으로 평가해볼 때 일본이 가장 선두에 있는 것으로 평가될 수 있음.

- 이런 시각에서 보면 현재 한국은 해외 시장 점유율에서 중국에 뒤쳐져 있지만 설계/시공기술은 중국보다는 앞서 있다고 평가될 수 있음.
- 사업금융기술에서도 일본이 한국에 비해 앞서있다고 판단됨.
- 이는 사회간접시설을 민간투자사업방식으로 수행한 경험이 한국에 비해 월등히 많기 때문임.
- 이에 비해 중국은 아직 정치적인 환경이 불안정하여 사업금융기술은 취약하며, 앞으로 상당기간은 이러한 경향을 가질 것으로 예측됨.



<그림 10> 아시아 3국의 기술 경쟁력 상대 비교

- 생산가격측면에서는 값싼 임금체계를 가지고 있는 중국이 가장 높은 경쟁력을 가지고 있음.
- 일본은 미국, 영국, 독일 등에 비해서도 생산 원가가 높은 것으로 평가되고 있음<sup>10)</sup>.
- 이러한 측면에서 중국은 가격 경쟁력이 가장 중요한 낙찰자 결정요소가 될 수 있는 설계시공분리방식으로 수행되는 건축, 토목시설물에서 강점을 가질 것으로 판단됨.
- CM/PM기술의 경우 한국이 향후 시장에서 강점을 가질 것으로 전망됨.
- 최근의 대형 국책 사업의 경험이나 건설사업관리에 대한 건설업계의 관심과 동향을

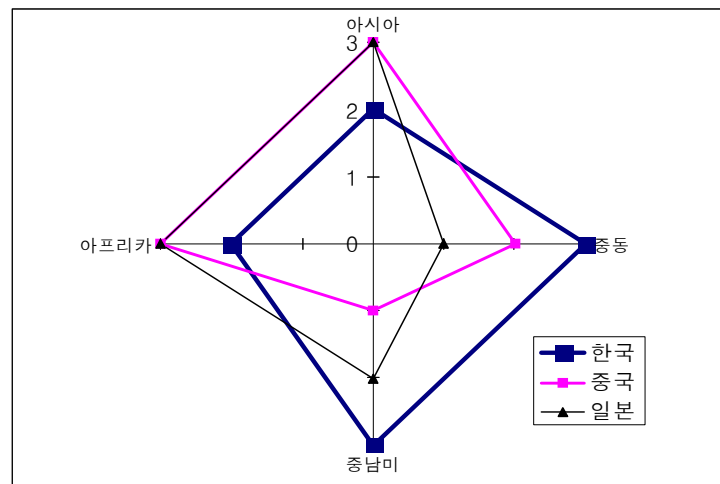
10) 建設大國의 必修條件, Nikkei Construction, 1997, 10, p61

고려했을 때 일본보다 앞서 있는 것으로 평가될 수 있을 것임<sup>11)</sup>.

- 반면에 일본은 아직 제네콘에 의한 건설공사 생산방식에서 벗어나지 못하고 있으며, 사업관리방식의 도입 및 적용 또한 한국보다 뒤쳐져 있는 것으로 조사됨<sup>12)</sup>.
- 중국의 건설사업관리기술에 대한 수준은 한국과 일본에 비해 낮게 평가될 수 있을 것임.

## 지역

- 해외 시장에서 한·중·일의 주요 활동영역이 되는 아시아, 중동, 중남미, 아프리카 시장을 중심으로 경쟁우위를 비교하였음(<그림 11> 참조).



<그림 11> 아시아 3국의 해외 시장 지역별 경쟁 우위 비교

- 아시아 지역에서는 중국의 경쟁력이 높을 것으로 전망됨.
- 이 지역에서는 교통시설과 건축시설의 물량이 많을 것이며, 주로 설계시공분리방식과 민간투자방식에 의해 건설공사가 수행될 것임.
- 따라서 중국의 경쟁력이 상대적으로 높을 것이며, 이 지역에 한해 중국은 동남아시아

11) 인천국제공항, 경부고속철도, 월드컵 경기장 등에서 CM 및 PM을 활용하였으며, 특히 인천국제공항 건설사업에 적용한 PM기술은 아시아권에 서 상당한 평가를 받고 있는 것으로 평가되고 있음. 또한 공공 부문에서 건설사업관리제도가 마련되어 현재 시범사업이 시행되고 있으며, 민간 사업에서도 그 활용이 점차 확대되고 있는 추세임.

12) Shuzo Furusaka, "Propagation Process Construction Management System in Japan," 2002 한국건설관리학회 학술발표대회 초청 강연집, 2002, 11

아 지역의 막대한 화교자본과 결탁하여 일본과 한국에 비해 경험이 적다고 할 수 있는 민간투자방식에서도 강점을 가질 것으로 예상됨.

－ 중동 지역에서는 최근 선점구도를 고려했을 때 한국이 일본에 비해 유리할 것으로 예상됨.

- 교통시설의 경우 가격경쟁력이 있는 중국이 일본보다 유리할 것임.
- 이 지역은 일본의 대외협력기금이 작용할 여력이 타 지역에 비해 약하기 때문에 일본은 아시아 3국 가운데 가장 열세에 놓일 것으로 전망됨.

－ 중남미 지역에서는 당분간 한국의 시장선점의 효과가 기대되는 지역임.

- 중남미는 기술을 중시하는 발주자들의 경향으로 인해 중국은 상대적으로 열세에 놓일 것으로 예상됨.
- 플랜트 이외의 사회간접시설은 남미공동시장(Mercosur)<sup>13)</sup>에 가입한 인접국가들의 몫이 될 것으로 전망되기 때문에 이 지역에서는 당분간 한국의 경쟁우위가 지속될 것으로 판단됨.

－ 아프리카 지역에서는 건설상품에 따라 중국과 일본이 경합을 보일 것으로 전망됨.

- 주로 북 아프리카를 중심으로 물량이 발생될 것으로 예상되며, 리비아 등에서 발주되는 플랜트를 제외하고는 대부분 교통시설과 수자원개발 관련 시설 발주가 늘어날 것으로 전망됨<sup>14)</sup>.
- 따라서 교통시설의 경우 가격 경쟁력이 있는 중국이, 수자원 시설에서는 기술력을 갖춘 일본이 강세를 보일 것으로 예상됨.

## 건설 상품

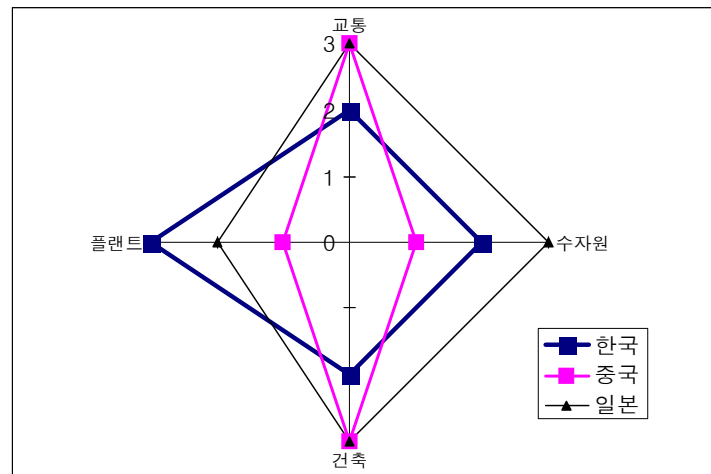
－ 상품별 경쟁 우위는 교통시설, 수자원시설(댐, 상하수도 등)<sup>15)</sup>, 건축시설, 플랜트 시설로

13) 남미공동시장(Mercosur)은 남아메리카지역에서의 자유무역과 관세동맹을 목표로 결성된 경제블록임.

14) "The Top 225 International Contractors," ENR, 2002, 8.26, pp.28 ~ 29

15) <그림 9>에서 분류한 시설 중에서 발전소는 일본의 해외시장 매출비중에서 매우 낮았기 때문에 이를 수자원시설로 대체하여 비교하였음.

구분하여 비교하였음(<그림 12> 참조).



<그림 12> 아시아 3국의 건설 상품별 경쟁 우위 비교

- 교통시설 부문에서는 중국의 강세가 예상된다.
  - 교통시설 물량의 대부분이 아시아 지역에서 발생하고 있는 점을 감안할 때 중국기업들의 경쟁력이 가장 높을 것으로 평가됨.
  - 일본은 대외협력기금을 매개로 하는 공사참여 기회가 있기 때문에 한국보다는 다소 우위에 있을 것으로 판단됨.
- 수자원 시설 부문에서는 일본, 한국, 중국 순으로 평가될 수 있을 것임. 특히, 댐 공사에서는 중장비 활용도가 높아 중국의 강점인 저렴한 인건비가 공사 수주에 큰 도움이 되지 못할 것으로 판단됨.
- 건축물의 경우 일본과 중국의 경쟁력이 한국보다는 높다고 평가할 수 있음.
  - 특히 해외공사로 자주 발주되는 상징성이 요구되는 건축물은 가격보다 품질과 성능의 완벽성이 요구되기 때문에 일본이 매우 유리할 것으로 전망됨.
  - 반면에 가격이 주요 결정요소가 되는 경우에는 중국이 유리할 것으로 판단됨.
- 플랜트 시설에서는 한국이 중동, 중남미 시장의 선점효과로 인해 강세를 보일 것으로

예상됨.

- 현재 상황에서 한국이 일본보다 높다고 평가하기에는 다소 무리가 있음.
- 하지만, 향후 플랜트 시장의 물량이 중동과 중남미 시장에 집중될 것이라는 점과 ENR 분석에서도 조사되었듯이 이 지역에서 한국이 일본보다 시장 선점 효과를 볼 수 있다는 판단임(<그림 6, 8> 참조).

## ■ 시사점 및 대응방향

- 한국의 해외 건설이 중국의 부상으로 더욱 비관적일 것이라는 기존 인식은 사실과 다르며, 중국 기업들과는 경쟁적 관계가 아닌 상호 보완적 관계가 가능하다는 것을 본 연구를 통해 확인할 수 있었음.
- 향후 해외 건설시장에서 한국의 경쟁구도를 기술, 건설상품, 그리고 지역별로 구분하여 중국, 일본과 비교해 보아도 여러 부문에서 충분한 경쟁력을 보유하고 있다는 것을 알 수 있으나, 우리 정부와 기업들은 이를 인식하지 못하고 있는 실정임.
- 중국의 부상을 위협적인 요소로 보기보다는 활용하는 전략이 필요함.
- 단기적으로는 전략적 제휴 파트너로, 중장기적으로는 중국시장에 컨소시엄으로 진출하는 방안을 모색할 수도 있을 것임.
- 일본과 중국의 경우 이미 중장기적 관점에서 해외 시장 인프라 구축이 정부와 기업의 협력에 의해 다방면으로 이루어지고 있는데 반해 한국의 경우 기업 자체에서 해결해야 하는 부담을 가지고 있음.
- 국내 건설기업이 해외 건설시장에서 단기간에 성과를 얻기 위해서는 국가와 기업이 단위 사업 중심으로 협력체계 및 수주전략이 마련되어야 할 것임.
- 정부는 중장기적 관점에서 해외시장 정책과 전략을 마련하고, 이에 따라 지역과 시장성이 있는 국가를 선택하여 지원하는 형태를 띠어야 하며, 이 경우 정부의 역할은 특정



사업단위가 아닌 산업차원의 역할로 집중되어야 할 것임.

- 해외 시장에서 경쟁력을 유지하거나 제고하기 위해서는 국내에 기반을 둔 글로벌 기업의 수를 현재보다 늘려야 할 것임. 그리고 해외 건설을 국가의 핵심 수출 상품으로 개발하기 위해 가능성과 전략을 가진 기업을 발굴하여 집중 지원하는 전략이 필요함.
- 정부는 미래에 시장성이 큰 상품 발굴, 지역별 시장의 규모 등에 따라 해외협력기금을 지원하는 정책을 펴야 할 것임.
- 개별기업과 정부는 해외시장에 대한 정보를 공유해야 함. 단위 사업이 아닌 지역별, 상품별 시장의 규모, 해당 국가의 발주제도 및 건설산업에 영향력을 가지고 있는 기관과 인사에 대한 정보공유가 시급함.
- 해외 건설시장 진출을 위해 기본적으로 요구되는 해외 권역별 시장조사, 국가별 발주 및 계약제도, 상품별 시장성에 대한 조사 및 연구의 중요성을 인식해야 할 것이며, 이러한 업무를 개별 기업이 감당하기에는 많은 부담이 발생하므로 현재 엔지니어링, 토목, 건축, 플랜트 등으로 분산되어 있는 관련 지원기능을 국가 차원에서 통합할 수 있는 방안을 모색해야 할 것임.
- 해외건설사업의 수주역량을 확대하기 위해서는 체계적인 전문인력의 양성이 필요함. 예를 들어, 글로벌 기업이 공동으로 참여하여 비용절감도 기대할 수 있는 전문교육프로그램의 공동운동을 적극적으로 검토해볼 수 있을 것임.
- 정부와 국내 건설업계는 해외 건설시장에 대한 인식을 새롭게 해야 할 시점에 와 있으며, 미래를 위한 생존차원에서 해외건설사업에 대한 전략을 새롭게 수립해야 함. 즉 현재는 위기보다는 기회가 큰 시점이라는 것으로 깨달아야 할 것임.

이복남(선임연구위원, bnlee@cerik.re.kr)

최석인(책임연구위원, sichoi@cerik.re.kr)