

# 일본 중소 건설업체의 신시장 진출 사례 연구

2005. 11

강 운 산

한국건설산업연구원

Construction & Economy Research Institute of Korea

## <차 례>

<b>제1장 서론</b> .....	1
1. 연구의 배경 및 목적 .....	1
2. 연구의 내용 및 방법 .....	2
3. 보고서의 구성 .....	3
<b>제2장 일본 건설시장 변화와 건설산업 재편</b> .....	5
1. 일본 건설산업 현황 .....	5
(1) 거시 경제 추이 .....	5
(2) 건설산업 동향 .....	6
(3) 중소 건설업체 동향 .....	10
2. 일본 건설산업 재편 .....	13
(1) 기본 방향 .....	13
(2) 건설업 재편을 위한 정책 방향과 지원 제도 .....	14
(3) 중소 건설업 재편 기본 지침 .....	17
(4) 중소 건설업 재편 지원 .....	19
<b>제3장 일본 중소중견 건설업체의 신시장 진출</b> .....	21
1. 신시장 진출의 의의 .....	21
2. 신시장 진출 대상 분야 .....	22
(1) 복지 분야 .....	22
(2) 환경 재활용 분야 .....	24
(3) 농업 분야 .....	27
(4) 레저산업 .....	28
(5) 리모델링 분야 .....	29
3. 신시장 진출의 추진 절차 .....	30
(1) 신시장 진출 목적 명확화 .....	31
(2) 진출 분야 시장 파악 .....	33
(3) 기존 사업과의 관련성 검토 .....	34

(4) 신시장 진출에 의한 상승효과 검토 .....	34
(5) 진출 장벽 등의 확인 .....	35
(6) 신시장 진출에 필요한 경영 자원 확인 .....	36
(7) 신시장 진출 사업의 조직 검토 .....	36
(8) 신시장 진출 플랜 작성 .....	37
4. 기타 신시장 진출을 위한 검토 사항 .....	37
(1) 복지 분야 .....	38
(2) 환경 재활용 분야 .....	40
(3) 농업 분야 .....	41
(4) 리모델링 분야 .....	43
5. 신시장 진출에 대한 제도적 지원 .....	44

#### 제4장 신시장 진출 사례 ..... 47

1. 복지분야 .....	47
(1) 일반건설업자의 개호비즈니스 진출 .....	47
(2) 실업자 구제 시설 및 복지 시장의 개설 .....	49
2. 환경분야 .....	50
(1) 에너지 절약 시스템의 개발 .....	50
(2) 다이옥신 발생 억제 산업 폐기물 소각 처리 플랜트 완성 .....	51
(3) 평지붕 빌딩 옥상 녹화 .....	52
3. 리모델링 분야 .....	55
(1) 고령자 주택 리모델링 사업 진출 .....	55
(2) 부동산 「전환 비즈니스」의 진출 .....	56
4. 농림·수산분야 .....	59
(1) 농작물 재배 및 농업 분야 진출 .....	59
(2) 농업 생산 법인 설립 .....	61
5. 기타 분야 .....	63
(1) 건축공사의 수주 제고를 위한 신상품 개발 .....	63
(2) 토목전문공사 업체의 한국의 쉴드(shield) 공사 수주 .....	65

제5장 시사점 .....	69
1. 정부 정책 수립에 대한 시사점 .....	69
(1) 건설업 구조 개편의 기본 원칙 .....	69
(2) 종합적 지원 체제의 구축 .....	70
2. 신시장 진출의 전략적 시사점 .....	72
(1) 기본 전략 .....	72
(2) 신시장 진출 사례별 시사점 .....	73
참고문헌 .....	77

## 〈표차례〉

〈표 II-1〉 거시 경제 지표 추이 .....	6
〈표 II-2〉 건설투자의 추이(년도) .....	7
〈표 II-3〉 주택 신축 추이 .....	8
〈표 II-4〉 민간비주택건설투자 추이(년도) .....	9
〈표 II-5〉 정부건설투자의 추이(년도) .....	10
〈표 II-6〉 2002년 건설업체 경영 상황(1년전과 비교) .....	1
〈표 II-7〉 2002년 건설업체 매출액 변화(5년전과 비교) .....	1
〈표 II-8〉 향후 경영 전망 .....	12
〈표 II-9〉 향후 경영과제(복수응답 가능) .....	13
〈표 III-1〉 일본의 고령인구 비율 .....	22
〈표 III-2〉 개호보험의 소개 .....	23
〈표 III-3〉 환경관련 사업 분야 .....	24
〈표 III-4〉 일본 환경산업의 시장 전망 및 고용 전망 .....	25
〈표 III-5〉 일본의 농업취업자수농가수 .....	27
〈표 III-6〉 일본의 레저산업 시장 규모 .....	28
〈표 III-7〉 일본의 주택 리모델링 시장규모 .....	30
〈표 III-8〉 시설 개호 서비스의 종류와 영리 법인 참가의 가부 .....	38
〈표 III-9〉 주택 개호 서비스의 종류와 영리 법인 참가의 가부 .....	39
〈표 III-10〉 대표적인 주택 개호 서비스의 종류와 지정기준 .....	40
〈표 III-11〉 환경·리사이클 관련의 법규제 (대표적인 것) .....	41
〈표 III-12〉 사업 형태의 종류 .....	42
〈표 III-13〉 농업 생산 법인의 요건 .....	42
〈표 III-14〉 농업 관련의 대표적 법규 .....	43
〈표 III-15〉 주택 리폼에 관한 자격 .....	44
〈표 III-16〉 건설업 신분야 진출 지원 제도 .....	46
〈표 IV-1〉 지방 중소 건설업체의 경영애로 극복 과제 .....	71

## <그림차례>

<그림 Ⅱ-1> 건설산업 구조 개편을 위한 주요 목표 및 추진 방안 .....	20
<그림 Ⅲ-1> 신분야 진출의 범위 .....	21
<그림 Ⅲ-2> 신시장야 진출의 추진 단계 .....	31

## 요 약

### 제1장 서론

#### 1. 연구의 배경 및 목적

- 일본의 건설산업은 10여년 동안의 일본 경제의 장기 불황 속에서 1997년 이후 건설투자의 뚜렷한 감소로 건설시장이 크게 축소되었음.
- 1992년 약 84조엔으로 최고치를 기록했던 건설투자는 2003년에 54조엔으로 1992년에 비해 약 40%정도가 감소하였으며, 민간건설투자는 1990년에 비해 약 43%가 감소하였음.
- 일본의 건설산업은 시장경제원리를 기초로 부실 건설업체의 퇴출 촉진에 의한 과잉 공급 구조의 시정과 건설업체 자율적인 경영 효율화의 달성을 통해 건설산업의 구조 재편을 시도하고 있음.
- 「산업 재편에 관한 기본 지침」, 「건설산업 재편 지침」 등이 기초를 이루고 있으며, 특히 i)건설업체의 기술력·경영기반 강화, ii)선택과 집중을 통한 기업합병 및 제휴의 강화, iii)경영다각화·신시장 진출, iv)수익성이 떨어지는 사업부문의 축소·철수 등의 4대 과제를 통해 중점적으로 이루어지고 있음.
- 이 4대 과제 중 신시장 진출(경영다각화 포함)은 중앙정부·지방자치단체·건설업 관련 단체들이 협력하여 중소 건설업체들을 대상으로 중점적으로 지원하고 있음.
- 이는 중소 건설업체들이 지역 경제에서 차지하는 경제적 비중을 고려한 결과임.

- 이와 같은 일본의 중소 건설업체들의 신시장 진출은 어려운 경영 환경에 처해 있는 우리나라의 중소 건설업체들에게 시사하는 바가 매우 큼.
- 본 연구는 일본의 건설업 재편을 위한 4대 과제 중 중소 건설업체의 신시장 진출의 내용과 진출 대상 등과 실제 사례를 중점적으로 소개하여, 우리나라 중소 건설업체들에게 좋은 참고 자료로 제공하기 위해 수행하였음.

## 제2장 일본 건설시장의 변화와 건설산업 재편

### 1. 일본 건설산업 현황

#### (1) 일반 현황

- 일본의 거시 경제 추이를 보면 2004년 실질 경제성장률은 3.5%로 예측되고 있으며, 2005년 실질 경제성장률은 1.5%로 예측되고 있어 4년 연속의 플러스 성장이 예상되고 있음.
- 국토교통성이 발표한 「2003년 건설투자 전망」에 따르면 2003년 건설투자액은 약 54조엔으로 최고치를 보인 1992년의 84조엔에 비해 35.7%가 줄어들 것으로 전망됨.
- 전국의 건설업자수는 2003년에는 1992년에 비해 5.7% 증가하였으며, 건설업 취업자수는 2003년 604만명으로 1992년의 619만명에 비해 2.4% 감소하였음.



- 2005년도의 건설투자는 전년도 대비 2.0% 감소된 50조 9,200억엔으로 전망되어 1997년도부터 9년 연속 감소가 이어질 것으로 전망됨.
- 공공 건설투자는 4.2% 감소되어 감소폭은 줄어들었지만 감소세는 계속 될 것으로 보이며, 민간 주택 투자는 수요 확대 요인이 없어 1.7% 줄어들 것으로 보임.
- 2005년 일본의 공공 건설투자는 국가의 재정정책상 공공투자를 전년도의 3% 이상 축소하고, 지방재정계획에서 지자체 단독사업을 전년도의 5% 이상 축소하는 것을 전제로 전년도 대비 4.2%(실질, 4.5%)가 감소할 것으로 전망됨.

## (2) 중소 건설업 현황

- 일본의 중소 건설업체들은 1990년대 후반부터의 건설투자의 감소, 기업 수의 증가로 인한 경쟁의 심화로 인해 상당수가 어려운 경영 상황에 직면해 있음.
- 2002년 (재)건설업진흥기금이 실시한 조사를 보면 자본금 3억엔 미만의 건설업체들은 1년(2001년) 전과 비교하여 경영상황이 ‘대폭 악화’, ‘악화’라고 응답한 비율이 각각 19.2%, 51.3%에 달하고 있어 경영상황이 악화된 업체가 70%에 달하고 있음.
- 일본의 중소 건설업체들이 이러한 경영 난관을 극복하기 위한 경영 과제를 조사한 결과를 보면 ‘영업력의 강화(71.4%)’, ‘인재의 육성(59.3%)’ 다음으로 ‘신시장 진출’이라고 응답한 경우가 54.0%에 달함.
- 이는 일본의 중소 건설업체들이 신시장 개척이 어려운 상황에 처한 자사의 경영 애로를 해결할 수 있는 방안으로 생각하고 있음을 의미함.

## 2. 일본 건설산업 재편

### (1) 기본 방향

- 일본 정부는 건설산업의 재편을 위해 전체 산업에 적용되는 「산업 재편에 관한 기본 지침」을 기초로 별도의 「건설산업 재편 지침」을 수립하였음.
- 건설산업 재편의 기본 방향은 경영의 중심을 ‘수주’에서 ‘수익’으로의 전환과 기업간 결합과 제휴임.

### (2) 건설업 재편을 위한 정책 방향과 지원 제도

- 시장 기능을 통한 부실 건설업체의 퇴출을 촉진시키기 위해 정부는 시장 기능이 원활하게 발휘될 수 있도록 필요한 환경 정비를 추진하고 있음.
- 전체 건설시장의 50% 이상을 공공부문이 차지하고 있는바 공공공사의 발주제도를 신뢰성과 품질의 확보를 전제로 공정한 경쟁 시스템을 통해 투명성 높게 제도 개선을 추진하고 있음.
- 경영 기반의 강화와 생산성의 향상을 통해 건설 시장의 신뢰를 제고하려는 건설업체의 자주적인 노력을 촉진할 수 있는 환경의 정비를 추진하고 있음.
- 개별 건설업체의 사업 재편을 촉진하기 위한 지원은 형식적인 수준에 그치지 않도록 사업 기반과 재무 상태를 평가하여 재생이 가능하다고 판단된 건설업체에 대해서 지원하는 ‘재생 지원 제도’의 실시를 추진 중임.

- 지원 지침의 핵심은 과잉 공급 구조의 시정이며, 지원 대상 선정 기준은 수익성, 안정성, 건전성 등의 지표를 사용함.
- 또 이와 함께 생산성 향상 기준을 적용하여 대상업체를 선정하고 있음.

### **(3) 중소 건설업 재편 기본 지침**

- 중소 건설업의 재편에 있어서 가장 중요한 것은 불량부적격 업자를 배제하는 것임.
- 기업 내부적 경영 효율화의 추진과 성장이 예상되는 신시장 진출의 확대가 필요함.
- 경영 기반의 강화를 위한 건설업체간의 제휴에 의한 재편이 절실히 요구됨.

### **(4) 중소 건설업 재편 지원**

- 「산업 재편에 관한 기본 지침」의 ‘중소기업 재생 지원 방침’과 「산업 활력 재생 특별 조치법」을 적극적으로 활용하여 지원하고 있음.
- 구체적으로 중소 건설업자의 자금조달 및 융통의 원활화를 촉진시키고, 긴급 융자 제도의 신속한 활용 등을 위해 관계 부처와의 긴밀한 협력관계를 유지하도록 하고 있음.

## 제3장 일본 중소 건설업체의 신시장 진출

### 1. 신시장 진출의 의의

- 일본 중소 건설업체들의 신시장 진출은 건설업체들이 수익성을 제고하기 위해 새로운 시장에 진출하고 새로운 제품을 개발하며 새로운 사업 영역에 진출하는 것을 의미함.

### 2. 신시장 진출 대상 분야

#### (1) 복지 분야

- 일본은 최근 빠른 속도로 고령화가 진행되고 있어 2050년에는 65세 이상의 고령인구가 총인구의 3분의 1 정도를 차지할 것으로 전망되고 있음.
- 이러한 경향에 따라 고령인구를 대상으로 복지분야의 사업이 크게 확대되어, 노인주택, 실버타운 등의 관련 사업이 확대될 것으로 전망되며, 특별히 복지분야 중에서 가장 큰 관심을 끌고 있는 것은 개호보험(介護保険, care insurance) 관련 사업의 확대임.
- 개호보험은 2000년 4월부터 시행된 고령자 의료 및 요양관련 보험으로 가속화되는 고령화 추세 속에서 종래의 고령자에 대한 복지·의료 제도로는 대응하기 어려운 문제들을 해결하고, 충실한 재택 간호 지원 서비스를 제공하기 위해 고령자에 대한 의료·복지의 서비스를 통합한 강제성이 있는 공적 사회보험 제도임.
- 최근 우리 나라에서도 도입을 검토하겠다는 정부의 발표가 있었음.

## (2) 환경 재활용 분야

- 일본은 최근 기후변화협약 및 교토의정서의 발효에 대비하여 순환형 사회를 구축하기 위해 '폐기물 등의 재활용'을 위한 각종 정책의 시행이 본격화되고 있음.
- 일본 환경성이 2002년 발표한 자료에 따르면 환경 비즈니스의 시장규모는 2002년 29조 9천억엔에서 2010년에는 47조 2천억엔 규모로 성장할 것으로 전망되고 있으며, 관련 고용 규모도 769,000명에서 1,119,000명으로 증가할 것으로 전망함.
- 토양오염 복구, 옥상 녹화 시장 등이 시장성을 확보하고 있음.

## (3) 농업 분야

- 일본의 농업생산성은 구미 선진국의 50% 수준으로 일본 경제에서 농업이 차지하고 있는 비중은 GDP의 1.6%, 전체 취업인구의 5% 정도를 차지하고 있으나, 이러한 비중은 점차로 축소되고 있음.
- 그러나 최근 크게 대두되고 있는 웰빙트렌드에 기초한 친환경농산물에 대한 수요의 급증, 식료품의 안전 보장 등의 관점에서 보면 농업은 앞으로 매력있는 산업이 될 것으로 전망되고 있음.

## (4) 레저산업

- 일본의 사회경제생산성본부가 발표한 「레저 백서 2004」에 따르면 일본의 2003년 레저산업 시장의 규모는 오락부문(외식 등)이 56.8조엔, 관광행락 부문이 10.5조엔, 취미창작 부문이 11.5조엔, 스포츠 부문이 4.5조엔으로 전체적으로는 약 82.2조엔의 시장규모를 보이고 있음.

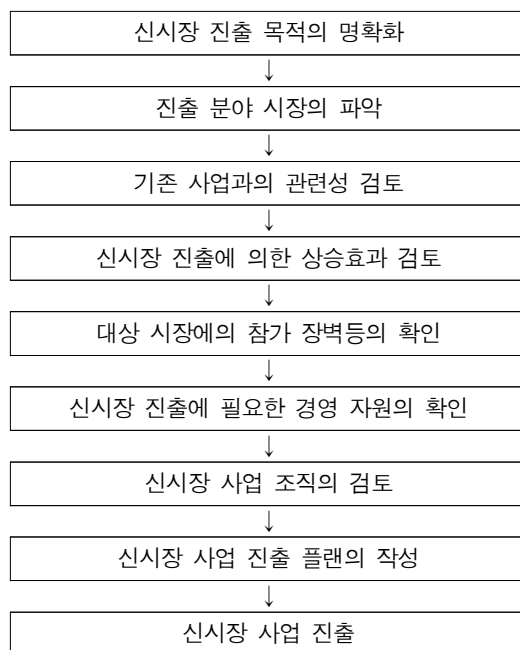
### (5) 리모델링 분야

- 일본의 실야(實野)경제연구소의 조사결과 일본의 국내 주택 리모델링 시장은 2002년 7.1조엔 규모로 추산되고 있으며, 2010년에는 8.3조엔, 2020년에는 9.5조엔에 이를 것으로 전망되고 있음.
- 급속한 고령화 현상에 의해 단차해소, 난간 설치, 고령자용 욕조 설치 등 고령자를 위한 배리어프리(barrier free) 리모델링이 촉진될 것으로 전망되고 있어 중소 건설업체에 유망한 시장으로 등장할 것으로 보임.

### 3. 신시장 진출의 추진 절차

- 신시장 추진의 절차는 다음의 <그림>과 같음.

**<그림> 신시장 진출의 추진 단계**



자료 : 「중소 건설업 경영자를 대상으로 한 신분야진출....」, (재) 건설업진흥기금·(사)중소기업진단협회.

#### 4. 기타 신시장 진출을 위한 검토 사항

- 중소 건설업체들이 진출하고자 하는 신시장에는 각각 관련의 법 규제나 영업상 필요한 자격 요건 등이 존재함.
- 실제 진출 시에는 관련 기관과 사전 상담을 하여 자격 및 관련 요건 등을 확인하는 것이 필요함.

#### 5. 신시장 진출에 대한 제도적 지원

- 일본의 중소 건설업체의 신분야 진출을 위해 일본 정부 및 지방자치단체는 다양한 제도적 지원 정책을 마련하여 시행하고 있음.
- 이러한 지원 정책은 크게 금융지원, 인재 육성 지원, 기술 지원 등임.
- 금융지원으로는 신시장 진출 지원 자금, 중핵기업 육성 자금, 소규모 사업자 자금, 전업 개업 자금, 고용 촉진 대책 자금, 관광 시설 정비 자금, 소규모 기업자 등에 대한 설비자금 등의 융자와 설비 대여 제도(할부판매, 리스), 설비 도입 긴급 대책 자금(설비 대여 제도의 할부판매)제도가 시행됨.
- 인재 육성을 위해서는 전문가 파견, 사업 가능성 평가 위원회 운영 등과 건설업 신규성장 분야 진출 교육 훈련 조성금, 중소기업 고용 창출 등 능력개발 조성금, 경력형성촉진조성금(훈련 급부금), 중소기업 기반 인재 확보 조성금 등을 시행하여 지원함.
- 기술적 지원으로는 상담, 조언, 연수 등을 실시하였으며, 신사업 창출 지원 사업, 기술지도 사업 등을 실시함.

## 제4장 신시장 진출 사례

### 1. 복지분야

- 일반(종합)건설업자가 자회사를 설립하여 고령자 개호 비즈니스에 진출한 경우가 있음.
- 사장이 하고 싶은 사업이었으므로 강연회 참가, 관련 도서의 구독 등 적극적으로 준비하였으며, 본업인 건설업과는 완전히 다른 사업이었으므로 본사 내에 「아사히(朝日) 홈」 설립준비위원회를 구성하여 여자 사원 2명에게 준비 업무를 담당시킴.
- 단기보호서비스의 품질을 제고하기 위해 직원의 의식이 중요하다고 생각하여 본사에서 배치한 2명의 직원 외에 19명은 새로 채용하여 운용함.
- 경영전략은 비용 절감이나 서비스의 질을 낮추어 수지를 맞추는 것이 아니라 높은 품질의 개호 서비스를 제공하여 이용자를 늘려 그것이 이익의 증가로 이어지도록 하고 있음.
- 회사가 소유하고 있는 폐교된 학교 시설을 개발하여 2동의 건물 중 하나(철근콘크리트 3층 건물)는 실업자 구제정책 시설로 개조하고, 하나(철골조 2층 건물)는 복지 시장과 레스토랑으로 개조하여 미진학 청소년 교육 사업에 진출한 경우가 있음.
- 종업원의 교육, 신규 인재 확보 등은 K현 실업자 구제정책 시설 협의회와 협의하여 진행하고 있으며, 장기적으로는 이익을 창출할 것으로 예상하고 있음.
- 사업의 홍보는 지역 주민들을 대상으로 하고 있으며, 특히 화훼, 원예에 흥미가 있는 주부 등 여성층을 주고객으로 정하여 홍보하고 있음.



## 2. 환경분야

- 전기공사를 주로 하는 업체가 냉난방 효율을 제고하는 시공법과 에너지 절약 시스템을 개발하여 판매한 경우로 「에코시르피」라는 에너지절약 시스템을 개발함.
- 사업 진출의 배경을 보면 향후 에너지 절약 분야가 유력한 분야로 대두될 것이라는 판단 하에 실내 온도 유지 문제를 해결하고 에너지 절약과 환경의 대폭적인 개선에 이바지할 수 있는 아이템을 검토하는 과정에서 진출함.
- 종업원 교육, 신규 인재 확보 등은 영업 개발부를 중심으로 판매력 제고를 위해 사내 교육을 강화하고 있으며, 취약한 판매력을 보강하기 위해 노력함.
- 상품의 개발과 사업의 영위를 위해 「중소기업경영혁신법」에 의한 중소기업 금융금고에서 용자를 받아 필요한 자금을 충당하였음.
- 토목건설업이 주력인 건설업체가 「다이옥신특별조치법」의 개정으로 구 플랜트의 개보수 및 증설 사업을 수주하기 위해 다이옥신 발생을 억제하는 산업 폐기물소각처리플랜트를 개발한 경우로 법규의 개정이 새로운 사업으로 진출하는 유인을 제공한 경우임.
- 차별화 전략을 보면 품질 향상에 노력하여 개발한 산업폐기물소각처리 플랜트가 「산업폐기물처리 및 다이옥신 처리 대책」의 산출 다이옥신 농도 기준치 이하가 되도록 기술 개발을 하였다는 점과 처리 시설의 소각열을 이용한 목욕탕을 지역 주민에게 무료로 개방하여 지역 주민의 공감대를 높였다는 사실임.
- 진출 성과로 본업인 건설업의 성장에 크게 기여하였다는 점과 관공서를 비롯한 발주자의 신뢰를 획득하고 있는 점, 그리고 고용 확대를 통해 지역 경제에 기여한 점임.

- 고흡수성 수지(하이드로 겔)를 사용하여 빗물을 저장할 수 있는 인공 토양을 개발, 종래의 녹화공법에 비해 시공이 쉽고 간단하며 비용이 적게 들고, 물주기 등의 수고도 큰 폭으로 절감시킨 잔디를 이용하여 오피스 빌딩과 같은 평지붕의 건물 옥상을 녹화하는 방법을 개발한 경우임.
- 2001년 4월 도쿄도에서 신축 1,000㎡이상의 건물을 대상으로 옥상의 녹화를 의무화하는 조례가 시행되어 옥상 녹화가 유망 시장이 될 것이라는 생각에서 이 분야에 진출하였음.
- 종업원 교육, 신규 인재 확보의 방법을 보면 조경, 원예 기술에 관해서는 사내에 전문가와 노하우가 없었기에 외부에서 전문 기술자를 채용하였음.
- 사업화 과정에서 어려웠던 점은 사내에 조경, 원예 전문가와 노하우가 없었다는 점과 민간을 고객으로 하고 있어 조경, 원예 사업을 통해 수익을 올리는 것이 어렵다는 인식이 팽배하였던 점을 극복하는 것, 대기업이 이미 시장에 참가하고 있었다는 사실, 재배 공사를 담당할 협력회사의 신규 확보 등이었음. 특히, 조경과 원예에 관한 노하우의 취득과 관련하여서는 연수 등의 교육에 힘써 왔던 것이 큰 도움이 되었으며, 협력 회사에 대해서는 신뢰할 수 있는 5개의 협력회사를 찾아낸 것이 성공요인이었음.

### 3. 리모델링 분야

- 토목건설업을 주력으로 하는 건설업체가 복지주택 등의 리모델링 사업에 진출한 경우임.
- 이 회사가 이러한 분야에 진출한 계기는 공공공사의 축소에 대응하여 공공공사 의존형 사업구조에서 탈피하여 사업 구조를 다각화하고자 하는 데 있었음.

- 사업 추진 과정에서 어려웠던 점은 복지 개호 관련 지식의 획득과 사내 의식 개혁(리폼 사업에 대한 인식 및 인재 투입, 기획제안 능력의 확보, 아웃소싱 등) 그리고 지역적으로는 신시장 진출의 소극적인 경향을 극복하는 것 등임.
- 사업의 추진을 위해 모든 고객의 요구 및 문의에 응답할 수 있을 수 있도록 컨설턴트를 포함하여 건축사, 인테리어, 코디네이터 등 각 분야의 전문가 등으로 네트워크를 구성하여 홈페이지를 통해 제공하였음.
- 이 사례는 내장 공사업자가 부동산 관련 자회사를 설립하여 도심의 오피스 건물을 주거용으로 전환하는 사업에 진출한 경우임.
- 전환이란 건물의 용도전환을 통하여 도시(시가지)의 활성화, 효율화를 도모하는 경우로, 도심의 오피스를 주택이나 상가로, 창고를 상가로, 학교를 고령자 개호 시설이나 병원으로 전환하는 경우임.
- 이 회사가 도심 오피스 주택이라는 것에 주안점을 둔 것은 도쿄 도심의 공동화 감소를 중지시킨 인구 도심 회귀정책을 도쿄도가 시행하고 있다는 사실, 도심 거주에 대한 인기가 높다는 점, 중소 영세 오피스 빌딩의 공실률 문제가 심각한 사실 등에 기인함.

#### 4. 농림·수산분야

- 건설업체가 실제 농산물의 재배하여 판매하는 농업 분야에 진출한 경우임.
- 「순무」 재배에 진출하게 된 배경은 천연 자갈을 채취한 지역을 이용하여 고용의 창출이나 지역 경제의 활성화를 도모하기 위해 건설업체가 농업 부문에 진출한 경우임.
- 지역 고용의 확대와 지역경제 활성화 그리고 회사의 지명도 상승을 성과로 소개하고 있음.

- 건설산업의 인력을 적절히 활용하고 지역 경제 활성화에 기여하는 고용 창출을 목적으로 무농약 재배를 기본으로 순환형 농업 생산 공정 및 기계화 농업을 실현하기 위해 건설업체가 농업 생산법인을 유한회사의 형태로 설립한 경우임.
- 사업화 과정에서 가장 어려웠던 것은 농업 분야에 대한 독특한 규제에 대응하는 것, 사내에 신규 분야에 진출하려는 의식을 고양시키는 것, 지역의 농가, 농협, 농업위원회로부터 신뢰를 얻는 것, 그리고 경제성의 확보 등이었음.
- 이 회사의 차별화 전략은 무농약 농사와 기계화 영농, 토지에 대한 조사와 소비자의 미각에 대한 과학적인 조사 연구, 음식폐기물을 퇴비로 사용하는 순환형 농업, 휴경지 이용을 통한 지역경제에 대한 공헌 등임.

## 5. 기타 분야

- 건축공사의 수주 제고를 위해 여러 가지 신상품 개발한 경우임.
- PEARL-X의 경우 개발된 상품의 장점을 살려 도장 공사를 계기로 건축공사의 수주를 증가시켰으며, 특히, 병원, 공공 시설, 대형 음식점 등을 통해 영업활동을 강화하였으며, 통합하우스는 전농(全農)을 통하여 판매 활동을 전개하였고, 콜롬버스공법의 경우 지반이 연약한 토지에 세워진 건물 전반이 대상이 됨.
- 이 회사의 차별화 전략을 보면 PEARL-X의 경우 상품의 품질을 최대한 살려 수주제고를 달성하였으며, 통합하우스는 제품의 특성을 살려 개호 비즈니스에 적합하게 활용하도록 하였으며, 전농의 조직을 활용한 것과 개호 비즈니스 시장의 증대와 이에 따른 정부의 보조금 제도의 활용을 겨냥한 것임.

- 일본의 토목 전문건설업자가 한국의 지하철 쉴드(shield) 공사를 수주한 경우로 게이힌개발공업(주)는 대형 건설업체의 1차 협력업자인데, 토목의 전문 공사 업자로서 일본 내에서 건설투자가 감소하여 경영환경이 어려워지자 해외 시장으로 눈을 돌려 한국의 지하철 쉴드공사를 수주하였음.
- 한국에 진출하게 된 계기는 호시노회장이 한국 출신으로 20대 전반까지 한국에서 살았던 경험과 일본내의 건설업자로부터 한국제 자재의 조사·조달을 의뢰받아 한국의 자재업자, 종합 공사업자와의 협력관계를 구축한 것이 크게 작용함.
- 사업화 과정에서 어려웠던 것은 한국 특유의 상거래 습관과 계약에 대한 개념의 상이 그리고 의사 소통이 어려운 점 등이었음.
- 이 회사의 차별화 전략은 일본업체가 한국에서 지하철 쉴드공사를 처음하는 것이었기에 일본 내에서 축적한 실적과 기술력을 한국에서 인정받도록 한 것이 큰 효과를 발휘하였음.

## 제5장 시사점

### 1. 정부 정책 수립에 대한 시사점

- 일본 중소 건설업체의 구조개편은 첫째, 페이퍼컴퍼니와 같은 불량부적격 업자를 배제, 둘째, 건설현장의 철저한 비용관리와 경영 효율화 추진, 셋째, 지역의 중소 건설업체간의 제휴임.
- 우리 정부도 이러한 내용을 기초로 중소 건설업 구조 개편 방안을 수립해야 할 것으로 판단됨.

- 우리 정부는 일본의 중소 건설업체의 신시장 진출에 대한 정부와 관련 단체의 적극적인 지원과 협조를 참조하여 앞으로 진행될 우리 나라의 산업 구조 개편이 중앙 정부와 지방 정부, 그리고 관련 단체의 적극적인 협조 속에서 이루어질 수 있도록 종합적인 지원 체계를 구축할 수 있는 제도적 기반을 마련하여야 할 것임.

## 2. 신시장 진출의 전략적 시사점

### (1) 기본 전략

- 우리나라의 중소 건설업체들이 급변하는 상황 변화에 대응하기 위해서는 가장 기본적으로 기업 경영의 중심을 「수주고」에서 「수익성」을 중시하는 기조로 전환하여야 함.
- 「지방계약법」의 제정과 지역균형 발전 정책의 적극적인 추진 속에서 이루어지는 지방자치단체의 공사 발주 권한 및 재량의 강화라는 그 효과가 크고 중요한 상황 변화를 고려해야 함.

### (2) 신시장 진출 사례별 시사점

- 개호 등 복지 분야로 진출한 업체들의 경우를 보면 가장 먼저 ‘고령화’라는 사회의 변화 트렌드와 ‘미진학 청소년 교육’프로그램이라는 제도를 통해 사업성을 발견하였다는 점을 지적할 수 있다. 구체적으로 이러한 트렌드와 정책이 반영된 법률 등의 제정을 통해 새로운 시장의 진출을 시도하였다는 점임.

- 다음으로 미래의 불확실성으로 인한 경영 위험을 줄이기 위해 과도한 신규 투자보다는 회사가 보유한 자원(유헌지 등)을 활용하거나, 비교적 저렴하게 구입할 수 있는 폐교 등을 구입하여 사업에 임하는 등 사업 리스크를 최대한 분산하였다는 점임.
- 먼저 전기공사를 주로 하는 업체가 냉난방 효율을 제고하는 시공법과 에너지 절약 시스템인 「에코시르피」를 개발하여 판매한 경우는 교토의 정서 체제 하에서 에너지 절약 문제가 사업성을 확보할 것으로 판단하여 에너지 절약과 환경 개선에 이바지할 수 있는 아이템으로 신시장에 진출하였다는 점임.
- 단순한 고령자의 주택 리모델링에 그치는 것이 아니라 고령자에 대한 개호 서비스를 함께 제공하여 사업성을 제고하였다는 점과 앞으로도 단순한 시공에 그치는 회사가 아니라 고객의 생애 이익을 계획하여 제시할 수 기업으로 성장하는 것을 목표로 하고 있는 점임.
- 또 농업생산법인(유한회사)을 설립을 통해 순환형 농업, 휴경지 이용을 통한 지역경제에 기여 등의 효과를 보여줌.
- 건설(건축)공사의 수주 제고를 위해 신상품 개발한 경우는 기존의 건설 사업에서 신시장 진출의 연관성을 찾았다는 점임.

## 제1장

## 서론

### 1. 연구의 배경 및 목적

일본의 건설산업은 10여년 동안의 일본 경제의 장기 불황 속에서 1997년 이후 건설투자의 뚜렷한 감소로 건설시장이 크게 축소되었으며, 건설업체 수는 2002년 약 57만개로 1992년에 비해 92%가 증가하여 경쟁이 심화되는 등 큰 위기에 직면해 있다. 실제로 1992년 약 84조엔으로 최고치를 기록했던 건설투자는 1996년까지는 80조엔 전후를 기록하다가 1997년에는 약 75조엔, 2001년에는 64조엔, 2002년에는 57조엔 그리고 2003년에는 54조엔을 기록하여 1992년에 비해 약 40%정도가 줄어들었다. 특히, 민간건설투자의 경우 일본의 전체적인 경기 침체의 영향으로 최고치를 기록한 1990년의 약 56조엔에서 2002년 32조엔으로 43%가 감소하였다.

이러한 상황 속에서 최근 일본 경제가 장기불황의 터널은 벗어났다고 하지만 단기적으로 건설투자의 급격한 회복을 기대할 수 없는 상황이다. 따라서 일본의 건설산업은 시장경제원리를 기초로 부실 건설업체의 퇴출 촉진에 의한 과잉 공급 구조의 시정과 건설업체의 자율적인 경영 효율화의 달성을 통해 건설산업의 구조를 재편하여야 하는 과제에 직면하고 있다. 이에 일본 정부는 전체 산업의 재편을 위해 「산업 재편에 관한 기본 지침」을 수립하였으며, 건설산업의 구조 개편을 위해서 「건설산업 재편 지침」을 수립·시행하고 있다.

일본 건설산업 재편의 특징은 시장원리에 입각하여 진행되고 있다는 사실과 개별 기업들의 경영기반 강화와 생산성 향상을 통해 진행되고 있다는 사실이며, 정부의 역할은 이러한 내용들이 원만하게 이루어지도록 환경조성을 하는 데 주력하고 있다. 또한 일본의 건설산업 재편은 i)건설업체의 기술력·경영기반강화, ii)선택과 집중을 통한 기업 합병 및 제휴의 강화, iii)경영다각화·신시장 진출, iv)수익성이 떨어지는 사업부문의 축소·철수 등의 4대 과제를 통해 중점적으로 이루어지고 있다.

이 4대 과제 중 신시장 진출(경영다각화 포함)은 중앙정부·지방자치단체·건설업 관련 단체들이 협력하여 중소 건설업체들을 대상으로 중점적으로 지원하고 있다. 이처럼



신시장 진출이 중소 건설업체들을 중심으로 이루어지고 있는 것은 중소 건설업체들이 지역 경제에 차지하고 있는 비중이 크기 때문이며, 신시장 진출을 통해 건설업체에 고용된 인력을 신시장으로 재취업시키고 지역 경제를 활성화시키기 위해서이다.

이러한 일본 중소 건설업체들의 신시장 진출은 어려운 경영 환경에 처하고 있는 우리나라의 중소 건설업체들에게 시사하는 바가 크다.

본 연구는 일본의 건설업 재편을 위한 4대 과제 중 중소 건설업체의 신시장 진출의 내용과 진출 대상 등과 실제 사례를 중점적으로 소개함으로써, 일본의 중소 건설업체들과 비슷한 상황에 처한 우리나라의 중소 건설업체들에게 급변하는 경영환경에 대응하는 데 도움이 되는 참고 자료를 제공함과 동시에 정부의 중소 건설업체에 대한 향후 정책 수립에 기초가 되는 자료를 제공함을 목적으로 한다. 특히, 새로운 사업 영역을 검토하고 있는 중소 건설업체들에 중요한 참고 자료로 활용될 것으로 판단한다.

## 2. 연구의 내용 및 방법

최근 우리 건설산업은 공공건설투자의 증가가 보합세를 보이는 가운데 부동산 규제 강화로 인한 민간 건설시장의 위축으로 큰 위기를 맞고 있다. 건설 시장의 심각한 위축과 함께 최저가 낙찰제의 확대 실시, 정부 재정 사업으로 추진해 오던 SOC사업의 민간 투자 확대, 지방계약제도의 도입 등 건설업을 둘러싼 환경은 급속도로 변화하고 있다. 또한 최근 정부가 계획 중인 일반·전문 간 업역 제한의 철폐 등과 같은 건설관련 규제의 폐지 또는 개선으로 건설산업의 구조는 큰 변화를 가져올 것으로 전망되고 있다.

이러한 상황에 대해 대형 건설업체보다 상대적으로 대응 능력이 열악한 중소 건설업체의 입장에서 보면 여기에서 소개하고자 하는 일본의 중소 건설업체들의 신시장 진출 사례는 중소 건설업체들에게 많은 도움이 될 것이다.

따라서 본 연구는 다음의 내용을 중점적으로 조사·연구하였다. 첫째, 장기 불황을 거친 일본 건설업의 실태와 이를 극복하기 위한 일본 정부(지방정부 포함)의 「건설업 재편 지침」과 건설업체들의 자율적인 노력으로 이루어지는 일본 건설산업의 구조 개편 내용을 살펴본다. 둘째, 신시장 진출의 대상이 되는 시장을 검토하도록 한다. 여기에는 고령화시대의 노인에 대한 개호(介護)비즈니스를 중심으로 하는 복지시장, 향후 가장 큰 확대가 예상되는 환경시장, 농업시장, 레저산업 시장, 리모델링 시장 등에 대해 시장전망과

주요 내용을 살펴보고자 한다. 셋째, 복지, 환경, 레저, 농업, 기타 부분 등으로 진출한 건설업체들의 실제적인 사례를 소개하고 한다. 마지막으로 일본의 중소·중견 건설업체들의 신분야 진출 내용에서 우리 나라의 중소·중견 건설업체 및 정부가 참고할 만한 시사점을 도출하여 제시하고자 한다.

본 보고서에서 소개하고 있는 주요 내용은 일본의 재단법인 건설업진흥기금(建設業振興基金) 홈페이지([www.yoi-kensetsu.com](http://www.yoi-kensetsu.com))에 게재된 자료를 주로 참고하였다.

### 3. 보고서의 구성

본 보고서의 구성은 다음과 같다. II장에서는 일본 경제의 추이와 일본 건설산업의 시장 변화 그리고 이러한 상황 속에서 진행되고 있는 건설산업 구조 개편에 대해 살펴보고, III장에서는 신분야 진출의 의의와 진출 대상 그리고 진출에 필요한 사전 준비 사항 등에 대해 살펴본다. IV장에서는 실제적인 신분야 진출 사례를 살펴보고, V장에서는 시사점을 도출하여 제시하였다.

#### 4 · 일본 중소 건설업체의 신시장 진출 사례 연구

## 제2장

# 일본 건설시장 변화와 건설산업 재편

### 1. 일본 건설산업 현황

#### (1) 거시 경제 추이

일본의 거시 경제 추이를 보면 최근 기업실적의 호조와 기업의 체질개선으로 경기침체의 우려가 감소하고 있으며, 민간설비투자 역시 비제조업이나 중소기업 부문에서 증가세를 보이고 있다. 또 고용 상황의 개선으로 개인소비도 상승세로 이어지고 있어 단기적으로 경기는 회복 기조를 지속할 것으로 전망되고 있다.

그러나, 해외 경제의 상황이나 원유가격의 동향, 후생연금보험료 인상과 세제 개편으로 인한 가계 부담의 영향 등으로 지금까지의 회복국면을 주도한 개인소비나 설비투자의 감소에 영향을 미칠 요인들이 잠복하고 있어 낙관할 상황만은 아닌 것으로 판단된다.

2004년 실질 경제성장률은 3.5%로 추정되고 있는데 이는 민간 기업 설비가 9.1%, 민간 지출이 2.6%, 정부 지출이 1.4%, 수출이 19.8%, 민간주택이 0.2% 등 전년도대비 증가세를 보여 이러한 성장세를 뒷받침하고 있는 것으로 보인다.

2005년 실질 경제성장률은 1.5%로 추정되고 있으며, 이는 민간 기업설비가 4.6% 증가하는 것과 민간 소비지출이 1.3%, 정부 소비지출이 0.8% 증가하는 것을 기초로 예측된 것이다. 수출의 경우 외국의 경기동향, 환율 등의 상황이 좋지 않은 가운데에도 1.2% 증가할 것으로 전망되었다. 공적 고정자본 형성이 3.3%, 민간 주택이 2.0% 감소될 것으로 보이지만 전체적으로는 증가요인이 감소요인을 초과하여 4년 연속의 플러스 성장이 예상되고 있다.

<표 II-1> 거시 경제 지표 추이

(단위 : 억엔)

연도	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004E	2005E
실질 GDP	4,679,132	5,009,144	5,368,063	5,304,560	5,365,401	5,538,491	5,733,069	5,821,616
	(6.0%)	(2.4%)	(3.0%)	(-1.2%)	(1.1%)	(3.2%)	(3.5%)	(1.5%)
명목 GDP	4,499,971	5,000,055	5,132,094	5,009,630	4,976,738	5,014,988	5,077,556	5,070,944
	(8.5%)	(1.8%)	(1.0%)	(-2.4%)	(-0.7%)	(0.8%)	(1.2%)	(-0.1%)

자료 : 일본건설경제연구소, 2004.10.

## (2) 건설산업 동향

일본의 건설산업은 사회간접자본의 정비, 지역인력 고용 등을 통하여 일본 경제발전에 크게 기여하며 성장하였으나, 최근 국가 또는 지방자치단체의 재정난에 의한 공공공사의 감축과 경기침체에 의한 민간 공사의 축소 등의 영향으로 시장규모는 축소하고 있다. 이러한 건설시장 축소 동향은 2004년에 실시된 지방 교부세나 보조금의 대폭적인 삭감으로 향후에도 지속될 것으로 전망된다.

국토교통성이 발표한 「2003년 건설투자 전망」에 따르면 2003년 건설투자액은 약 54조엔으로 최고치를 보인 1992년의 84조엔에 비해 35.7%가 줄어들 것으로 전망되고 있다. 또한 전국의 건설업자수(허가업자수)는 2003년 3월말 550,000사로 1992년의 520,000사에 비해 5.7% 증가하였고, 건설업 취업자수는 2003년 604만명으로 1992년의 619만명에 비해 2.4% 감소하였다. 이처럼 건설투자액의 대폭적인 감소에 대해 업자수는 증가하고 취업자수는 소폭 감소하는 상황은 건설업자간의 과다한 출혈 경쟁으로 이어져 건설업체의 수익을 압박하는 요인으로 작용하고 있다.

### 1) 건설투자 추이

2004년도 일본의 건설투자는 전년도 대비 3.5%가 줄어든 약 52조엔이 될 것으로 전망되며, 공공 건설투자는 건축, 토목 모두 전년도 대비 10%이상의 감소가 전망되어 6년 연속 감소가 이어지는 가운데 11.3%가 줄어들 것으로 전망되고 있다. 민간 주택투자는 착공 호수에서는 감소하는 것으로 전망되고 있으나, 투자액은 아주 소폭인 0.3% 정도 증가할 것으로 전망되고 있다. 민간비주택 건설투자는 민간 토목 투자가

1.0% 감소할 것으로 보이지만 민간비주택 건축투자가 큰 폭인 8.7% 증가하는 것으로 전망되어 전체적으로 4.8% 증가하여 4년만에 증가세로 돌아설 것으로 전망된다.

2005년도의 건설투자는 전년도 대비 2.0% 감소된 50조 9,200억엔으로 전망되어 1997년도부터 9년 연속 감소가 이어질 것으로 전망된다. 공공 건설투자는 4.2% 감소되어 감소폭은 줄어들었지만 감소세는 계속될 것으로 보인다. 민간 주택 투자는 수요 확대 요인이 없어 1.7% 줄어들 것으로 보인다. 민간비주택 건설투자는 민간비주택 건축 투자가 3.5% 증가하지만 민간 토목 투자가 3.1% 줄어들어 전체적으로 1.0% 정도 증가할 것으로 전망된다.

<표 II-2> 건설투자의 추이

(단위 : 억엔, 실질치는 95년 가격기준)

연도	1990	1995	2000	2001	2002	2003E	2004E	2005E
<b>명목건설투자</b>	814,395	790,169	661,948	612,875	563,000	538,500	519,400	509,200
(전년대비증가율)	(11.4%)	(0.3%)	(-3.4%)	(-7.4%)	(-8.1%)	(-4.4%)	(-3.5%)	(-2.0%)
<b>명목정부투자</b>	257,480	351,986	299,601	281,931	253,700	229,700	203,800	195,200
	(6.0%)	(5.8%)	(-6.2%)	(-5.9%)	(-10.0%)	(-9.5%)	(-11.3%)	(-4.25)
<b>명목민간주택투자</b>	257,217	243,129	202,756	185,751	179,200	178,800	179,300	176,300
	(9.3%)	(-5.2%)	(-2.2%)	(-8.4%)	(-3.5%)	(-0.2%)	(0.3%)	(-1.7%)
<b>명목민간비주택투자</b>	299,698	195,053	159,591	145,193	130,200	130,000	136,300	137,700
	(18.4%)	(-1.8%)	(0.7%)	(-9.0%)	(-10.3%)	(-0.2%)	(4.8%)	(1.0%)
<b>실질건설투자</b>	854,423	790,169	673,649	630,066	580,600	551,700	528,400	518,000
	(7.7%)	(0.2%)	(-3.6%)	(-6.5%)	(-7.9%)	(-5.0%)	(-4.2%)	(-2.0%)

\* 주 : 민간비주택건설투자 = 민간비주택건축투자 + 민간토목투자

자료 : 일본건설경제연구소, 2004. 10.

## 2) 주택신축 추이

2004년도의 주택 신축 호수는 2003년도에 비해 0.7%가 줄어든 116.7만호로 전망되고 있다. 그 이유는 2003년도에 나타난 주택용자 감세의 단계적 축소, 금리의 상승 우려와 명확한 수요 증가 요인의 부재 등이며, 회복되고 있는 개인소비도 주택 신축 규모를 크게 증가시킬 정도에 이르지 못했기 때문이다.

임대주택은 공급과잉으로 2003년도에 비해 약간 줄어들 것으로 전망되고, 소유주택은 2004년도 제1/4분기에 전년 동기대비 6.0%가 줄어든 것으로 나타났다. 다소 회복세를 보인 분양주택은 전년도대비 1.3%가 줄어든 368,000호 정도로 예측되었다. 임대주택도

1/4분기에 6.4%줄어들어 당초 예측에 크게 미치지 못하는 것으로 나타나 전년도대비 3.3% 줄어든 444,000호 정도로 예측되고 있다. 분양에 대해서는 맨션이 신축, 판매에서 보험세를 보여 전년도 대비 3.6% 증가한 346,000호 정도가 공급될 것으로 보인다.

2005년도의 주택 신축 호수는 전년도대비 1.2%가 줄어든 1,152,000호 정도로 전망되었다. 경제 회복과 지가 상승이 지속되고 주택용자 감세가 2005년부터 단계적으로 축소되는 것이 영향을 미친 것으로 판단된다. 또 도심의 대형 고급 맨션이 2005년에 전후에 집중적으로 공급되어 공급과잉으로 이어지고, 주택경기를 회복시킬 특별한 사유가 없어 2004년도 후반부터 수요가 점차적으로 줄어든 것으로 전망된다.

<표 II-3> 주택 신축 추이

(단위 : 천호, 억엔)

연도	1990	1995	2000	2001	2002	2003E	2004E	2005E
전체착공호수	1,665.4	1,484.7	1,213.2	1,173.2	1,145.6	1,173.6	1,165.7	1,152.1
	(-0.4%)	(-4.9%)	(-1.1%)	(-3.3%)	(-2.4%)	(2.5%)	(-0.7%)	(-1.2%)
소유주택	474.4	550.5	437.8	377.1	365.5	373.0	368.1	369.1
	(-5.0%)	(-4.9%)	(-8.0%)	(-13.9%)	(-3.1%)	(2.1%)	(-1.3%)	(0.3%)
임대주택	767.2	563.7	418.2	442.3	454.5	458.7	443.7	446.7
	(-6.5%)	(9.3%)	(-1.8%)	(5.8%)	(2.8%)	(0.9%)	(-3.3%)	(0.7%)
분양	386.9	344.7	346.3	343.9	316.0	333.8	345.7	328.4
	20.3%	(-8.7%)	(11.0%)	(-0.7%)	(-8.1%)	(5.6%)	(3.6%)	(-5.0%)
명목민간주택투자	257,217	243,129	202,756	185,751	179,200	178,800	179,300	176,300
	(9.3%)	(-5.2%)	(-2.2%)	(-8.4%)	(-3.5%)	(-0.2%)	(0.3%)	(-1.7%)

\* 주 : 착공호수는 2003년까지 실적  
자료 : 일본건설경제연구소, 2004.10.

### 3) 민간비주택건설투자 추이

실질 민간기업 설비의 2004년 2/4분기의 실적은 전년 동기대비 10.1%가 증가하여 4분기 연속 증가하는 추세를 보이고 있다. 선행지표인 기계 수주도 2004년 2/4분기 실적이 전년 동기대비 11.9%, 3/4분기는 16.8% 증가가 전망되어 계속 호조를 지속할 것으로 보인다. 다만 2005년에는 이러한 증가추세가 감소할 것으로 전망되어 실질 민간기업 설비는 전년도 대비 2004년에는 9.1%, 2005년에는 4.6%가 증가할 것으로 전망되고 있다. 민간 기업설비 전체에서 기계 등을 제외한 명목 민간 비주택 건설투자(비주택 건축+토목)

는 전 연도 대비 2004년에는 4.8%로 4년만에 증가세를 보일 것으로 보이며, 2005년에는 1.0%가 증가할 것으로 전망되었다.

명목 민간 비주택 건축투자는 전년도대비 2004년에는 8.7% 증가하여 2년 연속 증가세를 보이겠고, 2005년에는 3.5%가 증가할 것으로 전망된다. 민간 비주택 건축착공 바닥면적은 전년도대비 2004년에는 11.9%가 증가하겠으나, 2005년에는 1.8% 감소할 것으로 전망된다. 용도별 착공 바닥면적을 보면 사무실은 2004년에는 12.5% 증가하여 2년 연속 증가할 것으로 보이고, 2005년에는 14.6% 증가할 것으로 전망되었다. 상가는 2004년에는 20.6%, 2005년에는 3.5% 증가가 예상되고, 공장은 2004년에는 29.1%가 증가하고 2005년에는 5.8% 증가할 것으로 보인다. 명목 민간토목 투자는 전년도대비 2004년에 1.0%가 감소하고, 2005년에는 3.1%가 감소하는 등 감소세가 지속될 것으로 전망되고 있다.

**<표 II-4> 민간비주택건설투자 추이**

(단위 : 억엔)

연도	1990	1995	2000	2001	2002	2003E	2004E	2005E
명목민간비주택건설 투자	299,698 (18.4%)	195,053 (-1.8%)	159,591 (0.7%)	145,193 (-9.0%)	130,200 (-10.3%)	130,000 (-0.2%)	136,300 (4.8%)	137,700 (1.0%)
명목민간비주택건축 투자	219,092 (17.2%)	110,095 (-6.8%)	93,429 (-0.5%)	86,165 (-7.8%)	77,400 (-10.2%)	78,100 (0.9%)	84,900 (8.7%)	87,900 (3.5%)
명목민간토목투자	80,606 (21.8%)	84,958 (5.6%)	66,172 (2.5%)	59,028 (-10.8%)	52,800 (-10.6%)	51,900 (-1.7%)	51,400 (-1.0%)	49,800 (-3.1%)
실질민간기업설비	904,887 (12.0%)	739,812 (3.0%)	901,654 (9.7%)	870,688 (-3.4%)	840,545 (-3.5%)	943,386 (12.0%)	1,029,257 (9.1%)	1,077,101 (4.6%)

자료 : 일본건설경제연구소, 2004.10.

#### 4) 공공건설투자 추이

2004년 일본의 공공 건설투자는 국가의 공공투자가 전년도대비 3.3% 감소하고, 지방자치단체 공공투자가 9.5% 감소하여 명목 공공투자는 11.3%(실질은 12.1%) 감소하여 최고치를 보인 1995년의 60% 정도로 축소될 것으로 전망되고 있다.

2005년 일본의 공공 건설투자는 국가의 재정정책상 공공투자를 전년도 대비 3% 이상 축소하고, 지방재정계획에서 지자체 단독사업을 전년도의 5% 이상 축소하는 것을 전제로 전년도대비 4.2%(실질, 4.5%)가 감소할 것으로 전망된다.



**<표 II-5> 정부건설투자의 추이**

(단위 : 억엔)

연도	1990	1995	2000	2001	2002	2003E	2004E	2005E
명목정부건설투자	257,480	351,986	299,601	281,931	253,700	229,700	203,800	195,200
	(6.0%)	(5.8%)	(-6.2%)	(-5.9%)	(-10.0%)	(-9.5%)	(-11.3%)	(-4.2%)
명목정부건축투자	46,010	56,672	40,004	36,145	35,100	31,300	27,300	26,600
	(9.4%)	(-12.5%)	(-12.0%)	(-9.6%)	(-2.9%)	(-10.8%)	(-12.8%)	(-2.6%)
명목정부토목투자	211,470	295,314	259,597	245,786	218,600	198,400	176,500	168,600
	(5.3%)	(10.3%)	(-5.2%)	(-5.3%)	(-11.1%)	(-9.2%)	(-11.0%)	(-4.5%)
실질정부건설투자	270,481	351,986	304,401	289,337	261,000	234,700	206,400	197,100
	(2.3%)	(5.5%)	(-6.5%)	(-4.9%)	(-9.8%)	(-10.1%)	(-12.1%)	(-4.5%)

주 : 실질은 95년도 기준임.

자료 : 일본건설경제연구소, 2004.10.

### (3) 중소 건설업체 동향

#### 1) 경영 상황

일본의 중소 건설업체들은 1990년대 후반부터의 건설투자 감소, 기업수의 증가로 인한 경쟁의 심화로 인해 상당수가 어려운 경영 상황에 직면해 있다.

<표II-6>에서 보는 것과 같이 2002년 (재)건설업진흥기금이 실시한 조사를 보면 자본금 3억엔 미만의 건설업체들은 1년(2001년)전과 비교하여 경영상황이 ‘대폭 악화’, ‘악화’라고 응답한 비율이 각각 19.2%, 51.3%에 달하고 있어 경영상황이 악화된 업체가 70%에 달하고 있다.

<표 II-6> 2002년 건설업체 경영 상황(1년전과 비교)

(단위 : 개, %)

구분(자본금 기준)	소계	대폭개선	개선	변화없음	악화	대폭 악화
3억엔 미만 업체	240 (100)	3 (1.3)	23 (9.6)	45 (18.8)	123 (51.3)	46 (19.2)
3억엔 ~ 20억엔미만 업체	45 (100)	0 (0)	3 (6.7)	10 (22.2)	19 (42.2)	13 (28.9)
20억엔 이상 업체	35 (100)	0 (0)	0 (0)	5 (14.3)	23 (65.7)	7 (20.0)

주 : 샘플조사 결과임

자료 : 「中小建設産業の新分野・新市場開拓のための企業連携にするガイドライン」, 中小建設産業の連携による新市場開拓研究委員会, 2002. 7.

또 매출액의 변화를 보면 자본금이 3억엔 이하의 건설업체의 경우 20% 이상 감소한 업체가 약 50%에 달하고 있어 중소 건설업체들의 경영 실적이 악화되고 있음을 알 수 있다.

<표 II-7> 2002년 건설업체 매출액 변화(5년전과 비교)

(단위 : 개, %)

구분(자본금 기준)	소계	50%이상 증가	20-40% 증가	10-19% 증가	±9	10-19% 감소	20-49% 감소	50%이상 감소
3억엔 미만 업체	230	5 (2.2)	7 (3.0)	18 (7.8)	61 (26.5)	60 (26.1)	71 (30.9)	8 (3.5)
3억엔 ~ 20억엔미만 업체	42	0 (0)	0 (0)	3 (7.1)	8 (19.1)	18 (42.9)	13 (31.0)	0 (0)
20억엔 이상 업체	32	0 (0)	0 (0)	3 (9.4)	6 (18.8)	13 (40.6)	10 (31.3)	0 (0)

주 : 샘플조사 결과임

자료 : 「中小建設産業の新分野・新市場開拓のための企業連携にするガイドライン」, 中小建設産業の連携による新市場開拓研究委員会, 2002. 7.

## 2) 경영 전망

일본의 중소건설업체의 향후 경영 전망에 대해서 조사한 결과를 보면 자본금 3억엔 미만의 업체 중에서 ‘매우 어두움’, ‘어두움’으로 응답한 업체의 비율이 각각 30.2%, 51.9%로 향후 전망을 부정적으로 전망하고 있는 업체가 82%에 달하고 있어 향후 중소 건설업체들의 경영 전망 또한 매우 부정적인 것으로 나타나고 있다.

<표 II-8> 향후 경영 전망

(단위 : %)

구분(자본금 기준)	소계	매우희망적	희망적	변화없음	어두움	매우어두움
3억엔 미만 업체	235	1 (0.4)	15 (6.4)	26 (11.1)	122 (51.9)	71 (30.2)
3억엔 ~ 20억엔미만 업체	45	0 (0)	2 (4.4)	8 (17.8)	25 (55.6)	10 (22.2)
20억엔 이상 업체	35	0 (0)	2 (5.7)	3 (8.6)	25 (71.4)	5 (14.3)

주 : 샘플조사 결과임

자료 : 「中小建設産業の新分野・新市場開拓のための企業連携にするガイドライン」, 中小建設産業の連携による新市場開拓研究委員会, 2002. 7.

### 3) 경영 과제

일본의 중소 건설업체들이 이러한 경영 난관을 극복하기 위한 경영 과제를 조사한 결과를 보면 ‘영업력의 강화’라고 응답한 업체가 71.4%에 달하였고, 다음이 ‘인재의 육성’이라고 응답한 경우가 59.3%, 신시장 진출이라고 응답한 경우가 54.0%에 달하였다. 조사 결과는 <표II-9>에 제시하고 있는데 일본의 중소 건설업체들은 향후 경영 과제로 영업력 강화, 인재 육성, 신시장의 개척, 생산기술의 향상 등을 제시하고 있으며, 신시장의 개척이 어려운 상황에 처한 일본의 중소 건설업체들의 경영 애로를 해결할 수 있는 방안으로 떠오르고 있음을 알 수 있다.

<표 II-9> 향후 경영과제(복수응답 가능)

경영과제	응답률(%)
1. 영업력 강화	71.4
2. 인재의 육성	59.3
3. 신시장의 개척	54.0
4. 생산기술의 향상	54.0
5. 외주비 절감	51.2
6. 간접부문 경비절감(인건비 제외)	44.9
7. 신기술·신공법의 개발	35.7
8. 종업원 임금의 삭감	22.3
9. 종업원수의 감축	19.3

자료 : 「中小建設産業の新分野・新市場開拓のための企業連携にするガイドライン」, 中小建設産業の連携による新市場開拓研究委員会, 2002. 7.

## 2. 일본 건설산업 재편

### (1) 기본 방향

일본의 건설업을 둘러싼 경영환경은 급속히 변화하여 건설투자의 감소세가 지속되고 있으며 건설업의 수익성은 크게 떨어져 부도 건수도 증가하고 있다. 특히, 버블기의 부동산 투자로 인해 과다한 채무를 안고 있는 건설업체는 건설 시장의 축소로 경영이 더욱 악화되고 있다.

단기적으로는 건설투자의 회복을 크게 기대할 수 없는 상황에서 일본의 건설산업은 한편으로는 시장원리에 기초한 방법을 통해 부실 건설업체를 퇴출시키고, 한편으로는 건설업체의 자율적인 경영 효율화 달성을 통해 건설업 재편을 달성해야 하는 정책과제에 직면해 있다.

일본 정부는 전체 산업의 재편을 위해 「산업 재편에 관한 기본 지침」을 수립하여 추진하고 있지만, 건설업은 일반적으로 기계 설비를 가지고 있지 않고 공사 현장마다의 일품 생산으로 규모의 이익을 실현하기 어려운 특성을 가지고 있으므로, 「산업 재편에 관

한 기본 지침」을 기초로 별도의 「건설산업 재편 지침」을 수립하였다.

현재 일본 건설시장은 급속한 축소 국면 속에서 과다한 업체수, 수익성 하락 현상을 보이고 있어 앞으로 시장에 생존하기 위해서는 경영 합리화 추진, 공사의 품질 확보, 생산성 향상 등을 반드시 실현하여야 하는 상황이다. 이에 건설업체들은 이익이 나지 않는 사업부문에서 철수 또는 사업 비중을 축소하고, 수익성 높은 사업 부문으로 경영 자원을 집중하는 것과 같은 기업 경영의 중심을 ‘수주’에서 ‘수익’으로 전환하는 방향으로 건설산업의 구조가 개편되고 있다. 따라서 일본의 건설업체들은 과거와 같은 부분적인 경영 합리화 노력보다는 근본적인 사업 내용의 재검토를 기초로 건설 시장의 축소에 대응하여 사업 규모의 축소와 수익성이 낮은 사업 분야의 정리를 조속히 추진하고, 경영 자원을 자사의 비교 우위 분야에 집중시키고 고부가가치의 새로운 사업 모델 구축을 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

다음으로 건설업체의 경영 기반 강화를 위해서는 개별 기업 내부의 경영 합리화 차원을 탈피하여 대응 방안을 모색하는 것이 중요한 과제로 등장하고 있다. 즉, 정리해고에 의한 비용 절감은 한계가 있으므로 경영 기반의 강화와 경영 효율의 향상을 위해 기업 결합 및 합병 등의 기업간 제휴의 필요성이 크게 제기되고 있다. 이에 그 동안 건설업은 일반적으로 규모의 이익 실현이 어렵고 사업의 재편이 어려운 산업분야라는 인식을 극복하고, 건설업체간 상호 보완적인 제휴나 기술개발을 위한 비교우위 부분의 제휴 및 타 업종 분야와의 제휴를 통한 새로운 사업 모델 구축 등을 통하여 건설시장의 축소에 대응한 여러 가지 형태의 기업간 제휴 및 재편이 진행되고 있다.

## (2) 건설업 재편을 위한 정책 방향과 지원 제도

### 1) 정책 방향

#### ① 시장 기능을 통한 도태 촉진

일본 정부가 건설업의 재편을 유도하기 위해 채택하고 있는 정책의 가장 기본적이고 우선적인 정책은 시장기능을 통한 건설산업의 재편이다. 건설업의 재편은 우선 시장 기능을 통하여 이루어지는 것이 원칙이므로 시장원리를 통해서 건설업체 스스로 경영 기반의 강화와 생산성의 향상을 위해 노력하는 것이 가장 중요하다. 따라서 시장 기능을 통한 부실 건설업체의 퇴출을 촉진시키기 위해 정부는 시장 기능이 원활하게 발휘될 수

있도록 필요한 환경 정비를 추진하고 있다. 특히 건설업의 경우 전체 건설시장의 50% 이상을 공공부문이 차지하고 있어 공공공사의 발주제도를 신뢰성과 품질의 확보를 전제로 하여 공정한 경쟁 시스템을 통해 투명성이 높게 제도 개선을 추진하고 있다.

이러한 관점에서 대규모 공사와 관련된 이행보증 비율의 인상 조치 등을 활용하여 금융기관의 여신 범위에 제약이 있는 부실 기업이 공공공사에 참여하는 것을 억제하는 정책의 도입을 검토하고 있다.

## ② 건설업체의 자율적 노력 유도 정책

두 번째로 경영 기반의 강화와 생산성의 향상을 통해 건설 시장의 신뢰를 제고하려는 건설업체의 자주적인 노력을 촉진할 수 있는 환경의 정비를 추진하고 있다. 구체적으로 경영의 효율화, 경영 기반의 강화를 위해 합리적인 조직 재편을 유도하기 위한 허가 절차 등의 원활화 또는 적절한 기업 평가, 기술자 제도의 재검토 등을 추진 중에 있다.

또 기업간 결합 및 합병 등을 통한 재편은 건설 기업의 많은 노력을 필요로 하고, 입찰 참가 기회 감소 등의 부정적인 측면도 있으므로 공공 공사의 입찰 참가 자격심사에 있어서의 점수 가산 조치 등의 인센티브를 부여하여 건설산업의 재편을 촉진시키는 정책을 채택하고 있다.

## ③ 건설산업 재편을 위한 지원 제도 시행

개별 건설업체의 사업 재편을 촉진하기 위한 지원은 형식적인 수준에 그치지 않도록 사업 기반과 재무 상태를 평가하여 재생이 가능하다고 판단된 건설업체에 대해서 지원하는 ‘재생 지원 제도’의 실시를 추진 중이다. 특히 「산업활력재생특별조치법」을 근본적으로 개정하여 ‘재생 가능’으로 판단된 건설업체에 대해서는 건설업체의 ‘사업 재편 계획’ 등을 검토하여 세제 및 금융 지원 조치를 통해 건설업체들이 채산성이 낮은 부분의 철수 또는 사업 축소 등을 지원하고, 후생노동성과 협력하여 장래 수익성이 있는 사업 분야로 진출하도록 유도하는 정책 및 제도를 시행할 계획이다.

또, 「산업 재편에 관한 기본 지침」을 기초로 「산업활력재생특별조치법」의 생산성 향상 기준 및 재무 건전화 기준 등을 통하여 건설업체의 재생 가능성 등을 정확하게 심사하여 시행하고 있다.

## 2) 지원 지침

형식적인 건설업체의 지원이 되지 않도록 재생이 확실한 건설업체를 대상으로 시행하고, 과잉 공급구조의 시정이 이루어지도록 「산업 재생에 관한 기본 지침」의 ‘건설업체의 과잉채무 문제에 대한 대응 방침’ 및 ‘과잉 공급구조 문제에 대한 대응 방침’에서 정하고 있는 요건들을 충족할 경우에 지원하도록 하고 있다.

### ① 과잉 공급 구조 시정

건설업의 재편은 시장 규모의 축소를 근거로 경쟁력이 상대적으로 낮은 분야에서 철수하고, 수익성의 높은 사업 분야에 경영 자원을 집중하는 것이 불가결하다. 따라서 일본정부의 정책 지원은 「기업산업 재생에 관한 기본 지침」의 ‘과잉 공급구조 문제에 대한 대응 방침’을 근거로 하여 2개사 이상의 기업 결합 및 제휴에 의한 재편 또는 기업의 사업 규모의 축소된 경우에 한정하여 실시하고 있다.

### ② 지원 대상 선정 기준

일반적으로 부실 건설업체들은 수익력 저하(수익성), 과대한 불량부채 보유(안정성), 활용 불가능한 자산 보유로 인한 효율성 저하(건전성) 등의 문제점을 가지고 있으므로, ‘수익성’, ‘안정성’, ‘건전성’ 등의 3개 관점에서 기업 재생의 가능성을 판단하고 있다. 따라서 지원 대상 건설업체의 선정은 이러한 3개 지표가 전체 평균적인 수준에 도달할 가능성을 중점적으로 검토하여 선정하고 있다.

구체적으로는 「산업재편에 관한 기본 지침」의 재무 건전화 기준에 정하고 있는 「유이자부채가 현금흐름에서 차지하는 비율이 10배 이내이고, 경상 수입이 경상 지출을 초과할 것」, 수익성을 나타내는 매출액 영업이익률 또는 총자본 경상이익률과 안정성을 나타내는 자기자본 비율 부채비율 등의 지표, 건전성을 나타낸 고정 비율 또는 장기 고정 적합 비율 등의 지표 등이 경영 재건 계획의 종료시점에 대체로 평균적 수준에 도달하는 것을 요건으로 하고 있다.

### 3) 생산성 향상

건설산업의 재편을 위해서는 개개의 건설업체들이 경영 효율화를 촉진하여 생산성을 향상시키는 것이 필요하다. 이 때문에 지원 대상 업체를 선정함에 있어 경영 재건 계획의 종료시점을 기준으로 생산성의 향상과 사업 기반의 확립에 대한 구체적인 계획을 요구하고 있다. 구체적으로는 사업 규모의 축소의 경우 「산업 재편에 관한 기본 지침」의 ‘산업활력재생특별조치법의 활용 기준’에서 생산성 향상 기준을 다음과 같이 정하고 있다.

- 자기자본이익률(ROE)이 2% 이상 향상
- 유형 고정자산 회전율이 5% 이상 향상
- 종업원 1인당 부가가치액이 6%이상 향상

위에서 정하고 있는 기준 중의 하나를 충족시켜야 한다.

또 2개 이상의 기업에 의한 통합 및 제휴를 통한 재편의 경우는 「산업 재편에 관한 기본 지침」의 ‘과잉 공급구조 문제 대응 방침’의 과잉 공급구조 개선 기준에서 정하고 있는 다음의 조건 중 하나를 충족시켜야 한다.

- 현금흐름이 2% 이상 향상
- 유형 고정자산 회전율이 5%이상 향상
- 기타 관련 지표의 개선

다만 공급 능력의 삭감 효과가 있는 사업을 철수 또는 축소하지 않는 경우에는 이러한 기준들이 적용되지 않는다.

### (3) 중소 건설업 재편 기본 지침

지역의 중소 건설업은 낙후된 지역의 주택 및 사회간접자본을 구축하며 지역의 기간 산업으로서 현지 주민에게 많은 취업 기회를 제공하여 지역경제의 발전과 고용에 중요한 역할을 수행하고 있다. 특히 건설 관련 업종까지 포함하면 그 영역이 매우 넓어 지방



의 경우에는 건설 자재의 제조사나 리스 등을 포함할 경우 전 취업자의 50% 이상이 건설업 및 건설 관련업에 취업하고 있다.

한편 지역의 중소 건설업체들의 경우 자본금 5천만~1억엔 규모의 업체들은 수주량의 50% 이상, 자본금 3천만~5천만엔 규모의 업체들은 수주량의 70% 정도를 공공공사가 차지하고 있어 공공 사업 축소에 의한 영향이 크다. 이와 같은 이유로 중소 건설업의 재편이 다음과 같은 방향으로 진행되고 있다.

### 1) 불량부적격 업자 배제

건설업의 재편에 있어서 가장 중요한 것은 이른바 페이퍼컴퍼니 등 불량부적격 업자를 배제하는 것이 가장 중요한 과제로 인식되고 있다. 따라서 「공공공사의 입찰 및 계약의 적정화의 촉진에 관한 법률」을 기초로 공공공사 발주체계에서 불량·부적격 업자를 철저히 배제하여 이러한 업체들의 수주를 방지하도록 하고 있으며, 건설공사의 품질 확보를 위해 시공 현장의 점검을 철저히 하고 있다.

### 2) 경영 혁신 추진

일본의 지역 중소 건설업자의 경우 기업 운영의 비효율성으로 인해 수익성이 떨어지고 있는 건설업체가 많은 것으로 나타나고 있다. 따라서 향후 건설공사의 현장 및 본사의 코스트 관리를 철저히 하는 것과 같은 경영 효율화의 추진이 필요하므로 시스템의 활용 등에 의한 공정관리의 철저, 원하도급 업체간 IT거래 촉진 등을 추진하도록 하고 있다. 또 건설 시장이 축소하고 있는 상황에서 개호(介護) 서비스, 재활용 및 토양 재생 등의 환경 관련 사업 등 성장이 예상되는 신시장으로 진출을 확대할 필요가 있다.

이로 인해 중소·중견 건설업자가 사용하기 편리한 공정관리 시스템 등의 개발이나 간단한 경영컨설팅 및 경영 정보의 제공과 사업자 단체에 의한 연수 및 경영 상담 등의 지원 등을 추진하고 있다.

### 3) 기업간 제휴의 촉진

어려운 경영환경 아래에서 기술과 경영 능력이 뛰어난 건설업체가 시장에서 생존하고 성장하기 위해서는 경영 기반의 강화를 위한 건설업체간의 제휴에 의한 재편이 절실히

요구되고 있다.

지역의 중소 건설업체간의 결합 및 제휴를 통한 재편은 지역적인 영업 기반이 다른 기업간의 제휴, 기업경영상 부담이 된 설계·적산·기자재 조달 등의 간접 부문의 공동화 등 독립성을 유지하면서 경영합리화를 추진할 수 있는 제휴도 가능하다. 따라서 철저한 아웃소싱이나 제휴·협업화에 의한 사업의 효율화, 업체간 공동 신시장 진출 등 경영의 합리화 기반을 강화하기 위해 이루어지는 기업간 제휴를 지원하고, 합리적인 조직 재편이 이루어질 수 있도록 제도를 운용하고 있다.

#### (4) 중소 건설업 재편 지원

중소 건설업체는 경영환경의 급속한 악화 경향 속에서 채무의 증가로 인해 경영 위기에 봉착할 가능성이 크므로, 수익성이 낮은 사업 부문에서 철수하여 수익성이 높은 사업에 특화하는 방법을 통한 사업의 재편을 추진하는 경우가 많다. 따라서 「산업 재편에 관한 기본 지침」의 ‘중소기업 재생 지원 방침’과 「산업 활력 재생 특별 조치법」을 적극적으로 활용하여 경영 기반의 강화가 적절히 이루어질 수 있도록 노력하여야 한다.

아울러 중소 건설업자의 경영 상태 건전화나 사업 재검토 등에 대해 각 지방정부와 중앙정부는 상담 체제의 정비나 지역의 관계 기관과의 제휴를 강화하여 이를 지원하도록 하고 있다.

구체적으로 중소 건설업자의 자금조달 및 유통의 원활화를 촉진시키고, 긴급 용자 제도의 신속한 활용 등을 위해 관계 부처와의 긴밀한 협력관계를 유지하도록 하고 있다. 또한 여러 가지 기술분야와 다양한 직종으로 구성된 건설업의 특성으로 후생노동성과의 제휴도 가능하도록 되어 있다.

<그림 II-1> 건설산업 구조 개편을 위한 주요 목표 및 추진 방안

<p><b>기술력 / 경영체질강화</b></p>	<p>⇒</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 정보수집 / 경영 분석 ·건설상담 110번 창구 상담과 전문가가 조언 ·전문가 집단에 의한 기업 분석(클리닉) 필요 경비 보조</li> <li>2. 경영 기반 강화 계획 수립 ·경영 혁신 계획 작성을 위해 전문가 파견</li> <li>3. 종업원의 확보와 자질 향상 ·자질 향상을 위한 IT연수나 기술자 세미나 개최</li> <li>4. 경영혁신을 추진 기업 수주할 수 있는 체제 마련 ·기술력 평가 및 지역 공헌 등이 인정되는 기업 수주 구조 마련</li> </ol>
<p><b>기업합병/ 제휴</b></p>	<p>⇒</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 정보수집, 경영 분석</li> <li>2. 합병 및 제휴 상대 선정, 계획 수립 ·합병·제휴의 연구를 실시한 기업에 경비 일부 지원 ·재판·기업 제휴를 도모하는 기업에 어드바이저 파견</li> <li>3. 종업원 확보 및 자질 향상 ·전문적 지식, 기능에 대한 교육 실시 기업 경비 지원</li> <li>4. 합병 및 제휴 기업 수주할 수 있는 체제 정비 ·합병·분할 등을 시행한 기업은 PQ심사에서 가점 부여 ·합병·제휴 모델을 기업 평가하여 PQ에 반영</li> </ol>
<p><b>경영다각화/ 신분야진출</b></p>	<p>⇒</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 정보수집, 경영 분석</li> <li>2. 경영 다각화, 신분야 진출 계획 수립 ·지역경제 활성화, 고용 창출이 기대되는 프로젝트 조성</li> <li>3. 종업원 확보 및 진출 분야 조사 ·신분야 진출에 필요한 종업원의 교육 경비 조성 ·신분야 사업을 도모하는 기업은 조사 시행 경비 조성</li> <li>4. 새로운 사업 전개로 성장 지속 ·신사업 자회사 설립 지원 ·사업 전환이나 경영 다각화 기업에 대해 설비운용자금 융자 ·경영 다각화 등을 추진하는 기업 PQ 반영</li> </ol>
<p><b>축소/철수</b></p>	<p>⇒</p> <p>【경영자에 대한 지원】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 정보수집, 경영 분석</li> <li>2. 고용 확보, 종업원 재취직 진행 ·종업원의 교육 훈련강습, 취업 체험 부여</li> <li>3. 용자, 기업 지원</li> </ol> <p>【종업원에 대한 지원】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 고용 확보, 종업원 재취직 진행 ·취업 강좌 개최</li> <li>2. 신규 취업 자금 융자</li> </ol>

## 제3장

# 일본 중소·중견 건설업체의 신시장 진출

### 1. 신시장 진출의 의의

아래의 그림에서 시장 침투 전략(A)은 타사와의 경쟁에서 이기기 위해 시장점유율을 높이는 것을 말하고, 신시장 진출 전략(B)은 남성용 제품을 여성 손님에게 판매하도록 하는 것과 같이 기존 제품을 판매하는 새로운 시장을 확보하는 것을 말한다. 또 신제품 개발 전략(C)은 지금까지의 고객에게 새로운 제품을 제공하여 기업의 성장을 도모하는 것을 의미하고, 다각화 전략(D)은 신시장에 신제품을 투입하는 것으로 기존 사업 영역과는 다른 사업영역에 진출하는 것을 의미한다.

<그림 Ⅲ-1> 신분야 진출의 범위

	기존	제품	신규
기존	A. 시장침투	C. 제품개발	
신시장	B. 신시장 개척	D. 다각화	
신규			

자료 : (재)건설업진흥기금, 건설기업의 신분야 진출 안내, 2003.2

일본 중소 건설업체들의 신시장 진출은 위의 <그림Ⅲ-1>에서 B(시장개발, 신시장개척), C(제품개발), D(다각화)를 의미한다. 즉, 신분야 진출은 건설업체들이 수익성을 제고하기 위해 새로운 시장에 진출하고 새로운 제품을 개발하고 새로운 사업영역에 진출하는 것을 의미한다.

## 2. 신시장 진출 대상 분야

### (1) 복지 분야

일본은 최근 빠른 속도로 고령화가 진행되고 있어 2050년에는 65세 이상의 고령인구가 총인구의 3분의 1 정도를 차지할 것으로 전망되고 있다. 이러한 경향에 따라 고령인을 대상으로 복지분야의 사업이 크게 확대되어, 노인주택, 실버타운 등의 관련 사업이 확대될 것으로 전망된다. 특별히 복지분야 중에서 가장 큰 관심을 끌고 있는 것은 개호보험(介護保険, care insurance) 관련 사업의 확대이다.

개호보험은 2000년 4월부터 시행된 고령자 의료 및 요양관련 보험으로 가속화되는 고령화 추세 속에서 종래의 고령자에 대한 복지·의료 제도로는 대응하기 어려운 문제들을 해결하고, 충실한 재택 간호 지원 서비스를 제공하기 위해 고령자에 대한 의료·복지의 서비스를 통합한 강제성이 있는 공적 사회보험 제도를 말한다.

<표 Ⅲ-1> 일본의 고령인구 비율

구분	1990년	1995년	2000년	2005년	2010년
고령인구(천명)	14,895	18,261	22,005	25,392	28,735
비율(%)	12.0	14.5	17.3	19.9	22.5

자료 : 「國勢調査」, 「일본의 장래 추계인구」, 총무성, 2002.

과거에 일본에서는 고령자에 대한 사회보험 서비스를 노인 복지 제도와 노인 의료 제도로 구분하여 각각 독자적인 서비스를 제공하였다. 그러나 이러한 의료와 복지 서비스의 분리는 충실한 서비스의 공급에 한계가 있다는 지적에 따라 복지 서비스와 의료 서비스의 통합필요성이 제기되었다. 이에 2000년 4월부터 의료와 복지 분야를 통합한 개호보험 제도가 실시되어 이용자가 과거보다 편리하게 의료와 복지 각각의 전문가의 서비스를 받기가 가능하게 되었다. 개호보험의 일반적인 내용은 다음의 <표Ⅲ-2>와 같다.

<표 III-2> 개호보험의 소개

<b>보험자</b>	·사읍면, 특별구
<b>피보험자</b>	·제1호 피보험자 : 65세 이상의 사람 ·제2호 피보험자 : 40세 이상 65세 미만의 의료보험 가입자
<b>개호서비스 수급자</b>	·제1호 피보험자의 경우 요양 간호자 또는 중점 지원자로 인정을 받은 사람 ·제2호 피보험자의 경우 정령으로 정해진 15 종류의 특정질병에 걸려 요양 간호자 또는 중점 지원자로 인정을 받은 사람
<b>특정질병 (15종류)</b>	·초로기의 치매(알츠하이머 병, 뇌혈관성 치매) / 뇌혈관 질환(뇌출혈, 뇌경색) / 조기 위축성측척경화증 / 파킨슨병 / 척추 소뇌 변성증 / 샤아드레이가 증후군 / 당뇨병성 신부전, 당뇨병성 망막증, 당뇨병성 신경장애 / 폐색성 동맥경화증 / 만성 폐색성폐질환 / 폐기종, 만성 기관지염, 기관지 천식, 미만성범세기관지염 / 양측의 슬관절 또는 가랑이 관절의 현저한 변형을 수반하는 변형성 관절증 / 만성 관절 류마티스 / 인대골화증 / 척추관협착증 / 골절을 수반하는 골다공증 / 조로증
<b>인정내용</b>	·요 개호Ⅰ : 일상생활의 부분적 개호 필요. ·요 개호Ⅱ : 일상생활인 정도(입욕, 식사, 배설등)의 개호 필요. ·요 개호Ⅲ : 일상생활에 중증 개호 필요. 뒤척임 정도 자력 곤란. ·요 개호Ⅳ : 일상생활의 전반적인 개호가 필요. 치매 등 의사 소통 곤란 ·요 개호Ⅴ : 일상생활에 거의 전면적인 개호 필요.
<b>재택 간호서비스</b>	· 봉사원 제도(방문 개호) : 재택 요양 간호 상태의 노인을 홈헬퍼가 방문하여 개호. 신체 개호 중심형, 가사 원조 중심형, 양쪽 포함의 절충형 · 방문 입욕 개호 : 순회 입욕차 방문, 주택에서 입욕 서비스 실시 · 방문 간호 : 간호사보건의사 방문, 재택에서 요양 협조, 진료보조 실시 · 방문 사회 복귀 요법 : 전문가 방문, 기능 회복·잔존 기능 유지 요법 실시. · 데이서비스(통소 개호) : 재택 요양 간호자에게 송영 버스등에서 데이 서비스 센터 등에서 방문하여 하루에 필요 개호 서비스 실시. 심신 기능의 유지 및 가족의 개호 부담 경감이 목적 · 데이 케어(통소 사회 복귀 요법) : 재택 요양 간호자이 개호 노인보건시설이나 병원 등의 의료 시설에 방문. 심신 기능 유지·향상 또는 일상생활 목적 · 복지 용구 대여 : 재택 요양 간호자에게 특수 침대나 휠체어등의 용구를 대여 · 주택 요양 관리 지도 : 의사, 약제사, 치과 의사, 관리 영양사 등이 재택 요양 간호자를 방문, 요양 후에 필요한 관리지도 실시 · 단기 보호(생활 개호) : 노인 단기 입소 시설이나 특별 양호 시설에 원칙 7일 이내에서 입소하여 필요한 개호 서비스를 실시. 시읍면장이 인정하면 연장 가능. · 단기 보호(요양 개호) : 개호 노인보건시설이나 병원 등의 의료 시설에 단기 입소하여 요양상 필요한 처치나 기능 회복 훈련 실시. · 치매 대응형 그룹 홈 : 치매 요양 간호자가 5~9명 정도로 가정적인 공동 생활을 하며 심신 기능의 유지, 회복이나 일상생활의 자립 지원 · 특정 시설 입소자 생활 개호 : 유료 양로원이나 케어하우스 등에 입소하고 있는 요양 간호자에게의 각종 개호 서비스나 요양 등 실시
<b>시설 입소서비스</b>	· 지정 개호 노인 복지 시설 · 지정 개호 요양 의료 시설 · 개호 노인보건시설

2004년 10월말 현재 제1호 피보험자 수는 2,478만 2,781명이며, 개호 서비스를 받을 수 있는 요개호(지원) 인정자수는 제1호 피보험자와 제2호 피보험자를 합하여 403만 9,723명이다. 이중 거택개호 수급자수는 240만 2,115명이며, 시설개호 수급자는 76만 5,209명이다. 또한 개호보험 서비스로 인해 지출된 금액은 거택개호를 위해 2,774조 9백만엔, 시설개호를 위해 2,402조 6천백만엔으로 전체적으로 4,680조천백만엔을 지출하였다. 이러한 지출규모는 앞으로 계속하여 증가할 것으로 전망된다.

## (2) 환경 재활용 분야

일본은 최근 기후변화협약 및 교토의정서의 발효에 대비하여 순환형 사회를 구축하기 위해 ‘폐기물 등의 재활용’을 위한 각종 정책의 시행이 본격화되고 있다. 폐기물의 처리에 대해서는 「폐기물의 처리 및 청소에 관한 법률」에서 정하고 있으며, 「용기포장재활용법」, 「가전재활용법」, 「건설재활용법」, 「식품재활용법」, 「자동차재활용법」 등의 개별적인 재활용법이 제정되어 환경 비즈니스에 대한 기업의 시장 참가를 뒷받침하고 있다.

<표 Ⅲ-3> 환경관련 사업 분야

분야	사업내용
재활용 분야	식품 재활용, 목재류 폐기물, 전정가지, 하수 토사, 페플라스틱류, 소각재, 폐자동차 등
환경 장치 등의 분야	기술개발등에 의한 전개
에너지 분야	태양광, 풍력, 설빙 냉열, 바이오매스 에너지, 코제네레이션(cogeneration), 재생 가능 에너지
환경 정화창조 분야	옥상벽면 녹화
환경 관련 소프트 산업분야	에코 투어, 리사이클 숍, 에코 펀드, 에코 बैं킹
그 외의 환경 관련 분야	생분해성 플라스틱, 에코 주택, 비목재지, 계측분석 관련

일본의 환경성이 2002년 발표한 자료에 따르면 환경 비즈니스의 시장규모는 2000년 29조 9천억엔에서 2010년에는 47조 2천억엔 규모로 성장할 것으로 전망되며, 관련 고용 규모도 76만 9,000명에서 111만 9,000명으로 증가할 것으로 전망하고 있다.

**<표 III-4> 일본 환경산업의 시장 전망 및 고용 전망**

환경 사업 분야	시장규모(억엔)			고용규모(인)		
	2000년	2010년	증감율	2000년	2010년	증감율
환경오염 장비	95,936	179,432	87%	296,570	460,479	55%
오염방지용 장치 및 자재의 제조	20,030	54,606	173%	27,785	61,501	121%
1. 대기오염방지용	5,798	31,660	446%	8,154	39,306	382%
2. 배수처리용	7,297	14,627	100%	9,607	13,562	41%
3. 폐기물처리용	6,514	7,037	8%	8,751	6,676	-24%
4. 토양, 수질정화용(지하수포함)	95	855	800%	124	785	533%
5. 소음, 진동방지용	94	100	6%	168	122	-27%
6. 환경예측, 분석, 영향평가	232	327	41%	981	1,050	7%
7. 기타	-	-	-	-	-	-
서비스의 제공	39,513	87,841	122%	238,989	374,439	57%
8. 대기오염방지	-	-	-	-	-	-
9. 배수처리	6,792	7,747	14%	21,970	25,059	14%
10. 폐기물처리	29,134	69,981	140%	202,607	323,059	59%
11. 토양, 수질정화(지하수포함)	753	4,973	560%	1,856	4,218	127%
12. 소음, 진동 방지	-	-	-	-	-	-
13. 환경관련 연구 개발	-	-	-	-	-	-
14. 환경관련 엔지니어링	-	-	-	-	-	-
15. 분석, 조사, 측정, 평가	2,566	3,280	28%	10,960	14,068	28%
16. 교육, 훈련, 정보 제공	218	1,341	515%	1,264	5,548	339%
17. 기타	50	519	938%	332	2,487	649%
건설 및 기기의 설치	36,393	36,985	2%	29,796	24,539	-18%
18. 대기오염방지설비	625	0	-100%	817	0	-100%
19. 배수처리설비	34,093	35,837	5%	27,522	23,732	-14%
20. 폐기물처리시설	490	340	-31%	501	271	-46%
21. 토양, 수질 정화 설비	-	-	-	-	-	-
22. 소음, 진동 방지 설비	1,185	809	-32%	956	536	-44%
23. 환경예측, 분석, 평가 설비	-	-	-	-	-	-
24. 기타	-	-	-	-	-	-
환경부하 저감 기술 및 제품	1,742	4,530	160%	3,108	10,821	248%
1. 환경부하저감/자원절약 기술	83	1,380	1563%	552	6,762	1125%
2. 환경부하저감/자원절약 제품	1,659	3,150	90%	2,556	4,059	59%
자원 유효 이용	210,765	288,304	43%	468,917	648,043	38%
1. 실내공기오염방지	5,665	4,600	-19%	28,890	23,461	-19%
2. 물공급	475	945	99%	1,040	2,329	124%
3. 재생소재	78,778	87,437	11%	201,691	211,939	5%
4. 재생가능 에너지 시설	1,634	9,293	469%	5,799	30,449	425%
5. 에너지 절약 및 관리	7,274	48,829	571%	13,061	160,806	1131%
6. 지속가능한 농업/어업	-	-	-	-	-	-
7. 지속가능한 임업	-	-	-	-	-	-
8. 자연재해 방지	-	-	-	-	-	-
9. 에코 투어리즘	-	-	-	-	-	-
10. 기타(자연보호, 생태환경 등)	107,940	137,201	27%	218,436	219,059	0%
<b>총 계</b>	<b>299,444</b>	<b>472,266</b>	<b>58%</b>	<b>768,595</b>	<b>1,119,343</b>	<b>46%</b>

자료 : 환경성.



주목할만한 것은 빌딩이나 공장 등의 건물의 에너지 절약에 관한 포괄적인 서비스(에너지 절약 진단설계시공도입 설비의 보수·운전 관리사업자금 조달 등)를 ESCO사업자가 제공하여 이를 통해 얻을 수 있는 에너지 절약 효과를 사업자가 보증하여 절감된 에너지의 가치로 ESCO서비스료와 고객의 이익을 창출하는 사업으로 종래의 공공 공사와는 다른 사업 형태인 ESCO(Energy Service Company) 사업이 있다. ESCO 사업자는 고객에 대해 공장이나 빌딩의 에너지 절약에 관한 진단을 시행하여 에너지 절약을 위한 설계시공, 도입 설비의 보수 및 유지 관리, 사업자금의 조달 등의 포괄적인 서비스를 제공하여 환경에 부하를 줄이는 에너지 절약 개수 공사를 시행하여 에너지 절약 효과를 달성하는 것으로, 고객의 에너지 절약 효과(메리트)의 일부를 보수로 받게 된다.

과거에는 토양오염 대책과 관련하여 일부 지방자치단체에서 조례로 일정 규모 이상의 토지를 개발하는 사업자에 대해 토양오염 조사 또는 정화 대책을 수립하는 정도에 그쳤다. 그러나 토양오염에 의한 국민의 건강 보호, 오염에 대한 대책 수립의 사회적 요청이 강해지는 사회적 분위기 속에서 토양오염 상태 조사, 토양오염에 의한 피해 방지에 관한 조치 등을 내용으로 하는 「토양오염대책법」이 2002년 5월 제정·공포되었다. 또 2002년 7월에는 국토심의위원회의 결정에 의해 부동산 감정 평가 기준을 개정하여 가격 형성 요인과 관련되는 조사 사항으로서 토양오염 상태를 명기하도록 하여 부동산의 자산가치 면에서도 토양오염 대책의 필요성이 높아지고 있다. 이러한 상황에서 토양오염에 관한 조사나 오염토지의 정화 등의 시장 확대가 기대되고 있으며 중소건설업체들의 경우 대형 건설업체가 진출하기 어려운 주유소, 세탁소, 주물 공장 등의 소규모의 토양 정화 사업에의 진출을 검토할 수 있게 되었다.

또한 옥상 녹화 시장은 중소 건설업체에 유망한 시장이 될 것으로 전망되고 있다. 일본 정부는 옥상 녹화 관련 시책으로 국토교통성이 에코 빌딩 정비 사업의 경우 민간업자 등이 실시하는 일정한 옥상 녹화 시설을 마련하는 연면적 2,000㎡이상의 건축물의 정비에 대해 일본 정책 투자 은행에서 저리융자를 실시하고 있다. 또 도쿄도는 2001년 자연 보호 조례를 시행해 부지면적이 250㎡이상의 공공 시설 및 1,000㎡이상의 민간 시설을 대상으로 이용 가능한 옥상 공간의 20%를 녹화하도록 의무화하고 있다. 도시 녹화에 대해서 2001년 개정된 「도시녹지보전법」에서 일정 규모 이상 건축물의 녹화 시설을 정비하는 경우 고정 자산세의 특례 등 지원 조치를 마련하였다.

### (3) 농업 분야

일본의 농업생산성은 구미 선진국의 50% 수준으로 일본 경제에서 농업이 차지하고 있는 비중은 GDP의 1.6%, 전체 취업인구의 5% 정도이나, 이러한 비중은 점차로 축소되고 있다. 또한 농업은 비료, 농약, 농업기계 등 관련 산업을 포함하면 상당한 시장 규모로, 농업의 쇠퇴는 고용 문제, 지역경제 등에 큰 영향을 미친다.

최근 크게 대두되고 있는 웰빙트렌드에 기초한 친환경농산물에 대한 수요의 급증, 식료품 안전 보장 등의 관점에서 보면 농업은 앞으로 매력있는 산업이 될 것으로 전망되고 있다. 2000년 일본의 농업취업자수는 2,852,000명으로 1980년에 비해 52% 정도가 감소하였다. 또한 농촌 지역에서는 65세 이상의 고령자가 차지하는 비율이 도시지역보다 높아지고 있다.

**<표 III-5> 일본의 농업취업자 수 및 농가 수 추이**

(단위: 명, 천호)

구분	1980년	1985년	1990년	1995년	2000년
농업취업자수	5,484,339	4,851,035	3,918,650	3,426,497	2,852,259
전업농가수	623,133	626,143	473,359	427,584	426,355

자료 : 농림수산성

이와 관련하여 2002년 시마네현에서는 공공공사의 감소로 인해 인력의 구조조정이 필요한 건설업체들이 농업에 진출할 수 있도록 지원을 시작하였다.

구체적인 지원 내용을 보면 농업 생산 법인의 설립, 농지 회복, 각종 용자 제도 이용 등을 통하여 건설업자의 기술력, 경영 노하우를 농업에 접목시켜 농업의 현대화를 추진하고자 하는 것이다.

또 환경보호 및 재해 방지 차원에서 중요하게 부각되고 있는 삼림 보전은 노동 집약형의 산업으로 건설업체 취업했던 인력을 수용할 수 있을 것으로 전망되고 있다. 이와 관련하여 2001년 일본 정부가 발표한 프로그램 중 고용 확대를 위한 대책으로 삼림 작업원 등에 의한 삼림 정비를 강화하여 환경보전을 도모하는 정책을 채택하여 시행하였다.

#### (4) 레저산업

일본의 사회경제생산성본부가 발표한 「레저 백서 2004」에 따르면 일본의 2003년 레저 산업 시장의 규모는 오락부문(외식 등)이 56.8조엔, 관광행락 부문이 10.5조엔, 취미창작 부문이 11.5조엔, 스포츠 부문이 4.5조엔으로 전체적으로는 약 82.2조엔의 시장규모를 보이고 있으며, 이는 2002년에 비해 1.2%가 줄어든 결과이다.

<표 III-6> 일본의 레저산업 시장 규모

(단위 : 조엔)

구 분	2002년	2003년
전 체	83.0	82.2
스포츠부문	4.6	4.5
취미창작부문	11.6	11.5
오락부문	55.9	56.8
관광행락부문	10.9	10.5

자료 : 일본 사회경제생산성 본부, 레저백서, 2004.

구체적으로 스포츠부문에서는 테니스에 대한 인기의 상승으로 실내 테니스장이 크게 증가하고 있으며, 중노년층을 대상으로 한 휘트니스 클럽의 매출이 증가하고 있다. 반면 골프장·골프 연습장은 침체의 상황이 회복될 가능성이 높지 않은 것으로 판단하고 있다.

스포츠 관람은 J리그(축구), 프로야구, 격투기 등이 관객 동원수를 늘리고 있다. 관광·행락 부문에서는 미국의 9·11 테러의 영향은 벗어났으나, 이라크전쟁과 SARS의 발생으로 해외 여행이 크게 감소하였다. 반면 중국, 대만, 한국 관광객이 증가하고 있다. 숙박시설에서는 호텔의 가동률이 약간 향상되고 있으며, 유원지·테마파크 시장은 거의 변화가 없었으나, 유원지 병설형의 온욕 시설이 크게 증가하고 있다.

전국적으로 음식을 테마로 한 푸드테마파크가 급증하고 있으며, 일본 경제가 장기 불황의 늪에서 벗어나 경기 회복이 계속될 경우 레저산업의 규모는 크게 증가할 것으로 전망된다.

## (5) 리모델링 분야

일본의 실야(實野)경제연구소의 조사결과 일본의 국내 주택 리모델링 시장은 2002년 7.1조엔 규모로 추산되고 있으며, 2010년에는 8.3조엔, 2020년에는 9.5조엔에 이를 것으로 전망되고 있다. 따라서 공공공사 규모가 계속적으로 축소되고 있는 상태에서 주택 리모델링 시장은 중소 건설업체들의 관심 시장으로 등장하고 있다.

일본의 국립 사회보장·인구문제연구소가 발표한 「일본의 장래 추계 인구」(2002년)에 의하면 65세 이상의 고령 인구 비율은 2000년 전체인구의 17.4%에서 2014년에는 25% 수준에 도달하여 일본인 4명 중에 1명이 고령자가 된다고 추정하고 있다. 이에 따라 2013년에 3,000만명을 돌파하여 2018년에는 3,417만명으로 급격한 증가세를 보일 것으로 전망된다. 이러한 급속한 고령화 현상에 의해 단차해소, 난간 설치, 고령자용 욕조 설치 등 고령자를 위한 배리어프리(barrier free) 리모델링이 촉진될 것으로 전망되고 있어 중소 건설업체에 유망한 시장으로 등장할 것으로 보인다.

일본 정부는 급속한 고령화에 대응하여 1994년 「고령자 및 신체장애자 등의 이용을 위한 특정 건축물 건축 촉진에 관한 법률(일명 하트빌딩법)」을 제정하였고, 2001년에는 「고령자 거주 안정 확보에 관한 법률」을 제정하는 등 주택 및 건축물의 배리어프리화를 위한 관련 법률의 정비를 마쳤다.

또 국토교통성은 2002년의 중점시책으로 「주택·건축물의 배리어프리화」를 선정하여 관련 시책을 충실히 시행하고 있으며, 「하트빌딩법」을 개정하여 복도, 계단, 엘리베이터 등의 경우에도 배리어프리가 이루어지도록 의무를 부여하고 있으며 그 범위를 계속 확대하고 있다.

또한 주택에 사용되는 전자재 등에서 발생하는 포름알데히드 등의 화학물질에 의해 실내 공기가 오염되는 새집증후군에 대응하여 향후 내장재의 교체 등 리모델링 수요의 증가가 전망된다. 이에 대해 국토교통성은 「새집증후군 대책 추진 방침」을 2002년 중점시책으로 선정하여 전국의 신축 및 기존 주택의 포름알데히드 농도를 후생노동성의 기준을 초과하지 않도록 하고 있다.

이와 함께 환경에 대한 배려 및 에너지 절약 의식이 더욱 높아지고 있어 오피스 빌딩이나 상업 시설등에 있어 건물의 에너지 절약화가 중요하게 대두되고 있다. 에너지 절약 기기의 설치, 열교환형태 환기시스템, 열병합발전(cogeneration) 시스템, 축열 시스템의 도입 또는 외부단열 개수에 의한 주택 단열화 등의 에너지 절약리모델링 수요의 증가가

예상된다. 이에 경제 산업성에서는 주택·건축물에 관한 고효율 에너지 시스템의 도입에 대한 지원을 실시하여 건축물 에너지 절약 시스템의 보급 촉진을 도모하고 있다.

이외에 지진에 대비하기 위한 리모델링과 건축물의 쾌적성과 이미지 제고를 위한 주택 및 건축물의 리모델링도 크게 증가할 것으로 전망되고 있다.

**<표 Ⅲ-7> 일본의 주택 리모델링 시장규모**

(단위: 억엔)

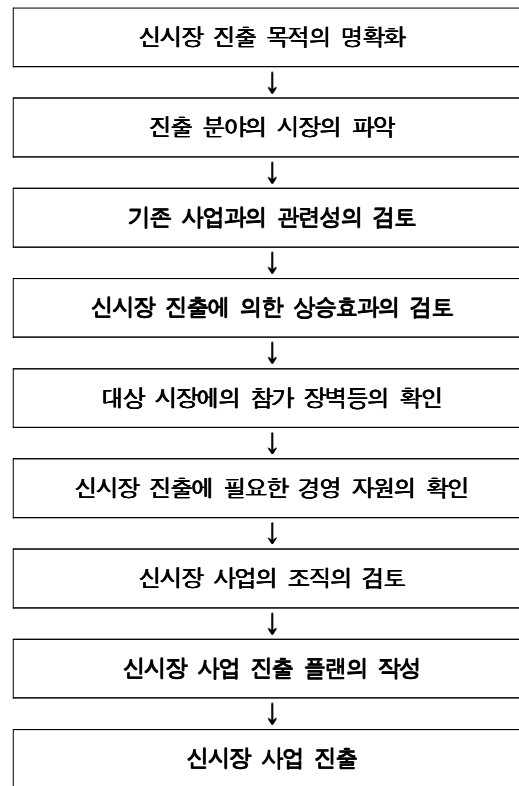
구분	2000년	2002년	2005년	2010년	2015년	2020년
건축물착공통계증개축	19,844	15,241	16,018	17,546	18,902	20,163
10㎡ 이하의 증개축	2,231	1,783	1,855	2,032	2,189	2,335
설비수선·유지관리비용	42,912	46,195	48,410	54,372	58,730	62,114
가구·인테리어비용	8,134	8,023	8,130	9,443	10,200	10,788
시장 규모	73,121	71,242	74,713	83,394	90,021	95,405

자료 : 失野經濟研究所, 2003년 주택리모델링시장의 전망과 전략, 2003.

### 3. 신시장 진출의 추진 절차

중소 건설업체가 신시장에 진출하는 데에는 법적 요인, 시장 구조적 요인, 비용·구조적 요인 등의 장애 요인이 존재하고 있으며, 특히 장래의 불확실이라는 위험요소가 존재하고 있다. 따라서 새로운 사업에 진출하기 위해서는 이러한 진입장벽이나 경영위험을 심도있게 파악하여 적절히 대응하여야 한다. 여기서는 일본의 중소 건설업체들이 신시장에 진출하는 절차를 검토하도록 한다.

<그림 Ⅲ-2> 신시장야 진출의 추진 단계



자료 : 「중소 건설업 경영자를 대상으로 한 신분야진출.」, (재) 건설업진흥기금(사)중소기업진단협회.

## (1) 신시장 진출 목적 명확화

### 1) 수익증대 목표 설정

매출이 증가하여도 결과적으로 이익이 증가하지 않으면 신시장 진출의 의미가 없으므로 신시장 진출로 인한 이익 목표를 설정하는 것이 가장 우선적인 일이 된다. 이를 위해 손익분기점 분석을 활용하여 설정한 이익 목표를 달성하기 위해 우선 목표달성을 위한 매상 규모를 산출하여 매출달성 계획, 비용 계획 등을 수립하여야 한다. 또 목표 매출액의 달성 가능성에 대해서도 다음의 시장 체크 항목으로 함께 검토하는 것이 필요하다.

## 2) 현금흐름(cash flow)의 개선

기업에 있어 현금의 흐름은 사람의 혈액과 같은 것으로 신시장 진출이 기업의 현금 증대로 이어질 수 있는지를 검토하여야 한다. 특히 영업 현금흐름(cash flow)의 향후 전망을 정확히 예측하는 것이 필요하다.

## 3) 이익 증가

신시장 진출에 의해 단편적인 이익액의 증가가 아닌 이익율의 향상을 도모하여 기업의 수익 구조가 개선될 수 있는 지에 대해 검토하여야 한다. 이를 위해 신시장(사업)의 수익 구조를 정확히 파악하여 회사 전체의 수익 구조가 어떻게 변화할 것인지에 대한 예측이 필요하다.

## 4) 경영 기회 활용

경영 기회는 시장 환경의 변화, 경쟁 환경의 변화, 산업구조의 변화, 제도 환경의 변화, 기술 혁신 등에 의해 생겨나게 되므로 단순한 아이디어에 기초하여 신시장에 진출해서는 안된다. 이러한 구체적인 경영 기회를 사업화할 것인지 또는 이것이 수익 증대로 이어질 것인지에 대한 검토가 필요하다.

## 5) 잉여 자원 등의 활용

잉여 자원으로는 인적자원, 기계 설비, 부산물 등이 있는데, 기업이 보유하고 있는 잉여 자원을 신시장에서 어떻게 활용할 것인지를 명확히 하는 것이 필요하다. 잉여 자원의 활용이 곤란하다고 판단될 경우 매각 처분 등의 조치도 검토할 필요가 있다.

## 6) 위험의 분산

일반적으로 기존의 건설 사업과 관련성이 적은 경우에는 경영 위험(리스크) 분산 효과를 기대할 수 없다. 반면 위험 분산 효과를 기대할 수 있는 경우에는 기존 사업과의 상승효과를 기대할 수 있다. 따라서 기존의 경영 자원을 활용할 수 있는지, 외부 경영 자

원의 활용에 의한 경영 자원의 보완 가능 여부 등을 검토하는 것이 필요하다. 신시장 진출 사업을 전개하기 위해서는 진출 목적을 명확하게 하는 것이 필요하다.

#### 7) 기업 이미지의 향상

기존의 건설 사업시의 기업 이미지에 나쁜 영향을 주지는 않는지 또 기업 이미지의 향상이 어느 정도 사업 활동의 원활화로 이어질지에 대해 검토하는 것이 필요하다.

### (2) 진출 분야 시장 파악

#### 1) 시장규모 확인

신시장 진출 사업이 되기 위해서는 시장규모의 예상이 필요하며, 시장규모를 산출한 근거에 대해서는 확인이 필요하다. 대상 시장에서의 제품 상품 및 서비스 등에 대한 1인당 소비지출액 등의 시장규모가 적절히 산출되는 것이 중요하다.

#### 2) 시장 성장성 확인

또한 향후 진출을 계획하고 있는 신시장의 시장규모가 확대하는지 또는 축소하는지에 대한 검토가 대단히 중요하다. 또 확대 및 축소의 속도에 대해서도 예측할 필요가 있는데 축소가 예상되는 경우에는 그 시기를 정확히 파악하여 사업 계획을 입안해 두는 것이 필요하다.

#### 3) 경쟁 관계의 파악

향후 새롭게 진출할 신시장에서의 경쟁 기업의 규모, 경영전략의 특징 등에 대한 충분한 검토가 있었는지 확인하여야 한다. 또 경쟁 관계상 자사의 우위성이 발휘 여부에 대해서도 검토하여야 한다.



#### 4) 관련 통계자료의 확인

향후 새롭게 진출할 대상 시장에 대한 각종 통계자료를 수집할 필요가 있다. 여기에는 시장의 규모와 관련된 통계뿐만이 아니고 시장의 질에 관한 통계도 함께 수집하는 것이 중요하다. 인구통계나 가계 소비 지출, 기업 통계 등의 데이터가 수집되어 있는지 또는 정확한 분석이 되어 있는지를 확인하여야 한다.

### (3) 기존 사업과의 관련성 검토

신시장 진출에 관련하여 수익의 기반이 되는 시장규모, 시장의 성장성, 경합 관계 등 시장의 질과 관련된 내용을 시장조사에 근거하여 파악할 필요가 있다. 신시장 진출 사업종이 기존의 건설 사업과 비교하여 어떠한 특징이 있는가 또는 관련성 여부에 대해 검토하여야 한다. 특히 현재의 경영 방법으로 대응할 수 있는지 또 기존의 건설 사업에 줄 영향 등에 대해서 검토하는 것이 중요하다.

### (4) 신시장 진출에 의한 상승효과 검토

#### 1) 판매 측면

기존의 건설사업 관련 고객이 신시장 사업의 고객 대상이 되는지와 현재의 판매 방법, 영업 노하우, 판매경로 등의 활용여부에 대해 검토하여야 한다. 판매에 있어서의 상승효과가 발휘되지 않고, 판매력이 부족할 경우의 대응 방안에 대해서도 검토하여야 한다.

#### 2) 생산 측면

기존의 생산기술이 진출 사업에서 이용할 수가 있거나 또는 응용 가능성에 대해 조사하여야 한다. 생산에 있어서의 상승효과가 발휘하지 않고 생산 위탁을 실시할 때에는 상대방, 가격, 품질관리 체제 등이 적절한가를 검토할 필요가 있다.

### 3) 경영관리 측면

판매 관리, 생산관리 등 기존의 건설 사업에 있어서의 경영관리 기술이 신시장 사업에서 이용할 수 있는지에 대해서 조사한다. 경영관리에 있어서의 상승효과가 발휘되지 않고, 외부 위탁하는 경우에는 상대방, 가격, 관리 업무의 범위 등을 검토할 필요가 있다.

## (5) 진출 장벽 등의 확인

### 1) 사업 목적 확인

신시장 진출과 관련하여 사업의 목적이 「상법」 등의 규정에 근거한 정관에 부합하고 있는지를 확인하여야 한다. 현행 정관에서 ‘신시장’에 관한 내용의 기재가 없는 경우에는 주식회사의 경우는 주주 총회를 개최하여 정관 변경의 절차를 거쳐야 한다.

### 2) 인허가 사항 확인

신시장 진출과 관련하여 규제 존재 여부, 규제 근거가 되는 법률, 인허가 사항의 유무 등에 대해서 확인하고, 인허가가 필요한 경우는 해당 허인허가를 받을 수 있는지를 검토하여야 한다.

### 3) 기타

대상 시장에서의 진출과 관련하여 이외에 어떠한 장벽이 있는지를 확인하여야 한다. 여기에는 자재 등의 안정적 조달의 가능성, 자재공급자와 판매자와의 관계, 대체품의 유무, 시장 철수의 용이성 등이 있다. 진입장벽 요인과 거액의 초기 설비투자, 특허, 제품 차별화, 업계표준, 법적 규제 및 인허가 필요 여부 등에 대해서 사전에 조사하여야 한다. 또 신시장의 진출을 통해 판매 및 생산과 기존 건설 사업과의 상승 효과 발휘 여부와 상승 효과를 발휘할 수 없는 경우 사업 위험을 분산할 수 있는지에 대해 검토하여야 한다.

## **(6) 신시장 진출에 필요한 경영 자원 확인**

### **1) 인적자원 확인**

신시장 진출에 필요한 인적자원에 대해서 정확한 인원수 및 수준에 대해 확인하여야 하는데, 구체적으로 필요한 전문 기술자나 영업 담당자의 수, 각각의 담당자의 질적 수준 등에 대해 조사하는 것이 핵심이다.

### **2) 물적 자원 확인**

또한 필요한 물적 자원의 질과 양에 대해 조사하여야 한다. 기계 설비, 점포, 창고 등의 필요성, 각각의 조달 가능성 등에 대해서 조사하는 것이 핵심이다.

### **3) 자금 확인**

필요한 자금에 대해, 금액, 용도, 조달 가능성 등을 확인하여 자기 자금, 차입, 증자, 사채 발행 등 어떠한 조달 방법이 자사에 적절한지 그리고 조달이 가능한지에 대해 조사하는 것이 중요하다.

### **4) 기술 확인**

필요한 기술에 대해 자사의 보유 상황 또는 기술 수준 등을 확인하고, 기술의 독자성, 특허 등의 유무, 도입의 가능성 등에 대해서도 조사한다.

## **(7) 신시장 진출 사업의 조직 검토**

### **1) 자체적으로 진행하는 경우**

현재의 조직으로 신시장에 진출할 것인지 아니면 별도의 회사를 설립하여 진출할 것인지를 검토한다. 특히 분사나 M&A(합병, 매수 등)를 실시하는 경우에는 주주의 동의 가능성 등 실현 가능성을 상세하게 검토하여야 한다.

## 2) 타 기업과 제휴하는 경우

다른 건설업체와 제휴의 필요 여부에 대해 검토한다. 특히 경영 자원에 약점이 있는 경우에 제휴는 사업 전개에 불가결하므로 제휴 방법이나 그 내용에 대해 조사하는 것이 중요하다. 인적자원이 불충분한 경우는 새로운 인재 채용의 가부 등을 생산 설비의 경우 조달 가능성 및 외부 위탁에 의한 생산체제의 확립 등에 대해 검토하는 것이 핵심이다.

신시장 진출과 관련하여 자사가 단독으로 진출한 경우, 다른 기관과 제휴를 통해 진출한 경우, 분사나 합병, 영업 양도 등을 통해 진출한 경우 등 각종의 형태 등에 대해 해당 건설업체의 형태가 신시장 진출에 적절한 조직이 되고 있는지를 확인할 필요가 있다.

## (8) 신시장 진출 플랜 작성

신시장 진출에 의해 어느 정도의 수익(이익)을 얻을 수 있는지에 대한 전망이 필요한데, 이를 위해서 최소한 사업 전개에 필요한 수지 계획서가 작성되어 있어야 한다. 또 수지계획서 뿐만 아니라 사업 전개에 필요한 자금이 적정하게 예측되고 있는지, 자금의 조달 계획을 세울 수 있는지, 구체적인 마케팅 방법 등을 확인하여야 한다.

또 신시장에 진출하기 위한 사업 계획서의 작성이 필요한데 사업 계획서는 사업 전개의 협력자(금융기관이나 출자자 등)에게 사업을 설명하는 자료뿐만 아니라 향후 사업 전개의 이정표가 된다.

## 4. 기타 신시장 진출을 위한 검토 사항

중소 건설업체들이 진출하고자 하는 신시장에는 각각 관련의 법 규제나 영업상 필요한 자격 요건 등이 존재하게 된다. 여기에서는 앞에서 제시한 유망 분야별로 진출시 참고하여야 하는 중요한 자격 등을 제시한다. 실제 진출시에는 관련 기관과 사전 상담을 하여 자격 및 관련 요건 등을 확인하는 것이 필요하다.

## (1) 복지 분야

개호보험의 급부 대상이 된 서비스에는 3종류의 ‘시설개호서비스’, 13 종류의 ‘주택 개호서비스’, 2종류의 ‘그 외의 주택개호서비스’가 있다. 개호보험 서비스를 제공하기 위해서는 사업소가 위치한 도도부현으로부터 ‘지정주택 개호서비스 사업자’로 지정 받아야 한다. 이 지정을 받기 위해서는 법인 등록을 해야 하며, 법인이 아닌 경우에는 시읍면에서 ‘기준 개호서비스 사업자’로 인정했을 경우에 한해서 사업활동이 가능하다. 법인은 주식회사나 유한회사에 한정하지 않고, 특정비영리법인도 가능하다. 지정의 신청은 개호서비스의 종류마다 필요하고 복수의 개호 서비스를 제공하려고 한 경우에는 복수의 지정이 필요하다.

**<표 Ⅲ-8> 시설 개호 서비스의 종류와 영리 법인 참가의 가부**

개호보험 시설의 종류	서비스의 내용	영리 법인 참가의 가부
개호 노인 복지 시설 (특별 양호 노인홈)	입소 한 요양 간호자에 대해, 개호(입욕, 배설, 식사 등) 그 외 일상생활상의 주선, 기능 훈련 등을 실시	불가능
개호 노인보건시설	입소 한 요양 간호자에 대해, 간호, 의학적 관리하에서의 개호 기능 훈련 그 외 필요한 의료나, 일상생활상을 돌보는 것을 실시	불가능
개호 요양형 의료 시설	입원 한 요양 간호자에 대해, 요양상의 관리, 간호, 의학적관리하에서의 개호 그 외의 주선폰요한 의료를 실시	불가능

<표 III-9> 주택 개호 서비스의 종류와 영리 법인 참가의 가부

	서비스의 종류	영리 법인 참가의 가부
주택 개호 서비스	①방문 개호(홈 헬프)	가능
	②방문 간호	가능
	③방문 입욕	가능
	④방문 사회 복귀 요법	불가능
	⑤통소 개호(데이 서비스)	가능
	⑥통소 사회 복귀 요법	불가능
	⑦복지 용구 대여	가능
	⑧주택 요양 관리 지도	약국만 가능
	⑨단기입양재활개호(복지 시설 단기 보호)	가능
	⑩단기입소 요양 개호(의료 시설 단기 보호)	불가능
	⑪치매 대응형 공동 생활 개호(그룹 홈)	가능
	⑫특정 시설입소자 생활 개호(유료 양로원등 )	가능
	⑬주택 개호 지원(케어 플랜 작성)	가능

자료 : 마토바 히데오, 「개호 비즈니스에의 민간 참가의 상황과 향후의 전망」, 2002.

또한 지정 주택 개호 서비스 사업자 지정을 받기 위해서는 서비스의 안전성이나 질을 확보하기 위해 정해진 인원 기준과 설비 기준을 충족시켜야 한다.

<표 III-10> 대표적인 주택 개호 서비스의 종류와 지정기준

종류	인원기준	설비기준
방문 개호	상근인원 2.5 명 이상이 필요해 서비스 제공 책임자가 상근 1명 이상, 관리자가 상근 1명 필요(다른 직무와 겸무 가능). 상근 서비스 제공 책임자는 홈 헬퍼 10 사람마다에 1명, 혹은 서비스 제공 시간 450 시간 당 1 명 필요.	사무소(전용의 구획)가 필요하나 넓이 규정은 없음
통소 개호	생활 상담원, 간호 직원, 개호 직원, 기능 훈련 지도원 등의 인원 기준 충족 필요. 관리자는 모두 상근자 필요하며, 관리상 지장이 없으면 사업소내 다른 직무와 겸업 가능.	식당 및 기능 훈련실로 함(이)라고, 이용자 1 인당 3 m <sup>2</sup> 의 넓이가 필요. 또, 상담실도 필요.
치매 대응형 공동 생활 개호	인원, 관리자, 서비스 계획 작성 담당자에 대한 기준을 충족시켜야 하며, 심야 시간 대에도 1 명 이상 배치하여야 함	입소정원은 1 유니트(거실, 거실, 식당, 부엌, 욕실 타 이용자가 일상 생활을 영위할 때 필요한 설비) 5~9 명, 1개의 건물에 2 유니트까지 인정. 거실의 정원은 원칙 1 명으로, 넓이는 7.43m <sup>2</sup> 이상 필요.

자료 : 마토바히데오, 「개호 비즈니스의 현황과 향후의 전망」, 2002.

개호보험서비스는 제공하는 서비스에 따라서 다르지만 주요한 고객은 개호를 필요로 하는 고령자층(「중점 지원」, 「요양 간호 1~5」 등급으로 인정된 고령자 등)이며, 관련 법규는 「개호보험법」, 「노인복지법」, 「노인보건법」 등이 있다.

## (2) 환경 재활용 분야

일반 폐기물처리업의 경우 시읍면장에게 허가를 신청하여야 하며, 해당 시읍면에 의한 일반 폐기물의 수집운반 또는 처분이 곤란할 경우, 신청한 내용이 시읍면의 일반 폐기물 처리계획에 적합할 경우, 사업용으로 제공한 시설 및 신청자의 능력이 그 사업을 계속 실시하기에 충분할 경우, 신청자가 결격 요건에 해당하지 않을 경우 등의 요건을 충족하면 허가가 내려진다. 허가 시에는 폐기물의 종류나 구역의 제한이 정해지는 경우가 있으며, 시읍면의 위탁을 받아 수집운반 또는 처분을 실시한 경우는 허가가 불필요하다.

산업폐기물처리업(특별 관리 산업 폐기물 처리업도 같음)의 경우는 도도부현의 장에게 허가를 신청하며, 시설 기준 및 신청자에게 요구되는 기준을 충족할 경우 허가되며, 허가의 갱신은 5년마다 이루어진다. 폐기물 처리업의 신청 창구는 허가 신청자의 주소나

사업 범위, 관할 보건소, 도도부현마다 다르므로 확인이 필요하다. 폐기물의 수집, 운반 및 처리는 「산업 폐기물 처리 기준」(특별 관리 산업 폐기물의 경우는 「특별 관리 산업 폐기물 처리 기준」)에 따라 실시하여야 하며, 처리업의 경우는 업의 신청에 앞서 시설의 설치 허가나 사전협의 등의 절차가 별도로 필요하기 때문에 신청 창구에서 사전 확인이 필요하다.

폐기물재활용업은 폐기물 처리와 겸업하려면 기술의 폐기물 처리 관련의 인허가가 추가로 필요하다.

대상 고객을 보면 일반 폐기물 처리업은 지방자치단체 등이며, 산업 폐기물 처리업은 일반사업자(산업 폐기물의 배출 사업자) 등이다.

관련 법률은 다음의 <표Ⅲ-11>과 같다. 이외에 「순환형 사회 형성 추진 기본법」, 「자원의 유효한 이용의 촉진에 관한 법률(재활용법)」, 「용기포장과 관련된 분별 수집 및 재상품화의 촉진 등에 관한 법률(용기포장재활용법)」, 「특정 가정용 기기재상품화법(가전 재활용법)」, 「식품 순환 자원의 재생 이용 등의 촉진에 관한 법률(식품재활용법)」, 「건설 공사와 관련된 자재의 재활용 등에 관한 법률(건설재활용법)」 등이 있다.

**<표 Ⅲ-11> 환경·리사이클 관련의 법규제 (대표적인 것)**

명 칭	개 요
폐기물의 처리 및 청소업 폐기물 처리법	폐기물에 관한 기본적인 법률로 폐기물의 구분이나 처리 책임 등을 규정하고 있다.
환경 기본법	일본의 환경 정책의 새로운 방향성 제시한 기본법으로서 제정된 법률. 환경보전의 기본이념, 국가 및 지방공공단체, 사업자, 국민의 환경보전 의무 등을 정하고 있다.

### (3) 농업 분야

건설업자가 농업분야에 진출하기 위해서는 농지의 권리·이전 등을 제한하고 있는 「농지법」 등에서 정하고 있는 것과 같이 농지 이용의 유무에 의해 다음과 같은 3개의 사업 형태로 진출이 가능하다.



<표 Ⅲ-12> 사업 형태의 종류

사업 형태	내용
농지를 이용한 농업	농업 생산 법인을 별도 설립하여 농지를 취득해서 농업
농지를 이용하지 않는 경우	축산이나 버섯 생산 등 농지를 이용하지 않는 농업 실시.
농작업수탁사업	농작물의 옮겨심기나 수확, 작업등의 농사일을 농민으로부터 수주하여 실시

농업 생산 법인은 농업 경영을 실시하기 위하여 농지법의 허가를 득하고 농지를 사거나 임대할 수 있는 법인을 말하며, 그 요건은 다음과 같다.

<표 Ⅲ-13> 농업 생산 법인의 요건

요건	내용
법인형태	「동사 조합 법인」, 「합자회사」, 「합명회사」, 「유한회사」, 「주식회사 (주식 양도제한이 있는 회사에 한정)」 등임
사업요건	주된 사업이 농업 및 그 관련 사업
구성원요건	농업자 등의 농업 관계자의 의결권이 4분의 3 이상인 것. 아울러 농업 관계자 이외의 의결권은 4분의 1 이하 또한 1구성원당 10분의 1 이하
임원요건	농업 생산 법인 임원의 과반수가 농업에 상시 종사(원칙 150일 이상) 구성원으로, 그 임원의 과반수가 그 법인이 실시한 농업에 필요한 농사일에 일정 기간 종사(원칙 60일 이상) 하여야 함.
기타	농업 생산 법인의 요건은 농지를 취득한 후에도 보충할 수 있으며 요건을 충족하지 못하면 최종적으로 농지는 국가에 매수됨.
	권리 취득 후의 요건 적합 확인을 위한 조치로 농업위원회에 보고(매 사업연도 종료 3개월 이내에 사업 상황 등을 농업 위원회에 보고) 등이 의무화됨.
	그 외에 양계 등 농지를 이용하지 않는 경우는 농업 생산 법인의 요건을 채울 필요는 없음.

대상 고객은 농지를 이용하는 경우에는 일반 개인 손님을 대상으로 판매할 수 있으며, 농지를 이용하지 않을 경우 일반 개인 손님을 대상으로 판매가 가능하다. 생산 품목에 따라 다르지만 최근에는 외식산업이나 소매 슈퍼 등을 통한 직접거래나 인터넷을 이용한 직접 판매 등이 증가하고 있으며, 체험 형태의 관광 기능을 부가한 관광 농원업의 형태도 주목받고 있다.

관련 법규로 대표적인 것은 다음과 같으며, 이 외에 농업관련 법률로는 「농림 물자의

규격화 및 품질 표시의 적정화에 관한 법률(JAS법)», 「농업 경영 기반 강화 촉진법」, 「지속성의 높은 농업 생산 방식의 도입에 관한 법률(지속형 농업 촉진법)」 등이 있고, 축산 관련 법규로는 「가축 전염병 예방법」, 「가축 배설물의 관리의 적정화 및 이용의 촉진에 관한 법률(가축 배설물법)」, 「수질오탁방지법」, 「악취방지법」, 「폐기물의 처리 및 청소에 관한 법률(폐기물 처리법)」 등이 있다.

**<표 Ⅲ-14> 농업 관련의 대표적 법규**

명 칭	개 요
「농지법」	농지가 함부로 전용 또는 투기 목적으로 취득되는 일이 없고 효율적으로 농업에 이용되는 것을 목적으로 규정된 법률. 전용 규제에 의해 우량한 농지를 확보와 투기 목적이나 비효율적인 이용된 농지의 취득 등을 방지하기 위해 농지의 권리 및 이익 취득에 대해 허가 하는 등의 규제를 실시하고 있다.
「식료·농업·농촌 기본법」	식료·농업 및 농촌에 관한 시책의 기본이념과 국가 또는 지방공공 단체의 책무 등을 정한 농업 정책의 기본이 되는 법률
「농약 단속법」	농약에 관한 등록제도, 판매사용 규제 등을 실시하는 법률.

#### (4) 리모델링 분야

리모델링 분야에 진출하기 위해서는 다양한 고객 요구를 충족시킬 수 있는 디자인 코디네이터 능력, 주택설비 기기, 인테리어 제품을 함께 판매하는 등의 영업 기획 능력이 필요하며, 여기에 전문적·기술적 지식을 가진 종업원의 확보·육성이 필요하다.

이와 같은 사업에 필요한 능력과 조건이 부족할 경우 프랜차이즈 방식의 도입도 검토할 수 있다.

〈표 Ⅲ-15〉 주택 리폼에 관한 자격

자 격	내 용	인정단체
맨션리폼매니저	주로 맨션 부분에 있어서 리폼에 대한 고객 니즈를 파악하여 이를 근거로 맨션 특유의 제약 조건(구분 소유법, 조합 관리 규약 등을 고려한 리폼의 기획제안 및 공사의 실시와 관련된 조사, 지도, 조언을 실시함.	주택리폼센터
인테리어 코디네이터	고객에 대해 인테리어 엘리먼트(가구, 조명기구등)의 선택 사항에 대해 조언 또는 제안을 실시함	경제산업성
인테리어 플래너	건축물의 내부 공간 설계나 공사 관리 외에 주택금융공고의 종합인테리어론 차입을 위해 필요한 토털인테리어 계획서의 작성	국토교통성
키친 스페셜리스트	주방 공간에 설치된 각종 설비기기류에 관계 한 전문 지식으로 소비자로부터의 상담에 응하는 등 다양한 요구에 적확이 대응하는 것.	일본주택설비 시스템협회

자료 : 「업종별 대출 심사 사전 제6권 : 주택 리폼 분야」 (금융 재정 사정 연구회).

대상 고객은 개인주택, 맨션 등의 개인 주택 전용 리모델링은 주택 안전보호 강화, IT 대응, 배리어프리 리모델링, 애완동물 공생 리모델링, 내진 개수·내진 진단, 새집증후군 대비 리모델링, 외벽 단열 리모델링 등이 있다. 회사를 대상으로 할 경우에는 오피스 빌딩을 맨션으로 용도 변경하는 리모델링이 있다. 관련 법규로는 「건축기준법」과 「건축법」 등이 있다.

## 5. 신시장 진출에 대한 제도적 지원

일본의 중소 건설업체의 신분야 진출을 위해 일본 정부 및 지방자치단체는 다양한 제도적 지원 정책을 마련하여 시행하고 있다. 이러한 지원 정책은 크게 금융지원, 인재 육성 지원, 기술 지원으로 구분할 수 있다.

금융지원으로 신시장 진출 지원 자금, 중핵기업 육성 자금, 소규모 사업자 자금, 전업 개업 자금, 고용 촉진 대책 자금, 관광 시설 정비 자금, 소규모 기업자 등에 대한 설비자금 등의 융자와 설비 대여 제도(할부판매, 리스), 설비 도입 긴급 대책 자금(설비 대여 제도의 할부판매)제도가 시행되었다. 보조금으로는 중소기업 경영 혁신 사업비 보조금이 있다.

인재 육성을 위해서는 전문가 파견, 사업 가능성 평가 위원회 운영 등과 건설업 신규 성장 분야 진출 교육 훈련 조성금, 중소기업 고용 창출 등 능력개발 조성금, 경력형성촉진조성금(훈련 급부금), 중소기업 기반 인재 확보 조성금 등을 시행하여 지원하였다.

기술적 지원으로는 상담, 조언, 연수 등을 실시하였으며, 신사업 창출 지원 사업, 기술지도 사업 등을 실시하였다. 일본 정부와 지방자치단체의 신분야진출에 대한 주요 지원 제도는 다음과 같다.

**<표 III-16> 건설업 신분야 진출 지원 제도**

구분	세부 내용	시행시기
농업분야 진출 지원제도	농지 리스 방식에 의한 농업 참가 지원	2003년
	금융 지원(제도 자금 융자 / 농업 신용보증 보험 / 농업 법인등에 대한 출자와 융자를 위한 체계 정비)	-
	지역기업 협동 기반 정비 추진 대책(농업 참가 촉진 기반 정비 실증 사업 등 )	2005년
	농업경쟁력 강화 교부금 중 인정 농업자 등 담당자 육성 대책 농업 경영 종합 대책 중 담당자 종합 지원 사업	2005년
	농업 경쟁력 강화 교부금 중 신규취농촉진 대책 농업 경영 종합 대책 중 신규취농 촉진 종합 지원 사업	2005년
환경분야 진출 지원제도	토양오염 대책법의 시행	2002년
	폐기물 처리법의 일부 개정에 의한 「광역 인정 제도」의 정비	2003년
	학교 등 에코 개수환경 교육 모델 사업	2005년
	환경 카운셀러 등록제도	1996년
	지방 환경 대책 조사관 사무소 설치	2001년
복지분야 진출 지원제도	지역개호복지 공간 정비 교부금 창설에 의한 지역개호서비스 기반 정비	2005년
건설관련 분야 진출 지원 제도	PFI 방식에 의해 건설공사를 하청받는 건설업자의 자금조달 원활화	2004년
중소기업만을 대상으로 한 지원 제도	중소기업벤처 종합 지원 센터에 의한 전문가 파견, 세미나 등의 개최	2000년
	중소기업 재생 지원 협의회에 의한 중소기업 재생의 지원	2002년
	중소기업 신사업 활동 촉진법(가칭)의 창설	2005년
고용보호 지원 제도	건설 노동자 고용안정 지원 사업	2004년
	신규성장 분야 기업 등에 대한 종합적인 지원	1997년
	지역 고용 개발 촉진 조성금	2001년
	지역 고용 지원사업 특별 장려금	2002년
	중소기업 기반 인재 확보 조성금	2003년
	중소기업 고용 관리 개선 조성금	2003년
	신규 노동력 수급 조정 시스템 등을 포함한 향후의 건설 노동 대책의 검토	2005년이 후
	건설업 신분야 정착 촉진 지원금(가칭)	2005년
노동자 능력개발 지원제도	중소기업 고용 창출 등 능력개발 조성금	2001년
	건설업 신규성장 분야 진출 교육 훈련 조성금	2002년
종합적 신분야진출 지원제도	원스톱 서비스 센터의 설치(건설업 신분야 진출 촉진 지원 사업)	2005년
	지역의 중소중견 건설업의 신분야 진출 촉진 모델 구축 지원 사업	2005년
	「건설업 신분야 진출 세미나」의 개최	2004년

자료 : 일본 자료를 기초로 재구성

## 제4장

### 신시장 진출 사례

#### 1. 복지분야

##### (1) 일반건설업자의 개호비즈니스 진출

###### 1) 회사 개요

회사명	아사히건설(주)	주력업종	주택건설업
직원수	98명	자본금	45억엔
매출액	27억엔(2001년)	담당자	하야시 카즈오(사장)
연락처	· 소재지: (우)930-0094 토야마현 토야마시 아즈미쵸 7-12 · e메일 : kazu@asahikensetsu.co.jp · 전화 : 076-441-3201 · 홈페이지 : www.asahikensetsu.co.jp		

###### 2) 세부내용

이 사례는 일반(종합)건설업자가 자회사를 설립하여 고령자 개호 비즈니스에 진출한 경우이다. 아사히(朝日)건설(주)은 고령자 개호 시설인 「아사히(朝日) 홈」의 사업을 위해 2002년 6월에 자회사인 유한회사 「朝日 케어」를 설립하고 고령자 개호 업무를 위해 직원도 직접 채용하였다. 「아사히(朝日) 홈」은 재택 요양자가 버스 등을 이용하여 개호 서비스센터 등을 방문하여 필요한 개호 서비스를 받는 단기 개호 서비스를 제공하는 것을 목적으로 2003년 4월에 개설하였다. 시설의 건설부지는 자사의 원자재를 보관하는 유희지를 활용하여 CM방식을 도입하여 시공하였다.

이러한 사업을 추진하게 된 배경은 하야시 사장의 개인적인 필요에 의해 시작되었다. 하야시 사장은 자택에서 모친의 개호를 위해 특별 양호 노인의 단기 보호를 이용하였으나 단기 보호 시설의 분위기나 시설에 대해 불만을 갖고 있었다. 2002년 토지를 소유하

고 있을 경우 단기 개호 시설 서비스가 유망할 것이라는 신문 기사를 보고 이 분야의 진출을 모색하게 되었다.

사장이 하고 싶은 사업이었으므로 강연회 참가, 관련 도서의 구독 등 적극적으로 준비하였으며, 본업인 건설업과는 완전히 다른 사업이었으므로 본사 내에 「아사히(朝日) 홈」 설립준비위원회를 구성하여 여자 사원 2명에게 준비 업무를 담당하도록 하였다. 그 후에 본격적인 운영을 위해 자회사를 설립(유한회사 아사히홈, 2002년 6월 6일 설립, 자본금 300만엔-전액 아사히건설주 출자, 대표 하야시 사장이 겸무)했다.

단기보호서비스의 품질을 제고하기 위해 직원의 의식이 중요하다고 생각하여 본사에서 배치한 2명의 직원 외에 19명을 새로 채용하여 운용하였다. 사업의 시작은 2003년 4월이었지만 개호 서비스에 대한 직원들의 인식을 제고하기 위해 직원들에 대한 사전 연수와 수 차례의 직원 미팅을 실시하여 직원을 교육시켰다.

개호 비즈니스에 대한 「아사히(朝日) 홈」만의 노하우가 없었기 때문에 관련 서적과 개호 관련 전문가들의 면담 등을 통하여 노하우를 쌓았으며, 서비스의 질의 제고하기 위해 건물의 설계 등에 많은 노력을 기울였다. 지역 주민이 주된 고객이므로 많은 비용을 들여 홍보하지 않아도 품질 높은 개호 서비스의 제공이 고객 증가로 이어질 것으로 판단하여 품질 좋은 개호 서비스의 제공을 위해 많은 노력을 하였다. 직원과의 미팅 횟수를 늘려 직원 전원의 개호 서비스에 대한 의식을 제고하였고, 개설 전부터 직원 전원이 운용 방침 등을 결정하게 하여 「스스로 만들어 가는 직장」이라는 의식이 생길 수 있도록 노력하였다.

개호 비즈니스에 진출하기 위한 자금 조달 내용을 보면 총 공사비는 약 2억엔 정도가 소요되었으며, 전액 자기 자금으로 조달하였다. 자회사에는 토지와 건설비를 대출하는 형태를 취하고, 사업 개시 후에는 개호 서비스의 이용자로부터 얻는 수입으로 자회사를 운영하였다. 주된 지출 내용은 토지임대료, 인건비, 광열비, 식품 재료비 등이다.

「아사히(朝日) 홈」의 경영전략은 비용 절감이나 서비스의 질을 낮추어 수지를 맞추는 것이 아니라 높은 품질의 개호 서비스를 제공하여 이용자를 늘려 그것이 이익의 증가로 이어지도록 하고 있다.

## (2) 실업자 구제 시설 및 복지 시장의 개설

### 1) 회사 개요

회사명		주력업종	주택건설업
직원수	55명	자본금	0.8억엔
매출액	40억엔(2002년)	담당자	
연락처			

### 2) 세부 내용

이 경우는 회사가 소유하고 있는 폐교된 학교 시설을 개발하여 2동의 건물 중 하나(철근콘크리트 3층 건물)는 실업자 구제정책 시설로 개조하고, 하나(철골조 2층 건물)는 복지 시장과 레스토랑으로 개조하여 미진학 청소년 교육 사업에 진출한 경우이다.

이 회사는 향후 국가 정책 중에서 복지정책에 대한 비중이 크게 증가할 것으로 예상하여 그 중 실업자 지원 시설의 운영을 검토하게 되었다. 구체적인 진출 배경은 D은행에서 “G대학이 4년제 종합대학으로 전환하기 위해 이전에 필요한 신축 교사를 건축할 예정입니다. 현재 G대학이 사용하고 있는 토지와 건물(교사 등)은 위치도 좋으며 가격도 싸니 구입하면 어떻겠습니까?”라는 권유를 받고 해당 건물과 토지를 구입한 데서 비롯되었다. 이 회사의 사장은 G대학 이전 후에 토지와 건물의 활용에 대한 검토를 하였는데, 이전부터 친교가 있었던 K현의 실업자 구제정책시설협의회 회장과 면담한 후 2002년 여름 인근 지역의 학교를 방문하여 그 중에서 원예과 학생들이 학교에서 배운 것을 실습할 수 있는 장소나 환경을 제공하면 졸업 후 학생들이 취직을 준비하는 데 유용할 것으로 판단하였다. 특히, 이 회사는 장애로 인하여 중학교 졸업 후 진학을 하지 않은 청년과 고등학교를 퇴학한 청년들의 지원과 자립을 돕는 자원봉사 조직에서 활동하고 있는 전무를 중심으로 이 사업에 진출하였다.

종업원의 교육, 신규 인재 확보 등은 K현 실업자 구제정책 시설 협의회와 협의하여 진행하고 있으며, 단기적으로는 어렵겠지만 장기적으로는 이익을 창출할 것으로 예상하고 있다. 사업의 홍보는 지역 주민들을 대상으로 하고 있으며, 특히 화훼, 원예에 흥미가 있는 주부 등 여성층을 주고객으로 정하여 홍보하고 있다. 이 회사는 장애자와 일반인들



이 자연스럽게 융화할 수 있는 공간의 창조를 최대의 목적으로 생각하여 향후에는 사회 복지법인이 이 일을 해주길 기대하고 있다.

이 사업의 진출에 소요된 비용은 총 5억엔 정도였으며 구입 토지 및 건물을 담보로 은행에서 7,000만엔을 차입하여 충당하였다. 성공 여부는 아직 확실하지 않으나 장기적으로 꾸준한 이익을 창출할 것으로 보이며 특히, 정부의 정책에 많은 영향을 받을 것으로 전망하고 있다.

## 2. 환경분야

### (1) 에너지 절약 시스템의 개발

#### 1) 회사 개요

회사명	북상전설공업 주식회사	주력업종	전기공사업
직원수	36명	자본금	0.6억엔
매출액	6.5억엔(2002년)	담당자	사토 미츠루(부사장)
연락처	·소재지 : 미야기현 이시노마키시 카도와키자 미츠마타56 ·전화 : 0225-96-4140 ·홈페이지: www.kitakami.co.jp		

#### 2) 세부 내용

이 사례는 전기공사를 주로 하는 업체가 냉난방 효율을 제고하는 시공법과 에너지 절약 시스템을 개발하여 판매한 경우이다. 2000년 12월부터 사업화에 착수하여 2002년 1월 에너지절약협회 회장상을 수상하고, 2002년 4월에 「에코시르피」라는 에너지절약 시스템을 개발하여 현재에 이르고 있다.

사업 진출의 배경을 보면 향후 에너지 절약 분야가 유력한 분야로 대두될 것이라는 판단 하에 실내 온도 유지 문제를 해결하고 에너지 절약과 환경의 대폭적인 개선에 이바지할 수 있는 아이템을 검토하는 과정에서 진출하게 되었다.

종업원 교육, 신규 인재 확보 등은 영업 개발부를 중심으로 판매력 제고를 위해 사내

교육을 강화하고 있으며, 영업사원을 지속적으로 채용하고 있다. 사업화까지 도달하는데 있어서 어려웠던 점은 소음 저감, 안정된 공기의 유입 등을 위한 기술 개발이었으며, 판매력이 취약했기 때문에 판매 체계의 조직화가 가장 어려운 문제였다. 특히 이 회사는 이러한 상품을 개발하기 위해 전원개발(주)와 기술지원 및 판매 지원의 업무 위탁 계약을 체결하는 업무 제휴 형태를 취하여 새로운 분야에 진출하였다.

이러한 상품의 개발과 사업의 영위를 위해 「중소기업경영혁신법」에 의한 중소기업 금융금고에서 융자를 받아 필요한 자금을 충당하였으며, 현재까지의 매상 및 이익의 추이는 공개하고 있지 않다. 다만 회사는 공공기관이나 민간기업의 수주에 의존하는 경영의 불안을 타개하여 안정된 고수익을 얻을 수 있다고 주장하고 있다.

앞으로는 실내의 냄새제거 기능 등 신기능을 부가하는 것과 대리점 제도의 효율적 운영을 위해 많은 준비를 하고 있다.

## (2) 다이옥신 발생 억제 산업 폐기물 소각 처리 플랜트 완성

### 1) 회사 개요

회사명	카나이건설공업(주)	주력업종	토목건설업
직원수	96명	자본금	0.2억엔
매출액	14억엔(2003년)	담당자	국지 광생(공장장)
연락처	·소재지 : 후쿠시마현 미나미아이즈군 시모고우마치		

### 2) 세부 내용

이 사례는 토목건설업이 주력인 건설업체가 「다이옥신특별조치법」의 개정으로 구 플랜트의 개·보수 및 증설 사업을 수주하기 위해 다이옥신 발생을 억제하는 산업 폐기물 소각처리플랜트를 개발한 경우로 법규의 개정이 새로운 사업으로 진출하는 유인을 제공한 사례이다.

사장의 역할과 사내의 실행 체제를 보면 사장은 계획의 입안과 실행 업무 전반을 담당하였으며, 실행 조직은 기존 조직을 활용하여 「환경 산업 폐기물 플랜트부」를 조직하여 사업을 추진하였다. 사업화까지 도달하는 동안에 가장 어려웠던 것은 법률 및 행정

지도의 잦은 변화에 대응하는 것과 자금조달이었으며, 사장이 산업폐기물협의 이사를 겸하고 있으므로 정보 수집에 용이했던 것이 장점이었다.

이 회사의 차별화 전략을 보면 품질 향상에 노력하여 개발한 산업폐기물소각처리플랜트가 「산업폐기물처리 및 다이옥신 처리 대책」의 산출 다이옥신 농도 기준치 이하가 되도록 기술 개발을 하였다는 점과 처리 시설의 소각열을 이용한 목욕탕을 지역 주민에게 무료로 개방하여 지역 주민의 공감대를 높였다는 사실이다. 특히, 목욕탕은 환경성과 현으로부터 자원 재활용시설로 인정되었다. 지금까지 투입된 자금은 약 7억엔 정도이며 2001년 총 매출은 3억엔, 2004년 순이익은 6,000만엔이다.

이 회사는 이러한 분야에 진출한 성과로 본업인 건설업의 성장에 크게 기여하였다는 점과 관공서를 비롯한 발주자의 신뢰를 획득하고 있는 점, 그리고 고용 확대를 통해 지역 경제에 기여한 점 등을 들고 있다.

이 회사는 앞으로 회사채를 발행할 수 있는 재무 상태 및 신용상태가 건전한 회사를 만드는 것이 목표이며, 지금까지는 융자 등의 공공지원은 받지 않았다.

### (3) 평지붕 빌딩 옥상 녹화

#### 1) 회사 개요

회사명	(주)코부공	주력업종	건축공사업
직원수	81명	자본금	1.8억엔
매출액	75억엔(2002년)	담당자	타카시오 겐지
연락처	·소재지 : (우)101-0047 도쿄도 치요다구 우치칸다 1-16-9 우치칸다 사니사이드 빌딩 8F · e메일 : Ktakasio@kuboco.co.jp · 전화 : 03-3259-4670 · 홈페이지 : www.kuboco.co.jp		

## 2) 세부 내용

이 사례는 고흡수성 수지(하이드로 겔)를 사용하여 빗물을 저장할 수 있는 인공 토양을 개발 종래의 녹화공법에 비해 시공이 쉽고 간단하며 비용이 적게 들고, 물주기 등의 수고도 큰 폭으로 절감시킨 잔디를 이용하여 오피스 빌딩과 같은 평지붕의 건물 옥상을 녹화하는 방법을 개발한 경우이다.

2001년 4월 도쿄도에서 신축 1,000㎡이상의 건물을 대상으로 옥상의 녹화를 의무화하는 조례가 시행되어 옥상 녹화가 유망 시장이 될 것이라는 생각에서 이 분야에 진출하였다. 이에 (주)코부공은 사업 대상 지역은 칸다 지역을 중심으로, 기업 중에서는 중소기업의 오피스를 타겟으로, 신축이 아닌 기존의 빌딩 옥상을 녹화를 위한 시스템 개발을 시작하였다. 식물은 일상적으로 사람의 손을 통해 관리하는 것이 필요하고, 유지 관리가 계속적으로 필요하기 때문에 안정적인 수익원이 될 수 있을 것이라는 기대 하에 시장이 아직 충분히 발달하고 있지 않은 단계에서 참가하는 것이 유리하다고 판단하여 진출하였다.

2000년 10월 사내에 환경 녹화부를 만들어 부장 1명, 사무 1명을 두고 해당 업무를 시작하였으며, 그 후 조경 및 원예 기술자 1명을 외부에서 스카우트하여 보충하였다. 그 후 유명한 아와지 경관원기술학교의 제 1기 졸업생을 신입사원으로 충원하여 현재 환경 녹화 사업부는 6명으로 운영되고 있다. 또 옥상 녹화에 관한 연구는 사업 시작 전에 준비하여 2001년 4월에 (재)과학진흥사업단의 중소기업전용 용자를 신청하여 와세다 대학 종합 이공학센터의 교수 그룹 및 메비오르(주)와 함께 인공 토양에 관한 공동연구를 실시하였다.

종업원 교육, 신규 인재 확보의 방법을 보면 조경, 원예 기술에 관해서는 사내에 전문가와 노하우가 없었기에 외부에서 전문 기술자를 채용하였으며, 사내 종업원 교육은 건물에 대해서는 방수나 구조 등의 분야별로 월 1회 정도의 내부 강습을 실시하고 외부 강연회 등의 방청을 실시하고 있다.

사업화 과정에서 어려웠던 점은 사내에 조경, 원예 전문가와 노하우가 없었다는 점과 민간을 고객으로 하고 있어 조경, 원예 사업을 통해 수익을 올리는 것이 어렵다는 인식이 팽배하였던 점을 극복하는 것, 대기업이 이미 시장에 참가하고 있었다는 사실, 재배 공사를 담당할 협력 회사의 신규 확보 등이었다. 특히, 조경과 원예에 관한 노하우의 취득과 관련하여서는 연수 등의 교육에 힘써 왔던 것이 큰 도움이 되었으며, 협력 회사에

대해서는 신뢰할 수 있는 5개의 협력회사를 찾아낸 것이 성공요인이었다.

인공 토양의 개발에 대해서는 와세다대학 종합 이공학 센터의 모리 교수 그룹 및 메비오르(주)와 공동연구를 수행하였으며, 고기능의 토양 개발에는 벤처기업과 협력관계를 구성하여 진행하였다. 옥상 녹화에 관한 정보수집은 옥상 개발 연구회에 정회원으로 서 참가하여 시장 동향 및 새로운 정보를 입수하고 있다.

이 회사의 차별화 전략을 보면 잔디를 중심으로 한 정원형의 옥상 녹화사업 분야는 아직 충분한 시장으로서 발전하지 않았기에 타 기업에 비해 먼저 진출하여 시장의 확보를 비교적 쉽게 하였다는 점과 건물의 소유주에게 실제 시공 결과를 보여주어 직접적인 설득을 하는 경영전략을 수립한 점이다. 기술적으로는 빗물의 저장 효과, 보수 효과를 높이는 것과 관리가 용이한 점과 동시에 하수에 빗물이 혼합되는 것을 막을 수 있다는 점이 마케팅의 핵심이 되고 있다.

투자금액 약 3,000만엔 중 50~60% 정도는 (재)과학기술 진흥 재단의 저리 개발 융자를 통해 충당하였으며, 나머지는 자사에서 충당하였다.

2002년의 경우 약 3,000만엔 정도의 매출을 기록하고 있으나, 각 자치단체에서도 지침 등을 통하여 옥상 녹화 등을 의무화할 것으로 전망됨에 따라 앞으로 시장의 활성화에 기인한 매출의 지속적인 증대가 기대된다.

앞으로 현재의 평지붕 옥상 외에 다른 지붕에도 적용할 수 있는 범용성을 제고하는 것을 목표로 업무를 추진하고 있으며, 옥상 녹화의 관리 기준의 통일을 당면과제로 인식하고 있다.

### 3. 리모델링 분야

#### (1) 고령자 주택 리모델링 사업 진출

##### 1) 회사 개요

회사명	가토구미 토건(주)	주력업종	토목건설업
직원수	85명	자본금	1.2억엔
매출액	46억엔(2001년)	담당자	엔도 유타카
연락처	·소재지 : 하코다테시 치토세초 3번 2호 ·e메일 : endo-y@katogumi.com ·전화 : 0138-23-7101 ·홈페이지 : www.kd-rehome.com		

##### 2) 세부 내용

이 사례는 토목건설업을 주력으로 하는 건설업체가 복지주택 등의 리모델링 사업에 진출한 경우이다.

2001년 종래 고객과 복지 주택의 리모델링을 위해 리모델링사업부를 발족시켰으며, 사내에 주택개호지원사업소인 「KD 케어넷(care-net)」을 마련하여 개호서비스를 필요로 하는 사람들을 대상으로 주택 리모델링 사업을 추진하였다. 리모델링 사업실의 구성원들은 복지 주거환경 코디네이터의 자격과 복잡한 개호보험의 구조를 이해하도록 교육을 시켰다. 또한 개호 서비스 종사자, 건설업, 공공기관 등과 네트워크를 구성하여 고령자 주택의 리모델링을 위한 정보를 교환하였으며, 회사 홈페이지를 통해 단순한 주택의 리모델링에 머무르지 않고 개호 서비스 동향과 정보를 제공하고 있다.

이 회사가 이러한 분야에 진출한 계기는 공공공사의 축소에 대응하여 공공공사 의존형 사업구조에서 탈피하여 사업 구조를 다각화하고자 하는 데 있었다. 사장은 신규사업 및 기획의 입안을 담당하고 사내에 주택 개호 지원 사업소(3명 배당, 기획 운용 담당)를 신설하고, 전문 담당자(복지 개호 케어 매니저)의 채용 및 사외 네트워크 및 건축 부문과의 제휴지원에 의한 정보수집 및 활동을 추진하였다.

종업원 교육 방법을 보면 개호 케어 매니저를 중심으로 타 업종이 참가하는 연구회를

개최하여 정보를 교환하고, 사내에서는 리모델링 교육(1회/월)을 통하여 개호 관련 지식 및 기술을 습득하도록 하였다.

사업 추진 과정에서 어려웠던 점은 복지 개호 관련 지식의 획득과 사내 의식 개혁(리폼 사업에 대한 인식 및 인재 투입, 기획제안 능력의 확보, 아웃소싱 등) 그리고 지역적으로는 신시장 진출의 소극적인 경향을 극복하는 것 등이었다.

사업의 추진을 위해 모든 고객의 요구 및 문의에 응답할 수 있도록 컨설턴트를 포함하여 건축사, 인테리어, 코디네이터 등 각 분야의 전문가 등으로 네트워크를 구성하여 홈페이지를 통해 이에 응하였으며, 특별한 고객의 요구는 이러한 네트워크 외에 사내 회의를 통해 해결하였다. 특히 홈페이지를 통한 고객과의 질의 응답 코너의 운용은 기업으로서 영업 범위 설정에 큰 도움이 되었다.

이 회사의 차별화 전략을 보면 단순한 고령자의 주택 리모델링에 그치는 것이 아니라 고령자에 대한 개호 서비스를 제공하고 있다는 점이다. 또 인터넷상에 리폼 사이트를 개설하여 지금까지와는 다른 고객층을 확보할 수 있다는 점이다.

이 회사는 앞으로 복지 주거 환경의 구축에 있어 단순한 시공에 그치는 회사가 아니라 고객의 생애 이익을 계획하여 제시할 수 기업으로 성장하는 것을 목표로 하고 있다.

## (2) 부동산 「전환 비즈니스」의 진출

### 1) 회사 개요

회사명	노하라 산업(주)	주력업종	건자재 유통업
직원수	536명	자본금	1.2억엔
매출액	46억엔(2001년)	담당자	사토 현
연락처	·소재지 : 하코다테시 치토세초 3번 2호 ·e메일 : endo-y@katogumi.com ·전화 : 0138-23-7101 ·홈페이지 : www.kd-rehome.com		

## 2) 세부 내용

이 사례는 내장 공사업자가 부동산 관련 자회사를 설립하여 도심의 오피스 건물을 주거용으로 전환하는 사업에 진출한 경우이다. 이 사례에서 전환이란 건물의 용도전환을 통하여 도시(시가지)의 활성화, 효율화를 도모하는 경우라고 할 수 있다. 구체적으로는 도심의 오피스를 주택이나 상가로, 창고를 상가로, 학교를 고령자 개호 시설이나 병원으로 전환하는 경우가 여기에 해당된다. 참고로 이러한 용도 전환은 우리나라와 마찬가지로 일본에서도 「건축기준법」, 「소방법」, 건축 관련 조례 등에서 규제완화가 이루어지지 않아 소규모의 것을 제외하고는 실제적으로 어렵다.

내장 공사 업자이며 대형 건축자재 유통 회사인 노하라산업은 부동산 관련 자회사를 2000년 8월에 설립하여 이른바 「전환 비즈니스」사업에 임하고 있다. 핵심은 사무용 오피스를 주거용으로 전환하는 것이다.

이 회사가 도심 오피스 주택이라는 것에 주안점을 둔 것은 도쿄 도심의 공동화 감소를 중지시킨 인구 도심 회귀정책을 도쿄도가 시행하고 있다는 사실, 도심 거주에 대한 인기가 높다는 점, 중소 영세 오피스 빌딩의 공실률 문제가 심각한 사실 등에 기인하였다.

이러한 「전환」은 파리의 구 오르세이역(1900년 건립)이 1980년부터 6년 동안의 기간을 통해 「오르세이 19세기 미술관」으로 새롭게 탄생한 것을 계기로 선진 외국의 주요 도시에서는 활발하게 이루어지고 있다. 노하라 산업은 특히 뉴욕의 맨하탄에 있는 40층 이상의 빌딩 140동의 건물들이 해체 및 개축 사례가 극히 드물고, 오피스 빌딩이 있는 거리의 슬럼(slum)화를 방지하기 위해서 1994년에 도시계획을 재검토하여 기존 건물의 복합 시설화촉진을 유도하고자 세금우대 정책 등을 적극적으로 추진하고 있는 사실 등을 토대로 「전환」비즈니스가 유망한 사업이 될 것이라는 것을 확신하게 되었다.

이러한 「전환」비즈니스에 진출하기 위해 사내가 아닌 외부에서 사업의 추진을 시작하였는데, 시오자와 회장이 현재 (재) 국토기술연구센터의 「기존 오피스의 주택 전용촉진을 위한 기술적 방안 검토 조사위원회」 이사로 위촉된 것이 계기가 되었다. 그 후 2000년 8월에 부동산 자회사인 「피트 부동산주식 회사」를 설립하여 사원 5명을 선발하여 배치하였다. 이 회사의 주요 업무는 부동산 임대업(그룹내의 부동산 관리)과 「전환」비즈니스이다. 또한 「전환」사업은 내장 등의 건물내부는 물론 건물 진단도 실시하여 외장도 상당 부분 바꿀 수 있어 건물의 자산 가치 향상도 가져올 수 있다.



「전환」비즈니스라는 것 자체가 일본에서 정착되지 않은 사업이었으므로 이를 홍보하는 것이 가장 어려운 일이었다.

「전환」사업에 대한 기획 아이디어는 일본 설계(주)의 협력을 받고 있으며, 설계는 현지의 설계 사무소의 협력을 얻고 있다. 「전환」사업에 대한 학술 정보수집처로서는 도쿄대학의 마츠무라 조교수를 비롯하여 와세다대학, 신슈대 등과 국토교통성, 문부과학성의 연구회 등이 있다.

노하라 산업이 실시한 빌딩리뉴얼 사업에 대해서는 전문 건설회사 4사(쇼오본드 건설, 野園산업, JESCO, 마루베니 설비)가 공동사업을 추진하고 있다. 각각 내진 보강건축공사, 내외장 마무리 공사, 전기통신설비 공사, 급배수 공사 등을 담당하고 있다. 참고로 144㎡의 분양가가 9,000만엔을 초과하고 있다.

이 회사의 차별화 전략은 전자재 유통 분야의 대기업으로 「전환」사업에 있어서 기획, 설계, 시공(설비 포함)까지 대응이 가능했다는 점이다. 단순한 개장 공사를 하여 고객에게 인도하는 것이 아니라, 전환과 관련된 모든 문제점을 파악하여 고객에게 서비스를 제공하고 있는 것이다. 또 노하라 산업에서는 자재 유통으로 거주 환경의 향상에 이바지하는 주택 자재를 취급하고 있어 개인 고객에 대해서 쾌적한 거주 공간 연출의 기획이나 제안을 할 수 있다는 점이다. 이와 관련하여 노하라 산업이 칸사이 전력, 미타케 전자 공업과 공동으로 개발하여 판매하고 있는 원적외선 마루 난방법 시스템의 채용이나 에너지절약 시스템의 제안 등이 가능한 것도 큰 강점이다.

## 4. 농림·수산분야

### (1) 농작물 재배 및 농업 분야 진출

#### 1) 회사 개요

회사명	(주) 칸노조	주력업종	주택건설업
직원수	53명	자본금	0.5억엔
매출액	24억엔(2002년)	담당자	쿠도 기이치
연락처	·소재지 : 홋카이도 모베츠군 마루셋쵸 아즈마쵸 98 ·e메일 : kanno@phoenix-c.or.jp ·전화 : 01584-7-2331 ·홈페이지 : www.phoenix-c.or.jp/~kanno		

#### 2) 세부 내용

이 사례는 건설업체가 실제 농산물의 재배하여 판매하는 농업 분야에 진출한 경우이다.

1991년 4월부터 재배연못 시설의 건설 착수와 동시에 아키타현 야마모토쵸에서 재배 연수를 받고 아키타 농업대학의 도자키 테즈오 교수에게 재배연못의 조성, 온도 관리, 수질 관리, 제초, 병충해 방제 등의 지도를 받아 「순무(순채)」 재배에 진출하였다. 이에 1992년 8월 재배에 성공하여 해세이 6년 8월부터 생산 판매를 개시하였으며, 현재의 출하량은 약 4,000kg정도이다. (주)칸노조가 생산한 「순무」의 특징은 무농약 재배를 통해 풍부한 맛과 신선함을 장기 보존할 수 있게 하여 도내의 호텔음식점을 중심으로 판매하고 있으며 인터넷을 이용한 판매도 이루어지고 있다.

이러한 「순무」 재배에 진출하게 된 배경은 천연 자갈을 채취한 지역을 이용하여 고용의 창출이나 지역 경제의 활성화를 도모하기 위해 건설업체가 농업 부문에 진출한 경우에 해당된다.

사장이 직접 아키타현 야마모토쵸에서 직접 재배 체험과 연수를 받았으며, 「풍부한 향과 신선한 맛」이라는 캐치프레이즈로 장기 보존을 위한 시험 연구를 실시하는 등 강력한 리더십을 발휘하였다. 사내 직원을 활용하여 재배연못의 조성, 증산, 신상품의 개발

등에 임하고 있다. 현업 부문은 채취 10명, 가공 10명의 파트 타임 고용형태를 취하고 있다.

식품에 대한 사회적 사명으로 무농약 재배를 실행하고 있어 각종 연수회 등에 참가하여 무농약 재배 방법을 교육하고, 가공에 있어서는 작업자의 위생 관리를 철저히 하고 있다.

사업과정에서 어려웠던 것은 재배연못의 조성이 완료된 후에도 모종을 구입하지 못해 큰 어려움을 겪었으나, 최종적으로 아키타현의 모종을 구입할 수 있었다. 아키타 농업대학의 도자키 교수가 매년 출장을 통해 재배연못의 온도 관리, 육성 상황, 병충해 등을 지도하였는데 이것이 성공의 큰 요인이었다. 또 아키타현 야마모토쵸의 아베류이치씨의 재배 실무 지도도 성공 요인의 하나였다.

재배된 「순무」는 현지의 상점과 관광 시설에서 판매되고 있으며, 도내의 호텔, 요리점, 식품 도매상 등과 인터넷을 통하여 일반소비자에게 판매되고 있다.

차별화 전략은 「풍부한 향과 신선한 색」의 장기 보존이었으며, 상품의 종류를 6 종류에 세분하여 일반소비자의 구입이 용이하도록 하였다.

사업에 필요한 자금은 3년간 1억1천만엔으로 재배연못의 조성비로 8,000만엔, 모종의 육성에 매년 1,000만엔이 사용되었다. 가공공장 건설비의 30% 정도를 지역으로부터 지원받아 충당하였다. 현재의 매상과 이익은 공개하지 않고 있으며, 지역 고용의 확대와 지역경제 활성화 그리고 회사의 지명도 상승을 성과로 소개하고 있다.

앞으로의 과제를 보면 물품의 방제와 지력(토양 요소)의 향상 및 물의 정화를 향상시키는 것이 중요하다. 또 생산의 증가에 따른 새로운 판매 시장 개척이 필요할 것으로 보인다.

## (2) 농업 생산 법인 설립

### 1) 회사 개요

회사명	金龜건설(주)	주력업종	주택건설업
직원수	192명	자본금	0.5억엔
매출액	52억엔(2002년)	담당자	오모리 타카시중
연락처	·소재지 : 마츠야마시 미나미에도2-660-1 ·e메일 : aguri@kinkikensetsu.co.jp ·전화 : 089-984-3387 ·홈페이지 : www.kinkikensetsu.co.jp		

### 2) 세부 내용

이 사례는 건설산업의 인력을 적절히 활용하고 지역 경제 활성화에 기여하는 고용창출을 목적으로 무농약 재배를 기본으로 순환형 농업 생산 공정 및 기계화 농업을 실현하기 위해 건설업체가 농업 생산법인을 유한회사의 형태로 설립한 경우이다.

金龜건설(주)는 2000년 자회사인 농업생산법인(유한회사)을 설립하여 지역의 휴경 전답과 인력이 부족한 전답(총 20ha)을 확보하여 자사의 건설업 인력을 건설공사의 공기 및 공정에 맞추어 효율적으로 활용하여 무농약의 안전하고 고품질의 각종 야채, 과일을 재배하여 레스토랑, 개인소비자, 슈퍼마켓 등을 통하여 판매하고 있다. 특히 이 회사는 새로운 시대의 새로운 농업이라는 구호아래 고효율적인 순환형의 기계화 영농을 추진하였다.

이 회사는 지역의 식당 등에서 배출된 음식 찌꺼기 등을 자사에서 배양한 유용 미생물을 사용해 퇴비화해서 토양의 힘을 강화하였고, 기계화를 통하여 벼농사 과정에서 종이멀칭을 눈에 깔아 제초 작업을 없애고 탑승형 제초기를 도입하였다. 또 유용미생물은 그 자체가 가진 생분해 등의 효용을 순환 정화 사업에 사용하여 폐기물로 인한 악취의 저감이나 수질 개선 등의 사업도 수행하고 있다.

이러한 사업에 진출하게된 계기는 가장 중요한 것이 축소된 건설 시장 상황 속에서 사원의 고용 확보를 위해서였다. 또 사장의 농업에 대한 관심이 높았다는 점과 건설회사의 현장 노동력 중에서 농가 출신자가 많은 점, 지역 농가의 인력 부족, 환경보호와 웰빙

시대의 도래 등도 계기가 되었다.

특히, 사장은 농업생산 법인의 대표를 맡아 고용, 생산, 판매 체제의 확립을 위해 노력하고 있고, 법인의 직원 중에는 농업 관련 출신 전문가가 수명 배치되어 모회사인 건설 회사에서 파견된 직원의 농사 지도와 농업기술의 향상을 도모하고 있다. 이 회사가 농업 분야에 진출하면서 가장 중요한 것은 왜 농업을 해야 하는지를 직원들에게 설득하는 것이었는데 사장이 직접 직원들을 설득하여 공감대를 얻어냈다.

사업화 과정에서 가장 어려웠던 것은 농업 분야에 대한 독특한 규제에 대응하는 것, 사내에 신규 분야에 진출하려는 의식을 고양시키는 것, 지역의 농가, 농협, 농업위원회로부터 신뢰를 얻는 것, 그리고 경제성의 확보 등이었다. 사업을 위한 제휴 및 정보의 취득은 사내의 농촌 출신 직원들이 결성한 연구회가 주도적으로 수행하고 있으며, 인터넷을 통한 정보의 취득도 큰 도움이 되었다. 주고객은 지역의 휴경지 소유 농가와 일반소비자이다.

이 회사의 차별화 전략은 무농약 농사와 기계화 영농, 토지에 대한 조사와 소비자의 미각에 대한 과학적인 조사 연구, 음식폐기물을 퇴비로 사용하는 순환형 농업, 휴경지 이용을 통한 지역경제에 대한 공헌 등이다.

아직 큰 이익을 올리고 있지는 못하지만 건설공사 이외의 사업을 통한 지역과의 관계 형성으로 기업의 지역 친화성이 강화되었으며 직원들의 적극적인 참가로 회사 분위기가 제고되어 앞으로는 지속적인 이익을 올릴 것으로 전망하고 있다.

앞으로의 과제는 채산성의 제고, 새로운 시장 개척, 지역과의 공존 강화, 사원의 기술 및 기능의 향상 등이다.

## 5. 기타 분야

### (1) 건축공사의 수주 제고를 위한 신상품 개발

#### 1) 회사 개요

회사명	오키시마공업(주)	주력업종	건축공사업
직원수	50명	자본금	0.4억엔
매출액	21억엔(2002년)	담당자	코미야 미키 카타시
연락처	·소재지 : (우)1800-0006 도쿄도 무사시노시 안정3-1-2 ·e메일 : komiya@okishima.co.jp ·전화 : 0422-52-0909 ·홈페이지 : www.okishima.co.jp		

#### 2) 세부 내용

이 사례는 건축공사의 수주 제고를 위해 여러 가지 신상품 개발한 경우이다. 여기에서 소개할 신상품은 무공해 도료인 PEARL-X, 통합하우스(개호 대응형 주택), 지반 치환 공법인 콜롬부스 등이다.

무공해 도료인 PEARL-X는 일반적으로 사용되는 유기 합성수지 도료가 대기오염, 악취, 산업재해 등으로 발생시키고 있는 문제점을 개선하기 위해 개발되었다. 이 도료는 완전한 무기성 도료로 오염방지, 냄새제거, 항균, 화학물질의 분해, 환경 호르몬의 분해 등의 기능을 갖추었다. 이러한 제품의 특성으로 제품의 수요가 급증할 것으로 전망하고 있으며, 특히 병원(원내 감염 등의 방지), 업무용 주방, 화장실 등의 옥내 도료의 판매가 급증하고 있다. 이 회사는 이 상품의 제조를 위해 (주)그린케미컬과 제휴하였으며, 제휴 회사의 판매 대리점을 통하여 시공업무를 수주하고 있다.

통합하우스(개호 대응형 주택)는 캐나다의 로얄플라스틱사가 보유한 특허 상품인 특수 합성 수지(PVC)를 사용한 중천성형재로 안외벽을 시공하게 하는 거푸집으로서 소규모 건축물의 벽공사에 사용된다. 이 공법은 수지제로 시공하므로 물로 씻을 수 있어 고령자를 위한 개호서비스에 제공에 적합한 주택 등에서 수요가 증가할 것으로 전망된다.

지반 치환 공법인 콜롬부스는 연약 지반에서의 토목공사에서 이용하는 발포플라스틱인 「지오 폼」을 건물의 주기둥에 시공하는 기초 공법을 가리킨다. 이것은 건물의 침하를

억제하여 안정성을 제고하며 동시에 내진에도 효과가 있다는 것이 관련 기관의 인증을 취득하여 보험회사에서 제품의 보증의 성능에 대해 보증하고 있다. 특히, 공법의 특허는 공시로현의 나카무라 물산(유한회사)이 가지고 있지만 관동지방에서는 이 회사가 독점적으로 시공하고 있다.

이 회사가 이러한 상품의 개발에 참여하게 된 것은 무공해 도료인 PEARL-X의 경우 개발·제조원인 (주)그린케미컬의 노무관리 고문의 소개로 상품에 대한 총 판매 및 책임 시공을 하기로 한 것이 계기가 되었다. 건축공사에서 도장 공사는 불가피한 것이고 또 도료에 대한 소비자의 의식도 높아지고 있어 이 상품을 통하여 기본적인 건축공사의 수주를 제고하고 있다. 통합하우스와 콜롬버스 공법은 「제로연(zero研)」이라고 하는 동업종교류회가 계기가 되었다. 이 회사는 이 연구회에 10년 전부터 참가하고 있는데 이 연구회는 건설 및 주택 컨설턴트들의 모임으로 시작하여 현재는 원칙적으로는 각 도도부현에서 1사가 참여하고 있다. 각사는 공법, 기술뿐만 아니라 원가까지 공유하며 연구를 실시하고 있으며, 2개월에 1회 개최된다. 캐나다의 특허 상품을 수입하는 총대리점을 이 연구회를 통하여 알게되어 제휴하게 되었으며, 이 공법의 국토교통성 인증 취득에는 이 회사가 적극적인 역할을 수행하였다.

사장의 역할과 사내 실행 체제를 보면 PEARL-X의 경우 사장은 판매 제휴를 구축하는 데 큰 역할을 수행하였으며, 사내에는 특별한 조직을 만들지 않고 제휴 회사의 판매망을 이용하여 영업활동을 실시하고 있다. 통합하우스는 로얄하우징 사업부를 만들어 3명 정도가 담당하고 있다.

종업원 교육 및 신규 인재 확보 등은 PEARL-X의 경우 실제 공사에서는 도료의 관리 등에 대한 지식이 필요하나 이는 팜플렛 정도의 상품 지식으로 충분하여 특별히 시행한 교육은 없었다. 통합하우스는 영업 담당 직원 2명을 채용하였고, 콜롬버스 공업은 외부에서 신규 인력을 특별히 채용하였다. 사업화 과정에서 어려웠던 것은 PEARL-X의 경우 상품개발 과정에서 제휴한 제조사와 함께 건축 마감재로 사용할 수 있는 얼룩 없이 시공할 수 있는 상품을 개발하는 것이 가장 어려웠다.

PEARL-X의 경우 (주)그린케미컬과 기술개발에 있어서 제휴하여 (주)그린케미컬의 판매망을 통하여 판매 및 책임 시공은 동사가 실시하고 있고, 통합하우스는 앞에서 소개한 「제로연」, 「수입 총대리점인 로열 빌딩 시스템 재팬」 등과 기술 개발을 위해 제휴하였으며, 판매에서는 전농(JA)과 2002년 9월에 기본 계약을 통해 제휴하였다. 콜롬버스 공법의 경우 「제로연」을 통해 정보를 수집하고, 판매를 위해서 (주)피에르지와 제휴하

었다.

이러한 상품을 통한 수주 제고 활동을 보면 PEARL-X의 경우 개발된 상품의 장점을 살려 도장 공사를 계기로 건축공사의 수주를 증가시켰으며, 특히, 병원, 공공 시설, 대형 음식점 등을 통해 영업활동을 강화하였다. 통합하우스는 전농(全農)을 통하여 판매 활동을 전개하고 있는데 전농 산하의 농협 조직은 100만 세대에 달하고 있다. 전농은 조합원에 대한 발주 대행 및 판촉 활동을 하고 있으며, 전국적으로 판매망을 확대하기 위하여 각 현마다 대리점을 두고 시공사를 선별하여 사업을 추진 중에 있다. 콜롬버스공법의 경우 지반이 연약한 토지에 세워진 건물 전반이 타겟이 되며, 공공성이 높은 시설이나 상업 시설에도 판매가 확대되고 있다.

이 회사의 차별화 전략을 보면 PEARL-X의 경우 상품의 품질을 최대한 살려 수주제고를 달성하였으며, 통합하우스는 제품의 특성을 살려 개호 비즈니스에 적합하게 활용하도록 하였으며, 전농의 조직을 활용한 것과 개호 비즈니스 시장의 증대와 이에 따른 정부의 보조금 제도의 활용을 겨냥한 것이었다. 콜롬버스 공법은 기술적인 측면에서는 (재)일본건축센터의 건축기술심사증명, 국토교통성의 신기술평가(NETIS), 대형 보험회사의 보증 등을 취득한 것을 활용하였고, 특히 취득자와 제휴하여 광동지방에서 독점적인 시공권을 확보한 것 등을 들 수 있다. 가장 큰 성과는 PEARL-X의 경우 기본적인 건축공사의 수주에 큰 기여를 하였다는 점이나 그 성과는 공개하지 않았다. 앞으로의 과제는 PEARL-X는 특허와 환경인증인 에코 마크를 취득하는 것이며, 통합 하우스는 지방자치단체의 보조금을 확보하여 안정적인 공사를 확보하는 것이다.

## (2) 토목전문공사 업체의 한국의 쉴드(shield) 공사 수주

### 1) 회사 개요

회사명	게이힌 개발 공업(주)	주력업종	토목건설업자
직원수	70명	자본금	2억엔
매출액	60억엔(2002년)	담당자	쿠마가이 요시오
연락처	·소재지 : (우)230-0032 카나가와현 요코하마시 츠루미구 다이토우초4-2 ·e메일 : kumagai@keihinkk.co.jp ·전화 : 045-501-4611		



## 2) 세부 내용

이 사례는 일본의 토목 전문건설업자가 한국의 지하철 쉴드(shield) 공사를 수주한 경우이다. 게이힌개발공업(주)는 대형 건설업체의 1차 협력업자인데, 토목 전문 공사 업자로서 일본 내에서 건설투자가 감소하여 경영환경이 어려워지자 해외 시장으로 눈을 돌려 한국의 지하철 쉴드공사를 수주했다. 한국의 성원건설이 수주한 광주시의 지하철 쉴드공사의 기술 지원을 의뢰받았던 것이 계기가 되었다.

당시 한국에서는 외국 기업의 수주가 어려운 상황이었지만 한국에서의 첫 지하철 쉴드공사였기 때문에 한국의 건설업자에 대한 기술적 우려로 일본에서 경험이 많은 이 회사에 기회가 오게 되었다. 공사의 수주를 위해 한국 현지 법인을 설립했으며 공사는 약 20개월 동안 외경 7.2m의 니토압식 쉴드(shield) 공법으로 1,792m를 굴착했다.

또 부산시의 지하철 쉴드(shield) 공사를 두산건설과 공동으로 기술 제안을 실시해 수주하였는데 이 때에는 유럽의 기업 등과 치열한 경쟁을 하였으나 설계 변경안을 인정받아 수주하였다. 공사기간은 22개월로 외경 7.1m의 흙탕물식 쉴드를 사용해 840m를 굴착했다.

한국에 진출하게 된 계기는 호시노회장이 한국 출신으로 20대 전반까지 한국에서 살았던 경험과 일본내의 건설업자로부터 한국제 자재의 조사·조달을 의뢰받아 한국의 자재 업자, 종합 공사 업자와의 협력관계를 구축한 것이 크게 작용하였다. 또 오랜 기간 동안 일본 내에서 건설업자로서의 실적을 확보하였기에 현지 법인의 설립이 가능했다.

게이힌개발공업(주)는 회장 아래에 사장 그리고 그 아래에 각 부문, 각 현장을 배치하고 있지만, 한국의 공사는 회장 직할로 하여 공사 기간 중 한 달에 2~3회 한국을 직접 방문하여 공사를 체크하였다.

진출 분야가 쉴드(shield) 공사에 한정되어 있어서 이 회사 내의 기술자만으로는 부족했지만 일본 내의 건설시장이 축소되고 있어 전문 기술자의 신규 채용이 용이하여 필요한 기술자를 쉽게 확보할 수 있었다. 사원 교육은 현지에서의 OJT를 통해 이루어지고 있으며 각 현장에는 6명의 일본인 직원과 15명 정도의 한국인 직원을 배치하고 있는데 일본인 직원 가운데 4명은 대형 종합건설업체를 퇴직한 사람을 채용했으며, 한국인 직원은 한국에서 일반적으로 이루어지는 공사 때마다 계약직 사원으로 채용하는 방식을 채택하였다.

사업화 과정에서 어려웠던 것은 한국 특유의 상거래 습관과 계약에 대한 개념의 상이

그리고 의사 소통이 어려운 점 등이었다. 특히, 하자담보 책임을 10년을 요구하거나, 리스회사로부터 기계를 빌리는 데에도 현금이 필요한 점 등이 상당한 애로 요인이었다. 회장이 사내에서의 업무를 주로 담당하였으며, 협력 업체에 대한 발주, 자재의 조달, 현장 업무 등은 현지의 한국인 직원과 협의하여 결정하였다.

이 회사의 주된 고객은 한국의 대형 종합건설업자와 일본의 대형 설계업자로 한국의 대형 종합건설업체에게는 기술 지원 및 시공을 서비스하며, 일본의 대형 설계업체에게는 기본 설계 및 실시 설계를 주로 서비스한다.

이 회사의 차별화 전략은 일본업체가 한국에서 지하철 쉼터공사를 처음하는 것이었기에 일본 내에서 축적한 실적과 기술력을 한국에서 인정받도록 한 것이 큰 효과를 발휘하였다. 가장 중요한 것은 설계능력이 한국의 경쟁사와 다른 국가의 경쟁사에 비해 탁월했기 때문이었다.

필요한 자금 조달 방법은 지금까지는 자기 자금으로 조달하였다. 한국에서는 총 도급 금액의 25% 정도의 현금이 필요한데 그 이유는 입찰 보증, 하자보증 등에 비용이 소요되기 때문이다. 한국의 건설업자는 자금력이 약하고 금리가 높아 현금거래의 형태를 취하는 경우가 많다. 지금까지는 자기 자금으로 조달해 왔지만 향후의 공사는 규모가 커 국내 금융기관으로부터의 용자가 필요한데, 금융기관에서 건설업계에 대해 용자가 제한적인 것을 개선하여야 한다.

한국에 진출하여 2건의 공사를 수행하여 약 60억엔의 매출을 올렸으나 이익은 올리지 못했다. 그러나 이 회사는 앞으로 3건에 200억엔의 수주 목표를 설정하여 이익이 발생할 것으로 전망하고 있다. 한국의 건설 수요는 일본보다 훨씬 크고 지하철·하수도·전력 관로 등의 기반 정비에 동 회사가 활약할 수 있는 가능성이 높다고 전망하고 있다.

한국에서 지하철 쉼터 공사를 처음으로 시공한 일본 회사로 한국의 학회, 관계, 업계에 인지도를 높인 것이 큰 성과이며, 이것이 수주로 이어지고 있다. 또 부수적으로 일본과 한국의 건설 기술 및 건자재 등의 교류 창구로서의 역할도 담당하고 있다.

앞으로의 과제는 한국의 상관습의 철저한 이해와 적응이 절실히 필요한 것으로 보고 있다. 또 한국에 진출한 기간이 얼마 되지 않아 일본인 직원과 일본에 있는 본사에 의지하는 경향이 강한데 이러한 경향을 시정하여 현지의 한국인 직원의 능력을 향상시키는 것이 큰 과제이다. 이로 인해 한국인 직원을 일본에서 연수시키는 것이 필요하지만 일본에서 취업 비자의 발급이 어려워 관련 법규가 시급하게 정비될 필요가 있다. 또 향후 기술자의 양성과 함께 노동자의 체계적인 양성도 시급하게 필요하다.

해외공사의 하자보증에 대해 일본 내의 보증회사가 보증할 수 있도록 제도와 법의 정비가 필요하며, 국토교통성 등에서 해외의 계약 형태나 상습관 등의 정보를 정리해 주는 것이 필요할 것으로 생각하고 있다.

## 제5장

### 시사점

이상과 같이 살펴본 일본의 중소 건설업체의 신시장 진출 관련 사례 및 내용은 비슷한 환경에 처한 우리나라의 건설업체 특히, 지역 중소 건설업체들의 대응 전략 수립과 정부의 정책 방안 수립에 시사하는 바가 큰 것으로 판단된다. 여기에서는 건설산업의 구조 개편을 앞두고 있는 우리 나라 정부의 정책 방향과 건설기업의 대응 방안 마련에 있어 일본의 중소 건설업체들의 신시장 진출이 시사하는 내용을 정리하여 제시하고자 한다.

#### 1. 정부 정책 수립에 대한 시사점

##### (1) 건설업 구조 개편의 기본 원칙

일본 정부는 시장 기능을 통해 부실 건설업체의 퇴출을 촉진시키기 위해 시장 기능이 원활하게 발휘될 수 있도록 필요한 환경 정비를 추진하고 있다. 구체적으로 건설 시장의 절반 가량을 차지하는 공공공사 발주제도의 경쟁력과 투명성을 제고하기 위해 대규모 공사와 관련된 이행보증 비율의 인상 조치 등을 활용하여 금융기관의 여신 범위에 제약이 있는 부실 기업이 공공공사에 참여하는 것을 억제하여 부실업체가 자동적으로 퇴출하도록 유도하고 있다. 또 경영의 효율화, 경영 기반의 강화를 위한 합리적인 조직 재편을 유도하기 위해 허가 절차 등의 원활화 또는 적절한 기업 평가, 기술자 제도의 재검토 등의 제도 시행을 추진 중에 있다. 여기에 기업간 결합 및 합병 등에 대해 공공공사의 입찰 참가 자격심사에 있어서의 점수 가산 조치 등의 인센티브를 부여하여 건설산업의 재편을 촉진시키고 있다.

이렇게 진행되고 있는 건설산업의 구조 개편 과정에서 중소 건설업체의 구조개편은 다음과 같은 원칙 하에서 이루어지고 있다. 첫째, 페이퍼컴퍼니와 같은 불량·부적격 업자를 배제하는 것에 가장 큰 중점을 두어 「공공공사의 입찰 및 계약의 적정화의 촉진에 관한 법률」을 엄정하게 시행하여 불량·부적격 업자를 시장에서 철저히 배제하도록 공공 공사의 발주자와 제휴하여 그러한 업체들의 수주를 방지하여 공사의 품질을 확보하

고 건설공사의 시공 현장의 점검을 철저히 하고 있다.

둘째, 중소 건설업체의 경우 건설현장의 철저한 비용관리와 경영 효율화를 추진하여 시스템의 활용 등에 의한 공정관리의 철저, 원하도급 업체간 IT거래 촉진 등에 의한 비용 절감을 통하여 경영 효율화를 추진하도록 하고 있다. 또 건설 시장이 축소하고 있는 상황에서 개호 복지 서비스, 리사이클이나 토양오염 대책 등의 환경 관련 비즈니스 등 성장이 예상되는 신규 분야에의 진출 확대를 적극적으로 지원하고 있다.

셋째, 지역의 중소 건설업체간의 제휴를 통해 재편을 유도하고 있다. 지역적인 영업 기반이 다른 기업간의 제휴 또는 기업경영상 부담이 되는 설계·적산·기자재 조달 등의 간접 부문의 공동화 등 독립성을 유지하면서 경영합리화를 추진할 수 있는 전략적 제휴도 활발하게 이루어지고 있다.

이상을 통해 일본의 중소·중견 건설업체의 신분야 진출은 건설업의 구조개편이라는 큰 틀속에서 진행되고 있음을 알 수 있다. 따라서 중소 건설업체의 신시장 진출 또한 시장원리에 입각한 구조개편이라는 대원칙 하에서 이루어지고 있으며, 구체적으로 「선택과 집중 그리고 전략적 제휴」라는 가장 기본적인 시장 원리에 의해 이루어지고 있는 것이다.

우리나라의 건설업도 일본이 처한 상황과 비슷하다. 경기침체로 인한 민간공사의 축소와 공공공사의 증가세 둔화 및 축소 동향은 특히 중소·중견 건설업체의 경영 환경을 극도로 위협하고 있다. 이러한 상황에서 우리 정부는 건설산업 구조 개편에 관한 기본적인 원칙의 수립에 있어 시장 원리를 중심으로 시장을 통한 구조 개편이 이루어질 수 있는 환경의 구축에 중점을 두는 정책을 수립·시행하여야 할 것이다.

## (2) 종합적 지원 체제의 구축

일본 중소 건설업체의 신시장 진출은 건설업체 자율적인 노력과 함께 정부와 건설업 단체 등의 많은 지원 속에서 이루어졌다. 일본 정부는 시장원리에 입각하여 부실 건설업체의 퇴출을 촉진하면서 자연스럽게 건설업 구조 개편으로 이루어질 중소·중견 건설업체의 신시장 진출에 대해서는 적극적인 지원을 아끼지 않았다. 건설업 이외의 농림, 개호 서비스 등의 복지분야에 진출하는 것을 위해 각종 법규를 제정 또는 개정하였으며, 신시장 진출을 지원하기 위한 금융지원 제도를 시행하였고, 신시장 진출에 관한 「시범사업」을 실시하여 종합적으로 지원하였다.

지방자치단체들은 중소 건설업체의 신시장 진출을 지원하기 위해 상담 창구를 개설하거나 전문회사에 해당 지역의 건설업의 신시장 진출을 상담·지도를 의뢰하는 방법으로 이러한 신분야 진출을 지원하였다.

여기에 일본 건설업진흥재단 등 건설업 단체들 또한 신시장 진출 사례 세미나 및 신시장 진출 관련 교육 등을 수시로 실시하고, 홈페이지를 통해 지속적으로 홍보, 상담, 지도를 통해 지원하였다.

<표Ⅳ-1>에서 보는 것과 같이 한국건설산업연구원에서 2005년 지방 중소 건설업체들의 경영 실태를 조사한 결과를 보면 우리나라의 중소 건설업체들도 현재 직면하고 있는 경영 위기를 극복하기 위한 경영 애로 극복과제로 응답 업체의 약 30% 정도가 사업다각화 및 중점사업 전환으로 응답하고 있어 이에 대한 정부의 정책 수립이 절실한 것으로 판단된다.

**<표 Ⅳ-1> 지방 중소 건설업체의 경영애로 극복 과제**

구분	소계	영업력 강화	인재 육성	사업 다각화	경비 절감	기술 개발	인력구조 조정	중점사업 전환	기타
전체	304	145	10	79 (26.0%)	40	7	8	15 (4.9%)	
서울	18	8		7	1	1		1	
경기	31	11	1	12	3			4	
인천	12	6		3		2		1	
충북	23	15		4	1	2		1	
충남(대전)	31	16	3	4	6		1	1	
경북(대구)	56	25	3	16	10		1	1	
경남(부산, 울산)	41	16	1	15	3	1	1	4	
전북	11	4		4	2		1		
전남(광주)	38	25	2	5	5			1	
강원	23	6		7	6	1	2	1	
제주	10	5		2	3				
부응답	10	8					2		

자료 : 한국건설산업연구원, 내부자료, 2005.

우리 정부는 앞에서 소개한 일본의 중소 건설업체의 신시장 진출에 대한 정부와 관련 단체의 적극적인 지원과 협조를 참조하여 앞으로 진행될 우리 나라의 산업 구조 개편이

중앙 정부와 지방 정부, 그리고 관련 단체의 적극적인 협조 속에서 이루어질 수 있도록 종합적인 지원 체제를 구축할 수 있는 제도적 기반을 마련하여야 할 것이다.

## 2. 신시장 진출의 전략적 시사점

### (1) 기본 전략

#### 1) 수익성 중심의 사업체제 확립

앞에서 언급한 것과 같이 일본 건설산업의 구조개편은 철저하게 시장원리에 입각하여 이루어지고 있으며, 이는 건설업체 스스로의 경영기반 강화와 생산성 향상의 노력을 통해 구조 개편이 이루어지는 것을 의미한다. 즉, 업체 스스로 이익을 창출하지 못하는 분야의 철수 및 축소와 수익이 높고 경쟁력이 있는 분야에 회사의 경영능력을 집중하는 방식을 취하고 있는 것이다.

구체적으로 일본의 건설업체들은 과거의 경영 합리화 노력보다는 근본적인 사업 내용의 재검토를 통해 시장의 축소에 대응하여 사업 규모의 축소와 수익성이 낮은 사업 분야의 정리를 조속히 추진하고 경영 자원을 자사의 비교 우위의 분야에 집중시키고 고부가가치의 새로운 사업 모델의 구축을 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

이는 우리나라의 중소 건설업체들이 급변하는 상황 변화에 대응하기 위해서는 가장 기본적으로 기업 경영의 중심을 「수주고」에서 「수익성」을 중시하는 경영기조를 전환하여야 함을 시사하고 있다. 여기에 새로운 이익을 창출할 수 있는 시장을 적극적으로 개척하여 새롭게 진출하려는 전사적인 노력이 필요할 것으로 판단된다.

#### 2) 적극적 지역밀착형 경영 전략 추진

일본의 중소 건설업은 지역의 주택 및 사회간접자본을 건설하고 지역 주민에게 고용 기회를 제공하는 등 지역경제의 발전에 큰 역할을 수행하여 왔다. 특히 건설 관련 업종까지 포함하면 그 영역이 매우 넓어 지방의 경우에는 건설 자재의 제조사 및 리스 등을 포함할 경우 전 취업자의 50% 이상이 건설업 및 건설 관련업종에 취업하고 있는 것으로

나타나고 있다. 이러한 지역의 중소 건설업체들은 공공공사에 의존하는 비중이 매우 높아 일본 건설시장의 축소로 인한 충격이 매우 크다.

이에 일본 중소 건설업체의 신시장 진출이 고용인력의 승계와 지역 경제를 활성화시키고자 하는 방향으로 이루어졌으며 이는 기업 경영의 지역밀착성을 강화시켰다. 이러한 경향은 기존 건설업 종사 인력의 고용 승계 및 새로운 일자리의 창출, 지역 경제와 관련이 깊은 분야로 진출하여 지역의 경제를 활성화시키는 방향으로 진행하여 건설업 구조 개편으로 인한 경제적 충격을 완화하는 훌륭한 기능을 수행함과 동시에 신분야 진출로 새로운 공사 물량을 창출하고, 관련 지역에서 발주되는 건설공사를 수주하는데 지방자치단체 및 지역 주민들에게 어필할 수 있는 요인이 되고 있다는 사실에 주목하여야 한다.

이는 앞으로 「지방계약법」의 제정과 지역균형 발전 정책의 적극적인 추진 속에서 이루어지는 지방자치단체의 공사 발주 권한 및 재량의 강화라는 그 효과가 크고 중요한 상황 변화에 지방의 중소 건설업체가 대응할 수 있는 전략의 수립에 많은 부분이 참조되고 반영되어야 할 것으로 보인다.

## (2) 신시장 진출 사례별 시사점

### 1) 복지 분야

먼저 개호 등 복지 분야로 진출한 업체들의 경우를 보면 가장 먼저 ‘고령화’라는 사회의 변화 트렌드와 ‘미진학 청소년 교육’프로그램이라는 제도를 통해 사업성을 발견하였다는 점을 지적할 수 있다. 구체적으로 이러한 트렌드와 정책이 반영된 법률 등의 제정을 통해 새로운 시장의 진출을 시도하였다는 점이다.

다음으로 미래의 불확실성으로 인한 경영 위험을 줄이기 위해 과도한 신규 투자보다는 회사가 보유한 자원(유휴지 등)을 활용하거나, 비교적 저렴하게 구입할 수 있는 폐교 등을 구입하여 사업에 임하는 등 사업 리스크를 최대한 분산하였다는 점이다.

또 직원의 교육 및 토론을 통해 사업에 대한 책임감을 제고시켜 수행한 점과 기존 건설업체의 홍보에도 활용하였으며, 경영전략을 비용 절감이나 서비스의 질을 낮추어 수지를 맞추는 것이 아니라 높은 품질의 서비스를 제공하여 이용자를 늘려 이익을 확보하였다는 점 또한 해당 시장의 진출을 계획하고 있는 중소 건설업체들이 참고하여야 할 내용이다.



## 2) 환경 분야

먼저 전기공사를 주로 하는 업체가 냉난방 효율을 제고하는 시공법과 에너지 절약 시스템인 「에코시르피」를 개발하여 판매한 경우는 교토의정서 체제 하에서 에너지 절약 문제가 사업성을 확보할 것으로 판단하여 에너지 절약과 환경 개선에 이바지할 수 있는 아이템으로 신시장에 진출하였다는 점이 주목할만한 사실이다. 또 안정적인 사업수준에 도달하기 위해 소음 저하, 안정된 공기 유입 등을 위한 기술 개발에 주력하였으며, 취약한 판매력을 보완하기 위해 전략적 제휴 형태를 취한 점 또한 참고하여야 할 것이다.

또 토목건설업이 주력인 건설업체가 「다이옥신특별조치법」의 개정으로 구 플랜트의 개보수 및 증설 사업을 수주하기 위해 다이옥신의 발생을 억제하는 산업 폐기물소각처리플랜트를 개발한 경우는 법규의 개정이 신시장 진출의 유인을 제공한 경우이다. 이 경우는 신시장 진출의 성과로 본업인 건설업의 성장에 크게 기여하였다는 점과 관공서를 비롯한 발주자의 신뢰를 획득하고 있는 점 그리고 고용 확대를 통해 지역 경제에 기여한 사실 등이 시사하는 바가 크다.

## 3) 리모델링 분야

토목건설업이 주력인 건설회사가 리모델링 분야에 진출한 사례에서 주목할만한 사실은 단순한 고령자의 주택 리모델링에 그치는 것이 아니라 고령자에 대한 개호 서비스를 함께 제공하여 사업성을 제고하였다는 점과 앞으로도 단순한 시공에 그치는 회사가 아니라 고객의 생애 이익을 계획하여 제시할 수 기업으로 성장하는 것을 목표로 하고 있는 점이다. 또한 고객의 모든 요구 및 문의에 응답이 가능하도록 컨설턴트를 포함하여 건축사, 인테리어, 코디네이터 등 각 분야의 전문가 등으로 네트워크를 구성하여 홈페이지를 통해 이에 응하였으며, 특별한 고객의 요구는 이러한 네트워크 외에 사내 회의를 통해 해결한 점과 특히 홈페이지를 통한 고객과의 질의 응답 코너의 운용은 기업으로서 영업 범위 설정에 큰 도움이 되었다는 점 또한 시사하는 바가 크다.

다음으로 건자재 유통회사가 부동산 용도 「전환」 사업에 진출한 경우를 보면 건자재 회사가 기획, 설계, 시공(설비 포함)까지 담당하여 사업성을 확보하였다는 사실을 주목해야 할 것으로 보인다. 또한 이 경우는 많은 협력기관의 구축이 필요함을 보여주고 있는데 「전환」 사업에 대한 기획 아이디어는 일본 설계(주)가, 설계는 현지 설계 사무소가,

「전환」 사업에 대한 학술 정보는 도쿄 대학, 와세다대학, 국토교통성, 문부과학성의 연구회 등에서 제공하고 있다.

#### 4) 농림·수산 분야

건설업체가 「순무」 재배에 진출한 사례는 천연 자갈을 채취한 지역을 이용하여 고용의 창출이나 지역 경제의 활성화를 도모하였으며, 신시장 진출의 결과로 지역 고용의 확대와 지역경제 활성화 그리고 회사의 지명도 제고로 이어진 경우이다.

또 농업생산법인(유한회사)을 설립하여 지역의 휴경전답과 인력이 부족한 전답(총 20ha)을 확보하여 자사의 건설업 인력을 건설공사의 공기 및 공정에 맞추어 효율적으로 활용하여 무농약 농사와 기계화 영농, 토지에 대한 조사와 소비자의 미각에 대한 과학적인 조사 연구, 음식폐기물을 퇴비로 사용하는 순환형 농업, 휴경지 이용을 통한 지역경제에 기여 등의 결과를 보여준 사례로 지역 중소 건설업체들에게 좋은 참고 사례이다.

#### 5) 기타 분야

건설(건축)공사의 수주 제고를 위해 신상품 개발한 경우는 기존의 건설 사업에서 신시장 진출의 연관성을 찾았다는 점이다. 건축공사에서 도장 공사는 불가피한 것이고 또 도료에 대한 소비자의 의식도 높아지고 있어 소비자가 원하는 상품을 개발하여 이를 통해 건설공사의 수주 제고로 이어진 것이다.



## 참고 문헌

- 「개호 비즈니스에의 민간 참가의 상황과 향후의 전망」, 마토바 히데오, 2002.
- 「건설기업의 신분야 진출 안내」, (재)건설업진흥기금, 2003. 2.
- 「건설시장의 동향과 전망」, 일본 건설경제연구소, 2004. 10.
- 「레저백서」, 일본 사회경제생산성본부, 2004.
- 「업종별 대출 심사 사전 제6권 : 주택 리폼 분야」, 금융재정연구회, 2001.
- 「일본의 장래 추계 인구」, 총무성「國勢調査」, 2002.
- 「2003년 주택리모델링시장의 전망과 전략」, 失野經濟研究所, 2003.
- 「중소 건설업 경영자를 대상으로 한 신분야 진출」, (재)건설업진흥기금·(사)중소기업 진단협회, 2001.
- 「中小建設産業の新分野・新市場開拓のための企業連携にするガイドライン」, 中小建設産業の連携による新市場開拓研究委員会, 2002. 7.
- (재)일본 건설업진흥기금(建設業振興基金) 홈페이지([www.yoi-kensetsu.com](http://www.yoi-kensetsu.com)) 참조

## ○ 저자소개

강운산(wskang@cerik.re.kr)

충남대학교 법과대학 법학과 졸업

경희대학교 대학원 법학석사(행정법 전공)

경희대학교 대학원 법학박사(행정법, 환경법 전공)

경희대학교 국제법무대학원 외래교수

한국공법학회 연구위원

환경부 금강유역환경청 환경오염방지시설 계획 검토위원

현재 한국건설산업연구원 부연구위원

### <주요 저서 및 논문>

북한의 건설제도 조사 연구, 한국건설산업연구원, 1998.

환경법상 경제적 유인제도에 대한 법경제학적 연구, 경희대학교 대학원 박사학위논문, 2000.

학교용지부담금 제도의 문제점과 개선 방안, 한국건설산업연구원, 2003.

기후변화가 건설업에 미치는 영향과 대응 방안, 한국건설산업연구원, 2004.

건설공사 환경보전비 계상 제도의 문제점과 개선 방안, 한국건설산업연구원, 2004.

기반시설부담금의 문제점과 개선 방안, 2005 등