

향후 10년의 지역별 · 상품별 세계 건설시장 전망

유 위 성 | 한국건설산업연구원 연구위원

wsyoo@cerik.re.kr

최근 세계 건설시장을 살펴보면 글로벌 금융위기 여파에도 불구하고 해외 수주 상위 건설 및 설계엔지니어링 업체들의 최근 5년 간 수익은 꾸준히 증가하고 있는 추세이다.¹⁾ 특히, 225대 건설업체 수익의 80% 정도는 공공 건축, 플랜트, 교통 부문에 집중되었고, 200대 설계엔지니어링업체 수익 또한 이들 부문이 전체의 72.4%를 차지하였다. 이러한 현상은 전 세계적인 재정 지원 정책과 함께 선진 건설기업들이 차별화된 경영 전략으로 신수요에 대응하고 있음을 보여준다.

Oxford Economics의 「글로벌 건설 전망 2020」에 따르면 아시아·태평양, 중동, 북아프리카와 같은 신흥 국가가 밀집되어 있는 지역에서의 건설시장 규모가 빠

르게 성장하여 2020년에는 현재보다 110% 성장한 7조억 달러까지 확대될 전망이다. 세계 건설시장 전체로 보면 대략 12.7조억 달러까지 성장할 것으로 예측하고 있다.²⁾ 이와 같은 전망은 과거에 우리가 경험하지 못했던 시장 환경을 알려주는 것으로, 국내 건설업체들의 사업 수행 기반에도 변화가 요구되고 있다.

권역별 성장세는 다소 차이가 있으나, 전체 시장 규모가 지속적으로 성장하고 있다. 하지만 국내 업체들의 활동 무대는 그리 크지 않다. 국내 건설업체들의 아시아·태평양 진출 권역(regions) 중에서 주요 국가(인도네시아, 베트남, 태국, 말레이시아, 필리핀)들의 시장 규모는 세계 전체 시장으로 보면 5% 미만에 불과하다.

이는 국내 건설업체들이 기존 주요 진출국 시장만 갖고서는 글로벌 기업으로서의 경쟁력을 확보하는 데 한계가 있음을 보여준다.

다양한 시장 진출의 시도는 사업 수행 기반이나 네트워크 구축에 어려움을 야기할 수 있다. 하지만 글로벌 기업으로 가기 위해서는 상품별 시장 규모에 대한 이해와 함께 신수요 상품 예측을 무시 삼아 신시장을 개척해야 한다. 그래야만 세계 건설산업의 변화 속에서 살아남을 수 있다.

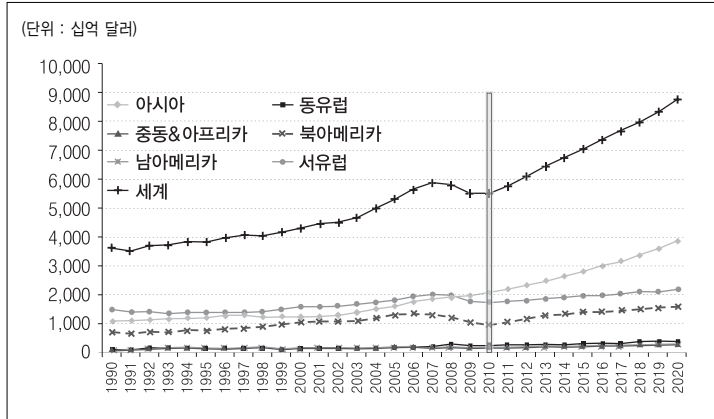
2010년 이후 세계 시장 급성장 전망

세계 건설시장은 2008년 금융위기 때 침체되어 2009년까지 성장보다 유지하는 수준이었으나, 2010년 이후에는 고속 성장할 것

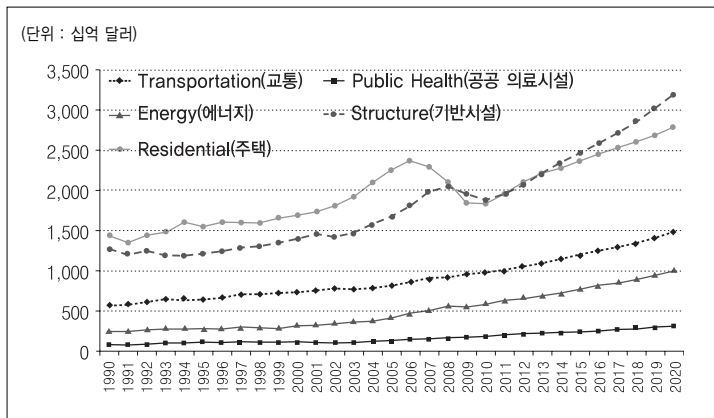
1) ENR지 Top 225 international contractors와 Top 200 design firms 중심으로 분석.

2) A global forecast for the construction industry over the next decade to 2020, Global Construction Perspectives, Oxford Economics.

세계 건설시장 규모 전망



상품별 시장 규모 추이



자료 : IHS Global Insight, 2010.5.

으로 추정된다. 권역별 시장 규모에서는 아시아·태평양권은 지속적인 성장을 보이는 반면 다른 권역별 시장은 현재의 수준을 유지하고 있다. 특히, 맨 위 그림에 나타난 바와 같이 북미와 서유럽 시장은 다소 증가될 것으로 전망되

나 아시아·태평양권에 비해 상대적으로 증가 속도가 더딜 전망이다. 또한 상품별 성장 추이를 살펴보면, 2009년 주춤했던 주택사업 시장은 2010년 이후 다른 상품에 대비 상대적으로 성장 속도가 빠르고 규모가 크다. 교통과

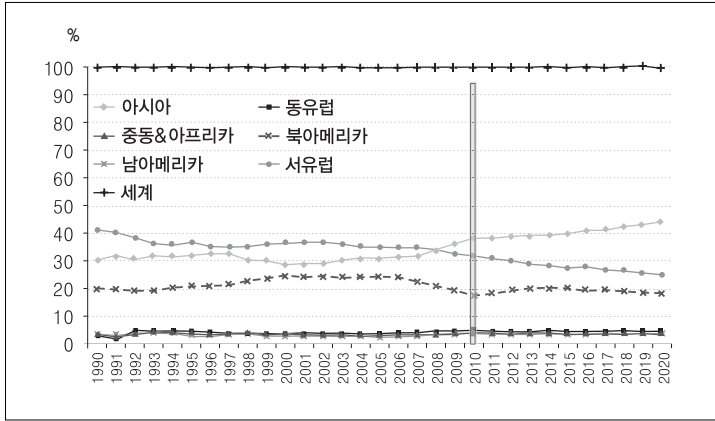
에너지 사업에서도 꾸준한 성장세를 보여 2020년에는 2.5조 달러까지 시장 규모가 성장할 것으로 전망된다. 이러한 시장의 규모와 함께 많은 수요가 예상되는 상품에 대한 분석은 사업 수행 및 전략적 조직 구축을 위한 포트폴리오 관리를 위해 중요하다.

글로벌 무한 경쟁의 시대

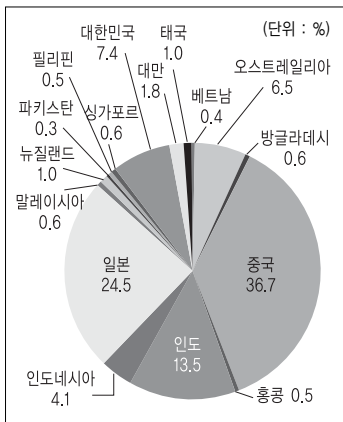
2010년 전체 시장의 약 45.1%를 차지하는 아시아·태평양 시장에서 인도와 중국을 비롯한 동남아 국가들의 향후 10년 동안의 고속 성장은 국내 건설업체들에게 의미 있는 신호를 제공한다. 2010년 이후 전체 시장 성장에도 불구하고 서유럽과 북미 시장은 정체 또는 다소 하락이 예상되는 반면 아시아 시장은 성장 속도가 빨라 글로벌 건설업체들의 무한 경쟁이 펼쳐지게 될 것이다.

한편, 2010년 국가별 시장 규모는 2020년에 이르러서는 조금 다른 양상을 보여준다. 1990년대까지 꾸준히 성장해 오던 일본 시장은 24.5%에서 16%까지 감소되고, 중국과 인도 시장은 각각 36.7%에서 44.2%, 13.5%에서

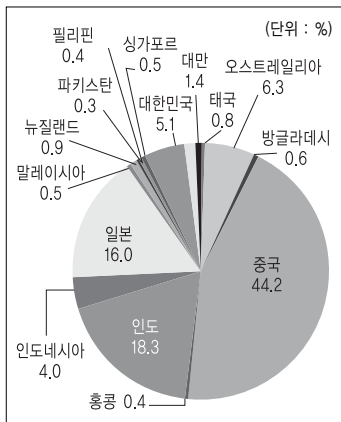
권역별 세계 건설시장 점유율



2010년 국가별 시장 규모



2020년 국가별 시장 규모



자료 : IHS Global Insight, 2010, 5.

18.3%까지 성장할 것으로 나타났다. 하지만 이들 시장들이 차지하는 규모는 전체에 비해 작은 규모이며, 전문화된 상품과 함께 다양한 시장으로의 진출을 위한 건설업체들의 역량 강화가 필요한 시점이다.

체계적 대응 전략 마련을

주요 상품에 대한 해외 수주 상위 건설업체들의 과거 성장 패턴에서 알 수 있듯이, 이들 업체들의 포트폴리오 발전은 세계 건설 시장에서의 상품별 성장 추이와 함께하고 있음을 알 수 있다. 소

액 다건의 사업 수주에 집중해 오던 국내 건설업체들의 경영 전략 전환은 글로벌 경쟁력 확보를 위해 반드시 필요하다. 또한 급성장하는 시장에서 우위를 갖기 위해서는 신흥 국가들에 대한 맞춤형 사업 수행 기반을 준비해야 한다. 더불어 시장 중심의 신수요 창출을 위한 전략 수립이 요구된다.

과거 대비 수주 역량의 향상은 이루어졌으나, 수주한 사업을 수행하기 위한 역량은 아직 미흡한 실정이다. 무엇보다 전문 인력 양성 및 선진국형 경영 체계 구축이 시급하다. 향후 10년 간의 시장 규모 성장에 대한 체계적인 준비가 함께 병행되어야만, 글로벌 기업과의 경쟁에서 낙오되지 않고 세계 수준의 기업으로 성장할 수 있는 단계로 도약할 수 있다. 시장에서 고속 성장이 기대되는 공공 건축, 플랜트, 교통, 에너지 등의 사업을 수주하기 위한 전략 구축이 선행되어야 선진국형 기업 구조와 함께 해외건설 상위 기업으로 도약할 수 있는 기회를 잡을 것이다. 이는 향후 빠르게 변화하는 전체 건설시장 및 환경에 대한 대응 전략 수립에 기여하리라 판단된다. CERIK