

일본 건설기업의 수요창출 및 공공공사 참여 사례

최근 우리 건설산업은 풍부한 잠재 수요에도 불구하고 일감 부족에 따른 과당 경쟁, WTO 체제의 출범 등에 따른 국제 경쟁력 강화의 필요성 대두 등 과거와는 불연속선상에 있는 변화를 경험하고 있다. 이러한 경험 아래 건설산업에서의 수요 창출은 여타 산업에서와 마찬가지로 기업들의 성장 전략으로서 중요한 위치를 차지한다. 특히 요즈음과 같이 경쟁이 심화되고 있는 상황에서는 수요 창출을 통한 기업 성장 전략은 기업의 생존 전략의 일부로 이해되고 있다.

경제·사회적 여건 변화에 따른 최종 소비자들의 수요와 선호의 변화에 따라 앞으로는 건설시설에 대한 고객들의 요구에 앞선 상품 개발력이 없으면 수주 경쟁에 참여조차 못하게 될 것이다. 과거 건설산업의 경쟁에서 중요한 결정 요인이었던 실적과 기술적 경험, 그리고 가격 등이 품질과 서비스 등 비가격적 요인으로 대체될 것이다. 비가격적 경쟁 요인 중에서도 고객들의 욕구에 맞는 서비스의 제공은 경쟁력 결정의 핵심 요소로서 대두되고 있다. 본 연구는 일본의 건설기업들이 변화하고 있는 사회적 욕구와 소비자들의 선호 및 수요에 대응하면서 고객들의 선호와 수요 변화를 사전적으로 분석·파악하여 새로운 건설 수요를 창출한 사례들을 조사하였다. 또한, 일본 특유의 민·관 합동에 근거하여 대규모 건설공사 프로젝트를 만들어냄으로써 건설산업 전체에서 보면 시장의 규모가 확대되는 결과를 가져오는 많은 대규모 도시 개발 사례들을 조사하였다. 이러한 사례 조사는 심도 있는 연구와는 또 다른 의의를 가진다. 선진 경험을 소개함으로써 많은 변화를 경험하고 있는 우리 건설산업이 새로운 수요 창출을 시도하고자 할 때 고객의 수요 변화를 어떻게 수용할 것인가 하는 문제에 대하여 기본적인 방향을 제시해 줄 것이다.