

중소 건설업체의 건축물 리모델링시장
진출방안과 제도개선 과제

2006. 12

윤영선

한국건설산업연구원

Construction & Economy Research Institute of Korea

<차 례>

요약	i
I. 서론	1
1. 연구의 배경 및 목적	1
2. 연구의 범위 및 방법	2
II. 건축물 리모델링 시장과 중소건설업	7
1. 리모델링시장의 성장 요인	7
2. 리모델링 시장 성장 패턴 전망	9
3. 중소건설업체의 시장 영역과 도전 가능성	11
III. 중소규모 건축물 리모델링의 특징	13
1. 중소규모 건축물 리모델링의 일반적 특징	13
(1) 잠재수요 풍부하나 여건조성 필요	13
(2) 다양한 리모델링 추진 동기와 방향	15
(3) 신축 등 여타 공사와 구별되는 특징과 추진 절차	19
(4) 요약 : 리모델링의 유형 구분	21
2. 중소규모 상업용 건물 리모델링의 특징	24
(1) 임대수익 및 자산가치 증대의 추구	24
(2) 리모델링 범위 다양 : 부분 리모델링과 전체 리모델링	25
(3) 성능향상과 용도변경의 추구	28
(4) 디자인빌드방식의 발주와 영업상태에서의 리모델링 추진	27
3. 단독주택 리모델링의 특징	32
(1) 이용가치 향상 목적의 리모델링	32
(2) 성능향상을 통한 수익성 증대 목적의 리모델링	34
(3) 용도변경을 통한 수익성 증대 목적의 리모델링	33
(4) 수익성 향상을 위한 리모델링의 조건과 최근 경향	36

IV. 중소기업체의 리모델링시장 진출 및 사업추진 사례	41
1. 일반건설업체	42
(1) CR시스	42
(2) BW리모델링건설	45
(3) HD리모델링	47
(4) PS건설	49
(5) DV건설	51
(6) M코리아	54
(7) SY건축	55
2. 전문건설 및 기타업체	56
(1) Y그룹	56
(2) TS플랜	59
(3) GW시엔시	60
(4) JD그룹	62
(5) RP닷컴	64
(6) RF시스템	65
3. 시사점	66
(1) 리모델링시장 진출 업체의 특징	67
(2) 리모델링 시장의 전망과 특징	68
(3) 리모델링 사업의 특징	70
(4) 리모델링 정책 및 제도개선 요구사항	73
V. 중소기업체의 리모델링시장 진출 및 사업전략 방안	75
1. 리모델링 산업구조 전망	75
(1) 진입과 퇴출이 활발한 경쟁구조 형성	76
(2) 다양한 분야 및 업종의 시장 진입 확대	77
(3) 장기적으로는 양극화 구도 형성	77
(4) 10대 리모델링 시장 구조 전망	78
2. 리모델링시장 진출 업체에게 요구되는 기본 마인드	79
3. 리모델링 사업 특성에 대한 이해와 사업 능력의 배양	81
4. 사업 경험의 축적과 기술 역량의 확보	84

5. 마케팅 능력의 배양	87
6. 개발사업 진출 가능성 모색	90
VI. 중소기업체의 리모델링시장 진출 활성화를 위한 제도개선 방안	93
1. 기본방향	93
2. 건축 규제의 완화와 리모델링지구제도의 활용	94
3. 리모델링 금융의 원활화	96
4. 리모델링 시공 및 설계 관련 제도의 정비	98
5. 공공건축물 리모델링 발주 확대 및 발주 방식의 변경	101
6. 리모델링시장의 정보 제공 기능 활성화 방안	103
VII. 결론	105
참고문헌	110
Abstract	111

<표 차례>

<표 II-1> 시기별 건축허가면적	7
<표 II-2> 시기별 리모델링 시장 성장 전망	11
<표 III-1> 건축물 구성부재의 내구연한	8
<표 III-2> 리모델링의 유형 구분	2
<표 IV-1> 사례조사 대상업체의 유형	11
<표 VI-1> 리모델링 산업 활성화를 제도 개선의 방향	4

<그림 차례>

<그림 II-1> 1인당 GDP와 리모델링 비중(1997년 기준)	9
<그림 III-1> 건물 리모델링의 절차	2

요 약

제1장 서론

- 건축물 리모델링시장은 중소건설업체들이 새롭게 도전할 수 있는 미래 유망 성장시장임.
- 본 연구는 중소건설업체들이 건축물 리모델링시장에 효과적으로 진입할 수 있는 방안에 대하여 경영 및 정책적 측면에서 제시하고자 함.
 - 경영측면에서 리모델링 사업 특성에 부합하는 중소건설업체의 사업 진출 및 추진 전략방안을 제시코자 함.
 - 정책측면에서는 중소건설업체의 리모델링시장 진출을 지원하기 위한 관련 제도 개선방안을 제시코자 함.
- 본 연구의 범위는 다음과 같음.
 - 일반건설업체를 비롯하여 전문 건설업체 및 기타 리모델링사업 관련 다양한 중소건설업체를 대상으로 함.
 - 리모델링의 범위에 대해서는 건물의 유지활동과 보수활동 및 인테리어 등을 제외한 성능 개선활동에 국한하고자 함.
 - 건물 유형의 범위에 대해서는 아파트 등 공동주택을 제외한 단독주택과 중소 규모 상업용건물을 중점 대상으로 다루고자 함.
- 연구방법으로는 구체적인 경영 및 정책의 시사점과 아이디어를 도출하기 위하여 기업체 경영자 면담을 포함한 사례조사 분석에 중점을 두고자 함.

제2장 건축물 리모델링시장과 중소기업

- 건축물 리모델링시장은 노후 재고건축물의 급증과 건물의 성능개선 및 용도변경 등에 대한 사회적 요구의 증대, 리모델링의 우수한 경제적 효과, 정부 지원정책의 강화 등에 힘입어 성장 잠재력이 높게 평가되고 있음.
- 우리나라 건축물 리모델링 시장은 일본의 리모델링시장 성장 패턴을 따라 향후 지속 성장이 예상됨.
- 향후 중소기업 리모델링시장은 중소기업 노후건축물의 재고가 급증하는데 반하여, 신규 진입의 장벽이 적고, 아직은 경쟁의 정도 역시 심하지 않기 때문에 중소기업들이 진출하기 좋은 시장 환경을 제공하고 있음.
- 무엇보다 건축물 리모델링 사업은 중소기업에게 경영측면에서 확실한 이점을 제공함.
 - 리모델링사업은 외형적으로 공사물량을 확대하는데는 도움을 주지 못하지만, 수익성 증대와 자금흐름의 원활화를 통하여 중소기업의 경영의 안정에 큰 기여를 함.
- 다른 한편으로 대기업에 비하여 중소기업이 갖고 있는 가격 경쟁력과 신속한 의사 결정력 및 공사 추진력 등은 리모델링 분야에서 중소기업이 성장할 수 있는 유리한 조건을 제공함.

제3장 중소기업 리모델링의 특징

- 중소기업이 도전 가능한 리모델링시장은 다양하나 크게 소규모 상업용 및 사무실 건물과 아파트를 제외한 주택으로 구분할 수 있음.

- 소규모 상업용 건축물 및 주택은 리모델링에 대한 잠재수요가 풍부하여 여건만 갖추어지면 지속적인 물량 창출이 가능함.
- 일반적으로 리모델링의 추진 동기는 건물의 이용가치를 향상시키는 목적과 수익성을 증대시키는 목적으로 구분됨.
 - 대체로 상업용 건물은 임대수익 또는 자산가치 증식을 목적으로 수익성 증대 위주의 리모델링을 추구하는 경향을 보임.
 - 이에 비하여 주택 리모델링은 건물 소유자의 이용가치 향상을 목적으로 하는 리모델링이 많이 시행되지만 최근에는 수익성 증대를 목적으로 하는 리모델링도 급증하는 경향을 보임.
- 리모델링의 범위 내지 내용에 있어서는 크게 성능향상을 추구하는 리모델링과 용도변경을 추구하는 리모델링으로 구분할 수 있음.
 - 성능향상 리모델링은 건물의 주 용도는 그대로 유지하면서 물리적 또는 사회적으로 노후화된 성능을 개선시키는 활동으로 건물의 이용가치 및 수익성 증대에 기여함.
 - 용도변경 리모델링은 건물의 수익성 증대를 위하여 건물의 용도 자체를 변경시키는 것을 포함하는 리모델링으로 중소건축물 리모델링시장의 외연적 확대에 큰 기여를 하고 있음.

제4장 중소건설업체의 리모델링 시장 진출 및 사업추진 사례

- 본 연구에서는 중소건설업체의 리모델링 시장 진출 방안에 대한 생생한 시사점을 도출하기 위하여 이미 이 시장에 진출하고 있는 13개 유관업체들의 대표자들에 대하여 면담 조사하였음.
 - 조사 대상 업체는 일반건설업체 7개, 전문건설업체 3개 및 기타 리모델링 관련업체 3개임.

- 면담 조사결과 발견된 주요 시사점은 다음과 같음.
- 첫째, 리모델링 시장 진출업체들은 비교적 건설업 진출 경력이 짧은 신규업체들이 주류를 이루고 있는 반면, 업체 유형은 다양한 특성을 보임.
- 둘째, 리모델링 시장의 전망과 특징에 대해서는 대체로 현재는 리모델링시장을 좋게 보고 있지 않으나 장기적으로는 성장 가능성이 높은 것으로 평가하고 있음.
 - 리모델링시장이 침체된 것으로 평가하고 있는 주된 이유로 전반적인 경기 침체를 지적하고 있으나, 이 이외에 주 타깃이 되는 소규모 건축물 리모델링시장이 특히 경기에 민감하고, 중소건설업체의 영업력이 부족한 것도 리모델링시장이 단기적으로 성장하지 못하는 중요한 원인으로 판단됨.
- 셋째, 리모델링 사업상의 주요 특징으로는, 전반적으로 공사규모는 소규모이나 편차가 큰 편으로 나타나고 있음.
 - 리모델링사업은 기업의 수익성 확보와 경영의 안정에 비교적 높은 기여를 하고 있는 것으로 나타남.
 - 리모델링시장에서 중소기업들의 주된 타깃시장은 민간상업용 건물이고, 수주는 주로 소개에 의한 사업제안방식으로 이루어지고 있음.
 - 따라서 수주 경쟁력을 확보하기 위해서는 사업제안능력이 필수적으로 요구되고 이를 뒷받침할 수 있는 종합적 엔지니어링 능력의 확보가 요구됨.
 - 한편, 리모델링사업은 중소건설업체들이 개발사업으로 추진하기 좋은 특징을 보유하고 있음에도 불구하고 아직 중소건설업체들은 독자적인 개발사업을 추진할 수 있는 역량을 갖추고 있지 못한 것으로 평가됨.
- 넷째, 주요 제도개선 요구 사항으로는 건축규제의 완화, 면허 등 시공행위 관련 제도의 개선, 금융지원제도의 개선, 시장 정보기능의 활성화 요구 등임.

제5장 중소건설업체의 리모델링 시장 진출 및 사업전략 방안

- 중소건설업체들에게 도전의 기회를 제공하는 중소건축물 리모델링시장의 산업 구조적 특징은 첫째, 진입과 퇴출이 활발한 경쟁구조를 형성해 나갈 것으로 예상됨.
 - 향후 성장성이 좋은 반면, 진입장벽은 낮기 때문에 신규로 리모델링시장에 진입하는 업체는 크게 증가할 가능성이 높음.
 - 그러나, 리모델링에 대하여 요구되는 기술 및 사업상의 능력을 확보하지 못한 업체는 시장에서 살아남지 못하고 퇴출하는 비중도 높을 전망이다.
- 건설업체 뿐만아니라 자재업체, 부동산업체, 설계 및 엔지니어링업체 등 다양한 유형의 건설유관업체들이 이 시장을 공략할 것으로 예상됨.
 - 리모델링시장은 공사의 규모는 작으나, 유형 및 범위가 다양하기 때문에 각자 자신의 업종 기반을 토대로 진출하기 용이한 특성을 보유하고 있음.
- 향후 리모델링시장은 아파트 리모델링공사를 중심으로 한 대형업체의 시장과 기타 소규모 건축물 리모델링 시장을 공략하는 중소건설업체의 시장영역으로 양분된 구조를 형성해 나가는 가운데 장기적으로는 점점 상호간 경쟁역시 치열해질 것으로 전망됨.
- 리모델링시장에 진출하려는 중소기업들은 우선 건설시장에 대한 기본적인 마인드부터 수정해 나갈 필요가 있음.
 - 이와 관련 첫째, 신축시장만을 건설시장만으로 보는 고정관념을 탈피하는 것이 중요함.
 - 둘째, 보다 창의적인 시각과 적극적인 마인드로 리모델링 시장을 공략할 필요가 있음.
 - 셋째, 지나치게 외형적 성장 위주의 전략을 탈피할 필요가 있음.
 - 넷째, 공공시장에만 의존하려는 발상을 버릴 필요가 있음.
 - 다섯째, 특정 건축물 리모델링시장을 대상으로 전문화를 추구해야 할 것임.

- 여섯째, 보다 적극적으로 개발사업에 진출하는 방안도 모색해 나갈 필요가 있음.
- 리모델링 시장 진출을 위한 마인드의 구축과 함께 리모델링 사업에 대한 이해를 토대로 사업능력을 배양하는 작업도 요구됨.
 - 리모델링은 신축 등 여타사업과 다른 특성을 보유하고 있기 때문에 이에 대한 이해를 바탕으로 사업을 전개하는 능력을 확보해 나가지 않으면 안됨.
 - 이와 관련 요구되는 능력을 요약하면, 첫째 리모델링공사는 사업 범위가 다양하고 범위를 설정하기가 어려운 만큼 소비자의 신뢰를 획득하기 위하여 공사 범위 및 비용에 대한 표준화 전략을 추구해 나가야 할 것임.
 - 둘째, 리모델링에 대한 소비자의 요구가 다양하므로 이에 대응하는 방안으로 차별화 전략을 적극적으로 구사해 나가야 할 것임.
 - 셋째, 리모델링은 기존 건물을 대상으로 하므로 철저한 사전 조사 및 진단을 토대로 한 기획 및 설계 능력을 확보해 나가야 함.
 - 넷째, 기존 건물을 대상으로 하므로 시공 중 안전 및 품질 등에 종합적이고 체계적인 시공관리가 요구됨.
 - 다섯째, 리모델링은 하자 발생 가능성이 대단히 높으므로 하자 및 분쟁 발생 가능성에 철저하게 대비할 필요가 있음.
 - 여섯째, 리모델링은 영업 중에 시공이 이루어지는 경우가 많으므로 공기관리에 대한 노력 역시 중요성이 높음.
 - 한편, 여타 모든 사업과 마찬가지로 리모델링 사업에 신규로 진입하는 중소기업체 들은 사업경험을 축적하고 기술 역량을 확보해 나가지 않으면 안됨.
 - 이를 위하여 요구되는 역량 축적을 위하여 첫째, 경험 축적을 위한 학습기간을 갖는 자세가 반드시 요구됨.
 - 둘째, 사업 역량을 확보하기 위해서는 건축물 설계 및 시공과 유지관리에 이르기까지 전부문에 걸친 종합적인 엔지니어링 능력의 확보가 요구됨.

- 셋째, 엔지니어링 능력의 확보는 최우선적으로 CEO에게 요구되는 역량이며 따라서 CEO는 반드시 리모델링의 특성에 대한 종합적인 이해와 능력을 확보하지 않으면 안됨.
- 넷째, 핵심인재는 내부에 확보하는 한편, 여타 종합적으로 요구되는 능력을 확보하기 위하여 반드시 유능한 전략적 파트너와의 효율적인 협력관계를 유지하는 것이 요구됨.

- 그리고, 성공적인 리모델링 수주 확대를 위하여 마케팅 능력의 확보가 요구되는 데 이와 관련

- 첫째, 사업성 분석 및 기획, 설계능력의 배양이 중요한 요소로 부각됨.
- 둘째, 효율적인 고객관리를 위하여 건물 및 건물주에 대한 체계적인 DB 관리가 요구됨.
- 셋째, 잠재적인 고객에 대하여 항상 사려깊은 대응을 해 나가야 할 것임.
- 넷째, 자사가 신축한 건물에 대해서는 애프터 서비스를 강화해 나가야 할 것임.
- 다섯째, 온라인 정보망의 활용과 멀티미디어를 이용한 프리젠테이션 능력을 배양할 것이 요구됨.
- 여섯째, 금융과 관련된 서비스 제공 능력을 배양해 나가야 할 것임.

- 리모델링시장에 진출하는 중소건설업체는 개발사업의 적극적 추진을 검토할 필요가 있음.

- 중소규모 건축물 리모델링 시장은 무엇보다 중소건설업체가 직접 개발사업으로 추진하기 좋은 사업적 특성을 보유하고 있음.
- 특히, 경기 불황시에 수요를 창출하는 방안으로서 개발사업을 추진하는 방안을 고려해 볼 필요가 있음.
- 이러한 개발사업의 역량 확보는 도급형 리모델링사업의 수주 역량을 확보하는데도 도움을 주게 됨.
- 중소기업이 리모델링 시장에 대한 개발사업 역량을 강화해 나가기 위해서는 사업성 분석 능력과 금융능력의 확보가 필수적으로 요구됨.

제6장 중소건설업체의 리모델링시장 진출 활성화를 위한 제도개선 방안

- 중소건설업체의 리모델링 시장 진출을 확대를 유도하기 위해서는 제도적인 측면에서의 지원도 요구됨.
 - 리모델링사업은 아직 초기단계의 특성을 갖고 있기 때문에 사업적인 측면에서 다양한 지원과 제도 개선이 요구됨.
 - 이러한 관련 제도의 개선은 전체 리모델링시장의 활성화에 기여하게 될 것이지만 특히 중소건설업체들의 이 시장 진출 확대와 사업 능력 강화에 이바지할 것임.

- 첫째, 노후 중소규모 상업용 건물에 대한 건축 규제의 완화가 요구됨.
 - 도심지에 밀집된 노후 중소규모 건축물들은 리모델링의 필요성이 높음에도 불구하고 강화된 건축규제로 인하여 적극적인 리모델링의 추진을 기피하고 있음.
 - 현행 「건축법」에는 리모델링시 건축기준을 완화하고, 요건이 충족되는 경우 연면적의 10% 범위내에서 증축을 추진할 수 있는 규정이 있음.
 - 자치단체는 이 제도를 적극적으로 활용하여 노후 건축물의 리모델링을 유도하는 방안을 모색할 필요가 있음.
 - 다른 한편으로 리모델링지구지정제도를 활용하여 리모델링이 필요한 지구에 대하여 보다 적극적으로 리모델링 추진을 유도할 필요가 있음.

- 둘째, 중소건축물의 리모델링 활성화에 가장 큰 장애 요인이 되는 금융제도의 개선이 요구됨.
 - 이러한 요구에 대응하여 공공금융의 지원확대 방안도 검토 가능하나, 다양하고 폭넓은 민간 리모델링 수요에 적극 대처하기 위해서는 민간 금융의 원활한 지원이 요구됨.
 - 이와관련 최근 활성화되고 있는 프로젝트 파이낸싱기법을 중소규모 상업용 건축물 리모델링 사업에 적극 도입하는 방안을 검토할 필요가 있음.

- 이를 위하여 프로젝트 파이낸싱 기법의 적용 여건을 조성하기 위한 건축물 리모델링 후의 미래시장가치를 평가하는 기법을 시급하게 개발하여 적용할 필요가 있음.
- 셋째, 리모델링공사의 시공 및 설계 업역 관련 제도를 정비할 필요가 있음.
 - 중소규모 건축물 리모델링공사는 소규모공사로서 건설업 무등록업자도 시공 참여가 가능하여 부실시공과 분쟁 발생 소지가 매우 높음.
 - 또한 리모델링공사의 업역범위에 대한 규정이 없어 일반업체와 일부 전문업체간의 업역에 대한 갈등도 커지고 있음.
 - 이와관련 리모델링공사의 경우 적용되는 소규모 건축공사의 범위를 축소하여 부실시공의 발생 여지를 축소할 필요가 있음.
 - 그리고, 업역간 갈등문제를 해결하기 위해서는 리모델링공사면허를 신설하는 방안 대신 공사의 규모 및 성격에 따라 일반 및 전문업체가 수행할 수 있는 리모델링공사의 범위를 명확하게 설정해 주는 방안도 검토할 필요가 있음.
 - 한편, 리모델링공사는 일반적으로 사업제안방식으로 추진되는 경우가 많으므로 이의 원활한 추진을 위하여 현행 설계 및 시공겸업금지제도를 폐지하여야 할 것임.
 - 넷째, 정부 또는 지자체가 주도적으로 공공건축물의 리모델링 발주를 확대하는 한편, 리모델링 발주방식도 개선할 필요가 있음.
 - 현재 정부는 리모델링공사 발주를 개보수공사라는 명칭으로 적격심사방식으로 발주하고 있는데 이러한 공공건축물 리모델링 발주방식은 유능한 리모델링사업자의 육성에 도움을 주지 못함.
 - 앞으로 정부 발주 개보수공사의 명칭을 리모델링공사로 개칭하고 적격심사방식대신 디자인빌드 유형의 사업제안방식으로 변경할 필요가 있음.
 - 다섯째, 리모델링시장의 정보제공기능을 활성화할 필요가 있음.
 - 중소규모 건축물 리모델링시장은 수요자와 공급자 상호간에 정보기능이 부족하여 시장이 활성화되지 못하는 문제가 발생함.

- 이에 대응한 방안으로 정부 또는 지자체가 직접 관련 정보 제공기능을 활성화하거나 리모델링협회와 같은 민간사업자가 적극적으로 공신력있는 정보 제공기능을 담당하는 방안을 추진할 필요가 있음

제7장 결론

- 건축물 리모델링시장은 중소건설업체들이 진출하기 좋은 미래 유망 건설시장임.
- 이를 위하여 중소건설업체의 자발적인 리모델링사업 진출을 위한 사업전략의 수립과 추진이 요구되는 한편, 관련 제도의 적극적 개선이 요구됨.
- 건축물 리모델링시장에 진출하려는 중소건설업체에게 가장 우선적으로 요구되는 능력은 종합적인 엔지니어링 능력의 확보임.
 - 리모델링공사는 비록 단위공사의 규모가 작음에도 불구하고 요구되는 역량은 기획 및 설계부터 시공과 유지관리 등 건설사업 전 영역에 걸친 종합적인 능력을 요구함.
 - 이를 위하여 중소건설업체는 일정기간 리모델링사업에 대한 학습기회를 갖는 것이 요구되고, 특히 CEO가 이 부문에 대한 종합적인 역량을 확보할 필요가 있음.
 - 그리고, 설계 및 시공 등 핵심분야의 인재를 사내요원으로 확보하는 한편, 여타 설비, 구조 등의 분야는 유능한 사외 협력 파트너를 확보하는 전략이 요구됨.
- 중소건축물 리모델링시장 활성화 관련 제도개선 방안으로는 첫째, 노후 중소규모 상업용 건물에 대한 건축 규제의 완화가 요구되고, 둘째, 리모델링 지원을 위한 금융제도를 활성화하고, 셋째, 리모델링공사의 시공 및 설계 업역 관련 제도를 정비할 필요가 있으며, 넷째, 정부 또는 지자체가 주도적으로 공공건축물의 리모델링 발주제도를 개선하고 다섯째, 리모델링시장의 정보제공기능을 활성화할 필요가 있음.

- 본 연구는 리모델링시장의 성장 가능성에 대비하여 중소건설업체의 관련 시장 진출 확대 방안을 경영 측면과 제도적인 측면에서 모색한 연구임.
 - 이를 위하여 면담조사 등 정성적인 접근법을 통하여 다양한 시사점을 도출하려고 노력하였음.
 - 이러한 접근법을 통하여 제시된 다양한 경영 및 정책상의 아이디어들은 중소건설업체들의 리모델링 시장 진출을 활성화하는데 많은 도움을 줄 것으로 판단됨.

- 그러나, 이러한 기여에도 불구하고 지나치게 사례적인 접근에 의존함으로써 보다 신뢰성있는 정보와 판단 자료를 제시하는데는 다소 미흡한 것으로 판단됨.
 - 또한, 종합적으로 리모델링 전반에 걸친 경영 및 제도개선 방안을 제시하다 보니 구체적인 분석을 통한 실천적 방안들을 제시하지 못한 문제점을 안고 있음.

- 앞으로 본 연구에서 제시한 다양한 분야의 방안들에 대하여 보다 구체적으로 세분된 분야를 선정하여 실질적으로 중소건설업체들에게 도움을 주는 연구들이 수행되기를 기대함.

제1장 서론

1. 연구의 배경 및 목적

최근 건설업계의 양극화 문제를 해결하기 위한 다양한 방안들이 논의 또는 제시되고 있다. 논의의 핵심은 주로 제도적인 측면에서 중소건설업체들에게 공사 물량을 더 많이 배분하는데 초점이 맞추어져 있다. 그러나 이 접근은 기존 건설시장 범위 내에서 대중소 건설업체간의 물량 배분을 위한 방안을 모색하는 것으로 양극화 해소를 위한 근본적인 대책으로서는 한계를 갖는다.

신규 유망 건설시장을 발굴하고 개척하려는 노력은 이러한 측면에서 중요한 의의를 갖는다. 건설시장의 외형적 성장을 전제하지 않는 물량 배분은 근본적으로 제한된 효과 밖에 거두지 못할 것이다. 그러나 지금까지 발굴 또는 제시되고 있는 신규 건설시장은 대부분 중소건설업체들에게 실질적인 도움을 주기 어려운 시장 영역들이다. 2010년대 중반까지 신규 건설시장으로 부각되고 있는 행정중심복합도시, 기업도시, 공공기관 이전 관련 혁신도시 건설 등 대규모 프로젝트들은 중소건설업체들이 주도적인 역할을 담당하기 어려운 영역들이다. 또한, 뉴타운 건설과 같이 대도시의 신규 주택 공급 확대를 위한 도심재개발 사업 역시 중소건설업체들이 참여하기 어려운 대규모 프로젝트들이다.

중소건설업체가 접근하기 용이한 건설시장은 중소건설업체의 규모나 특성에 적합한 수요의 특징을 보유하고 있어야 한다. 구체적으로 중소건설업체에게 유리한 시장은 첫째, 성장 잠재력이 풍부하고 둘째, 경쟁력 면에서 대형업체보다는 중소기업이 상대적으로 유리한 소규모 단위의 프로젝트이고, 셋째, 가급적 지역 중소건설업체의 접근이 용이한 지역 단위의 프로젝트 중심이어야 할 것이다.

이런 측면에서 보면, 건축물 리모델링 시장은 중소건설업체들이 용이하게 접근할 수 있는 수요의 특징을 보유하고 있는 유망시장이다. 우선 무엇보다 성장 잠재력이 풍부한 시장이다. 노후 건축물의 재고가 급증하고 있는 가운데 건물의 이용가치와 자산가치 향상을 위한 리모델링에 대한 수요는 향후 급증할 것으로 예상된다. 그리고 일부 대형 프로젝트들도 있을 수 있지만 대부분의 리모델링 수요는 단위 물량 규모가 작은 소규모 사업들이다. 또한 전국의 모든 도시 지역에 존재하고 있는 노후 건축물이 모두 잠재 리모

텔링 시장의 대상이 되기 때문에 지역단위의 시장을 개척하고 있는 중소기업체들이 접근하기가 보다 용이한 시장이다.

노후 건축물 리모델링 시장이 미래 유망 성장 시장으로 부각됨에 따라 최근 정책적으로나 학문적으로 리모델링 분야에 대한 관심이 커지고 있다. 사회적으로 리모델링의 필요성이 부각되고 중요성이 커짐에 따라 리모델링을 보다 효과적으로 추진할 수 있는 방안들에 대한 연구와 정책적 지원방안들이 제시되고 있다. 특히, 재건축의 대안으로 공동주택의 리모델링을 효과적으로 추진할 수 있는 다양한 정책적, 기술적 방안들이 제시되고 있다. 그러나 공동주택 리모델링 시장은 규모나 사업 특성 면에서 볼 때 중소기업체들이 접근하기에는 어려움이 따른다.

이런 측면에서 리모델링시장은 중소기업체들이 개척하고 진출하기 용이한 미래시장임에도 불구하고 이들을 가이드하고 지원할 수 있는 정책적 관심과 연구 노력은 부족하다고 말할 수 있다. 즉, 중소기업체가 접근하기 용이한 다양한 유형의 소규모 건축물 리모델링 시장을 활성화시키기 위한 제도 개선 및 경영전략 방안에 대한 연구는 거의 없다고 해도 과언이 아니다. 본 연구는 이러한 측면에서 풍부한 잠재수요를 보유하고 있는 다양한 유형의 중소기업 건축물 리모델링 사업의 활성화를 유도하여 중소기업체의 시장 활로 개척에 기여하고자 한다.

본 연구는 향후 신규 유망시장인 건축물 리모델링시장에 중소기업체가 효과적으로 진출할 수 있는 방안을 제시하는데 목적을 둔다. 이러한 목적 수행을 위하여 본 연구는 다음 두가지 측면에 초점을 맞추어 연구를 수행하고자 한다. 첫째, 중소기업체의 리모델링 시장 진출을 유도하기 위한 리모델링 사업 특성에 부합하는 사업 전략 방안을 제시코자 한다. 둘째, 중소기업체의 리모델링 시장 진출을 지원하기 위한 방안으로서 관련 시장의 활성화를 위한 제도 개선방안을 제시코자 한다.

2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 중소기업체들이 보다 효과적으로 리모델링 시장에 진출할 수 있는 사업 전략방안과 관련 제도 개선방안을 제시하는 것을 연구의 목적으로 한다. 연구 목적을 충실하게 수행하기 위하여 본 연구에서 접근하고 있는 연구의 범위 및 방법을 소개하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 일반건설업체를 비롯하여 전문건설업체 및 자재업체 등 리모델링시장에 진출하기를 희망하는 건설관련 중소기업체들을 모두 연구 대상에 포함시키고자 한다.¹⁾

리모델링사업은 그 특성상 다양한 분야 사업자들의 시장 진입이 가능한 영역이다. 따라서 일반건설업체는 물론 기타 유형의 건설 유관업체들도 대상 범위에 포함시키고자 한다. 다만, 중소기업체의 정의와 관련된 범위 설정이 요구되는데 본 연구에서는 일반적인 시공능력평가상의 중소기업 범위 설정 기준에 따르고자 한다. 이 기준에 따르면, 일반건설업체의 경우 시공능력순위 101위 이하 업체는 모두 중소기업으로 볼 수 있다.²⁾

둘째, 건축물 리모델링의 사업 범위는 폭넓고 다양하나, 본 연구에서는 리모델링의 범위를 기존 건축물의 가치 향상을 위한 활동에 국한하고자 한다. 일반적으로 건축물 리모델링은 유지, 보수 및 개수를 포함하는 개념으로 정의된다.³⁾ 이 중에서 유지활동(maintenance)은 직접적인 건설활동으로 보기 어렵다. 그리고 보수(repair)는 건물의 노후화로 인하여 기능이 저하된 구성 부재의 성능을 회복시키는 활동을 의미하는데 과거부터 광범위하게 존재해 온 건축행위로서 향후 성장성이 높음에도 불구하고 신규시장으로 보기는 어렵다. 이에 비하여 개수활동(renovation)은 사회적으로 새롭게 요구되는 성능 기준을 충족시키기 위한 활동 즉, 건물의 가치를 향상시키기 위한 활동으로 최근 새롭게 부각되는 리모델링 시장의 영역이다. 따라서 본 연구에서는 단순한 건물의 유지 및 보수와 관련된 활동이나 내부 인테리어 개선 관련 활동은 연구 범위에서 제외코자 한다. 이러한 유형의 활동은 기존에 광범위하게 존재해 온 활동으로서 중소건설업체가 새롭게 도전할 신규 리모델링 시장의 영역으로 보기 어렵기 때문이다.

셋째, 건축물 유형별로는 아파트 등 공동주택을 제외한 소규모 건축물을 대상으로 하고자 한다. 본 연구는 중소건설업체를 위한 리모델링 시장을 대상으로 하기 때문에 원칙적으로 중소규모 건축물을 대상으로 하여야 한다. 물론 중소 건축물의 범위를 설정하는 것은 대단히 어렵다. 본 연구에서는 우선적으로 아파트 등 공동주택은 상대적으로 규모가 크고 또 소유자의 집단적 의사 결정을 통하여 리모델링을 추진해야 하는 특성이 있어 연구 범위에서 제외코자 한다. 반면, 여타 유형의 건축물은 모두 대상에 포함시키고자 하나 중소규모 건축물만을 대상으로 하고자 한다. 주택은 단독주택만을 대상으로 하므로

1) 리모델링사업은 비교적 진입을 위한 제도적 제약이 약하기 때문에 다양한 분야의 중소건설업체들이 쉽게 접근할 수 있는 시장영역이다. 일반건설업체는 물론 전문건설업체 중 실내건축과 같은 특수공종 분야의 업체도 쉽게 진출할 수 있는 특징을 보유하고 있다. 심지어는 소규모건축물을 대상으로 하는 리모델링 공사는 규모가 작기 때문에 건설업 등록을 하지 않는 업체도 접근하기 쉬운 시장이다. 이러한 관점에서 소규모 건축물 리모델링 시장은 면허의 종류보다는 이 시장에 관심을 갖고 있고 사업능력을 보유하고 있는 업체이면 누구나 접근이 가능한 시장이다.

2) 이 기준에 따라 토목을 제외한 건축공사 등록을 하고 있는 일반 중소건설업체는 시공능력순위 101위 이하에 해당되는 약 9,000여개의 업체이다.

3) 신건설수요예측위원회(일본), 신건설시장 2010년까지의 전망, 1998, P.15

규모에 상관없이 모두 대상 범위에 포함시킬 수 있을 것이다. 그리고 비주택 건축물은 단정적으로 범위를 설정하기는 어려우나 대체로 5층 내외의 근린상업용 건물과 이에 준하는 특정 사용 목적의 비주택 건축물을 본 연구의 대상 범위에 포함시킬 수 있다.⁴⁾ 그러나, 본 연구에서는 비주택건축물의 유형이 다양하므로 시간적 제약을 고려하여 일반적인 중소규모 상업용 건축물에 국한하여 분석을 집중하고자 한다.

넷째, 본 연구는 중소건설업체에게 실질적 도움이 되는 유효한 연구 성과를 끌어내기 위하여 사례 분석에 중점을 두고자 한다. 본 연구에서 미시적 접근의 연구라 볼 수 있는 사례접근을 시도하는 이유는 중소건설업체들에게 유용한 정보와 시사점을 제공하는데는 사례연구가 보다 실질적인 도움을 줄 것이라고 판단되기 때문이다.⁵⁾ 본 연구에서는 두 가지 측면에서 사례연구를 시도하고자 한다. 먼저, III장에서는 건축물 리모델링의 상품 유형별 특징에 관한 사례들을 분석하여 정리하고자 한다. 이는 구체적으로 중소건설업체들이 대상으로 하는 리모델링 시장의 수요 및 사업 추진의 특징들을 이해하는 데 도움을 줄 것이다. 그리고 IV장에서는 이미 리모델링시장에 진출하여 사업을 하고 있는 기업의 CEO들을 대상으로 면담을 통한 사례조사를 시도하고 하고자 한다. 이는 구체적으로 중소기업체들이 리모델링 시장에 진출하는데 참고할 수 있는 사업 전략의 아이디어와 정책적 애로 사항들을 발견하는데 도움을 줄 것이다.

이상에서 설정한 연구의 범위와 방법을 토대로 본 연구는 궁극적으로 중소건설업체의 리모델링 시장 진출을 위한 사업 전략과 관련 제도 개선방안을 제시코자 한다. 본 연구의 개략적인 연구 흐름도를 살펴보면, II장에서는 리모델링시장의 전반적인 성장 잠재력과 중소건설업체에 시사하는 의미를 살펴보고자 한다. 이어 III장에서는 건축물 유형별로 요구되는 리모델링 사업의 특징을 살펴보고자 한다. 여기서는 그동안 수행되었던 다양한 건물의 리모델링 사례들을 유형화시켜 살펴보고자 한다. 공동주택을 제외하고 크게 일반 비주택 상업용건물과 단독주택의 두가지 유형으로 구분하여 살펴보고자 한다. 그리고 각 유형별로 전형적인 리모델링 사례들을 예시로 제공하고자 한다.

다음으로 IV장에서는 실제 리모델링 사업을 추진하고 있는 업체의 CEO들에 대한 면담 결과를 수록하고자 한다. IV장의 기업체 면담 사례조사는 이 시장에 진출하려는 기업들에게 구체적인 사업 전략의 아이디어들을 제공해 줄 것으로 판단된다. 그리고 리모델링사업 활성화를 위한 제도개선 방안의 시사점도 동시에 제공해 준다. V장에서는 본 연

4) 이러한 유형의 중소 건축물의 단위 리모델링 공사 규모는 대체로 30억원 미만으로 파악된다. 그러나 이 범위내에서도 최소규모가 1억원 내외인 것부터 30억원에 육박하는 것에 이르기까지 매우 다양하다.

5) 다른 한편으로 본 연구에서 사례연구를 선택한 이유는 거시적으로 리모델링시장을 분석할 수 있는 통계 자료의 기반이 부족하기 때문이기도 하다.

구가 목적으로 하고 있는 중소건설업체의 리모델링 시장을 진출을 위한 사업전략 방안들을 제시한다. 여기서는 이 시장 진출을 위한 기본적인 접근 방향과 전략적인 검토 내지 고려 요소들을 제시하는데 중점을 둔다. 마지막 VI장은 중소건설업체를 위한 중소규모 건축물 리모델링시장 활성화를 위한 정책 및 제도 개선 과제들을 제시코자 한다.

제2장

건축물 리모델링시장과 중소건설업

1. 리모델링시장의 성장 요인

건축물 리모델링시장은 성장 잠재력이 매우 높은 미래 유망시장이다. 리모델링시장의 성장 잠재력이 높게 평가되는 요인으로는 크게 다음 네가지를 꼽을 수 있다.

첫째, 무엇보다 노후 건축물의 재고가 급증하고 있다. 우리나라는 지난 30~40년간 고도 성장기를 거쳐 오면서 엄청난 건축물 재고를 축적하여 왔다. 재고 건축물의 축적은 단순히 건물의 재고가 늘어나는 것만을 의미하지 않고 노후 건축물이 동시에 늘어난다는 것을 의미한다. 시기별로 건축허가면적의 추이를 보면, 1975년 이전에 준공된 건축물이 1억4백만㎡이고, 1976~1985년은 2억92백만㎡, 1986~1995년 기간은 9억7백만㎡, 그리고 1996~2005년은 10억39백만㎡로 집계되고 있다. 노후화되는 재고 건축물은 멸실과 재건축의 과정을 거침과 동시에 상당 부분은 리모델링을 추진하게 될 것이다. 이런 측면에서 리모델링 수요는 기간이 경과할수록 노후 건축물의 재고 증가로 더욱 커질 전망이다. 건축물 유형별로는 주거용 건축물에서 수요가 가장 많고, 그 다음으로는 상업용 건축물의 수요가 많은 것으로 추정된다.

<표 II-1> 시기별 건축허가면적

(단위 : 백만㎡)

	1975년 이전	1976~1985	1986~1995	1996~2005
전체	104	292	907	1,039
주거용	55	159	501	508
상업용	18	63	218	270
공업용	16	40	102	115
문교사회용	15	30	86	146

주 : 1975년 이전 1967~1975년 기간 통계치임

자료 : 통계청

둘째, 리모델링 수요가 증가하는 것은 단순히 건축물이 물리적으로 노후화되고 있기 때문만은 아니다. 건축물은 물리적으로 노후화되고 있을 뿐만 아니라 사회적으로도 노후화되고 있다. 리모델링을 통한 건물의 성능 개선 필요성은 사회적 노후화에 대응한 수요

가 더 크게 발생하기 때문이다. 즉, 건축물에 대한 사회적 요구 기능이 빠르게 증가함에 따라 리모델링의 필요성도 동시에 빠르게 증가하고 있다. 이와같이 건물에 대하여 요구되는 사회적 기능은 방재·방범기능 향상, 노약자 보호 및 환경친화적 니즈, 정보화, 에너지 절약, 쾌적성 향상, 이미지 향상 등 다양한 측면에서 발생하고 있다. 특히, 앞으로 건물의 에너지 효율성을 제고시키기 위한 리모델링 수요가 크게 증가할 것으로 예상된다. 우리나라는 석유 등 대부분의 에너지 자원을 해외에서 수입하고 있는 반면, 재고 건축물의 에너지 효율성이 크게 떨어져서 특히 이 부문을 중심으로 리모델링 수요가 커질 전망이다.

셋째, 리모델링 시장의 성장 요인으로 경제적인 측면을 들지 않을 수 없다. 아무리 필요성이 높다 하더라도 경제적 실현 가능성이 낮으면 사업으로 활성화되기 어렵다. 건물 소유자 입장에서 보면 리모델링은 재건축에 비하여 적은 비용의 투입을 요구한다. 통상적으로 리모델링은 신축에 비하여 1/3내지 1/2정도의 투입 비용을 요구한다. 뿐만 아니라, 신축에 비하여 단기간에 공사를 완료할 수 있는 이점도 있다. 그리고 사회적인 관점에서 보면 오랜 기간동안 사용 가능한 건물을 조기에 허물고 새로 짓는 것은 국가적인 낭비를 초래한다. 또한, 건축 폐자재의 처리 문제는 이미 사회적으로 감당하기 어려운 높은 비용을 요구하고 있다. 이러한 사회적 측면의 비용발생 요인들은 결국 정부가 적극적으로 리모델링 정책을 구현하지 않으면 안되는 이유가 되고 있다.

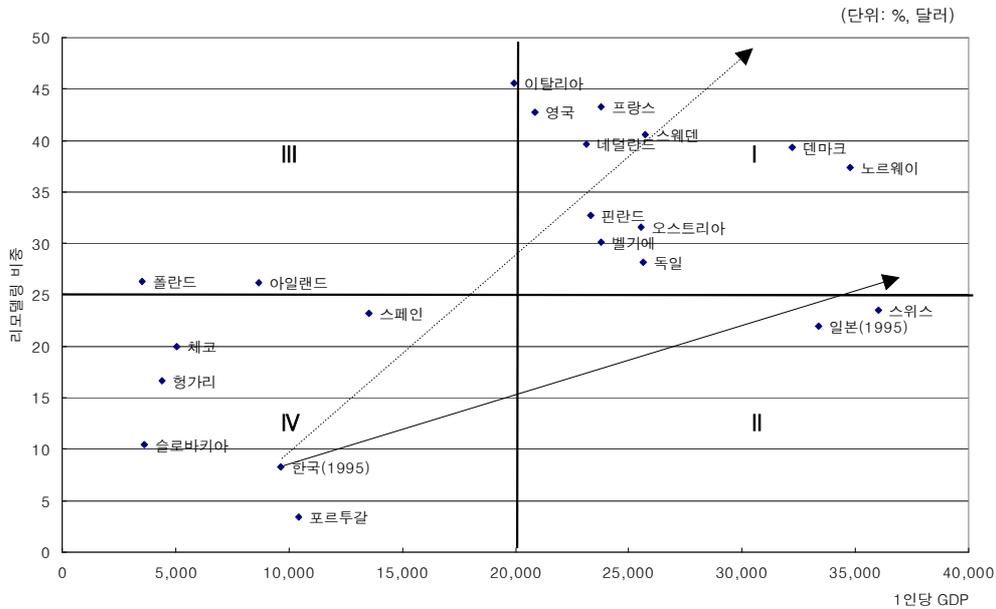
넷째, 리모델링 사업이 활성화될 수 있는 요인으로서 정부의 정책적 지원이 강화되고 있다는 점을 들 수 있다. 정부의 주택 또는 건설관련 정책은 앞으로 기존의 양적 공급 확대 정책 못지않게 질적 유지관리와 개선을 동시에 중시하는 방향으로 바뀔 전망이다. 리모델링과 관련된 정책 지원 내지 개선 방안으로는 조세 및 금융상의 지원, 건축규제의 완화, 리모델링 발주 및 산업정책 등의 세 가지를 들 수 있다.⁶⁾ 리모델링이 활성화되어 있는 선진국의 경우도 대부분 이와 관련된 다양한 정책 방안을 시행하고 있다. 우리나라도 향후 건축물 리모델링의 활성화를 위하여 다양한 측면의 제도적 규제 완화와 지원이 증가할 것으로 예상된다.

6) 공동주택 리모델링 제도 개선과 관련해서는 「윤영선, 공동주택 리모델링 정책의 평가와 시장 전망 및 향후 제도개선 방안, 한국리모델링협회 (2006).」 참조,

2. 리모델링 시장 성장 패턴 전망

우리나라 리모델링 시장의 중장기적 성장패턴을 선진국과 비교하여 추정하여 보면, 리모델링 시장 특히, 성능개선과 관련된 개수시장은 아직 초기 형성 단계에 있다고 말할 수 있다. 그러나, 앞으로의 성장 가능성은 매우 높다. 향후 우리나라 리모델링 시장의 성장 방향은 일본의 패턴을 따를 것으로 예상된다. 산업화와 건설의 역사가 오래된 유럽 국가에 비하여 일본과 우리나라는 상대적으로 짧은 기간에 산업화를 이룩하였고, 여전히 신축에 대한 수요가 상대적으로 높다. 따라서 일본과 한국의 경우 전체 건설 시장에서 리모델링이 차지하는 비중은 같은 소득권의 유럽 국가에 비하여 낮은 편에 속한다. 그러나 일본은 1990년대 들어와서 신축 시장의 성장세가 둔화되면서 리모델링 시장이 급성장하는 추세를 보이고 있다.

<그림 II-1> 1인당 GDP와 리모델링 비중(1997년 기준)



자료 : Euroconstruct 46차 회의 자료(1998)를 토대로 작성.

일본의 경험을 바탕으로 향후 우리나라 리모델링 시장의 구체적인 성장 방향을 예측하면, 우선 2010년도 이전까지는 비주택부문 중심으로의 성장이 예상된다. 1990년대 이후 리모델링 시장이 급성장하기 시작한 일본 역시 비주택부문 중심으로 발전하고 있다. 그러나 이 시기에도 물량면에서는 주택 리모델링이 비주택부문보다 더 큰 비중을 차지할 것으로 전망된다. 주택부문 리모델링 시장은 대체로 2010년대 이후 본격적으로 활성화될 것으로 전망된다. 우리나라의 경우 아직 재개발·재건축의 필요성과 수요가 상존하고 있다. 지금까지 건설한 주거용 건물의 내구성, 안전성, 그리고 열악한 질적 수준 등을 고려할 때 재개발·재건축의 필요성은 여전히 높을 것으로 판단된다. 따라서 적어도 공동주택의 경우 2010년경까지는 리모델링보다는 재개발·재건축 수요가 더 클 것으로 예상된다.

일본 주택리폼센터에서 작성한 일본의 주택 리모델링 시장 성장 추이를 살펴보면, 1970~85년까지는 신축 주도기였으며, 1985~2000년 기간은 재건축이 주도하면서 리모델링이 대두되기 시작한 시기였다. 그리고 2000~2010년 기간은 재건축과 리모델링이 동시 병행적으로 추진되고, 2010년 이후부터는 리모델링이 주도하는 시기가 될 것으로 예상되고 있다. 우리나라와 일본의 성장 시차를 15년 정도로 본다면, 우리의 주택 리모델링 시장은 2000년까지는 신축 주도기이며, 2000~2015년까지는 재개발·재건축이 중심이 되면서 주택 리모델링이 대두되는 시기가 될 것으로 예상된다. 그 결과 2010년경에는 전체 주택 시장에서 리모델링이 20~25%를 차지할 것으로 예상된다. 2025년경에는 리모델링이 주택 시장에서 신축이나 재개발·재건축보다 비중이 더 큰 주도적 역할을 담당할 것으로 예상된다. 즉, 이 시기가 되면 서구국가들과 같이 리모델링 물량이 전체 주택 건설 시장의 35% 이상을 차지할 것으로 추정된다.

그러나, 이러한 전반적인 예상에도 불구하고 리모델링에 대한 인식의 제고, 정책 및 제도의 개선 정도에 따라서는 리모델링 시장의 활성화 시기가 단축될 수도 있다. 이상의 모든 여건을 종합 고려해볼 때 우리나라 리모델링 시장은 2000~2010년경에는 비주택 부문을 중심으로 성장하기 시작하고, 2010~2020년경에는 주택 부문 리모델링의 활성화에 힘입어 리모델링이 건설시장의 성장을 유도해 나갈 것이다. 그리고 2025년경에는 리모델링이 전체 건설시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 선진국형 리모델링 시장으로 발전해 나갈 것으로 예상된다.

<표 II-2> 시기별 리모델링 시장 성장 전망

구분	2000	2010	2020	2025이후
특징	- 비주택 중심의 리모델링 시장 성장 - 주택 부문은 성장세는 느리나 물량 면에서는 비주택보다 우위	- 주택부문 리모델링(특히, 아파트) 활성화	- 주택부문에서 리모델링이 주도적 위치 확보 - 리모델링 시장이 건설시장에서 중요한 비중 차지	- 서구국가와 비슷한 수준으로 리모델링이 건설시장에서 최대시장으로서 위치 확보
전체건설시장에 대한 리모델링 비중	8 ~ 10%	15 ~ 20%	25 ~ 30%	30% 이상
주택건설시장에 대한 주택리모델링 비중	12 ~ 15%	20 ~ 25%	30 ~ 35%	35% 이상

3. 중소건설업체의 시장 영역과 도전 가능성

리모델링시장은 성장 가능성이 높으면서도 다양한 유형의 업체가 도전 가능한 특성을 가지고 있다. 이는 그만큼 리모델링시장의 범위가 넓고 다양하다는 의미이다. 우선, 리모델링시장은 모든 건축물 영역에서 수요가 발생한다. 주거용에서는 아파트를 비롯한 다양한 유형의 공동주택과 단독주택에서, 그리고 비주거용에서는 일반적인 상업용 건물은 물론 다양한 유형의 특수용도 비주택 건축물에서 리모델링 수요가 발생한다. 그리고, 규모 면에서도 단위 공사의 규모가 큰 리모델링 공사부터 소규모 리모델링 공사에 이르기까지 다양하다.

리모델링의 이러한 다양한 특성에도 불구하고 리모델링 공사는 대체로 중소건설업체에게 적합한 특성을 많이 내포하고 있다. 첫째, 앞서 서론부분에서도 언급한 바와 같이 리모델링 수요는 신축공사에 비하여 소규모 물량이 많은 특징을 갖고 있다. 즉, 단위공사 규모는 작으나 발생 건수는 매우 많은 편이다. 우리나라 건축물의 분포를 분석한 자료를 보면, 500㎡ 이하의 소규모 건축물이 90% 이상을 차지하고 있다.⁷⁾ 따라서 중소건설업체가 접근하기 용이한 풍부한 잠재수요를 보유하고 있는 시장이 바로 리모델링시장이다.

둘째, 리모델링시장이 비교적 최근에 발달하기 시작한 민간건축시장이라는 점도 중소

7) 국무조정실, 소규모 건축 중심의 건축규제 개선 방안, 2005.3.

건설업체들이 접근하기 용이한 매력을 제공한다. 공공공사는 전체적으로 수요 기반이 줄어들어 드는 한편, 대규모 공사 위주로 발주되는 특성을 갖고 있어 이 부문에서 중소기업의 시장 영역은 점차 축소되는 경향을 보인다. 거기에다 이미 형성되어 있는 기존 시장들은 중소기업들이 신규로 진출하기에는 경쟁의 부담이 크다. 이에 비하여 신규시장인 리모델링시장은 아직은 업체간의 경쟁이 심하지 않은 편이며 진입에 따른 제도적 제약 역시 크지 않은 편이다. 민간건축부문 시장이므로 기술 능력과 영업 마인드를 갖춘 업체가 수요자의 욕구를 충족시켜주는 경우 얼마든지 도전이 가능한 영역이다.

셋째, 사업성 측면에서 리모델링은 중소기업에게 도움이 되는 장점을 제공한다. 리모델링공사는 단위 공사규모는 작지만 공기가 짧아 자금 운용의 유동성을 높여 주는 특성을 갖는다. 일반적으로 리모델링공사는 공사 규모가 크지 않아 외형적 성장에는 큰 도움을 주지 않지만 수익성과 안정성 측면에서는 큰 도움을 주게 된다. 이러한 측면에서 성장보다는 내실 위주의 안정 경영을 원하는 중소기업에게는 경영상의 이점을 제공하게 된다. 다른 한편으로 소규모 리모델링공사는 경쟁력 측면에서도 중소기업이 도전하기 유리한 장점을 보유하고 있다. 일반적으로 중소기업은 경영상의 관리 비용이 낮고, 기동성이 높으므로 가격 경쟁력과 시공 능력의 신속성 측면에서 유리한 경쟁요소를 갖고 있다. 이러한 중소기업의 경쟁력은 리모델링시장의 요구에 효과적으로 부응하는 장점으로 작용한다.

결론적으로 중소기업들이 도전하기 용이한 리모델링 시장은 규모가 작은 건물이면 큰 제약이 없을 것이다. 대규모 건축물이나 아파트단지의 리모델링은 단위 공사규모가 크기 때문에 중소기업들이 접근하기가 용이하지 않다. 이러한 규모 또는 유형의 건축물 리모델링시장은 대체로 대형업체들이 진출하기 용이한 시장으로 볼 수 있을 것이다. 그러나 이러한 규모나 특성의 건물을 제외한 나머지 건물들은 거의 대부분 중소기업들이 접근할 수 있는 시장영역이다. 즉, 중소기업들은 주택부문 중에서 단독주택과 규모가 작은 다양한 유형의 비주택건축물 리모델링 시장으로 진출이 가능할 것이다.

제3장

중소규모 건축물 리모델링의 특징

1. 중소기업 건축물 리모델링의 일반적 특징

리모델링 시장은 노후 건축물을 대상으로 하는 시장이다. 따라서 중소기업업체의 주된 시장 영역이 되는 중소기업건축물이라 하여 요구되는 리모델링의 특징이 반드시 대규모 건축물이나 일반적인 건축물 리모델링의 특징과 다르다고 보기는 어렵다. 대부분의 리모델링은 모든 건축물에 공통적으로 적용되는 특징을 보유하고 있으며 다만, 부분적으로 중소기업 건축물의 특성으로부터 기인하는 차별적인 특징이 있을 뿐이다. 여기서는 이러한 점을 고려하여 중소기업 건축물의 일반적인 리모델링 특징에 대하여 살펴보기로 한다.⁸⁾

(1) 잠재수요 풍부하나 여건조성 필요

중소규모 건축물은 숫자가 많을 뿐만 아니라 노후 건물의 비중역시 높다. 중소기업 건축물에서 특히 노후건축물이 많은 이유는 대체로 두 가지 이유 때문이다. 첫째, 상대적으로 대형 건축물에 비하여 중소기업건축물일수록 준공된 연도가 오래된 건축물이 많은 편이다. 대형 상업용 또는 사무실 빌딩이나 아파트와 같은 대규모 주거용 빌딩들은 대부분 1970년대 중·후반이후 지어진데 반하여 다양한 유형의 중소기업건축물은 그 이전부터 건축되어 왔다. 둘째, 중소기업건축물은 대형건축물에 비하여 준공이후 유지관리 상태가 부실하여 노후화가 더욱 촉진되는 경향을 보이고 있다. 체계적인 건물의 유지관리가 이루어지지 않고, 제 때 개보수가 이루어지지 않아 더욱 빠르게 노후화가 진행되고 있는 실정이다. 중소기업건축물의 유지관리 부실은 건물 소유자들의 영세성뿐만 아니라 정부의 정책적 관심이 부족한 것도 중요한 이유 중 하나이다.

노후 중소기업건축물이 많다는 것은 곧 잠재 리모델링 시장이 크다는 뜻이다. 구체적으로 중소기업업체가 개척 가능한 대상 건축물의 리모델링 시장이 풍부하다는 의미가 된다.

8) 이 장에서는 모든 건축물에 공통적으로 적용되는 일반적인 설명 대신 가급적 중소기업건축물의 리모델링을 이해하는데 관련성이 높은 특징들을 중심으로 소개하고자 한다. 특히, 기술적인 측면에서 리모델링의 일반적인 추진 절차 내기 기법에 대한 소개보다는 시장 수요 측면에서 중소기업건축물의 특징을 설명하는데 중점을 두고자 한다.

그러나 노후화된 중소규모 건축물이 많다고 하여 곧바로 지금 당장 리모델링 시장 자체가 크다는 것을 의미하는 것은 아니다. 잠재수요는 아직은 현실화되고 있지는 않지만 향후 여건이 조성될 경우 가시적인 수요로 나타날 가능성이 높은 수요를 의미한다. 노후화된 건축물의 절대적인 숫자가 많다는 것은 분명히 잠재수요가 풍부하다는 것을 의미하지만 그 자체가 현실화된 수요를 유발하는 충분조건이 되기는 어렵다. 실제 리모델링사업에 참여하고 있는 건설업체들은 이 시장의 성장 가능성을 기대하고 있지만 생각만큼 빠른 성장을 보이지는 않는다고 평가하고 있다.⁹⁾

일반적으로 건축물 리모델링 시장이 성장하기 위해서는 노후건축물이 많다는 전제 외에도 다른 요인들이 동시에 충족되어야 한다. 우선, 건물주 입장에서 경제적 여건이 충족되어야 한다. 아무리 보유하고 있는 건축물이 노후 건축물이라 하더라도 자금력이 없거나 경제적 이득이 없다고 판단될 경우에는 리모델링을 꺼리게 된다. 그리고 건축물에 대하여 새롭게 요구되는 사회적 요청내지 압력이 강할수록 리모델링 추진 의향은 커지게 된다. 노후된 건물에 대한 임대 또는 매입 수요 자체가 위축된다면 건물주들은 당장 리모델링을 검토하여 추진할 것이다. 이런 측면에서 빠르게 변하고 있는 사회경제적 여건과 기술 변화는 리모델링을 재촉하는 요인이 된다. 다음으로 정부의 리모델링 정책이 리모델링을 활성화시키는데 커다란 유인 요소로 작용한다. 정부가 리모델링에 대한 규제완화와 지원 정책을 강화할 경우 리모델링 시장은 빠르게 성장해 나갈 것이다.

건축물 리모델링 시장에 영향을 미치는 요소 중 노후 건축물이 빠르게 증가하고 있고, 리모델링에 대한 사회적 요구 압력이 강하게 작용하고 있는 것은 긍정적 요인으로 평가된다. 그러나 경제적 측면의 여건이나 정부 정책은 아직 리모델링을 활성화시키기 위한 충분한 요인으로 작용하지 못하고 있다. 한마디로 리모델링의 필요성은 커지고 있으나 리모델링 추진의 여건은 충분히 조성되지 못하고 있다.

특히, 중소건축물의 경우 아직은 이러한 여건이 제대로 조성되지 않는 것으로 평가할 수 있다. 중소건물주들은 대체로 자금력이 영세한 개인이나 사업주들이기 때문에 리모델링을 하고 싶어도 하기 어려운 경우가 많다. 거기에다 전반적인 서민경제의 경기 상황이 좋지 않으면 리모델링의 사업성이 떨어져서 리모델링을 더 꺼리게 된다. 정부 정책은 이러한 측면에서 매우 중요한 역할을 한다. 중소건축물의 리모델링을 활성화시키기 위한 건축기준의 규제 완화나 금융 및 조세 지원을 확대할 경우 리모델링의 사업성은 증가하게 될 것이다.

9) 이에 대해서는 IV장의 업체면담조사 내용을 참조할 것

이상에서 살펴본 바와 같이 현재 우리나라 중소건축물 리모델링 시장은 잠재적 성장요인은 갖고 있으나 이를 현실화시킬 수 있는 여건은 아직 갖추어져 있지 않다고 평가할 수 있다. 그러나 리모델링을 활성화시킬 수 있는 여건도 향후 노후 건축물이 지속적으로 급증해 나갈 경우 변하지 않을 수 없다. 점점 노후 건축물과 신축 건축물간의 경제적 이익의 격차가 크게 벌어지게 되는 경우 리모델링의 추진 필요성과 사업적 타당성이 커질 것이다.

(2) 다양한 리모델링 추진 동기와 방향

① 이용가치향상 대 수익성증대

모든 건축물 리모델링의 동기 내지 목적은 건물의 이용가치를 향상시키고 수익성을 증대시키는데 있다. 이 두 가지 리모델링의 동기 내지 목적은 구별되는 개념이나 상호연계되어 있고 결과적으로 동시에 충족되는 특징을 갖는다. 수익성 증대 목적의 리모델링도 당연히 건물의 이용가치를 증대시킴으로써 실현이 가능한 것이다. 이용가치 향상이 리모델링의 일차적인 목적이라면 수익성 증대는 이차적 목적으로 볼 수 있다. 건물 유형에 따라 일차적인 이용가치 증대만을 추구하는 경우가 있는가 하면, 이차적인 수익성 증대를 목적으로 하는 경우도 있다. 일반적으로 리모델링 동기 내지 목적의 이러한 상호연계성에도 불구하고 리모델링 수요자 즉, 건축주가 리모델링을 추진하고자 할 때는 두 가지 중에서 분명히 구별되는 목적을 갖고 출발한다. 따라서 동기 측면에서 이 두 가지 유형의 리모델링을 구분하여 음미해 보는 것은 의의가 있다.

건물의 이용가치 향상은 건축주가 직접 사용하려는 의도를 갖고 리모델링을 하는 경우에 해당된다. 대부분의 주택 리모델링이 여기에 해당된다고 말할 수 있다. 일반적으로 주택 리모델링은 노후화된 부분을 개선함과 동시에 가구원의 구성과 연령 변화 등을 반영하여 주택의 구조와 설비 등을 변경시키려는 동기를 갖고 추진된다. 그러나, 주택이라고 하여 반드시 이용가치 향상만을 목적으로 한다고 단정짓기는 어렵다. 최근에는 일반 주택 역시 수익성 증대를 목적으로 하는 리모델링의 비중이 크게 늘고 있다. 빠른 사회구조의 변화에 부응하여 주택 소유자들 역시 임대수익 향상 등 수익성 증대를 목적으로 하는 다양한 유형의 리모델링을 추구하고 있다. 그것도 단순히 주택 용도 내에서의 리모델링이 아니라 다른 유형의 주거용 또는 사무실 용도로의 변경을 통한 수익성 향상을 추구하는 사례가 늘어나고 있다.¹⁰⁾

10) 여기에 대해서는 이장 3절에서 자세히 살펴볼 것이다.

이에 비하여 다양한 유형의 비주택 건축물에 적용되는 리모델링은 일부분을 제외하고는 대부분 수익성 증대를 목적으로 하는 리모델링이다. 주택 리모델링이 이용가치 향상이 주(主)이고 수익성 증대가 부(副)라면 비주택 건축물 리모델링은 반대라고 볼 수 있다. 비주택 건축물은 애당초 수익성 추구를 목적으로 건립된 건축물이다. 예외가 있다면 공공건축물과 대기업들이 자체 건물로 사용하는 대형 업무용 빌딩 정도이다. 즉, 공공건축물과 일부 대형 업무용을 빌딩을 제외하고는 대부분의 비주택 건물에서 발생하는 리모델링은 수익성 증대를 목적으로 하는 리모델링에 해당된다.

다만, 이 경우 건물주가 자가 시설 용도로 사용하는 건물과 임대용 목적으로 활용하는 건물의 수익성 추구 방식이 약간 다를 뿐이다.¹¹⁾ 전자의 경우는 건물주가 되는 개인 또는 법인이 스스로 자기 건물을 활용하는 가운데 리모델링을 통하여 보다 높은 수익을 증대하려는 케이스로 숙박시설, 병원시설, 자체 판매시설 등이 해당된다. 반면, 도시 가로변의 일반적인 상업용 건물들은 대부분 임대용으로 활용되고 있으므로 이 경우의 리모델링은 임대수익 증대를 목적으로 하는 리모델링이다.

건물의 리모델링을 통하여 기대하는 수익에는 건물주가 건물을 보유한 상태에서 캐시플로우 형태로 발생하는 것이 있는가 하면, 직접적인 자산가치의 증대 효과도 있다. 대부분의 수익성 증대 목적의 리모델링은 임대수익 증대를 목적으로 하면서 부수적으로 자산가치 증대를 추구하는 경우에 해당된다. 그러나 후자의 자산가치 증대만을 목적으로 하는 리모델링도 있을 수 있다. 물론 이 경우는 건물의 매각을 통해서만 실현이 가능하다. 즉, 리모델링 후 건물의 매각을 통하여 일시에 수입 획득을 추구하는 리모델링 사업 방식도 있다. 실제로 최근 보유 자금의 증식을 노리는 투자자가 늘어나면서 매각을 통한 고수익을 추구하는 투자형 리모델링 사업자도 생겨나고 있다. 적극적인 리모델링 개발사업으로 볼 수 있는 이 유형의 리모델링은 투자자가 직접 또는 간접으로 자산가치 증식이 기대되는 건물을 매입하여 리모델링이라는 수단을 통하여 건물의 가치를 향상시킨 후 매각하여 일시에 큰 수익을 획득하는 방식이다.

중소규모 건축물의 특징과 연계하여 보면, 일반적으로 주택을 제외한 비주택 건축물의 경우 중소형 건물일수록 수익성 증대를 목적으로 하는 리모델링의 비중이 압도적으로 높은 편이다. 대형 건물의 경우는 대기업 등의 자가 사무실로 사용하는 비중이 높아 이 경우 리모델링은 반드시 수익성 자체를 노린다고 말하기는 어렵다. 특히, 중소규모의 상업용 건축물들은 임대수익 중심의 수익성 증대를 목적으로 하는 리모델링을 주로 추구

11) 물론 여기에도 예외는 있다. 건물주가 임대를 주고 임차인이 건물의 용도에 맞게 리모델링하는 경우도 적지 않다. 그리고 건물 임차인이 임차 부분을 자신의 사업용도로 변경시켜 리모델링하는 경우도 있는데 이 경우의 리모델링은 내장을 중심으로 하는 리모델링으로 인테리어에 가깝다.

하는데 이는 이 시장의 특성을 이해하는 데 매우 중요한 역할을 한다. 리모델링에서 수익성 증대를 노린다는 것은 일반적인 경기 상황이 매우 중요함을 의미한다. 즉, 수익성 증대에 의존하는 리모델링의 비중이 높다는 것은 전반적인 경기 흐름에 따라 리모델링 시장이 크게 영향을 받을 수 있다는 뜻이 된다. 이런 측면에서 중소규모 비주택 건축물 리모델링 시장은 경기변동의 영향을 많이 받는 사업적 특성을 보인다.

② 성능향상 대 용도변경

한편, 리모델링은 추진 방향 또는 성격에 따라 성능향상형과 용도변경형으로 구분할 수 있다. 실제로 리모델링을 추진하는 사업자들은 이 두 가지 유형으로 구분하여 시장을 분석하고 접근하는 경우가 많다.

리모델링의 원래 의도는 노후 건물의 성능 향상에 있다. 건물은 신축 후 시간이 경과함에 따라 노후화 과정을 걷게 되는데 이는 곧 건물의 전반적인 성능 저하를 의미한다. 따라서 리모델링의 일차적인 목적은 건물의 저하된 성능을 향상시키는 것이다. 이러한 성능향상 리모델링은 건축물의 각종 구성 부재의 내구연한을 종합적으로 고려하여 추진된다. 짧은 것은 내구연한이 5년 정도에 불과한 경우도 있지만 대체로 10년부터 20년 사이에 내구연한이 집중되는 경향을 보이는데 성능향상 리모델링이 주로 이 시기에 집중되는 것은 바로 이런 이유 때문이다. 구체적으로 성능 향상 리모델링을 유형화시켜 보면, 구조적 성능향상, 기능적 성능향상, 미관적 성능향상, 환경적 성능향상, 에너지 성능향상 등 다섯가지로 구분할 수 있다.¹²⁾

12) 이에 대한 설명은 이원식, 건축리모델링, 기문당 (2002) pp.19-21을 참고할 것

<표 Ⅲ-1> 건축물 구성부재의 내구연한

수선항목		경과연수					
		0	5	10	15	20	25
위생설비	밸브류			●		○	
	저수조			●		●	○
	급수배관				●		
	오배수관				●		
공조설비	공조기			●			
외장	옥상방수		●	●	●	●	●
	외벽			●	●	●	○
내장	벽		●	●	●	●	●
	천정		●	●	●	●	●
전기설계	수변전설비			●		●	
	조명기구			●	○		
	공청안테나				○		

주 : ● 수선, ○ 갱신
 자료 : 일본 건설협회

성능향상형 리모델링에 비하여 용도변경 리모델링은 건물의 기존 용도를 변경시키는데 중점을 두는 리모델링이다. 성능향상 리모델링이 단순히 건물의 노후화된 성능을 개선하는데 그친다면 용도변경 리모델링은 거기에다 건물의 적극적인 용도변경까지 추구하는 방식의 리모델링이다. 따라서 용도변경 리모델링은 당연히 성능향상을 포함하는 리모델링이다. 용도변경은 건물의 경제적 이용과 수익성을 증대시키기 위하여 접근하기 때문에 리모델링의 사업성을 증대시키는 유용한 수단이 되기도 한다. 즉, 성능향상만을 통하여 리모델링의 사업성을 확보하기 어려운 경우가 많은데 용도변경을 통하여 이러한 문제점을 극복하는 것이 가능해질 수 있다. 이러한 측면에서 용도변경 방식은 리모델링 시장의 성장을 도우는 촉매적 역할하고 있는 것으로 평가할 수 있다.

실제로 건물의 용도변경을 통한 리모델링은 매우 다양하고 폭넓게 나타나고 있다. 일반적으로 리모델링을 시행하는 건물들은 신축 후 상당한 기간이 경과한 건물들인데 그 사이에 사회구조와 주변 환경이 변하여 법이 허용하는 범위 내에서 용도를 변경할 필요성이 더욱 커지게 된다.¹³⁾ 건물의 용도변경 리모델링은 특히 소규모 건축물에서 많이 일어난다. 도시 가로변의 소규모 상업용 건물의 경우 일반적인 임대용 건물에서 사무실 전용 또는 특정 비즈니스 용도로의 건물로 변신되는 경우가 적지 않다. 그리고 최근에는 단독주택 등 주거용 건물이 특정 비즈니스 분야의 사무실 용도로 변경되는 사례도 늘어나고 있다. 이에 비하여 대형 업무시설이나 공익적 성격의 특정 용도로 사용되는 비교적

13) 용도변경 리모델링의 구체적인 유형과 사례에 대해서는 다음 절에서 소개하고자 한다.

규모가 큰 건물들은 상대적으로 용도변경되는 사례가 드문 편이다. 이런 측면에서 중소 건설업체의 시장 영역인 중소규모 건축물 리모델링 시장은 용도변경을 동시에 고려하는 특징을 보유하고 있다.

(3) 신축 등 여타 공사와 구별되는 특징과 추진 절차

① 신축 및 인테리어와 구별되는 특징 보유

리모델링은 신축공사와 다른 특징이 있으며 인테리어와도 구별된다. 우선 신축공사와 비교하여 보면, 리모델링은 기존 건물을 대상으로 한다는 점에서 신축공사와 다르다. 신축과 달리 리모델링 공사에는 토목공사와 골조공사가 제외된다. 건물의 상태에 따라 골조를 보수·보강해야 하는 경우도 발생하나, 토목공사와 골조공사가 제외되기 때문에 그만큼 공사비가 적게 든다. 동시에 리모델링은 신축시보다 공사기간 역시 짧게 소요된다. 반면에 리모델링은 기존 노후건축물을 대상으로 하므로 표준건축비를 설정하기가 어렵고, 공사 중 설계변경이 불가피한 경우가 많다. 리모델링 시공에서 사전 현장조사를 강조하는 이유는 바로 이 때문이다. 리모델링 공사는 이와 같은 특성으로 인하여 신축 공사보다 분쟁 발생 소지가 높은 편이다.

흔히 리모델링을 인테리어와 비슷한 공사 유형으로 보는 경향이 있는데 리모델링은 인테리어와 분명히 구별되는 특징을 갖고 있다. 법적으로 인테리어는 건축 행위의 범주에 포함되지 않는 반면, 리모델링은 대수선 또는 증축·개축과 같은 건축 행위에 해당된다. 대수선이나 증·개축 시에는 반드시 건축법에서 정한 각종 건축 규제와 절차 기준을 적용받아야 한다. 한편, 인테리어에 비하여 리모델링은 공사범위가 대단히 넓다. 인테리어가 내장공사에 국한된 반면, 리모델링은 내장은 물론 설비나 전기 그리고 외장 개선을 포함하고 있으며 필요시 건물의 구조체 보강까지 수행해야 하는 폭넓은 개념이다. 이러한 측면에서 리모델링은 인테리어에서는 요구되지 않는 엔지니어링적 기술이 필수적으로 요구된다.

② 공사 내용 및 범위가 다양

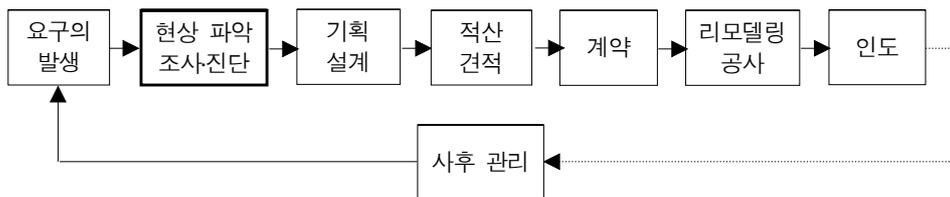
리모델링은 공사 내용 및 범위가 다양하다는 특징을 보유하고 있다. 내장이나 외장 등 부분적인 리모델링만을 시행하는 것에서부터 건물 전체를 종합적으로 개수하는 활동까지 그 스펙트럼이 대단히 넓다. 리모델링의 범위가 폭넓다는 것은 리모델링 공사비를 확정짓기 어렵다는 것을 의미한다. 신축비용과 비교하여 리모델링 공사비는 범위에 따라

적게는 30%정도에서 많게는 80%까지 들기도 한다. 단순히 내장 위주의 리모델링을 하는 경우에는 적은 비용이 들지만 외장과 설비교체 개선을 포함하는 경우에는 신축비용의 50% 수준에 육박하게 된다. 그리고 여기에서 구조 변경과 증축을 동반하고 일부 구조보강을 하는 경우에는 최대 80%까지 비용이 소용되는 경우도 있다.

③ 시공전 단계의 계획적 요소가 중요

리모델링 공사의 범위 선정은 건물주가 판단하게 되나, 대개의 경우 건설업체나 리모델링 전문가의 자문을 받아서 시행하게 된다. 리모델링은 대수선이나 건축 행위에 해당되기 때문에 법적 기준이나 절차 등에 대한 자문이 필요하고 구조나 설비 등 엔지니어링적 요소에 대한 전문가의 진단을 받지 않으면 안 된다. 리모델링에서 요구되는 이러한 특성으로 인하여 리모델링 행위에서는 계획적 요소가 대단히 중요하다. 일반적으로 건축물의 리모델링 행위에 있어서는 크게 계획단계, 시공단계 및 사후관리단계라는 3가지 단계의 활동이 요구된다. 그 중 계획단계에서는 건물주로부터의 요구 파악→건물의 현상 파악→조사·진단→기획·설계→적산·견적→계약 등의 활동이 요구된다.

<그림 Ⅲ-1> 건물 리모델링의 절차



④ 무면허시공 등으로 인한 높은 분쟁 발생가능성

중소건축물의 리모델링 역시 대체로 지금까지 설명한 시공상의 특징과 절차를 벗어나지 않는다. 다만, 중소건축물 소유자는 자금력과 정보력이 취약한 개인 또는 법인이 많기 때문에 이들이 보유한 중소건축물 리모델링의 경우 대형건축물과는 다른 특징을 보이기도 한다. 즉, 중소건축물 소유자들은 리모델링과 관련된 전문지식이나 사업자에 대한 신뢰성있는 정보를 갖고 있지 못하면서 공사비를 절약하고자 하는 욕구가 대단히 크기 때문에 제대로 된 절차를 지키지 않고 공사를 추진하는 경우가 적지 않다. 이와같이 비용 절약을 위하여 제대로 된 절차를 생략한 채 무면허시공업자 등을 통하여 리모델링을 시행하는 사례가 많은데 이는 소규모 리모델링공사에서 분쟁이 많이 발생하는 요인으로

작용한다.¹⁴⁾ 그리고 기획제안과 관련된 행위를 정상적인 컨설팅으로 인정하지 않는 관행으로 인하여 소규모 건물주들은 건설업체들로부터 리모델링 추진에 관한 자문을 받은 후 실제 시공은 보다 비용이 저렴한 무면허업자들에게 의뢰하는 경향을 보이기도 한다.

(4) 요약 : 리모델링의 유형 구분

이상에서 살펴본 바와 같이 리모델링은 다양한 동기와 목적 그리고 방법으로 추진된다. 지금까지 살펴본 내용들을 토대로 중소건축물 리모델링의 특징을 유형화해 보면 다음과 같다.

① 동기 또는 목적에 따른 구분 : 이용향상 대 수익성 증대

건축물 리모델링은 동기 내지 목적에 따라 이용가치 향상 목적과 수익성 증대 목적 등 두 가지로 구분할 수 있다. 이용가치 향상 리모델링은 주거 또는 업무환경의 개선을 주목적으로 한다. 이에 비하여 수익성 증대는 리모델링을 통하여 건물의 임대가치와 매각가치 증대를 목적으로 한다.

② 추진 방향에 따른 구분 : 성능향상 대 용도변경

리모델링의 추진 방향에 따라 성능향상형과 용도변경형으로 구분할 수 있다. 성능향상형은 기존 건물의 용도를 그대로 둔 채 건물의 노후된 성능을 개선시키는데 초점을 맞춘다. 이에 비하여 용도변경형은 성능 향상과 더불어 건물의 수익성 증대 효과를 극대화시키기 위하여 기존 용도를 변경시키는 것까지 포함하는 리모델링이다. 일반적으로 대규모 건축물에 비하여 중소건축물의 용도변경 리모델링 빈도가 높은 편이다.

③ 발주방식에 따른 구분 : 제안입찰 대 설계시공분리발주

건물주의 리모델링 발주 방식은 제안입찰방식과 설계시공분리발주 방식으로 구분할 수 있다. 제안입찰방식은 건물주가 기획·설계부터 시공까지 전체를 계약자에게 일괄 의뢰하는 디자인빌드형 리모델링 발주 방식으로 볼 수 있다. 이에 비하여 설계시공분리발

14) 「건설산업기본법」에서는 200평미만의 주택건축과 150평미만의 비주택건축시에는 건설등록업자가 아니어도 공사를 할 수 있도록 허용하고 있어 대부분 이 범위에 해당되는 소규모 리모델링공사는 건축주의 직영시공이 가능하다. 그러나 여기에 해당되어도 도급을 주는 경우는 법적으로 5천만원 이상의 공사는 반드시 건설등록업자에게만 주도록 하고 있어 대부분의 무면허업자 리모델링공사는 법을 위반할 가능성이 높다.

주 방식은 리모델링 발주자가 설계자를 통하여 설계를 한 후 가격경쟁을 통하여 시공자를 선택하는 방식이다. 리모델링 발주의 경우 두 가지 방식이 다 활용되는데 소규모 건축물일수록 전자 방식의 발주가 더 많이 이루어지고 있다. 이는 소규모 건축물의 소유자일수록 리모델링에 대한 체계적인 지식이나 노하우를 잘 알지 못하기 때문이다.¹⁵⁾

④ 공사범위에 따른 구분 : 부분리모델링 대 전체리모델링

리모델링은 공사범위에 따라 부분리모델링과 전체리모델링으로 구분된다. 부분리모델링은 외장, 내장, 설비 등 건물 구성부분의 일부분만을 리모델링하는 것이다. 이에 비하여 전체 리모델링은 건물 구성부위 전체를 포함하는 리모델링으로 거의 대부분 조사 진단과 기획과정을 거쳐서 실시하게 된다. 리모델링 공사범위는 리모델링 비용 및 공사 기간에 직접적인 영향을 미친다. 중소건축물의 경우 리모델링의 목적에 따라 전체 리모델링을 시행하는 경우도 있고 부분적으로 필요한 리모델링을 시행하는 경우도 많다.

⑤ 증축여부에 따른 구분 : 대수선형과 증축형

리모델링은 증축 여부에 따라 대수선형과 증축형으로 구분된다. 대수선형은 증축을 동반하지 않는 경우로 기존 연면적을 그대로 사용하면서 성능개선 또는 용도변경을 추진하는 리모델링 방식이다. 이에 비하여 증축 리모델링은 법적으로 허용되는 범위 내에서 증축을 추진하는 경우로 이용면적의 증대와 수익성 향상을 적극적으로 추구하는 리모델링이다. 증축 리모델링을 하는 경우에는 대부분 전체 리모델링을 하게 된다. 한편, 대수선 리모델링을 하는 경우도 건물 내부의 구조변경 등을 통하여 부분적인 이용공간의 효율성 증대를 꾀하게 된다.

⑥ 시공중 영업행위 여부에 따른 구분 : 영업중단 대 영업계속

여섯째, 리모델링 시공 중 영업 및 입주여부와 관련하여 영업 중단 내지 이주방식의 리모델링과 영업 유지 내지 입주상태에서의 리모델링으로 구분할 수 있다¹⁶⁾. 후자의 방식은 건물주 또는 임차인이 영업 행위를 하면서 또는 주택의 경우 주민이 거주하면서 하는 리모델링방식이다. 이 리모델링은 공사기간이 길게 소요되고 건물 이용상의 편리성과 안전성에 유의하지 않으면 안 된다. 일반적으로 상업용건물의 경우 당장营业을 중단하

15) 이에 대해서는 제IV장의 업체면담 내용을 참고할 것

16) 영업은 상업용 또는 업무용건물의 경우에 해당되고 입주는 주로 주거용 건물을 대상으로 지칭하는 의미이다.

기가 어렵고 임차인이 있는 경우 계약관계를 유지할 수밖에 없기 때문에 영업 중 리모델링 방식을 주로 택하게 된다. 그리고 영업 중 리모델링의 경우에는 외장 리모델링과 같이 영업에 지장을 주지 않는 범위 내에서 부분적인 리모델링을 시행하는 경우도 적지 않다. 이에 비하여 전자의 방식은 영업 등 건물 이용을 일시적으로 중단한 채 하는 리모델링방식이다. 이 경우 리모델링은 후자 방식과 반대로 리모델링 공사기간을 최대한 단축하는 것이 요구된다.

<표 Ⅲ-2> 리모델링의 유형 구분

구분기준	구분
동기 내지 목적	- 이용가치 향상 - 수익성 증대
방향	- 성능향상 - 용도변경
발주방식	- 제안 경쟁입찰(디자인빌드) - 설계시공 분리발주
공사범위	- 부분 리모델링 - 전체 리모델링
증축여부	- 대수선방식 - 증축방식
영업여부 및 입주	- 영업중단 내지 이주 - 영업 중 내지 입주 상태

⑦ 건물 유형 및 시공방식에 따라 비용 등 차별화

이상에서 살펴 본 리모델링의 유형은 대체로 모든 건축물에서 공통적으로 나타나는 특징이다. 그러나 부분적으로 건축물의 규모나 유형에 따라 차별적인 특성이 나타나기도 한다. 건축물 규모의 차원에서 나타날 수 있는 중소건축물 리모델링의 특징에 대해서는 이미 살펴 본 바와 같다.

한편, 중소건축물 가운데서도 유형에 따라 리모델링의 특징이 다소 다르게 나타날 수도 있다. 중소규모 상업용 건축물은 비주택 건축물 중에서 가장 많은 수를 차지하는데 주로 임대수익을 목적으로 이용되고 있기 때문에 이와 관련된 리모델링의 특성을 보인다. 반면, 단독주택은 거주자의 이용환경과 수익성 증대를 추구하는 비중이 동시에 높은 특징을 보인다. 애당초 주거용 건물의 성능을 향상시킬 목적으로 추진되는 리모델링이 있는가 하면, 보다 적극적으로 주택의 용도를 변경시켜 건물의 수익성을 증대시키려는 리모델링 경향도 커지고 있다.

건물 유형에 따라 대체로 전체 리모델링 공사비도 차이가 나게 된다. 일반적으로 주택 리모델링의 공사비가 적은 편이고 중소규모의 상업용 건축물은 이보다 더 많은 공사비가 요구된다. 그러나 이러한 비용 크기 구분은 건물의 규모에 따른 비교로서 어떤 유형의 리모델링을 선택하느냐에 따라서도 비용 크기가 다르게 나타날 수 있다. 일반적으로 부분적인 성능향상형 리모델링의 공사비는 적은 편이고, 전체 건물을 대상으로 하는 용도변경형 리모델링은 공사비가 많이 드는 편이다. 따라서 이 측면까지 동시에 고려할 경우 중소규모 상업용 건축물은 단순 성능향상부터 복합적인 용도변경까지 다양한 유형의 리모델링이 선택되므로 공사비의 범위도 폭이 넓다고 말할 수 있다. 그리고 주택의 경우는 규모가 작기 때문에 전반적으로 리모델링 공사비는 작다고 볼 수 있으나 단순 성능향상 방식보다는 용도변경을 선택하는 경우 공사비는 크게 증가할 수 있다.

2. 중소규모 상업용 건물 리모델링의 특징

주거용 건물을 제외하고 도시지역에서 가장 많이 발견되는 건물이 중소규모 상업용 건물이다. 일반적으로 중소규모 상업용 건물이란 규모가 비교적 작으면서 상업용과 사무실 용도가 혼재되어 사용되고 있는 건물을 의미한다. 5층 내외의 건물이면서 1~2층은 상업용도로 사용되고, 그 위층은 사무실용 등으로 사용되는 경우가 일반적이다. 「건축법」에서 규정하고 있는 용도별 건축물 종류로 보면, 대부분의 제1종근린생활시설과 제2종근린생활시설들이 이러한 유형의 건물에 해당된다. 「국토의계획및이용에관한법률」에서는 도시지역의 용도지역 중 주거지역과 상업지역내에 이들 근린생활시설의 입지를 허용하고 있다.

(1) 임대수익 및 자산가치 증대의 추구

중소규모의 상업용 건물 소유주들은 주로 임대소득을 목적으로 건물을 소유한다. 개인이 소유한 경우에는 부분적으로 자신이 영업을 하거나 최상층 등 일부 층을 주거용으로 사용하는 경우를 제외하고는 나머지 부분은 주로 다수의 임차인에게 임대를 하는 방식을 취한다. 그리고 기업 등 법인이 소유한 건물들은 자사의 사무실 용도로 사용하면서 1층 또는 여유 공간을 임대하는 경우가 많다.

중소규모 근린시설 리모델링은 건물의 임대가치와 자산가치 향상이라는 두 가지 목적을 위하여 수행된다. 그러나 두 가지 중 어느 것에 우선권을 두느냐에 따라 리모델링의 성

격을 구분할 수 있다. 임대가치를 중시하는 리모델링은 기존의 건물주가 건물을 계속 소유하면서 임차인을 안정적으로 확보하거나 임대료 수입을 증대시키려는 목적으로 시행된다. 따라서 이 경우는 임대수익의 증가가 리모델링의 주목적이고, 건물의 자산가치 향상은 부차적인 목적이 된다. 반면, 자산가치 향상을 목적으로 하는 리모델링은 건물의 매각을 목적으로 추진하는 경우가 많다. 위치는 좋으나 노후화되어 가치를 제대로 발휘하고 있지 못하는 건물에 대하여 기존의 건물주 또는 새로운 매입자가 리모델링을 통하여 건물의 자산가치를 향상시켜 매각을 추진하는 경우가 여기에 해당된다. 그리고 법인이 자사에 적합한 중소규모 상업용 건물을 매입하여 리모델링한 후 사무실 용도로 사용하는 경우도 자산가치 향상을 위한 리모델링의 케이스로 볼 수 있다.

(2) 리모델링 범위 다양 : 부분 리모델링과 전체 리모델링

중소규모 건물에 대한 리모델링의 목적이 임대수익 증대 목적이거나 아니면 자산가치 증대 목적이거나 하는 구분은 리모델링의 범위와도 연관되는 중요한 측면이다. 일반적으로 임대수익만을 주목적으로 하는 건물은 건물주가 영세한 개인사업자인 경우가 많아 임대수익 향상에 당장 직접적인 영향을 미치지 않는다면 비록 건물이 심하게 노후화되었음에도 불구하고 리모델링을 적극적으로 추진하려는 의향을 잘 보이지 않는다. 이러한 유형의 건물에서 그나마 리모델링을 추진하려고 한다면 그것은 대부분 외관 중심의 리모델링이다. 외관 리모델링은 비용은 적게 들면서도 건물의 이미지를 개선시키는 효과가 커서 당장 임대수익 향상에 기여할 수 있기 때문이다. 그리고 기존 임차인의 영업에도 영향을 주지 않고 리모델링을 할 수 있는 장점도 갖고 있다.

따라서 대부분의 임대형 중소규모 상업용 건물의 리모델링 수요는 건물 외관 리모델링을 중심으로 발생한다고 볼 수 있다. 특히, 외관 형태 중 가장 많은 비중을 차지하는 타일 부착형의 중소규모 근린생활시설들은 일정 기간이 경과하는 경우 불량한 외관의 모습을 형성할 뿐만 아니라 타일의 탈락으로 인한 안전사고 등의 위험성이 높아져서 외관 리모델링의 필요성은 더욱 커지게 된다. 외관 리모델링을 주로 실시하는 이러한 임대형 상가 건물의 경우에는 내장 부분은 주로 임차인이 자신의 업종에 적합한 방향으로 인테리어 중심의 리모델링을 하게 된다.

그러나 이렇게 외관 개선을 중심으로 출발한 경우에도 부분적으로 내장이나 설비 등 여타 부분의 리모델링을 포함하는 방향으로 전환되는 경우도 적지 않다. 건물이 노후화되어 외관이 불량하게 되는 경우 내장이나 설비 등 건물의 내부 상태 역시 노후화되는

것이 일반적인 현상이다. 따라서 외장 리모델링만을 목적으로 출발하는 경우에도 건설업체와 구체적으로 상담·추진하는 과정에서 노후화된 설비와 내장을 동시에 개선 또는 교체하는 방향으로 리모델링의 범위를 확장하려는 경향을 보이게 된다.

반면에 중소 상업용 건물의 자산가치 증대를 주목적으로 하는 리모델링의 경우는 외관 등 부분적인 리모델링이 아닌 건물 전체의 리모델링을 추진하는 경우가 많다. 자산가치 향상을 위한 리모델링은 건물의 매각가치를 높이려는 경우이거나 새로운 매입자가 건물의 기존 용도를 변경시켜 건물의 가치를 획기적으로 향상시키려는 의도가 강하기 때문에 전면 리모델링을 시행하게 된다. 전면 리모델링은 건물이 처하고 있는 미시적, 거시적 상황을 종합적으로 판단하여 리모델링의 범위를 결정하게 되는데 대부분 구조체를 제외한 내장, 외장 및 설비 등의 전면 교체 또는 개선을 포함하게 된다.¹⁷⁾ 따라서 이러한 전면 리모델링은 건물의 용도변경을 수반하는 경우가 대부분이다. 좁게는 근린생활시설의 범위 내에서 용도를 변경시키는 경우도 있지만 아예 근린시설의 상업용도를 업무용 또는 새롭게 부상하는 원룸 등 독신자가구용 임대주택 등으로 변경시키는 경우도 있다.¹⁸⁾

(3) 성능향상과 용도변경의 추구

일반적으로 전면 리모델링을 추진하는 중소 상업용 건물은 입지는 좋은 편이나 현재 이용상태가 열악하여 제대로 가치를 실현하고 있지 못하는 건물들이다. 즉, 용도변경을 포함한 리모델링을 통하여 건물의 가치를 향상시킬 수 있는 여지가 큰 건물들이다. 구체적으로 용도변경을 통하여 수익성을 크게 증대시킬 여지가 있는 양호한 입지에 위치해 있는 건물이면서 법정 용적률에 비하여 기존 용적률이 낮아 증축 및 주차장 확보가 가능하고, 엘리베이터가 설치되어 있지 않아 추가적인 건물의 성능개선을 통하여 가치향상의 여지가 큰 건물이 여기에 해당된다.

지금까지 살펴본 바와 같이 임대수익을 목적으로 하는 리모델링은 대체로 한가지 또는 추가적으로 필요한 부분들을 중심으로 부분적인 리모델링을 하는 경우가 많은 편이다. 그리고 리모델링의 성격 내지 방향은 적극적인 용도변경을 시도한다기보다는 성능향

17) 전면 리모델링시에는 반드시 건물의 안전진단을 수반하기 때문에 구조체에 문제가 있는 경우에는 구조체의 보수보강 역시 추진하게 된다.

18) 최근 인구 및 가구 특성의 빠른 변화로 인하여 다양한 유형의 독신가구가 증대하는 경향을 보이고 있는데 2000년도 이후 이러한 수요층을 대상으로 하여 역세권이나 대학가 등의 사무실 또는 상업용 건물이 원룸, 세미텔, 코콘하우스 등 다양한 독신가구 주택으로 리모델링되는 경우가 크게 증가하였다.

상에 초점을 맞춘 리모델링을 하는 경우가 많은 편이다. 또한, 당장 건물의 이용과 수입에도 영향을 주지 않아야 하기 때문에 리모델링의 양호한 여건이 형성되지 않으면 적극적인 추진을 검토하려 하지 않는 경향을 보인다. 즉, 경기가 호황을 보이거나 리모델링에 대한 정부 정책이 적극적일 때 리모델링을 추진하려는 움직임을 보인다.

이에 비하여 자산가치 향상을 목적으로 하는 리모델링은 건물주 또는 투자자가 보다 적극적으로 리모델링을 추진하려는 의향을 보이는 경우이다. 따라서 리모델링의 방향은 단순히 건물의 성능향상보다는 적극적으로 용도변경을 추진하려는 의향을 더 강하게 보인다. 리모델링의 범위도 부분적인 것보다는 증축을 포함한 전체 리모델링을 더 선호하게 되는 것은 이 때문이다. 이러한 자산가치 증대형 리모델링은 소수의 부동산 개발 이익을 추구하려는 의욕을 갖는 자들로부터 주로 발생하기 때문에 수요가 폭넓다고 보기는 어려우나 비교적 경기의 영향을 덜 받고 꾸준히 나타나는 특성을 보인다. 자산가치 증대형 리모델링은 상대적으로 비용이 적게 드는 이점을 활용하여 불경기에 적극적으로 추진하려는 현상이 나타나기도 한다.

소규모 상업용 건물의 리모델링을 통한 용도변경은 매우 다양한데 크게 세가지 유형으로 나누어 볼 수 있다. 첫째는 기존 임대형 상업용 건물을 테마형 상업용 건물로 변경시키는 경우이다. 즉, 기존의 일반 상업용도를 병원, 스포츠시설, 학원시설, 판매시설 등 테마형으로 변경시키는 경우가 여기에 해당된다. 둘째 유형은 상업용을 업무전용으로 변경시키는 경우이다. 이 경우는 법인이 자사 업무용 빌딩을 매입하여 리모델링하는 경우이다. 그리고 세 번째 유형은 상업용 건물을 주거용으로 변경시키는 경우이다. 최근에 독신세대의 증가 등으로 수요가 크게 늘어난 원룸 등 독신자용 임대주택 등으로 변신시키는 경우가 여기에 해당된다.

(4) 디자인빌드방식의 발주와 영업상태에서의 리모델링 추진

중소 상업용 건물 리모델링의 발주는 규모가 작고, 영세한 개인 사업자들이 보유하고 있는 특성으로 인하여 복잡한 발주절차보다는 전적으로 건설업체 등 계약자에게 일괄 의뢰하는 방식의 비중이 높은 편이다. 즉, 설계자를 통하여 리모델링 설계를 한 후 그것을 토대로 시공자를 가격 경쟁을 통하여 선정하는 설계시공분리발주 방식보다는 설계와 시공을 일괄 의뢰하는 디자인빌드방식이 주로 선호된다. 일반적으로 업계에서는 이러한 디자인빌드 방식을 제안방식이라 부른다. 대개의 발주자는 사전에 지명도가 있거나 소개를 받은 2~3개의 업체에게 리모델링 의향을 밝히고 리모델링의 범위 및 방식에 대한 중

합적인 제안을 하도록 요청한다. 발주자는 제시된 사업제안서를 종합적으로 검토하여 자신에게 가장 적합한 제안을 한 업체를 선정하여 가격에 대한 수의시담 과정을 거쳐 최종 사업자를 선정하게 되는 것이 일반적이다. 물론 이 과정에서 중소 상업용 건축물 소유자는 비용절약을 위하여 무면허업자에게 시공을 의뢰하고자 하는 유혹을 많이 받게 되고, 실제 그렇게 하는 사례도 적지 않다.¹⁹⁾

리모델링 시공시 영업 행위 여부와 관련해서는 임대수익 증대 목적의 부분적인 리모델링의 경우에는 거의 대부분 영업행위를 하면서 리모델링을 하는 방식을 선호하게 된다. 그러나 자산가치 증대 목적의 건물 전체 리모델링을 실시하는 경우에는 대체로 영업행위를 중단한 채 리모델링을 시행하는 경우가 많은 편이다. 이 경우에는 기존 임차인과의 계약을 모두 해지하고 퇴거시킨 후 적극적으로 리모델링을 추진하게 된다. 따라서 이러한 유형의 리모델링은 임대수익 증대형의 부분적인 리모델링보다 조건을 맞추기가 어려워 발생 빈도가 높다고는 보기 어렵다.

사례 1 : 외관교체 리모델링 사례²⁰⁾

건물의 외관이 낡아 임대수익을 증대시킬 목적으로 리모델링한 사례이다. 리모델링 전 건물은 소형 제조업체가 당초 사옥으로 사용하던 건물이었으나 경기가 좋지 않아 인근 지방으로 이주하고 임대용으로 전환하여 운영하던 건물이었다. 위치가 좋아 임대는 잘나가는 편이나 건물의 외관이 너무 낡아 임대료가 낮은 것이 문제였다. 건물은 지은 지 10년 정도밖에 되지 않아 구조나 설비 등은 비교적 양호한 편이고 내부도 주기적으로 보수하여 계단 정도만 보수하면 큰 문제가 없었다. 그러나 타일로 된 외관은 너무 낡았고 간판이 조잡하게 붙어 있어 외부 이미지가 좋지 않은 점이 임대료를 떨어뜨리는 가장 큰 요인이 되고 있었다.

외관 개선을 목적으로 하기 때문에 깨끗하고 밝은 분위기를 연출하기 위하여 전면을 유리로 마감하고 일부 벽면은 기존의 타일 대신 드라이비트로 교체하여 주변 건물과 차별화하였다. 그러나 외관 리모델링만을 목적으로 하였음에도 불구하고 임대면적의 증대와 향후 사옥으로의 사용 가능성에 대비하여 1개 층을 증축하여 지상 5층 건물로 만들었다. 그리고 임대료의 상승을 위하여 엘리베이터를 추가로 설치하였다.²¹⁾

총 리모델링 공사비는 2억 7천만원 정도 소요되었다. 주 공사인 외관 공사에 1억 2천만원이 소요되었고 증축 비용이 6천만원, 엘리베이터 설치비 3천만원, 가설 철거비 등이 6천만원 정도 소요되었다. 본 건물은 리모델링 공사 후 평당 150만~200만원 내외의 임대료를 200만~400만원 내외로 상승시켰다. 그리고 건물의 자산가치도 약 20%정도 상승한 것으로 평가되고 있다.

19) 앞서 설명한 바와 같이 무면허업자에게 시공을 의뢰하는 것이 반드시 불법이 되는 것은 아니다. 그러나 도급공사의 경우 5천만원 이상은 반드시 등록업체에게 도급을 주어야 한다는 법 규정에 따르면 실제적으로는 거의 불법이거나 위장형태의 도급이 이루어진다고 보아야 할 것이다.

사례 2 : 노후 상가건물의 성능향상 리모델링 사례²²⁾

본 사례 건물은 서울 강남구 역삼동에 위치한 15년 된 3층의 상가건물이다. 도시가로에 흔하게 볼 수 있는, 건물 외벽에 어지럽게 간판이 붙어있는 전형적인 노후 상가건물이다. 리모델링을 하기 전 이 건물은 임차인이 바뀔 때마다 아무런 기준없이 달라지는 간판으로 인하여 건물 외관 이미지가 크게 저하됨은 물론 노후화도 빠르게 진행되는 상태였다. 더구나 외벽이 타일로 되어 있고 입구가 잘 눈에 띄지 않을 정도로 낡은 건물이었다.

뿐만 아니라 외관의 노후화가 빠르게 진행되면서 건물 관리가 제대로 이루어지지 않아 내부시설도 빠른 노후화 과정을 동시에 밟고 있었다. 리모델링전까지 노후화가 빠르게 진행됨에 따라 임대료가 잘 나가지 않고 임대료도 저하되는 현상이 생기면서 노후화는 더욱 촉진되는 악순환의 과정을 밟는 건물이었다.

건물주는 노후화된 이 건물을 대지가격으로 매입하여 임대수의 상승 및 자산가치 향상을 목적으로 리모델링을 실시하였다. 성능향상에 초점을 맞추어 가능한 부분의 전체적인 리모델링을 실시하였으나 건물의 용도변경은 피하지 않았다. 건물주는 리모델링의 방향을 건물 내부구조를 변경시키고, 혼란스런 동선을 배제시키는 한편, 전체적으로 건물에 생기를 불어넣는 방향으로 내외장 디자인을 새롭게 하고자 하였다. 물론 건물주의 이러한 요구는 시공업체와의 지속적인 협의 과정을 통하여 리모델링에 반영되었다. 건물주의 이러한 요구를 효과적으로 반영하기 위하여 본 건물의 리모델링은 설계시공일괄 발주 방식으로 이루어졌다. 공사비는 4억원, 공사기간은 3개월 가량 소요되었다.

따라서 일차적인 리모델링의 주안점은 건물의 외부 이미지 개선에 두고 기존의 타일을 교체하여 현대적 이미지의 외장재로 교체하는 작업을 하였다. 그리고 기존의 창호를 보다 크게 만들었으며 동시에 단열성도 높이도록 하였다. 한편, 내부 공용부분은 보다 따뜻한 색상의 페인트로 마감하여 외장개선과 함께 내부 이미지도 개선하였다. 그리고 기존 3층 건물을 1개층 증축하여 4층으로 변경시키는 증축 리모델링을 실시하였는데 이로 인하여 요구되는 추가적인 주차시설은 주차타워 신설로 해결하였다.

본 건물을 리모델링 시공한 시공업체는 일반적인 중소형 상가건물의 특성을 반영한 이미지 및 기능 변신에 중점을 두어 리모델링을 하였다고 설명한다. 즉, 대부분의 중소상가건물은 상가와 사무실을 공유하는 형태로 구성되어 있기 때문에 디자인과 시공 양 측면에서 두 가지 기능을 동시에 수용할 수 있는 퓨전형 건물을 만들도록 주력했다고 강조한다. 그리고 건물이 위치하고 있는 가로의 성격과 조화를 이루면서 그 건물의 특징을 쉽게 발견할 수 있도록 외관의 이미지를 만드는데 주력했다고 설명하고 있다.

20) 서용식, 부동산 리모델링으로 큰 돈 버는 14가지 방법, 거름(2002), pp. 173-180.

21) 일반적으로 상업용 건물에 엘리베이터가 있는 경우가 없는 경우보다 평당 임대료가 100만원 이상 높게 책정된다.

22) 리모델링연구회, 리모델링뉴스레터 제3호(2001.1). pp. 22-24.

사례 3 : 근생시설을 클리닉센터로 용도변경한 사례²³⁾

개인병원을 운영하는 전문의가 기존의 임대건물 대신 직접 소규모 상업용 건물을 매입하여 리모델링을 통하여 병원을 운영한 사례이다. 18억원에 매입한, 인천시에 위치한 이 건물은 대지 326평의 15년 된 낡은 2층 건물이다.

기존의 낡은 상업용 건물을 병원으로 변경시키기 위하여 1개 층을 증축하고 건물의 외관과 내장을 병원 용도에 맞도록 리모델링하는데 주력했다. 구조안전진단 결과 구조가 부실하여 구조보강을 실시하였고, 외관은 병원의 인지성과 차별성을 높이도록 전면 개조하였다. 그리고 건물 내부도 환자들에게 친숙한 이미지를 제공하도록 개선하였고 3층 건물이지만 최상층의 입원환자 편의를 위하여 엘리베이터를 추가 설치하였다. 한편 기존 1층 부분의 일부 임대점포는 임대수익 확보를 위하여 그대로 임대를 주도록 하였다.

이렇게 1개 층 증축과 내외장공사, 지하 주차장 공사 등 전체 리모델링에 소요된 공사비는 7억5천만원이었다. 증축 부분을 포함한 전체 연면적이 546평이므로 평당 리모델링비용은 137만원이 소요된 셈이다. 총 공사기간은 4개월이 소요되었다.

리모델링의 수익성을 따져보면, 리모델링 전의 부동산 감정가가 18억원이었으나 리모델링 후에는 36억원으로 정확히 두배 증가하였다. 부동산 매입가와 공사비를 포함한 총 투자비가 25억5천만원이므로 순가치도 10억5천만원 상승한 셈이다. 감정평가에 의한 리모델링 수익성을 보면, 병원을 직접 운영하지 않고 전체 건물을 임대하는 경우 금융비용을 고려하더라도 투자수익률이 연 16%에 이르고 있다.

사례 4 : 근생시설의 일부를 학원 및 원룸 등으로 용도변경한 리모델링 사례²⁴⁾

이 건물은 서울시 송파구의 일반주거지역에 위치한 근린생활시설이다. 90년대 초반에 세워진 5층 건물로 1-2층은 음식점 등으로 임대되고, 나머지 3-5층은 건물주가 사우나시설을 만들어 직접 운영하고 있었다. 그러나 사우나 설비가 노후화되고 경쟁력이 떨어짐에 따라 사우나의 수익성이 현저히 저하되는 현상이 생기고 있었다.

건물주는 자신이 직접 운영하는 3-5층의 사우나시설을 타 용도로 변경시키기 위하여 리모델링을 추진하였다. 즉, 사우나 시설의 용도변경을 통한 건물의 수익성을 향상시키기 위하여 리모델링을 추진하였다. 건물주는 이러한 리모델링을 위하여 수익성을 최대화시키기 위한 용도변경의 컨셉트까지 포함하여 리모델링 전문업체에게 설계시공을 일괄 의뢰하였다. 사업을 의뢰받은 업체는 우선 건물의 현상을 진단하고 주변 입지여건 등 상황을 종합 고려하여 최적의 용도변경 방안을 모색하였다. 그 결과 1-2층은 기존 그대로 임대를 주고, 3-4층은 학원시설로 그리고 5층은 원룸 및 투룸형 주거공간으로 변경시켜 리모델링을 추진하였다.

23) 서용식, 부동산 리모델링으로 큰 돈 버는 14가지 방법, 거름(2002), pp. 190-196.

용도변경의 컨셉을 설정한 후 리모델링시공에서는 건물의 구조안전진단 결과에 따라 필요한 조치를 취하였으며 외관은 공사비를 절약하기 위하여 기존의 모습을 유지하면서 최소한도로 변경시키는 방안을 선택하였다. 전체 공사는 건축과

인테리어부분, 전기 및 통신부분, 기계설비부분 등으로 나누어 구조 보강, 지하 기계실 및 기타시설 보수와 외부 입면개선 및 마감교체 등의 작업을 진행하였다. 특히, 3-4층은 학원 용도로 사용되기 때문에 소음을 완전히 줄이는데 주력하여 경량방음벽체로 시공하였다. 그리고 5층의 임대형 주거부분은 입주자들이 편리하게 거주하고 이용하는데 주력하여 내장재를 교체하였다. 이밖에 건물 입구의 이미지를 개선하고, 지하 사우나용 기계시설을 철거하여 창고로 이용하도록 하였다. 한편, 용도변경으로 인하여 추가로 요구되는 주차시설은 주차타워 1기를 설치하여 해결하였다.

이 리모델링 공사를 시행한 업체는 건물주의 수익성 증대에 초점을 맞추어 용도변경의 컨셉에서부터 공사비의 비용 절감에 이르기까지 전체를 세심하게 배려했다고 한다. 특히, 이러한 작업과정에서 건물주와 지속적인 협의를 통하여 신뢰와 상호 공감대를 형성해 나가는 것이 무엇보다 중요하다고 강조한다. 단순히 리모델링 공사를 도급받는다는 입장을 떠나 보다 능동적으로 수익을 창출하는 리모델링을 수행한다는 발상의 전환이 필요하다고 강조한다.

사례 5 : 상가건물을 사옥건물로 리모델링한 사례²⁴⁾

이 사례는 기존의 일반 상가건물을 매입하여 자신의 사업 특성에 맞는 사옥건물로 리모델링한 사례이다. 기존 건물은 지은 지 19년이 된 지하 1층, 지상 3층의 건물로 외장 타일마감이 일부 떨어져 나가고 내부인테리어는 물론 설비 기능도 제 기능을 발휘하지 못하는 노후건물이었다. 리모델링 전 건물의 용도는 1층은 한의원, 2층은 식당, 3층은 원룸, 지하는 공장으로 사용되고 있었다.

건물을 매입한 출판사 사장은 출판사의 사세가 확정됨에 따라 별도의 독립 건물이 필요하나 출판사의 특성상 굳이 오피스 전용빌딩을 마련할 필요가 없다고 판단하였다. 단독주택을 구입, 용도변경하는 경우에는 건물 전부를 이용해야 하나 상가건물은 일부를 활용하고 나머지는 임대하여 임대수익도 노릴 수 있는 장점이 있어 상가건물을 선택했다. 다행히 매입 당시 3층의 원룸은 리모델링된지 얼마되지 않아 출입구만 별도로 내면 그대로 활용할 수 있었다. 나머지 임대부분은 대부분 임대계약이 완료되었으며 임대가 덜 끝난 2층 식당도 영업이 잘되지 않아 무리없이 임차인을 철거시키는 것이 가능했다.

따라서 리모델링의 주안점은 기존 1-2층을 출판사옥으로 사용 가능하도록 전면적인 리모델링을 실시하는데 두었다. 즉, 건물외관과 3층 부분을 제외한 나머지 부분을 출판사옥에

24) 건설산업정보, 월간 리모델링, 2002.12, pp. 46-49.

적합하도록 전면 리모델링을 실시하였다. 이를 위하여 내부공간 구성을 변경시키고 인테리어를 사무용도에 적합하게 변형시키는데 주력하였다. 한편, 기존 주차장이던 협소한 공간에 데크를 설치하여 직원의 휴식공간을 꾸몄고 옥상에는 간이 골프연습장을 만들어 직원 복지에도 신경을 썼다.

리모델링에 들어간 공사비는 약 2억7천만원 정도이며, 집기비까지 포함하여 총 3억원이 소요되었다. 평당 리모델링 공사비는 대략 188만원이 소요되었다. 신축 시 공사비는 약 260만원 정도 소요되는 것으로 추산되어 신축비용의 약 70% 내외밖에 들지 않았다. 공사기간도 신축시보다 2개월 정도 단축되는 효과를 거둔 것으로 평가되고 있다. 이 건물은 리모델링전의 부동산 감정가는 10억원 정도이나 리모델링 후에는 16억원 이상이 되는 것으로 평가되고 있다. 이 사례는 리모델링을 통하여 건물의 부동산 가치를 상승시켜 수익성 증대를 꾀하는 한편, 직원들에게 쾌적한 오피스 환경을 제공함으로써 생산성 향상에도 기여하는 효과를 거둔 것으로 평가되고 있다.

3. 단독주택 리모델링의 특징²⁶⁾

(1) 이용가치 향상 목적의 리모델링

단독주택 리모델링도 이용가치 향상과 수익성 증대의 두 가지 목적으로 구분할 수 있다. 이용가치 향상 목적의 리모델링은 원래의 주택 기능을 그대로 유지하면서 노후화된 성능을 향상시키는데 초점을 맞춘다. 물론 성능향상에는 물리적으로 노후화된 부분의 성능을 개선하는 작업과 더불어 가구 구성원의 라이프사이클 변화에 따라 요구되는 새로운 기능의 추가까지 포함된다. 이에 비하여 수익성 증대 목적의 리모델링은 주택을 새로운 용도로 변경하여 임대수익을 확보하고자 하는 동기에서 시작된다.

단독주택의 이용가치 향상을 위한 리모델링은 가장 전형적인 리모델링 행위에 속한다. 노후화된 단독주택은 거주자의 주거 이용을 불편하게 만들고 건강과 안전을 해치는 등의 문제를 야기하고 경제적인 측면에서 유지관리비를 증가시키는 요인으로 작용하기 때

25) 전우문화사, 리모델링월드, 2003.2., pp.45-49.

26) 단독주택에는 단독주택과 더불어 다가구주택이 포함된다. 본 연구에서는 다세대주택, 연립주택, 아파트 등의 공동주택은 구분소유자의 합의를 통해서 건물 전체 또는 단지를 리모델링하는 것이 가능하므로 분석대상에서 제외시켰다. 공동주택의 개별 세대별 리모델링은 전용부위만을 대상으로 엄격하게 제한되어 있어 인테리어 개선의 성격에 가깝다.

문이다. 일반적으로 선진국의 주택 리모델링은 이러한 거주자의 주거 이용환경을 개선시키는 건축 관련 활동이 주를 이룬다.

노후 단독주택의 이용가치 향상을 위한 리모델링은 성능 개선을 위한 행위가 일차적이다. 즉, 낡은 배관을 교체하여 에너지 관련 설비의 효율성을 증가시키는 것을 일차적인 목적으로 한다. 그리고 설비의 효율성을 제고시키기 위해서는 기존 단독주택에서 가장 많은 문제로 발생하고 있는 단열처리 문제를 개선하는 작업도 동시에 요구된다. 이와 함께 최근에 그 수요가 증대되고 있는 인터넷 통신 시설의 설치 작업도 동시에 요구된다. 설비교체 다음으로 많이 일어나는 작업은 현대식 생활양식에 어울리지 않는 공간의 재배치와 교체 작업인데 특히, 부엌과 욕실의 교체 내지 개조가 가장 많이 요구된다.

이러한 단독주택의 이용가치 향상형 리모델링은 집 전체를 전면 개조하는 경우와 외관은 그대로 두고 내부만 개조하는 부분적인 리모델링의 경우 등 두가지로 구분된다. 그러나 어느 경우이든 설비의 교체 내지 개선은 필수적으로 요구되는 사항이다. 성능개선과 더불어 가족 구성원의 변동이나 성장에 따라 공간변화가 요구되는 경우에는 부분적인 증축 등의 행위가 일어나게 된다. 이와 같이 성능개선 중심의 단독주택 리모델링 장점은 신축에 비하여 보다 적은 비용으로 주거의 이용환경을 크게 개선시킬 수 있다는 데 있다. 일반적으로 성능개선을 위주로 하는 리모델링의 경우 평당 공사비는 100만~150만원 정도 소요되는데 비하여 신축의 경우는 200만~250만원 정도 소요되어 비용 측면에서 유리하다. 부수적인 효과로서 낡은 주택은 건물부분의 가치는 거의 인정받지 못하게 되는데 리모델링 후에는 거의 신축에 맞먹는 가치를 인정받게 되어 자산가치의 상승효과를 얻게 된다.

이런 측면에서 우리나라 단독주택도 리모델링의 필요성은 매우 높다고 말할 수 있다. 무엇보다 단독주택의 노후주택 비중이 매우 높기 때문이다. 우리나라는 최근 시점으로 올수록 아파트 위주로 주택이 공급되어 오래된 주택은 대부분 단독주택이다. 2005년 현재 우리나라 단독주택 수는 대략 398만여호인데 이 중 지은 지 20년이 넘는 1984년 이전 준공 단독주택이 전체의 46.5%에 해당되는 185만여호에 이른다.²⁷⁾ 1970년대 이전에 준공된 단독주택만도 137만여호에 이른다. 1984년 이전에 공급된 아파트가 전체 아파트의 7.2%인 48만여호에 불과하다는 점과 극명하게 대조를 이룬다.

이와 같이 단독주택은 이용가치 향상을 위한 리모델링의 필요성이 매우 높음에도 불구하고 현실적으로 리모델링은 원활하게 추진되지 못하고 있는 실정이다. 그 주된 이유는 경제적 측면의 이유 때문이다. 주거양식이 현대적 양식인 아파트 위주로 변하면서 경

27) 통계청, KOSIS 자료

제적으로 여유있는 사람들은 대부분 단독주택 거주를 기피하는 경향을 보이면서 단독주택은 대부분 주거여건을 개선할 여력이 없는 저소득층의 주된 주거지로 바뀌었기 때문이다. 정부가 지원하는 주거환경개선사업도 대부분 재개발 방식으로 추진되기 때문에 리모델링을 통한 단독주택의 이용가치 향상 활동은 극히 미미하다고 볼 수 있다.²⁸⁾

(2) 성능향상을 통한 수익성 증대 목적의 리모델링

최근 단독주택에서 리모델링이 활발하게 나타나는 부분은 거의 대부분 수익성 증대 목적의 리모델링이다. 수익성 증대 목적의 리모델링은 다시 두 가지 유형으로 구분되는데 용도변경을 하는 경우와 하지 않는 경우로 구분할 수 있다. 후자의 용도변경을 하지 않는 방식은 주택용도를 그대로 유지하면서 임대 또는 매매를 통하여 수익을 확보하려는 리모델링 방식이다. 반면, 전자의 용도변경 리모델링 방식은 아예 주택을 다른 용도의 건물로 변경하는 리모델링을 추진하여 임대 또는 매각 수입을 확보하려는 방식이다.

먼저, 주택용도로 그대로 사용하면서 리모델링을 하는 방식은 성능향상형 리모델링에 해당되나 소유자 자신의 이용 목적이 아니라 수익성을 증대시키려는 목적이 강한 리모델링 방식이다. 따라서 앞서 살펴본 바와 같이 순수하게 소유주 자신의 주거 이용환경을 개선하려는 리모델링보다는 경제적인 측면에서의 유인 동기가 더 크다고 볼 수 있다. 구체적으로 본인이 소유하고 있는 주택을 여건의 변화로 임대 또는 매각하기를 원하는 경우, 다주택을 보유하면서 임대수익 증대를 노리는 경우, 또는 아예 투자 목적으로 주택을 매입한 후 재매각을 통하여 수익을 확보하려는 경우가 모두 이러한 케이스에 해당된다.

이러한 성능향상형 리모델링은 주택의 입지가 양호함에도 불구하고 지나치게 노후화되어 건물의 가치를 거의 인정받지 못한 경우에 주로 적용된다. 수익성 증대를 목적으로 하는 노후주택의 리모델링이므로 대체로 건물 전체를 대상으로 하는 경우가 많다. 구조안전진단을 통하여 필요한 경우 구조체를 보강해야 하고, 외장 및 내장과 노후 설비를 전면 교체하는 것이 요구된다. 거기에다 오래된 주택의 경우 방이나 식당, 거실 등의 배치가 최근의 주거양식에 맞지 않는 경우가 많아 전체적인 공간구조까지 재배치해야 하는 경우가 발생한다. 여기에다 건폐율에 여유가 있는 경우에는 증축까지 포함하는 리모델링을 추진하기도 한다.

28) 이에 대해서는 배순석, 주거수준 향상을 위한 주택 개발 지원정책연구, 국토연구원(2001). 참조

(3) 용도변경을 통한 수익성 증대 목적의 리모델링

다음으로 최근에 급증하고 있는 주택 리모델링 방식이 용도변경 리모델링이다. 이 방식은 보다 적극적으로 주택의 용도를 타 용도로 전환하여 수익 극대화를 추구하는 리모델링 방식이다. 이러한 방식의 리모델링이 확대되고 있는 이유는 경제성장과 함께 도시의 사회 환경이 빠르게 변함에 따라 단독주택의 경우도 용도를 전환함으로써 소유주의 수익을 크게 향상시킬 수 있는 기회가 확대되고 있기 때문이다. 그러나, 이러한 주택의 용도변경 리모델링은 입지적 조건과 건물의 여건이 충족되는 경우에 제한적으로 실현이 가능하다.

단독주택의 용도변경은 단독이 아닌 여타 유형의 주택으로 전환되거나 아니면 상업용 또는 사무실 용도로의 전환이 이루어진다. 먼저, 리모델링을 통하여 단독주택에서 다른 형태의 주택으로의 용도 전환이 이루어지는 경우가 있는데 생각만큼 큰 폭으로 이루어지는 편은 아니다. 왜냐하면, 최근 활성화된 단독주택의 다가구 또는 다세대 주택으로의 전환은 거의 재건축 방식으로 이루어지고, 리모델링 방식으로는 추진이 불가능한 경우가 많다. 따라서 단독주택의 여타주택으로의 용도변경 리모델링은 주로 대학가나 업무시설 밀집지역을 중심으로 이루어지는 원룸형 주택으로의 용도변경이 주종을 이룬다.

다음으로 상업용이나 업무용으로 용도 변경하는 리모델링이 있다. 주택건물 전체를 상업용 또는 업무용으로 변경시키는 경우도 있고 부분적으로 일부는 주택 용도로 사용하면서 나머지 부분을 임대형의 사무실 또는 상업시설로 리모델링 하는 경우도 있다. 업무용으로 변경되는 리모델링 주택에는 주로 단독주택의 분위기를 선호하는 기획·디자인, 출판, 또는 광고회사들이 임대하기를 선호한다. 이들 업종은 업무 성격상 굳이 비싼 임대료를 지불하는 사무실 빌딩에 입주할 필요가 없고, 창의적인 업무를 필요로 하기 때문에 환경이 양호한 단독주택을 선호하는 경향을 보인다. 단독주택형 사무실은 편안한 분위기에서 창의성을 발휘하기가 쉽고 야간작업이 용이하고 임대료와 관리비가 적게 들고 마당을 활용하여 주차 문제도 해결할 수 있는 장점이 있다. 이밖에 상가밀집지역의 이면도로에 위치해 있는 주택들은 주택의 형태를 유지하면서 의류매장, 음식점 등의 시설로 리모델링되는 경우도 있다. 그리고 역사문화지구에 위치하여 전통적 주거지로서의 여건을 갖추고 있는 주택의 경우에는 독특한 취향의 카페나 음식점 등으로 리모델링되는 경우도 있다.

(4) 수익성 향상을 위한 리모델링의 조건과 최근 경향

용도변경 여부와 상관없이 수익성 향상을 위한 단독주택 리모델링은 기존 주택의 상황과 입지조건이 양호해야 실현이 가능하다. 소유자 자신이 살 목적이 아니라면 기본적으로 어느 용도로든지 임대 또는 매각 등의 수요가 있어야 하기 때문이다. 이런 측면에서 수익향상형 단독 주택 리모델링은 역세권, 대학가, 업무시설 밀집지역 등에서 주로 추진된다. 거기에는 건폐율에 여유가 많아 리모델링을 통하여 증축이 가능하고, 주차장 확보와 추가적인 여유 공간의 확보가 가능한 주택이 다양한 방식의 리모델링을 통하여 수익성을 확보하기가 쉽다. 또한, 접근성이 양호하고 비교적 폭이 넓은 도로를 접하고 있어야 특히 사무실 용도로의 리모델링을 통하여 수익성 증대가 가능하다.

노후 단독주택 리모델링은 잠재수요가 매우 큼에도 불구하고 단위 규모가 작고 수요에 대한 정보교류가 원활하지 못하여 등록건설업체들이 이 시장을 파고들기는 쉽지 않은 문제가 있다. 그러나 사회변화가 빠르게 일어남에 따라 다양한 방향으로 리모델링의 요구가 커지고 있는 것도 사실이다. 지금까지는 주로 비용절감 차원에서 무등록업체들을 중심으로 리모델링을 추진하는 경향이 컸으나 보다 전문적인 사업성 분석과 시공 기술을 요구하는 리모델링 수요가 커지면서 중소건설업체들이 수주하는 비중도 점차 늘어나고 있는 경향을 보이고 있다.

사례 1 : 거주목적으로 성능개선을 한 리모델링 사례²⁹⁾

지은 지 30년된 50평짜리 주택으로 성능향상형의 리모델링을 실시한 사례이다. 주택 소유자는 신축을 고려해 봤으나 「건축법」의 강화된 기준으로 인하여 신축시에는 30평대로 줄여야 하기 때문에 사실상 신축은 불가능한 상황이었다. 노후 설비부터 내장, 외장을 포함하여 지붕까지 교체하는 전면 리모델링을 실시하였다. 그 중에서도 가장 많은 비중을 둔 부분은 주택내부의 공간을 전면 교체하는 것이었다. 현관부터 바꾸면서 현대식의 주거 공간으로 변경시키는 전면적인 변경 작업을 실시하였다.

총 리모델링 공사비는 8,500만원이 소요되었다. 평당 170만원이 소요된 셈인데 구조가 부실하여 보강작업까지 포함한 전면 리모델링을 실시하였기 때문에 양호한 주택을 리모델링하는 경우보다 평당 공사비는 더 많이 들었다. 부문별 공사비중 가장 많이 소요된 부분은 지붕공사로 1,100만원이 소요되었다. 그러나 이렇게 많은 리모델링 공사비를 투입하여도 신축의 평당 공사비인 250만원보다는 적게 소요되었다. 무엇보다 리모델링이외에는 다른 대안이 없는 상황에서 노후화된 주택을 새롭게 성능 개선하였다.

사례 2 : 성능개선을 통하여 임대수익을 증대시킨 리모델링 사례³⁰⁾

지은 지 27년이 지난 단독주택을 전면 개보수하여 새롭게 임대수익을 증가시킨 사례이다. 인천시에 소재하는 대지 35평에 건평 21평짜리 단층주택으로 전세난이 계속되고 있음에도 9개월째 세입자를 구하기 어려워 주인은 리모델링을 통하여 전세를 놓기로 결정하였다.

이 주택은 지은 지 오래된다가 10년 가까이 전세를 놓다보니 관리가 소홀해져 외관상으로도 다른 집보다 훨씬 낡은 모습을 보이고 있었다. 외벽은 금이 가고 페인트 칠이 벗겨져 있고, 대문과 현관은 녹슬어 있는데다가 벽면은 단열이 제대로 되지 않은 채 유지되고 있었다. 거기에 더 큰 문제는 27년 전에 지어진 주택이다보니 방이나 거실, 부엌 등의 배치가 요즘 사람들이 선호하는 구조로 되어 있지 않다는 점이다.

따라서 리모델링공사는 노후화된 집의 구조를 전면 개선하는 대대적인 공사로 추진하였다. 구조안전진단을 실시한 후 노후 설비를 개선하였으며 내·외벽을 단열이 가능하면서 주택의 이미지를 현대화시키도록 교체하였다. 그리고 주택내부 구조를 전면 변경시키는 작업을 추진하였다. 기존 베란다를 터서 거실을 넓히는 작업도 하였다.

전면 리모델링공사에 든 총 비용은 4,500만원이 소요되었다. 신축보다는 비용이 적게 들었고 공사기간도 짧았음에도 불구하고 거의 새집이나 다름없는 주택을 만들었다. 집 주인은 당초 리모델링 후 전세를 놓으려는 생각이었으나 매입자가 있어 매각을 하였는데 1,500만원의 순이익을 보았다. 당초 이 주택은 집이 낡아 토지 값으로 7천만원만 인정받았으나 리모델링 후 1억 3천만원에 매각을 하였다. 따라서 리모델링 공사비 4,500만원을 고려하면 1,500만원의 순이익을 본 셈이다. 리모델링 전에는 전세는 물론 매각이 거의 불가능한 주택을 순이익을 발생시키면서 매각을 성사시킨 사례로 볼 수 있다.

사례 3 : 상가주택을 전문음식점으로 용도변경 리모델링한 사례³¹⁾

본 사례는 상가와 주택을 겸한 건물을 수익성 높은 용도의 건물로 용도 변경하여 리모델링한 사례이다. 리모델링 전의 건물은 지하 1층에 지상 2층의 25년이 넘는 상가주택으로 건물이 노후화되어 상가부분은 임대료가 잘 되지 않고 있는 실정이었다. 거기에다 세월이 흘러 자식들이 출가함으로써 노부부만이 살고 있는데 내부시설이 노후화되어 생활하기가 불편하였다. 그리고 두 부부만이 거주하기에는 주거면적이 너무 넓고 건물의 이용가치가 떨어지는 문제점을 안고 있었다.

이러한 이유로 건물소유주 가족들은 본 건물의 이용가치를 향상시킬 수 있는 방안을 전문업체에 의뢰하여 리모델링하는 방안을 시도하게 되었다. 본 건물의 리모델링은 리모델링의 범위

29) 최문섭주택저널, 나는 부동산 리모델링으로 3억 벌었다, 한국경제신문(2001). pp. 83-89.

30) 서용석, 부동산 리모델링으로 큰 돈 버는 14가지 방법, 거름(2002), pp. 45-51.

와 내용을 결정하기 전에 먼저 건물의 용도를 어떻게 변경시키느냐가 중요한 과제였다. 건물의 용도를 결정하기 위하여 건물이 위치하고 있는 입지적 특성과 현재 건물이 처하고 있는 상황적 조건 등을 동시에 검토한 결과

건물주는 대형 테마 음식점으로 용도변경하기로 결정하였다. 이러한 결정을 하게 된 이유는 우선 건물이 위치하고 있는 입지가 중심상업지구는 아니지만 배후에 대형 아파트단지와 업무용시설들이 위치하고 있고 자동차로 접근하기 좋은 특성을 갖고 있기 때문이었다. 또한 기존 건물은 대지 105평에 건물면적이 48평으로 증축 및 주차장 확보의 여건이 좋았다.

리모델링은 건폐율과 용적률을 최대한 활용하는데 주안점을 두어 수직 증축은 아니나 수평으로 연면적을 넓혀 총 179평짜리 건물로 커졌다. 주건물 옆에 붙어 있는 가건물은 철거하여 주차장 용도로 활용하였다. 지하공간은 노부부가 생활하기에 불편이 없도록 방수, 단열 등에 신경을 쓰고 부분적으로 채광이 가능한 부분에 최대한 창문을 크게 만들도록 노력하였다. 그리고 주변지역에 살고 있는 가족들이 함께 모여 생활할 수 있도록 거실과 주방 및 별도의 방을 만들었다. 1층과 2층은 테마음식점에 적합하도록 외관과 실내를 디자인하여 변신시켰고 보다 많은 고객을 유치하고 쾌적한 공간을 만들기 위하여 면적을 넓혔다.

본 건물의 리모델링에는 증축을 포함하여 평당 공사비가 225만원 들어 총 공사비는 4억원 가량 투입되었다. 공사기간은 6개월 정도 소요되었다. 리모델링 후 수익성을 분석한 자료에 따르면 부동산 감정이 즉, 건물의 가치가 리모델링 전 8억원에서 12억원으로 상승하였고 건물의 운용수익은 리모델링 전에는 거의 발생하지 않았으나 리모델링 후에는 대형 테마음식점의 운영으로 순수이익이 매월 2천만원 정도에 이르는 것으로 나타났다. 따라서 본 건물은 약 50%에 이르는 부동산의 가치상승과 높은 건물의 운용수익으로 인한 공사비의 조기 회수 및 지속적인 수익 창출이 예상되어 리모델링의 효과가 매우 큰 것을 추정되었다. 전문가의 분석에 따르면, 수익성이 예상대로 실현될 경우 2년 내에 투입된 공사비를 환수하는 것이 가능한 것으로 판단된다.

사례 4 : 단독주택을 사무실로 리모델링 한 사례³²⁾

의류업체를 경영하던 사장이 임대건물 대신 단독사옥을 찾던 중 원하는 위치의 단독주택을 사서 리모델링하여 사옥을 마련한 사례에 해당된다. 당초 이 주택은 서울 마포구에 있는 대지 184평에 건축면적 70평의 지하 1층, 지상 2층의 벽돌건물이었다. 25년이 된 조적조 건물로 벽은 모두 내력벽이고 설비 등은 낡은 상태를 유지하고 있었다. 그러나 이면도로에 면해 있지만 넓은 도로에 접해있어 차량 진입과 주차 등이 유리하고 주변에 상업기능이 발달해 있어 사무실 용도로 용도변경하기에 적당한 주택이었다.

31) 서용석, 부동산 리모델링으로 큰 돈 버는 14가지 방법, 거름(2002), pp. 134-144.

용도변경 리모델링이므로 무엇보다 건물의 안전성에 주의를 기울여 안전진단을 실시하고 내력벽을 대부분 그대로 사용하는 한편, 부득이 철거되는 부분은 철제 기둥과 빔으로 보강하는 방식을 취하였다. 외관은 사무실 용도의 이미지가 가능하고 개방감을 주도록 커튼월과 유리로 마감하였다. 높은 담장의 일부를 철거하여 8대의 주차 공간을 마련하여 고객이 쉽게 방문할 수 있도록 하였다. 1층 베란다 부분은 증축하여 사무실 면적을 확대하였으며 2층 발코니는 직원들의 휴식공간으로 만들었다. 그리고 넓은 마당의 잔디와 정원은 그대로 두어 자연친화적인 분위기를 주도록 하였다.

의류업체 사장이 사무실 건물을 마련하기 위하여 총 투입한 비용은 모두 15억원 정도이다. 주택 매입비를 제외한 순수 리모델링 공사비는 2억5천만원이 소요되었다. 평당 140만원이 소요되었는데 신축을 했다면 평당 250만원이 들었을 것으로 예상되어 상당한 비용 절감을 실현하였다. 리모델링전의 부동산가격은 12억2천만원이었는데 리모델링 후에는 18억원으로 상승하였다. 리모델링 비용을 빼고도 3억원 이상의 가치 상승을 실현시킨 셈이다. 비용 측면이외에 24시간 업무가 가능하고 관리비가 적게 들면서 직원들이 편안한 마음으로 일할 수 있는 사육을 마련하게 된 것이다.

32) 서용석, 부동산 리모델링으로 큰 돈 버는 14가지 방법, 거름(2002), pp.93-98.

제4장

중소건설업체의 리모델링시장 진출 및 사업추진 사례

이 장에서는 실제로 리모델링 시장에 진출하여 사업을 하고 있는 기업들의 사례를 살펴보고자 한다.³³⁾ 이미 리모델링 시장에 진출하여 체득한 다양한 사업 경험이야말로 향후 이 시장에 진출하고자 하는 기업들에게 많은 시사점을 줄 것이다. 이를 위하여 이번 사례조사에서는 회사의 전반적인 경영 및 사업 실적과 더불어 리모델링 수주 및 사업 추진과 관련된 핵심 사항, 그리고 리모델링 시장 전반에 대한 전망 및 사업상의 애로점과 정책적 개선 요구사항 등을 포괄적으로 면담 조사하였다.³⁴⁾

본 사례 조사에서 제시하는 업체는 모두 13개 업체이다. 일반건설업체가 7개 업체이고, 전문건설업체가 3개, 그리고 기타 유형의 업체가 3개이다. 리모델링은 신규사업 영역이면서 사업 규모가 소규모이고 특성이 다양하여 여러 유형의 업체가 시장에 진출하는 특징을 보인다. 이번 사례조사에서는 이러한 측면을 고려하여 일반건설업체는 물론 전문건설업체와 기타 건설유관업체들을 포함하였다.

총 7개의 일반건설업체는 건축물 리모델링 사업에 주력하는 관계로 모두 일반건설면허 중 건축 면허를 보유하고 있으며 리모델링사업 추진에 필요한 일부 중복 보유 가능한 전문면허를 보유하고 있는 업체도 있었다. 한편, 3개의 전문면허 보유업체 중 2개 업체는 실내건축공사면허, 그리고 1개 업체는 시설물유지관리업면허를 보유하는 등 리모델링과 연관성이 높은 면허를 보유하고 있었다. 3개의 기타업체는 건설면허 없이 국제청에 사업자 등록만 하여 리모델링 사업을 하는 1개 업체와 자재업체, 컨설팅 전문업체 등이다.

<표 IV-1> 사례조사 대상업체의 유형

구분	일반건설업체	전문건설업체	건설무등록업체	자재업체	컨설팅업체	합계
업체수	7	3	1	1	1	13

33) 이번 사례조사는 2006년 6월 20일부터 7월 10일 사이에 시행되었다. 연구자가 직접 회사를 방문하여 CEO와 면담하는 방식으로 수행하였으며 (한 회사를 제외하고는 모두 CEO와 면담) 필요한 경우 리모델링 담당 책임자와 함께 면담한 경우도 있었다.

34) 그러나 자유로운 면담조사 방식을 취하였으므로 각 회사별로 모든 면담항목에 대하여 일률적인 응답을 얻어내지는 못했다.

1. 일반건설업체

(1) CR시스³⁵⁾

① 일반현황

CR시스는 리모델링사업을 전문으로 하는 건설업체가 되는 것을 비전으로 설정하여 2000년 3월에 설립된 회사이다. 건축공사 면허를 보유하고 있으며 현재 정규 종업원은 19명이다. 연매출액은 2000년 설립 당시에는 6억원에 불과하였으나 2005년도에는 90억 원을 달성하였으며 금년에는 100억원 이상을 목표로 하고 있다.

리모델링 사업은 2000년도에 회사 설립과 동시에 개시하였다. 그러나 리모델링만을 전담으로 하고 있지는 않으며 신축과 리모델링의 두 분야를 병행하고 있다. 2005년 현재 전체 매출 중 리모델링의 비중은 건수 기준으로는 50%, 금액 기준으로는 30%를 차지하고 있다. 건수에 비하여 금액 기준의 비중이 떨어지는 것은 리모델링 공사의 단위 규모가 작기 때문이다.

② 리모델링 사업 특징

이 회사의 H사장은 지금까지 리모델링 매출은 비교적 안정적으로 성장해 왔다고 평가하고 있다. 그러나 리모델링 사업에 뛰어들 초기에는 이윤 확보에 많은 어려움을 겪었는데 이는 리모델링 고유의 시공 경험과 기술력이 그 당시에는 부족했기 때문이라고 말한다. 초기 단계의 이러한 어려움은 회사가 점점 리모델링 사업의 경험을 축적해 나가면서 극복하게 되었고 지금은 어느 정도 안정적인 이윤 확보가 가능한 것으로 평가하고 있다. H사장의 이러한 평가는 리모델링 사업에서 경험 축적이 매우 중요함을 시사하고 있다. 즉, 사업의 경험이나 관련 기술의 축적없이 초기 단계부터 수익 창출이 쉽지 않음을 의미한다.

이 회사는 지금까지 연평균 3건 내외로 총 15건 정도의 리모델링 공사를 수주하여 왔다. 1건 수주 공사의 평균 공사 금액은 20억원 내외이다. 현재 회사가 주력하고 있는 리모델링 사업 분야는 학교 건물, 종교용 건물, 그리고 사무실 및 상업용 건물 등이다. 특히, 학교 등 교육용 건물이 전체 리모델링 매출에서 50~70%를 차지하여 이 분야에 특화된 경쟁력을 가지고 있는 것으로 보인다.

35) 본 사례조사에서는 기업의 성공사례를 소개하는 것이 아니라 사업을 추진하면서 다양하게 경험한 내용들을 소개하는 것이므로 가급적 회사의 명칭을 익명으로 소개하고자 한다. 따라서 건설회사의 명칭을 있는 그대로 사용하는 대신 첫 한, 두 글자는 영문으로 그리고 뒤 쪽은 원래 한글 이름으로 하여 소개하고자 한다.

H사장은 신축과 리모델링 사업이 각각 장단점이 있으므로 앞으로도 두 사업을 병행하는 방향으로 회사를 운영하겠다는 생각을 갖고 있다. 리모델링은 공사기간이 짧고, 따라서 자금회전에서 유리한 장점을 갖고 있는 반면, 물량을 확보하고 매출을 확대하는 데는 한계가 있는 것으로 보고 있다. 따라서 적정 규모의 신축 공사를 동시에 수주해 나가는 것이 회사의 발전에 보다 유리할 것으로 보고 있다.

CR시스의 리모델링 수주는 주로 두 가지 발주 방식에 의존하고 있다. 첫째 방식은 지명제안경쟁입찰에 참여하는 방식인데 발주자로부터 참여 제안을 받아 사업제안서 제시를 통하여 입찰에 참여하는 방식이다. 발주자는 사전에 3~4개 업체를 지명하여 사업제안서를 제출하도록 하는데, 제안서가 채택되면 발주자와 수의시담 과정을 거쳐 수의계약을 통하여 최종 사업자로 선정된다. H사장은 대부분의 민간 건축주가 발주하는 리모델링 공사는 주로 이 방식에 의하여 이루어진다고 말한다. 이는 건축주는 리모델링 공사에 대한 아이디어나 정보가 부족한 실정이므로 시공 경험이 풍부한 업체에게 공사 전체를 일임하는 턴키방식을 선호하기 때문으로 판단된다. CR시스는 지명경쟁방식보다는 빈도가 적은 편이지만 일반적인 설계시공분리발주방식의 입찰에 참여하는 경우도 있다. 이 방식에 참여를 지명받는 경우에는 최저가를 제시해야만 공사를 수주하게 된다.

리모델링 수주가 어느 방식에 의하여 이루어지든 CR시스가 수주를 확대해 나가기 위해서는 두 가지 측면에서의 경쟁력 확보가 중요하다. 첫째는 어느 방식으로 발주가 나오든지 참여업체로 지명을 받는 것이 우선이다. H사장은 대부분 소개를 통하여 지명을 받는다고 한다. 이는 사장 등 일부 경영진의 사회적 네트워크가 수주에 중요한 요소임을 시사한다. H사장은 최근 과거의 공사실적과 성과를 통하여 지명도를 점차 넓혀가고 있다고 말한다. 이와 더불어 인터넷을 통한 접속과 방문 등도 점차 확대되는 추세라고 말하고 있어 다양한 방식으로 리모델링의 지명도를 확대해 나가고 있음을 시사하고 있다.

둘째, 리모델링 수주 확대를 위해서는 가장 발주 비중이 높은 제안경쟁방식에서 경쟁력을 높여야 한다. H사장은 이를 위해서 회사의 엔지니어링 능력을 키우는데 주력하고 있다고 말한다. 즉, 인테리어 전문가를 새로 영입하는 한편, 회사가 자체 보유하기 어려운 구조, 설비, 전기 등의 분야는 유능한 협력업체를 보유하고 관리하는데 중점을 두고 있다고 한다. 특히, 리모델링 사업 제안 능력을 확대하기 위하여 건축설계 경험과 시공 경험을 동시에 확보하지 않으면 안된다고 강조한다. CR시스의 경우 일반적인 리모델링 공사의 사업 제안 비용은 한 건당 500만~1000만원 정도 소요되고 있다.

한편, H사장은 리모델링 수주에서 중소기업의 강점으로 CEO의 능력과 행동력을 들고 있다. 큰 업체에 비하여 중소기업은 CEO가 직접 건축주와 접촉하고 문제를 해결해

나가는 강점을 보유하고 있는 것으로 생각하고 있다. H사장의 중소기업체의 강점에 대한 견해는 결과적으로 CEO의 능력이 수주뿐만 아니라 공사 수행 전반에 걸쳐서 강력한 영향력을 발휘한다는 것을 의미한다. 즉, CEO의 순발력있는 대응과 문제해결 능력이 리모델링 사업의 경쟁력 확보에서 무엇보다 중요한 요소임을 시사한다.

H사장은 리모델링 사업에서의 성공 요소로 네트워크 능력, 커뮤니케이션 능력, 그리고 사전 건물진단 능력 등 세가지 요소를 꼽고 있다. 네트워크 능력은 리모델링 공사가 종합적인 사업 수행 능력을 요구하므로 필수 인력은 회사 내에 보유하고 나머지 전문 분야의 능력은 협력 방식을 통하여 확보하는 것이 중요하다는 것을 의미한다. 또한 리모델링 공사는 사업 범위를 사전에 확정짓기 어려운 속성이 있으므로 건축주와의 커뮤니케이션 능력이 사업의 성패에 큰 영향력을 미친다고 생각한다. 동시에 건물의 사전 안전진단을 소홀히 할 경우 나중에 심각한 문제의 발생 소지가 매우 높다는 점도 강조하고 있다.

CR시스는 리모델링 수주에 있어서 민간 도급공사 이외에는 별로 관심을 두고 있지 않는다. 공공 리모델링 공사는 발주 물량이 적지 않으나 적격심사방식의 발주가 주로 이루어지고 있어 실력이 있어도 수주 자체가 거의 불가능하다고 H사장은 말한다. 또한 리모델링 사업 분야에 자체 개발사업 방식으로 참여하는 것도 아직은 고려하지 않고 있다고 말한다. 그 이유로 개발 사업은 시장 및 이윤 창출에 유리하나 리스크가 높아 아직은 도급사업 위주로 사업을 하고 있다고 설명한다. H사장은 CR시스에 적당한 리모델링 공사의 규모로 100억원 이하이면 수행이 가능하다고 보고 있으나 현재까지는 30억 정도의 공사가 최대 공사였다고 말한다.

③ 리모델링시장 전망 및 제도개선 요구 사항

H사장은 2010년경부터 리모델링 시장은 빠르게 성장해 나갈 것으로 예상하고 있다. 빠른 성장을 전망하는 주된 이유로는 노후 건축물의 재고가 급증하고 있는 점을 들고 있다. 즉, 리모델링 시장의 잠재수요는 매우 큰 것을 평가하고 있다. 그러나 잠재 시장 규모가 큰 일반 상업용 건물의 경우 임차인의 문제를 해결하는 것이 용이하지 않고, 금융상의 문제가 리모델링 시장 성장에 가장 큰 애로 요인으로 보고 있다. 그러나 이러한 문제점에도 불구하고 노후 건축물이 매매되는 경우에는 대부분 리모델링 공사가 이루어진다고 말한다.

궁극적으로 H사장은 리모델링 시장은 부동산 경기의 활황 여부와 매우 상관성이 높은 특징을 갖는 것으로 보고 있다. 그리고 H사장은 리모델링 시장을 활성화시키기 위해서는 건설업체보다는 건축주에게 유인을 주는 정책을 펴는 것이 중요하다고 강조한다. 특

히, 리모델링 건축주에게는 각종 조세 및 금융상의 혜택을 부여할 필요가 있다고 말한다. 그리고 리모델링 사업은 턴키형의 발주를 요구하므로 시공자가 직접 설계를 하여 사업에 참여할 수 있도록 현행 설계·시공분리제도의 개선을 요구하고 있다.

(2) BW리모델링건설

① 일반현황

이 회사는 1984년에 설립되어 건축 사업을 운영해 오다가 현재는 리모델링에만 특화하고 있다. 면담을 한 J사장은 1980년대 후반부터 일본의 리모델링 시장을 벤치마킹하여 국내 리모델링사업 진출을 추진하였다고 말한다. 리모델링 수주는 1990년대에 들어와서 본격적으로 이루어지 시작하였으며 그 이후 리모델링 이외의 신축공사는 하지 않고 있다. 리모델링 공사만을 수주하고 있음에도 불구하고 2000년대 이후 지금까지 매년 150억 원 정도의 매출을 안정적으로 유지해 오고 있다. 종업원은 현재 28명이며 건축공사 면허와 시설물유지관리업, 실내건축공사업과 건축물조립공사업 등 리모델링에 필요한 전문공사 면허도 보유하고 있다.

② 리모델링 사업 특징

이 회사는 리모델링 전문회사로 성장해 나가기 위하여 오랜 기간 철저한 준비과정을 거쳐 왔는데 특히 영업 측면에서 투자를 꾸준히 해 왔다. 구체적으로 시장 개척 및 확보를 위하여 노후건물에 대한 조사를 추진하고 지속적으로 건물주를 방문하여 자문을 하는 등의 노력을 전개해 왔다. 또한 광고 등을 통하여 회사의 인지도를 높이고 기술적 측면의 능력을 보강하는 노력도 꾸준히 시행해 왔다. 이러한 노력의 결과 BW리모델링건설은 건설경기의 변동 여부와 상관없이 안정적으로 수주 관리를 해 오고 있다. J사장은 향후에도 일정한 물량의 유지에 자신에 있다고 말하는 한편, 외형을 크게 확대할 생각이 없다는 의사도 피력하고 있다. J사장은 리모델링 사업에 신규 진출하려는 회사는 적어도 3-5년 정도의 준비와 투자기간을 거칠 필요가 있다고 말한다.

BW리모델링건설은 매년 10~20건 정도의 많은 리모델링 공사를 수주하고 있다. 단위 공사의 수주 규모는 작게는 6~7억 정도에서 큰 규모는 30억원 정도에 이르고 있다. 특별히 특화된 경쟁력을 보유하고 있는 공종은 없고 일반적인 상업용 및 사무실 건물을 대상으로 하고 있다. 당초에는 수요가 가장 많은 외장 중심의 리모델링을 추진하였으나 리모델링 수주가 점점 확대되면서 점차 전체 건물 리모델링에 주력해 오고 있다.

J사장은 회사가 리모델링 분야의 전문성을 높여 나가는 과정에서 가격 경쟁력은 점점 불리해지는 경향을 보인다고 말한다. 즉, BW리모델링건설의 공사비는 타사보다 20~30%정도 비싼 편인데 이는 리모델링 공사의 내용과 범위를 잘 알고 있기 때문이라 말한다. 따라서 J사장은 리모델링을 제대로 이해하는 건축주를 상대로 제값받고 제대로 시공하는 방식을 추구하는 전략을 구사하고 있다고 한다. 이는 BW리모델링건설의 경우 이미 시장을 선별하는 단계에까지 이르고 있음을 의미한다. J사장은 이러한 방식으로 수주하여 시공한 결과 지금까지 발주자로부터 항상 좋은 평가를 받아 왔다고 자평하고 있다.

BW리모델링건설 역시 민간 건축 외에 공공부문의 리모델링공사에는 일체 참여하지 않고 있다. CR시스 사례에서 본 바와 같이 공공부문의 리모델링공사는 실력으로 수주할 방안이 없기 때문이다. J사장은 정부의 예산 및 건물관리 방식의 문제로 인하여 리모델링이 필요함에도 불구하고 단순 개보수 방식의 발주만 이루어지고 있는 것은 문제라고 말한다.

따라서 BW리모델링건설이 수주하는 리모델링공사는 전부 민간공사로서 제안경쟁 방식의 수주가 90%에 이르고 있다. 나머지 10%는 설계시공분리입찰방식을 통한 가격경쟁으로 수주하는 경우이다. 가격경쟁으로 수주하는 경우에는 거의 대부분 20~30%정도의 설계변경을 통한 공사비 상승이 불가피하게 발생하게 되는데 이는 리모델링을 제대로 이해하지 못하는 설계가 이루어지고 있기 때문이라 한다. 그리고 이로 인한 건축주와의 마찰이 빈발하게 된다고 말한다.

J사장은 리모델링 사업에서 성공하기 위해서는 영업력과 더불어 기술력 확보가 매우 중요하다고 강조한다. 그에 따르면 기술력의 차이는 공사비 즉, 원가 경쟁력에 결정적인 영향력을 미치는 요인이 된다. 그는 대부분의 리모델링공사는 연계성과 복잡성을 갖고 있기 때문에 이러한 특성을 제대로 이해하지 않고 동시에 관련 기술력을 확보하지 않으면 이윤을 확보해 나가기 어렵다고 말한다. 즉, 이러한 기술적 측면의 능력 부족은 공사비 상승 및 공기 연장을 유발하고 나아가 하자 발생으로 인한 클레임을 유발하는 요인이 된다고 말한다.

③ 리모델링시장 전망 및 제도개선 요구 사항

J사장은 리모델링 시장의 잠재적 성장성을 매우 높게 평가하고 있다. 그러나 시장이 제대로 활성화되기 위해서는 건물주의 인식이 바뀌어야 한다고 강조한다. 즉, 건물주의 건물 입주자에 대한 제대로 된 서비스 의식이 확립되어야 시장이 제대로 활성화될 수 있을 것으로 전망하고 있다. 또한 리모델링 수주 내지 시공을 위하여 요구되는 면허가 복

잡하므로 건설면허의 통합을 요구하고 있다. 또한, 이미 언급한 바와 같이 공공공사의 리모델링 수주 여건을 조성하기 위하여 제안방식의 발주를 확대해 나갈 것을 요구한다. 민간공사의 경우에는 리모델링 수요를 확대해 나가기 위하여 정부가 불필요한 건축 규제를 완화해 주어야 한다고 강조한다. 예를 들어 외벽 등의 마감을 위하여 사선 침해가 불가피하게 발생하는데 이러한 문제 하나로 인하여 리모델링 추진 자체가 불가능해진다고 말한다.

(3) HD리모델링

① 일반현황

HD리모델링은 2001년에 설립된 회사인데 이번 사례조사업체 중에서 규모가 가장 큰 중견 규모의 회사이다. 2001년도에 30억원 정도의 매출로 출발하여 2005년도에는 1,100억원의 매출을 달성할 정도로 급성장 하였다. 2006년 현재 종업원은 약200명으로, 건축공사면허를 보유하고 있으며 건축공사에만 특화하고 있다.

이 회사는 당초 리모델링을 주된 사업 영역으로 출발하였으나 짧은 기간동안에 여타 부문으로 확대해 나가고 있다. 설립 초기에는 거의 100% 리모델링 사업만을 시행하였으나 2003년부터 개발사업 영역에 진입하였고, 그 이후 2004년부터 본격적으로 매출을 확대해 나가고 있다. 그 결과 2005년 기준으로 매출액의 70%를 개발사업을 포함한 신축이 차지하고 리모델링은 30%에 불과하다. 건수 기준으로는 리모델링이 거의 절반 가까이를 차지하나 금액 기준으로는 비중이 점차 줄어드는 특징을 보이고 있다.

HD리모델링이 이와 같이 짧은 기간 동안에 급성장하게 된 것은 리모델링에 국한하지 않고, 시장 변화에 대응하여 적극적인 사업 개발을 추진한 결과로 판단된다. 그러나 더 큰 이유는 국내 최대 규모의 건설업체로부터 분사한 회사이기 때문으로 생각된다. HD건설은 다른 신규업체들이 가지지 못한 장점 특히, 영업력에서의 막강한 이점을 초기 단계부터 보유하고 출발한 셈이다.

② 리모델링 사업 특징

면담에 응한 K이사는 회사가 외형적 규모를 확대해 나가면서 리모델링에만 의존하기 어려운 상황에 직면하고 있다고 말한다. 즉, 리모델링은 단위 공사 규모가 작기 때문에 회사의 규모를 키우는 데는 한계가 있다고 말한다. 따라서 외형적 규모가 커진 현재 상태에서는 리모델링을 적정 수준 유지해 나가면서 신축과 개발사업을 적극 추진하지 않으면 안되는 것으로 판단하고 있다.

그러나 이 경우에도 여전히 리모델링의 장점과 중요성은 부인하지 않고 있다. 우선 리모델링은 장래 성장 가능성이 높으므로 미래 시장을 확보해 나가는 차원에서도 적극적인 추진이 필요하다고 보고 있다. 또한 리모델링은 경영의 안정성 측면에서 기여도가 높다고 말한다. 즉, 리모델링 사업은 리스크가 적은 편이고, 자금회전이 빨라 경영의 안정성에 기여하는 효과가 크다고 말한다. 이러한 측면에서 HD리모델링은 앞으로도 리모델링의 비중을 적절하게 유지하는 등 균형된 포트폴리오를 유지해 나갈 방침이라고 한다.

HD리모델링이 주로 수주하는 리모델링 분야는 일반적인 상업용·사무실 건축물이다. 1년에 평균 10여건의 리모델링 공사를 수주하고 있다. 평균 공사 규모는 20~30억 정도이며 따라서 전체 연 매출은 약 200~300억 정도에 이르고 있다. 여타 중소기업에 비하여 규모가 상대적으로 큰 편이므로 단위 리모델링 공사 규모도 비교적 큰 편이다. 이 회사의 리모델링 수주는 주로 소개를 통하여 이루어지며 회사의 명성도와 평판이 간접적인 영향을 미치고 있는 것으로 조사되고 있다. 수주는 주로 제안경쟁방식과 가격경쟁입찰방식의 두가지 유형으로 이루어지고 있는데 회사는 전자의 방식에 참여하기를 선호한다고 한다.

해외와 국내에서 리모델링 공사 경험이 많은 K이사는 리모델링은 중소기업에 적합한 사업이나 충분한 사업 경험과 종합적인 기술력을 보유하지 않으면 성공하기 어려운 사업분야로 평가하고 있다. 그는 리모델링 분야에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 설계와 엔지니어링 능력을 갖추지 않으면 안 된다고 강조한다. 즉, 리모델링은 단위 공사 규모는 작아도 다분야의 공종과 기술 투입이 요구되는 종합공사의 특징을 보유하고 있는 사업이라고 말한다. 따라서 리모델링 사업의 전 분야를 포괄하는 종합적인 능력을 보유한 핵심 인재를 확보해야 하고 유능한 협력업체와의 네트워킹 능력도 매우 중요하다고 설명한다. 특히, 중소기업의 경우 CEO 내지 핵심 경영진들이 리모델링 관련 종합적인 기술력을 확보하는 것이 매우 중요하다고 강조한다.

이러한 측면에서 K이사는 리모델링사업 역시 앞으로 소수의 경쟁력 있는 업체가 시장에서 우위를 점해 나갈 것으로 전망하고 있다. 이런 회사가 가격과 기술 경쟁력에서 유리하여 시장 비중을 점차 확대해 나갈 것으로 보고 있다. K이사는 리모델링은 신축보다 더 높은 수준의 기술적 능력과 창의력을 요구한다는 점을 거듭 강조한다. 특히, 기술력이나 창의적인 아이디어로 저비용의 리모델링 시공을 할 수 있을 때 가격 경쟁력 확보와 보다 큰 이익 창출이 가능하다고 말한다. 예를 들어 리모델링 사업자는 증축을 통하지 않고서도 유효공간을 창출하는 창의적인 아이디어를 발주자에게 제시할 능력을 갖추어야 한다고 강조한다. 이런 측면에서 고급 기술력을 갖춘 인재를 확보하기 어려운 중소건

설업체는 결국 경쟁에서 불리할 것으로 전망한다. 그리고 아무리 시장 전망이 밝아도 사전 준비나 투자 없이 리모델링 시장에 진출한 업체는 실패할 확률이 매우 높다고 말한다.

(4) PS건설

① 일반현황

2001년도에 설립된 회사로 매년 40억원 내외의 매출을 기록하고 있다. 신축과 리모델링을 주로 하면서 인테리어와 건물 설계 및 감정 등의 업무도 동시에 수행하고 있다. 건축공사면허를 가지고 있으면서 다양한 부대사업과 시너지 효과 제고를 위하여 설계사무소를 동시에 운영하고 있다.³⁶⁾ 시공과 설계는 상호 시너지 효과가 높기 때문에 공동으로 운영하는 장점을 갖고 있다고 한다. 종업원은 현재 6명을 보유하고 있다.

사업 부문별 매출 구성은 금액기준으로 리모델링과 신축이 각각 절반 정도를 차지한다. 다른 회사와 마찬가지로 리모델링의 사업 건수가 많으나 금액 면에서는 신축과 거의 비슷한 규모를 차지한다. 신축 및 리모델링 이외에 수행하는 설계 및 감정 업무와 인테리어 등의 사업은 매출 규모는 작으나 수익성 측면에서 기여도가 높다고 한다.

② 리모델링 사업 특징

회사 설립 초기부터 리모델링 분야에서 다양한 사업 경험을 축적하고 있는 K사장은 리모델링이 신축에 비하여 상대적으로 가격경쟁의 부담이 적은 장점이 있다고 말한다. 즉, 리모델링이 신축에 비하여 기술 능력과 경험을 더 많이 요구하기 때문에 상대적으로 경쟁이 덜 심한 편이라 한다. 이는 단순히 리모델링이 초기 시장이라 경쟁이 약하다는 의미로 해석될 수 있는 한편, 리모델링 발주가 주로 턴키형으로 이루어지기 때문에 가격경쟁에서 상대적으로 유리하다는 의미도 내포한다. 그러나 K사장은 대부분의 민간 건축물 리모델링 발주자는 턴키형 발주에서 설계를 서비스로 생각하여 설계비를 보상하지 않는데 경험이 많은 업체일수록 이를 시공부분에 반영하는 노하우를 갖고 있다고 말한다.

K사장은 리모델링은 사업적으로 매우 매력적인 분야가 될 수 있을 것으로 전망하고 있다. 즉, 다른 어느 신규 사업보다 기술력을 갖춘 업체가 보다 많은 메리트를 확보할 수

36) 시공회사와 설계사무소는 법적으로 분리하여 운영해야 하므로 현실적으로 다른 법인으로 운영하고 있으나 실제로는 공동 운영 방식을 취하고 있다. 면접에 응한 K사장은 이러한 법적 규제에 인하여 운영상의 비용이 증대하는 문제가 발생한다고 말한다.

있는 사업이 리모델링이라 한다. 경험이나 기술력이 부족한 업체가 진출하기 어려운 사업이기 때문에 상대적으로 능력을 확보한 업체에게는 어느 정도 블루오션 사업이 될 수 있다는 생각을 비춘다.

K사장의 이러한 생각은 반대로 경험이 없는 업체가 이 시장에 진출하여 쉽게 성공하기 어렵다는 의미가 된다. 경험이 없는 업체는 기존 건물을 대상으로 하는 리모델링의 특성을 이해하지 못하여 초기 진단을 부실하게 하는 등 스스로 다양한 위험 요소를 만들 확률이 높다는 것이다. K사장은 경험이 많은 업체들은 이러한 위험 발생 가능성에 대비하여 사전 진단을 철저히 하면서 계약서 작성에서도 가급적 이러한 문제로 인한 어려움이 발생하지 않도록 세심한 주의를 기울인다고 한다. 즉, 사후적으로 발생할 수 있는 사업 범위 및 내용의 변경 가능성에 대비하는 능력을 갖추는 것이 매우 중요하다고 강조한다.

K사장의 이러한 주장은 리모델링 사업의 성패는 보이지 않는 리스크 발생 가능성을 줄이는데 있다는 점을 강조하는 것이다. 그리고 이러한 측면에서 리모델링에 대한 경험 축적과 기술 확보가 매우 중요하다는 것도 충분히 이해가 간다. 다시 한번 K사장은 리모델링 사업은 신축에 비하여 플렉시빌리티(가변성)가 대단히 높아 분쟁의 소지가 높다는 점을 강조한다.

PS건설은 주로 일반 상업용 건물의 수주에 주력하고 있는데 창고건물을 아울렛 매장으로 전환하거나 스포츠콤플렉스를 리모델링 하는 등 다양한 사업 경험을 보유하고 있다. 전체 리모델링 매출 중에서 상업용 건물이 70% 정도를 차지하고 주거용이 약 15% 정도를 차지하고 있다. 연 평균 리모델링 수주 건수는 대략 3~4건 정도이다. 수주한 공사 중 규모가 큰 것은 20억원 내외이고, 1.5억원 정도의 소규모 공사 리모델링을 한 경험도 갖고 있다.

리모델링 발주를 의뢰하는 건물주는 처음에 대부분 외장 개선을 요구하는데 실제 조사 진단을 하는 과정에서 설비 및 전기 등 여타 부문의 문제점을 많이 발견하게 된다고 한다. 이 경우 PS건설은 건물 조사진단 결과를 토대로 사업을 제안하여 외장이외에 다른 부분을 포함하는 리모델링을 유도한다고 한다. 또한 건물의 가치 상승을 유도하기 위하여 엘리베이터가 미설치된 4~5층 정도의 건물에 대해서는 엘리베이터 설치를 제안하는데 발주자들은 이익이 되기 때문에 수용하는 경우가 많다고 한다.

리모델링 수주는 대부분 지인을 통한 소개로 이루어진다고 한다. 이 방법이 수주 확률이 가장 높다고 말한다. 소개이외에 광고를 하고 전단을 돌리거나 각종 전시회 등에 참가하는 방법을 시도해 보았는데 별 효과를 못 보았다고 한다. 이는 건설사업의 특성상

신뢰성이 매우 중요한데 지인을 통한 소개가 여전히 가장 유용한 수단임을 의미한다. 소개 방식은 단독수의계약 또는 지명경쟁에 참여하는 방식을 의미하는데 제안서 작성을 통한 설득력이 수주의 성공 여부를 가리는 관건이 된다.

③ 리모델링시장 전망 및 제도개선 요구 사항

K사장은 장기적으로 리모델링 시장의 전망이 밝다고 보는데 그 주된 이유로 건축 규제를 들고 있다. 강화된 건축 규제로 기존 건물을 허물고 재건축하는 것이 사실상 어렵거나 보다 많은 비용을 초래하는 건축물이 크게 증가하고 있다고 말한다. 이러한 건물들이 노후화 문제를 해결하고 자산가치를 향상시키기 위해서는 리모델링 이외에는 별다른 대안이 없다고 한다. 그러나 이러한 잠재적 성장 가능성에도 불구하고 아직은 시장이 예상만큼 빠르게 성장하고 있지는 못하고 있는 것이 현실이라고 평가한다. 리모델링 발주는 전적으로 사업성 여부에 영향을 받으므로 경기가 중요 변수인데 이러한 측면에서 주택부문을 제외한 여타부문의 경기 침체가 리모델링시장의 성장에 악영향을 미치고 있는 것으로 판단하고 있다.

정책적인 측면에서 K사장은 리모델링에 대해서는 건축 규제상의 특례를 인정할 필요가 있다고 말한다. 예를 들어 단열재 보강시 중심선이 이동함으로써 건폐율이 증가하게 되는데 이로 인하여 실제 연면적이 늘지 않음에도 불구하고 건폐율 증가로 인하여 사업을 못하게 되는 경우도 발생한다고 말한다. 그리고 증축의 걸림돌이 되는 주차장 규제도 완화할 필요가 있다고 말한다.

(5) DV건설

① 일반현황

DV건설은 리모델링 사업에 진출하기 위하여 대형 건설업체 출신 직원들이 뜻을 모아 1999년도에 설립한 회사이다. 2004년까지 50억원 내외의 매출을 유지하다가 2005년에는 100억원의 매출을 달성하고 있다. 건축시공면허를 보유하고 있으며 종업원은 15명을 보유하고 있다.

현재 사업 영역은 도급사업으로 신축과 리모델링을 동시에 수행하고 있으며 자체 사업으로 리모델링 개발사업을 시행하고 있다. 면담 대상 업체 중에서 자체 개발형 리모델링 사업을 추진하는 유일한 회사이다. 도급과 자체 개발사업의 비중은 70 대 30이고, 도급내 신축과 리모델링의 비중은 반반 정도이다.

② 리모델링 사업 특징

이 회사는 초기 단계부터 리모델링 사업 추진 의지가 강하여 CM접근을 통한 기획제안 방식의 리모델링 사업 모델을 자체 개발하여 적용하고 있다. 면담에 응한 W사장과 K부장은 리모델링의 기획, 설계부터 시공, 유지관리 단계에 이르기까지 전 과정에 걸쳐 고객에게 토털 서비스를 제공하기 위하여 CM모델을 개발했다고 말한다. 자체 개발한 이 모델은 주로 기획제안형 방식으로 발주되는 리모델링 수주에 적용된다. 한편, CM모델은 자체 개발형 리모델링 사업에도 적용된다. 이 모델을 적용하여 사업의 리스크를 줄이는 한편, 금융기관으로부터 PF를 일으킨다고 한다. 자체 개발사업은 적절한 물건을 매입하는 것이 용이하지 않으나 수익성 측면에서는 도급사업보다 유리하다고 말한다.

DV건설은 도급사업을 장기적 관점에서 경험과 실적을 축적해 나가기 위하여 전략적으로 수행한다고 한다. W사장의 관심이 개발형 리모델링 사업에 있음을 강하게 느낄 수 있다. W사장은 일반적으로 중소기업들이 개발형 사업이 수익 창출에 유리함에도 불구하고 적극적으로 추진하지 못하는 이유로 자금력과 사업성 분석 능력의 부족을 들고 있다. 이러한 측면에서 DV건설이 자체 노력으로 개발한 CM모델은 자신감을 불어주는 유용한 수단임을 알 수 있다.

DV건설 역시 리모델링 사업의 주요 공략 대상으로 도심지의 중소형 상업용 건물을 꼽고 있다. 연평균 리모델링 수주 건수는 대략 2~3건 정도이다. 한 건당 수주 규모는 10억에서 30억원 정도이다. 10억원 이하 규모의 공사는 무등록업자와 경쟁해야 하므로 고급적 사양하고 있다고 한다. 일반적으로 기획제안형 공사의 경우 10건 정도 제안하면 1~2건 정도 수주가 가능한 것으로 보고 있다. 기획제안 공사는 건축주가 아이디어만 도용하고 값싼 무면허업체에게 시공을 의뢰하는 것이 문제라고 말한다. DV건설의 리모델링 수주는 주로 인맥, 설계사무소의 추천, 그리고 리모델링 실적에 대한 소문 등을 통하여 이루어진다.

W사장은 특히 소규모 리모델링 공사의 문제점을 많이 지적한다. 사업 초기 단계에 아이디어 도용, 설계변경에 대한 건축주와의 갈등으로 많은 어려움을 겪었다고 말한다. 그래서 다른 어느 사업보다 리모델링은 경험 축적이 중요하다고 강조한다. 그리고 앞으로 리모델링 분야도 명성도가 있는 대형업체를 선호하는 방향으로 바뀔 것으로 예상된다. 그래서 리모델링 분야에서도 업체간 양극화 현상이 야기될 것으로 전망한다. 이런 가운데 상대적으로 규모가 더 작은 소규모 리모델링 공사는 무면허업체 및 부적격업체의 난립으로 시장질서가 더욱 혼탁해질 것으로 예상하고 있다.

③ 리모델링시장 전망 및 제도개선 요구 사항

W사장 역시 여타 업체의 대표자와 마찬가지로 장기적으로 리모델링 시장의 전망을 밝게 보고 있다. 그러나 현재는 부동산 경기의 침체로 리모델링 시장이 위축되어 있다고 말한다. 이와 동시에 2003년 이후 부동산 가격이 너무 상승한 것도 리모델링 사업 추진에 악재로 작용하고 있다고 말한다. 설상가상으로 최근 정부의 부동산 규제 정책의 강도가 세진 것 역시 리모델링 시장을 위축시키는데 큰 위력을 발휘하고 있다고 본다.

W사장은 리모델링에 대한 다양한 사업 경험을 통하여 정책적 요구사항을 많이 제시하고 있다. 먼저, 부동산에 대한 규제를 완화하여 거래를 활성화시키는 것이 리모델링을 활성화하는데 도움을 줄 것으로 전망한다. 그리고 금융 측면에서 리모델링 건물에 대한 현행 감정평가의 문제점을 지적한다. 현행 감정평가는 리모델링 후 건물의 시장가치를 제대로 평가하지 않고 주로 내구연한 기준으로만 평가함으로써 리모델링 사업에 대한 대출이 원활하게 일어나지 않는다고 말한다. 건축주들은 대출이 용이하지 않기 때문에 자연스럽게 리모델링이 필요함에도 불구하고 추진을 기피하게 된다는 것이다.

그리고 부가가치세 제도를 비롯한 조세상의 개선도 필요하다고 말한다. 중소 건축주들은 리모델링의 부가가치세를 사전에 지불하고 사후적으로 환급을 받기 때문에 사업 초기에 일시적으로 자금을 동원해야 하는 문제가 발생하는데 이 역시 리모델링을 기피하는 요인으로 작용한다고 말한다. 따라서 리모델링의 경우도 다른 사업과 같이 사전에 면제해 주는 방식을 적용해 주기를 희망하고 있다.

이와 더불어 부가가치세 등 각종 간접세를 회피하기 위한 수단으로 무면허업자에게 리모델링을 의뢰하는 사례가 심각하다고 말한다. 무면허업자의 리모델링시공 참여 근절을 위하여 전산정보 네트워크를 활용하여 불법 행위자를 색출하는 한편, 리모델링 면허제도를 도입하는 방안도 검토해 주기를 희망한다. 특히, 면허제도와 관련하여 현행 실내건축공사업의 사업 영역을 명확히 할 필요가 있다고 말한다. 현실적으로 실내건축공사는 복합적인 공종이므로 리모델링공사와 불가분 중복관계가 있는데 공사규모의 구분을 통해서라도 업역을 명확히 구분해 주어야 한다고 말한다. 또한 불법대여를 통한 시공행위에 대해서는 건설업체 뿐만 아니라 건축주에 대해서도 엄하게 처벌해야 효과를 발휘할 수 있을 것이라고 말한다.

(6) M코리아

① 일반현황

M코리아는 2002년도에 설립된 회사이다. 설립자인 K사장은 대기업에서 리모델링 사업팀을 맡아 운영해 오다가 독립적으로 리모델링 사업을 하기 위하여 회사를 차렸다고 말한다. 2003년도에 건축공사면허를 취득하였고, 별도로 실내건축공사면허도 보유하고 있다. 사업 출발 초기연도인 2002년도에는 10억원 정도의 매출을 기록하였으나 2005년도 이후부터는 60억원 정도의 연매출을 기록하고 있다.

② 리모델링 사업 특징

M코리아는 당초 기대와 달리 현재는 리모델링보다 신축공사를 주로 하고 있다. K사장의 말을 빌리면 현재는 신축이 주이고 리모델링이 부이다. 2003~4년까지는 리모델링 수주가 많았으나 최근에는 불경기 탓으로 리모델링 시장이 크게 위축되어 있다고 한다. M코리아는 리모델링 공사를 많이 수주했던 2003~4년도에는 연평균 5건 내외의 공사를 수주하였다. 1건당 공사는 3억~5억 정도의 수준이고, 10억 이상의 규모도 수주 한 적이 있다.

금년에 이 회사는 불경기 탓으로 리모델링 공사를 한건도 수주하지 못하고 있다. K사장은 신축 경기 역시 저조한데 다행히 반도체 신축 공사를 수주하여 숨통을 트고 있다고 말한다. 이러한 사정으로 당초 사업포트폴리오를 리모델링 대 신축을 70 대 30으로 설정하였으나 최근에는 반대로 전환되고 있다고 말한다.

K사장은 면접한 다른 업체 대표들과 달리 장기적으로도 리모델링 시장의 전망이 그리 밝지 않은 것으로 보고 있다. 리모델링이 필요한 양호한 위치의 건물을 보유한 건물주들은 높은 땅값 수준에 비하여 리모델링의 사업성을 좋게 평가하지 않는다고 K사장은 말한다. 그들은 향후 도시계획의 변화로 용도변경이 가능할 때 재건축을 통하여 더 큰 이익을 기대한다고 한다. 실제로 K사장은 리모델링의 사업성이 높지 않은 건물이 많고, 이 경우 자신도 오히려 리모델링 대신 기다리기를 권유한다고 한다.

K사장은 리모델링 수주와 관련하여 중소기업체의 한계를 많이 인식하고 있는 것처럼 보인다. 중소기업체는 기동력은 있으나 영업정보 등 영업력에서 한계를 갖고 있다고 말한다. 그래서 대형업체와의 컨소시엄을 통한 수주 방식을 검토하고 있다고 한다. K사장 역시 대부분 지인을 통하여 리모델링 수주를 하는데 대기업체 임직원과 네트워크가 매우 중요한 역할을 함을 시사한다.

③ 제도개선 요구 사항

K사장은 리모델링에 대한 정부의 획기적인 지원없이 리모델링의 활성화를 기대하기는 어렵다고 보고 있다. 특히, 리모델링 대상 건축물에 대한 효과적인 규제 완화가 필요하다고 강조한다. 예를 들어 리모델링이 필요한 지역에 대해서는 리모델링지구 지정 등을 통하여 집단적으로 규제를 완화해 주는 등 강력한 유인책을 제공해야 한다고 강조한다.

(7) SY건축

① 일반현황

이 회사는 2000년도에 개인사업자로 출발하여 2002년도에 일반건설업 건축시공면허를 보유한 회사이다. 매출은 2002년도에 19억원을 기록하였으나 2003년도 이후 계속 감소하다가 최근 회복세를 보이고 있다. 그러나 2006년도에도 겨우 10억원을 초과할 것으로 예상되는 소규모 건설회사이다. 종업원 현재 5명이다.

② 리모델링 사업 특징

SY건축의 J사장은 출발부터 리모델링에 특화할 계획으로 사업을 시작했다고 말한다. 그래서 신축이나 여타 사업도 수행하나 리모델링사업이 주력 사업이고 전체 매출의 90%정도를 리모델링이 차지하고 있다.

K사장은 기업을 운영하면서 경험부족으로 인한 어려움을 많이 겪었다고 말한다. 2003년도에는 리모델링 시공을 성공적으로 완수하였으나 공기와 관련 법적 소송에 휘말려 어려움을 겪었고 그 때 이후 사업이 위축되는 경험을 겪었다고 말한다. 따라서 K사장은 리모델링 사업에 성공하기 위해서는 경험 축적이 매우 중요하다고 강조한다. 리모델링은 비록 단위 규모는 작으나 다양하고 복합적인 능력이 요구되므로 중소기업은 경험 축적 없이는 성공하기 어렵다고 말한다. 특히, 다양한 사업경험과 CEO의 코디네이트 역량이 사업 성공에서 매우 중요한 역할을 하는 것으로 평한다.

SY건축은 전성기 때 상업용 건물을 중심으로 연평균 4~5건 정도를 수주하였다. 단위 공사 규모는 주로 2억~3억 정도의 소규모 물량이다. 수주는 주로 발주자의 요구에 따라 사업 제안을 통하여 하고 있다. J사장은 조사, 진단 등을 통한 사업 제안 능력이 수주의 핵심 관건이라 말한다. 주로 소개를 통하여 수주가 이루어지고 여타 전시회 참가 등의 대외활동은 비용에 비하여 효과가 적은 것으로 평가하고 있다.

③ 제도개선 요구 사항

J사장은 리모델링 사업의 문제점으로 영세 무면허 사업자의 난립과 시장 질서 혼탁을 들고 있다. 규모가 작은 리모델링공사의 경우 정식 건축 면허업체들은 무등록업체들에 비하여 세금이나 간접비등의 가격 경쟁력에서 매우 불리하다고 말한다.³⁷⁾ 따라서 리모델링사업도 정식 면허제도를 만들어 등록된 업체들이 사업을 할 수 있도록 해 줄 것을 요구한다.

J사장은 서울시청이 추진한 종로업그레이드사업에 참여한 적이 있는데 실질적으로 아무런 도움도 받지 못했다고 한다. 이 사업은 종로 가로변 건물의 외관을 개선하기 위한 자치단체 지원 방식의 리모델링 프로젝트였는데 민간 건물주에게 제공하는 인센티브가 부족하여 실패했다고 말한다. 도심지의 리모델링이 필요한 건물들에 대해서 어느 정도 건축 기준상의 인센티브를 제공하지 않으면 도움이 되지 않는다고 말한다. 그리고, J사장은 SY건축과 같이 소규모 건설업체를 위하여 세무나 법무와 같이 일반적인 경영과 관련된 교육이나 지원이 필요하다고 강조한다. 사업 자체는 성공적으로 추진하여도 일반적인 경영 능력이 부족하여 어려움을 겪는 경우가 많다고 한다.

2. 전문건설 및 기타업체

(1) Y그룹

① 일반현황

Y그룹은 1996년에 설립되어 실내건축공사업 면허를 보유하고 있으면서 인테리어와 리모델링 공사를 동시에 수행하는 전문건설업체이다. 2005년도 매출은 80억원이고, 2006년도는 약 200억원의 매출을 예상하는 전문건설업체로서는 규모가 큰 편에 속하는 회사이다. 현재 종업원은 45명을 보유하고 있다.

37) 건설업 무등록업자는 국세청 사업자 등록만을 통하여 법에서 허용하는 5천만원 이하 (전문공사는 1천만원 이하)의 공사를 도급받아 시공할 수 있는데 이들은 과세특례자로 인정받아 부가가치세 신고를 면제받을 수 있으므로 건설업 등록업자보다 수주 경쟁에서 유리하다.

② 리모델링 사업 특징

회사의 매출구조는 리모델링이 70%이고 인테리어가 30% 정도이다.³⁸⁾ 일반건설업에서 신축공사가 리모델링공사보다 단위 규모가 큰 것처럼, 실내건축공사업이 수행하는 리모델링공사는 인테리어 공사보다 규모가 큰 편이다. K사장은 신축공사 대 리모델링공사의 규모 차이를 100 대 50정도로 본다면 리모델링과 인테리어도 마찬가지로 100 대 50 정도로 금액면에서 차이가 난다고 말한다.

따라서 이 경우 전문건설업체가 회사의 매출 규모를 확대하기 위해서는 인테리어 위주에서 리모델링공사 쪽으로 방향을 확대하지 않으면 안된다는 것이 K사장의 생각이다. 다행히 소규모 건축물을 중심으로 한 리모델링 공사가 시장 전망이 밝기 때문에 실내건축공사업과 같은 전문업체들은 성장 전략을 갖기가 쉬운 편이다.

소규모 업체에 유리한 소규모 리모델링 공사는 규모가 천차만별이다. 소규모 주택 리모델링공사의 경우는 5천만원 정도에서도 가능하다. 증축이 추진된다 하더라도 1억~2억원 정도로 소화가 가능한 경우가 많다. 이런 관점에서 K사장은 실내건축공사 업체가 리모델링 분야로 진출하는데 이점이 많다고 한다. 그러나 K사장은 전문건설업체라 하더라도 Y그룹과 같이 규모가 어느 정도 커진 회사는 실제로 이러한 소규모 공사를 수행하기에는 채산성이 맞지 않는다고 한다. 따라서 Y그룹은 가급적 규모가 큰 리모델링 공사를 수주하려고 노력하고 있다 한다.

그러나, K사장은 실내건축공사업의 전문업체가 리모델링 사업 분야로 진출하는데는 현실적인 애로가 많다고 한다. 법적으로 단종 공사의 경우는 재하도급을 주는 것이 불가능하도록 되어 있는데 실제 리모델링 공사는 종합공사이므로 하도급을 주지 않으면 공사의 수행이 불가능한 문제가 발생한다는 것이다.³⁹⁾

K사장은 일부에서 인테리어 전문업체가 리모델링공사를 수행하면서 많은 문제를 야기한다고 하는데 정식면허를 받아 사업을 하는 업체에서는 이러한 문제는 거의 일어나지 않는다고 한다. 리모델링공사를 인테리어업체가 수행하는 경우에도 법에서 요구하는 안전진단 등의 시행을 거치 것은 물론⁴⁰⁾, 대수선 이상의 리모델링을 하는 경우에는 건축

38) K사장은 대수선을 기준으로 그 이하는 인테리어공사로, 그 이상은 리모델링 공사로 구분한다. 대수선공사는 건물의 구조에 영향을 미치지 때문에 리모델링으로 분류하는 것이 타당하다고 한다.

39) 이 경우는 인테리어 공사도 예외가 아니라 한다. 실제로 인테리어나 리모델링공사는 복합적인 공사인데 현행 「건설산업기본법」(제29조)에서는 단일 전문공사의 하도급을 원칙적으로 금지하고 있다. 즉, 전문공종인 실내건축공사업 면허를 가진 업체가 인테리어 또는 리모델링 공사를 수주받은 경우에는 원칙적으로 하도급을 주어서는 안된다. 그러나 법적으로 같은 리모델링공사라 하더라도 일반건설업체가 수주를 받은 경우는 하도급이 가능하도록 되어 있다. 이러한 측면에서 리모델링 시공과 관련된 이러한 문제는 반드시 해결되어야 할 것이다.

사사무소를 통하여 설계·감리를 받는 등 제대로 된 절차를 거친다고 말한다.⁴¹⁾

실제 많은 문제가 되는 것은 무면허업자에 의한 리모델링 시공 행위라고 한다. 소규모 건축공사에 해당되는 주거용 200평 미만과 비주거용 150평 미만 건축물은 건축주의 직영 시공이 가능한데 이에 해당되는 리모델링공사가 불법 형태의 위장 직영으로 무면허업체에 의해서 이루어진다는 것이다.⁴²⁾ 즉, 이 규모에 해당되는 리모델링공사는 건축주가 직영을 할 수 있도록 허용하고 있는데 실제로는 무면허업자들에게 불법적으로 도급되는 경우가 많다는 것이다.⁴³⁾ 이 경우 정상적인 절차를 거치지 않고 불법으로 리모델링되는 사례가 자주 발생하고, 나중에 문제가 발생해도 건축주가 법적으로 보호받지 못하는 어려움이 생긴다고 한다.

한편, K사장은 법적으로 용적률 증가의 여지가 없는 도심지의 많은 상업용 건물들은 리모델링 이외에는 별다른 대안이 없다고 한다. 따라서 이러한 건물들에 대해서는 정부가 건축 규제를 완화하는 등의 인센티브를 제공하여 리모델링을 적극적으로 유도하는 것이 바람직하다고 강조한다. 이와 반대로 현재 법적으로 용적률 증가의 여지가 있는 건물들은 건물주가 리모델링과 재건축의 사업성을 동시에 검토하여 판단하는 것이 바람직하다고 생각한다. 용도 변경 등의 가능성을 기다려 더 큰 이익을 보고자 하는 경우에는 리모델링을 추진하지 않을 것이고, 당장 증축 리모델링을 통하여 수익성을 얻고자 하는 경우에는 리모델링을 하게 된다고 말한다. 그런데, 우리나라 건축 및 도시 정책은 너무 자주 바뀌기 때문에 건물주들은 일단 기다려보자는 심리가 강한데, 이로 인하여 리모델링을 기피하는 심리가 사회적으로 팽배해 있다고 말한다.

소규모 건축물 건물주의 생각이 이와 같이 보수적인데 반하여 건물 내지 부동산 가치를 고려하여 적극적으로 리모델링을 하려는 사람들도 있다고 한다. 이들은 적당한 물건의 건물을 신규로 매입하게 되는데 이 경우에는 반드시 임대수익과 자산가치 증대를 위하여 증축을 포함하는 리모델링을 하게 된다고 한다.

40) 현행 「건축법」에서는 소규모 건축물이라 하더라도 3층 이상이거나 연면적 1,000㎡ 이상인 건축물의 건축 또는 대수선시에는 반드시 구조안전진단을 받도록 의무화하고 있다.

41) 현행 「건축법」에서는 대수선의 경우는 신고사항으로 되어 있어 반드시 건축사의 설계와 감리를 받지 않아도 되도록 허용하고 있다.

42) 주거용이라도 공동주택은 200평 미만에 해당되어도 3층 이상이면 건설업자가 시공해야 한다. (「건설산업기본법」 제 41조)

43) 「건설산업기본법」(시행령 제8조)에서는 5천만원 이상의 일반건설공사와 1천만원 이상의 전문건설공사는 반드시 건설등록업자가 시공하도록 하고 있어 소규모 건축공사의 경우라도 이 금액 이상의 도급을 줄 경우에는 반드시 건설등록업자에게 도급을 주어야 한다.

(2) TS플랜

① 일반현황

TS플랜 역시 실내건축공사면허를 보유하고 있는 전문건설업체이다. 1997년에 설립되어 1999년에 면허를 취득하였다. 2003년에는 일반건축면허를 보유한 건설회사를 별도로 설립하였으나 2005년에 반납하고 현재 이 회사는 컨설팅업무만 수행하고 있다고 한다. 그리고 별도 건축사 사무소도 운영하고 있다.

② 리모델링 사업 특징

TS플랜의 W사장은 여타 업체의 CEO처럼 대형업체에서 근무하다가 별도로 독립하여 회사를 차린 경우이다. 2000년 이후 줄곧 20억~25억원 내외의 매출을 유지하고 있는데 현재는 매출 확대보다는 사업의 안정적 운영에 더 관심을 기울이고 있다. W사장은 현재 수준의 매출 규모는 기존의 소개 또는 연결망을 통하여 어느 정도 안정적으로 유지할 수 있는데 반하여 그 이상의 추가 수주는 생각만큼 확률이 높지 않고 또 위험 부담이 크기 때문에 가급적 지양한다고 말한다. 반면, W사장은 최근에 신규사업으로 해외시장 개척에 주력하고 있다고 한다.

현재 회사의 리모델링과 인테리어의 매출 비중은 6 대 4 정도이다. 리모델링 공사는 대부분 소규모이지만 큰 것은 30억원 정도의 공사도 수행한 적이 있다고 한다. 수주는 원도급과 하도급 형태로 받는 두 가지 경우가 있는데 전자는 수주 확률은 낮으나 수익성이 좋은 편이라 한다. 반면, 대형 민간건설업체의 협력회사로 등록하여 가격경쟁을 통하여 하도급을 받기도 하는데 이 경우에는 수주 확률은 높으나 수익성이 나쁘다고 한다.

TS플랜의 주요 수주 대상건물은 상업과 사무실 용도로 임대되고 있는 근린생활시설들이다. 이러한 건물들은 주로 외관변경, 엘리베이터 설치 및 부분적인 실내 변경 등의 리모델링 수요가 많이 발생한다고 한다. 이러한 근린생활시설들이 리모델링을 하는 주된 이유는 임대수익의 만회 또는 증가, 리모델링을 통한 보유 건물의 매각, 건물의 단순한 성능 향상 등이라 한다. 이에 비하여 전용 사무실 빌딩은 리모델링 수요가 있어도 비교적 규모가 커서 중소기업이 수주하기는 어렵다고 한다.

리모델링 시장의 동향에 대해서는 2~3년 전까지는 리모델링 수요가 많았으나 최근에는 경기 부진으로 리모델링 수요가 크게 줄어들었다고 한다. 건물주들은 경제가 활성화되지 않으면 돈이 있어도 수익성 확보가 불확실하기 때문에 적극적으로 리모델링을 추진하지 않으려는 경향을 보인다고 한다.

W사장은 리모델링 사업에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 사내에 종합적인 사업능력을 갖춘 인력을 확보하는 것이 중요하다고 말한다. 특히, 리모델링 사업을 잘 하기 위해서는 사내에 반드시 유능한 현장소장과 설계 및 인테리어 전문 능력을 갖춘 인재를 확보해야 한다고 한다. 반면, 회사가 직접 보유하기 어려운 인력들은 협력회사를 통하여 해결해야 한다고 말한다. 이러한 측면에서 CEO의 종합적인 사업 수행능력이 리모델링 사업의 핵심 경쟁력임을 강조한다. W사장의 말을 빌리면, 중소기업의 경우 사장이 직접 리모델링에 대한 다양한 경험과 이해력을 가지고 있을 때 이 분야의 사업 추진이 가능하다.

③ 제도개선 요구 사항

W사장은 리모델링 사업의 활성화를 위하여 금융의 활성화가 가장 시급하다고 강조한다. W사장은 리모델링에 대해서도 프로젝트 파이낸싱이 가능하도록 해야 하는데 리모델링 후 건물의 미래가치를 담보로 금융을 제공하는 기법을 개발해 줄 것을 요구한다. 그런데 현행 금융기관들은 이러한 리모델링 후 미래가치의 평가에 대해서 매우 소극적이라서 소규모 리모델링 프로젝트가 제대로 활성화되지 않고 있다고 한다. W사장은 이제 금융기관들도 리모델링 사업의 특성을 이해하여 수익성 분석에 대한 노력을 기울여야 한다고 강조한다. 즉, 단순히 개발사업의 리스크를 진다는 개념보다는 리모델링의 특성에 대한 이해를 기반으로 하여 금융을 일으킬 수 있는 기법을 개발해 줄 것을 요구한다. 이러한 주장은 DV건설의 W사장이 말한 내용과 거의 일치한다.

금융지원의 활성화 이외에도 W사장은 현재 심의를 통해서만 가능하도록 하고 있는 건축기준의 완화 제도를 신고나 허가로 가능하도록 변경해 줄 것을 요구한다. 그리고 2개의 건물을 하나로 통합하는 경우와 다양한 방식의 리모델링 추진이 가능하도록 하는 제도적 방안을 연구해 주기를 희망하고 있다. 한편, 리모델링 사업을 수행하기 위하여 복합적인 면허의 보유가 요구되는데 이는 코스트 상승 요인이 되므로 종합적인 단일 면허를 보유하도록 하는 것이 바람직하다고 말한다.

(3) GW시엔시

① 일반현황

GW시엔시는 2000년도 설립되어 현재 11명의 종업원을 보유하고 있는 전문건설회사이다. 시설물유지관리면허를 갖고 있으며 안전진단전문기관 자격을 보유하고 있다. 설립 초기 매출은 5억원 정도였으나 지금은 30억원 정도를 실현하고 있는 회사이다.

사업영역은 안전진단, 구조설계 및 법원감정 등의 엔지니어링 분야 용역과 구조물 보수보강과 리모델링 및 신축을 병행하고 있다. 구조물 보수보강은 신축과 리모델링의 두 경우에 다 적용하고 있다. 매출은 구조물 보수보강을 포함한 리모델링이 70%이고 엔지니어링 용역이 30% 수준이다. 그러나 수익은 대체로 50 대 50으로 균형을 이루고 있다. 리모델링에 비하여 엔지니어링 용역은 매출 규모는 작으나 수익성은 더 좋은 편이다.

② 리모델링 사업 특징

리모델링에 대한 사업 경험은 많은 편은 아니나 주택 리모델링과 사옥빌딩 외장 리모델링 등에 대한 경험을 갖고 있다. 면담자인 C사장과 J부사장은 주택 리모델링의 경우 주택을 상업용건물로 용도 변경시켜 건물주에게 큰 이익을 안겨준 경험이 있다고 한다. 건물주가 3.5억원에 매입한 건물을 1개층 증축을 포함한 전면 리모델링 공사를 1.5억원에 시행하여 최종적으로 건물가치가 10억원 정도에 이르렀다고 한다. 그리고 단독 주택을 다가구로 변경시킨 경험도 있다고 한다. 또한, 지상 6층의 사무실 외장공사와 부분적인 전기용량 증설공사를 2.5억원에 수주하여 시행한 바도 있다고 한다. GW시엔시는 1년에 2건 정도의 리모델링 공사를 수주하고 있다.

C사장은 리모델링 수주는 건축관련 제도의 변화와 경기에 민감한 영향을 받는데 2002~3년에 비하여 최근에 시장이 많이 위축되었다고 말한다. 리모델링 공사의 수주는 주로 지인을 통하여 소개받는 경우가 대부분인데 소개를 받을 수 있는 네트워크 능력을 중요하게 평가하고 있다. 소개를 받으면 기본 스케치 수준의 공사 제안을 통하여 협상을 하고 수의계약방식을 통하여 수주를 한다고 말한다.

③ 제도개선 요구 사항

GW시엔시는 단독주택 등 소규모 건축물에 대한 리모델링을 주로 수행하는데, 이 사업을 주로 담당하는 J부사장은 노후 다세대, 다가구 주택의 리모델링 필요성을 특히 강조한다. 이러한 노후 주택의 리모델링을 효율적으로 유도하기 위해서는 용적률 완화와 주차장 규제 완화 등의 인센티브 제공이 필요하다고 한다. J부사장은 기존의 노후 단독 및 다세대·다가구 주택을 뉴타운식의 재개발 접근만 할 것이 아니라 리모델링을 통하여 주거환경을 개선할 수 있도록 규제 완화와 금융 및 조세상의 지원을 강화해 줄 것을 요구한다.

그리고 소규모 건설업체의 경우 리모델링 수요자에 대한 정보가 부족하기 때문에 수요자와 공급자간 정보를 매개하는 공적 기능이 활성화되기를 희망하고 있다. 또한, 소규

모 건축물 리모델링 시장의 사업자 영역을 규정짓는 면허신설과 같은 제도적 장치도 필요하다고 말한다.

(4) JD그룹

① 일반현황

2000년에 설립된 JD그룹은 건축사무소를 운영하면서 정식 건설 면허를 보유하지 않고 사업자 등록을 통하여 소규모 건축물 리모델링 공사를 수행하는 업체이다. 이 회사의 연매출은 지금까지 10억~20억원 정도를 유지해 왔으나 2005년 이후에는 다소 감소하고 있다.

면접에 응한 J사장은 회사를 소규모 리모델링 공사의 디자인빌드 전문회사로 회사를 키워나갈 계획이라 한다. 따라서 현재는 인테리어와 리모델링 사업을 병행하고 있으나 앞으로 리모델링을 주력 사업을 생각하고 있다. 현재 리모델링이 전체 매출의 70%정도를 차지하고 있다고 한다.

② 리모델링 사업 특징

JD그룹이 건축사무소를 운영하면서 리모델링 시공을 하는 것은 시너지 효과 측면에서 많은 도움을 준다고 한다. 그리고 정식 건축공사 면허가 없어도 비주택건축물 150평 미만 공사는 할 수 있기 때문에 어지간한 건물의 2개 층 정도의 증축공사는 할 수 있어 공사 수행을 위한 시장 확보에는 큰 문제가 없다고 한다.⁴⁴⁾ 정식 건설면허업체는 아니라 하더라도 리모델링공사에 요구되는 법적인 규제와 절차는 다 준수하기 때문에 문제가 없다고 한다.

수주는 주로 소개를 받는데 학연이 중요한 역할을 한다고 한다. 그리고, 수주를 받게 되면 사장이 직접 주도하여 사업제안서를 작성한다고 말한다. 이 경우 단순히 설계능력만으로는 사업제안서를 작성하는 것이 불가능하고, 리모델링공사 경험이 필요한데 J사장도 그동안 많은 수업료를 많이 지불했다고 한다. 현재는 그동안의 많은 경험 축적을 통하여 공사 건당 10~15%정도의 이윤이 발생할 정도로 안정적으로 리모델링 공사를 수행하고 있다고 한다.

44) 엄격히 법적으로 보면, 비주택건물 150평 미만이라 하더라도 5천만원 이상이 되는 도급공사는 반드시 일반건설업체가 수행해야 하므로 만약 공사의 규모가 이를 초과하는 경우에는 불법적인 거래를 하는 경우가 된다. 현실적으로는 건물주가 직영을 하면서 위장도급을 하는 경우가 많은데 이번 사례조사에서 그것을 확인할 수는 없었다. 실제 도급공사 규모가 법에서 정한 이하 규모이거나 공사 규모가 이를 초과해도 건축주가 직영을 하면서 고용 방식으로 추진하는 경우에는 문제가 되지 않는다.

J사장은 특히 리모델링은 설계 능력과 시공 상의 경험이 축적된 엔지니어링 능력이 동시에 요구되는 사업임을 강조한다. 리모델링의 경우 설계는 신축보다 더 까다로워 설계비가 1.5배 정도 드나 실제로 이를 반영할 수 없기 때문에 공사를 직접 수행하지 않으면 안 되는 구조를 갖고 있다고 말한다. 그리고 구조상의 문제나 엔지니어링상의 문제는 협력회사를 통하여 해결한다고 한다. J사장은 이러한 문제에 대하여 그동안 경험을 많이 축적한 결과 지금은 상당한 자신감을 갖고 있음을 피력한다.

리모델링 공사 수주는 회사 규모 때문에 1년에 1~2건 정도의 공사만 수주한다고 한다. 한편 공사는 보통 5억~10억 정도의 수준이고 증축을 동반하는 경우 5~6개월 정도의 공사기간이 요구된다고 한다.⁴⁵⁾

③ 제도개선 요구 사항 및 시장전망

J사장은 소규모 리모델링 공사는 인테리어와의 관계에서 많은 문제가 발생한다고 말한다. 인테리어 업자의 경우 건물의 안전에 영향을 주는 리모델링 공사를 할 수 없는 데도 실제로는 아무런 규제없이 공사를 수행하는 경우가 많다고 한다.⁴⁶⁾ 리모델링을 인테리어의 연장선상에서 보는 것은 대단히 위험한데도 현실은 이를 무시하는 행위가 비일비재하다고 한다. 증축의 경우는 허가 사항이므로 인테리어업체가 하기 어려우나, 그렇지 않으면서 구조체에 영향을 주는 리모델링 행위를 인테리어업체가 수행하는 경우가 많다고 한다. 따라서 소규모 건축물 리모델링 공사의 안전성을 도모하기 위하여 인테리어 공사와 구분할 수 있는 제도적 장치가 필요하다고 강조한다.

J사장은 지금은 어렵지만 장기적으로 리모델링 시장의 전망을 밝게 보고 있다. 리모델링을 노후 건물의 부가가치를 향상시키는데 도움을 주는 건축행위라고 보고 있다. 실제로 자신이 수주하여 시행한 공사의 대부분이 건축주에 큰 이득을 안겨 주었다고 한다. 예를 들어 자신이 리모델링한 건물 중에는 16억에 매입하여 5억~6억원 정도의 리모델링 공사비를 투입하여 현재는 40억원 정도의 시장가치를 갖게 된 건물도 있다고 한다.

45) 여기에서 말하는 의미로는 불법 또는 위장 도급을 한다는 의미인데 이를 정확히 확인하기는 어려웠다.

46) 여기서 J사장이 말하는 인테리어업자는 법적으로 JD그룹과 구별되는 것은 아니고 다만 사업 내지 활동 범위에서 영역이 다르다는 의미로 해석된다. 즉, 같은 국세청 사업자등록을 하고 있는 업체이나 다만, 주된 사업영역의 범위와 사업 추진 능력상에서 서로 차이가 난다는 의미이다.

(5) RP닷컴

① 일반현황

RP닷컴은 리모델링 시공을 하는 회사가 아니고 리모델링 수요자에 대한 온라인 컨설팅을 하는 회사이다. S사장은 리모델링 시장의 성장 가능성을 예측하고 2000년 5월에 벤처회사를 설립하였다고 한다. 주 비즈니스모델은 의뢰자로부터 리모델링에 대한 상담을 하고, 프랜차이즈 가맹회사(인테리어회사, 설계사무소, 건설업체 등)에 공사를 소개하여 수수료를 받는 것이다. S사장은 수수료에 의존하기 때문에 매출은 크지 않으나 수익성 측면에서는 실속이 있다고 한다.

② 리모델링 사업 특징

RP닷컴의 이 사업은 한참 때에 비하여 지금은 상당히 위축된 상태이다. 2003년까지 리모델링 시장이 좋았을 때는 사업이 번창하였으나 지금은 형식적인 운영 수준에 머물고 있다. 13개 가맹사를 두고 있었던 한참 때에 비하여 지금은 겨우 2개사만 남아 있는 상태이다. 수주 물량도 한참 때는 연 40~50여건에 달하였는데 최근에는 5건 정도에 불과한 실정이다. 현재 S사장은 리모델링 시장이 활성화되기를 기다리며 다른 사업에 주력하고 있는 실정이다. 이런 유형의 회사로서 사업기반은 다소 다르나 대형 자재업체에서 운영하는 리모델링사업이 있는데 경기가 나빠 사업이 어렵기는 마찬가지라 한다.

온라인 비즈니스 회사로 RP닷컴이 주로 수주상담하는 건물은 중산층의 주택이다. 주로 증축, 발코니 확장, 거실 확장 등의 증축과 용도변경에 대한 수요가 많다고 한다. 주택이외에 수주하는 건물로는 소규모 상가 건물이 있다. 이와 같이 이 회사의 주된 수주시장은 소규모 주택 또는 상가 건축물들인데 이들 건축물들이 특히 경기애 민감하다고 한다. 반면에 법인이 주로 운영하는 중대형 건물은 시장 위축이 적은 편이나 이들은 RP닷컴 같은 회사를 통하여 리모델링을 의뢰하지 않는다고 한다. 리모델링 시장의 이러한 사정은 이 분야에서도 경기불황의 영향이 특히 중소기업에게 심각하게 작용함을 의미한다.

S사장은 앞으로 리모델링 사업의 매력 포인트는 개발사업이라 한다. 즉, 30억~50억원 정도의 빌딩을 매입하여 리모델링을 하는 개발사업이 유망하다고 전망한다. 이러한 대상의 건물들은 자산운용회사들의 PF를 통하여 사업 추진이 가능한데 구체적으로 4~5층으로 엘리베이터가 없으면서 1개 층 정도 증축이 가능한 건물이 사업성이 좋은 건물이라 한다. 그러나 이러한 대상 건물을 찾기는 쉬워도 기존 임차인 문제로 인하여 매입에 어려움이 따른다고 한다.

개발형 사업과 함께 또 다른 대안으로 기획제안 방식의 리모델링도 유망하다고 본다. S사장이 말하는 기획제안방식의 사업은 건설사가 일정한 리스크를 지고 금융 제공과 분양 및 임대까지 담당하는 일괄서비스를 하고 결산 후 수익을 회수하는 방식이다. 건물주는 건물을 소유한 상태에서 자기 노력과 비용을 적게 들이고도 리모델링을 통하여 가치를 향상시키는 것이 가능하게 되므로 사업제안 능력이 좋은 경우 사업 물량을 확보할 수 있다고 본다. 이 사업은 개발형과 도급형의 중간 형태로 볼 수 있다.

③ 리모델링시장 전망

S사장은 경기가 위축된 당분간은 도급형 리모델링 사업은 힘들 것으로 전망하고 있다. 이 기간동안 리모델링 사업은 수익성과 시장 확보 측면에서 둘 다 힘들 것으로 보고 있다. 그리고 향후 본격적으로 리모델링 시장이 활성화되기까지는 상당 기간이 걸릴 것으로 예상한다.

(6) RF시스템

① 일반현황

RF시스템은 리모델링 시공회사가 아니고 관련 자재를 생산, 판매하는 회사이다. 1995년에 설립되어 리모델링과 관련성이 높은 콘크리트 구조물 보수·보강재를 주로 생산하는 업체이다. 연평균 매출은 60억원 정도이며 지금까지는 주로 공공 시설물을 대상으로 영업을 하고 있다. 자체 계열 시공회사를 두고 있기도 하지만, 약 50개 정도의 시공업체와 프랜차이즈 계약을 맺어 사업을 하고 있다.

② 사업 특징

P사장은 이 사업의 성장 가능성에 대한 비전을 갖고 시작하였으나 영업상의 어려움으로 초기 5년 정도는 많은 어려움을 겪었다고 한다. 그 결과 지금은 회사가 많이 안정되었으며 관련 시장의 성장과 함께 발전 가능성을 높게 평가하고 있다.

특히, 지금까지는 공공부문 시장을 중심으로 성장하여 왔으나 앞으로는 민간 부분의 리모델링 시장 성장에 많은 기대를 걸고 있다. 그동안 공공건축물의 보수·보강 수요는 꾸준히 늘고 있기는 하나 정부가 매년 일정하게 예산을 증액하고 있어 시장 확대에 한계가 있다고 한다.

그래서 앞으로는 민간 건축물 발주자와 건설업체를 상대로 영업력을 강화할 예정이라 한다. 건설자재 시장은 그 특수성으로 인하여 초기단계에 수요자들을 설득할 수 있는 영업 능력 내지 노하우가 매우 중요하다고 한다. P사장은 분야는 다르지만 공공부문에 대한 영업 노하우를 바탕으로 민간 부문 리모델링 시장을 개척해 나갈 예정이라 한다. 또한 해외 리모델링시장에서 회사 자재를 판매하기 위한 노력도 적극 전개 중에 있다. 현재 RF시스템이 진출하고 있거나 추진 중인 나라는 싱가포르, 중국, 필리핀, 쿠웨이트 등이다.

한편, RF시스템은 리모델링 전문 자재를 개발, 판매하는 회사이므로 기술개발이 매우 중요하다. P사장은 현재 회사 매출액의 7%정도를 R&D에 투자하고 있다고 한다. 자체 연구소를 보유하고 있으며 국내 대학 및 연구기관과의 조인트 연구도 꾸준히 추진 중에 있다.

3. 시사점

지금까지 모두 13개 리모델링 주력업체의 사업 추진과 관련된 전반적인 내용들을 살펴해보았다. 각 회사마다 특징과 운영방식이 다른 가운데서도 리모델링 사업 추진에 있어서 공통점을 발견할 수 있었다. 이러한 공통점은 본 연구에서 제시하고자 하는 리모델링 사업 경영 및 관련 정책 개선에 주요한 시사점을 제공한다.

이번 사례조사를 통하여 공통적으로 발견한 주요 시사점은 크게 다음 네 가지 부문이다. 첫째, 리모델링 사업 업체의 개괄적인 특징에 관한 부분이다. 본 연구의 조사대상 업체는 당연히 중소기업이지만 이 가운데서도 나름대로 공통된 특징을 발견할 수 있다. 둘째, 리모델링 시장 환경 및 경기변동의 특성에 관한 의견이다. 이는 이 시장 진출을 추진하는 건설업체들에게 시장 환경 및 특성을 이해하는 데 기본적인 정보를 제공할 것이다. 셋째, 리모델링 사업 운영과 관련된 공통의 정보를 제공하고 있다. 여기에는 리모델링 수주와 관련된 기본적인 정보 및 노하우, 수주 및 사업추진을 위한 핵심 경쟁력 요소, 회사의 규모 및 사업 운영전략과 관련된 사업포트폴리오의 구성, 리모델링 물량 확대 및 수익성 증대를 위한 사업추진 아이디어 등의 정보가 포함된다. 마지막으로 리모델링 시장 및 사업 확대를 위한 정책, 제도 개선의 요구와 아이디어에 관한 시사점을 발견, 정리할 수 있다. 여기서 이 세 가지 유형별로 사례조사를 통하여 나타난 공통된 시사점을 제시코자 한다.

(1) 리모델링시장 진출 업체의 특징

① 짧은 건설업 경력

이번 면담조사에 응한 리모델링 업체들은 대부분 건설사업을 영위한 경력이 짧다는 특징을 보유하고 있다. 전체 13개 업체 중에서 2000년 이전부터 건설사업을 영위한 업체는 5개 업체뿐이고 나머지 8개 업체는 모두 2000년 이후에 설립된 회사들이다. 2000년 이전에 설립된 업체들도 대부분 1990년대 후반에 리모델링 사업을 시작하여 실제적인 리모델링 사업경력은 10년을 넘지 못하고 있다. 이는 리모델링이 신사업 영역이라는 점에서 당연한 현상으로도 볼 수 있다.

물론 본 면담조사의 업체 샘플링의 결과 때문에 나타난 현상으로도 볼 수 있다. 그러나 본 조사에서 업체 선정이 리모델링협회 회원사들 중에서 비교적 리모델링 사업 활동 실적이 많은 업체들을 중심으로 선정하였다는 점을 고려하면 왜곡의 정도는 커지 않을 것으로 판단된다.⁴⁷⁾ 즉, 리모델링 사업체들의 사업경력이 짧다는 점은 리모델링이라는 사업 영역이 형성되기 시작한 시기가 아직은 오래되지 않는다는 점을 반영하고 있는 것으로 볼 수 있다. 이러한 상관관계의 특징에서 발견할 수 있는 대표적인 시사점은 리모델링이라는 신사업 영역에 진출하는 업체들의 대부분이 신규로 건설시장에 진입하는 업체들이라는 점이다. 즉, 신축시장을 중심으로 오랫동안 건설사업을 영위해 온 업체들의 리모델링 시장 진출 비중은 상대적으로 낮은 것으로 나타나고 있다. 이번 면담 조사에서도 과거에 기존 건축사업을 하다가 리모델링 사업으로 전환한 업체는 BW건설뿐이다. 이 업체는 현재 완전히 리모델링 전업을 선택한 업체이다.

리모델링 시장 진출 업체의 이러한 특징은 기존 건설업체의 사업 영역 변신이 쉽지 않다는 점을 시사하고 있다. 물론 아직까지 리모델링 시장이 완전한 성장 궤도에 오르지 않고 있다는 점을 들 수 있으나 그래도 중소기업들이 격심한 수주난을 겪고 있는 현실을 고려하면 여전히 변신의 정도가 약한 것으로 평가된다. 리모델링 사업으로의 완전한 전환은 아니라 하더라도 겸업형태의 리모델링시장 진출 업체조차 발견하기가 쉽지 않다는 점은 중소기업의 적극적인 시장 개척이 상대적으로 부족한 것으로도 이해된다.⁴⁸⁾

47) 2006년 9월 현재 리모델링협회 회원 업체는 160여 개 사로 20여 개의 대형업체를 제외하고는 신규로 건설업체에 진출한 업체의 비중이 높은 편이다.

48) 기존 건설업 영위 업체 중에서 리모델링 사업을 겸업하는 업체를 면담하지 못한 것은 본 연구의 아쉬운 점으로 판단된다. 이러한 유형의 업체를 면담함으로써 기존 업체의 리모델링 진출 사례를 보다 명확히 파악할 수 있을 것인데 이 점에서 본 연구는 한계를 보이고 있다. 당연히 이러한 유형의 업체가 있을 것으로 판단되지만 적어도 리모델링협회 회원 업체 중에서는 제대로 리모델링 사업을 영위하는 이러한 유형의 업체를 발견하기는 어려웠다.

② 다양한 유형의 업체

이상에서 살펴 본바와 같이 리모델링 시장 진출 업체들은 건설업 경력이 짧은다는 공통적인 특징을 보유하고 있음과 동시에 면허와 관련 다양한 업역을 기반으로 이 시장에 진출하고 있다는 특징도 보유하고 있다. <표IV-1>에서 이미 제시한 바와 같이 이번 면담 조사에 응한 업체만도 다섯가지 유형이다. 일반건설업체의 비중이 높기는 하지만 전문건설업체와 건설업 등록없이 리모델링 사업을 영위하는 업체, 컨설팅업체와 자재업체들이 포함되어 있다. 물론 이들 업체들 모두가 직접 시공부문만을 중심으로 리모델링 사업을 영위하는 것은 아니지만 포괄적으로 리모델링 사업을 담당하고 있는 것만은 사실이다.

이와같이 리모델링 사업 진출 업체가 다양하다는 특징은 리모델링 사업의 독특한 특징으로도 볼 수 있다. 리모델링 사업은 비교적 규모가 소규모이면서 건물 유형별로 다양한 수요의 특징을 나타내고 있기 때문에 이 시장에 진출하는 업체 역시 기존 건설시장보다 훨씬 다양한 것으로 평가된다.⁴⁹⁾ 이와같이 리모델링 시장 진출 업체가 다양하다는 것은 리모델링산업이 기존의 건설산업 영역에 포함되면서도 나름대로 독자적인 특징을 갖고 있다는 것을 시사한다. 동시에 그만큼 리모델링 시장에서 경쟁이 치열할 것임을 시사하기도 한다.

(2) 리모델링 시장의 전망과 특징

① 단기적으로는 위축현상 보이거나 장기적으로 성장 전망 예상

면담자들의 리모델링 시장에 대한 거의 공통된 평가는 현재는 어렵지만 장기적으로 성장 가능성이 높다는 것이다. 현 시점의 리모델링 시장에 대해서는 거의 대부분의 업체가 많이 위축되어 있는 것으로 평가하고 있다. 실제로 면담업체 중 상당수 업체는 2004년도 이후 리모델링 매출 실적이 떨어지고 있는 현상마저 보이고 있다. 최근 리모델링 매출이 떨어지고 있는 업체들은 대체로 2003년까지는 괜찮았으나 그 이후 많이 위축된 것으로 평가하고 있다. 그 주된 이유로는 경기가 나빠진 것을 대표적으로 지적하고 있다. 그 이외에도 정부의 일관성 없는 부동산 규제 및 도시계획 정책과 지나치게 상승한 부동산 가격을 이유로 드는 CEO들도 있다.

현재 리모델링 시장이 이와 같이 어려움에도 불구하고 대부분의 CEO들은 장기적으로는 장밋빛 전망을 하고 있다. 면담자들 중에서 한, 두개 업체의 사장을 제외하고는 모두

49) 실제로 일본의 주택 리모델링 시장 현황 자료를 보면, 8가지 유형의 건설관련업체들이 리모델링 시장에 진출하고 있는 것으로 나타나고 있다. 일본주택리폼센터, 21세기를 비상하는 주택리폼시장, 2000.

가 장기적으로 리모델링 시장의 성장 가능성을 높게 평가하고 있다. 물론 언제쯤 리모델링 시장이 성장할 것인가에 대한 생각이 일치하지는 않는다. 리모델링시장이 기대만큼 빠른 시일 내에 좋아질 것이라 예상하지는 않지만, 대체로 2010년이 지나면 시장이 활성화될 것으로 점치고 있다.

② 소규모 건축물 리모델링은 경기에 민감

여기서 현재 시점의 리모델링 시장에 대한 평가와 관련하여 한 가지 특이한 점은 리모델링 대상 건물의 규모와 시장 특성이 상관성이 높다는 점이다. 건물의 규모는 건물 소유자의 특성을 반영한다고 볼 수 있다. 즉, 소규모 건물일수록 자금력이 부족한 개인이 보유할 확률이 높은 반면, 건물의 규모가 커질수록 자금 능력이 좋은 개인이나 법인이 보유할 확률이 높다. 이는 소규모 건물일수록 전반적인 경기의 영향을 받을 가능성이 높다는 것을 의미한다. 영세 개인이나 사업자들은 자신이 보유한 건물이 노후화되어 리모델링의 필요성이 높음에도 불구하고 경기가 나쁘면 자금 동원에서 어려움을 겪게 된다. 그리고 임대사업을 하는 경우에는 비록 낮은 임대수익을 거두고 있음에도 불구하고 리모델링을 통한 수익성 향상을 기대하기 어렵다.

이에 비하여 규모가 큰 건물들은 상대적으로 자금 여력이 있어 경기의 영향을 덜 받을 확률이 높다. 자금력에 여유가 있는 건물주들 중에는 오히려 경기가 나쁠 때 리모델링을 통하여 건물의 가치를 향상시키는 전략을 구사하는 경우도 있다. 또한, 기업 등 법인이 소유하는 건물들은 경기의 영향을 상대적으로 덜 받을 가능성이 높다. 따라서 이러한 논리를 토대로 생각한다면 중소건설업체들의 리모델링 시장은 경기의 영향을 많이 받을 확률이 높고 그 중에서도 특히, 규모가 더 작은 소규모 업체들이 시장 위축으로 인한 어려움을 더 크게 겪을 것으로 판단된다.

③ 영업력이 부족한 업체일수록 경기에 민감

업체 규모의 차이에 따라 경기의 영향을 받는 정도가 다르게 나타나는데 대한 또 하나의 설명으로 규모에 따른 기업의 영업력 등 경쟁력의 차이를 생각할 수 있다. 즉, 중소기업 중에서도 상대적으로 규모가 큰 업체일수록 체계적인 영업력과 기술력을 갖고 있어 상대적으로 경기변동의 영향을 덜 받는 것으로 보인다. 반대로 규모가 작은 업체들은 리모델링 시장에 대한 제대로 된 사업 능력을 미확보하고 있어 경기의 영향을 더 크게 받을 확률이 높다. 이번 면담조사 대상 업체들의 경우 대체로 이러한 가설도 크게 틀리지 않는 것으로 판단된다. 대부분의 업체가 나름대로 사업경험을 통하여 리모델링 경영의

노하우를 익히고 있지만 그 가운데서도 영업력이나 기술력의 차이는 있는 것으로 판단된다.

실제로 BW리모델링건설의 경우는 오랜 기간동안 체계적인 리모델링 영업을 하여 온 결과 경기의 영향을 거의 받지 않는 것을 나타냈다. 또한 리모델링 사업 부분에서도 전문 사업영역을 구축하고 있는 CR시스나 우수한 리모델링 경쟁력을 확보하고 있는 HD 리모델링은 경기 불황의 여파로 리모델링사업의 비중이 위축되는 경향을 보이지 않고 있다. 전문건설업체로서 규모가 큰 Y그룹 역시 최근 리모델링 매출이 크게 늘어나고 있다. 이는 경기가 나쁘더라도 반드시 물량 축소로 이어지지 않고, 경쟁력을 확보하는 경우 오히려 얼마든지 시장을 키워나가는 것이 가능하다는 것을 시사한다.

(3) 리모델링 사업의 특징

① 공사 규모는 소규모이나 편차 심함

중소업체들이 상대하는 리모델링 공사의 단위 물량 규모는 소규모이지만 그 편차가 매우 심한 특징을 보인다. 중소건설업체들이 수주하는 리모델링 공사는 대략 30억원 이내의 공사로 추정된다. 그중에서 20억~30억 정도 공사는 중소기업체로서는 체법 규모가 큰 리모델링 공사에 해당된다. 중소기업체 중에서도 규모가 작은 소형 또는 영세업체들은 1억~2억 정도의 소규모 또는 부분적인 리모델링 공사를 하는 경우도 있다. 이와같이 리모델링 수주 공사의 편차가 크다는 것은 근본적으로 리모델링 공사가 종류 또는 특징에 따라 매우 다양하다는 것을 의미한다. 일반적으로 소규모 리모델링 공사는 건물 유형별로는 주택 등 상대적으로 건물의 규모가 작은 것에서, 그리고 리모델링 방식에서는 외장 등 부분적인 리모델링을 시행하는 경우에 주로 발생한다.

② 수익성 확보와 경영의 안정성에 긍정적 효과 제공

리모델링 공사는 회사의 매출 규모를 확대하는 데는 별 도움을 주지 않지만 수익성을 높이고 자금흐름 측면에서 경영의 안정성을 제고하는 데는 효과적이다. 이런 측면에서 CEO의 경영 전략은 리모델링 수주 및 사업 추진에 중요한 영향을 미친다. 대체로 리모델링을 중심으로 사업을 영위하려는 업체들은 회사의 외형적 매출 규모 확대보다는 경영의 안정성을 중시하는 경향을 보인다. 이러한 유형에 해당되는 대표적인 사례 업체는 BW리모델링건설이다. 반면, 회사의 성장성을 중시하는 업체는 리모델링을 일정 부분 유지하면서 신축 등 여타의 건설공사 수주를 적극적으로 추진하는 경향을 보인다. 이러한

유형에 속하는 업체로는 HD리모델링이 대표적이다. 나머지 대부분의 업체들도 신축과 리모델링을 겸업하는 유형에 해당되나 사업의 전략적인 측면보다는 단순히 수주 물량 확보 차원에서 접근하고 있는 것으로 판단된다.

③ 민간 상업용 건물이 주된 시장

리모델링 수주 분야는 대체로 민간분야의 상업용 건물이 주류를 이루고 있다. 상업용 건물은 개수가 많아 리모델링의 잠재적 수요가 풍부한 한편, 중소기업체가 수주하기에 적당한 중소규모 공사의 수요가 많은 편이다. 리모델링사업을 추진하는 업체들은 거의 대부분 상업용 건물을 중점 영업 대상으로 하고 있다. 그리고 보다 규모가 작은 업체들은 소규모의 주택 리모델링 공사를 수주하는 경우도 있다. 이에 비하여 특정 유형의 건물에 특화하여 리모델링 사업을 추진하는 경우는 쉽게 발견하기 어렵다. 면담업체 중에서 전문적인 시장 영역을 중점 공략하고 있는 업체는 CR시스정도에 불과하다. 이는 리모델링 시장이 아직은 초기 형성단계에 있는데다가 중소기업 역시 전문화를 통한 사업 추진에 익숙하지 않다는 점이 복합적으로 작용한 결과로 판단된다. 한편, 대부분의 업체가 민간 리모델링시장을 중심으로 영업하는 반면, 공공부문의 리모델링 시장은 고려하지 않는 특징을 보이고 있는데 이는 공공부문의 발주가 적격심사방식으로 이루어지고 있기 때문이다. 즉, 민간 리모델링 공사에 실적과 경험을 쌓아도 공공부문시장에서 능력을 인정받아 수주를 하기가 쉽지 않기 때문에 외면하는 현상을 보이고 있다.

④ 수주는 지인을 통한 소개방식에 주로 의존

리모델링 수주는 여전히 지인 등을 통한 소개가 주류를 이루고 있다. 면담조사에서 상당수 업체들은 소개이외에 나름대로 홍보 전략을 구사하였으나 큰 효과를 보지 못하는 것으로 응답고 있다. 이는 소규모 공사인 리모델링 공사의 특징을 반영하는 한편, 업체의 체계적인 수주 영업전략이 확립되어 있지 않음을 보여 준다. 소규모 건축물 소유자의 경우 소개 이외의 다른 방법을 통하여 유능한 리모델링 시공업체를 선정하기가 용이치 않는 것이 현실이다. 그러나 소개에 의한 수주가 리모델링 수주의 대표적인 방식이기는 하나 반드시 효과적인 방법이라고 단언하기는 어렵다. CR시스 같은 회사의 경우는 리모델링에 대한 시공경험을 축적해 가면서 자체 홈페이지 등을 적극적으로 활용하여 어느정도 성과를 거두고 있는 것으로 보인다. 그리고 좀 더 체계적인 접근으로서 적극적인 영업활동을 전개하는 경우도 있다. 사례조사에서 BW건설은 잠재적인 리모델링 발주자에 대한 정보를 축적해가면서 꾸준히 영업활동을 전개해 온 결과 소개에 의한 방법에만 의존하지 않고 꾸준히 영업실적을 올리고 있다.

⑤ 발주 유형은 사업제안방식이 주류

민간 부문의 리모델링 수주는 주로 소개에 의한 지명경쟁을 통하여 이루어지는데 구체적으로 가격경쟁입찰방식과 사업제안방식 중 한가지 방식으로 추진된다. 이 중 사업제안방식이 보다 많이 활용되고 있는 편이다. 가격경쟁입찰방식은 사전에 발주자가 설계업체 등을 통하여 작성한 설계내역을 토대로 시공업체들이 최저가 경쟁을 하는 방식이다. 이 경우는 주로 건물의 규모가 크고 건물 소유주가 개인이 아닌 법인 경우에 많이 발생한다. 이에 비하여 사업제안방식은 흔히 말하는 턴키방식으로 볼 수 있다. 즉, 발주자는 개략적인 사업 추진 의향과 조건을 밝힌 후 지명된 업체로 하여금 가장 효과적으로 리모델링을 추진할 수 있는 방식을 제안하도록 하는 것이다. 대체로 리모델링공사는 소규모이지만 건물의 주어진 상황에 대한 판단과 개발 및 시공 방향의 설정이 쉽지 않은 경우가 많아 대부분의 중소 건물 소유주는 리모델링시 이러한 소수의 지명된 업체로 하여금 사업제안방식의 경쟁을 유도하는 경우가 많다.

⑥ 사업제안능력이 수주의 핵심 관건

리모델링 수주가 주로 사업제안방식의 경쟁을 통하여 이루어지므로 사업제안 능력이 수주의 핵심적 관건이 되고 있다. 즉, 발주자의 요구 조건을 잘 반영하고 설득할 수 있는 사업제안서 작성 능력이 수주의 열쇠가 되는 경우가 많다. 물론 발주자의 요구 정도에 따라 사업제안서의 범위는 다양하다. 발주자에 따라 리모델링 추진의 기본 방향까지 설정해 줄 것을 요구하는 경우에는 리모델링을 통한 사업타당성 분석까지 포함하여 제시해야 하는 경우도 발생한다. 반면, 발주자가 리모델링 추진의 방향을 설정하고 사업제안을 의뢰하는 경우에는 주로 시공부문에 국한하여 리모델링의 범위와 내용 및 비용 등을 제시하게 된다.

⑦ 종합적 엔지니어링 능력이 핵심 경쟁력

리모델링 수주에 있어서 사업제안 능력이 중요하다는 것은 이를 뒷받침할 수 있는 핵심 경쟁력을 보유해야 한다는 것을 의미한다. 리모델링 사업에서 요구되는 핵심 경쟁력은 종합적인 엔지니어링 능력이다. 면담 조사에 응한 거의 대부분의 CEO들이 특히 이 점을 강조하고 있다. 리모델링은 비록 기존 건물을 대상으로 하는 소규모 공사이지만 기술적인 측면에서 풍부한 경험과 기술적 노하우를 필요로 하는 공사이다. 특히, 리모델링 공사는 경험을 통한 기술력의 확보가 중요함을 여러 측면에서 시사하고 있다. CEO들의 의견을 종합하여 보면 대체로 3년 정도의 리모델링 시공 경험을 통하여 리모델링에서

요구되는 기술적 특징들을 이해하는 것이 무엇보다 중요하다.

한편, 이러한 종합적인 엔지니어링 능력을 보유하기 위해서는 CEO의 리모델링 분야에 대한 사업 경험과 능력 확보가 우선적으로 요구되는데 설계와 시공 양면의 능력을 확보하는 것이 무엇보다 중요하다. 이러한 자질을 갖춘 CEO는 공사의 수주부터 시행 전반에 걸쳐 다양하게 부딪히는 문제를 해결하는데 핵심적인 역할을 하게 된다. 그리고 회사 내에 종합적인 엔지니어링 능력 기반을 구축할 수 있는 핵심 인재를 확보하는 한편, 나머지 요구되는 분야는 협력관계를 통하여 유능한 외부업체를 확보, 관리하는 것 역시 매우 중요하다.

⑧ 리스크 요인 및 능력부족으로 자체개발사업 추진업체는 제한적

도급방식이외에 자체 개발방식으로 리모델링 사업을 추진하는 업체는 아직 많은 편이 아니다. 면담조사에서 자체 개발방식을 적극적으로 추진하거나 고려하는 회사로는 DV 건설이 거의 유일하다. 나머지 업체들은 여전히 도급형 사업에 주력하는 경향을 보이는데 이는 개발형 사업에서 직면할 수 있는 리스크를 줄이려는 의향으로 볼 수 있다. 이러한 경향은 최근 부동산경기가 위축됨에 따라 더 강하게 나타나고 있다. 그러나, 다른 한편으로 개발형 사업 추진을 기피하는 것은 중소기업 스스로 리모델링사업에 대한 적극적인 사업분석과 추진 능력을 아직 확보하고 있지 못한 것으로도 해석된다.

(4) 리모델링 정책 및 제도개선 요구사항

면담에 응한 거의 모든 업체의 CEO들이 리모델링 시장을 활성화시키기 위하여 정부의 적극적인 정책 및 제도 개선을 요구하고 있다. 정책 및 제도 측면에서 개선을 요구하는 사항들을 요약하면 크게 다음 네가지 정도로 압축할 수 있다.

① 건축규제의 완화 요구

노후 건축물의 리모델링을 활성화시키기 위하여 「건축법」상의 각종 규제를 완화시켜 줄 것을 요구하고 있다. 건축주가 리모델링을 추진하고 싶어도 각종 건축법규에서 요구하는 기준을 충족시키기 어려워 리모델링을 추진하는 것이 어렵다는 주장을 하고 있다. 그리고 건축기준의 완화와 더불어 리모델링지구지정제도의 적용과 같은 보다 적극적인 제도의 시행도 요구하고 있다.

② 면허제도의 개선 요구

리모델링사업 추진과 관련 면허제도의 개선을 요구하고 있다. 대부분의 CEO가 리모델링 추진과 관련 자격자의 제도가 명확하지 않아 많은 어려움을 겪는 것으로 응답하고 있다. 또한 리모델링 공사가 소규모 공사 영역에 포함되어 있어 무면허업자의 리모델링 시공 참여로 인한 문제점을 지적하는 업체가 많다. 그리고 발주가 주로 사업제안방식으로 이루어지는데 설계자와 시공자의 영업을 분리하도록 하는 현행 제도로 어려움을 느낀다고 지적하는 업체도 있다.

③ 금융지원제도의 개선 요구

리모델링의 활성화를 위하여 금융제도의 개선을 강하게 요구하고 있다. 중소건물주의 경우 리모델링의 필요성이 있어도 자금을 동원할 수 없어서 리모델링 추진이 어려운 경우가 자주 발생한다는 것이다. 리모델링의 경우 아직 평가기법이 발달되어 있지 않아 리모델링에 따른 건물의 시장가치 평가를 통한 자금조달이 거의 어려운 실정인 것으로 응답하고 있다. 다른 한편으로 조세 측면에서도 리모델링을 지원하는 방향으로 제도를 개선해 줄 것을 요구하고 있다.

④ 시장 정보활성화 요구

리모델링시장의 정보를 활성화시켜 줄 것을 요구하고 있다. 면담에 응한 대부분의 중소기업자들은 수주 정보를 획득하는데 애로를 느끼는 것으로 보인다. 이러한 문제를 해결하기 위하여 정부가 리모델링 수요자와 공급자간의 정보를 활성화하는 노력을 전개해 줄 것을 요구하고 있다.

제5장

중소건설업체의 리모델링시장 진출 및 사업전략 방안

앞서 III장과 IV장에서 리모델링시장의 상품 및 사업적 특징을 사례 분석 접근을 통하여 살펴보았다. 이러한 분석 결과는 앞으로 리모델링 시장에 진출하려는 중소기업체에 도움을 주는 시사점을 제공할 것이다. 이제 이 장에서는 이러한 조사 및 분석 결과를 토대로 중소기업체의 리모델링 시장 진출 및 사업 전략 방안을 제시코자 한다.

본 연구는 중소기업체의 리모델링 시장 진출을 위한 기본적인 전략 방안의 제시에 중점을 두고자 한다. 즉, 구체적인 리모델링 사업 추진의 전략은 각 회사의 경력이나 기존 사업의 내용, 그리고 CEO의 의도 등에 따라 달라질 수밖에 없을 것이므로 여기서는 공통적으로 이해하고 고려해야 하는 핵심적 요소들을 중심으로 제시코자 한다. 따라서 이 장에서는 이러한 제안 의도에 충실하기 위하여 거시적인 리모델링 산업 환경을 먼저 살펴보고, 이에 기초하여 리모델링 분야에서 성공하기 위하여 요구되는 자질과 핵심 역량들을 단계별로 검토하여 제시코자 한다.

1. 리모델링 산업구조 전망

건축물 리모델링 수요의 증가와 시장 확대는 건설시장에서 리모델링산업이 일정한 시장 영역을 차지해 나갈 것임을 시사한다. 즉, 건축물 리모델링사업은 머지않아 독자적인 규모와 특성을 갖는 시장 영역으로 성장해 나갈 것으로 예상된다.⁵⁰⁾ 이러한 성장 가능성은 리모델링 분야가 건설산업 내에서 어느 정도 독자적인 특징을 갖는 산업영역으로 성장해 나갈 것임을 예고한다고도 볼 수 있다. 여기서는 이러한 리모델링 시장의 성장 가능성과 연계하여 예상되는 리모델링 분야의 업계 구조를 전망해 보고자 한다. 리모델링 산업 구조에 대한 전망은 이 시장 진출 의도를 갖고 있는 중소기업체들에게 시장 및 산업 환경을 이해하는데 도움을 줄 것이다.

50) 이에 대해서는 II장의 리모델링시장의 성장 가능성에 대한 분석을 통하여 충분히 이해할 수 있을 것이다.

(1) 진입과 퇴출이 활발한 경쟁구조 형성

향후 리모델링 사업 분야에 진출하는 업체가 증가하고 따라서 업체간 경쟁 역시 치열해질 전망이다. 리모델링 분야에 진입하는 업체가 빠르게 증가할 것이라는 예측은 이 시장의 높은 성장 가능성과 더불어 진입에 따른 장애 요인이 적다는 점에 기인한다. 시장의 성장성이 높으면서도 특별히 진입에 따른 장애 요소가 적으면 당연히 진입 업체가 빠르게 증가할 것이다. 리모델링 시장, 특히 중소건설업체의 이 분야 시장에 대한 진입 장벽이 낮다는 것은 특별히 요구되는 제도적 진입 장벽이 낮다는 것을 의미한다. 즉, 리모델링시장은 비교적 소규모 건축물을 대상으로 하는 시장 영역이라서 중소건설업체들이 진입하는데 요구되는 제도적 장벽이 적은 편이다. 이에 대해서는 IV장의 사례연구에서 이미 확인한 바이다.

한편, 리모델링 진출 업체의 빠른 증가는 기존 건설업 영위 업체의 리모델링사업 진출과 신설업체의 리모델링시장 진출이라는 두가지 경로를 통하여 이루어질 것이다. 우선, 기존 건설업 영위 업체들은 특수한 경우를 제외하고는 기존 사업 영역을 유지하면서 신규사업으로서 리모델링 분야 진출을 시도할 것이다. 즉, 특수한 경우를 제외한 대부분의 업체들은 기존의 신축사업 등을 유지하면서 리모델링 사업을 겸업하는 방식을 선택할 것이다.⁵¹⁾ 그리고 단기적으로는 겸업업체의 전체 사업 포트폴리오 중에서 리모델링의 비중은 낮을 것으로 예상되나 장기적으로는 리모델링 시장의 비중이 점차 커지면서 리모델링에 주력하는 업체도 증가할 것으로 예상된다.⁵²⁾ 이에 비하여 신규로 이 시장에 진출하는 업체들 중에는 아예 리모델링 사업에만 특화하여 리모델링 전문업체로 시장에 진입하는 업체도 늘어날 것으로 예상된다.

리모델링 시장 진입 업체의 증가는 업체간 경쟁 구도가 치열해질 것을 의미한다. 즉, 시장 진입은 용이하지만 리모델링 사업의 특성을 제대로 이해하지 못하고 역량이 부족한 업체들의 시장 퇴출역시 증가할 것으로 예상된다. 앞서 살펴 본 미국 리모델링 시장 분석 자료에 따르면 미국의 경우 리모델링 시장에 진출한 주택업체의 30%가 2년 내에 퇴출하고 있는 것으로 조사되고 있다. 이는 한마디로 리모델링 시장은 진출과 퇴출이 자

51) 이런 관점에서 본 사례조사 연구에서 조사한 BW리모델링건설의 경우는 매우 예외적인 케이스에 해당된다고 볼 수 있다. 즉, BW리모델링건설은 기존의 신축사업을 완전히 포기하고 리모델링 전문업체로 변신한 경우에 해당된다.

52) 이에 대해서는 선진국의 리모델링 시장에서 확인할 수 있다. 예를 들어 미국의 경우 전체 건설업체의 40% 내외가 리모델링 전업 또는 겸업업체이고 이중 약 60%는 리모델링을 주력으로 하는 업체라는 보고도 있다. Improving Americas Housing, Joint Center for Housing Studies of Havard University, 1999.

유로운 시장임을 의미한다. 신규사업 영역으로 진출하기는 쉽지만, 사업 역량이 부족한 업체가 이 시장에서 성공을 거두기는 어렵다는 것을 의미한다.

(2) 다양한 분야 및 업종의 시장 진입 확대

리모델링시장 진출 업체가 증가하는 경향과 함께 다양한 분야 또는 업종의 업체가 이 시장으로 진출할 것으로 예상된다. 이는 건설업체 이외의 타 분야 사업체들도 이 시장을 공략할 것이라는 것을 의미한다. 이는 리모델링 시장이 성장성이 높으면서도 신축 행위와는 다른 기존 건물을 대상으로 하는 사업적 특성을 보유하고 있기 때문이다. 일본의 경우를 보면, 대형 건설업체나 주택건축업자와 전문건설업체 등 직접적으로 건설시공을 하는 업체의 리모델링 시장 진출 비중이 증가함과 동시에 건자재 생산 및 판매업체와 부동산 업체, 그리고 설계·엔지니어링업체의 리모델링 시장 진출 비중도 증가하는 경향을 보이고 있다. 또한, 아예 리모델링만을 전업하는 리모델링 전문업체도 출현하는 경향을 보인다.

일본의 사례로 보아 우리나라도 향후 리모델링 시장이 성장해 나감에 따라 다양한 분야의 사업자들이 이 시장에 진출할 것으로 예상된다. 이 역시 리모델링 시장에 진입하기 위한 제도적 진입 장벽은 낮은 반면, 나름대로의 사업적 기반을 토대로 이 시장을 공략하는 것이 가능하기 때문일 것이다. 이러한 측면에서 향후 중소건설업체들이 진출해야 하는 리모델링 시장은 건설업체들만의 경쟁을 넘어선 치열한 경쟁 구도를 형성해 나갈 것으로 예상된다.

(3) 장기적으로는 양극화 구도 형성

리모델링 시장은 대형업체와 중소기업간의 구분된 시장 영역으로 발전해 나가면서 장기적으로는 양극화 구조를 형성해 나갈 것으로 예상된다. 단기적으로는 리모델링 사업의 유형에 따라 대형업체 시장과 중소기업 시장이 구분되어 발전해 나갈 가능성이 높다. 즉, 대형업체는 주로 단위 물량 규모가 큰 아파트 리모델링 시장을 중심으로 진출할 가능성이 높은 반면, 중소건설업체들은 기타 다양한 유형의 소규모 건축물을 상대로 시장 영역을 확대해 나갈 것이다.

그러나 중장기적으로는 이 시장 역시 통합되고, 대형업체와 중소기업간의 경쟁도 치열해 질 가능성을 배제하기 어렵다. 리모델링 사업에 대한 적응력을 높인 대형건설업체들이 점차 소규모 건축물 리모델링시장에서도 독자적인 사업 전략을 구축해 나가면서 중

소업체의 시장 영역을 과고될 가능성도 충분히 예상된다.⁵³⁾ 이런 구도가 형성되면, 대형업체는 업체의 브랜드 이미지 등 명성도와 서비스 능력을 기반으로, 그리고 중소기업체는 지역밀착형 영업과 가격 경쟁력을 통하여 리모델링 시장을 공략하는 경쟁 체제를 이룰 것이다. 중장기적으로 리모델링 시장이 이러한 양극화 구도가 되면, 결국 경쟁기반을 확보하고 있는 대형 건설업체와 건축물 유형별 또는 특정 분야별로 전문성과 서비스 능력을 확보하고 있는 중소기업체가 리모델링시장을 점유하는 형태가 될 것이다.

(4) 10대 리모델링 시장 구조 전망

이상의 산업구조 전망을 토대로 중장기적으로 예상되는 리모델링 시장의 10대 구조를 전망하면 다음과 같다.

첫째, 대형건설업체중에서 리모델링 분야의 선두 업체가 출현할 것이다.

둘째, 대다수의 중소건설업체들은 리모델링 사업을 겸업 또는 전업하는 업체로 변신해 나갈 것이다.

셋째, 독자적인 시공 기술과 업역을 바탕으로 한 전문건설업체의 리모델링 시장 진출이 확대될 것이다.

넷째, 특정 상품 분야 또는 기술력을 바탕으로 한 리모델링 전문업체의 출현이 확대될 것이다.

다섯째, 자체 생산 상품을 중심으로 한 자재업체의 리모델링 시장 진출이 확대될 것이다.

여섯째, 대형업체와 중소시공업자간의 프랜차이즈 계약을 통한 사업 진출 등 전략적 제휴가 늘어날 것이다.

일곱째, 설계 및 엔지니어링업체의 리모델링 설계, 감리 및 컨설팅 분야 진출 비중이 확대될 것이다.

여덟째, 유지관리 분야의 사업을 기반으로 하는 전문업체의 리모델링 분야 진출이 확대될 것이다.

아홉째, 부동산 및 온라인 분야 전문업체의 리모델링 시장 정보 제공과 컨설팅 관련 분야 진출이 확대될 것이다.

열번째, 리모델링 분야의 개발사업을 주력으로 하는 전문사업자와 프로젝트 파이낸싱 주력 업체들도 출현할 것이다.

53) 이러한 경향은 미국과 일본 같은 선진국 리모델링 시장에서 발견되는 현상이다. 이들 선진국의 경우 대형건설업체들이 소규모 리모델링시장 영역으로 진입하는 비중이 점점 커지고 있다.

2. 리모델링시장 진출 업체에게 요구되는 기본 마인드

리모델링시장에 진출하려는 중소기업체들은 우선적으로 건설시장에 대한 새로운 마인드를 구축할 필요가 있다. 기존 건설사업을 추진하는 마인드 내지 발상만으로는 리모델링 시장에 진출하여 성공을 기대하기는 어려울 것으로 예상된다. 기존 건설시장에 대한 경험을 통하여 고착화된 발상을 새롭게 전환함으로써 신규 시장인 리모델링 사업에서 성공할 수 있는 정신적 토대를 구축하는 것이야말로 리모델링사업에서 성공할 수 있는 기본 자질이 될 것이다.

① 고정관념의 탈피

리모델링 시장에서 성공하기 위해서는 신축시장만을 건설시장으로 이해하는 고정 관념을 탈피하는 것이 무엇보다 중요하다. 리모델링시장은 기존 건축물을 대상으로 하는 시장이다. 이러한 관점에서 기존 건물로부터 창출할 수 있는 건설수요가 적지 않음을 인식하는 것이 무엇보다 중요하다. 건물의 라이프사이클 관점에서 보면, 건물의 신축에 소요되는 비용은 총 생애기간 동안 발생하는 비용의 20 내지 25%에 불과하다는 분석이 있다.⁵⁴⁾ 나머지 75% 내지 80%의 비용 중 적어도 절반은 건물의 유지관리 및 보수와 리모델링에 관련된 비용으로 보아야 할 것이다. 리모델링 시장에 진출하려는 중소기업 종사자들은 기존의 노후 건축물로부터 지속적으로 건설수요를 창출할 수 있다는 생각을 가지지 않으면 안된다.

② 창의성과 적극성의 추구

리모델링사업은 기존 건물을 대상으로 하기 때문에 보다 창의적이고 적극적인 사고방식을 가져야 한다. 리모델링은 단순히 주어진 설계도면대로 시공하는 행위와는 본질적으로 다르다. 기존 건물을 대상으로 하기 때문에 수많은 제약 요인이 따르고 비용 증가를 초래한다. 반대로 접근 방식에 따라서는 신축의 경우보다 더 높은 부가가치를 창출할 여지도 있다. 리모델링에 있어서 이러한 제약요인의 극복과 부가가치 창출은 근본적으로 사업자의 유연한 창의적 발상과 적극적인 마인드에서 나온다고 해도 과언이 아니다. 리모델링시장이 아무리 잠재적인 성장성이 높다 하더라도 리모델링사업 종사자의 이러한 적극적이고 창의적인 마인드가 없이는 안정적인 성장을 기대하기는 어려울 것이다.

54) 산업사회조사회(일본), 건물리모델링 매뉴얼, 한국건설산업연구원 (2001) p.38.

③ 외형성장 지상주의의 탈피

리모델링사업에 진출하려는 중소기업체들은 가급적 기존의 물량 중심의 외형적 성장 전략을 탈피하는 것이 바람직할 것이다. 리모델링사업은 비교적 소규모 물량이기 때문에 회사의 외형적 성장을 도모하는 데는 한계를 갖고 있다. 업체의 사업포트폴리오 전략에 따라 리모델링 사업 비중을 적절하게 유지할 수 있지만 적어도 리모델링사업을 통하여 회사의 외형적 성장을 도모하려는 발상은 가지지 않는 것이 좋다. 이런 관점에서 중소건설업체들은 급변하는 건설시장 환경을 고려하여 리모델링 사업 분야 진출을 계기로 성장성과 안정성에 대한 경영의 기본적인 전략을 재검토해 볼 필요도 있을 것이다.

④ 공공시장 의존 태도 탈피

리모델링사업에 진출하려는 중소기업체들은 공공부문 시장 지향의 발상을 버릴 필요가 있다. 공공부문 건설시장은 그동안 건설업체의 성장과 경영 안정에 큰 기여를 하여 왔지만 점차 물량이 축소되고 수익성에 부정적인 영향을 미치는 시장으로 변화되어 가고 있다. 반면, 중소건설업체에게 리모델링시장은 성장성이 높은 유망시장이다. 리모델링시장은 민간건축부문이 주도하는 시장이다. 공공부문시장 발주자와 민간건축부문 그것도 리모델링 분야의 발주자의 특성과 요구 내용은 크게 상이하다. 따라서 리모델링 사업에 진출하려는 업체들은 소규모 민간 건축주의 사업적 특성과 성향 및 그들이 보유하고 있는 건물의 특성을 이해하는 노력을 가져야 할 것이다.

⑤ 전문화의 추구

신규로 리모델링사업에 진출하려는 업체들은 가급적 전문화를 통한 이 시장 진출 방안을 모색하는 것이 바람직할 것이다. 리모델링을 필요로 하는 건축물 유형은 다양하고 저마다 요구하는 리모델링의 수요내지 특성도 다르다. 신규 진입업체가 기존 리모델링 사업체를 상대로 모든 건축물 유형에서 성공하는 강자로 살아남기는 힘들 것이다. 물론 전문분야의 구축을 위한 과정에는 많은 기간과 비용이 소요된다. 그러나 장기적으로 리모델링 시장에서 성공하는 강자로 살아남기 위해서는 특정 건축물 또는 기술분야의 전문성을 강화해 나가지 않으면 안 될 것이다.

⑥ 적극적인 개발사업의 추구

리모델링 사업에 진출하려는 업체들은 단순수주를 탈피하여 개발사업 분야로 진출하는 방안을 적극 모색할 필요가 있다. 리모델링은 부동산의 부가가치를 창출하는 방식의

하나이기 때문에 개발사업 관점에서 접근하기 좋은 사업이다. 앞으로 건설시장은 거의 모든 분야에서 개발사업 능력을 갖추어 나가지 않으면 물량을 창출하고 수익을 확보할 수 있는 길은 점점 멀어진다. 이런 상황에서 중소건설업체가 개발사업을 추구할 수 있는 적절한 분야는 리모델링 정도밖에 없을 것이다. 리모델링 사업은 중소건설업체가 직접 투자를 하고 리스크를 감당하기에 비교적 적당한 규모이기 때문이다. 또한 이러한 적극적인 발상을 가질 때 발주자로부터 리모델링공사의 수주도 더 크게 확대해 나갈 수 있을 것이다.

3. 리모델링 사업 특성에 대한 이해와 사업 능력의 배양

리모델링 시장 진출자에게 요구되는 기본적인 마인드를 살펴보았으므로 이제 좀 더 구체적으로 이 분야가 요구하는 핵심적인 능력을 이해하고 배양할 필요가 있다. 리모델링사업은 기존 건물을 대상으로 한다는 점에서 본질적으로 신축시장과 다른 특성을 갖는다. 따라서 이로부터 발생하는 리모델링 사업의 구조적 특성을 이해하는 것이야말로 리모델링시장에서의 성공 여부를 가늠하는 관건이 된다. 이런 관점에서 신축 행위에서 요구되는 내용과 다른 리모델링만의 고유한 특성을 이해하고 이에 기초한 사업 능력을 배양해 나갈 필요가 있다. 이와 관련하여 리모델링 사업 특성에 기초한 기본적인 사업 능력 배양 방안을 제시하면 다음과 같다.

① 공사 범위 및 비용의 표준화 전략 요구

리모델링 공사는 특성상 표준적인 사업 내용 및 비용 설정이 곤란하다. 건물의 유형이 다양할 뿐만 아니라 사용기간과 상태 등이 천차만별이어서 사전적으로 요구되는 리모델링의 범위를 명확히 확정짓기가 어려운 특성을 보유하고 있다. 이는 곧 리모델링의 비용을 합리적으로 설정하기가 곤란하다는 것을 의미한다. 즉, 리모델링 공사는 기존 건물을 대상으로 하고 있어 예측 가능성이 떨어질 뿐만 아니라 수요자의 요구 내용 역시 다양하고 공사 참여자의 경험이나 능력 역시 다양하여 이러한 특징들이 결국 리모델링 공사의 가격 표준화를 어렵게 만드는 요소로 작용한다. 이러한 리모델링 공사 내용 및 비용의 불확실성은 결과적으로 리모델링에 대한 소비자의 불신을 증가시키는 요인으로 작용한다. 이런 관점에서 리모델링 시장에 진출하려는 업체는 우선적으로 리모델링 공사의 내용 및 비용 측면에서의 불확실성 요인을 제거하려는 부단한 노력을 하여야 한다. 그러나,

이러한 문제의 해결은 하루 아침에 이루어지지 않는다. 리모델링 사업에 대한 경험과 기술적 능력을 축적해 나갈 때만이 가능할 것이다. 이러한 노력을 통하여 잠재적 발주자에게 리모델링 공사의 내용과 비용에 대하여 신뢰성을 제공하게 될 때 이 시장에서 강자로 성장해 나갈 수 있을 것이다.

② 차별화 전략의 적극적 구사

건축물은 각각의 유형 및 처한 상황에 따라 다양한 범위 및 방식의 리모델링을 요구한다. 거기에서 건물의 소유자이면서 이용자인 발주자의 요구 역시 다양하고 강한 편이다. 건물의 특징과 소유자의 요구가 다양하다는 것은 그것을 충족시키는 접근 방법 역시 다양하다는 것을 의미한다. 이런 측면에서 리모델링 수요자 즉, 고객의 욕구를 창의적으로 수용하고 해결하려는 차별화 전략은 리모델링 사업의 성패를 가름하는 결정적인 요소로 작용하게 된다. 즉, 리모델링 사업 내지 시공에 있어서 업체 고유의 차별적인 경쟁 요소를 확보하는 것이야말로 경쟁력 확보의 중요한 요소가 된다.

이를 위해서 건물주의 요구를 성실히 파악하고 반영하려는 노력을 기울이지 않으면 안된다. 특히, 건물에 대하여 겉으로 드러나지 않은 고객의 잠재적 불만 내지 욕구를 반영하려는 기획 능력의 확보가 요구된다. 이런 관점에서 리모델링 사업체는 가격 이외의 차별화 요소를 통하여 고객의 흥미를 끌고 만족도를 높일 수 있는 방안을 지속적으로 강구해 나가야 한다. 차별화 전략은 충분히 사전에 사업 제안 단계에서부터 반영되어야 할 것이다. 자사가 보유하고 있는 강점을 기반으로 하여 고객들에게 어필할 수 있는 차별성을 제시할 수 있다면 수주에서 유리한 고지를 점할 수 있을 것이다. 그리고 차별화 전략은 개별 프로젝트별로 접근되어야 하지만, 최대한 업체 고유의 독자적인 차별적 요소를 개발, 확보하여 특정 분야에서 독자적인 이미지를 형성해 나가는 것이 좋을 것이다. 이러한 차별화 전략에는 특정 부문의 성능 향상과 같은 기술적인 부분과 유효공간 확대를 위한 설계 능력, 그리고 시공후의 품질 보증 및 에프터서비스 등 다양한 부분에서 나올 수 있을 것이다.

③ 사전 조사 및 진단을 통한 기획 및 설계 능력의 확보

리모델링 공사는 기존 건물을 대상으로 하므로 사전 조사와 진단이 매우 중요하다. 철저한 사전 조사와 진단은 향후 진행하는 리모델링의 기획과 설계의 전제가 된다. 리모델링 시공에 있어서 제대로 된 기획 및 설계의 중요성이 특히 강조되고 있는데 사전 조사 및 진단은 이를 위한 출발점이 된다. 이러한 전제적 행위가 부실할 경우 이후 추진하는

리모델링시공 과정은 많은 문제를 유발하게 된다. 특히, 부실한 조사 및 진단은 사후적으로 리모델링 공사의 범위를 재조정하고 설계를 변경해야 하는 요인으로 작용하게 된다. 이는 공사의 비용과 기간을 증대시키는 요인이 됨은 물론, 발주자와의 갈등을 유발하고 분쟁 발생 가능성을 증대시키는 요인이 된다. 이런 측면에서 리모델링 사업자는 사전 조사와 진단의 중요성을 인식하고 이와 관련된 일련의 과정을 철저하게 준수해야 한다. 그리고 건물의 구조 및 안전 등과 관련된 전문지식과 기술을 함양해 나가는 노력을 지속적으로 기울여 나가야 할 것이다.

④ 종합적이고 체계적인 시공관리의 추진

리모델링 공사는 기존 건물을 대상으로 하므로 시공 중 안전 및 품질관리를 위한 체계적인 접근 노력이 크게 요구된다. 우선 기존 노후 건축물을 대상으로 공사를 하므로 당연히 안전상의 문제가 발생하기 쉽다. 건물의 구조적 안전은 물론 시공 참여자 및 일반인의 안전에도 적극적인 노력을 기울여야 한다. 특히, 건물을 이용하는 상태에서 리모델링을 하는 경우에는 이용자의 안전을 적극적으로 고려하는 시공관리를 해 나가야 한다. 그리고 자재의 관리 및 이동상에서도 신축공사에 비하여 더 큰 어려움과 위험이 따르게 된다. 또한, 리모델링 공사는 불가피하게 기존 시공물과 새롭게 시공하는 부분을 접합 또는 연결하는 공사가 요구되기 때문에 접합부위를 중심으로 품질상의 문제가 발생할 가능성이 높다. 세심한 주의를 기울이지 않을 경우 기존 부문과 신규부문의 이질성으로 인한 외관 및 기능상의 문제가 발생할 수 있다는 것을 항상 유념해야 한다. 이러한 문제점을 제거하기 위한 사전 계획 및 설계상의 노력과 철저하고 체계적인 시공관리가 리모델링 공사의 질을 제고하고 고객의 신뢰를 확보하는데 매우 중요한 요소로 작용하게 된다.

⑤ 하자 및 분쟁 발생 가능성에 철저하게 대비

대체로 리모델링 공사는 불확실성 요인이 많기 때문에 하자 및 분쟁 발생 가능성이 높은 특징을 갖는다. 리모델링 시공에서 사전 조사 및 진단의 중요성을 강조하는 것은 다른 한편으로 하자 및 분쟁의 발생 가능성이 매우 높다는 것을 시사한다. 또한, 기술적인 측면에서도 품질관리의 어려움이 따르기 때문에 하자 및 분쟁 발생으로 이어질 가능성이 높은 편이다. 이런 제반 불확실성 요인은 사전에 미리 검토되고 고려되지 않을 경우 결과적으로 시공과정 또는 사후적으로 비용 증가 및 공기 연장의 요인이 되어 발주자와의 분쟁으로 이어질 가능성을 증대시킨다. 리모델링사업 참여자는 리모델링 시공의 이러한 특성을 고려하여 사전에 철저한 대비를 하지 않으면 안 될 것이다. 앞서 언급한 것처럼

럼 사전적인 조사 및 진단의 과정과 설계능력의 배양 및 시공상의 관리기법 배양 등이 이러한 문제를 차단하는 방안이 될 것이다. 이와 더불어 사후적으로 발생할 수 있는 분쟁 발생 가능성에 대비하여 계약행위를 철저히 할 필요가 있다. 그러나 이보다 더 중요한 것은 시공보증 등을 통한 고객의 불안을 해소하는 노력과 함께 보다 적극적으로 애프터 서비스를 제공하려는 자세와 전략일 것이다. 그리고 사전적으로 발주자와 대화하고 설득하는 커뮤니케이션 능력의 배양이 이러한 문제의 발생 소지를 억제한다는 것도 유념할 필요가 있다.

⑥ 공기관리 노력 중요

리모델링의 특징 중 하나는 합리적인 공기관리를 하기가 어렵다는 점이다. 이 역시 기존건물을 대상으로 시공해야 하는 이유 때문에 발생한다. 노후 건축물을 상대로 리모델링 시공을 하기 때문에 공사 방법 및 적용 기술의 내용에 따라 공사기간은 크게 차이가 날 수도 있다. 이러한 측면에서도 리모델링 시공자의 경험 축적을 통한 기술력 확보는 중요한 경쟁력 요소로 작용한다. 특히, 리모델링시공은 거주자 또는 이용자가 건물을 이용하는 상태에서 리모델링을 해야 하는 경우가 자주 발생한다. 이 경우에는 불가피하게 공기가 늘어나게 되고 그만큼 공기관리의 중요성은 커지게 된다. 한편, 대부분의 소규모 건축물 소유자가 리모델링을 선택하게 되는 이유 중 하나가 공기단축을 통하여 건물을 조기에 사용하기를 원한다는 점을 생각하면 공기관리의 중요성은 더욱 커지게 된다.

4. 사업 경험의 축적과 기술 역량의 확보

① 경험축적을 위한 학습기간 필요

중소건설업체들이 리모델링 시장에 진출하여 사업 특성을 이해하고 그에 부응하는 사업적 역량을 갖추기 위해서는 리모델링사업에 대한 경험을 축적하는 과정을 반드시 거쳐야 한다. 아무리 이론이나 다른 업체의 경험을 참고한다 해도 직접 경험을 통하지 않고서는 리모델링 사업을 제대로 이해하기는 어렵다. 이런 측면에서 적어도 몇 년 기간동안은 리모델링에 대한 사업의 경험을 축적하겠다는 생각을 가져야 할 것이다. 이 기간동안은 학습의 기회로 생각하고 리모델링 사업을 통하여 이윤을 확보하겠다는 기대를 가지지 않는 것이 좋을 것이다. 면담에 응한 CEO들의 의견을 종합하여 보면, 적어도 3년 정도는 리모델링을 이해하고 배우는 학습의 기회로 간주할 필요가 있다.⁵⁵⁾ 따라서 이

기간동안은 기존의 사업들을 통하여 기업을 운영해 나가면서 리모델링에 대해서는 학습을 위한 투자의 기간으로 생각하는 발상을 가질 필요가 있다.

② 종합적 엔지니어링 능력의 확보

중소건설업체들이 이와 같이 경험을 통한 학습기간을 가져야 하는 이유는 리모델링사업에서 요구되는 핵심적인 사업 역량을 확보하기 위해서이다. 이는 앞서 언급한 리모델링의 사업 특성을 실제 체험으로 익히는 과정이기도 하다. 리모델링 사업의 특성과 요구되는 역량을 다른 한마디로 표현하면 종합적인 엔지니어링 능력으로 요약할 수 있다. 종합적인 엔지니어링 능력은 설계와 시공기술이 통합된 능력을 의미한다. 리모델링 사업은 비록 규모가 작은 소규모 공사임에도 불구하고 요구되는 능력과 기술은 종합적이다. 즉, 건축물의 사전 조사와 진단을 통한 기획, 설계부터 시공 및 유지관리에 이르기까지 전체적인 리모델링 프로세스 전반을 이해하지 않고서는 리모델링사업을 제대로 추진하기 어렵다.

종합적인 엔지니어링 능력은 수주단계부터 시공단계에 이르기까지 리모델링 사업의 전 과정에서 요구되는 능력이다. 우선, 수주단계를 보면 리모델링 발주가 주로 턴키베이스의 사업제안방식으로 이루어지기 때문에 종합적인 엔지니어링 능력의 확보없이 수주 자체가 거의 불가능하다. 노후 건축물의 상황을 진단하고 그것을 토대로 건물의 성능을 향상시킬 수 있는 종합적인 설계와 기술적 적용 방안을 제시할 때 비로소 수주가 가능하다고 보아야 할 것이다. 여기에서 건물의 용도변경을 통한 리모델링을 추진하는 경우에는 리모델링을 통한 건물의 사업성 내지 수익성을 판단하는 내용까지 포함하여 제안을 하지 않으면 안되는 경우도 있다. 이러한 수주를 위하여 사업제안 단계에서 요구되는 종합적인 엔지니어링 능력은 근본적으로 리모델링 시공 및 사업에 대한 다양한 경험 축적을 통하지 않고서는 확보가 쉽지 않다.

리모델링 사업에서 요구되는 종합적인 엔지니어링 능력은 기획 및 설계단계에서 제대로 반영되어야 한다. 설득력있는 기획 및 설계 자료는 수주를 위한 사업 제안서의 핵심 내용을 구성한다. 그리고 이는 곧바로 시공과정에서도 체계적인 시공 기술의 적용을 위한 지침이 된다. 그러나 리모델링 시공은 가변성이 대단히 높기 때문에 설계 변경의 여지가 높은 특징을 갖고 있다. 이러한 측면에서 리모델링 시공자의 종합적인 엔지니어링 능력은 시공과정에서도 지속적으로 발휘된다. 다른 한편으로 시공과정에서 익힌 전반적인 리모델링 기술 및 관리기법은 향후 여타 리모델링 공사의 사업 제안 및 시공에 적용

55) 일부 CEO들은 이 기간을 수업료를 지불한 기간이라고 말한다.

되는 등 피드백과정을 지속적으로 거치게 된다.

구체적으로 리모델링 분야에서 요구되는 종합적인 엔지니어링 능력을 개괄하면 다음과 같다. 첫째, 노후 건축물의 구조 안전성을 진단하고 보수 보장하는 능력을 확보해야 한다. 둘째, 건물의 내장 및 외장을 개선하는데 관련된 기법과 디자인 능력 및 적용 가능한 자재에 대한 지식 및 정보를 확보하고 있어야 한다. 셋째, 건물의 설비 성능을 개선할 수 있는 설비 관련 기본 지식과 경험을 축적해야 한다. 넷째, 리모델링은 대체로 공간의 유효한 활용 및 재배치를 필요로 하므로 설계와 관련된 능력을 확보해야 한다. 다섯째, 일부 구조물의 철거, 신축 및 접합 등 시공상의 기술과 관련된 다양한 기술 및 노하우를 축적할 필요가 있다. 여섯째, 건물의 성능향상 및 용도변경을 통한 사업성분석에 대한 기본적인 지식도 함유해야 한다.

③ CEO의 리모델링에 대한 이해도와 능력 확보 요구

중소건설업의 특성상 업체에게 요구되는 이러한 종합적인 엔지니어링 능력은 우선 CEO가 갖추지 않으면 안된다. 중소기업에 있어서 CEO는 회사의 모든 것을 알고 처리할 수 있는 전방위적 능력을 확보하여야 한다고 하는데 리모델링의 경우는 더욱 더 크게 요구되는 능력이다. 이러한 측면에서 리모델링사업에 진출하려는 중소기업체의 CEO는 적절한 사업 경험의 학습기회를 갖는 것이 매우 중요하다. CEO의 이러한 능력은 수주단계에서 중요한 영향력을 미치는 물론 이후 시공단계에서 발생하는 각종 문제를 해결하는데도 결정적인 영향을 미치게 된다. CEO가 리모델링의 특성을 이해하고 문제를 처리하는 능력을 확보하지 않으면 적자 시공과 분쟁 발생 가능성에 직면할 확률이 매우 높아진다. 한편, 이와 더불어 CEO는 수주 단계부터 시공과정의 설계변경 등에 이르기까지 건축주와 성실히 대화하고 신뢰를 쌓아가는 능력도 동시에 확보하지 않으면 안된다. CEO의 이러한 능력은 기술적 전문성과 더불어 문제를 해결하는 커뮤니케이션 능력까지 포함하는 것이다.

④ 핵심인재의 내부 확보와 유능한 협력회사의 관리

CEO의 종합적인 사업추진 능력 확보에도 불구하고 이것만으로는 중소기업체가 리모델링 분야에서 종합적으로 요구되는 모든 능력을 다 확보하기는 어렵다. CEO는 직접 모든 문제를 처리하는 사람이 아니라 종합적인 능력의 확보를 토대로 관리하고 지시하는 역할을 수행해야 한다. 리모델링 사업에서 요구되는 종합적인 엔지니어링 능력은 개인 차원이 아니라 회사 차원에서 접근되지 않으면 안된다. 회사 차원의 접근은 두가지 방안을 동시에 고려하면서 접근되어야 할 것이다.

우선, 회사 내부에 어느 분야의 인력을 보유할 것인가를 결정해야 한다. 이는 회사의 리모델링 사업에 있어서 차별화 전략을 어떻게 가져갈 것인가 하는 전략과 연계하여 접근해야 할 것이다. 그 중에서도 반드시 내부에 확보해야 할 인력은 리모델링시공 경험이 풍부한 시공관리자와 영업 측면에서 사업제안이 가능한 리모델링 설계 전문가일 것이다. 물론 회사 사정에 따라 설계자도 외부에서 활용하는 방안도 검토할 수 있지만 제안방식으로 이루어지는 리모델링 사업의 특성을 감안하여 가급적 리모델링 사업 경험이 있는 설계전문가를 내부에 고용하는 것이 바람직 할 것이다. 이밖에도 특히 회사가 강조하거나 주력하고자 하는 분야, 예를 들면 인테리어분야의 디자인 전문가를 내부에 고용할 수도 있을 것이다.

그러나 중소기업의 경우 리모델링에서 요구되는 종합적인 기능을 모두 내부화할 수는 없을 것이다. 불가피하게 나머지 요구되는 분야는 외부업체와의 전략적 제휴를 통하여 해결해야 할 것이다. 여기에는 구조 및 전기, 설비 분야 등이 대표적으로 포함된다. 이러한 전략적 제휴는 리모델링의 경우 사업제안단계부터 협력관계를 유지해 나가야 하기 때문에 그 중요성이 더욱 강조된다.

5. 마케팅 능력의 배양

건설사업에서 수주는 출발점이 된다. 아무리 사업 능력이 뛰어나다 해도 제대로 수주를 하지 못하면 소용이 없다. 리모델링 역시 수주가 전제되지 않고서는 시장 진출은 아무런 의미가 없다. 리모델링 수주는 그 사업의 특성에 부합하는 효과적인 전략을 구사해야 제대로 된 성과를 거둘 수 있다. 앞서 IV장에서 면담에 응한 대부분의 업체가 소개를 받는 방식이외에 다른 영업 전략을 구사하지 않고 있다는 것은 리모델링 특성을 반영한 다기보다는 마케팅과 관련된 체계적인 노력을 기울이지 않고 있다고 보아야 할 것이다. 이런 측면에서 초기 리모델링 시장에 진출하는 업체의 마케팅 전략 수립은 매우 중요한 의미를 갖는다.

모든 건설사업이 그렇듯이 리모델링 영업 역시 고객의 특성을 제대로 파악하는 것으로부터 시작해야 한다. 건설상품은 시공한 물건 즉, 시설물이 아니라 그것을 만드는 행위 그 자체라는 말이 있다. 이는 수주산업으로서 건설산업의 서비스 산업적 특성을 강조한 것이다. 향후의 건설시장 환경은 이러한 방향으로 변해 갈 것으로 예상되는데, 그 중에서도 리모델링 사업은 이러한 측면의 중요성이 특히 부각된다. 행위를 판매하는데는 영업 단계에서부터 차별화된 전략이 필요하다.

이러한 관점에서 리모델링 영업에서는 기획영업 전략이 요구된다. 기획영업은 영업대상인 고객에게 무엇을 팔 것인가를 제시하는 것으로 이는 고객이 무엇을 사기를 원하는가를 제대로 파악하는데서 출발한다. 따라서 리모델링 기획영업은 고객의 의도를 파악하는데서 시작하지 않으면 안 된다. 그것도 겉으로 표출된 고객의 요구 사항뿐만 아니라 숨은 욕구를 파악하여 그것을 어떻게 충족시켜 줄 것인가를 고민하는 것이 중요하다.

따라서 리모델링 분야의 기획영업에서는 고객의 의견을 수용하고 충족시키는 노력이 요구된다. 이를 위해 고객이 원하는 정보를 제공하고, 조언하는 자세를 갖추어야 한다. 예를 들어, 고객이 요구하는 사항에 대하여 차별적이고 신뢰감있는 해결방안을 적극적으로 제시해야 할 것이다. 더구나 리모델링 수주가 대부분 제안방식으로 이루어진다는 점을 감안하면 사전적으로 고객의 의견을 반영하는 영업전략을 구사하지 않으면 안 될 것이다. 이와 관련하여 중소기업체의 리모델링 분야 영업에 있어서 핵심적으로 요구되는 사항들을 제시하면 다음과 같다.

① 사업성 분석과 기획 및 설계능력의 배양

사업성 분석은 일종의 컨설팅적 의미를 갖는다. 고객에게 사업성 분석을 통하여 리모델링 추진의 효과를 설득하는 것은 수주 확보를 위한 첫 번째 단계로 볼 수 있다. 사업제안 단계에서의 기획 및 설계도 이러한 사업성 분석을 토대로 작성하여 제시하면 더 큰 설득력을 확보할 수 있을 것이다.

② DB의 구축과 관리

사전적으로 공략하고자 하는 중점 대상 건물의 유형을 설정하여 이를 중심으로 DB를 구축하고 관리해 나가는 노력을 지속적으로 전개해 나가야 할 것이다. 초기에 리모델링 사업에 진출한 업체가 모든 유형의 건물을 상대로 리모델링 영업을 한다는 것은 효과적이지 않다. 자사가 신축 등의 경험을 많이 축적하고 기술적 노하우를 확보하고 있는 건축물의 군을 중심으로 집중적으로 자료를 관리하고 영업을 하는 전략이 보다 효과적일 것이다. 다른 한편으로는 지역밀착적 영업을 한다는 측면에서 자사가 인적 네트워크를 구축하고 있고 영업 행위를 전개하기 쉬운 지역기반을 한정하여 영업행위를 하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

③ 잠재적 고객에 대한 사려깊은 대응

일반적으로 리모델링 발주는 필요성이 있다고 하여 당장 일어나지 않는다. 이는 앞서

지속적으로 DB를 구축하고 관리해 나가야 한다는 제안과 연계된다. 즉, 리모델링 수주를 위해서는 잠재적인 고객을 일회성이 아닌 지속적인 관리를 해 나가야 한다. 지속적인 고객의 관리를 위해서는 사전에 건물의 유지 관리와 관련하여 지속적으로 관심을 보이고 조언을 하는 행위 등이 요구된다. 이런 측면에서 앞으로 리모델링 마케팅은 자동차 영업 사원의 고객관리 기법을 벤치마킹할 필요가 있을 것이다.

④ 자사가 신축한 건물에 대한 애프터 서비스의 강화

신축 건물은 장기적으로 모두 리모델링 수요로 연결된다. 이런 관점에서 자사가 신축한 건축물은 리모델링 수주를 유발할 수 있는 효과적인 영업 대상이 될 것이다. 따라서 자사가 신축한 건물에 대하여 지속적으로 조언을 하고 관심을 기울이는 것은 향후 리모델링과 관련 추가적인 수주 기회를 확보하는 방안이 된다. 반대로 자사가 신축한 건물이라 해도 애프터 서비스를 게을리하고 평소에 관심을 보이지 않으면 유리한 기회를 잃어버리게 될 것이다. 처음으로 리모델링 시장을 개척하려는 업체들의 경우 과거에 자사가 신축한 건물을 대상으로 접근하는 방안을 고려해 볼 필요가 있을 것이다.

⑤ 온라인 정보망의 활용과 멀티미디어를 이용한 프리젠테이션 능력의 배양

리모델링 분야는 비교적 신사업 분야이다. 아직은 이 시장에서 강력한 기업 이미지를 구축한 업체가 많지 않다. 효과적인 홍보전략으로서 자체 홈페이지를 통한 리모델링 분야의 사업 능력을 적극적으로 홍보하는 노력이 필요할 것이다. 그리고 구체적으로 사업 제안단계에서는 고객을 설득할 수 있도록 멀티미디어를 활용하여 자료를 작성하고 제안하는 것이 바람직하다. 사업제안이 리모델링 수주에서 거의 결정적인 역할을 한다는 것을 고려하면 첨단 도구와 기법을 활용한 제안서 작성과 프리젠테이션의 중요성을 결코 간과하기 어렵다.

⑥ 금융 관련 서비스 제공 능력 배양

금융은 사업을 실현시키는 매개 역할 수행한다. 중소건축물 소유자들은 리모델링의 추진 의향이 있어도 자금력의 부족으로 리모델링을 추진하지 못하는 경우가 자주 발생한다. 이러한 측면에서 리모델링 사업체는 사업성 분석을 전제로 금융 활용 기법을 제시하는 능력을 보유해야 보다 적극적으로 수주 기회를 확보할 수 있을 것이다. 그리고 더 나아가 업체가 직접적으로 금융 관련 리스크를 분담함으로써 수주의 기회를 확대해 나가는 전략도 요구된다.

6. 개발사업 진출 가능성 모색

① 중소건설업체가 직접 개발사업을 시행하기 좋은 사업 영역

리모델링 사업은 부동산 개발 관점에서 접근이 가능하다. 이의 필요성에 대해서는 이미 이 장 2절에서 언급한 바 있다. 건물주 입장에서 리모델링을 추진하는 목적은 건물의 이용가치를 증대시키고 수익성을 증대시키기 위해서이다. 일반적으로 이용가치 증대 목적의 리모델링은 주거용 또는 사무용 건물 등에서 건물주가 직접 활용하는 경우 추진된다. 이에 비하여 수익성 증대 목적의 리모델링은 임대 또는 매각을 통하여 수익을 얻고자 추진하는 리모델링인데 이 경우 부동산 개발 관점에서 접근이 가능하다. 이러한 수익성 증대 목적의 리모델링은 건물의 성능을 향상시키고 나아가 적극적으로 용도변경을 시도함으로써 실현이 가능하다. 일반적으로 성능향상을 위한 리모델링은 모든 건물에서 추진이 가능한 반면, 용도변경 리모델링은 특히, 중소건설업체가 접근하기 쉬운 단독주택이나 근린상업시설 등에서 적극적으로 추진이 가능하다. 이러한 측면에서 중소건설업체들이 접근하기 쉬운 대상의 건물은 개발사업 관점에서 적극적으로 리모델링을 추진하는 방안을 고려해 볼 필요가 있다.

② 경기불황시 물량 창출을 위한 수단

장기적으로 리모델링 시장은 지속적인 성장이 기대되지만 부동산 경기의 영향을 크게 받는 특징을 보인다. 즉, 부동산 경기가 침체 시에는 리모델링 사업의 사업성 역시 떨어져 시장이 위축되는 경향을 보인다.⁵⁶⁾ 그러나, 부동산 경기가 불황일 경우에도 입지에 따라서는 리모델링의 사업성을 확보할 수 있는 건물도 있다. 즉, 부동산 경기가 침체되어 있는 경우에도 리모델링을 통하여 건물의 가치를 향상시킬 여지가 있는 양호한 입지의 건물도 있다. 이러한 건물은 적극적인 성능 개선과 용도변경 등을 통하여 수익성 추구가 가능하다. 또한 경기 불황시에는 일반적으로 건물의 매입 가격과 리모델링시공 비용을 낮출 수 있어 수익성을 도모하는데 이점도 있다. 이런 관점에서 부동산 경기가 침체되어 전반적인 건설 수주가 부진할 때 리모델링 기법을 활용하여 개발사업을 추진하는 방안을 고려해 볼 수 있을 것이다.

56) 이에 대해서는 이미 IV장의 기업체 CEO에 대한 사례 면담조사를 통하여 확인한 바 있다.

③ 개발사업 역량의 확보는 사업제안 방식의 수주에도 유리

개발사업 관점과 연관지어 리모델링의 유형을 분류해 보면, 세 가지 유형으로 구분 가능하다. 첫째, 단순수주방식의 리모델링으로 이는 직접적으로 개발사업과 연관성이 없다. 그러나 대부분의 리모델링 발주가 사업제안방식으로 이루어진다는 것을 생각하면 발주자는 시공업체를 통하여 개발사업 관점에서 조언해 주고 타당성을 분석해 주기를 바란다 고 볼 수 있다. 즉, 단순수주의 경우에도 리모델링 사업은 시공자가 개발사업적 관점으로 접근할 때보다 수주기회를 확대할 수 있을 것이다. 둘째로는 전형적인 개발사업 방식의 리모델링사업 추진으로 이는 시공업체가 직접 사업주체가 되어 리모델링을 추진하는 방식이다. 즉, 이 방식은 건설업체가 직접 적정한 건물을 매입하여 리모델링을 추진하고 임대 또는 매각을 통하여 수익을 확보하는 방식이다. 마지막으로 양자의 중간방식으로 리스크 분담방식의 리모델링 사업추진이 있다. 이 방식은 건설업체와 건물주가 공동으로 리모델링 사업을 추진하는 방식으로 계약 내용에 따라 다양한 방식이 있을 수 있다.

④ 사업성분석과 금융능력 확보가 핵심 요소

개발사업 관점에서 리모델링 사업을 추진하는 경우 사업자에게 요구되는 핵심 능력은 사업성 분석 능력과 금융능력이다. 사업성 분석은 특정 건물의 매입과 리모델링 통하여 수익을 확보할 수 있는지 여부를 판단하는 분석이다. 또한 수익성에 대한 판단 못지않게 투입된 자금을 기대하는 시점에 회수할 수 있는지의 여부를 파악하는 현금흐름을 정확히 판단하는 능력이 중요하다. 리모델링 개발사업의 경우 이러한 사업성 분석 능력이 사업의 성패를 가늠하는 중요한 요소가 된다. 사업성분석 결과는 금융조달을 위한 기초자료로 활용된다. IMF 이후 우리나라의 은행 등 금융기관의 금융 제공 방식이 기업을 상대로 제공하는 방식에서 개별 프로젝트에 대하여 제공하는 방식으로 전환됨에 따라 개발형 리모델링사업의 자금 조달 여건이 개선되어졌다고 볼 수 있다. 그러나 리모델링 경우는 아직 비교적 활성화된 사업방식이 아니어서 금융기관의 프로젝트 파이낸싱을 통한 자금 조달에는 어려움이 따른다.⁵⁷⁾ 장기적으로 개발사업 방식의 리모델링이 활성화되어 사업성 분석에 대한 기본 정보가 축적되는 경우 프로젝트 파이낸싱 방식의 금융조달이 보편화될 것으로 예상된다.

57) 리모델링 사업에 있어서 금융 활성화 방안은 VI장에서 다룰 것임

제6장

중소건설업체의 리모델링시장 진출 활성화를 위한 제도개선 방안

1. 기본방향

건축물 리모델링시장은 성장 잠재력이 매우 높음에도 불구하고 당장 실현 가능한 시장으로 보기에 여러 가지 문제점을 안고 있다. 성장 잠재력이 높다는 것은 개별 건물주 입장에서 리모델링의 필요성이 커지고 있다는 것을 의미하는 한편, 사회적인 측면에서도 리모델링을 통한 노후 건축물의 질적 개선이 요구되고 있음을 의미한다. 특히, 소규모 건축물의 경우에는 노후화는 가속되고 있으나 개별 건물주가 스스로 리모델링을 추진하기에는 여러 가지 어려움이 따른다. 건축물 리모델링에 대한 제도 개선과 지원이 요구되는 것은 바로 이러한 이유 때문이다.

다른 한편으로 노후 건축물에 대한 리모델링의 필요성이 높다는 것은 산업적인 측면에서 리모델링 산업을 육성할 필요성이 있다는 것을 의미한다. 국가적으로 중요한 비중과 역할을 담당하고 하고 있는 건설산업의 새로운 성장 경로를 일정부분 리모델링 산업을 통하여 유인할 수 있을 것이다. 특히, 양극화 현상으로 경영상의 애로를 겪고 있는 중소기업체에겐 신규 유망시장으로 중소기업 리모델링시장을 육성해 나갈 필요가 있을 것이다. 중소기업체를 위한 리모델링산업의 육성은 새로운 고용을 창출하고 지역경제를 활성화하는데 큰 기여를 할 것이다.

이러한 측면에서 리모델링 활성화를 위한 제도 개선은 두가지 관점에서 추진할 필요가 있다. 첫째, 리모델링의 수요자인 건물주로 하여금 리모델링을 적극적으로 추진할 수 있는 제도적 유인책을 제공할 필요가 있다. 여기에는 건축 행위와 관련된 규제를 완화하는 방안과 금융 및 조세상의 지원을 확대하는 방안을 들 수 있다. 둘째, 리모델링 활동의 공급자인 건설업체에게 적극적인 시장 개척과 사업 활동을 유도하는 지원책을 조성할 필요가 있다. 여기에는 리모델링 관련 시공 및 설계·감리 제도를 정비하는 것과 공공 건축물 리모델링 관련 발주제도의 개선이라는 두가지 개선 방안을 검토할 필요가 있다. 그리고 다른 한편으로 리모델링 수요자와 공급자간 시장 정보 기능의 활성화 방안도 적극 추진할 필요가 있다.

여기서 제시하는 제도개선 방안은 반드시 중소건설업체를 위한 방안만이 아니고 전체 리모델링사업의 활성화를 위한 방안으로도 간주될 수 있다. 그러나, 거시적인 측면에서 보면, 리모델링사업의 최대 수혜자는 역시 절대 다수를 차지하는 중소건설업체들일 것이므로 관련제도의 종합적인 개선은 곧 중소건설업체를 위한 제도 개선방안으로 보아도 무방할 것이다. 보다 구체적으로 수요 측면의 건축규제 완화와 금융지원의 확대를 주로 필요로 하는 대상은 소규모 건축주일 것이고 따라서 이 분야의 제도 개선은 곧바로 중소 건설업체를 위한 관련 시장 확대로 연결될 것이다. 또한, 공급 측면의 면허관련제도와 공공건축물 발주제도 역시 최대 수혜자는 중소건설업체가 될 것이다. 리모델링 시장의 정보제공 기능 활성화도 대기업이 아닌 중소건설업체를 위하여 요구되는 제도 개선사항이다.

<표 VI-1> 리모델링 산업 활성화를 제도 개선의 방향

구분	내용
수요측면	·건축규제의 완화와 리모델링 지구 제도의 활용 ·리모델링 금융 및 조세 지원의 확대
공급측면	·리모델링 관련 시공 및 설계·감리제도의 정비 ·공공건축물 리모델링 발주제도의 개선
수요-공급 양 측면	·리모델링 시장 정보 제공 기능의 활성화

2. 건축 규제의 완화와 리모델링지구제도의 활용

건축 규제는 기존 건물의 재건축 또는 리모델링의 방향을 결정하는 중요한 요인으로 작용한다. 「건축법」에 따르면 증축이나 개축은 건축 행위에 해당되어 현행 법규상의 건축 기준을 모두 준수해야 한다. 따라서 건축 기준상의 조건을 충족하기 어려운 기존 건축물들은 증축이나 대수선을 시행하기가 어렵게 된다. 이에 비하여 대수선은 건축행위에 해당되지 않으므로 강화된 건축 기준의 적용을 받지 않고 비교적 용이하게 추진이 가능하다.

리모델링은 증축과 개축 및 대수선을 모두 포괄하는 개념이다. 증축과 개축형 리모델링은 현행 건물이 용적률이나 건폐율 등 건축 기준을 준수할 여지가 충분한 경우에 시행된다. 그러나 이 경우는 재건축의 추진 여건도 동시에 갖고 있다고 볼 수 있다. 즉, 재건축을 하든 리모델링을 하든 현행 건축 기준을 충족시키면서 건물의 가치를 향상시킬 여

지가 충분히 있다. 따라서 이 경우에는 건물주가 양쪽의 사업 타당성을 분석하여 유리한 방향을 선택하게 될 것이다. 리모델링은 보다 적은 비용으로 짧은 기간동안에 원하는 건물로 개선하고자 할 때 시행하게 된다.

문제는 이러한 여건이 충족되지 않는 건물들이다. 이러한 건물들은 재건축은 물론 리모델링의 추진도 쉽지 않다. 사실 도심지의 밀집된 노후 건축물들은 대부분 이 경우에 해당된다. 이러한 건물들은 노후화가 지속되고 있음에도 불구하고 법령상의 기준을 피하기 위하여 방치되거나 부분적으로 대수선 방식을 택하여 제한된 성능을 유지하거나 개선을 추진하고 있는 실정이다. 리모델링 관련 건축 규제의 완화는 바로 이러한 건축물의 안전성 제고와 성능 개선을 위하여 요청된다. 건축 규제의 완화는 리모델링의 추진을 용이하게 함으로써 개별 건물주에게 재산상의 이익을 제공함과 동시에 건물의 쾌적성과 편리성을 향상시킴으로써 공공적인 측면에서도 이익을 제공하게 된다.

사실 현행 「건축법」에는 리모델링을 추진하는 경우 건축기준을 완화할 수 있도록 하는 규정이 있다. 즉, 「건축법」 시행령(제6조 제1항 제5호)에는 사용 승인을 얻은 후 20년 이상 경과된 건축물 리모델링의 경우 건축위원회의 심의를 통하여 건폐율, 용적률, 대지안의 조정, 건축선의 지정, 도로 폭에 의한 높이 제한, 일조권에 의한 높이 제한, 공개공지의 확보 등의 건축기준을 완화할 수 있도록 하고 있다. 그리고 공동주택을 제외한 일반건축물의 경우에는 연면적의 1/10범위 내에서 증축도 할 수 있도록 허용하고 있다.⁵⁸⁾ 다만, 이러한 건축기준의 완화는 건축물의 노후화 억제 또는 기능향상이라는 리모델링의 개념 정의에 해당되는 경우로 국한하여 적용하도록 하고 있다.

현실적으로 앞서 언급한 증축 등의 여지가 충분한 건물의 경우도 부분적으로 한, 두 가지 건축기준을 준수할 수 없어 리모델링을 추진하지 못하는 경우가 발생하게 된다. 「건축법」에서 규정하고 있는 리모델링시의 건축 기준의 완화는 이러한 경우에 유용하게 활용될 수 있을 것이다. 그러나 이러한 경우를 제외한 대부분의 건물들은 전반적인 건축기준의 완화를 적용받지 않으면 사실상 원활한 리모델링의 추진이 어려운 실정이다. 따라서 이러한 건물들에 대한 리모델링을 유도하기 위해서는 보다 실효성 있는 규제의 완화가 요구된다. 연면적의 1/10 범위 내에서 증축을 허용하도록 하는 규정은 이러한 측면에서 상당한 인센티브를 제공한다고 볼 수 있다.

그러나, 아쉽게도 이 조항은 2001년에 신설되었음에도 불구하고 아직 제대로 활용되지 못하고 있다. 건축위원회가 심의를 통하여 허용할 수 있도록 규정하고 있음에도 불구하고 적극적으로 활용되지 못하고 있는 실정이다. 여러 가지 이유가 있겠지만 자치단체는

58) 공동주택의 경우는 범위 설정없이 건축위원회의 심의를 통하여 정하도록 하고 있는데 「주택법」에서는 개별 아파트 세대 연면적의 30%범위 내에서만 증축이 가능하도록 허용하고 있다.

건축기준상의 규제 완화를 통한 인센티브 제공이 개별 건물에 대한 특혜라는 생각을 가지고 있을지 모른다. 그리고 법적인 근거는 마련되어 있지만 이것을 실효성있게 적용시킬 수 있는 세부적 지침이 없는 것도 제대로 활용되지 못하는 이유가 될 수 있을 것이다.

이런 측면에서 지방자치단체는 도심지 노후 건축물의 원활한 리모델링을 유도하기 위하여 「건축법」상의 건축기준 완화와 증축 허용 규정을 적극 활용하여야 할 것이다. 이를 위하여 자체적으로 심의를 통하여 허용할 수 있는 기준을 마련할 필요가 있다. 개별 건물에 대하여 적용시키기 어려운 경우에 대비하여 도심지의 노후 건축물이 밀집된 지구에 대하여 일률적인 완화 또는 증축 허용 범위를 설정하는 기준을 마련하는 방안도 검토할 필요가 있다.

더 나아가 보다 적극적으로 리모델링지구를 지정하여 지구단위계획의 수립을 통한 집단적 리모델링 추진을 유도하는 방안도 검토할 필요가 있다. 현행 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 시행령에는 리모델링지구를 지정할 수 있도록 규정하고 있고 이 경우 지구단위계획의 수립을 통하여 건축물의 높이와 규모 등에 있어서 「건축법」 및 관련 법령의 규제를 완화할 수 있도록 규정하고 있다.⁵⁹⁾ 그러나, 아쉽게도 이 제도 역시 아직 시행되지 못하고 있다. 도심지의 모든 지구를 뉴타운식 재개발 방식으로 유도하는 것은 가능하지도 않고 바람직하지도 않을 것이다. 기존 가로 또는 지구의 특성을 그대로 유지하면서 주민의 이익과 편의를 향상시키는 것이 바람직한 지구에 대해서는 리모델링지구 지정 방식을 통하여 리모델링을 유도하는 것이 바람직할 것이다.

3. 리모델링 금융의 원활화

중소규모 건축물의 리모델링을 활성화하기 위해서는 건축 규제의 완화 더불어 금융 활성화가 요구된다. 리모델링 사업에 있어서 금융은 사업을 실현시키는 촉매 역할을 담당한다. 특히, 자금력이 부족한 중소건축물 소유자에게는 금융의 중요성은 더욱 커진다. 그러나 중소건축물의 경우 원활한 금융이 중요한 역할을 함에도 불구하고 제대로 된 금융 지원이 이루어지지 않고 있는 것이 현실이다.

현재 리모델링 분야에서 수요자가 제공받을 수 있는 금융은 크게 정책자금과 민간금융으로 구분할 수 있다. 정책자금은 정부 정책을 통하여 지원되는 리모델링 관련 자금 지원으로 에너지 절약기금의 자금 지원과 국민주택기금의 리모델링사업 자금대출이 있다. 구체적으로 「에너지 이용 합리화법」에 의하여 지원되는 에너지 절약기금의 리모델

59) 이 제도는 2002년도에 국토의 계획 및 이용에 관한 법률 시행령 개정시 도입되었음

링 지원 자금으로는 에너지 절약 시설에 대한 자금 지원과 주택단열개수사업에 대한 자금 지원이 있다. 그리고 국민주택기금의 리모델링 자금은 국민주택이하 규모의 주택 리모델링시 지원되는 자금이다. 대체로 리모델링 관련 정책 금융은 제한된 범위 내에서 지원이 이루어지고 있어 폭넓은 민간부문의 리모델링 사업을 지원하는 금융으로서의 역할에는 한계가 있다.⁶⁰⁾

한편, 민간금융에는 은행 또는 보험회사 등의 금융기관에서 대출하는 리모델링 대출자금과 프로젝트 파이낸싱 및 리즈가 있다. 최근 리모델링 사업의 활성화가 기대됨에 따라 점차 관련 금융을 개발하는 금융기관과 금융상품이 늘어나고 있다. 그러나 이러한 변화에도 불구하고 아직 우리나라의 민간 부문 리모델링 금융상품은 첫째 그 규모가 제한적이고, 둘째 아파트 리모델링 등 주택을 중심으로 운용되고 셋째 금리나 대출조건이 다른 분야의 금융보다 까다롭거나 불리한 특징을 보이고 있다. 또한 다양한 선진 금융기법도 도입되고 있음에도 불구하고 여전히 전통적인 담보대출 방식이 주를 이루고 있다. 이러한 사정으로 인하여 중소기업체가 상대로 하는 중소 상업용 건축물 리모델링의 경우에는 원활한 금융 지원이 제대로 이루어지지 않고 있다 해도 과언이 아니다.

리모델링 특히, 중소 건축물 리모델링시장을 활성화시키기 위해서는 민간부문의 선진화된 리모델링 금융제도를 개발하여 적용하는 것이 요구된다. 이와 관련 중소건축물 리모델링 분야에서 도입 가능성이 높은 금융지원 방안으로 프로젝트 파이낸싱 활성화 방안을 적극 검토할 필요가 있다. 프로젝트 파이낸싱기법은 다양하고 복잡한 방식의 구조를 이루고 있으나 본질적으로 사업성을 근거로 하여 금융을 일으키는 기법이라 볼 수 있다. 즉, 프로젝트로부터 예상되는 미래 현금 흐름의 안정성을 기반으로 하여 기업이 아닌 프로젝트 자체를 담보로 하는 금융이다. 따라서 프로젝트 파이낸싱은 어느 정도 리스크는 있지만 고수의 창출이 가능한 분야에서 적용이 가능한 금융방식이다.

이런 측면에서 리모델링 사업은 프로젝트 파이낸싱기법을 적용하기에 유리한 사업적 특성을 보유하고 있다. 리모델링사업은 노후 건축물의 성능개선을 통하여 수익 창출을 기대하는 것이 가능하기 때문에 프로젝트 파이낸싱기법을 적용할 수 있는 조건을 충족하고 있다. 리모델링 프로젝트에서 사업성은 리모델링 전의 가치와 후의 가치를 비교함으로써 판단되는데 새롭게 창출되는 건축물의 미래 시장가치가 높게 평가되는 경우 리모델링의 사업성은 높아지고 따라서 프로젝트 파이낸싱을 일으킬 수 있는 여건이 형성된다.

60) 에너지 절약기금과 주택단열개수사업 지원은 에너지 절약을 위한 시설 등을 중심으로 제한된 범위내에서 지원되고 있으며, 국민주택기금의 리모델링 용자는 국민주택이하 규모만의 주택을 대상으로 하고 있다.

리모델링 프로젝트에서 사업 타당성은 사업 자체의 실현 가능성을 판단하는 기준으로 이를 기반으로 프로젝트 파이낸싱도 가능하게 된다. 이러한 측면에서 사업타당성 분석은 리모델링 프로젝트를 실현시킬 수 있는 가장 중요한 도구이다. 그러나 아쉽게도 리모델링분야에서 이러한 사업 타당성을 제대로 적용시킬 수 있는 기법은 아직 제대로 정착되어 있지 못하다. 리모델링 사업에서 프로젝트 파이낸싱이 제대로 일어나지 않는 가장 큰 이유도 바로 여기에 있다.

리모델링의 사업타당성 분석 기법의 핵심은 리모델링 후 개선된 건물의 장래 시장가치를 어떻게 평가하는가에 달려 있다. 그러나 아쉽게도 현재 우리나라에서는 리모델링 후 건물의 내구연한을 평가하여 사업성을 분석하는 정도에 그치고 있다. 일반적으로 상업용건물은 리모델링을 통하여 임대소득 향상을 추구하기 때문에 소득접근방법을 통한 사업성 분석의 적용이 요구되는데,⁶¹⁾ 아직 우리나라에서는 미래에 실현가능한 부동산의 소득, 비용 및 수익률에 대한 기초 정보가 부족하여 제대로 된 사업성 분석을 하기가 어려운 실정이다.

따라서 우선 리모델링 프로젝트에서 소득분석접근법의 적용을 위한 기초자료 축적 등 기반을 구축하는 작업을 조속히 시행해 나갈 필요가 있다. 이를 위하여 학계 및 연구기관의 지원도 요구되지만 무엇보다 당사자인 금융기관의 주도적인 노력이 요구된다. 사례 분석 등을 통하여 관련기법을 적용하고 자료를 축적해 나가는 한편, 신규로 추진되는 리모델링 사업에 대하여 시범적으로 적용해 나가야 할 것이다. 특히, 대상건물이 주로 중소건축물이므로 이들 리모델링 프로젝트에 적용이 용이한 방식의 기법을 만들어 나가는 노력이 요구된다.

4. 리모델링 시공 및 설계 관련 제도의 정비

중소건설업체가 시행하는 리모델링 공사는 건축물의 유형에 상관없이 거의 대부분이 중소건축물이다. 따라서 중소건축물의 리모델링은 소규모 건축 행위와 관련된 제도의 규제를 받는다. 소규모 건축행위와 관련된 제도를 보면, 일정 면적 이하의 규모에 대해서는 건설업 등록을 하지 않는 건축주의 직접 시공이 가능하도록 하고 있다.⁶²⁾ 그리고, 증개

61) 정수연 등, 리모델링 투자타당성 분석에 관한 연구, 한국감정평가연구원 (2002), PP.87-97.

62) 이에 대해서는 IV장의 기업체 사례조사연구에서 이미 언급한 바 있다. 즉, 주거용은 200평 이하이면서 3층이하, 비주거용은 150평 미만인 건축공사는 건축주의 직영 시공이 가능하다. 단, 도급인 경우에는 일반건축공사는 건당 공사금액이 5천만원 이상, 전문공사는 1천만원 이상인 경우 반드시 건설업 등록업자가 시공하도록 하고 있다.

축 행위는 허가사항으로 건축사를 통하여 설계 및 감리를 받도록 하고 있으나 대수선은 신고사항으로 이러한 의무가 없다. 이와같이 소규모 건축행위에 대하여 규제를 완화하고 있으나 이로 인하여 무자격자에 의한 위법 시공과 분쟁 증가, 불법건축물의 양산 등 많은 문제점도 나타나고 있다. 리모델링 시공행위 역시 이러한 문제에서 예외가 아니다.

우선, 시공과 관련해서는 대부분의 중소건축물 리모델링 행위가 건설업 무등록업체에 의하여 시공되는 문제가 발생하고 있다. 법적으로는 일정 면적 이하에 대해서는 건축주가 직접 시공이 가능하도록 허용하고 있으나, 실제로는 법을 위반하여 무등록업체에게 도급을 주는 형태로 리모델링 시공이 이루어지는 경우가 많다. 이와같이 위장 직영을 하게 되는 경우 부가가치세 등 각종 조세 및 법적 의무 사항을 지지 않아도 되므로 정식 면허를 받은 업체는 이들 무등록사업자와의 경쟁에서 불리하게 된다.

한편, 소규모 공사의 범위를 벗어난 리모델링공사의 경우에도 누가 해야 하는가의 문제가 발생한다. 리모델링은 일부분의 전문공사부터 건물 전체를 개선하는 복합공사에 이르기까지 다양하다. 현실적으로 복합공사 성격의 리모델링공사는 일반건설업체와 전문건설업체 중에서 복합공사를 수행할 수 있는 실내건축공사업과 시설물유지관리업체 등이 참여 가능한 것으로 되어 있다. 따라서 동일한 리모델링 공사를 대상으로 서로 다른 면허를 갖고 있는 업역의 업체간에 충돌하는 양상이 벌어지고 있다. 이는 현행 건설업 면허체도가 리모델링이라는 성격의 공사를 염두에 두고 만들어져 있지 않기 때문이다.

소규모 건축물 리모델링 시공제도의 이러한 문제점을 해결하기 위한 방안으로 건축주가 직영할 수 있는 소규모 건축공사의 범위를 축소하는 방안과 신규 면허를 신설하는 방안 등이 검토될 수 있다.⁶³⁾ 면허를 신설하는 방안은 다시 소규모 건축면허를 신설하는 방안과 리모델링과 관련된 면허를 별도로 신설하는 방안을 검토할 수 있을 것이다. 우선, 소규모 건축공사의 범위를 축소하는 방안은 손쉬운 접근 방안이기는 하나, 여전히 이 범위를 벗어난 리모델링 시공의 자격에 대한 논란은 해결하지 못하는 문제점을 갖고 있다.

이러한 관점에서 신규로 면허를 신설하는 방안을 검토할 필요가 있으나 이 역시 파생되는 문제를 유발한다. 소규모 건축면허를 신설하는 방안은 일정 규모 이하의 공사에 대해서 리모델링 공사를 포함한 모든 소규모 공사를 시공할 수 있는 자격을 부여하는 방식이다. 그러나 이를 벗어난 리모델링공사에 대해서 기존의 일반건설업과 일부 전문건설업 면허업체간의 충돌 문제를 해결하기가 어렵다. 반면, 리모델링 면허를 신설하여 등록자에게만 리모델링 시공을 할 수 있도록 하는 방안은 이러한 문제를 해결하는데는 도움이 되나 소규모공사 자체의 문제를 해결하기 어려운 문제점이 발생한다. 물론 신규로 면허

63) 이에 대해서는 최민수, 소규모 건축공사의 부실시공 방지 방안, 건설산업동향, 한국건설산업연구원 (2003.7) 참조

를 신설하는 방안은 새로운 진입장벽과 업역을 만드는 등 근본적으로 논란이 되는 문제의 소지의 안고 있다.

면허 또는 시공자격과 관련된 제도의 개선은 종합적인 관점에서 신중한 검토가 요구된다. 현재 정부는 건설업역의 통폐합과 조정 작업을 추진하고 있는데 일반건설업과 전문건설업간의 겸업을 금지하는 제도를 폐지하는 방안을 핵심으로 하고 있다. 이런 관점에서 리모델링 관련 자격에 대한 업역간의 충돌은 해결하기 쉬운 여건을 갖고 있다고도 볼 수 있다. 이러한 제도 개선의 추진과 함께 기존 관련 면허 업종 중 리모델링을 추진할 수 있는 범위를 설정해 주는 방안을 고려해 볼 수 있을 것이다. 즉, 일반건설업체가 수행할 수 있는 리모델링 공사의 규모 또는 종류와 전문건설업체 중 실내건축공사업체와 시설물유지관리업체가 담당할 수 있는 공사의 범위 및 종류를 명확히 설정하여 갈등을 없애는 방안도 고려해 볼 수 있을 것이다.

다음으로 리모델링 관련 설계·감리제도 역시 정비할 필요가 있다. 리모델링의 경우 증개축 행위 외에 대수선 방식의 리모델링도 증가할 것으로 예상된다. 대수선 방식의 리모델링에 대해서 건축사 등의 설계 및 감리를 받지 않도록 하는 현행 제도는 리모델링 시공물의 안전성에 위험을 초래할 가능성이 대단히 높다. 이런 측면에서 대수선의 경우에도 신고사항으로 하되 건축사가 설계 및 감리를 하도록 제도를 개선할 필요가 있다.

한편, 소규모 건축물과 관련된 사항은 아니지만 리모델링 발주 및 사업 특성을 고려하여 현행 설계 및 시공의 겸업 금지제도 역시 개선할 필요가 있다. 이미 언급한 바와 같이 리모델링은 특성상 대부분 사업제안방식으로 발주되고 있다. 이는 설계와 시공이 유기적으로 연계된 종합적인 엔지니어링 능력이 발휘될 때 리모델링의 효과가 극대화될 수 있기 때문이다. 현실적으로 이러한 시너지 효과 발휘를 위하여 설계팀과 시공팀을 동시에 운영하고 있는 리모델링 전문업체도 있으나 법적 규제로 인하여 불가피하게 별도의 법인을 운영하고 있다.⁶⁴⁾ 이러한 측면에서 현행 설계 및 시공 겸업 금지 제도는 폐지하는 것이 바람직할 것이다. 전면적인 폐지가 어렵다면 적어도 리모델링 분야에서라도 설계와 시공을 겸업할 수 있도록 허용해야 할 것이다.

다른 한편으로 등록제도의 개편을 통하여 소규모 공사에서 발생하는 문제점을 해결하는 방안과 별도로 분쟁조정과 성실시공 유도 방안들을 적극적으로 도입해 나가야 할 것이다. 이러한 방안의 일환으로 소규모공사에 대한 표준계약서의 도입 확대 및 의무화도 검토할 필요가 있다.

64) 면담조사에도 PS건설 등 이러한 유형의 업체가 있었다.

5. 공공건축물 리모델링 발주 확대 및 발주 방식의 변경

리모델링시장에서 공공건축물 리모델링도 중요한 시장의 한 영역이다. 일본의 리모델링 시장 통계를 보면, 정부비주택 리모델링 시장의 규모는 2000년도에 4.6조엔에서 2010년에는 6.2조엔으로 성장할 것으로 전망되고 있다. 2010년도에는 전체 리모델링시장에서 정부 비주택 리모델링이 차지하는 비중이 22.5%에 이를 것으로 전망되고 있다.⁶⁵⁾ 이러한 경향은 앞으로 우리나라에서도 나타날 것으로 예상된다. 정부 및 공공기관이 보유하고 있는 청사 등 시설물이 많을 뿐만 아니라 보유재산을 제대로 활용하지 못함으로써 국고를 낭비하고 있다는 지적도 자주 제기되고 있다. 앞으로 행정중심복합도시 건설 및 공공기관 이전 사업이 본격적으로 전개되면 기존 시설물의 활용도 제고와 관련하여 공공건축물 부문에서 리모델링 수요는 급증할 것으로 예상된다.

공공건축물 리모델링 관련 제도의 개선과 물량 확대는 장차 리모델링산업의 발전에 중요한 영향을 미친다. 특히, 리모델링산업이 초기 발전단계에 있는 우리의 경우에는 공공부문의 리드십이 장기적인 산업 발전의 토대가 될 것이다. 그러나, 아쉽게도 리모델링 분야에서 공공부문은 제대로 된 역할을 하고 있지 못하다. 여전히 전통적인 제도 및 관행의 틀에 의존하여 새로운 사업방식인 리모델링 기법을 적극 활용하려는 노력이 결여되어 있다.

정부는 민간의 리모델링 산업 발전을 위한 관련 제도의 개선과 기술 개발 지원 등을 추진함과 동시에 자체 공공부분 리모델링 발주에 있어서도 보다 적극적인 정책을 시행해 나가야 할 것이다. 첫째, 공공 리모델링 발주 물량을 보다 확대할 필요가 있다. 앞으로 정부 보유 건물도 적극적으로 리모델링을 추진할 필요성이 높아지고 있다. 현재와 같이 단순히 건물의 물리적 성능을 개선하는 것을 넘어서 보다 적극적으로 보유 건물의 성능을 향상하고 용도를 변경하여 수익성을 개선해 나가는 작업을 추진해 나가야 할 것이다. 특히, 앞으로 예상되는 대형 국가균형발전사업을 시행해 나가기 위해서는 기존 보유 건물의 리모델링을 통하여 수익성을 창출하는 프로젝트를 적극 추진하지 않으면 안될 것이다.

둘째, 정부가 발주하고 있는 리모델링 발주 프로젝트의 명칭과 발주방식 등 관련 제도를 적극적으로 개선할 것이 요구된다. 현재 정부는 리모델링 관련 발주를 대부분 개보수 공사라는 명칭을 사용하여 저격심사방식으로 발주한다. 물론 공사 규모가 작고 성격이 개보수의 범위를 벗어나지 못하는 측면이 있을 것이다. 그러나 리모델링 공사의 특성을

65) 산업사회조사회(일본), 건물리모델링 매뉴얼, 한국건설산업연구원 (2001) 참조

이해하고 또 이 산업의 발전을 유도한다면 이러한 제도를 적극적으로 개선할 필요가 있다. 즉, 개보수공사라는 명칭 대신 리모델링공사라는 명칭으로 변경하는 방안을 적극 검토할 필요가 있다. 그리고 발주방식도 리모델링의 경우에는 사업의 특성을 반영하여 적격심사방식 대신 턴키 또는 대안발주 방식으로 변경하는 것이 바람직할 것이다. 반드시 소규모공사라 하여 적격심사방식을 적용하기보다는 그 산업의 특성을 이해하고 산업 발전을 유도하기 위한 발주제도를 만들어 나가야 할 것이다. 이러한 명칭 변경과 발주방식의 변경은 장기적으로 우량업체를 육성하고 리모델링 산업의 발전을 유도하는데 큰 기여를 할 것이다.

6. 리모델링시장의 정보제공 기능 활성화 방안

건축물 리모델링은 대부분 소규모 건축공사이다. 특히, 중소건설업체가 상대하는 리모델링시장은 전형적인 소규모 건축시장이다. 일반적으로 소규모 건축시장은 수요자와 공급자 상호간에 정보가 부족하여 시장이 활성화되지 못하는 문제점을 갖고 있다. 수요자 입장에서 보면, 건설업자에 대한 정보가 부족하여 견실한 시공업자를 선정하기 곤란한 문제가 발생한다. 부실 시공자를 선정하는 경우 시공 후 하자보수 등의 비용이 발생하고 결과적으로 부실 시공물을 양산하는 결과를 초래한다. 다른 한편으로 공급자 입장에서는 수요자에 대한 정보가 부족하여 물량 확보에 어려움을 겪게 된다. 결과적으로 소규모 건축물 리모델링 시장에 관한 정보의 부족은 이 부문 시장의 위축을 초래하게 될 것이다.

이러한 측면에서 리모델링시장을 활성화시키기 위하여 수요자와 공급자간의 정보를 활성화시키는 공공 주도의 제도적 장치가 요구된다. 물론 이러한 기능을 민간시장에 맡길 수도 있을 것이다. 사례연구에서 본 바와 같이 RP닷컴회사는 이러한 기능에 기반하여 사업을 추진하는 업체로 볼 수 있다. 그러나 시장 정보기능을 활성화하는 데는 순수한 민간업체로서는 한계가 있다. 무엇보다 정보의 공신력에서 제약이 따른다. 이러한 측면에서 정부가 공신력있는 정보제공 기능을 시행하는 방안을 고려해 볼 수 있을 것이다. 특히, 요즘은 인터넷을 활용한 정보제공기능의 활성화가 가능하기 때문에 정부의 이 부분에 대한 역할을 기대할 수 있을 것이다.

정부가 담당하기 어렵다면 정부와 민간의 중간 형태를 띠는 단체가 이러한 역할을 수행하는 방안도 고려해 볼 필요가 있다. 즉, 리모델링사업자단체인 한국리모델링협회가 이러한 기능을 적극적으로 추진하는 방안을 검토할 수 있을 것이다. 일본의 경우에는 정

부가 (재)주택리폼센터를 설립하여 이러한 기능을 추진하고 있다. (재)주택리폼센터는 정보제공 기능 외에 분쟁처리 기능과 관련 기술개발 등 연구 기능도 수행하고 있다. 우리의 경우도 한국리모델링협회가 보다 적극적으로 리모델링 수요자와 공급자간에 공신력있는 정보를 원활히 제공하고, 분쟁처리 등의 역할을 수행하는 방안을 검토할 필요가 있다.

더 나아가 리모델링협회는 민간에서 발생하는 다양한 리모델링 프로젝트에 대한 정보를 수집하여 중소기업체들에게 적극적으로 제공하는 기능도 확대해 나갈 필요가 있다. 최근에는 자산관리회사들이 증가하면서 건물을 매입 후 리모델링하여 재임대하는 사업들이 크게 증가하고 있는데, 리모델링협회가 적극적으로 사업제휴와 홍보 등을 통하여 중소기업체들에게 수주 기회를 제공하는 역할을 할 수 있을 것이다.

제7장

결론

건축물 리모델링은 중소건설업체가 도전하기 좋은 성장 잠재력이 풍부한 미래 유망산업이다. 리모델링의 대상이 되는 소규모 노후건축물의 재고가 급증하고 있는데 반하여 신규 진입이 용이하고 아직은 경쟁의 정도역시 심하지 않은 편이기 때문이다. 무엇보다 건축물 리모델링 사업은 중소건설업체에게 경영측면에서 확실한 이점을 제공한다. 리모델링사업은 외형적으로 공사물량을 확대하는 데는 도움을 주지 못하지만, 수익성 증대와 자금흐름의 원활화를 통하여 중소기업의 경영 안정에 큰 기여를 한다. 다른 한편으로 대기업에 비하여 중소건설업체가 갖고 있는 가격 경쟁력과 신속한 의사 결정력 및 공사 추진력 등은 리모델링 분야에서 중소건설업체가 성장할 수 있는 유리한 조건을 제공한다.

중소건설업체가 도전 가능한 리모델링시장은 다양하나 크게 소규모 상업용 및 사무실 건물과 아파트를 제외한 주택으로 구분할 수 있다. 이러한 소규모 상업용 건축물 및 주택은 리모델링에 대한 잠재수요가 풍부하여 여건만 갖추어지면 리모델링 물량은 지속적으로 창출될 수 있다. 일반적으로 리모델링의 추진 동기는 건물의 이용가치를 향상시키는 목적과 수익성을 증대시키는 목적으로 구분된다. 대체로 상업용 건물은 임대수익 또는 자산가치 증식을 목적으로 수익성 증대 위주의 리모델링을 추구하는 경향을 보인다. 이에 비하여 주택 리모델링은 건물 소유자의 이용가치 향상을 목적으로 하는 리모델링이 많이 시행되지만 최근에는 수익성 증대를 목적으로 하는 리모델링도 급증하는 경향을 보인다. 그리고 리모델링의 범위 내지 내용에 있어서는 크게 성능향상을 추구하는 리모델링과 용도변경을 추구하는 리모델링으로 구분할 수 있다. 용도변경 리모델링은 건물의 수익성 증대를 위하여 건물의 용도 자체를 변경시키는 것을 포함하는 리모델링으로 중소건축물 리모델링시장의 외연적 확대에 큰 기여를 하고 있다.

본 연구에서는 중소건설업체의 리모델링 시장 진출 방안을 제시하기 위하여 이미 이 시장에 진출하고 있는 업체들의 대표자들을 면담하여 경영 및 정책상의 시사점을 도출하고자 하였다. 여기서 발견된 주요 시사점을 요약하면, 우선 리모델링 시장 진출업체들은 비교적 건설업 진출 경력이 짧은 신규업체들이 주류를 이루고 있는 반면, 다양한 유형의 건설 및 유관업체들이 이 시장을 공략하는 특징을 보이고 있다. 그리고 리모델링 시장의 전망과 특징에 대해서는 대체로 현재는 리모델링시장을 좋게 보고 있지 않으나

장기적으로는 성장 가능성이 높은 것으로 평가하고 있다. 현재 리모델링시장을 침체되고 있는 것으로 평가하고 있는 주된 이유로는 전반적인 경기 침체를 지적하고 있다. 그러나, 이 이외에 주 타깃이 되는 소규모 건축물 리모델링시장이 특히 경기에 민감하고, 중소기업체의 영업력이 부족한 것도 리모델링시장이 단기적으로 성장하지 못하는 중요한 원인으로 판단된다.

면담업체들로부터 발견할 수 있는 리모델링의 사업상 특징을 살펴보면, 전반적으로 공사규모는 소규모이나 편차가 큰 편으로 나타나고 있다. 그리고 리모델링사업은 기업의 수익성 확보와 경영의 안정에 비교적 높은 기여를 하고 있는 것으로 나타났다. 한편, 리모델링시장에서 중소기업체들의 주된 타깃시장은 민간상업용 건물이고, 수주는 주로 소개 방식에 의한 사업제안방식으로 이루어지고 있다. 따라서 수주 경쟁력을 확보하기 위해서는 사업제안능력이 필수적으로 요구되고 이를 뒷받침할 수 있는 종합적 엔지니어링 능력의 확보가 요구된다. 한편, 리모델링사업은 중소기업체들이 개발사업으로 추진하기 좋은 특징을 보유하고 있음에도 불구하고 아직 중소기업체들은 독자적인 개발사업을 추진할 수 있는 역량을 갖추고 있지 못한 것으로 평가된다.

중소건설업체들에게 도전의 기회를 제공하는 중소기업 리모델링시장의 산업구조적 특징을 전망해 보면, 첫째, 진입과 퇴출이 활발한 경쟁구조를 형성해 나갈 것으로 예상된다. 향후 성장성이 좋은 반면, 진입장벽은 낮기 때문에 신규로 리모델링시장에 진입하는 업체는 크게 증가할 가능성이 높다. 그러나 리모델링에 대하여 요구되는 기술 및 사업상의 능력을 확보하지 못한 업체는 시장에서 살아남지 못하고 퇴출하는 비중도 높을 전망이다. 그리고 건설업체 뿐만 아니라 자재업체, 부동산업체, 설계 및 엔지니어링업체 등 다양한 유형의 건설업체들이 이 시장을 공략할 것으로 예상된다. 리모델링은 공사의 규모는 작으나, 유형 및 범위가 다양하기 때문에 각자 자신의 업종 기반을 토대로 진출하기 용이한 특성을 보유하고 있다. 한편, 리모델링시장은 아파트 리모델링공사를 중심으로 한 대형업체의 시장과 기타 소규모 건축물 리모델링 시장을 공략하는 중소기업체의 시장영역으로 양분된 구조를 형성해 나가는 가운데 장기적으로는 점점 상호간 경쟁역시 치열해질 것으로 전망된다.

리모델링시장에 진출하려는 중소기업체들은 우선 건설시장에 대한 기본적인 마인드부터 수정해 나갈 필요가 있다. 첫째, 신축시장만을 건설시장만으로 보는 고정관념을 탈피하는 것이 중요하다. 둘째, 보다 창의적인 시각과 적극적인 마인드로 리모델링 시장을 공략할 필요가 있다. 셋째, 지나치게 외형적 성장 위주의 전략을 탈피할 필요가 있다. 넷째, 공공시장에만 의존하려는 발상을 버릴 필요가 있다. 다섯째, 특정 건축물 리모델링시장

을 대상으로 전문화를 추구해야 할 것이다. 여섯째, 보다 적극적으로 개발사업에 진출하는 방안도 모색해 나갈 필요가 있다.

리모델링 시장 진출을 위한 마인드의 구축과 함께 리모델링 사업에 대한 이해를 토대로 사업능력을 배양하는 작업도 요구된다. 리모델링은 신축 등 여타사업과 다른 특성을 보유하고 있기 때문에 이에 대한 이해를 바탕으로 사업을 전개하는 능력을 확보해 나가지 않으면 안된다. 이와 관련 요구되는 능력을 요약하면, 첫째 리모델링공사는 사업 범위가 다양하고 범위를 설정하기가 어려운 만큼 소비자의 신뢰를 획득하기 위하여 공사 범위 및 비용에 대한 표준화 전략을 추구해 나가야 할 것이다. 둘째, 리모델링에 대한 소비자의 요구가 다양하므로 이에 대응한 방안으로 차별화 전략을 적극적으로 구사해 나가야 할 것이다. 셋째, 리모델링은 기존 건물을 대상으로 하므로 철저한 사전 조사 및 진단을 토대로 한 기획 및 설계 능력을 확보해 나가야 한다. 넷째, 역시 기존 건물을 대상으로 하므로 시공 중 안전 및 품질 등에 종합적이고 체계적인 시공관리가 요구된다. 다섯째, 리모델링은 하자 발생 가능성이 대단히 높으므로 하자 및 분쟁 발생 가능성에 철저하게 대비할 필요가 있다. 여섯째, 리모델링은 영업 중에 시공이 이루어지는 경우가 많으므로 공기관리에 대한 노력 역시 중요성이 높다.

한편, 여타 모든 사업과 마찬가지로 리모델링 사업에 신규로 진입하는 중소기업들은 사업경험을 축적하고 기술 역량을 확보해 나가지 않으면 안된다. 이를 위하여 요구되는 능력을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 경험의 축적을 위한 학습기간을 갖는 자세가 반드시 요구된다. 둘째, 사업 역량을 확보하기 위해서는 건축물 설계 및 시공과 유지관리에 이르기 까지 전부문에 걸친 종합적인 엔지니어링 능력의 확보가 요구된다. 셋째, 엔지니어링 능력의 확보는 최우선적으로 CEO에게 요구되는 역량이며 따라서 CEO는 반드시 리모델링의 특성에 대한 종합적인 이해와 능력을 확보하지 않으면 안된다. 넷째, 핵심인재는 내부에 확보하는 한편, 여타 종합적으로 요구되는 능력을 확보하기 위하여 반드시 유능한 전략적 파트너와의 효율적인 협력관계를 유지하는 것이 요구된다.

그리고, 성공적인 리모델링 수주 확대를 위하여 마케팅 능력의 확보가 요구되는데 이와 관련 첫째, 사업성 분석 및 기획, 설계능력의 배양이 중요한 요소로 부각된다. 둘째, 효율적인 고객관리를 위하여 건물 및 건물주에 대한 체계적인 DB 관리가 요구된다. 셋째, 잠재적인 고객에 대하여 항상 사려깊은 대응을 해 나가야 할 것이다. 넷째, 자사가 신축한 건물에 대해서는 에프터 서비스를 강화해 나가야 할 것이다. 다섯째, 온라인 정보망의 활용과 멀티미디어를 이용한 프리젠테이션 능력을 배양할 것이 요구된다. 여섯째, 금융과 관련된 서비스 제공 능력을 배양해 나가야 할 것이다.

마지막으로 리모델링시장에 진출하는 중소건설업체는 개발사업의 적극적 추진을 검토할 필요가 있다. 중소규모 건축물 리모델링 시장은 무엇보다 중소건설업체가 직접 개발사업으로 추진하기 좋은 사업적 특성을 보유하고 있다. 비교적 사업의 규모가 작은 반면, 도급사업보다는 수익성을 확보하는데 더 큰 도움을 주기 때문이다. 특히, 경기 불황시에 수요를 창출하는 방안으로서 개발사업을 추진하는 방안을 고려해 볼 필요가 있다. 한편, 이러한 개발사업의 역량 확보는 도급형 리모델링사업의 수주 역량을 확보하는데도 도움을 주게 된다. 이러한 측면에서 중소기업체들은 리모델링 시장에 대한 개발사업 역량을 강화해 나갈 필요가 있으며 이를 위하여 사업성 분석 능력과 금융능력의 확보가 필수적으로 요구된다.

중소건설업체의 리모델링 시장 진출을 확대하기 위해서는 제도적인 측면에서의 지원도 요구된다. 리모델링사업은 아직 초기단계의 특성을 갖고 있기 때문에 사업적인 측면에서 다양한 지원과 제도 개선이 요구된다. 이러한 관련 제도의 개선은 전체 리모델링시장의 활성화에 기여하게 될 것이지만 특히 중소건설업체들의 이 시장 진출 확대와 사업능력 강화에 이바지할 것이다.

중소건설업체를 위한 리모델링 관련 제도 개선 방안은 대체로 다음 다섯가지로 요약된다. 첫째, 리모델링 수요의 확대와 원활한 리모델링의 추진을 유도하기 위하여 건축규제의 완화가 요구되며 리모델링지구제도를 적극적으로 활용하는 방안도 검토할 필요가 있다. 둘째, 중소건축물 리모델링 활성화에 가장 큰 장애 요인이 되는 금융의 활성화가 요구되며, 이와 관련 프로젝트 파이낸싱 기법을 적극적으로 도입하는 방안을 강구해 나가야 할 것이다. 셋째, 소규모 건축물 리모델링 시장 질서의 정비와 효율성 제고를 위하여 기존 건설업역 체계내에서 리모델링사업의 업역을 합리적으로 조정 유도해 나가는 한편, 현행 설계 및 시공 겸업금지제도를 폐지할 필요가 있다. 넷째, 리모델링산업의 발전에 기여한다는 측면에 공공건축물의 리모델링 발주를 확대하고 관련 발주방식도 제안형 방식으로 개선해 나갈 필요가 있다. 마지막으로 중소건축물 리모델링 시장을 활성화하기 위하여 수요자와 공급자간의 시장정보제공 기능을 활성화해 나가야 할 것이다.

본 연구는 리모델링시장의 성장 가능성에 대비하여 중소건설업체의 관련 시장 진출 확대 방안을 경영 측면과 제도적인 측면에서 모색한 연구이다. 그리고 이를 위하여 면담조사 등 정성적인 접근법을 통하여 다양한 시사점을 제공하고 도출하려 노력하였다. 이러한 접근법을 통하여 제시된 다양한 경영 및 정책상의 아이디어들은 중소건설업체들의 리모델링 시장 진출을 활성화하는데 많은 도움을 줄 것을 판단된다. 그러나, 이러한 기여에도 불구하고 지나치게 사례적인 접근에 의존함으로써 보다 신뢰감있는 정보와 판단

자료를 제시하는데는 다소 미흡한 것으로 판단된다. 또한, 종합적으로 리모델링 전반에 걸친 경영 및 제도개선 방안을 제시하다보니 구체적인 분석을 통한 실천적 방안들을 제시하지 못한 문제점을 안고 있다. 앞으로 본 연구에서 제시한 다양한 분야의 방안들에 대하여 보다 구체적으로 세분된 분야를 선정하여 실질적으로 중소기업체들에게 도움을 주는 연구들이 수행되기를 기대한다.

참고문헌

- 건설산업정보, 월간 리모델링 각호
국무조정실, 소규모 건축 중심의 건축규제 개선 방안, 2005.3.
리모델링연구회, 리모델링뉴스레터 각호
한국리모델링협회, 리모델링 각호
배순석, 주거수준 향상을 위한 주택 개발 지원정책연구, 국토연구원, 2001.
서용식, 부동산 리모델링으로 큰 돈 버는 14가지 방법, 거름, 2002.
윤영선, 공동주택 리모델링 정책의 평가와 시장 전망 및 향후 제도개선 방안, 한국리모델링협회, 2006.
이원식, 건축리모델링, 기문당, 2002.
전우문화사, 리모델링월드 각호
정수연 등, 리모델링 투자타당성 분석에 관한 연구, 한국감정평가연구원, 2002.
최문섭:주택저널, 나는 부동산 리모델링으로 3억 벌었다, 한국경제신문, 2001.
최민수, 소규모 건축공사의 부실시공 방지 방안, 건설산업동향, 한국건설산업연구원, 2003.7.
통계청, KOSIS 자료
일본주택리폼센터, 21세기를 비상하는 주택리폼시장, 2000.
산업사회조사회(일본), 건물리모델링 매뉴얼, 한국건설산업연구원, 2001.
신건설수요예측위원회(일본), 신건설시장 2010년까지의 전망, 1998.
Improving Americas Housing, Joint Center for Housing Studies of Havard University, 1999.

Abstract

A Study on the Building Remodeling Business Strategy and Policy Recommendations for the Small & Medium-sized Construction Enterprise

Building remodeling market will be the prospective construction market for the small & medium-sized (S&M) construction firms to enter in the near future. However, this forecast will be judged correct when both the effective business strategy on the firm level and the positive improvement of the policy on the government level are applied well and timely.

It is the most important and urgent element for the S&M construction firms to enter this market to possess the general engineering capability. Even though the unit remodeling business is small one, it requires S&M construction firms to keep the total engineering capacity covering from planning and design to construction and maintenance. To achieve and maintain this ability, the CEO of S&M construction firms must have the opportunity to learn the remodeling business in advance. And, the core person, like designer and construction manager should be the regular member in the company, on the other hand, the other specialty companies, for example, facility and structure firms are maintained with the partner relationship. The policy reforms required to boost the small & medium building remodeling market are as follows.

First, it is needed to alleviate the building code regulation in order to induce the aged small & medium building remodeling.

Second, the application of project financing method is essentially required to activate the small & medium building remodeling.

Third, to reform the construction and design activity regulation will give the positive effect not only to eliminate the possibility of defect claim but also to develop the remodeling industry.

Fourth, it is required that public organization should increase the remodeling orders and fix the existing order method to design-build method.

Fifth, it is also needed to expand the information supply function on the public side in order to activate the remodeling industry especially for the small and medium building remodeling demander and supplier.

○ 저자 소개

윤영선(ysyoon@cerik.re.kr)

부산대학교 경제학과 졸업(경제학사)

서울대학교 환경대학원 졸업(도시 및 지역계획학 석사)

서울시립대학교 도시행정학과 졸업(행정학 박사)

국토연구원 책임연구원

현 한국건설산업연구원 선임연구위원

< 주요 연구보고서 >

공동주택 리모델링정책의 평가와 시장전망 및 향후 제도 개선방안, 한국리모델링협회, 2006.

건축물 리모델링 활성화를 위한 제도적 기반 마련 연구, 건설교통부, 2001.

서울 오피스빌딩 리모델링 수요, 한국건설산업연구원, 2000.

외 다수