

주간건설 *Review*

646호 2020.10.16(금)



(사)한국건설경영협회

KOREA FEDERATION OF CONSTRUCTION CONTRACTORS

홈페이지 : <http://www.kfcc.or.kr>, 연 락 처 : 02-771-7936

주 소 : (121-916) 서울 마포구 공덕동 467 롯데캐슬프레지던트 101-2103

■ **업계 동향**

- ▶ 대우건설, '대우가족 헌혈캠페인' 실시
- ▶ 현대건설, 숲속의 어린이놀이터 공개
- ▶ 대우건설, '초고층 시공 변위관리 기술' 홍콩에 수출
- ▶ 포스코건설, 국내 최초로 친환경 리모델링 신기술 개발
- ▶ 대림산업 ACRO, 디자인 '그랜드슬램'

■ **건설경제 일반동향**

- ▶ SOC의 지역경제 활성화 및 일자리 창출 효과 큰 폭 개선
- ▶ 글로벌 건설기업 사업포트폴리오 토목 비중 확대

■ **건설 제도·정책 동향**

- ▶ '정비사업 계약업무 처리기준' 개정 추진

주간 건설 REVIEW

<기간 : 2020.10.9.(금)~2020.10.16(금)>

제646호 2020.10.16(금)

<업계 동향>

◆ 대우건설, '대우가족 헌혈캠페인' 실시

○ 대우건설은 본사와 국내 현장 임직원이 참여하는 '2020 대우가족 헌혈캠페인'을 10월6일부터 16일까지 대우건설 본사 앞 헌혈버스에서 열흘간 진행하였음



○ 이번 캠페인은 현재 코로나19 장기화와 사회적 거리두기 등의 조치로 혈액 수급이 어려움에 처하자 마련된 것으로, 대우건설은 앞으로도 「Build Together, 고객과 함께 최고의 가치를 실현하는 기업」이라는 비전을 달성하기 위해 임직원 모두가 지속적으로 노력할 것이라고 밝혔음

'2020 대우가족 헌혈캠페인'에 참여한 대우건설 본사 직원들

○ 한편, 대우건설은 2006년부터 매년 임직원 헌혈 캠페인을 실시하고 있으며, 이외에도 오랜 기간 사회공헌과 상생경영 활동을 이어왔음

◆ 현대건설, 숲속의 어린이놀이터 공개

○ 10월14일 현대건설은 최근 준공된 김포 '힐스테이트 리버시티'에 'H 시리즈' 중 하나인 'H 아이숲(H I_forest)'을 적용했다고 밝혔음



○ 경기도 김포시 고촌읍 향산리에 들어선 힐스테이트 리버시티는 지하 2층~지상 21층, 52개 동, 전용면적은 68~121㎡, 2개의 단지, 총 3,510가구로 이뤄졌음

○ 이 단지에 처음 적용된 'H 아이숲'은 숲속처럼 쾌적한 환경을 갖춘 실내 놀이공간으로 숲을 연상케 하는 디자인, 천정형 공기청정기가 설치되었음

김포 '힐스테이트 리버시티' 단지에 처음 적용된 실내 어린이 놀이터 'H 아이숲'

- 아울러 모든 놀이기구들이 편백나무와 친환경 소재로 만들어졌으며, 전체적인 디자인이 곡선으로 설계돼 안전하고 자유로운 분위기를 연출하였음
- ‘H 아이숲’은 현대건설의 상징색인 노란색과 녹색을 활용하여 '새싹이 자라 녹음이 되는' 모티브로 발전시켜 설계해 아이들은 나무 타기, 언덕 구르기, 돌 틈 사이 숨바꼭질 등 자연을 직간접적으로 체험할 수 있으며, 내부에는 어린이 도서관과 맘스카페가 함께 위치해 온 가족이 함께 여가를 누릴 수 있는 패밀리 라운지 개념의 커뮤니티로 설계되었음
- 현대건설은 힐스테이트 리버시티를 시작으로 향후 분양하는 ‘힐스테이트’와 ‘디에이치’ 단지에 ‘H 아이숲’ 설계를 적극 도입하겠다는 방침

◆ 대우건설, '초고층 시공 변위관리 기술' 홍콩에 수출

- 10월14일 대우건설은 독자 개발한 BMC(초고층 시공 중 변위 관리) 기술을 홍콩 고층 복합타워인 머레이드 타워 공사에 적용하는 계약을 체결하였음
- BMC는 초고층건물 시공 중에 발생하는 높이·기울기 등의 변형을 사전에 예측하는 기술로, 건물의 안전성을 높이면서 공사 기간과 비용은 줄일 수 있는 고부가가치 기술로 평가받고 있음
- 대우건설이 기술을 제공할 빌딩은 설계를 맡은 세계적인 건축스튜디오 자하 하디드 아키텍츠가 홍콩을 상징하는 꽃인 바우히니아 꽃봉우리에서 영감을 받아 현재의 디자인을 구현하였으며, 이 같은 비정형·초고층 건물의 안정적인 시공을 위해서는 BMC 기술이 필수적임
- 지난해 대우건설은 이 건물의 기울어짐에 대한 가능성을 진단하고 해결하기 위해 1차 기술용역을 수행하고 올해 4월(2차 기술용역) 계약에 따라 2023년 말까지 시공단계해석, 재료시험, 현장모니터링 등을 제공하게 되며, 총 계약금액은 약 22만달러 규모임
- 한편, 이번 계약과 관련해 대우건설은 미국·유럽 등 선진국 업체가 독점하던 초고층 엔지니어링 시장에서 당사가 독자 개발한 기술을 인정받고 해외 수출했다는 점에서 의미가 크다며 해외 유명 발주처 및 컨설턴트의 신뢰도를 확보해 향후 대우건설이 해외 진출하는데 도움이 될 것이라고 설명하였음



대우건설이 독자 개발한 BMC(초고층 시공 중 변위관리) 기술을 적용할 예정인 홍콩 머레이 로드 타워 조감도

◆ 포스코건설, 국내 최초로 친환경 리모델링 신기술 개발

- 포스코건설이 최근 국내 최초로 경제적이고 친환경적인 리모델링 신기술 개발에 성공하였음
- 10월14일 포스코건설은 대한건축학회로부터 ‘공동주택 리모델링 슬래브 신구(新舊) 접합부를 연결하는 최적화 설계·시공기술’에 대해 기준 적합성 인증을 받았음



포스코건설이 개발한 ‘공동주택 리모델링 슬래브 신구 접합부 연결 최적화 기술’

- 이번에 개발한 신기술은 기존 바닥체 단면에 구멍을 파서 철근을 심고 톱니모양의 홈을 만들어 새로운 바닥체 콘크리트 타설 시 접합부의 안정성을 높이는 공법과 기존 바닥체 위에 포스코 강판으로 제작한 커넥터를 부착해 새로운 바닥체 콘크리트를 이어서 타설해 두 바닥체를 구조적으로 일체화시키는 공법 2가지임
- 두 가지 신공법을 활용하면 기존 바닥체의 콘크리트 파쇄량이 적어 시공이 편리하고 공사기간과 비용절감이 가능한데다 폐콘크리트 발생량이 획기적으로 준다는 장점이 있음
- 포스코건설은 이번 리모델링 신기술을 지난 7월 특허 출원하였으며 한국건설교통신기술협회가 주관하는 건설 신기술 인증을 준비 중임

◆ 대림산업 ACRO, 디자인 ‘그랜드슬램’

- 대림산업이 하이엔드 주거 브랜드 ‘아크로(ACRO)’로 세계 3대 디자인 어워드 모두 수상하게 되었음
- 10월13일 대림산업은 아크로가 ‘2020 IDEA 디자인 어워드’에서 브랜드아이덴티티(BI) 리뉴얼 디자인으로 브랜딩 부문 본상을 수상했다고 밝혔음
- IDEA는 미국산업디자인협회(IDSA)가 주관하는 디자인 어워드로 디자인계의 ‘아카데미상’으로 평가받고 있으며 독일의 iF, 레드닷 디자인 어워드와 함께



아크로 브랜드가 처음 적용된 단지인 대림 아크로 서울포레스트 전경

세계 3대 디자인상으로 꼽히고 있음

- 앞서 아크로는 올해 'iF 디자인 어워드 2020'과 '레드닷 디자인 어워드 2020'도 수상한 바 있어 이번 IDEA 본상 수상으로 국내 하이엔드 주거 브랜드 가운데 처음으로 세계 3대 디자인 어워드를 수상하는 그랜드슬램을 달성하였음
- 아크로는 지난해 11월, 새로운 콘셉트 '디 온리 원(The Only One)'을 반영한 통합 브랜드 리뉴얼을 진행하였음

주간 건설 REVIEW

<기간 : 2020.10.9.(금)~2020.10.16(금)>

제646호 2020.10.16(금)

<건설경제 일반동향>

◆ SOC의 지역경제 활성화 및 일자리 창출 효과 큰 폭 개선

- 최근 한국개발연구원(KDI) 공공투자관리센터(PIMAC)가 발표한 PIMAC 업무 가이드라인에 따르면 SOC의 지역경제 파급효과 및 고용유발효과가 과거에 비해 큰 폭 개선된 것으로 나타남
- PIMAC 업무 가이드라인은 공공기관 사업 예비타당성조사에 적용되는 것으로 내년 SOC 예산의 본격적인 국회 심의를 앞두고 있는 가운데 SOC 예산 증액론에 더욱 힘이 실릴 것으로 기대되고 있음

<주요내용>

□ PIMAC 업무 가이드라인 주요내용

- 지역경제 파급효과와 고용유발효과 분석의 비교 기준을 사업의뢰 기준으로 2011~2016년에서 2015~2019년(최근 5개년)으로 변경
- 2015~2019년 공공기관 사업 예비타당성조사 사업 79건(국내사업 완료기준)의 지역경제 활성화 효과 지수 평균값은 0.1760%로 나타남
- 현재 적용하고 있는 2011~2016년 공공기관 사업 예비타당성조사 사업 65건의 평균값인 0.1075%에 비해 0.0685%p 증가하였으며, 사업유형별로는 발전 및 설비사업이 평균 0.2773%, 항만사업이 0.3182%로 강세

<사업유형별 지역경제 활성화 효과지수 분석결과 종합(2015~2019년)>

사업유형	사업수(건)	지역경제 활성화 효과 지수 평균(%)
발전 및 설비	33	0.2773%
산단	15	0.0643%
개발	17	0.0763%
항만	6	0.3182%
자원개발 및 탐사	-	-
도로 및 철도	3	0.1199%
기타	5	0.0450%
합계	79	0.1760%

자료 : PIMAC 업무 GUIDLINE(2020.9.23.)

- 2015~2019년 공공기관 사업 예비타당성조사 사업 79건(국내사업 완료기준)의 고용유발효과 평균값은 4,880명으로, 종전(2011~2016·2035명)보다 무려 2배 이상 급증
- 사업유형별로는 발전·설비 사업이 7553명으로, 일자리 창출 효과가 가장 컸고, 항만 사업 6841명, 도로·철도 사업 6593명, 개발 사업 2714명, 기타 사업 2311명, 산단 사업 1127명 등의 순

<사업유형별 고용유발효과 분석결과 종합(2015~2019년)>

사업유형	사업수(건)	고용유발효과 평균(명)
발전 및 설비	33	7,553
산단	15	1,127
개발	17	2,714
항만	6	6,841
자원개발 및 탐사	-	-
도로 및 철도	3	6,593
기타	5	2,311
합계	79	4,880

자료 : PIMAC 업무 GUIDLINE(2020.9.23.)

□ 시사점

- 이번 PIMAC의 지역경제 활성화 효과와 고용유발 효과 지수 분석결과는 향후 공공기관 사업을 대상으로 예타를 수행하는 과정에서 전체 사업 및 같은 유형의 사업을 비교하는 데 활용됨
- 특히 이번 분석결과에서 SOC의 지역경제 활성화 효과와 고용유발 효과 지수가 대폭 상승하며 지역경제 견인과 일자리 창출 능력이 크게 강화된 것으로 나타나면서 SOC 예산 확대에도 적지 않은 도움이 될 것으로 예상
- 현재 각 부처는 내년 SOC 예산으로 올해 본예산(23조2,000억원)보다 5.2% 늘어난 24조4,000억원을 요구했고, 재정당국은 이보다 7% 가까이 확대한 26조원으로 SOC 예산을 편성해 국회에 제출한 상황
- 국감 이후 본격적으로 진행될 국회 심의 과정에서 SOC 예산이 다소 늘어날 가능성이 예상되는 가운데, SOC의 한층 강화된 지역경제 활성화와 일자리 창출 효과는 분명 SOC 확대가 필요한 주장에 논리를 더해줄 전망

◆ 글로벌 건설기업 사업포트폴리오 토목 비중 확대

- 미국 건설전문지 ENR(Engineering News Record)이 매년 발표하는 ‘상위 250대 글로벌사’들을 대상으로 분석한 결과 글로벌 건설시장을 선도하는 최상위 랭커들의 포트폴리오 1순위는 여전히 토목(Civil Engineering)인 것으로 나타남

- 주택·건축과 플랜트 의존도가 상대적으로 높은 국내 건설업계가 해외건설 최대 시장이자 최상위권 글로벌 기업들의 주축 공종인 토목 공사, 그중에서도 교통 분야의 글로벌 엔지니어 육성이 시급하다는 평가

<주요내용>

□ 글로벌 건설사들의 포트폴리오

- 올해 ENR 200대 글로벌건설사들 중 해외매출이 70%를 웃도는 유럽 선진 건설사들의 매출 분포는 대부분 2개 공종으로 구성
- Bouygues(프랑스), Hochtief(독일), Strabag(오스트리아), Skanska(스웨덴) 등 오랜 동안 글로벌 시장을 선도해온 간판 건설기업들은 토목과 주택·건축으로 매출을 양분하고 있고 이들의 플랜트 매출 비중은 6~15% 가량을 구성하고 있음
- 이외에 ACS(스페인), Eiffage(프랑스)는 3개 공종을 비교적 고르게 운영하는 회사들로 에파주(Eiffage)는 토목 30%, 주택·건축 37%, 플랜트 34% 등으로 균형감을 보이고 있음
- 반면, 최근 내수 의존도가 높아진 한국 건설사들의 경우 주택·건축 비중이 46.9%에 달했으며, 내수시장 중심인 일본 건설사들의 경우 주택·건축 비중이 57.9%에 달하고 있음

<GLOBAL TOP 20 건설사와 국내 건설사의 공종(비중) 포트폴리오>
(단위:%, 2020년 기준)

구분	토목	주택 · 건축	플랜트
TOP(20)	46.3	39.4	14.4
중국건설사(11)	48.0	40.0	12.0
유럽건설사(4)	39.4	43.7	16.9
프랑스건설사(3)	48.8	24.2	27.0
일본건설사(2)	20.6	57.9	21.4
국내건설사(7)	14.1	46.9	39.0

- 실제 올해 글로벌 100대 건설사에 포함된 국내 건설사 중 현대건설(25위·48%)과 GS건설(43위·51%), 대우건설(56위·66%), 포스코건설(61위·70%), 대림산업(74위·64%)은 주택·건축 의존도가 절반에 근접하거나 넘어서는 경우가 많았고, 그룹 공사 물량이 많은 삼성물산(37위·62%)과 SK건설(54위·71%)은 플랜트 비중이 60% 이상을 구성하고 있음

□ 글로벌 건설시장의 대세 중국 건설사

- 올해 ENR 발표기준 250대 글로벌건설사 중 중국 건설사들은 거대한 내수시장을

바탕으로 세계 1위에 오른 중국건축공정총공사(CSCEC)를 비롯해 ‘TOP 5’를 독식하고, 상위 50개사 중 절반 가까운 23개 건설사를 차지하였음

- 2010년 기준 ‘글로벌 TOP 50’ 가운데 중국 건설사는 8개사에 불과했지만, 10년 뒤인 2020년 기준으로는 3배 가까이 늘어나 글로벌 건설시장에서 중국건설사들이 대세로 자리매김
- 특히, 2020년 기준으로는 상위 20개사 중 11개, 상위 10개사 중 7개사가 중국 국적의 건설사로 나타나 상위권으로 갈수록 중국 독식이 심화되고 있음
- 국영기업이 다수 포진한 중국 건설사는 대부분 1개 공종에 특화된 전문회사들로 1위 건축(중국건축공정총공사), 2·3위 철도(중국철도그룹·중국철도건설공사), 4위 통신(중국통신건설그룹), 5위 발전(중국전력건설공사) 등으로 확실한 ‘역할 분담’을 하고 있음

□ 시사점

- 글로벌 건설기업의 포트폴리오에서 토목 우위 전략은 해외매출로 순위를 매기는 ‘인터내셔널 톱 건설사’에서도 유사하게 나타났는데, 인터내셔널 ‘TOP 250’ 건설사의 공종별 해외매출은 토목 가운데서도 교통이 31%로 가장 높고, 이어 주택·건축(26.1%), 정유·석화(15%), 발전(10.3%) 순을 기록
- 국가별로는 중국(54.5%)과 프랑스·미국(53.3%) 건설사의 토목 의존도가 절반이 넘었고, 해외매출 비중이 70% 이상인 유럽 건설사들도 토목이 37.1%로 가장 큰 비중을 차지
- 반면, 국내 건설사들은 해외 매출의 61.5%가 플랜트에 집중되어 있는 것으로 분석
- 이와 관련해 전문가들은 글로벌 톱 건설사들은 경영환경 변화와 장기적 전략 실현을 통해 현재의 포트폴리오를 보유하고 있다고 분석하고, 사업다각화에 성공한 유럽 선진 건설사가 최근 몇년간 전반적으로 우수한 영업이익을 실현하고 있는 만큼 해외시장의 경쟁 심화를 극복할 수 있는 수행역량 강화와 리스크 관리가 중요해지고 있다고 평가

주간 건설 REVIEW

<기간 : 2020.10.9.(금)~2020.10.16(금)>

제646호 2020.10.16(금)

<건설산업 제도·정책 동향>

◆ '정비사업 계약업무 처리기준' 개정 추진

- 최근 국토교통부와 업계에 따르면 정부가 재개발·재건축 시공사 선정에 적용하고 있는 '정비사업 계약업무 처리기준'을 연말에 개정할 예정
- 이를 위해, 현재 주택산업연구원에서 관련 연구용역을 수행 중에 있으며, 이르면 11월 말 정도에 용역 결과가 나올 것으로 예상됨

<개정 추진내용>

□ 입찰 전(前) 조합의 입찰보증금 요청 금지

- 조합이 입찰 전(前) 단계인 현장설명회에 참석 조건으로 입찰보증금(현금) 납부를 요구하는 것을 금지토록 함
- 현장설명회는 해당 재개발·재건축사업의 개요와 사업 추진계획 등을 설명하는 자리이므로, 반드시 입찰에 참여하지 않아도 부담없이 참여할 수 있는 자리일 뿐만 아니라 요구하는 입찰보증금 규모가 거액인 경우도 있어 건설사들의 공정한 수주경쟁을 저해하고 있다는 지적에 따른 것

□ 입찰 제안시 사업비 대여금 기준 마련

- 현재 명확한 기준이 없어 사업여건에 따라 다르게 적용되고 있고, 건설사들의 수주경쟁이 과열되면 애매한 '사업비 대여금'의 기준 마련 추진
- 업계에서는 가계대출 평균 금리 수준으로 사업비 대여금 기준이 마련될 것으로 예상하고 있음

□ 홍보부스(홍보공간) 마련 확대 등

- 현재 합동설명회 이후에 홍보부스를 1개소만 마련할 수 있도록 하고 있는 바, 홍보공간과 개소 시기를 좀 더 앞당기는 방안 마련을 추진
- 이는 보통 합동설명회 이후 시공사 선정총회까지 2주 정도 시간이 남기 때문에 홍보기간이 짧고 공간도 협소하다는 지적에 따른 것으로, 업계는 조합원 수와 사업규모에 따라 홍보공간을 1개소 이상으로 호가대하고 개소 시기를 입찰일 이후로 개선할 필요가 있다고 입을 모으고 있음
- 현재 후발주자로 뛰어난 건설사가 개별홍보도 못하는데 홍보부스 1개소에서 약 2주 동안 홍보를 해서 상황을 뒤집기는 현실적으로 불가능한 상황