

설비계보수 시장 동향과 전망



'건축물 개보수시장을 잡아라'. 최근 들어 국내 건축물 개보수 분야에 대한 관심이 한층 고조되면서 대형 건설업체들이 개보수 시장에 앞다퉈 진출, 시장 선점을 위한 업체들 간 총력전이 본격화되고 있다.

국내 건설시장 구조가 신규 공사에 편중돼 왔던 만큼 상대적으로 소외돼 왔던 분야가 개보수 시장이다. '70년대 이후 국가 경제의 고도성장에 힘입어 건설경기 붐을 타고 양적 팽창 일변도의 개발을 힘입어 건설경기 붐을 타고 양적 팽창 일변도의 개발을 지향해온 개발도상국형 건설산업구조가 이제는 한계점에 도달, 건설시장 개편이 시급해짐에 따라 새로운 사업분야의 개척을 모색하게 되고 그로 인해 건설산업의 한 분야로 건축물 개보수 분야에 관심이 쏠리기 시작했다.

하지만 개보수시장에 건설업체들이 적극적으로 뛰어들게 만든 직접적인 원인 제공은 IMF관리 체제 이후 줄곧 침체 국면에서 벗어나지 못하고 있는 국내 건설경기의 상황에서 살아남기

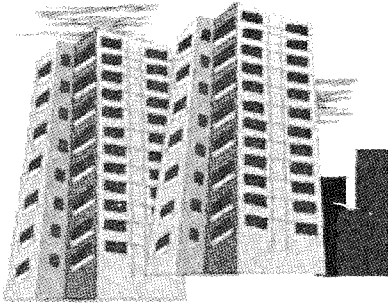
위한 돌파구를 찾기 위한 시도에서다.

광범위한 시장잠재력을 간파한 업체들의 관심이 본격 표면화되면서 개보수시장 활성화에 가속도가 붙고 있으며 이에 더하여 전반적인 건설경기에 활력을 불어넣는 동기를 제공하고 있다.

건물시스템 성능 한 단계 업그레이드 시켜 건축물 경제적 가치 증진

건설산업에서 건축물 개보수 분야는 '제3의 건축'으로 통한다. 시간이 흘러 낡은 건축물에 재투자해서 부동산 가치를 극대화하는 건축기법이란 의미에서 이같이 일컬어지고 있다.

일반적으로 건물 개보수의 범주는 건물시스템의 하자나 불량, 고장, 성능 저하로 인한 보수, 보강, 수선, 개수, 교체를 통한 유지관리뿐만 아니라 기존의 성능만으로도 정상적인 운영이 가능한 건물에 기능과 성능을 한 단계 업그레이드 시켜 건물의 가치를 높이는 것까지를 포함한다.



설비개보수 시장 동향과 전망

신축 당시 최선의 설비를 갖추었으며 아무리 견고하고 완벽한 건축물이었다 할지라도 세월이 지남에 따라 물리적 특성에서 연유되는 필연적인 기능 저하와 산업발전 및 사회구조의 급변하는 속도에 대응하지 못하는 진부화가 상존 하게 된다.

이 때문에 개보수를 통한 건물시스템의 원래 기능의 회복과 용도의 변경, 경제활동의 국제화, 생활수준 향상에 따른 근무환경의 고급화, 산업 환경 발전에 의한 사무자동화 및 건물 자동화 시스템 등의 새로운 기능 도입을 통해 인간의 삶의 질을 한 차원 높이고 건물의 경제적 가치를 증진시킬 필요가 있다.

개보수공사를 통한 건물의 성능개선은 기존건물의 구조적, 기능적, 미관적, 환경적 측면과 에너지 성능개선 등 건축 전반을 고려한 종합적 접근에서 이루어진다. 이중 에너지 성능개선은 건물의 LCC(Life Cycle Cost)를 결정하는 가장 중요한 요소로 작용하므로 건물 설비시스템의 고품질, 고효율화에 의한 에너지 성능개선은 건물 개보수 분야에서 가장 비중이 크고 보편적으로 행해진다.

개보수공사는 신축일 경우 반드시 필요한 토목공사 등의 기초공정을 건너뛰며 공사기간도 2개월에서 6개월 정도 단축되는 등 신축하는 것에 비해 20~30%의 소규모 비용을 들여서 만족할만한 효과를 얻을 수 있다는 데 최대의 장점이 있다.

또 자원절약 면에서나 환경 및 역사유물 보

존 측면에서도 개보수가 긍정적인 평가를 받고 있다.

미개척시장이나 다름없는 국내 개보수시장의 규모를 파악하기란 그리 쉽지 않다. 정부나 공공기관을 통해 공식적으로 집계, 발표된 자료가 나와 있지 않은 상태에서 미흡하나마 시장진출에 나선 업체들이 대략적인 추정치를 제시하고 있을 뿐이다.

그러나 이마저도 통일된 수치가 아닌 각 업체별로 나름대로의 계산식에 의한 통계 분석자료를 내놓는 형편이어서 먼저 과학적 방법에 의한 정확한 개보수시장의 규모와 가닥을 잡는 일이 급선무이다.

개보수공사는 신축 후 사용되고 있는 건축물을 대상으로 하기 때문에 현재의 시장규모가 어느 정도나 되는지 대략이나마 감을 잡기 위해서는 신축물 현황을 우선 파악해야 할 필요가 있다.

국내에서는 지난 '60년대 이후부터 현대적 의미의 건축물이 본격적으로 등장하고 '70~'80년대에 들어와 건설시장 확대로 신축 건물 공급폭선이 급상향세를 타며 양적인 증가세가 두드러지게 나타났다. 이러한 신축시장의 활성화 추세는 '90년대 이후 IMF 환란 이전까지도 지속적으로 이어져왔다.

우리나라는 지난해 말까지 전국의 건물연면적이 총 17억5천㎡에 달하는 것으로 나타났으며 이를 건물용도별로 살펴보면 아파트나 공동주택 등을 비롯한 주거용 건물이 약 54.3%로 가장 큰 비중을 차지하고 있다.

다음으로는 상업용 건물이 24.9%, 공업용 건물은 11.1%, 교육용 건물은 5.8%, 기타 용도

설비계보수 시장 동향과 전망

3.9%의 순으로 나타났다.

또 통 건물연면적 중 연대별 신축된 건물의 현황을 보면 1979년 이전에 건축돼 20년 넘게 사용되어온 건물은 22.6%에 이르고, 1980년부터 '89년까지 건립된 건물은 25.1%로 나타나 우리나라에서 지은지 10년 이상 된 건물은 절반 가까이에 달하는 것으로 분석된다. 1990년 이후에 신축된 건물은 약 52.3%인 9억2천㎡에 해당된다.

이와 같은 통계치를 기초로 한다면 수명이 20~40년 사이의 건축물을 개보수 대상으로 잡았을 경우 국내에서는 기존 건물 중 대략 20~30%를 전후로 해서 개보수사업의 적용이 가능할 것으로 간주된다. 여기에다 우리나라의 경우 70~80년대 지어진 건축물들 대부분이 양적 팽창 위주의 줄속개발로 건축의 질적 수준이 낙후되고 건물의 유지관리에 소홀히 했던 점을 감안한다면 사용수명이 기껏해야 10여 년 안팎 일지라도 LCC 기법을 이용한 최적 교체시기에 다다른 건축물 시스템들이 부분적으로 또는 전반적으로 개보수의 손길을 필요로 하는 대상이 될 수 있다.

또 이러한 건물들은 당연히 사회구조의 급속한 변화와 기술의 발달에 대응치 못하는 진부화 된 상황에 처해져 있어 건물의 성능개선을 통해 현대화 및 고부가가치화를 이루기 위한 건물주들의 요구가 증가한다면 국내 개보수 분야는 막대한 시장 규모를 형성할 것으로 전망된다.

올들어 대형 건설업체들 속속 개보수 시장 진출, 시장선점 경쟁 치열할 듯

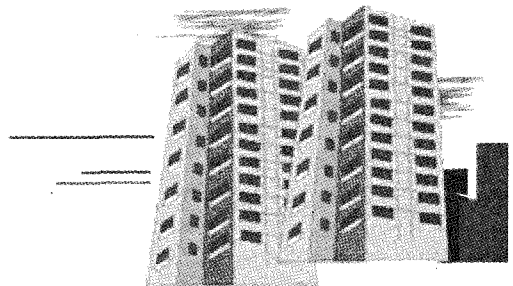
해외 선진 주요국가에서는 이미 개보수 분야 신장률이 신규 건설 신장률을 앞지르고 있다. 이들 외국의 경우 대부분이 신도시 등을 제외하고는 정책적으로 신축을 억제하는 대신 기존 건축물의 개보수를 적극 유도하는 정책을 펼치고 있기 때문이다.

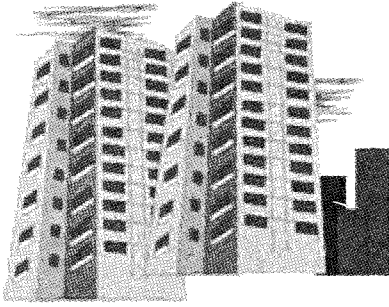
이웃나라 일본의 경우 91년에 이미 연간 10조 엔 이상의 시장이 형성됐으며, 수요가 계속 증가해 현재는 건축시장 전체 규모에서 개보수사업의 비중이 15.6%를 차지하고 있을 정도다. 미국은 25.7%, 유럽은 30~40%대의 규모로 성장해 건설시장에서 개보수 분야가 주요사업으로 확고히 자리를 잡고 있다.

현재 우리나라 건설산업에서 건축부문의 개보수 사업이 차지하는 비중은 극히 미약한 실태.

처녀시장이나 다름없는 분야기에 아직까지는 그 실적이나 규모가 미미한 실정이나 대략적인 추산에 의하면 전체 건축공사에서 개보수 분야가 차지하는 비중은 5% 미만인 것으로 분석된다.

현대건설 건물성능개선팀의 한 관계자는 “국내 개보수 분야는 아직 초기단계라 시장기반이 취약한 실정이지만 장래 사업전망은 대단히 밝은 편”이라며 “시장규모가 올해 7100억원, 내년 2조3600억원, 2003년 5조원, 2010년에는 10조원가





지 확대될 것으로 예측된다”고 자체분석한 전망치를 설명했다.

또 전체 건축시장에서 개보수 분야가 차지하는 비중도 올해 3.2%, 2002년에는 9%, 2010년에는 14%에 달할 것이라고 예견했다.

올 들어 대형 건설업체들이 잇따라 사내 개보수 전담팀을 구성하는 등 발빠른 움직임을 보이고 있는 가운데 현재 국내 개보수시장 진출업체 중 현대건설과 삼성물산이 쌍벽을 이루는 선발업체격으로 공격적인 영업전략을 펼치며 시장확산을 주도하고 있다.

또 현대산업개발, 우방, LG건설, 삼성에버랜드, 주택공사 등도 본격적인 사업참여에 나서며 개보수시장에 가담하고 있으며 이들 업체 외에도 다양한 업체들이 시장 진출을 적극 모색하고 있어 수 년 안에 업체들간 경쟁이 치열해질 것으로 예상된다.

그동안 개보수 분야는 대부분이 군소 업체들의 몫으로 소규모로 시행해 왔으며 대형 건설업체들이 뛰어들면서 5천평 이상의 대규모 공사를 수주하고 있다.

기존 개보수 관련 시공업체들이 행해온 개보수공사의 수준은 단순히 건물 기능의 유지관리에 머무른 반면 대형 건설업체들은 이에 더하여 성능개선을 통해 건축물의 가치를 향상시키는데 초점을 맞추고 있다.

현대건설은 국내 대형 건설업체 중 가장 앞서 개보수사업에 진출, 「Dr. 빌딩」을 개설하고 올 초부터 본격적인 영업활동에 들어갔다.

현대건설 부설기술연구소의 최신 계측기를 이용한 정확한 건물 및 에너지의 종합적 진단을 실시해 건축물 설비시스템의 수명과 최적의 갱신시기를 판단해 개보수공사의 적합여부를 결정짓는다.

이 회사는 현재 서울대병원, 한국외환은행 본점, 워커힐 광장 등 몇 건의 대규모 수주를 올렸으며 올해 800억원의 매출을 기대하고 있다. 오피스 빌딩이나 병원 등을 위주로 한 수주에서 앞으로 3~4년 후에는 아파트나 대규모 공동주택 부문으로의 시장 개척에도 나설 방침이다. 또 현대는 자사가 준공한 건물에 대해서는 지속적인 관리를 통해 15~20년이 된 건물도 끝까지 책임진다는 계획이다.

삼성물산은 5천평 이상의 중대형 빌딩을 전담하는 건설부문과 아파트단지를 주대상으로 삼는 주택부문에 개보수 전담팀을 편성해 올 초부터 사업에 참여했다.

특히 건설부문은 「Building Clinic」이란 브랜드로 개보수사업의 차별화를 선언하고 있어 눈길을 끌고 있다. 이 회사는 재사용, 철거, 신설에 대한 구분을 객관적으로 판단할 수 있는 성능진단 프로그램인 Building Clinic Program을 지난해 말 자체개발해 이에 대한 서비스를 제공하고 있다. 이 프로그램을 이용하면 합리적인 개보수 시행이 가능하며 신축 후 5~10년이 경과된 건축물도 향후 운영계획 수립이 가능하다.

삼성물산은 이태원 제일빌딩, 삼성 본관 주변 개보수 등의 경험을 살려 저비용 및 고효율의 개보수를 시행할 방침이다. 또 건물의 용도별 고유 모델을 개발하고 특화된 기술력 축적으로 고객에게 한층 발전된 서비스를 제공할 계획이

다. 이 회사는 올 하반기부터 본격적인 홍보에 나서는 한편 3년 안에 개보수 관련 토털 컨설팅 업체로 정착한다는 각오를 내비치고 있다.

현대산업개발도 3년전부터 시장조사 등 개보수사업 진출을 모색해오다 금년부터 본격 영업 활동을 시작했다.

지은 지 15년 이상 된 오피스텔, 관공서, 병원, 공동주택 등 각종 대형 건축물을 대상으로 개보수사업을 벌일 방침이며 이 회사는 이와 함께 신축하는 공동주택에 대해서도 나중에 효율적인 개보수가 가능하도록 구와 가구 사이에 기둥과 보를 세워 모든 벽면을 바꿀 수 있도록 할 계획이다. 현대산업개발은 늦어도 8월까지 모든 사업준비를 마치고 올 하반기부터 본격 개보수 공사 수주에 나서 1백억원 정도의 매출을 올릴 계획이다.

이들 업체 외에도 우방은 리노베이션 전시관을 설치한 후 기존 아파트에 대한 전면적인 개보수공사 사업에 착수할 것으로 알려졌으며 주택공사도 최근 개보수 팀 창설을 완료하고 개보수시장에 합류할 예정이다.

정부차원 대국민 홍보와 세제혜택 등 금융지원 확대 필요

각 업체들의 사업진행 현황에서 알 수 있듯이 주로 개보수 대상 건물로 호텔이나 백화점, 병원 등의 상업용 건물이나 사무용 빌딩의 수주에 국한돼있다.

상당히 시장이 큰 공동주택의 경우 각 세대별 의견 조율이 어렵고 시설충당금 적립이 이루어져 있지 않는 등 시장여건이 성숙되지 않아 일

단은 차후의 영업분야로 미뤄두고 있다.

정부에서는 20년 이상 된 주택에 한하여 올 연말까지 100만원 한도에서 수리비를 무상지원하는 등 개보수 분야에 대한 육성의지를 보이고 있다. 그러나 기술적 측면이나 경제성 면에서 부가가치가 높은 개보수사업을 선진국 규모의 수준으로 끌어올리기 위해서는 정부차원에서의 대국민 홍보는 물론 세제혜택 등의 좀더 적극적인 지원방안이 나와줘야 할 것이다.

앞으로 국내에서도 고층 빌딩이나 낡은 아파트의 경우 허물로 다시 짓는 편보다는 건물 구조체 내구성능이 최하 50년에서 최고 100년 이상 사용 가능하므로 국가적 낭비를 줄이는 차원에서 개보수시장의 확대가 바람직하다.

건물 개보수 분야의 발전을 위해서는 일반인이나 건물주들에게 이 분야에 대한 제대로 된 정보를 제공, 인식을 제고시켜 일시적인 보수에 의존하기보다는 적절한 시기에 개보수공사에 대한 재투자를 유도해야 할 것이다.

또한 개보수공사를 추진하는 시공업체나 건축 전문가들도 체계적인 방법론을 연구하는 등 전문성을 보완해 나가는 데 게을리 함이 없어야 이 시장을 둘러싼 치열한 경쟁에서 도태되지 않을 것이다.

