

리모델링 전망 설명회



구본을 소장

본구조기술사사무소 / archibon@hanmail.net

한국리모델링협회에서는 2001년 9월 7일 부산시 크라운호텔에서 건축물 리모델링산업의 동향 및 전망에 관한 설명회를 개최하였다. 이 설명회에서는 운영선 건설산업연구원 선임연구위원이 시장동향 및 전망에 관한 주제발표를 진행하고 이어 참가업체 및 지역 공공기관 관계자들의 토론이 이루어졌다.

부산지역의 리모델링 시장은 수도권지역과 비교할 때 시장 활성화가 1년정도 늦어진 것으로 분석되고 있어 최근 지역 업계 및 공공기관을 중심으로 시장분위기가 점차 조성되고 있다. 이날 설명회의 내용을 정리하였다.

I. 리모델링의 개념과 시장 영역

1. 광의의 리모델링

넓은 의미에서 리모델링은 건물의 유지, 보수와 개수 등을 포함하는 것이 된다.

- 유지(maintenance): 건물의 일상적 유지·관리활동
 - 점검, 관리 및 청소 활동
- 보수(repair): 건물 기능의 현상 유지를 위한 수리, 수선활동
 - 보통수선, 계획수선, 특별수선
- 개수(renovation): 건물의 성능 향상을 위한 활동
 - 기능, 환경, 미관, 구조 등의 성능개선 포함

2. 협의의 리모델링

리모델링이란 기존건물의 구조적, 기능적, 미관적, 환경적 성능이나 에너지성능을 개선하여 거주자의 생산성과 쾌적성 및 건강을 향상시킴으로써 건물의 가치를 상승시키고 경제성을 높이는 것을 말한다.

- 리모델링 = 개수(renovation)

3. 건설시장의 범위 확대

- 과거: 신축+개수(증개축, 대수선)
 - 투자적 활동만 건설 시장영역으로 분.
- 향후: 신축+개수(증개축, 대수선)+유지·보수
 - 투자활동에 더하여 유지와 보수 등 소비적 활동 포함.

4. 건설물량 규모의 확대

- 기존의 건설투자 시장에 유지·보수를 포함할 경우 건설물량은 기존 시장의 물량보다 10%내외 정도 증가

II. 리모델링 관련 정책의 변화전망

1. 건축관련 규제

- 리모델링을 위한 건축기준의 적용완화 제도 도입
 - 건물의 성능개선과 관련하여 불가피하게 연면적 증가가 필요할 시 일부 현행 건축 기준 완화
- 부설 주차장 및 오수처리 시설 등 설치기준의 일부 완화
- 공동주택의 세대 또는 공용부분의 신·증축 허용: 기준 및 절차 설정

2. 금융·조세 관련 규제

- 공동주택의 특별수선충당금 부과 및 운영의 내실화와 효율화
 - 대상 범위의 확대와 적립시 소득 공제
- 국민주택기금의 용자대상에 리모델링을 포함.

3. 자격·발주관련 제도

- 시장기능을 통한 리모델링의 활성화 유도
 - 가능한 현행의 제도 틀 유지

4. 정책변화가 시장에 미치는 영향

- 개수(renovation) 관련 부문의 시장 확대에 긍정적 영향
- 특히, 아파트 개수시장에 큰 영향
 - 일반 건설업체 등의 시장 확대에 영향
- 업종 구분없이 시장점유를 위한 치열한 경쟁 예상

III. 건축물 리모델링 수요의 특징과 유형

가. 노후화 대응

- 시간의 경과와 건물이 처한 환경에 따라 구성 부문은 각각 적격 수명 보유
- 건물 리모델링의 제1단계
- 기능 및 성능의 향상보다는 물리적 기능의 회복에 초점
- 계획에 의거 사전에 대응하는 것이 경제적
- 체계적이고 전문적인 유지(maintenance)활동에 의하여 실현 가능

나. 설비기능 향상 및 정보화 대응

- 생활 수준의 향상, 설비기기의 효율성 향상 등이 주된 이유
- 일본의 경우 설비부문 리모델링의 60%가 사회적 노후화에 대응하여 발생
- 주로 준공 후 15 ~ 20년에 발생
- 건물내 광케이블 설치 등 정보 통신망 구축 필수
- 서울시내 6층 이상 사무실 빌딩의 24%가 광케이블 기설치, 29%가 향후 5년 내에 설치 계획

다. 용도 변경

- 리모델링의 경제적 타당성을 높일 수 있음- 건물주가 관심.
- 건물 주변의 환경 변화에 따라 건물의 최적용도 전환의 필요성 증대
- 용도 변경과 관련된 최근의 수요

라. 역사적 건물의 보존 및 활용

- 서유럽 국가의 리모델링은 이러한 유형과 관련성이 높음.
- 역사적 유산으로 보존을 목적으로 하는 유형과 외부는 그대로 두고 내부만 현대화시키는 두 가지 유형이 있음.
- 한옥 보존 지구 등

마. 공동주택 리모델링

- 장기적으로 가장 비중이 크고, 중요한 리모델링 시장 분야-내부 인테리어 개선
- 아파트는 한개 동 또는 단지의 건물이 구분 소유 및 거주되는 형태
- 전용부분과 공용부분으로 구성되고 상호 연관성이 높음.

바. 리모델링의 단계와 유형

구분	유형
제1단계	· 노후화 대응형 리모델링 - 보수중심의 리모델링 - 계획적 수선계획에 의거 추진
제2단계	· 설비기능 향상 및 정보화 대응형 리모델링 - 건물의 사회적 기능향상에 초점 - 준공후 15~20년 주기로 성능개선 필요
제3단계	· 용도변경 등 전면적 리모델링 - 주변환경의 변화에 대응한 건물의 새로운 기능추구 - 건물의 물리적 수명은 남아있으나 사회적 기능으로서의 가치를 전면 재검토
제4단계	· 재건축 - 리모델링을 통한 방법보다는 재건축이 선호되는 경우 - 건물의 물리적 수명이 한계에 달한 경우

IV. 리모델링 시장의 공급구조 특성

1. 리모델링 사업 참여자의 증대

- 리모델링 시장의 성장과 함께 리모델링 사업 참여업체 급속 증대 예상
- 리모델링이 활성화되어 있는 미국의 경우 전체 건설업체의 40%가 주택 리모델링 사업에 참여
 - 이 중 60%가 리모델링을 주 수입원으로 함.
 - 따라서 미국 건설업체의 1/4가량은 주택 리모델링 업체

2. 다양한 분야의 사업자 참여

- 건설업체, 설계업체, 부동산 및 자재업체 등 다양한 분야의 업체 참여
- 전문성에 입각한 특화시장의 공략
 - 일본의 경우 종합건설업체는 비주택 건물분야, 주택업체 또는 리모델링 전문업체는 주택분야에 주로 특화

- 우리의 경우도 다양한 분야의 사업자가 전문 분야별 시장 공략 예상
- 소수의 대기업과 다수의 소기업의 공급자 구조 형성
- 시장 진출입 자유로움
 - 리모델링 사업에 요구되는 별도의 자격기준 없음.
 - 시장의 신뢰와 관련하여 일정한 제도적 정비가 필요하다는 의견 상존
- 대형 업체와 중소 업체간에 물량 규모별로 분리된 시장구조 형성
 - 대형업체 : 대형 사무실, 상가 건물, 공동 주택단지 등
 - 중소기업 : 소형건물, 단독주택 등
- 지역단위에 뿌리를 둔 소기업이 리모델링 공급시장의 절대 다수
 - 영세, 소기업이 소규모 물량의 지역 리모델링 시장 공략, 경쟁력 확보
- 장기적으로는 명성도와 서비스의 질에서 우위를 갖는 대형 리모델링 업체 출현
 - 신축과 리모델링을 연결한 설계 및 부품 건설의 개발과 적용
 - 대기업과 지역 시공업체간의 프랜차이즈망 형성
 - 특히, 공동주택 분야에 이러한 관계 형성 가능

4. 리모델링 분야의 산업구조 전망(향후 10년내)

- 기존의 대형 일반 업체중 리모델링 분야 선두업체 출현
 - 초기 리모델링 영업, 기술력 확보 업체 중에서 출현
- 현재 주택업체의 대부분은 주택리모델링 시장에 진출
 - 주택 리모델링 겸업 또는 전업 업체화
- 전문분야의 시공기술력을 기초로 전문업체의 리모델링 시장 진출 확대
 - 실내건축, 미장·방수, 도장, 창호·지붕판금, 철문공사, 건축물 조립, 시설물 유지 관리업 등의 분야
- 리모델링 전문업체의 출현
 - 리모델링 만을 전문하는 중소내지 중견규모업체 출현, 시장 공략
- 자재 업체의 리모델링 시장 진출
 - 기존 생산제품과 연계하여 관련 리모델링 시장 공략

- 대형 업체와 중소 시공업체간의 리모델링 프랜차이즈망 형성
 - 대형 업체는 기획, 설계, 자재부품·기술, 영업 담당
 - 지역별 중소 시공업체는 시공 전담
- 설계, 엔지니어링 업체의 리모델링 설계, 감리, 컨설팅 시장 진출 확대
 - 신축시장의 물량 성장 한계
- 리모델링 정보, 컨설팅 시장을 공략하는 부동산, 온라인 벤처 업체의 출현
 - 리모델링은 다양한 소비자와 공급자를 연결하는 정보 서비스망 필요
- 리모델링 금융 서비스, 관리업체의 출현
 - 다양한 부동산 금융 시스템의 활용과 수익성 제고를 위한 리모델링 활성화
- 유지·관리 전문업체의 성장과 대형화
 - 전문적, 과학적 유지·관리의 필요성 증대, 경쟁력 있는 업체의 출현

V. 리모델링 시장 진출 및 개발을 위한 전략

: 6가지 전략 방향

1. 건설시장에 대한 유연하고, 창의적인 인식 전환
2. 전문성에 입각한 상품유형별 특화 전략
3. 기획·설계 및 라이프 사이클 매니저먼트 능력확보
4. 영업능력의 확보
5. 조직의 슬림화와 전략전 제휴 및 아웃소싱 전략
6. 부동산 금융 시스템과 연계한 리모델링 시장개발 