저성장기의 해외 건설시장 환경 및 성과 분석

성유경 | 한국건설산업연구원 연구위원
sungyk@cerik.re.kr

세계 경제가 저성장 기조를 보이는 가운데도 우리나라 건설기업의 해외 매출은 증가하였으며, 해외 건설시장은 최근 10년 동안 국내 건설기업의 주요 무대가 되었다. 하지만 지난해 9월 ENR에서 발표한 2014년 해외 건설시장의 규모는 해외 진출 기업들의 성적 부진을 예고하였고, 이를 증명하듯 올해 국내 건설기업의 해외 수주액은 전년도의 660억 달러에서 30% 가량 감소한 460억 달러에 그쳤다.

이에 본고는 '해외건설 저성장기의 사업 다각화 성과 분석'[1]의 환경 변화와 관련한 내용을 정리하여, 그동안 우리 건설기업의 해외 진출에 우호적으로 작용했다고 판단되는 해외 환경이 어떻게 변화하고 있는지 살펴보았다.

해외 건설시장 성장 '끝'

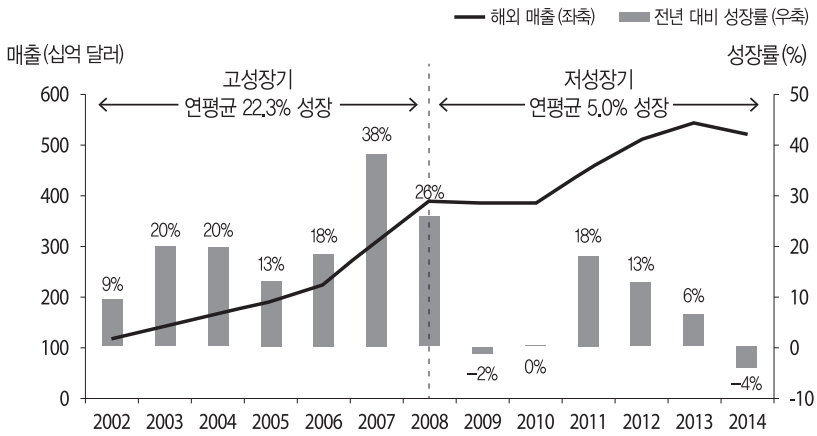
ENR에서 발표[2]하는 해외 건설시장은 금융위기를 기준으로 연평균 22.3%의 매출 성장률을 보인 고성장기와 연평균 5.0% 매출 성장에 그친 저성장기로 구분할 수 있다. 〈그림 1〉의 성장 추이를 살펴보면, 해외 건설시장은 급격히 규모가 팽창했던 고성장기에서 점차 완만한 성장을 보이는 성숙기로 들어선 것으로 판단된다.

저성장기는 2009년의 시장 규모 감소와 2011년의 회복, 그리고 2014년의 2차 규모 감소로 구분된다. 여기서 2009년의 시장 규모 감소가 선진 건설시장의 경기 하락에 기인한 것이었다면, 2014년은 저성장기 동안 해외 건설시장의 성장을 뒷받침하고 있던 신흥국 건설시장의 하락이 더해졌다는 차이를 가진다.

해외 건설시장의 2014년 성장률

1) 성유경 · 최석인, 해외건설 저성장기의 사업 다각화 성과 분석, 한국건설산업연구원, 2015.
2) 'The Top 250 International contractors'을 사용하였다. ENR은 2012년까지 225대 기업의 해외 매출을 발표하였고, 2013년부터는 250대 기업으로 확대하였다. 본고에서는 225대 기업으로 작성하였다.

〈그림 1〉 해외 건설시장 규모 추이



자료 : ENR 225대 기업 해외 매출 기준.

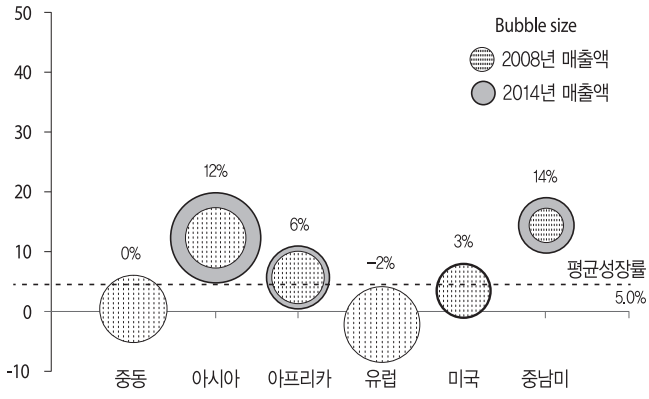
은 −4.1%로 최근 10여 년 가운데 가장 낮았다. 이는 글로벌 금융위기의 영향이 컸던 2009년의 매출 성장률보다도 낮은 수준이다.

신흥국 중심의 성장세, 하향으로

저성장 기간(2008~2014년)의 지역별 연평균 매출 성장률을 살펴보면, 해외 건설시장은 신흥국을 중심으로 성장해 왔음을 알 수 있다. 저성장기 아시아 시장의 연평균 성장률은 12%였으며, 중남미 14%, 아프리카 6% 등 신흥국들은 선진 건설시장에 비하여 상대적으로 높은 성장세를 보였다(〈그림 2〉 참조).

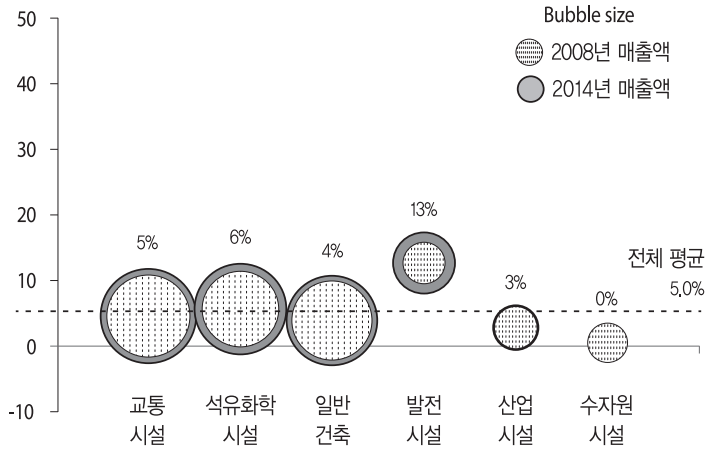
하지만 2014년의 전년 대비 시장 규모 성장률은 아프리카(14%), 미국(6%), 중남미(−6%), 중동(−6%), 아시아(−6%), 유럽(−11%)의 순으로 나타났다. 유럽 시장뿐만 아니

〈그림 2〉 지역별 매출 규모와 연평균 성장률



자료 : ENR 225대 기업 해외 매출 기준.

〈그림 3〉 건설 상품별 매출 규모와 연평균 성장률



자료 : ENR, 225대 기업 해외 매출 기준.

라 해외 건설시장의 회복을 이끌었던 아시아 및 중남미 시장에서도 마이너스 성장률이 나타난 것이다. 정치적 안정을 찾은 아프리카와 경제 여건이 회복되고 있는 미국의 건설시장만이 성장을 보였을 뿐이다.

이와 같은 2014년의 동향은 신흥국 중심의 성장을 보였던 저성장기의 특징과 다른 새로운 변화이다. 최근 사우디아라비아, 러시아, 브라질 등 산유국은 저유가로 인해 재정 수입 감소와 경제 위기를 겪고 있으며, 세계 경제의 성장 동력이었던 중국은 경제성장률이 둔화되고 있다. 이러한 배경에서 신흥국 경제는 하향 전망되고 있으며, 신흥국 건설시장의 규모 정체 혹은 감소도 2016년까지 지속될 것으로 판단된다.

플랜트 호황도 '끝'

해외 건설시장에서 차지하는 비중이 큰 건설 상품은 교통시설, 석유화학시설, 일반건축시설, 발전시설 등이다. 각 건설 상품의 저성장기 연평균 매출 성장률은 발전시설 13%, 석유화학시설 6%, 교통시설 5%, 일반건축 4%의 순이었다(〈그림 3〉 참조).

한편, 2014년 이들 건설 상품의 전년 대비 매출 성장률은 일반건축(3.5%), 교통시설(−0.9%), 석유화학시설(−2.2%), 발전시설(−5.1%), 수자원시설(−10.4%)의 순으로 나타났다. 일반건축을 제외한 대부분의 건설 상품에서 2014년 성장률은 저성장기의 평균 성장률보다 하락했다. 건설 상품별로도 2008년 이후 경험해 온 저성장기와 다른 국면이 시작되었다고 할 수 있다. 그동안 성장률이 낮았던 건축부문은 회복세를 보였으나, 플랜트와 토목부문은 시장 규모가 감소한 것이다.

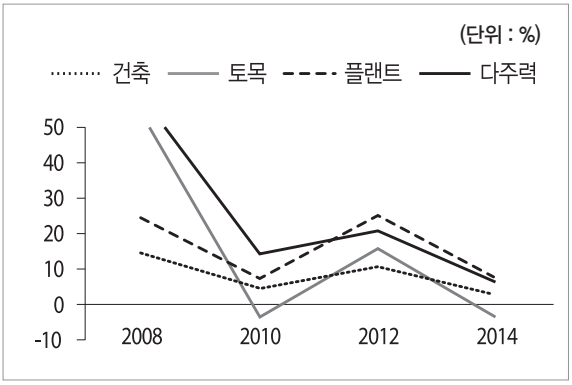
저성장기의 변화 추세를 살펴보기 위하여 48개 기업의 경영 성과를 분석하였다. 조사 기업은 2008, 2010, 2012, 2014년에 걸쳐 전년 대비 매출 성장률과 수익률이 수집 가능한 기업이다.

〈그림 4〉는 주력 상품별로 기업을 나누고 평균 매출 성장률과 수익률 변화를 나타냈다.

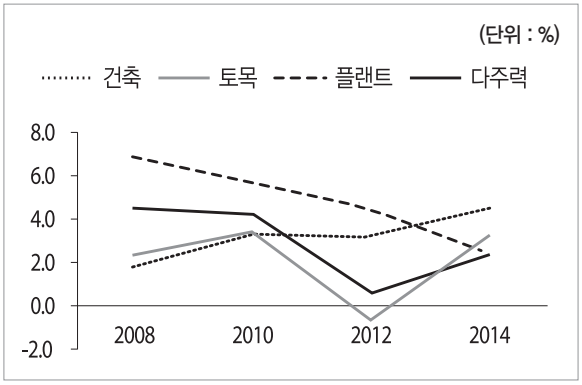
건축기업은 ENR의 건설상품 분류 중 일반 건축시설과 제조시설 부문에서의 매출 비중이 50% 이상인 기업이며, 토목기업은 교통시설, 수자원시설의 매출 비중이 50% 이상인 기업, 플랜트기업은

〈그림 4〉 주력 상품별 경영 성과 변화 추이

(a) 매출 성장률



(b) 수익률



석유화학시설, 발전시설, 산업설비 시설의 매출 비중이 50% 이상인 기업, 그리고 다주력기업은 어느 분야의 매출 비중도 50%를 넘지 않는 기업이다.

분석 결과 매출 성장률은 플랜트기업과 다주력기업에서 상대적으로 양호한 추세를 보여 왔다고 할 수 있다. 건축기업은 안정적이지만 낮은 성장률을 보였으며, 이는 해외 건축시장의 규모 성장이 다른 부문에 비해 저조했던 영향으로 판단된다. 토목부문은 매출 성장률의 편차가 크며 경기에 민감한 모습을 보였다. 플랜트기업은 저성장기 매출 성장률의 하락이 작고, 수익률이 높은 경영 성과를 보여 왔다. 하지만 플랜트기업의 수익률은 점차 하락하는 추세를 보이고 있었으며, 플랜트 시장의 환경 여건이 악화되고 있음을 확인할 수 있었다.

새로운 성장 동력 찾아야

우리나라 건설기업의 중동 지역, 플랜트 건설 상품에 대한 해외 매출 편중은 일찍부터 해결해야 할 문제로 논의되어 왔다. ENR에 수록된 국내 건설기업의 해외 매출을 보면 2014년에는 이러한 매출 집중도가 다소 완화된 것으로 보인다. 하지만 여전히 석유화학 및 산업시설의 매출 비중이 38%, 발전시설이 24%로 플랜트부문의 매출 비중이 62%에 이르고 있다.

또한 지역별로는 2014년 중동 시장의 매출 비중이 37%, 아시아 시장이 44%로 중동 시장의 비중이 줄고 아시아 시장이 늘어 지역 다변화 양상을 보이고 있지만, 여전히 신흥국 중심의 위기에 취약한 구조를 가지고 있다.

저성장기 해외 건설시장에서는 신흥국 시장, 플랜트 시장 중심의 성장이 나타났다. 하지만 2014년 이후 저유가에 따른 시장 환경 악화, 신흥국 중심 성장의 정체, 플랜트 시장의 경쟁 심화 등 새로운 변화가 시작되었으며, 이는 국내 건설기업의 해외 진출 동력의 저하로 이어지고 있다.

여기에 중국의 기술 추격과 유럽 및 일본 기업의 가격 경쟁력 강화 등 우리나라 기업의 넛 크래킹 상태는 심화되고 있으며 경영 여건은 갈수록 악화되고 있다.

그동안 국내 건설기업의 해외 성장에는 중동 및 아시아 시장, 플랜트 중심의 시장 환경이 긍정적 영향을 미쳐 왔지만, 이제는 이를 대체하기 위한 새로운 성장 동력을 찾아야 할 때이다. 앞으로 우리 건설기업들은 저성장기 경쟁 우위를 차지하기 위한 '진짜 싸움'을 시작할 것으로 판단된다.