

## CM 해외진출의 현황과 촉진 노력



**유정호**  
광운대학교 건축공학과 교수, myazure@kw.ac.kr

### 1. 서론

세계(global)건설시장은 지속적으로 성장하고 있다. 2010년 이후 연평균 3%대 이상의 성장률을 보이고 있으며, 2020년에는 12.7조달러 규모에 이를 전망이다. 글로벌 플레이어들이 참여하는 해외(international)건설시장 규모는 지난 10년간 평균 5,250억달러 규모로서 비교적 변동성이 크지 않은 상태를 유지하고 있다. 하지만 해외건설시장에서 우리 건설기업이 차지하는 비중은 지난 수년간 계속 하락하는 추세를 보이고 있다. 과거의 중동 시장에서 플랜트 시공을 위주로 달성하던 매출 부분에서 어려움을 겪고 있는 상황인데, 시장의 다변화와 공종의 다변화, 그리고 시공을 탈피하여 CM/PM과 설계/엔지니어링 그리고 O&M 등 밸류체인의 다변화를 추구해야할 시점이다. 한편, 국내 CM시장은 지난 10년간만 2배 이상 그 규모가 성장했으며, 해외 진출 실적도 점차 늘어나고 있는 추세이다. 하지만 글로벌 시장에서 활동하는 다른 나라의 CM기업들에 비하면, 우리 CM기업들의 매출

중 해외에서 만들어 내는 매출의 비중은 여전히 낮은 수준에 머물고 있다. 본고에서는 해외건설의 전반적 현황과 함께 CM의 해외진출 관련 현황과 시사점 고찰해 본다. 그리고 보다 많은 한국CM기업과 전문가들이 해외진출에 더 큰 관심을 가지기를 기대하면서, 한국건설관리학회와 한국CM협회가 한국CM의 해외진출을 촉진하기 위해 경주해온 노력을 살펴보고자 한다.

### 2. 해외건설 현황

#### 2.1 해외건설시장 현황

일반적으로 외국 기업에 개방된 해외건설시장 규모는 미국의 건설전문지인 ENR에서 매년 발표하는 250대 해외 건설기업 및 225대 해외 설계 및 엔지니어링기업의 해외 매출액 합계를 통해 추산하고 있다. 2018년 해외건설 시장은 총 5587억 달러로 추정되는데, 250대 해외 건설기업 매출 4,869억 달러와 225대 해외 설계 및 엔지니어링 기업 매출

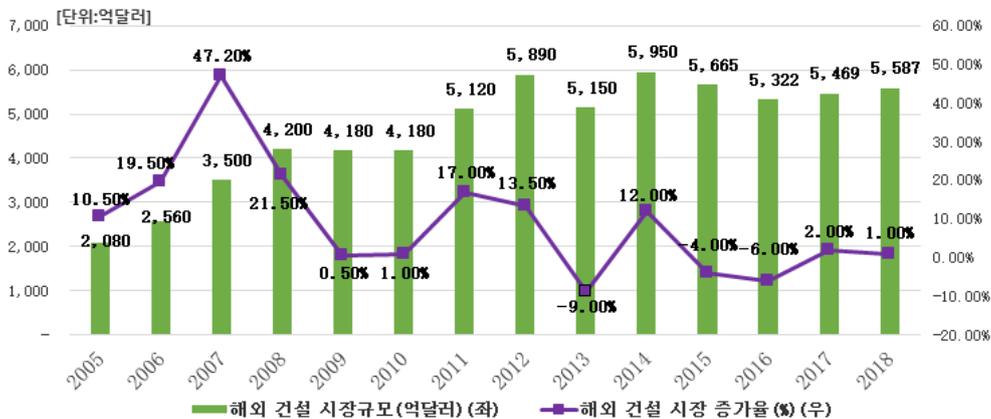


그림 1. 해외건설시장 규모와 증가율 추이

718억 달러로 구성된다. 과거 13년간의 해외건설시장 규모 및 증가율 추이를 살펴보면 (그림1)과 같다.

### 2.2 한국의 해외건설 현황

한국의 해외건설 수주금액을 주요 공종별로 살펴보면 (그림 2)와 같다. 2015년에 급격한 수주액 감소가 눈에 띄며, 2016년도 해외건설 수주액은 282억 달러로 10년 이래 최저 수준을 기록했다. 2018년도에는 다소 회복세를 보였지만, 최고 수주액 시기에 비해 절반 수준에 머무르고 있다. 지역별 수주액을 살펴보면 아시아와 중동 지역 의존도가 높음을 알 수 있으며, 최근의 부진은 중동 지역에서의 수주액 급감에 기인하고 있음을 알 수 있다. 지난 8년간의 수주 누계금액을 공종별로 살펴보면, 산업설비(플랜트) 의존도가 69%에 이르는 것을 알 수 있고, 이점 또한 최근의 해외건설 수주액 급감의 핵심 요인으로 꼽히고 있다. 한편, CM분야가 포함되는 용역 부분은 8년 누계 수주액에서 2% 수준으로 집계되고 있으며, 만일 이 중에서 CM/PM 분야만 추려낸다면 그 실적은 훨씬 더 낮을 것으로 추정된다.

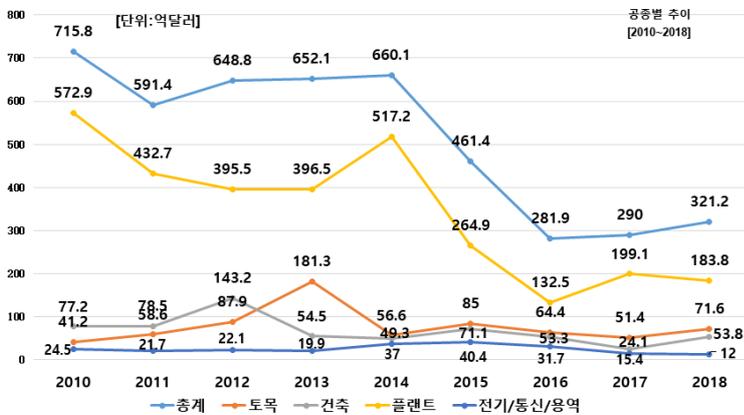


그림 2. 한국 해외건설 수주규모와 추이

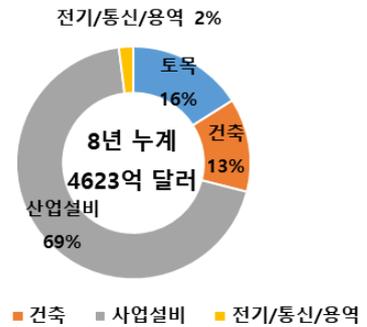


그림 3. 공종별 해외수주 집계

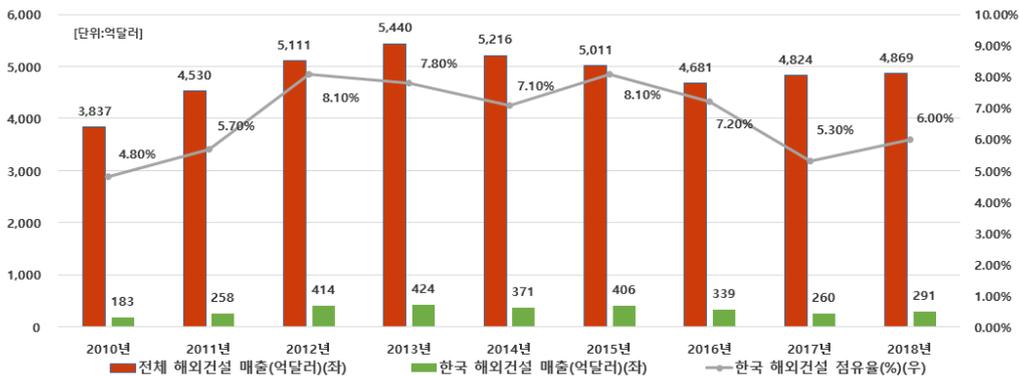


그림 4. 해외건설(시공) 시장 규모와 한국 기업의 매출 점유율 비중

### 2.3 한국 건설기업의 해외 경쟁력

건설기업의 해외 경쟁력은 ENR 자료로 분야별 해외시장 점유율을 이용하여 추정할 수 있다. 시공분야의 경우 250대 해외 건설기업의 해외 매출액에서 한국기업이 차지하는 매출 비중, 설계 및 엔지니어링 분야의 경우 225대 해외 설계 및 엔지니어링기업의 해외 매출액에서 한국 기업이 차지하는 매출 비중, 그리고 CM분야는 미국을 제외한 20대 해외 CM/PM기업의 해외 매출액에서 한국 기업이 차지하는 매출 비중을 이용하였다.

#### 1) 시공분야

2018년도 해외건설(시공) 시장 규모는 약 4,869억 달러 규모이다. 그리고 여기서 한국 기업은 약 6.0%의 비중을 차지하고 있다. 이는 14개 국가 중 7위에 해당하는 수준이다. 중국은 24.4% 정도의 비중을 차지하면서 1위를 기록하였다. (그림 4)와 같이 한국 시공분야는 최근 다소 부진하지만 나름의 경쟁력을 가지고 큰 변동 없이 현상을 유지하고 있는 것으로 판단할 수 있다.

2) 설계 및 엔지니어링 분야

2018년도 해외건설(설계 및 엔지니어링) 시장 규모는 약 718억 달러 규모이다. 그리고 여기서 한국 기업은 약 0.85%의 비중을 차지하고 있다. 이는 36개 국가 중 26위에 해당하는 수준이다. 미국은 26% 정도의 비중을 차지하면서 1위를 기록하였다. (그림 5)와 같이 한국 설계 및 엔지니어링 분야의 경쟁력은 상당히 미미한 수준이며 최근에는 변동성도 커 시장에서의 안정적 점유율 유지도 부정적으로 보인다.

3) CM분야

2018년도 해외건설(CM/PM) 시장 규모는 약 55.6억 달러 규모이다. 그리고 여기서 한국 기업은 약 1.75%의 비중을 차지하고 있다. 이는 10개 국가 중 7위에 해당하는 수준이다. 전체적으로는 캐나다는 40.3% 정도의 비중을 차지하면서 1위를 기록하였다. (그림 6)과 같이, 한국 CM/PM 분야의 경쟁력은 거의 미미하여 해외시장에서 존재감이 거의 없는 것으로 판단할 수 있다.

3. CM기업의 해외시장 진출 현황

3.1 국내 CM시장 현황

국내 CM 수주 실적은 2005년 약 1,786억 원에서 2018년 약

6,973억 원으로 약 4배 정도 성장하였다. 수주 건수도 2005년 175건에서 2018년 685건으로 약 4배 성장하였다. 이러한 외형적 성장에도 불구하고, 건당 평균 수주금액은 13년 동안 큰 변화가 없음을 알 수 있다.

3.2 해외 CM기업의 해외시장 진출 현황

미국 기업을 제외한 선진 CM/PM기업(20개)의 매출을 분석한 결과, 2005년 약 34억 달러에서 2018년 약 77억 달러로 매출이 약 2.26배 증가하였고, 이 매출 중에서 해외 매출은 2005년 20억 달러에서 2018년 56억 달러로 1.8배 증가한 것을 알 수 있다. 그리고 2018년 전체 매출에서 해외매출이 차지하는 비중은 무려 72.8%에 이르는 것을 알 수 있다. 한편, 미국의 CM/PM기업(100개)의 매출을 분석한 결과, 2005년 약 108억 달러에서 2018년 약 378억 달러로 매출이 약 3.5배 증가하였고, 이 매출 중에서 해외 매출은 2005년 25억 달러에서 2018년 115억 달러로 4.6배 이상 증가한 것을 알 수 있다. 그리고 2018년 전체 매출에서 해외매출이 차지하는 비중은 30.4%에 이르는 것을 알 수 있다. 이러한 사실로부터, 해외 CM/PM시장의 규모는 지난 13년간 크게 성장했음을 알 수 있고, 해외 선진 CM/PM기업들은 자국이 아닌 해외에서 많은 매출을 달성하고 있음을 알 수 있다.

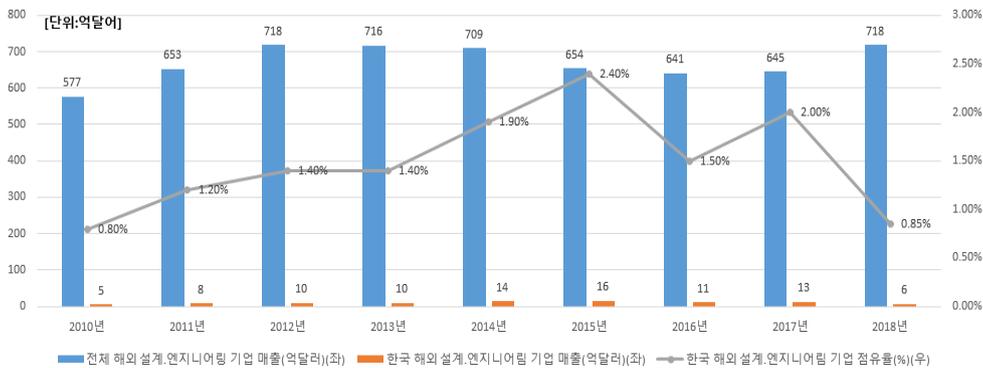


그림 5. 해외건설(설계 및 엔지니어링) 시장 규모와 한국 기업의 매출 점유율 비중

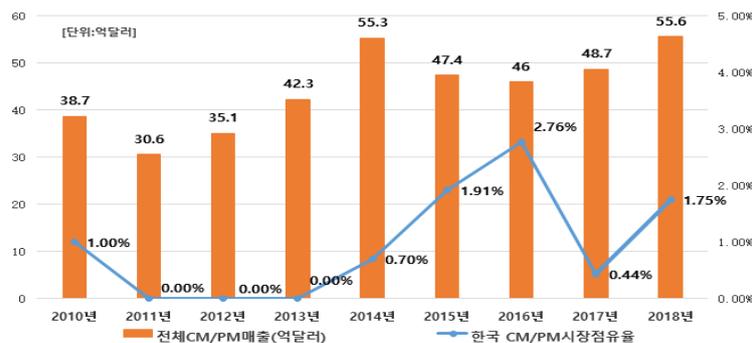


그림 6. 해외건설(CM/PM) 시장 규모와 한국 기업의 매출 점유율 비중

### 3.3 국내 CM기업의 해외시장 진출 현황

국내 CM기업의 해외 계약금액은 2008년 약 140억 원에서 2018년 약 591억 원으로 약 4.2배 증가하였으며, 수주 건수의 경우 같은 기간 동안 17건에서 25건으로 증가하였다. 그러나 해외 선진 CM/PM기업과 비교해 보았을 때, 전체 대비 해외 수주액 비중이 8.48% 수준에 머물고 있어, Non-US 선진 기업(매출 기준 72.8%)이나 US 선진 기업(매출 기준 30.4%)에 비해 매우 낮은 것을 알 수 있다.

### 4. 시사점 및 CM 해외진출 촉진 노력

다음 두 가지 관점에서의 시사점을 고찰해 보고자 한다. 첫째는 국내의 시공 또는 설계 및 엔지니어링 분야와 CM분야의 해외시장 점유율에 대한 고찰이다. 시공분야의 경우, 국내 기업들은 해외 시장에서 7~8% 수준의 점유율을 보이고 있으며 나름의 경쟁력을 가지고 명성을 유지하고 있다. 설계 및 엔지니어링 분야의 경우, 국내 기업들의 해외시장 점유율은 1~2% 수준에 가까스로 이르고 있었지만, 최근에는 하락세를 보이고 있다. CM분야는 사실 미국계 기업이 독보적이

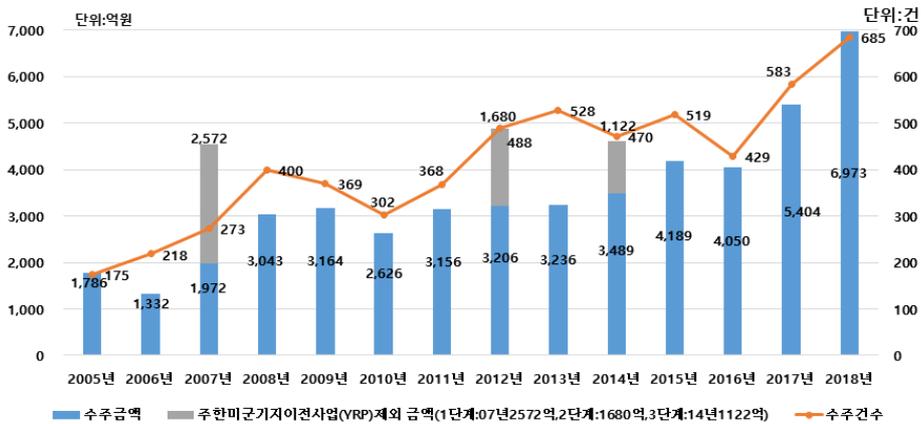


그림 7. 국내 CM시장 규모 추이

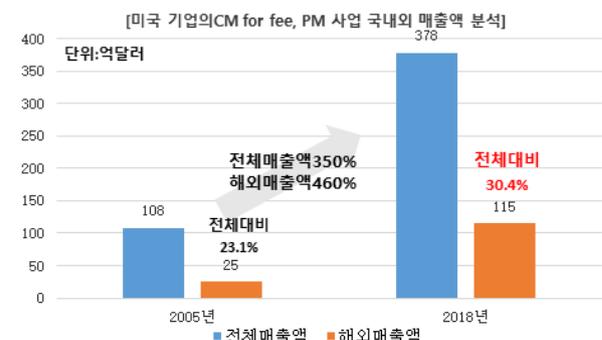
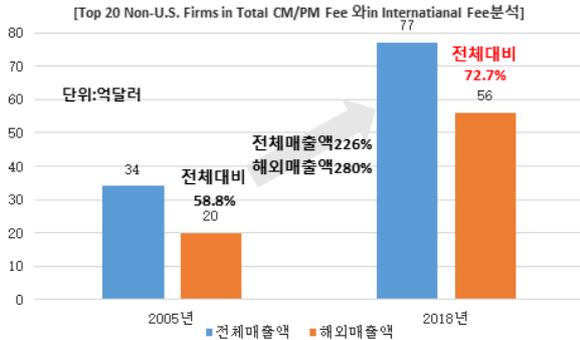


그림 8. 해외 CM기업의 매출 분석

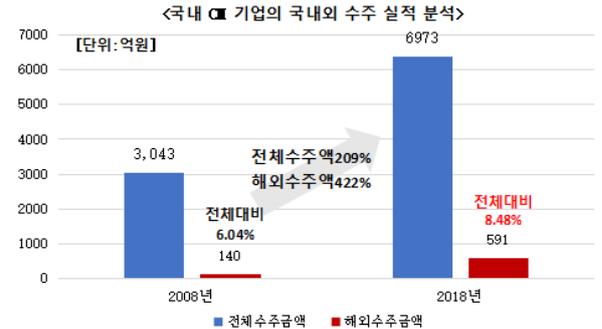
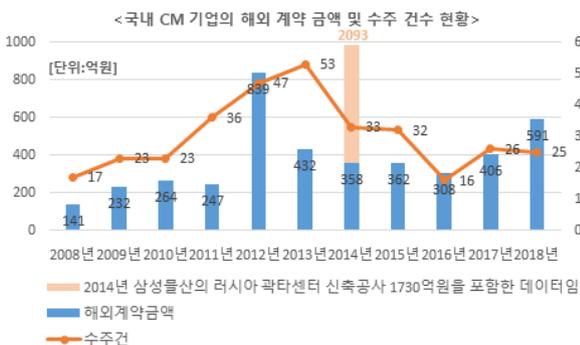


그림 9. 국내 CM기업의 수주액 분석

라 할 수 있다. 그래서 ENR에서 매출 실적 집계를 할 때도 미국 기업을 뺀 20대 CM/PM기업들을 따로 비교하고 있다. 이 자료를 근거로 본다면 한국의 CM분야 해외진출 경쟁력 수준은 평균 2~3% 수준의 시장점유율로 대변할 수 있다. 가격보다는 기술력과 명성이 중요한 설계/엔지니어링 및 CM/PM 분야에서 급속한 시장점유율 확대는 기대하기 어려운 만큼, 장기적 관점에서 지속적 노력이 필요한 부분이다. 둘째는 해외 CM기업과 국내 CM기업의 매출액(혹은 수수금액) 중 해외시장에서의 매출액(혹은 수수금액)이 차지하는 비중에 대한 고찰이다. 미국기업을 제외한 20대 선진기업의 경우 2018년 기준 전체 매출 대비 72.8%가 해외에서의 매출이다. 2018년도 100대 미국 CM기업과 50대 미국 PM기업의 매출액 중 30.4%가 해외에서 달성되었다. 한국 CM기업의 수수액 기준 해외 비중은 2018년도에 8.48%에 머무르고 있다. 이렇듯 우리 CM기업들이 해외진출에 더욱 애써야 하는 필요성을 숫자로 뚜렷이 볼 수 있다.

해외진출을 촉진하기 위해서는 몇몇 방안을 생각해볼 수 있다. 먼저, 해외시장을 우리가 진출하기에 우호적인 환경으로 만드는 것이 필요하다. 다음으로는 진출할 기업과 개인의 역량을 강화하는 것이 필요하다. 마지막으로 이런 전체 과정에서 정부나 관련 기관의 지원이 필요하다. 이러한 몇 가지 방안 중, 지난 수년간 한국건설관리학회와 한국CM협회가 국토교통부의 지원을 받아 공동으로 추진해온 '우호적 현지환경 조성 활동'의 주요 내용에 대해서 간략히 살펴보면 아래와 같다.

첫째, 동남아시아 주요국(캄보디아, 미얀마, 베트남, 인도네시아)의 건설부 및 관련 단체와 MOU를 체결하여 우리나라 CM기업의 상대국 진출을 위한 다양한 협업 활동의 근거를 마련하였다.

둘째, 우리나라 CM기업과 상대국 건설관련 기업 혹은 단체가 참여하는 협력위원회(construction collaboration committee)를 구성하여 기업 간 혹은 전문가 간 네트워킹 기회와 협업 기반을 마련하였다. 그 결과 우리나라와 동남아시아 4개국의 50개가 넘는 기관이 네트워크에 참여하여 교류 기반을 조성하였다.

셋째, 상대국 건설관련 기업 혹은 단체 소속의 전문가를 대상으로 세미나 개최 등을 통해 기술교류 기회를 마련하였으며, 이를 통해 총 9회에 걸친 세미나 등을 개최하여 국내 CM기업의 실적과 기술력을 소개할 수 있는 기회를 제공하였다.

넷째, 상대국 건설관련 기업 혹은 단체 소속의 전문가, 그리

고 공무원 등을 대상으로 CM 기술을 교육하고 현장에서 지도활동을 하는 등의 활동을 수행하였으며, 이를 통해 우리나라 CM 기술을 전수함과 동시에 상대국 전문가들과의 인적 네트워크를 구축할 수 있는 기회를 마련하였다. 4개국에서 총 10건의 활동을 통해 총 300명 이상의 현지 기술자들과 네트워킹할 수 있는 기회를 마련하였다.

다섯째, 상대국의 현실에 맞는 CM제도(안)와 CM절차서/매뉴얼 등을 제작하여 공급하고 법제화 또는 공식화를 위해 노력하였고, 이를 통해 우리나라 CM기업이 현지에 진출하는데 도움을 주고자 하였다. 인도네시아에서는 우리가 제안한 CM Manual이 Ministry of Public Works에 공식 제출되었고, 표준 매뉴얼로 만드는 과정을 준비중에 있다. 미얀마에서는 CM제도의 기본을 만들어 주고, 제도화 과정을 지원하고 있다.

여섯째, 현지 프로젝트에 우리나라 CM 전문가를 단기간(수일 또는 1주 내지 2주 정도) 파견하여 그 프로젝트의 CM수준과 현장 효율성 등을 파악하고 개선 방안을 제시해 주는 사업을 진행하였다. 이를 통해 우리나라 CM기업이 현지에 본격적으로 진출하기 전에 현지 프로젝트의 CM 수준과 현장관리 수준을 가늠할 수 있는 기회를 제공하였다.

이러한 활동에 우리 CM기업과 관련 전문가들도 함께 동참하였고, 많은 경험과 네트워크를 쌓을 수 있는 기회를 마련하였다. 이러한 노력이 사업 수주라는 결과로 즉각 이어지는 어려운 것이지만, 지속된다면 결국에는 현지환경을 우리한테 우호적으로 만드는데 분명히 기여할 것으로 기대한다. 앞으로도 더 많은 CM기업과 전문가들의 적극적인 동참을 기대한다.

## 참고문헌

1. Top 250 International Contractors, 2005~2018, ENR
2. Top 225 International Design Firms, 2005~2018, ENR
3. Top 20 Non-US Firms in Total Global CM and PM Fees, 2010~2018, ENR
4. Top 100 CM-for Fee Firms, 2005~2018, ENR
5. Top 50 PM Firms, 2005~2018, ENR
6. 건설사업관리능력 공시, KISCON
7. 연도별 사업관리(CM) 실적 현황 자료, 한국CM협회
8. 해외건설 수주 실적 데이터, e-나라