

삼성 KPMG

ISSUE MONITOR

제78호

December 2017

삼성KPMG 경제연구원

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라



Contacts

삼성KPMG 경제연구원

박도휘
책임연구원

Tel: +82 2 2112 0904
dohwipark@kr.kpmg.com

강민영
선임연구원

Tel: +82 2 2112 6617
minyoungkang@kr.kpmg.com

김광석
수석연구원

Tel: +82 2 2112 7438
gwangsukkim@kr.kpmg.com



Contents

	Page
Executive Summary	3
국내 건설시장 진단	4
투자 동력을 잃어가는 건설시장	4
SOC 투자에 주머니를 닫는 정부	5
미래 성장성의 저하, 체질개선이 필요한 건설 기업들	6
건설 전방산업의 부상	7
건설 전방산업이란 무엇인가?	7
중개업을 중심으로 성장하는 건설 전방산업	8
건설 전방산업의 트렌드 변화	9
주택 임대시장의 주체, 개인에서 기업으로의 변화	10
온라인 부동산 플랫폼에서 '종합주거정보 플랫폼'으로의 변화	13
스마트홈 매니지먼트 시장을 선점하기 위한 표준화 전쟁	16
리모델링 시장의 주체, 소규모 시공업자에서 대형건설사로의 변화	18
시사점	20

본 보고서는 삼정KPMG 경제연구원과 KPMG member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼정KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간 복제할 수 없습니다.

Executive Summary

최근 건설투자의 침체, 정책적 제약, 기업 내부적 불안요소를 가지고 있는 국내 건설은 새로운 먹거리 창출이 불가피한 시점이다. 과거 시행과 시공, 분양에만 집중했던 국내 건설사들은 좀 더 시야를 넓혀 다양한 연관 산업상에서의 기회를 찾아야 할 시점이다. 본 보고서는 건설산업의 새로운 니치마켓으로 건설 전방산업을 주목했다. 지속적인 성장을 하고 있는 건설 전방산업은 경제 현황과 인구구조의 변화, 기술의 발전 등에 따라 변화의 움직임이 보여지고 있다. 이에 삼정KPMG 경제연구원은 건설 전방산업에서 수요와 공급, 정책과 기술측면에서의 주요 이슈와 향후 벌어질 변화에 대해서 살펴 보았다.

Executive Summary

■ 국내 건설시장 진단

- 건설투자 증감률이 2016년 10.7%, 2017년 6.5%에서 2018년 0.2%로 둔화될 것으로 전망됨에 따라 건설투자는 2018년 들어 동력이 점차 약화될 것으로 판단됨. 또한 정부의 SOC 예산 감축과 부동산 정책 및 가계부채 대책 강화의 정책기조를 미루어 볼때 건설시장이 침체될 가능성이 상존하고 있음. 건설사들의 재무적 상황의 경우 자기자본비율이 지속적으로 하락하고 있고, 부채비율이 증가하는 추세이며, 재고자산회전율은 하락하는 추이를 보이고 있어 미래 성장성이 저하되었다고 평가됨

■ 건설 전방산업의 부상

- 본 보고서에서 건설 전방산업을 건설사가 시행과 시공을 걸쳐 분양까지 마무리 된 다음 단계인 임대, 공급, 관리, 리모델링으로 정의함
- 건설 전방산업에 속한 기업들의 전체 매출액 규모는 2006년 19.5조원에서 연평균 16.9%로 성장하여 2016년에는 92.5조원으로 증가하면서 건설산업에서 새로운 니치마켓으로 떠오르고 있음

■ 건설 전방산업의 트렌드 변화

- **임대** : 임대시장이 전세에서 월세로의 전환 가속화됨에 따라 서민·중산층의 주거비 부담이 증가하고 있음. 이에 정부는 적극적으로 기업형 임대주택 정책을 시행하고 있음. 한국과 유사한 산업 패턴을 보이는 일본의 경우도 건설 업체와 부동산 개발 업체들이 임대주택 사업 진출을 바탕으로 불황기에도 높은 성장을 보여왔음
- **중개** : 증강현실, 빅데이터 등 최신 IoT 기술과 부동산 서비스와 접목한 '프롭테크(PropTech)'가 주목을 받고 있음. 미국의 경우 프롭테크 기업들의 투자금액은 2013년 4억 5,100만 달러에서 2016년 26억 9,800만 달러로 매년 크게 늘어나는 추세임
- **관리** : 국내 스마트홈 매니지먼트 시장은 2015년 이후 연평균 20% 이상씩 성장해 2018년에 약 19조원의 시장을 형성할 전망이다. 향후 기술 발전이 이루어져 성숙단계에 돌입한다면 지배적인 사업자를 중심으로 표준화가 이루어질 것으로 전망됨. 이에 따라 건설사와 이동통신사, 포털 업체, 보안 사업자 등 다양한 업체들의 표준화 전쟁이 이루어 질 것으로 전망됨
- **리모델링** : 노후 주택과 1-2인 가구의 증가 추세로 인해 인테리어 리모델링 시장 역시 가파른 성장세가 예상됨. 새로운 먹거리로 떠오르고 있는 인테리어 리모델링 시장을 선점하기 위해 대형 건설사와 소규모 시공업자, 전자재 업체 등의 치열한 경쟁이 예상되고 있음

■ 시사점

- 국내 건설사들은 지속적인 생존을 위해서는 과거의 사업구조에 안주하지 말고, 새로운 먹거리 창출을 모색해야함. 이를 위해 1) 기업형 임대주택시장을 건설사 사업 다각화의 새로운 기회로 삼으며, 2) 부동산 플랫폼 확보와 프롭테크 도입으로 새로운 부가가치 창출을 모색할 필요가 있음. 또한 3) 빠른 의사결정을 바탕으로 파트너십을 구축하여 스마트홈 시장으로 진출이 필요하며, 4) 인테리어 리모델링 시장 선점을 위해 시공업자와 건설사간의 협업을 모색해야 함

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

국내 건설시장 진단

투자 동력을 잃어가는 건설시장

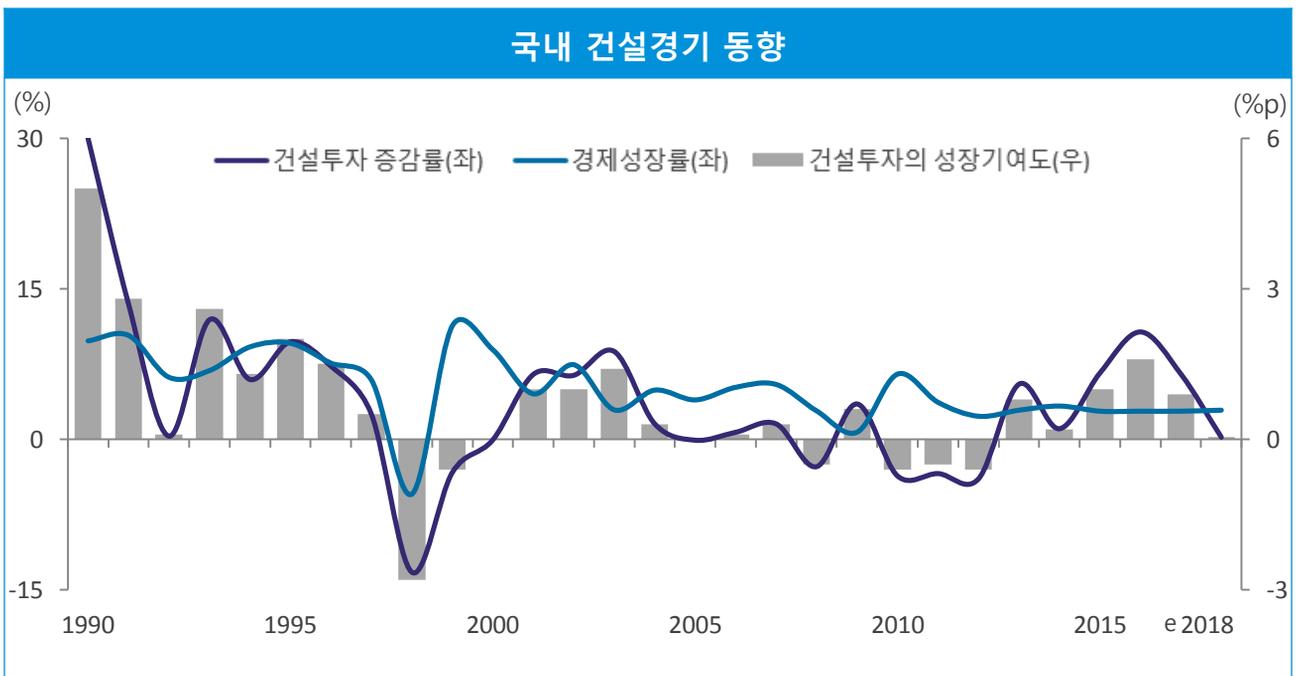
한국 경제의 성장에 긍정적 기여를 했던 건설투자는 2018년 들어 동력이 점차 약화될 것으로 전망되고 있다. 2017년까지는 건설투자 증감률이 경제성장률을 주로 상회하면서, 경기침체를 지연시키거나 경기회복을 견인하는 역할을 수행했다. 그러나 2018년 들어 경제성장률은 완만하게 회복됨에도 건설투자 증감률이 0에 가깝게 둔화되고 있어, 오히려 경제회복을 지연시키는 걸림돌이 되고 있는 모습이다.

“ 건설투자 증감률은 2016년 10.7%, 2017년 6.5%에서 2018년 0.2%로 둔화될 것으로 전망 ”



건설투자 증감률은 2016년 10.7%, 2017년 6.5%에서 2018년 0.2%로 둔화될 것으로 전망되는 한편, 경제성장률은 2016~2017년 동안 2.8% 수준을 유지하다가 2018년에 3.0% 수준으로 상승할 것으로 전망된다. 건설투자의 성장기여도 역시 2016년 1.6%p, 2017년 0.9%p에서 2018년 0.0%p 수준으로 하락할 것으로 전망된다.

2013년 들어, 부동산 거래 활성화에 따라 건설경기가 호황기를 맞이하여, 국내 건설사들은 적극적으로 신규주택 인허가 및 준공을 시작하였다. 한국의 경제성장률은 둔화되었지만, 건설투자 증감률은 경제성장률을 상회하면서 '나름의 호황' 을 누렸다. 약 2017년까지 뜨거웠던 분양 열기는 문재인 정부의 '부동산 시장 안정화 대책' 으로 점차 가라앉기 시작했다. 이에 더해 2017년 10월 가계부채 대책이 마련되면서, 부동산 매매 거래가 위축되고 있어 국내 건설사들의 사업전략에 비상등이 켜진 상황이다.



Source: 한국은행

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

SOC 투자에 주머니를 닫는 정부

2017년 이후 국내 주요 정책기조는 2018년 이후 건설시장이 침체될 가능성을 예상케 해준다. 첫째, SOC 예산이다. 2018년 재정지출 계획은 2017년 대비 약 24조원 증가하였다. 특히, 보건·복지·고용 분야에 11.6조원을 증액해, 문재인 정부의 정책적 방향성이 소득재분배 및 일자리 창출에 집중되어 있음을 확인케 해준다. 그 밖의 모든 영역에서도 2018년 예산을 증액하는 방향으로 계획하였으나, 오직 SOC 부문은 3.4조원을 감액했다. 이는 인프라 건설 등의 토목건설 분야의 시장이 증전보다 위축될 수 있음을 시사해 준다.

둘째, 부동산 정책이다. 투기수요를 차단하고, 실수요자를 위한 주택매수 조건을 강화시키고 있다. 이는 결과적으로 투기수요를 줄이고, 전체 부동산 매수 수요를 줄이는 영향을 미치며, 공급초과가 유발되어 가격 조정이 이루어질 가능성이 상존한다.

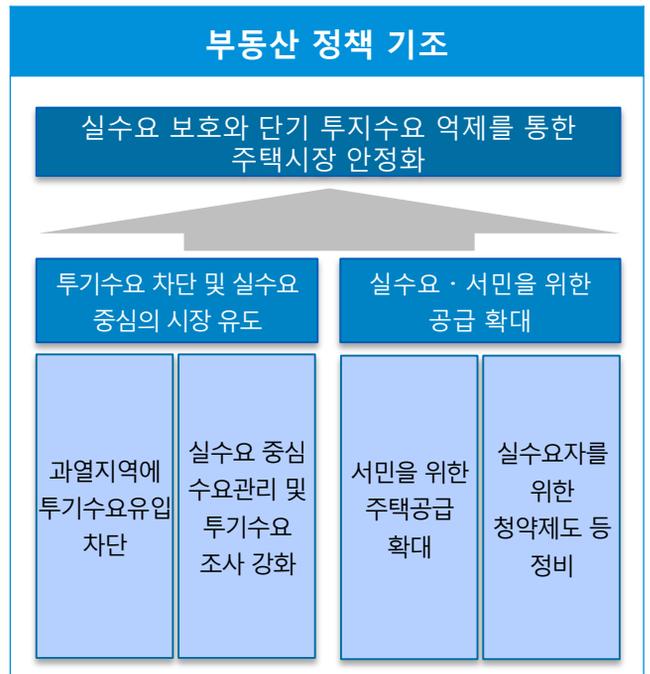
셋째, 가계부채 대책이다. 부동산 정책과 함께 가계부채 대책이 맞물리면서, 부동산 투기시의 대출조건을 까다롭게 만들고 있다. 이 역시 부동산 총수요를 줄여 건설경기 위축의 개연성을 높이는 역할을 한다. 더욱이, 기준금리 인상까지 연결되면 부동산 가격 조정 가능성은 더욱 높아질 것이다.

국내 건설은 지금까지 공공부문과 민간부문이 서로 떠받들며 지탱해왔다. 하지만 앞으론 주택 경기 침체와 SOC 감축 등으로 민간과 공공부문이 동시에 위축되면서 자칫 급격한 침체기로 이어질 수 있다.

“ 2018년 부문별 정부 예산은 대부분 증액되었으나 SOC부문은 3.4조원 감액 ”

2018년 부문별 예산요구 현황			
(조원, %)			
구분	2017	2018	증감(률)
보건·복지·고용	129.5	141.1	11.6(8.9)
교육	57.4	61.4	4.0(7.0)
SOC	22.1	18.7	-3.4(-15.5)
국방	40.3	43.7	3.4(8.4)
일반·지방행정	63.3	69.0	5.7(9.0)
총지출	400.5	424.5	23.9(6.0)

Source: 기획재정부



Source: 관계부처 합동(2017.08)

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

미래 성장성 저하, 체질개선이 필요한 건설 기업들

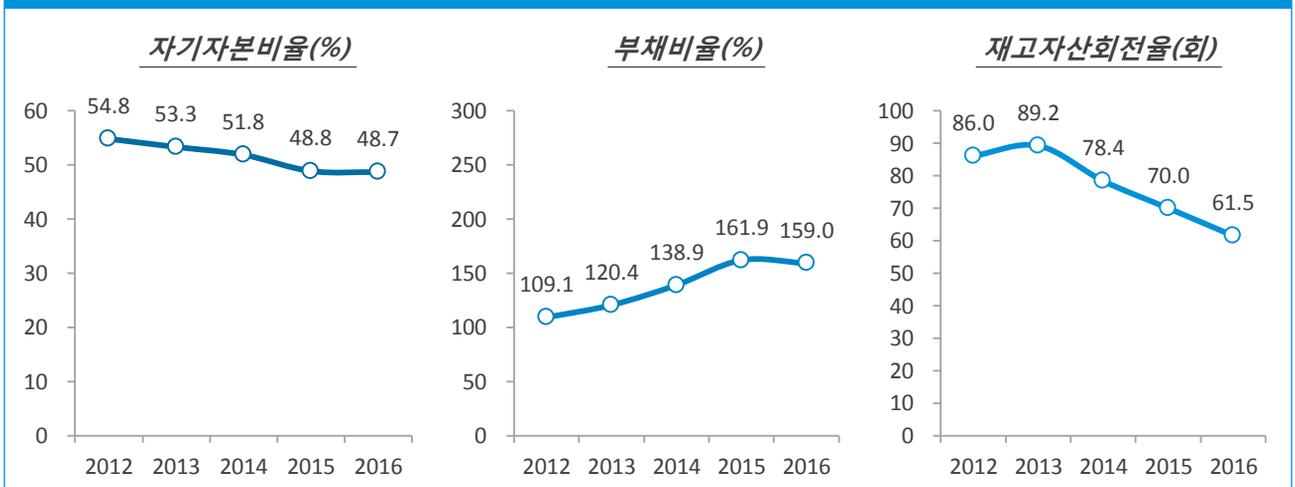
국내 건설 기업들의 주요 재무정보를 보면 매출증가와 자산증가에도 불구하고 중장기적인 불안요소가 상존하고 있는 것으로 나타났다. 건설 산업에 속한 기업들의 평균 매출액은 최근 5년 간 증가하는 추세에 있으며 매출액증가율도 2014년 이후 성장세를 나타냈다. 이는 해외건설 수주 감소에도 불구하고 분석 기간 동안 국내 건설 경기 호황에 기인한 것으로 보인다. 건설 기업들의 평균적인 총자산 또한 최근 5년간 매년 10% 이상 증가해 왔으며, 2016년에도 15.8%의 높은 성장을 기록했다.

“ 국내 건설 기업들은 매출증가와 자산증가에도 불구하고, 자기자본비율이 지속적으로 하락하고 부채비율이 증가하는 추세 ”

다만 자산에서 자본의 영향을 보여주는 자기자본비율이 지속적으로 하락하고 있고, 자본 대비 부채의 비중을 보여주는 부채비율이 증가하는 추세인 것을 볼 때, 최근 5년 간 총자산 증가에 부채 증가의 영향을 상대적으로 더 크게 받았다는 것을 알 수 있다. 따라서 건설 산업의 성장이 재무안정성을 바탕으로 성장했다고 보기는 어렵다. 또한 유동부채 대비 유동자산을 나타내는 유동비율도 지속적으로 하락하고 있는 것을 볼 수 있는데, 이는 건설산업에서 저금리의 장기화로 인해 단기 부채로의 자금조달이 더욱 커지고 있음을 암시하며, 기업들의 단기지급능력이 전반적으로 약화되고 있음을 시사한다.

또한 재고자산관리의 효율성을 보여주는 재고자산회전율은 지속적으로 하락하는 추이를 보이며 2016년 최근 5년 간 가장 낮은 수치를 기록했다. 일반적으로 재고자산회전율의 하락은 향후 매출 등이 둔화되고 유동성이 악화될 수 있음을 암시한다. 다만 건설 업계에서 재고자산은 업종에 따라 건물, 기자재 등 상이한 측면이 있다는 점은 감안할 필요가 있다. 이렇듯 국내 건설산업에는 중장기적으로도 다양한 불안요인이 상존하고 있어, 기업들은 경영전략상의 변화를 꾀해야 한다.

국내 건설사들의 재무구조 추이



Note: 2017년 5월까지 공시된 외부감사대상기업 27,322개의 개별 기업 재무정보 중, 한국표준산업분류상 '건설업'에 해당하는 1,695개 기업을 대상 / 평균의 함정으로 인한 왜곡된 분석결과를 방지하기 위해 상하위 10% 이상치(outlier)를 제거한 Trimmean 을 사용
 Source: 삼성KPMG 경제연구원이 KISVALUE data 이용해 추산

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

건설 전방산업의 부상

건설 투자의 침체, 정책적 제약, 기업 내부적 불안요소를 가지고 있는 국내 건설은 새로운 먹거리 창출이 불가피한 시점이다. 과거 시행과 시공, 분양에만 집중했던 국내 건설사들은 좀 더 시야를 넓혀 다양한 연관 산업상에서의 기회를 찾아야 할 것이다.

건설 전방산업이란 무엇인가?

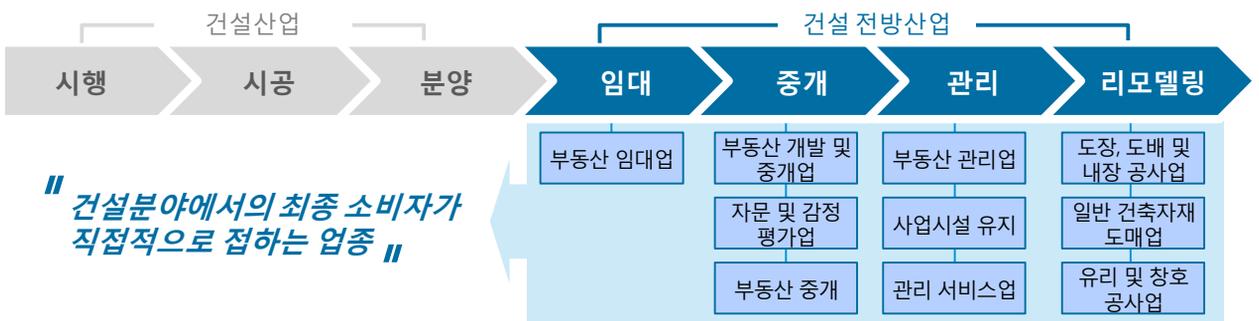
본 보고서에서 건설 전방산업을 건설사가 시행과 시공을 걸쳐 분양까지 마무리된 다음 단계인 임대, 공급, 관리, 리모델링으로 정의하였다. 건설 전방산업의 경우 한국표준산업분류상으로 명확하게 속하는 대분류가 없기 때문에, 건설업, 도매 및 소매업, 부동산업, 사업시설관리 및 사업지원 서비스업의 하위 분류 중에 건설 전방산업에 속하는 기업을 추출하여 전체 시장규모를 파악하였다. KISVALUE에서 2017년 5월까지 공시된 외부감사대상기업 기준으로 건설 전방산업에 속한 기업은 총 4,911개이다.

“ 건설 전방산업에 속한 기업들의 매출액은 2006년 19.5조원에서 연평균 16.9%로 성장하여 2016년에는 92.5조원으로 증가 ”



건설 전방산업에 속한 기업들의 매출액을 살펴보면 2006년 이후 지속적으로 증가하고 있다. 전체 매출액 규모가 2006년 19.5조원에서 연평균 16.9%로 성장하여 2016년에는 92.5조원으로 증가하면서 건설산업에서 새로운 니치마켓으로 떠오르고 있다. 건설산업과 시장규모 증감률을 비교해보았을 때 건설산업은 최근 10% 이하대에 머물고 있는 반면, 건설 전방산업은 30%대 이상의 높은 성장을 보이고 있다.

건설산업과 건설 전방산업의 개념 및 비교



Source: 삼성KPMG 경제연구원이 KISVALUE data 이용해 추산

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

중개업을 중심으로 성장하는 건설 전방산업

건설 전방산업의 산업군을 세부적으로 살펴보면 임대업(부동산 임대업)에 속한 기업이 1,739개, 중개업(부동산 개발 및 중개업, 부동산 중개, 자문 및 감정 평가업)이 2,460개, 시설관리업(부동산 관리업, 사업시설 유지, 관리 서비스업, 건물 및 산업설비 청소업, 소독, 구충 및 방제 서비스업)이 510개, 리모델링업(도장, 도배 및 내장 공사업, 유리 및 창호 공사업, 기타건축 마무리 공사업, 일반 건축자재 도매업, 기타 건축자재 도매업)이 202개이다.

“중개업의 매출액은 2012년부터 연평균 39.9%씩 폭발적으로 성장하여 2016년 약 74조원을 기록”

2012년을 시작으로 임대업과 중개업, 시설관리업, 리모델링업 모두 매출액과 영업이익의 부분에서 지속적인 성장세를 보이고 있다. 임대업이나 시설관리업은 중개업과 리모델링업 대비 성장세가 저조하지만 임대업의 기업당 평균매출액을 제외하면 4년간 지속적인 성장을 보여왔다.

반면 중개업과 리모델링업의 성장세가 두드러지는 모습이다. 특히 2016년 기준으로 중개업의 매출액은 약 74조원으로 전체 건설 전방산업 매출액의 약 80%를 차지하고 있다. 2012년부터 연평균 39.9%씩 폭발적으로 성장하고 있다. 또한 영업이익의 경우 연평균 57.9%의 증가를 보였다.

기업당 평균 매출액도 임대업이나 시설관리업보다 높은 모습을 보이고 있는데, 2015년 소폭 하락하였지만 2016년에 다시 상승하여 432억 원을 기록하였다. 리모델링업은 전체 건설 전방산업 시장에서 차지하는 규모는 7.2%로 미미하지만 영업이익은 지난 4년간 연평균 21.5% 증가하며 높은 성장세를 보이고 있다.

세부 건설 전방산업 매출 및 영업이익, 평균매출액

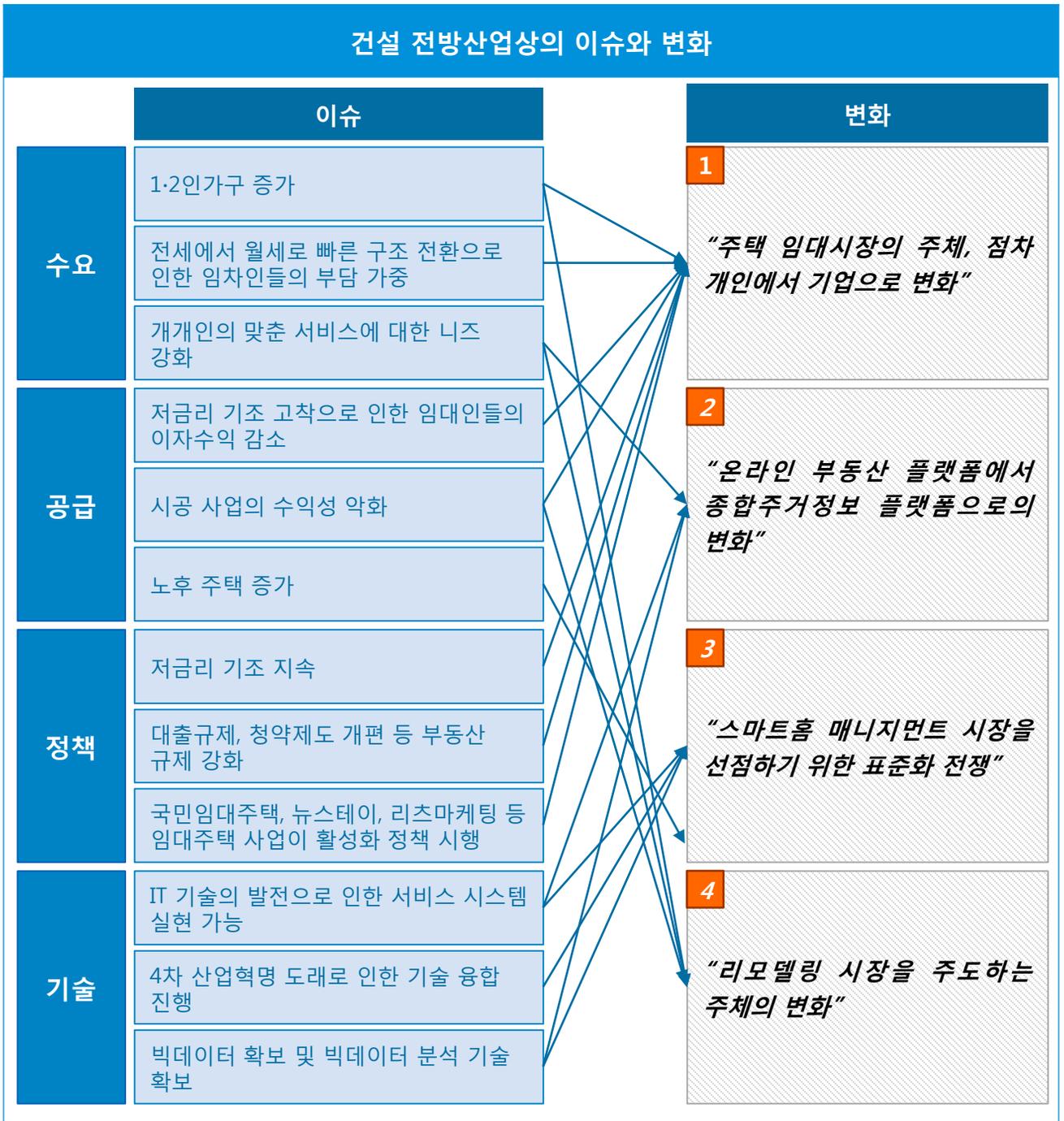
업종	재무지표	2012	2013	2014	2015	2016	CAGR
임대업	매출액(십억원)	5,089	5,368	5,112	8,636	5,315	▲ 1.1%
	영업이익(십억원)	978	1,189	1,260	1,159	1,430	▲ 10.0%
	기업당 평균매출액(백만원)	4,656	4,444	3,781	4,966	3,490	▼ -7.0%
중개업	매출액(십억원)	19,286	22,838	32,754	53,363	73,980	▲ 39.9%
	영업이익(십억원)	1,687	1,410	2,762	4,886	10,486	▲ 57.9%
	기업당 평균매출액(백만원)	26,239	25,982	29,297	21,719	43,162	▲ 13.3%
관리업	매출액(십억원)	4,705	5,009	5,416	5,994	6,597	▲ 8.8%
	영업이익(십억원)	561	596	625	598	644	▲ 3.5%
	기업당 평균매출액(백만원)	12,581	11,814	12,171	11,752	13,889	▲ 2.5%
리모델링업	매출액(십억원)	5,124	5,522	6,081	6,367	6,655	▲ 6.8%
	영업이익(십억원)	116	194	196	221	253	▲ 21.5%
	기업당 평균매출액(백만원)	31,520	36,971	29,297	21,719	43,162	▲ 8.2%

Source: 삼정KPMG 경제연구원이 KISVALUE data 이용해 추산

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

건설 전방산업의 트렌드 변화

지속적인 성장을 하고 있는 건설 전방산업은 경제 현황과 인구구조의 변화, 기술의 발전, 소비자 니즈의 변화 등에 따라 변화의 움직임이 보여지고 있다. 이에 삼성KPMG 경제연구원은 건설 전방산업 산업에서 수요와 공급, 정책과 기술측면에서의 주요 이슈와 향후 벌어질 변화에 대해서 살펴 보았다.



Source: 삼성KPMG 경제연구원

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

1) 주택 임대시장의 주체, 개인에서 기업으로의 변화

임대시장 전세에서 월세로의 전환 가속화

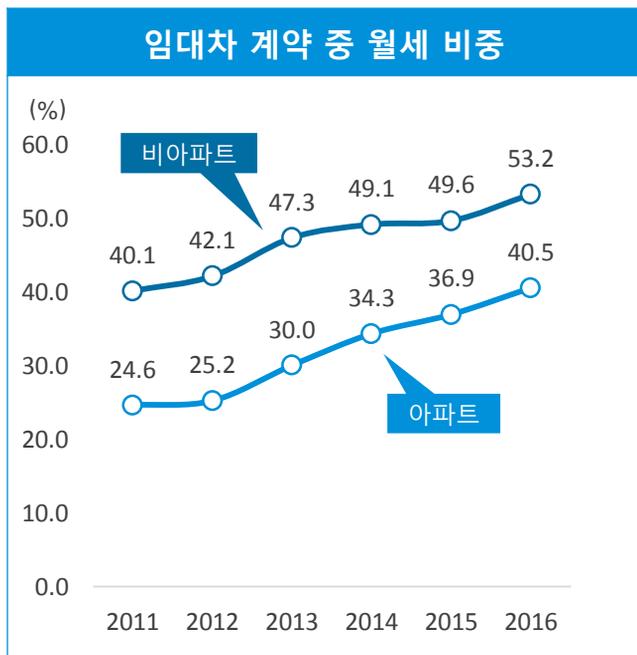
최근 정부의 대출 규제, 저금리 기조 고착 등의 이유로 부동산 시장에서 점차 전세비중이 줄어들고 있다. 지속되는 저금리 기조가 지속되면서 이자수익이 하락한 집주인들이 전세를 월세로 전환해왔다.

“ 2016년 상반기 비아파트 월세 비중이 53.2%를 기록, 아파트의 월세 비중은 40.5%를 기록 ”

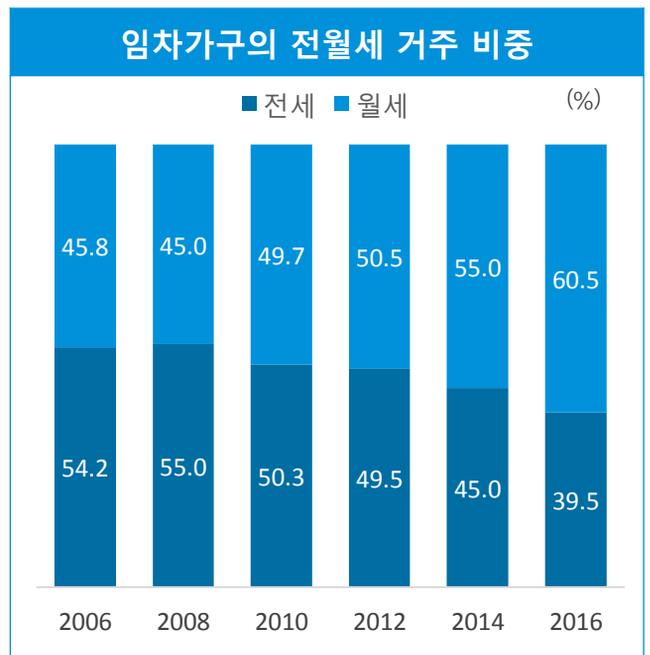
국토교통부에 따르면 2016년 상반기 다세대·다가구주택 등 '비아파트'는 월세 비중이 53.2%를 기록했다. 정부가 2011년부터 전월세 실거래가 신고를 집계한 이래 월세 비중이 절반을 넘은 건 이번이 처음이다. 아파트의 월세 비중 또한 40.5%를 기록하면서 처음으로 40%대에 올라섰다.

거주기준으로 조사가 진행되는 주거실태조사에 따르면 2016년 기준 임차가구 중 전세와 월세의 점유비율은 월세비율이 60.5%로 전세 39.5%에 비해 매우 높게 나타났으며, 월세 비율은 2008년 이후 지속적으로 증가하고 있다. 특히 작은 평형의 아파트나 다가구 원룸주택 임대는 전세가 사라지고 대부분 월세거래다. 이 때문에 서민·중산층의 전세물건 부족현상은 사라지지 않고 있다.

결국 이러한 빠른 월세 전환으로 인해 서민·중산층 주거비 부담이 증가하고 갑작스런 퇴거 요구나 전세금 상승 등으로 인해 주거 불안이 가중되고 있다. 또한 전세 품귀현상으로 전세가격이 상승하고 전세매물의 회전속도가 매우 빨라 전세를 구하는 것 자체가 쉽지 않은 상황이 발생하게 되었다.



Note: 아파트 기준, 2016년 데이터는 상반기 기준
Source: 국토교통부



Source: 국토교통부, '주거실태조사'

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

기업형 임대주택 사업 확대를 보조하는 정책기조

정부는 중·서민층의 전월세 대책 및 주거안정을 위해 기업형 임대주택 사업을 적극적으로 추진하게 되었다. 정책의 주요 목표는 중·서민층에게는 임대료 상승제한, 대출 금리인하 등의 지원으로 부담을 낮춰주고, 기업형 임대사업자에게 건축규제 완화, 토지공급 등의 인센티브를 제공해 임대료를 비싸게 책정하지 않아도 적정 수익이 나도록 보장함을 골자로 한다.

“ 빠른 월세 전환으로 인한 서민·중산층 주거비 부담을 완화하기 위해 정부는 기업형 임대주택 정책을 강하게 추진 ”

정책의 시행이 아직 초기단계이기 때문에 현재는 기업형 임대주택에 대해 부정적인 평가가 나오고 있다. 건설사 입장에서 규제는 과도한 반면, 인센티브가 부족하다는 점과 임대주택 지을 토지가 부족하며 수익률이 높은 주거서비스 기반이 미흡하다 등의 문제가 제기되고 있다.

하지만 장기적인 관점에서 볼 때 선진화된 임대차 문화 정착을 위해 불가피한 성장통이라는 의견이 지배적이다. 세제·금융·택지지원을 총 망라한 지속적인 지원으로 안정적으로 중·서민층이 머물수 있도록 선진화된 시스템인 기업형 임대주택의 지속적인 공급이 필요하다는 이야기이다.

실제로 수요 측면에서 살펴보면, 2016년 기업형임대아파트의 단지 청약률은 4.7:1로 2015년 4.12:1에 비해 상승하였다. 정부 또한 2018년 상반기까지 전국에 기업형 임대주택을 약 7천여 세대를 공급한다고 발표하며 향후 기업형 임대주택 사업 육성을 지속적으로 지원할 것임을 밝혔다.

기업형 임대주택 사업 육성 정책 주요 내용

기업형 임대주택 사업자 인센티브



토지 공급
도심 내 공공부지, 그린벨트 해제 지역, 재건축 사업 부지 등 저렴한 가격에 공급

기업형 임대주택 공급 촉진 지구



인허가 기간 1년 이상 단축, 법정 한도까지 용적률 허용

자금 대출 금리 인하 %

주택 규모에 따라 연 2.7~3.3% → 2.0~4.0%



세제 지원

취득세 감면 비율 25%→50%(60~85㎡)
법인세·소득세 감면 비율 20%→75%

전용면적 85㎡ 초과 주택도 저금리 주택기금 용자

민간 임대주택 규제 완화

임대 의무 기간

유지

임차인 자격(무주택 등)

폐지

임대료 상승 제한(연 5%)

유지

초기 임대료 규제

폐지

분양 전환 의무

폐지

임대주택 담보권 설정 제한

폐지

Source: 국토교통부, 언론사보도 종합

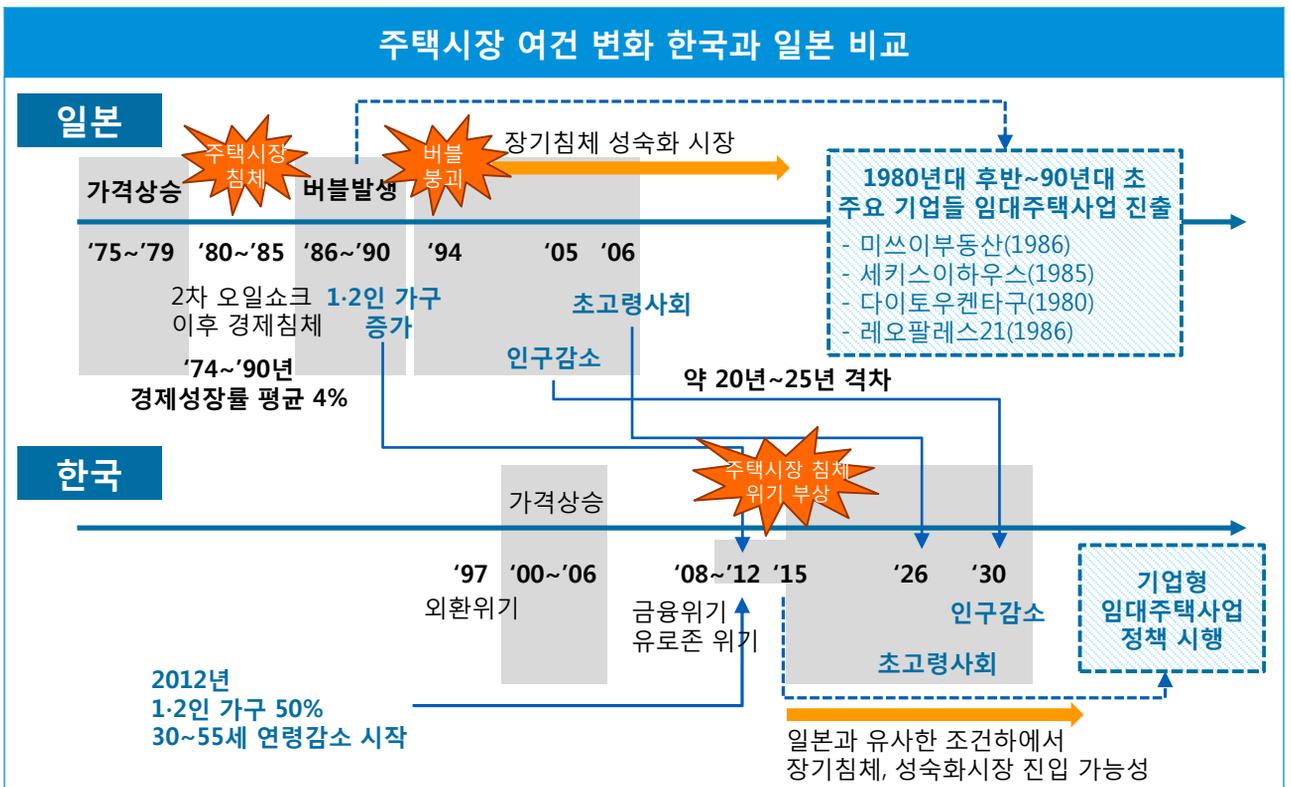
건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

선례로 본 기업형 임대주택 전환 트렌드

일본의 선례를 살펴보면, 기업형 임대 주택 활성화의 필요성이 비단 한국에만 해당되지는 않는 것으로 보인다. 한국과 일본의 주택시장 변수 및 변화 추이를 비교해 보면 한국과 일본은 인구 및 가구구조 변화와 경제여건 면에서 약 20~25년의 격차를 두고 유사한 산업 패턴의 변화가 진행되고 있다. 일본 부동산 시장은 1990년대 버블 붕괴 후 가장 큰 침체를 겪은 분야다. 부동산 가격이 폭락하면서 매매 시장은 불황기를 맞았다. 이 당시를 기점으로 일본 건설 업체와 부동산 개발 업체들은 기존 주택 임대·관리 사업에 집중했다. 정부 정책 또한 기업형 임대주택 시장 성장에 힘을 보탤다. 일본 정부는 단독주택을 임대주택으로 전환할 때 상속·증여세 감면 혜택을 주고 있다. 토지는 평가액의 20%를, 주택은 4%~60% 세금을 감면해 주고 있다.

“ 일본의 2000년대 부동산시장 침체기에도 건설산업에서 성장을 유지한 기업들의 업종은 임대관리사업 부문 ”

결과적으로 일본의 2000년대 부동산시장 침체기에 성장을 유지한 기업들은 대부분 임대관리사업에 집중했던 기업이다. 종합부동산회사 1위 기업인 미쓰이부동산, 주택전문건설회사 1위 기업인 세키스이하우스의 사업부문별 매출액 추이를 보면 임대부문의 성장이 시공, 시행 등 다른 부문보다 높았다. 특히 임대주택사업을 전업으로 하는 주택건설회사인 다이토우켄타구의 매출액은 3,000억 엔대에서 1조엔대 규모로 성장했으며, 레오팔레스21은 2001년 3,000억 엔에서 2008년 7,000억 엔대까지 성장했다.



Source: 주택산업연구원, 삼성KPMG 경제연구원 재구성

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

2) 온라인 부동산 플랫폼에서 '종합주거정보 플랫폼'으로의 변화

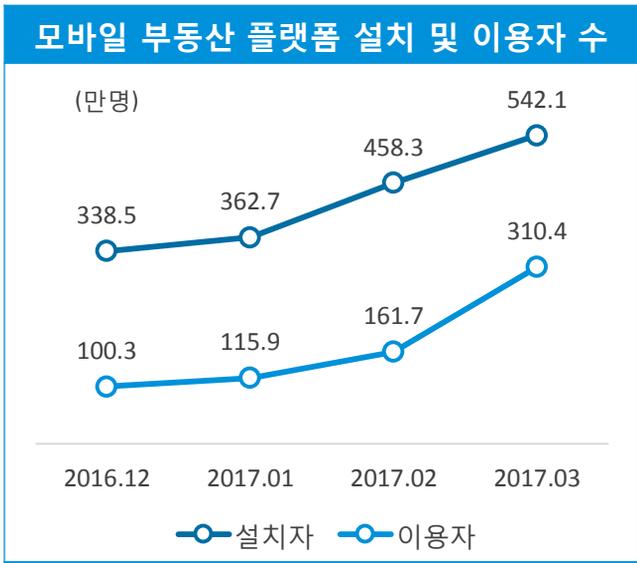
모바일 부동산 중개 플랫폼의 성장

2015년을 기점으로 2조원대 규모의 부동산 중개 시장 지형이 바뀌었다. 대표되는 온라인 플랫폼 기반의 부동산 중개기업들이 급부상했기 때문이다. 이들 기업은 부동산 매매거래 부진, 전세 급감과 월세 증가, 1~2인 가구와 초소형 주택 수요 폭증 등의 부동산 시장 변화에 따라 전·월세 중개 시장을 중심으로 사업을 넓혀왔다.

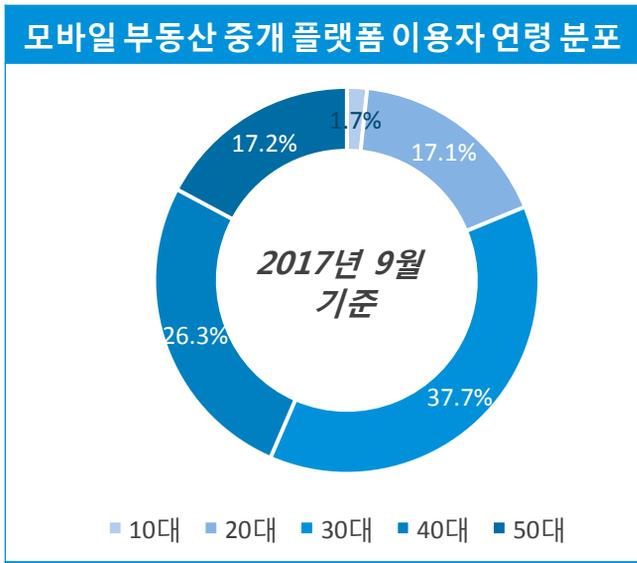
“부동산·인테리어 분야 상위 10개 어플리케이션 이용자는 2016년 12월 100만 3,200여명에서 2017년 3월 310만 4,700여명으로 3개월간 3배 이상으로 증가”

어플리케이션 분석업체인 와이즈앱에 따르면 부동산·인테리어 분야 상위 10개 어플리케이션 사용자는 2016년 12월 100만3,200여명에서 2017년 3월 310만 4,700여명으로 3개월간 세배 이상으로 증가했다. 설치자 또한 2016년 12월 338만 5,000여명에서 2017년 3월 542만 1,000여명으로 증가했다. 또 하나의 특징은 젊은 층만 모바일 부동산 중개 플랫폼을 사용하는 것이 아니라는 점이다. 이용자중 20~30대 비중이 54.8%로 가장 높았지만, 투자 여력이 높은 40~50대가 약 43.5%를 차지하고 있다.

모바일 부동산 중개 플랫폼의 가파른 성장을 통해 온라인 부동산 플랫폼의 초석은 다졌지만, 업계에서는 온라인 부동산 기업 대부분이 주로 부동산 중개 서비스에 집중되어 있는 것은 한계점으로 지적된다. 부동산 시장의 무게 중심을 오프라인에서 온라인으로 바꿀 수 있는 혁신적인 요소를 갖기 위해서는 보다 적극적으로 부동산과 IT기술의 융합을 고려해 봐야한다는 것이다.



Note: 부동산·인테리어 부문 상위 10대 앱 기준
Source: 와이즈앱



Source: 와이즈앱

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

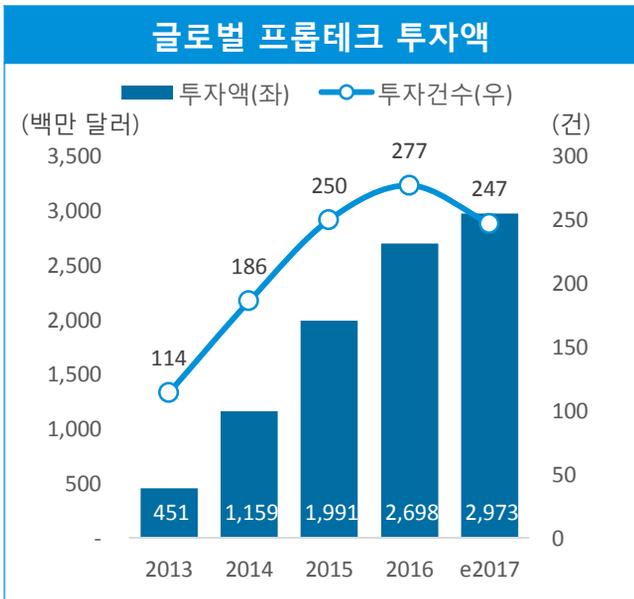
글로벌 부동산 시장을 뒤흔드는 프롭테크(PropTech)

최근 미국을 중심으로 부동산 서비스와 IT 기술을 접목한 '프롭테크(PropTech)' 기업들이 주목받고 있다. 프롭테크는 부동산(property)과 기술(technology)의 합성어로 부동산 산업에 IT(정보 기술)를 접목해 혁신적인 서비스를 제공하는 것을 뜻한다. 스마트폰이나 인터넷을 이용한 부동산 거래, 빅데이터를 활용한 부동산 가치 평가, 부동산 임대 관리 플랫폼 등이 대표적 프롭테크 서비스다.

“ 프롭테크 기업에 대한 투자금은 2013년 4억 5,100만 달러에서 2016년 26억 9,800만 달러로 3년 간 6배에 가까운 성장을 보임 ”

투자자들은 프롭테크 기업들의 성장세를 주목하고 있다. 미국 시장조사기관 CB인사이트에 따르면 프롭테크 기업에 대한 투자금은 2013년 4억 5,100만 달러에서 2016년 26억 9,800만 달러로 매년 크게 늘어나는 추세다. 또한 2017년 약 29억 7,300만 달러가 투자될 것으로 전망됨에 따라 성장세는 지속될 것으로 전망된다. 2017년 투자건수는 전년대비 감소하는 모습을 보였다. 반면 투자 금액은 증가하기 때문에 건당 평균 투자 금액이 더욱 늘어났다고 볼 수 있으며, 다시 말해 전년대비 대규모 투자가 늘어나고 있는 것이라 판단된다.

대표적으로 임대 및 자산관리 소프트웨어 스타트업 VTS는 임대인이 관리하는 부동산을 한 화면에서 관리할 수 있는 프로그램을 내세워 창업 이후 블랙스톤 등에서 8,720만 달러 가량의 투자금을 끌어모았다. 온라인으로 주택 담보 대출 등 부동산 금융 서비스를 지원하는 미국의 렌딩홈(LendingHome)은 총 1억 32만 달러, 빅데이터를 통해 사용자에게 가치평가 및 투자 분석 정보를 제공하는 크레디파이(CrediFi)는 2,260만 달러, 증강현실로 부동산 정보 서비스를 제공하는 매터포트(Matterport)는 5,830만 달러 등을 투자받으며 몸값을 높였다. 글로벌 기업이 나서 프롭테크 기업을 인수한 경우도 있다. 미국의 프롭테크 스타트업 플로어드(Floored)는 올해 1월 글로벌 부동산 기업 CBRE가 인수했다. 이 기업은 증강현실 기술을 이용해 부동산 매물을 생생하게 보여주는 서비스를 제공한다.



Source: CB Insight

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 임대 및 자가관리 소프트웨어 스타트업 임대인이 관리하는 부동산을 한 화면에서 효율적으로 관리하는 프로그램 개발 ▶ 블랙스톤 등에서 약 8,720만 달러의 투자금 확보
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 온라인으로 주택 담보 대출 등 부동산 금융 서비스 지원 ▶ 총 1억 32만 달러 투자 유치
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 빅데이터를 통해 사용자에게 가치평가 및 투자 분석 정보 제공 ▶ 총 2,260만 달러 투자 유치
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 증강현실로 부동산 정보 서비스 제공 ▶ 총 5,830만 달러 투자유치
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ '17년 1월 글로벌 부동산 기업 CBRE가 인수 ▶ 증강현실 기술을 이용해 부동산 매물을 생생하게 보여주는 서비스 제공

Source: 언론사 보도 종합, 삼성KPMG 경제연구원 재구성

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

프롭테크 도입을 고려하는 글로벌 부동산 전문가들

2017년 11월, KPMG UK는 프롭테크 도입에 대한 글로벌 부동산 기업들의 견해와 디지털 시대에 적응을 위한 각 사의 전략에 대해서 파악하기 위해 'KPMG Global PropTech Survey 2017: Bridging the gap'를 발간했다. 설문조사를 중심으로 작성된 본 보고서는 KPMG는 유럽, 중동, 아프리카(46%), 미주(29%) 및 아시아태평양(25%) 지역의 331명의 전문가들을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

“ 대다수의 부동산 전문가들은 프롭테크(PropTech) 도입이 부동산 운영을 효율적이게 할 것이며 보다 체계화된 보고 프로세스와 빠른 의사결정에 도움이 될 것으로 생각한다 ”

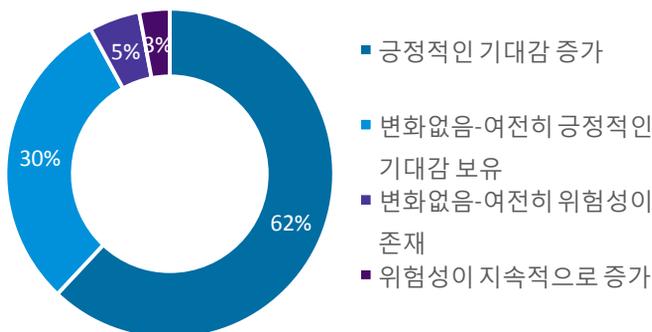
설문 조사 결과 프롭테크는 부동산 업계에서 잠재력이 높은 분야로 인식되고 있었다. 또한 이러한 인식은 점점 더 확대되고 있는 추세였다. 지난 12개월 동안 부동산 업계에서 프롭테크에 대한 인식이 어떻게 바뀌었느냐는 질문에 62%가 긍정적인 기대감을 증가시켰다고 응답했다.

또한 응답자의 32%는 인식에 대한 큰 변화는 없지만 여전히 긍정적인 기대감을 보유하고 있었다고 응답했다. 변화하는 부동산 환경에 생존하기 위해 기존의 부동산 기업이 프롭테크 회사와 협력해야 한다고 생각하느냐는 질문에는 응답자의 89%가 그렇다고 응답했다.

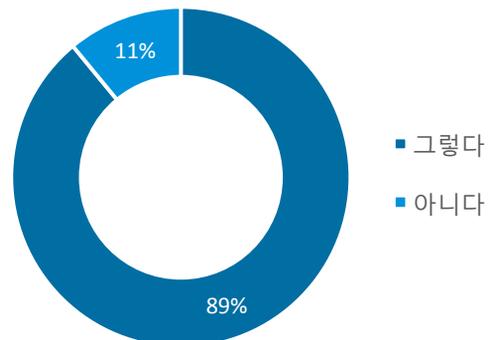
설문에 응답한 대다수의 부동산 전문가들은 프롭테크가 부동산 운영을 더욱 효율적으로 운영할 수 있다고 믿고 있으며, 자사에서 수집한 부동산 데이터를 활용하여 보다 체계화된 보고 프로세스와 정확하고 빠른 의사결정에 도움이 된다는 것에 동의하고 있다.

프롭테크(PropTech)에 대한 부동산 전문가들의 의견

Q. 지난 12개월 동안 부동산 업계에서 프롭테크에 대한 인식이 어떻게 바뀌었습니까?



Q. 변화하는 부동산 환경에 생존하기 위해 기존의 부동산 기업이 프롭테크 회사와 협력해야 한다고 생각하십니까?



Source: KPMG UK, 'KPMG Global PropTech Survey 2017: Bridging the gap'

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

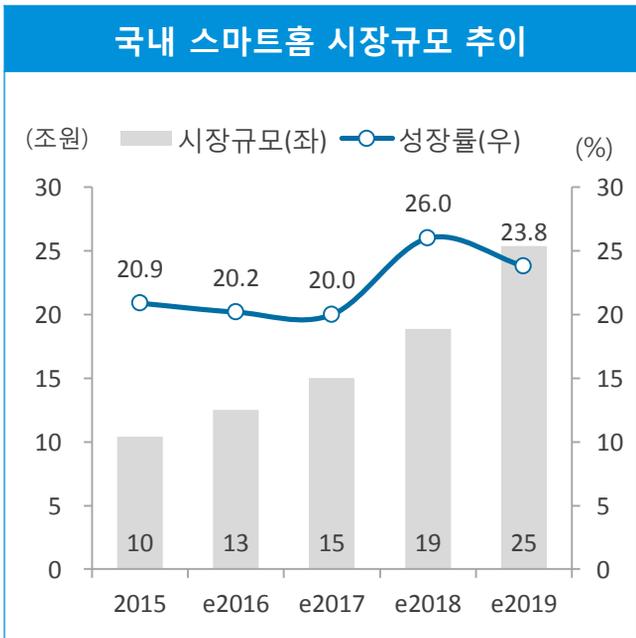
3) 스마트홈 매니지먼트 시장을 선점하기 위한 표준화 전쟁

국내 스마트홈 매니지먼트 시장은 지속적으로 성장

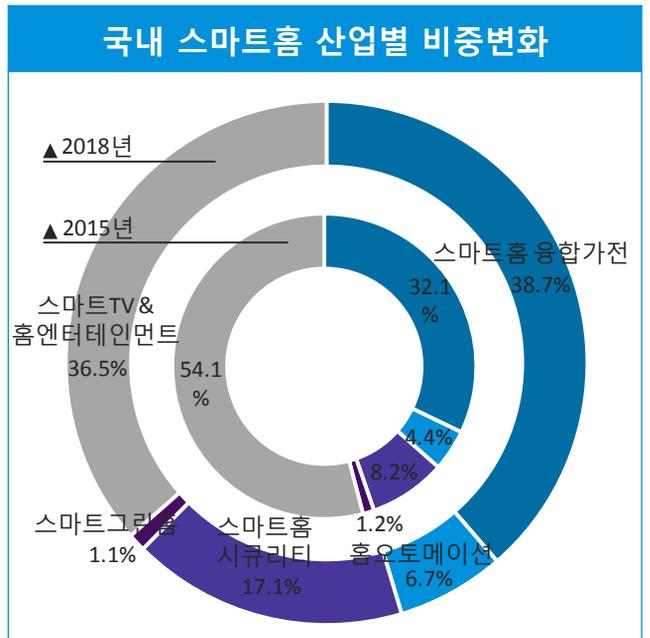
스마트홈 매니지먼트는 가정 환경을 보다 편리하게 관리하기 위해 가정 내 기기들을 인터넷으로 연동한 유비쿼터스 홈 네트워크 시스템과 이런 시스템이 구축된 주거 공간을 포괄적으로 지칭한다. 스마트홈 서비스의 핵심은 스마트폰, 태블릿 PC, 스마트 TV 등 디지털 단말기 상의 동일한 인터페이스를 통해 가정 내 기기들의 정보를 확인 및 조작할 수 있는 환경을 구현하는 것이다. 이 서비스를 통해 시간이나 공간과 관계없이 가정 내 상태 정보를 확인하고 제어하는 게 가능해지고 있다.

“ 국내 스마트홈 시장은 2015년 10조원 규모를 돌파하고, 연평균 20% 이상씩 성장해 2018년에는 약 19조원의 시장을 형성할 전망 ”

한국스마트홈산업협회에 따르면 국내 스마트홈 시장은 2015년 10조원 규모를 넘어, 연평균 20% 이상씩 성장해 2018년에는 약 19조원의 시장을 형성할 전망이다. 편리하면서도 안전하고 즐거움이 있는 세련된 주거 생활에 대한 욕구가 강해지면서 스마트홈 관련 제품과 서비스에 대한 수요가 증가하고 있기 때문이다. 산업별 현황을 살펴보면, 2015년 기준 '스마트TV&홈엔터테인먼트' 분야가 5조 800억원으로 전체 스마트홈 시장의 54.1%를 차지하고 있다. 스마트홈TV의 신제품개발이 활발하게 이뤄지고 있기 때문이다. 향후에는 가전제품에 IoT기술이 결합한 '스마트홈 융합가전' 시장의 더욱 성장할 것으로 전망된다. 또한 1인가구의 지속적인 증가와 고령화 등 인구구조의 변화에 따라 '스마트홈 시큐리티'분야도 지속 성장할 것으로 전망된다. 2015년 기준 8.2%의 비중을 차지했던 시큐리티 분야는 2018년 17.1%로 두 배 이상 성장할 것으로 전망된다.



Source: 한국스마트홈산업협회, 삼성KPMG 경제연구원 재구성



Source: 한국스마트홈산업협회, 삼성KPMG 경제연구원 재구성

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

지배적인 사업자를 중심으로 표준화가 이루어 질 것으로 전망

현재 시장 성장기에 접어든 국내 스마트홈 시장은 최근 IoT 기술이 냉장고, 에어컨, TV 등 다양한 가전에 적용되면서 시장 성숙기로 빠르게 전환되고 있다. 특히 스마트폰을 주축으로 홈 네트워크가 통합되어 스마트홈을 실현하고 있다. 다만 아직까지는 전체적인 표준화가 진행되지 않아 호환에 문제가 상존하고 있으며, 콘텐츠 또한 가전과 비가전으로 국한되어 있다. 향후 기술 발전이 이루어져 성숙단계에 돌입한다면 지배적인 사업자를 중심으로 표준화가 이루어져 호환의 문제가 사라질 것으로 전망된다. 콘텐츠 또한 더욱 세분화 되어 상황과 개인에 맞춘 다채로운 콘텐츠가 제공될 것으로 전망된다.

“향후 기술 발전이 이루어져 성숙단계에 돌입한다면 지배적인 사업자를 중심으로 표준화가 이루어 질 것으로 전망, 이에 현재 다양한 업종의 기업들이 시장 선점 경쟁을 펼치고 있음”

향후 스마트홈 시장에서의 주요 쟁점은 어느 업종에서 시장을 장악할 것인가이다. 지금까지는 이동통신사와 포털 업체가 주축이 되어 스마트홈 시장을 이끌어 왔다. 가정 내 전자기기를 제어하고 콘텐츠를 활용할 수 있는 홈 허브용 셋톱박스를 선재적으로 출시해 주목을 받았다. 최근에는 IT 제조업체들 또한 스마트폰을 활용해 가정 내 기기들을 제어 관리하는 시스템을 선보이고 있다. 이들은 IoT 기술을 바탕으로 주택 내 가전, 보안, 헬스케어 등을 통합적으로 관리하는 시스템 시장 선점을 위해 경쟁하고 있다. 대형건설사들은 통신사와 포털사 등과 협업을 통해 원격 통화 솔루션, 스마트 주방 등 다양한 부가기능이 실현된 아파트를 선보이고 있다.

마지막으로 주요 보안 사업자들과 이동통신사, 가전제품 제조사들은 디지털 가전과 스마트폰을 연결해 실시간으로 홈시큐리티가 가능한 제품과 서비스를 출시하는 등 스마트홈 시장에서 표준화를 선점하기 위한 경쟁은 계속 뜨거워지고 있다.

스마트홈 시장 성장과 생태계 변화방향 전망

	“가전&비가전 디바이스 분리 시장”		“가전&비가전 디바이스 통합 시장”		“차세대 기술/디바이스 & AI컨트롤 도입시장”		“스마트홈 디바이스&AI 컨트롤 최적화 시장”	
	도입기	성장기	성숙초기	성숙후기				
스마트 디바이스	가전&비가전(일상기기)	가전&비가전(일상기기)	일상기기&차세대 기술	일상기기&차세대 기술				
IoT 표준화	개별사업자별 표준화	컨소시엄별 표준화	다표준 지원	지배적 사업자 표준화				
플랫폼	개별 사업자 단말/OS	단말/OS 통합화	지배적 사업자 통합화	지배사업자 통제력강화				
컨트롤디스플레이	스마트폰 혹은 TV	스마트폰 혹은 TV	웨어러블	웨어러블&음성/모션인식				
콘텐츠	가전&비가전 분리	가전&비가전 분리	차세대 콘텐츠/세분화	응용 콘텐츠/세분화				

Source: 디지이코(Digieco), 삼성KPMG 경제연구원 재구성

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

4) 리모델링 시장의 주체, 소규모 시공업자에서 대형건설사로의 변화

노후시설과 1·2인 가구 증가로 인한 리모델링 시장이 주목

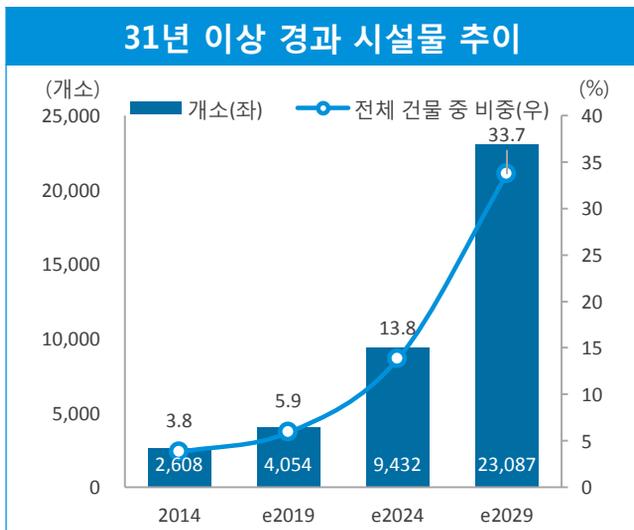
한국시설안전공단이 발표한 자료에 따르면 2020년 이후 30년 이상 경과된 노후 주택이 증가해 유지보수 수요가 급증할 것으로 예상된다. 준공된 지 30년 이상이 경과한 노후 주택 비중은 2020년대 중반 30%를 초과할 전망이다. 특히, 1990년대 주택 200만호 건설 정책을 통해 신축 아파트가 급증했으므로, 2020년 이후에는 30년 이상 된 노후 아파트 단지도 급증할 것으로 전망된다.

“준공된 지 30년 이상이 경과한 노후 주택 비중은 2020년대 중반 30%를 초과할 전망, 이에 인테리어 리모델링 시장은 2023년에는 약 49조원까지 성장할 것으로 전망됨”

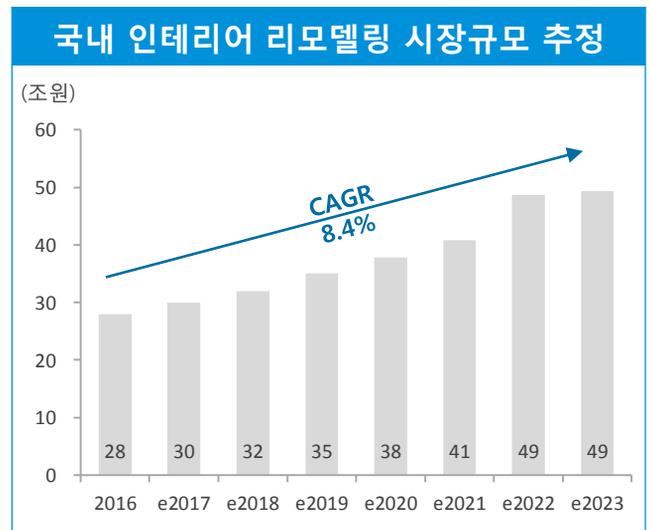
향후 국내 인테리어 리모델링 시장 역시 가파른 성장세가 예상된다. 건물 노후화가 심각해 인테리어 리모델링에 대한 소비자들의 수요가 늘어난 덕분이다. 또한 1·2인 가구가 증가도 인테리어 리모델링 시장의 성장 요인으로 꼽을 수 있다. 이들은 셀프 인테리어를 통해 자신이 취향에 따라 제품을 스스로 선택해 거주 환경을 개선하려는 경향이 강하다. 이들은 집에 대한 가치를 '투자의 대상'이 아닌 '주거의 대상'으로 인식하는 모습을 보인다.

이러한 트렌드 변화 속에 인테리어 리모델링 시장은 업계에서 블루오션으로 관심을 받고 있다. 한국건설산업연구원에 따르면 지난 2016년 28조원 규모였던 인테리어 리모델링 시장은 2020년 38조원을 돌파함에 이어 2023년에는 약 49조원까지 성장할 것으로 내다봤다. 이는 연평균 8.4%의 높은 성장률이다.

이미 선진국에선 주택 리모델링 시장이 신축시장을 대체하면서 건설업의 주요 영역으로 자리매김했다. 국내 건설시장 또한 2020년 이후 선진국형 시장으로 전환이 본격화됨에 따라 기존 선진국의 변화 수순을 따라갈 것으로 보여진다.



Source: 한국시설안전공단, FMS(시설물정보관리 종합시스템)



Source: 한국건설산업연구원

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

리모델링 시장을 두고 시공업자와 건설사들간의 경쟁 과열

전반적으로 우리나라 인테리어 리모델링 시장은 2000년대 초반에는 비주택 부문이 강세를 보여 왔다. 2005년 이후부터 공동주택 리모델링이 많아지면서 빠른 시장 성장을 보였고, 2010년경에는 전체 건설시장에 대한 리모델링 비중이 15~20% 차지했다. 향후 2020년 경에는 공동주택 단지의 리모델링이 보편화되어서 물량 및 성장률 양 측면에서 리모델링이 크게 부각될 것으로 전망된다. 마지막으로 2025년경 이후에는 우리나라도 서구 선진국과 마찬가지로 전체 건설시장에서 30%이상이 리모델링 시장으로 형성으로 예상된다.

“ 가파른 성장세를 보이고 있는 인테리어 리모델링 시장에서 기존 소규모 시공업자들과 대형 건설사들 간의 경쟁이 펼쳐질 전망 ”

이렇게 가파른 성장세를 보이고 있는 인테리어 리모델링 시장에서 기존 소규모 시공업자들과 대형 건설사들 간의 경쟁이 펼쳐질 전망이다. 시공 중심의 사업 포트폴리오에 어려움을 겪는 대형 건설사들이 향후 수익성 향상이 예상되는 인테리어 시장 진출을 고려하고 있기 때문이다. 과거 소규모 인테리어 업체를 중심으로 성장해왔던 인테리어 리모델링 시장이 사업 규모가 커져 수익성이 확보되면서 점차 대형 건설사들에겐 새로운 먹거리가 될 수 있다. 대형 건설사들은 사업 규모와 기술면에서 소규모 업체들보다 경쟁력에서 앞서고 있어 시장 변화에 따른 주연이 교체될 가능성이 있다.

더불어 전자재업계 또한 인테리어 리모델링 시장에 집중하고 있는 모습이다. 과거 B2B(기업간 거래)에 주력해온 업계는 최근 B2C(기업과 소비자간 거래)로 마케팅 전략을 선회했다. 전자재의 선택권이 건설사에 있는 신축 아파트와 달리 리모델링은 소비자들이 직접 건축자재 브랜드를 선택하기 때문이다.

시기별 리모델링 시장 성장 패턴 전망

	2000년	2015년	2020년	2025년 이후
특징	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 비주택 중심 리모델링 시장 성장 ▶ 주택 부문 성장세 주춤 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 주택부문 리모델링 (아파트 공동부분) 활성화 시작 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 주택 부문 리모델링 주도적 위치 확보 ▶ 전체 리모델링 시장 성장 주택부문이 주도 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 서구 국가와 비슷한 수준으로 리모델링 시장 건설시장 내 최대시장으로 위치 확보
건설시장 중 리모델링 비중	8~10%	15~20%	25~30%	30% 이상
주택건설시장 중 리모델링 비중	12~15%	20~25%	30~35%	35%이상

Note: 비중은 전체시장 대비 리모델링 비중
Source: 한국리모델링협회, 삼정KPMG 경제연구원 재구성

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

시사점

국내 건설기업들은 현재 사면초가에 빠져 있다. 시장의 침체, 정책적 제약, 기업 내부적 불안요소를 가지고 있는 국내 건설사들은 지속적인 생존을 위해서는 과거의 사업구조에 안주하지 말고, 새로운 먹거리 창출을 모색해야한다.

기업형 임대주택시장은 건설사 사업 다각화의 새로운 기회

앞서 살펴본 것과 같이 국내 주택임대시장의 구조적 변화로 인해 정부는 적극적으로 기업형 임대주택 활성화를 추진하고 있다. 아직까지는 건설사들의 수익성 확보 등의 불확실성이 존재하기 때문에 추가적으로 기업형 임대주택 정책에 대한 택지지원, 세제, 자금, 규제 완화 등을 지원할 수 있는 정부의 역할이 뒷받침 될 필요가 있다. 하지만 기업형 임대사업은 저성장과 저금리 국면에서 일본의 예를 보더라도 상당히 매력적인 사업부문으로 판단된다. 이번 구조적 변화 시기에 건설사는 기존 시공 중심에서 벗어나 임대사업 등의 안정적 사업부문 확대를 고려해볼 필요가 있다.

“분양 중심 주택 사업이 한계를 보이는 만큼 새로운 영역인 기업형 임대주택 사업을 통해 꾸준한 수익을 창출하고 지속 가능한 주택 사업을 모색해야”

특히 분양 중심 주택 사업이 한계를 보이는 만큼 새로운 영역인 기업형 임대주택 사업을 통해 꾸준한 수익을 창출하고 지속 가능한 주택 사업을 이어갈 수 있다. 또한 주택임대관리업은 새로 아파트를 공급하지 않아도 안정적인 수익구조를 유지할 수 있다는 장점이 있다. 시설 유지와 보수뿐 아니라 청소·보육·세탁 등 다양한 주거 서비스를 통해 건설사의 브랜드 가치를 높일 수 있는 장점이 있다.

부동산 플랫폼 확보와 프롭테크 도입으로 새로운 부가가치 창출을 모색

앞서 살펴본 바와 같이 미국과 같은 선진국 시장의 경우, 가상현실 기술을 활용한 다양한 부동산 서비스가 안정적으로 도입되고, 실제 부동산 거래 시장에서 매우 적극적으로 활용되고 있다. 이는 IT기술과 전통적인 부동산업이 결합 될 때 더욱 고부가가치를 창출할 수 있는 서비스 산업으로 성장하고 있다는 것을 보여준다.

“프롭테크를 도입하게 되면 부동산 중개, 부동산 금융 서비스 등 새로운 부가가치를 창출할 수 있는 기회가 생길 것”

반면 국내 부동산분야는 각각의 개별서비스에 치중되면서 대체적으로 영세하고, 공급자 위주로 시장이 형성되어 있어 수요자의 요구 반영이 잘 이루어지지 않는 시장특성을 가졌다. 특히 온라인 부동산 기업 대부분이 주로 부동산 중개 서비스에 집중되어 있기 때문에 시장 성장의 한계를 가지고 있다.

향후 건설기업들의 기업형 임대주택시장 진출이 활발해 지고, 수요 측면에서도 소유에서 거주로, 자가에서 임대로의 인식 변화가 이뤄질 것으로 전망된다. 이로 인해 기업형 임대주택시장이 정착화 된다면, 임대주택을 운영하는 기업들도 다양한 방법으로 수요자에게 접근을 해야 할 것이다. 부동산 플랫폼을 확보하고, 프롭테크를 도입하게 되면 증강현실 기술 등을 통해 자사가 보유하고 있는 부동산 매물의 명확한 정보를 제공할 수 있으며, 온라인으로 주택 담보 대출 등 부동산 금융 서비스를 지원할 수 있게 된다. 이는 곧 건설사들에게 새로운 부가가치를 창출할 수 있는 기회가 될 수 있다.

건설 전방산업의 트렌드 변화 : 사업 다각화를 모색하라

빠른 의사결정을 바탕으로 파트너십을 구축하여 스마트홈 시장에 진출 필요

편리하면서도 안전하고 즐거움이 있는 세련된 주거 생활에 대한 소비자들의 욕구가 강해지면서 스마트홈 관련 제품과 서비스에 대한 수요가 증가하고 있다. 이에 따라 국내 스마트홈 시장은 지속적인 성장세를 보이고 있다. 하지만 그 동안 스마트홈 시장은 통신사, 전자제품 제조업체가 중심이 되어 시장을 주도해 왔다. 스마트홈이 접목되는 건물을 설계하고 짓는 건설사들이 가장 주도할 수 있었던 시장을 놓치고 있었던 것이다.

“스마트홈 진출의 성공은 기업의 매출상승 효과 뿐만 아니라 자사의 주택에 거주하는 입주자들의 편익을 개선시켜 브랜드 가치가 상승하는 효과를 보일 수 있음”

최근 들어 몇몇 대기업들을 중심으로 건설사와 통신사 혹은 전자제품 제조사가 제휴를 맺고 스마트홈 시장에 진출을 하고 있다. 스마트홈은 기본적으로 융합산업이기 때문에 건설사만의 사업모델로만 보기는 힘들기 때문이다. 스마트홈을 구축하기 위해서는 무선 인터넷망이 필수적으로 필요하다. 스마트융합가전제품들도 스마트홈을 구현하는데 빼 놓을 수 없는 요소이다.

이에 건설사들은 빠른 의사결정을 통해 파트너십을 구축하여 스마트홈 진출을 모색해야 한다. 스마트홈 진출의 성공은 직접적인 기업의 매출상승 효과 뿐만 아니라 자사의 주택에 거주하는 입주자들의 편익을 개선시켜 브랜드 가치가 상승하는 효과까지도 얻을 수 있을 것이다.

인테리어 리모델링 시장 선점을 위해 시공업자와 건설사간의 협업 모색

앞서 이야기한 바와 같이 인테리어 리모델링 시장에서는 시공업자와 건설사들이 시장에 뛰어들며, 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 이러한 경쟁구도 안에서 동종업계에 종사하는 기업들과 무리하게 경쟁하기보다 서로간의 보완점을 찾아 시너지를 극대화시키는 방향을 고려해 볼 필요가 있다.

“동종업계에 종사하는 기업들과 무리하게 경쟁하기보다 서로간의 보완점을 찾아 시너지를 극대화시키는 방향을 고려”

예를 들어 인테리어 업체들은 실내 인테리어 개선을 중심으로 소규모 리노베이션 시장에서 우세를 보이고 있다. 이들은 마감재 생산과 컨설팅 능력을 고객에게 내세우고 있다. 가맹점을 이용해 단독주택과 소규모 상점 개보수에 주력하고 있다. 고객과 일대일 상담으로 '지역 밀착형' 시장 공략을 하는 셈이다. 리노베이션 기간이 짧아 공사기간 동안 주거자의 거주 문제를 비교적 쉽게 해결하는 것이 강점인 반면 대규모 구조 변경이나 고층건물의 외장 개보수에는 상대적으로 취약하다.

대형건설업체들의 경우 고층빌딩과 단지 단위의 아파트 리노베이션에 주력하고 있다. 대형공사 시공능력을 갖추고 있는데다 자사가 지은 아파트를 단지 단위로 개보수하기가 손쉽기 때문이다. 이렇듯 서로의 강점과 약점이 다른 상황에서 업체간에 무리한 경쟁을 보이기 보다는 두 업종 간의 전략적 제휴를 통해 시너지를 극대화시키는 전략을 고민해 볼 필요가 있다.

Business Contacts

건설/인프라 산업 전문팀

Audit

임근구

전무

T: 02-2112-0814

E: gleem@kr.kpmg.com

공영철

전무

T: 02-2112-0806

E: ykong@kr.kpmg.com

변영훈

전무

T: 02-2112-0506

E: ybyun@kr.kpmg.com

김하균

전무

T: 02-2112-0271

E: hakyoonkim@kr.kpmg.com

조승희

상무

T: 02-2112-0846

E: seungheecho@kr.kpmg.com

박민규

상무

T: 02-2112-0854

E: minkyupark@kr.kpmg.com

박상욱

상무

T: 02-2112-0853

E: sangokpark@kr.kpmg.com

강창수

상무

T: 02-2112-0195

E: ckang@kr.kpmg.com

Deal Advisory

김효진

상무

T: 02-2112-0393

E: hkim68@kr.kpmg.com

김태훈

상무

T: 02-2112-0740

E: tkim16@kr.kpmg.com

kr.kpmg.com

© 2017 Samjong KPMG ERI Inc., the Korean member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved. Printed in Korea.

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavour to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.