

# 건축서비스산업의 가치

The value of architectural  
service industry







# 건축서비스산업의 가치

The value of architectural  
service industry

## Contents



### I

#### 건축서비스산업

- |                     |    |
|---------------------|----|
| 1. 오늘의 우리에게 '건축'이란? | 04 |
| 2. '건축서비스'란?        | 09 |
| 3. '창조산업'과 건축서비스산업  | 11 |



### II

#### 건축서비스산업의 현황과 가치

- |                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 1. 건축서비스산업의 잠재력                  | 18 |
| 2. 건축서비스산업의 주역, '전문인력'과 '창조인력'   | 22 |
| 3. 산업의 규모에 비해 파급효과가 큰<br>건축서비스산업 | 26 |



### III

#### 건축서비스산업의 미래

- |                  |    |
|------------------|----|
| 1. 건축서비스산업의 현황과제 | 32 |
| 2. 건축서비스산업의 진흥   | 45 |





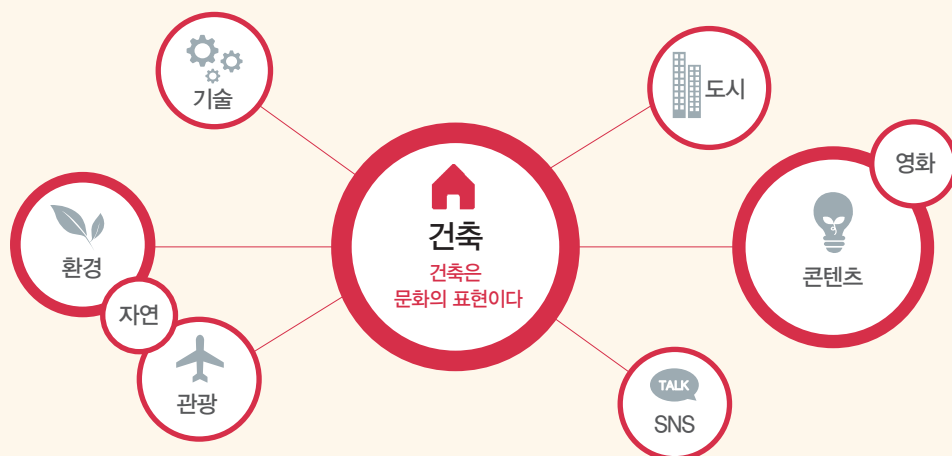
I

---

건축서비스산업

# 01 오늘의 우리에게 '건축'이란?

## 「건축」이란?



이 법은 건축에 관한 국가 및 지방자치단체와 국민의 책무를 정하고 건축정책의 수립·시행 등을 규정하여 건축문화를 진흥함으로써 국민의 건전한 삶의 영위와 복리향상에 이바지함을 목적으로 한다.

— 건축기본법 제 1조

“L’architecture est une expression de la culture.”

건축은 문화의 표현이다. 건축적 창조, 건설의 질, 주변 환경과의 조화, 자연 및 도시 경관 존중, 문화유산 보존 등은 공공의 이익을 위해 이루어져야 한다.

— 프랑스 공공건축법 제 1조

## 🏠 우리의 일상과 '건축'



건축의 물질적 가치가 중요하던 과거와 달리, 오늘날엔 '삶의 공간', '문화의 상징' 등 건축이 가진 의미와 가치가 주목받고 있습니다. 건축을 건물이 아닌 '공간'으로 소개하는 도서가 늘어났다는 것은 우리의 인식 변화를 반영합니다. 우리에게도 잘 알려진 영국의 작가 알랭 드 보통이 자신의 저서에서 어떤 공간과 희망이 일치했을 때 그것이 비로소 집이라고 표현한 것처럼\*\*, 건축과 공간에 대한 우리의 인식도 변하고 있습니다.

변화는 콘텐츠, 관광, SNS 등 다양한 분야에 영향을 끼치고 있으며, 보다 많은 사람들이 건축을 접하고 이해할 수 있는 기회 또한 늘어나고 있습니다.



\* 전문서적 및 시험서를 제외한 카테고리의 서적 조사 결과(2015.12. 기준)

\*\* Alain de Botton(2007), 『행복의 건축』.



우리는 포털의 매거진과 블로그를 통해 건축과 관련된 전문적인 정보를 얻을 수 있게 되었습니다. 또한 SNS를 통해 해외의 유명한 박물관과 유적, 도시 등 다양한 공간에 대한 경험을 공유합니다.

건축 관련 정보를 쉽게 접할 수 있게 되면서 건축에 대한 인식 변화는 더욱 빠르게 일어나고 있습니다. 블로거가 자신의 집을 촬영하여 블로그 방문자들에게 공개하고 관련된 정보를 공유하는 '온라인 집들이' 처럼, 우리만의 독특한 문화를 형성하기도 합니다. 인식 변화와 정보 공유를 통해 건축이 '아파트'와 '빌딩'이었던 시대가 가고, 희망이 담긴 공간으로서 우리의 일상에 자리하고 있습니다.




## 🏠 도시와 문화의 상징 ‘건축’

건축은 문화의 한 표현으로서 도시와 국가의 이미지를 형성하고, 이를 더 매력적인 장소로 만드는 능력을 가지고 있습니다\*. 또 공간을 넘어, 시대와 문화를 상징하기도 합니다. 많은 관광객들이 방문하는 파리의 에펠탑, 시드니의 오페라 하우스, 그리고 로마시대의 콜로세움 등이 그 예입니다.

더 나아가 우리는 한옥을 보며 역사를 생각하고, 성당 안에서 종교적인 신성함을 느끼기도 합니다. 건축은 이렇게 우리의 삶 곳곳에서, 수많은 의미를 담은 상징적 그릇으로서 존재합니다.



[  \* Richard Florida(2002), *The Rise of the Creative Class*, 산업연구원(2013), 재인용. ]

건축은 상징성을 통해 다양한 분야의 매력을 향상시킬 역량을 갖고 있습니다. 최근엔 문화콘텐츠에도 영향을 끼쳐, 건축사를 주인공으로 한 영화 '건축학개론'과 드라마 '신사의 품격'이 많은 사랑을 받았습니다. 최근 방영중인 '내 딸 금사월'과 실내 건축가가 등장한 한류의 원조 '겨울연가'도 마찬가지입니다. 또 방송에서 개인의 집을 소개하고, 관련 노하우를 공유하는 프로그램들도 제작되고 있습니다.



| 건축학 개론 |



| 헌집줄게 새집다오 |




| 로마의 휴일 |

이탈리아의 '스페인 계단'처럼, 반대로 콘텐츠에 등장한 건축물과 공간이 관광명소가 되어 오랜 시간 사람들에게 기억되고 사랑받기도 합니다. 이렇게 건축을 통해 문화콘텐츠가 사랑받고, 콘텐츠를 통해 건축이 관심을 받는 것은 건축이 가진 개방적 협력 능력 덕분입니다.

우리보다 앞서 이런 건축의 가치에 주목한 선진국들은, 건축을 새로운 경제의 동력원인 '문화산업'의 하나로 지정하여 육성 중입니다.

## 02 ‘건축서비스\*’란?


### 「건축서비스」의 정의



“건축서비스”란 건축물과 공간환경(이하 “건축물등”이라 한다)을 조성하는 데에 요구되는 연구, 조사, 자문, 지도, 기획, 계획, 분석, 개발, 설계, 감리, 안전성 검토, 건설관리, 유지관리, 감정 등의 행위를 말한다.

— 건축서비스산업 진흥법 제2조1항1호

건축서비스는 건축물과 공간을 기획·설계·관리하는데 필요한 제반업무를 수행하는 지식기반 서비스입니다. 유명한 랜드마크뿐만 아니라, 우리가 살아가는 집과 회사, 학교, 공원 등이 보다 안전하고, 아름답고, 가치 있도록 만들기 위해, 여러 단계에 걸쳐 다양한 분야의 전문지식과 기술을 가진 전문가들의 협업이 요구되는 서비스입니다. 건축서비스를 제공하기 위해서는, 건축설계·구조·기계·전기·소방·토목·조경·인테리어 등 다양한 분야의 전문지식과 더불어 디자인 능력, 기술력 등이 필요합니다.

【  \* ‘서비스’는 물질적 재화를 생산하는 노동과정 밖에서 기능하는 노동을 광범위하게 포괄하는 개념으로 ‘용역’이라고 하기도 함. (박은테) 】

## 「건축서비스」의 프로세스

### 건축기획



STEP 1. 건축서비스는 건축·공간의 기획을 위한 규모 및 법규 검토, 현장 조사, 설계지침 수립, 그 밖에 발주자가 사전에 요구하는 용역을 수행합니다.

### 건축설계



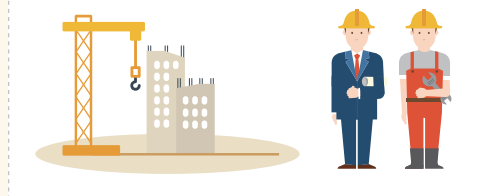
STEP 2. 건축서비스는 건축·공간의 규모, 기능, 디자인, 구조, 기계, 전기, 토목, 조경 등을 결정하여 공사의 범위, 양, 질, 치수, 위치, 재질, 질감, 색상 등을 설계도서로 작성합니다.

### 착공 및 공사감리



STEP 3. 건설은 설계도서를 바탕으로 공사를 시작하고, 건축서비스는 시공과정에서 품질관리, 공사관리, 안전관리 등에 대한 지도·감독하고, 설계도서에 따른 시공여부를 확인합니다.

### 사후설계관리



STEP 4. 건축서비스는 설계의도 반영을 위한 설계도서의 해석·자문을 수행하고, 건설은 이에 따라 공사과정에서 설계의도를 반영합니다.

### 준공



STEP 5. 건설은 공사를 완료하고, 건축주는 사용을 위한 허가권자의 사용승인을 받습니다.

### 유지관리



STEP 6. 건축서비스는 안전성 검토, 유지관리, 감정 등을 수행하고, 소유자는 건축·공간을 지속적으로 유지하기 위해 관리합니다.

| 건축·공간의 기획부터 유지관리까지 건축서비스·건설의 역할 |

# 03 ‘창조산업’과 건축서비스산업

## 「건축서비스산업」이란?

‘산업’은 인간이 살아가는 데 유용한 여러 가지 물자나 용역을 만들어내는 체계적인 행위를 의미\* 합니다. 우리가 알고 있는 건설업, 제조업, 광업 등은 성질이 유사한 산업활동에 참여하는 생산단위의 집합으로, 통계청에서 이를 분류하여 제정한 ‘한국표준산업분류\*\*’에 의해 정의된 산업입니다.

과거 우리나라의 산업은 경제성장을 목표로 육성되었고, 산업분류도 핵심 산업인 제조업·건설업 중심으로 이루어졌습니다. 건축서비스산업을 비롯해 단일 산업으로 분류되지 않은 산업은, 대중에게 유사·연관 산업의 일부로 인식되었습니다.



(광업)



(제조업)



(도소매업)



(숙박업)



(건설업)

| 한국표준산업분류 |

\* 한국학중앙연구원, 「한국민족문화대백과」.

\*\* 산업분류는 각종 상품과 서비스의 생산 활동을 일정한 분류기준과 원칙을 적용하여 체계적으로 분류한 것. 한국정부는 1963년부터 유엔 통계청이 작성한 국제표준산업분류방식에 따라 우리나라의 산업 특성에 맞는 ‘한국표준산업분류’를 제정, 사용해 왔음. (매일경제)

건축서비스산업도 연관산업인 건설업의 일부로 인식되어 왔습니다. 그러나 최근 지식재산을 바탕으로 전문적 서비스를 제공하는 산업이 새로운 경제성장 동력으로 떠오르면서, 건축서비스산업도 주목받기 시작했습니다. 건축서비스산업을 지원·육성하기 위하여 2013년 「건축서비스산업 진흥법」이 제정되었고, 이를 계기로 건축서비스산업은 건축 관련 서비스를 통해 경제적·사회적 부가 가치를 창출하는 하나의 “산업”으로 인식되는 첫걸음을 내딛었습니다.

건축서비스산업은 한국표준산업분류 중 전문·과학 및 기술서비스업(M)의 건축기술·엔지니어링 및 기타 과학기술서비스업(M72)과 기타 전문·과학 및 기술 서비스업(M73) 중 일부를 포함하는 산업\*입니다.

중분류	소분류	세분류	세세분류
건축기술·엔지니어링 및 기타 과학기술 서비스업 (M72)	건축기술·엔지니어링 및 관련 기술서비스업 (M721)	건축 및 조경 설계 서비스업 (M7211)	건축설계 및 관련 서비스업 (M72111)
			도시계획 및 조경설계 서비스업 (M72112)
		엔지니어링 서비스업 (M7212)	건물 및 토목 엔지니어링 서비스업 (M72121)
			기타 엔지니어링 서비스업 (M72129)
기타 전문·과학 및 기술 서비스업 (M73)	전문 디자인업 (M732)	전문 디자인업 (M7320)	인테리어 디자인업 (M73201)

| 한국표준산업분류 상의 건축서비스산업\*\* |



\* 국토교통부는 관련 국내외 사례와 법률 등을 검토하여 한국표준산업분류 중 건축서비스산업의 범위를 도출하였음.

\*\* 국토교통부(2014), 「건축서비스산업 통계 구축 및 실태조사 연구」.


## 🏠 전문과학기술서비스를 제공하는 「건축서비스산업」

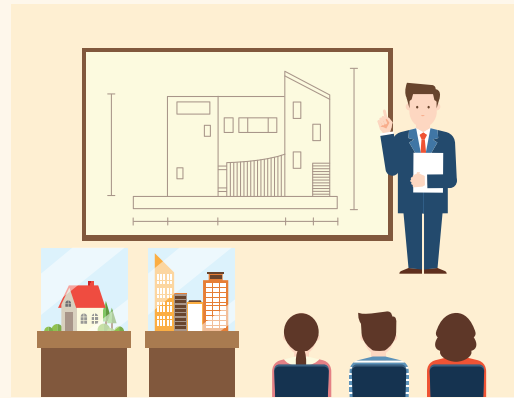
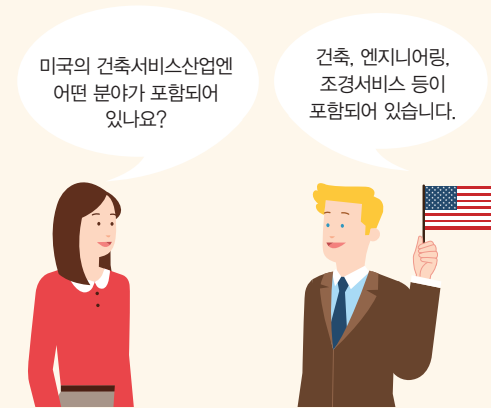


Ⅰ 전문적·과학적·기술적 서비스업(NACS54)관련 업종 Ⅰ

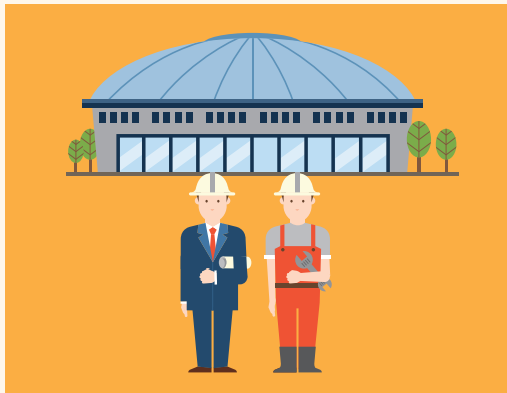
미국의 북미산업표준분류체계(NAICS)는 건축서비스산업을 건설업과 구분하여 '전문적·과학적·기술적 서비스업(Professional, Scientific and Technical Services, NAICS 54)으로 분류\*했습니다.

전문적·과학적·기술적 서비스업은 고도의 경험과 훈련이 요구되는 지식을 바탕으로 다양한 고객들에게 서비스를 제공하는 서비스업을 의미합니다. 이 분류의 세부 업종으로는 건축·엔지니어링·조경 서비스 외에 법률, 회계, 전문디자인, 컴퓨터시스템설계, 전문과학기술 컨설팅, 과학R&D, 광고, 그밖에 사진이나 통역, 수의과 관련 서비스 등 모든 전문과학기술 서비스 등 지식투입 비중이 높은 서비스업을 포함합니다.

【  \* 미국 노동통계국 홈페이지, Professional, Scientific, and Technical Services: NAICS 54, (<http://www.bls.gov>) 】



건축서비스 (Architectural Services)



엔지니어링 서비스 (Engineering Services)



조경서비스 (Landscape Architectural Services)

! 북미산업표준분류체계(NAICS)에 따른 건축서비스산업의 분류 !

건축, 엔지니어링 및 관련 서비스업(Architecture, Engineering and Related Services)은 다시 건축 서비스(Architectural Services), 조경서비스(Landscape Architectural Services), 엔지니어링 서비스(Engineering Services) 등으로 구분됩니다.

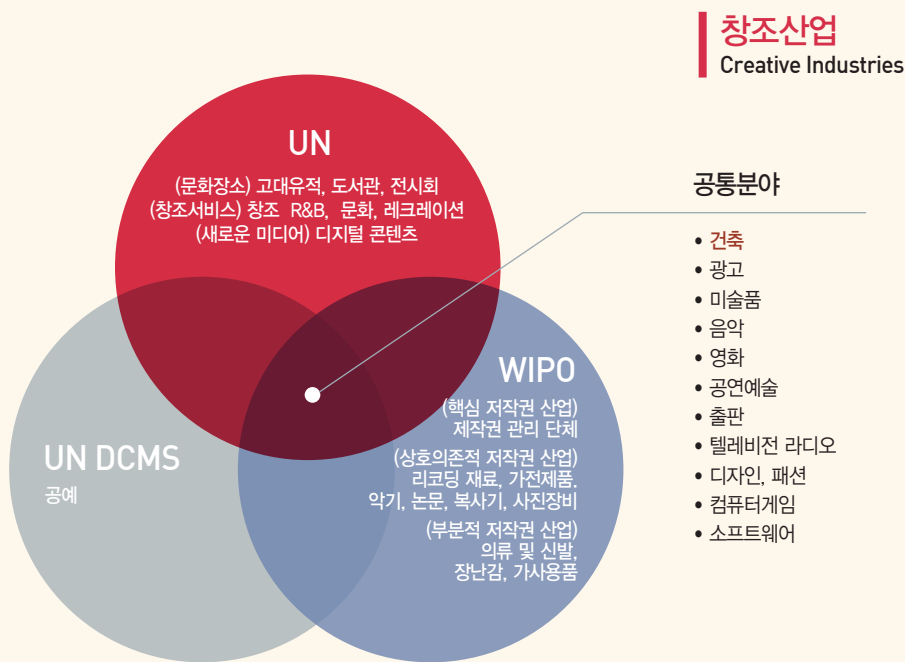
북미산업표준분류체계는 '건축서비스산업'을 '디자인, 시공절차, 용도지역제, 건축법, 물재료들에 관한 지식을 적용하여 주거, 교육, 레저, 상업, 공업 등 건물과 구조물을 계획하고 설계하는데 관련된 산업'이라 정의하였습니다.



## 창조산업의 핵심 산업, 「건축서비스산업」

지식재산기반의 산업육성을 통해 고부가가치를 창출하는 창조경제\*는 침체된 국내 경제·산업을 이끌어갈 새로운 패러다임으로 주목받고 있습니다. 자본과 노동력 중심 산업에서 벗어나, 창의성과 지식자산을 기반으로 부가가치와 일자리를 만들어내는 창조경제는 국가적 아젠다입니다.

선진국들은 우리보다 앞서 제조업 중심 산업구조의 한계를 인식하고, 창의성을 바탕으로 하는 창조산업의 파급효과에 주목했습니다\*\*.



Ⅰ 창조산업 정의별 공통분야 및 차별분야\*\*\* Ⅰ

\* John Howkins(2001), *The Creative Economy*.

\*\* '창조산업'은 1994년 호주정부의 'Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy'에서 처음 언급되었으며, 1997년 영국 DCMS에 의해 널리 알려진.

\*\*\* 출처 : 창조경제 실현을 위한 서비스산업 전략과제, 산업연구원, p.22

창조산업은 창조성·문화·경제·기술의 접점에서 수입을 창출할 수 있는 잠재력과, 사회 통합·문화적 다양성·인간 개발을 촉진시키며 지적 자산을 창조하고 순환시킬 수 있는 능력을 가진 산업\*을 의미합니다. 영국·홍콩·UNDP는 '창조산업', 미국·스위스·일본·WIPO는 '저작권 산업', 이탈리아와 캐나다는 '문화산업', 독일·중국·EU는 '문화창조산업'이 창조산업에 해당합니다.

이들 국가·기관의 창조산업은 공통적으로 건축서비스를 비롯한 문화·콘텐츠·엔터테인먼트 등의 분야를 포함하고 있습니다. 각 국가는 창조성을 바탕으로 지식 재산을 활용하여 부와 일자리를 창출하는 창조산업을 경제의 새로운 동력원으로서 육성 중에 있습니다.



| 창조산업 관련 국가·기관별 건축서비스산업의 분류 |

[ \* UNCTAD(2010), *Creative Economy Report*, 현대경제연구원(2013), 재인용. ]



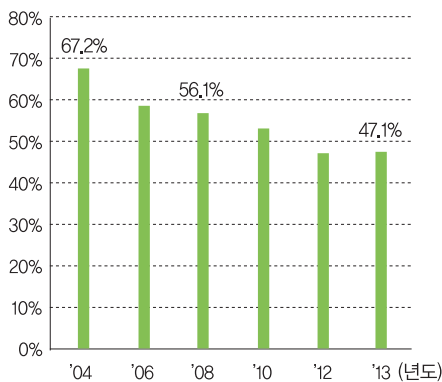
## II

---

건축서비스산업의  
현황과 가치

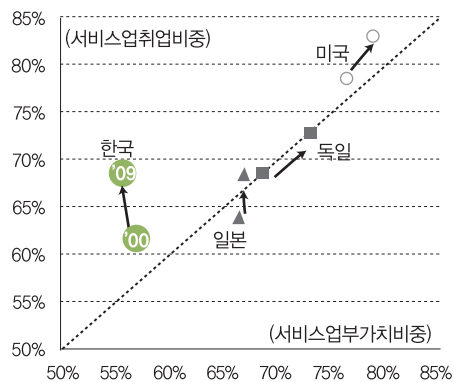
# 01 건축서비스산업의 잠재력

우리나라가 제조업 중심의 경제성장을 이룩하는 동안, 서비스업은 인재와 자본 부족을 겪어야했습니다. 서비스산업 내에서도 상대적으로 부가가치가 낮은 업종의 고용이 증가하는 저부가가치 성장이 이뤄졌습니다. 미국, 일본, 독일 등의 서비스업이 취업 비중과 부가가치 비중이 함께 성장한 것과는 매우 다른 결과입니다\*. 2013년 우리나라 서비스업 생산성은 제조업의 47.1%에 불과합니다. 이는 OECD회원국 평균(86%)의 절반에 그치는 성적으로, 회원국 34개 중 30위입니다\*\*.



제조업 노동생산성 대비 서비스업 노동생산성 비율

— 주: 노동생산성=부가가치/총근로시간, 취업자수 기준  
2005년 불변 가격 기준



한·미·일·독 서비스업 부가가치 비중과 서비스업 취업비중

— 주: 2000년 불변 가격 기준.  
'00년 대비 '09년(일본은 '08년)비교.



\* 현대경제연구원(2014), 「서비스업 노동생산성 현황과 시사점」.

\*\* OECD(2014), 「OECD 한국경제보고서」.

건축서비스산업도 상황은 비슷합니다. OECD 국가와 비교해 매출실적은 우리나라가 28개국 중 10위인데 반해, 종사자 당 매출액 순위는 20위입니다. OECD 국가 중 우리나라와 GDP(한국 24,490) 가 비슷한 이탈리아(GDP 33,043), 그리고 매출실적이 비슷한 스페인(GDP 27,688)과 비교해보면 0.2~0.4(백만\$) 낮습니다.

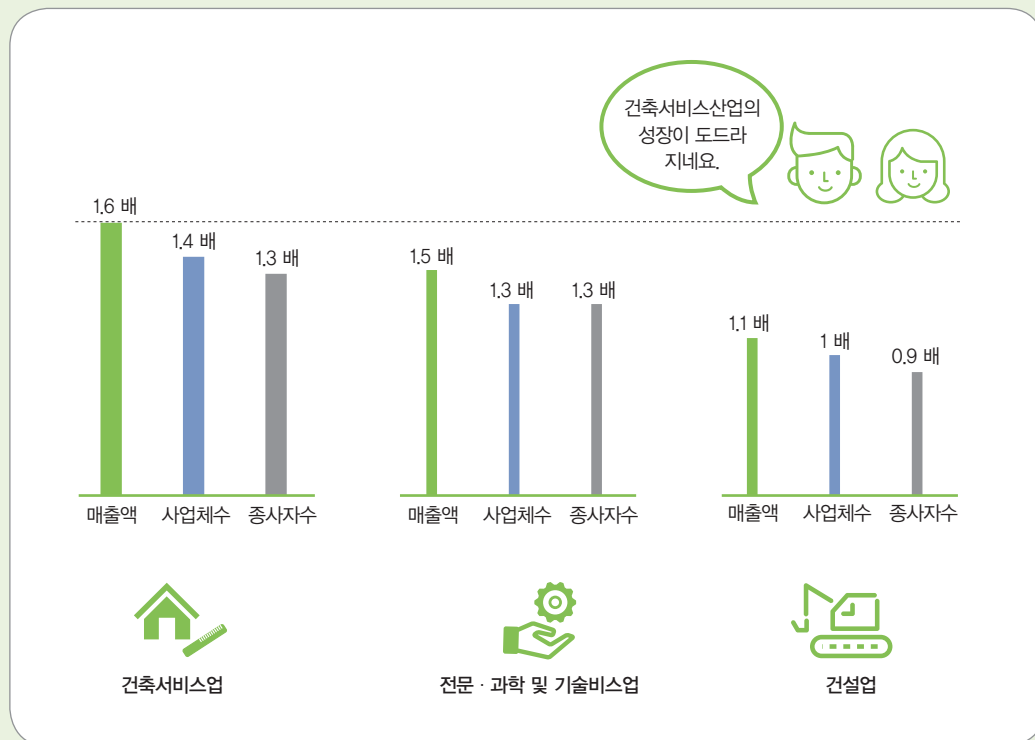
해외 건축서비스산업은 창조산업으로서 높은 부가가치를 창출하는 산업임이 분명하지만, 우리의 건축서비스산업은 박리다매의 매출양상을 보이고 있습니다. 이는 건설업 성장 중심의 정책으로 인해 건설의 일부로 인식되어, 건축서비스산업이 가진 고부가가치 생산능력을 육성할 기회를 놓치고 있음을 의미합니다.

 GDP*	50,530	44,621	47,395	39,184	33,043	27,688	24,490	
 사업체(개)	90,917	25,409	41,797	20,039	19,862	15,347	18,596	13,730
 종사자수(명)	1,114,625	288,947	475,316	227,883	225,873	174,526	211,476	159,124
 매출실적(\$백만)	240,407	58,173	95,351	37,794	32,723	21,901	21,693	26,227
 종사자당매출(\$백만)	0.2157	0.2013	0.2006	0.1658	0.1449	0.1255	0.1026	0.1648
	 미국	 독일	 일본	 영국	 이탈리아	 스페인	 대한민국	OECD국가 전체 평균 (한국제외)

| 2014년 OECD 주요 국가별 건축서비스산업의 사업체수, 종사자수, 매출실적 및 종사자당 매출액 현황\*\* |

\* 2014년도 1인당 국내총생산 (GDP Per Capita)  
 \*\* 2014 Barnes Reports, *Architectural Services Industry, Engineering Services Industry, Landscape Architectural Services Industry*.

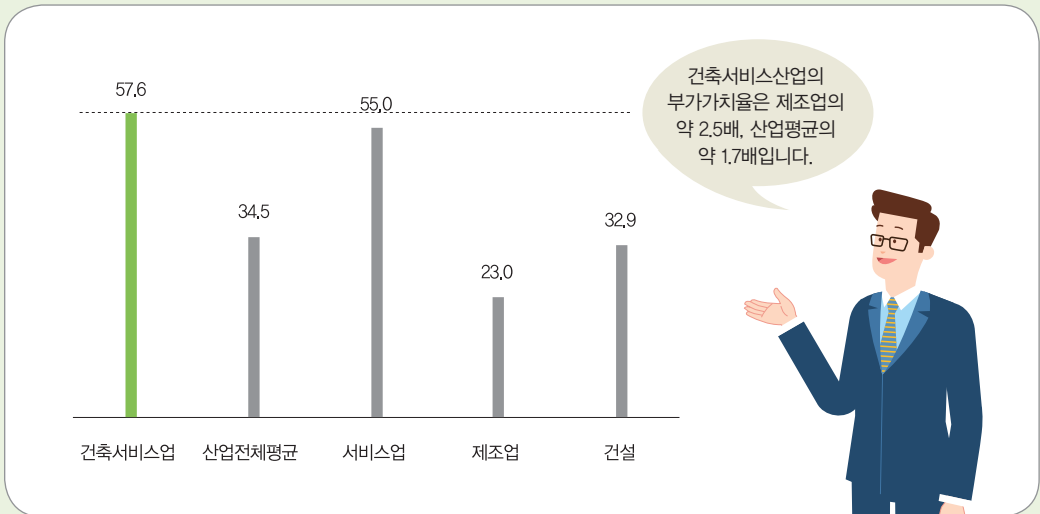
그럼에도 불구하고 국내 건축서비스산업은 지속적으로 성장해왔습니다. 2007년부터 2013년까지 전문·과학 및 기술서비스업 매출액은 1.5배, 건설업은 1.1배 성장하는 동안 건축서비스산업은 1.6배로 늘어났습니다. 건축서비스산업이 건설업보다 뚜렷한 성장을 이뤘으며, 또한 전문·과학 및 기술서비스업 평균 이상으로 성장했다는 것을 의미합니다.



| 2007년~2013년 건축서비스업, 전문·과학 및 기술서비스업, 건설업 각각의 매출액, 사업체수, 종사자수 변화 추이 |

우리의 건축서비스산업은 국내 건설업이나 전문·과학 및 기술서비스업에 비해 높은 성장을 이뤄냈고, 또한 더 높은 매출과 고부가가치를 생산할 가능성도 가지고 있습니다. 미국, 일본 등의 건축서비스산업은 고부가가치를 형성하여 국제적인 경쟁력을 갖춘 모범적 사례입니다. 또한 독일, 영국은 건축서비스산업을 '창조산업'의 하나로 보고 적극적으로 육성중인 나라입니다.

## 🏠 건축서비스산업의 「부가가치」



Ⅰ 건축서비스산업과 주요 산업의 부가가치율\*

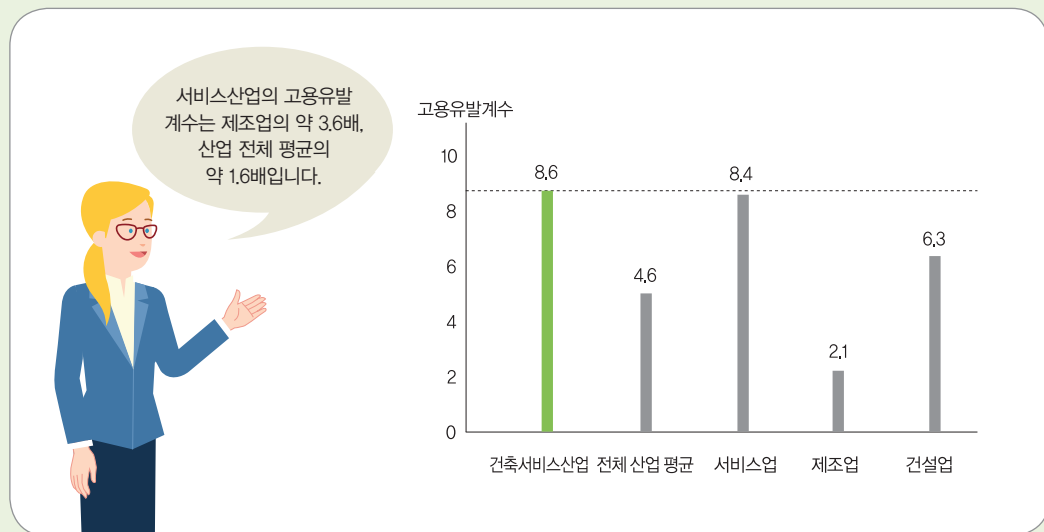
제조업 부문의 부가가치율 평균은 약 23.0%, 그러나 서비스업의 부가가치율 평균은 약 54.9%로 서비스업이 제조업에 비해 상대적으로 부가가치율이 높은 경향을 보입니다.

서비스산업에 속하는 건축서비스산업 또한 부가가치율이 높습니다. 건축서비스산업의 부가가치율은 57.6%로, 제조업은 물론 건설업(32.8%)보다 부가가치 창출 능력이 비교적 뛰어난 산업입니다. 또한 서비스 산업 부문 내에서도 공공행정 및 국방, 부동산 및 임대, 교육서비스, 사업지원서비스 다음으로 부가가치율이 높습니다.

[ \* 부가가치율=(부가가치/총 투입액)\*100, 한국은행의 2012년 산업연관표를 이용. ]

## 02 건축서비스산업\*의 주역, '전문인력'과 '창조인력'

건축서비스산업의 고용유발계수는 8.6입니다. 고용창출면에서 제조업(2.4)이나 건설업(6.3)에 비해 고용유발계수가 매우 높습니다. 건축서비스산업의 상위 분류인 전문·과학 및 기술서비스업 평균 10.7보다는 다소 낮지만 전 산업 평균 5.5에 비해 매우 높으며, 공공행정·국방(8.4)과 유사한 고용창출효과를 가지고 있는 산업입니다.\*\*



| 2012년 산업별 고용유발계수 |

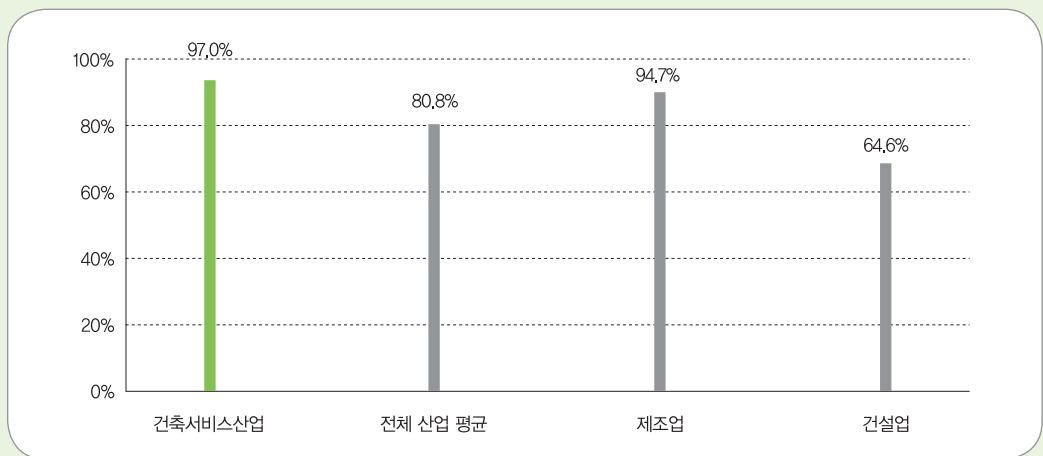


\* 건축서비스업의 산업연관분석을 위해 한국은행의 2012년 산업연관표를 이용, 산업연관표의 기본부문 중 '353.건축·토목 관련서비스', '354.공학관련서비스'를 통합하여, 건축서비스업으로 정의.

\*\* 고용유발계수=피용자수÷산출액(10억원 기준)\*100, 피용자수는 임금근로자에 해당.

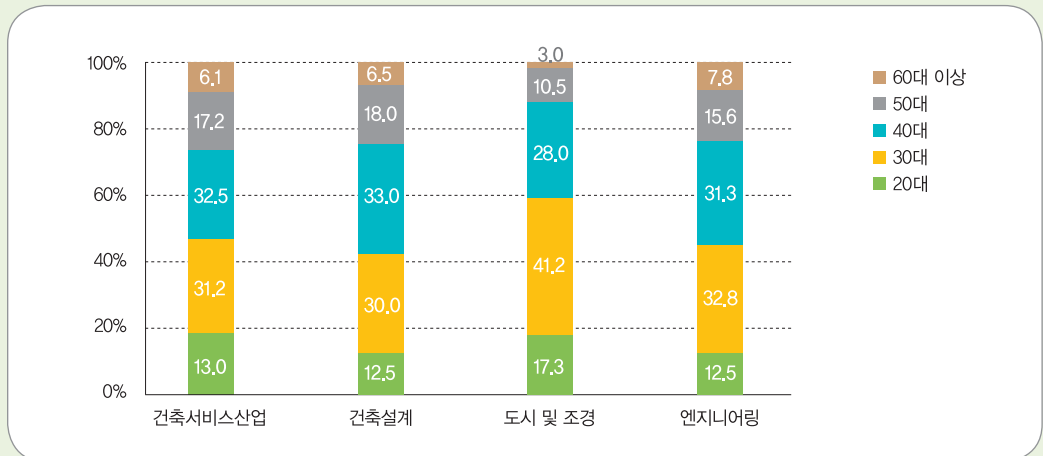


2013년 건축기술·엔지니어링 및 기타 과학기술서비스업의 상용근로자는 전체 종사자 중 97%에 달합니다. 또한 건축서비스산업 실태 조사 결과, 정규직 비율이 건축설계는 97.6%, 도시 및 조경은 96.5%로 조사되었습니다. 이는 산업 평균, 건설업 평균과 비교하였을 때, 건축서비스산업이 타 산업에 비해 매우 안정적인 고용형태를 가지고 있다고 볼 수 있습니다.



Ⅰ 2013년 산업별 상용근로자 비율\*

특히 건축서비스산업은 20~40대 인력이 종사자의 약 77%를 차지하는 젊고 역동적인 산업입니다. 전체 산업 평균에서 동일 연령의 종사자가 70% 초반\*\*에 그치는 반면, 도시 및 조경의 경우 90%에 달합니다.



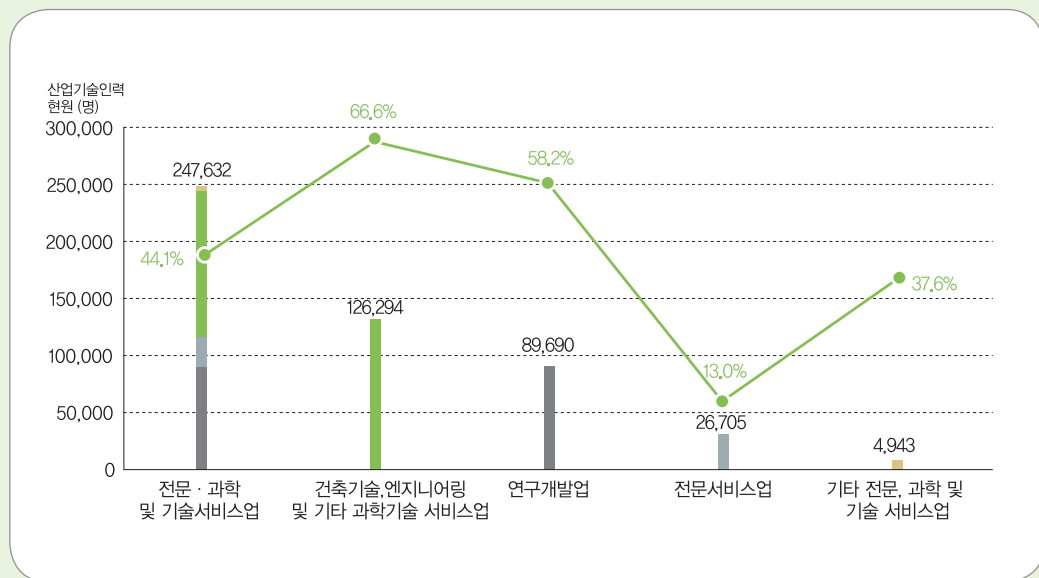
Ⅱ 건축서비스산업 종사자 연령 구성 비율



\* 상용근로자 비율=(상용근로자/전체근로자)\*100%

\*\* 전체 산업 평균의 경우 2014년 상용근로자 대상 피보험자 수를 기준, 20대는 29세 미만의 상용근로자.(한국고용정보원)

또한 건축서비스산업은 고용인력 중 전문인력 비중이 높은 산업입니다. 2012년 전문·과학 및 기술서비스업 내 산업기술인력\* 현원 및 종사자수 대비 비율을 보면, 전문·과학 및 기술서비스업의 종사자 중 44%, 건축기술 엔지니어링 및 관련기술 서비스업\*\* 종사자 중 66.6%가 산업기술인력입니다. 또한 전문대졸 이상 고용 인력이 약 95%에 달해, 고학력자의 고용비율이 매우 높은 산업입니다.



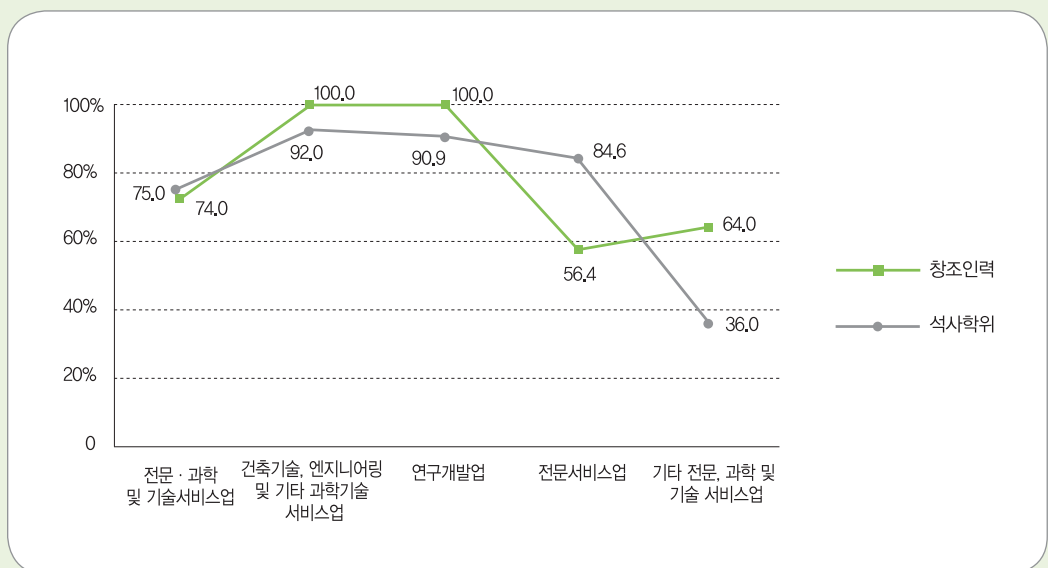
Ⅰ 2012년 전문·과학 및 기술서비스업의 산업기술인력 현원(명) 및 종사자수 대비 비율(%) Ⅰ



\* '산업기술인력'이란 고졸 이상의 학력자로서 사업체에서 연구개발직, 기술직 또는 생산 및 정보통신업무 관련 관리자, 기업임원으로 근무하고 있는 인력을 의미. (통계청)

\*\* 국토교통부(2014), 「건축서비스산업 통계 구축 및 실태조사 연구」.

건축서비스산업과 같은 창조산업에 가장 중요한 요소는 창조인력입니다. 전문·과학 및 기술서비스업 중 일부 산업이 창조산업에 속해, 창조인력의 보유 비율이 다른 산업에 비해 높습니다. 전문·과학 및 기술서비스 업체를 대상으로 시행한 설문조사에서, 건축서비스산업의 경우 모든 업체가 창조인력을 보유하고 있는 것으로 조사되었습니다. 또한 고급인력을 의미하는 석사학위 인력도 92%의 업체가 보유하고 있는 것으로 나타났습니다.\*



Ⅰ 2013년 전문·과학 및 기술서비스업의 창조인력 보유 비중(%)\*\* Ⅰ

\* 산업연구원(2014), 「서비스산업 고부가가치화를 위한 창조성 활용 전략」.  
 \*\* 산업연구원 설문조사 결과. (2014.08)

# 03 산업의 규모에 비해 파급효과가 큰 건축서비스산업

규모가 작은 산업은 경제에 영향을 끼치지 못하는 것 같아요.

직접효과는 적지만 파급효과를 통해 경제에 영향을 끼치기도 합니다.



'한류'의 중심에 있는 관광·콘텐츠 산업은, 시장 규모가 작아 산업이 가지는 직접효과는 크지 않습니다. 그럼에도 이 산업들이 주목받는 이유는 타 산업에 미치는 파급효과가 상대적으로 크게 나타나는 창조산업이기 때문입니다.

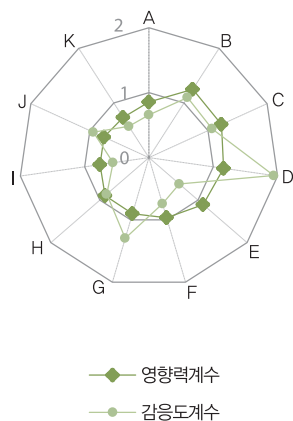
전문·과학 및 기술서비스업의 하위분류인 건축서비스산업도 시장 규모는 작습니다. 그러나 다른 창조산업들처럼, 건축서비스산업이 시장 규모 비해 타 산업에 끼치는 파급효과가 크다고 전문가들은 말합니다. 이런 특성은 중간재 성격을 가진 산업에서 나타나는데, 자체 산업의 매출 증대나 고용증대보다는 파급효과를 통해 다른 산업의 성장에 기여하는 역할을 합니다.

## 건축서비스산업의 「영향력계수 및 감응도계수」

영향력계수와  
감응도계수는..  
무슨 뜻인가요?

산업연관분석에 따라,  
해당 산업이 다른 산업에 얼마나  
영향을 주고 받는지를 계수로  
나타낸 것입니다.

산업분류	영향력 계수	감응도 계수
A <b>건축 서비스</b>	0.85556	0.65867
B 음식료품	1.25013	1.09931
C 금속제품	1.22803	1.06751
D 화학제품	1.16224	1.94142
E 건설	1.10629	0.6193
F 문화 및 기타 서비스	0.96609	0.74144
G 금융 및 보험 서비스	0.90025	1.29462
H 전문·과학 및 기술서비스	0.89331	0.85935
I 교육서비스	0.76108	0.55772



산업연관분석에 따른 영향력계수와 감응도계수는 산업의 성격이 독립적이고, 규모가 작을수록 낮게 나타납니다. 건축서비스산업\*은 모두 1보다 적은 값이 나왔으므로, 건축서비스산업의 전후방연쇄효과 모두 낮다고 볼 수 있습니다, 상대적으로 다른 산업의 영향을 받지 않는 것으로 해석할 수 있습니다.

【...】 \* 건축서비스산업은 표준산업분류 상 전문·과학 및 기술서비스산업의 하위분류로서 산업의 규모가 작아, 산업연관분석 결과 다른 산업에 비해 낮은 수치를 보임.



감응도계수가 1보다 크면 경제상황에 상대적으로 민감한 산업이며, 1보다 작으면 상대적으로 둔감한 산업입니다. 영향력계수가 1보다 크면 경제에 미치는 영향이 상대적으로 큰 산업이고, 1보다 작으면 영향이 상대적으로 적은 산업입니다.



| 제조업, 서비스업, 건축서비스업의 영향력계수 및 감응도 계수 추이(2006~2012)\* |

그러나 2006년도에서 2012년도의 변화를 보면, 건축서비스산업의 영향력계수는 0.14, 감응도계수는 0.17 이상 증가하였습니다. 이런 변화는 근래에 들어 건축서비스산업의 전후방연쇄효과가 커져가고 있음을 의미합니다.

[ \* 한국은행의 2012년 산업연관표를 이용. ]

## 건축서비스산업의 「생산파급효과 및 부가가치파급효과」


	생산유발계수 ((I-Ad)-1)*Adh)	생산유발액 (100만원)	부가가치유발계수 Av*((I-Ad)-1)*Adh)	부가가치유발액 (100만원)
건축서비스산업의 총 효과	1.50156	29,826,043	0.774878	15,391,678
직접효과	1	19,863,366	0.575805	11,437,433
간접효과	0.50156	9,962,677	0.199072	3,954,245
금융 및 보험 서비스	0.044449	882,906	0.023447	465,736
음식점 및 숙박서비스	0.041267	819,696	0.015404	305,985
운송서비스	0.040786	810,149	0.013064	259,493
부동산 및 임대	0.034556	686,405	0.025602	508,540
도소매서비스	0.034015	675,662	0.017347	344,572
정보통신 및 방송 서비스	0.033384	663,124	0.014435	286,734
사업지원서비스	0.029243	580,866	0.019115	379,693

Ⅰ 2012년 건축서비스산업의 생산유발계수 및 유발액, 부가가치유발계수 및 유발액\*

외생화하여 분석한 파급효과는, 건축서비스업에서 수출수요든 내수수요든 어떤 요인으로 1단위의 생산이 증가할 때, 건축서비스업 자체가 증가한 직접효과 1.000과 그에 따른 간접효과 0.502, 총 생산유발계수는 1.502로 나타났습니다.

또 건축서비스업 자체의 부가가치 0.5758, 타 산업에서 간접적으로 발생하는 부가가치 0.1990, 총 부가가치유발계수는 0.7749로 나타났습니다.

건축서비스업에 의한 생산유발계수가 큰 부문은 주로 서비스업종입니다. 금융 및 보험, 음식점 및 숙박, 운송서비스, 부동산 및 임대 등의 순이며, 부가가치유발계수가 큰 부문도 생산유발계수의 경우와 유사한 결과를 나타냈습니다. 이들 부문들이 건축서비스산업 부가가치 파급효과의 영향을 많이 받는 산업으로, 건축서비스산업 육성에 따라 가장 혜택을 많이 받는 산업으로 볼 수 있습니다.

[  \* 한국은행의 2012년 산업연관표를 이용. ]







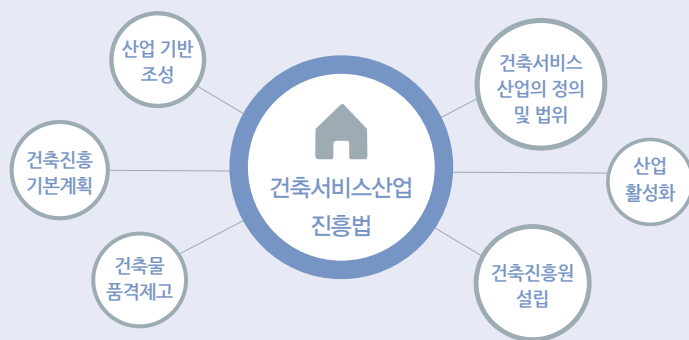
---

건축서비스산업의  
미래

# 01 건축서비스산업의 현황과제

## 🏠 건축서비스산업과 「건축서비스산업 진흥법」

건축서비스산업은 부가가치율도 높고, 일자리 창출 능력도 있는 전문지식기반 서비스 산업입니다. 그러나 안타깝게도 우리 건축서비스산업의 사업체당 매출액은 OECD 국가 28개국 중 20위\*입니다. 정부(국토교통부)는 잠재력에 비해 능력을 제대로 발휘하지 못하고 있는 우리의 건축서비스산업을 세계 상위 수준으로 육성하고자 「건축서비스산업 진흥법」을 제정하였습니다.



「건축서비스산업 진흥법」은 ‘산업 기반 조성’, ‘산업 활성화’, ‘건축물 품격제고를 통한 산업진흥’, ‘건축진흥원’ 등 총 7개의 장으로 구성되어, 건축서비스산업의 발전 기반을 조성하고 건축서비스산업의 진흥을 통해 국민편의 증진과 국민경제의 발전에 이바지하는 것을 목적으로 합니다.

[  \* OECD국가 중 28개국 대상 조사 결과. (국토교통부) ]

건축도시공간연구소에서는 건축서비스산업의 육성방안 마련을 위해 건축서비스산업 진흥법 시행에 대한 체감도와 건축서비스산업의 현황 등에 대하여, 2015년 건축서비스산업 중 건축설계 전문가 약 120인을 대상으로 설문조사를 실시하였습니다.



## 2015년도 건축서비스산업 패널조사

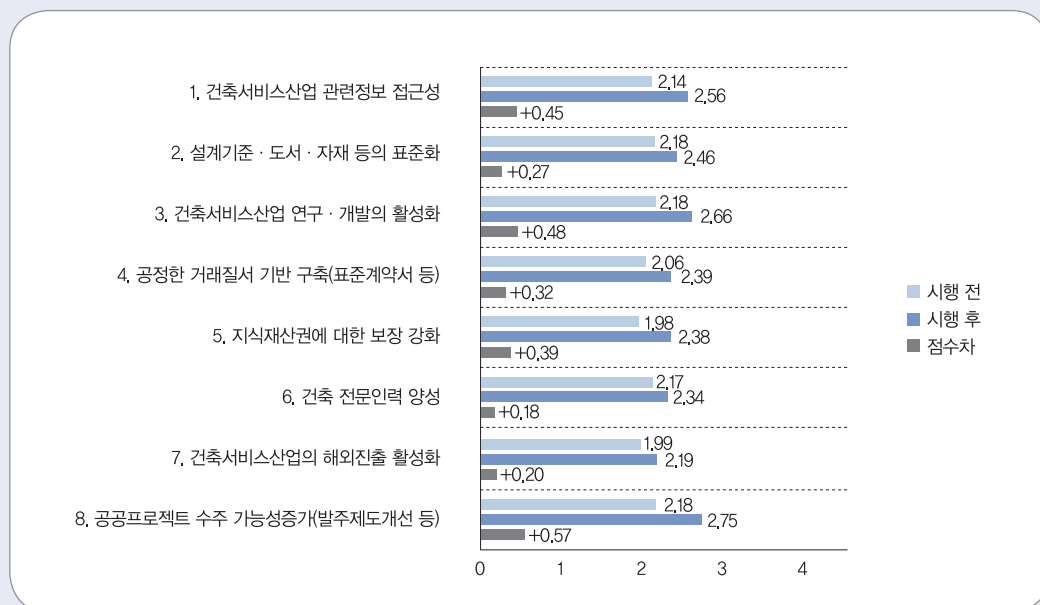
- **목 적** | 건축서비스산업 전문가 의견조사를 통한 정책 · 제도 개선사항 발굴
- **조사대상** | 건축서비스산업 종사자 200인 (응답률 61%)
- **시행기간** | 2015년 12월 15일~12월 28일 (2주)
- **조사방법** | E-MAIL을 통한 설문
- **조사내용** | 건축서비스산업 진흥법 시행에 따른 종사자 체감도 및 2014 실태조사 결과에 따른 개선사항 조사 등



조사대상

200인  
(응답률 61%)

## 「건축서비스산업 진흥법」 시행 성과는?



Ⅰ 건축서비스산업 진흥법 제정 전후 산업 활성화에 대한 설문 결과 Ⅰ

건축서비스산업 진흥법이 시행되고 1년 6개월 동안, 진흥법이 건축서비스산업 활성화에 어떤 영향을 미쳤는지 전문가들의 의견을 물었습니다.

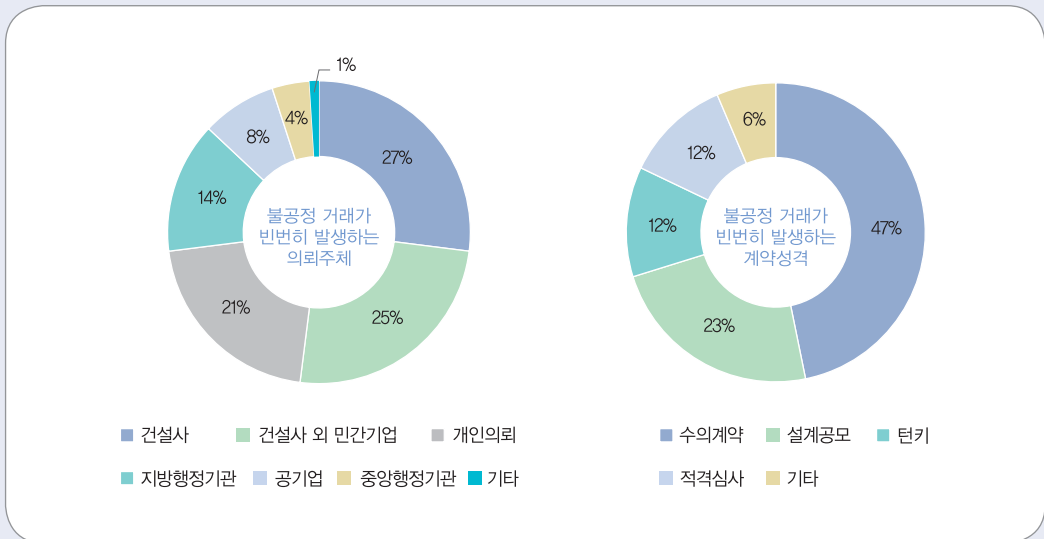
진흥법을 바탕으로 8개의 항목을 설정하고 각 항목별 활성화 정도에 따라 0점부터 5점의 평가를 받은 결과, 평균 2.5점에도 미치지 못하는 것으로 나타났습니다. 또한 법 시행 전 평균 2.11점, 법 시행 후 평균 2.47점으로, 시행전후 점수 변화는 +0.36점에 그치는 것으로 조사되었습니다. 전문가들은 진흥법이 건축서비스산업에 미치는 영향을 거의 체감하지 못한 것으로 조사되었습니다.

전문가들이 전후 변화를 체감하기 어려운 이유로는, '서비스 수요자인 건축주, 발주자의 인식변화가 동반되지 않아서'가 40명, '산업 내 관행철폐를 위한 자발적 노력 부족'을 23명이 선택하였습니다. 그리고 19명의 전문가는 '건축서비스산업 진흥을 추진하고 지원하는 기관의 부재'가 진흥법의 실효성을 떨어트린다고 응답하였습니다.

## 🏠 전문가들이 말하는, 건축서비스산업 진흥의 다섯 가지 해결과제

### ① 과제 하나, 공정한 계약체계 구축\*

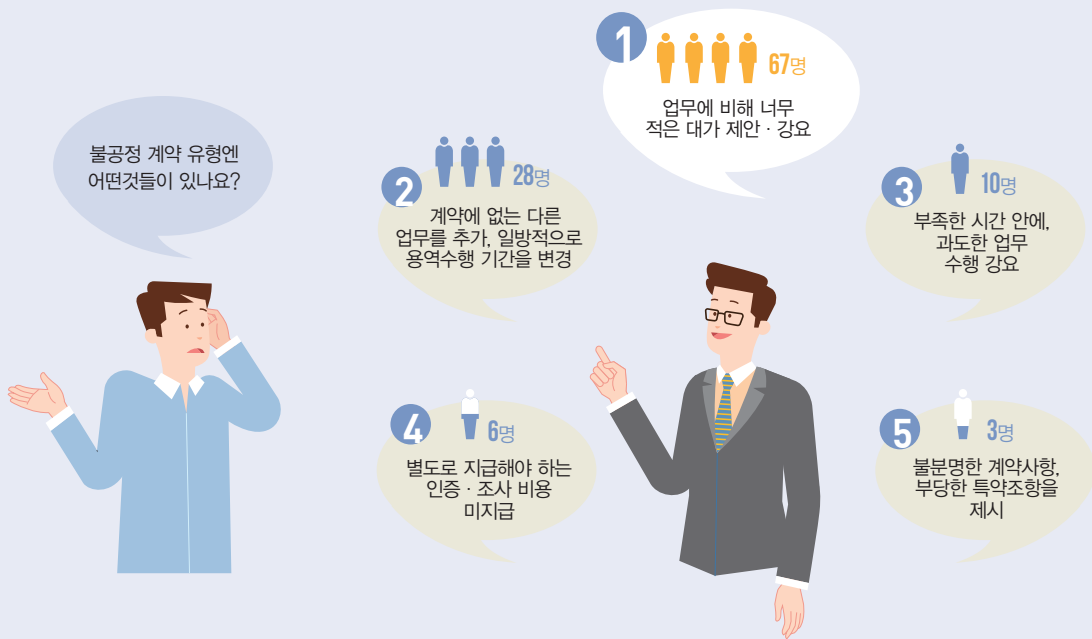
건축서비스산업 전문가에게, 불공정 계약이 발생하는 경우에 대해 물었습니다.



| 불공정 계약이 빈번히 발생하는 용역 의뢰주체 및 계약성격에 대한 설문 결과 |

불공정 계약 발생이 빈번한 의뢰주체와 관련해, '건설사'가 27%로 1위, '건설사 외 민간기업'이 25%로 2위, '개인의뢰'가 21%로 3위, '지방행정기관'이 14%로 4위, '공기업'이 8%로 5위에 들었습니다.

불공정 계약 발생이 빈번한 계약의 성격으로 46.8%의 전문가가 '수의계약\*\*'을 선택했습니다. 그 다음으로는 '설계공모'를 선택한 전문가가 23.4%, '턴키\*\*\*'가 11.9%로 조사되었습니다.



| 불공정 계약 유형별 발생빈도에 대한 설문 결과 |

불공정 계약 유형으로, '비현실적으로 낮은 단가를 적용한 계약금액을 제안·강요받았다'고 응답한 전문가가 67명이었습니다. 이는 응답자 중 59%가 선택한 것으로 불공정 계약 사례의 대다수가 이에 해당합니다.

28명은 '용역수행 중 발주자의 일방적인 변심으로 인해 빈번한 계약내용 변경이 발생했다'고 응답하였습니다. 서비스산업은 계약기간 동안 제공되는 모든 서비스가 제조업의 '제품'에 해당합니다. 그렇기에 생산과정에서 발생하는 발주자의 번복과 추가업무는 별도의 대가를 지불받아야만 수행이 가능합니다. 그러나 발주자들이 추가업무에 대한 대가를 지불하지 않아, 많은 건축서비스산업 종사자들이 어려움을 겪고 있는 것으로 보입니다.

\* 2014년도 응답자 중 33.3%가 건축서비스산업의 발전을 위해서는 공정한 계약체계가 성립되어야 한다고 응답하였음.(국토교통부)

\*\* 수의계약: 매매나 대차(貸借), 도급(都給) 등을 계약할 때 경매(競賣), 입찰(入札) 등의 방법에 의하지 않고, 적당한 상대방을 임의로 선택해 맺는 계약으로 경쟁계약에 대립되는 개념. (이종수)

\*\*\* 턴키: 정확한 명칭은 풀 턴 키(full turn key). 해외 건설 공사 등의 계약방식의 하나로, 열쇠(키)를 돌려면 기계가 움직이는 상태로 하여 인도한다는 뜻에서 온 말이며, 일괄 수주 계약을 가리킴. (현대 건축관련용어편찬위원회)

## ② 과제 둘, 건축서비스의 품질 향상 및 경쟁력 제고를 위한 ‘적정 대가기준 마련’

산업 전문가는 건축서비스산업 내 수요와 공급의 불균형으로 인한 과당경쟁이 산업의 발전을 저해하고 있다고 분석하였습니다. 동시에 건축서비스에 대한 법정 대가기준의 부재로 인해, 건축서비스업체는 최소한의 대가를 보장받지 못한 채無理하게 낮은 금액으로 계약할 수밖에 없어 지금의 상황에 이르렀을 것이라고 추정했습니다.

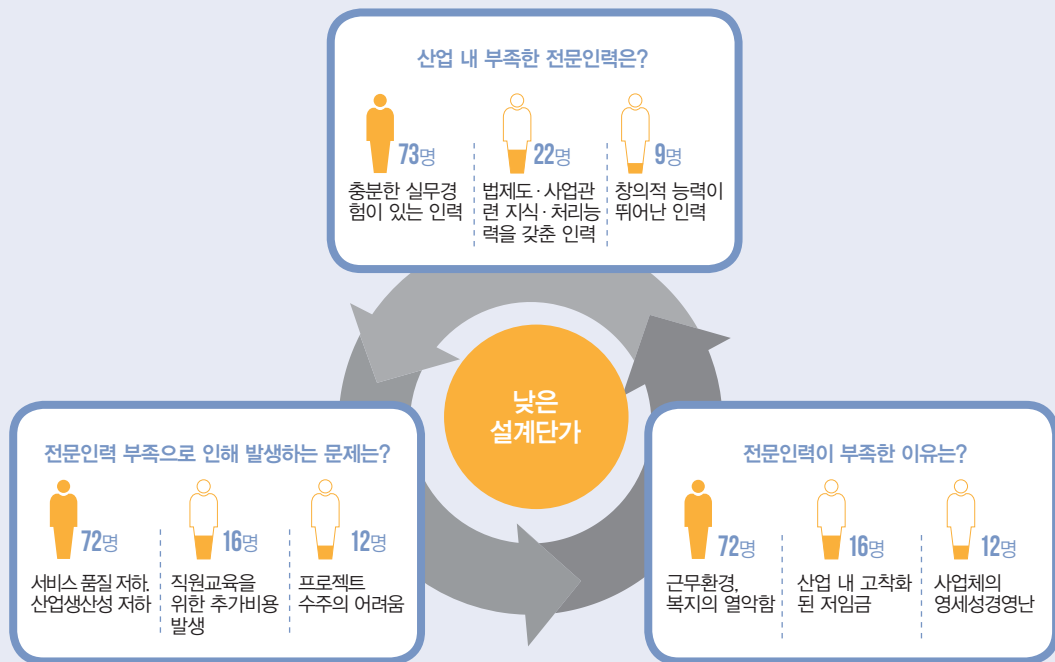


Ⅰ 낮은 설계단가의 원인과 결과에 대한 설문 결과 Ⅰ

건축서비스산업에 종사하는 전문가들의 응답도 동일했습니다. 현재의 낮은 설계단가 및 용역비의 원인으로 전문가 34명이 ‘건축사 보수 및 업무기준 폐지로 인한 법정대가기준 부재’를 꼽았으며, 근소한 차이로 ‘산업 내 과당경쟁으로 인한 시장단가의 하락’이 33명의 전문가에게 선택되었습니다.

용역에 대한 적정 대가를 지급받지 못한다면 어떤 문제 발생의 원인이 되는지 전문가들에게 물었습니다. 응답자 중 67명의 전문가가 건축서비스의 품질저하를 유발한다고 응답했습니다. 또 18명의 전문가는, 건축서비스산업 전반에 걸쳐 종사자 저임금의 원인이라고 생각합니다.

적절한 대가를 지급받지 못하는 서비스의 품질이 떨어질 것이라는 누구나 예측 가능한 당연한 답변입니다. 그러나 이 당연한 결과는, 불특정 다수가 사용하는 공공재인 건축물의 안전과 우리의 생활환경에 위협이 될 수 있습니다. 현재 우리나라의 건축서비스산업은 서비스에 대한 적정 대가를 지급받지 못함에도, 건축물의 안전과 환경의 질을 보장해야 하는 책임만을 떠안고 있습니다.



Ⅰ 건축서비스산업 전문인력 수급 현황에 대한 원인 및 문제점 대한 설문 결과 Ⅰ

건축서비스산업은 축적된 경험과 전문 지식·기술·창의력 등을 바탕으로 전문화된 서비스를 제공하는 산업입니다. 건축서비스산업에 이러한 전문인력 고용비용이 타 산업에 비해 매우 높습니다. 그러나 건축서비스산업 전문가들은 여전히 충분한 실무경험이 있는 경력사원(73명)과 창의적 능력이 뛰어난 인력(22명)을 확보하기 어렵다고 합니다.

이 문제의 원인으로 전문가 53인은 근무환경과 복지가 열악하기 때문이라고 응답하였고, 다른 38명의 전문가는 산업 내 고착화된 저임금이 문제라고 응답하였습니다. 그리고 13인은 건축서비스산업 사업체의 영세성과 경영난을 원인으로 꼽았습니다.

전문인력 확보의 어려움은 결국 용역의 질적 저하, 업무효율 저하, 생산성 저하의 원인으로 작용한다고 응답한 전문가가 72명에 달했습니다.

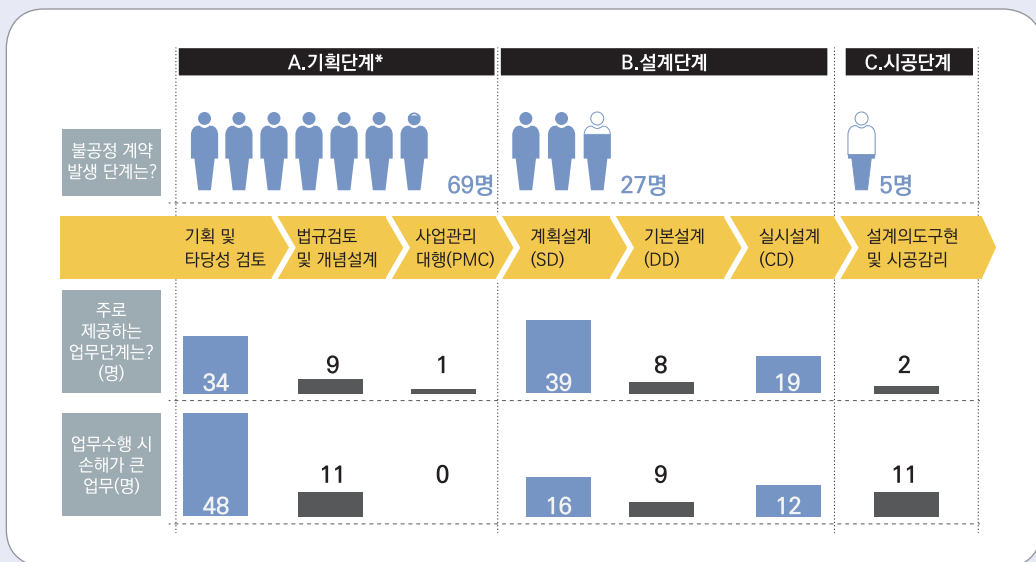
산업 전문가는 낮은 설계단가가 전문인력 유출의 원인\*이 될 수 있다고 지적했습니다. 적정 대가를 받지 못하고 있는 건축서비스산업의 현재상황이 결국 서비스의 품질 저하, 건축서비스산업 사업체 경영난 유발, 산업 종사자 저임금 고착화, 전문인력의 유출, 건축서비스산업의 국제경쟁력 약화 등 산업과 관련된 모든 문제를 일으키는 것으로 조사 되었습니다.

【 \* 대가기준 부재 및 산업 내 과당경쟁 발생 ⇒ 낮은 설계단가 ⇒ 저임금 및 열악한 근무환경 ⇒ 산업 전문인력 유출 ⇒ 건축서비스의 품질저하 ⇒ 낮은 설계단가 】



### ③ 과제 셋, 건축서비스산업의 부가가치 증대

조사에 참여한 전문가, 또는 전문가의 소속 사업체가 주로 제공하는 서비스는 계획설계입니다(39명). 뒤를 이어 기획 및 타당성 검토(34명), 실시설계(19명)로, 다수의 전문가·사업체가 유사 분야의 서비스를 제공하고 있습니다.



Ⅰ 건축서비스산업 업무 단계별 설문 결과 Ⅰ

건축서비스의 업무 영역을 ‘건축물의 기획관련 업무’, ‘건축물의 설계관련 업무’, ‘건축물의 시공 관련업무’로 나누어 어떤 업무 단계에서 주로 불공정한 계약이 발생하여 제도적 개선이 시급한 단계에 대해 전문가들에게 물었습니다.

응답자 중 69명이 ‘기획단계\*’를 선택하였고, 27명이 ‘설계단계’, ‘시공단계’는 5명이, 그리고 무응답이 13명이었습니다.

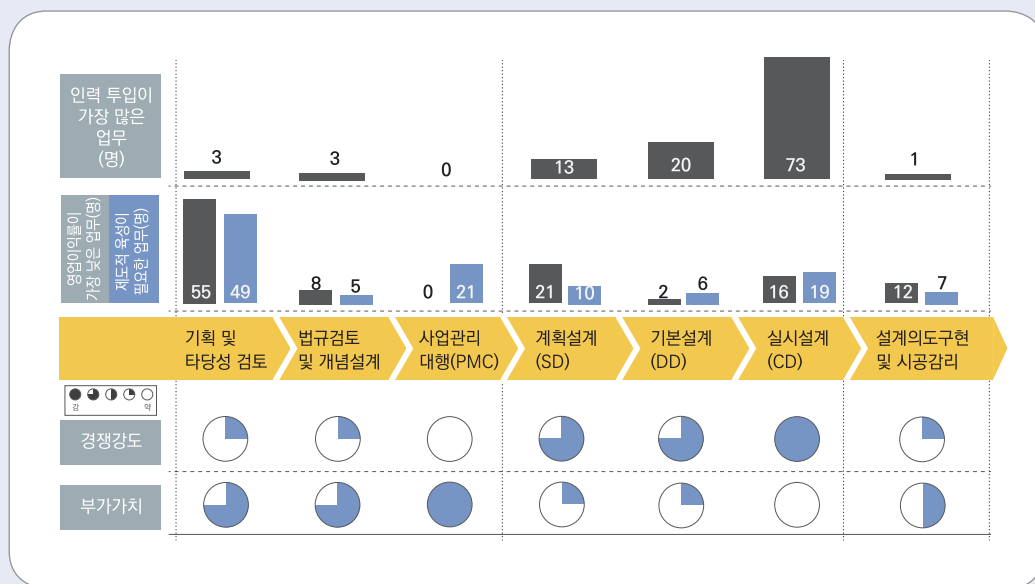
다음으로 계약자가 낮은 단가로 서비스를 제공하라고 강요하거나, 기간에 비해 과도한 양의 용역을 요구하여 업체의 손해가 큰 업무를 조사한 결과, 전문가 중 48명이 ‘기획 및 타당성 검토’업무 수행 시 가장 큰 손해가 발생했다고 응답하였습니다. 전문가 인터뷰를 통해 기획 및 타당성 검토를 무상으로 수행한 경우도 많은 것으로 나타났습니다. 그밖에 16명의 전문가는 ‘계획설계’, 12명의 전문가는 ‘실시설계’를 선택하였습니다.

【 \* 기획단계는 건축물·공간 조성을 기획하거나, 이와 관련된 타당성 검토·법규 검토 등의 업무를 수행, 또한 개념설계, 사업관리 대행 서비스도 이에 포함됨. 】

업무별로 인력이 가장 많이 투입되는 단계는 실시설계(73명)입니다. 다음으로 20인이 기본설계, 13인이 계획설계를 선택하여 각각 2위와 3위로 조사되었습니다. 그러나 해당 단계는 협력업체 수행량 또한 높은 것으로 나타나, 타 업무에 비해 매출은 높으나 부가가치는 낮을 것으로 예상됩니다.

전문가들에게 ‘영업 이익률’이 가장 낮은 업무는 무엇인지 물었을 때, 무려 55명의 전문가가 기획 및 타당성 검토를 선택했습니다. 기획 및 타당성 검토에 투입되는 인력 수는 적으나, 다른 업무에 비해 전문능력을 갖춘 고비용의 인력이 투입됨에도 불구하고 적정 대가를 받지 못하는 것이 원인일 것으로 예상됩니다.

국내 건축서비스산업의 부가가치를 보다 높이기 위해 제도적으로 육성이 필요한 서비스 단계로 전문가 중 46인이 기획 및 타당성 검토를 선택하였습니다. 그밖에 21명이 사업관리 대행, 19명이 실시설계를 선택하였습니다.

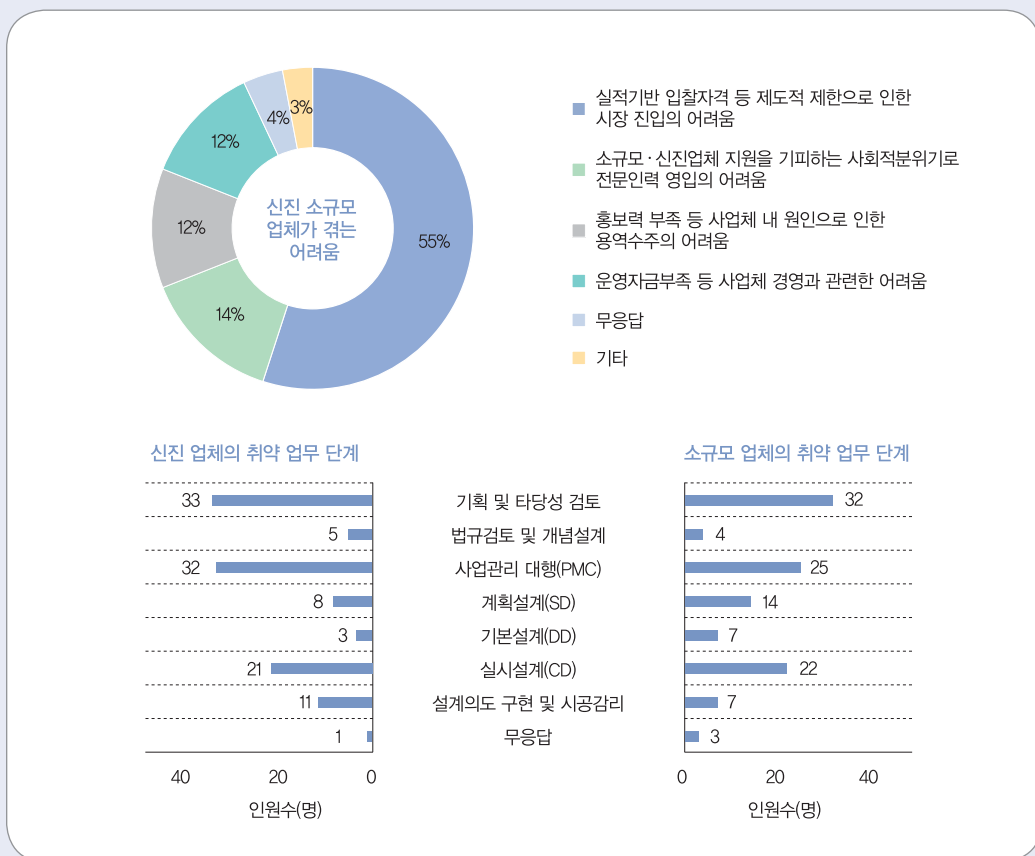


Ⅰ 건축서비스산업 업무 단계별 설문 및 분석 결과 Ⅰ

조사 결과에 대해 산업 전문가는 국내 건축서비스산업이 특정 서비스에 치우친 공급형태를 가지고 있다고 분석했습니다. 이로 인해 해당 서비스는 더욱 낮은 시장단가가 형성되어 있어 많은 부가가치를 생산하지 못할 것으로 보이며, 반대로 고부가가치 생산력을 가진 기획단계는 적정 대가를 지불받지 못 해 관련 전문 인력도 부족할 것으로 예측했습니다.

#### ④ 과제 넷, 신진·중소규모 기업 육성 및 전문인력 양성

신진·소규모업체 육성 기반을 마련하기 위해 해결해야 할 문제에 대해 전문가들의 의견을 물었습니다.

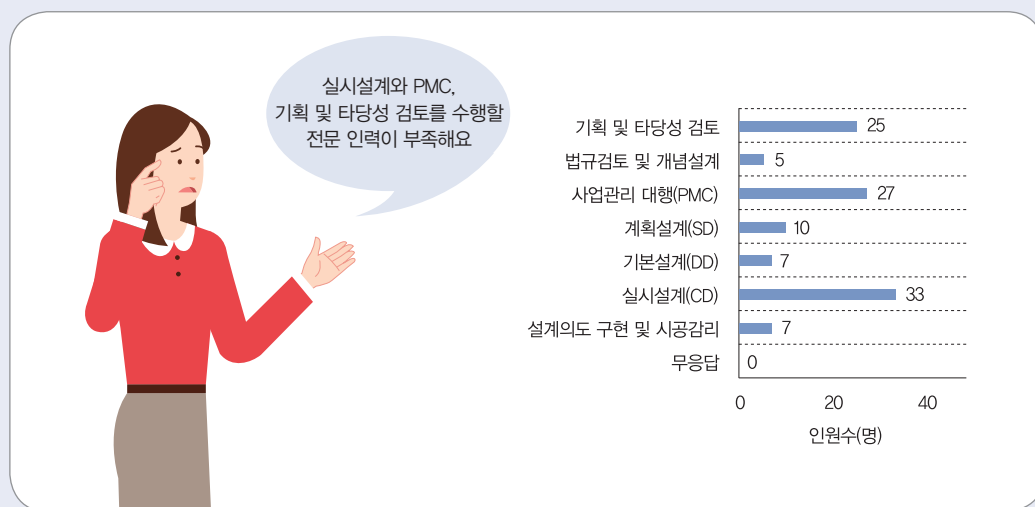


Ⅰ 건축서비스산업 진흥을 위한 인식개선 대상 및 홍보방안 설문 결과 Ⅰ

응답자의 약 55%가 실적을 기반으로 입찰자격이 주어지는 등 제도적인 제한이 신진·소규모 업체가 겪는 가장 큰 어려움이라고 응답했습니다. 16명은 신진·소규모 업체가 전문인력을 영입하는데 어려움을 겪고 있다 응답하였으며, 다음으로 각각 14명의 전문가가 ‘사업체의 홍보력 부족’과 ‘운영자금 부족’등을 겪고 있다 응답하였습니다.

기성·대형 업체에 비해 신진·소규모 업체의 업무능력이 가장 취약한 업무로는 ‘기획 및 타당성 검토’로 조사되었습니다. 다음으로는 사업관리대행, 실시설계 순으로 나타났습니다. 신진업체와 소규모업체가 서로 약간의 차이는 있으나, 대체적으로 건축서비스 업무 전반에 취약한 것으로 보입니다.

지난 실태조사결과 전문인력의 확보의 어려움이 건축서비스산업의 발전 장애요인 중 하나로 조사되었습니다. 이를 바탕으로 어떤 업무를 수행하는 전문인력이 부족한지 전문가들에게 물었습니다.



| 건축서비스산업 업무 별 전문인력 부족 현황 설문 결과 |

실시설계 전문인력이 부족을 선택한 전문가가 33명, 다음으로 사업관리 대행 전문인력을 선택한 전문가는 27명이었습니다. 근소한 차이로 기획 및 타당성 검토 전문인력을 선택한 전문가는 25명이었습니다.

앞서 제도적 육성이 필요한 업무분야도 이와 비슷한 응답 결과\*를 얻었습니다. 설문결과 건축서비스산업 제도적 육성이 전문인력 부족과 밀접한 관계가 있으며, 해당분야에 대한 인력양성이 제도적으로 지원되어야 한다고 생각하는 것으로 보입니다.

건축서비스산업은 다른 재화의 투입 없이 전문인력을 기반으로 제공되는 산업이므로, 전문인력의 부족은 서비스의 품질과 산업 매출, 나아가 국제 경쟁력에도 부정적 영향을 끼칠 수 있다고 산업전문가는 언급하였습니다.

\* 제도적 육성이 필요한 업무분야로 기획 및 타당성 검토 46명, 사업관리 대행 21명, 실시설계 19명이 선택하였음.

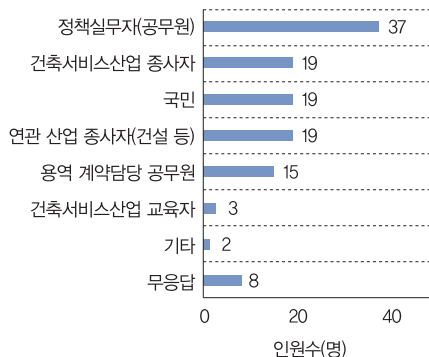
## ⑤ 과제 다섯, 건축서비스산업 홍보 및 인식개선

건축서비스산업에 대한 인식 전환을 위한 홍보방안에 대해 물었습니다.

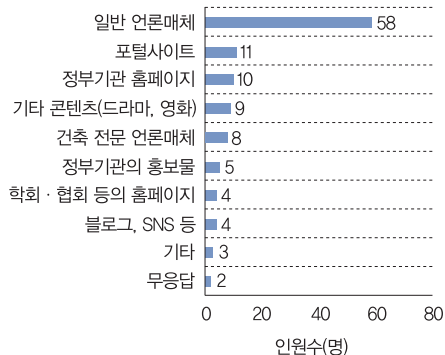
건축서비스산업 관련 정책  
실무자들의 인식변화가  
우선되어야 합니다.



건축서비스산업 진흥을 위한 인식 전환 대상



건축서비스산업 인식 전환을 위한 홍보 매체



Ⅰ 건축서비스산업 진흥을 위한 홍보방안 및 인식개선 대상 설문 결과 Ⅰ

전문가들은 홍보 대상 1순위로 정책실무자(37명)를 꼽았습니다. 그리고 다음으로는 건축서비스산업에 종사하는 실무자를 19명의 전문가가 선택하였고, 공동 2위로 일반 국민 및 연관 산업 종사자가 선택되었습니다. 그 밖에 건축 용역 계약담당 공무원이 선택되었습니다.

홍보 방식은 일반 언론매체를 통한 홍보가 이뤄져야 한다고 생각하는 전문가가 많았습니다(58명). 이는 홍보대상을 떠나, 사회 전반적으로 건축서비스산업에 대한 인식 전환이 이슈화 되길 바라는 전문가들의 의견이 반영된 결과로 보입니다.

## 🏠 건축서비스산업 진흥을 위한 과제



### 〈건축서비스는 건축물의 품질과 공공의 안전을 보장하는 지식기반 서비스입니다.〉

건축서비스 공급자는 가격이 아닌 품질 경쟁을 통해 발전하도록 노력해야 하며, 공공의 이익을 위해 책임감 있는 서비스를 제공하여야 합니다. 양질의 건축서비스를 제공받고자 하는 수요자는, 그에 따른 적정 대가를 지불해야 합니다.

### 〈부가가치가 높은 분야에 대한 제도적 보호와 육성이 필요합니다.〉

선진국의 건축서비스 업체는 창의성과 전문성을 필요로 하는 기획단계에서 많은 부가 가치를 생산하는 반면, 국내 업체는 기획단계에서 가장 많은 손해를 보는 것으로 나타났습니다. 이는 상대적으로 부가가치가 낮은 설계단계에 다수의 중·소규모 업체가 집중되는 원인으로 작용합니다. 결국 관련 전문 인력의 유출과 경험부족이 발생하게 되어, 해외 시장에서 우리 건축서비스산업의 경쟁력 약화의 원인이 됩니다.

### 〈우리 모두의 인식변화가 필요합니다.〉

정책이나 제도만으로는 국내 건축서비스산업이 가진 악순환의 고리를 끊을 수 없습니다. 이를 위해 정부 및 관련 연구기관은 건축서비스산업의 적정 대가기준을 마련하고, 시장 내 공정한 계약체계가 정립되도록 관리·감독의 역할을 수행해야 합니다. 건축서비스 공급자는 대가기준 마련을 위한 기초자료를 제공하고, 산업 내 관행 철폐를 위한 자발적인 움직임이 필요합니다. 건축서비스 수요자는 건축서비스가 '봉사'가 아닌, 전문지식과 창의성을 바탕으로 하는 '생산 활동'임을 인식해야 합니다.

## 02 건축서비스산업의 진흥

### 🏠 건축서비스산업 전문가들의 대화 ‘건축서비스산업의 현재와 미래’

저희 연구소는 건축서비스산업 전문가 8인을 모시고 ‘건축서비스산업의 현재와 미래’라는 주제로 좌담회를 개최하였습니다.

전문가들은 4차 산업혁명, 한류 문화의 시대, 세계경기침체 등 오늘날의 사회·경제적 이슈가 건축서비스산업에 미치는 영향과 이에 따른 우리의 대응방안에 대해 많은 의견을 주셨습니다.

이를 ‘건축과 미래 문화산업’, ‘기술의 발달과 건축’, ‘미래의 건축서비스산업과 부가가치 창출’, ‘건축과 일자리 변화’, ‘건축에 대한 인식의 전환’ 이라는 소주제로 정리하였습니다.



## • 건축과 미래 문화산업



구승희

· CRAFT design  
대표이사/소장  
· 영화<건축학개론>  
총괄 건축 디렉터

스마트 폰 애플리케이션 활용을 통해 O2O\*를 공간에 접목시키려는 시도 같은 것이 필요합니다. 이진 하나의 사례지만, ‘야놀자’ 같은 애플리케이션은 사람이 직접 방문하지 않아도 공간에 대한 정보를 얻을 수 있고, 또 공간을 이 용함으로써 얻을 수 있는 다른 서비스들이 무엇이 있는지를 사용자에게 알려 줍니다. 우리가 고정관념처럼 ‘건축’하면 떠올리는 전통적인 ‘공간’과 ‘시설’의 개념에서, 보다 넓은 ‘서비스’의 개념으로 확장된 시스템입니다. 공간은 방문을 통해서만 경험할 수 있지만, 서비스는 비 물리적 개념으로 더 많은 소비자가 경험할 수 있으니까요. 제가 말씀드린 애플리케이션은 여러 방법 중 하나 일 뿐입니다.

이렇게 건축이 아닌 다른 분야에서는 ‘공간’과 관련된 서비스를 적극적으로 활용하고 소비자들에게 제공하고 있는데, 오히려 건축서비스산업에선 누구도 이 분야에 도전하지 않습니다. 타 분야가 건축을 활용하는 현재의 상황을 우린 너무 방관하고 있습니다.

우리도 건축이 진출할 수 있는 분야를 적극적으로 찾아야 합니다. 그것이 꼭 제가 앞서 말씀드린 IT와 같은 신산업이 아니더라도, 건축이 나갈 수 있는 분야는 많다고 생각합니다. 건축은 우리의 생활과 정말 밀접한 관계에 있고, 또 문화에 끼치는 영향도 매우 큼니다. 제가 관여했던 건축학개론의 경우도, ‘건축’이 문화콘텐츠에 영향을 끼친 경우라고 할 수 있습니다. 그 덕에 제가 이 자리에 참석하게 된 것 같고요. 이처럼 우리 건축 종사자들이 관심과 노력을 기울인다면, 다양한 산업에서 건축이 핵심 분야로 영향력을 가질 수 있다고 봅니다.



\* O2O(Online to Offline): 온라인과 오프라인의 결합. 최근에는 주로 전자상거래와 마케팅에서 사용하는 말로, 온라인을 통해 수집된 소비자의 정보를 바탕으로 판매자가 맞춤형 서비스를 제공 가능하도록 함. 고객유치, 서비스제공, 결제, 홍보 등이 온라인-오프라인에 걸쳐 이뤄짐. 건축서비스와 연관된 예로, 장소임대 · 숙박시설예약 · 부동산매매 등의 서비스에 활용되고 있음.





정 소 익

· 2017 서울도시건축  
비엔날레 사무국장

우리는 건축의 개념을 너무 협의적으로 생각하고 있습니다. 우리가 생각하는 건축의 개념이 일부분에 한정되어 있어, 건축서비스산업의 범위도 한정적일 수밖에 없다는 생각이 듭니다. 제가 서울시 도시건축국제비엔날레를 준비하며 자주 듣는 질문 중 하나는, ‘건축을, 도시를 어떻게 전시하나요?’입니다. 제게 이런 질문을 하시는 이유는, 건축과 도시에 대한 고정관념 때문이라고 생각합니다. 건축은 건물뿐만 아니라, 영화·사진·미디어·음악 등 우리가 살아가는 모든 것과 관계가 있습니다. ‘건축’을 ‘건물’이라고 정의하면 건물밖에 보여줄 것이 없지만, 저희가 생각하는 건축은 건물에 국한된 것이 아닙니다. 그렇기 때문에 비엔날레에선 영화를 상영해도, 음악을 틀어도 그 모든 것이 건축입니다. 물론 도시도 마찬가지입니다. 한 예를 말씀드리면, 제가 알고 지내는 외국인 친구들은 서울을 매우 좋아하지만, 서울의 건물을 좋아하는 것이 아닙니다. 그들은 물리적인 것에서 매력을 느끼는 것이 아니라, 서울이 가진 분위기와 이미지를 좋아하는 것이죠. 저희가 비엔날레를 통해 보여주고자 하는 것도 ‘그런 것’입니다. 비엔날레를 준비하면서, 어떤 방식으로 저희가 생각하는 건축과 도시를 비엔날레에 담을 수 있을지 여러모로 고민이 많습니다.

비엔날레에 대해 이야기가 길어졌습시다만, 제가 앞서 말씀드린 것처럼 건축의 진정한 가치를 발견하기 위해선 건축의 정의를 물리적인 것으로 한정하지 말아야 한다고 생각합니다. 오늘날과 같은 융복합의 시대에서, 건축처럼 다양한 분야를 아우르는 산업에겐 분야를 나누는 것이 독이 될 수 있다고 생각합니다. 분야를 나누고 각각 서로의 이권만을 강하게 주장하는 상황이, 오히려 건축이 가진 많은 기회를 스스로 잃어버리게 만들지도 모릅니다.

## • 기술의 발달과 건축



고 일 두

· 서울과학기술대학교  
건축학부 교수

최근 우리나라 바둑기사 이세돌과 구글의 AI ‘알파고’ 간의 대국이 큰 이슈가 되었습니다. AI가 사람의 역할을 대신할 뿐만 아니라 사람보다 더 잘 해낼 것이라는 점이 대중에게는 놀라움을 넘어 두려움과 경계심까지 들게 했습니다. 우리가 소위 4차 산업혁명이라고 말하는, 정보통신기술(ICT)의 융합으로 이뤄지는 차세대 산업혁명이 멀지 않았다는 것을 많은 사람들이 알게 된 겁니다. 인공지능, 로봇기술, 생명과학이 주도하는 산업의 발전은 이미 의료서비스나 금융 분야에서 두각을 나타내고 있습니다. 세계경제포럼 리포트처럼, 우리가 당연히 하는 현재의 일자리 중 많은 수가 없어지고, 또 전에 없던 일자리

들도 생겨날 겁니다.

기술의 발달은 건축서비스산업에도 많은 변화를 가져올 것이라 생각합니다. 최근 국내 건축서비스산업에도 이런 시도들이 일어나고 있습니다. 건축행정시스템 세움터 정보를 바탕으로, 프로젝트의 기본정보를 입력하면 관련 법규를 자동으로 검토해주는 프로그램을 실무에서 활용하시는 것으로 알고 있습니다. 사람이 조사하고 검토하던 것을, 프로그램을 통해 보다 효율적으로 처리할 수 있게 되었습니다.

이렇게 건축서비스 중 AI가 수행할 수 있는 단순 검토와 계산 등의 업무는 빠르게 대체될 겁니다. 일부 업무는 AI가 사람보다 더 빠르고 정확하게 해 낼 것이라 생각해요. 그러나 이런 변화가 건축서비스산업에 부정적으로 작용하지 않을 겁니다. AI는 인간의 능력 중 학습·추론·지각·이해 등의 능력을 갖춘 인간의 모방형 기술이고, 인간이 가진 창의성은 학습이나 모방으로 만들어지는 것이 아닙니다. 건축은 전통적으로 창조적인 분야지요. 건축은 창조력을 바탕으로 오랜 시간, 수차례의 산업 혁명 과정에서도 살아남은 직업입니다. 건축에 쓰이는 재료가 돌과 나무에서 철, 우리가 되니까 건축은 변화에 적응해왔고 함께 발전했습니다. 기능적인 면에선 AI가 뛰어나다 해도, 또 AI를 비롯한 어떤 새로운 변화도, 개인의 감성과 개성을 바탕으로 하는 인간의 창조성을 대신할 수는 없다는 것이 저의 생각입니다.



하 태 석

· SCALe 대표/영국  
왕립건축사  
· 베니스비엔날레  
국제건축전 한국관  
전시작가

제가 경험하고 느낀 바를 바탕으로 말씀드리자면, 우리 건축서비스산업에 보다 미래지향적인 사고가 필요하다고 생각합니다. 방금 고일두 교수님께서 ‘알파고’에 대해 언급 하셨는데, 저는 알파고와 이세돌의 대국이 사회적으로 긍정적인 영향을 주었다고 생각합니다. 대국의 결과를 보고 많은 사람들이 기술 발전을 체감할 수 있었다고 생각했습니다.

이런 자극이 우리에게 필요합니다. 4차 산업혁명은 먼 미래의 이야기가 아닙니다. 영화처럼, AI가 사람을 대신하는 그날이 멀지 않았습니다. 이건 다른 나라의 이야기도 아닙니다. AI는 건축서비스산업과 연관된 수많은 기술 중 하나에 불과합니다. 3D프린팅, IoT 등 다양한 분야에서 건축서비스산업 영역으로 진출하고 있습니다. 그럼에도 불구하고 대부분의 우리 건축교육은 기존의 이론과 방식에서 벗어나려고 하질 않습니다. 우리의 건축서비스산업은 교육 뿐 아니라 산업 전반적으로 시대 변화와 동떨어진 채, 기존의 방식에 안주하려고 합니다.

얼마 전 세계경제포럼 리포트에서 언급한 미래의 일자리에 대해 국가별로 분

석한 자료를 봤습니다. 인공지능을 기반으로 하는 새로운 산업시대가 왔을 때, 영국은 건축이 없어지지 않을 직업군 순위 상위에 있었습니다. 그러나 한국의 순위는 매우 다릅니다. 건축을 창조적 직업으로 보느냐 아니면 숙련된 전문가로 보느냐에 따른 차이입니다. 건축 업무를 대행하는 정도의 숙련된 전문가보다 분야의 전문가처럼 인공지능에 의해 대체될 수 있지만, 새로운 건축과 도시를 만드는 창조적 직업으로서의 건축가는 대체될 수 없기 때문입니다.

우리의 건축서비스산업이 새로운 건축과 도시를 만들어 나갈 수 있도록, 첨단 기술을 받아들이는 동시에 창조성도 길러야 합니다. 변화에 앞서 준비하는 다른 나라의 건축서비스산업에겐 4차 산업혁명이 새로운 기회를 가져다주겠지만, 현재에 안주하려는 우리에게겐 위기일 수 있다고 생각합니다.



이 오 주 언

· 한국건설신문 편집국  
취재부 차장

“건축서비스산업의 진흥을 꾀하는 궁극적인 목표가 무엇인가”라는 측면에 준하여 건축과 기술의 문제를 고찰할 필요가 있다고 생각합니다. 기술의 발전이 사회의 발전에 긍정적으로 기여하기 위해서는 기술 그 자체보다 ‘기술을 이용하는 주체의 의지는 무엇인가’라는 주제가 더욱 중요하게 작용하기 때문입니다.

4차 산업혁명이 대두되고 AI, IoT\*, 3D프린팅, 드론 등 신기술 육성에 범사회적인 관심과 노력이 집중되고 있습니다. 건설 및 건축 분야 역시 첨단기술과 접목한 새로운 경쟁력을 달성하고자 인력양성 및 교육을 비롯하여 관련 법제도 정비 등 다양한 장치 개발에 나설 것입니다. 새로운 일자리가 창출될 것이고 종전에는 경험하지 못했던 새로운 건축물과 공간 패러다임이 등장할 것이라고 예상할 수 있습니다.

그러할 때에 첨단기술과 융합한 건축서비스산업 진흥을 통해서 대내적으로는 사회의 번영과 발전에 기여하고 대외적으로는 국가경쟁력 향상에 이바지할 수 있기를 기대합니다.

다만 그 기여의 측면에서, 관련 분야 종사자들이 기존에 안고 있었던 애로사항을 타개하고 미래지향적인 성장 활로를 모색할 수 있도록 신기술이 긍정적인 역할을 하게 되기를 바라며, 첨단기술이 접목된 건축서비스산업의 모든 재화들이 국민들에게는 인간적으로 행복한 삶을 향유할 수 있는 진일보한 서비스를 제공하게 되기를 바랍니다.



\* IoT(Internet of Things): 사물인터넷. 생활 속 사물들을 유무선 네트워크로 연결해 정보를 공유하는 환경. 가전제품, 전자기기뿐만 아니라 헬스케어, 원격검침, 스마트홈, 스마트카 등 다양한 분야에서 사물을 네트워크로 연결해 정보 공유.(박문각)

특히, 첨단기술 육성에 따르게 될 다양한 사회적 현상을 정부와 공공기관이 성찰적으로 검토하고 범사회적인 합의를 도출함으로써, 새로운 기술의 도입이 자칫 발생시킬 수 있는 ‘신종 기술격차’와 ‘정보격차’는 미연에 방지하고 기술발전의 순기능만을 확산시킬 수 있기를 바랍니다.

## • 미래의 건축서비스산업과 부가가치 창출



이 상 현

· 산업연구원  
서비스산업연구실  
부연구위원/  
경제학박사

건축의 가치나 의미에 대해 말씀하시는 내용을 듣고 나니, 건축이 교과서적 의미의 공공재와 일치한다는 생각이 듭니다. 공공재라 함은 일반적으로 공원이나 도로처럼, 불특정 다수가 소비에 대한 비용 지불 없이도 사용할 수 있는 것들을 의미합니다. 실제 사람들이 건축물의 외관을 감상하는데 별도의 비용이 필요하지 않고, 경쟁도 필요 없고, 자격도 필요 없습니다. 공공재로서의 건축은 불특정 다수의 사람에게 가치를 가지기 때문에, 그 가치를 환산할 수 없을 만큼 큰 의미를 갖고 있다고 생각합니다.

건축서비스의 산업적 측면을 말씀드리자면, 건축서비스산업은 부가가치를 형성하기 좋은 산업입니다. 보통, 제조업에서도 부가가치를 형성하는 분야가 ‘기획’입니다. 기획이 제대로 이뤄지지 않은 상태로 제품만을 생산해서 판매한다면 수익이 낮을 수밖에 없습니다. 예를 들면, 미국 ‘애플’사의 제품들이 경쟁사에 비해 하드웨어적으로 뛰어나진 않습니다. 그러나 제품에 대한 기획이 체계적으로 이뤄졌고, 그것이 소비자들에게 매력적으로 작용했기 때문에 보다 높은 부가가치를 형성할 수 있었습니다. 이건 제조업만의 이야기는 아닙니다. 어떤 산업이든 기획은 부가가치가 높을 수밖에 없습니다. 건축의 최종 목적이 건축물을 생산하는데 있다면, 건축서비스는 건축물의 기획단계에 해당합니다. 시공단계에선 재료비와 노임이 분명하고, 이에 대해 소비자는 합리적인 가격을 지불하고자 하기 때문에 높은 부가가치를 형성하기 어렵습니다. 그렇기에 건축이 가지는 부가가치는 기획에서 형성되어야 합니다. 또한 기획 단계에서 건축물이 공공재로서 매력적인 가치를 가질 수 있는지 그 여부도 결정된다고 생각합니다.

저는 엔지니어링산업 전문가지만, 엔지니어링과 건축의 프로세스가 크게 다르지 않을 것이라고 생각합니다. 건축서비스산업도 엔지니어링처럼, 기획·PMC\* 등의 분야를 활성화 시키는 것이 고부가가치화 방안일 수 있다고 생각합니다. 그런 분야가 창조성과 전문성을 필요로 하는 분야이기도 하고, 적은 비용(인원)으로 많은 수익을 낼 수 있습니다. 그리고 덧붙여 말씀드리자

면, 건축 외 분야에서도 기획·PMC에 가장 적합한 사람은 건축인재라는 생각이 듭니다. PMC가 각 분야에 대한 지식과 이해를 바탕으로 전체를 컨트롤 하는 역할을 하기 때문에, 건축처럼 전 영역에 대한 지식을 바탕으로 유연하게 사고할 줄 아는 인재들이 이런 역할에 적합합니다. 건축인재를 통해, 건축이 다른 산업에서도 부가가치를 창출해 낼 수 있다고도 볼 수 있겠습니다.

이제 시장에 대한 이야기를 해보려고 합니다. 엔지니어링산업은 SOC에 의해 성장했습니다. 기반시설에 대한 수요가 충족되면서, 국내 엔지니어링산업은 다른 시장을 찾아야 했습니다. 국내 건축서비스산업 시장도 포화상태입니다. 과거에 비해 업체 수는 많은데, 건축 수요는 줄어들어 경쟁이 심화되고 있습니다. 이런 상황에선 부가가치를 생산하는데 어려움이 많습니다. 엔지니어링산업은 국내 시장의 대안으로, 해외진출을 생각하고 있습니다. 엔지니어링산업이 해외에 진출하게 된다면, 그 곳에 분명 건축서비스에 대한 수요가 발생하게 되어있습니다. 건축서비스 단독으로 해외 시장에 진출하는 것이 쉽지 않다면, 엔지니어링 또는 의료산업 등 다른 분야와의 패키지형 수출을 통해 해외진출 기회를 잡는 것도 좋은 방법일 것 같습니다.



윤혁경

· ANU 대표이사/건축사  
· 국가건축정책위원회  
정책조정분과위원장

우리나라는 아주 가까운 과거에 전쟁이라는 아픈 역사를 겪어야 했고, 전쟁 직후 이 땅엔 사람이 살 집조차 없었습니다. 빠른 시간 안에 주택을 대량 공급해야 했고, 그 덕에 다른 나라에서 찾아볼 수 없는 독특한 건축시장이 형성됐습니다. 경제성장과 대량공급의 물결 속에, 공간의 가치보다는 부동산의 가치가 강조됐습니다. 건축서비스산업이 건설업의 일부로 여겨졌던 것도 같은 이유였습니다.

요즘은 달라지고 있습니다. 의식주에 필요한 건축의 공급은 충분히 이뤄졌고, 사람들은 새로운 가치를 찾기 시작했습니다. 건축은 ‘부동산’이 아닌 ‘공간’으로서 가치를 갖게 되었습니다. 건축이 부동산이었을 때 어디에 위치하느냐가 그 가치를 결정했습니다. 그러나 지금은 건축 안에 어떤 공간이 있고 어떤 프로그램이 담기는지에 따라, 부동산의 가치를 높이고 지역경제까지 활성화 시킵니다.



\* PMC(Project Management Consultancy): 사업관리대행. PMC에 대한 명확한 정의나 정해진 업무는 없으나, 보편적으로 고객(발주자)을 대신해 사업의 계획·관리를 담당하고 업무를 지시하는 등의 역할을 수행하는 것을 의미함. 사업에 대한 포괄적이고 전문적인 지식이 요구됨.

이런 가치를 만드는 것이 기획입니다. 공급위주의 산업에선 기획의 능력이 인정받지 못했습니다. 대기업에 의한 대량공급이 중요했으니까요. 그러나 지금은 소규모의 특화된 집단이 자신만의 독특한 문화를 형성하고, 독특한 공간을 창조해 냈을 때, 다수의 사람들에게 그 가치를 인정받는 사례가 많아졌습니다. 대기업이나 대량공급을 부정하는 것이 아닙니다. 참신하고 창조적인 기획이 건축서비스 시장, 대중의 인식을 바꿔나가는 부분을 이야기 하는 겁니다. 앞으로 건축서비스산업이 보다 많은 부가가치를 창출하려면, 기획단계에서 매력적인 가치를 만들어내야 합니다.

건축서비스산업의 부가가치를 증대시키기 위해 해외시장 진출이 중요하다고 하신, 이상현 박사님의 말씀에 동의합니다. 저는 얼마 전 건축설계를 포함한 병원시설 패키지 수출과 관련해 자문의뢰를 받았습니다. 최근 우리나라의 의료산업이 국제적으로 인정받고 있는데, 관련된 제도적 제약이 많습니다. 건축서비스산업의 해외진출 본격화하기 위해, 우리가 개선해 나가야 할 것들이 많습니다.



홍 영 애

· 월드프로젝트 소장/  
건축사  
· 2015 신진건축사 대상

요즘 설계 의뢰 중에, 종종 건축주가 직접 의뢰하지 않고 컨설턴트가 개입되어 있는 경우가 있습니다. 건축설계엔 건축주가 잘 모르는 전문지식을 필요로 하기 때문에, 자신을 대신해 의사결정해 줄 컨설턴트를 필요로 하는 것 같습니다. 컨설턴트는 보통 기획과 지시하는 역할을 하는데, 가장 중요한 역할을 하는데도 불구하고 결과물에 대한 책임이 없습니다. 그렇지만 건축사는 컨설턴트 개입의 유무와 상관없이 디자인, 안전 등 모든 책임을 져야 합니다. 공은 컨설턴트에게 가고, 건축사에겐 책임만 남는 경우가 다반사입니다. 영역(업역)을 넓혀 새로운 가치를 창출하는 부분에서, 건축사가 컨설턴트의 역할을 하는 것이 맞다고 생각합니다.





## • 건축과 일자리 변화



정 소 익

일반적으로 어떤 작업이나 업무를 수행할 때, 조각은 조각, 회화는 회화, 사진은 사진에 대한, 각각 자신의 분야에 대한 전문성이 요구됩니다. 그러나 건축은 기술적인 전문성 외에도 역사·문화 등 인간의 삶 전반에 대한 이해가 필요하죠. 그건 건축이 인간의 문화와 생활 전반에 밀접하게 연결되어 있는 산업이기 때문입니다. 그렇기에 건축 관련 고등교육과정엔 다양한 분야의 교과를 이수하게 되어있고, 또 실무를 수행함에 있어서도 끊임없이 조사·연구하고 학습해야 합니다.

이런 특성 덕분에, 건축은 다양한 분야에 높은 이해도를 갖춘 인력을 양성해냅니다. 그런 인력들은 꼭 건축이 아니어도 다양한 분야에서 여러 역할을 해 낼 수 있다고 생각합니다. 특히 포괄적 이해력을 바탕으로 코디네이터로서의 역할을 해 낼 수 있습니다. 디자인, 공예, 전시 등 다양한 분야에서 그 역량이 충분합니다.

건축의 협의적 의미에 집중하는 것은, 건축 스스로의 가능성을 버리는 것과 같다고 생각합니다. 다양한 분야에서 활동 가능한 유능한 인력들을, 고정관념이 만든 좁은 틀 안에 가두는 겁니다. 건축은 건축설계만이 답이라는 생각에서 벗어나, 인문학적 지식을 바탕으로 문화산업 전반을 아우를 수 있는 인재를 양성하는데 더욱 노력을 기울여야 합니다.



홍 영 애

다른 전문가 분들께서 타 분야와의 융합이나 산업 전반적인 관점에서의 이야기를 해주셨으니, 저는 건축설계 종사자로서 다른 관점으로 말씀드리겠습니다. 어떤 산업과 분야건 마찬가지로겠지만, 건축서비스산업에 종사들에겐 각기 자신만의 장점과 특화 분야가 있다고 생각합니다. 타 산업과의 융합과 협업에 능한 사람이 있고, 전통적인 설계에 능한 사람이 있으며, 전혀 다른 새로운 분야를 개척하는 능력을 가진 사람도 있습니다. 설계를 한다고 해도, 누군가는 주택을, 다른 누군가는 병원, 오피스 등 각자의 영역과 전문분야가 있습니다.

각기 잘 하는 것도 다르고, 하고자 하는 것도 다릅니다. 건축서비스산업의 발전을 위해, 그 모든 분들이 건축서비스산업이라는 이름으로 각자의 영역에서 최선을 다하면 된다고 생각합니다. 다만 건축 분야에서 만큼은, 건축사는 코디네이터이자 설계자이자 책임자입니다. 다른 분야에서 건축사의 역할을 대신 할 수는 없습니다. 이런 고유의 역할(영역) 만큼은 앞으로도 지켜져야 한다고 생각합니다.

## • 건축서비스산업에 대한 인식의 전환



윤혁경

자본주의 체제에서 산업이 발전하려면, 생산자나 판매자가 소비자의 입장에서 생각해야 합니다. 제조업의 예를 들면, 모든 제품에 사용설명서가 있습니다. 단돈 몇 백 원짜리 생수를 사도 누가 만들었고, 무엇으로 만들어졌으며, 제품에 문제가 발생했을 시 어떤 조치를 취해야 하는지 등 제품과 관련된 설명이 제공됩니다. 그러나 건축은 사용설명서가 없습니다. 건축은 소비자에게 매우 불친절한 산업입니다.

지붕은 무엇으로 누가 만들었는지, 지붕에서 비가 새면 어디에 연락해야 하는지 집주인은 알 수 없습니다. 다른 산업에선 너무나 당연한 사용설명서가 건축엔 존재하지 않기 때문에 문제가 발생했을 때 소비자는 문제를 해결하는데 어려움을 많이 겪습니다. 하물며 건축주도 어려운데, 건물이 다음 사람에게 매매되고 난 다음엔 더 심각해집니다.

건축법도 소비자를 보호하지 않습니다. 이런 상황이 반복되면서, 건축에 대한 대중의 부정적 인식을 만들어졌을 것이라고 생각합니다. 이런 부분은 건축서비스산업 종사자 스스로 개선을 위해 노력을 기울여야 합니다. 건축서비스는 건물이 세워짐으로 끝나는 서비스가 아닙니다. 건축은 소비자에게 상당히 고가의 제품이고, 한번 구매하면 10년, 20년, 그 이상 사용해야 합니다. 이런 제품에, 사용설명서가 없다는 것은 비상식적입니다.

건축에 대해 이야기 할 때, 건물의 ‘공간’과 ‘상징성’ 같은 아름다운 이야기를 많이 합니다. 그러나 그것 이상으로 ‘사용설명서’와 같은 실질적인 서비스 제공도 중요하다고 생각합니다. 홍보 대신, 사용하는 소비자를 위한 노력이 필요합니다. 개선을 위해 건축서비스산업이 자발적 노력을 기울인다면, 산업은 당연히 발전할 수밖에 없다고 생각합니다.







하 태 석

현재 학교에서 건축을 배우고 있는 학생들은 건축서비스산업의 미래 인재들입니다. 이 학생들이 교육과정을 통해 기술의 발전에 대응하는 방법을 배우지 못한다면, 그들 자신과 미래의 건축서비스산업은 모두 도태될 것이라고 생각합니다. 이를 예방하기 위해 종사자들은 산업 전반의 환경을 개선하여야 하고, 나아가 건축 교육도 변화해야 합니다.

우리는 시대변화에 따른 새로운 건축인재를 양성하는 방안을 마련해야 합니다. 또한 건축이 가진 가치와 미래 비전을 사회와 공유하여야 합니다. 변화와 발전을 위해 우리 스스로 끊임없이 노력한다면, 달라질 미래에도 시대가 필요로 하는 창조적 산업으로서 건축과 건축가의 역할이 지속 될 수 있을 것입니다.



구 승 회

건축서비스산업과 관련된 법과 규제를 줄여나가야 산업이 활성화 될 수 있을 것이라 생각합니다. 법과 규제가 건축서비스 활동을 도리어 방해해 산업의 발전을 저해하고 있는 경우가 있습니다. 현재의 규제는 최소화하고, 법은 정비가 필요하다고 봅니다.



고 일 두

정책이나 제도를 통한 산업육성은 의도치 않은 결과를 낳을 수 있다는 것을 유념해야 합니다. 한 예로 정부에서 U-city 추진 계획을 수립할 때엔 도시와 건축 관련 산업 활성화를 예상, 기대했습니다. 그런데 결과적으로 U-city 추진을 통해 IT산업과 통신 산업이 혜택을 받았습니다. 물론 이를 통해 국내 IT·통신이 발전한 것이 산업 전반에 긍정적 영향을 주긴 했지만, 이것은 의도된 결과는 아니었습니다.

우리가 건축서비스산업 활성화를 위해 노력해야하는 것은 당연합니다. 건축서비스산업은 그만한 가치를 가진 산업입니다. 하지만 단기적 성과를 기대하고 정책을 추진하기 보단, 면밀한 연구와 오랜 노력을 통해 지속적인 발전을 도모하여 부작용을 최소화 하여야 한다고 생각합니다.

---

## 참고문헌

---

국토교통부(2014), 「건축서비스산업 통계 구축 및 실태조사 연구」.  
산업연구원(2013), 「창조경제 실현을 위한 서비스산업 전략과제」.  
산업연구원(2014), 「서비스산업 고부가가치화를 위한 창조성 활용 전략」.  
한국고용정보원(2015), 「고용동향 브리프」 2015년 12월.  
현대경제연구원(2013), 「경제주평」, 530호.  
현대경제연구원(2014), 「서비스업 노동생산성 현황과 시사점」.  
통계청(2015), 「‘산업기술인력수급실태조사’ 통계정보 보고서」.  
Alain de Botton(2007), *The Architecture of Happiness* (행복의 건축).  
Barnes Reports(2014), *Architectural Services Industry* 외 2권.  
John Howkins(2001), *The Creative Economy*.  
OECD(2014), 「OECD 한국경제보고서」.  
Richard Florida(2002), *The Rise of the Creative Class*.  
UNCTAD(2010), *Creative Economy Report*.  
법령: 「건축기본법」, 「건축서비스산업 진흥법」.  
고시: 「건축물의 설계도서 작성기준」.  
사진: 매일경제(매일경제용어사전), 박문각(시사상식사전), 박은태(경제학 사전),  
이중수(행정학 사전), 한국학중앙연구원(한국민족문화대백과), 현대건축관련용어  
편찬위원회(건축용어사전)  
미국 노동통계국 홈페이지, <http://www.bls.gov/>  
창조경제타운 홈페이지, <https://www.creativekorea.or.kr/>

---

## 사진 및 기타 이미지 출처

---

건축학개론(2012), 네이버 영화, <http://movie.naver.com/movie/>  
한집출게 새집다오(2015), JTBC, <http://enter.jtbc.joins.com/>

---



## 건축서비스산업의 가치

The value of architectural  
service industry

2015년 12월 인쇄  
2015년 12월 발행

---

| 발행처 | 건축도시공간연구소  
| 주 소 | 세종특별자치시 절재로 194, 701호  
| 전 화 | (044) 417-9600 | FAX | (044) 417-9608

| 인쇄처 | 디자인나무  
| 전 화 | (032) 327-6109 | FAX | (032) 327-6108

---

© 2015, 건축도시공간연구소  
이 책은 저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로  
무단전재와 무단복제를 금합니다.

# [ 건축서비스산업의 가치 ]

The value of architectural service industry

( a u r i ) 건축도시공간연구소

