

부정적 이미지와 인식 악화로 지속가능성 위협, 혁신적 변화와 장기적 접근 필요

김화량 부연구위원

지난 70년간 우리나라 경제의 비약적 성장 과정에서 건설업은 국가 경제의 중추적인 역할을 담당해 왔다. 그러나 건설업에 대한 이미지는 다른 산업과 마찬가지로 명암(明暗)이 공존하며, 긍정적 측면보다 부정적 측면이 더 주목받고 있다. 국토교통부가 2018년에 발표한 자료¹⁷⁾를 보면, 건설업에 대한 대국민 인식은 상당히 부정적인 것으로 나타났다. 이러한 부정적 인식은 주로 네 가지 주요 측면에서 두드러졌다. 첫째, 건설산업 기술이 낙후되었다는 인식이 존재했으며, 둘째, 건설기업들이 생산성 향상에 무관심하다고 평가를 받았다. 셋째, 업계 내 뿌리 깊은 불공정 관행이 자리 잡고 있다는 부정적 시각이 있었고, 마지막으로 건설업 일자리가 기피 대상으로 여겨지는 문제가 지적되었다.

〈표 1〉 건설산업에 대한 대국민 인식 현황

구분	주요 내용
낙후된 기술	• IoT(건설 9.1, 전산업 평균 11.9), 빅데이터(건설 4.5, 평균 14.1) 등 활용 부진
생산성 향상에 무관심한 기업	• 건설근로자의 85.4%가 건설사가 아닌 팀·반장을 통해 시공에 참여
뿌리 깊은 불공정 관행	• 국민의 80.2%가 건설산업을 대표적인 불공정 산업으로 인식 * 불공정 하도급 > 입찰담합 > 갑질관행 순으로 불공정의 원인을 지적
피하고 싶은 건설 일자리	• 건설 일자리의 직업 만족도, 건설 관련 학과의 전공 선호도는 최하위권 * 건설일용직, 용접공, 미장공은 직업 만족도 최하위 직업, 이공계 전공 인기도 분석 결과 → 건축·토목학과가 최하위권

자료 : 국토교통부 보도자료(2018), 「건설산업 혁신방안」 재인용.

이러한 부정적 인식은 단순히 이미지 문제를 넘어 건설산업 전반에 심각한 우려를 야기하고 있다. 특히, 이러한 인식은 건설업이 사양산업으로 전락할 수 있다는 우려로까지 확산하며, 문제의 심각성을 더욱 부각하고 있다. 이는 건설업계가 직면한 도전이 단순한 이미지 개선 차원을 넘어, 산업의 근본적인 체질 개선과 혁신적 변화를 요구하고 있음을 강하게 시사한다.

17) 국토교통부 보도자료(2018), “「건설산업 혁신방안」 발표”

I 건설업, 부정적 이미지와 내부 인식 악화로 지속가능성 위협받아

1 건설업계, 내부 인식 악화로 지속성 위협

지난 2020년에 시행된 건설업 이미지 조사 결과를 보면, ‘△기업윤리, △성실시공, △근로환경’에 대한 부정적 인식이 높은 것으로 나타났다. 이는 건설업계가 직면한 심각한 과제를 반영하며, 특히 우려되는 점은 이러한 부정적 인식이 산업 외부뿐만 아니라 내부 종사자들 사이에서도 더욱 강하게 나타나고 있다는 점이다. 이러한 경향은 시간이 지날수록 심화하고 있으며, 이는 건설업의 내부적 위기를 시사하는 것으로 이해할 수 있다. 이와 같은 부정적 인식은 ‘△직업 만족도 저하, △생산성 감소, △인재 유출 가속화, △산업 혁신 둔화’와 같은 문제를 초래할 수 있으며, 궁극적으로 건설산업의 지속 가능한 발전을 심각하게 위협할 수 있다.

〈표 2〉 건설업 이미지 변화 분석 결과 (2016년 vs 2020년)

구분		일반 국민			종사자		
		2016년	2020년	증감	2016년	2020년	증감
국가 및 사회 기여도	경제발전	3.39	3.47	0.08▲	3.46	3.49	0.03▲
	국토개발	3.35	3.48	0.13▲	3.38	3.13	0.25▼
	사회공헌	3.17	3.43	0.26▲	2.71	2.63	0.08▼
기술력 및 도덕성	기업윤리	1.74	2.79	1.05▲	2.45	2.38	0.07▼
	성실시공	2.30	2.92	0.62▲	2.68	2.34	0.35▼
	첨단기술	3.50	3.42	0.08▼	3.18	3.33	0.15▲
종사자 및 근로환경	직업윤리	2.84	3.39	0.55▲	3.41	3.32	0.09▼
	근로환경	1.92	3.08	1.16▲	2.73	2.76	0.03▲

자료 : 신원상 외 1인(2021), “일반 국민 및 종사자의 건설산업 이미지 변화 분석 및 개선방안”.

2 산업 이미지 악화, 대부분의 선진국이 직면한 공통 문제

건설업 이미지 악화는 중국과 베트남과 같은 경제발전 중인 신흥국을 제외한 대부분의 선진국이 공통으로 직면한 문제로, 이는 산업에 대한 부정적 인식을 심화시키고 인재 유치의 어려움을 초래하고 있다. 특히, 미국, 영국, 일본 등 주요 선진국에서는 종사자 이탈과 인력 부족 현상이 두드러지며, 코로나19 팬데믹 이후 이러한 문제가 더욱 심화하였다. 지난 2023년 영국에서 시행된 조사¹⁸⁾에 따르면, 성인의 69%가 건설산업 분야에서 일하는 것을 고려하지 않겠다고 응답하였으며, 건설업 직업에 대한 인식은 ‘더럽고, 스트레스가 많으며, 안전하지 않다’는 부정적 이미지로 나타났다.

18) Glass and Glazing Products magazine(2023), “Research reveals negative perceptions of the construction industry”

〈표 3〉 영국의 건설산업에 대한 부정적 인식 현황

- 응답자의 25%가 건설업을 안전하지 않은 산업으로 인식
- 응답자의 52%는 건설업을 더러운 산업으로 인식
- 응답자의 24%는 건설업 일자리가 스트레스가 많다고 인식
- 응답자의 70%는 건설업 일자리가 힘들다고 인식
- 응답자의 29%는 젊은 사람에게 건설업 진로 미권장

3 건설업계, 부정적 이미지로 인한 위기... 지속가능성 위협

건설업계는 국내외적으로 부정적인 이미지로 심각한 위기에 직면해 있다. 이러한 상황은 ‘△생산성 저하, △인재 유출, △산업 혁신 정체’와 같은 문제를 초래하며, 산업의 지속가능성을 심각하게 위협하고 있다. 영국과 마찬가지로 국내에서도 대다수 성인이 건설업 취업을 꺼리는 상황이다. 이는 건설업계 이미지 개선이 시급한 과제임을 보여주며, 산업의 미래와 직결된 문제로 평가된다. 따라서 위기를 극복하고 지속 가능한 발전을 이루기 위해서는 단순한 홍보를 넘어 구조적 문제 해결과 근본적인 이미지 쇄신을 위한 적극적이고 체계적인 노력이 요구된다.

II. 사회공헌 강화로 이미지 쇄신 노력... 근본적 변화 부족으로 한계

1 공생발전위원회, 이미지 개선 노력 성과 제한적

지난 2011년, 건설산업의 이미지 개선과 지속 가능한 발전 방안을 모색하기 위해 민·관·학·연이 협력하여 발족한 「건설산업 공생발전위원회」는 1년간의 활동을 통해 산업 이미지 개선과 공생 발전을 목표로 한 '건설산업 공생발전 추진방안'을 수립하였다. 위원회는 '스스로 변화하는 건설', '사회에 기여하는 건설', '국민과 소통하는 건설'이라는 세 가지 핵심 주제를 중심으로, 건설업의 이미지 제고를 위한 구체적인 과제를 마련하고 이를 추진하였다.

〈표 4〉 '건설산업 공생발전 추진방안' 중 건설산업 이미지 제고 관련 세부 과제

구분	세부 과제
스스로 변화하는 건설 (자정 노력)	• 윤리경영기반구축(윤리경영지수 개발 등), 공생발전 기반구축(파트너링 시스템 구축 검토 등), 건설현장 펜스 친환경 홍보, 건설산업 안전·친환경 캠페인 및 매뉴얼 제작
사회에 기여하는 건설 (사회공헌)	• 법질서 준수프로그램 운영, 급여 끝전 기부 약정, 건설인재 채용설명회, 취약계층 생활시설 개보수, 건설산업 사회공헌 백서 발간
국민과 소통하는 건설 (홍보)	• 공중파 PPL·라디오 공익광고, 방송작가 PD 팸투어, 건설 카툰 제작·배포, 무가지 시리즈 기획, 건설업 레고 경진대회, 우수 건설시설물 건설 현장 사진 공모전, 주요 SOC 시설물에서 마라톤대회 등 개최, 네이버 공동 캠페인(해피빈), 서포터즈 운영 및 SNS 개설·운영

자료 : 건설산업 공생발전위원회(2012), “건설산업 공생발전방안 추진현황 및 성과” 재인용.

대한건설단체총연합회는 건설업계 전반의 참여를 유도하기 위해 민간 주도의 중장기 사회공헌활동 계획과 산업 이미지 제고를 위한 홍보 전략을 주요 과제로 설정하고 다양한 노력을 기울였다. 이러한 시도는 건설산업의 사회적 기여도를 알리고 장기적인 이미지 개선을 도모하려는 목적에서 이루어졌다. 그러나 구체적인 실행 방안과 측정 가능한 목표 설정의 부재 탓에 실행력과 실효성 측면에서 한계를 드러냈다.

또한, 업계의 적극적인 참여를 이끌어낼 실질적인 인센티브나 강제력이 부족하여, 계획된 활동이 일부 기업이나 단체에 국한되는 문제가 발생하였다. 이는 건설산업 전반의 이미지 개선과 사회공헌활동 확대라는 목표 달성에 있어 실질적이고 지속 가능한 성과를 도출하는 데 장애요인으로 작용하였다. 결과적으로, 건설산업의 부정적 이미지를 극복하고 국민 신뢰를 회복하기 위해서는 단순한 홍보와 단기적 성과에 그치지 않고, 구조적 문제 해결과 윤리적·투명한 경영 확산, 그리고 장기적이고 체계적인 접근이 필요하다는 점이 강조된다.

2 건설업계, 재단 설립으로 사회공헌 강화... 산업 이미지 쇄신 나서

지난 2015년 건설업계는 산업 전반의 이미지를 개선하고자 건설산업사회공헌재단을 설립¹⁹⁾하였다. 이는 개별 기업의 노력을 넘어 체계적이고 광범위한 사회공헌활동을 펼치기 위한 노력의 하나로 재단은 현재 다양한 분야에서 사업을 추진하고 있다. 주요 활동은 ‘△보호시설 및 공공시설 개선, △사회적 의인 지원, △건설 현장 재해근로자 돕기, △국내외 재난 복구 지원, △사회 취약계층 지원, △일자리 창출 지원’으로 구성되어 있다.

〈표 5〉 건설산업사회공헌재단의 주요 사업 내용

구분	주요 내용
보호시설 개선사업	• 장애인·노약자·노숙인 등이 사용 또는 거주하는 시설의 환경 개선 공사를 시행하고 사용자들이 실질적인 혜택을 누릴 수 있도록 필요한 시설을 개·보수하는 등 지속적인 후원 진행
공공시설 개선사업	• 사회적 약자가 사용·거주하는 시설의 환경을 개선하여 더욱 안전하고 쾌적한 생활을 영위할 수 있도록 학교·노후 복지시설 개선 지원
사회적의인 지원사업	• 국민의 생명과 재산을 지키기 위해 자신을 희생한 경찰관, 해양경찰관 및 소방관 등에게 치료비 및 자녀학자금 지원
건설재해근로자 지원사업	• 건설 현장에서 산업재해로 경제적인 어려움을 겪고 있는 건설 재해근로자에게 치료비 및 생계비 지원
국내·외 재난재해 복구활동 사업	• 재난으로 피해를 본 재해민 지원 및 지진 발생 우려 지역 초등학교들에게 재난안전용품 및 재난안전교육 지원
사회 소외계층 지원사업	• 매년 연말 대한건설협회, 건설공제조합과 공동으로 건설업계 다자녀 학자금 지원과 복지시설, 북한이탈주민, 경로당 등에 생계비와 연탄 등을 지원
일자리창출 지원사업	• 구직자에게 다양한 채용 정보와 취업 기회를 제공함으로써 청년실업 해소 및 건설업계의 우수인력 유입을 촉진하기 위해 매년 건설인적자원개발위원회와 공동으로 채용설명회 개최

자료 : 건설산업사회공헌재단, 2023년 사업보고(연차보고서), 재인용.

19) 건설산업사회공헌재단(2024), “2023년 사업보고(연차보고서)”

재단의 사회공헌 사업은 2016년부터 지속해서 진행됐으며, 매년 홈페이지를 통해 '사업보고(연차보고서)'를 공개함으로써 운영의 투명성과 신뢰성을 확보하고 있다. 이러한 노력은 건설업계의 특성과 강점을 활용하여 사회의 요구에 부응하는 지속 가능한 사회공헌활동을 추진하는데 이바지하고 있다. 그러나, 건설업 이미지 개선 측면에서는 다소 아쉬움이 있다. 현재의 활동이 건설업의 이미지를 일부 개선하는 효과를 창출하고 있지만, 보다 혁신적이고 광범위한 접근이 필요할 수 있다. 예를 들어, 환경친화적 건설기술의 개발과 적용, 건설 현장의 안전성 강화 등을 통해 건설업에 대한 대국민 인식을 더욱 효과적으로 개선할 수 있을 것이다.

3 주요 건설기업, 다채로운 사회공헌으로 산업 이미지 쇄신 노력 추진

주요 건설기업들은 다양한 분야에서 폭넓은 사회공헌활동을 전개하고 있으며, 그 범위는 '△교육 지원, △주거환경 개선, △환경 보호, △에너지 효율 개선, △임직원 참여형 봉사, △취약계층 지원, 그리고 △지역사회 발전' 등 매우 광범위하다.

〈표 6〉 2024년 시공능력평가 상위 10대 기업의 사회적공헌활동(CSR) 주요 내용

구분	주요 내용
교육 프로그램 운영 및 지원	• 취약계층 중학생 대상 교육지원, 자립 준비 청소년 대상 주거 공간과 맞춤형 교육 지원, 청소년 자립 역량강화 사업, 임직원 강사의 중학교 출강을 통한 건설업과 미래 건설기술 교육, 지역 아동 대상 융복합 창의교육 후원, 청소년 대상 건설업 이해 및 흥미 제공 프로그램 운영
재난안전 교육 및 용품 지원	• 어린이 대상 재난안전 사고예방 교육 및 재난안전용품 전달, 독거노인 대상 안전교육 및 안전키트 설치, 취약계층 어르신 대상 안전교육 및 안전키트 설치
임직원 참여형 봉사활동	• 지역 복지관 연계 배식 봉사 및 생필품 지원, 국내외 사업장 인근 지역 사회 발전을 위한 봉사활동, 급여 동전 모금을 통한 후원금 전달, 임직원 참여 헌혈 캠페인, 임직원 강사의 중학교 출강, 묘역정화 봉사활동, 생태숲 가꾸기 봉사활동, 직원 기부금 제도 운영, 임직원 재능 봉사활동
주거환경 개선	• 지역개발사업을 통한 안전하고 위생적인 주거환경 조성, 취약계층 주거환경 개선 사업, 쪽방주민 대상 주거 환경 개선 프로그램, 재난 위기 가구 대상 모뎀러하우스 제공, 취약계층 주거 공간 점검 및 화재 예방·에너지 절감형 주거환경 조성
지역사회 발전	• 우수 스타트업 육성 지원, 대학생 홍보대사와 함께하는 굿즈 판매 활동, 북한산 자락 토지 무상임대, 장애인 일자리 창출 지원, 도시재생 아이디어 발굴 및 실행 프로그램, 문래지역 경제활성화 및 신진 작가 지원
취약계층 지원	• 서울 중구 지역 취약계층 쌀 기부, 독거노인 대상 선물 및 식료품 제공, 임직원 김치 담그기 및 전달 행사, 인천지역 취약계층 아동 돌봄 서비스 제공, 아동양육시설 퇴소 청년 자립 지원
환경 보호 및 생태계 보전	• 공원·하천 등 환경정화 봉사활동, 여의도 셋강 생태공원 살리기 봉사활동, H-네이처 가든 사업을 통한 생태계 복원, 전국 각지의 환경보호 활동, 해양환경보전 활동 및 염생식물 군락지 조성, 도시생물다양성 보전 활동
기타 사회공헌 활동	• 건설현장 외국인근로자 한국사회 적응 지원, 태양광 패널 설치 및 LED 교체를 통한 에너지효율 개선 사업, 여성용품 및 필수 물품 지원, 어플리케이션을 통한 다양한 사회문제 해결 참여, 도심 속 친환경 텃밭 '그린팜' 조성, 음식물 쓰레기 감소를 위한 'ZeroDay를 통한 한끼 나눔' 프로그램

자료 : 상위 10대 건설기업, 지속가능경영보고서, 내용을 토대로 재분류 및 정리.

특히 주목할 만한 점은 기업의 전문성을 활용한 활동들로, '△주거환경 개선, △재난안전교육, △건설 관련 교육 프로그램' 등이 포함된다. 또한, 환경 보호와 에너지 효율 개선을 통해 ESG 경영을 실천하고 있으며, 임직원들의 자발적 참여를 독려하고 지역사회와 긴밀히 협력함으로써 실질적인 도움을 제공하고 있다.

이러한 사회공헌활동은 건설기업이 단순히 이윤 추구에 그치지 않고, 사회적 책임을 다하며 지속 가능한 발전에 이바지하려는 의지를 보여주는 사례로 평가된다. 이는 건설산업이 직면한 사회적·환경적 과제를 해결하고, 지역사회와의 신뢰를 강화하며, 기업의 긍정적인 이미지를 구축하는 데 중요한 역할을 하고 있음을 시사한다.

주요 건설기업의 폭넓고 다양한 사회공헌활동은 긍정적인 노력으로 평가되지만, 이미지 쇄신 측면에서는 여전히 부족한 점이 있다. 기업의 전문성을 활용한 활동, ESG 경영 실천, 임직원 참여 독려, 지역사회와의 협력 등은 바람직한 방향이나, 이러한 활동만으로는 안전사고, 환경 파괴, 비리 등 건설산업의 부정적 이미지를 근본적으로 개선하기에는 한계가 있다.

따라서, 기업은 단순한 사회공헌활동을 넘어, 건설업계의 구조적인 문제를 해결하고 경영 투명성을 강화하며, 안전과 환경에 관한 책임을 체계적으로 이행하는 실질적이고 직접적인 변화를 추구할 필요가 있을 것으로 보인다. 이를 통해 건설산업의 이미지 개선뿐만 아니라 지속 가능한 발전을 위한 신뢰와 책임의 기반을 구축할 필요가 있다.

4

건설산업 이미지 개선 노력, 근본적 변화 부족으로 한계 드러내

지난 2011년 발족한 「건설산업 공생발전위원회」는 건설산업 이미지 개선을 목표로 다양한 활동을 전개하였으나, 실질적인 변화를 이끌어내는 데는 한계를 드러냈다. 위원회는 '건설산업 공생발전 추진방안'을 통해 산업의 자발적 변화, 사회적 기여, 국민과의 소통을 강조했다. 이러한 노력은 주로 표면적인 개선에 그쳤으며, 건설업의 구조적 문제를 해결하는 데까지는 이르지 못한 것으로 보인다.

지난 2015년 설립된 '건설산업사회공헌재단'은 체계적인 사회공헌활동을 통해 건설업 이미지 개선을 도모하였으나, 그 효과는 제한적이었다. 주요 건설기업들이 사회공헌활동과 ESG 경영을 통해 산업의 사회적 책임과 지속 가능한 발전에 대한 의지를 표명했지만, 많은 경우 이러한 활동이 홍보에 그치거나 실질적인 기업 문화 개선으로 이어지지 못한 것으로 평가된다.

이러한 노력은 건설산업 이미지 개선에 일부 이바지했으나, 산업 전반의 참여 부족과 단기 성과에 치중하는 문제가 지속하고 있다. 특히, 건설 현장의 '부실시공, 안전사고, 열악한 근로환경' 등 근본적인 문제가 해결되지 않음에 따라 장기적인 이미지 개선 효과를 확보하는 데 실패하였다.

결과적으로, 건설업에 대한 부정적 인식은 여전히 남아있으며, 이를 극복하기 위해서는 보다 근본적이고 지속 가능한 노력이 요구된다. 이는 단순히 표면적인 이미지 개선을 넘어, 건설산업의 구조적 문제를 해결하고 윤리적이고 투명한 경영 확산, 근로환경 개선, 그리고 국민 신뢰 회복을 위한 체계적인 접근이 필요함을 시사한다.

III. 건설업 이미지 쇄신을 위한 활동과 주요 착안 사항

1 건설업 이미지 혁신 위한 '건설동행위원회' 출범: 4대 영역 중심 혁신 추진

지난해 11월, 건설산업의 이미지 혁신을 목표로 국토교통부 주도 아래 관련 협회, 학회, 공공기관, 그리고 다양한 분야의 전문가들이 협력하여 구성된 '건설동행위원회'가 공식 출범하였다. 이 협의체의 주요 목표는 건설산업의 혁신적 변화를 실현하기 위한 구체적인 대응 방안을 수립하고 이를 실행하는 데 있다. 이를 위해 위원회는 '△제도개선, △사회공헌·청렴, △기술혁신, △근로개선' 등 네 개의 분과로 구성되어 있으며, 분과별로 특화된 이미지 개선 방안을 마련하고 중·장기적 로드맵을 기반으로 추진할 계획이다.

〈그림 7〉 건설산업의 이미지 개선 협의체 구성(안)



건설동행위원회는 출범식 자료²⁰⁾를 통해 건설산업 이미지 개선을 위한 공통 목표 설정과 중·장기 로드맵 수립 계획을 발표하였다. 위원회는 매년 중점과제를 선정하여 단기 성과를 도출하는 동시에, 2024년에는 기존 기관별 행사 연계 추진을 단기과제로 삼고, 2025년 이후의 중장기 과제는 연구용역을 통해 발굴 및 구체화할 계획이다.

분과별 주요 활동 내용을 살펴보면, 제도개선 분과는 불공정 관행의 개선과 워라벨(Work-Life Balance) 실현의 어려움에 대한 인식 변화를 목표로 하고 있으며, 사회공헌·청렴 분과는 효과적인 사회공헌활동 추진과 청렴한 건설산업 이미지를 회복하는 데 중점을 두고 있다. 기술혁신 분과는 건설산업 디지털화 과정에서 발생하는 도입 격차를 해소하는 것을 목표로 하며, 근로개선 분과는 열악한 근로환경에 대한 인식개선을 주요 과제로 설정하고 있다.

특히, 분과별로 2024년 단기과제가 구체적으로 제시되어 있어 위원회의 활동 방향성과 실행 계획이 더욱 명확히 드러나며, 이를 통해 건설산업의 이미지 개선이라는 목표를 체계적으로 추진하려는 의지가 엿보인다.

20) 건설동행위원회(2024), “엑스포 발표 자료”

〈표 7〉 건설동행위원회 분과별 이미지 개선 방안

구분	주요 내용
제도개선	<ul style="list-style-type: none"> • 불공정 관행과 위라벨 실현이 어렵다는 부정적 인식개선 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 산업적/제도적 관점의 문제 분석, 관련 제도개선 과제 발굴 - ('24년) 협의체 네이밍 및 슬로건 제작
사회공헌·청렴	<ul style="list-style-type: none"> • 사회공헌의 효과성 극대화 및 청렴 건설산업 이미지 회복 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 협력형 사회공헌 활동 모델 개발 및 청렴문화 확산 - ('24년) 단기 활동 중심의 아이디어 발굴
기술혁신	<ul style="list-style-type: none"> • 건설산업 디지털화의 도입 격차 해소 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 기술혁신 우수사례 발굴 - ('24년) '2024 스마트건설 엑스포'를 통한 미래지향적 건설산업의 청사진 제시
근로개선	<ul style="list-style-type: none"> • 해외근무, 장시간 근무 등 열악한 근로환경이라는 부정적 인식개선 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 근로환경 개선 아이템 및 우수인재 유입 방안 발굴 - ('24년) 건설애 희망 토크콘서트, 건설 현장 추락사고 감소를 위한 아이디어 공모전

자료 : 건설동행위원회(2024), 엑스포 발표 자료, 재인용.

이러한, 건설동행위원회의 출범은 건설업 이미지 개선을 위한 의미 있는 시도로 평가되나, 실효성 있는 피드백 체계와 장기적 방향성 설정에 몇 가지 한계를 안고 있다. 예를 들어, 위원회가 제안한 2024년 단기과제들은 주로 일회성 행사나 캠페인에 초점을 맞추고 있어, 지속적인 효과를 측정하고 개선할 수 있는 체계적인 피드백 시스템이 부족하다. 협의체 이름 짓기, 슬로건 제작, 단기 활동 중심의 아이디어 발굴 등은 단기적으로 주목도를 높일 수는 있으나, 이러한 활동이 장기적으로 건설산업의 이미지를 실질적으로 개선하는 데 얼마나 이바지할지는 불확실하다.

또한, 2025년 이후 중장기 과제는 연구용역을 통해 제안될 예정이지만, 건설산업이 직면한 핵심 문제인 부실시공, 안전사고, 열악한 근로환경 등 구조적 문제에 대한 구체적이고 실질적인 해결책을 마련하기에는 한계가 있을 것으로 보인다. 이에 따라 위원회가 실질적인 변화를 이끌어내기 위해서는 단기 성과에만 집중하기보다는 장기적인 비전을 명확히 설정하고, 각 과제의 실행 결과를 지속해서 점검 및 평가할 수 있는 체계적인 피드백 시스템을 구축하는 것이 필수적일 것으로 판단된다.

2 30년간 건설업 이미지 제고 활동을 전개한 일본 정부의 사례

일본은 1989년 이후 건설업 이미지의 악화와 이에 따른 심각한 노동력 부족 문제에 직면하였다. 생산 가능 인구의 감소와 더불어 건설업이 3D업종(힘들고, 더럽고, 위험한 직종)으로 인식되면서 신규 인력 유입이 급감하였고, 이에 대응하여 일본 정부는 건설산업 이미지 개선과 노동력 부족 문제 해결을 위해 체계적이고 지속적인 정책적 노력을 전개하고 있다.

일본은 초기 단계에서 '도로 현장 개선, 건설 용어 점검, 방송 홍보' 등에 주력하였으며, 이후 건설업 구조개선과 CC 전략 사업을 추진하며 점진적인 변화를 시도하였다. 2010년대에는 전략 실천 프로젝트팀(CIU)을 설립하여 개별 프로그램의 개선 방안을 체계적으로 마련하였고,

2019년부터는 건설업 리브랜딩에 중점을 두어 종사자들의 ‘자부심, 직업적 매력, 그리고 보람’을 증진하는 데 집중하였다. 최근에는 법률 개정을 통해 건설업 종사자 확보를 위한 근로환경 개선 및 적정공사비 지급 등 실질적인 제도적 개선을 추진하고 있다.

〈표 8〉 일본의 건설업 이미지 개선을 위한 활동 현황

구 분	주요 내용
1단계 (1989년~1991년)	<ul style="list-style-type: none"> 건설업 이미지 개선을 위한 ‘도로 현장 개선, 건설 용어 총점검, 방송 활용 건설업 홍보활동 추진’
2단계 (1992년~1994년)	<ul style="list-style-type: none"> 산업 이해 증진을 목표로 ‘방송 활용 건설업 PR, 건설업 구조개선 추진, 건설업 CC(Construction Citizenship) 전략 사업 등 추진 * 건설업 구조개선 추진 프로그램: 우수 인재 확보육성 및 안전 대책 추진 목표 건설업 및 종사자 이해 촉진과 이미지 향상 프로그램 제작
3단계 (2010년~2016년)	<ul style="list-style-type: none"> 건설업 이미지 향상 및 전략 실천 프로젝트팀(CIU) 설치, 원인 분석에 기반을 둔 개별 프로그램의 개선 방안 마련 중점 추진
4단계 (2019년~2023년)	<ul style="list-style-type: none"> 건설업 리 브랜딩(Rebranding) 초점 종사자 ‘자랑, 매력, 보람’ 향상 도모를 위한 방안 제시
5단계 (2024년 ~ 현재)	<ul style="list-style-type: none"> 건설업 종사자 확보를 위한 ‘담당자 3법’ 일괄 개정 → 건설업 매력도 증진을 위한 근로 여건 개선, 적정공사비 지급 등 추진 * 건설업법, 공공공사의 품질확보 촉진에 관한 법률(품확법), 공공공사 입찰 및 계약 적정화 촉진에 관한 법률(입계법)

자료 : 한국건설산업연구원(2024), 건설산업 이미지, 재인용.

〈표 9〉 일본의 제3차 담당자 3법 일괄 개정 주요 내용

구 분	주요 내용
종사자 확보	<p>품확법</p> <ul style="list-style-type: none"> 휴일 확보의 촉진 <ul style="list-style-type: none"> - 정부가 실태를 파악·공표하고, 시책을 책정·실시, 자치단체 내의 관계 부국이 연계한 평준화 촉진 처우개선 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 노무비·임금의 지급 실태를 국가가 파악·공표하고, 시책을 책정·실시, 능력에 따른 적절한 처우 확보, 적절한 가격 전가 대책에 의한 노무비 감액 방지 종사자 확보를 위한 환경 정비 <ul style="list-style-type: none"> - 종사자의 중장기적인 육성·확보에 필요한 조치 실시
	<p>측량법</p> <ul style="list-style-type: none"> 측량업 종사자 확보 <ul style="list-style-type: none"> - 측량사 등의 확보(양성시설이나 자격과 관련된 요건의 유연화, 자격의 바람직한 형태에 대한 검토 규정), 측량업 등록과 관련된 폭력된 배제 규정 등
	<p>건설업법 입계법</p> <ul style="list-style-type: none"> 근로자 처우개선 <ul style="list-style-type: none"> - 근로자 처우 확보를 위한 건설사업자의 책무 의무화, 표준 노무비 권고, 원가 절감 계약 금지를 도급자에게도 도입(기존 발주자만 책무 부여) 자재 가격 상승에 따른 노무비 감액 금지 근로방식 개혁 <ul style="list-style-type: none"> - 장시간 노동 억제

자료 : 한국건설산업연구원(2024), 건설산업 이미지, 재인용.

〈표 9〉 일본의 제3차 담당자 3법 일괄 개정 주요 내용 -(계속)

구 분		주요 내용
생산성 향상	품확법 등	<ul style="list-style-type: none"> 신기술 활용·탈탄소화 촉진 <ul style="list-style-type: none"> 조사 등이나 발주에서 유지관리까지의 ICT 활용(데이터 활용, 연계 등), 탈탄소화 촉진, 신기술 활용의 적절한 평가 및 예정가격에 반영 기술개발 촉진 <ul style="list-style-type: none"> 기술개발의 지속적인 추진, 민간사업자 간의 연계 촉진
	건설업법 입계법	<ul style="list-style-type: none"> ICT를 활용한 생산성 향상 <ul style="list-style-type: none"> 현장기술자에 관한 전임 의무 합리화(예: 원격통신기술 활용), 정부가 현장 관리 지침 마련(예: 원·하도급 간 공사 도면 등의 데이터 공유), 특정 건설사업자나 공공공사 발주자에게 효율적 현장 관리 노력 의무화, 공공공사 발주자에 대한 시공 체제대상 제출 의무 합리화
지역 대응력 강화	품확법	<ul style="list-style-type: none"> 지역건설업 등의 유지(존속)을 위한 환경 정비 <ul style="list-style-type: none"> 적절한 입찰요건 등에 의한 발주, 재해 대응력 강화 공공공사 등의 발주체제 강화 <ul style="list-style-type: none"> 발주자에 대한 지원 내실화
	입계법	<ul style="list-style-type: none"> 입찰 계약의 적정화에 관한 실효 확보 <ul style="list-style-type: none"> 정부가 정하는 입찰 계약 적정화 지침의 기재 사항에 '발주 체제 정비' 신설, 지침에 따른 조치의 실시를 발주자에게 조언·권고

자료 : 한국건설산업연구원(2024), 건설산업 이미지, 재인용.

이와 같은, 일본의 사례는 건설업의 이미지 개선과 인력난 해소가 단기간에 이루어질 수 없음을 명확히 보여준다. 이는 장기적이고 체계적인 접근, 다각적인 정책 시행, 그리고 지속적인 노력과 정책 조정이 필수적임을 시사한다.

3

건설업 이미지 개선 활동, 실효성 논란 속 일본 사례 주목해야

건설산업의 이미지 개선과 발전을 목적으로 설립된 '건설산업 공생발전위원회'와 '건설동행위원회'는 유사한 목표를 가진 협의체로, 두 위원회 모두 건설업계의 변화를 도모하고 있다. 그러나 두 위원회는 접근 방식과 실효성에 차이를 보인다.

'건설산업 공생발전위원회'는 다양한 주제를 포괄하며 폭넓은 활동 계획을 수립했으나, 실행 가능한 구체적 방안과 명확한 목표 설정이 부족하여 실질적인 성과를 내는 데 한계를 드러냈다. 반면, '건설동행위원회'는 보다 체계적이고 구체적인 접근을 시도하며 기술혁신, 제도개선, 사회적 가치 강화 등 명확한 방향성을 제시하였으나, 여전히 실행 결과의 효과성에 대한 의문이 제기되고 있다.

두 위원회 모두 건설업계의 적극적인 참여를 유도할 실질적인 인센티브나 강제력이 부족하다는 공통된 한계를 지닌다. 이는 계획된 활동이 소수 기업이나 단체에 국한될 가능성을 내포하며, 건설산업 전반에 걸친 변화를 이끌어내기에는 미흡하다는 평가를 받고 있다.

일본 정부가 지난 30년간 추진해 온 건설업 이미지 제고 방안은 우리나라 건설산업의 개선

을 위해 참고할 필요가 있을 것으로 보인다. 특히, '건설산업 공생발전위원회'가 관련 활동을 수행했음에도 불구하고, 10년이 지난 현재까지 일반 국민과 산업 종사자가 체감하는 개선 효과는 미미한 수준이다. 더욱이 건설업의 주요 문제인 '부실시공, 안전사고, 열악한 근로환경' 등의 개선에는 실질적인 효과를 거의 거두지 못한 것으로 평가된다.

건설업 이미지 개선을 위해서는 보다 실효성 있는 접근이 필요하며, 이를 위한 방안으로 「건설산업진흥 기본계획」에 이미지 개선 관련 사항을 주요 과제로 포함하고, 시기별로 중점과제를 지속해서 마련하는 것이 효과적일 것이다. 이러한 방식은 정부가 주도적 역할을 맡고 민간 부문이 협력하여 공동의 노력을 기울이는 체계를 구축함으로써, 건설업 이미지 개선이라는 목표를 보다 효과적으로 달성할 수 있는 기반을 제공할 수 있을 것으로 판단된다.

건설업 이미지 개선은 단순히 당면한 문제를 해결하는 것을 넘어 산업의 지속 가능한 발전을 위한 핵심 요소로 작용할 것이다. 현재 건설업에 대한 부정적 이미지는 산업 전반에 심각한 우려를 낳고 있으며, 이는 건설업이 사양산업으로 전락할 수 있다는 우려로까지 이어지고 있다. 따라서 일본의 사례를 참고하여 실효성 있는 방안을 모색하고, 악화된 건설업 이미지를 개선하며 부정적 이미지 고착화라는 악순환을 끊어야 한다. 이를 위해서는 건설산업의 구조적 문제를 해결하기 위한 심도 있는 논의와 실행이 요구되는 시점이다.

참고 문헌

- 건설산업 공생발전위원회(2012), “건설산업 공생발전방안 추진현황 및 성과”
- 건설동행위원회(2024), “엑스포 발표 자료”
- 건설산업사회공헌재단(2024), “2023년 사업보고(연차보고서)”
- 국토교통부 보도자료(2018), “「건설산업 혁신방안」 발표”
- 대우건설(2024), “지속가능경영보고서”
- 롯데건설(2024), “2024 롯데건설 지속가능경영보고서”
- 삼성물산(2024), “삼성물산 2024 지속가능경영보고서”
- 신원상 외 1인(2021), “일반 국민 및 종사자의 건설산업 이미지 변화 분석 및 개선방안”, 대한건축학회 학술발표대회 논문집, 대한건축학회
- 포스코이앤씨(2023), “2023 포스코이앤씨 지속가능경영보고서”
- 한국건설산업연구원(2024), “건설산업 이미지”
- 현대건설(2024), “지속가능경영보고서”
- 현대엔지니어링(2024), “2024 현대엔지니어링 지속가능경영보고서”
- DL이앤씨(2024), “지속가능경영보고서”
- GS건설(2024), “2024 GS건설 통합보고서”
- Glass and Glazing Products magazine(2023), “Research reveals negative perceptions of the construction industry”
- HDC 현대산업개발(2024), “HDC현대산업개발 지속가능경영보고서 2024”
- SK에코플랜트(2023), “2023 SK에코플랜트 지속가능경영보고서”