

‘혁신과 파괴’의 선두 주자-신동아 파밀리에 도전과 창조로 일군 건설 외길 30년

창사 30주년을 맞이한 신동아건설은 국내 주택경기가 크게 위축된 상황인데도 올해 6000여 채 공급 계획을 잡고 있다.
가치경영을 중시하는 신동아건설이 2007년 새로운 도약을 꿈꾼다.

에디터 | 최보윤 · 자료 제공 | 신동아건설 홍보팀



신동아건설은 1986년 63빌딩 준공으로 기술을 인정받았다

지난 2월 신동아건설은 자사의 아파트 브랜드인 '파밀리에'의 새 얼굴을 전격 공개했다. 'F'자를 형상화한 로고 타입은 기존보다 한층 더 산뜻하고 심플하게 바뀌었다. 컬러도 기존 네가지 톤의 그린 컬러에서 '첨단'과 '혁신'을 상징하는 오션블루 한 가지 색으로 통일해 단순화했다. 신동아건설은 올해 새 얼굴로 바꾼 '파밀리에' 브랜드를 강화해 명품 주거 브랜드로서의 위상을 다지고, 이를 통해 작년보다 38.1% 성장한 8500억 원을 매출 목표로 잡았다. 신동아건설은 위기를 기회로 승화시키는 가치경영을 모토로 2007년 새로운 도약을 꿈꾼다.

신동아건설은 올해로 창사 30주년을 맞는다. 1977년 종합건설회사로 출발, 1986년 당시 동양 최고층 건물인 대한생명 63빌딩을 준공해 시간의 이목을 끌며 기술력을 인정받았다. 1997년 품질경영인증인 ISO9001을 획득했고, 1999년에는 정보통신공사업 면허를 취득함과 동시에 우수 ISO 인증기업으로 선정됐다. 2003년 7월 건축 부문 시공 능력 평가액 3500억 원을 달성한 신동아건설은 2005년 매출액이 5000억 원을 넘어섰고 작년 수주액 2조 4000억 원, 매출액 6100억 원을 달성하며 괄목할 만한 성장을 이어왔다. 사람이 가장 큰 자산이라는 신념으로 인재경영과 가치경영을 중시하는 신동아건설은 2009년 매출 1조 원 시대를 열고자 새롭게 도약하고 있다.

성장의 동력으로 2007년을 열다

정부의 각종 부동산 규제 정책으로 분양 시장이 침체한 가운데에서도 작년 신동아건설은 우수한 실적을 거뒀다. 공사수주액은 애초 목표액을 상회한 2조 4000억 원, 매출액 6100억 원, 경상이익 316억 원을 기록해 고공 성장을 지속해왔다. 올해에도 신동아건설은 분양가 상한제, 원가 공개 등 각종 부동산 규제 정책에 대응해 품질과 기술로 고객 만족을 실현할 각오다. 위기가 곧 기회라는 신념을 가지고 기술과 품질

을 앞세워 불확실한 주택 시장을 극복해나간다는 전략이다.

이에 따라 신동아건설은 올해 수주목표액을 2조 원으로 잡고 지속 성장을 위한 영업 전략의 다각화와 안정 추구를 위한 현금 흐름 중심의 경영, 원가율 2% 감축을 실천하고 있다. 또한 새로운 기술 및 차별화된 상품의 개발로 환경 변화에 대처하는 창조적인 기술혁신을 단행하고 있다. 더불어 '나눔 및 봉사' 정신의 '파밀리에 운동'을 지속적으로 전개하고 고객 만족을 위한 가치와 정도·투명 경영을 추진하고 있다.

이와 함께 올해 매출 목표를 8500억 원, 경상이익은 425억 원으로 잡았다. 이는 작년에 비해 매출은 38.1%, 경상이익은 34.4% 증가된 수치다. 이는 건설 외길 30년의 시공 노하우와 신뢰를 바탕으로 한 자신감의 표현이며, 현재 회사 도급순위를 40위에서 30위권으로 끌어올리기 위한 전략적인 포석이다.

고정관념을 깬 전략으로 승부한다

신동아건설이 올해 처음으로 분양한 아파트는 용인 흥덕지구 내 중대형 임대아파트다. 총 759세대로 민간 건설사가 분양하는 중대형 임대 아파트라는 점에서 그 성패에 관심이 집중됐다. 그러나 막상 모델하우스를 열고 분양을 개시하니 우려와 달리 평균 청약률 2.7 대 1로 순위 내 청약을 마감하며 인기를 누렸고, 계약도 100% 완료돼 '임대'라는 불신을 말끔히 씻어냈다. 이처럼 신동아건설은 올해 일반인의 고정관념을 과감히 깨는 혁신적인 분양으로 안정적인 수익구조 창출에 모든 역량을 집중하고 있다. 올해 용인 흥덕지구를 시작으로 경기 고양시 행신지구 및 일산 덕이지구, 용인 신봉지구 등 전국적으로 총 6000여 규모의 세대를 공급할 계획이다. 분양 시장의 어려움 속에서도 양호한 실적을 달성한 작년과 견주어 올해도 무난히 계획 물량을 공급할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 특히 올 10월 분양 예정인 일산 덕이동 파밀리에에는 총 3500세대가 넘는 대단지 아파트로 지금껏 신동아건설이 분양



지난 2월 100% 분양을 완료한 용인 흥덕 파밀리에 아파트 단지



5월 분양 예정인 고양 행신 태운 하우스



충남 홍성 파밀리에 테마 파크로 조성 및 주출입구 특화해 신경을 썼다

한 아파트 중 최대 단지다. 약 20만 평 규모로 조성될 덕이지구는 공영 개발된 일산신도시와 풍동·일산 2지구 등과 인접해 미래 가치가 매우 높다. 여기에 파주신도시와 가깝고 복선화되는 경의선 탄현역을 이용할 수 있어 실수요자들의 관심이 집중되고 있다. 신동아건설은 올해 덕이지구 아파트를 성공적으로 분양해 우량 건설회사로서의 입지를 더욱 확고히 다져나갈 예정이다.

한편 신동아건설은 지난해 개소한 중부사업소를 중심으로 중부권 지역의 재건축 및 재개발 사업 수주에도 총력을 기울이고 있다. 현재 건축과 토목의 매출 비율이 8:2 정도로 구성되는데, 사업 안정성 및 경쟁력 강화를 위해 SOC 사업 및 민간자본유치사업(BTL) 등에 적극 참여해 사업을 활발하게 전개해나갈 예정이다. 그뿐 아니라 신동아건설은 주택 경기 침체에 맞서 조기에 사업 시행이 가능하고 경상이익도 10% 이상 올릴 수 있는 경기·수도권 위주의 사업자를 중심으로 수주에 나서고 있다. 그 외 사업의 다각화 측면에서 플랜트, 환경, SOC, 레저 사업 등 비주택 부문도 강화할 계획이다.

사람이 곧 재산, 열정을 다해라

신동아건설은 올해 '성장과 안정', '기술과 창의', '봉사와 신뢰'를 경영 방침으로 삼고 외적인 성장에 걸맞은 내실 있는 경영에도 책임을 다할 뜻을 밝혔다. 급속한 성장으로 자칫 방만해지기 쉬운 경영 구조를 쇠신하고 내부적인 조직 정비를 통해 대외적인 경쟁력을 키우겠다는 의지다. 나아가 올해를 윤리경영의 원년으로 삼고 기업의 사회적·도덕적 책임에도 관심을 기울일 방침이다. 철저한 품질관리와 한 차원 향상된 고객관리를 바탕으로 기업 이미지 제고에 힘쓰며 회사의 지속적인 발전을 도모할 계획이다.

특히 사회공헌 활동의 맥락에서 1사1촌 운동 등 파밀리에 봉사활동을 적극 추진하고, 신지식인 육성을 통한 '인재경영'을 모색하고 있다. '사람이 재산'이라는 신념 위에서 조직 구성원들 한 명 한 명이 책임과 열정을 갖고 일할 수 있도록 성과보상제 등의 동기를 부여하고 있으며, 회사는 '혁신적 파괴'를 강조하며 낡은 관념과 관행을 파괴하는 일련의 과정을 지속적으로 수행하고 있다.



지난 3월에 분양을 시작한 충남 홍성 파밀리에 부건도

‘혁신적 파괴’를 따른다

작년 미국의 대표적인 경제잡지 포브스지가 ‘혁신적 파괴(Destructive Innovation)’란 말을 쓰면서 전 세계 UCC(User Created Contents) 열풍을 일으킨 대표적 UCC 포털사이트 ‘유트브’를 ‘혁신적 파괴자’로 꼽았다. 혁신적 파괴는 미래 경영에 필수적인 지침으로 이미 삼성, 소니, 구글 등 다국적 기업들이 새로운 시장에 진출하면서 내세운 경영 모토다. 이는 기존 질서나 상식에서 새로운 생명력을 끌어내고, 불필요한 관행과 관념은 파괴하는 창조의 의미로 해석된다. 신동아건설이 ‘혁신적 파괴’를 내세운 것도 파괴 없이 창조할 수 있는 것은 아무것도 없다는 진리에서 나온 것이다. 신동아건설은 조직 구성원들 개개인의 혁신적인 사고와 행동이야말로 기업을 키우고 위기를 극복하는 대안으로 여긴다. 이를 위해 창조와 혁신을 기조로 독서 캠페인, 교양 강좌 등을 구체적으로 실행함으로써 신지식인 육성을 적극 지원하고 있으며, 회사 고유의 기술 창출을 위해 ‘혁신적 파괴’를 주도해나가고 있다.

2002년에 비하면 신동아건설은 수주액이나 매출액 등에서 눈부신 성장을 이뤄냈다. 부동산 시장이 공포 얼어붙은 2007년은 다른 건설사만큼이나 신동아건설에게도 매우 중요한 의미를 지닌다. 무작정 사업의 외형만을 키우는 게 위기를 돌파하는 해결 방안은 아니기 때문이다. 신동아건설은 올해 위기 분산과 대처 능력을 확고히 다지고 이를 바탕으로 사업의 본질적인 체질 개선을 다짐하고 있다. 연초에 기존 6본부 2실 1소 21팀에서 1개 본부 6개 팀이 늘어난 7본부 2실 1소 27팀으로 조직을 확대 개편해 업무간 의사소통 체계를 명확히 한 점도 이러한 의지의 반영이다. 신동아건설은 중장기 핵심 전략 사업 중 하나로 플랜트사업본부를 신설하고 빠르면 내년 시장 진출을 목표로 사업성을 면밀히 검토하고 있으며, 이에 발맞춰 해외 사업 진출도 긍정적으로 모색하고 있다. 이에 따라 내부인력 재배치 및 우수 외부인력 충원으로 사업경쟁력을 확보한다는 전략이다.

신동아건설은 사업의 안정성과 경쟁력을 통한 다각적이고 체계적인 경영관리 시스템을 구축, 윤리경영의 토대를 마련하고 인화·창의·성실을 바탕으로 글로벌 비전을 수립함과 동시에 ‘지속 가능한 성장’을 도모해나가고 있다. 창의적이고 투명한 경영철학으로 세계적인 경쟁력을 갖춘 기업으로 거듭나기 위한 신동아건설의 새로운 도약이 기대된다. ㊦

신동아건설, 아파트 브랜드 ‘파밀리에’ 새 얼굴 단장



품격 있는 가족문화 공간을 상징하는 새로운 심벌과 로고 타입으로 재탄생

신동아건설의 대표 아파트 브랜드인 ‘파밀리에’가 한층 세련된 모습으로 바뀌었다. 새롭게 바뀐 ‘파밀리에’ BI는 아이를 품에 안고 있는 어머니의 모습을 모티브로 하여, 파밀리에(Familie)의 이니셜 ‘F’를 안정감 있게 표현하고 있다. 이번에 새로 디자인된 로고 타입은 심벌 마크와 조합해 따뜻하고 품격 있는 가족문화 공간을 상징하며, 첨단 기술과 신뢰를 상징하는 오션블루 컬러를 도입해 ‘창조와 혁신’의 기업이념도 함께 아우르고 있다.

새로운 BI에 주택 건설 철학 담아

독일어로 ‘가족’을 의미하는 ‘파밀리에’는 아파트 공간을 통한 가족애를 추구한다. 시대가 변하면서 점점 더 개인화하고 단절되어가는 가족관계 속에서 가족의 참의미를 다시 한 번 생각하고, 이를 통해 가족간의 정과 소중함을 지켜주는 공간으로서 주택문화를 창조하고자 하는 신동아건설의 철학이 담겨 있다. 이번 파밀리에 신규 BI는 어머니와 아이의 포옹을 유려한 선과 평면으로 형상화해 가족간의 사랑을 가장 보편적인 공감대로 풀어내 브랜드 가치를 극대화했다.

새로운 BI 론칭, 브랜드 마케팅의 시발점 될 것

신동아건설은 이번 새로운 BI 구축을 계기로 파밀리에 브랜드 이미지를 강화해나갈 방침이다. 빠르면 오는 6월부터 전파 광고와 신문, 옥외광고 등을 통해 고객과의 친밀감을 형성할 수 있는 IMC(Integrated Marketing Communication) 활동에 주력할 계획이다. 새로운 얼굴의 파밀리에에는 분양을 끝낸 용인 흥덕과 지난 3월 분양을 시작한 충남 홍성에 처음으로 적용돼 고객들의 큰 호응을 얻은 바 있다.