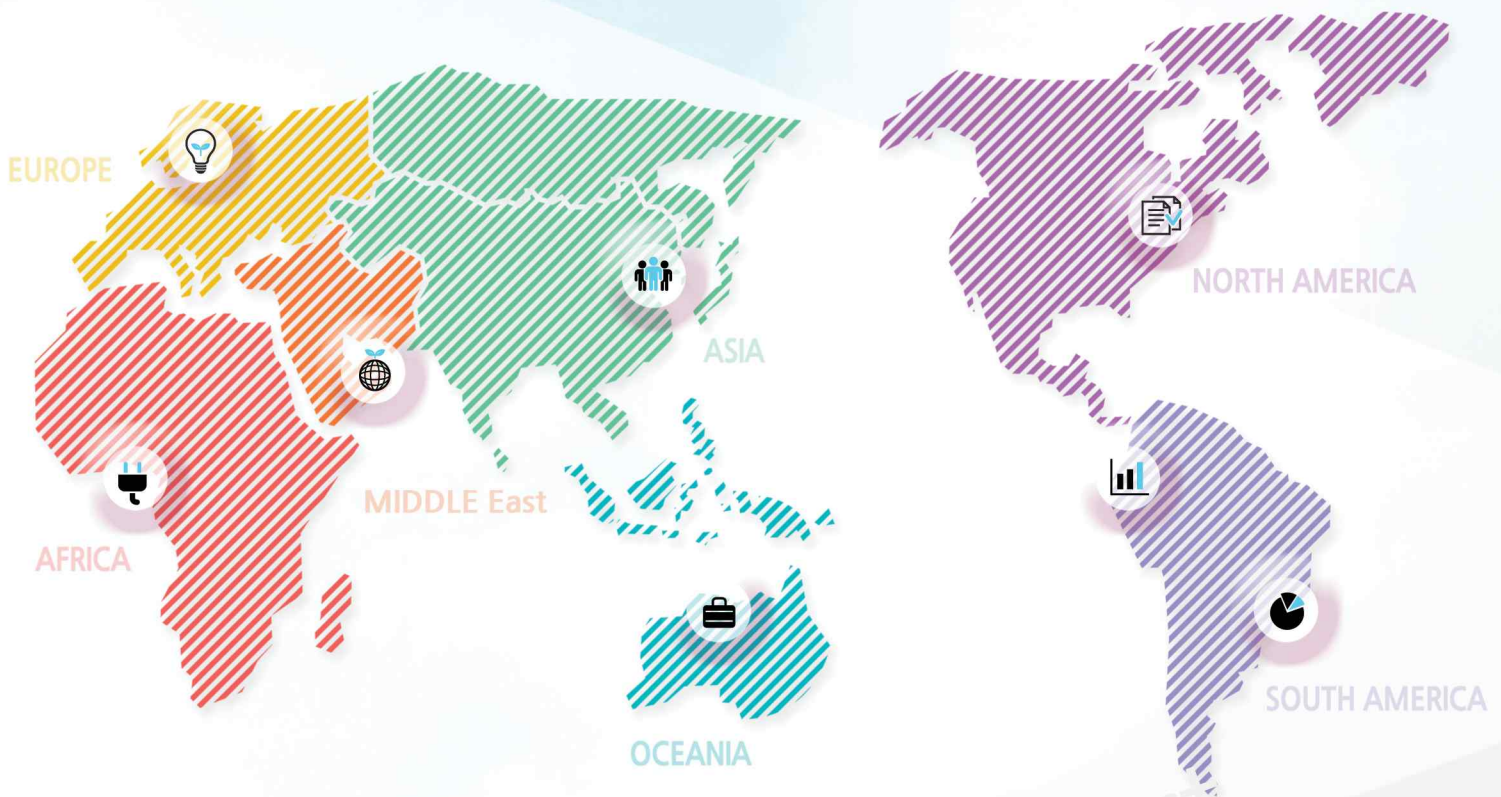




韓日 제3국 상생협력 진출전략

-자동차 산업을 중심으로-

CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 한일 자동차 산업 동향

- 5 1. 한국 자동차 산업은 해외생산 증가세, 내수판매 회복세
- 9 2. 엔저에도 해외생산이 확대되고 있는 일본 자동차 산업

II. 주요 해외시장 내 한일 자동차 산업 현황

- 12 1. 현대차, 중국시장에서 도요타 제치고 '14년 판매량 3위
- 19 2. 일본 업체들의 호조세가 지속되는 북미 자동차 시장
- 34 3. EU 시장, 일본 업체들의 특별 마케팅 효과 뚜렷
- 48 4. 러시아 시장 침체 속, 한일 업체들 비교적 선전
- 56 5. 한일 업체는 인도 시장에서 확고한 위치를 확보
- 60 6. 일본 업체들, 높은 인지도와 품질로 태국 시장 점유
- 70 7. 사우디아라비아에서 한국 자동차 판매율 매년 증가
- 73 8. 시장 침체에도 브라질 내 일본 완성차 주문량 폭주
- 78 9. 아프리카 조기 진출로 시장을 선점한 일본 자동차

III. 한일 제3국 상생협력 진출전략

- 85 1. 자동차 산업에 있어서 한일 협력의 난제
- 88 2. 자동차 산업에 있어서 한일 협력의 필요성
- 89 3. 한일 협력체계 구축 및 강화 방안
- 92 4. 한일 자동차 산업 상생협력 진출전략
- 95 5. 한일협력 성공사례 분석

요 약

1. 한일 자동차 산업 동향

□ (한국) 해외생산 증가세, 내수판매 회복세

○ 중국 및 터키 등 공장 신·증설로 해외생산 증가

* 현대차 해외생산 대수: 2,874,750대('13년) → 3,076,887대('14년)

* 기아차 해외생산 대수: 1,233,305대('13년) → 1,337,207대('14년)

○ 각 완성차 업체의 신차출시에 따른 신차효과와 개별소비세 인하 등으로 내수판매는 회복 기조

* 한국 자동차 내수판매 대수: 1,383,358대('13년) → 1,463,945대('14년)

○ 수출 수량은 감소세에 있으나 수출금액 증가

* 한국 자동차 수출수량(만대): 317('12년) → 309('13년) → 306('14년)

* 한국 자동차 수출금액(억\$): 436.3('13년) → 449.3('14년) → 455.4('14년)

□ (일본) 엔저에도 해외생산 확대 기조

○ 일본 내 생산은 소폭 증가, 해외생산 확대 기조 유지

- 일본 승용차 제조사 8개사의 '14년 국내생산대수 합계는 전년대비 1.5% 증가한 반면 해외생산대수는 전년대비 4.4% 증가한 1708만대

〈최근 5년간 일본 자동차(4륜차) 관련 주요 통계〉

(단위 : 대, %)

구분	국내생산		내수판매		수출		수입	
	수량	전년비	수량	전년비	수량	전년비	수량	전년비
2012	9,943,077	18.3	5,369,720	27.5	4,803,591	7.5	315,993	14.6
2013	9,630,181	△3.1	5,375,513	0.1	4,674,633	△2.6	346,133	9.5
2014	9,774,665	1.5	5,562,888	3.4	4,465,624	△4.4	335,960	△2.9

자료원: 일본자동차공업회 및 일본자동차수입조합

2. 주요 해외시장 내 한일 자동차 산업 현황

□ 중국을 제외하고 일본 자동차 업계의 약진 뚜렷

○ 주요 시장 현황

시장	내용
중국	현대차, 도요타 제치고 '14년 판매량 3위
북미	일본 업체들의 호조 지속
EU	일본 업체들의 판촉 및 마케팅 효과 뚜렷
CIS	러시아 시장 침체 속, 한일 업체들 비교적 선전
서남아	인도 시장에서 한일 업체는 확고한 위상을 확보
동남아	일본 업체들, 높은 인지도와 품질로 태국 시장 점유
중동	사우디아라비아에서 한국 자동차 판매 지속 증가
중남미	시장 침체에도 브라질 내 일본 완성차 주문 폭주
아프리카	아프리카 조기 진출로 시장을 선점한 일본 자동차 업계

3. 한일 제3국 상생협력 진출전략

□ 한일 협력의 난제

○ 자동차 산업의 폐쇄성

- 도요타, 닛산 등은 부품 현지화를 위해 품질이 검증된 업체들을 접촉할 의향이 있는 것으로 보이나, 자동차 산업의 폐쇄성으로 인해 공개적인 접근이 어려운 상황 (상트페테르부르크 무역관 인터뷰 종합)

○ 일본 업체의 높은 일본 부품 선호도

- 소규모로 중국에 진출한 일본 완성차 업체에 부품을 공급한 사례는 있으나, 일본기업 특유의 수직 계열화가 공고하며, 외국기업에 대해서는 낮은 단가 요구 (베이징무역관 인터뷰 종합)

○ 일본기업은 이미 현지화가 깊게 진행되어 현지에서의 경쟁 치열

- 일본 자동차의 경우, 브라질 시장에 진출한지 오래되어 사실상 현지 업체로 간주되고 있는 상황. 다수의 다국적 기업들과 치열한 경쟁을 거쳐야 진출이 가능 (상파울루무역관 인터뷰 종합)

□ 한일 협력의 필요성

- 신규 시장 진출 및 시장 다변화 필요
 - 신규 먹거리 창출, 지역 리스크 분산, 상대적으로 시장진입 용이
- 한국 자동차 부품업체들의 납품처 다각화 필요
 - 한국 완성차 업체에의 높은 의존은, 한국 완성차 업체의 부진이 고스란히 납품업체로 전달될 수 있기 때문에 매우 위험
- 한국 자동차 부품 경쟁력 향상으로 한일 수평적 협업 가능성 대두
 - 자동차 부품의 대일 무역특화지수 개선: $-0.49('04) \rightarrow 0.01('14)$
 - * 무역특화지수(TSI)는 특정품목의 (수출-수입)/(수출+수입)으로 계산, 특정품목이 상대국에 얼마나 경쟁력을 가지고 있는지 평가하는 지수

□ 한일 협력체계 구축 및 강화 방안

- 일본기업 본사와의 커뮤니케이션 강화
 - 납품업체 선정 권한은 대부분 일본 본사에 있음
 - 일본 완성차 업체가 일본 업체를 선호하는 것은 일본 본사와 디자인이나 가격 관련 소통 및 협의가 용이하기 때문
- 제3국 현지 진출을 적극 검토
 - 일본 주요 완성차 업체들은 엔저에도 현지 조달 확대 추세
 - * 도요타 관계자는 하이브리드 시스템 부품 조달에 대해 “최종적으로는 현지 조달을 100%를 목표로 하고 있다”고 밝힘
 - 일본 자동차 업계는 한국기업의 해외시장 진출능력을 높게 평가
 - * 미쓰이스미토모 파이낸셜그룹 산하 연구기관인 일본총연은 한국 자동차 부품의 경쟁력으로 업체들의 적극적인 해외진출을 꼽음
 - * 미쓰비시자동차 미국법인, 아이신 등 일본 구매 담당자를 인터뷰한 결과, 대부분 현지에 진출한 한국 업체를 매우 선호하고 있었음

□ 한일 자동차 산업 상생협력 진출전략

- 일본기업의 사업 확장을 기회로 활용
 - 아세안 등 일본기업이 투자를 확대하고 있는 지역을 공략
 - * 스즈키와 미쓰비시, 2015년 인도네시아에 각각 10억 달러, 5억 달러 투자
- 현지기반이 확고한 일본기업과의 협업을 통해 신규 시장 진출
 - 아프리카 등 일본기업의 현지기반은 확고한 반면, 한국기업의 진출은 미미한 지역
 - * 아프리카 지역 내 일본 사륜차 생산거점 19곳, 한국은 현재 진출시작 단계
- 전기자동차 부품 등 선행제품 개발협업을 통해 차세대 시장 선점
 - 북미, EU 등 선진국 시장
- 한일 공동으로 선진 자동차 산업을 침투시켜 업계를 주도
 - 중동 등 상대적으로 자동차 산업이 낙후된 지역
 - * 사우디아라비아 국민차 생산 자동차 조립업체 설립 프로젝트 공동 참여 검토 등

□ 제3국 자동차 산업에서 한일협력 성공사례

- 시장사수를 위한 J사와 도요타의 제3국 상생협력
 - 폴크스바겐 등 경쟁사의 진출로 도요타는 아세안 시장에서 시장 점유율을 위협 받고 있었음. 한편, 엔진주변부품 제조사인 J사도 아세안 지역의 시장성을 파악하고 말레이시아에 거점을 설립했으나 뚜렷한 고객이 없어 신규 고객이 절실했음
 - J사는 주재원을 일본에 파견, 일본기업과 동등한 대응을 할 수 있다는 점을 어필하며 정보를 수집. 도요타 차세대 개발방식과 일치하는 모듈화 부품을 통한 제안형 마케팅 실시. J사 말레이시아 공장은 부품현지조달 강화를 통한 원가절감으로 아세안 시장을 방어하려 했던 도요타의 방침에도 적합

I 한일 자동차 산업 동향

1. 한국 자동차 산업은 해외생산 증가세, 내수판매 회복세

□ 한국 자동차 산업 동향

○ (국내생산) 2012년 이후 국내생산은 보합세

- 현대자동차는 해외생산을 확대하는 전략을 전개
- 한국지엠은 서유럽에서 쉐보레 브랜드의 단계적 철수에 따른 공급 물량 축소로 국내생산 감소세
- 쌍용자동차는 주요 수출국인 러시아의 시장침체와 루블화 절하로 인한 수출 오더 축소로 인해 생산량 감소

○ (해외생산) 공장신설 등으로 해외생산은 증가세

- 한국 업체들의 중국 및 터키 등 공장 신·증설로 해외생산은 증가세

* 한국 완성차 업체의 해외생산대수는 2013년 약 411만대에서 2014년 441만대로 7.3% 증가

〈업체별 국별 해외생산 현황〉

(단위: 대)

업체	생산지	2013	2014	2015(1~4월)
현대	중국	1,040,018	1,144,299	372,230
	인도	633,006	610,650	205,350
	미국	399,500	398,851	131,656
	체코	303,460	307,450	108,438
	러시아	229,400	237,000	72,200
	터키	102,020	203,157	73,200
	브라질	167,346	179,480	60,805
현대 소계		2,874,750	3,076,887	1,023,879
기아	중국	551,006	644,108	219,228
	미국	369,299	369,379	126,982
	슬로바키아	313,000	323,720	112,200
기아 소계		1,233,305	1,337,207	458,410
총계		4,108,055	4,414,094	1,482,289

자료원: 한국자동차산업협회

- 기아자동차는 멕시코 공장 신설을 추진중에 있음. 멕시코 시장은 무려 20% 관세로 진출하지 못했던 시장으로, 생산과 판매 사이의 물리적인 거리가 단축되면서 생기는 비용절감 효과도 기대됨
- * 2016년 완공될 기아차 멕시코 공장의 연산 규모는 30만 대, 동시에 중국 3공장에 15만 대 규모의 라인 증설되면 기아차의 생산역량은 350만 대 수준으로 확충, 해외 생산 비중은 52%로 높아짐

〈기아자동차 2014년 지역별 생산 규모 및 비중〉

구분	국내	북미	유럽	중국	합계
규모(대)	1,690,000	340,000	300,000	740,000	3,070,000
비중(%)	55.0	11.1	9.8	24.1	100

자료원: 기아자동차 2015 지속가능보고서

- 한편, 한해 판매되는 기아자동차의 85%가 해외 판매이며, 2014년 기준 해외에서 직접 생산된 물량은 44% 수준. 나머지는 국내에서 수출된 차량으로, 원화가치가 높아지면 그만큼 수익성이 악화될 수 있음

〈기아자동차 2014년 지역별 판매 규모 및 비중〉

구분	국내	북미	유럽	중국	기타	합계
규모(대)	465,200	731,222	410,870	681,735	752,658	3,041,685
비중(%)	15.3	24.0	13.5	22.4	24.8	100

자료원: 기아자동차 2015 지속가능보고서

- 환율은 완성차 업체들이 해외생산을 점차 확대하는 이유를 설명하며 완성차 업체들의 실적을 좌우함. 기아자동차는 향후 신흥시장을 중심으로 생산거점을 확보해갈 계획
- 또한 해외에 생산거점을 보유하고 있지 않은 쌍용자동차는 지역별 판매 비중을 조정해 수익성을 확보해 나갈 계획

○ (내수판매) 국내 자동차 판매대수는 완만히 회복

- 각 완성차 업체의 신차출시에 따른 신차효과와 개별소비세 인하 등으로 내수판매는 '14년 이후 회복 기조

* 대우버스를 제외한 모든 완성차 업체의 내수판매가 증가

- 특히 국내 레저문화 확산에 따른 SUV, CDV 등이 호조

〈업체별 내수판매 현황〉

(단위: 대)

구분	2013	2014	2015(1~5월)
합계	1,383,358	1,463,945	601,346
현대	640,865	685,243	273,277
기아	458,000	465,200	197,572
한국지엠	151,040	154,381	59,124
르노삼성	60,027	80,003	30,507
쌍용	63,970	69,036	36,990
타타대우	6,039	6,986	2,494
대우버스	3,417	3,096	1,382

자료원: 한국자동차산업협회

○ (해외수출) 수출수량은 감소세에 있으나 수출금액은 증가

- 2012년 이후 수출수량은 감소한 반면 수출금액은 증가
- (수출수량감소) 원고·엔저에 따른 가격경쟁력 하락으로 수출 감소
- 러시아 등 주력 수출시장의 경기악화로 인한 수출 감소
- 한국지엠 쉐보레 브랜드의 서유럽 철수 영향으로 인한 수출 감소

〈한국지엠 내수판매 및 수출〉

(단위: 대)

구분	2014	전년대비(%)	2015(1-5월)	전년대비(%)
내수	154,381	2.2	59,124	△1.2
수출(CKD제외)	476,151	△24.4	193,569	△10.4
총계	630,532	△19.2	252,693	△8.4

자료원: 한국지엠 기업뉴스

- (수출금액증가) 미국 등 일부 지역 고급차 판매 확대 등이 기여
- 르노삼성의 닛산 로그 OEM 수출개시(9월)

〈르노삼성 내수판매 및 수출〉

(단위: 대)

구분	2013	2014	2015(1-5월)
내수	60,027	80,003	30,507
수출	70,983	89,851	65,521
총계	131,010	169,854	96,028

자료원: 르노삼성 뉴스

〈2014년 주요 수출 증감 요인〉

구분	업체명	내용
수출증가요인	기아	- 해외시장 인지도 향상 - 신형 카니발, 신형 쏘렌토 등 RV 호조
	르노삼성	- 닛산 로그 OEM 수출 개시
수출감소요인	한국지엠	- 유럽시장 쉐보레 철수
	쌍용	- 러시아(시장침체 및 루블화 절하) - 칠레(환경세 부과 추진중)로의 수출 부진

자료원: 한국자동차산업협회

〈2010년 이후 한국의 주요 자동차 통계〉

(단위: 대, 천\$)

구분	생산	판매			수입(수량)
		내수(수량)	수출		
			수량	금액	
2010	4,271,741	1,465,426	2,772,107	33,594,129	104,977
2011	4,657,094	1,474,637	3,151,708	42,851,671	117,592
2012	4,561,766	1,410,857	3,170,634	43,628,800	154,407
2013	4,521,429	1,383,358	3,089,283	44,926,746	191,068
2014	4,524,932	1,463,893	3,063,204	45,539,128	266,431
2015.1	376,018	112,407	248,613	3,630,909	21,833
2015.2	317,746	104,053	209,148	3,040,446	22,734
2015.3	414,313	128,103	275,999	3,996,144	28,921
2015.4	424,401	134,631	282,044	4,047,264	29,166

자료원: 한국자동차산업협회

2. 엔저에도 해외생산이 확대되고 있는 일본 자동차 산업

□ 일본 자동차 산업 동향

- 2014년 일본 내 생산대수는 소폭 증가, 친환경 차량 판매 비율 높아
 - (국내생산) 일본 자동차공업회에 따르면 국내 승용차 제조사 8개사의 2014년 국내생산대수 합계는 전년 대비 1.5% 증가한 827만 7070대
 - (신차판매) 2014년 일본 국내 신차 판매대수는 전년 대비 3.5% 증가한 556만 2752대로, 3년 연속 500만대를 넘어 8년 만에 최고치를 기록 (일본 자동차 판매 협회 연합회 및 전국 경자동차 협회 연합회)
 - 특히 경차 판매대수는 227만 2654대(전년 대비 7.6% 증가)로 2년 연속 사상 최고치를 기록, 경차를 중심으로 하이브리드 자동차 등 친환경 자동차가 판매 순위 석권
 - 연간 전체 차종별 판매 순위에서 상위 10개 차종 중 7개 차종이 경차였으며, 나머지 3개 차종도 하이브리드 모델 및 소형차
 - 최근 일본 시장에서는 연비가 좋은 친환경 차량의 판매 비율이 높아지고 있는 것으로 분석됨
- 엔화 약세에도 해외 현지생산 확대 유지
 - 달러당 110~120엔 전후로 엔화 약세가 진행됨에 따라 일부 업체에서는 해외로의 생산 이관을 연기하는 등의 움직임이 있었음
 - 다만, 지속적인 수요 발생을 감안시, 중장기적인 관점에서는 해외 현지생산 확대 흐름이 멈추지 않을 것으로 예상
 - 2014년 일본 승용차 제조사 8개사의 해외생산대수는 전년 대비 4.4% 증가한 1708만 대로, 미쓰비시를 제외한 7개사가 사상 최고
 - 혼다는 2014년 2월 멕시코 제 2공장을 가동시켜 북미 자동차의 현지생산 비율을 95%로 끌어 올렸음

- 수요지의 변화에 맞춰 아시아에서는 태국, 유럽에서는 동유럽이 광역 수출 거점으로서 존재감을 확고히 하고 있음

○ 생산 거점 재편 진행

- نيسان자동차는 주력 소형차 마치의 생산을 태국으로 전면 이관했으며, 국내에서는 가동이 중단되었던 가나가와 현의 오파마 공장을 EV 리프 생산 공장으로 조정하는 등 생산 거점의 재편을 진행중
- 또한, 2013년 10월에는 일본 완성차 업계 최초로 나이지리아에서 현지 생산을 시작한다고 발표

〈최근 5년간 일본 자동차(4륜차) 관련 주요 통계〉

(단위 : 대, %)

구분	생산		판매		수출		수입	
	수량	전년비	수량	전년비	수량	전년비	수량	전년비
2010	9,628,875	21.3	4,956,136	7.5	4,841,460	33.8	225,083	26.0
2011	8,398,630	△12.7	4,210,219	△15	4,464,413	△7.7	275,644	22.4
2012	9,943,077	18.3	5,369,720	27.5	4,803,591	7.5	315,993	14.6
2013	9,630,181	△3.1	5,375,513	0.1	4,674,633	△2.6	346,133	9.5
2014	9,774,665	1.5	5,562,888	3.4	4,465,624	△4.4	335,960	△2.9

자료원: 일본자동차공업회 및 일본자동차수입조합

〈2015년 1~4월 일본 자동차(4륜차) 관련 주요 통계〉

(단위 : 대, %)

구분	생산		판매		수출		수입	
	수량	전년비	수량	전년비	수량	전년비	수량	전년비
1월	777,756	1.3	401,366	△7	341,872	△10.2	20829	△17.4
2월	823,864	5.9	482,102	20.1	365,855	7.0	27520	△12.0
3월	878,577	6.6	695,412	44.2	396,796	8.4	45230	△7.6
4월	713,155	△18.8	319,480	△54.0	379,907	△4.2	17881	14.8

자료원: 일본자동차공업회 및 일본자동차수입조합

〈일본내 승용차 신차 판매 대수 순위(2014년)〉

(단위 : 대, %)

순위	브랜드	제조사	대수	전년비	순위	브랜드	제조사	대수	전년비
1	아쿠아	도요타	233,209	88.9	16	데미오	마쓰다	48,564	111.5
2	피트	혼다	202,838	111.8	17	임프레서	스바루	45,841	78.7
3	프리우스	도요타	183,614	72.4	18	스텝웨건	혼다	42,743	68.7
4	카롤라	도요타	114,331	112.5	19	악셀라	마쓰다	42,527	236.4
5	복시	도요타	109,174	260.4	20	스위프트	스즈키	39,382	96.2
6	노트	닛산	106,765	72.3	21	스페이드	도요타	38,733	79.7
7	베젤	혼다	96,029	4,351.10	22	벨파이어	도요타	36,734	72.6
8	비츠	도요타	89,496	104.2	23	소리오	스즈키	32,857	108.5
9	세레나	닛산	76,909	79.8	24	오디세이	혼다	32,749	220.9
10	노아	도요타	69,605	215.5	25	레보그	스바루	30,258	(26-5)
11	해리어	도요타	64,920	3,363.70	26	CX-5	마쓰다	29,466	76.5
12	프리드	혼다	54,313	79.4	27	포르테	도요타	26,648	84.2
13	엑스트레일	닛산	53,736	190.6	28	포레스터	스바루	25,921	73.7
14	파소	도요타	49,770	116.3	29	알파드	도요타	25,863	76.6
15	크라운	도요타	49,166	59.5	30	에스테마	도요타	25,688	73.6

* 경자동차 및 해외 브랜드는 제외

자료원: 일본자동차판매협회연합회

II 주요 해외시장 내 한일 자동차 산업 현황

1. 현대차, 중국시장에서 도요타 제치고 '14년 판매량 3위

□ 중국 자동차 시장 현황

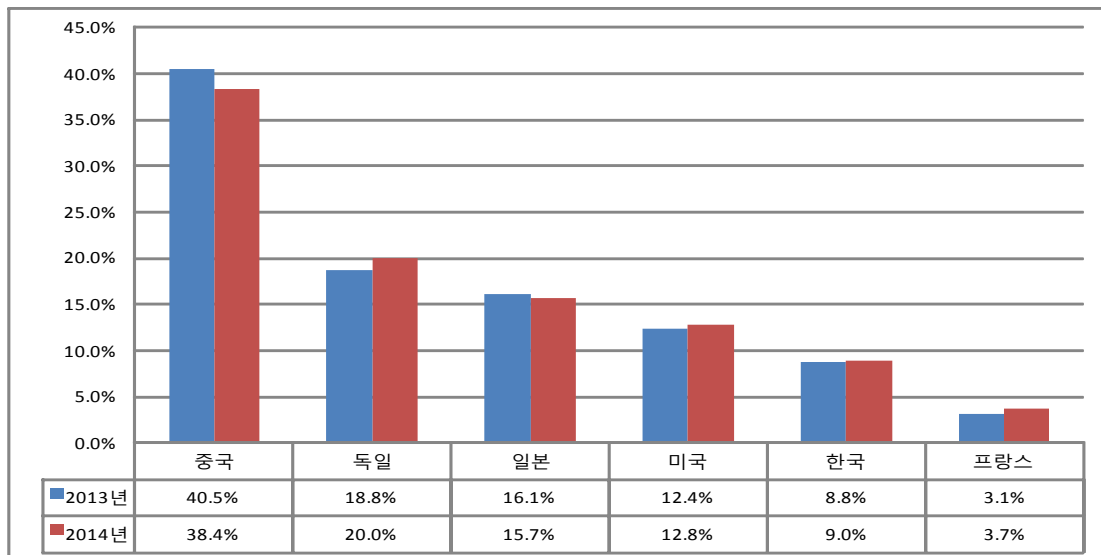
○ 시장 개요

- 중국 자동차 시장은 2009~2010년 급격히 성장한 후 2013년부터 완만한 성장세를 보이고 있음
- 2014년 기준 중국 자동차 시장 규모는 전년 동기대비 약 10.9% 증가한 1조 6,364억 위안 (중국 중신증권中信證券)
- 승용차 시장규모는 8,859억 위안, 자동차부품 시장규모는 3,421억 위안으로 전년 동기대비 각각 12.4%, 15.0% 성장

○ 생산 현황 및 전망

- 2014년 중국 자동차 판매량은 2,349만대로 전년 동기대비 6.8% 증가
- 2014년 중국 자동차 시장에서 독일 자동차 업체가 일본을 제치고 2위를 차지했으며, 일본과 한국 시장점유율은 각각 3위, 5위 차지

〈2013~2014년 중국 승용차 국가별 시장점유율〉



자료원: 공업신식화부(工业和信息化部)

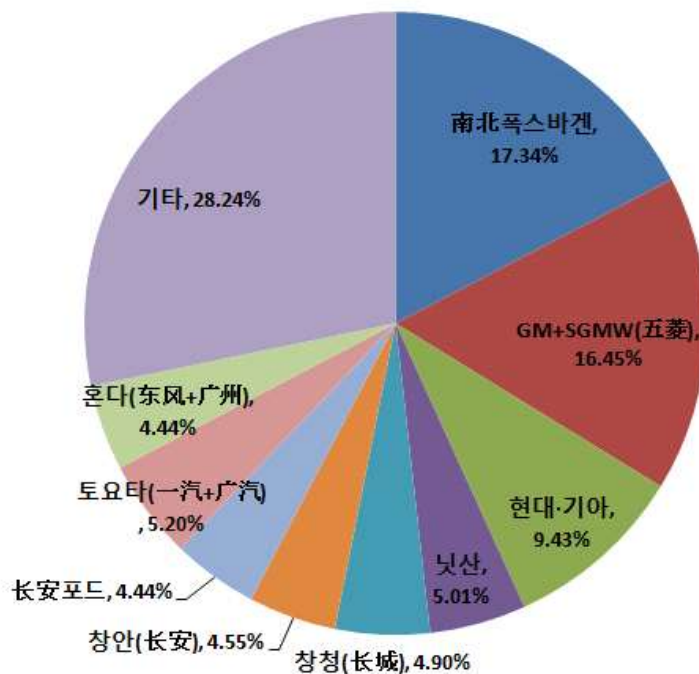
- 최근 몇 년 간 빠른 성장에 따른 기저효과, 중국 정부의 부정부패 척결에 따른 관용차 규제 등의 영향으로 2015년 수요 증가율은 2014년 대비 하락해 평균 7% 내외 성장 전망

〈2011~2015년 중국 자동차시장 판매량 추이〉

구 분	2011년	2012년	2013년		2014년		2015년(전망)	
합 계	1,851	1,930	2,199	13.9%	2,349	6.8%	2,501	6.5%
승용차	1,447	1,549	1,793	15.7%	1,970	9.9%	2,154	9.4%
세단	1,012	1,075	1,201	11.8%	1,237	3.0%	1,248	0.9%
MPV	50	86	131	52.3%	192	46.7%	231	20.4%
SUV	159	200	299	49.6%	408	36.5%	561	37.6%
미형버스	226	189	163	-14.1%	133	-18.0%	114	-14.4
상용차	403	381	406	6.7%	379	-6.8%	347	-8.5%

자료원: 자동차공업회, 중신증권(中信證券)

〈2014년 메이커별 시장점유율〉



자료원: www.autohome.com.cn

□ 한일 완성차 업체 및 부품업체 진출현황

○ 한국 업체 진출현황

- 한국 완성차 업체는 현대·기아가 진출해 있으며 완성차 공장을 중심으로 부품업체들이 진출해 있음
- 현대자동차는 베이징에 제1공장, 제2공장, 제3공장을 보유, 기아자동차는 장수(江蘇)성에 3개의 공장을 보유
- 2014년 7월 만도가 랴오닝 선양(遼寧沈陽)에 브레이크 공장을 준공, 2015년 4월 계양정밀이 장수 우시(江蘇無錫)에 공장을 준공

○ 한국 업체 생산능력

- 현대·기아자동차 중국 베이징, 스촨 등 7개 공장의 생산능력은 195만 대/년에 달하고 현재 증설하는 공장이 준공되면 2018년 270만 대/년에 달할 것으로 전망

〈한국 완성차 브랜드별 생산능력〉

브랜드	공장	소재지	설립년도	생산능력	주요제품
현대	베이징현대(1,2,3공장)	베이징	2002년	105만 대	SONATA(索纳塔), MISTRA(名图), SANTAFE(全新胜達), ix35, ix25 등
	河北沧州공장	이창저우 (沧州)	건설 중, 2016년 준공	30만 대	-
	山东烟台연구개발센터 신에너지차	옌타이(煙臺)	2014년	-	-
	重庆고급승용차생산기지	충칭	건설 중, 2016년 준공	-	-
	四川상업용차생산기지	스촨즈양 (四川資陽)	2012년	17만 대	트럭, 버스
기아	동펑웨다기아 (3공장 건설 중) (东风悦达起亚)	장수이엔청 (江苏盐城)	2001년	44만 대	K3, K2, K5, SOUL(秀尔), Forte(福瑞迪), Cerato(赛拉图), RIO(锐欧), Sportage(狮跑) 등

자료원: KOTRA 취합

〈한국 주요 자동차 부품업체 진출현황〉

부품사	소재지	비고	투자형태	분야	모기업
북경화승R&A기차배건유한공사 北京和承阿仁艾汽车配件有限公司	베이징	2003년	독자	자동차 부품	(주)화승
북경신진기차링부건유한공사 北京新进汽车零部件有限公司	베이징	2004년	독자	전기배선 생산	(주)신진
북경영신발곡기차 부품유한공사 北京荣信发谷汽车零件有限公司	베이징	2005년	독자	조향시스템 생산, 판매 및 서비스 제공	영신부품
현대모비스 现代磨比斯 北京代表处	베이징	2003년	독자	변속기 생산	(주)현대모비스
만도(북경)기차부건연구개발중심 유한공사 万都(北京)汽车部件研究开发中心有限公司	베이징	2003년	독자	자동차 부품	(주)만도
북경한일기차식건유한회사 北京韩一汽车饰件有限公司	베이징	2003년	합작	자동차 내장	한일이화(주)

자료원: KOTRA 취합

〈현대·기아자동차 중국진출현황〉



자료원: www.autohome.com.cn

○ 일본 업체 진출 현황

- 일본 완성차 업체는 HONDA, TOYOTA, NISSAN, MAZDA, MITSUBISHI, SUZUKI 등이 진출해 있고, 부품업체는 HITACHI, AISAN, MITSUBISHI, YAZAKI 등이 진출

〈일본 완성차 브랜드별 생산능력〉

브랜드	공장	소재지	설립년도	생산능력	주요제품
HONDA	동풍HONDA 东风本田	후베이우한 (湖北武漢)	2003년	48만 대	CR-V, SPIRIOR, ELYSION, CIVIC, XR-V, CIVIC, JADE, CIIMO 등
	광치HONDA 广汽本田	광저우 (廣州)	1998년	48만 대	Crosstour(歌诗图), Accord(雅阁), ODYSSEY(奥德赛), CRIDER(凌派), CITY(锋范), FIT(飞度) 등
TOYOTA	광치TOYOTA 广汽丰田	광저우 (廣州)	2004년	38만 대	CAMRY(凯美瑞), HIGHLANDER(汉兰达), E'Z(逸致) 등
	이치TOYOTA 一汽丰田	창춘 (長春)	2000년	42만 대	VIOS(威驰), COROLLAEX(花冠), CROWN(皇冠), REIZ(锐志), COROLLA(卡罗拉), RAV4
NISSAN	동평NISSAN 东风日产	광저우(廣州) 상양(襄陽) 따리엔(大連) 정저우(鄭州)	2003년	100만 대	X-TRAIL(奇骏), QASHQAI(逍客), LIVINA(骊威), NEW SYLPHY(新一代轩逸), TIIDA(骐达), NEO TEANA(新世代天籁), MARCH(玛驰), SUNNY(阳光), MURANO(楼兰)
MAZDA	창안MAZDA 长安马自达	장수난징 (江蘇南京)	2005년	22만 대	MAZDA2, MAZDA3, AXELA, CX-5 등
	이치MAZDA 一汽马自达	창춘 (長春)	2005년	27만 대	Mazda5, Mazda6, WAGON, MX-5, CX-7 등
MITSUBISHI	광치MITSUBISHI 广汽三菱	후난창사 (湖南长沙)	2012년	13만 대	PAJERO(帕杰罗), ASX(新劲炫)
SUZUKI	长安铃木	충칭 (重慶)	1993년	25만 대	ALIVIO(启悦), S.CROSS(锋驭), SX4(天语) 등

자료원: KOTRA 취합

〈일본 부품품 업체 진출현황〉

부품사	소재지	비고
HITACHI자동차시스템(중국) 日立汽车系统(中国)有限公司	상하이	창사(長沙), 수저우(蘇州), 광저우(廣州), 창수(常熟) 등 지역에 분공사(생산공장) 설립
DENSO중국) 电装(中国)投资有限公司	베이징	2003년 설립, 텐진, 광저우, 상하이, 창춘(長春), 우한(武漢) 등 지역에 분공사 설립
텐진aisan부품유한공사 天津爱三汽车配件有限公司	텐진	1995년 설립
MITSUBISHI ELECTRIC 三菱电机(中国)有限公司	베이징	1997년 설립, 베이징, 상하이, 텐진, 따리엔(大連), 창춘(長春), 바오딩(保定), 시안(西安), 허페이(合肥) 등 지역에 분공사 설립
MITSUBA(광저우) 广州三叶电机有限公司	광저우	1999년 설립
YAZAKI 矢崎(中国)投资有限公司	텐진	2006년 설립
FURUKAWA ELECTRIC 古河电工(上海)有限公司	상하이	2003년 설립, 그 외 창춘, 충칭(重慶), 후이저우(惠州), 둥관(東莞) 등 지역에 관련 생산공장 설립
SUMITOMO 住友电工管理(上海)有限公司	상하이	베이징, 심천(深圳), 우한(武漢), 따리엔(大連) 등 지역에 투자회사 설립

자료원: KOTRA 취합

□ 한일 완성차 판매 현황

- 한국 완성차 브랜드는 가격 대비 우수한 성능으로 중국 소비자들의 사랑을 받고 있음
 - 현대자동차 2014년 판매량은 112만 대를 기록하며 중국 브랜드별 판매량 3위를 차지했고, 기아차는 64.6만 대로 11위를 차지함
- 반면 일본 완성차 브랜드는 반일감정의 영향으로 조금씩 뒤쳐지는 추세이며 독일 브랜드가 일본 브랜드를 제치고 중국시장 1위를 차지
 - 2014년 TOYOTA 판매량은 95만 6천대로 중국 시장에서 5위를 차지했고 그 외 NISSAN, HONDA, MAZDA, MITSUBISHI가 각각 9, 24, 38위를 차지함

〈2014년 한국, 일본 브랜드별 중국 판매 실적〉

구분	브랜드별 순위	브랜드	2014년 판매량(만 대)
한국	3	현대	112
	11	기아	64.6
일본	5	TOYOTA	95.6
	7	NISSAN	85.9
	9	HONDA	79.5
	24	MAZDA	20.5
	38	MITSUBISHI	7.3

자료원: 소후닷컴(베이징무역관 정리)

2. 일본 업체들의 호조세가 지속되는 북미 자동차 시장

□ 2014년 전체 북미 자동차 생산량 증가 추세

- 북미(미국, 캐나다, 멕시코) 지역 자동차 생산량 1,726만 대 기록 (2013년 대비 약 4.5% 증가)
 - 2013년, 자동차 시장 회복세에 힘입어 금융위기 이전 수준을 달성 하면서 주요 완성차 업체 생산량 지속 증가
 - 미국 생산량 역시 2014년 전년 동기 대비 5.3% 증가

〈2011년 이후 주요 완성차 업체 북미 지역 생산량(대)〉

구분	업체	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년 1사분기
BIG 3	GM	3,088,240	3,238,642	3,284,351	3,363,547	820,838
	Ford	2,694,194	2,822,223	3,110,576	2,968,674	719,793
	Chrysler	1,983,055	2,363,373	2,506,513	2,817,768	703,431
일본	Toyota	1,260,412	1,784,427	1,863,441	1,985,500	499,296
	Nissan	1,168,112	1,326,459	1,472,466	1,753,182	441,944
	Honda	1,103,091	1,692,531	1,781,270	1,805,743	454,722
한국	현대·기아	610,431	719,547	769,000	764,361	188,402
	기타	1,579,408	1,871,735	1,728,783	1,805,269	514,649
	전체	13,486,943	15,818,937	16,516,400	17,264,044	4,343,075

자료원: Mark Lines

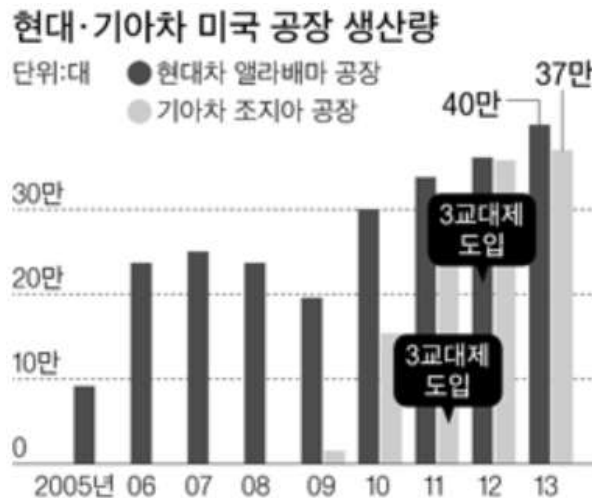
〈2011년 이후 주요 완성차 업체의 미국 생산량(대)〉

구분	업체	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년 1사분기
BIG 3	GM	1,882,854	1,984,642	2,011,981	2,099,852	499,030
	Ford	1,911,336	2,114,651	2,326,998	2,300,795	582,879
	Chrysler	1,162,553	1,330,783	1,498,306	1,718,324	457,689
일본	Toyota	797,988	1,209,551	1,294,382	1,334,691	333,462
	Nissan	561,025	642,939	792,253	947,311	237,074
	Honda	823,650	1,219,326	1,309,917	1,268,904	314,859
한국	현대·기아	610,431	719,547	769,000	764,361	188,402
	기타	911,698	1,111,187	1,063,595	1,216,130	339,399
	전체	8,661,535	10,332,626	11,066,432	11,650,368	2,952,794

자료원: Mark Lines

□ 현대·기아자동차 북미 생산 동향

- 현대·기아차는 미국 앨라배마 주 (2005년), 조지아 주 (2009년) 현지 생산 개시 후 매년 생산량이 증가하였으나, 2010년 이후 공장증설이 동결되어 공급량 부족을 겪고 있음
 - 가파른 수요 증가로 현대·기아의 조지아, 앨라배마 공장은 생산이 포화상태에 이르렀고 2013, 2014년 북미 총 생산량은 모두 약 76-77만 대 수준을 유지함



자료원: 현대/기아 자동차

□ 일본 자동차 업체의 북미 생산 동향

- (도요타) 2014년 기준 북미 현지 생산 비율이 75%를 넘고 있으며 미국에서의 생산 비중을 더욱 높일 계획임
 - 도요타는 기본 경쟁력 강화에 주력하며 글로벌 생산능력 확대를 최소화해 왔으나, 설비투자 확대를 통한 규모의 경제 확보로 전략 방향을 선회하면서 가격 경쟁력 향상을 통한 생산/판매 확대를 적극적으로 추진하고 있음
- (닛산) 미국에 2개 생산공장 및 멕시코에 4개 공장 운영중. 미국에서 판매되는 닛산과 인피니티 브랜드의 북미 생산 비율은 67%임

- (혼다) 2014년 미국에서 판매한 차량의 약 95%를 북미(멕시코 포함)에서 생산해 공급하였고, 미국에서 판매하는 차량의 전량(100%)을 북미에서 생산하는 체제로 전환 중

일본 완성차 업체 연간 미국 내 생산 비중 변화



자료원: Japanese Automobile Manufacturer's Association

- 일본 완성차 업체는 2013년 이래 지속되는 엔저로 대 미국 수출 시 막대한 환차익을 얻고 있으며, 이를 극대화하기 위해 미국보다는 일본내 생산량을 더 증가시키려는 계획. 특히 최근 영업이익이 크게 증가한 도요타는 2015년 수천 명 규모의 신규고용을 통해 일본내 생산량 증가를 계획 중

〈미 연준 발표 2010~2015 미국 달러/엔화 환율 변화 추이〉



자료원: 미연방준비제도 (US Federal Reserve)

□ 미국 완성차 업체(GM, Ford, Chrysler) 북미 생산 동향

- 2009년 금융위기 시, BIG 3사 북미 생산량은 극심한 수요 감소로 453만대까지 감소하였으며 GM과 Chrysler가 파산보호를 신청하는 위기를 겪음
- BIG 3사의 생산량 및 시장 점유율 회복을 위한 노력
 - BIG 3사 경영위기의 원인이었던 방만 경영, 경직된 노동조건의 문제점을 극복하는 구조조정을 과감하게 시행
 - 전미자동차노조(UAW)는 2015년도까지 조건부로 무파업 협약 및 이중임금제(Second Tier Wage System)와 같은 유연한 노동조건을 받아들였고 이에 힘입어 신규 일자리 대량창출에 성공, BIG 3사의 미국내 전 공장 풀가동이라는 성과를 거둠
 - 하지만 2015년 이후 임금 인상과 이중임금제 폐지를 원하는 전미자동차노조와 Big3 노사간 임금협상이 예정되어 있어, 협상 실패 시 2016년 Big 3 생산량에 상당한 타격 예상

□ 2014년 북미 자동차 판매량: 전년 대비 5.9% 증가

- 2014년, 안정적인 경기 회복세와 저금리 기조 등 구매여건 개선으로 전년대비 5.9% 증가한 약 1,995만 대 판매(북미 기준). 미국 자동차 판매량 역시 2014년 1,693만대를 기록하며 전년동기대비 6.1% 증가
 - 금융 위기 후 이월된 잠재수요의 지속적인 발현과 유가 안정, 주택 경기 회복으로 인한 SUV, 픽업트럭 등 대형차 수요 급증, 여러 차종의 장점을 결합한 CUV의 인기로 판매 호조
 - 경기회복으로 인한 단체구매(Fleet) 증가, GM과 Chrysler의 수요 급증으로 인한 판매량 증가, 인센티브 강화 등이 주원인

〈2011년 이후 주요 완성차 업체 북미 지역 판매량〉

(단위: 대)

구분	업체	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년 1사분기
BIG 3	GM	2,915,152	3,008,925	3,222,650	3,401,766	786,979
	Ford	2,514,469	2,649,963	2,916,058	2,906,607	677,969
	Chrysler	1,685,229	1,999,525	2,158,781	2,472,051	592,837
일본	Toyota	1,862,699	2,339,951	2,502,492	2,655,250	638,229
	Nissan	1,375,073	1,494,578	1,625,624	1,820,433	481,409
	Honda	1,306,615	1,626,012	1,750,499	1,776,021	382,043
한국	현대·기아	1,325,546	1,474,689	1,465,511	1,526,127	360,369
기타		2,613,163	2,988,215	3,191,522	3,394,539	819,968
전체		15,597,946	17,581,858	18,833,137	19,952,794	4,739,803

자료원: Mark Lines

〈2011년 이후 주요 완성차 업체 미국 판매량〉

(단위: 대)

구분	업체	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년 1사분기
BIG 3	GM	2,503,820	2,595,717	2,786,078	2,935,008	684,039
	Ford	2,148,806	2,287,627	2,543,360	2,533,691	606,257
	Chrysler	1,369,114	1,662,094	1,811,269	2,105,040	511,547
일본	Toyota	1,649,738	2,088,809	2,243,483	2,382,901	578,304
	Nissan	1,042,534	1,141,656	1,248,420	1,386,895	367,628
	Honda	1,147,285	1,422,785	1,525,312	1,540,872	333,943
한국	현대·기아	1,131,183	1,260,606	1,255,962	1,305,952	313,129
기타		2,048,152	2,381,380	2,538,639	2,737,608	661,071
전체		13,040,632	14,840,674	15,952,523	16,927,967	4,055,918

자료원: Mark Lines

□ 현대·기아자동차 판매 동향 및 실적

- 현대의 미국 내 판매는 엘란트라와 소나타가 견인하고 있음. 두 모델 모두 2014년 물량 부족을 겪으며 시장 점유율은 다소 하락. 최근에는 고급 모델인 제네시스가 미국시장에서 높은 평가를 받으며 판매량 증가

- 현대·기아자동차는 2015년 1~5월 654,834대를 판매하여 전년 동기 대비 3.8% 증가. 2014년에는 미국 기준 약 131만대를 판매하여 전년 동기 대비 약 4% 증가
- 기아차는 2014년 미국시장에서 8.4% 증가한 58만대로 점유율 3.5%를 달성하였으나 현대는 0.7% 증가한 73만대 수준에 그치면서 시장 점유율 4.4%로 하락
- 현대·기아자동차 인센티브 강화를 통한 판매촉진
 - 현대·기아차의 2015년 평균 인센티브는 1,703달러 수준으로 다른 북미 주요 업체의 평균 인센티브(2,048달러)보다 낮음
 - 2014년 현대·기아차의 평균 인센티브는 1,820달러, 2,258달러로 전년 대비 약 24% 강화됨
- 현대·기아차 고급차 3종 판매 실적 증가 전망
 - 2014년 4월 북미시장에 첫 선을 보인 신형 제네시스는 올해 1분기에 BMW 5시리즈(1만2천65대), 벤츠 E-클래스(1만1천234대)에 이어 차급 내 전체 판매 모델 중 3위를 기록
 - 업체는 기아자동차의 CUV 모델 소렌토의 2015년 1-5월 판매량이 전년 동기 대비 약 18% 증가한 것을 주목하였으며 기아 미니밴 세도나의 신형 출시가 판매량 증가에 도움
- 정몽구 회장은 2015년 2월 미국시장을 점검하며 고급차 판매 확대를 통해 브랜드 인지도 제고와 수익성 강화를 달성할 것이라고 언급
- 올해 Big3가 소형 자동차와 CUV 생산 및 판매에 주력하면서 이러한 트렌드가 현대, 기아자동차에 불리하게 작용할 것으로 예상
- 업계에서는 현대·기아차가 북미 자동차 시장 절반이 넘는 비중을 차지하고 있는 트럭/대형 CUV 시장에 적극적으로 진출하지 않고 있는 점을 주요 문제점으로 지적

〈북미 주요 완성차 업체별 매출액 비교〉

(단위: 억 달러)

	매출액 2013년	매출액 2014년	증감(%)	순이익 2013년	순이익 2014년	증감(%)
GM	1,554	1,559	0.3 △	54	40	26.0 ▼
Ford	1,469	1,441	1.9 ▼	72	32	56.0 ▼
Chrysler	723	831	15.0△	18	24	33.3 △
Toyota	2,341	2,493	6.5 △	102	177	73.5 △
Honda	1,048	1,149	9.6 △	39	56	35.9 △
Nissan	1,022	1,017	0.5 ▼	36	38	5.6 △

자료원: GM, Ford, Chrysler 발표자료 및 Hoovers

□ 일본 자동차 업체의 판매 동향 및 전망

- 일본 완성차 업체들은 엔저 혼풍을 바탕으로 인센티브를 늘리면서, 미국 업체가 주도하는 시장 환경 속에서도 가격 전략 강화 및 주력 모델 신차 출시를 통해 성장세 지속
- (도요타) 2015년 1~5월 북미 판매량 3위, 시장점유율 14.4%
 - 도요타는 2015년 1월~5월 북미 판매량으로 약 114만대를 기록하였으며 이는 전년 동기대비 약 6% 증가한 수치임
 - 도요타의 2014년 평균 인센티브는 2,122달러(전년대비 19.2% 상승)로 2015년 현재 인센티브 확대와 무이자 할부를 내세우며 미국 시장 점유율 14.4% 달성
 - 도요타는 미국 완성차 업체 Ford와 북미 자동차 시장점유율 2위 자리를 놓고 치열한 경쟁을 벌이고 있으며, 2016년에는 시장점유율 2위를 차지할 가능성이 높음
 - 2014년 미국시장 내 신차 판매 대수는 전년대비 약 6.2% 증가한 238만대로 주요 소비자 잡지 2014년 제품신뢰도(Reliability) 관련 소비자 만족도 조사에서도 동사 브랜드(렉서스, 토요타)가 각각 1, 2위를 차지하는 등 선전

〈Consumer Reports 선정, 자동차 신뢰도 1,2 위를 차지한 토요타〉

RANK	MAKE	← LESS RELIABLE → MORE RELIABLE →				Worst model	Best model	from last year
		●	○	●	○			
1	Lexus					IS 250 Sedan*	CT 200h	-
2	Toyota					Avalon	Prius C	-
3	Mazda					3 (2.5L)*	6*	↑ 2
4	Honda					Odyssey	Civic Coupe	↑ 4
5	Audi					S5*	Allroad*	↓ 1
6	Buick					LaCrosse (V6)	Verano	↑ 6
7	Subaru					BRZ*	Forester (non-turbo)*	↑ 3
8	Scion					FR-S*	xB	↑ 3
9	Porsche					911*	Cayman*	↑ 5
10	Kia					Optima Hybrid*	Cadenza*	↑ 6
11	Acura					RLX*	ILX	↓ 8
12	Volvo					XC70	S60 (5- & 6-cyl.)	↓ 5
13	Hyundai					Santa Fe Sport (turbo)	Azera	↑ 8
14	BMW					320i, 328i (RWD)	4 Series*	↑ 1
15	Lincoln					MKT EcoBoost*	MKZ (V6)*	↑ 12
16	Nissan					Pathfinder	Maxima	↑ 6
17	Volkswagen					CC	Passat (1.8T)*	↑ 3
18	Cadillac					ATS (turbo)*	ATS (V6)*	↑ 7
19	GMC					Sierra 1500 (V8, 4WD)*	Terrain (4-cyl.)	↓ 10
20	Infiniti					Q50*	QX80*	↓ 14
21	Chevrolet					Cruze (1.4T)	Equinox (4-cyl.)	↓ 4
22	Chrysler					300	Town & Country	↓ 4
23	Ford					Fiesta	Fusion (1.5L EcoBoost)*	↑ 3
24	Mercedes-Benz					CLA250*	GLK (diesel)*	↓ 11
25	Dodge					Dart (1.4T)*	Dart (2.0L)*	↓ 1
26	Ram					2500 & 3500 (diesel)	1500 (V8, 4WD)	↓ 7
27	Jeep					Cherokee (4-cyl.)*	Patriot	↓ 4
28	Fiat					500L*	500	NA

※ 자료원: Consumer Reports

- 베스트 셀링카인 캠리는 여전히 중형 세단 판매 1위로 연속 베스트 모델로 군림

○ 호조세 계속, 2015년 전망도 밝아

- 미국 자동차 시장 3위의 점유율을 차지하고 있는 토요타 자동차는 연간 업체 순이익 177억 달러를 기록, 전년 대비 73.5% 급증
- Ward's Automotive에 따르면 토요타 산하 브랜드 Scion의 부진이 전망되나, 신형 디자인의 중형 세단 캠리가 2015년 중에 인기를 끌 것으로 예상되며, 다양하고 경쟁력 있는 차종 보유로 전체 판매 증가 전망

- (혼다) 판매는 증가 추세이나 일본 완성차 업체 3사 중에서는 가장 부진한 실적
 - 혼다는 2014년 중 업체 순이익과 연간 매출액이 모두 증가했으며, 2015년 1월~5월 북미 판매량으로 711,337대를 기록, 전년 동기 대비 2.1% 상승했음
 - 다만, 6.7% 증가율을 보였던 2013년에 비해 2014년에는 다소 부진한 판매 실적을 보이며 전년 대비 1.0% 증가한 총 154만 대(미국 기준)를 판매. 북미 기준으로는 약 178만 대를 판매함.
 - 2014년 평균 인센티브는 1,865달러(전년 대비 5.5% 상승)로 최근 엔저를 무기로 인센티브 강화
 - 그러나 주요 에어백 공급업체인 TAKATA의 제품 결함으로 인해 미국에서만 최소 400만대의 자동차가 리콜 대상으로 선정. 연간 이익(Profit)이 6.5% 감소(4억 달러 규모)하는 등 큰 손해를 입음
- 에어백 문제로 인한 리콜사태로 2015년 판매 부진 예상
 - 신규 모델인 HR-V CUV(크로스오버) 버전의 출시가 판매량 증진에 큰 도움이 될 것으로 기대되나, 인기 모델인 Accord, CR-V, Fit을 제외한 나머지 모델 대부분이 2015년 판매 부진을 보일 것으로 예상. TAKATA 에어백 문제의 조속한 해결이 관건
- (닛산) 2015년 1~5월 북미 판매량 80만대 달성
 - 닛산은 2015년 1월~5월 북미 판매량으로 804,495대를 기록, 전년 동기 대비 6.6% 상승
 - 2014년 닛산의 평균 인센티브는 2,165달러를 기록한 바 있음.
 - 엔화 약세를 기반으로 2014년 5월 Altima를 비롯한 7개 모델의 가격(MSRP)을 최대 10.7% 인하하여 2014년 중 최대 시장점유율 8.4%를 달성함

○ 2014년 전년 대비 유사 실적, 2015년 전망은 밝은 편

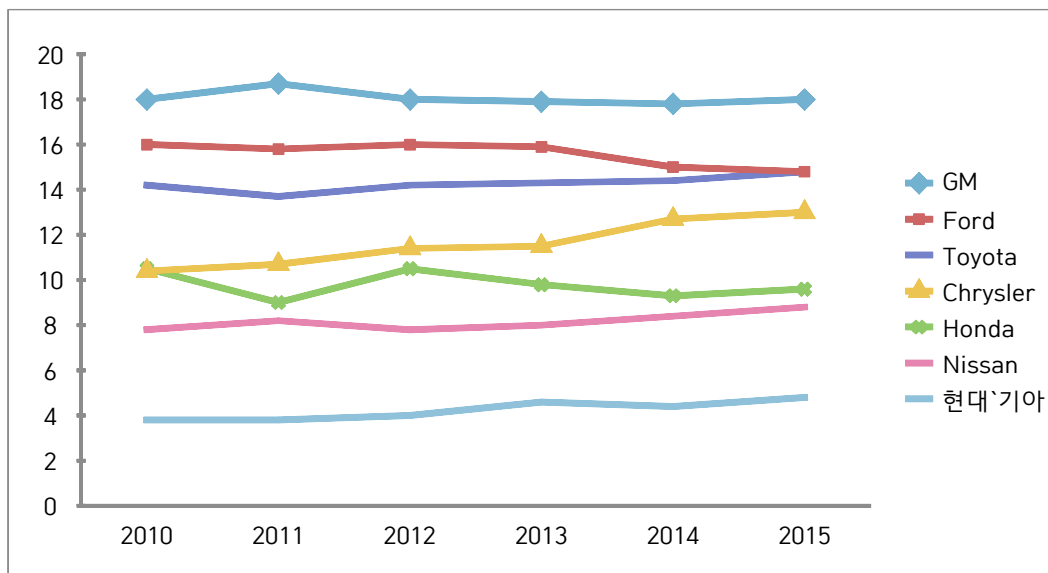
- 닛산의 경우 2014년 순이익은 36억 달러에서 5.6% 증가한 38억 달러를 기록하였으나, 연간 매출액은 전년대비 5억 달러 감소한 1,017억 달러를 기록
- 엔저로 인해 대미 수출에서 가격경쟁력을 확보한 것으로 파악되며 미국시장 내 전반적인 경기회복의 수혜를 입을
- CUV모델인 Rogue와 Murano 등 신차 인기몰이로 2015년 전망은 상당히 밝은 편임

□ 한국 완성차 업체 미국 진출 현황

○ 한국 완성차 업체로는 현대·기아자동차가 유일

- 한국 완성차 업체로는 현대·기아차가 유일하게 미국 시장에 진출해 있으며, 2015년 6월 현재 미국 자동차 시장 점유율 7위를 차지

<2010~2015 주요 업체별 美 자동차 시장 점유율 변화 및 전망>



자료원: Automotive News

□ 한국 자동차 부품 업체 미국 진출 현황

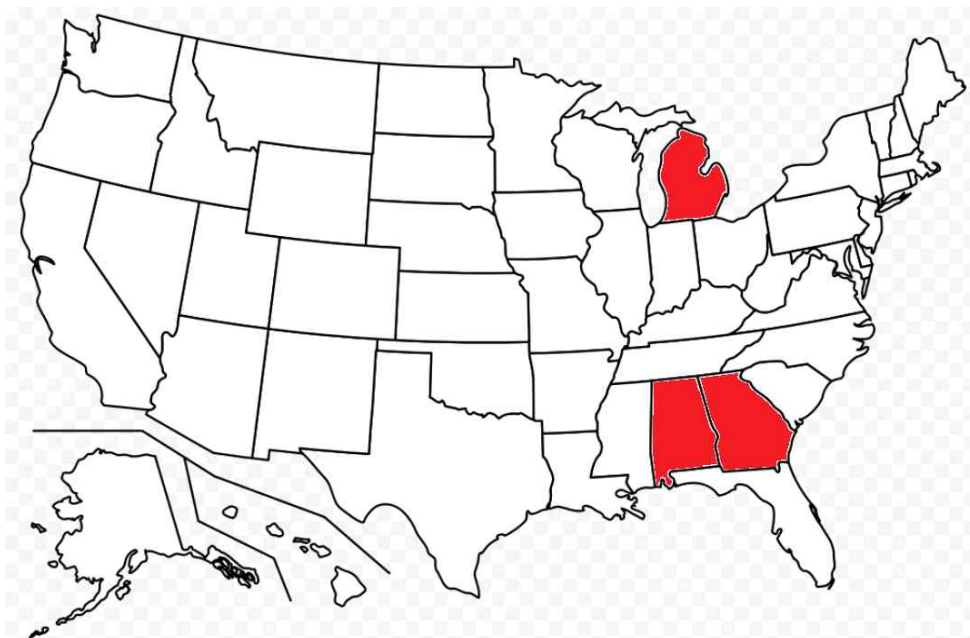
○ 한국산 자동차 부품, 대미 수출 6위 기록

- 한국산 자동차 부품은 불황기였던 2008년과 2009년을 제외하면 2006년부터 2014년까지 꾸준히 대미 수출 증가세를 보이고 있음. 2014년 대미 수출 규모 6위를 기록하였으며 비중은 7.2%에 달함

○ 주로 앨라배마, 조지아, 미시간 주에 진출 활발

- 한국 자동차 부품 업체들은 주로 현대·기아자동차의 생산 공장이 위치한 美 남부 앨라배마, 조지아 주에 진출한 사례가 많으며, 2000년대 이후 미국 주요 완성차 업체들(GM, Ford, Chrysler)에 납품하기 위해 중서부 지역인 미시간 주에 현지법인을 세워 진출하는 사례도 크게 늘고 있음

〈한국 자동차 부품업체의 진출이 활발한 美 3개 주〉



자료원: KOTRA 디트로이트 무역관

○ 만도, 한라 비스테온 등 대형 부품 업체 동향

- 대표적인 한국 자동차 산업 1차 벤더인 만도는 2015년 초부터 멕시코 지역에 북미 시장용 대형 생산공장을 건설하기 시작하였음. 주력 상품인 제동, 조향, 현가 3대 부품을 모두 생산할 예정. 해당 공장은 2017년 완공 예정이며, 생산품은 기아자동차 북미법인과 GM 등에 납품 계획
- 한라 비스테온은 2014년 미국의 자동차 부품 업체인 Cooper Standard의 열관리 및 배기 사업 (Thermal & Emission) 부문을 인수하였고, 총 인수규모는 4,600만 달러에 달함. 자동차 연비 효율을 높이는 열에너지 관련 제품 포트폴리오를 강화하여 동사의 경쟁력이 크게 상승할 것으로 기대됨
- 한국의 현대자동차 협력사이자 자동차용 볼트/너트 전문 제조업체 진합은 2014년 초 미국 자동차 부품사 Semblex를 인수하였고 인수 규모는 약 200억원 수준이었음. 진합은 Semblex사 인수를 통해 미국 내 생산 네트워크를 최대한 강화한다는 계획임

□ 일본 완성차 업체 미국 진출 현황

○ 도요타

- 도요타는 2014년 미국 자동차 시장 점유율 3위를 기록하였으며, 엔저로 인한 환차익과 가격경쟁력/인센티브 강화로 2015년이나 2016년 중 포드를 누르고 2위로 상승할 가능성이 매우 높음
- 인디애나 주와 켄터키 주에 자동차 조립 공장을 보유하고 있으며, 현지 법인 본사는 뉴욕 주에 위치함

- 도요타는 럭셔리 브랜드인 렉서스와 함께 자동차 내구성 면에서 매년 소비자 만족도 1, 2위를 기록하는 등 미국시장에서 상당히 독보적인 위치에 있음
- 하지만 미국 젊은 층을 겨냥한 스포티한 브랜드인 싸이언(Scion)은 지속적인 판매 부진을 겪고 있어 브랜드 통폐합이 검토되는 중

〈미국 내 일본계 완성차 업체 진출 현황〉



자료원: Japanese Automobile Manufacturer's Association

○ 혼다자동차

- 2014년 미국 자동차 시장 점유율 5위인 혼다는 에어백을 공급하던 1차 벤더 TAKATA의 품질 결함 문제 등으로 인해 향후 닛산에 밀려 6위로 하락할 가능성이 높음. 인디애나 주와 오하이오 주에 대규모 현지 자동차 생산 공장을 보유

○ 닛산자동차

- 닛산은 2014년 미국 자동차 시장 점유율 6위를 차지하였으며 Rogue, Murano 등 미국 내 가장 인기있는 차종인 CUV 모델의 판매 호황으로 혼다를 위협하고 있는 추세. 미 남부 테네시 주와 미시시피 주 등지에 현지 생산 공장을 보유

○ 기타 일본 완성차 업체

- (스바루) 스바루는 대표 완성차 업체 3사에 비해 매우 소규모이나, 주력 모델 Legacy가 미국 내 권위 있는 소비자 잡지인 Consumer Reports 2015년 최우수 세단으로 선정. 거의 모든 모델이 4륜구동 (All-wheel Drive)인 점을 이점으로 미국 내 적설량이 많은 지역에서 판매량이 급상승하는 추세

〈2015년 최우수 세단으로 선정된 스바루 Legacy〉



자료원: wot.motortrend.com

- (미쓰비시) 미쓰비시 자동차의 경우 최근 수년간 미국 내 극심한 판매 부진을 겪고 있는 추세이며 영업 적자가 지속

□ 일본 자동차 부품 업체 미국 진출 현황

○ 2015년 미국 시장 공세 더욱 강화될 것으로 예상

- 일본 자동차 부품 업체는 북미 시장 공략에 더욱 적극적으로 나설 것으로 보이며 도요타, 혼다 등 일본 완성차 업체만이 아닌 미국·유럽 완성차 업체로 매출처를 다변화하고 있음. 특히 NAFTA로 인해 무관세를 적용받고, 미국과 지리적으로 인접하면서 인건비가 저렴한 멕시코 내 현지 생산 공장을 다수 설립하여 미국 내 완성차 업체에 납품하는 추세임

○ 일본계 주요 부품 업체 TAKATA, DENSO 등은 부진

- 일본계 글로벌 자동차 부품 업체 Takata의 경우, 혼다에 납품한 에어백의 결함 문제로 막대한 손실을 보았으며 영업 손실액은 약 2억 6,400만 달러에 달하는 것으로 집계됨
- 자동차 부품 1차 벤더(Tier-1) 중 주요 일본계 기업인 Denso Manufacturing은 업체 이익이 13% 감소하여 16억 달러 규모를 기록하는 등 다소 부진한 실적을 보였으며, 최근 CEO를 교체하여 새로운 리더십 아래 변화 모색. Denso Manufacturing은 또한 2015년 미국 테네시 주에 8천5백만 달러를 투자하여 새로운 생산 시설을 설립할 예정인 것으로 파악됨

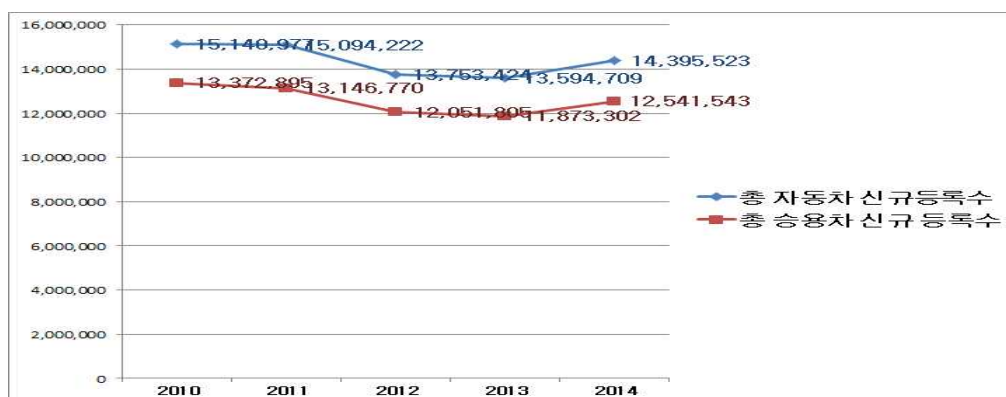
3. EU 시장, 일본 업체들의 특별 마케팅 효과 뚜렷

□ EU 자동차 시장 현황

○ 2014년 이래 EU 내 자동차 경기 회복세 완연

- 유럽자동차제조협회(ACEA)에 따르면, 2014년 기준 총 자동차 생산대수는 1,720만 대(전년대비 +6.2%)로 글로벌 생산규모의 19% 차지, 이 중 승용차는 총 1,500만 대(전년 대비 +2.7%) 규모이며, 글로벌 생산규모의 21%
- 2014년 EU 내 신규 자동차 등록수는 총 1,440만 대(전년대비 +5.9%), 이 중 승용차 등록수는 1,260만 대(전년대비 +5.9%)로 각각 전 세계 자동차 및 승용차 판매의 16%와 18% 차지
- 2013년 자동차 제조사 및 부품 제조사의 매출은 총 415억 유로로 EU 내 R&D의 총 26% 차지, 전년대비 +28.5%
- EU 내 자동차 관련 제조/생산/설비 분야의 고용인원수는 2012년 기준 총 1,210만 명이며, EU 내 고용의 총 5.6% 차지
- 2014년 EU 28개국 자동차 역외 수출은 1,242억 유로인 반면, 수입은 291억 유로로 수출이 수입을 4배 이상 상회, 무역수지는 전년과 동일한 951억 유로 기록

〈'10~'14년 유럽자동차 시장 내 신규 등록 대수〉



자료원: ACEA(유럽자동차제조사협회)

〈EU 자동차 시장 현황〉

분류	해당 내용	연도	규모	특이사항
생산	총 자동차 수	2013	1,620만 대	전 세계 자동차 생산의 19%
		2014	1,720만 대	전 세계 자동차 생산의 19%
	총 승용차 수	2013	1,460만 대	전 세계 승용차 생산의 22%
		2014	1,500만 대	전 세계 승용차 생산의 21%
신규 등록	총 자동차 수	2013	1,360만 대	전 세계 자동차 등록/판매의 16%
		2014	1,440만 대	전 세계 자동차 등록/판매의 16%
	총 승용차 수	2013	1,190만 대	전 세계 자동차 등록/판매의 16%
		2014	1,260만 대	전 세계 자동차 등록/판매의 18%
고용	자동차제조기업	2012	230만 명	총 EU 제조기업의 7.6%
	제조, 생산, 설비	2012	1,210만 명	총 EU 내 고용의 5.6%
매출	자동차 제조사	2012	8,434억 유로	EU GDP의 6.6%
R&D 투자	자동차 제조사 및 부품제조사	2012	323억 유로	총 기업 매출의 3.8%
		2013	415억 유로	총 EU 내 R&D의 26%
수출	EU 27개국 역외	2013	1,231억 유로	-
	EU 28개국 역외	2014	1,242억 유로	-
수입	EU 27개국 역외	2013	279억 유로	-
	EU 28개국 역외	2014	291억 유로	-
무역수지	EU 27개국 역외	2013	951억 유로	-
	EU 28개국 역외	2014	951억 유로	-

*주: 동 통계는 현재 집계 기준 최신 수치이며, 일부 통계의 경우 집계 기준 변경, 2014년 이후 통계는 추가 회원국 발생에 따라 EU 28개국 기준임

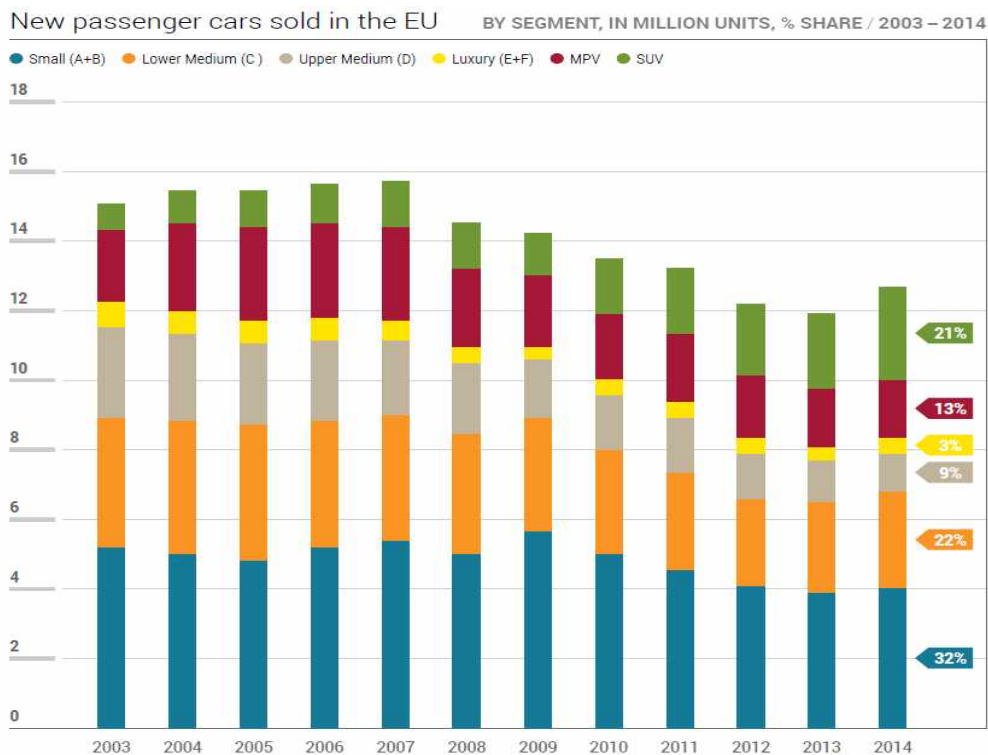
자료원: ACEA(유럽자동차제조사협회)

○ EU 내 차종별 시장 점유율 현황

- 유럽 승용차 시장 내 차종별 판매현황을 살펴보면, 소형차 비중이 32%로 가장 높으며, 이를 이어 준중형이 22%, SUV 21%, MPV (다목적 차량/미니 밴) 13%, 럭셔리 세단 9%의 순
- 2008년 글로벌 금융위기 타개를 위한 일부 국가들의 폐차 보조금 제도 실시와 아울러 증가세를 보였던 소형차는 2009년부터 완만한 감소세를 보이고 있는 반면, SUV의 경우 2010년 이래 지속적으로 비중 확대

〈'03~'14년 EU 차종별 신규 승용차 시장 판매현황〉

(단위: 백만 대, %)



*주: Small(소형), Lower Medium(준중형), Upper Medium(중형),
Luxury(럭셔리 세단), MPV(다목적 차량/미니 밴), SUV

자료원: ACEA(유럽자동차제조사협회)

o EU 내 연료 유형별 승용차 시장 점유율 현황

- EU 내 연료 유형별 신규 승용차 판매 현황을 살펴보면, 2014년 독일 연료 유형별 신규승용차 비중은 디젤 53.0%, 가솔린 44.3%, 기타 친환경 연료 2.7%로 디젤의 비중이 아직은 과반수 이상
- 디젤 연료차의 경우 2014년 소폭의 증가세를 나타냈으나, 지속적인 감소 추세이며, 가솔린 차량의 경우 '13년 소폭의 증가세 이후 다시 감소세
- 친환경 연료의 비중은 아직까지 2.7%('14년)로 매우 낮은 상황이나, 꾸준한 증가세 시현

〈'11~'14년 EU 내 연료 유형별 신규승용차 현황〉

(단위: %)



자료원: ACEA(유럽자동차제조사협회)

○ '14년 EU 수입차 시장 내 한국 2위, 일본 3위

- '13년 EU의 대한국 승용차 수입은 -0.4%의 감소세에도 불구하고 총 수입시장 내 20.0%로 최대 비중 차지. 일본의 경우도 -6.5%의 감소세를 기록하고 있으나 수입시장 내 18.1%로 2위의 입지 확보
- '14년 유럽 시장 내 한국 승용차 수입 규모는 총 34만 7,000대로 총 시장의 17% 차지, 전년 대비 -14.3% 기록. 일본 승용차 수입 규모는 29만 2,000여대로 총 시장의 14.3%, 전년대비 22.3% 감소
- 이는 시장 내 판매 하락세보다는 인근 유럽 지역 내 생산 비중 확대요인에 기인

〈'13 및 '14년 EU 주요 승용차 수입 현황〉

(단위: 대, %)

분류	2013년	2014년	증감율
전 세계	2,031,780	2,043,919	+0.6
터키	362,946	469,537	+29.4
한국	405,084	347,294	-14.3
일본	375,534	292,204	-22.2
미국	213,047	232,830	+9.3
모로코	83,956	152,583	+81.7

자료원: ACEA(유럽자동차제조사협회)

○ '15년 4월 누계, 폴크스바겐(VW) 그룹이 부동의 1위

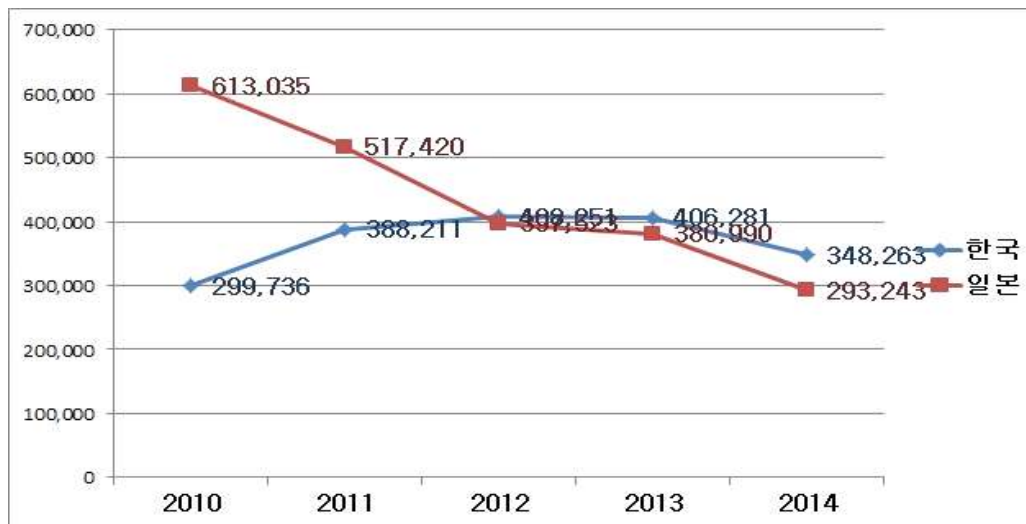
- '15년 4월 누계 기준 완성차 브랜드별 독일의 폴크스바겐(VW) 그룹이 24.7%(전년대비 +8.3%)로 부동의 1위, 이 중 폴크스바겐(VW) 브랜드 역시 12.1%(전년대비 +9.3%)로 최대 시장점유율 기록
- '15년 4월 누계 기준 EU 신규 승용차 등록수 전년 동기 대비 8.2% 증가한 469만 5,058대
- 4월 누계 기준 스페인이 23.9%로 가장 높은 성장률을 기록하였으며, 이를 이어 이탈리아(16.2%), 영국(+6.4%), 독일(6.4%), 프랑스(5.6%) 등의 순으로 높은 성장세 시현

○ EU 차량대수 기준 자동차 수입시장 내 한국 1위, 일본 2위

- 지난 '10~'14년 EU의 대한국 자동차 수입 규모는 대체로 완만한 상승세를 보이다 '12년에 40만 8,251대로 최고치를 기록한 이후 완만한 감소세를 시현
- 대일 수입은 하락세가 보다 뚜렷한 양상을 보이며 지속적인 감소세 기록
- 한국은 총 수입시장의 14.2%의 비중을 차지하며, 터키(28.6%)에 이어 2위를 차지. 일본은 12%로 3위를 차지함. 총 3대 수입국이 전체 시장의 과반수 이상(54.8%)을 차지
- 이 역시 유럽 시장 내 입지 감소요인보다는 해외현지공장 증설에 따른 공급 체계 변화에 따른 요인이 크게 작용한 것으로 평가

〈2010~2014년 EU의 한일 자동차 수입 규모 변화 동향〉

(단위: 대, %)



*주: 동 통계는 판매대수 기준임

자료원: ACEA(유럽자동차제조사협회)

- 한편 승용차 수입시장에서는, 한국이 총 시장의 17%의 비중을 차지하며 터키(23.0%)에 이어 2위. 일본은 14.3%로 3위. 이를 이어 미국이 11.4%로 4위, 총 4대 수입국이 총 시장의 65.7% 차지

○ '15년 4월 누계 EU 시장 내 점유율 한국 총 6.0%, 일본 13.1%

- EU 시장 내 진출한 한국 완성차 기업은 2개인 반면, 일본 완성차 기업은 총 8개
- 2015년 4월 누계 승용차 신규등록대수 기준 현대는 3.3%, 기아는 2.7%를 기록하며 국내 완성차 기업의 시장 점유율은 6.0%. 전년 대비 증감율은 각각 +9.9%, +8.1%로 비교적 높은 성장세를 시현
- 일본 완성차 기업의 경우 도요타 그룹이 4.3%, 닛산 4.3%, 마츠다 1.3%, 스즈키 1.2%, 혼다 0.9%, 미쓰비시 0.9%, 기타 0.2% 등의 점유율을 보유하고 있으며, 일본 완성차 기업의 총 시장 점유율은 13.1%를 기록
- 일본 승용차 브랜드 중 미쓰비시가 63.9%의 높은 증가세를 기록하고 있으며, 이를 이어 닛산이 +23.0%, Subaru와 Daihatsu 등의 기타 완성차 브랜드가 +9.5%의 높은 성장세를 시현하고 있음.
- 도요타의 경우 7.2%의 증가세 기록하며, 특히 Lexus가 +35.5%의 증가율을 보이며 성장을 견인

〈'15년 1~4월 EU 내 승용차 브랜드별 신규 등록대수〉

(단위: 대. %)

분류	1~4월				
	시장점유율(%)		신규 등록수		증감율(%)
	'15	'14	'15	'14	'15/'14
VW Group	24.7	24.7	1,161,108	1,072,194	+8.3
VOLKSWAGEN	12.1	12.0	569,703	521,398	+9.3
AUDI	5.4	5.6	254,464	244,044	+4.3
SKODA	4.2	4.3	197,596	185,427	+6.6
SEAT	2.5	2.4	116,002	104,094	+11.4
PORSCHE	0.5	0.4	22,293	16,230	+37.4
기타	0.0	0.0	1,050	1,001	+4.9
PSA Group	10.7	11.3	504,287	488,281	+3.3
PEUGEOT	6.2	6.3	290,477	272,500	+6.6
CITROEN	4.0	4.2	187,317	183,966	+1.8
DS	0.6	0.7	26,493	31,815	-16.7

RENAULT Group	9.8	9.5	459,185	412,268	+11.4
RENAULT	6.9	6.6	325,467	288,026	+13.0
DACIA	2.8	2.9	133,718	124,242	+7.6
FORD	7.4	7.6	347,801	327,790	+6.1
OPEL Group	6.7	7.4	315,433	321,827	-2.0
OPEL/VAUXHALL	6.7	6.8	314,338	293,506	+7.1
CHEVROLET	0.0	0.7	953	28,251	-96.6
Other GM	0.0	0.0	142	70	+102.9
FCA Group	6.4	6.2	301,738	268,397	+12.4
FIAT	4.9	4.8	228,059	209,440	+8.9
JEEP	0.6	0.2	27,568	9,200	+199.7
LANCIA/CHRYSLER	0.5	0.6	23,819	26,284	-9.4
ALFA ROMEO	0.4	0.5	19,450	20,834	-6.6
OTHERS ³	0.1	0.1	2,842	2,639	+7.7
BMW Group	6.2	6.0	290,305	259,224	+12.0
BMW	5.0	5.0	233,091	216,601	+7.6
MINI	1.2	1.0	57,214	42,623	+34.2
DAIMLER	5.6	5.3	260,609	228,436	+14.1
MERCEDES	4.9	4.8	229,224	207,377	+10.5
SMART	0.7	0.5	31,385	21,059	+49.0
TOYOTA Group	4.3	4.4	203,083	189,520	+7.2
TOYOTA	4.1	4.2	190,666	180,356	+5.7
LEXUS	0.3	0.2	12,417	9,164	+35.5
NISSAN	4.3	3.7	199,766	162,360	+23.0
HYUNDAI	3.3	3.2	153,615	139,801	+9.9
KIA	2.7	2.7	126,959	117,500	+8.1
VOLVO CAR CORP.	1.7	1.7	81,788	72,149	+13.4
MAZDA	1.3	1.3	62,506	58,025	+7.7
JAGUAR LAND ROVER Group	1.3	1.2	58,900	52,526	+12.1
LAND ROVER	1.1	1.0	49,604	41,952	+18.2
JAGUAR	0.2	0.2	9,296	10,574	-12.1
SUZUKI	1.2	1.3	56,382	56,656	-0.5
HONDA	0.9	1.1	44,223	47,490	-6.9
MITSUBISHI	0.9	0.6	42,636	26,013	+63.9
기타 일본 완성차 브랜드(SUBARU, DAIHATSU)	0.2	0.2	9,998	9,128	+9.5

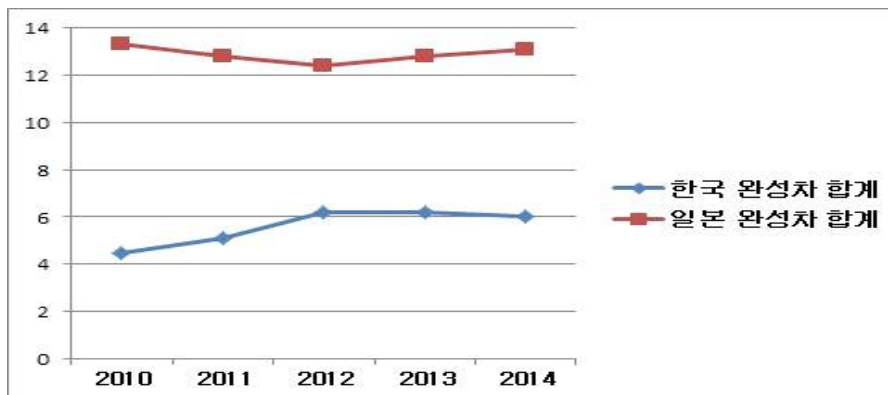
*주: 동 통계는 신규 등록대수를 기준으로 함

자료원: 유럽자동차제조협회(European Automobile Manufacturer's Association)

○ '10~'14년 EU 시장 내 한·일 승용차 희비 엇갈려

- 지난 '10년 이래 일본 토요타의 리콜 사태를 기점으로 전반적인 일본 브랜드의 이미지 실추를 틈탄 한국 완성차 기업의 약진 뚜렷
- 그러나 '12년 이후 일본 기업의 EU 시장 내 이미지 회복과 엔저 효과에 따라 일본 기업의 시장 점유율이 회복되며, 한국 브랜드는 미미한 감소세

〈EU 시장 내 한일 승용차 점유율 비교〉



*주: 동 시장 점유율은 신규 등록수 기준

자료원: ACEA(유럽자동차등록청)

○ 2010~2014년 EU 시장 내 도요타 1위, 현대 2위

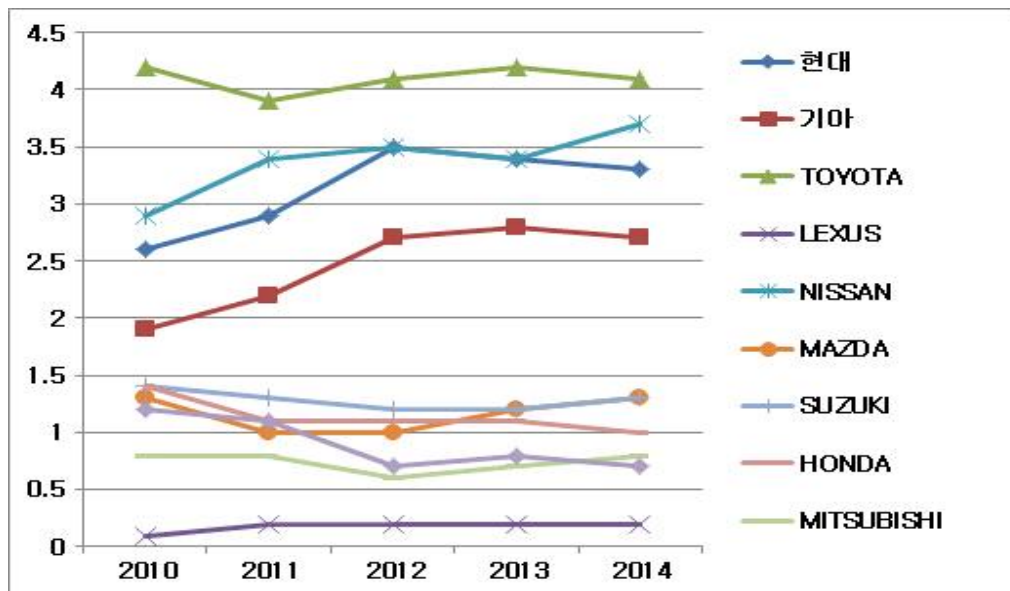
- 지난 5년간 EU 시장 내 완성차 브랜드 기준으로 도요타가 1위로 독보적인 입지를 확보. 이어 닛산, 현대자동차, 기아자동차 등의 순이며, 기타 브랜드의 시장점유율은 미미
- 지난 2년간 지속되고 있는 엔저에 따라 일본 완성차 브랜드의 시장 점유율이 상승세를 보이는 가운데, 특히 특별 마케팅 효과에 따른 닛산, 마츠다 등의 약진이 뚜렷
 - * 일례로 닛산은 2010년 이래 Pixo, Micra, Note 등의 소형모델에 대해 '할부금리 0%, 계약금 0유로' 대대적인 판매 캠페인을 통해 높은 성과
 - * 마츠다 역시 2010년 4년간의 보증 및 정비 보증과 함께 저리 할부 대금 프로그램을 실시하여 판매 상승효과

〈EU 시장 내 한국 및 일본 승용차 점유율 변화 추이〉

(단위: %)

분류	'10년	'11년	'12년	'13년	'14년
현대	2.6	2.9	3.5	3.4	3.3
기아	1.9	2.2	2.7	2.8	2.7
한국 완성차 합계	4.5	5.1	6.2	6.2	6.0
TOYOTA	4.2	3.9	4.1	4.2	4.1
LEXUS	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2
TOYOTA 그룹 합계	4.3	4.1	4.3	4.4	4.3
NISSAN	2.9	3.4	3.5	3.4	3.7
MAZDA	1.3	1.0	1.0	1.2	1.3
SUZUKI	1.4	1.3	1.2	1.2	1.3
HONDA	1.4	1.1	1.1	1.1	1.0
MITSUBISHI	0.8	0.8	0.6	0.7	0.8
기타 일본 완성차 브랜드(SUBARU, DAIHATSU)	1.2	1.1	0.7	0.8	0.7
일본 완성차 합계	13.3	12.8	12.4	12.8	13.1

〈EU 시장 내 주요 한국 및 일본 승용차 점유율 변화 추이〉



*주: 동 시장 점유율은 신규 등록수 기준
 자료원: ACEA(유럽자동차등록청)

□ 한일 자동차 산업에 대한 평가

○ 한국 완성차 기업, 다양한 변신을 시도하며 시장 내 부상

- (프리미엄 브랜드로 변신 도모) 자동차 전문지 Automobilwoche, 한국 현대자동차는 소비자의 프리미엄 고성능 자동차 구매 욕구 변화에 대응해 프리미엄 브랜드로 변신 도모
 - * 독일인의 49%, 제품의 가격 프리미엄을 지불하고서라도 품질을 우선하여 구매 결정하는 경향
 - * 전 폭스바겐 매니저이자 현 독일 현대자동차 마케팅부 부장 쟁필(Jochen Sengpiehl)은 `우리는 모던한 프리미엄 브랜드로 발돋움 할 것'이라고 밝힘.
- '14년 현대자동차는 신규 등록 자동차 수에서는 10만 대 이상을 기록한 '12년과 '13년 대비 감소세를 시현하였으나, 투싼(Tucson) 등 프리미엄 자동차의 판매 증가와 더불어 매출이 8% 증가한 12억 1,000만 유로 달성
- (높은 IT 기술) 전체적인 차체 디자인뿐만 아니라 높은 수준의 IT 기술이 접목된 전장장치를 자동차 내부에 장착하여 IT기기에 적응된 개인 고객의 욕구 충족
- (강력한 경쟁기업) 폴크스바겐은 현대자동차를 현재 폴크스바겐의 가장 강력한 경쟁기업으로 평가하며, 일본의 도요타보다 무서운 저력을 가졌다고 평가
 - * 폴크스바겐(VW)의 회장 빈터코른(Martin Winterkorn), '11년 초 한국의 현대자동차를 가장 강력한 신성장 기업으로 지목하며, 경계심 표명
- (독일시장) '13년 자동차 시장의 마이너스 성장(-4.2%) 속에서 현대·기아차는 평균 1%의 증가세에 그쳤으나, 시장 내 주요 10위권 완성차 기업(BMW, Daimler, Fiat, Ford, GM, Hyundai/Kia, PSA, Renault/Nissan, Toyota, VW) 중 유일하게 증가세를 시현

- (외국 경쟁기업 대비 기술적 우위) 전문 매거진 Automobilwoche, 현대는 독일 내 판매되고 있는 한국 자동차의 경우 오펔, 스코다, 포드, 르노, 닛산과 같은 기타 외국 경쟁 기업 자동차에 비해 훨씬 높은 수준의 기술적 우위를 점하고 있다고 자체 평가. 그러나 한국 자동차의 브랜드 이미지는 다른 자동차 브랜드 이미지에 비해 주체적이면서도 정서적인 이미지가 빈약한 실정
- (디자인) 몇 년 전부터 현대차의 디자인은 아시아적인 요소보다는 유럽적인 느낌으로 개선
 - * 현대는 기존 VW의 총 디자인 책임자인 슈라이어(Peter Schreyer)를 영입해 유럽 디자인 추구, 유럽시장 내 판매되는 차량의 95%가 독일 뤼셀스하임(Ruesselsheim) 소재 연구소에서 개발
- (현지 공급 확대에 따른 고객 대응 개선) 현대자동차는 유럽시장용 제품의 현지 생산 비중을 크게 확대해 총 유럽 내 판매된 차량의 90% 현지 공급
 - * '13년 기준 체코 생산 30만 대, 터키 생산 20만 대
- (성공적 기업의 이미지) '09~'11년 독일 CAR(Center Automotive Research)는 현대자동차를 판매고가 높은 세계 6대 완성차 기업 중 가장 성공을 거둔 기업으로 선정

〈'09~'11년 최고 성공적인 완성차 기업〉

(단위: %, 대, 포인트)

제조사명	판매상승률 (%)	영업이익 비 율(%)	종업원 1인당 생 산된 대수(대)	총 평점 (포인트)
현대-기아	40.9	8.7	48	16
폴크스바겐	32.5	7.1	17	12
GM	20.7	-4.1	44	12
르노-닛산	30.4	3.5	26	9
포드	17.0	4.5	35	9
도요타	1.7	0.3	25	5

*주: '09년~'11년 기간 동안 판매 실적과 세전 영업이익 및 생산효율 등을 조사 연구한 결과를 토대로 함

자료원: CAR(Center Automotive Research)

○ 도요타, 리콜사태 이후 이미지 회복 단계

- (대량생산) 독일 일간지 Sueddeutsche Zeitung, 도요타는 폴크스바겐 및 포드와 마찬가지로 대량생산 중심으로 가능한 모든 곳에 절감
- (이미지 변화) 도요타의 이미지는 2010년 2월 가스페달 문제 발생으로 인한 유럽 내 180만 대 리콜 사태 전후로 나뉨
- 리콜 사태 이전의 경우, 도요타 브랜드는 저렴하면서도 견고하고 잔고장이 크게 없는 브랜드로 평가되었으나, 리콜 사태로 이미지 실추. 시장점유율 하락. EU 수입시장에서 현대·기아차에 추월당함
 - * 2010년 350명의 독일 내 도요타 운전자에 대한 설문 조사 결과 77%가 토요타가 리콜 사태로 이미지를 실추했다고 평가
 - * 수년간 안전성에 문제가 있는 자동차를 판매해왔다면 비난의 대상이 됨
- 리콜 사태 이후 새로운 이미지 구축 및 위기 극복 대책에 주력한 결과 차츰 이미지 회복 단계에 접어들고 있으나, 예년 수준의 이미지 복구는 아직 시기상조
- (전략과 비전 실행에 문제) AT Kearney 컨설팅의 자동차 전문가 클링크(Goetz Klink), 고도의 기술력과 아이디어 및 효율적인 생산 시스템을 갖고 있음에도 전략적인 방향 조정과 경제적인 비전을 적절하게 실행하는 능력이 결여되어 있다고 분석
 - * 이는 2010년 Honda의 하이브리드 대중화를 겨냥한 Insight 모델의 시장 도입에서 동 모델이 뛰어난 아이디어, 우수한 동력장치 등을 보유하고 있으나, 유럽 시장에서의 운전자 행태를 고려해 볼 때, 맞지 않는 유형이라는 평가와 함께 이를 전형적인 일본 완성차기업의 문제라고 지적
- (하이브리드차 및 전기자동차 시장 선도) 도요타는 유럽 시장 내 다양한 하이브리드차 및 전기차 모델 출시로 시장 선도
 - * 자동차 전문 온라인 매거진 Auto.de, 다른 완성차 기업이 친환경기술 시험 단계인 반면, 도요타는 이미 수년 전부터 하이브리드 모델 출시 확대 중
 - * 토요타는 2020년까지 거의 모든 차종 모델에 하이브리드차 도입 목표

- (우수한 디자인과 합리적 가격) 토요타 차량 모델은 뛰어난 외관과 아울러 가격 매력도가 높고 동급 차량 대비 저렴
 - * 일례로 Toyota Auris 테스트용 차량은 22,501 유로부터 구매 가능, VW Golf의 비교 가능한 옵션 기준 5,200 유로 저렴
- (엔저 수혜 미미) 현재 엔저 지속과 아울러 판매율을 향상해 나가고 있으나, 도요타 역시 일본 내 생산비중이 약 30%로 높지 않아 엔저로 인한 수혜는 적은 편
 - * '15년 4월 누계 토요타 그룹의 시장점유율 4.3%(토요타 4.1%, Lexus 0.3%), 현대·기아자동차 6%(현대 3.3%, 기아 2.7%)

□ 향후 EU 자동차 시장 전망

○ '15년 유럽 자동차 시장은 2%대의 완만한 성장 전망

- ACEA에 따르면, 유럽재정위기 이후 '14년 처음으로 자동차 신규 등록수가 상승세(5.7%) 실현
- 따라서 '15년 자동차 시장을 조심스럽게 낙관하며 약 2%대의 완만한 성장 전망, 총 자동차 판매대수는 1,300만 대에 이를 것으로 전망
- 다만, 성장이 기대됐던 '14년 전기자동차 신규 등록수가 총 75,331대로 전년대비 37% 상승하였으나, EU 시장점유율은 0.6%로 다소 미미한 입지 보유, 이러한 다소 미미한 시장 내 입지는 충전인프라 부족에 따른 결과로 분석
- 현대·기아자동차는 브랜드로서 2014년 최초로 800만 대에 이르는 차량을 판매하였으며, 지난 2년간 지속되고 있는 엔저 등으로 인해 경쟁 기업과의 경쟁이 한층 격화될 것으로 자체 전망

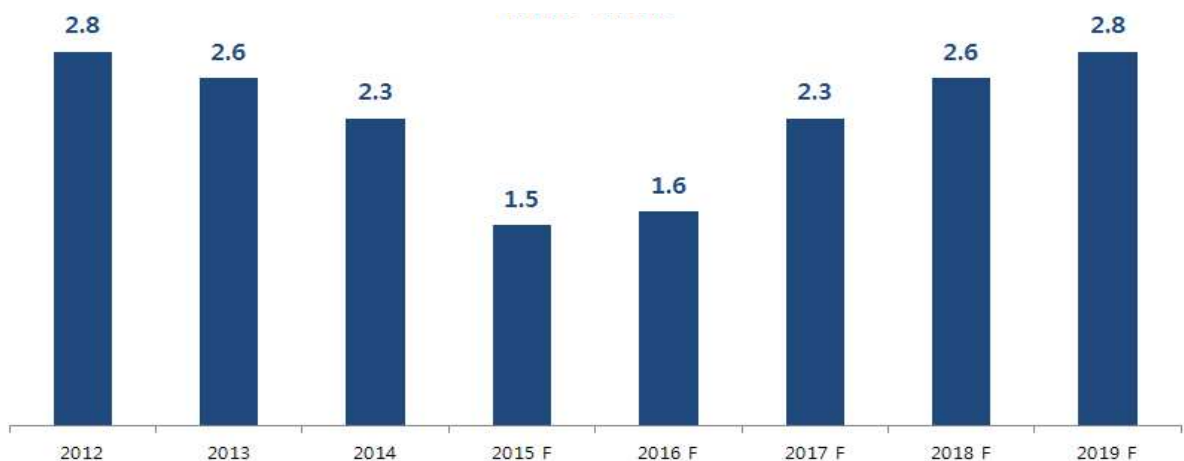
4. 러시아 시장 침체 속, 한일 업체들 비교적 선전

□ 시장 개요 및 한일 자동차 산업 현황

- 2008년 글로벌 경제위기 이후에 경기가 회복되면서 러시아 정부가 신차 판매시 보조금을 지급하였고, 2007년부터 Toyota, GM, 현대, Nissan 등 글로벌 자동차공장들이 상트페테르부르크에 진출하는 등 자동차 시장이 봄을 이룰 것으로 예상된 바 있음
- 2014년 우크라이나 사태 및 서방의 대러시아 경제제재, 루블화 가치 하락으로 인한 구매력 감소로 러시아 신차 판매량은 전년대비 10% 이상 감소하였으며, 2015년 신차 판매량은 전년대비 65% 수준인 150만 대 정도로 예상됨

2012-2019 러시아 자동차 시장 규모 및 전망

(단위: 백만 대)



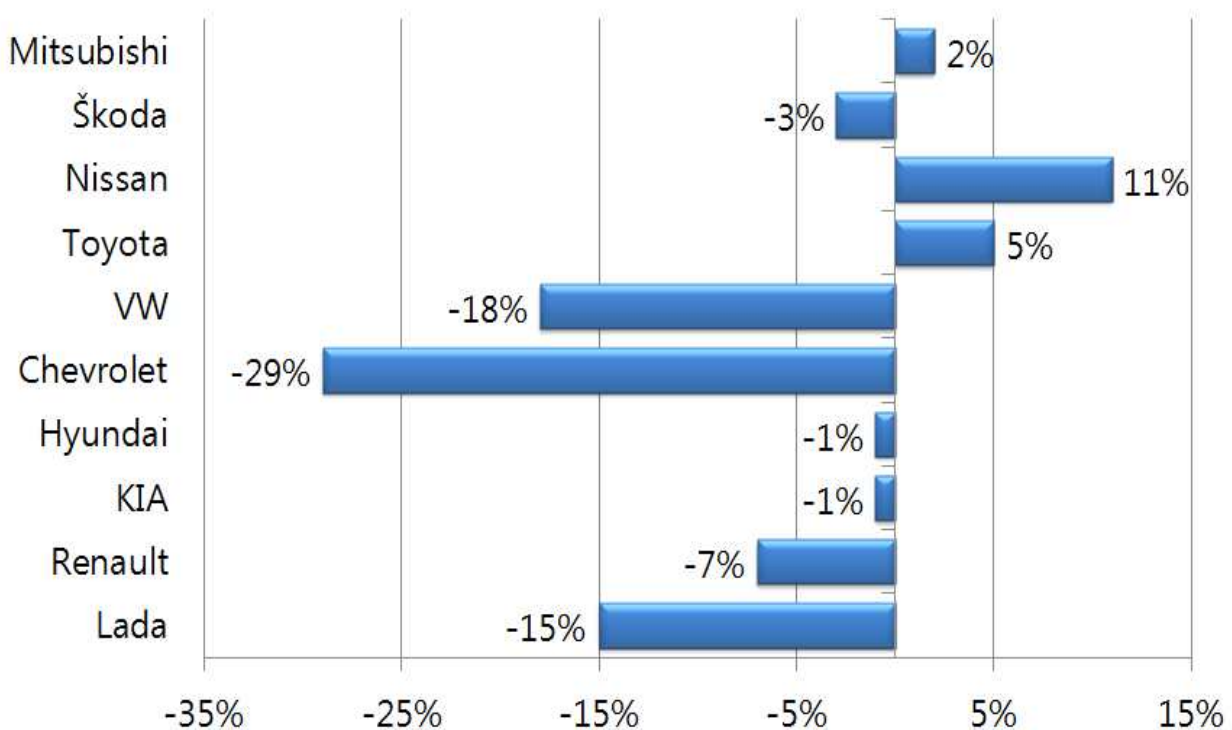
자료원 : PWC

- 한편, 2014년 러시아 자동차 시장 브랜드별 판매량을 전년과 비교하면 한국 및 일본 자동차 기업들이 서방 자동차 기업들에 비해 눈에 띄게 선전하였음을 확인할 수 있음

- 2014년 Chevrolet, VW 등 미국·유럽 완성차 브랜드는 루블화 하락의 직격탄을 맞아 신차 판매량이 전년 대비 대폭 감소하였으며, 러시아 Avtovaz의 국민 브랜드 Lada 또한 주요 소비자층의 가처분 소득 감소로 신차 판매량이 15% 하락함
- 수입부품 의존율이 높은 GM이나 Ford 등 외국 완성차 브랜드들의 경우, 생산량을 유지하더라도 수익성이 크게 떨어지는 상황이 되면서 일부 업체는 생산 중단, 인원 및 생산량 감축, 철수 조치를 내렸음
- 이와 같은 상황에서 일본 완성차 업체들의 판매량은 오히려 증가하였음. Nissan은 전년대비 11%, Toyota는 5%, Mitsubishi는 2% 각 판매량이 증가. 현대자동차와 기아자동차는 1% 대 감소로 시장점유율은 오히려 증가하였음

〈2014/2013년 러시아 자동차 시장 판매율 변화(브랜드별)〉

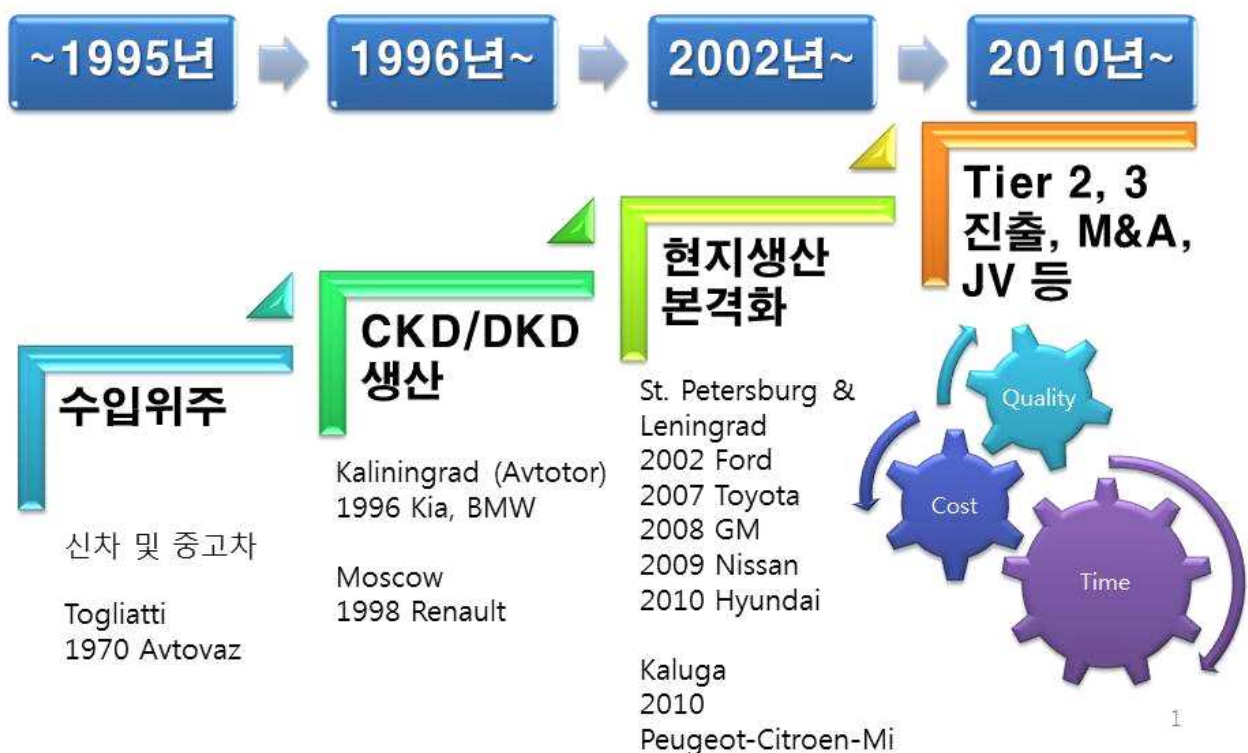
(단위: %)



자료원 : 상트페테르부르크 무역관

- 2016년 1월까지 유럽의 경제제재가 연장되는 등 러시아 경제는 악조건에 처해 있으나, 러시아 정부가 현 상황의 타개책으로 자국 내 제조업 육성 및 유라시아 경제연합 활성화, 아시아 국가들과의 협력을 내세우고 있는 점을 고려하면, 한일 자동차산업 진출 전망은 밝다고 볼 수 있음
- 특히 최근에는 고도화된 러시아 자동차산업 구조를 반영하듯이 한일 자동차기업들의 소싱 현지화 수요 및 부품업체들의 진출 문의가 증가하고 있으며, 그린필드 외에 M&A 및 합작회사 설립 등 진출에 소요되는 시간을 단축하고 현지기업 노하우를 활용하기 위해 다양한 방법을 모색하고 있는 것으로 보임

〈러시아 자동차 산업의 단계별 발전 현황〉



자료원 : 상트페테르부르크 무역관

□ 한일 완성차 업체 및 부품업체 진출현황

- 2010년 상트페테르부르크 북서부 Kamenka 지역에 진출한 현대자동차의 러시아 공장(22만 대 규모)은, 현지 외국 완성차 공장 최초로 프레스 라인을 포함한 전 생산 공정을 갖추고 있음
- 투자진흥서 작성부터 양산까지 최단기간(3년)에 이루어져 러시아 정부의 외투기업 유치 성공 사례이자 롤 모델로 평가되고 있음

〈현대자동차의 사례〉

일시	내용
2007.12.	투자 LOI 체결
2008. 6.	기공식
2009. 9.	준공식
2011. 1.	양산시작

자료원 : 상트페테르부르크 무역관

- 러시아에 진출한 현대자동차 부품공급업체는 총 11개 사로, 현대자동차 부지 내와 인근 협력사 부품단지, 레닌그라드 주(Ivangorod, Vsevolozhsk) 등에 위치하고 있음

〈현대자동차 협력업체 진출 현황〉

위치	기업명(품목)
현대자동차 부지 (2)	모비스(모듈 공급), 하이스코(철판)
협력사 부품단지 (7)	신영(차체), 성우하이텍(샤시), 동희(엔진, 연료탱크), NVH(인테리어 트림, 휠), 세종(배기시스템), 두원(에어컨, 공조기), 대원(좌석)
레닌그라드 주 (2)	유라(전장케이블), 한일(튜브)

자료원 : 현지언론 Kommersant 지 2014.9.4 등

- Toyota는 2007년, Nissan은 2009년에 러시아 상트페테르부르크에 진출하였으며, 생산 규모는 각 5만 대 수준이나 향후 10만 대 수준으로 확장할 계획임
- Toyota 협력사로는 Toyota Boshoku(시트)가 있으며, Nissan도 2014년 9월 부지 내에 최초 협력사로 Unipres(전후방 스파)를 유치했으나, 최근 수익성을 재검토하고 있다고 보도됨

〈상트페테르부르크 지역 한일 자동차 제조사 및 생산현황〉

제조사	진출연도	생산능력	생산차종	생산예정
Toyota	2007	5만 대	Camry	RAV4
Nissan	2009	5만 대	Teana, X-Trail, Murano, Pathfinder	Qashqai
현대	2010	22만 대	Solaris, New Rio	Creta

자료원 : 상트페테르부르크 무역관

- Mitsubishi는 모스크바 인근 Kaluga 지역 PSA Peugeot Citroën Mitsubishi 합작공장에서 Outlander 및 Pajero Sport를 생산중임
- 연산 4만 대 규모인 동 공장의 지분은 프랑스 Peugeot-Citroën 70%, Mitsubishi 30% 비율로, Citroen C4 및 Peugeot 408의 생산이 4월 말부터 약 3개월 간 중단되면서 GM처럼 러시아 철수를 위한 수순을 밟게 되는 것이 아닌가 하는 예측도 있었음

□ 러시아 내 한일 완성차 및 부품업체의 현황

- 러시아 내 한일 자동차 기업의 현지화율은 40% 내외임
 - 현대자동차의 경우 공장 내 차체 프레스 및 협력사 부품단지를 통한 부품공급으로 비교적 높은 47%를 달성하였으며, Toyota 40%, Nissan 39%(Unipres 가동 시 40%) 수준인 것으로 알려짐
 - Nissan은 부지 내에 부품단지를 유치하고자 하나, 수익성 문제로 진출을 희망하는 부품사가 많지 않음
- Nissan은 Renault-Nissan 알리앙스 및 Renault-Nissan-Avtovaz 합작기업으로 인해 러시아 내에서 일본기업으로 보기는 어려운 다소 독특한 포지션을 가지고 있음
 - 2014년 말 3사 구매통합본부 ARNPO(Avtovaz-Renault-Nissan Purchasing Organization) 출범은 Togliatti 등 러시아 중부에 흠어져 있는 기존 Avtovaz 협력업체들의 자원을 활용하면서 부품 공급사들의 품질수준 및 납기준수 등을 향상시키기 위한 조치임

〈Renault-Nissan-Avtovaz 기업지분구조 (간소화함)〉



자료원 : Renault, Nissan 홈페이지, Wall Street Journal 등

- 2014년 러시아 자동차 신차 시장 브랜드별 판매량을 살펴보면 현대·기아자동차는 15.1%, Nissan과 Toyota는 13%를 차지함
 - 부동의 1위는 Avtovaz의 Lada로, 2015년에는 GM의 철수 결정과 함께 감소한 시장점유율을 Lada Granta 등이 가져간 것으로 평가되고 있음
 - 기존에는 Avtovaz가 소형 승용차, Renault·Nissan은 중형 및 SUV 시장에 치중해 왔으나, 점차 SUV 시장 저변이 확대되면서 Avtovaz의 모델 구성도 상향 평준화될 것으로 예상됨

〈2014년 러시아 자동차 시장 브랜드별 판매현황 및 시장점유율〉

순위	브랜드	판매량 (대)	시장점유율 (%)
1	Lada	387,307	15.5
2	KIA	195,691	7.9
3	Renault	194,531	7.8
4	Hyundai	179,631	7.2
5	Nissan	162,010	6.5
6	Toyota	161,954	6.5
7	VW	128,071	5.1
8	Chevrolet	123,175	4.9
9	Škoda	84,437	3.4
10	Mitsubishi	80,134	3.2

자료원 : 주러 유럽비즈니스협회 (www.aebrus.ru)

〈2014년 러시아 자동차 시장 상위 10대 차종별 판매량 변화〉

순위	차종	판매량 (대)	전년 동기대비 (%)
1	Lada Granta	152,810	-8%
2	Hyundai Solaris	114,644	+1%
3	Kia New Rio	93,648	+4%
4	Renault Dust	76,138	-9%
5	Lada Kalina	65,609	-3%
6	Lada Largus	65,156	+13%
7	Renault Logan	60,434	+19%
8	VW Polo	58,953	-19%
9	Lada Priora	47,818	-17%
10	Nissan Almera	46,225	+194%

자료원 : 주러 유럽비즈니스협회 (www.aebrus.ru)

- 현재 Toyota나 Nissan 상트페테르부르크 공장의 연간 생산량 5만 대는 부품조달 면에서 규모의 경제를 실현하기는 어려운 물량임
 - 現 Avtovaz 社의 회장이자 前 GM 및 러시아 상용차 제조사 GAZ 회장을 역임한 Bo Andersson은 유럽 자동차 공장의 손익분기점은 20만-40만 대로, 러시아 내 자동차 공장 15개 중 손익분기점을 넘긴 공장은 5개에 불과하다고 평가한 바 있음
- 위축된 러시아 내수시장의 대안으로 떠오르는 것이 유라시아관세동맹을 활용한 카자흐스탄, 벨라루스 등 CIS 지역으로의 수출임
 - 현대자동차는 2014년 러시아 진출 외국 OEM 최초로 생산량의 11%(26,117대)를 CIS 7개국으로 수출하였으며, 향후 다른 지역으로도 수출을 확대할 계획임
 - Toyota는 2012년부터 러시아 공장에서 생산한 Camry를 카자흐스탄으로 수출하고 있으며, 2016년 생산 RAV4의 일부 물량은 벨로루스로 수출할 계획임. 또한 Nissan은 북유럽으로 수출하는 방안을 검토하고 있음
 - Renault-Nissan-Avtovaz 그룹은 Avtovaz 차량을 Renault-Nissan 딜러망을 통해 유럽에서 판매하는 방안을 검토 중이나, Avtovaz 차량이 유럽의 기술규격에 미달하는 부분이 많아 실제로 수출이 이뤄지기까지는 시간이 소요될 전망이다
- JETRO 상트페테르부르크 사무소 미야가와 소장에 따르면, 일본 자동차 제조사들은 러시아 내 부품 협력사의 수가 적고 부품수입단가도 높은 편으로 유럽 혹은 일본 내 생산에 비해 러시아 생산이 가지는 가격적 이점은 거의 없음
 - 다만 베트남이 5월 29일 유라시아경제연합과 FTA를 체결함에 따라 기진출한 일본 업체들의 우회적 러시아 진출(수출)이 기대됨

5. 한일 업체는 인도 시장에서 확고한 위치를 확보

□ 인도 자동차 시장 개요 및 향후 전망

○ 인도 내 자동차 산업을 둘러싼 환경

- 인도는 값싼 인건비를 바탕으로, 자동차 제조 및 조립을 위한 아웃소싱의 세계적인 중심지가 되어가고 있음
- 매년 300억 달러에 달하는 투자금이 유입되고 있으며, 투자금액이 지속적으로 증가하는 추세를 보임. 이로 인해 2020년까지 30개 이상의 대규모 공장이 신축될 예정임

○ 인도 자동차 산업의 규모

- Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles 보고서에 따르면 2016년까지 자동차 산업은 1,450억 달러 규모의 산업으로 성장 전망
- 내수시장 규모는 세계 7위이며, 2015년에는 세계 5위에 이를 전망

○ 현재 추세

- 2010년부터 현재까지 승용차, 상용차, 삼륜차는 약 70% 성장했고, 이륜차는 2배 가까운 성장률을 기록
- 2012년 인도 자동차 시장은 최근 10년 중 최대 불황을 겪었으며, 2012/13년 자동차 판매는 6.8% 감소함
- 2014년 8월을 기준으로, 지난해 대비 승용차 판매율은 15%, 오토바이 판매율은 14%, 스쿠터 판매율은 30% 증가함
- 인도는 모디 신정부 이후 경제가 회복되고 있는 가운데 실질경제 성장률이 향후 수년간 7%~8%를 기록할 것으로 전망되고 있음
- 특히 인도의 실질성장률이 금년 최초로 중국을 추월하였고, 이러한 추세는 수년간 지속될 것이라는 전망이 지배적임

○ 향후 시장 전망

- 인구가 많은 인도는 구매력평가 기준으로 이미 세계 3대 경제대국이 되었으며, 시장 환율 기준으로도 향후 10여년 후에는 세계 3대 경제대국으로 자리매김할 것으로 전망됨
- 최근 중국의 인건비 급등과 구인난 등으로 중국에서 탈피하려는 제조업체들이 인도투자에 관심이 높아지고 있음
- 인구가 12억이 넘는 인도는 내수가 크고, 중국보다 인구 구성이 훨씬 젊고 인건비가 싸다는 점, 거대 잠재시장인 중국, 아프리카 외에도 역동적으로 성장하고 있는 아세안 지역에서 지리적으로도 가운데 있다는 점도 강점으로 작용하고 있음
- 인도 내 시장점유율 1위와 2위를 기록 중인 Maruti Suzuki와 현대자동차의 판매율은 꾸준히 상승세를 보임

〈브랜드별 판매 동향〉

순위	업체명	2014년	2015년	증감률
1	Maruti Suzuki	1,053,689	1,170,702	11%
2	Hyundai Motor	380,253	420,668	11%
3	Mahindra& Mahindra	254,344	223,968	-12%
4	Honda	134,339	189,062	41%
5	Tata Motors	198,812	161,791	-19%
6	Toyota	128,811	141,347	10%
7	Ford	84,469	75,138	-11%
8	General Motors	80,890	51,839	-36%
9	Nissan Motor	38,024	47,474	25%
10	Volks Wagen	52,528	45,018	-14%

자료원:SIAM

□ 한일 완성차 업체 및 부품품 업체 진출현황

- 인도 자동차 클러스터는 크게 Maruti Suzuki, Honda 등을 중심으로 한 북부(델리근교 구르가온)와 Tata Motors, Mahindra& Mahindra 등이 있는 서부(푸네), 현대자동차, Ford 등의 공장이 있는 남부(첸나이)로 분류

〈인도3대 자동차 클러스터〉



자료원: 코트라 Mumbai 무역관

〈2012-13 회계연도 클러스터별 판매량 및 생산량(대)〉

비고	브랜드	판매	생산	비고	브랜드	판매	생산
푸네	Tata Motors	203,215	215,229	델리/ NCR	Maruti Suzuki	1,055,198	1,141,539
	Mahindra & Mahindra	188,751	196,448		Honda	70,650	74,663
	General Motors	11,321	12,084		Hyundai	384,981	416,014
	Volkswagen	78,972	79,632	첸나이	Ford	79,842	81,228
	Fiat	7,042	7,310		Nissan	30,158	38,210
	Skoda	30,591	31,001		Hindustan Motors	7,850	8,042

자료원: SIAM, Team-bhp

○ 지역별 진출 현황

- 한일 자동차 부분품업체는 인도 내 약 120개사가 진출해 있으며, 그 중 95%는 현대자동차가 위치해 있는 첸나이에 있음
- 나머지 회사는 타타와 마힌드라가 있는 마하라슈트라 푸네 지역과 마루티 스즈키가 있는 델리 구르가온 지역에 위치

회사명	Maruti Suzuki		
설립년도	1982년	공장위치	Gurgaon, Manesar
주요 생산 차량	CIAZ, SWIFT, ALTO K10, WAGONR 등		
기타	현재 인도 자동차(승용차) 시장점유율 1위를 차지하고 있음 2015년 1월 총 116,606대의 판매를 기록 하였으며 그 중 11,047대를 수출함		

- 1983년 인도 진출 후 인도 최대 승용차 제조사이자 주요 수출기업으로 성장
- 진출시 인도 정부의 국민차 사업 입찰에 철저한 조사 후 소형차를 제안, 중형차를 제안한 프랑스 르노사를 누르고 입찰에 성공
 - * 인도기계업계의 반대에도 발구하고 제조설비 수입 승인, 정부가격으로 공장 부지 인수, 세금 감면 등 인도정부의 전폭적인 지원과 협력을 이끌어 냄
- 2007년 인도 정부 지분을 모두 기관에 매각했음에도 인도인들은 마루티 스즈키를 ‘인도기업’으로 인식하고 있어 소도시나 농촌지역 판매에서 이점으로 작용
- 기존 제조 노하우를 인도 시장 수요에 맞게 선택적으로 적용, 생산성과 제품 질 향상, 가격 절감이 지속적으로 가능하게 됨
- 인도 생산 기지에서 가격 우위를 가질 수 있었던 제품 Zen을 1994년부터 유럽 등 다른 국가로 수출하고 있음

6. 일본 업체들, 높은 인지도와 품질로 태국 시장 점유

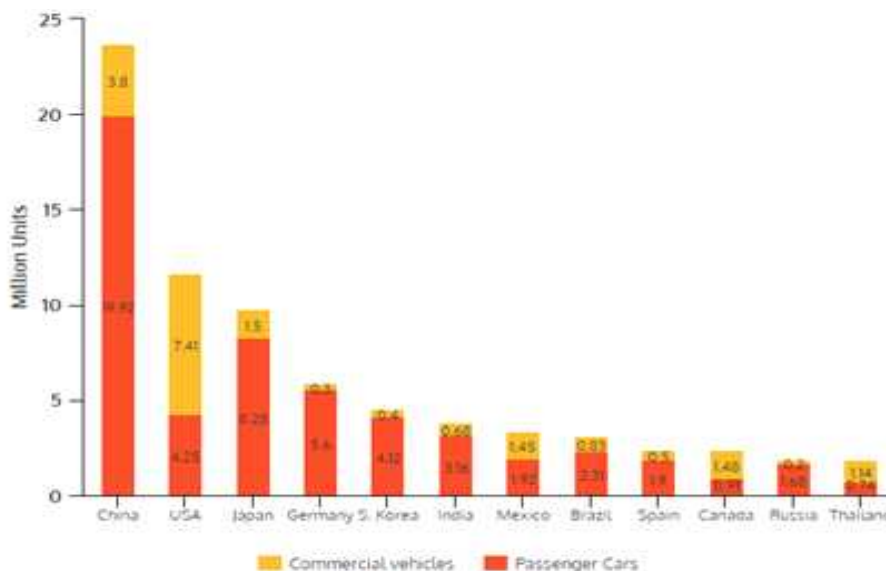
□ 태국 자동차 시장

○ 태국 자동차 시장 현황

- 태국의 자동차 및 자동차 부품의 수출은 2012년 이후 태국 제1의 수출 산업으로 자리매김 하였으며 5대 상위 수출국은 호주, 인도네시아, 사우디아라비아, 말레이시아, 필리핀 등임
- 태국의 자동차 산업 시장은 현재 일본 자동차 회사가 다수 진출한 상태이며 이 외의 글로벌 업체들에 있어서도 동남아의 생산거점 역할을 해오고 있으나, 최근 정정 불안과 가계 부채 증가 등으로 인한 경기침체가 내수 판매 부진으로 이어져 생산량이 감소하였음
- 국제 자동차 제조 협회(OCIA: The International Organization of Motor Vehicle Manufacturers)에 따르면, 2014년 태국의 자동차 생산량은 188만대로 전년 245만대 대비 23.5% 하락했으며 세계 10대 자동차 생산국가에서 밀려나 12위에 머물렀음

〈2014년 태국 자동차 생산 순위〉

(단위: 백만 대)



자료원: The International Organization of Motor Vehicle Manufacturers(OCIA)

〈2014년 태국 자동차 생산, 내수, 수출 현황〉

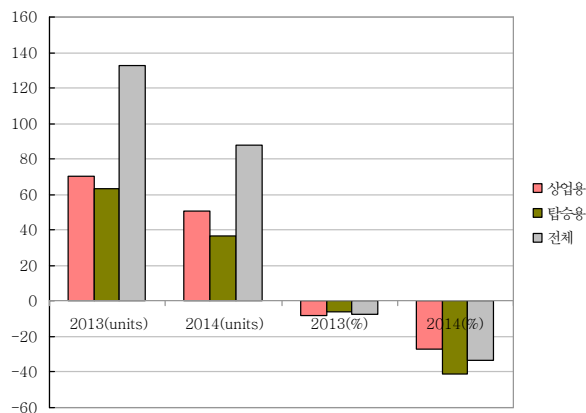
(단위: 대/%)

구 분	자동차				오토바이			
	12월	1~12월	YOY	YTD	12월	1~12월	YOY	YTD
생산	153,669	1,880,007	-3.29	-23.49	153,187	1,842,708	6.47	-16.94
국내판매	89,504	881,832	-21.43	-33.73	120,001	1,701,535	-5.33	-15.11
수출(CBU)	89,146	1,128,102	1.35	0	81,947	887,980	-8.34	-5.10

자료원: Thailand Automotive Institute (2014년 12월)

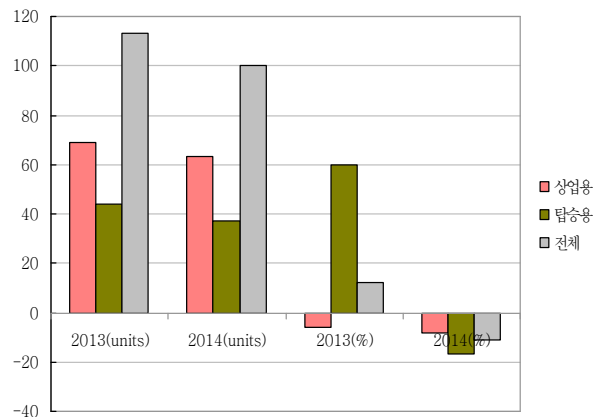
〈태국 용도별 자동차 판매 현황〉

(단위: 만 대, %)



〈태국 용도별 자동차 무역수지 현황〉

(단위: 만 대, %)



주: %는 전년대비 성장률

자료원: BMI, Toyota Motor Thailand

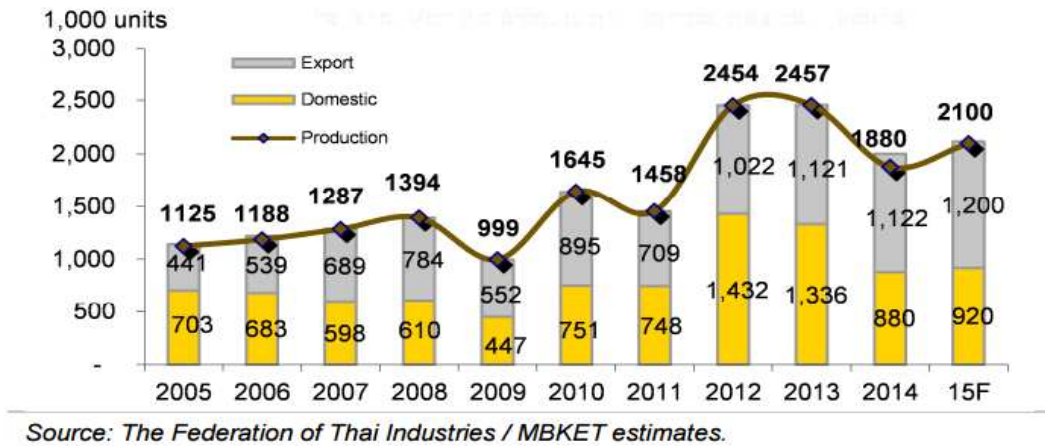
○ 향후 시장 전망

- 태국은 그린 카로 인증된 1300cc 이하의 소형차에 대해 소비세와 수입관세를 일부 인하 또는 면제해주는 에코카(Eco-car) 프로젝트의 2단계 착수를 2014년 3월 발표하였으며, 투자유치정책으로 인해 ASEAN 내 생산지역으로서의 입지를 다시 굳힐 것으로 전망됨
- 태국 산업기구에 의하면 2015년 태국 자동차 생산량은 210만대로 전년도에 비해 11.7% 증가할 것으로 예상되며, 수출량 및 내수 판매량은 각각 전년도 대비 6.95%, 4.54% 성장할 것으로 전망됨

〈연도별 태국 자동차 생산/내수/수출 추이〉

(단위: 천 대)

Figure 3: Thai vehicle production, domestic sales and exports



자료원: The Federation of Thai Industries, Year 2015 forecasted by TRU

□ 태국 내 한일 완성차 및 부품업체 현황

○ 한일 업체 진출 현황 및 주력 품목

- 현재 태국 자동차 시장은 현지 사륜차(부품포함) 공장 14곳, 부품만 취급하는 주요 현지 공장 8곳 등, 일본 업체들이 다수 진출해 있으며, 높은 인지도와 품질로 태국 자동차 시장 점유율과 생산량의 상당 부분을 차지하고 있음
- 태국 진출 한국기업은 현재 현대, 기아, 대우 등이 있으며 2015년 1월-4월 기준 한국 업체의 판매량은 전체 판매량의 1%에 못 미치는 수준임

〈태국 진출 주요 일본 기업 및 주력 품목 리스트〉

회사명	주요 주주 국적 현황 (2014)	주력 품목 (2014)
Toyota Motor	Japanese: 86% Thai: 14%	1-Ton Pick Up/Passenger Car
Thai Yamaha Motor	Japanese: 91.4723%	Moped
Thai Honda Manufacturing	Japanese: 60% Thai: 40%	Moped
Isuzu Motors	Singaporean: 71% Thai: 29%	1-Ton Pick Up/Truck
Thai Suzuki Motor	Japanese: 97.5186%	Moped

Mitsubishi Motors	Japanese: 100%	1-Ton Pick Up/Passenger Car
Honda Automobile	Japanese: 76% Thai: 24%	Passenger Car
Auto Alliance	Japanese: 50% U.S.A.: 50%	Passenger Car/1-Ton Pick Up
Kawasaki Motors Enterprise	Japanese: 100%	Sport
Toyota Auto Works	Japanese: 100%	Van
Hino Motors Manufacturing	Japanese: 100%	Truck/Bus
Nissan Motor	Japanese: 75% Thai: 25%	Passenger Car/1-Ton Pick Up
TC Manufacturing and Assembly	Virgin Islands: 99.99%	1-Ton Truck
Suzuki Motor	Japanese: 99.99%	Passenger Car

자료원: : Thailand Automotive Institute(www.data.thaiauto.or.th)

〈업체별 누적 판매량/증감률/점유율 현황〉

(단위: 대)

Total Car Sales* (January – April 2015) with Y/Y Comparison				
	'15 Accumulated	'14 Accumulated	Y-O-Y	Share
Toyota	83,288	110,898	-24.9%	33.1%
Isuzu	47,577	56,111	-15.2%	18.9%
Honda	38,000	29,555	+28.6%	15.1%
Nissan	18,971	22,139	-14.3%	7.5%
Mitsubishi	16,549	22,121	-25.2%	6.6%
Mazda	11,045	11,290	-2.2%	4.4%
Suzuki	6,920	7,625	-9.2%	2.7%
Hino	3,526	3,462	+1.8%	1.4%
Subaru	753	578	+30.3%	0.3%
Mitsu-Fuso	421	443	-5.0%	0.2%
Total Japanese makes	227,050	264,222	-14.1%	90.2%
	'15 Acc.	'14 Acc.	Y-O-Y	Share
Ford	9,103	13,443	-32.3%	3.6%
Chevrolet	5,715	10,124	-43.5%	2.3%
Benz	3,520	3,006	+17.1%	1.4%
B.M.W.	2,744	2,402	+14.2%	1.1%
Hyundai	1,309	1,177	+11.2%	0.5%
Volvo	676	869	-22.2%	0.3%
DFM	427	677	-36.9%	0.2%
TATA	418	685	-39.0%	0.2%
Volkswagen	152	164	-7.3%	0.1%
Kia	150	158	-5.1%	0.1%
Proton	85	178	-52.2%	0.0%
Wuling	75	58	+29.3%	0.0%
Peugeot	19	21	-9.5%	0.0%
Daewoo	15	14	+7.1%	0.0%
Other makers	387	233	+66.1%	0.2%
Total	251,845	297,431	-15.3%	100.0%

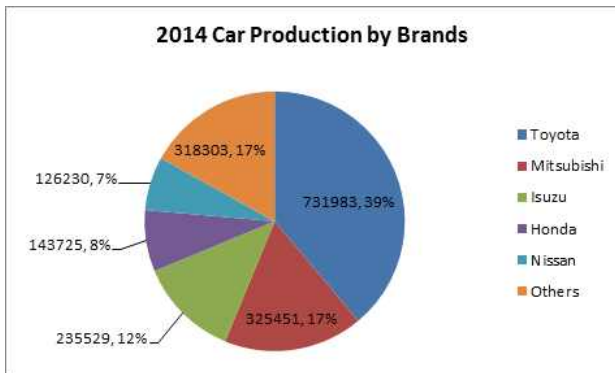
주: Passenger Cars & Commercial Cars Only

자료원: Motortrivia(www.motortrivia.com)

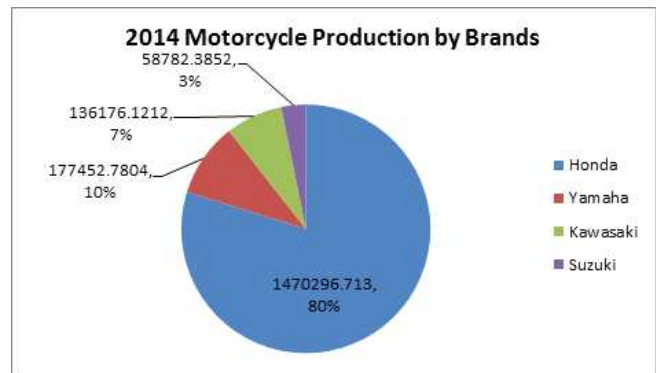
○ 업체별 생산량 및 점유율 현황

- Toyota, Mitsubishi, Isuzu 등 일본 업체들은 상당수가 태국에서 직접 자동차를 생산하고 있음
- 4륜차 생산량 점유율은 Toyota가 39%로 압도적이며 그 뒤를 Mitsubishi, Isuzu, Honda 등이 차지하고 있음. 2륜차 생산량 점유율의 경우 Honda가 80%로 압도적인 1위이며 그 뒤를 Yamaha, Kawasaki 등이 차지하고 있음

〈2014년 업체별 4륜차 생산량 점유율〉
(단위: 대)



〈2014년 업체별 4륜차 생산량 점유율〉
(단위: 대)



자료원: Automotive Intelligence Unit, Thailand Automotive Institute

○ 승용차, 상업용 차량 및 1-Ton Pick up 차량 판매 현황

- 2014년 연간 태국 내 자동차 판매량은 881,832대로 이 중 일본 업체의 판매량은 772,375대, 한국 업체의 판매량은 4,877대임
- 승용차(Passenger Car)의 전체 판매량은 2015년도 1-4월 기준 전년 동기 대비 15.7%의 감소율을 기록하였으며 전체 일본 업체 역시 15.4%의 감소율을 보였으나 한국 업체들은 오히려 현대 203.4%, 기아 42.6%의 높은 증가율을 기록하였음

- 상업용 차량(Commercial Car)의 전체 판매량 역시 2015년도 1-4월 기준 전년 동기 대비 15.1%의 감소율을 기록하였으며, Honda, Nissan, 현대 등이 각각 161.9%, 11.5%, 6.4%의 증가율을 보인 반면 Isuzu, Toyota, Mitsubishi, 기아 등은 감소하는 모습을 보임
- 1-Ton Pick up 차량 및 PPV의 경우 또한 2015년 1-4월 기준 전년 동기대비 판매량이 20.3% 감소한 모습을 보임

〈2014 업체별 연간 판매량〉

(단위: 대)

 ยอดขายรถยนต์รวมทุกประเภท ประจำปี 2014 / 2557													
Brand	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	Total
 Toyota	26,184	27,287	30,633	26,623	25,526	27,510	25,002	24,992	23,996	26,791	28,890	33,023	326,457
 Isuzu	12,883	13,416	16,345	13,467	13,649	13,398	12,532	12,394	12,047	12,464	12,045	15,646	160,286
 Honda	5,781	7,469	9,111	7,194	8,641	9,087	8,538	8,777	10,073	8,837	9,605	13,369	106,482
 Mitsubishi	5,246	5,602	6,008	5,265	4,740	4,940	5,509	5,011	5,021	5,039	5,221	5,283	62,885
 Nissan	6,020	5,111	6,347	4,661	4,303	4,228	4,130	4,430	4,671	4,899	4,762	5,658	59,220
 Ford	3,061	3,114	3,663	3,605	3,378	3,301	3,046	2,988	2,702	2,853	2,905	3,471	38,087
 Mazda	2,361	2,418	3,052	3,459	2,727	3,127	3,142	2,773	2,966	2,977	2,525	2,799	34,326
 Chevrolet	2,384	2,059	2,801	2,880	2,026	2,284	2,029	2,017	1,638	1,581	2,003	2,097	25,799
 Suzuki	1,644	1,782	1,877	2,322	1,239	2,361	1,727	1,639	1,472	1,206	1,040	1,874	20,183
 Mercedes-Benz	484	740	1,037	745	698	872	809	972	1,257	1,045	921	1,944	11,524
 BMW	522	549	671	660	600	718	691	640	729	734	667	1,205	8,386
 Hyundai	274	245	276	382	391	313	272	309	390	412	286	512	4,062
 Volvo	155	213	216	285	161	94	262	132	189	143	166	245	2,261
 Subaru	76	147	181	174	173	150	207	156	167	138	194	203	1,966
 TATA	209	171	179	126	107	108	175	106	157	111	67	115	1,631
 KIA	23	58	38	39	31	40	125	51	98	80	57	62	702
 Lexus	35	36	40	60	30	33	38	35	68	70	75	50	570
 Volkswagen	31	40	38	55	31	34	32	31	36	38	35	75	476
 Proton	45	44	50	39	51	49	41	49	31	22	11	34	466
 MG	-	-	-	-	-	-	-	30	72	32	20	50	204
 Ssangyong	10	5	10	22	11	6	4	10	10	10	7	8	113
 Peugeot	4	5	8	4	7	11	12	8	3	5	3	28	98
 Skoda	1	1	2	1	3	1	1	-	-	1	-	3	14
Others	1,075	1,168	1,400	1,192	1,158	1,134	1,203	1,285	1,344	1,362	1,563	1,750	15,634
Total All Brands	68,508	71,680	83,983	73,260	69,681	73,799	69,527	68,835	69,137	70,850	73,068	89,504	881,832

자료원: Headlight Magazine

〈업체별 승용차(passenger car)누적 판매량/증감률/점유율 현황〉

(단위: 대)

Passenger Car Sales (January-April 2015) with Y/Y Comparison				
	'15 Accumulated	'14 Accumulated	Y-O-Y	Share
Toyota	38,373	51,969	-26.2%	37.5%
Honda	27,722	25,630	+8.2%	27.1%
Nissan	7,957	12,262	-35.1%	7.8%
Mazda	6,952	4,240	+64.0%	6.8%
Suzuki	5,945	6,353	-6.4%	5.8%
Mitsubishi	5,714	9,081	-37.1%	5.6%
Subaru	70	24	+191.7%	0.1%
Total Japanese makes	92,733	109,559	-15.4%	90.5%
	'15 Acc.	'14 Acc.	Y-O-Y	Share
Benz	3,459	2,908	+18.9%	3.4%
B.M.W.	2,744	2,402	+14.2%	2.7%
Chevrolet	1,723	2,346	-26.6%	1.7%
Ford	966	3,519	-72.5%	0.9%
Volvo	286	348	-17.8%	0.3%
Hyundai	88	29	+203.4%	0.1%
Proton	85	178	-52.2%	0.1%
Kia	67	47	+42.6%	0.1%
Peugeot	14	18	-22.2%	0.0%
Volkswagen	41	4	+925.0%	0.0%
Other makers	234	96	+143.8%	0.2%
Total	102,440	121,454	-15.7%	100.0%

자료원: Motortrivia(www.motortrivia.com)

〈업체별 상업용 차량(Commercial car)누적 판매량/증감률/점유율 현황〉

(단위: 대)

Commercial Car Sales (January-April 2015) with Y/Y Comparison				
	'15 Acc.	'14 Acc.	Y-O-Y	Share
Isuzu	47,577	56,111	-15.2%	31.8%
Toyota	44,915	58,929	-23.8%	30.1%
Mitsubishi	10,835	13,040	-16.9%	7.3%
Honda	10,278	3,925	+161.9%	6.9%
Ford	8,137	9,924	-18.0%	5.4%
Nissan	11,014	9,877	+11.5%	7.4%
Chevrolet	3,992	7,778	-48.7%	2.7%
Mazda	4,093	7,050	-41.9%	2.7%
Hino	3,526	3,462	+1.8%	2.4%
Hyundai	1,221	1,148	+6.4%	0.8%
Suzuki	975	1,272	-23.3%	0.7%
Mitsu-Fuso	421	443	-5.0%	0.3%
TATA	418	685	-39.0%	0.3%
Kia	83	111	-25.2%	0.1%
Benz	61	98	-37.8%	0.0%
WuLing	57	37	+54.1%	0.0%
Other makers	1,802	2,087	-13.7%	1.2%
Total	149,405	175,977	-15.1%	100.0%

자료원: Motortrivia(www.motortrivia.com)

<업체별 1-Ton Pick up 차량 및 PPV 누적 판매량/증감률/점유율 현황>
(단위: 대)

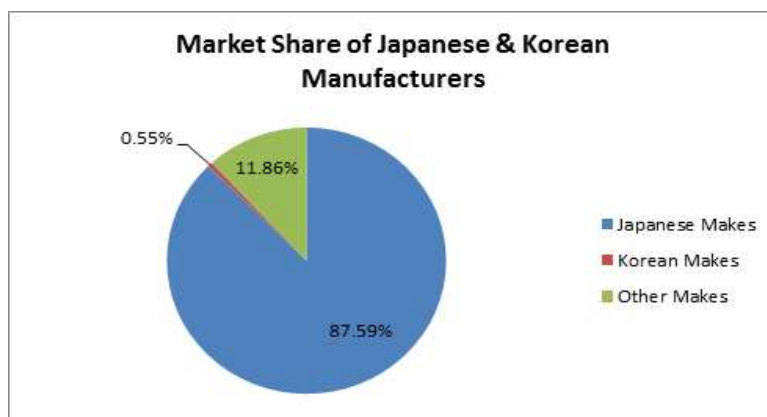
1-Ton Pickup & PPV Sales (January-April 2015) with Y/Y Comparison				
	'15 Acc.	'14 Acc.	Y-O-Y	Share
Isuzu	43,641	52,223	-16.4%	37.8%
Toyota	41,266	55,677	-25.9%	35.7%
Mitsubishi	10,835	13,040	-16.9%	9.4%
Ford	6,746	8,507	-20.7%	5.8%
Chevrolet	3,434	6,877	-50.1%	3.0%
Mazda	2,818	5,121	-45.0%	2.4%
Nissan	6,484	3,560	+82.1%	5.6%
TATA	248	397	-37.5%	0.2%
Total	115,472	145,402	-20.6%	100.0%

자료원: Motortrivia(www.motortrivia.com)

o 업체별 시장점유율 현황

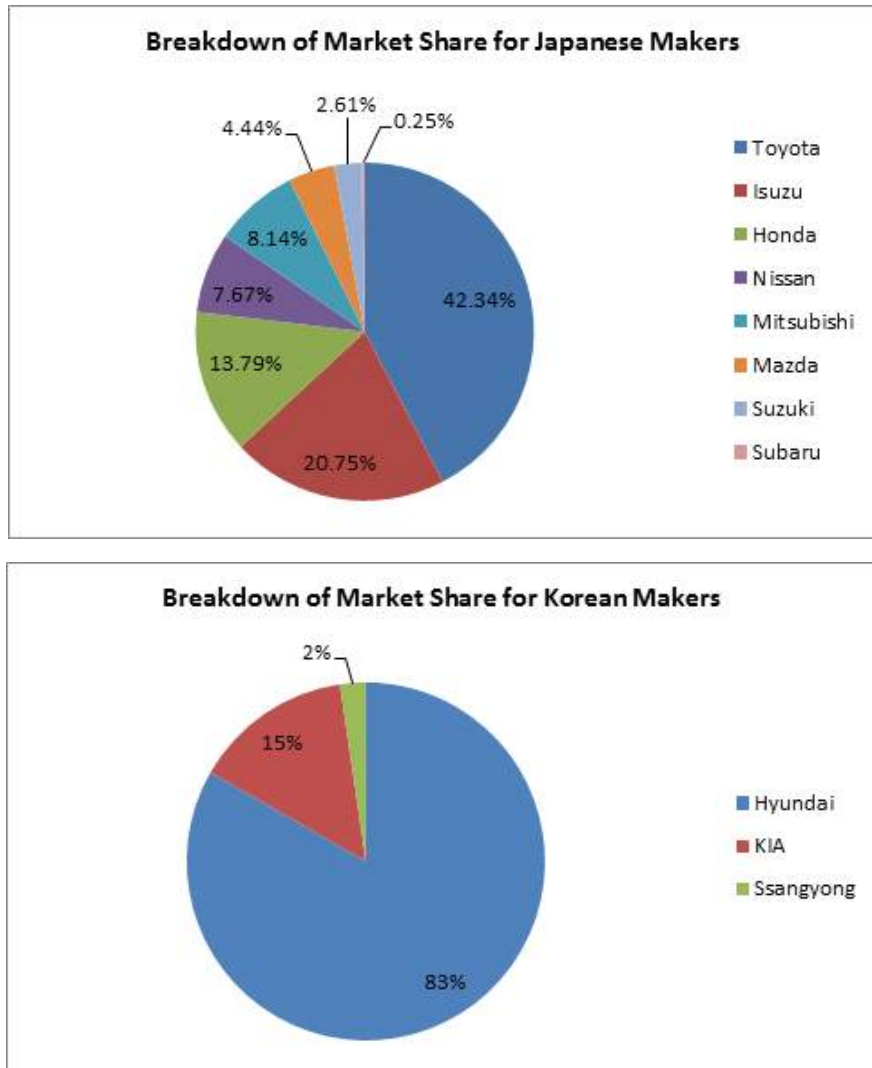
- 2014년 기준 태국의 자동차시장은 일본 제조업체들이 시장점유율의 87.59%를 차지하며 독점하다시피 하고 있으며, 이에 반해 한국 제조업체는 0.55%로 1%가 채 안 되는 점유율을 기록함
- 일본 제조업체 가운데 점유율을 살펴보면, Toyota가 42.34%로 1위를 차지하고 있으며 Isuzu가 20.75%로 2위, Honda가 13.79%로 3위를 기록함
- 한국 제조업체 가운데 점유율을 살펴보면, 현대가 83%로 1위를 기록하였으며 그 뒤를 기아와 쌍용이 잇고 있음

<2014년 태국 자동차 시장 점유율>



자료원: Automotive Intelligence Unit, Thailand Automotive Institute

〈2014년 제조업체 국가별 시장 점유율〉



자료원: Automotive Intelligence Unit, Thailand Automotive Institute

○ 부품 조달 현황

- 현대 마케팅 담당자와의 인터뷰에 따르면, 현대는 현재 태국 내에 제조공장이 위치해있지 않아 완성품을 한국에서 수입하는 형태이며, 다른 한국 업체들도 이와 마찬가지로 한국이나 제조공장이 위치한 타 국가에서 완제품을 수입하여 판매하고 있음
- Toyota나 Honda와 같은 주요 업체는 태국 내에 제조공장이 위치하여 직접 생산하여 판매하고 있음

- Mitsubishi Motor의 구매 담당자에 따르면 자동차 부품 중 소량만 태국에서 직접 제조하며, 대부분은 현지나 외국 공급업자를 통해 조달하고 있음. Nissan도 이와 마찬가지로 현지 및 해외에서 부품을 조달함
- Yamaha의 경우 현지에 제조공장이 없어서 현지 및 외국 공급업자를 통해서만 부품을 조달하고 있음
- 상무부 통계에 따르면 주요 자동차 및 오토바이 부품 수입국은 일본, 중국, 인도네시아 등이며 주요 수입 업체는 Toyota, Mitsubishi Motor, Isuzu Motor 등 일본 업체들이 차지하고 있음

〈자동차 및 오토바이 부품 수입 상위 10개국〉

Top 10 Import Sources for Parts of Cars and Motorcycles	
Parts for Cars (HS8708)	Parts for Motorcycles (871410)
▪ Japan ▪ China ▪ Indonesia ▪ Philippines ▪ Germany ▪ U.S.A. ▪ India ▪ South Korea ▪ France ▪ Malaysia	▪ Japan ▪ Vietnam ▪ China ▪ Italy ▪ Indonesia ▪ Taiwan ▪ Germany ▪ Malaysia ▪ India ▪ U.S.A

자료원: Ministry of Commerce

〈자동차 및 오토바이 부품 수입 상위 5개사〉

Top 5 Companies by Import Value	
Car Manufacturers (HS8708)	Motorcycle Manufacturers (HS871410)
▪ Toyota Motor ▪ Mitsubishi Motor ▪ Isuzu Motor ▪ Auto Alliance ▪ Honda Automobile	▪ Triumph Motorcycle ▪ Kawasaki Motor Enterprise ▪ Ducati Motor ▪ Honda Trading Asia ▪ Thai Yamaha Motor

자료원: Ministry of Commerce

7. 사우디아라비아에서 한국 자동차 판매율 매년 증가

□ 사우디아라비아 자동차 시장

- 사우디아라비아는 중동 최대 자동차 및 자동차 부품 수입국
 - 자동차산업 시장규모는 2013년 기준 자동차 수입량이 약 98만 대, 판매액은 202억 6,000만 달러 기록
 - 사우디아라비아는 세계에서 20번째 큰 자동차 시장이고, 중동시장에서는 40%의 비중을 차지하는 가장 큰 시장이며, 수입액 기준으로 자동차 및 부품의 시장규모는 약 220억 달러
 - 2014년 1분기에는 사우디아라비아 자동차 판매수가 전년 동기(18만 4천 대)대비 3.2% 상승한 19만 대를 기록
- 지속적인 성장이 기대되는 시장
 - 사우디아라비아 자동차 시장규모는 2015년까지 6.7% 성장할 것으로 기대되며 2018년에는 연간 판매량이 100만여 대에 달할 것으로 예상
 - 국가별 브랜드 시장점유율은 도요타(40%), 닛산(9.5%)을 포함한 일본 자동차 브랜드가 전체 시장의 60%를 차지하고 있으며, BMW, 메르세데스 벤츠, 폴크스바겐 등의 유럽 브랜드가 시장의 18%를 점유하고 있고, 뒤이어 10%(단일 브랜드로는 2위)를 차지한 현대자동차를 앞세운 한국이 전체 시장의 12%를 점유하고 있고 Ford, GM등의 미국 브랜드는 전체 시장의 6.5%를 차지. 현대·기아차는 매년 자동차 판매율이 증가 추세
 - 자동차 시장은 고급차부터 저가의 승용차까지 수요가 다양하며 특히 인근 지역의 재수출을 위한 중고차의 수입도 증가하고 있음. 중고차의 수입은 지난 5년간 35%의 증가를 기록했으며 중고차 판매는 사우디아라비아에서 판매 차량의 13%를 차지

- 사우디아라비아 자동차산업부문은 안정적인 내수시장과 경제성장률, 주요 고객층인 청년층을 포함한 급격한 인구 증가, 정부 차원의 장려 정책 등 다양한 성장요인 보유
 - 사우디아라비아는 자국 내에서 자체적인 자동차 조립생산을 추진하고 있으며 상공부는 산업 클러스터 프로그램(IC)을 통해 사우디아라비아 자체적으로 자동차를 생산할 계획에 있으며 해당 계획은 2025년까지 60만대의 차량을 목표
 - 상공부는 이 산업 클러스터 프로그램을 통해 타이어 생산을 위한 인조고무 생산에서부터, 탄소섬유, 오일 필터, 회로판, 배터리, 케이블류, 센서, 접착제, 페인트, 좌석 등 자동차 생산에 필요한 모든 공급망 구축 노력에 경주
 - 또한 사우디아라비아에는 철강, 알루미늄, 유리, 플라스틱, 에너지 등 자동차 생산을 위한 자원이 풍부해 사우디아라비아 자체 자동차 생산은 더욱 탄력을 받을 것으로 예상
 - 한편, 전 세계에서 유일하게 여성의 운전을 금지하고 있는 사우디아라비아에서 최근 여성 운전 금지령 해제를 위한 움직임들이 지속적으로 목격되고 있으며, 장기적 관점으로 보았을 때 금지령이 해제될 경우 여성 운전자들은 시장 최대의 잠재적 고객이 될 것으로 전망

〈사우디 자동차 판매, 수입시장 규모 및 전망〉

(단위: 십억 달러, 대)

구분	2011	2012	2013	*2014	*2015
판매대수	687,590	742,597	802,00	802,105	884,210
판매액	13.2	16.1	17.8	19.2	20.6
수입대수	704,000	837,167	982,000	953,991	1,017,71
수입액	12.5	16.2	20.3	19.6	21.4

주: *는 전망치

자료원: NCB, NICDP, 보도자료

- 사우디아라비아는 자동차 현지생산을 위한 저렴한 외국인 노동력, 낮은 에너지 생산 비용, 풍부한 원자재 및 인근지역 수출에 유리한 중심지 위치 등의 이점을 보유하고 있음
 - 재규어 랜드로버의 경우, 연간 5만 대의 생산을 목표로 하는 현지 공장 설립에 타당성 조사를 시행함

□ 한일 완성차 업체 및 부품품 업체 진출현황

- 사우디아라비아에 진출한 한국 완성차 업체 및 부품품 업체는 전무
 - 사우디아라비아는 포스트 석유시대를 대비하기 위해 제조업 육성 전략을 오랫동안 추진해 왔으나 시장 규모측면이나 현지생산측면에서 이점이 적어 자동차 조립 및 부품업체 현지 진출 사례 없음
- 사우디아라비아에 진출한 유일한 자동차 조립업체는 일본의 이쁘츠 (ISUZU)이며 현지기업과 합작으로 중형 트럭 조립라인을 설치
 - 사우디아라비아 동부지역에 공장을 설립해 연간 수백대의 자동차를 생산하고 있으며 2017년까지 25,000대 중형 트럭 조립생산 계획
- 한일 양국 완성차 및 부품품 업체의 조달/생산/판매 현황은 유사
 - 완성차 및 부품품 업체의 경우, 자국 및 아세아 생산기지에서 제품을 생산, 조달하고 있음
 - * 현대자동차의 경우, 소형차는 인도 공장에서 소형차 이상은 한국 공장에서 사우디아라비아에 수출, 유통
 - 완성차는 사우디아라비아의 에이전트를 통해 대리 판매하고 있으며, 부품품은 에이전트의 직영점 및 대리점을 통해 유통시키고 있음

8. 시장 침체에도 브라질 내 일본 완성차 주문 폭주

□ 브라질 자동차 시장 내 한일 자동차 산업

○ 브라질 자동차 시장 동향 및 전망

- 브라질 자동차 유통연맹(FENABRAVE)에 따르면, 2015년 브라질 자동차(승용차 및 상용차) 판매는 전년대비 18% 감소할 것으로 전망됨
- 2015년 1-4월 누적 판매는 전년 동기 대비 18% 감소하였으며, 특히 4월 판매는 전년 동월 대비 23.7%나 감소함
- 올해 4월까지 250 여개의 자동차 대리점이 영업을 중단함
- 정부의 긴축재정으로 인해 공업(IPI)을 비롯한 세제감면 혜택이 철회되어 자동차 가격 인상을 부추겼고, 14%에 육박하는 높은 금리와 높은 인플레이 등이 자동차 판매 감소를 유발

○ 브라질 내 한국 자동차 업계 현황

- 현대자동차의 경우, 주력 상품인 HB20를 50,400대 판매함. 전년 동기 대비 3.7% 판매량 감소. 현지 생산 차량 및 수입차를 포함한 현대의 1-4월 자동차 판매량은 654,000대로 전년 동기 대비 6.9% 감소함
- 단, 이와 같은 판매량 감소에도 불구하고 현대 파라시카바 공장은 여전히 3교대 근무를 유지하고 있으며, 아직까지 인력 감축 등은 고려하고 있지 않아 여타 주요 완성차기업에 비해 사정이 나은 것으로 조사됨

○ 브라질 내 일본 자동차 업계 현황

- 브라질 경제전문지 Valor Economico에 따르면, 혼다자동차의 경우, 브라질 자동차 시장 전반적인 침체에도 불구하고, 2015년 1-4월 판매가 전년 동기 대비 15% 증가함

- SUV차량 모델인 HR-V의 경우, 고객이 차량 구매 후 출고까지 100일 이상 기다려야 될 정도로 높은 인기를 누리고 있음
- Sumare시에 위치한 혼다자동차 공장은 매일 4시간씩 야근을 해야 될 정도로 조업이 밀려있는 상태
- 도요타자동차 브라질 법인의 경우, 올해 4월까지 누적판매가 전년 동기 대비 약 2.7% 증가함
- Indaiatuba에 위치한 도요타자동차 공장의 경우도, 자동차 시장의 침체에도 불구하고, 매일 2시간씩 야근을 해야 할 정도로 주문이 밀려 있는 상태라고 함

□ 한국 완성차 업체 및 부품업체 진출현황

- (진출배경) 현대자동차의 브라질 현지 공장 설립과 더불어 다수의 협력업체가 동반 진출함
 - 현대자동차는 2000년대 중반부터 현지 자동차 유통업체 CAO에 의해 Tucsan을 비롯한 SUV 차량 모델이 수입되어 브라질 소비자들로부터 매우 큰 사랑을 받아 옴
 - 당시 고가의 SUV 차량밖에 유통되지 않았던 브라질 시장에 등장한 현대 Tucsan은 동종 타 브랜드 차량에 비해 비교적 저렴한 가격과 5년이나 되는 장기 무상 A/S 기간으로 브라질 소비자들 사이에서 큰 인기를 얻는데 성공함
 - 이 같은 인기를 바탕으로 현대자동차는 상파울루 주 피라시카바 지역에 생산 공장을 설립하고 2012년 말부터 본격적으로 가동을 시작함
 - 또한 현대자동차와 더불어 피라시카바 인근에는 계열사 3개사 및 협력업체 6개사 등 총 9개 업체가 동반 투자 진출함

- (현지부품조달) 자동차 핵심모듈, 구동장치, 차체, 새시, 와이어하네스 등 자동차 제조에 필요한 핵심부품 대부분이 현대차와 동반 진출한 계열사 또는 협력 업체에 의해서 생산됨

〈동반 투자 진출 업체〉

계열사	Mobis(현대 모비스)	자동차 핵심 모듈
	Dymos(현대 다이모스)	구동장치, 시트
	Hysco(현대 하이스코)	강판 제품
협력사	MS Autotech	차체
	Hwashin	자동차 Chassis 및 Body 부품
	Doowon	차량용 에어컨
	Hanil	내장재
	THN	차량용 와이어하네스 등
	Glovis	물류 서비스

- (기타협력업체) 현대자동차는 Pirelli, Goodyear, Inergy, Ardeb, Saint Gobain, Borlem, GKN, TI, Valeo, Continental, JCI, Antolin, SMR, TRW, Auto Metal, Mann&Hummel, Bosal, Mando, Faurecia, Remmerz, Mahle 등의 부품공급업체와 협력 체제를 구축
 - 대부분의 협력업체는 미국이나 유럽 자본으로 설립된 글로벌 업체이며 한국업체로는 만도가 있음
- (성과) 현대자동차 브라질 시장점유율 8.17%로 5위 부상
 - 브라질 자동차 유통협회(Fenabrave)에 따르면, 현대자동차의 승용차 시장 점유율은 2014년 12월까지 연간 누적 판매 기준 8.17%를 달성하여 피아트, GM, 폴크스바겐, 포드 등 Big 4 업체에 이어 5위에 랭크. 또한, 동 기간 현대자동차의 브라질 시장 주력 상품인 HB20은 119,770대를 판매하며 점유율 16.18%로 5위를 기록하였고, 세단형 모델인 HB20S도 59,937대가 판매되어 13위를 기록함
 - 현대 피라시카바 공장 인근에 동반 진출한 한국부품 업체들이 밀집되어 있어 물류비용이 절약되고 핵심 부품업체가 모두 한국업체로 구성되어 신속한 공급체제 구축이 가능한 점이 성공의 비결

□ 일본 완성차 업체 및 부품업체 진출현황

- (진출 현황) 일본 자동차 업체의 경우, 1958년 도요타자동차가 브라질 시장에 최초 진출한 이래 혼다, 미쓰비시, 닛산 등 다양한 자동차 메이커가 브라질 현지에 진출해 있음
 - 상파울루, 파라나, 고이아스, 리오데 자네이로 등 다양한 지역에 생산 공장을 보유하고 있음
- (현지부품조달) 대부분의 일본 자동차 업체들은 브라질에 진출한지 수 십 년 이상 되어 현지 공급 시스템을 구축하고 있음
 - 일례로 도요타자동차의 경우, 일본 국적 업체 소수와 대다수의 글로벌 업체를 통해 부품을 공급받고 있는데, 이러한 소수의 일본 국적 부품 업체의 경우도 대부분 이미 브라질에서 오래 전부터 현지 생산을 하고 있는 경우가 많아 사실상 현지 업체와 다름없는 경우가 많음

〈 도요타 협력 업체 〉

업체명	국적	부품/서비스
Casco	브라질	수입대행 및 물류
Cobra Metais	브라질	플라스틱 접착용 제품
Elring Klinger	독일	실린더, 하우징 모듈, 트랜스미션 등
GKN Brasil	브라질	CVJ 시스템, AWD시스템 등
NSK	일본	휠 베어링
Sanko	터키	면제품
Schaeffler	독일	베어링, 클러치시스템 등
SNR	브라질	베어링
TRW	미국	브레이크 보안장치, 에어백, 안전벨트 등
3M	미국	접착용 제품
Aisin	일본	브레이크 & 새시
Allevard	이탈리아	서스펜션 스프링 등
Autoliv	스웨덴	전자안전시스템
Basf	독일	페인트
Bosal	벨기에	환기시스템
Budai	브라질	페달, 연료탱크용 부품, 안전벨트 등
Delga	브라질	스탬핑 부품(도어 등)
Fagor	미국	강철제품
Fundacao Regali	이탈리아	브레이크, 클러치 제품
Jedal	브라질	휠 밸런싱장비 등
Kautex	독일	연료시스템,
Mueller	브라질	플라스틱 부품
Nitto Denko	일본	가스켓, 리테이너 등
Rassini NHK	브라질	서스펜션 스프링
Schrader	독일	타이어 밸브
Sumidenso	일본	와이어링시스템
Thyssenkrupp	독일	철강제품. 엔지니어링 서비스
TrelleborgTyco	브라질	엔진,서스펜션, 고무부품,
Cestari	브라질	기어박스 등
Olsa	이탈리아	차량용 램프
Panasonic	일본	LCD TV, 전화 디지털 카메라, 배터리 등
Cooper-Standard	미국	바디 씰링 시스템
Takata	일본	에어백

자료원: 도요타 자동차 자체조사

9. 아프리카 조기 진출로 시장을 선점한 일본 자동차

□ 남아프리카공화국 자동차 시장 현황

- 남아공은 주로 3차 산업(금융업, 서비스업, 유통 등) 위주로 성숙된 산업 구조를 가지고 있으며, 그 이외의 주요 산업은 광산업, 철강, 석유화학, 자동차 산업 등이 동반 성장하고 있음
- 남아공은 지하자원이 매우 풍부하여 이를 토대로 하는 제조업이 주로 발달되어 있으며 자동차 산업과 연관된 화공 플랜트 및 철강 분야의 산업이 발달되어 있음
 - 남아공은 5,011만 명의 인구와 한반도의 약 5배에 달하는 국토 면적을 보유한 남부아프리카의 경제 대국으로서 비즈니스, 물류, 관광, 관업 등 다양한 특징을 가진 9개의 주로 구성되어 있음
 - 자동차 산업은 남아공 4대 제조업 중 하나이며 남아공 GDP의 4.5%를 차지하며 제조업의 30%를 점유하고 있음
 - 자동차 산업은 남아공 총수출의 11.8%를 차지하고 약 27만 8천명을 고용하고 있으며 Tier1급의 회사 120개를 포함하여 약 500개의 자동차 부품 회사가 활동하고 있음
- 자동차 산업은 남아공 정부의 자동차산업개발계획(MIDP: Motor Industry Development Programme, 1995~2011)이 오래전부터 시행되어 BMW, 벤츠, 도요타 등의 완성차 업체들의 조립생산 기지가 진출하게 되는 계기가 됨
 - 남아공 정부는 자동차산업개발계획(MIDP)에 이어서 자동차생산개발계획(APDP: Automotive Production Development Programme, 2013~2020) 등 자동차 산업 육성정책을 시행하고 있음

- 남아공은 아프리카 지역 국가 중 자동차 생산규모 1위를 유지하고 있으며 2014년에는 566,083만대를 생산해 세계 자동차 생산순위로 24위를 기록함
 - 남아공에서 경제 성장에 가장 기여가 큰 산업(1995년부터 2011년 까지 경제성장률 20.5% 기여)이며 수출도 20배 이상 성장함
- 남아공 신차 및 경상용차 시장 경쟁은 매우 치열함
 - 2014년 현재 신차는 51개의 브랜드에서 2,295개의 모델을 생산하고 있으며 경상용차는 28개 브랜드에서 510개의 모델을 생산하고 있음
 - 남아공 폭스바겐 및 Audi가 전체 시장에서 16.7%, Ford 11.6%, GM 9.6%, Mercedes-Benz가 5.7%를 점유하여 뒤를 잇고 있음

〈대륙별 남아공 자동차 수출 현황〉

구분	2012년	2013년	증감률(%)
아프리카	60,938	59,654	-2.1
유럽	66,929	58,403	-12.7
북미	44,100	51,446	+16.7
아시아	19,509	24,688	+26.5
오세아니아(호주)	13,324	10,256	-23.0

자료원: 남아공 자동차공업협회(Naamsa, 2013)

□ 향후 시장 전망

- 남아공 신차시장은 2009~2013년 간 크게 성장하였으며, 최근 다소 둔화세를 보이고 있으나 이는 환율변동 및 경기둔화에 기인한 것으로 중장기적으로는 소득 증대 및 레저 활동 증가로 인해 성장세를 보일 것으로 전망됨

- 남아공의 경사용차 시장은 주로 도요타, 포드, 닛산, GM이 점유하고 있는 상황으로 현대자동차의 상용차도 시장 진입 준비 중이나 경쟁이 치열하고 복잡한 구조를 지니고 있음
 - 경사용차 및 중대형 상용차는 남아공의 산업발전에 반드시 필요한 세그먼트로 향후 판매량은 증가할 것으로 전망

〈남아공 내 자동차 판매량〉

구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
승용차	258,129	337,130	396,292	442,604	450,296	439,264	455,000
상용차 (소형)	118,159	133,756	149,301	160,174	167,996	170,000	183,000
상용차 (중대형)	18,934	22,021	26,656	27,841	30,924	12,000	33,000
총 판매	395,222	492,907	572,249	630,619	649,216	644,504	671,000

자료원: 남아공 자동차공업협회(Naamsa,2015)

〈남아공 내 승용차 및 경사용차 생산 현황〉

구분	승용차				경사용차			
	시장			수출비중 (%)	시장			수출비중 (%)
	내수	수출	전체		내수	수출	전체	
2010	113,740	181,654	295,394	61.5	96,823	56,950	153,773	37.0
2011	124,763	187,529	312,265	60.1	108,704	84,125	192,829	43.6
2012	120,417	151,659	272,076	55.7	121,638	123,443	245,081	50.4
2013	113,364	151,893	265,257	57.3	127,188	121,345	248,533	24.8
2014	110,000	160,000	270,000	59.3	127,000	160,000	287,000	55.7

자료원: 남아공 자동차공업협회(Naamsa,2015)

□ 한일 완성차 업체 진출현황

- 2014년 현대자동차는 남아공 경제 허브인 가우텡주 베노니(Benoni)에 조립라인을 건설하여 상용차 생산을 시작함
- 현대자동차의 판매는 시장점유율 10% 이상을 유지하고 있으나 최근 감소세로 전환
 - 엔저 현상으로 인한 일본 완성차의 가격 하락과 원화 강세로 인한 환율 문제로 판매 저조
- 남아공의 한국산 자동차 부품은, 90년대 초 보츠와나에 진출한 현대자동차의 철수로 인해 남아공 진출이 늦어짐에 따라 시장점유율이 낮음
- 일본의 경우, 남아공 정부의 자동차 산업개발계획(MIDP) 시행으로 도요타, 닛산 등 완성차 업체들의 생산기지가 진출
 - 남아공 도요타는 1980년 진출 이래 남아공에서 선두자리를 유지하고 있으며 2014년도 기준 전체 시장에서 19.8%를 점유
 - 도요타의 Hilux는 2014년 155,000대 판매를 기록하여 '2014 South Africa's Top-selling Vehicle'로 선정되었으며, Corolla Quest, Hino truck range, Quantum minibus 또한 높은 판매량을 기록 중
 - 일본 완성차 브랜드의 주력 승용차 모델로는 닛산의 Livina, Tilda, 도요타의 Corolla와 Etios가 있음. 경상용차의 주력 판매 모델에는 닛산의 NP300, NP200, 도요타의 Hilux, Fortuner 등이 있음

〈남아공 내 글로벌 자동차기업 생산기지 현황〉



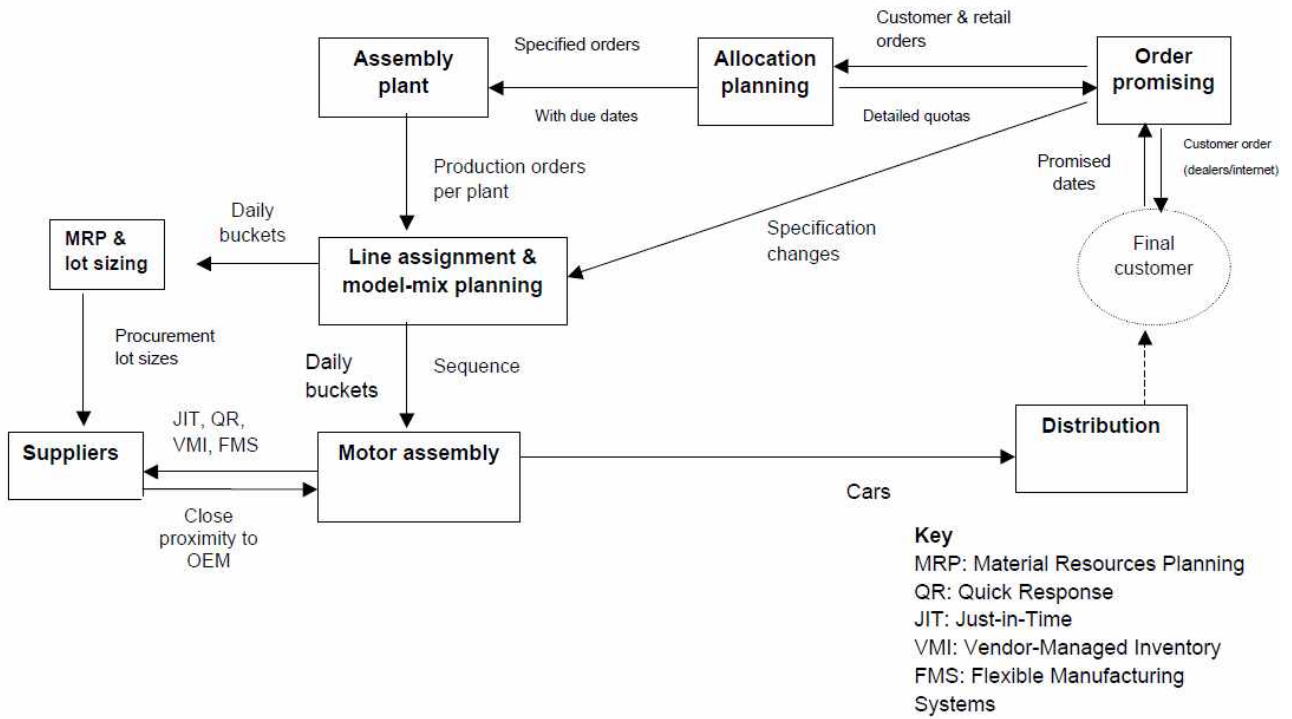
자료원: Automotive Export Manual 2014, AIEC

□ 남아공 내 양국 완성차 및 부분품 업체 현황

- 남아프리카공화국 내 일본 완성차 업체는 아프리카 및 유럽 시장의 주생산기지로 그 지위를 확고히 하고 있음
 - 닛산은 NP300, NP200 생산에 주력해 연간 100,000대 이상을 현지 생산
 - 도요타는 Corolla, Fortuner, Hilux, corolla Quest, Hino truck, Quantum minibus 등의 모델을 포함하여 연간 약 155,000대를 현지에서 생산, '2014 South Africa Number One Vehicle Producer'로 선정

- 남아공 시장에서 한국산 자동차 부품은 초창기 복잡한 자동차 부품 유통으로 활로를 찾지 못하다가 최근 한국차 딜러와 한국산 자동차 부품을 취급하는 현지 바이어들이 일본 차량 못지않게 한국 차량의 가격 대비 유지비가 경쟁력이 있는 것으로 평가되어 한국 차량 및 부품 수요는 증가 추세임
 - 수요가 크지는 않으므로 수요에 따라 다양한 부품(비순정 부품)을 컨테이너에 수입하고 있는 단계
- 남아프리카공화국에는 총 500개의 자동차 부분품 업체가 있으며, 120개의 Tier1급 업체가 있음
 - 남아공의 자동차 부품 업체들은 R&D기반이 부족하여 생산기술이 완숙 단계에 이르지 않아 고도화된 부품 모듈업체가 없음
 - 남아공의 글로벌 완성차 생산기지는 CKD(Completely Knock Down)또는 SKD(Semi-completely Knock Down)로서 부품을 수입 및 조립하여 완성차를 생산하고 있으며 현지화를 위한 R&D 및 기술 개발은 따로 진행하지 않음
 - 한편 남아공 차종별 내수판매는 지속적으로 유지하고 있어 향후 현지화를 위한 R&D 및 생산기술개발을 통해 고도화된 부품 모듈 생산이 가능한 업체가 육성될 전망
- 남아공의 자동차 부품은 현지조립 라인에 공급하는 완성차 조립용 부품(OEM), 애프터 마켓의 순정부품(OE), 비순정 부품(Pilot Parts) 시장으로 구분됨
 - 순정부품시장은 남아공 애프터 마켓의 40%를 차지하고 있으며 비순정부품 시장은 60%를 차지
 - 최근에는 중국 및 인도 부품이 가격경쟁력을 앞세워 남아공시장에 활발히 진출하고 있는 상황으로 기존의 한국산 부품을 수입하던 업체들도 수입라인을 중국산 부품으로 전환하고 있는 실정

〈남아공 자동차 부품 산업 Supply Chain〉



자료원: www.jtscm.co.za

III 한일 제3국 상생협력 진출전략

1. 자동차 산업에 있어서 한일 협력의 난제

□ 주요 해외시장에서 한일 협력 현황

- 일부 협력사례를 발굴하였으나, 자동차 업계의 폐쇄성 등으로 실질적인 한일 협력에는 아직 난제가 많은 상황
 - (미국, N사) N사 미국 현지법인이 미쓰비시자동차에 타이어 납품 중. 또한 현재 N사와 닛산자동차 간에 제품개선 관련 기술협력도 적극적으로 추진하고 있음
 - N사 현지법인 담당자에 따르면, 현재 연간 수량은 약 30만 개로 미쓰비시 Outlander 모델이 생산되는 美 중서부 일리노이 주 생산 공장에 납품되고 있으며 연간 판매규모는 약 3천만 달러 수준으로 큰 규모는 아니나 2012년 이래 지속적으로 납품 중
 - (중국, M사) M사 중국법인에서 미쓰비시자동차 중국법인에 조향 장치 4만대, 장안 스즈키에 S부품 10만대 공급 중

□ 한일 협력에 대한 현지 진출 업체 인터뷰

- A사 중국법인
 - 소규모로 중국진출 일본 완성차 업체에 일부 부품을 공급한 사례는 있으나, 일본 기업 특유의 수직계열화가 공고하며 외국 기업 부품 사용 시 낮은 단가 요구로 적자 납품을 감수해야 하는 상황임
 - 일부 중국 로컬기업은 현지 일본 자동차 업체와 중국과의 합작 기업인 관계로 파트너 측의 요구에 따라 일부 저부가가치 부품을 공급하는 사례가 있으나, 한국기업은 이러한 진출 또한 어려움

○ B사 중국법인

- 일본 완성차 업체의 높은 일본 부품 선호도 및 원부자재 업체와의 동반진출 등으로 시장을 뚫고 들어갈 수 있는 여지가 크지 않은 실정

○ C사 유럽지사

- 동사의 경우 주로 슬로바키아, 체코, 터키에서 부품을 수입하며, 유럽 본부가 있는 독일 내 현지 기업인 Conti, Bosch 등과 거래 중. 현재 일본 부품업체로부터 부품 등을 조달받고 있지 않은 상황
- 한국 내에서 주로 거래 관리가 이뤄지는 관계로 일본 부품업체와의 거래도 한국 내에서는 진행되고 있으나, 세부 내용은 파악 불가

○ D사 유럽법인

- 동사의 경우, 현지 유럽법인에서 폴란드 현지 공장을 관할하고 있기는 하나, 일본 부품 업체와는 전혀 거래하고 있지 않다고 밝힘

○ 상트페테르부르크 무역관 종합

- Nissan, Toyota 등은 부품 현지화를 위해 품질이 검증된 글로벌 및 국내 업체들을 접촉할 의향이 있는 것으로 보이나, 자동차 산업의 폐쇄성으로 인해 공개적인 접근이 어려운 상황임
- Nissan의 경우, 자체물량은 많지 않더라도 연산 50만 대 이상의 규모를 가진 Avtovaz와 공용부품이 있다면 납품업체 입장에서 규모의 경제를 실현할 수 있을 것으로 보임. 현재 Avtovaz의 불량률은 12% 정도로, 기존 협력사들의 품질 및 납기 지연은 고질적인 병폐로 지적되어 왔음

○ 리야드 무역관 종합

- 양국 완성차업체는 자사의 현지 독점에이전트를 통해 자동차를 판매하고 있으며, 사우디아라비아에 자동차 생산공장 및 부품업체 부재로 협력 사례 발생 가능성이 없음

○ 상파울루 무역관 종합

- 현재 브라질 시장에서 한국 자동차 가치 사슬에 일본 부품 업체가 편입하고 있는 사례는 없으며 반대의 경우도 없는 것으로 확인됨.
- 브라질 경기침체가 장기화되면서 자동차 판매가 감소하고 대규모 인력 감원이 지속, 한·일 양국 완성차 업체들은 신규 부품 공급사 발굴보다는 기존 업체 유지에 주력
- 일본 자동차의 경우, 브라질 시장에 진출한지 오래되어 현지화가 깊게 진행되어 사실상 현지 업체로 간주되고 있는 상황임. 일본 자동차 업체들의 경우, 다수의 다국적 기업이 각종 부품을 공급하기 때문에 한국 부품업체가 일본 자동차에 납품하기 위해서는 이들과 치열한 경쟁을 거쳐야 진출이 가능함
- 한국 자동차의 경우, 유일하게 현지생산을 하고 있는 기업으로 동반 진출한 계열사 및 협력사가 모든 부품을 공급하고 있어, 일본 부품 기업이 납품할 여지가 없다는 것이 관계자들의 의견
- 관계자들은 “우리 부품 기업 또는 일본 기업이 브라질 정부로부터 세제감면을 받아 가격경쟁력이 높은 제품을 상대국 완성차 업체에 공급할 수 있는 방안을 마련할 경우 한·일 자동차 분야 상호협력이 가능할 수도 있다”는 의견도 덧붙임

2. 자동차 산업에 있어서 한일 협력의 필요성

□ 한국 자동차부품 업체들의 진출 시장 및 공급선 확대 필요

○ 신규 시장 진출 및 시장 다변화 필요

- 신규 먹거리 창출, 지역 리스크 분산, 상대적으로 제3국 시장진입 용이

○ 부품 업체들의 공급선 다각화 필요

- 한국 자동차부품 업체들은 일반적으로 국내 완성차 업체에 납품하는 비중이 높음. 한국 완성차 업체에의 높은 의존은, 국내 완성차 업체의 실적에 따라 부품 업체들의 실적이 결정되는 구조를 형성
- 특히, 한국 완성차 업체의 부진이 고스란히 납품업체로 전달될 수 있기 때문에 매우 위험한 구조. 다양한 납품처를 확보해 리스크를 분산시켜야 함

□ 한국 자동차 부품의 경쟁력 향상으로 한일 수평적 협업 가능성 대두

○ 대일 무역특화지수(TSI) 개선

- 한국 자동차부품(MTI:742)의 대일 무역특화지수는 -0.49('04)에서 10년 사이 0.01('14)로 개선

* 무역특화지수(TSI): 특정 품목의 (총수출-총수입)/(총수출+총수입)으로 계산. +1에 가까울수록 해당 품목의 국제경쟁력이 강하고, -1에 가까울수록 해당 산업의 경쟁력이 약한 것으로 볼 수 있음

〈한일 대 세계 자동차 수출 동향〉

(단위: 백만\$, %)

구분	2012		2013		2014	
	수출금액	증감률	수출금액	증감률	수출금액	증감률
한국	22,632	4.9	23,840	5.3	24,265	1.8
일본(백만\$)	39,770	5.9	35,296	-11.3	32,535	-7.8
일본(백만엔)	3,175,466	6.4	3,445,076	8.5	3,441,055	-0.1

자료원: GTA, 무역협회

3. 한일 협력체계 구축 및 강화 방안

□ 일본기업과의 네트워크 확대

○ 상담회 참여, 정보 제공 등 기본에 충실

- 먼저 일본 완성차 업체 북미법인 바이어들이 대거 초청되는 현지 자동차 부품 수출 상담회 행사 등에 적극적으로 참여할 필요가 있음. 이를 통해 도요타, 혼다, 닛산 등 미국 내 일본 완성차 업체나 덴소, 아이신 등 일본 주요 1차 벤더에 납품할 수 있는 기회를 마련하는 것이 우선 (디트로이트 무역관)
- 러시아 내 도요타, 닛산 등은 부품 현지화를 위해 품질이 검증된 글로벌 기업과 국내 업체들을 접촉할 의향이 있는 것으로 보이나, 자동차 산업의 폐쇄성으로 인해 공개적인 접근이 어려운 상황
- 우리기업은 현지진출 현황 및 생산 가능품목, 연락처 등을 영어, 러시아어, 일어로 제작해 일본 자동차 제조사들의 현지 공장 및 본사에 제공한다면, 합작을 희망하는 일본 업체들이 보다 쉽게 우리기업에 접근할 수 있을 것 (상트페테르부르크 무역관)

○ 일본기업 본사와의 커뮤니케이션 강화 필수

- 미국에 진출해 있는 일본계 1차 벤더에 따르면, 설계부·구매부의 핵심이 일본에 있기 때문에 납품업체(1차벤더 등)도 일본에 본사가 있거나 진출해 있는 업체를 중심으로 선정함. 이는 납품업체 선정 권한이 대부분의 경우 현지 법인에 있지 않고 일본 본사에 있기 때문임
- 아울러 납품업체가 일본에 설계·개발·영업부를 갖추고 있어야 일본 완성차 업체와 원활한 커뮤니케이션이 가능함. 도요타, 혼다 등 일본 완성차 업체들은 일본 부품업체를 우선적으로 선정하는데 이는 커뮤니케이션이 원활하고 특히 일본에서 디자인이나 가격 관련 소통 및 협의가 용이하기 때문

□ 현지 진출 적극 검토

○ 일본 주요 완성차 업체들은 현지 조달 확대 추세

- 최근 엔화 약세로 일본 완성차 업체들의 일본산 부품 채택이 증가하고 있으나 장기적으로는 해외 조달을 확대해 나갈 전망이다
- (도요타) 도요타를 대표하는 HV 간판 모델인 프리우스의 경우, 해외 수요가 높아짐에 따라 2005년 12월 중국 창춘 공장에서 현지 생산을 시작했으며 2014년에는 HV 핵심 부품 개발하는 거점도 중국 내 가동
- 회사 관계자는 하이브리드 시스템 부품 조달에 대해 “현지 조달률이 50%까지 도달한 경우에만 현지화라고 할 수 있다”며, “최종적으로는 100%를 목표로 하고 있다”고 밝혔음
- (닛산) 2012년 10월 글로벌 생산비용 절감 방안을 발표하며 ‘해외 생산의 100% 현지화’를 비용 절감의 중점 포인트로 내걸었음. 신흥국에서의 생산을 포함, 2015년도에는 부자재까지 완벽한 현지화를 목표로 함
- 향후 자동차 시장은 신흥국이 주도하게 될 것으로 예상하지만, 지금처럼 주요 부품을 일본 등 선진시장에서 공급받으면 비용 절감 효과가 약해진다고 판단
- 또한 신흥국들은 자국 경제 발전을 위한 현지 조달 의무 등을 강화하고 있어 그러한 규제에 대응할 필요도 있음. 따라서 각 지역별로 연 단위 목표를 정하고, 현지화율을 높여간다는 방침임
- 부품 회사에서 부품을 픽업해오는 물류비용 부담을 줄이기 위해 부품별로 근접 지역에서의 조달을 촉진. 구체적으로는 부품 업체에 대해 부품마다 지침을 제공, 닛산 공장의 인접지 등 완성차 제조기지 인근 지역 진출을 추진하는 것 (도쿄무역관)

- 일본 자동차 업계는 한국기업의 해외시장 진출능력을 높게 평가
 - 미쓰이스미토모 파이낸셜그룹 산하 일본총연은 한국 자동차부품의 수출증가요인 중 하나로 한국 부품기업의 적극적인 해외시장진출을 꼽음. 특히 현대모비스, 만도 등 한국의 주요 자동차부품 업체가 해외시장으로 적극적으로 진출한 점이 평가된 것으로 보임
 - 마쓰다 담당자에 의하면 마쓰다는 비용 삭감을 위해 6세대 차량부터 전 세계에서 생산되는 차량이 디자인을 공유하므로, 태국, 멕시코, 중국을 포함한 일본 국내 물량까지 합쳐 대량 발주를 실시함
 - 이러한 측면에서 발 빠른 해외진출로 해외에 생산거점을 보유한 한국 부품기업은 물류 코스트 삭감이 가능하다는 점에서 상당히 매력적이라 언급 (오사카 무역관)
 - 미쓰비시 자동차 미국법인, 아이신 등 일본 완성차 업체 및 자동차 부품 1차 벤더의 구매 담당자를 인터뷰한 결과, 대부분 현지 진출한 한국 업체를 매우 선호하고 있으므로 한국 부품 기업의 생산 공장이나 지사, 연락 사무소 건립, 물류 창고 확보 등을 통한 미국 현지 진출을 적극 검토해 보아야 함 (디트로이트 무역관)
- 현지 진출 업체 간 협업을 통해 시너지 창출 가능
 - LG전자는 2013년 자동차부품 사업부(VC: Vehicle Component)를 신규 개설하였으며, 최근 현대·기아차는 물론 GM 북미·유럽·중국 차량에 탑재될 Onstar 시스템용 4G LTE 통신 모듈 공급계약을 수주한 바 있음
 - 차세대 자동차에는 무선통신과 GPS기술이 결합된 텔레매틱스(Telematics), 인포테인먼트(Infortainment)의 중요도가 증가할 것으로 보이므로, LG전자 R&D연구소와 같이 현지에 진출한 연구소들과 함께 현지 시장의 기술규격을 선도하고 기술협의를 이끌어 나갈 필요가 있음 (상트페테르부르크 무역관)

4. 한일 자동차 산업 상생협력 진출전략

□ 한일 협력을 통해 시장 확대 및 신규 시장 확보

○ 일본기업의 사업 확장을 기회로 활용

- 경기불황으로 인도네시아 자동차 판매가 급감하는 가운데에서도 일본기업들은 신규공장을 설립하는 등 투자확대 움직임이 눈에 띄고 있음. 도요타를 비롯해 스즈키, 미쓰비시 등은 인도네시아 현지에 과감한 생산능력 확장을 진행 중임
- 이미 GM이 철수를 결정할 만큼 내수경쟁이 격화되는 가운데, 이와 같은 생산능력 강화 움직임은 일본계 기업들이 인도네시아 자동차 시장의 성장 가능성을 높게 평가하고 있다는 것을 의미. 일본기업들은 향후 현지시장 영향력을 더욱 강화할 것임
- 관련 우리 기업들은 향후 확대될 일본계 기업의 영향력에 대비해 납품에 필요한 레퍼런스 구축, 납품처 다각화, 일본계 기업의 조달 전략 파악 등의 세심한 준비가 필요할 것임 (자카르타 무역관)

○ 일본기업과의 협력을 통해 신규 시장 진출

- 일본은 이미 남아공시장에 진출해 아프리카 시장의 주 생산기지로 그 지위를 확고히 하고 있으나, 한국은 현대자동차가 제한적으로 진출을 시작하는 단계
- 최근 현지 화폐(란드)의 약세 등으로 우리기업 수출 이익이 급감. 아프리카시장뿐만 아니라, 유럽시장 공략을 위한 생산기지로 우리기업 진출 모색 필요
- 특히 일본의 현지생산 공장에 직접 납품이 가능토록 우리기업의 적극적인 진출이 필요. 우리기업은 현지 R&D 환경기반이 약해 일본 자동차 기업과 협력을 통해 부품별 모듈화 진출 등 검토할 필요 (요하네스버그 무역관)

□ 한일 제품 개발 협업을 통해 차세대 시장 선점

○ 공동개발 협력 확대를 통해 지속적인 품질 향상

- Toyota 그룹 소속의 독일 소재 트레이딩 기업인 Toyota Tsusho Europe는, 다양한 부품을 취급하며 주로 현지와 해외에서 부품을 조달하나, 한국 부품도 직접 구매해 현지 시장에 조달하고 있음
- 해당 업체와 인터뷰 결과, FTA 이점을 이용해 아웃소싱을 아시아 국가로 확대해 나가고 있었음. 최근 한국기업과 맞춤형 제품 개발 위주의 협력을 개시했으며, 향후 파워트레인 부품과 전기자동차 관련 모듈이나 컨버터, 인버터, 전기모터 등의 분야로 협력을 확대할 계획

○ 선행개발 제품 공동개발을 통해 차세대 자동차 시장 선점

- 미쓰비시는 최근 유럽 내 모터 관련 R&D 자회사 Mitsubishi Motor R&D Europe GmbH를 설립. 선행개발 제품관련 협력에 적극적. 인터뷰 결과 전기자동차와 하이브리드자동차 관련 부품을 비롯해 엔진이나 배기시스템 부품 관련 공동 R&D 개발에 관심
- 특히 플러그인 하이브리드 관련 부품 개발과 관련하여 국내 부품 기업과의 협업에 높은 관심. 단, 결정권은 본사를 통해 이뤄진다고 함. 현지지사보다는 본사의 결정권을 가진 부서와 협의를 진행할 필요 (프랑크푸르트 무역관)

□ 한일 협력을 통해 신흥국 자동차 업계를 주도

○ 한일 협력을 통해 선진 자동차 산업을 침투시켜 업계를 주도

- 사우디아라비아 국민차 생산 자동차 조립업체 설립을 계기로 한일 양국 부품업체의 협력 가능성 대두. 경쟁력이 우수한 한일 양국 부품업체 간 합작기업을 현지에 설립, 사우디아라비아 국민차 생산 자동차 조립업체에 부품을 공급함으로써 현지 업계를 주도

- * 사우디아라비아 국민차 생산 자동차 조립업체 설립 프로젝트: 사우디아라비아 정부는 SNAM(Saudi National Automobile Manufacturing)을 설립하여 독자 자동차 모델 개발 및 조립공장 건립 추진. 소요예산 30억 달러를 투자하여 2024년까지 연간 60만대를 국내 생산한다는 목표를 수립, 고용 창출 인원 20,000명 예상. 대우인터내셔널은 SNAM과 함께 사우디 자동차 생산 공장 참여 추진 예정이며, 재무부 산하 PIF(Public Investment Fund) 35%, 대우인터내셔널 15%, SNAM 등 민간기업 50% 투자 예정. 2015년 부지 확정, 2016년 조립공장 착공 예정, 2018년 자동차 생산 계획. 한국 자동차 부품업체 10여개사 현지 생산공장 설립 검토
- 한일 양국 완성차업체의 자동차 관련 교육장을 공동 설치해 운영. 일본이나 한국보다 많은 사고건수를 가진 사우디아라비아 운전자들을 대상으로 자동차 관련 교육장을 공동 설치하여 운전자 안전 교육을 실시. 동시에 한일 공동으로 자동차업종에 종사할 자동차 세일즈맨 육성 교육 실시
- 한일 양국 완성차업체의 공동 사회적 공헌 활동 전개. 이슬람교의 5대 기둥중 하나인 자카트(기부)를 실천하는 동시에 양국 자동차업체의 협력 관계를 구축하기 위한 공동 사회적 공헌활동 전개 (리야드 무역관)

5. 한일협력 성공사례 분석

□ J사와 TOYOTA의 상생 협력 전략

○ J사와 TOYOTA

- J사는 '13년 8월 TOYOTA의 엔진핵심부품인 WATER INLET 수주에 성공. '15년부터 연간 75만개 규모의 물량을 말레이시아 현지공장에서 생산하여 TOYOTA 인도네시아뿐만 아니라 태국, 브라질 현지공장에도 납품할 예정임
- J사는 한해 2백가지의 자동차 부품을 생산하고 있으며, 엔진주변 부품(써모스탯)에 있어서는 국내 1위, 세계 4위라는 시장 점유율을 자랑하고 있는 업체
- TOYOTA는 연간 생산대수 세계 1위인 1,028만대(그룹사 포함)를 생산해 세계 각국에 판매하고 있으며, J사와 유사한 제품을 생산하고 있는 DENSO(매출액 약4조엔)를 포함해 부품 계열사만 해도 50개사로 구성된 초대형 완성차 제조사

○ J사가 초대형 완성차 업체인 TOYOTA를 뚫을 수 있었던 것은 첫째, TOYOTA에 대한 정보 파악. 둘째, 모듈화 부품을 통한 제안형 마케팅. 셋째, 제3국에서의 현지 납품 전략에 있었음

- (TOYOTA대한 철저한 정보파악) TOYOTA는 외국기업과 거래할 경우, 일본 현지에 거점이 있는지, 일본기업과 거래실적은 가지고 있는지를 우선적으로 물어 봄
- J사는 2013년 KOTRA 나고야 무역관에 설립된 KOREA AUTO PARTS PARK에 참가하면서 주재원을 현지에 파견. 일본기업과 동등한 위치에서 대응할 수 있다는 점을 TOYOTA에 어필

- 일주일에도 수차례 일본기업과 동등한 위치에서 대응할 수 있다는 점을 TOYOTA에 어필한 끝에 TOYOTA의 마음을 열 수 있었고, 2012년 TOYOTA가 발표한 차세대 자동차 개발 방법인 TNGA에 관련해서 많은 정보를 얻을 수 있게 됨
- (모듈화 부품을 통한 제안형 마케팅) TOYOTA의 TNGA (TOYOTA NEW GLOBAL ARCHITECTURE)는 차량 개발 단계에서, 유닛 및 부품 모듈화를 통한 공용화와 기본 부품을 복수의 차종에 활용하는 차량 개발방식을 말함
- J사가 이번 TOYOTA 수주에 성공한 제품은 한국 중소기업 4개사가 공동으로 참여하여 개발된 모듈 제품으로, 지금까지 다원화되었던 제품을 모듈화해 공급한다는 J사의 마케팅 전략과 TOYOTA의 향후 차량 개발방식의 방향성이 일치했던 것
- (ASEAN 등 제3국에서의 현지 납품 전략) 이번 수주에 성공한 WATER INLET는 J사의 말레이시아 공장에서 생산되어 태국, 인도네시아 등 TOYOTA ASEAN 거점에 납품하게 됨
- ASEAN은 일본 완성차 업체들의 성지로써, 시장점유율은 80%에 육박하며 TOYOTA와 그룹사인 DAIHATSU가 일본 완성차 중에서도 가장 높은 48%(TOYOTA 33%, DAIHATSU 15.3%)의 시장점유율을 확보하고 있음
- ASEAN 자동차 시장은 중간소득층 증가와 안정적인 경제성장으로 향후 더욱 확대될 것으로 전망되는바, TOYOTA로서는 반드시 지켜야하는 시장
- 그러나 최근 들어 TOYOTA의 경쟁사인 Volkswagen을 비롯해 BMW 등 유명 완성차 회사의 ASEAN 지역 진출로 TOYOTA의 시장점유율은 위기에 빠져 있는 상태이며, TOYOTA는 부품 현지 조달 강화를 통한 원가절감으로 ASEAN 시장을 방어할 방침

- J사도 ASEAN 지역의 시장성을 파악하고 2009년도에는 말레이시아에 거점을 설립하였으나, 뚜렷한 고객이 없었던 관계로 매년 적자로 인해 신규 고객이 절실한 상황이었음
- 글로벌 시장에서 살아남기 위한 상생협력 전략
 - 이번 수주의 큰 특징은 글로벌 시장에서 살아남기 위한 양국 업체 간의 상생협력 전략이었다는 점임. 향후 TOYOTA는 TNGA 개발 방침에 따라 중국 및 일본 시장에서도 J사의 WATER INLET을 공용화하여 원가절감을 최대화할 계획이며, TNGA 개발 방침으로 절감된 개발비 등은 친환경차 기술개발 및 무인자동차 개발비에 투입될 예정
 - J사는 현재 수소연료전기차(FCEV)의 온도관리 시스템 및 전기차(EV)용 배터리 온도관리 시스템을 개발중에 있어 글로벌 시장에서 수위를 지키기 위한 J사와 TOYOTA의 상생 협력은 계속될 것으로 전망됨

□ H사와 SUZUKI의 상생협력 전략

○ H사와 SUZUKI

- H사는 SUZUKI 태국 공장에서 생산되는 스위프트(1200CC) 차량에 장착 될 실내램프(2015년 1월 양산, 연간 8만2천개)를 포천공장에서 공급하게 됨. H사의 실내램프가 이번 SUZUKI 태국 공장에 납품 될 수 있었던 것은 H사이 제품원가의 투명성을 평가 받았기 때문
- SUZUKI의 일본 국내 경승용차 시장점유율은 31.2%(70만9083대 /14년 기준)로 2007년까지 34년간 수위를 지킬 정도로 압도적인 지지를 받고 있음. SUZUKI가 경승용차 시장에서 독보적이 존재가 될 수 있었던 것은 철저한 원가절감을 통한 저렴한 차량 가격에 있음
- 그러나 일본 자동차 시장의 성숙화와 고령화로 인해 발생하는 차량 수요 감소분에 대해서는 신흥국 시장 진출 강화로 보완이 시급한 상황

○ 제품의 투명한 원가

- 일본 국내 실내램프 시장은 TOKAIDENSO사와 KOITO사가 독점 하고 있는 상황이며, 특히 SUZUKI는 TOKAIDENSO사에서 50%, KOITO사에서 50%로 2개사 모두 의존도가 높았음.
- 부품에 대한 0.1엔 단위의 코스트 절감이 필요하지만, 2개사가 독점하고 있는 제품인 관계로 제품 가격인하 요청은 쉽지 않았음. 더욱이 태국 및 동남아시아지역에 납품되는 자동차는 국내시장보다 저렴한 가격으로 공급해야 함
- H사는 현재 실내램프 생산에 필요한 금형제작부터 시작해, 제품 출하까지 모든 공정을 자사에서 실시하고 있어 타 일본 경쟁사와 달리 생산 공정에서 발생하는 코스트 및 재료에 대한 타당한 원가 산출이 가능했음
- 이번 SUZUKI 수주에 성공할 수 있었던 것도 각 공정마다 발생하는 원가를 가시화해 견적서를 제출한 것에 대한 평가가 높았기 때문

○ 신흥국시장 저가경쟁에 대비한 SUZUKI와 H사의 상생 전략

- H사가 실내램프를 납품하는 SUZUKI 태국 공장은 동남아시아를 포함해 세계 각국에 경승용차를 수출하기 위한 수출 거점임. 향후 인도 공장에서 수출하고 있는 유럽용 경승용차도 태국 공장에서 생산될 계획
- 6억 명의 수요가 모여 있는 동남아시아 자동차 시장은 SUZUKI 뿐만 아닌 전 세계 완성차 업체들이 시장 확보를 위해서 경쟁하고 있으며, 인도 TATA 자동차의 저가 자동차 등장 등 저가경쟁은 더욱 심화되고 있음
- SUZUKI는 신흥국시장의 저가경쟁에서 살아남기 위해서는 원가의 투명성으로 신뢰할 수 있는 협력사가 필요했음. H사 역시 신흥국 시장을 효과적으로 공략하기 위해서는, 신흥국 시장의 눈높이에 맞춰 시장을 확대해 나가고 있는 SUZUKI와 같은 파트너가 필요했던 것

○ 향후 H사와 SUZUKI

- 경승용차의 판매가격은 사실상 원가에 가까울 정도로 수익성이 낮아 TOYOTA 등 타 완성차 회사에서는 시장진출을 기피하는 경향이 있음
- 하지만 SUZUKI는 향후 H사와 같은 부품원가를 절감시킬 수 있는 파트너와 상생하면서, 인도에 이어 인도네시아, 타이, 중국 경승용차 시장을 확고히 할 계획
- H사는 2015년 7월에 중국 내 생산거점을 설립하여, 아시아 지역 공략의 기폭제로 삼을 예정이며, SUZUKI와 지속적인 파트너 관계를 유지해 중국 내 SUZUKI 공장에 현지 납품할 수 있도록 협의해 나갈 예정임



작성자

◆ 베이징무역관	김령
◆ 디트로이트무역관	원동호
◆ 프랑크푸르트무역관	박소영
◆ 상트페테르부르크무역관	정보람
◆ 뉴델리무역관	유리
◆ 방콕무역관	박현성
◆ 리야드무역관	이성길
◆ 상파울루무역관	최선욱
◆ 요하네스버그무역관	권의진
◆ 도쿄무역관	박은희
◆ 나고야무역관	류경신
◆ 선진시장팀	한종훈



Global Market Report 15-035

韓日 제3국 상생협력 진출전략
-자동차 산업을 중심으로-

발 행 인 ■ 김재홍
발 행 처 ■ KOTRA
발 행 일 ■ 2015년 7월 31일
주 소 ■ 서울시 서초구 현릉로 13
(우 137-749)
전 화 ■ 02) 1600-7119(대표)
홈페이지 ■ www.kotra.or.kr

Copyright © 2015 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.



Global Market Report

www.kotra.or.kr

kotra
Korea Trade-Investment
Promotion Agency