

국내 자동차 산업의 공급 과잉과 구조 개편

윤창호 · 현대경제사회연구원 연구위원

최근 들어 국내 자동차 업체들은 내수 정체와 수출 증가세의 둔화로 어려움을 겪고 있다. 1996년 내수는 전년 대비 5.7%의 증가율을 기록하였으며, 수출은 23.7%의 증가율을 기록해 두 자리수 증가 추세가 지속되었으나, 전년 증가율의 절반 수준에 그쳤다. 이러한 가운데 국내 자동차 업체들은 그동안 지속적인 설비 증설로 1997년 생산 능력이 400만 대를 넘어설 것으로 예상된다. 특히, 현대, 기아, 대우 등 자동차 3사는 2000년까지 '글로벌-10' 진입을 위해 생산 능력을 확대시킬 예정이다. 내수 시장은 협소한 데 비해, 삼성자동차의 신규 진입 등 공급은 지속적으로 증가하고 있어 공급 과잉 현상이 예상된다. 여기에다가 해외 현지 생산 확대로 인한 직접 수출 전망도 불투명한 가운데 내수 시장 쟁탈을 위한 경쟁 심화로 자동차 업체들의 수익성이 점차 악화되고 있다. 따라서 향후 국내 자동차 산업은 생존을 위해 구조 개편을 통한 경쟁력 확보가 필요할 것으로 예상되며, 선진 자동차 업체와의 수평적 전략 제휴도 증가할 전망이다.

에는 전년 대비 0% 성장하는 데 그쳤다. 1996년 내수는 전년 대비 5.7%의 증가율을 기록하였는데, 이는 경기 부진으로 수요가 침체된 가운데 1995년의 체로 성장과 정부의 지원 정책으로 인한 경차 수요가 전년 대비 134%의 높은 증가율을 나타낸 데 기인한다.

내수 정체 지속

국내 자동차 산업은 최근 들어 어려운 국면을 맞이하고 있다. 자동차 내수는 1989년에 전년 대비 45.7%의 증가율을 기록한 이후 지속적으로 증가율이 둔화되기 시작하여, 1995년

이처럼 내수가 정체 현상을 보이고 있는 것은 국내 자동차 업체들의 판매 활동 강화, 경차의 판매 증가에도 불구하고, 국내 경기 침체에 따른 수요 둔화, 자동차 대중화가 성숙기에 접어들어 따른 신규 수요의 둔화 현상, 유

〈표 1〉 내수 판매 현황

(단위 : 대)

		1994	1995	증가율	1996	증가율
승 용 차	경차	43,166 (3.8)	44,327 (3.9)	2.7	103,918 (8.7)	134.4
	소형	644,449 (56.8)	565,943 (50.0)	-12.2	527,352 (43.9)	-6.8
	중형	344,511 (30.4)	430,787 (38.0)	25.0	467,822 (39.0)	8.6
	대형	19,540 (1.7)	28,874 (2.6)	47.8	34,400 (2.9)	19.1
	SUVs	82,051 (7.2)	62,266 (7.2)	24.1	66,687 (5.6)	7.1
상용차		421,885	423,705	0.4	443,953	4.8
계		1,555,602	1,555,902	0.0	1,644,132	5.7

자료: 한국자동차공업협회, 「자동차 통계 월보」, 각호.

주: () 내는 승용차에서 차지하는 비중이며, 증가율은 전년 대비임.

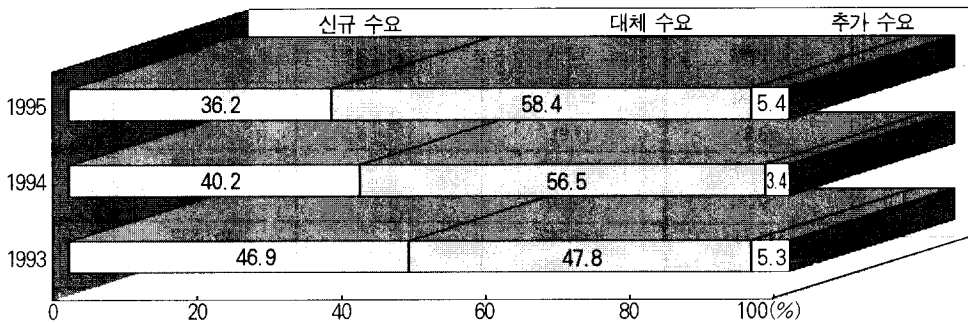
가 인상 등 자동차 보유 및 운행 억제 정책에 따른 것으로 판단된다.

특히, 승용차 내수 구조가 소형차 중심에서 중형차 중심으로 바뀔에 따라 국내 자동차 산업이 성장 단계에서 성숙 단계로 이행되고 있다. 1992년 소형차(경차 제외)가 내수 시장에서 차지하는 비중이 62.2%에 달하던 것이 1996년에는 46.8%로 점차 비중이 낮아지고 있다. 소형차 수요도 1995년에는 12.2%가 감소한 데 이어, 1996년에도 6.8%가 감소한 52만 7,352 대에 그쳤다. 이와는 달리 중형차가 내수 시장에서 차지하는 비중은 1992년에 23.9%에 머물렀으나, 1996년은 40.4%를 기록해 지속적으로 비중이 확대되고 있다. 소형

차 수요는 감소한 데 비해, 중형차의 1996년 수요는 8.6%의 증가율을 기록하였다.

新車 구입 유형도 신규 수요 비중은 감소하고 있는 반면, 대체 수요 비중과 추가 수요 비중은 점차 높아지고 있는 추세이다. 자가용 승용차 구입자를 대상으로 한 I.C.S.(초기 고객 만족도 조사)에 따르면, 1995년 신규 구입자(처음 자동차를 구입한 고객)의 비율은 36.2%로 지속적인 감소세를 보인 반면, 대체 수요는 1993년을 분기점으로 신규 수요보다 많아졌고 이후 비중이 더욱 높아지는 추세를 보이고 있다. 또한 경차는 1 가구 2 차량 증가세 대상에서 제외, 정부의 각종 지원 정책, 자동차 시장 성숙에 따른 세컨드카로서 수요가

〈그림 1〉 신차 구입 유형 추이



증가하고 있다.

중형차 중심의 내수 구조로의 전환, 경차의 세컨드카화, 내수 정체 등의 현상으로 미루어볼 때, 우리나라도 자동차 대중화¹⁾가 성숙기에 진입했음을 알 수 있다.

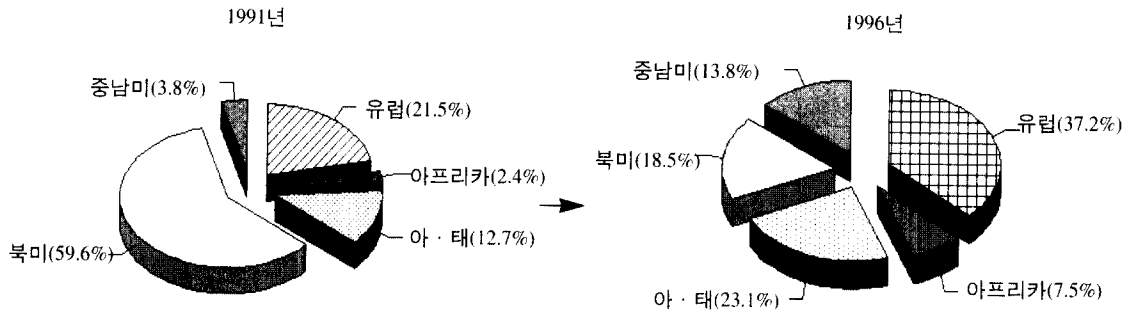
수출 증가세 둔화 조짐

1995년 자동차 수출은 전년 대비 41.4%가 증가한 97만 9,000 대를 기록했다. 1996년에는 엔저 현상에도 불구하고, 121만여 대를 수출하여 23.7%의 증가율을 기록하였으며 수출 사상 최초로 100만 대를 넘어섰다. 이처럼 수출 증가율이 두 자리수를 지속하고 있는 것은, 국내 자동차 업체들의 수출선 다변화 노력과 적극적인 판매 및 홍보 활동 강화, 국산 자동차의 제품력이 향상된 데 기인한다.

그러나 1996년 수출 증가율 23.7%는 1995년 증가율의 절반 수준으로 수출 증가세가 차츰 둔화되고 있다. 향후 해외 시장에서의 경쟁도 더욱 심화될 것으로 예상되고 있어 수출 여건은 이전보다 더 어려워질 것으로 예상된다. 1996년 2/4분기부터 시작된 엔低 현상으로 인해 국내 자동차의 가격 경쟁력이 약화되기 시작했으며, 수출선 다변화 전략도 한계에 이르면서 시장 개척 효과가 점차 사라지고 있다. 북미 시장에서는 미국 자동차 업체들의 경쟁력 강화와 엔저 현상으로 수출 확대가 어려워지고 있다. 최근 유럽 지역이 최대 수출 시장으로 부상하였으나, 미국 시장 진출 초기와 같은 가격 경쟁력에 의존한 상태이다. 따라서 향후 이들 지역으로의 수출 역시 품질이 뒷받침되지 않는다면, 미국에서와 마찬가지로 수출이 급격히 둔화될 가능성도 상존하

1) 자동차 대중화 성숙기는 대체 수요가 증가하는 반면, 신규 수요 및 보유 대수 증가율이 둔화되는 현상임.

〈그림 2〉 지역별 수출 비중 변화



고 있다.

아시아 지역에서도 선진 업체들의 아시아 카 개발로 인해 시장 확보가 어려운 실정이다. 동남아 지역에서 판매되고 있는 혼다의 '시티' 현지 가격은 1,200만~1,300만 원으로 엑센트의 현지 가격과 비슷한 수준이고, 열악한 도로 사정을 감안해 차체를 통상 모델보다 20 cm 가량 높게 만들었고, 비가 많이 오는 점을 감안해 침수되지 않도록 엔진과 전기 장치들을 높게 탑재하는 등 지역 실정을 고려한 '아시아카'의 전형이라고 할 수 있다. 향후 도요타나 벤츠, Ford 등 선진 자동차 업체들은 저가 소형차 개발을 통해 21세기 최대 자동차 시장으로 부상할 아시아 시장을 집중 공략하고 있어 이들 지역으로의 수출 확대가 어려워질 것으로 예상된다.

생산 과잉 문제 대두

내수 정체 및 수출 증가세가 둔화되고 있는 가운데 국내 자동차 업계는 1997년 3조 5,890억 원을 투자할 계획이다. 이는 1996년보다 15.4%가 증가한 것으로 국내 200대 기업의 투자가 2.1% 감소할 것이라는 통상산업부의 발표와는 대조적인 것이다. 설비 투자는 1조 3,010억 원으로 1996년보다 1.8% 감소하였으나, 연구 개발(R&D) 투자가 1조 3,122억 원으로 43.8% 증가할 것으로 예상되어 전체 투자는 15.4% 증가할 전망이다. 이처럼 R&D 투자액이 1조 원을 넘어서고 설비 투자액을 상회하기는 1997년이 처음이다. 이와 같은 현상은 업체들이 생산 설비 확대보다는 기술 개발을 통한 경쟁력 강화가 무엇보다도 중요하다는 인식에서 비롯된 것으로 보인다.

〈표 2〉 국내 자동차 업체들의 1997년 생산 능력 및 거점

자동차 업체	거점	생산 능력	생산 차종
현대자동차	울산	134만 대	엑센트, 그랜저, 아반테, 그레이스, 포터
	인주	30만 대	쏘나타
	전주	10만 대	중대형 상용
현대정공	울산	8만 대	갤로퍼, 싼타모
대우자동차	부평	50만 대	라노스, 프린스, 아카디아
	군산	31.4만 대(1.4만대는 트럭)	누비라, 대형 트럭
	부산	0.6만 대	대형 버스
대우중공업	창원	24만 대(2만대는 승합차)	티코, 씨에로, 다마스
기아자동차	아산	56만 대	포텐샤, 스포티지, 세피아, 크레도스
	소하리	35만 대(15만대는 승용차)	아벨라, 프레지오, 봉고
아시아자동차	광주	25.5만 대(7만대는 승용차)	프라이드, 록스타, 중대형 트럭 및 버스
쌍용자동차	송탄	18.6만 대(15만대는 승용차)	W카, 코란도, 이스타나, 대형 트럭 및 버스
삼성중공업	창원	4.8만 대	대형 트럭
삼성자동차	부산	8만 대(1998년)	중형 승용차

1996년 국내 완성차 7社の의 국내 자동차 생산 능력은 모두 350만여 대에 달했다. 1997년에도 대우자동차의 군산공장 본격 가동 등으로 생산 능력은 416만 5,000여 대로 전년 대비 약 19%가 증대되었다. 국내 자동차 산업의 생산 능력은 1998년에도 증대될 것으로 예상된다. 이는 자동차 업체들이 기존 공장의 생산 능력을 증대시킬 것으로 예상되고, 삼성자동차도 연산 8만 대의 승용차를 생산할 예정이기 때문이다.

1997년 내수 규모는 경기 부진 등으로 전년 대비 3.6% 정도 증가한 170만여 대로 전망되고 있어 나머지 생산량은 수출로 소화시켜야 하는 상황이다. 그러나 해외 시장도 각국

의 통상 압력 파고가 높아지고 있고, 업체들간의 경쟁 역시 치열해지고 있어 수출 확대도 힘들 것으로 예상된다. 이와 함께 국내 자동차 업체들의 해외 현지 생산도 조만간 가시화될 것이기 때문에, 직접 수출이 감소할 여지가 상존하고 있다. 이처럼 국내외에서의 경쟁이 치열해짐에 따라 자동차 업체들의 수익성도 악화될 것으로 예상된다.

수출 환경이 점차 어려워지고 있는 가운데 국내 자동차 산업의 내수 대 수출 비율은 점차 높아지고 있다. 1994년 내수 대 수출 비율이 68 : 32에서 1996년에는 58 : 42을 나타냈다. 여기에다가 국내 자동차 업체들은 경쟁력 확보 차원에서 생산 규모를 지속적으로 확장

할 계획이다. 생산 규모 확대는 내수 한계로 인해 수출 증대로 타개해야 하나, 작금의 수출 여건 악화는 국내 자동차 업체들의 수익성을 더욱 악화시킬 소지가 있다.

또한 2000년까지 국내 자동차 업체들은 생존 전략의 일환으로 생산 능력을 더욱 증대시킬 예정이다. 영국의 산업 조사 기관인 AID(Auto Industry Data)의 보고서에 따르면, 2000년까지 전세계에서 추진되고 있는 자동차 증설 계획은 1,088만여 대로 이 가운데서 한국 자동차 업체가 459만여 대로, 전체의 42.2%를 차지해 가장 공격적으로 증설하고 있는 것으로 나타났다. 현대자동차, 대우자동차, 기아자동차는 2000년까지 '글로벌-10' (세계 10대 업체)에 진입한다는 계획을 추진하고 있다. 또한 삼성자동차도 2010년까지 '글로벌-10' 진입을 목표로 2000년까지 50만 대 생산체제를 구축할 계획을 가지고 있다. 따라서 2000년 내수 시장은 공급 과잉 현상이

더욱 심화될 전망이다.

구조 개편 및 수평적 전략 제휴 가능성 증대

국내 자동차 산업은 내수 정체, 수출 증가세가 둔화되고 있는 가운데 업체들의 생산 능력 증대로 인해 어려움을 겪고 있다. 이와 함께 선진 자동차 업체들의 저가 소형차 개발 등으로 국내 업체들의 수출 주종 차량인 소형차 부문에서도 경쟁이 격화되고 있어 수출 확대가 힘들어질 것으로 예상된다.

또한 1996년 국내 자동차 업체들의 외형은 커졌으나 수익성은 악화된 것으로 나타났다. 1996년 현대자동차의 매출액 대비 순이익률은 1995년 1.5%에서 0.7%로 떨어졌으며, 기아자동차의 매출액 대비 순이익률도 1995년 0.2%에서 0.1%로 낮아졌다. 쌍용자동차의 경우, 1995년 1,296억 원의 적자에서 1996년에는 2,100억 원 적자로 적자 폭이 대폭 확대

〈표 3〉 국내 자동차 업체들의 실적 추이

	1994		1995		1996	
	매출액	순이익	매출액	순이익	매출액	순이익
현대자동차	90,523	1,368	103,392	1,567	114,898	868
기아자동차	47,308	-696	56,885	115	66,071	70.3
대우자동차	-	-	34,705	105	43,500	300
아시아자동차	13,534	73	16,069	-83	16,787	-294
쌍용자동차	8,059	-793	9,868	-1,296	13,700	-2,100

되었다. 이처럼 국내 자동차 업체들의 수익성이 악화된 것은, 경쟁 심화에 따른 무이자 할부 판매 등 출혈 경쟁으로 금융 비용 부담이 증가하였고, 노사 분규에 따른 생산 차질이 발생한 데 기인한다.

향후 국내 자동차 산업의 전망이 불투명한 데다가 내수 시장에서의 경쟁 심화와 신규 업체의 진입에 따라, 자동차 업체들의 수익성 악화가 지속될 가능성이 높다. 이러한 수익성 악화·적자 규모 확대와 함께 내수 규모에 비해 완성차 업체 수가 많은 것도 국내 자동차 산업의 구조 개편을 촉진시킬 가능성이 높다. 정부도 설비 투자 중복, 생산 설비 과잉 등 국내 자동차 산업의 문제점을 인식하고 인수·합병(M&A)과 같은 구조 조정을 중장기적으로 추진할 방침인 것으로 알려졌다. 이렇게 될 경우, 국내 자동차 산업은 향후 5년 내에 2~3개 업체로 통합될 가능성도 배제할 수 없다.

그리고 국내 자동차 업체들은 향후 세계 자동차 시장에서 생존하기 위해 선진 업체들과의 수평적 전략 제휴를 확대시킬 가능성이 높을 것으로 예상된다. 기업간 수평적 전략 제휴는 80년대 들어 연구 개발(R&D), 마케팅, 지분 참여 등과 같은 형태로 서서히 증가해왔다. 연구 개발에 투입되는 막대한 자금과 시간이 소요되는 데다, 기술의 라이프 사이클마저

짧아지고 있어 투자 위험이 높아지고 있기 때문이다. 기업간 제휴는 이같은 위험을 분산시키며 세계화를 효율적으로 추구할 수 있다는 점에서 유용성이 높아지고 있다. 특히, 경쟁 업체일수록 더욱 매력적인 수단으로 부상하고 있다.

현대자동차가 1992년 일본 미쓰비시자동차와 시작한 대형 승용차 공동 개발을 위한 전략적 제휴가 대표적인 사례로 꼽힌다. 대형 승용차의 경우 시장이 협소한 데다 개발 비용도 크기 때문에, 현대자동차나 미쓰비시자동차 모두에 부담이 되는 사업이라고 할 수 있다. 기아자동차의 프라이드도 미국 포드사가 생산비 절감을 위한 국제 분업 전략의 일환으로 추진된 것이다. 일본의 마쓰다가 설계를, 기아자동차가 생산을, 판매는 미국의 포드사가 담당하는 기능적 역할 분담이었다. 따라서 자동차 업체간 수평적 전략 제휴는 생존하기 위한 전략의 한 방안이라고 할 수 있으나, 선진 자동차 업체의 생산 기지로 전략할 가능성도 배제할 수 없기 때문에 신중을 기해야 할 것이다. ■