특 집

인도의 타이어산업 현황

李 吭 九*

중국 다음의 인구 대국인 인도는 정정불안에 따라 막대한 시장잠재력에도 불구하고 외국기업의 관심을 끌지 못해 왔다. 그러나 인도정부가 경쟁과 자유무역 등 과감한 개방정책을 추진하면서 외국기업의 인도진출이 점증하고 있다. 최근 국내 자동차업체와 타이어업체의 진출이 확대되고 있는 인도의 진출환경과 자동차 및 타이어산업 동향에 대해 살펴본 후 시사점을 도출해 보기로 한다.

1. 인도 경제현황 및 진출환경 평가

인도는 지난 40년간의 국가주도형 경제개발의 결과 낮은 성장률, 실업증가, 자본재 수입과 외국기술에 대한 의존도가 심화되어 본격적인 성장국면에 진입하지 못하고 있다. 이에 따라 인도는 1991년부터 그동안의 국가 통제적·폐쇄적이며 수입대체적인 내향적 성장전략을 중심으로 한 국내시장 보호정책에서 탈피하여 자유화·개방화를 기조로 하는 신경제정책을 추진하고 있다. 인도정부는 개혁·개방정책을 통해 정부의 통제와 개입을 지양하고, 민간의 자발적인 참여를 유도하며, 민간주도형의 산업 및 무역구조 조정이 이루어지도록 정책을 조율하고 있다. 특히 수입자유화를 중심으로 한 경제의 개방화, 외국인 투자 및 기술도입에 대한 규제완화 등을 통해 외국기업과 인도기업간의 경쟁을 유도하는 한편 선진기술에의 접근도를 높여 경제의 효율성을 제고하고 있다.

(1) 경제현황

21세기의 거대 신흥시장으로 부상하고 있는 인도는 한반도의 15배에 달하는 330만km^2의 국토와 세계 인구의 1/6인 9억 5,000만명의 인구를 가진 신흥시장국가이다. 광활한 국토면적과 인종이 다양한 만큼 사용되고 있는 공용어도 힌두어를 비롯해 13개에 달하고 있다. 인도경제는 1991년 이후 5~6%의 실질성장을 이루어 오고 있으나 구매력 기준으로 평가한 1995년 인당 소득은 1,125달러에 불과한 실정이다.

인도의 GDP대비 교역비중은 19%에 달하고 있으며 무역수지적자를 기록하고 있다. 1995년을 기준해 볼 때 인도의 주요 수출대상국은 미국(18.1%), 일본(7.9%), 독일(6.9%), 영국(6.2%) 등이며 주요 수입대상국으로는 미국(11.7%), 벨기에(8.1%), 독일(7.7%), 사우디아라비아(6.7%)를 들 수 있다. 주요 수출품으로는 의류(12.5%), 보석용 원석(10.9%), 綿류(8.5%), 기계수송장비(5.7%), 가죽제품(4.0%) 등을 들 수 있으며 수입품으로는 자본

* 産業硏究院 北美歐洲硏究팀 責任硏究員

〈표 1〉 인도의 주요 경제지표

	1993	1994	1995
국민총생산(십억루피)	7,174	8,395	9,318
실질GDP성장률(%)	5.0	6.3	6.1
도매물가상승률(%)	8.4	10.4	8.5
수출(십억달러)	22.2	26.2	31.8
수입(십억달러)	23.3	28.3	36.4
경상수지(십억달러)	-0.1	-3.1	-6.4
대외부채(십억달러)	92.0	98.7	102.4

자료 : Financial Times, 1996.11.19

재(26.5%), 원유(19.2%), 철강(3.8%), 비료(3.7%), 비철금속(2.5%)을 꼽을 수 있다.

한편 인도정부가 성장과 개혁을 위해 운용중인 신경제정책은 산업인가제도의 철폐, 대기업에 대한 규제완화, 공공부문의 개혁, 외국인 투자 및 기술도입의 확대, 수입자유화, 수출촉진정책의 강화 등 6개 부문에 걸쳐 추진되고 있다. 또한 인도정부는 감세와 사회간접자본 투자를 확대하고 있다. 인도정부는 GDP의 6% 수준에 달하고 있는 재정적자를 감축하고 경제성장률을 끌어올리기 위해 최근 개인소득세, 법인세, 소비세를 인하하고 과세대상을 확대하였다. 더불어 외환규제를 철폐하고 관세를 점진적으로 인하하기로 결정하였다. 인도정부는 열악한 도로망, 항만시설, 전력공급능력과 통신시설을 개선하기 위해 향후 5년간 1,300억달러를 사회간접자본의 확충에 투자할 계획이다. 인도정부는 전력공급을 늘리기 위해 에너지부문에 800억달러를 투자하고 100명당 2대꼴인 전화보급률을 2배로 확대하기 위해 120억달러를 투자할 계획이다. 인도정부는 민간부문의 참여를 유도하기 위해 사회간접자본 건설에 참여하는 민간기업에 대해서는 5년간 조세면제 혜택을 부여하고 이후 5년간에 걸쳐 이윤의 30%를 과세대상에서 제외할 방침이다.

인도정부는 금년도 실질 GDP 성장률을 7%대로 예상하고 있으며 물가상승률은 6~7%를 기록할 것으로 평가하고 있다. 그러나 산업생산증가율은 전력공급량의 부족과 원유생산량의 감소 등으로 인해 지난해의 11.7%에서 9.8%로 낮아질 전망이다. 인도의 산업연합(CII)은 금년에 자동차, 자동차부품, 오토바이산업의 성장률이 20%를 넘어서고 타이어산업의 성장률도 10~20%에 달할 것으로 전망하고 있다. 한편 인도의 지속적인 개혁·개방정책에도 불구하고 세계경제포럼(WEF)이 평가한 인도의 국가경쟁력 순위는 1994년의 35위에서 지난해에는 45위로 하락하였다.

(2) 진출환경 평가

외국기업의 인도진출은 크게 수출, 직접투자, 기술이전 등의 형태로 추진되고 있다. 특히 선진국 기업들은 수출을 통해 인도시장을 개척한 후 직접투자에 의한 현지생산을 통해 인도시장 점유율을 확대해 나아가고 있다.

인도의 평균수입관세는 1994년 5월 이후 42% 수준을 유지해 왔으며 최고 관세율은 50%에 달하였다[1]. 외국인 직접투자의 경우 인도정부는 여느 개도국과 마찬가지로 인도기업과의 합작투자를 선호하고 있으며 기술이전을 장려하고 있다. 인도의 법인세는 국내기업과 외국기업에 대해서 35%와 48%로 차등 부과되고 있으며 개인소득세는 20~30% 내에서 부과되고 있다.

인도 근로자의 월평균임금은 미숙련노동

[1] 최근 인도정부는 최고 관세율을 40%로 인하함.

자가 35~50달러, 숙련노동자가 50~75달러, 일반 사무직 근로자가 60~100달러이며, 석사학위 소지 기술자는 250~300달러를 받고 있다. 한편 노동쟁의에 관한 제도가 일찌기 수립되어 있어 대부분의 인도 노동조합은 책임있는 행동을 보이고 있다. 정식 등록된 조합원은 총 근로자의 3%에 못미치고 있으며 최근 노조가입자수의 감소와 함께 노사분규도 점감하고 있다.

한편 지난 수년간에 걸친 인도 중앙정부와 주정부의 투자자유화조치에도 불구하고 대다수의 외국인 투자가들은 인도의 투자환경이 아직도 개선될 점이 많은 것으로 평가하고 있다. 인도정부는 외국자본을 유치하기 위해 외국인 투자관련 규제철폐, 관료주의의 타파 등을 공언해 왔으나 잦은 정부관료의 교체와 부패의 만연으로 실효성이 나타나고 있지 않다. 아직까지 외국기업들은 잦은 정권교체 및 개방·보수세력간 대립 등의 정치적인 혼란, 복잡한 투자절차 및 기술승인절차, 환위험, 토지매수의 어려움 등으로 대인도 직접투자환경이 열악하다고 평가하면서 인도정부의 폭넓은 투자자유화조치를 기대하고 있으나 이의 실현에는 상당한 시일이 소요될 전망이다.

이에 따라 지난해 1월~11월중 외국인 대인도 직접투자는 1995년의 투자가 전년대비 배증한 것과는 대조적으로 전년동기대비 24%가 증가한 20억 3,000만달러에 그쳤다. 이는 인도정부가 예상하였던 100억달러에는 크게 못미치는 규모이다. 특히 통신산업 등 인도의 대형 사회간접자본 건설에 참여할 계획이었던 선진 업체들은 인도 정정의 불안에 따라 투자계획을 축소하거나 백지화하고 있다.

1979~95년중 대인도 외국인 직접투자국 순위는 미국, 영국, 이스라엘, 일본의 순으로 이루어졌다. 특히 1991~96년중 미국기업의 대인도 직접투자는 71억달러에 달하여 2위인 영국의 15억달러를 5배 가까이 상회하였으나 4위인 일본의 투자액수는 12억달러에 그쳤다. 이와 같이 외국인 대인도 직접투자는 미국기업들이 주도해 왔으나 최근 일본기업의 대인도 직접투자가 증가하고 있다. 2차세계대전 이전부터 인도에 진출해 온 일본기업들은 전후 90년대 초까지만 해도 인도가 거리상으로 떨어져 있고 문화적인 배경도 다르며 투자위험이 높다는 평가아래 진출을 자제해 왔다. 그러나 금년초 JETRO 주관으로 델리에서 개최된 인도투자설명회에는 지난 5년중 최대규모인 135개 일본기업이 참가하여 일본기업의 인도에 대한 높은 관심을 보여주었다. 일본기업들은 인도의 개혁정책을 긍정적으로 평가하고 있으며 인도가 곧 중국 다음의 유망시장으로 부상할 것으로 평가하면서 합작투자를 통한 인도진출을 확대하고 있다.

2. 자동차산업 현황과 전망

인도의 자동차산업은 개혁·개방정책이 추진되기 전에만 해도 특정기업의 독점적 우위를 바탕으로 한 공급자시장의 특성을 유지해 왔으나 시장개방에 따른 선진업체들의 진출확대로 인해 빠른 성장세를 나타내면서 새로이 변모하고 있다. 5년전까지만 해도 인도북부의 대도시에서 목격할 수 있었던 자동차들은 대부분이 1950년대에 생산된 '힌두스탄 앰배서더' 모델이었다. 그러나 최근 국내외 자동차업체의 증설투자가 이루어지면서 인도 자동차산업의 총생산규모는 1995년에 2,200억루피를 기록하였으며 승

용차 생산대수는 1996년에 전년대비 32%가 증가한 35만대를 기록하였다. 인도자동차공업협회는 금년도 인도의 승용차 생산이 지난해에 비해 15~20%가 증가할 것으로 전망하고 있다.

인도 자동차시장 규모는 아직 작은 편이며 1994년의 추계로 인구 1,000명당 3.4대의 자동차를 보유하고 있다. 그러나 소득증대와 함께 자동차 판매가 빠른 증가세를 보여 1995년 인도의 자동차판매대수(이륜차 포함)는 285만 1,000대를 기록하였으며, 1996년 상반기중에는 164만 8,000대의 자동차가 판매되었다.

〈표 2〉 인도의 자동차생산 현황과 전망

(단위 : 천대)

	이륜차	삼륜차	승용차	짚	경상용차	중상용차	트랙터	합 계
1995	1,900	90	240	60	70	75	149	2,584
1996	2,071	98	262	65	76	82	162	2,817
1997	2,278	108	288	72	84	90	179	3,098
1998	2,506	119	317	79	92	99	197	3,408
1999	2,757	131	348	87	102	109	216	3,749
2000	3,032	144	383	96	112	120	238	4,124
2001	3,335	158	421	105	123	132	262	4,536

자료 : 인도자동차공업협회
주 : 1996년은 추정치, 1997년 이후는 전망치임.

인도 자동차시장에서의 승용차 판매는 1990년 178,666대에서 1995년에 260,852대로 증가한 후 1996년 4월~11월중에는 전년동기 대비 19%가 증가한 248,508대로 증가하였으나 이는 1995년 같은 기간중의 전년동기 대비 증가율인 38%에는 못미쳤다. 주요 업체별 승용차 판매현황을 살펴보면 〈표 3〉과 같다. 표에서 보는 바와 같이 우리나라 대우자동차의 인도 승용차시장에서의 판매가 급신장하고 있으며 시장지배업체인 마루티사를 제외한 인도 자동차업체의 판매는 부진한 것을 알 수 있다.

한편 인도시장의 성장잠재력과 인도정부의 자동차산업 육성정책에 따라 선진 자동차업체의 인도진출이 가속화되고 있다. 선진 자동차업체들은 인도정부의 규제로 완성차의 현지 수입이 사실상 불가능하기 때문에 현지생산을 위해 속속 몰려들고 있다. 또한 선진 자동차업체들은 인도의 자동차산업이 특정차종을 중심으로 독점적 경쟁상태에 있고 기술수준도 상대적으로 낮아 진입이 용이하다고 판단하고 있다. 선진 자동차업체로서는 GM, 포드, 대우, 푸조, 피아트 등이 합작투자를 통해 생산활동을 벌이고 있으며 현대가 11억달러를 투자하여 공장을 건설중에 있고 폴크스바겐과 볼보사가 승용차와 트럭 생산을 위한 직접투자를 모색하고 있다.

〈표 3〉 주요 업체별 승용차 판매현황

업 체	판 매 대 수	업 체	판 매 대 수
마루티	203,344(26.0)	텔코	5,046(-23.3)
힌두스탄	16,074(-8.8)	DCM대우	11,653(359.9)
프리미어	4,135(-70.3)	GM	2,668(신규 진입)
PAL-푸조	4,005(-39.3)	벤츠	1,583(신규 진입)

자료 : 인도자동차공업협회
주 : ( )안은 전년동기 대비 증감률임.

대우자동차의 성공적인 인도진출에 이어 우리나라의 현대자동차가 외국업체로서는 가장 공세적인 인도진출계획을 추진하고 있다. 현대자동차는 1998년 10월부터 인도에서 연산 12만대 규모의 액센트 1,300cc, 1,500cc 모델을 생산할 계획이며 2000년대 초에 생산물량을 20만대로 증산하여 이중 40%를 수출할 계획이다. 현대자동차는 공장 가동초에 현지 부품조달률을 70%선에서 유지할 계획이며 2000년대 초까지 현지 부품조달률을 95%로 끌어올릴 계획이다. 대부분의 선진 자동차업체들은 소위 '프리

미엄'급으로 분류되는 차종을 인도에서 생산하고 있다.

최근 증가하고 있는 일본 자동차업체의 인도진출 역사는 1980년대 초로 거슬러 올라간다. 스즈끼사는 인도의 자유시장 경제 개혁이 시작되기 이전인 1983년에 인도정부와 Maruti Udyog사를 합작설립하였으며, 800cc와 1,000cc급 소형 승용차와 짚을 생산하여 인도 승용차시장의 2/3를 지배해 왔다. 이러한 스즈끼사의 성공적인 인도시장 진입 이후 일본 자동차업체들은 합작투자를 통해 인도 경상용차시장에서 새로운 바람을 일으켰다. 그러나 일본업체들은 1986년에 인도 최대의 상용차 생산업체인 Telco사가 경상용차시장에 진입하고 현지 조립생산을 위한 수입부품의 가격이 엔화가치의 상승으로 급등하면서 가격경쟁력을 상실하자 인도시장에서 철수하였다[2]. 이러한 경험을 가진 일본 자동차업체의 인도진출이 최근 다시 증가하고 있다.

인도에서 오토바이와 동력 제네레이터를 생산하고 있는 혼다는 포드와 대우의 성공적인 인도진출이 이루어지자 2억 4,000만 달러를 투자하여 2000년부터 연산 30,000대 규모의 승용차를 생산할 계획이다. 혼다는 2000년대 초까지 현지 생산 승용차의 경쟁력을 제고시키기 위해 단계적인 현지화를 통해 부품조달 및 생산비용을 절감해 나아갈 계획이다. 현재 혼다는 스즈끼, 야마하, 가와사끼사와 함께 인도 오토바이시장의 40%, 스쿠터시장의 13%, 모페드시장의 30%를 장악하고 있다. 미쓰비시자동차도 현지 힌두스탄 자동차와 합작으로 승용차인 Lancer 모델을 생산할 계획이다. 이외에 도요타사는 인도의 Kirloskar사와 50 : 50의 합작투자를 계획하고 있다. 도요타사는 마즈다사와 합작으로 80년대 이후 인도에서 트럭을 생산하고 있으나 인도 타타그룹 계열사인 Telco사와의 경쟁과 생산비용이 높은 가운데 생산물량이 적어 1994년에야 처음으로 흑자를 기록하였다.

상용차부문에서도 외국업체들의 진출이 증가하고 있다. 이탈리아의 IVECO사는 인도 중상용차시장 판매 2위 업체인 Ashok Leyland사와 합작으로 중상용차를 생산하고 있다. 르노사 역시 Eicher사와 합작으로 상용차 생산을 계획중이며 대우도 도요타와의 합작관계를 청산하고 독자적으로 상용차를 생산할 예정이다.

한편 세계 제 2위의 트랙터 제조업체인 New Holland사가 인도에 5,000만달러를 투자하여 트랙터 공장을 건설할 계획이다.

〈표 4〉 인도 승용차산업 외국인 투자현황

(단위 : %, 천대, 백만달러)

외국업체 (지분)	인도업체 (지분)	모델(cc)	생산 능력	생산 년도	투자 액
대우(51)	DCM(35)	씨에로(1500)	80#	1996	1,000
푸조(32)	프리미어(32)	309(1360)	60	1996	170
벤츠(51)	텔코(49)	E-220(2200)	20	1996	115
피아트(*)	프리미어(*)	우노(1000)	30-50	1996	n.a.
포드(50)	마힌드라(50)	에스코트, 피에스타(1300)	25/100	1996/98	800
GM(50)	버라(50)	아스트라(1600)	25	1996	100
혼다(60)	쉬리람(40)	시빅(1300/1500)	30	1997	260
미쓰비시	힌두스탄	랜서	10	–	70
스즈키	인도정부	마루티	100	–	450
현대(100)	–	액센트(1300/1500)	100##	1998	700

자료 : The Economist, 1996. 3. 2 ; Business Week, 1996. 8. 5

주 : *(기술협력), #(1998년 20만대로 증설), ##(2001년 20만대로 증설)

2) 인도의 중상용차시장은 텔코사가 76%, 나머지를 Ashok Leyland사가 점유하고 있으며, 경상용차시장은 텔코사가 49%, Bajaj사가 24%를 차지하고 있음.

홀란드사는 인도에서 생산한 트랙터를 인도 내수시장에서 판매하거나 제 3국에 수출할 계획이다.

현재 인도 트랙터시장의 판매규모는 연 20만대에 달하고 있으며 서방국가의 모델을 생산하고 있는 인도업체가 지배하고 있으나 동력과 기술면에서 문제를 안고 있다. 홀란드사의 현지 공장은 1998년부터 연산 18,000대의 트랙터를 생산할 계획이며 공장이 완전가동상태에 돌입하는 2003년에는 연산 35,000대의 트랙터를 생산할 예정이다.

현재 인도에서 생산활동을 벌이고 있는 자동차업체들은 향후 70억달러를 투자하여 350만대의 추가생산 능력을 확보할 계획이다.

이에 따라 2000년까지 인도 자동차 산업내 투자규모는 110억달러를 넘어설 것이며 생산능력은 800만대에 달할 전망이다.

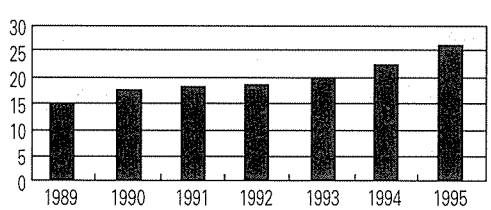
〈표 5〉 인도 자동차시장의 판매차종 구분

구 분	가 격	차 종
프리미엄 승용차	65만~200만 루피	벤츠, BMW, 로버 Montego, 아우디 A6
훼미리 승용차	45만~65만 루피	현대 엘란트라, 포드 에스코트, 폴크스바겐 골프, 오펠 아스트라, 대우 씨에로, 마루티 Esteem, 타타 Sierra/Estate
소형 승용차	35만~45만 루피	푸조 309, 피아트 Uno, 포드 피에스타, 마루티 Zen/1000
국민차	20만~35만 루피	타타 국민차, 마루티 800, Premier Padmini

3. 타이어산업 현황과 전망

선진 자동차업체들의 인도진출이 가속화되면서 오랜 역사를 가진 인도 타이어산업도 변화의 시대를 맞이하고 있다. 인도의 타이어생산은 1992년 이후 연평균 13%씩 증가하여 1995년에는 2,600만개에 달하였다. 이중 승용차용 타이어의 생산은 1992년의 717만개에서 1995년에는 887만개로 증가하여 연평균 7.3%의 증가율을 기록하였으며, 트럭용 타이어의 생산은 동기간중 291만개에서 416만개로 증가하여 연평균 12.7%의 증가율을 나타냈다. 인도의 타이어 수요는 신차용이 40%, 교체용이 50%, 수출용이 10%를 각각 차지하고 있으며, 트럭과 버스용 타이어 수요가 전체 수요의 28%를 차지하고 있다.

(단위 : 백만개)



〔그림 1〕 인도의 타이어 생산 추이

인도 타이어업체들의 생산구조는 선진업체들이 래디알 타이어를 주로 생산하는 것과는 달리 전체 타이어 생산량의 95% 가량을 바이어스 타이어가 차지하고 있다. 인도 타이어업체들이 20여년의 래디알 타이어 생산 경험과 래디알 타이어의 내구성, 연료 절감 효과, 미끄럼 방지 효과 및 뛰어난 승차감에도 불구하고 바이어스 타이어의 생산에 주력하고 있는 이유는 다음과 같다.

인도의 자동차업체들은 정부의 상대적으로 느슨한 통제 아래 신모델의 개발보다는 시대에 뒤떨어진 구형 모델을 가지고 시장을 지배해 왔다. 따라서 인도의 자동차업체들은 바이어스 타이어를 자동차에 사용해 왔으며 80년대에 인도에 진출한 스즈끼사

〈표 6〉 용도별 타이어 생산 추이

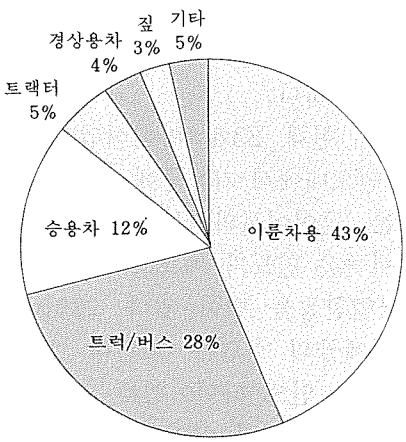
(단위 : 십만개)

	1990	1991	1992	1993	1994
버스, 트럭	50.47	52.58	54.98	62.69	65.91
승용차	23.91	24.72	21.00	23.04	28.44
짚	6.63	5.96	5.08	6.03	6.52
경상용차	7.75	8.70	7.46	9.02	10.96
트랙터 전륜	6.69	7.06	6.80	7.52	8.38
트랙터 후륜	4.87	4.72	4.97	5.21	5.06
트레일러	1.50	1.95	2.38	3.52	4.53
우마용	5.46	4.69	6.02	5.50	5.67
스쿠터	41.90	44.66	44.82	45.90	52.54
오토바이	20.36	19.61	17.80	19.07	28.04
모페드	4.32	5.55	6.99	11.22	5.51
산업용	0.12	0.08	0.19	0.32	0.75

자료 : The Economic Times Data Bank

도 소형 대중승용차에 바이어스 타이어를 사용할 수 밖에 없었다. 한편 인도의 열악한 도로사정은 운전자들이 래디알 타이어의 장점을 느끼기에는 역부족이었다. 인도의 도로포장률은 50%에 불과하며 총 도로 연장의 1.6%를 차지하면서 도로교통량의 40%를 분담하고 있는 고속도로의 노면도 국제수준에 못미치고 있다. 이러한 도로사정과 농업용 차량과 버스 및 트럭용으로 높은 수요로 인해 인도 타이어업체들은 바이어스 타이어의 생산에 주력하고 있다.

이와 함께 래디알 타이어의 가격이 바이어스 타이어보다 30~40%가 비싼 점도 바이어스 타이어의 수요를 부추기고 있다. 일례로 스즈끼사가 생산하고 있는 인기차종인 마루티(Maruti)용 타이어의 경우 바이어스 타이어의 가격이 1,500루피이나 래디알 타이어의 가격은 1,850루피에 달하고 있다. 아직까지 소득수준이 낮은 인도의 소비자들은 래디알 타이어가 연료소모가 적고 수명이 긴 장점을 가지고 있으나 가격면에서 바이어스 타이어보다 비싸 래디알 타이어의 구매를 꺼리고 있다. 더불어 중고자동차를 운전해 온 인도 소비자들은 래디알 타이어를 사용할 경우 주기적으로 휠얼라인먼트를 조정하고 공기압력을 검사해야 하는 점이 번거롭고 추가비용을 부담해야 하는 것으로 느끼고 있다. 이러한 사정에 따라 래디알 타이어는 1990년에 마루티 1000 모델이 출시되면서 인도에서 처음으로 신차용으로 사용되기 시작하였으며 1995년 말 현재 인도의 래디알 타이어 수요는 전체 수요의 7%에 불과한 실정이다.

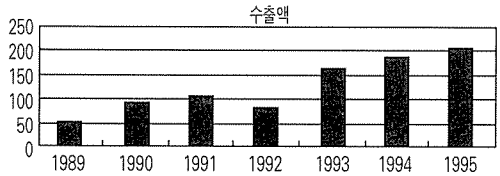


〔그림 2〕 용도별 타이어 생산현황(1995)

이와 같은 현실을 고려할 때 인도의 타이어업체들은 당분간 바이어스 타이어의 생산에 주력할 예상이나 선진 자동차업체들의 인도진출이 증가하면서 래디알 타이어의 생산도 점차 증가할 전망이다. 최근 인도 타이어업체들은 래디알 타이어의 생산기술을 확보하기 위해 외국업체와의 합작투자와 기술제휴를 확대하고 있다.

한편 인도는 개도국중 브라질과 중국 다음의 타이어 수출국의 위치를 차지하고 있다. 인도 타이어업체들은 선진국의 바이어스 타이어 틈새시장과 개도국시장에 대한 수출을 확대하고 있으며 인도 타이어산업의

(단위 : 백만달러)



자료 : EIU, Business South Asia, 1996. 10

〔그림 3〕 인도의 타이어 수출 추이

총생산 대비 수출비율은 1995년에 27.55%로 증가하였다. 인도의 타이어 수출은 1990년 이후 연평균 23%씩 증가하고 있으나 아직까지 수출규모는 우리나라의 1/5 수준에 불과하다.

1996년 현재 23개 타이어업체가 34개 공장을 인도내에서 가동중에 있다. 던롭, 화이어스톤, 굳이어사와 같은 선진 다국적 타이어업체들은 인도가 독립하기 전부터 인도에서 영업활동을 벌여 왔다. 그러나 인도 타이어업체들의 설립은 60년대 초부터 본격화되었다. 인도 타이어업체 역시 70년대의 유가파동에 따라 어려움을 겪었으나 80년대에 들어서면서 경쟁력이 향상되면서 성장국면에 진입하였다. 경쟁력 향상과 함께 경쟁적인 설비확충에 따른 인도 타이어산업내의 과잉 생산능력은 업체간 가격경쟁을 심화시켰다. 이에 따라 일부 선진 타이어업체들이 인도시장에서 철수하였으나 경쟁의 심화는 인도 타이어업체의 품질향상과 수출증대에 기여하였다. 한편 인도 타이어업체들이 가격과 품질면에서 경쟁력을 갖추면서 1984년 마루타사가 현대화된 자동차를 처음으로 생산하였을 때 제일 먼저 사용한 인도산 자동차 부품은 타이어였다. 이후 인도 자동차업체들은 인도산 타이어를 주로 사용하고 있으며 수출용 타이어의 대부분을 차지하고 있는 트럭용 타이어의 품질은 선진국에서도 인정받고 있다.

최근 증가하고 있는 선진 타이어업체의 인도 진출 역사는 70년을 넘고 있다. 1991년의 경제자유화정책 이후 선진 타이어업체들은 인도에 대한 신규 투자나 기존설비의 확충에 나서고 있다. 이들 업체들은 인도 내수시장 공략과 함께 인도의 풍부하고 저렴한 숙련노동력을 이용하여 인도를 제 3국 수출을 위한 전진기지로 활용하고 있다.

주요 업체별 진출현황을 살펴보면 굳이어사는 60%의 지분을 소유한 현지법인을 운영하고 있으나 시장점유율면에서는 7위에 불과한 실정이다. 이와 같이 굳이어사의 인도 판매가 상대적으로 부진한 이유는 그동안 굳이어사가 인도를 주력시장으로 간주하지 않았기 때문이다. 그러나 굳이어사는 1994년 이후 현지투자를 확대하고 새로운 브랜드와 기술을 도입하고 있다. 굳이어사는 인도 제2의 타이어업체인 Ceat사와 40억루피 규모의 50 : 50 합작투자를 통해 South Asia Tyres사를 설립하여 승용차용과 트럭용 래디알 타이어 및 중장비용 바이어스 타이어를 생산하고 있다. 양사는 생산량의 절반씩을 자사 브랜드로 판매하고 있으며 지난해부터 가동에 들어간 현지 공장의 생산량은 연산 50만개에 달하고 있다.

컨티넨탈사는 Apollo, JK Industries, Modi사 등 3개 인도 타이어업체와 협력관계를 구축하고 있다. 컨티넨탈사는 모디사와 컨티넨탈 브랜드를 사용하는 래디알 타이어의 현지생산에 필요한 기술제휴를 체결하고 있으며, 제너럴 타이어를 인수하면서 아폴로사와 JK사와의 협력관계가 이루어졌다. 1993년에 컨티넨탈사는 이들 3개사와 합작으로 현지생산을 추진하였으나 결실을 맺지 못하였으며 이후 인도 타이업체들은

〈표 7〉 인도 타이어업체 현황

(단위 : 명, 천개)

업체명	공장수	가동년도	고 용	생산제품	생산능력
아폴로타이어	2	1977/91	2,900	1,2,3,4	1,660
Balkrishna	1	1988	—	1,2,4,5	2,000
Birla	1	1991	1,400	1,2,3,4	1,000
CEAT	3	1958/74/91	3,385+	1,2,3,4,5,6,7	6,000
Dewan	2	—	—	6	—
던롭	1	1936/59	5,183	1,2,3,4,5,6,8	7,950t/월
Falcon	2	1975	600	1,5	1,000
굳이어	1	1961	1,700	1,2,3,4,6	1,300
Hindustan	1	1968	1,200	1,4,5	—
JK	2	1976/91	3,100	1,2,3,4	2,900
Metro	1	1968	3,423	2,4,5	985
Modi	2	1974/93	2,300+	1,2,3,4,5,7	155,000t/월+
Modistone	1	1940	1,769	1,2,3,4,6	1,160
MRF	5	1962/71/73/91	4,081	1,2,3,4,5,6,7	6,000
Premier	1	1962	942	1,2,3,4	100t/일
Ramkish	1	1993	—	1,2,5	1,000
S.Kumar	1	—	—	5	—
South Asia	1	1996	—	2,3	500
Srichakra	1	1983	1,235	5,6,7	2,920
Stallion	1	1976	—	5	480
Tyre	1	1960	854	1,2,3,5	123
Virkrant	2	1980/91	1,894	1,2,3,4	1,460
Wearwell	1	1982	400	1,2,3,4	—

자료 : ERJ, Global Tyre Report, 1997

주 : 1(승용차용), 2(소형트럭용), 3(트럭/버스용), 4(농업기계용), 5(2륜차용), 6(건설차량용), 7(산업차량용), 8(항공기용)

컨티넨탈사와의 개별적인 협력관계를 발전시키려고 노력하고 있다. 지난해에 컨티넨탈사는 인도 최대의 상용차용 타이어시장 지배업체인 아폴로사와 40억루피 규모의 50 : 50 합작투자를 통해 승용차용 래디알 타이어 생산공장을 건설하기로 합의하였다.

미쉘린사는 자회사인 유니로열 굿리치사를 통해 인도 최대의 타이어업체인 MRF사와 기술제휴 관계를 맺고 있으며 MRF사의 주식 10%를 보유하고 있다. 미쉘린사는 MRF사의 매수를 시도하였으나 인도정부와 금융기관들이 매수를 저지함으로써 협력관계를 유지해 나아가고 있다. 미쉘린사는 MRF사의 매수가 실패로 끝나자 6,000만달러를 투자하여 마케팅 강화 및 현지생산을 위한 합작법인을 설립하였다. 미쉘린사는 인도에서 승용차, 경·중 트럭 및 버스용 래디알 타이어를 생산할 계획이다.

일본의 스미토모 고무는 지난 60년간 인도시장을 지배해 온 던롭사를 매수함으로써 인도진출을 확대하였다. 최근 던롭사의 인도시장에 대한 관심이 줄어들면서 인도시장 점유율이 감소하였으나 스미토모사는 기존 설비의 현대화와 신규설비를 확충할 계획이다. 브리지스톤사는 ACC사 및 Telco사와 기술 및 금융제휴를 맺고 있다. 브리지스톤사는 51 : 49 지분의 40억루피에 달하는 합작투자를 통해 'ACC 브리지스톤'사를 설립

하여 연산 200만개 규모의 승용차용 및 경밴용 스틸벨트 래디알 타이어를 1998년부터 생산할 예정이다. Birla 및 던롭인도사와 기술제휴를 맺고 있는 피렐리사도 현지 생산을 추진하고 있으며, 요코하마 고무는 Ceat사와 기술제휴를 맺고 있다.

이와 같이 선진 타이업체들과 인도 타이어업체들간의 협력은 장기간에 걸쳐 유지되고 있으며, 인도의 열악한 도로사정은 선진 타이어업체의 기술진보에도 기여하였다. 즉, 선진 타이어업체들은 자국내에서는 찾아보기 힘든 독특한 인도의 도로사정과 이 도로위를 운행하는 과적차량에 사용될 수 있는 타이어를 개발하면서 기술향상을 이룰 수 있었다.

〈표 8〉 인도 타이어업체의 신규투자계획

(단위 : 백만달러)

업 체 명	지 역	생산능력	비용	비고
아폴로	Kerala Cochin	150/일	45	증설
	Pune	100t/일	161	신규
던롭 인디아	Gujarat	120만/년	235	
	Ambattur	25,000/월	10	증설
	Shagani	–	32	증설
굳이어	Aurangabad	12,000/일	–	증설

자료 : EIU, Rubber Trends, 1996, 2nd Q.

4. 시사점

인도는 지난 1991년부터 개혁정책과 함께 세계경제로의 재편입을 도모하면서 새로운 거대시장으로 부상하고 있다. 아직까지 인도는 인구에 비해 시장규모가 작고 정부의 규제와 인도업체의 견제로 인해 진입하는 데 까다로운 시장으로 평가받고 있다. 이러한 점은 최근 일본기업이 뉴델리 외곽에 주거와 상업의 복합기능을 가진 신도시를 합작으로 개발하려고 계획하였다가 토지문제에 대한 인도 중앙정부와 주정부간의 협상결렬로 무산된 점에서 잘 나타나고 있다. 또한 일부 인도기업들은 선진 다국적기업의 인도투자를 허가해서는 안된다고 인도정부에 건의하고 있다.

한편 국제통화기금(IMF)은 최근 지난해의 성장률이 향후 70년간 지속된다는 가정아래 인도와 선진국간의 인당 소득격차를 절반으로 줄이는 데는 154년이 소요될 것으로 전망한 바 있다. 더불어 인도에서 TV와 오디오를 생산하면서 지난해에 판매부진과 재고누적으로 어려움을 겪었던 소니사의 인도 법인장은 인도는 1억 5,000만명의 소비인구를 가진 시장으로 평가해야 하나 외국 브랜드 제품을 구매할 수 있는 소비자는 이보다 훨씬 적은 것으로 평가해야 한다고 강조하고 있다. 현재 인도에서 연소득 50만루피 이상인 가구수는 14만가구에 불과한 실정이다. 혼다사의 현지 관계자도 인도에서의 사업은 인내를 가지고 추진하여야 하며 인도의 자동차시장이 단기적으로 빠른 신장세를 보이지는 못할 전망이나 현재 진입하지 않으면 기회를 상실할 것이라고 피력하고 있다. 이와 같이 세계 유수의 다국적 기업들은 장기적인 안목에서 인도진출을 추진하고 있다.

세계 각국 기업들이 인도진출을 확대하고 있는 이유는 저렴하고 풍부한 단순·기술 노동력과 세계 3위의 과학·기술 인력을 보유하고 있으며, 뛰어난 경영·관리 능력을 가진 인력이 풍부하기 때문이다. 아울러 인도는 부품조달, 하청기업 선정 등의 측면에서도 여타 개도국에 비해 상대적으로 양호한 환경을 가지고 있기 때문이다.

인도 승용차시장에서의 경쟁은 1995년 인도정부가 승용차 소비세를 55%에서 40%로 인하하고 자동차 부품에 대한 수입관

세도 인하하면서 심화되고 있다. 또한 선진 자동차업체와 인도 자동차업체들이 승용차 생산을 적극 모색하면서 인도 승용차시장에서의 경쟁이 가열되고 있다. 인도 최대의 2륜 및 3륜차 업체인 Bajaj사는 최근 승용차 생산에 참여할 것을 밝힌 바 있다. 이와 같이 국내외 자동차업체들이 인도 승용차시장에 연달아 진입함에 따라 인도 승용차시장에서의 모델수는 1995년의 12개에서 금년중 20개를 넘어선 후 2000년에는 30개를 넘어설 예상이다.

한편 인도 자동차시장에서의 판매경쟁은 14,000~20,000달러 가격대의 프리미엄급 승용차시장에서 격화될 전망이다. 소형차부문에서는 마루티사가 압도적인 시장지배력을 보유하고 있어 당분간 그 아성을 넘보기는 힘들 예상이다. 마루티사는 규모의 경제효과와 국산화율 95%를 바탕으로 한 가격경쟁력 우위를 이용하여 승용차시장의 70%를 점하고 있다. 인도 자동차공업협회는 2000년대 전반에 승용차 생산은 85만대를 기록할 것이며, 승용차 판매는 80만~100만대에 달하고 이중 1/3을 중형차 판매가 차지할 것으로 예상하고 있다.

인도의 타이어 수요는 단기적으로는 완만한 증가세를 나타낼 전망이며, 굳이어사는 향후 인도 타이어시장의 성장률을 연평균 6%로 보고 있다. 아직까지 인도의 타이어 수요는 바이어스 타이어를 중심으로 이루어지고 있으나 선진 자동차업체들의 현지 생산이 본격화될 경우 래디알 타이어시장도 성장세를 나타낼 예상이다. 1995년 마루티사가 승용차를 본격적으로 생산하면서 인도의 타이어업체들은 래디알 타이어의 공급에 차질을 빚었으나 금년 상반기중에 래디알 타이어의 공급은 안정을 되찾을 전망이다. 그러나 인도가 래디알 타이어를 증산하기 위해서는 생산설비를 전적으로 수입에 의존해야 하는 문제를 안고 있다. 따라서 인도가 래디알 타이어의 충분한 생산능력을 갖추기에는 상당기일이 소요될 전망이다.

아직까지 낮은 수익률과 높은 소비세 및 고율의 원자재 수입관세는 인도 타이어산업의 발전에 걸림돌로 작용하고 있다. 1995년에 합성고무에 대한 수입관세가 85%에서 65%로 카본블랙의 수입관세가 45%에서 30%로 인하되었으나 아직도 수입 원자재에 대한 높은 관세가 타이어업체의 비용절감에 장애요인으로 작용하고 있다.

한편 국내기업의 인도진출은 자원확보형, 내수지향형, 수출지향형의 차원에서 추진될 수 있다. 인도는 우리나라와 생산요소의 비교우위나 경제발전단계 측면에서 볼 때 상호보완성이 높은 것으로 평가할 수 있다. 이에 따라 국내기업의 인도진출은 장기적인 차원에서 적극 추진되어야 하며, 현지 투자입지 선정시 주별로 발전된 산업이 상이하며 업종별 경영여건도 다르고 사회간접자본이 미비한 점을 고려하여야 하며, 주정부의 투자유인책을 적극 활용할 필요가 있다. 최근 해외직접투자를 확대하고 있는 국내 타이업체들의 경우 장기적인 안목과 범세계 경영이라는 차원에서 인도진출을 모색할 필요가 있다.

국내업체들은 중국, 인도, 동남아뿐 아니라 미주지역과 유럽지역을 연계할 수 있는 생산·판매망을 구축하여 21세기의 무한경쟁시대에 대비해야 할 것이다.