

## 한·중·일 자동차 산업의 현황 및 경제협력

김동기·신용하

경기대학교 첨단산업공학부

### The Present Condition of Korea, China and Japan in Automobile Industry & the Economic Cooperation

Dong-Ki Kim · Yong-Ha Shin

Division of Advanced Industrial Engineering, Kyonggi University

Under the sudden change of competitive environment, the economic cooperation as a part of survival strategy is being a big issue among countries. There was much discussion based on the geological adjacency as well as cultural homogeneity regarding the economic cooperation of three countries, Korea, China, Japan.. It has been also known that major trade countries of the world concluded the treaty of region trade, then extended the number of export, and drew a success in foreign direct investment.

It can be considered that Korea will play a major role in the three countries' automobile industry based on Japanese demonstrated technology, Chinese resources, market and experience with their economic cooperation. Therefore it is expected that a big result will be achieved throughout such a role play of each country.

This paper has a purpose to light up the distinctive quality and the present condition of each country in automobile industry, and to promote the foundation of three countries' economic cooperation. It is convinced that the economic cooperation of three countries, Korea, China and Japan in automobile industry, will play a great role in the world automobile market.

**Keywords :** Economic Cooperation, Automobile Industry, Treaty of Region Trade

### 1. 서론

자동차 산업은 2만여 개의 부품으로 이루어지는 전기, 전자, 기계, 화학 등 모든 기술의 시스템적 종합체로 불려지고 있다. 드럭커(Drucker)교수는 자동차 산업을 산업 중의 산업(IOI : Industry of industry)이라 불렀다. 국가경제에 지대한 역할을 하는 자동차 산업은 국가경쟁력을 높이는 훌륭한 도구가 될 수가 있다. 동북아의 핵심 축인 한·중·일 삼국은 자동차 산업에서의 협력을 통하여 경쟁력 있는 선진 기술국가로서 세계시장에서의 위상을 높이고 국가경쟁력을 높일 수가 있을 것이다. 자동차 산업에서는 글로벌 한 생존전략의 일환으로 많은 다국적 기업의 활용이 증가하고 있는 추세이다. 이미 미

국, 유럽, 일본의 자동차 회사들은 운영과 조직차원에서 공동관리를 통한 효율성을 입증하였고 점차로 확대되어지고 있다[16].

세계최고의 기술력을 보유하고 있는 일본, 자동차산업에서의 유래 없는 급성장을 이룩할 수 있었던 한국, 기술적으로 아직 미비하지만 세계 최고의 시장과 발전 가능성이 있는 중국, 이 삼국의 경제협력으로 무한한 시너지 효과를 창출할 수 있을 것이라 기대된다. 중국의 급속한 경제성장 조건을 감안한다면, 자동차 산업을 중심으로 한 동북아 경제협력이 세계경제에 큰 영향을 가져올 것이 자명하다. 중국 자동차산업이 국가적인 정책 사업으로 국산화단계가 진행 중이고 한국, 일본과 경쟁적 관계가 아닌 보완적 관계를 유지하고 있음을 감안

하여 자동차산업에서의 한·중·일 경제협력의 안을 제시하여 본다.

## 2 한·중·일의 자동차산업

### 2.1 한국 자동차 산업 현황

“소수의 자동차 제조업체만이 1990년대 세계시장의 구조조정 과정에서 살아남게 될 것이고, 한국의 5개 자동차 메이커들은 아무도 여기에 남지 못하게 될 것이다. 단지 도요타, 혼다, 닛산 폭스바겐, 포드, GM 등과의 제휴에 의존해 일부 틈새시장에서 하청업체로 명맥을 유지하게 될 것이다[2].”라는 1992년도의 세계 자동차 산업의 전망에도 불구하고 한국의 자동차 메이커들은 세계시장에서 경쟁력이 있는 주도적인 자동차 메이커가 되려고 노력하고 있다. 한국은 비록 쌍용자동차, 기아자동차, 삼성자동차의 부실에 의한 구조조정과정이 있었음에도 불구하고 명실상부한 세계적인 자동차 메이커로서의 입지를 굳히고 있는 실정이다. 한국자동차 산업은 1962년에 탄생한 이래 괄목할만한 성장으로 전 세계적으로 명실상부한 위치를 차지하게 되었다.

글로벌 한 세계경쟁의 자동차 시장에서 한국 자동차 산업이 생존하기 위한 전략으로, 자동차 산업에서의 현재의 내·외부적인 도전요소와 미래에의 생존전략으로 제품기술과 효율, 연구개발, 관리혁신, 지식의 공유 등에 대한 연구가 논의되어지고 있다[15].

현대가 만든 소형차로 1980년대 미국시장에 성공적으로 진입하게 된 한국은, 폭스바겐으로 이룩한 1950년대의 독일의 성공과, 도요타로 이룩한 1970년대에 일본의 성공을 되풀이했다[2]. 한국의 자동차 제조회사들이 세계시장에서 새로운 경쟁자로 나타날 수 있을 만큼 어떻게 기술적으로 빨리 성장할 수 있었는지 그리고 이 과정에서 자동차 산업은 정부와 어떻게 상호작용을 하였는지는, 중앙정부 차원에서 자동차산업을 육성하려고 하는 중국의 자동차 산업의 기준이 될 수가 있을 것이다. 다른 개발도상국가에 있는 기업들과는 달리, 한국의 자동차 회사는 기술능력을 키우기 위해 독자적인 전략을 추구하였다. 외국기술의 습득, 소화 그리고 열성적인 노력은 단기간 내에 선진 기술을 습득하고, 독자적인 자동차산업의 수행할 수 있는 능력을 보유함에 있어서 아주 커다란 역할을 담당하였다. 또한 위기의식을 통해 노력을 강화시킴으로써 창조적인 결실을 맺게 하였다. 한국은 자동차 경영자들이 앞으로 지속적으로 위기를 조성하고 해결해 나가며(노력의 강화) R&D 투자를 증가시키(지식수준의 향상) 한 경쟁력 있는 자동차 생산자로 남게 될 것이다.

### 2.2 중국 자동차 산업 현황

중국의 WTO 가입으로 인해 2005년까지 자동차에 대한 관세율은 현행 80~100%에서 25%로, 부품에 대한 관세율은 10%로 인하하기로 함에 따라서 부품을 중심으로 수입 수요가 증가할 것으로 예상된다[4]. 중국의 자동차 생산과 판매는 지속적으로 증가하여 2000년에 모두 200만대를 넘어섰다. 96년부터 2000년까지 자동차 판매는 연평균 9.2%의 증가율을 기록하였으며, 생산은 8.7%의 증가율을 기록하였다. 이에 따라 중국경제에서 자동차산업이 차지하는 비중도 크게 높아졌다. 자동차산업이 GDP에서 차지하는 비중은 91년 2.3%에서 98년에는 4.1%로 높아졌다. 고용 면에서는 98년 말 현재 2,790만 명이 자동차산업 및 자동차산업과 직접 관련이 있는 산업에 종사하고 있는데, 이것은 전국 도시취업인구(98년 말 현재 2억 678만 명)의 13.5%에 해당한다. 중국 자동차 시장의 급속한 확대는 중국경제의 고도성장에 의해 뒷받침되고 있다[3]. 현재 중국의 자동차 산업은 내수시장에서의 수요가 아직까지는 미약하나, 경제성장에 따른 신흥 부유층의 급격한 증가로 지속적인 수요증가가 전망되고, 수출에서의 역할도 점차 증가할 것이라 기대된다. 실제적으로 1999년 기준의 중국의 차량 보유비율은 국민 157.4인당 1대로 EU, 일본 등 선진국의 약 2인당 1대, 그리고 현재 한국의 3.6인당 1대와는 큰 격차를 보여주고 있다[11].

현재 중국 내의 승용차 생산은 소위 ‘3大 3小 2微’로 불리는 8개 업체들이 주도하고 있다. 이들 업체들의 생산능력은 140만대에 이르는데, 중국 정부는 지난 94년 7월에 ‘자동차산업공업정책’을 발표하여 당분간 해외업체들의 진입을 불허하고 기존의 8개 업체들을 중심으로 자동차산업을 육성하겠다는 방침을 밝혔다. 이들 8개 업체가 전체 자동차 판매에서 차지하는 비중은 75%정도이며, 승용차의 경우에는 90%이상을 차지하고 있다. 물론 3大 3小 2微 프로젝트인가 이후에도 GM, 도요타, 포드 등이 중국진출에 성공하기는 하였지만, 대형업체를 중심으로 규모의 경제를 달성하겠다는 기본방침은 지금도 유지되고 있다[4]<표 1>.

중국의 자동차 산업에서의 기술도입에 의한 예는 중국과 독일 Volks Wagen사의 합병기업인 상하이 폭스바겐 승용차 유한공사(SWV)를 들 수 있다. 이 회사는 1984년에 설립되어 1985년에 조업을 시작한 이래 전력을 기울여 도입한 기술을 완전히 자기 것으로 만들어 엔진공장은 1987년에 조립공장을 가동하고 1990년에는 10만대 규모의 기계가공, 조립 일괄공장을 가동하였다. 이어서 엔진부품의 기술도입, 캠 샤프트, 클랭크 샤프트, 내부도장, 차체공장, 프레스 공장이 가동되었다. 이런 과

정을 통하여 CKD(Completely Knocked Down)에서 국산화로 본격적인 발걸음이 시작되었다. 국산화율도 1985년 2.7%에서 1995년 88.6%까지 상승하였다[14].

<표1> 중국 주요승용차 생산업체의 제휴선과 생산능력

	중국업체	생산자	모델명	생산개시	생산능력	제휴업체
3大	第一汽車	第一汽車轎車	紅旗小紅旗	1973	3만대	아우디
		一汽 VW	VW Bora Jetta Audi A6	19927	15만대	VW 아우디
	東風汽車	神龍汽車	사트로엥 ZX	1996	15만대	PSA
	上海汽車	上海 VW	Polo Passat B5 Santana Santana 2000	1985	50만대	VW
		上海 GM	Buick	1999초	10만대	GM
3小	北京汽車	北京 Jeep	Cherokee	20017	10만대	크라이슬러
	天津汽車	天津汽車	Charade Charade II	1986	15만대	다이하쓰
	廣州汽車	廣州혼다	Accord	199910	3만→5만대	혼다
2微		長安汽車/長安스즈키	Alto	1990	15만대	스즈키
		貴州航空工業	Rex	1994	1만대	후지중공업

주 : 廣州汽車는 98년 6월부터 쭉조가 생산을 중단

중국의 트럭 생산은 50년대 후반부터 소련 제품을 모방하기 시작해 70년대 독자모델을 개발하였으나 승용차와 버스 등은 아직도 해외로부터 기술도입 및 소화단계에 처해있다. 또한 중국 부품산업의 생산 및 기술 능력도 대단히 취약하다. WTO 가입이전, 중국 정부의 자동차에 대한 고관세율(80~100%) 정책에 의해 완성차에 대한 실제 수입 규모는 적은 반면, 부품에 대한 수입 규모는 상당하였다. 1999년 중국 승용차 수입액은 4억 5,710만 달러로 전년대비 7.7% 증가하였다. 최대 수입 국가는 日本으로 수입 점유율이 66.6%를 차지하고 있으며 한국은 수입 순위 7위로 수입 점유율이 1.3%에 불과하다[3]<표 2>.

<표 2> 한국과 주요 국가의 자동차 대중 수입 비중(HS Code 8703)

단위 : 백만 달러, %

구분	중국수입	日本(1)	독일(2)	헝가리(3)	한국(7)
금액	457.1	304.5	55.8	42.4	6.1
비중	100.0	66.6	12.2	9.3	1.3
증가율	7.7	-11.1	102.9	2018배	-11.2

자료 : 중국 해관통계, 산업연구원 재정리.

WTO 가입 이후 중국의 승용차 산업은 상당한 타격을 받게 되어 국내 업체의 외국기업과의 합작을 촉진하는 등 자동차산업의 전반적인 구조조정을 가속화하여 현재 120개 업체에 달하는 자동차업체가 10대 메이저 업체로 재편될 것이라는 전망 (Zhang Xiaoyu 국가경무위 기계공업국 부주임)이다.

### 2.3 일본 자동차 산업 현황

일본의 자동차역사는 1898년 1월에 프랑스인에 의해 도입된 프랑세제 파나르 르바소 차량이 그 시초이다. 그 당시 일본인들은 인력거와 기차에 의한 운송수단이 가장 편리한 운송수단으로 알고 있었으나, 이 자동차의 등장으로 인해 운송수단에 대한 인식을 전환하는 계기를 마련하게 되었다. 1924년에는 일본의 요코하마에 포드가 공장을 설립하고 1927년에는 본격적으로 시판에 들어갔으며, GM이 오사카에 공장을 설립하였다. 때문에 그 당시 일본의 도로를 달리는 자동차는 미국산이 주류를 이루었다.

태평양전쟁이 종결된 1945년부터 일본은 외국자동차 회사의 기술제휴 등으로 자동차산업의 부흥이라고 할 만큼 괄목할 만한 성장을 하게 된다. 1953년 닛산, 미쓰비시, 이스즈, 히노는 외국의 자동차회사들과 기술제휴로 일본국내에서 조립하기 시작하였는데 오스틴 A40, 르노, PH10등이 그 당시에 제작된 자동차이다. 1954년에는 제1회 전 일본 자동차 쇼를 개최하였으며, 6회까지는 상품견본시장으로 활용되었고, 제11회부터는 국제성을 가미한 "동경모터쇼"로 이름을 개칭하여 오늘에 이르고 있다. 올림픽이 개최된 1964년경을 전후하여 도로망이 잘 정비됨에 따라, 승차감이 뛰어나고 성능이 우수한 신형 자동차의 개발이 가속화되었다. 뛰어난 품질, 합리적인 경영기법, 지속적인 노력으로 1961년 생산대수는 100만대를 돌파하였고, 1966년에는 230만대 그리고 현재는 약 1000만대 생산으로 세계의 자동차 산업을 선도하고 있다.

일본의 자동차산업은 자동차 조립업체와 도요타계, 닛산계, 독립계, 기타계 등의 자동차 부품회사들로 구성되어져 있다. 이러한 업체들이 자동차 조립업체를 중심으로 시스템적이고 유기적인 기업간 체제를 형성하고 있다. 이를 통한 경쟁과 협력의 조화를 통하여 자동차 산업에서의 유효성이 발휘되고 입증되어지고 있다. 이것이 오늘날 일본기업의 성공요인 중의 하나로, 중간조직 관계에 의한 기업간 협력적 상호작용, 가치사슬상의 긴밀한 협력관계에 기인한 것이다. 자동차산업에서의 일본의 부흥은 기술력 뿐 아니라 조직간 관계가 중요한 요인으로서 작용되어 이루어진 산물인 것이다.

### 3. 한·중·일 경제협력

#### 3.1 기반조성 및 비전제시

중국 자동차 산업의 현황에서 볼 수 있듯이 일본과 한국의 적극적인 참여는 동북아 중심의 경제기반구축에 큰 기준이 될 수 있다. 일부 학자들 사이에서 이론적으로만 거론돼 왔던 한·중·일 지역경제협력체가 구체성을 띠게 된 것은 1999년 11월말 한·중·일 삼국간 단일경제권 구축을 위하여 필리핀에서 열린 ‘아세안+한·중·일 삼국 정상회담’이 계기가 되었다[12]. 또한 세계의 지역주의 경향에 부응하여 거대중국(중국, 타이완, 홍콩)의 경쟁보다는 협력에 의한 경제협력이 제시되었다[18]. 지역주의적 협력에 기인한 많은 산업에서의 경제협력의 필요성이 제시되고 논의되어지고 있다. 하지만 자동차 산업에서의 이들 거대중국의 역할은 극히 미미하다. 한·중·일 삼국은 아시아 금융위기를 계기로 모두가 상호협력의 필요성을 절감하고 있다. 삼국은 모두 나름대로의 경제구조와 산업구조에 문제점을 갖고 있으며 삼국간 협력을 통해 이중 상당부분을 해소 내지 완화할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 한·중·일간 경제협력은 아직 초기 단계이기는 하지만 삼국간 경제블록이 형성될 경우 그 영향력은 엄청나다. 일본은 세계 2위의 경제대국이며 중국은 세계 1위의 인구대국이다. 한국은 일본과 중국의 중간에 해당하는 경제 발전 단계와 산업구조를 갖고 있고 무엇보다 우수한 인재들이 즐비하다. 따라서 삼국간 협력은 거의 무한한 시너지 효과를 창출해 낼 것으로 예상된다. 한국은 IMF 체제를 실질적으로 탈피하면서 경제가 정상을 찾아가고 있으며, 중국 경제 또한 WTO가입으로 인하여 지금보다 한 단계 도약할 것이 유력시된다. 반면 일본은 장기 불황의 위기를 겪고 있다. 한·중·일 경제협력으로 인한 삼국의 도약은 세계무대에서의 중심축으로 거듭날 수 있는 계기가 될 것이다.

일반적으로 제품다양성을 증가시키면 생산비용은 증가하나 단일 플랫폼에서 다양한 모델을 파생시키는 “모듈화와 플랫폼 통합 전략”을 구사할 경우 저비용을 유지하면서 제품다양성을 증가시키는 것이 가능하다[17].

플랫폼은 엔진과 구동장치 및 샤시 등 자동차 내부의 보이지 않는 하부구조를 의미하고, 세계의 자동차산업에서는 소수의 플랫폼을 기초로 여러 개의 파생모델을 개발하는 플랫폼 통합전략이 전개되어지고 있다. 규모의 경제를 달성할 수가 있고, 다양한 소비자의 요구에 부응할 수 있는 전략이라 할 수 있다.

자동차와 IT기술의 결합인 텔레매틱스(Telematics)는 자동차와 외부환경과의 의사소통을 도와주는 모든 장치

및 시스템으로 정의할 수가 있다. 텔레매틱스는 위치추정시스템(GPS : Global Positioning System), 통행료 자동징수 시스템, 응급구조 시스템, 차량관리 서비스, 네비게이션 시스템, 자동 차량진단시스템, 도난차량 추적 시스템, 교통정보 안내 시스템 등의 서비스를 제공하고 있다.

현 시점에서의 한중일 삼국의 자동차 산업에서의 대등한 경제협력은 불가능하다. 삼국간의 기술기반 구조나 경쟁력의 차이가 많이 발생하는 것이 현실이다. 하지만 긴 관점에서의 단계적인 접근방법은 가능하다. 우선은 자동차 부품의 공용화 및 공동개발의 기반을 조성하는 것이 필요하다. 한 단계 나아가서 한중일 삼국의 제휴관계를 통한 제품개발 및 플랫폼 통합을 고려해 볼 수가 있다. 플랫폼 통합과 모듈화 통합에 의하여 조립비용의 절감, 조립공수의 단축, 조립공장규모의 축소, 개발비용의 절감 효과를 볼 수가 있다. 현재의 기업 내의 모듈부품 생산방식에서 벗어나, 예전과 다른 개념으로 국가간의 차별화된 모듈부품을 설계함으로써 공정간소화, 균일화, 개발기간 단축 등의 효과를 기대할 수가 있다. 모듈화, 플랫폼 통합, 텔레매틱스 등의 전략이 삼국의 협력으로 장시간의 전략적이고 단계적인 방향으로 진행되어진다면 자동차 산업에서의 한중일의 경제협력은 큰 시너지 효과를 얻을 수 있을 것이라 기대된다.

공용부품의 사용이나 자동차 산업의 분업화, 모듈화, 플랫폼 통합으로 세계시장에서의 점유율을 높일 수가 있다. 한국은 중국과 비교하면 가격대비 품질 수준은 높고, 기술력이 우수하다. 그리고 개발도상국가중 유일하게 자동차 산업을 가장 단기간에 성공적으로 증흥시킨 경험을 가지고 있다. 일본은 명실상부한 선진 자동차 대국이라고 할 수가 있다. 중국은 많은 자원과 노동력을 손쉽게 이용할 수 있는 이점을 가지고 있다. 한중일의 자동차산업에서의 경제협력은 아시아 시장에서의 교두보를 바탕으로 세계자동차 산업을 선도할 수 있는 거점이 될 수가 있다. 이러한 배경을 기반으로 하는 경제협력 방안이 심도 깊게 논의되어야 할 필요가 있고, 또한 이에 관한 많은 연구들이 진행되어야 한다.

#### 3.2 한국과 일본, 중국의 전략적 제휴

한일 자동차 메이커의 제휴 중 가장 대표적인 사례는 현대와 미쓰비시의 전략적 제휴를 들고 있다. 미쓰비시 자공은 현대자동차에 대하여 설립 초기부터 각종 기술을 제공하는 일방적 관계에 머물렀으나 점차 현대자동차가 성장 발전함에 따라 그랜저(일본 명 테보네아)등 차종의 일부 품목을 공동 개발하여 상호 납품하는 등 전략적 제휴를 추진하는 단계로 발전하고 있다. 한편,

포드가 대주주인 마쓰다의 경우 기아자동차에 8%의 자본 참가를 하고 있을 뿐만 아니라 기아자동차와 합작으로 KM Corp라는 자동차 판매 회사를 설립(지분율 49%)한바 있었으나, 최근 현대의 기아 인수에 의해 자본 참가 관계가 해소되었다[2]. 특히 기아의 프라이드의 경우 개발은 마쓰다가, 생산은 기아가, 판매는 포드가 하는 식의 전략적 제휴 관계를 맺은 바 있는데, 이는 자본 참가를 중심으로 하여 생산제휴, 조달제휴, 판매제휴 등이 복합적으로 나타난 사례라고 할 수 있다. 이 밖에도 한일 기업간에는 다양한 형태로 제휴 관계를 맺고 있다. 예컨대 다이하츠는 아시아 자동차에 기술과 상용차 라이선스 생산권을 제공하고 있으며, 대우자동차에 대해서는 혼다 기연이 기술 제공을, 닛산이 상용차용 부품공급을, 스즈키가 경승용차 기술 제공을 하고 있다. 또한 닛산 디젤공업은 삼성상용차에 상용차 기술을, 닛산은 삼성자동차에 대하여 승용차 부문의 기술을 제공하고 있다. 특히 닛산은 닛산계열의 부품 제조 회사들을 대거 한국에 진출시킨바 있다. 그러나 최근 삼성자동차 빅딜 등 삼성 그룹의 승용차 사업 포기로 인해 닛산과 한국에 진출한 닛산계 부품 업체들이 상당한 타격을 입었고 프랑스 르노와의 문제, 대우 자동차와 GM과의 문제 등 한국 자동차 업계가 심각한 구조 조정의 여파와 향후 이들 업체의 동아시아 진출 교두보의 역할이 앞으로 한일 자동차 제조 회사간의 새로운 관심사라고 하겠다.

현재 한국 완성차 업체 대부분은 승용차 진출을 목적으로 상용차 부문에 진출해 있다. 자동차 3사의 중국 진출현황을 보면 현대의 경우 후회방식을 채택하여 우선 상용차에 진출, 거점을 마련한 후 승용차 진출을 도모하고 있다. 기아 대우 자동차도 승용차 진출을 위한 현지 공장을 건립·운영 중에 있다[9]. 현대·기아 자동차가 오는 2010년까지 중국에서 승용차 생산 규모를 100만대로 늘린다. 이는 현재 생산규모 10만대의 10배에 이르는 것으로 내년엔 20만대, 2004년에 30만대, 2005년 50만대로 늘릴 방침이다. 이 회사 관계자는 “중국 시장을 세계5대 메이커로 진입할 수 있는 전략적 생산기지로 삼을 방침”이라며 “오는 2010년 현대차 50만대·기아차 50만대 등 총 100만대 규모의 양산 시설을 갖출 계획”이라고 27일 밝혔다. 이와 관련, 현대차는 최근 중국 베이징(北京) 인근에 베이징기차공업공고유한책임공사(北京汽車工業控股有限責任公司)와 함께 합작사를 설립하여 승용 전 차종을 생산하고 자체 신 모델도 개발키로 했다. 기아차도 동평기차집단(東風汽車集團)과 자본 제휴를 통해 올 상반기 중으로 현지 합작법인인 ‘동평위에다가(東風悅達起亞)’를 설립키로 하는 등 본격적인 중국시장 공략에 나섰다. 기아차는 이번

제휴로 시장 진출 5년 만에 모든 승용 차종을 생산할 수 있게 됨에 따라 동평의 ‘시트로엥’과 별도로 기아 브랜드로 중국 승용차 시장을 공략할 방침이다. 현지공장 내의 신공장도 오는 7월 착공, 2004년부터 ‘리오’ 후속모델을 양산키로 했으며 지난해 연산 5만대인 생산규모를 2004년 15만대, 2005년 30만대로 늘릴 예정이다. 이 회사 관계자는 “중국 시장은 오는 2010년 자동차 보유대수가 5,000만대로 전망되는 등 폭발적인 성장세를 보이고 있다”며 “중소형 승용차 시장을 집중 공략, 폭스바겐·GM 등과 맞먹는 메이저업체로 부상할 계획”이라고 밝혔다. 대우차도 미국 제너럴모터스(GM)의 인수가 완료되면 중국시장 공략에 들어갈 것으로 알려졌다. GM은 대우차를 중국 등 아시아시장 진출의 교두보로 활용하겠다는 전략을 밝힌 바 있다.

광주한다는 중국에서 좋은 실적을 거두고 있다. 중국 시장에서 실패한 광주뿌조의 합작을 이어받아, 광주혼다가 성공할 수 있었던 것은 기술지원체계에 의한 현지화, 철저한 시장분석을 통한 제품투입과 합리적인 가격 책정, 선진적인 판매체제 도입 및 서비스 철저, 현지정부의 적극적인 지원 등이 이루어졌기 때문이다[10].

### 3.3 한중일 기업의 노력

#### (1) 자본과 기술 및 수출 연계 체계 구축

일본의 자동차 업계는 이미 다양한 미국, 유럽 기업들과 자본관계를 맺고 있기 때문에, 자국내 기업들 간 사업통합 보다는 오히려 동아시아 국가 전체를 포괄하는 분업체계 구축으로 발전할 전망이다. 중국, 아세안 등의 자동차 시장이 확대되어지고, 일본산 핵심부품의 수출이 증가함으로써, 일본 업계는 자국의 생산기반을 기술 및 규모의 이점을 살릴 수 있는 핵심부품의 생산 거점으로 만들려고 하는 의지가 있다. 일본의 자동차 업체들은 동아시아 지역 전체를 포괄하는 자동차 제조의 분업체계를 주도하려고 시도될 것으로 전망되어진다[1].

생산거점형 투자를 중국 내수시장 진출을 위한 중국 현지 기업과 합자형태로 전환하고, 생산의 현지화는 물론 경영, 금융, 마케팅, 광고, 연구개발 등 경영 전반에 걸쳐 현지화를 추진함이 바람직하다. 또한 현지에 진출한 우리 완성업체와 부품업체간, 이 업종간, 타 지역 간 한·중·일의 다양한 유대 관계를 형성해 생산과 판매 협력체제 구축, 정보 교류 등에서 시너지 효과를 창출할 수가 있다. 삼국의 기술부문에서 상호비교우위를 가지고 있어 많은 분야에서 다양한 협력이 가능하다. 기초기술은 중국이 우위를 가지고 있고, 응용기술과 제품개발기술은 한국과 일본이 비교우위를 가지고 있다. 상

호간의 기술협력과 기술거래를 통해 생산비와 연구개발비 절감을 도모할 수가 있고 수출에 있어서 연계 체제를 구축하기에 유리하다. 기술협력과 전략적 제휴 등 다양한 협력관계는 중국 현지기업과 단순한 교역, 자본협력에서 벗어나 기술협력, 생산과 판매의 전략적 제휴 등 다양한 협력 관계를 모색하고, 일본 자동차 업체와의 원활한 교류가 가능하다. 디지털화가 진전되면서 판매시스템 및 부품조달체계의 개방화로 기존의 수직통합적 산업구조가 수평경쟁적 산업구조로 전환될 수가 있다. 비록 이러한 디지털 전략이 미국, 유럽업체에서 선도적으로 수행되어졌지만 한중일 자동차 산업의 연계된 노력으로 세계 자동차산업을 선도할 수 있는 중심축이 될 수가 있다.

## (2) 부품 및 기술 표준화 및 상호 인증제 추진

외주비율이 전체 생산비용의 60% 이상을 차지하는 자동차산업에서 부품산업의 기반과 경쟁력은 자동차산업의 경쟁력에 결정적인 영향을 미치게 된다. GM, 포드, 도요타가 세계최고의 경쟁력을 가지게 된 데는 델파이, 보쉬 등의 부품업체의 역할이 절대적이다. 벤츠나 BMW, 르노의 기술원천도 보쉬와 발레오 등 부품업체들이다. 세계적 부품업체의 경쟁력은 완성차업체와 대등한 관계를 형성할 정도로 우수한 기술력에서 나온다. 이들 업체는 GM, 포드 등과 신제품 설계 과정에서 공동개발을 추진한다. 세계1위의 자동차 부품업체인 델파이의 경우 한해의 매출액이 현대와 기아차의 매출액과 비슷한 수준이다. 부품업체의 경쟁력이 완성차 업체, 나아가 그 나라 자동차 산업의 경쟁력인 것이다.

일본은 국내생산 감소와 노동력의 부족문제, 전반적으로 인력이 부족하고 노령화가 진전되었다. 미국, 유럽업체의 일본업체 인수로 자동차 산업의 구조재편이 진행되어 졌고, 모듈화가 미국, 유럽에 비하여 상대적으로 미흡하고, 부품산업 재편에도 협력이 필요하다.

중국은 자동차의 내수판매가 꾸준히 증가되고 있으나 당초 계획에는 미흡하다. WTO 가입에 따른 자동차업체들의 재편, 통합 움직임이 가속되어지고 있다. 또한 중국 자체의 자동차 생산에 있어서 규모의 경제에 미흡하고 품질과 기술력이 상대적으로 일본과 한국에 비하여 미흡하다. 이를 위하여 경쟁력 강화와 부품산업의 육성에 협력이 필요하다.

한국 또한 부품업체의 육성에 협력이 필요하다. 낮은 개발생산성과 제품다양화 수준이 선진국에 비하여 상대적으로 부족하다. 독자적인 제품개발능력을 보유하고 있으나 선진국 대비 개발생산성이 떨어지고, 뒤늦은 모듈화와 플랫폼 통합, 부품업체의 개발능력이 선진국에 비하여 상대적으로 부족한 실정이다.

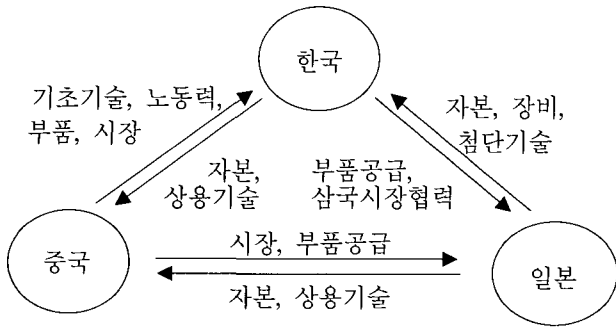
한·중·일간 산업 내 분업을 활성화하기 위해서는 원자재, 부품 조달에서 생산, 판매에 이르기까지 각 단계별로 부품과 제품에 대한 설계 및 기술 표준화 작업이 선결 과제이고 이에 따른 원가절감 및 규모의 경제 효과를 볼 수가 있다. 부품 간 호환성이 가능할 때 상호 호간에 원활한 산업 내 협력을 도모할 수 있으며 아울러 거래 비용과 시간 절약을 위해 국제적인 상호인증 제도를 채택함이 바람직하다. 지금의 환경은 변했다. 기술개발은 소홀히 한 채 완성업체에만 의존해 살아남을 수 없는 시대가 됐다. 완성업체 입장에서도 부품업체의 경쟁력 개선이 없으면 글로벌 경쟁에서 뒤쳐질 수밖에 없다. 기업간의 부품 공동구매와 부품 공용화 등이 확대되고 있어 부품업체의 글로벌 공급능력은 더욱 중요해졌다. 그리고 부품의 모듈화에 대한 대응능력 또한 중요한 문제이다. 글로벌 체제에서의 자동차 산업의 경쟁력은 완성차 업체들간의 경쟁이 아니고 경쟁력을 갖춘 협력업체와의 시스템적인 경쟁인 것이다.

## (3) 공동연구개발체제 구축 및 강화

한·중·일의 지형적 특성인 동양적 문화와 첨단 기술을 결합하여 신제품 및 디자인을 개발할 수가 있다. 중국 및 아시아 소비자들의 기호에 적합한 제품을 개발하기 위해서는 현지 연구개발체제 강화가 반드시 필요하다. 또한 선진국 다국적기업보다 경쟁적 우위를 확보하기 위해서는 중국 소비자들의 기호를 자극할 수 있는 동양적 문화 특징을 갖고 있는 제품개발능력이 필요하다. 또한 세계시장을 겨냥한 신제품의 개발에서도 삼국의 끊임없는 공동의 노력이 필요하다. 삼국의 적절한 역할분배와 지속적인 투자와 노력으로 급변하는 소비자의 요구를 끊임없이 충족시키고 신제품 개발에 박차를 가해야 한다. 중국의 연구개발 인력은 우수하면서도 인건비와 지가는 세계적으로 낮은 수준이다. 연구개발 부문 중 인건비 비중이 높은 부문을 중국에 이전하여 연구개발비도 절감하고 중국 소비자 취향에 맞는 제품도 개발할 수가 있다. 또한 중국의 인건비와 지가를 고려하여 대규모 실험단지가 필요한 부문은 중국에 설립하여 삼국 공동의 연구개발 체제로 가는 것이 유리하다.

## (4) Win-Win 전략에서 출발

동북아를 축으로 상호 인접해있는 지역적인 특성을 고려하여 인접지역의 경제발전을 도모할 수가 있고, 공동의 이해관계를 가지고 있는 자동차산업의 경제협력을 계기로 다른 산업에서의 유대관계를 강화하고 여러 관점에서 산업협력을 도모할 수가 있다. 한·중·일간의 경우는 공정간 분업이나 제품차별화 분업 모듈화 생산이 가능하다.



<그림 1>한·중·일 전략적 제휴 추진도[8]

부품과 디지털 분야에서는 한중일 삼국의 협력 필요성이 존재한다. 삼국의 모듈화 협력으로 기술개발을 촉진하고 비용절감과 위험을 분담할 수가 있다. 한국과 중국은 최신모델과 기술개발에 따라 부품을 수입해야 하는 악순환을 제거하고 일본은 연구개발비용 및 위험을 분담하고 판로를 확보할 수가 있다. 선진 자동차산업에서는 90년대 중반부터 디지털 기술을 적극적으로 활용하고 있다. 미국, 유럽업체에 비교하여 상대적으로 뒤진 디지털 전략에서의 협력으로 네트워크 효과를 증대할 수가 있다. 개별국가나 업체 차원에서 전개되고 있는 디지털 전략을 한·중·일 자동차 업체의 제휴나 통합을 통하여 네트워크 효과를 극대화한다. 인터넷 조달과 B2B 등 부품부문, 인터넷 판매, 디지털 제품과 서비스 부문에서 제휴와 표준화가 가능하다.

삼국간의 네트워크망을 연결하여 삼국의 자동차업체들이 공동으로 사용할 수 있는 정보통신 인프라를 구축하는 것이 선결과제이고, 삼국을 대상으로 한 부품소싱을 확대하고 네트워크 효과가 증대되도록 삼국의 부품업체가 B2B 및 인터넷 조달에 참여할 수 있는 여건과 제도를 마련해야 한다. 또한 삼국의 인터넷 판매업체간 제휴를 통하여 판매대상과 판매차종을 확대할 수가 있고, 개별국가나 업체 차원의 디지털 제품과 서비스의 표준화를 도모할 수가 있다.

또한 지역무역협정을 활용한 국가단위 경제공동체 형성기반을 강화할 수 있다. 세계적으로 지역주의 조류가 거세지는 가운데 아시아의 금융위기가 지역간 협력체계의 변화를 요구하고 있다. 지역간의 경제협력을 보다 강화시키기 위해서는 한·중·일의 역할이 매우 중요하다. 자동차 산업에서의 경제협력은 자본, 부품, 기술, 시장의 보다 자유로운 상호교류로서 균등한 경제발전이 기여한다.

### 3.4 정부간 협력 채널의 강화

한국과 중국, 일본 동북아 삼국간은 지리적 근접성, 경제적 보완성을 바탕으로 상호간 경제의존도가 갈수록

심화되어 각 국가간 협력만 갖고는 산업 내 분업을 추진하기가 곤란하다. 각 정부간의 주도적 참여와 보호가 필요하다. 한·중 양자간 산업협력위원회를 한·중·일 삼국간 산업협력위원회로 확대 운영하는 등 양자 관계를 삼국간 협력체제로 확대하여 동북아 역내 분업을 활성화하고 이를 통해 역내 무역불균형 문제도 해결해야 한다. 또한 삼국간 산업 내 분업을 확대하기 위해 물류, 시장개방, 부품과 기술의 표준화와 인증제 등 현안을 공동 협의할 필요가 있다. WTO, ASEM, APEC 등 다자간 회의에서도 사안에 따라 공동보조를 취해 미국과 EU 등 선진국에 대한 협상력을 제고시킬 수가 있다. 한중일 경제권의 특징은 다른 지역 경제협력 및 통합이 경제발전 단계가 비슷하고 산업 및 무역구조가 비슷한 국가들 간에 이루어진 것과는 달리 경제발전 단계가 다양하고 산업 및 무역구조가 다르며 경제체제가 서로 다른 국가들로 구성되어져 있다. 이러한 경제체제, 경제운용 메커니즘의 상이, 경제발전 수준 및 시장 발육도의 격차 등은 이 지역의 경제협력의 제약요인으로 작용해 왔다. 그러나 장기적인 관점에서 점진적이고 단계적인 접근전략으로 추진되어야 할 것이다.

초기 대응방안으로 현지 공관과 무역관을 통해 중국의 각종 자동차 사업에 관련한 정보를 입수하고 한·중·일이 같이 참여하며, 중국 중서부 내륙지역 개발 등 중국 정부가 투자를 적극 유치하고자 하는 분야에 공적개발자금을 투입하는 것도 방법이 될 것이다. 공적개발자금 프로젝트 선정 시 국가 이미지 제고와 우리 제품의 수출유발효과를 우선 평가 기준으로 채택하고 민간자본 투자 전 공적개발자금의 투입을 통해 현지 시장에 대한 우리 기업의 이해도 제고도 아울러 도모할 필요가 있다.

## 4. 결 론

일본과 한국은 중국 마이카시대에 대비한 적극적 홍보 전략을 구사할 필요가 있고 이 분야에서의 상호 협력이 필요한 것이 현실이다. 세계의 자동차 산업은 크게 미국, 유럽의 회사와 일본회사에 의해 좌우가 되고 있지만, 중국은 많은 자원과 노동력을 보유하고 있고, 잠재적인 수요를 가지고 있는 매우 경쟁력 있는 나라이다. 또한 자동차 산업유치와 국산화를 위하여 노력을 경주하고 있다. 일본은 선진화된 기법과 끊임없는 연구로 2001년 일본 자동차 업계의 빅3(도요타, 혼다, 닛산)가 사상 최고이익을 경신하며 9년 만에 미국 빅3(GM등)의 순이익을 추월했다. 미국 Big-3 자동차 업체의 위기극복요인을 살펴보면 철저한 경영체질 혁신과 감량경영, 지속적인 기술개발투자를 통한 히트 차종의 개발, 일본형

린생산(lean production)방식을 도입하여 발전적으로 소화, 완성차 부품업체간의 협력관계 구축, 국제화로 세계시장 점유율 확대 및 생산비 절감, 정부의 지원을 적절하게 활용했다는 특징이 있다.

세계의 자동차 업체들은 고객의 욕구를 충족시키고 기업의 경쟁력을 높이기 위하여 무한한 노력을 경주하고 있다. 자원과 노동력의 공유, 인접지역에서의 규모의 경제를 달성, 기술 습득을 통한 삼국의 자체적인 자동차 산업의 육성, 전 세계의 수출증가를 위한 공동의 노력 등은 동북아를 축으로 하는 세계경제의 흐름에 큰 영향을 줄 것임이 자명하다. 이러한 배경으로 한·중·일 자동차 산업에서의 경제협력은, 입지적이고 운영 면에서의 장점이 있다.

삼국의 경제협력에 대한 주도적 역할측면으로 고려해 보자. 상대적으로 기술우위가 있는 일본이 경제협력의 중심이 되었을 경우에는, 기술 종속이 될 수 있다는 우려와 이익측면의 배분이 쉽지가 않고, 아직까지 완성차에 대한 경험이 적은 중국이 중심이 된다는 것도 기술적 측면에서 쉽지 않은 일이다. 경제협력에서의 중심축으로 한국을 고려할 수가 있다. 완성차에 대한 기술력이 어느 정도 검증되어지고, 생산기술과 정도가 중심적 위치에 있고, 지리적으로 또한 중간자적인 한국 주도의 경제협력 방안이 심도 깊게 논의되어야 할 필요가 있다. 또한 이에 관한 많은 연구들이 진행되어야 한다. 신제품 개발 및 설계, 판매 및 부품 공급, A/S 센터망 확충, 기술협력에 대한 방안 등에 대한 세부적인 내용이 시급히 요청되어지고 모색될 필요가 있다. 이를 위해 NAFTA와 같은 지역무역협정은 중요한 선택요인임에 틀림없다.

**참고문헌**

[1] 구분관, “합병, 사업통합, 제휴 등을 통해 부활을 준비하는 일본 업계”, 삼성경제연구소, 2002. 8  
 [2] 김인수, “모방에서 혁신으로”, (주)시스마인사이트 컴, 2000  
 [3] 류기천 “중국의 WTO 가입과 자동차산업 중국 진출방향”, 중국경제의 부상과 한국산업의 대응과제, pp. 177-199, 2001. 11. 26  
 [4] 박종남, 양장석, 이문형, 전윤종, 전재욱, 황규광, “21세기 떠오르는 중국시장 그 공략기법 - 제품 경쟁력 분석 및 수출 유망품목 제시”, 산업자원부, 산업연구원, 대외경제정책연구원, 한국무역협회, 대한무역투자진흥공사, 대한상공회의소 2000. 5  
 [5] 박변순, “일본주도의 세계화에서 중국주도의 지역화로”, 삼성경제연구소, 2001.11

[6] 복득규, “자동차 산업의 한중일 협력방안”, 삼성경제연구소, 2000.11  
 [7] 서창록, “한·일의 대미통상교섭에 관한 비교연구 - 자동차산업의 통상교섭을 중심으로”, 국제무역경영연구원, 1999  
 [8] 신용대, 신태용, 유관영, 김화섭, 미문형, 사공목, “한중일 경제협력의 발전방향”, 을류문화사, 2001. 7  
 [9] 이창재 외, “동북아 경제협력 전략연구<총괄편>”, 대외경제정책연구원, pp 67-69, 1999  
 [10] 임기택, “중국에서 Honda의 성공요인”, 자동차경제, pp 17-26, 2002. 3  
 [11] 자동차 산업 2001  
 [12] 정인교, “이제는 FTA, 자유무역협정 시대다”, 대외경제정책연구원, 2001  
 [13] 한국자동차 산업연구소, <http://kari.hmc.co.kr>  
 [14] Hironori Date, “중국 자동차 메이커의 기술이전과 기업간 분업-상해 대중기차의 경우”, 경제이론학회 편, 『아시아 공업화와 세계자본주의』, Aoki서점, pp. 207-209, 1997. 10  
 [15] Dong-Ok Lee, Keunchul Lee, Jae-Jin Kim, Gill-Chin Lim, “Executive Insights : The Korean Automobile Industry-Challenges and Strategies in the Global Market”, Journal of International Marketing, Vol. 4, No. 4, pp. 85-96, 1996  
 [16] Marie-Claude, Belis-Bergouignan, Gerard Bordenave and Yannick Lung, “Global Strategies in the Automobile Industry”, Regional Studies, Vol. 34.1, pp. 41-53, 2000  
 [17] Proff, “Hybridstrategies as a Strategic Challenge - the Case of the German Automotive Industry”, Omega 28, pp. 541-553, 2000  
 [18] Wuu-Long Lin and Pansy Lin, “Emergence of the Greater China Circle Economies : cooperation versus competition”, Journal of Comtemporary China, 10(29), 695-710, 2001