

러시아 자동차산업 현황 현지 조사

- 김학기 연구위원(국제산업협력센터)
- 김경유 연구위원(성장동력산업연구센터)

1. 출장 개요

- 출 장 자 : 김학기, 김경유
- 출장기간 : 2012. 9. 7 ~ 9. 14
- 출장지역 : 러시아 모스크바, 상트페테르부르크
- 현지 출장일정

일자	일정
9월 7일	서울 → 모스크바 이동
9월 8일	모스크바 모터쇼 관람 모스크바 현지 자동차딜러 면담
9월 10일	현대자동차 모스크바 사무소 방문 기아자동차 모스크바 사무소 방문 금호타이어 모스크바 사무소 방문
9월 11일	KOTRA 모스크바 사무소 방문 모스크바 → 상트페테르부르크 이동
9월 12일	현대자동차 상트페테르부르크 현지공장 방문 세종공업 현지공장 방문
9월 13일	성우하이테크 현지공장 방문 상트페테르부르크 → 서울 이동
9월 14일	서울 도착

2. 출장 목적

- 자체과제 관련 러시아 자동차산업 현황 관련 현지조사 및 국내업체 진출 사업장 방문을 통한 현지진출 현황 파악과 양국 자동차산업간 협력방안 모색

3. 방문 기관 및 면담내용

□ 모스크바 모터쇼

- 러시아는 독일에 이은 유럽 최대 자동차 수요국으로 주요 완성차업체들이 모스크바 모터쇼에 참여
 - 특히 최근 유럽 재정위기로 서유럽 국가들의 자동차 수요가 급감하면서 대체시장을 찾기위해 유럽업체들은 러시아, 동유럽 등에 대한 시장공략 강화전략 수행
- 최근 대부분의 모터쇼가 친환경차 시장 선점을 위해 하이브리드차, 전기차 등 첨단 친환경기술을 적용한 자동차를 선보이고 있는 것과 다르게 내연기관차 위주로 전시
 - 러시아 시장이 친환경차에 대한 관심이나 정부정책이 부재한 상황
- 현대차는 러시아 자동차시장에서 2위의 점유율(외국업체 중 1위)을 점하고 있으며는 러시아 모터쇼 참여업체 중 가장 큰 면적의 부스와 현지공장 및 유럽공장, 국내공장에서 생산한 차량을 전시하였음.
- 일본업체들은 러시아 시장에서 가장 많은 판매비중을 차지하고 있는 중형차급 이상의 차량을 전시하고 있으며 유럽업체들은 소형차 위주로 전시
- 러시아 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 LADA(러시아

완성차업체)는 소형차 위주로 전시

- 국내업체들이 높은 판매비중을 차지하고 있는 소형차 시장을 놓고 경쟁을 하고 있으며 가격은 국내업체보다 낮으나 품질면에서 국내 업체에 미치지 못하고 있어 대도시보다는 소득이 낮은 지방에서 판매되고 있음.
- 길리, 제일기차 등 중국 완성차업체들도 참여하고 있어 중국 자동차산업의 해외진출에 대한 관심을 엿볼수 있었음.
- 그러나 전시된 자동차의 품질이 유럽이나 국내업체들에 비해 떨어져 소비자들의 관심은 적은편
- 중국은 저가소형차를 러시아에 수출하고 있으나 판매량은 미미한 편이며 러시아 완성차업체들과 주로 경쟁관계에 있음.

□ 현대차 모스크바 사무소

- 2011년 러시아 자동차산업은 견조한 경제성장과 폐차인센티브 지원, 금융위기 이후의 판매급락 등이 작용하여 전년에 이어 내수가 급증함으로써 금융위기 이전으로 거의 회복
- 2011년 내수판매 291만대로 세계 7위권으로 부상하였으며 2014년 341만대, 2017년 410만대로 유럽 최대시장으로 성장 전망
- 급속한 내수확대와 2010년 러시아 정부가 발표한 '2020 러시아 자동차산업 발전계획'에 따른 로컬업체 경쟁력 강화 추진 등으로 글로벌 업체들의 현지화 강화와 르노-닛산의 아브토바즈 인수 등 공급부문에서도 큰 변화가 나타남.
- 2011년 199만대 국내생산으로 세계 11위권으로 부상하였으며 GM,

포드, VW 등 주요 글로벌업체들이 러시아 생산능력 확대에 나섰다, 아브토바즈를 인수한 르노-닛산은 러시아거점 확대계획을 적극적으로 모색하고 있음.

○ 현대차그룹은 솔라리스, 뉴리오, 뉴스포티지 등이 소형차 가격경쟁력, 높은 품질, 현대적 디자인 등으로 인기를 끌면서 아브토바즈에 이어 2위의 시장점유율을 차지('12.1~7월 12.7%)

- 현대차는 150여명의 직원(주재원 10명)으로 2007년부터 판매를 시작하였으며 2011년 15만대 판매하였으며, 2012년 16.8만대 판매를 목표로 하고 있음.

- 현대차는 우수한 상품성, 현지특화 사양적용 차량 판매 등으로 현재 판매시장 2위를 점하고 있으며 2011년부터 현지공장을 가동

- 2012년부터 소형차 위주의 판매에서 중대형차 판매를 늘리기 위한 마케팅을 하고 있으며 이를 통해 손익개선 및 브랜드 이미지를 제고를 꾀하고 있음.

○ 2012년 8월 러시아의 WTO 가입으로 승용차 관세가 30%→25%로 낮아졌으나 수입차에 대한 사용료 부과(약 5%)로 실질적으로는 관세인하 효과가 없음.

- 2012.9월 현재 승용차 수입관세율은 25%에서 2년간 25%를 유지한 후 매년 2.5% 포인트 인하되어 7년 후 15%로 낮아질 예정

□ 기아차 모스크바 사무소

○ 160명의 직원(주재원 7명)이 근무하고 있으며 현지공장은 없고 현대차 러시아 공장에서 소형차를 위탁생산하여 판매

- 현지공장 신설은 변수가 많아서 신중하게 접근하고 있는 상황으로 2010년 10.3만대, 2011년 15만대 판매하였으며 2012년 20만대 판매를 목표로 하고 있음.
 - 주로 소형차를 판매하고 있으며 소형 SUV와 체코공장에서 생산하고 있는 헤치백 모델 판매비중이 높음.
 - 뉴리오는 현대차 러시아 공장에서 위탁생산하고 있으며 생산물량 10%는 인근 동유럽국가로 수출
- 기아차는 2011년 전년대비 47.1% 증가하여 호조였는데 현지 생산된 리오가 신차 효과로 전년대비 71.0% 증가한 5만 대 판매된 반면 씨드, 스포티지 등은 소폭 증가
- 현대차는 러시아 진출초기 현지합작사의 경영난으로 판매부진을 경험한 반면 기아차는 2007년 진출 이후 꾸준히 성장하고 있음.
 - 러시아 소비자들은 자국산 브랜드에 대한 로열티가 낮아 외국업체들의 판매점유율이 높은 편
- 러시아 시장에서 가격이나 상품으로는 인정을 받고 있으나 브랜드 경쟁력이 일본이나 독일업체에 비해 뒤떨어지는 것으로 판단
- 닛산이 러시아 완성차업체인 Atovaz를 인수하여 이들 생산시설을 이용하여 본격적으로 러시아시장에 진입하면 소형차에서 기아차와 경쟁이 치열해질 것으로 예상
 - 따라서 기아차는 중대형차를 러시아시장에 투입하여 브랜드 이미지도 높이고 판매 차종을 확대하여 대응

□ 금호타이어 모스크바 사무소

- 주로 A/S 시장에 공급하고 있으며 OEM 납품은 현대차 현지공장에 공급하고 있으며 해외 완성차업체는 이루어지지 않고 있음.
 - 러시아 자동차시장은 지속 성장이 예상되며 타이어 시장도 매년 10%의 성장이 이루어지고 있음.
- 러시아 타이어시장은 자동차부품시장의 12%를 차지하고 있으며 유럽에서 가장 크고 빠르게 성장하는 시장
 - 러시아 시장은 겨울이 길고 눈이 많이 내리는 관계로 겨울용 타이어 시장도 발달되어 있어 시장규모가 다른 시장에 비해 큰 편
 - 국내 타이어업체들이 러시아 타이어 시장의 10%정도 점유율을 차지하고 있음.
- OEM 납품은 러시아업체는 주로 저가용 소형 타이어를 사용하여 납품이 어렵고 해외업체는 독일, 프랑스 등 유럽업체로부터 납품받고 있어 확장이 어려운 상황
- 러시아 AS부품 시장은 최근 양극화가 진행되고 있음.
 - 자동차딜러가 운영하는 shop에서 사용하는 AS부품과 대형유통점 등의 self AS 부품으로 나뉨.
 - 국내 AS부품은 저가시장에서는 동유럽, 중국 제품에 가격경쟁이 뒤지고 고급시장에서는 유럽, 일본 제품에 뒤지고 있어 점유율이 다소 떨어지는 경향

□ KOTRA 모스크바 사무소

- 국내 자동차부품은 CKD 생산을 위한 부품과 AS부품이 주를 이루

고 있으며 러시아 OEM 업체로의 납품은 이루어지지 않고 있음.

- 러시아 바이어들의 한국산 부품관련 문의는 평균 1주일에 1건 정도로 AS부품에 한정
- 자동차부품관련 전시회에 40여개 국내업체들이 참여하고 있으나 대부분 AS부품업체들로 구성
- 러시아 자동차업체들은 완성차업체가 모든 부품을 직접생산하는 체제로 부품산업이 발달되어 있지 않으며 러시아 진출한 외국업체들은 CKD생산 위주로 국내부품업체들의 납품기회가 없음.
 - 최근 KOTRA와 Atovaz가 MOU를 체결하여 국내부품업체들을 연결해주려하고 있으나 러시아 시장에 대한 불확실성 등으로 성과는 미미한 편
- 러시아 자동차부품시장의 경우 외국브랜드 부품 비율이 높은 편으로 해외 완성차업체들의 현지생산 전략에 따라 부품업체들도 현지화 가속
 - AS부품시장은 러시아브랜드 부품시장규모는 정체된 반면 외국업체 부품은 꾸준히 증가

□ 현대차 러시아 공장

- 브랜드 이미지 제고와 러시아 중장기 성장거점 구축을 위한 판매량 확대를 위해 현지공장 가동
 - 상트페테르부르크 러시아공장은 자동차산업 인프라 및 물류 운송에 유리하고 주정부 산업단지 신규 지정 등 적극적인 투자유치 노력 등으로 입지 결정

- 현대차 공장은 러시아 진출 해외업체 최초 20만대 규모 프레스를 포함한 전 생산공정을 갖추어 주목을 받고 있음.
 - 부지 60만평에 현재 현대차 쉐라리스와 기아차 리오 등을 생산하고 있으며 연간 20만대 생산능력을 지니고 3조3교대로 운영
 - 2011년 본격 가동되어 13만 8,987대 생산하였으며 2012년에는 20만대 생산할 예정이며 생산물량 91%가 러시아에 판매되며 9%는 동유럽지역에서 판매
- 현대차 러시아 공장의 특징은 11개의 부품업체들이 동반진출하여 인근에 부품단지를 구성하여 입지하고 있음.
 - 러시아 진출 해외업체 중 이러한 동반진출은 처음이며 현대차의 해외공장에서도 대규모 동반진출은 처음
 - 이는 러시아 부품산업이 발달이 되어 있지 않은 것에서 기인하며 동반진출이 러시아 정부에서도 외국인투자의 모범사례로 언급되고 있음.
- 현지화율은 러시아 정부가 요구하는 수준은 이미 넘어선 단계로 추가 한국 부품업체들의 러시아 진출은 생산설비를 늘리기 않고서는 어려운 상황
 - 현지부품조달은 45%로 주로 동반진출한 부품업체와 러시아 진출한 외국부품업체들로부터 조달하며 55%는 한국 등지에서 조달
- 현지공장 운영차원에 있어 원자재 비용은 러시아가 높은 편이며 노무비는 한국보다 낮은 편이지만 세제, 복지후생비 등이 높은 편, 경비는 러시아 물가가 높아 한국과 비슷한 수준

- 작업여건, 복지수준, 특근수당 등으로 현지 근로자들의 만족도는 높으며 닛산, 도요타 등 인근업체들로의 이직은 적은 편
- 러시아 정부와의 관계도 규모형태가 높은 편이라 우호적인 편
- 러시아 자동차산업은 모든 부품을 내제화하여 전문화가 늦어지고 있으며 기술은 보유하고 있으나 이를 일반화, 상용화 시키는 기술 수준이 낮은 것을 평가

□ 세종공업 샹트페테르부르크 공장

- 2011년 현대차와 동반진출하였으며 100명 근로자가 3조3교대로 생산하고 있음.
 - 최근 솔라리스의 판매호조로 부품공장도 주말특근 등 가동율도 높은 상황
 - 생산직 임금은 25000~28000루블, 대졸은 40000루블로 매년 8% 정도의 임금상승
- 인근에 포드, GM, 도요타, 닛산 등의 현지생산공장이 있어 고기술 직 경력자들의 이직이 높은 편
 - 이들 업체의 임금수준이 높아 숙련된 인력들이 유출되고 있어 애로사항으로 작용
 - 노조설립은 쉬운 편이나 정부에서 집단행동을 할 만큼의 권한을 주지는 않음.
 - 단순노무직은 임금 등의 이유로 우즈베키스탄인을 일부 고용하고 있으나 인력수준이 떨어지는 것이 문제

- 현지공무원들은 배타성이 높고 투자유치하려는 노력이 적은 편으로 초기 공장설립시 각종 인허가 절차가 까다롭고 시간이 소요되어 어려움이 있었음.
- 생산 부품은 전량 현대차에 납품하고 있으며 외국 OEM업체로의 납품은 이루어지지 않고 있음.
 - 외국 OEM업체들은 주로 CKD 생산을 하고 있어 불가능한 상황이며 닛산 등 일부 업체가 직접생산을 계획하고 있어 향후 가능성은 있음.

□ 성우하이텍 샹트페테르부르크 공장

- 현대차가 러시아에 진출하면서 7개 부품사가 동반진출하여 인근에 입주
 - 샹트페테르부르크가 항구 및 도로가 발달되어 있어 인근에 완성차 업체들이 밀집
 - 임금수준이 높은 완성차업체들이 밀집해있어 임금이 타지역에 비해 높은 편이며 숙련인력도 부족한 편
- 현지인력은 한국인력에 비해 뒤처지나 기본적인 지식은 높고 기술 습득능력도 우수한 편
- 현대차 공장 가동 이후 지속적으로 생산물량이 늘어나고 있어 가동율이 높으며 생산설비도 확장
 - 원자재 등은 현지진출한 국내업체에서 조달하며 품질영향을 주는 부품 등은 한국에서 조달

- 현지조달율을 높이기 위해 소형 프레스 공장을 추가로 설립