

인도 자동차산업 현황과 발전전망 연구를 위한 현지조사

- 문종철 부연구위원 (국제산업협력센터)

1. 출장 개요

□ 개요

○ 출장자 : 문종철 부연구위원

○ 출장지역 : 인도 첸나이, 뉴델리

○ 기간 : 2011. 8.21~8.27

○ 방문 목적

-제2의 중국으로 부상하고 있는 인도 자동차 산업의 현황 및 발전 전망과 인도 정부의 산업정책을 조사하여 한국 자동차 업계의 진출방안 및 한·인도 산업협력 확대방안을 모색

2. 방문기관 및 면담자

- 현대자동차 첸나이 공장 (첸나이 소재): 김기수 부장 외 5명
- 만도기계 첸나이 공장 (첸나이 소재): 신현순 이사 외 4명
- 인도 자동차공업 협회 (뉴델리 소재): 스가토 센 이사
- 뉴델리 Korea Business Center (뉴델리 교외 구르가온 소재): 서우성 대리
- 당초 방문을 예정했던 Maruti-Suzuki사(뉴델리 소재)의 경우 방문 일정을 만들기 위해 다각도로 접촉을 시도했으나 Maruti-Suzuki 측이 방문에 대해 완강하게 부정적인 태도를 견지함에 따라 방문하지 못함.

3. 출장 일정

- 8월 21일(일)~8월 22일(월): 서울 출발, 홍콩 경유, 첸나이 도착
- 8월 22일(월): 첸나이 현대자동차 공장 및 만도기계 공장 방문. 현대 자동차 첸나이 공장 김기수 부장, 만도기계 첸나이 공장 신현순 이사 이하 관계자들로부터 현대자동차 및 만도기계 인도 공장의 현황 및 경영환경, 타 자동차 업체와의 경쟁 상황에 관한 정보 수집.
- 8월 23일(화): 첸나이 출발, 뉴델리로 이동
- 8월 24일(수): 인도 자동차산업 협회(Society of Indian Automobile Industry: SIAM)방문, 수가토 센(Sugato Sen) 이사로부터 인도 자동차 산업의 현황 및 한-인도 자동차 산업 협력방안 및 이슈에 대한 토의
- 8월 25일(목): 뉴델리 인근 구르가온(Gurgaon) 시에 위치한 뉴델리 KBC 방문. 뉴델리 KBC 서우성 대리로부터 인도의 전반적인 경제현황, 정치상황과 경제에 미치는 영향, 관세제도, 노사관계, 주재원의 주재환경 등에 관한 정보 수집
- 8월 26일 (금)~8월 27일(토): 뉴델리 출발, 홍콩 경유, 서울 도착.

4. 출장 주요내용

- 인도 자동차 산업의 전반적인 현황 조사
- 인도 주요 자동차기업(외자기업, 현지기업) 의 현황 및 전략

- 자동차 시장 (차종 및 차급 선호) 및 자동차 보급 현황 및 전망
- 자동차 부품 및 관련산업 현황
- 인도 정부의 산업정책 및 자동차 조세체계
- 한·인도 자동차산업 협력 확대방안

5. 건의사항

○ 열대지방의 출장의 경우 황열병, 말라리아 등의 풍토병의 위험이 상존하고, 국가에 따라서는 입국 시 특정 풍토병에 대한 예방접종 증명을 요구하는 경우가 있어 이들 국가 방문 시에는 예방접종 및 예방약 처방이 필요. 풍토병 예방을 위한 진찰 및 처방을 시행하고 있는 병원은 한정되어 있으며 (서울 시내에서는 국립의료원 해외여행예방센터 한 곳), 진찰 및 처방 비용도 적게는 7, 8만원에서 많게는 20만원 가까이 소요됨. 따라서 숙박비, 일비, 식비 외에 열대지방 출장의 경우 풍토병 예방을 위한 진찰 및 처방 비용도 출장비에 포함시킬 필요가 있음.

6. 면담내용

(1) 8월22일

현대자동차

첸나이 공장 개요

- 2006.11. 30만대 생산 공장착공 → 2011.4. 까지 60만대까지 생산능력 확대
 - 생산이원화: 수출, 내수
 - 첸나이 공장의 자동화율은 울산공장보다 낮은 편
 - 현장인력은 6주의 교육기간을 거쳐 현장에 투입.
- 현재는 승용차 위주로 생산
 - 현재 인도의 수입차 관세는 기본 60%에 부가관세 40%를 더하여 100%에 달함
 - 산타페 생산시작 → 양산체제 돌입

- 승용차를 기준으로 시장을 볼 때 소나타와 산타페에는 큰 기대를 하지 않으나 브랜드 이미지를 위하여 생산에 착수 : 산타페 생산에는 본사(HMC)로부터의 지원이 있음.

○ Line-up

- 베르나(구 모델, 신 모델): 신 모델은 현재 시장 석권 중
- 소나타: NF는 생산완료, 재고판매단계, YF로 전환 시작
- 아반떼: 2012년부터 진입

⇒ 2012년 이후로는 full line-up을 갖추게 됨

: 자체생산체제가 갖추어지면 인도현지 공장이 독자노선을 취할 수 있음

- 첸나이가 위치한 타밀나두주의 주 수상이 현지진출 외국기업을 대수롭지 않게 생각하는 난관이 있음.

□ 인도시장의 특이성

- 현재 인도시장의 경기는 냉각기에 들어서고 있으나 미국의 신용등급 하락의 영향은 받지 않았음.

- 인도 경제가 내수의 비중이 크기 때문에 외부의 영향에 민감하게 반응하지 않음.

: 7월 판매량이 전년 대비 15% 감소한 요인도 내부적인 요인

- 인플레이션에 따른 출구정책의 일환으로서 금리인상 시행

- 변동금리가 적용되는 가계부채의 영향으로 소비심리가 위축된 데다 비수기의 계절요인이 작용하여 판매량 감소.

- 2011년 전체를 놓고 볼 때 연수요의 하락은 예상하지 않으나 증가세는 난망

□ 일반현황 및 시장동향

- 시장 data는 dealer 배부량으로 집계되는 wholesale 만으로만 집계.

- 각 업체별 생산량

- 마루티-스즈키: 120만대
- 타타: 60만대
- 도요타: 17만대
- 혼다: 16만대

- 포드: 20만대
- GM: 23만대
- 폭스바겐: 11만대
- 산업수요(타타 나노 포함)
 - : 143만대(2009) → 187만대(2010) → 205만대 (2011년 추정)
- 타밀나두주 현황
 - GDP 성장률: 연 11.5% (인도 전체 성장률 연 9%, 인도 전 28개 주 중 5위)
 - 현대차 매출: 약 40만대
 - 자동차 산업덕분에 인프라 수준은 인도의 평균 수준에 비해서 양호한 편.
 - 자동차 산업 등의 영향으로 타 주에 비해 제조업의 비중이 높음
 - 서비스업: 57%, 제조업 26%, 농업 17%
 - 참고로 인도 전체로 봤을 때는 서비스업 45%, 제조업 18%, 농업 21%
- 승용차 산업 현황(SUV 제외)
 - 2006년부터 글로벌 금융위기 때 연 2%의 성장을 보인 것을 제외하면 연 평균 15%의 성장세.
 - 주력은 compact급 차량
 - Compact급 차량과 중형급 차량의 비중이 90%를 차지
 - 2010년 생산 205만대 (한 달 평균 15~16만대)
 - : 통계에 포함시키는 차종에 따라 수치가 변화. 연간 40만대를 생산하는 화물밴과 SUV를 포함시키면 연 생산량은 240만대. 상용차 및 3륜차까지 포함시키면 연 생산은 2000만대로 추정.
 - SIAM에서는 SUV, 미니밴, 소형상용차를 포함한 2012년 자동차 수요를 230만대로 예상.
 - 2015년까지 순수 승용차 생산은 320만대로 증가할 것으로 예상.
 - : 현대 공장도 2015년까지 60~70만대의 생산능력 추가의 필요성을 느끼고 있음
 - 생산되는 자동차의 등급과 경쟁차종

등급	차종	경쟁차종	비고
Mini	-	800, Nano	
Compact	Santro, i10, i20	Alto, Figo	신차개발의 집중 목표
Mid-sized	Accent	Desire, City, 벤토, 에티오스	
Executive	Elantra	Corolla	
Premium	Sonata	Accort, Superb	

* 차의 등급이 한국의 동종 차량보다 한 단계 높게 분류됨. (한국에서 소형 차량에 속하는 액센트가 인도에서는 중형차로 분류)

○ 자동차 메이커들의 신흥시장 전략중심이 중국에서 인도로 선회.

□ 지역 및 업체별 생산능력

지역	총생산량	대표적 제조업체	생산량
델리지역	155만대	Maruti-Suzuki	120만대 제1공장 85만대 제2공장 35만대
		Honda	10만대
뭄바이지역	90만대	GM	14만5000대
		Skoda	4만대
		Fiat	20만대
		Tata	35만대
		Mahindra	5만대
첸나이지역 (타밀나두주)	105만대	Hyundai	60만대
		Ford	20만대
		Nissan	20만대
		Mitsubishi	4만4천대
구자라트지역	33만대	Tata	25만대 ¹⁾

○ Tata Nano의 포함여부에 따라서 생산량 및 생산능력 통계에 차이가 있음.

- 2010년 생산능력: 348만대, 나노를 포함하면 373만대

- 2011년 생산능력(추정): 390만대, 나노를 포함하면 415만대

- 2010년 실제 생산량은 240~250만대로 약 100만대의 생산능력 여유가 있음 따라서 위에 제시된 공장 중에는 생산라인을 최대한으로 가동하지 않는 곳도 있음.

○ Maruti-Suzuki와 Tata의 위상

- Maruti-Suzuki와 Tata 두 기업은 인도의 국민기업의 이미지를 가지고 있음.

1) Nano 모델의 생산량

- 광고도 정에 호소하는 내용이 주를 이루고 있으며 국민기업의 이미지를 국민정서에 호소하여 외국계 기업과의 차별화를 시도
- 그러나 최근에는 인도 메이커도 한국회사를 인수하는 등 한국과의 관계가 미묘해지는 양상을 띠고 있음.

: 인도 기업에 인수당한 한국 기업에서 생산한 차량도 인도의 차량으로 인식시키려 함.

□ 산업수요

○ 2010년 내수수요: 약 187만 대

- 2010년 생산실적은 약 229만대로 40만대는 수출
- 수출차량의 대부분은 Maruti-Suzuki와 현대의 제품
- 2010년 상위 3사의 기업별 수요 및 점유율

		업체명	수요량	점유율
상위 3사	Tata Nano 제외	Maruti-Suzuki	90만대	50.2%
		현대	35만대	19.7%
		Tata	24만대	10.5%
	Tata Nano 포함 ²⁾	Maruti-Suzuki	90만대	48.6%
		현대	35만대	19.1%
		Tata	30만대	13.4%
기타	GM, Ford, Honda, Skoda, Fiat, Volkswagen 등	이들 기업은 인도 현지에 생산라인을 짓는 대신 거의 전부품을 수입하여 조립만 시행 → 이러한 움직임에 대하여 인도 정부에서는 관세율 인상으로 대응하려는 움직임이 있으나 아직 결론이 나지 않았음.		

- 2011년의 시장 점유율 변화: 상위 3사의 비중 축소가 특징

	업체명	2010점유율	2011점유율	비고
상위 3사	Maruti-Suzuki	50.2	45.5	모두 2011년에 신차를 발표한 공통점이 있음 : 기조효과에 따른 수요증가
	현대	19.7	18.2	
	Tata	10.5	12.4	
기타	Ford	4.3	4.9	
	Volkswagen	1.7	3.9	
	Toyota	0.6	2.9	
	Skoda	1.1	1.5	

□ Tata Nano의 판매추이

○ Tata의 경우 인도의 국민기업 취급

2) 2010년 생산량 59576대

- 상용차도 생산
- 승용차에의 역량 집중도가 떨어짐
- 초기에 비해 수요 증가추세가 많이 꺾임
 - 조만간 수요포화 예상
 - 2011년 7월까지 5만대를 판매했으나 6~7월로 들어오면서 수요 감소 추세가 현저해짐.
 - : 2011년 총 판매량은 9만대에 머무를 것으로 예상
 - 공략시기를 놓친 데 따른 후유증이 크고 차량 품질 자체에 대한 의구심이 확대되면서 실패로 간주하고 있음
- 현대의 전망 및 동향
 - Volkswagen과 Toyota의 움직임을 예의주시
 - 도요타에서 생산할 예정인 저사양 초저가 차량에 대해서는 성패여부를 관망 중
 - 그러나 Toyota의 경우 현재 Bangalore지역에 있는 플랜트가 인도 국내에 유일한 생산공장이며 최대 생산능력 17만대, 생산량 8만 5000대에 그치고 있음
 - Maruti-Suzuki와의 합작계획이 무산된 이후로 인도시장에 대해서는 비관적 전망이 우세
 - : 더욱이 인도-ASEAN FTA의 체결로 ASEAN 지역에서 생산, 수입되는 차량의 판매비중이 높아짐.
 - 신차출시계획
 - 2011년까지 인도 시장에서는 Compact급 23종, Mid-sized급 24종이 출시
 - Compact급과 Mid-sized급 시장의 경쟁격화로 각 업체들이 앞다퉀 신차를 발표.
- 인도의 경제동향과 자동차 시장
 - 경기하락과 물가상승
 - 2010년 4/4분기 이후 경기하락
 - : 분기별 성장률이 9.4%에서 8.0%로 하락
 - 물가상승률 9~10%대

: 식품가격이 물가상승의 주원인. 유가 상승으로 인한 운송비 상승이 식품가격 상승으로 이어져 물가상승으로 연결.

- 물가상승과 심각한 재정적자를 해결하기 위해서 출구정책으로서 이자율 상승

: 이자율이 5.0%에서 8.0%로 상승. 자동차 할부금리의 경우에는 할부금리가 14%까지 상승하여 할부에 의존하는 자동차시장에 타격.

- 유가가 상승하는 중에서도 서민정서를 고려하여 디젤가격은 인상하지 못하고 휘발유가격만 인상

: 디젤가격은 리터당 38.1루피(약 950원)에서 41.0루피(약 1025원)로 휘발유는 리터당 47.9루피(약 1198원)에서 63.4루피(약 1585원)로 인상

- 서민 정서 때문에 디젤에는 보조금을 지급하여 가격상승을 억제

: 휘발유에도 보조금이 있지만 디젤과의 차이가 큼

- 유가에 대한 정부의 정책에 의해 차량의 수요구조가 변화할 가능성이 있음.

→ 가솔린 가격 인상에 따라 디젤 차량의 수요가 증가 추세

○ 현대차의 디젤차 생산 가능성

- 현대자동차는 시장상황보다는 선전한 편

: 2011년 하반기에는 신차발표의 증가로 경쟁 격화 예상

→ 2011년 하반기에는 경쟁 격화와 수요 둔화로 산업수요를 220만대에서 205만대로 수정.

- 현재 주력차종인 i10은 디젤 모델이 없음

: 엔진 설계상 디젤엔진 탑재 불가능. 후속 모델에는 탑재예정

- i20과 Verna는 디젤모델이 있음.

○ 경쟁 업체의 동향

- 일본업체: 신흥시장에 전략차출시를 통한 판매확대를 추진. 그러나 현재까지는 생산능력이 못 미침. 장래에 생산능력 확충이 예상되나 가까운 시일 내에는 이루어지지 않으리라 예상

- Volkswagen: 고급 독일차 이미지로 고급차 시장에서 소형차 시장으로 확대

→ 판매 확대 경향.

○ 유가정책 전망

- 보조금 제도 유지로 유가 자유화가 곤란
- 디젤차에 대한 세금 부과: 일부에서 검토중이나 서민층의 반발을 고려 → 소형차에 부과되는 액수는 한정되리라 예상
- 정부의 디젤 정책에 따라 시장의 판도가 변화: 디젤차기 주력 생산라인인 유럽회사들에 유리한 환경이 조성될 가능성이 높음.

□ 현대차의 현황 및 향후 계획

○ 연혁 및 현황

- 연간 64만대 생산능력: 제1공장(Santro, i20, Accent, Sonata 생산) 31만대, 제2공장(i10, i20, RB 생산) 33만대
- 정규직 5218명 고용
- 총 투자액 1조9400억 원: 자본금 2100억 원으로 시작하여, 본사지원 없이 오로지 인도법인의 영업수익만 가지고 1조9400억 원까지 투자확대
- 2007년 제2공장 건설로 판매고가 비약적으로 성장
- 시장 점유율은 17~20%대를 꾸준히 유지하고 있으며 계속 성장 중
- 2012년까지 67만대 생산, 판매 체제 구축 계획

○ 수출 및 내수

- 내수, 수출 모두 지속적이고 판매실적 증대
- 수출과 내수의 비중은 4:6
- 수출의 비중 증가가 가속되고 있으나 2009년부터 내수의 비중이 다시 증가
- 시장 증가에 대비하여 내수위주로 생산을 계획
: 내수가 수익성이 높음
- 인도를 발판으로 동남아에 진출할 가능성은 높지 않음
: 동남아지역은 저가형 차량의 수요가 주를 이루나 저가형 차량을 양산할 기술력이 부족

○ 협력 및 부품업체 현황 (1차협력업체 기준)

	업체수	구매금액	투자비	고용인원
진출업체	42	2조2700억원	9581억원	2만3487명
현지업체	77	5200억원		6만5082명

- 지역별 현황

지역	업체수	비고
뭄바이지역	7	
방갈루르지역	5	
델리지역	3	첸나이지역까지 제품운송에 약 7일정도 소요
첸나이지역	102	

- 현지 부품업체의 제품의 질은 한국 업체보다 낮은 편

○ 수출현황

- 수출대상국: 약 120개국

- 업체별 비중

	수출량	비고
인도 전체	43만대	
현대	22~24만대	약 52%수준, 2009년 66%에서 다소 하락
Maruti-Suzuki	14만대	
Nissan	2만3000대	
포드	8000대	

○ 하이데라바드(Hyderabad) 연구소

- 현지에 적합한 차량 개발 지원

- 현지공장 지원

○ 공익재단: 현대의 이미지 향상에 도움

만도기계

□ 인도 자동차 업계 현황

○ Maruti-Suzuki, Tata, Mahindra는 시장점유율 상승 중

- Maruti-Suzuki는 40% 이상의 시장 점유율을 보임

: 점유율이 소량으로 상승해도 총 판매 대수는 대량으로 증가.

- 그 외에 Nissan, Ford, GM 등이 점유율을 늘려가고 있으며 Volkswagen은 Maruti-Suzuki와 협조체제

- 인도는 저가 소형 승용차의 시험대이자 허브
 - i10은 약1120만원, 소나타는 약 3500~4000만원에 팔리고 있으며 같은 사양이면 한국보다 비싸게 팔림
 - 한국보다 차량가격이 높은 이유는 자동차에 매기는 세금때문
- 만도 기계 인도법인 현황
- 현대자동차 부품 및 협력업체의 본격 진출은 2005~6년경
 - 현대차가 첸나이에 플랜트를 건설한 시기와 일치
 - 그에 비해 만도는 1997년에 인도에 진출
 - : 진출 초창기부터 인도업체와 joint venture형태로 진출
- 현재 인도에 2개의 공장을 보유
 - 현대자동차에의 납품 비중이 90%
 - 현대를 비롯 Ford, Mahindra, GM과도 협력관계
 - : Mahindra는 르노와의 합작시 수주한 분량이 대부분, GM은 인도법인이 아닌 본사와 직접 협력하여 인도공장에서 사용되는 부품 국산화에 협력
- 부품업체로서 인도시장을 공략하려면 Maruti-Suzuki, Tata, Mahindra의 공략이 필수
 - 그러나 Maruti-Suzuki는 J-Tech 등 일본 부품업체의 체인이 견고해서 공략이 어려움
 - 인도의 자동차 메이커는 Toyota처럼 부품업체를 대동하여 진출하거나 Suzuki처럼 현지 납품 업체를 장악하지 않으면 생존 불가능.
- 인도공장 경영의 애로사항 - 현지화
- 인도는 정부차원에서 국산화율을 강조
 - 그러나 인도 국내 부품업체는 가격 및 납기 등의 통제가 불가능.
 - : 가격 상승요구에 대응하지 않으면 부품 공급을 중단하는 경우가 다반사.
 - 인도에 진출할 때부터 자체 생산라인을 대동하는 방법이 해결책.
 - : 한라공조의 경우 자체 생산라인을 가지고 인도에 들어와서 일관생산체제를 구축하여 인도 전 업체에 부품을 공급

→ 인도 국내업체와 경쟁이 가능

○ 임금수준

- 생산직은 월 1만루피(약 25만원), 사무직은 월 2만루피(약 50만원)
: 사무직에는 MBA 출신이 다수 배치
- 현대자동차의 경우에는 생산직은 월 4만 루피(약 100만원), 사무직은 월 8만루피 (약 200만원)
: 노조의 영향
- 인도는 대학이 많아서 대졸자의 수준이 천차만별이며 이직률도 높음.
- 또한 종교의 영향으로 소유에 대한 욕심이 적음
: 사회변동 속도가 느림 → 노동자의 의식 전환이 어려움.

○ 넓은 국토

- 인도의 자동차 업계는 3개 지역으로 분할되어 있어서 각 지역에 생산거점이 없으면 물류비 때문에 효율적인 생산이 불가능
- 부품회사의 경우도 마찬가지로 3개 지역에 생산거점을 갖추어야 함.
: 그러나 첸나이 지역 외의 다른 지역으로 생산거점을 확장하려면 Maruti-Suzuki나 Tata등과의 거래관계 성사가 필요

○ 수주처와 공급처 사이에서 이중고

- 수주처는 공급부품의 원가인하를 요구하고 공급처는 매입가를 올려주지 않으면 공급 중단: 수익률 악화
- 인도 업체는 원자재 가격에 민감하여 원자재 가격 인상에 따른 매입가 인상요구에 응해주지 않으면 곧바로 공급을 중단
: 공급처의 요구에 응해줄 수밖에 없어 부담이 한국계 업체에 전가됨.
- 그 외에 인도 노동자의 경쟁력, 인프라, 수입핵심 부품의 통관 문제 등 부품업체에게는 난관이 산적.
- 인도정부의 정책 모호성: CEPA 시행에도 불구하고 수입관세 변동방향의 예측이 불가능.

□ BRICs 거품

○ 인도의 성장세는 과장된 측면이 있음

- 원자재 비용 및 부실한 인프라로 초래되는 비용이 큼

: 인프라, 경영환경에 비해 고객이 요구하는 품질의식은 높음

- 인도 국내업체에서 생산하는 제품의 품질을 고려하면 노동생산성도 낮은 편

: 제조원가 상승의 요인

- 복잡한 세제, 높은 물류비, 정부의 인프라 무관심 등 난관이 산적.

○ 제품 국산화의 실상

- 대부분의 업체는 현지진출을 고려해서 현지 업체에서 부품을 공급받을 뿐임.

- 핵심원자재는 수입: 현지진출업체를 통해 원료를 수입

- 인도 부품업체의 예측 불가능성으로 부품 공급이 불안정

: 부품을 수입에 의존할 수밖에 없으며 따라서 원자재 가격 상승에도 취약

○ 따라서 인도 국내 고객에 대한 연구 및 인도시장에 맞는 저가 고품질 제품 개별연구가 필요

- 소득 및 여건에 비해서 품질에 대한 요구는 지나치게 높음

: 그러나 이들에게는 소형 경차가 전 재산이라 다른 나라에 비해서 소형 경차에 고품질을 요구하는 점은 감안해야함.

- 신차 출시에 반응시간이 소요됨

: 신차가 나와도 구형 모델의 생산을 지속하는 관계로 모델이 난립하는 경향이 있음.

⇒ 인도 연구인력 확충 필요

○ 자동차 시장에 대한 장기적 관점이 필요

- 소형차가 잘 팔리는 이유는 미흡한 도로 인프라가 가장 큰 원인

: 도로 인프라 미비로 교통정체가 심하여 이동시간 지체

→ 그런 환경에서 가장 경제적인 차종이 소형차

- 친환경차까지 생각할 여력이 없음

: 당장은 디젤 차량이 우선

- 세금구조 자체는 차의 크기에 영향을 받지 않으나 디젤유가 세율이 낮은 관계로 디젤차량을 선호

: 그러나 디젤엔진 생산 능력에는 한계

⇒ 중국 같은 급격한 수요증가는 기대하지 않는 것이 좋음

: 그러나 국내경제 자체는 건전하여 외부요인으로 받는 충격은 적은 편
임.

□ Tata Nano의 실패원인과 Maruti-Suzuki의 성공요인

○ Tata Nano는 생산이 정체된 상황

: 협력업체 반발 및 저품질로 인한 소비자의 외면으로 생산 능력 저하

○ Maruti-Suzuki의 성공요인

- 이륜차 업체에서 출발한 점이 성공요인

- 기술적으로 이륜차의 확장이라는 개념으로 소형차를 개발.

(2) 8월 24일

인도 자동차공업협회(Society of Indian Automobile Industries: SIAM)

□ Brief history of the automobile industry in India

○ 1980s

- Automobile industry in India started in 1980s and began growing in mid 90s.

- Automobile industry is opened up to foreign investors in 1980s

- 4 joint venture with Japanese 2 wheeled vehicle companies

: Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki

- Started from light commercial vehicles such as small buses and trucks

: Mazda, Nissan, Isuzu, Mitsubishi

- However, the production of commercial vehicles did not perform well

: Mazda plants still exist but Isuzu holds the majority of stake.

Nissan is no longer existing.

Mitsubishi has grown significantly.

- Only one company invested by foreign capital is allowed to produce passenger cars: Maruti-Suzuki
- 1990s
 - In 1991, India opened the passenger vehicle segment of its automobile industry.
 - With the expansion to the passenger vehicle segment, Daewoo motors entered India first. Then, Japanese, European and US auto-makers entered India.
 - However, the import of complete car was still banned.
 - : Under the Special Import Licensing system, the import of complete car is only allowed to those companies that agreed the MOU on foreign exchange neutralization and localization.
 - Hyundai did not sign MOU because they pronounced that they will procure all parts locally either from local part manufacturers or joint venture. Then Hyundai started to import parts they needed.
 - Maruti-Suzuki was not affected by Special Import Licensing because the Indian government was one of the main stake holders.
- Difficulties to the foreign car manufactures
 - The local manufacture of GM, Ford, and Toyota in India are fully owned by their mother companies
 - Those companies could not handle the local system and environments
 - : So they went independent.
- Difference between India and China in the Business Environment
- Currently, the auto-makers do not have to have local partners in India
 - There are no restrictions or obligations on local source use and building local R&D facilities.
 - Only there are import duties on the complete cars.
 - India tries to overcome the risk of foreign makers using foreign sources and building simple assembly plants by making localization more profitable, thus substitute the import of complete cars.

: For example, Volkswagen is gradually increasing the use of local sources.

- So vendors and part suppliers are setting up their facilities in India.

→ Starting for indigenization and localization.

Strength of Maruti-Suzuki

○ Concentrating on small car segments

- Maruti-Suzuki is very good at small cars

: For other makers, small car segments are only a part of their full line-ups.

- Hyundai is starting to take advantage of the small car production, either for domestic demand or export, in India.

- Other makers also started to expand their small car segments

⇒ Maruti-Suzuki's share will decrease in the end.

○ But Maruti-Suzuki still enjoys its first comer's benefit.

Perspective of Luxury Car Market

○ Luxury car will not be affordable in near future in India

- It is estimated that about only 1 million households are affordable to buy luxury cars among India's 210 million households.

- It is another issue that wealthiest people in India do not like to show up their wealth in public

: So even wealthy people will go for small cars

○ Jaguar's case

- Jaguar is still considered as foreign luxury brand

- Therefore, Jaguar will not grow in foreseeable future in Indian market even though Tata has purchased the brand.

- However, the guaranteed service backed up by Tata can be taken as a good signal

: Jaguar have better chance to expand its market in India, compared with other luxury brands.

Perspective on market size

- It is estimated that, by 2017, the size of demand will be 7 million passenger vehicles, including SUVs and mini vans.
- Among them, 5.4 million cars will be absorbed by the domestic demand and 1.6 million will be exported.

Perspectives on Tata Nano

- With the low price of approximately US\$ 2,500, Nano was Very popular in first launching.
- But Tata made a critical mistake
 - Originally the production of Nano was made in Kolkata area. However, they moved production to Gujarat area because of protests in Kolkata area.
 - Since they failed to establish production base as originally planned, the production of Nano was far from sufficient level, compared with the interest shown by potential consumers and orders.
- Insufficient supply of product made potential consumers registered on long waiting list. And the negative publicity such as bad reputations and passive public relations (e.g. operating no show room) that resulted in no visibility in public made the number of sales sluggish.
- Not enough to be a first car
 - Nano will not be enough to be a show-off vehicle because of its economic image.
 - Nano is considered only as a substitute of a motor cycle.

⇒ The future of Nano is not so optimistic.

Energy policy of India and automobile industry

- The energy policy of India will be changed as consumer preferences are moving toward diesel vehicles.
- As the number of sales of diesel vehicle increase, the taxed on diesel will also be raised.
 - The reason the taxes on diesel was cheap is that diesel has not been

considered to be used to passenger vehicles.

- However, the tax raise will not happen quickly.

Possibilities of Eco-friendly vehicles

○ National Electric Mobility Mission was set up in the budget of 2011.

- The government started research on the policies with regard to electric vehicles and hybrid cars.

- Once the Indian government committed to devote its automobile industry policies to eco-friendly cars, the industry will get a lot of supports.

○ Possibilities of bio-diesel vehicles

- The prospect is not positive that bio-diesel vehicles can prevail in India in near future because of the issues on food security and land usage.

: The government as well as the farmers don't want to convert the agricultural area into bio-diesel production base.

Possibilities of Korea-India cooperation

○ There are plans of the cooperations at an industry level, but no specific ones.

: There is no company level cooperation plan yet

○ The politicians and authorities concern about the trade imbalance between Korea and India

: Many are dissatisfied with the deficit of India in the trade with Korea, and do not understand why the products of India are not popular in Korea.

(3) 8월 25일

뉴델리 KOTRA

□ Maruti-Suzuki와의 협력관계

- Maruti-Suzuki는 부품조달에 관심이 많아 바이어의 형식으로 한국방문을 선호
 - 접촉 업체는 한국으로부터의 무역 사절단 등의 형태로 바이어 초청을 받음
 - : 부품사 위주로 관심을 보임.
 - 한국 협력업체의 제품은 가격에 비해 품질이 좋기 때문에 인도 현지에 진출해 있는 기계류 및 단조 계열의 현대차 납품업체와 협력납품관계
 - : 1차 협력업체는 현대측과의 관계를 고려하여 되도록 현대의 눈에 띄지 않는 범위 내에서 협력관계를 유지.
 - 한국 자동차 부품업체 중에서는 델리 쪽에 기반을 둔 업체는 거의 없음.
 - : LG와 삼성전자의 협력업체가 대부분.

□ 인도 자동차 산업 현황 전반

- CKD 규정
 - 핵심부품의 수입규제 강화
 - 단순 조립 공장만을 운영하던 외국 메이커들이 엔진 공장을 건설하기 시작
- SUV수요 증가 예상과 Mahindra의 움직임
 - 인도의 도로 인프라가 열악해서 SUV의 수요가 높음
 - : Mahindra가 쌍용자동차를 인수한 계기를 크게 둘로 나누면 하나는 고급형 세단의 기술확보, 하나는 쌍용자동차가 SUV전문 메이커라는 점이 있음.
 - 그러나 Mahindra의 쌍용자동차 인수에 대해서 크게 우려할 필요는 없음
 - : 기술이 유출되어도 인도 현지에서 유출된 기술을 구현하기가 쉽지가 않고 세단의 생산라인은 단시간 내에 구축하기 어려움.
 - 따라서 인수 후 3년 정도는 안정적으로 운영을 한 뒤 투자를 진행하리라 예상: 향후 행보를 관망할 필요가 있음.
- Toyota Innova
 - 현재 SUV, 미니밴 급 차량에서는 Toyota의 Innova가 베스트셀러

: 내구성이 좋아서 인도 도로사정에도 충분히 유지.

- 현대차 싼타페와의 비교

: Innova가 약 4000만원대 가격에 비해 싼타페는 7000만원대

완성차의 수입관세가 110%에 달하는 영향으로 싼타페의 현지생산이 시작되면 가격인하 예상 → 가격 경쟁력이 확보되면 충분히 승산이 있음.

□ 인도의 대표적 기업집단

○ Reliance Group

- 석유제품의 생산에서 시작하여 원유 정제, 천연 가스 및 석유 downstream 산업까지 망라.

- Tata 그룹을 제치고 인도 최대규모로 부상

○ Tata Group

- Tata는 인도의 국민기업으로 인식되어 국민들의 지지는 높지만 Tata의 주력 차종인 Indigo, Indica는 인도인에게서도 평가절하

- Nano의 경우는 고속도로를 운행하던 차량의 엔진화재 사고 이후 인기가 하락

- 그러나 다마스 크기의 소형 트럭은 경쟁력이 있음.

: 대우상용차를 인수한 영향으로 품질 향상에 성공.

○ 인도 제3의 도시인 켈커타의 경우 ITC Group을 제외하면 지역을 대표하는 기업집단이 없음.

- 켈커타가 위치한 웨스트 벵골 주는 공산당의 비중이 높아 경영조건이 열악.

- 켈커타 지역은 자동차 업체가 진출하기 좋은 조건은 아님.

□ 인도의 노동사정

○ 노조와 관련해서는 한국보다 더 어려움을 겪을 수도 있음.

- 뉴델리 KOTRA에 취업하는 대졸 직원의 초임은 월 약 3만루피 정도(75만원)

- 초기에는 2만루피였으나 노사협상을 통해 인상

- KOTRA의 임금이 아주 높은 편은 아니지만 KOTRA 경력을 통하여 인도의 기업관계자와의 인맥을 형성할 수 있는 관계로 다른 기업으로 전직할

경우 임금이 2배까지 오를 수 있음: KOTRA가 구직자들에게 인기가 있는 이유

○ 노동력의 질

- 델리대학 한국어과 학생들의 한국취업 선호가 뚜렷
: 그러나 한국어 외에 업무에 필요한 기술의 숙련도가 낮아 feedback이 좋지 않은 경우가 많음
- 영어만 구사할 수 있는 조선, 기계 등의 전문지식을 갖춘 인력이 훨씬 적용도가 높음.

□ 인도의 경제체제

○ 외부의 영향에 의해 위기를 맞기 힘든 구조

- 소비주도로 발전한 경제
- 2000년대 초반 밀레니엄 버그 이슈를 계기로 미국으로 건너갔던 인도의 IT인력이 미국에서 쌓은 재산과 같이 귀국: 귀국 수 소비주도계층으로 자리 잡음.
- 인도정부도 소비주도 경제의 개선안에 고민
: 재정적자로 인해 주도적으로 인프라 건설이 어려워 고속도로 정비도 외국회사에 맡기고 통행료 징수로 회수

○ 한-인도 포괄적경제동반자협정(CEPA)

- ASEAN과의 FTA체결이후 국내의 반발 증가
: FTA라는 용어를 피하고 CEPA로 대체
- 관세 철폐 일정: 8년 내 철폐품목(E-8)과 5년 내 철폐품목(E-5)이 있음.
- 상계관세 유지: 관세가 완전히 철폐되지 않고 10% 정도는 잔존.
- CEPA 체결 후 1년간 한국제품의 수출이 2배 상승: CEPA의 직접적인 효과라기보다는 CEPA가 가지는 상징적인 의미의 영향으로 보임.
- 2011년8월 이후 일본과의 CEPA 체결로 자동차 산업에서는 일본이 유리해질 것으로 보임.

○ 인도의 경우 법이 개정되면 공시기간이 없이 바로 적용되는 경우가 있어 주의를 요함

- 현대 자동차가 부상한 계기도 환경규제법의 통과

- 환경규제법 통과 당시 기준을 충족한 차량이 현대차와 대우의 마티즈 밖에 없었음
 - : 환경규제법의 통과 후 즉시 발효로 기존 업체의 제품의 판로가 막힘
- 인도는 지금 상황에서 발전이 정지해도 자동차 수요는 지속될 것으로 보임
 - 1인당 GDP가 1000달러를 넘은 상황에서 자동차의 수요가 폭발적으로 증가
 - : 타국에서는 1인당 GDP가 4000~5000달러에 도달했을 때의 현상
 - 향후 인도정부의 인프라 투자가 관건
 - 이륜차 수요가 자동차수요로 전환된 영향
 - 특히 델리와 뭘바이를 연결하는 지역은 현재도 1인당 소득이 3000달러를 상회
 - : 대도시 위주로 자동차 수요 증가가 예상
 - 현재 모든 업체에서 소비자가 자동차 구매계약 후 5~6개월을 대기하는 현상을 보임
 - : 대기기간을 줄이는 방법이 향후 경쟁력을 좌우할 것으로 보임.
- 인도진출 한국 기업의 현황
 - 뉴델리 교외 Noida 지역에는 삼성전자와 LG의 공장이 있음.
 - Orissa주의 포스코 공장은 5년째 계류중
 - Orissa주는 인도의 대표적인 철광석 생산지대
 - 환경부 및 산림부 승인, 주민투표 등의 문제가 겹친 원인
 - 인도 최대의 철강회사는 정부소유이나 품질이 열악하여 외면.
 - : Tata Steel은 KORUS인수를 계기로 세계 철강업 랭킹에 진입.
 - 가전부문에서는 LG가 1위를 차지하고 있으나 A/S 문제 등으로 주춤. 삼성전자가 추격하는 양상.
- 자동차 산업의 지역구도 변화 가능성
 - 현재까지는 북부의 델리, 중서부의 뭘바이, 남부의 첸나이가 인도 자동차 산업의 3대 축을 형성.
 - 그러나 뭘바이 인근의 푸네(Pune)와 차칸(Chakan)지구를 산업단지로 개

발

- 푸네는 인구규모로 인도 7위 규모의 도시로 현재 LG전자와 현대중공업이 진출.
- 뭄바이, 푸네, 차칸이 삼각형을 형성하면서 자동차산업의 신흥 중심으로 부상.
- 인도 정부도 정책적으로 지원
: 델리-뭄바이 철도를 따라 산업회랑 건설 계획 (2020년 이후 완공 목표)

□ 일본과의 비교

○ 인도-ASEAN FTA의 효과

- 일본차 업체는 자동차의 대부분을 태국에서 생산하여 인도로 수출
- 인도-ASEAN FTA의 적용으로 무관세에 가까운 대우를 받으며 수출
: 완성차 수출이라는 관점에서는 일본이 한국보다 유리

○ 인도에 대한 투자는 일본이 한국보다 더 많음.

- 인도주재 한국 기업의 수는 약 450개인 반면 일본 기업은 1000여개에 이릅니다
- 특히 델리-뭄바이 산업회랑에 선제적으로 투자함으로써 유리한 위치를 선점.
- 그러나 대규모 투자는 기피하고 joint venture를 선호
: 인도 특유의 외국 합작회사 지분구조³⁾와 권리에 관한 법률 때문에 업무추진에 차질이 불가피 → Honda가 인도 국내 기업인 Hero와의 합작을 파기한 것이 대표적인 예.

□ 첸나이 지역의 정치구도 변화와 현대자동차에의 영향

○ 최근 타밀나두 주는 총선을 통한 정권교체가 있었음.

- 현대차의 경우 기존의 수상과 좋은 관계를 유지했으나 신임 수상의 취임과 더불어 규제 및 규정 적용 강화
- 향후 현대차 쪽에서 난관에 봉착할 가능성이 있음

○ 그러나 외국기업에 과세를 강화한다는 얘기는 과장된 측면이 있음

: 외국기업에 추가된 세금은 이전과세로 당연히 났어야 되는 세금

3) 인도 측 지분이 25%만 되어도 동등한 발언권 및 의결권 행사가 가능.

□ 이륜차 산업

○ 인도는 이륜차의 수요도 높아서 이륜차 산업도 대규모로 이루어짐.

- 중고 이륜차의 경우 배기량 125cc급이 약 25만원정도에 거래
- 신차는 바로 가격별로 다양한 모델이 거래

□ 현대와 대우의 차이점

○ 현대는 인도 진출 시 1차 협력 자회사를 모두 동반한 반면 대우는 인도 국내 부품업체에서 부품을 공급받는 전략을 채택

○ 대우의 경우 마티즈가 환경규제법을 통과하면서 수요가 증가하자 부품에 대한 수요도 증가

- 2~3차 협력업체는 인도 국내기업일 수밖에 없는 상황에서 1차 협력업체 까지 인도 국내회사를 선택
- 인도 국내 부품업체가 부품공급을 놓고 대우에 영향력을 행사

: 생산 차질을 야기. 향후 인도에서 대우자동차가 철수할 수밖에 없는 요인이 됨.