

EU의 시장통합과 유럽 자동차산업의 재편

朴映坤

대외경제정책연구원은 우리나라 경제의 국제적 발전과 능동적인 대외경제외교의 추구를
뒷받침할 政策研究 수행을 목적으로 1990년 1월 17일 정부출연 연구기관으로 발족하였으며,
1992년 1월 地域研究를 주요업무로 추가하였습니다.

본 연구원은 현재 30~40명의 박사급 연구진을 포함하여 70여명의 연구원이
국제거시금융, 무역투자정책, 대외경제관계 및 APEC 발전대책, 새로운 시장지역여건,
동북아경제협력 및 통일관련 국제협력 등에 걸쳐 다각적인 연구활동을 수행하고 있습니다.

이를 위해 본원은 國際巨擘金融室, 貿易投資政策室(DDA연구팀, FTA연구팀, APEC연구팀), 세계지
역연구센터(중국팀, 일본팀, 유럽팀, 미주팀, 동서남아팀), 東北亞경제협력센터, APEC 연구컨소시엄
사무국을 두고 있으며, 北京事務所와 워싱턴 소재 한국경제연구소(KEI)를 두고 있습니다.

본원의 연구결과는 다양한 형태로 정부의 유관부처에 제공되며, 장·단기 研究報告書,
월간 『KIEP세계경제』, 반년간 『대외경제연구』 등의 형태로 발간되고 있습니다.
연구원의 새로운 발간물을 비롯한 각종 연구성과는 본 연구원 KIEP 인터넷 홈페이지
(<http://www.kiep.go.kr>)를 통해 소개되고 있습니다.

우리나라가 국제경제질서의 발전에 기여하고 세계무대에서의 위상을 강화해나가기 위한
대외경제정책과 이를 뒷받침하는 국내정책과제를 연구함에 있어서
관심있는 분들의 지도와 편달을 부탁드립니다.

院長 安 忠 榮

EU의 시장통합과 유럽 자동차산업의 재편

朴映坤



對外經濟政策研究院

국문요약

EU는 1990년대 통합과정을 통해 역내 관세 및 비관세장벽들을 제거하고 회원국간 상이하였던 기술적 규제나 기준들도 점차 수렴시켜 나갔다. 이와 함께 유럽 자동차산업에서도 자동차 관련 산업정책이나 기준 및 제도들이 EU 전체 차원에서 수렴되어 갔다. 그리고 역외시장에 대한 각종 무역장벽도 제거되고 환경 및 안전 관련 기준들이 강화됨에 따라 경쟁환경은 더욱 촉진되고 심화되었다. 이러한 경쟁환경의 변화 속에서 유럽 자동차기업들은 생산체제를 재편함과 동시에 경쟁기업과의 전략적 제휴 및 인수를 통해 새로운 경영환경에 대처하고 있다.

이에 본 연구에서는 1990년대 이후 유럽 자동차산업이 EU의 통합과정을 거치면서 어떠한 발전과정을 거쳤으며, 또한 발전과정상에서 나타난 산업적 특성들을 조사함으로써 한국 자동차산업의 발전을 위한 정책과제와 유럽시장 진출방안에 대한 시사점을 도출하고자 한다.

유럽 자동차산업은 통합과정을 거치면서 회원국간 자동차 관련 규제 및 기준들을 통일시켜 왔으며 역외국에 대한 보호주의적인 무역장벽들도 폐지함으로써 역내시장을 개방해 갔다. 그리고 1990년대 초 통합과정 초기에는 역내 자동차산업을 보호하기 위해 역외 자동차에 대한 수입제한조치를 부과하기도 하였으나, 1990년대 중반 이후부터 이러한 보호무역조치들도 철폐하였다. 이와 함께 역내적으로는 자동차의 환경 및 안전 관련 기준들을 강화해 나감으로써 유럽 자동차기업들의 경쟁력을 제고시켜 왔다.

유럽 자동차기업들은 시장통합이 가속화되면서 역내 회원국 중 생산비용이 상대적으로 저렴한 스페인, 포르투갈, 그리고 아일랜드 등으로 생산거점을 이전해 왔다. 1990년대 말부터는 이 회원국들에서의 생산비용도 여타

EU 회원국 수준으로 수렴되어감에 따라 자동차기업들은 생산거점을 EU 가입을 준비하고 있었던 중·동구국가로 이전하게 되었다. 이와 함께 유럽 자동차기업들은 경쟁기업과의 전략적 제휴 및 인수를 통해 유럽시장에서의 시장점유율 확대와 규모의 경제를 달성하기 위해 노력해 나갔다.

유럽 자동차산업의 발전과정에서 향후 한국 자동차산업의 발전을 위해 얻을 수 있는 시사점으로 EU는 역내 자동차산업을 육성하기 위해 자동차기업에 대한 실질적인 금융 및 기술지원보다는 역외시장에 대한 무역장벽 철폐를 통해 시장을 개방하고, 또한 역내적으로는 자동차의 환경 및 안전 관련 기준들을 강화하여 자동차산업의 경쟁력을 제고했다는 것이다. 따라서 한국 자동차산업의 발전을 위해서도 EU와 같이 보호정책보다는 자동차기업들이 보다 경쟁적인 환경에서 경쟁력을 제고해 나갈 수 있는 환경을 제공하는 것이 바람직할 것이다. 그리고 한국 자동차기업들이 유럽시장에서 판매를 확대하기 위해서는 생산공장 이전과 같이 생산비용이 저렴한 중·동구지역에서의 단순한 생산거점 확보에서 나아가 현지법인을 설립하는 등 현지투자를 확대하여 EU의 역외국에 대한 각종 규제를 피하고 현지시장에서의 브랜드인지도를 제고해 나가야 할 것이다.

차 례

국문요약	1
제1장 서론	7
제2장 유럽 자동차산업 개관	9
1. 자동차산업 현황	9
가. 자동차 생산 및 판매 현황 / 9	
나. 세계 자동차시장에서의 비중 / 13	
2. 자동차산업 전망	15
제3장 EU 통합과정에서의 유럽 자동차산업의 발전 현황	17
1. 시장통합과 통화통합에 따른 영향	17
가. 시장통합에 따른 영향 / 17	
나. 통화통합에 따른 영향 / 19	
2. EU 역내 경쟁환경의 변화	20
가. 수입규제조치 철폐 / 20	
나. 독점금지 / 21	
다. 환경 및 안전 관련 기준 강화 / 22	
제4장 유럽 자동차산업의 재편	26
1. EU 역내 생산체제의 재편	26
가. 1999년 이전의 생산체제 개편 / 26	
나. 1999년 이후의 생산체제 개편 / 27	
2. 전략적 제휴 및 인수 확대	28

3. 자동차기업들의 경영전략 변화	31
가. 자동차시장의 성장 둔화 / 31	
나. 자동차기업들의 대응전략 / 31	
4. 신흥시장 개척	35
가. 중·동구시장 진출 / 35	
나. 터키 및 러시아시장 진출 / 44	
 제5장 결론 및 시사점	 46
 참고문헌	 51
 Executive Summary	 52

표 차례

<표 2-1> 서유럽 주요국별 자동차 생산 추이	10
<표 2-2> 서유럽 자동차산업의 시장가치 추이	11
<표 2-3> 지역별 자동차 생산대수	15
<표 3-1> 유럽 주요국 자동차시장에서의 국산승용차 비중 추이	19
<표 4-1> 중·동구 자동차산업 규모(2002년 기준)	36
<표 4-2> 중·동구 주요국의 수입차 시장규모 추이	37
<표 4-3> 중·동구 주요국과 터키의 EU/EFTA산 자동차 수입에 대한 관세철폐	38
<표 4-4> 세계 주요 자동차기업의 중·동구시장 진출 현황	41
<표 4-5> 유럽 자동차기업의 중·동구시장 진출전략	43

그림 차례

<그림 2-1> 서유럽지역의 자동차 생산 추이	9
<그림 2-2> 서유럽지역의 자동차 판매대수 추이	11
<그림 2-3> 서유럽 자동차시장의 국별 시장가치 비중	12
<그림 2-4> 서유럽 자동차시장의 자동차기업별 판매대수 비중	13
<그림 2-5> 지역별 세계 자동차시장에서의 시장가치 비중(2002년 기준)	14
<그림 2-6> 지역별 세계 자동차시장에서의 판매대수 비중(2002년 기준)	14
<그림 2-7> 서유럽 자동차산업 전망(시장가치 기준)	16
<그림 2-8> 서유럽 자동차산업 전망(판매대수 기준)	16
<그림 4-1> 세계 주요 자동차기업간 자본 및 기술제휴관계	29

Box 차례

<Box 3-1> EU의 현행 자동차 관련 환경기준	23
<Box 4-1> 자동차그룹별 주요 브랜드	30

제1장 서론

EU는 1990년대 시장통합과 통화통합 과정을 거치면서 산업부문에서도 상당한 변화가 일어났다. 1993년 단일시장 형성으로 역내 회원국간 관세 및 비관세장벽이 제거되어 보다 더 넓은 시장에서 자유무역이 실현되었고 이에 따라 규모의 경제도 발생하게 되었다. 더욱이 역내 교역확대에 있어 가장 장애가 되었던 회원국간 기술적 규제 및 기준의 차이 등 기술적인 무역장벽들이 제거됨으로써 제품의 생산비용이 감소하고 소비자들의 선택 폭도 넓어지게 되었다. 유럽의 자동차산업도 역내 통합과정을 통해 자동차 관련 규제 및 기준들이 EU 전체 차원에서 통일되었으며 불필요한 행정절차들도 간소화되어 갔다. 이러한 통합에 따르는 효과와 함께 자동차산업내 역내경쟁은 더욱 치열해졌고, 또한 자동차에 대한 환경 및 안전기준도 보다 강화되면서 유럽 자동차산업의 경쟁력도 함께 제고되어 왔다.

2002년 현재 유럽의 자동차시장은 전 세계 자동차시장의 31.9%로 북미시장 다음으로 가장 큰 규모의 시장일 뿐 아니라 세계 주요 자동차기업의 상당수가 유럽의 자동차기업일 만큼 전 세계 자동차산업을 이끌어가고 있다. 더욱이 2004년 5월 중·동구국가들의 EU 가입에 대응하여 유럽 자동차산업에서는 기업간 전략적 제휴 및 인수, 공동기술개발, 그리고 생산거점 이전 등의 산업재편현상이 빠르게 진행되고 있다. 이러한 산업재편 움직임에는 유럽 자동차기업뿐 아니라 미국과 일본의 주요 자동차기업들도 적극적으로 동참하고 있는 상황이다. 한국 자동차기업들도 대우자동차가 폴란드에 진출한 이후 현대자동차와 기아자동차도 유럽시장 진출을 위한 투자를 확대해 오고 있다.

이에 본 연구에서는 1990년대 이후 유럽 자동차산업이 EU의 통합과정을

거치면서 어떻게 발전해 왔으며, 발전과정상에서 나타난 산업적 특성과 함께 2000년대 들어서 중·동구의 EU 가입이라는 범유럽 차원에서의 유럽통합에 대비하여 자동차산업에서 발생하고 있는 산업재편현상에 대해 조사하였다. 그리고 세계자동차산업의 메카라 할 수 있는 유럽 자동차산업의 발전과정을 검토함으로써 한국 자동차산업의 발전을 위한 정책과제와 한국 자동차기업들의 유럽시장 진출방안에 대한 시사점도 도출하고자 한다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. 제2장에서는 유럽 자동차산업의 시장규모와 세계 자동차산업에서 차지하는 비중 등 자동차산업의 현황과 향후 성장전망에 대해 살펴보았다. 제3장에서는 1990년대 EU 통합과정을 거치면서 유럽의 자동차산업이 어떻게 발전해 왔으며, 역내 경쟁환경이 어떠한 변화과정을 거쳤는지 검토하였다. 제4장에서는 새로운 경쟁환경에 대처하기 위한 유럽 자동차기업들의 생산체제 재편과 기업간 전략적 제휴 및 인수 현황에 대해 검토하고, 2004년 5월 중·동구국가들의 EU 가입과 함께 관심이 집중되고 있는 중·동구지역과 터키 및 러시아 등 신흥시장에 대한 자동차기업들의 진출동향에 대해 살펴보았다. 제5장에서는 유럽 자동차산업의 발전현황에 대한 결론과 함께 한국 자동차산업의 발전을 위한 정책과제와 한국 자동차기업들의 유럽시장 진출에 대한 시사점을 도출하였다.

제2장 유럽 자동차산업 개관

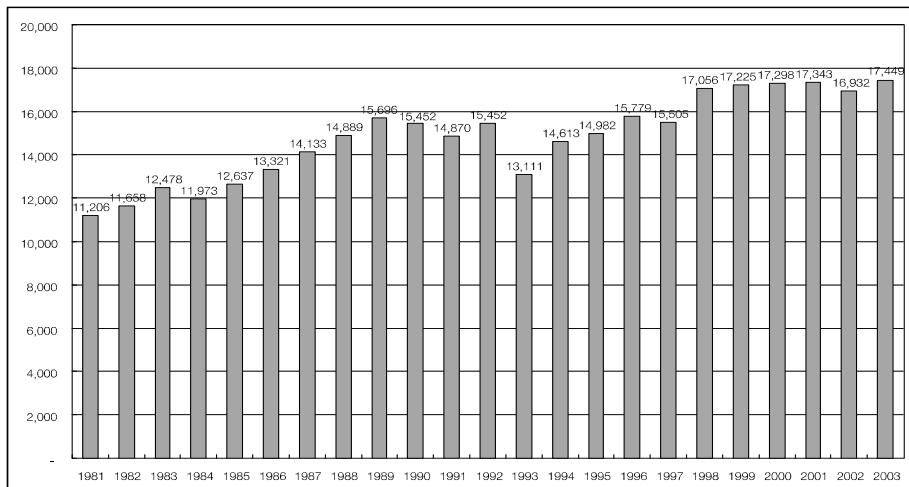
1. 자동차산업 현황

가. 자동차 생산 및 판매 현황

유럽 자동차산업은 1980년대부터 연평균 4%의 생산증가율을 보이면서 1990년대까지 급속한 성장세를 지속해 왔다. 특히 1993년 시장통합과 1999년 통화통합과 함께 자동차산업의 성장은 가속화되어 왔다. 2000년에 들어서는 전 세계적인 경기침체와 함께 서유럽 자동차산업의 성장세도 소폭 둔화세를 보였으나, 2003년부터 경기회복과 함께 다시 회복되고 있는 추세이다(그림 2-1 참고).

<그림 2-1> 서유럽지역의 자동차 생산 추이

(단위: 천 대)



자료: OICA(International Organization of Motor Vehicle Manufacturers); 한국자동차공업협회(KAMA).

2003년 서유럽지역의 자동차 총생산대수는 1,745만 대이며 최대 자동차 생산국은 독일(550만 대)로 서유럽 전체 자동차 생산의 31%를 차지하고 있다. 프랑스와 스페인도 300만 대 이상을 생산하고 있으며, 영국과 이탈리아도 연 100만 대 이상을 생산해오고 있다(표 2-1 참고).

<표 2-1> 서유럽 주요국별 자동차 생산 추이

(단위: 천 대)

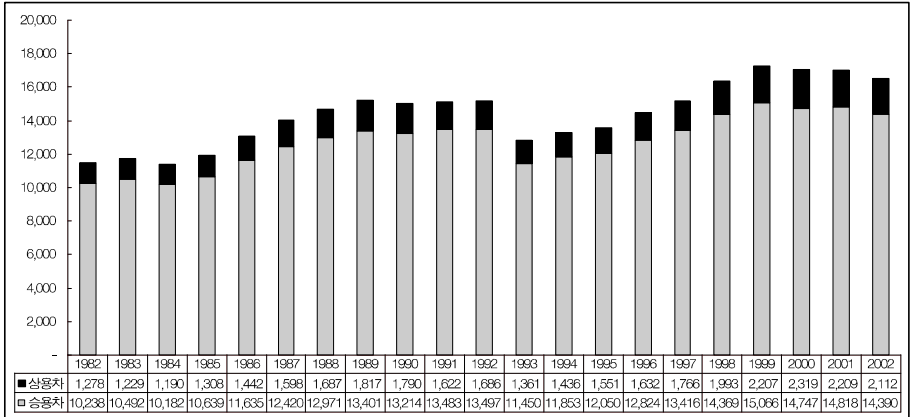
국가	2002년	2003년		
		승용차	상용차	합계
독 일	5,469	5,145	361	5,506
프 랑 스	3,701	3,220	399	3,620
스 페 인	2,855	2,399	630	3,029
영 국	1,823	1,657	188	1,846
이 탈 리 아	1,427	1,026	295	1,321
벨 기 에	1,057	791	112	904
터 키	346	294	239	533
스 웨 덴	276	280	42	323
포 르 투 갈	250	165	73	239
네 덜 란 드	231	163	55	218
오스트리아	152	118	21	139
핀 란 드	41	19	0.5	19
서유럽 전체	17,335	15,027	2,421	17,449

자료: OICA(2003)

서유럽지역의 자동차 판매는 1990년대에는 연평균 4.5% 성장을 기록하였으나 2000년 이후에는 경기침체의 영향으로 둔화세를 보이고 있다. 2002년 서유럽지역의 자동차 판매대수는 1,650만 대로 전년대비 1.3% 성장에 그쳤다(그림 2-2 참고).

<그림 2-2> 서유럽지역의 자동차 판매대수 추이

(단위: 천 대)



자료: FOURIN(2003)

서유럽 자동차산업의 시장가치는¹⁾ 2002년 2,688억 달러로 1998년부터 2002년 동안 연평균 2.6% 정도 증가하였다. 시장가치는 1999년 4.4% 증가한 이후 2000년에는 세계경제의 침체에 따른 소비둔화로 1.7% 감소하였으며, 이후 경기회복과 함께 2002년에는 3.3% 증가하였다(표 2-2 참고).

<표 2-2> 서유럽 자동차산업의 시장가치 추이

(단위: 십억 달러)

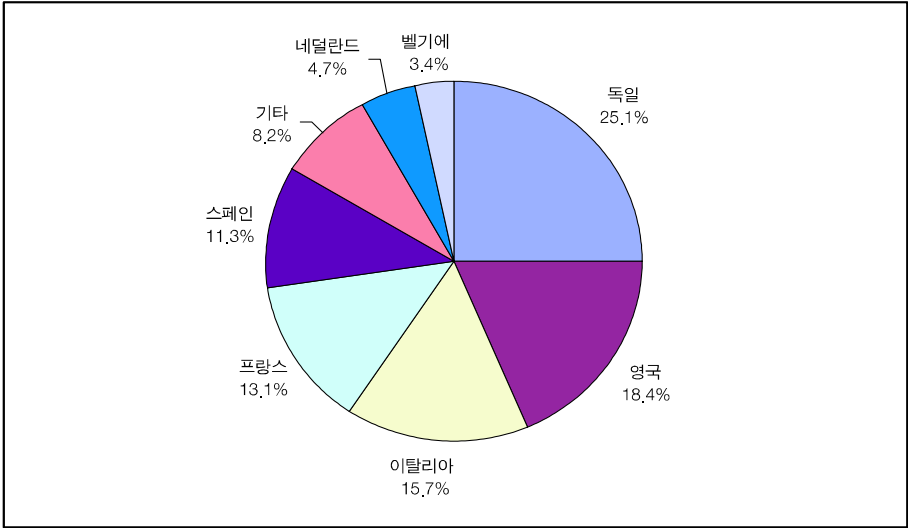
연도	금액	성장률
1998	242.96	-
1999	253.73	4.40%
2000	249.39	-1.70%
2001	260.33	4.40%
2002	268.81	3.30%

자료: Datamonitor(2003a)

- 1) 시장가치(market value)는 자동차의 도매판매가격과 이에 포함된 모든 부과세금을 포함한 가격이다.

서유럽 자동차시장내 국별 시장가치비중은 2002년 기준으로 독일이 전체 서유럽 자동차시장의 25.1%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 그 다음이 영국, 이탈리아 그리고 프랑스 순이다(그림 2-3 참고). 판매대수 기준으로도 독일, 영국, 그리고 이탈리아 시장이 유럽 전체의 59.2%를 차지하고 있다.

<그림 2-3> 서유럽 자동차시장의 국별 시장가치 비중

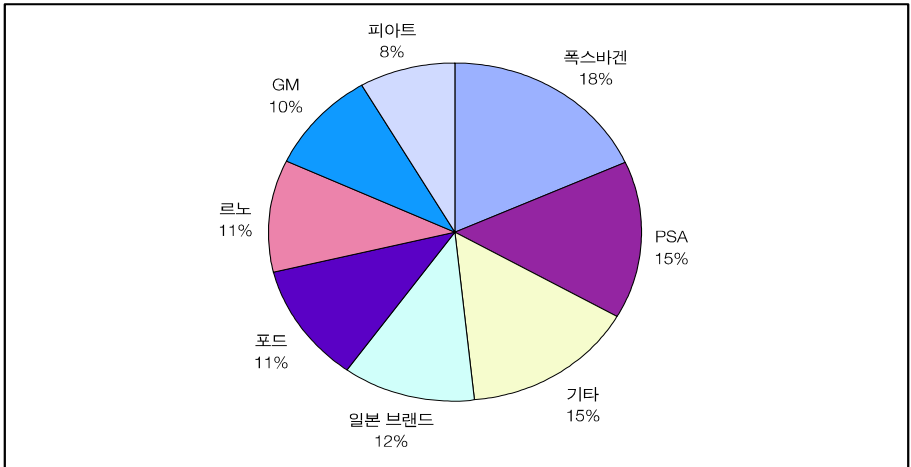


자료: Datamonitor(2003a)

서유럽 자동차시장의 자동차기업별 비중은 2002년 판매대수 기준으로 독일의 폭스바겐그룹이 전체 유럽시장의 18.4%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 프랑스의 PSA그룹이 15.0%를 차지하였고 일본 자동차기업들이 11.5%를 차지하였다(그림 2-4 참고). 유럽 자동차시장에서는 BMW나 다임러-크라이슬러의 벤츠와 같은 고급 프리미엄 자동차보다는 일반 보급형의 소형자동차가 시장을 주도하고 있어 폭스바겐이나 푸조와 시트로엥과 같은 중·저가 브랜드의 시장비중이 높은 상황이다. 대체로 유럽 자동차기업들

중 중·대형차종은 독일기업이, 소형차종은 프랑스와 이탈리아 기업이 가격과 품질 면에서 경쟁력이 있다고 평가되고 있다.²⁾

<그림 2-4> 서유럽 자동차시장의 자동차기업별 판매대수 비중



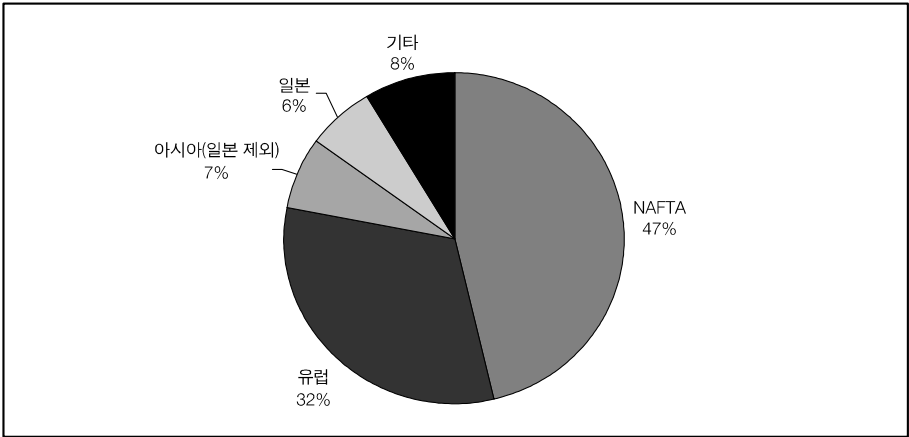
자료: Datamonitor(2003a)

나. 세계 자동차시장에서의 비중

세계 자동차시장에서 서유럽 자동차시장이 차지하는 비중은 2002년 시장 가치 기준으로 31.9%로 NAFTA 시장(46.1%)에 이어 두 번째로 큰 규모를 차지하고 있다(그림 2-5 참고). 판매대수 기준으로도 서유럽지역이 2002년 세계 전체 자동차 판매의 31.1%로 북미지역(38.2%)에 이어 높은 비중을 차지하고 있다(그림 2-6 참고). 자동차 생산대수 비중으로는 2003년 아시아·태평양지역이 36.1%로 가장 높으며, 그 다음이 유럽(33.3%), 북미(24.1%) 순이다(표 2-3 참고).

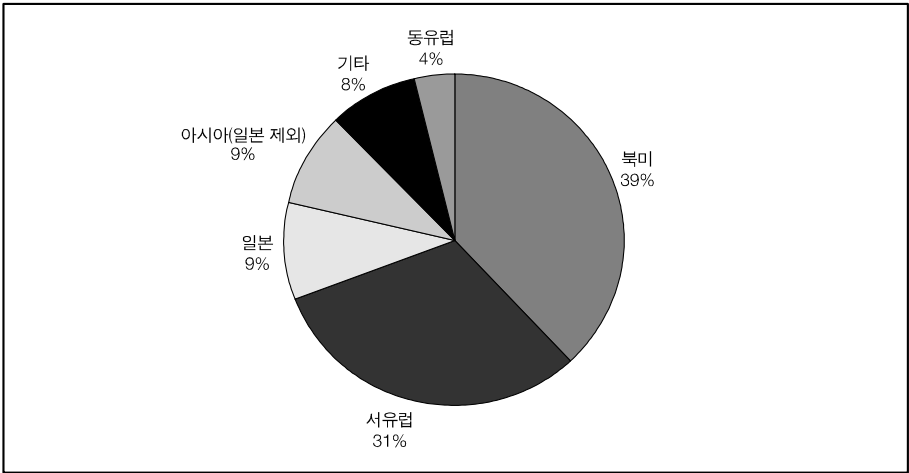
2) Datamonitor(2003a)

<그림 2-5> 지역별 세계 자동차시장에서의 시장가치 비중(2002년 기준)



자료: Datamonitor(2003c), p. 10.

<그림 2-6> 지역별 세계 자동차시장에서의 판매대수 비중(2002년 기준)



자료: Datamonitor(2003b), p. 12.

<표 2-3> 지역별 자동차 생산대수

(단위: 천 대)

	2002년	2003년	비중 (2003년 기준)
유럽	19,929	20,189	33.3%
서유럽	17,335	17,449	
동유럽	2,593	2,740	
북미	14,909	14,623	24.1%
중남미	3,755	3,582	5.9%
아시아·태평양	20,015	21,901	36.1%
아프리카	345	360	0.6%
합계	58,954	60,658	100.0%

자료: OICA(2003); 현대·기아자동차(2004).

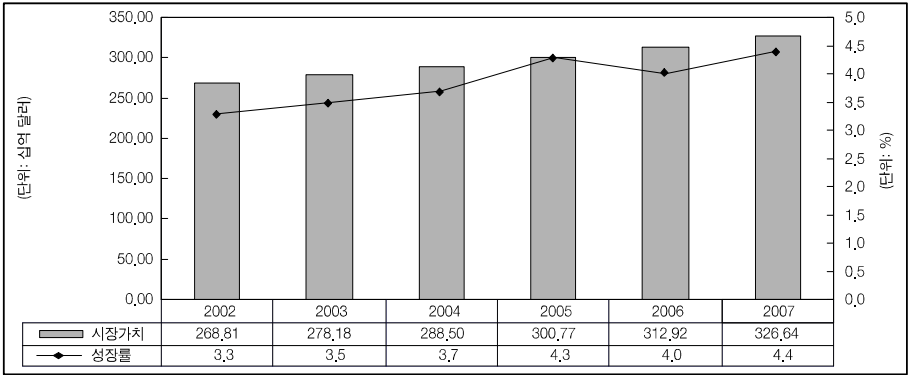
2. 자동차산업 전망

2000년 이후 전 세계적인 경기침체로 둔화세를 보였던 유럽의 자동차산업은 최근 경기회복과 함께 각 회원국별로 자동차 판매를 촉진시키기 위해 시행되고 있는 세금인하나 각종 인센티브 제공에 힘입어 자동차 수요도 회복되고 있는 추세이다.

Datamonitor(2003)는 2002년부터 2007년까지 서유럽 자동차산업의 시장가치는 연평균 4.0%의 높은 성장률을 달성할 것으로 전망하고 있다. 서유럽 자동차산업은 고유가현상과 민간소비 둔화세로 인해 2002년과 2003년에 각각 3.3%와 3.5%의 소폭 성장을 기록하였으나, 향후에는 세계경제 회복에 따라 4%대의 성장을 지속하여 2007년에는 3,270억 달러의 시장규모로 성장할 것으로 전망되고 있다(그림 2-7 참고). 판매대수 기준으로도 서유럽 자동차산업은 2002년 1.3% 성장 이후 2007년까지 연평균 1.9%의 성장으로 2007년

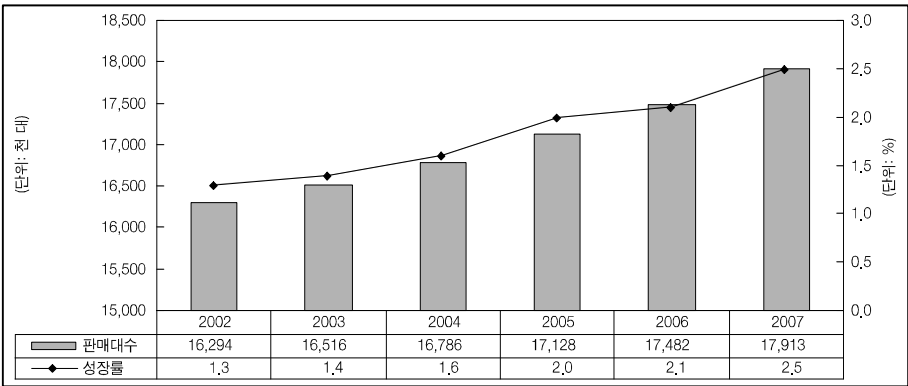
에는 1,791만 3,000대로 2002년 이후 9.9%의 성장을 기록할 것으로 전망되고 있다(그림 2-8 참고).

<그림 2-7> 서유럽 자동차산업 전망(시장가치 기준)



자료: Datamonitor(2003a)

<그림 2-8> 서유럽 자동차산업 전망(판매대수 기준)



자료: Datamonitor(2003a)

제3장 EU 통합과정에서의 유럽 자동차산업의 발전 현황

1. 시장통합과 통화통합에 따른 영향

가. 시장통합에 따른 영향

1993년 EU는 세계 최대의 단일공동시장을 형성함으로써 역내 회원국간 상품뿐 아니라 노동과 자본의 자유로운 이동이 보장되는 등 관세 및 비관세 장벽들이 철폐되었으며 이에 따라 역내 산업에서의 경쟁이 이전보다 더욱 촉진되고 심화되어 갔다.

역내 시장통합과 함께 유럽의 자동차산업에서도 경쟁이 촉진되고 심화되어 갔으며, 정책적인 면에서도 각 회원국별로 상이하였던 산업정책이나 제도 및 행정절차들이 EU 전체 차원에서 정비되어 수렴되어 갔다.^{3), 4)} 그리고 EU내 회원국간 자동차의 반출 및 반입이 국내판매로 전환됨으로써 국가마다 상이하였던 자동차 관련 보험이나 대부절차 등도 EU 전체적인 차원에서 점차 수렴되어 갔다. EU는 1993년 단일시장이 형성되기 이전부터 회원국간 「인허의 상호 승인 제도화」, 즉 개별회원국에서의 자동차부품 및 장치 등의

-
- 3) 산업정책에 대해서 EU는 거시경제정책, 경쟁정책, 그리고 농업정책과 같이 EU 전체 차원에서의 공동정책을 가지고 있지는 않으며, 회원국과 공동으로 부문별 산업정책을 수립하는 수준에서 운용되며, 부분적으로 공동중소기업지원정책이나 공동연구기술개발정책을 수행하고 있다(김세원 2004, p. 463)
 - 4) EU는 시장통합 당시 유럽성장을 위한 전략육성산업으로 자동차, 정보통신, 그리고 반도체산업을 선정하고 이에 대한 회원국간 기준 및 행정절차를 수렴하고 연구개발을 집중적으로 지원하였다(이종원 · 이갑수 1997, pp. 170~171).

인허결과를 정부간 협정 체결을 통해 상대국에서도 인허하는 체계를 마련하는 작업이 추진되어 왔다. 1980년대 말부터 1990년대 초 유럽에서는 자동차의 구조나 장치의 기술적인 규격에 대한 통일기준을 제정하기 위하여 다양한 행정제도를 마련하였으며, 그 결과 개별부품 차원에서의 규격통일이나 인허에서 나아가 차량 전체에 대한 인허체계인 “전형식 인허제도(Whole Vehicle Type-Approval System)”가 마련되었다. 이는 한 회원국에서 승인되고 등록된 신규차량에 대해서는 여타 모든 회원국에서도 추가적인 시험절차 없이 자동적으로 유효하도록 하는 보증제도이다.⁵⁾ 이러한 상호인증제도를 통해 EU는 자동차의 부품이나 차량의 승인과정에서 소요되는 경비나 시간을 대폭 줄여 효율성 향상을 도모해 나갔다.

시장통합과 함께 유럽 자동차시장에서 나타난 또 다른 특징은 자국시장에서 외산브랜드의 비중이 점차 높아졌다는 것이다. 주요 자동차기업들을 가지고 있는 독일, 프랑스, 이탈리아, 그리고 영국 등 4개국에서의 국산승용차의 판매비중을 살펴보면, 자국브랜드에 대한 국민들의 충성도는 여전히 높은 상황이지만 외산 자동차의 비중도 점차 높아지고 있는 추세이다(표 3-1 참고). 특히 이탈리아의 경우 피아트의 시장점유율 하락과 함께 국산차 비중이 1997년 42.6%에서 1999년에는 36%로 낮아져 4개 자동차 생산대국 중 외산자동차 비중이 가장 높은 상황이다. 영국의 경우에도 국산브랜드보다 유럽GM이나 유럽포드와 같은 미국계열의 자동차브랜드에 의해 점차 시장이 점유되고 있는 추세이다.

5) 동 제도를 모든 승용차는 1998년 1월부터 적용하고, 이륜 및 삼륜자동차는 2003년 6월부터 적용해오고 있다. 트랙터는 2005년 7월부터 적용하며 트럭과 버스에 대해서는 동 제도의 적용절차 마련이 진행 중인 상황이다(European Commission 2004).

<표 3-1> 유럽 주요국 자동차시장에서의 국산승용차 비중 추이

(단위: %)

	1991	1995	1996	1997	1998	1999
독 일	57.9	56.8	56.1	55.7	56.1	56.6
프 랑 스	59.7	59.4	55.9	55.9	57.2	56.5
이탈리아	46.7	45.4	43.6	42.6	39.1	36.0
영 국	54.6	33.6	30.9	42.0	39.4	37.5

주: 독일 자동차브랜드- 아우디, BMW, 벤츠, 오펔, 폭스바겐, 포르쉐; 프랑스 자동차브랜드- 푸조, 시트로엥, 르노; 이탈리아 자동차브랜드- 피아트, 알파로메오, 란시아, 페라리, Maserati; 영국 자동차브랜드- 에스틴마틴, 유럽포드, 재규어, 롤스로이스, 로버.

자료: FOURIN(2000)

나. 통화통합에 따른 영향

시장통합에 이어 1999년 유로화 출범으로 역내 자동차 교역에 있어 환위험이 줄어들게 되었으며 가격투명성도 제고되었다. 1999년 이후 그동안 각 회원국별 통화로 표시되었던 자동차 가격이 단일통화로 표시됨에 따라 국가간 가격차이가 축소되었으며, 회원국간 거래에 있어 환위험도 줄어들게 되었다. 그러나 역내 단일통화가 통용됨에 따라 이론적으로는 일물일가의 법칙이 적용되어 역내 동품동종의 자동차 가격은 동일해야 되지만, 회원국별로 세제차이가 존재하고 있으며 또한 아직도 회원국간 세제조화가 순조롭게 해결되지 않은 상황이기 때문에 실제적으로는 가격차이가 발생하고 있다.^{6), 7)}

- 6) 조세정책에 대해서도 산업정책과 같이 EU는 공동정책보다는 회원국간 정책적 협력 및 조정 등의 수렴과정을 통해 회원국간 정책차이를 좁혀 나가고 있다.
- 7) 회원국간 상이한 세제차이뿐 아니라 각국별로 상이한 수입제한정책 및 유통체계의 차이에서도 자동차 가격차이가 발생하고 있다. 이에 자동차 생산업체나 수입업체들은 가장 낮은 세율을 부과하는 국가에서 집중적으로 자동차를 생산 및 수입해오고 있다.

유로화 출범은 역내 회원국간 자동차의 가격차이를 축소한 것 외에도 자동차기업들의 전략에도 큰 영향을 미쳤다. 특히 2000년 이후 지속되었던 유로화 약세는 역내 자동차기업뿐 아니라 역외 자동차기업들에도 영향을 미쳤다. 역내 자동차기업들에는 유로화의 약세가 자동차 수출가격의 하락으로 이어져 수출경쟁력은 높아진 반면에 수익은 줄어드는 결과를 낳았다. 그리고 영국과 같이 EU 회원국이지만 EMU에 가입하지 않은 국가에 생산거점을 두고 있었던 역외 자동차기업들은 유로통화로의 환산과정에서 수익이 감소하여 수출채산성이 악화되는 어려움을 겪기도 하였다.

2. EU 역내 경쟁환경의 변화

EU는 단일시장 형성과 함께 공동경쟁정책을 통해 산업 및 시장에서 발생할 수 있는 경제제한적인 거래행위를 규제해 나감으로써 역내 공정한 경쟁환경을 구축해 나가고 있다. 자동차산업에서도 시장통합 초기 역내 산업보호를 위해 취해져 왔던 수입규제조치를 철폐해 나가고, 자동차기업과 딜러간의 독점적인 계약을 금지하였으며, 자동차의 안전 및 환경 관련 기준들을 강화함으로써 자동차산업의 경쟁력을 제고시켜 나갔다.

가. 수입규제조치 철폐

EU가 공동경쟁정책을 통해 유럽 자동차산업에 미친 가장 큰 영향은 역외 자동차기업에 대한 수입규제를 철폐해 나간 것이라고 할 수 있다. EU는 역외 자동차기업에 대한 수입규제를 철폐하여 역내 경쟁환경을 촉진시켜 나갔다.

특히 일본자동차의 경우 EU는 시장통합을 지속하면서 1981년부터 일본

산 수입자동차에 대한 모니터링(Monitoring)제도를 지속해왔으나⁸⁾ 이후 EU 집행위원회와 일본 자동차업체간의 협상을 통해서 이러한 모니터링제도를 1999년 말에 폐지하기로 합의하였다. 그리고 EU는 1990년 6월 역내 자동차 산업을 보호하기 위해 일본산 수입차에 대해 수입수량제한을 결정하고 1993년부터 5년간 일본산 자동차에 대해 취해진 수입제한조치⁹⁾도 2000년부터는 완전히 폐지하였다. 일본산 자동차에 대한 수입규제조치 폐지로 인해 그동안 소형차 중심의 유럽 자동차시장에서 일본산 소형차와 유럽산 소형차간의 직접적인 경쟁이 심화되어 왔다.

이러한 수입규제조치 폐지는 일본산 자동차뿐 아니라 여타 역외국의 자동차에 대해서도 동일하게 이루어져 왔다. 그러나 EU는 역외 자동차에 대한 수입제한조치 및 모니터링제를 철폐하는 정책에서 상호주의원칙을 강조하는 정책으로 전환하여 역외국에 대한 시장개방압력을 가해오고 있는 상황이다. 특히 EU는 일본과 한국의 경우 자동차교역에서의 불균형을 지적하면서 자동차시장의 추가적인 개방을 지속적으로 촉구해오고 있는 상황이다.

나. 독점금지

EU 집행위원회는 1985년 7월 “구역면제제도(Selective Distribution Block Exemption)”를 제정하여 자동차기업들이 특정 딜러나 특약점과 배타적인 유통계약을 체결할 수 있도록 함에 따라 자동차 유통시장에서 시장왜곡현상이 발생하게 되었다. 이는 1957년 로마조약 제85조에 근거하여 전문적인 관

-
- 8) 모니터링제도는 완성차뿐 아니라 자동차의 부품에 대해서도 감독대상으로 하였으며, 현지에서 생산된 차나 제3국을 통해 우회적으로 수입된 역외산 완성차 및 부품에 대해서도 감독대상으로 하였다. 특히 일본차에 대해서는 미국 등 여타 수입자동차보다 강력한 모니터링이 이루어졌다.
 - 9) 일본 자동차기업들은 EU의 수입제한조치에 대해 과도기간 동안 수출물량을 자율적으로 규제해 나갔다.

리가 요구되는 내구재인 자동차에 대해서는 기업과 특정업체간의 협력을 통해 고객들에게 보다 좋은 품질의 자동차와 서비스를 제공해줄 수 있다는 견지에서 EU 경쟁법 적용의 예외조치를 인정해온 데 따른 것이다.¹⁰⁾

이후 1990년대 EU 통합과정을 통해 공동경쟁정책의 원칙에 따라 자동차 유통시장에서의 왜곡현상이 시정되고 독점금지를 위한 제도가 마련되었다. EU는 1990년대 중반부터 경쟁법의 정비작업과 함께 구역면제제도에 대해서도 수정작업을 시작하였다. EU 집행위원회는 동 규정을 1995년부터 딜러의 영업을 일부 자유화하는 형태로 갱신하였으며, 나아가 2002년부터는 동 규정을 완전 폐지하였다.¹¹⁾ 동 규정의 폐지와 함께 EU내 자동차산업에서의 유통 및 서비스분야에서도 경쟁환경의 정비가 이루어지고 있다. 특히 최근 인터넷의 보급으로 광고 및 선전 등을 통한 유통망의 확대가 가속화되고 있다. 그리고 자동차 딜러망이 재편되면서 자동차와 관련된 애프터서비스 및 보험 등 서비스분야에서의 재편도 동시에 발생하고 있다.

다. 환경 및 안전 관련 기준 강화

1) 기준 강화

EU는 1990년대 중반 이후 자동차산업의 경쟁력을 강화하기 위한 일환으로 자동차에 대한 환경 및 안전 관련 기준을 강화해오고 있다.

EU의 자동차 관련 환경기준은 소위 “Euro X”라는 기준을 통해 자동차의 유해물질 배기가스의 배출량 허용한도를 제한하는 형태로 이루어지고 있다. 동 기준은 1993년 단일시장의 형성과 함께 “Euro I”을 시작으로 시행되었으며 기준이 점차 강화되어 2000년부터 “Euro III”이 시행되어오고 있다(Box 3-1 참

10) 甲中素香(2002)

11) FOURIN(2000), p. 38.

고). 2005년부터는 새로운 배기가스기준인 “Euro IV”가 시행될 예정이다. Euro IV에서는 질소산화물과 미립자물질에 대한 규제를 보다 강화하고 연료의 황함유분을 500ppm까지 감소하는 것을 목표로 의무적으로 시행될 예정이다.

그리고 EU는 지구온난화 요인의 하나인 이산화탄소(CO₂)를 억제하는 데에도 적극적으로 준비해오고 있다. 이산화탄소에 대한 규제는 유럽자동차공업회(ACEA)가 자율적으로 책정하고 있는 기준을 따르고 있다. 1998년 10월 EU 집행위원회와 유럽자동차공업회(ACEA)간의 합의에서는 2008년까지 자동차에서 배출되는 이산화탄소량을 1995년대비 25% 감소를 목표로 정하였다.¹²⁾

〈Box 3-1〉 EU의 현행 자동차 관련 환경기준

- EU는 현행 자동차 관련 환경기준인 Euro III 기준내에 「Auto-Oil Programme I」을 설정하고 ▶폐차처리 지침 ▶배기가스 배출량 감축 ▶연비 효율성 등급 라벨링 ▶자동차 연료의 오염물질별 최대 함유량 제한 등 네 가지 기준을 규정하고 있다.
- 폐차처리지침은 자동차 제조업체 및 수입업체들이 2002년 7월부터 등록되는 신규차량의 폐차와 2007년 1월부터 중고차를 포함한 모든 폐차의 무료수거 의무를 부담하도록 한 것이다.
- 배기가스 배출량 감축에서는 일산화탄소, 휘발성유기화합물, 질산 및 분진에 대한 최대 배출량을 제한하는 것으로, 각각의 오염물질에 대해 승용차와 디젤차에 대한 기준을 제시하고 있다.
- 연비효율성 등급 라벨링 의무는 2001년 1월 18일부터 자동차 제조업체와 모든 매장에 연비 라벨링 의무를 적용하는 것으로 이는 소비자에게 환경친화적인 자동차 구입을 유도하는 것을 목적으로 하고 있다.
- 자동차 CO₂ 배출량 모니터링은 자동차의 CO₂ 배출량에 대한 상한기준을 정하여 이하인 자동차에 대해서는 각종 인센티브를 제공하는 데 반해 상한기준을 상회하는 자동차의 경우에는 벌칙금을 부담하도록 하는 것이다.

12) 동 목표치는 연비로 계산해서 평균 3할 이상의 개선(가솔린차에서 6리터/100km)이 이루어지는 것이다.

2) 자동차기업들의 대응

점차 강화되고 있는 자동차의 환경 및 안전 관련 기준에 대응하여 자동차 기업들은 배출가스 정화기술과 차세대 대체에너지 개발에 투자해오고 있다.

가) 배출가스 정화기술 개발

유럽에서는 일찍이 부족한 화석연료의 효율적인 사용을 위해 1980년대부터 저연비의 디젤자동차가 보급되어 왔으며 이와 함께 디젤엔진에서 배출되는 이산화탄소량을 줄이기 위한 기술개발 또한 활발히 진행되어 왔다.

디젤자동차의 보급에 따라 디젤엔진과 관련된 배출가스 정화기술 개발은 유럽 자동차기업들이 미국이나 일본 자동차기업들보다 앞서 있는 상황이다. 유럽 자동차기업들은 이러한 강점을 바탕으로 디젤 관련 정화기술을 공여하는 조건으로 역외 자동차기업의 우위기술을 지원받는 상호 보완적인 제휴관계를 맺어오고 있다. 대표적인 예로 폭스바겐은 도요타에 대해 유럽시장 진출을 위한 디젤엔진 관련 기술의 일부를 제공하는 대신 도요타로부터 가솔린엔진 관련 기술을 제공받는 제휴를 맺은 바 있다. 푸조도 도요타와 이러한 제휴관계를 맺은 바 있으며, 1999년 10월에는 포드와 공동으로 디젤엔진을 개발하는 계약을 체결하기도 하였다.¹³⁾

나) 대체에너지 개발

유럽 자동차시장뿐 아니라 전 세계 자동차시장에서 가솔린을 대체할 차세대 에너지로서 주목받고 있는 것은 연료전지이다.¹⁴⁾ 연료전지는 이전 화석연료에 비해 저렴하다는 장점이 있으나 막대한 개발비용으로 인해 자동

13) 甲中素香(2002)

14) 연료전지는 수소와 산소의 화학반응에 의해 발전하는 시스템으로 물의 배출만으로도 에너지가 발산하는 에너지원이다.

차기업들은 개발에 어려움을 겪고 있다. 이에 자동차기업들은 연료전기의 기술개발비용을 공동분담하기 위한 기술제휴를 적극적으로 추진해오고 있다.

현재 연료전지 개발을 위한 자동차기업간 제휴는 크게 다임러-크라이슬러와 포드, 그리고 미쯔비시의 기술제휴와 이에 대응한 GM과 도요타의 기술제휴 양 진영으로 나누어지고 있다. 다임러-크라이슬러와 포드는 1998년 연료전기개발회사인 파라도 파워시스템을 공동출자하여 연료전지를 개발해 왔으며 2000년 11월에는 미쯔비시 자동차도 동 기술제휴에 동참하였다. 다임러-크라이슬러 계열의 연료전지는 메타놀로부터 수소를 끄집어내는 방식으로 2000년 11월에 동 방식을 채택한 자동차를 발표한 바 있다. 다임러-크라이슬러 계열의 연료전지 탑재차량의 독주를 막기 위해 GM과 도요타도 기술제휴를 통해 발전용수소를 끄집어낸 연료에 의해 가솔린을 사용하는 연료전지방식을 개발해오고 있으며, 혼다도 수소의 물질을 차량에 탑재하는 방식을 개발해오고 있는 중이다. 양 진영에서 개발하고 있는 연료전기기술이 전 세계 자동차시장에서 표준규격으로 되기 위해서는 얼마나 많은 자동차기업이 동일한 방식을 채택하는가에 달려 있기 때문에 현재 양 진영간 연구개발 경쟁은 더욱 치열해지고 있는 상황이다.

연료전기 개발은 미국계열의 자동차기업들과 비교해서 다임러-크라이슬러를 제외한 유럽 자동차기업들의 개발은 더디게 진행되고 있다. 르노는 2000년 10월부터 닛산과 연료전지를 공동개발해 나가고 있으며, 폭스바겐과 BMW도 연료전지 개발을 위한 투자를 확대해오고 있으나, 미국 자동차기업만큼 기술개발에 적극적이지 않은 상황이다. 향후에는 유럽 자동차기업들이 현재 진행되고 있는 미국계열 중심의 연료전기 개발에 대응하기 위하여 유럽 자동차기업간 연료전기 개발을 위한 기술제휴도 활발히 진행될 것으로 전망된다.

제4장 유럽 자동차산업의 재편

1. EU 역내 생산체제의 재편

가. 1999년 이전의 생산체제 개편

EU의 시장통합이 가속화되면서 자동차산업에 있어 생산체제도 재편되어 왔다. 특히 자동차기업들의 생산거점 이전이 본격적으로 추진되어 왔다. 1993년 단일시장이 형성되고부터 자동차기업들은 역내 회원국 중 생산비용이 상대적으로 저렴한 스페인, 포르투갈, 그리고 아일랜드로 생산거점을 이전해 왔다.¹⁵⁾

유럽 자동차산업에 있어 이러한 생산거점의 이전은 시장통합이 이루어지기 이전 자동차부품산업에서도 발생하였다. 1980년대 유럽에서는 자동차 부품의 역내거래가 확대되는 등 부품 공급의 범유럽화가 추진되어 왔다. 1980년대 10년 동안 EU의 역내 자동차부품 거래는 약 76.5억 유로로 증가하였으며, 역외거래에서의 수입은 17.7억 유로로 증가한 데 반해 수출은 3.5억 유로로 자동차부품의 역내 조달정도는 상당히 높은 상황이었다.¹⁶⁾ 이와 함께 생산비용이 저렴한 회원국으로 부품을 공급하기 위한 생산거점의 이전도 동시에 이루어졌다. 아일랜드의 경우 자동차부품의 조립능력이 부족함에도 불구하고 자동차기업들의 투자로 1980년대 10년간 자동차부품 관련 기업 수는 약 100개로 증가하였으며, 부품 관련 노동인구도 약 1만 명에 달했으며, 매출도 3.4억 유로에 달했다. 포르투갈의 경우에도 자동차부품의 매출은

15) European Commission(1997), p. 102.

16) Eurostat(1992), pp. 13~18.

1980년대 10년간 5배 이상 성장하였으며 이 중 역내 수출이 80%에 달하였다.¹⁷⁾

이러한 역내 자동차산업의 재편은 연구개발분야에서도 진행되었다. EU에서는 1980년대부터 시장통합에 대비하여 여타 회원국에 대한 연구거점을 마련하기 위한 작업이 활발하게 이루어져 왔다. 그리고 1993년 단일시장 형성과 함께 회원국간 자동차 관련 기준을 수렴해 나가는 과정에서 자동차기업들은 기술제휴를 통해 자동차의 개발비용을 줄여나갔다.¹⁸⁾

나. 1999년 이후의 생산체제 개편

1999년 통화통합이 이루어진 이후 EU내 자동차 생산 및 물류체제 변화는 1993년 시장통합 때보다 더 진전된 단계를 보였다. 1999년 이후에는 이전과 같이 자동차의 생산거점 전체를 특정국가로 이전하는 것에서 더 나아가 특정모델은 특정의 생산거점에 집약하도록 하는 이른바 위성거점화가 활발히 진행되었다. 대표적인 예로서 1999년 이후 유럽과 미국의 주요 자동차기업들은 특정 모델의 집약거점을 위한 생산공장을 스페인에 신설해 나갔다. 폭스바겐그룹은 폴로(Polo)모델의 생산을 독일의 Wolfsburg 공장에서 스페인으로 이관하였으며, SEAT 아로사(Arosa)모델의 생산도 스페인 공장에 집중하였다. 유럽포드도 포커스(Focus)모델의 단일 생산거점으로 스페인을 선택하였다. 이에 1999년 스페인에서의 포커스모델의 생산량은 전년대비 446%나 증가하기도 하였다. 이렇게 유럽의 주요 자동차기업은 그동안 복수의 생산거점을 두고 생산해온 모델의 생산체제를 특정모델의 생산은 판매량이 높고 생산비가 저렴한 특정 생산거점에 집약함으로써 규모의 경제를 추구해 왔다.¹⁹⁾

17) European Commission(1997), pp. 109~110.

18) European Commission(1997), p. 103.

19) FOURIN(2000)

이와 함께 영국에 생산거점을 둔 자동차기업들의 유럽 본토로의 생산거점 이전도 함께 진행되어 왔다. 특히 2000년 이후 유로화 약세에 따른 파운드화의 강세로 인해 영국에서의 생산비용이 점차 높아짐에 따라 영국에 투자한 자동차기업들은 영국보다 생산비용이 저렴한 유럽대륙으로 이전하였고 부품 또한 영국외 시장에서 조달해 나갔다. 더욱이 1999년 유로화가 도입되고 2000년과 2001년 유로화가 실물화폐로 통용되기 이전부터 자동차 거래에 있어 유로화 표시 거래가 의무화되면서 이러한 탈영국화는 급속히 진행되어 왔다.

그리고 1990년대 말부터 아일랜드, 포르투갈 그리고 스페인에서의 생산비용도 여타 EU 회원국 수준으로 수렴되어감에 따라 자동차기업들의 생산거점은 EU 가입을 준비하고 있었던 중·동구국가로 이전되어 갔다. 2004년 5월 중·동구 10개국의 EU 가입으로 동서지역간 교역증가와 함께 이러한 생산거점 이전추세는 더욱 가속화되고 있다.²⁰⁾

2. 전략적 제휴 및 인수 확대

유럽 자동차산업에서 생산체제 재편과 함께 EU 통합과정을 거치면서 나타난 또 다른 특징으로는 자동차기업들간에 국경을 초월하는 대형의 전략적 제휴 및 인수가 활발히 진행된 것이다. 1998년 5월에 독일의 다임러와 미국의 크라이슬러가 대서양을 초월한 합작계약을 통해 다임러-크라이슬러가 탄생한 이후 1999년 1월에는 포드가 볼보의 승용차부문을 매수하였고 3월에는 르노가 닛산에 자본투자를 하였다. 2000년대에 들어와서도 다임러-크라이슬러와 미쯔비시간의 자본제휴가 이루어졌고, 제너럴모터스(GM)는

20) 유럽 자동차기업들의 중·동구시장 진출에 대해서는 제4장 4절 참고.

업간의 제휴 및 인수가 새로운 지배관계 형성을 위한 것이 아니라 경쟁시장에서 생존하기 위한 상호 보완적인 지배구조가 필요한 데서 비롯된 것임을 의미한다. 그리고 자동차기업들간의 전략적 제휴에 있어 대부분 한쪽 파트너는 유럽 자동차기업으로 유럽 자동차시장에서의 지각변동이 전 세계 자동차시장에서의 산업재편을 이끌고 있음을 보여주고 있다.

<Box 4-1> 자동차그룹별 주요 브랜드

- VOLKSWAGEN그룹: VW, AUDI, SEAT, SKODA, BENTLEY, LAMBORGHINI
- PSA그룹: PEUGEOT, CITROEN
- RENAULT그룹: RENAULT, NISSAN, INFINITI
- FORD그룹: FORD, VOLVO, LAND ROVER, JAGUAR, MAZDA,
ASTON MARTIN, LINCOLN, MERCURY
- GM그룹: OPEL, VAUXHALL, SAAB, GMDAWOO, CHEVROLET,
ISUZU, CADILLAC
- FIAT그룹: FIAT, ALFA ROMEO, LANCIA, FERRARI, MASERATI
- DCX그룹: MERCEDES, SMART, CHRYSLER, JEEP, MAYBACH,
MITSUBISHI
- TOYOTA그룹: TOYOTA, DAIHATSU, LEXUS
- BMW그룹: BMW, MINI, ROLLS-ROYCE
- HYUNDAI그룹: HYUNDAI, KIA
- MG ROVER그룹: ROVER, MG
- 기타: HONDA, SUZUKI, SUBARU, PORSCHE, LADA, TATA,
PROTON, SSANGYONG

3. 자동차기업들의 경영전략 변화

가. 자동차시장의 성장 둔화

유럽 자동차기업들은 EU 통합과정을 거치면서 1990년대 후반부터 역내시장뿐 아니라 북미와 남미, 그리고 아시아시장에서의 판로 확장을 통해 사업규모를 확대해 나갔다. 그러나 2000년에 접어들면서 시작된 세계경제의 둔화가 유럽의 자동차시장에도 영향을 미침에 따라 자동차 판매의 감소와 함께 기업들의 수익이 점차 감소하게 되었다. 더욱이 2000년 이후 국제외환시장에서 달러대비 약세를 보였던 유로화가 2002년 후반부터는 다시 강세로 반전됨에 따라 유럽 자동차기업들의 수출채산성은 더욱 악화되어 경영위기에 직면하게 되었으며, 이후에도 경영위기에 직면한 자동차기업들이 확대되고 있다.

유럽 자동차시장의 성장둔화는 세계경제환경의 악화뿐 아니라 경영부진을 겪고 있는 자동차기업들의 과잉생산에도 기인한다. 수익상황이 호조를 보이고 있는 자동차기업들은 생산능력을 증강하여 생산과 판매규모를 확대해 나가고 있으며, 경영부진을 겪고 있는 자동차기업들은 과잉생산능력을 정리해 나가고 있는 추세이다. 그리고 생산능력을 증강시키고 있는 자동차기업들도 이전과 같이 단순히 생산설비 확대에만 치중하는 것이 아니라 플랫폼별로 생산체제를 정비하고 유연한 생산체제를 도입하여 생산성과 유연성 향상을 동시에 지향해오고 있다.

나. 자동차기업들의 대응전략

유럽 자동차기업들은 각사가 직면하고 있는 경영상황에 따라 다양한 사업전략을 실행해 나가고 있다. 특히 자동차시장의 성장둔화와 함께 자동차

기업들은 판매실적에 따르는 생산능력의 최적화를 목표로 생산을 조정해 나가고 그룹내 경영자원을 유효하게 활용하기 위해 시너지효과를 최대화하여 경영환경 악화에 대응해 나가고 있다.

현재 다임러-크라이슬러, BMW, 폭스바겐, PSA, 르노는 생산능력 증강을 통해 판매를 확대하고 있으며, 이에 반해 유럽포드, 유럽GM, 그리고 피아트는 과잉생산능력으로 유럽에서 시장점유율이 점차 하락하고 있는 추세이다.

판매대수나 시장점유율 면에서 순조롭게 시장을 확대해 나가고 있는 BMW는 2008년 500억 유로의 매출과 세계 판매 140만 대 체제의 확립을 목표로 브랜드와 제품 확충에 매진해오고 있다. 폭스바겐그룹도 2007년 600만 대 생산체제의 확립을 목표로 하여 두 개의 브랜드 그룹체제로 재편하려는 계획을 가지고 있으며, 그룹내 브랜드와 모델간 플랫폼 통합도 추진해오고 있다. 르노그룹은 2010년까지 르노 단독으로 400만 대, 닛산과 합한 그룹합계로는 800만 대 생산체제를 확립하는 경영목표를 가지고 있다. PSA그룹은 2006년 400만 대 체제 확립을 목표로 하고 있으며, 생산체제의 시너지효과 창출을 위해 2006년까지 플랫폼별 공장생산체제를 확립해 나갈 계획을 가지고 있다. 다임러-크라이슬러는 메르세데스-벤츠 승용차부문에서 높은 수익을 지속하고 있는 가운데 점차 수익 악화에 직면하고 있는 크라이슬러부문과 메르세데스-벤츠 상용차부문에 대해서는 2001년부터 경영재건 “Turn Around” 계획을 통해 그룹내 시너지효과를 최대화한다는 목표를 지향해오고 있다. 2002년에는 Turn Around 계획을 추진하는 가운데 향후 10년 동안 그룹내 플랫폼, 엔진, 그리고 트랜스미션 통합과 그룹내 브랜드 차별화를 시행해 나간다는 계획을 발표한 바 있다.²²⁾

수익 악화에 직면하고 있는 유럽포드와 유럽GM은 과잉생산능력을 축소하고 감원을 통해 생산비용을 축소하는 등 사업재편작업을 진행해 나가고

22) FOURIN(2003)

있다. 유럽포드는 2000년 5월 재건계획 “Transformation Strategy”를 통해 자동차 생산능력을 2000년 215만 대에서 2002년에는 170만 대까지 축소하기로 하였다. 이후 계획수정을 통해 2004년까지 200만 대로 생산체제를 다시 재편하고 이를 위해 산하의 재규어, 볼보, 랜드로바, 에스턴마틴 브랜드에서 100만 대의 생산증대를 목표로 하고 있다. 유럽GM도 2001년 8월 재건계획을 통해 2004년까지 35만 대분의 생산능력을 축소할 계획을 세운 바 있다. 또한 유럽GM은 오펠, 사브, 피아트 등 그룹 산하 브랜드와 플랫폼 및 엔진 통합을 통해 생산성 효율 향상을 위해 노력해오고 있다.²³⁾

한편 유럽시장에 진출한 일본 자동차기업들은 유럽 자동차시장이 호황시 현지생산체제의 정비와 유럽시장 공략을 위한 전략차의 투입이 가능하였던 기업과 그렇지 못한 기업간 판매비중의 격차가 커지고 있다. 일본 자동차기업들의 유럽시장 진출전략은 현지생산체제를 정비한 후에 유럽시장에서 대응할 수 있는 전용 및 전략모델을 개발하여 투입을 강화해 나가는 것이다. 특히 도요타가 이러한 전략을 통해 여타 혼다나 닛산과의 판매격차를 크게 벌려 놓고 있다.²⁴⁾

이와 같이 유럽 자동차기업들의 경영전략은 각사가 직면하고 있는 수익 구조와 유럽시장에서의 경쟁적 위치에 따라 차별적으로 이루어지고 있지만, 현지시장의 니즈에 대응하는 신모델 투입을 확대하고 환경 및 안전 관련 기술을 개발해 나가며 생산비용 절감을 위해 플랫폼을 통합하고 주요 부품을 공통화해 나가는 전략은 모든 자동차기업이 공통적으로 추진해오고 있는 전략이다.

현지시장의 니즈에 대응하기 위한 신모델의 투입에 각 자동차기업은 브랜드의 기존 사용자들을 대상으로 제품향상을 위한 기술개발을 중시하는 한편, 고객과 현지시장의 새로운 니즈에 대응하여 새로운 컨셉카를 개발하

23) FOURIN(2003)

24) Datamonitor(2003b)

고 시장이 확대될 것으로 전망되는 신모델을 투입하고 있다. BMW는 2002년부터 6년 동안 20차종의 신모델을 개발해 나갈 계획이며, 르노그룹은 2003년부터 2004년까지 17차종, PSA그룹은 2003년부터 2006년까지 26차종, 피아트는 2002년부터 2006년까지 20차종, 유럽포드는 2000년부터 5년간 45차종을 투입할 계획이다.²⁵⁾ 자동차기업들의 제품투입경쟁은 시장경쟁의 격화와 가격경쟁의 격화로 이어지고 있지만, 기업들의 신모델 개발기간을 단축시키고 있으며 생산비용 절감과 다양한 모델개발을 위해 공동 플랫폼 사용이 확대되고 있는 긍정적인 측면도 발생하고 있다.

자동차기업들은 점차 강화되고 있는 환경 및 안전기준에 대응하여 환경 관련 기술개발과 함께 차체구조를 개선하고 에어백과 ABS/TCS/ESP의 채용을 확대해 나가고 있다. 그리고 통신인프라 관련 기준 강화에 대비하여서도 차량내 통신서비스의 제공이나 42볼트시스템 채용이 가능하도록 하기 위한 연구개발경쟁이 활발히 전개되고 있다.²⁶⁾

비용절감에서의 경쟁은 플랫폼 공통화전략으로 전개되고 있다. 특히 폭스바겐그룹, PSA그룹, 르노그룹 등에서 플랫폼의 공통화전략이 선행되고 있고, 이를 배경으로 하여 부품비용의 절감을 위한 움직임도 활발히 이루어지고 있다. 이러한 선행그룹은 모듈 공통화와 플랫폼별 생산체제, 공통플랫폼의 대상차종 확대 등의 전략을 추진해 나가고 있다. 그리고 전략적 제휴 및 인수를 단행한 자동차기업인 다임러-크라이슬러/미쯔비시, 르노/닛산, 유럽 GM/피아트/스즈키/후지중공업, 유럽포드/마즈다는 브랜드간 플랫폼의 통합과 함께 엔진과 트랜스미션의 공통화도 진행하면서 브랜드간 시너지효과를 극대화하고 생산비용을 줄이기 위해 노력해오고 있다.

한편 유럽에서는 EU 통합이 전개되면서 자동차 딜러에 대한 구역면제(block exemption) 규정이 폐지되어 자동차기업과 판매딜러간의 관계가 소비

25) FOURIN(2003)

26) Global Insight(2004)

자에게 유리한 방향으로 진행되고 있으며 판매영역에서나 판매가격에 대한 자동차기업의 지배력은 약화되고 있다. 이에 대응하기 위하여 현재 유럽 자동차기업들은 판매 및 서비스망의 재편을 추진하여 시장지배력이 높은 딜러와의 판매계약 체결을 추진해오고 있다. 이와 함께 자동차기업들은 브랜드가치를 강화하기 위한 가격정책과 제품정책, 그리고 그룹내의 브랜드 차별화전략에 초점을 두면서 고객들을 유치하기 위해 노력해오고 있다.

4. 신흥시장 개척

가. 중·동구시장 진출

1) 중·동구시장 진출동기

유럽 자동차기업들은 EU 통합과정을 거치면서 역내 생산체제를 재편해 나가고 여타 기업과 전략적 제휴를 확대해 나감과 동시에 역외시장으로의 진출을 모색하는 등 적극적으로 역외시장을 공략해 왔다. 특히 과잉생산능력이 확대되는 문제를 해결하기 위한 대처방안으로 자동차기업들은 EU에 인접하고 또한 EU 회원국으로 새로이 가입하게 될 중·동구지역으로의 진출에 집중하여 왔으며, 2004년 5월 중·동구 10개국²⁷⁾의 EU 가입과 함께 이러한 중·동구시장 진출은 더욱 활발히 진행되고 있다.

유럽 자동차기업들의 중·동구시장 진출은 중·동구국가들의 EU 가입 이전부터 전개되어 왔다. 중·동구 자동차시장의 규모는 서유럽 자동차시장에 비해 10%에도 미치지 못하지만, 성장 측면에서 본다면 서유럽시장보다

27) 헝가리, 폴란드, 체코, 슬로바키아, 슬로베니아, 라트비아, 에스토니아, 리투아니아, 몰타, 키프로스.

중·동구시장의 향후 성장 가능성이 더 높다고 할 수 있기 때문에 서유럽 자동차기업들은 중·동구시장으로의 진출에 매진하고 있으며, 서유럽지역에서의 자동차 생산에 대한 투자를 줄이고 중·동구지역에 대한 투자를 늘리고 있는 추세이다. 그리고 EU 가입과 함께 중·동구지역 소비자들의 성향이 급격히 서구화될 것으로 예상되기 때문에 유럽 자동차기업뿐 아니라 일본과 한국의 자동차기업들도 동 지역에 대한 투자를 확대해오고 있다.

2) 중·동구지역의 자동차시장 규모

2002년 중·동구지역의 자동차 생산규모는 주요 6개국²⁸⁾과 터키를 합하면 133만 대로, 서유럽 1,650만 대의 0.8% 정도에 불과하지만, 높은 경제성장과 함께 자동차산업도 급속히 발전해오고 있다(표 4-1 참고). 2002년 현재

<표 4-1> 중·동구 자동차산업 규모(2002년 기준)

(단위: 만 대)

	생산대수	시장규모	주요 자동차기업
체 크	17	45	Skoda(폭스바겐그룹), TPCA(PSA-도요타 합작)
헝 가 리	14	21	Magyar Suzuki, 아우디 헝가리
폴 란 드	44	33	피아트 폴란드, 오펠 폴란드, 폭스바겐 폴란드, 대우 FSO
슬로바키아	7	23	폭스바겐 슬로바키아, PSA
슬로베니아	8	13	Revoz(르노그룹)
루 마 니 아	8	11	Dacia(르노그룹), 대우 루마니아
터 키	35	18	Tofas(피아트그룹), Oyak Renault, Otosan Ford, TMMT(도요타그룹), HAOS(현대자동차)

자료: FOURIN(2003)

28) 헝가리, 폴란드, 체크, 슬로바키아, 슬로베니아, 루마니아

폴란드의 자동차 생산이 44만 대로 중·동구국가 중 최대 자동차 생산국이며 이어서 체크, 헝가리, 루마니아, 슬로베니아, 슬로바키아 순이다. 폴란드의 경우 현지 투자한 대우-FSO와 피아트의 경영악화로 인해 2000년 이후 자동차 생산이 급격히 감소하고 있는 추세이다.

중·동구지역에서는 자동차 생산증대와 함께 수입차의 판매도 1990년대 중반 이후 확대되고 있다. 폴란드, 헝가리, 체크에서는 수입차의 판매비중이 2001년 기준으로 50% 이상이며 헝가리의 경우 83.7%를 차지하고 있다. 특히 폴란드의 경우 1997년 수입차의 판매비중이 28.6% 정도였으나 2001년에는 57.6%로 급속히 높아지고 있는 추세이다(표 4-2 참고).

〈표 4-2〉 중·동구 주요국의 수입차 시장규모 추이

	1997	1998	1999	2000	2001	1997년대비 증감 (1997~2001)
폴란드						
판매대수	533,263	565,262	682,961	511,775	349,654	-34.4%
수입차 판매	152,170	149,510	177,267	202,262	201,432	31.9%
수입차 비율	28.6%	26.4%	26.0%	39.5%	57.6%	29.0%
헝가리						
판매대수	98,513	131,842	159,843	163,359	178,249	80.9%
수입차 판매	82,473	107,008	127,917	135,287	149,224	80.9%
수입차 비율	83.7%	81.2%	80.0%	82.8%	83.7%	0.0%
체크						
판매대수	203,647	166,471	170,337	173,460	176,716	-13.2%
수입차 판매	94,146	78,103	88,901	87,552	90,376	-4.0%
수입차 비율	46.2%	46.9%	52.2%	50.5%	51.1%	4.9%
루마니아						
판매대수	114,601	142,934	118,251	84,170	91,525	-20.1%
수입차 판매	5,771	11,807	10,730	20,227	30,992	437.0%
수입차 비율	5.0%	8.3%	9.1%	24.0%	33.9%	28.8%

자료: FOURIN(2003)

이와 같이 중·동구지역에서 수입차의 판매가 확대되고 있는 것은 대다수 중·동구국가에서 1990년대 중반 이후 자동차의 대부판매가 가능해짐에 따라 유럽 자동차기업들이 대부판매를 위해 적극적인 마케팅활동을 펼친 결과이다.²⁹⁾ 그리고 2000년 이후부터 중·동구국가들이 자동차 수입에 대한 관세 등 무역장벽들을 철폐해 나감에 따라 수입차시장의 확대와 함께 수입차시장에서의 경쟁도 심화되고 있다. 체크와 헝가리의 경우 2001년부터 자동차 수입에 대한 관세를 폐지하였으며, 폴란드도 2002년부터 수입관세를 폐지하였다.³⁰⁾ 터키의 경우 1996년 EU와의 관세동맹을 통해 자동차에 대한 수입관세는 없는 상황이다. 그 결과 폴란드, 체크, 슬로바키아, 헝가리에서는 수입차시장이 확대되고 있으며, 특히 현지에 생산공장을 둔 폭스바겐, SEAT, 대우-FSO, 도요타, 푸조, 르노, 포드 등 중저가 브랜드를 중심으로 중·동구 수입자동차시장이 확대되고 있다.

<표 4-3> 중·동구 주요국과 터키의 EU/EFTA산 자동차 수입에 대한 관세철폐

	EU/EFTA간 완성차 수입관세	기 타
폴란드	· 2002년부터 관세 폐지 · 여타 각종 수입장벽도 철폐	· 2001년부터 중고차 수입 금지 · 중고차에 대한 물품세 부과
체 크	· 2001년부터 관세 폐지	· 연수 5년 이상의 중고차 수입 금지
헝가리	· 2001년부터 관세 폐지 · 터키 등 3국을 통한 수입차에 대해서도 관세 폐지	· 2002년 4월부터 미국산 수입차에 대해서도 관세 폐지
터 키	· 1996년 EU와 관세동맹으로 수입관세 제로	

29) Datamonitor(2003c)

30) FOURIN(2002)

3) 유럽 자동차기업들의 생산거점 구축

1990년대부터 유럽 자동차기업들은 서유럽에 인접한 폴란드, 체코, 그리고 헝가리에서 생산능력을 배양하기 위한 새로운 생산거점 구축에 경쟁을 벌여오고 있다. 자동차기업들의 중·동구시장 진출은 중·동구지역 투자에 가장 적극적인 폭스바겐그룹과 피아트를 선두로 하여 진행되었으며 이후 르노그룹과 PSA그룹 그리고 일본 및 한국 자동차기업들도 현지생산 프로젝트를 적극적으로 전개해 나갔다.

자동차기업들의 중·동구지역으로의 시장진출은 1989년 베를린장벽이 철거된 직후부터 본격적으로 시작되었다. 폭스바겐그룹은 체코의 Skoda에 대해 자본투자를 하여 1991년부터 생산을 개시한 것을 시작으로 슬로바키아, 폴란드, 그리고 헝가리에 현지법인을 설립해 나갔다. 이어 피아트가 폴란드의 FSA에 대해 자본투자하여 1992년부터 자동차 생산을 시작해 나갔으며 일본의 스즈키도 헝가리에 Magyar Suzuki를 설립하여 1992년부터 생산을 시작하였다.³¹⁾

이후 중·동구 EU 가입 희망국들과 EU간의 가입협상이 시작된 1997년 이후부터는 대우자동차, 르노, 유럽GM이 현지기업에 대한 자본투자나 현지법인 설립을 통해 자동차를 생산해 나갔다. 대우자동차는 폴란드의 FSO를 인수하여 1996년부터 자동차를 생산하였으며, 루마니아에도 현지법인(DWAR)을 설립하여 1996년부터 자동차를 생산해 나갔다. 르노그룹은 1989년에 이미 슬로바키아에 REVOZ에 대한 자본투자를 통해 자동차를 생산하였으나 판매부진으로 투자확대를 미루다가 1999년에 루마니아의 Dacia를 인수하여 루마니아뿐 아니라 슬로베니아와 터키 등 주변지역으로 자동차를 공급할 수 있는 생산거점을 확보해 나갔다. 유럽GM도 폴란드에 현지법인(Opel

31) 甲中素香 編著(2002); FOURIN(2000).

Polska)을 설립하여 1998년부터 자동차를 생산해 나갔다.³²⁾

중·동구국가들과 EU와의 가입협상을 통해 2002년 이후 중·동구국가들의 EU 가입이 확실해지고부터는 그동안 중·동구 시장진출을 꺼려 왔던 PSA그룹도 슬로바키아에 2006년부터 자동차 생산을 목표로 생산공장을 설립하였다. 그리고 PSA그룹은 도요타와 합작으로 체크에 현지법인(Toyota Peugeot Citroën Automobile Czech: TPCA)을 설립하여 2005년부터 자동차를 생산해 나갈 계획을 가지고 있다.³³⁾ PSA와 도요타의 중·동구 시장진출이 여타 자동차기업과 차별화되는 것은 폭스바겐그룹, 피아트, 그리고 르노그룹 등은 이전부터 중·동구지역에서 승용차를 생산하였던 자동차기업이나 생산공장들을 시장진출의 모체로 하였으나, PSA와 도요타는 생산공장을 신설하여 시장진출을 모색하였고 또한 이를 중·동구시장뿐 아니라 서유럽시장을 공략하기 위한 수출거점으로 활용하고 있다는 점이다. 한편 일본의 도요타도 폴란드에 가솔린엔진 및 디젤엔진차의 생산을 위한 현지법인을 설립하여 각각 2004년과 2005년 생산을 개시할 계획이며, 기아자동차도 슬로바키아의 질리나지역에 2006년 생산개시를 목표로 생산공장을 건설 중이다.

모든 자동차기업이 중·동구시장 진출에 성공한 것은 아니다. 유럽GM의 경우 2001년에 헝가리와 터키의 자동차 조립 및 생산공장을 폐쇄하였고, 폴란드에서도 1998년에 신규 가동한 Gliwice 공장과 構FSO의 바르샤바 공장도 폐쇄했다. 유럽포드도 당초부터 중·동구시장에서 완성차 생산을 위한 생산공장보다는 조립과 부품의 생산만을 위한 투자를 헝가리와 폴란드에 해오다가 2000년에 모두 폐쇄하였다. 이에 유럽GM과 유럽포드 등 미국계열의 자동차기업들은 2002년부터 중·동구시장이 아닌 러시아시장을 공략하기 위한 프로젝트를 준비해오고 있다.

32) FOURIN(2000)

33) FOURIN(2003)

<표 4-4> 세계 주요 자동차기업의 중·동구시장 진출 현황

자동차기업	생산거점기업	생산거점국가	전략모델	생산개시 연도
폭스바겐 그룹	Skoda	체크	Skoda	1991
	VW Slovakia	슬로바키아	Polo	1991
	VW Poznan	폴란드	VW 4륜구동차	1993
	VW Motor Polska	폴란드	디젤엔진차	1998
	Audi Hungaria	헝가리	Audi TT	1993
PSA그룹	생산공장신설	슬로바키아	Citroën	2006
PSA-도요타	TPCA	체크	B zero	2005
르노그룹	REVOZ	슬로베니아	Clio	1989
	Dacia	루마니아	Dacia Berlina, Supernova	1999
피아트	FAP	폴란드	Fiat Seicento, Palio, Siena	1992
유럽GM	Opel Polska	폴란드	Agila	1998
스즈끼	Magyar Suzuki	헝가리	Swift	1992
대 우	Daewoo FSO	폴란드	Espero, Tico, Lanos, Nubira	1996
	DWAR	루마니아	Cielo, Lanos, Nubira, Matiz	1996
도요타	TMMP	폴란드	가솔린엔진차	2004
	TMIP	폴란드	디젤엔진차	2005
기 아	생산공장신설	슬로바키아		2006

자료: FORIN(2003); 현대·기아자동차(2004).

4) 자동차기업들의 진출전략

유럽 자동차기업들의 중·동구시장 진출에 있어 가장 큰 특징은 현지시
장의 니즈에 맞는 저가의 대중차모델을 개발하여 현지생산을 통해 판매해

오고 있는 것이다. 이는 중·동구 자동차시장에서의 주력제품은 패밀리형으로 서유럽시장에서보다 저렴한 중·저가모델이 가장 많이 판매되고 있기 때문이다.

가장 대표적인 성공사례로는 폭스바겐의 Skoda와 피아트의 Palio, 그리고 르노의 Dacia로 이 브랜드들은 중·동구시장만을 공략하는 브랜드로 현지생산을 통해 고객들의 자국생산에 대한 브랜드충성도를 유도해 나감으로써 높은 판매실적을 기록하고 있다. 유럽GM도 2000년 이후 폴란드에 스즈키의 웨건차를 투입해오고 있으며, 르노그룹도 구매력이 낮은 소비자층을 공략하여 저가모델 개발에 집중하여 8,500유로 미만의 중·동구 자동차시장에서 65%의 시장점유율을 보이고 있다. PSA그룹도 도요타와 합작으로 체크에 생산공장을 설립하여 소형 염가의 엔트리모델인 B zero모델을 2005년부터 생산해 나갈 계획이다.

최근에는 중·동구국가에서도 중산층 이상의 소비자들이 증가함에 따라 자동차기업들은 서유럽에서 판매되는 모델보다는 가격이 저렴하면서 차체는 서유럽모델과 유사한 최저의 필요기능만을 장착한 세단모델들을 개발해오고 있다.³⁴⁾ 이러한 전략차는 8,000유로 전후의 가격대를 형성하고 있으며, 이러한 가격대를 맞추기 위해 자동차기업들은 저비용생산체제를 구축해오고 있다.

현재까지는 중·동구시장에서 현지생산한 중·저가 자동차가 시장의 대부분을 차지하고 있지만, EU 가입 이후 EU의 자동차 관련 기준들이 적용되면서 중·동구시장 진출을 위한 자동차도 점차 서유럽모델과 같이 고가의 고품질모델로 전환되어갈 것이다. 더욱이 중·동구지역은 경제산업기반이나 교육수준이 여타 신흥시장과 비교하여 높은 수준으로 빠른 경제성장과 함께 자동차에 대한 구매력도 높아져 자동차시장의 구조도 점차 서구화될 것으로 전망된다.

34) VW Polo Classic, Skoda Fabia, SEAT Cordoba, Fiat Siena, 르노 Thalia, Opel Astra Classic 등.

<표 4-5> 유럽 자동차기업의 중·동구시장 진출전략

자동차 기업	진출전략	전략모델
폭스바 겐그룹	• Skoda 인수(1991년)를 통해 중·동구시장에 서의 사업기반 강화 • 체크: Skoda 생산기지화 • 슬로바키아: VW 4WD차 생산기지화 • 폴란드: VW 소형 상용차 생산기지화 • 헝가리: 엔진 생산 거점화	Skoda Fabia(세단/HB/SW), Skoda Superb, VW Polo, VW Golf VW SLW
르노 그룹	• 1998년 이후 본격 진출 • 생산거점은 슬로베니아, 루마니아, 터키에 집중 • 터키로부터 중·동구시장 진출 전략차 Thalia 수출 • 브랜드는 르노와 Dacia로 양분	Renault Clio, Renault Thalia, Renault Symbol, Renault Kangoo, Dacia X 90
PSA 그룹	• 1998년 이후 본격 진출 • 브랜드는 푸조와 시트로앵으로 양분 • 체크: 도요타와 합작생산, 서유럽시장에 대 한 공급거점화	Peugeot 206/106, Citroën C3, Peugeot Partner, Citroen Berlingo
피아트	• 1992년 FAP(Fiat Auto Poland) 설립 • FAP에서 중저가 소형차 생산, 서구시장에 대한 공급거점화	Fiat Palio/Weekend/Siena, Fiat Gingo
유럽 GM	• 폴란드: 스즈키 브랜드로 공략 • Opel 브랜드를 중·동구시장 공략 • 터키공장 폐쇄(2001년) • 러시아에 SUV의 현지생산 개시(2002년)	Opel Astra Classic, Suzuki
유럽 포드	• 현지생산은 2000년까지 모두 폐지, 수입판 매를 통해 진출 • 터키를 공급거점으로 활용 • 러시아 현지생산 개시(2002년)	Ford Transit/Connect Ford Focus

자료: FOURIN(2003)

나. 터키 및 러시아시장 진출

1) 터키 자동차시장 진출

터키는 아직 EU 회원국은 아니지만³⁵⁾ EU와 관세동맹을 맺고 있어³⁶⁾ 유럽 자동차기업들은 오래 전부터 서유럽시장뿐 아니라 중·동구시장 진출을 위한 생산 및 공급거점으로서 터키를 택하고 있다.

포드는 터키의 Otosan에 대한 자본투자를 통해 서유럽시장에 진출하기 위한 전략모델(Ford Transit/Transit Connect)을 1959년부터 터키 Kocaeli 공장에서 생산해오고 있으며 벨기에 겐트에서의 Transit모델 생산공장도 터키로 전량 이관하였다. 피아트도 터키의 Tofas에 대한 자본투자를 통해 서유럽과 중·동구시장 진출을 위한 모델들(Palio, Siena, Doblo, Marea, Albea, Brava)을 1971년부터 생산해오고 있다. 르노그룹도 Oyak에 대한 자본투자를 통해 중·동구 시장진출을 위한 모델들(Megane, Clio, Thalia)을 생산해오고 있다. 도요타도 터키에 현지법인(TMMT) 설립을 통해 1994년부터 전 유럽시장 공략을 위한 자동차 생산을 시작해오고 있으며, 현대자동차도 1995년 터키의 Kibar Holding사와 50:50의 합작투자로 현지법인(HAOS)을 설립하여 1997년부터 연간 6만 대를 생산해오고 있다.³⁷⁾

35) 터키는 1923년 공화국 수립 이후 줄곧 유럽에 편입되기 위해 노력해왔으며, 1963년에는 EEC 준회원국 가입에 이어 1987년에는 EU 가입을 신청하였으나 정치적 기준상의 미달로 가입협상조차 이루어지지 않고 있는 상황이다. 터키와 EU와의 협상을 통해 가입협상은 2005년부터 시작될 예정이다.

36) 터키와 EU는 양자간 교역 및 경제협력 증대를 위해 1995년 12월 관세동맹을 체결하였다. 터키와 EU의 관세동맹은 자동차를 포함한 모든 산업재와 가공된 농산물을 대상으로 하며, 농산물과 서비스는 대상에서 제외된다.

37) FOURIN(2003)

2) 러시아 자동차시장 진출

터키와 함께 러시아의 자동차시장에 대한 유럽 자동차기업들의 관심도 높아지고 있다. 러시아는 2003년 말 현재 128만 대의 자동차를 생산하고 있으며, 신차등록 수도 2002년 말 현재 120만 대로 자동차시장의 성장 가능성이 매우 높아 자동차기업들은 진출시기를 놓고 고려하고 있는 상황이다.³⁸⁾

유럽 자동차기업들의 러시아시장 진출은 지난 1998년 러시아의 금융위기로 인해 피아트와 러시아의 GAZ사와의 합병생산계획이 좌절되면서 큰 진전을 보이지 못하다가, BMW와 르노가 현지합작으로 1999년부터 일부 모델을 생산해오면서 시장진출이 시작되었다.³⁹⁾ 이후 2002년부터 유럽GM과 유럽포드도 현지합작을 통해 러시아에서 자동차를 생산해오고 있다.⁴⁰⁾ 러시아 자동차시장은 아직 성장 초기단계이기 때문에 자동차기업들의 러시아시장 진출은 현지시장 공략보다는 유럽시장 공략을 위한 저비용 생산공급기지로서 활용되고 있다.

38) OICA(2003)

39) BMW는 Kaliningrad와의 제휴로 5시리즈를 생산해오고 있으며, 르노는 모스크바 시와의 제휴로 Megane와 Clio Symbol 모델을 생산해오고 있다.

40) 유럽GM은 Avto-VAZ와의 제휴로 Chevrolet Niva를 생산하고 있으며, 유럽포드는 Russki Dizel과의 제휴를 통해 Focus 모델을 생산해오고 있다.

제5장 결론 및 시사점

1990년대 EU 통합과정을 거치면서 유럽 자동차산업의 경쟁환경은 더욱 촉진되고 심화되어 갔다. 각 회원국별로 상이하였던 자동차 관련 산업정책이나 기준 및 제도들이 수렴되어 가고, 또한 역외시장에 대한 각종 무역장벽이 폐지되고 환경 및 안전 관련 기준들이 강화되어 갔다. 이러한 경쟁환경의 변화와 함께 가속화되고 있는 글로벌화의 환경 속에서 유럽의 자동차 기업들은 생산체제를 재편해 나가고 경쟁기업과의 전략적 제휴 및 인수를 통해 새로운 경영환경에 대처해 나가고 있다.

유럽 자동차기업들은 규모의 경제를 달성하고 새로운 시장을 발굴하기 위해 생산거점을 중·동구지역뿐만 아니라 터키와 러시아 등 여타 신흥시장으로 이전하고 있으며, 이에 따라 유럽 자동차산업에서 최적의 분업체제가 구축되어 가고 있다. 그리고 자국 자동차브랜드에 대한 소비자의 높은 충성도와 회원국마다 상이한 조세제도에 힘입어 그동안 생존할 수 있었던 약소 자동차브랜드들은 산업재편과 함께 시장지배력도 점차 약화되어 동일한 자동차그룹내에서도 브랜드별로 힘의 재편이 전개되고 있는 상황이다. 이에 따라 자동차기업들은 다양한 브랜드의 투입과 함께 현지시장에 맞는 브랜드를 개발하여 판매를 확대해 나가고, 이와 동시에 브랜드간 생산체제의 통합을 통해 생산비용 절감을 실현해 나가고 있다.

유럽 자동차산업의 재편과 함께 EU에서는 자동차의 환경 및 안전 관련 기준들도 점차 강화되고 있다. EU의 환경 및 안전 관련 규제는 여타 주요 자동차생산국인 미국과 일본보다 더 엄격한 수준이다. 현재 미국과 일본에서는 이산화탄소 배출량 제한에 대한 포괄적인 규제조치도 잘 정비되지 않은 상황이다. EU는 환경 및 안전 관련 규제를 강화함으로써 유럽 자동차기업들이 관련 신기술에 대한 대응력을 제고시켜 나가도록 하고 있다. 더욱이 EU는 환경

및 안전 관련 규제 외에도 차량 재활용의 의무화나 에너지세 도입도 추진하고 있다. 이와 같이 EU가 미국이나 일본보다 자동차에 대한 관련 기준이나 규제를 강화하여 자동차산업의 환경을 더욱 경쟁적으로 이끌고 있는 것은 이러한 경쟁환경을 통해 유럽 자동차기업들이 새로운 사업기회를 발굴하고 이에 대한 기술개발을 통해 경쟁력을 제고할 수 있도록 하기 위해서이다. 특히 가속화되고 있는 글로벌화와 함께 경쟁력 제고는 유럽 자동차기업들이 역외 시장으로 판로를 확장하여 나아가 규모의 경제를 실현할 수 있도록 하고 있다.

유럽 자동차산업의 발전과정에서 우리가 얻을 수 있는 시사점으로는 한국을 비롯한 대다수 아시아국가가 자동차산업을 전략적으로 육성하기 위해 각종 세제혜택이나 보호무역조치를 취하고 있는 것과 달리 EU는 자동차산업에 대한 지원보다는 오히려 산업환경을 더욱 경쟁적으로 조성함으로써 자동차산업의 경쟁력을 제고했다는 것이다. EU는 1990년대 초 통합과정 초기에는 자동차산업을 보호하기 위해 역외자동차에 대한 수입제한조치를 부과하기도 하였으나, 1990년대 중반 이후부터는 이러한 보호무역조치들을 철폐해 나가고 자동차기업에 대한 실질적인 금융 및 기술지원보다는 환경 및 안전 관련 기준들을 강화해 나감으로써 자동차산업의 경쟁력을 제고시켜 나갔다. 이러한 산업전략은 유럽 자동차기업들의 경쟁력을 제고하는 동시에 역외시장에 대해서는 무역장벽으로 작용하여 결과적으로 역내 자동차산업을 보호해 나갈 수 있도록 한다. 즉 EU의 자동차시장을 개방하는 동시에 역외 자동차기업들도 강화된 환경 및 안전 관련 기준들을 준수하도록 함으로써 역외 자동차기업들의 유럽시장 진출을 어렵게 하고 있는 것이다.

한국 자동차산업의 경우 아직도 수입자동차의 비중이 2003년 기준으로 1.84%에 불과할 정도로 시장개방이 더디게 진행되고 있다.⁴¹⁾ 이에 EU뿐 아

41) 2003년 기준 수입차 중 유럽자동차의 비중은 68.5%(1만 758대)로 가장 높으며 이어서 일본자동차는 17.9%(2,829대), 미국자동차는 13.6%(2,179대)의 비중을 차지하고 있다. 한국자동차공업협회(KAMA) 참고.

나라 미국과 일본으로부터 시장개방압력을 받아오고 있는 상황이다. 현재 한국과 EU간 자동차 교역에서는 상당한 무역불균형이 존재하며,⁴²⁾ 이는 한국과 EU간 조선 및 철강부품과 함께 양자간 주요 통상이슈가 되고 있다. 자동차에 대한 수입관세의 경우 EU의 자동차 수입관세는 10%이며 한국의 자동차 수입관세는 8%로 한국의 수입관세가 더 낮은 상황이지만, EU의 경우 수입관세 외 별도의 세금을 부과하지 않고 있으며 한국의 경우 수입관세 외에 수입자동차 소유자에 대한 특별소비세를 부과하고 있고 차종의 승인, 안전, 배기, 소음시험 관련 기준들도 자주 변경함으로써 유럽 자동차기업으로부터 시정요구를 받아오고 있다.⁴³⁾ 한국 자동차기업들이 세계 주요 자동차기업들과 경쟁할 수 있을 정도로 발전할 수 있었던 것은 그동안의 보호무역적인 산업정책에 힘입은 바 크지만, 글로벌화가 가속화되고 기술이나 품질, 그리고 가격 면에서 경쟁이 심화되고 있는 세계 자동차시장에서 한국 자동차기업들이 생존해 나가기 위해서는 보호보다는 EU와 같이 경쟁적인 산업환경을 구축하여 산업경쟁력을 제고해 나가는 것이 바람직할 것이다.

한국 자동차기업들의 유럽시장 진출에서도 현지투자를 더욱 확대해 나가야 할 것이다. 유럽 자동차시장에 대한 진출을 확대하기 위해서는 EU의 강화된 환경 및 안전 관련 기준들에 대응한 기술개발과 현지시장에 맞는 디자인 및 엔진개발, 그리고 광고 등의 현지화전략과 함께 현지투자를 확대하여 유럽, 미국, 그리고 일본 자동차기업들과 경쟁해 나가야 한다. 현재 한국 자동차기업들도 세계 주요 자동차기업들과 같이 중·동구지역에 생산거점을 두고 중·동구시장뿐 아니라 서유럽시장도 동시에 공략하는 이원화 전략을 실행해오고 있다. 대우자동차가 폴란드와 루마니아에, 그리고 현대자동차가 터키에 생산공장을 설립하고 중·동구시장뿐 아니라 서유럽시장을 공략해

42) 2003년 기준 한국의 對유럽 자동차 수출은 58만 9,209대이며, EU로부터의 수입은 1만 758대이다. 한국자동차공업협회(KAMA) 참고.

43) 주한유럽연합상공회의소(2004)

왔다. 기아자동차도 슬로바키아 질리나(Zilina)지역에 2006년을 목표로 생산 공장을 건설 중인 상황이다.

이러한 현지투자에 힘입어 한국 자동차의 유럽시장내 시장점유율은 점차 높아지고 있는 추세이다. 기아자동차의 경우 2003년 유럽시장에서 10만 7,631대의 판매로 전년대비 48.4%의 성장을 기록하였으며, 현대자동차도 2003년 유럽에서 28만 대에 가까운 매출을 기록하였다. 2004년 들어서도 6월 현재까지 GM대우는 4만 6,784대를 판매하여 전년대비 41%의 성장을 기록하였고 기아는 4만 2,517대로 15% 성장하였으며, 현대자동차는 10만 3,434대 판매로 17%의 매출성장을 보이고 있다.⁴⁴⁾ 그러나 유럽시장 진출에 있어 중요한 것은 서유럽시장을 공략하든 중·동구시장을 공략하든 단순한 생산거점 확보에서 나아가 현지법인도 설립할 수 있을 정도로 현지투자를 확대해 나가야 하는 것이다. 이미 GM과 포드가 유럽에 유럽GM과 유럽포드를 설립하여 완전한 현지화를 완료하였으며, 일본 자동차기업들도 최근 현지법인 설립을 준비하고 있는 상황이다. 더욱이 EU내 자동차 관련 기준과 규제들이 점차 강화되는 상황에서 현지법인 설립을 통해 역외국에 대한 각종 규제를 피하고, 동시에 현지 고용확대를 통해 현지인의 한국산 자동차에 대한 브랜드인지도를 제고함으로써 자동차 판매를 확대해 나가는 전략이 필요하다. 그리고 유럽시장 진출을 위한 생산거점을 중·동구시장에만 집중하는 것에도 한계가 있다고 할 수 있다. 대다수 유럽 자동차기업이 비용절감이나 EU 확대에 대비하여 생산기지를 중·동구지역에 이전해 왔으나 효율성이라는 문제에 부딪치고 있다. 즉 저임금과 저렴한 공장부지, 그리고 법인세 감면 등과 같은 각종 혜택에도 불구하고 높은 기술력을 가진 숙련공이 부족하기 때문에 생산성은 오히려 떨어지고 있는 상황이다. 그리고 이전의 사회주의 경제체제에서의 노동환경이 여전히 잔존하고 있어 생산성도 낮은 상

44) Automobile Industries(2004)

황이다. 또한 이전과 달리 중·동구지역의 노동자들도 서유럽지역의 노동자와 동등한 수준의 임금을 요구하고 있는 추세이기 때문에 생산성을 희생하면서까지 중·동구지역에만 생산거점을 집중하는 데에는 위험이 따른다고 할 수 있다. 따라서 유럽시장을 진출에 있어 한국 자동차기업들은 유럽지역 내 생산거점을 중·동구지역에만 국한하지 않고 생산성과 효율성이 높은 여타 지역도 고려해 나가고, 나아가 현지법인을 설립하는 등 현지투자를 확대 나가야 할 것이다.

참고문헌

[국문자료]

- 김세원. 2004. 『EU 경제학』. 박영사
- 대한무역투자진흥공사. 2000. 『포착! 서유럽 자동차 부품시장』. 무공자료 00-05.
- 이종원 · 이갑수. 1997. 『유럽경제론』. 법경사
- 주한 유럽연합상공회의소. 2004. *Trade Issues & Recommendations 2004*.
- 외교통상부. 2003. 『외국의 통상환경』.
- 외교통상부. 통상교섭본부. 2004. 주한 EU 상공회의소 2004년도 통상보고서 검토 2004.7
- 한국자동차산업연구소. 2004. 『2004년 자동차산업』.
- 현대 · 기아자동차. 2004. 『자동차산업』.

[외국문자료]

- 甲中素香 編著. 2002. 『單一通貨と EU經濟改革』. 文眞堂.
- Automobile Industries. June 2004. Can the Koreans Crack Europe? Diesel & Gas Turbine Publications;1355 Bishops Court;Brookfield;WI;53005-6286.
- Datamonitor. 2003a. *European Automobile Manufacturers: Industry Profile*. (May)
- _____. 2003b. *Global Automobile Manufacturers: Industry Profile*. (May)
- _____. 2003c. *Global Automobiles: Industry Profile*. (June)
- DRI. 1993. *World Automotive Forecast Report*. (August)
- European Commission. 1997. *The Single Market review Subseries I: Volume 6 Monitor Vehicles*.
- _____. Automotive Industry [Online]. Available: <http://europe.eu.int/comm/enterprise/automotive/index.htm>. [2004, July 20].
- Eurostat. 1992. Panorama de l'industrie communautaire: Supplement statistique.
- FOURIN. 2000. 『欧州自動車産業 2000/2001』.
- _____. 2002. 『欧州自動車産業 2002/2003』.
- _____. 2003. 『欧州自動車産業 2003/2004』.
- Global Insight. 2004. *World Car Industry Forecast Report*. (June)
- International Organization of Motor Vehicle Manufacturers(OICA). 2003. *Statistics 2003*.

Executive Summary

The European Integration and Development of European Automobile Industry

Young-Gon Park

This study analyzes the development trajectory of the European automotive industry and finds specific phenomenons of the industry in the process of european integration. The study also draws implications for the successful development of Korea's automotive industry.

The European Union abolished tariff and non-tariff barriers and unified different technical standards and regulations among member states during the 1990's integration process. The European automobile industry policies, standards and regulations were also unified through the integration process. This study finds that the abolishment of trade barriers for extra-union and the strengthening of standards related to the environment regulations and safety conditions in the union have led the increase the degree of competitive environment in the industry.

Facing a competitive environment, European automobile companies reorganized production and distribution systems, while leading establishment of strategic alliances or acquisitions with competing companies. And European automobile companies transferred their production facilities to Central and Eastern Europe in

the late 1990's in order to reduce product costs and reinforce their market dominancy.

After examining the development of the European automobile industry, this study highlights the following implications for the development of Korea's automobile industry. In the EU's case, EU member states reinforced the industry's competitiveness through the abolishment of trade barriers for foreign enterprises and strengthened standards related to the environment regulations and safety conditions of automobile instead of financial and technical assistances to automobile companies. Thus, the recommended policy for the successful development of the automobile industry is one like EU, in which the government creates a favorable environment that could encourages market-competition, rather than providing direct financial and technical supports. To enlarge the market share in the Europe, Korean automobile companies should increase investments through the establishment of local corporations and the raising of the brand recognition in the local market.

KIEP 발간자료목록(2000~04. 11)

■ 지역리포트

00-01	금융위기 이후 선진기업의 아시아 진출현황과 시사점	朴英鎬
01-01	일본 구조개혁의 현황과 전망: 재정개혁을 중심으로	金恩志
01-02	핀란드의 정보사회화 전략과 정보통신산업 발전요인 분석	朴映坤
01-03	유럽경제통화동맹(EMU)의 발전과정과 확대전망	鄭厚榮
01-04	아일랜드의 정보통신산업 발전과 정부의 지원정책	朴映坤
01-05	유라시아 경제공동체(EEC)의 출범과 CIS 경제통합의 전망	河由貞
02-01	중국 장강삼각주 권역의 투자환경	吳東胤 · 林泓修
02-02	일본 수입축진정책의 주요 내용 및 평가	金恩志
02-03	EMU 회원국들의 거시경제정책 운영현황과 평가	朴映坤
02-04	러시아 토지소유권 제도개혁의 성과와 과제	河由貞
02-05	인도의 정보기술산업 발전현황과 한·인도간 협력방안	崔允靜
02-06	UAE의 외국인투자 유치정책	裴嬉娟
02-07	최근 뉴질랜드 경제호황의 배경과 시사점	權耿德
02-08	東아시아의 産業內貿易 增加 推移와 示唆点 － 韓 · 日의 對ASEAN 貿易을 중심으로	朴在旭
03-01	헝가리 경제개혁의 추진현황과 평가: 금융개혁을 중심으로	李哲元
03-02	중국 보험산업의 경쟁력과 한국기업의 진출전략	崔義炫 · 趙錫軍 · 禹辰勳
03-03	태국의 FTA정책과 시사점	權耿德
03-04	이라크의 전후복구 동향과 향후 전망	朴馥永 · 裴嬉娟
04-01	南亞共 恷인정권 10년의 평가와 시사점	朴英鎬
04-02	EU 확대 이후 중 · 동구 지역의 교역 · 투자전망과 한국경제에 대한 시사점	李哲元
04-03	리비아 경제제재 해제와 건설시장 확대방안	朴英鎬
04-04	EU의 시장통합과 유럽 자동차산업의 재편	朴映坤

■ 지역연구회시리즈

00-01	블라디미르 푸틴의 시대: 2000년 러시아 대선분석 및 향후 정세전망	鄭銀淑
-------	--	-----

1990년~현재까지의 모든 KIEP 발간자료 목록은 연구원
Homepage (<http://www.kiep.go.kr>)에 수록되어 있음

00-02	동북아 경제협력 구도에서 韓半島의 통합적 발전방향	吳勇錫
00-03	AFTA-CER간 연계 논의와 정책적 시사점	元容杰
00-04	美國經濟의 最近好況에 있어서 IT와 金融化의 役割	李榮洙 · 徐煥周
00-05	日 · 北 經濟協力의 展開構圖와 韓國의 對應方案	申志鎬
00-06	러시아의 체제전환과 자본주의의 발전에 관한 연구	朴濟勳
00-07	知識基盤經濟의 구축과 情報化 촉진을 위한 EU의 政策方向	蔡熙律
00-08	멕시코 금융개혁 추진현황과 교훈	張善德
00-09	對日청구권 자금의 활용사례 연구	金正湜
00-10	러시아 금융산업집단의 정치경제적 역할: 현황과 전망	嚴久鎬
00-11	중국의 WTO 가입 이후 산업별 개방 계획과 그 영향	楊平燮
00-12	印度 經濟改革 10年의 評價와 向後課題	金讚沆
00-13	東北亞 地域 海洋都市間 經濟協力모델 構想	金昌男 · 千寅鎬
00-14	대만의 WTO 가입 전망과 시사점	高在模 · 全載旭
00-15	일본기업의 對아프리카 투자전략과 시사점	辛源龍
00-16	남미공동시장(MERCOSUR)의 경제적 성과분석과 한국의 진출방안	尹玄德
00-17	경제전환기 중 · 동구 노동정책에 관한 비교 연구	李殷九
01-01	남북통일에 대비한 정보통신정책 협력방안	金泳世
01-02	외환위기 이후 동남아 화인기업의 경영전략 변화	朴繁洵
01-03	1990년대 미국의 정보산업 및 전자상거래 발전 전략에 대한 연구	李忠烈
01-04	일본의 버블붕괴와 잃어버린 10년	姜應善
01-05	미국 에너지 위기의 원인과 전망	鄭基虎 · 李滿基
01-06	두만강 개발 10년의 평가와 전망	沈義燮 · 李光勛
01-07	1980~90년대 브라질 산업구조 변화와 한국의 산업협력방안	尹澤東
02-01	우리나라와 미국 주식시장 동조화 현상에 대한 원인 분석과 전망	李忠彦
02-02	1990년대 일본 해외직접투자의 패턴 변화와 한국의 대응	程 勳
02-03	쿠바의 경제개혁이 북한에 주는 시사점	金鍊鐵
02-04	Municipal Finance in Selected European Transition Economies: Institutional Framework and Regional Development	Chang Woon Nam
03-01	말레이시아의 외환위기와 이슬람 정책	吳明錫
03-02	대만기업의 對중국 투자현황과 전략 - 결론: 대만경제에 대한 영향	趙顯竣 外

■ 정책연구

00-01	WTO 뉴라운드 規範分野의 논의동향과 韓國의 協商戰略	崔洛均 · 蔡 旭 · 金準東 · 宋有哲 · 尹美京 · 徐暢培
00-02	서비스산업의 開放效果: 業種間 波及效果를 중심으로	金準東 · 姜仁洙

00-03	東歐 經濟體制轉換의 평가와 北韓經濟에 대한 시사점	鄭余泉
00-04	WTO 뉴라운드 工產品協商的 시나리오별 實證分析和 韓國의 協商戰略	崔洛均·李明憲·朱文培
00-05	WTO 서비스협상의 影響分析 및 對應戰略	金準東·李長榮·李漢煥·金龍奎·崔重熹·許 琮·李漳源
00-06	WTO 뉴라운드 農業協商 影響分析 및 對應戰略	宋有哲·朴芝賢·李載玉·魚明根·任廷彬
00-07	韓·칠레 自由貿易協定の 推進背景, 經濟的 效果 및 政策的 示唆點	鄭仁教·李景姬
00-08	WTO 서비스규범 관련 論議動向 및 對應方案	蔡 旭·金準東·梁俊哲
00-09	體制轉換國의 經濟開發費用 조달	趙明哲·權 栗·李哲元·金恩志
00-10	國際金融體制 改編의 주요쟁점연구	金世植·楊斗鏞·王允鍾·黃祥仁
00-11	WTO 新通商議題 영향분석과 대응	尹昌仁 外
00-12	中國·베트남의 初期 改革·開放政策과 北韓의 改革方向	趙明哲·洪翼杓
00-13	WTO 뉴라운드協商的 전망과 韓國의 協商力 제고방안	蔡 旭·崔洛均
00-14	선진국 주요 環境裝置가 韓國의 輸出競爭力에 미치는 影響과 對應方案	尹昌仁·韓宅煥·庾相喜
00-15	제3차 ASEM 頂上會議: 經濟協力分野의 성과와 발전전략	李鍾華
00-16	農産物 保護費用과 政策示唆點	宋有哲·朴芝賢
01-01	무역개방화와 제조부문의 변화	南相烈
01-02	중국 WTO 가입의 경제적 효과와 정책시사점	鄭仁教
01-03	은행서비스 시장의 개방현황 및 외국은행 진입에 따른 효과분석	黃祥仁·金寅培·辛仁錫
01-04	韓·日 FTA의 경제적 효과와 정책시사점	鄭仁教
01-05	APEC 무역원활화의 경제적 효과	金尙謙·朴仁元
01-06	동아시아의 통화협력 구상: 역내 환율안정을 중심으로	曹琮和·金于珍
01-07	다자무역내 정부조달 논의와 정책적 시사점: WTO를 중심으로	梁俊哲·金鴻律
01-08	북한의 경제회복을 위한 자본수요 추정과 적정 투자방향의 모색	尹德龍·朴淳讚
01-09	EU 확대와 한국의 대응전략: CGE모형 분석을 중심으로	李鍾華·朴淳讚
01-10	주요국 농업정책 변화와 WTO 협상에의 시사점	宋有哲 外
01-11	주요국의 서비스업 시장개방현황과 WTO 뉴라운드 서비스협상: 통신·환경·에너지 서비스를 중심으로	金準東 外
01-12	국제관세의 비교분석 및 부문별 무세화협상의 경제적 효과: WTO 뉴라운드 공산품협상에의 시사점	崔洛均 外
01-13	신통상의제 관련 주요국 정책현황과 WTO 뉴라운드협상에의 시사점	尹昌仁 外
01-14	WTO 무역분쟁의 추이와 한국관련 분쟁사안에 대한 종합평가 및 정책시사점	蔡 旭·徐暢培

02-01	DDA 총점검-2002	崔洛均 外
02-02	농업의 비교역적 관심사항: DDA 농업협상 대응방안	宋有哲 · 朴芝賢 · 李載玉 · 林頌洙
02-03	DDA 서비스협상의 주요 쟁점 및 정책 대응방향: 법무 · 시청각 · 교육서비스를 중심으로	金準東 · 高俊誠 · 具文謨 · 朴淳讚
02-04	DDA 비농산물 시장접근협상의 논의동향과 국제관세율 구조분석	崔洛均 · 鄭在皓
02-05	DDA 규범분야의 논의동향과 개정방향	姜文盛 · 魯在峯 · 李鍾華
02-06	DDA TRIPS 분야의 유전자원 관련 논의와 한국의 대응	尹美京 · 崔允僖
02-07	DDA 무역과 개발분야의 논의동향과 대응방안	南相烈 · 權栗
02-08	DDA 협상의 시나리오별 경제적 효과 분석	崔洛均 · 朴淳讚
02-09	동아시아 주요국의 환율전가에 관한 분석	姜三模 · 王允鍾
02-10	미국 경상수지적자 확대가능성과 한국경제에 미치는 영향	姜文盛 · 羅秀燁
02-11	EMS의 운영성과와 동아시아에의 시사점	尹德龍 · 鄭在植 · 曹琮和
02-12	FDI와 무역의 상호연계성에 관한 연구 - 한국의 對中 투자와 일본의 對韓 투자가 무역에 미치는 영향을 중심으로	李彰洙
02-13	한 · 일 FTA와 일본의 유통장벽	金良姬 · 趙炳澤
02-14	한국기업의 대중국 권역별 진출과 전략	池晚洙
02-15	ASEAN 주요국의 산업 · 교역구조 분석	權栗 · 金玠慶
02-16	중국 유통산업 개방과 활용전략	趙顯竣
02-17	1990년대 이후 한 · 미간 무역구조의 변화	梁俊哲 · 金鴻律
02-18	체제전환국 사례를 통해본 북한의 금융개혁 시나리오	尹德龍 · 鄭衡坤 · 南英淑
02-19	중동 주요국의 교역구조 분석 및 한국의 對중동 통상확대 전략	金興鍾
02-20	동북아 비즈니스 거점화 전략의 기본방향 - 주요 비즈니스 거점의 사례연구를 중심으로	李昌在
02-21	韓 · 中 · 日 IT 산업의 戰略的 提携 현황과 향후 전략: 知識連繫를 중심으로	洪裕洙
02-22	미국의 통상정책 결정 메커니즘과 한국에의 시사점	金鴻律
02-23	중국진출 한국기업의 경영현지화에 관한 연구	白權鎬 外
02-24	베트남 자본시장 현황 및 발전방향	朴大權 · 楊斗鏞 · 吳奎澤 · 金恩京
02-25	한 · 중 · 일 3국의 산업간 상호의존관계 분석 - 국제산업연관모델에 의한 실증연구	李鴻培 · 岡本 信廣
02-26	북한경제 백서	趙明哲 外
03-01	동아시아 통화통합의 비용 · 편익분석과 정치경제학적 함의	申寬浩 · 王允鍾 · 李鍾和
03-02	동아시아 주요국의 적정환율과 시사점	姜三模 · 朱尙榮
03-03	동아시아 혁신경제의 이행과 한국의 혁신전략	洪裕洙 · 李彰洙 · 姜丁實

03-04	동북아 국제금융센터의 여건과 과제: 사례연구와 시사점	安炯徒 外
03-05	중국 부실채권 문제의 원인과 해결전망	地晚洙 · 李 榮
03-06	중국 첨단산업의 발전과 한국의 대응	洪裕洙 · 池晚洙 · 韓正和
03-07	중 · 아세안 FTA의 추진과 과급영향	鄭仁敎 · 吳東胤
03-08	ASEAN 경제통합의 확대와 한국의 대응방향	權 栗 · 鄭仁敎 · 朴仁元
03-09	일본의 통상정책변화와 한국의 대응 방안: FTA 정책을 중심으로	李鴻培 · 金良姬 · 金恩志 · 程 勳
03-10	일본의 자산버블 경험과 한국에 대한 시사점	曹琮和 · 李炯根
03-11	미주자유무역지대(FTAA)의 협상동향과 경제적 효과분석	姜文盛 · 金元鎬 · 朴淳讚 · 全鍾奎 · 權奇洙 · 金眞梧 · 羅秀燁
03-12	국제금융거래를 통한 자금세탁의 사례분석과 대응방안	安炯徒 · 尹德龍
03-13	7·1경제관리개선조치 현황평가와 과제: 북한 경제개혁의 전망	趙明哲 外
03-14	북한경제 개혁의 추진현황과 남북한 및 국제사회의 역할	趙明哲 外
03-15	북한과 러시아 사이의 경제협력 현황과 남북경협에 주는 시사점	趙明哲
03-16	DDA 중간점검 - 2003	崔洛均 外
03-17	WTO/DDA 농업협상 모델리티 평가와 국내 대응방향	宋有哲 外
03-18	DDA 서비스협상 보건의료 분야의 주요 쟁점 및 정책과제	金準東 · 鄭永虎 · 崔秉浩 · 安德宣
03-19	DDA 비농산물 시장접근협상이 한국의 관세체계에 미치는 영향 분석	崔洛均 · 鄭在皓
03-20	DDA 규범분야의 협상의제별 주요 쟁점과 시사점	姜文盛 · 朴淳讚 · 李彰洙
03-21	WTO경쟁규범 협상: 문제점의 분석과 제정방향의 모색	尹美京
03-22	국내 유통서비스 시장개방의 경제적 효과와 적응 지원정책	金準東 · 金鍾一 · 姜俊求
03-23	한 · 중 · 일 FTA의 추진당위성과 선행과제	鄭仁敎 外
03-24	한 · 중 · 일 무역규범의 비교분석과 FTA에 대한 시사점	姜文盛 · 朴淳讚 · 宋有哲 · 尹美京 · 李 根
03-25	한 · 중 · 일 FTA 금융서비스 협상을 대비한 전략과 과제 : 금융서비스 경쟁력 추정과 주요 이슈를 중심으로	楊斗鏞 外
03-26	지역무역협정하에서 환율제도가 무역에 미치는 영향과 한 · 중 · 일 FTA에의 시사점	申寬浩 · 楊斗鏞 · 王允鍾 · 李鍾和
03-27	한 · 중 · 일 FTA 협동연구 총괄보고서 - 2003년 연구의 주요 결과	鄭仁敎 外

■ 지역연구

03-01	아프리카 섬유산업의 현황과 한국 기업의 진출 확대방안
-------	-------------------------------

	－ 나이지리아, 에티오피아, 모로코를 중심으로	金興鍾 · 金良姬 · 朴英鎬
03-02	2004년 EU 확대와 유럽경제의 변화	金興鍾 · 李哲元 · 朴映坤 · 朴慶錫
03-03	중국의 서비스산업 개방과 한국의 대응방안	李章揆 · 趙顯垸 · 吳東胤
03-04	메콩강유역개발: GMS 프로그램 10년의 평가와 시사점	鄭在完 · 權耿德
04-01	1990년대 이후 중동의 경제개혁	朴馥永

■ 조사분석

00-01	透明性 提高를 위한 國際基準 및 規範의 開發과 遵守現況	朴映坤 · 金于珍 · 羅秀燁
00-02	주요 이슈별 韓 · 美 通商懸案 政策課題	梁俊哲 · 金鴻律
00-03	NAFTA의 經濟的 效果分析: 출범전 展望과 實行效果 比較를 중심으로	金元鎬 · 姜文盛 · 羅秀燁 · 金眞梧
00-05	國際協力體 설립을 통한 北韓開發 지원방안	張亨壽 · 朴映坤
01-01	싱가포르의 知識基盤經濟 이행전략과 시사점	鄭在完
01-02	아프리카 시장특성 분석 및 한국의 수출확대 방안	朴英鎬
01-03	WTO 무역원활화 논의와 전자무역	孫讚鉉 · 尹眞那
01-04	WTO 農業協商 대비 주요 쟁점분석 및 정책시사점: 국제기구 논의동향을 중심으로	宋有哲 · 朴芝賢
01-05	韓 · 日 자유무역협정이 외국인투자자에 미치는 영향과 정책적 시사점	金良姬 · 金鍾杰
01-06	南北韓-러시아 3자간 철도협력의 논의동향과 정책과제	鄭余泉
01-07	한국의 對중남미 수출성과 분석과 향후 과제	權奇洙
01-08	싱가포르 개방경제체제의 평가와 전망	權 栗
01-09	멕시코의 공격자금 관리실태와 시사점	金眞梧
01-10	중 · 동구 주요국의 금융구조조정에 대한 평가 및 시사점	李哲元
01-11	병행수입에 대한 WTO TRIPS 논의: 공중보건과 제약산업을 중심으로	尹美京 · 李性美
01-12	北韓의 시장경제교육 실태와 南北 협력방안	趙明哲
01-13	북한의 경제특구 확대 가능성 및 발전방향	洪翼杓
02-01	미국 부시행정부의 대외통상정책과 시사점	姜文盛 · 羅秀燁
02-02	아프리카 건설시장 특정분석 및 한국의 시장확대 방안	朴英鎬
02-03	WTO 농업협상 제2단계 각국 제안서 분석	宋有哲
02-04	병행수입에 대한 경쟁정책의 적용: 한국과 일본의 사례 비교분석	尹美京 · 李奎億
02-05	서유럽 주요국들의 연금제도 분석 및 시사점: 덴마크 · 영국 · 스웨덴 · 이탈리아를 중심으로	朴映坤 · 尹錫明

朴映坤

한양대학교 무역학과 졸업

한양대학교 경제학 석사

한양대학교 국제경영학 박사과정 수료

대외경제정책연구원 전문연구원(現, E-mail: ygpark@kiep.go.kr)

著書 및 論文

『서유럽 주요국들의 연금제도 분석 및 시사점: 덴마크 · 영국 · 스웨덴 · 이탈리아
를 중심으로』 (2002)

『2004년 EU 확대와 유럽경제의 변화』 (공저, 2003)

『FTA의 득과 실: 사례분석을 중심으로』 (공저, 2004) 외

지역리포트 04-04

EU의 시장통합과 유럽 자동차산업의 재편

2004년 11월 15일 인쇄

2004년 11월 20일 발행

발 행 인 安 忠 榮

對外經濟政策研究院

발 행 처 137-747 서울특별시 서초구 염곡동 300-4

전화: 3460-1178 FAX: 3460-1144

인 쇄 서울기획문화사 전화: 2272-1533 대표 김규식

등 록 1990년 11월 7일 제16-375호

【本書 內容의 無斷 轉載 · 複製를 금함】

ISBN 89-322-6072-9 94320

정가 5,000원

89-322-6017-6 (세트)

KIEP 발간자료회원제 안내

■ 본 연구원에서는 본원의 연구성과에 관심 있는 專門家, 企業 및 一般에 보다 개방적이고 효율적으로 연구 내용을 전달하기 위하여 「발간자료회원제」를 실시하고 있습니다.

■ 발간자료회원으로 가입하시면 본 연구원에서 발간하는 모든 보고서 및 세미나자료 등을 대폭 할인된 가격으로 신속하게 구입하실 수 있습니다.

■ 회원 종류 및 연회비

회원종류	배포자료	연간회비		
		기관회원	개인회원	연구자회원*
S	외부배포 발간물 일체	30만원	20만원	10만원
A	(반년간)대외경제연구	1만 2천원		1만원
B	(월간)KIEP세계경제	5만원		2만 5천원

* 연구자 회원: 교수, 연구원, 학생, 전문가들 회원

■ 가입방법

우편 또는 FAX 이용하여 가입신청서 송부(수시접수)

137-747 서초구 염곡동 300-4 대외경제정책연구원 정보자료실 편집출판팀

연회비 납부 문의전화:(02)3460-1179 FAX:(02)3460-1144

E-mail:sklee@kiep.go.kr

■ 회원특전 및 유효기간

- S기관회원의 특전: 본 연구원 해외사무소(美 KDI)발간자료, 週報(인쇄물), 전문가필 토의자료 등 제공
- 자료가 출판되는 즉시 우편으로 회원에게 보급됩니다.
- 모든 회원은 회원가입기간 동안 가격인상에 관계없이 신청하신 종류의 자료를 받아보실 수 있습니다.
- 본 연구원이 주최하는 국제세미나 및 정책토론회에 무료로 참여하실 수 있습니다.
- 연회유효기간은 加入月로부터 다음해 加入月까지입니다.

KIEP 발간자료회원제 가입신청서

기관명 (성명)	(한글)	(한문)
	(영문: 약호 포함)	
대표자		
발간물 수령주소	우편번호	
담당자 연락처	전화	FAX
회원소개 (간략히)		
사업자 등록번호	종목	

회원분류(해당난에 √ 표시를 하여 주십시오)

기관회원 ☐	S 발간물일체	A 반년간지	B 월간지
개인회원 ☐			
연구자회원 ☐			

*회원번호

*갱신통보사항

(*는 기재하지 마십시오)

특기사항

The European Integration and Development of European Automobile Industry

Young-Gon Park

유럽의 자동차산업은 1990년대부터 통합과정을 거치면서 역내 경쟁환경이 더욱 심화되어 갔으며 이에 자동차기업들도 생산체제를 재편하고 경쟁기업과의 전략적 제휴 및 인수를 통해 새로운 경영 환경에 대처해 나갔다. EU는 역내 자동차산업을 육성하기 위해 자동차기업에 대한 실질적인 금융 및 기술지원보다는 역외시장에 대한 무역장벽 철폐를 통해 시장을 개방하고 또한 역내적으로는 자동차의 환경 및 안전 관련 기준들을 강화하여 자동차산업의 경쟁력을 제고해 왔다. 따라서 한국 자동차산업의 발전을 위해서도 보호정책보다는 EU와 같이 자동차기업들이 보다 경쟁적인 환경에서 경쟁력을 제고해 나갈 수 있는 환경을 제공하는 것이 바람직할 것이다. 그리고 한국 자동차기업들은 유럽시장 진출을 확대하기 위해 생산비용이 저렴한 중·동구지역에서의 단순한 생산거점 확보에서 나아가 현지법인을 설립하는 등의 현지투자를 확대함으로써 역외국에 대한 EU의 각종 규제를 피하고 현지시장에서의 브랜드인지도를 제고해 나가야 할 것이다.

대외경제정책연구원

137-747 서울시 서초구 염곡동 300-4

TEL: 3460-1178, 1179 FAX: 3460-1144



정가 5,000원