

자동차부품, OEM 진출기회 상실

KOTRA, 미국 시장 일본·독일에게 뺏겨 ... 글로벌인재 확보 시급

미국 자동차 OEM 시장 진출기회가 국내기업에 찾아왔으나 준비부족으로 기회를 놓치고 있다는 조사결과가 발표됐다.

Delphi, Visteon, Dana 등 미국 자동차부품 생산기업들이 미국시장에서 어려움을 겪으며 미국의 생산시설을 매각·폐쇄하거나 이전하면서 2000억달러의 미국 자동차 OEM 시장 진출 확대 기회가 열렸으나 한국기업들이 준비가 부족해 대부분의 전환 수요가 미국시장에 진출해 있는 독일, 일본기업들에게 돌아가고 있는 것으로 나타났다.

KOTRA가 발표한 <미국 OEM 자동차부품 시장 진출비결>에 따르면, 미국 빅3의 외국산 자동차부품(미국, 캐나다를 제외한 다른 국가 부품) 조달비율은 GM이 1995년 9%에서 2005년 19%로, Ford가 14%에서 18%로, Chrysler가 11%에서 24%로 높아지고 있는 가운데 한국산 자동차부품의 대미 수출도 큰 폭으로 증가하고 있으나 일본, 독일 등 경쟁국에 비해 호기를 충분히 활용하지 못하고 있다.

KOTRA는 GM이 원가절감과 Delphi 파업에 대비하기 위해 Delphi와의 기존 계약을 철회하고, Delphi에서 구매하던 56억3000만달러 상당의 부품들을 다른 부품기업들로 전환하고 있으나 전환 수요가 대부분 독일, 일본 부품기업들에게 돌아가고 있다고 지적했다.

독일, 일본 자동차부품 생산기업들은 기술, 품질 및 가격 경쟁력 면에서 뛰어나며, 이미 오래 전부터 미국시장에 진출해 미국 자동차부품 시장의 거래 관행에 익숙하고, 수요변화에 신속하게 대응하고 있기 때문이라고 지적했다.

물론 GM이 한국 자동차부품 생산기업들로부터의 구매를 획기적으로 늘리려하고 있으나, 2005년 북미 OEM 차 부품 상위 150사 가운데 현대모비스(127위)만이 유일하게 포함될 정도로 GM이 직접 구매할 정도의 기술력과 규모를 가진 한국 부품기업이 상대적으로 부족한 실정이다.

또한 GM 본사 및 구매본부 인접 지역에 진출해 있는 한국기업들이 적어 신속한 의사소통면에서도 불리해 한국 자동차부품 생산기업들이 모처럼 찾아온 호기를 놓치는 상황이 오지 않을까 우려된다.

미시건주의 산업컨설턴트인 Dennis DesRosiers는 미국에 공장을 보유하고 있는 외국 자동차부품 생산기업들이 미국 자동차부품 시장의 약 30%를 점유하고 있으며, 5년 전에 비해 무려 10%p 높아진 것이라고 분석하고 있다.

GM의 Bo Andersson 구매총괄부사장에 따르면, GM의 대표적 고급차종인 캐딜락에 부품을 공급하는 신규 200개 부품기업들의 대부분이 일본의 Denso처럼 미국 자동차산업의 본거지인 미시건주에 공장을 운영중인 일본 자동차부품기업들이라고 밝혔다.

KOTRA는 독일과 일본 자동차부품 생산기업들이 미국 시장에서 성공하고 있는 비결이 전문분야에서 독보적 기술력과 생산능력 확보, 북미 고객 취향에 맞는 제품 개발 및 가격 책정, 일찍부터 현지 진출해 변화하는 시장수요에 신속한 대응, 다양한 건전 고객 확보 및 수익성 위주 납품 계약 체결, 안정적 성장 전략 추구 및 합병인수를 통한 급속 대형화 지양 등으로 분석하고 국내 자동차부품 생산기업들이 글로벌 강자로 부상하기 위해서는 독일, 일본 부품기업들의 성공 비결을 벤치마킹할 필요가 있다고 강조했다.

<화학저널 2006/05/29>