

## 인도 자동차부품산업의 글로벌 공급망 편입전략과 한국기업의 활용 방안

### 최동석

구매력기준 세계 3대 시장이자 젊은 인도가 최근 글로벌 제조기지로 변신을 도모하고 있어, 해외시장에서 활로를 새롭게 모색하는 우리기업들에게 가치있는 파트너로 다가서고 있다. 반면, 최대교역국인 중국은 배타적인 자국 완결형 밸류체인인 홍색공급망(Red Supply Chain)을 확장하고 있어, 종래 수입해 사용하던 한국산 부품을 자국산으로 대체하면서 중국내 한국기업의 역할 비중이 축소되고 있다. 일본은 차이나 플러스 원(China Plus One)정책의 중심축으로 인도에 방점을 찍고, 적극적인 투자진출과 공적 원조확대라는 당근으로 인도시장 확보는 물론 중국의 팽창주의를 인도와 함께 견제하는데 공을 들이고 있다.

인도정부는 '메이크 인 인디아' 정책에 드라이브를 걸면서 글로벌 가치사슬의 미싱링크 역할을 찾아 가고, 인도중심의 지역생산네트워크를 만들고자 노력하고 있다. 인도는 대부분의 제조업과 자동차 및 자동차 부품분야에서 외국인투자를 100% 허용하고 있다. 전기전자 및 IT 부품 및 제품 제조와 연동하여 보조금을 지급하는 생산연계인센티브(PLI)정책은 외국기업들이 인도로 와서 첨단 제조쪽 글로벌밸류체인에 참여토록 유인하고 있다. 인도의 자동차부품산업은 2026년에 2,000억 달러로 세계 3위, 수출은 800억 달러로 전망되고 있다. 글로벌 완성차업체들 대개가 인도에 직, 간접으로 진출하여 공장을 가동하고 있다. 보쉬, 덴소, 마그나, ZF, 현대모비스 등 글로벌 자동차 부품업체들도 인도사업을 확장하고 있다. 경쟁적 연방주의(competitive federalism)가 대세가 되어 인도 28개 주들 사이에 투자유치 경쟁이 치열해지고 있다. 보다 좋은 조건에다 보다 기업 친화적인 서비스 경쟁을 하고 있다. 또한, 창의성이 뛰어난 풍부한 엔지니어풀 덕분에 연구개발과 혁신센터로 떠오르고 있다. 글로벌 완성차 업체(OEMs)들은 내수뿐만 아니라 인도를 발판삼아 유럽·중동·아프리카 수출기지로 활용하는 추세이다. 현대·기아차는 인도 승용차시장 점유율이 25%대 내외를 기록하여 스즈키에 이어 2위를 차지하고 있지만, 수출실적은 2021회계년도 기준 14만대를 넘어, 일본 스즈키를 제치고 2년 연속 1위를 차지하였다. 타타, 마힌드라 등 인도 토종기업뿐만아니라 인도진출 OEMs들은 원가절감, 라인업 확충, 기술개발 등에서 부품업체들과 협력을 확대하고 있다.

인도정부는 자동차미션플랜(AMP 2016-26)으로 자국 자동차 및 부품산업이 글로벌 공급망에 자리잡기 위한 비전을 제시하고 있고, 자동차 검사 및 R&D 인프라 프로젝트(NATrIP) 지원책으로 글로벌 부품 개발 및 R&D 센터로 만들어 가고 있다. 본 발표는 이러한 지원책, 키 플레이어 활용 전략, 인도 진출 한국과 일본기업의 성공과 실패 사례를 분석함으로써 한국기업들의 인도내 가치사슬 구축 및 확대전략을 살펴보고자 한다. 아울러, 치열해진 경쟁환경 속에서 복잡다기하고, 관료의 영향력이 큰 인도에서 우리 제조기업들의 인도 비즈니스 리스크 관리방안에 대한 인사이트를 얻고자 한다.

최동석은 서울대에서 행정학 석사를 받았으며, 박사과정으로 한양대에서 경영컨설팅, 한국외대에서 인도아세안경제를 수료하였다. 코트라 뭄바이무역관장, 뉴델리무역관장겸 서남아본부장을 역임하였다. 현재 광주경제자유구역청에서 국내외 기업 투자유치를 총괄하고 있다. 인도문화권에서 총 9년간 근무하면서 인도인과 인도문화를 이해하고자 노력하였다. 인도진출 전략을 수립하고, 대표사업을 통해 코트라가 인도진출 플랫폼으로 자리매김하는데 일조하였다.

일시: 2021년 06월 01일 (화), 12:00-13:00

장소: 서울대학교 아시아연구소 영원홀(210호)