[JBLI 연구보고서 2019-01]

# 전라북도 상용차산업 현황과 원·하청 관계 연구

## -현대자동차(전주공장) 협력업체를 중심으로-

채준호 · 이지연 · 고재훈

전북노동정책연구원

이 보고서는 전북노동정책연구원(준)의 2019년 정책 연구 사업으로 수행한 연구결과입니다.

2019. 12. 31

연 구 진

채준호(전북대학교 경영학과 교수)

이지연(전북대학교 사회학과 강사)

고재훈(전북대학교 사회과학연구소 전임연구원)

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서 민주노총전북본부의 입장과 다를 수 있습니다.

목 차

제1장 서론 ····· 11

1. 연구배경 및 목적 ····· 12

1) 연구배경과 필요성 / 12

2) 연구목적 / 15

2. 연구내용과 범위 ····· 19

3. 연구방법 / 20

4. 연구진행 과정 / 23

제2장 자동차산업 및 상용차산업 현황 ····· 25

1. 세계 자동차산업 및 국내 자동차산업 현황 ····· 26

1) 세계 자동차산업 현황 / 26

2) 국내 자동차산업 현황 / 29

3) 전라북도 자동차산업 현황 / 37

2. 상용차산업 현황 및 상용차 시장 특징 ····· 45

1) 상용차산업의 생산 및 수출 현황 / 45

2) 상용차산업의 특징 및 부품업체와의 관계 / 53

제3장 전라북도 상용차산업 원·하청관계 구조와 특성: 연결망 분석을 중심으로 ····· 57

1. 전라북도 상용차산업 완성차 및 협력업체 네트워크의 특성 ····· 58

1) 개요 / 58

2) 전라북도 상용차 기업 협력업체 네트워크의 계층성 / 61

3) 전라북도 상용차 기업 협력업체 네트워크의 개방성 / 63
4) 전라북도 상용차 기업 협력업체 네트워크 특성의 의미 / 66

2. 전라북도 상용차산업 완성차 및 협력업체의 네트워크 내 위상 ····· 67

1) 주요 협력업체와의 수직적 분업에 따른 위상 / 69
2) 전라북도 소재 협력업체와의 관계와 위상 / 74

3. 전라북도 상용차 기업의 원·하청 기업 간 격차 ····· 78

1) 완성차 업체와 협력업체 간의 격차 / 78
2) 전라북도 지역 협력업체의 격차 / 81

4. 전라북도 상용차 기업 원·하청 관계의 취약성 ····· 82

제4장 전라북도 상용차산업의 원·하청 관계 실태: 현대자동차 전주공장 사례 심층면접을 중심으로 ····· 87

1. 현대자동차 전주공장 현황 ····· 88

1) 개요 / 88
2) 생산 감소의 요인 / 90
3) 현대차 부품업체의 납품구조와 수직계열화 / 94

2. 현대자동차의 부품 공급체계 특징과 원·하청 관계 ····· 101

1) 현대자동차 생산방식과 원·하청 관계 / 101
2) 원·하청 불공정 거래실태와 협력업체 현황 / 116

제5장 결론 및 정책대안 ····· 123

1. 지역 일자리 개선을 위한 노동의 과제 ····· 124

1) 노동의 지역 일자리 정책 개입 필요성 / 124

2. 상용차 원·하청 문제에 있어서의 지역 노동의 과제 ····· 126

1) 현대차 전주공장위원회의 인식변화와 역할을 위한 제언 / 126
2) 민주노총/금속노조 전북본부의 역할을 위한 제언 / 129

3. (가칭)「전북 상용차 연대회의」 구성 ····· 131

4. (가칭)「전북 상용차 연대회의」 의제 ····· 135

1) 「전북 상용차 연대회의」 양적 확대를 위한 의제: 상용차의 경쟁력 강화 및 산업 내 고용확대를 위한 정책 검토사항 / 135
2) 「전북 상용차 연대회의」 질적 개선을 위한 의제: 상용차 산업 일자리의 질을 개선할 수 있는 정책 검토사항 / 137

5. [공동복지기금] 운영 방안 ····· 138

참고문헌 ····· 147

# 표 목차

〈표1-1〉 완성차 업체와 협력업체 FGI 및 심층면접 ····· 21

〈표1-2〉 연구 진행 과정 ····· 23

〈표2-1〉 국산 자동차의 대륙별 수출 변화 ····· 31

〈표2-2〉 자동차 업체별 공장별 수출량 ····· 32

〈표2-3〉 완성차기업별 1차 협력업체 수 및 납품액 ····· 36

〈표2-4〉 전북지역 연도별 자동차생산, 종사자 수 ····· 39

〈표2-5〉 전라북도 자동차 수출 현황(자동차 및 자동차 부품 합계) ····· 40

〈표2-6〉 전라북도 주요 품목별 수출실적 ····· 41

〈표2-7〉 전북지역 자동차부품 제조업의 산업구성 집적도(2015 기준) ···· 43

〈표2-8〉 지역별 1차 협력업체 수(2018) ····· 44

〈표2-9〉 전라북도 스마트카 관련 업체 및 종사자 현황(2015) ····· 45

〈표2-10〉 상용차시장 점유율 상위 15개국 국가 시장현황 ····· 48

〈표2-11〉 국내 트럭·버스 제작사 내수 현황 ····· 50

〈표3-1〉 현대자동차 전주공장 협력 관계 네트워크(최대 3차)의 중심성 분석 ····· 70

〈표3-2〉 타타대우상용차 협력 관계 네트워크(최대 3차)의 중심성 분석 ····· 72

〈표3-3〉 현대자동차 울산공장 네트워크 전체 중 중심성 상위 10개 업체 ··· 74

〈표3-4〉 현대자동차 전주공장 협력업체의 지역별 분포 ····· 75

〈표3-5〉 타타대우상용차 협력업체의 지역별 분포 ····· 75

〈표3-6〉 현대자동차 전주공장 전북지역 협력업체의 중심성 분석 ····· 77

〈표3-7〉 티타대우 전북지역 협력업체의 중심성 분석 ····· 77

〈표3-8〉 매출액 현황: 현대(전주) VS 141개 1차 협력사 ····· 78

〈표3-9〉 영업이익률 현황: 타타대우 VS 72개 1차 협력사 ····· 79

〈표3-10〉 매출액 현황: 현대(전주) VS 전북 35개 1차 협력사 ····· 80

〈표3-11〉 영업이익률 현황: 타타대우 VS 전북 30개 1차 협력사 ····· 80

〈표3-12〉 현대자동차 전주공장 협력업체의 지역별 평균 영업이익률 ····· 81

〈표3-13〉 타타대우상용차 협력업체의 지역별 평균 영업이익률 ····· 82

〈표4-1〉 현대차 협력사에 적용되는 결품 클레임(울산공장 예) ····· 106

〈표5-1〉 각 부문별 참여 주체 ····· 133

〈표5-2〉 지원 대상 및 지원내용 ····· 139

〈표5-3〉 공동복지기금의 규모 ····· 140

# 그림 목차

〈그림2-1〉 연도별 세계 자동차 생산 추이(1996~2018) ····· 26

〈그림2-2〉 주요 국가별 자동차 생산량(1999~2018) ····· 27

〈그림2-3〉 자동차 성장에서 전기차의 비중 ····· 28

〈그림2-4〉 한국 자동차 생산 추이 ····· 30

〈그림2-5〉 한국 자동차산업의 수급구조 변화 추이 ····· 33

〈그림2-6〉 국산차 및 수입차의 내수 시장 점유율 추이 ····· 34

〈그림2-7〉 지역별 1차 협력업체 수(2018) ····· 35

〈그림2-8〉 부품업계 매출구조 ····· 35

〈그림2-9〉 자동차 부품산업 매출규모 / 현대기아 해외생산 & 부품수출 ··· 37

〈그림2-10〉 전라북도 연도별 자동차 생산 및 종사자 수 ····· 38

〈그림2-11〉 전라북도 연도별 자동차 수출 현황 ····· 40

〈그림2-12〉 세계 자동차 생산 현황(승용차 대비 상용차 생산량 및 비중 추이) ····· 46

〈그림2-13〉 한국 자동차생산 현황(승용차 대비 상용차 생산량) ····· 49

〈그림2-14〉 국내 시장 트럭 7개 중 대형트럭 점유율 변화 ····· 51

〈그림2-15〉 2018~2019 분기별 국산 및 수입 중/대형트럭 점유율 ····· 52

〈그림3-1〉 네트워크 구조의 유형: 단층적 구조와 계층적 구조 ····· 59

〈그림3-2〉 현대자동차 전주공장 협력차수별 업체 수 ····· 62

〈그림3-3〉 타타대우상용차 협력차수별 업체 수 ····· 62

〈그림3-4〉 전라북도 주요 상용차 기업의 협력업체 비율 ····· 63

〈그림3-5〉 선도기업별 협력차수별 평균 매출거래선의 수 ····· 64

〈그림3-6〉 선도기업별 네트워크의 응집성(거래밀도) ····· 65

〈그림3-7〉 선도기업별 네트워크의 밀도와 거래집중도에 따른 비교 ····· 66

〈그림3-8〉 모듈화 생산방식에 따른 완성차 기업과 부품회사 간의 관계 수 변화 ····· 68

〈그림3-9〉 현대자동차 전주공장의 협력 관계 네트워크(최대 3차) ····· 69

〈그림3-10〉 타타대우상용차의 협력 관계 네트워크(최대 3차) ····· 71

〈그림3-11〉 현대자동차 울산공장의 협력 관계 네트워크(최대 3차) ····· 74

〈그림3-12〉 현대자동차 전주공장 1차 협력업체의 GIS 네트워크 분포 ··· 76

〈그림3-13〉 타타대우상용차 1차 협력업체의 GIS 네트워크 분포 ····· 76

〈그림3-14〉 자동차업종 전체의 GIS 네트워크 분포 ····· 76

〈그림4-1〉 현대자동차 분기별 영업이익 및 영업이익률 추이 ····· 89

〈그림4-2〉 현대자동차(전주공장) 생산량 및 종사자 추이 ····· 90

〈그림4-3〉 현대차/계열사/전속협력사 영업이익률 비교 ····· 96

〈그림4-4〉 자동차 부품사 영업이익률과 영업이익증가율 추이 ····· 117

〈그림5-1〉 기업규모별 국제임금 비교 및 임금격차 ····· 130

〈그림5-2〉 광주 「더 나은 일자리위원회」 사례 ····· 132

〈그림5-3〉 전북 상용차 연대회의 구성안 ····· 134

〈그림5-4〉 상용차산업 환경변화에 따른 대응기술 ····· 136

〈그림5-5〉 원하청 관계에서 문제점 ····· 137

〈그림5-6〉 자동차 부품업 중소업체 애로사항 ····· 137

〈그림5-7〉 지역 공동복지기금 모형 ····· 141

〈그림5-8〉 지역 공동복지기금 운영안 예시 ····· 142

〈그림5-9〉 공동복지기금 서비스 제공과 운영효과 ····· 145

# 제1장

# 서론

# 1. 연구배경 및 목적

## 1) 연구배경과 필요성

□ 전라북도, 현대자동차(이하 현대차), 타타대우상용차 등 글로벌 완성차 기업 위치 및 관련 연구기관이 다수 존재하여 국내 상용차 생산 기반의 독자적 우위를 갖춘 생산 거점으로 상용차산업 주도권을 확보할 조건을 갖추고 있으나, 최근 급격한 위기에 직면하고 있음.

○ 전라북도는 전체 중대형 상용차(트럭 2.5톤, 버스 16인승 이상)의 95%를 생산하는 상용차 생산 거점으로,[1] 현대차, 타타대우 두 완성차 기업은 전라북도가 상용차산업의 중심지로 성장하는 근간이 되어왔음.

- 현대차는 1995년 4월 1호차 생산 이래 11차종을 생산하는, 단일공장 규모로는 세계 최대 상용차 전문 생산능력을 갖추고 있음(CAPA 연 12만, 글로벌 대비 2%).
- 타타대우는 1996년 대우차 군산공장으로 설립, 2002년 별도 법인 설립, 2004년 타타 인수 이후 지역사회의 대표적인 기업으로 자리매김함.
- 90년대 후반 이후 두 기업은 전라북도 수출 주력산업으로, 양질의 고용을 제공하며 지역경제에 큰 영향을 미치는 대표기업으로서 자리매김 해 왔음.

○ 승용차 산업이 이미 포화상태에 이르고 글로벌 시장의 하락세 목소

---

1 한국자동차산업협회(KAMA) 발간 자료에 따르면, 2017년 기준 중대형 화물차 국내 생산량은 약 7만 1,000대 수준으로, 이 중 6만 7,000여 대가 전북에서 생산되었음.

리가 나오는 상황에서 상용차 분야 강화는 일찌감치 자동차산업의 주요 전략으로 부상하였으며, 국내 상용차 완성차 기업들은 이미 2020년까지 생산능력 2배 증대 등 투자계획과 로드맵을 제시한 바 있음.

- 그러나 최근 국내 상용차산업이 판매부진으로 가동률 하락과 수익성 저하 경향이 뚜렷하게 나타나면서 완성차 공장의 실질가동률이 50% 이하로 감소하는 등 전반적인 지표하락 추세가 뚜렷이 나타나고 있어 상용차 업계는 급격하게 위기가 심화되고 있음.

○ 이러한 위기는 내수 시장의 수입차 잠식 효과와 더불어 수출 둔화에 따른 동시 현상으로써 일시적인 침체라기보다 복합 요인의 반영으로 보이며, 그에 따른 상용차 시장 압박이 가중된 것으로 판단됨.

- 즉, 세계 3대 시장(미국, 중국, 유럽) 중 최근 미국과 중국 시장에 대한 수출 악화와 더불어 국내 시장에서 수입상용차의 공격적인 마케팅으로 시장 잠식 현상이 심화되면서 완성차 공장 가동률이 50% 이하로 떨어진 상황임.
- 뿐만 아니라 기술적으로는 전기차·수소차 등 친환경차량 및 자율주행·군집주행 등 고안전 차량에 대한 시장요구의 압박으로 미래형 자동차를 중심으로 한 패러다임 변화에 직면한 능동적 대응을 강요받고 있는 상황임.
- 상용차 시장의 이러한 현실은 최근 상용차산업의 부진 현상이 일시적 침체가 아닌 근본적인 기업포지셔닝 위기의 징후임을 알 수 있게 함.

□ 경기 변동에 민감한 상용차산업 부진은 도내에 완성차 기업을 중심

으로 집적화된 중간재 부품업체의 연쇄적 위기와 연동됨.

○ 특히 상용차 시장은 경기의 바로미터라고 할 정도로 경기 변동성에 크게 영향을 받는 산업군으로, 수요가 감소하면 기술적 요인이나 기업 간 연계구조에 대한 조정이 빠르게 이뤄지는 경향 있어 이는 완성차 기업의 관리전략과 직결됨.

- 현대차는 지난 2017년 10월 201명을 전환 배치하였으며, 2018년 7월에는 이례적으로 47명을 기아차 광주공장으로 전환 배치한 바 있음.
- 타타대우는 인근 야적장에 재고 차량이 2,000여 대 밀려 있는가 하면(2018.8) 경영 악화로 중소형 트럭, 버스 신차 출시 계획을 전면 중단함.

○ 한편, 상용차산업을 위시한 자동차 시장의 저성장세의 지속과 경쟁심화에 따른 완성차기업 부진의 영향으로 부품업체의 경영상황은 더 악화되어 연쇄적 위기가 예상됨.

- 중간재로서 자동차 부품 수요는 최종재인 자동차산업의 실적 변동에 연동되어 있으므로 경기 민감도가 높은데다, 완성차 기업의 수익성 하락에 따른 판매단가 인하압력이 심화되는 등 부품업체 역시 고전하고 있는 상황임.
- 특히 도내 부품업체의 경우 대기업의 단순 부품 생산기지로서의 기능하는 측면이 매우 강하고 특히 현대차 의존도가 매우 높아 부품업체 독자적인 위기 대응이 쉽지 않은 상황임.

□ 전라북도, 미래상용차산업 생태계 구축 계획을 적극 추진하고자 하나, 정밀 기계산업 등이 미흡한 산업구조 개선이 절대적으로 필요함.

○ 전라북도는 미래상용차산업을 위한 기반조성을 대체산업으로 추진,

경쟁력 회복 계획을 제시하였음. 특히 이를 위한 '상용차산업 혁신 성장과 미래형 산업생태계 구축사업'(이하 미래상용차산업)이 예비타당성조사를 면제받으면서 전라북도는 미래상용차산업을 보다 적극 추진할 것으로 예상됨.

- 미래상용차산업은 새만금에 실증 플랫폼 구축, 전자장치부품기업 육성, 기존 부품업체의 자율주행상용차 부품업체로의 업종전환으로 부품업체 육성(이를 통해 일자리 창출)을 중점 추진목표로 설정하고, R&D 기반 구축, 실증/사업화 연계를 추진, 상용차산업 생태계를 구축 계획을 추진하는 것임.
- 그러나 2003년 이후 제조업 중심의 지역산업 육성정책 적극 추진 결과 제조업 비중 증가와 주력산업에서의 경쟁력이 높아지는 등 일부 성과가 있었던 것에서 2010년 이후에는 성장에 한계를 보이고, 특히 2014~2015년을 기점으로 전략산업 및 주력산업에서 급속한 쇠퇴가 나타났음. 이는 특히 자동차 기계부품 산업에서 두드러짐.

○ 이러한 상황에서 2017년 현대중공업 조선소 가동중단, 2018년 한국지엠 군산공장 폐쇄에 따른 협력업체의 폐업 및 대량실직 등 지역산업위기 발생으로 인한 지역경제 압박 가중으로 전라북도 산업구조 및 대응전략에 있어서 체질개선이 요구되는 실정임.

### 2) 연구목적

□ 자동차산업의 패러다임 전환기에 전라북도 미래상용차산업이 지속가능하기 위해서는 지역 산업생태계를 구성하는 다층적 구조 내 모든 구성원이 공존 가능한 방안이 모색되어야 함.

○ 미래상용차산업을 통한 산업구조 전환과 이를 통한 고용 전략이 성

공적인 모델이 되기 위해서는 R&D와 인프라 구축을 통한 생산력 증대와 경쟁력 향상뿐만 아니라 원청기업-1차-2차 협력업체의 폐쇄적 공급구조의 개선으로 지역 산업생태계 구성요소 간 상생을 통해 지속가능한 발전 방안을 마련하는 것이 필수적임.

○ 현재는 중단 상태이나 현대차와 타타대우는 경쟁력 회복과 글로벌 상용차산업 도약을 위해 수년 전부터 대폭적인 투자를 계획하고 이를 추진한 바 있으며, 이런 가운데 전라북도의 미래상용차산업 육성을 통한 지역 산업의 체질개선 추진 계획은 새로운 추진력을 제공할 가능성이 있음.

○ 그러나 상용차는 자동차에 비해 자동화 비중이 낮고 분야별 특화된 기술 적용이 많아 자동차보다 노동집약적이고 다품종 소량생산이 특징으로, 상용차 부품업체는 중소·중견기업이 다수임.

○ 따라서 미래상용차산업의 성장이 지속가능하기 위해서는 양질의 노동조건을 통해 부품업체가 완성차 업체를 뒷받침함으로써 공존할 수 있는 성장 비전이 전제되어야 함. 그러나 현재 미래상용차산업 추진계획은 이에 대한 노동정책이 매우 취약함.

○ 특히 상용차를 비롯한 자동차산업은 완성차 업체와 부품업체 간 수직계열화 구조로 인해 비용부담을 하청업체에 전가하는 불공정 행태가 가장 극단적인 산업부문이며, 이는 역설적이게도 글로벌 판매량 세계 5위(현대차)를 기록했던 압축 성장의 결과가 아닐 수 없음.

- 모듈화 추구로 부품사에 대한 수직계열 강화와 조립공정 단순화로 현대차 생산방식을 구축하고 원가절감, 이익 극대화로 완성차 업체는 고속 성장하였으나 이는 결과적으로 산업 전반적 양극화를 초래하였음.

- 완성차 기업에 대한 부품업체의 높은 의존도는 완성차 매출부진이 부품사로 그대로 이어지는 연쇄 효과를 초래하게 되었음.
- 예를 들어, 현대차 부품사의 계열화가 본격적으로 진행되었던 2000년대 동안 현대차 계열사 부품업체와 비계열사 부품업체간 영업이익률 격차는 3배 이상에 달하는 등 격차가 크게 확대됨.

○ 이러한 수직계열화 구조로 인해 1차 하청업체는 원청으로부터 이전된 비용부담을 다시 2차 하청업체에 전가하는 불공정 행태가 구조적으로 지속되었으며, 이는 결국 부품산업 전체를 심각한 위기에 봉착하게 함.

○ 전라북도의 경우 완성차 업체가 여러 지역에 공장을 두고 분산돼 있지 않으므로 부품업체 역시 여러 지역에 공장을 둘 필요가 없어 단일 공장 비율이 높고 완성차업체 의존도가 특히 높은 특징이 있음.
- 납품처가 1곳에 불과한 부품업체 비율이 35.5%로 매우 높아, 부품업체의 납품 경로가 다각화된 충남, 경북 등과 대비되며, 전라북도 소재 부품업체 중 80%가 1개의 2차 하청업체로부터 납품을 받음. 따라서 완성차의 매출부진 여파가 부품업체에 미치는 연쇄적 효과가 특히 크게 나타날 수밖에 없는 구조임.

□ 이러한 폐쇄적인 부품공급 및 비용전가 구조는 완성차업체로 대표되는 대기업과 종속적인 기업관계를 맺고 있는 중소 부품업체 노동자들의 노동권 및 생존권을 직접적으로 위협할 뿐 아니라 자동차산업 전반의 구조를 심각하게 왜곡시키는 주된 요인으로, 이에 대한 개선방안을 모색하고자 함.

○ 뿐만 아니라 원청업체(대기업) 노동조합 및 부품업체 노동조합 역시

이러한 불공정 거래 관계에 대해 상호 연대보다는 각각의 개별 기업 수준에서만 문제를 해결하고자 하는 전략적 선택을 하고 있으며, 이는 단기적인 이익 극대화에 우선 집착하기 때문일 것임.

- 이러한 속에서 노사 간, 원하청 기업 간, 원하청 노동자 간 격차는 보다 심화되고 있음.

○ 자동차산업에서 원하청 기업 간 불공정거래 관행에 대해서는 노동계의 문제제기뿐 아니라 학계에서도 그동안 지속적인 분석이 있었음. 그러나 이 문제에 대해서 다시 주목하는 이유는, 첫째, 전라북도의 미래 주력산업 추진 전략의 하나로 상용차산업 육성에 초점을 두고 있으며, 둘째, 지역의 관련 산업구조는 중소영세한 단순부품업체에 집중되어 있기 때문임.

○ 전라북도가 적극 모색하는 상용차산업의 혁신 성장을 통한 지역 산업구조 전환과 이를 통한 고용창출 전망이 지속가능한 성공적 모델이 되기 위해서는 완성차 기업의 성장뿐만 아니라 부품사와의 하도급 구조 등 산업생태계 구성부문 전반의 개선이 필수적임.

○ 본 연구에서는 상용차산업과 부품업 실태 및 원하청 거래관계의 특징을 구체적으로 파악하고 완성차업체와 부품업체를 아우를 수 있는 개선방안에 대해 모색하며, 이를 위해 지역 차원에서 시도할 수 있는 몇 가지를 제안하고자 함.

## 2. 연구내용과 범위

○ 상용차산업 완성차 업체 및 협력사 현황 및 원하청 관계의 실태와 문제점을 파악해보고, 지역 수준에서 완성차업체와 부품업체를 아우를 수 있는 개선방안을 모색함.

- 이를 위해 전라북도의 상용차산업 및 부품산업 실태를 파악하고 나아가 구조적 문제를 파악할 수 있는 기초자료를 형성하고자 함.

○ 상용차산업의 원하청 관계를 심층적으로 파악. 특징과 문제점을 구체적으로 이해하기 위하여 전라북도 소재 상용차 완성차 업체 중 국내 상용차산업의 시장 선두기업인 현대자동차(전주공장) 사례를 중심으로 자료를 수집함.

- 현대차 협력업체 기초정보 및 현황 파악하고 이를 체계적으로 정리.
- 현대차 - 부품협력업체 간 거래네트워크 특징에 대해 분석하고 이를 통해 전라북도 상용차 및 상용차 부품산업의 현황을 정확히 파악함.
- 현대차 부품협력업체의 구체적 실태 및 구조적 문제를 정확히 이해하고 이에 대한 개선방안을 모색함.

○ 지역 내 상용차산업 발전을 위한 완성차업체 - 부품업체 상생방안을 모색하고, 적극적인 개선 방안을 마련하기 위해 노동계와 사용자측 및 지자체, 시민 사회 등 지역 주체들 간 공론화가 필요함을 제안하고자 함.

## 3. 연구방법

□ 본 연구 진행을 위한 방법은 문헌조사, DB를 활용한 통계분석 방법, 심층면접조사 등을 수행하여 결과를 분석하였음.

○ 문헌자료는 자동차(상용차) 산업 및 자동차 부품산업의 현황을 파악하고, 완성차 기업의 현황을 파악하기 위하여 관련 문헌을 분석하였음.

- 문헌자료를 통해 글로벌 및 국내 자동차산업과 부품산업의 구조와 특성, 그리고 완성차 기업 현황을 파악하였음.
- 특히 현대자동차 생산방식과 생산관리 방식 및 부품업체와의 관계 등에 대해 관련 문헌자료를 토대로 이론적 검토를 하고 그 특징을 파악하였으며, 한국자동차산업협회의 자동차 통계 및 한국자동차산업협동조합의 부품업체 통계 자료를 활용하여 상용차 시장 및 부품산업 현황을 파악하였음.
- 언론매체의 관련 보도자료 등을 참고하여 상용차 시장 및 현대차 기업 현황을 파악하고 심층면접을 위한 가이드 질문 작성에 참고하였음.

○ 통계분석은 한국기업데이타(크레탑)의 기업정보DB 원자료를 활용한 연결망 분석을 통해 현대차(전주공장) - 부품 협력업체 간 거래네트워크의 특징 분석을 시도하였음.

- 기업정보 DB는 최종 수요기업에서 출발하여 중간재의 거래를 나타내는 기업 간 매출거래 및 매입거래 정보를 포함하고 있어, 이 거래정보를 이용하여 현대차(전주공장)을 최종정점으로 하는 기업 간 연결망 분석을 시도하였음.

- 분석을 위하여 2018년 한국기업데이터 원자료에서 표준산업분류표 자동차산업 포함 코드(C30)를 추출하여 DB를 구성하고 추출된 기업의 거래정보를 이용하여 최종 정점이 되는 완성차기업-1차 협력기업-2차 협력기업 - 3차 협력기업으로 이어지는 거래 네트워크 특성을 알아보았음.

○ 심층면접조사를 위하여 문헌자료 분석 및 사전조사를 통해 세부 면접 가이드를 작성하고, 협력업체를 사업장 방문하여 면접조사를 진행하였음.

〈표1-1〉 완성차 업체와 협력업체 FGI 및 심층면접

| FGI 및 심층 인터뷰 | | | |
|---|---|---|---|
| 1/2차 협력사 | 1. A_IC(2019) | 완성차 | 12. 현대차(전주) 노사협력팀 (2019, 2017) |
| | 2. B_KK(2019) | | 13. 금속노조 현대차지부 전주위원회 (2019, 2017) |
| | 3. C_DL(2019) | | |
| | 4. D_DY(2019) | | |
| | 5. E_SU(2019) | | |
| | 6. F_HK(2019) | | |
| | 7. G_CW(2019) | | |
| | 8. H_SH(2017) | | |
| | 9. I_UL(2017) | | |
| | 10. J_DH(2017) | | |
| | 11. K_FGI_WS_HH_SH(2017) | | |

주1: 상용차 시장 및 원하청 관계를 파악하기 위해 수행한 연구자의 2017년 현대차(전주공장) 협력업체 심층면접 결과 자료를 일부 분석에 활용하였으며, 관련하여 타타대우상용차의 노동조합 및 사측 **부 심층면접을 수행하였으나 본 연구는 현대차(전주공장)를 사례중심으로 진행되었으므로 직접적인 분석 자료로 활용하지는 않았으므로 목록에서는 제외하였으나 상용차 현황 에 대한 부분적인 비교자료로 참고하였음.

주2: 본문 인용 시 기업 표기는 현대자동차 전주공장은 그대로 표기하였으며, 협력업체 표기는 코드처리 하였음.

- 현대차(노조, 사측 노사협력팀), 협력업체 등에 대해 기본적으로는 1:1 면접조사를 진행하였으며, FGI(Focus Group Interview)를 병행하여 수행함.
- 모든 심층면접조사는 사전 동의하에 녹음, 녹취록을 작성하고 해당 협력업체의 식별은 코드처리 하였음.

# 4. 연구진행 과정

○ 연구의 진행과정은 다음과 같음.

〈표1-2〉 연구 진행 과정

| 구 분 | 월 별 추 진 일 정 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 연 구 내 용 | 3 | 5 | 7 | 9 | 11 | 12 |
| 연구 기획 및 개시 | | | | | | |
| 기초자료 수집 및 문헌자료 분석 | | | | | | |
| 현대차 노조 1차 미팅(협조/자료 요청)(04.10) | | | | | | |
| 1차 진행경과 미팅(민주노총JB) | | | | | | |
| **노동정책 워크샵1**(정책연구원(준)) : 제조업위기, 전라북도 일자리정책 대안모색 토론회(05.15) | | | | | | |
| 2차 진행경과 미팅(민주노총 JB) | | | | | | |
| 현대차 노조 2차 미팅(경과공유/자료요청) (07.05) | | | | | | |
| 현대차 노사협력팀 1차 미팅(협조요청) (07.05) | | | | | | |
| 기업정보 DB 확보, 클리닝, 분석 | | | | | | |
| 협력업체 심층면접 계획 및 추진(대상 파악 및 컨택) | | | | | | |
| 협력업체 심층면접 진행 및 심층면접 자료 분석 | | | | | | |
| **노동정책 워크샵2**(3차 진행경과 공유: 연구개요 문서공유)(정책연구원(준)) (10.18) | | | | | | |
| **노동정책 워크샵3**(중간보고 및 현장전문가 의견청취)(정책연구원(준)) (11.15) | | | | | | |
| **노동정책 워크샵4**(최종보고 및 공개토론회) (정책연구원(준)) (12.18) | | | | | | |
| 최종보고서 제출 및 연구 종료 | | | | | | |

# 제2장

# 자동차산업 및 상용차산업 현황

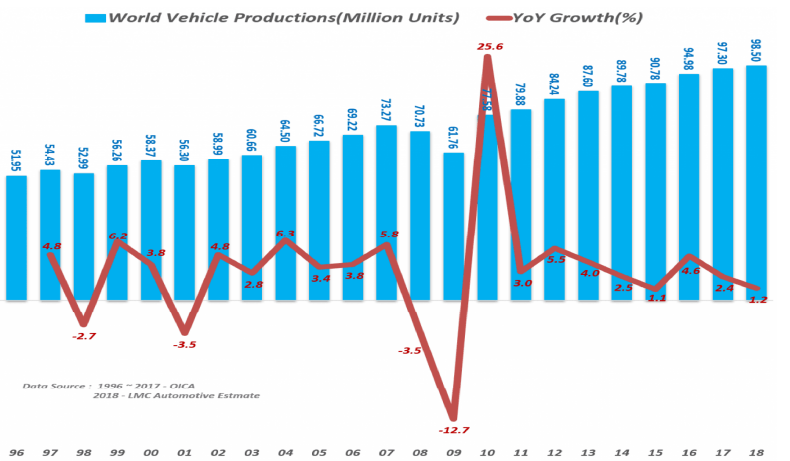
# 1. 세계 자동차산업 및 국내 자동차산업 현황

## 1) 세계 자동차산업 현황

□ 세계 자동차 생산은 최근 신흥국의 생산·판매 호조세 대 미국을 제외한 선진시장의 생산 정체 등으로 양극화 현상이 나타나는 가운데 미래형 자동차를 중심으로 한 패러다임 변화로 전환기에 직면함.

○ 세계 자동차 생산량은 2008년 세계 금융위기 전후를 제외하고는 소폭이나마 꾸준히 증가해 왔으나, 평균 증가율은 계속 낮아지고 있는 추세임.

〈그림2-1〉 연도별 세계 자동차 생산 추이(1996~2018)

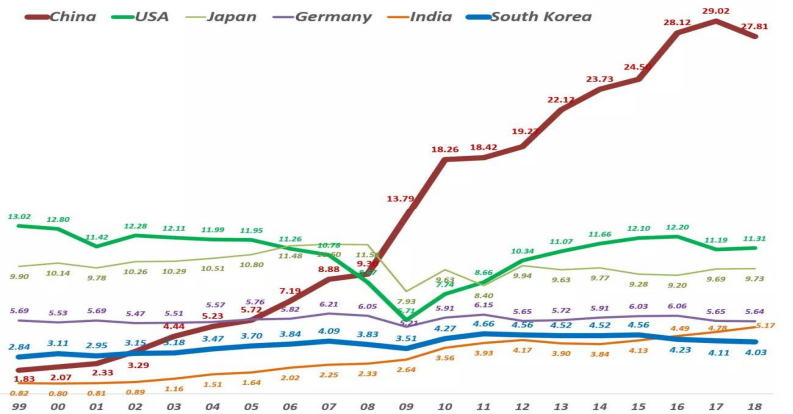



자료: 1996~2017-세계자동차협회(OICA), 2018-한국자동차산업협회(LMC Automative 추정치)
(그래픽: Happist.com에서 인용)

- 그동안 세계 자동차 생산량의 꾸준한 증가는 주로 중국, 인도 등 자동차 생산 신흥국 수요의 견인효과로, 특히 중국은 2009년 이래 세계 1위 자동차 생산국으로 확고히 자리매김 하였음.

○ 주요 국가별 생산 현황은 2018년 기준으로 중국>미국>일본>독일>인도>멕시코>한국>스페인>브라질>프랑스가 10대 자동차 생산국임(<그림2-2>는 멕시코가 생략됨).

<그림2-2> 주요 국가별 자동차 생산량(1999~2018)



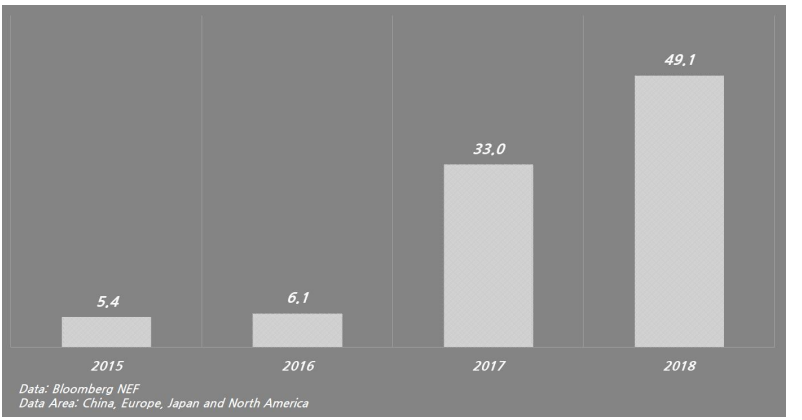

자료: 1996~2017-세계자동차협회(OICA), 2018-한국자동차산업협회
(그래픽: Happist.com에서 인용)

- 중국은 세계 자동차 생산 27.8%를 차지하며 세계 자동차산업의 성장 엔진으로 부동의 자동차 최대 생산국이지만 20년 만에 처음으로 2018년 생산량이 감소하면서 자동차 수요가 둔화되고 있음.
- 선진국 중에서는 예외적으로 미국이 세계 금융위기 이후 일본과의 격차를 벌리고 있어 지속적인 생산 증대가 예상되지만, 2018년 기준 중국 생산량의 절반에도 못 미쳐 차이가 큼.
- 한국은 2016년 세계 5위 생산국 위치를 인도에 내어준 이래 감소 추세임.

○ 전체 자동차시장의 성장 둔화에도 불구하고 전기차 시장이 빠른 속

도로 늘어나고 있음. 특히 선진자동차 시장의 마이너스 성장 기조가 현실화되는 속에서 특히 미국, 일본, 독일 등은 자율주행자동차, 전기차 등의 기술 패러다임으로 전환하였으며, 중국, 인도 등 신흥 시장도 전기차 중심으로 급속히 재편되고 있는 상황임.

〈그림2-3〉 자동차 성장에서 전기차의 비중




자료: Bloomberg NEF(2018년은 6월까지 누적분)

- 전기차가 전체 자동차 시장에서 차지하는 비중은 2011년 0.06%로 극히 미약한 수준이었으나 2018년 2분기 기준 점유율 2.5% 수준임.
- 전기차의 전체 자동차 시장 성장에 기여도를 보면, 2015~ 2016년 5~6%에서 2018년 49.1%까지 높아졌으며(〈그림2-3〉 참조), 전기차 관련 판매량을 집계하는 이브이-볼륨스닷컴(EV Volumes.com)에 따르면 2018년 상반기 동안 전년 대비 전기차 판매는 66%나 증가하였음.
- 특히 중국은 정부의 강력한 전기차 판매 드라이브로 전기자동차 시장이 급속하게 증가하고 있음.

○ 세계 각국은 친환경 산업정책에 따라 미래형 자동차 개발로 급속히 방향 전환을 하고 있어 이에 대한 개발 요구가 증대, 변화에 대한 적절한 대처를 요구받고 있는 상황임.

### 2) 국내 자동차산업 현황

□ 자동차시장의 성장세가 크게 둔화되었다 해도 신흥국들의 성장으로 크게 감소하지 않은 상황에서 국내의 자동차 수출은 계속해서 감소 추세로, 완성차 업계 전반의 부진은 자동차산업 위기로 나타나고 있음.

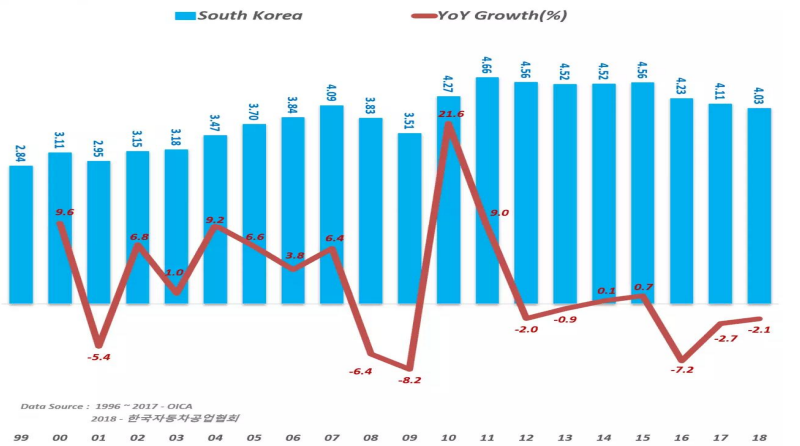
○ 국내 자동차산업은 그동안 IMF 외환위기 당시 일시적 감소 외에는 2011년까지 성장세를 유지해왔으나 2011년 이후 감소세, 2016년부터 큰 폭으로 감소하였음.

- 2011년 466만대 생산을 정점으로 점점 감소해 오다가 2016년 423만대로 감소, 2018년에는 간신히 400만대를 넘긴 수준임.
- 2016년에 -7.2%를 기록한 이래 2017~2018년 -2%대의 생산량 감소를 보임.

○ 2017년에는 미국의 보호무역 움직임, 중국의 사드 문제와 로컬기업의 경쟁력 향상 등 대내외적인 많은 부침이 있었고, 그 영향으로 자동차 생산량이 급감하였음.

- 다소나마 양호한 신흥시장에서의 생산-판매도 원화대비 절하 폭이 커서 판매수익에 크게 기여하지 못하였음.

〈그림2-4〉 한국 자동차 생산 추이




자료: 1996~2017-세계자동차협회(OICA), 2018-한국자동차산업협회(그래픽: Happist.com에서 인용)

○ 2012년 최고치를 기록한 국내 자동차 수출은 그 이후 계속 감소하였으며, 2018년 10월 기준으로 전년대비 5.9%나 감소하였음.

- 대륙별로 국내 자동차업체 수출이 늘어난 지역은 EU와 유럽 기타 지역, 그리고 아프리카에 불과하며, 한때 최대 수출 지역이었던 중동과 중남미 지역 수출은 2018년 10월 기준 24.5% 및 12.8%나 감소하였음.
- 미국에 대한 수출은 2018년 10월 기준 전년 동기대비 8%나 감소하였으며 아시아지역에 대한 수출은 24.1%나 감소하였음.

○ 결국 국내 자동차 수출은 세계 모든 지역에서 크게 위축되고 있으며, 이는 시장 상황의 부진이 아니라 수출경쟁력이 하락하고 있는 것으로 볼 수 있음.

〈표2-1〉 국산 자동차의 대륙별 수출 변화

(단위: 천대, %)

| 구분 | 계 | EU | 유럽기타 | 아프리카 | 아시아 | 중동 | 대양주 | 북미 | 미국 | 중남미 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2011 | 3,152 | 427 | 267 | 180 | 225 | 626 | 161 | 771 | 588 | 495 |
| 2012 | 3,171 | 399 | 282 | 197 | 179 | 614 | 161 | 905 | 694 | 433 |
| 2013 | 3,089 | 407 | 225 | 181 | 188 | 594 | 157 | 955 | 759 | 381 |
| 2014 | 3,063 | 349 | 170 | 149 | 180 | 619 | 154 | 1,102 | 894 | 338 |
| 2015 | 2,974 | 384 | 72 | 100 | 134 | 542 | 172 | 1,285 | 1,066 | 285 |
| 2016 | 2,622 | 403 | 68 | 65 | 90 | 403 | 190 | 1,166 | 964 | 237 |
| 2017 | 2,530 | 508 | 96 | 65 | 87 | 330 | 204 | 1,043 | 845 | 198 |
| 2017.1~10 | 2,117 | 421 | 81 | 54 | 73 | 273 | 170 | 876 | 701 | 168 |
| 2018.1~10 | 1,991 | 432 | 112 | 78 | 56 | 206 | 157 | 806 | 645 | 146 |
| 증가율 | -5.9 | 2.5 | 37.9 | 43.0 | -24.1 | -24.5 | -7.9 | -8.0 | -8.0 | -12.8 |

○ 다음으로 국내 완성차 업체의 기업별 수출실적을 보면 르노삼성을 제외한 모든 업체에서 수출실적의 평균 증가율은 감소세임.

- 현대자동차의 2017년 수출 실적은 96만 4천대로, 2013년 이후 5년간 연평균 -4.8% 감소 추세이며, 공장별로 최근 5년간 울산공장은 -4.6%, 아산공장은 -9.8% 감소, 전주공장 +1.8%임.
- 2018년 5월 누적실적 기준으로 연평균 4.9% 감소 추세를 보임.
- 이는 최대시장인 중국시장에서의 판매부진 영향이 크게 작용한 것으로, 2017년 사드 갈등이라는 정치적 이슈도 겹쳤던 탓도 있지만 근본적으로는 중국 로컬업체들의 성장으로 상품 경쟁력이 저하되어 하락세로 나타난 것으로 보아야 함.

〈표2-2〉 자동차 업체별 공장별 수출량

(단위: 대, %)

| 업체 | 공장 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 (5월 누적) | 연평균 증가율 ('13~'17) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 현대자동차 | 울산공장 | 1,059,309 | 1,083,077 | 1,053,243 | 919,455 | 878,385 | 359,319 | -4.6 |
| | 아산공장 | 88,704 | 80,635 | 70,457 | 62,185 | 58,693 | 21,920 | -9.8 |
| | 전주공장 | 25,001 | 31,700 | 32,748 | 27,652 | 26,860 | 6,498 | 1.8 |
| | 계 | 1,173,014 | 1,195,412 | 1,156,448 | 1,009,292 | 963,938 | 387,737 | -4.8 |
| 기아자동차 | 소하리공장 | 243,681 | 271,396 | 282,892 | 241,983 | 194,276 | 70,580 | -5.5 |
| | 화성공장 | 360,643 | 379,491 | 324,413 | 248,816 | 261,668 | 87,275 | -7.7 |
| | 광주공장 | 363,813 | 418,681 | 400,620 | 380,708 | 366,552 | 137,040 | 0.2 |
| | 서산공장 | 163,499 | 156,953 | 149,130 | 124,799 | 136,309 | 70,824 | -4.4 |
| | 계 | 1,131,636 | 1,226,521 | 1,157,055 | 996,306 | 958,805 | 365,719 | -4.1 |
| 한국지엠 | 부평공장 | 349,959 | 308,172 | 277,922 | 283,157 | 288,134 | 117,907 | -4.7 |
| | 창원공장 | 110,879 | 41,428 | 34,164 | 12,129 | 10,600 | 3,892 | -44.4 |
| | 군산공장 | 169,128 | 127,155 | 150,643 | 120,909 | 93,662 | 44,880 | -13.7 |
| | 계 | 629,966 | 476,755 | 462,729 | 416,195 | 392,396 | 166,679 | -11.2 |
| 르노삼성 | 부산공장 | 70,983 | 89,851 | 149,065 | 146,244 | 176,271 | 70,296 | 25.5 |
| 쌍용자동차 | 평택공장 | 78,868 | 70,847 | 44,878 | 52,200 | 37,008 | 12,693 | -17.2 |
| 타타대우상용차 | 군산공장 | 4,458 | 3,678 | 3,836 | 1,218 | 1,723 | 490 | -21.2 |
| 자일대우버스 | 울산공장 | 486 | 140 | 104 | 60 | 53 | 40 | -42.5 |
| 총계 | | 3,089,411 | 3,063,204 | 2,974,115 | 2,621,515 | 2,530,194 | 1,003,654 | -4.9 |

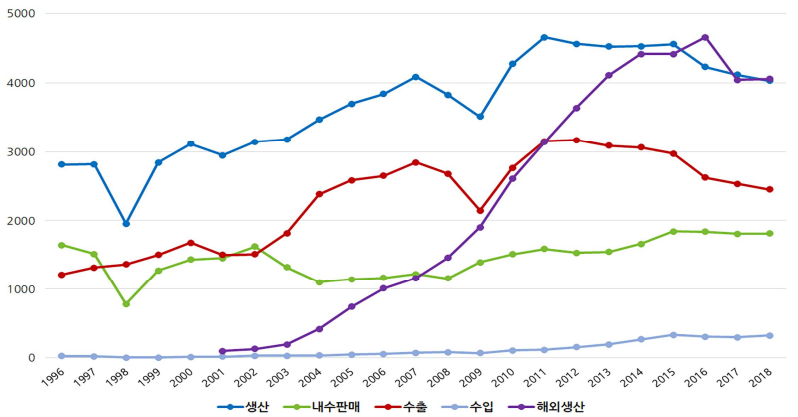
자료: 한국자동차산업협회

○ 이러한 기조가 지속됨에 따라 2018년 자동차 생산량은 2007년 수준으로 하락하게 되었으나, 1990년대 후반 이후 장기추세를 볼 때, 2018년 자동차 생산량 감소 수준은 2008년 세계 금융위기 당시 하락 수준 보다는 크지가 않음.

- 〈그림2-5〉를 보면, 최근의 생산 급감현상은 내수판매 보다는 수출 감소 효과가 크고 해외 생산까지 감소지표로 나타나고 있어 국내 생산경쟁력 약화뿐만 아니라 제품 등 기업의 경쟁력 약화 등의 영향이 존재함을 알 수 있음.
- 즉, 이는 과거 2008년 금융위기와 같은 외부적 충격에 의한 것이기 보다는 장기적 추세로 경쟁력 약화 약화에 기인한다고 보아야 함.

〈그림2-5〉 한국 자동차산업의 수급구조 변화 추이

(단위: 천대)




자료: 한국자동차산업협회, 공공데이터포털(각년도) 등에서 재구성

□ 교체수요만 발생하는 포화시장 구조로 바뀌어 수입창출 역할이 줄어든 내수시장

○ 최근 세계 주요 시장에서의 수출 감소뿐만 아니라 국내시장에서도 매출 둔화로 국산차 기업들의 내수 정체가 나타나고 있음.

- 내수 시장은 인구 천 명당 자동차 보급 대수가 승용차 기준 386대, 승합차를 포함해도 448대(자동차 등록통계 2018.10월 기준)에 달해, 연간 180만대의 교체수요가 한계인 시장으로 변화함에 따라 더 이상 내수시장이 캐시카우(Cashcow)의 역할을 해주기 어려워졌음.[2]

- 70% 이상을 유지했던 현대기아차(승용차) 판매 점유율은 2009년 76.7%를 정점으로 하락하기 시작하여 60% 초반까지 감소하였으며,

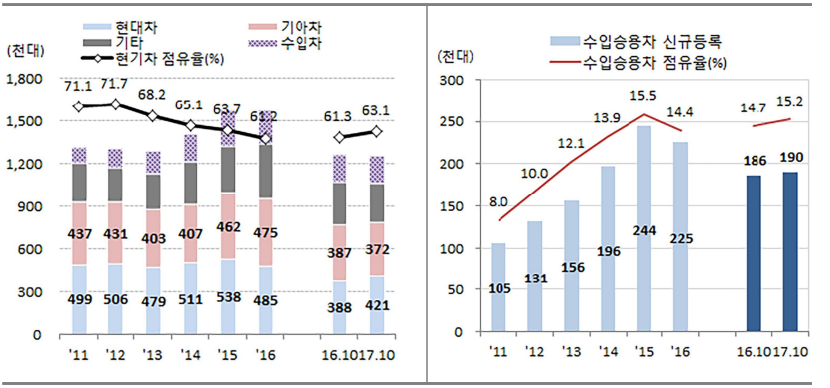
2 미국의 포드가 F시리즈만 연간 80만대 넘는 판매량을 보이고, 중국의 하발(Haval) H6은 연간 50만대를 넘으며 수입창출원인 캐시카우 역할을 다하고 있는데 반해 국내 시장의 경우는 가장 많이 팔린다 해야 그랜저 9만대, 산타페 8만대 정도 수준임(한국자동차산업협회(KAMA) 웹진 Vol.357).

수입차 수요가 빠르게 증가하여 내수 점유율이 2016년말 14.4%에서 2017년 10월 누계 15.2%까지 상승하였음.

- 내수시장에서 현대기아차의 견고한 지위는 여전하지만 수입차의 수요 증가로 현대기아차의 시장지배적 지위가 다소 약화되었음.

〈그림2-6〉 국산차 및 수입차의 내수 시장 점유율 추이

(단위: 천대, %)




자료: 한국자동차산업협회, 한국수입자동차협회

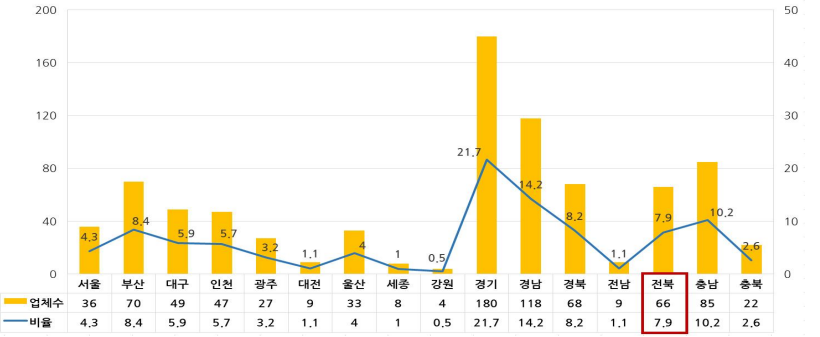
□ 자동차 부품산업 현황

○ 2018년 현재 7개 완성차기업(현대, 기아, 한국지엠, 르노삼성, 쌍용, 타타대우상용차, 대우버스)과 직접 거래하고 있는 1차 협력업체 현황은 다음과 같음(자료는 한국자동차산업협동조합에 회원사로 등록된 기업에 한함).

- 지역별 분포는 2018년 기준 1차 협력업체 831개 중 21.7%가 경기도에 소재하고 있어 가장 많은 비중이 집중되어 있고, 전라북도는 7.9%로 6번째임.
- 1차 협력업체가 가장 많이 분포하고 있는 지역별 수위는 경기>경남>충남>부산>경북>전북의 순임.

〈그림2-7〉 지역별 1차 협력업체 수(2018)

(단위: 개, %)




| | 서울 | 부산 | 대구 | 인천 | 광주 | 대전 | 울산 | 세종 | 강원 | 경기 | 경남 | 경북 | 전남 | 전북 | 충남 | 충북 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 업체수 | 36 | 70 | 49 | 47 | 27 | 9 | 33 | 8 | 4 | 180 | 118 | 68 | 9 | 66 | 85 | 22 |
| 비율 | 4.3 | 8.4 | 5.9 | 5.7 | 3.2 | 1.1 | 4 | 1 | 0.5 | 21.7 | 14.2 | 8.2 | 1.1 | 7.9 | 10.2 | 2.6 |

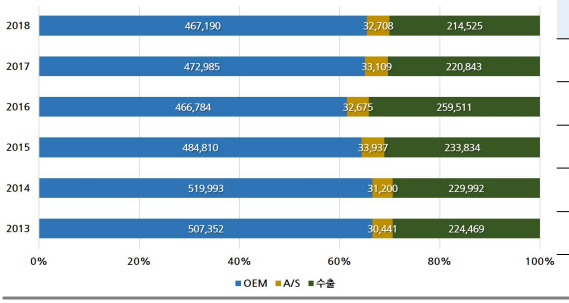
자료: 한국자동차산업협동조합에서 재구성

○ 2018년 자동차 부품산업계 총 매출액은 71조 4,423원으로 전년대비 1.7% 감소하였음.

- OEM은 46조 7,190억 원(65.4%), A/S 3조 2,708억 원(4.6%), 수출 21조 4,525억 원(30.0%)(A/S는 1차 협력업체만을 대상으로 추정한 실적임)

〈그림2-8〉 부품업계 매출구조

(단위: 억원, %)




| 증감율 | |
|---|---|
| 2018 | -1.7 |
| 2017 | -4.2 |
| 2016 | 0.8 |
| 2015 | -3.7 |
| 2014 | 2.5 |
| 2013 | 0.7 |

자료: 한국자동차산업협동조합에서 재구성

○ 완성차 기업별로 납품업체 수 및 납품실적은 다음과 같음.

- 2018년 완성차 기업에 납품하는 1차 협력업체 수는 1,762개로 복수 기업에 납품하는 중복을 제외하면 831개 기업임.
- <표2-3>에서 눈여겨 볼 것은 2017년에 비해 2018년 현대기아 납품업체 수는 큰 변동 없으나 납품액 비중에서 현대기아 집중도가 80.5%에서 82.3%로 높아졌음.

〈표2-3〉 완성차기업별 1차 협력업체 수 및 납품액

(단위: 개, 억원, %)

| | 2017 | | | 2018 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 납품업체 수 | 납품액 | 납품액 비중 | 납품업체 수 | 납품액 | 납품액비중 |
| 현대 | 347 | 207,994 | 44.0 | 347 | 218,711 | 46.8 |
| 기아 | 333 | 172,624 | 36.5 | 335 | 165,932 | 35.5 |
| 한국GM | 317 | 46,375 | 9.8 | 295 | 39,962 | 8.6 |
| 르노삼성 | 237 | 24,415 | 5.2 | 194 | 20,304 | 4.3 |
| 쌍용 | 185 | 16,426 | 3.5 | 227 | 18,127 | 3.9 |
| 대우버스 | 184 | 3,390 | 0.7 | 186 | 1,459 | 0.3 |
| 타타대우 | 187 | 1,761 | 0.4 | 178 | 2,695 | 0.6 |
| 합계 | 1,790 | 472,985 | 100.0% | 1,762 | 467,190 | 100.0% |
| 실기업수 | 851 | | | 831 | | |
| 현대기아비중 | 38.0% | 80.5% | | 38.7% | 82.3% | |

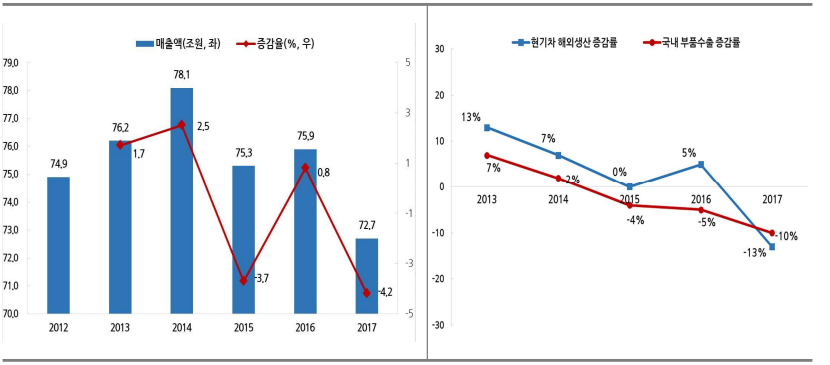
자료: 한국자동차산업협동조합에서 재구성

□ 자동차산업 부진에 따른 자동차 부품협력업체 실적 동반 하락추세

○ 한편, 완성차 기업에 대한 의존성이 높은 부품업체들은 대기업인 완성차 업체에 사업구조 및 재무적 측면에서 종속되어 수직 계열화된 사업구조를 형성하고 있으므로 완성차의 판매 부진은 협력업체의 매출 정체로 이어져 완성차와 협력업체의 동반 하락 추세로 나타남.

- 따라서 완성차 기업의 생산이 큰 폭으로 감소했던 2016~2017년 부품기업 매출은 수출 급감에 따른 여파로 전년 대비 4.2%가 감소하였음.
- 또한 중국, 미국 현지 생산 감소에 따라 현대기아차 해외생산 10% 감소에 따라서 부품수출은 2016~2017년 사이 13%가 감소하였음.
- 이에 생산능력 대비 생산량이 적어 가동률이 낮게 유지되는 문제가 계속 반복되고 있는 실정임.

〈그림2-9〉 자동차 부품산업 매출규모 / 현대기아 해외생산 & 부품수출




자료: 한국자동차산업협동조합, 한국자동차산업협회

### 3) 전라북도 자동차산업 현황

□ 전라북도 제조업 및 자동차산업 현황

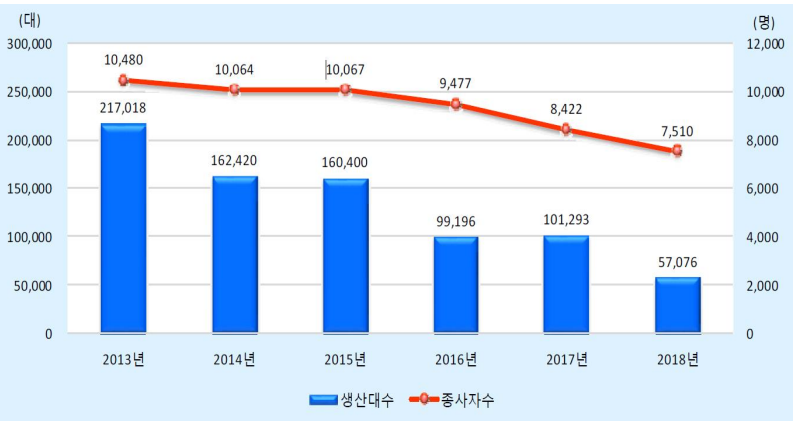
○ 전라북도의 완성차 업체는 상용차 부문에서 현대차 전주공장과 타타대우 상용차 2곳을 중심으로 생산이 이루어지고 있음.

- 승용차 부문에서 한국지엠 군산공장이 2018년 5월 폐쇄함에 따라 중대형트럭, 특장차, 버스를 생산하는 현대차 전주공장과 중대형트럭 및 특장차를 생산하는 타타대우상용차 본사 및 부품 물류센터가 전라북도에 소재함.

- 승용차는 쉐보레 브랜드의 유럽시장 철수 및 생산차종 노후화에 따라 2011년 27만여 대에 달하던 생산대수가 2016년 3만여 대로 급감하였고, 결국 2018년 5월 폐쇄되었음.
- 상용차는 배기가스 규제강화(EURO-6)로 2015년 신규 생산차량에 대한 가격상승이 예상되어 2014년 일시적인 수요증가가 있었으나 이후 수출 및 내수시장 부진으로 생산이 지속적으로 감소해 왔음.

〈그림2-10〉 전라북도 연도별 자동차 생산 및 종사자 수

(단위: 대, 명)




자료: 전라북도(2019: 29)에서 재인용

○ 최근 자동차산업의 전반적 위기 가운데 전라북도 자동차산업의 극도의 부진은 최근의 일이 아니라 지난 몇 년간 꾸준히 진행되어 왔음.

○ 생산능력 대비 가장 많은 생산이 이루어졌던 2011년에는 약 77%의 가동률을 보인바 있으나 지속적으로 감소하여 2016년 이후 20%대까지 감소하였음.

- 2018년 전라북도의 자동차 생산은 57천대로 2013년 218천대의 26.2% 수준임.

- 자동차산업 종사자 수(완성차 기준)는 7,510명로 2013년의 71.7% 수준임.

〈표2-4〉 전북지역 연도별 자동차생산, 종사자 수

(단위: 대, 명, %)

| 구분 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 생산능력 | 445,000 | 445,000 | 445,000 | 445,000 | 445,000 | 120,000 |
| 가동률 | 49.0 | 36.4 | 32.3 | 22.2 | 22.8 | 47.6 |
| **생산대 수(완성차)** | **218,018** | **162,420** | **143,984** | **99,053** | **101,293** | **57,076** |
| 한국지엠 | 144,814 | 81,670 | 70,005 | 33,639 | 33,982 | 2,911 |
| 현대차(전주) | 61,824 | 69,577 | 63,464 | 56,072 | 57,830 | 47,473 |
| 타타대우 | 10,380 | 11,173 | 10,515 | 9,342 | 9,481 | 6,692 |
| **종사자 수(명)** | **10,480** | **10,064** | **7,991** | **7,991** | **8,422** | **7,510** |
| 한국지엠 | 3,800 | 2,862 | 2,862 | 3,050 | 1,938 | 1,000 |
| 현대차(전주) | 5,300 | 6,067 | 5,650 | 5,081 | 5,110 | 5,110 |
| 타타대우 | 1,380 | 1,135 | 1,555 | 1,346 | 1,374 | 1,400 |

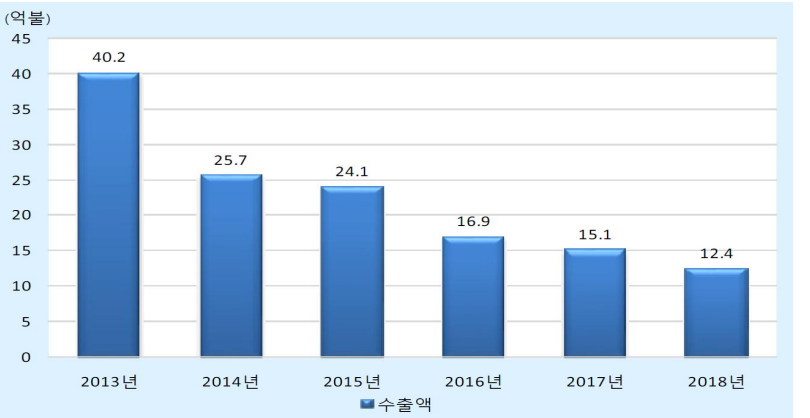
자료: 한국자동차산업협회; 전라북도(2019) 등에서 재구성

○ 전라북도 자동차 수출 현황 역시 최근 큰 폭으로 감소 추세임.

- 2018년 기준 전라북도 자동차 및 자동차부품의 수출 규모는 12.4억 불로 2017년 대비 2.7억불 감소하였음.
- 전라북도 자동차 수출은 전라북도 총 수출의 15.8%를 차지하고 있으며, 전국 자동차수출 대비 1.9%를 차지하고 있음.
- 전라북도 자동차 수출은 지엠대우 군산공장의 폐쇄를 비롯한 현대차, 타타대우의 부진 외에도 해외시장에서 중국 차량과의 경쟁이 심화되면서 수출량이 줄어들었음.

〈그림2-11〉 전라북도 연도별 자동차 수출 현황

(단위: 억불)




자료: 전라북도(2019: 30)에서 재인용

〈표2-5〉 전라북도 자동차 수출 현황(자동차 및 자동차 부품 합계)

(단위: 억달러, %)

| 구분 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 전북 자동차수출 | 40.2 | 25.7 | 24.1 | 16.9 | 15.1 | 12.4 |
| 자동차 | 27.8 | 18.0 | 17.4 | 11.2 | 9.1 | 6.9 |
| 자동차부품 | 12.4 | 7.7 | 6.7 | 5.7 | 6 | 5.5 |
| 전국 자동차수출 | 747.3 | 755.6 | 713.4 | 662.0 | 648.3 | 640.0 |
| 전북 총수출액 | 101.2 | 85.6 | 79.5 | 62.9 | 63.1 | 78.3 |
| 전국 자동차수출 대비 | **5.4** | **3.4** | **3.4** | **2.6** | **2.3** | **1.9** |
| 전북 총수출대비 | **39.7** | **30.0** | **30.0** | **26.9** | **23.9** | **15.8** |

자료: 한국무역협회; 전라북도(2019) 등에서 보완 · 재구성

○ 2019년 11월 전라북도 자동차 수출은 2018년 동월 대비 25.3% 감소한 47백만 달러이며, 상용차는 전년 동월 대비 28% 감소한 41백만 달러임.

- 한국무역협회 전북지역본부의 2019년 11월 무역동향 보고서에 의하

면, 특히 베트남, 필리핀, 러시아 등으로의 수출이 크게 감소한 것으로 보고됨.

- 한편, 자동차 부품 역시 2019년 11월 기준 전년 동월 대비 56.2% 감소한 22백만 달러에 그쳤음.

〈표2-6〉 전라북도 주요 품목별 수출실적

(단위: 백만달러, %)

| 구 분 | 2017 | | | | 2018 | | | | 2019. 11월 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 11월 | 증가율 | 전체 | 증가율 | 11월 | 증가율 | 전체 | 증가율 | 11월 | 증가율 | 누계 | 증가율 |
| 자동차 | 93 | 6.6 | 906 | -2.0 | 63 | -32.8 | 694 | -23.4 | 47 | -25.3 | 566 | -13.2 |
| 화물자동차 | 71 | -11.0 | 710 | 1.2 | 58 | -18.9 | 585 | -17.7 | 41 | -28.0 | 496 | -9.7 |
| 자동차부품 | 49 | -4.8 | 604 | 6.8 | 50 | 1.7 | 549 | -9.1 | 22 | -56.2 | 365 | -27.4 |

주: 증가율은 전년 동기 대비
자료: 한국무역협회 전북지역본부; 2019년 11월 전라북도 무역동향

□ 전라북도 자동차부품업 현황

○ 전라북도는 3개의 완성차 생산업체 외에 종사자 수 300인 이상의 자동차 관련 중견기업은 세아베스틸, 만도, 대유글로벌, 한국세큐리티, 호룡 등 5개사가 있음.

- 주로 알루미늄 휠, 안전유리, 차축, 특장용 사다리차 등 자동차의 기본적인 부품에 해당함. 만도의 경우 ABS(전자제어 제동장치), ECS(전자제어 현가장치) 등의 ICT부품을 생산하기도 하지만 타 시도와 비교하여 볼 때 부품산업적 기반과 생산품목이 다소 취약함.

○ 전라북도에서 전국 대비 비중이 4%[3]가 넘는 강점 부품산업 분야는 차체 및 특장차 제조업, 자동차 차체용 부품제조업, 판유리 가공품

3 2015년 기준 전북지역 전체 사업체 수가 전국에서 차지하는 비중은 3.79%.

제조업, 금속표시판 제조업 등이 해당됨.

- 특히 차체 및 특장차 제조업은 전국 대비 사업체 비중이 9.5%로 높아 지역 특화 업종으로 분류 가능함.

〈표2-7〉 전북지역 자동차부품 제조업의 산업구성 집적도(2015 기준)

(단위: 개, %)

| 세세분류 | 전국 사업체 | 전북 사업체 | 전국 대비 비중 | 전북 내 비중 | LQ |
|---|---|---|---|---|---|
| 자동차용 엔진 | 18 | 3 | 16.67 | 0.36 | 4.40 |
| 차체 및 특장차 | 779 | 74 | 9.50 | 9.00 | 2.51 |
| 자동차 엔진용 부품 | 1,841 | 30 | 1.63 | 3.65 | 0.43 |
| 자동차 차체용 부품 | 1,825 | 108 | 5.92 | 13.14 | 1.56 |
| 자동차용 동력전달장치 | 1,460 | 23 | 1.58 | 2.80 | 0.42 |
| 자동차용 전기장치 | 694 | 10 | 1.44 | 1.22 | 0.38 |
| 그 외 기타 자동차부품 | 4,558 | 183 | 4.01 | 22.26 | 1.06 |
| 타이어 및 튜브 | 89 | 2 | 2.25 | 0.24 | 0.59 |
| 산업용 비경화고무제품 | 2,080 | 15 | 0.72 | 1.82 | 0.19 |
| 그 외 기타 고무제품 | 690 | 16 | 2.32 | 1.95 | 0.61 |
| 기계장비 조립용 플라스틱제품 | 4,725 | 52 | 1.10 | 6.33 | 0.29 |
| 유리섬유 및 광학용 유리 | 121 | 4 | 3.31 | 0.49 | 0.87 |
| 판유리 가공품 | 1,295 | 58 | 4.48 | 7.06 | 1.18 |
| 석면, 암면 및 유사제품 | 199 | 5 | 2.51 | 0.61 | 0.66 |
| 금속압형제품 | 5,532 | 95 | 1.72 | 11.56 | 0.45 |
| 금속파스너 및 나사제품 | 2,618 | 12 | 0.46 | 1.46 | 0.12 |
| 금속 스프링 | 723 | 4 | 0.55 | 0.49 | 0.15 |
| 금속표시판 | 401 | 19 | 4.74 | 2.31 | 1.25 |
| 기타 무선 통신장비 | 783 | 2 | 0.26 | 0.24 | 0.07 |
| 기기용 자동측정 및 제어장치 | 671 | 5 | 0.75 | 0.61 | 0.20 |
| 전기회로 개폐, 보호 및 접속 장치 | 2,123 | 18 | 0.85 | 2.19 | 0.22 |
| 축전지 | 228 | 6 | 2.63 | 0.73 | 0.70 |
| 절연 코드세트 및 기타 도체 | 596 | 3 | 0.50 | 0.36 | 0.13 |
| 운송장비용 조명장치 | 294 | 2 | 0.68 | 0.24 | 0.18 |
| 액체 펌프 | 541 | 7 | 1.29 | 0.85 | 0.34 |
| 기체 펌프 및 압축기 | 557 | 1 | 0.18 | 0.12 | 0.05 |
| 공기조화장치 | 1,036 | 8 | 0.77 | 0.97 | 0.20 |
| 산업용 송풍기 및 배기장치 | 953 | 15 | 1.57 | 1.82 | 0.42 |
| 기체 여과기 | 783 | 6 | 0.77 | 0.73 | 0.20 |
| 액체 여과기 | 984 | 15 | 1.52 | 1.82 | 0.40 |
| 운송장비용 의자 | 600 | 21 | 3.50 | 2.55 | 0.92 |
| 합계 | 39,797 | 822 | 2.07 | 100.00 | 0.55 |

자료: 한국은행 전북본부(2018)에서 재인용

○ 2018년 기준 자동차산업 완성차기업(현대, 기아, 한국지엠, 르노삼성, 쌍용, 대우버스, 타타대우)와 직접 거래하고 있는 1차 협력업체 수는 831개사이며, 그 중 전라북도에 소재하고 있는 1차 협력사는 66개사로 7.9%를 차지함.

〈표2-8〉 지역별 1차 협력업체 수(2018)

(단위: 개, %)

| 구분 | 서울 | 부산 | 대구 | 인천 | 광주 | 대전 | 울산 | 세종 | 강원 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 업체 수 | 36 | 70 | 49 | 47 | 27 | 9 | 33 | 8 | 4 |
| 비율(%) | 4.3 | 8.4 | 5.9 | 5.7 | 3.2 | 1.1 | 4.0 | 1.0 | 0.5 |
| 구분 | 경기 | 경남 | 경북 | 전남 | 전북 | 충남 | 충북 | 합계 | |
| 업체 수 | 180 | 118 | 68 | 9 | 66 | 85 | 22 | 831 | |
| 비율(%) | 21.7 | 14.2 | 8.2 | 1.1 | 7.9 | 10.2 | 2.6 | 100.0 | |

자료: 한국자동차산업협동조합

○ 한편, 전기차와 수소차 등의 친환경차와 더불어 미래형 자동차의 또 다른 한 축을 이루는 것으로 스마트카를 들 수 있으며 스마트카의 핵심은 자율주행과 컨넥티비티(Connectivity) 기술임.

- 전라북도에 소재하는 관련 업체는 2015년 기준 305개로 이는 전국대비 3.77%에 해당하며, 종사자 수는 11,431명으로 전북대비 4.1%를 차지함.
- 업종별로 보면 승용차 및 기타여객용 자동차 제조업, 자동차 차체용 부품제조업, 그 외 자동차부품 제조업 등이 사업체 수 기준 전국대비 4% 이상을 상회하고 있어 성장 가능성이 있음.
- 그러나 핵심기술로 필요한 IT 중심의 후방 산업인 센서 기술, 배터리 기술, ECU(자동차 전자제어장치) 기술, 소프트웨어 기술을 보유한 전문기업은 거의 없는 실정으로, 미래형 자동차산업에 대응하기

위한 핵심 개발 역량은 영남권의 전자산업 발전 지역 등과 비교할 때 많이 취약한 편임.

〈표2-9〉 전라북도 스마트카 관련 업체 및 종사자 현황(2015)

(단위: 개, 명, %)

| 구분 | 전국 | | 전북 | | 전북 비중 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 사업체 | 종사자 | 사업체 | 종사자 | 사업체 | 종사자 |
| 기타 무선 통신장비 제조업 | 783 | 13,349 | 2 | 7 | 0.26 | 0.05 |
| 항해용 무선기기 및 측량기구 제조업 | 312 | 6,202 | 4 | 49 | 1.28 | 0.79 |
| 승용차 및 기타 여객용 자동차 제조업 | 29 | 79,568 | 2 | 1,964 | 6.90 | 2.47 |
| 자동차 차체용 부품 제조업 | 1,825 | 58,875 | 108 | 2,901 | 5.92 | 4.93 |
| 자동차용 전기장치 제조업 | 694 | 21,655 | 10 | 635 | 1.44 | 2.93 |
| 그 외 기타 자동차부품 제조업 | 4,558 | 98,934 | 183 | 5,875 | 4.01 | 5.94 |
| 합계 | 8,201 | 278,583 | 309 | 11,431 | 3.77 | 4.10 |

자료: 한국은행 전북본부(2018)에서 재인용

## 2. 상용차산업 현황 및 상용차 시장 특징

### 1) 상용차산업의 생산 및 수출 현황

□ 승용차와 다른 성장 경로와 다른 가치를 추구해 온 상용차 시장

○ 자동차산업의 발전 과정에서 개인적 소비재 성격이 강한 승용차와 상업용으로 주로 이용되는 상용차는 서로 다른 시장, 다른 모델을 바탕으로 성장해 왔으며 다른 차원의 가치를 추구해 왔음.

- 산업 초기 단계부터 승용차 부문보다 승용차를 중심으로 하는 수출 중심 발전전략을 취하여 규모의 경제를 취해 왔고, 이미 성숙단계에 진입하여 시장은 포화상태에 이름.

- 이러한 승용차 중심 육성 정책으로, 그 동안 상용차산업은 주목받지 못한 편임.

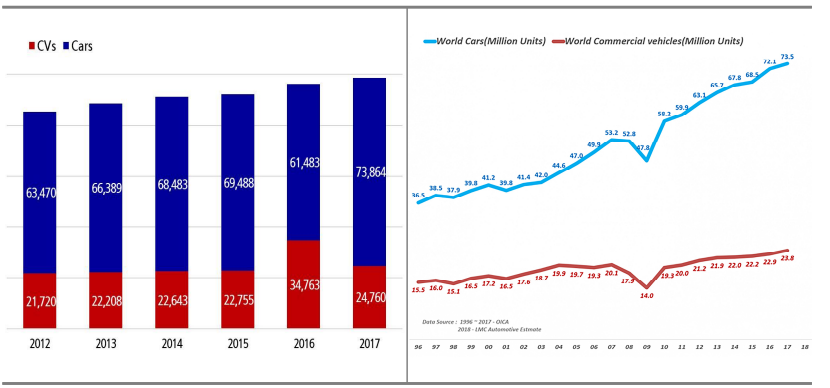
□ 세계 상용차 시장 현황

○ 한편, 2017년 기준 세계 상용차 생산은 2,476만대(소형트럭 등을 포함)이며, 이는 승용차 생산량 7,386만대의 약 1/3을 조금 넘는 정도임.

- 이는 2017년 기준 세계 자동차 생산의 23.8%에 해당함.
- 세계 자동차 생산 추이를 본다면 그동안 전체 자동차 시장의 확대는 주로 승용차의 수요에서 크게 늘고 이에 따라 생산량도 가파르게 증가해 왔음을 알 수 있음.

〈그림2-12〉 세계 자동차 생산 현황(승용차 대비 상용차 생산량 및 비중 추이)

(단위: 천대, %)




자료: 한국자동차산업협회; 1996-2017-세계자동차협회(OICA)

○ 승용차가 연간 7,000만대 이상으로 생산되는 것을 고려한다면 상용차는 약 25% 안팎의 비중을 차지함.

○ 그러나 대형 상용차의 경우 승용차보다 가격대가 월등히 높아 부가가

치가 큰 만큼 글로벌 완성차 업체들은 결코 외면할 수 없는 시장임.

○ 최근 몇 년간의 자동차산업의 정체기에도 불구하고 세계 상용차시장은 2007년부터 연평균 2%씩 성장하며 시장이 확대되어 왔음.

- 유럽의 경우 국가별로 다소 차이는 있지만 2018년까지 5년 연속 상용차 전체 등록대수가 증가세를 기록하며 2016년 대비 3.2% 증가하였으며, 북미지역은 2010년부터 2017년까지 7년간 중형 상용차 생산이 증가하였음. 중국은 세계 자동차 시장의 격전지로서 그동안 상용차 시장 확대를 이끌어 왔음.

○ 그러나 중국, 유럽, 북미 등 세계 주요 자동차 시장이 정점을 찍고 하향세의 징후를 보이고 있음.

- 경기침체로 전반적인 수요는 줄어드는데 비해 무역전쟁, 배출가스 규제 강화 등으로 전기차와 자율주행차 등 막대한 투자가 필요한 시점에 자동차 업체의 부담이 커지고 있음.

○ 특히 자동차 신흥국 중국이나 인도의 상용차 업체들이 전기차 생산에 주력하면서 시장점유율을 높이고는 있지만 아예 경쟁이 어려울 정도로 앞서나가고 있다고 보기 어려운 상황에서 추후 시장 확대의 가능성에 대응하기 위해서 완성차업체들은 상용차 부문에 대한 역량을 투여를 하고 있음.

- 독일의 폭스바겐그룹은 2017년 트럭과 버스를 포함한 상용차 부문도 전동화 및 자율주행·커넥티드 기능을 강화하는 전략을 적용한다고 발표했으며, 2018년 6월에는 미국의 포드와 상용차 공동개발을 위한 전략적 제휴를 맺었음.

- 만트럭버스그룹(MAN)은 2018, 2019년 세계최대 버스박람회에서 전기트럭과 100% 순수 전기버스를 공개하는가 하면 볼보트럭은 운전

석이 없는 자율주행 트럭 베라를 공개하였음.

- 현대차는 2017년 상용차 디자인을 전담하는 상용디자인실을 신설하고 전용 플랫폼을 개발하는 등 친환경 상용차 수요확대에 대한 대응 전략 모색.

○ 이렇듯 상용차산업은 전체 자동차산업에서 차지하는 비중이 상당하고, 승용차 부문의 성장 정체에도 불구하고 2007년 이후 연평균 2% 수준의 성장률을 꾸준히 유지하고 있지만 한국의 상용차 시장 및 상용차 위상은 세계적 수준에 미치지는 못한 실정임.

〈표2-10〉 상용차시장 점유율 상위 15개국 국가 시장현황

| 국가 | 판매대수 | | 연평균 성장률 | 시장 판매량 순위 | | 글로벌 점유율 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2007년 | 2017년 | | 2007년 | 2017년 | 2007년 | 2017년 |
| 미국 | 8,897,981 | 11,487,731 | 3% | 1 | 1 | 43% | 44% |
| 중국 | 2,493,990 | 4,160,583 | 5% | 2 | 2 | 12% | 16% |
| 캐나다 | 848,760 | 1,437,728 | 5% | 4 | 3 | 4% | 6% |
| 일본 | 983,692 | 847,788 | -1% | 3 | 4 | 5% | 3% |
| 인도 | 481,909 | 789,838 | 5% | 7 | 5 | 2% | 3% |
| 멕시코 | 509,425 | 553,884 | 1% | 6 | 6 | 2% | 2% |
| 프랑스 | 519,514 | 495,052 | 0% | 5 | 7 | 3% | 2% |
| 태국 | 458,860 | 471,969 | 0% | 8 | 8 | 2% | 2% |
| 영국 | 395,612 | 415,885 | 1% | 9 | 9 | 2% | 2% |
| 브라질 | 377,010 | 394,521 | 0% | 11 | 10 | 2% | 2% |
| 독일 | 334,116 | 369,146 | 1% | 12 | 11 | 2% | 1% |
| 한국 | 267,834 | 303,328 | 1% | 15 | 12 | 1% | 1% |
| 호주 | 214,787 | 273,458 | 2% | 18 | 13 | 1% | 1% |
| 터키 | 237,297 | 257,518 | 1% | 17 | 14 | 1% | 1% |
| 아르헨티나 | 142,696 | 237,423 | 5% | 20 | 15 | 1% | 1% |

자료: 세계자동차협회

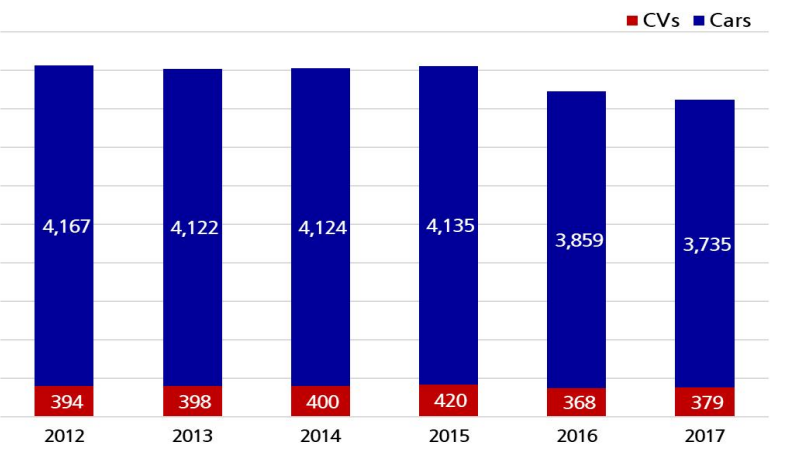
□ 국내 상용차 생산 현황

○ 한국의 경우 2017년 기준 자동차 총생산량의 9.2%에 해당하는 37만대가 상용차로, 세계 상용차 생산비중 23.8%에 비해 아직 취약한 구조임.

- 2007년~2017년까지 10년간 연평균 성장률이 1%에 불과하며 세계시장 점유율 역시 10년간 1%대에 머물고 있음을 볼 때 승용차와 비교해 상당한 격차가 있음.

〈그림2-13〉 한국 자동차생산 현황(승용차 대비 상용차 생산량)

(단위: 천대)




자료: 한국자동차산업협회

□ 상용차 판매 현황

○ 국내 내수시장으로 보면 가장 큰 특징은 전반적으로 수입 상용차의 강세가 두드러지고 있어 상용차 시장의 변화가 급격히 진행 중임.

- 특히 카고트럭, 견인목적의 트랙터 등 중대형 화물차 시장의 경우 최근 2년간 수입 상용차 업체들의 시장 점유율이 2배 이상 증가하고 있어 상용차 시장 변화가 일어나고 있음.

- 그동안 국내업체들의 독무대였던 중대형 시장에 수입 상용차들의 진출로 경쟁이 치열해지면서 이에 대한 공세적 방어에 따라 시장 전체가 확대됨.
- 시장 규모는 확대되고 있지만 가격 경쟁력에 있어서 이전만큼 유리하지 않은 가운데 국내업체의 위상이 줄어들고 있음.

〈표2-11〉 국내 트럭·버스 제작사 내수 현황

(단위: 대)

| 구분 | 전체 | 현대 | 기아 | 한국지엠 | 티타대우 | 자일대우 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **2019. 1~10** | **203,435** | **139,906** | **52,901** | **5,883** | **3,136** | **1,609** |
| **2018. 1~10** | **209,754** | **146,014** | **51,655** | **6,374** | **4,096** | **1,615** |
| 2018 | 254,144 | 177,446 | 62,093 | 7,885 | 4,705 | 2,015 |
| 2017 | 263,298 | 179,520 | 65,087 | 8,570 | 7,662 | 2,459 |
| 2016 | 256,775 | 174,060 | 59,893 | 11,240 | 8,700 | 2,882 |
| 2015 | 262,617 | 175,827 | 65,123 | 11,980 | 6,701 | 2,986 |
| 2014 | 249,950 | 174,213 | 58,378 | 7,277 | 6,986 | 3,096 |
| 2013 | 246,331 | 161,432 | 54,781 | 20,662 | 6,039 | 3,417 |
| 2012 | 234,966 | 162,063 | 51,303 | 13,908 | 5,422 | 2,270 |

자료: 한국자동차산업협회

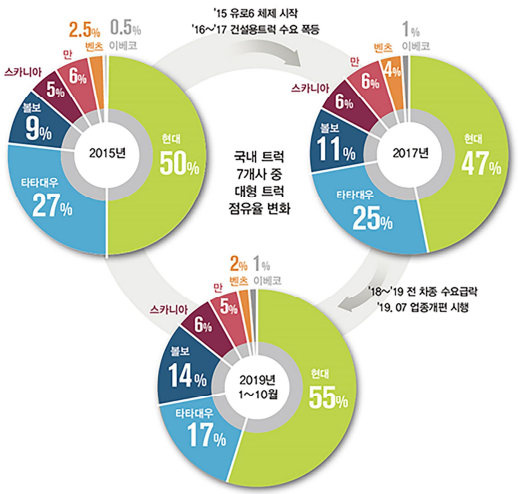
○ 2000년대까지 국내 트럭 시장은 현대차와 타타대우 등 국산브랜드가 절대다수를 차지한 가운데 유럽산 브랜드가 10%대의 점유율을 차지하고 있었으나 2015년 한국은 아시아 최초로 디젤차량 배기가스 규제를 대폭 강화한 유로6 환경규제를 적용하였음.

- 이 조치는 국내 시장이 아시아 시장의 테스트베드로 자리 잡게 하는데 결정적 요인으로 작용했으며, 그 결과 그동안 정형화됐던 상용차 브랜드별 점유율의 변동이 시작되었음.

○ 2019년 10월까지 신규로 등록된 4.5톤 이상 중대형 카고트럭, 트랙터, 2.5톤 이상 덤프트럭 등을 합친 국내업체 시장 점유율은 72.1%로 2015과 비교해 약 5%p 감소하였음.

- 현대차는 2015년 50%에서 2019년 10월 기준 55.3%로 상승하였으나 타타대우는 2015년 27%에서 16.9%로 10%p 가량 하락하였음.
- 이와 반대로 볼보, 스카니아, 만, 벤츠, 이베코 등 5개 수입업체의 점유율은 2015년 23.1%에서 2019년 10월 현재 27.9%로 약 5%p 가량 상승하면서 대형카고 시장에서의 수입차 점유율이 크게 증가하였음.
- 수입차량의 공격적인 마케팅에 따라 점차 중형 시장에서도 시장 점유율을 높이면서 대형, 중형, 소형까지 차종이 확대되고 있어서 국산차량과 수입차량의 경쟁은 더욱 격화될 전망임.

〈그림2-14〉 국내 시장 트럭 7개 중 대형트럭 점유율 변화

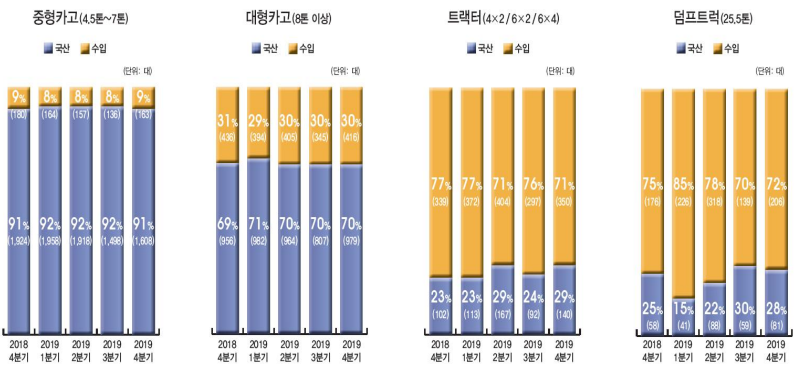



자료: 상용차신문(2019.12.10.)

○ 한편, 중·대형 카고, 트랙터, 덤프트럭 등 차종별로 분기별 점유율을 보면, 전 차종에서 수입차의 시장 진입이 활발해 짐.

- 2019년 2분기 기준 중·대형카고는 국산차의 점유율이 절대적 우위를 점하고 있으나, 트랙터 및 덤프트럭의 경우 수입차의 점유율이 절대적 우위를 점하고 있음.
- 중형카고는 국산차 점유율이 92%로 절대적 우위를 점하고 있으며 수입브랜드는 10% 미만의 점유율을 유지하는 정도임.
- 대형 카고 시장에서는 수입차량의 공격적 마케팅에 따라 수입차의 시장 점유율이 30%를 넘어서면서 다소 정체되고, 국산 브랜드는 2018년 2분기 66%에서 2019년 2분기 점유율 70%를 회복하였음.
- 트랙터 시장은 국산 브랜드 점유율이 소폭 증가하면서 2019년 1분기 23%에서 2분기 29%로 증가하였음.

〈그림2-15〉 2018~2019 분기별 국산 및 수입 중/대형트럭 점유율




자료: 상용차신문(2019.09.17)에서 재인용

## 2) 상용차산업의 특징 및 부품업체와의 관계

□ 강한 경기순환적 성격의 상용차

○ 상용차산업은 국가 경기, 정책에 민감한 성격을 지니는 운송, 건설 등에 사용되는 고유한 특성에 따라 거시경제적 상황에 민감하게 연동되며, 상용차 판매는 GDP성장률에 후행하는 경향 있음.

○ 이에 대한 시장 대응 전략은 크게 두 가지 형태로 양분됨.

- 신흥 시장: 기본적으로 경기순환적이나 성숙단계의 시장과는 달리 전반적으로는 2018년까지 상승추세를 유지했음. 대표적으로 중국 시장의 경우 GDP성장률이 감소할지라도 시장규모가 지속적으로 성장하면서 세계 상용차 시장 규모의 격차를 키워 왔지만, 기술 성숙도에서는 낮은 수준으로 저가 제품 판매에 집중하여 가격 경쟁력을 확보해왔음.
- 선진 시장: 글로벌 생산체제를 갖춘 거대업체들 간의 인수합병 또는 공용 부품개발로 집중화 및 규모의 경제 확보에 집중해 왔음. 예를 들어 다임러(Daimler) 같은 경우 다양한 인수합병을 통해 미국, 일본 등에 4개의 고급 브랜드, 인도에 1개의 중급 브랜드를 운영하고 중국, 러시아에서는 2개의 합작 회사를 통해 제품을 현지 생산함.

□ 상용차는 경기 변동에 민감한 특성에 따라서 수요가 감소할 경우는 생산 능력에 대한 빠른 조정을 통해 비용 발생을 피하고자 하는 경향이 강함.

○ 이는 크게 두 가지 측면에 대한 조정을 포함함.

- 첫째, 상품 생산과 관련된 기술적 요인에 대한 조정으로, 주어진 환

경과 제도적 조건 하에서 지배 기업의 수익 획득 전략에 가장 적합하고 유리한 방식으로 상품을 생산할 수 있는 기술을 선택, 적응함.

- 둘째, 선택된 생산 기술에 근거한 기업 간 연계구조의 조정으로, 선택된 기술에 필요한 개별 세부기능을 기업별로 분배하는 방식 즉, 기업 간 분업과 그에 따른 기업 간 관계의 조정을 의미함.

○ 특히 기업 간 관계의 조정은 임금과 고용의 유연성 등과 같은 내부 전략에서 추가적인 유연성 확보를 위한 외부화 전략으로 하위 기업에 대한 완성차 기업의 관리전략으로 연결됨.

- 특히 자동차산업에서와 같이 소수 완성차 기업의 과점체제 하에서 부품기업과 완성차 기업 간의 종속 관계는 완성차 기업의 지원과 보호를 대가로 하위 부품기업이 완성차 기업의 통제를 받아들이는 상호 이해의 결합이 있었음.

□ 완성차업체와 하위 부품업체 간에는 긴밀한 유대와 전속적 거래관계

○ 완성차 생산을 위해서는 적정한 품질과 적정한 양의 부품이 적시에 안정적으로 공급될 필요가 있음.

- 한 모델의 제품 수명이 일반적으로 4~5년가량 유지된다고 볼 때 완성차업체와 하위 부품업체는 장기적 유대관계 구축이 필수적임.

- 고객과 공급자라는 거래관계 및 완성차업체 주도 하에서 이루어지는 기술개발 등의 특성상 완성차 업체는 부품업체에 대해서 우월한 지위를 보유하게 되며, 완성차업체는 부품업체로 하여금 다른 경쟁기업으로의 납품에 제한을 두게 됨.

○ 이는 완성차업체와 부품업체 간에 전속적인 거래관계를 형성하게 됨.

- 부품업체는 거래관계에 있는 완성차업체에 사업구조 및 재무적 측면에서 종속되고 독자적인 성장에 제한을 받게 되지만, 지속적인 물량의 공급으로 거래의 안정성이 높다는 이점이 존재함.
- 완성차업체는 생산을 외부화하면서도 핵심 부품을 안정적으로 조달하기 위해 일정 수준의 규모와 역량을 갖추고 생산 전반을 관리할 수 있는 새로운 기업을 필요로 함.

○ 현대차는 2000년대 이후 현대모비스, 현대위아, 현대다이모스, 현대오토넷 등 부품제조 계열사를 육성하고, 여타의 1차 부품기업들을 모비스의 하위기업으로 재편함으로써 계열사로 재편된 업체들은 높은 사업안정성을 인정받으면서 완성차기업의 관리기능 일부를 대신하도록 하였음.

○ 그러나 생산 확장이 정체되면서 완성차 기업과 하위 부품기업 간의 관계는 완성차 기업으로부터 하위기업으로 비용과 위험의 전가가 연쇄적으로 이루어짐으로써 기업 간의 수익과 권력 격차가 더욱 심해지게 되었음.
- 따라서 중소기업 위주의 부품업체들은 완성차업체에 사업구조 및 재무적 측면에 전적으로 종속되어 완성차의 부진 시에는 동반 부진 위험이 내재됨.

□ 이러한 가운데 완성차업체의 시장 대응과 부품업체 관리 전략 및 문제점 등에 대해 구체적으로 살펴보고자 함.

○ 이를 위해 전라북도에 소재한 상용차 완성차업체인 현대차 전주공장 및 현대차 전주공장 부품업체를 중심으로 사례분석을 하였음.
- 자동차산업의 위기 및 상용차 시장 상황 부진에 대한 완성차 업체의

대응과 부품업체 실적의 악화 및 현대자동차 생산방식의 특징과 부품업체에 대한 완성차업체의 조정방식, 납품구조 등의 문제점에 대해 살펴봄.

# 제3장

# 전라북도 상용차산업 원·하청관계 구조와 특성: 연결망 분석을 중심으로

# 1. 전라북도 상용차산업 완성차 및 협력업체 네트워크의 특성

## 1) 개요

□ 기업 간 거래네트워크

○ 주요 산업의 최종생산물은 연속적인 판매-구매 거래를 통해 완성되며, 이는 최종적인 수요기업을 정점으로 다층적 거래구조를 형성함.

○ 이때 최종 수요기업에서 출발하여 중간재의 거래를 나타내는 기업 간 매출거래(outbound link)와 매입거래(inbound link)선을 따라 협력업체를 추적하여 네트워크에의 참여를 구분하고 '선도기업'→'1차 협력업체'→'2차 협력업체'→'3차 협력업체' 등으로 이어지는 협력차수를 식별할 수 있음(Gofman, 2013).

○ 홍장표(2015, 2016)의 연구는 기업 거래정보를 이용하여 산업 내 기업 간 연결망 및 산업 간 연결망 등을 분석하고, 업종별로 거래네트워크의 특성을 분석한 바 있음(식품, 섬유, 석유화학, 전기, 자동차, 조선, 건설, 통신 등).

○ 본 연구에서는 이와 동일한 분석방법을 활용하여 전라북도의 양대 상용차 완성차 기업인 현대차 전주공장과 타타대우상용차를 각각 최종 정점으로 하는 기업 간 연결망 분석을 시도하여 연결 차수를 확인하고, 1차-2차-3차 협력업체 간의 매출, 매입 거래선을 따라 추적하여 협력업체 네트워크의 특성 분석을 시도함.

□ 자동차산업의 특성: 공급사슬(supply chain) 생산구조

○ 전통적으로 한국 자동차산업의 부품업체 관계는 완성차 업체에 납

품하는 1차 부품업체 위주의 단층적 구조로 알려졌으나, 최근에는 2차, 3차 부품업체들로 이루어지는 계층적 구조로 전환됨(조형제, 2016: 154).

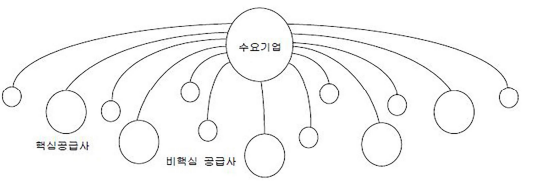
○ 조형제(2016: 154-155)에 따르면 이러한 구조 전환은 부품들을 중간 부품 단위로 만들어 최종 조립라인에 투입하는 방식인 소위 모듈화에 의해 촉진된 결과임. 즉, 소수의 1차 부품업체가 모듈 부품업체로 성장하고(주로 대기업 계열사), 나머지 1차 부품업체는 2차 부품업체로, 상당수의 2차 부품업체는 3차 부품업체로 전환되었으며, 이에 따라 부품업체 관계는 보다 복잡해졌음.

○ 상용차산업 역시 상용차 제품을 시장에 최종 공급하는 완성차 기업을 중심으로 계층화된 생산구조로 이루어져 있음.

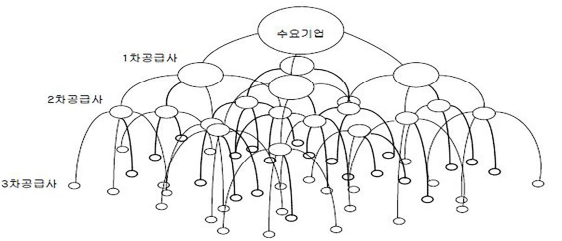
○ 이러한 거래네트워크 구조의 성격이 전속적(captive)인가, 수평적인가의 논점에 따라 계층성과 개방성의 기준으로 분석할 수 있음.

〈그림3-1〉 네트워크 구조의 유형: 단층적 구조와 계층적 구조

- 단층적 구조




- 계층적 구조




자료: 안주엽 외(2015: 55~56)

□ 분석자료

○ 한국기업데이타(KED) DB 2018년 자료에서 제10차 표준산업분류표 자동차산업에 포함된 산업 코드(자동차 및 트레일러 제조업, 그 외 고무 및 플라스틱 제조, 1차 금속제조, 금속가공제품, 기타 기계장비 제조, 자동차 및 부품판매 중 자동차산업에 포함되는 자동차제조 관련 업종)를 이용해 자료를 추출하였음.[4]

- 그 결과 총 42,003개 기업의 재무정보 및 거래 관계 정보를 수록한 자료를 추출하였으며, 그 중 매입, 매출 거래 정보가 없는 경우를 제외한 36,396개 기업의 거래정보를 분석에 활용하였음. 이를 활용하여 산업 내 거래단계의 최대차수를 확인하였음.
- 한편, 전체 추출 자료가 방대하여, 전라북도 및 상용차산업에 한정된 분석의 용이함을 위해 네트워크의 구조와 특징에 대한 분석은 중분류 수준의 자동차 제조업(C30) 만으로 제한한 8,895개 기업의 거래 관계 정보를 통해 네트워크를 구성하여, 전라북도 상용차 기업 협력업체의 현황과 기업 간 관계의 구조와 특징을 분석하였음.

○ 자료구성 및 분석은 R의 igraph 패키지를 이용하였으며, 네트워크의 시각화는 Large Graph Layout 및 Geo Layout을 사용하였음.

---

4 자동차는 수많은 전후방으로 연계된 산업기술이 집약된 구심체임. 따라서 자동차산업은 자동차 제조에 관련된 모든 기업뿐만 아니라 상이한 생산공정을 갖는 많은 부품들의 결합체이므로 실제로는 자동차산업의 범위를 명확히 정의하기는 어려움. 본 연구에서는 표준산업분류(KSIC)를 기준으로 하여 자동차산업의 범위를 정의하였음. 먼저 10차 표준산업분류 중분류 수준에서 자동차 및 트레일러 제조업(C30) 포함 기업을 추출한 후, 세세분류 수준에서 KSIC 해설서 색인을 참조하여 자동차 및 자동차부품 제조 관련 산업을 추출하여 포함하였음.

### 2) 전라북도 상용차 기업 협력업체 네트워크의 계층성

□ 계층성: 선도기업과 협력업체 사이의 거래단계별 기업 수를 기준으로 구분

○ 협력차수가 늘어날수록 기업의 수가 늘어나는 구조(피라미드형)는 모듈부품형 공급구조로, 대규모 협력업체가 존재하는 자동차산업·전자·조선 등 조립가공형 산업에서 주로 나타남.

○ 1차 협력업체보다 2차 협력업체가 적고, 2차보다 3차 협력업체가 더 적은 구조(역피라미드형)는 식품음료, 섬유의복, 유통 등에서 주로 나타남.

□ 전라북도 주요 상용차 기업의 네트워크에 참가하는 기업의 수

○ 전라북도의 주요 상용차 기업인 '현대자동차 전주공장'과 '타타대우상용차'의 네트워크에 참가하는 기업의 수를 협력차수 별로 살펴본 결과(<그림3-2>, <그림3-3>), 1차에서 4차의 유효 협력차수까지 협력차수가 늘어날수록 기업의 수가 늘어나는 모듈부품형 공급구조인 피라미드형 구조가 나타남을 볼 수 있음.

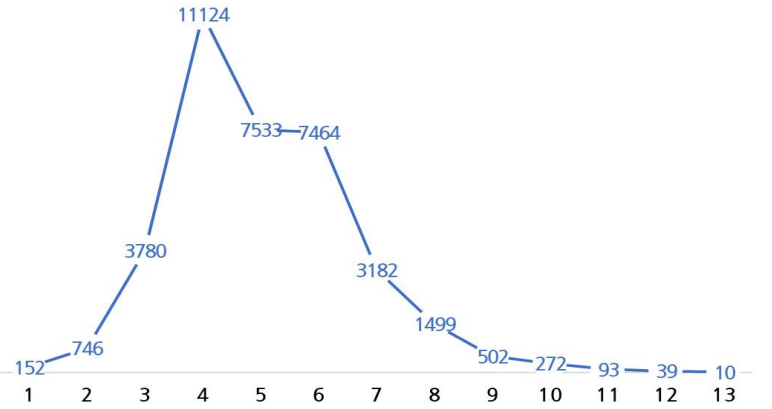
○ 타타대우상용차의 협력사는 직접적인 거래관계인 1차 협력사가 64개, 간접적인 거래관계인 2차 협력사가 290개, 3차 협력사가 714개, 4차 협력사가 3,749개로 나타남.

○ 이에 비해 현대자동차 전주공장의 협력사는 직접적인 거래관계인 1차 협력사가 152개, 간접적인 거래관계인 2차 협력사가 746개, 3차 협력사가 3,780개로 협력업체의 수가 차수에 따라 가파르게 상승하는 모습을 볼 수 있음.

○ 각 네트워크의 최대 직경이 되는 최대 차수는 현대자동차 전주공장의 경우 최대 13, 타타대우상용차의 경우 최대 14로 나타났음.

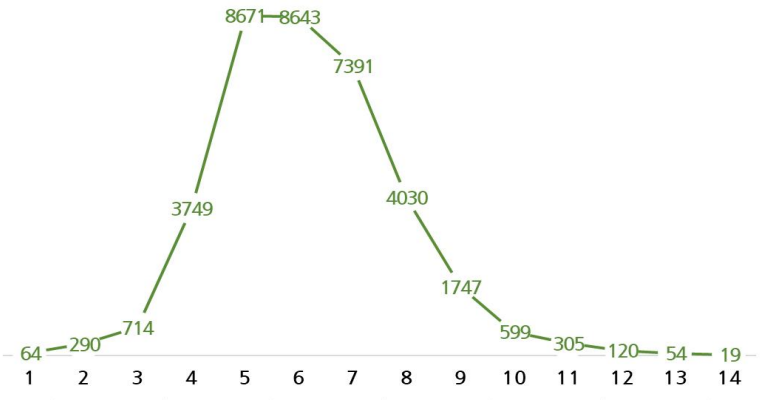
〈그림3-2〉 현대자동차 전주공장 협력차수별 업체 수

(단위: 개)




〈그림3-3〉 타타대우상용차 협력차수별 업체 수

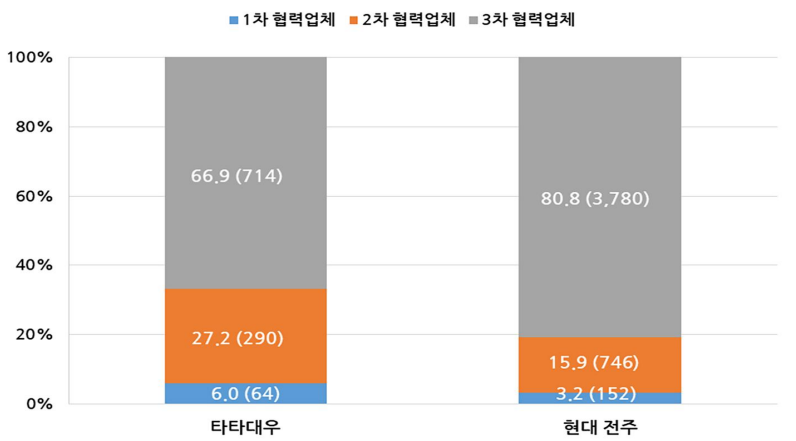
(단위: 개)



○ 3차 협력관계까지의 기업의 수를 비율로 살펴보면(<그림3-4>), 1차 협력업체의 비율이 타타대우상용차가 6.0%(64개), 현대자동차 전주공장이 3.2%(152개)로 이후 차수의 협력업체 비율에 비해 아주 적은 비율로 나타났음.

<그림3-4> 전라북도 주요 상용차 기업의 협력업체 비율

(단위: %)




### 3) 전라북도 상용차 기업 협력업체 네트워크의 개방성

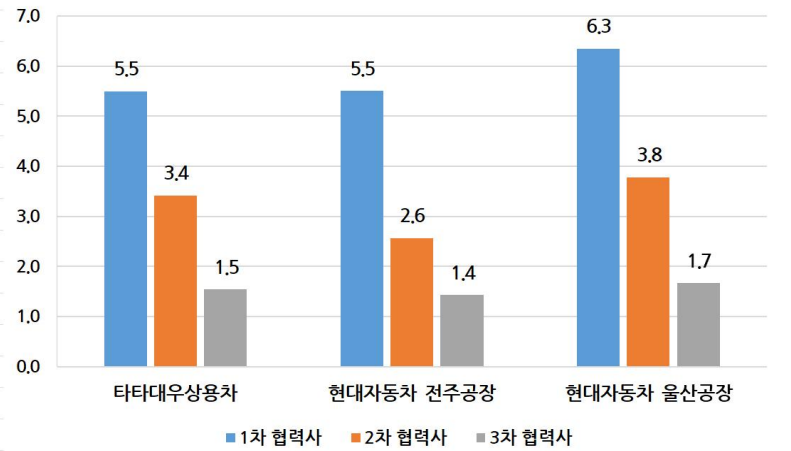
□ 개방성: 업체가 거래하는 기업의 수와 네트워크의 밀도로 측정. 관계가 개방적인 경우 협력업체는 다수의 수요기업에 납품, 관계가 폐쇄적인 경우 협력업체는 소수의 한정된 수요기업에 납품함.

○ 거래 집중도 측정:

- 거래네트워크에 있어서 기업 간 매출거래선이 많으면 거래 집중도는 낮고, 반대의 경우에는 거래 집중도가 높다고 할 수 있음. 거래 집중도가 높다는 것은 그 거래네트워크가 소수의 기업에 편중된 거래의 비중이 크다는 것을 의미함.

〈그림3-5〉 선도기업별 협력차수별 평균 매출거래선의 수

(단위: 개)




- 전북지역 상용차 업계의 선도기업인 타타대우상용차와 현대자동차 전주공장의 1차 협력사들은 5.5개의 납품처로 동일하게 나타난 반면 6.3개로 나타난 현대자동차 울산공장의 1차 협력사의 납품처에 비해서는 상대적으로 적었음.
- 2차 협력사와 3차 협력사의 경우에도 현대차(울산)의 평균 매출거래선의 수에 비해 타타대우와 현대차(전주)의 협력사들의 평균 매출거래선 수는 상대적으로 적었으며, 현대차(전주)의 2차 협력사들의 평균 매출거래선 수는 3.4개인 타타대우보다도 더 적은 2.6개인 것으로 나타남.
- 즉, 이는 상용차 협력업체들이 승용차 협력업체보다 거래집중도가 높다, 즉 더 적은 납품처를 가지고 있다는 것을 의미함.

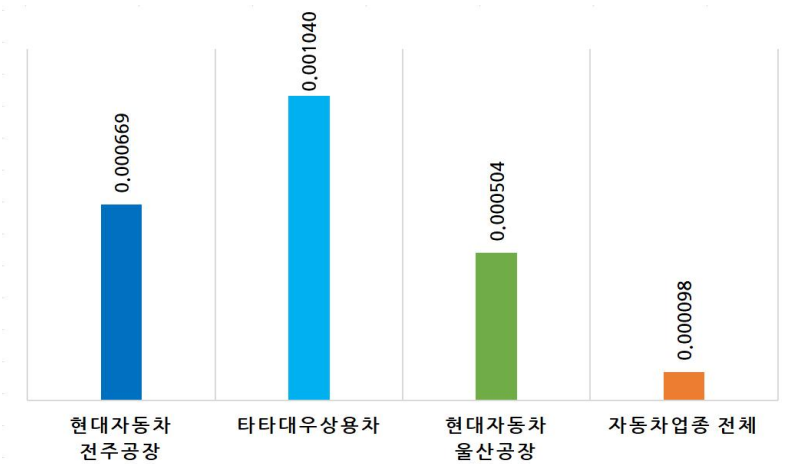
○ 네트워크 밀도 측정:

- 거래네트워크에 있어서 네트워크의 밀도가 높다는 것은 그 거래네트워크가 소수 선도기업이 주도하는 편중된 거래만이 아니라, 협력

업체 사이에도 거래가 활발하다는 뜻임.

- 거래밀도는 네트워크에 참여하는 업체의 수에 영향을 받음. 그리고 기업의 대규모 모듈화가 진행된 자동차산업과 같은 조립형 가공업은 개방성이 낮게 나옴.

〈그림3-6〉 선도기업별 네트워크의 응집성(거래밀도)




- 타타대우상용차의 협력업체 네트워크의 업체들은 활발한 거래선의 존재로 상대적으로 높은 밀도를 나타냄.
- 반면 모듈화와 선도기업에의 거래 편중이 심할수록 밀도는 낮아져 현대차 전주공장이 상대적으로 밀도가 낮게 나타났고, 비교를 위해 제시된 승용차 부문인 현대차 울산공장의 거래네트워크는 가장 낮은 밀도를 보여줌.

○ 주요 상용차 선도기업인 현대자동차 전주공장과 타타대우상용차를 대표적인 승용차 선도기업인 현대자동차 울산공장과 함께 거래집중도와 밀도를 비교해보면, 상용차 협력업체들은 소수 기업에 대한 거

래 집중도가 상대적으로 다소 높지만, 협력업체들 간의 수평적인 거래가 또한 비교적 활발한 것으로 나타남.

〈그림3-7〉 선도기업별 네트워크의 밀도와 거래집중도에 따른 비교

### 4) 전라북도 상용차 기업 협력업체 네트워크 특성의 의미

□ 계층성과 개방성을 기준으로 본 이상의 결과들은 전속적 혹은 수평적 이분법이 아닌 네트워크화된 부품업체 관계를 보여주고 있음.

○ 여기서 네트워크란 시장(market)도 아니고 위계(hierarchy)도 아닌, 중간적 성격을 지닌 기업 간 관계를 의미함(김철식, 2011).

- 네트워크 모델에 따르면 특정 기업의 성과는 해당 기업의 내적 속성뿐만 아니라 자신이 기반하고 있는 기업 간 네트워크의 특성에 중대한 영향을 받음(Granovetter, 1985; Burt, 1992). 기업이 시장에 대한 불완전한 정보와 통제력을 갖고 있는 상황에서 어떤 네트워크를 형성하고 이를 통해 어떤 정보를 얼마나 신속하고 효과적으로 획득하는가에 따라 기업의 성과가 결정됨.

- 따라서 기업은 네트워크에서의 영향력 형성과 유지를 위해 행동하게 되고 이를 통해 장기적 협력관계가 형성됨. 이렇게 구축된 네트워크 관계는 시장거래에 비해 훨씬 더 많은 경쟁우위를 가져다 줌.
- 결국 네트워크 모델이 제시하는 네트워크의 장점은 효율적 공급과 불확실성에 대한 유연한 대처에 있다고 볼 수 있음.

○ 그러나 네트워크의 우위가 반드시 상호 호혜적 관계를 통해서만 획득될 수 있는 것은 아님.

- 특히 기업 간 연계는 종속적 관계를 통해서도 가능하고, 실제로 많은 경우 네트워크 내의 기업 간 관계는 협력과 호혜의 관계라기보다는 강제와 복종의 관계를 특징으로 하며, 신뢰보다는 적대적 시장경쟁과 관계종료의 위협에 의해 유지되는 경향이 있음(Semlinger, 1991).

○ 따라서 피라미드형으로 계층적(모듈화)이면서 상대적으로 고집중(종속)과 고밀도(호혜)의 이중적 특성을 동시에 보이는 상용차 기업의 네트워크는 개별 기업 단위로 그 특성을 따져보아야 할 필요가 있음.

## 2. 전라북도 상용차산업 완성차 및 협력업체의 네트워크 내 위상

□ 협력업체의 모듈화와 수직적 계열화

○ 국내 자동차산업의 완성차 대기업은 2000년대부터 주요 부품기업을 내부화하여 수직적 계열화를 갖추어 왔음.

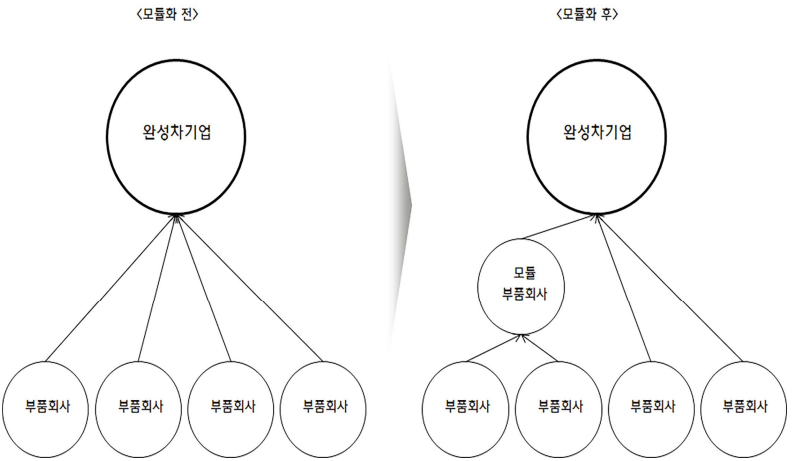
- 현대는 2000년 초반부터 집중적으로 부품회사를 계열사로 설립한 후 계열사 부품회사가 중소규모의 주요 부품회사 다수를 인수하는 전략을 취함.

○ 계열사 혹은 관계사를 통해 부품의 모듈화를 이루는 '폐쇄적 모듈화(조형제, 2016: 162)'를 통해 완성차 기업에 대한 부품공급의 외부의존도를 줄이고 가격에 대한 통제권을 강화하였음.

- 즉, 모듈화를 통해 오히려 공급사슬을 완성차 기업의 계열사 혹은 관계사의 영향력 아래로 재편하는 효과가 있음.

○ 또한, 상대적으로 공급사슬에서의 비중이 낮아진 비계열사들에 대해서는 오히려 높은 교섭력을 유지할 수 있게 됨. 이러한 비계열사 협력업체와의 교섭력 불균형으로 비계열사 협력업체들의 전속화가 용이해짐.

〈그림3-8〉 모듈화 생산방식에 따른 완성차 기업과 부품회사 간의 관계 수 변화




자료: 정홍준(2015)에서 재인용

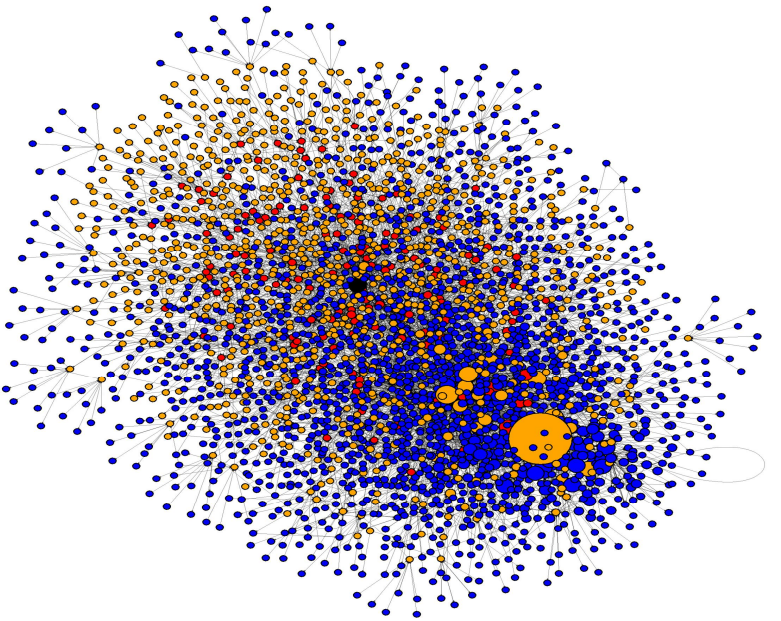
□ 위와 같이 '관계의 수' 그리고 어떤 기업과 연결되는가와 같은 '관계의 질'에 따라 달라지는 네트워크 구조 안에서 개별 노드(node)의 상대적 위상은 고유벡터 중심성(eigenvector centrality)의 분석을 통해 알 수 있음.

### 1) 주요 협력업체와의 수직적 분업에 따른 위상

□ 현대자동차 전주공장 협력 관계 네트워크의 중심성 분석

○ <그림3-9>의 가운데 위치한 검은색 원이 현대차(전주)임. 그러나 네트워크의 허브는 현대차(전주)의 주변이 아닌 우하단에 형성됨. 즉, 현대차(전주)의 협력네트워크에서 중심적인 위상을 가지는 기업은 현대차(전주)가 아닌 거대 협력업체들이었음.

<그림3-9> 현대자동차 전주공장의 협력 관계 네트워크(최대 3차)



○ 아래 <표3-1>을 보면 네트워크에서 중심적인 위상을 가지는 기업들은 현대위아, 현대차(울산), 현대모비스 같은 동일 기업집단을 이루는 계열사가 상위에 위치해 있는 것으로 나타남.

○ 현대차(전주)와 직접 거래관계에 있는 1차 협력업체 중 중심성 상위 10개 기업의 중심성 평균은 0.087로, 전체 중 중심성 상위 10개 기업의 평균인 0.293의 약 1/3 수준에 불과해 이들 기업 간에 네트워크 내 위상의 차이가 큰 것으로 나타남.

○ 또한 고유벡터 중심성은 관계의 수를 반영하므로, 이 값이 낮다는 것은 협력 관계가 적은 경로에 국한되어 있음을 의미하기도 함. 이에 따라 현대차(전주)와 함께 계열 부품사를 비롯한 전체 중심성 상위 업체들과 거래가 연결되는 업체와 그렇지 않고 현대차(전주)와만 연결되는 업체 간에는 큰 위상 차이가 나타나게 됨.

<표3-1> 현대자동차 전주공장 협력 관계 네트워크(최대 3차)의 중심성 분석

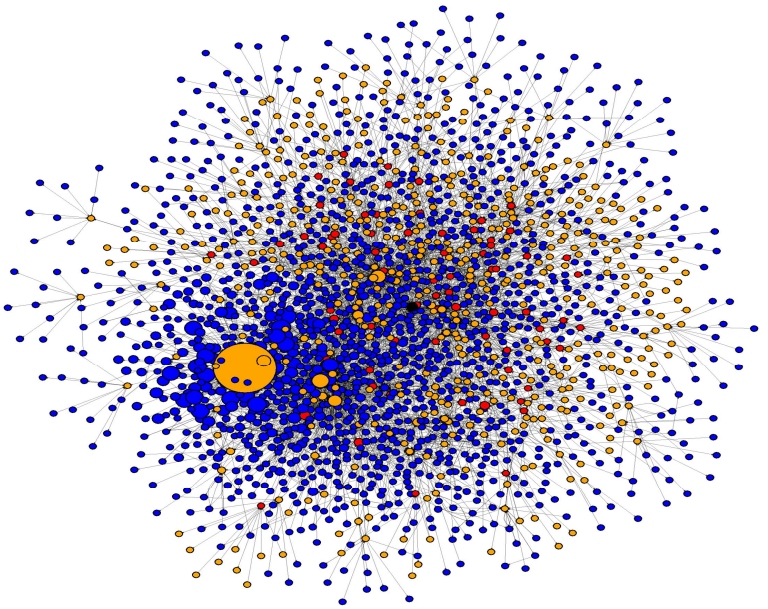
| 전체 중 중심성 상위 10개 업체 | | 1차 협력업체 중 중심성 상위 10개 업체 | |
|---|---|---|---|
| 업체명 | Eigenvector centrality | 업체명 | Eigenvector centrality |
| 현대위아 | 1.000000 | **대림씨앤씨** | 0.222799 |
| 현대(울산) | 0.275388 | 한국프랜지공업 | 0.176428 |
| 코비코 | 0.226129 | 화신 | 0.130207 |
| **대림씨앤씨** | 0.222799 | **한국차체** | 0.089298 |
| 시그너스정공 | 0.217168 | 센트랄디티에스 | 0.056064 |
| 현대모비스 | 0.214734 | 호원 | 0.047972 |
| 한일정공 | 0.195503 | **우신산업** | 0.039567 |
| 신화이엔지 | 0.194488 | 삼성공조 | 0.038708 |
| 영엽 | 0.194253 | **코비코테크** | 0.038172 |
| 세경정기 | 0.190269 | **티앤지** | 0.036812 |

주: 현대차(전주) EC=0.168119
굵은 글씨는 전북지역 업체.

□ 타타대우상용차 협력 관계 네트워크의 중심성 분석

○ <그림3-10>의 가운데 위치한 검은색 원이 타타대우상용차임. 그러나 네트워크의 허브는 타타대우의 주변이 아닌 좌하단에 형성됨. 즉, 타타대우의 협력네트워크에서 중심적인 위상을 가지는 기업은 타타대우가 아닌 다른 협력업체들이었음.

<그림3-10> 타타대우상용차의 협력 관계 네트워크(최대 3차)



○ <표3-2>를 보면 네트워크에서 중심적인 위상을 가지는 기업들은 현대위아를 비롯해 코비코, 대림씨앤씨, 시그너스정공 등으로 나타남.

○ 타타대우상용차와 직접 거래관계에 있는 1차 협력업체 중 중심성 상위 10개 기업의 중심성 평균은 0.035로, 전체 중 중심성 상위 10

개 기업의 평균인 0.281의 약 1/10 수준에 불과해 이들 기업 간에 네트워크 내 위상의 차이가 대단히 큰 것으로 나타남.

○ 앞서와 같이 고유벡터 중심성은 관계의 수를 반영하므로, 이 값이 낮다는 것은 협력 관계가 적은 경로에 국한되어 있음을 의미하기도 함. 이에 따라 타타대우상용차와 함께 전체 중심성 상위에 위치하는 부품업체들과 거래가 연결되는 업체와 그렇지 않고 타타대우와만 연결되는 업체 간에는 큰 위상 차이가 나타나게 됨.

〈표3-2〉 타타대우상용차 협력 관계 네트워크(최대 3차)의 중심성 분석

| 전체 중 중심성 상위 10개 업체 | | 1차 협력업체 중 중심성 상위 10개 업체 | |
|---|---|---|---|
| 업체명 | Eigenvector centrality | 업체명 | Eigenvector centrality |
| 현대위아 | 1.000000 | 동성테크 | 0.062321 |
| 코비코 | 0.226635 | 동일기계공업 | 0.054777 |
| **대림씨앤씨** | 0.215889 | **알룩스** | 0.051184 |
| 시그너스정공 | 0.211792 | 삼성공조 | 0.034129 |
| 영엽 | 0.198608 | 삼심기계 | 0.032801 |
| 세경정기 | 0.198485 | 가야미 | 0.029548 |
| 신화이엔지 | 0.194299 | **삼진산업** | 0.029268 |
| 한일정공 | 0.192849 | **동양특장차** | 0.023644 |
| 한석산업 | 0.188496 | **대진정공** | 0.019146 |
| 삼익산업 | 0.187202 | 한국토미 | 0.019073 |

주: 타타대우 EC=0.066524
굵은 글씨는 전북지역 업체.

□ 승용차 부문(현대자동차 울산공장)과의 비교

○ 선진국 자동차산업의 수직통합 및 계열적 산업구조는 1980년대 이후에 개선되었음.

○ 국내의 경우 2000년대 이후 본격화된 모듈화 추진으로 인하여 부품

사의 조립 역량이 증진되고 모듈화된 부품에 대한 암묵지가 늘어나 부품사들과의 협력관계가 (폭스바겐의 경우와 같이) 수평적인 관계가 되어 협력업체의 전속적 성격이 약해질 것이라는 관측도 있었음 (Gereffi, Humphrey and Sturgeon, 2005; 송창석·김기찬·강명수, 2003; 조철·이항구·김경유, 2005; 복득규, 2008).

○ 전라북도의 상용차 완성차 기업이 그 자신의 공급사슬 네트워크에서 가지는 영향력을 네트워크 내 중심성을 통해 파악해 볼 때, 중심성은 오히려 주요 부품업체보다 떨어지는 것으로 나타남.

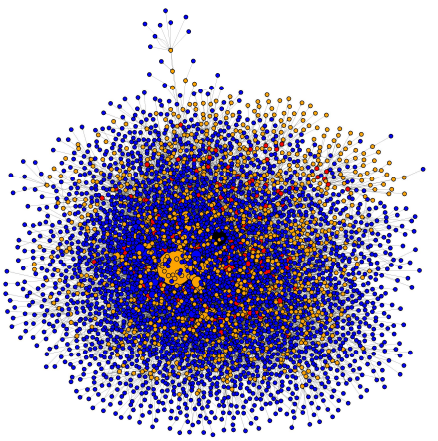
- 즉, 전속적 영향력을 발휘하기 어려운 위치에 있다는 것을 의미함.

○ 이는 <그림3-11>과 <표3-3>에서 볼 수 있다시피 승용차 완성차 업체인 현대차 울산공장의 경우와는 대조적인 결과임.

- 즉, 완성차업체 승용차 부문 현대차 울산공장은 반대로 주요 부품업체 못지않은 영향력을 유지하였고, 그 자신이 중심허브의 위치에 자리하는 것으로 나타남.

○ 즉, 모듈화가 가져오는 협력업체와의 전속적 관계 약화 현상은 전체 자동차산업에서 현대위아나 현대모비스와 같은 대기업 계열 부품기업보다 규모가 상대적으로 작은 상용차 완성차업체의 네트워크에서는 관측되고 있는 반면, 현대자동차 울산공장과 같이 보다 규모가 큰 승용차 완성차 업체에서는 찾아볼 수 없었음.

〈그림3-11〉 현대자동차 울산공장의 협력 관계 네트워크(최대 3차)



〈표3-3〉 현대자동차 울산공장 네트워크 전체 중 중심성 상위 10개 업체

| 업체명 | Eigenvector Centrality |
|---|---|
| 현대위아 | 1.000000 |
| 현대(울산) | 0.320345 |
| 현대모비스 | 0.227395 |
| 코비코 | 0.223648 |
| 대림씨앤씨 | 0.221814 |
| 시그너스정공 | 0.215346 |
| 기아자동차 | 0.197938 |
| 세경정기 | 0.195430 |
| 한일정공 | 0.193348 |
| 신화이엔지 | 0.192461 |

○ 한편, 협력 관계 네트워크(최대 3차) 전체 중 네트워크 중심성이 상위에 위치한 기업들은 대부분 전라북도에 소재하지 않았음.

- 다만 각 기업의 1차 협력업체 중 절반은 전라북도에 소재하였으나, 네트워크 내에서의 위상이 현격히 낮아 원·하청 관계에서 매우 취약한 위치에 있다고 볼 수 있었음.

## 2) 전라북도 소재 협력업체와의 관계와 위상

□ 전라북도 지역 협력업체의 네트워크 중심성 분석

○ 전라북도의 두 상용차 완성차 기업인 현대자동차 전주공장과 타타대우상용차가 가지는 공급사슬 중 전라북도에 분포하는 비율은 전체로 볼 때 각각 12.4%와 13.7%에 그침(〈표3-4〉, 〈표3-5〉).

- 직접적인 관계인 1차 협력업체의 관계만 보았을 때에는 현대차(전

주)가 24.8%였고 타타대우는 41.7%로 비교적 높았으나 빈도는 각각 35개 업체와 30개 업체로 비슷한 것으로 나타남.

〈표3-4〉 현대자동차 전주공장 협력업체의 지역별 분포

(단위: 개, %)

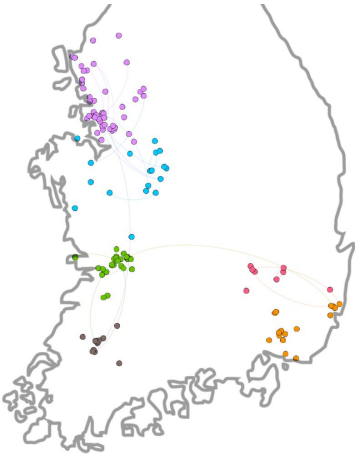
| | 수도권 | | 충청권 | | 대경권 | | 동남권 | | 전북권 | | 서남권 | | 전체 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 |
| 전체 | 383 | 27.4 | 178 | 12.7 | 198 | 14.1 | 358 | 25.6 | 173 | 12.4 | 110 | 7.9 | 1,400 | 100 |
| 1차 협력업체 | 51 | 36.2 | 18 | 12.8 | 8 | 5.7 | 16 | 11.3 | 35 | 24.8 | 13 | 9.2 | 141 | 100 |
| 2차 협력업체 | 53 | 20.3 | 30 | 11.5 | 27 | 10.3 | 51 | 19.5 | 66 | 25.3 | 34 | 13.0 | 261 | 100 |
| 3차 협력업체 | 279 | 28.0 | 130 | 13.0 | 163 | 16.3 | 291 | 29.2 | 72 | 7.2 | 63 | 6.3 | 998 | 100 |

〈표3-5〉 타타대우상용차 협력업체의 지역별 분포

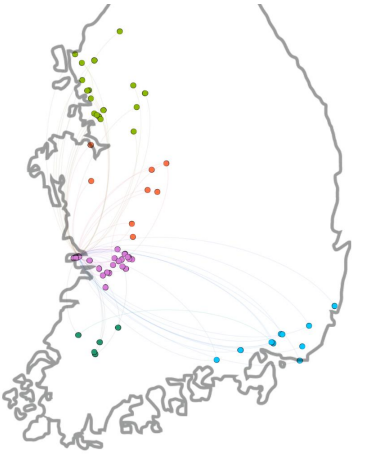
(단위: 개, %)

| | 수도권 | | 충청권 | | 대경권 | | 동남권 | | 전북권 | | 서남권 | | 전체 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 | 빈도 | 비율 |
| 전체 | 332 | 29.5 | 150 | 13.3 | 123 | 10.9 | 285 | 25.4 | 154 | 13.7 | 80 | 7.1 | 1,124 | 100 |
| 1차 협력업체 | 18 | 25.0 | 8 | 11.1 | 0 | 0.0 | 11 | 15.3 | 30 | 41.7 | 5 | 6.9 | 72 | 100 |
| 2차 협력업체 | 39 | 25.8 | 16 | 10.6 | 7 | 4.6 | 33 | 21.9 | 42 | 27.8 | 14 | 9.3 | 151 | 100 |
| 3차 협력업체 | 275 | 30.6 | 126 | 14.0 | 116 | 12.9 | 241 | 26.8 | 81 | 9.0 | 61 | 6.8 | 900 | 100 |

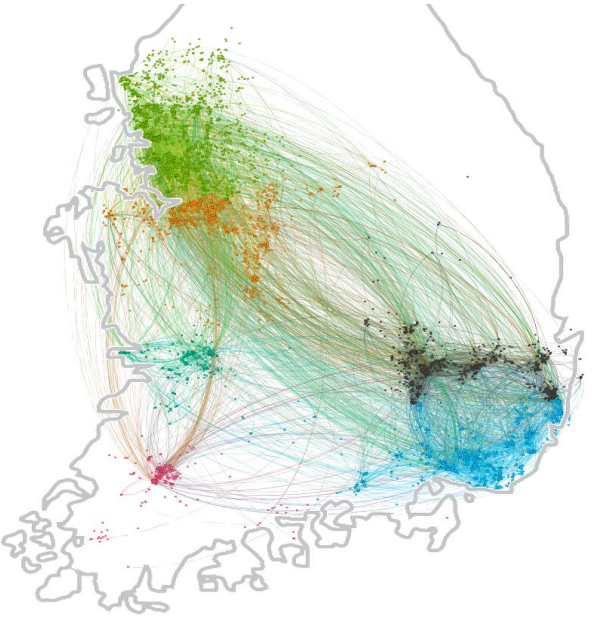
〈그림3-12〉 현대자동차 전주공장 1차 협력업체의 GIS 네트워크 분포



〈그림3-13〉 타타대우상용차 1차 협력업체의 GIS 네트워크 분포



〈그림3-14〉 자동차업종 전체의 GIS 네트워크 분포



○ 몇몇 예외적인 업체가 있지만 대체로 차수가 높아질수록 중심성이 낮아지는 가운데, 직접적인 관계를 갖는 1차 협력업체들부터도 현저히 낮은 중심성을 보여주어 전라북도 소재 기업들은 네트워크 내 위상에서도 역시 취약한 구조에 처해있음.

〈표3-6〉 현대자동차 전주공장 전북지역 협력업체의 중심성 분석

| 1차 협력업체 중 중심성 상위 10개 업체 | | 2차 협력업체 중 중심성 상위 10개 업체 | | 3차 협력업체 중 중심성 상위 10개 업체 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 업체명 | Eigenvector centrality | 업체명 | Eigenvector centrality | 업체명 | Eigenvector centrality |
| 대림씨앤씨 | 0.222799 | 신평산업 | 0.136182 | 알룩스 | 0.049240 |
| 한국차체 | 0.089298 | 타타대우상용차 | 0.067048 | 대유에이피 | 0.039886 |
| 우신산업 | 0.039567 | 진성산업기계 | 0.022215 | 평안정공 | 0.016941 |
| 코비코테크 | 0.038172 | 홍진금속 | 0.014963 | 번창테크 | 0.015313 |
| 티앤지 | 0.036812 | 우성정밀공업사 | 0.013654 | 동의테크 | 0.013948 |
| 황성공업 | 0.036161 | 동일이앤지 | 0.011918 | 거성중공업 | 0.013298 |
| 가야미 | 0.033137 | 월드비젼코리아 | 0.011210 | 유니캠프 | 0.012831 |
| 삼진산업 | 0.033127 | 디에스 | 0.010611 | 지노모터스 | 0.012702 |
| 두성에스비텍 | 0.032757 | 인 | 0.010002 | 캠핑가족 | 0.012665 |
| 세움 | 0.030995 | 에스엠특장 | 0.009118 | 아이버스 | 0.012665 |

〈표3-7〉 티타대우 전북지역 협력업체의 중심성 분석

| 1차 협력업체 중 중심성 상위 10개 업체 | | 2차 협력업체 중 중심성 상위 10개 업체 | | 3차 협력업체 중 중심성 상위 10개 업체 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 업체명 | Eigenvector centrality | 업체명 | Eigenvector centrality | 업체명 | Eigenvector centrality |
| 알룩스 | 0.051184 | 울트라 | 0.023827 | 대림씨앤씨 | 0.215889 |
| 가야미 | 0.029548 | 성협공업 | 0.019201 | 신평산업 | 0.131521 |
| 삼진산업 | 0.029268 | 서연인테크 | 0.014050 | 한국차체 | 0.080468 |
| 동양특장차 | 0.023644 | 우성이앤에스 | 0.011445 | 우신산업 | 0.033349 |
| 대진정공 | 0.019146 | 월드비젼코리아 | 0.010351 | 코비코테크 | 0.033150 |
| 쓰리축코리아 | 0.014985 | 디에스 | 0.009325 | 티앤지 | 0.031293 |
| 평강비아이엠 | 0.014530 | 군산이레특장차 | 0.008639 | 황성공업 | 0.029711 |
| 한국쓰리축공업 | 0.013816 | 건민특장 | 0.008454 | 두성에스비텍 | 0.026296 |
| 우성정밀공업사 | 0.013543 | 엘에이테크 | 0.006759 | 대유에이피 | 0.024874 |
| 지노모터스 | 0.011925 | 동성정공 | 0.006537 | 세움 | 0.024055 |

## 3. 전라북도 상용차 기업의 원·하청 기업 간 격차

### 1) 완성차 업체와 협력업체 간의 격차

□ 완성차 업체와 주요 협력업체 간의 격차

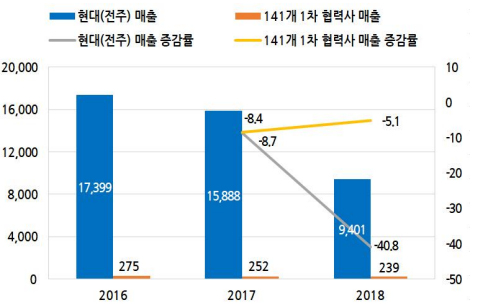
○ (매출액 비교) 현대차 전주공장의 경우 울산공장 및 아산공장과 공시 정보가 분리되어 있지 않아 매출액[5]으로 협력업체와의 격차를 비교함.

- 2016년~2018년까지 최근 3년간 지속되는 현대차(전주)의 매출액 저하로 특히 2018년에는 전년 대비 40.8%의 감소율을 보였지만, 여전히 완성차 업체와 협력업체들의 매출액 차이는 약 40여 배에 달하며 게다가 협력업체들의 평균 매출액 역시 3년 연속 동반 하락하고 있음.

〈표3-8〉 매출액 현황: 현대(전주) VS 141개 1차 협력사

(단위: 억원, %)

| | | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|---|---|---|---|
| 현대(전주) | 매출 | 17,399 | 15,888 | 9,401 |
| | 증감 | | -8.7 | -40.8 |
| 141개 1차 협력사 | 매출 | 275 | 252 | 239 |
| | 증감 | | -8.4 | -5.1 |




○ (영업이익률 비교) 타타대우상용차의 경우 보다 정확한 지표가 될 수 있는 영업이익률을 통해 협력업체와의 격차를 비교함.

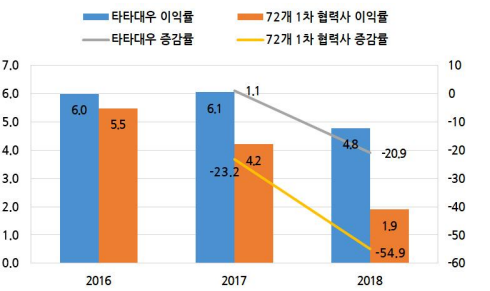
5 머니투데이, 「'트럭·버스 위기' 현대차, 3년 만에 수출 반토막」, 2018.11.20. https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2018112015500472426

- 2016년에 0.5% 차이였던 격차는 2017년 1.9%, 2018년 2.9%로 지속적으로 격차가 확대됨.
- 타타대우의 영업이익률은 2018년에 4.8%로 전년 대비 20.9%의 감소율을 보였지만, 1차 협력업체들의 경우 2017년에 이미 23.2%의 감소율을 보인데 이어 2018년에는 54.9%의 감소율을 보여 최근으로 올수록 영업이익률이 크게 저하되는 모습을 보여줌.

〈표3-9〉 영업이익률 현황: 타타대우 VS 72개 1차 협력사

(단위: 억원, %)

| | | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|---|---|---|---|
| 타타대우 | 이익 | 6.0 | 6.1 | 4.8 |
| | 증감 | | 1.1 | -20.9 |
| 72개 1차 협력사 | 이익 | 5.5 | 4.2 | 1.9 |
| | 증감 | | -23.2 | -54.9 |




□ 완성차 업체와 전라북도 지역 소재 협력업체 간의 격차

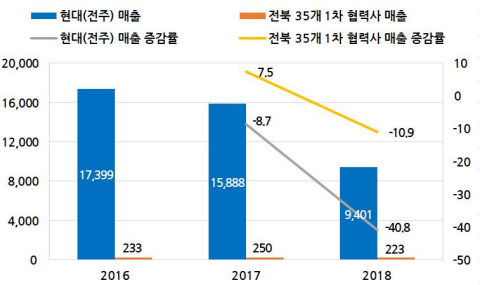
○ **(매출액 비교)** 위와 마찬가지로 현대자동차 전주공장의 경우 매출액으로 전북지역 협력업체와의 격차를 비교함.

- 전북지역 협력업체의 평균 매출액은 전체 1차 협력업체의 평균 매출액과 비슷한 수준으로 그 격차 역시 약 40배로 비슷하게 나타남. 2018년에는 전북지역 협력업체의 매출액 감소율이 10.9%로 전체 1차 협력사 평균보다 두 배 가량 높았음.

〈표3-10〉 매출액 현황: 현대(전주) VS 전북 35개 1차 협력사

(단위: 억원, %)

| | | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|---|---|---|---|
| 현대 (전주) | 매출 | 17,399 | 15,888 | 9,401 |
| | 증감 | | -8.7 | -40.8 |
| 전북 35개 1차 협력사 | 매출 | 233 | 250 | 223 |
| | 증감 | | -7.5 | -10.9 |



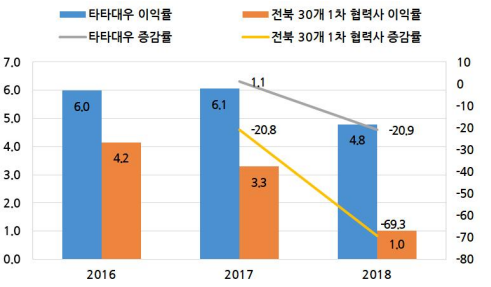

○ **(영업이익률 비교)** 앞서와 같이 타타대우상용차의 경우보다 정확한 지표가 될 수 있는 영업이익률로 전북지역 협력업체와의 격차를 비교함.

- 2016년에 1.8% 차이였던 격차는 2017년 2.8%, 2018년 3.8%로 지속적으로 격차가 확대되고 있음. 전체 1차 협력업체들의 평균 영업이익률과 마찬가지로 전북지역 30개 1차 협력업체의 평균 영업이익률은 2017년에 이미 20.8%의 감소율을 보인데 이어 2018년에는 69.3%의 큰 감소율을 보여, 일관되게 나타나는 상용차 분야의 전반적인 위기가 어느 곳보다 가장 심하게 두드러지는 모습을 보여줌.

〈표3-11〉 영업이익률 현황: 타타대우 VS 전북 30개 1차 협력사

(단위: %)

| | | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|---|---|---|---|
| 타타 대우 | 이익 | 6.0 | 6.1 | 4.8 |
| | 증감 | | 1.1 | -20.9 |
| 전북 30개 1차 협력사 | 이익 | 4.2 | 3.3 | 1.0 |
| | 증감 | | -20.8 | -69.3 |



## 2) 전라북도 지역 협력업체의 격차

□ 주요 협력업체와 전라북도 지역 협력업체 간의 격차

○ 먼저 현대자동차 전주공장의 협력업체 간의 지역별 격차를 살펴본 결과는 <표3-12>와 같음. 전북권의 1차 협력사들은 평균 영업이익률에 있어서 최근 3년 평균이 가장 낮았던 것으로 나타남.

〈표3-12〉 현대자동차 전주공장 협력업체의 지역별 평균 영업이익률

(단위: %)

| | | 수도권 | 충청권 | 대경권 | 동남권 | 전북권 | 서남권 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1차 협력업체 | 평균영업이익률2016 | 6.70 | 5.90 | 6.42 | 3.89 | 2.19 | 5.37 |
| | 평균영업이익률2017 | 4.98 | 4.44 | 3.44 | 4.20 | 2.65 | 4.94 |
| | 평균영업이익률2018 | 4.23 | 5.26 | 0.77 | 3.96 | 2.62 | 3.22 |
| | 3년 평균 | 5.30 | 5.20 | 3.55 | 4.02 | 2.49 | 4.51 |
| 2차 협력업체 | 평균영업이익률2016 | 8.08 | 4.83 | 6.47 | 5.14 | 4.47 | 5.90 |
| | 평균영업이익률2017 | 6.99 | 6.78 | 5.23 | 5.23 | 4.67 | 6.52 |
| | 평균영업이익률2018 | 5.61 | 7.09 | 4.47 | 3.50 | 3.53 | 5.36 |
| | 3년 평균 | 6.89 | 6.23 | 5.39 | 4.62 | 4.22 | 5.93 |
| 3차 협력업체 | 평균영업이익률2016 | 4.38 | 5.15 | 5.24 | 3.66 | 5.03 | 5.41 |
| | 평균영업이익률2017 | 2.54 | 4.34 | 3.71 | 4.29 | 3.17 | 5.27 |
| | 평균영업이익률2018 | 2.91 | -3.88 | 2.60 | 4.50 | 2.25 | 3.87 |
| | 3년 평균 | 3.28 | 1.87 | 3.85 | 4.15 | 3.49 | 4.85 |

○ 다음으로 타타대우상용차의 협력업체 간의 지역별 격차를 살펴본 결과는 <표3-13>과 같음. 전북권의 1차 협력사들은 평균 영업이익률에 있어서 서남권에 이어 최근 3년 평균이 두 번째로 낮았던 것으로 나타남.

〈표3-13〉 타타대우상용차 협력업체의 지역별 평균 영업이익률

(단위: %)

| | | 수도권 | 충청권 | 대경권 | 동남권 | 전북권 | 서남권 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1차 협력업체 | 평균영업이익률2016 | 8.68 | 5.44 | - | 4.42 | 4.15 | 3.14 |
| | 평균영업이익률2017 | 7.26 | 3.30 | - | 3.02 | 3.29 | 2.09 |
| | 평균영업이익률2018 | 1.90 | 4.43 | - | 2.50 | 1.01 | 1.70 |
| | 3년 평균 | 5.94 | 4.39 | - | 3.31 | 2.82 | 2.31 |
| 2차 협력업체 | 평균영업이익률2016 | 7.58 | 7.71 | 3.16 | 6.69 | 4.16 | 6.79 |
| | 평균영업이익률2017 | 6.43 | 6.92 | 3.01 | 7.09 | 2.09 | 8.00 |
| | 평균영업이익률2018 | 5.49 | 6.70 | 1.25 | 4.77 | 1.20 | 5.25 |
| | 3년 평균 | 6.50 | 7.11 | 2.47 | 6.18 | 2.48 | 6.68 |
| 3차 협력업체 | 평균영업이익률2016 | 4.74 | 4.71 | 5.11 | 2.85 | 4.64 | 5.50 |
| | 평균영업이익률2017 | 3.35 | 3.85 | 3.73 | 4.82 | 4.69 | 5.69 |
| | 평균영업이익률2018 | 3.26 | -3.96 | 2.31 | 4.04 | 4.06 | 3.96 |
| | 3년 평균 | 3.78 | 1.53 | 3.72 | 3.91 | 4.47 | 5.05 |

○ 지금까지 살펴보았던 바와 같이 협력업체 간의 유·불리가 극명하게 갈리는 관계의 구조로 인해 지역 중소하청 부품생산업체의 납품가격은 쉽게 통제될 수 있으며, 또한 수직적인 계열화 전략의 추구가 부품업체 간에도 양극화를 크게 두드러지게 함을 확인할 수 있음.

## 4. 전라북도 상용차 기업 원·하청 관계의 취약성

□ 전속적 하청의 문제

○ 대내외 경영환경 변화에 적응하기 위한 대기업의 수직통합 및 계열화가 심화하고 있는 가운데, 이들 기업과 협력하고 있는 국내 중소

기업들에게는 정부규제보다는 위탁 대기업의 일방적인 계약이 더 큰 부담으로 작용하게 되었음.

- 전속거래의 장점으로는 ①창업기업의 성장 지원 ②중소·중견 기업의 안정 성장 기반 제공 ③대기업 공급망의 효율성 제고를 통한 경쟁력 강화를 들 수 있음.
- 전속거래의 단점으로는 ①과도한 납품단가 인하로 인한 협력업체의 수익성 저하 ②비정규직 고용 확대와 임금 격차 유발 ③산업 생태계의 총요소 생산성 저하로 인한 중장기 성장 잠재력 저하 ④협력업체의 혁신역량과 국제화 역량을 저해하는 점을 들 수 있음.

○ 이항구 외(2017)는 전속거래를 ①수·위탁 기업 간 10년 이상 장기거래를 유지하고 ②개별 재무제표 기준 매출액의 50% 이상이 특정기업으로부터 발생하는 거래로 ③위탁 기업의 설계도 및 품질 기준과 원가 기준에 맞추어 조립활동을 실시하고 있는 기업 간 거래로 정의함.

- 2014년 기준 전산업 사업체 중 중견기업에 속하는 2,979개 사의 42%, 그 중 제조 중견기업 1,331개 사의 95%가 대기업집단의 전속거래 협력업체인 것으로 추정되며, 또한 전속거래 협력업체 18,000개 사 중 중소기업은 17,350개로 이는 전체 중소기업(392,665개)의 4.42%로 추정됨. 전체 제조업체 중 대기업의 전속거래 협력업체 수는 4.58%에 불과하나, 이들 대기업 매출만 해도 제조업 전체 매출의 41%에 달하고 있다는 점에서 전속거래 협력업체의 매출까지 합산할 경우 전속거래 매출액 규모는 제조업 총매출의 최소 60% 이상을 차지할 것으로 추정됨.
- 이러한 산업 내에서의 독과점 구조는 기존 사업자가 시장지배력을 행사하여 신규사업자의 시장진입을 직·간접적으로 방해함으로써

가격담합 등을 통해 물가의 하방경직성을 강화하고 경제의 배분적 효율성을 저하시키며 소비자 후생을 감소시키는 등 국민경제에 부정적 영향을 끼침.

○ 자동차 부품업체들은 특정 완성차 업체와의 장기 거래 비중이 높은 수준으로, 국내 완성차 업체들은 중장기 협력업체들이 국내외 다른 완성차 업체와 거래하는 것을 허용하지 않았으며, 이로 인해 전속거래 구조가 형성되었음.

○ 자동차산업에서 계열화가 심화되면서 계열 부품사의 매출이 급증하고, 전체 부품산업 매출에서 차지하는 비중이 증가함. 또한 수출과 내수 부진으로 제조업의 매출이 감소하자 협력업체들은 국내 대기업에 대한 전속 납품 의존도를 강화하고 있는 추세임.

- 대표적으로 현대차는 금융위기 이후 고속 성장 기간에도 전속 협력업체의 성과 저하를 유발함. 현대차그룹 계열사와 전속 협력업체의 영업이익률 격차도 2008년에는 4.62%를 나타내었으나, 2009년 이후 계열사의 평균 영업이익율은 9%대를 유지하고 있으나 전속 협력업체는 기복을 보이면서 하향세를 나타냄(이항구 외, 2017).

□ 전라북도 상용차 기업 하청관계에서의 전속적 하청의 지속

○ 부품기업 관리의 이중전략

- 김철식(2011)은 부품기업을 대기업 계열사 위주의 상위 부품기업과 하위 부품기업으로 구분하였음.
- 중요 부품의 개발과 품질향상을 위해서는 기술력 있는 부품기업이 일부 여전히 필요함. 그러나 그러한 부분은 대부분 완성차 기업의 계열사로 채워져 있고, 나머지 부품기업에게는 단순한 실행기능만

요구되는 경우가 많음.

- 앞선 분석에서 전라북도 상용차 기업의 하청관계에는 네트워크의 계층성이나 선도기업(현대차 전주공장, 타타대우)의 네트워크 중심성 약화에서 볼 수 있었듯이 공급사슬 네트워크 구조의 모듈화가 분명히 관측됨.
- 그러나 동시에 하청업체의 전북지역 소재 비율도 낮았을 뿐더러 나머지 부품기업에 해당되는 그 하청업체들의 위상을 살펴볼 수 있는 네트워크 내 중심성도 아주 낮은 것으로 나타남.
- 네트워크의 높은 거래집중도와 전북지역 하청업체들의 네트워크 내 낮은 위상, 악화되는 경영성과 격차 등은 전속적 관계의 지속 뿐 아니라 관계중단 등 각종 압력에 취약할 수밖에 없는 전북지역 하청업체들의 불리한 위치와 상황을 보여줌.

○ 포섭적 통제에서 배제적 통제로

- 이전 시기에 부품업체의 입장에서 종속적 관계의 구축은 곧 완성차 기업의 지원과 보호를 확보하는 것, 즉 포섭적 통제(inclusive control)를 의미했음.
- 그러나 공급사슬구조의 변화과정에서 완성차 기업은 내부생산 기능을 축소·외부화하고 있으며, 이를 용이하게 할 수 있도록 유연표준화 생산을 적용하고 있음.
- 또 완성차 기업이 수익 위기에 봉착하면서 공급사슬의 장기적 생산역량을 확장하고 지배력을 강화하기보다 비용과 위험을 전가하여 수익을 확보하게 됨.
- 그 결과 부품업체에 대한 지원과 보호는 생략한 채 불균형한 권력관계에 근거한 일방적 통제만을 강조하는 배제적 통제(exclusive

control) 전략으로 완성차 기업의 부품업체 관리전략이 변화하였으며, 이는 상위 부품업체와의 관계가 아닌 하위 부품업체와의 관계에 적용됨.

# 제4장

# 전라북도 상용차산업의 원·하청 관계 실태: 현대자동차 전주공장 사례 심층면접을 중심으로

# 1. 현대자동차 전주공장 현황

## 1) 개요

□ 현대자동차의 시장 지위 변화와 상용차

○ 현대자동차(현대차)는 2차 대전 이후 고유 모델을 개발하여 국제 경쟁력을 갖는데 성공한 유일한 완성차 업체이자 유일하게 살아남은 토착 완성차업체로서, 그 위상이 가볍지 않음.

○ 1995년 완공된 전주공장은 버스, 트럭, 특장차 등 11차종을 생산하는 단일 공장 규모로는 세계 최대의 상용차 전문 생산 공장임. 연간 생산능력은 10만대로 글로벌 총 생산능력 대비 2%에 해당함. 그러나 현대차 전주공장 가동률은 2018년 50% 이하로까지 떨어진 상황임.

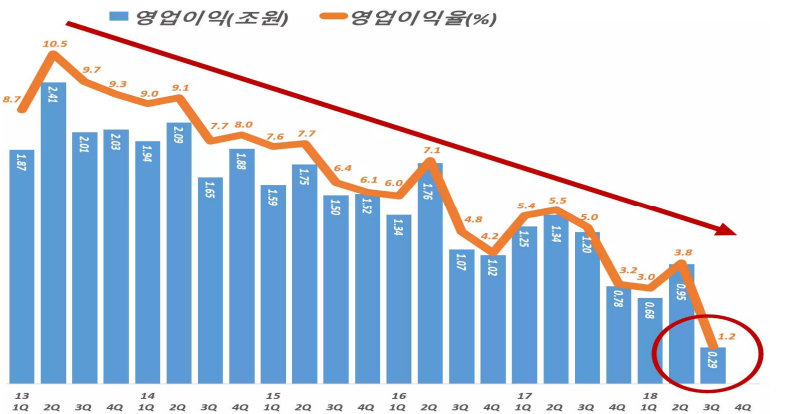
○ 현대자동차 글로벌 판매량은 2017년 상반기 합산 355만대로 전년동기 대비 7.7%가 감소하였음. 그동안 시장점유율 확대전략 기조하에 양적 팽창 추구, 5년간 생산능력 53.7% 증대시켰으나 동 기간 매출증대는 10.8%에 불과함.

- 현대차 영업이익은 2012년 10%에서 2016년 5.4%로 절반 수준으로 감소함.

○ 판매부진으로 전반적인 가동률 하락과 수익성 저하 경향이 뚜렷하게 나타남.

- 가격경쟁력을 앞세워 글로벌 시장 진출, 효율성을 강조하며 압축 성장하였으나 최근 시장 글로벌 완성차 시장의 양극화 현상으로 기업 포지셔닝 위기 징후가 나타남.

〈그림4-1〉 현대자동차 분기별 영업이익 및 영업이익률 추이




| 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 |
|---|---|---|---|---|---|
| 9.5% | 8.7% | 7.3% | 5.4% | 4.7% | 2.1% |

○ 이에 세계 상용차 시장에서 10위권 밖에 머물러 승용차 부문에 비해 상대적으로 뒤쳐진 상용차 부문에 대한 생산 확대를 시도함.

- 2018년 전 세계 상용차 판매량은 전년대비 5.6% 증가한 2,636만 5,470대이며, 이 중 한 해 상용차 수요가 10만대 이상인 국가는 144개국 중 23개국에 불과하며 그 중 한국은 12위 수준임.

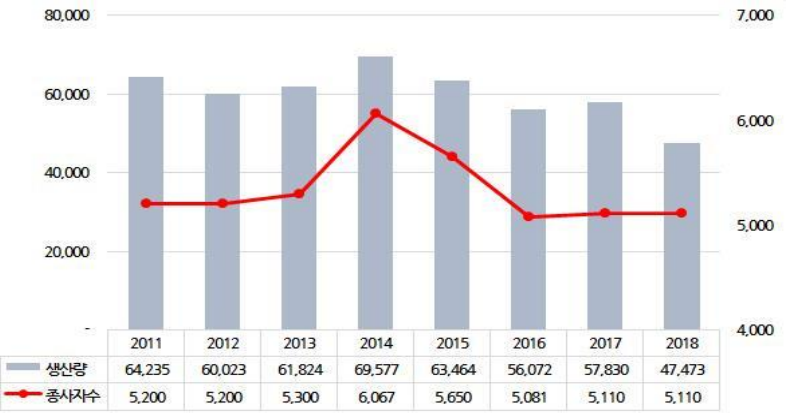
○ 한편, 전주 상용차 공장은 6만대 이상의 생산을 계속 유지해 왔으나, 약 7만여 대에 가까운 69,577대를 생산한 2014년 이후 생산량이 뚜렷하게 감소 추세를 보임.

- 2016년 이후 6만대 이하로 감소하였으며, 2018년에는 5만대에 못 미치는 47,473대를 생산하였음.

○ 생산량의 감소와 더불어 고용 역시 2014년 이후 감소 추세를 보이다가 2017년~2018년은 51백 명 수준으로 고용이 유지됨.

〈그림4-2〉 현대자동차(전주공장) 생산량 및 종사자 추이

(단위: 대, 명)




| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 생산량 | 64,235 | 60,023 | 61,824 | 69,577 | 63,464 | 56,072 | 57,830 | 47,473 |
| 종사자수 | 5,200 | 5,200 | 5,300 | 6,067 | 5,650 | 5,081 | 5,110 | 5,110 |

자료: 한국자동차산업협회에서 재구성

## 2) 생산 감소의 요인

□ 이 같은 생산량 감소는 일시적인 경기침체뿐만이 아니라 제도변화를 비롯하여 상당히 복합적인 요인이 반영된 것으로 보임.

○ 현대차(전주공장) 생산 감소 상황은 복합적인 요인이 있겠지만 일시적 감소가 아닌 위기 징후로 인식될 수 있는 데에는 몇 가지 요소가 있음.

- 직접적으로는 그동안 고도성장의 중심축이었던 신흥 시장에서의 판매 부진이 주요 원인이라고 볼 수 있음. 일시적 경기 불황으로 인해 일시적으로 불가피한 지역도 있지만(예를 들어 러시아, 브라질) 보다 근본적인 문제를 제기하는 경우도 있음.

○ 특히 중국 시장에서의 판매 급감이 생산 감소에 큰 영향을 미치고, 관련해서 대중국 관련 정세 요인이 판매 부진의 직접적인 요인 중 한가지일 수 있으나, 현대차의 생산 감소 추세는 보다 근본적인 경

쟁력 하락이라는 문제를 제기하고 있음.

- 예를 들어 중국시장에서의 부진도 토착 완성차업체의 신제품 도전에서 비롯된 것이기도 하므로 보다 장기적 위협이 될 수 있음. 왜냐하면 토착 완성차업체들의 제품 가격은 현대차의 절반 수준에 불과하므로 중국 완성차업체에 비해 가격경쟁력을 갖지 못함.
- 주요 완성차업체들의 생산능력 과잉이 본격화될 경우 현대차의 성장 한계의 원인이 될 수 있음. 이에 대해서는 현대차(전주공장) 내부적으로도 일종의 위기징후로서 근본적 재고가 필요하다는 판단을 이미 하고 있음.

□ 근본적인 가격경쟁력 하락의 문제

○ 현대차가 글로벌 경쟁력에서 성공을 거둔 요인 중 한 가지가 가격경쟁력이라는 강점을 앞세운 전략이 유효했기 때문이나, 품질은 독일, 일본 등 선진 생산국과 비슷하지만 상대적으로 저렴한 가격이라는 그동안의 전략이 더는 유효하지 않음.

- 즉, 2000년대 이후 고급차와 저가차로 양극화 되는 현상이 가속화되면서 현대자동차는 소위 기업 포지셔닝에 실패하고 있음. 과거에는 싸고 좋은 차였지만, 이제는 싼 차도, 좋은 차도 아니라는 점이 현대차가 직면하고 있는 문제임.
- 시장 점유율에 급급한 나머지 근본적인 품질 향상과 다양한 모델 출시에서 상당히 뒤쳐져 있음.

○ 이러한 문제는 상용차와 승용차가 공통적으로 직면하고 있는 문제임.

- 직접적인 위기 원인은 판매 부진이지만 보다 근본적인 문제는 경쟁력의 상실이라고 할 수 있음.

- 2008년 금융위기 시기부터 2014년까지는 토요타를 비롯한 글로벌 브랜드들이 부진에 빠져있던 시기의 반사이익 효과가 적지 않은 가운데 급격한 양적 팽창이 진행되면서 생산능력을 증대시켰지만 이 같은 빠른 속도와 양적 팽창은 판매 부담으로 이어지면서 후유증을 낳게 됨.
- 시장점유율에 급급하여 품질향상과 모델 다양화에 소홀하였으며, 이항구 박사(산업연구원)는 '그동안의 생산량을 기술력으로 오해한 것에서부터 위기가 비롯되었다'고 진단하였음(중앙일보, 2017.10.04.).

○ 현대차 내부적으로는 무엇보다도 "가격경쟁력이 근본적으로 없어졌다"(현대차 전주공장 기업측 인터뷰, 2017.11)는 점과 관련하여 근본적 체질개선이 불가피하다는 위기 인식이 없지 않음.
- 예를 들어 "대형트럭의 경우 4년 전에 현대차와 볼보, 벤츠의 가격차이가 3천~4천이 났는데, 이 가격이 거의 비슷해 졌고, 그러나 품질이나 연비가 그쪽이 나으니까 물류, 건설하는 사람들은 수입차를 사"(현대차 전주공장 기업측 인터뷰, 2017.11)는 식임. 그러다보니 비용이 정률적으로 상승하고, 고용상황도 불투명해졌다는 것임.

□ 저유가, 환율변동, 보호무역주의 확대 등으로 인한 불확실성, 수출물량 확보 문제

○ 국내 완성차 업체의 경우 초저유가로 인해 심각한 생산 위축에 직면하고 있으며 저유가의 장기화로 인해 수출 물량 확보에 큰 타격을 받음.
- 생산 물량이 많아져서 인원수를 2배 늘렸고, 부품업체 수도 늘렸는데 유가하락이 동반, 산유국가를 주력시장으로 하고 있는 상황에서

유가가 최저로 하락하면서 주력시장이던 산유국가들의 차량 구매력이 감소하게 되고 결국 생산 감소로 이어졌음(현대차 전주공장 기업측 인터뷰, 2017.11).

- 특히 일본차에 비해 품질이 다소 열위라도 10~15% 가격경쟁 우위에 있었는데, 엔저현상으로 가격이 같거나 국산차가 더 높다보니 현대차의 메리트가 사라져 수출이 급감하였음(현대차 전주공장 기업측 인터뷰, 2017.11).

○ 신흥시장에서의 가격경쟁력 하락으로 인한 성장 둔화, 저유가 및 환율변동으로 인한 불확실성 증대는 단기적 요인이 아니므로 상당기간 지속될 것임.

○ 따라서 글로벌 자동차산업은 친환경, 고안전으로 패러다임 전환 추세에 있음.

- 전기차 등 친환경 차 기술개발, 고안전 차량 개발, IT기업과의 협업을 통한 차세대 자동차 개발에 주력할 필요 있으나 현대차의 연구개발(R&D) 투자는 미흡한 상황임.
- 그러나 현대차 전주공장 기업측의 인터뷰(2017.11)에 따르면 차량 개발이나 친환경차, 전기차 같은 연구개발은 많이 하고 있으나 오히려 비용에 대한 통제가 보다 문제라고도 함.
- 즉, 과거에는 내수는 독점, 수출시장에서 일본차는 엔고이다 보니 가격을 올려도 국산차가 가성비가 좋은 차였지만 지금은 상황이 다르다는 것임.
- 그러다보니 과거에는 해외시장 진출 시 1차 협력업체가 동반 진출했던 구조였으나 최근에는 “원가경쟁력, 품질 경쟁력을 맞추지 않으면 로컬업체를 쓸 수 있다”(C_DL, 2019.10)는 구조로 바뀌었음.

□ 수입차 증가로 중대형 시장 경쟁 격화, 비경쟁 화물차 시장의 독과점 지배력에 대한 위협

○ 특히 중대형 트럭 시장은 수입업체들이 진출하고 공급이 늘어나면서 시장 경쟁이 격화되고 국내업체의 위축현상이 나타나게 되었음.

○ 중소형 트럭시장은 현대차에 의해 점유되어 온 절대 독점과점 시장이었으나 일본 상용차 1위 업체인 이스즈(ISUZU)가 3.5톤급 중형트럭을 2017년 9월부터 판매한데 이어 2020년부터 1톤급 소형트럭을 런칭할 예정임.

- 이스즈 3.5톤 엘프는 첫해에는 다소 부진했으나 2018년에는 출시 1년 반만에 3.5톤급 화물차 시장 10% 점유율을 확보하였음.
- 그동안 현대차는 대형트럭 시장의 70% 가량, 소형트럭 시장은 100% 점유율을 유지해왔으나 계속된 비용 상승 및 수입차 진입과 더불어 무엇보다도 가격경쟁력의 열세로 인해 고전 중임.

### 3) 현대차 부품업체의 납품구조와 수직계열화

□ 현대차는 생산체계의 전문화와 더불어 폐쇄적 모듈화를 추구함으로써 부품업체에 대해 수직계열화된 분업체계를 형성하였음.

○ 현대차 그룹이 자동차 전문그룹을 선언한 이후 수요변화에 대응하여 다양한 제품을 신속하게 공급할 수 있는 능력을 확보하기 위해 플랫폼을 통합하고 모듈화를 추구하였음.

- 현대차는 기술 보안 유지 등을 위해 그룹 내 계열사였던 현대정공 자동차부품 부문을 모태로 해서 현대모비스를 설립함으로써 현대차의 모듈 생산을 주도하는 핵심 부품업체로 성장하도록 하고 대부분의 부품 협력업체들을 계열 모듈업체 산하로 재편하였음.

- 이러한 현대차의 모듈화 실시 과정에서 계열사들은 핵심모듈 생산 업체로 급성장하였음.

○ 완성차 중심의 수직계열화는 자동차 생산에 있어서 원가절감 및 공정단축을 통한 효율성 증대에 기여하고 부품사에게 안정적인 공급선을 확보해주는 장점이 있지만 부품업체의 교섭력을 약화시킴으로써 완성차업체에 대한 의존도를 심화시켜 장기적으로는 경쟁력을 약화시키는 결과를 초래할 수 있음.

우리 회사는 정말 OEM입니다. 부품을 만들 때 설계권이 우리에게 있지 않아요. 그냥 우리 설계팀이 들어가서 만들어서 주기만 하면 되기 때문에 형상을 바꾸더라도 우리는 왜 그러는지 잘 모르고 만들기만 할 뿐이죠. 설계가 잘못되어서 문제라도 생기면 우리가 책임을 져야 하잖아요. 도요타 에어백 사고 리콜해서 파산했잖아요. 그렇게 큰 회사도 파산하는데 우리는 그냥 끝나는 거죠.(C_DL, 2019.10)

○ 수직계열화는 현대차를 정점으로 자동차 원재료인 강판부터 부품·완성차까지 모두 생산하는 시스템으로, 전 세계 완성차 업체 중 거의 유일하게 잘 이뤄져 있음.

- 일사불란하고 빠른 의사 결정과 추진력, 자동차산업 각 부분별 전문화를 통한 원가 경쟁력 확보 등 수직계열화의 장점을 활용해 이익을 극대화하였으며, 이를 통해 글로벌 자동차업계에서는 불가능하다는 영업이익률 10% 고지를 2011년 10.3%로 찍으며 세계 5대 자동차업체로 급성장하게 됨.

○ 2000년대 이후 진행된 수직적 계열화는 과거 직접적 통합전략에 기반을 두었던 내부화 전략과는 달리 모듈부품업체 및 기업서비스 및

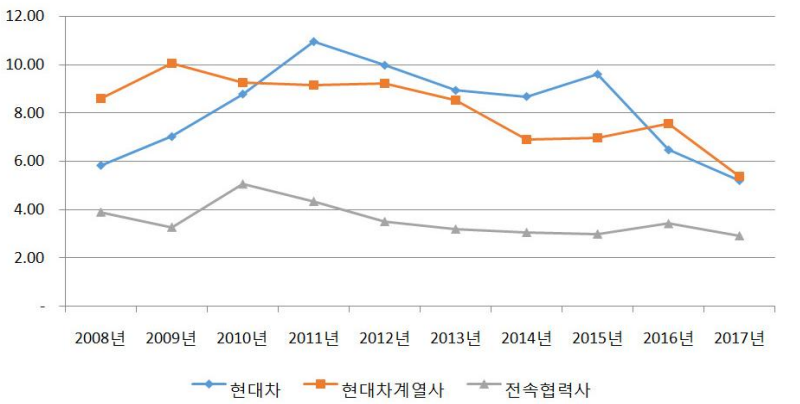
물류기업을 계열사로 육성하는 동시에 핵심 부품업체에 대한 직·간접적인 통제를 가능하도록 만드는 '준내부화(quasi-intergtation)' 전략으로 평가됨(이상호, 2011).

○ 2012년을 정점으로 완성차 판매가 부진하자 부품계열사가 매출도 줄고 그룹 전체 수익성도 동시에 악화되는 등 수직계열화의 취약성이 드러남.

- 현대차 자체로는 이 같은 계열화를 통해 원가절감하고 이익을 극대화함으로써 고속 성장을 하였으나 자동차산업 전반으로는 부익부 빈익빈이 뚜렷해지는 효과를 가져 오게 됨.
- 현대차 부품사 계열화가 본격 진행되었던 2000년대 동안 현대차 계열사 부품업체와 비계열사 부품업체간 격차가 크게 확대되어 영업이익률 격차는 약 3배 이상에 이름.

〈그림4-3〉 현대차/계열사/전속협력사 영업이익률 비교

(단위: %)



○ 수직계열화는 제품의 판매가 잘되고 원활하게 성장을 지속한다면 시너지 효과가 클 수밖에 없는 전략으로 현대차 초고속 성장의 원동력이 되었으며, 부품사 역시 수직적 통제 하의 단가 인하 압력 속에서 가격경쟁력을 키워온 측면도 있음.

○ '통상·산업정책의 연계를 통한 자동차산업의 지속가능성 성장방안' 보고서(산업연구원, 2014)에 의하면 비계열사 부품업체(93곳)의 평균 영업이익률은 2007년 2.68%, 2010년 3.93%로 반짝 상승했으나 2012년 기준 다시 2.77%를 기록함.

- 반면, 계열사 부품업체 평균 영업이익률은 2007년 이후 꾸준히 상승해 평균 10%대 수준을 유지해 왔음.

△△이 글로비스 하청이니까 △△쪽으로 주는 거예요. 그럼 거기서 다시 현대쪽으로 납품 하거든요. 그런데 그 마진은 모비스나 글로비스에서 챙겨가는 거죠. 그런 형태들로 단가를 너무 후려치다 보니… 근데 말은 저희가 1차 밴더에요. 근데 정확히 따지면 현대의 1차 밴더는 모비스나 글로비스가 되겠죠. 그럼 여기는 벌써 3차가 되요. 우리는 모비스에 납품하는 건데 △△이 받아서 작업을 하죠. △△은 그럼 모비스에도 가고 글로비스에도 가요. 저희는 글로비스에 납품한다고 하는데 진짜 가는 거는 △△으로 들어가요. 근데 돈은 △△에서 먹는 건 아니거든요. 글로비스나 모비스가 먹으니까 △△이 저희 위에 있다고 볼 수는 없는 거예요. 모비스나 글로비스는 저희가 납품을 하면 여기서 돈을 남겨서 현대로 들어가는 거거든요. 그러니까 실제로 돈을 먹는 곳은 모비스나 글로비스가 되는 거니까.(E_SU, 2019.10)

○ 한편, 수직 계열화로 인해 현대차에 대한 높은 의존도는 완성차 업

체의 매출부진이 부품업체의 매출 부진으로 그대로 이어져, 경기변동에 연쇄반응을 할 수밖에 없음.

- 주력계열사가 어려움에 빠진 이후 그룹 전체가 뿌리째 흔들린 사례가 다수 있음.
- 도내 부품업체 4개 업체가 현대차의 중국 시장에 동반진출 하였으나 중국 수출 부진으로 판매량이 급감하면서 중국에 동반 진출했던 부품업체 공장 가동률이 60% 이하로 떨어진 바 있음.
- 현재 중국 진출 자동차 부품관련 기업은 150여개, 그 중 현대·기아차 1차 협력사는 100여 곳. 해당 업체들의 현대·기아차 매출 의존도가 70% 이상에 이르고 있어, 이런 구조 하에서는 완성차와 부품사의 동반 하락이 불가피함.

사실 여기 상용차업체 대물업체들은 여기 현대자동차 망하면 같이 망하는 회사거든요. 왜냐면 해외를 납품할 수가 없기 때문에요. 소형 부품이 많은 부품들은 해외라도 거래할 수 있지만 막말로 버스 범퍼 하나에 차량 4개 싣고 가는데 이걸 어떻게 수출해요, 이걸.(D_DY, 2019. 11)

- 현대차 의존도가 높은 부품업체는 매출 타격이 큰 반면, 현대차 의존도가 낮은 업체들은 판매처를 다변화함으로써 오히려 매출이 증가하였음. 예를 들어 한온시스템 같은 경우 60%가 넘던 의존도를 계속 줄여오고 있으며, 중국 매출이 급락했어도 판로 다변화 모색으로 유럽 매출이 늘어나 손실을 만회하였음. 이는 기술 경쟁력을 높임으로서만 가능한 일임.

개발능력을 자기가 투자해서 해야 되는데 그게 안 되니까 악순환이고요. 인천에 있는 어떤 휠업체같은 경우는 모로코에다 공장을 지었어요. 스페인에서 아프리카 대륙 모로코가, 목포하고 제주보다 더 가까워요. 그니까 물류비, 인건비는 중국의 10분의 1. 그러다 보니 그쪽 모로코에 또 부품업체들이 몰려가고 있고요. 개발능력이 되고 생산능력이 되고 자금이 있으면, 그런 업체는 현대기아 의존율이 50프로밖에 안 돼요. 원래 해외쪽 많이 해서. 그러다 보니 그렇게 할 수 있는 거지요. 지금은 한국에서 제조업 하기가 저희뿐만 아니라 다들 힘들 겁니다.(D_DY, 2019.11)

□ 시사점

○ 원·하청간 수직적인 지배구조에서 비롯되는 불합리한 거래 관행을 깨기 위해서는 부품업체가 기술개발에 투자하고 다양한 판로를 개척해 거래 다변화를 꾀하는 것이 중요함.

- 부품업체 대부분은 장기 전속계약을 통해 어느 정도 수익이 보장되는 구조에서 기술 개발 투자에 인색할 수 있으나, 결국 스스로 기술 경쟁력을 확보하는 것이 중요함.
- 동시에 완성차 기업은 발달된 기술력과 경쟁력으로 다시 부품을 납품했을 때 결국 완성차 기업에게도 긍정적이라는 점에서 부품업체 기술개발을 적극 지원하고 부품사와 동반 성장할 수 있는 방안을 찾는 것이 중요함.
- 현대차 전주공장 경우, 부품업체들이 상용차 특성상 차종에 따른 지역적 분산이 없이 단일공장에 집중되어 있는 상황임. 따라서 다변화가 어려워 원청 의존도가 매우 높고, 원청의 생산, 판매 부진이 부품업체 부진으로 고스란히 직결되고 있음.

지금 우리 수요가 들쑥날쑥하기 때문에 부품업체는 더 어렵지요. 기본적으로 영세하기 때문에 연구개발 등 다른 나라에 부품수출 할 수 있는 여건이 안 돼요. 워낙 물량이 적으니까 부품을 억지로 받는 것들도 많다고 하더라고. 다른 데 [납품]할 데가 없으니까. 돈도 안 되는 데 20~30만원 부품 만드는 공장에서 이것 좀 해줘라 해서 한 500개, 1,000개 만들어 달라는데 손해를 보더라도 늦게야 가져오는 부품들이 많아요. 그냥 던져주면 그거 만들어 오는 수준인데, 자기들이 어떻게 개발을 한다거나 이렇게 할 수 있는 할 수 있는 수준이 안 돼요.… 승용차 부품업체는 자체 역량이 돼 있는데, 승용차하고 상용하고 부품업체 차이가 커요. 승용에서는 신차 부품 물량이 나오면 그냥 전화 하거나 간단히 이게 필요하다고 하면 바로 자체 역량이 되요. 그런데 여기는(상용차) 사람도 없고 맨파워도 크고 그 다음에 역량도 없기 때문에 한 사람이 설계도 하고 품질개선도 하고 뭐도 하고 다 하더라고. 예를 들면, 볼트 큰 거 하나만 해가지고, 우리가 파생차나 새로운 차종이 나와서 소량의 볼트가 필요하다 하면 부탁을 해요. 거기는 오히려 하고 싶지가 않은 것 같아. 손만 많이 들고, 원가도 비싸고.(현대차 전주공장 기업측, 2017.11)

상용차는 진짜 그럴 겁니다. 2002년에 신규로 부분 모델을 한다고 해서 조금 하는데, 뭐 큰일로 여기더라고요. 버스 뭐 조금씩 바꿔 나가지 전체로 차가 새로 만드는 경우는 없죠. 투자비가 어마어마하게 드니까요. 판매도 안되는 게 몇 대 안되는 걸 투자비를 계산할 수도 없고.(D_DY, 2019.11)

## 2. 현대자동차의 부품 공급체계 특징과 원·하청 관계

### 1) 현대자동차 생산방식과 원·하청 관계

□ 현대자동차는 기민함(agile)이라는 특징을 가진 현대차 생산방식을 통해 글로벌화에 대응하여 급속히 생산능력을 확대하였음.

○ 토요타를 중심으로 발전된 소위 린 생산방식은 세계 제조업 전반에서 압도적인 우위를 차지했으나, 21세기 환경변화 속에서 다소 약화되면서 새로운 생산방식의 핵심으로 떠오른 특징은 '기민함(agility)'임.

- 이는 변화된 환경에서 제품개발, 생산, 부품공급, 마케팅 등 가치사슬 전반에서 발휘되는 '기민함'이 경쟁우위의 핵심 요소가 되는 방식임(조형제, 2016).
- 현대차는 1990년대 말 국내 자동차산업의 구조 재편으로 지형이 크게 변화하던 시기 새로운 경영환경 변화에 대응하는 과정에서 기민한 생산방식의 선두주자로 성장하였으며, 2008년 글로벌 금융위기로 자동차산업의 침체시기를 통해 글로벌 자동차기업으로 부상하였음.

○ 다소 과도기적인 이러한 생산방식이 출현하게 된 배경 중 중요한 것 중 하나가 생산의 글로벌화라고 볼 수 있음.

- 즉, 자본의 이동과 시장 확대에 따른 수요 불확실성에 매우 크므로 이에 따른 기술, 기업 간 관계의 불확실성도 커짐.
- 상용차는 특히 이러한 불확실성이 큰 분야이고 이때 빠른 기술조정 및 기업 간 관계의 조정을 통해 비용 발생을 피하고자 하는 경향이 매우 강함.

○ 기민함이 부상되는 또 다른 경영환경 변화는 정보기술의 발전을 들 수 있음.

- 정보 기술의 발전을 통해 기업 간의 정보 교환, 공유, 의사소통을 용이하게 함으로써 외주화와 기업 간 네트워크 협력을 용이하게 할 수 있음.

□ '기민한' 특성에서 요구되는 가치사슬 구조

○ 기민한 생산방식은 환경변화에 대응하여 전략을 선택하고 기업 내 이해관계자들과 어떤 권력관계를 형성하는가에 따라 의사결정과 추진력에서 기민함의 정도가 달라짐.

- 환경변화에 기민하게 대응하면서 모델 다양화 및 규모의 경제를 동시에 추구하기 위해 현대차가 선택한 전략은 모듈화와 플랫폼 통합임.
- 이는 기존에 완성차 기업 내부에 통합되어 있던 생산 기능을 새로운 모델이 개발될 때마다 축소하거나 외부화 함으로써 모듈 생산 비율을 높여나가면서 생산을 분산시켰음.

○ 소수 1차 부품업체가 핵심모듈 부품업체로 성장하고 나머지 1차 부품업체는 2차 부품업체, 상당수 2차 부품업체는 3차 부품업체로 전환됨.

- 실제로 독자그룹으로 분리된 2000년 말부터 현대차그룹은 독자적인 수직적 분업구조를 구축한다는 목표 하에 계열사 확대를 추진하여 산업 연관부문에 대한 지배력을 강화하여 자동차 수급 시장의 약 70~80%를 점유하는 독과점적 시장지배력을 형성하게 되었음.

□ 모듈 생산방식에 기반한 부품업체 관리체계

○ 모듈화 진전에 따라 최종 조립공정 업무의 상당 부문이 부품업체의

조립공정으로 이전하게 되고, 완성차 업체의 최종 조립공정은 몇 개의 모듈을 조립하는 방식으로 단순화되었음. 이러한 단순화의 진전에 따라 다양한 모델을 기민하게 개발하고 생산하는 능력을 확보하게 됨.[6]

□ 무재고 시스템 JIS(Just in Sequence)를 통한 원가절감 강제

○ 현대차는 2000년대 이후 모듈화를 진전시키면서 직서열 생산방식(JIS: Just in Sequence)을 도입함.

- '부품업체와 완성차업체 간에 실시간 정보 공유로 부품업체가 필요한 모듈 제품을 완성차 생산라인에 정확한 시간과 조립 순서에 맞춰 투입시키는 복합적인 생산방식'을 채택함으로써 재고 공간 제로를 달성하며, 실시간으로 대응되는 시스템임.
- 완성차 입장에서는 JIS와 연계된 모듈화 방식을 통해 생산 효율과 경쟁력을 높이는 것에 성공하고 현대차의 특유의 '기민함'을 특징으로 부각할 수 있게 됨.

○ 그러나 JIS시스템은 현대차의 생산효율 향상을 이끈 일등공신이기도 하지만 협력업체에 과도한 부담을 안기며 극도로 압박하는 수단이 돼 현대차에게만 지나치게 유리한 납품방식으로 결국 자동차산업을 방해하는 근본 원인이라는 비판에 놓여 있기도 함.

---

6 모듈생산은 1990년대 유럽에서 시작되어 미국으로 확산되었는데, 이는 완성차 업체의 단기 수익성에 크게 기여하지만, 반대로 모듈 공급업체의 영향력이 커지는 문제를 발생시킬 수 있음. 때문에 모듈화는 유럽에서 시작되었지만, 정작 유럽 자동차 메이커들은 과감하게 모듈화를 진행하지 못했음. 오직 내부기업과 다름없는 계열사를 거느린 현대차만이 과감하게 모듈화를 진행하여 공정효율화를 크게 달성하였음. 이런 의미에서 수직계열화를 현대차 경쟁력의 핵심으로 간주함.

현대차 JIS는 그쪽으로서는 무재고 시스템이라고 하는데, 우리가 효율적으로 경영관리를 해가지고 빠른 시간 안에 생산해서 야간 안하고 그쪽 창고에만 밀어주고 돈 받으면 원가 절감되고 얼마나 효율적이겠어요. 근데 그렇게 못해요. 물건 갖다 줘도 검수가 안 끝나면 돈이 안 들어오고, 물건도 '8시에 가져와라' 하면 8시에 가야되고 그럼 우리도 8시까지 남아있어야 되요. 12시까지 일 하고 있잖아요? 그러면 우리도 12시까지 있어야 되는 거예요. 그게 JIS 시스템이에요. 그쪽은 재고를 안 가져가니 땅덩어리가 필요 없고 재고비용 없으니까 자금 회전력도 좋고요. 근데 그 이익이 누구 때문에 생기냐는 거예요. 우리가 힘들게 그 시스템을 맞추기 위해서 사람도 더 뽑아야 하고 밤늦게까지 가정도 없는 삶을 꾸려야 하죠. 사람을 두 배로 뽑을 수는 없으니 당직 개념으로 몇 사람은 밤 12시에 가고 다음날 11시에 출근하고요. JIS 시스템이 경영 쪽에서는 좋은 방식이라고 하는데 그건 한 면만 보는 거예요. 엄청 문제가 많아요.(H_SH, 2017.11)

○ 이렇듯 JIS는 원청기업의 재고관리 비용을 하청업체에 전가하는 수단으로 활용될 수 있으며, 이 뿐만 아니라 하청업체가 원청업체의 일종의 생산부서로 기능하게 될 수 있음.

- 문제는 현대차 입장에서는 효율적인 기법이지만 부품협력업체에 대한 매우 강압적 생산관리라는 점임.
- 현대차와 협력사가 엄연히 별개의 법인임에도 JIS시스템의 원활한 가동을 위해서 협력업체는 현대차의 생산부서에 준하는 과도한 관리 감독의 대상이 되며, 이는 협력업체를 완성차업체에 과도하게 종속되도록 함.

○ 따라서 협력업체는 일종의 완성사업체의 재고관리 및 생산관리 업무를 수행하기 위한 직무가 과도하게 많아지게 됨.

- 결국 원청의 수요에 특화된 업무에만 전념하지 않을 수 없으며 그 결과 타 업체에 납품할 능력을 상실하게 됨.

그래서 관리직이 엄청 많아요. 품질과 개발이 10명이 넘어요. 품질개발은 원청에서 하던지 협업을 해야 하는데, 우리한테 넘어오는 일이 많아요. 자재값을 셋팅해 놓고 나면 복잡한 걸 처리해주면 우리 인력이 필요 없잖아요. 근데 이게 자꾸 값이 움직이니까 그거에 대응하다보니 시다바리 하느라 사람들이 많이 필요해요. 단가가 1원이라도 바뀌면 우리랑 관련 있는 협력업체 단가 다 바꿔줘야 하고, 이런 일이 산더미 같은 거예요. 불필요한 일을 하고 있어요. 중소기업에서는 한계가 있습니다. 그러니까 관리직이 많을 수밖에 없어요.(H_SH, 2017.11)

직원 88명 기준으로 할 때 관리직이 반 정도 되니까 한 서른다섯 명 정도에요. 실질적인 관리파트쪽 일이 많죠. 서열 납품이라고 저희가 부르는데, 재고로 납품하는 게 아니고 말 그대로 자동차에 만들어지는 것의 순서를 저희가 알아서 납품을 해야 하는 개념이라서 어쩔 수 없이 아이템별로 관리를 하고, 영업 담당이 많아지는 거죠. 우리는 모기업하고 상대하는 그런 업무들이 보통 영업 파트에요.(F_HK, 2019.11)

판매처를 다각화하라고 하고, 또 요즘은 전속거래 강요도 기조가 예전과 좀 다르다. 현대차에도 지금은 외사 부품들도 들어오고 있다. 그러나 쉽지가 않다. 특히 상용차는 더 힘들 거다. 이 시스템은 뼛속까지 다 현대다. 다른 데를 거래를 할 수가 없다. 완성차업체마다 요구사항이 다르고 한데 현대기아로 하다가 다른 데를 거래하기 어렵다. 다 자기들 기준에 맞는 요구들을 하기 때문에 그러면 또 추가비용이 든다.(D_DY, 2019.11)

□ 협력업체의 품질과 개발에 대한 관리: 하청 쥐어짜기, 내리갑질

○ 최종적인 완성차 업체가 제품 생산 순서에 따라 부품을 적시에 공급받기 위해서는 협력업체에 있는 생산 과정을 보다 직접적으로 관리·통제하지 않으면 안 됨.

- 이는 현대차에 의해 '품질경영'이라는 미명으로 일컬어지지만 사실상은 다양한 종류의 협력사 쥐어짜기에 다름 아님.
- 또한 협력업체의 잘못이 아닌 납품 지연에 대해 과도한 결품 패널티를 부과하여 재고부담을 전가하며 이에 대한 생사여탈권을 현대차가 가지고 있음.

〈표4-1〉 현대차 협력사에 적용되는 결품 클레임(울산공장 예)

| 고객사 | 공장 | LINE | 분당금액(원) | 차종 | UPH |
|---|---|---|---|---|---|
| 현대차 울산 | 1공장 | 11 | 1,063,088 | RBK / FS | 56.0 |
| | | 12 | 592,742 | RBK | 30.0 |
| | 2공장 | 21 | 519,453 | VF / TL / AD | 28.0 |
| | | 22 | 898,986 | DM / TL | 43.0 |
| | 3공장 | 31 | 966,921 | AD / AE | 56.0 |
| | | 32 | 624,215 | AD / PD | 36.0 |
| | 4공장 | 41 | 905,982 | TQ / NC | 37.1 |
| | | 42 | 458,238 | HR | 28.0 |
| | 5공장 | 51 | 759,723 | DH / HI / CK | 24.1 |
| | | 52 | 1,097,184 | TL | 46.8 |

자료: 자동차산업 중소하청피해자협의회(인터넷언론 민중의 소리, 2019.2.25)

가장 협력사들이 무서워하는 게 결품입니다. 결품이 클레임으로 이어지기 때문에 결품 생기면 라인이 멈추게 되고, 시간 대비 클레임이 발생하기 때문에 비용이 어마어마하잖아요. 실질적인 결품이냐, 아니면 작업자들이 시간을 당겨서 생산을

빨리 하기 위한 결품이냐 이런 부분들은 명확하지가 않잖아요. 원래 UPA대로 생산을 하다가 결품이 발생되면 불만을 가질 수 없는 거죠. 그런데 반 컨베이어 같은 것들이 있어요. 수동으로 들어가는 라인 같은 경우에나, 아니면 하루에 작업이 정해져 있는 대수의 라인들, 이런 데 아이템이 들어가는 경우가 꽤 있어요. 그런 경우는 말 그대로 하루 물량이죠. 하루 물량이 5대, 실제로 10시간 생산이면, 2시간마다 한 대씩 생산하면 되는데 [현대]자동차 직원들은 빨리 해버리려고 오전에 5대를 다 끝내는 거예요. 오후에 납품해도 될 물건을 오전에 납품 못했으니까 결품이라는 거죠. 이런 경우는 정말 부당하지만 별 방법이 없어요. [현대]자동차에서도 생산관리 파트가 있는데, 그런 분들도 워낙 현장노조가 강성이기 때문에 업체만 쪼는 거예요. 지금 결품 났으니까 빨리 물건 채워라 이런 식으로. 근데 현실적으로 결품이 아니기 때문에 금전적, 물리적으로 결품을 때릴 수는 없으니 심하게 요구하는 거죠.(F_HK, 2019.11)

모든 갑질의 원천은 물량이에요. 아이템 때문에 물량을 따와야 되니까 어쩔 수 없이 감당할 수밖에 없는 그런 구조거든요. 그렇기 때문에 저희가 제품을 납품하면 현대차는 재고를 안 가져가거든요. 그렇기 때문에 우리가 납품시간을 제대로 못 맞추면 거기에 몇 분에 얼마씩 패널티를 준다고 해요. 액수가 좀 크더라고요. 천만 원 단위로. 납품을 못 해서 시간에 대한 패널티를 받을 수도 있고, 만약 불량품이 잘못 들어가면 그것도 시간에 따른 패널티가 들어가요. 어차피 시간이 지연됐다는 얘기거든요.(E_SU, 2019.10)

○ 뿐만 아니라 사실상 완성차 기업은 부품업체의 노무관리나 노사관계에도 개입하고 있다는 이면이 존재함.

- 결국 매년 임단협 뿐만 아니라 근무형태, 임금체계 등을 비롯한 굵

직한 이슈들은 결국 완성차 업체의 경영전략과 노사관계에 의해 좌우될 수밖에 없음.

- 또한 협력업체의 재무상태 등 경영정보를 수시로 보고하도록 하고 협력업체가 이익을 많이 내거나 하면 이익률을 낮추거나 누적 적자가 큰 퇴출업체 모니터링을 하는 경우도 있음.
- 현행 하도급법 상 원청사가 하청사에 원가, 매출, 영업 등 경영정보를 요구하는 행위는 부당한 경영간섭으로 규정되지만, 경영정보를 제출하지 않으면 거래단절로 이어지기 때문에 하청업체는 사실상 이에 대한 거부권이 없는 셈임.

현대에서는 1년에 한두 번 정도는 본사나 여기 공장에서 우리 재무재표를 다 보고 있어요. 또 제출도 하고요. 인건비 비율이나 영업이익, 경상이익에 대한 현재 상황을 한 번씩 조사해 가요. 또 현대차에서는 업체 담당자들이 주에 한 번씩 업체 동향을 작성해서 보내라고 했어요. 근데 잘 안 보내요. 쓸 게 없어요. 회사 조직이 변경되거나 사장님이 나가시거나 이런 걸 해달라고 해요. 회사를 비우는 것 자체를 자기네들이 파악하고 있어야 겠다 그런 요점인 것 같은데 뭐 감시체계가 되어 있죠. 안 보내면 빨리 보내라고 뭐라 해요. 결국은 이렇게까지 자기네들이 동향파악을 해서 업체들을 감시하고 있다고 생각해요.(A_IC, 2019.10)

옛날하고 제일 바뀐 것 중에 하나는 옛날에는 납기하고 품질을 맞추는 게 가장 중요했었어요. 그런데 지금은 원가절감 하나만을 가지고 이야기를 해요. 납기하고 품질을 맞춰야 인증마크를 주는데, 인증마크를 받아야만 거래를 할 수 있는 거죠. 그러니까 결국 납기하고 품질 맞추는 건 기본이라는 거고. 그럼 결국 2차 3차 협력업체 입장에서는 엄청나게 힘든 거죠.(C_DL, 2019.10)

□ 강제적인 납품단가 인하

○ 부품업체들이 가장 많이 제기하는 문제 중 하나가 납품단가의 강제 인하임.

- 완성차업체와 협력사 간의 공정한 납품단가 문제는 부품업체로서는 매출액과 수익성에 직결되는 문제인데 일방적인 단가인하(CR: Cost Reduction)로 어려움을 겪고 있음.
- 납품단가 인하는 여러 방식으로 이루어지는데, 완성차 기업에서 일방적으로 비용절감액을 하달하는 방식으로 강요받고 있음.

영업이익이 속설 상 2% 이상 넘으면 안 된다고 해요. 관행으로. 우리가 200억 팔잖아요. 그럼 영업이익이 4억이잖아요. 그거만 먹으라는 거죠. 근데 이번에 현대차 영업이익이 13%에요. 연간 매출이 200조 가까이 나는데 13% 영업이익 내면서 보너스 잔치하고… 제조업 영업이익 평균이 3~4%입니다. 협력업체는 15%씩 나야 되고 현대차는 10%만 나야된다고 봐요. 왜냐면 거기는 단위가 크잖아요.(H_SH, 2017.11)

제품 생산하면 단가가 책정되는데, 너무 낮게 책정을 하거든요. 거기다가 매년 책정된 단가의 1%씩을 삭감시켜요. 이것만 줄이지 않아도 이 수입이 저희한테 들어올 수 있거든요. 그리고 2만 원에 납품을 하면 일단 현대 모비스, 현대글로비스 거쳐서 현대자동차 쪽으로 제품이 들어가거든요. 그런데 중간에 모비스, 글로비스 거쳐서 현대 인증마크 붙이고 현대로 들어가는데 2만 원이 4만 원, 6만 원, 현대에 들어가면서 그렇게 단가가 올라가 버리는 거죠. 모비스나 글로비스에서 돈을 챙겨가는 거죠. 마진을 먹는 곳은 모비스나 글로비스가 되는 거니까 그런 식으로 계속 마이너스가 돼 가는데, 저희가 원가절감을 해야 그걸 메꾸고 직

원들 월급도 줄 수 있게 되는 거예요. 그렇게 하지 않으면 다음 제품을 받을 수가 없으니까. 제품 안줘버리면 저희는 거기서 그냥 끝나기 때문에 싸인을 안할 수가 없는 거죠.(E_SU, 2019.10)

원가 절감을 위해 노력을 많이 하죠. 결국은 자동화를 하든가 시간당 생산량을 늘리는 것이 원가 절감이니까. 인건비나 물가는 어떻게 조정할 수가 없으니까요. 예를 들어 시간당 10대 생산한다 그러면 다음엔 11대, 그 다음엔 12대 이렇게 하면 절감이 되니까 그렇게 방법을 찾는 거죠. 한 라인에 기계가 10개 들어가는데 한 개 빼가지고 9개 가지고 생산할 수 있는 방법을 찾는다던가, 사람이 일할 수 있는 로스 타임이 10분이면 9분으로 줄인다든가 이렇게 하면 아무래도 절감이 되니까 연구를 많이 하죠.(J_DH, 2017.11)

○ 여기에 정기적인 단가 인하 외에도 부정기적으로 임의적인 단가 인하를 요구하기도 함.

- 결국 단가인하를 강요받은 1차 협력업체들은 2차, 3차 협력업체에 같은 방식으로 단가 인하를 강요하고 결국은 완성차 업체로부터 아래로 연쇄적인 비용전가가 이루어짐.
- 단가 인하가 관행이 되면서 여기서 발생하는 추가 비용은 다시 2차, 3차 협력업체로 전가되거나 다양한 방법으로 협력업체 노동자들의 임금이나 각종 비용들을 줄이는 방식으로 대응이 이루어지고 있음.

경기가 막 안 좋아 지잖아요. 그러면 오히려 원가 절감을 하려고 그래요. 그게 3억, 4억씩 절감하라고 막 할당을 해주고 그래요. 매년 데이터를 만들어서 원가 인상을 해달라는 사유를 적어 내거든요. 꼭 해줘야 한다고. 근데 이걸 다 덮어버

린다고요. 또 그렇게 해가지고 납품 단가를 올리잖아요. 그럼 찻값이 올라가요. 어쨌든 기본적으로 찻값이 올라가면 그 손해들은 전부 현대도 손해가 되지만 저희한테도 그러거든요.(I_UL, 2017.11)

납품 단가가 한번 상용차 개발하게 되면 싸이클이 길어요. 5~10년 가요. 근데 새차 나올 때 납품 단가가 결정되잖아요. 그럼 그 뒤에는 변동이 거의 없어요. 예를 들면 승용차 같은 경우 한번 나오면 보통 2~3년 되면 부분 변경해서 나오잖아요. 그때마다 부분 변경하게 되면서 새로운 부품 할 때 협상 다 하거든요. 근데 상용차 같은 경우 싸이클이 길다 보니 한번 정하면 5~10년 가요. 변동되는 건 주물가, 고철가격, 주물이 변동되면 납품 단가가 조금씩 변해요. 근데 그것도 현대차에서 100원을 인정해줬다. 근데 우리 같은 경우 협력업체에 120원~130원 해줘야 되요. 실질적으로 주물가 변동이 200원이 되는데 협력업체에 하게 되면 우리는 90% 선에서 결정해요. 근데 우리가 90% 해줬으니 현대차에 90% 해달라 해도 거기서 깎죠. 70~80%. 그러면 중간에서 더 어렵죠. 인건비 같은 경우 최저임금 올랐지만 그 인건비에 대해서 납품 단가 변동된 건 아니잖아요. 만약 현대차에서 납품 단가 인상해줘야 하는데 그럼 찻값 올려야하고, 그럼 차가 안 팔리잖아요. 결국 원가절감 해라해서 그걸로 커버하라는 거죠. 하지만 한계가 있잖아요. 주물값, 물품값 오르고, 전기 요금도 오르고. 원가절감 할 수 있는 건 기계장치 감가상각 밖에 없어요. 시간당 열 개 생산하던 거를 열다섯 개 생산하겠다는 것은 자동화를 깔아야 되요. 그럼 직원을 내보내야 하는데. 납품 단가가 현실화되면 직원 인건비 올려주고 하죠. 근데 그게 아니니까 현대차는 납품 단가 똑같은데 우리는 인건비 오르지 물가 오르지, 경쟁력은 갈수록 떨어지는데 이익이 줄어드는데, 경영하겠어요? (J_DH, 2017.11)

○ 이 같은 고질적인 소위 단가 후려치기는 현대차의 폐쇄적인 전속거래와도 관련됨.

- 폐쇄적인 전속거래 관계에서 원청업체에 대한 하청업체의 교섭력은 약화되고, 부품수요를 독점하는 현대차는 하청사와의 관계에서 절대적 우위를 점하게 되면서 원청과 하청 간의 갑을 관계가 성립함.
- 사실상 현대차는 전속거래를 바탕으로 하청업체에 대해 강한 교섭력을 행사한 결과 납품단가를 한계수준까지 쥐어짠 것으로 볼 수 있음.

○ 미래형 자동차로 자동차산업 패러다임이 변화하고 있는 가운데 부품사는 대응능력이 없으며, 내연기관 관련 부품을 생산하는 업체는 조만간 시장이 아예 사라질 전망임.

- 따라서 제품을 확대하지 않으면 부품업체 줄도산으로 자동차산업 전체가 위협받게 될 것임.

□ 원·하청 간 여전한 갑질문화

○ 과거에 비해 많이 개선되었다고는 하나 현대차는 여전한 갑질로 제왕적 영향력을 행사하면서 부품사 쥐어짜기를 계속함.

- 대기업 주도의 이 같은 갑을 문화는 하청업체의 경영성과를 악화시켜 자동차 부품 공급망 전체의 안정성을 위협할 뿐만 아니라 장기적으로 전체 자동차산업, 나아가 전체 산업의 성장에도 부정적인 영향을 미칠 수밖에 없음.
- 자동차산업의 위기가 직접적으로 체감되고 있는 시기에 무엇보다도 자동차산업의 부흥을 위해서는 완성차업체 뿐만 아니라 부품업체의 경쟁력 강화가 무엇보다도 중요하며, 원청과 하청 간의 공정한 거래 조건을 개선하는 것은 부품업체 경쟁력 제고의 중요한 요건 중 하나임.

납품대금 주는 방식이 차에 장착이 되어야만 대금을 줘요. 저희가 100대 분량을 납품하면 100대분을 바로 주는 게 아니라 차에 장착이 되면 그때 장착된 납품금액 만큼만을 지급해 주는 거예요. 그러다보니 저희는 수급이 제대로 안되니까 또 문제가 생기는 거죠.(E_SU노조, 2019.10)

하청업체는 약자니까 강자한테 뭐라고 말 할 수 있나요. 정부 소통창구(공정위)가 있다고 하지만 말하는 순간 돌아서 원청 귀에 들어가 버리는 거죠. 그럼 이제 그건 누가 책임 지냐는 거예요. 있는 것마저도 그냥 뭐 조아리면서 해야 겨우 직원들 먹여 살리는 건데… 구조적으로 변해야 된다고 생각하는 부분은 정부에서 좀 적극적으로 행동을 취해야 한다고 생각합니다. 원하청 간 단가구조 부분이나, 재계약 같은 부분에 대해서 정부가 투입되어 규율해야지 자율적으로 맡겨놓으면 안됩니다. 자구책으로는 해결할 수가 없어요.(A_IC, 2019.10)

저희처럼 *** 만드는 회사가 저희만 있으면 조율해보겠는데, 저희만 있는 게 아니니까 경쟁을 시키는 거죠. 단가가 너무 낮다고 하면 다른 곳한테 아이템이 가버려요. 그렇기 때문에 말을 못하는 거죠. 부품사들이 현대 라인을 스톱시킨 적이 한 번 있었는데 그때부터 아예 이원화를 시켜버렸다고 하더라고요. 현대에서 저희 작업자들 근무 형태도 다 보고하라고 했다고 알고 있고요. 조퇴자가 몇 명인지, 누가 조퇴했는지에 대한 보고서까지 써야한다고 얘기 하더라고요. 그렇게 되니까 저희가 이윤을 어느 정도 많이 남기면 뺏어가고 적게 남기면 나 몰라라 하고 그런 거죠… 지금 원하청 관계를 개선하거나 문제를 해결하기 위해서는 정부에서 나서야 하지 않을까 싶어요. 법으로 정하면 아무리 대기업이라도 분명히 지켜야 하니까.(E_SU노조, 2019.10)

○ 원하청 불공정 거래에 대한 원청사 및 원청 노동조합의 무관심과 협력사 노동자들의 노동권 침해사례가 발견되고 있음.

저희가 나선다고 해서 원청이나 원청 노동조합이 움직일 생각은 안하거든요. 현대차가 어느 정도 원하청 간 문제를 인지한다면 머리를 맞대고 투쟁성을 같이 가지는 방향으로 가면 어느 정도 해결이 되지 않을까 싶은데 아직까지는 격차가 너무 크다보니 어려움이 있죠. 저희는 현대차에 부품을 납품하는데 1차는 아닙니다. 1차 협력사는 글로비스고, 저희는 글로비스 안에서 차에 들어가는 품목에 대해서 팔레트에 적재해서 보내는 업체인거죠. 그러다보니까 저희 입장에서는 사실상 원청사가 2개가 되는 거죠. 그런데 사실상 저희가 하는 업무강도가 3~4배 정도가 됩니다. 복지나 임금 이런 부분을 보았을 때도 불합리하다고 많이 느끼고 있고요.(B_KK노조, 2019.10)

협력사 직원들이 업무를 하면서 가장 힘들다고 이야기 하는 부분이 직영 인원들하고 업무를 하는 경우 지나치게 강압적이라거나 너무 일방적인 경우가 상당히 많다고 하고 그런 부분이 힘들다고 이야기를 해요.(F_HK, 2019.10)

이제 현대차에 들어가서 원청 직원들과 같이 작업을 하면 원청 조합원들이랑 부딪히거나 만나기도 하는데, 만약 저희가 실수를 하거나 잘못 조립이 되어 온 경우가 있다면 저희 업체 담당자만을 불러서 얘기를 하는 게 아니라 사무실 전 직원을 다 부르는 거죠. 뭐 작업반장, 이사 다 불러서… 저희 같은 경우에는 하청이고 그러니까 화를 낼 수도 없는 처지인거고.(B_KK노조, 2019.10)

처음 노동조합 만들기 전에 현대차에서 저희 회사 측에다 '지금 노조를 만들려고

하는 것 같다'고 알려주는데 회사에서는 '그럴 일 없다' 고 말했던 거죠. 그러고 나서 노조가 설립된 후 여기 이사가 해고됐어요. 아무래도 현대차가 정보력이 좋다 보니 노조설립을 주시했던 것이지요. 그 정도로 현대차는 협력사에 노동조합 생기는 것에 대해 예민합니다.… 현대차에서 파업이라도 하는 날에는 월급이 말도 안 되게 줄어들어요. 재작년인가 현대차에서 파업 엄청 했었는데 그때 월급 받아가는 게 백만 원이 안 된 적이 있었어요. 원청 사람들이야 파업해도 어느 정도 보전이 된다고 생각을 하는 건데 우리는 그렇지 못하는 거죠.(B_KK노조, 2019.10)

원청이 저희 쪽으로 강압적으로 한다고 하더라도 우리는 현장 분들에게 그렇게 할 수 없는 입장이거든요. 그러면 생산 관리하는 관리자들이 가장 힘든 위치인거죠. 협력업체 현장들 같은 경우에는 소사장제로 많이 되어 있기 때문에 그분들한테는 직접적으로 현장 직원들에게 개별적으로 지시를 할 수가 없잖아요. 현실적으로 저희 회사 협력사에는 정당한 요구가 아닌 경우에는 추가적인 작업에 대해 요구를 못해요. 그러면 관리직들이 하는 거예요. 생산 파트에 내려가서 관리직들이 야간이나 주말에 생산을 하거나 그래요. 또 한편으로는 공정상에 문제가 발생했거나 물량이 밀려버리면 그때도 관리직들이 투입해서 생산을 맞추는 상황이 생겨요.(F_HK, 2019.10)

○ 현대차의 수직 계열화에 기반한 부품 모듈화는 사실상 독과점적 완성차 업체가 계열사 부품업체와 비계열사 부품업체에 대해 차별화된 거래관계를 재생산하도록 만들고 이는 장기적으로 중소 협력업체들이 부품 전문기업으로 성장하지 못하고 단순한 하청업체로 전락하도록 만드는 효과를 가져 옴.

- 계열 부품사와 비계열 부품사 간의 이익률에서 심각한 양극화가 진행되고 있어, 현대차 초고속 성장의 낙수효과가 부품업체들로 고르게 분배되지 못함.

> 저희 같은 경우에는 현대에서 저희 쪽에 바로 들어오는 게 아니고, 현대에서 글로비스(1차 협력업체)를 거쳐서 글로비스에서 뗄 건 떼고 그 다음 저희에게 들어오는 거기 때문에 임금인상을 할 수가 없는 구조거든요. 현대모비스도 이런 식입니다. 현대에서 모비스에게 주고 그 다음 모비스 밑에 있는 하청업체들에게 주고.(B_KK노조, 2019.10)

○ 모듈화가 생산성과 품질 등 경쟁력 측면에서 긍정적인 효과를 가져오기도 했지만, 현대차의 수직계열화된 부품업체 관계는 수주 계약, 납품 결제 등에 있어서 완성차 기업과 부품기업 간에 불공정 거래를 심화시키고 있다는 우려를 낳아(조형제, 2016), 부품업체와의 새로운 관계 전환을 요구받고 있음.

### 2) 원·하청 불공정 거래실태와 협력업체 현황

□ 협력업체의 경영상황 악화

○ 직접적으로는 최근의 완성차의 생산, 판매 위축으로 인한 연쇄적인 현상이지만, 보다 근본적으로는 완성차와의 거래관계가 갖고 있는 고질적 문제라고 할 수 있음.

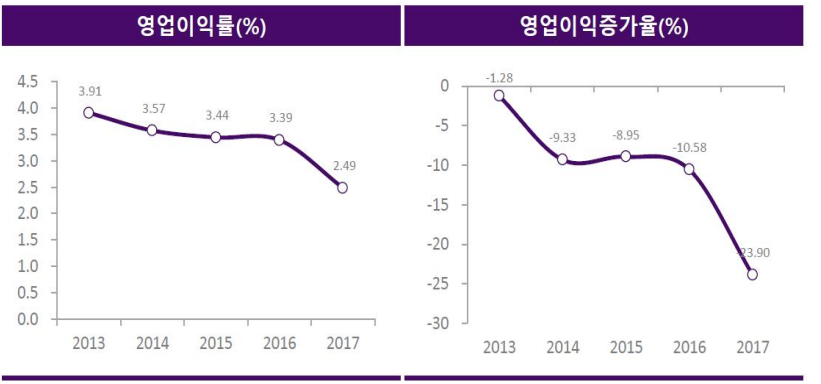
- 즉, 수직적, 폐쇄적 부품업체 관계가 원·하청간 불공정 거래를 심화시키고 있으며 대표적인 유형은 구두계약, 단가인하, 임률 억제, 경쟁 입찰 등 다양함.

- 협력업체의 대부분이 현대차와 전속관계에 있는 경우가 많아 경영환경은 완성차의 생산계획이 계속 축소될 경우 타격이 큼.

○ 온갖 갑질에 시달리면서 부품업체 경영실적은 최근 여러 지표에서 지속적으로 악화되고 있음.

- 한국 표준산업분류 상 자동차 및 트레일러 제조업에 해당하는 1,277개 업체 재무제표를 분석한 삼정KPMG 보고서(2018년) <재무비율로 본 자동차산업>에 따르면 2017년 국내 자동차 부품 매출합계는 7,237억 원으로 2013년과 비교해 5년간 4.6% 하락하였음.
- 영업이익이 지속적으로 감소하여 2017년 기준 전년대비 23.9% 감소하였으며 영업이익률은 2013년 3.9%에서 2917년 2.49%로 줄곧 하락하고 있음.
- 이러한 자동차산업 위기 징후는 완성업체, 부품업체 할 것 없이 구체적으로 체감되고 있다는 것을 알 수 있음.

<그림4-4> 자동차 부품사 영업이익률과 영업이익증가율 추이




자료: 삼정KPMG(인터넷언론 민중의 소리 2019.5.15.에서 인용)

자동차 경기가 진짜 안 좋아요. 최근 5년만 생각해봐도 물량 면에서 우리가 1년에 생산하는 물량이 굉장히 줄었어요. 작년 같은 경우에는 물량이 없어서 교육을 받으러 갈 정도였으니까요. 일감이 없을 때 국가에서 주도하는 교육을 참석하면 국가에서 어느 정도 지원해주고 그러니까.(E_SU, 2019.10)

수출이나 내수나 많이 줄었죠. 재작년 같은 경우는 평균 수출이 30% 정도 됐는데, 지금은 25% 될까 말까 해요. 중국 쪽이 많이 줄었죠. 결국은 경쟁력이 갈수록 떨어지니까 문제죠. 현대차 보세요. 가면 갈수록 떨어지잖아요.(J_DH, 2017.11)

□ 임금률과 임금수준 억제

○ 완성차업체는 협력업체에 임금률을 일방적으로 계산하여 턱없이 낮은 부품단가를 강제하고 이러한 임금률 억제를 통해 임금수준에 대해 직·간접적으로 개입하고 있음.

- 임금률 결정에 있어 주도권을 완성차 업체가 가지고 있으며, 부품업체의 인건비 부담이 일부 고려될 뿐임. 완성차는 해당 업종 부품업체의 평균치를 활용하고 업체 사정을 일부 감안하여 임금률을 결정함.
- 임금률은 협력업체 원가 산정의 기준이 되는데, 이러한 임금률 적용에 특별한 규칙이 없이 일방적으로 결정되고, 단가 결정 시 한번 결정된 임금률은 해당 차종 생산이 종료될 때까지도 변경되지 않고 고정되는 것이 관행임.
- 이러한 임률 억제로 인해 협력업체는 임금체계를 왜곡하는 편법을 동원할 수밖에 없음.

낮은 임률이 가장 큰 문제에요. 변동비가 과거에는 고정비를 흡수했죠. 임금도 낮았고. 그런데 5~6년 전부터 점점 갭이 벌어지기 시작한 거예요. 이게 2003~4년부터 제로가 됐어요. 예를 들어 올 해 프레스 업종 시중 단가가 18,200원이면 최소 16,000~18,000원대는 형성하는 게 맞잖아요. 근데 어떤 경우는 9,000원, 12,000원, 13,000원. 부품이 수시로 바뀌는 것도 있고 어떤 것은 안 바뀌니까, 같이 바꿔줘야 하는데 같은 부품이면 그대로 놔두고 새로 바뀌는 것만 임률이 바뀐다는 거죠. 그거를 현대차에서 그냥 정하는 겁니다.(H_SH, 2017.11)

적용 임률을 최소한 5년 넘지 않도록 해줘야 되요. 그게 어떤 거는 10년도 넘었어요. 판매단가 책정 룰을 바꿔야 해요. 예를 들어 아이템 책정된 부분이 모델 체인지가 안 되더라도 2년이든 3년이든 한 번씩 그때 맞는 적정 임률과 물가상승률 감안한 걸로 해야 된다고요.… 15년도 넘었다고요. 우리는 지금 천구백 구십 몇 년 것도 있어요.… 단가 인상할 때 우리가 올해 임률을 달라고도 안 해요. 3년 전 임률을 달라고 해요. 그래도 안 줘요.(K_FGI_WS_HH_SH, 2017.10)

○ 부품업체 임금률에 대한 완성차의 억제는 부품업체의 임금체계를 왜곡시키는 결과를 가져옴.

- 흔하게는 기본급, 통상급에 대한 인상을 자제하면서 일시금 형태로 총액을 보충해주거나 부가급 인상폭을 높이는 식이 행해짐.

최저시급을 계속 홀딩하고 물가가 안 올라가면 옛날처럼 해도 상관없겠죠. 그런데 최저시급이 계속 오르고 임률은 안 오르고, 간접 인원은 계속 늘고 하니까 적자가 생기죠. 그럼 어떻게 해요. 30인 미만 사업장에 정부가 최저임금 보전해 준다지만 30인 이상 현대차 협력업체는 보조 대상도 아니에요.(H_SH, 2017.11)

최저임금이 오르다 보니까 저희한테 와서 2020년까지 상여금을 없애겠다고 말하는 거예요. 그러니까 결국 그 말은 '상여금을 없애고 최저임금에다가 조금씩 넣어주겠다. 그럼 최저임금이 오르지 않냐' 그렇게 설명을 하는 거예요. 그때 이 사람들이 과연 우리를 어떻게 생각하는지 알겠더라고요.(B_KK노조, 2019.10)

임금도 높은 편인데 그만큼 이제 기본급은 낮죠. 기본급하고 상여금하고 제 수당 합쳐서 어느 정도 높다고 볼 수 있는데, 문제는 근로시간이 저희가 2교대 근무라 주 12시간 초과근무가 있고 토요일에는 주간조 8시간, 야간조 8시간 특근에 5시간 반 특근이 연장되어 있어요.(J_DH, 2017.11)

거의 최저임금 지급하고 1주일에 20시간 가까이 연장근로 해서 임금이 유지되는 구조기 때문에 우리 같은 경우는 내년 최저 임금 인상이 큰 문제지. 600% 상여금에 최저임금까지 인상되면 감당하기 어려워요. 올해부터 상여금 250% 기본급화하고 250%를 없애 상여금이 없으니까 그나마 나은 형편이에요. 기본급이 인상됐으니까 잔업을 많이 하면 임금이 보전될 수 있겠지만 연장근로가 많지 않으면 기존보다 낮아지죠.(I_UL, 2017.11)

○ 완성차업체는 부품단가를 결정할 때 부품업체 임금인상분을 반영하지 않음. 오히려 임금 인상될 경우 임금률 계산서와 비교해서 과도하다 판단하면 임금률 자체를 부품업체가 적정수익률 이상을 실현하고 있다고 판단하여 단가협상에서 인하 근거로 제시하기도 함.

- 이 같은 임금률 억제 및 강제적인 단가 인하가 2차, 3차 부품업체에게도 영향을 미치게 됨.
- 따라서 부품공급체계에서 최하층 영세 부품업체는 거의 한계수익률에 만족할 수밖에 없는 구조를 재생산하고 있음.

□ 숙련노동의 연쇄적 이동

○ 수직계열화 및 전속거래 구조는 부품사의 교섭력을 약화시켜 부품사가 적정 마진을 확보하기 어렵게 하고, 이는 부품사의 수익성을 크게 약화시킴.

- 이런 상황에서 경력과 연령에 따라 임금인상과 숙련 향상의 기회를 갖지 못함으로써 숙련노동자의 연쇄적인 이동이 발생함.

단가를 인상해주지 않으면 임금을 인상해줄 수가 없으니까 숙련공들이 떠나가요. 그럼 우리 회사 같은 경우 결국 숙련도 낮은 분들로 채워 넣을 수밖에 없는데 그러면 불량이 나는 거예요. 근데 뭐 할 수 있는 게 없어요. 숙련공들 데려다 쓰려면 신입사원의 1.5배를 줘야 되는 상황인데 돈이 없는데 어떡해요. 지금 그런 악순환이 계속 된다는 얘기죠.(A_IC, 2019.10)

간접적으로 봤을 때는 대부분의 원가 현실화라고 표현을 많이 하더라고요. 현실적으로 받아야 하는 부분이 있는데 그게 반영이 안 되기 때문에 뭔가 아이템이 변경되거나 신규 개발품이 나오거나 그럴 때 현실화 요구를 많이 하는 거죠. 그런데 상용차는 그런 일이 자주 있는 게 아니기 때문에 사실상 기회가 없다고 말하는 거죠. 저희가 뭐 단가 책정이나 변동되지 않는 부분에 대해서 강력하게 반응할 수 없는 입장이다 보니, 아쉬운 부분이죠.(F_HK, 2019.10)

일단 매출구조부터 말씀을 드리자면, 5년 전에 비해서 좀 많이 떨어졌어요. 5년 전에 6만 대 정도 했으면 지금은 4만 대도 못 한단 말이죠. 그러다보니까 협력업체 경영 상태는 점점 악화되고 있는 겁니다. 솔직히 말씀드리면 400억 정도 해서 순이익 1%가 안 남을 것 같아요. 이렇게 된 이유는 단가구조 때문인 건데, 처음

시작할 때 입찰해서 단가가 정해지면 물가가 어떻든, 최저임금이 어떻든 단가 조정을 해주지 않아요.(A_IC, 2019.10)

정부에서는 52시간 근로시간 캡을 씌워 놓은 상황이고, 원청에서는 단가조정 안 된다고 하고, 숙련공들은 나가는데 할 수 있는 건 노무비 줄이는 것 말고는 없는 거예요. 그런데 52시간 근로시간이 있어서 인력을 더 채용해야 하는데 어떡해요. 채용 못해요. 저희가 2명 고용하면 1년에 인건비가 1억인데 어떻게 채용을 해요.(A_IC, 2019.10)

사실 뭐 상용차뿐만 아니라 승용과 상용을 같이하는 저희도 똑같아요. 10년이나 길게는 20년 가까이 단가가 조정이 안 되는 것뿐만 아니라, 상여금을 녹여서 최저임금을 맞춰버리는 경우도 그렇고요, 현대자동차 1차 벤더라고 하면 그거는 다 똑같을 겁니다.(C_DL, 2019.10)

협력사에서 단가를 올려달라고 해도 올려주지 않는 이유 중 하나는 회사별로 담당자들을 두고 있는데, 담당자들이 단가조정에 대한 결재 건을 올리면 해당 사항이 인사고과에 적용된다고 하더라고요. 그럼 어떡하겠어요. 담당자들 선에서부터 단가 조정에 대한 요구사항은 묵살되어 버리는 거죠.(A_IC, 2019.10)

○ 또한 완성차에 대한 높은 의존도로 인해 부품업체는 자체적인 연구개발 및 기술혁신에 대한 동기가 저하됨.

- 부품업체 전반적으로 숙련도가 매우 낮고 로봇으로 반자동화된 작업장은 생산직의 절반 이상이 여성임.
- 부품업체의 전반적인 고령화 현상이 예상됨.

# 제5장

# 결론 및 정책대안

# 1. 지역 일자리 개선을 위한 노동의 과제

## 1) 노동의 지역 일자리 정책 개입 필요성

□ 지역 내 일자리의 개선을 위한 노동의 과제는 이제 더 이상 외면할 수 없는 지경에 와 있음. 노동조합은 지역의 좋은 일자리 창출을 위해 어느 때보다 적극적으로 개입해야할 과제에 직면해 있음.

○ 현재 전라북도의 일자리 상황은 양적인 면에서도 질적인 면에서도 매우 심각한 상황에 직면해 있음. 군산 지역의 현대중공업 가동 중단과 한국지엠 군산공장의 폐쇄, 익산의 넥솔론 폐쇄 등으로 지역 내 그마나 괜찮은 일자리들이 급속도로 줄어들고 있음.

○ 좋은 일자리가 줄어듦과 동시에 전라북도는 전국에서 비정규직 비중이 가장 높게 나타나는 등 일자리의 질적인 측면에서도 매우 심각한 상황에 놓여 있음.

○ 때문에 노동(조합)은 지역 내 일자리 정책에 더욱 적극적으로 개입해야함. 노동조합 역시 자체적인 일자리 정책을 가지고 정교하고 선제적으로 자본/정부(지방자치단체)와 적극적인 협의를 해야 함.

○ 현장에서의 투쟁도 중요하지만 지역 내 일자리 문제에 대해 보다 적극적인 자세가 요구되고 있으며 노동의 문제제기 없이 일자리 질서가 근본적으로 변화하기 어려울 것임.

○ 최근 지역별로 00형 일자리 모델이 소개되고, 고용위기 선제대응 패키지 지원 사업 등 지역 일자리 정책의 분권화가 가속화 되고 있고 이러한 기조는 앞으로도 지속될 것으로 예상되는 바, 지역 내에서 노동조합의 역할은 더욱 중요해 질 수 있음. 현재와 같이 지역 일자

리 정책을 외면하는 방식은 지역 내 좋은 일자리 창출에 있어서도 결코 바람직한 전략이 아닐 것임.

□ 조직노동 역시 결국 내부자들의 이해관계를 옹호하고 기득권화 되었다는 비판으로부터 자유롭기 위해서, 국가나 지역 일자리 정책 개혁을 위해서 정부 지역 일자리 정책의 방관자적 태도가 아닌 주도자로서의 역할에 대해 고민해야 할 것임.

○ 우리나라 사회적 대화 구조에서 노동자의 주장이 관철되기보다 자본의 주장과 정부의 실적주의에 동원되지 않을까 하는 우려도 있겠으나, 중앙단위가 아닌 지역 내에서는 충분히 노동의 역할을 찾을 수 있을 것이며, 오히려 노동의 입장에서 사회적 대화를 적극적으로 주도할 수도 있을 것임.

○ 노동은 1998년 경제위기와 신자유주의적 구조조정의 공세에 직면하여 고용위기가 최대의 화두로 떠오르며 기업 내 고용안정 이슈에 집중할 수밖에 없는 환경에 직면한 것이 현실임. 때문에 사회적으로 노동시장의 이중구조화, 노동계급 내 분절이 심화되면서 대공장 노조들은 기업 내 이슈에 더욱 매몰될 수밖에 없었고 기업 외부의 비정규직 문제나 협력사 문제에 대해서는 제대로 목소리조차 내지 못하는 지경에 이르렀음.

○ 이미 노동운동의 침체를 경험한 서구에서는 노동운동의 위기 극복을 위해 다양한 재활성화 전략을 전개한 바 있음. 특히 우리나라와 같이 산별체제가 미비한 미국과 영국의 노동운동은 1990년 중반부터 기존의 ‘서비스 모델(service model)’에 대한 대응전략으로 대안으로 ‘조직화 모델(organizing model)’로의 이행을 추구하였음. 운동

노선으로는 사회운동적 노조주의(social movement unionism), 공동체 노조주의(Community unionism) 등 다양한 형태가 나타나는데, 이러한 운동노선의 주요한 특징 중 하나는 기존의 조직화 대상 이외의 미조직 노동자를 조직하고 '지역연대' 강화를 통해 노조의 영향력을 확대하는 전략이라고 할 수 있음(정경은 외, 2019).

## 2. 상용차 원·하청 문제에 있어서의 지역 노동의 과제

### 1) 현대차 전주공장위원회의 인식변화와 역할을 위한 제언

□ 우선, 본문에서 살펴본 현대차 협력업체의 심각한 경영상황과 노동자들의 질 낮은 임금과 근로조건에 대해 현대차 전주공장위원회의 입장을 정리할 필요가 있음.

○ 현재 협력사의 심각한 문제에 대해 제대로 인지하고 있는가를 돌아봐야 할 것임.

- 만약 협력사 문제를 인지하지 못했거나 외면해 왔다면 이 문제를 전주공장위원회의 주요 의제로 발굴해 적극적으로 논의할 의향이 있는지 확인해야 할 것임.

○ '기득권 지키기에 매몰되지 말고 지금 당장 우리사회 90%인 중소영세기업 노동자, 비정규직 노동자와 연대해야 한다'는 일부의 주장에 대해 전주공장위원회는 어떤 답을 내 놓아야 할 것인가에 대해 조직 내 논의가 있어야 함.

10대 90 사회다. 우리 투쟁이 10%의 기득권을 유지하고 높이기 위한 방향이 맞느냐? 소외되고 배제당하며 사회불평등·빈부격차·임금격차에 분노하며 치를 떠는 90%가 존재한다.

민주노조운동이 세상을 바꾸자고 한다. 평등세상·노동해방세상을 만드는 것이 민주노조운동이다. 그런데 우리 조합원들은 10%에 편입돼 있다. 기득권을 버리고 90%와 연대해 평등세상·노동해방세상으로 향해야 한다. 그런데 우리는 아직도 더 많이, 더 높은 임금을 요구한다. 이게 지속가능한 방향이고 옳은 노동운동인가?

전 세계 구석구석에서 민중봉기와 혁명이 일어난다. 사회불평등·빈부격차를 타파하기 위한 90% 민중의 봉기이며 혁명이다. 만약 한국 사회에 5~10년이 지나 사회불평등·빈부격차·임금격차 해소를 요구하는 봉기와 혁명이 일어나면 우리는 어느 편에 설 것인가. 촛불혁명의 기운이 그쪽으로 발전할 가능성도 있다. 만약 90%의 소외되고 배제당하던 민중이 평등세상·노동해방세상을 요구하며 연봉 5천만원으로 평등임금을 실현하자고 주장하며 봉기를 일으키면 현대자동차 노동자들과 민주노조를 말하던 세력들은 혁명에 동참할 것인가. 아니면 기득권 지키기 반혁명 편에 설 것인가? 민주노조를 말한다면 이 문제에 대한 답을 갖고 운동해야 한다.

지금 당장 90%와 연대를 실천해야 한다. 양보하자는 게 아니라 90%에 속하는 중소·영세기업 노동자, 비정규직의 사회불평등·빈부격차·임금격차 해소를 위한 연대투쟁에 나서는 게 민주노조운동 세력이 갈 길이라고 생각한다.

- 하부영(금속노조 현대차 지부장), 매일노동뉴스, 2019.12.09

□ 현대차 전주공장위원회가 협력업체의 심각한 경영상황과 노동자들의 질 낮은 임금과 근로조건을 개선해야한다고 판단한다면 가장 우선 검토할 정책목표는 협력사 노동자들을 대상으로 하는 조직화임.

○ 현대차 지부는 우리나라에서 가장 투쟁성이 강하고 이를 기반으로 최고의 고용안정과 임금수준, 근로조건을 보장받고 있는 것으로 인식되고 있음. 하지만 지역 내 현대차 협력사의 경영상황과 소속 노동자들의 임금과 근로조건은 너무 심각한 상황에 직면해 있음.

○ 대부분의 협력업체 노동자들은 노동조합에 가입되어 있지 않으며, 노동조합을 만들 엄두도 내지 못하고 있는 상황임. 일부 조직화된 사업장 역시 실질적으로 최저임금 수준의 임금과 복지조차 거의 찾아보기 어려움.

○ 상황이 이렇다 보니 현대차 노동조합이 투쟁을 통해 임금을 인상하면 협력사 노동자들은 매우 비판적인 태도를 보이고 현대차 정규직 노동조합에 대해 적대적인 인식을 가지기도 함.

○ 더 늦기 전에 협력사 노동자들을 연대의 대상으로 보고, 현대차 자본은 물론 지역의 여러 단체들과 함께 지역 상용차 산업의 원하청 문제 해결에 적극적으로 나서야 할 것이며, 그 첫 단추는 협력사 노동자들을 대상으로 하는 조직화가 돼야 할 것임.

○ 협력사 조직화와 함께 고민해야 할 과제 중 하나는 금속노조 등에서 이미 제안된 바 있는 하후상박 연대임금 방안에 대한 지역의 논의와 실천방안 등을 모색하는 일임. 우선 이를 위해 전주공장위원회의 조합원 교육시간을 통해 하후상박 연대임금 전략의 필요성을 현장조합원과 공유하는 일부터 시작해야 할 것임.

### 2) 민주노총/금속노조 전북본부의 역할을 위한 제언

□ 민주노총 전북본부는 현재의 상용차 산업의 원하청 문제에 대해 보다 엄밀한 실태조사를 진행하고 이 문제를 해결하기 위해 지역 주체들이 함께 고민할 수 있는 공론의 장을 지속적으로 제공해야 할 것임.

○ 특히 상용차 산업의 원하청 문제 해결을 위한 지역 거버넌스를 주도적으로 제안하고 거버넌스 운영에서도 주도권을 가지고 역할을 수행하는 방안을 검토할 수 있을 것임.

○ 지역 내 상용차 산업의 원하청 문제는 민주노총 지역본부의 단기간 실태조사로 문제제기는 가능하지만 해결책을 강구할 수 없음.

○ 해결책은 지방자치단체 및 지역 노동계와 경영계 그리고 시민단체가 함께 할 때 실질적인 방안을 모색할 수 있을 것이기에 진정 해결책을 원한다면 새로운 거버넌스를 통한 장기적인 로드맵을 고민해야 할 것임.

□ 원청기업의 갑질, 부당한 납품단가 후려치기 등 공정거래법과 하도급법 위반 행위에 대한 지역 내 감시 장치가 필요할 것으로 판단되며, 이러한 과정에도 지역 내 노동조합의 역할이 필요할 것임.

□ 아래 <그림5-1>을 보면, 한국의 대기업 및 공공부문 1차 노동시장의 임금은 미국, 일본, 프랑스보다 더 높음.

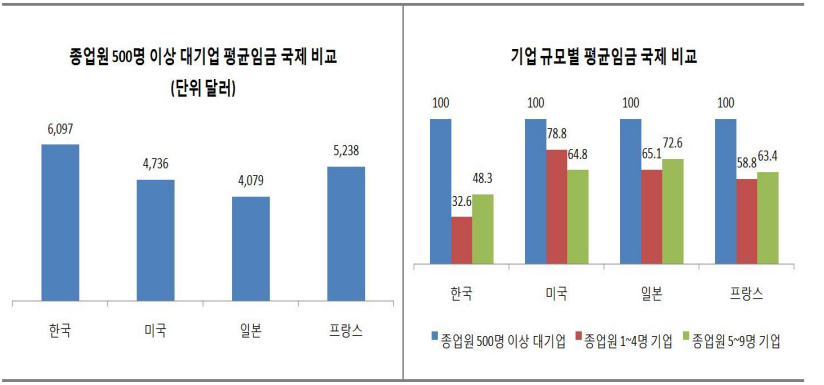
○ 문제는 1차 노동시장의 임금만 선진국보다 높을 뿐 2차 노동시장의 주변부 노동자들의 임금은 그보다 훨씬 낮다는 점임.

○ 노동운동은 이 문제에 대한 해결책을 모색함에 있어 가능한 모든

방법을 강구해야하며, 이러한 원하청 간, 대기업과 중소기업 간 임금격차의 문제를 해결하지 못하는 대기업 중심의 노동운동은 대중들의 지지를 받기는 요원해 보임.

〈그림5-1〉 기업규모별 국제임금 비교 및 임금격차

(단위: PPP기준 US$, %)




경제협력개발기구(OECD)가 그동안 축적해 온 자료를 분석해 보니 소득 상위 10%가 하위 10%보다 소득 규모가 10배나 많았다. 우리는 이것을 '10-10-10 시한폭탄'이라고 부른다. 이러한 문제에는 재벌과 정부와 교수와 언론 등에 분명 책임이 있다. 그러나 노동운동이 세상을 바꾸려 한다면 그것만 얘기해서는 안 된다. 노동운동에도 책임이 있기 때문이다.

노동운동은 전투성을 임금인상투쟁으로 몰아갔다. 그래서 투쟁력 있는 중심부노동의 임금은 하늘을 날았고 그렇지 못한 주변부노동의 임금은 땅을 기었다. 그 점을 성찰하면서 신전략을 세워야 한다. 중심부노동과 주변부노동이 함께 사는 임금연대·고용연대·생활연대의 사회연대전략이다.

- 매일노동뉴스, 2019.12.09.

## 3. (가칭)「전북 상용차 연대회의」 구성

□ 「전북 상용차 연대회의」는 지역의 전략적 산업으로서 상용차 산업의 사회적 협의를 가능케 하기 위한 거버넌스로서 지역 내 다양한 이해당사자들의 참여를 보장, 이를 통해 전략적이고 폭넓은 소통을 확보해 지역 내 노동/일자리 문제를 함께 고민하고 해결책을 모색하기 위한 장으로서 역할을 할 수 있을 것임. 특히 지역 노동계는 원하청 문제해결의 중요한 기제로서 협의회를 활용하고 협의회 운영에 있어서도 주도적인 역할을 해야 할 것임.

○ 주요 내용은 상용차산업에 있어서 다음 사항들에 대한 공동 논의 및 대안 모색을 할 수 있음.

- 신규투자 요인을 강화시킴으로써 일자리의 양을 늘리기 위한 방안
- 원하청 상생방안 모색을 통한 일자리의 질을 개선하기 위한 방안
- 공동복지기금의 공동 출연과 공동 활용 방안

○ 협의회는 지역 노동계, 시민단체, 사용자단체, 학계, 자치단체가 함께하는 협의회로서 독립적 기구로 운영하는 것이 바람직 할 것임. 단, 향후 지역 내 사회적 대화기구에 노동계 대표단체들이 '모두' 참여할 경우 이들 기구들과 협업하는 형태를 고려할 수 있음.

○ 본 연구에서 제안되는 일자리모델은 상용차를 중심으로 노사 및 원하청 상생형 일자리를 확대 재생산하기 위한 모델이며, 모델이 안착된 이후에는 유사한 접근으로 다양한 산업에 적용될 수 있을 것으로 기대됨.

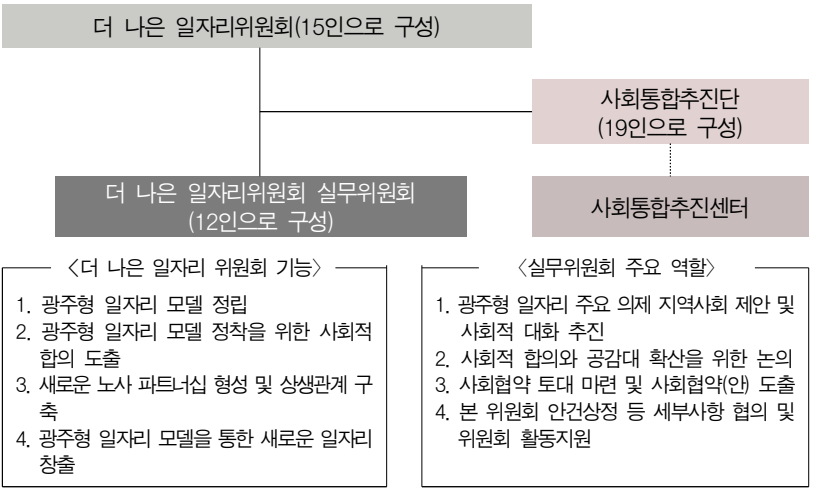
□ 이를 위해 이미 유사한 형태의 사회적 협의기구를 운영하고 있는 광

주광역시의 [더나은일자리위원회]의 구성 및 운영 방식을 참고할 수 있을 것임.

○ 광주광역시의 경우, 광주형 일자리의 구현을 위해 지역 내 법적기구인 노사민정협의회와는 별도로 [더나은일자리위원회]를 구성해 운영 중에 있음.

○ [더나은일자리위원회]를 통해 민주노총을 포함한 노동계 전체를 대표하고 지역 내 취약계층을 대변하는 단체들의 참여를 보장하고 있음.

〈그림5-2〉 광주 「더 나은 일자리위원회」 사례




○ [더나은일자리위원회]는 '노-사와 광주시, 시민사회'가 함께 사회통합형 일자리를 만드는 광주형 일자리 모델 구축의 '컨트롤 타워'로서 역할을 하고 있음.

- 광주형 일자리 모델 구축 등에 관한 사항 심의·자문
  - 광주형 일자리 모델 정립
  - 광주형 일자리 모델 정착을 위한 사회적 합의 도출

• 새로운 노사 파트너십 형성 및 상생관계 구축
• 광주형 일자리 모델을 통한 새로운 일자리 창출
• 광주형 일자리 모델 구축 관련 위원장이 필요하다고 인정하는 사항

- 창출된 광주형 일자리 모델의 안정적이며 지속적인 운영을 위한 '모니터링'

□ 「전북 상용차 연대회의」 구성

○ 명칭: 「전북 상용차 연대회의」

○ 임기: 2년, 연임가능

○ 인원: 노사정 및 민간전문가 12명(당연직 3, 위촉직 9)

- 당연직: 전라북도 일자리경제국장(또는 혁신성장산업국장), 노동계 대표(완성차 노동자 대표), 협력사 대표(협력사 협의회 대표)
- 위촉직: 노동계 2명, 경영계 2명, 정부(전라북도 1명, 고용노동부 1명), 전문가 3명(학계, 시민단체 등)

○ 공동위원장(3인): 전라북도 일자리경제본부장(또는 혁신성장산업국장), 노동계 대표, 경영계 대표

□ 「전북 상용차 연대회의」 참여주체 (노/사/전문가/정부 각 3인)

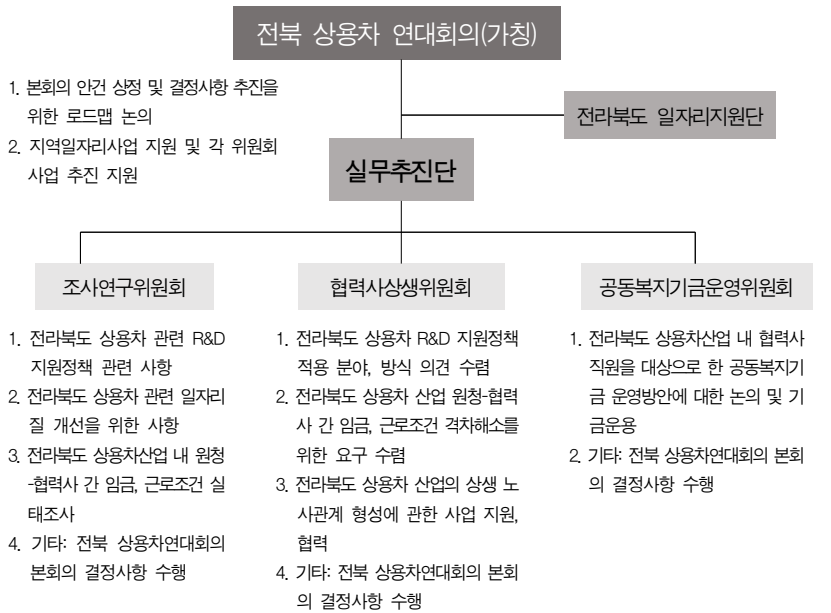
〈표5-1〉 각 부문별 참여 주체

| 구 분 | | 참여주체 | 구 분 | | 참여주체 |
|---|---|---|---|---|---|
| 노 | 1 | 현대차 전주공장 노동조합 | 전문가 | 7 | 산업정책 전문가 |
| | 2 | 협력사 노동자 대표 | | 8 | 노동/일자리 전문가 |
| | 3 | 지역 노동조합 대표 | | 9 | 시민단체 전문가 |
| 사 | 4 | 현대차 경영진 대표 | 정부 및 지자체 | 10 | 전라북도 일자리경제본부장 |
| | 5 | 협력사 대표 | | 11 | 전라북도 혁신성장산업국장 |
| | 6 | 지역 경영계 대표 | | 12 | 고용노동부 전주지청장 |

○ 각 참여주체의 역할은 다음과 같음.

- 노(원청+협력사): 기업 차원의 생산성 향상 + 지역차원의 질 좋은 일자리 확대를 위한 노력
- 사(원청+협력사): 안정적 일자리와 적정임금의 보장
- 전문가: 주체들의 의견 수렴 및 정책대안 제시
- 정부 및 지자체(전라북도+고용노동부): 노동/일자리 정책 전문성 강화 및 효율적인 지원체계 구축, 협의회의 논의 활성화

〈그림5-3〉 전북 상용차 연대회의 구성안




□ 협의회 구성 전이라도 상용차산업 발전 방안을 논의할 노동조합 중심의 연구모임을 우선 운영하는 방안도 검토해 볼 수 있음.

○ 현대차 울산 공장의 경우, 노동조합, 경영진, 자동차산업 전문가가

참여하는 연구모임 형태의 논의기구를 운영하고 있으나 이 논의기구에서도 상용차산업과 시장에 대한 논의는 거의 없으며 주로 승용차 산업에 대한 논의만 진행되고 있음.

○ 때문에 전주공장의 노사를 중심으로 상용차산업과 시장 환경 변화에 대한 논의를 제안하고 전라북도, 지역 산업·고용 전문가 및 외부 산업전문가가 참여하는 협의체를 우선적으로 운영하는 방안을 검토해 볼 수 있음.

## 4. (가칭)「전북 상용차 연대회의」 의제

### 1) 「전북 상용차 연대회의」 양적 확대를 위한 의제: 상용차의 경쟁력 강화 및 산업 내 고용확대를 위한 정책 검토사항

□ 전라북도는 이미 상용차 관련 많은 R&D 예산을 확보해 실행하고 있음. 향후 관련 예산사업의 기획이나 사업의 운영과정에서 「전북 상용차 연대회의」가 적극적인 역할을 수행할 수 있을 것임.

○ R&D 사업의 추진과정에서는 관련 사업이 상용차 생산성과 생산량을 높일 수 있는 방안을 논의하고 분석하는 역할을 수행할 수 있음.

○ 상용차산업 경쟁력 강화를 통해 장기적으로 산업 내 일자리의 증가로 연결할 수 있는 방안을 적극적으로 검토 가능.

□ 부품업체 성장을 위한 주요 지원사업

○ 지역 전략산업 육성사업과 선도기업 육성사업 등을 통하여 부품업

체의 기술개발 투자와 인력양성을 지속적으로 지원하고 있음

- 선도기업 중 현대자동차 부품업체 참여현황 : 세명기업, 티앤지 등 18개사

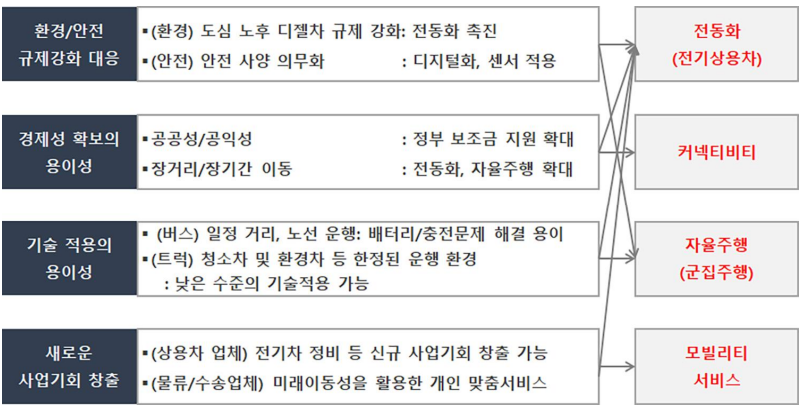
○ 기타 상용차량 수요증대 및 부품업체 육성을 위한 지원사업 추진

- 김제 특장차 집적화단지 및 자기인증지원센터 구축

□ 상용차 기술 패러다임 변화 대응 및 기술개발 지원을 위한 공동활용 인프라 구축

○ 상용차산업은 특히 환경과 안전 등 기술적 측면 이외에도 경제성 등 수요와 연계성이 강조되고 있어 이와 관련된 연구과제 수행도 주요한 논의 의제가 될 수 있을 것으로 판단됨.

〈그림5-4〉 상용차산업 환경변화에 따른 대응기술



## 2) 「전북 상용차 연대회의」 질적 개선을 위한 의제: 상용차 산업 일자리의 질을 개선할 수 있는 정책 검토사항

□ 상용차 산업 일자리의 질을 개선하기 위한 일자리 사업 추진

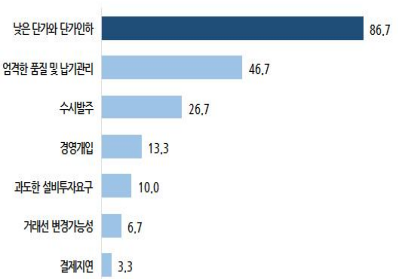
○ 원청인 완성차 기업과 협력사에 대한 FGI를 실시한 결과, 이에 대한 원청과 협력사 양측 모두의 요구가 있는 것으로 확인됨.

- 기존의 일자리 사업과의 차별화 방식으로 노/사/정/전문가 등과의 논의를 통해 산업 내 일자리/교육훈련 프로그램의 수요를 분석하고 이를 기반으로 관련 사업을 추진할 수 있을 것으로 판단됨(현재 추진 중인 일자리사업 중 상용차관련 사업은 극소수에 불과함).

□ 원청과 협력사 간 구조적 문제의 해결방안 모색

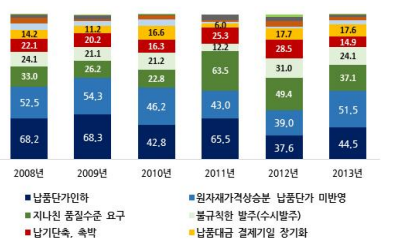
○ 원청의 부품사에 대한 수요지향적인 생산관리 방식으로 인하여 원하청 거래관계에서 단가인하, 단가 재산정 기간 조정, 거래선 변경, 엄격한 품질관리, 경영개입, 근로시간 단축, 최저임금 등에서 구조적인 문제가 지속적으로 지적되어 왔으며, 이에 대한 원만한 해결방안을 찾지 못함.

〈그림5-5〉 원하청 관계에서 문제점
(복수응답, 단위: %)




자료: 김영두(1997); 정홍준(2015)에서 재구성

〈그림5-6〉 자동차 부품업 중소업체 애로사항
(복수응답, 단위: %)




자료: 중소기업제조업통계; 정홍준(2015)에서 재구성

○ 원청과 협력사 간 구조적 문제의 해결을 위해서도 「전북 상용차 연대회의」의 역할은 매우 중요할 것으로 판단됨. 이러한 문제해결을 위해 기존의 협의회와 같은 소통채널이 부재한 상황이었기에 관련 이슈를 협의회 테이블에 올려 논의하는 것 자체로써도 그 의미는 적지 않을 것임.

○ 「전북 상용차 연대회의」에서 원하청 간 구조적 문제의 해결을 모색하는 과정은 많은 난제가 예상됨. 하지만 사회적 협의를 통한 지역 내 일자리 창출이라는 단기적인 성과에 집착하기보다는 인내심을 가진 장기적인 접근을 필요로 하고 있음.

## 5. [공동복지기금] 운영 방안

□ 원·하청 간 상생협력과 중소기업 노동자의 복지 강화를 위한 새로운 기제로서 “공동근로복지기금제도” 도입(2016년 1월)

○ 중소기업 근로자의 복지 강화를 위해 둘 이상의 사업주가 공동으로 기금을 조성하여 소속 근로자를 위한 복지사업 수행

□ 설립 유도를 위해 공동기금에 대해 각종 세제지원 및 직접적 재정지원

○ 기금의 제공자(기업)와 수혜자(기금법인, 근로자) 모두에게 각종 세제지원

- (기업) 사내·공동기금에 출연하는 출연금은 법인세 손비인정 등
- (기금법인) 사내·공동기금법인이 출연 받은 재산은 증여세 비과세 등

- (노동자) 사내·공동기금법인으로부터 받은 일정 금품은 증여세 비과세 등

○ 대-중소기업 간 상생협력을 촉진함으로써 복지격차 완화 및 중소기업 노동자의 복지증진을 위해 '근로복지기금 지원사업' 시행 중

〈표5-2〉 지원 대상 및 지원내용

| 구분 | 지원대상 | 지원내용 | 시행 |
|---|---|---|---|
| 사내기금 지원사업 | 대기업(원청) 등의 사내기금법인이 해당 사업으로부터 직접 도급받은 업체의 소속 노동자 및 파견노동자의 복리후생 증진사업을 할 경우 | 지출비용의 50%를 원청의 기금법인에 지원 (매년 최대 2억원) | 2015.3 |
| | 대기업(또는 원청)이 중소기업의 사내·공동기금에 출연할 경우 | 출연금액의 50%를 해당 중소기업 사내·공동기금법인에 지원 (매년 최대 2억원) | |
| 공동기금 지원사업 | 중소기업을 포함하여 둘 이상의 기업이 공동기금법인을 설립할 경우 | 출연금액의 50%를 공동기금법인에 지원(설립일로부터 3년간, 누적 2억원) | 2016.1 |

□ 최근 정부는 공동기금에 대한 직접적 재정지원 강화하기 위한 방안으로 공동기금 출연금 매칭 지원율 상향과 지원액 및 지원기간 확대를 제시한 바 있음(출연금의 50% 범위, 설립일로부터 3년간 누적 2억 → 100%, 5년간 10억을 지원할 계획).

○ 설립 초기 지원기간 및 지원 금액 확대로 공동기금 설립 활성화 및 안정적 정착 지원

○ 공동기금의 규모(참여 사업장 수, 수혜 중소기업 근로자수)에 따라 지원기간 및 지원액 차등 지원

〈표5-3〉 공동복지기금의 규모

| 구분 | 5개소 미만 또는 100인 미만 | 5~9개소 또는 100~499인 | 10~29개소 또는 500~999인 | 30개소 이상 또는 1,000인 이상 |
|---|---|---|---|---|
| 지원기간 | 3년 | 3년 | 4년 | 5년 |
| 지 원 액 | 2억 | 5억 | 10억 | 20억 |

○ 또한, 산업단위 또는 지역단위 공동기금 신규 설립 유도를 위해 산업별·지역별 노사가 공동으로 참여한 대형*공동기금의 경우 지원액 및 지원기간 추가 상향 추진(5년간 10억→7년간 30억)

- 50개 이상 사업장이 참여하고 수혜 중소기업 근로자 1,500명 이상일 경우
- 대기업이 중소기업 공동기금에 참여하지 않고 출연한 경우에도 해당 공동기금에 대한 지원한도 확대(연간 2억→최대 10억)

○ 중소기업이 설립한 공동기금에 대한 조세지출 확대

- 대기업이 중소기업 사내·공동기금에 출연할 경우 출연금의 10% 세액공제 지원(2019년 경제정책방향)
- 중소기업에 한해 공동기금 출연 시 추가 세제 혜택 부여(10% 세액공제)

■ 중소기업 사업주가 공동기금에 출연한 금품에 대해 10% 세액공제(조세특례제한법 개정)

(現)법인세 손비인정 → (改)법인세 손비인정 + 세액공제(10%)

□ 공동기금에 대한 사회적 관심 제고, 확산 계기 마련을 위해 새로운 공동복지모델 창출을 지원할 예정(「○○지역·산업 공동복지모델」).

(예시) 「시화국가산업단지형 공동근로복지기금」 모델

○ 지역단위 노사단체, 근로복지공단, 산업단지공단 등이 참여하는 “공동기금 설립 지원 협의체” 구성(기관 간 MOU 체결로 거버넌스 구축)

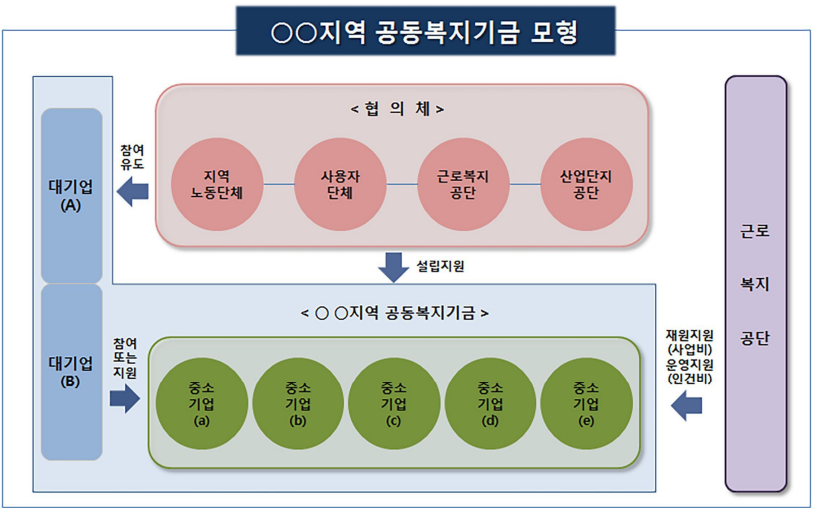
○ 공단의 기업복지컨설턴트를 활용하여 준비단계에서 설립등기까지 지원

○ 협의체를 통해 사회적 분위기 확산, 대기업 참여 유도, 새로운 복지수요 파악 및 역할 분담을 통한 맞춤형 지원

○ 설립 초기 운영 부담 완화를 위해 대형 공동기금이 전담인력 채용 시 인건비 등 운영 지원

* 최저임금 + 사회보험료의 50%(약 100만원)까지 5년간 지원하되, 세무·회계·법무 관련 자격증 소지자 채용 시 월 200만원 한도로 지원 가능(참여사업장 수에 따라 최대 2명)

〈그림5-7〉 지역 공동복지기금 모형

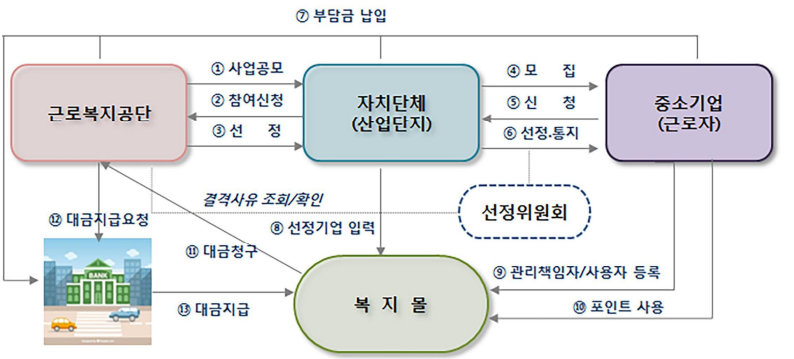


□ 정부는 또한 지역형 중소기업 복지채움사업을 신설하였음.

○ 산업단지 또는 30인 미만 중소기업 근로자 등에게 정부와 자치단체, 기업이 공동으로 재원을 조성하여 선택적복지서비스를 제공하고 2020년 시범사업으로 4만명 근로자에게 1인당 40만원 지원하기로 함. 정부 20만원 지원, 기업(공동기금법인 포함) 및 자치단체 각 10만원 매칭

- 이를 통해 기존 근로복지사업(융자 등) 한계를 넘어 근로자 수요에 기반한 온라인 복지서비스 제공하고, 민간복지플랫폼을 활용, 복지쇼핑 컨텐츠를 확대함과 동시에 자치단체 주도로 지역복지서비스를 제공할 수 있도록 역할을 확대할 계획임.

〈그림5-8〉 지역 공동복지기금 운영안 예시




□ 위와 같은 중앙정부의 지원 정책들을 검토하여 원청과 협력사 간 복지제도의 격차를 줄이기 위해 협력사 직원들을 대상으로 복지포인트를 제공하는 [공동복지기금] 운영 방안을 제안할 수 있음.

○ 재원 마련은 원청, 전라북도, 협력사의 공동출연 기금으로 운영하는 방안을 우선 검토할 수 있으나 협력사의 현재의 어려움을 고려하면

원청과 전라북도가 우선 기금을 조성해 운영하는 방안을 검토할 수 있음. 특히 가능하다면 현대차 경영진과 전주공장위원회가 협의해 현재도 존재하는 사회공헌기금 형태의 자금을 지역 공동복지기금으로 출연하는 방안을 검토해 볼 수 있음.

○ [공공복지기금]의 운영은 「근로복지기본법」을 기반으로 하여 가능하며, 전라북도의 적법한 기금출연을 가능하게 하기 위한 관련 조례의 제정이 요구되고 있음.

○ 특히 2015년 「근로복지기본법」 개정을 통해 둘 이상의 사업주가 공동근로복지기금을 조성할 수 있는 기반이 마련돼 있어 이를 바탕으로 [공동복지기금] 운영에 관한 제도적 기반(조례)을 만들 수 있을 것으로 판단됨.

○ 원청과 협력사 간 복지제도의 격차가 크게 나타나고 있어, 협력사 직원들을 대상으로 복지포인트를 제공하는 방식으로 [공동복지기금]을 운영할 수 있음. 이는 임금이나 근로조건의 차이를 줄이는 방식보다는 초보적인 단계에서 실질적인 성과로 연결하기 위한 방안임.

제3조 (근로복지정책의 기본원칙) ① 근로복지(임금·근로시간 등 기본적인 근로조건은 제외한다. 이하 같다)정책은 근로자의 경제·사회활동의 참여기회 확대, 근로의욕의 증진 및 삶의 질 향상을 목적으로 하여야 한다.

③ 이 법에 따른 근로자의 복지향상을 위한 지원을 할 때에는 중소·영세기업 근로자, 기간제 근로자(「기간제 및 단시간근로자 보호 등에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 기간제근로자를 말한다), 단시간근로자(「근로기준법」 제2조제1항제8호에 따른 단시간근로자를 말한다), 파견근로자(「파견근로자보호 등에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 파견근로자를 말한다. 이하 같다), 하수급인(「고용보험 및 산업재해보상보험의 보험료징수 등에 관한 법률」 제2조제5호에 따른 하수급인을 말한다)이 고용하는 근로자, 저소득근로자 및 장기근속근로자가 우대될 수 있도록 하여야 한다.

제4조 (국가 또는 지방자치단체의 책무) **국가 또는 지방자치단체는 근로복지정책을 수립·시행하는 경우 제3조의 근로복지정책의 기본원칙에 따라 예산·기금·세제·금융상의 지원을 하여 근로자의 복지증진이 이루어질 수 있도록 노력하여야 한다.**

제7조 (재원의 조성 등) ① 국가 또는 지방자치단체는 이 법에 따른 근로복지사업에 필요한 재원(財源)의 조성에 적극 노력하여야 한다.

**제2절 사내근로복지기금제도**

제61조(사내복지기금의 조성) ①사업주는 직전 사업연도의 법인세 또는 소득세 차감 전 순이익의 100분의 5를 기준으로 복지기금협의회가 협의 결정하는 금액을 대통령령으로 정하는 바에 따라 사내근로복지기금의 재원으로 출연할 수 있다.

제86조(**국가 또는 지방자치단체의 지원**) 국가 또는 지방자치단체는 선택적 복지제도, 근로자 지원프로그램, 성과 배분, 발명·제안 등에 대한 보상을 활성화하기 위하여 필요한 지원을 할 수 있다.

제4절 공동근로복지기금제도. 제86조의2 (**공동근로복지기금의 조성**) ① 둘 이상의 사업주는 제62조제1항에 따른 사업을 시행하기 위하여 공동으로 이익금의 일부를 출연하여 공동근로복지기금(이하 "공동기금"이라 한다)을 조성할 수 있다. ② 공동기금 사업주 또는 사업주 이외의 자는 제1항에 따른 출연 외에 유가증권, 현금, 그 밖에 대통령령으로 정하는 재산을 출연할 수 있다. [본조신설 2015.7.20]

〈그림5-9〉 공동복지기금 서비스 제공과 운영효과

자료: JVADA 내부자료 재구성

□ [공동복지기금] 운영에 필요한 전라북도 조례 제정 검토

○ 전라북도청은 조례제정에 대해 적극적으로 검토하기로 의사를 밝힌 바 있음.

○ 본 조례는 상용차산업만을 대상으로 적용되는 것은 아니면 어느 산업이든 원청과 하청이 공동복지기금의 운영에 합의하면 적정한 수준의 기금을 도에서 매칭하는 방식을 전제로 제정하는 것임.

○ 때문에 본 조례의 제정은 장기적으로 원하청 격차의 해소에 긍정적인 마중물 역할을 할 것으로 사료되며 지자체 차원의 새로운 시도로 평가될 수 있을 것임.

## (가칭) 전라북도 원·하청 상생조례(안)

**제1조(목적)** 이 조례는 근로복지기본법 제4조, 제86조, 대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률 제4조 2항의 규정에 따라 전라북도 원·하청 기업의 상생협력과 원·하청 근로자 간의 균형 있는 근로복지 실현을 통해 전라북도 지역경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다.

**제2조(정의)** 이 조례에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. 원청이란 '대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률' 제2조의 위탁기업을 말한다.
2. 하청이란 '대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률' 제2조의 수탁기업을 말한다.
3. 상생협력이란 원청과 하청 간에 기술, 인력, 자금, 구매, 판로, 근로자 복지 등의 부문에서 서로 이익을 증진하기 위하여 하는 공동의 활동을 말한다.
4. 근로자란 '근로복지기본법' 제2조의 근로자를 말한다.

**제3조(도지사의 책무)** ①전라북도지사(이하 "도지사"라 한다)는 도내 원·하청 기업의 상생협력과 원·하청 근로자 간의 균형 있는 근로복지가 실현될 수 있도록 노력해야 한다. ② 도지사는 원·하청 근로자 간의 균형 있는 근로복지가 실현될 수 있도록 지원방안을 마련하여야 한다.

**제4조(지원대상)** 도지사가 도내 원·하청 기업의 상생협력과 원·하청 근로자 간의 균형 있는 근로복지 실현을 위해 지원할 수 있는 대상은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하여야 한다.
근로복지기본법 제86조의 2부터 제86조의 4까지의 규정에 따라 도내 원·하청 기업이 공동근로복지기금 제도를 활용하기 위해 공동근로복지기금을 조성하고자 하는 하청
2. 근로복지기본법 제86조의 3에 따라 설립된 공동근로복지기금법인
3. 근로복지기본법 제62조 1항 6호에 해당하는 사업을 하고자 하는 근로복지기금법인
4. 원·하청 간 상생협력을 위해 공동의 활동을 벌이는 원청

**제5조(지원사업)** 도지사는 제4조에 따라 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업을 수행하는 경우 필요한 비용을 지원할 수 있다.

1. 근로복지기본법 제81조와 제82조의 규정에 따른 선택적 복지제도 사업
2. 원·하청 간 임금격차 완화를 위해 필요한 사업
3. 원·하청 간 상생협력을 촉진하기 위하여 필요한 사업
4. 원·하청 간 상생협력을 위해 구성된 상생위원회 사업

**부칙**

이 조례는 공포한 날부터 시행한다.

## 참고문헌

### 1. 국내문헌 및 자료


곽정수(2012), 「양극화를 심화시키는 불공정 하도급 거래」, 『월간 복지동향』 162호, 23-26.

김시언(2016), 「국내 자동차부품업계의 완성차별 거래동향 분석과 향후 발전방안」, 『산은조사월보』 제729호, 한국산업은행.

김영철 · 박의성(2018), 「전북지역 자동차산업 현황과 대응전략」, 『전북 산업구조 현황과 대응방향』, 한국은행 전북본부.

김철식(2011), 『대기업 성장과 노동의 불안정화-한국 자동차산업의 가치사슬, 생산방식, 고용관계 분석』, 백산서당.

복득규(2008), 「외환위기 전후 한국 자동차부품기업의 거래선 다변화 현화오가 결정요인 분석」, 『산업조직연구』 16(1), 73-88.

송창석 · 김기찬 · 강명수(2003), 「IMF 전후의 한국 중소기업의 부품개발 및 설계능력의 발전경로와 특성에 관한 종단적 비교연구: 자동차 부품산업을 중심으로」, 『중소기업연구』 25권 4호, 31-58.

안주엽(2015), 「자동차 · 조선산업의 원 · 하청 구조와 근로조건 격차」, 『월간 노동리뷰』 9월호, 통권126호.

안주엽 외(2015), 「산업과 고용구조 정상화를 위한 정책과제: 원 · 하청관계를 중심으로」, 한국노동연구원.

양준석 외(2017), 「대 · 중소기업 간 임금격차 원인 분석: 최근의 쟁점을 중심으로」, 『산업관계연구』 27권 1호, 1-19.

이상호(2011), 「한국 자동차산업 불공정 하도급 관계의 실태와 정책대안: 현대자동차 사례를 중심으로」, 『마르크스주의 연구』 제8권 2호.

이지연(2017), 『구조조정 이후 타타대우상용차의 작업장 체제 변화-사내하청 노동자의 정규직화를 중심으로』, 전북대 박사학위논문.

이지훈 · 김상엽 · 김윤주(2017), 「자율자동차 산업동향과 전라북도 대응전략」, 전북연구원.

이항구 · 윤자영 · 맹지은(2017), 「전속거래 현황 및 제도개선 방안에 관한 연구」, 산업연구원.

정경은 · 허인(2019), 『울산지역 노동조합 사회연대전략 연구』, 한국노동사회연구소.

정홍준(2015), 「자동차산업의 원·하청 구조」, 『월간 노동리뷰』 9월호, 통권126호.

조형제(2016),『현대자동차의 기민한 생산방식: 한국적 생산방식의 탐구』, 한울.
조철 · 이항구 · 김경우(2005),「산업환경 변화와 자동차 부품산업의 발전전략」, 산업연구원.
홍석범(2015),「자동차 부품사 납품체계와 조직화 방안」,『금속노조노동연구원 이슈페이퍼』 2015-10.
홍장표(2015),「기업 간 거래네트워크의 계층성과 경영성과」,『월간 노동리뷰』 8월호, 통권125호.
홍장표 · 정지상 · 하봉찬(2016),『거래네트워크로 본 한국의 산업생태계』, 형설출판사.

전라북도(2017),『제조업 총람』, 전라북도.
전라북도(2019),『통계로 본 전북의 모습』, 전라북도.
전북테크노파크, 2015 전북자동차산업 종합발전계획.
통계청, 국가통계포털, 광업 · 제조업 조사.
한국무역협회 전북지역본부,「2019년 11월 전북지역 무역동향」
한국자동차산업협회,「2016년 한국 및 세계 자동차산업 현황」
한국자동차산업협동조합,『2017년 한국자동차산업 편람』
한국무역보험공사(산업정책조사팀)(2018),「자동차 부품산업 국내외 동향 및 경쟁력 분석」,『산업동향보고서』, 한국무역보험공사.
한국은행 전북본부(2018),「전북 산업구조 현황과 대응방향」, 한국은행 전북본부.

### 2. 해외문헌

Burt, Ronald S.(1992), *Structural holes: The social structure of competition*. Cambridge: Harvard university press.

Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T.(2005). The governance of global value chains. *Review of international political economy*, 12(1), 78-104.

Gofman, M.(2013), Profitability, Trade Credit and Institutional Structure of Production, *Available at SSRN 2365995*.

Granovetter, M.(1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American journal of sociology*, 91(3), 481-510.

Semlinger, K.(1991). New developments in subcontracting: mixing market and hierarchy. *Amin, A. and M. Dietrich(eds.) Towards a New Europe: Structural Change in the European Economy. Aldershot: Edward Elgar*.

### 3. 인터넷

한국자동차산업협회(KAMA) WebZine www.kama.or.kr/jsp/webzine/201812/main.jsp
Bloomberg NDF www.bloomberg.com/Asia
한국기업데이터 www.kedkorea.com
통계청 홈페이지 www.kostat.go.kr
한국자동차산업협동조합 www.kaica.or.kr
인터넷 언론 민중의 소리 www.vop.co.kr/index.html

전북노동정책연구원 연구보고서 2019-01

# 전라북도 상용차산업 현황과 원·하청 관계 연구

: 현대자동차(전주공장) 협력업체를 중심으로

인 쇄 _ 2020년 12월 21일
발 행 _ 2020년 12월 31일
발행처 _ 전북노동정책연구원(http://www.jbli.re.kr)
주 소 _ 전라북도 전주시 덕진구 벚꽃로 57 3층
전 화 _ 063-256-5000
조판 인쇄 _ 흐름출판사

ISBN 979-11-5522-263-8 94300
979-11-5522-262-1 (세트)

비매품

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단 전재 및 복제를 금합니다.