

현안과제연구

Issue Report

2016. 8. 11

충남 자동차부품산업 육성방향 (대체부품 및 튜닝산업을 중심으로)

김양중 충남연구원 산업경제연구부 연구위원, kyj0509@cni.re.kr
(충남도청 신도시정책과와 공동연구 수행)

요 약

CONTENTS

< 요 약 >

1. 충남 자동차부품산업의 현황
2. 충남 자동차부품산업의 한계
3. 대체자동차부품시장의 현황
4. 튜닝자동차부품시장의 현황
5. 대체 및 튜닝부품산업 지원방안
6. 산업육성의 기대효과

- 충남 자동차산업은 현대, 동희오토 등 대기업을 중심으로 산업 생태계가 형성
- 이에 따라 대부분 중소부품기업들은 대기업 납품시장에 의존하여 대기업 의존도가 매우 높고 자기 브랜드 비율은 매우 낮음
- 최근 세계적인 경제 불황으로 자동차 산업도 성장세가 둔화되고 있어 중소자동차부품기업의 육성과 판로확대를 위한 충남의 새로운 정책이 요구되고 있음
- 이에 본 연구에서는 충남도가 앞으로 대체자동차부품 및 튜닝부품산업의 육성을 제안함
- 특히 ‘대체 및 튜닝부품 인증센터’는 충남이 이 산업을 육성하기 위해 반드시 구축해야 함
- 대체부품과 튜닝부품 시장이 커지고 이 산업이 육성된다면 충남 중소자동차부품기업은 자기브랜드를 가지고 고부가가치 시장에 진출할 수 있고 수출도 활성화될 것으로 기대됨
- 또한 소비자들은 순정부품보다 낮은 가격으로 인증된 자동차대체부품을 구입하여 자기차를 수리할 수 있고, 소비자들의 선택의 다양성도 확보할 수 있음
- 개성이 강한 젊은층은 튜닝부품을 통해 개성을 표출할 수 있고, 디자인의 변화를 싫어하는 중장년층은 대체자동차부품을 통해 수리비용을 절약할 수 있음
- 지자체의 경우 대체 및 튜닝부품 생산기업의 유치는 물론 관련 서비스 산업(차수리 서비스, 체험, 쇼핑 등)이 활발해져 지역발전을 기대할 수 있음

1. 우리나라 자동차부품산업 현황

- 2014년 기준 우리나라 자동차부품제조업의 출하액은 97.0조, 부가가치는 28.8조
- 연도별로 살펴보면 우리나라 자동차부품산업의 출하액은 1999년 15.4조에서 2014년 97.0조까지 지속적으로 성장하고 있음
 - 1999년~2014년까지 연평균 15.2%씩 성장하였는데 이는 우리나라 기반산업의 평균성장률에 비해서도 매우 높은 수치임

<표 1> 연도별 자동차부품산업 출하액

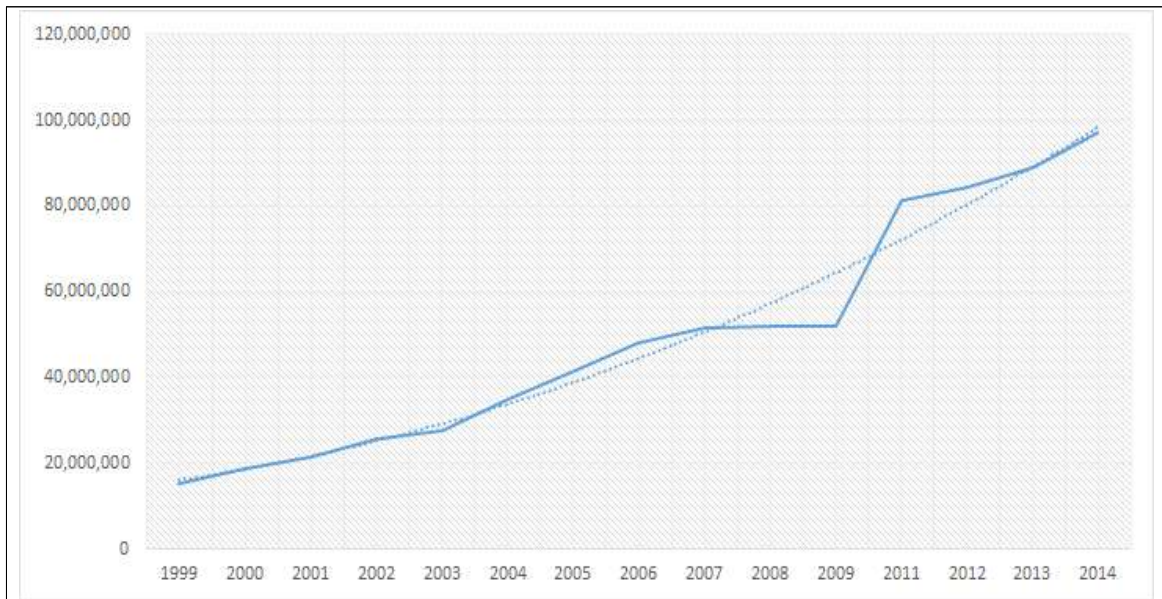
| 연도 | 우리나라 | 충남 |
|---------|------------|------------|
| 1999 | 15,351,478 | 1,427,278 |
| 2000 | 18,827,737 | 2,095,952 |
| 2001 | 21,420,965 | 2,612,776 |
| 2002 | 25,813,821 | 3,402,839 |
| 2003 | 27,634,605 | 3,613,371 |
| 2004 | 35,012,501 | 4,954,533 |
| 2005 | 41,583,148 | 6,743,727 |
| 2006 | 48,015,681 | 7,863,888 |
| 2007 | 51,535,366 | 8,360,005 |
| 2008 | 51,781,370 | 7,783,549 |
| 2009 | 52,110,498 | 7,453,990 |
| 2011 | 81,184,417 | 12,895,063 |
| 2012 | 84,201,119 | 12,784,959 |
| 2013 | 88,937,901 | 13,633,466 |
| 2014 | 97,042,886 | 14,793,002 |
| 연평균 증가율 | 15.2% | 19.7% |

2. 충남의 자동차부품산업 현황

- 충남의 경우 자동차부품제조업의 출하액은 14.8조, 부가가치는 4.4조로 부가가치 기준 우리나라의 15.3%를 차지

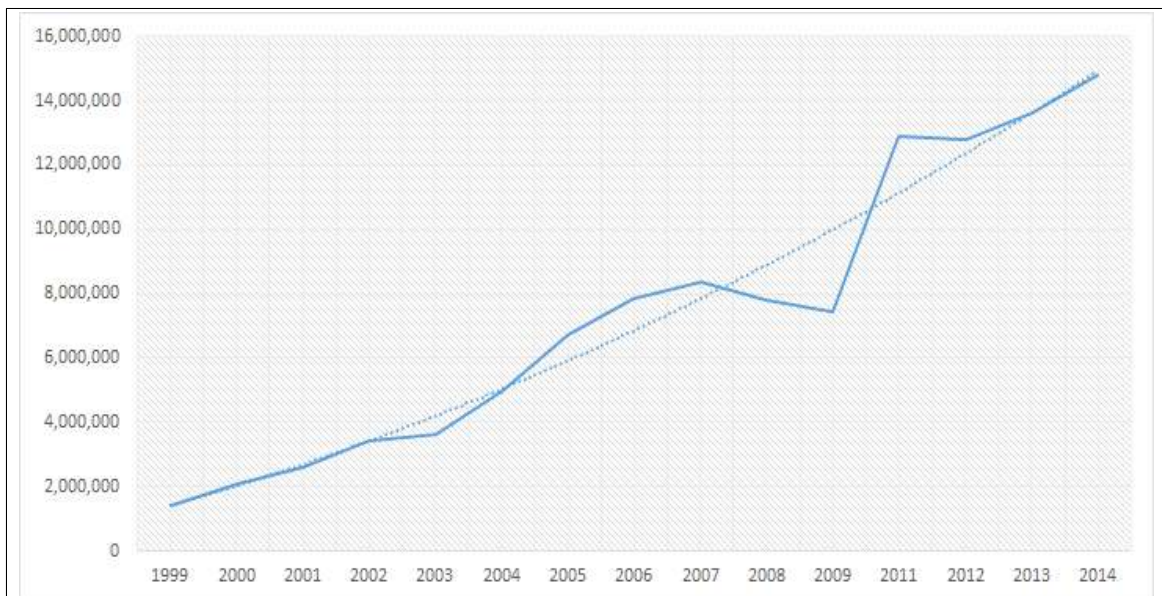
[그림 1] 우리나라 자동차부품산업 출하액 추이

(단위: 백만원)



[그림 2] 충남의 자동차부품산업 출하액 추이

(단위: 백만원)



- 특히 충남의 경우 연평균 성장률은 19.7%로서 전국 성장률을 크게 상회하고 있음

- 우리나라는 완성차업체 중심의 자동차부품산업구조를 가지고 있음
- 충남연구원의 자동차부품기업 실태조사에 따르면 충남 자동차부품산업은 1차 벤더가 19.6%, 2차 이하 벤더가 80.5%로 2차 이하 하청기업의 비중이 매우 높음 (김양중 외, 충남 자동차부품산업 기초생태계분석)
- 충남의 자동차부품기업은 현대자동차와 동희오토를 중심으로 산업 생태계가 이루어져있음
 - 충남의 경우 국내 완성차업체에 대한 납품 비중은 현대자동차가 46.2%로 가장 높았고, 기아자동차(26.7%)가 다음 순으로 나타났음
- 또한 충남 자동차부품기업의 총매출액 중 내수소비의 비중이 92.9%로 나타났고, 수출을 위한 생산은 7.1%에 불과
- 이처럼 충남 자동차부품기업들은 현대 및 기아에 대한 의존도가 높고, 내수판매 위주의 생산을 하고 있어, 국내 대기업 등 상위기업의 경영이 어려워지면, 자체적인 회복이 불가능
 - 아직까지 일반적인 OEM(original equipment manufacturing)방식의 납품 구조가 지배적이고, 자체 시장 판매의 비율도 3.8%에 불과
 - 이와 같은 시장구조는 발주업체와 납품업체간 종속관계를 더욱 악화시키는 요인으로 작용

<표 4> OEM방식과 ODM방식의 차이

- OEM 방식의 정확한 명칭은 '주문자 상표부착 생산'이라는 정의를 가지고 있음.
즉 제품을 판매하려고 하는 회사가 생산업체에 발주를 내면 생산업체는 주문자가 요구하는 대로 제품을 만들고 주문자에게 납품을 하는 방식
- ODM 방식은 '생산업체 개발생산 방식'으로써 생산업체가 기술력이나 연구개발력을 가지고 있어서 제품을 직접 개발하고 생산하여 판매회사에게 납품하는 방식으로 제조사가 '개발, 생산' 모두를 같이 함

- 충남의 하청 부품기업이 대기업등 발주기업과 거래시 겪는 주요 애로사항으로는 낮은 납품단가가 31.9%로 가장 높게 나타났고, 기일촉박(27.6%), 대금결제의 장기화(20.6%) 순으로 나타남
 - 특히 단가하락의 요구는 자동차부품의 품질 하락으로 나타날 수 있어 OEM방식에서 ODM방식으로의 전환이 시급
- 따라서 충남이 자동차부품산업 육성을 위해서는 시장판매의 비율을 높여야만 하며, 시장판매를 높일 수 있는 주요방안 중 하나가 자체브랜드의 개발 임
 - 충남 자동차부품기업 중 자기브랜드를 가지고 있는 업체는 17.5%에 불과
 - 충남 자동차부품기업의 산업생태계를 견실히 유지하기 위해서는 자체브랜드의 개발과 육성정책이 필요
- 자동차부품기업이 자기브랜드를 개발하고 그 시장 안에서 건전한 경쟁이 이루어질 때 소비자들은 부품 구입 시 합리적인 선택을 할 수 있으며, 부품생산 업체 또한 세계적인 기업으로 성장할 수 있음
- 이에 본 연구에서는 충남 자동차부품기업이 자체브랜드를 가지고 지속성장할 수 있는 방안으로 대체자동차부품산업과 튜닝산업의 육성을 제안하고자 함

1. 외국의 대체자동차부품시장(한국자동차부품협회 내부자료 활용)

- 정부 보고서에 의하면 대체부품 활용률은 프랑스 43.2%, 독일 19.8%, 미국 34%, 일본 13.5% 정도로 추정
- 2011년 기준 미국 자동차 보험업계에서 지급한 부품비용 중 OEM 부품으로 지급한 부분은 전체 부품비용의 66.1%에 불과하며, 33.9%는 OEM이외 대체부품을 사용하고 있음
- EU 자동차 부품 시장은 연간 약 440억 유로(66조원)에 이름. 이 중 20%는 완성차 업체에서 생산하고 있으며, 나머지 80%는 독자적인 부품업체에서 생산
 - 생산된 부품의 55~57%가 OEM으로 생산된 부품으로 유통되고, 43~45%는 독자적인 유통망을 통해 Non-OEM 부품으로 시장에 유통
- 유럽의 많은 보험사와 북미 대부분 보험사에서 Non-OEM 부품을 차수리에 사용
 - 미국 41개 주에서 Non-OEM 부품의 수리에 관한 법률이 있으며, 수리 시 해당 부품 사용의 관련내용을 명기하도록 규정
 - 영국의 경우, 주행거리 2만km 미만 차량과 신모델 차량을 제외한 모든 차량에 Aftermarket(Non-OEM) 부품사용이 가능하도록 명시
- 일본 우량부품(대체부품)의 시장규모
 - 일본자동차부품공업회(JAPIA)의 출하동향조사에 따르면 자동차부품메이커가 부품도매판매회사 등 직접시장에 출하하는 금액합계는 2,500억엔~5,000억엔 정도
 - 단, 정보관련부품(네비게이션, 하이패스 등)의 매상액도 포함되어 있어, 순정부품 판매액과 단순비교는 불가능(경제산업성 제조산업국 자동차과 (2014) ‘자동차보수부품산업 미래비전’)

2. 대체자동차부품 강소기업 사례

<표 5> 한국진출 해외 대체부품 기업

| | 업체명 | 소재지 | 제조품목 |
|----|--|--|-------------|
| 1 | TYG | No.98, Section 2, An Ho Road, Tainan, Taiwan | 자동차 외장부품 |
| 2 | Eagle EYE | No.818, Zhongsan N. Rd., Yongkang Dist., Tainan City 710, Taiwan | 자동차 등화부품 |
| 3 | Good Go | No.13, Hongchang St., Linkou Dist., New Taipei City 24452, Taiwan | 자동차 외장부품 |
| 4 | Gordon | No. 48, Nieh His Rd., Luchu Hsiang, Taoyuan, Taiwan | 자동차 외장부품 |
| 5 | AP | No.456, SEC.2, KWOLING RD., 7 LIN, KWOLING LI, JHONGLI CITY, TAOYUAN COUNTY 320, TAIWAN | 자동차 외장부품 |
| 6 | Saftway | No. 36-3, Cijiao, Ciding Village, Jhunan Township, Miaoli County 35054, Taiwan | 자동차 외장부품 |
| 7 | Cobra king | No.198-168 Sec. 2 Nan Shan N. Rd. Keng-Kou Village, Lu-Tsu Hsiang, Tao-Yuan Hsien, Taiwan | 자동차 외장부품 |
| 8 | Depo | 22F., No.100, Sec. 2, Roosevelt Rd., Taipei 10084, Taiwan | 자동차 등화부품 |
| 9 | TYC | 72-2, SHIN-LDO RD., TAINAN 70248, TAIWAN | 자동차 등화부품 |
| 10 | Profortune | 14-37, Shih-Tou-Tso, Tun-Shan Li, Tamsui Distric, NewTaipeiCity, 25145 Taiwan | 자동차 외장부품 |
| 11 | Changzhou Dingliang Vehicle Accessories Co.,Ltd. | Xiaohe YanjiangRoad, Menghe Town, Xinbei Area, Changzhou, Jiangsu, China | 자동차 외장·등화부품 |
| 12 | Changzhou Runzhibo Vehicle Industry Co.,Ltd. | 13 Chengfeng Road, Menghe Town, Xinbei District, Changzhou Changzhou City, Jiangsu, China | 자동차 외장·등화부품 |
| 13 | Jiangsu Srumto Auto Parts Co.,Ltd | Zhongxing Road, Changchun Industrial Park, Xinqiao Town, Danyang City, Jiangsu Province, P.R China | 자동차 외장·등화부품 |
| 14 | Jiangsu yarujie vehicle industry Co.,Ltd | The Xinqiao Ind. Zone, Tianxin Village, Huangiang Town, Dongguan City, GuangDong Province, China | 자동차 외장부품 |
| 15 | Changheng Automobile component Industry Co.,Ltd | NO.489,Jiangpu Road, Kunshan City, YU-SAN Town, Jiangsu Province, China | 자동차 외장부품 |

- 2015년말 현재 국내진출 해외기업은 15개사로 주로 대만기업들이 시장을 선도하고 있음

■ [TYG-대만기업]

- 대만 중견 부품업체
- 혼다, 도요타, 미국 포드 등 세계 자동차 업체에 범퍼와 보닛, 몰딩류, 라이에이 터그릴를 공급
- 미국과 유럽의 인증을 받은 상태, 완성차 업체 주문자 상표부착생산(OEM)방식으로 전체 물량의 50%, 나머지는 자사 브랜드로 대체 부품을 생산 및 판매하고 있음
- 연매출 4조원 이상
- 우리나라에서는 벤츠 E클래스, BMW 3시리즈, 폴크스바겐 골프 전면부 펜더 출시예정

■ [AP-대만기업]

- 후토글로벌모터스와 함께 BMW·메르세데스-벤츠·폭스바겐 등 웬더 부품 16종에 대한 인증을 마친 상태

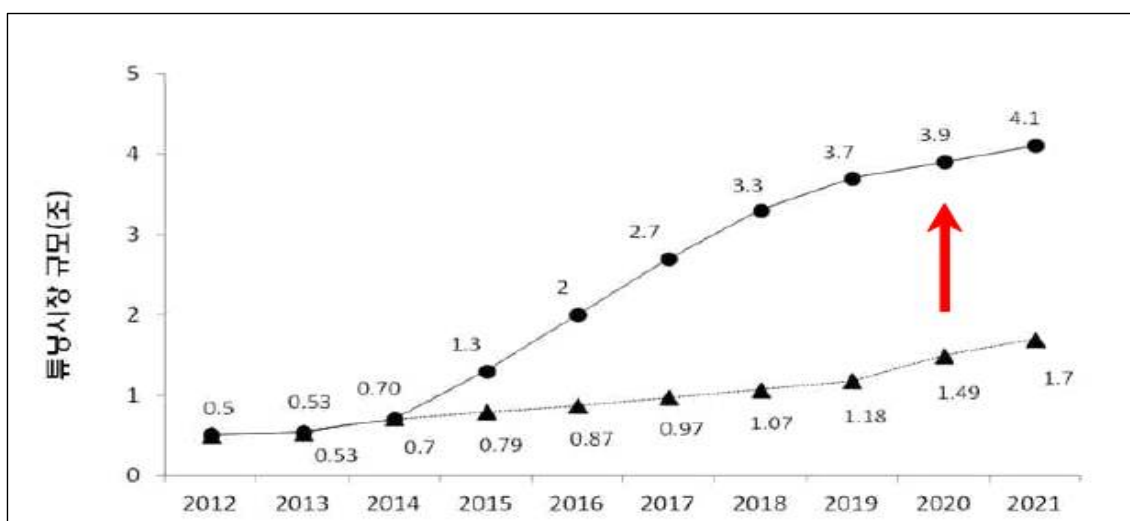
■ [TYC-대만기업]

- 중국에서 11개의 개별 공장을 운영하고 있으며, 유럽 부품시장의 자유화를 대비하여 이탈리아의 소규모 부품 제조업체와 도매 업체의 매입을 통해 유럽시장 공략을 준비 중
- 이처럼 대만의 유명 대체자동차부품기업들이 우리나라에 자사제품의 인증을 요청하고 있어 대체자동차부품시장을 선점당할 수 있음
 - 따라서 지역에서 대체자동차부품산업을 육성할 수 있도록 정부의 지원과 규제 완화가 시급한 시점이라고 할 수 있음

- 자동차 튜닝사업은 중앙정부에서 창조경제의 일환으로 선정하여 육성계획을 추진
 - 정부는 지난 2014년 자동차 튜닝산업 진흥대책을 발표, 자동차 관리법 시행령을 개정하는 등 규제 완화와 제도 정비로 튜닝산업 활성화 근거를 마련
 - 고용노동부는 국내 자동차 튜닝시장 규모가 2014년 1조 2,000억 원에서 2020년 4조 원까지 증가할 것으로 전망
- 그럼에도 불구하고 튜닝산업은 아직 시장초기단계에 있으며, 활성화를 위해서는 보다 많은 정책적 뒷받침이 필요한 상황
 - 중앙정부차원의 지원정책은 물론 지자체의 튜닝산업 육성노력이 필요
- 자동차 튜닝산업은 자동차 애프터마켓과 연계가 가능하며, 대체자동차부품산업과도 매우 밀접한 관계가 있어, 두 산업 간에 시너지 효과가 큼
 - 애프터마켓이라는 공통점과 시설과 장비의 공유가 가능
- 특히 대체자동차부품산업과 튜닝산업은 국가가 미래 신성장동력으로 육성하고자 하는 스마트카(지능형자동차), 친환경자동차(전기, 수소자동차) 등과도 연계발전이 가능
- 또한 제조업 중심산업에서 벗어나 서비스산업의 육성도 가능해져 내수 진작 및 AS시장의 활성화에도 기여
 - 자동차 튜닝산업은 제조업을 중심으로 서비스 등 3차 산업적 요소가 가미된 2.5차 산업으로 분류하기도 함(강인수 외, 2.5차 자동차산업의 발전방안)
 - 2.5차 산업은 소비자의 개별적 요구가 제품에 반영되어 생산·판매되기 때문에 제품의 다양화는 물론 고급화, 고부가가치화, 첨단화가 빠르게 이루어진다는 특징이 있음
- 세계 튜닝시장 규모는 100조원(2012년기준)으로 매년 5%씩 성장하고 있음

- 미국 35조, 독일 23조, 중국 17조, 한국 0.5조 정도로 추정(자동차 튜닝산업 진흥대책, 관계부처 합동)
- 일본의 경우 튜닝산업 규모는 20조원 정도로 추정이며 우리나라는 5천억원 규모로 추정(국내 자동차 튜닝산업 현황과 활성화 방안은?, 김필수)
 - 일본의 경우 생활 밀착형 튜닝을 활성화하여 경차튜닝 등 일반이이 참가하는 생활 튜닝이 주도하고 있음
 - 특히 안전에 직결된 품목의 경우 철저한 민간인증을 통과해야 하며, 안전에 직결된 휠 등은 일본 알루미늄휠 협회(JAWA)에서 인증
 - 또한 메이커 차원의 튜닝과 애프터마켓 튜닝이 구분되어 대기업과 중소기업의 역할 분담을 통한 상생구조가 정착되고 있음
- 우리나라 자동차 생산량은 세계 6위이나 튜닝시장은 주요 자동차 생산국임에 비해 규모가 매우 작음
- 우리나라 자동차 튜닝시장은 12년 현재 5천억/1만명 규모이나 2020년 4조/4만명까지 성장이 예상(자동차 튜닝산업 진흥대책, 관계부처 합동)
 - 제작사 튜닝 활성화, 튜닝부품 인증제도 도입에 따른 튜닝시장성장가능성을 고려할 때 평균성장 대비 2배 이상의 성장 예상

[그림 3] 우리나라 튜닝시장 전망



자료: 자동차 튜닝산업 진흥대책, 관계부처 합동

- 충남에서 대체자동차부품산업과 튜닝산업을 충남도에서 지원하기 위해서는 우선적으로 기술개발과 인증을 위한 전문센터의 구축이 필요
- 충남이 기술개발 및 인증센터를 건립함에 있어 ①“대체자동차부품 전문센터”와 ②“튜닝부품 전문센터”를 합쳐 대체 및 튜닝부품 인증센터로 확대 개편 필요
 - 대체자동차부품과 튜닝부품을 구분하여 두개의 전문센터를 건립하는 것보다는 하나의 센터로 통합하여 시설/장비/공간을 공유할 필요성이 있음
 - 건물건립비용 및 시설·장비비용 절감을 통해 2개의 센터 건립비용의 56% 절감 가능
- 대체부품과 튜닝부품은 대부분 자동차의 범용 부품으로 공통적인 부분이 많음
 - 산업이 고도화되고 융·복합화가 빠르게 진행되고 있는 시점에 두 센터의 통합 추진이 필요
- 충남 대체 및 튜닝부품 인증센터는 대체자동차부품은 물론 튜닝부품개발 관련 연구를 지원하며, 고성능, 고부가가치, 신소재 등의 튜닝 부품을 개발하고 개발 부품에 대한 상용화를 지원하여 지역 튜닝 부품개발 산업 활성화에 기여
- 충남은 대체 및 튜닝인증센터 구축을 통해 기술개발 및 인증지원을 강화하고 관련 기업을 집적시켜야 함

<표 6> 타시도 센터추진 사례

- 대구시는 튜닝의 활성화와 전문적인 인력 양성을 위해 390억 원을 들여 ‘대구튜닝전문지원센터’의 건립계획을 추진
 - 2017년 1월 착공하여 2018년 3월 센터를 준공할 계획
 - 대구시는 튜닝부품 성능을 비교할 수 있는 테스트베드도 구축해 이미 운영 중인 주행시험장에서 실증토록 할 예정
- 경북도는 김천혁신도시 내 교통안전공단 등과 함께 2020년까지 대규모 자동차 튜닝 클러스터 구축을 계획
 - 혁신도시 인근에 저렴한 산업단지를 활용해 가상체험 및 전시, 튜닝부품 성능시험 등 자동차 복합단지를 조성
- 전남도는 국내 유일의 국제공인 경주장인 영암 F1 경주장 주변에 2022년까지 5,700억 원을 들여 성능시험·평가, 자동차 튜닝 연구·개발, 품질인증 등 인프라를 구축할 예정
- 울산 북구는 자동차 튜닝 홍보관을 건립하고, 튜닝 전문인력의 양성을 위한 기반마련 등을 검토 중에 있으며, 전북도는 탄소복합재를 활용한 자동차 튜닝 부품 개발에 나섬
- 이처럼 타시도는 튜닝산업에 적극적으로 뛰어들어 지역산업과 연계발전을 추진하고 있어, 충남도 또한 발빠른 대처가 필요

1. 소비자의 안전성 확대 측면

■ 성능의 개선 및 안정성 확보

- 성능이 불안정한 대체 및 튜닝부품은 소비자의 안전을 위협
 - 자동차의 경우 사소한 문제가 큰 사고로 이어질 수도 있기 때문에 음성적 시장의 대체부품과 불법적인 튜닝 부품시장을 대체할 합법적이고 인증된 대체 및 튜닝부품 산업의 육성이 필요
- 또한 불량제품의 유통은 제품의 신뢰도를 하락시켜 대체자동차부품 및 튜닝 시장의 활성화에 부정적 영향을 미침
- 충남 대체부품 및 튜닝 기술개발 및 인증센터에서 성능이 입증된 부품이 유통된다면 소비자들의 안전을 보장할 수 있고, 대체자동차부품과 튜닝시장을 빠르게 성장시킬 수 있음

2. 중소기업 육성 측면

■ 중소기업 육성지원

- 우리나라 대부분의 중소기업은 연구개발 분야가 매우 취약
- 따라서 연구개발(R&D) 능력이 부족한 중소부품기업에 대한 지원이 필요
- 관련 장비지원, 기술지원, 경영 컨설팅을 통해 대체자동차부품 및 튜닝 관련 중소기업을 지원하고 세계적인 부품기업으로 육성 필요

■ 기업의 가치사슬 개선

- 우리나라 자동차부품산업은 가치사슬 상 수직적 중층구조로 구성되어 있어 기업간 시장지배구조가 불균형적이고, 이로 인해 중소 부품기업들의 독립적 제품개발 및 설계, 기술개발능력이 부족하게 되어 글로벌 경쟁력을 확보하기 어려운 상황에 있음
- 인증제도를 통해 중소기업이 자체브랜드를 가지고 시장에 진출한다면 보다 다양한 제품의 생산이 가능하고 빠른 시장 활성화가 가능

■ 수출경쟁력 확보

- 우리나라 자동차부품산업은 완성차 업체에 대한 의존도가 높고, 수출경쟁력이 매우 낮아 부품산업의 전반적인 수출경쟁력은 매우 낮았음
- 완성차 중심의 수출구조에서 부품산업의 수출경쟁력 강화를 위해서는 대기업 중심의 지배구조 개선이 반드시 필요하며, 대체부품산업의 수출경쟁력 강화를 위한 대체부품산업의 허브조성을 통해 대체부품산업의 중장기적 수출경쟁력 확보

3. 비용절감 측면

■ 소비자의 선택권 확보

- 비싼 순정부품을 원하는 소비자부터 값싸고 품질 좋은 대체부품과 튜닝부품을 원하는 소비자까지 소비층 다양
 - 튜닝산업은 개성이 강한 젊은 층을 대상으로 마케팅하고, 대체부품은 디자인의 변화에 거부감이 있는 소비자를 대상으로 마케팅 계획을 수립
- 그러나 제품의 신뢰성이 보장되지 않는다면 대체자동차부품 및 튜닝산업은 활성화될 수 없음

■ 합리적인 수리비용 및 보험료 절감

- 인증을 통한 우수부품이 시장에서 인정받고, 보험처리 시 활용가능하게 된다면 빠른 대체 및 튜닝 부품시장형성이 가능

4. 시장의 선점 측면

■ 대체자동차부품 및 튜닝 시장 선점차원

- 대만의 유명 대체자동차부품회사 TYG는 발빠르게 한국에 진입
- 우리나라가 적절히 대응하지 못하고 지금의 시장이 고착화 되면 우리나라 대체부품시장을 대만기업에게 빼앗길 수 있음
- 따라서 대체부품 및 튜닝의 기술개발, 인증, 인력양성 등을 위한 전문 인증 기술개발센터의 설립이 시급

■ 지역산업 활성화

- 자동차부품산업은 우리나라 주력 제조업이자 충남 4대전략사업

- 충남에는 총1,062개 자동차부품 제조업체 소재(자동차부품산업 부가가치 비중 12.7%)하고 있고 종사자 수는 전국 2위(전국대비 12.78%)
- 또한 다양한 인프라(충남TP자동차센터, 자동차부품 연구원 등)가 있음
- 특히 충남의 중심에 위치한 내포신도시는 ① 충남도청이 이전한 행정중심 복합도시로서 ② 주변지역에 완성차업체(현대, 기아) 입주, 자동차부품기업 밀집, ③ 연계 활용 가능한 노동력 풍부, ④ 편리한 교통 및 물류(당진항, 대산항), 대중국 수출 전진기지 역할 등 자동차 대체부품 생태계 육성을 위한 최적지임
- 2014년 기준 우리나라 자동차부품제조업의 출하액은 97.0조, 부가가치는 28.8조이며, 충남의 경우 자동차부품제조업의 출하액은 14.8조, 부가가치는 4.4조임
- 만약 전체부품시장에서 30%만 대체부품이 사용된다면 대체자동차부품규모는 우리나라의 경우 8.6조의 부가가치가 예상됨

<대체자동차부품시장 부가가치>

| 현 대체자동차부품시장 부가가치 | | 미래 대체자동차부품시장 부가가치 |
|---------------------|---|-------------------------------|
| 0조원 | ➡ | 8.6조원 (현재 부품시장의 30% 가정) |

- 2012년 현재 우리나라의 튜닝시장 규모는 0.5조에 불과한데, 대체자동차부품의 경우 향후 8.6조까지 성장이 가능할 것으로 여겨져, 튜닝시장보다 큰 시장이 예상

<주요국 튜닝시장 규모 현황(2012)>

| 미국 | 독일 | 중국 | 일본 | 한국 |
|------|------|------|------|-------|
| 35조원 | 23조원 | 17조원 | 14조원 | 0.5조원 |

- 또한 튜닝시장이 4조 규모로 성장한다면 충남의 튜닝시장은 6천억 규모가 될 것으로 여겨짐

<대체자동차부품 및 튜닝시장 부가가치>

