

전략연구 2017-08

충남 자동차 대체부품산업 육성방안

- 소비자 및 차수리 서비스업 종사자의 인식조사를 중심으로 -

김양중

충남연구원 연구위원

kyj0509@cni.re.kr

연구 요약

1. 연구의 필요성 및 목적

- 국토교통부의 자동차관리법 시행규칙 개정(2014.10.31.)으로 인증 자동차 대체 부품 시장이 새롭게 열림
 - 자동차 대체부품은 완성차에 처음 장착된 부품(순정품)과 비교하여 성능과 품질이 동일하거나 유사하여 이를 대체할 수 있는 부품을 말함
- 그동안 자동차 수리 시 OEM¹⁾ 부품(일명 순정품)이 주로 사용되었지만, 대체 부품 인증제도²⁾를 통해 대체부품도 품질을 보장받게 되었음
- 이제 자동차부품기업이 OEM이 아닌 자기 브랜드를 가지고 순정과 동일한 부품을 생산할 수 있게 되었고, 이는 자동차부품산업 생태계에 긍정적 영향을 미칠 것으로 여겨짐
 - 자동차 수리용 부품시장에서 가격은 저렴하면서도 성능과 품질이 인증된 자동차 대체부품 공급의 확대가 기대
 - 자동차부품시장의 새로운 변화는 신성장동력 발굴에 어려움을 겪고 있는 충남에 큰 기회가 될 수 있음
- 이와 같은 배경 아래에서 자동차부품 소비자와 차수리센터 종사자들의 인식조사를 통해 충남 자동차 대체부품산업의 활성화를 위한 정책 방향과 전략을 제시하는 것이 본 연구의 목적임

1) OEM(Original Equipment Manufacturing)은 주문자 상표 부착품으로 주문자가 요구하는 제품과 상표 명으로 완제품을 생산하는 방법임

2) 대체부품 인증제도는 정부의 심사를 거쳐 지정된 인증기관에서, 중소기업에서 제작된 대체부품의 성능과 품질을 심사하여 인증함으로써, 대체부품을 소비자가 안심하고 사용할 수 있게 하는 제도

2. 자동차 대체부품 인증제도 설명

1) 대체부품 인증제도 도입배경

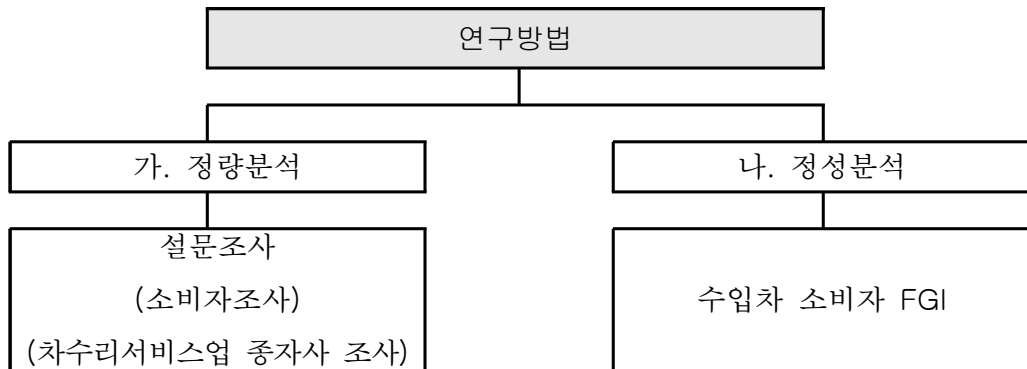
- 국내에서는 자동차 수리 시 완성차업체에서 공급한 OEM 부품을 대부분 사용해 왔음
 - 특히 수입차의 경우에는 수리 시에 고가의 자체부품이 주로 사용되어 수리비 및 보험비의 증가 등 사회적 문제가 발생되기도 함
 - 국산차의 경우에도 완성차업체의 OEM 부품이 주로 사용되어 소비자 수리 부담이 가중되고, 자동차부품기업의 자기브랜드 개발위축 등이 문제로 지적
- 이에 가격은 더욱 저렴하면서도 품질은 비슷한 자동차 대체부품이 시장에서 정식적으로 유통 될 수 있도록 국토교통부에서 대체부품 인증제도를 도입하게 되었음
- 대체부품의 인증품목은 안전에 미치는 영향은 적으면서도 자동차 수리에는 많이 사용되고, 수리비는 높은 외장부품 위주였으나, 소모성 부품, 기능성 부품으로 점점 확대되고 있음

2) 대체부품 인증제도의 한계

- 국토교통부에서 추진 중인 대체부품 인증제도는 2017년 현재 국내 완성차업체의 디자인권에 묶여 수입차 부품에만 적용되고 있음
 - 현재 우리나라 완성차업체들은 대부분의 정비용 자동차부품에 대하여 디자인권을 등록하고 있고, OEM 부품 중심의 유통구조를 구축하고 있음
- 따라서 중소 자동차부품기업이 국산차의 대체부품을 생산, 판매하고자 할 때 자체 생산·유통이 불가능하므로, 규제가 완화되지 않는다면 정부에서 추진하고 있는 자동차 대체부품시장의 활성화는 거의 불가능한 실정

3. 연구의 방법 및 자료

- 본 연구는 설문조사를 통한 정량분석과 소비자 FGI를 통한 정성분석을 통해 시사점을 도출



- 소비자 표본은 지역별로 랜덤 추출된 150명을 대상으로 하였으며, 차수리 서비스업 종사자는 지역별로 랜덤 추출된 100명을 대상

〈표본 설계〉

표본크기	① 소비자 표본 150명 ② 차수리서비스업 종사자 표본 100명
표본추출방법	지역별 랜덤 추출방법 활용

- 설문은 전문 리서치기관 조사원의 사업체 방문을 통한 일대일 면접조사로 진행

4. 분석결과 및 시사점

- 분석결과를 바탕으로 자동차부품기업에 주는 시사점과 충남에 주는 시사점으로 구분하여 제시

1) 기업에 주는 시사점

〈기업에 주는 시사점〉

구분	내용
주요고객 선정	- 5년 이상 자동차를 소유한 소비자(수입차의 경우 3년)
주요 육성품목	- 시장초기에는 등화부품, 기능성부품, 소모성부품 위주로 시장에 진출하고 이후 범퍼와 차체 등 진출이 필요
제품의 경쟁력 강화방안	- 시장의 성공적 진출을 위해서는 가격경쟁력 확보가 중요

- 자동차 대체부품시장의 주요 고객 타기팅은 5년 이상 된 자동차를 소유한 소비자를 대상으로 해야 함
 - 5년 이상 된 자동차를 소유한 소비자의 92.5%가 자동차대체부품을 활용하겠다고 응답
 - 아직까지 우리나라 소비자는 순정부품을 선호하고, 특히 새 차인 경우에는 대체부품 사용에 대한 반감이 있기 때문에 5년 이상 자동차 소유자를 집중 공략하는 전략이 필요
 - 그러나 수입차의 경우는 수리비가 매우 비싸기 때문에 3년 이상 자동차를 소유한 소비자를 대상으로 마케팅 전략을 수립할 필요성이 있음
- 시장 초기에는 범퍼, 차체보다는 등화부품, 기능성부품, 소모성부품 위주로 시장에 진출하고 이후 범퍼와 차체 등 진출이 필요
 - 대체부품으로 등화부품을 적극적으로 활용하겠다는 응답이 29.2%로 가장 높게 나타났고 기능성부품 21.4%, 소모성부품 18.9% 순으로 응답

- 시장 초기에는 기능성부품(쇼바, 점화플러그, 브레이크, 와이퍼 등), 소모성 부품(에어필터, 오일필터, 엔진오일, 부동액, 배터리 등) 등 겉으로 보이지 않는 부품개발과 생산이 기업 판로에 유리
- 특히 수입차 소비자의 경우에는 안전에 더 민감하므로 기능성 부품보다는 소모성부품으로 초기시장을 공략할 필요성 있음

● 순정부품과의 경쟁에서 이기기 위해서는 자동차 대체부품의 가격경쟁력 확보가 가장 중요

- 소비자의 60.0%가 비순정부품을 사용하는 이유로 가격이 저렴하기 때문 이라고 응답하였고, 수리센터의 권유(32.7%), 순정부품을 구하기 어려워서 (7.3%)라고 응답
- 기업 입장에서 원가절감이 가장 어려운 부분이기 하지만 시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 합리적인 가격책정이 필요
- 품질경쟁력도 중요하겠지만, 가격경쟁력 확보를 위한 기업의 노력이 필요

2) 충남에 주는 시사점

〈충남에 주는 시사점〉

구분	내용
홍보강화	낮은 인지도와 부정적인 이미지 개선
기술지원	가격 및 품질경쟁력 강화를 위한 기술지원
규제완화	디자인보호법 개정을 위한 노력 필요

- 아직 대체부품 및 대체부품인증제도에 대한 소비자의 인지도가 낮으므로 정부나 지자체 차원의 적극적인 홍보가 필요(낮은 인지도 개선 필요)
- 시행 후 2년이 지났음에도 불구하고 대체부품 인증제도에 대해 모른다고 응답한 비중이 37.3%, 전혀 모른다고 응답한 비중이 9.3%로 나타나 아직은 많은 소비자가 이 제도에 대해 잘 알지 못하는 것으로 나타남

- 특히 수입차 소유자의 경우 인지도가 매우 낮아, 수입차 소유자를 대상으로 하는 홍보방안 마련이 필요

● 또한, 대체부품에 대해 재생부품, 중고부품 등과 같은 부정적인 이미지가 크게 나타남

- 재생이미지가 42.9%, 중고이미지가 28.6%, 가짜이미지가 8.7%로 나타남
- 순정부품을 생산하는 동일기업에서 대체부품도 생산한다는 것을 올바르게 인지시켜야 함
- 또한, 대체부품의 신뢰도를 높이기 위해서는 무엇보다 비순정부품 시장에서 유통되는 제품에 대한 정보의 투명성 확보가 필요

● 자동차 대체부품 생산기업이 시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 제품의 가격과 품질 경쟁력이 뒷받침되어야 함

- 소비자는 자동차 대체부품시장이 활성화되기 위해서는 순정가격의 65.9% 정도 수준에서 가격이 결정되어야 한다고 응답하였고, 성능은 76.6% 정도 수준이 되어야 한다고 생각
- 따라서 중소기업의 기술개발을 뒷받침해줄 수 있는 정부 차원의 대체부품 인증·시험센터의 구축이 필요
- 또한, 대체부품도 충남의 전략산업인 자동차부품산업에 포함되기 때문에 충남의 지역산업발전계획에 포함해 R&D 지원, 경영컨설팅, 인재육성 등 산업육성정책을 마련해야 함

● 현재까지 국산차의 경우 디자인 보호법에 묶여 인증 대체부품을 생산할 수 없지만, 대부분 자동차 수리서비스업 종사자와 소비자들이 불합리한 규정이라고 생각하고 있음

- 소비자의 96.9%가 디자인보호법 규제 완화가 필요하다고 응답
- 정부의 적극적인 디자인 보호법 개선책 마련 등등 새로운 시장을 위한 규제 완화가 필요한 시점

5. 충남의 정책 방향 및 전략

- 앞서 언급한 소비자와 서비스업 종사자의 인식조사 결과를 바탕으로 충남도가 추진해야 하는 산업육성정책의 3대 방향과 9대 추진전략을 제안하고자 함

〈충남 자동차 대체부품산업 육성 정책방향 및 전략〉

정책 방향	<ol style="list-style-type: none"> 1. 자동차 대체부품시장의 저변확대 2. 중소자동차부품기업 지원방안 마련 3. 자동차 대체부품산업 기반마련 						
추진 전략	<table> <tr> <td>정책 방향 1</td><td>○ 전략1: 자동차 대체부품 홍보 및 인식개선 ○ 전략2: 자동차 대체부품 정보의 투명성 확보 ○ 전략3: 보험시장과의 연계방안 마련</td></tr> <tr> <td>정책 방향 2</td><td>○ 전략1: 수출거래처 발굴 ○ 전략2: 스타 대체부품기업 육성 ○ 전략3: 대체부품기업 네트워크 구축</td></tr> <tr> <td>정책 방향 3</td><td>○ 전략1: 산업집적을 위한 대체부품 클러스터 구축 ○ 전략2: 차수리 서비스시장 인력양성 ○ 전략3: 규제철폐 건의</td></tr> </table>	정책 방향 1	○ 전략1: 자동차 대체부품 홍보 및 인식개선 ○ 전략2: 자동차 대체부품 정보의 투명성 확보 ○ 전략3: 보험시장과의 연계방안 마련	정책 방향 2	○ 전략1: 수출거래처 발굴 ○ 전략2: 스타 대체부품기업 육성 ○ 전략3: 대체부품기업 네트워크 구축	정책 방향 3	○ 전략1: 산업집적을 위한 대체부품 클러스터 구축 ○ 전략2: 차수리 서비스시장 인력양성 ○ 전략3: 규제철폐 건의
정책 방향 1	○ 전략1: 자동차 대체부품 홍보 및 인식개선 ○ 전략2: 자동차 대체부품 정보의 투명성 확보 ○ 전략3: 보험시장과의 연계방안 마련						
정책 방향 2	○ 전략1: 수출거래처 발굴 ○ 전략2: 스타 대체부품기업 육성 ○ 전략3: 대체부품기업 네트워크 구축						
정책 방향 3	○ 전략1: 산업집적을 위한 대체부품 클러스터 구축 ○ 전략2: 차수리 서비스시장 인력양성 ○ 전략3: 규제철폐 건의						

1) 자동차 대체부품시장의 저변 확대

- ① 충남이 자동차 대체부품산업을 육성하기 위해서 가장 중요한 것은 대체부품에 대한 소비자의 인식개선 노력이 필요
 - 대체부품은 순정부품과 성능이 같거나 그 이상이어야만 인증받을 수 있다는 것을, 소비자에게 적극적으로 홍보해야 함

② 소비자가 대체부품에 대해 부정적인 것은 순정부품과 비교하여 제품에 대한 정보가 불투명하기 때문임

- 분산되어있는 대체부품 인증·시험 기능을 한곳에서 수행하고, 인증 대체부품을 활용하는 자동차 수리 센터의 경우 충남 차원의 인증마크를 제작하여 시도 및 시군홈페이지를 통해 적극적으로 홍보해야 함

③ 또한, 대체부품시장이 더욱 활성화되기 위해서는 자동차보험 시장과 연계가 중요

- 자동차사고를 보험처리 할 때 순정부품을 사용하는 대신 대체부품 사용한 다면 보험료를 할인해 주는 등 보다 적극적인 시장 활성화 방안 마련이 필요
- 현행 자동차보험 보상체계는 차량 연식이 오래된 차량도 고가의 OEM 신 부품으로 교환하고 있어 불필요한 보험금이 지출
- 따라서 노후 차량은 외장부품 교환 시 감가상각을 고려하여 정부가 품질을 인증하는 대체부품 사용을 의무화할 필요성이 있음

2) 중소자동차부품기업 지원방안 마련

① 아직 국내 대체부품시장이 미성숙한 단계에서 중소 자동차부품기업이 대체 부품시장에 투자하기는 쉽지 않음

- 따라서 충청도에서 추진하고 있는 ‘해외바이어 초청 수출상담회’를 적극적으로 활용하여 미국, EU, 중국 등 대체부품수요가 충분한 국가를 대상으로 바이어를 발굴해야 함
- 또한 ‘중소기업 해외 지사화 사업’과 ‘맞춤형 해외시장조사 사업’ 등을 통해 해외 대체부품 시장조사, 거래처 발굴 등 적극적인 지원책을 마련해야 함

- ② 해외 대체부품시장조사를 통해 수출거래처와 시장에 대한 정보가 확보되면, 바이어 구매의향 품목을 생산할 수 있는 대체부품기업을 육성해야 함
- 충남이나 타시도의 자동차부품기업이 이 시장에 투자할 수 있도록 적극적인 투자유치 노력이 필요
 - 자동차부품산업육성에 투입되는 일부 예산을 대체부품산업을 위해 별도로 구분하여 지원할 필요성도 있음
- ③ 분야별 스타 기업을 육성하기 위해서는 대체부품 기업의 네트워크가 매우 중요
- 충남은 대체부품시장에 투자를 희망하는 기업을 대상으로 한 네트워크를 구축하고, 모임에 들어가는 제반 비용 지원
 - 대체부품세미나, 관련 워크숍, 포럼 등 기업인들과 전문가가 모여서 정보를 공유할 수 있도록 해야 함

3) 자동차 대체부품산업 기반마련

- ① 충남이 대체부품산업을 육성하고 시장을 선도하기 위해서는 대체부품 전문 산업 단지의 개발을 통해 산업의 집적을 유도하는 것이 필요
- 충남의 내포 지역은 충남의 중심부이고 인근에 자동차부품산업이 발달하여 대체부품을 육성하기 위한 최적의 장소라고 할 수 있음
 - 산업단지가 구축되고, 지원시설인 대체부품 인증·시험센터가 설립된다면, 이는 충남 대체부품산업 클러스터 구축을 위한 핵심시설이 될 것임
- ② 대체부품산업은 차수리 서비스시장과 매우 밀접한 관련이 있으므로 인력양성이 매우 중요
- 수입차의 경우 차수리가 국산차만큼 쉽지 않고 관련 전문가도 부족한 실정이어서, 수리비가 매우 비쌈

- 따라서 수입차를 전문적으로 수리하고 관리할 수 있는 인력양성이 중요하며, 수입차에 대한 전문적인 교육 프로그램과 실습을 통과한 사람에게 대체부품 자격증을 발부하여 시장의 신뢰도를 높이는 전략이 필요

③ 현재 우리나라 완성차업체들은 대부분의 정비용 자동차부품에 대하여 자사 디자인권을 등록하고 있어, 이에 대한 규제 완화가 시급

- 자동차부품제조업체가 국산차의 대체부품을 생산, 판매하고자 할 때 디자인 보호법에 묶여 자체 생산·유통이 불가능
- 따라서 부품을 교환하거나 수리하는 등의 정비를 목적으로 사용되는 자동차부품에 대해서는 완성차업체의 디자인권리를 적극적으로 배제하여 우수한 기술력을 가진 중소·중견 부품제조업체가 고유브랜드를 가지고 어려움 없이 생산·공급할 수 있도록 해야 함

6. 요약 및 제언

- 국토교통부의 자동차관리법 시행규칙 개정(2014.10.31.)으로 인증 자동차 대체 부품 시장이 열렸지만, 우리나라 기업이 아닌 대만기업들이 시장을 선도 하고 있음
 - 대만의 유명 자동차부품기업들은 인증제도 시행에 따라 우리나라에 자사제품의 인증을 요청하고 있어, 우리나라 대체자동차부품시장을 선점당할 수 있음
 - 특히 거대 수입차 시장인 중국을 대상으로 하는 수출시장까지 빼앗길 가능성이 큼
- 그러나 우리나라 완성차업체들은 대부분의 정비용 자동차부품에 대하여 디자인권을 등록하고 있고, OEM부품 중심의 독점적 유통구조를 구축하고 있음
 - 자동차부품제조업체가 국산차 대체부품을 생산, 판매하고자 할 때 자체 생산·유통이 불가능하므로 규제가 완화되지 않는다면 정부에서 추진하고 있는 자동차 대체부품시장의 활성화는 거의 불가능한 실정

- 따라서 대체자동차부품산업을 육성할 수 있도록 정부 차원의 적극적인 지원과 규제 완화가 시급한 시점

- 이와 같은 배경 하에서 본 연구는 소비자와 차수리서비스업 종사자를 대상으로 인식조사를 시행하여, 충남 대체자동차부품산업 활성화를 위한 정책 방향과 전략을 제시하는 데 목적이 있음

- 본 연구를 통해 대체부품산업 및 관련 서비스산업이 발달한다면, 충남의 지역 경제는 더욱 굳건해 질 것임
 - 충남 자동차부품생태계가 더욱 견고해져, 완성차의존도가 줄어들고, 자동차부품 기업들도 자기 브랜드를 가지고 시장판매와 수출이 가능해질 것임
 - 소비자들의 선택권이 확대되어 차 수리 비용이 절감되고, 보험시장까지 확대된다면 보험의 사회적 비용도 절감될 것임
 - 마지막으로 충남이 대체부품시장의 메카가 된다면, 관련 기업의 투자유치가 확대 되고, 차수리서비스업 등 내수시장이 활성화될 것으로 기대됨

목 차

제1장 서론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	1
2. 자동차 대체부품 인증제도 고찰	3
1) 대체부품 인증제도 도입배경	3
2) 대체부품 인증품목	3
3) 대체부품 인증제도의 한계	4
4) 대체부품산업육성의 필요성	5
제2장 자동차부품 및 차수리서비스 산업 현황	7
1. 자동차산업 및 서비스업 현황	7
1) 자동차산업현황	7
2) 자동차부품산업현황	8
3) 차수리 서비스업 현황	11
2. 대체자동차부품시장 현황	12
1) 외국 대체자동차부품시장 현황	12
2) 해외기업 국내진출 현황	12
3. 자동차부품 유통업 현황	15
제3장 연구의 범위 및 방법	16
1. 연구의 범위	16
2. 연구의 추진체계	16

3. 연구의 방법 및 자료	17
----------------------	----

제4장 분석결과 및 시사점	20
----------------------	----

1. 소비자 설문조사 분석결과	20
1) 자동차 대체부품 인지도 조사	20
2) 자동차 대체부품 선호도 조사	22
3) 자동차 대체부품 이미지 조사	23
4) 자동차 대체부품 만족도	25
5) 자동차 수리 경험	27
6) 자동차 대체부품 시장전망	31
7) 자동차 대체부품활성화 방안	33
2. 자동차수리 서비스업 종사자 설문조사 분석결과	35
1) 자동차 대체부품 인지도 조사	35
2) 자동차 대체부품 선호도 조사	37
3) 자동차 대체부품 이미지 조사	38
4) 자동차 대체부품 만족도	40
5) 자동차 수리 경험(자동차 수리 센터)	42
6) 자동차 대체부품 시장전망	48
7) 자동차 대체부품활성화 방안	49
3. 소비자 FGI 분석결과	52
1) 인지도 조사	52
2) 선호도 조사	52
3) 이미지 조사	53
4) 만족도 조사	53
5) 차수리 경험	53
6) 시장 전망	54
7) 대체부품 발전방안	54

4. 종합 시사점	55
1) 기업에 주는 시사점	55
2) 정부 및 충남에 주는 시사점	56
제5장 충남 대체부품산업 육성방안	59
1. 정책방향 1: 자동차 대체부품시장의 저변 확대	61
1) 전략 1: 자동차 대체부품 홍보 및 인식개선	61
2) 전략 2: 자동차 대체부품 정보의 투명성 확보	62
3) 전략 3: 보험시장과의 연계방안 마련	63
2. 정책방향 2: 중소자동차부품기업 지원방안 마련	63
1) 전략 1: 수출거래선 발굴	63
2) 전략 2: 스타 대체부품기업 육성	64
3) 전략 3: 대체부품기업 네트워크 구축	65
3. 정책방향 3: 자동차 대체부품산업 기반마련	65
1) 전략 1: 산업집적을 위한 대체부품 클러스터 구축	65
2) 전략 2: 차수리 서비스시장 인력양성	66
3) 전략 3: 규제철폐 건의	67
제6장 요약 및 제언	70

표 목 차

<표 1> 국토교통부의 자동차관리법 시행규칙 개정의 주요 내용	1
<표 2> 연구의 목적	2
<표 3> 등화부품 종류	3
<표 4> 외장부품 종류	4
<표 5> 자동차 산업 분류체계	7
<표 6> 2014년 충남 자동차 및 트레일러 제조업 현황	8
<표 7> 연도별 자동차부품산업 출하액	9
<표 8> 한국진출 해외 대체부품 기업	13
<표 9> 해외 대체부품기업 설명	14
<표 10> 설문조사 표본설계	18
<표 11> 자동차 대체부품 시장조사 방법	19
<표 12> 자동차 대체부품 인증제도 인지도	20
<표 13> 자동차 대체부품 인증제도 홍보경험	21
<표 14> 연식에 따른 자동차 대체부품 활용의향	22
<표 15> 자동차 대체부품 활용의향 품목	23
<표 16> 자동차 대체부품 이미지	24
<표 17> 자동차 대체부품 품질에 대한 의견	24
<표 18> 시장 활성화를 위한 순정대비 가격 및 성능 비중	25
<표 19> 자동차 대체부품 생산 국가별 신뢰도	26
<표 20> 자동차 수리 시 순정부품 사용 의심여부	27
<표 21> 비순정부품 사용여부	28
<표 22> 비순정부품에 대한 설명여부	29
<표 23> 비순정부품 사용 이유	30
<표 24> 비순정부품 사용 후 안전에 대한 걱정 여부	30

<표 25> 대체부품 시장전망	31
<표 26> 시장전망을 긍정적으로 보는 이유	32
<표 27> 시장전망을 부정적으로 보는 이유	32
<표 28> 디자인보호법 규제완화 여부	33
<표 29> 대체부품 인증·시험센터의 필요성	33
<표 30> 대체부품 인증·시험센터의 품질과 안전성 확대 기여여부	34
<표 31> 정부의 대체부품시장 활성화 노력의 성과	34
<표 32> 자동차 대체부품 인증제도 인지도	35
<표 33> 자동차 대체부품 인증제도 홍보경험	36
<표 34> 연식에 따른 자동차 대체부품 권유의향	37
<표 35> 자동차 대체부품 권유의향 품목	38
<표 36> 자동차 대체부품 이미지	39
<표 37> 자동차 대체부품 품질에 대한 의견	39
<표 38> 시장 활성화를 위한 순정대비 가격 및 성능 비중	40
<표 39> 자동차 대체부품 생산 국가별 신뢰도	41
<표 40> 비순정부품 취급여부	43
<표 41> 비순정부품에 대한 설명여부	44
<표 42> 비순정부품 권유 이유	45
<표 43> 비순정부품 품질과 가격에 대한 만족도	46
<표 44> 대체부품 권유의향	47
<표 45> 대체부품 시장전망	48
<표 46> 시장전망을 긍정적으로 보는 이유	48
<표 47> 시장전망을 부정적으로 보는 이유	49
<표 48> 디자인보호법 규제완화 여부	49
<표 49> 대체부품 인증·시험센터의 필요성	50
<표 50> 대체부품 인증·시험센터의 품질과 안전성 확대 기여여부	50
<표 51> 정부의 대체부품시장 활성화 노력의 성과	51
<표 52> 자동차 대체부품산업 육성방향 및 전략	60

<표 53> 대체부품 홍보 및 인식개선을 위한 추진시책	61
<표 54> 대체부품 정보의 투명성 확보를 위한 시책	62
<표 55> 보험시장과의 연계를 위한 시책	63
<표 56> 수출거래선 발굴을 위한 시책	64
<표 57> 스타 대체부품기업육성을 위한 시책	64
<표 58> 대체부품 네트워크 구축을 위한 시책	65
<표 59> 대체부품 클러스터 구축을 위한 시책	66
<표 60> 차수리 서비스시장 기반마련을 위한 시책	67
<표 61> 규제철폐를 위한 시책	68
<표 62> 자동차 대체부품산업 육성을 위한 전략별 시책	69
<표 63> 실태조사 주요 분석결과	71
<표 64> 대체자동차부품시장 육성의 기대효과	73



그림 목 차



[그림 1] 우리나라 자동차부품산업 출하액 추이	10
[그림 2] 충남의 자동차부품산업 출하액 추이	10
[그림 3] 연구의 범위	16
[그림 4] 연구관련 기관	17
[그림 5] 연구의 방법	17
[그림 6] 설문조사 진행순서	19
[그림 7] 실태조사를 통한 대체부품산업 육성방안 도출	59

제1장 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

국토교통부의 자동차관리법 시행규칙 개정(2014.10.31.)으로 인증 자동차 대체 부품 시장이 열렸다. 자동차 대체부품은 완성차에 처음 장착된 부품(순정품)과 비교하여 성능과 품질이 동일하거나 유사하여 이를 대체할 수 있는 부품을 말한다.

<표 1> 국토교통부의 자동차관리법 시행규칙 개정의 주요 내용

① 대체부품인증 절차와 방법을 규정
<ul style="list-style-type: none">- 대체부품의 성능·품질인증을 받으려는 자(대부분 중소 부품제조사)는 국토부장관이 지정한 대체부품 인증기관(이하 인증기관)에 인증을 신청- 인증기관은 동 부품이 인증기준에 적합한지 여부를 심사한 후, 적합할 경우 인증서 발급- 부품에 대한 인증서를 발급받은 부품제조사는 인증기관이 정한 인증표시를 하여 판매
② 대체부품 인증기준을 규정
<ul style="list-style-type: none">- 대체부품의 규격과 재료의 물리적·화학적 특성이 자동차제조사에서 출고된 자동차에 장착된 순정품과 동일하거나 유사하여야 함
③ 인증기관 지정기준을 규정
<ul style="list-style-type: none">- 인증기관은 자동차부품 관련 기관·단체 또는 협회 중에서 국토부장관이 지정하는 기관으로서, 대체부품 인증업무에 필요한 인력과 설비를 갖추어야 함
④ 판매된 대체부품에 대한 사후관리 방안을 규정
<ul style="list-style-type: none">- 인증되어 판매된 대체부품에 대해서는 성능시험대행자(자동차안전연구원)로 하여금 품질조사 등 사후관리를 하도록 규정

출처: 국토교통부 자동차관리법 시행규칙

그동안 자동차 수리시 OEM¹⁾ 부품(일명 순정품)이 주로 사용되었지만, 대체부품 인증제도²⁾를 통해 중소 자동차부품기업에서 자체적으로 제조한 부품도 품질을 보장받을 수 있다. 앞으로 자동차 수리용 부품시장에 가격은 저렴하면서도 성능과 품질이 인증된 자동차 대체부품의 공급이 활성화될 것으로 여겨진다. 이를 통해 소비자의 자동차 수리비가 절감되는 것은 물론, 우수한 기술력을 갖춘 중소기업의 새로운 판로가 개척되고, 경쟁력도 강화됨으로써 국내 자동차부품산업의 발전도 기대되고 있다.

자동차 대체부품 인증제 대상 품목은 소비자의 안전에 미치는 영향은 적으면서도, 파손이 자주 발생하고, 부품가격은 고가인 외장부품(범퍼커버, 보닛, 도어스킨, 트렁크덮개, 그릴 등) 위주로 우선 시행된다. 그러나 아직 자동차 대체부품에 대한 낮은 인지도와 소비자의 낮은 선호도로 자동차 대체부품시장의 형성은 미미한 상태이다. 아울러 국내 자동차부품의 경우 디자인 법에 묶여 인증품의 생산 자체가 불가능하다.

이와 같은 배경 하에서 본 연구는 대체자동차부품시장의 전망을 올바르게 예측하기 위해 소비자와 차수리 서비스업 종사자를 대상으로 심도 있게 조사하여 중앙정부는 물론 충남도와 투자희망 기업들에 대체자동차부품시장에 대한 기초자료를 제시하고, 충남 대체자동차부품산업 활성화를 위한 정책 방향과 전략을 제시하는 데 그 목적이 있다.

<표 2> 연구의 목적

①	대체자동차부품시장에 대한 기초자료 제시
②	충남 대체자동차부품산업 활성화를 위한 제언

-
- 1) OEM(Original Equipment Manufacturing)은 주문자 상표 부착품으로 주문자가 요구하는 제품과 상표명으로 완제품의 생산하는 방법임
- 2) 대체부품 인증제도는 정부의 심사를 거쳐 지정된 인증기관에서, 중소기업에서 제작된 대체부품의 성능·품질을 심사하여 성능·품질 만족 시 인증함으로써, 인증된 대체부품은 소비자가 안심하고 사용할 수 있게 하는 제도

2. 자동차 대체부품 인증제도 고찰

1) 대체부품 인증제도 도입배경

국내에서는 자동차 수리 시 자동차제작사에서 공급한 OEM 부품을 대부분 사용하고 있다. 특히 수입차의 경우에는 수리 때에 고가의 자체 OEM 부품이 주로 사용되어 수리비 및 보험비의 증가 등의 사회적 문제가 발생하고 있다. 국산차의 경우에도 수리시에 OEM 부품이 주로 사용되어 비싼 부품비로 인한 소비자 수리부담이 가중되고, 중소 자동차부품기업의 활동 위축 등이 문제로 지적되었다. 이에 자동차 수리 시 OEM 부품을 대체할 수 있도록, 가격은 더욱 저렴하면서도 품질은 비슷한 대체부품이 시장에서 유통될 수 있는 정책 도입을 각계에서 촉구하게 되었고, 대체부품 사용 활성화를 위해, 국토교통부에서 대체부품 인증제도를 도입하게 되었다.

2) 대체부품 인증품목

<표 3> 등화부품 종류

번호	중분류	소분류	번호	중분류	소분류
27	미등 및 제동등 (Tail Lamp & stop Lamp)	전 좌 미등	34	방향지시등 (Turn Signal Lamp)	후 우 방향지시등
28		전 우 미등	35	차폭등 (Position Lamp)	전 좌 차폭등
29		후 좌 미등 및 제동등	36		전 우 차폭등
30		후 우 미등 및 제동등	37		후 좌 차폭등
31	방향지시등 (Turn Signal Lamp)	전 좌 방향지시등	38		후 우 차폭등
32		전 우 방향지시등	39	보조 제동등 (high mount stop lamp)	보조 제동등
33		후 좌 방향지시등	40	후퇴등 (Back Up Lamp)	후퇴등

출처: 한국자동차부품협회 홈페이지(<http://ikapa.kr/>)

<표 4> 외장부품 종류

번호	중분류	소분류	번호	중분류	소분류
1	범퍼커버 (Bumper Cover)	전 범퍼커버	14	그릴 (Grilles)	범퍼그릴
2		후 범퍼커버	15	후사경 (Side Mirror)	좌 우사경
3		전 좌 웬더	16		우 후사경
4	웬더 (Fender)	전 우 웬더	17	내흡반이 (Inner Fender Liner)	전 좌 내흡반이
5		후 좌 웬더	18		전 우 내흡반이
6		후 우 웬더	19		후 좌 내흡반이
7	본넷 (Hood)	본넷	20		후 우 내흡반이
8	도어스킨 (Door Skin)	전 좌 도어 스킨	21	몰딩 (Moulding)	전 좌 도어 몰딩
9		전 우 도어 스킨	22		전 우 도어 몰딩
10		후 좌 도어 스킨	23		후 좌 도어 몰딩
11		후 우 도어 스킨	24		후 우 도어 몰딩
12	트렁크덮개 (Deck Lid)	트렁크 덮개	25		전 범퍼몰딩
13	그릴 (Grilles)	라디에이터 그릴	26		후 범퍼몰딩

출처: 한국자동차부품협회 홈페이지(<http://ikapa.kr/>)

대체부품의 인증품목은 안전에 미치는 영향은 적으면서도 자동차 수리에는 많이 사용되며 수리비는 높은 외장부품 위주이다. 이외에도 소모성부품, 기능성 부품이 추가되었다.

3) 대체부품 인증제도의 한계

국토부에서 추진 중인 대체부품 인증제도는 국내 완성차업체의 디자인권에 묶여 수입차 부품에만 적용되고 있다. 현재 우리나라 완성차업체들은 대부분의 정비용 자동차부품에 대하여 디자인권을 등록하고 있고, OEM부품 중심의 독점적 유통구조를 구축하고 있다.

따라서 자동차부품제조업체가 국산차 대체부품을 생산, 판매하고자 할 때 자체 생산·유통이 불가능하므로 규제가 완화되지 않는다면 정부에서 추진하고 있는 자동차 대체부품시장의 활성화는 거의 불가능한 실정이다.

4) 대체부품산업육성의 필요성

가. 소비자의 안전성 확보측면

차수리 시장에서 사용되고 있는 비순정부품들(비인증 대체부품, 재생부품, 중고부품 등)은 소비자의 안전을 크게 위협하고 있다. 자동차의 경우 브레이크 파열 등 사소한 부품상의 문제가 큰 사고로 이어질 수도 있으므로 음성적 시장의 수리부품을 대체할 합법적이고 인증된 대체부품산업의 육성이 필요하다.

나. 중소기업 육성측면

우리나라 대부분의 중소기업은 연구개발 분야가 취약하고 연구개발 능력 또한 대기업에 비해 많이 부족하다. 대체부품시장은 이러한 중소기업에 연구개발과 투자를 위한 유인책이 될 수 있다.

또한, 우리나라 자동차부품산업은 대기업과 하청기업 간 시장지배구조가 뚜렷하여, 중소 부품기업들의 독립적 제품개발과 생산이 거의 불가능하므로 글로벌 경쟁력을 확보하기 어렵다. 대체부품산업의 육성을 통해 중소부품기업이 자기브랜드를 가지고 시장에 진출한다면 더욱 다양한 제품의 생산이 가능하고 중소기업의 이윤을 높일 수 있다. 또한, 완성차 위주의 수출에서 부품 위주의 수출이 가능해져 중소기업의 해외진출도 가능해질 것이다.

다. 소비자의 비용절감 측면

완성차 업체의 순정부품을 구입하기 원하는 소비자부터 값은 더욱 저렴하면서도 품질은 비슷한 대체부품을 원하는 소비자까지 소비층은 다양하다. 대체부품산업의 육성은 대체부품의 사용을 원하는 소비자에게 선택의 기회를 높여줄 것이다. 이는 차수리비용의 감소와 보험료 절감으로 이어질 수 있다. 보험시장에서도 5년이 넘은 중고차의 경우 비싼 순정부품보다는 대체부품을 사용하고자 하는 소비자가 많을 것으로 여겨진다.

라. 시장의 선점측면

대만의 유명 대체자동차부품회사들이 발 빠르게 한국 대체부품시장에 진입하고 있다. 우리가 적절히 대응하지 못하고 지금의 시장이 굳어지면 우리나라 대체부품시장은 대만기업에 빼앗기게 될 것이다. 대체부품산업의 육성은 중소기업의 수출확대는 물론 수입방어도 가능하여 중소부품기업들의 내수시장 확대에도 큰 도움이 된다.

제2장 자동차부품 및 차수리서비스 산업 현황

1. 자동차산업 및 서비스업 현황

1) 자동차산업현황

자동차 산업은 표준산업분류 체계상 크게 자동차 및 트레일러 제조업, 자동차 및 부품 판매업, 자동차 및 모터사이클 수리업으로 구분된다. 제조업은 차체 제조업, 엔진 및 자동차 제조업, 자동차 부품 제조업으로 구분되며, 서비스업은 자동차 판매업과 부품 및 애장품 판매업, 그리고 수리업으로 구분할 수 있다. (김찬준 외, 2016)

<표 5> 자동차 산업 분류체계

구분	세부구분
자동차 및 트레일러 제조업	자동차용 엔진 및 자동차 제조업
	자동차 차체 및 트레일러 제조업
	자동차 부품 제조업
자동차 및 부품 판매업	자동차 판매업
	자동차 부품 및 애장품 판매업
	모터사이클 및 부품 판매업
자동차 및 모터사이클 수리업	자동차 수리 및 세차업
	모터사이클 수리업

자료: 통계청, 사업체조사 산업분류

<표 6> 2014년 충남 자동차 및 트레일러 제조업 현황

(단위: 개수, 명, 백만 원)

	사업체	도내 비중	전국사업체	전국대비 비중
사업체	836	0.54%	10,465	7.99%
종사자	38,481	4.73%	353,702	10.88%
산출액 (당해년가격)	24,426,923	7.98%	196,617,993	12.42%
부가가치 (당해년가격)	6,196,358	6.59%	50,495,048	12.27%

자료: 통계청, 전국사업체 조사, 광업제조업 조사, 경제활동별 지역 내 총부가가치 및 요소소득

전국 자동차 총 사업체 수는 10,465개이며, 종사자수는 353,702명이다. 자동차 산업의 2014년 산출액은 196.6조원이며 부가가치는 50.5조이 달한다. 충남의 경우 사업체 수는 836개이며, 종사자 수는 38,481명이다. 충남 자동차산업의 산출액은 24.4조이며, 부가가치는 6.2조이다.

충남 자동차산업의 사업체와 종사자 비중은 전국대비 각각 7.99%, 10.88%이나 산출액은 전국대비 12.42%, 부가가치는 12.27%로 보다 높게 나타나고 있다.

2) 자동차부품산업현황

2014년 기준 우리나라 자동차부품제조업의 출하액은 97.0조, 부가가치는 28.8조이다. 연도별로 살펴보면 우리나라 자동차부품산업의 출하액은 1999년 15.4조에서 2014년 97.0조까지 지속해서 성장하고 있다. 1999년~2014년까지 연평균 15.2%씩 성장하였는데 이는 우리나라 기반산업의 평균성장률에 비해서도 매우 높은 수치라고 할 수 있다.(김윤중, 2016)

<표 7> 연도별 자동차부품산업 출하액

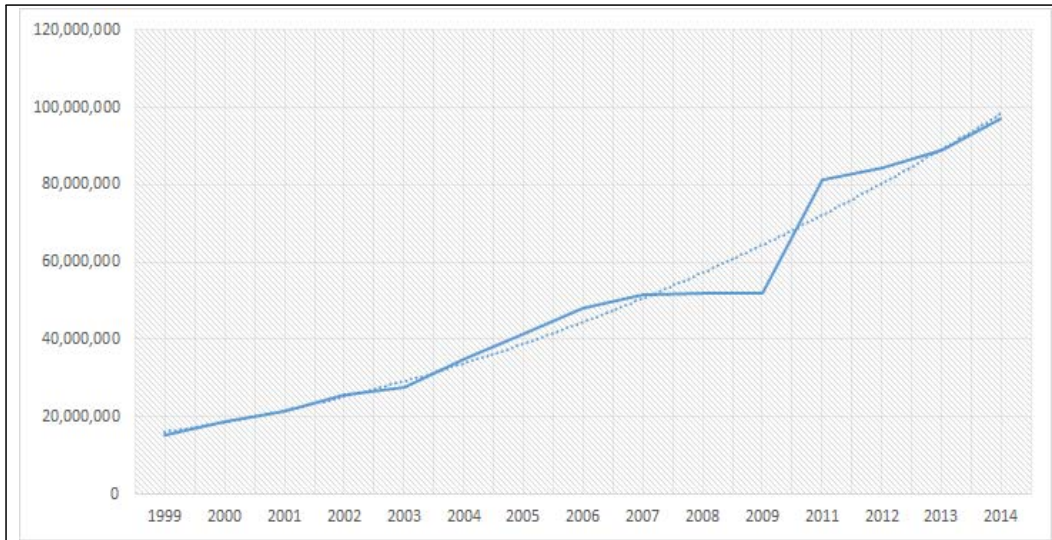
(단위: 백만 원)

연도	우리나라	증가율	총합	증가율
1999	15,351,478	-	1,427,278	증가율
2000	18,827,737	22.64	2,095,952	46.85
2001	21,420,965	13.77	2,612,776	24.66
2002	25,813,821	20.51	3,402,839	30.24
2003	27,634,605	7.05	3,613,371	6.19
2004	35,012,501	26.70	4,954,533	37.12
2005	41,583,148	18.77	6,743,727	36.11
2006	48,015,681	15.47	7,863,888	16.61
2007	51,535,366	7.33	8,360,005	6.31
2008	51,781,370	0.48	7,783,549	-6.90
2009	52,110,498	0.64	7,453,990	-4.23
2011	81,184,417	55.79	12,895,063	73.00
2012	84,201,119	3.72	12,784,959	-0.85
2013	88,937,901	5.63	13,633,466	6.64
2014	97,042,886	9.11	14,793,002	8.51
연평균 증가율	15.2%		19.7%	

자료: 통계청, 광업제조업 조사

[그림 1] 우리나라 자동차부품산업 출하액 추이

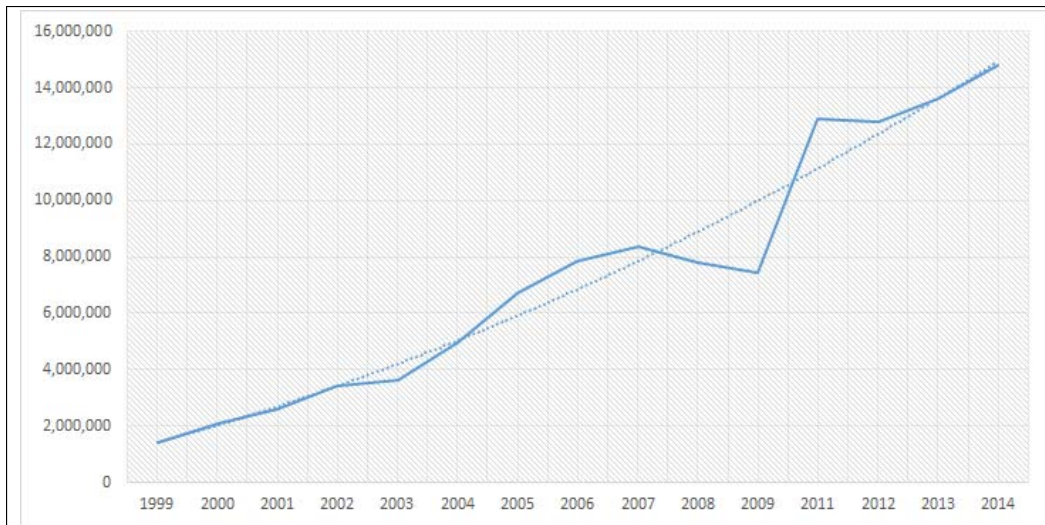
(단위: 백만 원)



자료: 통계청, 광업제조업 조사

[그림 2] 충남의 자동차부품산업 출하액 추이

(단위: 백만 원)



자료: 통계청, 광업제조업 조사

충남의 경우 자동차부품제조업의 출하액은 14.8조, 부가가치는 4.4조로 부가가치 기준 우리나라의 15.3%를 차지하고 있다. 특히 충남의 경우 연평균 성장률은 19.7%로서 전국 성장률을 크게 웃돌고 있다.

3) 차수리 서비스업 현황

세계 자동차부품 애프터서비스(AS) 시장 규모는 2014년 기준 약 310조이며, 이중 튜닝이 98조로 32% 정도를 차지하고 있다.

국내 자동차 정비업은 자동차의 발전과 함께 성장하고 있으며, 2015년 현재 100조 원 이상의 시장규모를 이루고 있다. 이중 수리 및 세차 시장은 2010년 약 8조 원대의 시장을 형성하였으며, 최근까지 10조 원 이상으로 시장이 확대되었을 것으로 추정된다. 애프터 마켓 중 가장 큰 시장은 주유시장으로 2010년 현재 약 40조 원대의 시장을 형성하고 있으며, 부품과 보험, 할부 금융 등의 순으로 시장 형성이 이루어지고 있다. (한국산업마케팅 연구소, 2010)

국토교통부에 따르면 2015년 9월 기준 자동차관리사업자 업체는 42,938개 업체이며, 이 중 정비업 사업자는 총 35,319개 업체로 나타났다. 특히 서울, 경기도의 수도권은 12,496개 업체로 약 35% 정도가 집중되어 있다. (김찬준 외, 2016)

우리나라 자동차 생산량은 세계 5위(중국, 미국, 일본, 독일 다음 순)이나 튜닝시장은 주요 자동차 생산국보다 규모가 매우 작은 실정이다. 자동차 전체 시장규모 대비 튜닝시장 규모도 미국은 11%(35조/320조) 정도이나 우리나라는 1.6%(0.5조/30조)에 불과하다. 한국자동차튜닝산업협회에서도 2013년 기준 국내 튜닝시장 규모를 약 4,700억 원 정도로 추정하고 있다. 다만, 정부가 2020년 튜닝산업 4조 원을 목표로 튜닝산업 규제완화, 제도적 기반구축 등을 추진하고 있으므로 향후 빠른 성장이 예상되고 있다. (한국자동차튜닝협회, 2016)

2. 대체자동차부품시장 현황

1) 외국 대체자동차부품시장 현황

한국자동차부품협회의 자료에 의하면 대체부품 활용률은 프랑스 43.2%, 독일 19.8%, 미국 34%, 일본 13.5% 정도로 추정된다. 2011년 기준 미국 자동차 보험업계에서 지급한 부품비용 중 OEM 부품으로 지급한 부분은 전체 부품비용의 66.1%에 불과하며, 33.9%는 OEM이외 대체부품을 사용하고 있다. (한국자동차부품협회 내부자료)

EU 자동차 부품 시장도 20%는 완성차업체에서 생산하고 있으며, 나머지 80%는 독자적인 부품업체에서 생산되고 있다. 생산된 부품의 55~57%가 OEM으로 생산된 부품으로 유통되고, 43~45%는 독자적인 유통망을 통해 Non-OEM 부품으로 시장에 유통된다. (한국자동차부품협회 내부자료)

이처럼 유럽의 많은 보험사와 북미 대부분 보험사에서 Non-OEM 부품을 자동차 수리에 사용하고 있다. 미국 41개 주에서 Non-OEM 부품의 수리에 관한 법률이 있으며, 수리 시 해당 부품 사용의 관련 내용을 명기하도록 규정하고 있다. 영국도 주행거리 2만km 미만 차량과 신 모델 차량을 제외한 모든 차량에 Aftermarket(Non-OEM) 부품사용이 가능하도록 명시하고 있다. (보험개발원, 2012)

일본 자동차부품공업회(APIA)의 출하동향조사에 따르면 자동차부품메이커가 부품 도매회사 등 직접시장에 출하하는 금액합계는 2,500억 엔~5,000억 엔 정도로 추정된다.³⁾(김윤중, 2016)

3) 정보관련부품(내비게이션, 하이패스 등)의 대상액도 포함되어 있어, 순정부품판매액과 단순비교는 불가능
(경제산업성 제조 산업국 자동차과 (2014) ‘자동차보수부품산업 미래비전’)

2) 해외기업 국내진출 현황

<표 8> 한국진출 해외 대체부품 기업

	업체명	국가	제조품목
1	TAY	Taiwan	자동차 외장부품
2	Eagle EYE	Taiwan	자동차 등화부품
3	Good Go	Taiwan	자동차 외장부품
4	Gordon	Taiwan	자동차 외장부품
5	AP	Taiwan	자동차 외장부품
6	Softway	Taiwan	자동차 외장부품
7	Cobra king	Taiwan	자동차 외장부품
8	Diego	Taiwan	자동차 등화부품
9	TYC	Taiwan	자동차 등화부품
10	d	Taiwan	자동차 외장부품
11	Changzhou Dingling Vehicle Accessories Co.,Ltd.	China	자동차 외장 · 등화부품
12	Changzhou d Vehicle Industry Co.,Ltd.	China	자동차 외장 · 등화부품
13	Jiangsu d Auto Parts Co.,Ltd	China	자동차 외장 · 등화부품
14	Jiangsu yarmulke vehicle industry Co.,Ltd	China	자동차 외장부품
15	Changing Automobile component Industry Co.,Ltd	China	자동차 외장부품

2015년 말 현재 국내진출 해외기업은 15개사 정도로 아직까진 대만기업들이 시장을 선도하고 있다.

<표 9> 해외 대체부품기업 설명

기업명	기업설명
TAY	<ul style="list-style-type: none"> - 대만 중견 부품업체 - 혼다, 도요타, 미국 포드 등 세계 자동차 업체에 범퍼와 보닛, 몰딩류, 라디에이터그릴 공급 - 미국과 유럽의 인증을 받은 상태, 완성차 업체 주문자 상표 부착생산(OEM)방식으로 전체 물량의 50%, 나머지는 자사 브랜드로 대체 부품을 생산 및 판매하고 있음 - 연매출 4조 원 이상 - 우리나라에서는 벤츠 E클래스, BMW 3시리즈, 폴크스바겐 골프 전면부 펜더 출시예정
AP	<ul style="list-style-type: none"> - 대만 중견 부품업체 - 후토글로벌모터스와 함께 BMW·메르세데스-벤츠·폭스바겐 등 쉐더 부품 16종에 대한 인증을 마친 상태
TYC	<ul style="list-style-type: none"> - 대만 중견 부품업체 - 중국에서 11개의 개별 공장을 운영하고 있으며, 유럽 부품 시장의 자유화를 대비하여 이탈리아의 소규모 부품 제조업체와 도매 업체의 매입을 통해 유럽시장 공략을 준비 중

자료: 김윤중(2016), 내포신도시 대체자동차부품산업 및 튜닝산업 육성방안 연구

이처럼 대만의 유명 대체자동차부품기업들이 우리나라에 자사제품의 인증을 요청하고 있어 대체자동차부품시장을 선점당할 수 있다. 따라서 지역에서 대체자동차부품산업을 육성할 수 있도록 정부의 지원과 규제완화가 시급한 시점이라고 할 수 있다.

3. 자동차부품 유통업 현황

자동차부품은 용도에 따라 신차제조용, 보수용(A/S), 수출용 부품으로 구분할 수 있다. 신차제조용 부품은 신차 제조에 사용되기 위해 협력업체로부터 완성차업체에 공급되는 부품으로서, 산업연관 관계상 자동차산업의 전방시장에 속한다. 보수용 부품은 차량의 보수 및 유지 관리에 소요되는 부품으로, 전체 자동차산업 연관구조 내에서 후방시장에 속한다. 수출용 부품은 해외 완성차업체와의 계약을 통해 직접 수출되는 신차 부품과 보수용 부품, 해외로 수출되어 운행 중인 국산차의 보수용 부품이 포함된다.

자동차부품 유통은 부품 제조사에 따라 순정부품, 비순정부품, 중고부품 유통시장으로 구분할 수 있다. 순정부품 유통시장은 OEM(주문자장표부착방식) 부품 생산업체를 통해 완성차 혹은 계열부품판매사로 조달되고 이후 정비업체 또는 개인에게 공급된다. 비순정부품 유통시장은 완성차 업체에 OEM 부품을 납품하는 업체가 자기 브랜드를 가지고 생산하는 제품과 OEM부품을 납품하지 않는 업체가 자기 브랜드로 생산하는 제품으로 구분할 수 있다. 중고부품 유통시장은 폐차업체를 통해 수거, 분리된 자동차부품을 간단한 세척을 거친 재사용부품, 신제품의 성능을 유지할 수 있도록 가공한 재제조 부품을 유통업체를 통해 공급받는다.

통계청의 도소매업조사에 따르면 국내 자동차부품 신품 유통업의 시장 규모는 매출액 기준으로 2014년 현재 약 19.8조이며, 17,231개의 사업체와 50,156명이 종사하고 있다. 매출액 기준으로 2006년 이후 연평균 11.1%씩 성장하였으며, 사업체 수와 종사자 수 성장률은 각각 3.5%, 3.9%씩 늘어나고 있다.

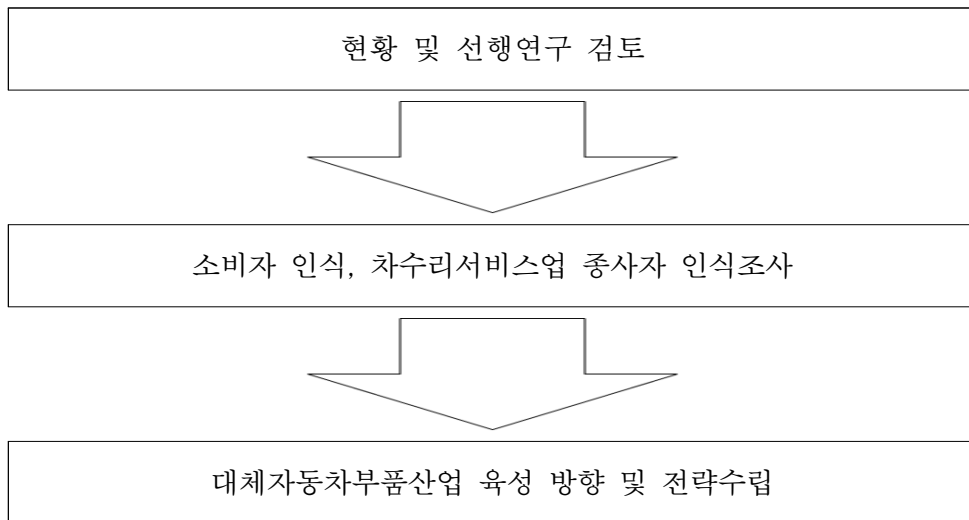
국내 중고 자동차부품 유통업의 시장 규모는 2014년 매출액 기준 2,706억 원, 사업체는 1,449개, 종사자는 2,706명으로 전체 부품시장에서 각각 1.3%, 7.8%, 4.9%의 비중을 차지하고 있다. 매출액 기준으로는 2006 이후 성장세가 신품에 미치지 못하고 있지만, 2011년 이후는 중고부품 시장의 연평균 성장률이 6.0%로 신 부품(1.8%)의 성장세를 크게 앞서는 상황이다. (김찬준 외, 2016)

제3장 연구의 범위 및 방법

1. 연구의 범위

연구의 범위는 충청남도이며, 연구의 주요 내용은 자동차부품산업의 현황분석, 소비자 및 차수리서비스업 종사자 인식조사를 통한 충남 대체자동차부품산업의 육성 방향 및 전략수립이다.

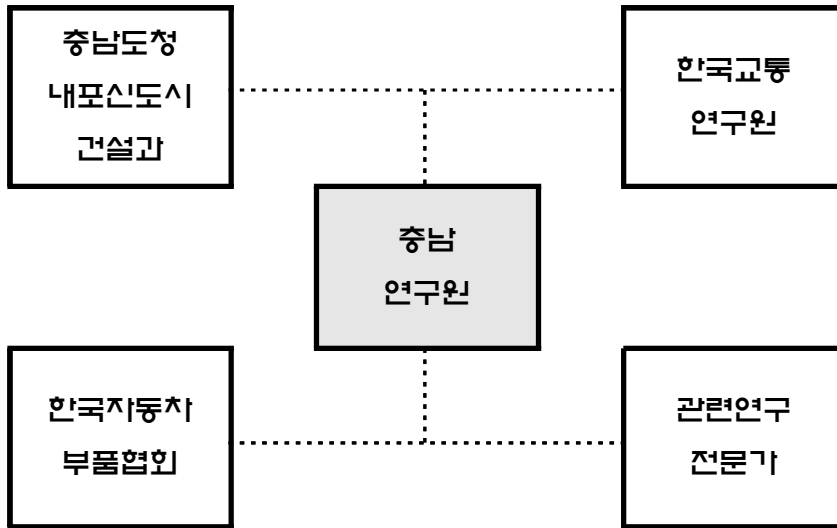
[그림 3] 연구의 범위



2. 연구의 추진체계

본 연구는 충청남도 내포신도시건설과의 대체자동차부품산업 육성을 위한 정책발굴과 예산확보를 위한 기초연구이다. 따라서 내포신도시건설과와 현재 대체부품의 인증기관인 한국자동차부품협회의 의견수렴을 통해 연구를 진행하였다.

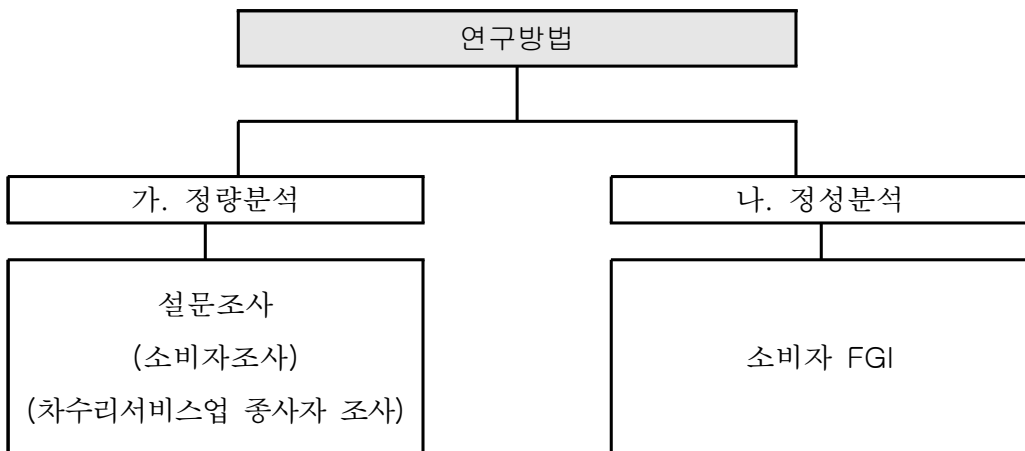
[그림 4] 연구관련 기관



3. 연구의 방법 및 자료

본 연구는 설문조사를 통한 정량분석과 소비자 FGI를 통한 정성분석을 통해 시사점을 도출하였다.

[그림 5] 연구의 방법



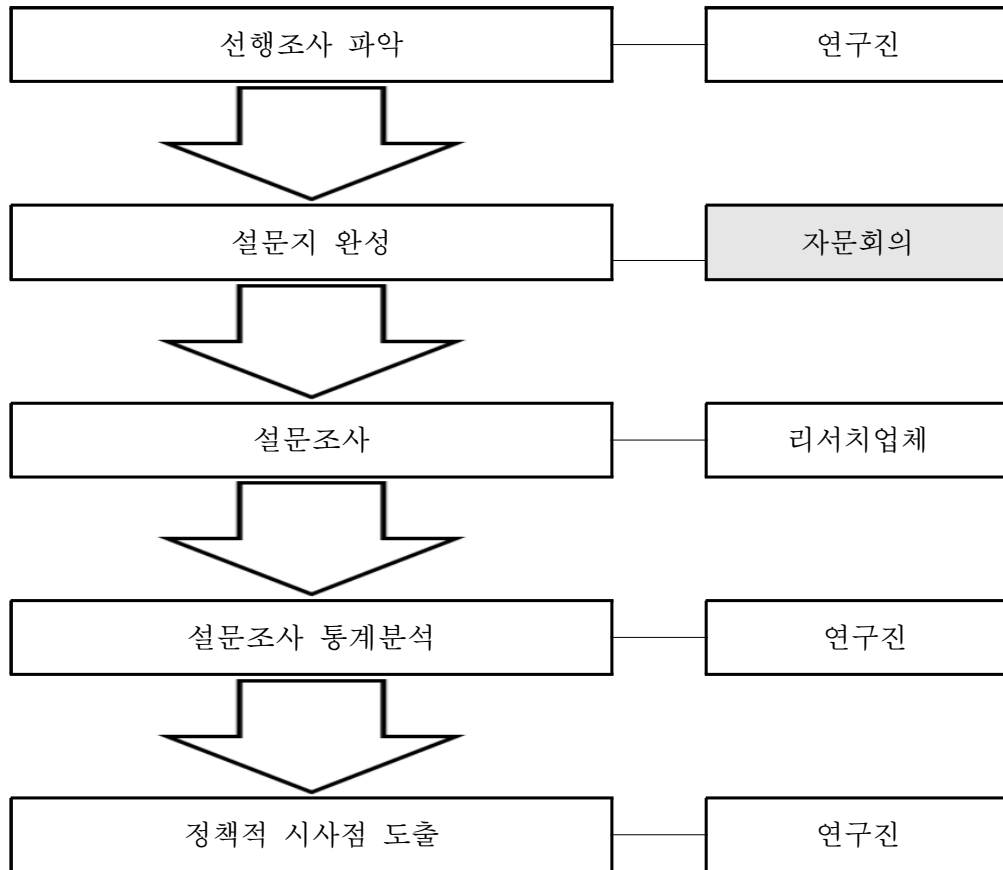
본 연구에서 활용한 자료는 충남의 소비자와 차수리서비스업 종사자를 대상으로 조사된 설문자료이다. 소비자 표본은 지역별로 랜덤 추출된 150명을 대상으로 하였으며, 차수리서비스업 종사자는 지역별로 랜덤 추출된 100명을 대상으로 하였다.

<표 10> 설문조사 표본설계

모집단	① 도내 자동차 대체부품 소비자 ② 도내 차수리서비스업 종사자
표본크기	① 소비자 표본 150명 ② 차수리서비스업 종사자 표본 100명
표본추출방법	지역별 랜덤 추출 방법 활용

선행조사를 통해 설문지를 완성하였고, 전문가 자문을 통해 설문지를 수정·보완하였다.

[그림 6] 설문조사 진행순서



설문은 전문 조사기관 조사원의 사업체 방문을 통한 일대일 면접조사로 진행하였다.

<표 11> 자동차 대체부품 시장조사 방법

조사 방법	전문조사원의 사업체 방문을 통한 일대일 면접조사(Face to Face Interview)
----------	---

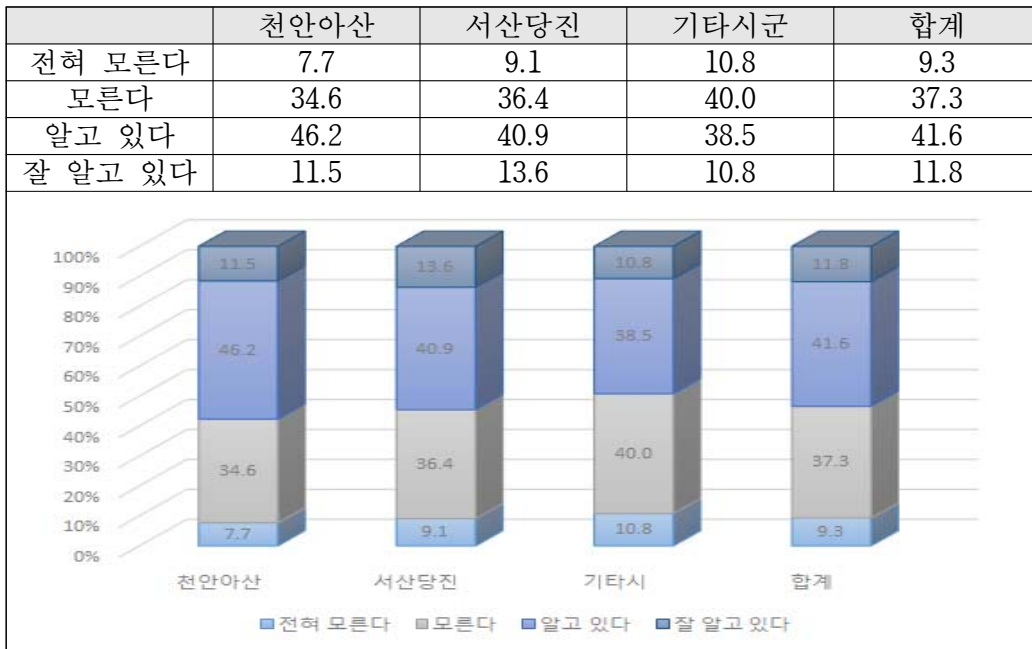
제4장 분석결과 및 시사점

1. 소비자 설문조사 분석결과

1) 자동차 대체부품 인지도 조사

<표 12> 자동차 대체부품 인증제도 인지도

(단위: %)

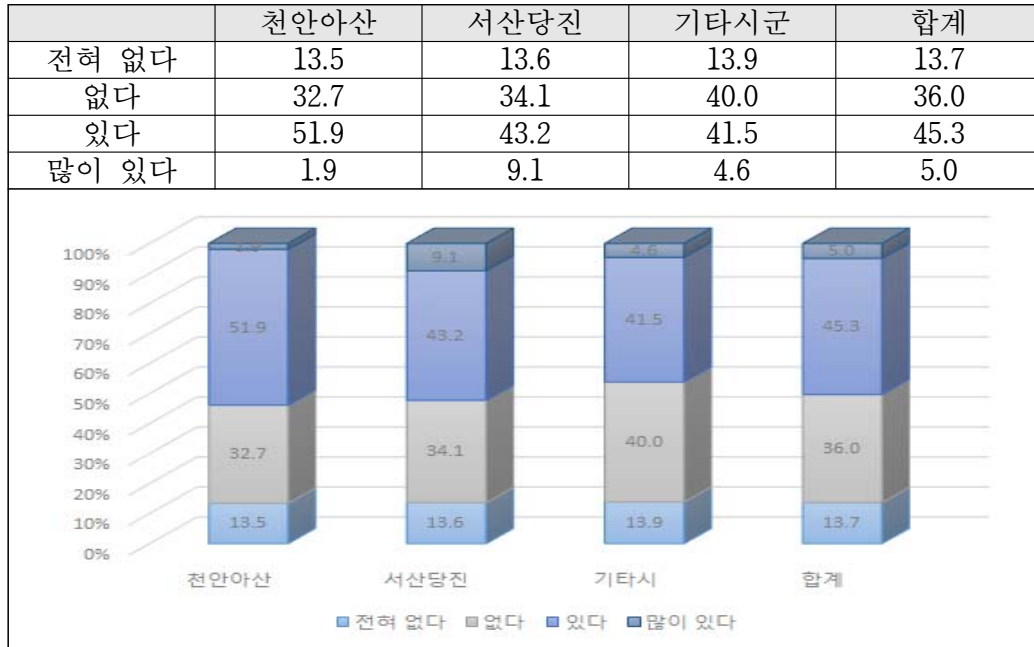


대체부품 인증제도에 대해 시행 후 2년이 지났음에도 불구하고 모른다고 응답한 비중이 37.3%, 전혀 모른다고 응답한 비중이 9.3%로 나타나 아직 많은 소비자가 이 제도에 대해 잘 알지 못하는 것으로 나타났다. 잘 알고 있다는 비중은 11.8%로 나타났는데 특히 제조업이 발달한 충남의 북부권에서 이 제도에 대한

인지도가 높게 나타났다. 아직 국산차에 적용이 어려운 제도이기 때문에 외제 차 수리가 많은 북부권에서 인지도가 높게 나타난 것으로 여겨진다.

<표 13> 자동차 대체부품 인증제도 홍보경험

(단위: %)



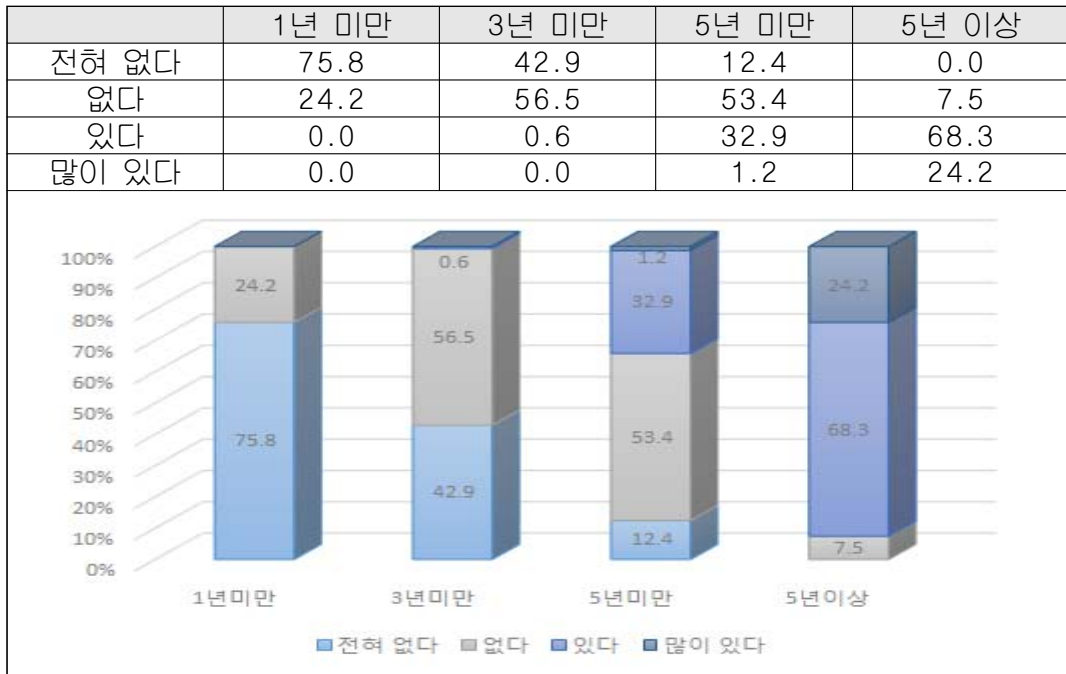
대체부품 인증제도에 대한 어떠한 홍보나 자료(뉴스, 신문 등)를 접하지 못한 경우가 49.7%에 달해 아직 정부차원의 홍보가 많이 부족한 것으로 나타났다. 제도의 시행도 중요하지만, 관련 기업과 소비자에게 이 제도에 대해 올바르게 알리려는 노력이 필요하다. 중앙정부는 물론 지자체 차원에서도 적극적인 홍보가 필요한 시점이다. 자동차 대체부품 인증제도의 낮은 인지도는 정부차원의 부족한 홍보는 물론 아직 외제 차 부품만을 대상으로 하기 때문으로 여겨진다⁴⁾. 제도의 활성화를 위해서는 빠른 시일 내에 국산차 부품까지 그 대상의 확대가 필요하다.

4) 현재 우리나라 완성차업체들은 대부분의 정비용 자동차부품에 대하여 디자인권을 등록하고 OEM부품 중심의 독점적 유통구조를 구축하고 있음. 특히 자동차부품제조업체가 대체부품을 생산, 판매하고자 할 때 대부분의 자동차부품이 디자인보호법에 의해 보호받고 있어, 자체 생산·유통이 불가능한 실정

2) 자동차 대체부품 선호도 조사

<표 14> 연식에 따른 자동차 대체부품 활용의향

(단위: %)

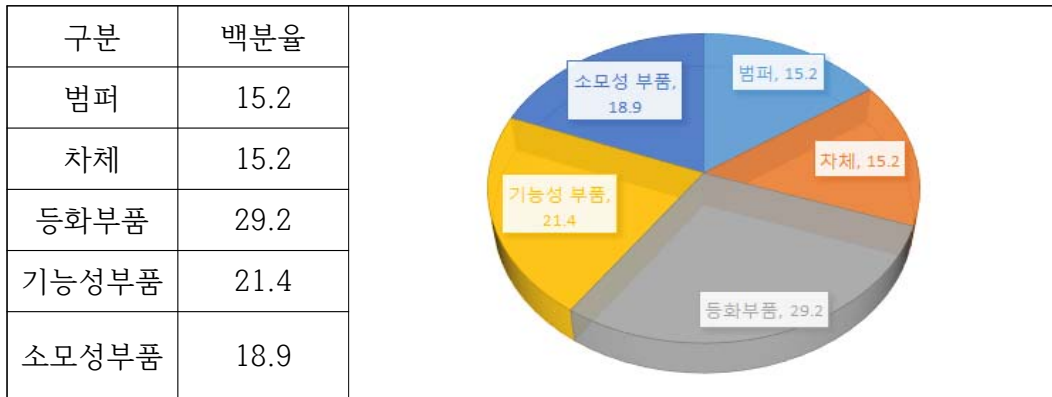


연식에 따른 자동차 대체부품 활용의향은 자동차 구입 후 3년 미만일 때는 거의 활용의사가 없는 것으로 나타났다. 이는 자동차구입 후 3년간 완성차업체의 무상 수리 기간이기도 하고, 3년 미만 신차에는 순정부품을 선호하기 때문으로 여겨진다. 그러나 3년~5년 미만일 때 34.1%, 5년 이상일 때 92.5%가 대체부품의 활용의향이 있는 것으로 나타났다. 또한, 적극적으로 대체부품을 활용할 의향은 7년 이후부터인 것으로 나타났다.

자동차 대체부품의 주요 고객은 5년 이상 된 자동차 소유고객을 대상으로 하는 것이 바람직하다고 할 수 있다. 자동차가 고급화되면서 5년 이상 된 자동차가 많아져 대체부품시장의 전망은 나쁘지 않다.

<표 15> 자동차 대체부품 활용의향 품목

(단위: %)



대체부품의 주요인증 품목 중 등화부품에 대한 활용의향이 가장 높은 것으로 나타났고, 기능성부품, 소모성부품 순이었다. 범퍼와 차체에 대한 활용의향이 낮게 나타났는데 보이는 곳보다는 보이지 않는 곳에 대한 선호가 높았다. 몇몇 기업이 범퍼나 차체부터 대체부품 생산계획을 세우고 있는데, 등화부품, 기능성부품, 소모성부품의 시장전망이 시장 초기에 더 좋다고 할 수 있다. 다만 대체부품에 대한 인식의 개선이 이루어진 후에는 범퍼와 차체에 대한 활용의향이 높아질 것으로 여겨진다.

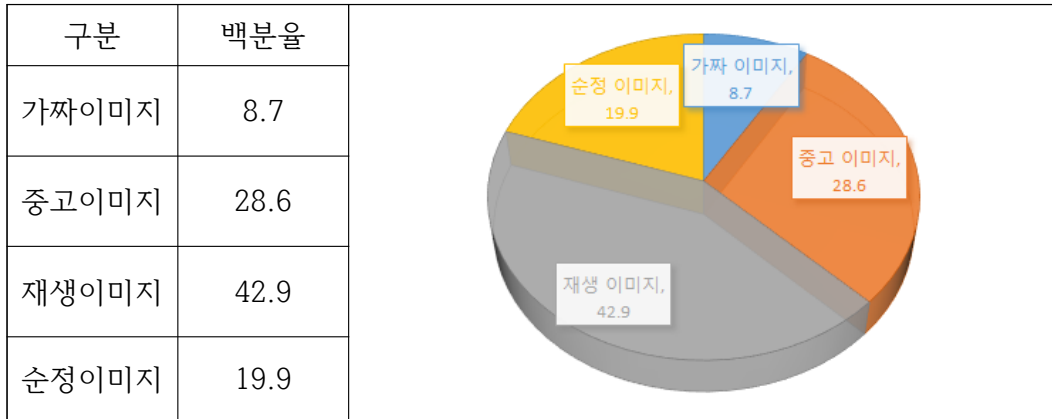
3) 자동차 대체부품 이미지 조사

대체부품의 이미지의 경우 순정이미지는 19.9%로 낮았고, 재생이미지(42.9%)와 중고이미지(28.6%)의 비중이 높게 나타났다. 지금과 같은 이미지로는 시장의 확대가 쉽지 않아 보인다.

대체부품의 성공여부는 이미지의 개선에 달려있다고 해도 과언이 아니다. 적극적인 홍보과 제품의 시현을 통해 순정과 같다는 이미지를 소비자에게 심어준다면 중소기업의 새로운 판로가 될 수 있을 것이다.

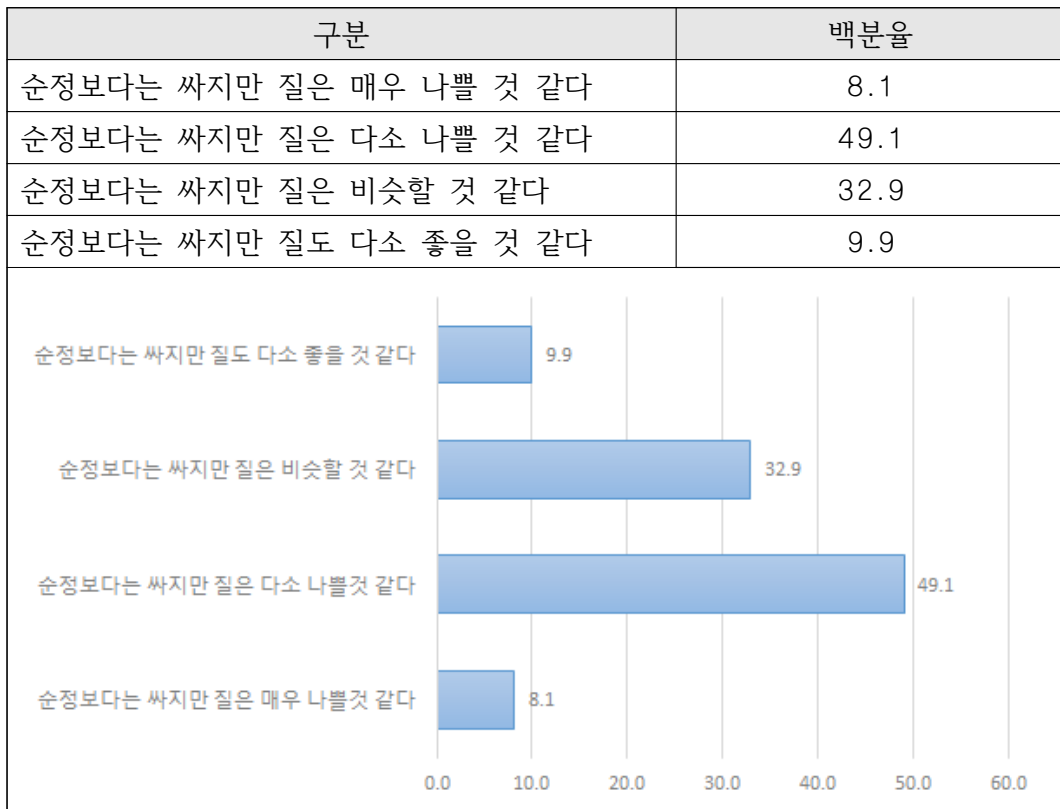
<표 16> 자동차 대체부품 이미지

(단위: %)



<표 17> 자동차 대체부품 품질에 대한 의견

(단위: %)



대체부품의 품질에 대한 의견은 순정보다는 싸지만 질은 다소 나쁠 것 같다는 의견이 49.1%로 가장 높게 나타났으며, 순정보다는 싸지만 질은 비슷할 것 같다는 의견이 32.9%로 나타났다.

아직 정부의 홍보(순정품보다 저렴하고 성능 및 품질이 순정품과 같은 부품)와는 달리 대체부품 품질에 대한 불신이 매우 높는데 소비자의 인식개선에 대한 정부차원의 노력이 필요하다.

4) 자동차 대체부품 만족도

<표 18> 시장 활성화를 위한 순정대비 가격 및 성능 비중

(단위: %)

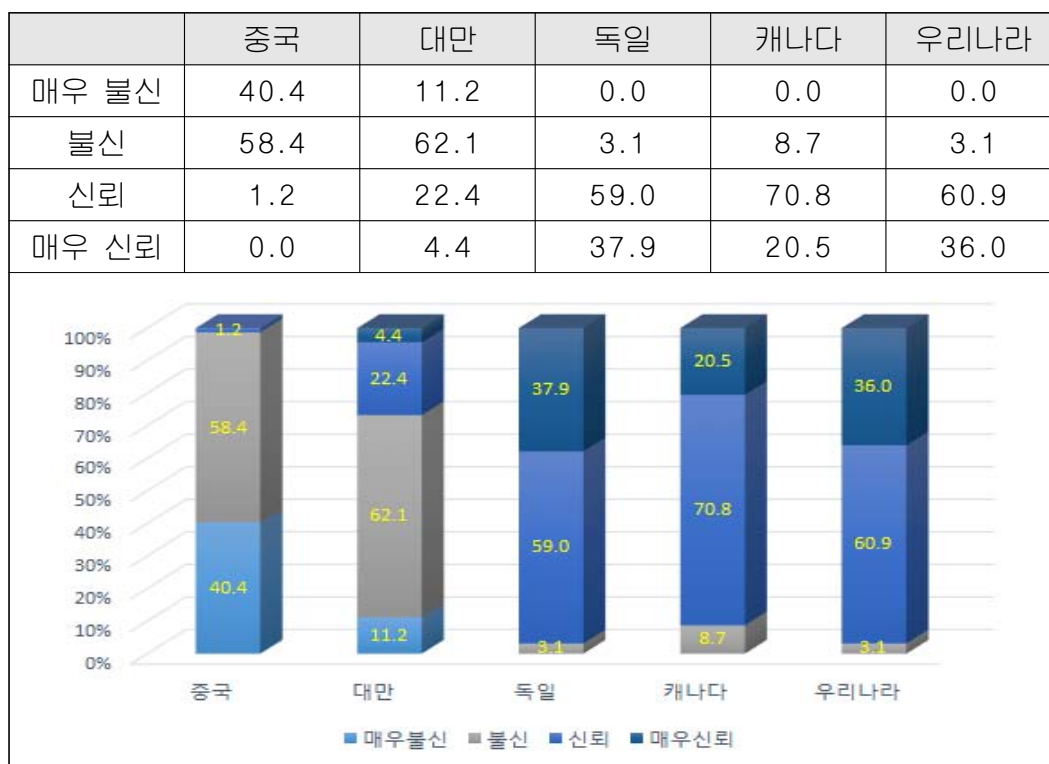
구분	평균
시장 활성화를 위한 순정대비 대체부품 가격비중	65.9
시장 활성화를 위한 순정대비 대체부품 성능비중	76.6
대체부품 품질의심 가격비중	48.7
대체부품 사용포기 가격비중	74.8

소비자는 자동차 대체부품시장이 활성화되기 위해서는 순정가격의 65.9% 정도 수준에서 가격이 결정되어야 한다고 응답하였고, 성능은 76.6% 정도 수준이 되어야 한다고 생각하는 것으로 나타났다. 특히 순정가격의 74.8%가 넘어서면 대체부품의 사용을 포기하겠다고 응답하여, 대체부품 최종 소비자가격설정에 어려움이 예상된다.

중소 자동차부품기업이 대체부품시장에서 성공하기 위해서는 품질보다는 가격 경쟁력을 갖추는 것이 필요하다고 하겠다. 따라서 정부차원에서 대체부품의 가격 경쟁력을 높이기 기술개발 및 공정개선 지원방안 마련이 필요하다.

<표 19> 자동차 대체부품 생산국가별 신뢰도

(단위: %)



대체부품 주요 생산국가별 신뢰도의 경우 독일, 캐나다, 대만, 중국 순으로 높게 나타났다. 역시 자동차 종주국답게 독일부품에 대한 신뢰도가 매우 높았으며 중국의 경우 불신과 매우 불신의 비중이 각각 58.4%, 40.4%로 신뢰도가 매우 낮았다.

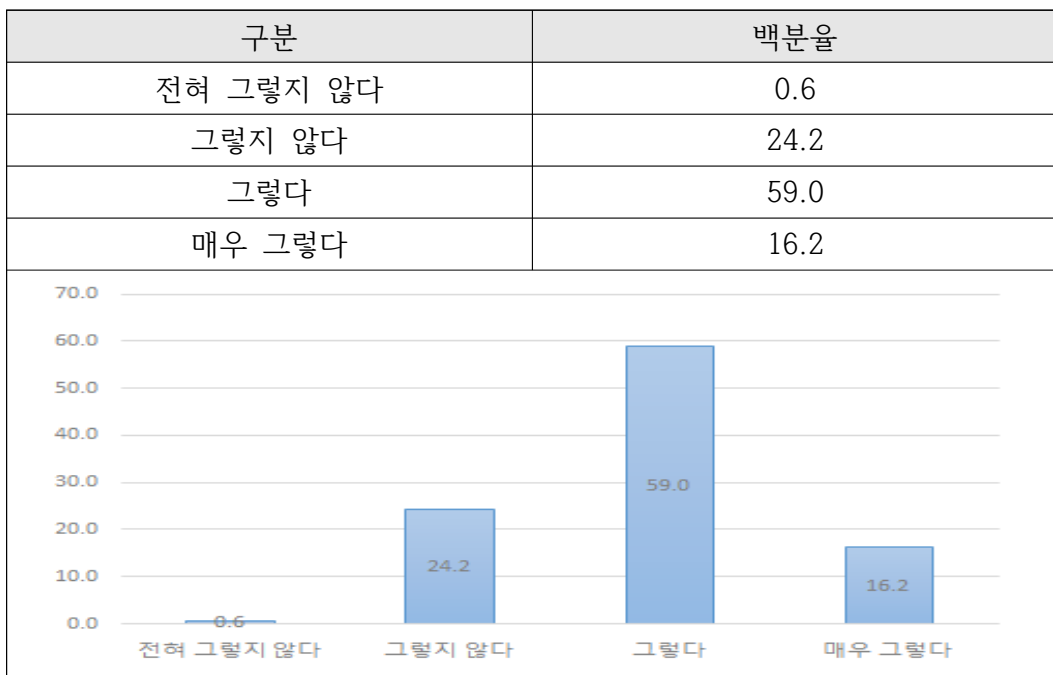
우리나라의 경우 독일과 비슷한 수준에서 신뢰도가 매우 높았는데, 이는 우리나라 부품기업이 자동차 대체부품을 생산한다면 품질 경쟁력이 매우 높다는 것을 의미한다. 현재 대만 기업들이 서둘러 한국 대체부품시장에 진출하고 있는데 시장의 선점을 빼앗겨서는 안 될 것이다. 높은 신뢰도를 바탕으로 대체부품시장에 우리 중소부품기업들이 성공적으로 진출할 수 있도록 적극적인 지원이 필요한 시점이다.

5) 자동차 수리 경험

설문조사 결과 충남의 자동차 소비자는 1년에 평균적으로 60.9만 원의 자동차 수리비가 들어가는 것으로 나타났다. 대체부품시장이 활성화된다면 소비자의 자동차 수리비 부담은 상당히 줄 것으로 여겨진다.

<표 20> 자동차 수리 시 순정부품 사용 의심여부

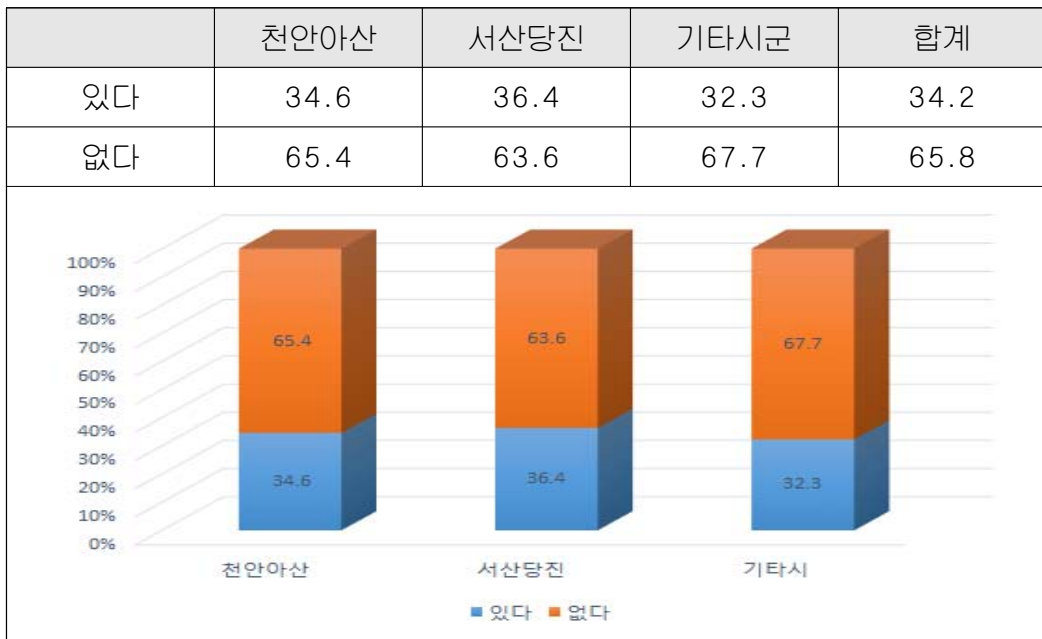
(단위: %)



또한, 자동차 수리 서비스를 받을 때 사용한 부품이 순정부품인지 아닌지에 대한 의심여부에 대해 75.2%의 소비자가 의심한 적이 있다고 응답하였다. 이는 자동차 수리 서비스 시장에 대한 소비자의 불신이 매우 높다는 것을 의미하는데, 이와 같은 시장의 불신은 대체부품시장이 활성화될 수 있는 좋은 기회가 될 수 있다. 정부차원의 인증 대체부품시장의 활성화를 통해 이런 불신의 벽을 크게 낮출 수 있을 것이다.

<표 21> 비순정부품 사용여부

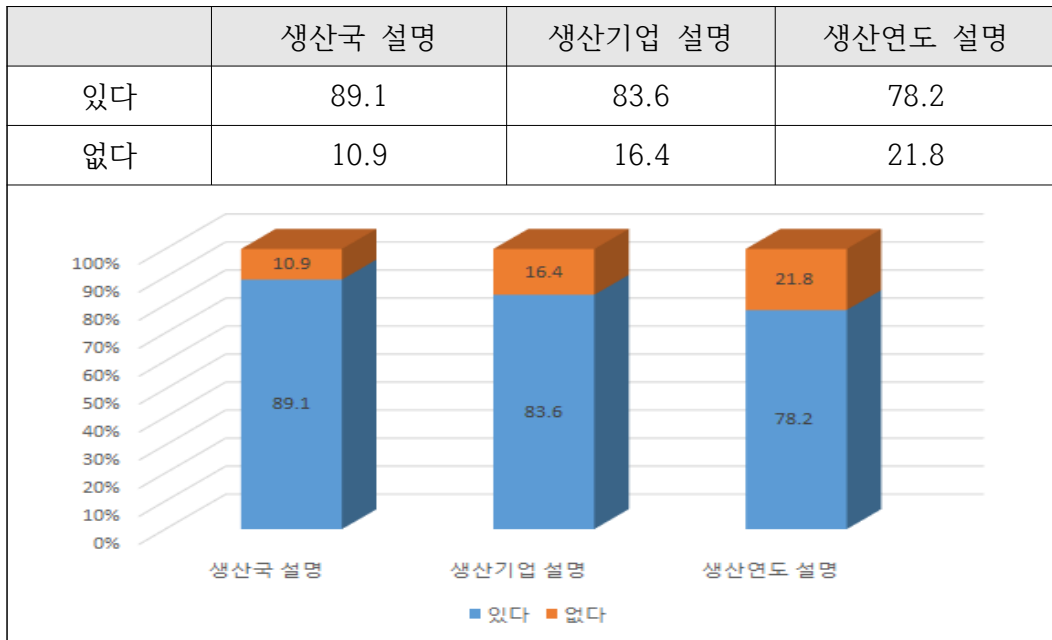
(단위: %)



자동차 수리 센터에서 자동차 수리 시 순정부품 이외의 재생이나 중고부품 등 비순정부품을 사용한 경험에 대해서는 34.2%의 소비자가 경험이 있다고 응답하였다. 충남의 북부권에서 비순정부품을 사용한 경험이 다소 높게 나타나고 있는데, 이는 산업이 더 발달한 지역의 특성과 비순정부품의 유통구조 때문으로 여겨진다. 비순정부품을 사용해본 적이 있는 소비자가 대체부품의 주요 고객이 될 가능성이 크다. 비순정부품 사용경험이 없는 소비자는 물론이고 사용경험이 있는 이 34.2%의 소비자를 대체부품시장으로 적절히 끌어들인다면 대체부품시장의 활성화 시기는 더욱 앞당겨질 것이다.

<표 22> 비순정부품에 대한 설명여부

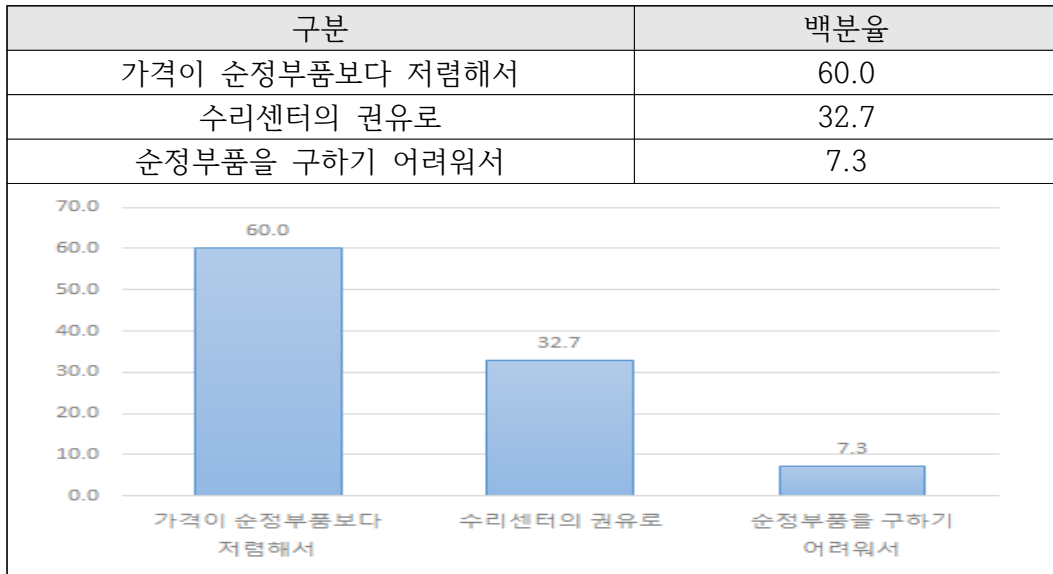
(단위: %)



그러나 시장의 활성화를 위해서는 정보의 투명성이 뒷받침되어야 한다. 비순정 부품을 사용할 시 생산국과 생산기업에 관해 설명을 들은 경우는 각각 89.1%, 83.6%로 현재의 시장상황에서 보면 비교적 높게 나타났다. 그러나 생산연도에 대한 설명은 80% 미만으로 나타났다. 대체부품시장의 활성화되기 위해서는 대체 부품에 대한 정보가 100% 공개될 수 있도록 하는 제도적 장치가 필요하다 하겠다.

<표 23> 비순정부품 사용 이유

(단위: %)



자동차 수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 사용한 이유로는 가격이 순정부품보다 저렴해서라는 응답이 60.0%로 가장 높았고, 수리센터의 권유로 사용했다는 응답이 32.7%로 다음 순이었다. 대체부품을 소비자가 적극적으로 사용하게 다음 위해서는 가격경쟁력이 필수이며, 올바른 정보를 수리 센터에서 소비자에게 알려주고 대체부품의 활용을 권유해야 한다.

<표 24> 비순정부품 사용 후 안전에 대한 걱정 여부

(단위: %)

구분	백분율
없다	36.4
있다	63.6

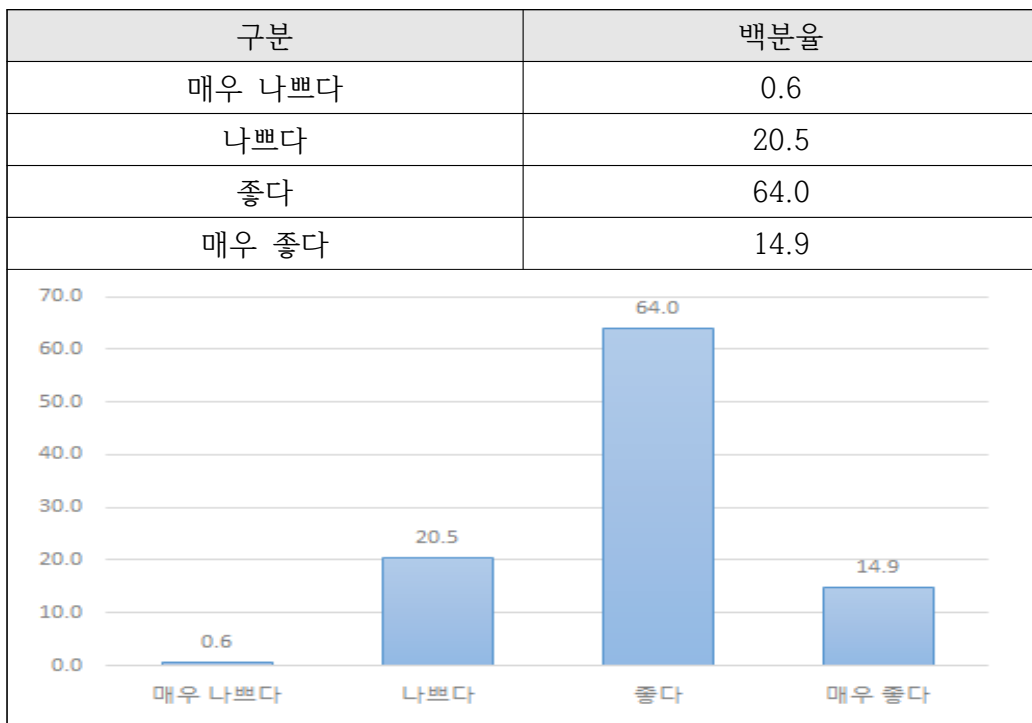
자동차 수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 사용한 후 제품의 품질과 안전에 대해 걱정을 한 적이 있다고 응답한 비중이 63.6%로 매우 높게 나타났다. 이는 비순정부품이 안전에 대한 인증절차 없이 무분별하게 유통되고 있는 현실을 보여준다.

정부가 인증한 대체부품이 올바른 경로로 판매된다면 소비자는 안전한 부품을 저렴한 가격에 이용할 수 있고, 부품기업들에게도 새로운 판로를 제공하여 이윤의 확대가 가능할 것이다.

6) 자동차 대체부품 시장전망

<표 25> 대체부품 시장전망

(단위: %)



소비자들은 대체부품시장 전망에 대해 전반적으로 긍정적인 모습이다. 시장전망이 좋다는 응답이 64.0%로 가장 높았고 매우 좋다는 응답도 14.9%로 나타났다.

<표 26> 시장전망을 긍정적으로 보는 이유

(단위: %)

구분	백분율
정부인증이 있어 품질을 믿을 수 있다	35.4
소비자는 가격이 싼 대체부품을 선호할 것이다	27.6
대체부품, 튜닝시장 등 새로운 시장이 활성화 될 것 같다	20.5
자동차 대체부품의 수출시장이 열릴 것 같다	16.5

대체부품시장을 긍정적으로 보는 이유로는 정부인증이 있어 품질을 믿을 수 있다는 응답이 35.4%로 가장 높았고, 가격이 저렴하기 때문이라고 응답이 27.6%로 다음 순이었다. 또한, 소비자들은 대체부품, 튜닝시장 등 새로운 시장 활성화에 대한 기대도 하고 있고, 수출도 긍정적으로 여기고 있었다. 대체부품시장이 성공하기 위해서는 확실한 품질, 가격경쟁력이 가장 중요함을 알 수 있고, 튜닝시장 등 새로운 시장을 위한 규제완화와 수출지원 등 정부의 노력도 필요하다.

<표 27> 시장전망을 부정적으로 보는 이유

(단위: %)

구분	백분율
중소기업 제품의 품질을 믿을 수 없다	17.7
가격이 생각보다 싸지 않을 것 같다	35.3
해외부품기업의 자동차대체부품이 더 경쟁력이 있을 것 같다	2.9
소비자는 그래도 순정부품을 계속 선호할 것이다	44.1

대체부품시장을 부정적으로 보는 이유로는 소비자는 그래도 순정부품을 계속 선호할 것이라는 응답이 44.1%로 가장 높게 나타났으며, 가격이 생각보다 싸지 않을 것 같다는 응답이 35.3%로 다음 순이었다. 또한, 중소기업 제품의 품질을 믿을 수 없다는 응답도 17.7%에 달했다. 순정부품에 대한 선호도가 높은 것은 어쩔 수 없다 하더라도 가격경쟁력은 충분히 갖출 수 있고, 순정부품도 같은 중소기업이 만든다는 것을 소비자에게 올바르게 알리고 홍보한다면 부정적인 시선을 많이 줄일 수 있다.

7) 자동차 대체부품활성화 방안

<표 28> 디자인보호법 규제완화 여부

(단위: %)

구분	백분율
그렇지 않다	3.1
그렇다	64.6
매우 그렇다	32.3

아직 우리나라 자동차의 인증 대체부품은 디자인보호법에 묶여 생산할 수 없어, 현재는 외제차의 대체부품만 생산이 가능한 실정이다. 이에 대해 소비자 대부분은 불합리하게 생각하고 있으며 우리나라 자동차의 대체부품도 규제를 풀어야 한다고 생각하는 것으로 나타났다. 소비자의 96.9%가 규제를 풀어야 한다고 응답하였다. 우리나라 중소기업이 자기브랜드를 가지고 성공적으로 대체부품시장에 진출하기 위해서, 그리고 소비자들이 안전하고 더욱 저렴한 부품을 구매할 수 있으려면 반드시 디자인보호법에 대한 개선이 필요하다.

<표 29> 대체부품 인증·시험센터의 필요성

(단위: %)

구분	백분율
불필요	2.5
필요	50.9
매우필요	46.6

대체부품을 전문적으로 시험하고 인증하는 센터나 기관의 필요성에 대해서는 97.5%의 소비자가 필요하다고 응답하였다. 대체부품 인증·시험센터는 중소기업들의 기술개발활동에 큰 도움이 될 수 있고, 기업의 신규투자에 대한 위험부담을 크게 줄일 수 있으므로 반드시 추진되어야 하는 정책이다.

<표 30> 대체부품 인증·시험센터의 품질과 안전성 확대 기여여부 (단위: %)

구분	백분율
그렇지 않다	3.1
그렇다	44.7
매우 그렇다	52.2

대체부품 인증·시험센터가 대체부품의 품질과 안전성을 보다 높일 것이라는 응답이 96.9%로 나타났다. 이 센터의 존재만으로도 소비자의 대체부품에 대한 신뢰도가 높아질 것이며, 실제로도 품질과 안전성이 확보되는 만큼 수출 경쟁력이 높아지고 수입대체효과도 나타날 것이다.

<표 31> 정부의 대체부품시장 활성화 노력의 성과 (단위: %)

구분	백분율
그렇지 않다	12.4
그렇다	57.1
매우 그렇다	30.4

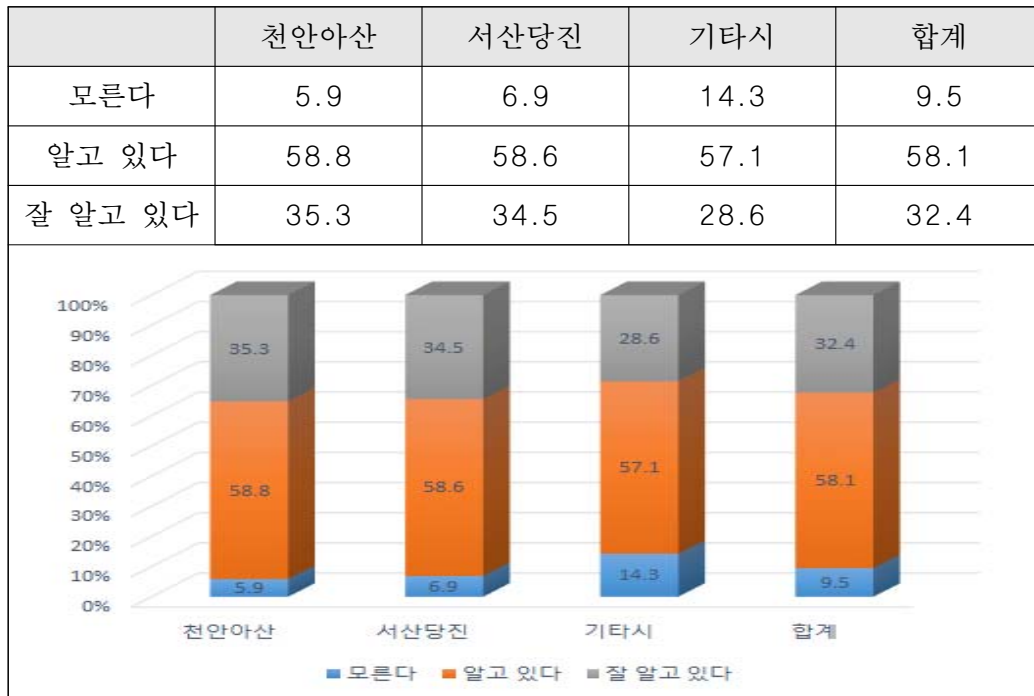
정부의 자동차 대체부품 활성화 노력이 소비자의 자동차 수리비용의 감소에 도움이 된다는 응답이 87.5%로 높게 나타났다. 특히 자동차 보험시장과 연계된다면 소비자의 보험료도 인하할 수 있다. 현행 자동차보험 담보 중 대물배상담보, 자기차량손해담보의 보상체계는 차량연식이 오래된 차량도 외장부품 교환 시 고가의 OEM(일명 순정품) 부품으로 교환하고 있어 불필요한 보험금을 지출하고 있으며, 이는 차량 수리비 지급액 증가로 이어져 보험료 인상을 초래하고 있다. 보험시장에서 일정 연식 이상 차량이 자동차사고로 인해 수리하는 경우 대체부품의 사용을 의무화하는 내용을 신설하여, 보험료 인하를 유도해야 할 것이다.

2. 자동차수리 서비스업 종사자 설문조사 분석결과

1) 자동차 대체부품 인지도 조사

<표 32> 자동차 대체부품 인증제도 인지도

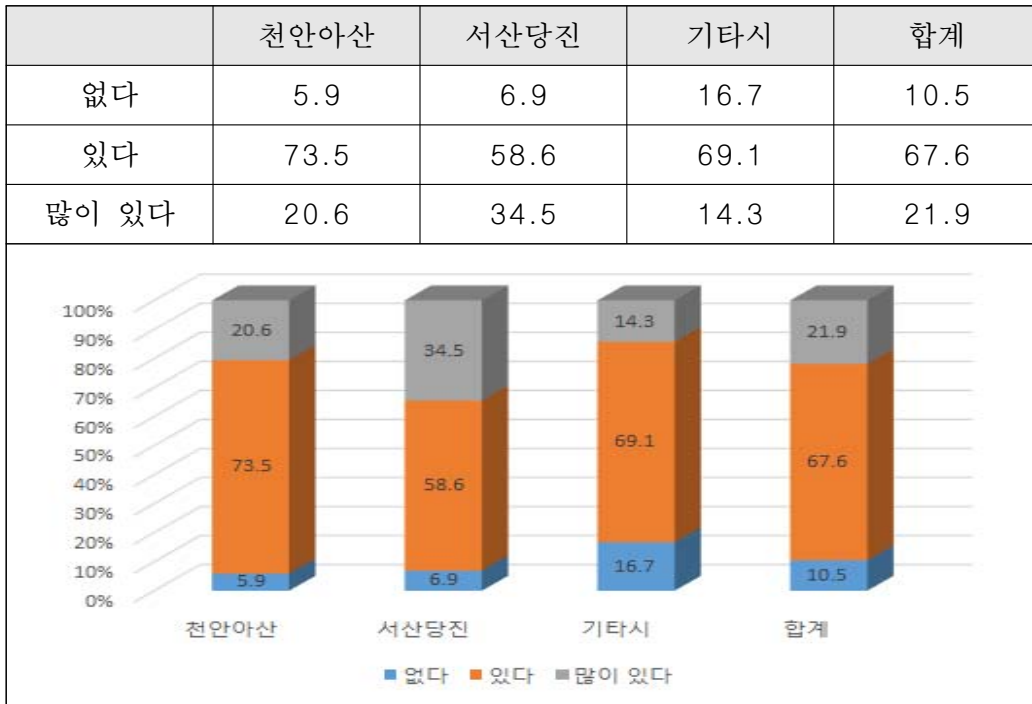
(단위: %)



소비자 조사의 경우 많은 소비자가 이 제도에 대해 잘 알지 못하는 것으로 나타났다지만 자동차 수리 서비스업 종사자의 경우 대부분 대체부품 인증제도에 대해 알고 있는 것으로 나타났다. 서비스업 종사자의 경우 알고 있다는 응답이 58.1%로 나타났다고 잘 알고 있다는 응답도 32.4%에 달했다. 이 제도의 인지도를 높이기 위해서는 서비스업 종사자들이 소비자에게 이 제도를 올바르게 알리고 홍보하는 것이 필요하다.

<표 33> 자동차 대체부품 인증제도 홍보경험

(단위: %)



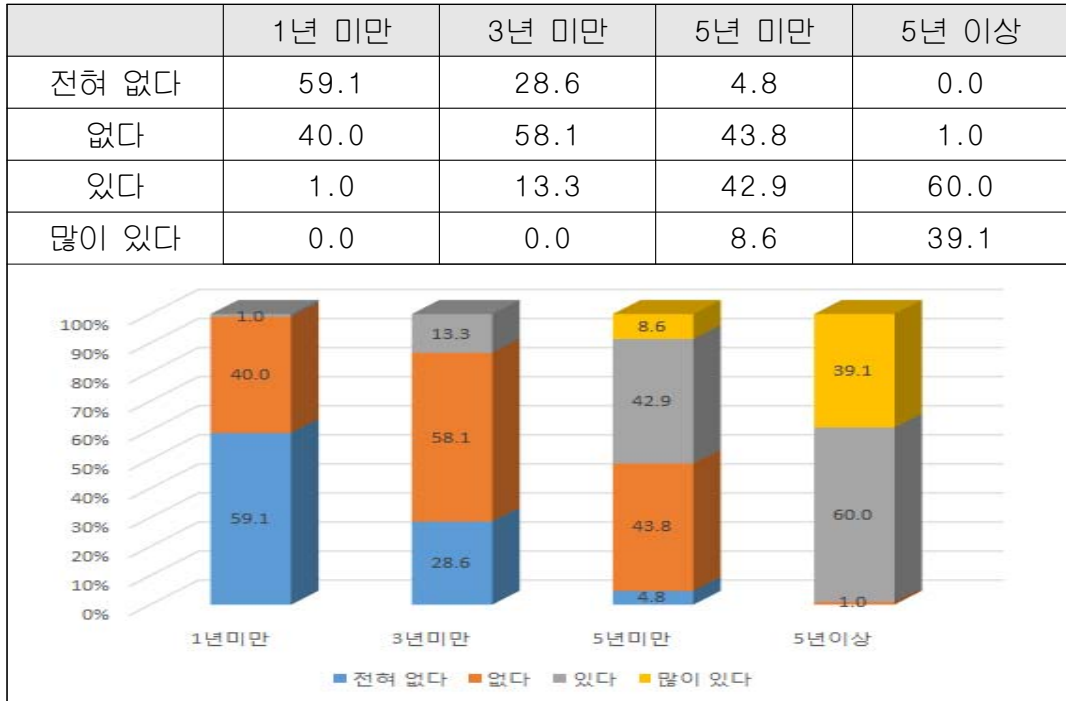
서비스업 종사자의 경우 대체부품 인증제도에 대한 홍보를 접한 경험이 소비자보다 매우 높게 나타났다. 직접 제품을 판매하고 수리하는 입장이기 때문에 이 제도에 관한 관심이 높았기 때문으로 여겨진다.

대체부품 인증제도에 대해 홍보나 자료(뉴스, 신문 등)를 접한 경우가 89.5%에 달해 서비스업 종사자들에게는 어느 정도 홍보가 이루어졌다고 할 수 있다. 그러나 소비자의 낮은 인지도와 자동차 수리서비스업 종사자의 높은 인지도 간 차이가 뚜렷이 나타나고 있다. 이 차이를 줄이는 노력이 필요하며 이때 서비스업 종사자들의 역할이 중요하다고 할 수 있다. 소비자와 서비스업 종사자 간의 정보의 격차는 시장의 활성화에 장애가 될 수 있다. 자동차 수리 서비스업 종사자를 통해 이 제도를 소비자에게 적극적으로 알리는 전략이 필요하다고 하겠다.

2) 자동차 대체부품 선호도 조사

<표 34> 연식에 따른 자동차 대체부품 권유의향

(단위: %)

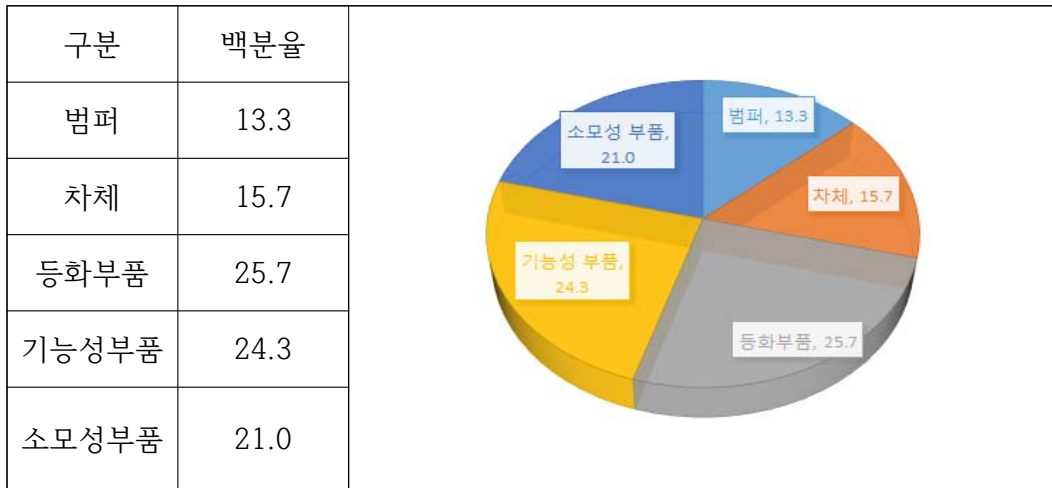


서비스업 종사자들도 소비자들의 생각과 유사하게 5년 이상 된 자동차에 대체부품을 권유할 의향이 높은 것으로 나타났다. 소비자의 경우 3년 미만 자동차에는 대체부품 활용의향이 거의 없는 것으로 나타났지만, 수리서비스업 종사자의 13.3%는 권유의향이 있다고 응답하였다. 또한, 6.2년 이상 된 자동차 소유자에게는 적극적으로 대체부품을 권유하겠다고 응답하였다.

비록 소비자와 서비스업 종사자 간에 약간의 차이는 있지만 주로 5년 이상 된 자동차에 활용과 권유의향이 높다는 것은 이 시장이 5년 이상 중고차를 소유한 소비자에 타게팅 되어야 함을 의미한다.

<표 35> 자동차 대체부품 권유의향 품목

(단위: %)



소비자조사와 동일하게 대체부품의 주요인증 품목 중 등화부품에 대한 권유의향이 가장 높은 것으로 나타났고, 기능성부품, 소모성부품 순이었다. 범퍼와 차체에 대한 권유의향은 낮게 나타났다. 자동차 수리 서비스업계도 직접 보이는 범퍼와 차체보다는 보이지 않는 부품을 선호하는 것으로 나타났다.

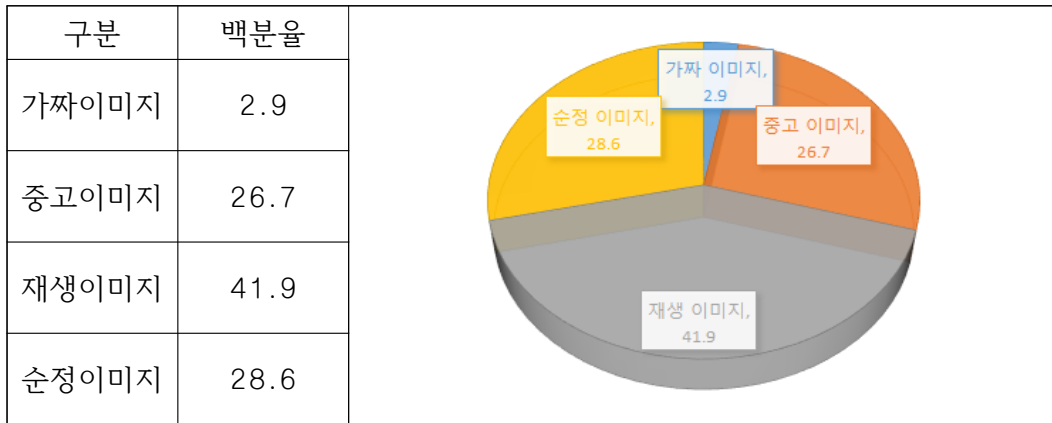
아직 대체부품에 대한 인식의 문제로 여겨지는데, 품질만 뒷받침된다면 직접 보이는 범퍼와 차체에 대한 권유도 높아질 것이다.

3) 자동차 대체부품 이미지 조사

서비스업 종사자가 생각하는 대체부품의 이미지의 경우 순정이미지가 28.6%로 소비자의 19.9%보다 높게 나타났다. 그러나 재생이미지의 비중이 41.9%로 매우 높았다. 비록 소비자가 생각하는 이미지보다 자동차 서비스업 종사자가 생각하는 대체부품의 이미지가 다소 좋기는 하지만 아직 재생부품, 중고부품 등 부정적인 이미지가 많다는 것은 개선해야 할 과제다.

<표 36> 자동차 대체부품 이미지

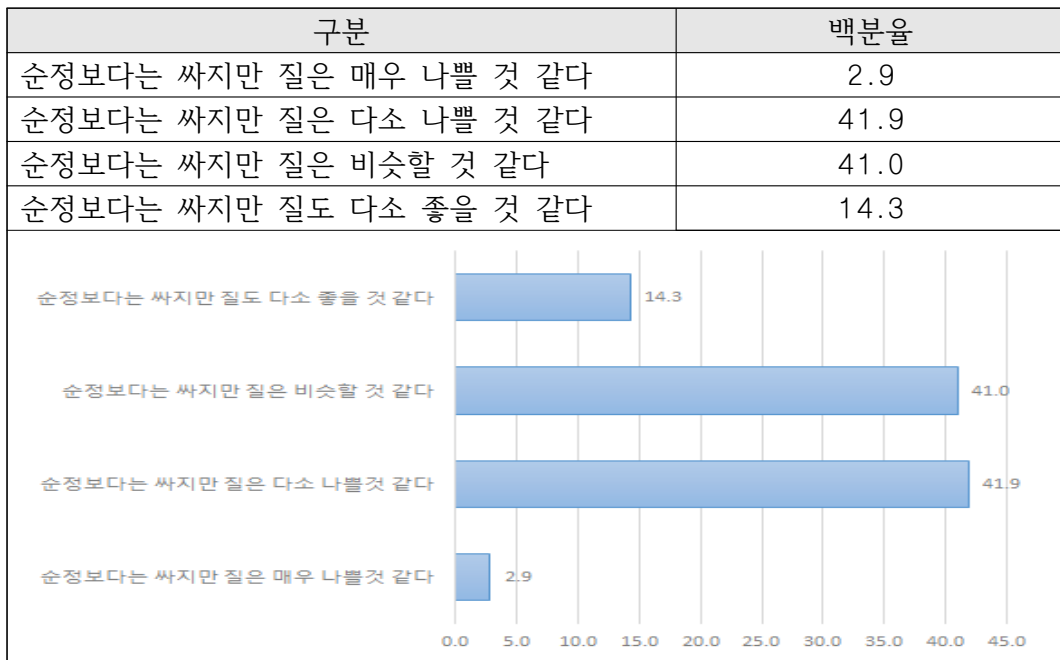
(단위: %)



서비스업 종사자들은 제품을 직접 판매하는 입장이기 때문에 이들을 대상으로 이미지 개선 정책이 시급하다고 할 수 있다.

<표 37> 자동차 대체부품 품질에 대한 의견

(단위: %)



대체부품의 품질에 대한 의견은 순정보다는 싸지만 질은 다소 나쁠 것 같다는 의견이 41.9%로 가장 높게 나타났으며, 순정보다는 싸지만, 질은 비슷할 것 같다는 의견이 41.0%로 나타났다. 비록 서비스업 종사자들이 소비자들보다는 품질에 대해 다소 좋은 평가를 하고 있기는 하지만 순정보다는 싸지만 질은 다소 나쁠 것 같다는 의견이 가장 많은 것은 아직 대체부품에 대한 신뢰가 부족하기 때문이다.

소비자들의 인식보다 더 중요한 것은 서비스업 종사자들의 인식이다. 그들에게 대체부품이 순정품보다 저렴하면서도 성능 및 품질은 순정품과 동일한 부품이라는 인식을 심어주지 못한다면 이 시장의 성공은 어렵다. 직접적인 품질개선을 위한 인증·시험센터의 설립이 필요한 이유이다.

4) 자동차 대체부품 만족도

<표 38> 시장 활성화를 위한 순정대비 가격 및 성능 비중

(단위: %)

구분	평균
시장 활성화를 위한 순정대비 대체부품 가격비중	66.0
시장 활성화를 위한 순정대비 대체부품 성능비중	76.0
대체부품 품질의심 가격비중	49.1
대체부품 사용포기 가격비중	74.7

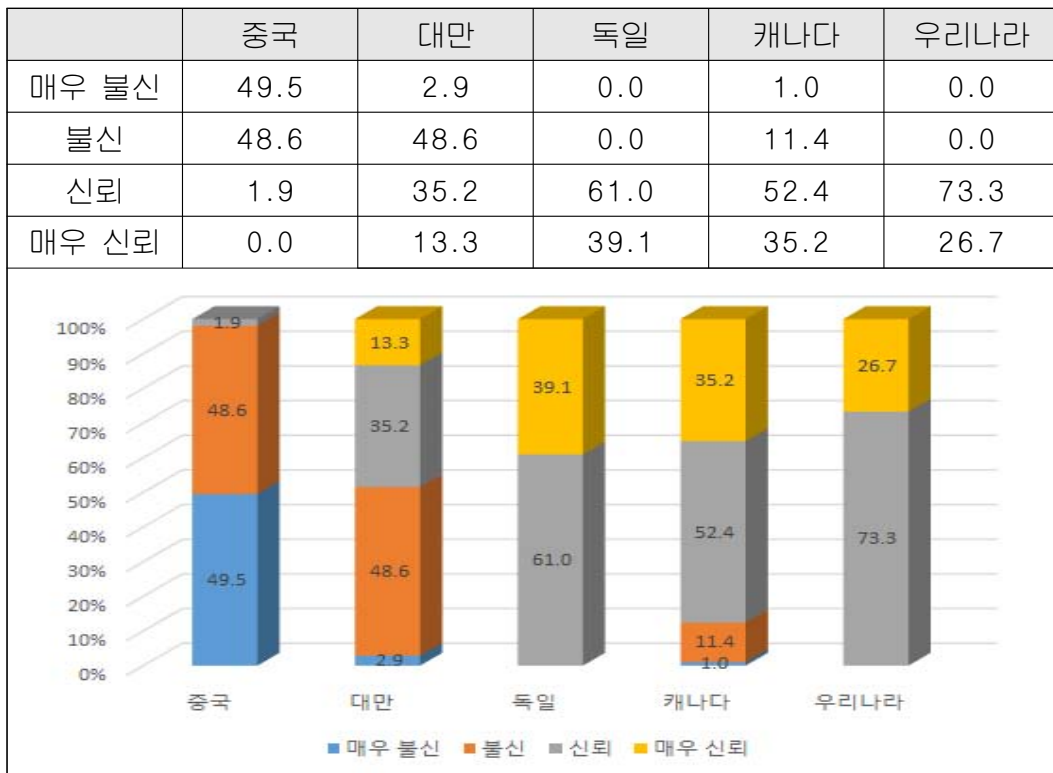
서비스업 종사자는 자동차 대체부품시장이 활성화되기 위해서는 순정가격의 66.0% 정도 수준에서 가격이 결정되어야 한다고 응답하였고, 성능은 76.0% 정도 수준이 되어야 한다고 생각하는 것으로 나타났다. 특히 순정가격의 74.7%가 넘어서면 대체부품의 사용을 포기하겠다고 응답하였는데, 이는 소비자들의 생각과 거의 차이가 없었다.

제품을 판매하는 입장에서 볼 때 대체부품이 성공하기 위해서는 순정가격의 66.0% 선에서 제품이 공급되어야 하는데, 이 부분이 가장 큰 걸림돌이 될 것으로 여겨진다.

외제 차의 경우 부품가격이 비싸 국내생산 대체부품이 많이 저렴할 수 있지만, 국산 자동차의 경우 순정가격의 66.0% 선을 유지하기는 쉽지 않아 보인다. 서비스업 종사자, 소비자 모두 순정부품보다 대체부품이 많이 저렴해야 대체 부품이 성공할 수 있다고 말하고 있다. 대체부품시장이 성공하기 위해서는 대체 부품이 가격경쟁력을 갖출 수 있도록 정부차원의 지원방안 마련이 반드시 수반 되어야 한다. 가격경쟁력 강화를 위한 R&D 지원 강화가 필요하며, 품질개선을 통해 더 높은 가격을 받을 수 있는 토대를 만들어야 할 것이다.

<표 39> 자동차 대체부품 생산국가별 신뢰도

(단위: %)



대체부품 주요 생산국가별 신뢰도의 경우 독일, 캐나다, 대만, 중국 순으로 높게 나타났다.

독일의 경우 매우 신뢰한다는 응답이 39.1% 신뢰한다는 응답이 61.0%에 달해 신뢰도가 매우 높았으며, 중국의 경우 불신과 매우 불신의 비중이 각각 49.5%, 48.6%로 신뢰도가 매우 낮았다.

우리나라도 신뢰한다는 응답이 73.3%, 매우 신뢰한다는 응답이 26.7%로 독일과 더불어 유일하게 불신한다는 응답이 나타나지 않았다. 소비자는 물론 서비스업 종사자도 우리나라 제품에 대한 신뢰도가 높으므로 규제가 완화되고, 우리나라 자동차의 대체부품도 생산된다면 빠른 시일 내에 시장의 확대가 예상된다. 그러나 자동차부품의 경우 작은 문제가 큰 사고로 이어질 수 있고, 한 번의 실수가 전체 제품에 대한 이미지로 굳어지기 때문에 품질과 안전을 보증하고 개선할 수 있는 인증·시험센터의 구축이 필요하다.

5) 자동차 수리 경험(자동차 수리센터)

충남의 자동차 수리센터의 1년 평균 매출액은 9.6억 정도로 나타났다⁵⁾. 대체 부품시장이 활성화된다면 자동차 수리센터의 평균 매출액에도 변동이 예상되며, 완성차 업체의 독점이윤이 적절히 대체부품생산기업과 차수리센터로 배분된다면 이윤의 증가도 예상된다.

5) 자동차 수리센터의 경우 영세업체부터 대형업체까지 규모의 차이가 크다. 본 조사에서는 연 평균 매출액이 0.7억부터 42억까지 편차가 크게 나타나고 있다.

<표 40> 비순정부품 취급여부

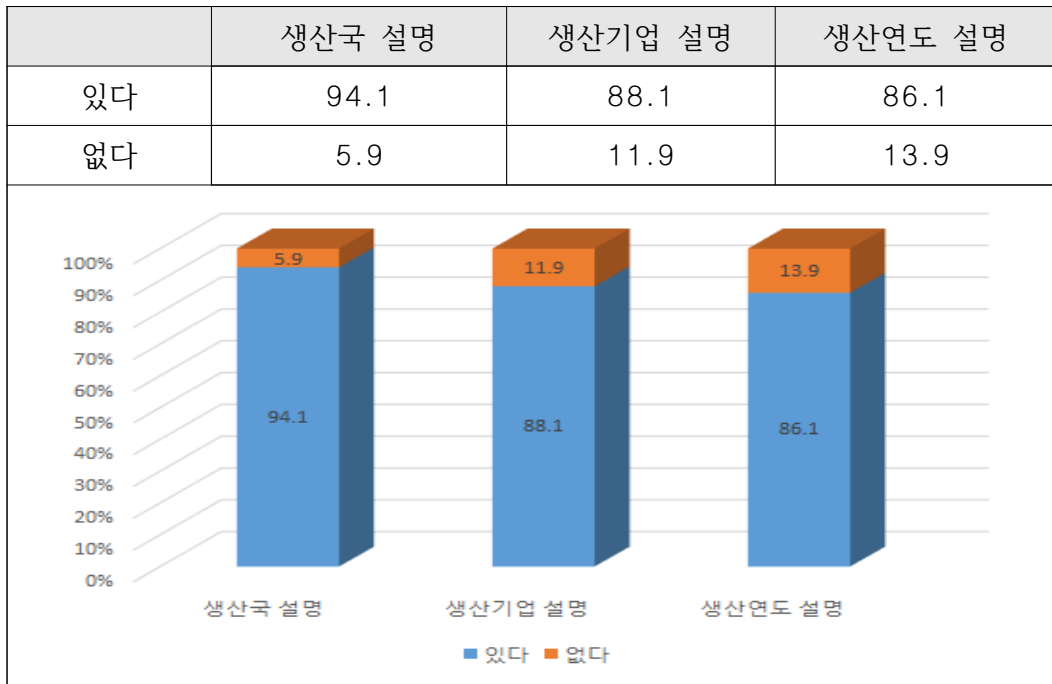
(단위: %)



충남 자동차 수리센터의 경우 96.2%가 순정부품 이외 재생이나 중고부품 등 비순정부품 취급한다고 응답하였다. 특히 충남의 산업도시인 천안·아산의 경우 100% 비순정부품을 취급하고 있었다. 이는 그만큼 비순정부품 시장이 존재한다는 의미이며, 대체부품시장이 빠르게 성장할 수 있음을 의미한다고 할 수 있다.

<표 41> 비순정부품에 대한 설명여부

(단위: %)

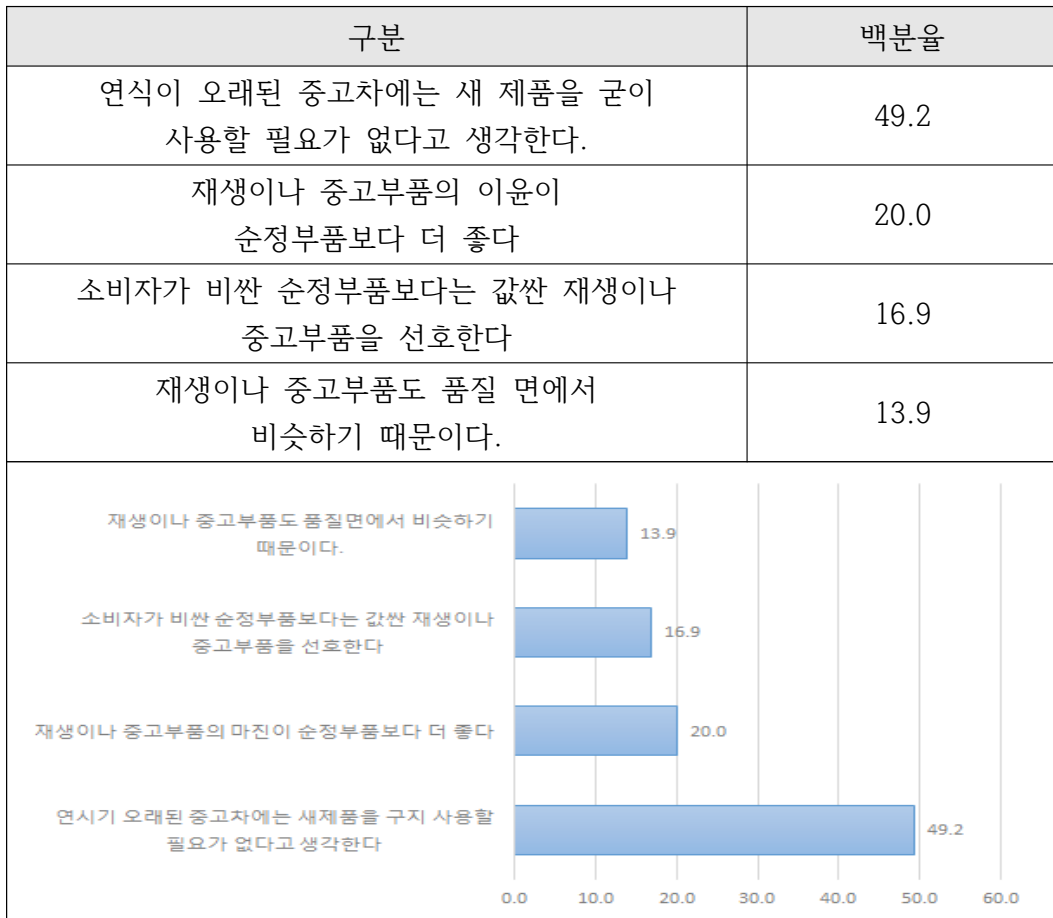


자동차 수리센터에서 생산국, 생산기업, 생산연도 등 비순정부품에 대한 정보들을 어느 정도 제공하는 것으로 나타났다. 또한, 비순정부품의 권유여부에 대해서도 수리센터의 61.9%가 권유하는 편이라고 응답하였다.

대체부품시장을 활성화하기 위해서는 투명한 정보공개와 자동차 수리센터의 적극적인 권유가 필수이다. 자동차 수리센터를 통한 홍보방안 마련이 필요하다 하겠다. 소비자에게 제품의 정보는 물론 대체부품의 취지를 설명하고 성능과 품질이 순정부품과 동일함을 반드시 인지시켜야 할 것이다.

<표 42> 비순정부품 권유 이유

(단위: %)

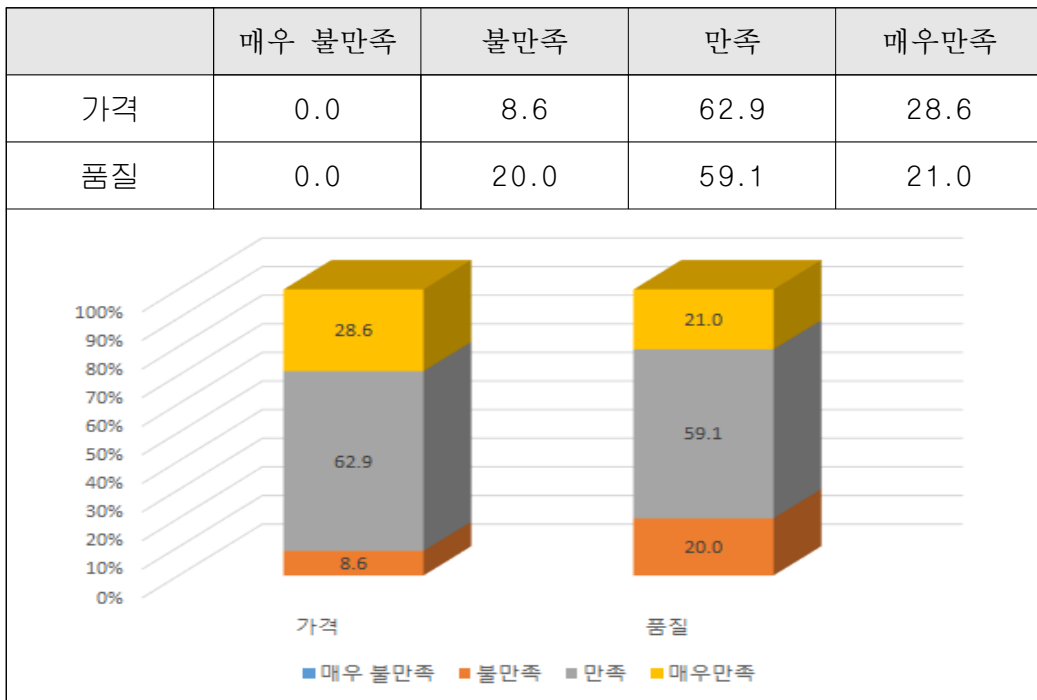


자동차 수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 권유한 이유로는 연식이 오래된 중고차에는 새 제품을 굳이 사용할 필요가 없기 때문이라는 응답이 49.2%로 가장 높았다.

특히 재생이나 중고부품의 이윤이 순정부품보다 더 좋다는 응답이 20.0%로 다음 순이었는데, 자동차 수리센터 입장에서 대체부품의 이윤이 순정부품보다 높다면 대체부품을 적극적으로 권유할 가능성이 크다. 대체부품시장이 성공하기 위해서는 순정대비 판매이윤을 높일 수 있도록 가격과 기술경쟁력을 높여야 할 것이다.

<표 43> 비순정부품 품질과 가격에 대한 만족도

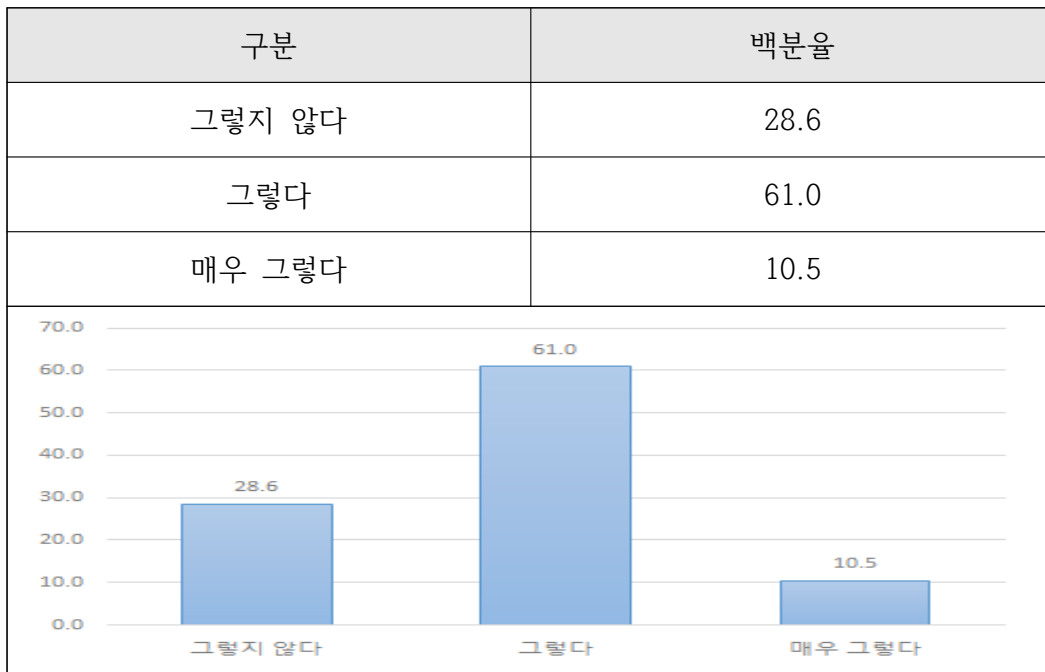
(단위: %)



자동차 수리 서비스업 종사자들은 현재 유통되고 있는 비순정부품의 가격에는 어느 정도 만족하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 품질에 대해서는 20% 정도가 불만족스럽다고 응답하였다. 이 부분은 대체부품시장에 시사하는 바가 크다. 대체부품이 기존의 재생 및 중고부품과의 경쟁에서 승리하기 위해서는 품질이 반드시 뒷받침되어야 한다.

<표 44> 대체부품 권유의향

(단위: %)

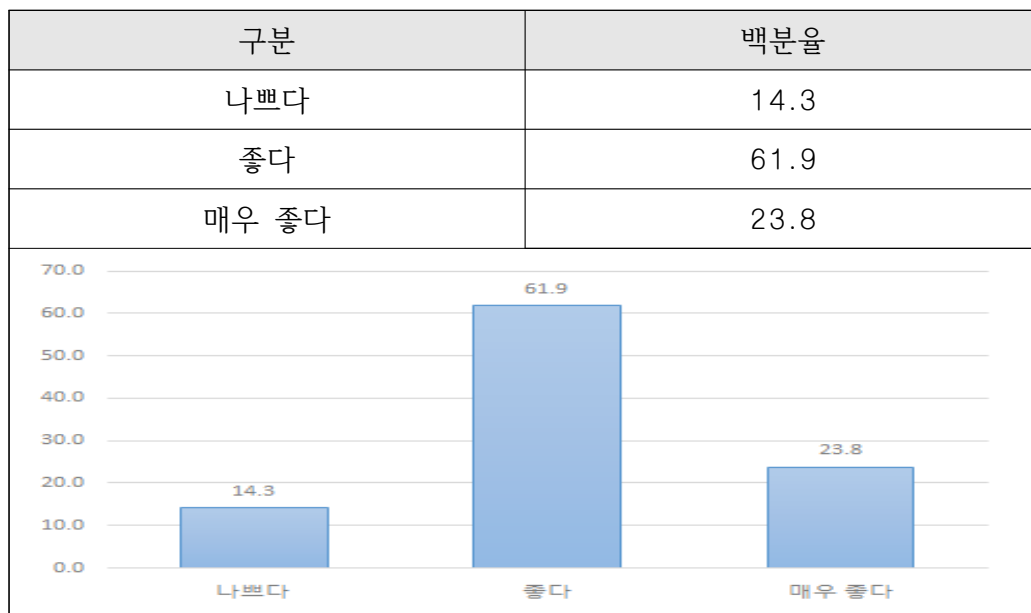


자동차 수리 서비스업 종사자들의 71.5%가 인증 자동차 대체부품이 생산된다면 적극적으로 소비자에게 권유할 의향이 있다고 응답하였다. 그러나 28.6%는 적극적으로 권유할 의향이 없는 것으로 나타났다. 대체부품시장의 활성화되기 위해서는 자동차 수리 서비스업 종사자들의 적극적인 홍보와 권유가 필수이다. 이들을 대상으로 하는 홍보방안 마련이 필요하다고 하겠다.

6) 자동차 대체부품 시장전망

<표 45> 대체부품 시장전망

(단위: %)



자동차 수리 서비스업 종사자들은 대체부품시장 전망에 대해 전반적으로 긍정적으로 평가하고 있다. 시장전망이 좋다는 응답이 61.9%로 가장 높았고 매우 좋다는 응답도 23.8%로 소비자들의 14.9%보다 더욱 긍정적으로 평가하였다.

<표 46> 시장전망을 긍정적으로 보는 이유

(단위: %)

구분	백분율
정부인증이 있어 품질을 믿을 수 있다	32.2
소비자는 가격이 싼 대체부품을 선호할 것이다	26.7
대체부품, 튜닝시장 등 새로운 시장이 활성화 될 것 같다	17.8
자동차 대체부품의 수출시장이 열릴 것 같다	23.3

대체부품시장을 긍정적으로 보는 이유로는 정부인증이 있어 품질을 믿을 수 있다는 응답이 32.2%로 가장 높았고, 소비자는 가격이 싼 대체부품을 선호할 것이라는 응답이 26.7%로 다음 순이었다. 정부나 지자체가 대체부품시장을 활성화하기 위해서는 정부인증을 통한 신뢰도 향상과 가격경쟁력을 갖춰야 하는데, 이는 충남이 추진 중인 대체부품 인증·시험센터의 핵심 기능이라고 할 수 있다. 빠른 센터의 설립이 필요하다고 하겠다.

<표 47> 시장전망을 부정적으로 보는 이유

(단위: %)

구분	백분율
중소기업 제품의 품질을 믿을 수 없다	6.7
가격이 생각보다 싸지 않을 것 같다	33.3
해외부품기업의 자동차대체부품이 더 경쟁력이 있을 것 같다	13.3
소비자는 그래도 순정부품을 계속 선호할 것이다	46.7

그러나 대체부품시장을 부정적으로 보는 이유도 나타나는데, 소비자는 그래도 순정부품을 계속 선호할 것이라는 응답이 46.7%로 가장 높게 나타났으며, 가격이 생각보다 싸지 않을 것 같다는 응답이 33.3%로 다음 순이었다. 대체부품시장이 활성화되기 위해서는 소비자의 대체부품에 대한 불신을 줄이는 노력이 필요하고 대체부품 생산기업이 가격경쟁력을 갖추도록 하는 기술지원이 필요하다.

7) 자동차 대체부품활성화 방안

<표 48> 디자인보호법 규제완화 여부

(단위: %)

구분	백분율
그렇지 않다	2.9
그렇다	61.0
매우 그렇다	36.2

아직 우리나라 자동차의 인증 대체부품은 디자인보호법에 묶여 생산할 수 없고, 외제차의 대체부품만 생산이 가능한 실정임을 앞에서도 언급하였다.

대부분의 자동차 수리 서비스업 종사자들은 이에 대해 부정적으로 생각하고 있으며 우리나라 자동차의 대체부품도 규제를 풀어야 한다고 생각하는 것으로 나타났다. 자동차 수리센터 근로자와 소비자의 대부분이 현재 우리나라 자동차 부품 디자인보호법에 대해 부정적으로 생각하고 있다는 점은 시사 하는 바가 크다고 하겠다.

<표 49> 대체부품 인증·시험센터의 필요성

(단위: %)

구분	백분율
필요	51.4
매우필요	48.6

대체부품을 전문적으로 시험하고 인증하는 센터나 기관의 필요성에 대해서는 100% 필요하다고 응답하였다. 이와 같은 결과는 그동안 비순정부품 불신의 결과이다. 대체부품 인증·시험센터의 구축은 수리센터 근로자와 소비자의 니즈(needs)인 만큼 중앙정부차원의 추진이 필요하다.

<표 50> 대체부품 인증·시험센터의 품질과 안전성 확대 기여여부

(단위: %)

구분	백분율
그렇다	57.1
매우 그렇다	42.9

자동차 수리 서비스업 종사자들은 대체부품 인증·시험센터가 대체부품의 품질과 안전성을 보다 높일 것이고 100% 응답하였다. 소비자들보다 인증·시험센터의 중요성을 확실하게 인식하고 있었다.

<표 51> 정부의 대체부품시장 활성화 노력의 성과

(단위: %)

구분	백분율
그렇지 않다	14.3
그렇다	53.3
매우 그렇다	32.4

정부의 자동차 대체부품 활성화 노력이 자동차 수리센터의 매출확대에 도움이 된다는 응답이 85.7%로 높게 나타났다. 이를 통해 대체부품시장의 활성화가 소비자의 이윤은 물론 자동차수리센터의 매출확대에도 기여함을 알 수 있다. 윈윈(win-win) 할 수 있는 정책이라고 할 수 있다. 대체부품산업 육성화 시장 활성화는 소비자, 자동차 수리센터, 중소기업 모두에게

3. 소비자 FGI 분석결과

1) 인지도 조사

수입차 소유자들의 경우 상당히 비싼 차를 타고 다님에도 불구하고, 차 수리 비용에 매우 비싸다고 느끼고 있었으며, 상당한 부담을 느끼고 있었다. 특히 범퍼, 유리교체 등 안전과 크게 상관 없는 부품의 가격도 매우 비싼 것으로 나타났다.

수입차 소유자들의 경우 대체부품에 대해 국산차 소비자들보다 인지도가 매우 낮았다. 인터뷰한 사람들 모두 대체부품에 대해 처음 들어보았다고 응답하였다. 현재 수입차 부품만 인증대체부품 생산이 가능한데 수입차 소유자의 인지도가 전혀 없다는 것은 앞으로 크게 고민해야 할 숙제라고 할 수 있다. 그러나 대체부품에 대한 설명을 듣고 대부분 관심이 생겼고 사용할 의사가 있다고 응답하였다.

2) 선호도 조사

대부분의 외제 차 소유자가 대체부품에 대해 사용할 의향이 있다고 응답하였다. 특히 우리나라에서 생산된 제품이라면 신뢰할 수 있고, 특히 엔진이나 미션 부품처럼 주요 부품이 아니라면 대체부품으로 충분히 사용 가능할 것 같다고 응답하였다. 또한, 대체부품활용 시 가격적인 면도 중요하지만 순정부품 공수를 위한 시간 소모도 상당하므로 대체부품을 활용하겠다는 응답도 있었다.

대체부품의 경우 신차 구입 후 3~5년 정도가 지나면 사용할 의향이 있다고 응답하였다. 국산차 소비자보다 기간이 짧은데 이는 수입차의 수리비용이 국산차보다 상당히 비싸고, 중고차의 가격도 5년이 지난 시점에 크게 하락하기 때문으로 여겨진다.

주 사용의향 품목은 범퍼와 차체, 배터리, 소모성 부품 등 다양하게 나타났다.

3) 이미지 조사

대체부품에 대한 이미지는 실용적이라는 이미지도 나타났지만, 신뢰성이 낮아 보인다는 의견도 있어, 수입차 소유자마다 다소 상반되는 의견이 나타나고 있다. 특히 안전과 상관없는 소모성 부품보다는 기능성부품에 대한 이미지가 더 부정적인 것으로 나타났다.

4) 만족도 조사

수입차 순정부품에 대한 품질에는 상당히 만족하고 있었다. 대체부품이 성공하기 위해서는 가격이 훨씬 더 저렴해야 하고, 품질 또한 80~90 이상 유사해야 한다고 생각하고 있었다. 또한 가격이 너무 낮으면 저품질 부품으로 인식될 수 있으므로 너무 낮은 가격책정보다는 적절한 가격책정이 필요하다고 생각하고 있었다. 그러나 대체부품의 기대수명에 대한 부정적인 의견도 있어 가격책정 시 많은 고민이 필요한 것으로 나타났다.

우리나라 제품에 대한 경쟁력에는 충분히 공감하고 있었으며, 가격이 낮고 품질이 유사하다면 세계시장에서도 통할 수 있다고 생각하고 있고 대체부품에 대한 거부감도 없는 것으로 나타났다.

5) 차 수리 경험

수입차의 경우 수리비에서 국산차 대비 최소 2~3 배 이상, 크게는 8배 이상 차이가 나타났다. 엔진오일 등 소모성부품의 경우 일반 수리센터를 활용한 경험도 있지만 대부분 일반 수리센터보다는 수입차 직영수리센터가 있었다.

이는 아직 일반 수리센터의 수리기술이 직영수리센터보다 부족하다고 생각하기 때문인데, 높은 직영수리센터 활용은 수입차 수리 관련 인재 양성을 통해 해결이 가능할 것으로 여겨진다.

6) 시장 전망

대부분 수입차 소유자들도 대체부품 시장전망에 긍정적으로 생각하고 있었다. 특히 안전성과 유통의 투명성만 확보된다면 지속적으로 성장할 수 있을 것으로 생각하고 있었다.

7) 대체부품 발전방안

국산차소비자와 같이 대체부품시장이 성공하기 위해서는 안전을 위협하지 않는 범위에서 규제를 완화해야 한다고 응답하였다. 또한 안정성과 신뢰성을 높일 수 있는 인증·시험센터의 구축이 반드시 필요하다고 응답하였다. 그리고 정부의 대체부품시장 활성화 노력이 수입차 소비자의 차 수리 서비스 감소에 도움이 된다고 생각하였다. 그러나 아직은 직접적으로 느끼지는 못하고 있었는데, 이는 아직 시장이 활성화되지 못하였고 이용 가능한 부품도 매우 제한적이기 때문으로 여겨진다.

4. 종합 시사점

1) 기업에 주는 시사점

- 자동차 대체부품시장의 주요 고객 타기게팅은 5년 이상 자동차를 소유한 소비자와 비순정부품 사용 경험이 있는 소비자를 대상으로 해야 한다.
 - 아직 우리나라 소비자는 순정부품을 선호하고, 특히 새 차일 때 대체부품 사용에 대한 반감이 있어, 시장 초기에는 5년 이상 자동차 소유자를 집중적으로 공략하는 전략을 수립해야 할 것이다.
 - 그러나 수입차의 경우 3년 보증기간이 끝나면 수리비가 매우 비싸므로 3년 이상 자동차를 소유한 소비자를 대상으로 마케팅 전략을 수립할 필요성이 있다.
- 시장 초기에는 등화부품, 기능성부품, 소모성부품 위주로 시장에 진출하고 이후 범퍼와 차체 등 진출이 필요하다.
 - 많은 소비자가 순정부품을 선호하므로 시장 초기에는 기능성부품(쇼바, 점화 플러그, 브레이크, 와이퍼 등), 소모성부품(에어필터, 기름필터, 엔진오일, 부동액, 배터리 등) 등 수리 시 보이지 않는 부품개발과 생산이 기업 판로에 유리하다.
 - 특히 수입차 소비자의 경우에는 안전에 더 민감하므로 기능성 부품보다는 소모성부품으로 초기시장을 공략할 필요성 있다.
- 순정부품과의 경쟁에서 이기기 위해서는 자동차 대체부품의 가격경쟁력 확보가 가장 중요하다.
 - 기업 입장에서 가장 어려운 부품이기 하지만 합리적인 가격책정이 필요하고, 특히 순정부품과 동일한 품질을 유지해야 한다. 따라서 가격경쟁력 확보를 위한 정부의 기술개발 지원이 반드시 필요하다.
- 우리나라 제품에 대한 소비자의 높은 신뢰도를 바탕으로 시장진출 전략을 수립할 필요가 있다.

- 우리나라 제품에 대한 신뢰도가 대만 수입품보다 높게 나타나고 있으므로 시장개척에 유리하지만, 대만 기업에 시장선점을 놓친다면 주도권을 빼앗길 수 있어 주의해야 한다.
- 중고부품, 재생부품 등 비순정 부품 시장이 이미 존재하고 있지만 비순정 부품에 대한 소비자의 불신이 높은 점을 대체부품 유통의 기회로 삼아야 할 것이다.

2) 정부 및 충남에 주는 시사점

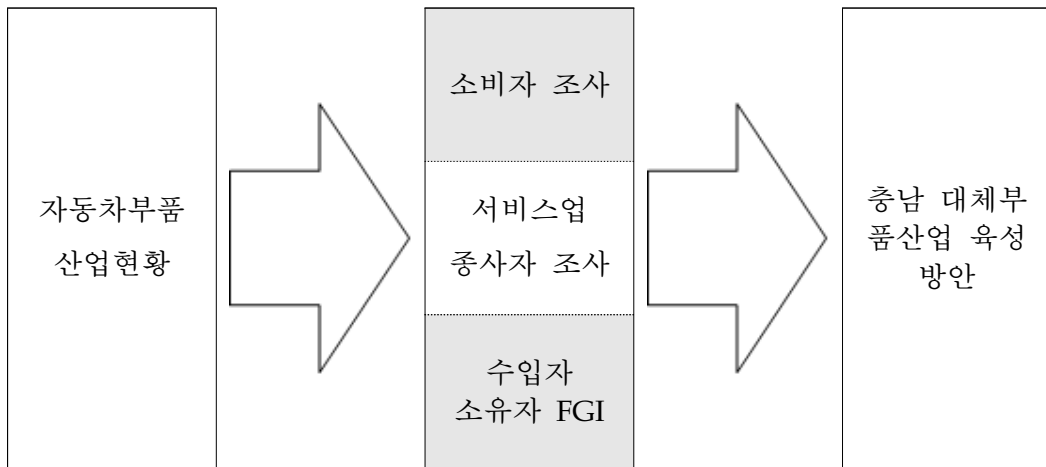
- 아직 대체부품 및 대체부품인증제도에 대한 소비자의 인지도가 낮으므로 정부나 지자체 차원의 적극적인 홍보가 필요(낮은 인지도 개선)하다.
 - 특히 수입차 소유자의 경우 인지도가 전혀 없어, 수입차 소유자를 대상으로 하는 홍보방안 마련이 필요
 - 차 수리 서비스업 종사자들은 이 제품을 소비자에게 직접 권할 수 있는 위치에 있으므로 이들에 대한 설명회 및 홍보는 필수이다.
- 낮은 인지도로 인해 소비자들은 대체부품에 대해 재생, 중고부품 등 부정적인 이미지를 가지고 있다.
 - 자동차 대체부품이 순정부품과 동일한 성능을 인정받아야만 시장에 판매될 수 있다는 것을 소비자에게 적극적으로 알릴 필요가 있다.
- 대체부품 생산기업이 시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 제품의 가격과 품질 경쟁력이 매우 중요하다.
 - 중소기업의 기술개발을 뒷받침해줄 수 있는 정부차원의 대체부품 인증·시험센터의 구축이 필요하다.
 - 또한, 대체부품도 충남의 전략산업인 자동차부품산업에 포함되기 때문에 충남의 지역산업발전계획에 포함해 R&D지원, 경영컨설팅 등 산업육성정책을 마련해야 한다.

- 현재까지 국산차의 경우 디자인 보호법에 묶여 인증 대체부품을 생산할 수 없지만, 대부분 자동차수리서비스업 종사자와 소비자들이 불합리한 규정이라고 생각하고 있다.
 - 정부의 적극적인 디자인 보호법 개선책 마련 등 새로운 시장을 위한 규제 완화가 필요한 시점이다.
- 현재 우리나라의 대체부품시장은 대만기업이 주도하고 있는데, 향후 대체부품시장의 선점을 빼앗길 수 있으므로 우리나라 중소기업이 시장에 성공적으로 진출할 수 있도록 정부의 지원이 필요하다.
 - 제품의 가격경쟁력과 품질경쟁력의 향상을 위한 지원도 중요하지만, 차 수리 서비스업과 밀접한 연관 산업이기 때문에 수입차를 대상으로 하는 수입차 수리전문 인재육성도 반드시 수반되어야 한다.
 - 특히 수입차의 경우 FGI 분석결과 국산 자동차보다 큰 비용이 수반되고, 지정수리업소 위주로 교육이 진행되기 때문에, 일반 수리업소를 대상으로 하는 교육프로그램 개발은 필수이다.
- 아직 우리나라 소비자의 경우 순정부품에 대한 선호도가 높고 대체부품에 대한 신뢰도가 낮는데, 대체부품에 대한 인식개선을 위한 홍보가 필요하다.
 - 순정부품을 생산하는 동일기업에서 대체부품도 생산한다는 것을 올바르게 인지시켜야 하며, 그 가운데 중소기업이 피해를 입지 않도록 대·중소기업 상생협력을 위한 방안 마련이 필요하다.
 - 또한, 대체부품의 신뢰도를 높이기 위해서는 무엇보다 비순정부품 시장에서 유통되는 제품에 대한 정보의 투명성 확보가 필요하며, 불법재생제품이나 비인증 제품에 대한 정부의 단속도 필요하다.
- 대체부품시장이 성공하기 위해서는 차수리센터의 적극적인 제품권유가 중요하다.
 - 인증대체부품을 적극적으로 사용하는 차수리센터의 경우 지자체차원의 홍보 인증마크를 붙여주고, 별도 홈페이지를 구축하여 관련 차수리센터의 홍보를 지원할 필요성이 있다.

- 대체부품시장을 더욱 활성화하기기 위해서는 자동차보험시장과 연계가 중요하다.
 - 자동차사고를 보험처리 할 때 순정부품을 사용하는 대신 대체부품 사용한 다면 보험료를 할인해 주는 등 보다 적극적인 시장 활성화 방안 마련이 필요하다.
- 국산제품의 수출을 위한 거래처 발굴 지원을 해야 한다.
 - 미국, 중국 등 타 국가의 자동차부품시장은 우리나라보다 크고 활성화되어 있다.
 - 자동차부품기업의 투자를 장려하기 위해서는 지자체 차원에서 수출 거래처 발굴과 수출지원이 필요(자동차부품협회의 협조 필요)하다.
- 스타기업 육성지원으로 산업의 집적화를 유도해야 한다.
 - 수출 거래처가 발굴되면, 구매자가 원하는 부품을 올바르게 파악하여, 이 부품을 생산할 수 있는 기업을 적극적으로 지원하고 육성해야 한다.
 - 도내 자동차부품기업의 재투자는 물론 타 시도 기업유치를 위해서는 바이어 정보가 반드시 필요하다.

제5장 충남 대체부품산업 육성방안

[그림 7] 실태조사를 통한 대체부품산업 육성방안 도출



본 연구에서는 충남 자동차부품산업의 현황, 소비자와 차수리서비스업 종사자 설문조사결과를 바탕으로 충남 대체부품산업의 육성방안을 제시하고자 한다.

본 연구의 분석결과 대체자동차부품시장은 충분한 시장경쟁력이 있는 것으로 나타났다. 본 연구의 분석결과는 자동차부품기업의 투자를 위한 자료는 물론 충남도의 자동차 대체부품산업 육성을 위한 귀중한 기초자료가 될 것이다. 본 연구에서는 제시하는 정책방향과 전략은 다음과 같다.

〈표 52〉 자동차 대체부품산업 육성 방향 및 전략

비전	대한민국 대체자동차부품산업의 메카 충남!	
현황 및 문제점	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우리나라 자동차부품산업의 침체 ○ 구조적인 충남 자동차부품산업의 한계 ○ 대체자동차부품시장 기초자료 부족 	
정책 방향	<ol style="list-style-type: none"> 1. 자동차 대체부품시장의 저변확대 2. 중소자동차부품기업 지원방안 마련 3. 자동차 대체부품산업 기반마련 	
추진 전략	정책 방향 1	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전략1: 자동차 대체부품 홍보 및 인식개선 ○ 전략2: 자동차 대체부품 정보의 투명성 확보 ○ 전략3: 보험시장과의 연계방안 마련(역제안 과제)
	정책 방향 2	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전략1: 수출거래처 발굴 ○ 전략2: 스타 대체부품기업 육성 ○ 전략3: 대체부품기업 네트워크 구축
	정책 방향 3	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전략1: 산업집적을 위한 대체부품 클러스터 구축 ○ 전략2: 차 수리 서비스시장 인력양성 ○ 전략3: 규제철폐 건의(역제안 과제)

1. 정책방향 1: 자동차 대체부품시장의 저변 확대

자동차 대체부품시장이 성공하기 위해서는 무엇보다 이 시장에 대한 저변확대가 필요하다. 선진국에서는 이미 자동차부품기업과 보험시장을 중심으로 활성화되고 있지만 아직 우리나라의 경우 현대·기아 등 완성차업체를 중심으로 한 시장구도가 너무나도 강력해 많은 애로사항에 직면해있는 형국이다. 이미 대만의 대체부품기업들이 우리나라 시장을 선점하기 위해 부품인증을 받고 있다. 지금 대체부품 시장을 국가차원에서 활성화 시키지 못한다면 대만부품기업에 이 시장은 잠식당할 가능성이 크고, 대중국 수출시장까지 빼앗길 가능성이 높다.

1) 전략 1: 자동차 대체부품 홍보 및 인식개선

충남 자동차 대체부품산업을 육성하기 위해서 가장 중요한 것은 대체부품에 대한 소비자의 인식개선 노력이다. 많은 자동차부품 소지자가 대체부품에 대해 부정적으로 생각하고 있었다. 그러나 이는 대체부품에 대한 충분한 이해가 부족하기 때문이다. 대체부품은 분명 순정부품과 동일한 성능 이상이어야만 인증받을 수 있다. 따라서 소비자를 대상으로 하는 홍보와 인식개선이 시장 활성화를 위해 가장 먼저 추진해야 할 전략이라고 할 수 있다.

<표 53> 대체부품 홍보 및 인식개선을 위한 추진시책

시책	주요 내용
사업 ①	대체부품 관련 홍보책자 및 동영상, 리플릿 제작
사업 ②	서비스업 사장들을 대상으로 대체부품 설명회 개최

그러나 이와 같은 홍보 및 인식개선은 지자체만의 노력으로는 불가능하다. 중앙정부차원에서의 적극적인 홍보가 필요하다. 대체부품 인증제도의 주관부인 국토교통부에서는 대체부품 관련 홍보책자 및 동영상을 만들어 방송은 물론

주요 포털을 중심으로 홍보를 해야 한다. 시행 후 2년이 넘었지만 아직 많은 사람들이 이 제도에 대해 잘 모르는 것은 문제가 있다. 또한, 차 수리 서비스업 사장들을 대상으로 설명회를 개최하여, 소비자에게 이 제도를 설명하고, 소비자가 대체부품을 믿고 사용할 수 있도록 유도해야 한다. 결국, 제품을 사용하고 판매하는 것은 차 수리 서비스업 종사자들이기 때문에 이들이 이 제도를 정확하게 인지하지 못한다면 이 시장은 성공할 수 없다.

2) 전략 2: 자동차 대체부품 정보의 투명성 확보

소비자가 대체부품시장에 대해 부정적인 것은 순정부품과는 다르게 제품에 대한 정보가 불투명하다고 느끼기 때문이다. 대체부품에 대한 정보가 확실하다면 소비자는 대체부품의 사용을 꺼릴 이유가 없다. 현재는 (사)한국자동차부품협회에서 지정한 시험기관을 통해 제품을 인증하고 있지만 이를 보다 강화할 필요성이 있다. 중고 및 재생부품의 경우 품질보증제 및 부품이력제를 실시하고, 대체부품의 경우 인증·시험 기능을 한곳에서 수행할 수 있도록 해야 한다. 또한, 인증 대체부품을 일정비율 이상 사용하는 차수리센터의 경우 정부나 지자체 차원의 인증마크를 제작하여 붙여주고, 시도 및 시군홈페이지를 통해 적극적으로 홍보해야 할 것이다.

<표 54> 대체부품 정보의 투명성 확보를 위한 시책

시책	주요 내용
사업 ①	중고부품 품질보증제 및 이력제 추진
사업 ②	차수리센터 인증마크 부착

3) 전략 3: 보험시장과의 연계방안 마련

현행 자동차보험 담보 중 대물배상담보, 자기차량손해담보의 보상체계는 차량 연식이 오래된 차량도 외장부품 교환 시 고가의 OEM(일명 순정품) 신 부품으로 교환하고 있어 불필요한 보험금을 지출하고 있으며, 이는 차량 수리비 지급액 증가로 이어져 보험료 인상을 초래하고 있다. 이는 완성차업체에만 이익이 될 뿐, 소비자인 국민에게는 보험료 부담만 지우고 있다.

이러한 보상체계는 실손보상원칙에 어긋날 가능성이 있어 일정 연식 이상의 노후한 차량은 외장부품 교환 시 감가상각을 감안하여 정부가 품질을 인증하는 대체부품 사용을 의무화할 필요성이 있다.

<표 55> 보험시장과의 연계를 위한 시책

시책	주요 내용
사업 ①	보험시장 대체부품사용 의무화 추진

2. 정책방향 2: 중소자동차부품기업 지원방안 마련

1) 전략 1: 수출거래처 발굴

아직 국내 대체부품시장이 미성숙한 단계에서 중소 자동차부품기업이 대체부품시장에 투자하기는 쉽지 않은 일이다. 따라서 충남은 한국자동차부품협회 등과 공동으로 해외 바이어를 찾기 위한 노력이 필요하다. 미국, EU, 중국 등 대체부품수요가 충분한 국가를 대상으로 바이어를 사전에 접촉하여, 우리나라 인증 대체부품에 대해 충분히 설명해야 한다.

특히 충남도에서 추진하고 있는 ‘해외바이어 초청 수출상담회’를 적극적으로 활용할 필요성이 있다. 대체부품관련 해외바이어를 충남으로 초청하여 구매의향과 구매품목에 대한 면밀한 검토 후 대체부품에 투자를 희망하는 기업에 전달해야 한다.

또한, ‘중소기업 해외 지사와 사업’과 ‘맞춤형 해외시장조사 사업’ 등을 통해 해외 대체부품 시장조사, 거래처 발굴 등 적극적인 지원책을 마련해야 한다.

<표 56> 수출거래처 발굴을 위한 시책

시책	주요 내용
사업 ①	해외바이어 초청 수출상담회
사업 ②	해외시장조사
사업 ③	국제전시회 개최

2) 전략 2: 스타 대체부품기업 육성

해외 대체부품시장조사를 통해 수출거래처와 시장에 대한 정보가 확보되면, 구매자 구매의향 품목을 생산할 수 있는 대체부품기업을 육성해야 한다. 충남이나 타 시·도의 자동차부품기업이 이 시장에 투자할 수 있도록 적극적인 투자유치가 필요하다.

세제혜택, 투자보조금 등 충남이 투자유치를 위한 다양한 정책을 추진하고 있지만, 대체부품 투자기업에 대한 별도의 인센티브 마련이 필요하다. 기존의 300~500만 원 정도의 작은 단위의 컨설팅 지원금으로는 기업의 투자를 유인할 수 없다. 충남 지휘부의 결단을 통해 더욱 확실한 지원책을 내놔야 한다. 자동차부품 산업육성에 투입되는 일부 예산을 대체부품산업을 위해 별도로 구분하는 것도 필요하다 하겠다. 이를 바탕으로 분야별 스타기업을 육성해야 할 것이다.

<표 57> 스타 대체부품기업육성을 위한 시책

시책	주요 내용
사업 ①	대체부품 R&D 지원
사업 ②	대체부품 시제품 제작 지원
사업 ②	경영 컨설팅 지원

3) 전략 3: 대체부품기업 네트워크 구축

분야별 스타기업을 육성하기 위해서는 대체부품 기업의 네트워크가 매우 중요하다. 기업의 이윤을 극대화하기 위해서는 중복투자를 방지하고, 기업 간 장점을 최대한 살려야 한다. 충남은 대체부품시장에 투자를 희망하는 기업을 대상으로 한 네트워크를 구축하고, 모임에 들어가는 제반 비용을 지원해야 한다. 대체부품세미나, 관련 워크숍 등 기업인들과 전문가가 서로 모여서 정보를 공유할 수 있도록 하는 것도 필요하다. 또한, 이와 같은 네트워크 구축은 대체부품시장에 대한 홍보와 소비자의 인식개선에도 큰 도움이 될 것이다.

<표 58> 대체부품 네트워크 구축을 위한 시책

시책	주요 내용
사업 ①	대체부품기업 협의체 구성
사업 ②	대체부품 세미나, 워크숍 개최

3. 정책방향 3: 자동차 대체부품산업 기반마련

1) 전략 1: 산업집적을 위한 대체부품 클러스터 구축

충남이 대체부품산업을 육성하고 시장을 선도하기 위해서는 대체부품 전문 산업단지의 개발을 통해 산업의 집적을 유도하는 것이 필요하다. 충남의 내포지역은 충남의 중심부이고 인근에 자동차부품산업이 발달하여 있으므로 대체부품을 육성하기 위한 최적의 장소라고 할 수 있다.

그러나 현재와 같은 저성장시대에 산업단지의 개발만으로는 기업유치가 쉽지 않다. 따라서 기업을 유인할 수 있는 대체부품 인증·시험센터의 설립이 더욱 중요하다. 한곳에서 대체부품에 대한 기술개발 지원과 인증이 동시에 이루어진다면 기업에 큰 이점이 될 수 있다. 대체부품에 대한 불신을 줄이고, 품질을 높이기 위해서는 대체부품 인증·시험센터의 설립이 무엇보다 선행되어야 한다.

산업단지가 구축되고, 지원시설인 대체부품 인증·시험센터가 설립된다면, 이는 충남 대체부품 클러스터 구축을 위한 핵심시설이 될 것이다. 그리고 대체부품 클러스터를 보다 활성화하기 위해서는 외국기업의 투자를 적극적으로 유치해야 한다. 중국은 대체부품의 거대시장이다. 한류의 영향으로 중국에서 한국산 제품의 인기는 매우 높다. ‘Made in Korea’ 전략(중국기업이 한국에 투자하여 한국에서 제품을 생산하고 한국산으로 중국에 수출하는 전략)을 추구하는 중국기업을 적극적으로 유치하여 클러스터 구축을 견고의 할 필요성이 있다.

<표 59> 대체부품 클러스터 구축을 위한 시책

시책	주요 내용
사업 ①	대체부품전문 산업단지 개발
사업 ②	대체부품 인증·시험센터 구축
사업 ③	대체부품관련 외투기업 유치

2) 전략 2: 차수리 서비스시장 인력양성

대체부품산업은 차 수리 서비스시장과 매우 밀접한 관련이 있다. 차 수리 서비스 시장에서 대체부품이 판매되지 않는다면 아무리 좋은 제품을 생산한다 하더라도 이 산업은 성공할 수 없다. 아직 국산차부품은 디자인보호법에 묶여 생산할 수 없다. 현재는 수입차 부품만 생산이 가능하다. 그러나 수입차의 경우 차 수리가 국산차만큼 쉽지 않고 관련 전문가도 부족한 실정이다. 이는 수입차 소비자가 수입차 지정업소에서 비싸게 수리하는 이유이기도 하다. 따라서 수입차를 전문적으로 수리하고 관리할 수 있는 인력양성이 중요하다고 하겠다.

미국, 독일, 일본 수입차관련 교육 프로그램을 개발하여, 전문적인 교육을 실시해야 한다. 또한, 수입차에 대한 전문적인 교육 프로그램과 실습을 통과한 사람에게 대체부품 자격증을 발부하여 시장의 신뢰도를 높이는 전략이 필요하다.

<표 60> 차 수리 서비스시장 기반마련을 위한 시책

시책	주요 내용
사업 ①	자동차 대체부품 자격증 제도 운영
사업 ②	수입자동차 전문교육 프로그램 운영

3) 전략 3: 규제철폐 건의

자동차대체부품은 자동차 소비자의 수리비를 크게 절감할 수 있고 기술력을 가진 자동차 중소 부품제조업체는 고유브랜드를 확보할 수 있어, 궁극적으로는 우리나라 자동차부품산업의 경쟁력 확보와 미래 대한민국발전에 크게 기여할 것이라 판단된다. 또한, 소비자에게는 질 좋고 다양한 자동차 부품을 저렴한 가격에 선택할 기회를 제공함으로써 자동차부품 시장의 활성화는 물론 차량유지비 절감도 가능하다.

그러나 현재 우리나라 완성차업체들은 대부분의 정비용 자동차부품에 대하여 디자인권을 등록하고 OEM부품 중심의 독과점적 유통구조로 되어 있으며, 이것이 대체부품인증제도의 정착에서 가장 큰 문제가 되고 있다. 특히, 자동차 부품제조업체가 대체부품을 생산, 판매하고자 할 때 대부분의 자동차부품이 「디자인보호법」에 의해 보호받고 있어 자체 생산·유통이 불가능한 실정으로, 정부에서 추진하고 있는 자동차대체부품인증제도는 유명무실하게 될 우려가 있다. 해외 자동차 선진국의 경우 자동차수리용 부품에 대해서는 디자인권을 인정하지 않고 자유경쟁 시장원리에 따라 운영하고 있다. 미국의 경우 자동차 부품에 대해 디자인권을 규정하고 있긴 하나, 완성차업체와 부품제조업체간 MOU 등을 통해 전체 부품시장의 약 20%가 대체부품으로 유통되고 있으며, 영국, 이탈리아, 벨기에 등 대부분의 EU 소속 국가는 자동차수리용 부품에 대해서는 디자인권을 보호하지 않고 있다.

이에 부품을 교환하거나 수리하는 등의 정비를 목적으로 사용되는 자동차부품에 대해서는 완성차업체의 디자인권리를 적극적으로 배제하여 우수한 기술력을 가진 중소·중견 부품제조업체가 고유브랜드를 가지고 어려움 없이 생산·공급할 수

있도록 해야 한다. 다만, 완성차업체의 연구·개발에 대한 디자인권 보호를 감안하여 법률로 정하고 있는 자동차 무상수리 기간을 초과한 자동차대체부품에 한정하여 적용할 필요성은 있다고 여겨진다.

<표 61> 규제철폐를 위한 시책

시책	주요 내용
사업 ①	디자인 보호법 개정 건의

〈표 62〉 자동차 대체부품산업 육성을 위한 전략별 시책

정책방향	전략별 시책
자동차 대체 부품시장저변 확대	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 전략1: 자동차 대체부품 홍보 및 인식개선 <ul style="list-style-type: none"> ① 대체부품 관련 홍보 책자 및 동영상, 광고지 제작 ② 서비스업 사장들을 대상으로 대체부품 설명회 개최 ◎ 전략2: 자동차 대체부품 정보의 투명성 확보 <ul style="list-style-type: none"> ① 중고부품 품질보증제 및 이력제 추진 ② 차수리센터 인증마크 부착 ◎ 전략3: 보험시장과의 연계방안 마련(역제안 과제) <ul style="list-style-type: none"> ① 보험시장 대체부품사용 의무화 추진
중소자동차 부품기업 지원 방안 마련	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 전략1: 수출거래처 발굴 <ul style="list-style-type: none"> ① 해외바이어 초청 수출상담회 ② 해외시장조사 ③ 국제전시회 개최 ◎ 전략2: 스타 대체부품기업 육성 <ul style="list-style-type: none"> ① 대체부품 R&D 지원 ② 대체부품 시제품 제작 지원 ③ 경영 컨설팅 지원 ◎ 전략3: 대체부품기업 네트워크 구축 <ul style="list-style-type: none"> ① 대체부품기업 협의체 구성 ② 대체부품 세미나, 워크숍 개최
자동차 대체 부품산업 기반 마련	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 전략1: 산업집적을 위한 대체부품 클러스터 구축 <ul style="list-style-type: none"> ① 대체부품전문 산업단지 개발 ② 대체부품 인증·시험센터 구축 ③ 대체부품관련 외투기업 유치 ◎ 전략2: 차수리 서비스시장 인력양성 <ul style="list-style-type: none"> ① 자동차 대체부품 자격증 제도 운영 ② 수입자동차 전문교육 프로그램 운영 ◎ 전략3: 규제철폐 건의(역제안 과제) <ul style="list-style-type: none"> ① 디자인 보호법 개정 건의

제6장 요약 및 제언

국토교통부의 자동차관리법 시행규칙 개정(2014.10.31.)으로 인증 자동차 대체 부품 시장이 열렸다. 2015년 말 현재 국내진출 해외기업은 15개사 정도로 아직까진 대만기업들이 시장을 선도하고 있다. 이처럼 대만의 유명 자동차 대체부품기업들이 우리나라에 자사제품의 인증을 요청하고 있어 대체자동차부품시장을 선점할 수 있다. 따라서 지역에서 대체자동차부품산업을 육성할 수 있도록 정부 차원의 지원과 규제 완화가 시급한 시점이라고 할 수 있다. 그러나 우리나라 완성차업체들은 대부분의 정비용 자동차부품에 대하여 디자인권을 등록하고 있고, OEM부품 중심의 독점적 유통구조를 구축하고 있다. 따라서 자동차부품제조업체가 국산차 대체부품을 생산, 판매하고자 할 때 자체 생산·유통이 불가능하므로 규제가 완화되지 않는다면 정부에서 추진하고 있는 자동차 대체부품시장의 활성화는 거의 불가능한 실정이다.

이와 같은 배경에서 본 연구는 대체자동차부품시장의 향후 전망을 올바르게 예측하기 위해 소비자와 차수리서비스업 종사자를 대상으로 실태조사를 시행하여 충남 대체자동차부품산업 활성화를 위한 정책방향과 전략을 제시하는 데 목적이 있다.

본 연구에서 활용한 자료는 충남의 소비자와 차수리서비스업 종사자를 대상으로 조사된 설문자료이다. 소비자 표본은 지역별로 랜덤 추출된 150명을 대상으로 하였으며, 차수리서비스업 종사자는 지역별로 랜덤 추출된 100명을 대상으로 하였으며, 주요 분석결과는 다음 표와 같다.

<표 63> 실태조사 주요 분석결과

- 대체부품인증제도의 낮은 소비자인지도
 - 소비자인지도 53.4%에 불과
- 대체부품으로 등화부품, 기능성 부품, 소모성부품 선호
 - 범퍼, 문짝 등 외장부품보다는 내장 부품을 선호
- 부정적이 이미지
 - 소비자의 경우 재생이미지 42.9%, 중고이미지 28.6%, 가짜 이미지 8.7% 등 부정적 이미지가 강함
 - 서비스업 종사자도 재생이미지가 41.9%로 역시 부정적
- 품질에 대한 의심
 - 소비자조사의 경우 순정보다는 싸지만 질은 다소 나쁠 것 같다는 의견이 49.1%
 - 서비스업 종사자도 순정보다는 싸지만, 질은 다소 나쁠 것 같다는 의견이 41.9%
- 시장 활성화를 위해서는 가격경쟁력 확보가 중요
 - 자동차수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 사용한 이유로는 가격이 순정부품보다 저렴해서라는 응답이 60.0%
- 높은 국산제품의 신뢰도
 - 소비자의 경우 신뢰한다. 96.9%, 종사자의 경우 신뢰한다 100%

○ 불완전 정보의 차수리시장

- 75.2%의 소비자가 순정부품인지 의심한 경험이 있고, 자동차 수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 사용한 후 제품의 품질과 안전에 대해 걱정한 적이 있다고 응답한 비중이 63.6%

○ 높은 기대감

- 소비자들의 경우 시장전망이 좋다는 응답이 78.9%로 나타났으며, 대체부품시장을 긍정적으로 보는 이유로는 정부인증이 있어 품질을 믿을 수 있다는 응답이 35.4%로 가장 높았고, 가격이 저렴하기 때문이라고 응답이 27.6%로 다음 순
- 종사자들의 경우 시장전망이 좋다는 응답이 75.7%로 나타났으며, 자동차 수리 서비스업 종사자들의 71.5%가 인증 자동차 대체부품이 생산된다면 적극적으로 소비자에게 권유할 의향이 있다고 응답

○ 규제완화 필요

- 소비자의 96.9%, 종사자의 97.2%가 규제(디자인 보호법)를 풀어야 한다고 응답

○ 지원기관 필요

- 대체부품을 전문적으로 시험하고 인증하는 센터나 기관의 필요성에 대해서는 소비자의 97.5%, 종사자의 100%가 필요하다고 응답

이와 같은 분석결과를 통해 시사점들을 도출하고 정책 방향과 전략을 수립하였다. 본 연구는 국토부가 추진 중인 대체부품 인증·시험센터 구축을 위한 기초자료로 활용할 수 있다. 또한, 충남에서 계획하고 있는 대체부품산업 육성을 위한 구체적인 사업을 제시하고 있다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다.

본 연구를 통해 충남 자동차부품생태계가 견고해 지고 대체부품산업 및 관련 서비스산업이 발달한다면, 충남의 지역경제는 더욱 활성화 될 것이고, 소비자의 선택권 또한 확대될 것이다.

〈표 64〉 대체자동차부품시장 육성의 기대효과

①충남 자동차부품생태계 강화	<ul style="list-style-type: none"> -부품기업이 OEM 방식에서 탈피하여 DM 방식으로 전환함으로써 완성차 의존도 완화 -자동차부품기업의 자체브랜드 보유를 통한 시장판매 및 수출확대
②소비자의 선택권 확대	<ul style="list-style-type: none"> -소비자의 비용절감, 보험시장의 사회적비용 감소
③지역경제 활성화	<ul style="list-style-type: none"> -도외 기업의 유치확대(산업단지 미분양 해소) -도내 기업의 투자확대(설비투자) -내수시장 활성화(차수리서비스업 활성화)

참고문헌

- 김범준, 2014. “자동차 부품산업의 M&A 증가, 완성차와 부품업체간 관계 변화의 전조”, LG경제연구원
- 김윤중, 2016. “대체자동차부품산업 육성을 위한 충남의 정책 방안”, 충남연구원
- 곽주영, 2010. “부품시장의 전망과 국내자동차부품기업의 중국진출전략”, d
- 김지영 외, 2017. “디자인보호법 개정을 통한 자동차 대체부품 시장 활성화를 위한 연구”, 중앙대학교 문화미디어엔터테인먼트법연구소
- 김찬준 외, 2016. “d 일대 자동차산업 재생방안 마련 용역”, 산업연구원

부 록

부록 1 : 자동차 대체부품관련 소비자 조사

A	자동차 대체부품 인지도 조사
	<p>국토교통부에서는 자동차 수리 시 순정부품을 대체할 수 있는 저렴한면서도 안전한 대체부품 사용 활성화를 위해 2014년 자동차관리법을 개정하여 품질이 확인된 대체부품에 대한 인증 제도를 시행하고 있습니다.</p> <p>자동차 대체부품은 자동차제조사에서 출고된 자동차에 장착된 부품과 성능, 품질이 동일하거나 유사한 부품으로서, 자동차 수리 시에 자동차제조사에서 출고된 자동차에 장착된 부품을 대체하여 사용할 수 있는 부품입니다.</p> <p>자동차 대체부품 인증제도는 정부의 심사를 거쳐 지정된 인증기관에서, 중소기업에서 제작된 대체부품의 성능, 품질을 심사, 인증함으로써, 인증된 대체부품은 소비자가 안심하고 저렴한 가격으로 사용할 수 있게 하는 제도입니다.</p>

a1. 귀하는 위에서 설명한 자동차 대체부품 인증제도에 대해 어느 정도 알고 있습니까?

①	②	③	④
전혀 모른다	모른다	알고 있다	잘 알고 있다

a2. 귀하는 자동차 대체부품 인증제도에 대한 어떠한 홍보나 자료(뉴스, 신문 등)를 접한 적이 있습니까?

①	②	③	④
전혀 없다	없다	있다	많이 있다

B

대체자동차부품 선호도 조사

- b1. 귀하의 경우 자동차수리 시 자동차 대체부품을 사용할 의향이 있습니까?
귀하가 소유한 자동차의 사용연수를 가정하여 응답해주시기 바랍니다.

	전혀 없다	없다	있다	많이 있다
1년 미만일 경우	①	②	③	④
3년 미만일 경우	①	②	③	④
5년 미만일 경우	①	②	③	④
5년 이상일 경우	①	②	③	④

- b2. 그렇다면 귀하는 신차를 구입 후 몇 년이 지난 경우부터 적극적으로 대체
부품을 활용할 의향이 있습니까? ()년

- b3. 다음은 자동차 대체부품의 주요 인증품목입니다. 귀하는 다음 중 어떤 품목을
적극적으로 대체부품으로 활용할 의향이 있습니까?

복수응답 () ()

	구분	품목
①	범퍼	앞범퍼, 뒷범퍼, 몰딩류
②	차체	웬더, 본넷, 도어, 트렁크
③	등화부품	헤드라이트, 방향지시등, 제동등, 차폭등 등
④	기능성 부품	쇼바, 점화플러그, 브레이크, 와이퍼 등
⑤	소모성 부품	에어필터, 오일필터, 엔진오일, 부동액, 배터리 등

C

자동차 대체부품 이미지 조사

- c1. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품의 이미지는 무엇입니까?

① 가짜부품 같다 ② 중고부품 같다 ③ 재생부품 같다 ④ 순정부품 같다

- c2. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품의 품질은 어떤 것 같습니까?

- ① 순정부품보다는 싸지만 질은 매우 나쁠 것 같다.
- ② 순정부품보다는 싸지만 질은 다소 나쁠 것 같다.
- ③ 순정부품보다는 싸지만 질은 비슷할 것 같다.
- ④ 순정부품보다는 싸고 질도 다소 좋을 것 같다.
- ⑤ 순정부품보다는 싸고 질도 매우 좋을 것 같다.

D

자동차 대체부품 만족도

d1. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품시장이 활성화 되려면 순정부품 가격의 몇 % 정도에서 대체부품의 가격이 결정되어야 한다고 생각하십니까?
()%

d2. 그렇다면 순정부품가격 대비 최소 몇 % 밑으로 내려가면 대체부품의 품질을 의심할 것 같습니까? 또한, 순정부품가격 대비 최대 몇 %를 넘어서면 대체부품의 사용을 포기할 것 같습니까?

최소	최대
()%	()%

d3. 귀하가 생각하기에 대체 자동차부품의 성능은 순정부품 대비 몇 % 정도면 만족할 것 같습니까? ()%

d4. 다음은 대체 자동차부품의 주요 생산국입니다. 귀하가 대체부품을 선택할 때 어느 나라에서 생산된 부품을 가장 신뢰할 것 같습니까? 그렇다면 우리 나라에서 대체자동차부품이 생산된다면 얼마나 신뢰할 것 같습니까?

	매우 불신	불신	신뢰	매우 신뢰
중국	①	②	③	④
대만	①	②	③	④
독일	①	②	③	④
캐나다	①	②	③	④
우리나라	①	②	③	④

E	차수리 경험
---	---------------

e1. 귀하의 경우 1년에 평균 얼마정도의 자동차수리비가 들어갑니까? 보험으로 수리된 비용도 감안해서 말씀해 주시기 바랍니다. ()만원

e2. 귀하는 차수리 서비스를 받을 때 사용한 부품이 순정부품인지 아닌지 의심해 본 적이 있습니까?

①	②	③	④
전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다

e3. 귀하는 수리센터에서 자동차수리 시 순정부품 이외의 재생이나 중고부품 등 비순정부품을 사용한 경험이 있습니까?

① 있다

② 없다

e4. (e3의 ①번 응답자만) 그렇다면 귀하는 순정품이 아닌 재생이나 중고부품에 대한 다음의 정보들을 수리센터에서 들었습니까?

	예,	아니오
생산국 설명	①	②
생산기업 설명	①	②
생산연도 설명	①	②

e5. (e3의 ①번 응답자만) 귀하가 자동차수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 사용한 이유는 무엇입니까?

- ① 가격이 순정부품보다 저렴해서
- ② 수리센터(카센터)의 권유로
- ③ 순정부품을 구하기 어려워서

e6. (e3의 ①번 응답자만) 귀하는 자동차수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 사용한 후 제품의 품질과 안전에 대해 걱정한 적이 있습니까?

①	②	③	④
전혀 없다	없다	있다	많이 있다

F	자동차 대체부품 시장전망
----------	----------------------

f1. 귀하가 생각하기에 인증 자동차 대체부품의 시장전망은 어떻다고 생각하십니까?

①	②	③	④
매우 나쁘다	나쁘다	좋다	매우 좋다

f2. 시장전망이 ‘좋다’라고 생각하는 이유는 무엇입니까?

- ① 정부인증이 있어 품질을 믿을 수 있다.
- ② 소비자는 가격이 싼 대체부품을 선호할 것이다.
- ③ 대체부품, 튜닝시장 등 새로운 시장이 활성화될 것 같다.
- ③ 자동차 대체부품의 수출시장이 열릴 것 같다.

f3. 시장전망이 ‘나쁘다’라고 생각하는 이유는 무엇입니까?

- ① 중소기업제품의 품질을 믿을 수 없다.
- ② 가격이 생각보다는 싸지 않을 것 같다.
- ③ 해외부품기업의 대체 자동차부품이 더 경쟁력이 있을 것 같다.
- ④ 소비자는 그래도 순정부품을 계속 선호할 것 같다.

g1. 아직까지 우리나라 자동차의 인증 대체부품은 디자인보호법에 묶여 생산할 수 없습니다. 따라서 현재는 외제차의 대체부품만 생산이 가능합니다. 귀하는 우리나라 자동차의 대체부품도 규제를 풀고 생산되어야 한다고 생각하십니까?

①	②	③	④
전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다

g2. 귀하는 자동차 대체부품을 전문적으로 시험하고 인증하는 센터나 기관의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까?

①	②	③	④
매우 불필요	불필요	필요	매우 필요

g3. 전문적인 센터나 기관이 자동차 대체부품의 품질과 안전성을 보다 더 높일 것이라고 생각하십니까?

①	②	③	④
전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다

g4. 귀하는 정부의 자동차 대체부품시장 활성화 노력이 귀하의 차수리 서비스 비용의 감소에 도움이 된다고 생각하십니까?

①	②	③	④
전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다

[자동차 대체부품관련 서비스업 중사자 조사]

A

자동차 대체부품 인지도 조사

국토교통부에서는 자동차 수리 시 OEM 부품을 대체할 수 있는 저렴한면서도 안전한 대체부품 사용 활성화를 위해 2014년 자동차관리법을 개정하여 품질이 확인된 대체부품에 대한 인증 제도를 시행하고 있습니다.

자동차 대체부품은 자동차제조사에서 출고된 자동차에 장착된 부품과 성능, 품질이 동일하거나 유사한 부품으로서, 자동차 수리 시에 자동차제조사에서 출고된 자동차에 장착된 부품을 대체하여 사용할 수 있는 부품입니다.

자동차 대체부품 인증제도는 정부의 심사를 거쳐 지정된 인증기관에서, 중소기업에서 제작된 대체부품의 성능, 품질을 심사, 인증함으로써, 인증된 대체부품은 소비자가 안심하고 저렴한 가격으로 사용할 수 있게 하는 제도입니다.

- a1. 귀하는 위에서 설명한 자동차 대체부품 인증제도에 대해 어느 정도 알고 있습니까?

①	②	③	④
전혀 모른다	모른다	알고 있다	잘 알고 있다

- a2. 귀하는 자동차 대체부품 인증제도에 대한 어떠한 홍보나 자료(뉴스, 신문 등)를 접한 적이 있습니까?

①	②	③	④
전혀 없다	없다	있다	많이 있다

B

대체자동차부품 선호도 조사

b1. 귀하의 경우 자동차수리 시 자동차 대체부품을 소비자에게 권할 의향이 있습니까? 소비자 자동차의 사용연수를 가정하여 응답해주시기 바랍니다.

	전혀 없다	없다	있다	많이 있다
1년 미만일 경우	①	②	③	④
3년 미만일 경우	①	②	③	④
5년 미만일 경우	①	②	③	④
5년 이상일 경우	①	②	③	④

b2. 그렇다면 귀하는 신차를 구입 후 몇 년이 지난 경우부터 적극적으로 대체부품을 소비자에게 권할 의향이 있습니까? ()년

b3. 다음은 자동차 대체부품의 주요 인증품목입니다. 귀하는 다음 중 어떤 품목을 적극적으로 소비자에게 권할 의향이 있습니까?

복수응답 () ()

	구분	품목
①	범퍼	앞범퍼, 뒷범퍼, 몰딩류
②	차체	휀더, 본넷, 도어, 트렁크
③	등화부품	헤드라이트, 방향지시등, 제동등, 차폭등 등
④	기능성 부품	쇼바, 점화플러그, 브레이크, 와이퍼 등
⑤	소모성 부품	에어필터, 오일필터, 엔진오일, 부동액, 배터리 등

C

자동차 대체부품 이미지 조사

c1. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품의 이미지는 무엇입니까?

① 가짜부품 같다 ② 중고부품 같다 ③ 재생부품 같다 ④ 순정부품 같다

c2. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품의 품질은 어떤 것 같습니다?

- ① 순정부품보다는 싸지만 질은 매우 나쁠 것 같다.
- ② 순정부품보다는 싸지만 질은 다소 나쁠 것 같다.
- ③ 순정부품보다는 싸지만 질은 비슷할 것 같다.
- ④ 순정부품보다는 싸고 질도 다소 좋을 것 같다.
- ⑤ 순정부품보다는 싸고 질도 매우 좋을 것 같다.

D

자동차 대체부품 만족도

d1. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품시장이 활성화 되려면 순정부품 가격의 몇 % 정도에서 대체부품의 가격이 결정되어야 한다고 생각하십니까?

()%

d2. 그렇다면 순정부품가격 대비 최소 몇 % 밑으로 내려가면 대체부품의 품질을 의심할 것 같습니다? 또한, 순정부품가격 대비 최대 몇 %를 넘어서면 대체부품의 사용을 포기할 것 같습니다?

최소	최대
()%	()%

d3. 귀하가 생각하기에 대체 자동차부품의 성능은 순정부품 대비 몇 % 정도면 만족할 것 같습니다? ()%

d4. 다음은 대체 자동차부품의 주요 생산국입니다. 귀하가 대체부품을 선택할 때 어느 나라에서 생산된 부품을 가장 신뢰할 것 같습니다? 그렇다면 우리나라에서 대체자동차부품이 생산된다면 얼마나 신뢰할 것 같습니다?

e6. 귀사는 현재 유통되고 있는 재생이나 중고부품 등 비순정제품의 품질과 가격에 만족하고 있습니까?

	매우 불만족	불만족	만족	매우만족
품질	①	②	③	④
가격	①	②	③	④

e7. 귀사의 경우 앞서 설명한 인증 자동차 대체부품이 생산된다면 적극적으로 소비자에게 권유할 생각이 있습니까?

①	②	③	④
전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다

F

자동차 대체부품 시장전망

f1. 귀하가 생각하기에 인증 자동차 대체부품의 시장전망은 어떻다고 생각하십니까?

①	②	③	④
매우 나쁘다	나쁘다	좋다	매우 좋다

f2. 시장전망이 '좋다'라고 생각하는 이유는 무엇입니까?

- ① 정부인증이 있어 품질을 믿을 수 있다.
- ② 소비자는 가격이 싼 대체부품을 선호할 것이다.
- ③ 대체부품, 튜닝시장 등 새로운 시장이 활성화될 것 같다.
- ③ 자동차 대체부품의 수출시장이 열릴 것 같다.

f3. 시장전망이 '나쁘다'라고 생각하는 이유는 무엇입니까?

- ① 중소기업제품의 품질을 믿을 수 없다.
- ② 가격이 생각보다는 싸지 않을 것 같다.
- ③ 해외부품기업의 대체 자동차부품이 더 경쟁력이 있을 것 같다.
- ④ 소비자는 그래도 순정부품을 계속 선호할 것 같다.

g1. 아직까지 우리나라 자동차의 인증 대체부품은 디자인보호법에 묶여 생산할 수 없습니다. 따라서 현재는 외제차의 대체부품만 생산이 가능합니다. 귀하는 우리나라 자동차의 대체부품도 규제를 풀고 생산되어야 한다고 생각하십니까?

①	②	③	④
전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다

g2. 귀사는 생산된 자동차 대체부품을 전문적으로 시험하고 인증하는 센터나 기관의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까?

①	②	③	④
매우 불필요	불필요	필요	매우 필요

g3. 전문적인 센터나 기관이 자동차 대체부품의 품질을 보다 더 높일 것이라고 생각하십니까?

①	②	③	④
전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다

g4. 귀사는 정부의 자동차 대체부품시장 활성화 노력이 귀사의 매출액 확대에 도움이 된다고 생각하십니까?

①	②	③	④
전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다

부록 2 : 수입자 소유자 FGI(Focus Group Interview)

- 본 조사는 수입차를 소유한 사람들을 대상으로 하는 집단심층인터뷰입니다. 2014년 자동차관리법이 개정되어 수입차 부품(범퍼, 휠더, 소모성부품 등)에 대한 대체부품의 사용이 가능해졌습니다.
- 주로 대만 업체에서 수입차의 대체부품들을 생산하고 있고, 국내기업의 경우 많은 부품들을 생산하고 있지는 않지만 조금씩 생산품이 늘어나고 있습니다. 수입차 소유자로서 대체부품에 대한 생각을 솔직하게 응답해 주시면 감사하겠습니다.

Q

수입차 소유자 기초조사

- 귀하는 수입차를 소유하고 있습니다. 국산차도 그동안 비싸졌는데 수입차는 국산차에 비해 아직 많이 비쌉니다. 수리, 운영비도 국산차에 비해 당연히 비쌉니다.

Q1. 귀하가 소유한 수입차는 무엇이며, 구입가격은 대략 얼마입니까? 또한, 차량의 연식은 어떻게 됩니까?

Q2. 귀하는 수입차 운영 및 수리 시 비용에 부담을 느낀 적이 있습니까? 구체적인 수리사례를 말씀해 주세요(ex: 범퍼수리비가 100만원 들었는데 너무 비싸게 느꼈다 등등)

- 국토교통부에서는 자동차 수리 시 순정부품을 대체할 수 있는 저렴하면서도 안전한 대체부품 사용 활성화를 위해 2014년 자동차관리법을 개정하여 품질이 확인된 대체부품에 대한 인증 제도를 시행하고 있습니다.
- 자동차 대체부품은 자동차제조사에서 출고된 자동차에 장착된 부품과 성능, 품질이 동일하거나 유사한 부품으로서, 자동차 수리 시에 자동차제조사에서 출고된 자동차에 장착된 부품을 대체하여 사용할 수 있는 부품입니다.
- 자동차 대체부품 인증제도는 정부의 심사를 거쳐 지정된 인증기관에서, 중소기업에서 제작된 대체부품의 성능, 품질을 심사, 인증함으로써, 인증된 대체부품은 소비자가 안심하고 저렴한 가격으로 사용할 수 있게 하는 제도입니다.
- 인증 자동차 대체부품은 현재 수입차 부품에 우선 적용되고 있습니다.

A1. 귀하는 자동차 대체부품 인증제도에 대해 들어본 적이 있습니까? 들어본 적이 없다면 위의 설명을 듣고 대체부품에 대해 관심이나 궁금증이 생겼습니까?

A2. 들어본 적이 있다면 자동차 대체부품 인증제도에 대해 어떻게 알게 되었습니까?(신문, 인터넷, 홍보책자 등등 알게 된 과정을 이야기 해주세요)

- 수입차 소유자로서 자부심도 있을 텐데 대체부품은 완성차업체(벤츠, BMW, 아우디 등)에서 직접 만들지 않습니다. 그러나 모양도 동일하고 순정부품보다는 당연히 저렴합니다. 이점을 유의해 주세요.

- B1. 귀하는 보증수리 기간이 지난 부품일 경우, 자동차수리 시 순정부품이 아닌 중소기업에서 만든 대체부품을 사용할 의향이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

- B2. 귀하는 신차(수입차)를 구입 후 몇 년이 지난 경우부터 적극적으로 순정부품이 아닌 대체부품을 활용할 의향이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

- B3. 다음은 자동차 대체부품의 주요 인증품목입니다. 귀하는 다음 중 어떤 품목을 적극적으로 대체부품으로 활용할 의향이 있습니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

구분	품목
범퍼	d, *, 몰딩류
차체	휀더, 본넷, 도어, 트렁크
등화부품	헤드라이트, 방향지시등, 제동은, 차폭등 등
기능성 부품	쇼바, 점화플러그, 브레이크, 와이퍼 등
소모성 부품	에어필터, 오일필터, 엔진오일, 부동액, 배터리 등

C 자동차 대체부품 이미지 조사

- 아직까지 대체부품에 대한 홍보가 적고, 사람들의 인지도도 높지 않습니다. 앞에서 다룬 대체부품하면 떠오르는 이미지를 솔직히 말씀해주세요. 부정적인 이미지, 긍정적인 이미지 다 말씀해주시면 좋겠습니다.

C1. 자동차 대체부품하면 떠오르는 이미지는 무엇입니까?

D 자동차 대체부품 만족도

- 수입차의 경우 프리미엄 승용차가 많습니다. 그렇기 때문에 대체부품에 대한 생각도 국산차 소비자와는 다를 것 같습니다.

D1. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품의 품질은 수입차 순정부품에 비해 어떨 것 같습니까? 귀하가 소유한 수입차 부품의 품질에는 충분히 만족하고 있습니까?

D2. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품시장이 활성화 되려면 수입차 순정부품 가격의 몇 % 정도에서 대체부품의 가격이 결정되어야 한다고 생각하십니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

D3. 귀하가 생각하기에 대체 자동차부품의 성능과 품질은 순정부품 대비 몇 % 정도면 만족할 것 같습니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

D4. 우리나라 기업에서 귀하가 소유한 수입차에 대한 대체부품이 생산된다면 얼마나 신뢰할 것 같습니까? 우리나라 부품이 대만 대체부품과 비교해서 경쟁력이 있을 것 같습니까?

D5. 귀하소유 수입차에 국내산 대체부품(범퍼, 차체, 소모품 등)으로 수리하는 것에 대한 거부감이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

E

차수리 경험

○ 수입차는 사는 것보다 유지하는 것이 더 어렵다는 말을 많이 듣습니다. 또한, 이 말이 사실이구요.

E1. 귀하의 경우 1년에 평균 얼마정도의 자동차수리비가 들어갑니까? 보험으로 수리된 비용도 감안해서 말씀해 주시기 바랍니다. 체감 상 국산차에 비해 몇 배 정도 부품이 비싸다고 느끼십니까?

○ 많은 수입차 딜러들이 수리 직영점을 운영하고 있습니다. 당연히 보증기간 내에는 직영점에서 무료로 수리를 받을 수 있습니다. 그러나 수입차가 많아지면서 일반 카센터에서도 수입차를 수리해주는 곳이 많아지고 있습니다.

E2. 귀하는 차수리 시 수입차 지정센터(직영점)만 이용하십니까? 아니면 수입차도 다루는 일반 수리센터도 같이 이용하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

E3. 귀하가 일반 수리센터도 이용한다면 사용한 부품이 순정부품인지 아닌지 의심해 본 적이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

○ 일반 카센터에서는 수입차 부품이 비싸기 때문에 재생부품이나 중고부품도 취급하고 있습니다.

E4. 일반 수리센터 이용 시 순정부품 이외의 재생이나 중고부품 등 비순정부품을 사용한 경험이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

E5. 비순정부품을 사용하였다면 순정품이 아닌 재생이나 중고부품에 대한 정보들(생산국, 생산기업, 생산날짜 등)을 수리센터에서 들었습니까? 어느 정도까지 자세히 설명해 주었습니까?

E6. 귀하는 자동차수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 사용한 후 제품의 품질과 안전에 대해 걱정한 적이 있습니까? 사례가 있으면 말씀해주세요.

F**자동차 대체부품 시장전망**

F1. 귀하가 생각하기에 수입차 소유자로서 인증 대체부품 시장전망은 어떻다고 생각하십니까? 국내기업이 수입차 부품을 생산하고 판매한다면 수입차 소유자들이 그 부품을 많이 사용할 것 같습니까?

G**자동차 대체부품 발전방안**

○ 아직까지 우리나라 자동차의 인증 대체부품은 디자인보호법에 묶여 생산할 수 없습니다. 따라서 현재는 수입차의 인증 대체부품만 생산이 가능합니다.

G1. 귀하는 우리나라 자동차의 대체부품도 규제를 풀고 생산되어야 한다고 생각하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

G2. 귀하는 자동차 대체부품을 전문적으로 시험하고 인증하는 센터나 기관의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

G3. 귀하는 정부의 자동차 대체부품시장 활성화 노력이 귀하의 차수리 서비스 비용의 감소에 도움이 된다고 생각하십니까?

○ 좋은 의견 감사합니다. 귀하의 의견은 연구에만 활용될 것입니다. 그럼 오늘 FGI를 여기서 마치도록 하겠습니다.

부록 3 : 수입자 소유자 FGI 결과

[인터뷰 A]

Q

수입차 소유자 기초조사

Q1. 귀하가 소유한 수입차는 무엇이며, 구입가격은 대략 얼마입니까?, 또한, 차량의 연식은 어떻게 됩니까?

제 차는 2014년식 벤츠 E클래스이며, 옵션 포함 총 구입가격은 7천만 원 조금 넘었습니다.

Q2. 귀하는 수입차 운영 및 수리 시 비용에 부담을 느낀 적이 있습니까? 구체적인 수리사례를 말씀해 주세요(ex: 범퍼수리비가 100만원 들었는데 너무 비싸게 느꼈다 등등)

전면 유리가 살짝 깨져서 결국 유리 교환을 했는데, 공임가격 포함하여 약 180만 원 정도 들었는데 정말 비싸다고 느꼈습니다.

A

자동차 대체부품 인지도 조사

A1. 귀하는 자동차 대체부품 인증제도에 대해 들어본 적이 있습니까? 들어본 적이 없다면 위의 설명을 듣고 대체부품에 대해 관심이나 궁금증이 생겼습니까?

자동차 대체부품 인증제도에 대해서는 처음 들었습니다. 위의 설명을 듣고 관심이 생겼습니다. 정부의 심사를 거쳐 지정된 인증기관에서 인증을 받은 중소기업 대체부품이 수입품 대비 단가가 많이 낮다면 사용할 의사가 있습니다.

A2. 들어본 적이 있다면 자동차 대체부품 인증제도에 대해 어떻게 알게 되었습니까?(신문, 인터넷, 홍보책자 등등 알게 된 과정을 이야기 해주세요)

X

B

대체자동차부품 선호도 조사

B1. 귀하는 보증수리 기간이 지난 부품일 경우, 자동차수리 시 순정부품이 아닌 중소기업에서 만든 대체부품을 사용할 의향이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

사용할 의향이 있습니다. 우리나라 중소기업 제품 특히, 자동차 관련한 부품은 세계시장에서도 경쟁력이 있다고 생각합니다.

B2. 귀하는 신차(수입차)를 구입 후 몇 년이 지난 경우부터 적극적으로 순정부품이 아닌 대체부품을 활용할 의향이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

무상보증기간 3년이 지난 후에는 사용할 의향이 있습니다.

B3. 다음은 자동차 대체부품의 주요 인증품목입니다. 귀하는 다음 중 어떤 품목을 적극적으로 대체부품으로 활용할 의향이 있습니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

“범퍼, 차체” 가장 많이 교환될 대상이 범퍼 및 차체부품이며, 앞서 말했듯이 국내 중소기업의 기술력을 믿기 때문입니다.

C

자동차 대체부품 이미지 조사

C1. 자동차 대체부품하면 떠오르는 이미지는 무엇입니까?

자동차 대체부품 = “실용적” 이라는 이미지가 먼저 떠오르며 빠른 시일 안에 시행이 되면 좋겠습니다.

D

자동차 대체부품 만족도

D1. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품의 품질은 수입차 순정부품에 비해 어떨 것 같습니까? 귀하가 소유한 수입차 부품의 품질에는 충분히 만족하고 있습니까?

크게 차이가 날 것 같진 않지만, 정품에 대한 인지도가 높은 것은 사실입니다.

D2. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품시장이 활성화 되려면 수입차 순정부품 가격의 몇 % 정도에서 대체부품의 가격이 결정되어야 한다고 생각하십니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

수입차 순정 부품의 50~80% 정도이면 대체부품을 사용할 것 같습니다. 저의 개인적인 생각이지만 어느 정도 가격적인 메리트가 있어야 정품이 아닌 대체부품을 구매할 것 같습니다.

D3. 귀하가 생각하기에 대체 자동차부품의 성능과 품질은 순정부품 대비 몇 % 정도면 만족할 것 같습니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

80% ~ 100%, 성능이 거의 유사하다는 전제하에 대체부품을 구매할 것 같습니다. 성능이 떨어진다면 가격이 낮더라도 구매하지 않을 것 같아요. 예를 들어 범퍼를 순정품 대비 70%로 구매했다 해도 부식이 쉽게 되고 스크래치가 더 심하게 난다면, 누가 과연 대체부품을 구매 할 수 있을까요?

D4. 우리나라 기업에서 귀하가 소유한 수입차에 대한 대체부품이 생산된다면 얼마나 신뢰할 것 같습니까? 우리나라 부품이 대만 대체부품과 비교해서 경쟁력이 있을 것 같습니까?

우리나라 자동차 산 산업이 타 산업에 비해 매우 앞서있고 세계 시장에서도 기술력 및 가격경쟁력에서 우위에 있다고 생각하므로 신뢰할 수 있습니다. 대만 대체부품보다 가격이 낮거나 유사하다면 경쟁력이 있을 것이라 사료됩니다.

D5. 귀하소유 수입차에 국내산 대체부품(범퍼, 차체, 소모품 등)으로 수리하는 것에 대한 거부감이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

아뇨, 없습니다.

E1. 귀하의 경우 1년에 평균 얼마정도의 자동차수리비가 들어갑니까? 보험으로 수리된 비용도 감안해서 말씀해 주시기 바랍니다. 체감 상 국산차에 비해 몇 배 정도 부품이 비싸다고 느끼십니까?

차를 구매한지 약 3년이 되어서 아직까지는 수리비가 많이 들진 않습니다. 다만 앞 유리가 깨져 작년에 약 200만 원 정도 수리비가 나갔습니다. 그랜저나 제니시스 등의 경우 앞 유리 교체비용이 40~70만원이라고 들었습니다. 약 3배 이상 차이가 나서 체감상 비싸게 느껴집니다.

E2. 귀하는 차수리 시 수입차 지정센터(직영점)만 이용하십니까? 아니면 수입차도 다루는 일반 수리센터도 같이 이용하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

현재는 직영점만 이용하지만 보증기간이 만료된다면 일반 수리센터도 이용할 의향이 있습니다.

E3. 귀하가 일반 수리센터도 이용한다면 사용한 부품이 순정부품인지 아닌지 의심해 본 적이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

-

E4. 일반 수리센터 이용 시 순정부품 이외의 재생이나 중고부품 등 비순정부품을 사용한 경험이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

없습니다.

E5. 비순정부품을 사용하였다면 순정품이 아닌 재생이나 중고부품에 대한 정보들(생산국, 생산기업, 생산날짜 등)을 수리센터에서 들었습니까? 어느 정도까지 자세히 설명해 주었습니까?

없습니다.

E6. 귀하는 자동차수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 사용한 후 제품의 품질과 안전에 대해 걱정한 적이 있습니까? 사례가 있으면 말씀해주세요.

없습니다

F

자동차 대체부품 시장전망

F1. 귀하가 생각하기에 수입차 소유자로서 인증 대체부품 시장전망은 어떻다고 생각하십니까? 국내기업이 수입차 부품을 생산하고 판매한다면 수입차 소유자들이 그 부품을 많이 사용할 것 같습니까?

시장성이 있을 거라고 전망합니다. 국내 기업의 역량과 수입차 소유주의 마인드 변화에 의해 가능하다고 봅니다.

G

자동차 대체부품 발전방안

G1. 귀하는 우리나라 자동차의 대체부품도 규제를 풀고 생산되어야 한다고 생각하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

이제는 무한경제 시대입니다. 최대한 규제는 풀고 국민들에게 선택권을 줘야 한다고 생각하며, 이를 통해 자동차 부품업체끼리 경쟁을 통해 기술력이 더 강해질 거라 생각합니다.

G2. 귀하는 자동차 대체부품을 전문적으로 시험하고 인증하는 센터나 기관의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

당연히 전문 인증센터가 있어야 한다고 생각합니다. 신뢰가 바탕이 되지 않고 부품을 사용할 수 없을 테니까요.

G3. 귀하는 정부의 자동차 대체부품시장 활성화 노력이 귀하의 차수리 서비스 비용의 감소에 도움이 된다고 생각하십니까?

네 그렇습니다. 빨리 시행이 되면 좋겠습니다.

[인터뷰 B]

Q

수입차 소유자 기초조사

○ 귀하는 수입차를 소유하고 있습니다. 국산차도 그동안 비싸졌는데 수입차는 국산차에 비해 아직 많이 비쌉니다. 수리, 운영비도 국산차에 비해 당연히 비쌉니다.

Q1. 귀하가 소유한 수입차는 무엇이며, 구입가격은 대략 얼마입니까?, 또한, 차량의 연식은 어떻게 됩니까?

제 차는 2014년식 벤츠 E220cdi이며, 옵션 포함 총 구입 가격은 6600만원 이었습니다.

Q2. 귀하는 수입차 운영 및 수리 시 비용에 부담을 느낀 적이 있습니까? 구체적인 수리사례를 말씀해 주세요(ex: 범퍼수리비가 100만원 들었는데 너무 비싸게 느꼈다 등등)

2015년 주차되어 있던 제 차를 다른 차가 범퍼를 긁고 간 적이 있었습니다. 그때 범퍼 교체비용 380만원이 나와 너무 비싸다고 느꼈습니다.

A**자동차 대체부품 인지도 조사**

A1. 귀하는 자동차 대체부품 인증제도에 대해 들어본 적이 있습니까? 들어본 적이 없다면 위의 설명을 듣고 대체부품에 대해 관심이나 궁금증이 생겼습니까?

자동차 대체부품 인증제도는 못 들어 봤습니다. 수리비용 절감을 위해서 궁금증이 생겼습니다.

A2. 들어본 적이 있다면 자동차 대체부품 인증제도에 대해 어떻게 알게 되었습니까? (신문, 인터넷, 홍보책자 등등 알게 된 과정을 이야기 해주세요)

B**대체자동차부품 선호도 조사**

○ 수입차 소유자로서 자부심도 있을 텐데 대체부품은 완성차업체(벤츠, BMW, 이우디 등)에서 직접 만들지 않습니다. 그러나 모양도 동일하고 순정부품보다는 당연히 저렴합니다. 이점을 유의해 주세요.

B1. 귀하는 보증수리 기간이 지난 부품일 경우, 자동차수리 시 순정부품이 아닌 중소기업에서 만든 대체부품을 사용할 의향이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

가격 절감 측면에서 사용할 의향이 있습니다.

B2. 귀하는 신차(수입차)를 구입 후 몇 년이 지난 경우부터 적극적으로 순정부품이 아닌 대체부품을 활용할 의향이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

신차 구입 시 5년 지난 후부터 사용할 의향이 있습니다. 그 이유는 차량의 중고차 가격이 많이 떨어지는 시기이기 때문입니다.

B3. 다음은 자동차 대체부품의 주요 인증품목입니다. 귀하는 다음 중 어떤 품목을 적극적으로 대체부품으로 활용할 의향이 있습니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

구분	품목
범퍼	d, ú, 몰딩류
차체	휀더, 본넷, 도어, 트렁크
등화부품	헤드라이트, 방향지시등, 제동은, 차폭등 등
기능성 부품	쇼바, 점화플러그, 브레이크, 와이퍼 등
소모성 부품	에어필터, 오일필터, 엔진오일, 부동액, 배터리 등

배터리를 대체 부품으로 사용할 것 같습니다. 배터리의 경우 제품이 아니어도 작동에 문제가 없을 것 같습니다.

C

자동차 대체부품 이미지 조사

C1. 자동차 대체부품하면 떠오르는 이미지는 무엇입니까?

신뢰성이 낮은 부품이라는 부정적인 이미지가 떠오릅니다.

- D1. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품의 품질은 수입차 순정부품에 비해 어떨 것 같습니까? 귀하가 소유한 수입차 부품의 품질에는 충분히 만족하고 있습니까?

대체부품의 품질이 순정부품보다 질이 떨어질 것 같습니다. 그리고 제 차량이 현재 크게 고장 난 곳이 없기 때문에 제 차량의 부품품질을 만족하고 있습니다.

- D2. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품시장이 활성화 되려면 수입차 순정부품 가격의 몇 % 정도에서 대체부품의 가격이 결정되어야 한다고 생각하십니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

대체부품은 순정부품의 70%정도에서 가격이 결정되어야 할 것 같습니다. 그 이유는 순정부품보다 가격이 너무 낮으면 저 품질 부품으로 인식되고, 비슷한 가격을 경우 대체부품을 사용할 이유가 없기 때문입니다.

- D3. 귀하가 생각하기에 대체 자동차부품의 성능과 품질은 순정부품 대비 몇 % 정도면 만족할 것 같습니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

90%이상 품질이 보증되어야 합니다. 가격이 아무리 저렴하더라도 안정성 문제가 발생된다면 대체부품을 사용할 필요가 없습니다.

- D4. 우리나라 기업에서 귀하가 소유한 수입차에 대한 대체부품이 생산된다면 얼마나 신뢰할 것 같습니까? 우리나라 부품이 대만 대체부품과 비교해서 경쟁력이 있을 것 같습니까?

국산 대체부품을 90%이상 신뢰할 수 있습니다. 그리고 대만대체 부품보다는 경쟁력이 있을 것입니다.

D5. 귀하소유 수입차에 국내산 대체부품(범퍼, 차체, 소모품 등)으로 수리하는 것에 대한 거부감이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

보증기간이 종료되어 부품교체가 필요할 때 국산대체부품을 사용할 것 같습니다. 그 전까지는 신뢰성 문제로 사용이 꺼려집니다.

E

차수리 경험

E1. 귀하의 경우 1년에 평균 얼마정도의 자동차수리비가 들어갑니까? 보험으로 수리된 비용도 감안해서 말씀해 주시기 바랍니다. 체감 상 국산차에 비해 몇 배 정도 부품이 비싸다고 느끼십니까?

현재 보증기간이 남아서 무료로 교체하고 있으나 1년에 약 200만 원 정도 수리비가 발생할 것으로 예상됩니다. 체감상 국산 차에 비해 2배 정도 비싸다고 느껴집니다.

E2. 귀하는 차수리 시 수입차 지정센터(직영점)만 이용하십니까? 아니면 수입차도 다루는 일반 수리센터도 같이 이용하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

저는 차 수리 때 지정센터만 이용합니다. 지정센터에서 수리해야 중고부품 사용등 문제가 발생하지 않기 때문입니다.

E3. 귀하가 일반 수리센터도 이용한다면 사용한 부품이 순정부품인지 아닌지 의심해 본 적이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

-

E4. 일반 수리센터 이용 시 순정부품 이외의 재생이나 중고부품 등 비순정부품을 사용한 경험이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

비순정부품을 사용한 경험이 없습니다.

E5. 비순정부품을 사용하였다면 순정품이 아닌 재생이나 중고부품에 대한 정보들 (생산국, 생산기업, 생산날짜 등)을 수리센터에서 들었습니까? 어느 정도까지 자세히 설명해 주었습니까?

E6. 귀하는 자동차수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 사용한 후 제품의 품질과 안전에 대해 걱정한 적이 있습니까? 사례가 있으면 말씀해 주세요.

F

자동차 대체부품 시장전망

F1. 귀하가 생각하기에 수입차 소유자로서 인증 대체부품 시장전망은 어떻다고 생각하십니까? 국내기업이 수입차 부품을 생산하고 판매한다면 수입차 소유자들이 그 부품을 많이 사용할 것 같습니까?

수입차가 증가되고 있는 추세이기 때문에 인증대체부품시장은 지속적으로 발전할 것입니다. 또한, 대체부품의 안정성이 확보되고 보증된다면 수입차 소유자들이 많이 사용할 것입니다.

G1. 귀하는 우리나라 자동차의 대체부품도 규제를 풀고 생산되어야 한다고 생각하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

국내 대체부품 규제도 풀려야 합니다. 대체부품이 활성화되면 보험료가 낮아져서 가게 부담이 적어지기 때문입니다.

G2. 귀하는 자동차 대체부품을 전문적으로 시험하고 인증하는 센터나 기관의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

대체부품의 안정성과 신뢰성 확보는 무업보다도 중요하다고 생각합니다. 불법부품 생산을 막기 위해 국내에 전문적으로 시험하고 인증하는 기관이 꼭 필요하다고 생각합니다.

G3. 귀하는 정부의 자동차 대체부품시장 활성화 노력이 귀하의 차수리 서비스 비용의 감소에 도움이 된다고 생각하십니까?

현재로선 정부의 노력이 차수리 서비스비용 감소에 도움이 된다고 생각하지 않습니다.

[인터뷰 C]

Q1. 귀하가 소유한 수입차는 무엇이며, 구입가격은 대략 얼마입니까?, 또한 차량의 연식은 어떻게 됩니까?

제 차는 2009년식 홀덴 카프리스이며, 옵션 포함 총 구입가격은 5,800만원이었습니다.

Q2. 귀하는 수입차 운영 및 수리 시 비용에 부담을 느낀 적이 있습니까? 구체적인 수리사례를 말씀해 주세요(ex: 범퍼수리비가 100만원 들었는데 너무 비싸게 느꼈다 등등).

부품 공급이 GM 전체적으로 이뤄지기는 하나, 특히 부품의 경우 호주에서 부품이 넘어오는데 까지 약 1개월 소요가 되며, 부품의 단가가 국내차 대비 매우 높습니다. 예를 들어 글러브 박스 같은 경우 L자 형태의 플라스틱 서랍장에 불과하지만 부품단가는 17만원이며, 공임포함 20만원입니다. 또한, 윈도우 글라스 구동 모터는 모듈단위로 판매되어 부품단가만 40만원입니다. 사이드 미러도 70만원에 구입 가능한 것만 봐도 운영비용이 만만치 않습니다. 엔진-미션 계열은 아직 수리하지 않았지만 전해 듣기로는 수백만 원 단위로 소요된다고 들었습니다.

A

자동차 대체부품 인지도 조사

A1. 귀하는 자동차 대체부품 인증제도에 대해 들어본 적이 있습니까? 들어본 적이 없다면 위의 설명을 듣고 대체부품에 대해 관심이나 궁금증이 생겼습니까?

매우 관심이 생겼습니다. 실제로 GM 같은 경우는 부품의 일정부분을 공유하고 있기도 합니다. 만약 대체부품 인증이 실시되어 시중에서도 쉽고 싸게 구매가 가능하다면 차량 유지에도 유리할 것 같고, 최근 유행하는 클래식카 운영도 보다 쉬워질 것 같습니다.

A2. 들어본 적이 있다면 자동차 대체부품 인증제도에 대해 어떻게 알게 되었습니까? (신문, 인터넷, 홍보책자 등등 알게 된 과정을 이야기 해주세요)

이번에 처음 듣게 되었습니다

- B1. 귀하는 보증수리 기간이 지난 부품일 경우, 자동차수리 시 순정부품이 아닌 중소기업에서 만든 대체부품을 사용할 의향이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

대체 부품 사용 의향이 있습니다. 실제 엔진-미션 부분처럼 d 부품이 아니라면 크게 신경 쓰지 않아도 될 듯합니다. 실제로 제가 운용하고 있는 차의 경우 사이드 미러의 에어가 가장 빈번하게 발생하는데 부품단가가 너무 비싸서 수리를 망설이는 사람이 많다고 합니다. 사이드 미러는 편의를 더해주는 부품이므로 대체부품으로 충분히 사용 가능할 것 같습니다.

- B2. 귀하는 신차(수입차)를 구입 후 몇 년이 지난 경우부터 적극적으로 순정부품이 아닌 대체부품을 활용할 의향이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

이미 보증기간은 지났기 때문에 해당 없지만, 소모품 보증이 끝난 3년 이후부터는 사용할 의향이 있습니다.

- B3. 다음은 자동차 대체부품의 주요 인증품목입니다. 귀하는 다음 중 어떤 품목을 적극적으로 대체부품으로 활용할 의향이 있습니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

소모성 부품 > 등화 부품 > 점화플러그 : 교체 빈도가 높고, 이미 다양한 사용 사례가 있기 때문입니다.

C**자동차 대체부품 이미지 조사**

C1. 자동차 대체부품하면 떠오르는 이미지는 무엇입니까?

가격적인 유리함
 소모품 대체에 유리할 것 같음
 엔진-미션 등 구동 계는 사용하고 싶지 않음

D**자동차 대체부품 만족도**

D1. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품의 품질은 수입차 순정부품에 비해 어떨 것 같습니까? 귀하가 소유한 수입차 부품의 품질에는 충분히 만족하고 있습니까?

대체 부품의 품질은 순정과 동등 이하일 것으로 생각합니다.
 제가 구매한 자동차는 홀텐의 플래그쉽 자동차로 부품 품질은 훌륭하나 특정 부품들에게 잔고장이 발생하는 경우가 상당히 있습니다.

D2. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품시장이 활성화 되려면 수입차 순정부품 가격의 몇 % 정도에서 대체부품의 가격이 결정되어야 한다고 생각하십니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

50%정도는 되어야 한다고 생각합니다.
 그 이유는 순정 1개 살 금액으로 대체품 2개 사야 타산이 맞을 것 같다고 생각하기 때문입니다. (기대수명이 절반정도일 것 같다는 생각)

D3. 귀하가 생각하기에 대체 자동차부품의 성능과 품질은 순정부품 대비 몇 % 정도면 만족할 것 같습니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

앞서 말한 것과 같이 절반의 가격 형성시 50%이상이면 만족할 것 같습니다

D4. 우리나라 기업에서 귀하가 소유한 수입차에 대한 대체부품이 생산된다면 얼마나 신뢰할 것 같습니까? 우리나라 부품이 대만 대체부품과 비교해서 경쟁력이 있을 것 같습니까?

우리나라 자동차 부품의 품질은 상당히 높은 것으로 알고 있습니다.
대만제품과 크게 다르지 않을 것으로 생각하고 충분한 경쟁력을 가지고 있을 것으로 기대하고 있습니다.

D5. 귀하소유 수입차에 국내산 대체부품(범퍼, 차체, 소모품 등)으로 수리하는 것에 대한 거부감이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

범퍼, 차체, 소모품 등의 부가적인 부품은 대체 부품을 사용해도 큰 상관은 없다는 입장입니다. 단 품질이 순정대비 50%이상은 보장되어야 한다고 생각합니다.

E

차수리 경험

E1. 귀하의 경우 1년에 평균 얼마정도의 자동차수리비가 들어갑니까? 보험으로 수리된 비용도 감안해서 말씀해 주시기 바랍니다. 체감 상 국산차에 비해 몇 배 정도 부품이 비싸다고 느끼십니까?

1년에 평균 200만원정도는 유지비용으로 사용하고 있습니다.
국내차대비 8배는 비싼 것으로 알고 있습니다.

E2. 귀하는 차수리 시 수입차 지정센터(직영점)만 이용하십니까? 아니면 수입차도 다루는 일반 수리센터도 같이 이용하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

제가 소유한 차량은 국내 3000대 이하로 분포하고 있어 일반 카센터에서는 수리를 거의 못합니다. (뜯다가 더 고장남) 지정센터를 방문해야 합니다.

E3. 귀하가 일반 수리센터도 이용한다면 사용한 부품이 순정부품인지 아닌지 의심해 본 적이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

불순한 의도를 가진 사람이라면 충분히 행할 수 있다고 생각합니다.
안에 들어가는 부품의 신규여부를 일일이 고객이 확인하긴 어렵기 때문입니다.

E4. 일반 수리센터 이용 시 순정부품 이외의 재생이나 중고부품 등 비순정부품을 사용한 경험이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

동호회 내에서 중고 부품을 구매하여 센터에서 장착한 경우가 있습니다.
비용과 시간이 가장 큰 장점입니다.

E5. 비순정부품을 사용하였다면 순정품이 아닌 재생이나 중고부품에 대한 정보들(생산국, 생산기업, 생산날짜 등)을 수리센터에서 들었습니까? 어느 정도까지 자세히 설명해 주었습니까?

수리센터에서는 권장하지 않으나 동호회 중고 매물을 사용하였습니다.

E6. 귀하는 자동차수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 사용한 후 제품의 품질과 안전에 대해 걱정한 적이 있습니까? 사례가 있으면 말씀해주세요.

안전과 직결되는 구동계 부품은 중고, 재생품을 사용하지 않고요, 범퍼와 같이 소모품 계열을 사용하므로 품질과 안전은 크게 감안하지 않았 습니다.

F

자동차 대체부품 시장전망

F1. 귀하가 생각하기에 수입차 소유자로서 인증 대체부품 시장전망은 어떻다고 생각하십니까? 국내기업이 수입차 부품을 생산하고 판매한다면 수입차 소유자들이 그 부품을 많이 사용할 것 같습니까?

만약 50%이상의 품질로 50%이하의 가격으로 책정된다면 활성화 될 수 있다고 생각합니다.

활성화되면 일반 센터에서 수리할 수도 있을 것이고 소비자 입장에서는 수리에 소요되는 시간과 비용에 많은 혜택을 입을 수 있을 것 같습니다.

G

자동차 대체부품 발전방안

G1. 귀하는 우리나라 자동차의 대체부품도 규제를 풀고 생산되어야 한다고 생각하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

무분별한 규제 해제는 안전을 위협하므로 반대하는 입장입니다.

대신 제조사와 협의 또는 국가 지정 공단에서 인증을 시행하는 것이 바람직 하다고 생각합니다.

G2. 귀하는 자동차 대체부품을 전문적으로 시험하고 인증하는 센터나 기관의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

앞서 말했듯이 소비자 입장에서는 인증 센터가 인증하고 품질을 보장하는 것이 훨씬 바람직하다고 생각합니다.

G3. 귀하는 정부의 자동차 대체부품시장 활성화 노력이 귀하의 차수리 서비스 비용의 감소에 도움이 된다고 생각하십니까?

네. 매우 도움이 될 것이라 생각합니다.

[인터뷰 D]

Q

수입차 소유자 기초조사

○ 귀하는 수입차를 소유하고 있습니다. 국산차도 그동안 비싸졌는데 수입자는 국산차에 비해 아직 많이 비쌉니다. 수리, 운영비도 국산차에 비해 당연히 비쌉니다.

Q1. 귀하가 소유한 수입차는 무엇이며, 구입가격은 대략 얼마입니까?, 또한, 차량의 연식은 어떻게 됩니까?

재차는 2011년식 BMW 528i이며, 옵션포함 총 구입가격은 6,000만원 정도였습니다. 차량가액은 6,900만원이었는데, 할인을 900만원정도 받았습니다.

Q2. 귀하는 수입차 운영 및 수리 시 비용에 부담을 느낀 적이 있습니까? 구체적인 수리사례를 말씀해 주세요(ex: 범퍼수리비가 100만원 들었는데 너무 비싸게 느꼈다 등등)

네. 수리 시 비용에 부담을 느꼈습니다. 특히 저의 경우에는 엔진내부 전자 부품에 이상이 생겨서 bmw공식 대전센터에 입고시켰더니 대략 700백만원 정도의 견적을 받았습니다. 또한, 앞유리창에 금이가서 교체를 요청했더니 견적이 180만원정도였습니다.

A**자동차 대체부품 인지도 조사**

A1. 귀하는 자동차 대체부품 인증제도에 대해 들어본 적이 있습니까? 들어본 적이 없다면 위의 설명을 듣고 대체부품에 대해 관심이나 궁금증이 생겼습니까?

네. 저 같은 경우에는 대체부품 인증제도에 대해 알고 있지 못했습니다. 대략적으로 대만산 부품이 있다고만 들었는데, 이 부품은 흔히 이야기하는 정품이 아닌 모조품으로 알고 있었는데, 이 부품이 대체부품이었군요. 그렇다면 앞으로 이러한 제품을 사용할 의사 있습니다.

A2. 들어본 적이 있다면 자동차 대체부품 인증제도에 대해 어떻게 알게 되었습니까? (신문, 인터넷, 홍보책자 등등 알게 된 과정을 이야기 해주세요)

없습니다.

B**대체자동차부품 선호도 조사**

B1. 귀하는 보증수리 기간이 지난 부품일 경우, 자동차수리 시 순정부품이 아닌 중소기업에서 만든 대체부품을 사용할 의향이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

넵. 사용한 의향이 있습니다. 이유가 가장 큰 유인책이 가격이겠죠. 또한, 현재 저의 경우에는 공식센터에서 수리를 받을 경우 상당한 시간을 기다려야 하므로 일반 자동차 수리점에서 대체부품으로 수리할 의향이 있습니다.

B2. 귀하는 신차(수입차)를 구입 후 몇 년이 지난 경우부터 적극적으로 순정부품이 아닌 대체부품을 활용할 의향이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

저의 경우에는 기본적으로 2년 4만km까지는 기본적인 소모품의 경우에는 판매가격에 포함되어있어 추가적으로 비용을 지급하지 않고 교체를 하였습니다. 이 때문에 저 같은 경우에는 보증수리가 끝나는 시점부터 활용할 의향이 있습니다.

B3. 다음은 자동차 대체부품의 주요 인증품목입니다. 귀하는 다음 중 어떤 품목을 적극적으로 대체부품으로 활용할 의향이 있습니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

저의 경우에는 기본적으로 소모성 부품은 사용할 의향이 가장 크게 있으며, 기능성 부품은 가격차이를 확인 후에 사용할 의향이 있습니다.

C

자동차 대체부품 이미지 조사

C1. 자동차 대체부품하면 떠오르는 이미지는 무엇입니까?

저의 경우에는 아직까지는 부정적인 이미지가 있는 것 같습니다. 소모성 부품의 경우에는 큰 차이가 없다고 생각이 드는 반면에 기능성 부품의 경우에는 조금 꺼리게 됩니다. 성능에 대한 믿음이 좀 적은 것 같습니다.

D1. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품의 품질은 수입차 순정부품에 비해 어떨 것 같습니까? 귀하가 소유한 수입차 부품의 품질에는 충분히 만족하고 있습니까?

저의 경우에는 소모성 부품의 경우에는 대체품을 사용하고 있습니다. 이에 대한 불만은 아직까지 없습니다. 다만 아직까지 기능성부품등에 대한 사용이 없었기에 품질에 대한 의견은 드리기가 어렵습니다.

D2. 귀하가 생각하기에 자동차 대체부품시장이 활성화 되려면 수입차 순정부품 가격의 몇 % 정도에서 대체부품의 가격이 결정되어야 한다고 생각하십니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

제 생각에는 대체부품에 대한 인지도가 먼저 높아져야 한다고 판단됩니다. 예를 들어 많은 수입차 오너들이 엔진오일의 경우 순정부품(공식서비스센터에서 제공하는)보다 대체품을 많이 사용하고 있는데, 그 이유는 품질면에서 더 높다는 인식이 있기 때문입니다. 본 질문에 대답하자면 제 생각에는 50%정도의 가격이라면 가격적인 유인이 있는 것으로 판단됩니다.

D3. 귀하가 생각하기에 대체 자동차부품의 성능과 품질은 순정부품 대비 몇 % 정도면 만족할 것 같습니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까?

제 생각에는 기능성의 경우에는 순정부품과 성능과 품질은 동일해야 한다고 판단됩니다. 다만 소모성 부품의 경우에는 80~90%정도면 괜찮다고 생각합니다. 이유는 기본적으로 동일하지 못하다고 해도 어느정도의 수준에는 도달해 있어야 한다고 생각하기 때문입니다.

D4. 우리나라 기업에서 귀하가 소유한 수입차에 대한 대체부품이 생산된다면 얼마나 신뢰할 것 같습니까? 우리나라 부품이 대만 대체부품과 비교해서 경쟁력이 있을 것 같습니까?

만약에 국내에서 대체부품이 생산된다면 사용할 의사는 있습니다. 다만 그에 대한 성능과 품질에 대한 보증이 있어야 할 것으로 판단됩니다. 왜냐하면 기능성부품의 경우에는 운전자의 생명과 연결이 되는 것이기 때문입니다. 또한, 한국에서 생산한다면 경쟁력은 충분히 있다고 판단됩니다.

D5. 귀하소유 수입차에 국내산 대체부품(범퍼, 차체, 소모품 등)으로 수리하는 것에 대한 거부감이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

거부감이 있지 않습니다.

E

차수리 경험

E1. 귀하의 경우 1년에 평균 얼마정도의 자동차수리비가 들어갑니까? 보험으로 수리된 비용도 감안해서 말씀해 주시기 바랍니다. 체감 상 국산차에 비해 몇 배정도 부품이 비싸다고 느끼십니까?

다른 부분은 잘 모르겠는데요. 정기적으로 교체해줘야 하는 소모성 부품(예로 엔진오일 및 필터 포함)의 경우 4배에서 5배정도 차이가 나는 것 같습니다. 또한, 저의 경우 앞유리창을 교체하였는데, 일반차량에 비해 3배정도 차이가 났던 것으로 기억합니다.

E2. 귀하는 차수리 시 수입차 지정센터(직영점)만 이용하십니까? 아니면 수입차도 다루는 일반 수리센터도 같이 이용하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

보증기간 내에는 직영점에서만 수리를 받았던 것 같습니다. 보증기간이 지난 후에는 일반 카센터에서 수리를 받고 있습니다. 그 이유는 1차적으로 시간적인 부분입니다. 평균적으로 예약을 하면 15일 이후에 수리가 가능하기 때문입니다. 2차적으로는 가격입니다. 일반카센터에서 수리 때 50%정도 저렴한 것 같습니다.

E3. 귀하가 일반 수리센터도 이용한다면 사용한 부품이 순정부품인지 아닌지 의심해 본 적이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

정확히는 모르겠으나, 제 차량 같은 경우에는 자동차차대번호를 통해서 부품을 주문하드라구요, 그래서 순정부품이라고 생각하고 있었습니다.

E4. 일반 수리센터 이용 시 순정부품 이외의 재생이나 중고부품 등 비순정부품을 사용한 경험이 있습니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

아직까지 사용해본 경험은 없습니다.

E5. 비순정부품을 사용하였다면 순정품이 아닌 재생이나 중고부품에 대한 정보들(생산국, 생산기업, 생산날짜 등)을 수리센터에서 들었습니까? 어느 정도까지 자세히 설명해 주었습니까?

없음.

E6. 귀하는 자동차수리 시 순정부품이 아닌 재생이나 중고부품을 사용한 후 제품의 품질과 안전에 대해 걱정한 적이 있습니까? 사례가 있으면 말씀해주세요.

없음.

F

자동차 대체부품 시장전망

F1. 귀하가 생각하기에 수입차 소유자로서 인증 대체부품 시장전망은 어떻다고 생각하십니까? 국내기업이 수입차 부품을 생산하고 판매한다면 수입차 소유자들이 그 부품을 많이 사용할 것 같습니까?

제 개인적인 생각으로는 시장전망은 좋다고 생각합니다. 다만 품질에 대한 보증이 뒷받침이 되어야 할 것으로 판단됩니다. 국내기업에서 생산되는 부품도 많이 사용할 것으로 판단됩니다.

G

자동차 대체부품 발전방안

G1. 귀하는 우리나라 자동차의 대체부품도 규제를 풀고 생산되어야 한다고 생각하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

제 생각에는 한국의 자동차 대체부품도 규제를 풀어야 한다고 생각합니다. 그리고 앞으로는 풀릴 것이라고 생각되는데요, 어찌되었든 선택의 폭이 넓어지면 기업들간의 가격경쟁력이 있으므로 소비자에게는 이익이 될 것으로 판단됩니다.

G2. 귀하는 자동차 대체부품을 전문적으로 시험하고 인증하는 센터나 기관의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까? 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?

무조건 있어야 한다고 판단됩니다. 기본적으로 보증이 있어야 소비자들에게 선택을 받을 수 있을 것으로 판단됩니다.

G3. 귀하는 정부의 자동차 대체부품시장 활성화 노력이 귀하의 차수리 서비스 비용의 감소에 도움이 된다고 생각하십니까?

네. 도움이 된다고 판단됩니다.

■ 집 필 자 ■

연구책임 · 김양중 충남연구원 연구위원

전략연구 2017-08 · 충남 자동차 대체부품산업 육성방안

-소비자와 차수리 서비스업 종사자의 인식조사를 중심으로-

글쓴이 · 김양중

발행자 · 강현수 / 발행처 · 충남연구원

인쇄 · 2017년 12월 31일 / 발행 · 2017년 12월 31일

주소 · 충청남도 공주시 연수원길 73-26 (32589)

전화 · 041-840-1163(산업경제연구부) 041-840-1114(대표) / 팩스 · 041-840-1159

ISBN · 978-89-6124-404-6 03350

<http://www.cni.re.kr>

© 2017. 충남연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.
무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 연구보고서의 내용은 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.