멕시코 자동차 수입시장 개방 현안과 대책

2003. 8

KOTRA 해외조사팀

<< 목차 >>

1. 멕시코 자동차 시장 동향..... 2

2. 멕시코 자동차 수입규제 현황..... 8

3. 한- 멕시코 자동차 교역 현황..... 12

4. 2004 멕시코 자동차 수입시장 개방..... 14

5. 우리의 대응방안..... 19

1. 멕시코 자동차 시장 동향

가. 멕시코 자동차 산업

○ 멕시코는 세계 9위의 자동차 생산국으로, 2002년 약 180만대의 자동차를 생산하고 그 중 75%를 수출하여 중남미 최대의 자동차 생산국이자 수출국임.

< 표 1 > 멕시코 연간 자동차 생산량

	1998	1999	2000	2001	2002	2003 (1-5월)
내수용 생산량	448,832	416,449	456,488	435,371	454,994	159,217
수출용 생산량	978,758	1,077,217	1,432,998	1,382,436	1,319,376	510,595
총생산량	1,427,590	1,493,666	1,889,486	1,817,807	1,774,370	669,812

자료원: AMIA 단위 : 대

○ 멕시코에서 자동차 산업은 전체 대외무역량의 2위를 차지하는 주요산업임. 국내 총생산의 2% 이상, 제조업 부문의 총생산 중 16%, 전체 수출량의 20%, 제조업 부문 수출량의 22%, 전체 수입의 14%의 비율을 차지하고 있으며, 현재 제조업 부문의 전체 고용인구 중에 18%가 자동차 산업에 종사.

○ 한편, 자동차부품 분야 또한, 제조업 부문의 총생산 중 6.9%, 고용인원의 15%에 해당하는 463,000명을 고용, 전체 제조업 수출량의 10%차지하여 명실공히 멕시코 자동차 산업은 석유산업과 함께 가장 중요한 분야 중 하나임.

○ 자동차 산업은 2002년 전체 수출액 1600억불 중 319억불을 달성, 전기전자 산업에 이어 2위를 차지함. 또한, 총 수입액 1686억불 중 14%인 236억불을 기록해 3위를 기록하였고, 자동차 부문 무역수지 83억불로 2002년 멕시코 대외교역량 중 무역수지 1위를 차지함.

< 표 2 > 멕시코의 2002년 산업별 교역량 (마낄라 포함)

Sector	Exports	%	Imports	%	Balance
Total	160.6	100.0	168.6	100.2	-8.0
Electric Electronic	44.1	27.4	40.0	23.8	4.1
Automotive	**31.9**	**19.9**	**23.6**	**14.0**	**8.3**
Metalmechanic	25.3	15.7	27.7	16.5	-2.3
Textile	10.4	6.5	9.3	5.5	1.1
Chemical	5.7	3.5	12.5	7.4	-6.8
Food and Beverage	4.5	2.8	6.6	3.9	-1.8
Leather and Footware	0.6	0.4	0.9	0.5	-0.3
Others	38.1	23.7	48.0	28.5	-9.9

자료원: BANCOMEX(2002) 단위: 십억불

나. 시장구조 및 동향

○ 업체별 자동차 생산 추이

1994년부터 멕시코 시장에 진출한 자동차 브랜드는 31개로 집계됨. 그러나 그 중 멕시코 현지 생산을 하는 브랜드는 Volkswagen(연평균 38만대), GM(연 41만대), Diamler-Chrysler(연 37만대), Ford(연 23만대), Nissan(연 27만대), Honda(연 2만대), BMW, M.Benz 등 16개 브랜드이며, 세계 주요 자동차 업체들은 모두 멕시코에 공장을 가지고 있다 해도 과언이 아님.

< 표 3 > 업체별 연간 자동차 생산량

업체/연도	1998	1999	2000	2001	2002	2003 (1-5월)
BMW	1,932	1,596	1,594	1,001	1,046	308
Daimlerchrysler	359,422	330,290	404,637	395,119	392,793	126,685
Ford Motor	213,546	224,446	280,585	239,690	187,993	74,983
General Motors	316,028	331,021	444,670	447,802	512,645	204,580
Honda	7,194	10,241	18,801	23,825	24,993	10,430
M. Benz	722	190	--	---	--	--
Nissan	189,787	185,574	313,496	327,923	333,469	122,222
Renault	--	--	--	1,757	12,141	7,802
Volkswagen	338,959	410,308	425,703	380,690	343,230	122,802
TOTAL	1,427,590	1,493,666	1,889,486	1,817,807	1,808,310	669,812

자료원 : AMIA 단위 : 대

ㅇ 연도별 자동차 내수판매 추이

- 2000년 87만대, 2001년 92만대, 2002년에는 100만대 수준을 이루면서, 2000년 이후 자동차 판매량이 크게 증가하였으며 꾸준히 성장세.

< 표 4 > 브랜드별 연간 내수판매 추이

연도	1998	1999	2000	2001	2002	2003(1-5)
Audi	1,054	1,728	2,457	3,053	3,644	1,059
BMW	2,172	2,796	4,903	6,396	5,557	1,513
D.C.	94,850	90,439	121,329	132,935	119,808	31,411
Ford	103,606	115,003	146,988	158,504	171,186	55,766
GM	175,118	181,409	214,298	201,240	228,159	81,125
Honda	13,645	19,191	25,536	28,878	31,601	11,755
Jaguar	100	234	363	1,175	1,600	93
Land Rover	--	--	--	851	1,004	249
M.Benz	1,170	2,743	2,658	3,830	3,570	1,100
M.Benz Vans	--	--	--	--	222	334
Mg Rover	--	--	--	--	--	335
Mini	--	--	--	--	1,710	741
Mitsubishi	--	--	--	--	--	917
Nissan	145,347	144,102	175,800	193,198	214,889	80,521
Peugeot	--	1,505	3,454	6,415	9,036	5,439
Porsche	13	9	9	187	283	116
Renault	--	--	--	3,616	15,746	7,539
Seat	--	--	--	12,797	25,051	9,985
Toyota	--	--	--	--	--	2,980
Volkswagen	108,913	124,354	172,019	162,025	158,396	70,183
Volvo	--	308	1,506	2,305	2,916	790
Total	645,988	683,513	871,320	917,405	994,378	363,951

자료원: AMIA 단위: 대

ㅇ 자동차 수출입 추이

- 업체별로는 General Motors가 지난해 약 40만대 가량을 수출하여 멕시코

자동차 수출시장의 33.6%를 차지해 가장 많은 양을 수출하였음. 그 뒤를 이어 Daimler-chrysler, Volkswagen가 각각 37만대, 26만대 가량씩 수출하였음.

< 표 5 > 업체별 연간 자동차 수출량

	1998	1999	2000	2001	2002	2003 (1-5)	%
Daimlerchrysler	301,071	295,520	375,002	395,066	372,636	125,115	25.0
Ford Motor	174,771	176,606	234,994	190,184	135,899	57,334	11.5
General Motors	198,807	200,877	324,651	351,926	397,484	168,040	33.6
Honda	--	--	7,567	15,007	12,598	5,219	1.0
Nissan	51,675	61,732	153,071	151,970	143,771	45,364	9.1
Volkswagen	245,655	338,794	338,825	299,562	263,387	98,510	19.7
TOTAL	971,979	1,073,529	1,434,110	1,403,715	1,325,775	499,582	100.0

자료원 : AMIA 단위 : 대

- 멕시코 자동차산업협회는 2002년 자동차 수출은 전년보다 2.4% 감소한 212억불이었으나, 자동차부품은 9.4% 증가하였고, 자동차산업의 총 수출액은 319억불이었으며 그 중 자동차가 71%, 부품이 29%를 차지함. 총 자동차산업의 수입은 236억불에 달하며 자동차 수입이 29%, 부품수입이 71%를 차지함.

< 표 6 > 자동차 교역의 국별 추이

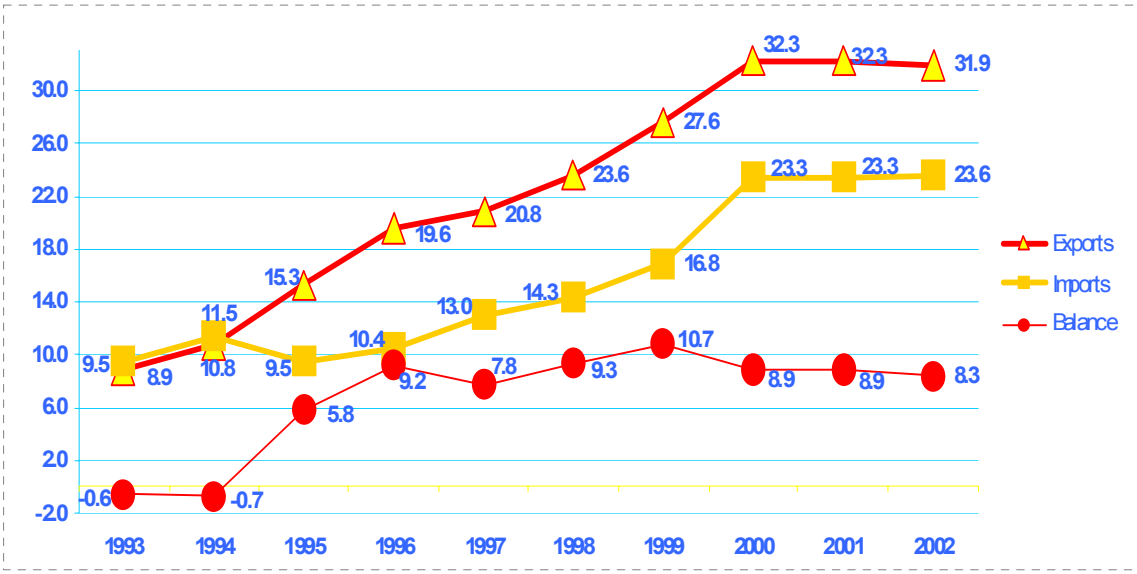
국가명	자동차수출비중	부품수출비중	국가명	자동차수입비중	부품수입비중
USA	83.6	76.9	USA	72	70.4
CANADA	10.2	4.0	CANADA	19	7.4
Germany	3.9	3.6	Germany	8	--
Brazil	0.6	--	JAPAN	--	6.1
Others	1.7	15.5	Others	--	16.1

자료원 : BANCOMEX(2002), AMIA 단위 : %

- 멕시코의 자동차 수출 상대국으로는 미국이 총 수출의 83.6%를 차지하며, 뒤를 이어 캐나다와 독일이 각각 10.2%, 3.9%를 차지해 멕시코 자동차 수출이 북미와 독일에 편중됨을 보여줌.

- 멕시코 자동차 및 자동차 부품 산업은 멕시코 제조업의 견인차 역할을 하면서, 멕시코 경제에서 중요성이 계속 높아짐.

< 그래프 1 > 자동차 산업 무역수지 (마낄라 포함, 1993 - 2002)



자료원 : BANCOMEX 단위 : 십억 불

○ 멕시코는 무역개방 정책에 힘입어 1990년부터 지난해까지 12년간 1,100만 여대의 자동차를 수출함.

- 멕시코 자동차정보센터(SISAM)는 이 같은 자동차산업호황, 수출증가에는 멕시코가 여러 경제 블록과 체결한 다양한 무역협정이 크게 기여한 것으로 분석함.

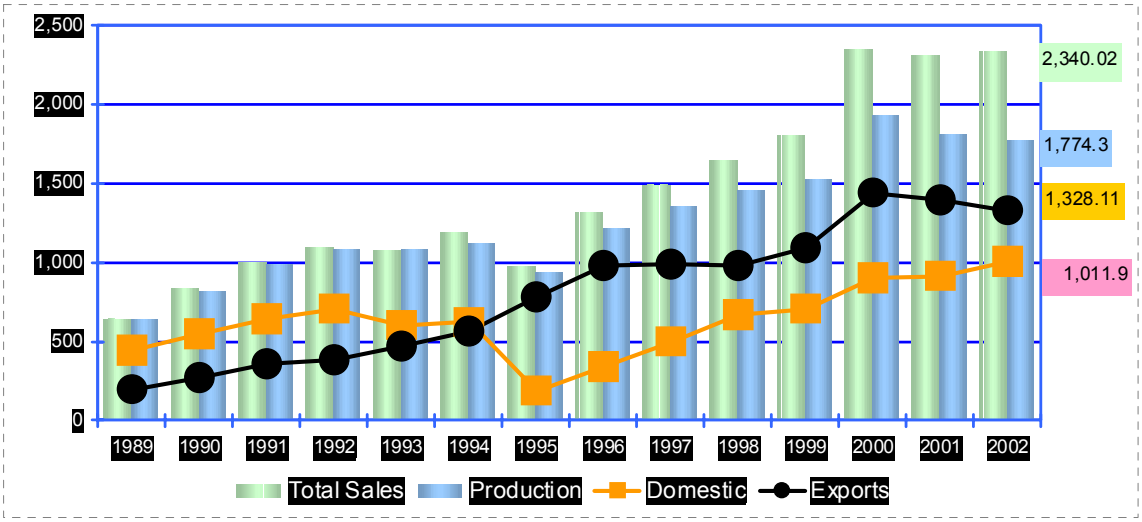
- 94년 말 통화위기 이후 경제 불황으로 내수가 부진하자 대폭 평가절하 된 페소화를 발판으로 수출에 주력함.

○ 멕시코 자동차 수출은 1990년 27만대 수준이었으며 꾸준한 상승세를 이어오다 작년에는 132만 여대를 기록. 자동차 수출은 현재까지 NAFTA 회

원국가로 크게 집중돼 있어, 최근 12년간 미국에 900여만대(82%), 캐나다에 101여만대(9%)를 수출한 것으로 나타남. 멕시코는 현재 발효 중인 기타 무역 협정을 잘 활용할 경우 NAFTA 이외 시장으로도 자동차 수출을 크게 확대할 수 있을 것으로 기대됨.

○ 2003년 1월-5월은 자동차 수출이 감소했는데, 이는 멕시코 자동차 수출의 80%이상을 차지하는 미국에서의 수요 감소가 주원인. 따라서 미국 시장의 변화가 관건임.

< 그래프 2 > 멕시코 자동차 산업 발전



자료원 : BANCOMEX 단위 : 천대

○ 2001과 비교해 볼 때, 2002년은 총 생산은 5.5% 감소하여 177만대, 국내 시장은 6.9% 축소한 100만대 규모이며, 수출은 7.8% 감소하여 132만대를 기록하였음.

2. 멕시코 자동차 수입규제 현황

가. 배경

○ 국내 자동차 산업 보호 및 투자 유치를 위해 정책적으로 자동차산업을 보호 육성해 왔음.

- 이러한 보호정책은 생산성 및 국제경쟁력 저하 등 부작용도 발생했으나 현재까지 멕시코 자동차 산업이 성장 발전하는 원동력으로 작용.

나. 완성차 수입에 대한 제한

○ 1990. 1. 1부터 발효된 「자동차 산업 진흥 및 현대화 법령」(Decreto Para El Fomento y Modernizacion De La Industria Automotriz 1989)에 의거, 멕시코 내에서 자동차를 생산하여 수출한 업체에 대해서만 수출 실적에 비례한 일정량의 완성차 수입쿼터를 할당.

○ 주요 내용
- 멕시코 내 자동차 판매량의 일정 비율은 반드시 멕시코 내에서 생산
- 자동차 생산업체는 현지부가가치 비율을 36% 수준으로 유지
- 자동차 생산업체는 $1(수입) : $1.75(수출)의 수출입균형의무
(동 의무에 의해 현지 생산업체만이 자동차를 수입할 수 있음)

○ 현재 멕시코에 진출하여 자동차를 생산하고 있는 외국인 투자기업은 미국의 Big-3와 일본의 Nissan, Honda 및 독일의 Volkswagen, M.Benz 등이며, 2002년 일본의 Toyota가 현지에 투자했음.

○ 이와 같은 현지 진출 자동차 조립·생산 업체만을 대상으로 하고 있고, 수출 실적의 일정 범위 내에서만 완성차의 수입을 허용하고 있어, 우리 자동차 업계의 대 멕시코 자력 수출이 불가능하였으나, 2000년 하반기부터 현대자동차가 Daimler-Chrysler사와의 제휴로 ATOS를 간접수출하고 있음.

○ NAFTA 및 EU-멕시코 FTA 협정에서 2004. 1월까지 Auto-Decree를 유예, 다만, 일부 조항은 2004년 이전에 규제 완화.

* Auto-Decree 규제완화 내용
- “멕시코 내 자동차 판매량의 일정비율은 멕시코 내에서 생산되어야

한다"는 조항은 NAFTA 발효(1994)와 함께 즉시 철폐.

- 현지 부가가치비율은 94년에 34%로 인하하고, 99년부터 2003년 말까지 매년 1%씩 인하(이후폐지)

- 수입 허용 비율: 완성차 업체의 수입 대 수출 비율을 1994년에 $1(수입):$0.8(수출)로 변경 후 매년 점차 완화하여 2003년에는 $1(수입):$0.55(수출)까지 완화. 이후 폐지.

다. 멕시코의 자동차 수입관세 (현행)

○ 제 3국산 (NAFTA 비회원국산)
- 배기량 1000cc-3000cc 20%,
- 배기량 1000cc미만, 3000cc이상 30%

○ NAFTA 역내국산(단위: %)

연도	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
승용차	6.6	5.5	4.4	3.3	2.2	1.1	0
상용차	2.5	0	0	0	0	0	0

○ 또한 2002년 하반기 발효된 EU와의 FTA 협정으로 EU회원국은 매년 지정하는 일정 쿼터에 한해 EU 회원국은 10%의 수입관세를 지불하나 이는 단계적으로 인하될 예정임.

○ 한편, 브라질· 아르헨티나 산 자동차에 대해서는 지난해 자동차 특별협정으로 수입을 허용하고 있고 이에 따른 특혜관세를 받고 있음.

< 브라질 >

품 목	2003년	2004년
HS 8703.2201	1.1%	0.0%
HS 8703.2301	1.1%	0.0%
HS 8703.2401	1.1%	0.0%

< 아르헨티나 >

품 목	2003년	2004년
HS 8703.2201	0.0%	0.0%
HS 8703.2301	0.0%	0.0%
HS 8703.2401	0.0%	0.0%

자료원 : 멕시코 무역관

라. 중고차 수입의 원칙적 금지

○ 1994년 2월에 제정된 「중고차 수입조건에 관한 법령」에 의거하여 중고차 수입이 제한적으로 운용되고 있음.

- 멕시코 내에서는 중고차의 수입이 원칙적으로 금지됨.

- 일부 국경지대를 제외한 멕시코 시티 등 주요도시에서는 중고 수입차 운행이 불가능함. 예외적으로 미·멕 국경지대 및 일부 주 소재 중고차 거래상들은 동지역내 운행용으로 중고 승용차 및 트럭, 버스 등을 수입 가능.

- 과거 공히 가솔린 엔진차량만 수입 가능했으나, 2002년 9월부터는 현재 미국에서 운행되며, 만 5년 이상 된 승용차 및 미니 밴에 대해 국경 지역에 한해 수입을 제한적으로 허용.

○ 이러한 중고차 수입제한 조치는 환경보호 차원에서보다는 멕시코내 자동차 산업 보호 차원에서 취해지는 것으로 알려짐.

○ 멕시코를 포함한 대 중남미 중고 자동차시장은 현재 대부분 수출길이 막혀있으며 가까운 시일 내에 수출길이 열리기는 어려울 것으로 전망됨. 내년 1월 1일부터 신차의 경우는 수입이 가능하지만 중고차시장은 2009년 개방 예정이나 이에 관한 상세한 내규는 나오지 않고 있음.

○ 또한 멕시코는 미국 및 유럽과 FTA 체결로 미국산 뿐만 아니라 유럽산 신형 자동차가 거의 무세로 자유로이 수입되고 있어, 자동차 메이커들은 자기들 브랜드 이외에 중고차 시장 개방에 대해서는 적극 반대할 것으로 전망되 향후로도 중고차 시장 개방은 매우 어려울 것으로 보임.

3. 한-멕시코 자동차 교역 현황

○ 연간 180만대 규모의 중남미 거대 자동차 시장인 멕시코시장에 자동차 수입규제로 인해 한국산 자동차의 수출은 전무한 상태였으나, 2000년 10월부터 현대자동차와 Daimler-Chrysler간 전략적 제휴를 체결함에 따라 크라이슬러사를 통해 ATOS를 월 평균 3000대 규모로 수출하고 있음. 2002년 하반기부터는 현대차의 픽업트럭과 일부 승용차가 새롭게 선보이고 있음

□ ATOS 진출사례

○ 멕시코 진출 : Daimler-Chrysler와 접촉, 현지 시장조사를 거쳐 아토스 공급계약체결(기간 5년, OEM 방식)하고 2000. 10월말부터 현지 판매 개시. 2002. 11월말부터 H-100(포터)판매 개시

- 현대가 멕시코로 수출하는 OEM방식은 기존 현대 로고 및 이름은 다 붙인 상태에서 Dodge 뱃지만 장착하는 방식임. 현지 소비자는 아토스와 포터가 현대 제품이라는 것 인식.

○ 판매방식 : DCdm의 딜러에서 기존 크라이슬러 차량과 같이 판매되고 있으며, (멕시코내 크라이슬러 딜러수 125개) 현지 판매가는 현대가 정한 FOB 가격에 DCdm이 제반 비용 및 마진을 보태어 현지에서 판매하고 있는 DCdm이 모든 책임을 지고 판매하는 형태임

○ 6. 16자로 공표된 현지 자동차 수입관세율에 따라, 2004년 부터는 어느 나라에서나 차량의 수입이 가능하나, 50%의 관세를 물어야 함.

- 현지에 공장이 있으나, FTA를 맺지 않은 국가의 차량 : 0% (기존 8%)이므로, 현재 아토스와 포터는 현지에 공장이 있는 크라이슬러를 통해 판매되기 때문에 지금까지 8%의 수입관세를 물고 수출하였으나 이제는 0%가 됨.

○ 이에 따른 현대에 유리한 환경이 조성되어 현재 멕시코 시장 내 가장 큰 세그먼트인 엑센트 급에서 판매확대를 기하고자 협의 진행 중

○ ATOS 연간 판매실적

	2000	2001	2002	2003(1-6월)
판매량	아토스 5,835대	아토스 25,916대	아토스 28,211대 포터 104대	아토스 7,555대 포터 1,840대

자료원 : 현대자동차

○ Diamler Chrysler는 자사가 소형차를 생산하지 않음에 따라 Benz, Volkswagen 등 소형차 생산업체에 대항하기 위해 현대의 아토스를 수입하면서 서민층에서 디자인과 경제성으로 큰 인기를 누림. 현대 또한 자동차 조립생산 공장이 멕시코 내에 없어서 시장진출을 하지 못하고 있는 상황에서 절호의 기회를 만난 것임. 게다가 2003년 하반기부터 현대자동차 4개 모델이 역시 크라이슬러에 의해 추가로 수입될 예정으로 있어 2004년 자동차시장 개방을 앞두고 현지 자동차 시장에서 한국산 자동차 이미지가 확산되고 있음.

○ Chrysler가 아토스를 수입하기 시작한 '00년 하반기부터 대대적인 홍보활동을 펴기 시작했으며 소형차이지만 안전함을 강조하고 신용판매를 확대해 나감. 이에 따라 멕시코의 아토스 수입금액은 2000년 61,779천불, 2001년 125,643천불, 2002년 185,570불(10월말까지)로 기하급수적으로 증가함.

○ 거래 추진 시 문제점

- 현재 아토스는 현대가 직접 수출하지 않고 Chrysler를 통해 수출하고 있으며 이에 따라 미국의 현대 마이애미 지점을 통해 Chrysler와의 계약 하에 간접수출을 하고 있음. 따라서 현대는 수출물량은 늘어나고 있으나 직접수출에 비해 한계를 가짐. 이러한 제휴방식의 수출은 시장진출 확대를 위한 독자적인 마케팅이 불가능하고 고유 브랜드로 판매가 어려운 등 장기적인 브랜드 마케팅과 수출 물량 확대에는 한계가 있는 것으로 지적됨.

○ 아무튼 아토스가 멕시코 시장진출 2년 반만에 우리나라의 대 멕시코 10대 수출품목 내에 속하게 되는 등 한국의 대 멕시코 수출증대의 효자 노릇을 하고 있음.

○ GM 대우가 올해 7월 초부터 Matiz를 Pontiac이란 브랜드로 에이젼시를 통해 판매를 개시함. 이에 따라 크라이슬러가 수입하는 아토스는 GM에서 수입하는 마티스의 수입으로 타격이 예상되며 현대에서는 아토스 신규모델 또는 다른 브랜드에 집중할 듯. 이미 1톤 트럭이 수입되었고 현재는 산타페, 베르나, 투스카니 등이 준비 중임. 타 자동차업체 또한 멕시코 현지 투자를 검토 중인 것으로 알려짐.

4. 2004 멕시코 자동차 수입시장 개방

가. 발단

○ 세계적 무역 자유화의 흐름 속에서 자동차 산업 역시 기존의 보호막을 탈피하여 국제 경쟁력 강화 필요성이 대두되었고, 94년 NAFTA 출범과 함께 이러한 자유화 물결은 더욱 가속화됨.

○ 1994년 1월 발효된 NAFTA 협정 상 “자동차부문의 교역 및 투자” 부문과 관련하여, 1989년 멕시코 정부가 제정하여 시행중인 「자동차 산업 진흥 및 현대화 법령」에 따르면, 멕시코는 2003년 말까지 동 특별법을 유지할 수 있다고 명시함으로써 멕시코의 자동차 특별법이 NAFTA 발효 후 10년까지 효력을 가질 수 있도록 허용하였음.

○ 한편, 1986년 GATT협상에서 멕시코는 사전 수입허가제도를 관세부과로 대체하는데 합의하였으며, 03. 6. 16자 멕시코 경제부 관보에 따르면 자동차부문에서 이와 같은 사전 수입허가제도를 폐지하는 대신 관세를 50%로 인상할 예정임. 즉, WTO와의 협상과정에서 합의된 자동차부문 양허세율이 50%임은 멕시코 경제부에서 확인됨.

나. 시기 및 방안

□ 개방 예정시기 : 2004. 1. 1

□ 개방 방안

○ 개방의 구체적 관세와 세부 일정에 관해서는 정부관계자와 업계의 견이 분분하여 상세 일정은 미정이나 6. 16 발표된 멕시코 경제부 관보와 멕

시코 무역관의 현지 인터뷰 자료를 바탕으로 개방안을 살펴보자면, 2004년 1월 1일부터 자동차 시장이 개방되는 것은 확정되었으나, 관세에 있어 차등이 있음.

○ 즉, 2004년 자동차 수입수장 개방이란, 기존의 수입허가제폐지와 관세율 인상으로 요약될 수 있음. 기존에 멕시코에 생산·조립공장을 가동하고 있는 업체에 한해서만 수출 물량에 따른 일정 비율로 수입량을 허용하는 수입사전허가제가 폐지되어 누구나 완성차를 수입할 수 있게 될 것으로 보임.

○ 그러나, 수입관세율은 오히려 인상이 될 것으로 예상됨. FTA 회원국에게는 FTA에 따른 관세 인하 스케줄에 따르겠으나, FTA 비회원국에 대해서는 기존의 20-30%의 관세에서 50%의 관세로 인상될 것으로 전망되며, 또한, 기존의 메이커에 대해서는 현재의 8% 수입관세에서 0%가 적용될 것으로 알려짐.

< 멕시코 자동차시장 수입개방에 따른 관세율 적용방법>

멕시코에 생산조립공장 없거나, FTA 비회원국	50%로 인상(중형, 경차 모두)
생산조립공장은 가동중이나, FTA 비회원국	기존 8%의 관세 ------> 0% 적용
멕시코와 FTA 또는 쌍무 협정체결국 (협정에 의거한 개방 스케쥴에 따라 적용)	· 미국과 캐나다(NAFTA) : 전면 무관세 · EU : 일정 할당분에 대하여 면제. 이 할당분을 초과시 10%의 관세율 적용. 2007년부터 전면 무관세 예정. · 브라질, 아르헨티나, 우루과이 자동차 협정국 : 협정 일정에 따라 무관세 · 칠레산 자동차 : 선정된 기준에 부합하는 자동차의 경우 내년부터 관세면제, 그 외는 50% 관세 부과 예정. · G-3(콜롬비아, 베네수엘라)국 : 협정을 부합하는 제품일 경우 20%, 그 외는 50% 관세 부과. 2007. 7월부터 무관세 적용.

자료원 : 멕시코 무역관

○ 적용 품목별 예상 관세율(03. 6. 16 멕시코 경제부 관보)

- 03. 6. 17일부로 관세 조정된 품목

: 87012001(트랙터, 50%), 87054001(특수용도차량, 50%), 8711(오토바

이, 30%)

: 수입쿼터 적용 품목 - 8702(버스, 0%), 8703(불꽃점화식 내연기관 승용차, 0%)

- 04. 1. 1부로 관세조정 예정품목

8703(일반 승용차 전체, 50%), 8704(8.8톤 이하 화물 승용차, 50%)

○ 멕시코 자동차 시장 개방의 의미

- 결국 멕시코 자동차 시장 개방 또는 자유화라는 것은 기존의 수입 규제를 철폐하여 누구나 멕시코에 자동차를 수출할 수 있는 것을 의미하며 다만 그 원산지에 따라 관세가 차등화 되는 것임. 단, 멕시코와 FTA를 맺지 않은 기타 국가들, 특히 장차 중국으로부터의 자동차 유입을 막기 위해 생각키 어려운 수준의 관세인 50%로 수입관세율을 인상.

○ 이러한 조치로 「자동차 산업 현대화 및 진흥을 위한 법령」으로 특징 지워지는 멕시코 자동차 산업은 2004년부터 새로운 환경에 직면하게 될 것임.

○ 이러한 개방에 앞서서 제조·유통, 그리고 다른 종류의 수입업자들에게 확신을 줄 수 있는 건전하고도 질서있는 시장이 되도록 점진적이고도 계획있는 이행 과정이 필요.

□ 개방대비 프로그램 강구 중

○ 멕시코 정부는 내년부터 전면 개방되는 북미산 자동차 수입 홍수에 대비하여 국내 자동차 산업의 경쟁력을 확보하기 위한 프로그램 마련에 고심중. 동 프로그램에는 멕시코 세관, 환경부, 소비자 보호원, 멕시코 국내 자동차 업계가 참여하여 북미와 유럽과의 FTA에 저촉되지 않는 범위 내에서 만들어질 전망임.

○ FTA 규정에 의거 무세 수입품은 전체 제품의 62.5% 이상이 자유무역협정국산 부품으로 생산여부가 주요한 판단 기준으로 작용할 것으로 예상됨에 따라 멕시코 세관 당국은 원산지 증명에 필요한 서류를 철저히 요구할 것으로 보임.

○ 현재 멕시코 경제부에서 논의 중인 점은 자동차 수입을 위해서는 멕시코에 설립회사가 있어야 하고, 수입품은 자국의 자동차 수출 품목에 속해 있어야하며, 주행거리가 1000km이하여야함. 그 이상의 것은 중고 자동차로 간주되며, 이것은 관세율 면제 혜택을 받을 수 없게 됨.

다. 멕시코 자동차 시장 및 우리 업계에 미치는 영향

○ 내년도 자동차 시장은 증가할 것

- 그 동안 멕시코 시장은 몇 개의 메이커들의 독점으로 가격이 상당히 높았으며, 공급자가 주가 되는 시장이었음. 현재 멕시코 시장은 2000년 9월부터 발효된 EU와의 FTA에 따라 다양한 유럽산 자동차가 관세혜택을 받고 시장에 도입되면서 브랜드간의 경쟁이 치열해짐. 여기에 일본의 혼다, 토요타 자동차까지 합세하여 지금은 출혈 경쟁 중. 소비자들의 수요를 자극, 신차 판매가 크게 확대되고 있는 추세임. 이러한 상황 하에서 자동차 수입시장이 개방되면 자동차 수입은 당연히 증가하면서 가격 역시 하락할 것으로 보임.

- 결국 과거 미국과 독일 업체들의 독점 시장이라고 할 수 있었던 멕시코 자동차 시장은 2004년 자동차 수입시장의 전면 개방으로 경쟁이 더욱 치열해 지면서 전체 자동차 시장규모가 크게 확대될 것임.

- 한편, 이미 멕시코에서는 자동차 가격인하 및 파이낸싱이 활발하게 이뤄지고 있으므로 자동차 개방에 따른 갑작스런 수입증가나 판매증가는 나타나지 않을 것으로 전망하기도 함. 특히, 르노, 푸조 등 미국에서 판매되지 않고 멕시코에서만 판매되는 모델들이 상당수인 점도 원인으로 지적됨.

○ 위의 개방안에 따라 우리 업계에는 불리한 상황이 예상됨.

- 연간 180만대 규모의 멕시코 거대 자동차 시장에 한국산 자동차는 고율의 관세로 인하여 수출이 어려워질 것임. 멕시코 현지에 생산 공장을 세우거나 기존 투자진출 업체의 쿼터를 이용하거나, 멕시코와의 FTA나 특별협정 같은 것이 없는 한 직수출은 사실상 막혀있는 상황이 될 수 있음.

- 현재 진출 중인 아토스와 마티스의 경우는 기존의 8%에서 0%로 관세

율이 낮아지기 때문에 유리한 상황이 예상되나, 그 밖에 현지에 생산조립공장을 세워 투자하는 방식 외에 한국에서 직접 수출하는 것은 고율의 관세로 인해 거의 불가능해짐.

○ 한편, 일-멕 FTA 체결 시에는 더욱 사면초가에 직면할 가능성.

- 이미 2000년 10월부터 멕-EU간 FTA가 발효됨에 따라 미국산 뿐만 아니라 프랑스, 독일 등 유럽 자동차의 시장 진출이 가속화되면서 EU산 자동차마저 저렴한 관세로 도입되고 있으며, 멕시코-브라질, 아르헨티나, 우루과이 등과의 자동차 협정이 체결되었고, 일본과 FTA가 체결되면 한국산의 경우 사면초가에 몰릴 가능성이 있음.

○ 그 동안 멕시코 자동차 시장은 타 국가에 비해 높은 자동차 판매가격으로 중산층이 감히 넘보지 못했기 때문에 시장규모 확대가 거의 불가능했음. 이는 멕시코에 진출해 있는 미국, 독일 업체들이 사실상 시장을 독점해 왔기 때문인 것으로 풀이됨. 그러나 인구 1억의 거대 소비시장인 멕시코는 자동차 시장이 개방되면서 서민용 소형차 위주로 그 수요가 크게 증가할 것으로 기대됨.

5. 우리의 대응 방안

가. 한-멕 FTA 체결 시급

○ 위의 자동차 수입개방 및 관세인상 조처에 따라 멕시코와 FTA 비협정국인 우리로서는 일-멕, 멕-EU 등의 FTA로 더욱 사면초가에 처할 위험.

- 일본이 멕시코와 FTA를 체결하면 일본의 대 멕시코 평균관세율은 6.9%가 될 전망이며, 일본의 대 멕시코 수출량은 37억5600만 달러 규모였으며, 이중 자동차 부문이 9%를 차지하는 주요수출품으로, FTA를 통해 대 멕시코 자동차 수출 증대를 추진 중이어서 향후 시장판도 변화가 주목됨.

- 현재 세계 9위 자동차 생산국인 멕시코는 멕-일 FTA를 통해 세계적

인 자동차 생산국으로서의 위치를 공고화시킬 예정임. 1999-2002년 일본의 대 멕시코 직접투자액 중 83.6%가 자동차 부문에 집중되었으며, 자유무역체결 이후 투자액은 크게 증가할 것으로 기대됨.

○ 멕시코 시장에는 일본산 자동차, EU산 자동차 및 미국산 자동차가 점진적 무관세 혜택을 누리게 되어 한국산 자동차는 더욱 설 공간이 없어지게 됨.

- 2000.1.1 부로 발효 중인 멕-EU FTA 의거 프랑스 및 독일 산 자동차의 가격 경쟁력이 향상되면서 2002년의 경우 EU산 자동차의 대멕 수출이 급증하였음.

○ 이로서 2004년부터는 세계 주요 자동차 생산국 중 한국만이 연간 180만대 규모의 시장에 진출하지 못하는 상황이 될 수 있음. 이에 따라 멕시코 시장에는 미국·EU산등이 거의 무관세나 저렴한 관세로 진입 중이나 한국산은 평균관세 13.7%를 부담할 수밖에 없는 상황으로 향후 멕시코 시장개척을 위해서는 한-멕 FTA 추진이 매우 시급한 현실임. 멕시코 시장에서 FTA 없이 시장참여 애로가 많음.

○ 결국, 멕시코 자동차 시장 개방은 물론, 변화하는 시장의 추세에 대응하기 위해서는 한-칠레 FTA를 조속히 마무리 짓고 이어 멕시코와의 FTA도 적극적으로 추진이 검토되어야함.

나. 자동차 쌍무 협정 마련 필요

○ 그러나, 양국간 FTA의 조속한 체결은 기대하기 힘든 상황이므로, 어렵겠지만 우리 정부에서 멕시코 정부에 멕-브라질, 멕-아르헨티나 간에 체결한 자동차 협정처럼 쌍무협정을 체결 추진하는 대안마련 시급. 즉, 한-멕 자동차 협정을 통해 일부 쿼터제를 동원하더라도 FTA 회원국에 준하는 협정을 추진하는 것도 대안임.

○ 2002. 11월 멕시코와 Mercosur 회원국과의 경제협력 협정에 따라

2003. 1. 10 부터 2004. 4. 30 까지 아르헨티나와 브라질산 자동차에 대한 수입관세 면제를 시행. 수입쿼터는 아르헨티나 산 자동차는 67,010대, 브라질산 자동차는 140,000대임. 이러한 양국간 특혜무역협정으로 올 1분기 브라질의 대 멕시코 수출은 전년 동기대비 30% 증가한 5억5천만 달러를 기록함. 양국간 교역도 지난해 29억 달러에서 3년 내에 45억 달러 이상으로 확대될 것으로 전망됨.

- 우루과이산 자동차에 대한 수입관세 면제 : 이는 02. 7월 멕시코-우루과이 양국이 자동차에 대한 양국 수입관세를 면제키로 합의한데 따름. 03.1.1부터 발효. 05.12.31까지 적용되며 적용되는 HS Code수는 29개 품목임.

○ 이와 같이 멕시코-브라질, 아르헨티나, 우루과이와 맺은 자동차 쌍무협정에서 처럼 우리도 한- 멕 FTA가 힘들다면, 우선, 자동차 산업 분야만이라도 양국 정부간에 쌍무협정을 추진한다면 우리의 주력산업인 자동차 산업의 대멕 진출이 용이해 질 수 있을 것이고 이를 통해 한- 멕 FTA의 조기 실현 및 한-멕 간의 교역 증진에 크게 이바지 할 것으로 사료됨.

다. 업계의 노력

○ 중남미 거대시장이자 북미 진출기반이 될 수 있는 멕시코 시장의 잠재력을 인식하고 단기적 시장성보다는 장기적 안목을 가지고 시장개방에 대비. 변화하는 세계 자동차 업계의 추세에 적극적으로 대응하고 경쟁력 강화, 우리의 자동차 수출시장 다변화를 위해 종합적인 중남미 지역 수출확대 전략이 필요.

○ 현재 상황 하에서는 멕시코 시장 진출을 위해 단기적으로는 진출업체의 쿼타를 활용하는 방안으로 시장 진출해 나가고, 중기적으로는 양국간 FTA 체결을 통한 멕시코 시장 진출이 대안. 한국 유관 정부 부처간 협력으로 한-멕시코 FTA 조속한 체결 시급한 실정.

○ 시장 개방까지 얼마 남지 않은 시점에서 우리나라 자동차 업체들의 진출 전략 마련이 시급한 때임.

- 이를 위해 미국, EU 등의 자동차 브랜드에 비해 낮은 인지도를 개선하고 가격에 비해 우수한 성능에 대한 이미지를 부각시켜 홍보 강화 및 판로개척. 시장 동향 멕시코 국민 성향 및 취향, 현지 상황에 맞는 마케팅방안 강구. 멕시코 소비자들의 취향, 구매형태 등을 사전에 파악해 시장진출 준비 방안 마련 필요.

- 일례로 중국산 오토바이 Zanetti의 경우, 멕시코 소비자 취향에 맞게 멕시코에서 디자인한 후 중국에서 제조하는 방식을 사용하고 있음. 전시 및 판매 기능만 있는 대리점과 서비스센터 기능을 갖춘 대리점 등을 나누어 대리점 확대를 실시 이미지 개선에 나서고 있음. 이러한 현지에 맞게 개선한 마케팅 방식을 활용해 보다 적극적인 활동 모색 필요.

○ 또한, 멕시코에서 개최되는 모터쇼 또는 자동차 박람회 등에 신차 모델을 적극 선보이는 등 멕시코 지역에서의 시장 선점을 위해 경쟁 상대국에 대적할 수 있는 공격적 마케팅 전략 필요.