

‘진짜’ 경제민주화로 ⑤

하청 중소기업, 글로벌 중견 대기업 될 수 없나?

2017.01.03. | 정승일 새사연 연구이사, 사무금융서비스노조 정책연구소 소장 |
sijeong11@naver.com

2차 이하 하청협력업체의 경우는 여전히 법률상 중소기업들이 훨씬 많다. 따라서 불공정한 하청납품거래에서 문제는 삼성전자와 현대차 등 재벌계 원천 대기업과 1차 하청협력업체 간의 거래가 아니라 1차 하청납품업체와 2차, 3차 하청납품업체간의 하도급 거래인 경우가 많다. 이러한 현실을 반영하여, 몇 년 전에는 하도급법을 개정해 하청기업 보호법의 적용 범위가 2차, 3차 업체 들로도 넓혀졌다. 그럼에도 대다수 야권 인사들은 이러한 사실을 충분히 인식 하지 못하고 있다.

이번에는 현대차와 삼성전자로 대표되는 수출제조업의 하청 납품거래를 한번 깊이 살펴보자. 노무현 정부에 이어 이명박-박근혜 정부에서 추진되는 대기업-중소기업 동반성장 또는 상생협력 정책은 하나같이 삼성전자와 현대차 등 재벌계 수출제조업 대기업을 주요 대상으로 삼고 있다. 그리고 일부 야권 경제학자들은 한 목소리로 이들 수출제조업 대기업을 높은 수익성(영업이익)의 원천은 무자비한 납품 단가 인하와 기술탈취 등 불공정한 거래에 있다는 듯이 비판한다. 이들과 거래하는 하청협력업체 들의 수익성(영업이익)이 낮은 것은 이 때문이라고 말한다. 과연 그럴까? 앞선 글에서 살펴본 바와 같이 전자와 자동차의 경우 1차 하청협력업체들의 수익성이 의외로 높다. 이 점에 대해서 보다 구체적으로 살펴보자.

먼저 전자와 자동차 제조업의 1차 협력 하청기업들의 경우 이미 상장 대기업으로 크게 발돋움한 회사들이 많다. 인터넷 검색을 통해 ‘삼성전자 1차 협력업체’ 또는 ‘현대차 1차 협력업체’ 라고 찾아보라. 상당수의 상장 대기업들이 검색될 것이다.

야권 경제학자들이 제기하는 대기업-중소기업 간 격차와 불평등 심화의 문제는 주로 재벌계 대기업에 비해 중소기업들의 수익성이 낮다는 것이다. 그런데 이런 논의에서 간과된 점이 있다. 재벌계 대기업에 납품하는 1차 협력업체들의 상당수가 이미 법률상 대기업으로 성장해있다는 명백한 현실이다.

대기업-중소기업 간 수익성 격차를 비판하면서 재벌계 대기업의 갑질 하청 횡포에 대해 말하는 거의 모든 기존 연구는 ‘법률상 중소기업’ 과 ‘법률상 대기업’

사이의 수익률 격차 및 임금 격차를 연구 대상으로 삼는다. 하지만 그런 연구에서 사용하는 데이터에 반영된 격차는 재벌계 대기업과 그 1차 협력하청 업체 사이의 납품 거래가 아니다. 오히려 1차 협력업체 대기업들과 2차 협력 중소기업 사이의 격차일 확률이 훨씬 더 높다. 앞에서 본 광정수(2010)¹⁾의 삼성전자, 현대차와 그 부품업체들 간의 수익성 격차 분석 역시 ‘법률상 중소기업’으로 분류된 부품 제조업체들을 대상으로 분석한 연구의 결과이다.

2차 이하 하청협력업체의 경우는 여전히 법률상 중소기업들이 훨씬 많다. 따라서 불공정한 하청납품거래에서 문제는 삼성전자와 현대차 등 재벌계 원천 대기업과 1차 하청협력업체 간의 거래가 아니라 1차 하청납품업체와 2차, 3차 하청납품업체간의 하도급 거래인 경우가 많다. 이러한 현실을 반영하여, 몇 년 전에는 하도급법을 개정해 하청기업 보호법의 적용 범위가 2차, 3차 업체들로도 넓혀졌다. 그럼에도 대다수 야권 인사들은 이러한 사실을 충분히 인식하지 못하고 있다.

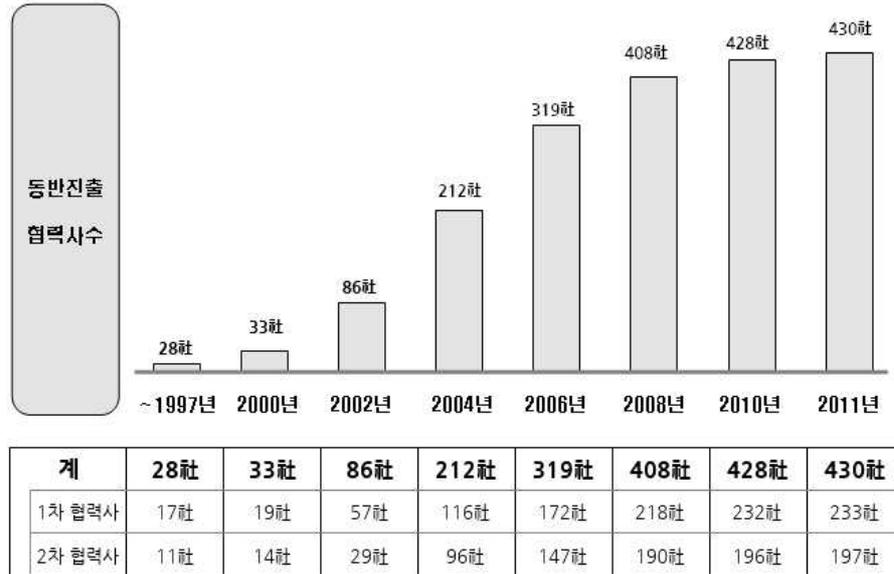
이미 대기업으로 성장한 많은 1차 협력사들의 경우 국내에 둔 생산공장만 해도 전국에 여러 개다. 더구나 법률상 독립된 중소기업으로 신고된 여러 개의 동종 부품 제조·납품 공장들도 그곳을 실제로 방문해 보면 하나의 오너 경영 하에 있는 여러 개의 하청기업들이 하나의 기업그룹(중소기업 그룹)을 이루는 경우도 많다. 이런 경우는 그 회사를 직접 방문하지 않고서는 알 수가 없다. 이러한 현실은 기업의 재무제표 수치와 이의 통계 처리에 의존해온 기존의 대기업-중소기업 간 매출액-수익성 분석 연구에서 드러나지 않은 채 은폐되어 있다.

더구나 이들은 해외에도 여러 개의 생산 공장을 가지고 있다. 예컨대 현대·기아차와 삼성전자, LG전자에 납품하는 1차 하청협력업체들은 이미 15년 전부터 중국과 인도, 유럽, 미국, 베트남, 태국 등지로 현대·기아차 및 삼성전자, LG전자 등과 함께 현지에 동반 진출하였다. 중국과 베트남 등지의 현대·기아차 공장 및 삼성전자 공장 인근에 이들 1차 협력하청 업체들이 납품 공장을 지어 놓고 현지 매출을 늘리는 것이다.

예컨대 현대자동차가 기아자동차와 통합한 직후인 2000년까지만 해도 현대기아차는 아직 해외 공장을 본격적으로 늘리지 않았고, 당시만 해도 현대기아차와 해외에 동반 진출한 부품 협력사는 28개 사에 불과했다. 그러나 2011년에는 1차 협력사 233개와 2차 협력사 197개 등 총 430개의 자동차 부품 협력사들이 현대기아차와 해외에 동반 진출해 현지 법인 공장을 운영하고 있다. 지역별로는 중국에 277개사가 같이 진출했고, 인도에 60개, 미국에 40개, 유럽에 27개, 러시아 11개사, 브라질 8개, 터키에 7개 회사였다.²⁾

1) 광정수(2010), 「삼성전자-현대차, 그들만의 경기회복」, 한겨레 21, 818호.

그림 1. 현대기아차의 협력사 해외 동반 진출



자료: 현대기아차 내부자료.

이들 하청 협력업체의 매출액은 해외 현지공장 매출을 합하여 수천억 원에 달하며 전 세계 매출이 1조 원이 넘는 경우도 꽤 많다. 게다가 해외 현지 공장들에서 일하는 종업원들 숫자도 수천 명에 이르러 종업원 수가 1만 명이 넘는 경우도 있다. 예컨대 중국에 있는 여러 공장에 종업원 3000명, 인도의 여러 공장에 2000명, 체코 공장에 2000명 등이다. 이렇듯 현대기아차와 삼성전자, LG전자 등 자동차와 전자산업에서 활동하는 1차 협력업체들의 상당수는 사실상 이미 10년 전부터 글로벌 중견기업(대기업)으로 성장하였다.

해외에 동반 진출한 업체들 간에는 공통점이 있다. 먼저, 자체 기술력과 품질관리 능력이 뛰어나다. 그들의 기술력과 품질능력을 국내외 완성차 업체들, 즉 최종 원청 업체들이 인정하고 있다는 점이다. 예컨대 (주)SL의 경우 자동차 헤드라이트 제조의 기술력 및 품질에서 세계 6위에 올라있다. 자동차용 공조기(냉난방기)를 제작하는 한라공조 역시 세계 5위권의 우수한 기술력과 품질능력을 가지고 있다. 이들 1차 협력업체들은 세계적인 수준의 기술력과 품질능력을 유지하기 위해서는 세계적 기준의 R&D를 수행한다.

게다가 또 하나의 공통점이 있다. 세계 수준에 도달한 이들 1차 협력업체들은 현대차와 삼성전자와 마찬가지로 1960-80년대의 국가주도 경제성장 시기에 국가의 전

2) 현대자동차그룹(2012), 「현대·기아차 협력사 동반성장 결실」, 내부조사자료.

락산업 육성 및 전략기술 육성정책(산업정책 또는 산업육성정책)을 충실히 따르면서, 그리고 자체 기술력 및 품질능력을 키워온 현대차와 삼성전자 등에 납품하는 과정에서, 이들 원청업체와 함께 공동으로 기술개발과 공동 R&D를 수행하면서, 그들 업체 역시 자체적인 기술력 및 품질능력을 키워왔다는 사실이다.

그럼에도 불구하고 자유주의 경제학자들의 재벌계 대기업과 하청업체간 불공정거래 연구는 양자 사이에 수십 년간 진행되어온 공동의 기술개발과 적극적인 기술이전, 해외 동반진출과 같은 동반성장의 의미를 적극적으로 인정하는 데에는 인색했다.

자동차 1차 협력업체인 금호에이치티의 사례

“(...) 금호에이치티는 금호전기와 일본 도시바라이팅애펜테크놀로지가 지난 1988년 각각 51%, 49%를 출자해 설립한 합작 법인이다. 도시바라이팅의 백열전구 관련 기술을 이전받았다. 현재 최대주주는 지분 37%를 보유한 금호전기다. (...) 금호에이치티의 주력 제품은 자동차의 앞뒤 조명과 계기판, 실내등에 사용하는 LED 모듈과 백열전구다. 매출액 중 자동차 백열전구의 비중은 26.6%이며 자동차 백열전구 국내시장 점유율이 98%에 달한다. 금호에이치티가 제품을 완성차 1차 협력사인 에스엘라이팅, 에스엘서봉, 현대IHL 등에 납품하면 이 업체들은 자동차용 조명장치 완제품을 제조하여 현대자동차 등 완성차 업체에 판매한다.

현재 금호에이치티는 중국 시장 점유율 확대에 주력하고 있다. 지난 2013년 10월 중국 텐진에 생산·판매 법인을 설립한 뒤 지난해 약 300억 원의 현지 매출을 기록했다. “중국 자동차 시장이 크게 세 부분으로 나뉩니다. 텐진과 베이징은 화북 지역에 속하고 상하이와 화동 지역에, 홍콩과 선전은 화남 지역에 속해요. 저희는 주요 매출처인 현대차를 따라서 화북 지역에 진출했고 현대·기아차와 중국 토종 완성차 업체들에 납품하고 있습니다.”

현재 금호에이치티는 중국에서 장성기차, 체리자동차, 상하이GM 등에 백열전구를 납품하고 있다. 현지 중국 업체에 대한 LED모듈 판매도 추진 중이다. 장성기차와 동평모터스, 상하이자동차 등에 납품하기 위해 협의를 진행하고 있다. 전세계 자동차용 백열전구 수요의 20~30%가 LED로 대체되고 있지만, 조대표는 향후 적어도 10년 동안은 백열전구 시장이 유지될 것이라고 전망했다. 백열전구는 단가가 100원대로 LED모듈(1만 원대)에 비해 훨씬 저렴하며 LED 램프와 달리 전구 한 개가 고장나면 날개로 교체하는 것이 가능한 만큼, 중국·인도의 저가 자동차에 계속 적용될 가능성이 크다고 그는 말했다. 금호에이치티는 중국 자동차 시장 성장에 발맞춰 현지 법인 추가 설립을 검토 중이다. 내년 상반기 중 상하이로 중심지로 한 화동 지역에 법인을 설립한 뒤, 2~3년 간 경과를 지켜보고 나서 멕시코나 북미 지역에도 진출할 계획이다. 이외에 자동차 전장 부문 신사업 진출을 위한 기업 인수합병(M&A)도 고려하고 있다.” -〈조선일보〉 2015년 11월 11일자

하청협력업체의 동반성장이 원천 봉쇄된 이유는?

그런데 글로벌 중견기업(대기업)으로 이미 성장했거나 지금 한창 성장하고 있는 1차 협력업체들에서도 공통점이 발견된다. 이는 삼성과 LG, 현대기아차처럼 아직은 해외 다국적 기업에 매각되지 않았으며 또한 여전히 대기업그룹 체제를 유지하면서 중국과 인도, 미국, 유럽 등지로 진출하고 있는 재벌그룹계 원청 대기업에 납품하면서 성장한 1차 협력업체들이라는 점이다. 이에 반해 미국GM, 프랑스·일본 르노·닛산에 매각된 한국GM(과거 대우차)과 르노삼성(과거 삼성차)에 납품하는 1차 하청 협력업체들의 경우는 사정이 크게 다르다.

르노닛산과 GM은 이미 유럽 및 미국 등지에 자체적인 자회사와 자체 브랜드, 자체 현지 공장을 가지고 있다. 따라서 굳이 한국 자회사인 한국GM과 르노삼성이 미국, 유럽, 중국 등지에 진출해 현지에 생산법인을 세우도록 요구할 일이 없다. 예컨대 GM은 유럽에 Opel이라는 자체 브랜드와 자회사, 현지공장을 가지고 있고 또 중국에서는 미국GM 브랜드로 직접 현지법인 생산공장을 설립해 판매하고 있다. 따라서 한국GM(과거 대우차)이 유럽과 중국에 직접 진출할 필요가 없다. 따라서 한국GM과 르노삼성 등에 납품하는 1, 2차 협력업체들 역시 원청 대기업으로부터 해외에 동반진출해달라고 요구받을 일이 없다. 사실상 전 세계 매출과 수익의 성장이 저지되었다.³⁾

더구나 또 다른 요인이 있다. 예컨대 한국GM과 르노삼성은 엔진과 변속기 등 자동차의 핵심부품을 자체 기술로 개발하지 않는다. 그런 부품들은 미국GM 또는 유럽GM(독일 Opel)과 르노·닛산이 해외 본사에서 이미 개발한 기술과 도면을 사용한다. 한국에서는 제조만 하는 생산하청 기지 역할을 하는데, 그 이유는 그것이 훨씬 싸고 효율적이기 때문이다. 따라서 한국GM과 르노삼성은 자체적인 기술력 향상에 소극적이며, 따라서 자기 회사에 납품하는 국내의 1, 2차 하청협력업체들에도 독자적인 기술력 및 품질능력의 발전을 적극적으로 요구하지 않는다. 이들 업체와의 공동 기술개발 및 기술이전에도 소극적이다.

3) 도요타와 GM, 폴크스바겐 등 해외 유수의 완성차 업체들을 보면 현대기아차처럼 부품 협력사들이 대거 해외에 동반 진출한 경우는 드물다. 사실상 현대기아차의 사례 말고는 국제 사례가 없다고 해도 과언이 아니다. 초국적 자동차 회사들이 가장 많은 현지 공장(합작공장)을 세운 나라가 중국인데, 이곳에 20년 전에 진출하였고 현재 중국시장 점유율 1위인 독일의 폴크스바겐이나 15년 전에 진출한 미국 GM은 중국에 현지 합작공장을 세우기는 하였지만 북경-현대차의 사례처럼 1차 협력사들이 완성차 업체를 따라 중국 현지의 모기업 공장 근처에 대거 자체 공장을 설립한 경우가 없었다. 중국GM의 경우 아직도 많은 부품을 중국 현지에서 생산·조달하지 않고 호주GM(GM의 호주 자회사인 Holden) 등으로부터 직접 수입한다. 현재 중국시장 점유율 3위인 일본 닛산의 경우에도 일본에 소재한 주요 협력사들이 중국에 공장을 설립하는 방식으로 동반 진출하는 데에는 소극적이며 그것보다는 일본에서 부품을 수입하는 방식을 취하고 있다. 반면에 글로벌 완성차업체들에 비해 늦게 중국에 진출한 현대기아차는 2002년부터 중국에 현지 합작법인을 세우고 자체 생산 공장을 설립하면서 동시에 바로 1차 협력업체들에게 동반진출을 요구하였다. 그리하여 2011년 현재 중국에만 120개의 1차 협력사들이 진출해 있으며, 인도에 60개, 유럽에 27개, 미국에 40개의 1차 협력사들이 진출해 있다. 이렇듯 해외에 동반 진출한 1차 협력사들이 성공적으로 정착한 모습을 확인한 뒤에는, 이들 1차 협력사들에 납품하는 2차 협력사들도 1차 협력사들을 따라 동반 진출하는 양상이 나타나고 있다.

반면에 현대기아차와 삼성전자 등 수출제조업 대기업들의 경우 지난 수십 년간 독자적인 기술개발과 이를 통한 독자적인 해외 수출시장을 개척하며 성장해왔다. 따라서 자신에게 납품하는 1, 2차 하청협력업체들에도 적극적으로 독자 기술개발을 요구하면서 필요한 경우 자신들이 보유한 기술을 이들 하청협력업체에도 이전하고 공동의 품질관리기법 도입과 공동 기술개발을 수행해왔다. 그래야만 세계시장에서 통용되는 수준의 기술력과 품질관리 능력을 1, 2차 협력업체들이 갖출 수 있고, 그래야만 현대기아차 및 삼성전자 제품의 품질 수준도 높아질 것이기 때문이다.

그런 노력의 성과가 나타나고 있다. 예컨대 현대차(지금은 현대기아차)에 지난 수십 년간 납품하며 성장해온 1, 2차 하청업체들이 최근에는 미국의 GM과 포드, 유럽의 폭스바겐과 BMW, 일본의 도요타 등으로부터 부품조달 주문 계약을 따낼 정도로 기술력과 품질관리 능력 면에서 향상되었다. 요약하자면, 기술력의 향상되면서 하청업체들의 납품선이 다변화되고, 동시에 현대기아차에 대한 독점적인 전속 납품 관행도 점진적으로 해소되고 있다.

한국GM에 납품하는 하청협력업체들의 모습

“인천 자동차 산업의 주요 문제점으로 한국GM이 독자적으로 자동차 개발·생산·판매 등을 결정하는 데 한계가 있어 급변하는 시장 상황에 신속히 대응하지 못하고 있다는 지적이 나왔다. 또 인천 자동차부품 업체는 다른 지역보다 상대적으로 영세하고 경쟁력이 낮아 종합적인 지원책이 필요하다는 제안도 제시되었다. 한국은행 인천본부(본부장·은호성)는 27일 이 같은 내용의 '인천지역 자동차산업 동향 및 발전과제' 보고서를 발표했다.

인천경제의 전통 주력분야인 인천 자동차산업은 완성차 업체인 한국GM과 238개 자동차부품 업체(종사자수 10명 이상 기준)로 구성돼 있다. 2014년 기준으로 생산액 10조 9천억원, 부가가치 창출액 3조 2천억원으로 인천 전체 제조업 생산의 16.4%, 부가가치의 16.1%를 차지한다. 또 지난해 기준으로 인천 자동차산업의 수출은 66억달러로 인천 제조업 수출액의 21.7%를 차지한다. 인천의 유일한 완성차 업체인 한국GM의 자동차 수출 추이를 보면 2014년 48만대로 전년(63만대) 대비 24.3% 급감한 데 이어 지난해에도 2.9% 감소하다가 올 1~2월에는 5.2% 증가세로 돌아섰다.

한국은행은 그러나 한국GM이 최대주주인 미국GM의 업황과 연계돼 움직이는 경향이 있으며, 독자적으로 자동차 개발·생산·판매 등을 결정하는 데 한계가 있다고 지적했다. 이로 인해 국내 수요변화에 민첩하게 반응하는 데 어려움이 있다.

한국은행은 이에 최근 ICT와의 융합, 환경규제 강화 등 급변하는 세계 자동차산업 변화에 민감하게 대응할 수 있는 생산 포트폴리오 조정을 적극 추진할 필요가 있다고 한국GM에 제안했다. 영세한 인천 자동차 부품업체에 대해선 다

른 지역보다 종사자 수가 적고 창출하는 부가가치가 낮아 공장 자동화와 기술 개발을 위한 여력이 부족할 가능성이 높다고 진단했다.

또 모기업[한국GM 및 미국GM]의 원가절감 정책에 따라 납품 단가 인상에 어려움이 있으며 향후 친환경차와 스마트카 등에 필요한 부품 신규 발생 수요에 신속히 대응하지 못할 가능성을 내재하고 있다고 분석했다. 특히 미래 자동차부품 개발은 초기 연구개발 비용이 비교적 큰 동시에 리스크 역시 높다는 점에서 정부와 연구기관 등의 지원이 중요하다고 강조했다. 인천 자동차 부품업체가 겪고 있는 전문 개발인력 및 연구·평가장비 부족 등의 문제점을 해결하기 위해 인천테크노파크, 한국생산성기술연구원, 대학 등이 자동차부품 클러스터 형성에 적극 나설 필요가 있다고 덧붙였다.” -〈경인일보〉 2015년 4월 28일자

납품처를 다변화하는 하청협력업체들, 독점의 해체

미국이나 유럽의 자동차와 전자, 기계 산업에서는 최종 완성재(가령 자동차) 업체와 그곳에 부품을 납품하는 1, 2차 협력업체들이 역사적으로 거의 같은 시기에 형성되어서 양자간 거래가 독립적이고 평등하다. 그러나 우리나라에서는 1960~80년대의 30년 동안 국가의 저리용자 및 기술지원 등 정책지원 속에 최종 완성재(자동차, TV 등) 대기업이 먼저 육성되었다. 그리고 그들 대기업에 납품하는 부품업체들의 기술력 및 품질관리 능력 향상에 대한 1차적인 책임이 정부에 의해 완성재 대기업들에게 부과되었다. 즉 현대차와 삼성전자 등 최종 완성재 업체가 제공하는 기술지원 및 경영지원의 혜택 속에 1차 협력업체들이 기술력 및 품질관리 능력을 키워온 것이다.

그리고 현대차와 삼성전자 등 최종 완성재 대기업들은 자신들이 기술지원 및 경영지원을 제공한 1차 협력업체들에게 그 노하우를 보호하기 위하여 자신들에게만 납품하는 전속거래(독점 거래)를 요구했다. 1차 하청협력업체들에도 그것은 나쁘지 않은 선택이었다. 왜냐하면 독점적인 전속거래를 통해 기술지원 및 경영지원 혜택을 받는 데다 굳이 납품선 다변화에 따르는 손실 가능성을 짚어지지 않아도 손쉽게 매출이 보장되었기 때문이다.

표 1. 자동차 1차 협력업체의 납품 기업수별 분포

연도	1사	2사	3사	4사	5사 이상	합계
1998	656(70.7)	135(14.5)	86(9.3)	51(5.5)	-	928(100)
2002	427(50.4)	210(24.8)	102(12)	62(7.3)	47(5.5)	848(100)
2010	426(48.5)	235(25.9)	91(10.2)	61(7.0)	73(8.3)	886(100)

주: 괄호 안은 비중, 자료: 자동차산업편람

야권 경제학자들은 흔히 재벌계 대기업들의 무리한 하청 단가 인하의 배경으로 수요자 독점 즉 전속거래를 거론한다.⁴⁾ 즉 특정 하청협력업체가 현대차 또는 한국 GM 등의 완성차 업체들 중 단 하나의 특정 완성차 업체에만 전속적(=독점적)으로 납품하기 때문에 그들 원청 대기업의 부당한 요구에 저항할 수 없다는 것이다. 야권 정치인 및 진보정치 지지자들 역시 이것을 진실로 믿고 있다. 하지만 이러한 진실은 현실에 부합하지 않는다.

먼저, 1997년 말 외환위기 이후 김대중 정부가 재벌개혁과 함께 대대적으로 시장 개방에 나서면서 납품업체들의 전속거래(독점거래)가 크게 감소했다. 자동차 산업의 경우 1997년까지만 해도 현대차, 대우차 등 자동차 7개 완성차 업체에 납품하는 1079개의 1차 하청협력업체들 중에서 단 하나의 완성차 업체에만 납품하는 전속거래 기업이 70%에 달했다. 그런데 김대중 정부 말기인 2002년에는 그런 전속거래 비중이 50.4%로, 2010년에는 48.5%로 떨어졌다.⁵⁾

앞에서 본 (주)SL의 경우 오늘날 현대차와 기아차만이 아니라 독일의 VW과 BMW, 일본의 도요타, 미국의 포드 등에도 자동차용 헤드라이트 세트를 납품하고 있다. 이렇듯 납품처를 국내외로 다변화하는데 성공한 하청협력업체들의 경우는 당연히 협상력도 높다. 물론 자동차 1차 협력업체들의 납품선을 다변화한데는 이전의 과정이 있었다. 보쉬와 지멘스, 델파이 등 해외 부품 전문업체들이 한국의 1차 협력업체들을 1997년 외환위기 이후 헐값에 인수해 한국에 진출하면서 기존의 전속 거래를 거부하면서 다양한 납품선을 개척한 과정도 주요하게 작용되었다. 

납품처 다변화의 사례: 대성전기

“ (...) 대성전기는 1973년 20여년간 삼성전자와 LG전자에 가전제품용 스위치를 공급하며 성장했지만 1998년 국제통화기금(IMF) 사태 여파로 경영 여건이 나빠졌다. 당시 글로벌 자동차 부품업계 1위였던 델파이로부터 투자를 유치해 부가가치가 높은 자동차 부품 전문업체로 재탄생했지만 단일화된 제품군과 한정된 거래처로 성장 한계에 다시 부딪혔다. 2008년 LS그룹에 인수되면서 자동차 부품 제품군을 확대하고 중국 로컬업체와 글로벌 업체로 거래처를 늘리고 대기업 시스템을 도입하면서 새로운 도약의 발판을 마련했다. 이후 국내 경쟁업체들이 현대·기아차 납품으로 편하게 성장할 때 중국 로컬 기업과 글로벌 업체로 거래처를 다변화한 것도 고성장의 발판이 됐다. 2008년 당시 90%에 육박했던 현대·기아차 비중은 현재 50% 이하로 내려갔고 중국 자동차 브랜드 35개사

4) 예컨대 다음의 연구를 참조하면 된다. 위평량(2011), 「대기업과 중소기업(하도급기업 및 일반중소기업) 간의 경영격차 분석과 시사점」, 경제개혁리포트 2011-26호, 경제개혁연구소.

5) 정세은·정승일(2013), 「완성차 업체와 1차 대규모 협력업체와의 동반 성장 실태 연구」, Vol.35 No.2, 한국중소기업학회.

중 상당수 업체를 거래처로 두고 있다. GM, 크라이슬러, 아우디, 닛산, 폴크스 바겐 등 글로벌 자동차업체에도 납품을 하고 있다. (...)

대성전기는 현대·기아차 납품 비중을 줄이면서도 현대·기아차 물량에 이상이 없도록 하기 위해 칭다오 공장과 우시 공장을 거래처별로 전문화하는 시스템을 도입했다. 칭다오 공장은 현대·기아차와 일본 업체 납품을 특화했고 우시 공장은 중국 로컬 업체와 글로벌 업체 납품을 담당하고 있다. 우시 공장은 거래처의 수요에 즉각적으로 대응하기 위해 부품 설계팀을 따로 꾸려 중국 현지 고객 저변을 넓히고 있다. 지영도 대성전기 우시 법인장은 “현지 고객들의 수요에 맞춰 부품을 즉각적으로 생산하기 위해 현지에 부품 설계팀을 따로 꾸려 운영하고 있다”며 “경쟁사보다 단가가 비싸지만 품질이 안정돼 있는데다 즉각적인 대응이 가능해 중국 고객들이 많이 찾고 있다”고 말했다. (...)

대성전기는 국내외 전체 매출액이 8,000억원 수준이지만 중국 사업 확대로 앞으로 2020년까지 1조5,000억원의 매출을 달성하겠다는 계획이다. -〈서울경제신문〉 2016년 5월 30일자

2017년 새사연 발간 보고서

2017년 01월 03일 현재

아젠다	발간일	제목	작성자
경제	1/3	진짜' 경제민주화로 ㉟ 하청 중소기업, 글로벌 중견 대기업 될 수 없나?	정승일