

Auto leaders prepare to seize big opportunities : Will they choose the right road?

23rd KPMG 글로벌 자동차산업 동향 보고서



삼성KPMG 경제연구원

home.kpmg/kr

Contents

	Page
Overview	2
I. 글로벌 산업 전망	3
II. 파워트레인의 미래	4
III. 디지털 소비자	6
IV. 불안정한 공급망	7
V. 신기술과 새로운 경쟁자	8
설문조사 결과 및 요약	10

본 보고서는 삼정KPMG 경제연구원과 KPMG Member firm 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 일반적인 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 보고서에 포함된 자료의 완전성, 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 절차를 밟은 것은 아닙니다. 본 보고서는 특정 기업이나 개인의 개별 사안에 대한 조언을 제공할 목적으로 작성된 것이 아니므로, 구체적인 의사결정이 필요한 경우에는 당 법인의 전문가와 상의하여 주시기 바랍니다. 삼정KPMG의 사전 동의 없이 본 보고서의 전체 또는 일부를 무단 배포, 인용, 발간, 복제할 수 없습니다.

- '27년까지 자동차산업 '성장' 전망...인력 부족, 공급망 불확실성, 거시경제 상황은 우려
- 전기차 시장 성장성은 여전히 신뢰하나, '30년 시장 점유율 예상치는 전년 대비 30%p 하락
- 향후 소비자의 자동차 구매 결정에 '주행성능'과 '브랜드 이미지'가 중요할 것으로 전망



▲ 표지 클릭 시, 영문본 다운로드 가능

본 보고서는 KPMG Global이 발간한 “Auto leaders prepare to seize big opportunities: will they choose the right road?” 를 삼정 KPMG 경제연구원에서 한글 요약한 자료입니다.

Overview

KPMG는 전세계 30개국 915명의 자동차 및 관련 산업 경영진을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 이를 토대로 글로벌 자동차 시장 트렌드 보고서인 '23rd Global Automotive Executive Survey'를 발간했다.

응답자는 기업의 CEO/대표이사/회장(33%)이 가장 많았으며, 그 다음은 C-레벨 임원(29%, CEO 제외), 부문장(15%) 등이 뒤를 이었다. 조사 대상 지역은 미국(28%), 서유럽(27%), 중국(17%)를 중심으로 북미, 남미, 동유럽, 인도 및 아세안, 동북아시아 등 다양한 지역을 아울렀다. 한국의 경우 총 12명이 본 조사에 참여했다. 설문조사에 응한 경영진이 속한 회사 매출 규모의 경우, 2022년 연간 매출 규모가 100억 달러 이상인 기업이 3%, 10억 달러~100억 달러 수준인 기업이 36%, 5억 달러~10억 달러 수준인 기업이 29%, 5억 달러 미만인 기업이 32%로 집계되었다. 또한 업종으로 구분 시, 정보통신기술 기업(16%), OEM/차량 제조사(15%), 1차 부품업체(15%) 등의 순서를 보였다.

본 설문조사를 통해 자동차산업은 전례 없이 다양한 기회와 도전에 직면해 있음을 재확인했다. 자동차산업의 경영진들은 미래자동차로의 전환 가속화, 소비자와 제조사 간 관계 재정립, 수익 모델과 제조 프로세스의 변화, 기술 발전과 데이터 활용 방안 등 다양한 측면에서 큰 변화가 있을 것이라고 예측했다. 따라서 다가올 10년은 전 세계적으로 자동차산업 비즈니스 모델의 혁신이 관찰될 것이다. 이러한 혁신을 주도하려면 각자가 기존에 가지고 있던 역량만으로는 충분하지 않다. 따라서 자동차산업의 경영진들은 변화에 민첩하게 대응하기 위해 다양한 분야에서 협업을 추진해야 한다. 협력사 뿐 아니라 소비자와의 관계도 재정립해야 한다. 이 때 중요한 것은 경쟁사보다 빠르면서도 정확한 의사결정 체계를 갖추는 것이다.

다양한 길이 눈 앞에 펼쳐져 있다. 어떤 길은 성공에 이를 것이고 어떤 길은 실패로 향할 것이다. 성공으로 향하는 옳은 길을 선택하여 미래자동차산업에서의 혁신을 주도하길 기대한다.

삼정KPMG 경제연구원

김나라
수석연구원
T 02-2112-7095
E nkim15@kr.kpmg.com

엄이슬
책임연구원
T 02-2112-3918
E yeom@kr.kpmg.com

정미주
선임연구원
T 02-2112-4802
E mijujung@kr.kpmg.com

1. 글로벌 산업 전망 (The Global Outlook)

“

경영진의 83%는
자동차산업이 향후 5년간
높은 수익성을 바탕으로
성장할 것으로 예측

”

글로벌 자동차 경영진은 새로운 공장과 시설에 대한 투자는 물론 미래자동차 전환을 위한 투자가 기업의 미래 성장을 위한 기반이 될 것이라고 낙관하고 있다. 본 설문에 참여한 경영진의 83%는 자동차산업이 향후 5년간 높은 수익성을 바탕으로 성장할 것으로 예측했으며, 이는 지난해 53%에 비해 크게 증가한 수치다.

다만, 경영진들은 지속적인 성장을 달성하기 위해 도전적인 과제를 해결해야 한다는 것도 인지하고 있다. 자동차산업이 직면하고 있는 과제들로는 인력 부족, 원자재 및 자동차 부품 공급망 불확실성, 지정학적 리스크, 불안정한 거시경제 상황 등이 있다. 응답자의 76%는 인플레이션과 고금리가 2023년 자사 비즈니스에 부정적인 요인으로 작용할 것이라고 응답했다. 이에 반해 인플레이션과 고금리 상황이 자사 비즈니스에 부정적으로 작용하지 않을 것이라고 대답한 응답자는 14%에 불과했다.

“

테크 산업의 인력이 감소하는 것이 자동차 제조사 입장에서 기회로 작용할 수 있습니다. 미래자동차 전환에 핵심적인 역할을 할 수 있는 인력을 확보할 수 있기 때문입니다. 특히 각종 운송 및 교통 데이터를 분석하고 모든 접점에서 고객 경험을 제고하며 차량 사이버 보안을 강화하는 등의 미래형 커넥티비티(connectivity) 분야 인력이 자동차 제조업으로 유입되는 기회로 기대할 수 있습니다.“

James Walker
Automotive Principal, KPMG in the US



Source: 23rd GAES, KPMG International

2. 파워트레인의 미래 (Future of powertrains)



전기차 시장 점유율 기대치, 2021년 최대 70%에서 2022년 최대 40%로 하락, 특히 인도, 브라질, 일본의 하락 폭이 크게 나타나...



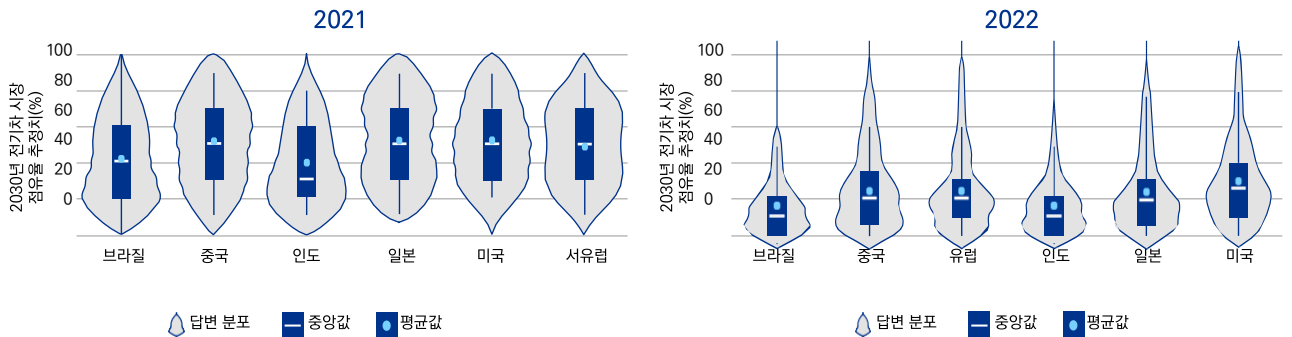
불과 1년 만에 전기자동차에 대한 전망이 크게 변화했다. 글로벌 자동차 경영진은 2030년까지 전기차의 시장 점유율이 전체 자동차 판매의 약 40%를 차지할 것으로 예측했다. 이는 자동차산업의 경영진들이 여전히 전기차 시장이 성장할 것이라는 것에 대해 신뢰함을 입증하는 것이지만, 2021년 전망치였던 70%에 비하면 크게 줄어든 수치라 할 수 있다.

이와 같은 전기차의 시장 점유율 전망치 하락은 인도, 브라질, 일본 시장에서 뚜렷하게 관찰된다. 인도는 전기차 인프라 구축 수준이 낮아 전기차 대체 수단인 이륜차 또는 삼륜차에 비해 보급 속도가 느릴 것으로 예측되고, 브라질은 전기차 배터리보다는 내연기관차의 대체 연료(에탄올 등)에 집중하고 있으며, 일본은 시장을 주도하는 업체를 중심으로 하이브리드나 수소와 같은 에너지원을 강조하기 때문이다.

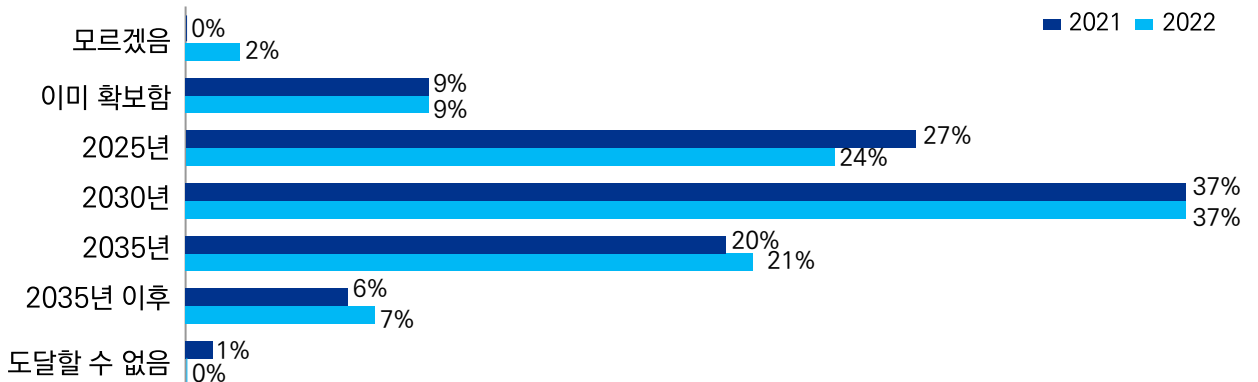
한편, 응답자의 70%는 전기차가 보조금 없이도 2030년에 내연기관차와 동등한 가격경쟁력을 가지게 될 것으로 전망했다. 이는 자동차 제조사의 전기차 제조 설비 및 기술개발에 대한 투자로 인해 전기차 생산 규모가 늘어나면서 단위 당 생산 비용이 절감할 것으로 기대하는 것에 기인한다.

[파워트레인의 미래 관련 주요 문항과 결과 (1/2)]

2030년에 전기차(하이브리드 제외)가 각 시장에서 얼마만큼의 비중을 차지할 것으로 예상하는가?



전기차가 보조금 없이 내연기관차와 동등한 가격경쟁력¹⁾을 확보하는 시점을 어떻게 예상하는가?



Source: 23rd GAES, KPMG International
 Note 1): cost/affordability parity

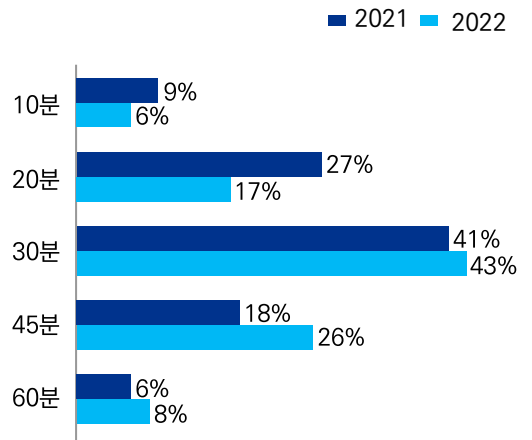
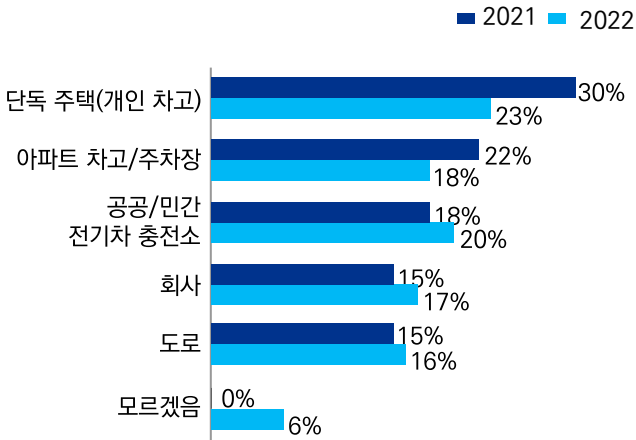
각 국 정부가 전기차 충전소 등 인프라 구축에 더 많은 투자를 진행하면서, 전기차 인프라 시장에 대한 인식도 변화하는 것으로 나타났다. 전기차 충전 장소의 경우, 여전히 주택(개인 차고)에서 충전한다는 비중이 가장 높았지만, 전년 대비 공공/민간 전기차 충전소, 회사, 도로 등의 비중이 증가했다. 또한 전기차 충전 기술에 대해 대중이 더욱 명확하게 인식한 것으로 보인다. 전기차가 80% 이상 충전될 때까지 30분 이상 기다릴 수 있다고 응답한 비중은 77%로 2021년 65% 대비 12%p 증가했다.

한편, 글로벌 자동차산업 경영진들은 2030년 전기차 시장을 선도할 기업으로 테슬라를 꼽았다. 테슬라가 1위로 뽑힌 것은 2021년 조사결과와 동일하나 상위 그룹 내 득표 차가 훨씬 줄었다는 점이 다르다. 흥미로운 점은 아직 전기차 시장에 진입할 것으로 발표조차 하지 않은 애플이 2021년 조사에서는 9위에 머물렀으나 2022년 조사에서는 4위로 올랐다는 점이다.

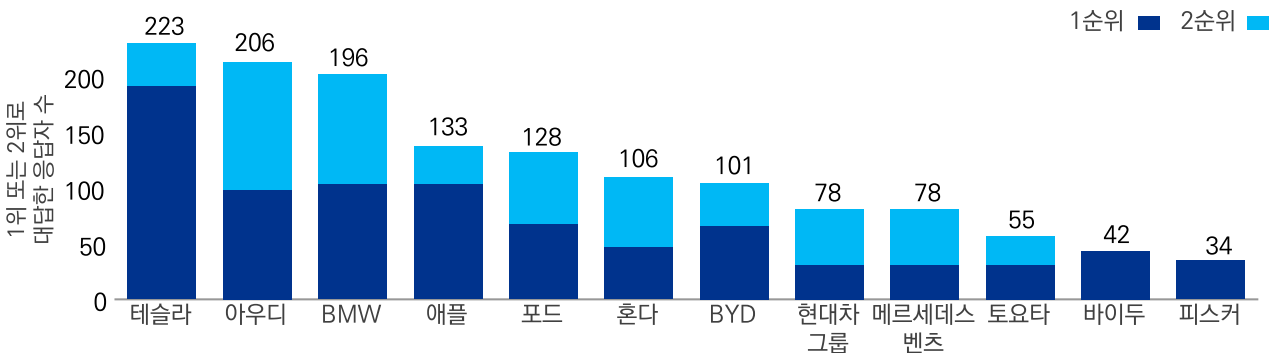
[파워트레인의 미래 관련 주요 문항과 결과 (2/2)]

자국 시장을 기준으로 볼 때, 소비자는 어디에서
전기차를 충전하는가?

소비자는 전기차가 80% 이상 충전될 때까지 얼마나
오래 기다릴 수 있을 것이라고 예상하는가?



2030년에 어느 회사가 전기차 시장을 선도할 것으로 전망하는가?¹⁾



Source: 23rd GAES, KPMG International

Note 1): 설문조사 참여자가 향후 전기차 시장을 선도할 기업 1순위, 2순위를 각각 투표한 것을 합계로 제시

3. 디지털 소비자 (Digital consumers)



2030년에는 신차의 온라인 구매가 일반적이며, 주행성능이 자동차 구매결정에 가장 중요한 요소가 될 것

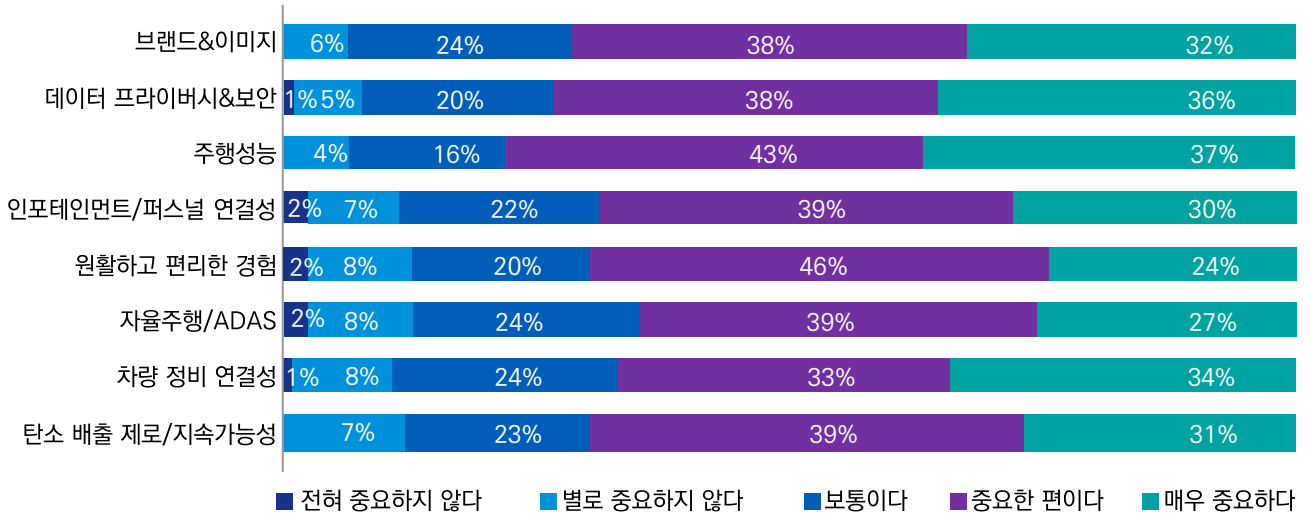
경영진의 80%는 향후 5년간 소비자의 자동차 구매결정에 가장 중요한 요소로 주행성능을 선정했다. 한편, 브랜드 이미지가 ‘매우 중요하다’고 답한 비율은 32%로 지난 설문결과 대비 가장 크게 올랐다. 2026년까지 전기차에 5,000억 달러 이상 투자하겠다는 자동차 기업들의 발표에 따라 소비자는 전기차 구매 시 전례 없이 다양한 선택권을 갖게 되었는데, 다양한 전기차 모델들 중에서 하나를 고르기 위해서 브랜드 이미지를 더욱 중요하게 고려할 전망이다.



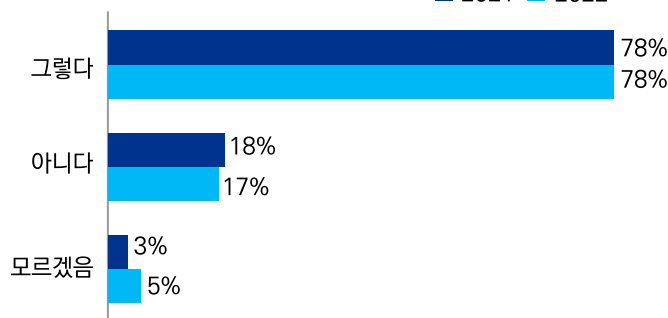
한편, 응답자 78%는 2030년까지 대부분의 차량이 온라인으로 판매될 것으로 예측했다. 더불어 판매 이후 수익 창출(After-Sale)에 대해서도 매우 낙관적으로 내다봤는데, 응답자 62%는 소비자들이 충전, 자동차 정비, 주행보조시스템(ADAS) 및 엔터테인먼트 서비스와 같은 소프트웨어 서비스에 월간 구독료를 기꺼이 지불할 것이라고 확신했다.

[디지털 소비자 관련 주요 문항과 결과]

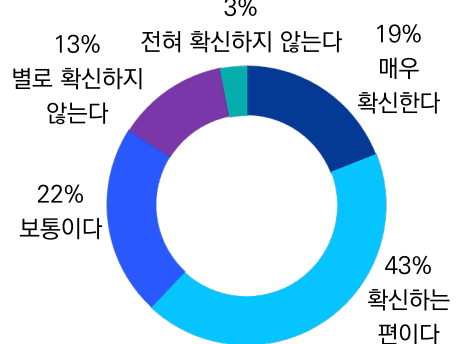
향후 5년내 자동차 구매를 결정할 때 소비자에게 다음 기능들이 얼마나 중요할 것인가?¹⁾



2030년에는 대부분의 신차 구매가 온라인으로 이뤄질 것이라고 보는가?¹⁾(시범 주행 제외)



앞으로 소비자가 충전, 자동차 정비, 소프트웨어 서비스 등에 대한 월간 구독료를 기꺼이 지불할 것이라고 확신하는가?



Source: 23rd GAES, KPMG International

Note 1): 일부 그래프에서 소수점 반올림으로 인해 결과의 합이 100%가 아닐 수 있음

4. 불안정한 공급망 (Vulnerable supply chains)



전기차 핵심 부품인 특수 금속과 경량 소재 부품 공급에 대한 염려가 크다는 점에 주목

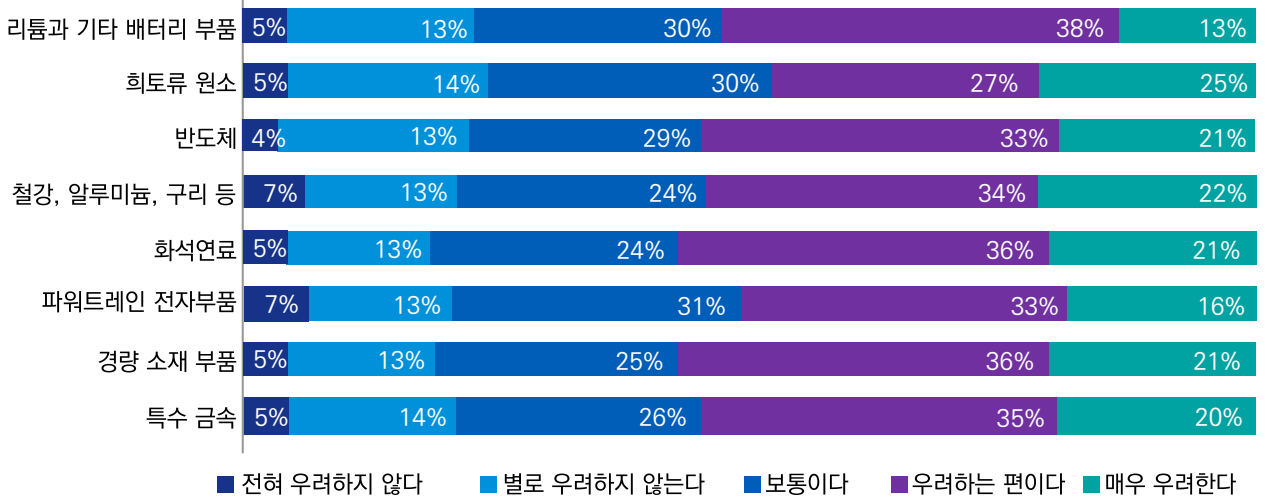
글로벌 자동차산업 경영진은 원자재와 부품의 공급 안정성에 대하여 높은 수준의 우려를 표했다. 응답자 절반 이상이 리튬, 희토류 원소, 반도체, 철강, 석유 등 원자재 공급에 대해 매우 우려하거나 우려하는 편이라고 답했는데, 특히 전기차 핵심 부품인 고강도강 및 전기강과 같은 특수 금속과 배터리 무게에 영향을 끼치는 티타늄 등 경량 소재 부품 공급에 대한 염려가 크다는 점이 주목된다. 한편, 반도체 제조 공장에 대한 대규모 신규 투자에도 불구하고 반도체 조달 문제는 여전히 우려 사항으로 꼽혔다.



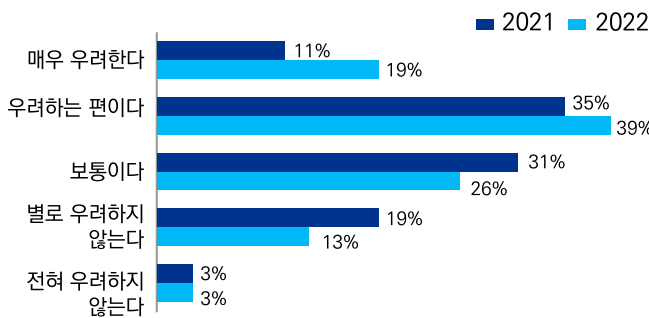
이를 반영해 공급망 전략 중 니어쇼어링(near-shoring)과 리쇼어링(re-shoring)이 중요하다고 답한 응답자가 지난 조사결과보다 증가했고, 원자재의 직접 소싱과 공급업체에 대한 투자도 중요한 공급망 전략으로 언급됐다. 한편, 응답자 절반(50%)은 인력 부족 및 임금상승도 우려하고 있는 것으로 나타났다.

[불안정한 공급망 관련 주요 문항과 결과]

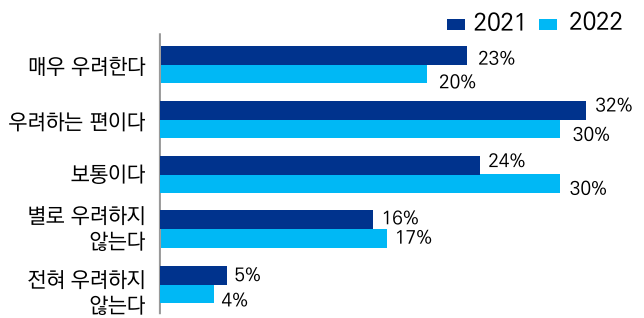
다음의 원자재 및 부품 공급 안정성에 대하여 얼마나 우려하는가?¹⁾



최근 원자재 가격의 변동성이 향후 12개월 동안 비즈니스에 미칠 악영향에 대하여 얼마나 걱정하는가?¹⁾



인력 부족 또는 임금 상승이 향후 12개월 동안 비즈니스에 미칠 악영향에 대하여 얼마나 걱정하는가?¹⁾



Source: 23rd GAES, KPMG International

Note 1): 일부 그래프에서 소수점 반올림으로 인해 결과의 합이 100%가 아닐 수 있음

5. 신기술과 새로운 경쟁자 (New tech. and new entrants)

“

경영진은 신기술에 대한 준비 수준을 긍정적으로 평가하면서도 시장 선점에 필요한 투자금 마련을 위해 비핵심 자산을 매각할 가능성이 높다고 응답

”

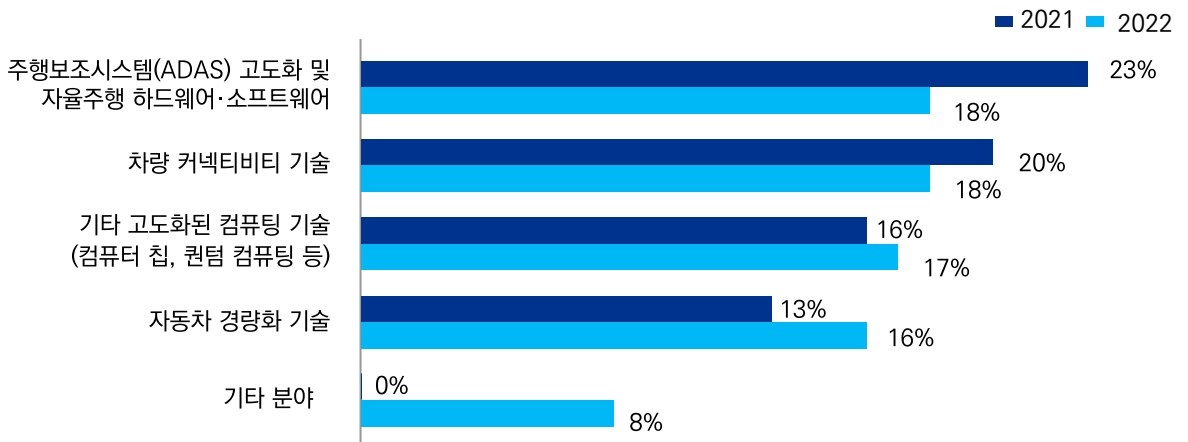
글로벌 자동차산업 경영진은 머신러닝, 로봇공학, 3D 프린팅과 같은 신기술 준비 수준에 대해 높은 자신감을 보이고 있는 것으로 나타났다. 응답자 중 63%는 위에 언급한 신기술에 대한 자사의 준비 수준이 매우 높은 것으로 평가하고 있었으며, 이에 반해 준비가 되어 있지 않거나 준비 수준이 낮다고 응답한 경영진은 12% 뿐이었다.

그렇다면 경영진은 구체적으로 어떤 기술 분야에 주목하고 있을까? 경영진은 새로운 파워트레인에 대한 기술 뿐만 아니라 자동차의 전장 시스템, 경량화 기술, 배터리 성능 제고 기술 등에도 높은 관심을 보이며, 향후 연구개발 투자금액을 증액한다면 위 분야들을 우선적으로 제고할 것이라고 응답했다.

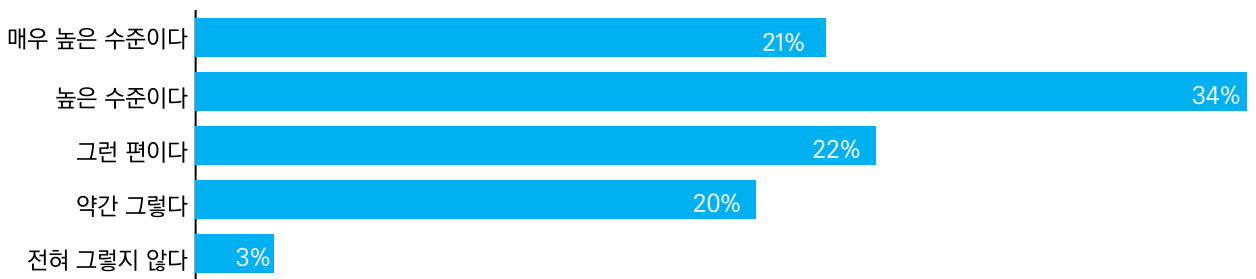
신기술에 대한 연구개발 투자금액 등 미래자동차 시장을 선도하기 위해서 막대한 투자가 필수적이다. 이에 따라 55%의 경영진은 회사의 비핵심 자산을 향후 몇 년 내 매각할 가능성이 높다고 답했다.

[신기술과 새로운 경쟁자 관련 주요 문항과 결과 (1/2)]

연구개발 투자금액이 현재보다 2배로 늘어난다면, 다음의 기술들에 대해 추가 투자금액을 어떻게 할당할 것인가?



향후 수년 내 회사의 비핵심 자산을 매각할 가능성이 얼마나 되는가?¹⁾



Source: 23rd GAES, KPMG International

Note 1): 일부 그래프에서 소수점 반올림으로 인해 결과의 합이 100%가 아닐 수 있음

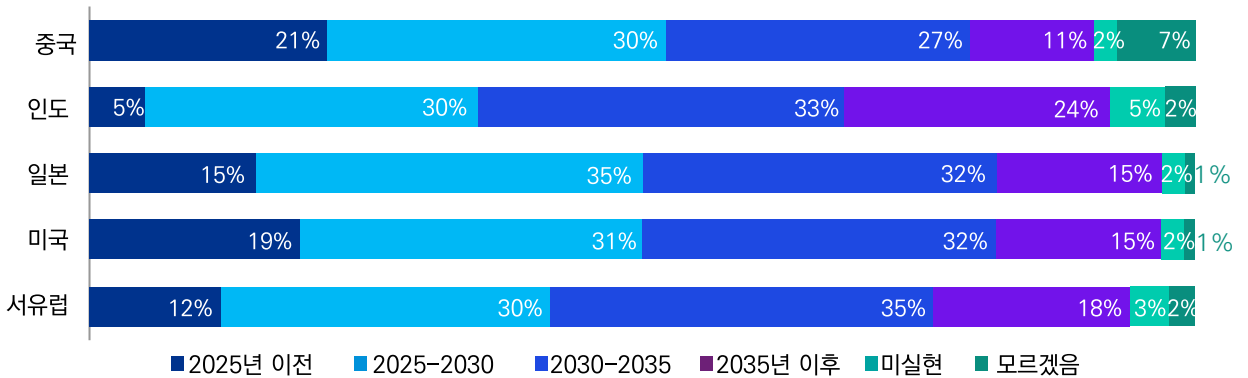
“ 자율주행 차량 시장 격변... 기술에 대한 낙관적 견해는 유지하고 있으나 자율주행 상용화를 위해서는 강력한 투자금 조달 여력과 인내심 필요 ”

자동차산업에서 신기술이 적용된 영역으로 대표적인 분야는 자율주행 차량 (Autonomous Vehicle, AV)을 들 수 있다. 그동안 자동차산업에서는 대대적으로 자율주행 차량을 개발하기 위해 투자해왔는데, 최근 들어 자율주행 차량을 바라보는 시선이 기존과는 사뭇 달라졌다. 자율주행 기술에 대한 낙관적인 견해는 유지하고 있으나, 자율주행 서비스의 상용화 시기는 점차 뒤로 미뤄지고 있기 때문이다. 2035년 이후 자율주행 기반 라이드 헤일링 또는 배달 서비스가 상용화될 것이라고 보는 경영진들은 작년 대비 더 늘어났는데 이는 최근의 기조와 무관하지 않다.

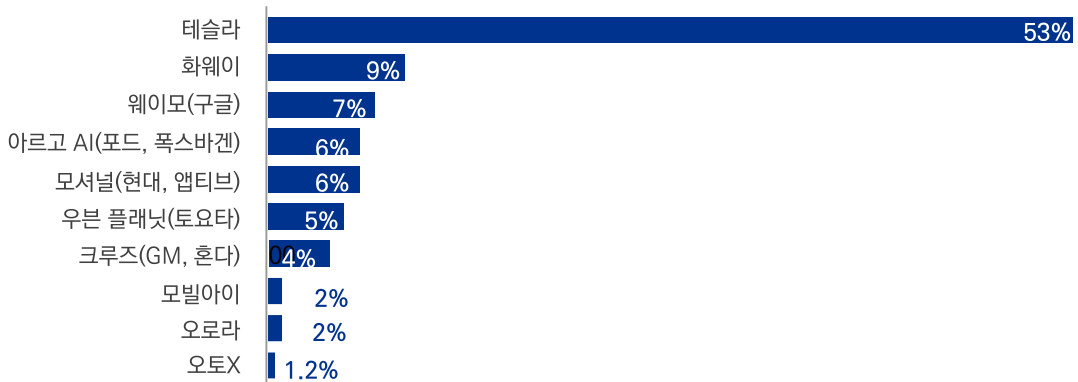
한편, 2022년에도 경영진들은 자율주행 솔루션 시장을 선도할 기업으로 테슬라를 꼽았다. 다만 전년도 설문조사 결과보다 훨씬 더 많은 경영진들이 테슬라의 1위 수성을 지지했는데, 이는 자율주행 솔루션 시장의 지각변동과 관련이 있다. 리프트는 토요타(Woven Planet^{주1)})에 자율주행 사업부문을 매각했고, 우버는 오로라에 매각했으며, 포드와 폭스바겐의 합작사였던 아르고 AI는 폐업했기 때문이다. 이러한 변화는 자율주행 기술이 예상보다 더 복잡한 이슈들을 해결해야 함을 의미함과 동시에 투자금 조달 여력과 성공을 향한 집념이 보다 강력해야 함을 내포한다.

[신기술과 새로운 경쟁자 관련 주요 문항과 결과 (2/2)]

주요 시장에서 자율주행 기반 라이드 헤일링 또는 배달 서비스가 언제 상용화될 것으로 예상하는가? (2022)



어느 회사가 자율주행 솔루션 시장을 선도할 것으로 전망하는가?¹⁾ (2022)



Source: 23rd GAES, KPMG International

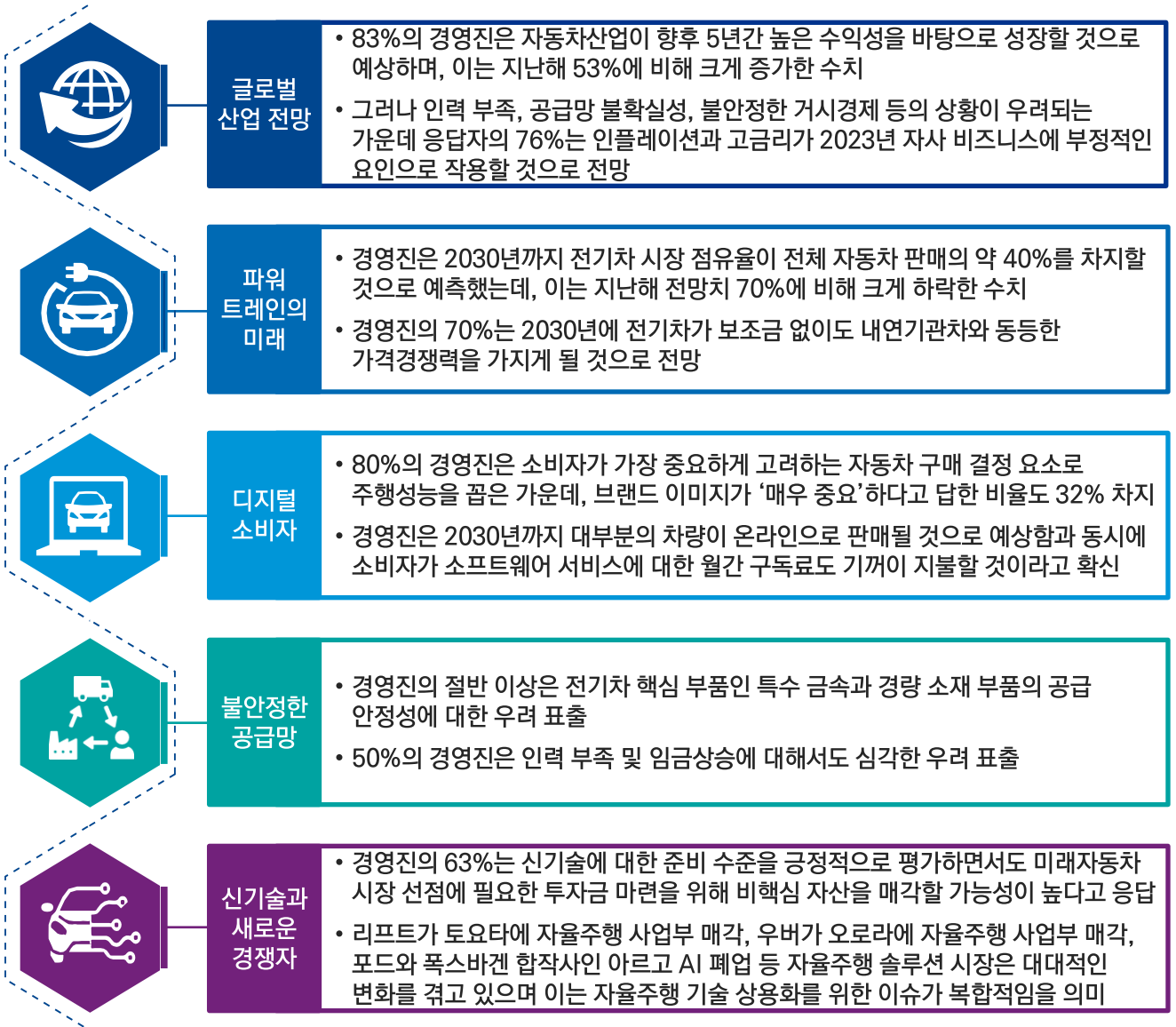
Note 1): 이외에도 WeRide 1.2%, Pony.ai 1.1%, Didi 1%, Baidu 0.5%, 기타 0.1%로 집계. 소수점 반올림으로 인해 합이 100%가 아닐 수 있음

주1) 우븐플래닛(Woven Planet)은 토요타가 설립한 자율주행 전문 지주회사

설문조사 결과 및 요약

올해로 23회를 맞는 KPMG의 Global Automotive Executive Survey에서는 글로벌 산업 전망, 파워트레인의 미래, 디지털 소비자, 불안정한 공급망, 신기술과의 새로운 경쟁자 측면에서 경영진들의 기대와 우려를 도출했다. 경영진들은 자동차산업의 지속적 성장에 대해서 낙관적인 견해를 유지하면서도, 향후 다가올 10년 동안에 자동차산업의 비즈니스 모델은 격변할 것으로 예상했다. 또한 이러한 변화에 민첩하게 대응하기 위해서는 기존에 가지고 있던 역량만으로 충분하지 않다고 우려하면서 신기술에 대한 투자, 다양한 분야의 협업 등에 주목할 필요가 있다고 응답했다.

[23rd GAES 설문조사 주요 결과]

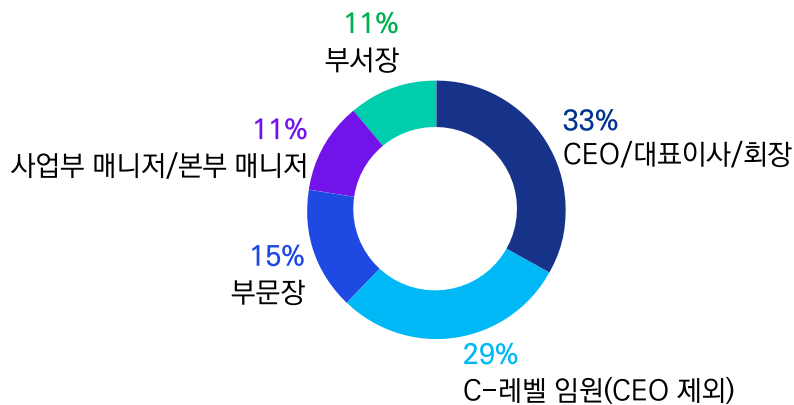


Source: 23rd GAES, KPMG International

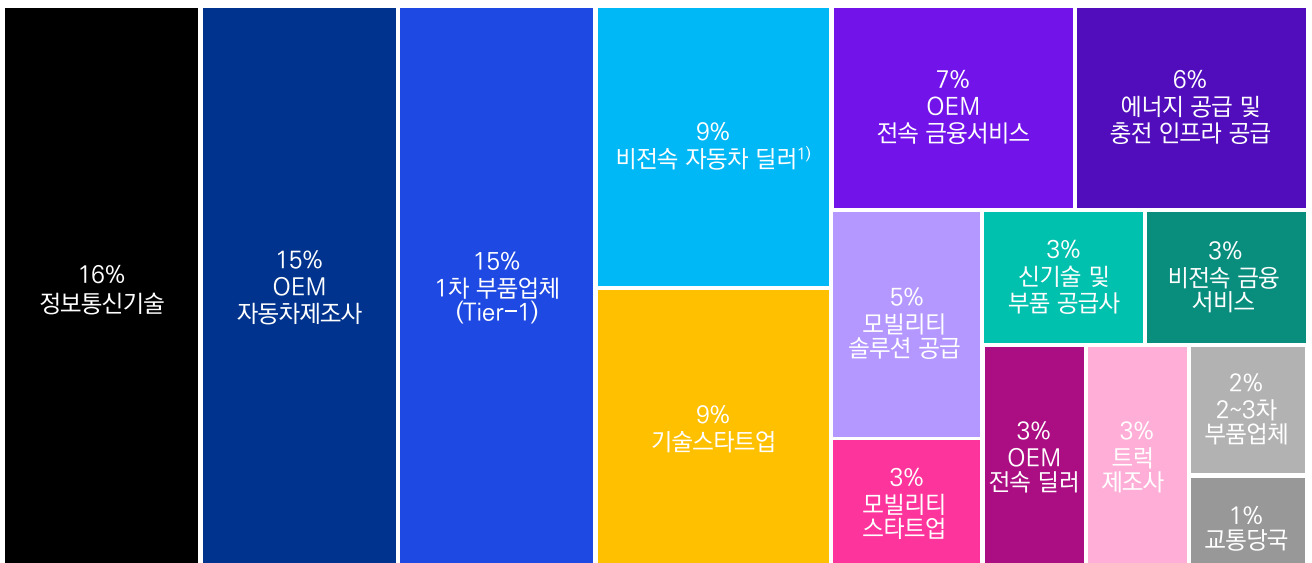
[참고] 응답자 구성

KPMG는 2022년 10월 자동차 및 관련 산업 분야의 경영진 915명을 대상으로 설문 조사를 실시했다. 응답자로는 CEO/대표이사/회장(33%)이 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, C-레벨 임원(CEO 제외, 29%), 부문장(15%) 등이 그 뒤를 잇고 있다. 업종으로는 정보통신기술 기업(16%), OEM/차량 제조사(15%), 1차 부품업체(15%) 등이 가장 높은 비중을 차지했으며 그 외에 비전속 자동차 딜러¹⁾(9%), 기술 스타트업(9%) 등의 순서로 구성된다. 또한 응답자 중 38%(315명)는 연간 매출 10억 달러(한화 1조 2,800억 원) 이상 기업에 소속되어 있는 것으로 나타났다. 단일 국가 응답률로는 미국(28%)과 중국(17%)이 가장 많았고 지역별 응답률은 유럽 29%, 그 외 지역(한국, 인도, 일본, 호주, 캐나다 등)이 26%를 차지했다.

[응답자 구성 - 직책/직함별 비중]



[응답자 구성 - 업종별 비중]



Source: 23rd GAES, KPMG International

Note 1): 특정 OEM에 소속되지 않고 개인이나 법인이 독립적으로 자동차 유통 사업을 영위하는 행태를 의미

Business Contacts

자동차산업 전문팀

Audit

위승훈
부대표
T 02-2112-0620
E swi@kr.kpmg.com

변재준
전무
T 02-2112-0828
E jbyun@kr.kpmg.com

이주한
전무
T 02-2112-0517
E juhanlee@kr.kpmg.com

강성채
전무
T 02-2112-0635
E sungchaekang@kr.kpmg.com

신동준
전무
T 02-2112-0885
E dongjunshin@kr.kpmg.com

김재연
상무
T 02-2112-0206
E jaeyeonkim@kr.kpmg.com

전현호
상무
T 02-2112-0638
E hyunhojeon@kr.kpmg.com

이종상
상무
T 02-2112-7096
E jongsanlee@kr.kpmg.com

박경호
상무
T 02-2112-7838
E kyunghopark@kr.kpmg.com

김현석
상무
T 02-2112-3245
E hyunsukkim@kr.kpmg.com

강희석
상무
T 02-2112-6739
E heeseokkang@kr.kpmg.com

Deal Advisory

서무성
전무
T 02-2112-7639
E mooseongseo@kr.kpmg.com

민홍길
전무
T 02-2112-6709
E hmin@kr.kpmg.com

임규성
상무
T 02-2112-7058
E kyusunglim@kr.kpmg.com

home.kpmg/kr
home.kpmg/socialmedia



The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2023 KPMG Samjong Accounting Corp., a Korea Limited Liability Company and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.