

수출 기다리는 차량 ‘빠곡’... 컨테이너에 車 3대 묘안 ‘숨통’

르노자동차코리아 부산공장

XM3 E-테크 하이브리드 본격 수출 차세대 모델 ‘오로라’ 성장 포부 차량품질·공정관리 고점 획득도 비용 최소화해 경쟁력 확보

XM3 E-테크 하이브리드 본격 수출 차세대 모델 ‘오로라’ 성장 포부 차량품질·공정관리 고점 획득도 비용 최소화해 경쟁력 확보

2년만에 찾은 르노자동차코리아 부산 공장은 빈자리를 찾기 어려울 정도였다. 선적을 기다리는 차량으로 가득 찼고, 공장에서는 끝없이 새차가 쏟아져 나왔다.

르노코리아가 또다시 역경을 딛고 부활을 꿈꾼다. 최근 아르카나 하이브리드 수출을 본격화하며 정상화에 성공, 뜻밖의 물류난에도 컨테이너에 3대를 실어 보내는 묘안을 개발하면서 숨통을 뚫었다. 세계 최고 수준 품질에 혼류 생산을 비롯한 빠른 깎는 노력으로 효율성까지 최적화, 차세대 모델 ‘오로라’로 성장 궤도에 안착한다는 포부다.

르노코리아는 최근 여러 악재를 겪었다. 신차 부재로 국내뿐 아니라 해외 판매도 주춤했었던 아니라, 노사간 잡음까지 겪었다. 공장을 계속 유지할 수 있을지에 대한 우려까지 나왔다. 그나마



컨테이너에 실리는 아르카나. 3대를 지그재그로 싣는 방법으로 활용을 극대화했다.

XM3 E-테크 하이브리드를 새로 양산하면서 숨통을 뚫지만, 해운 업계 이슈로 수출과 수익성 확보에도 큰 어려움을 겪었다.

정답은 기본이었다. 품질을 개선하고 원가를 최소화하는 것. 르노코리아는 지난해 르노닛산얼라이언스에서 진행하는 공장 품질관리 종합평가(PHC)에서 차량품질과 공정관리에서 각각 5.0만점 4.7과 4.4점을 획득하며 최고 수준임을 다시 한번 증명했다. 100대당 부적합건수인 ‘DPHU’도 2021년 56에서 지난해 39로 대폭 줄이며 르노그룹 2위, 인도된 차량을 대상으로 평가하는 ‘SAVES’에서는 르노그룹 1위를 차지했다.

르노코리아 이해진 제조본부장은 부

산공장 품질력 비결로 사람을 꼽았다. 어떤 일이 있어도 품질에서는 타협하지 않는다는, 앞으로도 그룹에서 최고 품질력을 이어가겠다고 자신했다. 외국어 능력과 다기능 작업 등 새로운 인재 육성 프로그램도 자랑했다.

또다른 장점은 원가다. 차체 용접과 도장 공정을 100% 자동화, 그러면서도 AGV를 비롯한 디지털 물류 시스템으로 다양한 플랫폼과 차량을 한 라인에서 만드는 혼류 생산에 특화했다. 이를 통해 비용을 최소화하며 르노그룹에서도 대체할 수 없는 경쟁력을 확보하고 있다.

일각에서 우려하는 공장 노후화에 대한 우려에도 개의치 않았다. 이 본부장은 “AGV가 낡았어도 모터 등 필요한

부품만 교체하면 아무 문제 없이 사용할 수 있다. 필요한 곳에 적절히 투자하는 능력도 비용을 줄이는 비결”이라고 강조했다.

이는 디지털 전환과 친환경 경영과도 연결된다. 르노코리아는 자동화와 함께 에너지 절감 노력을 본격화했다. 실제로 공장에 자동화 라인 공간은 특별한 일이 없으면 소동해 작은 비용까지 줄이고 있었다. 차량을 세워놓는 선적장 천장은 태양광 발전 패널로 가득 채운 상태, 2032년 한국전력 공급 계약을 끝내면 공장 운영 에너지 중 30%를 충당할 것으로 기대하고 있다.

갑작스러웠던 물류 대란에도 발 빠르게 대책을 마련했다. 자동차 전용 선박이 부족해지면서 가격이 치솟은 상황, 일반 컨테이너를 활용하는 방안을 고안해 리스크를 최소화했다. 일반적으로는 컨테이너 하나에 차량 2대를 넣을 수 있지만, 프랑스 계열 운송 기업 CEVA와 함께 3대를 실어 내릴 수 있게 됐다.

르노코리아 관계자는 “컨테이너 한 대에 아르카나 두대를 실으면 도저히 타산이 맞지 않았다”며 “사다리를 이용해 3대를 엮기 위해 컨테이너에 선적하고, 현지에서도 안전하게 내릴 수 있다”고 설명했다.

르노코리아는 새로운 물류 시스템을 활용해 선적 지역을 더 늘리면서 수출량을 끌어올린다는 계획이다. 차량용 선박이 들어가기 어려운 지역에도 차를 내릴 수 있어 활용도가 높을 것으로 기대했다.

르노코리아는 앞으로 신차 양산을 본격화하며 성장을 가속화한다는 포부다. 내년부터 차세대 모델 ‘오로라’와 함께 조만간 중국 지리차와 협업을 통한 불보 CMA 플랫폼 모델까지 양산을 준비 중이다. 이미 부산공장 곳곳에는 ‘오로라 성공!’이라는 현수막이 걸렸고, 조만간 작업을 본격화할 예정이다. 이미 일부 라인에 새로운 설비를 들이기 위해 개편 작업을 진행 중이었다.

르노코리아 관계자는 “며칠 후부터 부산 공장은 신차를 만들기 시작한다. 이를 위해 최소 1년여간 보안 프로그램을 작동하며 외부 공개를 강력하게 차단할 예정이다. 오로라가 성공적으로 양산되고 수출을 본격화해 더 새로워진 공장을 보여줄 수 있기를 기대한다”고 말했다. /부산=김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr



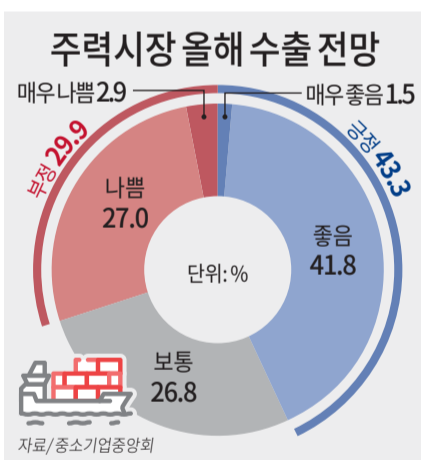
중소, 올 수출 전망... 美·日 ‘긍정적’, 中 ‘부정적’

중기중앙회, 306개사 대상 조사 ‘긍정’ 43.3% vs ‘부정’ 29.9% 주요 수출 전략 ‘신규바이어 발굴’

수출 중소기업들은 올해 수출 전망을 좀더 긍정적으로 보고 있는 것으로 나타났다. 특히 미국과 일본에 대한 전망이 밝았다.

이는 중소기업중앙회가 주요 10개국에 수출하는 중소기업 306개사를 대상으로 실시해 18일 내놓은 ‘2023년 1분기(1~3월) 중소기업 수출실태 및 전망조사’ 결과에서 나왔다. 지난해 기준 중소기업 수출 상위 10개국은 중국, 미국, 베트남, 일본, 러시아연방, 인도, 홍콩, 대만, 인도네시아, 멕시코다.

이들 나라 가운데 미국을 주력 시장



으로 하는 중소기업 비중이 28.8%로 가장 높았다. 이어 일본(19.6%), 중국(18.0%), 베트남(12.4%), 러시아(7.8%) 등이 뒤를 이었다.

조사 결과에 따르면 올해 수출 전망

이 ‘긍정’ (43.3%)이라는 응답이 ‘부정’ (29.9%)보다 많았다.

특히 3대 주요 수출국 중 미국과 일본에서의 수출 전망이 ‘긍정적’이라는 응답은 각각 43.4%, 44.6%였다. 부정적이라는 응답은 각각 30.9%, 29.5%로 나타났다. 반면 중국에 대한 수출 전망은 ‘부정’ (38.4%)이 ‘긍정’ (35.4%)보다 다소 높았다. 대부분 중소기업이 올해 주력시장에서 수출 확대를 기대하고 있었다.

수출전략으로는 ▲신규바이어 발굴 (55.0%) ▲품질경쟁력 제고(20.8%) ▲가격경쟁력 제고(15.7%) 등의 순으로 답했다. 주요 10개국에서의 올해 1분기 수출 실적은 전년동기대비 ‘감소’ (40.1%)가 ‘증가’ (31.7%)보다 많았다. 응답 기업의 28.3%는 ‘전년과 비슷’한 수준을 유지하

고 있는 것으로 조사됐다.

주된 수출실적 감소 원인으로는 ‘수출국의 경기침체’가 60.5%로 가장 많은 응답을 받았다. 뒤를 이어 ▲환율 변동(16.5%) ▲수출국 내수화(수입대체)에 따른 수요 감소(15.3%) ▲원자재 수급난·가격상승에 따른 생산 차질(11.7%) ▲타기업 품질·가격 경쟁력 상승(9.7%) 등의 순이었다. 외국의 경쟁사 대비 제품 경쟁력 수준에 대해선 품질경쟁력이 외국 대비 우수하다고 생각하는 응답은 84.8%, 가격경쟁력이 우수하다고 보는 응답은 52.3%로 나타났다.

이번 조사 대상 기업들은 주로 ‘5개 미만’ (41.8%) 국가에 수출하고 있었다.

/김승호 기자 bada@

교원그룹 교육 전문 플랫폼 ‘메타버스’ 활성화

교원그룹이 한화시스템과 손잡고 메타버스 사업 활성화에 나선다.

교원그룹은 지난 16일 서울 중구 한화빌딩에서 ‘메타버스 기반 교육 플랫폼 구축을 위한 업무협약 MOU’를 체결했다고 18일 밝혔다.

양사는 이번 업무협약을 통해 ▲교육 전문 메타버스 플랫폼 구축 ▲메타버스 플랫폼 서비스 확대 ▲메타버스 기반 신규 비즈니스 모델 발굴 등 다양한 분야에서 협업을 이어나간다.

한화시스템과 다양한 분야 협업 에듀테크 콘텐츠 ‘위캔버스’ 선배 국내 최초 3D 기반 교육용 플랫폼

특히, 교원그룹은 업무협약을 통해 한화시스템과 EBS가 공동개발한 메타버스 교육 플랫폼 ‘위캔버스(WeCanVerse)’에 교원그룹의 다양한 에듀테크 콘텐츠를 선보일 예정이다. 위캔버스 이용자를 대상으로 학생 개별 난이도에 맞춤형 AI 학습 등 교원그룹의 차별화된 에듀테크 콘텐츠 및 서비스를 제공하며, 이를 위한 적극적인 기술 협력을 진행한다. ‘위캔버스(WeCanVerse)’는 한화시스템과 한국교육방송공사(EBS)가 공동 개발한 메타버스 기반의 공공교육 플랫폼이다.

초중등 공교육 교과과정을 연계한 체험형 학습 콘텐츠를 제공하는 국내 최초 3D 기반 교육용 메타버스 플랫폼이다.

첫 번째 협력 과제로 교원그룹의 스마트 영어 학습 프로그램인 ‘도요새잉글리시’를 EBS 위캔버스 플랫폼에서 서비스 하기 위한 기술검증(PoC)을 진행한다. /김승호 기자 bada@

공영홈쇼핑, ‘동행축제’ 판매액 330억 달성

가장 많은 판매 제품 ‘도미솔 김치’

공영홈쇼핑이 중소벤처기업부가 주관하는 ‘함께하면 대박나는 2023 동행축제’에 참여해 우리 중소기업·소상공인 상품의 소비 촉진 역할을 톡톡히 하고 있다. 공영홈쇼핑은 지난 1일부터 열린 ‘동행축제’에 참여해 보름만인 15일 기준으로 판매액 330억원을 달성했다고 18일 밝혔다.

가장 많은 판매량을 기록한 것은 ‘도미솔 김치’다. 주문수량 1만8000세트, 8억8000만원 가량을 판매했다. ‘농협 세척사과’, ‘모나리자 화장지’도 각각 5

억5000만원, 3억7000만원의 판매고를 기록하며 생활필수품과 먹거리가 판매 상위권에 이름을 올렸다.

공영홈쇼핑의 모바일 라이브 커머스 공영라방이 동행축제를 맞아 선보인 상품들도 큰 관심을 모았다. 지난 9일 대전에서 열린 동행축제 개막식 현장에서 진행된 소상공인 상품 ‘흑보리칩’과 우리 중소기업의 기술력으로 만든 ‘프리즘TV’ 라방은 1억6000만원의 주문액을 기록했다.

특히 프리즘TV 공영라방에서는 중소기업 최초 100형 TV를 사전 공개해 많은 관심을 모았다. /김승호 기자

홈쇼핑, 주거빈곤가정 아동 돕는다

초록우산어린이재단·SH공사 ‘사이주택 시즌3’ 업무협약

홈쇼핑이 주거빈곤 가정 아동들을 돕기 위해 나섰다.

홈쇼핑은 위기 상황에 처한 주거빈곤가정에 긴급임시주택이나 주거환경 개보수 비용을 지원해 아동청소년들이 안전한 공간에서 생활할 수 있도록 돕기 위해 초록우산어린이재단, SH서울주택도시공사와 업무협약을 맺었다고 18일 밝혔다.

‘사이주택’이란 경제적 문제로 숙박 시설에서 생활하고 있거나 철거명령으

로 퇴거 위기에 처한 주거빈곤가정 중 특히 어린 자녀가 있는 가정에 긴급임시주택 또는 주거환경 개보수를 지원하여 아동청소년들이 안전한 공간에서 생활할 수 있도록 지원하는 사회공헌 사업이다. 홈쇼핑은 안전한 긴급임시주택 형성에 필요한 물품 및 주거상항비 등을 초록우산어린이재단을 통해 후원하고, SH공사는 긴급임시주택 운영을 위한 매입임대주택을 유상 제공한다.

홈쇼핑 관계자는 “미래를 이끌어갈 어린이들이 보다 나은 환경에서 자라나길 바라는 마음”고 말했다.

/김승호 기자