

자동차

申承澈*

1994년의 자동차산업

올해 국내 자동차 산업은 승용차를 중심으로 한 내수의 안정적 성장과 자동차 전반에 걸친 수출 호조로 8월 말까지의 판매가 지난해 같은 기간에 비해 12.7%라는 비교적 높은 신장률을 보이고 있다. 이에 따라 대부분의 업체들은 공급 부족 현상을 겪고 있으며, 생산 설비 확충을 위한 대대적인 투자를 계획하고 있다.

<표 1> 1994년 8월까지의 생산 및 판매
(천 대, %)

구 분	1993		1994년	
	대 수	대 수	대 수	증감률
생 산	승용차	992	1,136	14.5
	상용차	286	315	10.2
	소 계	1,278	1,451	13.6
판 매	승용차	984	1,121	13.9
	상용차	293	318	8.5
	소 계	1,277	1,439	12.7

자료: 한국자동차공업협회, 「자동차통계월보」, 1994.8.

* 현대경제사회연구원 책임연구원, 중앙대학교 대학원 경영학 석사, 생산 및 경영과학 전공.

내수

올해 8월 말까지의 내수 판매는 승용차가 신모델 출시와 대체 수요를 중심으로 12.3%의 판매 증가율을 보이고 있으며, 상용차 부문에서는 경차 수요의 소진에 따른 경차 부문의 판매 감소에도 불구하고 경기 회복에 따른 트럭과 특장차 부문의 판매 증가로 그동안의 부진에서 벗어나 동기간 중 4.3%라는 증가율을 보여 전체적으로는 10.1%의 내수 판매 증가율을 보이고 있다.

승용차의 경우, 올해 들어 소형차 부문에서는 엑센트, 아벨라가 새롭게 등장했으며, 준중형 부문에서는 씨에로, 그리고 대형차 부문에서는 아카디아와 이에 맞서 그랜저 3.5가 출시되면서 신규 수요와 대체 수요를 자극하여 비교적 높은 내수 판매를 보였다. 이에 더하여 지난해에 출시된 쏘나타 II와 무쏘 등에 대한 대기 수요가 올해까지도 지속되어 수출 호조와 더불어 심한 공급 부족 현상을 보였다.

상용차의 경우는 경차에 대한 수요의 소진에도 불구하고 경기 회복에 따른 수요 회복으로 그동안의 침체에서 다소 벗어나는 기미를 보이고 있다.

업체별로는, 현대자동차의 경우, 수출 호조와 내수 판매 호조로 심한 공급 부족 현상을 겪고 있는 가운데에서도 중형급의 쏘나타가 8월 말까지의 승용차 부문에서 베스트 셀러로 자리잡은 가운데, 엘란트라와 엑셀 및 엑센트가 그 뒤를 이으면서, 그리고 상용차의 판매 호조로 동 기간중 내수 점유율이 지난해보다 3.5% 포인트 증가한 46.1%를 기록하였다. 대우자동차 역시 지난해보다 2.1% 포인트 증가한 16.9%의 시장 점유율을 보였다. 반면, 올해 들어 승용과 상용 양 부문에서 고전을 면치 못하고 있는 기아자동차는 전체적으로 마이너스 성장을 보이고 있다.

올해 내수 판매에서 특이할 만한 것은, 중형과 대형급의 승용차 판매 비중이 증가한 반면, 소형과 준중형 부문의 비중이 상대적으로 축소되었다는 점이다. 이는 대체 수요 증가율이 신규 수요 증가율을 앞서면서 중대형급을 중심으로 한 대체 수요의 비중이 점차 높아지고 있기 때문인 것으로 풀이된다. 신규 수요의 경우도 소형차보다는 준중형, 경승용차보다는 소형차로 이전하는 수요의 상향 이동 현상이 두드러지게 나타나고 있다. 이에 따라 경승용차의 판매

는 마이너스의 성장을 보이고 있다.

<표 2> 1994년 8월까지의 내수 판매

(대, %)

구 분	1993		1994년		
	대 수	대 수	증감률	점유율	
차 종 별	승용차	661,664	743,173	12.3	73.4
	상용차	257,945	269,060	4.3	26.6
	소 계	919,609	1,012,233	10.1	100.0
업 체 별	현 대	391,373	466,713	19.3	46.1
	기 아	289,377	261,006	-9.8	25.8
	대 우	129,697	170,680	31.6	16.9
	아시아	28,179	21,952	-22.1	2.2
	쌍 용	10,144	21,670	113.6	2.1
	대우조선	48,624	43,838	-9.8	4.3
	현대정공	21,608	25,016	15.8	2.5
	삼성중	0	367	0.0	0.0
	기 타	607	991	63.3	0.1

자료: 한국자동차공업협회, 「자동차통계월보」, 1994. 8.

수출

지난해부터 본격적으로 나타나기 시작한 수출선 다변화 전략의 효과와 동구와 파키스탄, 중국 등의 특수가 연초까지 이어지면서 지난해에 버금가는 수출 신장이 기대되었다. 그러나 일부 지역의 특수가 소진된 데다, 현지 경쟁의 심화로 다소 신장세가 누그러 들면서 8월까지 지난해 같은 기간에 비해 19.4%의 신장률을 보이고 있다.

업체별로 볼 때는, 현대자동차와 기아자동차가 신모델 투입과 현지 마케팅력 강화

등 비가격 경쟁력의 향상에 힘입어 21%와 37%라는 높은 증가율을 보이고 있는데 비해, 지난해 특수 덕을 톡톡히 보던 대우자동차는 특수 소진과 남미 등지에서의 인기 퇴조로 마이너스로 급감하여 14.6%의 감소를 보이고 있다.

지역별로는, 북미와 서유럽 등 선진국을 비롯하여 전반적으로 증가세를 보이고 있는데, 단지 지난해 특수에 편승하여 수출이 크게 늘었던 동유럽 지역과 아시아 지역으로의 수출은 급감하는 현상을 보였다.

<표 3> 1994년 8월까지의 수출 판매
(대, %)

구 분	1993	1994년			
	대 수	대 수	증감률	점유율	
차 종 별	승용차	322,568	378,034	17.2	88.5
	상용차	35,355	49,166	39.1	11.5
	소 계	357,923	427,200	19.4	100.0
업 체 별	현 대	202,332	244,936	21.1	57.3
	기 아	87,766	120,431	37.2	28.2
	대 우	49,978	42,662	-14.6	10.0
	아 시 아	8,385	9,573	14.2	2.2
	쌍 용	2,204	4,492	103.8	1.1
지 역 별	대우조선	7,221	5,030	-30.3	1.2
	기 타	37	76	105.4	0.0
	북 미	88,398	156,375	76.9	36.6
	서유럽	62,959	70,362	11.8	16.5
	동유럽	15,554	10,523	-32.3	2.5
	아프리카	6,364	8,761	37.7	2.1
	아 시 아	65,731	29,371	-55.3	6.9
중 동	태평양	47,339	54,787	15.7	12.8
	태평양	16,818	22,282	32.5	5.2
	중남미	54,761	74,739	36.5	17.5

자료: 한국자동차공업협회, 「자동차통계월보」, 1994. 8.

수출에 있어서 주목할 만한 점은, 對선진국 수출이 크게 늘고 있다는 점이다. 90년대에 들어 지속된 엔화 강세가 국산차의 가격경쟁력을 높여 對선진국 수출에 긍정적인 영향을 줄 것으로 기대되었던 것이 사실이다. 그러나, 지난해까지의 對선진국 수출을 보면, 엔화 강세에 따른 가격 경쟁력의 향상이 수출에 기여를 했다고는 평가하기 어렵다.

미국 시장의 경우는, 빅3가 소형차 부문을 강화하면서 새턴과 네온 등 경쟁력 있는 소형차들을 내어 놓은 데다가 클린턴 행정부 등장 이후 무역 마찰이 고조되면서 일어난 미국내 국산차 구매 운동 등으로 국산차의 수출 환경이 열악했다는 것도 이유가 될 것이다. 그러나 근본적으로는 잦은 고장으로 인해 불편하고, 구입시에는 비록 싸지만 유지 및 보수 비용을 포함하면 결코 싼차가 아니라는 인식이 그동안 한국산차의 대미 수출을 가로막고 있었던 주요인이었다. 최근 수출 호조를 보인 유럽 지역의 경우도, GSP 혜택을 받고 있는 한국산차의 가격은 일본차와 큰 차이를 보이지 않았다. 이러한 점을 감안해 볼 때, 최근의 對선진국 수출의 급격한 신장은 가격 경쟁력이 아니라 비가격 경쟁력 부문의 향상에 기인한 것으로 보아야 할 것이다.

국내 자동차 산업의 품질, 디자인, 현지 마케팅력, A/S 체제 등 비가격 경쟁력 강

화는 유럽과 호주 등지에 성공적으로 진입 하면서 확인되었던 것이나, 유독 미국에서 만은 더디게 나타난 이유는 그동안에 쌓여져 온 인식을 변화시키는 데에 그만큼의 노력과 시간이 더 소요되었기 때문이라 볼 수 있을 것이다.

올해 들어 수출과 관련하여 또 하나 눈에 띄는 것은, 업체간 명암이 크게 엇갈리고 있다는 점이다. 그동안 수출 전략 차종의 개발과 현지 마케팅에 적극적으로 나서왔던 현대자동차와 기아자동차의 수출이 크게 늘고 있는 반면, 상대적으로 투자가 미흡했던 대우자동차는 마이너스의 증가율을 보이고 있다.

1995년 전망

내년도 국내 자동차 산업은 내수 부문과 수출 부문에서 모두 견조한 성장세를 유지할 것으로 보여, 판매는 올해 추정치보다 15.2% 증가한 269만여 대에 이를 것으로 전망된다.

내수

현재 우리나라는 자동차 대중화 주기상 성장기의 후반에 위치하고 있고, 경기 회복에 따른 상용차 부문에 대한 수요 증가로 내년도 내수 판매는 올해 추정치보다 12.3% 증가한 177만여 대에 이를 것으로 전망된다.

먼저, 승용차의 경우는, 소형과 준중형을 중심으로 한 신규 수요와 중대형차를 중심으로 한 대체 수요에 힘입어 안정적인 성장세를 보일 것으로 예상되고 있는 가운데, 내년에 출시되는 현대자동차의 엘란트라 후속 모델인 J-2카, 올해 11월에 출시될 H카(카덴자), 그리고 빠르면 올해 연말에 출시될 기아자동차의 콩코드 후속 모델인 G카 등 신차들이 등장하면서 대체수요를 더욱 자극할 것이다. 여기에 현재 민자당이 추진하고 있는 경차에 대한 세제 완화가 이루어질 경우, 그동안 경차 부문을 준비해 온 현대자동차와 기아자동차가 본격적으로 가세하여 신규 수요와 일부 중산층의 세컨드 카로서의 수요를 자극하게 될 것이다.

상용차의 경우는, 정부의 사회간접자본에 대한 투자의 증가와 중화학 공업을 비롯한 산업 부문의 투자 증대 등으로 트럭을 비롯한 상용차의 판매도 본격적인 회복세에 접어들 것으로 기대된다.

이에 따라 승용차의 내수 판매는 올해 추정치보다 12.4% 증가한 129만 8천여 대에 이를 것으로 예상되며, 상용차는 12.1% 증가한 47만 2천여 대에 이를 것으로 전망된다.

수출

업체들의 수출선 다변화에 대한 노력과

품질 및 A/S, 현지 광고를 비롯한 현지 마케팅력 증강 등 비가격 경쟁력 부문에 대한 투자가 결실을 보면서 수출은 향후도 견조한 성장세를 보일 것으로 예상된다. 이에 따라 내년도 수출은 승용차가 올해 추정치보다 18.8% 증가한 80여만 대, 상용차가 26.4% 증가한 11만 5천여대에 이르러 상용차 수출이 처음으로 10만여 대를 넘으면서 전체적으로는 올해 추정치보다 19.6% 증가한 92만여 대에 이를 것으로 전망된다.

먼저 승용차의 경우는, 미국을 비롯한 주요 선진국 시장에서는 이들 국가들의 경기 회복에 따른 시장 확대와, 국내 업체들의 비가격 경쟁력 향상, 그리고 엑센트, 스포티지 등의 신모델 투입으로 수출이 더욱 늘어날 것으로 예상되고 있다. 또한 개도국의 경우도 이들 지역에 대한 KD 수출의 증대 및 엔화 강세에 따른 가격 경쟁력 우위로 수출 여건은 긍정적이다.

<표 4> 1995년 자동차 판매 예측
(천 대, %)

구 분	1993		1994년		1995	
	대수	대수	증감률	대수	증감률	대수
내 수	승용차	1,037	1,153	11.2	1,296	12.4
	상용차	398	421	5.8	472	12.1
	소 계	1,435	1,574	9.7	1,768	12.3
수 출	승용차	572	677	18.4	804	18.8
	상용차	66	91	37.9	115	26.4
	소 계	638	768	20.4	919	19.6
판 매 계	2,074	2,332	13.7	2,687	15.2	

주: 1994, 1995 판매는 본 연구원 추정치 및 예측치임.

개도국에 주로 의존하고 있는 상용차의 경우는, 이들 지역에서의 수요가 가격 경쟁력에 민감한 점을 감안할 때, 주요 경쟁국인 일본산 차에 대비한 가격 경쟁력 우위와 이들 지역의 활발한 사회간접투자 및 경제 활동으로 인하여 수출 전망이 밝다.

맺음말

올해 국내 자동차 업계는 내수와 수출이 모두 호조를 보이면서 심한 공급 부족 현상을 겪고 있다. 이에 따라 업체들은 대대적인 설비 투자를 계획하고 추진하고 있다. 업체들의 계획에 따르면, 올해 연말이면 연산 300만 대에 이를 생산 능력이 2000년에는 거의 두배인 600여만 대가 넘을 것으로 예상된다.

현재의 상황을 감안할 때, 생산 설비에 대한 투자는 반드시 필요하다. 그러나, 중장기적으로 볼 때, 현재의 생산 설비 확충에 대한 야심적인 투자에 대해 신중하게 살펴볼 필요가 있다.

미국, 유럽의 선진국들은 물론이고, 곱씹을 모를 것 같던 일본의 자동차 업체들마저도 성장의 벽에 부딪힌 순간, 대규모 인원 감축과 공장 폐쇄 등 경영 합리화라는 고단위 처방을 피할 수 없었다. 지금은 우리나라 자동차 산업이 성장 일로를 걷고 있다 하지만, 이러한 성장세가 언제까지 지

속될 지는 미지수이다.

내수 성장은 1990년대 후반이면 한 자리수로 둔화될 전망이다. 수출은 세계 경기에 따라 민감하게 반응한다. 현재 추정되는 바로는 2000년에 우리나라 자동차 산업은 내수와 수출을 포함하여도 400만여 대를 밑돌 것으로 예상되어, 업체들의 계획대로 투자가 진행될 경우 200여만 대라는 공급 잉여를 낳게 된다. 물론, 이들 중에는 현지 생산분까지 포함되어 있어 수치상 나타나는 바 만큼 우려할 것은 못되겠지만, 현재의 생산 설비 확충에는 다소 무모한 면이 없지 않다.

전통적으로 자국내 혹은 역내 지역에서의 수출에만 치중하던 선진국들이 개도국에 대한 투자를 늘리고 있으며, 엔화 강세로 속수무책 당하기만 하던 일본업체들도 최근 부품 수를 줄인 저가 승용차의 개발로 다시금 개도국 시장에서의 시장 탈환에 노력하고 있다. 또한 우리가 차지했던 저가 승용차 부문은 후발국들이 거세게 덤벼들고 있다.

UR 타결을 계기로 해외 시장에서의 경쟁은 더욱 격화되고 있고, 국내 시장마저도 거센 개방화의 압력을 받고 있다. 그동안은 未 진출 지역에 대한 수출선 다변화와 주요 경쟁국인 일본산 차에 대비한 가격 경쟁력 우위에 힘입어 수출을 증대시킬 수

있었다.

그러나, 더 이상은 이러한 요인들에 의하여 수출을 늘린다는 것이 점점 한계에 이르고 있다.

WTO 체제는 무한 경쟁으로 무한한 성장 기회를 제공하기도 하겠지만, 상대적으로 냉혹한 면도 지니고 있다. 다가오는 시장은 “공급이 수요를 창출”하는 구조가 아니다. 생산 설비의 확충도 중요하겠지만, 더욱 중요한 것은 불황시에도 꾸준하게 판매될 수 있는 경쟁력 있는 차를 만드는 일이다. 그러기 위해서는 생산 설비 확충보다 기술 개발에 대한 투자에 더욱 역점을 두어야 할 것이다. 또한 국내 자동차 산업이 지니고 있는 구조적인 문제점들을 조속히 해결하기 위한 상호간의 노력이 더욱 필요하다.

6,000 달러 대의 차량을 3 대 만드는 것보다 20,000 달러 짜리 차를 한대 만드는 것이 훨씬 실익이 있다는 점을 재인식하고, 대수라는 외형보다 매출과 수익성이라는 보다 질적인 면에서 성장을 꾀하는 전략적 사고의 전환이 필요할 때이다.♣