

■ 세계 자동차업체들의 對美 시장 제품 전략 ■

미국 자동차시장 동향과 주요 업체들의 제품 전략

- (동향 및 특징) 올해 미국 시장은 사상 최고의 판매 실적을 기록할 것으로 전망되며, SUV(Sports Utility Vehicle)를 중심으로 한 소형 상용차가 시장을 주도하는 양상이 지속됨
- (신제품 출시) 미국 업체를 비롯한 주요 업체들은 향후 소형 상용차 부문에 집중적인 신제품 출시를 계획하고 있음
- (세그먼트 파괴형 제품) 소형 상용차 중에서도 세그먼트간의 전통적인 구분을 뛰어 넘는 '세그먼트 파괴형' 제품들의 대대적 출시 계획이 주목되고 있음
- (일본 업체들의 시장 공략) 일본 업체들은 제품 라인업의 보강 및 현지 생산 확대로 소형 상용차 시장에서도 미국 업체에 위협적인 존재로 부상하고 있음

국내 업체들의 현황과 과제

- (현황) 소형 상용차 부문의 제품 라인업이 매우 취약하며, 소형 상용차 시장 판매 비중이나 점유율도 승용차에 비해 극히 낮은 상태임
- (과제) 신제품 투입 등을 통한 제품 라인업 보강 및 세그먼트 파괴형 소형 상용차 제품 경쟁에 대비한 미래 지향적 제품 개발 추진

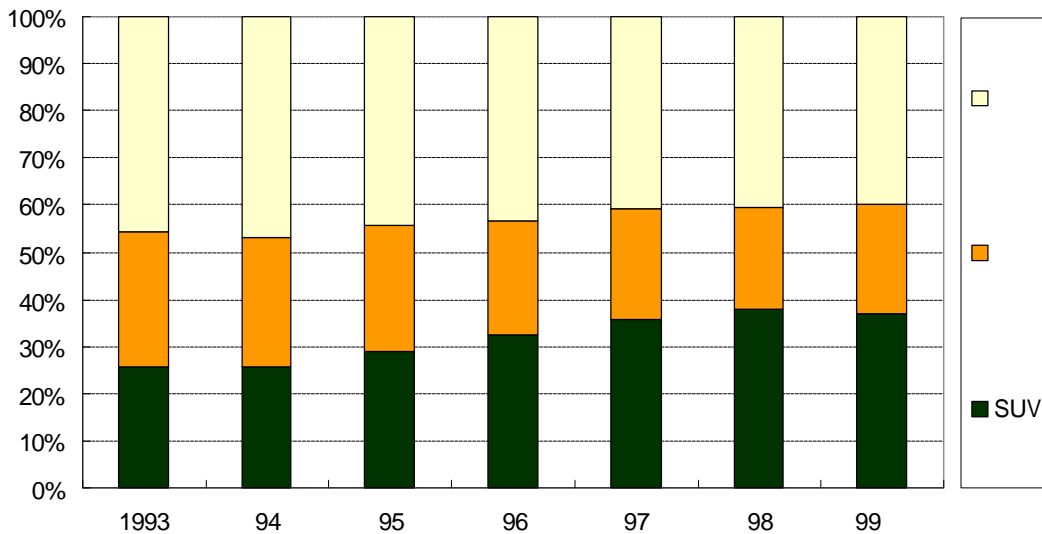
세계 자동차업체들의 對美 시장 제품 전략

정진우

미국 자동차시장의 동향과 특징

- 미국 자동차시장은 올해 사상 최고의 판매 실적을 기록할 것으로 전망되며, SUV를 중심으로 한 소형 상용차가 시장을 주도하는 양상이 지속됨
- 경기 호황 등에 힘입어 올해 자동차 판매는 약 1,650만 대에 이를 것으로 전망되며, 이는 과거 최고치인 86년의 1,606만 대를 뛰어 넘는 수준으로 사상 최고 기록임
- 최근의 호황은 소형 상용차(픽업, 밴, SUV)의 판매 증가세에 의해 주도되는 양상임
- 전체 시장에서 소형 상용차의 비중은 93년의 38.7%에서 99년 상반기에는 48.2%로 상승하여 승용차 비중(51.8%)에 거의 근접했고, 향후 몇 년 내에 소형 상용차 비중이 승용차를 앞지를 것이라는 전망도 나오고 있음
- 소형 상용차 중에서도 특히 SUV(Sports Utility Vehicle)의 판매 증가세가 두드러짐

< 미국 시장 소형 상용차 세그먼트별 판매 비중 추이 >



주요 업체들의 제품 투입 계획과 특징

- (소형 상용차 제품 라인업 확충) 주요 업체들은 소형 상용차 제품 라인업 확충으로 미국 시장의 차종별 판매 추이 변화에 대응하고 있음
 - 특히 미국 업체들은 2001년 모델 연도 이후 SUV를 중심으로 한 소형 상용차 부문에 집중적인 신제품 출시를 계획하고 있음

< 주요 업체별 미국 시장 신제품 투입 계획(모델 수) >

모델 연도		2000	2001	2002	2003
승용차	미 국	11	9	4	9
	유 럽	6	6	5	2
	아시아	10	12	18	7
	소 계	27	27	27	18
소형 상용차	미 국	6	13	22	13
	유 럽	2	1	3	1
	아시아	2	7	11	7
	소 계	10	21	36	21

자료 : Crain Communications, *Automotive News*, 각호.

주 : 마이너 모델 체인지 이상의 신제품 투입 계획을 대상으로 함.

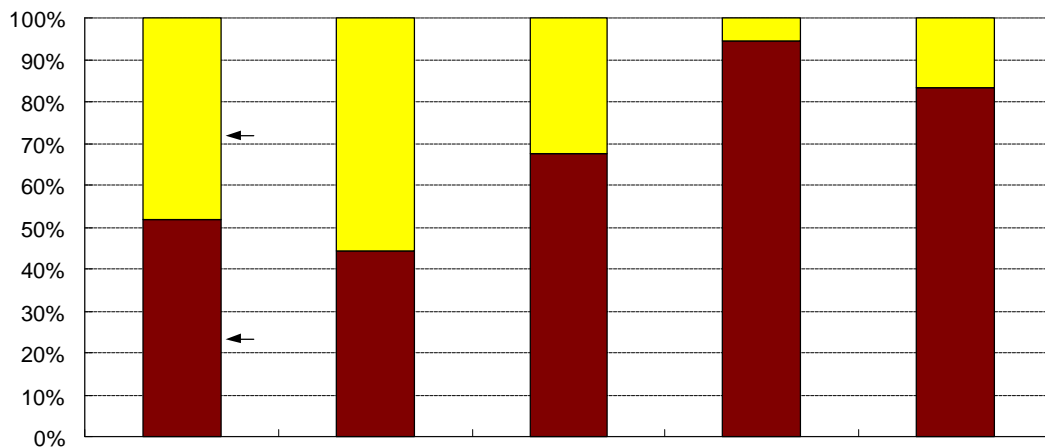
- (세그먼트 파괴형 소형 상용차 확대) 여러 세그먼트의 특성을 혼합한 세그먼트 파괴형 상용차 제품들의 대대적인 출시 계획이 주목되고 있음
 - 미국, 일본 업체들은 2001~2년 모델 연도 이후 ‘스포츠 웨건’(SUV+스테이션 웨건), ‘Sports Utility Pickup’(SUV+픽업 트럭) 등 세그먼트 간의 전통적인 구분을 뛰어넘는 혁신적인 개념의 신제품을 경쟁적으로 투입한다는 계획임
 - 이러한 세그먼트 파괴형 상용차들은 새로운 시장을 창출하는 선도 역할을 하면서 향후 소형 상용차 시장의 지속적 확대를 주도해 나갈 것으로 전망되고 있음
- (일본 업체들의 소형 상용차 시장 공략) 일본 업체들은 최근 소형 상용차 시장에서 미국 업체에 위협적인 존재로 부상
 - 일본 업체들은 대대적인 소형 상용차 제품 라인업 보강으로 소형 상용차 시장에서 꾸준히 점유율을 높여가고 있는 반면, 미국 업체들의 점유율은 지속적으로 하락함
 - 최근 혼다는 미니밴 오딧세이, 닛산은 SUV Xterra 등의 현지 생산을 개시함

국내 업체들의 현황과 과제

- (현황) 취약한 소형 상용차 제품 라인업과 낮은 판매 비중

- 미국 시장 전체에서 소형 상용차의 비중이 48.2%에 이르는 반면, 국내 업체의 소형 상용차 의존도는 16.7%에 머무르고 있으며(미국 업체는 55.8%, 일본 업체는 32.6%), 투입 제품도 기아의 스포티지 1개 모델에 불과함
- 이에 따라 국내 업체의 미국내 승용차 시장 점유율은 2.8%에 이르는 반면, 소형 상용차 시장 점유율은 0.6%에 불과함

< 미국 시장 업체별 차종별 판매 비중(1999년 상반기) >



- (과제) 소형 상용차 제품 라인업 보강과 미래 지향적 제품 개발 확대

- 현대와 대우의 미니밴, SUV 신모델의 미국 시장 조기 투입 추진 등 절대적으로 부족한 소형 상용차 제품 라인업 보강
- 이와 함께 스포츠 웨건, Sports Utility Pickup 등 2001년경 이후 본격화될 세그먼트 파괴형 제품 경쟁에 대비한 미래 지향적 제품 개발 추진
- 미국 시장이 향후 정체기에 돌입하더라도, 이러한 세그먼트 파괴형 소형 상용차는 뚜렷한 시장 주도 제품군으로 부상할 것으로 전망되고 있음

(jujeong@hri.co.kr ☎ 724-4041)