

수입차 점유율, 일본과 이태리 사이?

- 결국 경쟁 상대는 막강 독일-일본
- 국내업체 수 많은 것이 유리

금년도에 10%를 넘어설 것으로 예상되는 수입차의 시장점유율이 앞으로 어느 수준까지 올라갈까에 대해 여러가지 전망이 있다. 그 중에는 하나 마나 한 이야기도 있다. 일본과 이태리 사이라는 이야기다. 2010년 워즈 자동차연감(Ward's Automotive Yearbook)에 따르면 수입차 점유율은 일본이 역수입을 제외할 때 4%, 이태리는 70%다. 비록 예측 자체로서는 의미 없을 수 있지만, 어떤 나라는 수입차를 4%로 막고 있고 어떤 나라는 70%를 내주었다는 것은 의미 심장하다. 왜 이런 차이가 날까, 그리고 한국은 어떻게 될까.

세계 주요 자동차생산국 중 자국 자동차 제조업체의 점유율이 30%를 넘는 국가는 많지 않다. 미국, 일본, 독일, 프랑스, 이태리, 그리고 한국 정도다. 2010년 워즈 자동차연감에 따르면 이들 국가 중 수입차의 시장점유율은 이태리(70%)가 가장 높고, 그 다음 미국(경트럭 포함 55%), 프랑스(45%), 독일(36%), 한국(7%), 일본(4%)이다. 금년 10%를 넘을 것으로 예상되는 한국은 수입차가 폭발적으로 증가하는 개방 초기라는 점에서 다른 나라와 차이가 있다. 반면 다른 나라들은 상당 기간을 거쳐 시장이 안정화된 상태라는 점에서 비교의 어려움이 있다.

양 극단인 일본과 이태리 두 나라를 놓고, 어떤 차이점이 있는지 찾으려 했다. 다양한 비교분석 끝에 두 가지 의미 있는 차이를 발견할 수 있었다. 그 하나는 자국 내의 자동차 업체 수였고, 다른 하나는 그 업체들이 얼마나 품질경쟁력이 있는가였다. 먼저 각국에서의 시장점유율이 3% 이상인 제조업체 수를 보면 일본이 7개로 가장 많았고, 독일 6개, 미국과 프랑스 3개, 이태리 2개였다. 한국은 5개였다.

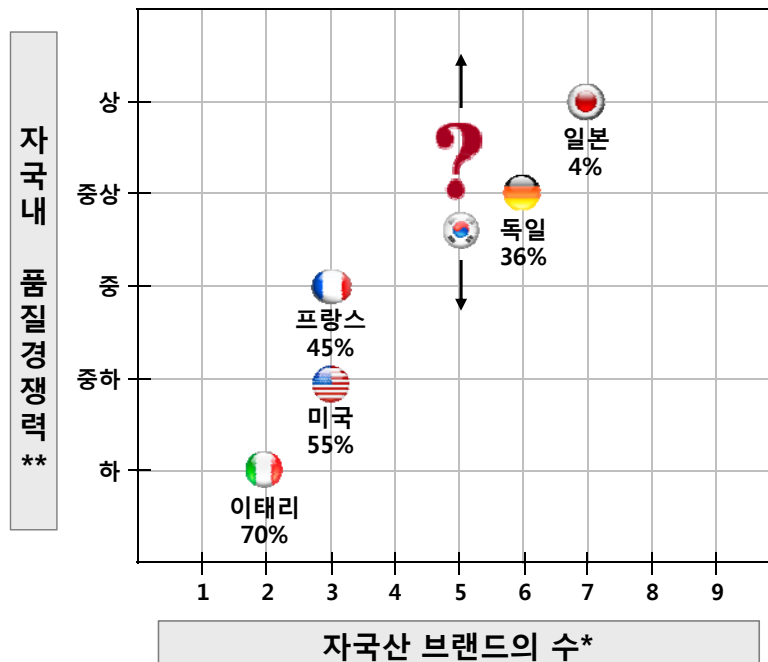
그 다음 JD파워, 컨슈머리포트 등 각국에서 실시된 소비자 조사결과를 취합해 이들 업체들이 제공하는 제품과 서비스가 내수시장에서 수입차에 대해 어느 정도 경쟁력이 있는지를 자동차조사 전문가들이 평가했다. 그 결과 일본 '상', 독일 '중상', 프랑스 '중', 미국 '중하', 이태리 '하'로 분류되었다. 이상의 결과를 정리한 것이 [그림1]이다.

For more Information

문의: 이견호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[그림1] 주요국가 수입자동차 점유율(2010년 기준)



* 자국산 브랜드 수와 수입차 점유율은 2010 Ward's Automotive Yearbook을 참조, 2010년 현 M/S 3% 이상인 자국산 브랜드만 포함시킴

** 독일/프랑스/이태리는 J.D.Power의 VOSS, 미국은 Consumer Reports 참고

이 그림은 수입차의 공세를 어느 수준에서 막을 것인가는 자국 내수업체가 몇 개 있는지와 이들의 경쟁력은 얼마나 있는가와와의 함수로 결정됨을 보여준다. 소비자의 선택의 폭이라는 측면에서 다수의 업체는 필수적이다. 현재 한국 시장은 현대-기아차의 과점체제다. 한국지엠, 르노삼성, 쌍용 자동차는 현대-기아차와 수입차와의 사이에서 완충 역할을 수행하고 있다. 이들이 경쟁력을 갖추어 현대-기아차도 든든하다. 이들이 약해지면 수입차와의 경쟁은 더욱 직접적으로 된다. '입술이 없으면 이가 시리다'(脣亡齒寒)라는 말이 제격이다.

수입차와의 경쟁에서 가장 큰 위협은 독일과 일본이다. 이들은 자국 내에서뿐 아니라 프랑스, 미국, 이태리를 포함한 전세계 모든 곳에서 최강이다. 한국에서도 수입차 시장의 대부분을 장악하고 있어 먹이사슬 최상위에 있는 포식자와 같다. 결국 국산차의 품질경쟁력이라는 것은 독일-일본차에 대한 것과 다름없다. 이들과 맞설 수 있는 경쟁력을 어떻게 갖출 것인가가 큰 과제다.

무엇보다 중요한 것이 있다. 품질경쟁력은 소비자가 결정한다는 점이다. 독일과 일본이 막강한 것은 세계 최고 품질의 제품과 서비스를 소비자에게 제공하기 때문이다. 독일차의 성능, 안전, 명성, 그리고 일본차의 고장없음, A/S는 세계 어디서나 공통이다. 한국에서도 이들이 다

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

른 수입차들을 크게 앞서는 이유는 똑같다. 소비자의 마음 속에서 품질을 인정 받지 못하면 시장에서 밀리는 것은 당연하다. 결국 몇 %선에서 수입차의 공세를 막아낼 것인가는 현대-기아차가 소비자에게 어떻게 하는가에 달려 있다.

㈜마케팅인사이트는 지난 2001년부터 2012년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔다. 조사 결과는 매년 9월 중순부터 발표되고, 11월에 5년간의 변화추세 분석을 포함한 '[한국 자동차 품질 백서](#)'로 발간하고 있다. 조사결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있다.

언론 발표 내용과 '한국 자동차 품질 백서' 내용은 ㈜마케팅인사이트가 개발한 '한국형 온라인 자동차 컨슈머리포트' 사이트인 'AutoInsight'(www.autoinsight.co.kr)에 실리고 있으며, Daum의 자동차섹션 중 '[오토칼럼](#)'에도 상시 게재되고 있다. 특히 'AutoInsight'에서는 소비자들의 제품 품질 및 서비스평가 내용을 자동차 모델별로 비교하는 'One Page Report'를 볼 수 있다.

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2012년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 95,012명

위 조사 결과는 ㈜마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2012년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 ㈜마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr에서 보실 수 있습니다.

문의: 이건호 상무 T:02-6004-7622 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr