

美國의 自動車市場 動向

大韓貿易振興公社 洪 泰 源

1. 78年度 總販賣臺數 1,130만臺

1978년도 美國內의 輸入車를 포함한 自動車總販賣는 前年對比 1% 증가한 1,130만臺로서 自動車 販賣史上 1973년도에 다음 가는 두번째의 기록적인 것이다.

그 중에서 美國의 4개 自動車 메이커들의 總販賣는 전체 82.2%에 해당하는 928만4,981臺로 前年對比 2.1% 증가했는데, 이것은 美國內 業界가 갖는 販賣史上 세번째의 기록적인 好景氣였다.

General Motors社의 販賣臺數는 538만5,282臺로서 前年對比 4.9%의 伸張을 보임으로써 同社의 새로운 販賣 기록을 세웠다. Ford社는 258만2,702臺를 판매하여 前年對比 1.5%의 伸張을 보였으나 Chrysler社의 販賣는 前年對比 5.7% 감소한 114만 6,258臺였으며, American Motors社의 販賣는 前年對比 7.2% 減少한 17만739臺에 불과하였다.

한편 美國內 業界의 각 會社別 市場 占有率을 보면 GM社가 58%를 차지하여 前年度의 56.6%에 비해 증가한 반면, Ford社는 前年度의 28%에 비해 약간 저조한 27.8%를 占했으며, Chrysler社는 前年度의 13.4%에서 12%로, American Motors社는 2%에서 1.8%로 각각 감소하였다.

美國內 메이커別 販賣實績 (單位:臺)

메이커別	1978	1977
△ General Motors Corp.		
Chevrolet Div.	2,349,781	2,280,439
Pontiac Div.	896,980	808,467
Oldsmobile Div.	1,006,344	977,046
Buick Div.	781,364	746,394

Cadillac Div.	350,813	335,785
Total Cars	5,385,282	5,148,131
△ Ford Motor Co.		
Ford Div.	1,814,717	1,862,796
Lincoln-Mercury Div.	765,985	689,414
Total Cars	2,582,702	2,552,210
△ Chrysler Corp.		
Chry-Plym Div.	703,263	761,075
Dodge Div.	442,995	458,677
Total Cars	1,146,258	1,219,752
△ American motor corp.		
Total Cars	170,739	184,362
△ U.S. Industry		
Total Cars	9,284,981	9,104,454

X-There were 306 selling day in the 1978 period and 307 in 1977.

Percentage differences are based on dally sales rate than on sales volume

美國內 메이커別 市場占有率 (單位: %)

메이커別	1978	1977
General Motors	58.0	56.6
Ford Motors	27.8	28.0
Chrysler	12.4	13.4
American Motors	1.8	2.0

[資料: Wall Street Journal]

2. 輸入車 需要減退現狀

78년도의 美國 自動車販賣는 前年度對比 2.1% 증가한 반면 輸入自動車販賣는 前年對比 3.7%가 감소한 198만9,822臺였다. 이러한 輸入自動車의 販賣 감소는 주로 日本 Yen貨와 西獨 Mark貨의 上昇으로 인해 輸入品의 主宗을 이루는 日本과 西獨車 값이 급격히 引上된 데 기인하는 것으로 풀이되고 있다. 그러나 78년도의 輸入車總

販賣臺數는 77년도에 팔린 206만臺에 이어 輸入車 販賣史上 두번째의 기록적인 것이었다.

主要 對美自動車輸出會社들 중 Toyota, Datsun 및 Volkswagen의 販賣는 前年에 비해 감소했다. 第1의 對美 自動車 輸出會社인 Toyota의 販賣는 前年對比 10.3%가 감소한 44만1,800臺였으며, Datsun의 販賣는 33만8,096臺, Volkswagen의 販賣는 21만6,709臺로 前年對比 각각 12.9%, 16.8%의 販賣 감소를 나타냈다.

반면 Honda는 27만4,876臺가 販賣되어 前年對比 22.9%의 販賣 증가를 시현하여 美國內 自動車 輸入市場에서 3위에 올랐으며, 日製 Subaru도 10만3,274臺 販賣됨으로써 前年對比 27.7%의 販賣 증가를 나타내어 輸入市場에서 5위를 차지하였다.

1978년도 輸入自動車の 美國內 市場占有率은 17.8%로서 77년의 18.5%에 比하면 약간 감소한 편이었다. 總輸入自動車들 중에서 日產 自動車の 販賣가 135만5,869臺로서 전체 輸入市場의 68.1%를 차지하였다.

특히 78년중 빈번한 日本의 Yen貨의 上昇으로 인해 Toyota와 Datsun이 價格을 18%인상시키므로써 兩社의 販賣不振을 초래한 것 이외에도 價格面에서 輸入車보다 싼 美國產 Sub-compact Front-Wheel-Drive인 Dodge Omni, Plymouth Horizon 및 Chevrolet Chevette 등이 輸入市場을 강력하게 침투하고 있기 때문에 전반적으로 輸入自動車の 販賣가 저조했던 것으로 풀이되고 있다.

78年度 輸入自動車 販賣現況

(單位: 臺)

車 種	1978	1977
Toyota	441,800	493,048
Datsun	338,096	388,378
Honda	274,876	223,633
Volkswagen*	216,709	260,702
Subaru	103,274	80,826
Fiesta	76,145	40,549
Mazda	75,309	50,608
Fiat	60,435	63,479
Volvo	50,177	45,991
British Leyland	47,885	68,371
Colt	44,570	70,679
Mercedes-Benz	42,950	43,924

Audi	40,878	35,849
BMW	28,776	31,457
Arrow	28,296	47,345
Opel	19,222	29,067
Challenger	17,649	1,832
Porsche	17,017	19,896
Saab	15,406	13,023
Renault	15,387	13,001
Sapporo	12,777	1,406
Peugeot	9,061	10,002
Others as Group	13,127	33,363

Totals 1,989,822 2,066,429

*Excluding sales of U.S. Built Rabbits.

[資料: Chicago Tribune]

輸入車의 美國市場 占有率 (單位: %)

區 分	1978	1977
a-General Motors	47.6	46.0
a-Ford	22.8	22.8
a-Chrysler	10.1	10.1
American Motors	1.5	1.6
Toyota	3.9	4.4
Datsun	3.0	3.5
Volkswagen	2.1	2.0
Honda	2.4	2.3
Other Import	6.6	7.3
Total Domestic	82.2	81.5
Total Imported	17.8	18.5

a-Excludes Imports sold by these makers.

[資料: Wall Street Journal]

3. 中間型車 人氣持續

1972~78년 기간중 美國 消費者들은 自動車を 크기에 따라 선호하는 추세를 보였다.

Full-Size 自動車에 대한 需要는 거의 10년 이상 漸減 추세를 보이다가 76년도 新規自動車販賣의 22.9%를 차지하여 75년도의 21.9%에 비해 다시 增加하기 시작하여 77년에는 24.4%에 달했으나 78년도에는 약간 減少한 22.9%에 머물렀다.

中間型車(Intermediates)는 76년에 전체 自動車市場의 28%를 차지하여 自動車販賣史上 처음으로 가장 인기있는 車種으로 등장한 이래 1977~78년 중에도 계속 그 地位를 유지하고 있다.

Sub-Compacts의 경우 그 人氣가 계속 漸增해 오다 75년도 市場占有率이 기록적인 30.6%에 올

랐으나 76년에 격감하여 23.8%에 불과했다.

그러나 美國에서 全國적으로 관심을 불러 일으키고 있는 에너지 節約運動의 여파로 인해 그 市場占有率은 다시 회복세를 보이기 시작하여 77년에 25.9%, 78년에는 26.6%를 보여주고 있다. Compacts의 需要는 에너지 파동 이후 漸增해 오던중 76년도에 絶頂인 24.1%에 달했다가 77년에는 21.3%, 78년에는 21.7%에 머물고 있다.

한가지 注目할 만한 것은 美國産 Sub-Compacts가 여태까지 輸入自動車의 아성이었던 Sub-Compacts市場에서 두각을 나타내기 시작한 것이다. 美國內에서 최초로 Sub-Compacts가 生産되어 市販된 것이 1971년이었는데, 그해 Sub-Compacts 市場의 35.6%를 차지하였다.

그 후 美國産 Sub-Compacts의 需要는 계속 증가하여 74년에는 美國産이 Sub-Compacts 市場의 47%를 차지하여 絶頂을 이루었다가 77년에는 34.3%로 그 市場占有率이 격감했다.

그러나 78년도에는 美國內 業者들이 달러의 下落으로 輸入 Sub-Compacts보다 價格 경쟁면에서 유리한 입장을 십분 이용하고 과감한 Marketing 戰略을 활용했을 뿐만 아니라 Chrysler社가 처음으로 Omni 및 Horizon 등의 Sub-Compacts를 市販함으로써 美國産 Sub-Compacts의 市場占有率은 41.7%로 급증하게 되었다.

4. 小型輕量車 選好度 急增

비록 最近 3년동안 大型乘用車에 대한 消費者의 인기가 약간씩 증가하는 추세를 보여주고 있지만, 長期的인 안목에서 볼 때 가스費節約의 큰 이점을 가지고 있는 보다 小型이고 車體의 무게가 가벼운 乘用車에 대한 인기가 急增해 갈 것으로 보인다.

특히 75년에 美國會를 통과한 에너지 保存法(The Energy Policy and Conservation Act)에 의해 自動車 메이커들은 자기 會社의 78年型 總生産의 평균 走行距離가 18마일이 되도록 해야 하며 79年型은 평균 19마일, 오는 85년까지는 평균 27.5마일이 되도록 하는 것을 義務化하고 있다.

그 결과 美國의 自動車業界는 77年型車種부터 제 1단계 작업으로 거의 모든 車型을 舊型에 비

해 약간씩 小型化시키는 작업을 시작했으며 이러한 작업은 81년까지 계속될 것이고 80년대 초반에 가서는 제 2단계 작업으로 車體를 小型化하면서 무게를, 최소로 줄이는 급격한 技術의인 변화까지 초래될 것으로 展望되고 있으므로 앞으로 消費者의 選好度는 더욱더 小型車 쪽으로 기울어질 것으로 예상된다.

5. 79年 輸入車 展望 흐려

78년도 美國內 自動車 總販賣는 販賣史上 기록적인 73년도의 1,140만대에 비해 불과 1.2% 부족한 1,130만대였다. 同市場 분포 상황을 보면 美國內 메이커들의 販賣는 前年對比 2.1% 증가한 82.2%인 반면 輸入自動車의 販賣는 오히려 前年對比 3.7% 감소한 17.8%였다.

이와 같은 現象은 달러 價値의 下落으로 인해 美國內 메이커들이 日本이나 西獨車 값보다 싼 價格으로 小型 輸入自動車市場을 강력하게 침투한 때문인 것으로 지적되고 있다.

今年에는 輸入車를 포함해서 약 1,080만臺가 販賣될 것으로 전망되고 있는데, 美國內 메이커들이 계속해서 輸入小型車市場으로 침투하는 한 輸入小型車 市場占有率은 前年보다 감소한 16.7% 정도가 될 것으로 豫想되고 있다.

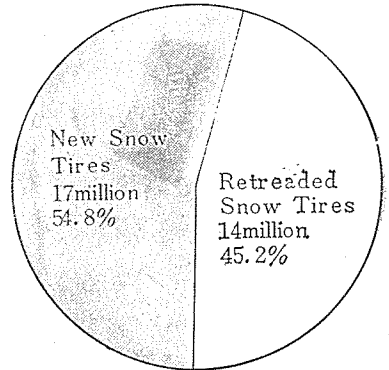
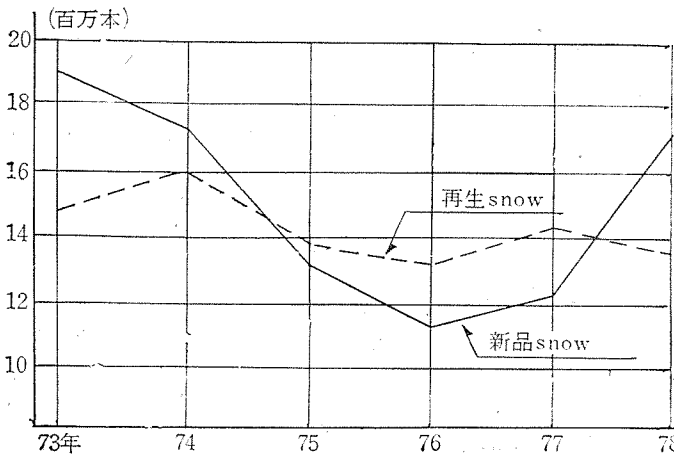
6. 에너지 節約型車 開發에 注力

美國內의 自動車生産 및 販賣의 추세는 급격한 변화는 없을 것으로 본다. 다만 에너지 節約型인 小型車의 인기가 75년도에 絶頂에 이르다가 약간 減少하는 경향이 있긴 하나 美國의 에너지 法案과 現 行政府가 직면하는 石油消費의 감소 운동 등의 영향에 힘입어 小型乘用車의 選好度는 自意 또는 政府의 권고에 의한 增加가 豫想되고 있다.

지금까지 小型乘用車 市場은 주로 輸入品이 大宗을 이루었으나 주로 日本 또는 西獨의 貨幣價値 上昇의 영향을 받아 이들 國家로부터의 輸入 自動車는 價格競爭力을 점차 喪失하고 있는 반면에 美國內 主要 自動車 生産業界는 小型乘用車의 增産에 박차를 가하고 있고, 또한 販賣戰도 치열하다. ……………《p. 20에 계속》

3. 其他 타이어

스노 타이어 販賣實績



[그림 8] 乘用車用 스노 타이어의
新品 對 再生의 比率



《p. 23의 계속》

韓國은 아직 美國市場에 輸出하지 않고 있으나 先進 有數한 國家의 乘用車와 美國 市場에서 장차 경쟁을 하기 위해서는 단계적인 輸出戰略이 요청된다.

첫째로 에너지 節約型의 특징을 살리고 현재 量產하여 사용되고 있다는 사실을 널리 홍보해 야 한다. 그러기 위해서는 自動車 展示會 (시카고, 年 1回, 2月)에 出品하여 消費層에 선을 보여 야 할 것이다.

둘째로 價格競爭力이 있어야 한다.

基礎價格이 小型車인 경우 最下 3,200달러線으로 부터 최고 7,500달러線이지만 小型車의 特性은 價格에서 選好度의 影響을 많이 받고 있기 때문

에 4,000달러線의 乘用車의 人氣가 압도적이다.

세계로는 아프터 서비스를 어떤 車種보다도 잘 해 주어야 최초의 市場進出에 성공한다고 볼 수 있다. 그러기 위해서는 딜러의 선택이 중요 하다. 현재 보편적으로 12개월 또는 1만2천 마일 내에서는 無料로 아프터 서비스를 提供하는 것이 통례이다.

韓國은 앞으로 美洲地域을 乘用車販賣의 최후 據點으로 하여 販賣할 것을 고려한다면, 지금부터 단계적인 戰略을 추진하여야 한다.

美國市場에서 성공한다면 韓國自動車의 名聲은 명실공히 世界市場의 自動車가 될 수 있기 때 문이다. (79. 1月號 Modern Tire Dealer)