

현안리포트 05-

# 현대자동차 앨라배마 공장 준공의 영향과 의의



2005.5

**kotra** 해외조사팀

## 요 약

현대 자동차의 미국 앨러바마 공장이 2005.5.20 준공식을 갖고 양산 및 판매에 들어간다. 앨러배마 공장은 현대가 최초로 고비용 국가에 설립한 생산시설로서 일본 메이커가 시장 지배력을 넓혀가고 있는 세계 최대의 자동차 시장에서 한국 메이커가 어떤 성과를 보일 지에 관심이 집중되고 있다. 미국 자동차 시장의 최근 동향은 “빅3 하락, 외국차 상승”, “북미산 하락, 수입산 상승”으로 축약될 수 있다.

KOTRA가 자동차 업계 유력인사를 대상으로 실시한 설문조사에서 응답자들은 앨러배마 공장의 준공이 적절한 시기에 이루어졌다고 하였으며 현대차는 고유의 세그먼트를 가지고 있기 때문에 시장 부진에도 불구하고, 판매량을 지속적으로 늘려 나갈 수 있을 것으로 전망했다. 또한 이들은 앨러배마 공장의 연착륙을 위해서 현지화 확대, 부품현지조달 확대, 품질 안정화를 가장 중요한 요소로 꼽았다.

미 자동차 업계는 현대 소나타를 일본 중형차의 독주를 막을 수 있는 유일한 제품으로 보고 있으며 앨러배마 공장의 성공적 런칭이 예상되면서 동반진출한 부품업체, 그리고 향후 진출할 후발업체들에게 커다란 교두보가 마련된 것으로 평가하고 있다.

향후 5년내에 중국산 자동차의 수입이 예상되는 미국시장에서 현대차가 지속적으로 점유율을 높여가기 위해서는 초기 품질 안정화와 내부 경영관리 정상화에 주력하는 한편 다양한 모델 개발, 친환경 기술 개발 등에 투자하여야 한다.

# 목 차

I. 엘라배마 공장 개요 .....	1
II. 미국자동차 시장 생산 및 판매동향 .....	5
1. 미국의 자동차 생산 현황 .....	5
2. 미국의 브랜드별 자동차 판매 현황 .....	6
III. 세계자동차 생산 전망 .....	9
1. 글로벌 생산 전망 .....	9
2. 현대자동차 생산 전망 .....	12
IV. 엘라배마 공장 가동의 영향 및 의의 .....	17
1. 관련업계의 현대차 미국공장 개설에 대한 반응 .....	17
2. 중국차의 미국상륙 전망 및 현대에 미치는 영향 .....	20
3. 바이어 설문조사 결과 .....	23
V. 결 론 .....	29

# I. 엘라배마 공장 개요

## □ 엘라배마 공장 개황

- 공장명 : 현대차 엘라배마 공장
  - \* 영문 : Hyundai Motor Manufacturing Alabama, LLC (HMMA)
  
- 기공일 : '02. 4. 12
  
- 개설일 : '05. 5. 20(금)
  
- 위치 : 미국 알라바마주 몽고메리시 인근 217만평(약 1,744에이커) 부지
  
- 투자액 : 10억달러
  
- 생산능력 : 연 30만대
  - '05.3월부터 쏘나타 양산, 5월 개소식 이후 판매 개시
  - '05년 생산계획 : 쏘나타 91,000대
  - '06년 싼타페 후속모델(CM) 추가 생산
  - '09년까지 연 30만대로 생산량 확대
  
- 공장구성 및 특징
  - KD(Knock Down)나 CKD(Completely Knock Down) 방식의 단순 조립공장이 아닌 엔진, 프레스, 차체, 도장, 의장공장 등 자동차 제작 및 조립의 전과정과 각종 테스트를 독자적으로 수행할 수 있는 종합자동차 생산 공장
  - 최첨단의 신기술 및 신공법을 적용하여 향후 현대차 해외공장 건설 및 운영의 표준모델화.

- 특히 차체라인은 기존공장보다 한단계 업그레이드되어 100% 자동화 되었고, 다차종 생산이 용이하고 투자비가 적게 드는 장점이 있음

## □ 고용현황

- 직접고용창출 : 2,500명 (현대 알라바마 공장)
- 간접고용창출 : 4,000명 (동반진출한 부품업체에서의 추가 고용인원)
- 한국에서 파견한 품질전문가 : 350명 (공정간 품질시스템 구축 및 전사품질경영체제 확립)

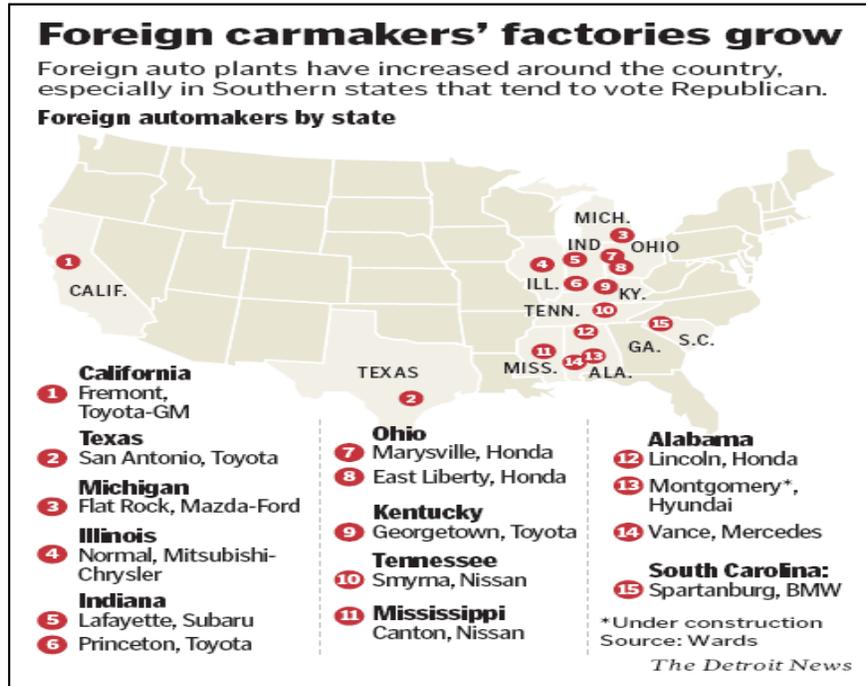
## □ 앨라배마 공장의 생산 및 품질 지원을 위한 부대시설

- 미국내 현대차 지원시설 : 캘리포니아 디자인 연구소, 디트로이트 기술연구소, 모하비 주행시험장
- 목적 : 현지 연구개발(R&D) 및 테스트 거점과 연계하여, 설계 및 디자인에서부터 차량시험 및 평가에 이르기까지 철저한 현지화를 추진 현지 고객의 감성과 기호에 맞춘 차량 생산을 통해 북미시장 판매확대를 도모하고 글로벌 브랜드 이미지 제고

## □ 앨라배마주 외국브랜드 진출 현황

- 외국브랜드는 미국 빅3사와의 합작 또는 단독투자를 통해 미국에 생산공장을 건설해 오고 있으며, 현대 앨라배마 공장은 15번째 외국계로서, 5월초 준공식을 거행한 Mercedes-Benz공장과 인접한 곳에서 공장이 가동될 예정임

- 앨라배마 주에는 현대를 비롯해 혼다, Mercedez 등 3개 외국업체 진출



※ 앨라배마 주력생산품 소나타 특징

1. 기본가격 : U\$18,495 (기본사양 GL기준)
2. 판매목표 : 2010년까지 100만대 (쏘나타 등 현대 모든 모델포함)
  - \* 현대차 판매 추이 : 1998년 90,217대 → 2004년 418,615대 (464%) → 2010년 1,000,000대 (138.9%)
  - \* 연간판매 1백만대 돌파 외국브랜드 : 도요타, 혼다
3. 신형 쏘나타의 특징

- 차량 안전기준 강화
  - 측면포함 6개 에어백, 전자안전장치(electronic stability control), Anti-lock 브레이크 등을 기본사양으로 장착
  - \* 도요타 : 안전장치 및 측면에어백은 옵션사양  
(가격 : U\$1,300)
  - 혼다 : 사이드 에어백은 기본장착, traction control은 고급사양에만 장착
  
- 스타일 고급화, 크기 대형화
  - 스타일 : 보수적이며 우아한 느낌. 도요타 캠리와 큰 차이 없음
  - 크기 : 차체가 종전보다 커짐
    - . 내부공간은 렉서스와 아우디를 벤치마킹하여 넓은 프리미엄급이며 조용하고 차분한 느낌
    - . 트렁크는 미국인들이 선호하는 대형 공간으로 디자인
  
- 동종대비 가격경쟁력 보유
  - 쏘나타 GLS(2,400cc V4) \$21,496, LX(3,300cc, V6) \$23,495
  - \* 도요타 캠리 SE (3,300cc, V6) \$24,315, XLE V6 \$26,095
  
- 엔진출력강화 및 연비개선
  - 2006년형 출력 : 2,400cc V4 162마력, 3,300cc V6 235마력
    - \* 2005년형 : 2,400cc V4 138마력, 2,700cc V6 170마력
  - 연비개선 : V4엔진 갤런당 시내주행 24마일, 고속도로 34마일

## II. 미국자동차 시장 생산 및 판매동향

### 1. 미국의 자동차 생산 현황

연도		2002			2003			2004			2005.1~4			
		대수	증가율	비중	대수	증가율	비중	대수	증감율	비중	대수	증가율	비중	
승용차	빅3	GM	1,673	1.0	13.6	1,385	-17.1	11.4	1,182	-14.8	9.8	405	-5.7	9.8
		Ford	1,072	8.3	8.7	823	-23.2	6.8	696	-15.4	5.8	215	-29.5	5.2
		D.Chrysler	421	-3.9	3.4	363	-13.8	3.0	350	-3.6	2.9	122	-5.4	2.9
		계	3,166	2.7	25.7	2,571	-18.7	21.1	2,228	-13.4	18.6	742	-14.0	17.9
	일본브랜드	Honda	641	7.4	5.2	590	8.0	4.8	566	-4.1	4.7	189	-5.1	4.6
		Toyota	387	9.6	3.1	436	12.7	3.6	470	7.8	3.9	179	15.3	4.3
		Mitsubishi	203	5.2	1.7	126	37.9	1.0	91	-27.8	0.7	18	-50.6	0.4
		Nissan	235	48.7	1.9	322	37.0	2.6	365	13.4	3.0	136	24.0	3.3
		Subaru-Isuzu	103	-	0.8	97	5.8	0.8	105	8.2	0.8	34	30.2	0.8
		계	1,569	4.7	12.7	1,571	0.1	12.9	1,597	1.7	13.3	556	3.9	13.5
기타	292	1.4	2.4	373	27.7	3.1	410	9.9	3.4	188	60.7	4.5		
소계	5,027	3.0	40.8	4,515	10.1	37.1	4,235	-6.2	35.3	1,486	-1.9	35.9		
트럭	빅3	GM	2,420	17.1	19.6	2,504	3.6	20.6	2,399	-4.3	19.9	709	-15.2	17.2
		Ford	2,341	3.2	19.0	2,296	0.6	19.1	2,318	-0.4	19.3	792	-3.9	19.2
		D.Chrysler	1,420	11.6	11.5	1,448	1.7	11.9	1,424	-1.7	11.9	503	-8.8	12.2
		계	6,181	10.2	50.1	6,248	1.7	51.6	6,141	-2.3	51.2	2,004	-9.4	48.5
	일본브랜드	Honda	112	-	0.9	252	125.0	2.1	236	-6.3	1.9	117	51.7	2.8
		Toyota	281	7.3	2.3	292	3.9	2.4	374	28.1	3.1	127	-5.2	3.1
		Nissan	174	3.6	1.4	200	14.9	1.6	386	93	3.2	168	28.1	4.1
		Subaru-Isuzu	29	65.1	0.2	25	13.8	0.2	13	-48	0.1	2	-72.6	0.05
		계	596	15.7	4.8	769	29.0	6.3	1,009	31.2	8.4	414	15.6	10.0
		기타	524	1.7	4.3	603	15.1	5.0	613	1.7	5.1	230	-44.4	5.6
소계	7,301	10.0	59.2	7,454	4.8	62.9	7,763	1.4	64.7	2,648	-4.3	64.1		
합계	12,328	7.1	100	11,969	1.3	100	11,998	0.4	100	4,134	-3.5	100		

\* SUV, 미니밴 등은 트럭으로 분류됨

\* 자료원: Automotive News

○ 2005년 1월~4월까지 북미의 자동차 생산은 총 413만대로 지난해 동기 대비 3.5% 감소함

- 승용차 부문의 생산량은 전체적으로 1.9%의 감소세를 보였으며 특히 GM, 포드, 다임러크라이슬러등 미 빅3의 승용차 생산량은 14%가 감소하는등 높은 뚜렷한 감소세를 보이고 있음
- 반면 토요타, 혼다, 닛산등 일본의 승용차 생산은 3.9% 증가하여 일본 승용차의 생산 증가세가 두드러지고 있음

- 트럭부문에서의 생산량은 GM, 포드등 미 빅3의 생산감소가 두드러져 9.4%가 감소하였으며 일본완성차 업체의 트럭생산은 지난해 동기 대비 15.6%가 증가하여 트럭생산에서도 일본 완성차 업체의 생산 증가가 두드러진 것으로 나타남
- 2004년 미국의 자동차생산은 전년대비 0.4% 소폭 증가한 1,199만대
  - 2004년 승용차 생산은 2003년의 451만대에서 6.3%가 감소한 423만대를 기록하여 424만대를 생산한바 있는 1958년 이후 최저의 생산대수를 기록하였으며 트럭 생산은 2003년 743만대 대비 4.4%가 증가한 776만대를 기록하여 역대 최고의 생산량을 기록함
  - 미국의 빅3는 한국, 일본업체의 약진으로 판매감소 및 시장점유율 하락이 두드러졌는데 포드의 경우 지난해 348만대의 자동차를 생산하여 지난 12년 기간중 최하실적을 보였고 GM은 499만대 생산에 그쳐 1998년 이후 처음으로 생산량이 5백만대 이하로 하락함
  - 지속 감소하는 빅3의 시장점유율은 2004년 60% 이하로 떨어진 58.8%를 기록하였으며 이는 외국산 자동차의 시장 점유율이 2003년 32.6%에서 34.6%로 2포인트 상승한 것과 뚜렷한 대조를 보이고 있음

## 2. 미국의 브랜드별 자동차 판매 현황

구분		2003		2004		2005. 1~4	
		판매대수(대)	판매대수(대)	증감율	판매대수(대)	증감율	
빅3	GM	4,714,782	4,655,459	-1.3%	1,383,104	-4.9%	
	포드	3,477,444	3,319,636	-4.5%	1,037,832	-4.3%	
	D.C	2,346,168	2,427,589	3.5%	815,915	5.4%	
일본	도요타	1,866,314	2,060,048	10.4%	717,702	13.6%	
	혼다	1,349,847	1,394,048	3.3%	443,779	4.0%	
	닛산	794,417	985,988	24.1%	356,423	16.1%	
유럽	폭스바겐	389,526	336,422	-13.6%	86,556	-13.3%	
	BMW	276,957	296,416	7.0%	91,058	3.4%	
한국	현대/기아	637,692	688,670	8.0%	231,457	12.3%	
총계		16,675,704	16,912,613	1.4%	5,398,381	1.2%	

\* 자료원: Automotive News

- 2005년 1월~4월까지의 자동차 판매는 지난해 동기대비 1.2%가 증가한 539만대를 기록함
  - GM과 포드가 각각 138만대, 103만대를 판매하여 지난해 동기 대비 4.9%, 4.3%의 감소세를 보였으며 빅3중 유일하게 크라이슬러만이 81만대 판매로 5.4%의 증가세를 보임
  - 도요타는 71만대를 판매하여 13.6%의 판매 증가로 크라이슬러와의 격차가 불과 10만대 남짓으로 줄었으며 뒤를 이어 혼다가 44만대로 4.0%의 증가세를 보인데 이어 닛산은 16.1%의 높은 판매성장세를 보이며 35만대를 판매함
  - 현대는 12.3%의 판매증가세로 23만대가 판매되어 일본 완성차 업체와 함께 자동차 시장의 새로운 브랜드로 떠오르고 있음
- 2004년 미국의 자동차 판매시장은 2003년 하반기 이후 본격화되고 있는 경제 회복세와 소비지출 증가 및 완성차 업체간 판매경쟁 심화등 완성차 생산시장에 소폭 증정적인 영향을 미치는 요소가 있기는 하였으나 완성차 업체의 전반적인 생산성 저하등으로 판매는 1.4% 증가에 그침

- 2004년 중 판매실적은 지난 2000년 역대 최고치인 1,740만대 판매고 이후 3년 연속 지속된 판매감소세에서 처음으로 벗어나 2003년 대비 1.4% 증가한 1,691만대의 판매를 기록함
- 2004년중 미국의 자동차 판매시장에서 특기할 만한 점은 미국 완성차 업체 빅3중 GM과 포드가 각각 1.3%, 4.5%의 판매 감소세를 기록한데 반해 유일하게 크라이슬러가 3.5%의 판매증가세를 기록한 것으로 지난 2년간의 구조조정을 거친후 크라이슬러가 신모델 출시 등이 성공하면서 판매가 증가된 것으로 분석되고 있음
- 반면 일본브랜드의 자동차 판매는 3%~24%수준의 증가세를 기록하여 일본 완성차 업체의 미국 시장 공략이 더욱 확대된 것으로 나타났는데 승용차 판매가 1.7%의 증가세를 보인데 반해 경트럭 판매는 31.2%의 높은 증가세를 보였으며 Nissan의 트럭판매는 93%가 증가하여 일본트럭 판매 증가세의 견인차 역할을 한 것으로 나타남
- 결국 미국의 자동차 판매 비중은 <빅3하락, 외국차 상승>, <북미산하락, 수입산 상승>현상이 지속되고 있는 것으로 요약됨

### Ⅲ. 세계자동차 생산 전망

#### 1. 글로벌 생산전망

##### □ 국별 생산 전망

- 2005년 기준 전세계 자동차 생산대수는 6,146만대로 예상되며, 1위 생산국은 미국으로서 1,160만대(비중 18.9%), 2위 일본 990만대 (비중 16.1%), 3위 독일, 4위 중국, 5위 프랑스, 6위 한국의 순으로 생산순위가 매겨질 전망이다.

국가별 자동차 생산 순위

순위	1997	2001	2005	2008	2011
1	미국	미국	미국	미국	미국
2	일본	일본	일본	일본	일본
3	독일	독일	독일	중국	중국
4	한국	프랑스	중국	독일	독일
5	프랑스	한국	프랑스	프랑스	한국
6	캐나다	스페인	한국	한국	프랑스
7	스페인	캐나다	스페인	스페인	스페인
8	영국	멕시코	캐나다	캐나다	브라질
9	브라질	영국	브라질	브라질	캐나다
10	이태리	중국	영국	멕시코	멕시코
11	멕시코	브라질	멕시코	영국	인도
12	벨기에	이태리	인도	인도	영국
13	러시아	벨기에	러시아	러시아	태국
14	중국	러시아	태국	이태리	이란
15	인도	인도	이태리	태국	러시아

자료원 : CSM Worldwide

- 2010년 전세계 자동차 생산량은 7,238만명에 달할 것으로 예측되는 가운데, 1위 미국, 2위 일본의 체제가 유지되지만 중국에서의 자동차 생산이 급증하며 중국이 3위 생산국으로 올라서며, 독일은 4위로 밀려나고, 한국은 프랑스를 제치고 5위로 한단계 뛰어오를

것으로 전망됨.

- 특히, 중국은 2001년 세계 10위의 생산국이었지만 다국적 자동차 생산업체들의 진출 및 중국기업들의 약진으로 10년 만에 3위의 생산대국에 경충 뛰어오르게 됨. 2010년 중국의 자동차 생산량은 769만대에 달해, 생산비중은 10.6%로 확대되고, 증가율은 2005년 대비 5년만에 무려 83.5%가 늘어날 것으로 예상됨.
- 또한, 중국의 도약과 더불어 브라질, 멕시코, 인도, 태국, 이란, 러시아 등 저비용국가에서의 자동차 생산량이 늘어나는 반면, 생산비용이 높은 캐나다, 영국 등은 생산량 감소와 함께 생산기지로서의 매력도 점차 상실할 전망이다.

#### □ 브랜드별 글로벌 생산비중

- 2010년 자동차메이커의 생산순위 기준으로 1위 도요타(13.7%), 2위 GM(12.5%), 3위 포드(11.5%), 4위 르노/니산(10.2%), 5위 폭스바겐(8.7%), 6위 현대(7.4%) 순으로 전망됨

#### 10대 브랜드의 글로벌 생산비중

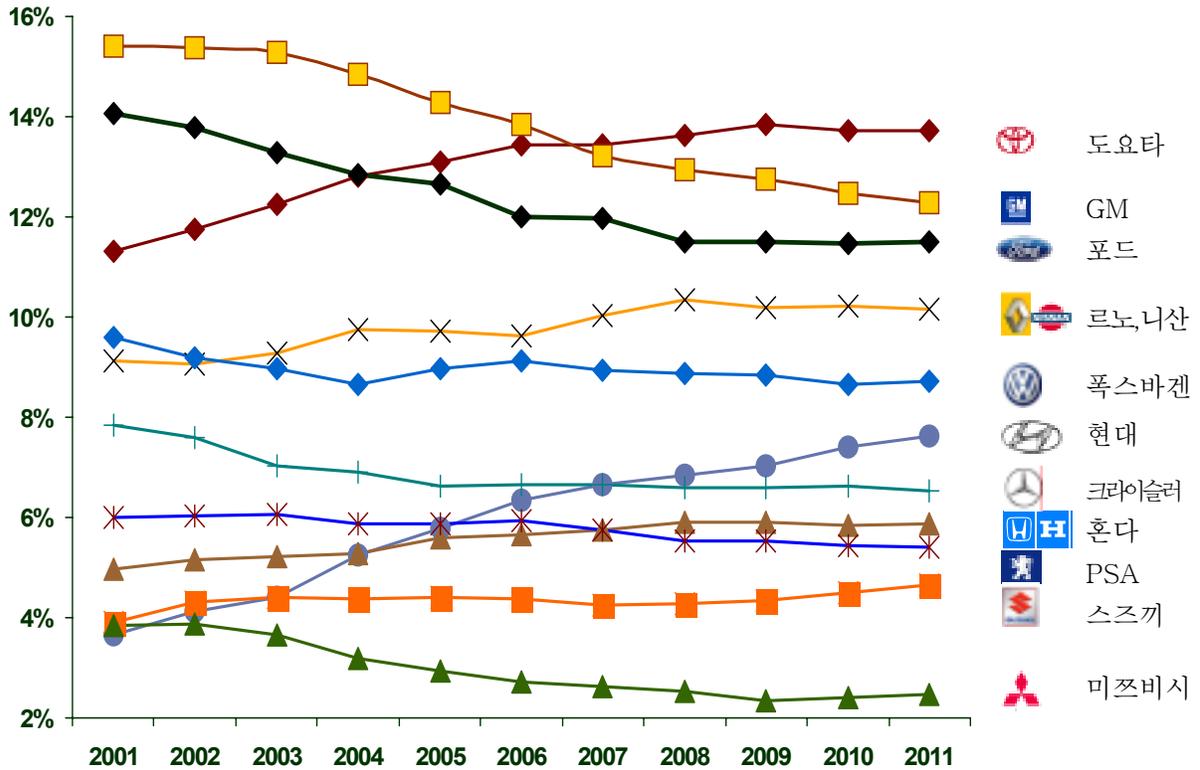
(단위 : %)

No	회사명	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	도요타	12.8	13.1	13.4	13.4	13.6	13.8	13.7	13.7
2	GM	14.8	14.3	13.9	13.2	12.9	12.8	12.5	12.3
3	포드	12.8	12.7	12.0	12.0	11.5	11.5	11.5	11.5
4	르노/니산	9.8	9.7	9.6	10.0	10.3	10.2	10.2	10.2
5	폭스바겐	8.6	9.0	9.1	8.9	8.9	8.8	8.7	8.7
6	현대	5.2	5.8	6.3	6.7	6.8	7.0	7.4	7.6
7	다임러크라이슬러	6.9	6.6	6.6	6.7	6.6	6.6	6.6	6.5
8	혼다	5.3	5.6	5.7	5.7	5.9	5.9	5.8	5.9
9	PSA	5.9	5.9	5.9	5.7	5.5	5.5	5.4	5.4
10	스즈끼	4.4	4.4	4.4	4.3	4.3	4.3	4.5	4.6

자료원 : CSM Worldwide

- 현재 세계 자동차 생산 1위를 힘겹게 사수하고 있는 GM은 생산 비중이 금년 14.3%에서 2007년 13.2%로 줄면서 도요타('05년 13.1% → '07년 13.4%) 에게 세계 1위의 자리를 내줄 것으로 예측되며, 2010년에는 도요타 13.7%, GM 12.5%로서 글로벌 생산비중 격차가 1.2%로 더욱 확대될 것으로 예상됨
- 현대의 생산비중은 금년 5.8%로서 세계 8위 수준이지만 2006년에는 6.3%로 6위로 올라서며, 2007년부터는 6위를 유지하며 생산비중은 점차 늘어갈 전망이다
- 특히, 2010년에는 아시아업체가 글로벌 10대 브랜드중 4개나 차지할 것으로 보이며, 아시아 4대 업체(도요타, 니산, 현대, 혼다)의 글로벌 생산비중은 37.1%로 확대되어 미국 빅3 비중(30.6%)를 6.5%나 앞서 아시아 시대를 열어갈 것으로 예측됨

## 10년(2001-2011) 글로벌 브랜드의 생산비중 변화



자료원 : CSM Worldwide

## 2. 현대자동차 생산전망

### □ 글로벌 자동차 생산거점 변화

- 현대자동차는 2004년까지는 저비용국가(Low Cost Country)에서 생산이 이루어져 왔으나 2005년 미국 앨라배마 공장 개설과 함께 고비용국가(High Cost Country)에서의 생산을 개시할 예정임

## 현대차의 비용별 생산거점

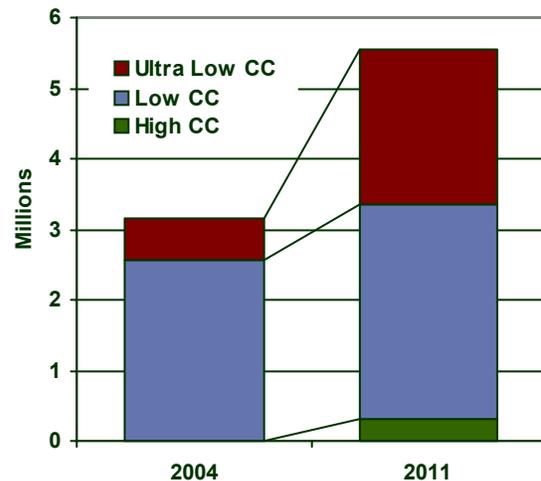
(단위 : 대, %)

생산거점	2004년		2011년	
	생산량	비중	생산량	비중
High CC	-	-	298,880	5.4
Low CC	2,558,548	81.4	3,050,432	54.8
Ultra Low CC	583,508	18.6	2,212,980	39.8
계	3,142,056	100	5,562,292	100

자료원 : CSM Worldwide

○ 2004년에는 저비용국가에서 256만대, 초저비용국가에서 58만대를 생산하여 저비용 위주의 생산거점을 두고 있었으나,

○ 2011년에는 고비용국가에서의 생산이 30만대(5.4%), 저비용국가 305만대(54.8%), 초저비용국가 220만대(39.8%)로 포지셔닝하면서 저비용국가 생산량이 대폭 줄고 고비용국가와 초저비용국가로 생산을 늘려갈 전략임.



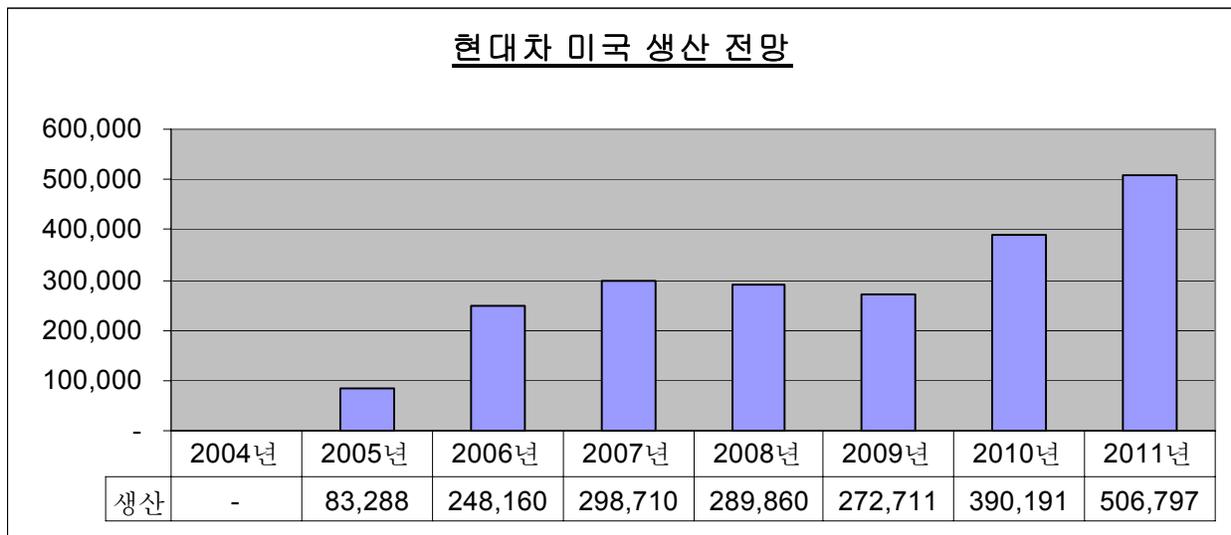
○ 현대 자동차의 미국 생산량은 앨라배마 공장가동에 따라 금년에 8만 3천대로 계획되어 있으며, 2007년에는 Full capa인 30만대에 달했다가 미국경기 하락의 여파로 2009년에는 다소 감소하다가 2010년부터 30만대를 상회할 전망이다

○ 한편, 현대의 글로벌 생산량은 2005년 360만대, 2009년에는 500만대를 돌파하고, 2011년에는 2005년보다 52% 증가한 556만대 수준

에 달할 것으로 예측됨.

## □ 현대차 북미생산 전망

- 자동차시장 전문분석기관인 CSM Worldwide는 앨라배마 공장 가동과 함께 금년도에 쏘나타 83,000대를 생산하고 2006년부터 SUV 차량인 싼타페 후속모델 생산을 개시할 전망이다
- 앨라배마 공장의 생산능력은 30만대 규모로서 2008년에는 생산능력에 근접한 29만대까지 생산량을 높이다가 미국경제 하향등의 영향으로 2009년에는 생산량이 다소 감소할 전망이다
- 그러나 2010년부터는 미국 신규투자로 인해 생산량은 39만대로 뛰어오르고, 2011년에는 50만대까지 생산량을 늘려갈 것으로 전망하고 있음

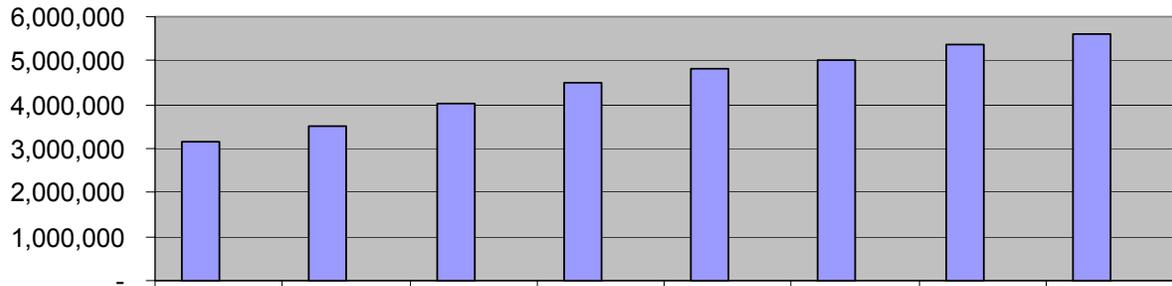


자료원 : CSM Worldwide

## □ 현대차 글로벌 생산 전망

- 현대는 2005년 최초로 고비용국가인 미국에서의 생산을 개시하며 이를 통해 글로벌 생산거점 확대의 새로운 국면에 접어들 계획임.
- 현대의 성장정책은 두가지 테마로서 구성되어 있는데, 첫째는 로칼 어셈블리를 통한 글로벌 시장 겨냥(Target global markets for localized assembly), 둘째는 이머징 세그먼트에서의 차종 확대 (Broaden product range across emerging vehicle segments)임
- 현대의 품질향상의 결과 미국, 유럽 등 성숙시장에서 시장이 확대되고 있으며, 또한 중국 등 이머징마켓에서도 상당한 마켓쉐어를 차지하였음
  - 글로벌 생산대수는 2004년 316만대에 달하였고 2005년 350만대, 2006년 400만대를 돌파하고 2009년부터는 500만대를 상회할 전망이다
- 현대차는 2004년부터 2007년까지 10%가 넘는 생산량 증가율을 보이다가 2008년부터는 10%미만대의 안정적 성장세를 이어갈 전망
  - 특히, 2001년 생산량은 197만대에 그쳤으나 10년만인 2010년에는 172%나 증가한 537만대에 달할 전망이다

### 현대차 글로벌 생산 전망



	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
■ 생산대수	3,159,517	3,500,155	4,037,629	4,501,975	4,810,349	5,027,741	5,357,905	5,613,718
■ 증가율(%)	25.5	10.8	15.4	11.5	6.8	4.5	6.6	4.8

자료원 : CSM Worldwide

## IV. 앨라배마 공장 가동의 영향 및 의의

### 1. 관련업계의 현대차 미국공장 개설에 대한 반응

#### □ 쏘나타는 일본차 독주에 브레이크를 걸 수 있는 유일한 차

- 미국 자동차 전문가들은 쏘나타를 일본 승용차의 미국시장 독주에 브레이크를 걸 수 있는 유일한 차로 평가하고 있음
  - 쏘나타는 도요타 캠리, 혼다 어코드, 니산 맥시마 등 중형승용차 세그먼트에 속하며 이들과 경쟁관계에 있음. 미국 빅3는 일본 승용차의 도전을 막기위해 시보레(GM사업부)의 말리부와 같은 차종을 개발하였으나 시장을 계속해서 상실하고 있음
  - 중형승용차 세그먼트는 시장이 두텁고 소비층이 많아 쏘나타의 출시에 손쉽게 반응할 수 있고, 품질이 우수한 데다가 미국소비자들의 구미에 맞게 디자인된데다가 가격도 저렴해 많은 장점을 갖춘 차로 평가됨
- 또한 현대차는 일본 도요타의 벤치마킹 대상이 될 정도의 좋은 평가를 받고 있음. 현대차 미국공장은 현대가 고비용국가에서 건설한 최초의 공장으로 엔진대형화(2,400→3,300cc), 디자인 고급화를 실현해 미국에서 성공 가능성이 높기 때문에 일본차들이 벤치마킹 대상으로 삼고 있음

#### □ 향후 6개월-1년이 성공의 관건

- 초기차량은 품질이 안정되지 않은 경우가 많기 때문에, 판매개시 이후 6개월~1년간 리콜이나 클레임이 없어야 소비자들로부터 강

한 신뢰를 받을 수 있음.

- 만약, 6개월 가량이 지나서 품질 불만 사례가 터져나오면 소비자들에게 '품질에 하자가 있는 차'로 낙인되어 생산이 난관에 부딪힐 수 있음

#### □ 동반 진출 한국부품업체의 성공도 초기 성공에 달려

- 엘라배마에는 '05.4월 기준 13개의 한국부품업체 13개사가 동반 진출한 상태로서 현대차의 현 생산능력 30만대로는 충분한 수익보장이 어렵다는 견해가 있음
  - 특히, 금년 9만대, 내년 15만대로 점차 생산량을 늘릴 계획이나 초기 판매가 성공하지 못한다면 부품업체들이 수익률 하락으로 경영난에 빠질 가능성이 높음
- 따라서 현대차의 품질이 안정되고 시장반응이 좋아야 부품업체의 성공도 보장가능함. 또한, 현대차 뿐만 아니라 도요타, 혼다, 미국 빅3 등에 대한 신규 납품을 통해 생산량을 확대해야 Cost Down을 실현해, 현대의 비용절감도 실현 가능함.

#### □ 공장가동에 대한 내부사정 해결 우선되어야

- 엘라배마 공장은 거의 대부분이 미국 노동자를 채용하여 가동하므로 초기단계에서 작업자 훈련도 및 숙련도에 문제발생 소지가 있음, 특히, 언어장벽, 한미간 문화차이로 인한 갈등요인이 상존함.
- 현대차를 따라 동반 진출한 부품업체들의 판로문제 등의 해결도 필요함. 현대만 바라보며 생산할 경우 투자대금 회수의 어려움은 물론 가격경쟁력 강화가 어려울 수 있음. 현대차의 품질향상 및

가격경쟁력 확보는 공급업체들의 경쟁력이 어느정도인가에 달려 있음

- 따라서, 현대가 미국에 연착륙하려면 품질안정화, 디자인개발, 가격정책 등 시장개척을 위한 기본적인 요인들을 충족시킴은 물론, 내부문제에 대한 정확한 진단과 치료가 수반되어야 함.

#### □ 제2의 미국공장 건설은 앨라배마 공장에 달려있어

- 현재 기획단계인 기아자동차의 진출이 구체화되려면 현대 앨라배마 공장의 성공이 우선되어야 함

#### □ 다양한 모델개발 필요

- 앨라배마 공장의 주력 생산품은 쏘나타이며 2006년부터 싼타페를 추가 할 계획이며, 그외의 차종의 생산계획은 없는 것으로 알려져 있음
- 미국인들은 트럭, 밴 등 대형차종을 선호하는 경향이 강하므로 이러한 세그먼트를 겨냥한 차량개발이 필요함

#### □ 현대차 딜러 - 광고 지속해야

- 딜러들은 미국소비자들이 현대차의 품질을 인정하고 있으며 NF쏘나타 기다리는 고객이 밀려 있으므로 판매량 증가를 예상하고 있음
- 특히, 초기단계에서 대대적 광고가 필요하며, 주요 스포츠행사(예, 농구, 야구)에 대한 광고스폰서도 효과적임. 간단한 Key chain 등도 광고수단으로 활용가능

- 과거 시행하다 자금부족으로 중단한 Lease Program의 재시행도 판매량 증가에 매우 긍정적 영향을 줄 것임

<현대차의 미국시장 성공요인>

- 품질향상 및 소비자 신뢰성 증가
  - 쏘나타를 2004년 가장 신뢰받는 차로 선정 (Consumers Report지)
  - 지난 6년간 품질 57% 개선, 동일브랜드 재구매비율이 (Customer Retention Rate) 58%로 혼다 제치고 4위 기록 (JD 파워)
  - Initial Quality Survey에서 혼다와 공동 2위, 1위 도요타 (JD 파워)
  - 최장기간 워런티 제공 : 10년/10만마일 (경쟁사들 3년/5만마일)
- 딜러망 (판매대리점) 확대
  - 현대와 기아자동차만을 판매하는 딜러수가 지속적으로 늘고있음
  - 현대는 현재 662개인 판매망을 금년말까지 700개로 늘리고, 장차 1천개로 늘릴 계획임 (기아는 4년전 54개소에서 357개로 확대)
  - \* 미국은 딜러가 완성차업체로부터 직구매후 최종소비자에게 파는 시스템이므로 딜러수의 증가는 판매량 증가와 직결
- 고부가가치 지향
  - 동급대비 가격이 저렴하고 가치가 높다는 인식 확산
  - 가격경쟁에서 우위를 점할 수 있었던 요인은 한국의 노동력이 우수하나 상대적으로 저렴한 인건비에 있었음

## 2. 중국자동차의 미국 상륙 및 현대에 미치는 영향

- 중국자동차의 미국진출 계획

- 미국 Visionary Vehicles LLC사와 중국 Chery Automobile사가 2007년부터 5개모델 25만대를 미국시장에 판매키로 합의하면서 구체화
- Visionary Vehicles LLC
  - 설립자 Malcom Bricklin은 과거 Subaru와 Yugo 자동차를 미시장에 수입했다가 시장악화로 도산경험이 있음
  - Chery와의 합의를위해 2천만달러 투입계획. 투자자금은 Allen & Co사 (주고객 : 디즈니, 코카콜라, 유니버설 스튜디오 등)를 통해 모금
- Chery Automobile사
  - '97년 설립 (본사 Anhui Province소재)
  - 중국의 8대 자동차메이커로서 지난해 9만대를 중국에 판매
  - \* GM대우 마티즈의 디자인 도용으로 소송 중
- 미국진출 전략
  - 동종모델대비 30% 낮은 가격으로 판매
  - 10년/10만 마일 워런티 부여

## □ 중국자동차의 미국진출에 대한 반응

- 품질수준을 고려할 때 아직은 시기상조라는 반응임. 미국시장에 진입하려면 가스배출량, 안전도, 소비자수준 등 미국의 까다로운 규정에 부합해야 하나, 아직은 중국이 미국 규정에 미달하므로 빨라도 2010년은 되어야 가능할 것으로 전망
- Chery의 대표모델인 QQ는 GM의 Chevrolet Spart(대우 마티즈)를 모방했다고 소송중이며, Chery사는 중국내에서도 이류자동차그룹으로 분류. 또한 국영기업으로 중국정부의 보호를 받으며 성장하였고 국제시장에 대한 경험이 부족하다는 지적도 제기됨

- 중동, 아프리카 등지에 수출을 하고 있지만 미국시장과는 다르며, 미국내 판매망과 애프터서비스, 브랜드인지가 없는 것도 걸림돌임
- 또한, 2007년부터 25만대를 판매하기 위하여는 250개의 딜러망 구축, 2년대 수입준비 완료 등이 선결되어야 하나 이는 전례없는 일로 거의 불가능할 것으로 보고있음.
- 단, 상하이 자동차는 독자상품없이 GM의 미니밴을 생산하면서 이탈리아 디자인업체, 오스트리아 엔진업체, 한국 쌍용자동차를 인수하면서 몸집을 키웠고, 영국의 MG Rover 인수를 기획중이므로 향후 세계 자동차시장 진입의 여력을 갖출 수도 있다는 의견도 있음

#### □ 현대에 미치는 영향

- 미국의 자동차 생산성평가 전문기관 Harbour사는 “중국차가 향후 5년 이내에 미국에 수입되는 것은 피할 수 없는 일”로 받아들이고 있을 정도로 2010년에 중국차의 대미진출이 이루어질 것으로 보임
- 또한 중국의 저임금을 활용하여 동종모델보다 3배정도 싼 가격에 미국 진입을 공약하였고, 현대/기아차를 타겟으로 선정하면서 동시에 비즈니스 모델로 채택하였기 때문에 중국과의 격돌 가능성이 높음. 또한 가격면에서 중국은 low-end시장을 겨냥하고 있으므로 현대에 압박을 줄 수 있을 것으로 보임.
- 그러나 미국 소비자의 인정을 받으려면 최소한 5년의 기간이 필요하므로 중국이 당장은 위협적 존재는 아니지만, 향후에는 자본과 노동력을 바탕으로 한국 자동차를 위협할 것이 확실함.
- 따라서 한국이 중국보다 경쟁우위를 지키려면, 안전도, 품질, 환경친화적 기술 개발에 대한 투자확대, 선진기술 유출방지 등의 노력

을 배가해야 함

### 3. 바이어 설문조사 결과

#### □ 설문조사 개요

- 설문기간 : 디트로이트 자동차부품 박람회 기간 ('05.4.11-4.14)
- 설문대상 : 자동차, 자동차부품 바이어 및 엔지니어 51명
- 설문항목
  - 현대 엘라배마 공장 개설 시기의 적정성
  - 현대 미국공장의 가동에 따른 미판매시장에 미치는 영향
  - 현대의 현지생산으로 가장 영향을 많이 받을 브랜드
  - 현대차 생산에 따른 현대의 판매증가 예상
  - 현대의 성공적 정착을 위한 전략

#### □ 설문조사 결과

##### 1) 현대차 엘라배마 공장 개설시기의 적정성

- 바이어 반응
  - 설문응답자의 74.5%가 현대차의 엘라배마 공장 개설 시기를 매우 적절한 것으로 판단하고 있으며
  - 응답자의 25.5%는 다소 늦었다는 평가를 하고 있음. 다소 늦었다는 반응 21.6%, 너무 늦었다는 반응은 3.9%임
  - 2002년 이래 미국 자동차시장은 빅3의 퇴조 및 아시아업체들의 약진이 두드러지고 있는데, 금년 1-4월 기간중 현대는 12.3%의

판매신장율을 보여 일본의 니산(16.1%), 도요타(13.6%)에 이어 3위의 증가율을 보였고,

- 브랜드 인지도 상승에 따라 지속적인 판매증가세가 이루어질 것으로 보이는 등 현대에 대한 시장여건이 양호한 가운데 금년 미 공장에서 9만1천대를 생산할 계획이어서 현대차의 시장진입에 큰 어려움이 없을 것으로 전망됨
- 또한, 미국소비자들은 고유가시대를 맞아 전통적으로 선호하던 대형 SUV 또는 트럭에 대신 연료소모량이 적은 승용차(Sedan)로 선호가 변해가고 있는 것도 좋은 조짐으로 받아들여짐
- 미 빅3는 레저시비용(의료보험 및 퇴직연금)에 대한 부담으로 인해 부품조달시 가격을 가장 중요시하는 구매패턴으로 변해 갈 정도로 가격이 구매의 최우선 조건으로 꼽히는 시대이므로, 현대차의 저비용의 매력은 가격전쟁시대에 훌륭한 무기로 작동할 전망이다
- 이미, 도요타, 니산, 혼다 등 일본자동차 회사들은 수년전부터 미국에 공장을 건설하여 현지생산에 나서고 있음을 감안할 때 다소 늦었다고 지적하는 것으로 분석됨

○ 설문집계 (총응답수 : 51명)

개설시기의 적정성	적절	다소 늦음	너무 늦음	다소 이름	너무 이름
응답자수	38	11	2	-	-
비율(%)	74.5	21.6	3.9		

2) 현대차 미국공장에서 세단 및 SUV 생산이 미시장에 미치는 영향

- 금년 1-4월 동안 미국의 자동차 생산량은 3.5%가 줄어들 정도로 시장상황이 악화되었기 때문에 현대차 미국공장의 차량생산으로 인해 공급량 초과로 인한 시장불안 가중을 우려하는 목소리도 일

부 있었으나 92.2%에 달하는 응답자가 현대차가 자신에 맞는 고유시장을 창출할 것이기 때문에 시장에 던지는 충격이 거의 없을 것으로 전망하였음.

○ 설문집계 (총응답수 : 51명)

미국공장 생산의 영향	초과공급 발생	영향 미미	신시장 창출
응답자수	4	18	29
비율(%)	7.8	35.3	56.9

3) 현대차 미국공장 가동으로 가장 큰 영향을 받을 업체

- 미국시장이라는 한정된 파이를 놓고 현대차의 추가로 마켓을 상실하는 업체가 발생할 수 밖에 없다는 것이 중론이며, 현대차에 의해 가장 큰 영향을 받을 업체로 혼다, GM, 도요타, 포드를 꼽았으며 크라이슬러는 별다른 영향을 받지 않을 것으로 전망하였음
- 쏘나타는 도요타 캠리와 혼다 어코드를 겨냥, 길이는 더 길게, 넓이는 더 넓게 디자인하면서 2008년까지 품질에서 도요타를 따라잡겠다는 도전장을 내밀은 바 있음. 따라서 도요타와 혼다가 최대 영향을 받을 업체로 부각되어야 하나 GM은 안방시장인 미국에서 입지가 가장 크게 축소될 것으로 응답자들은 판단하고 있음
- 따라서 쏘나타와 사양이 비슷하면서 시장규모가 작은 혼다가 최대의 영향을 받고, 다음으로는 GM, 그리고 도요타가 영향을 받을 것으로 응답자들은 전망하고 있음.
- 그러나 영향을 받는 업체는 한 두개에 집중된 것이 아니라 미국시장의 Key Player들에게 고루 미칠 것으로 보는 시각이 높은 것으로 나타남

○ 설문집계 (총응답수 : 75명, 복수응답)

가장 큰 영향을 받을 업체	GM	포드	크라이슬러	도요타	혼다	기타
응답자수	18	11	7	16	19	4
비율(%)	24.0	14.7	9.3	21.3	25.3	5.3

#### 4) 현대차의 판매량 증가

- 현대차의 미국생산능력 30만대중 금년에는 91,000대의 쏘나타를 생산할 계획이며 이는 기존의 판매량에 덧붙여 얼마나 판매량 증대를 이끌어 낼 수 있느냐는 질문에 1-5%의 판매량 추가라는 응답이 45.1%로 가장 높았고, 6-10% 증대 33.3%, 현수준유지 11.8%, 11-20% 증가가 9.8%로 나타남
- 이런 응답은 2항의 현대차 미국생산이 미치는 영향에 대해 신규시장 창출이라고 응답한 것과 일맥상통하며, 추가 생산되는 전량이 미국에서 판매될 수 있다는 긍정적 반응으로 풀이됨
- 11.8%의 응답자를 제외하고는 88.2%의 응답자가 현대의 미국내 생산에 대해 판매량 증대에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 판단하고 있으며 또한, 판매량이 증가가 급격하기보다는 완만한 증가세를 유지할 것으로 보는 견해가 높음

○ 설문집계 (총응답수 : 51명)

개설시기의 적정성	적절	다소 늦음	너무 늦음	다소 이름	너무 이름
응답자수	38	11	2	-	-
비율(%)	74.5	21.6	3.9		

#### 5) 현대차 미국공장의 성공적 포지셔닝을 위한 전략

- 응답자들은 현대차 미국공장이 미국에서 성공적으로 포지셔닝을 하기 위한 전략으로 미국소비자들의 기호와 취향에 맞는 모델을 개발하는 것이 제일 중요한 요인으로 꼽고 있으며, 뒤를 이어 꾸준한 품질향상을 꼽았고, 다음으로는 미국부품업체로부터의 부품 조달 및 저가전략의 유지를 제안하였음. 광고강화는 제일 후순위로 밀렸음
- 소비자기호에 맞는 제품 개발을 위하여 Localization 전략의 강화가 필요하며, 소비자 설문, 시장조사등의 노력이 수반되어야 함. 예를들면, 쇼핑물품의 운반에 필요한 넓은 트렁크와 넓은 실내 공간 등 중대형 승용차가 고려될 수 있음
- 현대차가 풀어야 할 숙제중 하나는 부품의 현지조달을 늘리는 것으로서 현대차가 "Made in USA"로 자리잡기 위하여는 미국부품 사용량을 점차 늘려가면서 고가차량을 생산하는 전략도 필요할 것으로 분석됨
- 또한, 1990년대 현대차 미국에 처음 진출할 때 품질의 문제점으로 인해 고전한 것을 기억하는 미국인들이 많으므로 품질향상 노력을 지속하여 품질안정화에 주력해야 함
- 현대차에 대하여는 여전히 가격이 낮아서 매력적이라는 의견이 많으므로 당분간은 현재의 가격수준을 유지하되 점진적으로 가격인상을 고려하는 것이 필요할 것으로 판단됨
- 설문집계 (총응답수 : 68명, 복수응답)

성공전략	부품의 로칼 소싱 확대	소비자기호에 맞는 모델개발	품질관리 강화	광고강화	저가전략 유지
응답자수	15	21	16	1	15
비율(%)	22.1	30.9	23.5	1.5	22.1

## V. 결 론

### □ 현대차 판매증가세 지속

- 현대 쏘나타의 품질개선에 따른 소비자 인지도 상승, 신차출시에 대한 기대감 고조, 한국과 일본차의 시장점유율 급상승 등의 여건 호전과 더불어, 미국정부의 외국브랜드에 대한 긍정적 인식 즉 고용인원 확대, 지역경제 활성화 등 경제에 미치는 파급효과에 대해 호감을 갖고 있음
- 이와같이 현대자동차 현지공장은 매우 적절한 시기에 준공되어 양산에 돌입하므로, 설문조사와 같이 판매에 가속도가 붙어 추가로 1~5%의 판매증가세를 실현할 것으로 예상됨
- 현대의 2010년 판매목표인 100만대 달성에도 긍정적 영향을 미칠 것이며, 현대차가 저가차량이라는 이미지를 벗기 위한 새로운 브랜드 개발 등도 필요할 것으로 판단됨

### □ 한국자동차부품의 대북미 진출에 기여

- 2005년 4월말 현재 엘라배마에는 현대모비스, 한라정공 등 13개사가 진출하였고 이중 만도, 삼립은 GM에도 1차벤더로 부품을 공급 중임
- 대부분의 전문가들이 현대차 미국공장의 성공적 런칭이 이루어질 것으로 전망하고 있으므로 동반진출한 부품들도 미국에 성공적으로 발판을 마련할 것으로 예상되고 있음
- 또한, 미국의 빅2 (GM, 포드)는 Low Cost, Good Quality 부품을 공급할 수 있는 New Supplier를 적극적으로 찾고 있으며,

Landed Cost(공장까지 운송비를 포함한 납품가)를 중시하는 점을 고려하면, 앨라배마 진출업체들은 현대를 비롯해 미국완성차 업체들에까지 영역을 넓힐 수 있을 기회로 전망됨

- 기진출 부품업체들의 사업이 호조를 보이면 한국의 부품업체들의 후속진출에도 긍정적 영향을 미쳐 대미진출의 교두보가 확보될 것임

#### □ 초기 품질안정화 및 내부문제 해결이 관건

- 신규 공장에서 안정된 품질의 제품을 생산하는 것은 아주 어려운 일로 알려져 있음. 일례로 수년간 미국생산 경험이 있는 니산자동차는 지난해 미시시피 캔톤공장에 픽업트럭과 SUV 품질문제 해결을 위해 200여명의 엔지니어를 급파하였지만 JP파워 조사에서 평균이하의 점수를 받았음.
- 현대는 미국노동자의 숙련도 부족, 한-미간 문화의 차이, 원자재 가격의 예상치 못한 급등, 동반진출 부품업체들의 수익보장 등 내부적 문제를 잘 해결해야 미국시장의 정착률이 가능할 것으로 사료됨

## 작 성 자

- ◆ 이지형 차장(디트로이트 무역관)
- ◆ 최원석 대리(해외조사팀)

### 현대자동차 앨라배마 공장 준공의 영향과 의의

발행인 : 홍기화

발행처 : KOTRA

인쇄처 : 학림사 02)752-0463

발행일 : 2005년 5월

주 소 : 서울시 서초구 염곡동 300-9  
(우 137-749)

전 화 : 02)3460-7114(대표)

홈페이지 : [www.kotra.or.kr](http://www.kotra.or.kr)

Copyright © 2005 by kotra. All rights reserved.

이 책의 저작권은 kotra에 있습니다.

저작권법에 의하여 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로  
무단전재와 무단복제를 금합니다.