

왜 일본에서 한국 자동차가 팔리지 않나요?

해외 자동차시장에서 선전하고 있는 한국자동차가 유독 일본에서만만큼 고전하고 있는 이유는 외제차에 대한 배타적 소비성향과 더불어 상대적으로 높지 않은 한국자동차의 브랜드 가치를 들 수 있음

1. 열리지 않는 일본 자동차시장

- 한국 자동차가 북미를 비롯한 해외시장에서 소비자들로부터 좋은 반응을 받으며 시장을 넓혀나가고 있는 반면, 일본시장에서는 여전히 소비자들로부터 외면당하고 있음
- 그러나 국내 자동차업체에게 일본시장은 포기할 수 없는 매력적인 시장임에 틀림없음
 - 일본은 2000년대초 약600만대를 육박하던 연간 승용차(경차 제외) 판매대수가 2011년에 약420만대로 줄어들었지만, 여전히 세계 최고 수준의 큰 시장임
 - 무엇보다도 일본 시장은 관세율이 0%이고 인접국가라는 접근성도 뛰어난 장점을 두루 갖춘 매력적인 시장임
- 일본자동차수입조합의 발표에 따르면 2011년 상반기(4월~9월)에 한국으로부터 수입한(신규 등록) 자동차는 50여대에 불과함
 - 이는 같은 기간에 일본이 수입한 자동차(승용, 화물, 버스 포함) 대수가 105,102대임을 감안하면 턱 없이 낮은 수치임
 - 가장 많이 수입한 자동차는 폭스바겐으로 25,613대였으며, 다음은 17,146대를 기록한 BMW임

2. 안 팔리는 이유

- 이처럼 한국 자동차가 유독 일본에서만만큼 고전을 면치 못하는 이유는 일본시장의 특수성과 더불어 한국자동차가 가지고 있는 한계도 있는 것으로 보임
- 무엇보다도 먼저 쉽게 드러나지 않는 일본 국내시장 특유의 수입차에 대한 장벽이 존재하는 것을 지적할 수 있음
 - 일본 자동차 시장은 일본 업체가 압도적인 시장 점유율을 차지하고 있을 뿐 아니라, 좀처럼 수입차 시장점유율이 늘어나지 않는 특징을 보이고 있음
 - 일본 소비자는 최고급차가 아니라면 굳이 수입차를 탈 이유가 없다고 생각하며, 일본 자동차 품질에 대한 확신을 가지고 있음
- 다음으로는 일본의 소비자가 생각하는 한국 자동차의 브랜드 가치가 다른 수입차는 물론 일본 자동차에 미치지 못하는 것으로 판단됨
 - 대부분의 일본 소비자가 브랜드 가치를 인정하는 일부 유럽차를 수입차라고 생각하는 경향이 매우 강하기 때문에 미국업체조차도 일본시장 공략에 어려움을 겪고 있음
 - 북미는 물론 유럽에서 한국 자동차의 브랜드 인지도가 높아지면서 판매량도 증가하고 있지만, 그 영향이 일본시장에 미치기까지는 상당시간이 걸릴 것으로 보임
- 마지막으로 딜러는 물론 판매 전후의 서비스망 구축 등 자동차를 판매하기 위한 기본조건을 충분히 갖추고 있지 않은 점도 간과해서는 안 됨

<참고자료>

연합뉴스(2006년 9월 26일)

일본자동차수입조합 홈페이지(<http://www.jaia-jp.org>)