

# VR로 색상·외관·성능 실험 철통 보안시설 ‘디자인 거점’

## 기아차 미국 심장 ‘디자인 센터’를 가보니

지난 9일(현지시간) 기아자동차 미국 시장 공략의 중추적 역할을 맡고 있는 기아차 미국 판매법인(KMA)과 기아 미국 디자인 센터를 방문했다.

기아차 미국 판매법인과 미국 디자인 센터는 캘리포니아주 남부 오렌지카운티에 위치한 도시 어바인(Irvine)에 자리를 잡고 있다. 어바인을 비롯한 캘리포니아 지역은 미국인들의 최신 트렌드와 라이프스타일을 가장 빠르게 접할 수 있는 곳 이어서 GM, 포드, 벤츠, 도요타 등 많은 자동차 회사들의 미국 시장의 디자인 거점으로 자리를 잡고 있다.

### ◆ 기아차 미국 시장 공략의 첨병 ‘KMA’ …현재와 미래를 듣다

현장에서 만난 윤승규 기아차 북미권 역본부장 및 판매본부장(전무)은 “미국 제이디피와 ‘2018 신차품질조사’에서 2위를 차지한 품질 경쟁력을 바탕으로 대형 SUV ‘텔루라이드’와 박스카의 최강자 신형 ‘쏘울’, ‘쏘울 EV’와 ‘니로 EV’ 등 친환경차를 투입해 미국 시장 점유율을 높 이겠다”고 강조했다.

1992년 설립된 KMA는 25년 동안 기아차의 미국 시장 공략 기지로 활약해왔다. 1995년 100개에 불과했던 딜러수도 어느덧 800개 가까이(770개, 2018년 6월 기준) 늘어났고 임직원수도 511명 규모로 커졌다.

KMA에 처음 도착했을 때 내부가 들여다 보이는 커다란 통유리로 되어 개방감이 돋보이는 건물의 전경이 눈에 들어왔다. 길을 따라 로비로 들어오니 옵티마(한국명 K5), 포르테(한국명 K3), 쏘렌토 등 미국시장에 진출해 활약중인 기아차의 대표 차종들이 전시돼 있었다.

로비에서 간단한 보안 절차를 마친 후



### 기아차 미국시장 공략 기지 KMA 위기돌파 위해 SUV 라인업 강화 대형 플래그십 ‘텔루라이드’ 출시 북미 최적화 세련된 이미지 담아

들어선 1층 강당에서 기아차 관계자를 만나 미국시장에서 기아차의 과거, 현재, 그리고 미래에 대해 들어볼 수 있었다.

기아차는 금융위기가 있던 2008년과 2013년을 제외하곤 미국 시장에서 2002년부터 2016년까지 지속적인 성장을 통해 2002년 23만7345대에서 2016년 64만 7598대로 2.7배가 넘는 판매량 증진을 이뤄냈다. 그러나 2017년에는 58만9668대를 판매하는데 그쳤으며 2018년도 58만 9673대로 판매 회복에 어려움을 겪었다. 이에 더해 올해 미국에서의 대내외적 시장 환경 또한 결코 호의적이지 않은 상황이다.

기아차는 위기 돌파를 위해 올해 대형 플래그십 SUV 텔루라이드를 출시하는 등 SUV 라인업 강화에 초점을 맞추고 있다.

▲ 기아자동차 미국 디자인센터 전경. 전시장 앞에서는 위장막을 씌워놓은 텔루라이드와 쏘울 EV, 신형 쏘울(왼쪽부터)이 전시되어 있다 /기아차

### ◆ ‘북미 트렌드 분석’ 기아 미국 디자인 센터

기아차 미국 판매법인에서 도보로 10분 정도 거리에 위치한 기아 미국 디자인 센터는 현지 트렌드를 분석해 북미 시장에 최적화된 디자인을 만드는 곳이다.

2005년 7월 준공해 2008년 6월 완공한 기아 미국 디자인 센터는 일반적으로 1년에 7~8개가 넘는 차종 프로젝트를 진행하며 설립된 이래로 쏘울, 텔루라이드 콘셉트, 니로 등 북미 시장에 선보인 다수의 차량을 탄생시킨 곳이다.

이 때문일까. 디자인 센터는 신차 개발의 밑그림을 그리는 곳으로 기아차 내에서도 가장 보안이 삼엄해 사진 촬영은 일체 불가능했고 취재진도 제한된 공간만 방문할 수 있었다.

엄격한 보안 절차를 마치고 처음 향한 곳은 ‘디지털 영상 품질평가(VR Room)’로 가상현실(VR) 기술을 이용해 영화를 보는 것처럼 신차의 외관과 실내 디자인 등을 평가할 수 있는 곳이었다. 실시간으

로 차량 색상도 바꿀 수 있고 차 문을 열고 들어가 각종 계기장치를 시험 작동해 볼 수도 있어 실제로 모형을 만들지 않고도 차량 디자인을 평가할 수 있었다.

영상 품질평가에서 쏘울과 텔루라이드의 외장 디자인 프로젝트에 참여한 커트 카할 시니어 디자인 매니저를 만나 올해 주요 공략 차종을 화면에 띄운 채 각 차종의 디자인 포인트에 대한 설명을 들었다.

2002년 기아차에 입사해 디자인 업무를 맡아온 커트 카할 시니어 디자인 매니저는 신형 쏘울에 대해 “기존 이미지를 과감히 탈피해 한층 강인하고 하이테크한 디자인으로 완전히 새롭게 태어났다”고 평가했다.

이어 올해 최대 기대작으로 주목받고 있는 북미 전용 SUV 텔루라이드에 대한 디자인을 소개했다. 텔루라이드는 북미 시장에 최적화된 정통 SUV로서 플래그십 모델다운 강인하고 세련된 이미지를 담아낸 외관이 인상적이었다.

/어바인(미국)=양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

# “팰리세이드, 美 소비자 기대 치솟아… 지금까지와 전혀 다른 차”

## 미국 ‘클레프 앨런’ 현대차 딜러점 가보니



지난 9일(현지시간) 미국 라구나 니구엘시에 위치한 ‘앨런 현대’ 현대차 딜러사에서 사장인 클리프 앨런씨가 엄지를 치켜올리고 있다. /현대차

“팰리세이드, 올해 기대됩니다.”

지난 9일(현지시간) 미국 캘리포니아주 라구나 니구엘 지역에 위치한 현대자동차 딜러점을 운영하고 있는 클레프 앨런(Cliff Allen)씨는 현대차의 대형 스포츠유틸리티차(SUV) 팰리세이드에 대한 높은 기대감을 드러냈다. 출시 한 달 만에 누적 계약대수가 2만7000대를 돌파하며 국내 SUV시장의 거대 포식자로 급성장한 팰리세이드는 미국서도 출시를 기다

### 출시 한달만에 2만7000대 계약 한층 강화된 ‘SUV 라인업’ 구축 미국 RV시장에 효과적 대응 전망

리는 차량임을 직감했다.

이 곳의 오피스 딜러인 클리프 앨런씨는 할아버지, 아버지에게 이어 3대째 딜러점을 운영하고 있는 이른바 딜러 명가 출신으로 자신의 일에 대한 자부심이 가득했다. 3대에 걸쳐 딜러점을 운영한다는 말을 듣고 나니, 현대차 딜러를 선택하게 된 이유가 더욱 궁금해졌다.

앨런 씨는 “아버지에게 이어 2006년부터 본격적으로 딜러점을 맡게 되었는데, 당시 우수한 품질과 디자인으로 상승세를 타고 있던 현대차에 매력을 느꼈다”며 “이 곳과 현대차 디자인 센터, 현대차 미국판매법인 이 그렇게 멀지 않다는 점도 장점 중에 하나였다”고 답했다.

앨런 씨가 본격적으로 딜러

점을 맡기 시작한 2006년도는 현대차가 ‘10년 10만 마일 보증’ 등 파격적인 마케팅과 품질 경쟁력을 앞세워 미국 시장에서 가파른 성장세를 이어가던 시기였다. 그는 “2017년과 비교해 판매대수는 소폭 상승했지만, 매출액이 크게 증가했다”며 현대차 딜러점 운영에 만족감을 나타냈다.

이는 현대차의 품질 향상과 다양한 혁신적인 마케팅 덕분이다. ‘가성비 좋은 차’의 이미지를 ‘품질 좋은 차’로 성장한 것이다.

앨런 씨는 “현대차는 경쟁사들에 비해 확실한 품질 보증, 뛰어난 스타일링 등 더 나은 가

치를 추구하기 위해 끊임없이 노력하는 것 같다”며 “특정 나이, 성별, 국적을 떠나 전세계의 다양한 고객들로부터 사랑받는 브랜드가 될 수 있었다고 생각한다”고 말했다. 이어 “소비자들이 현대차를 예전과는 완전히 다른 브랜드로 인식하고 있다”고 설명했다.

현대차는 올 하반기 팰리세이드 출시로 한층 강화된 SUV 라인업을 구축할 방침이다. 이는 최근 수요가 급증하는 미국 RV 시장에 효과적으로 대응한다는 계획이다.

/라구나 니구엘(미국)=양성운 기자



현대차 팰리세이드.