

자동차 소비자 리포트 17/18-6 ; 거꾸로 가는 '생애 첫 차'

- '생애 첫 차', 더 크고 비싼 것으로 이동
- 구입자 고연령, 고소득 경향 뚜렷해
- 첫 차로 수입차 구입도 14% 달해

자동차 회사는 생애 첫차를 새차로 시작하는 소비자에 관심이 많다. 이들이 얼마나 많고 어떤 차를 구입하는지를 보면 시장에 어떤 변화가 일어날지 가늠할 수 있기 때문이다. 지난 5년간의 변화를 보면 이들의 수는 감소하고 있고, 전에 비해 더 나이 많고, 소득 많은 소비자로 채워지고 있다. 이들은 과거에 비하면 더 크고 비싼 차를 구입하는 경향이 있다. 취업난, 늦은 결혼, 스마트폰에의 높은 관심과 활용, 자동차에 대한 관심 감소 등 많은 원인이 동시에 작용한 결과로 보인다.

새차의 구입 유형은 =차가 없다가 사는 '신규'구입, =쓰던 차를 처분하고 다시 사는 '대체' 구입, =차가 있지만 더 사는 '추가'구입으로 나뉜다. 각 유형의 구성비는 자동차 보급 수준, 경기 상황 등에 따라 변하지만 자동차 회사가 가장 관심 갖는 유형은 신규구입이다. 생애 첫 차를 산 고객이 평생고객이 될 가능성이 크기 때문이다. 지난 5년간의 생애 첫 차 구입패턴을 보면 큰 변화가 진행되고 있음을 알 수 있다. 차를 사는 사람도 달라지고 있고, 구입하는 차도 달라지고 있다.

우선 생애 첫 차를 구입하는 신규구입이 감소하는 추세다. 신규구입은 '12년 16%에서 '17년 12%로 5년 사이에 4%p 줄었다[표1]. 이런 변화 이면에는 다양한 이유들의 복합적인 작용이 있어 인과관계를 따지기 어렵다. 오히려 신규구입의 감소와 같이 나타나는 현상들을 보는 것이 도움이 된다.

[표1] 자동차 신규 구입자 특성 변화 (Base: 최근 1년 내 새차 구입자 중 신규 구입자)

		'12	'14	'16	'17	'17-'12
신규 구입자 구성비(%)		16	15	14	12	-4%p
구입자 특성	20대 구성비(%)	37	35	31	31	-6%p
	평균 연령(세)	33	33	35	36	+3세
	월 평균 가구 수입 700만원 이상(%)	17	23	23	30	+13%p
	구입차량					
	경차(%)	34	31	25	24	-10%p
	소형/준중형(%)	36	33	29	22	-14%p
	B/C SUV(%)	7	12	22	25	+18%p
	수입차(%)	4	7	9	14	+10%p

For more Information

문의: 윤탈선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr
서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr

신규구입자들은 과거에 비해 고연령, 고소득자들이 많아지고 있다[표2]. 20대는 5년전 37%였으나 이제는 31%로 줄었고, 평균연령은 33세에서 36세로 높아졌다. 월수입 700만원 이상의 비율도 17%에서 30%로 크게 늘었다. 이런 현상은 취업난, 결혼연령의 상승, 경기 침체, 스마트폰과 같은 대체재의 부상 등 많은 원인이 있겠지만 가장 큰 원인은 과거 보다 더 크고 비싼 차를 원하기 때문으로 보인다.

[표2] 자동차 신규 구입자 프로필 변화 (Base: 최근 1년 내 새차 구입자 중 신규 구입자, %)

		'12	'14	'16	'17
(사례수)		(1,358)	(1,167)	(1,197)	(1,058)
성별	남성	61	63	59	61
	여성	39	37	41	39
연령	20대	37	35	31	31 ↓
	30대	48	48	46	46
	40대 이상	15	17	24	22
	평균 연령	33세	33세	35세	36세 ↑
Life Stage	미혼	63	62	60	56 ↓
	기혼-무자녀	10	12	10	13
	기혼-유자녀	26	27	29	31
가구 월소득	하(~2백만원 내외)	10	15	13	12 ↓
	중하(3~4백만원 내외)	42	37	35	28 ↓
	중(5~6백만원 내외)	31	26	28	30
	중상(7~9백만원 내외)	10	13	13	16 ↑
	상(1천만원 이상~)	7	10	10	14 ↑

이들이 구입한 차는 준중형 승용 이하의 작은 차가 5년전 70%에 달했으나 이제는 46%로 크게 감소했고, 새로 등장한 소형SUV 차급은 7%에서 25%로 급증했다[표3]. 4%에 불과했던 수입차의 비중도 시장 전체와 큰 차이 없는 14%까지 올랐다. 차의 평균 구입가격도 2,280백만원(14년)에서 2,801백만원(17년)으로 올라갔다. 결론적으로 신규구입자들이 원하는 차의 수준이 달라졌기 때문에 구입자의 구성이 달라졌다고 보는 것이 타당하다.

For more Information

문의: 윤태선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr
서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr

[표3] 자동차 신규 구입자 구입 차급 변화

(Base: 최근 1년 내 새차 구입자 중 신규 구입자, %)

		'12	'14	'16	'17
(사례수)		(1,358)	(1,167)	(1,197)	(1,058)
구입차- 국산vs수입	국산	96	93	91	86
	수입	4	7	9	14
국산차- 구입차급	경차	34	31	25	24
	소형	6 <i>70%</i>	6	3	3 <i>46%</i>
	준중형	30	27	26	19
	중형	13	12	11	17
	준대형	3	3	3	4
	초대형	1	1	1	1
	B/C SUV	7	12	22	25
	D/E SUV	2	6	5	7
	MPV	2	2	3	1
평균 구입가격		-*	2,280만원	2,428만원	2,801만원

* 2012년 이전에는 설문항목에 없음

한국 소비자들의 큰 차 사랑, 비싼 차 사랑은 유별난 수준이다. 차를 자신의 가치를 증명하고 과시하는 수단으로 생각하기 때문이다. 공유차, 자율주행차, 친환경차 등의 다가오는 혁신을 소비자들이 어떤 방법으로 맞이할지 궁금하다.

이 조사결과는 자동차전문 리서치회사 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 표본규모 10만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제17차 조사(2017년 7월 실시)로부터 나온 것이다.

For more Information

문의: 윤탈선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr
서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr

=====

◆ 참고 : 「컨슈머인사이트」 ‘연례 자동차 기획조사’ 개요

「컨슈머인사이트」는 2001년부터 매년 7월 10만명의 자동차 소비자를 대상으로 자동차 연례기획조사(Annual Automobile Syndicated Study)를 아래와 같은 설계로 수행해 오고 있음.

응답대상자	자동차 보유자 및 2년 내 신차 구입의향자	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Total</th> <th>1,887,946명</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2017년</td><td>96,123</td></tr> <tr><td>2016년</td><td>100,788</td></tr> <tr><td>2015년</td><td>105,672</td></tr> <tr><td>2014년</td><td>101,821</td></tr> <tr><td>2013년</td><td>101,701</td></tr> <tr><td>2012년</td><td>95,012</td></tr> <tr><td>2011년</td><td>97,356</td></tr> <tr><td>2010년</td><td>106,291</td></tr> <tr><td>2009년</td><td>91,129</td></tr> <tr><td>2008년</td><td>95,472</td></tr> <tr><td>2007년</td><td>105,149</td></tr> <tr><td>2006년</td><td>106,088</td></tr> <tr><td>2005년</td><td>139,825</td></tr> <tr><td>2004년</td><td>171,499</td></tr> <tr><td>2003년</td><td>118,195</td></tr> <tr><td>2002년</td><td>129,277</td></tr> <tr><td>2001년</td><td>126,458</td></tr> </tbody> </table>	Total	1,887,946명	2017년	96,123	2016년	100,788	2015년	105,672	2014년	101,821	2013년	101,701	2012년	95,012	2011년	97,356	2010년	106,291	2009년	91,129	2008년	95,472	2007년	105,149	2006년	106,088	2005년	139,825	2004년	171,499	2003년	118,195	2002년	129,277	2001년	126,458
Total	1,887,946명																																					
2017년	96,123																																					
2016년	100,788																																					
2015년	105,672																																					
2014년	101,821																																					
2013년	101,701																																					
2012년	95,012																																					
2011년	97,356																																					
2010년	106,291																																					
2009년	91,129																																					
2008년	95,472																																					
2007년	105,149																																					
2006년	106,088																																					
2005년	139,825																																					
2004년	171,499																																					
2003년	118,195																																					
2002년	129,277																																					
2001년	126,458																																					
표본프레임	컨슈머인사이트 IBP(Invitation Based Panel) 패널 및 주요 포탈 회원 중 할당 후 무선추출																																					
표본추출방법	성별/연령 고려 할당 추출																																					
자료수집방법	이메일 조사																																					
표본 수	연평균 100,000명																																					
주요 정보	U&A(Usage and Attitude) 정보 및 CEQ(Consumer Experienced Quality)																																					
조사 주기	매년 7월																																					

문의: 윤탈선 전무 Tel. 02) 6004-7655 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr
Copyright© Consumer Insight All Rights Reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 윤탈선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr
서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr