

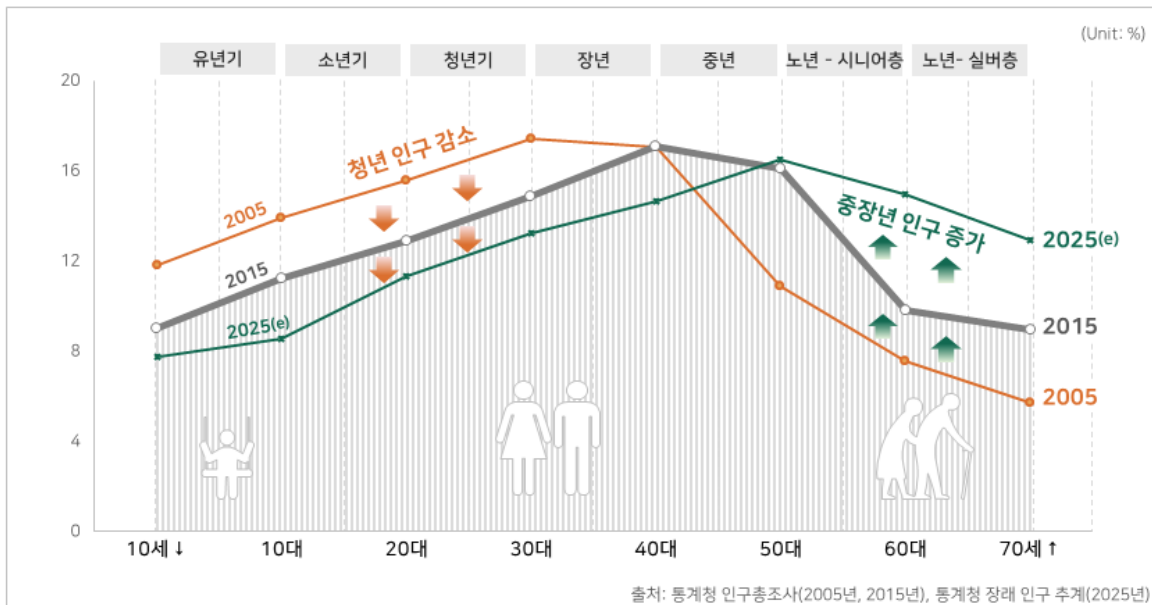
인구구조 변화가 자동차산업에 미칠 영향

- 급속한 고령화가 차량구입에도 큰 지각변동
- 고령화와 함께 구매력저하로 20/30대의 차량구입 감소
- 주수요층으로 자리잡을 50/60대 노년층 니즈(Needs) 이해 필요

세계적인 '고령화'에 우리나라도 예외일수 없다. 이미 '저출산'과 함께 가장 '고령화' 속도가 빠른 나라가 우리나라다. 몇 년 전부터 고령화에 따른 여러 사회.문화.경제적 변화를 예상하는 전문가 의견은 어렵지 않게 접하고 있지만 급속하게 진행되고 있는 우리나라의 인구구조 변화, 즉 고령화로 인한 자동차 산업의 변화모습을 살펴볼 수 있는 자료는 많지 않다. '고령화'는 미래의 얘기가 아닌 현재진행형이다. 자동차산업에 미치는 변화를 살펴보고자 한다.

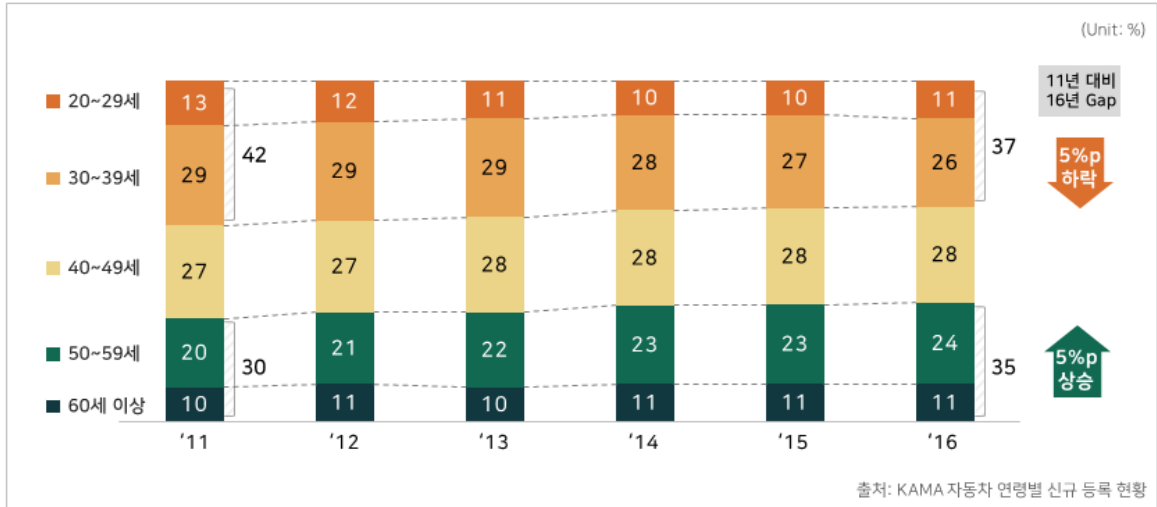
2005년의 한국사회는 청장년(20/30대)이 주류를 이루고 있었지만, 10년이 지난 2015년은 중장년(30/40대)가 주류이며 앞으로 8년후인 2025년에는 중노년(40/50대)이 주류로 예상되고 있다[그림1]. 통계청의 전망치를 인용하지 않더라도 이후의 한국사회의 주류는 노년층(50/60대)일 것으로 예상되며, 인구구조의 변화속도는 관련산업이 대응하기 어려울 정도로 빠르게 진행되고 있다.

[그림1] 2005년 - 2025년 인구 구성비 변화



인구구조의 변화는 자동차구매에도 큰 지각변동을 일으키고 있다. 2011년과 2016년 국내 자동차 구입자의 연령별 구성을 보면 가장 큰 비중을 차지했던 30대 비중이 하락(29%→26%)하여 40대에게 그 자리를 내 주었다[그림2]. 5년사이에 20/30대 청장년층 비중은 5%p가 감소했으며 50/60대 노년층 비중이 5%p가 증가해 청장년층 수요를 대체했다. 그리 길지 않은 5년간의 변화치고는 심각하게 빠른 진행속도이다.

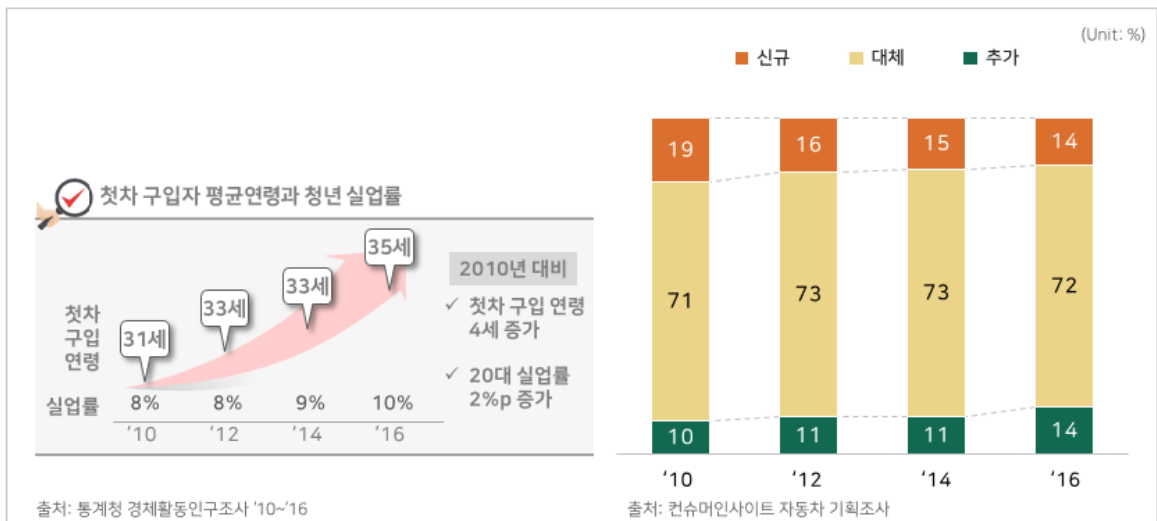
[그림2] 신차 구입자 연령비



노령화라는 인구구조 변화에 더해 20/30대의 자동차 구매욕구 저하도 자동차수요에 큰 영향을 미치고 있다. 자동차전문 리서치회사인 컨슈머인사이트(대표: 김진국)의 '연례 자동차 기획조사'에 따르면 첫차 구입자의 평균연령은 2016년 35세로 2010년의 31세에 비해 4세나 증가했다[그림3]. 즉 청장년층(20/30대)의 자동차 구매욕구 및 행동이 과거에 비해 크게 위축된 것이다. 이동수단에 대한 인식변화(소유→카셰어링), 라이프스타일 변화 같은 여러 원인이 있겠지만 같은 기간 20대 실업률의 증가와도 적잖은 연관이 있을 것으로 판단된다.

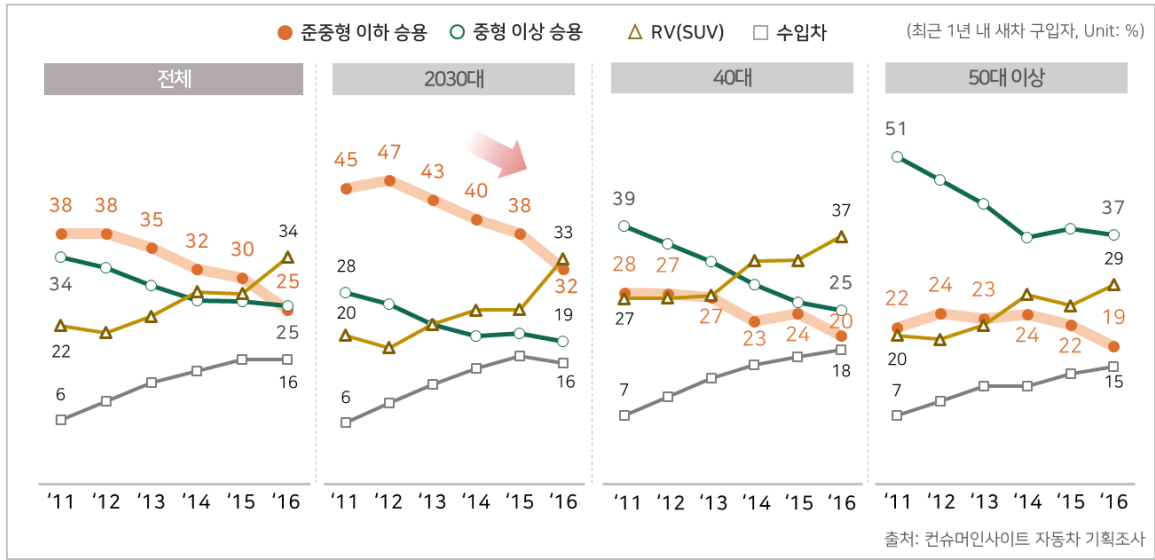
첫 차 구입자 연령의 증가는 자동차수요구조에 직접적으로 영향을 미치고 있다. 신차 구입 유형 중(신규-대체-추가) '신규'구입의 비중이 2010년 19%에서 2016년 14%로 5%p 감소했다. 신규구입 비중의 감소는 우리나라 전체 자동차 산업수요의 정체/감소의 전조로서 우리나라의 자동차산업도 더 이상 성장기가 아닌 정체기에 맞는 정책이 요구되는 시대가 도래한 것이다.

[그림3] 신차 구입자의 구입 유형



2012년 이후 국내자동차시장은 경차,소형,준중형 승용의 위축이 가속화되고 있다. 큰차, 비싼차, 다용도차가 트렌드를 형성했던 가운데서도 준중형이하 승용 수요를 떠 받치고 있던 20/30대가 구매력저하에도 불구하고 상대적으로 고가인 SUV(특히 소형SUV)로 대다수 구입을 변경했다[그림4]. 구매욕구가 저하된 20/30대 중 자동차 구입자는 YOLO족(You Only Live Once: 인생은 단 한번. . 작은사치 추구 문화)만이 남은 것은 아닌지 씁쓸한 추정을 해 본다.

[그림4] 연령별 구입 차급 변화



멀지 않은 미래에 자동차수요 중 가장 비중증가가 예상되는 연령대는 50/60대 노년층이다. 하지만 자동차메이커의 상품·마케팅플랜에서도 노년층은 지금까지 중요성이 크게 부각되지 않았다. 무서운 속도로 진행되고 있는 인구구조변화에 비슷한 속도로 대응하기 쉽지 않았겠으나 이제부터라도 자동차시장의 주 수요층으로 자리잡고 있는 50/60대에 대한 이해와 상품·마케팅대응이 속도를 낼 때 이다.

필자는 몇 년 전 고령화 사회에 진입한 국가에서 노년층의 자동차 니즈에 대한 연구를 진행한 적이 있다. 연구결과 해당국가의 은퇴한 노년층 중 가장 큰 비중을 차지하는 노년층 유형(Segment)은 액티브 시니어층(Active Senior Seg.)이었다[그림5].

[그림5] 미국 노년층 Main Segment 이해



액티브 시니어층, 이들의 평균적인 모습은 '적극적 취미활동', '활발한 사회활동', 'IT/학습에 대한 적극적 수용' 등으로 정리됐다. 또한 이들의 니즈는 '젊음', '향수', '자아' 등으로 요약됐다. 즉 연구자의 선입관하고는 달리 노년층이 바라는 자동차는 신체적 노화를 보완해주는 기능적인 면이 강화된 차만큼이나 감성적인 니즈(특히, 젊음과 향수)를 충족해주는 자동차에 똑같은 관심을 보였던 것이다.

우리나라의 50/60대 노년층은 어떤 모습, 어떤 욕구를 지녔을까, 또 이들은 몇 세까지 어떤 차를 타고 바꾸길 계획하고 있을까? 자동차의 주 수요층으로 자리잡을 노년층에 대한 깊이 있는 연구결과가 목 마르다.

윤태선 전무(컨슈머인사이트)