

기관	컨슈머인사이트	이메일	sammy.park@consumerinsight.kr
문의	박승표 이사	연락처	02) 6004-7661
배포일	'20년 11월 27일(금) 배포	매수	자료 총 4매

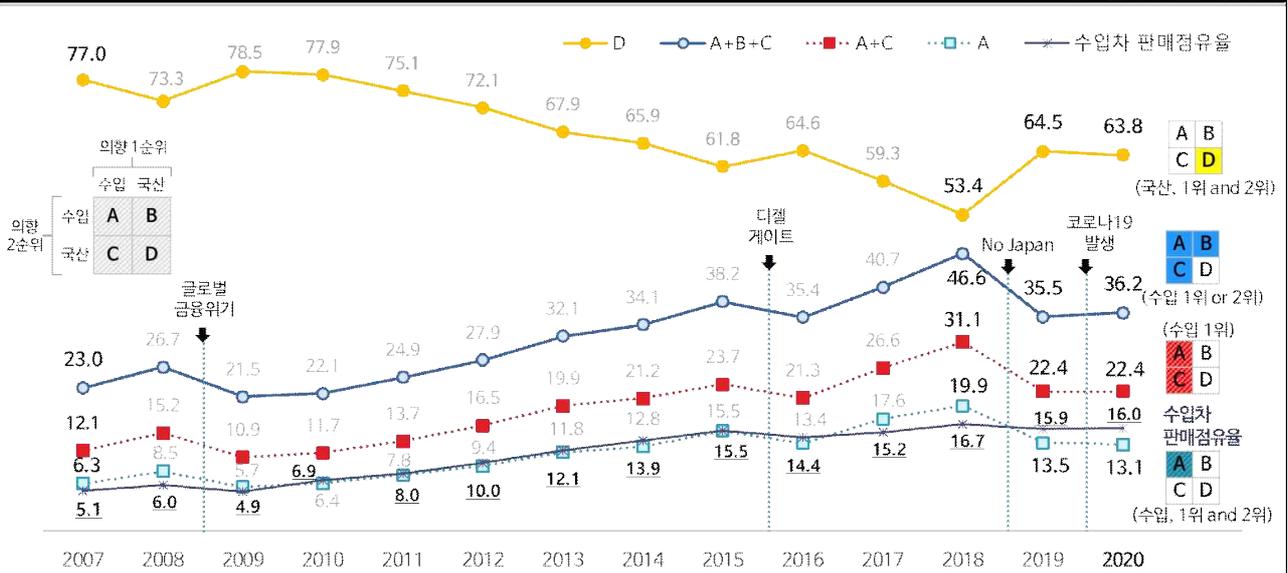
수입차 구매심리 멈칫...한계 왔나, 다시 달릴까?

컨슈머인사이트 '자동차 연례 기획조사' 분석

- "수입차 고려 중" 2년새 46.6%에서 36.2%로 폭락
- 판매점유율 2018년 이후 16% 안팎 제자리
- 잇단 악재에도 판매대수는 호황기 수준 근접
- 상승 모멘텀 꺾였지만 추가 하락은 없을 듯

[그림] 국산차 vs. 수입차 구입의향을 변화

[Base: 향후 2년 내 새차 구입의향자, %]



Q. 다음 차를 살 때 가장 구입가능성이 큰 브랜드/모델은 무엇인가? 그 다음으로 살 가능성이 큰 브랜드/모델은 무엇인가?
 *수입차 판매 점유율은 매년 1~12월 누적 기준임(단, 2020년은 1~9월 기준임)

새 차를 살 때 수입차를 선택하겠다는 사람이 눈에 띄게 줄고 있다. 지난해 노재팬 (No Japan), 올해는 코로나19 영향을 받으면서 판매 점유율도 16% 안팎에서 제자리걸음이다. 다만 올해 판매 대수 측면에서는 최고치에 달했던 2018년 수준에 근접했다. 구입의향 감소와 시장 점유율 정체가 대형 악재에 따른 일시적인 현상인지, 아니면 수입

차 시장 자체가 한계상황에 이른 것인지 따져볼 필요가 있다.

■ "수입차만 고려 중" 비율도 19.9%에서 13.1%로 떨어져

자동차 시장조사 전문기관 컨슈머인사이트가 2001년부터 매년 7월 실시하는 '연례 자동차 기획조사'에서 앞으로 2년 내에 새 차를 구입할 예정이라는 소비자에게 어떤 차를 살지 1순위, 2순위로 답하게 했다.

2007년 이후 수입차를 구매 1순위 또는 2순위로 고려한 소비자(A+B+C)는 약간의 부침은 있었지만 꾸준히 늘었다. 이에 비해 국산차만 구입하겠다는 소비자(D)는 감소 추세가 완연했다[그림].

이에 따라 수입차의 최대 호황기였던 2018년에는 이 비율이 수입차 46.6% 대 국산차 53.4%로, 7%p 이내 차이로 좁혀졌고 다음해에는 수입차의 역전이 확실해 보였다. 그러나 경기침체와 노재팬 영향으로 이듬해 구매의향은 64.5% 대 35.5%로 다시 크게 벌어졌고 올해(63.8% 대 36.2%)에도 이어졌다.

1, 2순위 모두 수입차만을 고려한다는 응답자 비율(A)에도 변화가 나타났다. 수입차만 고려한다는 응답은 2018년 19.9%로 최고치를 찍으며 20%대 진입이 눈앞에 보이는 듯했다. 2017년 신정부가 들어서고 최저임금 인상 등 신정부에 대한 기대가 높아진 영향을 봤다. 그러나 이 수치 또한 올해 13.1%(-6.8%)에 그치며 3분의2 수준으로 폭락했다.

흥미로운 것은 지난 15년간 이 비율이 실제 수입차 판매점유율과 거의 일치해 왔다는 점이다. 다만 2015년 디젤게이트 이후 다소 차이를 보이기 시작해 2017년 처음으로 구입의향률이 2%p 이상 높았고 작년과 올해는 반대로 2%p 이상 낮아졌다. 2017년 이후 높아진 경제에 대한 기대만큼 성과가 미치지 못했기 때문으로 풀이된다.

■ 올해 판매대수, 최대 호황기였던 2018년 수준 근접

실제 판매 점유율도 비슷한 궤도를 그리고 있다. 수입차 판매 점유율은 글로벌 금융위기 직후인 2009년 4.9%에서 디젤게이트 전인 2015년 15.5%까지 6년간 3배로 늘면서 연평균 1.7%p 이상 성장해 왔다. 하지만 이후에는 5년 동안 단 0.5%p 증가하는데 그쳤다. 2018년 16.7%로 최고 점유율을 찍기도 했으나, 이후 다소 하락해 16% 안팎에 머물고 있다. 성장세가 벽에 부딪친 것은 분명하지만 최근 2년간 구입의향 하락에 비하면 점유율 자체에는 큰 타격이 없었다.

판매 대수 측면에서는 나름대로 선전하고 있다. 올해 9월까지 수입차 판매(신규등록) 대수는 19만1747대로 지난해 같은 기간의 16만7093대를 크게 앞섰다. 이는 최고치를 기록했던 2018년 동기의 19만7055대에 근접한 수치다. 국내 자동차 시장에서 차지하는 수입차 점유율 또한 올해 16%(9월까지)를 기록해 지난해의 15.9%를 앞질렀다(한국수입자동차협회 자료).

■ 구매심리 양극화...상승과 하락 요인 혼재

향후 수입차 시장은 어떻게 될까? 구매의향과 판매점유율이 정체하면서 일단 상승 모멘텀은 꺾인 듯하나 급격한 하락 없이 현상을 유지하고 있다는 점에 주목할 필요가 있다.

수입차 시장 하락에 영향을 끼친 경제-심리적 요인들로는 △경기 침체 장기화로 내구재 구입의향이 크게 줄었고 △노재팬에 따른 반작용으로 국산 선호 성향이 커졌으며 △코로나19 팬데믹으로 소비심리가 위축되고 활동의 제약이 커졌다는 점을 들 수 있다. 반면 △코로나로 해외여행이 불가능해진 데 따른 한풀이 소비(명품, 고급차 등) 심리 △대중교통 기피 경향에 따른 차량 필요성 증가 △위험자산(부동산 주식) 투자 증가 △개소세 인하 등 소비촉진 정책이 당초 구매의향 이상의 소비를 이끌어냈다. 즉 현재 시장에 상승과 하락 요인이 혼재하면서 소비자의 구매심리가 양극화하고 있다고 볼 수 있다.

조사 결과와 시장 추이를 종합하면, 코로나19가 장기화하고 경기 회복이 더뎠다면 당분간 과거와 같은 급상승을 기대하기는 어렵다. 반면 정체 추세가 하락세로 반전될 가능성 또한 크지 않아 보인다. 과거 큰 악재가 있을 때마다 잠시 흔들리기는 했지만 곧 제자리를 되찾아 왔으며, 최근 2년간 대형 악재가 겹쳤음에도 점유율 16%선을 지키고 있기 때문이다. 코로나 종식과 함께 경제가 정상 궤도에 이르면 자동차 시장 전체도 커지고, 수입차도 과거의 성장세를 회복할 것으로 전망된다.

=====

◆ 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.

모집단 *	운전 면허 소지자 중 자동차 보유자 / 2년 이내 구입계획자	조사대상자의 성격에 따라 측정/분석내용이 다름 2020년 104,208명 2019년 101,145명 2018년 93,230명 2017년 96,213명 2016년 100,788명 2015년 105,672명 2014년 101,821명 2013년 101,701명 2012년 95,012명 2011년 97,356명 2010년 106,291명 2009년 91,129명 2008년 95,472명 2007년 105,149명 2006년 106,088명 2005년 139,825명 2004년 171,499명 2003년 118,195명 2002년 129,277명
표본 추출의 틀	ConsumerInsight, Invight Panel & Portal Sites 회원	
표본 추출 방법	성별/연령별할당 표집	
조사 방법	E-mail survey	
분석 샘플 규모	104,208명	
조사 내용 *	Usage & Attitude & CEQ (Consumer Experienced Quality)	
조사 기간	2020년 7월	

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 컨슈머인사이트에 귀속되며 보도 이외의 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

박승표 컨슈머인사이트 이사

sammy.park@consumerinsight.kr

02)6004-7661