



데이터융복합/소비자리서치 전문 연구기관  
**컨슈머인사이트 보도자료**

(자동차 리포트 21<sup>th</sup>-6호)

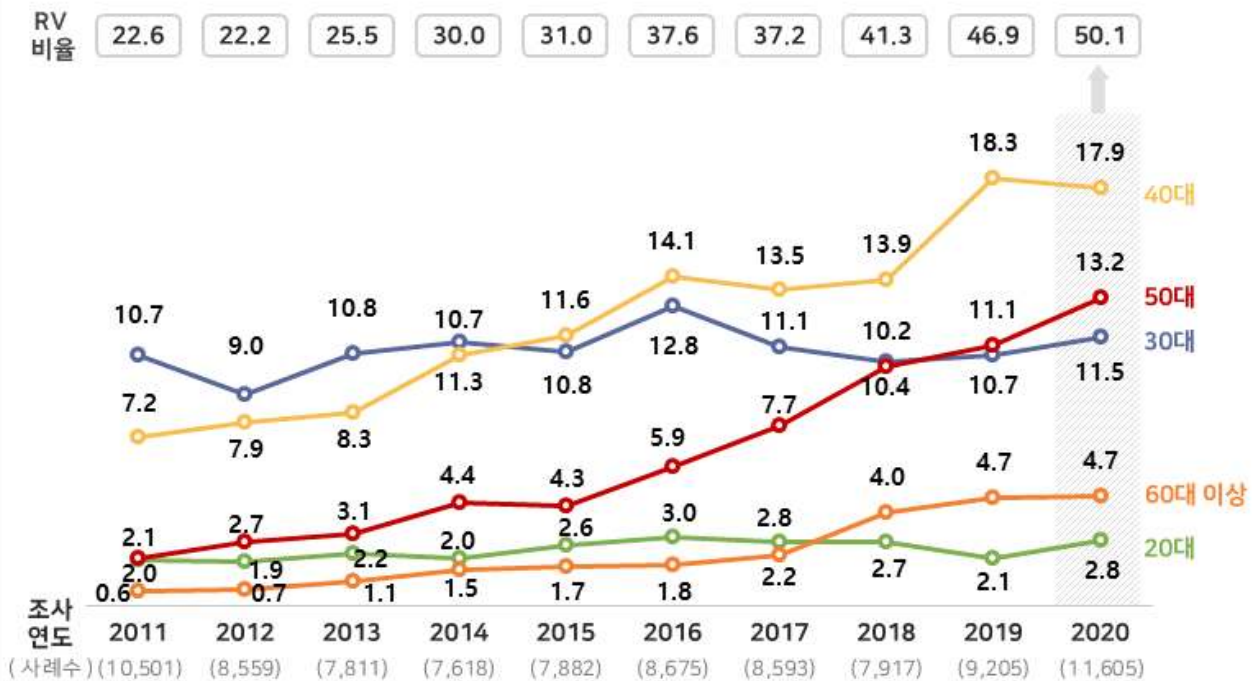
기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	sammy.park@consumerinsight.kr
문 의	박승표 이사	연 락 처	02) 6004-7661
배 포 일	'21년 4월 1일(목) 배포	매 수	자료 총 3매

## 신차 2대 중 1대 'RV'... 그 중 3분의1은 40대가 샀다

컨슈머인사이트, 2011~2020 신차 구매행태 비교

- 2030 RV구입률은 10년째 제자리
- RV시장의 큰손은 40대 1위, 그 다음 50대
- 50대 RV구입률은 10년 사이 2%대에서 13%로 급증

[그림1] 1년내 새 차 구입자\* 중 RV 구입 비율과 연령대별 추이 (%)



Q. 그 차는 어떤 타입입니까?

\*조사시점(매년 7월) 기준이므로 실제 구입 기간은 전년 7월부터 당해 연도 6월까지임.

지난해 신차 구입자 둘 중 한명은 RV(SUV+MPV)를 선택했고 이들 중 절반 이상이 40, 50대였다. 4050은 RV와 세단을 포함한 전체 신차 시장에서도 비슷한 점유율을 차지하며 자동차 시장의 큰손으로 자리잡았다.

자동차 조사 전문기관 컨슈머인사이드는 2001년부터 매년 7월 10만명을 대상으로 '연례 자동차 기획조사'를 실시하고 있다. 최근 1년 이내 신차 구매자를 대상으로 어떤 차를 구입했는지 묻고 이를 토대로 연령별 차량 구매행태를 집계해 지난 10년간의 결과를 비교했다. 매년 7월 기준 지난 1년간의 행태 조사이므로 이 자료의 구매기간은 전년 7월부터 당해 연도 6월까지다.

### ■ RV 구입 비율 연평균 3%p 이상 늘어

2020년 신차 구입자 중 RV 선택 비율은 50.1%로 조사 시작 이후 처음 절반을 넘어섰다. 2011년 22.6%에서 10년만에 배 이상 커졌다. 2012년과 2017년 소폭 하락했음에도 점유율은 연평균 3%p 정도 증가했다. 특히 소형 SUV 라인업이 강화된 2016년에는 전년대비 6.6%p 증가하며 급성장했다.

RV 구입 연령대에도 큰 변화가 있다. 최대 구매층인 40대는 2015년 30대를 앞지른 이후 점점 격차를 키워가고 있다. 50대의 약진도 두드러진다. 2019년 처음으로 30대를 따라잡고 2위 구매층으로 뛰어 올랐다. 반면 RV 시장이 크게 늘어났음에도 30대와 20대의 비중은 10년 간 큰 변화가 없었다[그림].

### ■ 가족 레저에 적합하고 중소형 SUV로 선택폭 넓어져

RV 시장 급성장은 도심형 크로스오버가 발전하고 레저와 여가활동에 대한 욕구가 커지는 것과 함께 소형 SUV의 등장으로 선택 폭이 넓어진 데 있다. 경유차 위주에서 휘발유, 하이브리드차가 등장하면서 승차감과 편의사양이 세단에 못지않게 향상된 점도 한몫했다.

실내공간과 적재공간이 넓어 가족 레저와 아웃도어 활동에 적합한 RV의 특성이 40대 이상 연령과 잘 맞아 떨어진 것으로 보인다. RV가 더 안전할 것이라는 믿음이 4050의 마음을 사로잡았을 것이다.

컨슈머인사이트는 **비대면조사에 효율적인** 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 특히, 최근에는 **다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계**하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다.

이 조사결과는 자동차전문 리서치회사 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 표본규모 10만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제20차 조사(2020년 7월 실시)로부터 나온 것입니다.

◆ **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.

<b>모집단</b>	운전 면허 소지자 중 자동차 보유자 / 2년 이내 구입계획자	조사대상자의 성격에 따라 측정/분석내용이 다름 <b>2020년 104,208명</b> 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
<b>표본 추출의 틀</b>	ConsumerInsight, Invight Panel & Portal Sites 회원	
<b>표본 추출 방법</b>	성별/연령별할당 표집	
<b>조사 방법</b>	E-mail survey	
<b>분석 샘플 규모</b>	104,208명	
<b>조사 내용</b>	Usage & Attitude & CEQ (Consumer Experienced Quality)	
<b>조사 기간</b>	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