



데이터융복합/소비자리서치 전문 연구기관  
**컨슈머인사이트 보도자료**

(자동차 리포트 21<sup>th</sup>-8호)

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	sammy.park@consumerinsight.kr
문 의	박승표 이사	연 락 처	02) 6004-7661
배 포 일	2021년 5월 6일(목) 배포	매 수	자료 총 4매

## 자동차 대체시장, '현대·기아 vs 수입차' 양자대결로

컨슈머인사이트, 2016-2020 자동차 대체구매 이동성향 비교

- 현대·기아 고객 4명중 3명 재구입...대체시장 3분의2 차지
- 중견3사 고객 재구입 줄고 수입차는 점유율 대폭 증가
- 현대·기아 아성에 수입차가 도전하는 구도로 재편 예상

**[그림] 2020 주요 자동차 브랜드군 간 이동성향**  
(Base: 1년 이내 차량 대체 구매자)

범 례	% 2020 %p (2020-2016)	대체 전 보유 브랜드 점유율	대체 후 보유 브랜드		
			현대·기아	국내 중견3사	수입
대체 후 보유 브랜드 점유율		100.0	64.1 (+7.5)	19.0 (-7.7)	17.0 (+0.2)
대체 전 보유 브랜드	현대·기아	65.0 (-0.4)	48.4 (+5.5)	8.7 (-4.9)	7.9 (-0.9)
	국내 중견3사	25.2 (-2.6)	12.7 (+0.8)	9.4 (-2.8)	3.1 (-0.6)
	수입	9.8 (+2.9)	3.0 (+1.2)	0.8 (+0.1)	6.0 (+1.7)
(n)		(8,430)	(5,400)	(1,598)	(1,432)

Q. 귀하께서 주로 사용하시는 승용차는 언제 구입하셨습니까?  
 Q. 귀하께서 주로 사용하시는 승용차는 사실때 새차였나요? 중고차였나요?  
 Q. 귀하께서 주로 사용하시는 승용차는 어떤 브랜드의 어떤 모델입니까?  
 Q. 차분하신 승용차는 어떤 브랜드의 어떤 모델인가요?  
 \*보유 브랜드비율의합이 100을 초과하는 경우는 소수점 이하반올림의 오차임

자동차 대체 구매 때 현대·기아(제네시스 포함) 보유 고객의 재구입률이 급상승했고 수입차 점유율은 크게 늘었다. 반면 중견3사는 두 진영의 협공에 고객을 빼앗기며 급격히 흔들리고 있다. 그동안 국내 자동차 시장이 현대·기아를 중심으로 중견3사와 수입차가 경쟁하던 '2강3중+α' 구도였다면, 앞으로는 현대·기아라는 슈퍼파워 아성에 수입차 정예군단이 도전하는 양자대결 체제로 변화가 예상된다.

자동차 전문 조사기관 컨슈머인사이트는 2001년부터 매년 7월 10만명을 대상으로 실시하는 '연례 자동차 기획조사'에서 지난 1년 내 승용차 대체 구입자(신규구입 제외)를 대상으로 이전 브랜드와 현재 브랜드가 무엇인지 물어 최근의 이동성향을 파악하고, 그 결과를 2016년의 결과와 비교해 변화 추이를 확인했다.

### ■ 2020년 대체구매 전후 점유율 : 수입차와 중견3사, 크게 엇갈려

현대·기아는 2020년 대체시장 전체의 절반가량(48.4%)을 양사 브랜드 내에서 소화하면서 사실상 시장을 장악했다. 이전 보유자(65%) 4명 중 3명이 다시 현대·기아 브랜드로 갈아탄 셈이다. 여기에 타 브랜드 군에서의 유입을 포함하면 시장의 거의 3분의 2(64.1%)를 지속적으로 점유하고 있다[그림].

수입차는 17.0%를 점유해 대체 전 9.8%에서 가장 큰 폭(7.2%p)으로 점유율이 증가했다. 국내 중견3사(한국GM·르노삼성·쌍용)의 점유율 19.0%를 넘어설 기세다. 이 추세가 계속된다면 이르면 금년(2021년), 늦어도 2~3년 내에 역전이 일어날 것으로 보인다. 중견3사 입지가 급속 위축되고 현대·기아와 수입차간 양자대결의 시대가 눈앞에 왔음을 알 수 있다.

수입차는 현대·기아와 중견3사 모두에 대해 유입이 유출보다 컸다. 특히 현대·기아에 대해서는 4.9%p(7.9%-3.0)의 순유입 효과를 거뒀다. 이는 수입차의 상승세가 당분간 계속될 것임을 뜻한다.

중견3사는 대체 전 점유율 25.2%의 절반 이상(12.7%)을 현대·기아에 잃고, 그보다 적은 9.4%만을 지켰다. 중견3사 당면위기의 대부분은 현대·기아로의 유출 때문이며 수입차로의 유출 영향(3.1%)은 크지 않았다. 한국 자동차 시장의 재편이 현대·기아의 주도로 진행되고 있음을 보여준다.

### ■ 2016 vs 2020 비교 : 현대·기아 약진, 중견3사 극히 부진

2016~2020 4년간의 가장 큰 변화는 현대·기아 지배력이 지속적으로 강화됐다는 점이다. 2020년 현대·기아의 대체 후 점유율은 64.1%로 4년 전인 2016에 비해 7.5%p나 증가했다. 이 증가의 대부분은 현대·기아 고객의 재구입에 의한 것이다. 이들의 재구입률은 48.4%로 4년 전에 비해 5.5%p 증가했다. 즉 4년 전에 비해 현대·기아는 더 구입하고, 중견3사와 수입차는 덜 구입(각각 -4.9%p, -0.9%p) 한 결과다.

수입차는 브랜드 내 재구입이 6.0%로 4년 전보다 1.7%p 증가했다. 반면 현대·기아로 부터의 유입은 4년 전에 비해 0.9%p 감소(8.8%→7.9%)했고, 유출은 1.2% 증가(1.8%→3.0%)했다. 그 이유는 2015년 출범한 제네시스 효과로 볼 수 있다. 제네시스는 '현대·기아→수입차' 유출을 억제하는 한편 '수입차→현대·기아' 유입을 촉진하는 유용한 전략적 자산 역할을 하고 있다. 일부 수입 브랜드의 연비와 화재 관련 이슈도 한 요인이 됐을 것이다.

반면 중견3사는 브랜드군 내 재구매가 9.4%로 4년 전보다 2.8%p나 줄었다. 이전 보유자(25.2%) 10명 중 5명(12.7%)이 현대·기아로, 1명 이상(3.1%)은 수입차로 빠져나가고 나머지 3~4명만 남는 모양새다. 그 동안 경영난과 함께 노사분쟁, 매각설, 신차 기근 등 리스크에 시달리면서 소비자 충성도가 크게 약화됐음을 보여 준다.

#### ■ 현대·기아 vs 수입차 : 격차 많이 줄었지만 수입차 우세 여전

현대·기아 브랜드 입장에서 수입차와의 이동 관계를 살펴보면 유입과 유출 격차가 2016년 7%p(8.8%→1.8%)에서 지난해 4.9%p(7.9%→3.0%)로 개선됐다. 하지만 아직도 유출이 유입보다 2.5배 이상 많아 여전히 수입차가 우위에 있다. 앞으로도 상당기간 현대·기아 고객의 수입차로의 이동은 계속될 전망이다.

국내 자동차 시장은 현대·기아 지배력 강화, 수입 브랜드 비중 확대, 중견3사의 급속 약화로 이행하고 있다. 이전 시장이 현대·기아를 축으로 중견3사와 수입차가 경쟁하는 다각 경쟁 구도였다면 앞으로는 현대·기아와 수입차의 양자대결로 치달게 될 것이다. 다각구도와 달리 양자대결은 사활을 건 제로섬 게임이 될 수밖에 없다.

그러나 현재 시장의 문제는 어제 오늘의 점유율이 아니다. 다양한 게임체인저들이 등장하고 대기하고 있어 언제 어떤 변화가 있을지 알 수 없는 상태다. 격변하는 산업 환경에 맞는 상품(디바이스) 전략과 서비스 전략이 절박하게 요구되고 있다.

#### ◆ 참고 자료(관련 리포트)

1. ['탈 세단' 바람 타고... SUV, 자동차시장 대세 굳힌다](#)
2. [신차 2대 중 1대 'RV'... 그 중 3분의 1은 40대가 샀다](#)
3. [질주하는 SUV, 세단시장 추월할까](#)

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 <table border="1"> <tr><td>2020년</td><td>104,208명</td></tr> <tr><td>2019년</td><td>101,145명</td></tr> <tr><td>2018년</td><td>93,230명</td></tr> <tr><td>2017년</td><td>96,213명</td></tr> <tr><td>2016년</td><td>100,788명</td></tr> <tr><td>2015년</td><td>105,672명</td></tr> <tr><td>2014년</td><td>101,821명</td></tr> <tr><td>2013년</td><td>101,701명</td></tr> <tr><td>2012년</td><td>95,012명</td></tr> <tr><td>2011년</td><td>97,356명</td></tr> <tr><td>2010년</td><td>106,291명</td></tr> <tr><td>2009년</td><td>91,129명</td></tr> <tr><td>2008년</td><td>95,472명</td></tr> <tr><td>2007년</td><td>105,149명</td></tr> <tr><td>2006년</td><td>106,088명</td></tr> <tr><td>2005년</td><td>139,825명</td></tr> <tr><td>2004년</td><td>171,499명</td></tr> <tr><td>2003년</td><td>118,195명</td></tr> <tr><td>2002년</td><td>129,277명</td></tr> </table>	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
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																																							
<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