

자동차 구입행동 4

- '더 큰 차' 찾던 소비자 SUV와 수입차로

- 가장 큰 흐름은 '더 큰 세단'이나 감소세 현저
- '연비 좋은 수입 SUV' 시장 가능성 커

한국 자동차 소비자의 큰 차 사랑은 유별나다. 차를 바꿀 때 보다 큰 차를 사는 것이 자연스러운 흐름이었다. 이 경향은 글로벌 금융위기 이후 수입차와 SUV로의 이동량이 커지면서 감소하기 시작한다. 지난 5년 간 이 이동이 크게 줄었지만 아직도 가장 큰 흐름으로 자리잡고 있다. 연비와 안전에 대한 소비자의 관심은 '연비 좋은 수입 SUV'를 최적의 대안으로 이끌 가능성이 있다.

자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)는 매년 7월에 실시해 온 자동차 기획조사에서 지난 1년 간 새 차를 추가 또는 대체 구입한 소비자들에게 그 이전 차는 무엇이었고, 새 차는 무엇인지를 물었다. 2014년 조사에서 이들이 최근 구입 차와 과거에 보유했던 차는 무엇인지 차급을 중심으로 정리했다[표1].

[표1] 2014 대체 시장 대체 경향 %

	현 보유	이전 보유	Gap (현-이전)
SUV	23.5	14.5	+9.0 ①
중형	14.8	22.0	-7.2 ✓
준중형	14.6	21.5	-6.9 ✓
경차	14.5	9.7	+4.8 ③
수입	13.4	5.6	+7.8 ②
준대형	8.5	6.8	+1.7
MPV	4.5	10.8	-6.3 ✓
대형	3.0	3.2	-0.2
소형	2.9	6.0	-3.1

금년 조사에서 지난 1년간 가장 많이 구입한 승용차는 SUV(23.5%)로 승용 9개 차급 중 가장 큰 비중을 차지했다. 이는 최근에 불고 있는 캠핑 등 아웃도어 활동 열풍과 안전성에 대한 관심이 동시에 작용한 결과로 보인다. 그 다음은 세단 3종 즉, 중형, 준중형, 경차(각각 14.8%, 14.6%, 14.5%)로 14%대에 몰렸다. 그 뒤를 근소한 차이로 수입차(13.4%)가 따랐다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

이들이 과거 어떤 차급의 승용차를 갖고 있었는지를 보면 최근 어떤 차급이 증가하고 감소했는지 알 수 있다. 최근 구입률과 이전 보유율 간의 차이가 큰 순서대로 보면 SUV가 9.0%p 증가로 앞섰으며, 그 다음은 수입차(+7.8%p), 경차(+4.8%p)의 순이었다. 반면 감소 크기로 보면 중형(-7.2%p)과 준중형(-6.9%p)이 컸고, 그 뒤를 MPV(-6.3%p)가 따랐다. 요약하면 SUV와 수입차의 증가, 중형·준중형·MPV의 감소가 뚜렷하다고 할 수 있다.

승용차 시장 전체에서 소비자의 승용차 교체가 어떤 형태로 이루어졌는지를 알아 보기 위해 지난 10년간의 차급간 이동패턴을 분석했다. 2014년 현재 가장 큰 차급간 이동 추이는 '세단→더 큰 세단'(14.5%)이었으며, 그 다음은 '세단→동급 세단'(13.0%), '세단→SUV'(11.5%), '국산→수입차'(9.1%), '세단→더 작은 세단'(8.4%)의 순이었다[표2]. 이를 10년 전인 2005년도의 추이와 비교하면 가장 증가가 큰 것은 '국산→수입차'(8.0%p)였으며, 그 다음은 '세단→더 작은 세단'(3.8%p)이었다. 가장 감소가 큰 것은 '세단→더 큰 세단'(-6.8%p)과 '신규→준중형'(-2.7%p)이다. 이 결과는 더 큰 차를 찾는 경향이 크게 줄고, 더 작은 차로 이동하는 것이 낫설지 않은 변화가 진행되었음을 보여준다.

[표2] 2005, 2014 차급간 이동 Trend

	2014	2005	Gap (2014-2005)
1 세단 → 더 큰 세단	14.5	21.3	-6.8 ✓
2 세단 → 동급 세단	13.0	13.6	-0.6
3 세단 → SUV	11.5	13.9	-2.4
4 국산 → 수입	9.1	1.1	+8.0 ①
5 세단 → 더 작은 세단	8.4	4.6	+3.8 ②
6 SUV → SUV	5.1	4.0	+1.1
7 신규 → 경차	5.0	2.8	+2.2
8 중형 → 중형*	4.7	7.0	-2.3
9 신규 → 준중형	4.3	7.0	-2.7 ✓
9 SUV → 세단	4.3	3.5	+0.8

* '세단→동급 세단'에도 포함되어 있음

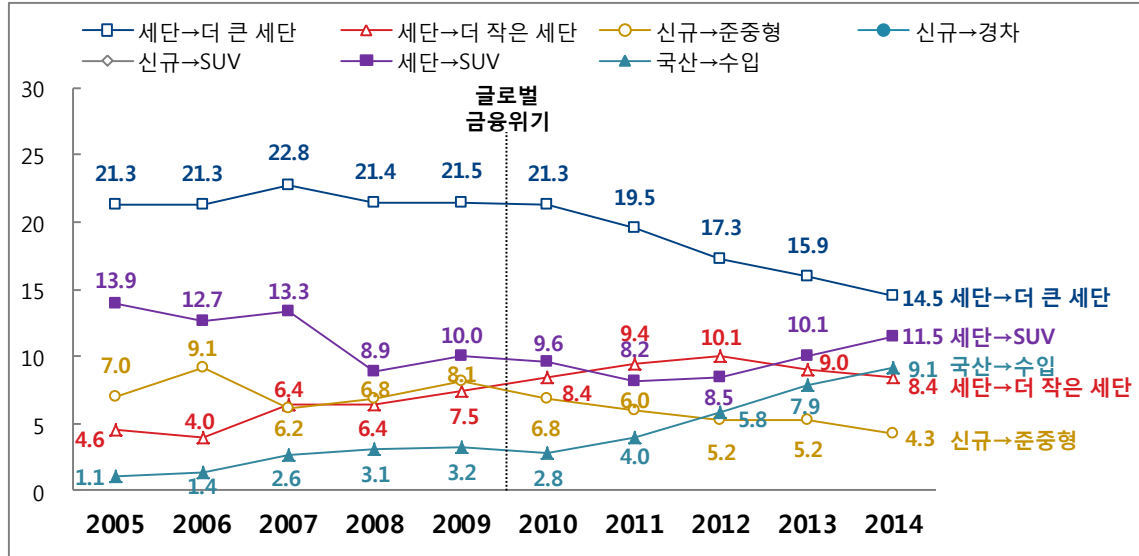
이런 변화가 언제 어떻게 일어났는지를 알아보기 위해 주요 흐름 5개를 선정해 지난 10년간의 추이를 정리했다[그림1]. 이 자료는 2005~'14간 몇 가지 큰 변화가 있었음을 알 수 있다. 먼저 글로벌 금융위기 전과 후가 크게 다르다는 것을 알 수 있다. 글로벌 금융위기 전에는 큰 변화가 없었으나, 후부터 서로 영향을 주고받는 역동적인 변화가 활발했다. 가장 큰 변화는 '세단→더 큰 세단'의 감소와 '국산→수입차'의 증가다. 6.8%p 감소한 '세단→더 큰 세단'과 8.0%p 증가한 '국산→수입차'는 둘 간에 상당한 관계가 있음을 짐작케 한다. 즉, 수입차 구입은 더 큰 차를 갖고 싶다는 욕구의 다른 표현일 수 있다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

[그림1] 차급 이행성향 Trend

당해년도 신규/대체 구입자 Base, %



또 하나의 재미있는 현상은 '세단→SUV'와 '세단→더 작은 세단'의 대비다. 2012년을 분기점으로 '세단→더 작은 세단'은 증가에서 감소로, '세단→SUV'는 감소에서 증가로 돌아섰다. 물론 이것이 더 작은 세단을 사려던 사람들이 SUV로 옮겨 갔다는 의미는 아니다. 아마 더 큰 세단으로 가려던 성향과 세단 선호 성향의 상당 부분이 SUV나 수입차를 원하는 욕구로 전환된 것으로 보인다.

현재 자동차 소비자는 매우 역동적으로 움직이고 있다 'SUV'와 '수입차'는 현 시장을 휩쓰는 새로운 이동경향이고, '연비'와 '안전'은 소비자의 주된 관심사다. '연비 좋은 수입 SUV'는 이런 조건에 딱 들어 맞는다.

=====

(주)마케팅인사이트는 지난 2002년부터 2014년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔습니다. 조사 결과는 매년 9월 하순부터 보도자료로 발표되고 있습니다. 조사결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있습니다.

언론 발표 내용과 '한국 자동차 품질 리포트' 내용은 (주)마케팅인사이트가 개발한 '한국형 온라인 자동차 컨슈머리포트' 사이트인 'AutoInsight'(www.autoinsight.co.kr)에 실리고 있으며, Daum의 자동차섹션 중 '오토칼럼'에도 상시 게재되고 있습니다. 특히 'AutoInsight'에서는 소비자들의 제품 품질 및 서비스평가 내용을 자동차 모델별로 비교하는 'One Page Report'를 볼 수 있습니다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2014년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 101,821명

위 조사 결과는 (주)마케팅인사이트가 2002년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2014년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 (주)마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이 어느 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr에서 보실 수 있습니다.

문의: 김영호 전문위원 T:02-6004-7646 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr