



데이터융복합/소비자리서치 전문 연구기관
컨슈머인사이트 보도자료

(자동차 리포트 21th-7호)

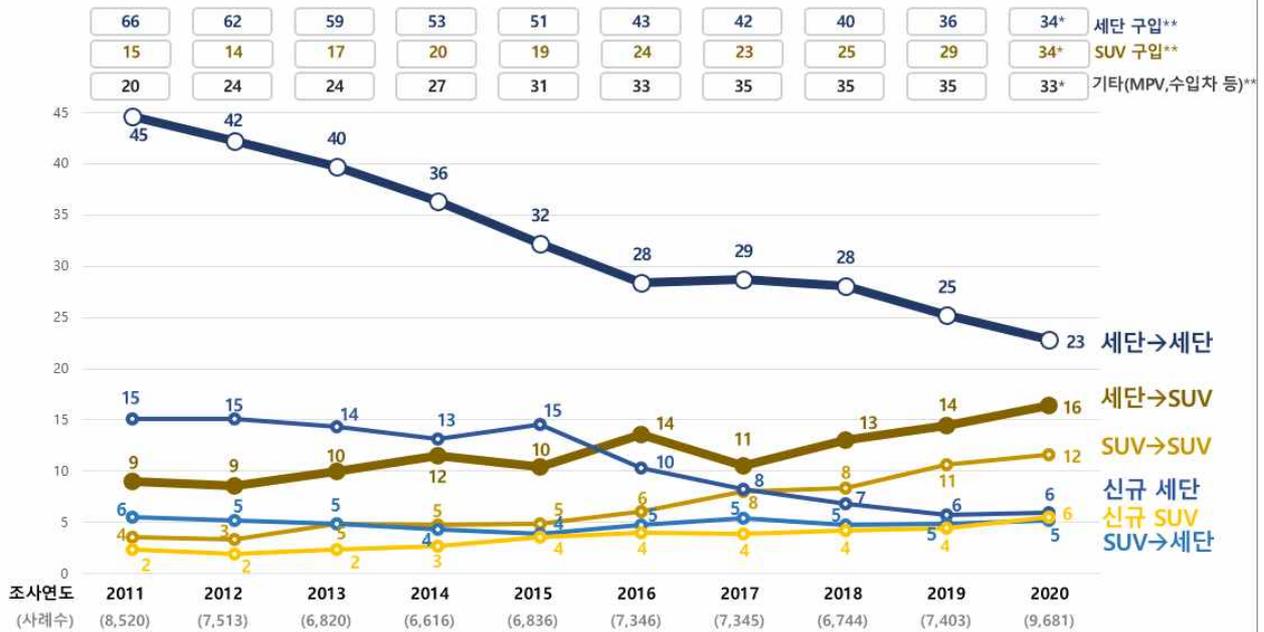
기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	jungdw@consumerinsight.kr
문 의	정동운 부장	연 락 처	02) 6004-7616
배 포 일	2021년 4월 20일(화) 배포	매 수	자료 총 4매

'탈 세단' 바람 타고... SUV, 자동차시장 대세 굳힌다

컨슈머인사이트, 국산차 신규/대체 시 '세단-SUV' 이행성향 비교

- '국산 세단 타다 다시 세단 구입' 10년새 2분의1로
- 세단→SUV는 급증한 반면 'SUV→세단'은 미미
- 세단 vs SUV 구입비율 34%로 같아져 역전 임박

[그림] 국산 세단-SUV 차종간 이행성향 추이(%)



- 매 조사에서 최근 1년 이내(전년도 7월~해당 연도 6월) 신규/대체 구입자를 대상으로 했으며 픽업 차량은 분석에서 제외했음
 * 각각 세단 구입·SUV 구입·기타의 합으로, 이 셋을 합쳐 100을 초과하는 경우는 소수점 이하 반올림으로 발생하는 오차임
 **각각 세단으로의 신규/교체 구입 비율, SUV로의 신규/교체 구입 비율이며 '기타'에는 MPV·수입차·기타 차종이 포함됨

국산 세단을 타던 사람이 새 차를 사면서 다시 세단으로 갈아탄 비율이 10년 사이 절반으로 줄어들었다. 반면 신규/대체구입 모두에서 SUV는 2.5배 이상 크게 증가해 세단과 같은 규모(34%)가 됐다. 이런 탈(脫) 세단 추세라면 수년 안에 '세단→SUV'가 '세단→세단'을 추월할 것으로 예상된다.

자동차 전문 소비자 조사기관 컨슈머인사이트는 2001년부터 매년 7월 10만명을 대상으로 실시하는 '연례 자동차 기획조사'에서 지난 1년 내 승용차 신규/대체 구입자를 대상으로 이전 차종과 현재 차종이 무엇인지 물었다. 국산 세단과 SUV를 중심으로 지난 10년 동안(2011~2020년)의 차종 간 이행성향을 비교했다.

■ 신규로 세단 구입한 비율은 3분의1 토막

전체 승용차 시장에서 국산 세단 보유자가 다시 세단으로 갈아탄 비율은 2011년 45%에서 지난해 23%로 절반이 줄었다. 같은 기간 신규로 세단을 구입한 비율은 15%에서 6%가 돼 절반 이하로 떨어졌다. 반대로 SUV에서 세단으로 갈아탄 비율은 10년간 4~5%대에서 큰 변화가 없었다[그림]. 많은 사람이 처음 차를 사면서 SUV를 택하거나 타던 세단에서 SUV로 옮겨가는 현상이 뚜렷하다.

세단에서 SUV로 갈아탄 비율은 2011년 9%에서 지난해 16%로 2배 가까이 늘었다. 이 기간 SUV에서 다시 SUV로 갈아탄 비율은 4%에서 12%로 3배가 됐으며, SUV 구입은 2%에서 5%로 2.5배 증가했다. 이런 추세가 계속된다면 수년 안에 세단 보유자가 세단보다 SUV로 갈아타는 비율이 더 커지는 일이 생길 수도 있다.

이같은 '세단 약세-SUV 강세' 추이는 최근 10년 동안 대체로 일관된 모습을 보였으며 최근 3년간의 추세는 더욱 확연하다. 예외적으로 2017년 전후로 세단→세단과 세단→SUV 이행성향이 정체 또는 역전하는 현상이 발생했는데 이는 전기차를 포함한 세단 신차가 대거 출시됐기 때문이다. SM6·아이오닉·제네시스 G70 등 신차와 그랜저·K7·말리부 등 신형 세단이 잇따라 선보였다. 반면 SUV로는 QM6·니로·티볼리 에어 등이 출시됐지만 모델 수와 인기도에서 세단에 크게 못 미쳤던 시기다.

■ 세단-SUV 이행비율 차이 10년만에 41%P서 0%P로

2011년 기준 승용차 신규/대체구매 때 세단으로의 이행비율(세단 이행비율)을 합하면 66%였고 SUV 이행비율의 합은 15%로 둘 사이의 갭이 41%포인트에 달했다. 그러나 2020년에는 세단과 SUV의 이행비율이 각각 34%로 동률을 이뤄 10년 사이에 갭이 완전히 사라졌다. 세단 수요의 상당부분을 SUV 외에도 수입차와 다목적차(MPV) 등이 잠식하며 '기타' 비중이 33%까지 올랐기 때문이다.

2020년 7월 기준 1년 내 신차(승용차) 구입자 중 50.1%는 RV(SUV+MPV)를 선택해 조사 이후 처음으로 절반 수준에 도달했다(신차 2대 중 1대 'RV'... 그 중 3분의1은 40대가 샀다 참조). RV와 세단 신차 비중이 거의 같아진 것이다. SUV가 RV의 대부분을 차지한다는 점을 감안하면 이는 국산 세단과 SUV 간의 점유율 차이가 제로(0)에 수렴한 것과 일치하는 결과다. 당장 올해부터 SUV 신차 비중이 세단을 앞지를 가능성이 있으나 세단 중심인 전기차가 어느 정도 팔릴 것인지도 중요하다.

SUV는 넉넉한 실내공간과 실용성으로 무장한 데다 더 안전할 것이라는 믿음이 있다. 코로나19 이후 달라진 라이프 스타일 영향도 무시할 수 없다. 자동차 메이커들도 이런 추세에 따라 수년 전부터 세단 라인업을 줄이고 SUV 라인업을 경쟁적으로 확대하고 있다. 시판 중인 승용차 모델 수에서 SUV가 세단을 이미 앞질러 설령 세단을 사고 싶어도 선택지가 점점 줄어들고 있는 게 현실이다. 시장의 중심으로 떠오른 SUV의 위상이 앞으로 더욱 강해질 것임을 예상하는 것은 어렵지 않다.

◆ 참고 자료(관련 리포트)

1. [신차 2대 중 1대 'RV'... 그 중 3분의 1은 40대가 샀다](#)
2. [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.

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

정동운 컨슈머인사이트 부장

jungdw@consumerinsight.kr

02)6004-7616