Deloitte.

2023 자동차 구매의향 리포트

김태환 전무 | 한국 딜로이트 그룹 자동차 산업 리더
박경은 Senior Manager | 딜로이트 인사이트

Download on the App Store
GET IT ON Google Play

'딜로이트 인사이트' 앱에서
경영·산업 트렌드를 만나보세요!

2023년 06월
Deloitte Insights

국내 소비자 자동차구매의향지수, 2개월 연속 상승했으나 여전히 침체 양상

국내 소비자들의 자동차 구매의향이 계속 침체된 양상을 보이고 있다. 글로벌 자동차 생산 차질을 일으키던 공급망 이슈가 완화되었음에도 불구하고, 글로벌 인플레이션에 이은 주요국 금리인상과 경기둔화 등의 영향으로 소비자 구매 의향은 좀처럼 회복되지 않고 있다.

이는 딜로이트가 개발한 자동차 수요예측 지수인 자동차구매의향지수(Vehicle Purchase Intent Index, VPI Index)[1] 에도 나타난다. 자동차 구매의향 지수는 이른바 '카플레이션'이 정점에 달하던 시기에 최고치를 기록했으나, 2022년 하반기부터 급락한 뒤 계속 부진한 모습이다.

올해 4월 국내 소비자 자동차구매의향 지수(2021년 10월=100 기준)는 73.3을 기록해 앞서 2월 기록한 최저치 62.6에서 2개월째 반등했다. 하지만 2022년 7월 기록한 최고치(119.3)나 기준치에 비해 매우 저조한 수준이다.

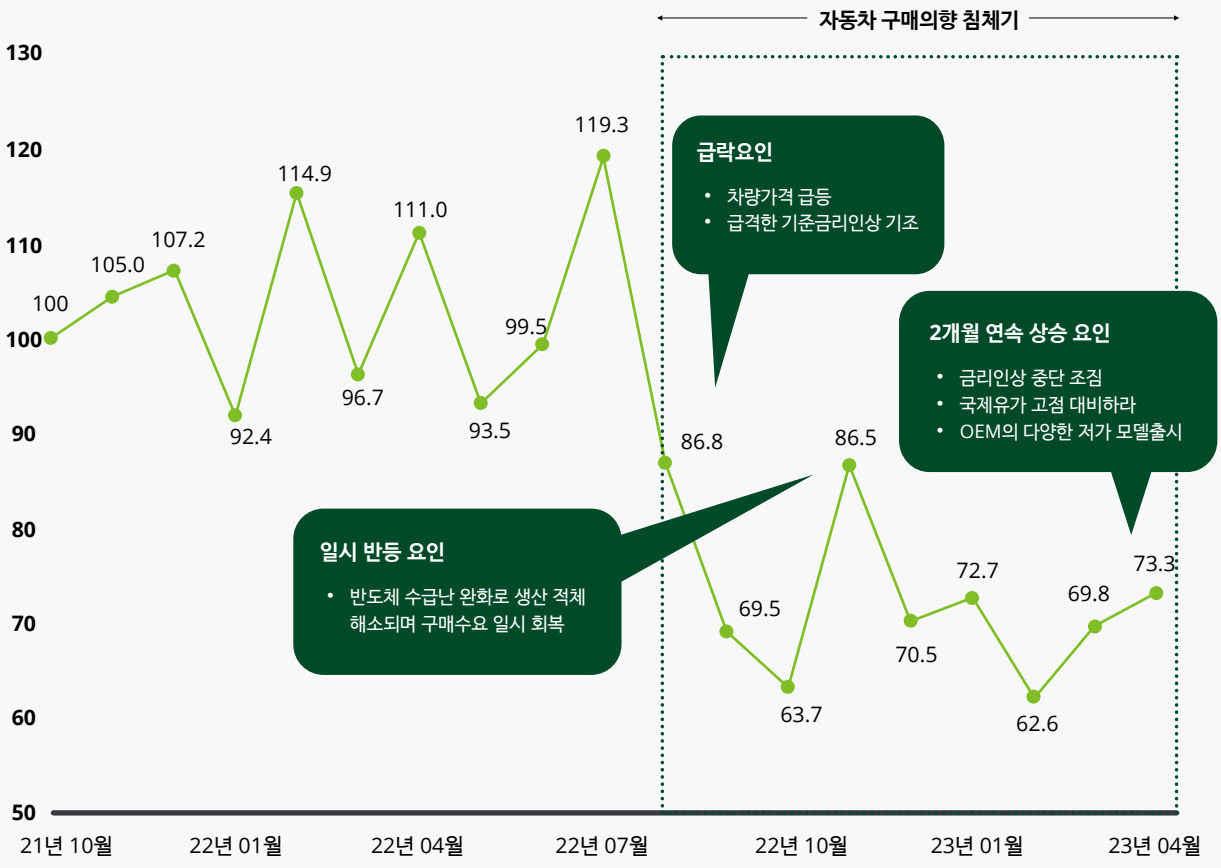
글로벌 자동차구매의향 지수는 2022년 7월 103.4를 고점으로 같은 해 10월 77.7까지 급락한 뒤 등락을 거치며 회복 양상을 보였음에도 불구하고 여전히 올해 4월 86.6 수준으로 기준점에 크게 못 미치고 있다.

자동차 구매의향 지수 침체 원인 분석

이처럼 소비자들의 자동차 구매의향이 낮아진 뒤 회복하지 못하는 기본적인 원인은 너무 올라버린 자동차 가격과 금리인상을 소비자들이 감당하지 못한 탓이다.

앞서 2022년 상반기 공장가동 중단, 반도체 수급난 등으로 자동차 생산량이 줄어든 상황에서 수요가 조사 이래 최고치를 찍으며 신차 가격이 고공행진을 이어갔다. 당시 딜로이트는 자동차 가격이 계속해서 오를 경우 결국 수요가 위축될 것이라는 분석을 내놨으며[2], 실제로 해당 시점 이후 급락한 자동차 수요는 회복되지 못하고 부진을 지속하고 있다(그림 1).

그림 1. 2022년 급락한 자동차 구매의향 지수, 2개월 연속 상승했으나 여전히 침체



출처: 딜로이트 글로벌 소비자 동향(consumer tracker) 조사

자동차구매의향 지수 움직임은 실제 구매 통계와도 일치한다. 한국자동차산업협회의 자료에 의하면, 지난 2022년 연간 개인 소비자의 승용차 구매는 전년 대비 6.9% 감소했다. 상반기에는 수급 여건이, 하반기에는 소비심리 악화가 영향을 미쳤던 것으로 보인다. 반면 같은 기간 렌터카, 모빌리티서비스 등 영업용 승용차 신규등록은 8.0% 증가하며 개인 승용차 구매와는 대조적인 모습을 보였다. 작년 전체 승용차 판매 대수는 142만 1,000대로 전년대비 3.3% 감소하는데 그쳤는데, 이는 개인 소비자 구매가 큰 폭으로 감소했지만 법인 수요가 일정 부분 상쇄한 것이다.

표 1. 승용차 신규등록 중 구매 주체별·연령대별 비중 추이

구분	2021년		2022년		증감률
	대수	%	대수	%	
승용차 계	**1,469**	**100.0**	**1,421**	**100.0**	**-3.3**
개인	**1,040**	**70.8**	**967**	**68.1**	**-6.9**
20대 이하	82	5.6	74	5.2	-9.7
30대	215	14.6	202	14.3	-5.8
40대	268	18.2	245	17.3	-8.5
50대	276	18.8	252	17.8	-8.4
60대	160	10.9	155	10.9	-2.9
70대 이상	39	2.7	38	2.7	-2.8
법인·사업자	**429**	**29.2**	**454**	**31.9**	**5.6**
영업용	253	17.2	273	19.2	8.0
자가용	176	12.0	181	12.8	2.5

출처: 한국자동차산업협회

본 리포트에서는 국내 소비자들의 자동차 구매의향이 침체에 접어든 원인을 거시경제 요인, 지정학적 요인, 완성차업체(OEM)의 전략 요인 및 소비자 인식 변화 등 4가지로 구분하여 분석했다.

VPI 지수 하락 원인 1

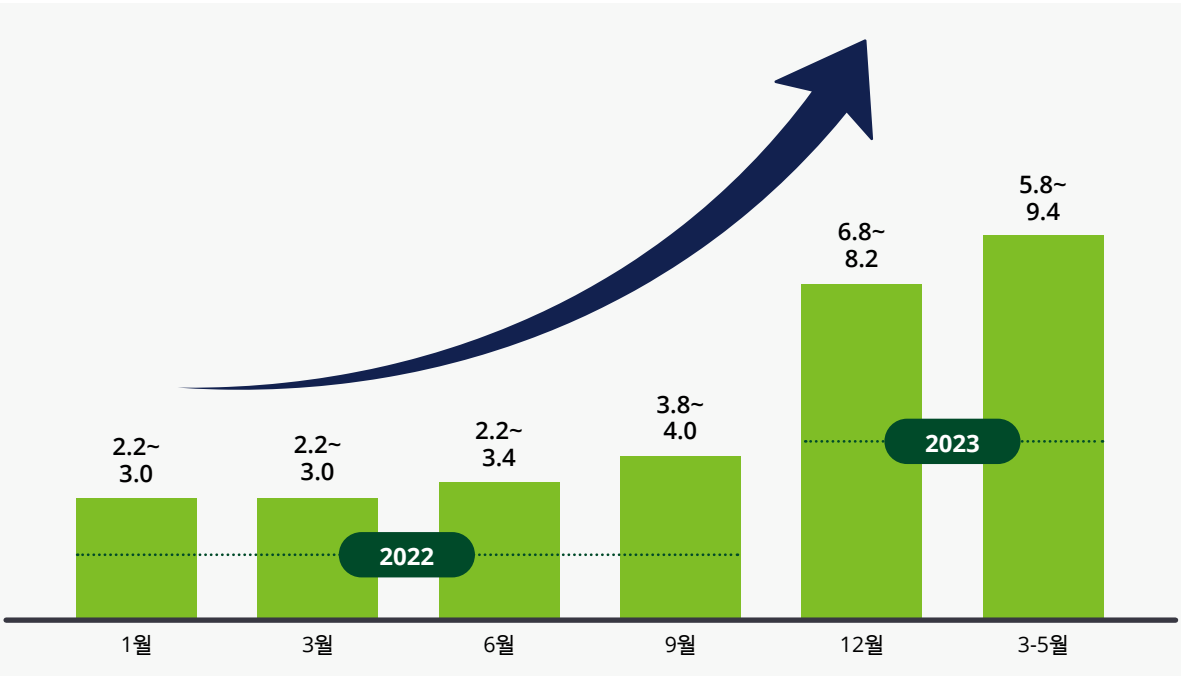
거시경제 요인

자동차 구매의향 하락에 영향을 미친 거시경제 요인은 지속되는 인플레이션과 금리인상이다. 전반적인 물가 상승세 속 신차·중고차 가격도 빠른 속도로 올랐고 그 여파로 소비심리와 자동차 구매의향 모두 위축됐다. 미국 인플레이션율은 2021년부터 상승을 시작해 2022년 6월 전년동월대비 9.1%로 40년만에 최고치를 기록했고, 아직도 매월 5% 이상의 물가 상승이 일어나고 있다. 한국 소비자물가지수 상승률도 2022년 7월에 전년동월대비 6.3%로 지난 10년 중 최고치를 기록했다. 차 값은 인플레이션 주범으로 거론될 만큼 빠르게 올라, 상승하던 자동차 구매의향 지수가 하락한 주요 원인이 됐다.

금리인상 등 긴축정책 또한 자동차 구매의향 하락에 일조했다. 급격한 인플레이션을 잡기 위해 각국 중앙은행은 시중 화폐량을 조절하기 위한 긴축정책을 실시하였고, 이는 경기 둔화와 자산가치 하락으로 이어져 소비 심리를 위축시켰다. 고금리로 주택담보대출과 신용대출 등 이자 비용이 증가해 명목가처분소득도 줄었다. 자동차 할부금리도 상승해 소비자들은 더 저렴한 자동차를 찾거나 구매 자체를 포기하게 되었다. 실제로 작년 12월 자동차 할부금리는 전 분기 대비 3~4%포인트나 올랐고, 올해 3-5월 기준 자동차 할부금리는 전년동기 대비 최대 6%포인트 상승했다(그림 3). 가용 자금이 줄어든 상황에서 자동차에 들어가는 비용이 더욱 커진 것이다.

그림 2. 월별 차량 할부금리 추이

(단위: %)



출처: 여신금융협회, 현대캐피탈·삼성카드·신한카드·KB국민카드·우리카드 취합, 딜로이트 분석

VPI 지수 하락 원인 2

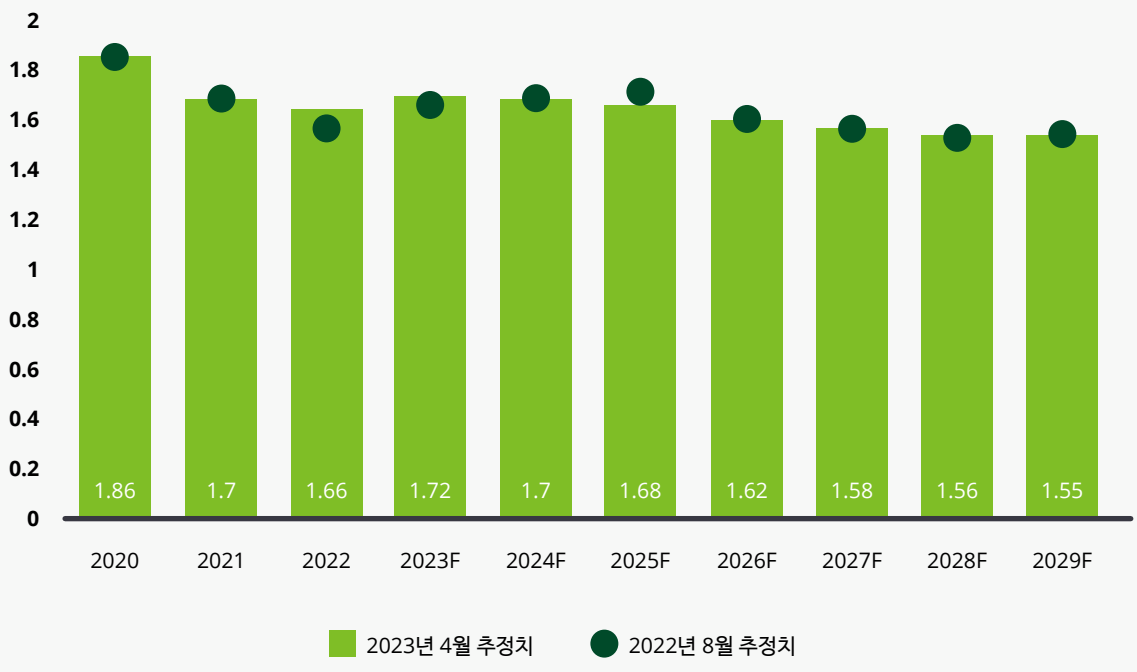
지정학적 요인

자동차산업 공급망 불안을 촉발한 지정학적 요인도 구매의향 하락의 원인이 되었다. 공급망 문제로 신차 출고 대기 시간이 30개월까지 늘어나며 소비자들의 구매 의욕을 꺾어 놨기 때문이다. 한동안 러시아-우크라이나 전쟁과 팬데믹, 미중 패권 갈등 등이 자동차 산업 공급망에 복합적으로 영향을 미쳤다. 전쟁으로 갑자기 와이어하네스 등 자동차 부품을 구할 수 없게 되거나, 국가 간 갈등으로 알루미늄, 리튬, 니켈 등 주요 원자재 수급이 불안정해졌다. 이들 요인은 반도체 공급에도 영향을 미쳤고, 반도체 수급난은 자동차 출고 적체의 최대 원인이 되었다.

다행히 2022년 9월 무렵부터는 반도체 수급난이 완화되고 자동차 생산이 증가하면서 누적 대기수요가 해소되고 있다. 그 영향으로 국내 자동차 판매량 추정치도 소폭 증가했다. S&P글로벌모빌리티의 국내 경량차(신차) 판매 전망 자료에 의하면, 2022년 실제 판매량은 작년 8월 추정치 대비 7,000대 증가했다. 2023년 판매량 추정치도 기존(2022년 8월) 추정치보다 4,000대 증가한 170만 대를 기록했다.

그림 3. 한국 경량차(신차) 판매 추정치(2020-2029F)

(단위: 백만 대)



출처: S&P Global Mobility, 딜로이트 인사이트

VPI 지수 하락 원인 3

OEM의 전략 요인

공급망 문제가 한창이던 2022년 동안 자동차 업계는 '고급화 전략'을 내세웠다. 지정학적 요인과 인플레이션에 따른 원가 상승을 상쇄하고, 경기 호황기 동안 고급화된 소비자 취향을 반영하기 위해 완성차 제조사(OEM)들은 고가의 프리미엄급 신차 모델을 중심으로 마케팅을 실시했다. 2022년 실적을 살펴보면 자동차 판매 대수는 2014년 이후 가장 저조했지만, 고가 모델 위주 판매전략 덕택에 판매액은 역대 최고치를 기록했다.[3] 실제로 현대자동차는 믹스개선(고부가가치 차량의 판매비중을 높이는 전략)으로 2022년 2분기 역대 최고 실적을 거두었다고 발표했다.[4] 하지만 불과 몇 개월 뒤 경기는 둔화되었고 소비자들은 저렴한 차를 찾거나 중고차 시장으로 눈을 돌리기 시작했다. 한동안 소비자 니즈와 OEM의 고급화 전략 간 미스매치가 발생해 구매의향 하락에 일조했다. 2023년 현재는 여러 OEM에서 저가 모델을 발표하며 소비자들로부터 긍정적인 반응을 얻고 있다.

표 2. 현대차 승용부문 평균 차량가격 5,000만원, RV 평균 차량가격 4,500만원 돌파[5]

	2021년	2022년
현대차 승용차 가격	4,758.7만원	5,031.6만원 (6% ↑)
현대차 RV 가격	4,238.2만원	4,640.7만원 (9% ↑)
기아 승용차 가격	3,365.9만원	3,434.1만원 (2% ↑)
기아 RV 가격	4,130.8만원	4,455.9만원 (8% ↑)

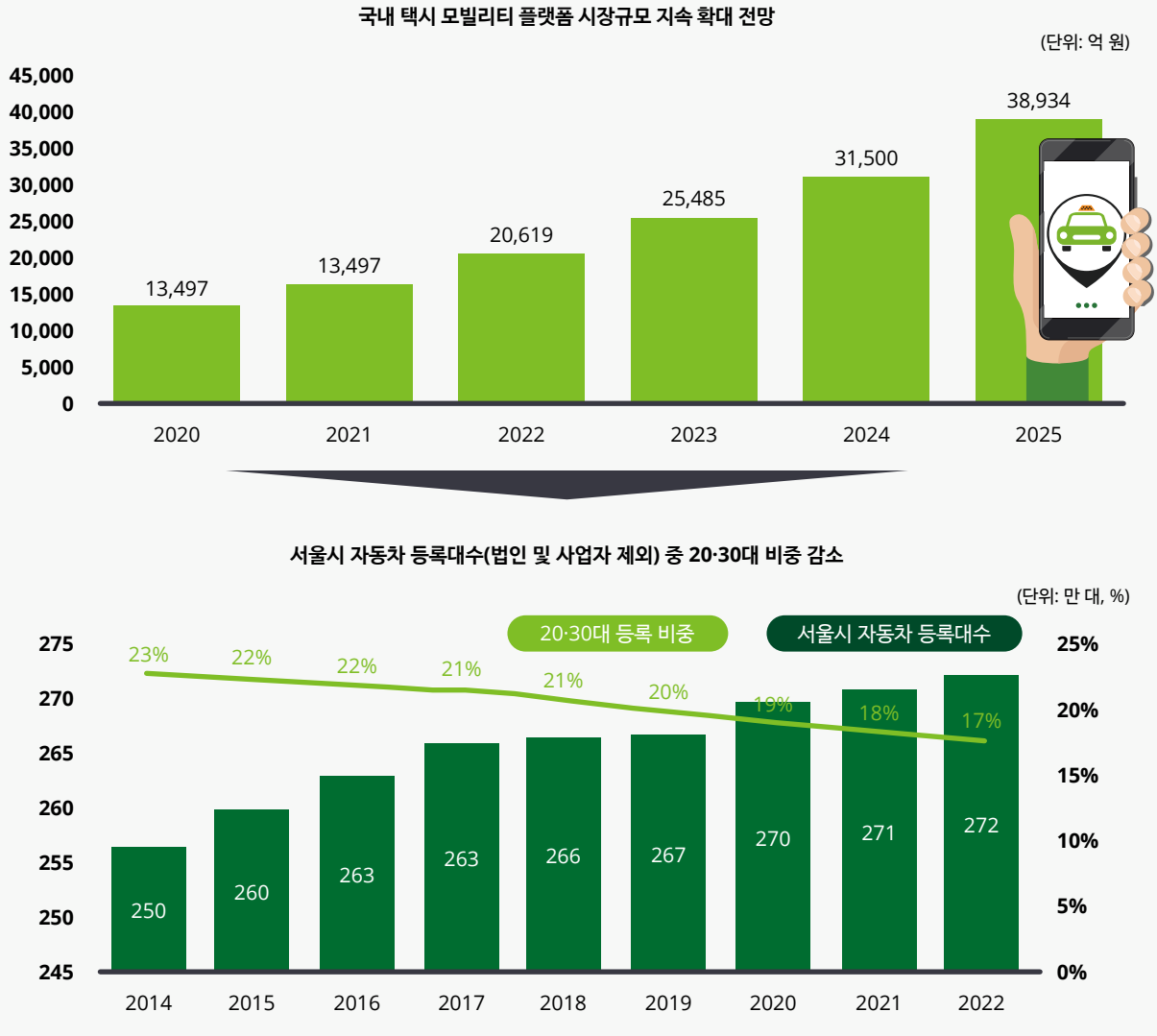
출처: 현대자동차 사업보고서(2022.12)

VPI 지수 하락 원인 4

소비자 인식 변화

이동의 방법이 다양해지면서 소비자들의 자동차 소유 인식도 바뀌고 있다. 카셰어링, 카헤일링 등 다양한 모빌리티 서비스 플랫폼이 등장하고, 공유 모빌리티에 익숙한 젊은 세대가 자동차 시장의 주 소비층으로 진입했다. 자연스레 신차 보유 의향 및 구매 수요는 장기적인 하락세를 걷고 있다. 실제로 서울시 전체 자동차 등록 대수 중 20·30대 비중은 꾸준히 줄어들고 있다. 이에 따라 OEM들은 이미 몇 년 전부터 자동차 제조업을 넘어서서 모빌리티 서비스를 신규 런칭하거나 경쟁력 있는 업체에 투자하고 있다. 장기적인 자동차 구매 수요 감소에 대응하기 위해서다.

그림 4. 국내 택시 모빌리티 시장규모 및 서울시 자동차 등록대수(20·30대)



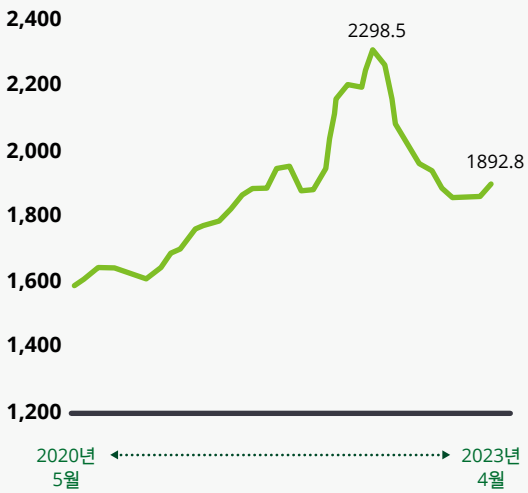
출처: 한국과학기술정보연구원, 국토교통부, 딜로이트 분석

VPI 지수, 최근 2개월 연속 상승… 저점 지났나?

국내 자동차구매의향 지수는 앞서 올해 2월 저점까지 7개월 동안 부진을 지속해왔으나, 이후 최근 2개월 연속 상승하며 바닥을 찍었을지도 모른다는 기대감을 주고 있다. 금리인상 중단 조짐, 유가 하락, 반도체 수급난 해소 및 전기차 가격 하락 조짐이 영향을 미친 것으로 보인다. 최근 고점 대비 안정화된 인플레이션과 미국 중소은행 파산 영향으로 금리인상이 마무리 단계에 돌입했다는 전망이 나오기 시작했으며, 실제로 2023년 5월 미국 중앙은행도 기준금리 인상 중단을 시사했다. 유가도 2022년 6월 최고치(고급 휘발유 기준, 리터당 2298.5원)까지 급등했다가, 중국 수요 감소, IEA 전략비축유 방출 등 영향으로 최근 하락세를 보여왔다(그림 5).[6] 반도체 수급난은 2022년 하반기 완화되기 시작해 지속적으로 자동차 구매의향 안정화에 일조하고 있다. 국내 소비자 40% 이상이 구매의향을 가지고 있는 전기차 가격에도 하락 조짐이 보이고 있다. 배터리 원자재 가격 상승 원인이던 공급망 문제가 개선됐고 업체간 전기차 가격경쟁 등으로 전기차 가격이 1,000~2,000만원 대까지 떨어질 것으로 예상돼, 멀어지던 소비자의 관심을 되돌리는 중이다.

그림 5. 국내 고급휘발유 판매 가격
(월별, 2020년 5월 - 2023년 4월)

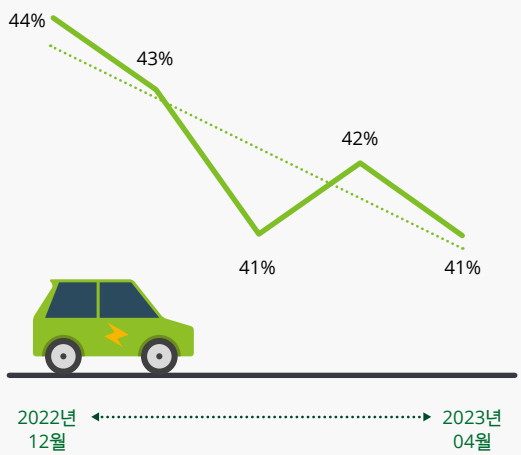
(단위: 원/liter)



출처: 오피넷, 딜로이트 분석

그림 6. 국내 소비자 전기차 구매의향 동향(월별)
전기차 구매의향이 있다고 응답한 소비자 비중

(단위: %)



출처: 딜로이트 글로벌 소비자 동향(consumer tracker) 조사

이러한 요인들 때문에 최근 자동차 구매의향이 반등 조짐이 보이고 있지만, 아직 추세라고 보기에는 한계가 있다. 여전히 높은 자동차 가격과 좀처럼 회복되지 않고 있는 경기 탓에 자동차 구매의향 침체기는 연장될 가능성이 높은 것으로 보인다.

기업 입장에서는 우호적인 외부여건이 조성되어 예년처럼 구매의향이 회복되기를 마냥 기다릴 수만은 없다. 자동차 구매의향이 저조한 가운데 모빌리티 환경의 전면적인 변화에 대응하려면 OEM뿐 아니라 자동차 부품업체, 딜러, 자동차 산업 신규진입자인 테크기업까지도 충분한 분석을 바탕으로 장단기 대응방안을 수립해야 한다.

빠르게 변화하는 자동차 시장에서는 '고객경험'에 대해 이해해야 성공할 수 있다. 자동차 산업이 전기차, 커넥티드카, 자율주행차를 중심으로 이동의 문제를 해결해주는 모빌리티 서비스업으로 변모하고 있기 때문이다.

차별화된 고객경험을 제공하려면

- ☑ IT 소프트웨어 역량과 플랫폼을 갖추고, 데이터 수집 및 활용 능력을 핵심역량으로 보유해야 한다.
- ☑ 자동차에서 매력적인 콘텐츠와 서비스를 제공할 수 있도록 자생적 생태계를 창출해야 한다.
  영상 콘텐츠를 비롯해 자동차 실내공간 확장, 대형 디스플레이 탑재 등도 새로운 차량 가치가 될 수 있다.
- ☑ 자동차가 만드는 데이터, 개인정보 등이 늘어나면서 해킹 등의 위험이 높아지므로 사이버 보안에 대해 철저히 대비해야 한다.

즉 자동차 업계는 기본으로 돌아가 자동차 소유의 가치와 업의 재정의를 통해 자동차를 새로운 비즈니스 플랫폼으로 재구축하는 전략을 세워야 한다. 경쟁력 있는 고객 경험이 무엇인지 꾸준히 고민하고 만들어가는 것이 자동차 시장에서 기업의 성패를 좌우할 것이다.

딜로이트 자동차구매의향지수 조사 개요
(VPI Index: Vehicle Purchase Intent Index)

전 세계 24개국, 국가별 18세 이상 1,000명 이상 소비자들을 대상으로 차량 구매 의향을 조사하고,
VPI Index를 도출했으며, 조사 결과는 카카오채널과 인사이트 앱 상으로 배포

☑ **유럽(12)**
영국, 아일랜드, 독일, 프랑스, 이탈리아, 스페인,
벨기에, 폴란드, 네덜란드, 덴마크, 노르웨이, 스웨덴

☑ **중동 및 아프리카(3)**
사우디아라비아, UAE, 남아프리카 공화국

☑ **서남 아시아(1) / 동북 아시아(3)**
한국, 중국, 일본, 인도

☑ **남미(2)**
브라질, 멕시코

☑ **북미(2)**
미국, 캐나다

☑ **오세아니아(1)**
호주

☑ 매월 22일 ~ 28일

☑ 매월 향후 6개월 내 차량 구매 의향을 나타낸 소비자들의 비율을 지수화:

당월 VPI 지수 =
(기준 월 지수 값=100)*(당월 구매의향 소비자 비율)/ 기준 월 구매의향 소비자 비율
(2021년 10월 자동차구매의향지수 = 100)

☑ 자동차에는 승용차, SUV/MPV, 픽업트럭 포함

딜로이트 인사이트
카카오채널

딜로이트 인사이트
앱

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

딜로이트 자동차 산업 전문팀은

한국 자동차 산업이 변화하는 모빌리티 시장 환경에서 혁신적인 성장을 이어갈 수 있도록 최선의 노력을 다하고 있습니다.

딜로이트 자동차 산업 전문팀은 모빌리티 기업들에 대한 오랜 서비스 경험을 보유하고 있습니다.
딜로이트 자동차 산업 전문팀은 한국 자동차 산업의 성장과 함께 해왔으며,
고객들의 전략적 과제들을 해결하는 동반자기 되기 위한 노력을 기울여 왔습니다.
회계, 세무자문, 국내외 M&A, 해외 진출 전략 등 전통적인 영역에서
디지털 기술 기반 고객 경험 혁신 자문에 이르기까지 자동차 산업의 수많은 과제와 혁신을 고객과 함께 해왔습니다.
딜로이트 자동차 산업 전문팀은 한국 자동차 산업이 변화하는 모빌리티 시장 환경에서
혁신적인 성장을 이어갈 수 있도록 최선의 노력을 다하고 있습니다.

김태환 전무
자동차산업 전문팀 리더 | 딜로이트컨설팅

Tel : 02 6676 3756
E-mail : taehwankim@deloitte.com

황승희 파트너
자동차산업 감사서비스 파트너 | 감사본부

Tel : 02 6676 1642
E-mail : seunhwang@deloitte.com

조명수 파트너
자동차산업 리스크자문서비스 파트너 | 리스크자문본부

Tel : 02 6676 2954
E-mail : mjo@deloitte.com

인영수 파트너
자동차산업 세무자문서비스 파트너 | 세무자문본부

Tel : 02 6676 2448
E-mail : cin@deloitte.com

이종범 파트너
자동차산업 재무자문서비스 파트너 | 재무자문본부

Tel : 02 6676 1637
E-mail : jongblee@deloitte.com

이종현 상무
딜로이트컨설팅

Tel : 02 6676 1447
E-mail : jrhi@deloitte.com

박권덕 상무
딜로이트컨설팅

Tel : 02 6676 3567
E-mail : gwapark@deloitte.com

주석

1. 매월 향후 6개월 내 차량 구매 의향이 있는 소비자들의 비율을 지수화 (2021년 10월 자동차 구매의향 지수 = 100)
2. Mobility in the eye of the storm, Deloitte, 2022.07.11
3. 2022년 자동차 신규등록 현황분석, 한국자동차모빌리티산업협회, 2023.02.24
4. 현대자동차 2022년 2분기 경영실적 컨퍼런스콜, 2022.7.21
5. 제네시스 모델 다양화로 전체 승용, RV 평균 가격 상승
6. 에너지경제연구원, 2023년 국제 원유 시황과 유가 전망, 2023.01

Deloitte.
Insights

딜로이트 안진회계법인·딜로이트 컨설팅
고객산업본부

손재호 Partner
고객산업본부 본부장
jaehoson@deloitte.com

정동섭 Partner
딜로이트 인사이트 리더
dongjeong@deloitte.com

김사현 Director
딜로이트 인사이트 편집장
sahekim@deloitte.com

HOT LINE
02) 6099-4651

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the "Deloitte organization"). DTTL (also referred to as "Deloitte Global") and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms or their related entities (collectively, the "Deloitte organization") is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

© 2023. For information, contact Deloitte Anjin LLC