

Deloitte Insights



2024 글로벌 자동차 소비자 조사 세계 주요국 중심으로

딜로이트 글로벌 | Dr. Harald Proff 외 3인

리더메시지



김태환 전무

자동차산업 전문팀 리더 | 딜로이트컨설팅

딜로이트는 지난 10여 년 간 꾸준히 전 세계 24개국 26,000명 이상의 소비자를 대상으로 첨단 기술 발전 등 자동차 산업 중요 이슈에 대한 설문조사를 진행하고 있습니다.

본 연례 조사는 자동차 산업의 주요 쟁점에 해답을 제시하고, 기업의 사업 전략 수립 및 투자 결정을 지원하고자 수행되며, 전기차 전환, 소비자의 구매 성향, 커넥티드 카, 모빌리티 서비스 등에 걸친 금번 조사의 주요 핵심 내용을 요약하면 다음과 같습니다.

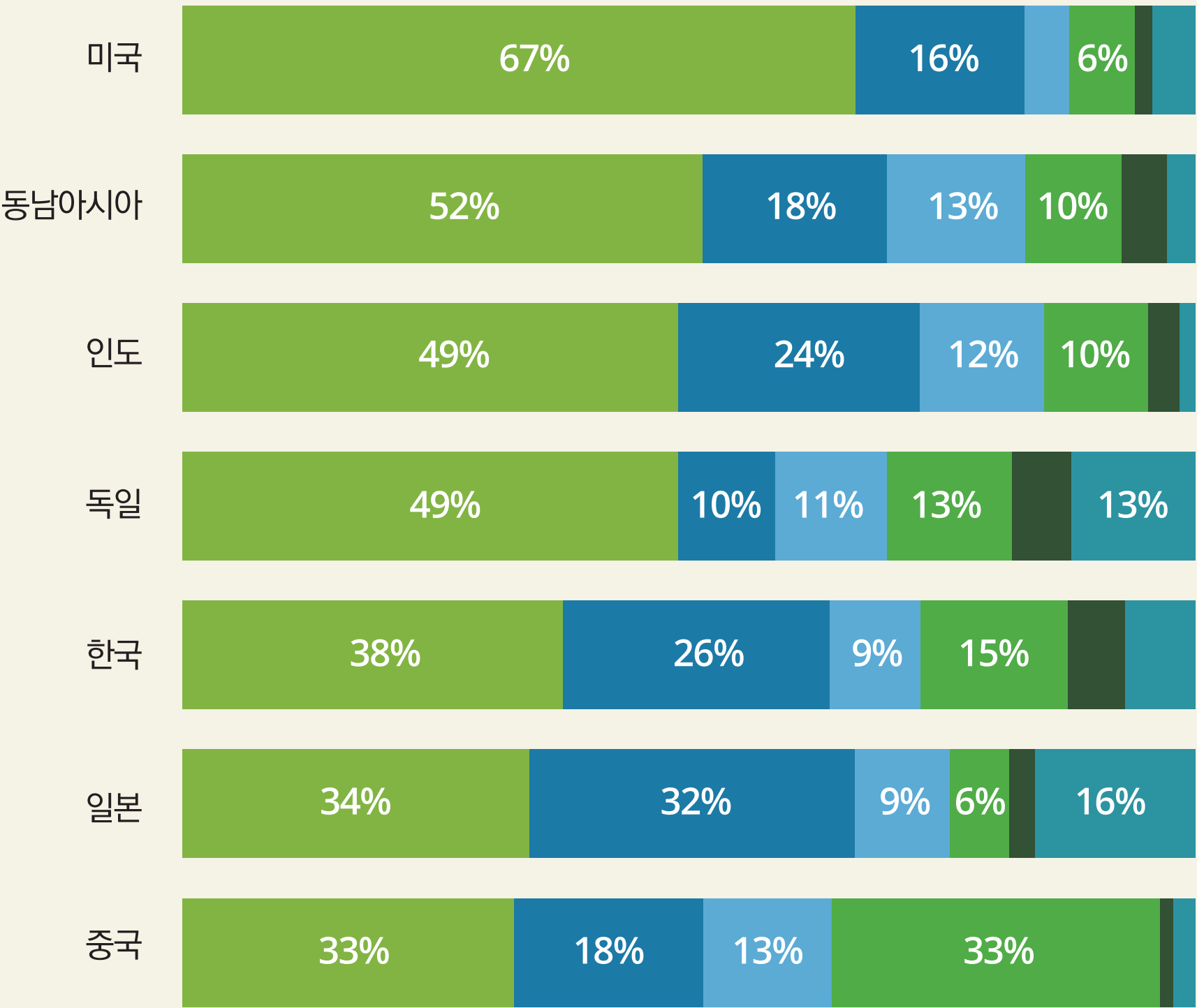
일부 시장에서는 높은 이자율과 차량 가격 상승으로 인해 소비자들의 전기차에 대한 관심이 일부 줄어들고 있는 현상이 관찰됩니다. 정부의 인센티브에도 불구하고 짧은 주행거리, 오랜 충전 시간, 충전 인프라 부족 등으로 소비자들은 전기차 구매를 주저하고 있는 상황입니다. 소비자들은 다음 차량 구매 시, 브랜드 교체를 고려하고 있는 것으로 나타났습니다. 독일, 일본, 미국을 포함한 선진국 시장 소비자들이 차량 브랜드를 선택하는 데 있어 가장 크게 영향을 미치는 요인이 가격이었음에 반해, 중국과 한국 소비자들은 차량 성능, 인도 소비자들은 제품 품질을 가장 중요하게 고려하고 있었습니다.

글로벌 자동차 소비자들의 생각과 미래 전망을 분석한 본 리포트가 기업들의 전략 수립 및 경쟁우위 선점에 도움이 되기를 희망합니다.

다음 구매할 차량의 엔진 종류 선호도

일부 시장에서 소비자들은 내연기관(ICE) 차량 구매 선호도가 다시 증가하는 것으로 나타났는데, 차량 구매 시 경제적 형편(affordability)을 고려하기 때문인 것으로 분석된다. 전기차는 내연기관차에 비해 상대적으로 가격이 비싸며 충전 절차와 짧은 주행거리로 인한 불편함도 증가하는 데 이러한 요인들이 전기차 선호도를 낮추고 있다.

가솔린/디젤(ICE) 하이브리드(HEV) 플러그인 하이브리드(PHEV)
배터리 전기차(BEV) 기타 모르겠음



주: '기타'에는 CNG, 에탄올, 수소연료전지 포함.

*각 항목의 합계는 반올림으로 인해 정확히 100%가 되지 않을 수 있음.

[표본수] 중국: 817 / 독일: 1,273 / 인도: 864 / 일본: 667 / 한국: 912 / 동남아시아: 4,985 / 미국: 969

** [내연기관차 선호도 증가] 미국: 62% ('23년) → 67% ('24년)

[배터리 전기차(BEV) 선호도 감소] 미국: 8% ('23년) → 6% ('24년) / 독일: 16% ('23년) → 13% ('24년) / 한국: 17% ('23년) → 15%('24년)

다음 차량 구매 시 전기차를 선택하려는 이유

대부분의 시장에서 소비자들이 전기차를 구매하려는 가장 큰 이유는 차량 운영 비용 절감으로 나타났고, 그 다음으로는 환경에 대한 우려가 뒤를 이었다.

요인	중국	독일	인도	일본	한국	동남아시아	미국
낮은 연료 비용	50%	50%	63%	62%	64%	68%	66%
환경에 대한 우려	46%	45%	68%	36%	43%	61%	53%
낮은 유지/관리 비용	36%	27%	56%	15%	48%	47%	35%
더 나은 주행경험	60%	29%	53%	31%	39%	47%	34%
정부 인센티브/보조금 구매촉진 프로그램	47%	30%	48%	34%	51%	39%	31%
개인건강에 대한 관심	45%	18%	50%	12%	20%	44%	19%
비축전력으로 전기차 활용 가능성	33%	17%	43%	30%	24%	35%	17%
내연기관 차량에 대한 세금 추가 부과 가능성	26%	21%	30%	12%	24%	29%	16%
내연기관 차량 판매 금지 가능성	17%	24%	24%	13%	14%	19%	14%
동료로부터 받는 압력	7%	6%	10%	4%	6%	11%	3%
기타	0%	2%	0%	1%	0%	0%	3%

■ Top 3 요인

*중복 선택으로 각 요인의 합계는 100%를 초과함.
[표본수] 중국: 520 / 독일: 427 / 인도: 399 / 일본: 318 / 한국:452 / 동남아시아: 2,064 / 미국: 270

집 이외에 소비자들이 전기차를 충전하고 싶어하는 장소

소비자들은 필요할 때 언제든지 사용 가능한 공공 전기 자동차 충전시설 활용으로 편의성을 극대화하고 싶어하지만, 기업들이 공공충전시설 구축 사업을 통해 수익을 극대화하기 위해서는 더 전략적인 관리/감독이 필요하다.

요인	중국	독일	인도	일본	한국	동남아시아	미국
충전기 있는 어느 곳이든 상관없음	29%	31%	24%	30%	35%	30%	37%
편의시설이 갖춰진 전용 충전 시설	23%	23%	36%	6%	13%	23%	26%
전기충전기가 설치된 기존 주유소	7%	16%	18%	24%	22%	21%	20%
아울렛/쇼핑몰	2%	5%	4%	5%	2%	8%	4%
공공주차장(지하철역, 공항 등)	21%	9%	8%	15%	21%	10%	4%
개인건강에 대한 관심	2%	2%	5%	9%	0%	1%	3%
길거리 주차장	6%	11%	4%	4%	1%	3%	2%
커뮤니티/공공 빌딩	9%	2%	1%	4%	5%	3%	2%
호텔 및 P2P 렌탈	1%	0%	2%	4%	1%	1%	1%
기타	0%	1%	0%	0%	0%	0%	2%

가장 선호하는 장소 Top3

*각 항목의 합계는 반올림으로 인해 정확히 100%가 되지 않을 수 있음.

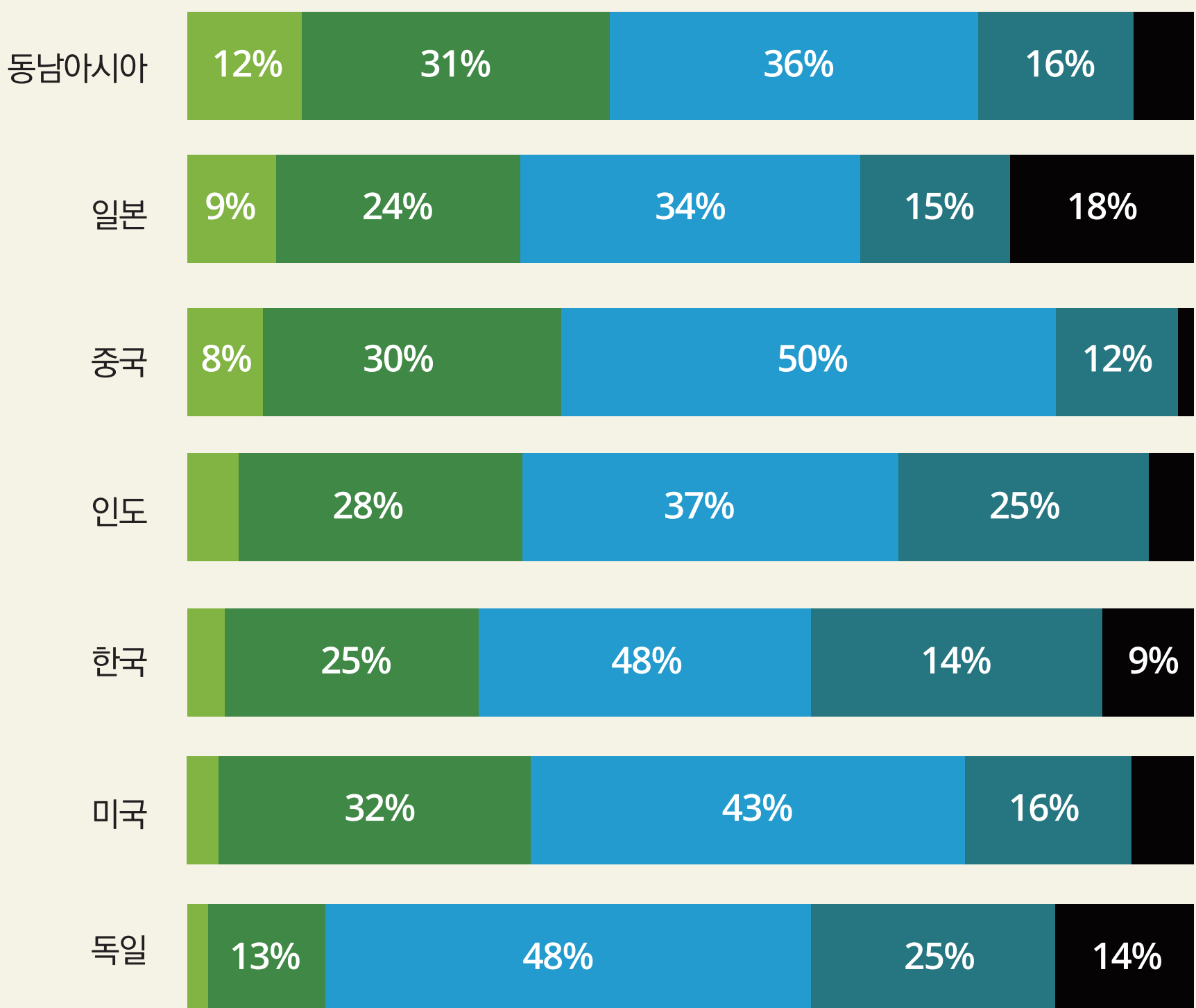
[표본수] 중국: 371 / 독일: 295 / 인도: 194 / 일본: 103 / 한국:213 / 동남아시아: 1,163 / 미국: 112

전기차가 80%까지 충전되는 데 기다릴 수 있는 시간

전기차의 충전 시간이 내연기관차 충전시간과 동일해야 한다는 것은 과장된 의견일 가능성이 높다.
대부분의 소비자들은 전기차 충전을 위해 10분 이상 기다릴 의향이 있는 것으로 나타났다.



10분 이하 11~20분 21~40분 41~60분 60분 이상



*각 항목의 합계는 반올림으로 인해 정확히 100%가 되지 않을 수 있음.

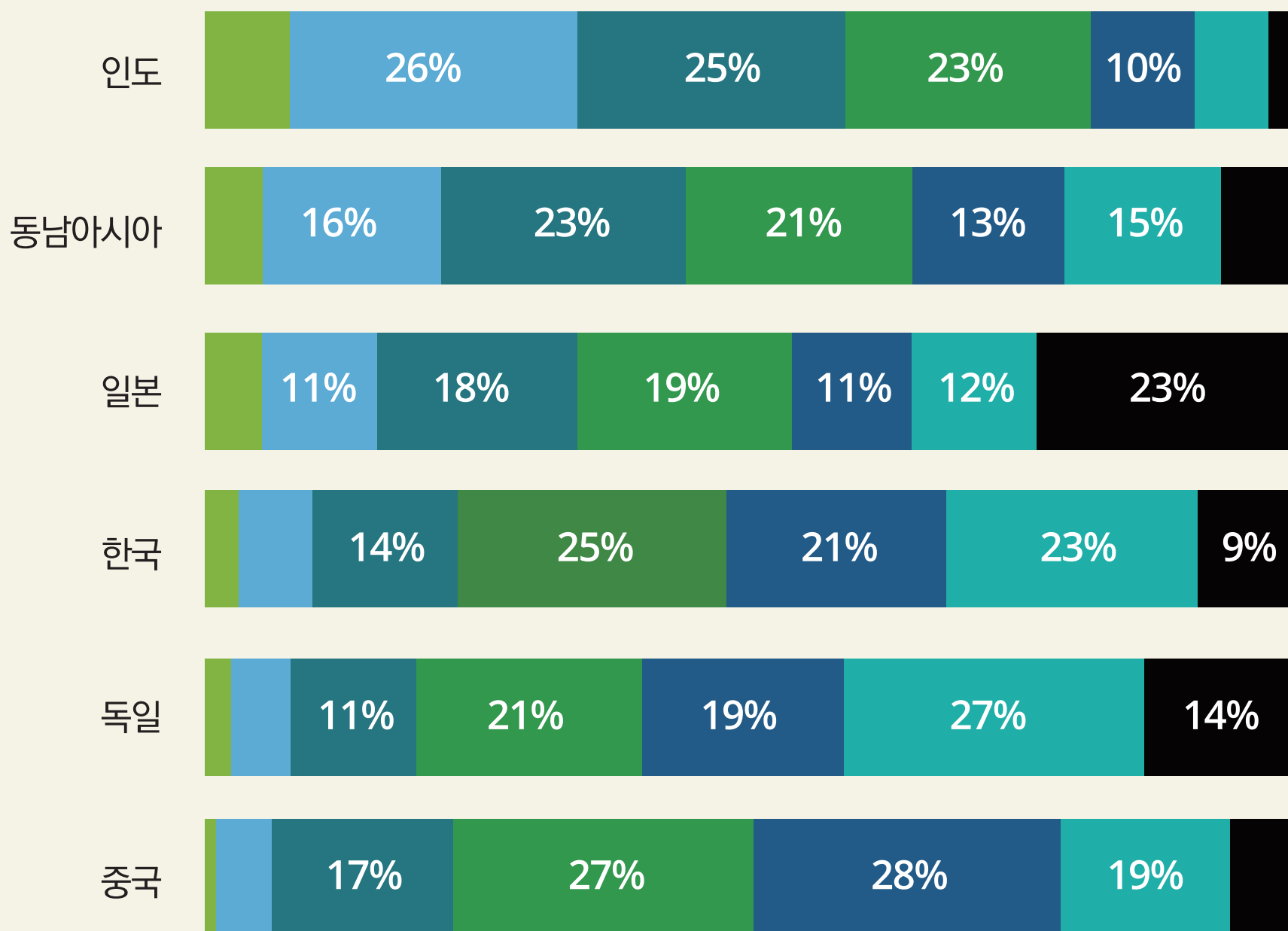
[표본수] 중국: 371 / 독일: 295 / 인도: 194 / 일본: 103 / 한국: 213 / 동남아시아: 1,163 / 미국: 112

소비자들의 배터리전기차(BEV) 주행거리 기대치

인도 소비자 중 40%만이 400km 이상을 기대하고 있는 반면, 독일 소비자의 경우 67%가 1회 충전 시 400km 이상의 주행거리를 확보할 수 있어야 다음 차량으로 전기차 구매를 고려하는 것으로 나타났다.



■ 200km 이하
 ■ 200~299km
 ■ 300~399km
■ 400~499km
 ■ 500~599km
 ■ 600km 이상
■ 배터리전기차(BEV) 구매 고려하지 않음

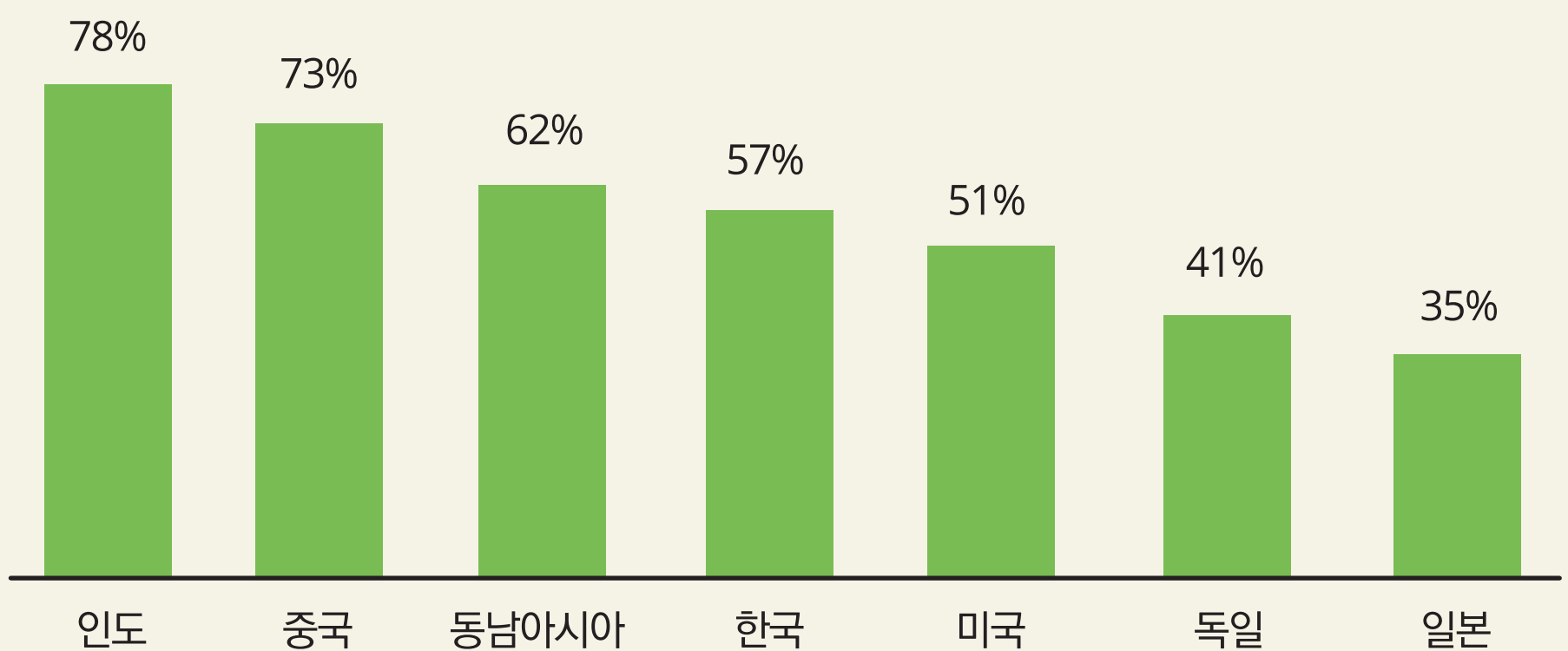


*각 항목의 합계는 반올림으로 인해 정확히 100%가 되지 않을 수 있음.

[표본수] 중국: 551 / 독일: 1,112 / 인도: 775 / 일본: 627 / 한국: 778 / 동남아시아: 4,469 / 미국: 907

다음 차량 구매 시 브랜드 전환의향을 가진 소비자 비율

선진국 시장 소비자들은 개발도상국 시장 소비자들보다 브랜드에 대한 충성심이 더 강한 것으로 나타났고, 대표적 개발도상국인 인도의 경우 차량 소유자 약 80%가 다음 차량 구매 시 다른 브랜드로 전환할 의향이 있는 것으로 조사됐다.



*브랜드 전환은 동일한 완성차 제조 기업의 다른 모델로의 전환과, 다른 완성차 제조 기업의 다른 모델로의 전환 2가지 경우 모두 포함.

[표본수] 중국: 732 / 독일: 1,135 / 인도: 672 / 일본: 498 / 한국: 694 / 동남아시아: 3,807 / 미국: 873

다른 차량 브랜드로 전환하려는 이유

대부분의 소비자들이 차량 브랜드를 전환하려는 이유는 다른 차량 브랜드 모델을 사용해 보고 싶어하는 욕구 때문인 것으로 나타났고, 일부 시장에서는 현재 거시 경제적 상황이 좋지 않아 차량 운영 비용 절감하기 위해 차량 브랜드를 바꾸려는 소비자들도 높은 비율을 차지했다.

차량 브랜드를 전환하려는 이유	중국	독일	인도	일본	한국	동남아시아	미국
다른 차량 모델을 사용해보고 싶어서	39%	38%	50%	40%	38%	50%	37%
차량 운영 비용을 낮추고 합리적 소비를 위해	12%	26%	26%	27%	22%	30%	31%
새로운 브랜드가 내가 원하는 기능과 기술을 탑재하고 있어서	41%	25%	64%	26%	35%	46%	28%
프리미엄 브랜드 차량으로 업그레이드를 원해서	27%	12%	40%	8%	24%	28%	16%
특정 차량 브랜드가 제공하는 인센티브를 받기 위해서	20%	13%	18%	11%	10%	17%	9%
현재 사용중인 차량의 유지/관리비가 높아서	13%	9%	19%	6%	8%	17%	9%
현재 사용중인 차량이 친환경적이지 못해서	21%	10%	20%	4%	7%	18%	7%
현재 사용중인 차량의 고객경험이 좋지 못해서	10%	6%	9%	6%	9%	9%	5%
기타	0%	7%	0%	5%	2%	2%	15%

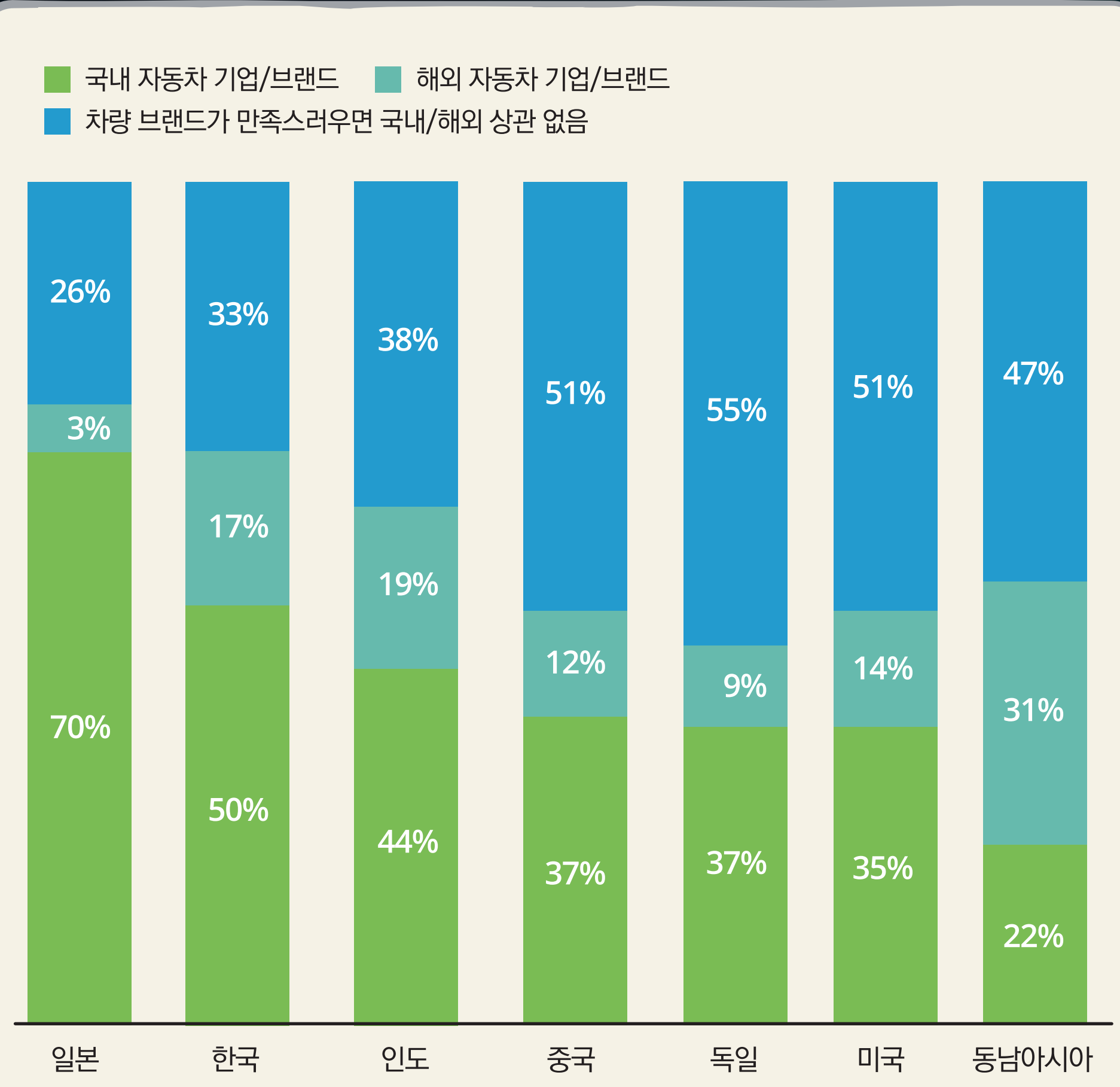
Top 3 요인

*중복 선택으로 각 요인의 합계는 100%를 초과함.

[표본수] 중국: 537 / 독일: 469 / 인도: 526 / 일본: 176 / 한국: 397 / 동남아시아: 2,347 / 미국: 446

다음 차량 구매 브랜드 선호도 (국내/해외 브랜드)

일본과 한국 소비자들은 국내(자국) 자동차 제조기업에 대한 브랜드 친밀도가 가장 강한 반면, 동남아시아와 미국에서는 가장 낮았는데, 이는 자국 차량 브랜드가 자국 시장에서 직면하는 경쟁의 중요성을 강조하는 측면이 크다.



*각 항목의 합계는 반올림으로 인해 정확히 100%가 되지 않을 수 있음.
[표본수] 중국: 817 / 독일: 1,273 / 인도: 864/ 일본: 667 / 한국: 912 / 동남아시아: 4,985 / 미국:969

소비자들이 관심을 가지고 있는 커넥티드 차량 기능

소비자들은 커넥티드 차량 기술 및 기능에도 상당한 관심을 가지고 있지만
특히 개발도상국 시장 소비자들이 높은 비율로 관심을 가지고 있었다.

커넥티드 차량 기능	중국	독일	인도	일본	한국	동남아시아	미국
차량 유지/보수 업데이트 및 차량 상태 리포팅	80%	54%	88%	57%	70%	82%	60%
교통 체증 정보 및 대안 경로 업데이트	80%	56%	86%	59%	74%	80%	59%
안전한 주행경로 안내	80%	46%	84%	57%	71%	78%	58%
도로 주행 안정성 제고 및 충돌 방지를 위한 업데이트	81%	52%	88%	61%	72%	81%	58%
운전 습관 분석에 기반한 차량 유지/관리 비용 예측	78%	48%	84%	48%	60%	76%	53%
서비스 비용 최소화를 위한 개인맞춤화 제안	77%	44%	84%	51%	74%	77%	52%
주행경험 제고 및 운행 오류 개선을 위한 무선 소프트웨어 업데이트	77%	46%	83%	51%	70%	75%	51%
인근 주차장 검색/예약/결제	75%	49%	86%	49%	71%	75%	46%
개인맞춤화/최적화된 차량 보험 설계 제안	70%	41%	82%	40%	65%	72%	44%

가장 높은 비율로 언급된 기능

*중복 선택으로 각 요인의 합계는 100%를 초과함.

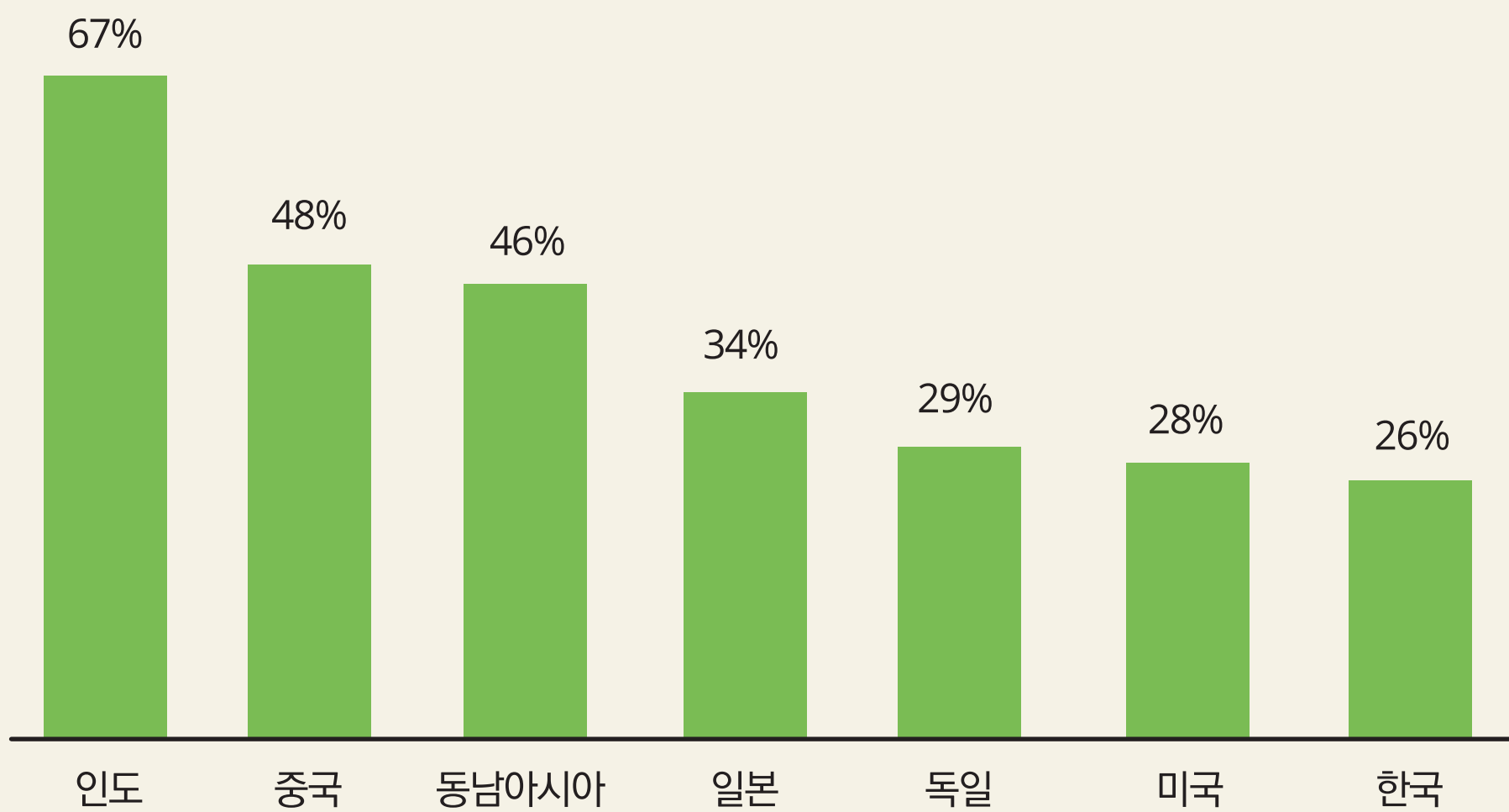
[표본수] 중국: 817 / 독일:1,273 / 인도: 864 / 일본: 667 / 한국: 912 / 동남아시아: 4,985 / 미국: 969

차량 구매를 포기하고 차량 구독에 관심이 있는 18~34세 소비자 비율

불확실한 경제 상황으로 인해, 여러 시장에서 많은 젊은 층 소비자(18~34세)들은 차량 소유를 포기하고 차량을 구독하는 것에 관심을 보이고 있다.



(매우 관심있음 + 약간 관심있음 합계)



[표본수] 중국: 278 / 독일: 348 / 인도: 430 / 일본: 194 / 한국: 250 / 동남아시아: 2,906 / 미국: 272

차량 구독에 관심을 보이는 이유

소비자들이 차량 구독 서비스에 관심 있는 주요 이유는 고정된 월 비용으로 예측가능한 비용 통제, 편의성, 합리적 가격으로 서비스 이용, 유연한 차량 운영 등이었다.

차량 구독 서비스 선호 이유	중국	독일	인도	일본	한국	동남아시아	미국
편의성	39%	38%	44%	49%	41%	49%	38%
고정된 월 비용으로 예측 가능한 비용 통제 가능	35%	42%	47%	41%	38%	45%	30%
합리적 가격으로 차량 이용	30%	33%	44%	44%	20%	44%	28%
프리미엄 차량/브랜드 제공	32%	14%	34%	9%	18%	26%	28%
귀찮은 절차가 없는 온라인 구독 계약 및 디지털 고객경험	24%	28%	37%	32%	23%	33%	27%
차량 홈 딜리버리 서비스	26%	27%	39%	28%	22%	37%	25%
유연한 차량 운영	37%	30%	44%	46%	28%	40%	24%
보증된 중고차 및 신차 구독 서비스 신청 가능	22%	19%	37%	28%	24%	32%	24%
넓은 구독 차량 선택 범위 및 교환 용이성	24%	27%	33%	29%	22%	29%	23%
무료 프리미엄 서비스 혜택	31%	16%	38%	13%	27%	31%	22%
새로 출시된 차량만 선별적으로 구독	21%	13%	32%	10%	15%	21%	22%
다른 모델이 아닌 새로운 세그먼트 차량 구독 가능	25%	20%	37%	17%	16%	29%	21%
일정 기간동안 특정 차량을 시험 운행 가능	27%	24%	39%	33%	40%	34%	21%
다른 세그먼트가 아닌 특정 모델 차량 구독 가능	18%	19%	36%	17%	18%	25%	12%

Top3 요인

*중복 선택으로 각 요인의 합계는 100%를 초과함.

[표본수] 중국: 515 / 독일:289 / 인도: 606/ 일본: 257 / 한국: 216 / 동남아시아: 2,486 / 미국: 197

설문조사 개요

전 세계 26개국 약 27,000명 소비자를 대상으로 설문 조사 실시

북중미/남미	표본수	유럽/중동/아프리카	표본수	아시아/태평양	표본수
아르헨티나	1,000	오스트리아	1,002	호주	1,003
캐나다	1,000	벨기에	1,006	중국	1,005
멕시코	1,000	프랑스	1,000	인도	1,000
미국	1,003	독일	1,500	인도네시아	1,005
		이탈리아	1,001	일본	1,006
		폴란드	1,000	말레이시아	957
		사우디아라비아	1,000	필리핀	1,000
		남아프리카공화국	1,005	한국	1,000
		스페인	1,006	싱가포르	1,000
		터키	1,000	태국	1,000
		영국	1,500	베트남	977



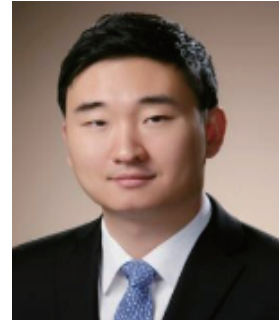
설문조사 방법론

본 설문조사는 각국 현지 언어로 번역된 내용의 설문조사 문항을 이메일을 통해 글로벌 소비자들에게 전달해 응답 정보를 취합

딜로이트 자동차 산업 전문팀

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 동반자가 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.

Contact Point

	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		



앱스토어, 구글플레이/카카오톡에서 ‘**딜로이트 인사이트**’를 검색해보세요.
더욱 다양한 소식을 만나보실 수 있습니다.

Deloitte. Insights

성장전략본부 리더
손재호 **Partner**
jaehosoh@deloitte.com

딜로이트 인사이트 리더
정동섭 **Partner**
dongjeong@deloitte.com

연구원
양원석 **Senior Consultant**
wonsukyang@deloitte.com

디자이너
박근령 **Senior Consultant**
keunrpark@deloitte.com

Contact us
krinsightsend@deloitte.com

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.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인(“저작권자”)에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.