

tenqube

전기차 소유자의 소비 분석 리포트

데이터 구성 및 설계

패널 구성	- 패널 수 : 총 10,000 명 - 모집단 추정 : 전국 자가용 자동차 보유인구 - 패널 연령 : 국내 거주 전국 30세 ~ 64세 성인 남녀 - 패널 추출 : 모집단의 연령 및 성별 층화 비례 추출⁽¹⁾
분석 범위	- 분석 기간 : 2023년 01월 ~ 2024년 12월 - 분석 대상 : 전기차 및 내연기관차 보유자⁽²⁾ - 전기차: BEV + PHEV⁽³⁾ - 내연기관차: ICEV + HEV
데이터 소스	데이터 수집 : 패널로부터 온 오프라인 영수증 데이터 및 카드 결제 데이터 수집

(1)국토교통부 산정 2024년 '전국 연령별·성별 자동차 등록 대수' 를 기준으로 1인 1차량 가정하에 모집단 분포를 추정하여 층화 비례 랜덤 샘플링 수행.

(2)분석 대상: 2023년~2024년 테뉴브 가계부 이용자.

(3)전기차 실 사용자 관점에서 '충전'하는 행위가 중요한 요인이므로, 본지의 분석에서는 충전 가능한 PHEV도 전기차 소유자에 포함됨.

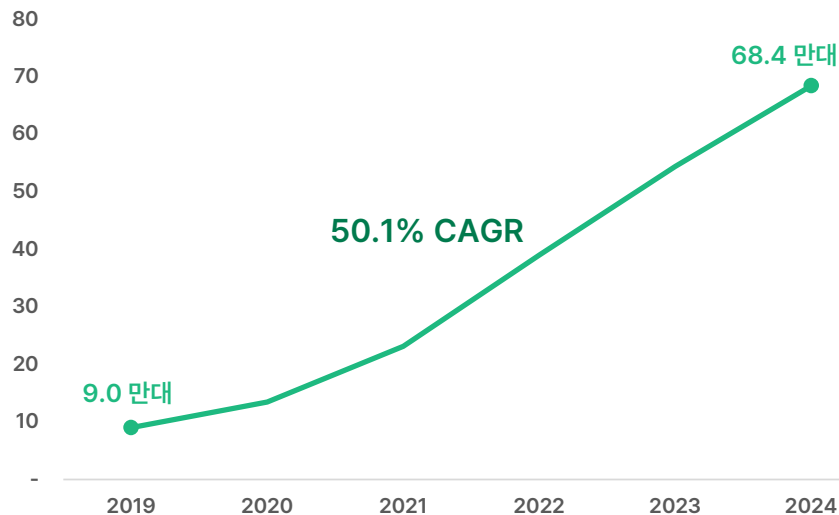
지속 성장중인 전기차 시장

전기차 시장 연 평균 50.1%의 가파른 성장 중

2024년말 전기차 누적 등록대수 60만대를 돌파했습니다. 국내시장에서 연평균 50.1%로 가파른 성장 중입니다.

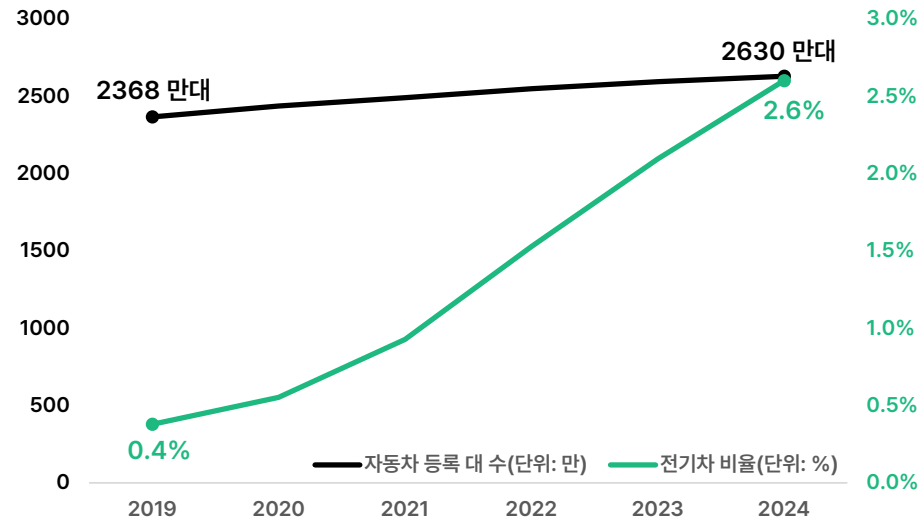
자동차 누적 등록대수 중 전기차의 비율은 2019년 0.4%로 낮은 수치였으나, 꾸준히 증가해 2024년 2.6% 수준입니다.

전기차 누적 등록 대수 (단위: 만)



출처: 국토교통부

자동차 누적 등록 대수 vs 전기차 비율



출처: 국토교통부

(1) 국토교통부 산정 통계는 전기차를 BEV로 한정함.

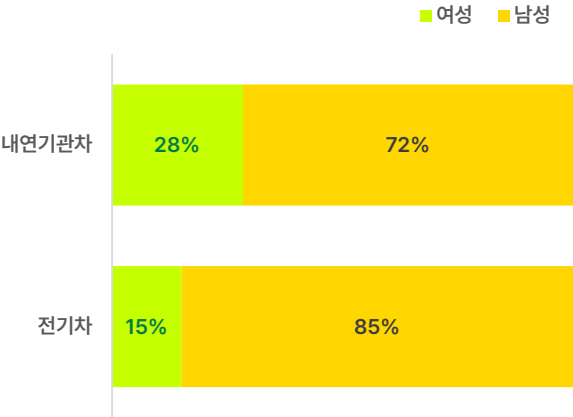
남성과 35~54세 사이의 비율이 높고 자녀 있는 비율이 높아

전기차 소유자와 내연기관차 소유자의 데모그래픽 구성을 비교 분석한 결과입니다.

성별 분석 결과 전기차 소유자의 남성 비율은 85%로 내연기관차 소유자의 남성 비율 72%에 비해 13%p 높았습니다.

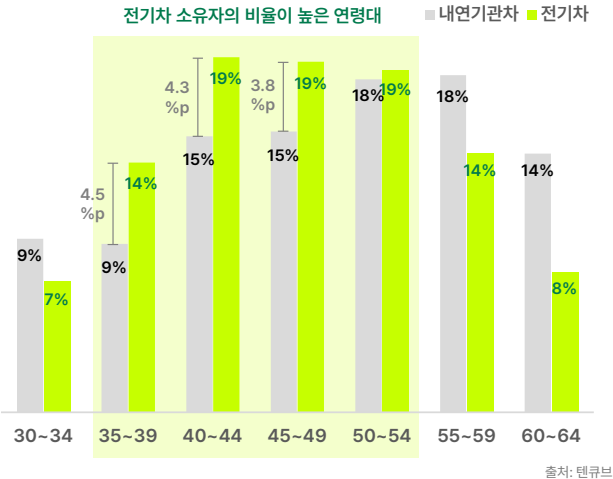
연령별 분석 결과 40대의 전기차 소유자 비율은 38%로 높게 나타났으며, 내연기관차 소유자 대비 40~44세 구간에서 4.3%p, 45~49세 구간에서 3.8%p 높은 비율을 나타냈습니다. 35~39세 사이에서는 전기차 소유자 비율은 14% 수준으로 나타났으며 이는 내연기관차 대비 4.5%p 높은 비율입니다. 50~54세 구간에서는 19% 수준으로 높은 비율을 보이나, 내연기관차 대비 0.5%p 차이에 그쳤습니다. 자녀있는 비율은 전기차 소유자에서 65%로 높게 나타나 내연기관차 소유자의 52%에 비해 13%p 높았습니다.

성별 자동차 소유 비율



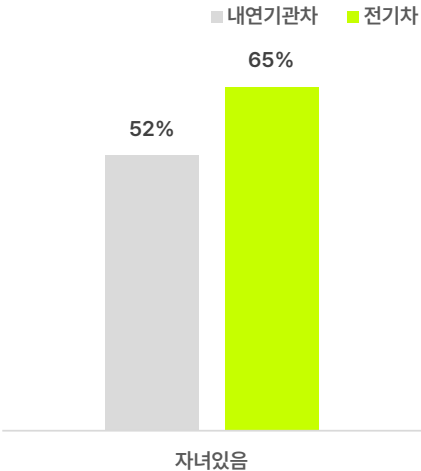
출처: 텐류브

연령별 자동차 소유 비율



출처: 텐류브

자녀 있는 비율



출처: 텐류브

구매력이 높고 쇼핑, 여행과 스포츠/레저에 높은 소비를 보여

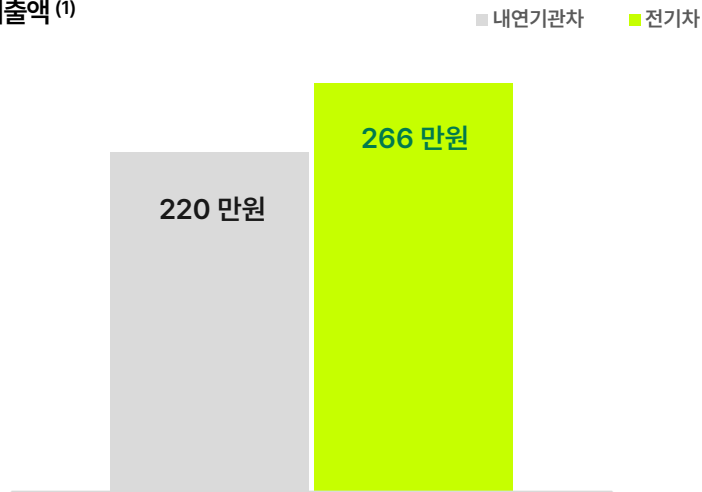
전기차 소유자의 월평균 소비 지출액⁽¹⁾은 266만원으로 내연기관차 소유자의 220만원 대비 20% 높은 수준을 보였습니다.

특히, '쇼핑', '여행/숙박', '스포츠/레저' 항목에서 각각 내연기관차 소유자 대비 12%, 61%, 51% 높은 지출이 나타나 라이프스타일 관련 항목에서 높은 지출 비중을 보였습니다.

반면, '문화및취미활동', '카페/간식', '의료/건강', '학습/교육' 항목에서는 10% 이하의 차이로 지출액의 대비는 적게 나타났습니다.

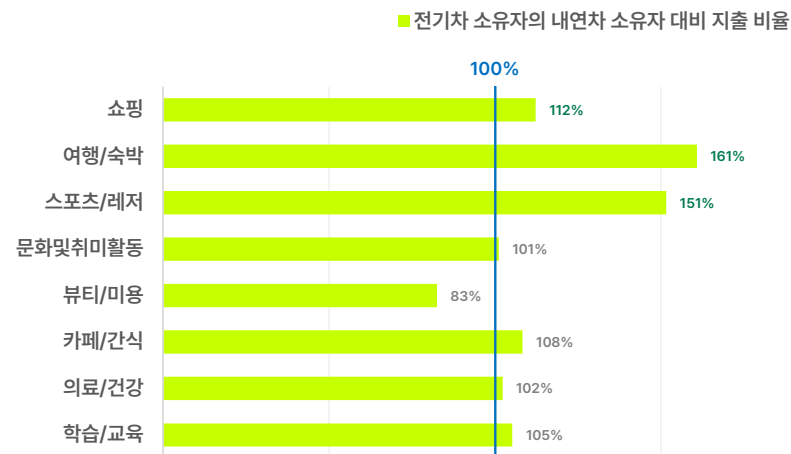
'뷰티/미용'에서는 내연기관차 대비 17% 낮은 지출을 보였으며, 이는 높은 남성비율에 기인한 것으로 풀이됩니다.

월 평균 소비지출액 ⁽¹⁾



출처: 텐큐브

카테고리 별 월 평균 지출 비율 (단위: %)



출처: 텐큐브

(1) 통계청 가계동향 조사 항목분류 체계에서 소비지출에 해당하는 항목 집계.

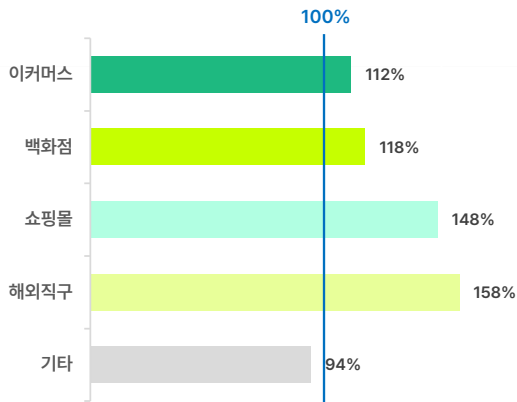
백화점, 쇼핑몰, 해외직구 지출 빈도가 높게 나타나

전기차 소유자는 내연기관차 소유자 대비 쇼핑업종의 지출빈도가 높은 것이 특징입니다.

쇼핑 카테고리의 세부 업종별로 내연기관차 대비 전기차 소유자의 지출액, 지출빈도, 객단가를 분석한 결과,

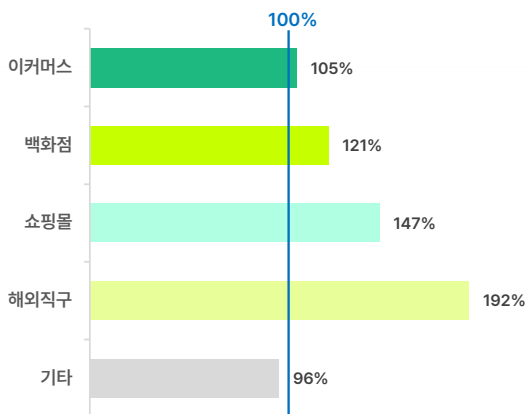
- 구매 빈도가 높은 업종은 백화점, 쇼핑몰, 해외직구로, 지출액은 각각 내연차 대비 118%, 148%, 158%로 높게 나타나며, 지출빈도에서 각각 121%, 147%, 192%로 높아 지출 빈도가 지출액을 주도했습니다. 특히 해외직구에서 객단가 비율이 82% 수준으로 낮게 나타나 적은 금액으로 자주 지출하는 특징을 보였습니다.
- 이커머스 부문은, 내연차 대비 지출액은 112%로 높은 수준을 보이며, 지출빈도는 105% 수준, 객단가는 107%수준으로 빈도와 객단가 모두 소폭 높은 경향을 보였습니다.

월평균 지출액 비율 (전기차/내연기관차)



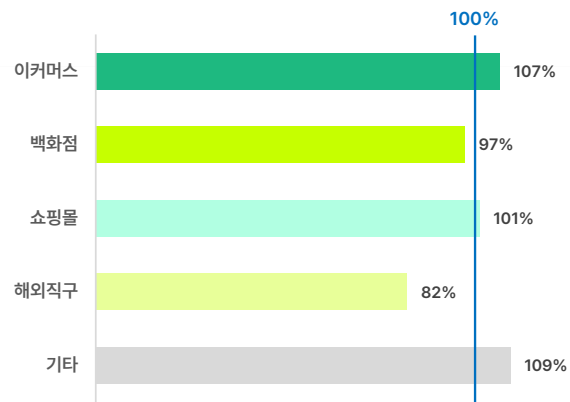
출처: 텐큐브

월평균 지출 빈도 비율 (전기차/내연기관차)



출처: 텐큐브

월평균 객단가 비율 (전기차/내연기관차)



출처: 텐큐브

여행 항목 중 항공과 호텔의 지출 빈도가 높음

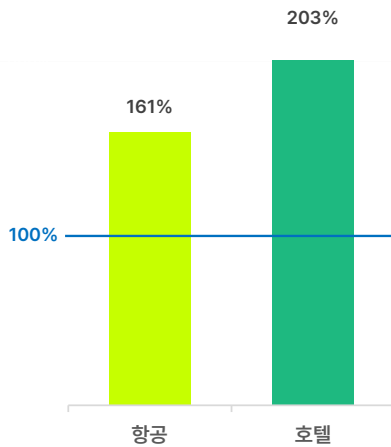
전기차 소유자는 항공과 호텔에 자주 지출해, 여행빈도가 높은 경향이 나타납니다.

‘여행/숙박’ 카테고리의 세부 항목 중, ‘항공’과 ‘호텔’에서 높은 지출을 보이며, 잦은 지출이 높은 지출액을 주도하는 경향을 보였습니다.

내연기관차 대비 전기차 소유자의 지출액, 구매빈도, 객단가를 분석한 결과,

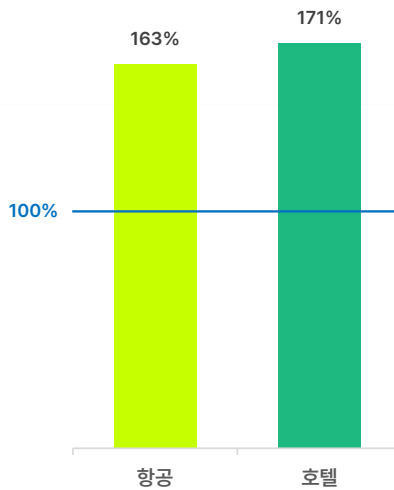
- 항공의 지출액은 161% 수준으로 높게 나타나며, 지출 빈도는 163%로 높았습니다. 반면 객단가 비율은 99%로 유사한 수준을 보여 지출 빈도가 높은 지출액을 주도했습니다.
- 숙박의 지출액은 203% 수준으로 높았으며, 지출 빈도는 171%로 높았습니다. 반면 객단가의 비율은 118% 수준으로 나타나 마찬가지로 지출 빈도가 높은 지출액을 주도했습니다.

월평균 지출액 비율 (전기차/내연기관차)



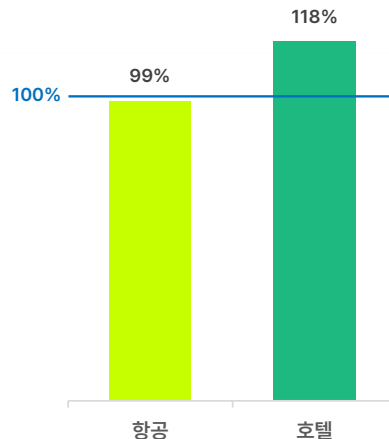
출처: 텐큐브

월평균 지출 빈도 비율 (전기차/내연기관차)



출처: 텐큐브

월평균 객단가 비율 (전기차/내연기관차)



출처: 텐큐브

영화 및 OTT서비스에 자주 지출합니다.

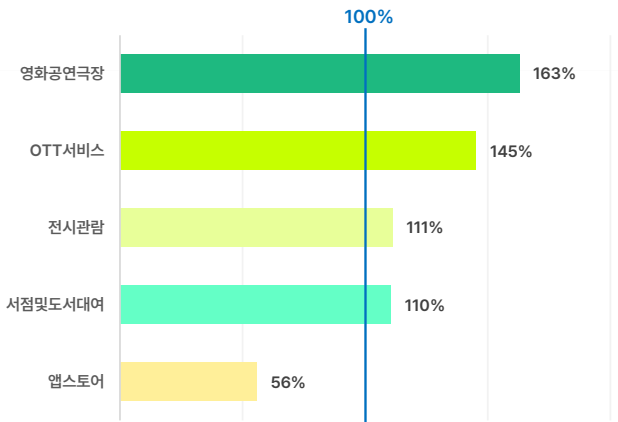
전기차 소유자는 내연기관차 소유자 대비 영상 및 관람 콘텐츠와 서점의 지출을 자주 하는 것으로 나타났습니다.

‘문화 및 취미활동’의 항목별 지출 분석에서는 영화/공연/극장과 OTT 서비스에서 높은 지출을 보이며, 지출 빈도가 지출액을 주도하는 경향을 나타냈습니다.

내연기관차 소유자 대비 전기차 소유자의 항목별 지출액, 지출빈도, 객단가를 분석한 결과,

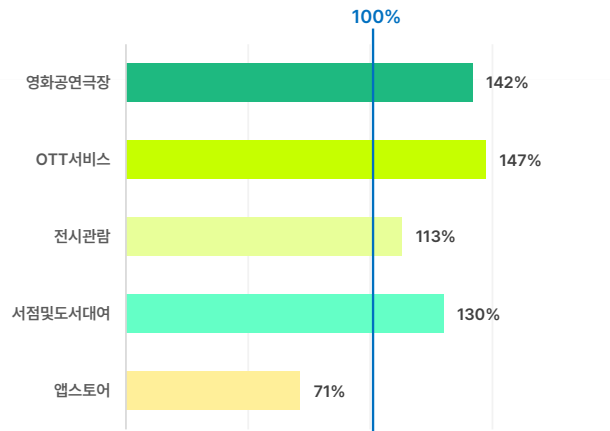
- 영화/공연/극장 및 OTT서비스에서 각각 163%, 145%로 높은 지출액을 보였습니다. 지출 빈도는 각각 142%, 147% 수준으로 높게 나타났으나 객단가는 각각 115%, 99% 수준에 그쳐 지출 빈도의 영향이 높았습니다.
- 마찬가지로, 전시관람과 서점및도서대여에서도 각각 111%, 110% 수준으로 소폭 높은 지출액을 보였으며, 지출 빈도는 각각 113%, 130%, 객단가는 98%, 85%로 나타나 자주 지출하는 경향을 보였습니다.
- 반면, 앱스토어에서는 56% 수준으로 낮은 지출액을 보였으며, 지출 빈도와 객단가는 각각 71% 78% 수준으로 낮게 나타났습니다.

월평균 지출액 비율 (전기차/내연기관차)



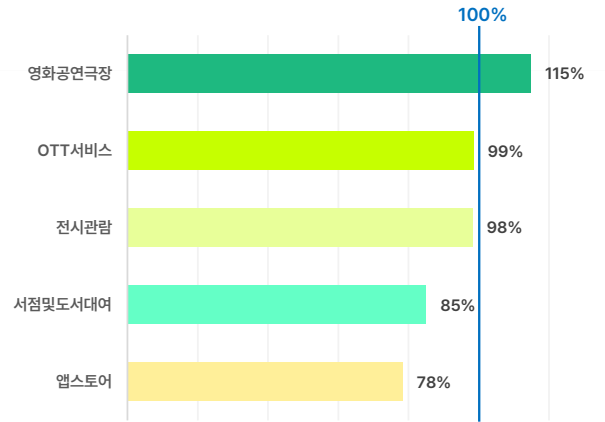
출처: 텐큐브

월평균 지출 빈도 비율 (전기차/내연기관차)



출처: 텐큐브

월평균 객단가 비율 (전기차/내연기관차)



출처: 텐큐브

여러 건의 OTT서비스를 구독합니다.

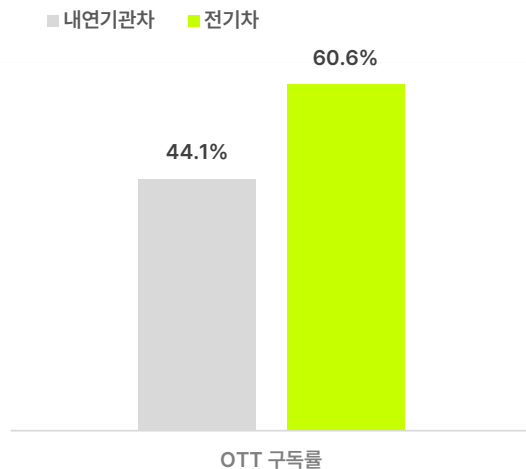
전기차 소유자는 내연기관차 소유자 대비 OTT구독률이 높고 2건 이상 구독하는 비율이 높습니다.

‘OTT서비스’의 구독률 비교결과, 전기차 소유자의 구독자 비율은 60.6%로 내연기관차 소유자의 44.1%에 비해 16.5%p 높은 수준을 보였습니다.

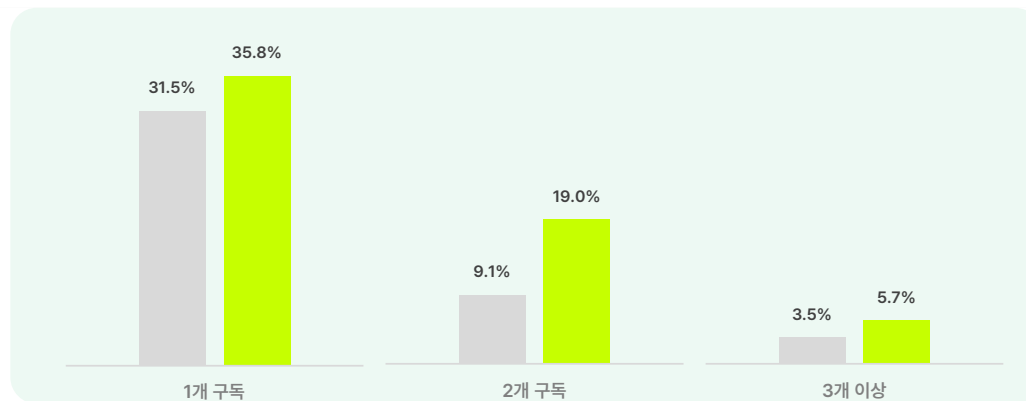
구독 수량별 구독자의 비율을 분석한 결과,

- 1개를 구독하는 비율은 전기차 소유자와 내연기관차 소유자 각각 35.8%, 31.5%를 나타내 전기차 소유자의 구독자 비율이 4.3%p 높았습니다.
- 2개를 구독하는 비율에서 큰 차이를 보여 전기차와 내연기관차 소유자 각각 19.0%, 9.1%로 전기차 소유자가 9.9%p 높았습니다.
- 3개를 구독하는 비율은 전기차와 내연기관차 소유자 각각 5.7%, 3.5%로 전기차 소유자가 2.2%p 앞섰습니다.

OTT서비스 구독 비율



구독 수량별 비율



출처: 텐큐브

골프소비가 높습니다.

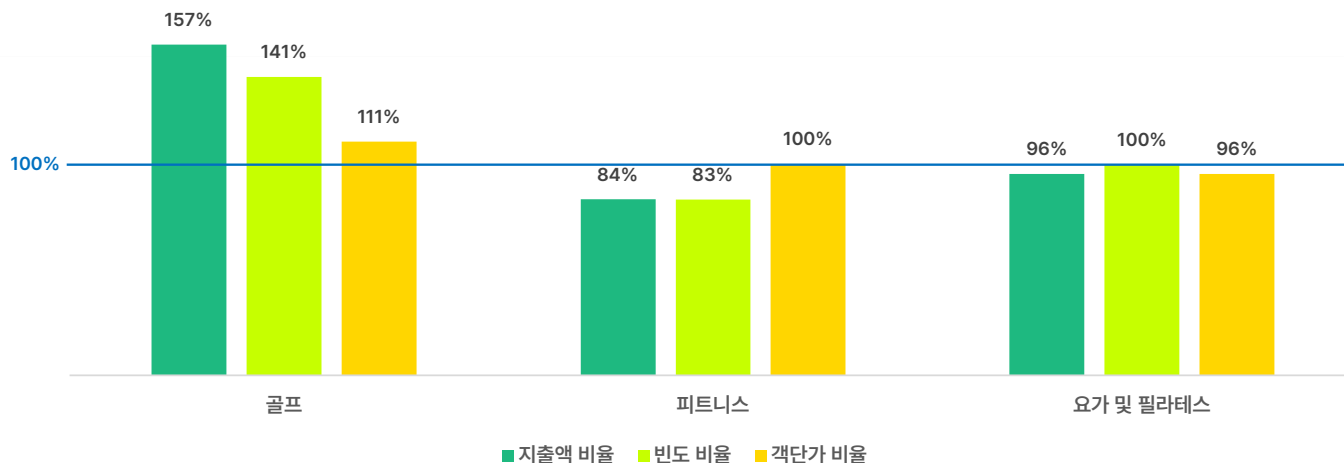
스포츠 항목별 분석 결과 내연기관차 소유자 대비 전기차 소유자는 골프의 비율이 높고 피트니스는 낮으며 요가 및 필라테스는 비슷한 수준입니다.

스포츠 항목별 비교에서는 골프에서 높은 지출 빈도가 나타납니다.

내연기관차 대비 전기차 소유자의 지출액, 빈도, 객단가 비교 결과,

- 골프에서 157%로 높은 지출액을 보이며, 141%의 높은 지출 빈도, 111%의 높은 객단가를 보입니다.
- 피트니스에서는 84% 수준의 낮은 지출액을 보였으며, 83% 수준의 낮은 지출 빈도와 100%의 비슷한 객단가가 나타납니다.
- 요가 및 필라테스에서는 비슷한 수준의 지출 경향을 나타내, 96%의 지출액, 100%의 지출빈도, 96%의 객단가를 보였습니다.

스포츠 항목 별 비율 (전기차/내연기관차)



출처: 텐큐브

전기차 소유자의 특성

전기차 소유자는 높은 구매력과 뚜렷한 취향을 바탕으로 라이프 스타일 중심의 소비에 집중된 소비 성향을 보입니다.

여행, 문화, 레저 중심의 몰입형 라이프 스타일이 특징입니다.

Point 1

기본 특징

- 남성 및 40대의 높은 비율
- 자녀 있는 비율이 높음.

Point 2

소비성향

- 높은 구매력
- '쇼핑', '여행/숙박', '스포츠/레저' 카테고리에 높은 지출
- 백화점, 쇼핑몰, 해외직구에 높은 지출 빈도

Point 3

라이프 스타일

- 여행
 - 항공 및 호텔의 높은 이용빈도
- 문화
 - 영화 및 공연 관람에 높은 지출
 - 다수의 OTT 서비스 구독
- 스포츠
 - 골프에 높은 지출

Contact

주식회사 텐큐브
서울특별시 강남구 테헤란로 77길 11-10

<http://datalab.tenqube.com/>
contact@tenqube.com