



발 간 등 록 번 호

11-1613000-001331-01

자동차 튜닝산업 중장기 마스터 플랜

# 자동차 튜닝산업 중장기 마스터 플랜

2016. 4

2016. 4

국토교통부 · 국토교통과학기술진흥원 · 교통안전공단





## 제출문

국토교통부장관(국토교통과학기술진흥원장) 귀하

이 보고서를 “자동차 튜닝산업 중장기 마스터 플랜” 최종보고서로 제출합니다.

2016. 4

주관연구기관명 : 교통안전공단

주관연구책임자 : 강병도 수석연구위원

참 여 연 구 원 : 남궁석완 연구위원

윤영식 연구위원

홍윤석 연구위원

석주식 부연구위원

김성범 부연구위원

김광일 책임연구원

이호상 책임연구원

박진우 책임연구원

조정일 선임연구원

인정민 선임연구원

맹길호 연구원

공동연구기관명 : 경일대학교

공동연구책임자 : 강우종 교수

공동연구기관명 : 자동차부품연구원

공동연구책임자 : 송영식 박사

공동연구기관명 : 신한대학교

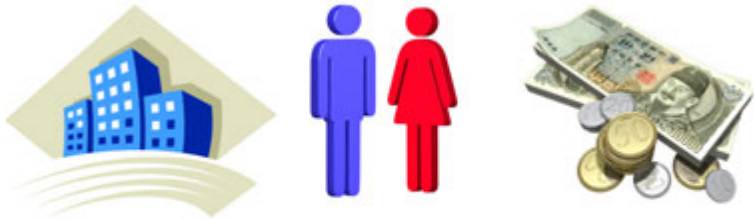
공동연구책임자 : 하성용 교수



# 요 약 문

자동차 튜닝산업 중장기 마스터 플랜 (2017~2026)



|                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>튜닝산업<br/>중장기<br/>마스터플랜<br/>개요</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 튜닝시장 활성화, 양질의 일자리 창출, 건전한 튜닝 문화 정착 을 위한 체계적 . 종합적 . 장기적 마스터플랜(Master Plan)이 필요함.</li> <li>◆ “자동차 튜닝시장 활성화 방안”과 “자동차 튜닝산업 진흥대책” 등 정책 추진으로 튜닝부품 인증기준 및 평가기술 개발과 튜닝부품 인증제도 도입, 튜닝업종 관리체계 및 전문 인력 양성방안, 튜닝 홍보 및 시장 활성화 방안이 마련됨.</li> <li>◆ 매출액 연평균 5.3%, 일자리 2.8% 증가 등 정책성고가 나타남.</li> </ul> |
| <p>튜닝산업 및<br/>일자리 동향</p>             | <div style="text-align: center;">  <p>[사업체 7,671개]    [종사자 1만 7,725명] [매출액 1조 410억원]</p> <p>(2015년 기준, 전문튜닝과 용품액세서리 사업체 한정)</p> </div>                                                                                                        |
| <p>튜닝 관련<br/>소비자 동향</p>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 소비자 87.9% 최근 1년 이내 자동차 튜닝 및 용품 구매 (용품 76.0%, 튜닝 23.2%)</li> <li>- 남성, 20대, 수입차, 르노삼성 튜닝 및 용품 구매 비율 높음</li> </ul>                                                                                                                                                                         |

|                  | <div><p>용품만 구입함, 54.7%</p><p>용품 구입했고, 튜닝도함, 21.3%</p><p>용품을 구입하거나 튜닝을 한적 없음, 22.1%</p><p>튜닝만함, 1.9%</p></div> <div><p>◆ 용품 시장 - 타이어, 블랙박스, 내비게이션, 엔진오일, 휠 순</p><p>◆ 튜닝 시장 - 스프링, LED/조명, 완충기, 스테빌라이저바, 속업쇼바 순</p></div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |     |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |    |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|
| 튜닝산업 및<br>일자리 전망 | <div><p>◆ 2020년 시장규모 - 약 4조원 전망<br/>(3.6조원-한국노동연구원, 4.2조원-한국산업마케팅연구소)</p><p>◆ 2020년 튜닝산업 고용자 수 - 4.1만명 전망<br/>(2013~2020년까지 2.7만명 신규 고용창출 - 한국노동연구원)</p><p>◆ 일자리 창출효과 - 약 1만개 기대 (2015년~2020년)<br/>(직접적 일자리 3,421명, 직·간접적 일자리 9,920명 - 한국산업마케팅연구소)</p></div> <div><div><p><b>[튜닝시장]</b></p><p>(조원)</p><table><thead><tr><th>연도</th><th>적극적</th><th>중립적</th><th>소극적</th></tr></thead><tbody><tr><td>2013년</td><td>1.2</td><td>1.2</td><td>1.2</td></tr><tr><td>2017년</td><td>2.4</td><td>1.9</td><td>1.6</td></tr><tr><td>2020년</td><td>3.6</td><td>2.5</td><td>2.0</td></tr></tbody></table></div><div><p><b>[고용자수]</b></p><p>(만명)</p><table><thead><tr><th>연도</th><th>적극적</th><th>중립적</th><th>소극적</th></tr></thead><tbody><tr><td>2013년</td><td>1.4</td><td>1.4</td><td>1.4</td></tr><tr><td>2017년</td><td>2.9</td><td>2.2</td><td>1.8</td></tr><tr><td>2020년</td><td>4.1</td><td>2.8</td><td>2.2</td></tr></tbody></table></div><p>● 적극적   ■ 중립적   ▲ 소극적</p></div> | 연도  | 적극적 | 중립적 | 소극적 | 2013년 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 2017년 | 2.4 | 1.9 | 1.6 | 2020년 | 3.6 | 2.5 | 2.0 | 연도 | 적극적 | 중립적 | 소극적 | 2013년 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | 2017년 | 2.9 | 2.2 | 1.8 | 2020년 | 4.1 | 2.8 | 2.2 |
| 연도               | 적극적                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 중립적 | 소극적 |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |    |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |
| 2013년            | 1.2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1.2 | 1.2 |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |    |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |
| 2017년            | 2.4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1.9 | 1.6 |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |    |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |
| 2020년            | 3.6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2.5 | 2.0 |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |    |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |
| 연도               | 적극적                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 중립적 | 소극적 |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |    |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |
| 2013년            | 1.4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1.4 | 1.4 |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |    |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |
| 2017년            | 2.9                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2.2 | 1.8 |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |    |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |
| 2020년            | 4.1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 2.8 | 2.2 |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |    |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |
| 튜닝산업<br>활성화 방안   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |     |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |    |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |       |     |     |     |

# 목 차

자동차 튜닝산업 중장기 마스터 플랜 (2017~2026)



|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| <b>I. 튜닝산업 중장기 마스터플랜 개요</b>    | <b>9</b>  |
| 1. 추진 배경                       | 9         |
| 2. 추진 경위                       | 11        |
| 3. 추진 성과                       | 12        |
| 4. 비전 및 추진전략                   | 25        |
| <b>II. 튜닝산업 및 일자리 동향</b>       | <b>29</b> |
| 1. 튜닝산업 사업체/종사자/매출액 동향         | 29        |
| 2. 전문튜닝 시장 사업체/종사자/매출액 동향      | 35        |
| 3. 용품 및 액세서리 시장 사업체/종사자/매출액 동향 | 40        |
| <b>III. 튜닝 관련 소비자 동향</b>       | <b>49</b> |
| 1. 소비자 자동차 용품 구매 동향            | 56        |
| 2. 소비자 자동차 튜닝 부품 구매 동향         | 70        |
| <b>VI. 튜닝산업 및 일자리 전망</b>       | <b>81</b> |
| 1. 튜닝산업 전망                     | 81        |
| 2. 일자리 전망                      | 84        |
| <b>V. 튜닝산업 활성화 방안</b>          | <b>89</b> |
| 1. 튜닝제도 개선                     | 89        |
| 2. 튜닝산업 생태계 구축                 | 93        |
| 3. 튜닝 R&D 활성화                  | 96        |
| 4. 대국민 홍보 활성화                  | 99        |





## I. 튜닝산업 중장기 마스터플랜 개요

### 1. 추진 배경

### 2. 추진 경위

### 3. 추진 성과

#### 1) 정책 추진 성과

(1) 자동차 튜닝부품 인증기준 및  
평가기술 개발

(2) 자동차 튜닝부품 인증 제도를 도입

(3) 자동차 튜닝업종 관리체계 및  
전문 인력 양성방안 마련

(4) 튜닝 홍보 및 시장 활성화 방안 마련

#### 2) 정부 튜닝산업 활성화 대책 효과 분석

(1) 경영 효과

(2) 고용 효과

(3) 투자 및 전시회 참여 효과

### 4. 비전 및 추진전략



# I. 튜닝산업 중장기 마스터플랜 개요

## 1. 추진 배경

- ◆ 까다로운 규제, 제도적 기반취약, 부정적 인식 등으로 비활성화
- ◆ 튜닝시장 활성화, 양질의 일자리 창출, 건전한 튜닝 문화 정착 목표
- ◆ 체계적·종합적·장기적 마스터플랜(Master Plan)이 필요

자동차 튜닝 산업은 규제와 제도 기반 취약, 부정적 인식 등으로 활성화되지 못했으나, 2013년 8월 “자동차 튜닝시장 활성화 방안” 발표 이후 긍정적으로 개선되고 있음.

[표 I-1] 자동차 튜닝시장 활성화 방안 주요 내용

- ① 튜닝규제 네거티브 방식 전환 및 관련규정 정비
- ② 튜닝절차 홍보강화 및 간소화
- ③ 튜닝부품 인증제 도입
- ④ 건전한 튜닝문화 정착
- ⑤ 제작사 튜닝 활성화

“국토교통부-자동차 튜닝산업 진흥대책”을 비롯하여 “산업통상자원부-자동차 튜닝부품 기술개발”, “미래창조과학부-신산업·신시장 개척을 위한 성장동력 선정” 등 튜닝 산업 활성화를 위한 다양한 정책이 제시되고 있으나, 잠재된 국내 튜닝수요 해소에는 미흡한 실정임.

[표 I-2] 자동차 튜닝산업 진흥 대책 주요 내용

|                            |                                                                                                                                                                |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 튜닝 관련규정 정비<br>(자동차관리법령 개정) | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자동차관리법에 튜닝개념 명확히 반영</li> <li>- 튜닝규제를 소극적 네거티브에서 적극적 네거티브 방식으로 전환</li> <li>- 비전문가도 쉽게 이해할 수 있도록 명확한 승인기준 마련</li> </ul> |
| 튜닝절차 홍보 강화                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 간편한 인터넷 구조변경 신청제 홍보</li> </ul>                                                                                        |

|                                       |                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 승인 절차 간소화 방안 강구</li> </ul>                                                                                                                    |
| 튜닝부품 인증제 도입                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝부품에 대한 체계적 품질 및 성능 관리와 중소부품 업체의 경쟁력을 제고하기 위해 튜닝부품 인증제 도입</li> </ul>                                                                         |
| 건전한 튜닝문화 정착                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝전문단체 설립, 우수 튜닝업체 육성</li> <li>- 튜닝자동차 대상 정례행사 개최(튜닝카 경진대회)</li> <li>- 튜닝관련 보험신고 의무화 및 보장범위 확대</li> <li>- 불법 튜닝 지속단속</li> </ul>               |
| 제작사 튜닝<br>(customizing tuning)<br>활성화 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 완성차업체의 튜닝모델 개발을 지원하기 위해 관련 R&amp;D 지원 및 상용화 기준 마련 검토</li> <li>- 수요가 다양하고 소량 제작하는 특장차 제작을 활성화 하기 위해 미완성 자동차에 대한 '단계별 자기인증제' 도입방안 검토</li> </ul> |

● 튜닝산업 활성화를 통해 자동차 산업에 활기를 제공하고, 일자리 창출로 부응할 수 있도록 체계적·종합적·장기적 마스터플랜이 필요함.

- 소비자 안전 확보와 튜닝에 대한 신뢰성을 높이고, 모터스포츠 등 문화적 체험 등을 제공함.
- 튜닝산업에 대한 현황분석과 세부 시장, 소비자트렌드 등에 근거한 마스터플랜 제시를 통해 현실성 있는 국가 정책수립에 기여함으로써 경제적 효과는 물론 신규 일자리 창출에 기여함.
- 튜닝시장 참여 기업에게 정책 목표와 전략, 인증과 기술, 소비자 트렌드 등에 대한 정보를 제공하여 R&D와 마케팅 수립에 도움을 주고자 함.

## 2. 추진 경위



● 정부는 최근 자동차 튜닝 시장이 꾸준히 증가하고 있는 현실을 고려하여 튜닝 자동차에 대한 안전성 확보와 튜닝 시장의 건전한 발전을 위해 지난 2013년 이후 규제완화 및 튜닝문화 활성화에 대한 지속적인 대책을 수립하여 진행하여 왔음.

- (2012년 06월) [제1차 자동차정책 기본계획(2012~2016)]에 자동차 튜닝활성화 반영
- (2013년 04월) [자동차 튜닝부품 인증기준 · 성능평가 기술개발] 착수
- (2013년 05월) [규제중심의 투자활성화 대책]에 튜닝부품의 신뢰성 확보방안 반영
- (2013년 08월) [자동차 튜닝시장 활성화 방안] 발표
- (2013년 12월 17일) 승인 없이 튜닝 할 수 있는 대상 일부 확대 발표
- (2013년 12월) [자동차관리법 개정안] 국회통과
- (2015년 01월 08일) [자동차관리법]시행
- (2014년 04월) 자동차 구조 · 장치 변경에 관한 규정(고시) 개정
- (2014년 04월 10일) 튜닝부품 기술개발 지원 등 활성화 추진 4개 실천과제 선정
- (2014년 06월 17일) 범 정부차원의 [자동차 튜닝산업 진흥대책] 발표

### 3. 추진 성과

#### 1) 정책 추진 성과

- ◆ 튜닝부품 인증기준 및 평가기술 개발
- ◆ 튜닝부품 인증제도 도입
- ◆ 튜닝업종 관리체계 및 전문 인력 양성방안 마련
- ◆ 튜닝 홍보 및 시장 활성화 방안을 마련

#### (1) 자동차 튜닝부품 인증기준 및 평가기술 개발

● 튜닝부품 인증 로드맵을 수립함.

－ 1차(5개), 2차(13개), 3차(6개) 연구를 통해 총 24개 튜닝부품 인증 로드맵을 수립함.

[표 1 -3] 튜닝 부품 인증 로드맵 내용

| 구분      | 2013년                            | 2014년                                              | 2015년               |
|---------|----------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------|
| 전장/등화장치 | -등화장치(옆면표시등,<br>보조제동등,<br>중간주행등) | -썬팅필름<br>-내비게이션&블랙박스<br>-등화장치(signal 등화,<br>반사장치류) | -등화장치(광원)           |
| 차체/새시   | -휠                               | -서스펜션류<br>-브레이크 부품<br>(캘리퍼, 패드)<br>-타이어            | -스테빌라이저<br>-디스크     |
| 엔진/흡배기  | -에어필터<br>-오일필터<br>-소음기           | -오일쿨러<br>-오일분리기<br>-오픈형 에어필터                       | -인테이크 파이프<br>-라디에이터 |
| 드레스업    |                                  | -에어댐<br>-에어스포일러                                    | -카스킨                |

● 튜닝부품 시험 및 평가를 실시함.

- － 차체/새시 : 서스펜션류, 브레이크류(캘리퍼, 패드), 타이어, 스테이빌라이저, 디스크
- － 엔진/흡배기 : 오일쿨러, 오일분리기, 오픈형 에어필터, 인테이크 호스, 라디에이터
- － 전장/등화 : 썬팅필름, 내비게이션, 블랙박스, 등화장치류, LED 광원(Retrofit)
- － 드레스업 : 에어댐, 에어스포일러, 카스킨(랩핑)

- 실차시험을 통한 튜닝기준을 검증함,
  - 서스펜션, 브레이크 디스크, 캘리퍼 등 실시
  - 튜닝카 경진대회 출품(소음, 연비, 제동시험 시험결과)

[그림 I -1] 실차시험 사진

| 주행조건 | 기본차량 | 17인치 | 19인치 |
|------|------|------|------|
| 벨지안로 |      |      |      |
| 브레이킹 |      |      |      |
| 단차로  |      |      |      |
| 슬라럼  |      |      |      |
| 불검파로 |      |      |      |
| 장파행로 |      |      |      |

## (2) 자동차 튜닝부품 인증제도 도입

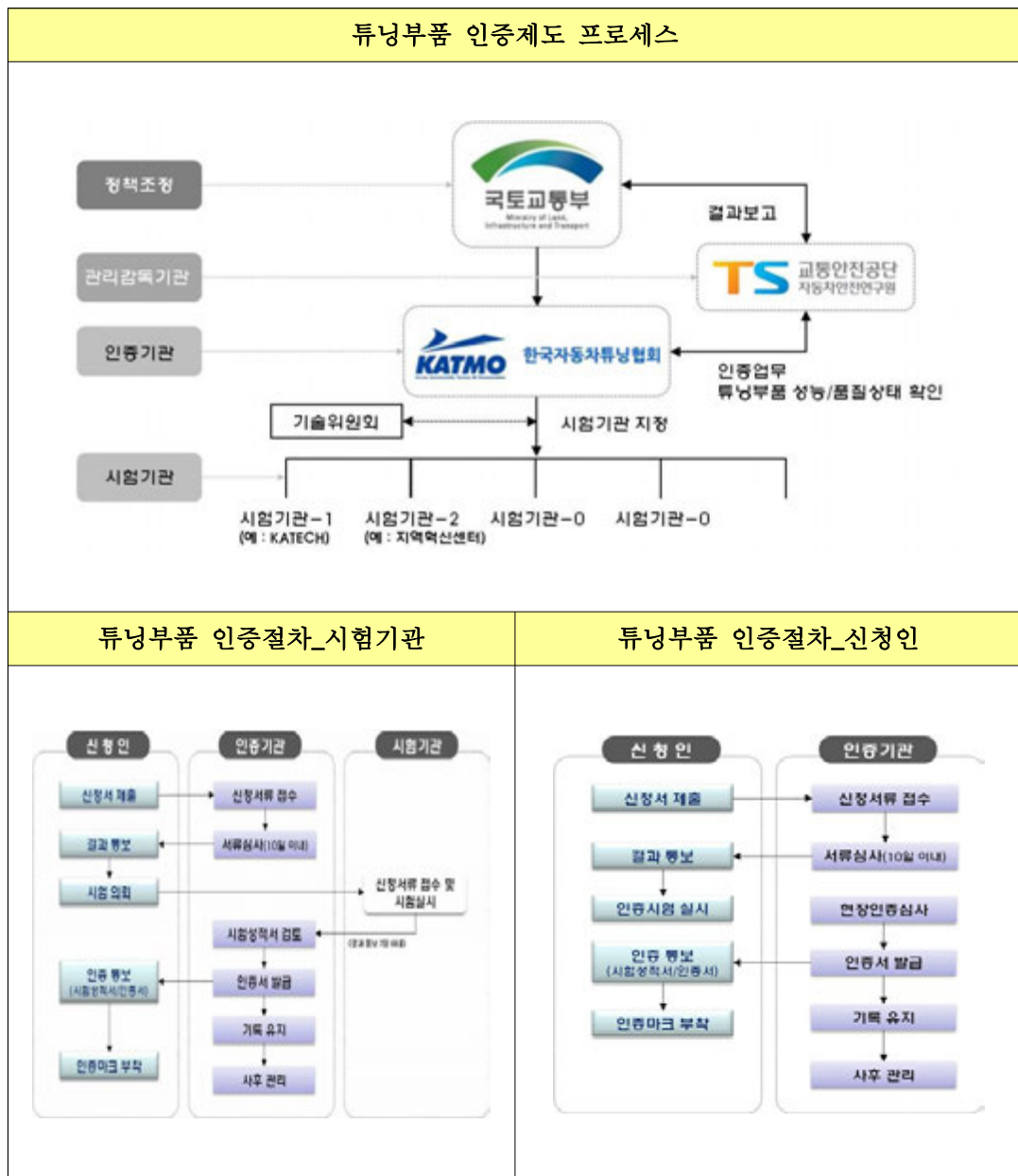
- 자동차 튜닝 범위와 튜닝 부품 인증제 도입 등 관련 제도를 마련하고자 자동차관리법 하위법령을 개정함.

[표 I -4] 자동차관리법 개정 내용

| 자동차관리법 개정                                                                                                                                                                               | 자동차관리법 시행규칙 개정                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2014년 1월 7일 개정</li> <li>- 자동차 튜닝의 용어 정의 및 튜닝부품 인증제도 도입에 관한 내용이 포함</li> <li>- "자동차의 튜닝"이란 자동차의 구조·장치의 일부를 변경하거나 자동차에 부착물을 추가하는 것을 말함</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2014년 12월 31일 개정</li> <li>- 튜닝부품 인증제 시행에 필요한 부품의 구분, 인증기관 지정, 인증표시 등에 관한 사항을 포함</li> <li>- 전산시스템으로 구조·장치 변경 신청을 하는 경우 개인정보를 입력하도록 함</li> <li>- 구조·장치 변경작업 완료 증명서를 전산시스템으로 대체할 수 있도록 함</li> </ul> |

- 인증기관 지정(심사) 절차와 기준에 따라 2015년 1월 22일에 국토교통부 공고 제 2015-62호로 (사)한국자동차튜닝협회를 인증기관으로 지정했으며, 세부 운영방안을 마련함.
- 인증제도 시행에 필요한 세부방안과 전산망 구축계획(안)을 마련하여 인증제도 시행을 준비함.

[그림 1 -2] 튜닝부품 인증제도



### (3) 자동차 튜닝업종 관리체계 및 전문 인력 양성방안 마련

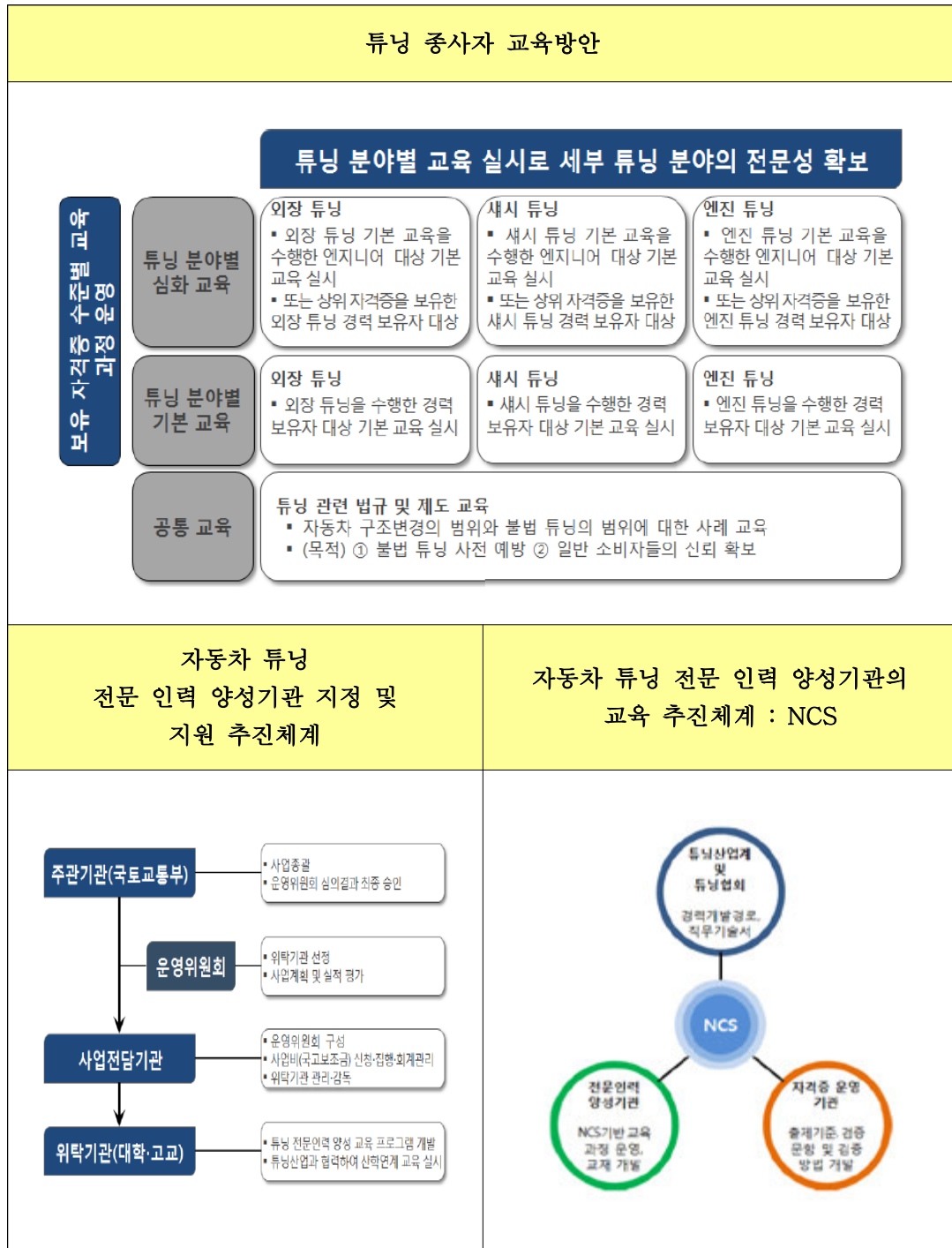
#### ● 튜닝업종 관리체계를 마련함.

- 해외 정비업 등록제도(일본 사례)를 조사함.
- 토론회 및 설문조사를 실시함.
- ▶ 튜닝업을 직접 영위하는 CEO 혹은 종사자를 대상으로 “자동차 부품 튜닝 중점 토론회”를 2014년 11월 17일에 대구 인터불고 호텔에서 개최함.
- ▶ 약 30개 튜닝 숍을 대상으로 설문조사를 실시함.
- 튜닝업종의 분류 및 작업범위 개선안을 제시함.
- ▶ 튜닝 업종의 분류 및 작업범위와 시설기준, 면적기준을 엔진성능 향상 튜닝(power-up tuning)과 주행성능 향상 튜닝(performance-up tuning), 외관 및 편의장치 튜닝(dress-up tuning)에 따른 개선안을 제시함.
- ▶ 2016년 1월 1일부터 신규 인력 허가기준을 “자동차정비기능사 이상 자격증을 소지하고 자동차튜닝부품인증기관이 주관하는 필기시험에 합격한 자로서 동기관의 교육을 이수한 자”로 정함.

#### ● 전문 인력 양성방안을 마련함.

- 자격증 관련 자료와 전문 인력 현황을 조사함.
- 튜닝 전문 인력 양성기관 및 지원 추진 체계(안)를 마련함.
- 국가직무능력표준(NCS) 개발방안을 검토함
- 중장기적 전문 인력 및 양성방안을 제안함.
- 전문 인력 자격제도 시행방안을 수립함
- 튜닝 특성화 대학, 튜닝 종사자 교육 등 인력 양성 방안을 수립함.
- 공청회 개최 및 최종(안) 정책제안을 실시함.

[그림 1-3] 전문 인력 양성방안



- [튜닝산업 및 일자리 동향 조사]와 [튜닝산업 현황 분석 및 전망] 보고서를 작성함.

[그림 1-4] 튜닝산업 관련 조사 보고서

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 튜닝산업 정의 및 분류</li> <li>· 국내 튜닝산업 및 일자리 동향</li> <li>· 튜닝관련 제조 산업 동향</li> <li>· 튜닝관련 유통산업 현황</li> <li>· 튜닝관련 연관 산업 현황</li> <li>· 국내 튜닝산업 전망 및 발전 방안</li> <li>· 세부 튜닝부품별 현황분석</li> <li>· 일자리 창출효과 및 증가율 분석</li> </ul> |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### (4) 튜닝 홍보 및 시장 활성화 방안 마련

- 튜닝 활성화를 위한 홍보체계 구축방안 수립함.
- 국내 실정을 반영한 홍보체계 구축안을 제시함,
- 중장기적 튜닝시장 활성화 방안(정책경영전문가 의견반영 및 타 부처 관련법 개정 제안 등)을 마련함.

[그림 1-5] 튜닝 홍보 체계



- 시장투명성을 위한 튜닝 정보 DB를 구축함.

- 튜닝보험 마련을 위한 자료를 조사함.
- 튜닝 DB 구축함.
- 튜닝보험 활성화 방안을 마련함,
- 튜닝부품 DB 보완 연구를 진행함.

[표 1 -5] 튜닝 정보 DB

| 구분      | 튜닝부품                                   |
|---------|----------------------------------------|
| 엔진, 흡배기 | 머플러, 라디에이터                             |
| 차세/새시   | 서스펜션, 휠, 브레이크, 클러치                     |
| 등화장치    | LED 헤드램프, 후미등, 실내등, Indoor Light Plate |
| 외장      | 에어댐, 스포일러, 사이드스커트, 휠아치가니쉬, 카스킨         |

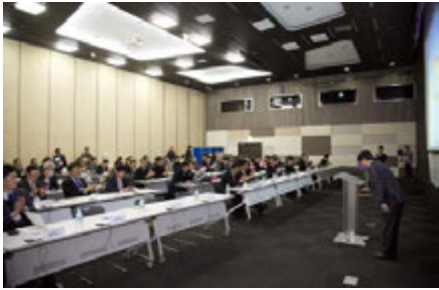
- 불법 튜닝 계도방안을 마련함.

[그림 1 -6] 불법 튜닝 계도 방안

| 불법튜닝 방지<br>리플렛/포스터<br>제작 배포                                                         | 튜닝 세부 업무규정<br>제작 배포                                                                 | 불법튜닝방지<br>매뉴얼<br>제작 배포                                                               | 튜닝설명회 개최                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |
| 7,200부를 제작하여<br>서울 교통지도과 등<br>32개처에서 배포                                             | 1,000부를 제작하여<br>자동차 검사소 등<br>60개소에서 배포                                              | 50,000부를<br>제작하여 배포                                                                  | 5,036명에게 튜닝에<br>대한 정보를 제공                                                             |

- 2014년 11월 21일/22일에 고양시 KINTEX 제2전시장 7홀에서 제2회 튜닝카 경진대회와 튜닝 국제세미나를 개최함.

[그림 1 -7] 튜닝카 경진대회 및 국제세미나

| 제2회 튜닝카 경진대회                                                                      | 튜닝 국제세미나                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |
| 36개 업체, 55부스,<br>튜닝카 163대 참여,<br>관람객 10,000여명 참석                                  | 국내·외 튜닝 산업 동향 및 활성화 방안 논의<br>유럽튜닝자동차협회사무총장<br>일본튜닝협회장<br>한·유럽통상기술진흥재단 부대표 참여       |

## 2) 정부 튜닝산업 활성화 대책 효과 분석

- 30개 튜닝부품 업체와 270개 튜닝서비스 업체 등 총 300개 사업체를 대상으로 튜닝 산업 활성화 대책 전후 변화에 대한 설문 조사를 진행함.

[표 I -6] 조사 개요

|       |                                                                            |
|-------|----------------------------------------------------------------------------|
| 조사 대상 | - (사)자동차튜닝협회의 튜닝부품업체 회원, 튜닝서비스업체 회원, 동호회원 등을 모집단으로 구성<br>- 이들 기업 및 수요자를 대상 |
| 조사 내용 | - 업체 현황<br>- 자동차 튜닝 산업 활성화로 인한 투자, 생산 및 고용 효과 분석<br>- 고용증대 관련 문제점 및 개선 방안  |
| 조사 기간 | - 2014년 11월 26일~2014년 12월 24일                                              |
| 조사 방법 | - 방문 면접 조사, e-mail, Fax, 전화조사 중 응답자 편의에 따라 조사                              |

### (1) 경영 효과

- ◆ 매출액 - 튜닝부품업체 연평균 5.3%, 튜닝서비스업체 7.7% 증가
- ◆ 영업이익 - 튜닝부품업체 연평균 4.6%, 튜닝서비스업체 6.5% 증가

● 튜닝부품업체 매출액은 2013년 19억 1,313만원에서 2015년 21억 2,033만원으로, 서비스업체 매출액도 2013년 5,230만원에서 2015년 6,071만원으로 증대됨.

- 튜닝산업 활성화 대책 전후로 튜닝부품업체는 매출액이 연평균 5.3%로 증가했고, 튜닝서비스업체는 연평균 7.7% 증가함.

[표 1-7] 자동차 튜닝산업 활성화 대책 전후 매출액 변화(단위: 만원)

|         | 활성화 대책<br>이전년도<br>(2013년) | 활성화 대책<br>직후년도<br>(2014년) | 활성화 대책<br>이후년도<br>(2015년) | 연평균 증가율 |
|---------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------|
| 튜닝부품업체  | 191,313                   | 171,580                   | 212,033                   | 5.3%    |
| 튜닝서비스업체 | 5,230                     | 5,309                     | 6,071                     | 7.7%    |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

● 튜닝부품업체 영업이익은 2013년 1억 9,481만원에서 2015년 2억 1,307만원으로, 서비스업체 영업이익도 2013년 1,954만원에서 2015년 2,215만원으로 증대됨.

- 튜닝부품업체의 영업이익은 연평균 4.6% 증가했고, 튜닝서비스업체도 연평균 6.5% 증가함.

[표 1-8] 자동차 튜닝산업 활성화 대책 전후 영업이익 변화(단위: 만원)

|         | 활성화 대책<br>이전년도<br>(2013년) | 활성화 대책<br>직후년도<br>(2014년) | 활성화 대책<br>이후년도<br>(2015년) | 연평균 증가율 |
|---------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------|
| 튜닝부품업체  | 19,481                    | 17,041                    | 21,307                    | 4.6%    |
| 튜닝서비스업체 | 1,954                     | 2,003                     | 2,215                     | 6.5%    |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

- 튜닝부품업체 설비가동률은 활성화 대책 이전년도에 59.0%에서 활성화 대책 이후년도 70.0%로 연평균 9.0%p 증가함.

[표 I -9] 자동차 튜닝산업 활성화 대책 전후 설비가동률 변화

|        | 활성화 대책<br>이전년도<br>(2013년) | 활성화 대책<br>직후년도<br>(2014년) | 활성화 대책<br>이후년도<br>(2015년) | 연평균 증가율 |
|--------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------|
| 튜닝부품업체 | 59.0%                     | 64.4%                     | 70.0%                     | 9.0%p   |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

- 튜닝부품업체의 수입품 비중은 활성화 대책 이전년도에 24.4%에서 것이 활성화 대책 이후년도 26.2%로 연평균 3.7%p 증가함.

[표 I -10] 자동차 튜닝산업 활성화 대책 전후 수입품 비중 변화

|        | 활성화 대책<br>이전년도<br>(2013년) | 활성화 대책<br>직후년도<br>(2014년) | 활성화 대책<br>이후년도<br>(2015년) | 연평균 증가율 |
|--------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------|
| 튜닝부품업체 | 24.4%                     | 25.7%                     | 26.2%                     | 3.7%p   |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

## (2) 고용 효과

- ◆ 연간 종사자 - 튜닝부품업체 연평균 2.4% 증가, 튜닝서비스업체 3.5% 증가
- ◆ 신규 종사자 - 튜닝부품업체 연평균 45.0% 증가, 튜닝서비스업체 75.6% 증가
- ◆ 청년 종사자 - 튜닝부품업체 연평균 16.8% 증가, 튜닝서비스업체 18.3% 증가

- 튜닝산업 활성화 대책은 튜닝 부품 및 정비업체에 상당한 고용효과를 가져왔으며, 신규 고용과 청년고용 효과도 크게 나타남.

- 튜닝부품업체 평균 종사자수는 2013년 31.34명에서 2015년 32.86명으로, 서비스업체 평균 종사자수도 2013년 1.77명에서 2015년 1.90명으로 증가함.

- 종사자수는 튜닝산업 활성화 대책 전후에 튜닝부품업체에서는 연평균 2.4%로 증가했고, 튜닝서비스업체도 연평균 3.5%로 증가함,

[표 I -11] 자동차 튜닝산업 활성화 대책 전후 연간 종사자수 변화(단위: 명)

|         | 활성화 대책<br>이전년도<br>(2013년) | 활성화 대책<br>직후년도<br>(2014년) | 활성화 대책<br>이후년도<br>(2015년) | 연평균 증가율 |
|---------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------|
| 튜닝부품업체  | 31.34                     | 32.17                     | 32.86                     | 2.4%    |
| 튜닝서비스업체 | 1.77                      | 1.77                      | 1.90                      | 3.5%    |
| 전체      | 4.64                      | 4.72                      | 4.90                      | 2.8%    |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

● 튜닝부품업체 신규 종사자수는 2013년 1.00명에서 2015년 2.10명으로, 서비스업체 평균 종사자수도 2013년 0.04명에서 2015년 0.14명으로 증가함.

- 신규 종사자수는 튜닝산업 활성화 대책 전후에 튜닝부품업체에서는 연평균 75.6%, 튜닝서비스업체에서도 연평균 45.0% 증가함.

[표 I -12] 자동차 튜닝산업 활성화 대책 전후 신규 종사자수 변화(단위: 명)

|         | 활성화 대책<br>이전년도<br>(2013년) | 활성화 대책<br>직후년도<br>(2014년) | 활성화 대책<br>이후년도<br>(2015년) | 연평균 증가율 |
|---------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------|
| 튜닝부품업체  | 1.00                      | 0.86                      | 2.10                      | 45.0%   |
| 튜닝서비스업체 | 0.04                      | 0.06                      | 0.14                      | 75.6%   |
| 전체      | 0.14                      | 0.14                      | 0.33                      | 54.6%   |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

● 튜닝부품업체 평균 청년 종사자수는 2013년 9.34명에서 2015년 12.76명으로, 서비스업체 평균 청년 종사자수도 2013년 0.19명에서 2015년 0.26명으로 증가함.

- 청년 종사자수는 튜닝산업 활성화 대책 전후에 튜닝부품업체에서는 연평균 16.8% 증가했고, 튜닝서비스업체도 연평균 18.3% 증가함.

[표 I -13] 자동차 튜닝산업 활성화 대책 전후 청년(15~29세) 취업 변화(단위: 명)

|         | 활성화 대책<br>이전년도<br>(2013년) | 활성화 대책<br>직후년도<br>(2014년) | 활성화 대책<br>이후년도<br>(2015년) | 연평균 증가율 |
|---------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------|
| 튜닝부품업체  | 9.34                      | 9.41                      | 12.76                     | 16.8%   |
| 튜닝서비스업체 | 0.19                      | 0.17                      | 0.26                      | 18.3%   |
| 전체      | 1.07                      | 1.07                      | 1.47                      | 17.1%   |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

- 고용 형태별로는, 튜닝부품업체는 상용직 고용(연평균 2.5% 증가)이 크게 증가한 반면, 튜닝서비스업체에서는 임시직(연평균 7.0% 증가)과 일용직(연평균 27.5% 증가) 고용이 크게 증가함.

[표 I-14] 자동차 튜닝산업 활성화 대책 전후 상용직 변화(단위: 명)

|     |         | 활성화 대책<br>이전년도<br>(2013년) | 활성화 대책<br>직후년도<br>(2014년) | 활성화 대책<br>이후년도<br>(2015년) | 연평균 증가율 |
|-----|---------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------|
| 상용직 | 튜닝부품업체  | 26.72                     | 27.41                     | 28.10                     | 2.5%    |
|     | 튜닝서비스업체 | 1.51                      | 1.51                      | 1.57                      | 1.9%    |
|     | 전체      | 3.96                      | 4.02                      | 4.15                      | 2.3%    |
| 임시직 | 튜닝부품업체  | 4.34                      | 4.41                      | 3.52                      | -10.0%  |
|     | 튜닝서비스업체 | 0.18                      | 0.17                      | 0.20                      | 7.0%    |
|     | 전체      | 0.58                      | 0.58                      | 0.53                      | -5.0%   |
| 일용직 | 튜닝부품업체  | 0.10                      | 0.10                      | 0.10                      | 0.0%    |
|     | 튜닝서비스업체 | 0.03                      | 0.04                      | 0.05                      | 27.5%   |
|     | 전체      | 0.04                      | 0.05                      | 0.05                      | 20.6%   |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

### (3) 투자 및 전시회 참여 효과

- ◆ 투자액 - 튜닝부품업체 연평균 170.9% 증가, 튜닝서비스업체 20.0% 감소
- ◆ 전시회 참여 - 튜닝부품업체 연평균 11.4% 증가, 튜닝서비스업체 40.2% 증가

- 튜닝산업 활성화 대책은 전반적으로 튜닝부품업체의 설비투자를 크게 촉진한 반면, 튜닝서비스업체에서는 아직 설비 확대에 이르지 못하고 있음.
- 튜닝부품업체 평균 투자액은 2013년 3,907만원에서 2015년 2억 8,669만원으로 증가했으나, 서비스업체 평균 투자액은 2013년 733만원에서 2015년 469만원으로 감소함.

- 튜닝부품업체의 시설 및 설비 투자는 튜닝산업 활성화 대책 전후에 연평균 170.9% 증가했으나, 튜닝서비스업체는 연평균 20.0%가 감소함.

[표 I -15] 자동차 튜닝산업 활성화 대책 전후 시설 및 투자액 변화(단위: 만원)

|         | 활성화 대책<br>이전년도<br>(2013년) | 활성화 대책<br>직후년도<br>(2014년) | 활성화 대책<br>이후년도<br>(2015년) | 연평균 증가율 |
|---------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------|
| 튜닝부품업체  | 3,907                     | 5,176                     | 28,669                    | 170.9%  |
| 튜닝서비스업체 | 733                       | 368                       | 469                       | -20.0%  |
| 전체      | 1,041                     | 834                       | 3,204                     | 75.5%   |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

- 튜닝산업 활성화 대책으로 전시 기회 증가 및 업체 참여도 확대되고 있음.
- 튜닝부품업체 평균 전시회 참여건수는 2013년 0.86건에서 2015년 1.07건으로 증가했으며, 서비스업체 평균 참여건수도 2013년 0.10건에서 2015년 0.20건으로 증가함.
- 튜닝산업 활성화 대책 전후에 튜닝부품업체 전시회 참여건수는 연평균 11.4%로 증가했고, 튜닝서비스업체의 참여건수도 연평균 40.2% 증가함.

[표 I -16] 자동차 튜닝산업 활성화 대책 전후 전시회 참여 변화(단위: 건)

|         | 활성화 대책<br>이전년도<br>(2013년) | 활성화 대책<br>직후년도<br>(2014년) | 활성화 대책<br>이후년도<br>(2015년) | 연평균 증가율 |
|---------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------|
| 튜닝부품업체  | 0.86                      | 0.62                      | 1.07                      | 11.4%   |
| 튜닝서비스업체 | 0.10                      | 0.10                      | 0.20                      | 40.2%   |
| 전체      | 0.18                      | 0.15                      | 0.29                      | 27.4%   |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

## 4. 비전 및 추진전략

|                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>비 전</b>                                                                                                                                        |
| 자동차 튜닝활성화 기반 마련                                                                                                                                   |
| <b>목 표</b>                                                                                                                                        |
| 2027년까지 튜닝시장 4조, 고용자수 4만명 달성                                                                                                                      |
| <b>추진전략</b>                                                                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 튜닝규제 완화 및 공정한 산업 생태계 조성을 통한 활성화</li> <li>▶ 적극적 R&amp;D 및 민간부문 활성화</li> <li>▶ 문화산업(모터스포츠)으로 육성</li> </ul> |

| 주요과제            | 세부추진사업                                                                                                                                                               |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| I. 튜닝제도 개선      | <ul style="list-style-type: none"> <li>I-1. 튜닝인증제도 확대</li> <li>I-2. 튜닝승인 및 규제 완화</li> <li>I-3. 튜닝업종 관리체계 개선</li> <li>I-4. 튜닝 전문인력 양성</li> </ul>                      |
| II. 튜닝산업 생태계 구축 | <ul style="list-style-type: none"> <li>II-1. 완성차 업계 참여 확대</li> <li>II-2. 소비자 보호대책 마련</li> <li>II-3. 서비스 복합단지 지정 및 지역별 거점도시 확보</li> <li>II-4. 문화산업 육성방안 마련</li> </ul> |
| III. 튜닝 R&D 활성화 | <ul style="list-style-type: none"> <li>III-1. 특장차 튜닝모델 연구</li> <li>III-2. 중소 부품업체 지원방안 연구</li> <li>III-3. ICT 기반 튜닝시스템 연구</li> <li>III-4. 고성능 튜닝자동차 개발 연구</li> </ul> |
| IV. 대국민 홍보 활성화  | <ul style="list-style-type: none"> <li>IV-1. 고용창출 시스템 구축</li> <li>IV-2. 튜닝카 경진대회 활성화</li> <li>IV-3. 한국자동차튜닝협회 활성화 지원</li> <li>IV-4. 대국민 홍보확대</li> </ul>              |





## Ⅱ. 튜닝산업 및 일자리 동향

## Ⅱ.

1. 튜닝산업 사업체/종사자/매출액 동향
2. 전문튜닝 시장 사업체/종사자/매출액 동향
3. 용품 및 액세서리 시장 사업체/종사자/  
매출액 동향



## II. 튜닝산업 및 일자리 동향

[표 II-1] 튜닝 사업체 조사 개요

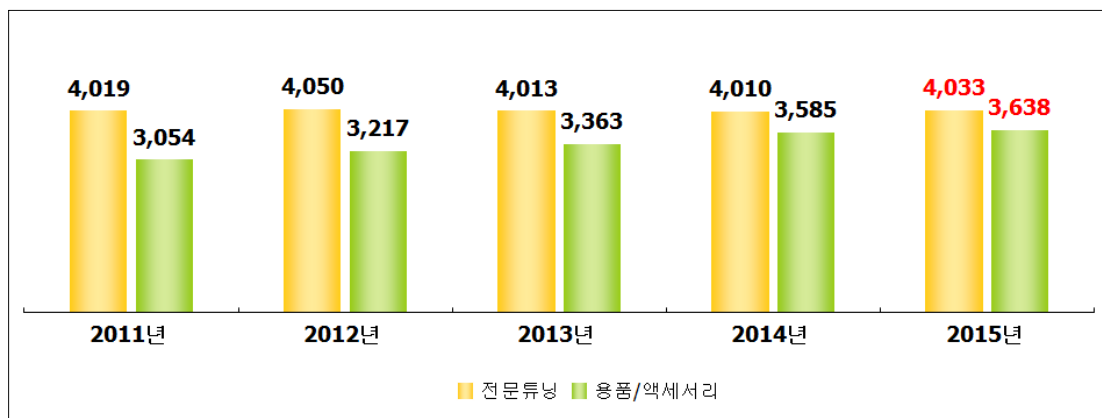
|       |                                                                                                |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 조사 대상 | - 조사시점 기준 튜닝 사업을 진행 중인 100개 사업체                                                                |
| 조사 내용 | - 2014년/2015년 종업원 수<br>- 2014년/2015년 매출액<br>- 용품/튜닝 취급 카테고리<br>- 설립연도, 소재지, 용품/튜닝 산업 활성화 방안 의견 |
| 조사 기간 | - 2015년 12월 1일 ~ 2015년 12월 31일                                                                 |
| 조사 방법 | - 전화 조사                                                                                        |

### 1. 튜닝산업 사업체/종사자/매출액 동향

- ◆ 사업체 7,671개 - 연평균 2.05% 증가, 2014년 대비 1.00% 증가
- ◆ 종사자 1만 7,725명 - 연평균 0.66% 증가, 2014년 대비 5.10% 감소
- ◆ 매출액 1조 410억원 - 연평균 0.01% 감소, 2014년 대비 3.78% 감소

● 2015년 기준 튜닝산업 사업체 수는 7,671개, 종사자 수는 1만 7,725명, 매출액은 1조 410억원임.

[그림 II-1] 튜닝산업 분야별 업체 수 동향(단위: 개)



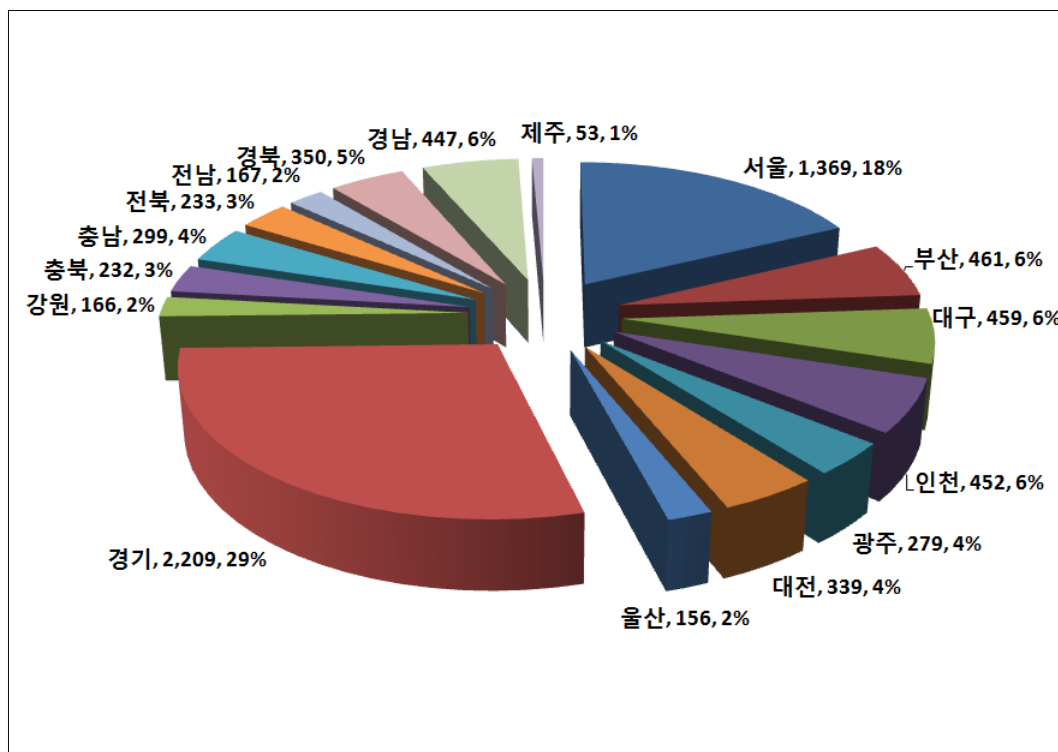
- 주1) 전문튜닝과 용품/액세서리 사업체로 한정 조사함.  
 주2) 전문튜닝은 튜닝을 전문으로 하는 매장과 썬팅/광택 사업체임.  
 주3) 용품/액세서리는 용품/액세서리 취급 매장과 내비게이션/블랙박스/카오디오 등을 취급하는 자동차 디지털기기 매장임.

● 튜닝산업 사업체 수는 2011년 이후 2015년까지 연평균 2.05% 증가(598개 증가)했으며, 2015년에도 전년대비 1.00%(76개 증가) 증가함.

- 2015년 튜닝샵과 썬팅/광택 등 전문튜닝 사업체 수는 4,033개로 튜닝산업 사업체 수의 전체의 52.57%를 점유함.
- 2015년 내비게이션/블랙박스/카오디오 등 차량용 디지털 기기를 포함한 자동차 용품 및 액세서리 사업체 수는 3,638개로 47.43%를 점유함.

● 2015년 기준 튜닝산업 지역별 사업체 수는 경기도가 2,209개로 28.80%를 점유했으며, 서울 17.85%(1,369개), 부산 6.01%(461개), 대구 5.98%(459개), 인천 5.89%(452개), 경남 5.83%(447개) 순임.

[그림 II-2] 튜닝산업 지역별 사업체 수 현황 - 2015년(단위: 개)



[표 II-2] 튜닝산업 지역별 업체 수 현황(단위: 개)

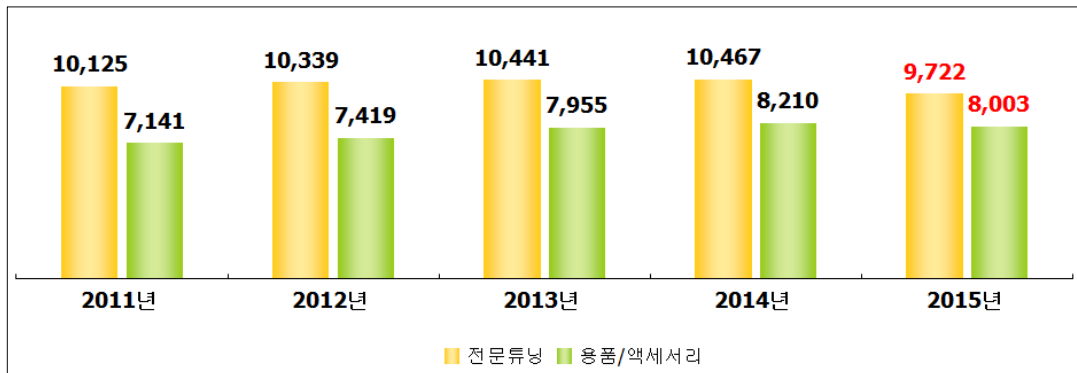
|    | 2011년 | 2012년 | 2013년 | 2014년 | 2015년 |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 전국 | 7,073 | 7,267 | 7,376 | 7,595 | 7,671 |
| 서울 | 1,308 | 1,345 | 1,342 | 1,355 | 1,369 |
| 부산 | 438   | 448   | 449   | 457   | 461   |
| 대구 | 450   | 453   | 455   | 455   | 459   |
| 인천 | 405   | 421   | 431   | 447   | 452   |
| 광주 | 265   | 272   | 275   | 276   | 279   |
| 대전 | 326   | 333   | 335   | 336   | 339   |
| 울산 | 148   | 150   | 152   | 154   | 156   |
| 경기 | 1,933 | 1,993 | 2,063 | 2,187 | 2,209 |
| 강원 | 156   | 159   | 160   | 164   | 166   |
| 충북 | 213   | 217   | 221   | 230   | 232   |
| 충남 | 265   | 276   | 284   | 296   | 299   |
| 전북 | 213   | 221   | 223   | 230   | 233   |
| 전남 | 153   | 160   | 163   | 165   | 167   |
| 경북 | 325   | 329   | 334   | 347   | 350   |
| 경남 | 424   | 438   | 438   | 443   | 447   |
| 제주 | 51    | 52    | 51    | 53    | 53    |

주) 세종특별자치시는 충남에 포함

● 튜닝산업 종사자 수는 2011년 이후 2015년까지 연평균 0.66% 증가(459명 증가)했으나, 2015년에는 전년대비 5.10%(952명 감소) 감소함.

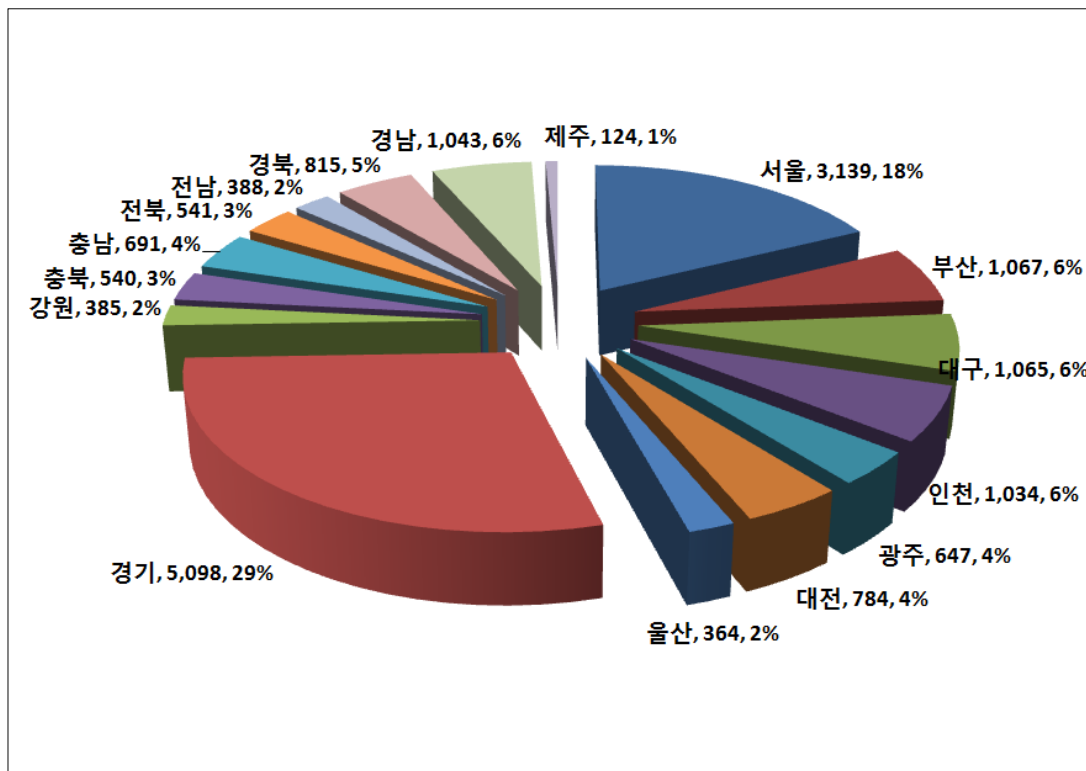
- 2015년 튜닝샵 등 전문튜닝 종사자 수는 9,722명으로 튜닝산업 종사자 수의 전체의 54.85%를 점유함.
- 2015년 내비게이션/블랙박스/카오디오 등 차량용 디지털 기기를 포함한 자동차용품 및 액세서리 종사자 수는 8,003명으로 45.15%를 점유함.

[그림 II-3] 튜닝산업 분야별 종사자 수 동향(단위: 명)



- 2015년 기준 튜닝산업 지역별 종사자 수는 경기도가 5,098명으로 28.76%를 점유했으며, 서울 17.71%(3,139명), 부산 6.02%(1,067명), 대구 6.01%(1,065명), 경남 5.88%(1,043명), 인천 5.83%(1,034명) 순임.

[그림 II-4] 튜닝산업 지역별 종사자 수 현황 - 2015년(단위: 명)



[표 II-3] 튜닝산업 지역별 종사자 수 현황(단위: 명)

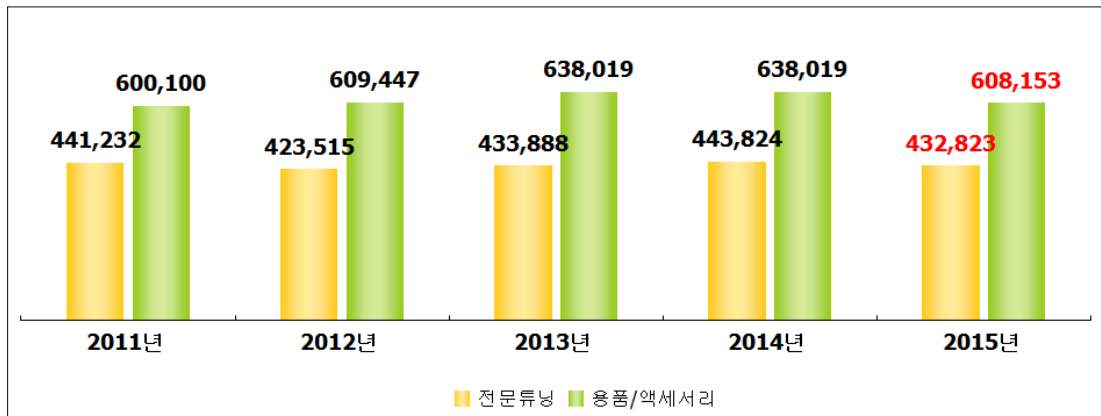
|    | 2011년  | 2012년  | 2013년  | 2014년  | 2015년  |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 전국 | 17,266 | 17,758 | 18,396 | 18,677 | 17,725 |
| 서울 | 3,160  | 3,142  | 3,345  | 3,296  | 3,139  |
| 부산 | 1,052  | 1,090  | 1,108  | 1,127  | 1,067  |
| 대구 | 1,070  | 1,099  | 1,110  | 1,126  | 1,065  |
| 인천 | 1,006  | 1,034  | 1,111  | 1,083  | 1,034  |
| 광주 | 626    | 660    | 669    | 683    | 647    |
| 대전 | 819    | 828    | 825    | 828    | 784    |
| 울산 | 354    | 349    | 365    | 384    | 364    |
| 경기 | 4,780  | 4,980  | 5,200  | 5,370  | 5,098  |
| 강원 | 379    | 390    | 400    | 406    | 385    |
| 충북 | 511    | 534    | 552    | 571    | 540    |
| 충남 | 651    | 688    | 702    | 728    | 691    |
| 전북 | 529    | 543    | 557    | 569    | 541    |
| 전남 | 384    | 388    | 393    | 408    | 388    |
| 경북 | 795    | 811    | 840    | 862    | 815    |
| 경남 | 1,017  | 1,086  | 1,090  | 1,104  | 1,043  |
| 제주 | 133    | 136    | 129    | 132    | 124    |

주) 세종특별자치시는 충남에 포함

● 튜닝산업 매출액은 2011년 이후 2015년까지 연평균 0.01% 감소(35억 600만원 감소)했으며, 2015년에도 전년대비 3.78%(408억 6,700만원 감소) 감소함.

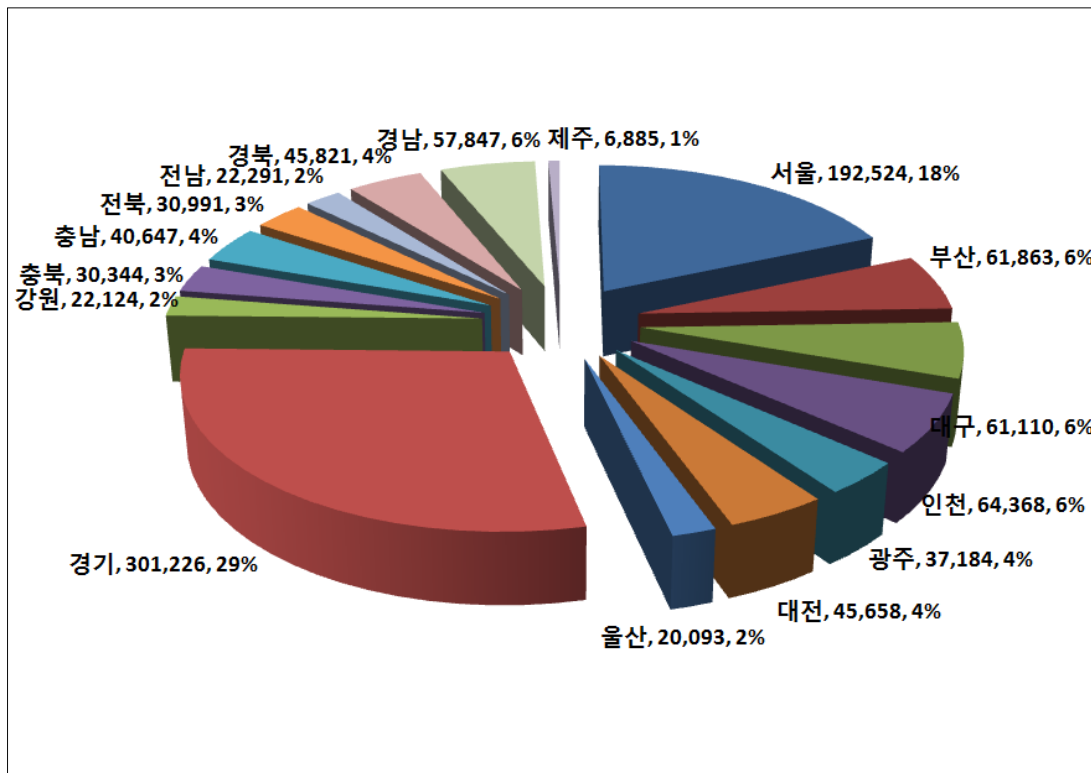
- 2015년 튜닝샵 등 전문튜닝 매출액은 4,328억 2,300만원으로 튜닝산업 매출액의 전체의 41.58%를 점유함.
- 2015년 내비게이션/블랙박스/카오디오 등 차량용 디지털 기기를 포함한 자동차 용품 및 액세서리 매출액은 6,081억 5,300만원으로 58.42%를 점유함.

[그림 II-5] 튜닝산업 분야별 매출액 동향(단위: 백만원)



- 2015년 기준 튜닝산업 지역별 매출액은 경기도가 3,012억 2,600만원으로 28.94%를 점유했으며, 서울 18.49%(1,925억 2,400만원), 인천 6.18%(643억 6,800만원), 부산 5.94%(618억 6,300만원), 대구 5.87%(611억 1,000만원), 경남 5.56%(578억 4,700만원) 순임.

[그림 II-6] 튜닝산업 지역별 매출액 현황 - 2015년(단위: 백만원)



[표 II-4] 튜닝산업 지역별 매출액 현황(단위: 백만원)

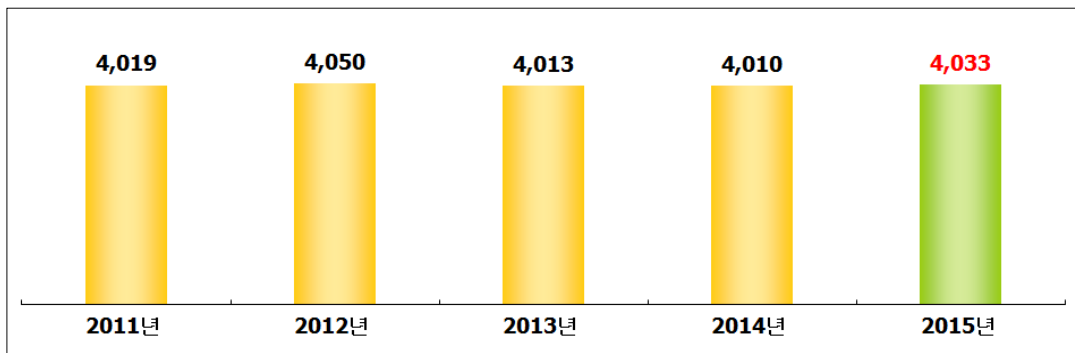
|    | 2011년     | 2012년     | 2013년     | 2014년     | 2015년     |
|----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 전국 | 1,041,332 | 1,032,962 | 1,071,907 | 1,081,843 | 1,040,976 |
| 서울 | 192,172   | 191,460   | 199,009   | 200,506   | 192,524   |
| 부산 | 61,986    | 61,401    | 63,681    | 64,308    | 61,863    |
| 대구 | 61,250    | 60,610    | 62,836    | 63,481    | 61,110    |
| 인천 | 64,155    | 64,014    | 66,575    | 67,036    | 64,368    |
| 광주 | 37,195    | 36,812    | 38,166    | 38,555    | 37,184    |
| 대전 | 45,747    | 45,338    | 47,030    | 47,483    | 45,658    |
| 울산 | 20,100    | 19,806    | 20,500    | 20,745    | 20,093    |
| 경기 | 301,214   | 298,968   | 310,311   | 313,114   | 301,226   |
| 강원 | 22,118    | 21,892    | 22,699    | 22,929    | 22,124    |
| 충북 | 30,470    | 30,086    | 31,165    | 31,512    | 30,344    |
| 충남 | 40,657    | 40,340    | 41,865    | 42,249    | 40,647    |
| 전북 | 30,928    | 30,601    | 31,724    | 32,051    | 30,991    |
| 전남 | 22,285    | 22,062    | 22,877    | 23,107    | 22,291    |
| 경북 | 45,982    | 45,405    | 47,034    | 47,557    | 45,821    |
| 경남 | 58,094    | 57,282    | 59,305    | 59,999    | 57,847    |
| 제주 | 6,979     | 6,885     | 7,130     | 7,211     | 6,885     |

주) 세종특별자치시는 충남에 포함

## 2. 전문튜닝 시장 사업체/종사자/매출액 동향

- 전문튜닝 사업체 수는 2011년 4,019개에서 2015년 4,033개로 연평균 0.09%(14개 증가) 증가했으며, 2015년에도 전년대비 0.57%(23개 증가) 증가함.

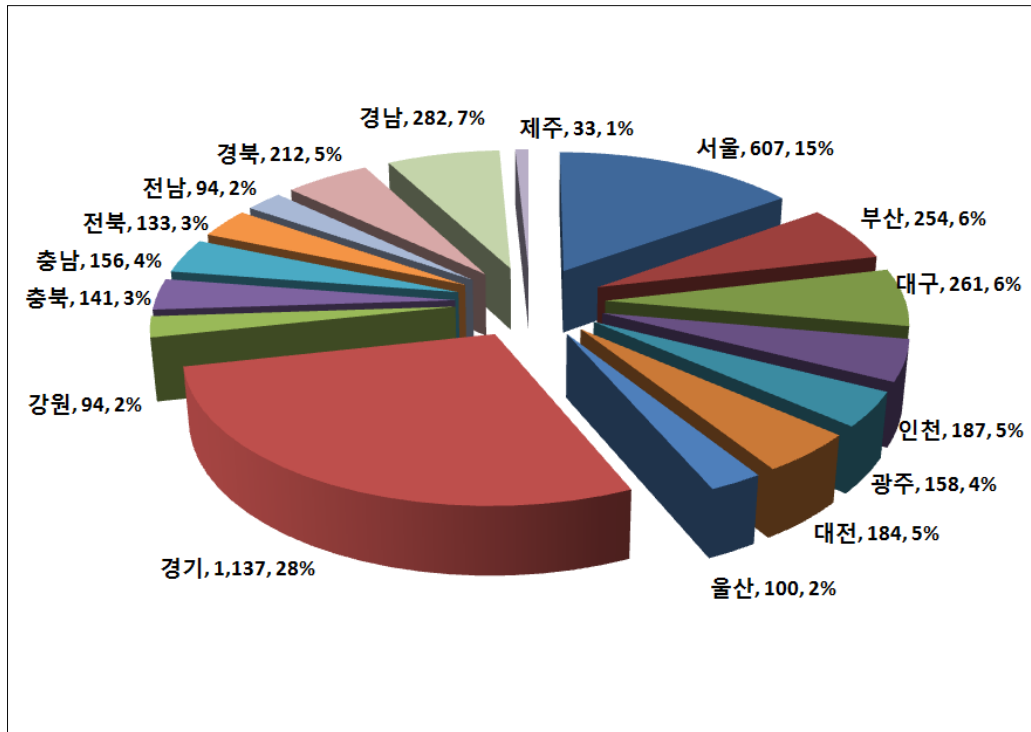
[그림 II-7] 전문튜닝 - 사업체 수 동향(단위: 개)



- 2015년 기준 전문튜닝 지역별 사업체 수는 경기가 1,137개로 28.19%를 점유했으며,

서울 15.05%(607개), 경남 6.99%(282개), 대구 6.47%(261개), 부산 6.30%(254개), 경북 5.26%(212개) 순임.

[그림 II-8] 전문튜닝 - 지역별 업체 수 현황 - 2015년(단위: 개)



[표 II-5] 전문튜닝 - 지역별 업체 수 현황(단위: 개)

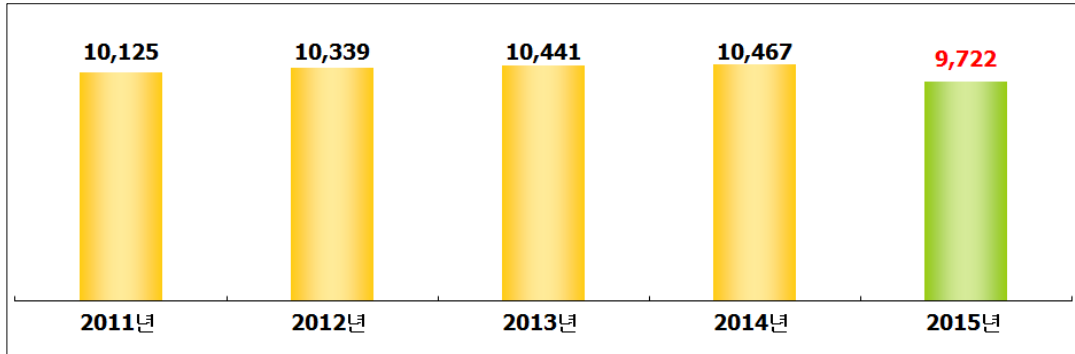
|    | 2011년 | 2012년 | 2013년 | 2014년 | 2015년 |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 전국 | 4,019 | 4,050 | 4,013 | 4,010 | 4,033 |
| 서울 | 646   | 635   | 617   | 604   | 607   |
| 부산 | 253   | 254   | 253   | 253   | 254   |
| 대구 | 268   | 270   | 264   | 260   | 261   |
| 인천 | 184   | 186   | 184   | 186   | 187   |
| 광주 | 159   | 160   | 157   | 157   | 158   |
| 대전 | 184   | 187   | 187   | 183   | 184   |
| 울산 | 100   | 101   | 100   | 99    | 100   |
| 경기 | 1,099 | 1,116 | 1,118 | 1,131 | 1,137 |
| 강원 | 93    | 94    | 93    | 93    | 94    |
| 충북 | 137   | 137   | 137   | 140   | 141   |
| 충남 | 148   | 153   | 154   | 155   | 156   |
| 전북 | 134   | 136   | 134   | 132   | 133   |
| 전남 | 93    | 95    | 94    | 93    | 94    |
| 경북 | 208   | 210   | 208   | 211   | 212   |
| 경남 | 277   | 281   | 280   | 280   | 282   |
| 제주 | 36    | 35    | 33    | 33    | 33    |

주) 세종특별자치시는 충남에 포함

● 전문튜닝 종사자 수는 2011년 1만 125명에서 2015년 9,722명으로 연평균

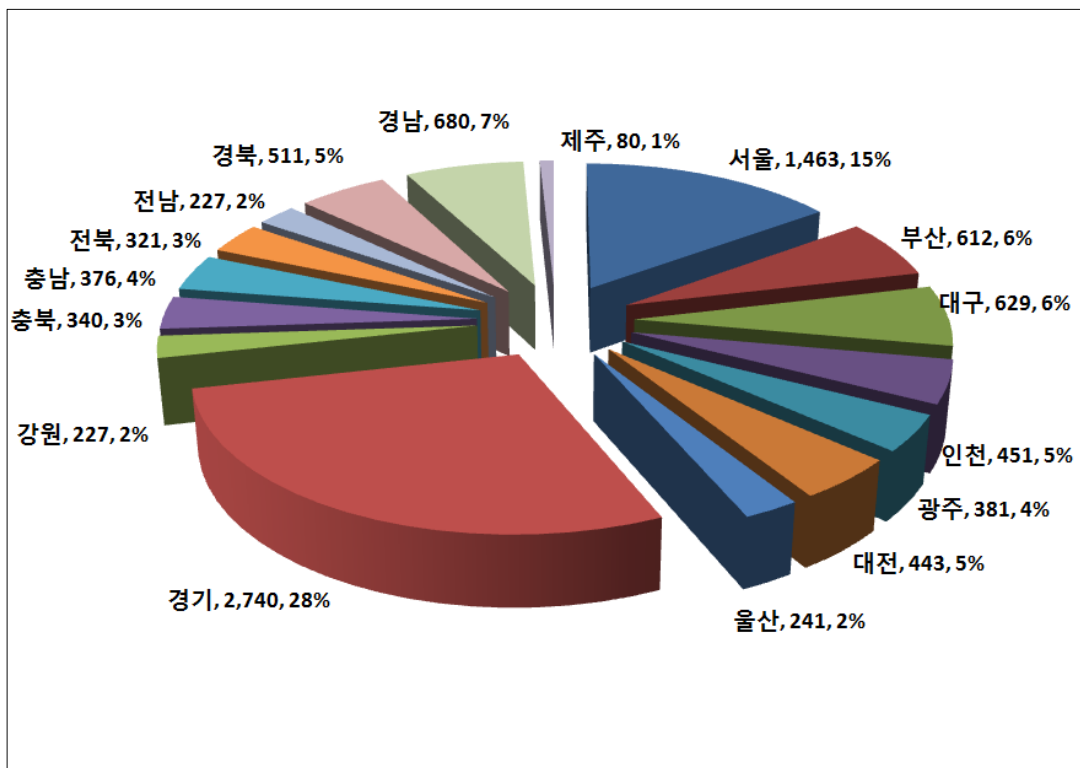
1.01%(403명 감소) 감소했으며, 2015년에도 전년대비 7.12%(745명 감소) 감소함.

[그림 II-9] 전문튜닝 - 종사자 수 동향(단위: 명)



2015년 기준 전문튜닝 지역별 종사자 수는 경기도가 2,740명으로 28.18%를 점유했으며, 서울 15.05%(1,463명), 경남 6.99%(680명), 대구 6.47%(629명), 부산 6.30%(612명), 경북 5.26%(511명) 순임.

[그림 II-10] 전문튜닝 - 지역별 종사자 수 현황 - 2015년(단위: 명)



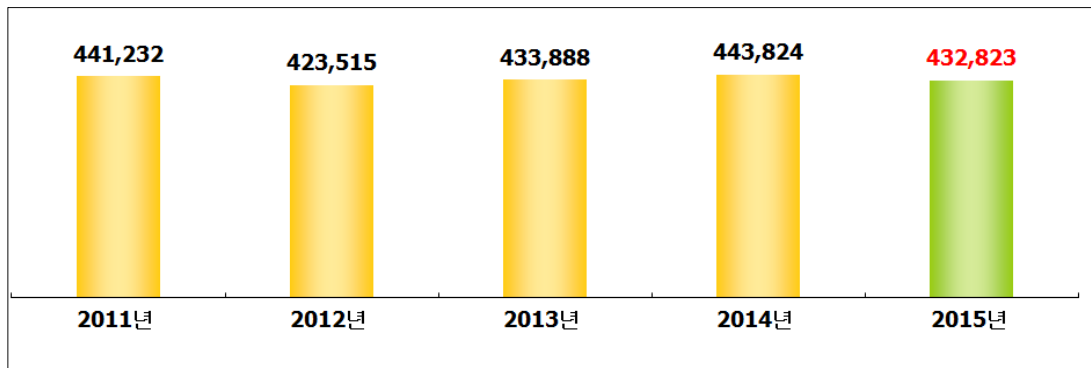
[표 II-6] 전문튜닝 - 지역별 종사자 수 현황(단위: 명)

|    | 2011년  | 2012년  | 2013년  | 2014년  | 2015년 |
|----|--------|--------|--------|--------|-------|
| 전국 | 10,125 | 10,339 | 10,441 | 10,467 | 9,722 |
| 서울 | 1,559  | 1,563  | 1,561  | 1,576  | 1,463 |
| 부산 | 624    | 632    | 649    | 660    | 612   |
| 대구 | 664    | 684    | 685    | 679    | 629   |
| 인천 | 489    | 509    | 486    | 485    | 451   |
| 광주 | 391    | 410    | 411    | 410    | 381   |
| 대전 | 466    | 481    | 487    | 478    | 443   |
| 울산 | 237    | 240    | 248    | 258    | 241   |
| 경기 | 2,838  | 2,899  | 2,975  | 2,952  | 2,740 |
| 강원 | 234    | 239    | 240    | 243    | 227   |
| 충북 | 342    | 357    | 358    | 365    | 340   |
| 충남 | 388    | 404    | 407    | 405    | 376   |
| 전북 | 337    | 345    | 345    | 345    | 321   |
| 전남 | 240    | 244    | 244    | 243    | 227   |
| 경북 | 536    | 538    | 538    | 551    | 511   |
| 경남 | 685    | 698    | 718    | 731    | 680   |
| 제주 | 95     | 96     | 89     | 86     | 80    |

주) 세종특별자치시는 충남에 포함

- 전문튜닝 매출액은 2011년 4,412억 3,200만원에서 2015년 4,328억 2,300만원으로 연평균 0.48%(84억 900만원 감소) 감소했으며, 2015년에도 전년대비 2.48%(110억 100만원 감소) 감소함.

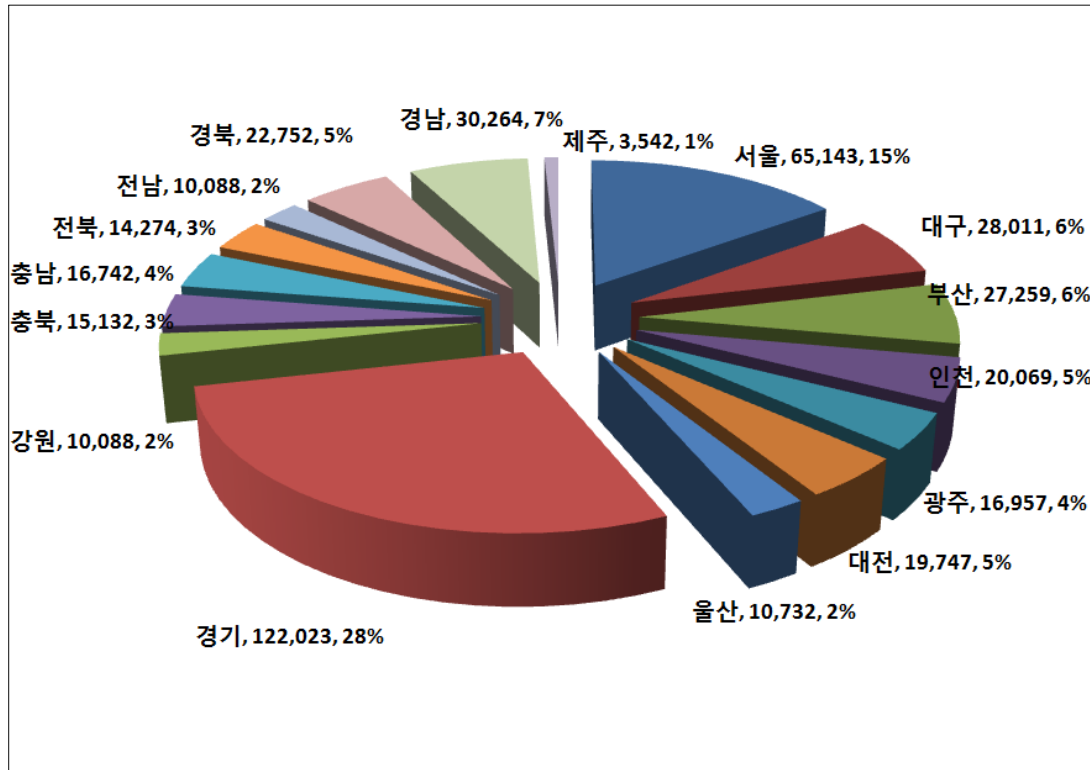
[그림 II-11] 전문튜닝 - 매출액 동향(단위: 백만원)



- 2013년 기준 전문튜닝 지역별 매출액은 경기도 1,220억 2,300만원으로 28.19%를 점

유했으며, 서울 15.05%(651억 4,300만원), 경남 6.99%(302억 6,400만원), 대구 6.47%(280억 1,100만원), 부산 6.30%(272억 5,900만원), 경북 5.26%(227억 5,200만원) 순임.

[그림 II-12] 전문튜닝 - 지역별 매출액 현황 - 2015년(단위: 백만원)



[표 II-7] 전문 튜닝 시장 지역별 매출액 현황(단위: 백만원)

|    | 2011년   | 2012년   | 2013년   | 2014년   | 2015년   |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|
| 전국 | 441,232 | 423,515 | 433,888 | 443,824 | 432,823 |
| 서울 | 66,460  | 63,791  | 65,354  | 66,851  | 65,143  |
| 부산 | 27,838  | 26,721  | 27,375  | 28,002  | 27,259  |
| 대구 | 28,609  | 27,460  | 28,132  | 28,777  | 28,011  |
| 인천 | 20,466  | 19,644  | 20,125  | 20,586  | 20,069  |
| 광주 | 17,275  | 16,582  | 16,988  | 17,377  | 16,957  |
| 대전 | 20,136  | 19,328  | 19,801  | 20,254  | 19,747  |
| 울산 | 10,893  | 10,456  | 10,712  | 10,957  | 10,732  |
| 경기 | 124,448 | 119,450 | 122,376 | 125,179 | 122,023 |
| 강원 | 10,233  | 9,822   | 10,063  | 10,293  | 10,088  |
| 충북 | 15,405  | 14,786  | 15,148  | 15,495  | 15,132  |

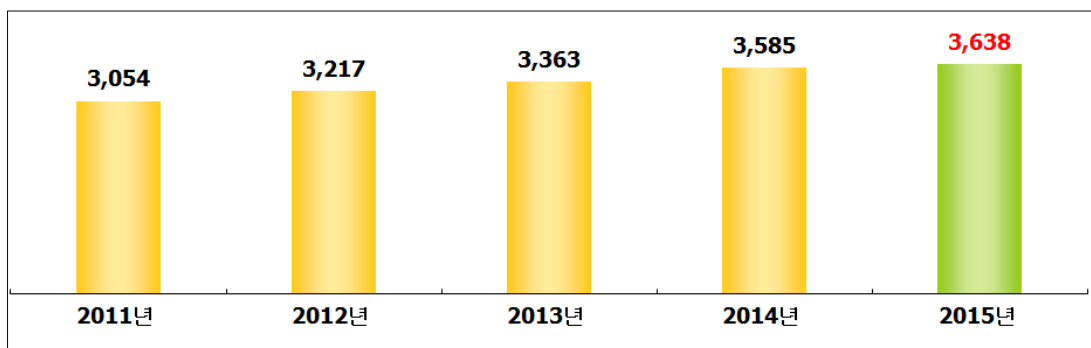
|    |        |        |        |        |        |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 충남 | 17,055 | 16,370 | 16,771 | 17,155 | 16,742 |
| 전북 | 14,524 | 13,941 | 14,283 | 14,610 | 14,274 |
| 전남 | 10,233 | 9,822  | 10,063 | 10,293 | 10,088 |
| 경북 | 23,217 | 22,285 | 22,830 | 23,353 | 22,752 |
| 경남 | 30,809 | 29,572 | 30,296 | 30,990 | 30,264 |
| 제주 | 3,631  | 3,485  | 3,571  | 3,652  | 3,542  |

주) 세종특별자치시는 충남에 포함

### 3. 용품 및 액세서리 시장 사업체/종사자/매출액 동향

- 용품 및 액세서리 사업체 수는 2011년 3,054개에서 2015년 3,638개로 연평균 4.47%(584개 증가) 증가했으며, 2015년에도 전년대비 1.48%(53개 증가) 증가함.

[그림 II-13] 용품 및 액세서리 - 사업체 수 동향(단위: 개)



- 2015년 기준 용품/액세서리 사업체 수는 1,582개, 내비게이션과 블랙박스, 카오디오 등 차량용 디지털 기기 사업체 수는 2,076개임.

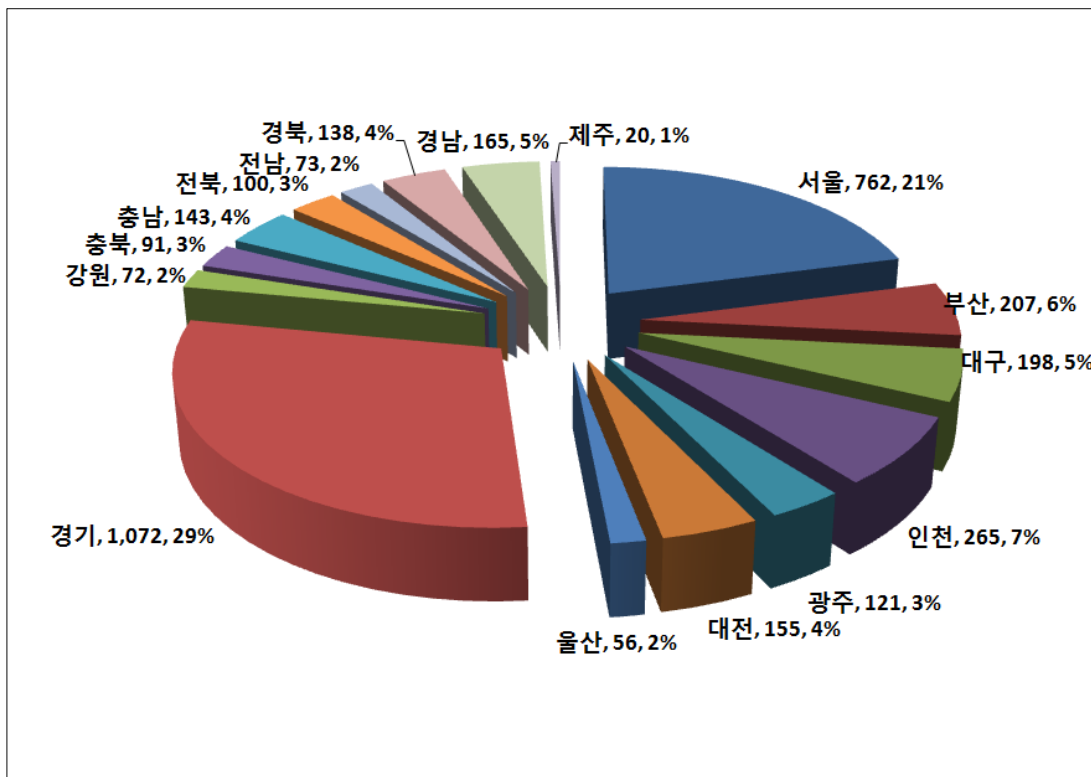
[표 II-8] 용품 및 액세서리 - 분류별/지역별 업체 수 현황 - 2015년(단위: 개)

| 지역 | 합계    | 용품/액세서리 | 디지털 기기 |       |      |      |
|----|-------|---------|--------|-------|------|------|
|    |       |         | 소계     | 내비게이션 | 블랙박스 | 카오디오 |
| 전국 | 3,638 | 1,562   | 2,076  | 853   | 336  | 887  |
| 서울 | 762   | 334     | 428    | 220   | 78   | 130  |
| 부산 | 207   | 84      | 123    | 54    | 12   | 57   |
| 대구 | 198   | 77      | 121    | 42    | 11   | 68   |
| 인천 | 265   | 114     | 151    | 61    | 28   | 62   |
| 광주 | 121   | 50      | 71     | 31    | 5    | 35   |

|    |       |     |     |     |     |     |
|----|-------|-----|-----|-----|-----|-----|
| 대전 | 155   | 59  | 96  | 40  | 13  | 43  |
| 울산 | 56    | 19  | 37  | 18  | 7   | 12  |
| 경기 | 1,072 | 493 | 579 | 223 | 142 | 214 |
| 강원 | 72    | 30  | 42  | 12  | 7   | 23  |
| 충북 | 91    | 48  | 43  | 18  | 2   | 23  |
| 충남 | 143   | 51  | 85  | 27  | 12  | 46  |
| 전북 | 100   | 43  | 57  | 20  | 2   | 35  |
| 전남 | 73    | 25  | 48  | 18  | 2   | 28  |
| 경북 | 138   | 51  | 87  | 32  | 8   | 47  |
| 경남 | 165   | 68  | 97  | 31  | 7   | 59  |
| 제주 | 20    | 11  | 9   | 5   | 0   | 4   |

2015년 기준 용품 및 액세서리 지역별 사업체 수는 경기도가 1,072개로 29.47%를 점유했으며, 서울 20.95%(762개), 인천 7.28%(265개), 부산 5.69%(207개), 대구 5.44%(198개), 경남 4.54%(165개) 순임.

[그림 II-14] 용품 및 액세서리 - 지역별 업체 수 현황 - 2015년(단위: 개)



[표 II-9] 용품 및 액세서리 - 지역별 업체 수 현황(단위: 개)

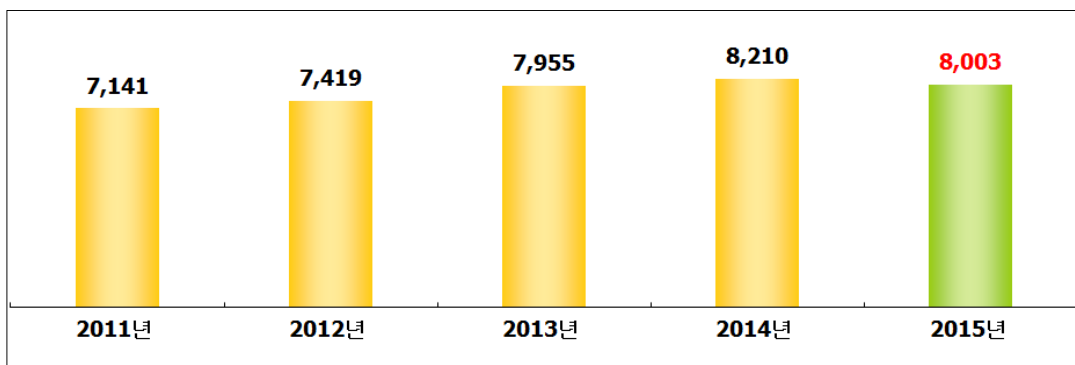
|  | 2011년 | 2012년 | 2013년 | 2014년 | 2015년 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
|--|-------|-------|-------|-------|-------|

| 전국 | 3,054 | 3,217 | 3,363 | 3,585 | 3,638 |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 서울 | 662   | 710   | 725   | 751   | 762   |
| 부산 | 185   | 194   | 196   | 204   | 207   |
| 대구 | 182   | 183   | 191   | 195   | 198   |
| 인천 | 221   | 235   | 247   | 261   | 265   |
| 광주 | 106   | 112   | 118   | 119   | 121   |
| 대전 | 142   | 146   | 148   | 153   | 155   |
| 울산 | 48    | 49    | 52    | 55    | 56    |
| 경기 | 834   | 877   | 945   | 1,056 | 1,072 |
| 강원 | 63    | 65    | 67    | 71    | 72    |
| 충북 | 76    | 80    | 84    | 90    | 91    |
| 충남 | 117   | 123   | 130   | 141   | 143   |
| 전북 | 79    | 85    | 89    | 98    | 100   |
| 전남 | 60    | 65    | 69    | 72    | 73    |
| 경북 | 117   | 119   | 126   | 136   | 138   |
| 경남 | 147   | 157   | 158   | 163   | 165   |
| 제주 | 15    | 17    | 18    | 20    | 20    |

주) 세종특별자치시는 충남에 포함

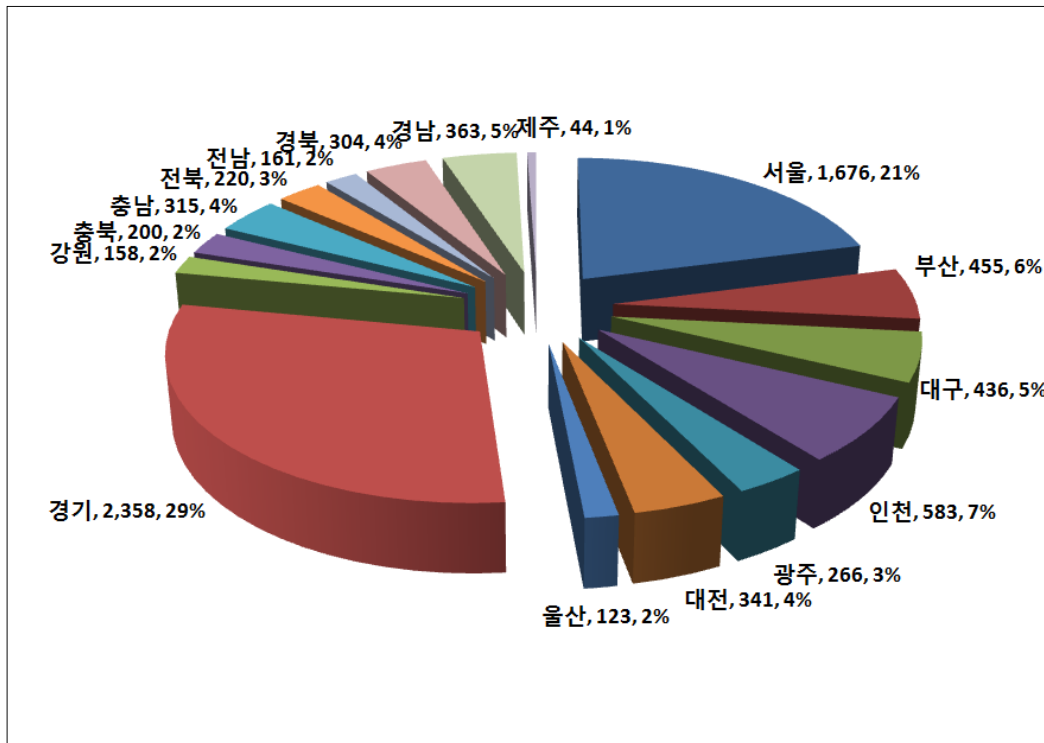
- 용품 및 액세서리 종사자 수는 2011년 7,141명에서 2015년 8,003명으로 연평균 2.89%(862명 증가) 증가했으나, 2015년에는 전년대비 2.52%(207명 감소) 감소함.

[그림 II-15] 용품 및 액세서리 - 종사자 수 동향(단위: 명)



- 2015년 기준 용품 및 액세서리 지역별 종사자 수는 경기도가 2,358명으로 29.46%를 점유했으며, 서울 20.94%(1,676명), 인천 7.28%(583명), 부산 5.69%(455명), 대구 5.45%(436명), 경남 4.54%(363명) 순임.

[그림 II-16] 용품 및 액세서리 - 지역별 종사자 수 현황 - 2015년(단위: 명)



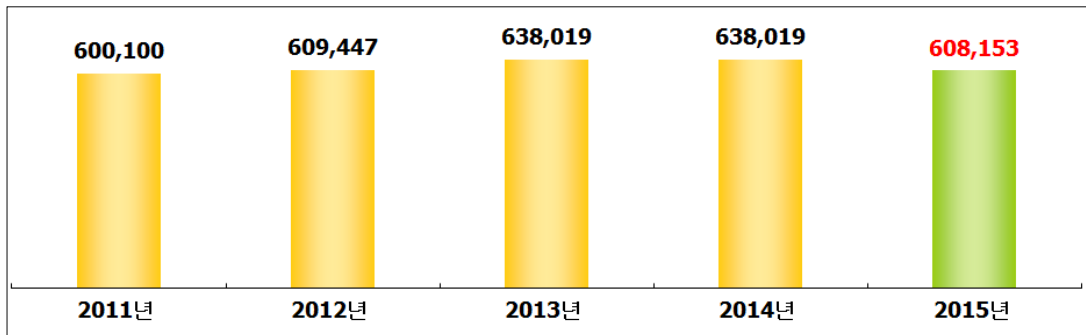
[표 II-10] 용품 및 액세서리 - 지역별 종사자 수 현황(단위: 명)

|    | 2011년 | 2012년 | 2013년 | 2014년 | 2015년 |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|
| 전국 | 7,141 | 7,419 | 7,955 | 8,210 | 8,003 |
| 서울 | 1,601 | 1,579 | 1,784 | 1,720 | 1,676 |
| 부산 | 428   | 458   | 459   | 467   | 455   |
| 대구 | 406   | 415   | 425   | 447   | 436   |
| 인천 | 517   | 525   | 625   | 598   | 583   |
| 광주 | 235   | 250   | 258   | 273   | 266   |
| 대전 | 353   | 347   | 338   | 350   | 341   |
| 울산 | 117   | 109   | 117   | 126   | 123   |
| 경기 | 1,942 | 2,081 | 2,225 | 2,418 | 2,358 |
| 강원 | 145   | 151   | 160   | 163   | 158   |
| 충북 | 169   | 177   | 194   | 206   | 200   |
| 충남 | 263   | 284   | 295   | 323   | 315   |
| 전북 | 192   | 198   | 212   | 224   | 220   |
| 전남 | 144   | 144   | 149   | 165   | 161   |
| 경북 | 259   | 273   | 302   | 311   | 304   |
| 경남 | 332   | 388   | 372   | 373   | 363   |
| 제주 | 38    | 40    | 40    | 46    | 44    |

주) 세종특별자치시는 충남에 포함

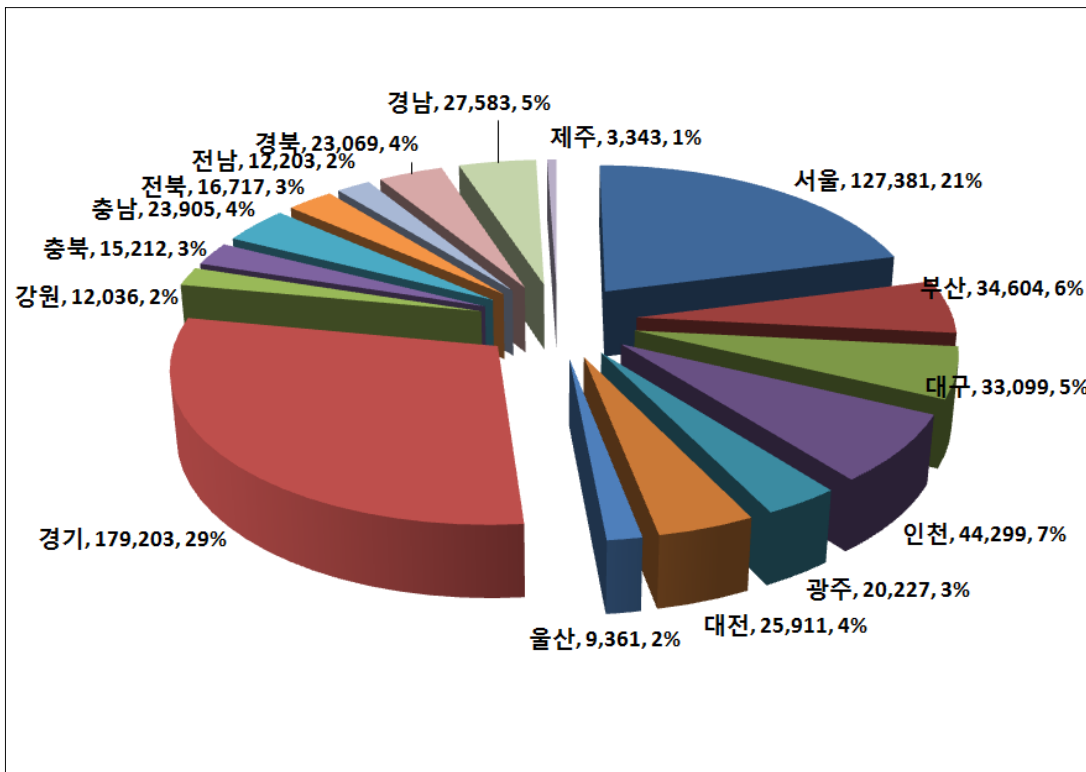
● 용품 및 액세서리 매출액은 2011년 6,001억원에서 2015년 6,081억 5,300만원으로 연평균 0.33%(80억 5,300만원 증가) 증가했으나, 2015년에는 전년대비 4.68%(298억 6,600만원 증가) 감소함.

[그림 II-17] 용품 및 액세서리 - 매출액 동향(단위: 백만원)



- 2015년 기준 용품 및 액세서리 지역별 매출액은 경기도가 1,792억 300만원으로 29.47%를 점유했으며, 서울 20.95%(1,273억 8,100만원), 인천 7.28%(442억 9,900만원), 부산 5.69%(346억 600만원), 대구 5.44%(330억 9,900만원), 경남 4.54%(275억 8,300만원) 순임.

[그림 II-18] 용품 및 액세서리 시장 지역별 매출액 현황 - 2015년(단위: 백만원)



[표 II-11] 용품 및 액세서리 - 지역별 매출액 현황(단위: 백만원)

|    | 2011년   | 2012년   | 2013년   | 2014년   | 2015년   |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|
| 전국 | 600,100 | 609,447 | 638,019 | 638,019 | 608,153 |

|    |         |         |         |         |         |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|
| 서울 | 125,712 | 127,669 | 133,655 | 133,655 | 127,381 |
| 부산 | 34,148  | 34,680  | 36,306  | 36,306  | 34,604  |
| 대구 | 32,641  | 33,150  | 34,704  | 34,704  | 33,099  |
| 인천 | 43,689  | 44,370  | 46,450  | 46,450  | 44,299  |
| 광주 | 19,920  | 20,230  | 21,178  | 21,178  | 20,227  |
| 대전 | 25,611  | 26,010  | 27,229  | 27,229  | 25,911  |
| 울산 | 9,207   | 9,350   | 9,788   | 9,788   | 9,361   |
| 경기 | 176,766 | 179,518 | 187,935 | 187,935 | 179,203 |
| 강원 | 11,885  | 12,070  | 12,636  | 12,636  | 12,036  |
| 충북 | 15,065  | 15,300  | 16,017  | 16,017  | 15,212  |
| 충남 | 23,602  | 23,970  | 25,094  | 25,094  | 23,905  |
| 전북 | 16,404  | 16,660  | 17,441  | 17,441  | 16,717  |
| 전남 | 12,052  | 12,240  | 12,814  | 12,814  | 12,203  |
| 경북 | 22,765  | 23,120  | 24,204  | 24,204  | 23,069  |
| 경남 | 27,285  | 27,710  | 29,009  | 29,009  | 27,583  |
| 제주 | 3,348   | 3,400   | 3,559   | 3,559   | 3,343   |

주) 세종특별자치시는 충남에 포함





### III. 튜닝 관련 소비자 동향

### III.

#### 1. 소비자 자동차 용품 구매 동향

- 1) 구매한 자동차 용품
- 2) 구입처

#### 2. 소비자 자동차 튜닝 부품 구매 동향

- 1) 구매한 자동차 튜닝
- 2) 튜닝 용품 구입처



## Ⅲ. 튜닝 관련 소비자 동향

[표 Ⅲ-1] 튜닝/용품 소비자 구매 행태 조사 개요

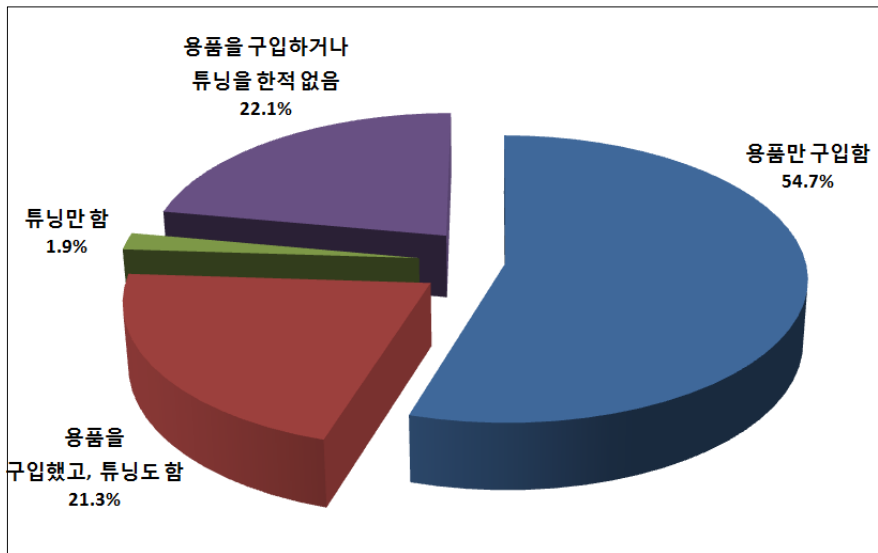
|       |                                                                                                     |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 조사 대상 | - 자동차 보유자이며, 실 사용자 642명<br>* 표본 특성은 부록 참조                                                           |
| 조사 내용 | - 용품 구입 및 튜닝 여부<br>- 용품/튜닝 부품별 구입처<br>- 용품/튜닝 부품별 구입비용<br>* 성별, 연령별, 지역별, 자동차 브랜드별, 차급별, 직업별, 소득별 등 |
| 조사 기간 | - 2015년 12월 1일 ~ 2015년 12월 31일                                                                      |
| 조사 방법 | - e-mail 조사                                                                                         |

- ◆ 소비자 87.9% 자동차 튜닝 및 용품 구매 (용품 76.0%, 튜닝 23.2%)
- ◆ 남성, 20대, 수입차, 르노삼성 튜닝 및 용품 구매 비율 높음
- ◆ 국내 승용차 용품 시장 규모 12조 4,431억원 추정
  - 타이어, 블랙박스, 내비게이션, 엔진오일, 휠 순임
- ◆ 국내 승용차 튜닝 시장 규모 7,400억원 추정
  - 스프링, LED/조명, 완충기, 스테빌라이저바, 속업쇼바 순임

● 조사시점 기준 자동차 보유자이며 사용자 중에서 최근 1년 이내 자동차 튜닝 및 용품을 구매한 소비자는 87.9%임.

- 자동차용품을 구매한 소비자는 76.0%이며, 튜닝을 한 소비자는 56.6%, 용품/튜닝을 하지 않는 소비자는 22.1% 임.

[그림 III-1] 용품/튜닝 여부



- 1년 이내 용품 구입/튜닝 경험 성별 비율은 남성(79.1%)이 여성(76.4%)보다 2.7%p 높음.
- 연령대는 20대가 90.0%로 용품 구입/튜닝 경험 비율이 가장 높았으며, 30대(82.0%), 50대(71.0%), 40대(68.4%) 순임.

[표 III-2] 용품/튜닝 여부(단위: %)

|     |     | Base for % | 용품만 구입함 | 용품을 구입했고, 튜닝도 함 | 튜닝만 함 | 용품을 구입하거나 튜닝을 한적 없음 |
|-----|-----|------------|---------|-----------------|-------|---------------------|
| 전체  |     | (642)      | 54.7    | 21.3            | 1.9   | 22.1                |
| 성별  | 남성  | (350)      | 54.6    | 22.6            | 2.0   | 20.9                |
|     | 여성  | (292)      | 54.8    | 19.9            | 1.7   | 23.6                |
| 연령대 | 20대 | (110)      | 55.5    | 30.9            | 3.6   | 10.0                |
|     | 30대 | (261)      | 57.5    | 23.0            | 1.5   | 18.0                |
|     | 40대 | (209)      | 51.7    | 15.8            | 1.0   | 31.6                |
|     | 50대 | (62)       | 51.6    | 16.1            | 3.2   | 29.0                |
| 브랜드 | 국산  | (606)      | 56.4    | 19.6            | 1.5   | 22.4                |
|     | 수입  | (36)       | 25.0    | 50.0            | 8.3   | 16.7                |
|     | 현대  | (262)      | 54.2    | 20.2            | 1.9   | 23.7                |
|     | 기아  | (185)      | 56.2    | 21.1            | 1.6   | 21.1                |

|    |             |       |      |      |     |      |
|----|-------------|-------|------|------|-----|------|
|    | 르노삼성        | (52)  | 59.6 | 23.1 | -   | 17.3 |
|    | 쉐보레         | (81)  | 63.0 | 12.3 | 1.2 | 23.5 |
|    | 쌍용          | (26)  | 53.8 | 19.2 | -   | 26.9 |
| 차급 | 경차          | (80)  | 65.0 | 8.8  | 1.3 | 25.0 |
|    | 소형          | (27)  | 37.0 | 18.5 | 3.7 | 40.7 |
|    | 준중형         | (148) | 59.5 | 17.6 | 1.4 | 21.6 |
|    | 중형          | (121) | 54.5 | 24.8 | -   | 20.7 |
|    | 중대형         | (42)  | 57.1 | 16.7 | -   | 26.2 |
|    | 대형          | (21)  | 47.6 | 14.3 | 4.8 | 33.3 |
|    | SUV         | (124) | 59.7 | 24.2 | 2.4 | 13.7 |
|    | MPV         | (39)  | 41.0 | 23.1 | 2.6 | 33.3 |
|    | 스포츠카/<br>기타 | (4)   | 50.0 | 50.0 | -   | -    |

● 브랜드는 수입차(83.3%)가 국산차(77.6%) 보다 5.7%p 높았으며, 국산 브랜드로는 르노삼성(82.7%), 기아(78.9%), 쉐보레(76.5%), 현대(76.3%), 쌍용(73.1%) 순임.

● 차급은 스포츠카/기타가 100.0%로 용품 구입/튜닝 경험 비율이 가장 높았으며, SUV(86.3%), 중형(79.3%), 준중형(78.4%), 경차(75.0%), 중대형(73.8%), 대형(66.7%), MPV(66.7%), 소형(59.3%) 순임.

● 운전자 1인당 1년간 평균 총 용품 구매와 튜닝 비용은 79만 6천원으로 조사됨.

– 평균 용품 구매 비용은 75만 1,300원이며, 평균 튜닝 비용은 4만 4,700원임.

● 성별로는 남성이 88만 5,600원으로 여성(68만 8,600원) 보다 높게 나타남.

● 연령별로는 20대가 96만 2,400원으로 최대를 기록했으며, 30대(89만 5,200원), 40대(65만 4,100원), 50대(56만 1,700원) 순임.

● 국산 운전자 평균 총 비용은 73만 6,300원으로 수입차(179만 9,900원)의 약 40% 수준임.

– 국산 브랜드별로는 쌍용이 112만 1,800원으로 최대였으며, 현대(82만 2,600원), 기아(71만 1,300원), 르노삼성(64만 4,300원), 쉐보레(44만 9,900원) 순임.

● 차급별로는 대형이 111만 6,100원으로 최대를 기록했으며, SUV(103만 1,200원), 중대

형(83만 1,300원), 중형(75만 6,900원), 스포츠카/기타(71만 3,800원), MPV(64만원), 준중형(75만 6,900원) 순임.

[표 III-3] 용품/튜닝 평균 구매비용(단위: 만원)

|     |             | Base for<br>만원 | 평균<br>용품비용 | 평균<br>튜닝비용 | 평균<br>총 용품/튜닝<br>비용 |
|-----|-------------|----------------|------------|------------|---------------------|
| 전체  |             | (642)          | 75.13      | 4.47       | 79.60               |
| 성별  | 남성          | (350)          | 83.48      | 5.08       | 88.56               |
|     | 여성          | (292)          | 65.12      | 3.74       | 68.86               |
| 연령대 | 20대         | (110)          | 86.73      | 9.51       | 96.24               |
|     | 30대         | (261)          | 84.08      | 5.44       | 89.52               |
|     | 40대         | (209)          | 63.66      | 1.75       | 65.41               |
|     | 50대         | (62)           | 55.56      | 0.61       | 56.17               |
| 브랜드 | 국산          | (606)          | 70.61      | 3.02       | 73.63               |
|     | 수입          | (36)           | 151.21     | 28.78      | 179.99              |
|     | 현대          | (262)          | 78.19      | 4.07       | 82.26               |
|     | 기아          | (185)          | 68.43      | 2.7        | 71.13               |
|     | 르노삼성        | (52)           | 62.72      | 1.71       | 64.43               |
|     | 쉐보레         | (81)           | 44.4       | 0.59       | 44.99               |
|     | 쌍용          | (26)           | 107.22     | 4.96       | 112.18              |
| 차급  | 경차          | (80)           | 50.01      | 0.26       | 50.27               |
|     | 소형          | (27)           | 25.16      | 0.00       | 25.16               |
|     | 준중형         | (148)          | 59.38      | 3.86       | 63.24               |
|     | 중형          | (121)          | 72.83      | 2.86       | 75.69               |
|     | 중대형         | (42)           | 81.39      | 1.74       | 83.13               |
|     | 대형          | (21)           | 101.42     | 10.19      | 111.61              |
|     | SUV         | (124)          | 98.9       | 4.22       | 103.12              |
|     | MPV         | (39)           | 61.85      | 2.15       | 64.00               |
|     | 스포츠카/<br>기타 | (4)            | 71.38      | 0.00       | 71.38               |

● 소비자 조사를 바탕으로 한 국내 승용차 용품 시장규모(2015년 승용차 보유대수 1,656만 1,665대를 기준으로 추정 산출)는 12조 4,431억원임.

－ 용품별로는 타이어 시장이 2조 2,481억원으로 최대이며, 블랙박스(1조 7,897억원), 내비게이션(1조 2,751억원), 엔진오일(5,532억원), 휠(4,908억원) 순임.

[표 III-4] 2015년 자동차 용품 시장 규모

| 용품명               | 1인당 구매비용(만원) | 시장규모(억원) |
|-------------------|--------------|----------|
| 블랙박스              | 10.81        | 17,897   |
| 내비게이션             | 7.70         | 12,751   |
| 하이패스              | 1.56         | 2,576    |
| 헤드유닛/DVD·Dvix플레이어 | 1.12         | 1,852    |
| 카팩                | 0.59         | 983      |
| 차량모니터             | 2.31         | 3,827    |
| 스피커/서브우퍼/앰프       | 2.06         | 3,407    |
| 후방카메라             | 2.48         | 4,104    |
| 시동경보기             | 1.26         | 2,095    |
| 타이어               | 13.57        | 22,481   |
| 휠                 | 2.96         | 4,908    |
| 체인                | 1.13         | 1,866    |
| 배터리               | 1.35         | 2,238    |
| HID               | 0.52         | 869      |
| 전조등/안개등           | 0.52         | 864      |
| 헤드/테일램프           | 0.22         | 369      |
| 시그널램프             | 0.15         | 254      |
| 실내등/미등            | 0.30         | 489      |
| LED               | 0.32         | 531      |
| 네온/무드램프           | 0.11         | 179      |
| 멀티소켓              | 0.26         | 423      |
| 인버터               | 0.19         | 319      |
| 컨버터               | 0.17         | 273      |
| 휴대폰충전기            | 0.36         | 598      |
| 엔진오일              | 3.34         | 5,532    |
| 엔진/연료첨가제          | 0.69         | 1,135    |
| 미션오일              | 1.31         | 2,169    |
| 부동액               | 0.62         | 1,025    |
| 광택/코팅제            | 1.03         | 1,701    |
| 엔진룸/기타 세정 용품      | 0.40         | 663      |
| 실외세차 용품           | 1.17         | 1,932    |
| 실내 세차 용품          | 0.78         | 1,285    |
| 세차/광택 도구          | 0.78         | 1,294    |
| 에어컨필터             | 0.81         | 1,343    |
| 공기청정/방향제          | 0.69         | 1,145    |
| 보수용품              | 0.47         | 774      |
| 차량용 커버            | 0.38         | 629      |
| 비상/구난장비           | 0.23         | 379      |
| 룸미러               | 0.26         | 428      |
| 보조미러              | 0.19         | 318      |

|            |              |                |
|------------|--------------|----------------|
| 스마트폰/노트북용품 | 0.73         | 1,215          |
| 파워핸들       | 0.39         | 642            |
| 주차번호판      | 0.23         | 374            |
| 썬팅/햇빛가리개   | 1.13         | 1,864          |
| 대시보드커버     | 0.29         | 479            |
| 핸들커버       | 0.48         | 790            |
| 도어커버/스커프   | 0.11         | 187            |
| 패달/기어노브 커버 | 0.12         | 207            |
| 홀더/클립      | 0.15         | 255            |
| 콘솔/트렁크정리함  | 0.39         | 644            |
| 몰링/링       | 0.10         | 166            |
| 카액세서리      | 0.28         | 470            |
| 차량시트       | 0.81         | 1,342          |
| 바닥매트       | 0.91         | 1,513          |
| 쿠션         | 0.36         | 593            |
| 방석         | 0.28         | 460            |
| 담요         | 0.19         | 318            |
| 와이퍼        | 0.65         | 1,081          |
| 썬바이저       | 0.21         | 340            |
| 안테나/폴대     | 0.08         | 125            |
| 도어가드       | 0.08         | 134            |
| 번호판가드      | 0.12         | 201            |
| 범퍼가드       | 0.22         | 357            |
| 도어캐치몰딩     | 0.09         | 149            |
| 휠더/램프몰딩    | 0.07         | 114            |
| 필러몰딩       | 0.07         | 108            |
| 앰블럼        | 0.15         | 253            |
| 스티커        | 0.12         | 206            |
| 번호판볼트      | 0.06         | 107            |
| 사이드미러 커버   | 0.17         | 279            |
| 주유구 커버     | 0.10         | 158            |
| 사이드스텝      | 0.11         | 186            |
| 기본바 시스템    | 0.12         | 201            |
| 박스 캐리어     | 0.25         | 407            |
| 자전거 캐리어    | 0.16         | 263            |
| 스포츠 캐리어    | 0.10         | 160            |
| 짐받이 캐리어    | 0.11         | 179            |
| <b>합계</b>  | <b>75.13</b> | <b>124,431</b> |

● 소비자 조사를 바탕으로 한 국내 승용차 튜닝 시장규모(2015년 승용차 보유대수 1,656

만 1,665대를 기준으로 추정 산출)는 7,400억원임.

- 튜닝 부품별로는 스프링이 707억원으로 최대이며, LED/조명(630억원), 완충기(537억원), 스테빌라이저바(529억원), 속업쇼바(485억원), 스트럿바(413억원) 순임.

[표 Ⅲ-5] 2015년 자동차 튜닝 시장 규모

| 튜닝 부품               | 1인당 구매비용(만원) | 시장규모(억원)     |
|---------------------|--------------|--------------|
| 스트럿바                | 0.25         | 413          |
| 속업쇼바                | 0.29         | 485          |
| 스프링                 | 0.43         | 707          |
| 스테빌라이저바             | 0.32         | 529          |
| 완충기                 | 0.32         | 537          |
| 부싱류                 | 0.05         | 77           |
| 점화플러그               | 0.21         | 346          |
| 점화케이블               | 0.06         | 96           |
| 에어필터                | 0.12         | 193          |
| 인테이크파이프             | 0.05         | 83           |
| 배기부품                | 0.08         | 134          |
| 브레이크부품              | 0.14         | 225          |
| 접지/전압안정 부품(인버터/컨버터) | 0.07         | 114          |
| 레이싱용품               | 0.03         | 44           |
| 아이라인                | 0.21         | 353          |
| 라디에이터 그릴            | 0.23         | 387          |
| 스포일러(리어스포일러/글라스윙)   | 0.21         | 341          |
| 리어디퓨저               | 0.11         | 181          |
| 에어댐                 | 0.05         | 83           |
| 계기판                 | 0.13         | 222          |
| 튜닝게이지               | 0.18         | 294          |
| HUD                 | 0.10         | 173          |
| 엔진스타트버튼             | 0.23         | 384          |
| 전자혼                 | 0.07         | 111          |
| 에어혼                 | 0.07         | 120          |
| LED/조명              | 0.38         | 630          |
| 방음/방진               | 0.08         | 139          |
| <b>합계</b>           | <b>4.47</b>  | <b>7,400</b> |

## 1. 소비자 자동차 용품 구매 동향

### 1) 구매한 자동차 용품

- 최근 1년 이내 구입한 경험이 가장 높은 용품은 오일류(74.4%)이며, 세차용품(60.0%), 디지털기기(55.5%), 보수/관리용품(51.6%), 타이어/휠/체인(50.0%), 내장용품(49.0%), 외장용품(46.3%), 배터리/램프/전기류(42.8%) 순임.
- 성별로는 남성이 여성보다 오일류와 보수/관리용품, 타이어/휠/체인, 배터리/램프/전기류 구매 경험이 높았으며, 여성은 세차용품, 디지털기기, 내장용품, 외장용품에서 높았음.
- 연령대 특징으로는 20대가 디지털기기와 내장용품 구입 경험 비율이 상대적으로 높았으나, 오일류와 타이어/휠/체인, 외장용품은 상대적으로 낮았음.
  - 40대는 디지털기기, 50대는 세차용품과 디지털기기, 보수/관리용품, 내장용품, 배터리/램프/전기류 구입 경험 비율이 상대적으로 낮았음.
- 수입차 운전자는 디지털기기와 타이어/휠/체인, 배터리/램프/전기류 구입 경험 비율이 국산차 운전자 보다 상대적으로 높았으나, 외장용품은 낮았음.
- 국산 브랜드별 특징으로는 기아가 내장용품 비율은 높았으나 배터리/램프/전기류 구입 경험 비율은 낮았음.
  - 르노삼성은 보수/관리용품과 배터리/램프/전기류 비율은 높았으나, 내장용품과 외장용품 비율은 낮았음.
  - 쉐보레는 세차용품과 디지털기기, 타이어/휠/체인 구입 경험 비율이 낮았음.
  - 쌍용은 세차용품과 내장용품 구입 경험 비율이 높았음.
- 차급 특징으로는 경차는 디지털기기와 타이어/휠/체인 구입 경험 비율이 상대적으로 낮았음.
  - 소형은 오일류와 타이어/휠/체인, 외장용품, 배터리/램프/전기류 구입 경험 비율이 상대적으로 낮았음.

- 중형은 타이어/휠/체인 구입 경험 비율이 상대적으로 높았으나, 보수/관리용품은 낮았음.
- 중대형은 세차용품과 디지털기기, 내장용품과 외장용품 구입 경험 비율이 상대적으로 높았으나, 보수/관리용품과 타이어/휠/체인은 낮았음.
- 대형은 타이어/휠/체인은 높았으나, 세차용품과 보수/관리용품, 내장용품, 배터리/램프/전기류는 낮았음.
- SUV는 보수/관리용품 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- MPV는 타이어/휠/체인, 내장용품, 외장용품 구입 경험 비율이 상대적으로 높았으나, 오일류와 세차용품, 보수/관리용품은 낮았음.
- 스포츠카/기타는 배터리/램프/전기류는 높았으나, 디지털기기, 타이어/휠/체인, 내장용품, 외장용품은 낮았음.

[표 III-6] 최근 1년 이내 구입한 용품[대분류] - 중복응답(단위: %)

|     |             | Base<br>for % | 오일류  | 세차용<br>품 | 디지털<br>기기 | 보수/<br>관리용품 | 타이어/<br>휠/체인 | 내장용품 | 외장용품 | 배터리/<br>램프/전<br>기류 |
|-----|-------------|---------------|------|----------|-----------|-------------|--------------|------|------|--------------------|
| 전체  |             | (488)         | 74.4 | 60.0     | 55.5      | 51.6        | 50.0         | 49.0 | 46.3 | 42.8               |
| 성별  | 남성          | (270)         | 74.8 | 58.1     | 53.3      | 53.0        | 51.5         | 47.0 | 45.6 | 44.8               |
|     | 여성          | (218)         | 73.9 | 62.4     | 58.3      | 50.0        | 48.2         | 51.4 | 47.2 | 40.4               |
| 연령대 | 20대         | (92)          | 63.0 | 64.1     | 71.7      | 46.7        | 44.6         | 58.7 | 39.1 | 42.4               |
|     | 30대         | (202)         | 75.2 | 60.9     | 58.4      | 56.4        | 51.0         | 51.5 | 50.0 | 44.1               |
|     | 40대         | (152)         | 78.9 | 58.6     | 45.4      | 52.0        | 51.3         | 42.8 | 45.4 | 43.4               |
|     | 50대         | (42)          | 78.6 | 52.4     | 42.9      | 38.1        | 52.4         | 38.1 | 47.6 | 35.7               |
| 브랜드 | 국산          | (461)         | 74.6 | 60.3     | 55.1      | 51.8        | 49.7         | 49.0 | 46.9 | 42.5               |
|     | 수입          | (27)          | 70.4 | 55.6     | 63.0      | 48.1        | 55.6         | 48.1 | 37.0 | 48.1               |
|     | 현대          | (195)         | 77.4 | 61.5     | 57.9      | 51.3        | 50.8         | 46.7 | 48.2 | 45.1               |
|     | 기아          | (143)         | 69.9 | 60.1     | 55.2      | 48.3        | 50.3         | 55.2 | 48.3 | 35.7               |
|     | 르노삼성        | (43)          | 76.7 | 65.1     | 53.5      | 58.1        | 53.5         | 39.5 | 39.5 | 53.5               |
|     | 쉐보레         | (61)          | 77.0 | 47.5     | 45.9      | 59.0        | 42.6         | 45.9 | 45.9 | 41.0               |
|     | 쌍용          | (19)          | 68.4 | 78.9     | 57.9      | 47.4        | 47.4         | 57.9 | 42.1 | 47.4               |
| 차급  | 경차          | (59)          | 71.2 | 52.5     | 47.5      | 50.8        | 44.1         | 45.8 | 45.8 | 39.0               |
|     | 소형          | (15)          | 53.3 | 60.0     | 60.0      | 46.7        | 26.7         | 46.7 | 26.7 | 33.3               |
|     | 준중형         | (113)         | 79.6 | 63.7     | 52.2      | 55.8        | 53.1         | 48.7 | 46.0 | 43.4               |
|     | 중형          | (96)          | 72.9 | 54.2     | 58.3      | 45.8        | 57.3         | 46.9 | 43.8 | 46.9               |
|     | 중대형         | (31)          | 74.2 | 74.2     | 61.3      | 45.2        | 38.7         | 54.8 | 51.6 | 38.7               |
|     | 대형          | (13)          | 76.9 | 46.2     | 53.8      | 46.2        | 61.5         | 23.1 | 46.2 | 30.8               |
|     | SUV         | (104)         | 77.9 | 69.2     | 57.7      | 62.5        | 47.1         | 51.9 | 51.0 | 42.3               |
|     | MPV         | (25)          | 64.0 | 40.0     | 56.0      | 40.0        | 56.0         | 64.0 | 60.0 | 44.0               |
|     | 스포츠<br>카/기타 | (5)           | 80.0 | 60.0     | 40.0      | -           | 20.0         | 40.0 | 20.0 | 60.0               |

- 최근 1년 이내 구입한 경험이 가장 높은 세부 용품은 엔진오일(70.7%)이며, 타이어(46.5%), 블랙박스(43.9%), 공기청정/방향제(40.6%), 와이퍼(38.9%), 실외세차 용품(38.7%), 에어컨필터(38.5%), 광택/코팅제(34.2%) 순임.
- 성별 특징으로는 남성은 에어컨필터와 엔진/연료첨가제, 배터리, 체인, 멀티소켓, 보수 용품 등 구입 경험 비중이 상대적으로 높았으며, 여성은 핸들커버, 하이패스, 썬팅/햇빛가리개, 쿠션, 주차번호판, 방석, 담요, 차량시트, 콘솔/트렁크정리함, 차량용커버 등이 높았음.
- 연령별 특징으로는 20대는 블랙박스와 실외세차 용품, 세차/광택 도구, 실내 세차 용품, 내비게이션, 후방카메라, 스마트폰/노트북용품, 하이패스, 바닥매트, 쿠션, 배터리, 주차번호판, 방석, 담요, 휠, 차량시트, 콘솔/트렁크정리함, 스티커, 카액세서리, LED, 차량용커버, 보수용품 등 구입 경험 비중이 상대적으로 높았음.
- 30대는 공기청정/방향제와 에어컨필터, 스마트폰/노트북용품, 바닥매트, 썬팅/햇빛가리개, 쿠션, 주차번호판, 담요, 휠, 체인, 엔진룸/기타 세정 용품, 스티커, 카액세서리, 실내등/미등 등 구입 경험 비중이 상대적으로 높았음.
- 40대는 부동산액과 전조등/안개등 등 구입 경험 비중이 상대적으로 높았음.
- 50대는 와이퍼와 광택/코팅제, 내비게이션, 부동산액, 후방카메라, 엔진/연료첨가제, 미션오일, 배터리, 체인, 엔진룸/기타 세정 용품, 멀티소켓 등 구입 경험 비중이 상대적으로 높았음.

[표 III-7] 성별/연령별 최근 1년 이내 구입한 용품[소분류] - 중복응답(단위: %)

|            | 전체    | 성별    |       | 연령대  |       |       |      |
|------------|-------|-------|-------|------|-------|-------|------|
|            |       | 남성    | 여성    | 20대  | 30대   | 40대   | 50대  |
| Base for % | (488) | (270) | (218) | (92) | (202) | (152) | (42) |
| 엔진오일       | 70.7  | 70.7  | 70.6  | 57.6 | 73.3  | 75.0  | 71.4 |
| 타이어        | 46.5  | 48.5  | 44.0  | 41.3 | 46.5  | 49.3  | 47.6 |
| 블랙박스       | 43.9  | 41.1  | 47.2  | 58.7 | 47.5  | 33.6  | 31.0 |
| 공기청정/방향제   | 40.6  | 38.5  | 43.1  | 41.3 | 45.0  | 36.2  | 33.3 |
| 와이퍼        | 38.9  | 37.4  | 40.8  | 32.6 | 40.6  | 39.5  | 42.9 |
| 실외세차 용품    | 38.7  | 40.0  | 37.2  | 45.7 | 41.6  | 32.9  | 31.0 |
| 에어컨필터      | 38.5  | 42.6  | 33.5  | 27.2 | 46.0  | 37.5  | 31.0 |
| 광택/코팅제     | 34.2  | 32.2  | 36.7  | 32.6 | 37.6  | 29.6  | 38.1 |
| 세차/광택 도구   | 30.3  | 29.3  | 31.7  | 35.9 | 31.2  | 27.0  | 26.2 |

|                 |      |      |      |      |      |      |      |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|
| 실내 세차 용품        | 30.5 | 29.6 | 31.7 | 37.0 | 31.2 | 25.7 | 31.0 |
| 내비게이션           | 27.5 | 28.1 | 26.6 | 42.4 | 24.3 | 21.1 | 33.3 |
| 휴대폰충전기          | 27.0 | 26.3 | 28.0 | 28.3 | 28.7 | 26.3 | 19.0 |
| 부동액             | 27.3 | 25.6 | 29.4 | 22.8 | 20.8 | 34.9 | 40.5 |
| 후방카메라           | 24.4 | 22.6 | 26.6 | 38.0 | 23.8 | 14.5 | 33.3 |
| 핸들커버            | 21.9 | 19.6 | 24.8 | 22.8 | 22.8 | 21.1 | 19.0 |
| 스마트폰/노트북용품      | 21.3 | 20.7 | 22.0 | 31.5 | 23.8 | 15.1 | 9.5  |
| 엔진/연료첨가제        | 21.3 | 27.4 | 13.8 | 18.5 | 21.3 | 22.4 | 23.8 |
| 하이패스            | 21.5 | 19.3 | 24.3 | 31.5 | 23.3 | 13.8 | 19.0 |
| 바닥매트            | 20.5 | 21.1 | 19.7 | 22.8 | 22.8 | 17.8 | 14.3 |
| 썬팅/햇빛가리개        | 19.9 | 17.8 | 22.5 | 19.6 | 23.3 | 16.4 | 16.7 |
| 쿠션              | 19.5 | 17.8 | 21.6 | 25.0 | 22.3 | 13.2 | 16.7 |
| 미션오일            | 19.3 | 18.5 | 20.2 | 18.5 | 18.3 | 19.7 | 23.8 |
| 배터리             | 17.8 | 20.4 | 14.7 | 19.6 | 19.3 | 13.8 | 21.4 |
| 전조등/안개등         | 17.2 | 18.5 | 15.6 | 13.0 | 16.3 | 21.1 | 16.7 |
| 주차번호판           | 16.2 | 13.7 | 19.3 | 25.0 | 20.3 | 9.2  | 2.4  |
| 방석              | 15.4 | 11.9 | 19.7 | 20.7 | 15.3 | 11.8 | 16.7 |
| 담요              | 15.4 | 10.7 | 21.1 | 23.9 | 19.8 | 7.2  | 4.8  |
| 휠               | 14.1 | 15.2 | 12.8 | 18.5 | 17.8 | 7.2  | 11.9 |
| 차량시트            | 13.3 | 11.9 | 15.1 | 19.6 | 12.4 | 13.2 | 4.8  |
| 체인              | 12.9 | 14.8 | 10.6 | 13.0 | 14.4 | 9.2  | 19.0 |
| 콘솔/트렁크정리함       | 12.3 | 11.1 | 13.8 | 17.4 | 11.4 | 11.2 | 9.5  |
| 엔진룸/기타<br>세정 용품 | 12.1 | 11.1 | 13.3 | 12.0 | 13.9 | 9.2  | 14.3 |
| 스티커             | 11.7 | 11.9 | 11.5 | 17.4 | 14.9 | 6.6  | 2.4  |
| 멀티소켓            | 12.1 | 15.9 | 7.3  | 9.8  | 12.9 | 11.8 | 14.3 |
| 카액세서리           | 11.1 | 10.4 | 11.9 | 15.2 | 14.9 | 5.3  | 4.8  |
| 실내등/미등          | 11.5 | 11.1 | 11.9 | 10.9 | 12.9 | 9.9  | 11.9 |
| LED             | 10.5 | 10.7 | 10.1 | 18.5 | 10.9 | 7.9  |      |
| 차량용커버           | 10.5 | 8.9  | 12.4 | 19.6 | 10.4 | 7.2  | 2.4  |
| 보수용품            | 10.5 | 12.6 | 7.8  | 13.0 | 10.9 | 8.6  | 9.5  |
| 시동경보기           | 9.8  | 10.0 | 9.6  | 12.0 | 10.9 | 7.2  | 9.5  |
| 홀더/클립           | 9.6  | 9.3  | 10.1 | 8.7  | 11.9 | 8.6  | 4.8  |
| 보조미러            | 9.0  | 7.4  | 11.0 | 12.0 | 10.4 | 5.9  | 7.1  |
| 대시보드커버          | 8.8  | 11.1 | 6.0  | 17.4 | 10.4 | 3.3  | 2.4  |

|                       |     |     |     |      |     |     |      |
|-----------------------|-----|-----|-----|------|-----|-----|------|
| 스파카/서브우퍼/앰프           | 8.4 | 9.3 | 7.3 | 13.0 | 9.4 | 5.3 | 4.8  |
| 룸미러                   | 8.0 | 7.4 | 8.7 | 9.8  | 8.4 | 5.3 | 11.9 |
| 박스 캐리어                | 7.6 | 6.7 | 8.7 | 9.8  | 7.4 | 5.3 | 11.9 |
| 도어가드                  | 7.4 | 5.9 | 9.2 | 10.9 | 9.4 | 4.6 |      |
| 썬바이저                  | 7.0 | 7.8 | 6.0 | 5.4  | 7.9 | 5.9 | 9.5  |
| 번호판가드                 | 6.8 | 5.9 | 7.8 | 8.7  | 8.9 | 3.3 | 4.8  |
| 앰블럼                   | 6.6 | 8.1 | 4.6 | 7.6  | 7.4 | 4.6 | 7.1  |
| 범퍼가드                  | 6.4 | 7.0 | 5.5 | 7.6  | 5.9 | 7.2 | 2.4  |
| 헤드/테일램프               | 6.8 | 8.9 | 4.1 | 9.8  | 6.9 | 5.9 | 2.4  |
| 파워핸들                  | 5.9 | 6.7 | 5.0 | 8.7  | 6.4 | 4.6 | 2.4  |
| 카팩                    | 6.4 | 6.3 | 6.4 | 13.0 | 5.9 | 3.3 | 4.8  |
| 주유구 커버                | 5.7 | 5.6 | 6.0 | 7.6  | 7.4 | 3.3 | 2.4  |
| 사이드미러 커버              | 5.9 | 5.6 | 6.4 | 7.6  | 5.0 | 5.9 | 7.1  |
| 비상/구난장비               | 5.7 | 6.3 | 5.0 | 4.3  | 5.9 | 5.9 | 7.1  |
| 헤드유닛/DVD-D<br>vix플레이어 | 5.5 | 5.9 | 5.0 | 8.7  | 5.4 | 4.6 | 2.4  |
| 차량모니터                 | 5.3 | 6.7 | 3.7 | 8.7  | 4.5 | 4.6 | 4.8  |
| 인버터                   | 4.3 | 4.1 | 4.6 | 7.6  | 5.0 | 2.6 |      |
| HID                   | 4.1 | 5.6 | 2.3 | 4.3  | 4.5 | 3.3 | 4.8  |
| 시그널램프                 | 4.1 | 4.4 | 3.7 | 5.4  | 5.4 | 2.0 | 2.4  |
| 컨버터                   | 3.9 | 3.3 | 4.6 | 7.6  | 4.5 | 2.0 |      |
| 패달/기어노브 커버            | 3.9 | 3.7 | 4.1 | 4.3  | 5.4 | 2.0 | 2.4  |
| 네온/무드램프               | 3.7 | 5.2 | 1.8 | 5.4  | 3.5 | 3.3 | 2.4  |
| 번호판볼트                 | 3.5 | 4.1 | 2.8 | 5.4  | 3.5 | 3.3 |      |
| 기본바 시스템               | 3.5 | 3.3 | 3.7 | 5.4  | 4.0 | 2.6 |      |
| 도어캐치몰딩                | 3.5 | 3.3 | 3.7 | 4.3  | 3.5 | 2.6 | 4.8  |
| 안테나/폴대                | 3.3 | 2.6 | 4.1 | 6.5  | 3.5 | 1.3 | 2.4  |
| 자전거 캐리어               | 3.3 | 4.1 | 2.3 | 3.3  | 5.0 | 2.0 |      |
| 도어커버/스커프              | 3.1 | 3.0 | 3.2 | 2.2  | 5.4 | .7  | 2.4  |
| 사이드스텝                 | 2.9 | 3.7 | 1.8 | 3.3  | 2.5 | 3.3 | 2.4  |
| 짐받이 캐리어               | 2.9 | 3.3 | 2.3 | 3.3  | 3.0 | 2.0 | 4.8  |
| 몰딩/링                  | 2.7 | 2.6 | 2.8 | 3.3  | 3.5 | .7  | 4.8  |
| 필러몰딩                  | 2.5 | 1.9 | 3.2 | 3.3  | 2.5 | 1.3 | 4.8  |
| 웬더/램프몰딩               | 2.3 | 1.9 | 2.8 | 3.3  | 2.5 | 1.3 | 2.4  |
| 스포츠 캐리어               | 2.3 | 2.2 | 2.3 | 4.3  | 2.0 | 2.0 |      |

- 수입차 운전자는 국산차 운전자에 비해 상대적으로 타이어 블랙박스와 세차/광택 도구, 실내 세차 용품, 내비게이션, 엔진/연료첨가제, 하이패스, 바닥매트, 썬팅/햇빛가리개, 쿠션, 미션오일, 배터리, 주차번호판, 방석, 담요, 휠, 차량시트, 체인, 콘솔/트렁크정리함, 엔진룸/기타 세정 용품, 스티커, 멀티소켓, 카액세서리, LED, 차량용커버, 보수용품 등 구입 경험 비율이 높았음.
- 국산 브랜드 특징으로는 현대는 세차/광택 도구와 휴대폰충전기, 부동액, 스마트폰/노트북용품, 엔진/연료첨가제, 썬팅/햇빛가리개, 배터리, 전조등/안개등, 엔진룸/기타 세정 용품, 멀티소켓, 카액세서리, 실내등/미등, LED, 차량용커버, 보수용품 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 기아는 핸들커버와 바닥매트, 콘솔/트렁크정리함 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 르노삼성은 타이어와 공기청정/방향제, 에어컨필터, 광택/코팅제, 휴대폰충전기, 부동액, 전조등/안개등, LED 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 쉼보레는 에어컨필터와 휴대폰충전기 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 쌍용은 실외세차 용품과 세차/광택 도구, 내비게이션, 휴대폰충전기, 후방카메라, 스마트폰/노트북용품, 엔진/연료첨가제, 바닥매트, 썬팅/햇빛가리개, 배터리, 주차번호판, 담요, 차량시트, 콘솔/트렁크정리함, 스티커, 카액세서리, 실내등/미등, 차량용커버, 보수용품 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.

[표 III-8] 브랜드별 최근 1년 이내 구입한 용품[소분류] - 중복응답(단위: %)

|            | 전체    | 자동차 브랜드 |      |       |       |       |      |      |
|------------|-------|---------|------|-------|-------|-------|------|------|
|            |       | 국산      | 수입   | 현대    | 기아    | 르노 삼성 | 쉐보레  | 쌍용   |
| Base for % | (488) | (461)   | (27) | (195) | (143) | (43)  | (61) | (19) |
| 엔진오일       | 70.7  | 71.4    | 59.3 | 74.4  | 68.5  | 69.8  | 70.5 | 68.4 |
| 타이어        | 46.5  | 46.2    | 51.9 | 47.7  | 46.9  | 53.5  | 36.1 | 42.1 |
| 블랙박스       | 43.9  | 43.4    | 51.9 | 44.6  | 45.5  | 41.9  | 36.1 | 42.1 |
| 공기청정/방향제   | 40.6  | 40.8    | 37.0 | 41.5  | 39.2  | 48.8  | 37.7 | 36.8 |
| 와이퍼        | 38.9  | 39.5    | 29.6 | 41.5  | 39.9  | 34.9  | 37.7 | 31.6 |
| 실외세차 용품    | 38.7  | 38.6    | 40.7 | 37.9  | 37.1  | 37.2  | 37.7 | 63.2 |
| 에어컨필터      | 38.5  | 39.3    | 25.9 | 39.0  | 36.4  | 44.2  | 47.5 | 26.3 |
| 광택/코팅제     | 34.2  | 34.7    | 25.9 | 35.4  | 35.0  | 39.5  | 27.9 | 36.8 |
| 세차/광택 도구   | 30.3  | 30.2    | 33.3 | 34.9  | 28.0  | 25.6  | 21.3 | 36.8 |
| 실내 세차 용품   | 30.5  | 30.2    | 37.0 | 30.8  | 31.5  | 30.2  | 24.6 | 31.6 |
| 내비게이션      | 27.5  | 26.9    | 37.0 | 29.7  | 23.8  | 27.9  | 19.7 | 42.1 |
| 휴대폰충전기     | 27.0  | 27.3    | 22.2 | 29.7  | 19.6  | 34.9  | 31.1 | 31.6 |

|              |      |      |      |      |      |      |      |      |
|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 부동액          | 27.3 | 27.5 | 22.2 | 33.3 | 23.1 | 34.9 | 14.8 | 26.3 |
| 후방카메라        | 24.4 | 24.3 | 25.9 | 26.2 | 24.5 | 16.3 | 19.7 | 36.8 |
| 핸들커버         | 21.9 | 21.9 | 22.2 | 22.1 | 25.2 | 14.0 | 19.7 | 21.1 |
| 스마트폰/노트북용품   | 21.3 | 21.3 | 22.2 | 24.6 | 20.3 | 14.0 | 16.4 | 26.3 |
| 엔진/연료첨가제     | 21.3 | 20.4 | 37.0 | 25.1 | 16.1 | 16.3 | 14.8 | 31.6 |
| 하이패스         | 21.5 | 21.0 | 29.6 | 22.1 | 22.4 | 14.0 | 19.7 | 21.1 |
| 바닥매트         | 20.5 | 20.2 | 25.9 | 19.0 | 24.5 | 14.0 | 16.4 | 26.3 |
| 썬팅/햇빛가리개     | 19.9 | 19.5 | 25.9 | 22.6 | 17.5 | 20.9 | 9.8  | 31.6 |
| 쿠션           | 19.5 | 19.1 | 25.9 | 19.0 | 19.6 | 20.9 | 16.4 | 21.1 |
| 미션오일         | 19.3 | 18.4 | 33.3 | 20.5 | 18.2 | 20.9 | 11.5 | 15.8 |
| 배터리          | 17.8 | 17.1 | 29.6 | 20.5 | 12.6 | 16.3 | 16.4 | 21.1 |
| 전조등/안개등      | 17.2 | 17.1 | 18.5 | 19.0 | 14.0 | 23.3 | 14.8 | 15.8 |
| 주차번호판        | 16.2 | 15.8 | 22.2 | 14.4 | 16.1 | 11.6 | 16.4 | 36.8 |
| 방석           | 15.4 | 15.0 | 22.2 | 14.9 | 15.4 | 14.0 | 14.8 | 15.8 |
| 담요           | 15.4 | 15.2 | 18.5 | 13.3 | 16.8 | 9.3  | 16.4 | 31.6 |
| 휠            | 14.1 | 12.1 | 48.1 | 14.9 | 12.6 | 9.3  | 4.9  | 10.5 |
| 차량시트         | 13.3 | 13.2 | 14.8 | 13.8 | 12.6 | 14.0 | 11.5 | 15.8 |
| 체인           | 12.9 | 11.7 | 33.3 | 15.4 | 10.5 | 9.3  | 4.9  | 10.5 |
| 콘솔/트렁크정리함    | 12.3 | 11.9 | 18.5 | 12.8 | 14.7 |      | 9.8  | 15.8 |
| 엔진룸/가타 세정 용품 | 12.1 | 11.5 | 22.2 | 14.9 | 10.5 | 9.3  | 4.9  | 10.5 |
| 스티커          | 11.7 | 11.5 | 14.8 | 10.3 | 13.3 | 9.3  | 11.5 | 15.8 |
| 멀티소켓         | 12.1 | 11.5 | 22.2 | 16.4 | 9.1  | 9.3  | 3.3  | 10.5 |
| 카액세서리        | 11.1 | 10.6 | 18.5 | 12.8 | 10.5 | 2.3  | 6.6  | 21.1 |
| 실내등/미등       | 11.5 | 11.5 | 11.1 | 14.4 | 7.7  | 11.6 | 8.2  | 21.1 |
| LED          | 10.5 | 10.0 | 18.5 | 13.3 | 7.0  | 16.3 | 3.3  | 5.3  |
| 차량용커버        | 10.5 | 9.8  | 22.2 | 12.8 | 7.0  | 7.0  | 4.9  | 21.1 |
| 보수용품         | 10.5 | 9.1  | 33.3 | 13.8 | 5.6  | 4.7  | 4.9  | 10.5 |
| 시동경보기        | 9.8  | 9.5  | 14.8 | 13.3 | 7.7  | 2.3  | 6.6  | 10.5 |
| 홀더/클립        | 9.6  | 9.5  | 11.1 | 9.2  | 8.4  | 7.0  | 9.8  | 26.3 |
| 보조미러         | 9.0  | 8.7  | 14.8 | 10.3 | 9.1  | 2.3  | 8.2  | 5.3  |
| 대시보드커버       | 8.8  | 8.2  | 18.5 | 9.7  | 7.7  | 7.0  | 6.6  | 5.3  |
| 스피커/사운드시스템   | 8.4  | 7.8  | 18.5 | 9.7  | 8.4  | 2.3  | 4.9  | 5.3  |
| 룸미러          | 8.0  | 7.2  | 22.2 | 9.2  | 4.2  | 4.7  | 8.2  | 10.5 |
| 박스 캐리어       | 7.6  | 6.9  | 18.5 | 8.2  | 6.3  | 2.3  | 6.6  | 10.5 |
| 도어가드         | 7.4  | 7.2  | 11.1 | 7.2  | 7.7  | 9.3  | 3.3  | 10.5 |
| 썬바이저         | 7.0  | 6.1  | 22.2 | 7.2  | 5.6  | 2.3  | 6.6  | 5.3  |
| 번호판가드        | 6.8  | 5.6  | 25.9 | 6.7  | 4.9  | 2.3  | 4.9  | 10.5 |
| 앰블럼          | 6.6  | 6.5  | 7.4  | 6.7  | 7.7  | 2.3  | 3.3  | 15.8 |
| 범퍼가드         | 6.4  | 6.3  | 7.4  | 7.2  | 4.2  | 2.3  | 9.8  | 10.5 |
| 헤드/테일램프      | 6.8  | 6.3  | 14.8 | 7.2  | 4.9  | 4.7  | 6.6  | 10.5 |

|                           |     |     |      |     |     |     |     |      |
|---------------------------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|------|
| 파워핸들                      | 5.9 | 5.0 | 22.2 | 6.2 | 3.5 | 4.7 | 3.3 | 10.5 |
| 카팩                        | 6.4 | 5.6 | 18.5 | 6.2 | 5.6 | 7.0 | 3.3 | 5.3  |
| 주유구 커버                    | 5.7 | 5.2 | 14.8 | 6.7 | 4.9 |     | 3.3 | 10.5 |
| 사이드미러 커버                  | 5.9 | 5.4 | 14.8 | 8.2 | 2.8 | 4.7 | 3.3 | 5.3  |
| 비상/구난장비                   | 5.7 | 5.2 | 14.8 | 6.7 | 2.1 | 4.7 | 8.2 | 5.3  |
| 헤드유닛/DVD-Driver<br>ix플레이어 | 5.5 | 5.0 | 14.8 | 5.6 | 5.6 | 2.3 | 3.3 | 5.3  |
| 차량모니터                     | 5.3 | 5.0 | 11.1 | 5.1 | 4.9 | 7.0 | 3.3 | 5.3  |
| 인버터                       | 4.3 | 3.7 | 14.8 | 6.2 | 1.4 | 4.7 |     | 5.3  |
| HID                       | 4.1 | 3.3 | 18.5 | 5.6 | 2.1 |     |     | 5.3  |
| 시그널램프                     | 4.1 | 3.3 | 18.5 | 5.6 | .7  | 4.7 |     | 5.3  |
| 컨버터                       | 3.9 | 3.5 | 11.1 | 4.6 | 2.8 | 4.7 |     | 5.3  |
| 패달/기어노브 커버                | 3.9 | 3.5 | 11.1 | 3.6 | 3.5 | 2.3 | 1.6 | 10.5 |
| 네온/무드램프                   | 3.7 | 3.3 | 11.1 | 5.1 | .7  | 4.7 |     | 10.5 |
| 번호판볼트                     | 3.5 | 3.0 | 11.1 | 3.6 | 2.8 | 2.3 | 1.6 | 5.3  |
| 기본바 시스템                   | 3.5 | 2.8 | 14.8 | 4.1 | 1.4 | 4.7 |     | 5.3  |
| 도어캐치몰딩                    | 3.5 | 2.6 | 18.5 | 4.1 | 2.1 |     |     | 5.3  |
| 안테나/폴대                    | 3.3 | 2.6 | 14.8 | 4.1 | .7  |     | 3.3 | 5.3  |
| 자전거 캐리어                   | 3.3 | 2.8 | 11.1 | 3.6 | 1.4 | 4.7 | 1.6 | 5.3  |
| 도어커버/스커프                  | 3.1 | 2.4 | 14.8 | 2.1 | 3.5 |     | 1.6 | 5.3  |
| 사이드스텝                     | 2.9 | 2.2 | 14.8 | 3.1 | 1.4 |     | 1.6 | 5.3  |
| 짐받이 캐리어                   | 2.9 | 2.6 | 7.4  | 5.1 | .7  |     |     | 5.3  |
| 몰딩/링                      | 2.7 | 2.2 | 11.1 | 2.6 | 2.8 |     |     | 5.3  |
| 필러몰딩                      | 2.5 | 2.2 | 7.4  | 3.1 | .7  | 2.3 | 1.6 | 5.3  |
| 웬더/램프몰딩                   | 2.3 | 1.5 | 14.8 | 1.5 | 1.4 |     | 1.6 | 5.3  |
| 스포츠 캐리어                   | 2.3 | 1.5 | 14.8 | 2.1 |     | 2.3 | 1.6 | 5.3  |

● 차급별 특징으로는 경차는 하이패스와 방석, 담요, 콘솔/트렁크정리함, 엔진룸/기타 세정용품 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.

- 소형은 블랙박스과 세차/광택 도구, 전조등/안개등, 방석, 차량시트 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 준중형은 공기청정/방향제와 휴대폰충전기, 멀티소켓 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 중형은 타이어와 실내 세차용품, 부동액, 썬팅/햇빛가리개, 휠 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 중대형은 블랙박스과 실외세차용품, 광택/코팅제, 세차/광택 도구, 바닥매트, 썬팅/햇빛가리개, 쿠션, 미션오일, 멀티소켓 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.

- 대형은 타이어와 와이퍼, 실외세차 용품, 광택/코팅제, 내비게이션, 부동액, 후방 카메라, 엔진/연료첨가제, 하이패스, 미션오일, 배터리, 전조등/안개등, 체인, 콘솔/트렁크정리함, 엔진룸/기타 세정 용품, 스티커, 멀티소켓, 실내등/미등, LED, 차량용커버, 보수용품 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- SUV는 공기청정/방향제와 실외세차 용품, 에어컨필터, 광택/코팅제, 세차/광택 도구, 내비게이션, 휴대폰충전기, 후방카메라, 핸들커버, 스마트폰/노트북용품, 엔진/연료첨가제, 바닥매트, 썬팅/햇빛가리개, 주차번호판, 담요, 차량시트, 체인, 콘솔/트렁크정리함, 엔진룸/기타 세정 용품, 스티커, 멀티소켓, 차량용커버 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- MPV는 타이어와 블랙박스, 와이퍼, 후방카메라, 핸들커버, 바닥매트, 썬팅/햇빛가리개, 미션오일, 전조등/안개등, 주차번호판, 방석, 차량시트, 체인, 실내등/미등, LED 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 스포츠카/기타는 실외세차 용품과 휴대폰충전기, 부동액, 배터리, 전조등/안개등, 주차번호판, 차량시트, 콘솔/트렁크정리함, 스티커, 멀티소켓, 카액세서리, 실내등/미등, LED 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.

[표 III-9] 차급별 최근 1년 이내 구입한 용품(소분류) - 중복응답(단위: %)

|            | 전체    | 차급   |      |       |      |      |      |       |      |         |
|------------|-------|------|------|-------|------|------|------|-------|------|---------|
|            |       | 경차   | 소형   | 준중형   | 중형   | 중대형  | 대형   | SUV   | MPV  | 스포츠카/기타 |
| Base for % | (488) | (59) | (15) | (113) | (96) | (31) | (13) | (104) | (25) | (5)     |
| 엔진오일       | 70.7  | 69.5 | 53.3 | 75.2  | 69.8 | 64.5 | 76.9 | 75.0  | 64.0 | 80.0    |
| 타이어        | 46.5  | 42.4 | 26.7 | 49.6  | 53.1 | 35.5 | 53.8 | 42.3  | 56.0 | 20.0    |
| 블랙박스       | 43.9  | 39.0 | 60.0 | 37.2  | 46.9 | 48.4 | 46.2 | 44.2  | 52.0 | 20.0    |
| 공기청정/방향제   | 40.6  | 37.3 | 33.3 | 45.1  | 31.3 | 41.9 | 30.8 | 52.9  | 32.0 |         |
| 와이퍼        | 38.9  | 42.4 | 20.0 | 41.6  | 35.4 | 41.9 | 46.2 | 38.5  | 52.0 | 20.0    |
| 실외세차 용품    | 38.7  | 32.2 | 26.7 | 38.9  | 30.2 | 48.4 | 46.2 | 49.0  | 28.0 | 60.0    |
| 에어컨필터      | 38.5  | 40.7 | 26.7 | 41.6  | 36.5 | 35.5 | 30.8 | 45.2  | 36.0 |         |
| 광택/코팅제     | 34.2  | 25.4 | 26.7 | 34.5  | 33.3 | 38.7 | 38.5 | 45.2  | 20.0 | 20.0    |
| 세차/광택 도구   | 30.3  | 18.6 | 33.3 | 31.0  | 28.1 | 45.2 | 30.8 | 37.5  | 12.0 | 20.0    |
| 실내 세차 용품   | 30.5  | 27.1 | 20.0 | 29.2  | 34.4 | 32.3 | 30.8 | 31.7  | 24.0 | 20.0    |
| 내비게이션      | 27.5  | 25.4 | 6.7  | 25.7  | 30.2 | 29.0 | 30.8 | 30.8  | 16.0 | 20.0    |
| 휴대폰충전기     | 27.0  | 27.1 | 13.3 | 30.1  | 26.0 | 25.8 | 15.4 | 30.8  | 20.0 | 40.0    |
| 부동액        | 27.3  | 23.7 | 6.7  | 26.5  | 32.3 | 29.0 | 53.8 | 26.9  | 20.0 | 40.0    |
| 후방카메라      | 24.4  | 23.7 | 6.7  | 19.5  | 25.0 | 22.6 | 30.8 | 29.8  | 32.0 | 20.0    |
| 핸들커버       | 21.9  | 20.3 | 13.3 | 20.4  | 18.8 | 19.4 | 15.4 | 26.9  | 40.0 |         |

|                |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 스마트폰/노트북용품     | 21.3 | 18.6 | 13.3 | 21.2 | 22.9 | 22.6 | 7.7  | 24.0 | 20.0 | 20.0 |
| 엔진/연료첨가제       | 21.3 | 8.5  | 20.0 | 20.4 | 15.6 | 22.6 | 30.8 | 32.7 | 8.0  | 20.0 |
| 하이패스           | 21.5 | 23.7 | 13.3 | 20.4 | 21.9 | 19.4 | 38.5 | 21.2 | 16.0 |      |
| 바닥매트           | 20.5 | 16.9 | 13.3 | 18.6 | 17.7 | 22.6 | 15.4 | 25.0 | 32.0 |      |
| 썬팅/햇빛가리개       | 19.9 | 15.3 | 13.3 | 16.8 | 22.9 | 22.6 | 15.4 | 22.1 | 24.0 |      |
| 쿠션             | 19.5 | 18.6 | 6.7  | 16.8 | 20.8 | 25.8 | 15.4 | 20.2 | 20.0 | 20.0 |
| 미션오일           | 19.3 | 16.9 | 6.7  | 16.8 | 20.8 | 22.6 | 23.1 | 18.3 | 24.0 |      |
| 배터리            | 17.8 | 10.2 | 13.3 | 15.0 | 21.9 | 19.4 | 30.8 | 16.3 | 16.0 | 40.0 |
| 전조등/안개등        | 17.2 | 10.2 | 20.0 | 18.6 | 18.8 | 16.1 | 23.1 | 16.3 | 20.0 | 20.0 |
| 주차번호판          | 16.2 | 13.6 | 20.0 | 16.8 | 12.5 | 12.9 | 15.4 | 18.3 | 20.0 | 20.0 |
| 방석             | 15.4 | 16.9 | 26.7 | 12.4 | 14.6 | 12.9 | 7.7  | 16.3 | 20.0 |      |
| 담요             | 15.4 | 22.0 | 6.7  | 13.3 | 10.4 | 12.9 | 15.4 | 20.2 | 16.0 |      |
| 휠              | 14.1 | 10.2 |      | 10.6 | 17.7 | 9.7  | 15.4 | 13.5 | 8.0  |      |
| 차량시트           | 13.3 | 8.5  | 20.0 | 12.4 | 13.5 | 6.5  | 7.7  | 16.3 | 20.0 | 20.0 |
| 체인             | 12.9 | 3.4  |      | 10.6 | 12.5 | 9.7  | 23.1 | 17.3 | 16.0 |      |
| 콘솔/트렁크장기함      | 12.3 | 15.3 |      | 10.6 | 9.4  | 12.9 | 23.1 | 13.5 | 12.0 | 20.0 |
| 엔진룸/기타<br>세정용품 | 12.1 | 13.6 | 6.7  | 11.5 | 9.4  | 12.9 | 15.4 | 13.5 | 8.0  |      |
| 스티커            | 11.7 | 11.9 |      | 10.6 | 10.4 | 6.5  | 15.4 | 15.4 | 12.0 | 20.0 |
| 멀티소켓           | 12.1 |      | 6.7  | 13.3 | 9.4  | 19.4 | 23.1 | 14.4 | 12.0 | 20.0 |
| 카액세서리          | 11.1 | 10.2 | 6.7  | 11.5 | 10.4 | 9.7  | 7.7  | 10.6 | 12.0 | 20.0 |
| 실내등/미등         | 11.5 | 8.5  | 6.7  | 10.6 | 11.5 | 6.5  | 23.1 | 12.5 | 16.0 | 40.0 |
| LED            | 10.5 | 6.8  | 6.7  | 8.8  | 11.5 | 6.5  | 15.4 | 11.5 | 12.0 | 20.0 |
| 차량용커버          | 10.5 | 8.5  |      | 10.6 | 4.2  | 9.7  | 15.4 | 16.3 | 8.0  |      |
| 보수용품           | 10.5 | 6.8  |      | 8.8  | 10.4 | 6.5  | 30.8 | 11.5 |      |      |
| 시동경보기          | 9.8  | 6.8  |      | 7.1  | 10.4 | 12.9 | 23.1 | 12.5 | 8.0  |      |
| 홀더/클립          | 9.6  | 6.8  |      | 7.1  | 8.3  | 16.1 | 7.7  | 15.4 | 8.0  |      |
| 보조미러           | 9.0  | 11.9 | 6.7  | 10.6 | 5.2  | 6.5  | 15.4 | 8.7  | 8.0  |      |
| 대시보드커버         | 8.8  | 3.4  | 6.7  | 11.5 | 9.4  | 6.5  | 7.7  | 6.7  | 8.0  | 20.0 |
| 스피커/사운드앰프      | 8.4  | 5.1  |      | 5.3  | 10.4 | 9.7  | 15.4 | 9.6  | 4.0  | 20.0 |
| 룸미러            | 8.0  | 6.8  |      | 8.0  | 6.3  | 6.5  | 15.4 | 7.7  | 4.0  | 20.0 |
| 박스 캐리어         | 7.6  | 3.4  |      | 8.8  | 5.2  | 6.5  | 7.7  | 9.6  | 4.0  | 20.0 |
| 도어가드           | 7.4  | 6.8  | 13.3 | 6.2  | 8.3  | 3.2  | 15.4 | 5.8  | 12.0 |      |
| 썬바이저           | 7.0  | 5.1  |      | 6.2  | 6.3  | 3.2  | 7.7  | 8.7  | 4.0  |      |
| 번호판가드          | 6.8  | 3.4  | 6.7  | 5.3  | 5.2  | 9.7  | 7.7  | 6.7  | 4.0  |      |
| 앰블럼            | 6.6  | 3.4  |      | 6.2  | 3.1  | 6.5  | 7.7  | 9.6  | 16.0 | 20.0 |

|                       |     |     |     |     |     |      |      |     |      |      |
|-----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|-----|------|------|
| 범퍼가드                  | 6.4 | 8.5 | 6.7 | 3.5 | 5.2 | 6.5  | 15.4 | 7.7 | 8.0  |      |
| 헤드/테일램프               | 6.8 | 6.8 | 6.7 | 5.3 | 4.2 | 6.5  | 7.7  | 8.7 | 4.0  | 20.0 |
| 파워핸들                  | 5.9 |     | 6.7 | 5.3 | 3.1 | 3.2  | 15.4 | 9.6 |      |      |
| 카팩                    | 6.4 | 5.1 |     | 3.5 | 6.3 | 3.2  | 7.7  | 6.7 | 16.0 |      |
| 주유구 커버                | 5.7 | 1.7 |     | 2.7 | 6.3 | 6.5  | 23.1 | 7.7 | 4.0  |      |
| 사이드미러 커버              | 5.9 | 1.7 |     | 5.3 | 6.3 | 12.9 | 7.7  | 5.8 | 4.0  |      |
| 비상구난장비                | 5.7 | 3.4 | 6.7 | 6.2 | 3.1 | 3.2  | 15.4 | 7.7 |      |      |
| 헤드유닛/DVD<br>·Dvix플레이어 | 5.5 | 5.1 |     | 2.7 | 2.1 | 9.7  | 7.7  | 9.6 | 4.0  |      |
| 차량모니터                 | 5.3 | 3.4 |     | 2.7 | 4.2 | 9.7  | 7.7  | 6.7 | 8.0  | 20.0 |
| 인버터                   | 4.3 | 1.7 |     | 4.4 | 2.1 | 6.5  | 7.7  | 5.8 |      |      |
| HID                   | 4.1 |     |     | .9  | 3.1 | 3.2  | 7.7  | 7.7 | 4.0  |      |
| 시그널램프                 | 4.1 |     | 6.7 | 4.4 | 2.1 | 9.7  | 7.7  | 2.9 |      |      |
| 컨버터                   | 3.9 |     |     | 2.7 | 1.0 | 6.5  | 7.7  | 6.7 | 8.0  |      |
| 패달기어브커버               | 3.9 | 3.4 |     | .9  | 5.2 | 3.2  | 7.7  | 4.8 | 4.0  |      |
| 네온/무드램프               | 3.7 |     |     | 2.7 | 3.1 | 9.7  | 7.7  | 4.8 |      |      |
| 번호판볼트                 | 3.5 | 3.4 |     | 2.7 | 5.2 |      | 7.7  | 2.9 |      |      |
| 기본바 시스템               | 3.5 |     |     | 1.8 | 4.2 | 6.5  | 7.7  | 3.8 |      |      |
| 도어캐치몰딩                | 3.5 |     |     | 2.7 |     | 9.7  | 7.7  | 4.8 |      |      |
| 안테나/폴대                | 3.3 | 3.4 |     | 3.5 | 1.0 |      | 7.7  | 2.9 |      | 20.0 |
| 자전거 캐리어               | 3.3 | 1.7 |     | 1.8 | 2.1 | 3.2  | 7.7  | 3.8 | 4.0  | 20.0 |
| 도어커버/스커프              | 3.1 | 3.4 |     | .9  | 3.1 |      | 7.7  | 2.9 | 4.0  |      |
| 사이드스텝                 | 2.9 | 1.7 |     | 1.8 | 3.1 |      | 7.7  | 1.9 | 4.0  |      |
| 짐받이 캐리어               | 2.9 | 1.7 |     | 2.7 | 1.0 | 3.2  | 7.7  | 4.8 |      |      |
| 몰딩/링                  | 2.7 | 1.7 |     | 1.8 | 2.1 |      | 7.7  | 3.8 |      |      |
| 필러몰딩                  | 2.5 |     |     | 4.4 | 1.0 |      | 7.7  | 2.9 |      |      |
| 휠더/램프몰딩               | 2.3 | 1.7 |     | 1.8 |     |      | 7.7  | 2.9 |      |      |
| 스포츠 캐리어               | 2.3 | 1.7 |     | .9  | 1.0 | 3.2  | 7.7  | 1.9 |      |      |

## 2) 구입처

● 최근 1년 이내 구입한 용품 구입처 중 가장 높은 비율을 보이는 곳은 대형마트(이마트, 롯데마트 등)로 24.6%를 나타냈으며, 온라인쇼핑몰(24.4%), 자동차용품점(18.8%), 자동차정비소(16.0%), 자동차용품전문몰(5.2%), 타이어매장(4.3%), 튜닝샵(3.4%), 홈쇼핑(2.8%), 휴게소(2.2%), 자동차 출고 시 영업사원에게 옵션으로 구입(1.8%), 주유소(1.5%), 세차장(1.2%) 순임.

- **성별 특징**으로는 남성은 홈쇼핑과 휴게소에서 구입 비율이 여성보다 상대적으로 높게 나타났으며, 여성은 대형마트(이마트, 롯데마트 등)와 자동차 출고 시 영업사원에게 옵션으로 구입 비율이 높았음.
- **연령대 특징**으로는 20대는 온라인 쇼핑몰(옥션, G마켓 등)과 자동차용품 전문몰(바보몰 등), 튜닝샵, 자동차 출고 시 영업사원에게 옵션으로 구입 비율이 상대적으로 높았음.
- 30대는 자동차용품 전문몰(바보몰 등)과 타이어매장, 홈쇼핑, 휴게소, 주유소 구입 비율이 상대적으로 높았음.
- 40대는 자동차용품점과 자동차 정비소 구입 비율이 상대적으로 높았음.
- 50대는 자동차용품점과 자동차 정비소, 홈쇼핑, 주유소, 세차장 구입 비율이 상대적으로 높았음.

[표Ⅲ-10] 성별/연령별 최근 1년 이내 구입한 용품 구입처 - 중복응답(단위: %)

|                         | 전체     | 성별     |        | 연령대    |        |        |       |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
|                         |        | 남성     | 여성     | 20대    | 30대    | 40대    | 50대   |
| Base for %              | (5420) | (2985) | (2435) | (1189) | (2402) | (1422) | (407) |
| 온라인 쇼핑몰(옥션, G마켓 등)      | 24.4   | 25.1   | 23.6   | 27.1   | 26.0   | 21.7   | 17.0  |
| 대형마트(이마트, 롯데마트 등)       | 24.6   | 21.9   | 28.0   | 26.2   | 25.1   | 24.7   | 17.4  |
| 자동차용품점                  | 18.8   | 20.1   | 17.3   | 17.8   | 16.9   | 21.7   | 23.1  |
| 자동차 정비소                 | 16.0   | 16.7   | 15.2   | 12.6   | 13.9   | 19.5   | 26.5  |
| 자동차용품 전문몰(바보몰 등)        | 5.2    | 5.6    | 4.7    | 6.5    | 5.9    | 3.3    | 3.7   |
| 타이어매장                   | 4.3    | 4.4    | 4.1    | 3.6    | 4.9    | 4.1    | 2.9   |
| 튜닝샵                     | 3.4    | 3.4    | 3.4    | 3.8    | 4.0    | 2.1    | 2.5   |
| 홈쇼핑                     | 2.8    | 3.1    | 2.4    | 1.9    | 3.5    | 1.7    | 4.7   |
| 휴게소                     | 2.2    | 2.5    | 1.8    | 1.8    | 3.2    | .9     | 1.2   |
| 기타                      | 2.1    | 1.8    | 2.6    | 3.4    | 2.2    | 1.3    | .7    |
| 자동차 출고 시 영업사원에게 옵션으로 구입 | 1.8    | 1.5    | 2.3    | 2.9    | 2.0    | .8     | 1.2   |
| 주유소                     | 1.5    | 1.4    | 1.6    | 1.3    | 1.9    | 1.1    | 1.7   |
| 세차장                     | 1.2    | 1.1    | 1.4    | 1.3    | 1.3    | .7     | 2.2   |

- 수입차 운전자는 국산차 운전자에 비해 상대적으로 자동차용품 전문몰(바보몰 등)과 타이어매장, 튜닝샵, 홈쇼핑, 휴게소, 자동차 출고 시 영업사원에게 옵션으로 구입, 주유소, 세차장 구입 비율이 높음.
- 국산 브랜드 특징으로는 기아는 온라인 쇼핑몰(옥션, G마켓 등), 르노삼성엔 자동차용품 전문몰(바보몰 등) 구입 비율이 상대적으로 높음.
- 웨보레는 온라인 쇼핑몰(옥션, G마켓 등)과 대형마트(이마트, 롯데마트 등), 자동차 정비소, 자동차 출고 시 영업사원에게 옵션으로 구입 비율이 상대적으로 높음.
- 쌍용은 온라인 쇼핑몰(옥션, G마켓 등)과 타이어매장, 튜닝샵, 홈쇼핑, 휴게소, 자동차 출고 시 영업사원에게 옵션으로 구입, 주유소 구입 비율이 상대적으로 높음.

[표 III-11] 브랜드별 최근 1년 이내 구입한 용품 구입처 - 중복응답(단위: %)

|                         | 전체     | 브랜드    |       |        |        |       |       |       |
|-------------------------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|
|                         |        | 국산     | 수입    | 현대     | 기아     | 르노삼성  | 쉐보레   | 쌍용자동차 |
| Base for %              | (5420) | (4969) | (451) | (2331) | (1436) | (417) | (533) | (252) |
| 온라인 쇼핑몰(옥션, G마켓 등)      | 24.4   | 25.3   | 15.1  | 20.7   | 32.1   | 20.6  | 29.5  | 27.0  |
| 대형마트(이마트, 롯데마트 등)       | 24.6   | 25.8   | 11.5  | 26.7   | 24.2   | 23.3  | 30.6  | 21.0  |
| 자동차용품점                  | 18.8   | 18.8   | 19.1  | 24.4   | 15.7   | 20.6  | 6.2   | 9.1   |
| 자동차 정비소                 | 16.0   | 16.1   | 15.7  | 16.6   | 12.7   | 17.5  | 21.8  | 15.5  |
| 자동차용품 전문몰(바보몰 등)        | 5.2    | 3.9    | 18.8  | 3.8    | 3.1    | 7.9   | 4.3   | 2.8   |
| 타이어매장                   | 4.3    | 3.7    | 10.4  | 3.6    | 3.6    | 3.8   | 2.3   | 8.7   |
| 튜닝샵                     | 3.4    | 2.7    | 11.1  | 2.2    | 2.6    | 3.4   | 1.1   | 8.7   |
| 홈쇼핑                     | 2.8    | 1.7    | 15.1  | 1.8    | 1.0    | 1.0   | .9    | 6.7   |
| 휴게소                     | 2.2    | 1.2    | 12.6  | 1.3    | 1.1    | .2    | .6    | 3.6   |
| 기타                      | 2.1    | 2.1    | 2.4   | 2.1    | 2.4    | 1.2   | 2.3   | 2.0   |
| 자동차 출고 시 영업사원에게 옵션으로 구입 | 1.8    | 1.8    | 2.7   | 1.2    | 1.7    | 1.7   | 2.8   | 5.6   |
| 주유소                     | 1.5    | 1.2    | 4.9   | 1.4    | 1.3    | .2    | .6    | 2.4   |
| 세차장                     | 1.2    | 1.1    | 2.7   | 1.3    | .7     | .2    | .8    | 2.8   |

- 차급별 특징으로는 경차는 자동차 정비소와 자동차 출고 시 영업사원에게 옵션으로 구입, 준중형은 대형마트(이마트, 롯데마트 등)와 주유소, 세차장 구입 비율이 상대적으로 높음.
- 중형은 온라인 쇼핑몰(옥션, G마켓 등)과 자동차용품점, 중대형은 대형마트(이마트, 롯데마트 등)와 자동차용품 전문몰(바보몰 등), 자동차 출고 시 영업사원에게 옵션으로 구입, 주유소, 세차장 구입 비율이 상대적으로 높음.
  - 대형은 자동차 정비소와 자동차용품 전문몰(바보몰 등), 타이어매장, 튜닝샵, 홈쇼핑, 휴게소, 자동차 출고 시 영업사원에게 옵션으로 구입, 주유소, 세차장 구입 비율이 상대적으로 높음.
  - SUV는 자동차용품점, MPV는 온라인 쇼핑몰(옥션, G마켓 등), 스포츠카/기타는 대형마트(이마트, 롯데마트 등)와 자동차용품점, 자동차 정비소 구입 비율이 상대적으로 높음.

[표 III-12] 차급별 최근 1년 이내 구입한 용품 구입처 - 중복응답(단위: %)

|                       | 전체     | 차급    |       |        |        |       |       |        |       |         |
|-----------------------|--------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|--------|-------|---------|
|                       |        | 경차    | 소형    | 준중형    | 중형     | 중대형   | 대형    | SUV    | MPV   | 스포츠카/기타 |
| Base for %            | (5420) | (539) | (100) | (1181) | (1000) | (347) | (183) | (1318) | (258) | (43)    |
| 온라인 쇼핑몰(옥션, G마켓 등)    | 24.4   | 19.7  | 57.0  | 26.1   | 27.2   | 19.9  | 17.5  | 23.7   | 36.8  | 7.0     |
| 대형마트(이마트, 롯데마트 등)     | 24.6   | 25.6  | 24.0  | 32.5   | 18.5   | 28.2  | 22.4  | 25.4   | 24.8  | 34.9    |
| 자동차용품점                | 18.8   | 18.0  | 4.0   | 12.0   | 22.3   | 19.0  | 5.5   | 25.7   | 16.3  | 27.9    |
| 자동차 정비소               | 16.0   | 19.1  | 9.0   | 15.7   | 17.3   | 16.4  | 20.8  | 15.2   | 9.7   | 18.6    |
| 자동차용품 전문몰(바보몰 등)      | 5.2    | 3.0   | 2.0   | 4.4    | 4.0    | 5.8   | 10.9  | 3.0    | 1.9   | 2.3     |
| 타이어매장                 | 4.3    | 3.2   | 3.0   | 4.3    | 3.7    | 2.0   | 13.1  | 2.5    | 4.3   | 2.3     |
| 튜닝샵                   | 3.4    | 2.2   |       | 3.0    | 2.9    | 1.2   | 8.7   | 2.7    | .4    |         |
| 홈쇼핑                   | 2.8    | 1.5   | 2.0   | 2.0    | 1.4    | 1.4   | 9.8   | .7     | .8    |         |
| 휴게소                   | 2.2    | 1.7   | 2.0   | 1.9    | .2     | .9    | 4.4   | .9     | .4    |         |
| 기타                    | 2.1    | 3.2   | 2.0   | 2.8    | 1.4    | 2.9   | .5    | 1.1    | 3.1   | 11.6    |
| 자동차출고시 영업사원에게 옵션으로 구입 | 1.8    | 4.5   | 1.0   | 1.9    | 1.3    | 2.0   | 2.2   | 1.1    | .4    |         |
| 주유소                   | 1.5    | .7    |       | 1.9    | .4     | 3.5   | 3.3   | .8     | 1.2   |         |
| 세차장                   | 1.2    | .2    |       | 1.9    | 1.1    | 1.4   | 2.7   | .7     |       |         |

## 2. 소비자 자동차 튜닝 부품 구매 동향

### 1) 구매한 자동차 튜닝

- 최근 1년 이내 구입한 경험이 가장 높은 자동차 튜닝은 DIY 용품 튜닝(65.8%)이며, 퍼포먼스 부품 튜닝(36.2%), 서스펜션 부품 튜닝(24.2%), 에어로 부품 튜닝(22.8%) 순임.
- 성별로는 남성이 여성보다 퍼포먼스 부품 튜닝과 서스펜션 부품 튜닝 구매 경험이 상대적으로 높았음.
- 연령대 특징으로는 20대는 서스펜션 부품 튜닝과 에어로 부품 튜닝 구입 경험 비율이 상대적으로 높았으나, 퍼포먼스 부품 튜닝은 상대적으로 낮았음.
  - 30대는 서스펜션 부품 튜닝 구입 경험 비율이 상대적으로 높았으나, 서스펜션 부품 튜닝은 상대적으로 낮았음.
  - 40대는 서스펜션 부품 튜닝 구입 경험 비율이 상대적으로 높았으나, 퍼포먼스 부품 튜닝과 에어로 부품 튜닝은 상대적으로 낮았음.
  - 50대는 퍼포먼스 부품 튜닝 구입 경험 비율이 상대적으로 높았으나, DIY 용품 튜닝과 서스펜션 부품 튜닝, 에어로 부품 튜닝은 상대적으로 낮았음.

[표 III-13] 성별/연령별 구매한 자동차 튜닝[대분류] - 중복응답(단위: %)

|            | 전체    | 성별   |      | 연령대  |      |      |      |
|------------|-------|------|------|------|------|------|------|
|            |       | 남성   | 여성   | 20대  | 30대  | 40대  | 50대  |
| Base for % | (149) | (86) | (63) | (36) | (61) | (40) | (12) |
| DIY 용품 튜닝  | 65.8  | 67.4 | 63.5 | 69.4 | 72.1 | 65.0 | 25.0 |
| 퍼포먼스 부품 튜닝 | 36.2  | 41.9 | 28.6 | 27.8 | 39.3 | 30.0 | 66.7 |
| 서스펜션 부품 튜닝 | 24.2  | 29.1 | 17.5 | 30.6 | 16.4 | 32.5 | 16.7 |
| 에어로 부품 튜닝  | 22.8  | 23.3 | 22.2 | 30.6 | 21.3 | 20.0 | 16.7 |

- 수입차 운전자는 퍼포먼스 부품 튜닝과 서스펜션 부품 튜닝, 에어로 부품 튜닝 구입 경험 비율이 국산차 운전자 보다 상대적으로 높았으나, DIY 용품 튜닝은 낮았음.
- 국산 브랜드별 특징으로는 현대는 에어로 부품 튜닝 구입 경험 비율이 높았음.

- 기아는 퍼포먼스 부품 튜닝 구입 경험 비율은 상대적으로 높았으나, 에어로 부품 튜닝은 낮았음
- 르노삼성에는 DIY 용품 튜닝 비율은 높았으나, 퍼포먼스 부품 튜닝과 에어로 부품 튜닝 비율은 낮았음.
- 쉼보레는 DIY 용품 튜닝 비율은 높았으나, 퍼포먼스 부품 튜닝과 서스펜션 부품 튜닝, 에어로 부품 튜닝 비율은 낮았음.
- 쌍용은 퍼포먼스 부품 튜닝과 에어로 부품 튜닝 비율은 높았으나, 서스펜션 부품 튜닝 비율은 낮았음.

[표 III-14] 브랜드별 구매한 자동차 튜닝[대분류] - 중복응답(단위: %)

|            | 전체    | 브랜드   |      |      |      |      |      |       |
|------------|-------|-------|------|------|------|------|------|-------|
|            |       | 국산    | 수입   | 현대   | 기아   | 르노삼성 | 쉐보레  | 쌍용자동차 |
| Base for % | (149) | (128) | (21) | (58) | (42) | (12) | (11) | (5)   |
| DIY 용품 튜닝  | 65.8  | 68.8  | 47.6 | 62.1 | 69.0 | 91.7 | 81.8 | 60.0  |
| 퍼포먼스 부품 튜닝 | 36.2  | 35.2  | 42.9 | 39.7 | 40.5 | 16.7 | 9.1  | 40.0  |
| 서스펜션 부품 튜닝 | 24.2  | 22.7  | 33.3 | 22.4 | 23.8 | 25.0 | 18.2 | 20.0  |
| 에어로 부품 튜닝  | 22.8  | 19.5  | 42.9 | 29.3 | 9.5  | 8.3  | 9.1  | 40.0  |

● 차급 특징으로는 경차는 퍼포먼스 부품 튜닝 구입 경험 비율은 상대적으로 높았으나, DIY 용품 튜닝과 서스펜션 부품 튜닝은 낮았음.

- 소형은 퍼포먼스 부품 튜닝과 에어로 부품 튜닝 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 준중형은 DIY 용품 튜닝 구입 경험 비율은 상대적으로 높았으나, 퍼포먼스 부품 튜닝과 서스펜션 부품 튜닝은 낮았음.
- 중형은 퍼포먼스 부품 튜닝 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 중대형은 세차용품과 디지털기기, 내장용품과 외장용품 구입 경험 비율이 상대적으로 높았으나, 보수/관리용품과 타이어/휠/체인은 낮았음.
- 중대형과 대형은 퍼포먼스 부품 튜닝과 서스펜션 부품 튜닝, 에어로 부품 튜닝 구입 경험 비율은 상대적으로 높았으나, DIY 용품 튜닝은 낮았음.
- SUV는 DIY 용품 튜닝과 에어로 부품 튜닝 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- MPV는 DIY 용품 튜닝 구입 경험 비율이 상대적으로 높았으나, 퍼포먼스 부품

튜닝과 서스펜션 부품 튜닝은 낮았음.

- 스포츠카/기타는 서스펜션 부품 튜닝은 높았으나, DIY 용품 튜닝은 낮았음.

[표 III-15] 차급별 구매한 자동차 튜닝[대분류] - 중복응답(단위: %)

|            | 전체    | 차급   |      |      |      |      |      |      |      |         |
|------------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------|
|            |       | 경차   | 소형   | 준중형  | 중형   | 중대형  | 대형   | SUV  | MPV  | 스포츠카/기타 |
| Base for % | (149) | (8)  | (6)  | (28) | (30) | (7)  | (4)  | (33) | (10) | (2)     |
| DIY 용품 튜닝  | 65.8  | 50.0 | 66.7 | 75.0 | 66.7 | 42.9 | 50.0 | 72.7 | 90.0 | 50.0    |
| 퍼포먼스 부품 튜닝 | 36.2  | 50.0 | 50.0 | 21.4 | 40.0 | 57.1 | 50.0 | 33.3 | 30.0 |         |
| 서스펜션 부품 튜닝 | 24.2  | 12.5 |      | 17.9 | 23.3 | 42.9 | 50.0 | 24.2 | 10.0 | 100.0   |
| 에어로 부품 튜닝  | 22.8  |      | 33.3 | 10.7 | 10.0 | 28.6 | 50.0 | 39.4 |      |         |

● 최근 1년 이내 구입한 경험이 가장 높은 세부 튜닝 부품은 LED/조명(47.0%)이며, 계기판(23.5%), 튜닝게이지(22.1%), 점화플러그(21.5%), 에어필터(20.1%), 브레이크부품(16.1%), 점화케이블(14.8%), 아이라인(13.4%) 순임.

● 성별 특징으로는 남성은 튜닝게이지와 에어필터, 브레이크부품, 스포일러(리어스포일러/글라스윙), 라디에이터 그릴, 속업소바, 스테빌라이저바 등 구입 경험 비중이 상대적으로 높았으며, 여성은 계기판과 아이라인, 방음/방진 등이 높았음.

● 연령별 특징으로는 20대는 계기판과 튜닝게이지, 점화케이블, 아이라인, 스포일러(리어스포일러/글라스윙), 엔진스타트버튼, 라디에이터 그릴, 스프링, 스테빌라이저바, 방음/방진, 완충기 등 구입 경험 비중이 상대적으로 높았음.

- 30대는 LED/조명과 에어필터, 브레이크부품, 스포일러(리어스포일러/글라스윙), 스테빌라이저바, 방음/방진, 전자훈 등 구입 경험 비중이 상대적으로 높았음.

- 40대는 스트럿바 등 구입 경험 비중이 상대적으로 높았음.

- 50대는 점화플러그와 에어필터, 점화케이블, 아이라인 등 구입 경험 비중이 상대적으로 높았음.

[표 III-16] 성별/연령별 구매한 자동차 튜닝[소분류] - 중복응답(단위: %)

|                                          | 전체    | 성별   |      | 연령대  |      |      |      |
|------------------------------------------|-------|------|------|------|------|------|------|
|                                          |       | 남성   | 여성   | 20대  | 30대  | 40대  | 50대  |
| Base for %                               | (149) | (86) | (63) | (36) | (61) | (40) | (12) |
| LED/조명                                   | 47.0  | 50.0 | 42.9 | 50.0 | 57.4 | 40.0 | 8.3  |
| 계기판                                      | 23.5  | 17.4 | 31.7 | 33.3 | 23.0 | 22.5 |      |
| 튜닝게이지                                    | 22.1  | 25.6 | 17.5 | 27.8 | 21.3 | 20.0 | 16.7 |
| 점화플러그                                    | 21.5  | 23.3 | 19.0 | 22.2 | 21.3 | 15.0 | 41.7 |
| 에어필터                                     | 20.1  | 25.6 | 12.7 | 13.9 | 23.0 | 20.0 | 25.0 |
| 브레이크부품                                   | 16.1  | 18.6 | 12.7 | 13.9 | 21.3 | 12.5 | 8.3  |
| 점화케이블                                    | 14.8  | 15.1 | 14.3 | 16.7 | 14.8 | 12.5 | 16.7 |
| 아이라인                                     | 13.4  | 11.6 | 15.9 | 22.2 | 8.2  | 12.5 | 16.7 |
| 스포일러(리어스포일러/글라스윙)                        | 12.8  | 16.3 | 7.9  | 16.7 | 16.4 | 7.5  |      |
| 스트럿바                                     | 12.1  | 12.8 | 11.1 | 11.1 | 9.8  | 20.0 |      |
| 엔진스타트버튼                                  | 12.1  | 12.8 | 11.1 | 19.4 | 8.2  | 12.5 | 8.3  |
| 라디에이터 그릴                                 | 12.1  | 14.0 | 9.5  | 16.7 | 13.1 | 10.0 |      |
| 속업쇼바                                     | 11.4  | 15.1 | 6.3  | 11.1 | 9.8  | 15.0 | 8.3  |
| 스프링                                      | 11.4  | 11.6 | 11.1 | 22.2 | 8.2  | 7.5  | 8.3  |
| 스테빌라이저바                                  | 11.4  | 15.1 | 6.3  | 16.7 | 13.1 | 7.5  |      |
| 방음/방진                                    | 11.4  | 9.3  | 14.3 | 19.4 | 14.8 | 2.5  |      |
| 완충기                                      | 10.7  | 11.6 | 9.5  | 16.7 | 8.2  | 10.0 | 8.3  |
| 전자혼                                      | 10.1  | 10.5 | 9.5  | 8.3  | 13.1 | 7.5  | 8.3  |
| HUD                                      | 9.4   | 12.8 | 4.8  | 11.1 | 11.5 | 7.5  |      |
| 배기부품                                     | 9.4   | 9.3  | 9.5  | 8.3  | 11.5 | 5.0  | 16.7 |
| 리어디퓨저                                    | 9.4   | 10.5 | 7.9  | 13.9 | 8.2  | 7.5  | 8.3  |
| 접지/전압안정<br>부품(인버터/컨버터)                   | 7.4   | 8.1  | 6.3  | 11.1 | 6.6  | 5.0  | 8.3  |
| 에어혼                                      | 7.4   | 9.3  | 4.8  | 8.3  | 8.2  | 7.5  |      |
| 에어댐                                      | 5.4   | 5.8  | 4.8  | 5.6  | 6.6  | 5.0  |      |
| 부싱류                                      | 5.4   | 5.8  | 4.8  | 8.3  | 3.3  | 7.5  |      |
| 인테이크파이프                                  | 5.4   | 4.7  | 6.3  | 11.1 | 4.9  | 2.5  |      |
| 레이싱용품(레이싱<br>헬멧/레이싱<br>슈즈/튜닝핸들/버<br>켓시트) | 2.7   | 2.3  | 3.2  | 2.8  | 3.3  | 2.5  |      |

- 수입차 운전자는 국산차 운전자에 비해 상대적으로 튜닝게이지와 점화플러그, 에어필터, 브레이크부품, 점화케이블, 아이라인, 스포일러(리어스포일러/글라스윙), 스트럿바, 엔진스타트버튼, 라디에이터 그릴, 속업쇼바, 스프링, 스테빌라이저바, 방음/방진, 완충기 등 구입 경험 비율이 높았음.

- 국산 브랜드 특징으로는 현대는 LED/조명과점화플러그, 브레이크부품, 점화케이블, 아

이라인, 스포일러(리어스포일러/글라스윙), 엔진스타트버튼, 라디에이터 그릴, 방음/방진, 완충기, 전자혼 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.

[표 III-17] 브랜드별 구매한 자동차 튜닝[소분류] - 중복응답(단위: %)

|                   | 전체    | 브랜드   |      |      |      |      |      |       |
|-------------------|-------|-------|------|------|------|------|------|-------|
|                   |       | 국산    | 수입   | 현대   | 기아   | 르노삼성 | 쉐보레  | 쌍용자동차 |
| Base for %        | (149) | (128) | (21) | (58) | (42) | (12) | (11) | (5)   |
| LED/조명            | 47.0  | 51.6  | 19.0 | 53.4 | 47.6 | 50.0 | 63.6 | 40.0  |
| 계기판               | 23.5  | 24.2  | 19.0 | 24.1 | 11.9 | 58.3 | 18.2 | 60.0  |
| 튜닝게이지             | 22.1  | 21.1  | 28.6 | 24.1 | 14.3 | 25.0 | 27.3 | 20.0  |
| 점화플러그             | 21.5  | 20.3  | 28.6 | 25.9 | 21.4 | 8.3  |      | 20.0  |
| 에어필터              | 20.1  | 19.5  | 23.8 | 20.7 | 23.8 | 16.7 |      | 20.0  |
| 브레이크부품            | 16.1  | 15.6  | 19.0 | 19.0 | 14.3 |      | 9.1  | 40.0  |
| 점화케이블             | 14.8  | 13.3  | 23.8 | 17.2 | 11.9 | 8.3  |      | 20.0  |
| 아이라인              | 13.4  | 10.9  | 28.6 | 15.5 | 2.4  | 8.3  | 9.1  | 40.0  |
| 스포일러(리어스포일러/글라스윙) | 12.8  | 10.2  | 28.6 | 17.2 | 4.8  |      |      | 20.0  |
| 스트럿바              | 12.1  | 11.7  | 14.3 | 10.3 | 11.9 | 8.3  | 18.2 | 20.0  |
| 엔진스타트버튼           | 12.1  | 10.9  | 19.0 | 13.8 | 7.1  |      | 9.1  | 40.0  |
| 라디에이터 그릴          | 12.1  | 10.9  | 19.0 | 20.7 | 2.4  |      |      | 20.0  |
| 속업쇼바              | 11.4  | 10.2  | 19.0 | 12.1 | 7.1  | 16.7 |      | 20.0  |
| 스프링               | 11.4  | 10.2  | 19.0 | 12.1 | 9.5  |      | 9.1  | 20.0  |
| 스테빌라이저바           | 11.4  | 10.2  | 19.0 | 12.1 | 9.5  | 8.3  |      | 20.0  |
| 방음/방진             | 11.4  | 10.9  | 14.3 | 13.8 | 7.1  | 16.7 |      | 20.0  |
| 완충기               | 10.7  | 10.2  | 14.3 | 12.1 | 9.5  | 8.3  |      | 20.0  |
| 전자혼               | 10.1  | 10.2  | 9.5  | 12.1 | 7.1  | 8.3  | 9.1  | 20.0  |
| HUD               | 9.4   | 8.6   | 14.3 | 10.3 | 7.1  | 8.3  |      | 20.0  |
| 배기부품              | 9.4   | 7.0   | 23.8 | 8.6  | 2.4  | 8.3  | 9.1  | 20.0  |
| 리어디퓨저             | 9.4   | 8.6   | 14.3 | 10.3 | 7.1  |      | 9.1  | 20.0  |
| 접지/전압안정 부품        | 7.4   | 7.0   | 9.5  | 8.6  | 4.8  | 8.3  |      | 20.0  |
| 에어혼               | 7.4   | 7.0   | 9.5  | 8.6  | 7.1  |      |      | 20.0  |
| 에어댐               | 5.4   | 3.9   | 14.3 | 6.9  |      |      |      | 20.0  |
| 부싱류               | 5.4   | 4.7   | 9.5  | 6.9  | 2.4  |      |      | 20.0  |
| 인테이크파이프           | 5.4   | 4.7   | 9.5  | 8.6  |      |      |      | 20.0  |
| 레이싱용품             | 2.7   | 2.3   | 4.8  | 1.7  |      | 8.3  |      | 20.0  |

- 기아는 에어필터 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.

- 르노삼성은 계기판과 튜닝게이지, 속업쇼바, 방음/방진 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 쉼보레는 LED/조명과 튜닝게이지, 스트럿바 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 쌍용은 계기판과 브레이크부품, 점화케이블, 아이라인, 스포일러(리어스포일러/글라스윙), 스트럿바, 엔진스타트버튼, 라디에이터 그릴, 속업쇼바, 스프링, 스테빌라이저바, 방음/방진, 완충기, 전자혼 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.

● 차급별 특징으로는 경차는 튜닝게이지와 에어필터, 속업쇼바, 완충기, 전자혼 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.

- 소형은 튜닝게이지와 점화플러그, 점화케이블, 아이라인, 스포일러(리어스포일러/글라스윙), 엔진스타트버튼, 라디에이터 그릴, 전자혼 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 준중형은 LED/조명과 계기판, 스트럿바 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 중형은 점화플러그와에어필터, 점화케이블, 스트럿바, 속업쇼바, 방음/방진, 완충기 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 중대형은 에어필터와 브레이크부품, 스포일러(리어스포일러/글라스윙), 라디에이터 그릴, 스프링, 스테빌라이저바, 완충기 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 대형은 계기판과 튜닝게이지, 점화플러그, 에어필터, 브레이크부품, 점화케이블, 아이라인, 스포일러(리어스포일러/글라스윙), 스트럿바, 엔진스타트버튼, 라디에이터 그릴, 속업쇼바, 스프링, 스테빌라이저바, 방음/방진, 완충기, 전자혼 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- SUV는 LED/조명과 계기판, 점화플러그, 에어필터, 브레이크부품, 아이라인, 스포일러(리어스포일러/글라스윙), 스트럿바, 엔진스타트버튼, 라디에이터 그릴, 속업쇼바, 스테빌라이저바, 완충기, 전자혼 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- MPV는 LED/조명 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.
- 스포츠카/기타는 계기판과 스프링, 스테빌라이저바, 방음/방진, 완충기 등 구입 경험 비율이 상대적으로 높았음.

[표 III-18] 차급별 구매한 자동차 튜닝[소분류] - 중복응답(단위: %)

|                    | 전체    | 차급   |      |      |      |      |      |      |      |         |
|--------------------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------|
|                    |       | 경차   | 소형   | 준중형  | 중형   | 중대형  | 대형   | SUV  | MPV  | 스포츠카/기타 |
| Base for %         | (149) | (8)  | (6)  | (28) | (30) | (7)  | (4)  | (33) | (10) | (2)     |
| LED/조명             | 47.0  | 37.5 | 50.0 | 53.6 | 43.3 | 28.6 | 50.0 | 63.6 | 60.0 | 50.0    |
| 계기판                | 23.5  |      | 16.7 | 28.6 | 23.3 |      | 50.0 | 30.3 | 20.0 | 50.0    |
| 튜닝게이지              | 22.1  | 25.0 | 33.3 | 21.4 | 16.7 | 14.3 | 50.0 | 24.2 | 10.0 |         |
| 점화플러그              | 21.5  | 12.5 | 33.3 | 10.7 | 26.7 | 14.3 | 25.0 | 24.2 | 20.0 |         |
| 에어필터               | 20.1  | 25.0 |      | 7.1  | 23.3 | 42.9 | 25.0 | 30.3 |      |         |
| 브레이크부품             | 16.1  |      | 16.7 | 14.3 | 10.0 | 42.9 | 50.0 | 18.2 | 10.0 |         |
| 점화케이블              | 14.8  |      | 33.3 | 7.1  | 16.7 | 14.3 | 50.0 | 12.1 | 10.0 |         |
| 아이라인               | 13.4  |      | 16.7 | 7.1  | 3.3  | 14.3 | 25.0 | 24.2 |      |         |
| 스포일러(리어스포일러/글라스윙)  | 12.8  |      | 16.7 | 3.6  | 3.3  | 14.3 | 50.0 | 21.2 |      |         |
| 스트럿바               | 12.1  |      |      | 14.3 | 13.3 |      | 25.0 | 15.2 | 10.0 |         |
| 엔진스타트버튼            | 12.1  |      | 16.7 | 7.1  | 10.0 |      | 25.0 | 18.2 | 10.0 |         |
| 라디에이터그릴            | 12.1  |      | 16.7 | 3.6  | 6.7  | 14.3 | 50.0 | 21.2 |      |         |
| 속업쇼바               | 11.4  | 12.5 |      | 7.1  | 13.3 |      | 25.0 | 15.2 |      |         |
| 스프링                | 11.4  |      |      | 7.1  | 6.7  | 42.9 | 50.0 | 9.1  |      | 50.0    |
| 스테빌라이저바            | 11.4  |      |      | 7.1  |      | 42.9 | 25.0 | 15.2 | 10.0 | 50.0    |
| 방음/방진              | 11.4  |      |      | 10.7 | 16.7 |      | 50.0 | 6.1  | 10.0 | 50.0    |
| 완충기                | 10.7  | 12.5 |      | 3.6  | 13.3 | 14.3 | 25.0 | 12.1 |      | 50.0    |
| 전자혼                | 10.1  | 12.5 | 16.7 | 10.7 | 6.7  |      | 25.0 | 12.1 | 10.0 |         |
| HUD                | 9.4   |      |      | 3.6  | 6.7  |      | 25.0 | 21.2 |      |         |
| 배기부품               | 9.4   | 12.5 |      | 10.7 |      |      | 25.0 | 12.1 |      |         |
| 리어디퓨저              | 9.4   |      | 16.7 | 7.1  | 6.7  | 14.3 | 25.0 | 12.1 |      |         |
| 접지/전압안정부품(인버터/컨버터) | 7.4   |      |      | 7.1  | 10.0 |      | 25.0 | 9.1  |      |         |
| 에어혼                | 7.4   |      |      | 3.6  | 10.0 |      | 25.0 | 9.1  | 10.0 |         |
| 에어댐                | 5.4   |      |      | 7.1  |      |      | 25.0 | 6.1  |      |         |
| 부싱류                | 5.4   |      |      | 3.6  |      |      | 25.0 | 12.1 |      |         |
| 인테이크파이프            | 5.4   |      |      | 3.6  |      | 14.3 | 50.0 | 6.1  |      |         |
| 레이싱용품              | 2.7   |      |      | 3.6  | 3.3  |      | 25.0 |      |      |         |

## 2) 튜닝 용품 구입처

- 최근 1년 이내 구입한 튜닝 용품 구입처 중 가장 높은 비율을 보이는 곳은 전문튜닝샵으로 54.7%를 나타냈으며, 자동차 용품점(20.6%), 자동차 정비소(18.9%), DIY(7.0%), 썬팅샵(6.6%) 순임.
- 성별 특징으로는 여성은 자동차 용품점과 자동차 정비소, DIY(소비자가 직접) 구입 비율이 남성보다 상대적으로 높게 나타남.
- 연령대 특징으로는 20대는 자동차 정비소 구입 비율이 상대적으로 높았음.
  - 30대는 자동차 용품점과 썬팅샵, DIY(소비자가 직접) 구입 비율이 상대적으로 높았음.
  - 40대는 자동차 정비소 구입 비율이 상대적으로 높았음.
  - 50대는 자동차 용품점과 자동차 정비소 구입 비율이 상대적으로 높았음.

[표Ⅲ-19] 성별/연령별 튜닝 용품 구입처 - 중복응답(단위: %)

|              | 전체    | 성별    |       | 연령대   |       |       |      |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
|              |       | 남성    | 여성    | 20대   | 30대   | 40대   | 50대  |
| Base for %   | (530) | (331) | (199) | (158) | (225) | (122) | (25) |
| 전문튜닝샵        | 54.7  | 58.3  | 48.7  | 70.3  | 51.6  | 45.1  | 32.0 |
| 자동차 용품점      | 20.6  | 18.4  | 24.1  | 15.2  | 27.6  | 12.3  | 32.0 |
| 자동차 정비소      | 18.9  | 20.5  | 16.1  | 15.2  | 9.3   | 36.1  | 44.0 |
| 썬팅샵          | 6.6   | 6.6   | 6.5   | 4.4   | 9.8   | 4.9   |      |
| DIY(소비자가 직접) | 7.0   | 4.8   | 10.6  | 3.2   | 10.2  | 7.4   |      |
| 기타           | .6    | .3    | 1.0   |       | 1.3   |       |      |

- 국산차 운전자는 수입차 운전자에 비해 상대적으로 DIY(소비자가 직접) 구입 비율이 높았으며, 수입차는 전문튜닝샵과 썬팅샵이 높았음.
- 국산 브랜드 특징으로는 현대는 DIY(소비자가 직접), 기아는 자동차 정비소 구입 비율이 상대적으로 높음.
  - 르노삼성엔 전문튜닝샵과 자동차 용품점, 쉼보레는 DIY(소비자가 직접) 구입 비율이 상대적으로 높음.
  - 쌍용은 자동차 용품점과 썬팅샵 구입 비율이 상대적으로 높음.

[표 III-20] 브랜드별 튜닝 용품 구입처 - 중복응답(단위: %)

|              | 전체    | 브랜드   |       |       |       |      |      |       |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|
|              |       | 국산    | 수입    | 현대    | 기아    | 르노삼성 | 쉐보레  | 쌍용자동차 |
| Base for %   | (530) | (430) | (100) | (236) | (107) | (33) | (21) | (33)  |
| 전문튜닝샵        | 54.7  | 50.2  | 74.0  | 56.8  | 39.3  | 60.6 | 47.6 | 30.3  |
| 자동차 용품점      | 20.6  | 21.6  | 16.0  | 16.5  | 22.4  | 24.2 | 19.0 | 54.5  |
| 자동차 정비소      | 18.9  | 19.3  | 17.0  | 19.5  | 29.9  | 9.1  | 9.5  |       |
| 썬팅샵          | 6.6   | 5.6   | 11.0  | 5.1   | 5.6   | 3.0  |      | 15.2  |
| DIY(소비자가 직접) | 7.0   | 8.4   | 1.0   | 9.3   | 7.5   | 3.0  | 23.8 |       |
| 기타           | .6    | .7    |       | .8    | .9    |      |      |       |

● 차급별 특징으로는 경차는 자동차 용품점과 자동차 정비소, 썬팅샵, DIY(소비자가 직접), 소형은 자동차 용품점과 자동차 정비소, DIY(소비자가 직접) 구입 비율이 상대적으로 높음.

- 준중형은 자동차 정비소와 썬팅샵, DIY(소비자가 직접), 중형은 자동차 정비소 구입 비율이 상대적으로 높음.
- 중대형은 전문튜닝샵, 대형은 자동차 용품점과 썬팅샵, DIY(소비자가 직접)구입 비율이 상대적으로 높음.
- SUV는 자동차 정비소, MPV는 DIY(소비자가 직접) 구입 비율이 상대적으로 높음.
- 스포츠카/기타는 전문튜닝샵 구입 비율이 상대적으로 높음.

[표 III-21] 차급별 튜닝 용품 구입처 - 중복응답(단위: %)

|              | 전체    | 차급   |      |      |      |      |      |       |      |         |
|--------------|-------|------|------|------|------|------|------|-------|------|---------|
|              |       | 경차   | 소형   | 준중형  | 중형   | 중대형  | 대형   | SUV   | MPV  | 스포츠카/기타 |
| Base for %   | (530) | (12) | (17) | (77) | (87) | (23) | (37) | (152) | (19) | (6)     |
| 전문튜닝샵        | 54.7  | 25.0 | 41.2 | 51.9 | 52.9 | 78.3 | 18.9 | 53.9  | 42.1 | 83.3    |
| 자동차 용품점      | 20.6  | 33.3 | 23.5 | 16.9 | 16.1 | 13.0 | 51.4 | 21.1  | 21.1 |         |
| 자동차 정비소      | 18.9  | 25.0 | 23.5 | 20.8 | 24.1 | 4.3  |      | 23.0  | 10.5 | 16.7    |
| 썬팅샵          | 6.6   | 8.3  |      | 10.4 | 1.1  |      | 13.5 | 5.3   | 5.3  |         |
| DIY(소비자가 직접) | 7.0   | 8.3  | 11.8 | 11.7 | 6.9  | 4.3  | 16.2 | 4.6   | 21.1 |         |
| 기타           | .6    |      |      | 1.3  | 1.1  |      |      | .7    |      |         |



## Ⅵ. 튜닝산업 및 일자리 전망

### Ⅵ.

#### 1. 튜닝산업 전망

#### 2. 일자리 전망



## Ⅵ. 튜닝산업 및 일자리 전망

### 1. 튜닝산업 전망

◆ 2020년 시장규모 - 약 4조원 전망  
(3.6조원-한국노동연구원, 4.2조원-한국산업마케팅연구소)

● 한국노동연구원의 적극적 시나리오에 따르면, 튜닝산업 총 매출액은 2017년 2.4조원, 2020년 3.6조원 수준으로 2013년 대비 3배 규모로 확대될 전망이다.

[표Ⅳ-1] 2014~2020년 튜닝산업 매출액 전망(단위: 백만원)

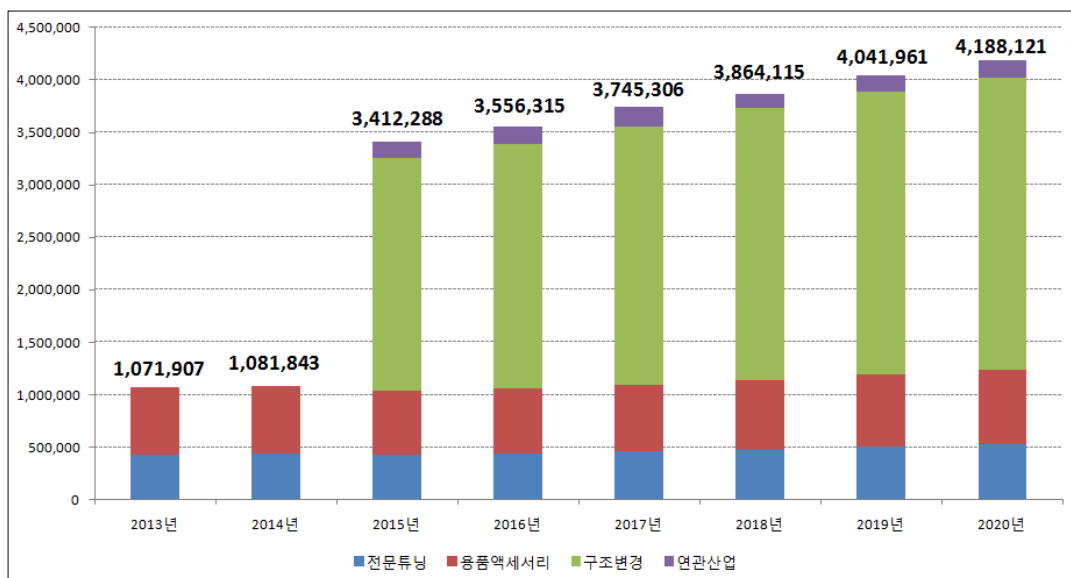
| 〈적극적 시나리오〉                                                                                                                                                                                                            |           |           |           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정부의 튜닝산업 규제완화 및 튜닝문화 활성화에 대한 정책개입의 강도가 적극적인 경우</li> <li>- 전문튜닝 비율이 2013년 1.5%에서 2020년에 5배인 7.5%수준으로 상승</li> <li>- 일반튜닝 비율은 2013년 10.1%에서 2020년 2배 수준인 20% 수준 상승</li> </ul>   |           |           |           |           |
|                                                                                                                                                                                                                       | 2013년     | 2014년     | 2017년     | 2020년     |
| 전문튜닝                                                                                                                                                                                                                  | 157,402   | 252,437   | 575,357   | 961,707   |
| 일반튜닝                                                                                                                                                                                                                  | 1,049,643 | 1,236,229 | 1,865,176 | 2,609,871 |
| 합 계                                                                                                                                                                                                                   | 1,207,045 | 1,488,666 | 2,440,533 | 3,571,578 |
| 〈중립적 시나리오〉                                                                                                                                                                                                            |           |           |           |           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정부의 튜닝산업 규제완화 및 튜닝문화 활성화에 대한 정책개입의 강도가 중립적인 경우</li> <li>- 전문튜닝 비율이 2013년 1.5%에서 2020년에 3배인 4.5%수준으로 상승</li> <li>- 일반튜닝 비율은 2013년 10.1%에서 2020년 1.5배 수준인 15% 수준 상승</li> </ul> |           |           |           |           |
|                                                                                                                                                                                                                       | 2013년     | 2014년     | 2017년     | 2020년     |
| 전문튜닝                                                                                                                                                                                                                  | 157,402   | 207,209   | 375,939   | 577,024   |
| 일반튜닝                                                                                                                                                                                                                  | 1,049,643 | 1,159,518 | 1,526,940 | 1,957,403 |
| 합 계                                                                                                                                                                                                                   | 1,207,045 | 1,366,727 | 1,902,879 | 2,534,427 |

| 〈소극적 시나리오〉                                                                                                                                              |           |           |           |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| - 정부의 튜닝산업 규제완화 및 튜닝문화 활성화에 대한 정책개입의 강도가 소극적인 경우<br>- 전문튜닝 비율이 2013년 1.5%에서 2020년에 2배인 3.0%수준으로 상승<br>- 일반튜닝 비율은 2013년 10.1%에서 2020년 1.2배 수준인 12% 수준 상승 |           |           |           |           |
|                                                                                                                                                         | 2013년     | 2014년     | 2017년     | 2020년     |
| 전문튜닝                                                                                                                                                    | 157,402   | 184,595   | 276,231   | 384,683   |
| 일반튜닝                                                                                                                                                    | 1,049,643 | 1,113,491 | 1,323,998 | 1,565,923 |
| 합 계                                                                                                                                                     | 1,207,045 | 1,298,086 | 1,600,229 | 1,950,605 |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

- 한국산업마케팅연구소에 따르면, 튜닝 산업 정책적 육성에 따라 업계 사업 활성화 및 소비자 인식 변화로 인한 소비 증대 등으로 인해 튜닝산업 시장규모는 2015년 3조 4,123억원에서 연평균 4.18% 성장률을 보이며 2020년 4조 1,881억원(2015년 대비 7,758억원 증가)으로 확대될 것으로 전망됨.

[그림Ⅳ-1] 튜닝산업 시장 규모 전망(단위: 백만원)



주) 2015년부터 자동차관리법 개정 발효에 따라 구조변경 및 연관 산업을 포함함.

자료: 튜닝산업 현황 분석 및 전망, 한국산업마케팅연구소

- 2015년 튜닝산업 시장규모는 3조 4,123억원으로, 구조변경 시장이 2조 2,137억원으로 64.87%를 점유한 것으로 추정되며, 용품 및 액세서리 17.82%(6,082억원), 전문튜닝 12.68%(4,328억원), 연관 산업 4.62%(1,576억원) 순으로 추정됨.

- 2015년 대비 2020년 시장규모 증가량은 구조변경 시장이 5,735억원으로 튜닝산업 내 최대로 전망되며, 용품 및 액세서리 1,036억원 증가, 전문튜닝 911억원 증가, 연관 산업 77억원 증가 순임.
- 2015년 이후 2020년까지 연평균 증가율은 구조변경이 4.72%로 튜닝산업 내 최고로 전망되며, 전문튜닝 3.89%, 용품 및 액세서리 3.19%, 연관 산업 0.96% 순임.
- 튜닝산업 분야별 시장규모 전망을 살펴보면, 전문튜닝은 2015년 4,328억원에서 2020년 5,239억원(2015년 대비 911억원 증가)으로 연평균 3.89% 성장할 것으로 전망됨.
- 용품 및 액세서리 시장은 2015년 6,082억원에서 연평균 3.19% 증가율을 보이며, 2020년 7,117억원(2015년 대비 1,036억원 증가)을 기록할 것으로 전망됨.
- 구조변경 시장은 2015년 2조 2,137억원에서 2020년 2조 7,872억원(2015년 대비 5,735억원 증가)으로 연평균 4.72% 증가할 것으로 전망됨.
- 연관산업은 2015년 이후 약 1,500~2,000억원 규모를 유지할 것으로 전망됨.

[표Ⅳ-2] 튜닝산업 활성화에 따른 시장규모 전망(단위: 백만원)

|             | 2015년            | 2016년            | 2017년            | 2018년            | 2019년            | 2020년            |
|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 전문튜닝        | 432,823          | 442,778          | 457,390          | 477,057          | 502,341          | 523,942          |
| 용품/액세서리     | 608,153          | 617,883          | 633,948          | 656,771          | 686,982          | 711,713          |
| 구조변경        | 2,213,695        | 2,327,037        | 2,469,451        | 2,595,887        | 2,702,838        | 2,787,166        |
| 연관 산업       | 157,617          | 168,617          | 184,517          | 134,400          | 149,800          | 165,300          |
| <b>튜닝산업</b> | <b>3,412,288</b> | <b>3,556,315</b> | <b>3,745,306</b> | <b>3,864,115</b> | <b>4,041,961</b> | <b>4,188,121</b> |

자료: 튜닝산업 현황 분석 및 전망, 한국산업마케팅연구소

## 2. 일자리 전망

- ◆ 2020년 튜닝산업 고용자 수 - 4.1만명 전망  
(2013~2020년까지 2.7만명 신규 고용창출 - 한국노동연구원)
- ◆ 일자리 창출효과 - 약 1만개 기대 (2015년~2020년)  
(직접적 일자리 3,421명, 직·간접적 일자리 9,920명 - 한국산업마케팅연구소)

● 한국노동연구원의 적극적 시나리오에 따르면, 튜닝산업 고용자 수는 2017년 2.8만명, 2020년 4.1만명 수준으로 2013년 기준 2020년까지 2.7만명의 신규 고용을 창출할 것으로 전망함.

[표Ⅳ-3] 2014~2020년 튜닝산업 고용자 수 전망(단위: 명)

| 〈적극적 시나리오〉                                                                                                                                              |        |        |        |        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| - 정부의 튜닝산업 규제완화 및 튜닝문화 활성화에 대한 정책개입의 강도가 적극적인 경우<br>- 전문튜닝 비율이 2013년 1.5%에서 2020년에 5배인 7.5%수준으로 상승<br>- 일반튜닝 비율은 2013년 10.1%에서 2020년 2배 수준인 20% 수준 상승   |        |        |        |        |
|                                                                                                                                                         | 2013년  | 2014년  | 2017년  | 2020년  |
| 전문튜닝                                                                                                                                                    | 1,841  | 2,953  | 6,729  | 11,248 |
| 일반튜닝                                                                                                                                                    | 11,837 | 13,941 | 21,034 | 29,432 |
| 합 계                                                                                                                                                     | 13,678 | 16,894 | 27,763 | 40,680 |
| (고용창출)                                                                                                                                                  | -      | 3,216  | 14,085 | 27,002 |
| 〈중립적 시나리오〉                                                                                                                                              |        |        |        |        |
| - 정부의 튜닝산업 규제완화 및 튜닝문화 활성화에 대한 정책개입의 강도가 중립적인 경우<br>- 전문튜닝 비율이 2013년 1.5%에서 2020년에 3배인 4.5%수준으로 상승<br>- 일반튜닝 비율은 2013년 10.1%에서 2020년 1.5배 수준인 15% 수준 상승 |        |        |        |        |
|                                                                                                                                                         | 2013년  | 2014년  | 2017년  | 2020년  |
| 전문튜닝                                                                                                                                                    | 1,841  | 2,424  | 4,397  | 6,749  |
| 일반튜닝                                                                                                                                                    | 11,837 | 13,076 | 17,220 | 22,074 |
| 합 계                                                                                                                                                     | 13,678 | 15,500 | 21,617 | 28,823 |
| (고용창출)                                                                                                                                                  | -      | 1,822  | 7,939  | 15,145 |

| 〈소극적 시나리오〉                                                                                                                                                                                                            |        |        |        |        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정부의 튜닝산업 규제완화 및 튜닝문화 활성화에 대한 정책개입의 강도가 소극적인 경우</li> <li>- 전문튜닝 비율이 2013년 1.5%에서 2020년에 2배인 3.0%수준으로 상승</li> <li>- 일반튜닝 비율은 2013년 10.1%에서 2020년 1.2배 수준인 12% 수준 상승</li> </ul> |        |        |        |        |
|                                                                                                                                                                                                                       | 2013년  | 2014년  | 2017년  | 2020년  |
| 전문튜닝                                                                                                                                                                                                                  | 1,841  | 2,159  | 3,231  | 4,499  |
| 일반튜닝                                                                                                                                                                                                                  | 11,837 | 12,557 | 14,931 | 17,659 |
| 합 계                                                                                                                                                                                                                   | 13,678 | 14,716 | 18,162 | 22,159 |
| (고용창출)                                                                                                                                                                                                                | -      | 1,038  | 4,484  | 8,481  |

자료: 자동차튜닝 활성화 고용영향평가 연구(한국노동연구원, 2015)

● 한국산업마케팅연구소에 따르면, 튜닝산업 활성화에 따라 2015년부터 2020년까지 6년간 튜닝산업 내 직접적인 일자리 창출 효과는 총 3,421명으로 전망됨.

- 부문별로는 구조변경 분야가 1,189명으로 가장 크며, 전문튜닝 882명, 연관 산업 768명, 용품/액세서리 582명 순임.

[표Ⅳ-4] 튜닝산업 활성화에 따른 직접적인 일자리 창출 효과(단위: 명)

|         | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | 2019년 | 2020년 |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 전문튜닝    | -121  | 110   | 161   | 216   | 278   | 238   |
| 용품/액세서리 | -236  | 77    | 127   | 180   | 239   | 195   |
| 구조변경    | 100   | 215   | 271   | 240   | 203   | 160   |
| 연관 산업   | 587   | 94    | 120   | -244  | 104   | 107   |
| 튜닝산업    | 330   | 496   | 679   | 392   | 824   | 700   |

주) 2013년 품목별 고용계수 적용

자료: 튜닝산업 현황 분석 및 전망, 한국산업마케팅연구소

● 튜닝산업 활성화에 따라 2015년부터 2020년까지 6년간 작·간접적인 일자리 창출 효과는 총 9,920명으로 전망됨.

- 부문별로는 구조변경 분야가 4,824명으로 가장 크며, 전문튜닝 2,066명, 연관 산업 1,570명, 용품/액세서리 1,460명 순임.

[표Ⅳ-5] 튜닝산업 활성화에 따른 직·간접적인 일자리 창출 효과(단위: 명)

|             | 2015년      | 2016년        | 2017년        | 2018년        | 2019년        | 2020년        |
|-------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 전문튜닝        | -284       | 257          | 377          | 507          | 652          | 557          |
| 용품/액세서리     | -591       | 193          | 318          | 452          | 598          | 490          |
| 구조변경        | 407        | 873          | 1,097        | 974          | 824          | 649          |
| 연관 산업       | 1,366      | 191          | 236          | -656         | 215          | 218          |
| <b>튜닝산업</b> | <b>898</b> | <b>1,514</b> | <b>2,028</b> | <b>1,277</b> | <b>2,289</b> | <b>1,914</b> |

주) 2013년 품목별 취업유발계수 적용      자료: 튜닝산업 현황 분석 및 전망, 한국산업마케팅연구소

[표Ⅳ-6] 튜닝 산업 관련 취업계수 및 고용계수(단위: 명/10억원)

|            | 취업계수  |       |       | 고용계수  |       |       |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|            | 2011년 | 2012년 | 2013년 | 2011년 | 2012년 | 2013년 |
| 운송장비       | 1.8   | 1.9   | 2.0   | 1.7   | 1.8   | 1.9   |
| 건설         | 8.2   | 8.8   | 8.0   | 5.9   | 6.3   | 5.9   |
| 도소매서비스     | 14.9  | 14.3  | 13.7  | 8.2   | 7.9   | 7.9   |
| 금융 및 보험서비스 | 5.4   | 5.3   | 5.5   | 5.2   | 5.1   | 5.3   |
| 사업지원서비스    | 25.9  | 25.9  | 26.4  | 24.6  | 24.6  | 25.1  |
| 교육서비스      | 15.5  | 15.5  | 15.1  | 12.3  | 12.3  | 11.7  |
| 문화 및 기타서비스 | 21.5  | 21.1  | 20.3  | 11.3  | 11.4  | 11.0  |
| 합계         | 6.4   | 6.4   | 6.4   | 4.4   | 4.5   | 4.5   |

자료: 한국은행 2011~2013년 산업연관표(연장표)

[표Ⅳ-7] 튜닝 산업 관련 취업유발계수(단위: 명/10억원)

|            | 2011년 | 2012년 | 2013년 |
|------------|-------|-------|-------|
| 운송장비       | 7.6   | 7.6   | 7.7   |
| 건설         | 14.2  | 14.6  | 13.8  |
| 도소매서비스     | 21.1  | 20.4  | 19.8  |
| 금융 및 보험서비스 | 11.1  | 11.2  | 11.8  |
| 사업지원서비스    | 30.2  | 30.2  | 30.7  |
| 교육서비스      | 18.8  | 18.8  | 18.2  |
| 문화 및 기타서비스 | 27.2  | 26.7  | 25.8  |
| 합계         | 13.4  | 13.2  | 13.1  |

자료: 한국은행 2011~2013년 산업연관표(연장표)



## V. 튜닝산업 활성화 방안

### 1. 튜닝제도 개선

- 1) 튜닝 인증제도 확대
- 2) 튜닝승인 및 규제 완화
- 3) 튜닝업종 관리체계 개선
- 4) 튜닝 전문 인력 양성

### 2. 튜닝산업 생태계 구축

- 1) 완성차 업계 참여 확대
- 2) 소비자 보호대책 마련
- 3) 서비스 복합단지 지정 및  
지역별 거점도시 확보
- 4) 문화산업 육성방안 마련

### 3. 튜닝 R&D 활성화

- 1) 특장차 튜닝모델 연구
- 2) 중소 부품업체 지원방안 연구
- 3) ICT 기반 튜닝시스템 연구
- 4) 고성능 튜닝자동차 개발 연구

### 4. 대국민 홍보 활성화

- 1) 고용창출 시스템 구축
- 2) 튜닝카 경진대회 활성화
- 3) 한국자동차튜닝협회 활성화 지원
- 4) 대국민 홍보확대



## V. 튜닝산업 활성화 방안

### 1. 튜닝제도 개선

- ◆ 자동차관리법 및 하위법령 개정을 통한 지속적인 제도개선 및 규제완화 실시
  - 튜닝 인증제도 확대
  - 튜닝 승인 및 규제 완화
  - 튜닝 업종 관리 체계 개선
  - 튜닝 전문 인력 양성

#### 1) 튜닝 인증제도 확대

- 소비자 안전과 환경을 고려하고, 튜닝 활성화를 위해 인증제도 도입이 필요함.
- 2015년 1월 8일 자동차관리법 개정을 통해 “튜닝부품 인증제도”가 도입됐으며, 튜닝 시스템, 빌드업 튜닝으로 확대하기 위한 별도의 인증제도 도입이 필요함.

[표 V-1] 튜닝 인증제도 확대 방안

|                                                            |
|------------------------------------------------------------|
| <b>① 튜닝 시스템, 빌드업 튜닝 등으로 튜닝부품 및 시스템으로 인증제도 확대</b>           |
| - 튜닝 시스템 : 제동장치, 버킷시트, 엔진 튜닝 등 부품의 조합을 통한 튜닝               |
| - 빌드업 튜닝(제작단계별 인증) : 특장차, 캠핑카 튜닝                           |
| <b>② 전기·전자적 튜닝부품 및 시스템 인증 항목 확대</b>                        |
| <b>③ 수제 스포츠카, 올드카 리워 등 소량생산자동차 인증제도 도입</b>                 |
| - 운전자의 개성을 포함한 다양한 튜닝카 주행이 가능토록 추진                         |
| <b>④ 고도의 튜닝 경력 및 전문교육 과정 수료자를 대상으로 튜닝 명장(明匠)제도 도입</b>      |
| - 전문인력 양성방안으로 선정된 튜닝 명장에게 스스로 인증할 수 있는 권한 부여               |
| <b>⑤ 자동차부품 등 통합 인증제도 추진</b>                                |
| - 혼재된 부품자기인증, 튜닝부품 인증제, 대체부품 인증제, 재활용·재제조 인증제 등 통합 인증방안 마련 |

## 2) 튜닝승인 및 규제 완화

- 자동차 튜닝 승인과 관련된 자동차관리법 제34조(자동차의 튜닝) 이하 승인절차 개선 및 규제 완화를 추진해야함.
  - 2014년 1월 7일 자동차관리법 개정(자동차의 구조·장치의 변경 ⇒ 자동차의 튜닝)
- 자동차 구조·장치 변경에 관한 규정 및 자동차 튜닝 세부 업무규정 명확화 및 승인 항목 간소화가 필요함.

[표 V-2] 튜닝승인 및 규제 완화 방안

|                                                    |
|----------------------------------------------------|
| ① 자동차관리법에 따라 인증(튜닝부품 인증제 포함)된 경우, 튜닝승인 제외 항목 확대    |
| - 등화장치(전조등 제외)외 항목으로 확대(소음기, 타이어 등)                |
| ② 자동차 튜닝 세부 업무규정 간소화 및 명확화 추진                      |
| - 운전자의 개성을 포함한 다양한 튜닝카 주행이 가능토록 추진                 |
| ③ 경찰청, 지차체 등과 협의하여 단속규정 명확화 추진                     |
| ④ 자동차관리법에 따라 인증된 경우, 튜닝 승인 제외로 대폭적 규제 완화           |
| ⑤ 자동차 튜닝 세부 업무규정 간소화 및 완화 추진                       |
| - 자동차의 구조(2종) 차체 길이·너비 및 높이, 차량총중량, 제원허용오차 허용범위 확대 |
| - 자동차의 장치(12종) ⇒ 9종으로 완화                           |
| ⑥ 경찰청, 지차체 등과 협의하여 단속규정 명확화 및 간소화 추진               |

## 3) 튜닝업종 관리체계 개선

- 현행 자동차관리법상 튜닝은 자동차정비업의 종류, 작업범위, 설비기준을 적용받고 있어 소규모 창업이 가능토록 튜닝업종 관리체계 개선이 필요함.
  - 자동차관리법 제53조(자동차관리사업의 등록 등) 및 하위법령 개정이 필요함.
- 기획재정부와 통계청은 한국표준산업분류(KSIC) 체계를 개정하기로 하고, 자동차 튜닝업을 산업분류표에 신설하기로 함.

- 업계 의견을 수렴하여 2016년 3월까지 제10차 표준산업분류 잠정안, 하반기 최종안을 마련해 2016년 7월부터 개정안을 시행할 방침임.

● 튜닝업종에 적합한 자격 및 등록 요건 제도화가 필요함.

[표 V-3] 튜닝업종 관리체계 개선 방안

|                                          |
|------------------------------------------|
| <b>① 자동차관리법내 튜닝업종 신설 및 명확화</b>           |
| - 빌드업/튠업/드레스업 튜닝으로 구분하여 부대시설 기준 제시       |
| <b>② 소규모 튜닝업종 창업이 가능토록 자동차관리법내 기반 마련</b> |
| <b>③ 튜닝 전문인력 공임 현실화 추진</b>               |
| - 기술력을 고려한 표준 공임 정상화 필요                  |

#### 4) 튜닝 전문 인력 양성

● 자동차 튜닝은 대량 생산된 자동차를 소비자의 취향에 따라 디자인이나 성능을 향상시키는 제작방식으로 고도의 전문성이 필요함.

- 자동차 튜닝(Modification & Tuning) : 자동차의 공학적 지식을 바탕으로 소비자가 원하는 방향으로 구조 및 장치(성능 & 외관 포함)의 성능을 증가 또는 개선하는 행위
- 자동차 정비(Maintenance & Repair) : 자동차의 공학적 지식을 바탕으로 수리하거나 부품의 교환 및 조정을 하는 행위

● 자동차에 미치는 전반적인 관점과 기술적 능력을 바탕으로 안전과 환경에 적합하게 자동차를 튜닝 할 수 있는 전문적인 지식 및 기술을 가진 전문가 육성이 필요함.

[표 V-4] 튜닝 전문 인력 양성 방안

|                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>① 튜닝 전문인력 양성 전문기관 지정</b>                                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝 자격증제 도입, NCS 개발 및 적용, 기존 정비업 종사자 재교육 프로그램 개발 추진</li> <li>- 튜닝전문인력 중개 시스템 준비</li> </ul>       |
| <b>② 튜닝전문인력 양성 추진</b>                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝에 전문화된 대학, 전문대학, 고등학교 선정 및 지원</li> </ul>                                                      |
| <b>③ 튜닝 전문인력 양성 전문기관 활성화</b>                                                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝 자격증제 활성화, NCS 적용, 기존 정비업 종사자 재교육 프로그램 활성화, 튜닝 명장제도 도입</li> <li>- 튜닝전문인력 중개 시스템 운영</li> </ul> |
| <b>④ 튜닝전문인력 양성 및 온라인 교육 프로그램 확대 개편</b>                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝에 전문화된 대학, 전문대학, 고등학교 선정 및 지원 지속</li> <li>- 튜닝전문기술 온라인 교육 프로그램 개설 및 스마트 교육환경 조성</li> </ul>    |
| <b>⑤ 국외 튜닝전문 교육기관과 업무 협약 추진</b>                                                                                                          |
| <b>⑥ 튜닝 전문인력 양성 전문기관 활성화</b>                                                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝 자격증 소지자 및 명장의 기술력에 따른 튜닝 인증제도 운영</li> </ul>                                                  |
| <b>⑦ 튜닝전문인력 양성 및 온라인 교육 프로그램 확대 개편</b>                                                                                                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝에 전문화된 대학, 전문대학, 고등학교 선정 및 지원 확대</li> <li>- 튜닝전문기술 온라인 교육 프로그램 확대 및 스마트 교육환경 확대</li> </ul>    |
| <b>⑧ 국외 튜닝전문 교육기관과 업무 확대</b>                                                                                                             |

## 2. 튜닝산업 생태계 구축

◆ 자동차 튜닝산업 활성화를 위한 선순환 구조  
(완성차 업계 ↔ 부품업계 ↔ 소비자 보호 ↔ 판매·유통업계)를 만들어  
상생하는 생태계를 구축하고, 문화산업으로 육성

### 1) 완성차 업계 참여 확대

● 선진 해외 자동차업계는 완성차와 부품, 튜닝업계 간 긴밀한 협력관계 유지로 고성능 자동차를 개발하고 있음.

– BMW-M, Benz-AMG, Toyota-TRD, Nissan-NISMO

● 국내 완성차, 부품, 튜닝업계간 협력 및 상생관계를 유지하여 고성능 튜닝자동차 개발 기반 마련해야 함.

[표 V-5] 완성차 업계 참여 확대 방안

|                                    |
|------------------------------------|
| ① 완성차 ↔ 부품 ↔ 튜닝업계 간 협력체 구성         |
| ② 특장차 튜닝모델 공동 연구 수행                |
| – 특장차, 튜닝시스템 연구 추진으로 협력체계 기반 마련    |
| ③ 튜닝부품 명품화 및 공동브랜드, 마케팅 협동화 기반 마련  |
| ④ ICT 기반 연구를 통한 고성능 튜닝자동차 개발 연구 추진 |
| ⑤ 공동브랜드 및 마케팅 추진                   |
| ⑥ 고성능 튜닝시스템 연구를 통한 자동차 개발          |
| ⑦ 고성능 튜닝자동차 출시 지원                  |

## 2) 소비자 보호대책 마련

- 국내 튜닝 시장은 초기단계로 소비자 보호 및 자동차 안전에 대한 보완조치도 미진한 상황으로, 급격한 튜닝규제 완화 시 자동차생활 안전도를 저해할 우려가 있음.
- 소비자 권익과 안전을 위해 보호대책이 필요함.

[표 V-6] 소비자 보호대책 마련 방안

|                                              |
|----------------------------------------------|
| <b>① 튜닝보험개발을 위한 자료조사</b>                     |
| - 튜닝 부품 종류 및 가격, 공임 등에 대한 DB 구축              |
| <b>② 튜닝카에 대한 제작사의 보증거부 관행 제도 개선</b>          |
| - 튜닝인증부품에 한정하여 튜닝이 고장의 직접 원인이었음을 자동차 제작사가 입증 |
| <b>③ 튜닝관련 보험신고 의무화 및 보장범위 확대</b>             |
| - 튜닝 옵션 조항을 자동차 보험 상품에 의무화                   |
| - 튜닝 검사 정보를 차량 보험사와 공유                       |
| <b>④ 불법 튜닝 지속 단속</b>                         |
| - 경찰청, 지자체, 고속도로, 한국도로공사 등 관련 기관과 단체 공조      |

## 3) 서비스 복합단지 지정 및 지역별 거점도시 확보

- 효율적인 튜닝 문화 및 시장 활성화를 위해서는 시범단지를 통한 경험 공유가 필요하며, 소비자 접근성 향상 및 현재 조성된 튜닝 관련 자원을 활용할 수 있는 방안이 요구됨.

[표 V-7] 서비스 복합단지 지정 및 지역별 거점도시 확보 방안

|                                                                |
|----------------------------------------------------------------|
| <b>① 현재 조성된 지역별 튜닝 자원 조사</b>                                   |
| - 튜닝 수요와 부품/서비스 공급 자원 조사 선행                                    |
| <b>② 서비스 복합단지 지정</b>                                           |
| - 구매, 장착, A/S, 보험, 검사, 인증 등이 가능한 복합 서비스를 제공함으로써 소비자 편의성 향상에 주력 |

|                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>③ 지역별 튜닝 거점도시 지정</b>                                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역 특성에 맞춘 개발 계획을 수립</li> <li>- 고양 튜닝클러스터 복합단지, 전남(F1 경기장), 대구(남산동 튜닝골목) 등의 사례를 통해 지역 특성에 맞는 인프라 구축</li> </ul> |
| <b>④ 개발 컨트롤 타워 및 지자체와 긴밀한 협조 채널 구성</b>                                                                                                                 |

#### 4) 문화산업 육성방안 마련

- 문화산업 발전은 새로운 상품 등장과 신규 고용 유발효과, 문화소비 시장을 창출하기 때문에 튜닝 문화 육성 방안이 요구됨.

[표 V-8] 문화산업 육성 방안

|                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>① 튜닝문화산업 육성을 위한 전문 인력 확보</b>                                                                                                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝문화상품을 기획, 제작, 배급하는 전문 인력 확보</li> </ul>                                               |
| <b>② 튜닝 문화와 지역 자원을 연계한 모델 개발</b>                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 관광과 연계한 상품 개발로 지역 경제 활성화 및 일자리 창출</li> </ul>                                           |
| <b>③ 국제대회 유치는 물론 국내 자동차 경주대회 지원</b>                                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국제대회 유치 성과를 분석하여 지속적인 수요 창출 방안 모색</li> <li>- 실질적인 국내 자동차 경주대회 지원방안 마련하여 활성화</li> </ul> |
| <b>④ 테마파크 조성</b>                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가족 단위로 튜닝 문화를 향유할 수 있는 테마파크 조성</li> <li>- 오토캠핑장과 연계한 캠핑대회 개최</li> </ul>                |
| <b>⑤ 모터스포츠 문화 육성 자금 마련</b>                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경마, 경륜, 경정 등의 사례를 활용한 저변 확대 모색</li> </ul>                                              |

### 3. 튜닝 R&D 활성화

- ◆ 적극적인 튜닝 R&D 추진을 통해  
국내 완성차 및 중소 튜닝업계의 기술력 향상 및 신기술 개발 추진

#### 1) 특장차 튜닝모델 연구

- 소비자의 다양한 튜닝 욕구 충족과 문화 향유와 함께 업체 기술 이전을 위한 특장차 튜닝 모델 연구 필요.

[표 V-9] 특장차 튜닝모델 연구 방안

|                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>① 특장차 메이커에 기술 개발 지원</b>                                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 특장차 모델 개발에 필요한 자금 지원</li> <li>- 기술특허 및 상품특허 지원</li> </ul>                               |
| <b>② 캠핑카와 푸드트럭 모델 개발 주력</b>                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 특장차 튜닝모델 중 가장 활성화 되어 있는 캠핑카 모델 개발 주력</li> <li>- 중소상인을 위한 공익적 목적의 푸드 트럭 개발 모색</li> </ul> |
| <b>③ 전기차 개조 특장차 튜닝모델 개발</b>                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 향후 시장 확대 가능성이 높으며, 환경친화적 기술인 전기차 개조 모델 개발</li> </ul>                                    |
| <b>④ 퍼스널 모빌리티 모델 연구</b>                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 차세대 이동수단까지 튜닝 개념을 확대하여 시장 활성화 기술 모색</li> </ul>                                          |

## 2) 중소 부품업체 지원방안 연구

● 장기화된 경기침체 상황에서 국가경쟁력 향상을 위해 전략적인 중소기업 육성이 필요함.

- 경기악화 속에서 대기업에 비해 생존기반이 취약한 영세 부품업체 지원방안이 필요함.
- 다품종 소량 생산적인 튜닝부품 개발에 적합한 중소 부품업체 지원이 타당함.

[표 V-10] 중소 부품업체 지원 방안

|                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>① 중소기업 전략적 기술 개발 품목 선정</b>                                                                                                                     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝 시장 및 기술, 기업 보유 기술 및 특허 평가를 통해 전략적 기술 개발 품목 선정</li> <li>- 튜닝 연구 개발 로드맵 수립을 통한 지속적이고 체계적인 지원</li> </ul> |
| <b>② 업체 규모에 따른 차별화 지원 방안</b>                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영세업체는 인력 및 자금 지원</li> <li>- 우수기술 보유기업은 제품 유통 및 시장 진출 지원</li> </ul>                                       |
| <b>③ 중소기업 지원 정책 및 효과 연구</b>                                                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 글로벌 경제위기 속에서 세계 각국은 다양한 정책들을 제시하고 집행하고 있음</li> <li>- 성공사례를 벤치마킹 할 필요성이 있음</li> </ul>                     |
| <b>④ 창업 촉진 지원</b>                                                                                                                                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업의 신규 고용이 정체된 상황에서, 청년창업 및 실버창업 지원을 통해 중소 부품업체 육성</li> </ul>                                            |

### 3) ICT 기반 튜닝시스템 연구

- ICT(Information and Communications Technologies)는 창조경제의 기반으로 모든 산업과 기업의 인프라로서 기존 상품과 서비스를 고도화하고, 새로운 상품과 서비스를 창조하고 있음.
- 시대적 요구인 빅데이터, 모바일, 웨어러블, 사물인터넷 등과 연계한 튜닝시스템 연구가 필요함.

[표 V-11] ICT 기반 튜닝시스템 연구 방안

|                                         |
|-----------------------------------------|
| <b>① ICT 기술과 연계한 다양한 튜닝 시스템 개발</b>      |
| - 텔레매틱스, 원격진단, 자율주행 등 다양한 ICT 기술과 융합 필요 |
| <b>② DIY와 연계한 튜닝 시스템 연구</b>             |
| - 3D 프린팅 기술 등과 연계한 소비자 DIY 튜닝 활성화       |
| <b>③ ICT 기술을 통한 협업 연구 진행</b>            |
| - 개발 커뮤니티 개방 등을 통해 소비자 참여 및 관심 증대       |

### 4) 고성능 튜닝자동차 개발 연구

- 모터스포츠 확산과 자동차 성능 향상의 기반이 되는 고성능 튜닝자동차 개발이 필요함.

[표 V-12] 고성능 튜닝자동차 개발 방안

|                                                |
|------------------------------------------------|
| <b>① 자동차경주협회 팀 및 동호회의 머신개발 지원</b>              |
| - 퍼포먼스 튜닝을 시험할 수 있는 테스트 장소 및 장비 지원             |
| - 자동차 경주대회 참가비 지원                              |
| <b>② 환경친화적 튜닝 자동차 연구</b>                       |
| - 고연비 엔진 및 고성능 타이어 등 탄소배출문제에 적극 대응할 수 있는 기술 개발 |

## 4. 대국민 홍보 활성화

◆ 민간부문의 자율성을 극대화시키고,  
긍정적인 튜닝에 대한 대국민 홍보 강화 추진

### 1) 고용창출 시스템 구축

- 고용창출 시스템을 구축하여 튜닝에 대한 거부감이 있는 국민들에게 튜닝산업 발전을 통한 일자리 제공 등 긍정적 이미지를 제공할 필요성이 있음.

[표 V-13] 고용창출 시스템 구축 방안

|                                             |
|---------------------------------------------|
| <b>① 시장 모니터링 프로그램 구축 및 운영</b>               |
| – 현실적인 시장 환경을 인지하여 실질적인 업계 지원 및 소비자피해 확산 방지 |
| <b>② 정기적 고용 환경 조사를 통한 지원</b>                |
| – 인력 수급 환경을 파악                              |
| – 인턴 고용 지원                                  |
| – 청년일자리 제공 사업체 세제 혜택                        |
| <b>③ 인력 관리 시스템 구축하여 웹/모바일 서비스</b>           |
| – 튜닝관련 구인/구직 서비스 활성화                        |

### 2) 튜닝카 경진대회 활성화

- 건전한 튜닝문화 정착을 위해 자동차 비포(before)-애프터(after) 마켓 전시회, 세미나 등 학술행사와 연계한 튜닝카 경진대회 활성화가 필요함.

[표 V-14] 튜닝카 경진대회 활성화 방안

|                                                |
|------------------------------------------------|
| <b>① 튜닝자동차 대상 정례행사 개최(튜닝카 경진대회)</b>            |
| – 매년 동일한 시기로 개최하고, 대회격상 및 기업 및 소비자 참여 확대 방안 모색 |

|                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>② 현장 체험 및 이벤트 확대</b>                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자가 직접 체험할 수 있는 다양한 프로그램 개발</li> <li>- 가족 단위 프로그램 활성화</li> </ul> |
| <b>③ 애프터마켓 전시회와 연계하여 효과 극대화</b>                                                                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 모터쇼, 오토서비스 등 관련 산업 전시회와 연계 필요성 검토</li> </ul>                      |
| <b>④ 해외 선진 튜닝 문화 이해를 위한 국제 세미나 개최</b>                                                                      |

### 3) 한국자동차튜닝협회 활성화 지원

- 튜닝 업계 역량 집결 및 대정부 일원화 채널 구축을 위해 한국자동차튜닝협회 활성화 지원이 필요함.

[표 V-15] 한국자동차튜닝협회 활성화 방안

|                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>① 양분되어 있는 협회 통합</b>                                                                                                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝업계 및 학계 역량 집결을 위한 통합이 필요</li> </ul>                                                    |
| <b>② 튜닝 업계 가입 절차 간소화</b>                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가입비 및 절차를 간소화하여 가입 문턱을 낮춰야 함</li> </ul>                                                  |
| <b>③ 튜닝 조사, 개발, 관리 등과 연계한 수익모델 창출 지원</b>                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국가 용역 조사 및 기술개발, 관리 등에 대한 업계 일원화 채널로 활용하여 수익모델 창출 지원</li> </ul>                          |
| <b>④ 튜닝협회 가입에 따른 혜택 제공</b>                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회원사에 대한 기술개발 자금 및 시장개척 지원 등 가입 혜택을 주고, 업계 정보를 제공받음으로써 업계관리를 제도권으로 흡수할 필요성이 있음</li> </ul> |

## 4) 대국민 홍보확대

● 튜닝에 대한 붐 조성을 위한 홍보확대가 필요함.

[표 V-16] 대국민 홍보확대 방안

|                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>① 다양한 홍보 채널 활용</b>                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지속적인 포스터 및 전단 배포</li> <li>- 튜닝 수요가 높은 젊은 층에 대한 홍보 강화를 위해 SNS 등 소셜 미디어 활용 필요</li> </ul> |
| <b>② 문화 콘텐츠 제작 지원</b>                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- 튜닝산업에 대한 다큐멘터리와 업체 소개 프로그램 제작 지원</li> <li>- 케이블 인기 튜닝 자동차 프로 지원</li> </ul>             |