

SNS 언급 내용 분석 등을 통한
장기렌터카 시장 분석

2024 eMFORCE DATA STRATEGY OFFICE

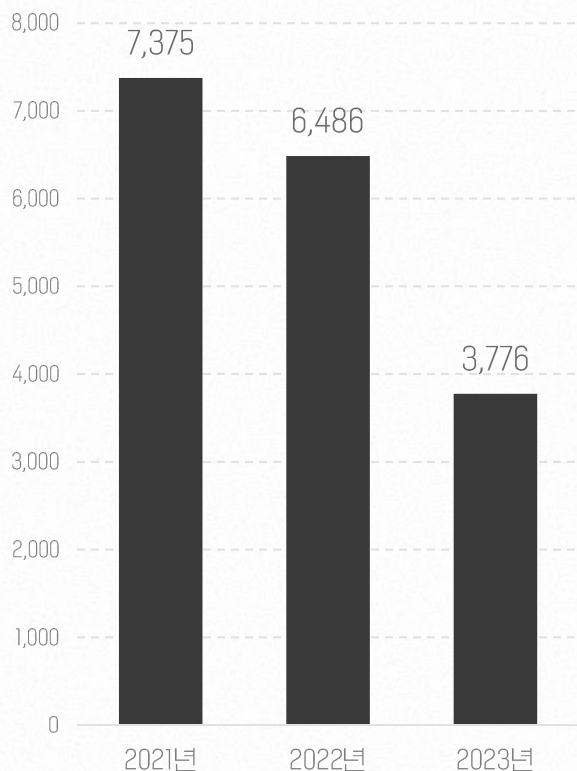


장기렌터카에 대한 SNS 언급 추이

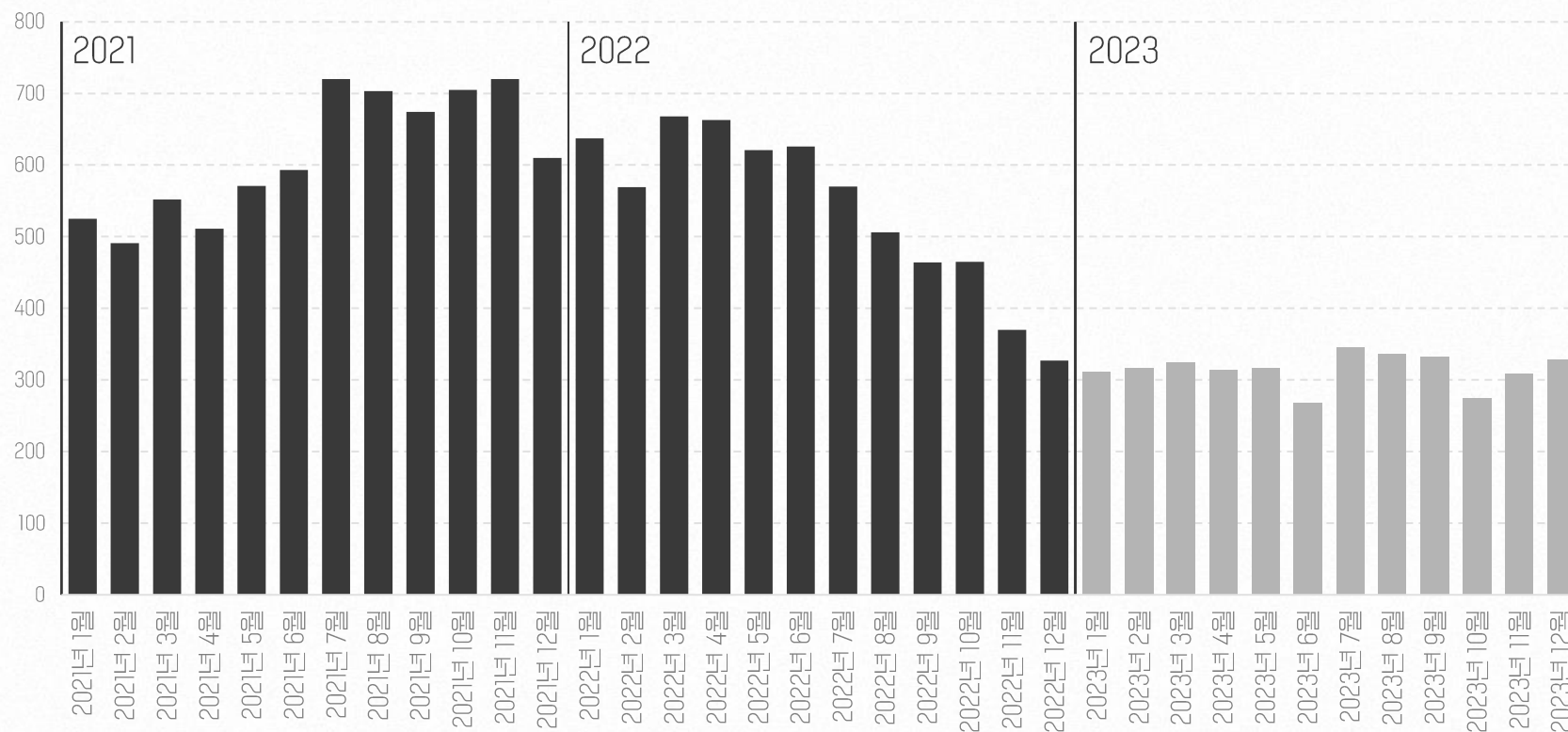
2021년부터 최근 3년 동안의 연간 언급량을 보면 꾸준히 감소

특히 월 단위로 보면, **2022년 4월 경부터 급격히 하락한 뒤 2023년 이후부터는 비교적 일정하게 유지 중**

장기렌터카 SNS 연간 언급 추이



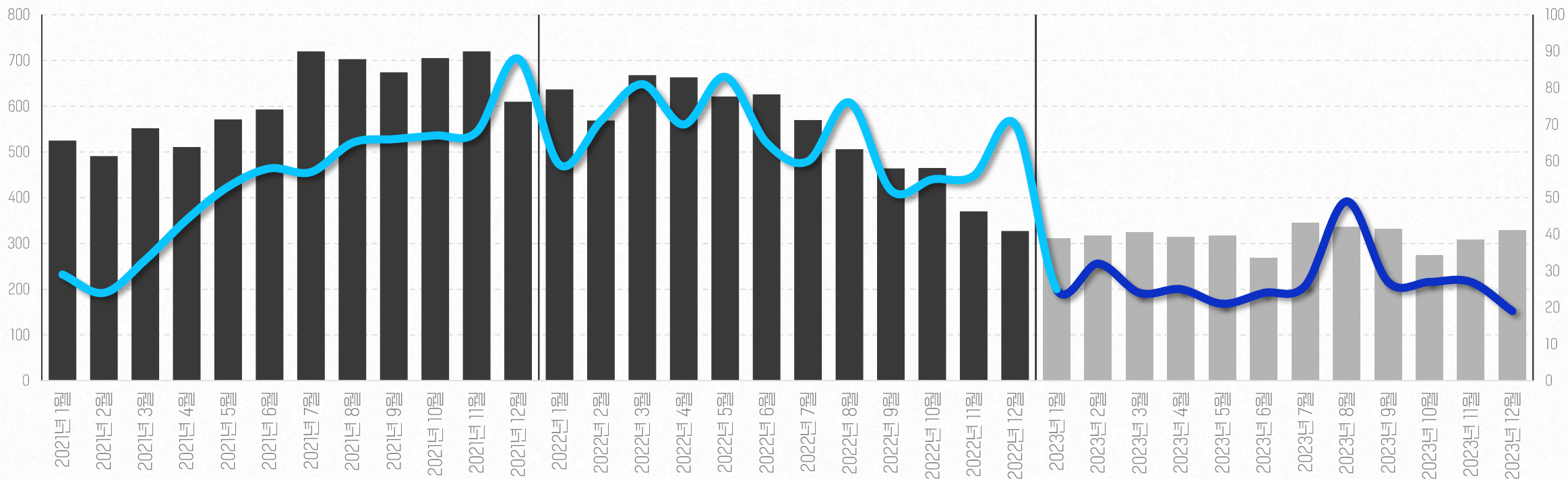
장기렌터카 SNS 월간 언급 추이



코로나19 이후 2021년까지의 장기렌터카 시장의 성장은, 여러 원인이 있겠지만
반도체 이슈로 신차 출고가 지연되면서 **대안을 찾는 개인소비자들의 유입**이 컸을 것으로 예상,
이에 SNS 상에서의 **"출고지연"**에 대한 언급 추이를 비교해 보면, 비교적 일치하는 모양새
따라서 최근 2022년 중반 부터의 수요 하락은, 장기렌터카에 관심을 갖게 된 잠재 수요가
(신차 보급이 원활해지면서) **신차 구입으로 회귀했을 가능성** 존재

장기렌터카 & 자동차 출고지연에 대한 SNS 월간 언급 추이 비교

■ "장기렌터카" ▲ "출고지연"



조금 각도를 달리해서

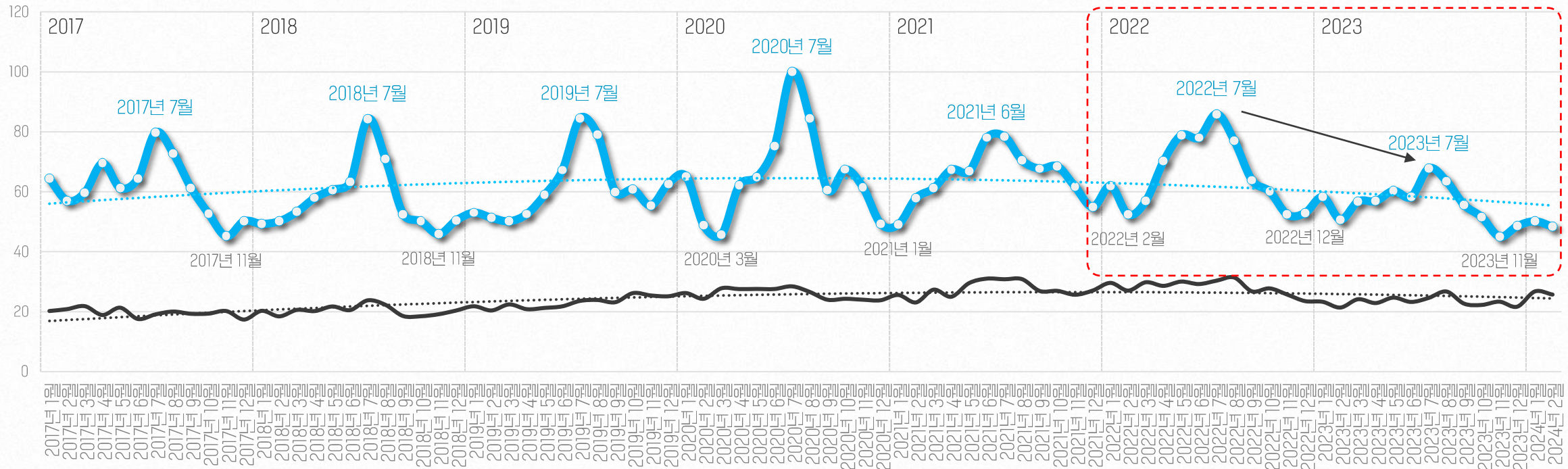
최근 7년 간의 (“단기”로 고려 가능한)렌터카에 대한 검색 추이와
장기렌터카에 대한 검색 추이를 살펴보다라도

2023년 들어 성수기와 저점의 검색량이 **전년 동시기 대비 모두 하락**

[단기]렌트	
최대값	100.00
최소값	45.02
	54.98

2017.01 - 2024.02 [단기]렌터카 Vs. 장기렌터카 검색 추이 비교

— 장기렌트 ● 렌트카 다항식 [장기렌트] 다항식 [렌트카]

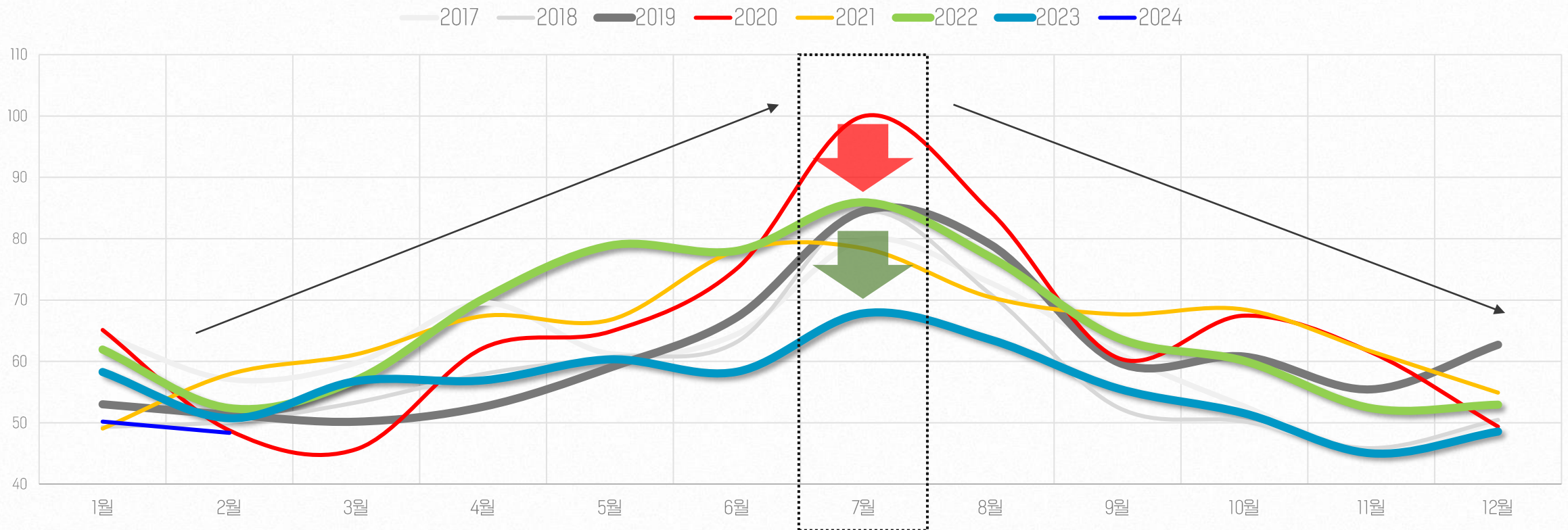


예상 가능하겠지만,
 [단기]렌터카 시장은 **성수기와 비수기가 꽤나 명확한 시장**

그런데 2020년 → 2022년 → 2023년
 계속해서 고점이 하락하고 있는 상황

2020년 → 2022년은, 코로나19 열기가 식으며 국내여행 수요가 빠졌기 때문이라고 할 수 있으나
2022년 → 2023년의 하락은, 코로나19 이전 수준에도 못 미치는 수준

[단기]렌터카 월 단위 검색 추이 비교

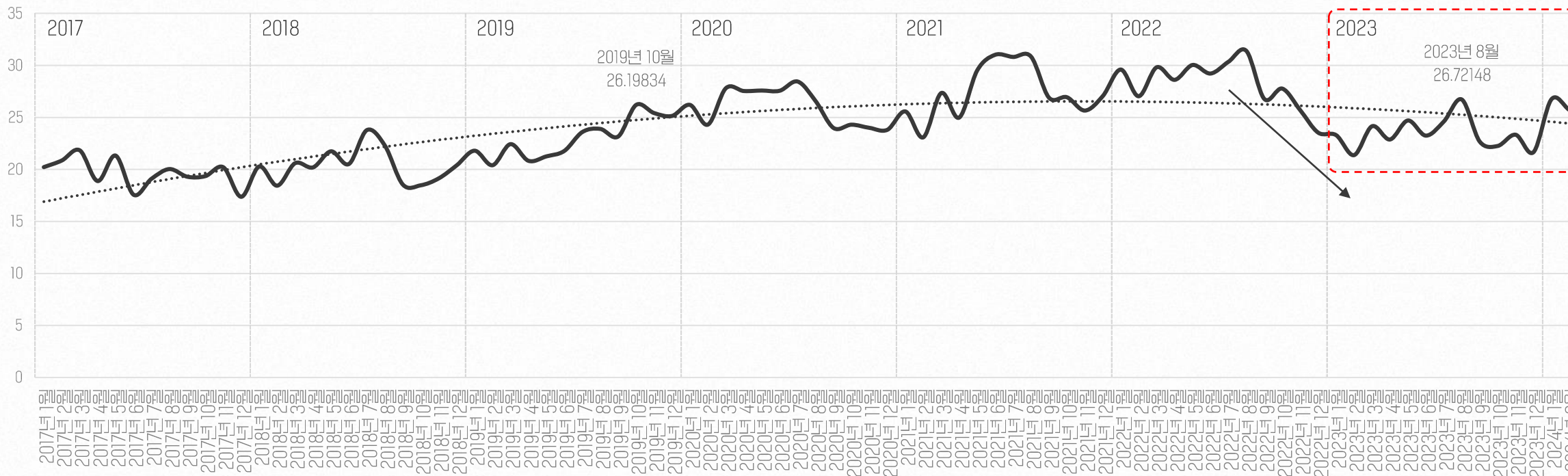


이러한 단기렌터카의 등락 속에서도
장기렌터카에 대한 수요는 (비록 더디더라도) 비교적 최근까지 서서히 증가 중이었으나
 최근 2023년에는 갑자기 하락하여 **코로나19 이전 수준으로 회귀.** (혹은 그보다 낮음)

장기렌터카 검색 추이 비교

— 장기렌트 다항식 (장기렌트)

장기렌트	
최대값	31.39
최소값	17.36
	14.03

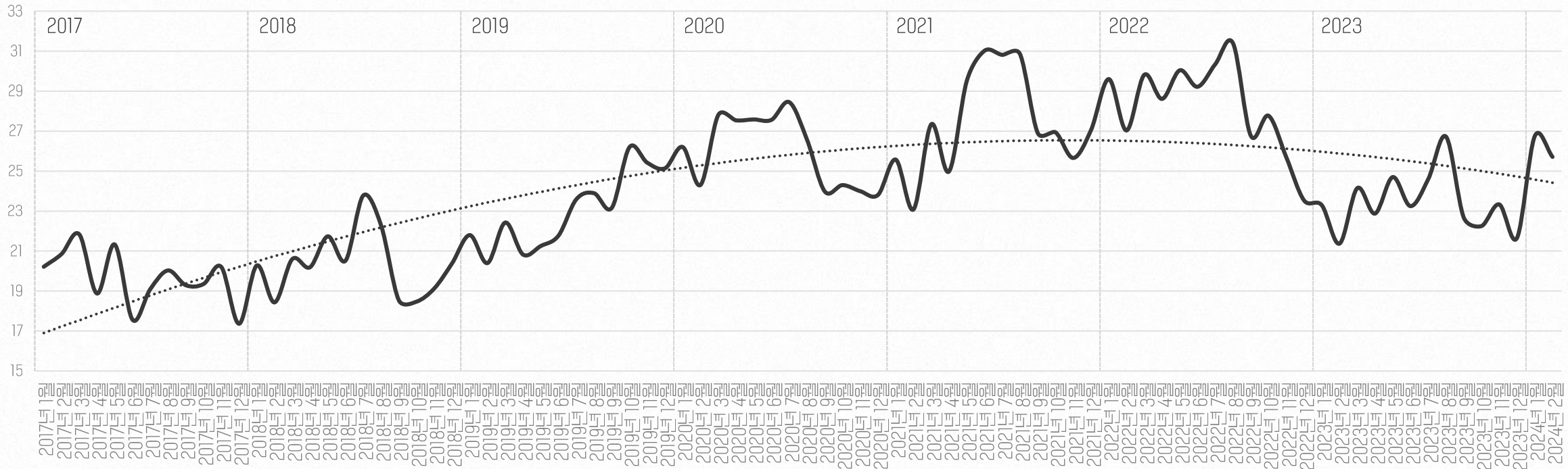


같은 차트의 **Y축을 조절**해서 확인해 보면
추세의 변화가 선명하게 부각

장기렌터카 검색 추이 비교

— 장기렌트 다항식 (장기렌트)

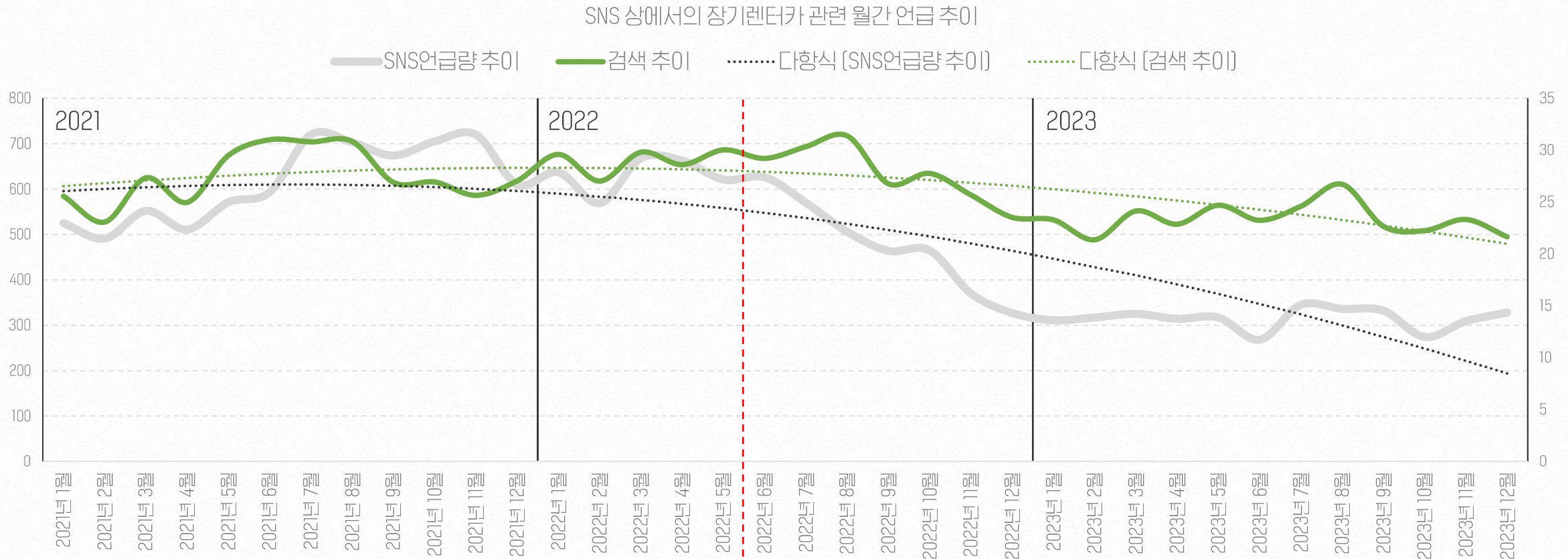
장기렌트	
최대값	31.39
최소값	17.36
	14.03



장기렌터카에 대한 SNS 언급 추이와 검색 추이를 동시기로 비교해 보면

2022년 5월 경부터 SNS 언급량이 급감하는데 비해
검색 추이는 비교적 완만하게 하락하는 경향을 보임

→ SNS 언급량의 급감만 보면 관심의 저하로 판단될 수 있으나
검색 규모가 크게 떨어지지 않는 것을 보면 쉽게 예단할 수는 없는 상황



단기렌터카 시장 대비 장기렌터카 시장은 아직은 초기 성장 시장
법인차량 외에 개인사업자, 혹은 개인 비사업자 시장으로 확장되고 있기 때문
따라서 단순히 SNS 언급 하락, 검색의 둔화로 시장을 예단하기 보다는
그 안에 변화된 내용, 즉 **니즈 자체에 주목**하는 게 현재로서는 적합할 듯

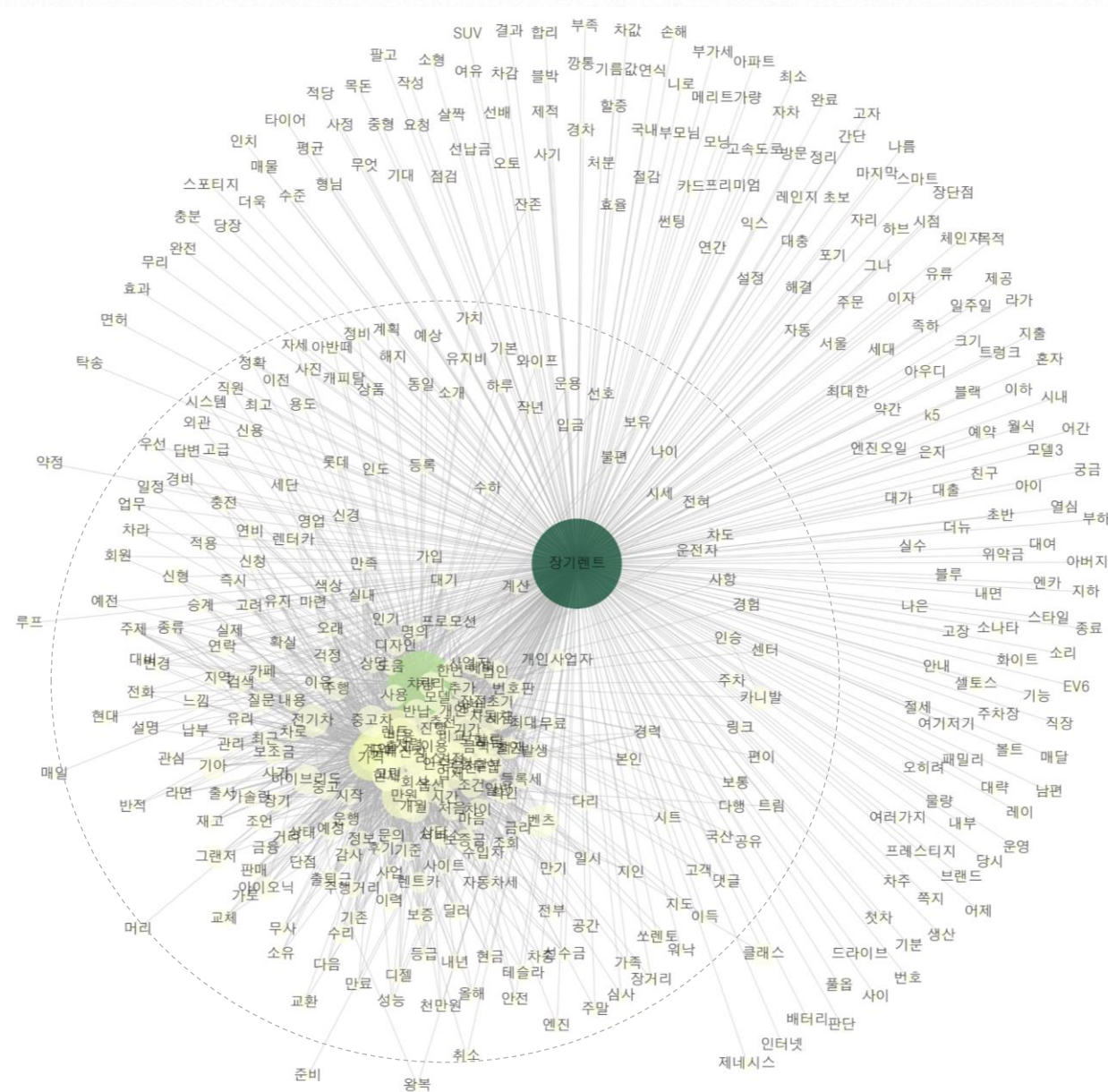
Social Network Analysis

장기렌트를 중심으로 한 키워드 분포 확인 (지도도 0.01)

SNA 분석 시 중심에 군집한 키워드 무리와
 외연에 넓게 퍼진 키워드 낱말들의 분포가
 꽤 적당한 수준으로 위치한 모양

장기렌터카 자체에 대한 궁금증들도 있지만
 세부 차종이나 모델, 그리고 조건 등에 대한
 키워드의 분포가 눈에 띄는 부분

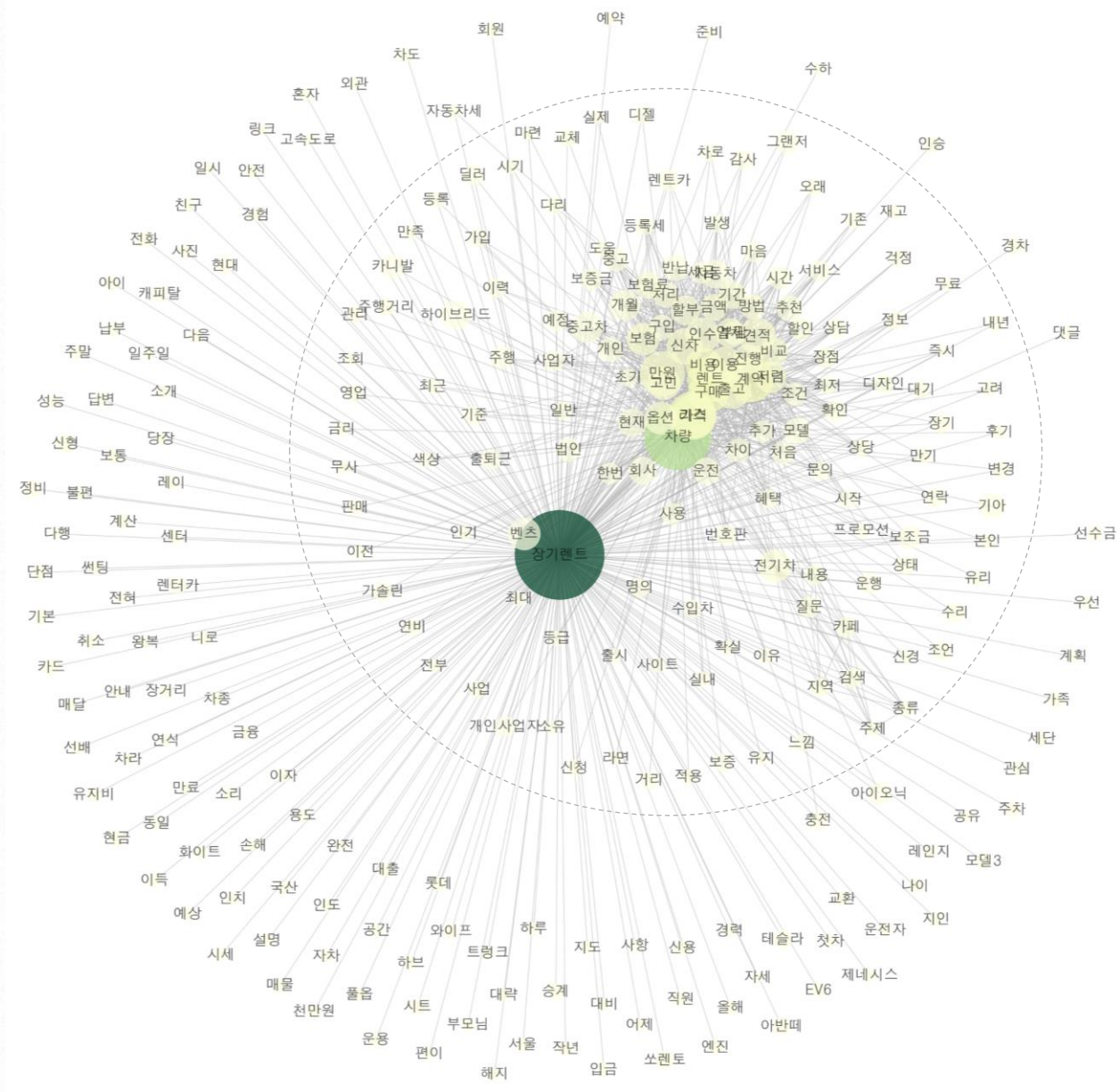
소비자들이 면밀히 검토하고 있다는 것



Social Network Analysis

장기렌트를 중심으로 한 키워드 분포 확인 (지도도 0.015)

키워드의 중요성이나 영향력, 그리고 키워드들의 좀 더 정확한 위치 파악을 위해 지도도를 0.01 → 0.015로 살짝 높여보면 키워드들의 군집이 조금 더 선명하게 드러나고,



Social Network Analysis

장기렌트를 중심으로 한 키워드 분포 확인 (지지도 0.02)

이어서

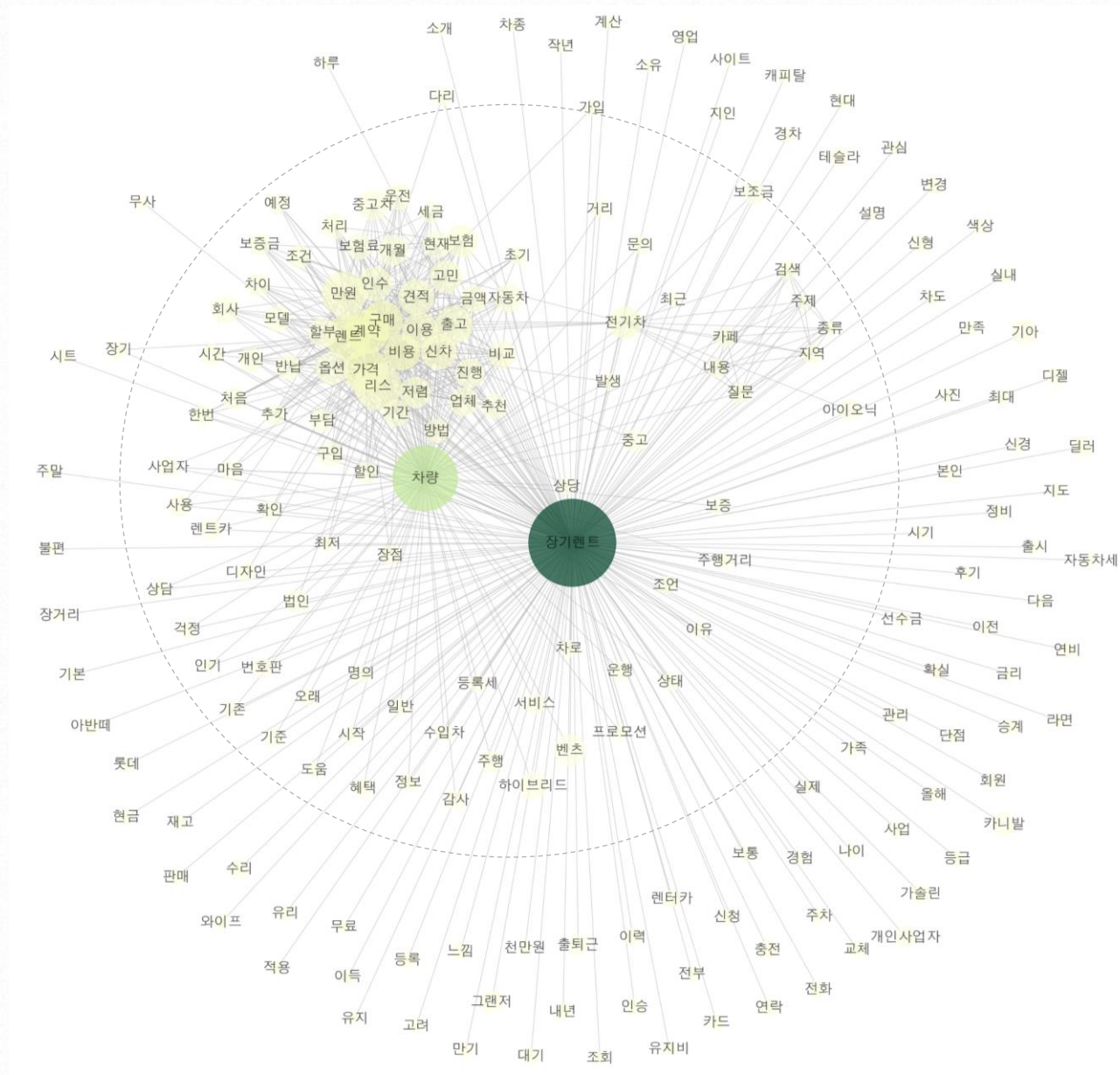
지지도를 0.02까지 조금 더 높여보면

이해 가능한 수준에서의 키워드들이
아주 선명하게 부각되는 것을 볼 수 있는데

이는

기술적으로는, 분석에 용이하도록
데이터가 잘 정제되었다는 것을 의미하며

해석적으로는, 언급된 내용 자체가
비교적 진성의 데이터(Real buzz)로
잘 형성되어 있다는 의미



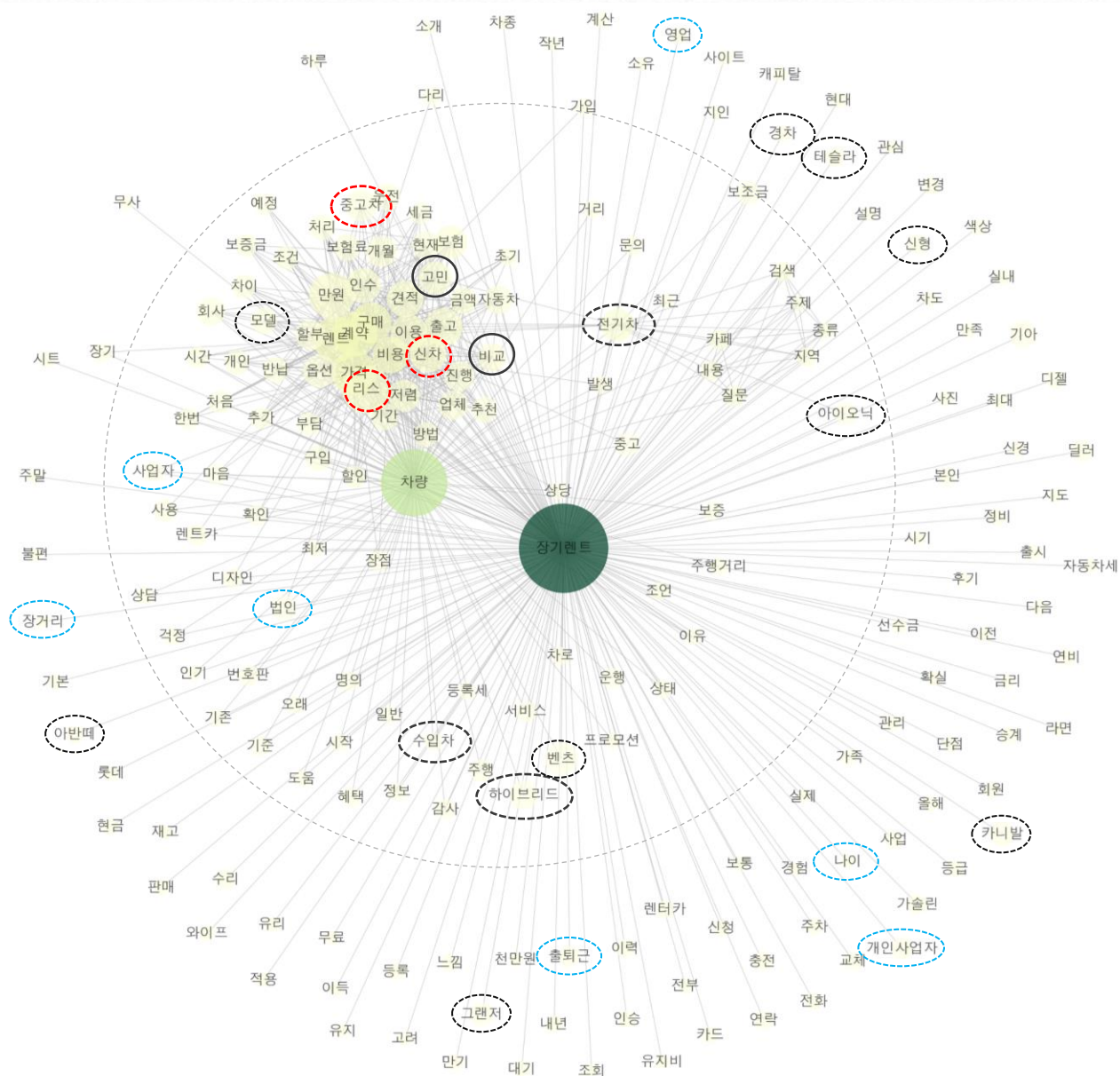
Social Network Analysis

장기렌트를 중심으로 한 키워드 분포 확인 (지지도 0.02)

그래서 이 결과를 토대로
자세하게 해석해 보자면,

- ✓ 장기렌트와 함께
신차 / 리스 / 중고차 등을
주로 함께 비교하는 행태가 부각되며
- ✓ 전기차, 하이브리드, 수입차 등 차종이
주요 관심사로 선명하게 위치
- ✓ 더욱이 장기렌트를 고민하게 된 상황으로서의

사업자 / 법인 / 나이 등의 프로파일과 함께
장거리 / 영업 / 출퇴근 등 활용 목적도
비교적 중요하게 등장

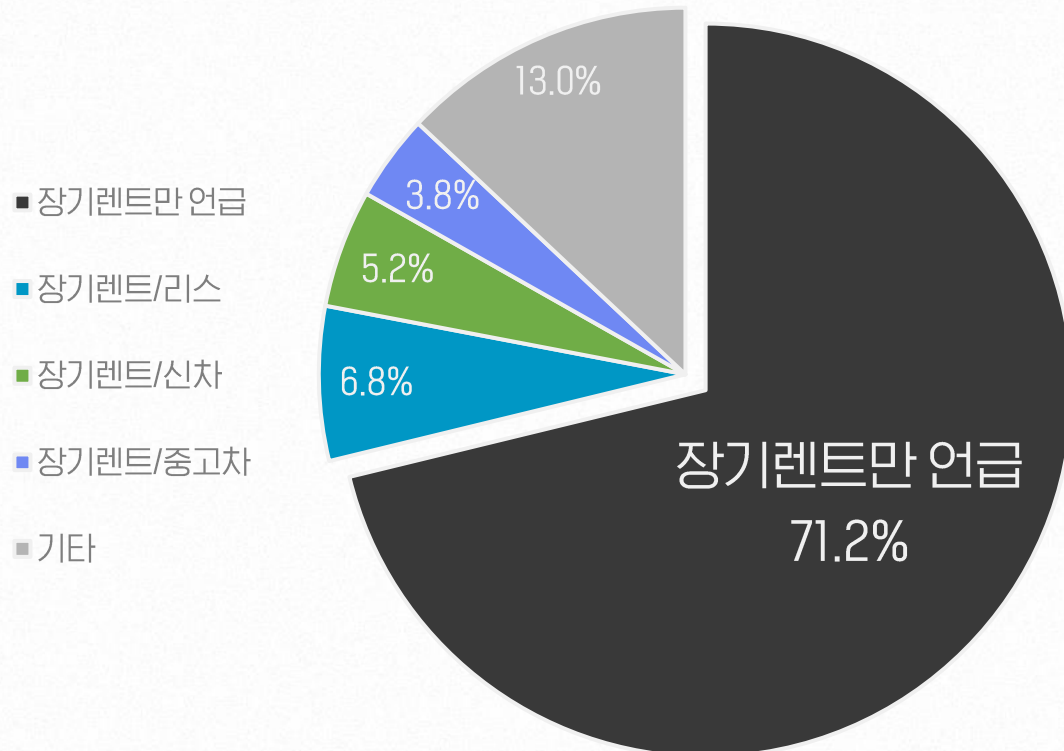


그렇다면, 이제부터는

SNA 분석에서 부각된 주요 요소(Factor)들에 대해
SNS 데이터를 통해 추출한 **소비자의 자발적 언급 내용**을 기반으로
측정 가능한 범위 내에서의 **정량적 수요를 점검**해야 할 것

장기렌터카 언급 내용 중
 리스 / 신차 구입 / 중고차 등과의 비교 고민 없이
 장기렌터카 자체만 언급하는 경우는 71.2%로 압도적

장기렌터카 언급 내용 중 경쟁관계 개요



그런데 본 데이터를
 “장기렌터카에만 올인하고 집중하는 행태!”로 이해하면 안됨!!

왜냐하면, 본 시장은 앞서 언급했듯이
새롭게 부상하는 시장이라 명확히 인식이 형성되어 있다고 보기 어려움..

특히 기존의 **법인** 중심 시장에서 **개인** 시장으로 확장되는 단계라
 SNS 데이터 특성 상 장기렌트 자체에 관심이 집중되어 표현된 것이지,
 실제로는 **신차 구입, 중고차 구입만 고려하던 수요가 넘어오는 중일 것**
 따라서,

“다양하게 고려하는 사람들이 늘고 있다”
 “하지만, 아직은 장기렌트 자체를 궁금해 하는 사람이 많다”
 는 수준으로 이해하고 이후 귀추를 주목해야 할 것으로 판단

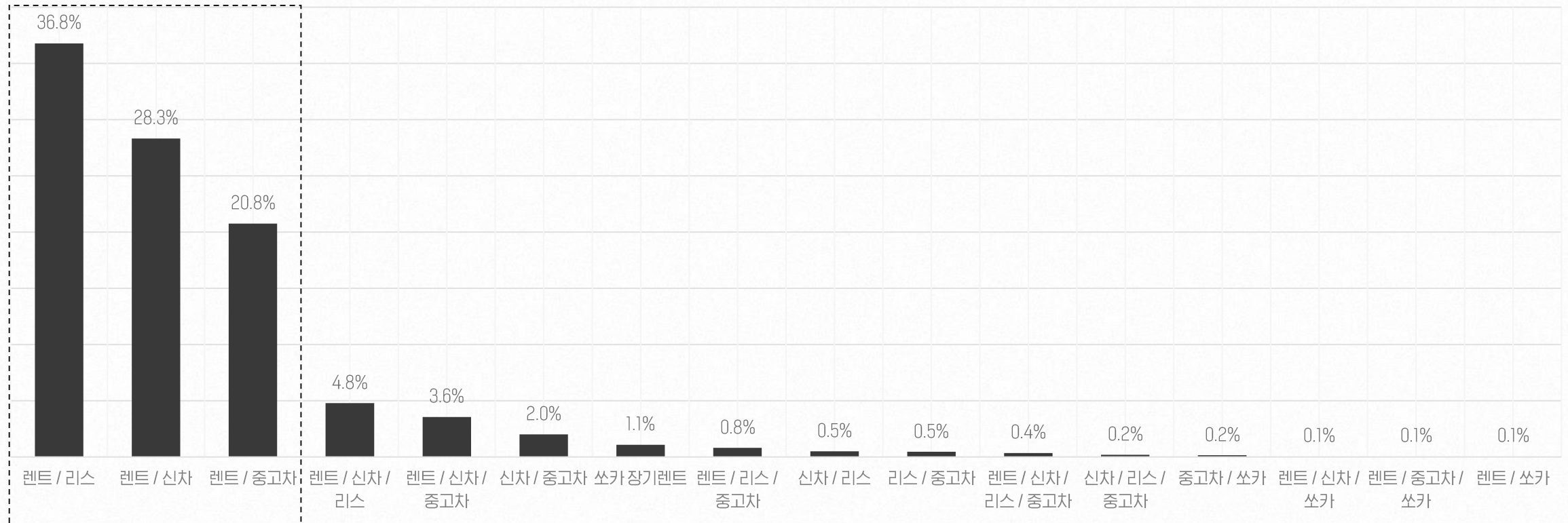
SNS 상에서 장기렌트만 언급하는 게시물들을 제외하고 보면

장기렌트 Vs. 리스를 고민하고 알아보는 게시물의 비중이 36.8%로 가장 높게 나타났으며

이어 **장기렌트 Vs. 신차**를 고민하고 알아보는 게시물의 비중도 28.3%로 꽤 높게 나타남

그 외 3개, 4개 구입 대안을 두고 고민하는 비중도 낮지 않은 편

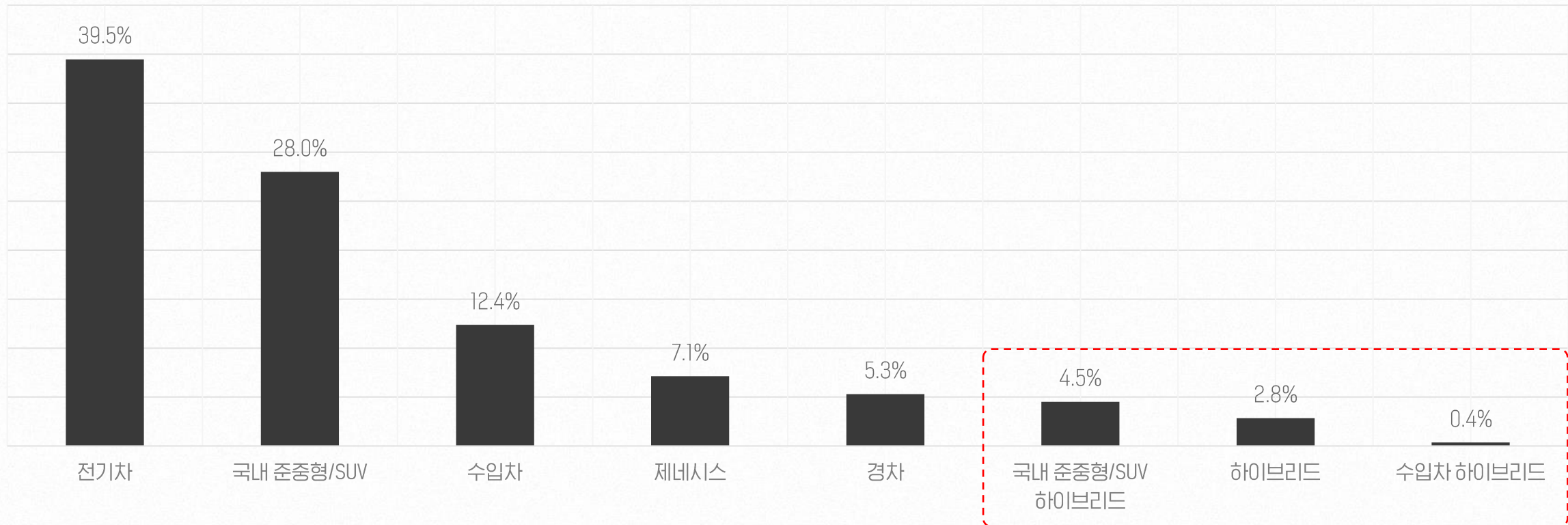
장기렌트 / 신차 / 리스 / 중고차 / 쏘카 비교 상황



이어 장기렌트를 고민하는 차종을 보면, “전기차”에 대한 언급이 39.5%이며
 이 데이터에는 아이오닉, EV6 등 국내 브랜드 뿐만 아니라,
 테슬라 등 해외 브랜드가 모두 포함된 결과임

그리고 여기에 하이브리드 모델의 비중은 7.7%이며
 전기차와 하이브리드 모델 비중을 합하면 47.2%로 절반 가까이에 달할 정도로 많은 수준

장기렌트 고민중인 차종

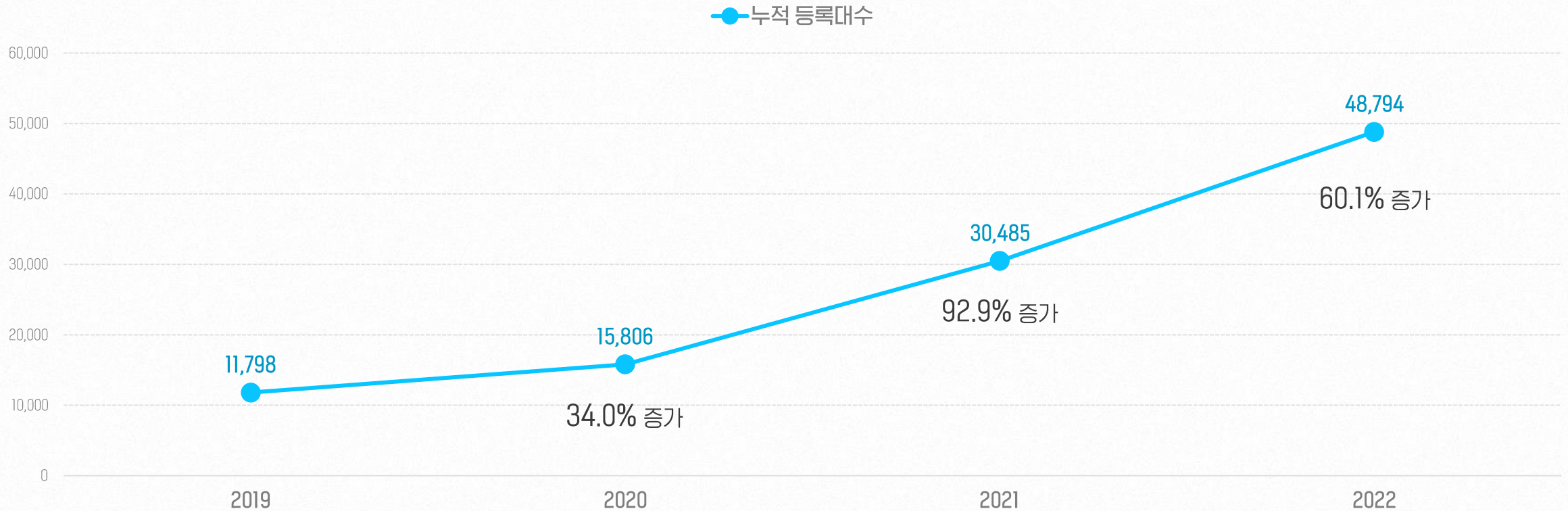


이러한 수요를 반영하듯

[물론 단기렌터카 규모를 합한 수치이나]

전기차 렌터카의 누적 등록대수가 매년 크게 증가하는 상황

전기차 렌터카 누적 등록대수 추이



렌터카 시장에서나 신차 구입 시장에서 전기차의 성장을
“친환경차”라는 카테고리로 묶어 설명하는 통에

자칫 **내연기관** Vs. **친환경차**로 경쟁 관계를 오해 할 수 있을텐데

전기차에 대한 수요 증가는 그게 친환경차라서가 아닌
고가의 트렌디한 모델이라는 점에 입각해서 봐야 할 것

자동차 시장에서 소비자는 언제나 가장 최신의 차를 보기 때문에
전기차의 높은 가격과 사회적 위치를 고려하여 선택하는 것이지

쉽게 체감할 수 없는 친환경적인 이미지나
운행할수록 경제적으로 이득이라는 이유는 덧붙여지는 것일 뿐..

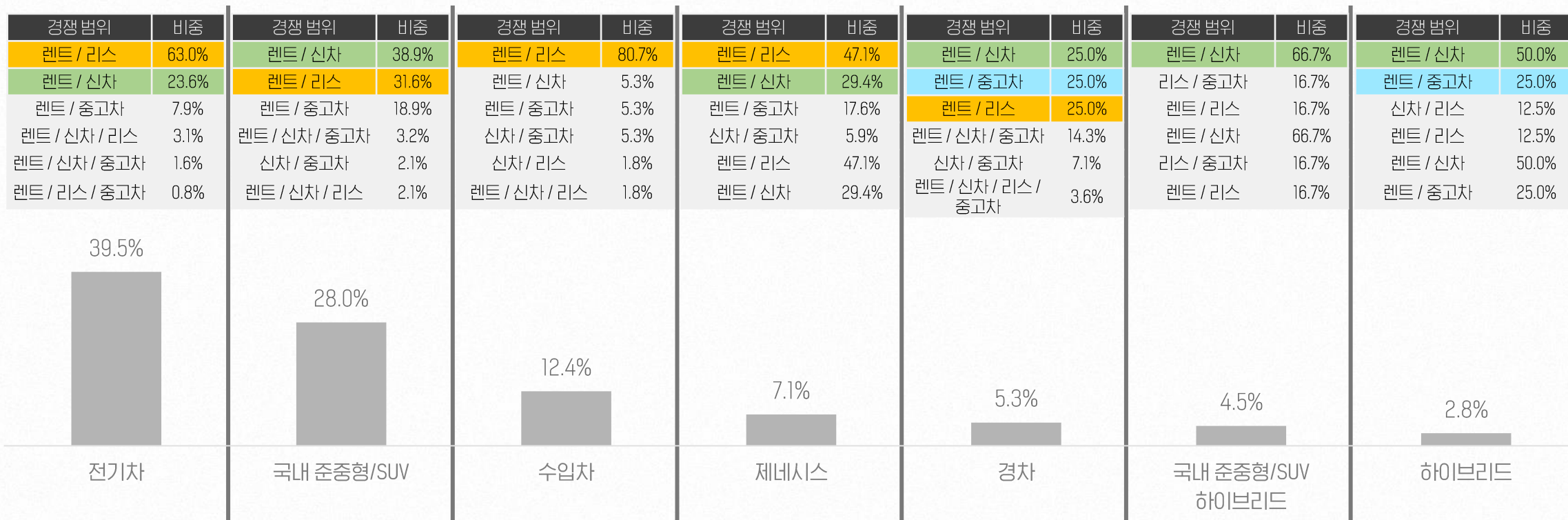
지금의 전기차에 대한 수요 증가는
기존의 막연한 불안감이 완연하게 해소되고 있다는 증거로서는 의미가 있지만
친환경에 대한 수요 증가로만 해석하는 것은 무리가 있을 것으로 판단

가장 수요가 높은 **전기차의 장기렌트**를 고려함에 있어 비교 대상은 **리스**이며
주 언급 내용을 보면, 두 구입 형태가 어떻게 다른지를 묻는 내용이 다수로

이는, **잠재소비자들이 여전히 렌트와 리스의 차이를 이해하기 어려워하고 있다는 것을 의미**

그 외 국내 **준중형/SUV모델**은 장기렌트와 신차, 리스, 중고차를 고르게 고려하며
수입차는 80% 이상이 장기렌트와 리스를 비교 중

장기렌트 고민중인 차종별 구매 고려 형태



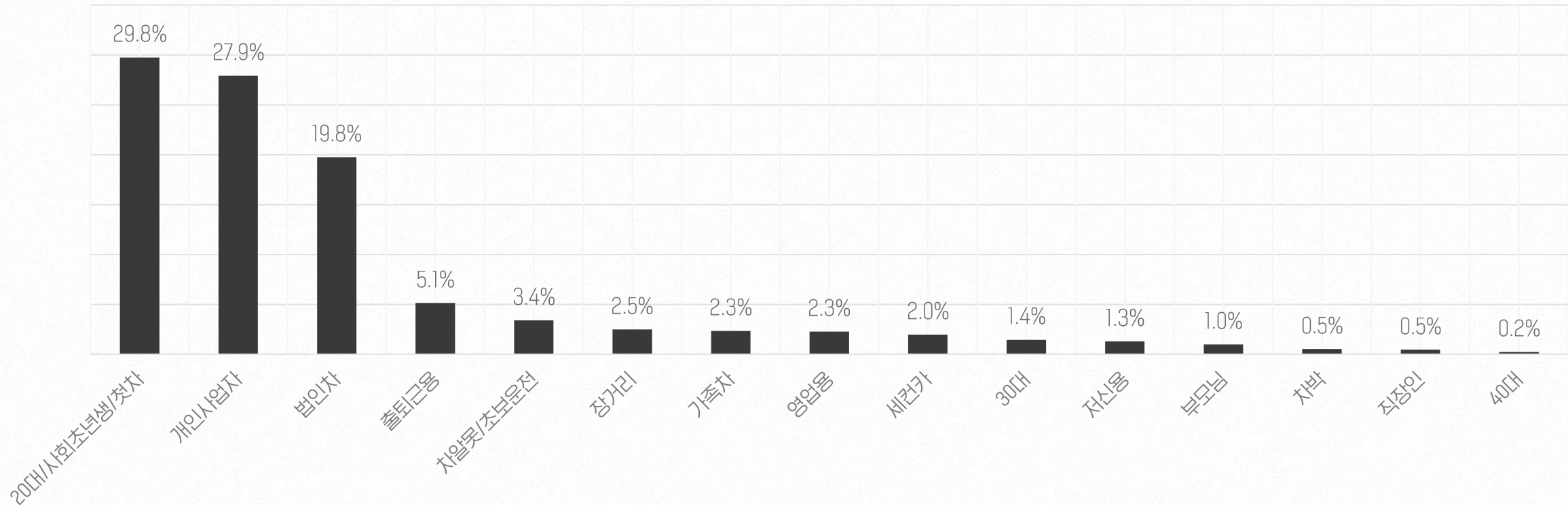
장기렌트를 고민하는 타겟은

20대, 개인사업자, 법인차 고려층의 비중이 가장 높으며
 이들을 합하면 전체의 77.5%에 달할 정도로 압도적

그 외 차알못/초보운전자로 자신을 정의한 언급자들의 비중도 3.4%로 적지 않은 수준

즉, **장기렌트를 고려하는 타겟의 연령대가 낮아지고, 이어 심리적 장벽 역시 낮아지고 있다는 것!**

장기렌트 고민 타겟 유형 분석



개인사업자는 장기렌트와 함께 리스, 신차 구입을 고민 중이며
 법인차는 장기렌트와 함께 중고차, 신차, 리스까지 비교적 다양하게 고려
 20대 등 사회초년생의 경우 장기렌트와 중고차 고려 비중이 절반 가까이에 해당

	개인사업자	법인차	20대/사회초년생/첫차	출퇴근용	차알못/초보운전	영업용	저신용	자영업자	세컨카
렌트 / 리스	50.0%	50.0%	7.4%	30.0%	14.3%			50.0%	33.3%
렌트 / 중고차	6.1%	16.1%	42.6%	40.0%	42.9%	80.0%	80.0%		66.7%
렌트 / 신차	25.6%	16.1%	27.8%	20.0%	28.6%			25.0%	
렌트 / 신차 / 리스	8.5%	12.5%				20.0%		25.0%	
렌트 / 신차 / 중고차	1.2%		18.5%		14.3%		20.0%		
렌트 / 리스 / 중고차	4.9%	3.6%							
신차 / 중고차			1.9%	10.0%					
렌트 / 신차 / 리스 / 중고차	2.4%		1.9%						
신차 / 리스 / 중고차		1.8%							
리스 / 중고차	1.2%								
총합계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Data Lab

엠포스 데이터전략실

<http://bigdata.emforce.co.kr> T : 02. 6177. 1871 Email : khbak@emforce.co.kr