

일본의 경자동차 시장 분석

1. 업계 현황

1) 일본특유의 경자동차 규격 및 혜택

- ☐ 일본 도로운송차량법에서 규정하고 있는 경차동차(輕四輪)는 일본 특유의 도로사정 등을 반영하여 한국과는 다른 규격을 가지고 있음
 - 구체적으로는 길이 3.48m 이하, 폭 1.48m 이하, 높이 2.00m 이하, 배기량 660cc 이하, 정원 4명 이하, 화물적재량 350kg 이하임
 - 또한 이 중 하나라도 조건을 갖추지 못하면 보통차로 취급되며, 일본으로 수입되는 경자동차도 이와 동일한 규격을 적용하고 있음
- ☐ 일본의 경자동차는 1949년 7월에 법률 규정이 처음으로 마련된 이후 지금까지 여러 차례 소폭의 개정이 이루어졌음
 - 1955년 4월에 360cc급 경자동차 규격이 만들어졌으며, 배출가스 규제와 안전성 제고를 위해 1976년 1월에 550cc급으로 규격이 조정되었음
 - 1990년 1월에 다시 660cc로 규격이 개정되었으며 1998년 10월에는 충돌안전기준을 확보하기 위해 크기를 소폭 확대시키는 개정이 이루어졌음
- ☐ 한편 일본 경자동차는 세금과 보험 등의 다양한 분야에서 여러 혜택이 주어지고 있음(<표1>참조)
 - 자동차 취득세는 일반 승용차보다 저렴한 3%를 적용하고 있으며 자동차 중량세도 약40%정도 저렴함
 - 의무적으로 가입해야 하는 자동차 책임보험은 경자동차가 일반 승용차보다 약15% 정도 저렴하며 임의보험도 혜택이 있음
 - 뿐만 아니라 일본에서 자동차를 구입할 때 반드시 필요한 보관(주차)장소 신고 의무가 특별한 경우를 제외하고 경자동차는 적용되지 않음

- 고속도로 통행료도 약 20%의 할인혜택을 받고 있음

〈표1〉 일본 경자동차에 대한 혜택

항목	주요 내용
자동차 취득세	▷ 과세대상액의 3% (승용차 취득세는 5%)
자동차 중량세	▷ 3년 9,900엔, 2년 6,600엔(0.5t이하의 승용차의 경우 3년 15,000엔, 2년 10,000엔)
경자동차세	▷ 자가용승용 연7,200엔, 자가용 화물 연4,000엔, 영업승용 연5,500엔, 영업화물 연3,000엔 (자동차세 1,000cc이하 승용차 29,500엔, 상용차·화객겸용차 (적재량 1,000kg이하) 13,200円엔) ▷ 단, 지방자치단체에 따라 다소 차이가 남
보험료(책임보험)	▷ 24개월 계약 21,970엔 (승용차 24,950엔)
보험료(임의보험)	▷ 동일한 조건이라면 승용차보다 저렴한 이유는 경자동차이기 때문이 아니라 상용차이기 때문일 확률일 높음 ▷ 경자동차뿐 만 아니라 모든 등급에서 상용차는 승용차의 거의 절반 수준임
보관(주차)장소 증명 신청	▷ 불필요 ▷ 단 경자동차 보관장소 신고의무가 적용되는 지역(현청(県庁)소재지, 인구10만 이상의 시)에서는 구입 후 보관 장소 신고가 필요함
고속도로 통행료	▷ 1989년에 일반 차량의 약20%할인으로 개정

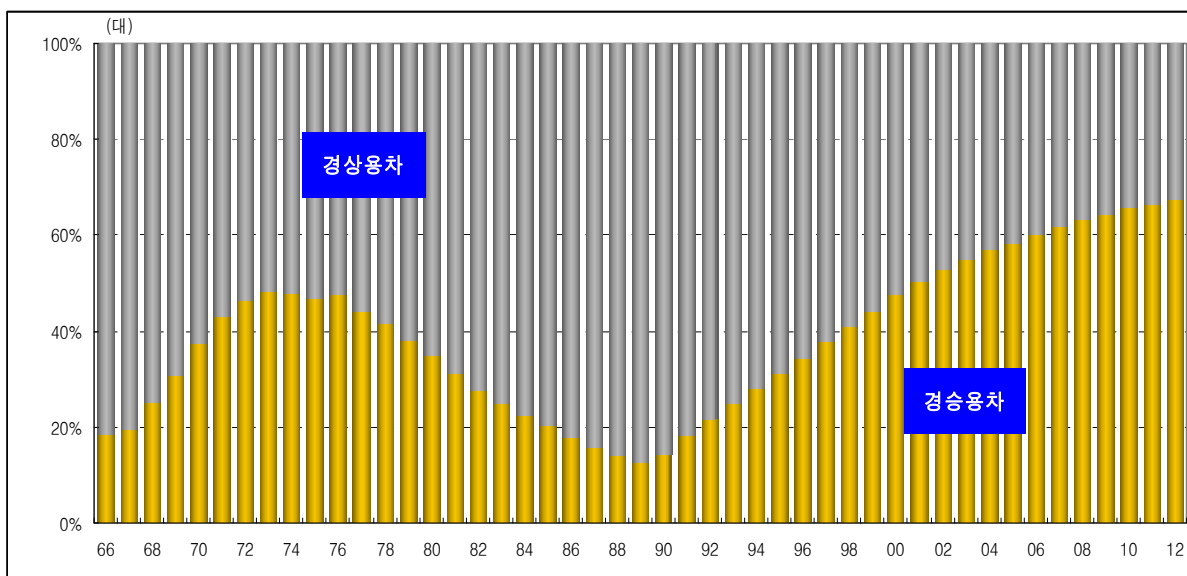
자료: 위키피디아 일본판(<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E8%BB%BD%E8%87%AA%E5%8B%95%E8%BB%8A>)

2) 발전 과정

- 지금은 일본이 세계적으로 경자동차 수요가 많은 대표적인 나라로 꼽히고 있지만 그 발전과정을 살펴보면 결코 순탄하지만은 않았음
- 경자동차의 초기 발전단계로 볼 수 있는 1950년대 중반에는 사실 상업을 목적으로 하는 자영업자의 산업진흥을 위해 경자동차가 보급되었음
- 그 이후 1960년대 중반 무렵부터 이른바 ‘마이카 시대’가 열리면서 생애 첫 번째 자동차로 경자동차를 구매하는 소비자가 증가하기 시작했음
- 이처럼 경자동차 수요가 상용에서 자가용으로 확대되면서 1960년대 비약적인 성장을 했으나, 그 이후 경자동차 면허 폐지, 차량검사제도 도입, 배출가스 규제, 국민소득 증가에 따른 대형차 선호 등과 같이 사업 환경이 변화하면서 수요가 점차 줄어들었음
- 그러나 1980년대 초부터 여성의 사회진출과 함께 이른바 ‘세컨드 카’ 수요가 늘어나면서 경자동차 판매가 급증하였음
- 현재는 환경 친화적인 자동차로 폭 넓은 소비층을 확보하고 있는데, 특히 지방에서 여성 및 고령자의 소중한 이동수단이 되고 있을 뿐만 아니라 중소기업, 상점, 농가 등의 사업 활동에도 없어서는 안 되는 자동차로 인식되고 있음

- 경자동차 보유에 관한 내역을 살펴보면 초기단계에는 경상용차가 전체 보급을 주도 하였음
- 특히 ‘세컨드 카’ 보급이 확산되던 때에는 경상용차로 분류되는 ‘본네트밴(Bonnet Van)’ 구매가 늘어나면서 경상용차 주도형 증가현상이 두드러지게 나타났음
 - 그러나 1989년 4월에 소비세가 도입(자동차물품세 폐지)되면서 당초부터 세금이 싼 경상용차 구매 혜택이 상대적으로 줄어들면서 경자동차 수요가 급격히 승용차 분야로 옮겨감
 - 감소하고 있던 경승용차 보유대수가 증가하는 반면 경상용차 보유대수는 감소하면서 전체 경자동차 보유대수 증가도 경상용차 주도형에서 경승용차 주도형으로 바뀌었음
 - 경승용차 시장 확대로 경승용차/경상용차 비율도 1989년 3월 12.7%/87.3%에서 2001년에 12월에 50.3%/49.7%로 역전되었으며 2012년 3월 현재 67.3%/32.7을 유지 하고 있음(<그림1>참조)

<그림1> 경자동차 종류별(경상용차/경승용차) 보유비율 추이



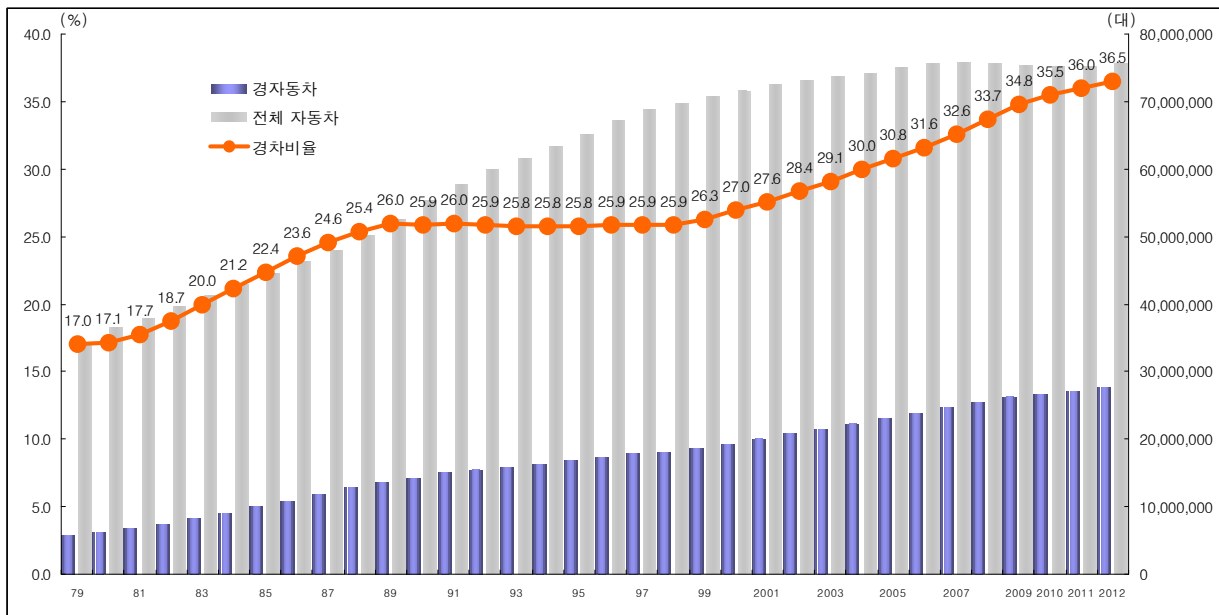
자료)전국경자동차협회연합회 홈페이지(<http://www.zenkeijikyo.or.jp/>)통계를 참고해서 작성

3) 보유대수 3천만대 육박

- 일본의 경자동차(660cc이하) 보유대수(국토교통성 조사)는 2000년 12월에 2천만대를 돌파하였으며, 2012년 9월 현재 2,760만대를 기록하고 있음(<그림2>참조)

- 2천만대를 넘어선 2000년 당시의 구체적 내역을 살펴보면 경승용차가 990만1,258만대, 경상용차(밴, 트럭)가 1,015만 4,427만대였음
- 1970년 9월에 500만대에 불과하던 경자동차 보유대수가 1985년 2월에 1,000만대, 1990년 11월에 1,500만대, 2000년 12월에 2,000만대, 2008년 3월에 2,500만대를 넘었음

<그림2> 자동차 보유대수/경자동차 보유비율 추이



자료)전국경자동차협회연합회 홈페이지(<http://www.zenkeijikyo.or.jp/>)통계를 참고해서 작성

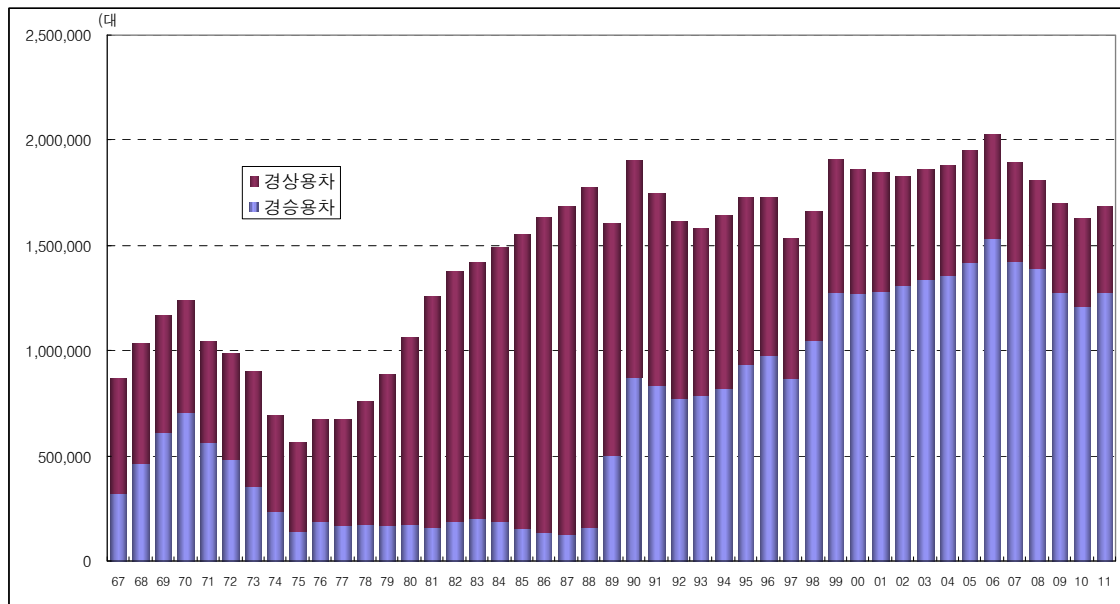
2. 시장 규모

1) 판매 추이

- 1970년대 중반 자동차관련 각종 규제가 만들어지면서 감소했던 경자동차 판매가 1989년 자동차물품세 폐지에 따른 경승용차 판매가 늘어나면서 전체 경자동차 판매가 다시 증가세로 돌아섰음(<그림3>참조)
- 1968년 연간 100만대를 돌파한 이후 1970년부터 감소했던 판매량이 1980년에 다시 100만대를 넘어섬
- 1990년경까지 경상용차가 전체 경승용차 시장을 주도했으나 그 이후에는 경승용차가 꾸준한 증가세를 보이고 있음

- 2006년 한때 연간 판매량 200만대를 돌파했으나 2011년 현재 경자동차 국내 판매 대수는 총168만 8,937대임
- 2006년 이후 4년 연속 감소했던 판매량이 보조금제도 도입 등의 영향으로 2011년 다시 증가세로 돌아섰음

〈그림3〉 경승용차 판매 대수 추이(1967~2011년)



자료)전국경자동차협회연합회 홈페이지(<http://www.zenkeijikyo.or.jp/>)통계를 참고해서 작성

2) 최근 판매 동향

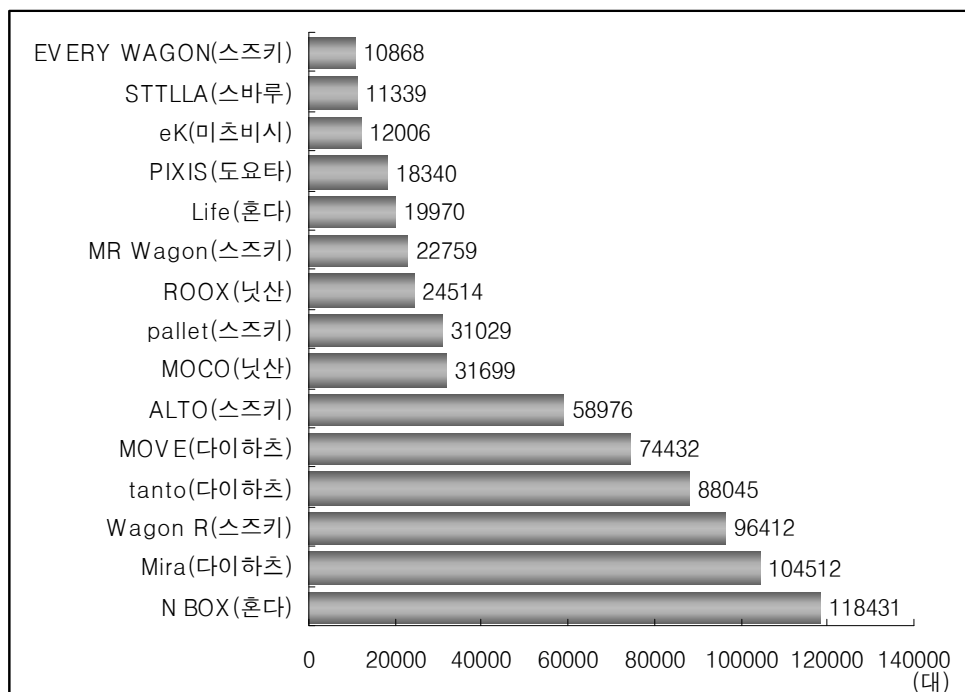
- 한편 전국경자동차협회연합회가 실시한 조사에 따르면 2012년 9월 경자동차 신차판매대수는 158,208대로 전년 동기대비 6.6% 증가하면서 12개월 연속 플러스 성장을 기록하였음
 - 차종별로는 경승용차 판매가 125,551대로 전년 동기대비 12.4%(12개월 연속 증가) 증가한 반면 경상용차는 32,657대로 1.1% 감소(2개월 연속 감소)했음
- 그 결과 경자동차 판매의 상반기 실적으로는 과거 최고 수준을 기록함
 - 2012년 상반기(4~9월) 신차 판매대수는 978,617대로 전년 동기대비 41.4% 증가하여 2년 만에 플러스성장으로 돌아섰음
 - 구체적인 내역을 살펴보면 승용차가 782,207대로 전년 동기대비 2.0%증가(2년 만에 증가), 상용차가 196,410대로 동10.6%증가(2년 만에 증가)함

3) 치열한 1위 경쟁

- 일찍이 일본 경자동차 시장에서 부동의 1위를 지켜왔던 회사가 스즈키였으나 최근 다이하츠에 밀려 2위에 머물러 있음
 - 2005년 스즈키 32.1%, 다이하츠 30.4%였던 시장 점유율이 2007년에 스즈키 29.8%, 다이하츠 30.3%를 기록하면서 처음으로 역전을 허용하였음
 - 2011년 현재 두 회사의 시장점유율은 스즈키 30.5%, 다이하츠 35.7%로 5%포인트 이상 벌어져 있는 상황임
- 스즈키의 시장점유율이 줄어든 결정적인 이유는 채산을 중시하는 판매 전략으로 전환했기 때문임
 - 자체적으로 자동차를 등록한 후 중고차시장에 이른바 ‘신중고(新中古)’로 판매하는 것을 적극 자제하고 있으며 무리한 가격인하도 피하고 있음
 - 실제 도요타자동차가 2012년 3월 결산에서 4천억 엔이 넘는 영업적자를 기록했지만 스즈키는 같은 시기 5백억 엔의 영업흑자를 기록했음
- 그러나 최근 이러한 스즈키의 판매 전략에 조금씩 변화의 조짐이 나타나고 있어 업계가 주목하고 있음
 - 2012년 9월 6일 스즈키의 주력 경자동차 ‘Wagon R’의 신차 발표회에서 스즈키(鈴木修)회장은 “역시 업계 1위가 필요하다. 기력, 체력, 지력을 결집하여 총력전을 펼치지 않으면 1위 탈환은 어렵다.”고 피력함
 - 이번에 발표한 스즈키의 ‘Wagon R’은 1993년에 첫 모델이 발표된 이후 지금까지 모두 5번의 모델체인지를 실시했던 차량임
 - ‘Wagon R’은 초대 모델이 90만대(1993~1998년), 2번째 모델이 106만대(1998~2003년), 3번째 모델이 109만대(2003~2008년), 4번째 모델이 72만대(2008~2012년)의 판매를 기록하고 있는 스즈키의 이른바 ‘달러박스’라고 할 수 있음
- 신 모델 ‘Wagon R’은 새롭게 개발한 엔진을 탑재하는 등 특히 연비를 향상시키는데 주력한 차량임
 - 기존 모델에 비해 차체를 가볍게 하였을 뿐 아니라 감속할 때의 에너지 회생기술을 탑재하는 등 저연비 기술을 집약시켰음

- 그 결과 가솔린 1리터 당 28.8km 주행이 가능해져 이전 모델에 비해 22%의 연비를 향상시키며 경쟁력을 높인 것으로 평가받고 있음
 - 스즈키는 4년 만에 전면적인 모델체인지로 출시된 ‘Wagon R’을 바탕으로 잃었던 1위 자리를 탈환하겠다는 계획임
- 그러나 다이하츠의 ‘Mira e:S’와 혼다의 ‘N BOX’등 히트차량이 여전히 시장에서 좋은 반응을 보이고 있어 경쟁사들과의 시장 쟁탈전이 한층 더 치열해질 것으로 보임
- 특히 2011년 말부터 판매를 시작한 혼다의 신형 경자동차 ‘N BOX’ 판매가 호조를 보이고 있음
- 2012년 4월에 6개월 연속해서 월간 판매량 1위를 지켜왔던 다이하츠의 ‘Mira’를 제치고 처음으로 1위로 올라섬
 - 2012년 9월 현재 월간 판매량에서는 스즈키의 ‘Wagon R’이 1위에 올라있으나 2012년 4~9월간 판매량에서는 여전히 ‘N BOX’가 1위를 지키고 있음(<그림4>참조)

<그림4> 2012년 상반기(4~9월) 경자동차 차종별 판매 실적



자료)전국경자동차협회연합회 홈페이지(<http://www.zenkeijikyo.or.jp/>)통계를 참고해서 작성

3. 시장 점유율

- 일본 경자동차 시장은 다이하츠와 스즈키 등 2개 회사가 전체시장의 약60% 이상을 차지하고 있는 상황이 지속되고 있음
 - 2007년 다이하츠가 1위를 탈환한 이후 스즈키와의 격차를 조금씩 벌려나가고 있으며, 같은 해 5위에서 4위로 부상한 닛산자동차도 제자리를 지키고 있음(<표2>참조)
 - 한편 혼다는 2006년 이후 6년 연속 시장점유율 3위 자리를 고수하고 있음

<표2> 과거 5년간의 시장점유율 상위 기업

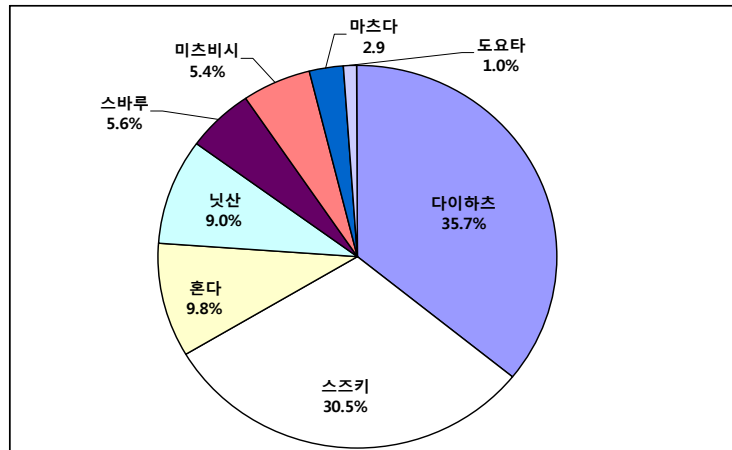
	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
1	스즈키	다이하츠	다이하츠	다이하츠	다이하츠
2	다이하츠	스즈키	스즈키	스즈키	스즈키
3	혼다	혼다	혼다	혼다	혼다
4	미츠비시자동차	미츠비시자동차	닛산자동차	닛산자동차	닛산자동차

자료) 日本經濟週瓶社, '日經シェア調査195'에서 작성

- 한편 2011년 경자동차 시장 점유율에서는 여전히 다이하츠가 1위를 차지하고 있는 가운데 미츠비시자동차와 혼다의 점유율이 다소 증가하였음(<그림5>참조)
 - 다이하츠는 5년 연속 1위를 지키며 2010년 34.9%를 기록했던 시장점유율을 2011년 35.7%로 0.8%포인트 증가시킴
 - 다이하츠는 지금까지 판매실적을 주도했던 'Mira'가 고전하고 'MOVE' 도 판매가 줄어들었으나 'tonto'의 판매호조로 전체 판매대수를 늘릴 수 있었음
- 2위 스즈키의 시장점유율은 2010년에 비해 2%포인트 감소한 30.5%를 기록하였음
 - 2009년 12월에 전면적으로 개량한 'ALTO'는 판매호조를 보였으나 스즈키의 최대 판매 모델인 'Wogon R'이 판매부진 현상을 보였기 때문임
 - 앞서 언급한대로 스즈키는 최근 몇 년 사이 판매대수 증가보다는 판매망의 체질개선에 주력해 온 결과, 판매대수는 줄어든 반면 수익력을 향상시키는 데는 성공했다는 평가를 받고 있음
- 혼다의 시장점유율은 2011년 9.8%(전년대비 0.5%포인트 증가)을 기록하면서 업계 3위 자리를 지켰음
 - 2008년에 전면 개량한 주력차종 'Life'의 판매부진 현상이 나타나고 있으나, 앞서

언급한대로 ‘N BOX’가 비약적으로 판매실적을 늘리고 있어 2012년 시장점유율은 크게 상승할 것으로 전망됨

〈그림5〉 2011년 경자동차 시장점유율



자료)전국경자동차협회연합회 홈페이지(<http://www.zenkeijikyo.or.jp/>)통계를 참고해서 작성

- 한편 2007년 미츠비시자동차를 제치고 시장점유율 4위로 올라선 닛산자동차는 2011년에 크게 약진하였음
 - 스즈키가 OEM방식으로 제조하여 닛산자동차에 공급한 ‘ROOX’가 2009년 12월에 출시된 이후 판매호조를 보이고 있는 것이 가장 큰 요인이었음
 - ‘ROOX’ 판매가 전체 매출을 주도하면서 닛산자동차는 2010년 8.5%의 시장점유율을 2011년에 9.0%로 끌어올리는데 성공했음
- 2010년까지 줄곧 5위를 지켰던 미츠비시자동차는 주력차종인 ‘eK’가 경상용차 부분에서 좋은 실적을 올렸으나 시장점유율 순위에서는 스바루에 밀려 6위로 내려앉았음
 - 2010년 6.3%였던 미츠비시자동차의 시장점유율이 2011년에 5.4%로 줄어들면서 5.6%를 기록한 스바루에게 근소한 차이로 5위 자리를 내주었음

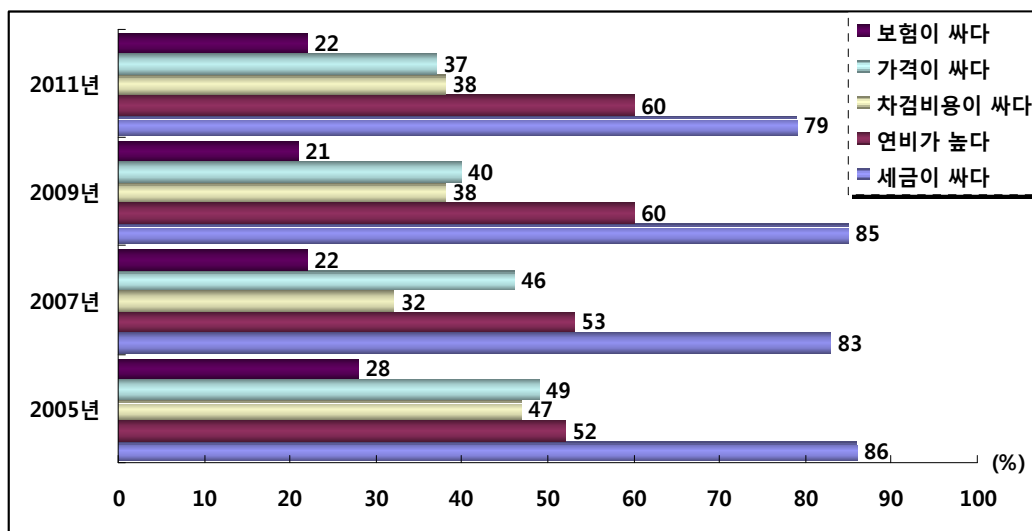
4. 소비동향

1) 경자동차를 선택하는 이유

- 일본자동차공업회가 2012년에 조사한 결과에 따르면 경자동차를 구매한 사람의 75%가 사용의 편리성보다는 경제성을 중시하는 것으로 나타남

- 이러한 성향은 지난 2005년 조사 당시부터 꾸준히 비슷한 결과를 보이고 있어, 경자동차를 구매하는 소비자들이 경자동차가 갖는 다양한 혜택을 비롯한 경제적 측면을 강하게 인식하고 있는 것으로 생각됨
- 보다 구체적으로, 경제성·법규·세제 측면에서 경자동차를 선택한 이유는 ‘세금이 싸다’는 비율이 가장 높게 나타났음(<그림6>참조)
 - 2005년에 비해 약10%포인트 감소하기는 했으나 상대적으로 저렴한 세금을 이유로 대부분의 소비자가 경자동차를 선택하고 있음
 - 그 다음으로 연비가 높다는 점을 꼽고 있는데, 제조업체들의 기술력 향상으로 연비가 향상된 경자동차 출시가 늘면서 이 비중은 매년 점차 증가하는 추세를 보이고 있음
 - 반면 가격이 싸다는 항목은 2005년 49%에서 2011년 37%로 점차 줄어들고 있음
 - 각종 새로운 기능이 경자동차에 탑재되면서 다른 차종과의 가격격차가 줄어들고 있는 것이 주요 요인으로 보임

<그림6> 경자동차를 선택한 이유(경제성 측면)

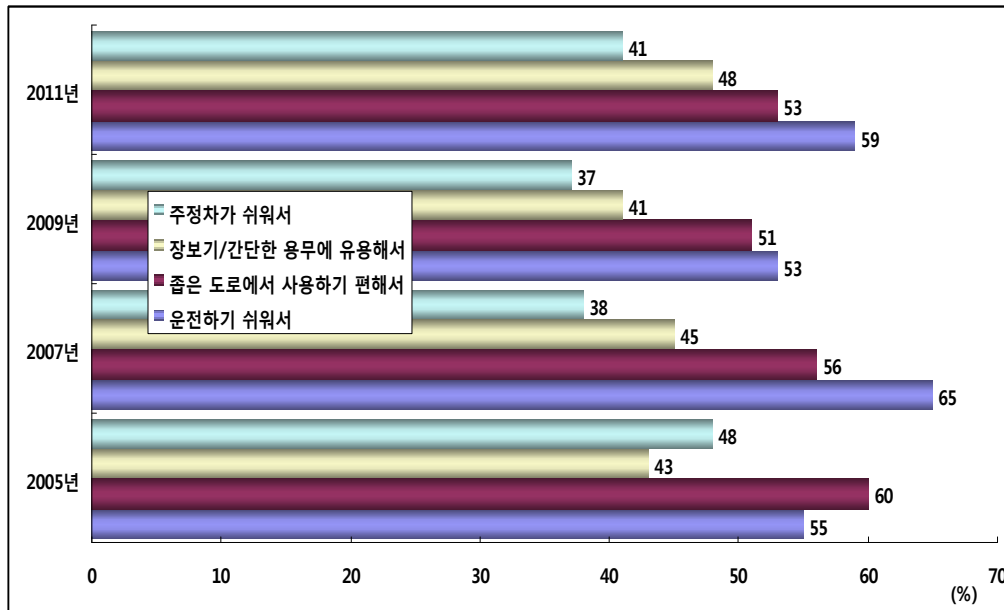


자료) 일본자동차공업회(2012), ‘경자동차 사용실태조사보고서’에서 작성

- 사용 편리성 측면에서 경자동차를 선택한 이유는 ‘운전하기 쉽다’는 답변이 가장 많았음(<그림7>참조)
 - ‘좁은 도로에서 사용하기 편하다’는 답변도 53%를 차지하고 있어, 일본 특유의 도로사정이 경자동차 수요로 이어지고 있음을 알 수 있음

- 일본에 있는 도로의 약84%가 폭이 3.8m인 점을 감안하면 1.48m이하의 경자동차는 마주 오는 차량과도 충분한 여유 공간을 확보할 수 있음
- 또한 넓은 공간을 확보하지 못하고 있는 주차시설에 편하게 주차할 수 있다는 장점도 경자동차 선택의 기준이 되고 있는 것으로 나타남

<그림7> 경자동차를 선택한 이유(사용 편리성)

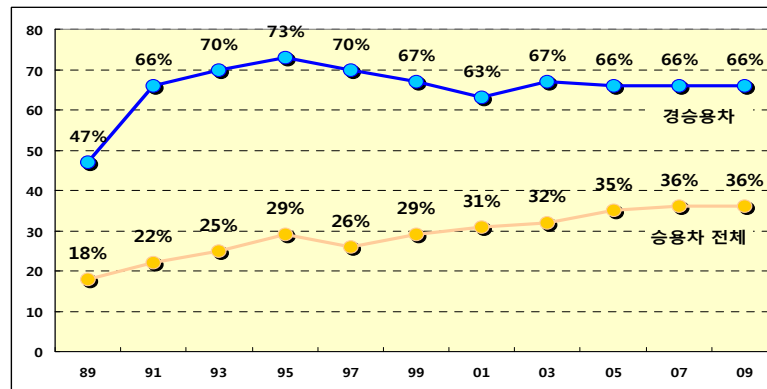


자료) 일본자동차공업회(2012), '경자동차 사용실태조사보고서' 에서 작성

2) 경자동차 구매 고객

- 경승용차를 구매하는 남녀비율은 2011년 기준으로 남성 34%, 여성 66%로 여성소비자가 압도적으로 많은 것으로 나타남(<그림8>참조)
 - 특히 미혼여성보다는 기혼여성 비율이 가장 높게 나타나는 특징을 보이고 있어, 주로 가까운 곳에서 장을 보러가거나 간단한 용무를 보기 위해 경승용차가 주로 쓰이는 것임을 알 수 있음
 - 여성비율이 1995년에 한때 73%까지 올라갔다가 2000년 초까지 감소 추세를 보였고, 그 이후 점진적인 상승 경향을 보이고 있음
 - 한편 승용차전체 역시 여성비율이 상승하고 있는데, 1989년 18%에서 2009년 36%로 두 배로 늘어났음

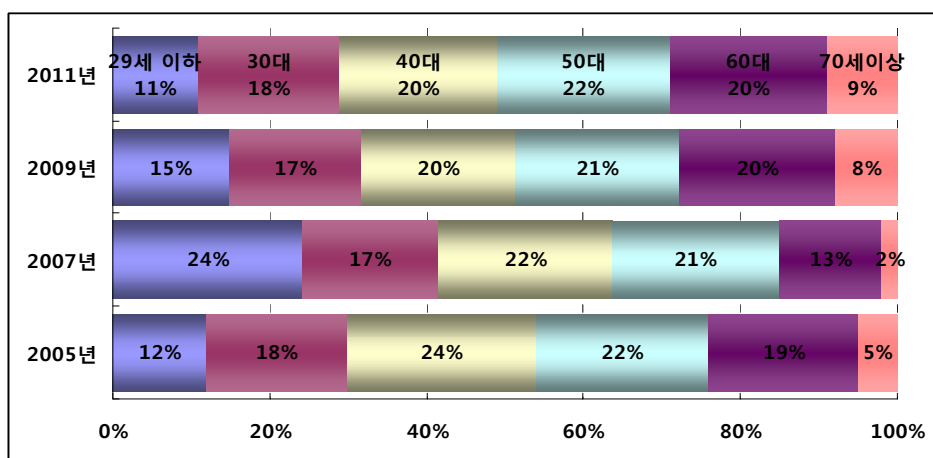
〈그림8〉 경승용차 구매자 중 여성 비율



자료) 일본자동차공업회(2011), ‘경자동차 사용실태조사보고서’ 및 ‘승용차 시장동향조사’ 에서 작성

- 경자동차 구매 고객 중 60세 이상이 전체의 약30%를 차지하고 있어 경자동차 소비 시장의 고령화 현상이 나타나고 있는 것으로 보임(〈그림9〉참조)
 - 최근 몇 년 사이 60대 구매자 비율은 별다른 변화가 없었으나 70세 이상 구매자 비율은 큰 폭으로 상승하고 있음
 - 2007년 2%에 불과했던 70세 이상 구매자 비율이 2009년 8%를 기록했으며 2011년에는 10%에 육박하고 있음
 - 인구구성이 급격히 고령화되고 있는 현상과도 무관하지 않을 것으로 보이며, 의학 기술의 발달 등으로 고령자의 건강상태가 과거에 비해 좋아지고 있는 점도 반영된 결과라고 할 수 있음

〈그림9〉 경자동차 구매 고객의 연령별 구분



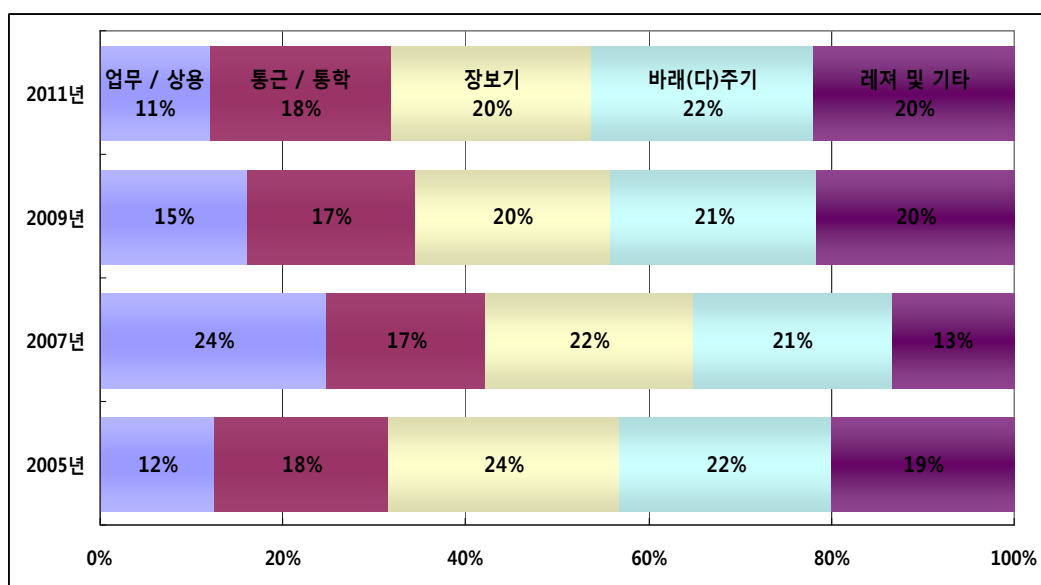
자료) 일본자동차공업회(2012), ‘경자동차 사용실태조사보고서’ 에서 작성

- 반면 29세 이하 구매자 비율은 지난 2007년을 정점으로 점진적으로 감소하는 경향을 보이고 있음
- 지난 2007년 연령별 구매자 중에서 가장 높은 비율인 24%를 차지했던 29세 이하 구매자 비율이 2009년에 15%로 줄어들었으며 2011년에는 70세 이상 구매자 비율과 비슷한 11%까지 내려갔음

3) 경자동차의 주된 용도

- 경자동차가 주로 어떤 목적으로 사용되는가를 알아볼 수 있는 용도별 구매자 비율에서는 ‘업무/상용’은 크게 줄어들고 있는 반면 ‘레저 및 기타’는 증가하는 추세에 있음(<그림10>참조)
- 2007년에 24%를 차지했던 업무/상용 비율이 2011년에 11%로 큰 폭으로 하락하였음
- 이는 경자동차 판매에서 차지하는 상용차 비율이 줄어들고 있기 때문으로 이러한 경향은 당분간 지속될 것으로 보임
- 반면 경자동차는 바래(다)주기, 통근/통학, 장보기 등의 목적으로 주로 활용되고 있으며 이들 항목의 비중은 거의 변화가 없음(경승용차 합계에서는 ‘장보기’가 41%, 통근/통학이 37%였음)

<그림10> 경자동차의 주된 용도



자료) 일본자동차공업회(2012), ‘경자동차 사용실태조사보고서’에서 작성

5. 향후 시장 전망

1) 경쟁 심화

- 2010년 보조금제도가 끝나면서 본격적인 품질경쟁에 돌입한 각사가 연이어 신차를 출시하고 있어 앞으로 일본 국내 경자동차 시장은 한층 더 경쟁이 치열해질 것으로 전망됨
 - 특히 지난 2011년 가을부터 도요타자동차가 자사 판매망을 이용하여 경자동차 판매를 시작했음
 - 업계는 경자동차 시장에 본격적으로 진입한 도요타자동차로 인해 일본 경자동차 시장이 머지않아 ‘전국(戰國)시대’가 시작될 것으로 보고 있음
- 또한 확대기조로 돌아선 경자동차 시장을 선점하기 위한 신차 개발경쟁도 본격화될 것으로 보임
 - 특히 업계 1위를 지키고 있는 다이하츠가 최근 출시한 ‘Mira e:S’의 시장반응에 업계의 관심이 모아지고 있음
 - 경자동차 부분에서 꿈의 연비 수준으로 불리는 리터당 30km를 달성한 것으로 알려져 있기 때문임
 - 가격도 대량판매 기준이 되는 100만 엔 이하로 설정되어 있어, 최근 상대적인 가격경쟁력을 앞세워 판매호조를 보이고 있는 혼다의 ‘N BOX’와의 경쟁이 과열될 것으로 보임
- 특히 주목할 점은 닛산자동차와 미츠비시자동차가 공동개발을 위해 본격적인 가동에 들어갔다는 것임
 - 두 회사의 노하우와 경영자원이 합쳐져 개발되는 신차가 시장에 출시되면 업계에 적지 않은 변화가 나타날 것으로 예상됨

2) 지속적인 시장 확대 예상

- 일본에서 경자동차는 여성과 고령자에게는 없어서는 안 되는 중요한 이동수단의 기능을 하고 있음

- 특히 지방에서 공공교통이 발달하지 못한 지역을 중심으로 경자동차 수요가 증가하고 있음
 - 뿐만 아니라 도심 지역에서도 소하물 운반은 물론 빈도가 높은 소량 배송 등의 운반수단으로 경자동차가 널리 이용되고 있음
 - 따라서 정부는 물론 관련업계가 앞장서 경자동차를 굳이 환경 친화적인 차량으로 인식시키려고 적극적으로 홍보하지 않더라도 일본사회 전반에 걸쳐 다양한 역할을 수행할 수 있을 것으로 보임
- 한편 점차 심화되고 있는 고령화 사회와 여성의 사회진출 확산도 경자동차 수요 증가에 기여할 것으로 전망됨
- 특히 일본자동차공업회 조사에 따르면 고령 운전자의 50% 이상이 다음에도 경자동차를 구매하겠다고 대답하고 있을뿐 아니라 앞으로 여성운전자 비율도 증가할 것으로 보이기 때문임
- 뿐만 아니라 온라인 주문 등 소비생활이 점차 다양해지면서 물류 빈도가 높아질 것으로 보이기 때문에, 좁은 도로를 쉽게 이용하며 신속하게 배송할 수 있는 장점을 가진 경자동차의 수요확산이 기대됨
- 최근 성숙단계로 접어들면서 정체현상을 보이고 있는 경상용차 시장이 이러한 시장변화에 따라 수요증가로 이어질 가능성도 있음
- 결국 일본 국내 경자동차 시장에서는 연비성과 가격경쟁력을 끌어올린 신차를 적절한 시기에 시장에 공급할 수 있는가가 시장점유율 경쟁의 중요한 열쇠가 될 것으로 보임
- 업계 하위 그룹을 형성하고 있는 기업들이 이러한 전략에 성공하게 되면, 1,2위를 지키고 있는 다이하츠와 스즈키의 시장점유율을 뛰어넘는 것은 어려울지 모르지만 10%이상으로 점유율을 끌어올리는 것은 가능할 것으로 보임

<참고자료>

1. 전국경자동차협회연합회 홈페이지(<http://www.zenkeijikyoo.or.jp/>)
2. 일본자동차공업회(2012), ‘경자동차 사용실태조사보고서’
3. 日本經濟週刊社, ‘日経シェア調査195’
4. 일본자동차공업회(2011), ‘승용차 시장동향조사’