

KERI Brief

중소기업 적합업종의 적합여부: 중고자동차 판매업

윤상호

한국경제연구원 연구위원
(yoon@keri.org)

중고자동차 판매업은 지난 2013년 3월에 중소기업 적합업종으로 지정된 후 2016년의 연장을 통해 2019년 2월까지 대기업의 시장 점유율 확대 및 신규 진출이 불가한 업종이다. 반면 중고차 시장은 소위 불량품 시장(Lemon Market)의 대표적 예로 알려져 있으며 중고차의 품질에 대한 불확실성으로 인해 중대 붕괴가 예상되는 시장으로 알려져 있다. 본 보고서는 중고차의 품질에 대한 불확실성을 해소하기 위한 시장의 반응을 실증적 사례를 통해 소개하고 중소기업 적합업종의 적용으로 인해 야기될 수 있는 문제를 제시한다. 또한 미국, 영국과 같은 선진 자동차시장과 우리나라의 신차 판매대수 대비 중고차 거래대수 규모를 비교 분석해 국내 자동차 시장의 잠재적 발전 가능성을 타진한다.

2013년 기준 미국과 영국의 중고차 시장이 각기 신차 시장 대비 2.70배와 3.55배에 달하고 있으나 우리나라의 경우 1.66배의 시장 규모를 형성해 265만대의 중고차가 거래되고 있는 것으로 추산된다. 따라서 미국과 영국 수준으로 국내 중고차 시장이 산업화 및 활성화될 경우 417~498만대의 중고차가 거래되는 시장으로 발전이 가능하다고 예상된다. 하지만 이러한 중고차 시장의 산업화 및 활성화를 위해 중고차 시장의 특징인 중고차의 품질에 대한 소비자의 신뢰 구축이 우선되어야 하며 또한 금융 산업과 같은 연계 산업과의 긴밀한 관계 형성이 요구된다. 실제로 소비자 신뢰와 금융, 렌터카 산업 등 연계 산업과의 긴밀한 관계 구축에 성공한 미국의

CarMax사의 중고차 판매대수는 1999년 기준 5.5천대에 불과했으나 2016년 기준 66만대로 증가하였다. 또한 전세계 최대 전자 유통회사였던 Circuit City사의 사업 다각화의 일환으로 1991년에 출범한 CarMax사의 2016년 기준 중고차 매출은 125억불에 달하며 1996년 기준 5개에 불과하던 중고차 매장도 2016년 기준 158개로 증가했다. 하지만 이러한 CarMax사의 성공 및 급속한 성장은 우리나라와 같이 중고차 매매업이 적합업종으로 지정되었을 경우 불가능했으며 CarMax사가 도입한 가격 정찰제, 품질 보증 제도, 환불제, 그리고 다양한 할부 금융상품의 제공 등은 대규모 자금력을 바탕으로 규모의 경제를 구축할 때에만 가능하다. 즉 중소 및 영세 사업자만으로 구성된 중고차 시장의 산업화 및 활성화는 현실적으로 불가능하다.

반면 우리나라에서 유일하게 중고차 매매업에 진출한 SK엔카의 경우 CarMax사와 유사한 전략을 도입했음에도 불구하고 적합업종 지정으로 인해 성장이 정체 중으로 나타난다. 특히 SK엔카의 직영 매장 수가 26개로 제한됨에 따라 불량품 시장(Lemon Market)에서 고품질 시장(Peach Market)으로 탈바꿈시켜 중고차 시장의 질적인 성장을 도모하는 추진력 및 기회가 상실되고 있다. 따라서 미국과 영국 수준의 중고차 시장으로 발전을 도모하기 위해서는 중고차 매매업의 적합업종 지정이 시급히 해제되어야 하며 기업규모에 불문한 진입과 퇴출이 자유로운 시장 구조로 탈바꿈되어야 한다.

1. 연구배경

- ▣ 중고자동차 판매업은 동반성장위원회가 지난 2013년 3월에 중소기업 적합업종으로 최초로 지정한 후 2016년 3월의 재합의를 통해 2019년 2월까지 적합업종으로 유지될 예정¹⁾²⁾
 - 중고차 판매업을 적합업종으로 지정하며 동반성장위원회가 적용한 권고 유형은 확장자제와 진입자제³⁾
 - <표 1>의 설명과 같이 확장자제는 지정된 업종에 대한 대기업의 생산량, 프랜차이즈 또는 시장점유율 확장이 제한되고 진입자제는 대기업의 신규 진입이 제한된다는 것을 의미⁴⁾
 - 동반성장위원회에서 합의된 적합업종에 대해 총 8가지의 권고가 가능하나 적합업종의 실제 지정을 의미하는 권고 유형은 <표 1>에서 설명하고 있는 4가지 유형
 - 동반성장위원회의 권고에 따라 중고차 시장에 진출했던 기존 대기업의 점포수 확대와 새로운 대기업의 중고차 시장 진출은 2019년 2월까지 불가한 상황

▣ 중고차 시장은 2001년 노벨경제학상 수상자인 Akerlof가 제시한 판매·구매자간 정보의 비대칭 (asymmetric information) 문제로 인해 구매자의 신뢰 구축이 필수적인 시장⁵⁾

- 판매자는 판매하려는 중고차의 품질에 대한 완벽한 정보를 가지고 있는 반면 구매자는 이에 대한 정보가 부재한 상황에서 상호간 매매가 성립되어야 하는 특수한 환경이 중고차 시장에 존재

- 1) 동반성장위원회, 2013, “동반위, 제21차 동반성장위원회 개최 - 제과점업, 음식점업 등 총 16개 중소기업 적합업종 지정 권고”, 보도자료 2013-02-05, 동반성장위원회
- 2) 동반성장위원회, 2016, “제39차 동반성장위원회 개최결과 - 제과점업 등 8개 적합업종 품목 재합의....MRO는 서브원 상생협약 참여 촉구, 동반성장지수 평가 개편방안 등”, 보도자료 2016-02-23, 동반성장위원회, 대·중소기업협력재단
- 3) 동반성장위원회, 2016, “중소기업적합업종 합의/공표: 합의 결과”, <http://winwingrowth.or.kr>, 2016.12.22. 접속
- 4) 동반성장위원회, 2015, 2015 동반성장백서. 서울: 동반성장위원회, 대·중소기업협력재단.
- 5) Akerlof, George A. 1970. “The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism”, Quarterly Journal of Economics 84 (3):488-500.

<표 1> 중소기업 적합업종 권고 유형

구분	주요 내용
진입자제	○ 당해 업종·품목에 새로운 대기업이 진입하는 것을 제한
확장자제	○ 해당 품목을 이미 생산하는 대기업이 증설 등을 통해 생산량을 확대하거나, 프랜차이즈 확장 또는 시장점유율을 확대하는 것을 제한 ○ 당해 품목을 이미 생산하는 대기업이 다른 세부시장으로 확장하는 것을 제한 ○ 당해 품목을 OEM 생산하던 대기업이 직접 생산하는 것을 제한
사업이양	○ 당해 품목을 이미 생산하고 있는 대기업이 시장에서 철수 ○ 당해 품목을 대기업이 직접 또는 자회사 OEM을 통해 생산하던 것을 전량 일반 중소기업을 통해 OEM 생산
사업축소	○ 당해 품목을 이미 생산하고 있는 대기업이 전체시장이 아니라 일부 시장에서 철수 ○ 당해 품목을 이미 생산하고 있는 대기업이 전체시장 또는 일부시장에서 점유율을 축소하거나 생산량을 축소

주: 적합업종으로 신청될 경우 합의, 판단유보, 반력, 신청철회 등 총 4가지의 권고가 가능하며 합의로 결정될 경우 위에서 제시하고 있는 분류 외에 한시보류, 시장감시, 조치의뢰, 그리고 연구의뢰가 존재

- Akerlof는 불량 중고차(i.e., lemons)만이 시장에 남게되는 역선택(adverse selection)의 문제로 인해 중고차 시장이 종래 붕괴된다는 논리를 제시
- Akerlof가 제시한 특수한 환경에도 불구하고 중고차 시장의 붕괴는 현실화되지 않았으며 이는 중고차의 품질에 대한 구매자의 신뢰 구축을 위한 다양한 방안이 모색된 시장 혁신과 발전의 결과
- 반면 적합업종의 지정과 같은 시장 진입 장벽이 설치된 상태에서 구매자의 신뢰 구축을 위한 방안을 모색하는 시장의 역동성이 가능한가에 대한 본질적 질문이 존재

□ 중고차의 품질에 대한 구매자의 신뢰 구축을 위한 대표적 시장 사례는 미국 CarMax사가 도입한 환불 및 품질 보증 제도이며 연계 산업과의 긴밀한 관계 형성 또한 중고차 시장의 활성화를 위해 필수적

- 1993년에 첫번째 대리점을 개점한 CarMax사는 5일 이내 환불, 30~90일 이내 품질 보증, 품질보증 연장 플랜, 자체적 할부금융상품 등을 도입해 판매하는 중고차의 품질에 대한 신뢰 구축을 시도
- CarMax사는 이와 같은 시장 공략을 통해 미국 중고차 매매 시장의 절대적 강자로 부상했으며 2016년 기준 Fortune 500에 포함된 우량 기업 중 하나로 성장
- 중고차 판매업은 또한 완성차 산업, 렌터카 산업, 금융 서비스 산업 등과 같은 연계 산업과의 긴밀한 관계 형성이 필수적인 업종·품목
 - 완성차 업체의 경우 중고차의 신차 교체를 통한 신속 수요 창출이 필수적이며 자체 영업망을 이용해 중고차 매매 채널을 함께 운영하는 동기 구조가 존재
 - 렌터카 업체의 경우 임대 수명이 종료된 장·단기 렌터카의 판매·유통이 필수적이며 중고차 시장의 진출을 요구하는 유인 구조가 존재

- 중고차 판매는 신차 판매와 마찬가지로 구매 자금의 대출 지원이 필수적이며 낮은 이자율의 대출 상품 제시는 중고차 매매 성립에 도움

- 즉 중고차 판매업은 중고차의 품질에 대한 구매자의 신뢰 제고와 연계 산업과의 긴밀한 관계 형성 혹은 연계 산업간의 사업 수직화를 통해 이익의 극대화를 추구할 수 있는 업종·품목
- 중고차 매매 사업자의 이익 극대화는 중고차 시장에 존재하는 정보 비대칭 문제의 해결과 중고차 구매자의 예산 제약 조건 확장을 의미해 소비자 잉여의 증가를 동시에 의미

□ 본 연구의 목적은 구매자의 신뢰 구축과 연계 산업과의 긴밀한 관계 형성을 요구하는 중고차 매매 시장의 특수성에 근거한 중소기업 적합업종 선정의 타당성 진단

- 자동차 시장의 성숙과 함께 중고차 시장의 활성화를 통한 신차와 중고차의 교체가 수월한 시장 환경이 요구되며 중고차의 품질에 대한 신뢰 구축이 가능한 자동차 매매업체의 출현이 시급한 상황
- 반면 중고차 판매업의 중소기업 적합업종 선정에 따라 대기업의 중고차 매장 확대와 진출이 불가능한 상황에서 건전한 중고차 시장의 구축이 가능한가에 대한 의문이 존재
- 중고차의 품질에 대한 신뢰 제고와 연계 산업과의 긴밀한 관계 구축 등 중고차 시장의 활성화를 위해 요구되는 조건을 무시하고 적합업종으로 선정된 사례로 이해가 가능
- 본 연구는 중고차 판매업의 사례를 통해 중소기업 적합업종 제도의 폐해와 비합리성에 대한 고찰을 시도하는 연구로도 이해가 가능

□ 본 연구는 중고차 판매업의 지정 결정에 대한 타당성을 진단하고 그에 따른 부작용 등을 검토하기 위해 다음과 같이 구성

- II장은 중고차 거래대수와 시장 규모 등 국내 중고차 시장의 현황을 파악하고 자동차 선진국인 미국과 영국 등 해외 중고차 시장과의 비교·분석을 통해 국내 중고차 시장의 잠재적 규모를 추정
- III장은 단기간 내에 미국 중고차 매매 시장의 절대적 강자로 부상한 CarMax사의 사례를 소개하고 국내 중고차 판매업에 진출한 유일한 대기업인 SK엔카와 비교
- IV장은 본 연구의 주요 내용을 요약하고 정책적 시사점을 제시하며 연구를 마무리

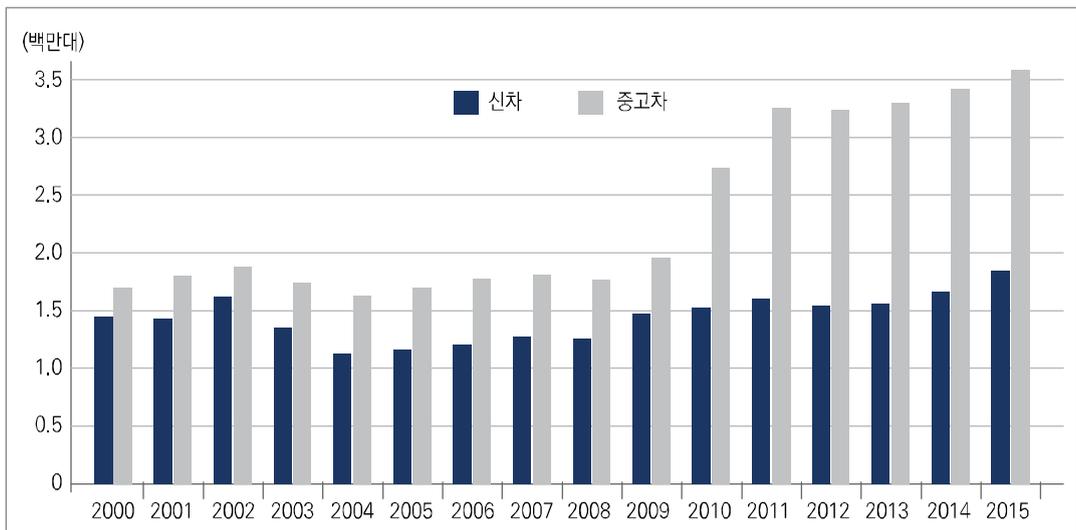
II. 중고차 시장 현황

□ 국내 자동차 시장의 성숙과 함께 중고차 시장의 신장세도 유지되어 2015년 기준 중고차 거래대수는 366만대에 육박

- <그림 1>이 제시하는 바와 같이 중고차 거래대수는 2000년의 170만대에서 2015년의 366만대로 두배 이상 증가했으며 이는 5.14%의 연평균 성장률을 의미
- 반면 신차의 국내 판매대수는 2000년의 144만대에서 2015년의 184만대로 증가했으며 이는 1.62%의 연평균 성장률을 의미
- 2000년 기준 약 26만대였던 신차 판매대수와 중고차 거래대수간 차이는 자동차 시장의 성숙과 함께 2015년 기준 약 182만대로 확대

- 즉 신차 판매대수에 비해 2015년 기준 중고차 거래대수가 거의 두배에 육박하는 수준으로 더 이상 무시할 수 없는 시장 규모를 형성했다는 의미
- 반면 국토교통부가 집계·발표하고 <그림 1>에서 제시된 중고차 거래대수는 2010년의 집계 방식의 변경으로 인해 과다 계상의 문제에 노출되어 자료의 보정이 필요
- 국토교통부의 중고차 거래대수 집계 방식이 2010년부터 최초·최종 거래자간의 거래만이 아닌 중간 매매상으로의 명의 이전까지 포함하는 방식으로 변경
- 즉 실제로 유통된 중고차가 1대일지라도 중간 매매상으로 명의 이전된 경우 2대의 거래건수로 집계되는 이중계산의 문제가 발생

〈그림 1〉 신차 판매대수와 중고차 거래대수: 2000년~2015년

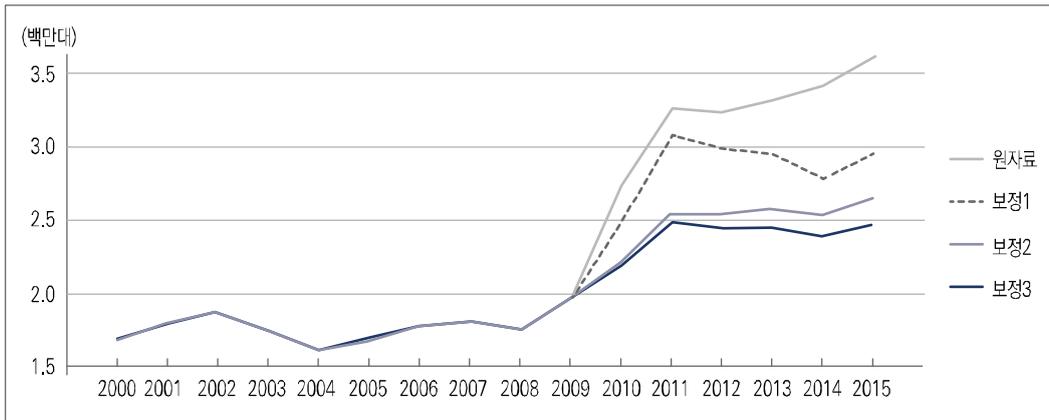


주: 신차는 부활차를 제외한 합계이며 중고차는 신조차와 수입차의 합이며 중고차는 증여, 상속, 촉탁 그리고 기타를 제외한 합계
 자료: 국토교통부, 2016, "국토교통 통계누리: 자동차 등록 현황 통계", <http://stat.molit.go.kr>, 2016.12.22. 접속

- 따라서 <그림 2>와 같이 중간 매매상 거래가 배제된 2010년 이후 당사자매매의 연도별과 연평균 성장률, 그리고 2010년 이전 업자매매의 연평균 성장률을 이용한 보정을 시도
- <그림 2>에서 나타난, 즉 과다계상의 보정 후에도 나타나는 비와 같이 우리나라의 중고차 시장은 2008년 이후 급속한 성장세를 유지했다는 추정이 가능

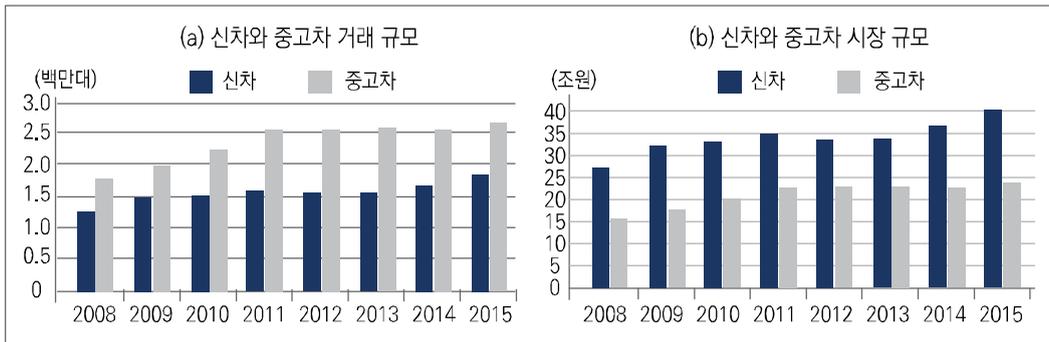
- 본 연구는 보정1과 보정3의 중간 수치인 보정2, 즉 2010년 이후 당사자매매의 연평균 성장률에 따라 업자매매도 증가했다는 가정 하에 산출된 수치를 이용
- ▣ <그림 2>의 보정2를 이용해 신차와 중고차의 거래 규모 및 시장 규모를 재구성해 비교하면 <그림 3>과 같은 결과

<그림 2> 과다계상으로 인한 중고차 거래대수의 보정: 2000년~2015년



주: 보정1은 2010년 이후 업자매매의 연도별 성장률이 당사자매매의 연도별 성장률과 동일하다는 가정하에, 보정2는 2010년 이후 업자매매의 연평균 성장률이 당사자매매의 연평균 성장률과 동일하다는 가정하에, 보정3은 2010년 이후 당사자 매매의 연평균 성장률이 2009년 이전 당사자 매매의 연평균 성장률과 동일하다는 가정하에 각기 산출

<그림 3> 신차 시장과 중고차 시장(보정 후): 2008년~2015년

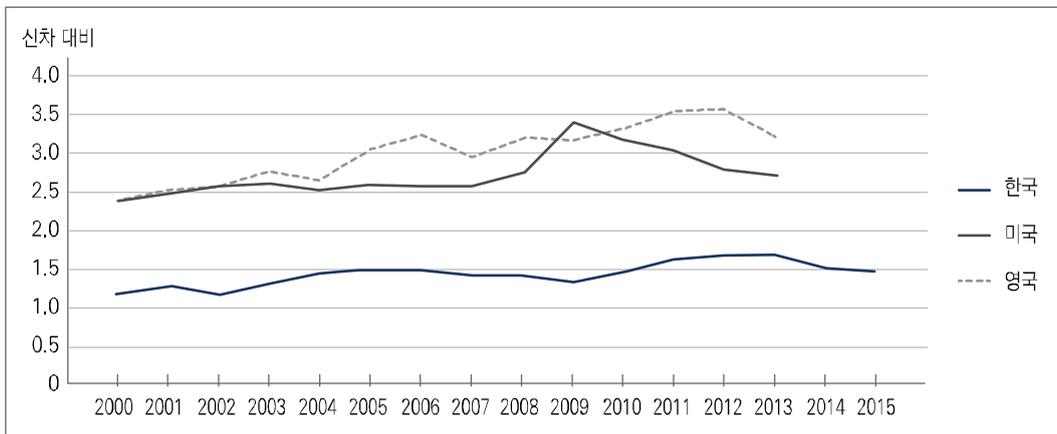


주: 신차와 중고차 시장 규모는 신차와 중고차의 평균 가격을 각기 신건식·박세진 (2014)이 제시한 2,200만원과 900만원으로 가정해 산출

- <그림 3>에서 나타나는 바와 같이 2015년 기준 중고차 거래대수는 약 265만대로 추산되며 중고차 평균 가격을 900만원으로 가정할 경우 시장 규모는 23.9조원에 달하는 수준
- 보정 후에도 2015년 기준 중고차 거래대수는 신차 판매대수의 1.45배 그리고 거래액은 신차 판매액의 2분의 1 이상으로 추산되고 있어 여전히 무시할 수 없는 규모의 중고차 시장이 형성
- ▣ <그림 3>에서 제시된 2010년 이후 국내 중고차 시장의 급속한 성장에도 불구하고 미국, 영국과 같은 선진 중고차 시장에 비해 상대적으로 작은 규모에 정체되어 있는 상황
- 미국, 영국, 한국의 신차 판매대수 대비 중고차 거래대수 추이는 <그림 4>와 같이 나타나며 이미 거론된 바와 같이 2015년 기준 우리나라의 중고차 거래대수는 신차판매대수의 1.45배

- 미국, 영국과 비교 가능한 2013년 기준 우리나라의 중고차 거래대수는 신차 판매대수의 1.66배이며 미국과 영국은 각기 2.70배와 3.55배
- 즉 <그림 2>에서 나타났던 바와 같이 우리나라의 중고차 시장은 2008년 이후 꾸준한 성장을 이어왔지만 미국과 영국과 같은 선진 자동차 시장에 비해 매우 협소한 상황
- 이는 중고차의 품질에 대한 구매자의 신뢰 제고와 연계 산업과의 긴밀한 관계 구축 등 중고차 시장의 산업화 및 활성화를 통해 추가적인 시장 성장이 가능하다는 의미
- ▣ 산업화 및 활성화를 통해 우리나라의 중고차 거래대수가 미국과 영국의 신차 판매대수 대비 수준으로 확장된다면 <그림 5>와 같은 시장 규모의 달성이 가능

<그림 4> 미국, 영국, 그리고 한국의 중고차 시장 비교: 2000년~2015년

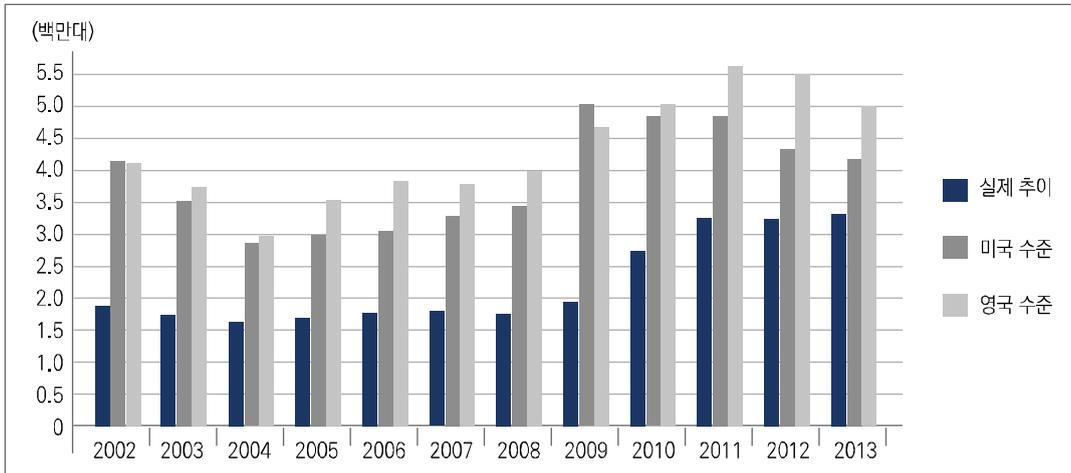


자료: 1) CAM, 2014, "The Used Car Market Report 2014: A Report for BCA", British Car Auctions, Centre for Automotive Management at University of Buckingham Business School, Surrey, UK.
 2) NAIDA, 2014, "NAIDA Used Car Industry Report: 2014", National Independent Automobile Dealers Association, Alrington, TX.

- <그림 5>는 <그림 4>에서 제시된 선진 자동차 시장인 미국과 영국 수준으로 국내 중고차 시장이 활성화될 경우의 거래대수 규모
- 즉 <그림 5>에서 제시된 중고차 거래대수 규모는 중고차의 품질에 대한 구매자의 신뢰가 확보되고 연계 산업과의 긴밀한 관계 형성 등 중고차 시장의 산업화를 통해 도달할 수 있는 수준
- 연도별로 차이가 있지만 미국과 영국 수준으로 중고차 시장이 활성화·산업화되었다면 2013년 기준 각기 417만대와 498만대의 거래 대수 규모

- 또한 <그림 3>과 같이 중고차 평균 가격이 900만원이란 가정하에 중고차 시장의 잠재적 규모가 2013년 기준 37.5조원(미국 수준)에서 44.8조원(영국 수준) 규모에 달했다는 것을 의미
- 즉 <그림 3>에서 제시된 바와 같이 우리나라 신차 시장의 역대 최대 규모(2015년)가 40.4조원인 점을 감안할 때 신차 시장에 육박하거나 초과하는 수준의 중고차 시장으로 성장이 가능

<그림 5> 한국 중고차 시장의 잠재적 규모: 2002년~2013년



자료: <그림 4>에서 제시된 미국과 영국의 신차 판매대수 대비 중고차 거래대수 수준으로 국내 중고차 시장이 확장될 경우를 가정해 산출

III. 해외 사례: CarMax사

▣ **법인 판매가 차지하는 비중 등 신차 시장의 구조적 차이도 중고차 시장의 크기를 결정하는 주요 요인 중 하나지만 중고차의 품질에 대한 신뢰 확보와 연계 산업과의 긴밀한 관계 구축 또한 주요 요인**

- 미국과 영국의 경우 렌터카, 택시, 일반 법인 차량 등 상업·법인용 차량의 판매 비중이 상대적으로 높아 우리나라보다 중고차 공급이 원활한 산업 구조(신건식· 박세진, 2014)
- 즉 <그림 5>에서 제시된 미국과 영국 수준에 육박하는 중고차 시장 규모를 달성하기 위해 중고차의 원활한 공급을 확보할 수 있는 신차 시장의 산업적 구조 변화가 필요
- 반면 중고차 수요는 대부분 일반 소비자로 구성되며 중고차의 품질에 대한 신뢰 확보와 연계 산업과의 긴밀한 관계 구축은 중고차의 수요를 결정하는 주요 요인
- 중고차의 품질에 대한 신뢰 확보와 연계 산업과의 긴밀한 관계 구축은 신차 시장의 산업 구조와 상관없이 중고차 시장 자체 내에서 수요 측면을 제고할 수 있는 방안

▣ **미국의 CarMax사는 중고차의 품질에 대한 신뢰 확보와 연계 산업과의 긴밀한 관계 구축을 통해 중고차 시장의 체질 개선과 신규 수요의 창출을 시도한 대표적 사례**

- CarMax사는 1990~2000년대 당시 미국의 전자제품 소매 시장을 선도했던 Circuit City사가 사업 다각화의 일환으로 1993년에 출범시킨 중고차 매매 기업

○ Circuit City사는 Collins가 2000년 초반 가장 성공적인 기업 구조와 가치를 실현한 기업으로 선정했던 11개 기업 중 하나이며 CarMax사의 출범 당시 전세계 최대의 전자제품 유통업체⁶⁾⁷⁾⁸⁾

○ CarMax사는 1997년의 신규상장(IPO)과 2002년의 주식분할(Spin Off) 등 과정을 통해 Circuit City사와 독립된 경영구조를 구축⁹⁾

○ 반면 우리나라와 같이 적합업종 제도가 중고차 판매업에 적용되었다면 대기업의 신규 진출이 불가해 Circuit City사의 중고차 판매업 진출이 불가

▣ **1993년 첫 중고차 매장의 개점 후 4년만의 신규 상장, 9년만의 단독 법인 설립 등의 과정을 거쳐 CarMax사는 <그림 6>이 제시하는 바와 같이 단기간 내에 미국 중고차 시장의 절대 강자로 성장¹⁰⁾**

6) Collins, James Charles, 2001, Good to Great: Why Some Companies Make the Leap...and Others Don't, New York: Random House.
 7) Collins, James Charles, 2009, How the Mighty Fall: And Why Some Companies Never Give In, New York: Random House.
 8) Collins(2001)는 Abbott Laboratories, Circuit City, Fannie Mae, Gillette Co., Kimberly-Clark Corp., the Kroger Co., Nucor Corp., Philip Morris Cos. Inc., Pitney Bowes Inc., Walgreens, Wells Fargo를 가장 성공적인 기업 구조와 가치를 실현한 11개 기업으로 선정. 반면 CarMax사의 모기업인 Circuit City사는 2000년대 중반 이후 경쟁사인 Best Buy사의 시장 확장과 급변하는 전자 제품 시장 상황에 대응하고 소비자 선호를 충족시킬 수 있는 전략의 부재로 인해 2008년 부도와 함께 시장에서 퇴출(Collins, 2009)
 9) 2002년의 주식분할은 1997년의 신규상장을 통해 Circuit City사의 트랙킹 주식(tracking stock)으로 거래되며 2002년 당시 시가총액이 12억불에 달하던 CarMax사의 주식을 Circuit City사 주주에게 분리 배당한 것을 의미
 10) CarMax, 2016, "CarMax, Inc, Annual Report Fiscal Year 2016", CarMax, Inc., Richmond, VA.

- <그림 6a>와 같이 1999년 기준 5.5천대에 불과하던 CarMax사의 중고차 판매대수는 급격히 증가하며 2016년 기준 62만대에 육박
- 급격히 증가한 중고차 판매대수의 변화 추이를 반영하며 <그림 6b>와 같이 2001년 기준 19.2억불이던 CarMax사의 중고차 매출은 2016년 기준 125억불로 증가
- 이러한 CarMax사의 중고차 판매대수 및 매출 신장은 <그림 6c>에서 제시된 중고차 매장의 확장(1996년 기준 5개→2016년 기준 158개)을 통해 가능
- 우리나라와 같이 적합업종 제도의 적용으로 인해 중고차 매장의 확장이 불가능한 상황에서 CarMax사와 같은 신규 중고차 매매 업체의 급속한 성장은 불가

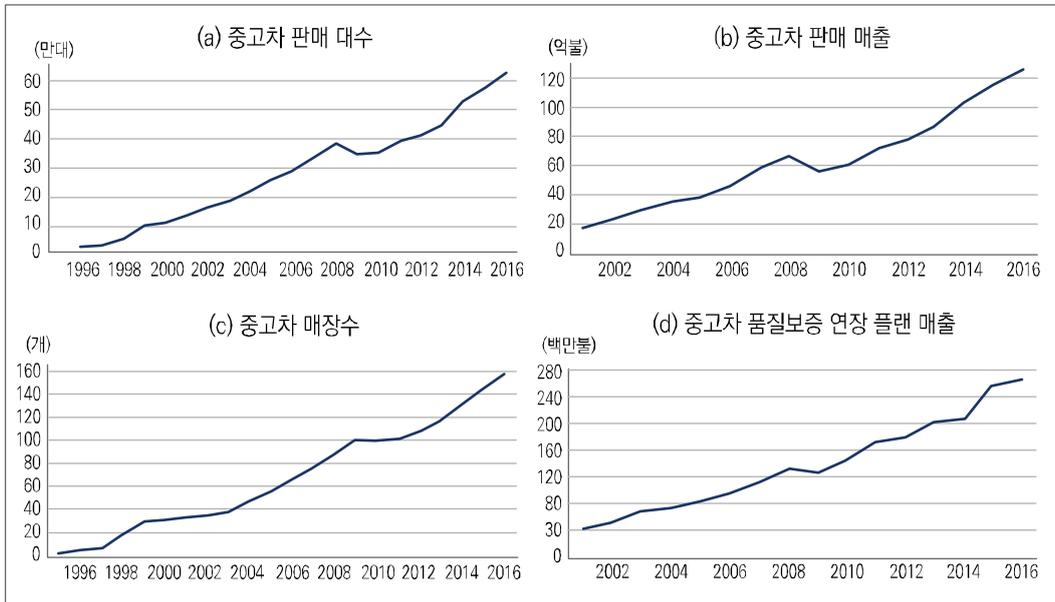
▣ CarMax사와 같은 매장의 급속한 확장과 매출 성

장은 불량품 시장(Market for Lemons)으로 묘사되는 중고차 시장의 특수한 조건을 타파할 수 있는 전략의 도입으로 가능¹¹⁾

- CarMax사는 중고차 매매의 근본적 문제를 중고차의 품질과 가격에 대한 불확실성으로 판단하고 5일 이내 환불, 30~90일 품질 보증, 품질보증 연장 플랜, 그리고 가격 정찰제라는 전략을 도입
 - 기본사항인 30~90일 품질보증에 추가해 구매자의 60% 이상이 선택사항인 품질보증 연장 플랜에 가입 중이며 따라서 중고차의 품질에 대한 불확실성의 완벽한 해소가 가능

11) Circuit City사는 품질보증, 가격 정찰제, 풍부한 재고의 확보, 그리고 자체적 할부상품 개발을 통해 소비자의 신뢰를 구축하고 1990년대 이후 전자제품 소매시장의 절대 강자로 부상(Wells, Luo, and Danskin, 2013)

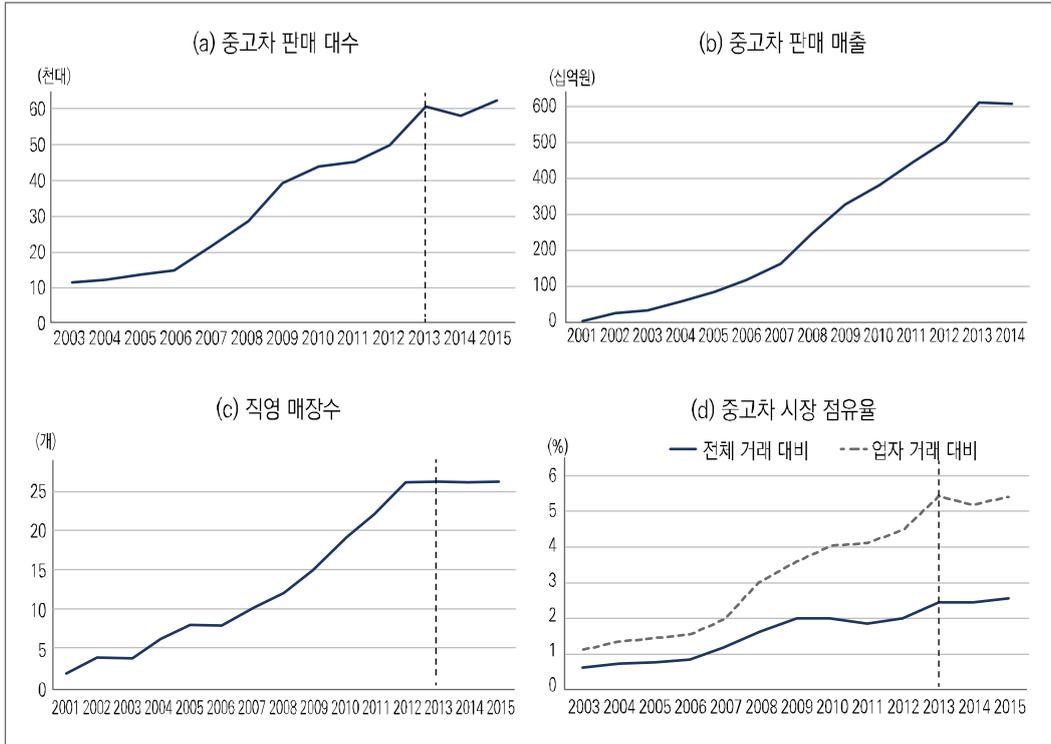
<그림 6> CarMax사의 성장



자료: CarMax, 2016, "CarMax, Inc. Annual Report Fiscal Year 2016", CarMax, Inc., Richmond, VA. 및 1999년 이후의 Annual Report

<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자 선택의 폭을 넓히기 위해 대다수 소비자가 선호하는 가격대에 속한 400~600대 규모의 중고차 재고를 매장당 확보 ○ 원활한 중고차 판매를 위해 자체적 할부금융상품을 개발·공급하고 할부계약 체결 후 3일 이내 철회가 가능한 위약금 및 면제제도를 도입 <ul style="list-style-type: none"> - 중고차 구매를 위한 할부금융의 요청 시 자체 할부 금융상품을 포함한 연계 금융기관 상품을 동시에 제공해 구매자의 선호에 따른 선택이 가능 ○ 위에서 언급된 품질 보증 제도, 가격 정찰제, 중고차 재고 확보, 그리고 금융상품 개발은 중고차의 품질에 대한 신뢰 구축 및 연계 산업과의 긴밀한 관계 형성 ○ 반면 이러한 CarMax사의 전략은 대규모 자금력을 바탕으로 규모의 경제를 구축해 도입이 가능해지며 <그림 5>에서 제시된 수준의 국내 중고차 시장 활성화를 위한 수요 측면의 제고도 가능 <ul style="list-style-type: none"> - 실제로 CarMax사의 경험자는 지인에게 CarMax사를 추천하겠다는 의사를 표명하는 등 고객 만족도 조사에서 90% 이상의 고객 만족율을 실현¹²⁾ <p>▣ 2013년 중고차 판매업의 적합업종 지정 전부터 직접 중고차 판매시장에 진출했던 유일한 대기업인 SK엔카도 CarMax사와 유사한 전략을 도입해 운용 중</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ CarMax사와 유사하게 SK주식회사의 사내 벤처로 2000년에 출범한 SK엔카는 가격 정찰제, 품질 진단점수제, 그리고 두개(6·12개월)의 품질 보증 제도를 도입해 운영 중 	<p>게 제공 중</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 즉 SK엔카는 CarMax사와 유사한 전략을 도입해 중고차 시장의 수요 측면을 제고할 수 있는 국내 시장 환경을 조성 <p>▣ 반면 2001년 첫 중고차 매장을 개장한 SK엔카의 성장세는 CarMax사가 달성한 급속한 성장에 비해 상대적으로 미진하며 특히 2013년의 적합업종 지정 이후 정체 중</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ SK엔카의 중고차 판매대수는 꾸준히 증가해 6만 대 수준에 도달하고 매출액도 신장했으나 2013년의 적합업종 지정과 함께 정체 중 ○ SK엔카의 성장 정체 현상은 중고차 판매업이 적합업종으로 지정되며 직영 매장수가 26개로 제한되어 나타난 현상일 개연성이 크게 존재¹³⁾ ○ 이러한 SK엔카의 정체 현상으로 야기되는 문제의 본질은 SK엔카의 매출 및 이익 신장에 국한되지 않고 중고차 시장의 질적인 성장을 지체시키는 주요 요인으로 작용한다는 것 ○ 즉 중고차 판매업의 적합업종 지정은 불량품 시장(Lemon Market)으로 인식하게 만든 중고차 품질의 불확실성을 해소해 고품질 시장(Peach Market)으로 탈바꿈시키는 질적인 성장의 지체 요인으로 작용 ○ 따라서 중고차의 품질에 대한 구매자의 신뢰를 확보해 중고차 시장의 질적인 성장을 모색하고 종내 중고차 시장의 규모 확대와 소비자 후생 증진의 기회 및 가능성이 소멸
<ul style="list-style-type: none"> ○ 중고차 원격 판매 시스템을 구축하며 차량 배송 3일 후까지 시운전 후 최종 구매여부를 결정할 수 있는 책임환불제를 2016년에 도입 ○ 또한 타 금융기관과 연계해 제휴 할부 및 리스금융상품을 개발해 맞춤형 금융 서비스를 구매자에 	<p>12) Wells, John R, Hong Luo, and Galen Danskin. 2013. "CarMax: Disrupting the Used Car Market", Harvard Business School Cases(9-713-467).</p> <p>13) SK엔카, 2017, "About Us: 연혁." http://company.encarmall.com/companyDomain.html. 2017.1.25. 접속</p>

〈그림 7〉 SK엔카의 성장



자료: 1) SK엔카, 2017, "About Us: 연혁", <http://company.encarmall.com/companyDomain.html>. 2017.1.25. 접속
 2) SK엔카, 2013, "회사소개서." SK엔카
 3) 김태현, 2016, "중고차 거래량 '역대 최고'... 대기업이 바꿔 놓은 시장 판도", 한경 Business 1064(2016.4.20.)

IV. 결론

□ 본 연구는 불량품 시장(Market for Lemons)의 대표적 사례로 알려져 있는 중고차 시장의 산업화 및 활성화를 위한 전략을 CarMax사의 사례를 통해 소개하고 자동차 판매업의 중소기업 비적합성을 제시

- 중고차 시장은 2001년 노벨경제학상 수상자인 Akerlof가 제시한 판매·구매자간 정보의 비대칭 (asymmetric information) 문제로 인해 구매자의 신뢰 구축이 필수적인 시장
- 판매자는 판매하려는 중고차의 품질에 대한 완벽한 정보를 가지고 있는 반면 구매자는 이에 대한 정보가 부재한 상황에서 상호간 매매가 성립되어야 하는 특수한 환경이 중고차 시장에 존재
- Akerlof가 제시한 특수한 환경에도 불구하고 중고차 시장의 붕괴는 현실화되지 않았으며 이는 중고차의 품질에 대한 구매자의 신뢰 구축을 위한 다양한 방안이 모색된 시장 혁신과 발전의 결과
- 반면 적합업종의 지정과 같은 시장 진입 장벽이 설치된 상태에서 구매자의 신뢰 구축을 위한 방안을 모색하는 시장의 역동성이 가능한가에 대한 본질적 질문이 존재

□ 국내 중고차 시장은 2008년 이후 거래대수가 급속히 증가하는 성장세를 유지하고 있으나 미국과 영국에 비해 상대적으로 비활성화된 시장

- 2013년 기준 국내 중고차 거래대수가 신차 판매대수의 1.45배인 반면 미국과 영국의 경우 각기 2.70배와 3.55배 수준의 시장 규모
- 즉 중고차의 품질에 대한 구매자의 신뢰 제고와 연계 산업과의 긴밀한 관계 구축 등 중고차 시장의 산업화 및 활성화를 통해 추가적인 시장 성장이 가능

- 미국과 영국 수준으로 중고차 시장이 산업화·활성화된다면 2013년 기준 각기 417만대와 498만대 규모 수준으로 추가적 확대가 가능

□ Circuit City사의 사업 다변화 일환으로 출범한 CarMax사는 중고차의 품질에 대한 소비자 신뢰와 연계 산업과의 긴밀한 관계를 구축하는 전략을 도입해 중고차 시장의 산업화 및 활성화를 모색

- 미국의 CarMax사는 품질 보증 제도, 가격 정찰제, 중고차 재고 확보, 그리고 금융상품 개발을 통해 중고차의 품질에 대한 신뢰와 연계 산업과의 긴밀한 관계를 구축
- 또한 CarMax사의 경험자는 지인에게 CarMax사를 추천하겠다는 의사를 표명하는 등 고객 만족도 조사에서 90% 이상의 고객 만족율을 실현해 중고차에 대한 소비자 인식 제고에 성공
- 따라서 1999년 기준 5.5천대에 불과하던 판매대수가 2016년 기준 62만대로 확대되었으며 중고차 매출 또한 2001년 기준 19.2억불에서 2016년 기준 125억불로 신장
- 하지만 위에서 언급된 CarMax사의 전략은 대규모 자금력을 바탕으로 규모의 경제를 구축하며 도입이 가능

□ 적합업종 제도가 미국에서 적용되었다면 Circuit City사의 자회사로 출범한 CarMax사의 시장 진출과 급속한 성장을 가능하게 만든 매장수의 확대 (1996년 기준 5개→2016년 기준 158개)는 불가능

- CarMax사와 유사한 전략은 중고차 판매업의 적합업종 지정전부터 국내중고차 판매시장에 진출했던 유일한 대기업인 SK엔카에서 이미 도입해 운용 중
- 즉 SK엔카의 이러한 전략의 도입에 따라 중고차 시

장의 수요 측면을 제고할 수 있는 시장 환경이 이미 국내에 조성

- 하지만 이러한 전략의 도입에도 불구하고 중고차 매매업의 적합업종 지정에 따라 SK엔카의 직영 매장수가 26개로 제한되었으며 CarMax사에 비해 상대적으로 미진한 성과
- 이러한 SK엔카의 미진한 성과는 중고차 시장의 체질을 개선시키는 질적인 성장을 지체시켜 중고차 시장 규모를 확대하고 소비자 후생을 증진하는데 걸림돌로 작용
- 즉 중고차 품질에 대한 불확실성을 해소하는 질적인 성장을 통해 불량품 시장(Lemon Market)에서 고품질 시장(Peach Market)으로 탈바꿈시키는 산업화·활성화 과정이 지체 중

□ 중고차 시장의 질적인 성장을 꺾이기 위해 중고차 매매업의 적합업종 지정을 2018년 전에 해제시키는 안을 고려할 필요

- 중고차 시장의 질적인 성장을 위해 중고차의 품질에 대한 소비자 신뢰 구축과 연계산업과의 긴밀한 관계 형성이 필수적
- 반면 소비자 신뢰 구축과 연계 산업과의 관계 형성을 위해 품질 보증 제도, 가격 정찰제, 충분한 재고 확보, 그리고 금융상품 개발과 같은 대규모 자금력을 요구하는 전략의 도입이 필요
- 즉 중소 및 영세 기업만의 참여만으로 중고차 시장의 산업화·활성화가 불가능하며 미국과 영국 수준의 시장 확대를 위해서는 적합업종 지정의 시급한 해제가 필요
- 또한 특정 업종·품목의 중소기업 적합업종 지정 시 소비자 후생, 시장의 성장 등에 대한 영향 등 의도하지 않은 결과까지 고려할 필요

keri 한국경제연구원

발행일 2017년 2월 14일 | 발행인 권태신 | 발행처 한국경제연구원 | 주소 서울시 영등포구 여의대로 24 FKI타워 46층