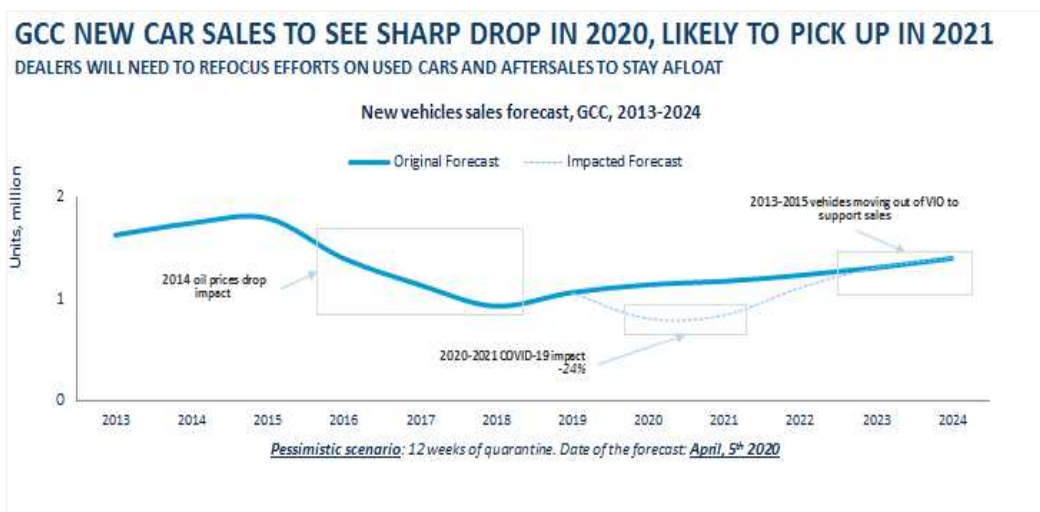


GCC 지역 모빌리티 분야 전문가, 혁신적인 산업 패러다임 논의

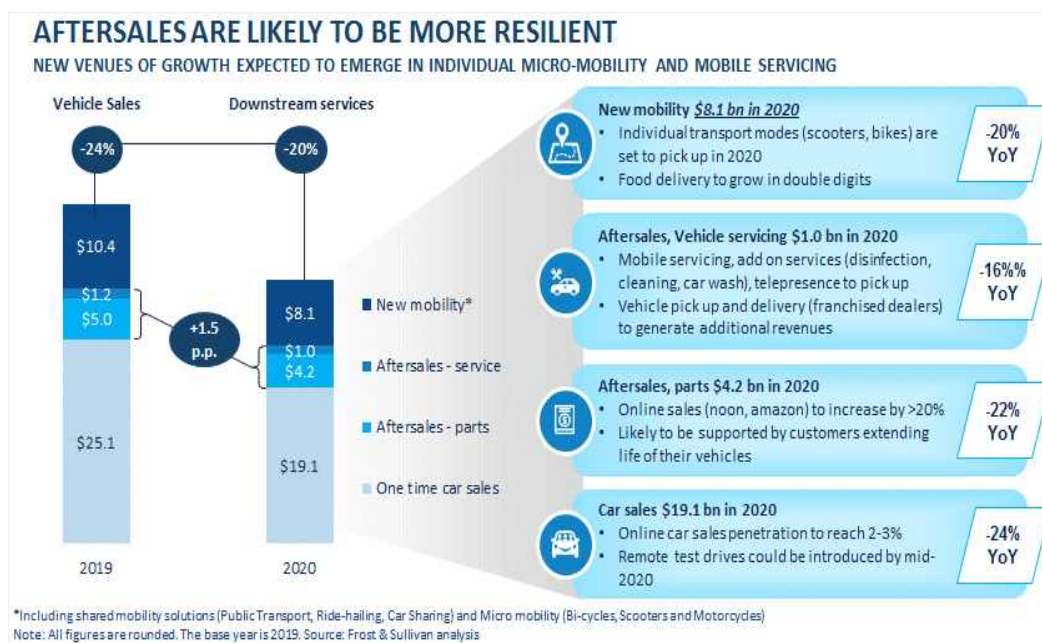
“디지털 트랜스포메이션(digital transformation)은 새로운 사업 모델, 부가가치 서비스와 더불어 경제 회복의 ‘핵심’이 될 것”

- 코로나-19 사태는 걸프 협력 회의(GCC) 회원국에도 지대한 영향을 미치고 있음
 - 신차 판매량은 50~60%가 감소했고 차량 관련 서비스(정기 점검 등)에 평균적으로 지출하는 비용도 미화 390 달러에서 미화 325 달러로 감소
 - 소비자들은 감염을 우려하여 차량 공유 서비스나 대중교통의 활용을 지양하고 있음
- 최근 ‘GCC 지역에 코로나-19가 미친 영향: 모빌리티 산업의 성장 관련 시사점 및 대응 방안’을 주제로 개최한 회의에서 GCC 지역 주요 모빌리티 기업들은 코로나-19로 인한 경제 불황을 타개하기 위한 대응, 회복, 복구, 활성화에 대한 강력한 의지를 피력하였음
- GCC 지역은 코로나-19의 여파로 인해 차량 판매량이 감소할 것이라 경고함
 - GCC 지역에서는 ‘20년 3월에만 소비자들이 차량 구매를 미루면서 신차 및 중고차 판매는 50~80%가 감소
 - 더욱이, 사회적 거리 두기 정책의 시행과 감염에 대한 불안감으로 인해, GCC 지역에서 차량 전시장을 찾은 방문객 수 또한 약 70~80% 감소하는 등 예년처럼 소비자가 차량 전시장을 방문하지 않을 경우, 기존의 차량 판매 방식에 장단기적으로 큰 변화가 발생할 가능성도 있음



〈그림 1〉 GCC 신차 판매량 2020년 급감, 2021년 회복될 듯
출처 : Frost&Sullivan Blog, GCC Mobility Experts Discuss ..., Apr 27, 2020

- 한편 차량 정비 서비스와 부품에 대한 수요는 재택 명령 등과 같은 조치의 영향을 받았음
 - 신차 판매보다는 영향을 덜 받을 것으로 보이지만, 차량을 사용하는 빈도수, 이동 거리 등이 줄어들면 차량 정기 점검과 소모품 교체도 주기가 길어져 차량 정비 서비스 분야도 어려움을 겪을 전망
- 전문가들은 디지털 혁신이 모빌리티 업계 회복의 핵심이 될 것이라고 강조함
 - 새로운 사업 모델, 부가가치 서비스의 등장과 함께, 모빌리티 업계에 디지털 서비스를 도입하고자 하는 움직임은 점점 빨라지고 있음
 - 모빌리티 업계 이해 관계자는 빠른 온라인 서비스, 새로운 디지털 인터페이스의 도입을 검토하고 있음
 - 또한, 모빌리티 업계는 고객 접점을 다양하게 확장하고 구매에서 배송까지 구매 과정을 간소화하면서 보다 의미 있는 고객 경험을 창출하는 데 도움을 줄 수 있는 디지털 요소를 물색하고 있음
- 한편, 건강 및 웰빙 관련 트렌드는 개인의 이동성, 음식/상품 배달을 위한 마이크로 모빌리티 수단, 특히 전동 스쿠터 및 전동 자전거 시장에 긍정적인 영향을 미쳤음
 - 마이크로 모빌리티와 공유 모빌리티로 구성된 '뉴 모빌리티' 산업이 2020년에는 80억 달러 이상의 수익을 창출할 것으로 예상하고 있음



〈그림 2〉 A/S가 더 탄력적일 수 있음; 마이크로, 공유 모빌리티 분야에서 새로운 성장 가능성
 출처 : Frost&Sullivan Blog, GCC Mobility Experts Discuss ..., Apr 27, 2020

- 건강과 안전에 대한 우려가 높아지며, 민간/공공 모빌리티 공유 서비스(대중교통 포함)도 상당한 영향을 받았음
 - 2월 중순부터 3월 말까지 대중교통을 활용한 이용객 수는 69% 감소한 것으로 나타남

- 모빌리티 공유 서비스에 대한 수요 감소에 대응하기 위해 공유형 모빌리티 서비스를 제공하는 기업들은 필수 인력 또는 의료 분야 종사자를 수송하는 등 운용 중인 차량의 용도를 변경하며 긍정적인 브랜드 이미지를 구축 중

2020년의 경우, A/S 및 부품 관련 매출은 감소하였으나, 원격 차량 점검, 소독, 청소 및 세차와 같은 부가가치 서비스, 차량을 이용한 픽업 및 배달 서비스는 차량 관련 A/S 및 차량 점검 서비스 분야의 매출 수준을 유지하는 데 도움을 줄 전망

- 반면, 온라인 판매 및 차량 보증 연장 보험 등은 차량 부품 시장의 수익 창출에 도움을 줄 것으로 예상

새로운 사업 모델을 위한 차량의 용도 변경; 차량 공유 서비스 업계의 성장

- 이카(Ekar)의 CEO 겸 창립자인 빌헬름 헤드베르크(Vilhelm Hedberg)는 차량 공유 서비스 업계의 성장을 낙관하면서 근거로 차량을 주/월/년 단위로 예약하며 공유 차량을 ‘사재기’하는 소비자가 늘고 있다고 설명함
- 아울러, 아랍 에미리트(UAE)에서는 50~100대의 차량이 UAE의 의료 분야 종사자, 사우디아라비아의 의료 분야 종사자/군 장병용으로 용도 변경되었음
- 마사르 솔루션(Massar Solutions)은 차량을 사회에 필수적인 서비스에 전용하는 전략을 펼치고 있음
 - 까르푸 식료품/음식 배달을 위해 1,500의 기사를 전담으로 배정하고 있으며, 아부다비 정부 소속으로 공익성 업무를 수행하는 공무원 등을 대상으로 차량 서비스를 제공하고 있음
 - 또한, 공유 차량 사용료를 지불할 수 없거나 공유 차량을 활용할 수 없는 소비자를 위해 식품, 생필품을 배달하고 있음

사업의 연속성을 보장하기 위해 위생 표준에 집중

- 뉴 모빌리티 솔루션 제공 업체들의 경우, 고객에게 위생 기준을 소통/전달하여, 대중교통을 대체할 안전한 대안이 있다는 사실을 알리는 것이 매우 중요함
- 이카(Ekar)는 차량을 호출하는 다른 모빌리티 서비스(우버, 리프트 등)와 달리, 공유형 차량/차량 공유 서비스만의 차별화된 안전하고 깨끗한 환경을 강조하는 데 집중하고 있음

항상 고객을 최우선시하는 디지털화 사업

- 중동 시장에서 메르세데스-벤츠는 새로운 대고객 소통 수단을 모색하고, 지속적인 장기 성장을 추진하는 동시에 새로운 디지털 기반 성장 기회를 모색하기 위해 디지털화, 전자 상거래 시스템의 도입을 추진 중
- 그 결과, 메르세데스-벤츠는 적극적으로 전략을 수립하고 제품을 설계하면서 새로운 사업 모델을 개발할 수 있었음

- 챗봇, 가상 쇼룸에서 전자 상거래 시스템에 이르기까지 일련의 온라인, 디지털 및 모바일 솔루션을 사용하여 닛산(Nissan)은 고객의 사용 편의성을 개선하고 소통 채널을 꾸준히 유지하고 있음
- 솔루션에는 영업 컨설턴트와의 화상 통화, 고객이 테스트 드라이브를 해볼 수 있도록 차량을 자택까지 배송하는 서비스, 소비자의 집까지 찾아가는 정비 서비스, 정비 등을 위해 차량을 고객의 집에서 픽업하고 다시 가져다 놓는 서비스 등이 포함되어 있음

미래를 위한 전략적 로드맵

- 자원 및 운영 효율성을 최적화하고, 위험을 완화하고, 지속적인 미래 성장을 위한 로드맵에 포함시킬 수 있는 최적의 전략을 식별하는 것이 중요
- 중기적으로 차량 제조 OEM과 딜러는 자동차, 부품 및 서비스를 온라인으로 판매하거나, 모바일 정비 서비스, 차량 컨시어지 관리 서비스 등 성장 여력이 높은 영역으로 초점을 옮겨야 할 필요가 있음
- 장기적으로는 공급망을 다양화 하고, 차량 내 연결성과 건강/웰니스/웰빙(HWW) 솔루션을 보강하면서 온라인 사업의 점유율을 확대 및 영업 자본을 확보하면, OEM 및 딜러의 활동 기반이 공고해질 전망

 **(결론)** 모빌리티 솔루션 제공 업체들이 가장 먼저 취해야 할 조치는 기존 차량의 용도를 변경하고 위생 표준을 개선하는 것으로 차량 공유 서비스 기업들은 OEM과의 계약을 재협상해보는 방안을 취할 수도 있음

- 장기적으로는 차량 리스 사업자와 OEM을 통한 차량의 조기 교체, 식품/물품 배달 서비스 확장을 통한 차량 활용도 개선, 개인 모빌리티 수단에 집중하는 등의 전략도 고려해야 함

- 기술사업화 이슈&마켓 보고서는 해외시장정보 전문업체(Frost & Sullivan, Lexisnexis 등)에서 분석한 내용을 기반으로 작성한 보고서로 연구개발특구진흥재단의 공식적 견해는 아님을 알려드립니다.
- 본 보고서는 연구개발특구진흥재단 홈페이지(<https://www.innopolis.or.kr>)에서 다운로드 가능합니다.
- 무단 전재 및 복제를 금하며, 내용을 인용할 경우 출처를 명시하여 주시기 바랍니다.