기아가 2021년 서울 성동구 카페 할아버지공장에서 '더 뉴 k3'를 선보이고 있다. '더 뉴 k3'는 주행안전·편의사양과 인포테인먼트 시스템을 대거 적용했다. /사진=이기범 기자 leekb@국내 시장에서 '작은 차'의 설자리가 점점 줄어들고 있다. 국내 완성차 업체들이 라인업을 축소하면서 존재감 자체가 희미해지는 상황이다.18일 자동차 업계에 따르면 기아는 오는 7월 K3 생산을 중단한다. 판매량이 줄어드는데 따른 단산이라는 설명이다. 실제로 K3는 올해 1~4월 국내에서 5530대가 팔리는데 그쳤다. 경쟁 차종 현대차 아반떼(1만6724대)의 3분의 1에도 미치지 못하는 판매량을 기록했다.K3가 단산되면 국내 시장에 남는 국산 준중형 세단은 아반떼 뿐이다. 수입차로 범위를 넓히면 선택지야 있지만, 이들 차량의 가격은 4000만~5000만원을 넘어선다. 준중형 세단은 가성비가 중요한 선택 요소다. 소비자로서는 사실상 선택지가 아반떼밖에 남지 않는 셈이다.여기에 준중형보다 작은 경차나 소형차도 대부분 판매량이 줄어든 상황이다. 경차나 소형차는 구매 가격과 유지비가 저렴해 경기 침체키 수요가 느는 경향을 보였는데, 최근에는 이같은 현상이 보이지 않는다. 카이즈유데이터연구소에 따르면 올해 1분기 경차는 전년 대비 9% 감소한 2만7574대가 판매됐다. 금융시장이 크게 흔들린 2012년에는 약 21만대까지 팔렸었지만 최근 판매량은 크게 둔화됐다. 이미 경차, 소형차의 경우 판매량 저조로 여러 모델이 단종되기도 했다. 대표적인 소형차였던 현대차 엑센트와 i30, 기아 프라이드가 단종된 이후 두 회사는 같은 급에서 더이상 신차를 만들지 않고 있다. 한국GM은 2022년 경차인 스파크 단산을 결정했다. 르노코리아 역시 SM3를 2019년부터 생산하지 않는다. 이처럼 작은 차들이 자리를 잃는 것은 소비자들이 큰 차를 선호하는 현상 때문이다. 레저 등 여가 활동이 늘면서 SUV의 넓은 실내 공간과 높은 차체 등이 중요한 차량 선택 요소로 떠올랐다는 설명이다. 최근 기술력 향상으로 세단 못지 않은 승차감을 확보한 것도 SUV 수요가 늘어난 원인 중 하나다.작은 차를 선호했던 여성들마저 SUV로 시선을 돌렸다. 카이즈유데이터연구소에 따르면, 올 1분기 여성이 가장 많이 등록한 차량은 SUV(62.9%)였다. 세단(23.5%)과 카니발 등 RV(레저용 차량·8.9%)가 뒤를 이었다. 실제로 올해 1분기 국내 시장에서 가장 많이 팔린 차종은 쏘렌토(2만6929대)다. 뒤이어 싼타페(2만3313대) 카니발(2만2681대) 스포티지(1만9661대) 순으로 SUV와 RV 뿐이다.   
  
  
  
현대차 1분기 실적 추이/그래픽=이지혜완성차 업체들 또한 이익률이 높은 SUV에 집중하고 있다. 현대차는 차량 한 대당 이익률이 높은 SUV와 RV 비중을 확대하며 실적을 끌어올리고 있다. 현대차는 올해 1분기 판매대수가 전년 동기 대비 1.5% 감소했음에도 불구하고 SUV, 하이브리드 등 고부가가치 차량의 호조를 앞세워 영업이익을 지켰다.여기에 전동화 전환이 겹치며 판매가 부진한 내연기관 모델들 먼저 순차적으로 단종되고 있다는 설명이다. 기아는 내년 준중형 세단 전기차 EV4를 출시할 계획이다.자동차 업계 관계자는 "SUV 인기가 몇년간 이어지며 국내 시장에서 작은 차들의 판매는 크게 줄어든 상황"이라며 "경기침체에도 불구하고 SUV 선호가 이어지는 것을 보면 당분간 '작은 차'의 설자리는 좁을 것"이라고 전망했다.