



데이터융복합/소비자리서치 전문 연구기관
컨슈머인사이트 보도자료

(자동차 리포트 21th-10호)

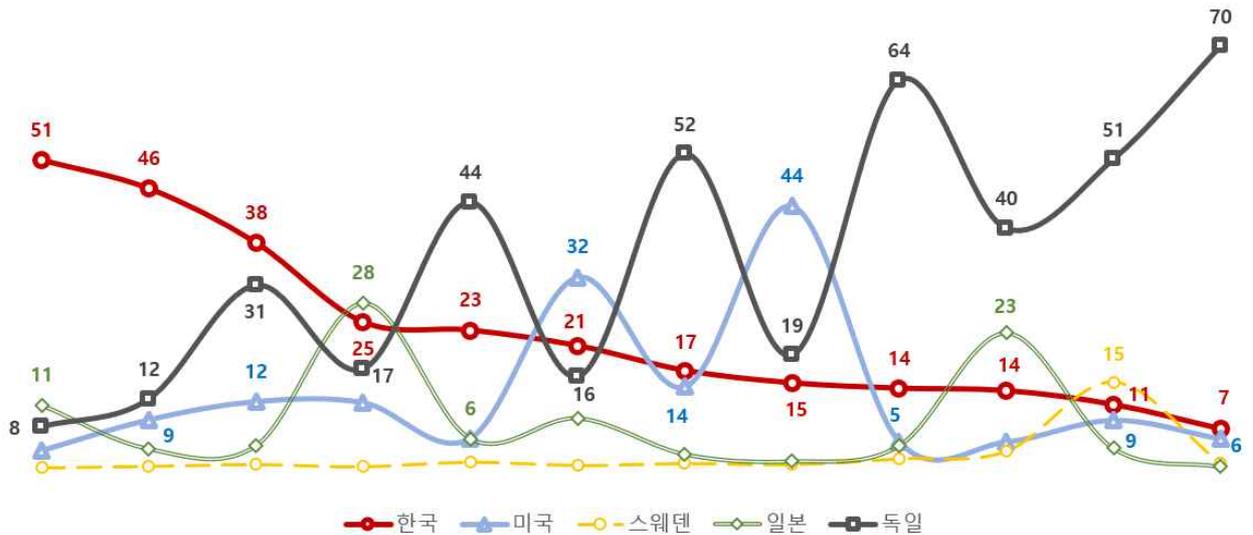
기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	sammy.park@consumerinsight.kr
문 의	박승표 이사	연 락 처	02) 6004-7661
배 포 일	2021년 9월 6일(월) 배포	매 수	자료 총 4매

전기·자율차는 미국, 하이브리드는 일본이 1등, 한국은?

컨슈머인사이트, 국내 소비자의 자동차 제조국가 이미지 비교

- 한국, '수소차' '싸고 좋은차' '유관산업 발달' 항목서 1위
- 독일차는 기술·디자인·성능 등 전통 영역에서 압도적 1위
- 미래형 자동차 분야에서는 미국·한국·일본에 선두 내줘

[그림] 자동차 제조국가 별 소비자 이미지(2020년 기준, 단위 : %)



Q 다음의 특성을 갖고 있다고 느끼는 자동차 제조국가는 어디라고 생각하십니까?
 * 위의 5개국 외에도 영국, 프랑스, 중국, 인도가 비교 대상 국가에 포함됐으나 거의 모든 항목에서 하위권에 머물러 그림에서 생략함.

자동차 소비자는 미국이 전기차와 자율주행에서 가장 앞선 나라인 반면, 수소차에서는 한국이, 하이브리드에서는 일본이 앞서 간다고 생각한다. 독일은 최고급차, 디자인 능력, 최첨단기술 등 전통적인 이미지 6개에서 단연 뛰어난 나라로 인식됐지만, 미래형 첨단기술 분야에서는 한·미·일에 미치지 못했다.

자동차 전문 조사기관 컨슈머인사이트는 2001년부터 매년 10만명을 대상으로 실시하는 '연례 자동차 기획조사'에서 우리 소비자가 주요 자동차 제조국가에 대해 어떻게 생각하는지(이미지)를 묻고 그 결과와 변화 추이를 살펴봤다.

2020년 기준 독일은 12개 이미지 측면중 절반인 6개 측면을 석권했다. △최고급차 70% △우수한 성능 64% △최첨단 기술 52% △안전한 차 51%로 4개 측면에서 과반수가 가장 뛰어난 나라로 지목했다. △디자인 능력(44%) △잔고장 없는 차(40%)에서도 가장 앞선 것으로 인식되었다. '최고급차'와 '최첨단기술' 측면에서 독일에 이어 2위인 한국이 각각 7%, 17%를 얻었고, 3위인 미국은 각각 6%, 14%에 그친 점을 감안하면 한국 소비자에게 독일차 이미지가 얼마나 절대적인지 짐작할 수 있다[그림].

미래형 자동차라고 할 수 있는 친환경·자율주행 관련 측면에서는 달랐다. △수소차는 한국(46%) △하이브리드차는 일본(28%)이 가장 앞서가는 나라로 평가 되었고, 최근 각광받는 △자율주행과 △전기차에서는 미국(각각 44%, 32%)이 1위였다.

한국은 수소차 외에도 △싸고 좋은 차(51%) △철강·전자 등 유관산업 고루 발달(38%) 항목에서도 가장 많은 지지를 얻었다. 전기차와 하이브리드에서는 2위, 자율주행에서는 3위(2위는 독일)였다. 그밖에 '디자인 능력' '최첨단 기술' '우수한 성능'에서도 독일에 이어 2위에 랭크되어, 국내 소비자가 보는 한국은 세계적인 자동차 산업 강국이다.

일본은 '하이브리드차'에서 1위를 차지하고 '잔고장 없는 차' 측면에서 독일에 이어 2위(23%)를 유지했다. '싸고 좋은 차'에서도 2위(11%)지만 선두 한국(51%)의 5분에1에 그쳐 과거에 비해 크게 후퇴했다. 특히 최첨단기술 등 대부분 측면에서 하락하는 추세로 자동차 강국 이미지는 상당 부분 사라졌다.

미국은 대부분 측면에서 한국보다 낮은 평가를 받았고 3위 이하에 머물렀으나 전기차와 자율주행이라는 가장 핫한 아이템 2개에서 1위에 올랐다. 테슬라 같은 미래차 분야 초일류 기업의 힘이며, 현재의 경쟁력 보다는 미래 역량에 더 큰 인정을 받고 있음을 알 수 있다.

볼보 브랜드로 대표되는 스웨덴은 안전한 차 2위로 나름의 이미지를 굳히고 있다. 영국, 프랑스, 중국, 인도는 비교 국가 리스트에 포함됐으나 거의 대부분 측면에서 하위

권에 머물러 존재감을 보이지 못 했다. 영국이 최고급차 항목에서 4위, 프랑스가 디자인 능력 항목에서 공동3위로 상위권에 속했다.

자동차 제조국가에 대해 국내 소비자가 갖고 있는 이미지는 세계 소비자의 보편적 인식이나 실제 자동차 제품 경쟁력과는 다소 거리가 있다. 즉 국내 자동차 산업에 대한 평가가 현실보다 더 긍정적인 것으로 보인다. 한국이 세계적인 자동차산업 강국이라는 소비자의 판단은 국내시장을 지키는 데는 도움이 되겠지만 장기적으로는 위협요인으로 작용할 가능성이 있다.

현재 자동차 산업은 전세계적으로 격변기다. 내연기관 시장은 급격히 감소할 것이고 그 감소분은 신개념, 신기술, 신소재, 신동력 등 혁신적인 신제품과 신기업이 메우게 될 것이다. 어떤 자동차 제작사도 안전하지 않고, 어떤 소비자도 과거처럼 헌신하지 않을 것이다. 좋은 이미지가 도움이 되겠지만 상당한 경쟁력이 뒷받침이 되어야 할 것이다.

컨슈머인사이트는 **비대면조사에 효율적인** 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 특히, 최근에는 **다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계**하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다.

이 조사결과는 자동차전문 리서치회사 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 표본규모 10만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제20차 조사(2020년 7월 실시)로부터 나온 것입니다.

◆ 참고 : 「컨슈머인사이트」 '연례 자동차 기획조사' 개요

「컨슈머인사이트」는 2001년부터 매년 7월 10만명의 자동차 소비자를 대상으로 자동차 연례기획조사(Annual Automobile Syndicated Study)를 아래와 같은 설계로 수행해 오고 있음.

모집단	운전 면허 소지자 중 자동차 보유자 / 2년 이내 구입계획자	조사대상자의 성격에 따라 측정/분석내용이 다름 2020년 104,208명 2019년 101,145명 2018년 93,230명 2017년 96,213명 2016년 100,788명 2015년 105,672명 2014년 101,821명 2013년 101,701명 2012년 95,012명 2011년 97,356명 2010년 106,291명 2009년 91,129명 2008년 95,472명 2007년 105,149명 2006년 106,088명 2005년 139,825명 2004년 171,499명 2003년 118,195명 2002년 129,277명
표본 추출의 틀	ConsumerInsight, Invight Panel & Portal Sites 회원	
표본 추출 방법	성별/연령별할당 표집	
조사 방법	E-mail survey	
분석 샘플 규모	104,208명	
조사 내용	Usage & Attitude & CEQ (Consumer Experienced Quality)	
조사 기간	2020년 7월	

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 컨슈머인사이트에 귀속되며 보도 이외의 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

박승표 컨슈머인사이트 이사

sammy.park@consumerinsight.kr

02)6004-7661