

데이터융복합/소비자리서치 전문 연구기관
컨슈머인사이트 보도자료
(자동차 리포트 21th-14호)

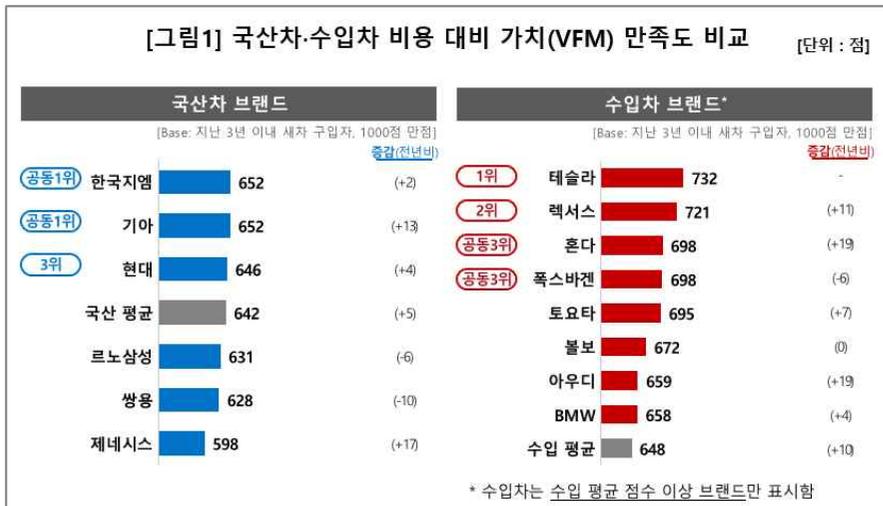
기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	choihk@consumerinsight.kr
문 의	최현기 수석부장	연 락 처	02) 6004-7614
배 포 일	2021년 10월 14일(목) 배포	매 수	자료 총 4매

■ 2021년 자동차 기획조사 보도자료 ④

가성비 '테슬라 돌풍'에 렉서스 장기집권 흔들

컨슈머인사이트, 국산·수입차 비용대비가치(VFM) 만족도 비교

- 비용대비가치는 소형·저가차 우수하고 대형·고급차 낮아
- 유일한 예외 렉서스, 전기차 앞세운 테슬라에 1위 내줘
- 소형차 많은 한국지엠·기아 국산 1위..제네시스 최하위
- 국산차 1위가 수입 평균 수준 그쳐...수입차 우세 여전



자동차 소비자의 '비용 대비 가치(VFM)' 평가에서 새내기 테슬라가 렉서스를 제치고 단숨에 1위를 차지했다. 기아는 점수가 크게 오르면서 한국지엠과 함께 국산 브랜드 공동 1위에 올랐다. 비용대비가치 평균 만족도는 최근 2년 국산차와 수입차가 비슷한

수준을 보였으나 다시 수입차 우세로 기우는 모양새다.

보통 '가성비'로 표현되는 비용대비가치는 일반적으로 소형·저가차량, 고연비·저유지비 차량이 높은 평가를 받아왔다. 지난 5년간 1위를 차지한 렉서스는 고가 프리미엄 브랜드라는 면에서 예외적이었다.

자동차 전문 조사기관 컨슈머인사이트는 '연례 자동차 기획조사(매년 7월, 약 10만명 대상)'에서 새 차 구입 후 3년 이내인 소비자에게 ▲연비 ▲차량 가격 ▲옵션 가격 ▲유지비용 ▲사후서비스(AS) 비용 ▲예상 중고차 가격 등 6개 측면에서 얼마나 만족하는지를 평가하게 하고 결과를 종합해 '비용대비가치(VFM : Value For the Money) 만족도'(1000점 만점)를 산출했다.

■ 국산 브랜드 : 제네시스, 유일하게 600점 미만

2021년 조사에서 국산 브랜드는 ▲한국지엠 ▲기아가 각각 652점으로 공동1위였고 ▲현대는 646점으로 3위였으며 ▲르노삼성(631) ▲쌍용(628) ▲제네시스(598) 순이었다 [그림1].

한국지엠은 2년째 1위를 지켰으나 전년대비 2점 상승에 그쳐 13점 오른 기아와 동점이 됐다. 두 브랜드는 소형차 판매가 많다는 공통점이 있다. 기아는 작년 3위에서 2계단 상승하며 현대를 앞지르고 선두 한국지엠과 동점을 기록했다. 기아는 유지비용과 AS비용 측면에서 특히 만족도가 높았다. 르노삼성과 쌍용은 동반하락하며 순위가 역전됐다.

제네시스는 유일하게 600점을 넘지 못했다. 제네시스는 올해 현대에서 분리돼 단독 브랜드로 처음 평가됐는데 비용대비가치 모든 측면에서 국산 브랜드 중 가장 낮은 평가를 받았다. 고급 브랜드의 공통적인 약점을 하나도 극복하지 못하고 있다. 종합적으로 크고 비싸고 품 나지만 실속은 없는 브랜드라는 평가다.

■ 수입차 브랜드 : 테슬라 1위에는 '모델3'가 일등공신

수입차 브랜드는 ▲테슬라(732)가 1위였고 ▲렉서스(721)는 2위로 내려앉았다. ▲혼다 ▲폭스바겐은 698점으로 공동 3위였으며 ▲토요타(695)는 3점 차이로 5위였다. 그 뒤로 30점 이상의 격차를 두고 ▲볼보(672) ▲아우디(659) ▲BMW(658)가 중위권을 형성했다.

테슬라는 올해 처음으로 비교 대상에 포함되자마자 단번에 렉서스를 앞지르며 국산·수입차 전체 1위에 올랐다. 743점을 받은 '모델3'의 역할이 컸으며 연비·유지비용·예상 중고차 가격 3개 측면에서 압도적 평가를 받은 것도 1위의 원동력이 됐다. 다만 AS비용에서는 국내외 브랜드를 망라해 최하위권 수준이었다.

작년까지 5년 연속 1위이던 렉서스는 테슬라에 밀려 2위로 내려앉았으나 점수는 11

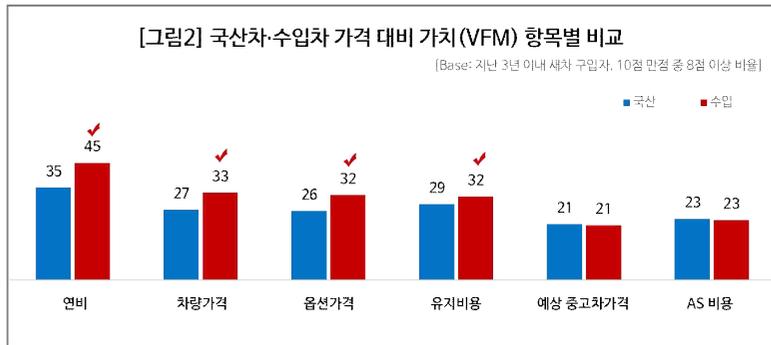
점 상승하면서 테슬라와 함께 톱(Top)2 그룹을 형성했다.

혼다는 가장 큰 상승폭(+19)을 보이면서 2계단 뛰어오른 반면 폭스바겐은 6점 하락하면서 공동3위가 됐다. 일본차는 5위 토요타를 포함해 3개 브랜드가 5위권 내 포진하는 강세를 5년째 유지하고 있다.

■ 국산 vs 수입 비교 : 1점까지 줄었던 평균점수, 다시 6점으로 벌어져

올해 국산 평균 비용대비가치 만족도는 642점으로 수입(648)에 비해 6점 낮았다. 2016년 20점 안팎의 큰 차이에서 수입차의 잇단 악재로 2019년, 2020년 1점차까지 따라붙었다가 다소 처지고 있다.

그러나 개별 브랜드를 비교하면 국산의 열세가 확연하다. 국산 1위 한국지엠이 수입 1위 테슬라보다 무려 80점 모자라고 수입차 평균과 별 차이가 없다(4점 우위).



항목별로 국산차의 가장 큰 약점은 '연비'이며 그 다음은 차량과 옵션의 '가격'이다. 국산 연비 만족률(10점척도에서 8점 이상 비율)은 35%로 수입차(45%)에 비해 10%포인트(p) 열세고 차량가격, 옵션가격(이상 -6%p), 유지비용(-3%p) 측면에서도 뒤졌다. 예상 중고차 가격과 AS비용에서는 차이가 없었다. 그나마 국산이 우세한 것으로 여겨지던 AS는 물론 6개 비교항목 어디에서도 우세는 없었다[그림2].

지난 1년간 소비자들이 자동차 구매 때 지불한 실구매가는 수입차가 평균 6925만원으로 국산차(3857만원)의 1.8배에 가깝다. 그럼에도 이처럼 비용대비가치에서 수입이 국산을 크게 앞서는 것은 수입차에 대해 구매 가격 2배 이상의 가치를 부여하고 있다는 해석이 가능하다. 일반적으로 고가 차량의 가성비가 낮다는 점을 고려하면 수입차에는 보이지 않는 가점이 있는 것으로 추정된다.

요즘 자동차를 평가하는 기준으로 승차감 대신 하차감, 가성비 대신 가심비를 얘기하곤 한다. 차량의 물리적·기계적 특성보다는 사용자·보유자의 심리적 반응이 더 중요함을 지적하고 있다. 수입차의 성장세는 굳건하다. 그 이면에는 수입차에는 그만큼 가치

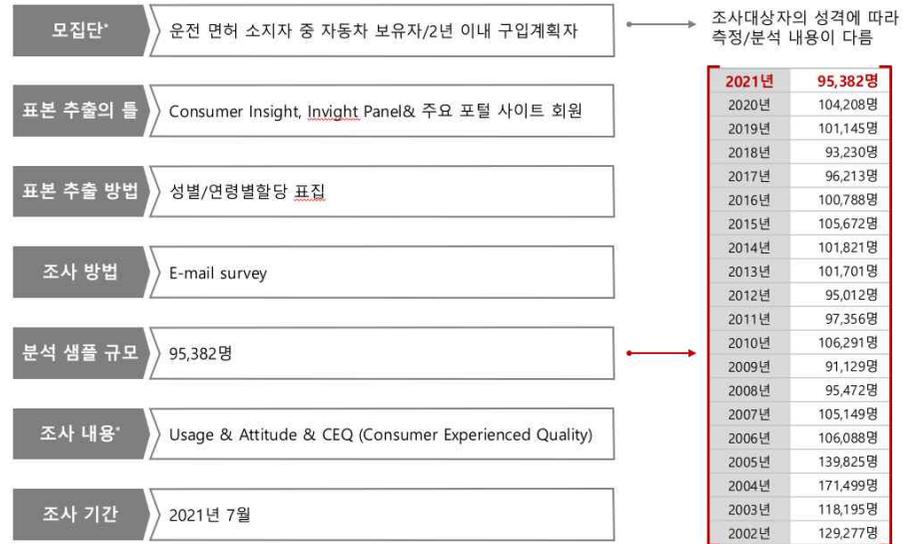
가 있다는 숨겨진 가점이, 국산차에는 감점이 있다. 연구과제다.

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 연계하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다.

이 조사결과는 데이터융합/소비자리서치 전문 연구기관 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 표본규모 10만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제21차 조사(2021년 7월 실시)로부터 나온 것입니다.

◆ 참고 : 「컨슈머인사이트」 '연례 자동차 기획조사' 개요

「컨슈머인사이트」는 2001년부터 매년 7월 약 10만명의 자동차 소비자를 대상으로



자동차 연례기획조사(Annual Automobile Syndicated Study)를 아래와 같은 설계로 수행해 오고 있음.

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

For-more-Information

최현기 컨슈머인사이트 수석부장 choihk@consumerinsight.kr 02)6004-7614