



데이터융복합·소비자리서치 전문 연구기관

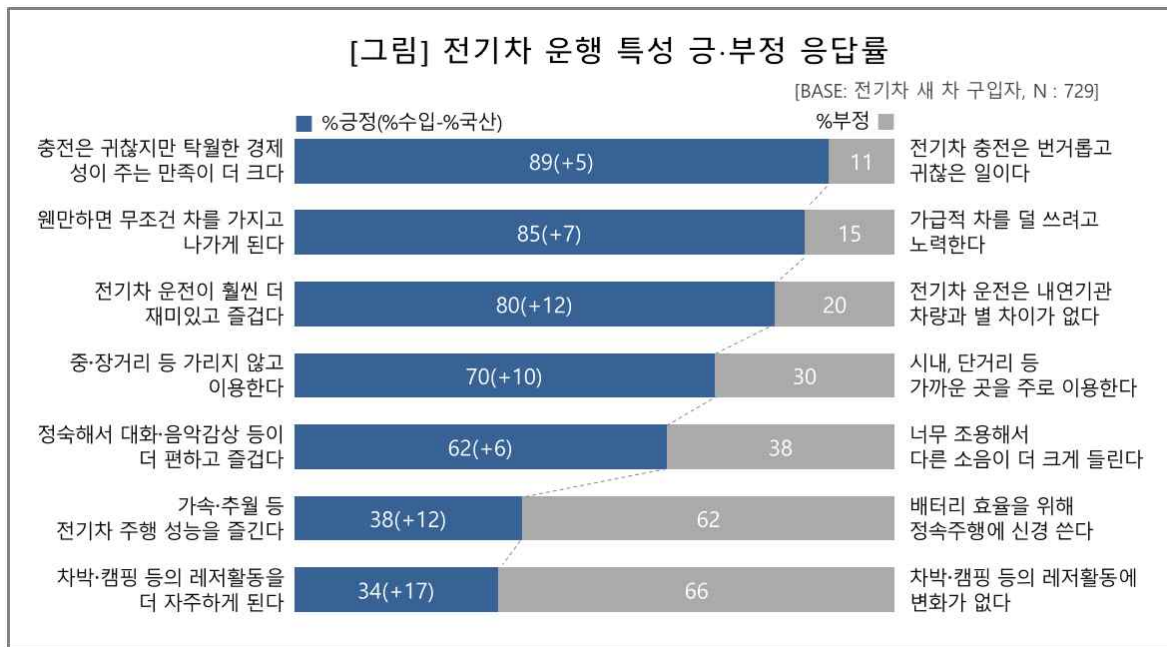
컨슈머인사이트 보도자료

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	choihk@consumerinsight.kr
문 의	최현기 수석부장	연 락 처	02) 6004-7614
배 포 일	2022년 1월 24일(월) 배포	매 수	자료 총 4매

■ 2021년 시행 자동차 기획조사 보도자료⑮

전기차 이용자는 '긍정왕'...수입 전기차 이용자는 '더 긍정왕' 컨슈머인사이트, 전기차 이용자 운행 특성 비교

- 충전 귀찮지만 경제성 대만족 ; 9/10명
- 웬만하면 무조건 갖고 나간다 ; 8~9/10명
- 운전이 훨씬 재미있고 즐겁다 ; 8/10명
- 중·장거리도 가리지 않고 탄다 ; 7/10명
- 수입차가 더 긍정적...이유는 테슬라 영향



전기차 이용자는 매우 긍정적이고 적극적인 차량 이용 성향을 보였다. 충전이 번거롭고 귀찮은 일이긴 해도 대다수는 뛰어난 경제성이 주는 만족이 훨씬 더 크다고 느끼고 있었다. 웬만하면 무조건 차를 갖고 나가고, 시내·단거리 뿐 아니라 중·장거리를 가리지 않고 이용하고 있으며, 내연기관 차량에 비해 운전이 재미있고 즐겁다고 생각했다. 특히 국산보다 수입 전기차 이

용자가 모든 면에서 더욱 긍정적이었는데 이는 테슬라 전기차의 탁월성과 팬덤의 영향이다.

자동차 전문 조사기관 컨슈머인사이트가 2021년 하반기 수행한 '연례 자동차 조사(2001년부터 매년 7월 약 10만명 대상)'에서 전기차 새 차 구입자 729명에게 △충전vs경제성 △이용 빈도 △운전 재미 △운행 거리 △소음 인식 △주행 속도 △레저 활동 등 7개 항목의 운행 특성을 묻고 이를 비교했다.

■ 속도 즐기기보다 정속주행에 더 신경 써

이용자들은 전기차의 뛰어난 가성비에 비하면 충전의 불편(충전시간·주행거리·충전시설 등)은 별것 아닌 것으로 생각했다. '충전은 번거롭고 귀찮은 일'이라는 응답은 10명 중 1명(11%)에 그친 반면 나머지 9명은 '탁월한 경제성이 주는 만족이 더 크다'고 답했다[그림].

이용 빈도와 운행 거리에 대한 생각도 매우 긍정적이었다. '웬만하면 무조건 차를 가지고 나간다'는 응답이 85%에 달했고, 70%는 시내·단거리 뿐 아니라 '중·장거리 등 가리지 않고 이용한다'고 응답했다.

'전기차 운전이 훨씬 더 재미있고 즐겁다'고 응답한 비율도 80%에 달했다. 이는 전기차가 빠른 반응성과 초기 가속력(발진 가속감)이라는 장점이 있는 데다 인포테인먼트가 잘 돼 있고 이를 즐기기 좋은 정속성을 갖췄기 때문이다.

다만 정속성이 반드시 장점으로만 인식되지는 않고 있었다. '정속해서 대화·음악감상이 편하고 즐겁다'는 응답이 62%로 많았지만 '너무 조용해서 다른 소음이 더 크게 들린다'는 부정응답도 38%로 적지 않았다.

이밖에 '가속·추월 등 전기차 주행성능을 즐긴다(38%)'보다는 '배터리 효율을 위해 정속주행에 신경 쓴다'는 응답이 62%로 더 많았고, '차박·캠핑 등의 레저활동을 더 자주 하게 된다(34%)'는 34%에 그친데 비해 '내연기관차와 별 차이가 없다'는 66%에 달했다. 전기차 주행 성능은 충분히 알고 있지만 배터리 효율을 감안해 가속·추월을 자제하고 있으며, 레저활동 측면에서 전기차의 우월성은 생각보다 크지 않음을 알 수 있다.

■ 모든 항목에서 수입이 국산보다 긍정적

전기차 운행 특성을 국산차와 수입차 이용자로 나눠 비교하면 모든 항목에서 수입차가 더 긍정적이었다.

'차박·캠핑 등의 레저활동을 더 자주한다'는 긍정 응답은 국산 29%, 수입 46%로 수입차가 17%포인트(p) 많아 가장 큰 차이를 보였다. '가속·추월 등 전기차 주행성능을 즐긴다(국산 35% vs 수입 47%)'와 '전기차 운전이 훨씬 더 재미있고 즐겁다(국산 77% vs 수입 89%)'는 응답도 수입차가 각각 12%p 많았다.

수입차는 이밖에도 운행 거리(+10%p), 이용 빈도(+7%p), 소음 인식(+6%p), 충전vs경제성(+5%p) 등 모든 비교항목에서 국산보다 긍정 비율이 높았다. 수입 전기차 이용자들이 차의 특성을 더 적극적으로 활용면서 즐기고 있는 것이다.

이처럼 높은 긍정 인식은 사실상 수입 전기차의 80%를 차지하는 테슬라의 힘이다.

테슬라는 △1회 완충 시 주행 거리가 국산보다 길고(경제성, 운전 거리) △발전 성능이 우수하며(주행 속도, 운전 재미) △SW와 자율주행 완성도가 높고 인포테인먼트가 다양한 데다(운전 재미) △유틸리티모드를 활용하면 전기 사용이 편리(레저 활동)하다.

게다가 국산·수입차를 통틀어 국내 소비자의 만족도가 가장 높은 브랜드다(참고. [소비자가 본 최고 전기차는 단연 '테슬라'... 2위는 현대차](#)).

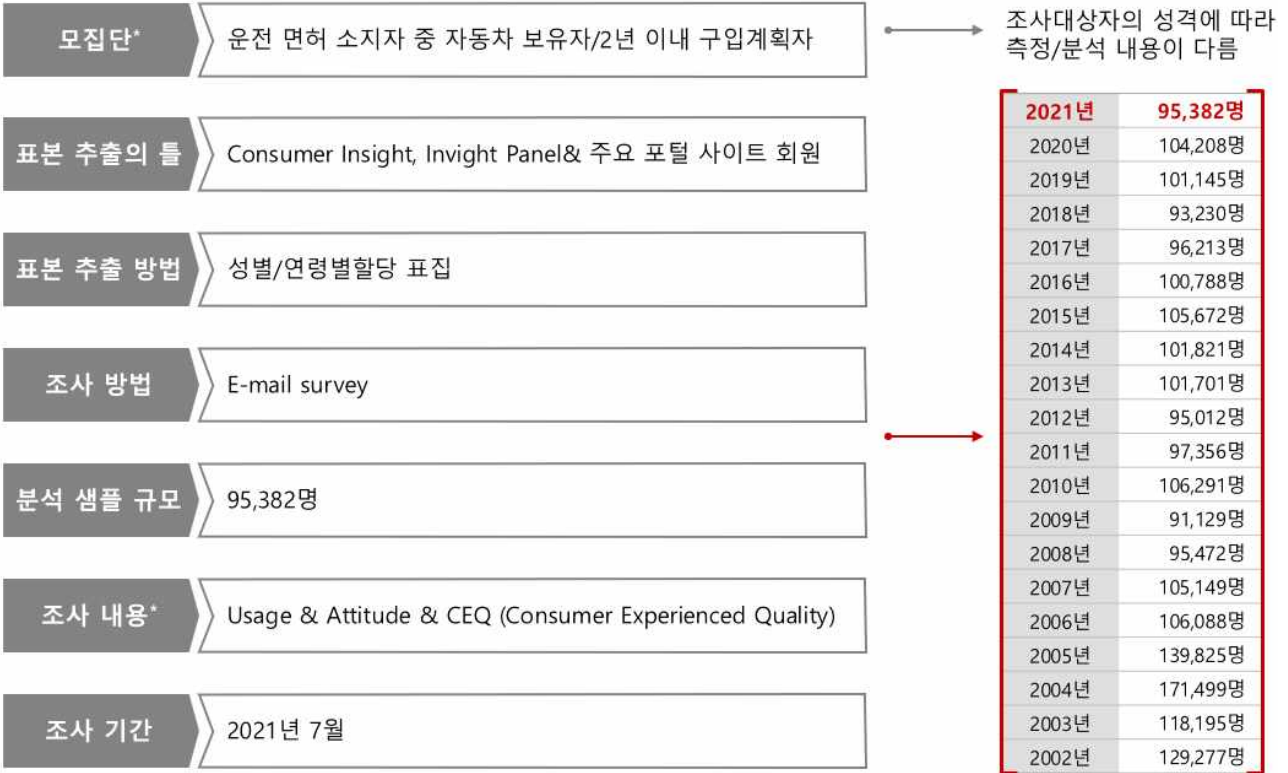
국산차 메이커가 전용 플랫폼을 장착한 전기차를 내놓은 것이 지난해임을 감안하면 진짜 승부는 이제부터 시작이다. 차량의 성능과 기계적 특성은 물론 심리적 요인이 크게 작용하는 전기차 시장의 특성을 주목할 필요가 있다.

컨슈머인사이트는 비대면조사에 효율적인 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다. 특히 최근에는 100% 모바일 기반으로 전국민 표본 대표성을 가진 조사 플랫폼 '국대패널'을 론칭하고 조사업계 누구나 사용할 수 있도록 개방했습니다.

이 조사결과는 자동차전문 리서치회사 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 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