



데이터융복합·소비자리서치 전문 연구기관

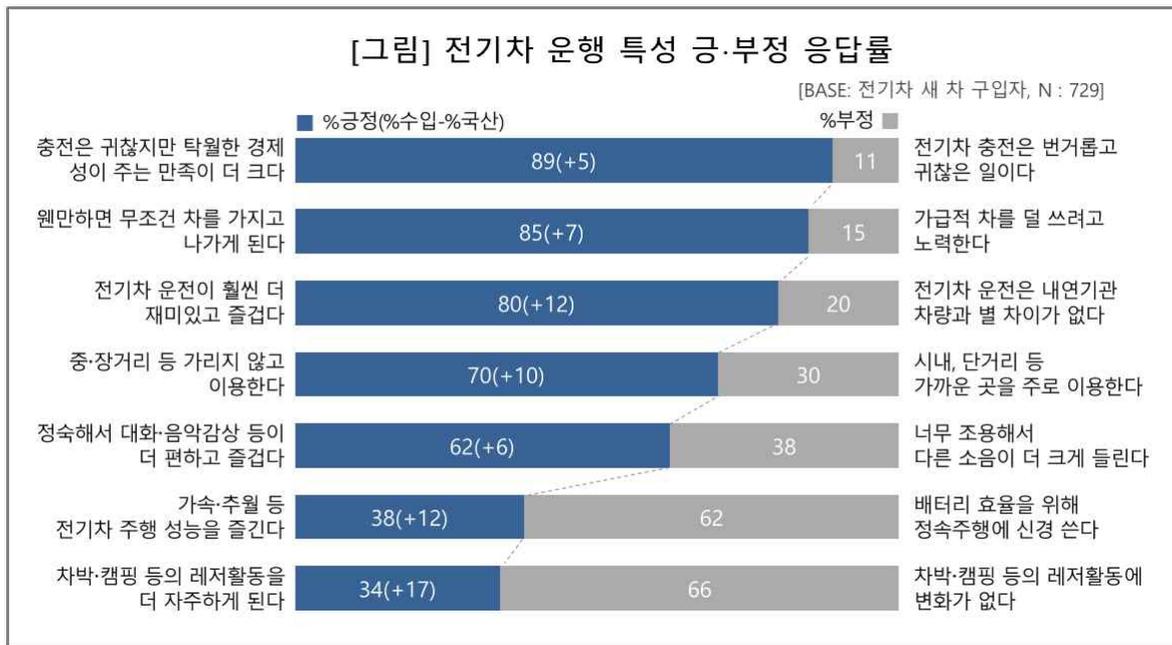
컨슈머인사이트 보도자료

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](#)).

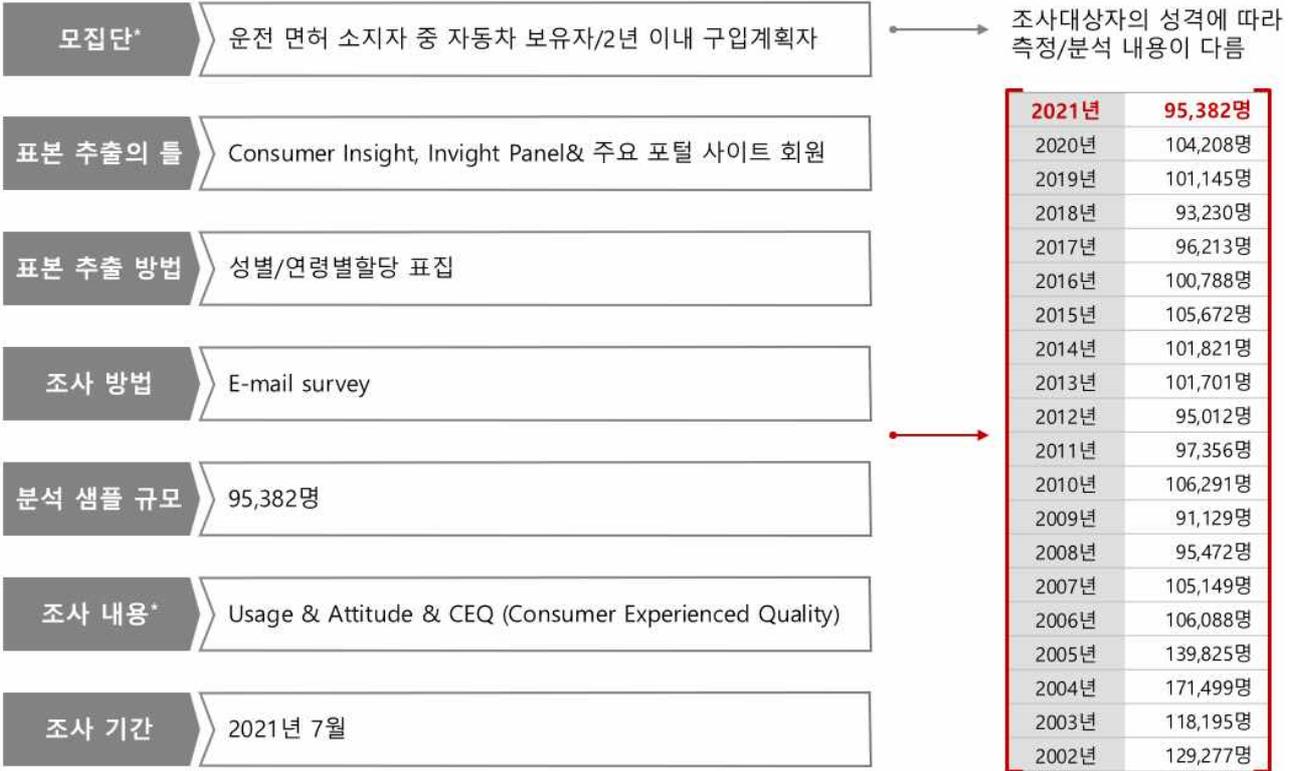
국산차 메이커가 전용 플랫폼을 장착한 전기차를 내놓은 것이 지난해임을 감안하면 진짜 승부는 이제부터 시작이다. 차량의 성능과 기계적 특성은 물론 심리적 요인이 크게 작용하는 전기차 시장의 특성을 주목할 필요가 있다.

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