

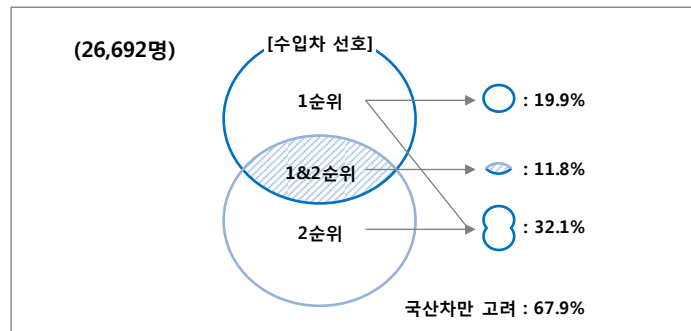
다음 차로 수입차 고려 중 32%

- 수입차 만족도 하락세지만, 구입의향은 계속 증가
- 수입차 아니면 안 산다, 12%

수입차에 대한 최근 구입자들의 만족도는 하락세(참고; [수입자동차의 급성장, 노란불 들어오나](#))지만 수입차를 사겠다는 사람은 점점 증가하고 있다.

지난 7월 실시된 자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트(대표: 김진국)의 대규모 조사에서 앞으로 2년 이내에 새 차를 살 계획이 있다는 소비자 26,692명에게 사고 싶은 모델 1, 2위를 지적케 했다[그림1]. 그 결과 1순위로 수입차를 답한 사람이 19.9%, 1순위 또는 2순위로 한 답이 32.1%, 1순위 2순위 모두 수입차가 11.8%였다. 1, 2순위 모두 국산차를 답한 사람은 67.9%였다. 즉 3명 중 1명은 수입차를 고려하고 있고, 5명 중 1명은 수입차를 최우선으로 생각하고 있다.

[그림1] 2년 내 새 차 구입 계획자의 수입차 선호도



구입의향률이 중요한 이유는 실제 점유율과 밀접한 상관이 있기 때문이다[그림2]. 특히 2009년 금융쇼크 이후의 5년 간의 추이를 보면 다음 번 차로 ‘수입차 만을 고려한다’는 비율과 실제 판매점유율간에는 최대 차이가 0.8%p에, 평균 차이는 0.5%p에 불과했다. 금년도의 결과는 점유율 12.1%, 수입차 만 고려율 11.8%로 0.3%p의 차이만을 보여, 구입의향률이 실제 판매의 훌륭한 예측치임을 보여주고 있다.

금년도 조사에서 특히 주목할 만한 것은 판매점유율과 구입의향률의 증가폭이 점점 더 커지고 있다는 점이다. 금년도 점유율 12.1%는 작년 10.0%로 부터 사상 최대폭인 2.1%p 증가한 것이며, 고려 중인 차 1, 2 순위 모두 수입차로 답한 비율 역시 11.8%로 작년(9.4%)에 비

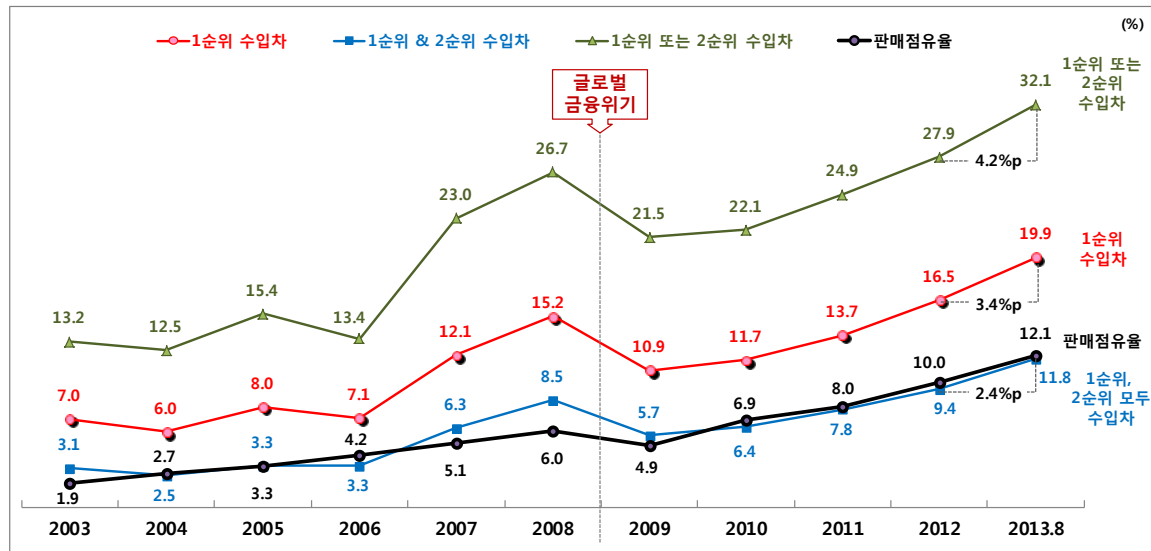
For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

해 사상 최대폭인 2.4%p 증가했다. 1순위 지적률 19.9%도 전년(16.5%) 대비 3.4%p, 1 또는 2순위 지적률 32.1%도 전년(27.9%) 보다 4.2%p 높아 금융위기 이후 최대폭의 증가세를 보였다. 이는 수입차에 대한 선호가 직선적이 아니라 기하급수적으로 올라가고 있음을 보여준다.

[그림2] 수입차의 구매의향률과 판매 점유율



* 출처 : 마케팅인사이트 자동차기획조사 '2003~2013'

** KAMA/KAIDA 자료 참고

최근 수입차 선호는 계속 증가하고 있으나 수입차를 구입한 사용자들의 평가는 전만 못하다. 품질과 고객만족 측면에서 수입차는 국산차에 비해 확실한 경쟁우위에 있었다. 하지만 급증하는 판매에 적절히 대응하지 못해, 부분적으로 역전 현상도 나타나고 있다. 일시적인 성장통이라기 보다는 소비자의 불만을 야기하는 구조적 문제들이 있다. 이의 해소가 시급하다.

수입차에 대한 선호가 폭발적으로 증가하는 이유는 무엇일까? 과거 수입차는 '수입차 사도 괜찮을까?' 하며 위험을 감수해야 구입할 수 있는 상품이었다. 요즘 수입차는 많은 소비자에게 '수입차가 비싸지 않고, 품질 성능 디자인 서비스 다 좋고, 남들도 알아 주는데 왜 국산차를 사지?' 하는 상품이 되었다. 이러한 변화는 수입차 회사들이 잘했기 때문이기도 하지만, 국산차 회사들이 자초한 면도 적지 않았다. 수입차 선호자의 대다수는 국산차 또는 회사에 대한 애정을 거두어들인 케이스라고 보는 것이 맞다.

한편 국산차는 위기임을 외칠 뿐 그 위기의 핵심이 무엇인지를 놓치고 있는 것 같다. 소비자의 사랑을 받기 보다는 '진정 소비자를 사랑하는 회사'가 되어야 문제해결의 길이 보일 것이다. 품질과 고객만족에서 수입차와의 격차가 줄어들고 있으나 내가 잘해서가 아니라 상대가 못해서다. 현 상황은 수입차와 국산차 모두에게 기회인 동시에 위기다. 누가 소비자에게 좀 더 다가가느냐에 따라 미래가 결정될 것이다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

=====

㈜마케팅인사이트는 지난 2001년부터 2013년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔습니다. 조사 결과는 매년 9월 하순부터 발표되고, 11월에 5년간의 변화추세 분석을 포함한 '[한국 자동차 품질 백서](#)'로 발간하고 있습니다. 조사 결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있습니다.

언론 발표 내용과 '한국 자동차 품질 백서' 내용은 ㈜마케팅인사이트가 개발한 '한국형 온라인 자동차 컨슈머리포트' 사이트인 'AutoInsight'(www.autoinsight.co.kr)에 실리고 있으며, Daum의 자동차섹션 중 '[오토칼럼](#)'에도 상시 게재되고 있습니다. 특히 'AutoInsight'에서는 소비자들의 제품 품질 및 서비스평가 내용을 자동차 모델별로 비교하는 'One Page Report'를 볼 수 있습니다.

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2013년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 101,701명

위 조사 결과는 ㈜마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2013년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 ㈜마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr에서 보실 수 있습니다.

문의: 이건호 상무 T:02-6004-7622 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr