

'다음에도 수입차 산다', 78%

- '이번에도 수입차 산다', 60%
- 수입차로 이동 많은 회사는 르노삼성과 쌍용

수입차를 사겠다는 생각은 수입차를 갖고 있는 사람들에게 많았고, 실제로도 이들이 많이 샀다. 현재 수입차를 가지고 있는 사람들의 78%가 다음 차로도 수입차를 사고 싶어했다. 르노삼성, 쌍용차 보유자의 24%, 20%가 앞으로 수입차를 살 계획이라고 답해 그 뒤를 따랐다. 실제 수입차를 구입한 비율에서도 수입차 보유자가 가장 높아 60%가 다시 수입차를 샀으며, 르노삼성과 쌍용차 보유자는 각각 16%, 10%가 수입차로 옮겨가 그 다음이었다.

수입차는 누가 앞으로 가장 많이 사고 싶어할까. 자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)가 2012년에 자동차 소비자 10만여 명을 대상으로 실시한 자동차 기획조사에서 '앞으로 2년 안에 새 차를 구입할 것'이라고 응답한 28,328명에게 다음 번에 살 차를 물었다[표1].

[표1] 향후 2년 내 새 차 구입계획자의 선호 브랜드

		%							
		Total	현재 보유 브랜드						
			HMC	KMC	GMK	RSM	SYM	Imports	Not-owned
(Base)		(28,328)	(11,245)	(7,184)	(3,469)	(2,391)	(1,355)	(986)	(1,697)
구입 선호 브랜드	HMC	38	<u>55</u>	26	27	27	28	10	38
	KMC	28	20	<u>50</u>	22	21	19	8	35
	GMK	9	5	6	<u>34</u>	4	4	2	10
	RSM	5	4	4	4	<u>23</u>	3	1	5
	SYM	3	2	2	2	2	<u>26</u>	1	2
	Imports	17	15	13	10	24	20	78	9
Total		100	100	100	100	100	100	100	100

Source: Marketing Insight Automobile Syndicated Research 2012

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

다음 구입할 차의 브랜드로 응답자의 38%가 선택한 현대차가 가장 많이 선호되었고, 그 다음은 기아차로 28%였다. 수입차는 17%로 한국지엠(9%)과 르노삼성(5%), 쌍용차(3%)를 모두 합한 것과 같았다.

현재 차와 동일한 브랜드의 차를 산다는 재구입의향률은 현재 어떤 브랜드의 차를 보유하고 있는가에 따라 크게 달랐다. 현재 수입차 보유자의 78%가 다음에도 수입차를 살 것이라고 했는데, 이는 현재 국산차 보유자들의 재구입의향률(가장 높은 현대차가 55%)보다 훨씬 높은 것이다. 한번 수입차를 사면 다음에도 수입차를 살 가능성이 큼을 보여준다.

현재 국산차 보유자 중에서는 다음 차로 수입차를 고려하는 비율이 르노삼성, 쌍용차 보유자에서 각각 24%와 20%로 높았고, 그 다음 현대차(15%), 기아차(13%), 한국지엠(10%)의 순이었다. 한국지엠이 가장 낮은 것은 보유 모델의 상당수가 경차이고 이들은 수입차와의 가격 차이가 너무 크기 때문이다.

르노삼성 보유자의 고객 충성도에는 심각한 문제가 있었다. 이들이 다음 번에도 르노삼성을 사겠다는 재구입의향률은 23%로 5개 국산차 브랜드 중 가장 낮았을 뿐 아니라, 유일하게 수입차 구입의향률(24%)보다도 낮았다. 이는 또한 현대차 구입의향률(27%)보다 낮고 기아차(21%)와 비슷한 수준이었다.

그렇다면 수입차는 실제로 누가 많이 구입했을까. [표2]는 지난 1년 간 새 차를 구입했다고 응답한 자동차 소비자 7,620명의 이동패턴을 분석한 것이다.

[표2] 최근 1년 내 새 차 구입자의 브랜드 이동

		%							
		Total	이전 보유 브랜드						
(Base)		(7,620)	HMC (2,671)	KMC (1,620)	GMK (1,023)	RSM (400)	SYM (291)	Imports (256)	Not-owned (1,358)
최근 구입한 새 차 브랜드	HMC	37	<u>48</u>	31	30	29	32	18	32
	KMC	34	28	<u>47</u>	30	22	23	13	43
	GMK	11	7	7	<u>26</u>	6	7	3	15
	RSM	7	6	6	6	<u>23</u>	6	5	6
	SYM	3	3	2	2	3	<u>22</u>	1	1
	Imports	9	8	6	5	<u>16</u>	<u>10</u>	<u>60</u> ✓	4
Total		100	100	100	100	100	100	100	100

Source: Marketing Insight Automobile Syndicated Research 2012

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

재구입률은 수입차 보유자에서 60%로 가장 높았다. 이는 다른 국산 브랜드 보유자들이 다시 동일 브랜드를 구입한 비율이 50%에 미치지 못하는 것과 비교하면 높은 수준이다.

국산 브랜드에서 수입차로 옮겨간 비율은 르노삼성이 16%로 가장 높았고, 다음 쌍용차(10%), 현대차(8%), 기아차(6%), 한국지엠(5%)의 순이었다. 이는 국산 브랜드 보유자들의 향후 수입차 구입의향률에서 국산 브랜드 간 순위와 정확하게 일치하는 것으로, 구입의향률과 실제 구입행동 간에 밀접한 관계가 있음을 입증해 준다.

르노삼성과 쌍용차의 고객들은 지난 1년 간 수입차로 실제 이동한 비율과 앞으로 이동하겠다는 비율 모두 높다. 즉 이들 브랜드는 현재 보유자들의 재구입률은 물론 앞으로의 재구입 의향 역시 낮다. 증가하고 있는 수입차 점유율의 반대에는 감소하는 르노삼성과 쌍용차가 있다. 현시점에서 가장 중요한 것은 왜 기존 고객이 떠나려고 하는가를 알아내고, 어떻게 하면 유지할 수 있는지를 찾는 것이다.

=====

㈜마케팅인사이트는 지난 2001년부터 2012년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔다. 조사 결과는 매년 9월 중순부터 발표되고, 11월에 5년간의 변화추세 분석을 포함한 '[한국 자동차 품질 백서](#)'로 발간하고 있다. 조사결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있다.

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 있다. 특히 'AutoInsight'에서는 소비자들의 제품 품질 및 서비스평가 내용을 자동차 모델별로 비교하는 'One Page Report'를 볼 수 있다.

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2012년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)

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

위 조사 결과는 ㈜마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2012년 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