

국산차-수입차 비교하다 수입차 택한 이유는?

- 수입차의 브랜드 이미지가 우세
- 차의 '안전성', '내구성'이 국산차의 약점

수입차의 약진 배경에는 좋은 이미지가 있었다. 수입차를 사려는 이유와 실제 구입한 이유, 그리고 같이 비교한 국산차를 놔두고 수입차를 산 데에는 수입차가 '브랜드/모델' 이미지와 '제품' 이미지에서 크게 앞섰기 때문이다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)가 2012년 자동차 기획조사에서 새 차를 사려는 이유와 실제 구입한 이유, 그리고 같이 비교는 했지만 사지 않은 이유를 국산차와 수입차로 나눠 알아보았다. 앞으로 2년 안에 새 차를 살 계획이 있는 이들에게 '그 차를 사려는 이유'를, 최근 1년 내 새 차를 구입한 이들에게는 '그 차를 산 이유'와 '비교한 모델이 있다면 그것을 사지 않은 이유'를 물었다. 흔히 언급되는 27가지의 이유들을 제시한 후 자신에게 해당하는 것은 모두 선택하게 했다. 이 결과 중에 '브랜드/모델 이미지'와 '제품 이미지'와 관련된 항목 4개에 대한 응답결과만을 [표1]로 정리했다.

[표1] 국산차-수입차의 PBE(선호/구입/배제이유)* 분석

복수응답

		구입 예정자			최근 구입자					
		선호이유 (‘좋아서’)			구입이유 (‘좋아서’)			비교 후 배제 이유 (‘좋지 않아서’)		
		A.국산	B.수입	B-A	A.국산	B.수입	B-A	A.국산 배제	B.수입 배제	B-A
브랜드 /모델	브랜드/제조회사가...	30%	46%	+16%p	25%	47%	+22%p	17%	4%	-13%p
	모델의 명성/평판이...	57	71	+14	46	59	+13	22	7	-15
제품	안전성이...	52	59	+7	40	64	+24	22	6	-16
	내구성이...	33	43	+10	24	46	+22	20	7	-13

Base: 2년 내 새 차 구입계획자 28,328명 / 최근 1년 내 새 차 구입자 8,149명, 비교 후 배제자 680명

* PBE: Preference Factor, Buying Factor, Elimination Factor,

✓ : 국산차-수입차 간 차이가 가장 큰 이미지

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

향후 2년 내 새 차를 살 계획이 있는 소비자들이 사고 싶어하는 이유로 '브랜드/모델' 이미지와 '제품' 이미지를 선택한 비율이 수입차 구입예정자가 국산차 구입예정자보다 더 높았다. 특히 '브랜드/제조회사'를 이유로 수입차를 선호하는 비율이 높았다.

지난 1년 동안 실제로 새 차를 구입한 사람들의 구입 이유는 구입 예정자들의 선호 이유와는 다소 달랐다. 구입 이유로 제품의 '안전성'과 '내구성'을 꼽은 비율이 수입차 구입자에서 더 높아지고 국산차 구입자에서는 더 낮아지면서 그 차이는 20%p 이상으로 더 커졌다.

국산차와 수입차를 비교하다가 어느 한 편을 '사지 않고 배제한 이유'에서는 '수입차 배제'의 경우는 4가지 이유의 선택 비율이 모두 10% 미만에 불과했지만, '국산차 배제'의 경우에는 이 비율이 20% 내외로 3배 이상이었다. 국산차와 비교했지만 결국 수입차를 사게 된 데에는 국산차의 취약한 '브랜드/모델 이미지'와 '제품 이미지'가 크게 작용했음을 알 수 있다.

국산차의 '브랜드/모델' 이미지와 '제품' 이미지는 수입차보다 취약하다. 특히 제품의 '안전성'과 '내구성' 때문에 실제로 차를 구입하게 되는 비율에서 수입차가 국산차보다 높다. 소비자들은 제품의 우수성을 수입차의 강점으로 생각하는 경우가 많고, 실제 수입차를 사용한 경우 이런 경향은 더 강해졌다([자동차 리포트 13-08호 '수입차, 제품은 좋는데 유지비가...'](#)). 수입차의 강점은 국산차의 약점이다. 국산차의 약점이 클수록 수입차의 입지는 더 넓다.

=====

㈜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.

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

[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)
- 조사 규모: 총 응답자 95,012명

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