

수입차가 더 싸고 유지비도 적게 든다?

- 수입차, 가격-유지비에 대한 만족도 훨씬 높아
- 국산차는 옵션과 연비가 특히 문제

수입차가 비싸고 유지비도 많이 든다는 것을 모르는 사람은 없다. 그러나 자동차 가격과 유지비에 대한 불만은 수입차보다 국산차를 갖고 있는 사람들이 더 많았다. 수입차 소유자들은 더 많은 비용을 지불해도 비싸지 않다고 느끼는 반면, 국산차 소비자는 더 적게 내면서도 비싸다고 느끼고 있다. 확실히 수입차는 ‘비용 대비 가치’라는 측면에서 국산차를 크게 앞서고 있다.

자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)는 최근 3년 이내에 새 차를 구입한 자동차 소비자 25,903명(수입차 소유자 1,728명 포함)에게 ‘차량 가격’과 ‘유지비’에 관련된 문항 6개를 제시하고 각각에 대해 어느 정도 만족하는지를 10점 만점으로 평가하게 했다. 8점 이상을 준 비율(Top 3 box %)을 만족률로 정의했다[표1].

[표1] 국산차-수입차의 차량 가격 및 유지비 만족률*

	수입차	국산차	현대	기아	한국지엠	르노삼성	쌍용
가격	차량 가격	17	13	17	27	17	22
	옵션 가격	14	10	15	22	16	21
	예상 중고차 가격	18	16	20	19	12	10
유지비	연비	22	20	24	26	16	17
	유지 비용	31	15	26	36	17	26
	서비스(A/S) 비용	22	16	20	34	18	22

Base: 최근 3년 내 새 국산차 구입자 24,175명, 새 수입차 구입자 1,728명

* 만족률은 10점 만점 평가에 8점 이상을 준 비율임(Top3 Box %)

△: 비교대상보다 10%p 이상 높은 것

✓: 수입차 전체 평균이 국산차 1위(BIC)보다 높은 것

○: BIC (Best in Category), □: WIC (Worst in Category)

국산차 소유자들의 6개 항목에 대한 만족률은 전반적으로 20% 내외에 그쳐 차의 가격과 유지비에 대한 소비자의 평가가 부정적임을 알 수 있다. 가장 만족률이 낮은 것은 ‘옵션 가격’

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

으로 14%에 머물렀다. 수입차는 연비(45%), 유지비용(31%) 등 6개 항목 모두에서 국산차를 앞서 가격과 유지비 측면에서 확실한 우위에 있음을 알 수 있다. 특히 ‘연비’에서 23%p, ‘옵션 가격’에서는 13%p 차이로 높았다.

수입차의 최대 강점은 ‘연비’와 ‘옵션 가격’이다. 이 두 항목에서 수입차 소유자의 만족률은 각각 45%와 27%로 국내 메이커 중 가장 높은 한국지엠의 26%, 22%보다도 각각 19%p, 5%p가 높았다. 수입차의 가장 큰 약점으로 평가되는 ‘서비스(A/S) 비용’에서의 만족률도 수입차가 22%로 국산차의 20%를 앞섰고, ‘예상 중고차 가격’에서도 각각 18%와 17%로 차이가 없었다.

수입차별로는 어떤 차이가 있을까. 이를 알아보기 위해 수입차를 수입 브랜드의 국가, 고급/양산브랜드, 가격대별로 나눠 차량 가격 및 유지비에 대한 만족률을 비교했다[표2].

[표2] 수입차 유형별 차량 가격 및 유지비 만족률*

	수입차	수입브랜드 국가			브랜드 유형		수입차 가격	
		유럽	일본	미국	고급	양산	5천만 원 이상	5천만 원 미만
가격	차량 가격	23	32	37	24	30	24	29
	옵션 가격	24	35	34	25	29	25	29
	예상 중고차 가격	20	15	18	17	20	18	19
유지비	연비	50	40	18	41	50	38	51
	유지 비용	31	36	20	29	34	26	35
	서비스(A/S) 비용	19	29	21	21	23	21	22

Base: 최근 3년 내 새 수입차 구입자 1,728명

* 만족률은 10점 만점 평가에 8점 이상을 준 비율임(Top3 Box %)

▲: 비교대상보다 5%p 이상 높은 것

○: BIC (Best in Category), □: WIC (Worst in Category)

수입차의 원산지별로 유럽차는 ‘연비’의 만족률(50%)이 높았고, 일본차는 ‘유지비용’(36%), ‘옵션 가격’(35%), ‘서비스(A/S) 비용’(29%)에 대한 만족률이 높았다. 미국차는 ‘차량 가격’에 대한 만족률(37%)이 유럽차와 일본차를 앞섰다.

브랜드 유형별로는 전반적으로 고급브랜드보다는 양산브랜드, 5천만 원 이상의 고가차보다는 중저가차의 만족률이 높았는데, ‘연비’와 ‘유지 비용’에서 특히 그 차이가 컸다.

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

국산차보다는 수입차가 가격도 비싸고 유지비와 운용비도 훨씬 더 많이 든다는 것을 모르는 사람은 없다. 그럼에도 불구하고 수입차 실소비자들의 가격과 유지비에 대한 만족도가 높다. 국산차 중 가격과 유지비에 대한 만족도 1위인 한국지엠의 만족률이 유관 항목 대부분에서 수입차의 전체 평균보다도 낮은 것은 충격적이다. 수입차 중에서도 국산차와 직접적으로 경쟁하는 양산브랜드와 중저가 모델에 대해 국산차가 열세라는 것도 의미심장하다.

국산차가 차 가격이나 지불비용만큼의 가치를 가지고 있지 않다는 평가는 크게 두 가지 팩트로부터 영향 받은 것으로 보인다. 바로 옵션과 연비다. 수입차에는 거의 옵션이라고 할 만한 것이 없다. 국산차는 사려면 옵션으로 무엇을 사고, 그것이 필요한 것인지, 가격은 적절한지, 패키지의 구성이 합리적인지를 일일이 따져야만 한다. 실수요자에게 이것은 매우 피곤한 과정이다. 국산차가 소비자가 불합리하다고 느끼는 옵션 판매전략을 유지하는 한 가격만한 가치를 인정 받기는 어려울 것으로 보인다.

다른 하나는 연비다. 차량 구입 이후 지출의 대부분을 차지하는 것은 유류비고, 유류비는 연비가 결정한다. 옵션이 차량 구입시의 고심 사항이라면 연비는 차량을 사용하는 기간 내내 붙이고 다니는 흑과 같다. 연비에 대한 고객의 만족률은 수입차가 국산차의 2배 이상이다. 게다가 좋은 연비는 경제적 이익뿐 아니라 그럴듯한 명분도 준다. 수입차를 타면서 자신은 검소하고 친환경적이라는 자기이미지도 가꿀 수 있으니 일거양득이다.

수입차 급성장의 일등공신을 국산차에서 찾는다면 그것은 연비와 옵션이라고 해도 지나치지 않다.

=====

㈜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 품

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

질 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)
- 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