

자영업하는 남성의 차는 쌍용, 내향적인 30대 여성의 차는?

- 쌍용차와 르노삼성은 차별적인 이미지
- 부조화된 이미지는 부정적인 효과

국산차에서 연상되는 가장 전형적인 운전자의 모습은 '30~40대'(71%)인 '급여생활자'(60%)가 '여가용'(61%)으로 사용하는 것이다. 회사별로는 현대·기아·한국지엠이 비슷했으며, 쌍용차는 크게 달랐다. 르노삼성은 쌍용차와는 반대되는 위치에 있었다.

자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)가 국산차의 사용자 이미지(user image)를 알아보았다. 앞으로 새 국산차를 살 계획이 있는 소비자들에게 이들이 구입하고자 하는 차급에 해당하는 모델 하나씩을 제시하고 이를 사용하는 사람들의 성별과 연령대, 직업, 차의 주된 사용 용도, 가족관계, 성격이 어떨 것이라고 생각하는지를 물었다. 평가 대상은 현재 시판되고 있는 모델 44종(현대·기아차 각 14종, 한국지엠 7종, 르노삼성 4종, 쌍용차 5종)이었으며, 제조사의 사용자 이미지는 각 모델에 대한 응답 결과를 평균해 산출했다[표1].

[표1] 국산차의 사용자(user) 이미지

	[성별]		[연령대]				[직업]	
	□ 남성	□ 여성	□ 20대	□ 30대	□ 40대	□ 50대	□ 자영업	□ 급여생활
전체 (4,847)	77	23	18	43	28	11	40	60
현대 (1,567)	82	18	18	41	29	12	42	58
기아 (1,545)	70	30	23	43	28	7	35	65
한국지엠 (775)	74	26	23	46	22	8	28	72
르노삼성 (444)	68	32	9	54	28	9	28	72
쌍용 (545)	95	5	5	29	36	30	74	26

	[차의 사용]		[가족관계]			[성격]	
	□ 업무용	□ 여가용	□ 미혼	□ 기혼(자녀X)	□ 기혼(자녀O)	□ 내향적	□ 외향적
전체 (4,847)	39	61	29	22	49	36	64
현대 (1,567)	37	63	27	22	51	31	69
기아 (1,545)	36	64	33	20	47	33	67
한국지엠 (775)	38	62	33	23	43	41	59
르노삼성 (444)	44	56	26	27	48	60	40
쌍용 (545)	53	47	13	24	63	32	68

○: 차별적인 연상 비율

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

국산차 전체에서 평균적으로 연상되는 사용자는 성별은 '남성'(77%), 연령대는 '30대'(43%), 직업은 '급여생활자'(60%), 주된 차의 사용용도는 '여가용'(61%), 성격은 '외향적'(64%)이었다. 이것은 모든 모델의 평가 점수를 모두 합산하여 산출한 것이기 때문에 가장 많은 모델이 평가된 현대·기아차의 사용자 이미지와 큰 차이가 없다. 현대차와 기아차를 비교하면, 현대차가 기아차보다는 '남성'(+12%p)·'자영업자'(+7%p) 이미지가 더 강했다.

가장 눈에 띄는 차이는 르노삼성과 쌍용차에서 찾을 수 있다. 르노삼성은 다른 제조사에 비해 '내향적'인 '30대' 사용자가 연상되는 비율이 높았다. 특히 '내향적'인 사용자의 연상비율은 60%로 30% 초반인 현대·기아차의 두 배에 가까웠다. '내향적-여성-30대'라는 이미지의 조합은 자동차라는 상품과는 잘 어울리지 않는 것으로 보인다.

쌍용차는 모든 특성에서 그야말로 유별났다. 남성 사용자 이미지가 95%로 압도적인 것을 비롯해, 40대-50대 연상 비율은 66%로 제조사 중 유일하게 30대보다 높았고, 자영업자 연상 비율 역시 74%로 크게 높았다. 차의 주된 사용 용도로 여가용보다 업무용 비율이 높은 것도 쌍용차가 유일하며, 자녀가 있는 기혼자의 연상 비율 역시 가장 두드러졌다. 이런 결과의 원인은 대형 세단과 SUV만을 보유하고 있는 제조사의 라인업 특성에서 찾을 수 있다.

현재 한국 시장은 현대차와 기아차의 과점 상태다. 두 제조사가 만들어 내는 이미지가 한국차의 표준 이미지가 되고, 이와 차별적인 이미지를 갖는 것은 위기이자 기회가 될 수 있다. 주류와 차별적이라는 점에서 르노삼성과 쌍용차는 같지만, 그 의미는 전혀 다르다. 쌍용차는 나름 분명하고 일관된 색깔을 갖고 있지만, 르노삼성은 그렇지 않다. 한두 개 특정 모델이 아닌 브랜드에 속한 모델 전부의 평균적인 이미지가 상대적으로 마이너한 특성들의 조합('내향적-여성')으로 이루어져 있고, 이러한 조합이 가장 활동적인 연령대라고 할 수 있는 30대와 연결되어 있다는 것은 자연스러워 보이지 않는다. 이미지의 부조화는 소비자의 선택을 받는 데 부정적인 영향을 줄 것이다. '내향적인 30대 여성'을 연상시키는 차를 구매할 고객은 그리 많아 보이지 않는다.

=====

㈜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.

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

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)
- 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

별첨. 국산차 모델별 사용자 이미지

	성별		연령		성격		용도	
	남성	여성	2~30대	4~50대	내향적	외향적	업무용	여가용
1위	Korando SUT	All New Morning	Veloster	Chairman	New SM5 (L43)	Korando SUT	Chairman	Veloster
2위	Mohave	Ray	Forte	Equus VI	New SM3	K5	Equus VI	SantaFe DM
3위	SantaFe DM	Spark	Soul	Genesis	All New SM7	Genesis Coupe	Alpheon	Tucson iX
4위	Chairman	Soul	Aveo	K9	New Carens	Veloster	K9	Sorento R
5위	Veracruz	Aveo	Spark	5G Grandeur	All New Morning	Mohave	Genesis	Sportage R

	남2~30대		남4~50대		여2~30대		여4~50대	
	업무	여가	업무	여가	업무	여가	업무	여가
1위	Korando SUT	Sportage R	Chairman	Mohave	All New Morning	Ray	Genesis Coupe	All New SM7
2위	Accent	Genesis Coupe	Equus VI	Grand Carnival	Spark	Soul	All New SM7	All New Morning
3위	Cruze	Tucson iX	K9	Veracruz	Ray	Spark	New Carens	Sonata Hybrid
4위	Forte Koup	Veloster	Genesis	Rexton W	All New Pride	All New Morning	Avante MD	5G Grandeur
5위	New SM3	K5	Alpheon	Genesis	New SM3	i30 GD	Ray	New SM5 (L43)

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr