

컨슈머인사이트 소비자 조사(Survey) 데이터

2024 데이터바우처 지원사업 소개

: 주례 소비자 신차 초기반응 평가 데이터



Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

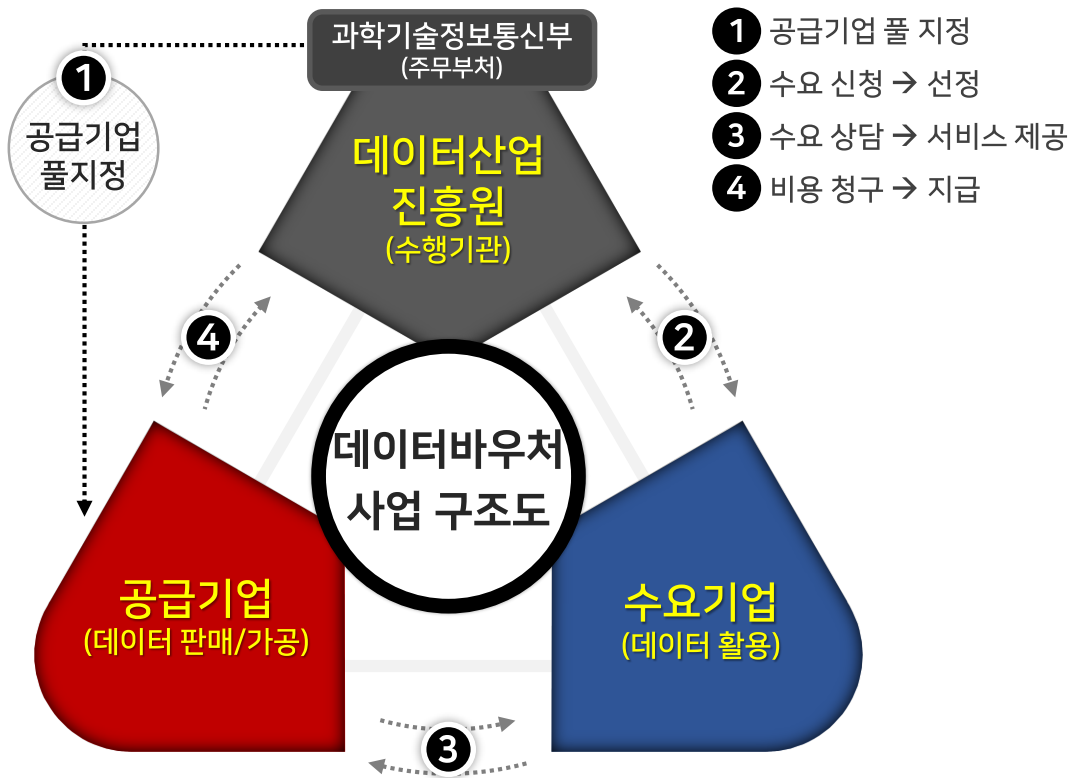
II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 데이터바우처 지원사업이란?

데이터를 직접 창출/가공하기 어려운 중소기업이
데이터 보유/가공기업으로부터 서비스를 제공받을 수 있도록 지원하는 제도입니다.

◆ 지원사업 구도



◆ 참여자의 역할 및 조건

주무부처

- 과학기술정보통신부
- 지원사업 총괄, 기본계획 수립

수행기관

- 공급기업과 수요기업의 공모-모집-지정-매칭-관리

공급기업

- 데이터를 판매하거나 가공서비스를 공급
(조건) 데이터스토어에 공급기업으로 등록

수요기업

- 데이터를 제공받아 데이터기반 혁신 서비스를 창출하는 기업
(조건) 국내 초기 중견·중소기업, 소상공인, 1인 창조기업, 예비창업자, 청년기업, 행정기관 및 지방자치단체

'컨슈머인사이트'는...

데이터 및 가공서비스를 제공하는 **공급기업으로 등록**

자동차, 이동통신, 여행/관광, 쇼핑/유통, 체감경제, 여가/문화/체육, 자동차 등록자료, 금융, 신차 출신 전/후 반응 소비자 데이터, 아웃도어/프로스포츠 등 10종 데이터 판매

02. 지원사업 목적

본 사업을 통해 소비자데이터를 분석-활용하여 새로운 비즈니스 기회를 창출하고,
기존 서비스를 업그레이드할 수 있습니다.

◆ 수요기업은 데이터를 활용해...

신규 서비스/상품 개발 및 고도화

- 데이터를 활용해 신규 서비스를 개발하거나 기존 서비스를 고도화
 - B2B, B2C 서비스 개발
 - App./Web 개발 및 고도화
 - 정보/미디어 콘텐츠 활용

생산성 및 수익성 증대

- 데이터를 활용해 기존 사업모델로 부가수익을 창출
 - 내부 프로세스 간소화
 - 시장 수요 예측
 - 생산/효율성 증대

비즈니스 마케팅 지원

- 양질의 데이터로 신시장 발굴 및 사업 기초자료로 활용
 - 업계 동향파악
 - 매출 예측
 - 시장 분석
 - 홍보/마케팅 전략

데이터 구매/가공비용의 75%를 정부가 지원하며,
수요기업의 자부담금도 인건비의 지출 증빙으로 처리해 실부담이 적습니다.

◆ 지원사업 규모

데이터 구매

- 수요기업이 서비스를 고도화 하거나, 신규서비스를 개발하는데 필요한 **데이터 구매비용** 지원
ex) 자동차부품사가 OO부품을 개선/개발하기 위해 데이터 구매

수요기업
630개 선정
(예정)

도입 비용 (A+B)	정부 지원금 (A)	수요기업 자부담 (B)
최대 667만원	최대 500만원	최대 167만원

데이터 가공

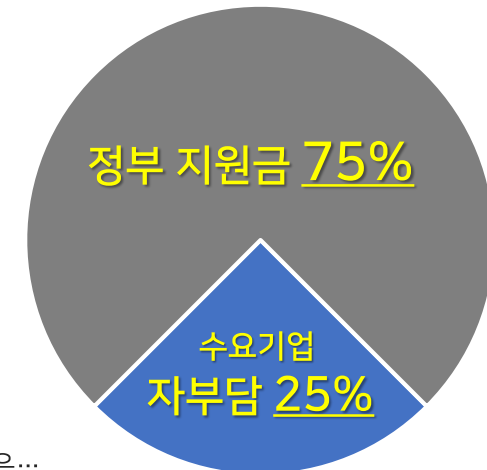
- 수요기업이 AI기반 서비스·제품개발, 빅데이터분석, 사회현안 해결 등에 필요한 데이터를 활용하기 위해 **데이터 가공(분석)에 소요되는 비용**을 바우처로 지원
ex) Raw data를 수집했지만 분석기술이 없는 개발사가 가공서비스 신청

수요기업
710개 선정
(예정)

	도입 비용 (A+B)	정부 지원금 (A)	수요기업 자부담 (B)
일반가공	최대 4,267만원	최대 3,200만원	최대 1,067만원
AI가공	최대 7,200만원	최대 5,400만원	최대 1,800만원

◆ 지원 방안

데이터 '구매' 또는 '가공' 서비스에 소요되는 비용은
정부 지원금 75%와 **수요기업 자부담 25%**로
데이터산업진흥원을 통해 공급기업에 지급함



- 자부담 금액은...
 - 직원 인건비의 증빙자료 100% 처리
 - 중소기업은 전체 25% 중 최대 22.5%는 현물(인건비) 매칭
 - 소상공인 및 1인기업은 전체를 현물(인건비) 부담 가능
 - 단, 초기 중견기업의 경우 100% 현금 지출

04. 추진 절차 및 서류

추진 일정



수요 기업

공급 기업 (컨슈머인사이트)

신청서 제출 역할

- 수요기업 소개
- 수행계획서 작성
- 데이터(서비스)가 필요한 사업 소개



제출 서류

(발급 소요기간
사전확인 필수)

- 중소기업 확인서
- 재무불이행 확인가능 서류
- 국세 및 지방세 완납 증명서
- 데이터바우처 신청서
- 사업수행계획서/ 발표 영상
- 데이터구매 사전 협의서



- 견적서 및 과제협의를 (수요기업과 협의) _ 선정 후 진행
- 매칭심사 (공급기업은 매칭 심사 별도 진행) _ 선정 후 진행

Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 컨슈머인사이트 소개

컨슈머인사이트는 독립성과 중립성을 핵심을 가치로 삼고,
기획조사(syndicated research) 중심으로 특정산업 군에 전문가 집단으로 성장해 왔습니다.

* 기획조사란? 조사 기관이 어떠한 단체/기관/기업에 영향을 받지 않고 독립적으로 개발-투자-운영하는 조사



-  자동차 품질 및 고객만족 조사 (연 1회 조사, 총 20차)
→ 2001~, 매회 100,000명
-  이동통신 기획조사 (연 2회 조사, 총 32차)
→ 2005~, 매회 40,000명 (연 80,000명)
-  여행/관광 (총 4개 기획조사 운영 중-주 1회 중/연 1회 3종)
→ 2015~, 매주 500/연 26,000명 등 다수
-  쇼핑/유통 (주 1회 조사)
→ 2017~, 매월 4,000~5,000 명/ 연 52,000 명
-  체감경제 (주 1회 조사)
→ 2019~ 매월 4,000~5,000 명/ 연 52,000 명
-  여가/문화/체육 (주 1회 조사)
→ 2021~, 매주 500 명/ 연 26,000 명 내외
-  금융 (주 1회 조사)
→ 2022~, 매주 500 명/ 연 26,000 명 내외
-  신차 출신 전/후 반응 (주 1회 조사)
→ 2021~, 매주 500 명/ 연 26,000 명 내외
-  자동차 등록자료 (월1회 업데이트)
→ 2022~, 국토부 등록차량 전수(매년 약 180만대)
-  아웃도어/프로스포츠 (분기 1회 조사)
→ 2023~, 분기 1,000 명/ 연 4,000 명 내외

02. 신차 초기 반응 조사 특징점

신차 초기 반응 조사는 제한된 기간 내에서 **시의성 있는 데이터를 신속히 도출**할 수 있으며,
데이터 기반 목표 설정과 **성과 평가**가 가능합니다.

주례 조사

- 매주 500 Sample, 연간 26,000 Sample의 **대규모 Tracking Study**
- 모든 신차(F/L 제외)를 대상 조사
- 출시 전 6개월부터 출시 후 6개월까지, 모델 당 총 52주에 걸쳐 소비자의 관심도 측정

Customize

- Type, Seg, Fuel, Brand, Model, Demo 등 분류 가능한 **변수별로 분석 Frame을 Customizing** 할 수 있음

소비자 VOC

- 구매의향 모델에 대한 소비자의 **생생한 VOC '한 줄 평', '구매의향 이유'**를 개별 응답자별로 확인 가능

03. 신차 초기 반응 조사 내용

신차 출시 전후 6개월 간 매주 500명의 소비자를 대상으로 조사를 실시하여,
신차에 대한 즉각적인 소비자 반응과 마케팅 활동·이슈에 따른 반응의 변화를 주 단위로 확인 가능합니다.



03. 신차 초기 반응 조사 수집데이터

	조사 항목	세부 내용
I. 6개월 내 출시 전후 신차 반응	신차 인지도	• 신차/출시 예정 신차 중 인지하는 모델 • 인지하는 모델별 인지 수준
	신차 관심도	• 인지 모델별 관심 수준
	신차 구입의향	• 관심 모델별 향후 2년 이내 구매의향
II. DEMO	기본 정보	• 성별, 연령, 거주지, 결혼여부, 가족상황, 직업, 소득
	주 이용 차량 정보	• 주 이용 차량 브랜드, 중고차 여부, 생산 연식, 연료타입
	자동차 구입 행동	• 자동차 구입 시 선호 요인
	전기차 인식	• 전기차 관심 수준, 전기차 구입의향 등

04. 신차 초기 반응 조사 설계

조사 대상

출시 6개월 전 ~ 6개월 후인 신차 (승용차 전체)

응답 대상자

2년 이내 신차 구입 계획을 갖고 있는 자동차 소비자
(컨슈머인사이트 자동차 기획조사(연 10만) 중 구입 계획 보유자)

자료수집 주기

주 1회(weekly)

조사 규모

주 500명 / 연 26,000명

주요 조사 내용

응답자 개인 특성, 모델별 보조인지인지수준/관심도/구입의향

조사 방법

E-mail / Mobile survey

표본추출 방법

컨슈머인사이트 자체 IBP(Invitation Based Panel)* 온라인 패널 (86만명)

* IBP: 자발적인 참여에 의한 편향 가능성이 철저하게 배제되어 대표성을 극대화한 패널. 중복가입, 타성적인 응답 위험이 있는 타 패널과는 질적으로 차이가 있음

Contents

I. 데이터바우처 지원사업 소개

II. 컨슈머인사이트 소개

III. 결과물 예시

01. 제공 형태 설명

자료는 ① Raw data ② 통계 테이블 ③ 보고서 3가지 형태로 제공 가능하며, 자동차 분야 조사를 전문으로 하는 연구팀이 운영합니다.

Raw data

- 엑셀 양식으로 응답자별 변수값이 입력된 데이터
- 별도의 가공서비스는 제공하지 않으며, **수요기업이 직접** 데이터 분석을 수행함

통계 테이블

- Raw data를 변수(문항)별로 분석해 **엑셀 형태로** 제공
- 차량정보/인구특성/타 변수값 등의 **교차분석** 가능
 - 차량 정보 (제조사, 차급, 모델, 연료타입 등)
 - 인구특성 (성, 연령, 결혼여부, 가족상황, 소득, 지역 등)

보고서

- 자동차 조사 전문 연구팀이 시장 동향 및 세부시장을 분석 (약 40p 분량)
- 구매자 특성에 맞는 **분석 및 인사이트** 제공 가능

내용

예시

idx	SQ0101M01	SQ02	SQ03	SQ04	SQ0502	SQ06	Q01010201	Q01010101	Q01010102	Q0116	Q0117	Q0118	Q0119	Q0301	Q0302	Q0303	Q0512	Q1607	DQ00
800	1	2	4	1	54	부산	2015	11	올 뉴 투싼	6	2000	1	3	99	20	26	6	9	1994
1613	1	3	98	1	28	경기	2015	11	올 뉴 투싼	6	2000	1	3	8	8	25	1	9	2008
1919	1	1	98	2	36	경기	2015	11	올 뉴 투싼	6	2000	1	3	3	18	6	6	8	2006
2247	1	1	2	2	30	경북	2016	13	올 뉴 모닝	2	1000	1	1	1	21	19	5	6	2010
2553	1	1	5	1	63	경북	2015	13	KS (JF)	1	2000	1	2	98	1	13	10	9	1975
3085	1	2	3	1	59	경기	2016	13	K3	1	1600	1	1	5	16	26	4	9	2011
3138	1	2	98	1	47	경기	2016	11	맥스크루즈	6	2200	1	3	3	1	1	8	7	1991
3370	1	2	2	1	45	경기	2015	15	티볼리	6	1600	1	1	4	17	13	6	6	1990
3393	1	1	98	1	40	경기	2015	12	올란도	7	2000	1	3	4	3	9	8	8	1996
3650	1	1	4	1	54	경기	2015	15	렉스턴 W	6	2200	1	3	3	11	1	8	5	1996
4234	1	2	98	2	45	전북	2015	13	모하비	6	3000	1	3	4	19	7	3	9	1996

모든 자동차 종류							주 사용 연료 타입						
		승용차(DILI 편, SUV 포함)	트럭	버스	승합차(화물용 VAN, 승합차)	보유한 차량 연종			휘발유	LPG	경유(口車)	하이브리드(연 료배터리)	전기차(100% 전기/연료/수소/사용)
BASE 응답자 전체		(시점:)	%	%	%	%	BASE 응답자 전체		(시점:)	%	%	%	%
성별	남성						성별	남성					
	여성							여성					
연령 [10대]	20대						연령 [10대]	20대					
	30대							30대					
	40대							40대					
	50대							50대					
	60대 이상							60대 이상					



[참고] 컨슈머인사이트 발표 보도자료 (자동차/이동통신/여행/쇼핑/체감경제/금융)

자동차, 이동통신, 쇼핑, 체감경제, 여행, 여가/문화, 금융에 대한 보도자료도 꾸준히 배포하며 전문성을 알리고 공익에 기여하고 있습니다.

산업-연도-번호	제목(링크)
■ 자동차	
자동차-22-13	중고차 플랫폼, 살 때는 '엔카' 팔 땐 '헤이딜러' 만족률은 'K카' 1위
자동차-22-12	소비자가 꼽은 최고의 전기차 제조국은? 미국도 중국도 아닌 '한국'
자동차-22-11	순정 내비는 장식용? 수입차 절반 이상 '스마트폰 보며 운전'
자동차-22-10	"전기트럭 구입 고려" 절반 넘지만...가격보다 큰 걸림돌은?
자동차-22-09	가장 우수한 전기차는? 테슬라 이용자 8할은 "테슬라" 외 다수
■ 이동통신	
이동통신-22-12	알뜰폰 만족도, 3년 연속 통신3사 앞서...1위는 '리브모바일'
이동통신-22-11	넷플릭스, 광고 보는 대신 5500원? "시간도 요금도 불만족"
이동통신-22-10	스마트폰으로 매일 하는 일? `영상시청` 뜨고 `게임` 꺾여
이동통신-22-09	OTT 성장률 한풀 꺾이고 고객만족도 하락...이유는? 외 다수
■ 여행	
여행-22-17	대한항공, 선호도 6년 연속 1위...`나홀로 고공비행` 비결은?
여행-22-16	제주도, 여름휴가지 만족도 7년 연속 1위...안심할 수 없는 이유는?
여행-22-15	여름휴가 국내여행 6년만에 최고...제주도 점유율은 뚝
여행-22-14	`여행갈 마음`은 굴뚝 같지만 `실행`은 못 따라가 외 다수

산업-연도-번호	제목(링크)
■ 여가/문화/체육	
여가/문화/체육-22-5	여가활동 톱20 뜯어보니...`오락·휴식`에 쏠렸고 `남녀차이` 컸다
여가/문화/체육-22-4	거리두기 풀리자 핫해진 여가활동? `문화예술 관람`과 `여행`
여가/문화/체육-22-3	포스트 코로나 여가활동 `관광·여행`이 압도적 1위 외 다수
■ 체감경제	
체감경제-22-05	40, 50대 삶의 질 전망, 60대보다 낮아져
체감경제-22-04	예적금 투자심리, 주식·부동산보다 3배 세졌다
체감경제-22-03	소비지출 절벽, 코로나 초기보다 더하다 외 다수
■ 쇼핑	
쇼핑-21-03	정기구독 상품, 50대는 `식음료`...2030세대는?
쇼핑-21-02	식품 온라인 구입, 만두·피자가 라면·과자 앞섰다
쇼핑-21-01	쇼핑지출 `먹고 마시는 것`만 늘었다 외 다수
■ 금융	
금융-23-11	카카오뱅크, 토스,뱅크샐러드 1점차 안팎 대경합
금융-22-10	`22년 11월 금융 앱 확보고객 순위
금융-22-09	위기의 가상화폐 투자자, 얼마나 되나? 외 다수

* 더 많은 내용은 다음 페이지에서 확인하실 수 있습니다 :

[컨슈머인사이트] www.consumerinsight.co.kr

[자동차] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_photo.aspx

[이동통신] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_ict.aspx

[여행] https://www.consumerinsight.co.kr/leisure-travel/r_newslst

[여가/문화/체육] https://www.consumerinsight.co.kr/leisure-travel/r_newslst

[체감경제] https://www.consumerinsight.co.kr/cpes/report_list

[금융] https://www.consumerinsight.co.kr/voc_list_fin.aspx

Thank You

본 내용에 관한 문의는 아래로 연락 바랍니다.

박승표 이사

02-6004-7661 / Sammy.park@consumerinsight.kr

