Consumer Insight **컨슈머인사이트 보도자료**

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	Sammy.park@consumerinsight.kr
문 의	박승표 상무	연 락 처	02) 6004-7661
배 포 일	2026년 2월 3일(화) 배포	매 수	4매

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 모든 콘텐츠(문서, 분석 내용, 도표 등)에 대한 저작권은 (주)컨슈머인사이트에 있으며, 언론사의 기사 작성 목적에 한하여 인용 또는 보도할 수 있습니다. 그 외 모든 형태의 복제, 배포, 게시, 전시, 전송, 2차적 활용 등은 사전 서면 동의를 받은 경우에 한해 허용됩니다. 무단 사용 시 저작권법 등에 따른 법적 책임을 물을 수 있습니다.

■ 제25차 연례 자동차기획조사 리포트 ⑫커넥티드 카 시스템

새차 이용자 97%가 쓰는데...'AI 기능' 주이용률은 겨우 1%

- **새차 대부분에 '커넥티드 카' 보급 일반화 단계**
- **국산차 주로 사용하는 기능은 원격 제어와 내비**
- **무료 서비스 기간 길어 수입차보다 이용률 높아**
- **수입차는 유료 전환율 높고 외부 플랫폼 더 의존**
- **'AI 기능' 주로 사용하는 비율은 1~2%에 머물러**

○ 2년 내 새차 구입자의 97%가 사용할 정도로 보급이 일반화된 '커넥티드 카' 시스템이 원격 차량 제어 등의 기본 용도로 쓰일 뿐 AI 등의 첨단 기능 활용은 미미한 것으로 나타났다. 수입차의 경우 국산차보다 무료 이용 기간이 짧아 유료 이용률이 높고, 활용 범위도 제한적이었다.

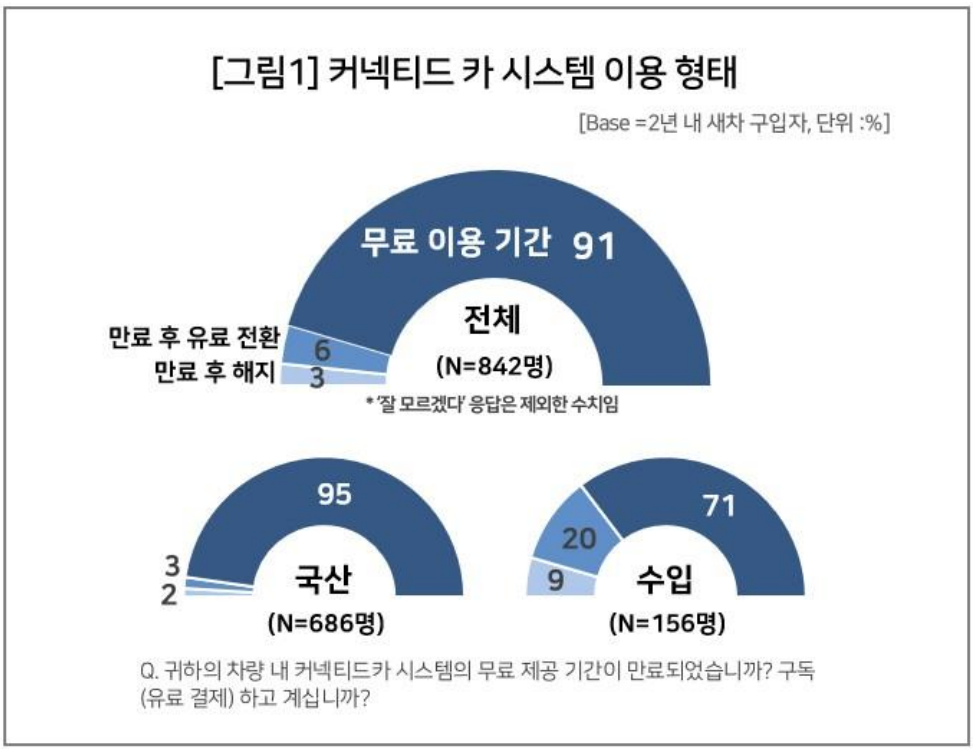
□ 자동차 리서치 전문기관 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 '연례 자동차 기획조사(매년 7월 10만명 대상)'의 제25차 조사(2025년)에서 2년 내 새차 구매자 1212명에게 커넥티드 카 시스템 이용 경험을 묻고 그 결과를 분석했다.

□ '커넥티드 카'는 자동차와 무선인터넷을 연결해 실시간 교통 정보, 내비게이션, 엔터테인먼트, 원격 제어, 대화형 음성인식, 차량진단·업데이트, 차량 내 결제 등을 구현하는 자동차를 말한다.

■ 유료 전환율, 국산차 3% vs 수입차 20%

○ '25년 조사에서 2년 내 새차 구입자 97%가 커넥티드 카 시스템을 이용하고 있었다 **[그림1]**. 전체의 91%가 '무료 이용 기간', 6%가 '무료 기간 만료 후 유료 전환'해 쓰는

형태였다. '무료 이용 만료 후 해지' 상태라는 응답은 3%에 그쳤다. 조사 대상이 2년 내 새차 구입자이고 제조사가 최소 수개월에서 최대 5년 간 무료 서비스를 제공함을 고려하면 대부분 무료 이용 기간에 속하는 것이 자연스럽다. 커넥티드 카 보급이 일반화 단계에 접어든 셈이다.



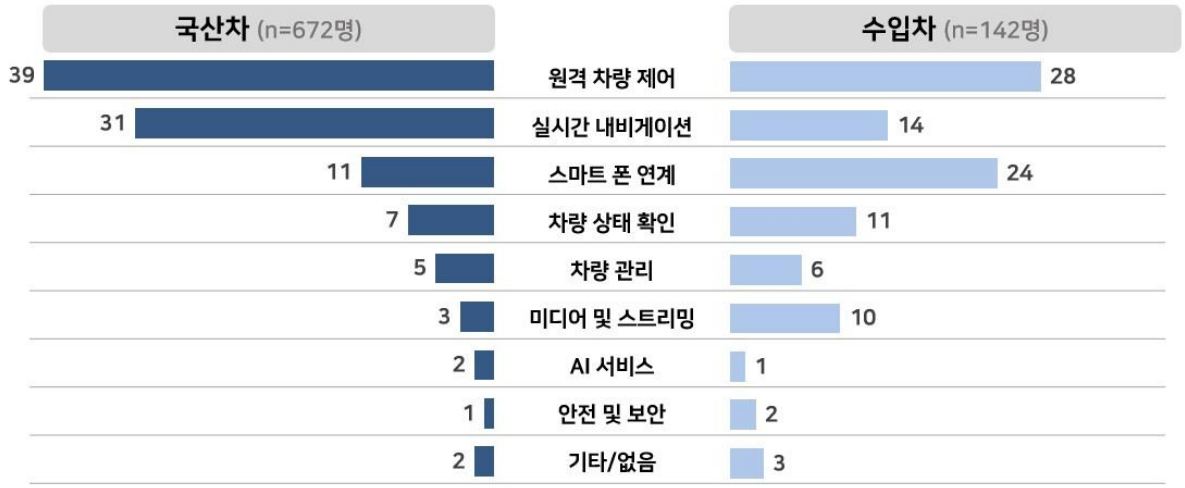
○ 국산차와 수입차는 커넥티드 카 이용 형태에 차이가 컸다. 무료 이용 기간 중인 비율은 국산차(95%)가 수입차(71%)를 크게 앞섰고 무료기간 종료 후 유료 전환 비율은 국산차(3%)가 수입차(20%)에 크게 못 미쳤다. 국산차의 대부분을 차지하는 현대차그룹 3개 브랜드의 무료 제공 기간이 5년으로 수입차(3개월~2년)보다 훨씬 길기 때문이다.

■ 수입차, 순정 내비 주사용률 국산의 절반도 안 돼

○ 커넥티드 카 시스템 구독자(814명)의 주사용 기능을 분석한 결과, 국산차는 제조사가 제공하는 순정 플랫폼의 기본 기능 활용률이 더 높았다. 국산차 이용자의 39%가 원격 차량 제어(문 개폐, 시동·공조 제어 등) 기능을 주로 사용한다고 답했으며 실시간 내비게이션(31%)이 그 뒤를 이었다. 이는 수입차(각각 28%, 14%)에 비해 모두 높은 수치다.

[그림2] 커넥티드 카 시스템 주사용 기능(국산차 vs 수입차)

[Base =2년 내 새차 구입자 중 커넥티드 카 시스템 구독자 814명, 단위 :%]



Q. 귀하께서 차량 이용 중 경험해보신 커넥티드 카 시스템의 기능 중 가장 자주 사용하는 것을 한 가지만 선택해 주십시오.

○ 수입차의 '실시간 내비게이션' 주사용률은 14%에 그쳐, 국산차(31%)의 절반에도 미치지 못했다. 이는 수입차 순정 내비게이션의 편의성 부족 때문으로 판단된다. 이로 인해 수입차 이용자들 사이에서 '스마트폰 연계 서비스(폰 프로젝션, 24%)'와 '원격 차량 제어 기능'(28%)이 함께 주로 이용되는 것으로 나타났다(참고. 승용차 보유자 3명 중 1명 '순정 인포테인먼트' 사용 기피 '24.02.15).

○ 주목되는 부분은 국산·수입차 이용자 모두 차량 내 대화형 AI 서비스 사용률(주사용률 국산 2%, 수입 1%)이 극히 낮았던 점이다. 거의 모든 신차에 커넥티드 카 시스템이 기본 탑재되는 등 인프라는 갖춰졌으나 쓰임새는 여전히 원격 제어, 내비게이션 등 초보적 기능에 머물고 있다. 자율주행차 시대와 맞물려 '달리는 컴퓨터', '움직이는 스마트폰' 구현에 필수적인 자동차 AI 기능이 아직 불모지 수준에 머물고 있는 실정이다.

이 조사결과는 자동차전문 리서치회사 컨슈머인사이트가 2001 년 시작한 표본규모 10 만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제 25 차 조사(2025 년 7 월 실시)로부터 나온 것입니다.

◈ **참고 :「컨슈머인사이트」'연례 자동차 기획조사' 개요 :**

「컨슈머인사이트」는 2001년부터 매년 7월 10만명의 자동차 소비자를 대상으로
자동차 연례기획조사(Annual Automobile Syndicated Study)를 아래와 같은 설계로 수행해 오고 있음.

모집단*	운전 면허 소지자 중 자동차 보유자/2년 이내 구입계획자
표본 추출의 틀	Consumer Insight, Invight Panel & 확률적으로 할당 추출된 주요 포털 사이트 회원
표본 추출 방법	성별/연령별 할당표집
조사 방법	E-mail / Mobile survey
분석 샘플 규모	95,696명
조사 내용*	U&A(Usage & Attitude), CEQ (Consumer Experienced Quality)
조사 기간	2025년 7월

조사 대상자의 특성에 따라 측정/분석 내용이 다름

2025년	95,696명
2024년	95,389명
2023년	100,098명
2022년	95,719명
2021년	95,382명
2020년	104,208명
2019년	101,145명
2018년	93,230명
2017년	96,213명
2016년	100,788명
2015년	105,672명
2014년	101,821명
2013년	101,701명
2012년	95,012명
2011년	97,356명
2010년	106,291명
2009년	91,129명
2008년	95,472명
2007년	105,149명
2006년	106,088명
2005년	139,825명
2004년	171,499명
2003년	118,195명
2002년	129,277명

Copyright ⓒ Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 컨슈머인사이트에 귀속되며 언론사의 보도 이외에 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

박승표 상무	sammy.park@consumerinsight.kr	02)6004-7661
정동운 부장	jungdw@consumerinsight.kr	02)6004-7616
정성재 연구원	jeongsj@consumerinsight.kr	02)6004-7615
최서혁 연구원	choish25@consumerinsight.kr	02)6004-7636