

자동차 구입행동 1: 선호 이유

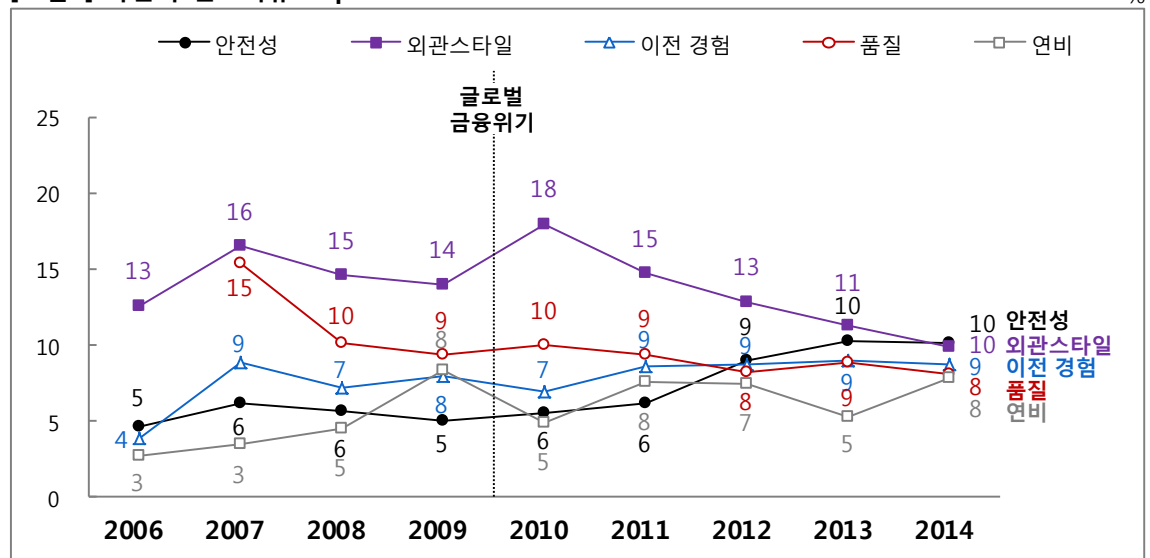
- '연비'쓰나미 다음은 'OO'쓰나미?

- '디자인'쓰나미, '연비'쓰나미, 그 다음은 '안전'쓰나미?
- '안전'쓰나미 오면 한국지엠, 쌍용, Ford가 최대 수혜자 될 것

소비자들의 자동차 선택 기준이 바뀌고 있다. 지난 10여년간 특정 모델을 구입하려는 가장 큰 이유는 '외관 스타일'이었다. 그러나 수입 디젤차를 중심으로 촉발된 '연비' 쓰나미가 전 시장을 휩쓸고 있고, 이에 더해 새로운 쓰나미의 조짐이 있다. 향후 국산차 구입예정자들은 '안전성'을 가장 중요시하는 경향이 있고, 주변 환경은 이것이 쓰나미로 발전할 여건을 조성시키고 있다. 이에 어떻게 대비하는가에 따라 제작사들의 미래도 바뀔 가능성이 있다.

자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)는 매년 7월에 실시해 온 자동차 기획조사에서 2년 내에 새 차를 구입할 계획이라는 소비자들에게 사고 싶은 모델을 물었다. 그 다음 총 28개의 사려는 이유를 제시하고 그 중에서 가장 중요한 이유 하나(선호 이유)를 선택하게 했다. 이에 근거해 선택률이 가장 높은 5개 이유를 Top5로 선정했다. 국산차 구입계획자들이 지난 9년 간 응답한 Top5의 결과는 [그림1]과 같다.

[그림1] 국산차 선호이유 Top5



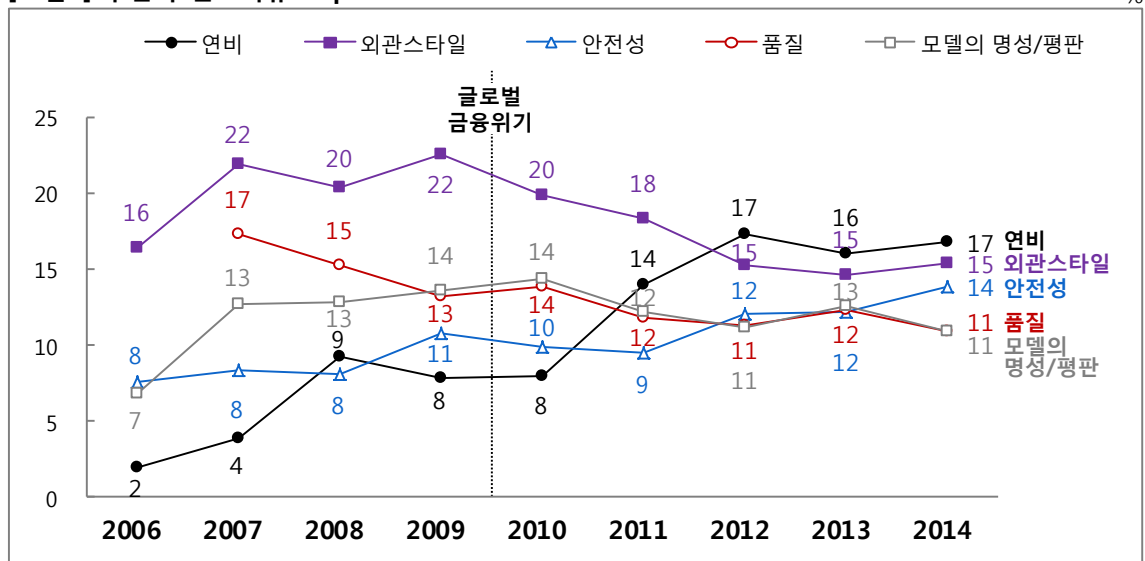
For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

지난 9년간 국산차 소비자에게 가장 중요한 자동차 선택 기준은 '외관스타일'이었다. 외관스타일은 2010년 18%로 압도적 1위에 오른 이후 내림세로 돌아서, 금년 처음으로 10%선에서 안전성에 따라 잡혔다. 이전 경험과 연비도 3~4% 수준에서 꾸준히 상승해, 2위 위치에서 내려 온 품질과 함께 8~9%선에 몰려 있다. 전반적으로 Top5 모두가 8~10%의 좁은 영역에서 경쟁하고 있다고 할 수 있으나, 이미(참고: 국산차는 가격, 수입차는 OO 보고 산다) 지적인 바와 같이 안전성의 중요도가 더 커질 가능성이 있다. 반면 연비는 오히려 낮은 수준에 머물고 있는데, 주된 이유는 연비를 선호이유로 삼을 만한 모델이 없기 때문이다. 금년에 3%p 반등한 것(5%에서 8%로)은 전적으로 QM3 효과다.

[그림2]는 수입차의 Top5를 정리한 것으로, 전반적으로 국산차와 구성이 비슷하고 추이도 유사하다. 외관스타일의 중요도는 떨어지고, 연비와 안전성은 그 비중이 커져 가며, 과거 보다 좁은 영역으로 수렴하는 경향을 보였다. 수입차 선호율의 변화에서 가장 눈에 띄는 것은 연비가 2007년부터 급격히 상승하여, 5년만에 17%로 1위 자리에 올랐다는 점이다. 이는 소비자들이 외관스타일, 품질, 모델의 명성/평판과 같은 불분명한 이점 대신에 보다 구체적이고 실용적인 특성에 주목하기 시작했음을 보여준다.

[그림2] 수입차 선호이유 Top5



소비자 기호의 변화는 시장의 변화로 이어지게 마련이다. 선호이유의 변화를 보면 여러 제작사들의 경쟁력을 엿볼 수 있다. 구입하려는 모델과 그 이유를 국산차 제작사별로 정리한 것이 [표1], 수입 브랜드의 경우가 [표2]다. 국산차 브랜드들이 보인 특기사항 몇 가지만 정리하면, 안전성 때문에 살 생각이라는 비율은 한국지엠(23%)과 쌍용(19%)이 타사의 2배 이상으로 탁월하게 높다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

과거부터 SUV 중심의 라인업으로 안전하다는 이미지를 갖고 있어 10% 내외의 선호율을 유지해 오다 2010년 이후 상승세를 탄 쌍용에 대한 평가와는 달리 한국지엠의 급부상이 주목할 만 하다. 안전성 때문이 한국지엠 차를 선호한다는 반응은 2008년 까지 2~4% 수준이었다. 이후 급신장하여 2013년 이후 23%를 유지하고 있다. 한국지엠이 어떻게 안전한 차라는 이미지를 갖게 되었는지는 연구과제다.

[표1] 국산차 브랜드별 선호이유 Top5

% / 순위

구입이유	국산	현대	한국지엠	기아	르노삼성	쌍용
사례수	(20,913)	(9,389)	(2,787)	(5,501)	(2,384)	(852)
1 안전성	10 / 1	9 / 4	23 / 1	6 / 6	7 / 4	19 / 1
2 외관스타일	10 / 2	10 / 1	8 / 2	12 / 2	7 / 5	7 / 5
3 이전 경험	9 / 3	9 / 2	7 / 5	8 / 3	9 / 3	8 / 3
4 품질	8 / 4	8 / 5	7 / 4	6 / 7	16 / 2	5 / 8
5 연비	8 / 5	7 / 6	5 / 9	5 / 8	23 / 1	4 / 10

* 유효표본 60사례 이상

** 순위는 소수점 자리까지 포함하여 산출함

그 외 주목할 만한 결과는 르노삼성이 연비와 품질 측면에서 다른 회사들을 압도하고 있다는 점이다. 연비가 5위로 낮은 것은 덜 중요해서가 아니라 연비 때문에 좋아할 만 한 모델이 국산차 중에 없기 때문이다. 르노삼성이 연비에서의 탁월한 성과를 보인 것은 QM3로부터 나온 것이며, 품질에서의 성과는 SM5와 SM3에 대한 호평이 이어진 것으로 보인다.

[표2] 수입차 브랜드별 선호이유 Top5

% / 순위

구입이유	수입	Audi	BMW	MINI	Ford	Honda	Lexus	Benz	VW	Toyota
사례수	(5,637)	(696)	(1,036)	(161)	(153)	(96)	(146)	(1,010)	(1,110)	(182)
1 연비	17/1	7/5	20/1	4/4	2/14	5/9	14/2	6/6	39/1	25/1
2 외관스타일	15/2	22/1	11/4	65/1	15/3	10/4	7/5	14/3	7/5	2/11
3 안전성	14/3	13/3	14/2	4/5	19/1	14/2	5/8	17/1	11/3	10/3
4 품질	11/4	10/4	9/5	5/3	6/5	26/1	25/1	12/4	12/2	19/2
5 모델의 명성/평판	11/5	14/2	12/3	8/2	3/10	12/3	6/6	16/2	10/4	6/8

* 유효표본 60사례 이상

** 순위는 소수점 자리까지 포함하여 산출함

수입차 선호이유 1위는 연비이며, 연비 열풍은 수입 디젤차에 의해 시작되어 2012년 이후 17%의 선호율로 고공 비행 중이다. 연비 열풍이 분 이유는 연비 자체의 효익 보다는 좋은 연비를 통해서 얻을 수 있는 자기 정당화 효과다. 좋은 연비는 자신을 근검절약하고, 합리적인 소비자로 포장하면서도

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

원하는 수입차를 마음 편하게 보유할 수 있게 해 주기 때문이다.

사고 싶은 수입차에 대한 선호이유는 브랜드마다 큰 차이가 있다. 1위인 연비와 관련해서는 Volkswagen(39%)과 Toyota(25%)가 높았다. 외관 스타일은 Mini가 65%로 그 어느 브랜드 보다 높았고, 품질은 일본차 의향자(Honda 26%, Lexus 25%, Toyota 19%)들이 높았다. 모델의 명성/평판은 Benz(16%)가 다소 높았다. 수입차의 안전성에 대한 결과도 의외다. Ford가 19%의 선호율로 안전의 대명사 격인 Benz(17%)를 앞서 1위에 올랐다. 이 결과는 최근 Ford 모델의 큰 차체와 미국 차의 튼튼하다는 이미지가 결합된 결과로 보인다.

최근 자동차 시장을 돌아 보면 2008년경부터 기아자동차에 의해 주도된 '외관스타일' 쓰나미가 전체 시장을 휩쓸었다. 그 다음은 BMW와 Volkswagen의 디젤엔진 차에 의한 '연비' 쓰나미가 수입차 시장을 중심으로 전 시장을 흔들고 있다. 최근에는 에어백, 급발진, 화재, 시동 꺼짐, 내수·수출차 간의 안전장치 차이 등과 같이 안전과 관련된 자동차 품질 문제가 부상하고 있다. 한국지엠이 뜨는 이유는 아마 이런 논란에 상대적으로 많이 연루되지 않았기 때문으로 보인다. 현재의 추세로 보면 내년에는 외관스타일을 확실히 앞선 1위에 오를 것이다.

안전은 더 중요한 이슈로 발전할 여건을 다수 갖추고 있다. 세월호 참사와 파생되는 다양한 문제점들, 이에 더해 유가의 하락 등은 안전을 새로운 쓰나미의 핵심주제로 발전시킬 환경을 조성하고 있다. '안전'쓰나미가 닥쳐올 가능성은 점점 커지고 있다. 최대 수혜자는 한국지엠, 쌍용, Ford가 될 것이다. 누가 이에 잘 대응하는가에 따라 시장 판도가 바뀔 수 있다.

=====

(주)마케팅인사이트는 지난 2002년부터 2014년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔습니다. 조사 결과는 매년 9월 하순부터 보도자료로 발표되고 있습니다. 조사 결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있습니다.

언론 발표 내용과 '한국 자동차 품질 리포트' 내용은 (주)마케팅인사이트가 개발한 '한국형 온라인 자동차 컨슈머리포트' 사이트인 'AutoInsight'(www.autoinsight.co.kr)에 실리고 있으며, Daum의 자동차섹션 중 '[오토칼럼](#)'에도 상시 게재되고 있습니다. 특히 'AutoInsight'에서는 소비자들의 제품 품질 및 서비스평가 내용을 자동차 모델별로 비교하는 'One Page Report'를 볼 수 있습니다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.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: 2014년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 101,821명

위 조사 결과는 (주)마케팅인사이트가 2002년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2014년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 (주)마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이 어느 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr에서 보실 수 있습니다.

문의: 김영호 전문위원 T:02-6004-7646 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr