

자동차 구입행동 2: 구입이유

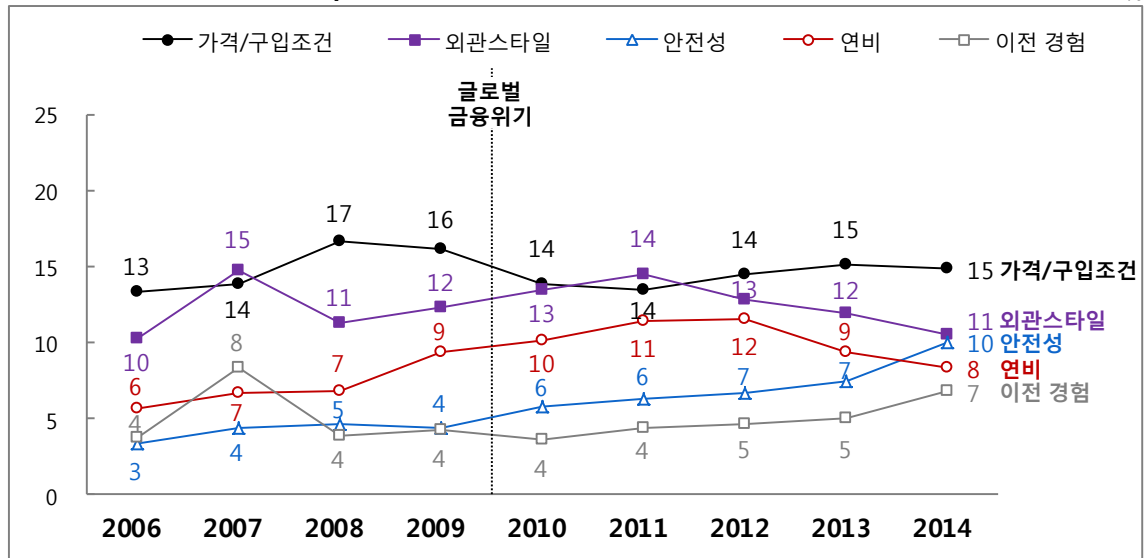
- 국산은 가격과 구입조건, 수입차는 연비 보고 샀다

- '연비' 보고 샀다, Volkswagen과 르노삼성 높아
- '안전'의 중요성 점점 커지고, 한국지엠·쌍용 유리

소비자가 특정 자동차를 사려는 선호이유와 실제 구입이유는 상당히 일치 한다. 차이가 있다면 구입이유로 가장 중요한 것이 '가격/구입조건'인데 선호이유에는 포함되지 않는다는 것이다. 구입예정자의 선호이유 Top5에 '가격/구입조건'은 포함되지 않으나, 국산, 수입차 구입이유에서는 각각 1위, 4위였다. 구입계획은 이상과 기대에 따라 세우지만, 실제 구입에는 현실적 제약이 따른다. 구입이유에서의 주목할 만한 변화는 선호이유에서와 마찬가지로 '안전'의 중요성이 더 커지고 있다는 점이다.

자동차전문 리서치회사 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)는 매년 7월에 실시해 온 자동차 기획조사에서 지난 1년 간 새 차를 구입한 소비자들에게 총 28개의 구입이유를 제시하고 그 중에서 '그 모델을 구입한 가장 중요한 이유' 하나(구입이유)를 선택하게 했다. 이에 근거해 선택률이 가장 높은 5개를 '구입이유 Top5'로 선정했다. 금년도 Top5에 대한 지난 9년 간의 결과는 [그림1]과 같다.

[그림1] 국산차 구입이유 Top5



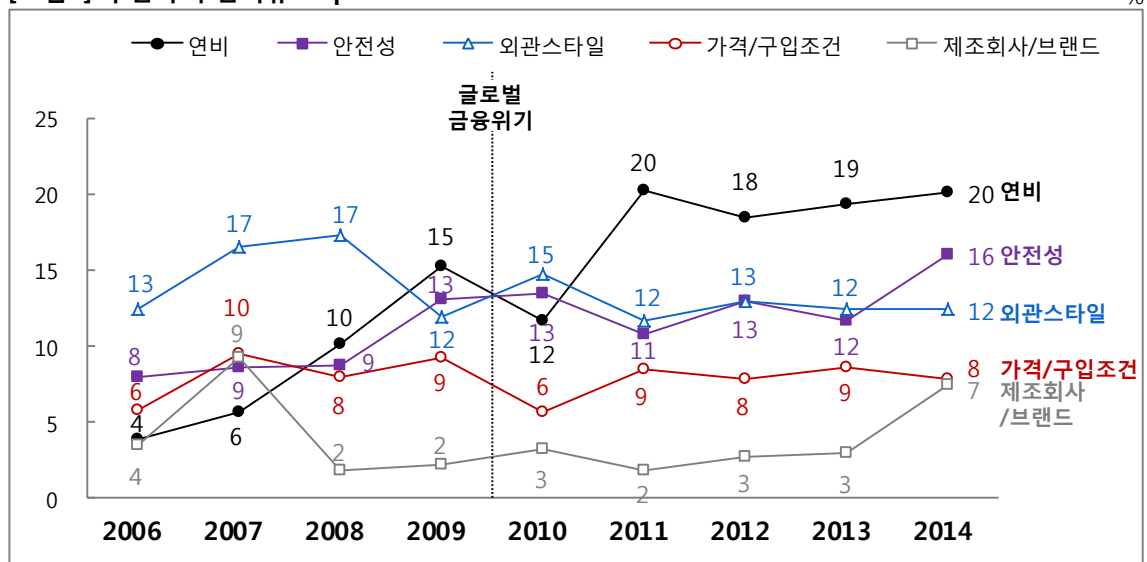
For more Information

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

금년 조사에서 가장 지적률이 높은 이유는 '가격/구입조건'(15%)이었으며, 그 다음은 '외관스타일'(11%), '안전성'(10%), '연비'(8%), '이전 경험'(7%)이 Top5에 들었다. 지난 9년간의 변화를 보면 '가격/구입조건'은 2007년과 '11년 두 차례에 걸쳐 '외관스타일'에 1위 자리를 내주기도 했지만, 대부분 가장 유력한 구입이유였고, 앞으로도 그럴 것으로 보인다. 반면 '외관스타일'은 매년 내림세로 내년에는 1%p 차이로 근접한 '안전성'에 2위 자리를 내주게 될 가능성이 있다. '안전성'은 2006년 3%에서 시작해 매년 꾸준히 상승세를 타오다가 금년엔 작년 대비 3%p 증가하며 3위로 도약했다. 선호이유에서의 추이(참고: 자동차 구입행동 1: 선호이유- '연비'쓰나미 다음은 'OO'쓰나미?)를 보면 '안전성'의 상승세는 계속될 것으로 보인다. 4위 '연비'는 2012년 12%에서 금년 8%로 감소했는데, 그 이유는 연비가 덜 중요한 것이 아니라 연비 때문에 살만 하다고 판단되는 차가 없기 때문이다.

수입차 구입자들이 특정 모델을 구입한 이유 1위는 '연비'다(그림2). '연비'는 2006년 4% 수준이었으나 이후 폭발적으로 증가해 5년 만인 2011년 20%에 오르며 1위가 되었고, 4년 연속 고공행진을 하고 있다. 그 다음은 10%대 초반에 머물다 최근 16%로 급상승한 '안전성'이 2위이며, 그 뒤를 '외관스타일'(12%), '가격/구입조건'(8%), '제조회사/브랜드'(7%)가 따랐다. 최근 급부상한 특성은 '안전성'과 '제조회사/브랜드' 2개다. '안전성'은 특정 모델 보다는 브랜드와 연관이 깊다. 특정 모델을 구입한 이유를 묻는 질문에 브랜드를 언급한 것은 안전하다는 이미지와 관련 있을 가능성이 크다.

[그림2] 수입차 구입이유 Top5



소비자의 구입이유를 보면 각 브랜드가 어떤 이유에서 선택되었는지를 알 수 있다. 국산차의 구입 이유 1위인 '가격/구입조건', 2위인 '외관스타일'은 현대와 기아에서만 1위, 2위였다(표1). 한국지엠과 쌍용은 '안전성'에서 각각 32%와 26%의 지적률로 선호이유에서와 마찬가지로(참고: 자동차 구입행동 1:

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

선호이유- '연비'쓰나미 다음은 'OO'쓰나미?)로 1위였으며, 여타 브랜드를 현격한 차이로 앞섰다. 또한 르노삼성의 '연비'도 선호이유에서와 마찬가지로 월등한 지적률(22%)을 보였다. 핵심 선호이유와 핵심 구입이유가 곧바로 연결되어 있음을 보여준다.

[표1] 국산차 브랜드별 구입이유 Top5

% / 순위

구입이유	국산	현대	한국지엠	기아	르노삼성	쌍용
사례수	(6,231)	(2,530)	(867)	(2,091)	(405)	(338)
1 가격/구입조건	15 / 1	12 / 1	16 / 2	20 / 1	8 / 5	8 / 4
2 외관스타일	11 / 2	11 / 2	5 / 5	14 / 2	3 / 10	5 / 6
3 안전성	10 / 3	6 / 6	32 / 1	4 / 8	9 / 4	26 / 1
4 연비	8 / 4	9 / 4	5 / 4	7 / 4	22 / 1	3 / 10
5 이전 경험	7 / 5	9 / 3	3 / 7	5 / 7	9 / 3	6 / 5

* 유효표본 60사례 이상

** 순위는 소수점 자리까지 포함하여 산출함

수입차의 경우 구입이유 1위인 '연비'에서 Volkswagen이 39%로 크게 앞선 1위였으며, 그 뒤를 BMW(21%)가 따랐다[표2]. '안전성'에서도 Volkswagen이 24%로 가장 높아, '연비'와 '안전성' 2개 특성이 구입이유의 63%를 차지했다. Audi는 '외관스타일'(16%), BMW는 '연비'(21%), Benz는 '안전성'(17%)이 상대적으로 높기는 하지만 Volkswagen 처럼 두드러지게 차별화되는 이미지가 없었다.

[표2] 수입차 브랜드별 구입이유 Top5

% / 순위

구입이유	수입	Audi	BMW	Benz	VW
사례수	(1,059)	(138)	(229)	(141)	(198)
1 연비	20 / 1	9 / 4	21 / 1	9 / 6	39 / 1
2 안전성	16 / 2	13 / 2	11 / 3	17 / 1	24 / 2
3 외관스타일	12 / 3	16 / 1	9 / 5	16 / 2	6 / 4
4 가격/구입조건	8 / 4	10 / 3	6 / 7	6 / 7	6 / 4
5 제조회사/브랜드	7 / 5	8 / 6	13 / 2	13 / 3	4 / 7

* 유효표본 60사례 이상

** 순위는 소수점 자리까지 포함하여 산출함

국산차의 구입이유 1위는 '가격/구입조건'이고, 수입차는 '연비'다. '가격/구입조건'은 국산, 수입 모두의 선호이유 Top5에 들어있지 않다가, 구입이유에서 새로 등장한 이유다. 국산차 구입자의 경우 구입 전 기대와 실제 구입상황에서 마주친 현실 사이에는 극복하기 어려운 경제적 장벽이 있음을 알 수 있다. 실제 구입 상황에서 상당한 갈등과 타협이 있었음을 짐작할 수 있다.

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

수입차 구입자는 이와 크게 다른 것으로 보인다. 이들은 '연비'가 선호이유 1위인 동시에 구입이유 1위였고, '가격/구입조건'은 구입이유에서만 4위였다. 수입차 구입자들은 가격탄력성이 낮은 것으로 보이는데, 가격 보다는 수입차 구입을 정당화할 수 있는 명분이 더 중요하기 때문이다. 차의 연비만 좋다면 비싸도 무방하다고 믿는 경향이 있다. 이것이 수입차 시장에 연비 쓰나미를 가져온 원인이며, 당분간 계속 될 것으로 보인다. 국산차 시장의 경우 르노삼성의 QM3가 돌풍을 일으키고는 있지만 대형 쓰나미로 발전할 가능성은 그리 크지 않다. 수입 디젤차에 대적할 만한 다양한 선수가 없기 때문이다.

선호이유에서와 마찬가지로 구입이유에서도 '안전성'이 급부상하고 있다. 구입이유로 안전성을 지정한 비율은 작년에 비해 국산 3%p, 수입차 4%p 급상승하며 더 중요한 이유로 부각되고 있다. 국산차 소비자들은 연비 아닌 대안을 찾고 있으며, 현재 가장 유력한 후보는 '안전'이다. 안전은 더 중요한 이슈로 발전할 여건을 다수 갖추고 있다. 세월호 참사와 이어지는 여러 재난들, 에어백, 시동 꺼짐과 같은 결함 문제, 국산 자동차와 자동차 산업에 대한 비판적 시선들, 이에 더해 유가의 하락 등이 안전을 새로운 쓰나미의 중심으로 발전시킬 환경을 만들고 있다. 국산차 시장에 '안전' 쓰나미가 닥쳐올 가능성은 크며, 만일 온다면 최대 수혜자는 한국지엠과 쌍용이 될 것이다.

=====

(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. 조사결과는 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.

[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

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

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 어떤 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.invigth.co.kr