

데이터융복합/소비자리서치 전문 연구기관  
**컨슈머인사이트** 보도자료

(자동차 리포트 21<sup>th</sup>-18호)

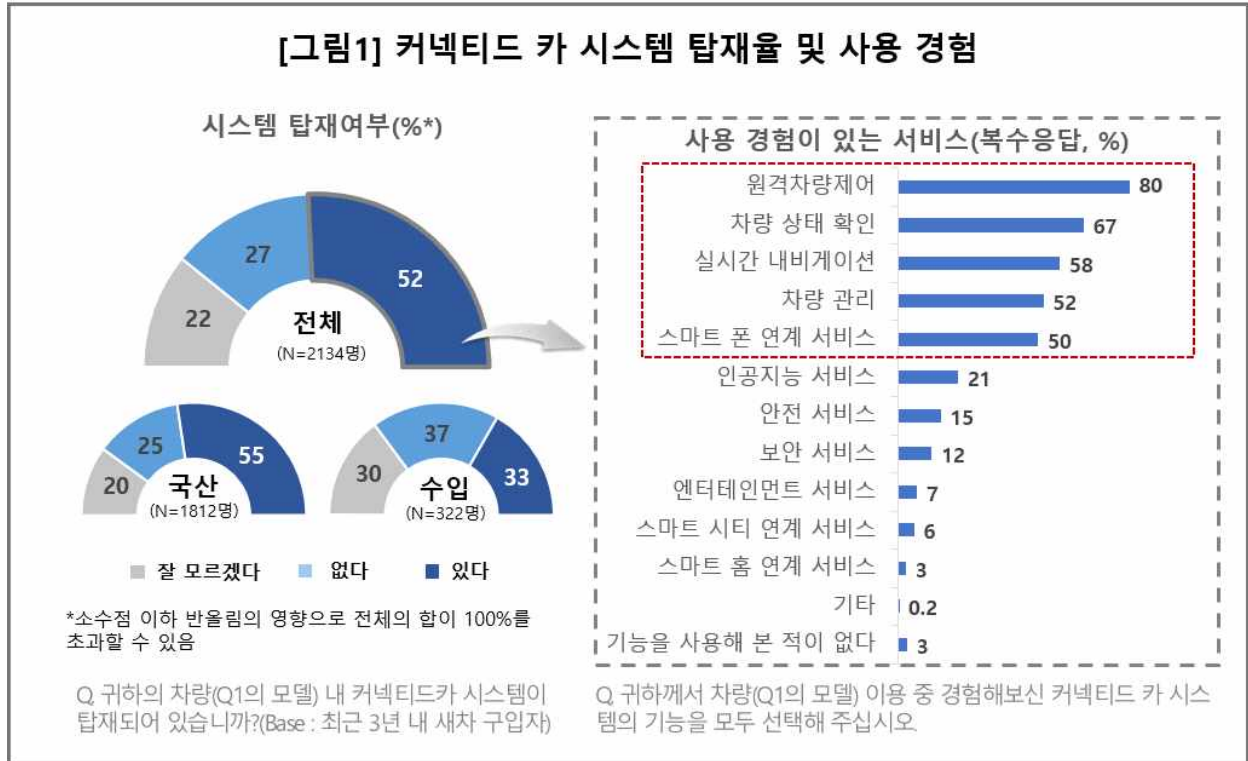
기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	sammy.park@consumerinsight.kr
문 의	박승표 이사	연 락 처	02) 6004-7661
배 포 일	2021년 11월 10일(수) 배포	매 수	자료 총 4매

■ 2021년 자동차 기획조사 보도자료 ⑧

**국산차 구입자 과반수 "커넥티드카 기능 있다"...수입차는?**

컨슈머인사이트, 커넥티드 카 시스템 탑재율과 소비자 만족도 분석

- 3년 내 구입 수입차는 33%가 "있다"로 국산보다 낮아
- 만족률도 국산이 높아...질과 양 모두에서 수입차 앞서
- 주로 쓰는 기능은 원격제어·차량확인·실시간내비 수준 그쳐



최근 3년 이내 구입한 새 차 절반 이상에 커넥티드 카 시스템이 탑재된 것으로 조사됐다. 국산차 탑재율과 만족률이 수입차보다 높아 보급을 주도하는 모습이다. 사용해 본 기능은 원격차량제어, 차량 상태 확인, 실시간 내비게이션 등 범용 서비스 위주여서 이른바 '달리는 컴퓨터' 수준의 스마트 서비스 개념과는 아직 거리가 있었다.

자동차 전문 조사기관 컨슈머인사이트는 2001년부터 실시하고 있는 '연례 자동차 기획조사(매년 10만명 대상)'에서 최근 3년 이내 신차 구매자(2134명)에게 커넥티드 카 기능이 탑재돼 있는지 현황을 묻고 이용경험과 만족·불만족 요소를 살펴봤다.

## ■ 엔터테인먼트와 스마트시티·홈 연계 기능 사용경험 매우 낮아

자신의 차량에 커넥티드 카 시스템이 ▲'탑재돼 있다'는 응답자가 절반(52%)수준이었고 ▲'탑재돼 있지 않다'는 응답은 27%로 4명 중 1명꼴이었다. 나머지 22%는 ▲'잘 모르겠다'고 답해 아직 커넥티드카의 개념에 대해 잘 알지 못하는 소비자도 상당수인 것으로 보인다[그림1].

이를 원산지별로 비교하면 국산차는 '탑재돼 있다'는 응답이 55%였던 데 비해 수입차는 33%에 그쳤다. '잘 모르겠다'는 응답도 수입차는 30%에 달해 국산차(20%)보다 많았다.

국산차가 앞서가는 것은 수입차의 기본사양이 빈약한 데 반해 현대·기아는 대부분 모델에 커넥티드 카 시스템을 장착한 때문으로 해석된다.

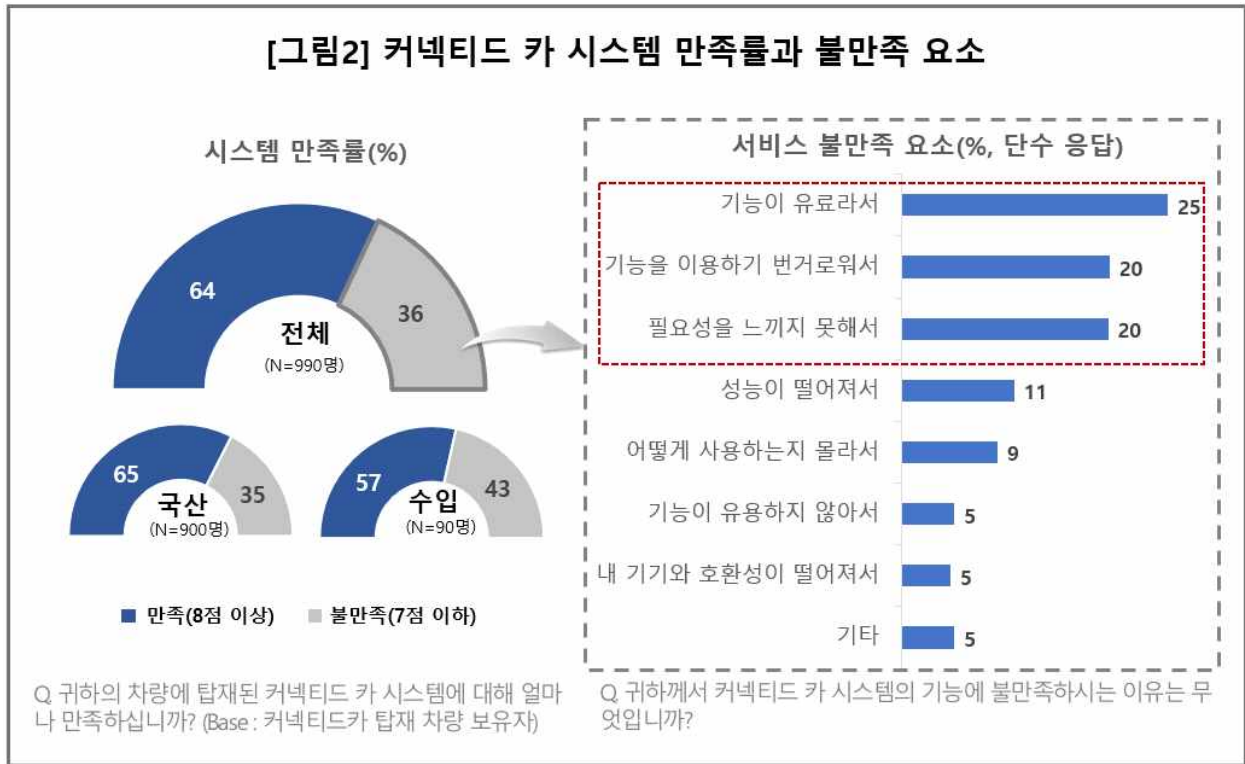
커넥티드 카 기능이 탑재된 차량 보유자들이 사용해 본 서비스(복수응답)는 ▲원격차량제어(원격시동, 잠금·해제, 공조제어)가 83%로 가장 많았고 ▲차량상태 확인(66.5%) ▲실시간 내비게이션(58%) ▲차량 관리(52.1%) ▲스마트폰 연계 서비스(50.3%) 순이었다.

상대적으로 고도화된 커넥티드 카 서비스인 인공지능(21%)과 보안(12%)는 이용 경험률이 비교적 낮았다. 엔터테인먼트 서비스(7%), 스마트시티 연계(6%), 스마트홈 연계(3%) 등 본격 커넥티드카 서비스 이용 경험은 거의 없었다. 기능 보급이 주로 원격 차량 제어와 차량상태 확인, 실시간 내비게이션, 스마트폰 연계 서비스 수준에 머물고 있음을 알 수 있다.

## ■ 가장 큰 불만 요인은 "기능이 유료라서"

이용 경험자들의 만족률(10점 척도 중 8점 이상)은 64%로 신개념 서비스임에도 비교적 높지 않았다. 원산지별로는 국산차 65%, 수입차 57%로 국산 만족도가 좀 더 높았다[그림2].

불만족 요소(단수응답)는 ▲'기능이 유료라서'가 25%로 가장 많았고, ▲'이용하기 번거워서'(20%) ▲'필요성을 느끼지 못해서'(20%) 순이었다. ▲'성능이 떨어져서'(11%) ▲'어떻게 사용하는지 몰라서'(9%)라는 응답도 많았다. 비용과 기능적 측면에 불만이 집중돼 있으며 이는 고객이 지불하는 금액만큼의 편리함을 느끼지 못하고 있음을 뜻한다.



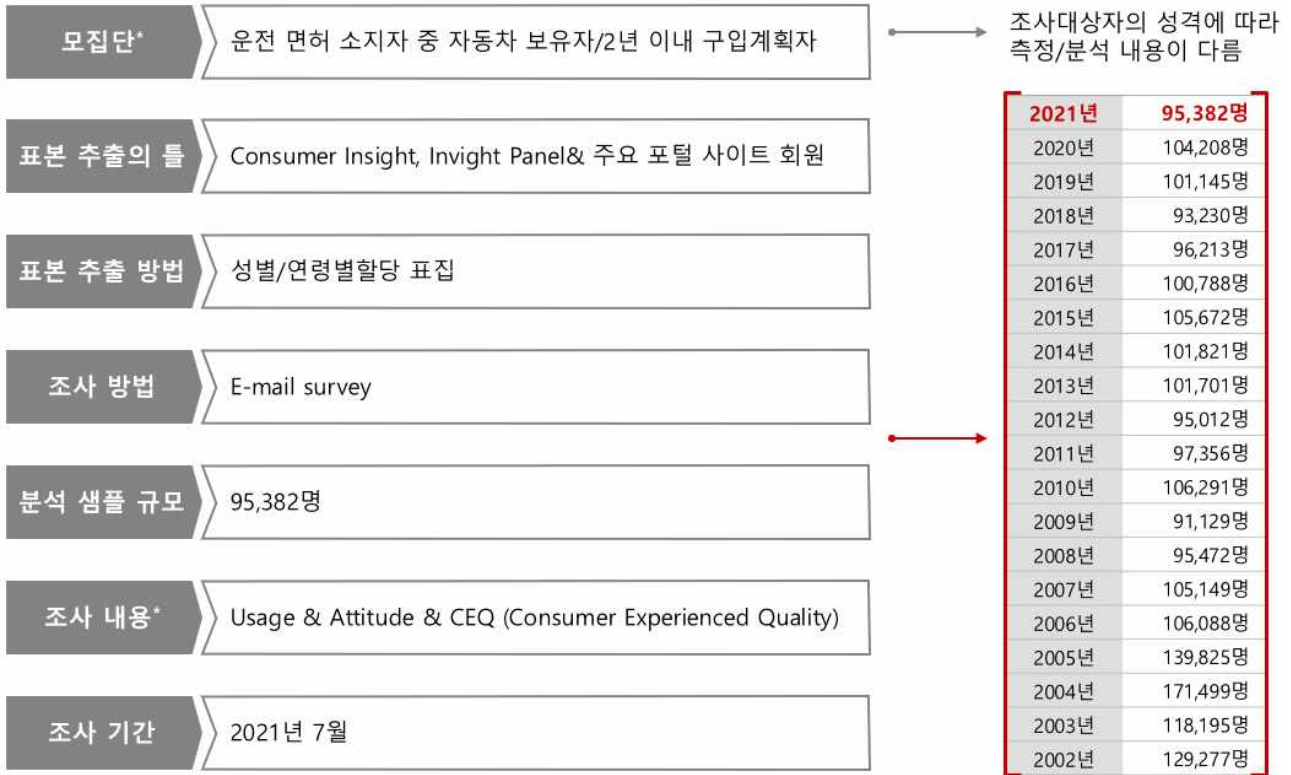
커넥티드 카는 자동차와 무선인터넷을 연결해 실시간 차량 관리는 물론 엔터테인먼트와 사물인터넷을 구현하는 자동차를 말한다. 전기차, 자율주행차와 연계해 미래차를 완성하는 핵심 인프라다. '달리는 컴퓨터' '움직이는 스마트폰'을 구현한다는 청사진에 비해 소비자가 직접 체험하고 만족할 만한 수준의 보급은 이뤄지지 않고 있다. 앞으로 보급이 늘고 소비자 만족도도 높아질 수 있겠지만 그 전에 보다 직관적인 사용경험을 널리 제공할 필요가 있다.

컨슈머인사이트는 비대면조사에 효율적인 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 특히, 최근에는 다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다.

이 조사결과는 자동차전문 리서치회사 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 표본규모 10만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제21차 조사(2021년 7월 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.



Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 컨슈머인사이트에 귀속되며 보도 이외의 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

**For-more-Information**

박승표 컨슈머인사이트 이사

sammy.park@consumerinsight.kr

02)6004-7661