

데이터융복합/소비자리서치 전문 연구기관

Consumer Insight

컨슈머인사이트 보도자료

(자동차 리포트 21th-13호)

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	sammy.park@consumerinsight.kr
문 의	박승표 이사	연 락 처	02) 6004-7661
배 포 일	2021년 10월 12일(화) 배포	매 수	자료 총 4매

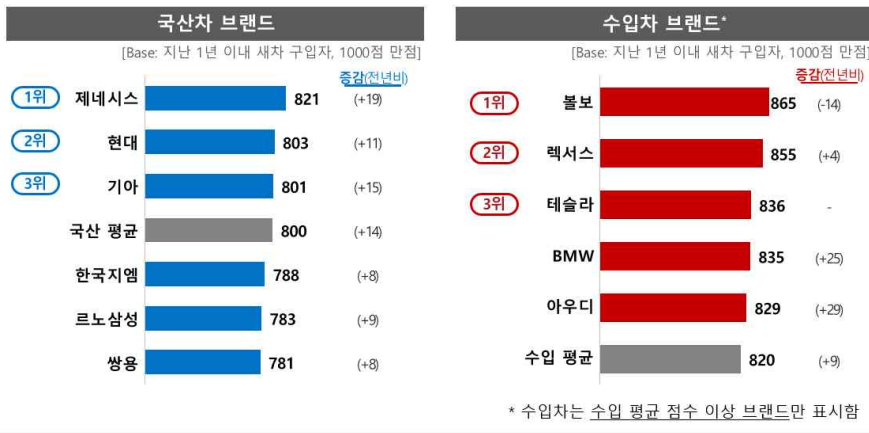
■ 2021년 자동차 기획조사 보도자료③

'안전+α'의 힘...볼보, 상품성 만족도 2년 연속 1위

컨슈머인사이트, 국산 vs 수입차 상품성 만족도(TGR) 비교

- 볼보, 안전성·디자인·공조장치 등 10개 평가항목 중 4개 1위
- 렉서스 5년 연속 2위...테슬라, 주행성능 우위 힘입어 3위
- 국산은 제네시스가 단독 브랜드 평가 첫해 단숨에 선두로
- 수입차 평균점수가 국산차 1위 수준...국산 열세는 여전히

[그림] 국산차 vs 수입차 상품성 만족도(TGR) 비교 [2021년 기준, 단위: 점]



1년 이내 새 차 구입자의 상품성 만족도 평가에서 볼보가 국산·수입차 브랜드를 통틀어 2년 연속 1위를 차지했다. 국산은 제네시스가 올해 단독 브랜드로 분리되자마자 현대차를 뛰어넘어 가장 높은 평가를 받았다. 국산 평균 만족도는 올해 처음으로 800점

에 도달했으나 수입차와의 갭은 아직 커서 '상품으로서의 완성도'에서 여전히 밀렸다.

자동차 조사 전문기관 컨슈머인사이트의 '연례 자동차 기획조사(매년 7월 10만명 대상)'에서 1년 내 새 차 구입자에게 자동차를 사용하며 느낀 ▲외관디자인 ▲인테리어 ▲주행성능 ▲공조장치 ▲안전성 ▲실내공간·수납 ▲시트 ▲비용대비가치 ▲AV시스템 ▲첨단기능·장치 등 10개 항목에 대한 전반적 만족도(상품성 만족도·TGR=Things Gone Right)를 묻고 이를 국산·수입차 브랜드별로 비교했다(1000점 만점).

■ 국산 브랜드 : 제네시스, 10개 평가항목 중 9개 1위

국산차 상품성 만족도는 ▲제네시스가 821점으로 가장 높았고 ▲현대차는 803점으로 2위가 됐으며 ▲기아가 801점으로 3위였다. 그 뒤로는 ▲한국지엠 788점 ▲르노삼성 783점 ▲쌍용 781점 순으로 중견3사가 7점 이내 차이에서 앞지락뒤지락하는 모양새다 [그림].

제네시스는 그동안 현대차 브랜드로 묶여 평가되다가 올해 별도 브랜드로 분리됐으며 작년보다 19점 상승해 1위 브랜드가 됐다. 10개 비교항목 중 9개에서 국산 브랜드 중 1위였다.

2016년 이후 줄곧 1위 자리를 지켜온 현대차는 제네시스가 분리되면서 2위로 옮겨앉았고, 기아가 801점으로 3위였다. 기아는 2016~2019년 국내 5개 브랜드 중 4~5위에 머물렀으나 최근 상품성이 개선된 데다 중견3사(한국지엠·르노삼성·쌍용) 약세에 힘입어 작년(2위)부터 상위권으로 올라섰다. 제네시스·현대·기아는 모두 10점 이상 상승해 한자릿수 상승에 그친 중견3사와 격차를 키웠다.

■ 수입차 브랜드 : 2위 렉서스 '비용대비가치' 만족도 높아

수입차는 ▲볼보 865점 ▲렉서스 855점으로 1, 2위를 달리고 있다. 그 뒤로 ▲테슬라 836점 ▲BMW 835점 ▲아우디 829점 순이었다.

볼보는 2018년과 작년에 이어 세번째 1위에 올랐다. 올해는 10개 항목 모두 80점 이상이고 그 중 8개는 85점 이상으로 매우 높은 평가를 받았다. '안전한 차의 대명사'답게 안전성 항목(91점)에서 최고점을 얻었고 외관디자인(90점)에서도 최고 평가를 받았다. 인테리어, 공조장치를 포함해 모두 4개 항목에서 1위였다. 다만 볼보는 만족도가 상승한 다른 브랜드와 달리 전년보다 14점 하락했다. 최근 몇 년 사이 국내에서 큰 인기를 끌면서 희소성이 줄어든 때문으로 점쳐진다.

렉서스는 2016년 1위였으나 이후 5년 연속 2위를 유지하고 있다. 올해는 10개 항목 모두 80점대로 고른 평가를 받았으며 비용대비가치, 실내공간·수납, 시트 만족도에서 1위였다.

테슬라는 올해 처음으로 평가 브랜드에 포함돼 단번에 3위에 올랐는데 주행성능, AV

시스템, 첨단기능·장치 3개 항목에서 제일 높은 평가를 받았다. 전기차 특성 때문인지 외관디자인, 공조장치 등 4개 항목은 수입 5개 브랜드 중 가장 낮았다.

BMW와 아우디는 전년대비 각각 25점, 29점 큰 폭으로 상승했다. BMW는 안전성 등 대부분 항목 만족도가 고르게 상승하면서 화재게이트 충격을 서서히 벗어나고 있는 것으로 관측된다. 아우디는 첨단기능·장치와 AV시스템 만족도 상승폭이 컸다.

■ 국산 vs 수입 비교 : 국산 1위 제네시스, 수입차 5위보다 뒤져

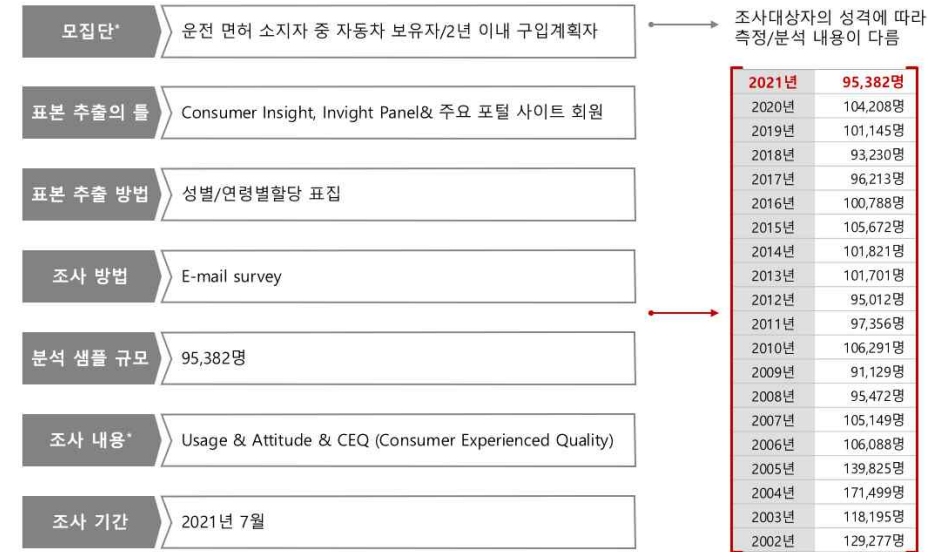
국산 브랜드 평균은 작년보다 14점 증가해 처음으로 800점에 도달했다. 2018년 처음으로 700점대에 올라선 이후 4년 만이다. 수입 브랜드 평균(820점)과의 차이가 20점으로 줄긴 했지만 아직도 간격이 크다. 국산 1위 제네시스가 수입차 평균 수준에 그쳤을 뿐 아니라 수입 상위 5개 브랜드보다 8~44점 낮았다. 상품성 측면에서 수입 브랜드를 따라잡기에는 갈 길이 멀다.

전기차 돌풍과 함께 자동차 시장이 급변하는 것처럼 자동차에 대한 소비자 평가와 요구도 변하고 있다. 과거 소비자가 자동차라는 상품에 대해 더 좋은 성능·기능·디자인을 원했다면 현재와 미래 소비자들은 더 다른 것을 원한다. 더 새롭고 신기하고 인상적인 것을 기대하고 있다. 전기차·자율주행차로 진화하면서 고장은 줄어듦과 엔터테인먼트와 편의성에 대한 요구는 커질 것이다. 자동차의 품질(Things Gone Wrong)보다 상품성(Things Gone Right)이 중요해지는 시대다. 소비자의 숨은 욕망을 찾아내 제품에 담아냄으로써 상품성을 높이는 창의력과 혁신성이 요구된다.

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 약 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

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.