

Press Release

K5-YF의 격돌, 자동차시장 전체를 바꾼다

- K5의 경쟁력 막강
- 경쟁력의 핵심은 디자인과 상품성
- 숨은 공신은 광고/PR
- 초기품질 문제가 걸림돌 될 수도

자동차시장의 중원이라 할 수 있는 중형차 시장에서 K5와 YF간의 경쟁이 치열하다. 이 시장을 차지하는 메이커가 전체 자동차시장을 장악해 왔기 때문이다. 여러가지 제약조건 때문에 판매에서의 우열을 가리기는 쉽지 않지만, 소비자의 인식과 평가에서 K5는 중형차 시장의 최강자로 확실히 자리매김 한 상태다. 뿐만 아니라 중형차 시장에 머무르지 않고, 준중형과 준대형 시장으로 까지 영향력을 키워가고 있다. K5의 경쟁력의 핵심은 디자인과 상품성 등 뛰어난 제품력이다. 이 제품력은 탁월한 광고 등 마케팅 활동에 의해 더 큰 빛을 내뿜고 있다. 자동차 시장에서 단기간에 시장점유율이 크게 바뀌기는 어렵다. 그러나 장기적으로는 소비자의 마인드셰어를 따르게 될 것이며, 여기에는 이미 엄청난 변화가 이루어졌다. K5의 도전과 YF의 응전은 모델간의 승부라기 보다는 한국 자동차시장의 대권을 결정하는 일전이 되고 있다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr, 대표: 김진국)의 제10차 자동차 기획조사(2010년 7월 실시, 표본규모 106,291명)의 조사내용 중 자동차 구입과정과 사용평가등 주요 부분을 발췌해 YF와 K5의 경쟁에 대해 분석했다. 이 조사에는 996명의 YF 구입자와 207명의 K5구입자가 있으나, 보다 효율적인 이해를 위해 YF구입자는 K5출시(2010년 5월) 이전(854명)과 K5출시 이후(142명)로 나누었다. K5의 출시 전과 후에 어떤 변화가 있는지 알아 보기 위해서다. 또한 변화가 다양한 측면에서 동시다발적으로 진행되고 있으므로 '구입시 비교모델', '구입이유', '비구입 이유', '디자인 평가', '상품성 평가', '초기품질 문제점'의 순으로 나누어 검토했다.

구입시 비교모델

K5와 YF 구입자들에게 구입전 마지막까지 비교한 모델은 무엇인가를 물었다. K5 출시전에 YF를 구입한 소비자들이 가장 많이 비교한 모델은 SM5(36.2%)였고, 그 다음이 K5로 6.2%였다[표1]. 그러나 K5 출시 이후에는 K5를 비교대상으로 택한 비율이 7배에 가까운

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

Press Release

43.0%로 급증했고, SM5는 그 전의 1/2 수준(16.4%)로 감소했다.

[표 1] K5, YF Sonata 구입시 비교모델

(%)

		K5 구입자	YF Sonata 구입자	
			K5 출시전	K5 출시후
구입전 비교모델	K5	0.5	6.2	43.0
	SM5	38.0	36.2	16.4
	YF Sonata	27.3	1.2	2.3
(BASE)		(201)	(827)	(131)

* Base: 새차 구입시 의사결정 관여자

이 결과는 YF구입자들이 K5출시 전에는 K5에 대해 어떤 기대도 하지 않았음을 보여준다. 그러나 막상 K5가 출시되자 매우 매력적인 대안으로 받아들이고, 앞 다투어 몰려가는 급격한 쏠림 현상이 뒤따랐음을 보여준다. 문제는 이런 쏠림 현상이 YF의 잠재고객이나 중형차 시장에 국한된 것이 아니라 시장 전반에서 이뤄지고 있다는 점이다. K5는 중형차 시장의 문제가 아니라 시장 전체의 블랙홀과 같은 역할을 하고 있다([보도자료 11호: 기아차, 현대차 추월하나](#)). YF의 과제는 K5와의 비교과정에서 어떻게 승률을 높이는가가 아니라 블랙홀을 어떻게 처리할 것인가 이다.

반면 K5구입자들은 SM5와 비교했다는 답이 38.0%로 가장 많았고 YF는 27.3%에 머물렀다. 이들의 속내는 YF보다는 SM5에 더 가깝다.

구입이유

흔히 언급되는 자동차 구입이유 26개를 제시하고 특정 모델을 구입하는 이유가 된 것을 모두 선택하게 했다. 그 결과 K5 출시전 YF구입자들은 ‘외관스타일이 마음에 들어서’를 84.1%로 가장 많이 꼽았고, 그 다음은 ‘최신모델이어서’(69.7%), ‘첨단/편의사양이 좋아서’(54.3%), ‘품질이 좋아서’(51.3%)의 순이었다 [표2].

YF 보다 9개월 늦은 K5 출시 이후의 YF 구입이유는 다소 변화가 있으나, 주로 신차효과의 감소에 따른 것이다. 유독 주목할 만한 변화는 ‘가격/구입조건이 좋아서’ 구입했다(36.1%)는 반응이 크게 증가해 1/2을 넘었다는 점(50.8%)이다. 가격과 구입조건에 따른 구입은 오랫동안 현대차와는 상당한 거리가 있는 이유였다. 최고의 라인업, 최적의 대안들을 갖추고 있는 현대차는 재고해소와 같은 특별한 이유가 없는 한 낮은 가격이나 좋은 구입조건을 제시할 필요가 없었다. 그런 현대차가 2009년 정부의 신차 구입 지원책이 있었을 때

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

Press Release

보다 더 높은 ‘가격/구입조건’ 지적률을 보인 것은 K5의 독주를 막기 위해 수많은 조치를 취했음을 보여준다.

[표 2] K5, YF Sonata 모델 구입이유

(%)

	K5 구입자	YF Sonata 구입자	
		K5 출시전	K5 출시후
구입이유* (복수응답)	외관스타일이 마음에 들어서	92.7	84.1
	첨단/편의사양이 좋아서	69.3	54.3
	신모델/최신모델 이어서	66.3	69.7
	품질이 좋아서	47.8	51.3
	모델의 명성/평판이 좋아서	47.3	34.0
	엔진 배기량/힘이 좋아서	42.4	35.7
	연비가 좋아서	41.9	26.4
	안전성이 좋아서	38.5	37.2
	가격/구입조건이 좋아서	36.6	36.1
	기본으로 장착된 사양이 많아서	30.2	15.8
	광고/PR 이 좋아서	29.8	4.9
	제조회사가 마음에 들어서	19.5	31.5
	실내 인테리어가 마음에 들어서	19.5	29.7
	전에 써보니 그 회사 차가 좋아서	17.1	31.6
	세제/세금 혜택이 좋아서	8.8	28.7
	A/S가 좋아서	4.9	20.0
	중고차 가격이 좋을 것 같아서	4.4	13.2
(BASE)		(201)	(827)
		(827)	(131)

* 지적율 낮은 항목은 제외함

반면 K5 구입자는 거의 전부(92.7%)가 ‘외관스타일이 마음에 들어서’를 그 이유로 꼽았으며, 그 다음은 ‘첨단/편의사양이 좋아서’(69.3%), ‘최신모델이어서’(66.3%)등의 순이었다.

출시후 YF구입자와 비교해 지적률이 높은 이유가 여럿 있지만 그 중에서도 가장 큰 차이를 보인 것은 ‘광고/PR이 좋아서’이다. K5의 ‘광고/PR’ 지적률은 YF의 3.9% 보다 무려 25.9%p 높은 29.8%를 기록해, 디자인 이상으로 큰 타격을 YF에 주었음을 보여준다. 그 뒤를 연비(20.0%p), 외관스타일(19.3%p), 첨단/편의사양 좋아서(19.3%p)등이 따랐다. 10%p 이상 낮은 것도 있었는데 그 것은 ‘전에 써보니 그 회사 차가 좋아서’(23.5%p), ‘가격/구입조건이 좋아서’(14.2%p), ‘AS가 좋아서’(12.3%p)등 이었다.

이런 결과는 중형차 모델 선택이유에 혁명적인 변화가 있음을 보여준다. YF는 유리한 가

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

Press Release

격과 구입조건이라는 기아차의 방패로 시장을 지키려 하고 있고, K5는 우수한 제품과 마케팅이라는 현대차의 주무기로 시장 개척에 나서고 있다.

비구입 이유

K5와 YF를 비교한 구입자들에게 왜 경쟁 브랜드를 구입하지 않았는지 물었다. 그 결과 K5와 비교했던 YF구입자들은 K5의 출시와 관계없이 ‘가격/구입조건이 좋지 않아서’(전 26.0%, 후 40.0%), ‘실내 인테리어가 마음에 들지 않아서’(18.0%, 29.1%), ‘외관스타일이 마음에 들지 않아서’(24.0%, 20.0%)의 순으로 답했다. 가격과 디자인이 K5를 선택하지 않은 이유로 언급되기는 했지만 주된 이유라고 할 만한 것은 없었다 [표3].

[표 3] K5, YF Sonata 구입시 비교모델 비구입이유

(%)

		K5 구입자	YF Sonata 구입자	
			K5 출시전	K5 출시후
비교모델		YF Sonata	K5	K5
비교모델 비구입 이유 (복수응답)	외관스타일이 마음에 들지 않아서	66.1	24.0	20.0
	가격/구입조건이 좋지 않아서	23.2	26.0	40.0
	모델의 명성/평판이 좋지 않아서	19.6	14.0	7.3
	첨단/편의사양이 좋지 않아서	17.9	4.0	3.6
	기본으로 장착된 사양이 적어서	16.1	8.0	1.8
	내구성이 좋지 않을 것 같아서	12.5	20.0	5.5
	A/S가 좋지 않아서	10.7	2.0	1.8
	실내 인테리어가 마음에 들지 않아서	8.9	18.0	29.1
	연비가 좋지 않아서	8.9	0.0	1.8
	제조회사가 마음에 들지 않아서	8.9	12.0	20.0
	공간이 여유롭지 않아서	5.4	2.0	12.7
(BASE)		(55)	(50)	(56)

반면 K5구입자들은 YF의 ‘외관스타일 때문에 구입하지 않았다’(66.1%)는 반응이 다른 이유에 비하면 압도적으로 컸다. 그 다음을 ‘가격/구입조건’(23.2%), ‘모델의 명성/평판이 좋지 않아서’(19.6%)가 따랐으나 그 비율은 높지 않았다.

이 결과는 K5 구입자들이 K5와 YF 디자인에 대해 이분법적인 시각을 갖고 있음을 보여 준다. ‘K5는 마음에 드는 디자인’, ‘YF는 마음에 들지 않는 디자인’이라는 판단에 사로 잡혀 있는 것으로 보인다.

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

Press Release

디자인 평가

YF 디자인에 대한 부정적 평가는 최근 구입자에 한정된 것이 아니다. 기획조사의 일부로 진행된 잠재고객들의 디자인 평가에서도 YF는 K5와 상당한 차이를 보였다. 디자인 종합평가(1,000점 만점)에서 K5는 803점으로 YF의 747점을 크게 앞섰다 [표4]. 평가된 42개 모델 중 K5는 4위로 최상위권에 속했으나, YF는 16위에 머물렀다(['10 자동차 품질백서-디자인 평가](#)).

[표 4] K5, YF Sonata 디자인평가

(%)

		K5	YF Sonata
디자인 평가	종합평가	803점	747점
	- 전면	78.5점	70.1점
	- 측면	82.0점	73.8점
	- 후면	76.7점	69.2점
	- 실내	80.2점	78.1점
노출 효과	- 구입의향-커졌다	66.9%	40.9%
	- 추천의향-커졌다	67.3%	35.2%
(BASE)		(150)	(171)

* Base: 잠재고객(유망+가망)

이 보다 더 우려되는 것은 디자인평가 다음의 반응이다. 디자인 평가를 마친 후 구입하려는 생각과 추천하려는 의향이 '더 커졌다'는 반응이 K5는 둘 다 67% 정도 수준이었으나, YF는 '구입하려는 의향이 더 커졌다' 40.9%, '추천하려는 의향이 더 커졌다' 35.2%에 머물렀다.

이는 구입자가 아닌 잠재고객들의 평가이며, 앞으로의 상황을 예측하게 해준다는 점에서 의미 있다. 구입의향의 실현과 구전 측면에서 YF에게 크게 불리한 상황이 이미 조성되어 있음을 보여준다.

상품성 평가

구입차의 디자인, 기능, 성능 등을 다루는 상품성 평가에서도 YF의 열세는 뚜렷하다. YF는 제10차 자동차 기획조사의 상품성평가에서 28개 모델 중 14위로 중간에 머물렀다. 반면

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

Press Release

K5는 출시 시점이 늦어 순위계산에서 제외되었으나, 전체 모델중 1위에 해당되는 탁월한 성적을 보였다. 내년도에는 최상위권 진입을 예약해 놓았다고 말할 수 있다(['10 자동차 품질 백서-상품성 평가](#)).

YF의 상품성점수(1,000점 만점)는 K5 출시전 구입자에서 545점, 출시후 구입자에서 611점으로 K5의 650점과는 상당한 차이가 있었다 [표5]. 상품성의 체감만족률에서도 출시전 구입자는 47.1%, 출시후 구입자는 56.4%에 머물러 K5의 70.9%와 현격한 차이가 있었다. YF 구입자의 출시 전-후 평가가 크게 다른 것은 비교과정과 관여, 그리고 구입조건이 다른 데서 온 것으로 보인다.

[표 5] K5, YF Sonata 상품성(TGR) 평가

(점)

	K5 구입자	YF Sonata 구입자	
		K5 출시전	K5 출시후
상품성(TGR) 종합만족도	650점	545점	611점
- 전반적인 디자인	74.3	65.0	68.7
- 차량 완성도/세심한 끝마무리	65.1	54.7	60.8
- 주행 성능	63.4	52.0	59.0
- 안락성/편의성	66.4	56.1	62.6
- 다양한 유용성	59.9	53.8	60.3
- 안전성/보안성	66.1	53.9	61.3
- 유지비/운용비	58.5	47.3	56.0
상품성 체감만족률	70.9%	47.1%	56.4%
(BASE)	(175)	(731)	(120)

K5구입자는 상품성을 구성하는 7개 차원(디자인, 성능, 완성도, 유지비 등)중 ‘다양한 유용성’ 하나를 제외한 6개 차원에 모두에서 YF구입자(출시 전/후 모두)를 앞섰다. 이는 K5의 상품성 우위가 디자인에 국한된 것이 아님을 보여준다.

초기품질 문제점

평균 3개월 사용이라는 기준에 미치지 못하지만('10 5월 출시) K5의 초기품질 문제점수는 1.68건이며, 같은 기간을 기준으로 한 YF의 초기품질 문제점수는 1.64건으로 거의 차이가 없다 [표6]. 그러나 불행히도 이 수치는 두 모델 모두 초기품질 상의 경쟁력이 산업평균 이하임을 시사한다. 실제 평균 3개월 사용을 기준('10 1월~7월)으로 한 YF의 초기품질 문제점

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

Press Release

수는 2.06건으로 중하위권(19 모델 중 12위)에 속한다(['10 자동차 품질백서-초기품질 문제점 수](#)).

[표 6] K5, YF Sonata 초기품질 문제점수(건)

(건)

	K5 구입자	YF Sonata 구입자	
		K5 출시전	K5 출시후
TGW 문제점수	1.68건	3.24건	1.64건
- 엔진 문제점	0.11	0.43	0.15
- 브레이크 문제점	0.13	0.15	0.12
- 핸들/조향장치 문제점	0.18	0.28	0.16
- 변속기 문제점	0.03	0.15	0.07
- 전기장치/액세서리 문제점	0.08	0.19	0.11
- 오디오/비디오 시스템 문제점	0.11	0.22	0.13
- 소음/잡소리 문제점	0.49	0.92	0.53
- 온도조절/환기장치 문제점	0.08	0.17	0.08
- 시트/안전벨트 문제점	0.06	0.11	0.13
- 내장/인테리어 문제점	0.13	0.30	0.05
- 차체/도장/물딩/누수 문제점	0.23	0.22	0.07
- 배터리 문제점	0.01	0.04	0.01
- 타이어 문제점	0.04	0.05	0.03
문제경험률	41.4%	59.1%	33.3%
(BASE)	(205)	(805)	(138)

더 주목할 만한 문제는 K5 출시전에 구입한 YF의 품질 문제점 수가 3.24건으로 출시후 구입차의 문제점 수의 2배에 달한다는 점이다. 보다 구체적으로 나눠보면 출시초기('09년 9-10월) 구입자들이 지적한 문제점 수는 무려 4.08건으로 현대차의 내구품질 문제점 수(3년 경과 차량의 평균) 3.96건 보다도 많다. 특히 YF의 '소음/잡소리 문제'(1.04건)와 '엔진 문제'(0.64건)는 3년 된 차의 내구품질 문제점 수(각각 0.64건, 0.48건) 보다 훨씬 더 많은 점에서 충격적이다. YF의 부진에는 심각한 초기품질 문제도 작용했음을 짐작할 수 있다(['10 자동차 품질백서-내구품질 문제점 수](#)).

일부 소비자들은 국내 메이커들이 품질에 대한 충분한 검토없이 서둘러 출시하면서 소비자를 대상으로 테스트를 한다고 주장하기도 하고, 출시된 새모델을 사기 보다는 6개월 내지 1년 정도 지켜 본 후 기본적인 품질 문제가 잡힌 다음에 사는 것이 낫다고 주장하기도 한다. 현재로서는 K5가 어떨지는 알 수 없다. 그러나 YF에 대해서는 충분히 귀담아들어야 할

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

Press Release

충고로 보인다.

종합

K5의 우세, YF의 열세는 여러 측면에서 일관되게 나타나고 있다. K5의 경쟁우위의 핵심은 디자인과 상품성이다. 이에 더해 광고/PR에서의 우위 역시 눈 부시다. YF가 K5의 질주를 막기에는 역부족임이 속속 드러나고 있다. 특히 출시초기 제품들의 초기품질 문제는 뼈 아프다.

K5는 소비자 선호에서 크게 앞설 뿐 아니라 최근 구입자에게서도 월등한 호평을 받고 있다. 여러 가지 제약여건 때문에 마켓쉐어가 마인드쉐어를 따라가지 못하고 있지만 소비자들의 인식과 평가는 더 이상 줄을 수 없을 수준이다. 과거 쏘나타와 과거 로체가 자리바꿈을 한 격이라고 해도 지나치지 않을 정도다. YF로 K5의 기세를 꺾는 것은 가능하지 않을 것으로 보인다.

K5는 전체 자동차시장의 중원이라 할 수 있는 중형차 시장에서 이미 최강자로 자리매김 했을 뿐 아니라, 준중형과 준대형 시장으로 까지 영향력을 키워가고 있다. 혼자하는 싸움이 아니라 포르테, K7, 소울, 스포티지 R과 같은 훌륭한 동맹군도 요소요소에 잘 배치되어 있다. 그러나 가장 큰 적은 내부에 있는 것으로 보인다. K5의 초기품질 문제는 YF보다는 나을 것 같지만 낙관적으로 보이지 않는다. 품질 문제를 잘 풀어 나간다면 K5는 한국 자동차 시장 전체를 재편하는 초대형 사고를 일으킬 가능성이 있다.

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

Press Release

본 '보도자료'는 (주)마케팅인사이트의 초대형 기획조사의 결과 중 발췌·요약한 것으로, 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 (주)마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다.

[조사 설계의 개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 사용자 중 자동차 보유자
- 조사 시점: 2010년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모 : 총 응답자 106,291명
자동차 보유자 101,159명

For more Information

문의: 이경석 부장 Tel. 02) 6004-7612 Fax 02) 543-5984 e-mail: leeks@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr