

자동차 최강국은 '독일', 그 다음은

- 한국이 일본, 미국 앞선다고 생각
- 경계대상은 일본보다 독일

한국 소비자들은 압도적인 차이로 독일을 세계 최고의 자동차 제조국가로 보았다. 그 다음은 한국이 미국과 일본을 앞선다고 보았다. '09년 조사에서는 일본이 한국을 앞섰으나 2년 사이에 역전이 일어났다. 경계해야 할 나라로 독일을 꼽은 비율이 일본보다 더 높아 일본의 잠재력에 대해서도 낮게 평가하고 있음을 알 수 있다.

한국, 독일, 일본, 미국, 중국 등 세계 주요 자동차 생산국가 10개를 제시하고 '최고급 차를 만드는 (나라)', '안전한 차를 만드는 (나라)' 등의 9개 평가 문항에 해당되는 나라를 선택하게 했다. 그 결과 독일이 전체 9개 문항 중 8개에서 다른 국가들을 큰 차이로 앞섰다. 독일은 '최고급 차를 만들고'(69%), '안전한 차를 만들며'(60%), '우수한 성능의 차를 만들고'(60%), '최첨단 기술을 갖고 있는'(54%) 나라로 평가되었으며, '디자인 능력이 뛰어나고'(39%) '철강, 전자 등 유관산업이 가장 골고루 발달한'(30%) 나라로 '한국자동차 업계가 가장 경계해야 할 국가(35%)였다. 1위를 놓친 유일한 문항은 한국이 50%로 1위를 차지한 '싸고 좋은 차를 만드는' 나라였다[표 1].

[표1] 자동차 제조국가* 이미지 변화

(단단%)

	독일			한국			일본			미국		
	2009**	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
최고급 차를 만드는	64	65	69	6	7	7	6	4	3	8	7	7
안전한 차를 만드는	56	58	60	9	12	11	12	7	8	8	8	8
우수한 성능의 차를 만드는	54	59	60	12	14	14	19	11	11	6	5	5
최첨단 기술을 갖고 있는	45	51	54	9	11	11	25	17	15	9	9	9
잔 고장이 없는 차를 만드는	39	47	45	11	14	13	33	20	24	4	5	5
디자인 능력이 뛰어난	32	35	39	14	18	19	27	20	15	6	6	6
철강,전자 등 유관산업이 골고루 발달한	28	30	30	26	28	29	19	13	14	12	12	11
싸고 좋은 차를 만드는	6	7	6	53	50	50	21	20	17	3	4	4
한국자동차 업계가 경계해야 할	19	27	35	-	-	-	51	39	31	5	7	8

* 9개 국가 중 4개국만 제시

** 사례수는 2009:15,373명, 2010:14,902명, 2011:12,710명

한국은 '철강, 전자 등 유관산업이 골고루 발달한 나라'(29%)에서 1위 독일(30%)과 대등한 수준의 2위를 비롯, '디자인 능력이 뛰어난'(19%), '우수한 성능의 차를 만드는'(14%), '안전한 차를 만드는 나라'(11%)에서 독일에 이어 2위에 올랐다. 일본은 이들 문항에서 각각

For more Information

문의: 이견호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

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

14%, 15%, 11%, 8%로 한국에 뒤졌다. 일본이 한국을 앞선 것은 '잔 고장이 없는 차를 만드는'(일본 24%, 한국 13%), '최첨단 기술을 갖고 있는'(일본 15%, 한국 11%) 등 2개 문항에서였다.

한국과 일본의 역전은 '09년 있었던 렉서스와 토요다의 품질문제로부터 시작된 것으로 보인다. '09년까지 한국을 여유 있게 앞서던 일본 순위는 '10년 대등한 수준이 되며 사라졌고, '11년 한국자동차의 약진과 일본 대지진의 여파로 오히려 역전되었다. 이에 따라 '한국자동차 업계가 경계해야 할 나라'로 일본을 지목한 비율은 '09년 51%에서 '11년 31%로 20%p나 추락했다. 반면 독일은 같은 기간 중 16%p가 증가한 35%로 제1의 경계대상이 되었다.

소비자들이 자국의 제조회사나 제품에 대해 자부심을 갖는 것은 당연하다. 그러나 자동차 산업 관계자들이 자국 소비자의 의견을 현실로 착각해서는 곤란하다. 자만은 도태의 출발점이다. 자신을 과대평가하고 상대를 과소평가하는 우를 범하고 있지 않은지 냉정히 짚어볼 필요가 있다.

위 조사 결과는 (주)마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 기획조사' 중 '11년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr 에서 보실 수 있습니다.

문의: 이건호 상무 T:02-6004-7622 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

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

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

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