

**Deloitte.**

# 2016 딜로이트 글로벌 자동차 고객 조사

## - 자동차 기술의 미래

딜로이트 컨설팅  
Consumer & Industrial Products Industry  
Automotive Sector Leader  
배정희 전무



March 2017

# 2016 딜로이트 글로벌 자동차 고객 조사

## 들어가며

본 고에서는 2016년 딜로이트 글로벌 자동차 고객 조사의 한국 소비자 조사 결과에 기반하여 자동차 산업의 정책을 관할하는 유관 기관과 국내 자동차 업계가 고민해 봐야 할 사안에 대해 제언하고자 한다.

딜로이트는 2014년에 이어 주요 자동차 시장인 17개국에서 2만2,500명의 소비자를 대상으로 자율주행, 첨단 자동차 적용 기술, 미래 동력 장치 수용성 및 공유 모빌리티 서비스 사용의 4가지 자동차 기술 혁신 관련 트렌드에 대한 설문 조사를 수행했다.

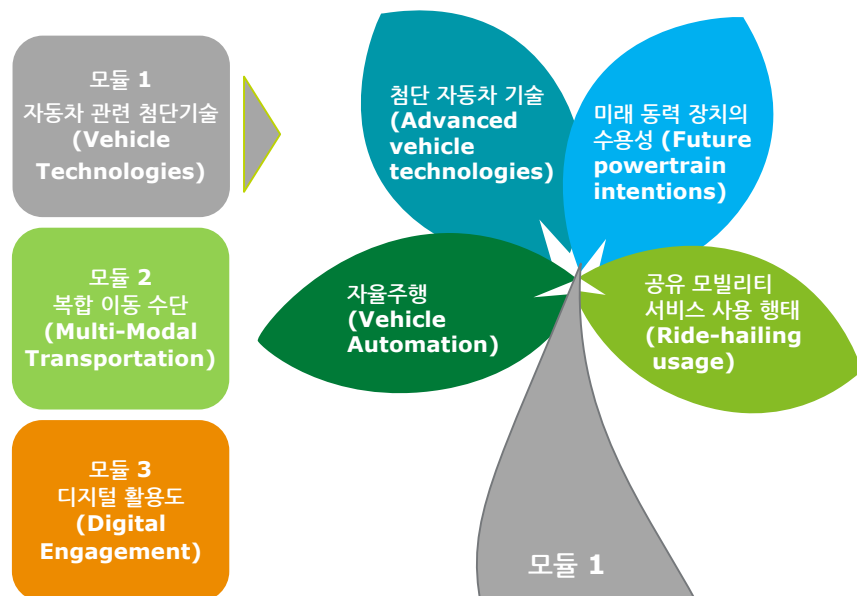
국가별로는 미국, 중국, 독일, 일본, 한국, 인도, 프랑스의 7개국 자동차 핵심 생산 및 소비시장에서 각 1,750명, 캐나다, 멕시코, 브라질, 벨기에, 영국, 이탈리아, 남아프리카공화국의 차순위 시장에서는 각 1,250명, 그리고 태국, 말레이시아, 인도네시아의 후순위 시장에서 각 500명에 대해 조사가 이뤄졌다.

한국시장의 설문자 수는 2014년 1,000명에서 2016년 1,750명으로 늘었고, 세대 구성을 베이비부머 세대(1964년 이전 출생자) 32%, X세대(1965-1976년 출생자) 28%, Y·Z세대(1977년 이후 출생자) 40%에서 2016년에는 각각 18%, 34%, 48%로 변경해 젊은 세대의 소비 성향에 귀를 기울였다.

본 조사는 총 3개의 모듈 중 첫 번째 모듈로서 자동차 관련 첨단 기술에 대해 수행되었으며, 자율주행, 첨단 자동차 기술, 미래 동력 장치의 수용성, 공유 모빌리티 서비스 사용 행태 4가지 세부 영역에 대한 소비자의 의견을 조사했다.

본 고에서는 2016년 딜로이트 글로벌 자동차 고객 조사(2016 Deloitte Global Automotive Consumer Study)의 한국 소비자 조사 결과에 기반하여 자동차 산업의 정책을 관할하는 유관 기관과 국내 자동차 업계가 고민해 봐야 할 사안에 대해 제언하고자 한다.

<그림 1. 2016 딜로이트 글로벌 자동차 소비자 설문조사의 설문 항목>

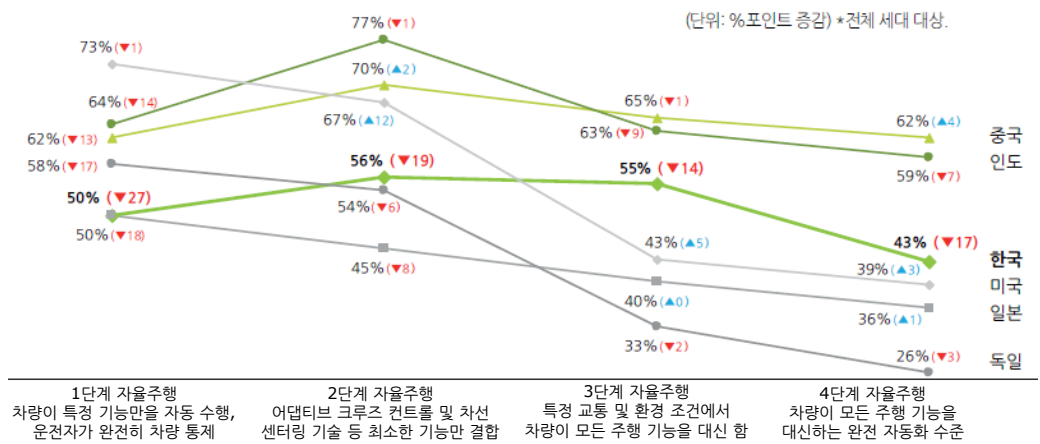


출처: 2016 글로벌 자동차 고객 조사, 딜로이트

## 자율 주행

한국 소비자들의 자율주행에 대한 수용도는 2014년 조사대비 20% 하락하여 평균 50% 수준을 보이고 있으며 이는 일본, 독일보다는 높은 수준이나 중국, 인도에 비해 크게 낮은 수준이다.

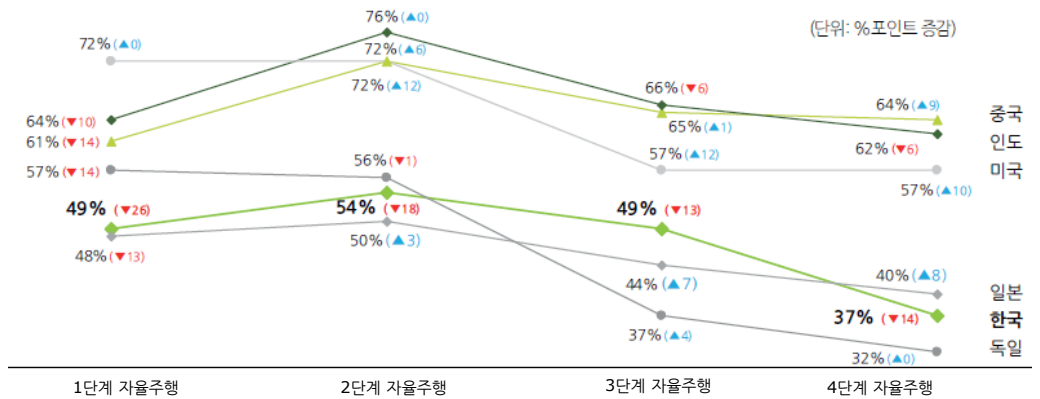
<그림 2. 2014년 대비 2016년 자율주행 단계별 소비자 수용도>



출처: 2016 글로벌 자동차 고객 조사, 딜로이트

더불어 본 조사에서 세대별 응답의 차이를 살펴봤을 때, 일반적으로 타 국가의 Y·Z세대 소비자들은 자율주행차에 대해 베이비부머 및 X세대보다 긍정적 태도를 보이는 경향이 있으나, 한국 Y·Z세대의 경우 타 국가 대비 수용도가 낮을뿐더러, 한국 베이비부머 및 X세대와 비교해서도 낮은 수용도를 보이고 있다.

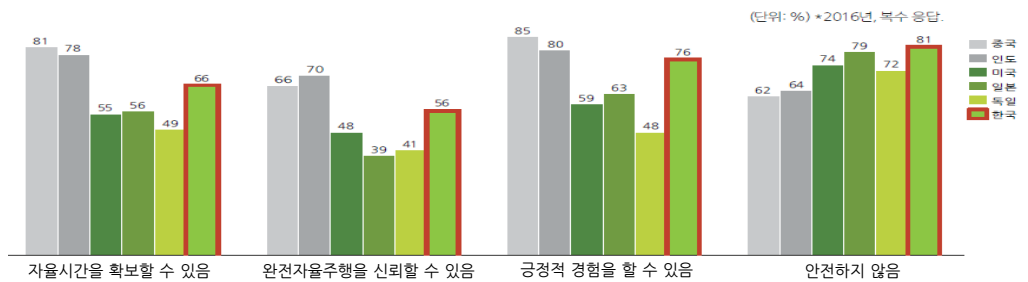
<그림 3. 2014년 대비 2016년 자율주행 단계별 Y·Z세대 소비자 수용도>



출처: 2016 글로벌 자동차 고객 조사, 딜로이트

한국 소비자들은 완전 자율주행차의 효용을 기대하는 반면, 안전성에 대해 높은 우려를 표명해 상반된 태도를 동시에 보이고 있다.

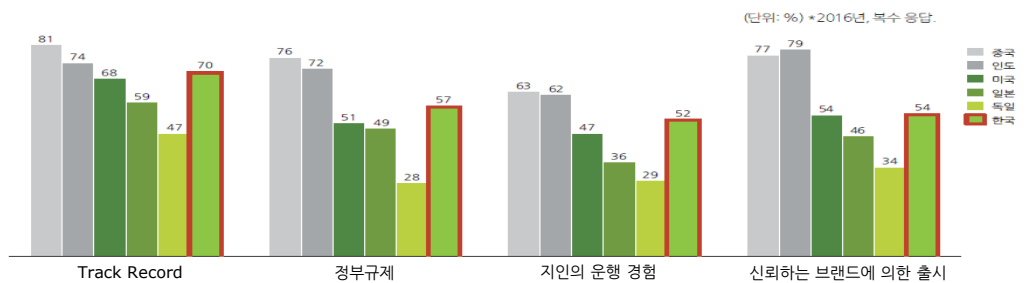
<그림 4. 완전 자율주행차에 대한 소비자 반응>



출처: 2016 글로벌 자동차 고객 조사, 딜로이트

그리고 안전 운영을 위해 Track Record, 정부규제, 지인의 운전 경험, 신뢰하는 브랜드에 의한 출시의 선결 조건에 대해서 선진국 소비자 대비 높은 수준을 요구하고 있는 것으로 나타났다.

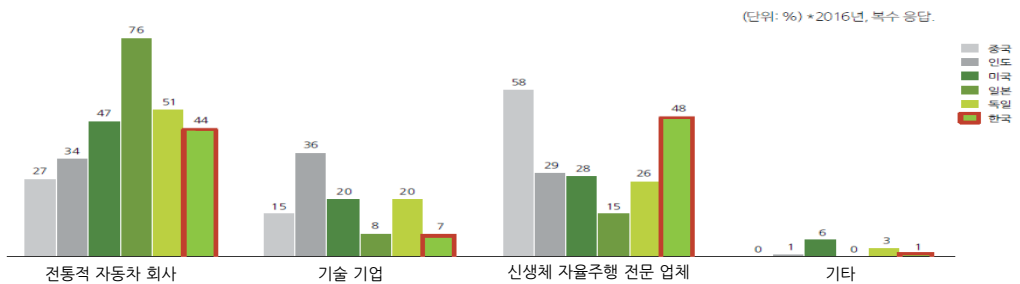
<그림 5. 완전 자율주행차의 안전을 위한 필수 요소>



출처: 2016 글로벌 자동차 고객 조사, 딜로이트

한편, 한국 소비자들은 완전 자율주행차의 공급자로서 다른 국가 대비 신생 전문업체에 대한 높은 기대감을 보이고 있다.

<그림 6. 완전 자율주행차 공급에 대한 신뢰도>



출처: 2016 글로벌 자동차 고객 조사, 딜로이트

## 첨단 자동차 적용 기술

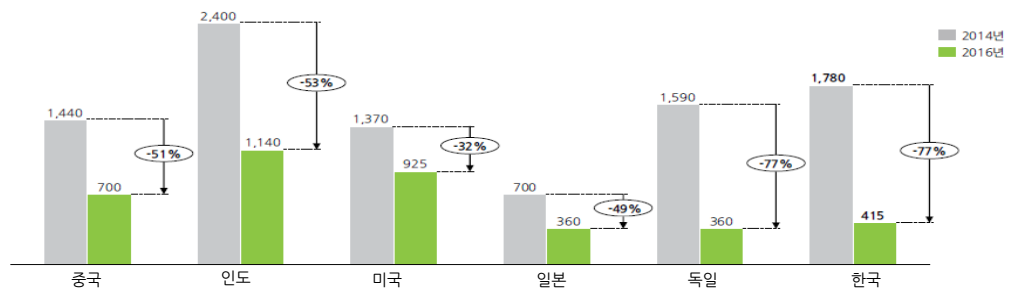
다양한 첨단 자동차 기술과 관련한 조사에서 한국 소비자는 안전과 관련된 기능을 가장 중요하게 생각하고 있으나, 이들 기술에 대한 지불 용의 및 지불 수준은 높지 않은 것으로 드러났다. 또한 한국 한국 소비자들은 타 국가와 유사하게 안전성 관련 기술에 대한 높은 선호를 보이고 있다.

<그림 7. 소비자 선호 상위 10대 기술>

설명	카테고리	미국	독일	일본	한국	중국	인도
도로상의 물체 인식 및 충돌 회피	안전성	1	1	1	2	1	1
위험한 운전 상황을 운전자에게 알림	안전성	2	3	4	3	3	4
위험한 운전 상황으로부터 운전자 차단	안전성	3	2	2	1	2	2
의료 응급상황 또는 사고 시 조치 실행	안전성	4	4	3	4	4	3
진단 및 정비 필요 알림 전송	연결성	5	14	12	5	6	5
도난 차량 원격 작동 정지	사이버 보안	6	13	8	14	8	8
연비 개선 지원	연비	7	5	6	11	12	7
차량 간 및 인프라와 통신 가능	연결성	8	10	5	9	5	11
차량시스템 해킹 방지	사이버 보안	9	15	19	17	22	13
무단 접속 제한을 통한 도난 방지	사이버 보안	10	7	16	20	18	10

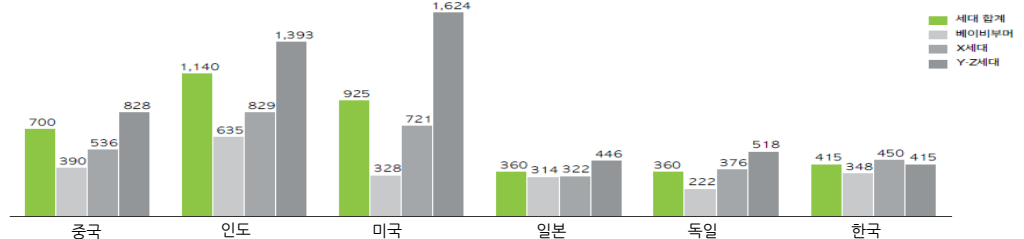
<그림 8. 자동차 기술에 대한 소비자 지불 용의 변화 추이>

(단위: USD) \*5개 기술 유형별 지불용의금액 평균.



<그림 9. 자동차 기술에 대한 세대별 지불 용의>

(단위: US달러) \*5개 기술 유형별 지불 용의 금액 평균.

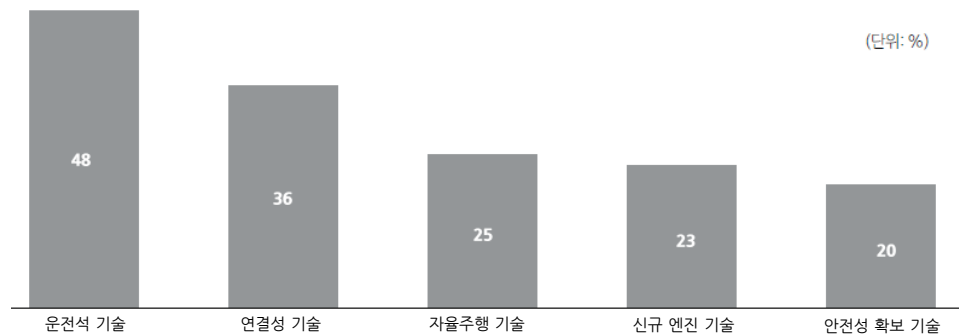


출처: 2016 글로벌 자동차 고객 조사, 딜로이트

주요국의 Y·Z세대 소비자는 첨단 자동차 적용 기술에 대한 지불용의가 타 세대 대비 높은 경향을 보이거나, 한국의 Y·Z세대는 구세대와 유사한 지불용의를 보인다.

한국 소비자들이 상대적으로 지불 의사가 낮은 기술 영역은 운전석 기술과 연결성 기술이며, 상대적으로 지불 의사가 높은 영역은 자율주행 기술, 신규 엔진 기술, 안전성 확보 기술로 추가적인 편의 기능과 관련한 기술보다는 자동차의 본원적 기능과 관련한 기술에 지불 의사가 높은 것으로 나타났다.

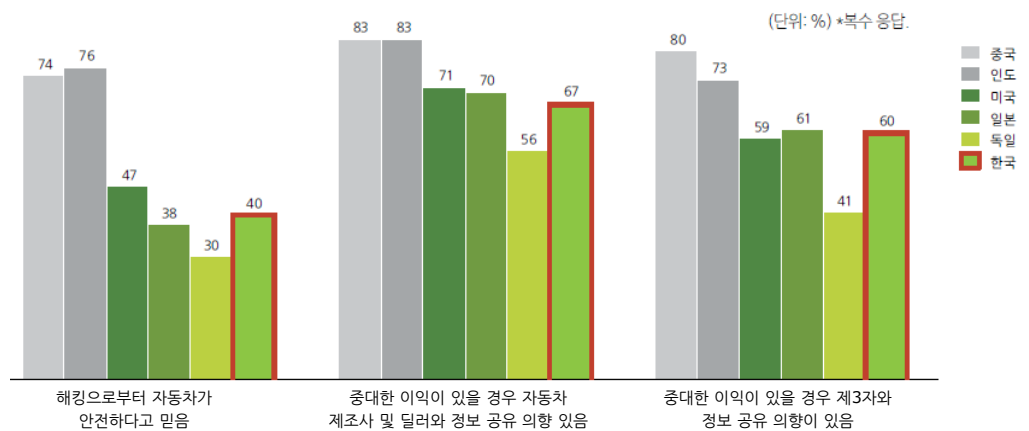
<그림 10. 한국 소비자의 자동차 기술 영역별 비지불 의향>



출처: 2016 글로벌 자동차 고객 조사, 딜로이트

해킹으로부터 안전함에 대한 신뢰 수준도 40%만이 안전하다고 응답해 독일, 일본과 함께 낮은 신뢰 수준을 가진 국가임이 밝혀졌다. 또한 자동차와 외부 간 정보 공유에 대해서도 중대한 이익이 있을 경우 자동차 제조사와 정보 공유 의향이 있음 67%, 제3자와 정보 공유 의향이 있음 60% 수준을 기록해 소극적인 태도를 보이고 있다.

<그림 11. 자동차 정보 공유에 대한 소비자 반응>

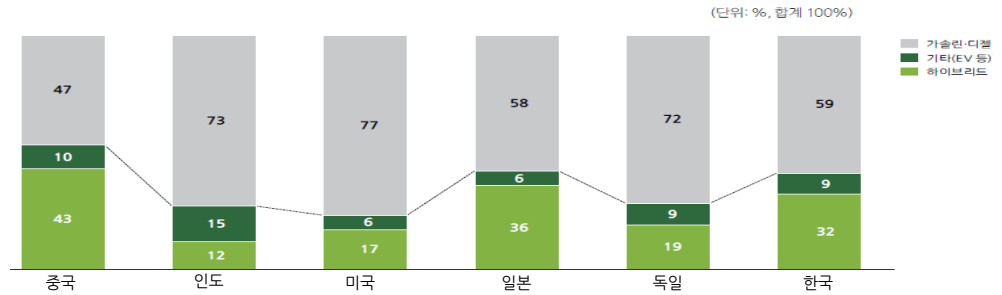


출처: 2016 글로벌 자동차 고객 조사, 딜로이트

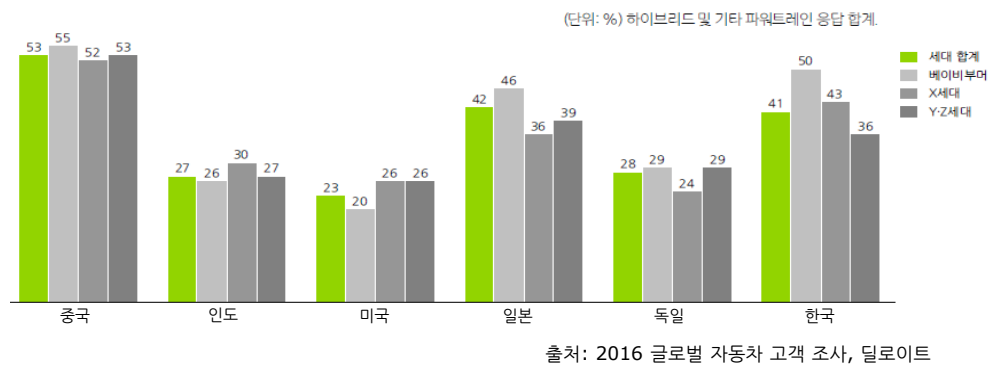
## 미래 동력 장치 수용성

한국 소비자들은 하이브리드에 대해 타 국가 대비 긍정적으로 생각하고 있으나, EV(전기차) 등 다른 파워트레인에 대해서는 선호도가 높지 않았다. 또한 하이브리드, EV, xEV(2차 전지차), 수소 전지차 등 미래형 파워트레인에 대해 주요국 소비자는 Y·Z세대 소비자의 수요도가 상대적으로 높으나, 한국에서는 젊은 세대일 수록 수용도가 낮은 경향을 보였다.

<그림 12. 미래 자동차 엔진 유형별 소비자 선호도>

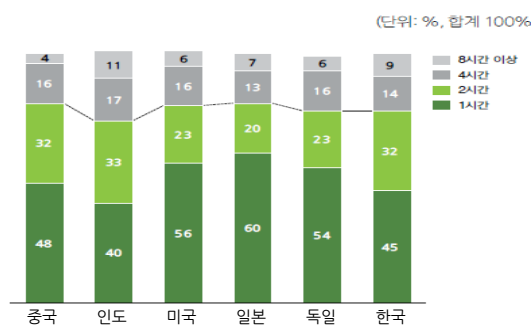


<그림 13. 신규 파워트레인에 대한 세대별 선호도>

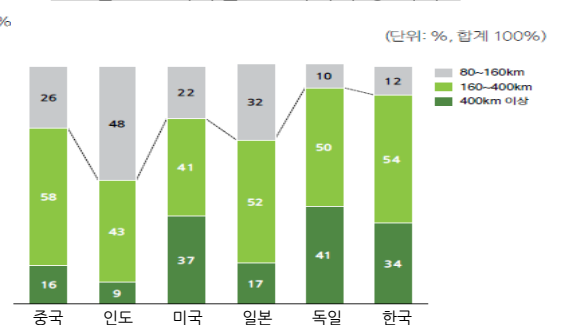


또한 한국 소비자들은 EV의 충전시간 및 주행거리 등 스펙 측면에서 주요국 소비자 대비 높은 기대 수준을 가지고 있는 것으로 파악되었다.

<그림 14. 국가별 EV 기대 충전 시간>



<그림 15. 국가별 EV 기대 주행 거리>



## 공유 모빌리티 서비스 사용

한국 소비자 중 공유 모빌리티 서비스 이용 경험이 있다고 말한 응답자는 50%인데, 중국, 인도,와 같이 자동차 보급률이 낮은 국가에 대해서는 낮은 이용률을, 미국, 일본이 자동차 보급률이 높은 국가에 비해서는 높은 이용률을 보이고 있다.

<그림 16. 공유 모빌리티 서비스 이용 빈도>

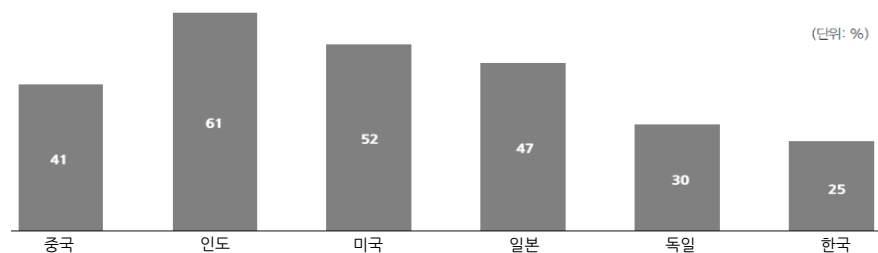


출처: 2016 글로벌 자동차 고객 조사, 딜로이트

다른 나라에서는 공유 모빌리티 서비스에 대한 이용 경험이 자동차 소유에 대한 근본적인 인식 변화를 일으켜 자동차 소유 여부를 고민하는 소비자들이 늘어나고 있다. 그러나 한국 소비자는 자동차 소유를 고민한 비율이 25%에 불과해 타국가에 비해 그 영향이 제한적인 것으로 나타난다.

이는 모빌리티 서비스에 대한 규제로 우버, 리프트 같은 다국적 공유 모빌리티 서비스 사업이 한국에서 제한을 받거나 시장에 진입하지 못하여, 한국 소비자들이 카카오 택시나 대리운전 같은 제한적 유사 서비스를 모빌리티 서비스의 전부로 인식함에 따라, 이 새로운 서비스가 초래하고 있는 자동차 산업의 근간을 흔드는 혁신적 변화를 이해하지 못하고 있기 때문이라고 판단된다.

<그림 17. 공유 모빌리티 서비스로 인해 자동차 소유 여부를 고민한 비율>



출처: 2016 글로벌 자동차 고객 조사, 딜로이트



한국 소비자는 자동차  
신기술 영역에 대해  
낮은 수용도를 가지고  
있으며, 2014년 조사  
대비 큰 폭의 하락과  
부정적 결과를  
보여주고 있다.

## 자동차 신기술 소비자 조사에 대한 결론

국내 소비자들의 다양한 자동차 혁신 기술에 대한 수용도는 2년 전 조사 대비 큰 폭으로 떨어져, 설문조사 대상국의 소비자들과 비교 해 현재의 수용도 수준 및 과거 대비 하락폭에 있어 부정적인 결과를 보여주고 있다.

이미 한국 시장의 경우 다수의 자동차 혁신 기술이 개발상의 어려움 외에도, 제도적 한계와 사업성 논리로 출시 자체가 이뤄지지 않아, 눈으로 확인하지 못한 혁신 기술에 대한 소비자의 관심이 낮아지는 상황이 벌어지고 있다. 더불어 주요 해외 시장에서의 자율주행 관련 사고 및 자율주행의 윤리적 이슈 등과 같은 직접 경험하지 못한 상품, 서비스에 대한 부정적인 논란이 미치는 영향이 큰 것으로 보인다. 이와 같이 소비자 태도의 변환을 위해서는 '쓸 만한 기술'이 '실제로 한국 시장에 출시'되는 것이 무엇보다 중요하다.

또한 이번 조사에서 한국의 Y·Z세대가 보여준 X, 베이비부머 세대 보다 낮은 수용성과 지불 용의는 놀랄 만한 일이다. 이는 저성장 국면으로 접어드는 시기를 정면으로 맞이한 신세대가 필수재가 아닌 제품과 서비스에 대해 지출을 줄이려는 자연스러운 행태를 반영한 것이라 볼 수 있으나, 이와 같은 상황이 지속된다면 한국은 세계 어느 국가보다도 혁신과 거리가 먼 국가가 될 것이다. 이러한 점에서 혁신을 저해하는 규제에 대한 정부의 전향적 재검토가 필요함과 동시에 현실 안주 위주의 사업을 추구해 온 기업들이 소비자들의 혁신 기술에 대한 기대를 만족시켜줄 수 있는 제품 출시를 적극적으로 추진해야 할 것이다.

마지막으로 이번 소비자 조사의 주요 결과에 기반하여 국내 자동차 업계는 신기술에 대한 급진적인 적용보다는 소비자의 선호 및 수용성이 확보된 기술을 중심으로 한 점진적인 적용의 필요성을 인지하고, 타 산업의 혁신 업체들이 할 수 없는 자동차 본연의 변화에 집중하며, 주류 기술에 대한 확신을 가지고 장기적 안목에서 미래를 대비해야 함을 제언 드리고자 한다.



Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee (“DTTL”), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) does not provide services to clients. Please see [www.deloitte.com/kr/about](http://www.deloitte.com/kr/about) for a more detailed description of DTTL and its member firms.

Deloitte provides audit, consulting, financial advisory, risk management, tax and related services to public and private clients spanning multiple industries. With a globally connected network of member firms in more than 150 countries and territories, Deloitte brings world-class capabilities and high-quality service to clients, delivering the insights they need to address their most complex business challenges. Deloitte’s more than 220,000 professionals are committed to making an impact that matters..

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, its member firms, or their related entities (collectively, the “Deloitte network”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser. No entity in the Deloitte network shall be responsible for any loss whatsoever sustained by any person who relies on this communication.