

Deloitte.

2019 딜로이트 글로벌 자동차 소비자 조사 '모빌리티에 대한 현실적 접근'

딜로이트 컨설팅
Strategy & Operations Group
김태환 상무



April 2019

2019 딜로이트 글로벌 자동차 소비자 조사

'모빌리티에 대한 현실적 접근'

들어가며

자동차 및 IT업계의 노력과 투자업계의 뜨거운 반응과는 별개로 소비자의 진정한 수용성에 대해 진지하게 고민할 시점임을 시사하는 결과가 확인되었다.

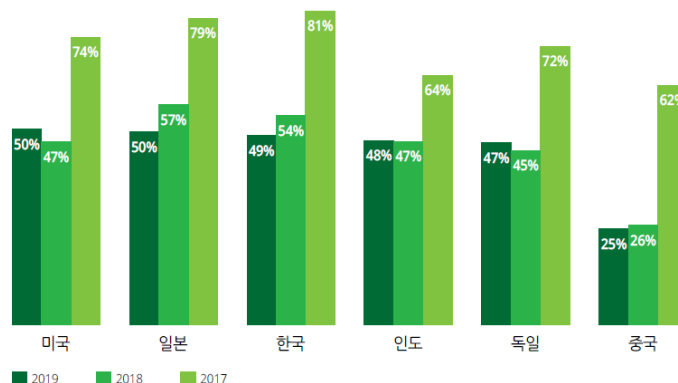
모빌리티의 장밋빛 미래에 대한 기대와 함께 향후 미래 시장을 선점하기 위한 업계의 노력이 분주하다. 현대자동차는 최근 미래 모빌리티 서비스 기업, 정보기술(IT) 기업형 자동차 회사로의 전환을 선언하면서 지난해에는 동남아시아 최대 승차 호출 서비스 업체인 그랩(Grab)과 협력해 전용 전기자동차의 호출 시범사업을 시작했다. 올해 시무식에서는 스마트 모빌리티, 차량 전동화, 자율주행 및 커넥티비티 기술에 10조 원 이상을 투입하기로 발표하고 관련 조직도 확충했다. 또한 국내 차량 공유 대표 업체 쏘카는 실리콘밸리 벤처캐피털로부터 500억 원 이상의 투자를 유치했다. 지속 가능한 미래의 관점에서 현재 내연기관 중심인 자동차 산업의 변화는 확실하고, 기술 발전에 따라 커넥티드카, 자율주행차, 좀 더 효율적인 전기차의 주류 편입은 자명해 보인다.

하지만 이러한 청사진과는 별개로 아직 우리 주변은 내연기관 자동차의 소유가 주류다. 또한 카카오 모빌리티와 택시업계의 갈등 구도를 보더라도 모빌리티의 낙관적 미래가 과연 언제쯤 가시적인 실체를 가질 수 있을지, 이를 위해 무엇을 극복해야 할지에 대해 의문을 갖게 된다. 최근 딜로이트 컨설팅이 전 세계 20개국 2만5,000여 명의 소비자를 대상으로 수행한 글로벌 자동차 소비자 연구 결과, 자동차 및 IT업계의 노력과 투자업계의 뜨거운 반응과는 별개로 미래 모빌리티 서비스 및 새로운 형태의 운송수단을 과연 누가 쓰게 될 것인지, 그리고 그들은 어떤 태도를 가지고 있는지에 대해, 즉 소비자의 진정한 수용성에 대해 진지하게 고민할 시점임을 시사하는 결과가 확인되었다.

자율주행차 안전에 대한 급격한 태도 변화

지난해 조사에서는 자율주행차의 안전에 대한 우려가 전년 대비 급감했으나, 올해 조사에서는 이러한 낙관 추세의 급격한 둔화가 관찰되었다. 아직 자율주행차를 주변에서 실제로 경험하기 어려운 상황에서 최근 우버, 테슬라 자율주행차 사망 사고가 매스컴을 통해 전해지면서 소비자의 우려가 커진 것으로 보인다.

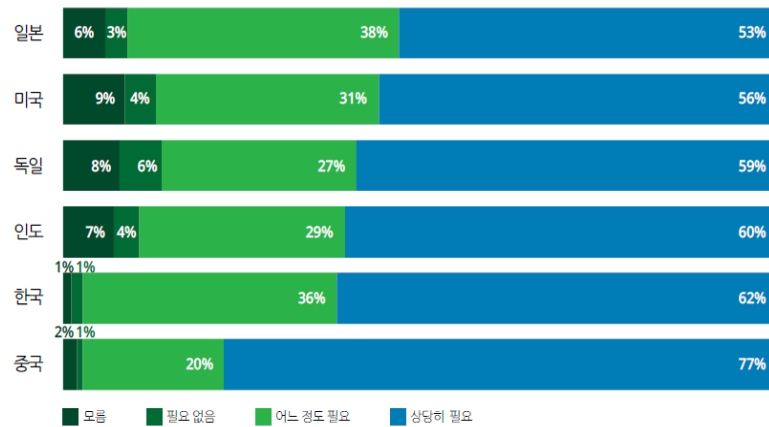
그림 1. 자율주행차 안전성 우려 감소 추세 급감



출처: 딜로이트 글로벌 자동차 소비자 설문조사

동시에 자율주행차의 안전을 민간에 맡겨 두기보다 안전 기준에 대한 정부의 좀 더 책임 있고 적극적인 개입이 필요하다는 견해가 많았다. 최근 디젤게이트로 소비자 신뢰에 타격을 입은 독일 자동차 회사뿐만 아니라 전체적으로 자동차 제조업계가 소비자신뢰를 잃은 반사 효과로 인해 구글, 우버와 같은 IT 또는 모빌리티업계가 안전에 관한 더욱 포괄적인 대안을 제시할 것으로 생각하는 소비자가 더 많다는 점이 관찰되었다.

그림 2. 자율주행차 개발과 사용에 대해 기대하는 정부 개입의 정도

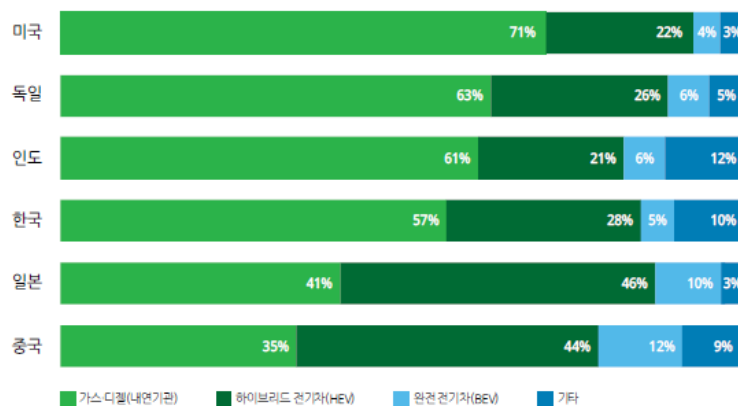


출처: 2019 딜로이트 글로벌 자동차 소비자 설문조사

전기차: 중국·유럽 중심의 성장 vs 충전 시간과 안정성에 대한 우려

기존 선진국 중심의 자동차업계를 앞지르고 수입 원유 의존을 해결코자 하는 중국, 환경 규제에 따라 내연기관 차량 감축을 추진하는 유럽을 중심으로 전기차에 대한 호의적인 태도가 관찰되나, 전기차 배터리의 충전 시간, 주행 거리와 안전 등에 관한 우려가 남아 있는 상황에서 하이브리드 차량에 대한 일본 소비자의 선호도가 지난해 38%에서 올해 46%로 증가한 것처럼 수소전기차, 전기·휘발유 하이브리드 차량이 당분간 대안으로 존재할 것으로 보인다.

그림 3. 비내연기관 차량에 대한 선호도 증가



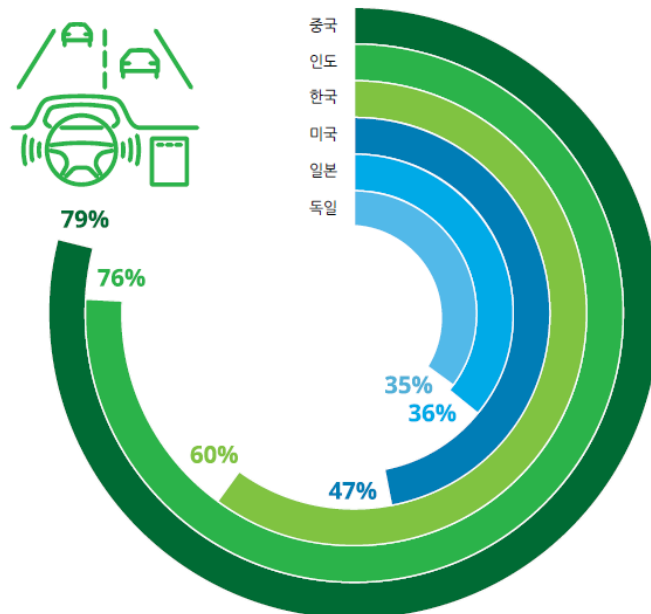
출처: 딜로이트 글로벌 자동차 소비자 설문조사

커넥티드 차량: 정보 노출과 보안에 대한 우려, 여전히 낮은 지불 의향도

커넥티드 차량에 대한 소비자의 태도 또한 흥미롭다. IHS 마킷(IHS Markit)의 조사에 따르면 커넥티드 차량의 규모가 2015년의 전 세계 약 2,400만대에서 2023년에는 7,200만 대 수준으로 증가할 것으로 예상되나, 커넥티드 차량의 혜택에 대한 기대감은 지역별로 큰 차이를 보인다. 특히 차량 운행 및 위치 정보, 운전자 상태 정보 등의 정보 노출에 대한 거부감과 정보 안전성에 대한 우려가 큰 미국뿐만 아니라 독일, 일본 등도 유사한 추세를 보이는 데 반해, 중국과 인도의 경우는 낙관적 견해가 이들 국가보다 2배 정도 크게 나타났다.

소비자들은 교통 체증을 피할 수 있는 대안 경로 제공, 안전 주의 경고 등 커넥티드 차량의 눈에 띄는 혜택은 인정하지만, 다른 부가적인 서비스를 포함해 전체적으로 커넥티드 차량의 서비스에 대한 지불 의향은 낮았는데, 미국의 경우 30%가량은 전혀 의향이 없고, 지불한다고 해도 총합 500달러 이상은 지불할 의향이 없다고 파악되었다.

그림 4. 커넥티드 차량의 혜택이 클 것으로 생각하는 소비자의 비율



출처: 2019 딜로이트 글로벌 자동차 소비자 설문조사

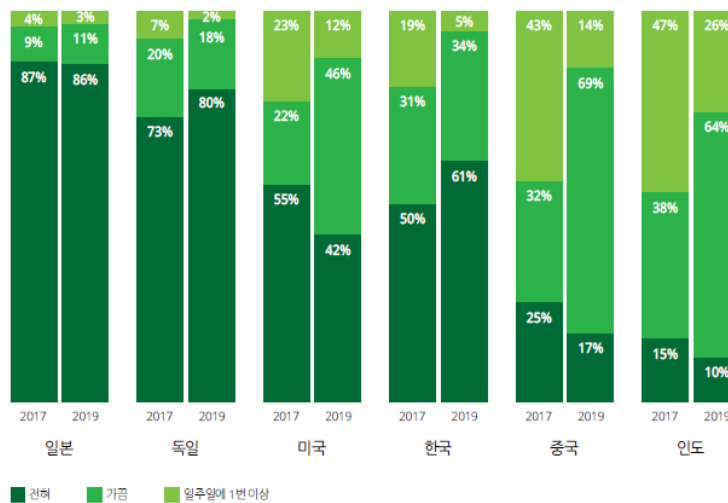
모빌리티 서비스: 여전히 마이너리티, Y세대를 공략하라

모빌리티의 미래가 제시하는 전기차, 하이브리드 차량의 친환경성, 커넥티드 차량과 자율주행 차량의 효율성, 모빌리티 서비스의 장점은 다른 세대보다는 Y세대의 성향에 부합한다.

전 세계적으로 성공을 거두고 있는 우버나 그랩뿐만 아니라 국내에서도 택시 서비스에 대한 불만, 합리적 가격과 편리성으로 인해 최근 타다, 쏘카 등 승차 공유, 승차 호출 서비스가 부각되고 있다. 하지만 딜로이트의 조사에 따르면 여전히 이러한 서비스는 주류에 진입하지 못하고 있으며, 전통적으로 자가차량운전에 대한 선호도가 높은 미국과 독일뿐만 아니라 한국, 중국, 일본의 소비자들 역시 이들 대체 수단을 전혀 사용하지 않거나 비정기적으로 가끔 이용할 뿐이다.

모빌리티 서비스의 총아로 부각되어 온 그랩과 같은 승차 호출 서비스에 대한 태도만 보더라도 일본과 독일의 경우 전혀 사용하지 않는 소비자가 압도적으로 많고, 한국의 경우 오히려 그런 소비자가 더 늘어나 정기적인 이용자 비중이 전년도 19%에서 5%로 급감했음이 관찰되었다. 하지만 이러한 서비스를 주로 사용하는 고객들의 구성을 보면 주로 1980~1994년 사이에 출생한 현재 20·30대인 Y세대의 비중이 압도적이다. 베이비부머와 X세대의 뒤를 잇는 Y세대는 정보기술이 고도화된 세상에서 디지털 원어민으로 나고 자랐기 때문에 '항상 연결(always connected)'된 라이프스타일을 보유하고 있다. 이는 X세대가 다소 이기적으로 비칠 만큼 자아실현과 개성 표출에 집착하고 대중문화에 열광했던 반면, Y세대는 사회적 공동체 의식과 진정성에 더 가치를 두며, 낙천적 성향이 더 강해 저축보다는 소비, 소유보다는 경험을 중시하는 데 기인한다고 볼 수 있다.

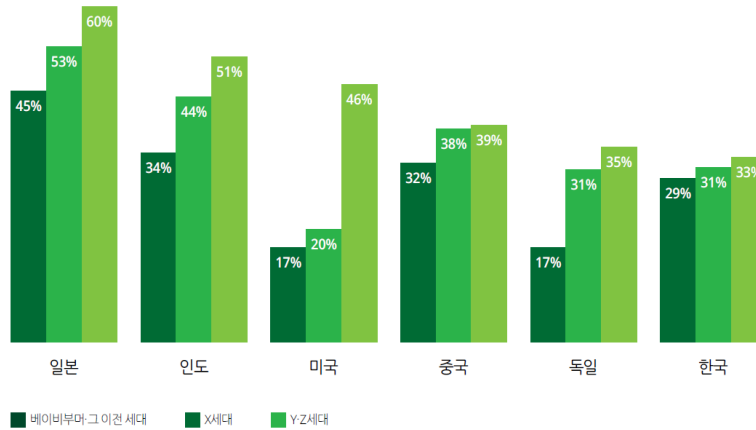
그림 5. 승차 호출 서비스 이용 행태



출처: 2019 딜로이트 글로벌 자동차 소비자 설문조사

자동차가 소유가 아닌 사용의 개념으로 변화하고, 모빌리티의 미래가 제시하는 전기차, 하이브리드 차량의 친환경성, 커넥티드 차량과 자율주행 차량의 효율성, 모빌리티 서비스의 장점은 다른 세대보다는 Y세대의 성향에 부합한다. 이러한 Y세대가 주류로 편입될 때까지 그들이 새롭고 통합된 이동수단을 더욱 다양하게, 그리고 자주 시도해 보도록 하는 게 매우 중요할 것이다.

그림 6. 세대별 승차 호출 사용자 중 자동차 소유에 대해 회의적인 소비자의 비율



출처: 2019 딜로이트 글로벌 자동차 소비자 설문조사

또한 자율주행차에 대한 소비자의 관심과 호감이 정체되고 있는 현 상황에서 업계는 지속적인 기술 개발에 전념하겠지만, 안전에 대한 소비자의 우려를 불식시키기 위해서는 좀 더 신뢰할 수 있는 정부 기관이 주도적으로 합리적인 안전 기준을 업계에 제시해야 하며, 업계 또한 첨단 기술의 기능성보다는 사용성과 안전성 중심으로 기술을 개발해야 한다.

마지막으로 지금까지 자동차 업계가 선도해 온 커넥티드 차량의 경우 소비자의 지불 의향뿐만 아니라 엄청난 규모로 축적 중인 차량 데이터로부터 부가 가치를 창출하기 위한 새로운 접근법이 필요하다. 정보 생성은 1차적으로 자동차에서 이뤄지지만, 안전한 전송 및 축적, 축적된 정보의 가공 및 분석, 신규 서비스 제공의 전 과정을 독점하려 하기보다 각각의 영역에서 강점을 가진 참여자들과 상생하는 생태계를 구성해 전체적인 파이를 키워나가기 위한 노력이 요구된다.



Contact

김태환 상무
 Strategy & Operations
 Group
 taehwankim@deloitte.com



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 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.