

M-LOG REPORT 2020

Mlog (Mobility+Log)
: 모빌리티를 기록하다

우리들의 '찐'데이터 이야기

‘데이터’는 이제 우리 생활에서 없어서 안될 존재가 되었습니다. 우리는 데이터를 통해 더 많은 정보를 수집하고, 더 나은 서비스를 누릴 수 있죠.

데이터를 향한 기업들의 움직임은 더욱 활발합니다. 기업들은 수많은 데이터를 활용하여 고객의 니즈에 맞는 상품과 서비스를 적시 적소에 제공하고 있습니다. 포털·통신·금융·e커머스 등 모든 분야에서 고객 만족도를 높이기 위한 데이터 상품·서비스를 개발하고 있으며, 데이터를 더욱 유용하게 활용하기 위한 투자와 노력을 아끼지 않습니다. 바야흐로, ‘데이터의 시대’입니다.

‘자동차’와 ‘데이터’, 둘의 상관관계는 어떨까요? 데이터 활용 분야가 급속도로 확장되고 있음에도 불구하고, 자동차와 관련된 데이터는 그간 차량 제조사의 연구 개발이나 성능 향상, 분석 등 제한적인 목적으로만 활용되어 왔습니다. 이러한 상황에서 현대자동차그룹은 고객 가치를 높이고 진화된 Car Life 서비스를 제공하기 위해 차량 데이터를 개방했습니다. 더 나아가 파트너사와의 협업을 통해 고도화된 커넥티드 카 서비스를 제공할 수 있는 오픈 데이터 플랫폼, ‘현대/기아/제네시스 디벨로퍼스’를 세상에 공개했습니다.

현대자동차그룹의 디벨로퍼스는 빠르고 편리하며, 무엇보다 ‘신뢰’할 수 있습니다. 파트너사는 디벨로퍼스에서 제공하는 차량 데이터를 활용해 더 완벽한 고객 서비스를 제공할 수 있습니다.

현대자동차그룹은 차량 데이터를 파트너사에게 API(Application Programming Interface) 형태로 제공하고, 파트너사는 이 API를 활용하여 신규 서비스를 개발할 뿐만 아니라, 제공 중인 서비스의 고도화를 통해 고객 만족을 한층 증대시킬 수 있게 되었습니다.

차량 데이터가 개방, 연동되면서 고객 또한 더 편리한 Car Life를 누릴 수 있게 되었습니다. 안전 운전 습관을 가진 고객이라면 농칠 수 없는 커넥티드카만의 특약 보험 상품을 새롭게 출시하였고 주행거리가 짧은 고객들에게 안심맞춤인 퍼마일 보험도 선보였습니다. 우리 오픈 데이터 플랫폼 디벨로퍼스의 제휴사 서비스를 통해 고객들은 내 차의 데이터를 자동으로 연동할 수 있는 선택권을 가지게 되었습니다. 코로나 19와 같은 안타까운 상황 속에서 안주하지 않고, 우리 고객들이 자동차와 관련된 서비스를 안전하게 이용할 수 있는 비대면 서비스들도 고민하고 런칭해왔습니다.

데이터 활용에 대한 우리의 도전은 이제 시작입니다. 고객이 데이터에 대한 가치를 느끼고 실생활에서 밀접한 혜택을 받을 수 있도록 끊임없이 노력할 것입니다.

M-Log Report 2020

집필진 일동

Contents

Intro

오픈 데이터 플랫폼 DEVELOPERS

오픈 이노베이션은 옵션이 아니다 08

Chapter 1

커넥티드 카, 인상을 바꾸다

‘커넥티드 카’란 무엇일까요? 12

모빌리티 데이터와 자동차, 그 무한한 가능성 14

커넥티드 카를 통해 바뀐 Bravo, My Car Life 20

차계부 그까이꺼 24

보험료는 합리적으로 28

세차도 언택트(Untact)로? 32

주차도 스마트하게 36

리워드는 덤! 38

제 값 받고 중고차 팔기(feat. 제 값 주고 중고차 사기) 40

Chapter 2

디벨로퍼스 X 파트너사

마이클 X 디벨로퍼스 46

현대해상 X 디벨로퍼스 52

캐롯 X 디벨로퍼스 60

오일나우 X 디벨로퍼스 68

인스타워시 X 디벨로퍼스 76

위드라이브 X 디벨로퍼스 80

첫차 X 디벨로퍼스 88

하이케어 X 디벨로퍼스 96

Outro

디벨로퍼스가 가는 길

아무것도 하지 않으면 아무 일도 일어나지 않는다 104

우리들의 이야기는 지금부터 106

DATA를 통한 플랫폼으로 110

Intro

오픈 데이터 플랫폼 DEVELOPERS

2019년 10월,
마침내, 세상에 알리다

오픈 이노베이션은 옵션이 아니다

현대자동차그룹은 2019년 10월, 차량 오픈 데이터 플랫폼인 ‘현대 디벨로퍼스(Hyundai Developers)’를 선보였습니다.

2020년 4월/5월에는 기아/제네시스 디벨로퍼스를 출범함으로써 미래 커넥티드 카 데이터 시장을 선도해 나갈 초석을 마련했습니다.

현대/기아/제네시스 디벨로퍼스는 커넥티드 카로부터 수집한 차량 주행, 상태정보, 사용자의 운전습관 등의 데이터를 파트너사가 쉽게 활용할 수 있도록 API(Application Programming Interface) 형태로 정제·분석·가공하여 제공하는 오픈 데이터 플랫폼입니다.

커넥티드 카와 관련된 상품 혹은 서비스를 개발하고자 하는 파트너사는 현대/기아/제네시스 디벨로퍼스 홈페이지에서 회원가입 후 승인을 거쳐 API를 사용할 수 있습니다. 이 API를 통해 파트너사는 차량과 연계된 다양하고 혁신적인 상품과 서비스를 보다 쉽게 개발할 수 있고, 고객에게 고도화된 커넥티드 카 서비스 및 상품을 제공할 수 있습니다. 또한, 고객들은 현대/기아/제네시스의 통합계정 연동을 통해 별도의 가입 절차 없이 제휴 서비스를 편리하게 사용할 수 있습니다.

현대자동차그룹은 다양한 파트너사가 데이터 활용을 극대화한 서비스를 제공할 수 있도록, 오픈 데이터 플랫폼 생태계를 조성하고 활성화하기 위해 노력하고 있습니다.

차량의 주행·운행·제원 등의 기본적인 API부터 안전운전·지능형소모품관리 등의 분석·모델링 API까지 경쟁력 있는 차량 데이터 확보와 제공을 위해 발 빠르게 대응하고 있습니다.

이러한 노력에 힘입어, 보험(UBI/퍼마일보험) 영역은 손해율 개선 등 데이터를 통한 유효성이 입증되었으며, 앞으로 금융·플릿 등 다양한 영역으로의 데이터가 유의미하게 활용될 수 있도록 분야를 확장해 나갈 계획입니다.

History of Developers

- 2019.10
현대 디벨로퍼스 공개
- 2020.04
기아 디벨로퍼스 공개
- 2020.05
제네시스 디벨로퍼스 공개
- 2021.01
18개 서비스 상용화

Chapter 1

커넥티드 카, 일상을 바꾸다

한번도 안 써본 사람은 있어도
한번만 써본 사람은 없다?

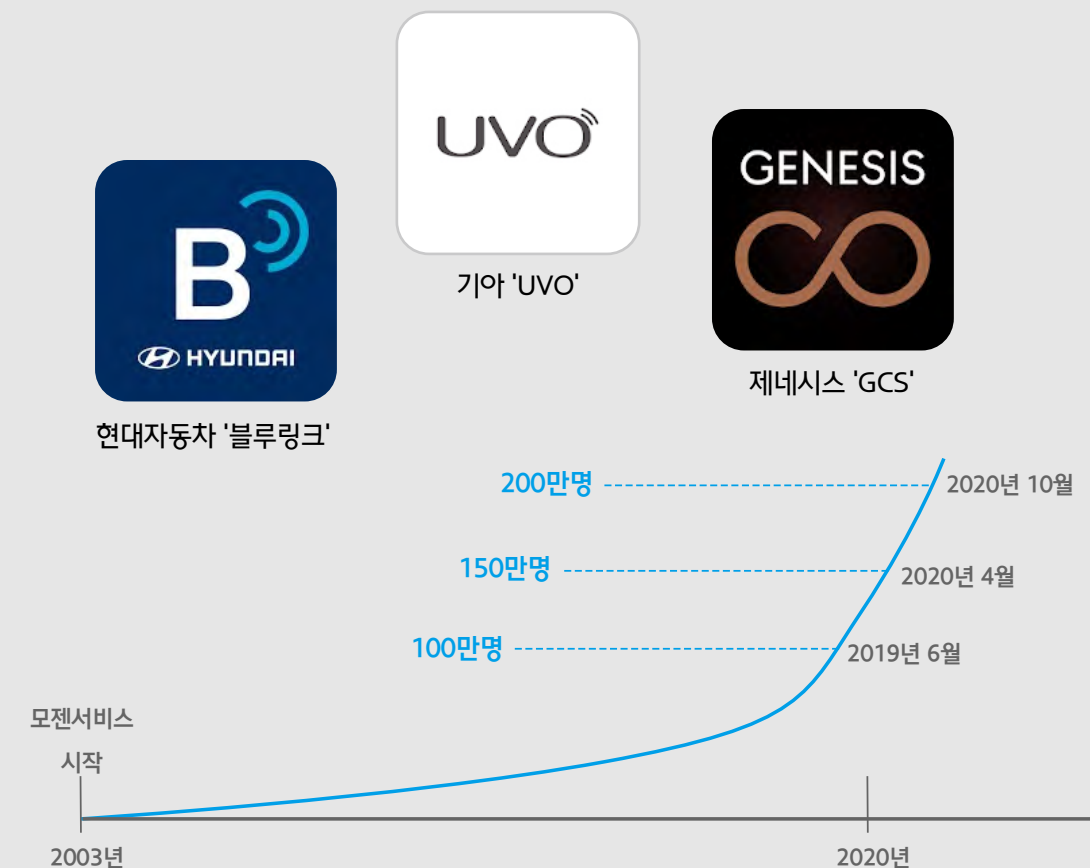
‘커넥티드 카’란 무엇일까요?
 우리에게 아직은 생소한 단어일 수 있지만,
 간단하게 설명하면
 ‘스마트폰이 탑재된 자동차’라고
 할 수 있습니다.



커넥티드 카 서비스는
 우리의 Car Life에서 어떻게 활용될까요?

우리는 커넥티드 카 서비스(Connected Car Service)를 사용해 스마트폰 앱으로 차량의 에어컨, 히터 등의 공조시스템과 Door Lock/Unlock 시스템을 제어 할 수 있습니다. 그뿐만 아니라, 실시간 교통정보를 반영하여 최적화된 내비게이션 서비스를 사용할 수 있고, 차량 운행 이력을 기반으로 분석한 월간 리포트를 통해 차량의 상태를 정확하게 파악하고 관리할 수 있죠.

또한, 차량 소프트웨어 무선 업데이트 기능(OTA, Over The Air)을 활용하여 내비게이션 지도를 업데이트하고, 소프트웨어를 최신 버전으로 실시간 업그레이드하여 자동차가 최적의 성능을 유지할 수 있습니다.



커넥티드 카를 통해 수집된 데이터는 차량의 성능과 품질을 개선하기 위한 기술의 기반으로 활용되며, 나아가 고객지향적인 서비스, 더 편리하고 안전한 Car Life를 제공합니다.

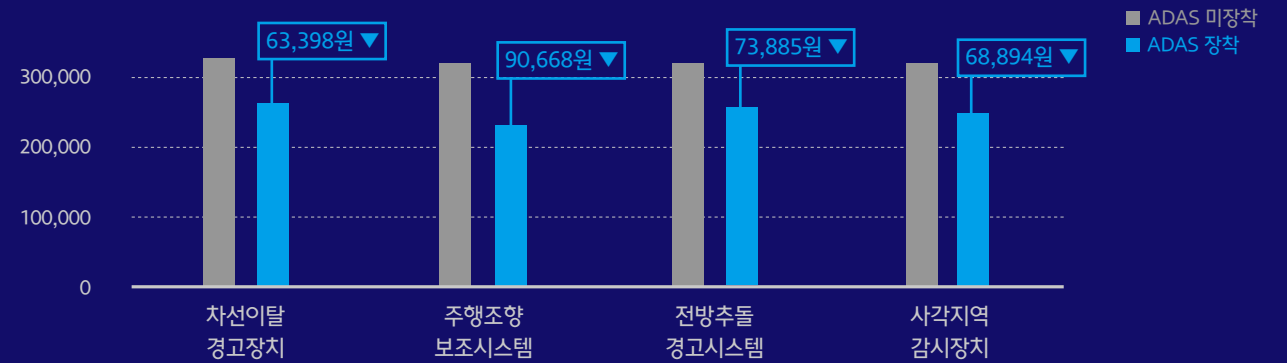
모빌리티 데이터와 자동차, 그 무한한 가능성

커넥티드 카로 수집되는 데이터의 종류와 분석 항목·방법이 다양해지면서 데이터의 활용 범위 또한 확장되었습니다.
과거에는 없었던 편리하고 안전한 커넥티드 카 활용법,
우리가 몰랐던 무엇이 가능할까요?



첨단 운전자 보조 시스템(ADAS), 정말 효과가 있을까요?

현대자동차 · 기아는 수집된 차량 데이터와 보험사의 사고 이력과 함께 분석을 하였고, ADAS 장착 여부와 실제 사고 사이에 연관성이 있음을 확인할 수 있었습니다. ADAS 장착은 손해액 절감효과가 있어 앞으로는 이러한 데이터(ADAS 장착 여부)를 기반으로 특약 할인 등 맞춤형 보험상품 출시도 기대해볼만 합니다.



전기차 시대, 데이터로 배터리 관리 최적화가 가능하다?

친환경 에너지의 바람에 맞춰 성큼 다가온 전기차 시대. 배터리는 어떻게 관리하는 것이 좋을까요?
데이터를 통해 정확한 배터리 잔량과 상태를 확인할 수 있다면, 전기차의 배터리를 더욱 완벽하게 관리할 수 있죠.
전기차 관리, 데이터를 활용해 보면 어떨까요?

* 관련 영상보기 : [Maximizing EV Battery Life | Hyundai - YouTube](#)

데이터로 배터리 관리하기

배터리 잔량

충전소 정보

충전 이력 기록

운행 정보 기록

배터리 잔량은 20% 이상으로 유지하세요
평소 충전은 80%까지만!
한 달에 한번은 100% 충전해 주세요

충전은 자주 해주는 것이 좋아요
장시간 과속/급감속은 금물!
여름엔 그늘에, 겨울엔 별 좋은 곳에 주차하세요

그 외 데이터로 가능한 이야기

초기 아이오닉 일렉트릭 차량을 생산할 시 항속거리가 짧아 고속도로 이용률이 낮을 것으로 예상하여 하이패스 사양을 제외하였으나, 이후 데이터 분석을 통해 필요성을 확인했으며, 하이패스 사양이 포함된 전기차를 생산하고 있습니다.

이 밖에도 활용 가능한 데이터의 개방으로 현대자동차 · 기아의 독자적인 서비스뿐만 아니라, 외부에 공개하여 이용자들에게 다양한 개인형 · 맞춤형 서비스를 제공하고자 합니다.

차량 데이터 연동을 기반으로 개발된 서비스들은 실제 어떤 식으로 활용되고 있을까요?

차계부 서비스인 '마이클'은 고객이 누적 주행거리를 수기로 입력하여 주유/정비 이력을 관리하던 방식에서 벗어나, 디벨로퍼스를 통해 최신의 정확한 누적 주행거리 데이터를 자동으로 기록함으로써 편리하게 차계부를 관리할 수 있는 서비스를 개발했습니다. 이러한 고객 편의성 증대는 곧 파트너사의 서비스 사용 실적 증가로도 이어져 '마이클' 서비스를 사용하는 고객은 전체 사용 고객 대비 높은 서비스 사용 유지율을 보였으며, 해당 서비스를 통해 25~34세 데이터 연동자 비율이 높아지는 등 새로운 사용자 연령층 확대에도 기여하였습니다.

현대해상/KB손해보험과 제휴한 'UBI 상품'은 안전운전점수가 70점 이상이면 가입할 수 있는 특약보험으로 고객은 안전운전을 통해 약 10~16% 보험료 할인 혜택을 받을 수 있고, 보험사는 우량 고객 확보를 통해 손해를 감소 및 수익 구조를 개선하는 효과를 기대할 수 있습니다.

그뿐만 아니라, 현대자동차그룹은 보험사와 함께 안전운전점수를 고도화하여 고객에게 그 혜택을 되돌려주고자 노력하고 있습니다. 이렇듯 UBI는 고객/보험사/현대자동차그룹의 선순환 구조가 검증된 서비스 모델로써, 올해에는 삼성화재/DB손해보험 등 보험사를 지속 확대할 예정입니다.

또한, 차량 주차 위치 데이터와 원격 문 열림 제어 기능을 활용한 비대면 출장 세차 서비스 '인스타워시'와 '와이퍼' 서비스의 경우, 코로나19로 인해 비대면 서비스에 대한 고객 니즈가 높아짐에 따라 꾸준히 사용량이 증가하고 있는 디벨로퍼스 기반의 서비스입니다.

현대자동차그룹은 다양한 파트너사와 서비스 상용화를 추진함과 동시에, 차량 생태계 필수 영역에 대한 전략적 파트너십 구축에도 힘을 쏟고 있습니다.

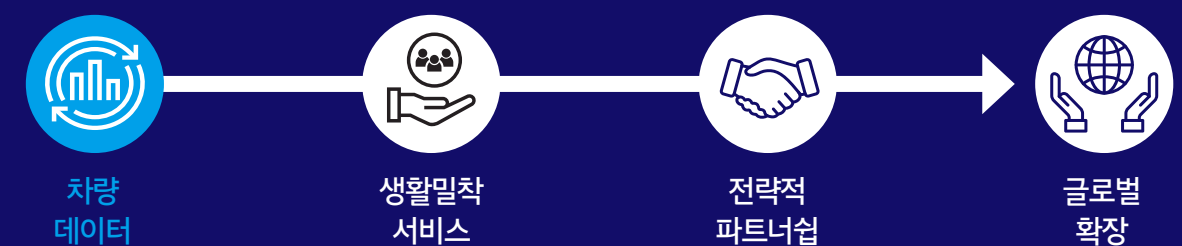
2020년 7월에는 SK렌터카/롯데렌탈 등 Fleet사와 차량 운행 및 모빌리티 서비스 사용 데이터 융합을 위한 MOU를 체결했고, 9월에는 GS칼텍스와 주유·충전·세차·정비 등 Car Life와 밀접한 분야에 대한 상호 데이터 공유 및 공동 서비스 개발을 위한 MOU를 체결했습니다. 이를 바탕으로 차량 부품·금융·생활편의 등 다양한 분야의 파트너사와 전략적 파트너십을 이루어 나갈 예정입니다.

올해에는 중국·인도·미국·유럽 등 글로벌 지역으로의 디벨로퍼스 사업 확대를 본격화할 예정이며, FMS·택시·상용·LMM 등 신규 모빌리티 디바이스 영역까지 서비스 범위를 확대하여 데이터 사업 영역과 규모를 지속 확장할 것입니다.



2021년 1월 말을 기준으로 150여 개 이상 파트너사와 협업을 진행하고 있으며, 차량 데이터 연동을 통해 서비스를 사용 중인 당사 고객은 약 17만 명입니다. 현재까지 총 18개의 서비스가 상용화되었으며, 이를 바탕으로 2021년에는 약 50개 이상 서비스 상용화를 목표로 오픈 데이터 생태계를 확장해나갈 예정입니다.

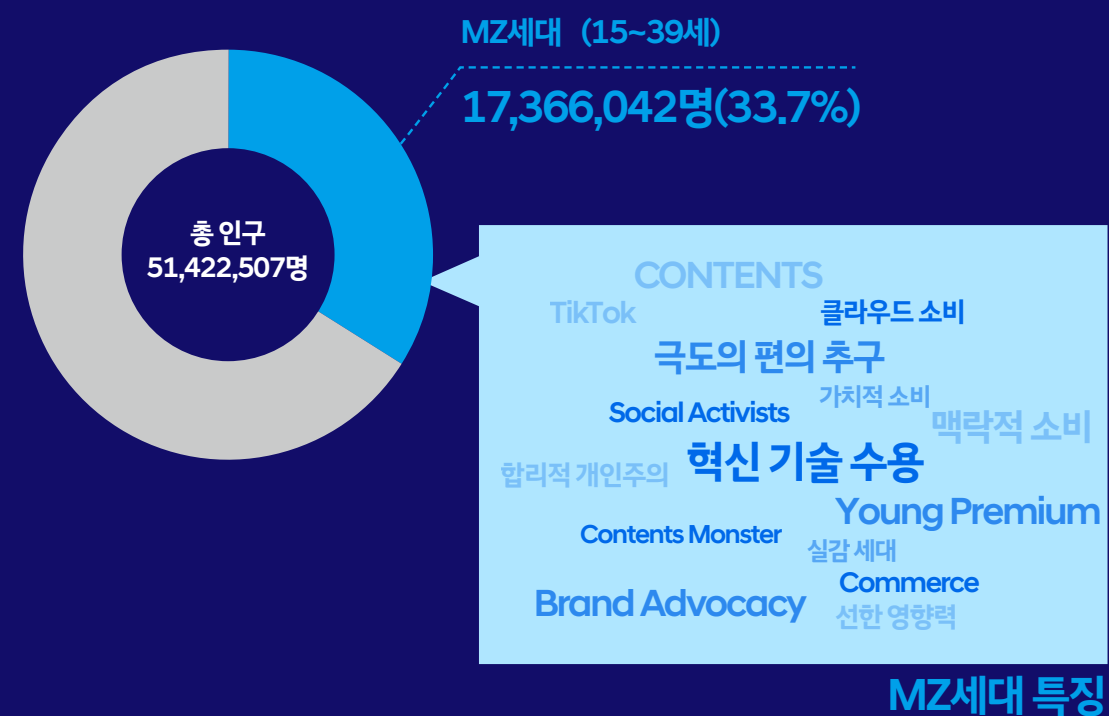
오픈 데이터 생태계 구축



현대자동차 · 기아 · 제네시스 커넥티드 카 서비스 가입자 현황

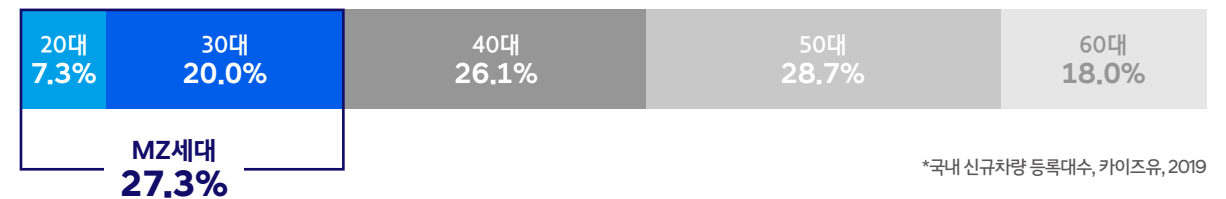
2019년 국내에 신차로 등록된 승용차 1,255,850대를 소유자 연령대 기준으로 분석해보면, 40~50대가 54.8%(687,882명), MZ세대¹⁾라 일컫는 20~30대가 27.3%(342,248명)를 차지하고 있습니다.

하지만 디벨로퍼스의 제휴사 서비스를 통해 차량 데이터를 연동한 우리 고객의 연령대를 살펴보면 20~30대가 66.2%의 높은 사용률을 나타내고, 그 뒤를 이어 40~50대가 29.8%의 사용률을 나타내고 있습니다. 이는 MZ세대의 높은 데이터 관심도와 IT 친화적인 특징을 잘 보여주는 지표입니다.

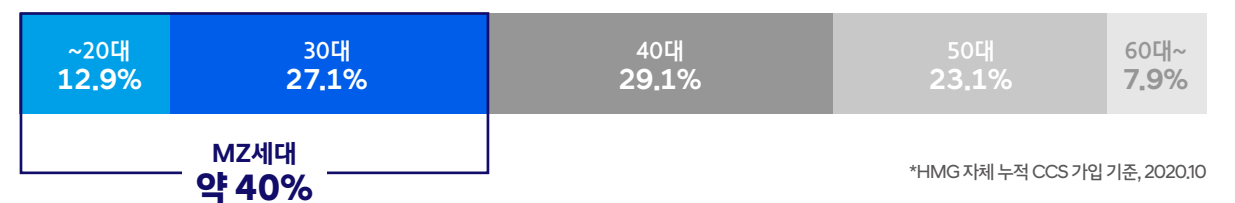


1) MZ세대란, 1980년대 초에서 2000년대 초 출생한 M(밀레니얼) 세대와 1990년대 중반부터 2000년대 초반 출생한 Z세대를 뜻합니다. 참고로, 국내 MZ세대 인구 비중은 약 33.7%(17,366,041명)로 조사되었습니다. (통계청, 2019년)

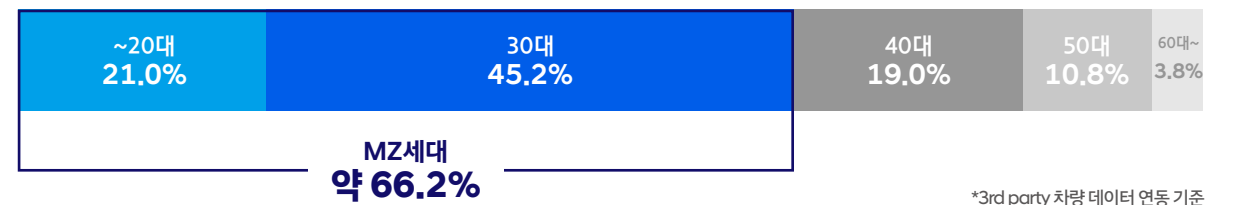
연령대 별 신차 등록 비율 (2019년 기준)



연령대 별 커넥티드 카 서비스 가입 비율 (현대자동차/기아/제네시스 총합)



연령대 별 차량 데이터 연동 비율



커넥티드 카를 통해 바뀐

Bravo, My Car Life



커넥티드 카를 사용하면 어떤 이득이 있을까요?

정량적 가치 (비용 절감 등 고객 혜택은 늘리고)

200만 원 ▲

UBI 보험료 16% ▼	44.8만 원
마일리지 보험 20% ▼	56만 원
승용차 마일리지 (1년차, 서울시)	7만 원
승용차 마일리지 (2~4년차, 서울시)	6만 원
미세먼지 저감 포인트	7.2만 원
리워드 포인트	4만 원
차량 잔존가치 방어 (5%)	75만 원

*4년간 운행 가정

정성적 가치 (내 차 데이터 연동으로 쉽고 편하게)

43 시간 ▼

차계부 입력시간 ▼ (입력시간 10초)	31분
주유 세팅시간 ▼ (입력시간 30초)	94분
출장세차 / 정비 시간 ▼ (물리기 전달시간 20분)	1,040분
픽업 (주차시간 5분)	960분
발렛 (대리주차 10분)	480분



자동입력 / 원격제어

*4년간 운행 가정



운전자 가정)
평균 보험료 70만원, 안전운전지수 70점,
연간 주행거리 8~9천km, 잔존가치지수 양호



운행 가정)
일평균 차량 운행 횟수 : 2.11회 (주중 2.34회, 주말 1.51회)
일평균 운행시간 : 56.5분 (주중 60.78분, 주말 45.80분)
일평균 주행거리 : 29.46km (주중 29.92km, 주말 28.30km)
월평균 주유횟수 : 3.9회
※ 자동차 사용실태조사 보고서, 한국교통연구원, 2013

기타 가정)
픽업 1회/주, 발렛 및 세차 1회/월, 정비1회/년

차계부 그까이꺼



차계부? 그게 왜 필요해?

“내 차에 들어가는 유지비가 얼마더라? 오일은 언제 갈았었지?” 차를 처음 구입한 운전자나 차알못(차에 대해 잘 모르는 사람), 혹은 귀차니즘으로 인해 차량 관리를 소홀히 할 경우, 차량이 전달하는 시그널을 제때 파악하지 못해 낭패를 보는 경우를 주변에서 종종 볼 수 있습니다. ‘차계부’는 자동차 유지비를 한눈에 볼 수 있다는 장점도 있지만, 차량 관리 내역을 지속적으로 기록해 내 차의 상태를 한눈에 파악할 수 있도록 도와줍니다.

차계부 Check List

1. 연비

연비는 차량이 1ℓ로 몇 km를 이동했는가를 기준으로, 운전자가 얼마나 경제적으로 운전했는지 알려주는 대표적인 지표입니다. 차량 유지비 중 큰 부분을 차지하고 있으며, 주변 상황에 따라 변동 폭이 크게 나타납니다. 외부 환경이나 운전습관에 달라진 것이 없는데 갑자기 연비가 큰 폭으로 떨어지게 된다면 차량에 문제가 생겼을 가능성이 높을 것으로 판단할 수 있습니다.

2. 주요 부품, 소모품 관리 이력

자동차는 무엇보다 부품들의 수명 관리가 매우 중요합니다. 특히, 안전과 직접적으로 연관성이 있는 주행 계통 부품들은 각별한 관리가 필요한데요. 운전자의 운행 습관별로 부품의 교환 주기가 달라지는 만큼 정기적인 점검이 필요합니다. 엔진오일, 배터리, 타이어 등과 같은 소모품의 관리도 마찬가지입니다. 차계부로 내 차의 주요 부품과 소모품을 관리하면 이중정비, 과잉정비를 방지할 수 있어 유지비 절감에 도움이 됩니다.

3. 차량 잔존가치 향상

차량을 처음 구매할 때 색상, 옵션 등의 조건과 기간, 마일리지 등 운행 이력이 동일하다 할지라도 차량의 관리 상태에 따라 시장에서 받아들이는 잔존가치는 다를 수밖에 없죠. 상대적으로 관리가 잘 되어 있는 차량은 그만큼 시장에서 신뢰성이 높다고 판단되기 때문에 잔존가치 향상에 긍정적인 영향을 받을 수 있습니다.

차계부를 통해 차량을 잘 관리한다면, 여러 가지 이점이 있는데요. 만약 관리를 안 하시는 분들이 계신다면 지금이라도 차계부를 작성하는 습관을 만들어 보면 어떨까요?

차계부를 작성하는 방법은 가지각색이겠지만, 대표적인 차계부 작성 방법에 대해 장단점을 알아보고 기존과 전혀 다른, 새로운 방식의 차계부 관리 방법을 소개하고자 합니다.

차계부 그까이꺼, 스마트폰 하나면 돼

**차계부는
어떻게 쓰나요?
Hoxy...공책?**

과거에는 가계부처럼 차계부도 손으로 작성을 하던 시절이 있었죠. 정감 가는 방식이지만, 수기로 적다 보니 분실의 위험이 있었고, 무엇보다 차계부 작성에 많은 시간과 정성을 들여야 했습니다. 결국 몇 달 쓰다가 포기해 버리는 나 자신을 발견하게 되기도 하죠.



그럼 차계부 작성 시 편리함과 실시간 반영이라는 두 마리 토끼를 잡을 방법은 무엇일까요? 현대인의 필수품인 스마트폰 앱을 활용하여 이전의 그 어떤 방법보다 손쉬운 차량 관리가 가능해졌습니다.

대표적인 예로 ‘마이클’이라는 차계부 앱을 들 수 있는데요. ‘마이클’은 차량 정보와 운행 기록을 계정 기반으로 여러분의 데이터를 연동합니다. 차량 상태와 운행 기록에 관련된 정보들이 스마트폰으로 직접 전송되기에 더욱 편리하게 차량을 관리할 수 있죠. 데이터를 분실할 염려도 없고, 파일이 손상되는 우려에서 벗어날 수 있습니다. 다만, 이전에는 모바일 차계부 서비스에도 한계는 있었습니다. 차량의 마일리지는 어쩔 수 없이 직접 입력을 해야 했기에 번거로움과 오입력에 대한 부분을 완벽하게 해결할 수는 없었죠.

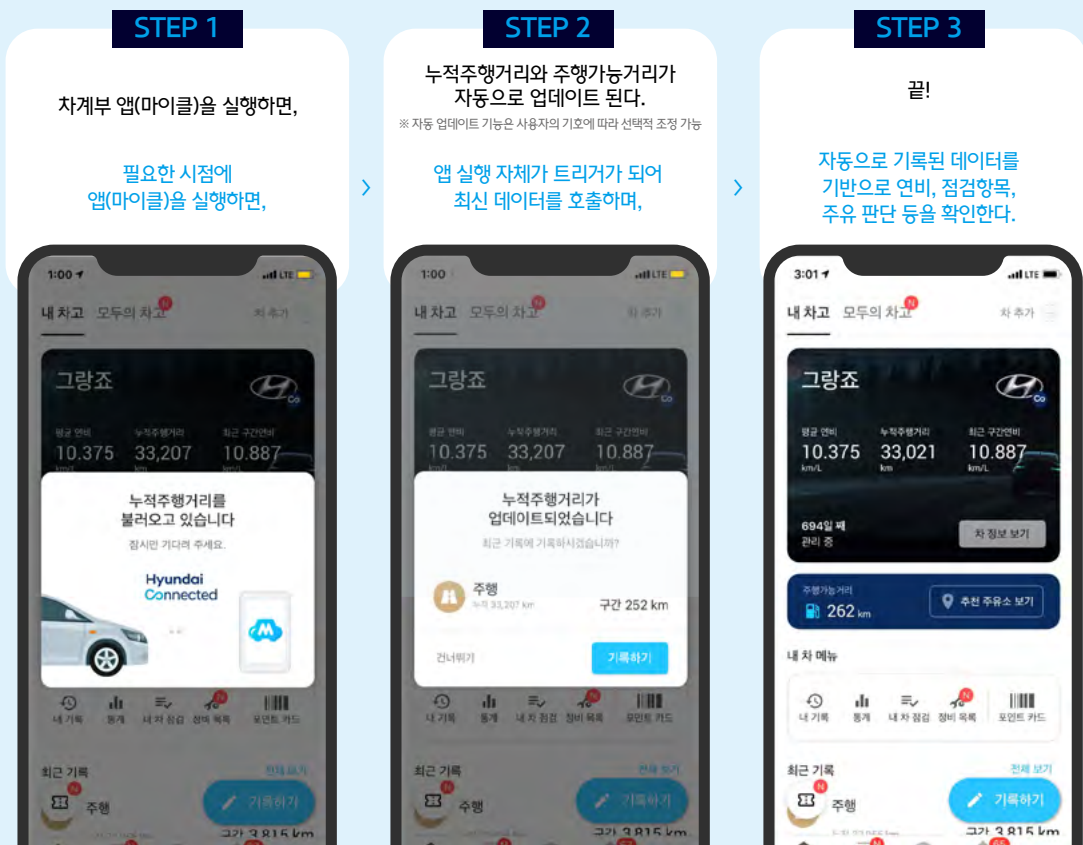
그러던 중, 시간과 장소에 구애받지 않고, 더욱 편리하고 신뢰도가 높으며, 실시간으로 업데이트된 정보를 심지어 ‘자동’으로 입력 가능한 방법이 생겼습니다. 바로, 현대자동차 · 기아의 오픈 데이터를 통해서 말이죠.

이제 커넥티드 카 사용자는 차계부 앱을 활용하여 누구나 손쉽게 차량 관리를 할 수 있게 되었습니다. 향후에는 소모품, 정비 이력에 대한 정보 등 더 많은 차량 데이터가 연결되고 누릴 수 있는 서비스도 확장될 것입니다. 운전자의 운행 습관을 분석한 차량 진단 예측 서비스도 더 이상 먼 미래의 일이 아닐 것이라 생각합니다.

**엑셀정도는
해줘야..?**

엑셀의 자동화된 수식을 활용하면 수기로 작성하는 것보다는 편리한 관리가 가능하죠. 하지만 엑셀 또한 결국 사용자의 직접 입력을 통해 관리가 되는 만큼, 오입력 등의 문제로 인해 부정확한 정보로 차량이 관리될 수도 있고 매번 PC를 사용해야 한다는 번거로움과 실시간 반영이 어렵다는 치명적인 단점이 있죠.

10.724	5.07E+05	27.42	0.03074	72.549	0.53977	73.267	2.87
3.3389	4.97E+05	30.666	-0.074176	69.409	0.15922	72.03	2.840
-0.55357	5.04E+05	27.618	-0.051278	72.433	-0.024804	72.803	2.775
0.78124	5.06E+05	27.352	0.25888	72.389	0.025501	72.856	3.051
7.1332	5.21E+05	30.053	-0.092486	70.039	0.38322	74.452	3.225
1.5057	4.96E+05	27.195	0.01008	72.795	0.077589	72.146	2.82
-2.1443	5.12E+05	30.691	-0.21527	69.524	-0.1001	73.531	2.973
-5.5155	4.96E+05	26.567	0.31829	73.115	-0.24619	71.667	2.901
-0.30916	5.06E+05	30.293	-0.20549	69.912	-0.018813	73.203	2.980
-5.3649	5.00E+05	28.544	-0.11917	71.575	-0.25374	72.222	2.669
-3.1631	5.26E+05	26.948	0.074281	72.977	-0.16529	74.959	3.075
-4.7659	4.93E+05	29.397	-0.18033	70.784	-0.21651	71.751	2.688
-8.1376	5.20E+05	26.15	-0.10527	73.955	-0.39799	74.413	3.370
-9.0365	4.92E+05	31.592	-0.1296	68.538	-0.41771	71.406	2.550
-5.4273	5.06E+05	28.559	-0.14906	71.59	-0.27192	73.139	2.782
-12.653	5.05E+05	27.309	-0.20186	72.892	-0.6346	72.942	3.85



보험료는 합리적으로

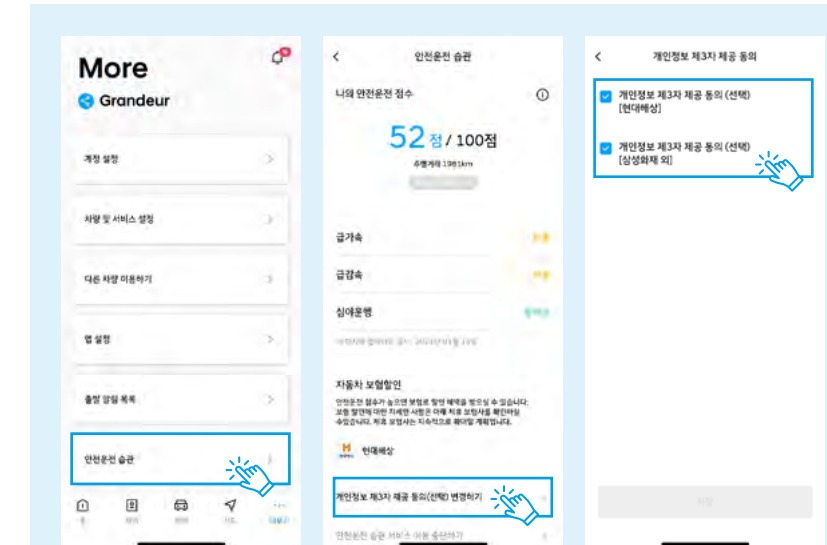


안전운전을
하는
당신이라면?

‘현대해상’과 ‘KB손해보험’에서는 차량 데이터의 연동을 통해 안전운전을 생활화하는 운전자를 대상으로 ‘안전운전할인특약’을 제공하고 있습니다.

현대해상 16%	커넥티드카 할인 7% + 안전운전할인 9%(’21년 4월 1일~)
KB손해보험 10%	안전운전할인 10%

※ 안전운전점수는 차량의 급가속/급감속/급출발/운행 시간대를 고려하여 최근 90일간, 최소 1,000km 이상 주행 시 70점 이상인 경우 특약 할인이 가능합니다.



▲ 블루링크/UVO/GCS 가입은 세 번의 클릭으로 가능합니다.

자동차 보험은 운전자의 의무

자동차 보험은 새차/중고차에 상관없이, 운전자라면 누구나 의무적으로 가입해야 하는 보험입니다. 자동차 보험은 자동차(대물)에 가입하는 보험으로 교통사고 발생 시 발생한 금전적 손해배상과 상대방에 대한 보상을 보장합니다.

여기서 잠깐! 운전자 보험도 의무인가요?

운전자 보험은 운전자(대인)에 가입하는 보험으로 12대 중과실 사고나 교통사고로 인한 형사적/행정적 책임을 보장하는데요. 자동차 보험과 달리 의무사항이 아닌 선택사항입니다.

[참고] 현행 교통사고처리 특례법에 규정되어 있는 것으로, 피해자의 합의 여부와 관계없이 민사상 책임 외 형사처벌을 받게 되는 사고로 12대 중과실 교통사고는 아래와 같습니다.

신호위반 / 중앙선 침범 / 제한 속도보다 20km 초과하여 과속 / 앞지르기 방법, 금지시기, 금지장소 또는 끼어들기의 금지를 위반
철길건널목 통과 방법 위반 / 횡단보도에서의 보행자 보호의무 위반 / 무면허 운전 / 음주운전 / 보도를 침범 / 승객추락 방지의무 위반
어린이보호구역 안전운전의무 위반 / 자동차 화물이 떨어지지 않도록 필요한 조치를 하지 않고 운전

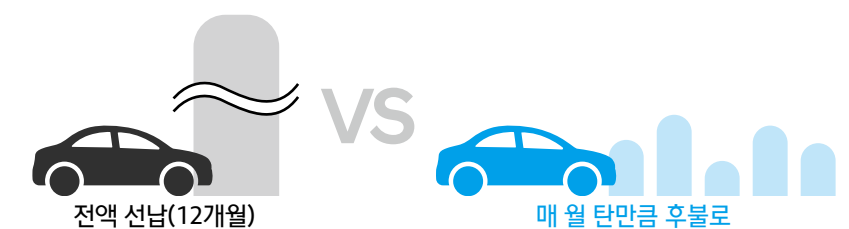
나에게 맞는 보험은?

보험용어가 복잡하고 어렵게 느껴지다 보니 꼼꼼히 확인하지 않는 경우가 많은데요. 간단하게 설명하면, 나에게 맞는 보장 내역을 선택하고 할인 폭이 높은 보험사를 선택하면 됩니다. 국내 자동차 보험사들은 ‘특약’이라는 이름으로 추가 보험료 할인 혜택을 제공하고 있습니다.

특히, 요즘은 차량데이터 연동을 통해서만 가능한 특약들이 속속 등장하고 있는데요. 간단한 연동만으로도 추가 혜택을 누려보는 것은 어떨까요?

탄 만큼만 내고싶다면?

‘캐롯손해보험’에서는 국내 최초로 온디멘드 방식의 자동차 퍼마일 보험 상품을 판매하고 있습니다. 퍼마일 상품은 한 달 기준의 기본료와 본인이 실제 운행한 거리만큼의 요금을 후불로 납부하는 방식으로, 휴대전화 요금과 유사한 방식입니다. 내가 탄 만큼만 비용을 지불하는 방식이니 평소 운행을 많이 하지 않는 운전자라면 보험료 절약이 가능하겠죠? 커넥티드 카 사용자들은 데이터 연동으로 자동으로 주행거리가 기록되어 편리하게 사용할 수 있습니다



UBI¹⁾ 비하인드 스토리... 그게 어떻게 가능해?

4차 산업혁명과 트렌드 중심에 선 모빌리티 데이터

현대자동차 · 기아를 중심으로 국내 데이터 연계 가능 차량이 지속적으로 출시되고 증가함에 따라, 새로운 시장 환경에 대응하고 고객의 Needs에 부합하기 위해 맞춤형 개인화 서비스 제공이 가능해졌습니다.

합리적인 운전습관 연계 UBI 모델 도입

해외는 주로 OBD단말기를 사용하거나 일부 커넥티드 단말기를 활용하여 UBI 상품을 판매하고 있는데요. 국내에서는 2016년 모바일 기반의 UBI 상품이 출시되었습니다.

단말기 형식이 아닌 모바일기반의 UBI는 차량 고정장치가 아니기에 사용자의 선택적 사용이 가능했고, 대중교통이나 타 차량을 사용할 때에도 구동이 가능했기에, 타인의 운행정보로 보험료 혜택을 받는 일종의 '편법'이 존재했습니다.

국내외 UBI 현황

보험사		운행습관 수집 방법
국내 일부 보험사		모바일 휴대폰 내비게이션 활용
미국	Progressive	OBD단말기 활용 ('Snapshot')
	State Farm	커넥티드 단말기 활용 (Onstar)
영국	CoverBox	OBD단말기 활용
	Insure the Box	OBD단말기 활용 ('the in-tele-box')
일본	Sony	OBD 단말기 활용(DRIVE COUNTER)
	IOI	커넥티드 단말기 활용 (T-Connect)

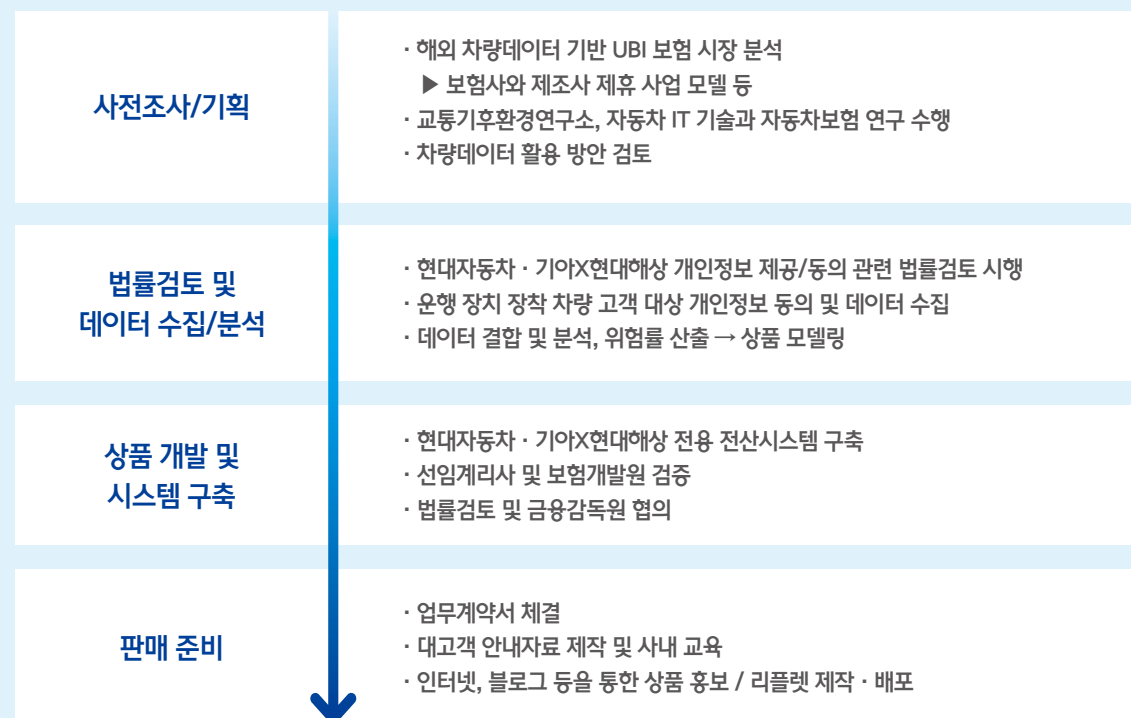


모바일 내비게이션 방식의 문제점을 극복할 수 있는
새로운 Model 마련 필요

1) UBI (Usage-Based Insurance) : 차량의 운행정보와 연동하여 보험료를 반영하는 보험

차량 데이터 특화 자동차 보험 개발 추진

2017년부터 다년간의 준비를 통한 서비스 출시



투입 인력

각 분야별 이해관계자 중심의 인적 자원 투입을 통한 차량 데이터 기반 특화 보험 상품 개발

현대자동차 · 기아	현대해상
UBI 서비스 론칭 총괄	상품기획
빅데이터 모델 개발	안전운전모델 개발
시스템 구축	시스템 구축
마케팅 / 홍보	마케팅 / 홍보
블루링크 개발	교통 연구소

세차도 언택트(Untact)로?



세차 Fact Check

차를 운행하면서 차량 부식 방지와 내부 위생 관리를 위해 세차는 필수인데요. 세차에 대해 잘 알려지지 않았던 상식을 소개해드리고, 커넥티드 카 연동을 통해 편리하게 세차 서비스를 이용하는 방법을 알아보려고 합니다.

1. 자동세차가 스크래치 주범?

과거에 비해 자동세차장의 브러시가 부드럽게 제조되고 있다고는 하지만, 아무리 부드러운 브러시라 할지라도 강한 회전으로 도장면을 세차하는 자동세차의 경우 스크래치에 영향을 줄 수밖에 없죠. 최근, 노터치 자동세차장이 생겨나고 있지만 아무래도 물리적인 접촉 없이 세차를 하다 보니 세차 품질은 만족스럽지 못하다는 단점도 있습니다.

2. 고압 세차, 괜찮을까?

강한 수압으로 오염물질을 쉽게 제거할 수 있지만, 도장면에 스톤칩(일명 돌빵)이 있는 경우 오히려 스크래치가 생길 수 있기 때문에 호스와 차량간 일정 거리를 유지해야 하는 등 주의를 기울여야 합니다.

3. 도장 위 먼지가 오히려 도장면을 보호한다?

만약, 이렇게 생각하신다면 매우 큰 오산입니다! 도로 먼지는 차량의 배기가스와 미세먼지, 흙 등으로 구성되어 있는데요. 세차를 하지 않고 장기간 노출 시 차량 표면을 부식시키고, 변색을 유발하게 됩니다. 특히, 해변가와 겨울철 제설작업 시 사용되는 염화칼슘은 차량 부식을 더 가속화 시킬 수 있으니 주기적인 세차는 필수겠죠?

4. 비로 세차를 대신 할 수 있을까?

비가 거세게 내리는 날 우리는 간혹 공짜 세차를 했다고 농담을 하고는 하죠. 하지만 금속 물질에 영향을 미치는 산성비¹⁾는 염화칼슘과 유사한 성분을 가지고 있어, 산성비를 맞은 뒤 수분이 증발하면 산 성분만 남아 도장면을 부식시키는 원인이 됩니다. 비를 장시간 맞았을 때는 가급적 세차를 빨리하는 것이 차량을 잘 관리하는 방법입니다.

1) 산성비는 화석연료의 연소에 의해 생기는 황산화물(SOx)이나 질소 산화물(NOx) 및 대기 중에 형성된 황산/황산염/질산염 등을 함유한 pH(수소 이온지수) 5.6 미만의 비를 말함. 위키백과



세차장 가기도 무서운 요즘

전 세계적으로 유행하고 있는 코로나19로 인해 우리의 일상은 완전히 바뀌었죠. 그중에서도 가장 큰 변화는 ‘비대면으로의 전환’이 아닐까 생각합니다.

이제 세차도 언택트 시대가 왔다는 것을 아시나요? 스마트폰 앱을 통해서 비대면 세차 서비스가 가능해졌습니다. 현재 시중에는 다양한 출장세차 서비스가 존재하는데, 그 중, ‘인스타워시’라는 앱은 현시대에 맞춰 비대면 세차 서비스로 전환을 가속화하고 있습니다.

그럼 핵인사들의 세차는?

이미 많은 사용자가 앱을 통해 출장 세차 서비스를 잘 사용하고 있지만, 스마트폰의 위치정보 대비 지하주차장 등 GPS 음영 지역에서 보다 정확한 위치정보 제공을 통해 원활한 세차 서비스가 가능하고, 출장 세차원에게 주차되어 있는 차량 위치를 말로 설명하기 어려운 경우나, 차량 내부 세차를 위해 차 문을 열어줘야 하는 상황에서 원격 문 열림 기능을 통해 정확하고 빠른 대응이 가능합니다.

최종주차 위치는 차량의 DR-GPS¹⁾를 활용하여 지하주차장 등 GPS 음영 지역에서도 보다 정확한 길 안내와 위치 추적을 가능케 합니다.

일반적인 출장 세차 서비스

VS

핵인사 비대면 세차 서비스



1) DR(Dead Reckoning)-GPS : GPS신호가 닿지 않는 음영지역에서 차량 이동 방향과 속도를 활용하여 경로 추적이 가능한 기술
2) 원격 문 열림/잠금 제어는 App to App 방식 지원(세차앱 → 블루링크/UVO/GCS 앱)

주차도 스마트하게



**주차장이
만차라고?**

여러분들은 목적지에 도착하면 평소에 어떻게 주차를 하시나요?
처음 가보는 낯선 동네, 복잡한 도심 빌딩 사이사이를 지나
겨우 도착한 목적지 근처에서 주차할 곳을 찾아 헤맨 경험.
다들 있지 않나요?

**그럼
예약하고 가자!**

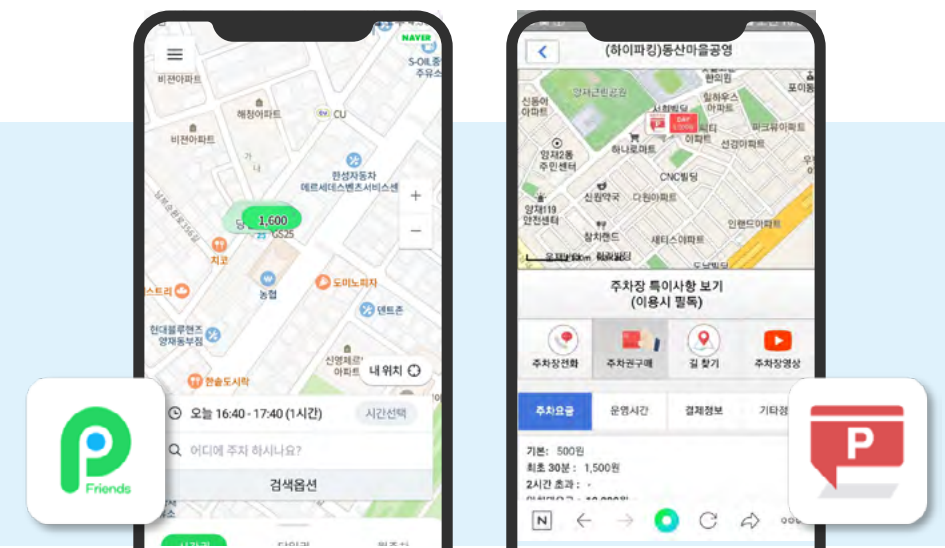
그렇다면, 주차장도 예약하고 이동하는 것은 어떨까요? '파킹프렌즈' 서비스는
IoT 센서를 사용해 실시간으로 잔여 주차 공간 확인 및 원하는 시간에 주차
예약까지 가능하여 확실한 주차 환경을 제공합니다. 또한, 파킹프렌즈 앱에서 차량
내비게이션으로 목적지 전송¹⁾을 통한 길 안내가 가능해 직접 주소를 입력하거나
스마트폰을 차내 거치할 필요 없이 편리하게 이용하실 수 있습니다.

현재는 서울시를 중심으로 서비스를 제공하고 있으며, 경기/부산 등 수요가 많은
지역으로 서비스 확장하고 있어 더욱 편한 Car Life를 제공할 예정입니다.

**출차 정산도
간편 결제로**

이제 앱으로 결제하는 것은 우리 일상생활에 당연한 것이 되었습니다. 특히, O2O²⁾
분야에서 간편결제가 가능한 서비스들이 출시되면서 주차 서비스도 제휴 주차장 사용
시 편리하게 등록된 정보를 활용하여 정산 서비스 등을 사용할 수 있게 되었습니다.

앞으로는 창문을 내리고 현금/카드/할인권을 준비해서 일일이 정산할 필요가 없겠죠?



1) 목적지 전송 기능은 App to App 방식 지원(세차앱 → 블루링크/UVO/GCS 앱)
2) O2O(Online to Offline): 온라인과 오프라인 서비스의 연결을 의미

리워드는 덤!

EARN POINTS



탈수록
마일리지를
준다고?

지자체의
승용차
마일리지를
아시나요?

서울시에서는 미세먼지 저감을 위한 차량 사용 억제 정책의 일환으로 2003년부터 승용차 요일제를 도입해서 시행했습니다. 그러나 실제 제도 운영과정에서 시민 참여가 저조해 실효성 문제가 불거졌죠. 결국 서울시의회 제290조(2019년 12월 20일) 정례회에 상정되었으며, 승용차 마일리지로 일원화하는 내용을 담은 조례가 발의·제정되었습니다. 이에, 승용차 요일제는 2020년 1월 조례에서 폐지되었고, 기존 제도를 사용하는 운전자의 불편을 최소화하기 위해 6개월간 유예기간을 두어 2020년 7월 9일부터 전면 폐지하게 되었습니다. 마일리지 제도를 통해 앞으로는 기준주행거리 대비 실 주행거리 감축(1년 후) 시 감축률(또는 감축량)에 따라 최대 7만 포인트의 인센티브를 받을 수 있습니다.

현재는 등록 시와 주행 후 계기판 사진을 촬영하여 등록하게 되어 있지만, 차량 데이터 연동을 통해 자동화가 된다면 더욱 정확하고 편리하겠죠?

*감축률/감축량에 따른 인센티브

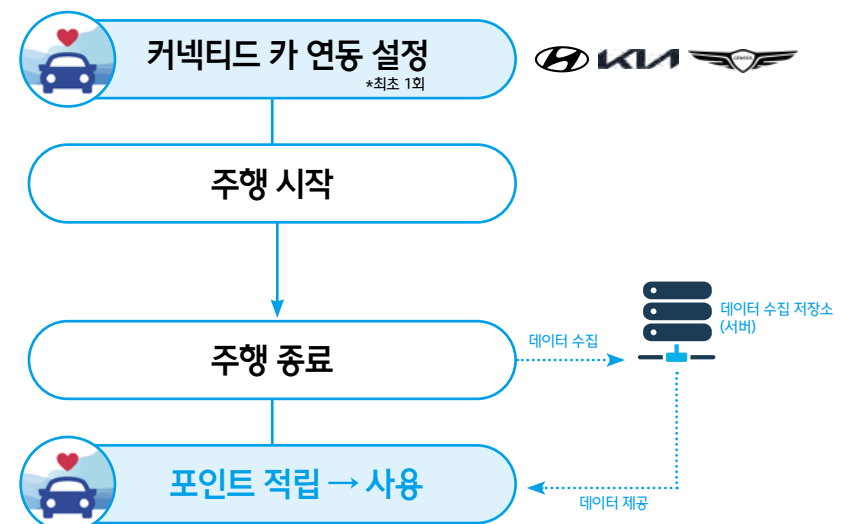
0~10%미만, 0~1천km미만	2만 포인트
10~20%미만, 1~2천km미만	3만 포인트
20~30%미만, 2~3천km미만	5만 포인트
30%이상, 3천km이상	7만 포인트



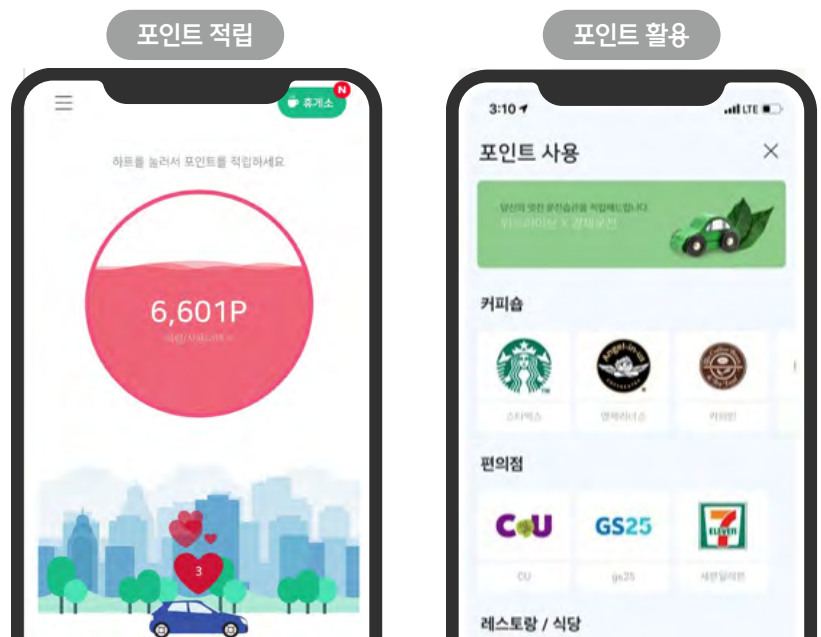
*이미지 출처 : 서울특별시 승용차마일리지 홈페이지(<https://driving-mileage.seoul.go.kr>)

걸으면서 포인트 적립이 가능한 앱처럼, 차량을 사용하면서도 포인트 적립이 가능한 앱이 있다는 것을 아시나요?

바로 '위드라이브'입니다. 위드라이브는 커넥티드 카의 누적 주행거리 데이터를 활용하여 편리한 포인트 적립이 가능하며, 모은 포인트는 제휴 커피전문점, 편의점, 음식점 등에서 사용이 가능합니다. 커넥티드 카 사용자라면 자동으로 마일리지를 확인할 수 있으니 어차피 운전하려고 산 차, 이왕이면 타면서 리워드를 받는 것은 어떨까요?



※ 커넥티드 카 연동 전에는 앱에서 수동으로 '주행시작' 버튼을 눌러야 했으나, 커넥티드 카 연동 후에는 '자동'으로 데이터가 연동됩니다.



제 값 받고 중고차 팔기

(feat. 제 값 주고 중고차 사기)



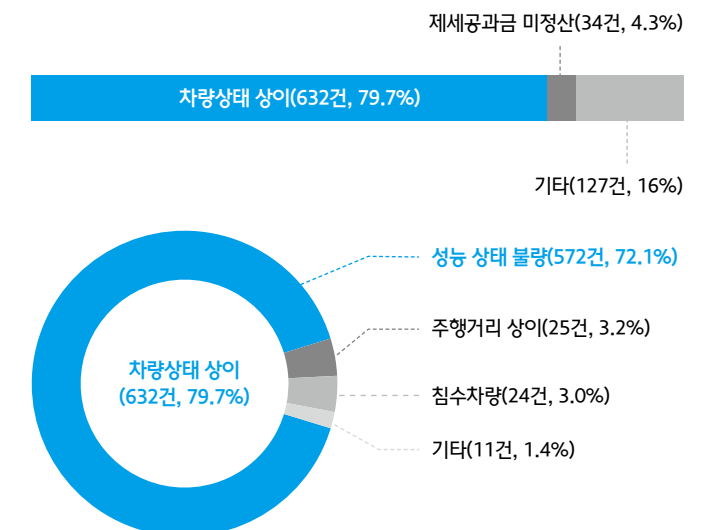
**차라고
다같은
차인가?**

차를 바꾸기 전 가장 먼저 하는 것은 아마 ‘내 차 시세 알아보기’ 아닐까요? 요즘에는 내 차 견적도 앱을 통해 쉽게 확인이 가능하니 앱을 열어봅니다. 그 순간 맞닥뜨린 현실 ‘가만... 내 차 등급이 뭐였더라? 옵션이랑 가격들은?’ 아무리 생각해도 기억은 안 나고.. 차량등록정보, 과거 계약서 정보들을 들춰보며 입력해야 할 것입니다.

차를 팔기 위해서는 또 고려해야 할 것들이 있죠. 동일한 스펙, 동일한 기간 운용된 차량이라도 운전자의 운전 습관과 외부 환경에 따라 가치가 달라질 수 있다는 사실을 알고 계신가요? 가령, 한대는 주로 정속주행 위주의 고속도로 운행 비율이 높고, 다른 한대는 고저 차가 높은 도심 내 위주의 운행 비율이 높다면, 아무래도 도심 운행을 많이 한 차가 브레이크패드 마모도라든지, 엔진오일 수명, DPF¹⁾ 성능 등 눈에 쉽게 띄지 않는 부품들의 내구성이 떨어짐을 추측할 수 있을 것입니다. 물론 사고의 유무와 경중에 따라 그 차이는 더 벌어질 수 있죠.

**중고차 관련
소비자 분쟁,
어떤 것들이
있을까?**

한국소비자원에 따르면, 중고자동차 관련 소비자 피해구제 신청은 2016년부터 2019년 6월까지 793건이 접수되었습니다. 이중, ‘차량의 성능·상태가 다른 경우’가 632건(79.7%)으로 가장 많았고, 성능·상태 불량(572건), 주행거리 상이(25건) 등이 뒤를 이었습니다.



1) DPF : 차량의 배기가스 중 미세매연 입자인 PM을 포집하고, 연소시켜 제거하는 배기가스 후처리 장치

중고차... 믿고 팔고 살 수 있을까?

중고차 시장은 앞서 이야기했던 문제점들이 있고, 소비자는 중고차 매입·매도에 관한 전문적인 지식이나 정보가 부족하여 쉽게 다가갈 수 없는 시장입니다. 이런 문제들을 해결하기 위해, 차량 제조사는 인증중고차 서비스를 시행하고 있으며, 현재 국내 기준으로 벤츠, BMW, 아우디, 볼보, 푸조 등 10개가 넘는 브랜드가 인증중고차 서비스를 제공하고 있습니다. 차량 제조사에서 직접 제공하는 인증중고차 서비스는 엄격한 기준을 가지고 있으며 신뢰도가 높아 앞으로의 중고차 시장에 활력이 될 것으로 기대하고 있습니다.

인증 중고차의 장점

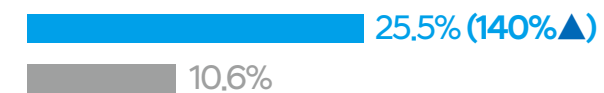
- ✓ 전문가의 각종 차량점검을 통한 신뢰성 확보
- ✓ 일반 중고차 대비 높은 품질
- ✓ 신차 대비 저렴한 가격

인증중고차 외 또다른 방법은?

바로 현대기동차·기아에서 제공하는 차량데이터를 활용하는 방법이 있습니다. 전문가가 직접 꼼꼼하게 점검하는 방법은 아니지만, 데이터를 기반으로 차량의 기본적인 제원 정보, 누적 주행거리 등의 이력 정보를 제공합니다.

조작이 불가능한 데이터를 제공함으로써 신뢰성을 높일 수 있고, 수기입력으로 인한 오입력을 방지할 수 있습니다. 중고차 거래 앱인 '첫차'는 일부 데이터 연동만으로도 중고차 시장에서 '첫차'라는 서비스를 통해 유의미한 지표*를 확인할 수 있었습니다.

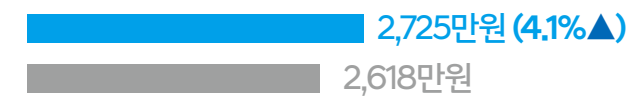
평균 낙찰률



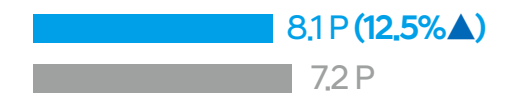
평균 낙찰 시간



평균 낙찰 금액



딜러 관심 지수



2) 2020년 7~8월 첫차 내차팔기 서비스 등록 차량 중 '차량 데이터 연동 차량'을 대상으로 분석



Chapter 2

디벨로퍼스 X파트너사

디벨로퍼스로
탄생되는 것들

차량관리도 데이터로 편리하게!

MYCLE X Developers

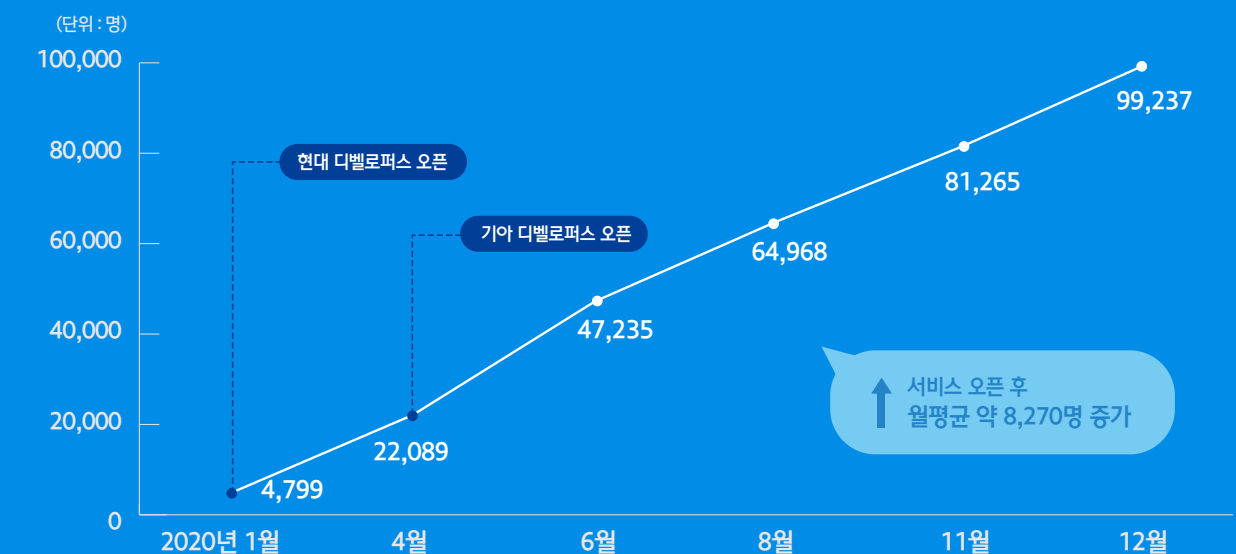


차량 관리 앱 ‘마이클’은 주유, 정비 등 사용자의 차량관리 내역을 기록하고 정비 주기를 안내합니다. 앱을 통해 차량 관리 시기와 정보를 정확하게 안내 받기 위해서는 주행거리 데이터를 꾸준히 업데이트해 주는 것이 필요하지만, 그 만큼 귀찮은 일이기도 하죠.

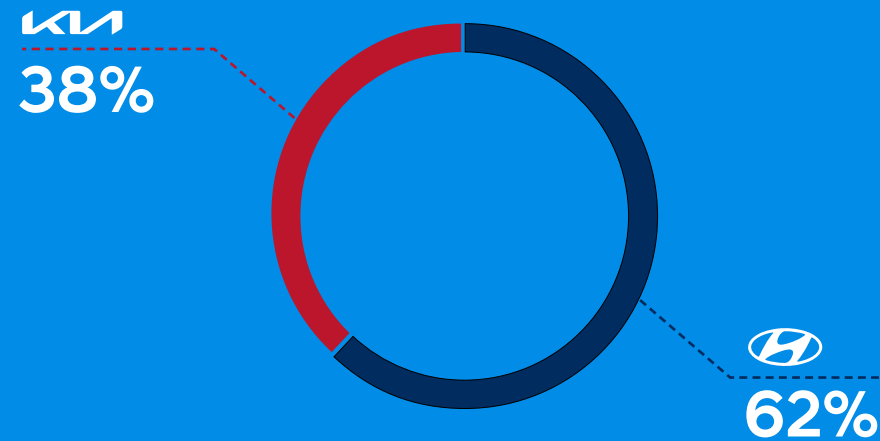
마이클도 예외는 아니었습니다. 마이클 사용자들은 차량 관리 내역을 기록할 때마다 차량의 계기판을 직접 확인 후 일일이 입력 해야 했죠. 차를 타고 있지 않을 때에는 정확한 주행거리 입력이 불가능했기에 사용자들은 적지 않은 불편함을 느꼈습니다.

이를 개선하고자 마이클은 현대 디벨로퍼스와 협업을 선택했습니다. 커넥티드 카 사용자는 마이클의 앱 연동을 통해 자동차의 주행거리를 실시간으로 입력 할 수 있게 되었고, 마이클의 차량 관리 환경 또한 크게 개선되었습니다. 이러한 변화를 통해 커넥티드 카 서비스와 마이클 앱을 연동하는 사용자는 매달 증가하였으며, 론칭 1년만에 사용자 10만 명 돌파라는 쾌거를 이루었습니다. 시장에서 커넥티드 카 차량의 비율이 아직 높지 않은 상황을 감안할 때, 10만 사용자는 결코 적지 않은 숫자이며, 이는 사용자의 니즈를 잘 반영한 사례라고 볼 수 있습니다.

마이클 X 커넥티드 카 서비스 연동 사용자수 추이



브랜드별 커넥티드 카 서비스 연동 사용자 비율



2020년 12월 기준, 커넥티드 카 서비스와 마이클을 연동한 사용자의 차량 제조사 비율을 살펴보면 현대자동차가 62%, 기아가 38%입니다. 최근 들어 기아의 신차 판매량이 현대자동차와 비슷한 수준으로 올라왔지만, 마이클 연동 사용자의 비율은 현대자동차가 기아에 비해 다소 높은 편으로 나타납니다. 마이클은 신차뿐만 아니라 판매 완료된 중고차의 관리 니즈가 함께 존재한다는 특성을 가지고 있기에, 최근 시장점유율보다는 1~2년 전 점유율을 반영하고 있습니다. 이에 따라 마이클 연동 사용자의 차량 제조사 비율 또한 아직까지는 현대자동차가 기아차에 비해 높게 나타나고 있습니다.

API 사용가능 차량 비율

주행거리 데이터 활용

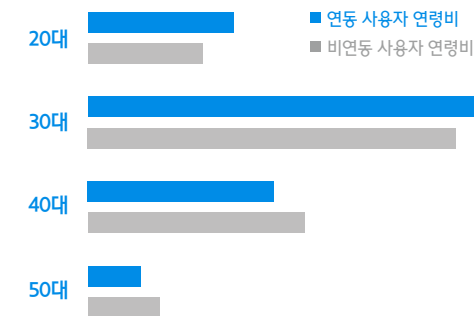


+주행가능거리 데이터 활용



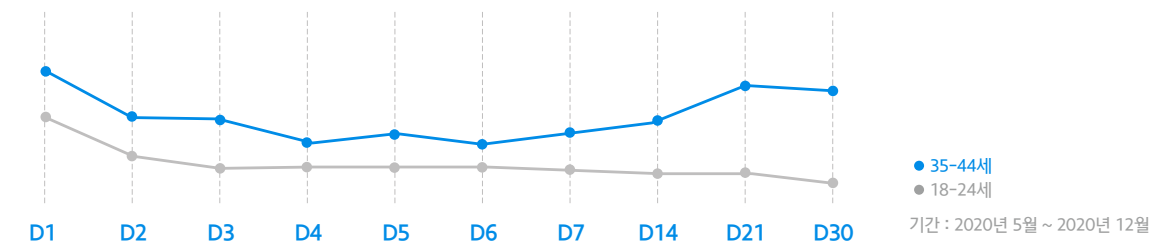
데이터통신 모듈이 내장된 커넥티드 카 서비스 론칭 이후, 디벨로퍼스의 활용 범위는 해가 바뀔수록 점점 확대되고 있습니다. 마이클과 연동되는 데이터도 커넥티드 카 서비스의 연식에 따라 다르게 적용되고 있는데요. 2018년 이전 차량은 '주행거리' 데이터만 활용되는 반면, 2018년 이후 차량은 주행'가능'거리까지 활용되고 있습니다. 현재 기준으로는 주행거리만 연동된 차량이 약 71%, 주행가능거리까지 연동된 차량이 29% 비율을 보이고 있고, 마이클 연동을 사용하는 차량 중 최신 차종의 비율은 아직 절반이 되지 않지만, 점차 증가하고 있는 추세입니다.

브랜드별 커넥티드 카 서비스 연동 사용자 비율



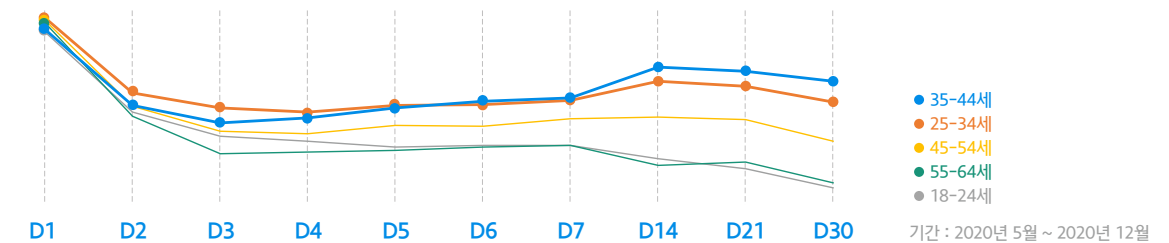
마이클에서 커넥티드 카 서비스를 연동하여 활용하기에는, 아무래도 모바일 환경에 익숙한 사용자가 조금 더 수월합니다. 이러한 점은 마이클 연동 사용자의 연령 비율에서도 쉽게 확인할 수 있습니다. 마이클의 커넥티드 카 연동 사용자 연령 비율과 비연동 사용자 연령 비율을 비교해보면 20대와 30대에서는 연동 사용자 비율이 비연동 사용자보다 높게 나타나는 반면, 40대와 50대는 비연동 사용자 대비 연동 사용자의 비율이 낮게 나타나고 있습니다. 모든 연령대에서 좋은 서비스를 누릴 수 있도록 고민하는 것이 우리의 숙제입니다.

커넥티드 카 서비스 연동 사용자 재사용률



모바일 앱 서비스는 앱 설치 후 지속적인 활용 여부를 재사용의 지표로 정의하고 관리합니다. 흔히 재사용률 지표가 높다고 하면 사용자가 정말 필요로 하는 서비스, 좋아하는 서비스로 볼 수 있다고 하죠. 마이클이 그렇습니다. 마이클의 전체 재사용률은 평균 대비 높은 수준이라고 볼 수 있는데요. 그 중에서도 커넥티드 카 서비스와 연동하여 사용하는 사람의 경우 그렇지 않은 사람보다 훨씬 높은 재사용률을 보여주고 있습니다. 연동 사용자의 높은 재사용률 수치는 그 만큼 커넥티드 카 연동 서비스의 편리함을 체감하고 있음을 잘 보여줍니다.

커넥티드 카 서비스 연동 사용자 재사용률



연령대별 재사용률은 한 달 사용 기준, 35~44세가 18.7%로 가장 많았고, 25~34세가 16.3% 순으로 나타나 상대적으로 연령대가 낮을수록 데이터에 친숙하다고 추측할 수 있습니다.

마이클X디벨로퍼스 써보니까 어때?

개발자의 솔직한 이야기

Q. 내 차는 사용이 가능한가요?

자동차 커뮤니티에 가장 많이 올라오는 질문이에요. 여러 커뮤니티에 마이클의 편리한 기능에 대한 글들이 올라오다 보니 현대자동차, 기아는 모두 가능한 것으로 잘 못 알고 있는 사용자들이 있더라고요. 연동 서비스를 활용하려면 현대자동차 블루링크나 UVO 서비스를 이용해야 하는데, 이를 모르고 연동이 안된다고 마이클 고객센터, 커뮤니티에 질의응답으로 해결하는 사용자들이 꾸준히 발생하고 있는 것이 고민입니다.

Q. 이런 기능이 있었어요? 완전 만족!

몇 가지 문제가 존재하지만 그럼에도 불구하고 사용자는 생각하지 못했던 연동 기능 추가에 큰 만족을 느끼고 있는 것 같아요. 이는 사용자의 재유입률, 커뮤니티의 각종 데이터에서도 확인할 수 있죠. 사용자에게 필요한 데이터들이 적절하게 제공 되었을 때 그만큼 만족도가 증가한다는 것을 다시 한번 확인했습니다.

Q. 차량을 공유 받은 경우에도 사용이 가능한가요?

차량의 주행거리도 개인정보일 수 있다는 판단하에, 다른 사용자에게 차량 정보가 공유되어 있을 경우에는 연동을 제한하고 있어요. 간혹 이런 상황에서 연동 제한을 풀어 달라는 VoC가 꾸준히 발생하고 있으나 사실은 아직 해결하기 어려운 상황입니다. 이 문제 또한 커뮤니티에서 여러 사례가 공유되고 있더라고요.

Q. 마이클과 커넥티드 카 서비스 연동을 위해 명의 변경까지...

부모님과 공동명의로 사용 중일 경우에는 차량을 공유받아서 사용하는 것으로 인식되기에 연동 서비스를 사용할 수 없도록 되어 있죠. 커뮤니티에서 이 문제의 답변을 확인한 한 사용자는 마이클과 커넥티드 카 서비스를 연동하기 위해 자동차를 본인 명의로 변경하여 앱 사용을 인증하고 그 방법을 공유하기까지 했어요. 편리한 서비스라면 귀찮은 일도 감수하는 사용자의 적극성을 보여준 사례로 기억에 남아요.

Q. 연동 데이터에 문제가 있는 것 같아요!

수만 명이 매일 연동된 데이터를 조회하고 기록하다 보니 장애가 발생하면 CS 문의가 빗발치죠. 장애가 발생할 경우 빠른 대응을 위해 각 서비스 주체별로 책임을 명확하게 구분하고 안정된 서비스 제공을 위해 더 많은 노력이 필요함을 느낍니다.



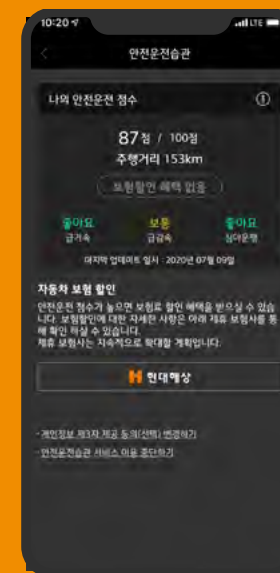
보험도 운전도, 데이터스럽게

H 현대해상 x Developers

UBI 특약? 그게 뭔데?

커넥티드 카 서비스 연동 기반으로 도출되는 운전 습관 데이터들은 보험에도 영향을 미칩니다. 바로 현대해상의 '커넥티드 카' 안전운전 할인 특약입니다. 현대해상은 디벨로퍼스와 협업하여 사용자의 급출발, 급가속, 급감속 등의 운전 습관 데이터를 활용하여 안전 점수 모델을 세웠고, 해당 모델을 기준으로 운전점수가 70점 이상인 사용자에게는 보험료의 9%를 할인해주는 특약을 만들었습니다.

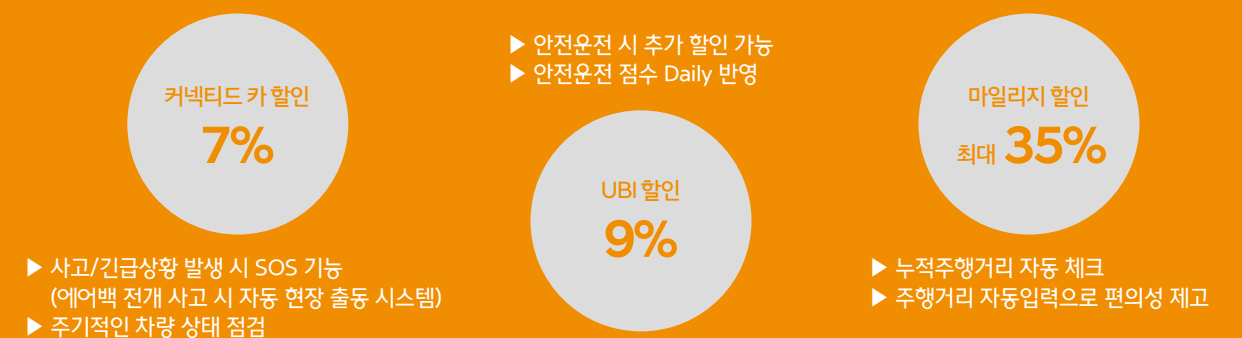
사용자는 보험료 절감을 위해 운전습관을 고치고, 안전운행을 하게 되고, 보험사는 안전점수가 높은 우량고객을 확보함으로써 수익성을 높일 수 있죠. 그뿐만이 아닙니다. 커넥티드 카 서비스를 이용하는 사용자는 보험 가입 역시 기존의 번거로운 절차 없이 간단하게 보험사에 필요한 정보를 제공하여 쉽게 보험 가입을 진행할 수 있게 되었습니다.



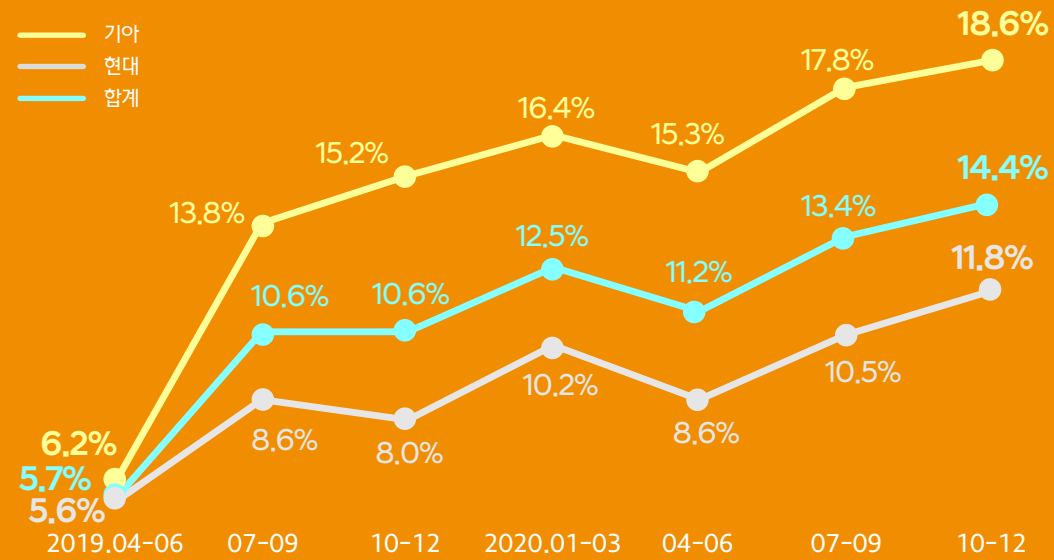
합리적인 UBI 상품 Model

상품명	정식 상품명 : 커넥티드 카 안전운전 할인 특약
가입 대상	현대자동차 · 기아 커넥티드 서비스 사용 차량
할인을 및 기준	안전운전점수 70점 이상 9% 할인('21년 4월 1일~) ※ 최근 90일 내 주행거리 1,000km 이상
안전운전 요소	급출발 / 급가속 / 급감속 / 운행시간대

차량 데이터에 기반한 3가지 보험 상품



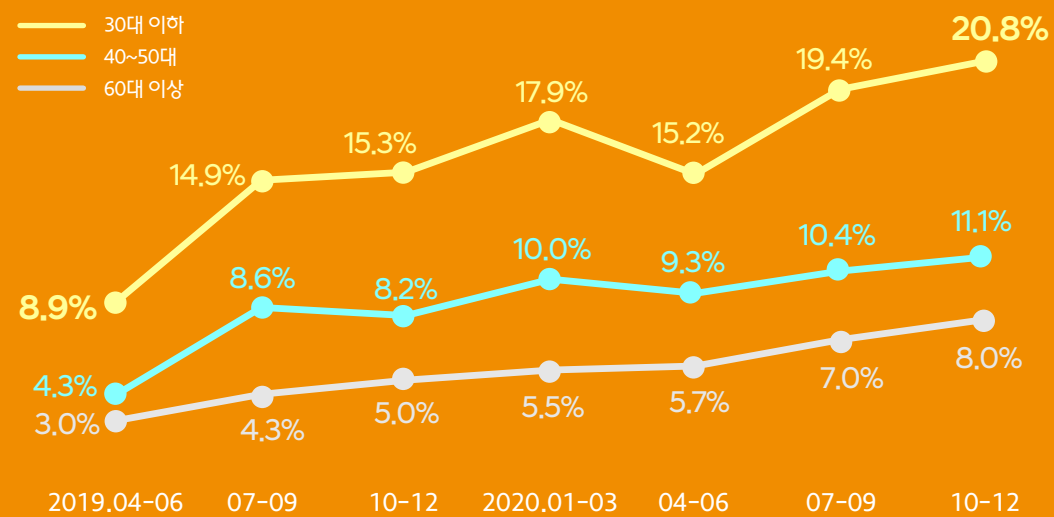
UBI 특약 가입자수 현황 (브랜드별 전체)



현대해상의 UBI 특약은 커넥티드 카 서비스 사용자로 가입대상이 한정되어 있습니다.

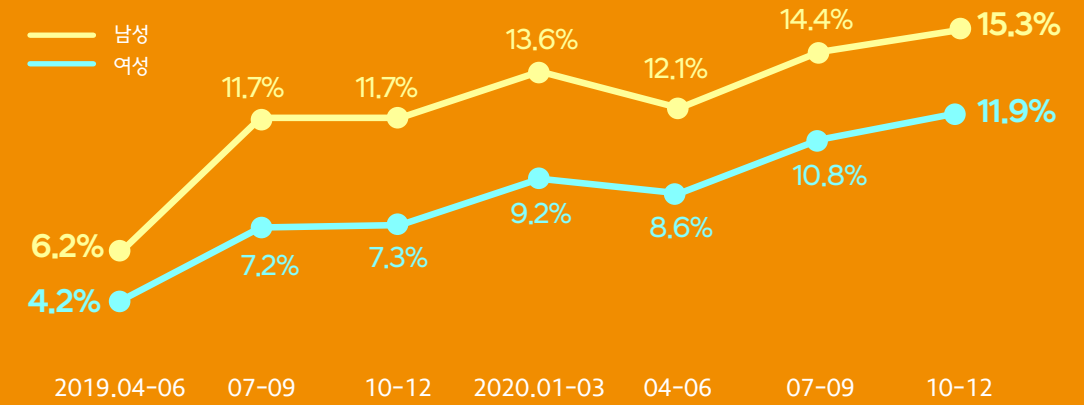
커넥티드 카 서비스 사용자들만의 특권이라고도 할 수 있겠죠. UBI 특약을 가입하고 안전운전을 약속한 운전자들은 꾸준히 증가하여 2019년 4~6월 5.7%에서 2020년 10월~12월 기준 14.4%로 8.6% 증가율을 나타냈습니다.

UBI 특약 가입자수 현황 (연령대별)



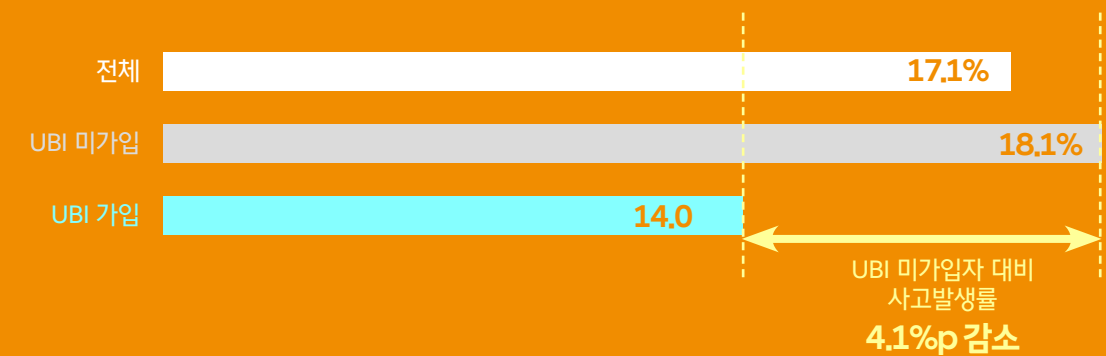
연령대 구성을 살펴보면 30대 이하가 전체 비중 중 가장 높은 20.8%를 차지하고 있습니다. 이는 데이터에 익숙한 젊은 층의 사용자가 많다는 것으로 볼 수 있습니다. 그러나 연령대를 막론하고 UBI 특약 가입자 수가 지속적으로 증가하고 있다는 것 역시 좋은 지표로 보입니다.

UBI 특약 가입자수 현황 (성별)



남성은 2019년 4~6월 6.2%에서 2020년 10월~12월 15.3%로 9.1% 가입자 수가 증가하였으며, 여성은 2019년 4~6월 4.2%에서 2020년 10월~12월 11.9%로 7.7% 증가하였습니다. 연령대 가입자 수 현황과 마찬가지로 모든 성별에서 가입자 수는 꾸준히 증가하고 있습니다.

UBI 특약 사고발생률 현황



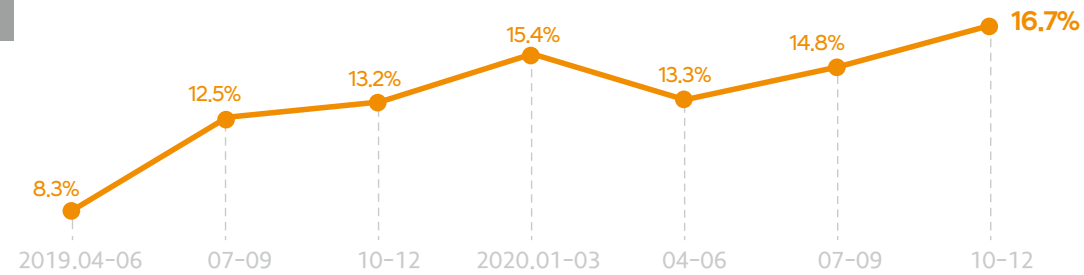
UBI 가입자는 UBI 미가입자 대비 4.1% 사고 발생률이 낮은 것으로 나타납니다. UBI특약 가입을 통해 안전운전을 하는 운전자들이 더욱 많아지길 기대할 수 있는 지표입니다.

※UBI가입자는 미가입자 대비 사고발행율 = 사고 건수 / 유효대수

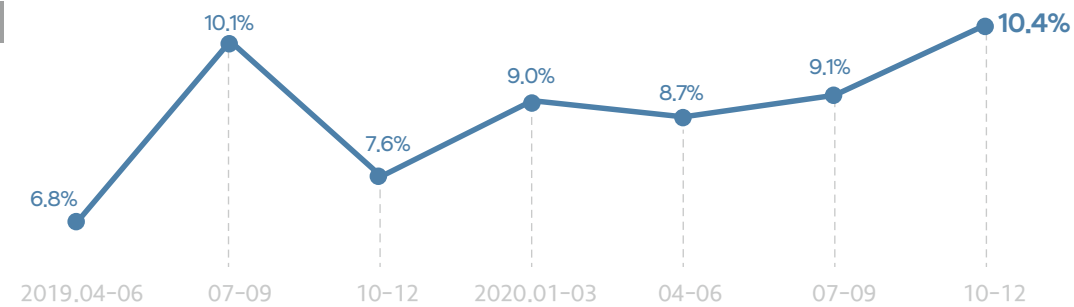
※커넥티드 카 이용자 중 가입자 비율

UBI 특약 가입자수 현황 (현대자동차 주요 차종별)

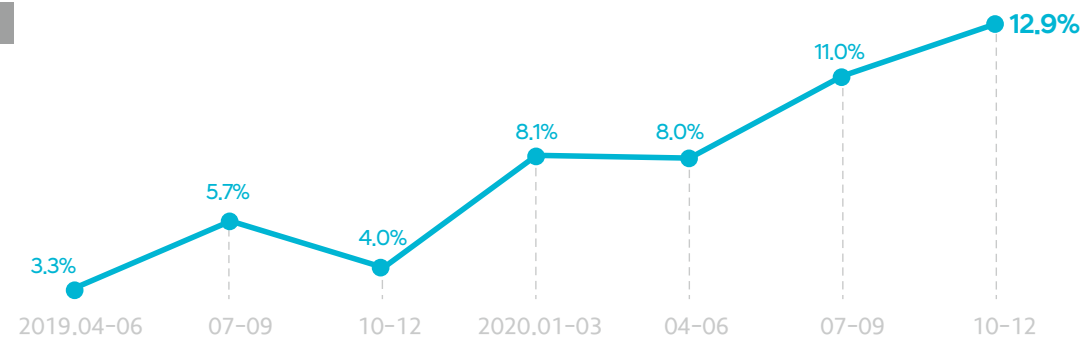
싼타페



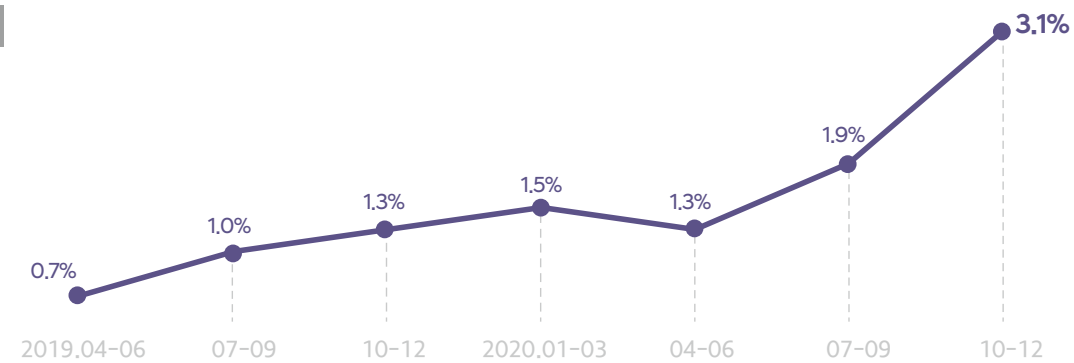
그랜저



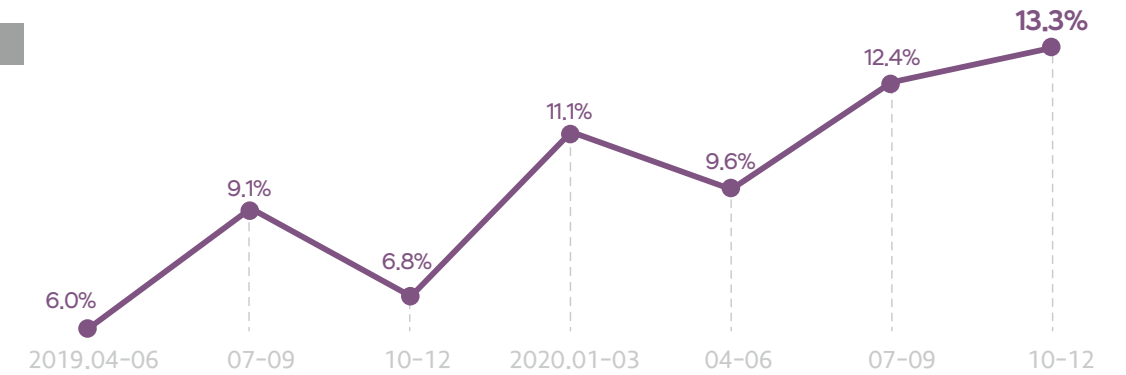
쏘나타



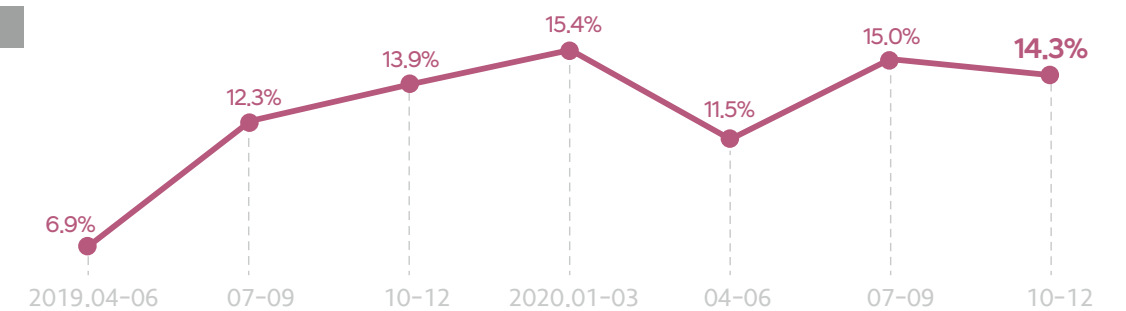
제네시스



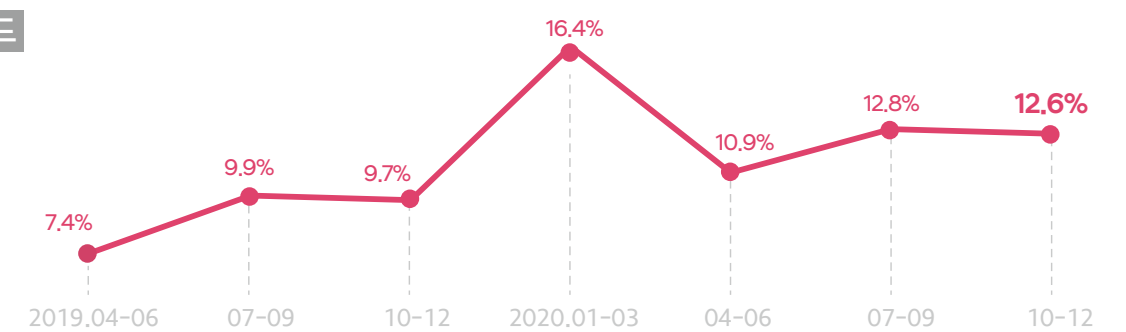
코나



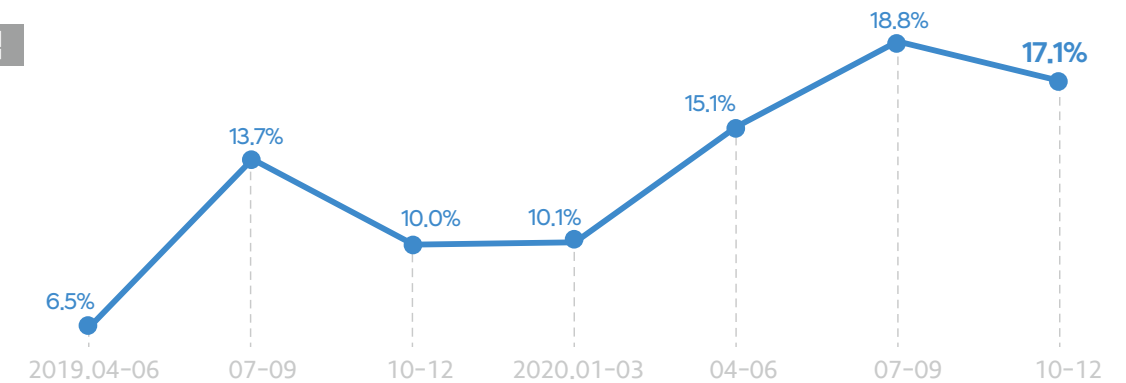
투싼



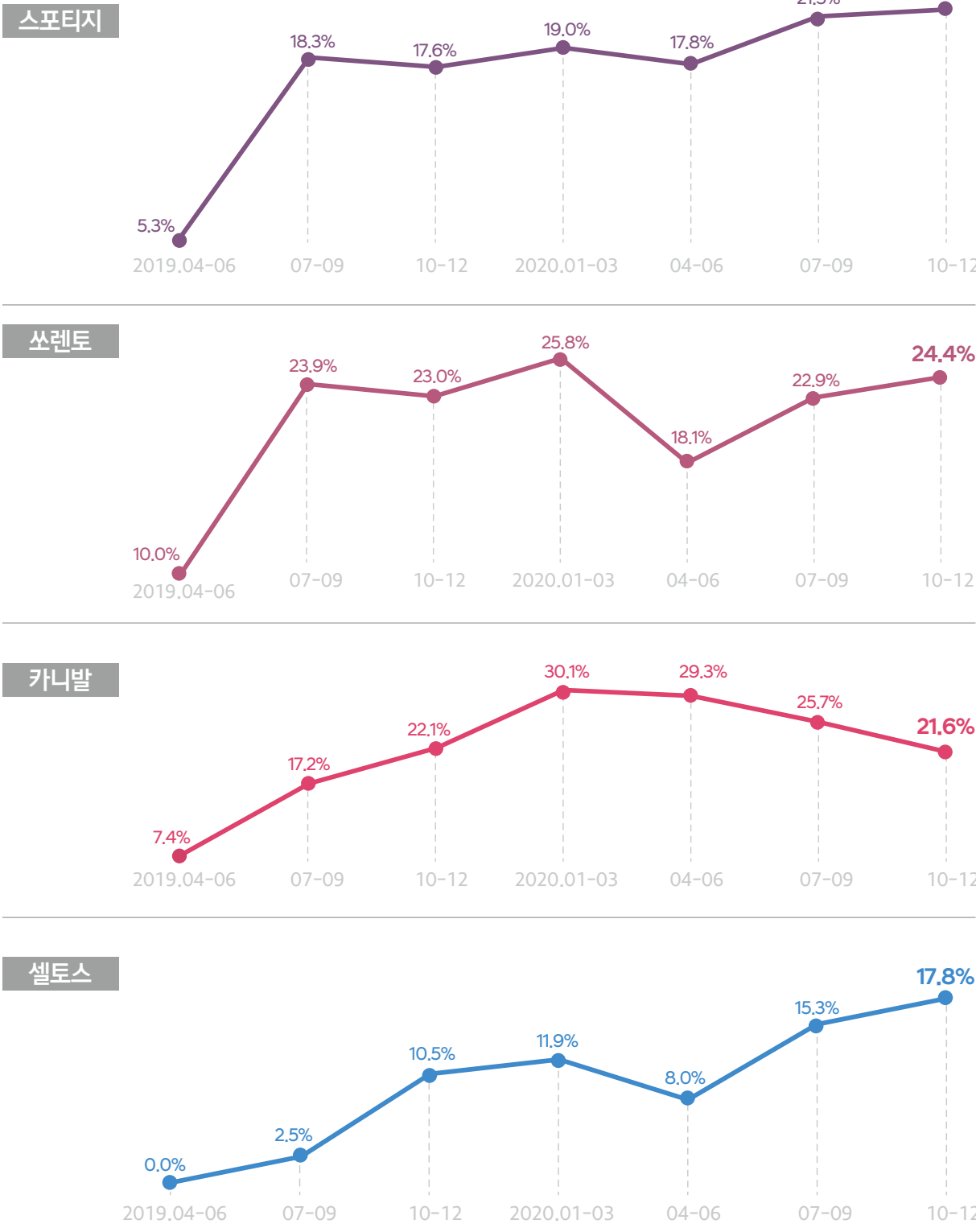
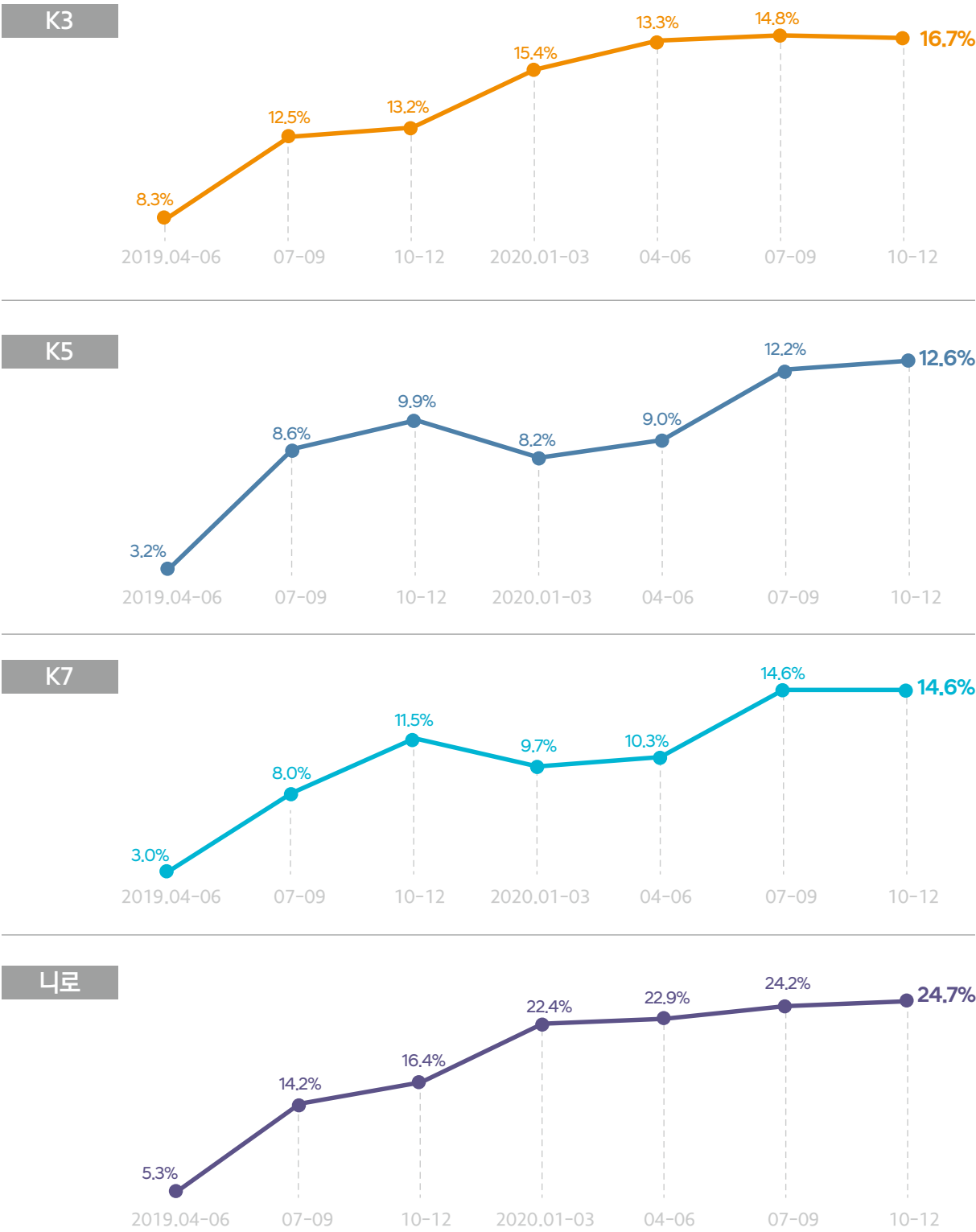
팔리세이드



아이오닉



UBI 특약 가입자수 현황 (기아자동차 주요 차종별)

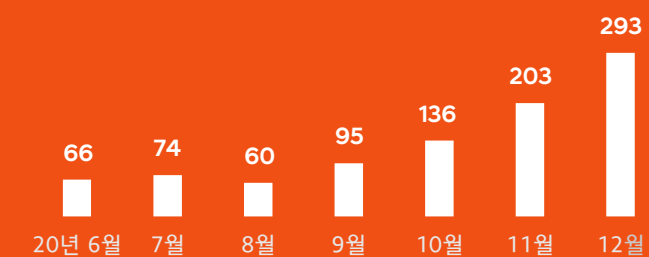


똑똑한 보험 가입은
데이터로부터 나온다?

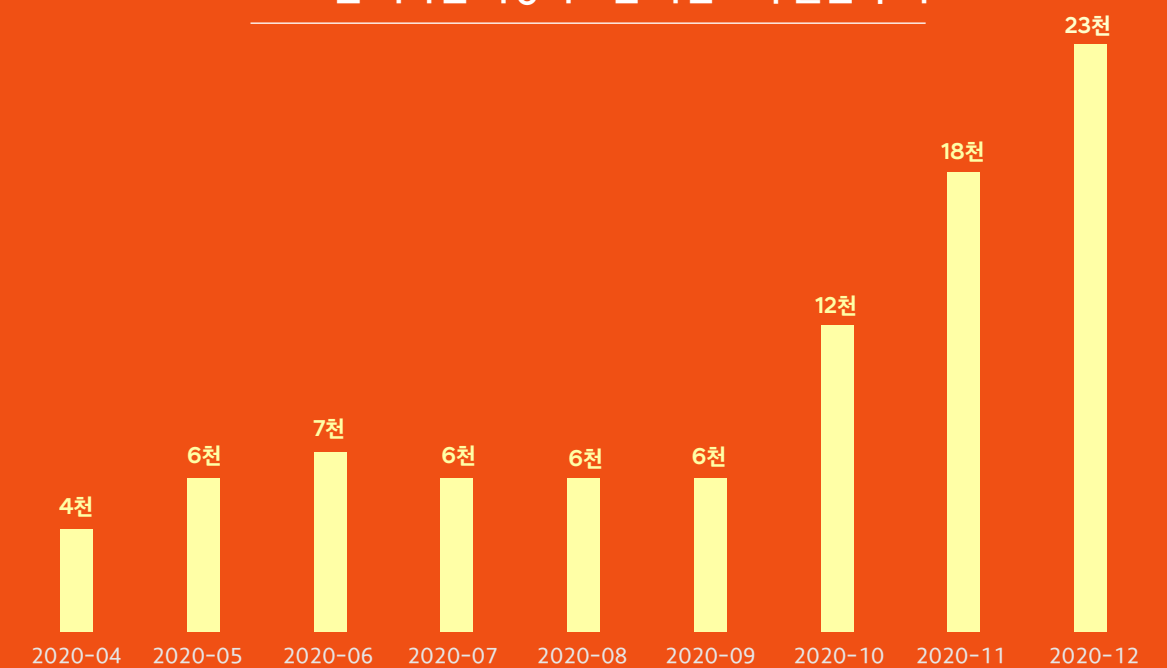
Carrot
X
Developers

국내 최초의 디지털손해보험사인 캐롯손해보험에서 선보인 퍼마일 자동차보험은 운전한 만큼만 매월 보험료를 납입하는 방식의 퍼마일 자동차보험 프로세스에 대한 Business Model 특허를 획득한 상품으로, 합리적인 보험료 계산과 주행거리 자동측정방식을 통해 고객만족도 향상을 이끌어내어 가장 늦게 보험업계에 뛰어들었지만 유의미한 성장을 이뤄내고 있습니다. 퍼마일 자동차보험의 성장과 함께 커넥티드 카 서비스 연동 고객들의 수도 지속적으로 증가하고 있습니다.

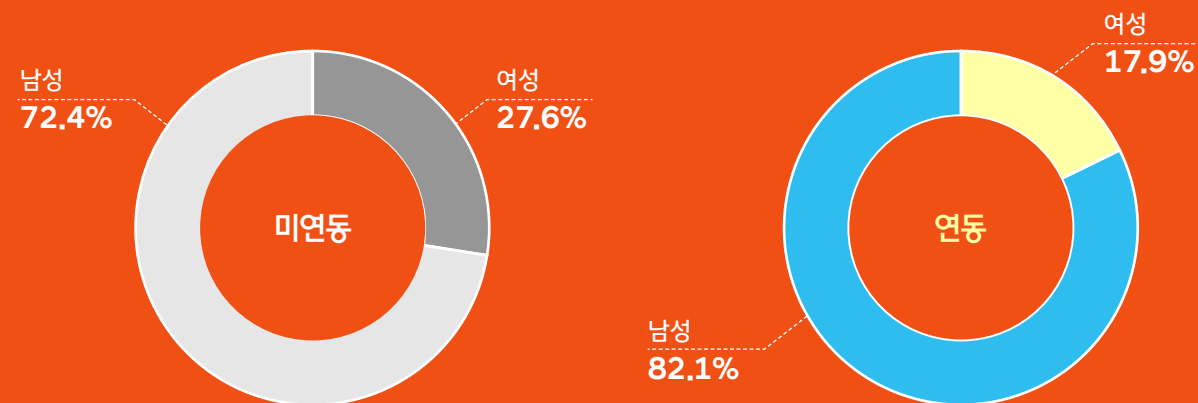
차량 데이터 연동 고객 수



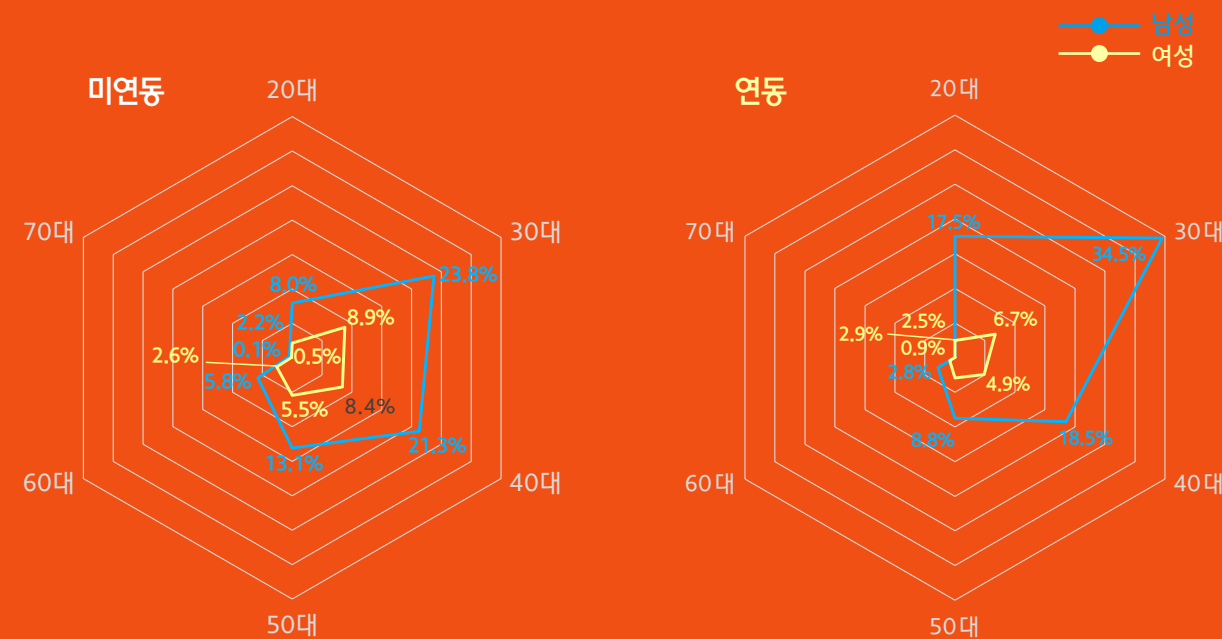
2020년 퍼마일 자동차보험 가입고객 월별 추이



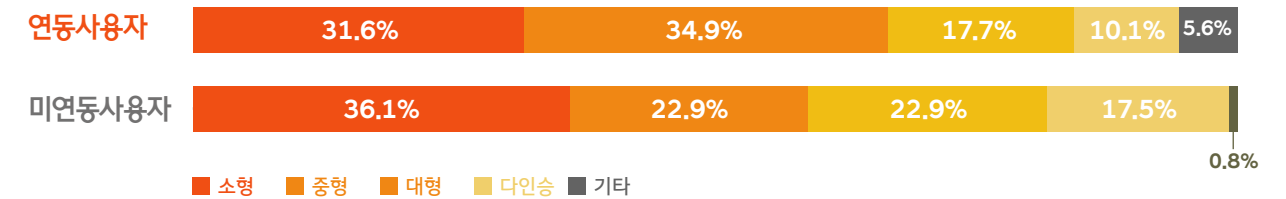
가입자 성별 분석



가입자 성별/연령대별 분석



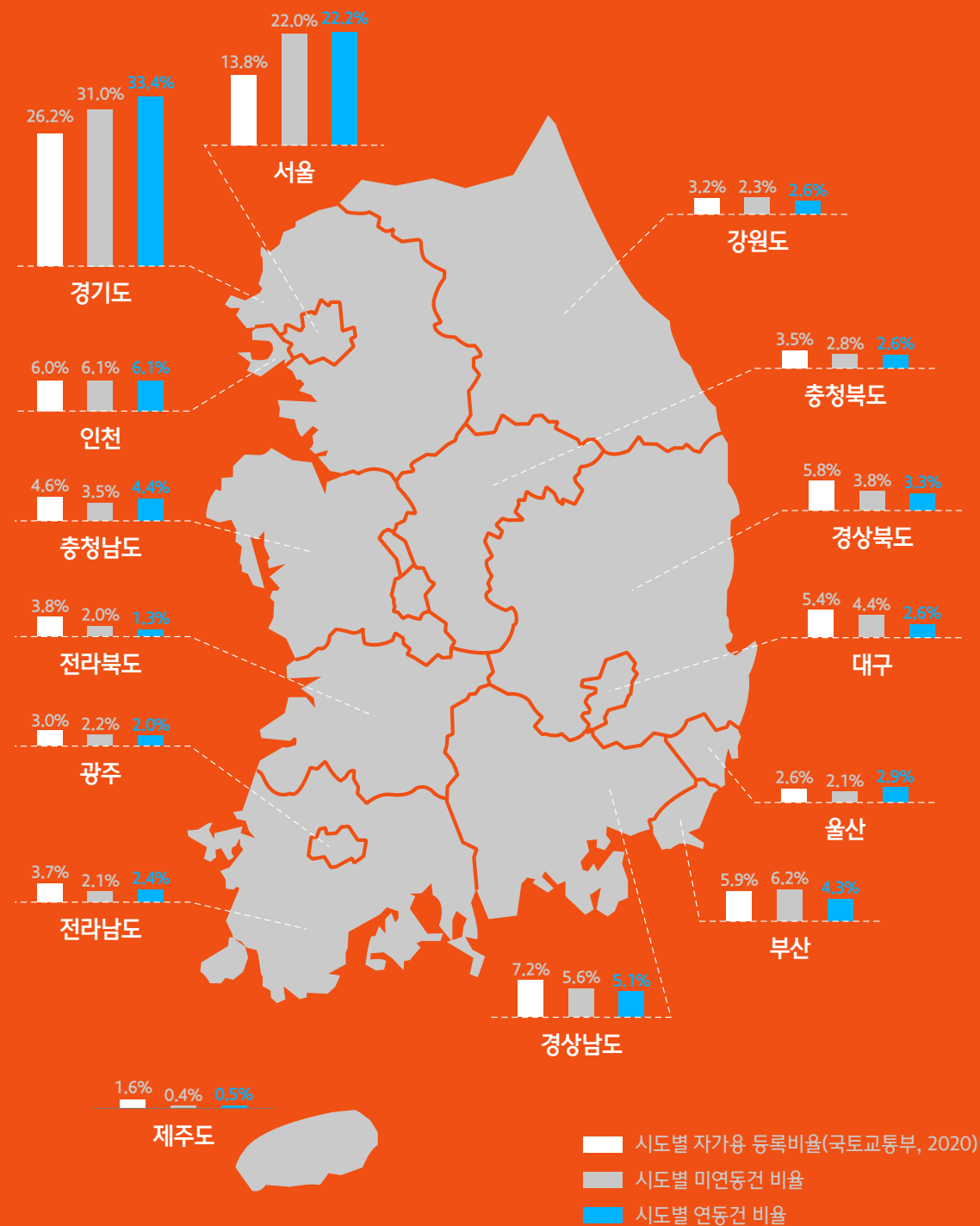
차종별 가입 분석



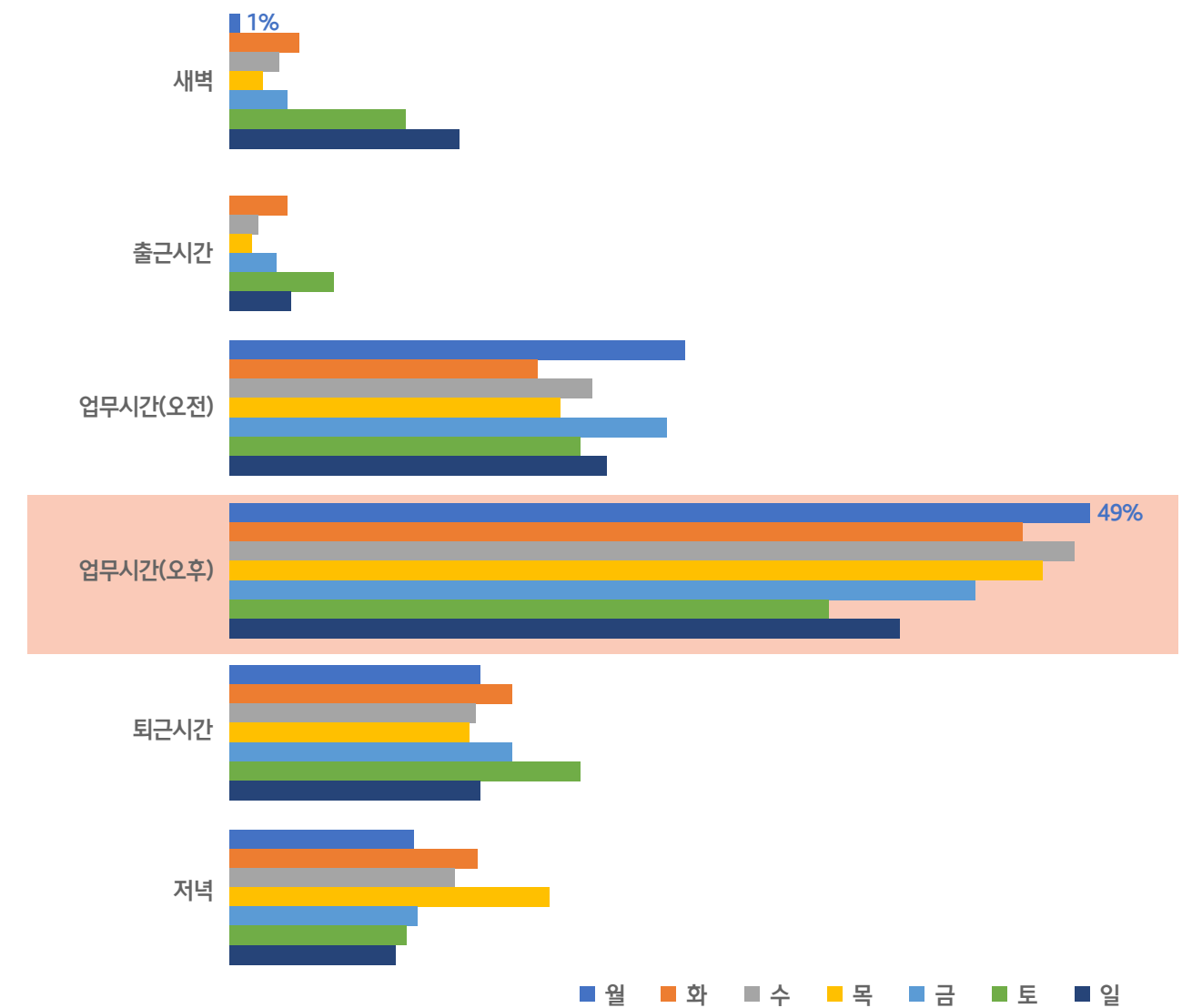
전통적으로 자동차보험을 가입하는 고객 중 남성의 비중이 여성에 비해 상대적으로 높게 나타나는데, 차량 데이터를 통한 연동의 경우에는 남성 고객의 비중이 더욱더 높게 나타나고 있으며, 연령대에 있어서도 30대, 20/40대 고객의 비중이 미연동 고객군에 비해 상대적으로 높은 편으로 분석되었습니다. 연동 사용자 중 연령대 구성은 남성+여성의 20~40대가 84.6%를 차지하는 것으로 분석되었습니다. 이는 기존 자동차보험의 주요 고객인 남성 고객 중, 20~40대 젊은 연령층에서 새로운 자동차보험에 대해 보다 큰 관심을 보였다고 볼 수 있습니다.

또한, 커넥티드(Bluelink, UVO, Genesis Connected Service) 연동이 가능한 대상 고객군이 2017년 이후 출시차량 중 커넥티드 서비스 잔여 무료사용 기간이 2년 이상인 고객을 대상으로 하기 때문에, 20~40대의 신차 구매고객의 특성이 반영된 결과로 판단하고 있습니다. 차종별로는 커넥티드 카 비중이 낮은 소형차량 이용자의 미연동사용자가 가장 높게 나타났습니다.

지역별 가입 분석



요일/시간대별 가입 분석



지역별 가입 분포를 봤을 때 전국 시도별 자동차등록대수 대비 퍼마일 자동차보험과 커넥티드 카 서비스 연동 건의 비율은 상대적으로 수도권에서 높게 나타났습니다. 이는 출퇴근을 주로 대중교통으로 하게 되는 서울, 경기 지역의 특성과 더불어, 해당 지역에 20~30대 직장인의 상당수가 분포되어 있기 때문인 것으로 추측됩니다.

재밌는 것은 직장에서 근무하는 고객들이 대부분 평일, 업무시간(12시~15시)에 퍼마일 자동차보험에 가입을 한다는 데이터이며, 휴일에는 새벽의 비중이 다소 올라가는 모습을 보였습니다.

누적주행거리 API 호출 비율 (요일별/시간대별)

구분	월	화	수	목	금	토	일	요일계
새벽	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	7%
출근시간	2%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	9%
업무시간(오전)	4%	3%	2%	3%	3%	2%	2%	17%
업무시간(오후)	6%	5%	4%	7%	5%	4%	5%	36%
퇴근시간	2%	2%	2%	4%	2%	2%	2%	18%
저녁	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	13%
시간계	17%	15%	13%	17%	14%	11%	12%	100%

API 호출량의 지속적 증대

TV 광고, 여러 매체를 통한 홍보가 확대되면서 퍼마일 자동차보험에 대한 인지도 향상 및 차량 데이터 연동에 관심이 높아져 차량연동 데이터 연동 가입자 수가 꾸준히 증가하고 있습니다.

커넥티드 카 이용자들은 별도의 장치 장착 없이 주행거리를 조회할 수 있게 되어 편의성이 향상되었으며, 월별 자동차보험료 납입을 위한 주행거리 확인 목적을 가지고 있기 때문에 월 1회 수준의 조회로도 가입자 만족도가 높았습니다. 또한, 커넥티드 카의 보급과 더불어 연동 가입자 수는 점차 증가할 것으로 예상합니다.

API 호출량은 월/목요일, 화요일 순으로 많았으며, 시간대로는 업무시간 중 호출량이 상대적으로 높게 나타나고 있었습니다.



주유비, 데이터로 아낀다

오일나우 X Developers



주유소는 운전자가 정기적으로, 필수적으로 방문해야 하는 곳입니다. 우리나라는 대부분의 원유를 수입하고 있어 국제 유가에 따라 국내 기름값도 2~3주의 시차를 두고 변화를 겪게 됩니다. 또한 주유소마다 가격이 다르게 책정되다 보니 운전자들은 자동차 주유소 선택에 항상 고민을 하게 되죠.

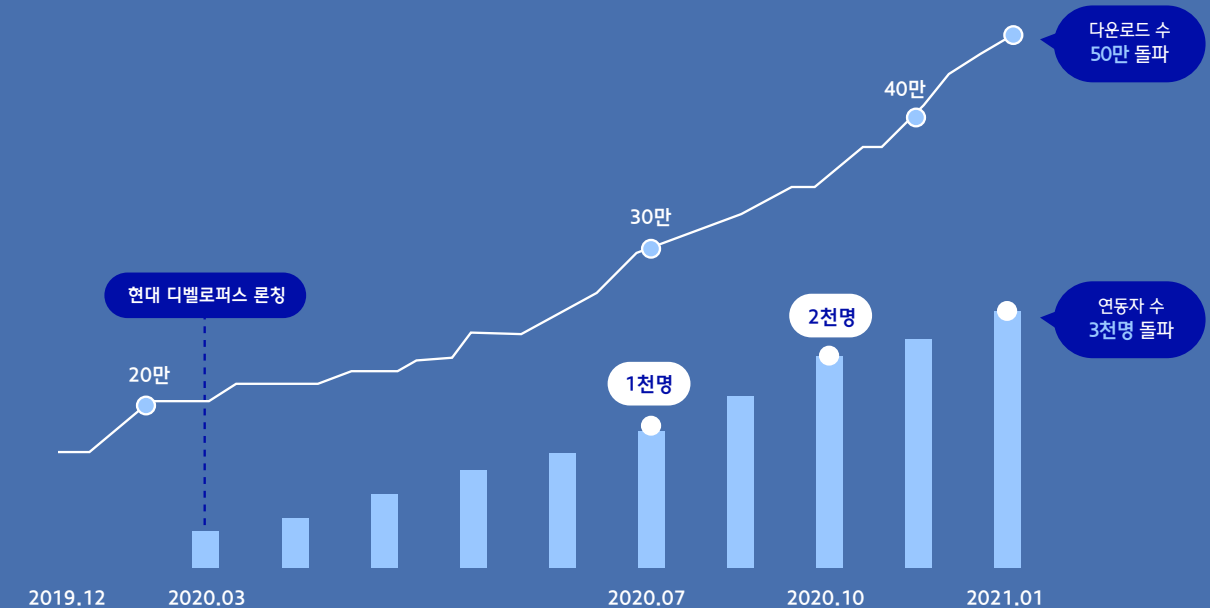
오일나우는 운전자가 만족하는 주유소를 선택할 수 있도록 사용자 주변 주유소의 기름 가격을 실시간으로 알려주고, 사용자에게 알맞은 주유소를 추천해 주는 앱 서비스입니다.

이러한 기술 기반에는 디벨로퍼스가 있습니다.

커넥티드 카 서비스 연동을 통해 오일나우는 운전자의 현재 위치 정보를 기반으로 거리와 가격을 자동으로 계산해 추천 주유소 리스트를 제공합니다. 앱 내에서 선호하는 주유소 브랜드, 24시간 운영 여부 등 사용자가 원하는 조건을 설정하면 나만의 '맞춤형 주유소'를 추천받을 수도 있습니다. 그뿐 만이 아닙니다. 오일나우 사용자들은 주유 기록도 간편하게 남길 수 있죠. 내가 방문했던 주유소의 이름, 날짜, 주유비만 입력하면 해당 주유소의 주유 단가, 주유량 정보가 자동으로 입력됩니다.

오일나우와 디벨로퍼스가 함께 만든 변화

오일나우 누적 다운로드 수와 커넥티드 카 서비스 연동 사용자 수 추이



디벨로퍼스를 활용했더니 앱 재사용률이 증가했다고?

커넥티드 카 서비스 연동사용자와 비연동사용자의 재사용률 비교



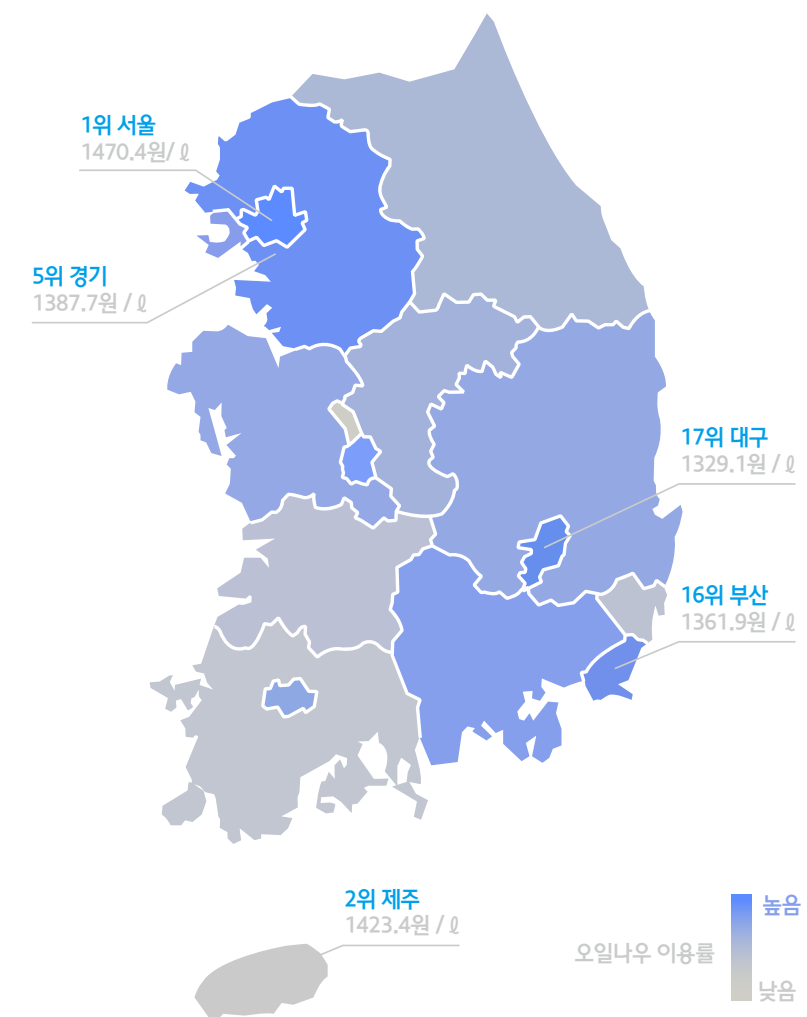
운전자들이 주유 내역을 기록하는 이유에는 두 가지가 있죠. 첫째는 주유비 지출 동향을 확인하여 현재의 상태를 점검하고 다음 차량 운행 계획을 세우기 위해서고, 둘째는 주유량과 주행거리를 계산하여 ‘운행한 거리의 실제 연비’를 측정하기 위함입니다. 운전자는 주유비 절감과 차량 안전 점검을 위해 실 연비 동향을 늘 확인합니다. 연비가 급격히 떨어진다면 연비에 좋지 않은 운전습관을 가지고 있다는 의미일 수도 있고, 운전습관에 문제가 없다면 차량 부품을 점검해야 한다는 신호일 수도 있지요.

오일나우는 2020년 3월부터 현대 디벨로퍼스와 제휴를 통해 실연비 측정에 필요한 누적주행거리 데이터를 자동으로 기록할 수 있는 기능을 제공하고 있습니다. 디벨로퍼스 활용 후 연동 사용자와 비연동 사용자의 오일나우 앱 재사용률을 비교해보면 디벨로퍼스 제휴 1개월 후 연동 사용자의 재접속률은 60.9%로 비연동 사용자(30%)보다 2배 높은 것으로 분석되었습니다.

누적 주행거리 데이터는 사용자가 직접 차량 계기판에서 수치를 확인하고 기록해야 하기에 따로 기억해 두지 않는 한 정확한 기록이 어렵습니다. 차에서 내린 후라면 더욱 그렇죠. 하지만 커넥티드 카 서비스와 같은 데이터 연동을 이용한다면 누적 주행거리가 자동으로 입력되기에 언제 어디서든 차량 계기판과 동일한 주유 기록을 불러올 수 있으며 보다 정확한 주유 기록을 확인할 수 있습니다. 이러한 사용 편의성을 경험한 사용자가 다시 접속하는 비율이 높게 나타나는 것은 어찌 보면 당연한 일이겠죠.

휘발유의 금액과 오일나우의 상관관계?

시도별 휘발유 평균단가 및 오일나우 이용률

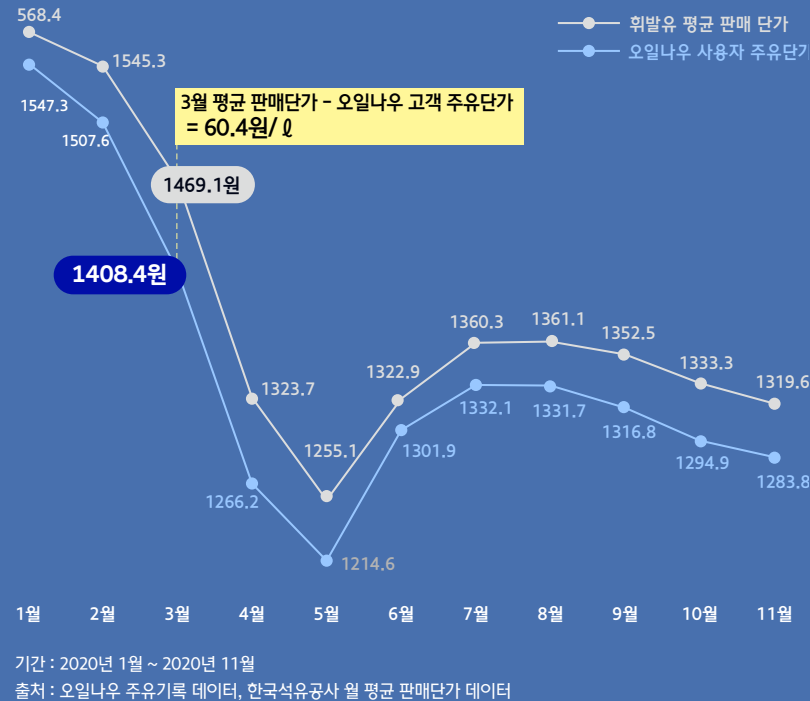


2020년 시도별 휘발유 평균판매단가를 보면 서울이 1470.4원/L로 가장 높았고, 2위인 제주는 1423.4원/L로 나타났습니다. 이를 통해 휘발유 가격이 높은 지역일수록 오일나우를 사용하는 사람들이 많다는 사실을 알 수 있습니다. 평균판매단가가 전국에서 최저 수준인 부산(1361.9원/L)과 대구(1329.1원/L)에서도 오일나우 이용률이 높은 것으로 나타났는데요. 이는 상대적인 판매단가보다는 지역별 주유소 경쟁도나 차량 등록대수가 이용률에 영향을 미치는 것으로 분석됩니다.

제주도의 경우, 평균판매단가가 전국 두 번째로 비싼 지역이지만 주유소 상권의 가격 차이가 크게 나지 않는 특수성으로 인해 오일나우 이용률이 높지 않은 것으로 분석됩니다.

오일나우를 쓰면 주유비가 내려간다?

2020년 휘발유 평균 주유 단가 비교



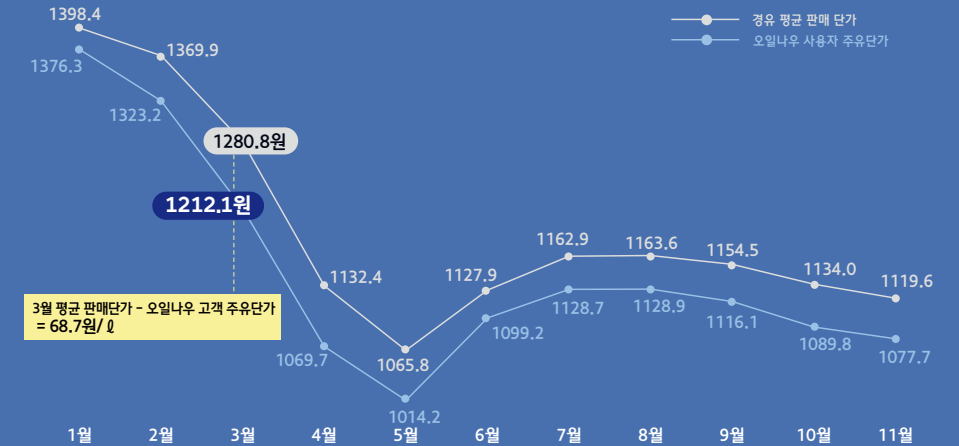
오일나우를 통해 주유 가격을 미리 확인한
사용자들은 실제로 주유비 절감 효과를 보고 있는
것으로 분석됩니다.

2020년 1월부터 11월까지의 한국석유공사의 월 평균 판매단가 데이터와 오일나우 사용자의 주유 기록을 분석한 결과, 오일나우 사용자는 비사용자에 비해 평균 리터당 36.9원/L 저렴하게 주유한 것으로 나타났습니다. 특히, 2020년 3월의 경우 평균 판매단가보다 60.6원/L 저렴한 가격에 주유소를 이용한 것이 확인되었습니다.

오일나우 고객 설문조사에 따르면, 운전자의 54%가 주유량이 40% 이하일 때 주유의 필요성을 느낀다고 답변했습니다. 또한, 주유 눈금이 1칸 정도 남았을 때는 주유등이 들어왔을 때보다 시간적 여유가 있기 때문에 많은 운전자들이 앱을 통해 추천 주유소를 확인한 후 주유를 하는 것으로 분석됩니다. 주유 앱 서비스를 통한 주유비 절감의 효과가 2년 연속 증가 추세로 나타나는 것은 이러한 이용자들의 심리와 주유 패턴이 적용한 것으로 사료됩니다.

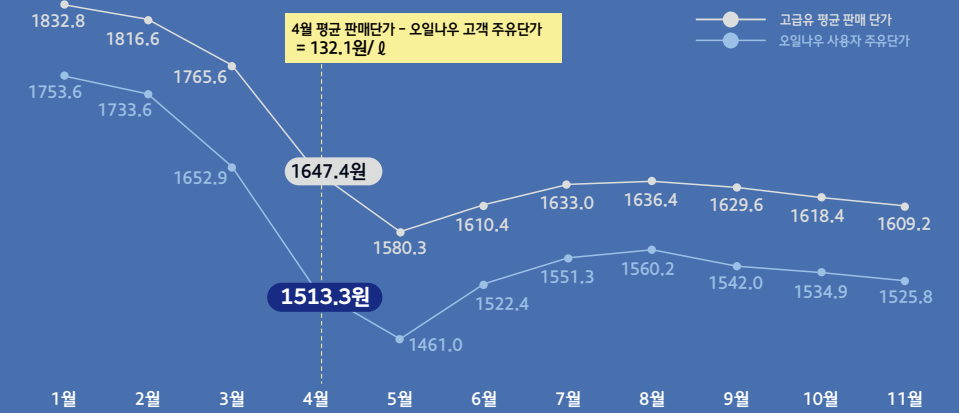
경유 평균 주유 단가 비교

기간 : 2020년 1월 ~ 2020년 11월
출처 : 오일나우 주유기록 데이터,
한국석유공사 월 평균 판매단가 데이터



고급유 평균 주유 단가 비교

기간 : 2020년 1월 ~ 2020년 11월
출처 : 오일나우 주유기록 데이터,
한국석유공사 월 평균 판매단가 데이터



LPG 평균 주유 단가 비교

기간 : 2020년 1월 ~ 2020년 11월
출처 : 오일나우 주유기록 데이터,
한국석유공사 월 평균 판매단가 데이터



다른 유종의 경우도 마찬가지입니다. 가격 절감 정도의 차이는 있지만 오일나우 사용자의 주유 단가가 평균판매단가보다 낮은 것은 그대로입니다. 오일나우 사용시 경유는 평균 43.07원 저렴하게 주유한 것으로 나타났으며, 특히 가장 주유 절감효과가 컸던 3월의 경우는 68.7원/L까지 차이가 난 것으로 분석됩니다. 고급휘발유의 경우 4월 평균 판매단가보다 실제 주유 단가가 132.1원/L 저렴한 것으로 나타나, 주 1회 30L씩 주유하는 운전자라면 연간 190,224원의 주유비 절감효과가 있을 것으로 분석됩니다. LPG는 평균 105.7원/L 저렴하게 충전한 것으로 분석되었으며, 2020년 1월 오일나우 고객들은 평균판매단가보다 리터당 183.5원 저렴하게 충전한 것으로 나타났습니다.

오일나우X디벨로퍼스 써보니까 어때?

사용자의 솔직한 이야기

알고나면 유용한 정보

신형 그랜저 차계부 추천 오일나우 어플로 간편하게
관리해요

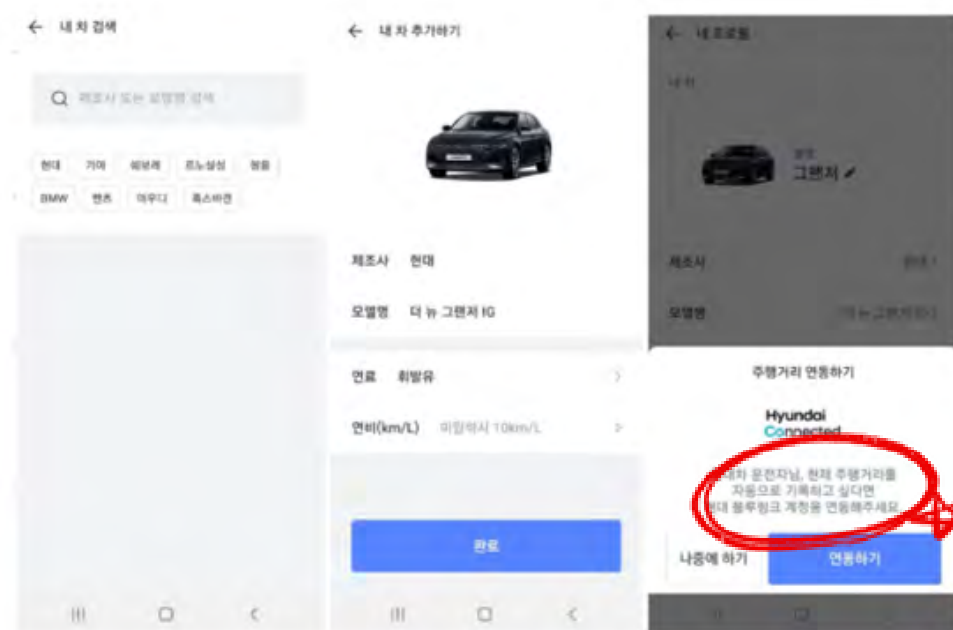
😊라OOO

니르 측사

+이웃추가

“

신형 그랜저 차계부 추천 오일나우 어플로 간편하게 관리해요



나OO 블로그

오일나우 아반떼 차량 유지비 관리 운전자 필수앱!



소OOOO 블로그

[정보] 오일나우 셀토스차계부추천 차량 유지비 관리 어플!

Q. 기아차 타시는 분 중에 UVO랑 오일나우 연동해서 쓰는 분 있나요?

↳ 주유기록, 누적 주행거리 자동으 들어옵니다.

↳ 오~ 그럼 연동해놓으면 편하겠네요?

↳ 네네! 계기판 보고 직접 입력 안 해도 되니 엄청 좋죠!

Q. 제네시스도 누적 주행거리 연동해주세요. 일일이 입력하기 귀찮... 친구가 블루링크랑
오일나우 쓰는데 차계부 편하다고 하네요. 제네시스도 빨리 업데이트되길

↳ 이게 가능하다고요?? 신기하네요 ㅋㅋ

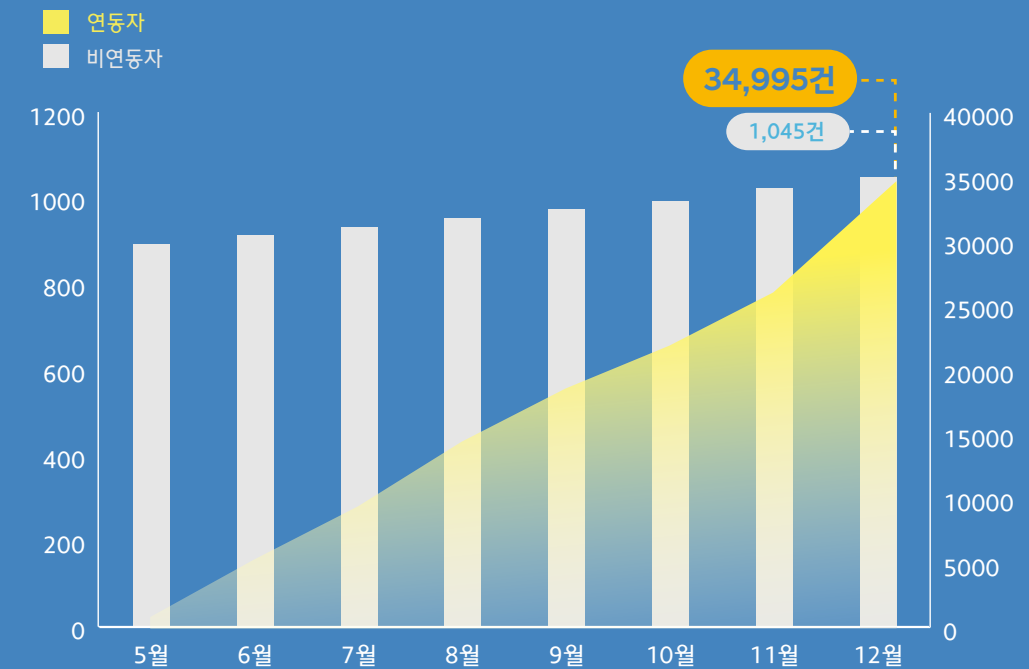
비대면과 데이터,
요즘시대에 딱 맞는 세차 플랫폼

INSTAWASH X Developers

인스타워시는 2016년 오픈한 모바일 앱 기반의 세차 플랫폼입니다. 서울과 수도권 일부 지역을 대상으로 론칭 이후 약 5년간 누적 세차 11만건, 일평균 100~120건 정도의 세차 서비스를 제공해 왔습니다.

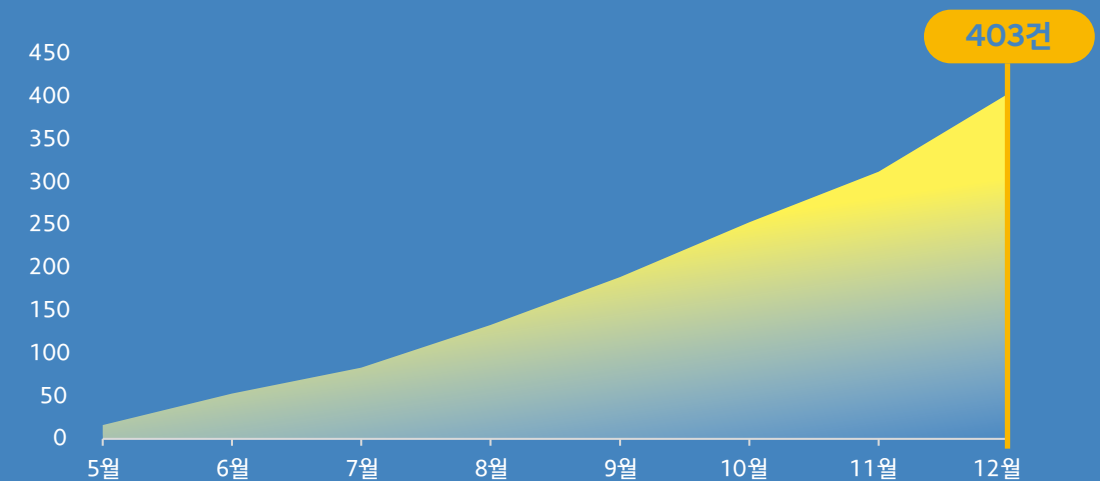
인스타워시는 코로나19 확산에 따라 비대면이 중요시되는 요즘 같은 시대에 딱 맞는 비대면 서비스의 대표주자로, 코로나 이전과 대비했을 때에 약 20% 사용자가 증가했습니다. 인스타워시의 강점 중 하나는 커넥티드 카 서비스 연동을 통해 비대면 출장 세차서비스를 제공한다는 것인데요. 데이터 연동을 통해 고객의 주차 위치를 일일이 설명할 필요가 없어졌고, 회의 등 통화가 어려운 상황에서도 '세차 테크니션(기술자)'와 손쉬운 커뮤니케이션이 가능해졌죠. 이런 이유에서일까요? 2020년 5월 디벨로퍼스 론칭 후 연동자수가 지속적으로 증가하고 있으며, 12월 기준 1,045명이 커넥티드 카 서비스를 인스타워시와 연동했습니다.

인스타워시X커넥티드 카 서비스 연동 사용자 증가 추이

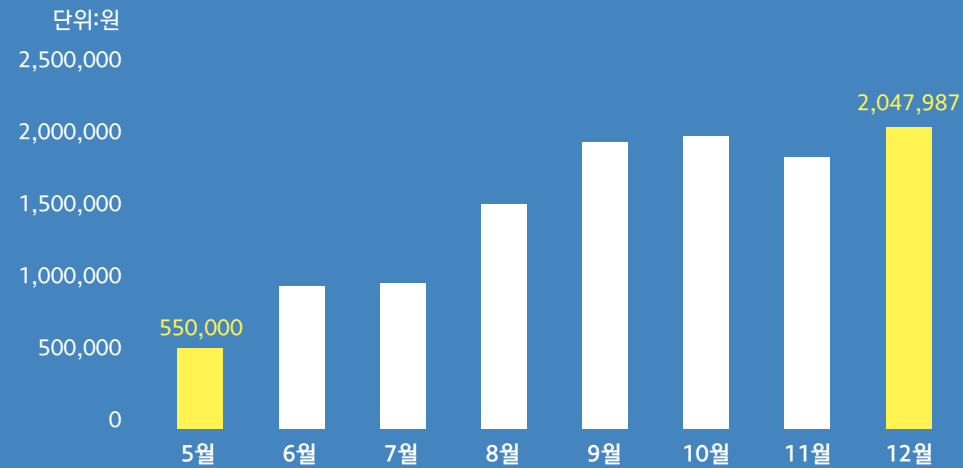


그리고 같은 기간 커넥티드 카 서비스 연동 사용자의 38.6%는 실제 출장 세차 서비스를 이용했습니다. 데이터 연동 사용자들의 모두가 서비스를 이용하지는 않았지만 향후 서비스를 사용할 목적으로 미리 연동한 것으로 유추할 수 있으며, 많은 사용자들이 데이터 연동 서비스에 대해 기대를 하고 있다는 방증으로 생각됩니다.

데이터 연동 사용자 중 실제 인스타워시를 이용한 사용자 수 증가 추이

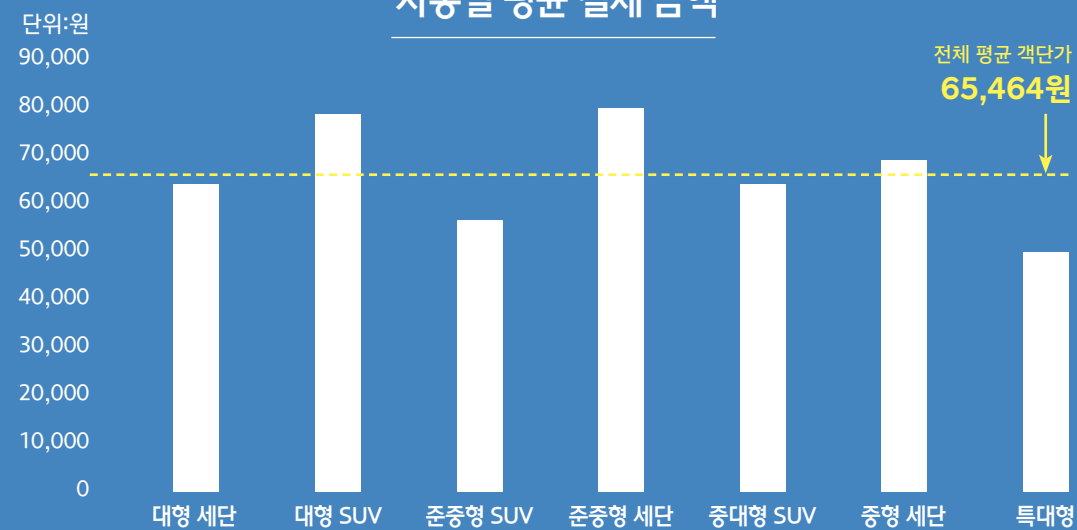


커넥티드 카 서비스 연동 사용자 매출 규모



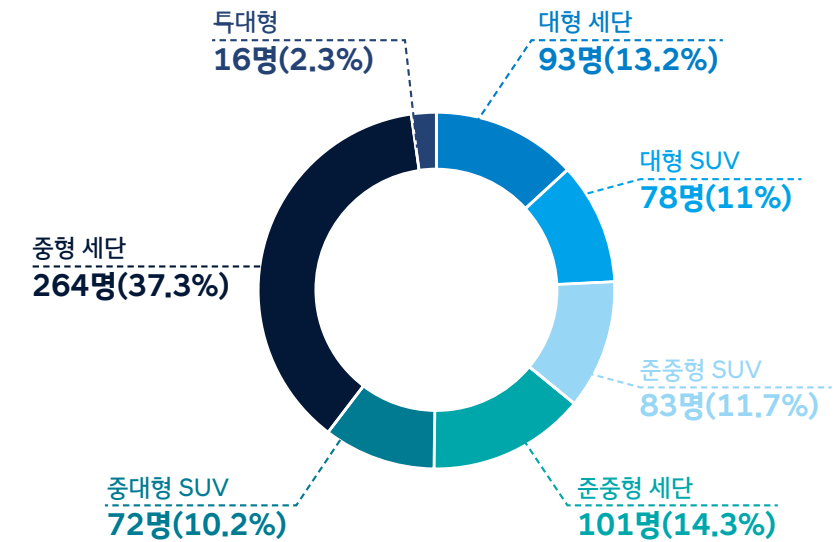
커넥티드 카 서비스 연동 사용자들을 통한 매출 규모는 지속적으로 증가하고 있습니다. 2020년 5월에는 16명의 연동 사용자들이 550,000만 원의 매출 규모를 일으켰으며, 12월에는 91명의 연동 사용자들이 2,047,987원의 매출 규모를 만들었습니다. (쿠폰 등 프로모션 비용 제외)

차종별 평균 결제 금액

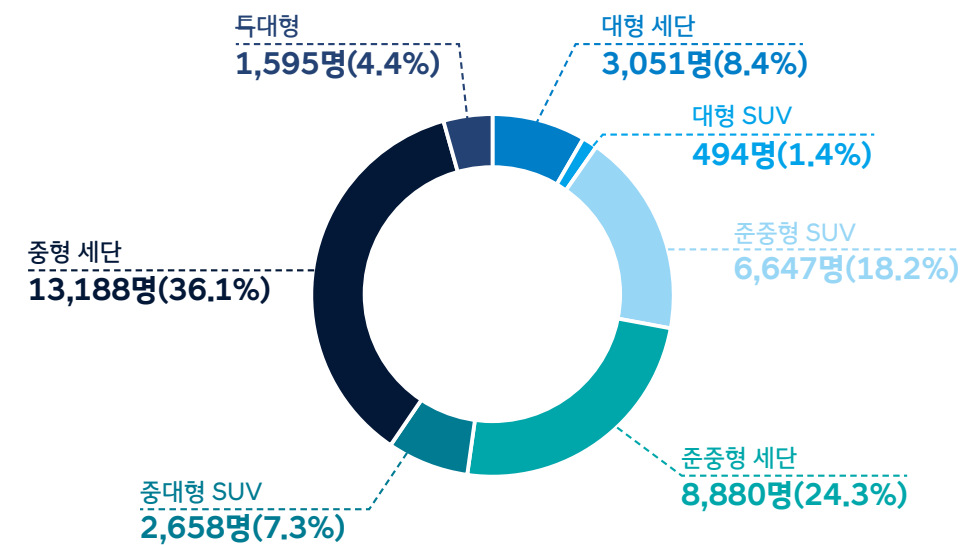


차종별 결제 금액은 준중형 세단이 77,579원으로 가장 높고, 준중형 SUV가 56,330원으로 가장 낮았으며, 전체 평균 객단가는 65,464원으로 분석되었습니다.

커넥티드 카 서비스 연동 사용자 매출 규모



커넥티드 카 서비스 비연동 차종



*차종구분은 세차 공수에 따라 자체 설정. 미입력 가입자는 분석 자료에서 제외

차종별로는 커넥티드 기능이 포함되어 있는 고급차량일수록 연동 사용자 수가 많았으며, 이와 비례하여 관련 서비스 매출이 높은 것을 확인할 수 있었습니다.

차량 데이터 = 포인트?

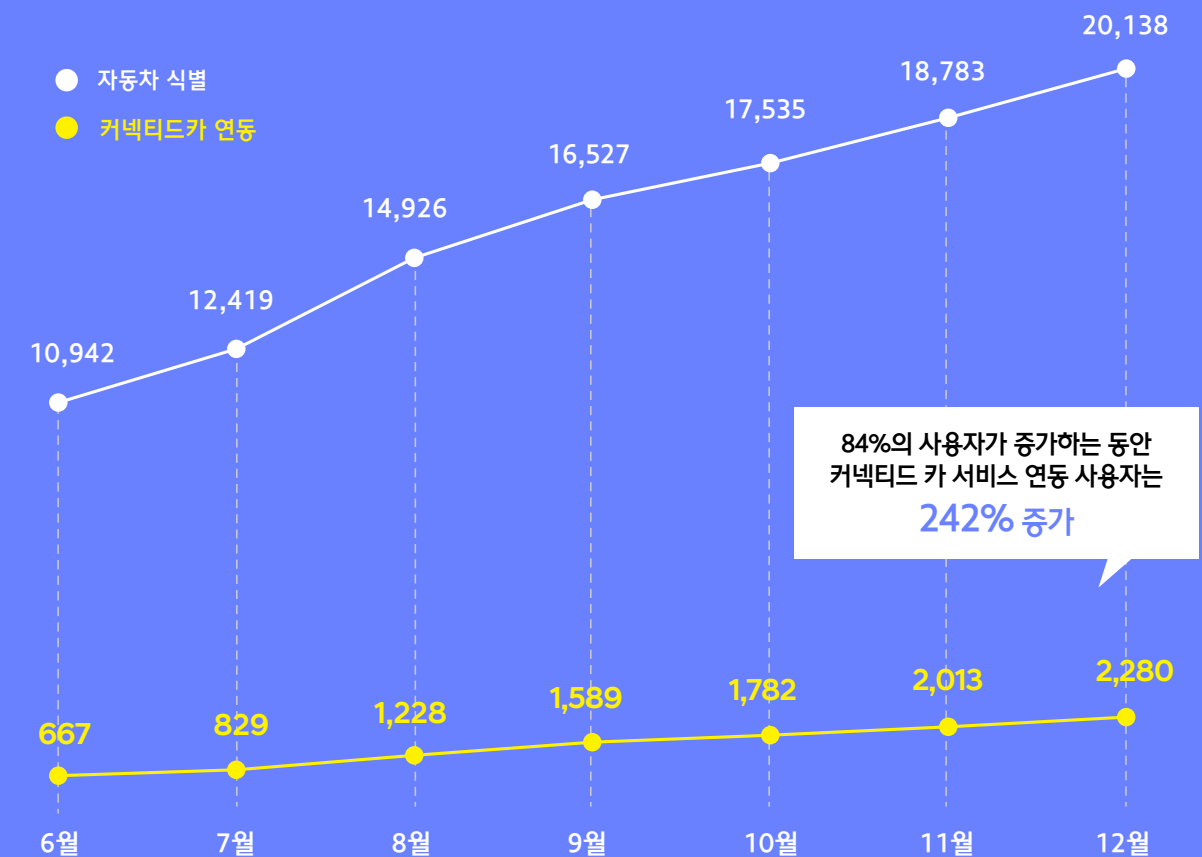
WE DRIVE X Developers



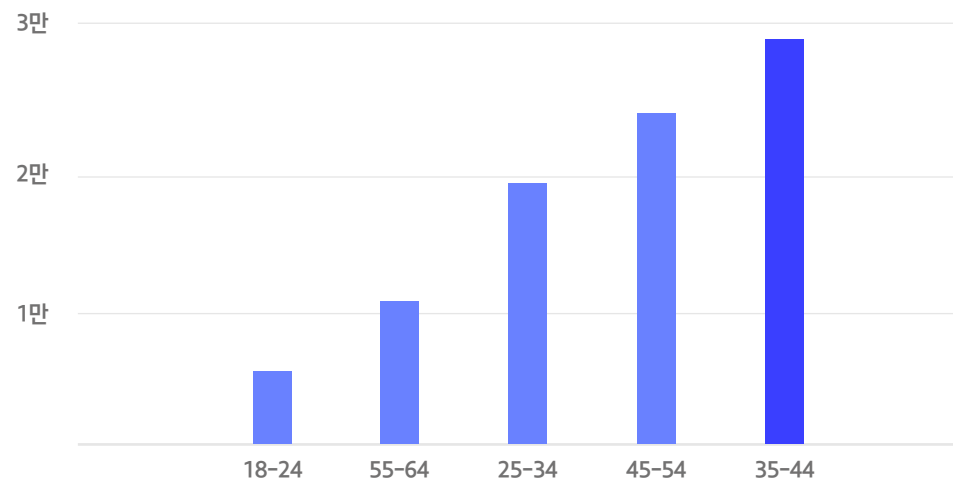
위드라이브는 안전 운전을 통해 포인트를 적립하는 서비스입니다. 운전자의 주행 습관을 분석하고, 주행 습관에 따라 포인트가 지급됩니다.

커넥티드 카의 누적 주행거리 데이터를 기반으로 산정되어 지급된 포인트는 자동차 보험료 결제 또는 제휴상품 구매에 활용할 수 있죠. 위드라이브는 사용자의 안전 운전에 대한 인식을 높이고, 포인트 사용 제후처를 지속적으로 늘리며 더 많은 이용 혜택을 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 서비스 사용자의 주행 정보를 수집하여 교통 빅데이터를 구축하고 있으며, 구축된 교통 빅데이터는 분석을 거쳐 교통 서비스 및 연구에 활용될 수 있도록 대학 및 교통 연구기관에 제공하고 협업합니다.

안전 운전 독려 및 포인트 지급이라는 서비스 장점에 힘입어 2020년 6월부터 12월까지 월평균 약 1,800명, 총 22,418명이 위드라이브를 사용자가 등록 되었으며, 그 수는 계속해서 증가하고 있습니다. 12월 현재, 매 월 약 5만 1천 명, 매일 약 2만 5천 명 정도의 사용자가 위드라이브 서비스를 이용하고 있습니다.



위드라이브 서비스 연동 사용자 연령구성

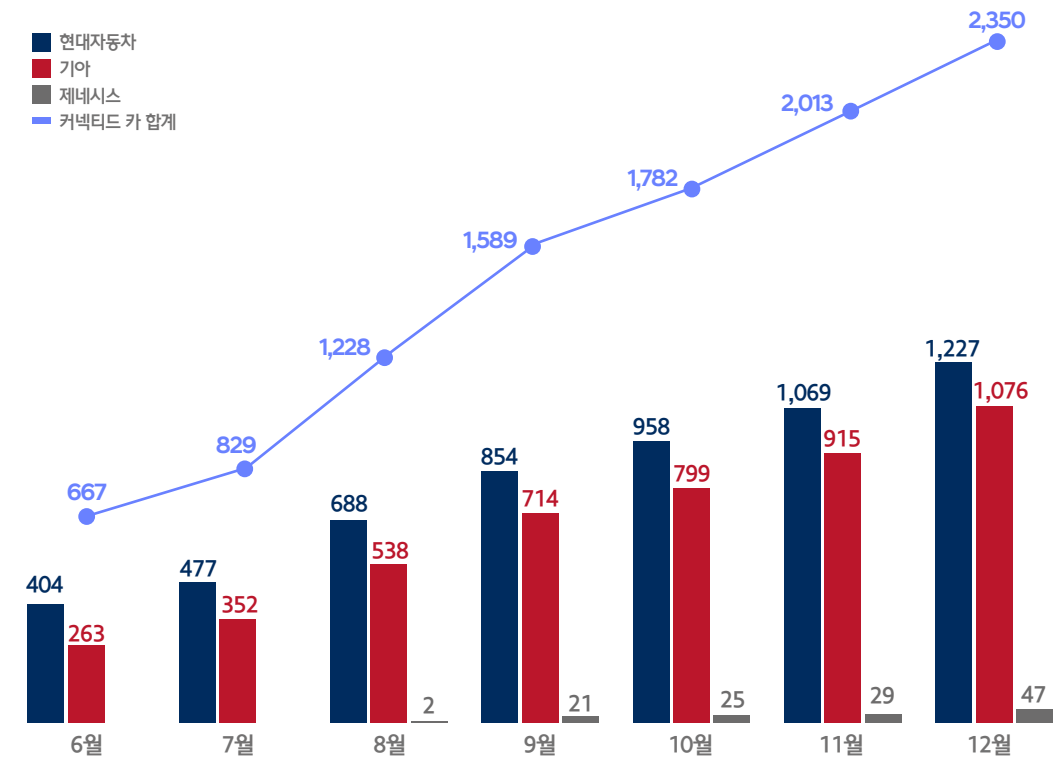


위드라이브 사용자를 연령별로 분석해 보면, ‘운전’이라는 특성상 신차 등록 연령대와 비슷한 30~50대가 주로 서비스를 사용하고 있으며, 그중 30대 중반부터 40대 중반까지에서 가장 높은 사용률을 보이고 있습니다.

위드라이브 서비스는 별도의 설정 없이도 내 주행 상태를 체크하여 운전 습관을 분석하고, 주행 정보를 수집합니다. 복잡한 과정 없이 누구나 편리하게 이용할 수 있기에 스마트폰 사용에 익숙하지 않은 55세 이상에서도 1만 명 가량의 사용자가 있을 것으로 예상됩니다.

위드라이브는 더욱 다양한 연령대의 사용자를 확보하기 위해 주력하고 있습니다. 커넥티드 카 연동을 통해 편리하고 정확한 차량 정보를 제공하고 사용자의 편의성을 높이기 위해 노력하고 있으며, 위드라이브 앱 내에서 오락실, 알 깨기 등 간단히 즐길 수 있는 게임도 제공하여 운전을 하지 않는 동안에도 사용자들이 앱을 통해 즐거움을 느낄 수 있도록 노력합니다.

브랜드 별 커넥티드 카 서비스 연동 분석



위드라이브는 사용자의 주행 습관 분석을 위해 차량의 주행 거리, 주행 가능 거리, 주행 횟수 및 정확한 차량 식별을 중요한 요소로 활용합니다. 기존에는 위드라이브 서비스를 이용하기 위해 사용자가 직접 차량 정보, 주행거리 등을 사진으로 등록해야 했죠. 정보를 등록한 후에는 서비스 이용 승인을 받기까지 일정한 시간이 소요되기 때문에 그사이 주행 거리와 같은 정보가 변경될 여지가 있었습니다. 또한, 위드라이브 이용 시 대중교통을 타거나 미등록된 차량을 운전하는 경우 해당 상황을 정확하게 반영하기가 쉽지 않았습니다.

하지만 디벨로퍼스와 제휴를 통해 차량 정보 확인, 이용 차량 분류 등에서 훨씬 더 정확한 서비스 제공이 가능해졌습니다. 위드라이브는 커넥티드 카 서비스 연동을 독려하기 위해 연동 시에 포인트를 지급하는 이벤트도 진행하였습니다. 이러한 노력을 통해, 6월에 기아 263명, 현대자동차 404명 수준이던 커넥티드 카 서비스 연동 건수가 12월에는 기아, 현대자동차 모두 1,000명을 넘어섰으며, 그 수는 꾸준히 증가하고 있습니다. 제네시스 커넥티드카 서비스 연동 사용자 수 역시 8월 2명에서 12월 41명으로 전체 등록 사용자 규모에 비해서는 작지만 증가 추세를 유지하고 있습니다.

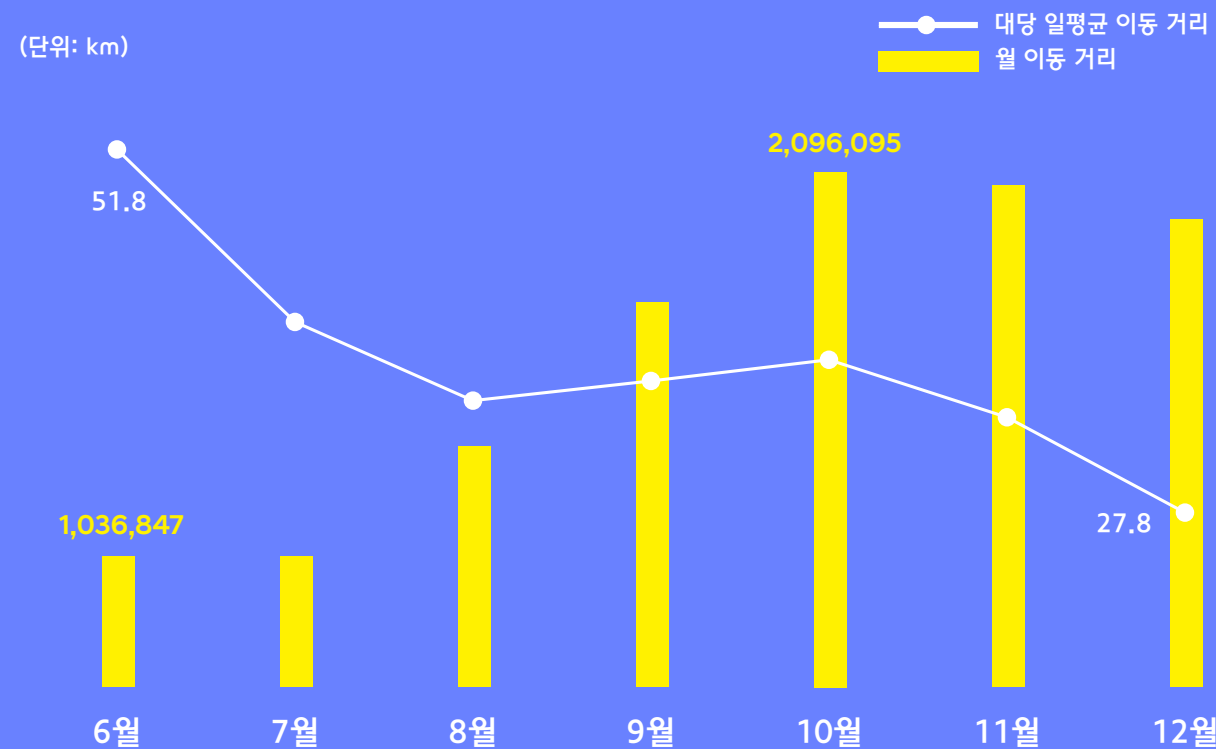
지구에서 달까지 왕복 15번? 위드라이브X디벨로퍼스의 위대한 기록



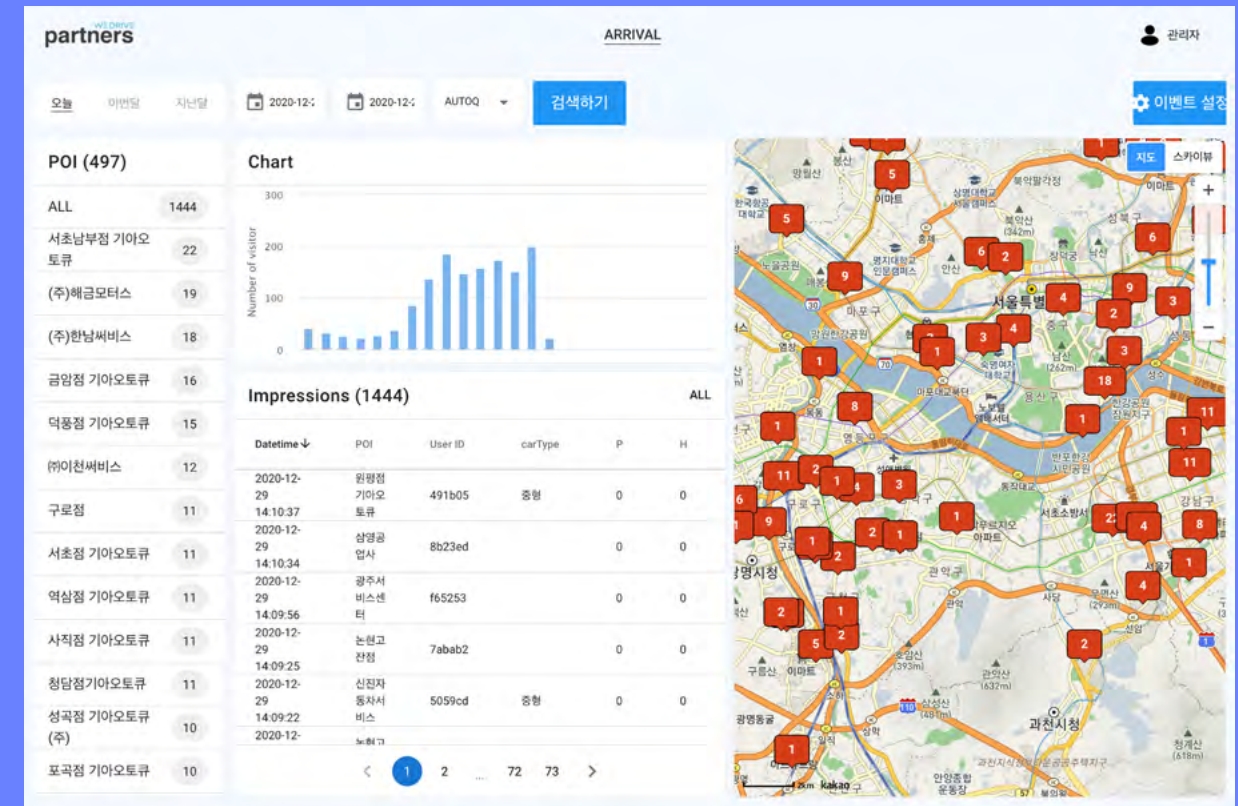
커넥티드 카 서비스와 연동한 위드라이브 사용자가 증가하면서 월별 기록되는 사용자의 이동 거리도 증가하였습니다. 6월에 600여 명의 커넥티드 카 서비스 이용자들이 약 1백만km를 이동한 것이 확인되었고, 12월에는 2,280명이 약 2백만 km를 이동한 데이터가 등록되었습니다.

전체 사용자의 이동 거리는 6월 5천6백만 km, 12월 7천 1백만 km로 나타났고, 같은 기간 대비 커넥티드 카 서비스 연동 사용자 수는 약 3.5배, 이동거리는 2배 정도 증가한 것으로 확인됩니다. 커넥티드 카 서비스 연동 사용자의 일평균 이동 거리는 6월이 51.8km로 가장 높았고, 12월에는 27.8km로 가장 낮았는데, 이는 코로나19 재확산에 따른 전체 이동량 감소 영향으로 사료됩니다.

커넥티드 카 서비스 연동 사용자의 이동 거리



디벨로퍼스와 함께 갈수 있는 미래

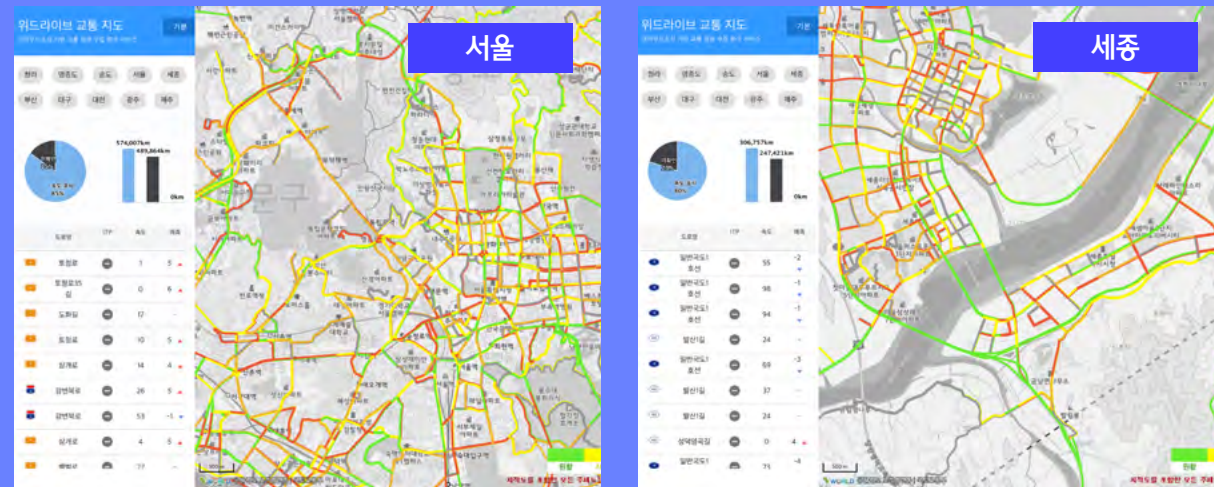


이제 디벨로퍼스 덕분에 차량 이동 분석 시 차량 종류를 명확하게 구별할 수 있습니다.

차종 분류가 가능해지면서 위드라이브 서비스 사용자에게 맞춤형 정보 전달이 가능해졌으며, 차량 이동 정보를 기반으로 한 관련 서비스 업체와의 제휴 방안 또한 다양해졌습니다.

쇼핑, 영화, 식사, 여가 활동 등. 대부분의 사람들이 차량을 가지고 이동할 때에는 명확한 목적을 가지고 특정 위치로 이동하게 되죠. 커넥티드 카 서비스와 연동된 위드라이브는 차량 이동이 종료되면 사용자의

스마트폰 위치정보를 기반으로 사용자에게 주변 상가 정보, 주차장 정보 등을 전달합니다. 가령, 서비스 센터가 주변에 존재한다면 사용자에게 알리를 보내고, 서비스 센터의 정보를 전달하기도 합니다.



우리가 만들어가는 지도

위드라이브에서 전국적으로 수집하는 데이터는 도로 내 차량 이동 속도를 확인하는 데에도 활용됩니다. 위드라이브 서비스를 이용하는 사용자의 실시간 데이터를 활용하여 도로별 차량 이동 속도 정보를 제공하고 있으며, 학계와 공동으로 연구한 예측 시스템을 통해 속도 예측 정보도 제공하고 있습니다.

기존에는 도로 내 차량 이동 속도 측정을 위해 인프라 검지기, CCTV 등의 하드웨어 장비를 활용했기에 기기 설치 및 유지보수에 많은 비용이 소모되었습니다. 비용을 감안하더라도, 모든 도로에 속도 측정을 위한 장비를 설치하고 관리하는 것은 불가능하죠.

위드라이브는 차량 데이터를 통해 이러한 어려움을 해결하고 있습니다. 스마트폰의 GPS 정보를 기반으로 소통 정보를 만들어가고 있으며, 이를 통해 커넥티드 카가 연동된 고객에게는 주변 소통 정보, 포인트 제휴 가맹점 등에 대한 보다 정확한 안내가 가능해졌습니다.

위드라이브X디벨로퍼스 써보니까 어때?

사용자의 솔직한 이야기

너무 좋아요!



andyOO

주행할 때마다 주행거리까지 자동으로 인식되어서 좋아요.



마녀OO

스마트폰 위치정보 이용 시 오차가 있어 손해 보는 느낌이었는데, 마일리지가 정확하게 입력되어서 정당하게 보상받는 느낌이에요.



엑스OOO

커넥티드 카 연동 전에는 주행 전에 꼭 앱을 실행했어야 했는데, 연동된 이후에는 주행 종료 후에만 앱을 실행해도 돼서 너무 좋아요.



박OO

주행 전에 깜빡하고 앱을 실행하지 않아 포인트를 적립하지 못한 경우도 있었는데, 연동 이후에는 그런 고민이 없어졌네요. 강추합니다!

글썩요?



퍼팩OO

현대자동차를 사용하는데 커넥티드 카 연동이 안돼요. (블루링크 미사용자)



쿠쿠OO

커넥티드 카 연동 절차가 조금 복잡해요.



이은OO

계정 연동하려면 UVO앱이 반드시 필요한가요?



데이터만큼
믿음직한 중고차 거래

첫차
X
Developers

모바일 중고차 플랫폼 '첫차'의 비교 견적 매입 서비스 '첫차 내차팔기'는 본인 소유의 차량을 판매하려는 고객에게 최대 20명의 첫차 인증 딜러가 매입 견적을 무료로 제공하는 차량 경매 서비스입니다.

2015년에 론칭한 이 서비스에서 차량을 팔고자 하는 사용자는 차량에 대한 견적을 받기 위해 소유 차량의 정보를 일일이 입력해야 했습니다. 하지만 지난 7월부터 첫차 내차팔기 서비스에 디벨로퍼스가 함께하면서, 현대/기아/제네시스 커넥티드 카 서비스 연동 차량의 경우 누적 주행거리 데이터를 바로 불러올 수 있게 되었습니다.

사용자는 차량을 판매하기 위해 등록해야 하는 차량 정보를 보다 빠르고 편리하게 불러올 수 있게 되었으며, 매입 딜러는 차량 데이터를 기반으로 중고차의 정확한 가치 산정이 가능해져 보다 경쟁력 있는 매입 활동을 할 수 있게 되었습니다. 첫차는 경매 서비스를 더욱 활성화 하기 위해 보다 확장된 데이터 연동을 계획하고 있습니다.

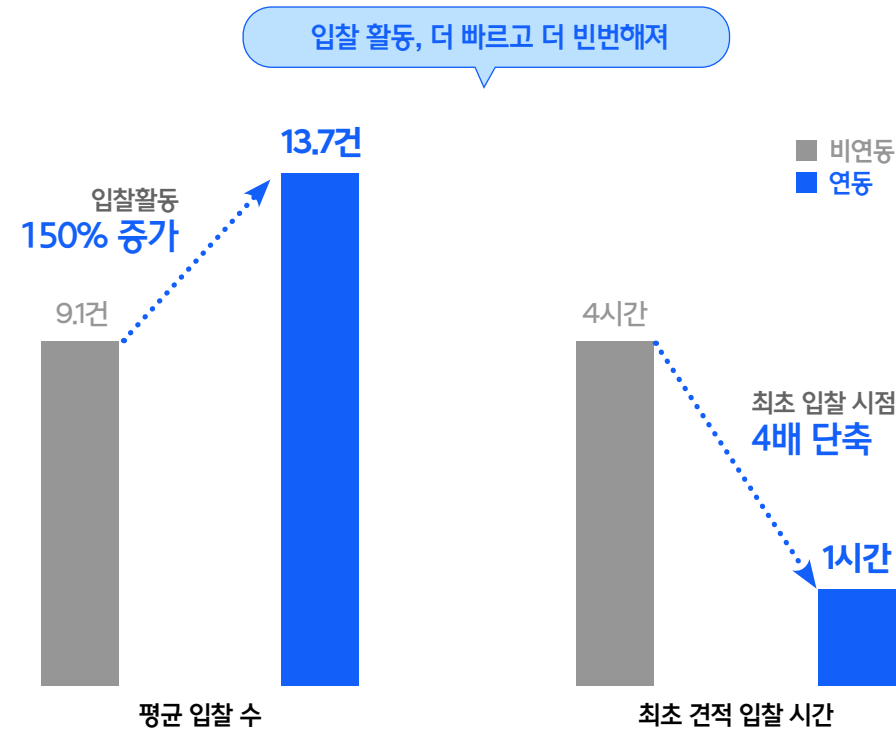
첫차X커넥티드 카 서비스 연동 증가 추이



첫차 내차팔기 서비스는 사용자와 경매차량의 수가 매월 약 15% 이상씩 꾸준히 증가하고 있습니다. 지난 10월에는 현대/기아자동차 커넥티드 카 서비스 연동 사용자가 3,000명을 돌파했으며, 이를 발판으로 11월에는 제네시스 디벨로퍼스를 추가 연동 하였습니다. 커넥티드 카 서비스 연동 차량은 '20년 7월부터 11월까지 월평균 약 1,000명씩 증가한 것으로 나타납니다.

유용한 데이터 연동 서비스를 통해 첫차 내차팔기 서비스 이용자는 본인 소유의 차량 정보를 보다 객관적으로 확인할 수 있으며, 딜러 입장에서는 경매장에 출품된 커넥티드 서비스 연동 차량의 데이터 신뢰도가 높아 입찰 활동이 크게 활성화되었습니다.

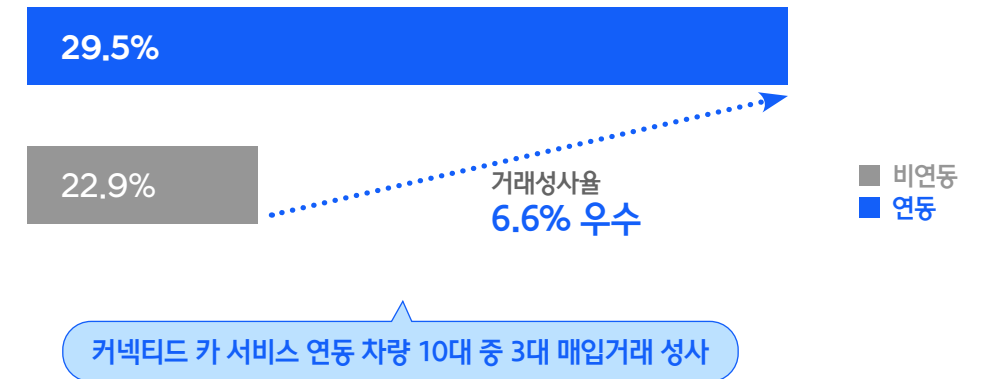
커넥티드 카 서비스 연동, 딜러들이 더 좋아한다고?



첫차의 온라인 경매장에 출품된 커넥티드 서비스 연동 차량은 매입 딜러에게 충분히 매력적일 수 있을까요? 지난 4개월 동안 매입 딜러의 입찰 활동을 살펴보면 커넥티드 카 서비스 연동 차량은 비연동 차량에 비해 150% 더 많은 견적을 받았습니다. 이는 경매 서비스에서 거래 성공에 영향을 주는 주요 요인 중 '다양한 입찰 경쟁 형성'에 있어 디벨로퍼스의 데이터가 주효했음을 보여주는 수치입니다.

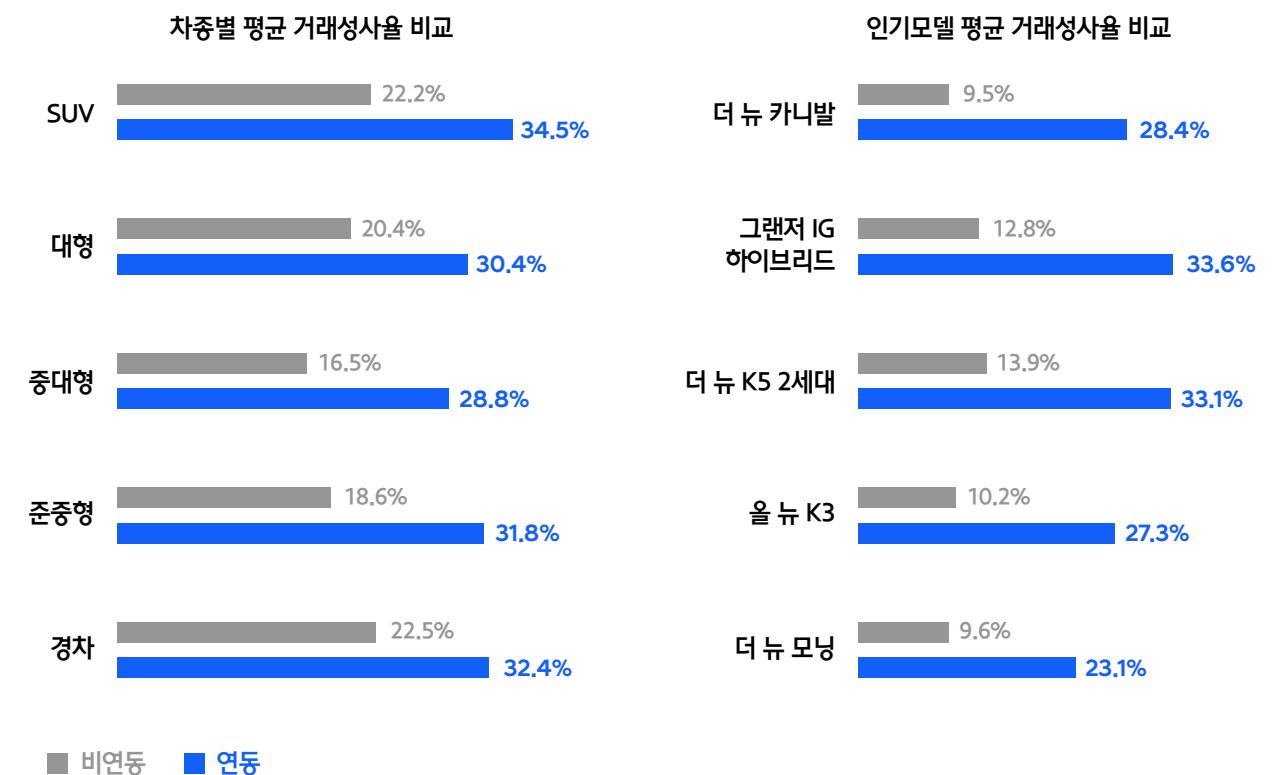
디벨로퍼스는 경매 시간 단축에도 영향을 주었습니다. 내차팔기 사용자가 등록한 차량에 대해 경매 시작 시점으로부터 최초 견적 입찰 시간을 비교했을 때 비연동 차량이 평균 4시간이었던 반면, 커넥티드 카 서비스 연동 차량의 입찰 시간은 평균 1시간으로 나타나 무려 3시간가량 단축된 것을 확인할 수 있었습니다. 데이터 연동을 통해 출품 차량에 대한 경매 프로세스는 더 간결해지고, 견적 입찰은 보다 풍성해졌다는 이야기죠.

실제 거래에는 어떤 영향을 줬을까?

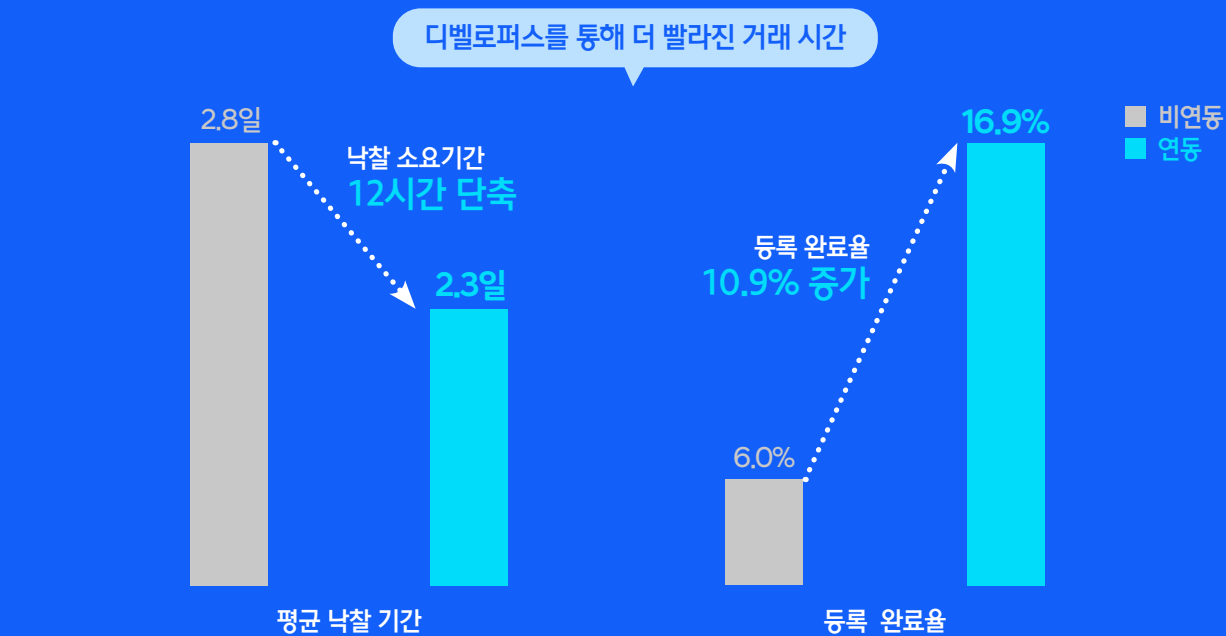


앞서 살펴봤듯이 커넥티드 카 서비스 연동 차량에 대한 첫차 매입 딜러들의 경쟁 입찰 증가와 보다 단축된 입찰 시간 등은 실제 거래 성사율에도 긍정적인 영향을 끼치고 있습니다. 커넥티드 카 서비스 연동 차량의 거래 성사율은 평균 29.5%로, 이는 판매를 신청하는 차량 10대 중 3대는 실제 차량 판매가 이뤄진다는 의미입니다. 반면, 비연동 차량의 거래 성사율은 평균 23%가량 나타나 커넥티드 카 서비스 연동을 한 차량의 거래 성사율이 상대적으로 높다는 사실을 알 수 있습니다.

특히, 중고차 시장에서 수요가 높다고 하는 SUV 차종은 거래 성사율이 35%에 육박하고 있으며, 그랜저와 같은 스테디셀링 모델은 전체 모델 중에서 가장 높은 거래 성사율(35.6%)을 기록하고 있습니다.

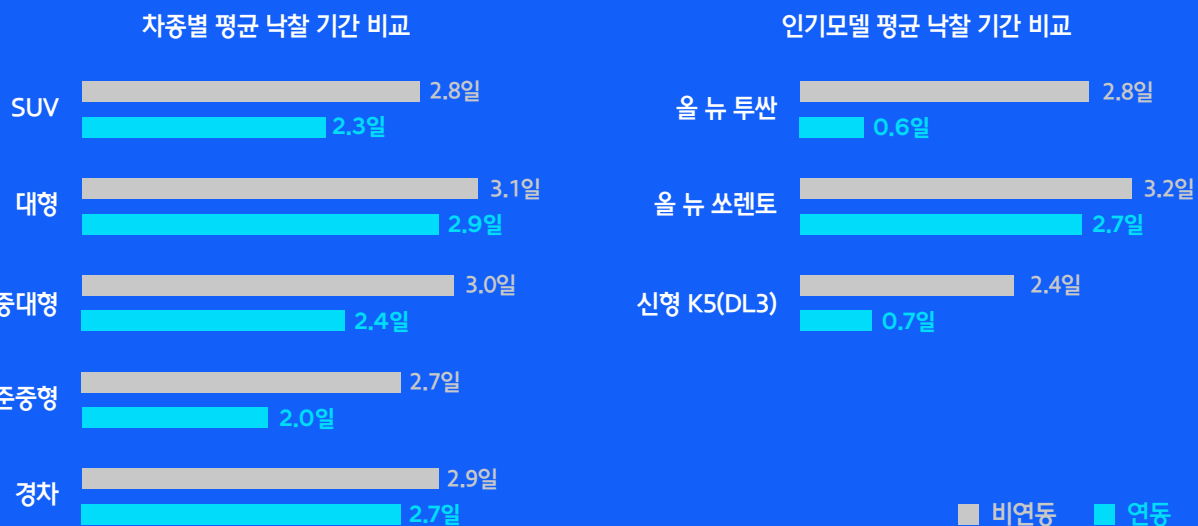


커넥티드 카 서비스 연동 고객은 무슨 이점이 있을까?

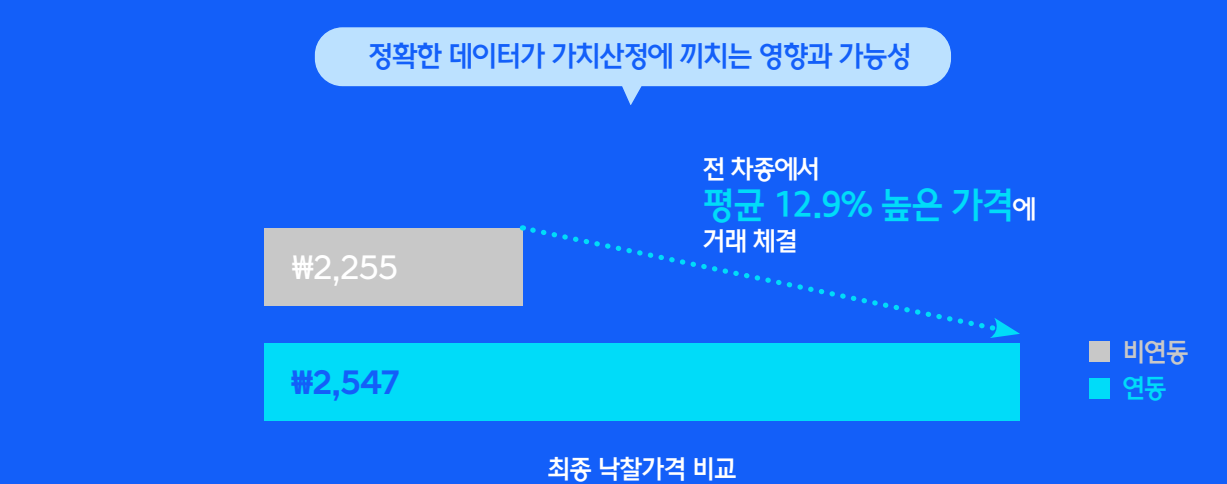


첫차 내차팔기 서비스의 총 경매 및 낙찰 기간은 최소 1일(당일)부터 최대 4일까지인데요. 이 낙찰 기간에 관련해서도 커넥티드 카 서비스 연동 고객은 이점이 있다는 분석 결과가 있습니다. 연동 차량 고객은 비연동 차량 고객에 비해 만나질 가장 낙찰을 더 빨리 진행하는 것으로 나타났으며, 내차팔기 거래 성사에 소요되는 시간이 보다 단축됨으로 인해 고객은 빠른 처분이 가능해지고, 딜러는 더 많은 차량에 대한 매입 활동이 가능해집니다.

또 하나의 이점은 등록 완료율입니다. 경매를 위해 모든 정보를 입력한 고객을 비교했을 때, 연동 차량 고객은 비연동 차량 고객에 비해 10% 이상의 높은 등록 완료율을 보였습니다.

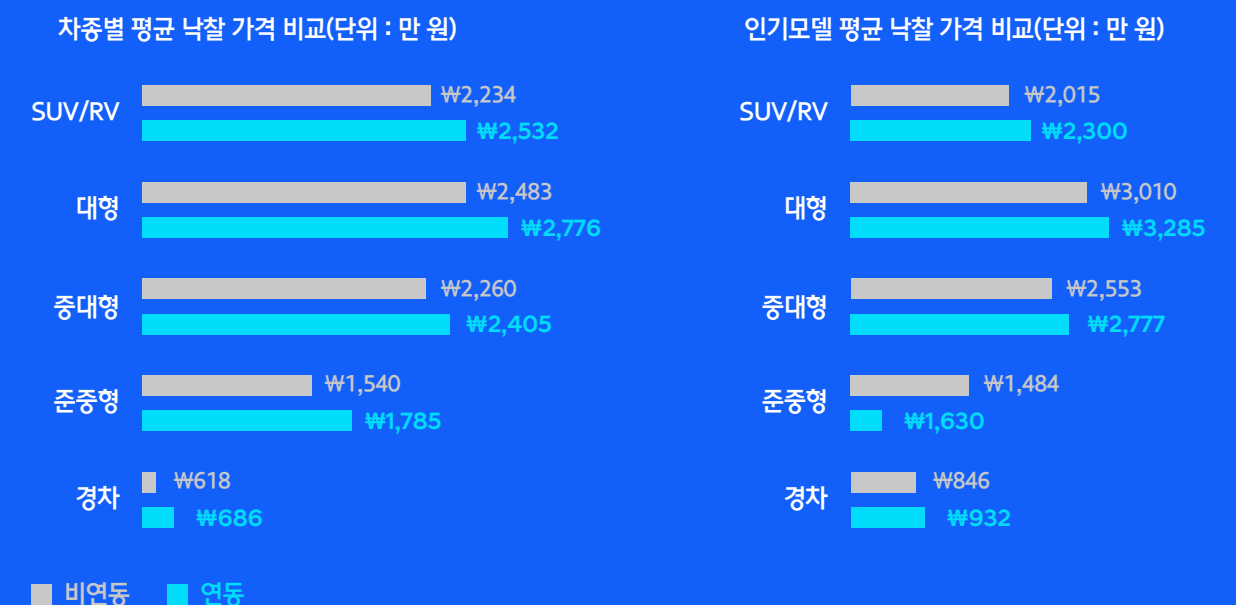


커넥티드 카 서비스 연동 차량은 더 비싸게 팔린다?



온라인 중고차 경매장의 성장을 이루는 핵심 성공 요인이며, 거래 성사율에 결정적인 영향을 끼치는 것은 바로 낙찰가격일 텐데요. 낙찰 가격 경쟁에서도 커넥티드 카 서비스 연동 차량이 비연동 차량에 비해 평균 약 300만 원가량 높은 가격에 산정되는 것으로 나타났습니다.

인기 모델별로 동일 연식과 사고 횟수, 유사한 주행거리의 경매 차량을 비교했을 때도 마찬가지로 커넥티드 카 서비스 연동 차량의 낙찰가가 더 높게 책정되는 편으로 확인되었습니다. 일례로 스포티지 더 볼드는 약 14.1%, 더 뉴 모닝은 약 10.2% 더 비싼 낙찰 가격이 형성되어 주행거리 데이터 연동만으로도 딜러 간 경쟁이 활발해지고 자연스럽게 입찰가는 상승하게 됩니다. 이를 통해 소비자가 만족할 수 있는 높은 낙찰 가격이 형성되는 선순환 구조가 발생하는 셈이죠.



첫차X디벨로퍼스 써보니까 어때?

사용자의 솔직한 이야기

너무 좋아요!



첫차 고객 김OO

주행거리를 외우고 다닐 순 없잖아요.

이제는 디벨로퍼스를 통해 자동으로 주행거리를 불러오니 편하더라고요.

정말 오늘 아침까지의 누적 거리를 불러오니 신기했어요.



첫차 인증 딜러 임OO

주행거리는 차량 가치를 결정하는 중요한 요소지만 고객이 제대로 입력하는 경우가 드물어요.

커넥티드 카 서비스 연동 차량은 정확한 거리가 자동으로 입력되니 저도 믿고 입찰에 참여했죠.

글쎄요?



첫차 인증딜러 오OO

생각보다 연동되는 데이터가 많지 않아서 아쉬웠어요.



첫차 고객 최OO

세부 트림 정보를 정확히 몰라서 커넥티드 앱에 다시 접속했어요.

연동 정보를 더 늘려주세요.



수소충전소
Hydrogen Fueling Station

수소차와 데이터,
두 대세가 만났다

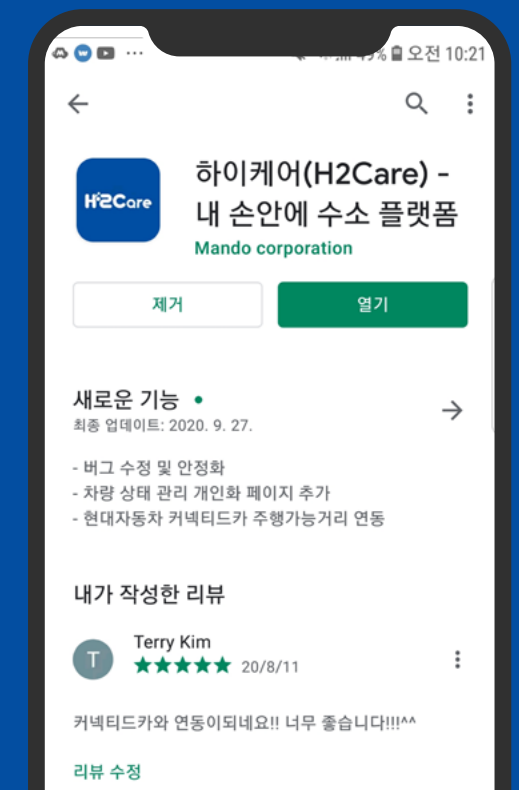
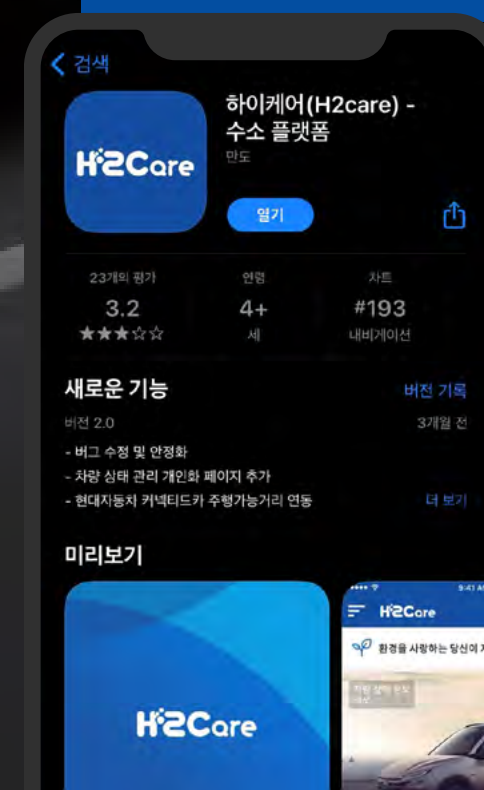
H2Care X Developers

수소차를 위한 수소 충전소 정보 알림 서비스
하이케어(H2Care)

현재 유일한 수소차 전용 충전소 정보 알림 서비스인 하이케어(H2Care) 앱은 2020년 2월 안드로이드, 2020년 3월 iOS 버전 론칭 후 대표적인 수소차 플랫폼으로 상용 서비스를 제공하고 있습니다. 요즘 핫 키워드로 떠오른 친환경 정책에 따라 수소차 시장이 확대되면서, 지금보다 미래가 더 기대되는 라이징 스타입니다.

For iOS

For AOS



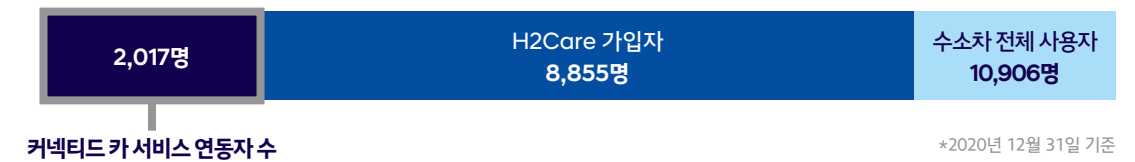
H2Care X 디벨로퍼스

H2Care는 사용자의 편의성을 높이기 위해 현대디벨로퍼스와 제휴를 결정했고, 2020년 7월 31일 누적 주행거리 적용을 시작으로 상용화를 완료하였습니다. 더불어, 향후 수소차를 위한 데이터 확장을 준비중에 있습니다.

H2Care 주요 기능 전국 수소충전소별 기본 정보 제공(충전소 위치, 운영시간, 충전비용, 연락처 등)
 전국 수소충전소별 실시간 운영 상태 정보 제공(실시간 운영 상태, 대기차량 수, 기타 제보 등)
 일부 수소 충전소 CCTV 기반 대기차량 정보 제공
 개인별 누적 주행거리 정보 및 차량 정보 매뉴얼 관리 기능 제공
 사용자 개인화 페이지 및 제보 기반 방문 예정 시간 정보 제공

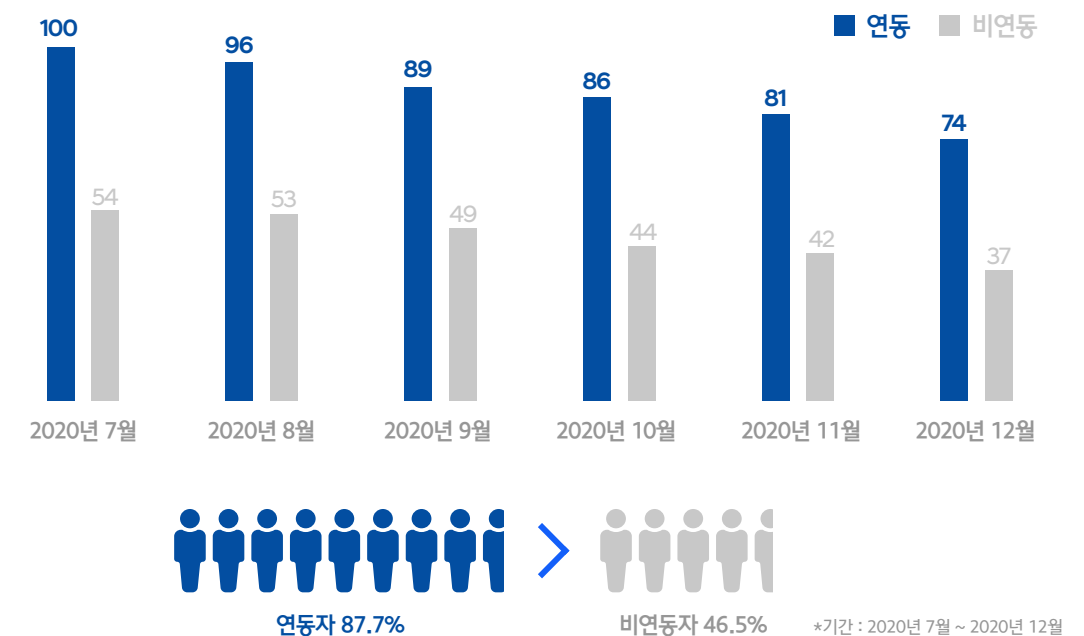


H2Care 사용자와 커넥티드 카 서비스 연동 사용자 추이



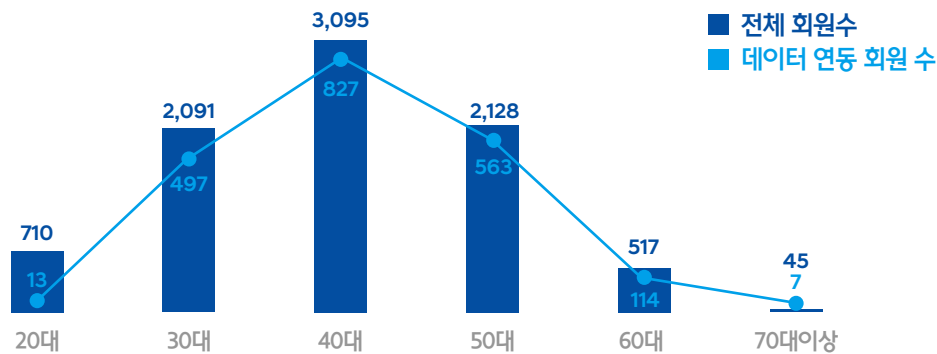
2020년 12월 말 기준, 전체 수소차 사용자 대비 H2Care 서비스의 사용자 비율은 약 80%에 육박하지만, 커넥티드 카 서비스 사용자 비율은 24% 정도입니다. 아직은 낮은 수치라고 생각될 수 있지만 바꿔 말하면 아직 60% 이상의 잠재 이용자가 있다는 얘기죠. 앞으로 커넥티드 카 서비스 사용자는 더욱 증가할 것으로 기대하고 있습니다.

커넥티드 카 서비스 연동과 H2Care 재사용률의 상관관계



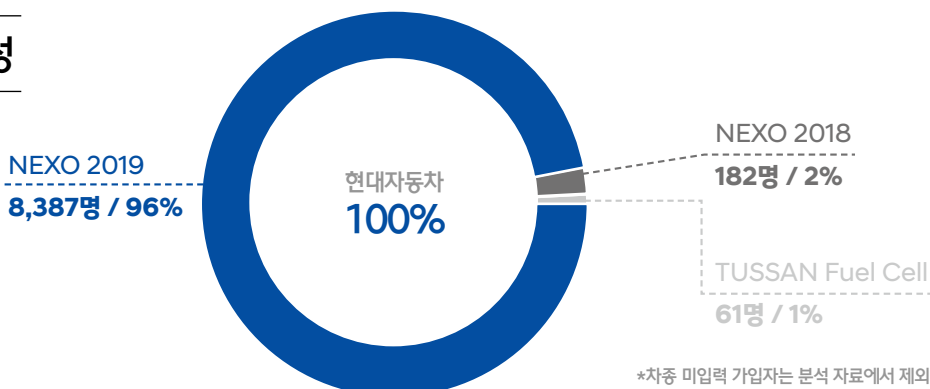
2020년 하반기 디벨로퍼스를 론칭한 후 데이터 연동자와 비연동자를 구분하여 재사용률을 확인한 결과, 데이터 연동자의 앱 재사용 비율(6개월 평균 87.7%)이 비연동자(46.5%)에 비해 41.2% 높게 나타났습니다. 이는 무려 2배에 가까운 차이로, 커넥티드 카 서비스 연동이 H2Care 사용자의 재사용률에 큰 영향을 준다는 의미로 해석할 수 있습니다.

연령대별 사용자 구성

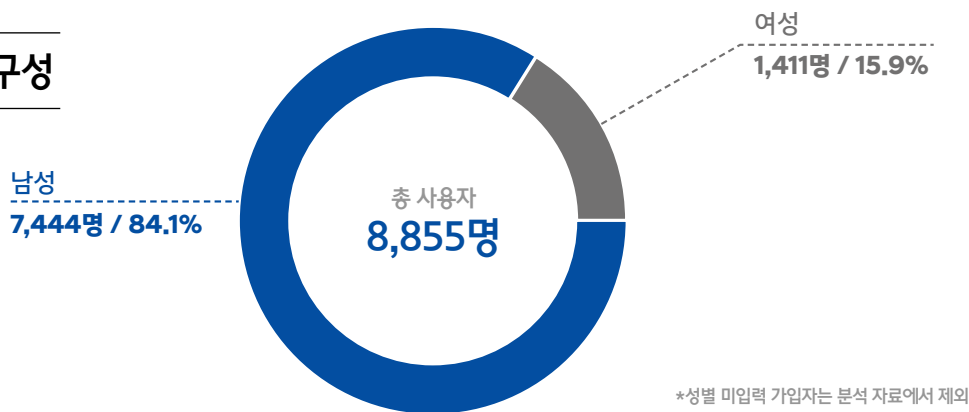


전체 가입자 수 및 데이터 연동 이용자 수를 살펴보면 수소차라는 차량 특성상 주로 경제력이 필요한 30/40/50대 연령 구간에 회원(85%) 및 연동자 수(93%)가 집중된 것을 확인할 수 있습니다.

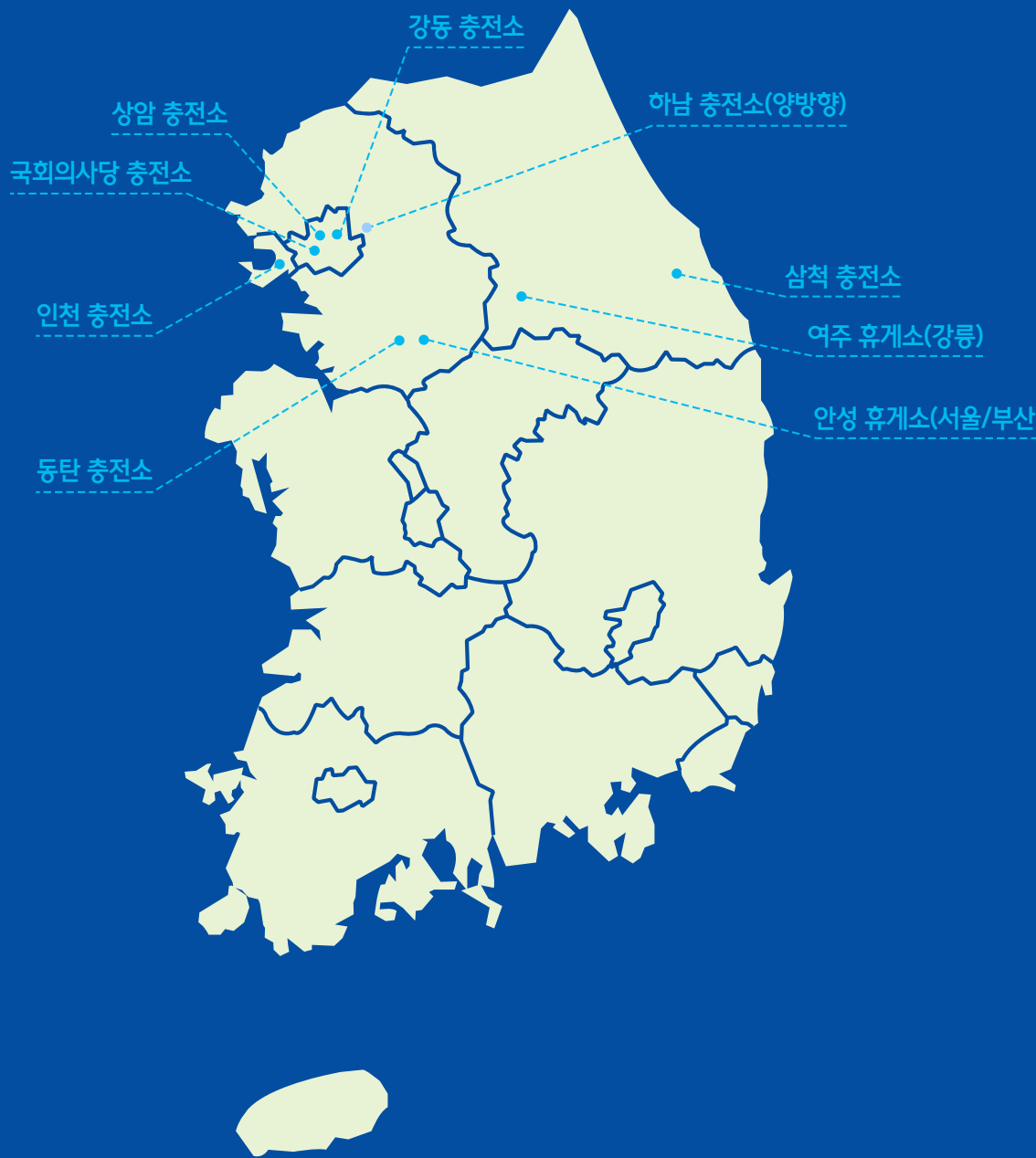
가입자별 차종 구성



가입자별 차종 구성



가장 많이 사용하는 충전소는?



전국 수소충전소(수소충전소 위치정보 사이트 ‘저공해 차 통합누리집’ 충전소 기준) 44개소 중 H2Care 서비스 사용자의 상위 10개 인기 충전소입니다. 전반적으로 사용자가 밀집되어 있는 수도권 내 충전소 방문 사용자가 타지역 사용자 수 대비 압도적으로 많은 것으로 확인되고 있습니다.

Outro

디벨로퍼스가
가는 길

끝이 아닌
또 다른 시작



아무것도 하지 않으면 아무 일도 일어나지 않는다

우리는 지금 그 누구도 밟아보지 않은 길을 가려 합니다.

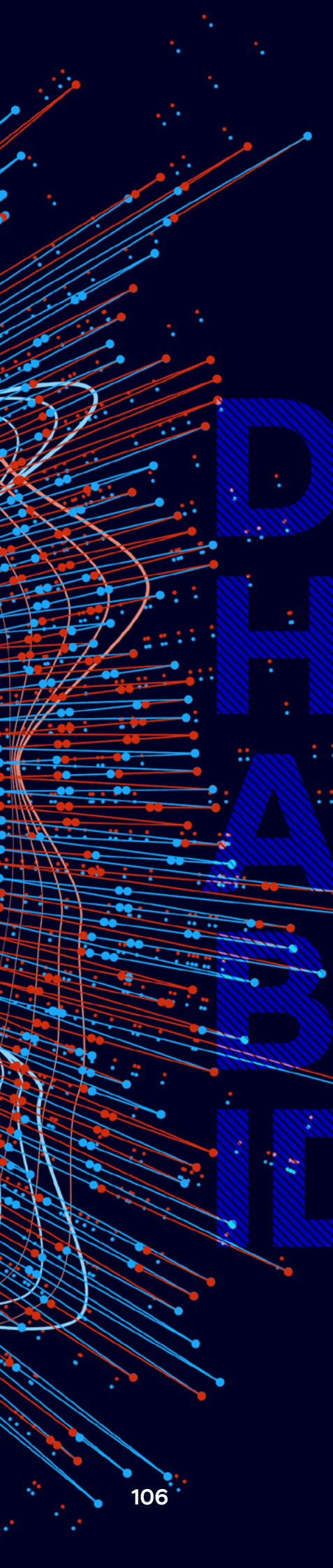
자동차 제조업체가 할 것이라고 누구도 상상하지 못했던 일들을 벌이며 걸어갑니다.
“진짜로 현대자동차 · 기아에서 하는 거 맞아요?” 수 백 번 협업 논의를 진행하는 동안에도
대부분 의심의 눈초리로 되물곤 합니다.

“네. 저희가 하는 일입니다.”
서비스를 시작한 디벨로퍼스 홈페이지를 보여드리며 자신 있게 대답합니다.
맞습니다. 어찌 보면 아직은 수십 가지 반찬으로 맛깔스럽게 한 상 차려 놓고
“원하는 것 드세요.”라고 말할 수준은 아닙니다.
그렇대도 우리는 늘 알리고, 어필합니다. 늘 개척자의 마음으로 나아갑니다.

누적 주행 거리, 주행 가능 거리, 서비스 가입일, 무료 종료일, 안전운전 습관, 최종 주차 위치,
원격 문 잠금 제어, 목적지 전송 등등. 아직 많이 단순하지만, 누군가에게는 간절했던
데이터일 것입니다. 고객의 편리한 Car Life를 위해, 그리고 당신을 위해서라면 우리는 제공할
준비가 되어 있습니다.

다른 곳에서 느껴보지 못한 편리함을 제공하기 위해 현대자동차 · 기아는
오늘도 부단히 노력하고 있습니다.

우리들의 이야기는 지금부터



DATA
HAS
A
BETTER
IDEA

데이터의 가치는 무궁무진합니다.

수집된 데이터 중 일부는 고객들에게 더 좋은 차량을 제공하기 위한 연구개발 용도로, 또는 자체 서비스는 커넥티드 서비스를 제공하기 위해 활용됩니다. 우리는 이 다양한 데이터들을 어떻게 하면 고객에게 유용하게 제공할 수 있을지 항상 고민합니다.

이를 위해 우리는 데이터/산업 전문가와 함께 끊임없이 데이터를 분석하고 검증하며, 인사이트 발굴하고 있습니다. 예를 들어, 고객의 운행 패턴에 맞춘 소모품 정보를 알려주고, 차량 고장과 관련된 예측 정보 등을 미리 알려주어 고객의 불편을 최소화 할 수 있습니다. 더욱이 디바이스로서 진화를 거듭하고 있는 전기차/수소차의 경우, 이러한 데이터 기반의 맞춤형 서비스들이 필수이며, 이를 위한 특화 서비스들도 준비 중입니다.

우리는 우리가 제공한 데이터로 이루어진 서비스가 언젠가 또 다른 데이터로 우리에게 다시 돌아와 새로운 가치가 되기를 희망합니다. 아직 가야 할 길이 멀지만 우리는 우리의 데이터로 고객들께 인정받는 그 날까지 노력을 아끼지 않고 있습니다.

우리들의 이야기는 이제 시작입니다.

HYUNDAI DEVELOPERS

GENESIS DEVELOPERS

KIA DEVELOPERS

관제

잔존가치
평가

Delivery

Smart
Maintenance

FCEV

Fleet
Management

Non
Connected
Car

Curveside
Pickup



DATA를 통한 플랫폼으로

데이터와 데이터가 만나 새로운 데이터를 생성해내고, 새로운 데이터들은 다시 한번 상상할 수 없던 데이터를 만들어 낼 것이며, 이 데이터의 길을 따라 간다면 곧 플랫폼의 세상이 열릴 수 있으리라 기대합니다.

그 동안 많은 우려가 있었습니다. 여러 우려 속에서도 올바른 방향이라 믿고 내딛은 길 위에서, 사용자들의 상호작용으로 만들어진 가치를 가지고 다시 한번 사용자들이 놀랄 수 있게 다듬어주고 정제하는 일은 우리가 가야만 하는 명확한 방향이 될 것입니다.

MAKE



Together!

M-Log Report 2020

발행일 | 2021년 3월 31일

발행처 | 현대자동차그룹

펴낸곳 | TaaS본부 모빌리티플랫폼사업실

도움 / 제휴 파트너사 | (주)마카롱팩토리, (주)위드라이브, (주)퍼즐벤처스, (주)미스터픽, (주)만도, (주)해피테크놀로지, 현대해상화재보험(주), 캐롯손해보험(주)

M-Log Report의 저작권은 현대자동차·기아 및 제휴파트너사에 있으며, 본 리포트에 대한 상업적 사용 및 무단 사용을 금지합니다.

COPYRIGHT 2021 HYUNDAI MOTOR GROUP, ALL RIGHTS RESERVED.

우리의 더 많은 데이터 이야기

현대 디벨로퍼스 <https://developers.hyundai.com> 기아 디벨로퍼스 <https://developers.kia.com> 제네시스 디벨로퍼스 <https://developers.genesis.com>