














## [16/17 - 08] 현대차, 회사 이미지 개선이 시급하다

- 현대-기아, 회사에 대한 만족률 최하위
- 현대, 3년 연속 '1년전 보다 더 나쁘게 보는 회사' 1위
- 현대 이미지, '나빠졌다' 45%로 6년간 두 배 이상 커져
- 디젤게이트에도 국산차 살 마음 줄고, 수입차 살 마음 커져

10개 만족도 부문에서 국산차-수입차를 비교한 결과 '회사 이미지'가 국산차의 가장 큰 약점의 하나였다([16/17 - 01] 국산차 경쟁력 분석; 10개 만족도 부문). 새 차 구입자에게 '그 차를 만든 회사에 대해 어느 정도 만족하는지'를 묻은 결과 만족률은 '국산차 회사' 38%, '수입차 회사' 53%로 큰 차이가 있었다. 특히 현대와 기아는 33%, 34%로 국산-수입을 통 털어 가장 낮은 수준이었다. 소비자의 불만은 자동차 자체 보다는 제작사에 대해 훨씬 더 크고, 그 대상은 현대-기아인 것을 알 수 있다.

자신이 구입하여 보유하고 있는 차 회사에 대한 종합만족도 평가에서 10점 만점에 8점 이상을 준 비율은 국산 38%, 수입 53%로 15%p라는 큰 차이가 있었다[표1]. 이 차이는 내구품질 만족률(19%p) 다음으로 큰 차이이다. 전체 브랜드 중에서는 Toyota와 Lexus가 70%대(각각 73%, 72%)로 가장 높았고, 국산 중에는 르노삼성(54%)과 한국지엠(50%)이 상위를 차지했다. 국산과 수입간의 차이는 국산 1위인 르노삼성이 수입브랜드의 평균 수준에 불과한 것을 보면 쉽게 알 수 있다.

[표 1] 보유차 '회사'에 대한 종합 체감만족률\*

국산 브랜드			수입 브랜드		
	르노삼성	54%		Toyota	73%
	한국지엠	50%		Lexus	72%
	쌍용자동차	40%		Benz	67%
<b>평균</b>		<b>38%</b>		Honda	66%
	기아	34%		BMW	59%
	현대	33%		Volvo	58%
				Land Rover	57%
				Infiniti	53%
			<b>평균</b>		<b>53%</b>

\*모든 것을 종합적으로 고려할 때 '그 회사'에 대해 어느 정도 만족하십니까?(10점 만점 중 8점 이상 비율)

국산 브랜드가 보인 40%에 미치지 못하는 만족률은 사실 세계 어느 시장에서도 찾아보기 힘들 정도로 낮은 수준이며, 이는 현대(33%)와 기아(34%)가 끌어 내린 것이다. 수입차 중에서

### For more Information

문의: 윤태선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invigth.co.kr

는 지난 1년간 혹독한 시련을 겪고 있는 최하위 폭스바겐(32%)만이 현대차와 견줄만해, 현대에 대한 고객의 평가가 얼마나 차가운지 알 수 있다.

이와 같은 평가가 어떻게 변해 온 것인지 알아보기 위해 20개의 국산-수입 브랜드를 제시하고, 각각을 1년 전과 비해 '더 긍정적', '마찬가지', '더 부정적' 중 어느 편으로 보는지 답하게 했다. '더 긍정적으로 본다'는 답은 ▲한국지엠(34%), ▲르노삼성(30%), ▲Land Rover(27%), ▲Benz (23%), ▲Jaguar(21%)의 순이었다[표2]. 반면 '더 부정적으로 본다'는 답은 디젤게이트의 주인공인 Volkswagen(64%)이 단연 높았고, 그 뒤를 Audi 32%, 현대 29%가 따랐고, 그 뒤에 일본 브랜드들이 있었다. 현대는 현재 만족률에서 최하위권인 동시에 가장 부정적 변화가 큰 회사임을 알 수 있다.

[표 2] 1년 전 대비 긍정/부정적 변화 Top 10

(n=3,157%)

더 긍정적			더 부정적		
1	한국지엠	34%	1	Volkswagen	64%
2	르노삼성	30%	2	Audi	32%
3	Land Rover	27%	3	현대	29%
4	Benz	23%	4	Nissan/Infiniti	22%
5	Jaguar	21%	4	Honda	22%
6	Volvo	20%	6	Toyota/Lexus	21%
6	쌍용	20%	7	BMW	18%
8	기아	19%	8	기아	17%
9	BMW	18%	9	MINI	14%
10	Toyota/Lexus	16%	9	Benz	14%

국내 5개 제작사의 이미지가 일시적인 것인지, 지속적으로 변화해 온 것인지 알아보기 위해 지난 1년전에 비해 이미지가 가장 많이 '좋아진 회사'와 '나빠진 회사'를 하나씩 지적하게 했다. 이 결과를 2011년 조사부터 정리해 변화 추이를 확인했다.

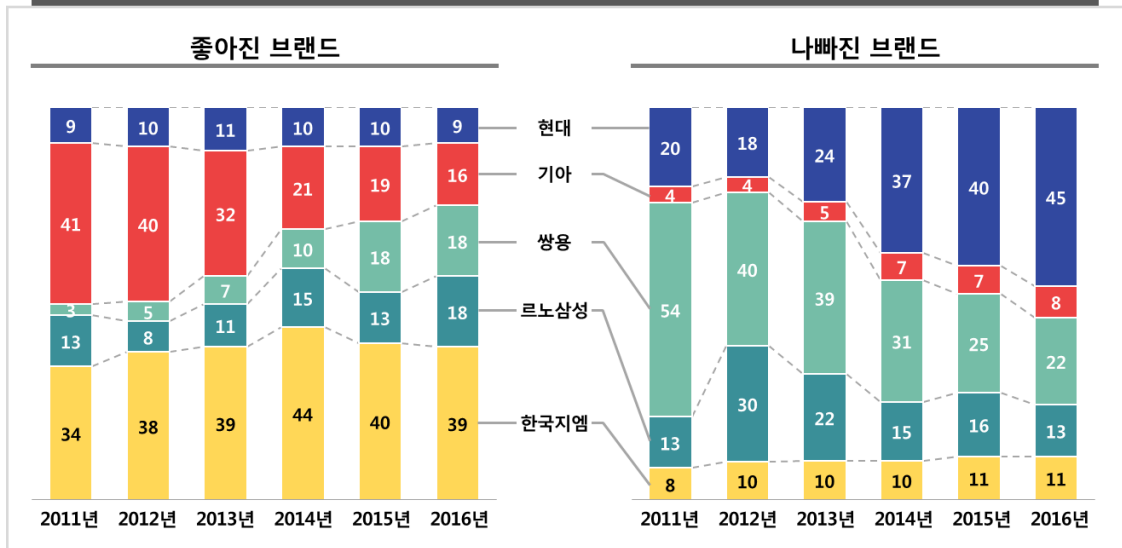
금년도 조사에서 '가장 많이 좋아졌다'는 지적은 한국지엠이 39%로 타사를 크게 앞섰으며, 르노삼성, 쌍용, 기아는 10%대 후반을, 현대는 유일하게 한자리 숫자(9%)를 기록했다[그림1]. 2011년부터의 변화를 보면 한국지엠은 쉐보레로 출범하던 2011년 34%로 출발해 44%까지 상승했다가 다소 주춤했으나, 2013년부터 4년 연속 가장 좋아진 회사의 자리를 지켰다. 현대는 6년 내내 9%~11% 사이의 좁은 틀에 갇혀있고, 3년 연속 최하위에 머물렀다. 기아는 2011년 41%로 '좋아진 회사 1위'였으나, 매년 하락해 이제 16%에 그쳤다. 빠른 속도로 현대에 접근하고 있다. 현대에 대한 부정적 태도가 증가하는 만큼 기아에 대한 긍정적인 태도는 감소하고 있다.

**For more Information**

문의: 윤태선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invigth.co.kr

[그림 1] 1년 전에 비해 이미지가 가장 많이...



반면 '가장 많이 나빠진 회사'로의 지적은 현대가 45%로 가장 많았고, 그 뒤를 ▲쌍용(22%), ▲르노삼성(13%), ▲한국지엠(11%), ▲기아(8%)가 따랐다. 2011년 이후 현대는 나빠졌다는 반응이 20%에서 45%로 증가했고, 2014년부터 3년 연속 '가장 나빠진 회사' 1위 자리를 지키고 있다. 한때 존립 위기에 처했던 쌍용의 2배에 달하는 압도적 1위다. 기아는 4%~8%로 증가세이기는 하지만 독자적인 존재감이 없다. 이 결과를 보면 지난 6년간 현대는 10%의 지지세력은 한치도 늘리지 못하면서, 20% 수준이었던 거부세력은 두 배 이상의 크기(45%)로 키웠다. 소비자와의 관계를 크게 잘못 다루고 있음을 알 수 있다.

현대차에 대한 정서적 거부감이 수입차 시장을 키우고 있다. 디젤게이트와 같은 초대형 악재가 터진 상황에서도 수입차를 사겠다는 욕구는 식을 줄 모르고 있다. '1년전'에 비해 수입차 살 생각이 '더 커졌다'(29%)가 '더 작아졌다'(21%) 보다 8%p 더 높았으며, 국산차를 사겠다는 생각은 '더 작아졌다'(22%)가 '더 커졌다'(15%)보다 7%p 많았다. 수입차에 큰 악재가 있어도 국산차로 돌아가겠다는 소비자는 많지 않다. 수입차 안에서 대안을 찾는 것이 더 낫다고 판단하기 때문이다.

현대차가 어떤 잘못을 해도 모두 용서되던 시절이 있었다. 그것이 한국을 오랫동안 수입차의 무덤, 세계에서 가장 국산차 점유율이 높은 시장으로 만들었다. 그러나 이제 그런 호시절은 끝났다. 상당수가 여건만 된다면 수입차로 옮겨가겠다고 버리고 있다. 이들은 매서운 눈으로 현대차가 '배은망덕하게도 우리를 역차별하는 것은 아닌지' 지켜보고 있다.

이 조사결과는 자동차전문 리서치회사 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 표본규모 10만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제16차 조사(2016년 7월 실시)로부터 나온 것이다.

**For more Information**

문의: 윤태선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

=====

◆ 참고 : 「컨슈머인사이트」 '연례 자동차 기획조사' 개요

「컨슈머인사이트」는 2001년부터 매년 7월 10만명의 자동차 소비자를 대상으로 자동차 연례기획조사(Annual Automobile Syndicated Study)를 아래와 같은 설계로 수행해 오고 있음.

<b>응답대상자</b>	자동차 보유자 및 2년 내 신차 구입의향자	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Total</th> <th>1,791,733명</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2016년</td><td>100,788</td></tr> <tr><td>2015년</td><td>105,672</td></tr> <tr><td>2014년</td><td>101,821</td></tr> <tr><td>2013년</td><td>101,701</td></tr> <tr><td>2012년</td><td>95,012</td></tr> <tr><td>2011년</td><td>97,356</td></tr> <tr><td>2010년</td><td>106,291</td></tr> <tr><td>2009년</td><td>91,129</td></tr> <tr><td>2008년</td><td>95,472</td></tr> <tr><td>2007년</td><td>105,149</td></tr> <tr><td>2006년</td><td>106,088</td></tr> <tr><td>2005년</td><td>139,825</td></tr> <tr><td>2004년</td><td>171,499</td></tr> <tr><td>2003년</td><td>118,195</td></tr> <tr><td>2002년</td><td>129,277</td></tr> <tr><td>2001년</td><td>126,458</td></tr> </tbody> </table>	Total	1,791,733명	2016년	100,788	2015년	105,672	2014년	101,821	2013년	101,701	2012년	95,012	2011년	97,356	2010년	106,291	2009년	91,129	2008년	95,472	2007년	105,149	2006년	106,088	2005년	139,825	2004년	171,499	2003년	118,195	2002년	129,277	2001년	126,458
Total	1,791,733명																																			
2016년	100,788																																			
2015년	105,672																																			
2014년	101,821																																			
2013년	101,701																																			
2012년	95,012																																			
2011년	97,356																																			
2010년	106,291																																			
2009년	91,129																																			
2008년	95,472																																			
2007년	105,149																																			
2006년	106,088																																			
2005년	139,825																																			
2004년	171,499																																			
2003년	118,195																																			
2002년	129,277																																			
2001년	126,458																																			
<b>표본프레임</b>	컨슈머인사이트 IBP(Invitation Based Panel) 패널 및 주요 포탈 회원 중 할당 후 무선추출																																			
<b>표본추출방법</b>	성별/연령 고려 할당 추출																																			
<b>자료수집방법</b>	이메일 조사																																			
<b>표본 수</b>	연평균 100,000명																																			
<b>주요 정보</b>	U&A(Usage and Attitude) 정보 및 CEQ(Consumer Experienced Quality)																																			
<b>조사 주기</b>	매년 7월																																			

문의: 윤태선 전무 Tel. 02) 6004-7655 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr  
 Copyright© Consumer Insight All Rights Reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

**For more Information**

문의: 윤태선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr