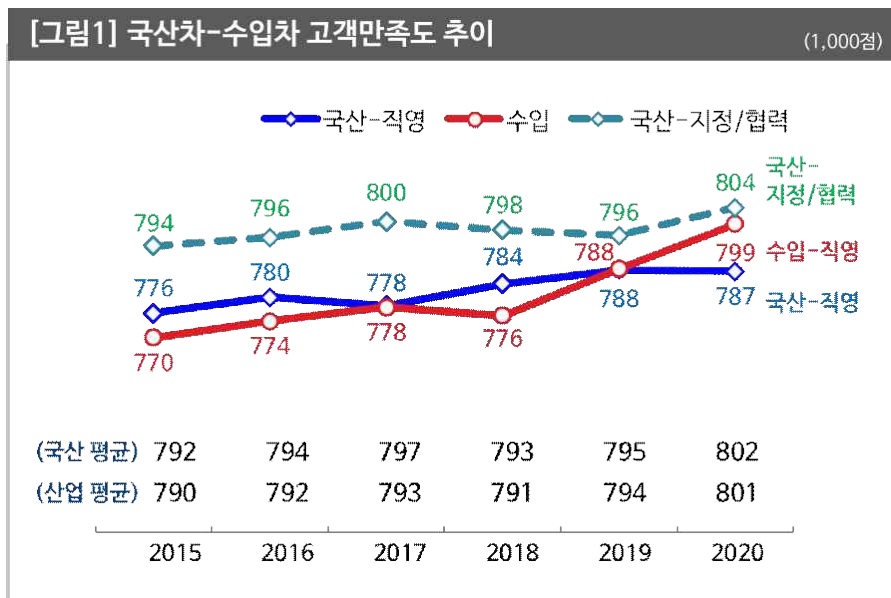


기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	choihk@consumerinsight.kr
문 의	최현기 수석부장	연 락 처	02) 6004-7614
배 포 일	'21년 3월 25일(목) 배포	매 수	자료 총 3매

국산차 AS, 수입차에 밀릴 판...주범은 직영센터

컨슈머인사이트 '2015~2020 자동차 AS 만족도 추이' 비교

- 국산-수입 AS 고객만족도 작년 800점 돌파
- 20점 뒤지던 수입차, 6년만에 3점차로 근접
- 직영 AS 만족도 1위 렉서스, 2위 르노삼성
- 국산차, 직영센터 만족도 지정/협력만 못해
- 르노삼성·쌍용 빼곤 모두 평균치에 못 미쳐



국내 자동차 애프터서비스(AS) 고객만족도가 지난해 처음으로 800점대에 올라섰다. 국산차와 수입차 모두 최근 2년 상승세를 탄 결과다. 국산차 상승세가 완만한 데 비해 수입차는 가파르게 상승했다. 수입차의 약점이라고 하는 AS에서 수입차가 국산차를 곧 따라잡을 태세다. 국산차는 처음으로 800점을 넘어섰으나, 직영 서비스센터의 부진이 부담되고 있다. 이는 국내 대표 브랜드인 현대차와 기아, 프리미엄 브랜드인 제네시스도 예외가 아니었다.

자동차 조사 전문기관 컨슈머인사이트의 '연례 자동차 기획조사(매년 7월 10만명 대상)'에서

최근 6년간(2015~2020) 자동차 AS 고객만족도를 국산차와 수입차, 직영센터와 지정/협력센터로 나누고 고객 만족도 추이를 비교했다.

■ 국산차도 상승 추세지만 수입차 상승세 더 빨라

2020년 국내 자동차 AS 고객만족도는 국산차 802점, 수입차 799점으로 평균 801점을 기록했다. 국산, 수입 모두 상승 추세에 힘입어 조사 이후 처음으로 평균 800점대에 안착했다. 수입차는 2015년 770점에서 6년 동안 29점 향상된 반면 국산차는 792점에서 10점 증가하는 데 그쳤다. 같은 기간 22점이던 국산차 우위가 3점으로 줄어들어 이 추세대로라면 올해는 수입차에 따라잡히거나 역전당할 가능성마저 점쳐진다[그림1].

직영 서비스센터를 기준으로 국산차와 수입차를 비교하면 그 양상이 달라진다. 근소한 차이로 앞서거나 비슷한 수준이었던 국산차(787점)는 올해 10점 이상 큰 차이로 수입차(799점)에 뒤처졌다. 국산차 직영 서비스센터는 지정/협력 서비스센터(804점)와 비교해서도 17점 낮게 평가됐다. 본사에서 직접 관리해 더 나은 시설과 환경임에도 불구하고 고객 만족도는 더 낮고 그 차이는 벌어지고 있다.



■ 국산 '직영' 좋아지지 않으면 수입차에 역전 위기

직영센터 AS 만족도를 브랜드별로 비교하면 국산차 AS 경쟁력에 대한 위기감은 한층 더해진다. 2020년 비교 대상 23개 브랜드 중 ▲렉서스가 831점으로 1위였고 그 뒤로 ▲르노삼성 830점 ▲볼보 829점 ▲토요타 828점 ▲벤츠 824점으로 빅5를 형성했다.

국가별로는 렉서스와 토요타 외에 ▲6위 혼다(822점) ▲7위 인피니티(815점)까지 일본차의 강세가 돋보였다. 국산으로는 르노삼성과 함께 쌍용이 평균 이상으로 평가된 반면 그 외 4개(현대/기아/한국지엠/제네시스) 브랜드는 평균 점수 이하로 평가됐다[그림2].

이처럼 국산차 AS 경쟁력 위기의 주 요인은 직영서비스센터였다. 직영센터는 지정/협력센터에 비해 수적으로 훨씬 적음에도 지정/협력센터가 따놓은 국산차 고객 만족도를 까먹고 수입차에 역전당할 위기를 불러온 주범이 되고 있다.

상대적으로 안정된 작업환경과 고용조건을 갖춘 직영센터가 고객의 눈높이에서 가장 벗어난 평가를 받고 있다는 것은 아이러니다. 국산차 직영서비스센터의 서비스 수준이 좋아지지 않으면 2021년에는 수입차의 역전이 현실로 다가올 수 있다.

컨슈머인사이트는 **비대면조사**에 **효율적인** 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 특히, 최근에는 **다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계**하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다.

이 조사결과는 자동차전문 리서치회사 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 표본규모 10만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제20차 조사(2020년 7월 실시)로부터 나온 것입니다.

◆ 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.

모집단	운전 면허 소지자 중 자동차 보유자 / 2년 이내 구입계획자	조사대상자의 성격에 따라 측정/분석 내용이 다름 2020년 104,208명 2019년 101,145명 2018년 93,230명 2017년 96,213명 2016년 100,788명 2015년 105,672명 2014년 101,821명 2013년 101,701명 2012년 95,012명 2011년 97,356명 2010년 106,291명 2009년 91,129명 2008년 95,472명 2007년 105,149명 2006년 106,088명 2005년 139,825명 2004년 171,499명 2003년 118,195명 2002년 129,277명
표본 추출의 틀	ConsumerInsight, Invight Panel & Portal Sites 회원	
표본 추출 방법	성별/연령별할당 표집	
조사 방법	E-mail survey	
분석 샘플 규모	104,208명	
조사 내용	Usage & Attitude & CEQ (Consumer Experienced Quality)	
조사 기간	2020년 7월	

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 컨슈머인사이트에 귀속되며 보도 이외의 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

최현기 컨슈머인사이트 수석부장

choihk@consumerinsight.kr

02)6004-7614