



데이터융복합·소비자리서치 전문 연구기관

컨슈머인사이트 보도자료

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	sammy.park@consumerinsight.kr
문 의	박승표 이사	연 락 처	02) 6004-7661
배 포 일	2021년 11월 26일(금) 배포	매 수	자료 총 3매

■ 2021년 자동차 기획조사 보도자료⑩

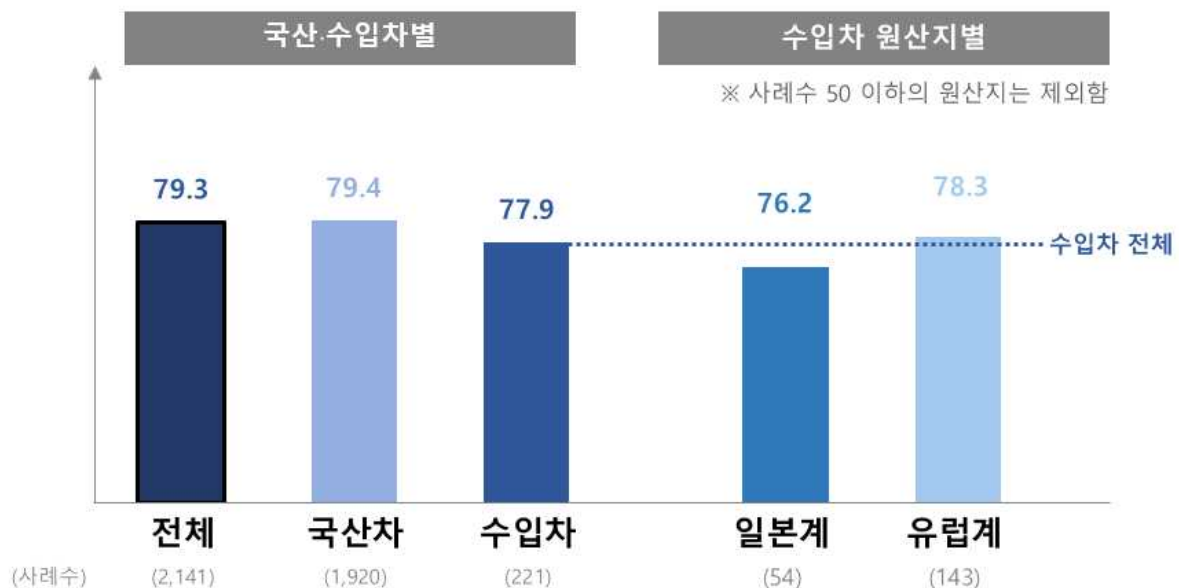
동네 카센터 만족도, 국산차나 수입차나 '엇비슷'

컨슈머인사이트 '비공식 서비스센터' 만족도 비교

- 국산차가 다소 앞서지만 둘 다 5명 중 4명꼴 "만족한다"
- 국산차에 훨씬 유리한 접근성 감안하면 사실상 차이 없어
- AS 끝판왕 '일본차'가 유럽 브랜드보다 낮은 평가 받아 눈길

[그림] 비공식 서비스센터* 만족률(2021년, 단위 : %**)

[Base: 지난 1년간 비공식 서비스센터 이용자]



Q. 귀하께서 가장 최근에 이용하신 비공식 서비스센터에 대해 전반적으로 만족하십니까?

* 비공식 서비스센터는 주유소·타이어 정비 네트워크·보험회사 지정 체인점, 일반 카센터를 뜻함

** 5점 척도 중 약간 만족+매우 만족 %

흔히 카센터로 불리는 비공식 자동차 서비스센터에 대한 만족도가 대체로 높았고 국산차 이용자가 수입차보다 더 만족하고 있었다. 국산차는 시간·비용 절감과 함께 취급 점 수가 많아 접근성이 뛰어나다는 강점이 있지만 수입차와 차이는 크지 않았다. 공식 애프터서비스(AS)에서는 국산과 수입을 통틀어 최고를 자랑하는 일본 브랜드가 이 부문 만족도에서는 국산은 물론 유럽계 수입차보다 낮은 평가를 받은 것도 눈길을 끈다.

자동차 조사 전문기관 컨슈머인사이트가 2001년부터 수행해 온 '연례 자동차 조사(매년 7월 약 10만명 대상)'에서 최근 1년 내 비공식 서비스센터 이용 경험자 2141명에게 얼마나 만족했는지 묻고 이를 국산차·수입차별(수입차는 원산지별)로 비교했다. 그 동안 자동차 제조사·딜러사가 직간접 운영하는 공식서비스센터(직영·지정·협력센터, 이하 공식센터)에 대한 조사는 있었지만 동네 카센터처럼 점주 스스로 관리·운영하는 '비공식 서비스센터(스피드메이트·오토오아시스 등 지정체인점 포함, 이하 비공식센터)'에 대한 만족도 조사는 이번이 처음이다.

최근 1년 비공식센터 이용자의 만족률(약간 만족+매우 만족 %)은 79.3%였다. 5명 중 4명꼴로 비교적 높은 만족도를 보였다. 이를 국산차와 수입차로 구분하면 각각 79.4%, 77.9%로 국산차 이용자가 1.5%포인트 높았다[그림].

일반적으로 자동차 AS 만족도는 국산차가 수입차보다 앞서 왔다. 직영센터가 미흡함에도 불구하고 지정·협력센터의 선전으로 한 발 앞섰으나 최근 수입차 서비스 만족도가 가파르게 상승하면서 거의 대등한 수준이 됐다(참고. [2021년 자동차 기획조사 보도자료① 자동차 서비스 만족도 '메이저 순'이 아니었다](#)).

비공식센터는 거리가 가까울 뿐 아니라 상대적으로 낮은 비용과 적은 시간, 작업자와의 소통과 융통성 측면에서 강점이 있지만 시설·장비·수행기능 측면에서는 확실히 제한적이다. 수입차 비공식센터는 이런 측면에서 취약할 수밖에 없다는 점이 만족률에 반영됐다.

수입차 원산지별 비교에서는 다소 의외의 결과가 나왔다. 국산·수입차를 통틀어 AS 만족도에서 압도적인 우세를 보여 온 일본계 브랜드 만족률(76.2%)이 유럽계 브랜드(78.3%)보다 오히려 낮았다. 보급대수가 상대적으로 적다보니 접근성에서 열세인 영향도 있겠지만 그만큼 일본 공식센터의 탁월함과 대비됐기 때문으로 보인다.

비공식센터는 간단한 자동차 AS가 필요할 때 시간과 비용을 절감할 수 있다는 장점이 있다. 반면 공식센터는 제조사·딜러사의 관리 아래 월등한 인력과 장비로 좀 더 수준 높은 서비스를 제공한다는 특성이 있다. 공식센터는 보증기간 내의 무상 서비스가 많아 유상 수리와 점검 위주의 비공식센터보다 유리한 측면도 있다. 공식과 비공식 간의 차이가 크지 않은 것은 비공식 업체들이 이런 차이를 잘 고려한 결과다.

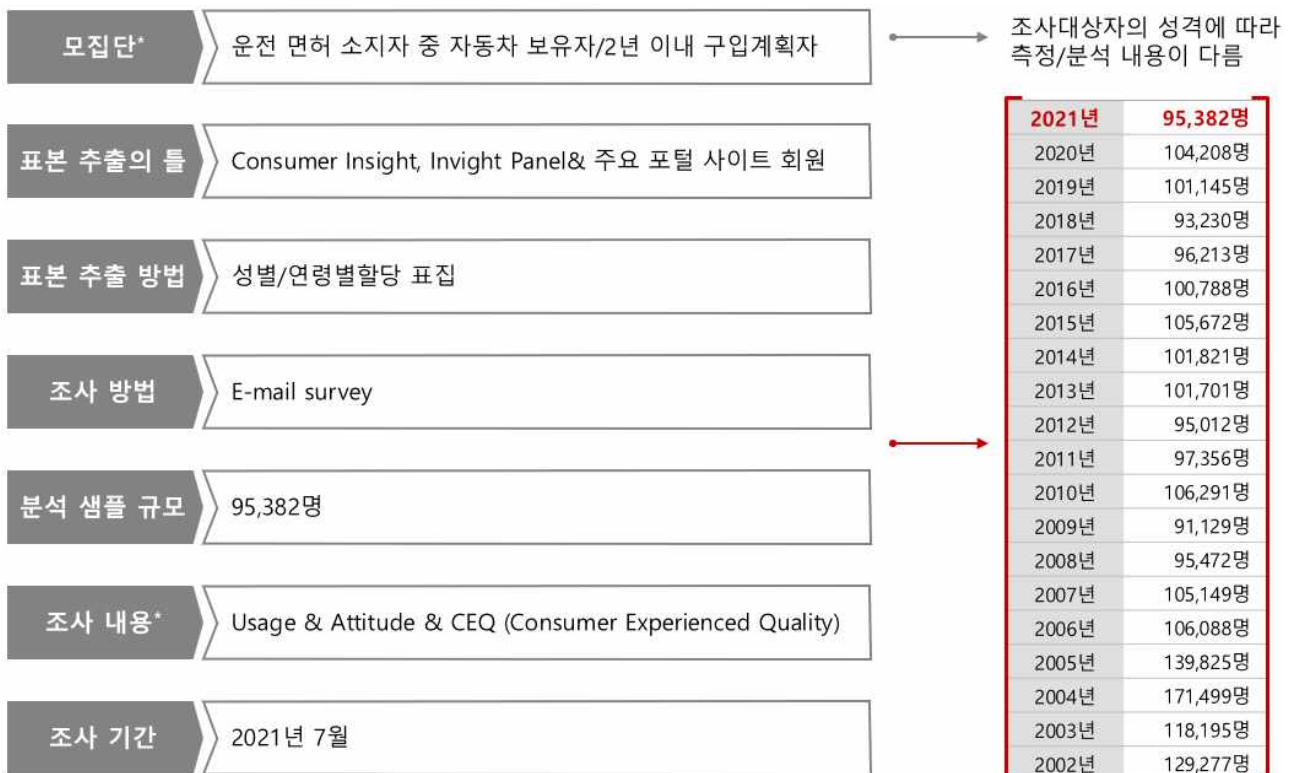
국산차와 수입차 간에도 정도의 차이는 있지만 소비자들이 비공식센터 만족도를 높게 평가하고 있는 것은 서로 다른 역할과 기능을 잘 알고 있기 때문이다. 수입차의 비공식센터 서비스 만족도가 좀 더 향상된다면 아직 다소 약세인 수입차 전반의 AS 경쟁력이 국산차를 따라잡는 하나의 계기가 될 것이다.

컨슈머인사이트는 **비대면조사에 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 제21차 조사(2021년 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.



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

For-more-Information

박승표 컨슈머인사이트 이사

sammy.park@consumerinsight.kr

02)6004-7661