



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 12월 16일(목) 배포	매 수	자료 총 3매

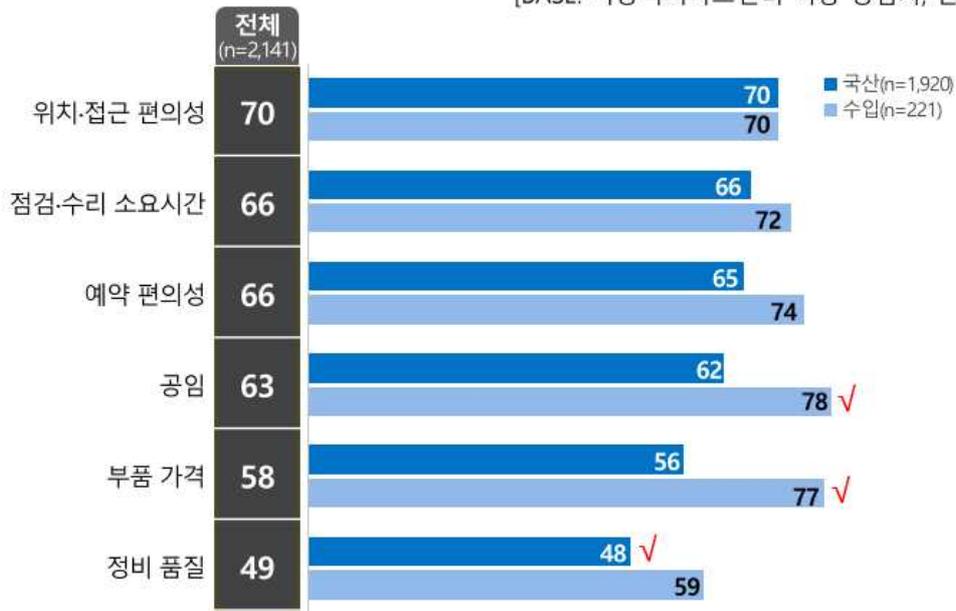
■ 2021년 자동차 기획조사 보도자료 ⑬

카센터 가본 사람 60% 이상 “공식 서비스센터보다 낫더라” 컨슈머인사이트 ‘공식 대비 비공식 서비스센터 만족 수준’ 비교

- 접근편의성·소요시간·예약편의성·공임 순으로 더 만족
- 정비품질에 대한 만족률 50% 미만으로 가장 낮아
- 수입차 카센터 만족도 국산 앞서고 부품값·공임 특히 높아

[그림] 비공식 서비스센터의 공식센터 대비 만족률(국산·수입차 별)

[BASE: 비공식서비스센터 이용 경험자, 단위 : %]



Q. 최근 이용한 000정비업체의 서비스는 공식 서비스센터 대비 어떠했다고(만족/불만족) 생각하십니까?
(매우 불만, 불만, 비슷, 만족, 매우 만족 5점 척도 중 만족+매우 만족 %)

*비공식 서비스센터는 주유소·타이어 정비 네트워크·보험회사 지정 체인점과 일반 카센터, 공식 서비스센터는 제조사·딜러가 운영하는 직영·지정·협력센터를 말함

동네 카센터 같은 비공식 서비스센터 이용자들은 접근·예약 편의성, 소요시간, 공임 등 시간과 비용 때문에 공식 서비스센터보다 더 만족했다. 수입차 카센터는 공임과 부품가격 측면에서 특히 만족도가 높았다.

자동차 조사 전문기관 컨슈머인사이트가 2001년부터 수행해 온 '연례 자동차 조사(매년 7월 약 10만명 대상)'에서 비공식 서비스센터 이용 경험자 2141명에게 '공식 서비스센터 대비 만족·불만족 수준이 어땠는지'를 묻고 만족률(5점 척도 중 만족+매우 만족%)을 산출해 비교했다. '비공식 서비스센터'는 동네 카센터처럼 점주 스스로 관리·운영하는 업소(주유소·타이어 정비 네트워크·보험회사 지정체인점 포함, 이하 비공식센터)를, '공식 서비스센터'는 제조사·딜러가 직간접 운영하는 정비사업소(직영·지정·협력센터 포함, 이하 공식센터)를 말한다.

■ 비공식센터 이용 목적은 대부분 "소모품 교체"

비공식센터 이용자들이 공식센터 대비 가장 만족한 항목은 △위치·접근 편의성(70%)이었으며 △점검·수리 소요시간(66%) △예약 편의성(66%)이 같은 비율로 뒤를 이었다. △공임(63%) △부품가격(58%)에 대해서도 긍정적이었다[그림].

비공식센터는 '가까운 곳'에서 '오래 기다리지 않고' '저렴한 비용'으로 간단한 정비 서비스를 받을 수 있다는 장점이 있었다. 반면 △정비 품질에 대한 만족률은 가장 낮아 유일하게 50%에 미치지 못했다.

공식센터에 비해 장비와 인력 측면에서 열세인 비공식센터의 서비스가 단순 정비 위주로 이뤄지고 있기 때문으로 보인다. 실제로 비공식센터에서 받은 정비 내역(복수 응답)은 '소모품 교체'가 92%로 압도적이었고, '기능수리' 27%, '판금·도장' 8% 순이었다.

■ 지나치게 높은 수입차 공식 AS비용 정상화 필요

비공식센터의 만족도는 거의 모든 분야에서 수입차가 70%대로 국산보다 높았다. 특히 공임(국산 62% vs 수입 78%), 부품가격(국산 56% vs 수입 77%), 정비 품질(국산 48% vs 수입 59%) 측면의 만족률은 국산차보다 11~21%포인트 우세했다. 예약 편의성과 소요시간 측면에서도 수입이 앞섰고 위치·접근 편의성만 국산과 동일했다.

공임과 부품가격은 수입차의 비공식센터 만족도가 가장 높고 동시에 국산과의 차이도 가장 컸다는 점에 주목할 필요가 있다. 특히 부품가격의 경우 국산과의 만족도 차이가 21%포인트에 달했는데 그만큼 공식센터가 비싸다고 느끼고 있음을 반영한다.

수입차 부품값과 애프터서비스(AS) 비용은 국산보다 2~4배 가량 비싼 것으로 조사된 바 있다.⁽¹⁾ 수입차 딜러들은 치열한 판매경쟁을 위해 큰 폭의 할인정책을 쓰고,⁽²⁾ 대신 거기서 발생한 손실을 AS에서 메우려 한다는 평이 있다. 가격 경쟁을 위해 서비스 비용을 올리는 것은 합리적으로 보이지 않는다. 판매와 서비스 모두 정상화되기를 기대한다.

☐참고자료

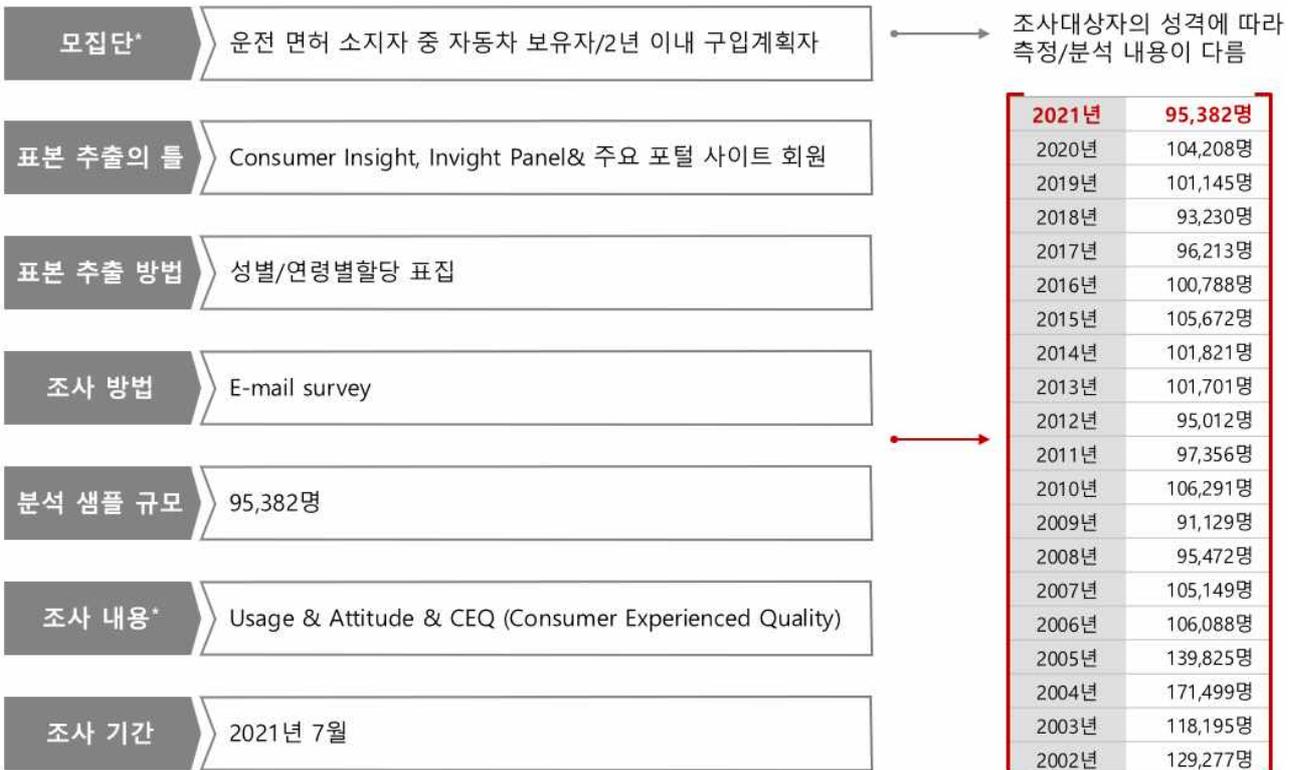
- (1) [수입차 A/S프로세스 비교 분석 : 소요 비용](#)
- (2) [수입차 구입가 20% 오를 때 국산차는 30% 올랐다](#)

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