

수입자동차의 급성장, 노란불 들어오나

마케팅인사이트 2013 자동차 기획조사

- 수입차 강세지만 국산과의 차이 줄어들어
- 초기품질과 A/S는 국산차가 앞서

수입차의 급성장이 주춤할 조짐이 있다. 소비자들은 자동차의 제품품질과 서비스에 대해 수입차를 국산차 보다 한 수 위로 평가해 왔고, 이런 평가가 수입차의 폭발적인 성장을 끌어왔다. 그러나 금년도 조사결과에는 적지 않은 변화가 있다. 그 격차가 줄어들고 있을 뿐 아니라 역전 현상도 나타나고 있었다. 국산차가 잘해서라기 보다는 수입차가 잘 못하고 있기 때문이다. 수입차는 여러 영역에서 뒷걸음 치며 경쟁력을 잃어가고 있다. 특히 자동차 회사들이 가장 중요시하는 초기품질과 A/S만족도에서 국산차가 수입차를 앞섰다는 점은 주목할 만 하다. 막강했던 수입차의 경쟁력이 둔화되고 있음을 감지할 수 있고, 성장세의 완화나 정체로 이어질 가능성이 있다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr, 대표: 김진국)는 2002년부터 12년째 매년 7월에 ‘자동차의 체험품질 및 고객만족’에 대한 대규모 기획조사(2013년 표본 규모 101,701명)를 실시해 왔다. 이 조사는 ‘소비자들이 체험한 제품과 서비스 상의 문제점의 수를 세는 체험품질(Experienced Quality)’ 영역과 ‘제품과 서비스를 이용하면서 받은 느낌을 주관적으로 평가하는 고객만족(Customer Satisfaction)’ 영역으로 구성 되어 있다. 체험품질의 측정과 고객만족의 평가가 주된 내용이다.

보다 구체적으로 ‘체험품질’은 자동차 구입 초기에 체험한 초기 품질 문제점 수(이하 ‘초기 품질’)와 3년이 지나면서 체험한 내구 품질 문제점 수(이하 ‘내구품질’), 자동차와 서비스 때문에 경험한 스트레스 종류의 수(이하 ‘품질스트레스’)의 3개 부문으로 구성된다.

‘고객만족도’는 자동차의 구입과정과 구입 이후의 고객관리에 대한 평가인 ‘판매서비스만족도’, 새 차를 사용하면서 느낀 차의 성능·기능·디자인에 대해 평가하는 ‘제품만족도’, 그리고 자동차의 점검·정비 서비스의 절차·결과·비용 등을 평가한 ‘A/S만족도’의 3개 부문으로 구성되어 있다.

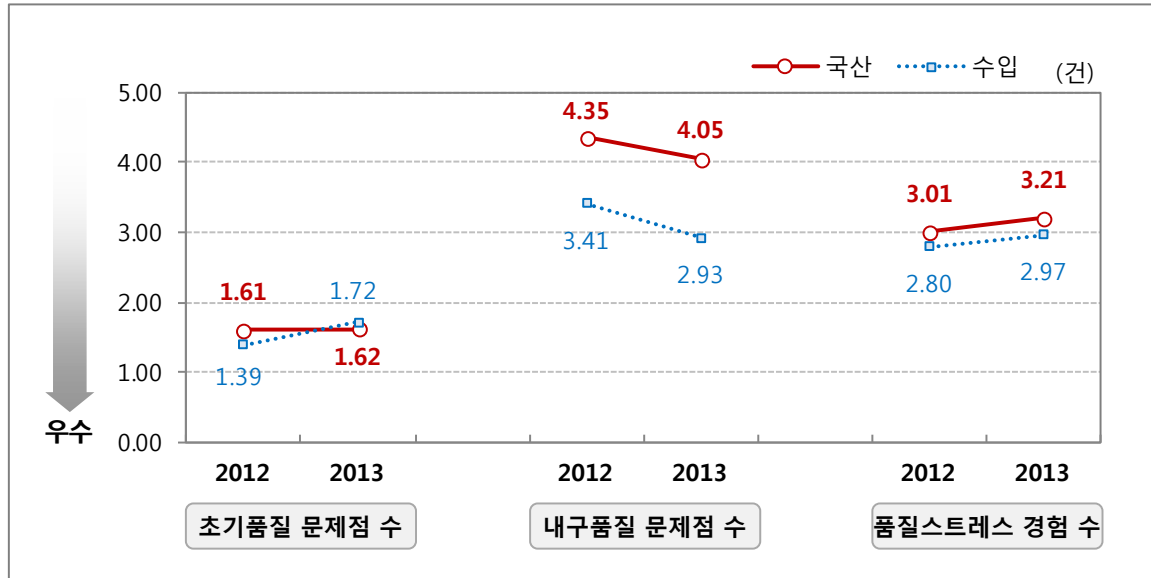
2개 영역 6개 부문에 대한 2012년과 2013년의 결과가 [그림1] 체험품질 영역, [그림2] 고객만족도 영역으로 제시되어 있고, [표1]에는 각 부문별로 1위를 차지한 국산차와 수입차 브랜드의 점수가 제시되었다.

For more Information

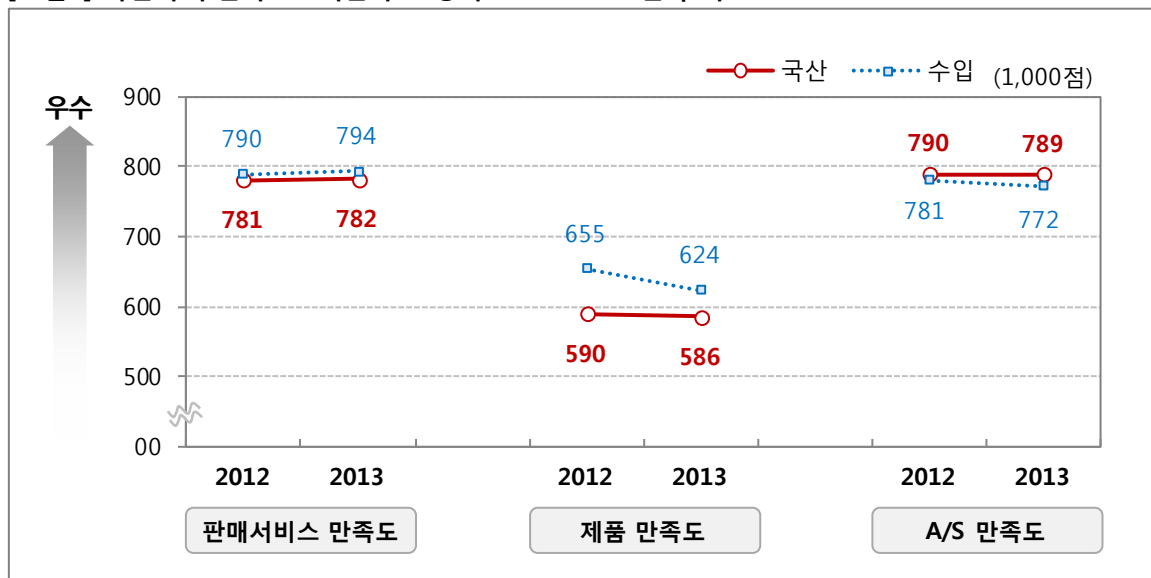
문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[그림1] 국산차-수입차 “체험품질”영역 2012-2013 변화 비교



[그림2] 국산차-수입차 “고객만족도”영역 2012-2013 변화 비교



For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[표1] 2013년 마케팅인사이트 자동차 품질 및 고객만족 조사 1위 브랜드

		2013 품질 및 고객 만족 조사 1위*			
		국산차		수입차	
체험품질 영역 ¹ (건)	초기품질 문제점 수 ³	현대	1.43	BMW	1.22
	내구품질 문제점 수 ⁴	현대	3.72	BMW	2.59
	품질스트레스 경험 수 ⁵	한국지엠	3.09	Toyota	2.19
고객만족도 영역 ² (1,000점)	판매서비스 만족도 ⁶	르노삼성	811	Mercedes-Benz	830
	제품 만족도 ⁷	르노삼성	601	Mercedes-Benz	640
	A/S 만족도 ⁸	한국지엠	819	Honda	821

* 비교대상 브랜드는 각 부문별 60사례 이상 경우로

국산 5개 브랜드와 수입차 3개 브랜드(BMW, Mercedes-Benz, Volkswagen) 만이 6개 부문 모두에 해당됨

1. 체험한 문제점이나 불만을 센 것으로 수치가 적을 수록 좋은 것임

초기/내구품질은 디자인상의 문제(Design Failure)를 강화한 개편조사 결과(Bridge Study가 반영된)이므로 과거자료와 비교 시 유의

2. 소비자의 주관적 평가를 합산해 1,000점 만점으로 만든 것으로 수치가 클 수록 좋은 것임

3. 6개월내 새차구입자 4,109명이 평가, 사례수 요건(60 이상)을 충족시킨 평가대상 브랜드는 9개로 기본 8개 브랜드 외 Audi 포함

4. 새차 구입 후 3년 경과자(2010년 구입) 7,442명이 평가, 평가 대상 브랜드는 기본 8개 브랜드

5. 1년 이내 새차 구입자(평균 6개월 사용) 7,811명이 평가, 평가 대상 브랜드는 10개로 기본 8개 외 Audi, Toyota 포함

6. 1년 이내 새차 구입자(평균 6개월 사용) 7,538명이 평가, 평가 대상 브랜드는 10개로 기본 8개 외 Audi, Toyota 포함

7. 1년 이내 새차 구입자(평균 6개월 사용) 7,811명이 평가, 평가 대상 브랜드는 10개로 기본 8개 외 Audi, Toyota 포함

8. 1년 이내 A/S 경험자 44,294명이 평가, 평가 대상 브랜드는 17개로 기본 8개 외 Audi, Ford, Honda, Infiniti, Lexus, Nissan, Peugeot, Toyota, Volvo 포함

1. 체험품질 영역

자동차의 체험품질은 제품에 대한 것과 제품과 서비스 전반에 관한 것으로 나뉜다[그림1].

제품품질은 자동차를 사용하면서 몇 건의 고장·결함·문제점을 경험했는지 그 수를 세는 것이며, 결과는 차량 1대당 평균 몇 ‘건’으로 제시된다. 따라서 그 수치가 작을수록 좋은 것이며 평균 사용기간 3개월인 차의 문제점 수를 초기품질(2013년 1월 이후 구입), 평균 3년 사용한 차의 문제점 수를 내구품질(2010년도 구입)로 사용한다. 올해 조사에서는 초기와 내구품질의 측정에 부분적인 변화가 있었다. 고장·결함·문제점에 더해 사용불편을 유발하는 디자인 상의 문제(Design Failure)를 보다 상세히 다루었다.

제품과 서비스 전반에 대한 체험품질은 차를 사용하면서 겪은 스트레스 경험(불안, 불편, 손실, 분노)의 수를 세는 것으로 품질스트레스라 한다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

초기품질 (응답자 수: 4,109명); 2013년 초기품질 문제점 수, 즉 새차를 구입한지 6개월이 채 지나지 않은 소비자(평균 3개월 사용)들이 경험한 고장·결함·문제점 등의 평균은 국산차 1.62건, 수입차 1.72건이었다[그림1].

2002년 초기품질의 측정을 시작한 이래 국산차의 평균이 수입차 보다 적은 문제점 수를 기록한 것은 처음이다. 12년 만에 처음으로 국산 평균이 수입 평균을 앞질렀다. 특히 지난 5년간(2008년이후) 국산차 1위 회사의 점수가 수입차 평균 보다 못했다는 점을 감안하면, 금년에 대역전이 이뤄졌음을 알 수 있다.

이는 국산차가 좋아지기 보다는 수입차가 부진했기 때문이다. 국산차는 작년 1.61건에서 금년 1.62건으로 사실상 변화가 없었으나, 수입차는 작년 1.39건에서 금년 1.72건으로 평균 0.33건이 증가 했다. 수입차의 부진은 A/S 문제, 중저가 차량의 증가, 막강했던 일본차의 이미지 하락 등 여러 요인이 복합적으로 작용했기 때문으로 보인다.

국산브랜드 중에서는 현대가 1.43건으로 2년 연속 1위에 올랐다. 국산차 5개 브랜드와 수입차 4개 브랜드를 포함한 비교에서는 BMW가 1.22건으로 1위를 차지했다.

내구품질 (응답자 수: 7,442명); 새 차 구입 후 평균 3년이 경과한 차(2010년 구입)의 문제점 수를 세는 내구품질의 평균은 국산차 4.05건, 수입차 2.93건으로 수입차가 크게 앞섰다. 지난 4년간(2009년 이후) 수입차의 평균 내구품질 문제점 수는 국산차 평균은 물론 1위 브랜드 보다 적었으며, 금년에도 그 우세가 이어졌다.

내구품질은 6개 핵심 품질영역 중 국산차가 괄목할 만한 향상을 보인 유일한 부문으로 전년 4.35건에서 금년 4.05건으로 0.30건이 감소했다. 그러나 수입차는 이 보다 더 큰 향상(3.41건에서 2.93건)을 이뤄 품질격차를 더 벌렸다.

국산차 중에서는 현대가 3.72건으로 3년만에 1위 자리로 복귀했다. 국산차 5개 브랜드와 사례수 60이상인 수입 브랜드 3개를 포함한 비교에서는 BMW가 2.59건의 탁월한 성적으로 1위를 차지했다.

동일한 척도로 측정되면서 비교기간만 다른 초기품질과 내구품질은 상관관계가 높은 것으로 잘 알려져 있다. 국산차는 현대, 수입차는 BMW가 ‘초기품질’과 ‘내구품질’ 모두에서 경쟁력이 있음을 보여 준다.

품질스트레스(응답자 수 7,811명); 품질스트레스는 ‘차를 구입한 지 1년 이내(평균 6개월)인 소비자들이 체험한 스트레스의 경험 수’를 센 것이다. 소비자들이 체험한 ‘불편’, ‘불안’, ‘손실’, ‘분노’ 등 4개 차원의 스트레스경험 건 수를 말한다. 제품품질을 체험한 고장·결함·문제점의 수로 측정하듯이, 품질스트레스는 체험한 불만경험의 수를 측정한 고객만족도라 할 수 있다. 이 역시 수치가 적은 것일수록 만족도가 높은 것이다.

품질문제로 경험한 스트레스의 건수는 국산차 3.21건, 수입차 2.97건으로 수입차가 더 적었

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

다. 작년과 비교하면 국산차 수입차 모두 0.2건 정도 증가한 결과로 큰 변화가 없었다고 할 수 있다.

국산차 중에서는 한국지엠이 3.09건으로 품질스트레스가 가장 적은 브랜드 부문에서 작년에 이어 2년 연속 1위를 차지했다. 수입차 5개 브랜드를 포함한 비교에서는 Toyota가 2.19건으로 가장 우수했다.

품질스트레스는 제품품질과 서비스품질 만족도 모두와 높은 상관관계를 갖고 있어 종합고객 만족도와 할 만 하다.

2. 고객만족도 영역

고객의 만족도 평가는 크게 세 부문으로 구성되어 있다. 구입과정과 구입 후 고객관리에 대한 만족도를 다루는 '판매서비스만족도', 구입한 제품의 기능·성능·디자인 등이 얼마나 마음에 드는지를 평가하는 '제품만족도', 차의 점검과 정비 등 애프터서비스가 어느 정도 만족스러웠는지를 따지는 'A/S만족도'가 있다.

이 3개 부문은 모두 1,000점 만점으로 산출되며, 판매서비스와 제품 만족도는 구입 후 1년 이내(2012년 7월 이후구입), A/S만족도는 지난 1년 간 A/S를 받은 적이 있는 모든 소비자가 대상이 된다.

-판매서비스 만족도(응답자 수 7,538명); 소비자들이 자동차를 구입하면서 경험한 판매서비스(영업점, 영업사원, 인도과정 등)에 대한 평가(이전에는 영업만족도라 함)는 국산차 782점(1,000점 만점) 수입차 794점으로 수입차가 다소 앞섰으며, 이는 작년과 거의 비슷한 수준이다(각각 781점, 790점).

수입차는 2010년까지 국산차를 40점 내외의 큰 차이로 앞섰으나, 2011년 이후에는 10점 내외의 근소한 차이로 줄어 들었다. 이는 다른 부문과 달리 수입차가 후퇴했기 보다는 국산차의 평가가 향상되었기 때문이다. 수입차의 급신장에 대응하려는 국산차의 노력이 성과를 내고 있음을 보여 준다.

국산차 중에서는 르노삼성이 811점으로 1위를 차지하며 12년 연속 1위를 지켰다. 특정회사가 본 기획조사 출범 이래 1위를 독점한 유일한 사례다. 사례수 60이상인 수입 브랜드 5개를 포함한 10개 브랜드 비교에서는 Mercedes-Benz가 830점으로 1위를 차지 했다.

-제품 만족도(응답자 수 7,811명); 자동차 구입 후 1년이 지나지 않은 소비자들이 자동차를 사용하면서 기능·성능·디자인에 대해 내린 평가가 제품만족도다. 이전에는 '상품성'이라고 했으나 구입전에 느끼는 상품으로서의 가치라는 인상이 강해 실제 사용 후의 평가와 거리가 있었다. 제품만족도 또는 체험가치라는 이름이 현실과 더 잘 맞는다.

국산차가 수입차에 비해 가장 열세인 부문이 제품만족도다. 일반적으로 제품만족도는 고가 고급 제품이 높다. 금년에도 수입차 624점(1,000점 만점) 국산차 586점으로 적지 않은 차이

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

(38점)가 있었으나, 차량의 가격 차이를 고려하면 국산이 낮은 것은 당연하다. 이 차이는 작년(수입 655점, 국산 590점, 차이65점)에 비하면 크게 줄어든 것이고, 그 이유는 수입차 점수가 크게 낮아졌기 때문이다(655점->624점).

국산차 중에서는 르노삼성이 601점으로 1위를 차지하며 2012년 잃었던 자리를 되찾았다. 르노삼성은 판매에 많은 어려움을 겪었지만, 차를 구입한 소비자는 만족했음을 알 수 있다. 사례수 60이상인 수입브랜드 5개를 포함한 10개 브랜드 비교에서는 Mercedes-Benz가 640점으로 1위를 차지했다.

다양한 중저가형 수입차들이 들어오면 제품만족도는 낮아지기 마련이다. 제품만족도는 가격 대비 가치가 적지 않게 반영된 측정치다. 국산이나 수입차나 같은 가격대에서 경쟁력을 갖추는 것이 중요하다.

-A/S만족도(응답자 수 44,294명); 지난 1년간 각 사의 정비·점검서비스를 이용한 적이 있는 소비자들이 평가한 A/S만족도(1,000점 만점)는 국산차 789점, 수입차 772점으로 국산차가 수입차를 앞섰다

국산차는 작년에 처음으로 수입차를 앞섰으며(국산 790점, 수입 781점, 9점 차이), 금년에는 그 차이를 더욱 벌렸다(17점 차이). 2011년까지 800점대를 유지하며 국산차를 앞서던 수입차는 이제 2년 연속 국산차에 뒤지는 초라한 모습이 되었다. 금년 처음 뒤집기에 성공한 초기품질처럼 국산차의 답보, 수입차의 침체로 역전 현상이 일어나고 있다. 수입차의 A/S에 대해 커지고 있는 우려가 현실화 되고 있는 것으로 보인다.

국산차 중에서는 한국지엠이 819점으로 2년 연속 1위에 올랐다. 사례수 60이상인 수입차 12개 브랜드를 포함한 통합비교에서는 Honda가 821점으로 1위를 차지했다. Toyota, Lexus와 치열한 선두다툼을 벌인 4년만의 1위 복귀다. 직영사업소만을 따지면 한국지엠이 823점으로 Honda를 근소한 차이로 앞섰다.

현재 품질 및 고객만족 6개 부문 모두에서 국산차 1위는 수입차 1위에 뒤지고 있다. 국산차 1위가 수입차 1위를 앞서는 새로운 기록이 나온다면, 그것은 A/S부문이 될 가능성이 크다.

3. 종합

2013년도 자동차 품질 및 고객만족도 조사에서 나타난 주요 결과를 먼저 요약하면 ‘막강했던 수입차의 경쟁력이 2012년을 고비로 후퇴하고 있다’는 것이다. 아직 대부분의 영역에서 국산차를 앞서고 있으나 전년도에 비하면 그 차이가 줄어들고 있음을 알 수 있다.

격차의 축소는 국산차의 향상 보다는 수입차의 뒷걸음질 때문이다. 수입차는 초기품질, 제품만족도, A/S만족도, 품질스트레스 등 대부분의 부문에서 작년 보다 못한 성적을 거뒀다. 이 부문들에서의 부진은 곧바로 판매의 부진으로 연결될 수 있다. 판매, 마케팅 위주의 전략이 계속 유효할지 검토할 필요가 있다.

국산차가 거둔 경쟁력의 만회는 주로 수입차의 부진 때문이다. 실질적으로 거둔 성과가 있

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

다면 내구품질 하나 정도고, 품질스트레스는 오히려 크게 증가했다. 수입차의 급성장에 적극 대응한다 하면서도 실제로 소비자들의 마음을 얻는 데는 큰 성과를 거두지 못하고 있다.

현재 6개 부문 모두에서 수입차 1위는 국산차 1위를 크게 앞서고 있다. 세계의 주요 선진자동차 생산국가 중에서 내수 시장을 확실히 지키는 나라는 일본 하나 뿐이고, 이들의 무기는 '품질과 고객만족'이다. 국내 브랜드들이 소비자들로부터 '품질과 고객만족'에서 확실한 인정을 받지 못한다면 시장을 지키기는 점점 더 힘들어질 것이다.

=====

㈜마케팅인사이트는 지난 2001년부터 2013년까지 매년 7월 10만여 소비자들을 대상으로 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 실시해왔다. 조사 결과는 매년 9월 중순부터 발표되고, 11월에 5년간의 변화추세 분석을 포함한 '[한국 자동차 품질 백서](#)'로 발간하고 있다. 조사결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있다.

언론 발표 내용과 '한국 자동차 품질 백서' 내용은 ㈜마케팅인사이트가 개발한 '한국형 온라인 자동차 컨슈머리포트' 사이트인 'AutoInsight'(www.autoinsight.co.kr)에 실리고 있으며, Daum의 자동차섹션 중 '[오토칼럼](#)'에도 상시 게재되고 있다. 특히 'AutoInsight'에서는 소비자들의 제품 품질 및 서비스평가 내용을 자동차 모델별로 비교하는 'One Page Report'를 볼 수 있다.

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2013년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 101,701명

위 조사 결과는 ㈜마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2013년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 ㈜마케팅인사이트에 있으며, 사전 서면허가 없이는 어떤 경우에도 상업적인 목적으로 사용될 수 없음을 알려드립니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr에서 보실 수 있습니다.

문의: 이건호 상무 T:02-6004-7622 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr