자동차 AS 만족도 향상을 위한 개선 포인트 점검

자동차 리서치 전문기업 **ConsumerInsight**가 2001년 시작한 **'연례 자동차 기획조사'**(매년 7월 10만명 대상)가 올해로 제25차를 맞았습니다. 이 리포트는 지난 1년간('24년 7월~'25년 6월) 정비 사업소에서 애프터서비스(AS)를 받은 소비자 3만1474명에게 제공받은 서비스 경험을 묻고 이의 각 단계를 **시간과 비용 중심으로 비교**한 것입니다. AS 프로세스별로 **소비자가 경험한 서비스를 어떻게 평가**하고 있는지, **실제로 원하는 것은 무엇**인지를 비교해 개선 포인트를 찾아 보자는 취지입니다.

-자동차 AS Process 분석-

개요

자동차 회사의 정비사업소에서 소비자가 최근(1년 이내) 체험한 정비서비스를 서비스 단계별로 정리하여 제시

분석 데이터

- **응답 대상 :** 최근(1년 이내) 정비사업소에서 AS를 받은 소비자
- **총 사례 수 :** 31,474명(국산차 이용자 23,264명, 수입차 이용자 8,210명)

평가 대상 브랜드

- **평가 대상 :** 제시한 31개 브랜드 중 사례수 60 이상의 22개 브랜드(이하 알파벳 순)
- **국산(6개) :** Genesis, GM Korea, Hyundai, KIA, KG Mobility, Renault Korea
- **수입(16개) :** Audi, BMW, Ford, Honda, Jeep, Land Rover, Lexus, Lincoln, Mercedes-Benz, MINI, Peugeot, Porsche, Tesla, Toyota, Volkswagen, Volvo

	PROCESS	조사 내용	EXPERIENCES
Ⅰ	1. 서비스 예약	• 예약 용이성	(1) 첫 통화 예약 성공률 (2) 전화 예약시 통화 시도 횟수 (3) 온라인 예약 비율
Ⅰ	2. 방문/입고/상담	• 서비스 처리 능력 • 상담 충실성	(4) 예약후 대기기간 (5) 사전 상담 대기 시간 (6) 핵심 사항 설명 제공률
Ⅱ	3. 관찰/대기	• 정비/수리 신속성 • 관찰 시간 편의성	(7) 고객 편의시설 구비율 (8) 고객 편의시설 안내율 (9) 정비 상황 수시 확인 가능 비율 (10)당일 정비 완료율 (11)부품 수급 문제 경험률 (12)부품 대기 기간 (13)정비/수리 기간
Ⅲ	4. 정비 결과 확인	• 정비/수리 품질 • 불만 처리 충실성	(14)정비 후 문제 해결 여부 확인 (15)정비/수리 결과 불만 제기율 (16)동일 문제 재발 경험률 (17)정비 오류 경험률 (18)과잉 정비 경험률 (19)임의 정비 경험률
Ⅲ	5. 비용 결제	• 정비/수리 경제성	(20) 최근 정비/수리 비용 (21) 무상 정비 경험률
Ⅲ	6. 출고	• 정비/수리 후 케어	(22) 무상 서비스 경험률

04 정비결과 확인

1 잘못된 정비(오류) 경험은 평균 6.8%...국산(7.5%)이 수입(4.9%)의 약 1.5배

- 토요타(2.6%)와 볼보(2.8%)가 오류 경험 3% 미만에서 선두 경쟁
- 톱5 중 일본 브랜드가 1, 3위 차지…국산은 톱10에 하나도 못 끼어

[표 15] 브랜드별 정비/수리 오류 비율(낮은 순)

Rank	Brand	(N)	정비/수리 오류 비율(%)
1	Toyota	(327)	2.6
2	Volvo	(403)	2.8
3	Lexus	(334)	3.2
4	Jeep	(140)	3.6
5	Porsche	(137)	4.4
5	Volkswagen	(629)	4.4
7	Tesla	(422)	4.7
8	Mercedes-Benz	(1,823)	4.8
9	BMW	(2,185)	4.9
10	Land Rover	(104)	5.4
11	Audi	(564)	5.8
12	GM Korea	(2,397)	6.2
13	KG Mobility	(1,549)	6.3
14	Peugeot	(110)	6.4
15	Renault Korea	(2,257)	6.8
평균	**전체**	(31,474)	**6.8**
	국산	(23,264)	**7.5**
	수입	(8,210)	**4.9**

Q. 문제 원인을 잘못 파악하여 엉뚱한 곳을 정비한 일이 있다(그렇다/아니다).

2 불필요한(과잉) 정비를 받은 경험은 평균 7.6%

- 지프와 볼보(각각 3.6%)가 제일 양호하고 폭스바겐(3.8%), 테슬라(3.9%) 순
- 수입(5.1%)보다 국산(8.5%)의 과잉 정비 경험률이 높음

[표 16] 브랜드별 과잉 정비/수리 경험 비율(낮은 순)

Rank	Brand	(N)	과잉 정비/수리 비율(%)
1	Jeep	(140)	3.6
1	Volvo	(403)	3.6
3	Volkswagen	(629)	3.8
4	Tesla	(422)	3.9
5	Land Rover	(104)	4.2
5	Lincoln	(95)	4.2
7	Ford	(253)	4.3
8	BMW	(2,185)	4.7
9	Lexus	(334)	4.8
9	Audi	(564)	4.8
11	Toyota	(327)	5.2
12	Mercedes-Benz	(1,823)	6.0
13	MINI	(245)	6.3
14	KG Mobility	(1,549)	6.5
15	Peugeot	(110)	7.1
15	GM Korea	(2,397)	7.1
17	Honda	(189)	7.3
평균	**전체**	(31,474)	**7.6**
	국산	(23,264)	**8.5**
	수입	(8,210)	**5.1**

Q. 불필요한 과잉정비를 받은 일이 있다(그렇다/아니다).

3 사전 설명과 다르게 정비 내용이 변경된 경우(임의 정비)는 5.8%

- 랜드로버(0.0%)는 한 건의 경험 사례도 없어 가장 우수했음
- 볼보(2.2%), 포르쉐(2.6%), 테슬라(2.6%)도 양호

[표 17] 브랜드별 임의 정비/수리 경험 비율(낮은 순)

Rank	Brand	(N)	임의 정비/수리 경험률(%)
1	Land Rover	(104)	0.0
2	Volvo	(403)	2.2
3	Porsche	(137)	2.6
3	Tesla	(422)	2.6
5	Volkswagen	(629)	3.1
6	Ford	(253)	3.2
6	Toyota	(327)	3.2
8	Lexus	(334)	3.3
9	Jeep	(140)	4.4
9	Mercedes-Benz	(1,823)	4.4
11	BMW	(2,185)	4.6
12	Honda	(189)	4.7
13	Audi	(564)	4.9
14	KG Mobility	(1,549)	5.0
14	GM Korea	(2,397)	5.0
16	Renault Korea	(2,257)	5.3
평균	**전체**	(31,474)	**5.8**
	국산	(23,264)	**6.3**
	수입	(8,210)	**4.2**

Q. 정비 전에 설명한 정비 내역이 안내 없이 변경된 일이 있다(그렇다/아니다).

4 동일한 문제 재발 경험은 수입(10.5%)이 국산(6.9%)보다 많음

- 국산이 수입보다 동일 문제 재발 경험이 낮아진 것은 처음임
- 추세 변화의 신호인지 일시적인 현상인지 추가 관찰이 필요함
- 렉서스(3.5%), 토요타(4.5%) 등 일본 브랜드의 문제 재발률이 여전히 낮음

[표 18] 브랜드별 동일문제 발생 경험 비율(낮은 순)

Rank	Brand	(N)	동일 문제 발생률(%)
1	Lexus	(334)	3.5
2	Toyota	(327)	4.5
3	Renault Korea	(2,257)	6.4
3	Hyundai	(7,673)	6.4
5	KIA	(7,620)	6.9
6	GM Korea	(2,397)	7.3
7	MINI	(245)	7.8
평균	**전체**	(31,474)	**7.9**
	국산	(23,264)	**6.9**
	수입	(8,210)	**10.5**

Q. 정비/수리 후 같은 문제가 재발했다(그렇다/아니다).

05 서비스 비용 결제 과정

1 수입차 평균 비용(115만원)이 국산차(42만원)의 2.7배에 달함

- 수입차의 비용이 가파르게 상승해 3년 전의 2.0배에서 2.7배로 커짐
- 기아(39.4만원), 르노코리아(40.9만원), 현대차(41.6만원) 등 톱5 모두 국산 브랜드가 차지함

[표 19] 브랜드별 1회당 정비/수리비용 (작은 순)

Rank	Brand	(N)	정비/수리 비용(만원)
1	KIA	(7,620)	39.4
2	Renault Korea	(2,257)	40.9
3	Hyundai	(7,673)	41.6
4	GM Korea	(2,397)	43.0
5	KG Mobility	(1,549)	44.2
평균	**전체**	(31,474)	**53.9**
	국산	(23,264)	**42.1**
	수입	(8,210)	**115.1**

Q. 정비소에서 정비를 받으셨을 때 지불한 총 정비 비용은 대략 얼마였습니까?

2 수리비 할인 경험률은 25.2%로 거의 변화가 없음

- 미국 브랜드 링컨(36.8%) 정비소에서의 할인 경험률이 가장 높음
- 국산 브랜드는 한국지엠(31.3%), KGM(28.0%), 르노코리아(27.4%) 순

[표 20] 수리비 할인 경험률 (높은 순)

Rank	Brand	(N)	수리비 할인 경험률(%)
1	Lincoln	(95)	36.8
2	GM Korea	(2,397)	31.3
3	Land Rover	(104)	28.3
4	KG Mobility	(1,549)	28.0
5	Peugeot	(110)	27.6
6	Renault Korea	(2,257)	27.4
7	Ford	(253)	26.3
8	BMW	(2,185)	25.5
9	Volvo	(403)	25.3
평균	**전체**	(31,474)	**25.2**
	국산	(23,264)	**25.8**
	수입	(8,210)	**23.5**

Q: 그 정비소를 최근에 방문했을 때, 수리 비용을 할인해 주었다(그렇다/아니다).

3 정비 결과에 대한 불만 제기율은 국산(8.5%)보다 수입(11.2%)이 높음

- 불만 제기의 '국산 감소, 수입 유지' 추세가 계속된 결과로, 올해 처음 역전됨
- 불만이 제일 적은 브랜드 1, 2위는 올해도 렉서스(4.6%), 토요타(5.7%)임

[표 21] 불만 제기 비율(낮은 순)

Rank	Brand	(N)	불만 제기 비율(%)
1	Lexus	(334)	4.6
2	Toyota	(327)	5.7
3	Land Rover	(104)	5.8
4	Renault Korea	(2,257)	8.2
5	KIA	(7,620)	8.3
6	Hyundai	(7,673)	8.4
7	MINI	(245)	8.5
8	GM Korea	(2,397)	8.6
평균	**전체**	(31,474)	**9.2**
	국산	(23,264)	**8.5**
	수입	(8,210)	**11.2**

Q: 지난 1년간 정비/수리 결과에 대해 불만을 제기한 적이 있다(그렇다/아니다).

06 출고 과정

1 무상 서비스 경험 비율은 64.2%로 예년과 비슷

- 볼보(78.5%)가 3년만에 다시 1위…그 다음은 토요타(74.8%), 링컨(71.6%) 순
- 국내 브랜드 중엔 KGM(66.5%)이 제일 높고, 제네시스와 르노코리아는 평균 상회

[표 22] 무상서비스 받은 비율(높은 순, %)

Rank	Brand	(N)	무상 서비스 경험률
1	Volvo	(403)	78.5
2	Toyota	(327)	74.8
3	Lincoln	(95)	71.6
4	Honda	(189)	71.4
5	Jeep	(140)	68.4
6	Lexus	(334)	68.1
7	KG Mobility	(1,549)	66.5
8	Ford	(253)	65.1
9	Genesis	(1,767)	64.8
10	Renault Korea	(2,257)	64.4
평균	**전체**	(31,474)	**62.7**
	국산	(23,264)	**62.1**
	수입	(8,210)	**64.2**

Q. 요청하지 않은 서비스/점검을 추가(무료)로 해줬다(그렇다/아니다).

2 소비자가 가장 받고 싶은 무상 서비스는 '전체적인 차량점검' (29.4%)

- 오일류 교체·보충(15.2%), 에어컨 필터 교체(11.2%)도 많이 원해
- 가장 원치 않는 것은 판촉물·기념품·액세서리 제공(2.2%)

[표 23] 소비자가 받고 싶은 무상 서비스(높은 순, %)

Rank	무상 서비스	전체	국산차 보유자	수입차 보유자
	(N)	(31,474)	(23,264)	(8,210)
1	전체적인 차량 점검	29.4	29.9	28.1
2	오일류(엔진오일 등) 교체/보충	15.2	14.8	16.5
3	에어컨 필터 무상교체	11.2	10.8	12.2
4	엔진룸 청소	10.1	10.5	9.0
5	와이퍼 무상교체	7.6	7.3	8.4
6	실내/외 세차	7.3	6.6	9.2
7	실내 공기청정(방충/항균/탈취)	5.6	5.6	5.4
8	타이어 공기압 체크/보충	4.6	5.5	2.2
9	워셔액/냉각수 보충	3.8	4.4	2.1
10	타이어/휠 코팅 및 세정	2.9	2.8	3.1
11	판촉물/기념품/액세서리 제공	2.2	1.6	3.8

Q. 귀하께서 향후에 가장 받고 싶은 무료 서비스/점검 내용을 하나만 선택해 주십시오.

3 가장 많이 경험한 무상 서비스는 '타이어 공기압 체크' (54%)

- 선호도 낮은데 많이 해주는 서비스는 '워셔액/냉각수 보충' (44.9%)
- '전체적인 차량 점검' (47.8%)은 소비자가 원하고 실제로도 많이 해줘

[표 24] 출고 과정에서 받은 무상서비스(높은 순, %)

무상 서비스	전체	국산차 보유자	수입차 보유자
전체(N)	(31,474)	(23,264)	(8,210)
서비스 비경험자(N)	(11,757)	(8,811)	(2,946)
서비스 경험자(N)	(19,717)	(14,453)	(5,264)
타이어 공기압 체크/보충	54.0	53.4	55.5
전체적인 차량 점검	47.8	45.8	53.3
워셔액/냉각수 보충	44.9	44.9	44.7
오일류(엔진오일 등) 교체/보충	25.6	21.3	37.5
엔진룸 청소	15.4	17.1	10.8
에어컨 필터 무상교체	12.9	10.3	20.0
와이퍼 무상교체	9.1	5.3	19.5
실내 공기청정(방충/항균/탈취)	8.5	8.4	8.8
타이어/휠 코팅 및 세정	5.3	5.1	5.7
판촉물/기념품/액세서리 제공	4.8	3.8	7.7
실내/외 세차	4.5	3.6	7.3

Q. 가장 최근에 방문한 그 정비소에서 받은 무료 서비스/점검 내용을 모두 선택해 주십시오.

4 정비 후 해피콜은 볼보(92.2%), 렉서스(91.3%)가 높음

- 이전 조사 순위에 없던 랜드로버(90.9%) 3위로…서비스 강화 노력 엿보여
- 운영 결과가 즉시 반영되는 항목임에도 국산차(74.6%)가 수입차(84.0%)에 비해 여전히 10%p 가량 낮음

[표 25] 서비스 만족 여부 문의 받은 비율(높은 순, %)

Rank	Brand	(N)	문제 해결 확인 연락 비율
1	Volvo	(403)	92.2
2	Lexus	(334)	91.3
3	Land Rover	(104)	90.9
4	Peugeot	(110)	90.1
5	Toyota	(327)	89.4
6	Jeep	(140)	88.7
7	MINI	(245)	86.6
8	Audi	(564)	85.4
9	BMW	(2,185)	84.9
10	Mercedes-Benz	(1,823)	83.4
11	Honda	(189)	81.6
12	Volkswagen	(629)	79.3
13	GM Korea	(2,397)	79.1
14	Lincoln	(95)	78.4
15	Tesla	(422)	77.9
16	KIA	(7,620)	77.6
17	Porsche	(137)	77.4
18	Ford	(253)	77.2
평균	**전체**	(31,474)	**77.1**
	국산	(23,264)	**74.6**
	수입	(8,210)	**84.0**

Q. 정비/수리 후 서비스에 만족했는지(문제가 없는지)를 묻는 연락(전화, 문자/카톡, APP 안내 등)이 있었다(그렇다/아니다).

KEY POINT_확인·결제·출고 과정

- 과잉정비, 정비오류, 임의정비 비율은 평균 5.8~7.6%선에서 개선되지 않고 있음.
- 수입차 발생률은 4~6%, 국산은 6~8%대로 국산차 보유자가 더 많이 경험함
- 과잉정비, 정비오류, 임의정비 문제는 단순 불만 차원을 넘어 비용·신뢰 문제로 직결될 수 있어 우선 개선해야 할 사안임

- 동일 문제 재발 경험률에서 국산(6.9%)이 처음으로 수입(10.5%)보다 낮아짐
- 정비 결과 불만 제기율도 수입 11.2%, 국산 8.5%로 국산이 처음 역전함
- 지난 3년간('23~'25년) 국산의 동일 문제 재발 경험률(13→13→6.9%)과 불만 제기율(15→13→8.5%)이 지속적으로 개선된 결과임
- 이에 비해 수입 브랜드는 불만 제기율 9~10%대, 동일문제 재발 경험률 11%에서 제자리걸음을 하고 있어 개선책 마련이 필요함

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 모든 콘텐츠(문서, 분석 내용, 도표 등)에 대한 저작권은 (주)컨슈머인사이트에 있으며, 언론사의 기사 작성 목적에 한하여 인용 또는 보도할 수 있습니다. 그 외 모든 형태의 복제, 배포, 게시, 전시, 전송, 2차적 활용 등은 사전 서면 동의를 받은 경우에 한해 허용됩니다. 무단 사용 시 저작권법 등에 따른 법적 책임이 따를 수 있습니다.