

자동차 소비자의 만족도 분석(4) 종합만족도 1위는 벤츠

- Benz, 제품 서비스 등 전 부문에서 최상위권
- 일본은 역량 최우수이나 판매량 적어 등위 밖
- 미국계 Ford의 성장 가능성 엿보여
- 소비자는 국산 자동차와 회사 모두에 대해 비판적으로

자동차와 관련된 소비자의 종합적인 평가로는 '자동차 품질 스트레스'와 '자동차 회사에 대한 종합만족도'가 있다. 수입차 소비자는 국산차 소비자에 비해 차로 인한 스트레스가 더 적었으며, 구입한 자동차 회사에 대한 만족도도 높았다. 원산지 별로는 일본차가 두 부문 모두에서 앞섰고, 브랜드 중에는 Benz가 두 부문 모두에서 1위였다. Benz가 회사 종합만족도에서 1위에 오른 것은 다른 모든 부문에서도 최상위권의 성적을 거두었기 때문이다.

자동차전문 리서치회사인 마케팅인사이트의 2014년 연례 기획조사에서 새 차를 구입한지 1년 이내인 소비자들에게 '지금까지 그 차 때문에 어느정도 스트레스를 받았는지', '차를 구입한 회사(브랜드)의 영업·서비스·품질 등을 종합적으로 고려할 때 그 회사를 어떻게 평가하는지' 10점 만점으로 답하게 했다. 이를 기초로 만족률(8점 이상 준 비율)과 만족도 점수를 구했다.

-품질 스트레스(응답자 수 7,383명): 새 차 구입 후 1년 이내인 소비자들이 자동차를 사용하면서 제품과 서비스 때문에 직접 경험한 불편·불안·손해·분노 등의 정서적 경험이 품질스트레스다. 소비자들은 몇 '건'의 스트레스 경험이 있었는지 답한 다음, 종합적으로 스트레스를 어느정도 받았는지 10점으로 평가했다.

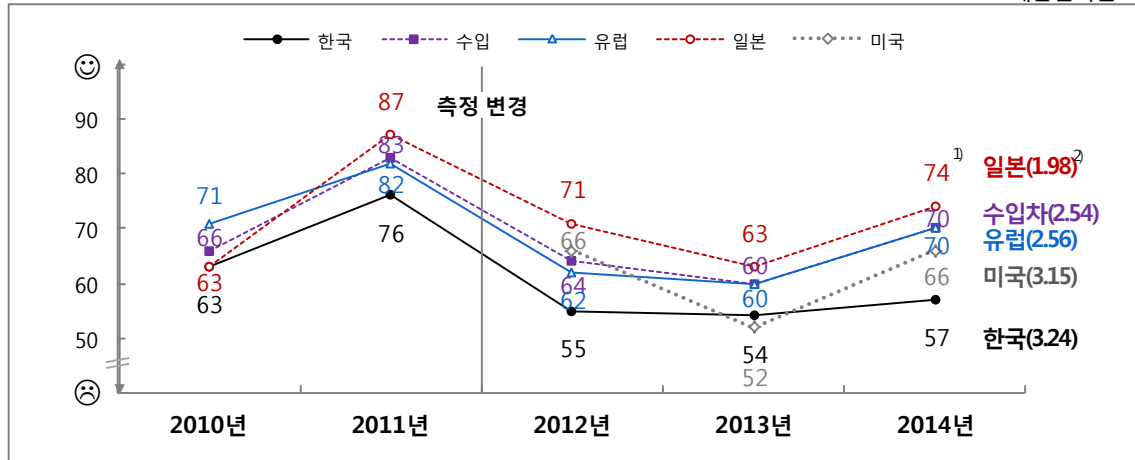
스트레스 측면에 대한 지난 5년간의 체감만족률('스트레스 없다'에 8점 이상 준 비율) 결과를 보면 매년 국산차가 수입차보다 낮았다. 즉 국산차 소비자가 더 많은 스트레스를 받았다고 할 수 있다. 금년에는 그 차이가 더 커져 체감만족률이 13%p(국산 57%, 수입 70%) 더 낮게 되었다. 원산지별로는 일본차가 74%로 만족률이 가장 높았고, 그 뒤를 유럽(70%), 미국(66%), 한국(57%)이 따랐다[그림1]. 미국차는 작년 한국 보다 낮은 최하위에서 14%p 상승해 수입차 평균에 근접했다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

[그림1] 품질스트레스(~1Year) 2010-2014

체감만족률: %



1) 체감만족률: 10점 만점에 8점 이상인 비율

2) SPU(Stress Per Unit): 자동차 1대당 스트레스 경험 건 수로 낮을수록 좋음

경험한 스트레스 '건'수로 보면 일본차 소비자가 1.98건으로 가장 적었고, 유럽 2.56건, 미국 3.15건, 한국 3.24건의 순이었다.

경험한 스트레스 건수가 산업 평균(3.14건) 보다 적은 회사를 스트레스 없는 우수 브랜드로 선정했다[표1]. Benz가 1.73건으로 가장 적었고, 그 다음은 Volkswagen 2.42건, BMW 2.51건, 한국지엠 2.81건, Audi 3.02건, 르노삼성 3.05건이 우수 브랜드로 분류되었다. Lexus, Honda, Toyota의 일본 브랜드는 최상위권 성적을 보였으나 사례수 부족으로 순위에 들지 못했다. 순위와 관계없이 일본 브랜드들의 고객 스트레스 관리는 본받을 만 하다.

[표1] 품질스트레스(~1Year) 우수 브랜드

순위	브랜드	2014		2013	
		SPU ¹⁾	차이 ²⁾	SPU	순위
*	Lexus	1.68	(-)	3.02	
1	Benz	1.73	(-1.11)	2.84	3
*	Honda	1.82	(-)	2.76	
*	Toyota	1.86	(-0.34)	2.19	1
2	Volkswagen	2.42	(-0.37)	2.79	2
3	BMW	2.51	(-0.36)	2.86	3
4	한국지엠	2.81	(-0.29)	3.09	4
5	Audi	3.02	(-0.54)	3.56	9
6	르노삼성	3.05	(-0.06)	3.11	6
산업평균		3.14	(-0.04)	3.18	

* 불충분 표본(30~59사례)으로 순위 매김에는 제외

1) SPU(Stress Per Unit): 자동차 1대당 스트레스 경험 건 수로 낮을수록 좋음

2) 2014 SPU - 2013 SPU

For more Information

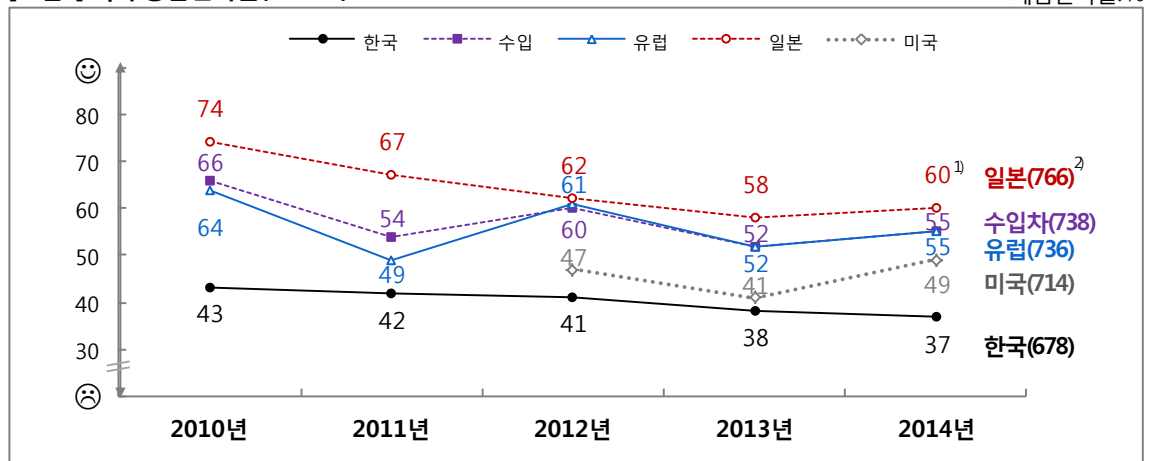
문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

-회사 종합 만족도(응답자 수: 7,443명): 자동차 기획조사에는 여러 개의 만족지표가 있다. 각 지표에 대한 만족도 질문이 끝난 다음 '지금까지 평가한 그 회사의 영업·서비스·품질 등을 종합적으로 고려할 때 그 회사를 어떻게 평가하는지' 10점 만점으로 점수 매기게 한 것이 '회사 종합만족도'다. 이 질문은 모든 응답자에게 물었으나 다른 자료와의 비교를 위해 새 차를 산지 1년 이내인 소비자만을 분석 대상으로 했다.

차를 구입한 회사의 영업·서비스·품질 전반에 대한 종합적 체감만족률(8점 이상을 준 비율)의 지난 5년간의 결과는 국산차 회사와 수입차 간에 큰 차이가 있었다. 20%p 이상의 현격한 차이가 있기도 했으나 금년도 결과는 한국 37%, 수입차 55%로 큰 차이(18%p)를 보이며 수입차가 앞섰다[그림2]. 수입차와 큰 차이도 문제지만 국산차 구입 1년 이내인 소비자의 37%만이 그 회사에 대해 만족한다는 것은 너무 낮은 수준이며, 이 비율이 매년 꾸준히 하락하고 있다는 것은 매우 심각한 문제다. 이 결과는 한국 자동차 소비자들이 자동차 산업 전반에 대해 점점 더 부정적으로 되어 가고 있음을 보여준다. 국내 자동차 산업에 대해 부정적이면 수입차로 가는 것은 자연스런 선택이다.

원산지 별로는 일본계(60%)가 유럽계(55%)를 앞섰으며, 미국계(49%)도 국산(37%) 보다 10%p 이상 높았다. 품질 스트레스에 이어 회사 종합만족도에서도 일본계를 본받을 필요가 있다.

[그림2] 회사 종합만족률(~1Year) 2010-2014



1,000점 만점으로 환산한 회사 종합만족도는 일본이 766점으로 가장 높았고, 그 다음은 유럽 736점, 미국 714점, 한국 678점의 순이었다. 한국 자동차회사는 수입차에 비해서는 60점, 일본

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
 서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

차에 비해서는 90여점 차이로 크게 뒤졌다.

산업 평균(687점) 보다 좋은 성적을 낸 브랜드를 회사 종합만족도 우수회사로 선정했다[표2]. 전체 1위는 Benz(790점)였으며, BMW 756점, Volkswagen 722점, 한국지엠 721점, 르노삼성 715점, Audi 703점이 그 뒤를 이어 우수회사로 분류되었다. Lexus, Toyota, Honda 같은 일본계 회사도 최상위권이었으나 작은 사례수로 등수에 들지 못했고, Ford도 상위권 성적이었으나 랭킹에 제외되었다. Ford는 제품에 대한 만족도([참고: 자동차 소비자의 만족도 분석\(3\)-수입차의 최대 강점은 제품력](#))에 이어 회사 만족도에서도 상위권에 들었다.

[표2] 회사 종합만족도(~1Year) 우수 브랜드

순위	브랜드	2014	2013	
		점수 ¹⁾	점수	순위
1	Benz	790	780	2
*	Lexus	788	745	
*	Toyota	776	788	1
*	Honda	771	751	
2	BMW	756	748	3
3	Volkswagen	722	741	4
4	한국지엠	721	725	5
*	Ford	720	715	
5	르노삼성	715	723	6
6	Audi	703	687	8
*	MINI	693	724	
산업평균		687	694	

* 불충분 표본(30~59사례)으로 순위 매김에는 제외
1) 회사 종합만족도 점수(1,000점 만점)

품질 스트레스와 회사 종합만족도는 앞에서 다룬 지표들과는 달리 회사의 전체적 활동과 관련된 것이다. Benz는 이 두 부문 모두에서 1위에 올라 현재 한국에서 활동하고 있는 자동차 브랜드 중 최고의 고객만족도를 제공하고 있는 회사 자리에 올랐다. Benz는 판매서비스에서 1위일 뿐 아니라 상품 신뢰성과 매력에서도 최상위권(2위)이었으며, 수입차의 최대 약점이라 할 수 있는 A/S에서도 유럽계 1위로 유일하게 우수 브랜드에 포함되었다. Benz가 종합만족도 부문에서 1위를 차지한 것은 다른 모든 분야에서 탁월한 성적을 냈기 때문이다. Benz는 수입차뿐 아니라 모든 회사가 벤치마크 삼아야 할 대상이다.

원산지 별로는 일본계가 고객만족도 영역에서 탁월한 평가를 받았으나 판매량이 뒷받침되지 않아 순위에 포함되지 못하는 경우가 많았다. 일본계의 판매가 부진한 것은 판매와 관계가 밀접한 제품력에서 최근 구입자의 평가는 높지만 일반 소비자의 인정을 받지 못하고 있기 때

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

문이다. 일본차가 일반 소비자의 과소평가를 극복하여 판매가 늘어난다면, 소비자 평가에서 상위권을 휩쓸 가능성이 있다. 이에 더해 고객만족도 측면에서의 강점을 살린다면 현재의 어려움에서 벗어날 수 있을 것이다.

미국계, 정확히는 Ford의 상승세가 만만치 않다. Ford는 사례수는 많지 않지만 제품력 평가와 회사 종합만족도에서 상위권에 들었다. 또한 연비 측면에서도 좋은 평가를 받았다. Ford의 잠재력을 눈여겨 볼 필요가 있다.

국내 소비자들의 국산차와 국산 자동차 회사에 대한 태도는 부정적이며 점점 더 부정적으로 변해 가고 있다. 이런 부정적인 태도는 수입차에 많은 반사 이익을 안겨주고 있다. 수입차가 폭발적으로 성장하는 이면에는 수입차가 갖고 있는 장점 이상으로 국내 자동차 산업에 대한 반감이 영향을 주고 있음을 알아야 한다.

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr

=====

(주)마케팅인사이트는 지난 2002년부터 2014년까지 매년 7월 '자동차 품질 및 고객만족'에 대한 조사를 10만여 소비자들을 대상으로 실시해왔습니다. 조사 결과는 매년 9월 하순부터 보도자료로 발표되고 있습니다. 조사결과는 국내 주요 자동차 제조사들과 수입차 업체들, 그리고 자동차 관련 산업체들에서 활용하고 있습니다.

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

[조사개요]

- 조사 수행 기관: 마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사 성격: 기획조사(Syndicated study)
- 모집단: 전국의 e-mail 이용하는 자동차 사용자
- 조사 시점: 2014년 7월
- 자료 수집 방법: 온라인 우편조사 (e-mail survey)
- 조사 규모: 총 응답자 101,821명

위 조사 결과는 (주)마케팅인사이트가 2002년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 '자동차 품질 및 고객만족 조사' 중 2014년 조사결과로부터 발췌한 것입니다. 조사 내용과 결과, 분석에 대한 모든 권한은 (주)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: 김영호 전문위원 T:02-6004-7646 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr

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

For more Information

문의: 김영호 전문위원 Tel. 02) 6004-7646 Mobile. 010-4366-0080 Fax 02) 543-5984 e-mail: kimyh@mktinsight.co.kr
서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.invight.co.kr