



2015 자동차기획조사 주요결과 발표

2015.10.1 컨슈머인사이트

주제	진행자	시간
I. 개회사 및 2015 자동차 기획조사 개요	김진국 대표	3:10~3:20(10분)
II. 한국 자동차 시장의 변화(2002~2015)	윤태선 전무	3:20~3:40(20분)
III. 자동차 품질 및 고객 만족 결과(2015)	윤태선 전무	3:40~4:10(30분)
1. 판매서비스 만족도(SSI)		
2. A/S 만족도(CSI)		
3. 품질 문제점 수(TGW-3MIS, 6MIS, 3YIS)		
4. 제품만족도(TGR)		
5. 품질스트레스(QSI)		
6. 회사종합만족도(OSI)		
IV. 디젤 엔진 관련 긴급 여론조사 결과	김진국 대표	4:10~4:20(10분)
☐ Q&A 및 폐회사	담당팀장	4:20~4:30(10분)



I. 개회사 및 2015 자동차 기획조사 개요

1. 개회사
2. 자동차 기획조사 개요
3. 주요 지표별 특징 및 표본 수

개 회 사

김진국 대표이사

2. 자동차 기획조사 개요

컨슈머인사이트(前마케팅인사이트)는 2001년 이래 표본규모 10만 명의 초대형 자동차 연례 기획조사(Syndicated Study)를 매년 지속해 오고 있습니다.

응답대상자	자동차 보유자 및 2년 내 신차 구입의향자
표본프레임	컨슈머인사이트 IBP(Invitation Based Panel) 패널 및 주요 포탈 회원 중 할당 후 무선추출
표본추출방법	성별/연령 고려 할당 추출
자료수집방법	이메일 조사
표본 수	연평균 100,000명
주요 정보	U&A(Usage and Attitude) 정보 및 CEQ(Consumer Experienced Quality)
조사 주기	매년 7월

Total	1,690,945
2015년	105,672
2014년	101,821
2013년	101,701
2012년	95,012
2011년	97,356
2010년	106,291
2009년	91,129
2008년	95,472
2007년	105,149
2006년	106,088
2005년	139,825
2004년	171,499
2003년	118,195
2002년	129,277
2001년	126,458

3. 주요 지표별 특징 및 표본 수

	모집단 정의	Sample 수	주요 내용	
Service	판매서비스 만족도 (SSI)	1년 이내 새 차 구입자	7,627	영업소, 영업사원, 인도과정, 판매 후 고객관리 등에 대한 평가(4개 부문, 22개 항목)
	A/S 만족도 (CSI)	지난 1년간 직영/지정/협력 정비업체 이용 경험자	45,268	A/S 이용 경험(접근, 절차, 환경, 결과, 회사 등)에 대한 소비자의 평가(5개 부문, 27개 항목)
Product	품질 (TGW)	2012년 1월 이후 새 차 구입자	• 3MIS:4,081 • 6MIS:7,540 • 3YIS: 7,223	차를 사용하면서 경험한 고장, 문제점 및 결함의 수 (13개 부문, 177개 항목, 542개 부위/경우)
	제품만족도 (TGR)	1년 이내 새 차 구입자	7,882	상품을 사용하며 디자인, 성능, 기능 등에 대해 느낀 만족도를 평가(8개 부문, 56개 항목)
	디자인 평가 (Design)	2년 이내 새 차 구입 의향자	8,151	시판 중인 자동차의 내-외관 디자인을 잠재 고객의 시각에서 평가(4개 부문, 28개 항목)
Overall	품질 스트레스 (QSI)	1년 이내 새 차 구입자	7,627	차를 사용하면서 느낀 불만 경험 (불편, 불안, 손실, 분노)의 수를 측정
	회사 종합만족도 (OSI)	1년 이내 새 차 구입자	7,773	구입한 브랜드의 마케팅·서비스·제품 품질에 대한 종합적 평가

기밀발표부패

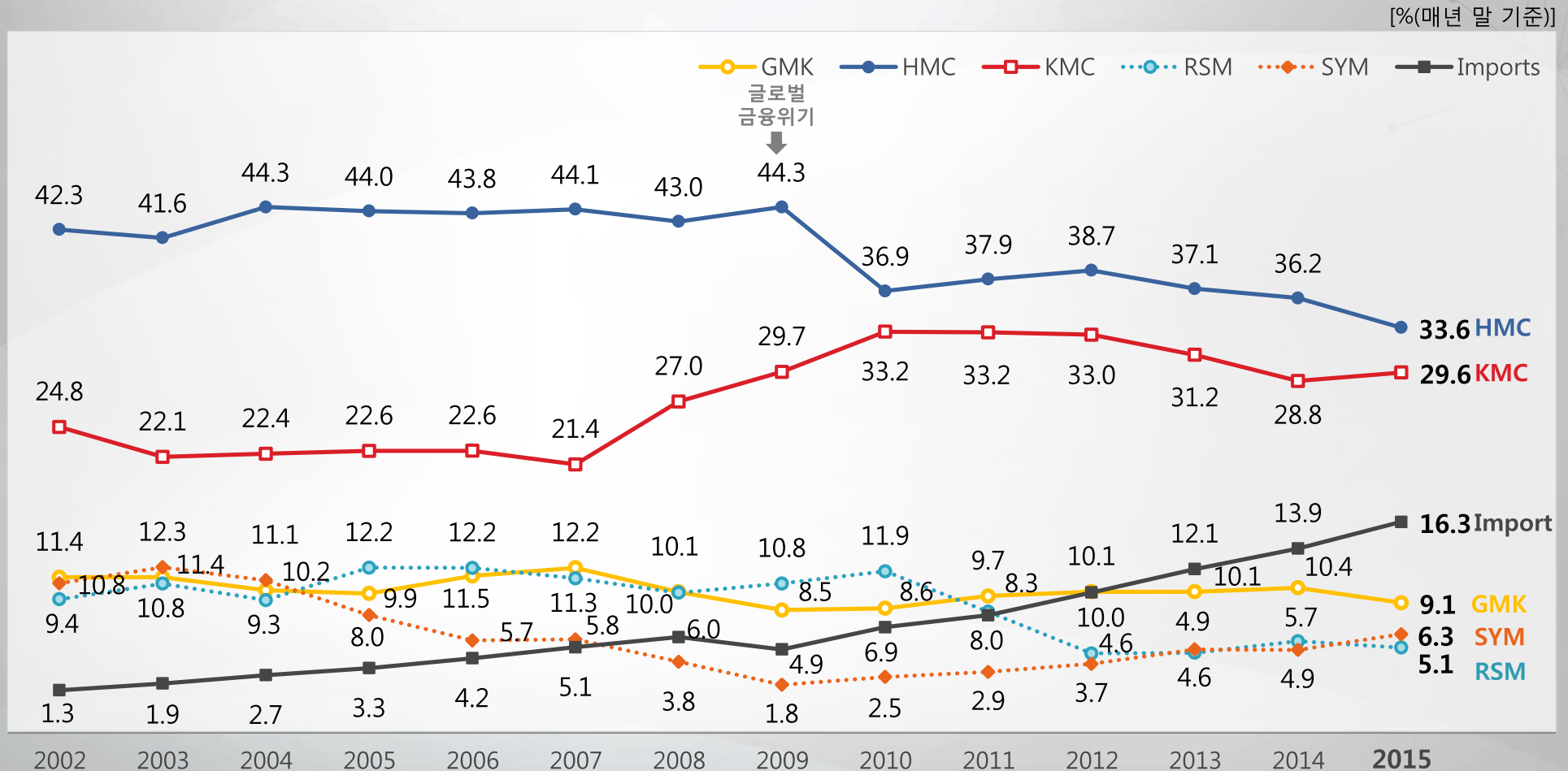
기밀정보

II. 한국 자동차 시장의 변화 (2002~2015)



1. 국산브랜드·수입차의 판매점유율 2002~2015

- » 2009년 글로벌 금융위기 전후해 큰 변화가 있음. 현대차 점유율은 '09년 대비 10%p 이상 하락함
- » 2014년 대비 국내 메이커 중에서는 기아차, 쌍용차가 상승했으나 상승폭은 크지 않음
- » 수입차는 2009년을 제외하고 고성장을 이어가고 있음



* 출처: 한국자동차산업협회(KAMA), 한국수입자동차협회(KAIDA), KAMA/KAIDA(판매점유율의 2015년 수치는 2015년 8월 말까지 누적 기준)

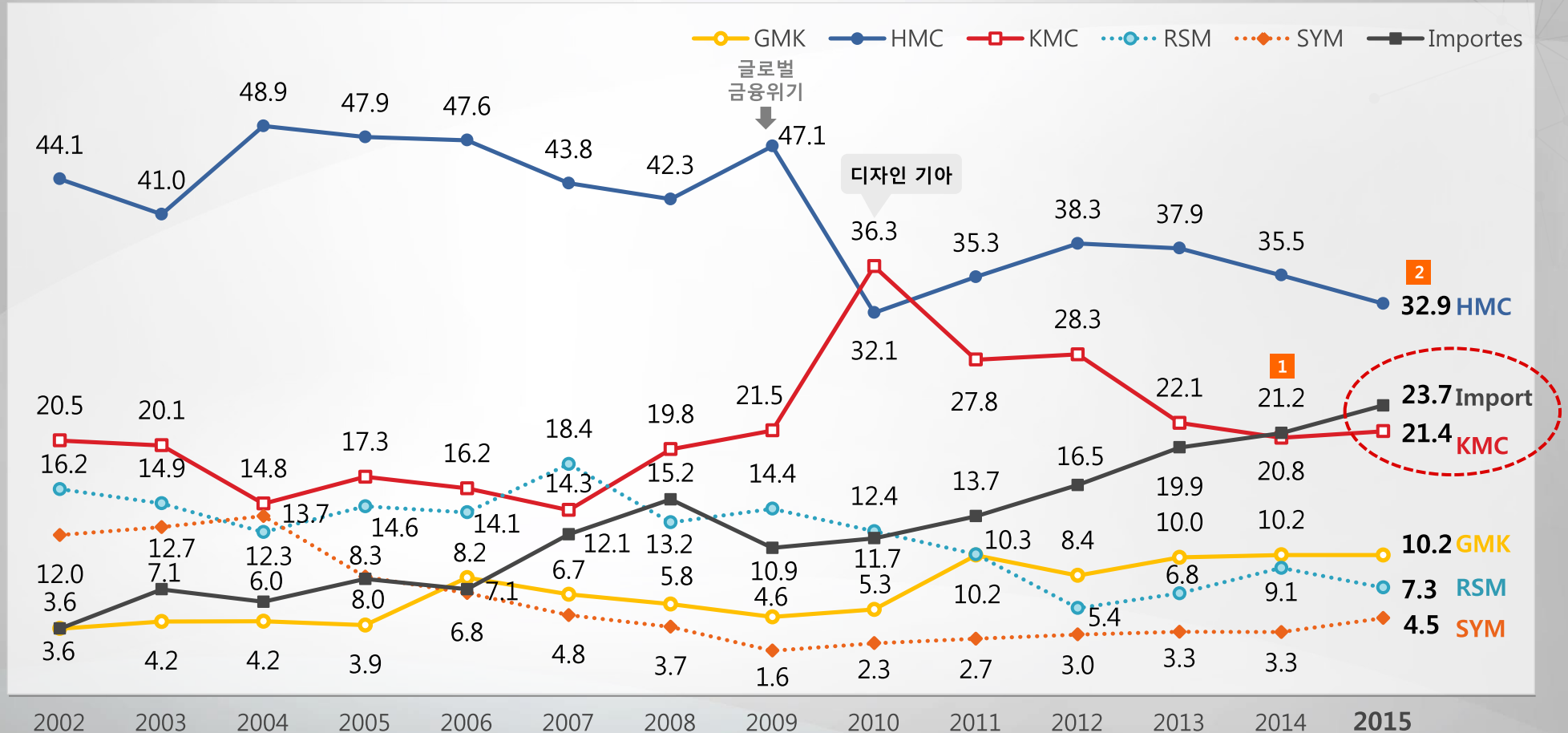
**승용/RV 판매기준임

2. 국산브랜드·수입차 구입의향률 1순위 브랜드 2002~2015

1 수입차의 구입의향률은 '14년 기아를 앞질러 2위권 진입 이후 지속 상승 중에 있음

2 국산메이커의 최근 구입의향률은 수입차의 상승영향으로 대부분 하락세이며, 현대의 하락 폭이 가장 큼

[Base: 향후 2년 내 새차 구입의향자, %]



* 출처: 컨슈머인사이트 자동차기획조사 '2002~2015'

Q. 다음 차를 살 때 가장 구입가능성이 큰 브랜드/모델은 무엇인가요?

3. 수입차 구입의향률과 실제 판매점유율 2002~2015

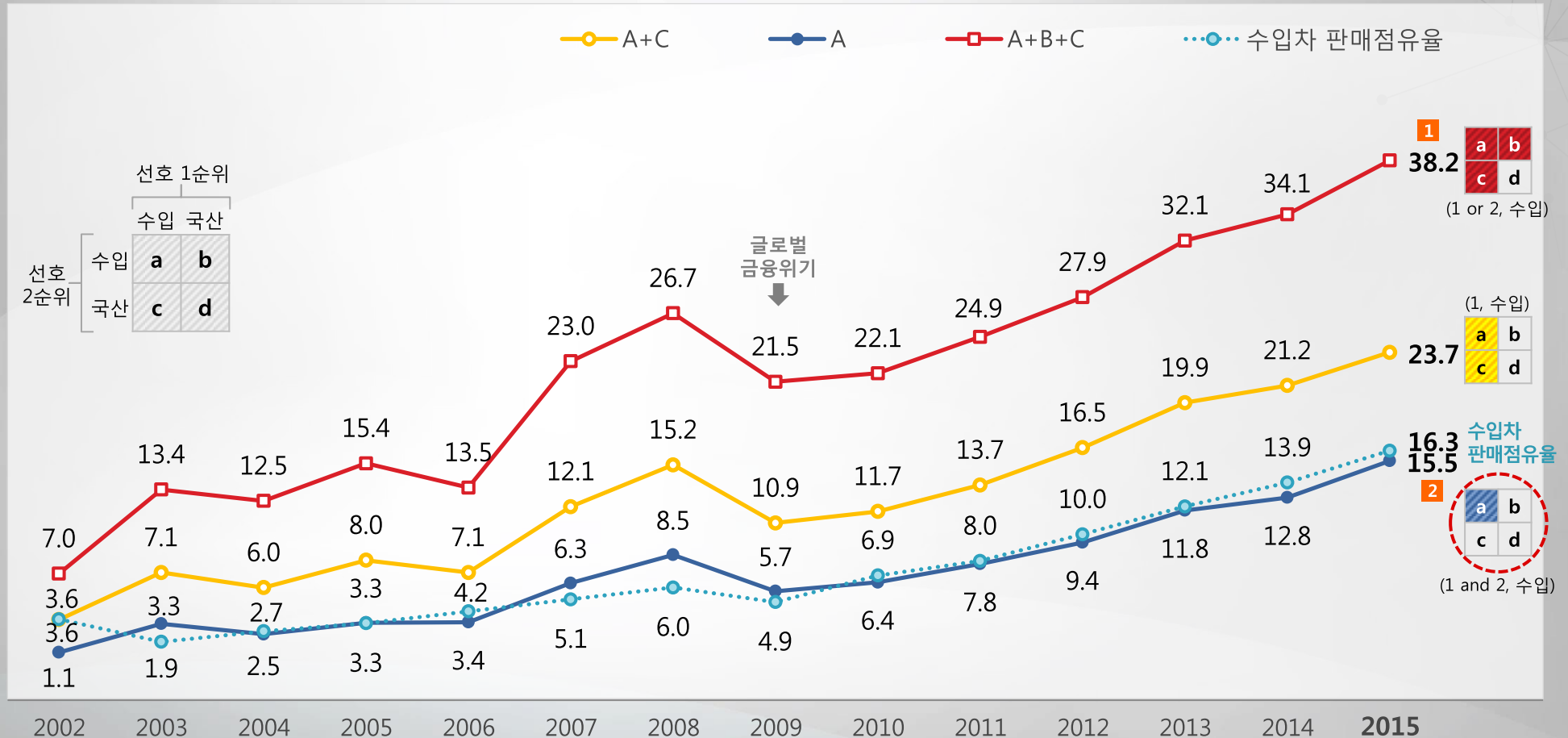
» 구입의향 1순위, 2순위가 국산 or 수입인지를 묻음

1 구입의향자의 38.2%는 1순위 or 2순위로 수입차를 고려하고 있고 ¼(23.7%)은 1순위가 수입차임

2 1&2순위 모두 수입차는 15.5%이며, 지난 14년간 수입차 판매 점유율과 큰 차이가 없음

➡ 즉, 1&2순위 수입차 구입의향은 수입차 실제 판매 점유율의 좋은 예측치임

[Base: 향후 2년 내 새차 구입의향자, %]



* 출처: 컨슈머인사이트 자동차기획조사 '2002~2015', KAIDA(2015년 수입차 판매점유율은 2015년 8월말 누적 기준)

Q. 다음 차를 살 때 가장 구입가능성이 큰 브랜드/모델은 무엇인가요? 그 다음으로 살 가능성이 큰 브랜드/모델은 무엇인가요?

4. 수입차 브랜드별 선호율(구입의향 1순위 비율) 2002~2015

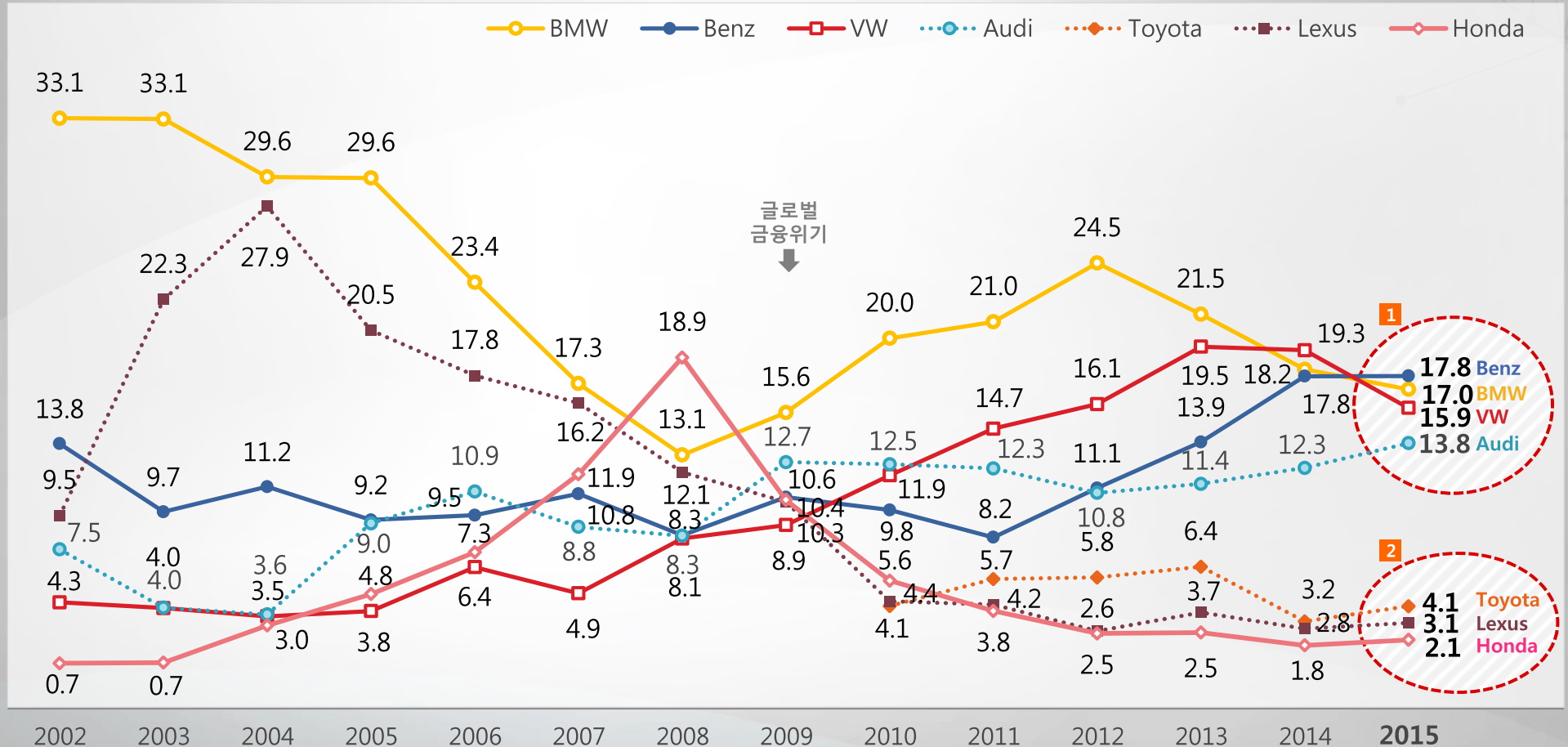
» 수입차 브랜드의 구입의향은 매우 변화가 크며, 판매량 추이와 동반하는 경향이 큼

» 2002년 이후 수입차 선호 Trend는 독일계→일본계→독일계(금융 위기 이후)의 추세임

1 2013년 이후 독일계 내에서는 치열한 혼전 상황임 ▶BMW : 1→2→2위, VW : 2→1→3위, Benz : 3→3→1위

2 금년 들어 바닥권이던 일본계 브랜드의 동반 상승이 발견 됨

[Base: 향후 2년 내 새차 구입의향자, %]



* 출처: 컨슈머인사이트 자동차기획조사 '2002~2015'

Q. 다음 차를 살 때 가장 구입가능성이 큰 브랜드/모델은 무엇인가요?

5. 국산·수입차 간의 구입시점 경쟁 결과 2002~2015

» 구입시 비교차량(국산/수입)과 구입차량의 교차분석 결과임

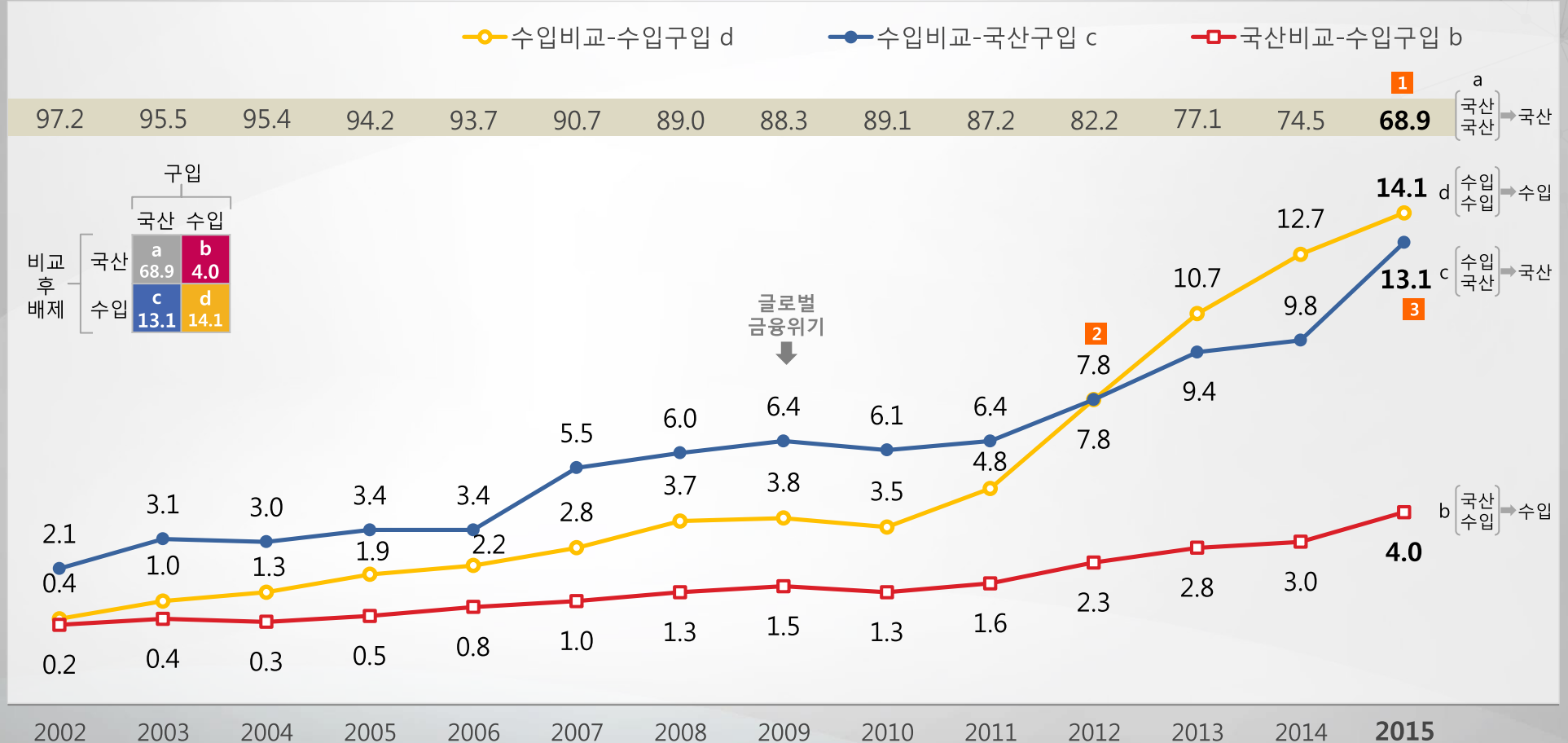
1 국산간 비교 후 국산구입의 비율(a)이 현저히 낮아짐('02년 97.2% ➡ '15년 68.9%)

즉, 신차 구입자의 31.1%는 수입차를 고려할 만큼 수입차 비교율이 광범위해짐

2 2012년 이후 수입차의 주경쟁 상대는 수입차임이 분명해짐

3 수입/국산 고려 후 국산구입(c)의 비율이 13.1%로 전년 대비 크게 상승

[Base: 최근 1년 내 새차 구입자, %]





III. 자동차 품질 및 고객 만족 결과(2015)

1. 판매서비스 만족도(SSI)
2. A/S 만족도(CSI)
3. 품질 문제점 수(TGW-3MIS, 6MIS, 3YIS)
4. 제품만족도(TGR)
5. 품질스트레스(QSI)
6. 회사종합만족도(OSI)

1. 판매서비스 만족도(SSI : Sales Service Index) _ ① 지수산출 방법

- » 신차 구입 1년 이내인 소비자의 판매 서비스에 대한 만족도
 - 영업소, 영업사원, 차량 인도 과정, 판매 후 고객관리의 전 과정

측정 척도의 구성

- 22개 항목(이분), 4개 부문 체감 평가(10점), 1개 종합 체감 평가(10점)

부문별 중요도

- 4개 부문: 영업소 / 영업사원 / 인도과정 / 판매 후 고객 관리

영업소	영업사원	인도과정	판매 후 고객 관리
24%	12%	20%	44%

핵심 측정치

- SSI(판매서비스 만족도) : 22개 항목의 반응에 중요도를 반영 1,000점 만점으로 산출

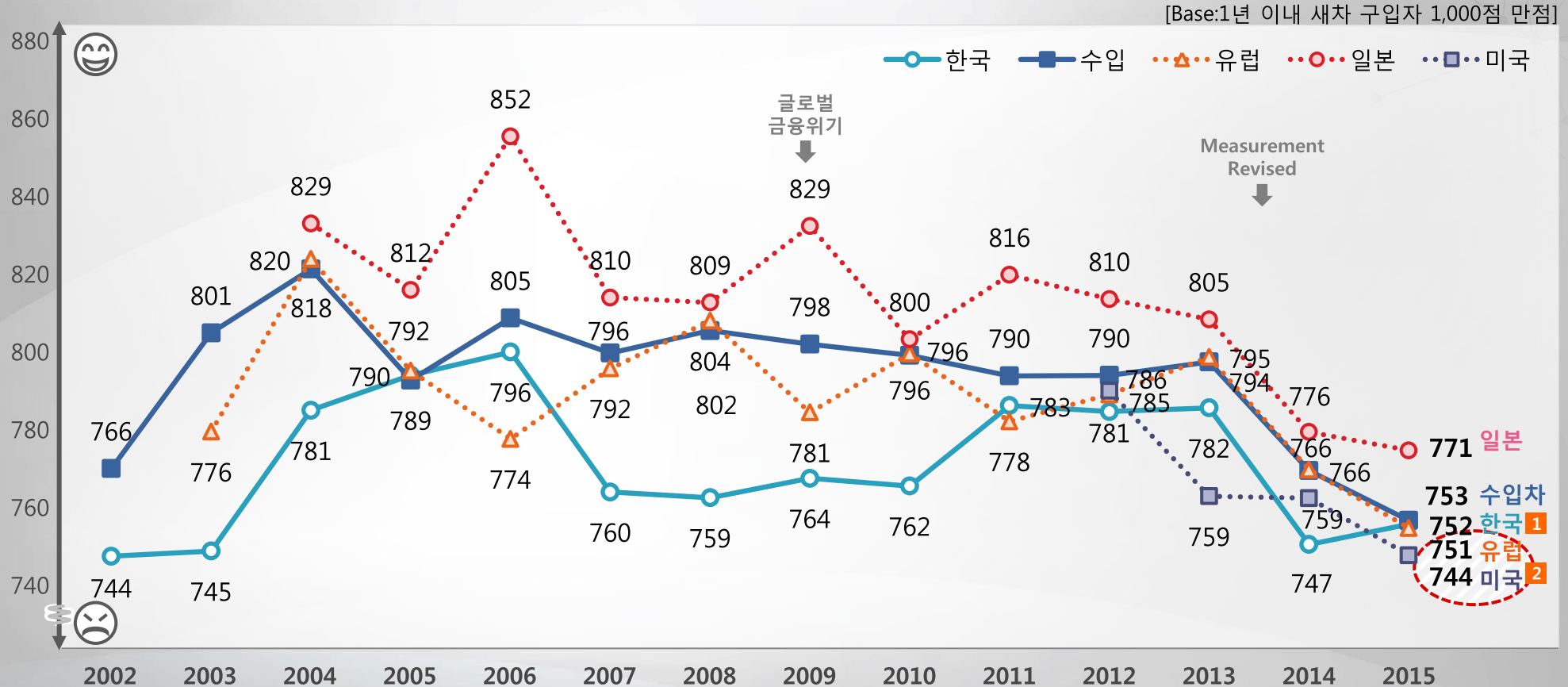
1. 판매서비스 만족도(SSI) _ ② 2002~'15 국산 vs 수입

1 국산차의 판매서비스 만족도는 매년 수입차에 뒤졌으나

2011년 이후 차이를 좁혀나가 2015년 1점 차이의 동등한 수준으로 향상됨

2 수입차의 판매서비스는 2013년 이후 하락세이며 일본계에 비해 유럽계, 미국계의 하락 폭이 큼

» 판매서비스 만족도는 일본계>한국계>유럽계>미국계의 순이며, 한국계가 유럽계를 처음으로 앞지름

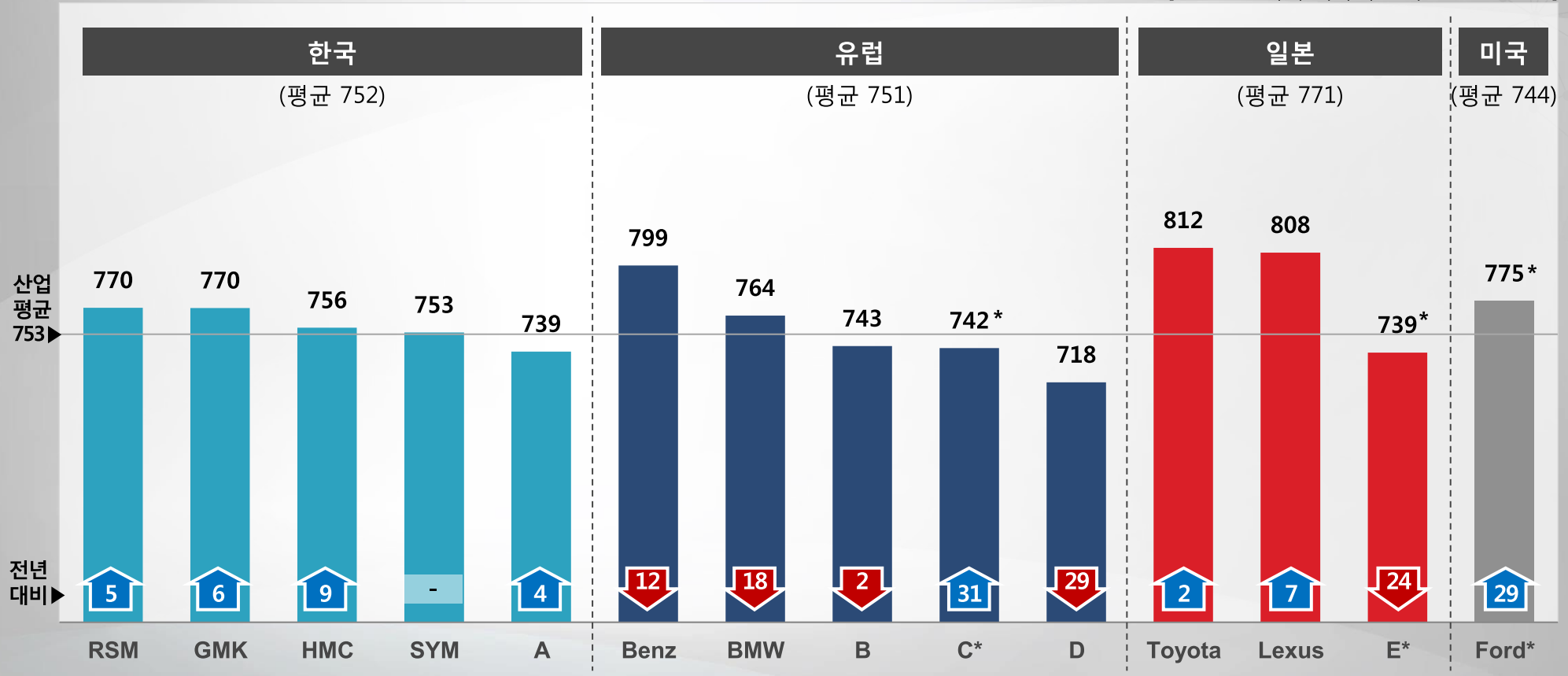


Q. 차를 구입하는 과정에서 방문한 영업소와 만난 영업사원, 차량 인도과정, 판매 후 고객관리 등 그 회사의 전반적인 영업 활동을 종합해 볼 때, 어느 정도 만족하시나요?

1. 판매서비스 만족도(SSI) _ ③ 브랜드별 분석

- » 국산차 중에는 4개 브랜드가 산업평균을 상회함
- » 수입차 중에는 유럽계 중 Benz, BMW, 일본계 중 Toyota, Lexus가 산업평균을 상회함

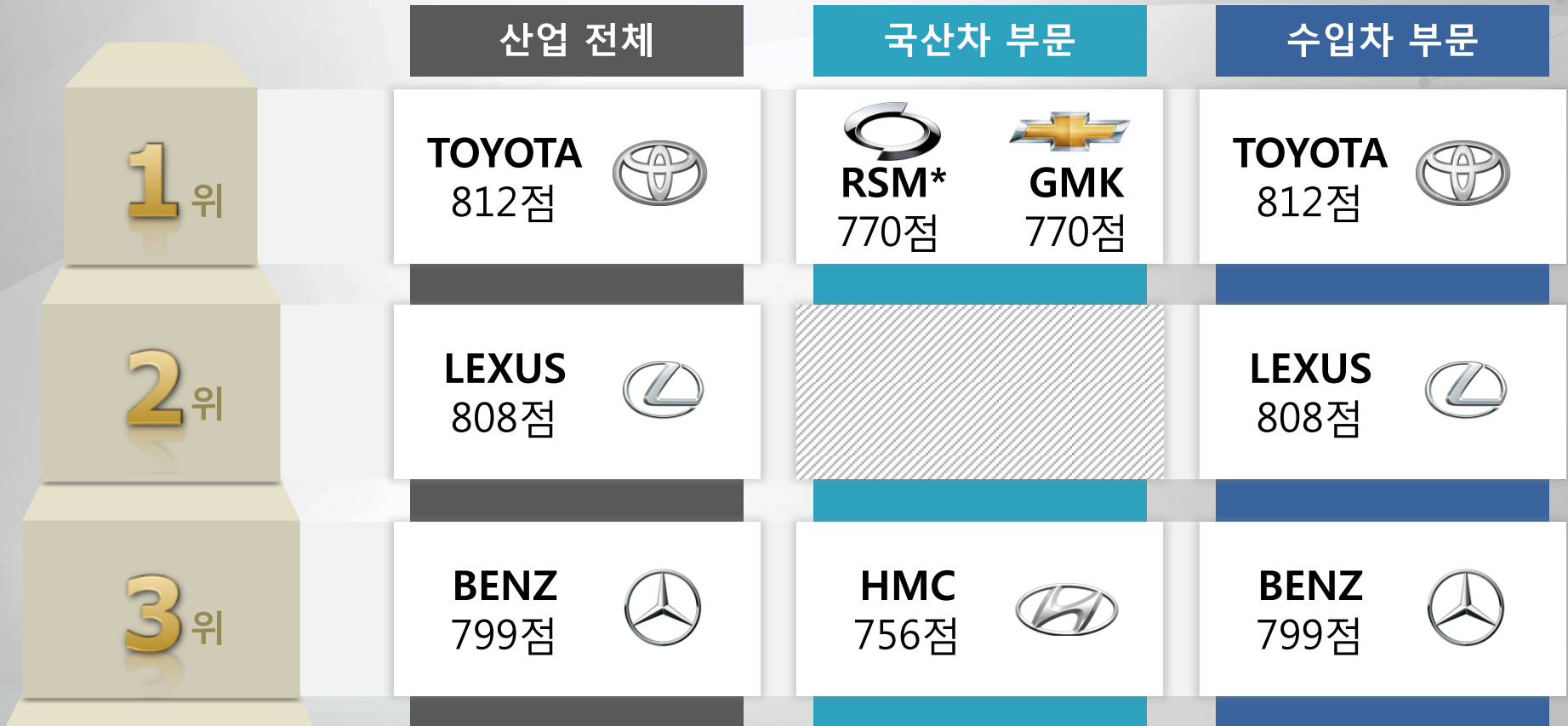
[Base:1년 이내 새차 구입자 1,000점 만점]



* 30~59사례 브랜드는 해석 시 유의바라며 순위 평가에서 제외함, 30사례 미만은 제시하지 않음
 - 국산 5개 수입 9개 브랜드 평가 제시(30사례 이상)

1. 판매서비스 만족도(SSI) _ ④ 2015 우수 브랜드

- » 판매서비스 우수 브랜드는 산업 전체 및 수입차 기준 1위 Toyota, 2위 Lexus, 3위 Benz 순임
- » 국산차 부문에는 르노삼성, 한국GM이 공동 1등이며, 현대차가 3위를 차지함



* RSM은 SSI 국산차 부문 14년 연속 1위

2. A/S 만족도(CSI : Customer Service Index) _ ① 지수산출 방법

» 지난 1년간 자동차 회사의 직영·지정·협력 정비소(수입차는 직영만)를 이용한 적이 있는 자동차 보유자의 A/S에 대한 만족도

측정 척도의 구성

- 27개 항목(이분), 5개 부문 체감 평가(10점), 1개 종합 체감 평가(10점)

부문별 중요도

- 5개 부문: 접수·접근 / 환경 / 절차 / 결과/ 회사

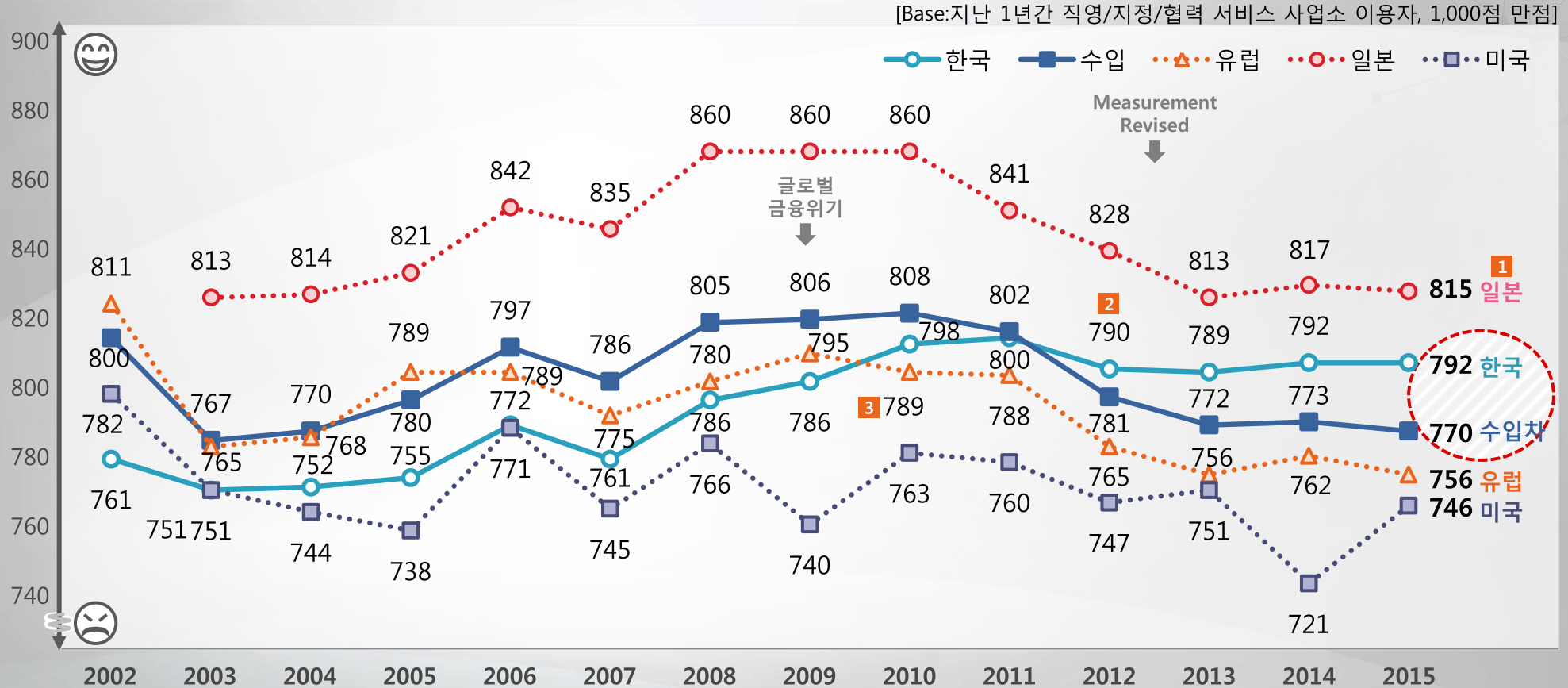
접수/접근	환경	절차	결과	회사
9%	6%	29%	37%	19%

핵심 측정치

- CSI(A/S 만족도)
: 27개 항목의 반응에 중요도를 반영해 1,000점 만점으로 산출

2. A/S 만족도(CSI) _ ② 2002~'15 국산 vs 수입

- 1 일본계의 A/S 만족도는 격이 다름. 810점 이하로 내려와본 적이 없음
- 2 국산차의 A/S는 2012년 처음으로 수입차를 앞섰고, 이후 그 차이를 벌려가고 있음
- 3 유럽계는 2010년 국산에 역전 된 이후 점차 그 폭이 벌어지고 있음

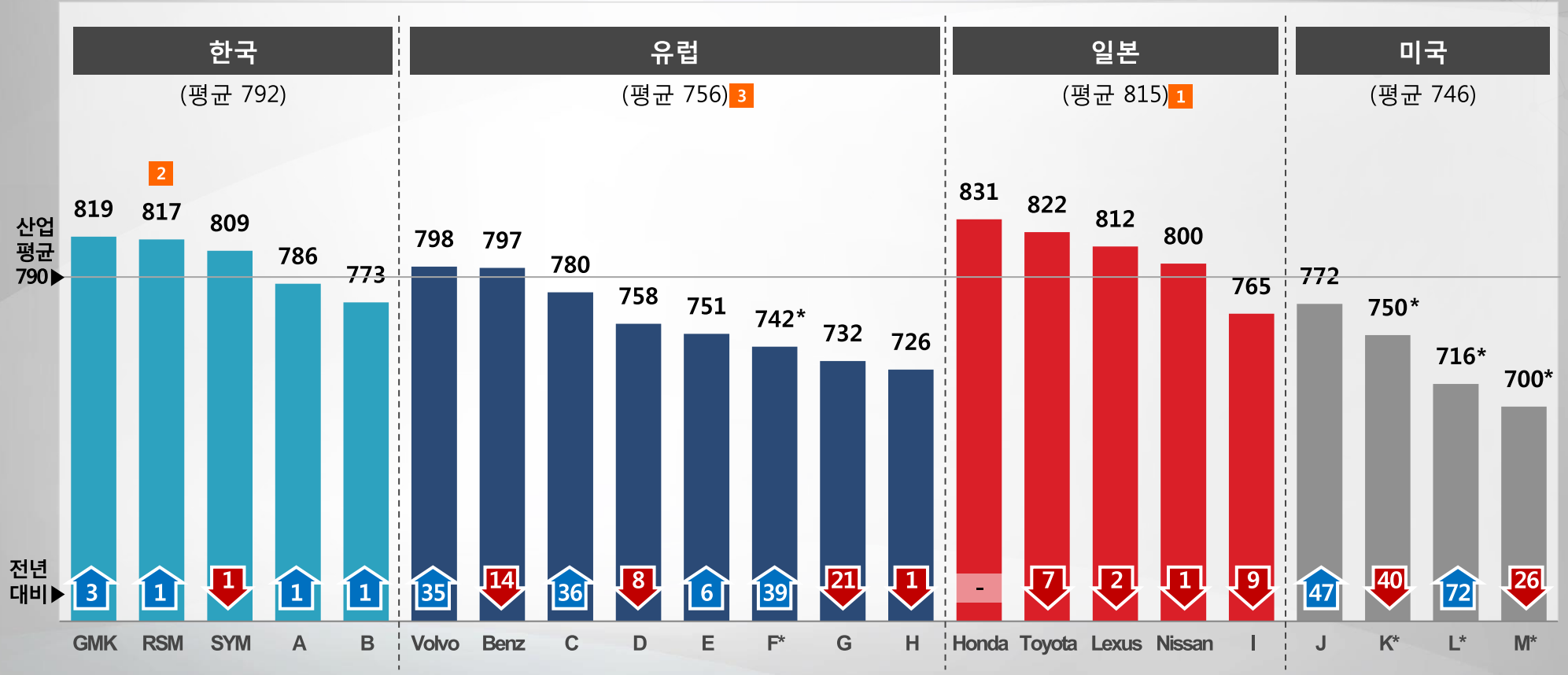


Q. 모든 것을 종합해 볼 때, 정비사업소 및 지난 1년간 경험한 회사의 서비스에 대해서 어느 정도 만족하시나요?(10점 만점)

2. A/S 만족도(CSI) _ ③ 브랜드별 분석

- 1 일본계는 한국계 대비 20점 이상을 앞서는 탁월한 성적을 냄
- 2 국산차 중에는 한국GM, 르노삼성, 쌍용차의 A/S 만족도가 산업평균을 상회하며 경쟁하고 있음
- 3 유럽계의 평균은 국산 최하위보다 크게 낮고, Volvo, Benz 두 브랜드 만이 산업평균을 넘어섬

[Base:지난 1년간 직영/지정/협력 서비스 사업소 이용자, 1,000점 만점]



* 30~59사례 브랜드는 해석 시 유의바라며 순위 평가에서 제외함, 30사례 미만은 제시하지 않음
 - 국산 5개 수입 17개 브랜드 평가 제시(30사례 이상)

2. A/S 만족도(CSI) _ ④ 2015 우수 브랜드

- » A/S 부문 우수 브랜드는 산업 전체 기준 1위 Honda, 2위 Toyota, 3위 한국GM임
- » 국산차 부문에서는 1위 한국GM, 2위 르노삼성, 3위 쌍용차 순이며,
수입차 부문에서는 1위 Honda, 2위 Toyota, 3위 Lexus로 일본계가 1~3위 모두를 차지함



* HONDA는 산업 전체/수입차 부문 CSI 3년 연속 1위

** GMK는 국산차 부문 CSI 4년 연속 1위

3. TGW(품질) 평가

» 차를 구입한 후 실제 경험한 적이 있는 결함 또는 문제점 수
보유기간에 따라 초기품질, 내구품질 등으로 나뉨

- TGW-3MIS : 6개월 이내 새 차 구입자로 조사 실시년도 1~6월에 구입한 차(초기품질)
- TGW-6MIS : 1년 이내 새 차 구입자로 조사 전년 7월 부터 조사년도 6월 사이 구입한 차(최초의 공식적 산출)
- TGW-3YIS : 새 차 구입 후 3년 경과한 차(내구 품질)

측정 척도의 구성

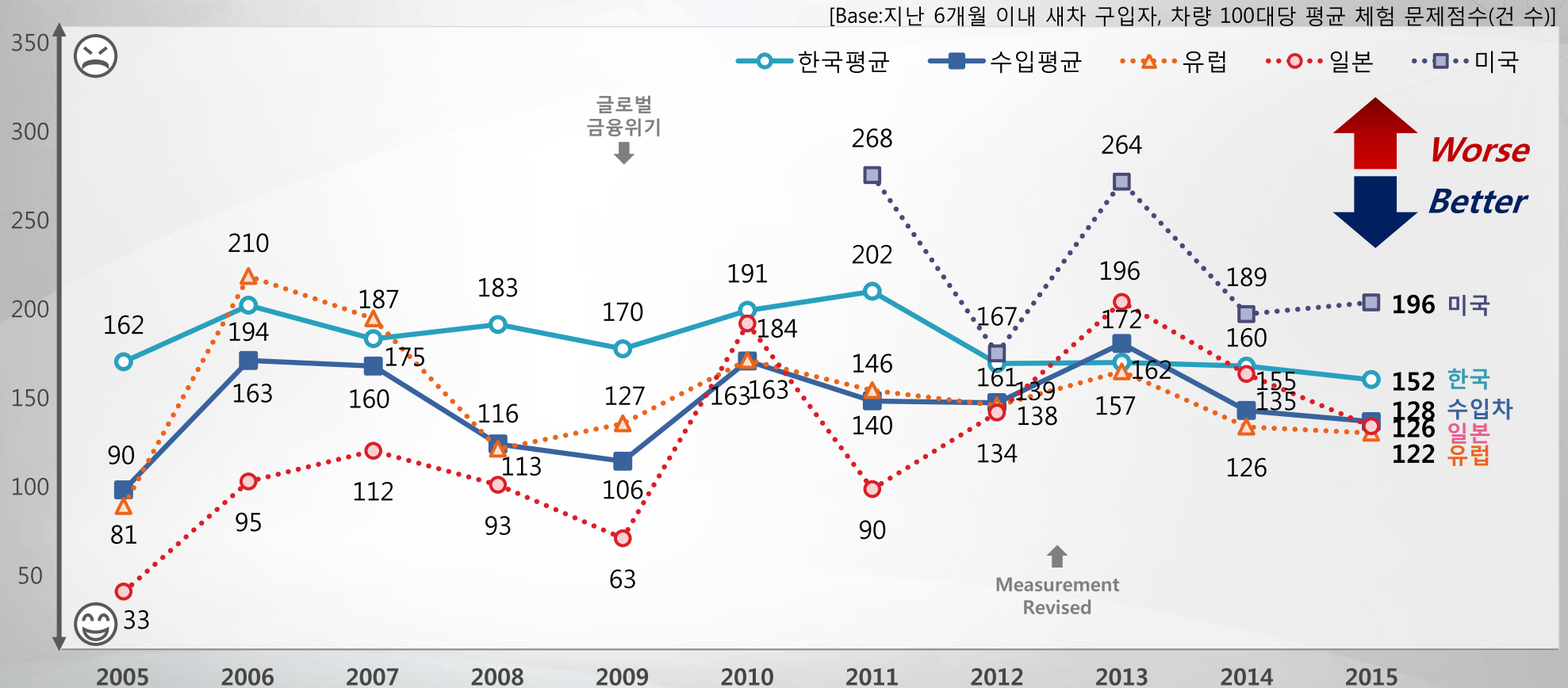
- 13 category, 177 item, 542 L&O(Location & Occasion)

핵심 측정치

- PPH(Problem Per Hundred) : 백대당 평균 체험 문제점 수
 - TGW-i(Things Gone Wrong - i) ≡ IQS → 3MIS, 6MIS
 - TGW-d(Things Gone Wrong - d) ≡ VDS → 3YIS

3-1. 초기품질 문제점 수(TGW-3MIS) _ ① 2005~'15 국산 vs 수입

- » 새 차 구입 6개월 이내인 소비자에게 그 차를 사용하면서 경험한 문제점(고장, 결함 포함)을 모두 지적하게 하고 문제점 수를 100대 당 문제점 수로 표시
- » 국산, 수입 모두 문제점수가 전년 대비 감소되었으나, 국산차의 문제점 수는 수입차 보다 많음
- » 일본계의 초기품질(3MIS) 문제점 수는 유럽계를 위협할 수준으로 감소됐으며, 미국계는 아직 부진함

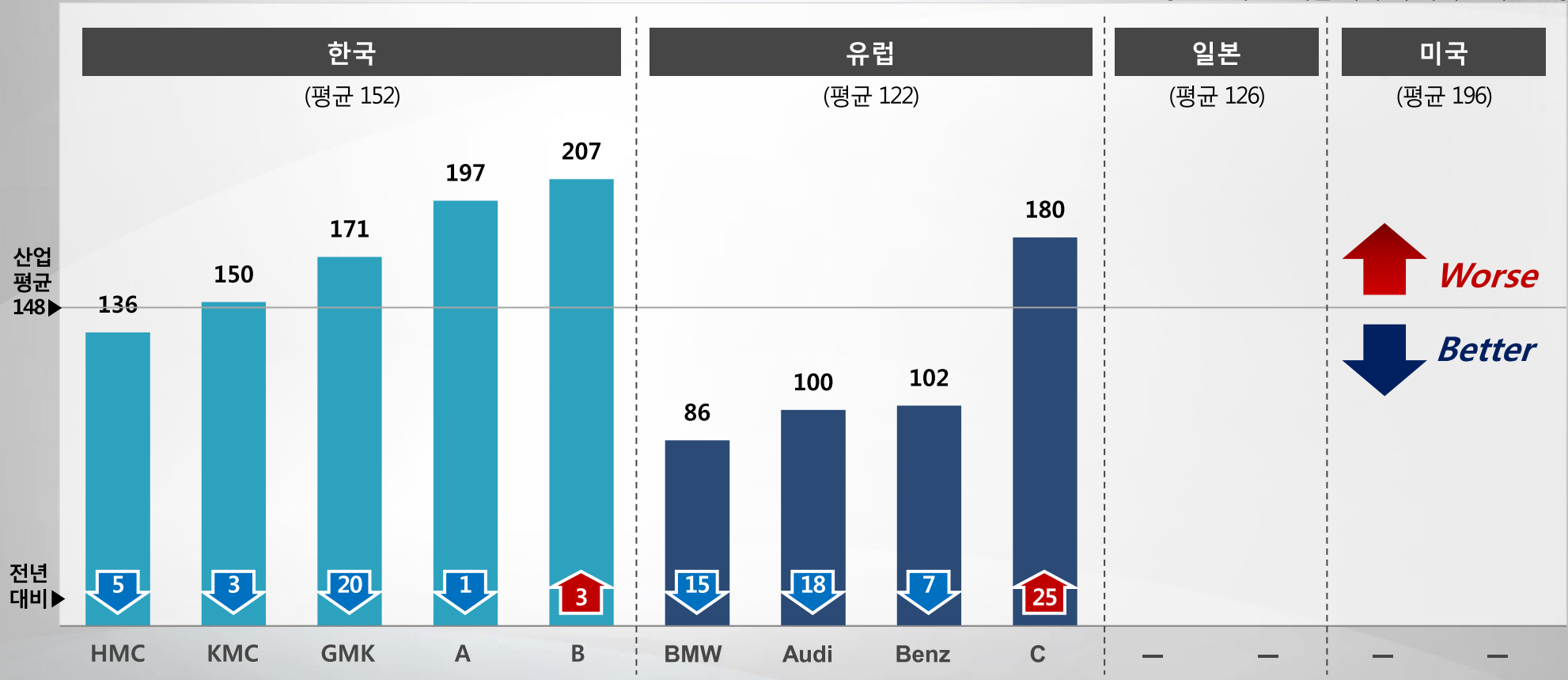


Q. 13개 부문, 177개 항목 중 지금까지 경험한 차의 고장과 문제점을 모두 지적해 주시기 바랍니다

3-1. 초기품질 문제점 수(TGW-3MIS) _ ② 브랜드별 분석

- » 6개월 내 신차구입자가 적정표본 60사례 이상인 브랜드는 국산 5개, 수입 4개에 그침
비교 확대를 위한 새로운 가이드라인이 요청됨
- » 산업평균 보다 3MIS 문제점 수가 적은 브랜드는 수입 3개, 국산 1개에 그침

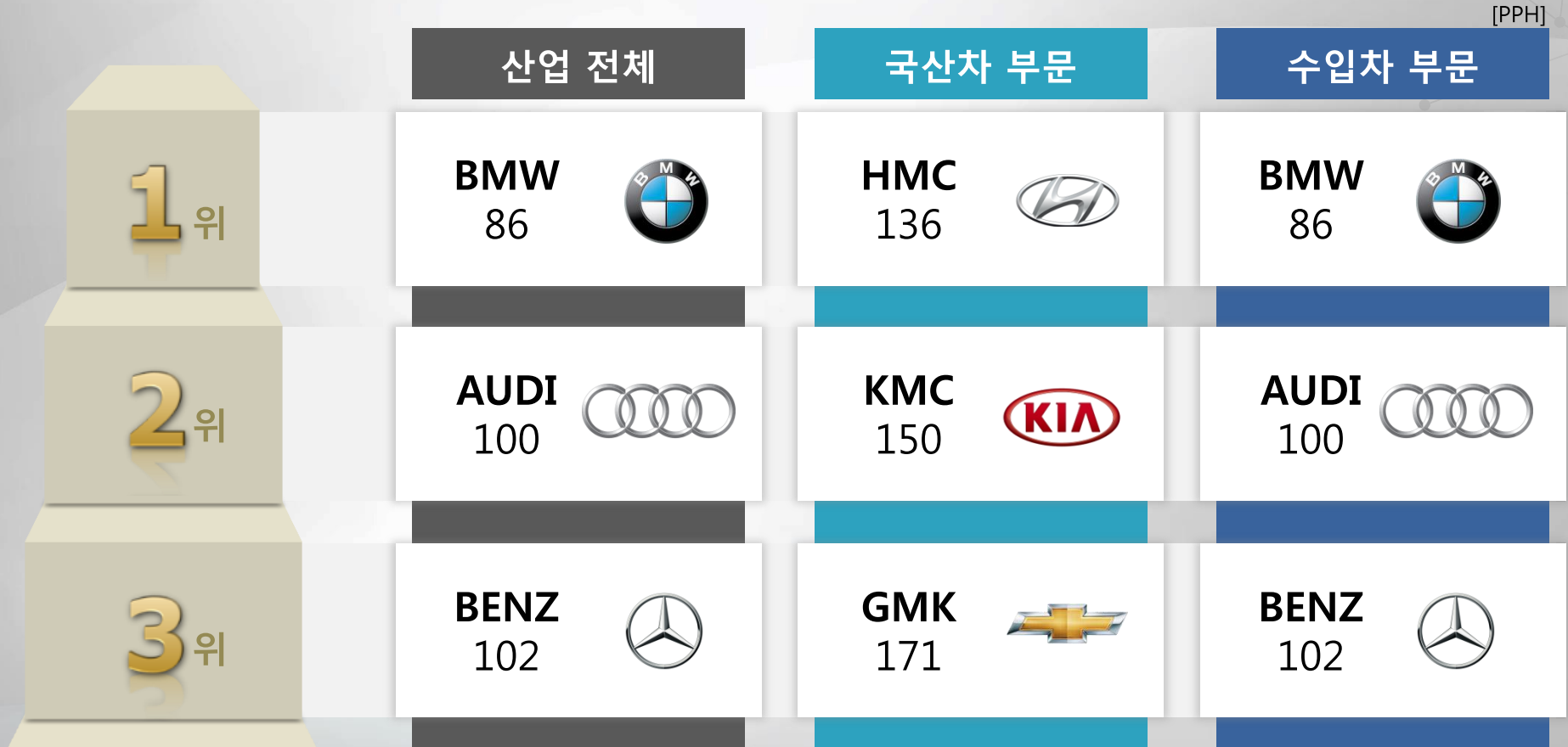
[Base: 지난 6개월 이내 새 차 구입자, PPH]



* 30~59사례 브랜드는 해석 시 유의바라며 순위 평가에서 제외함, 30사례 미만은 제시하지 않음
- 국산 5개 수입 4개 브랜드 평가 제시(30사례 이상)

3-1. 초기품질 문제점 수(TGW-3MIS) _ ③ 2015 우수 브랜드

» 초기품질(TGW-3MIS)의 산업 전체 및 수입차 부문 1위는 BMW, 2위 Audi, 3위 Benz이며, 국산차 부문은 1위는 현대차, 2위 기아차, 3위 한국GM임

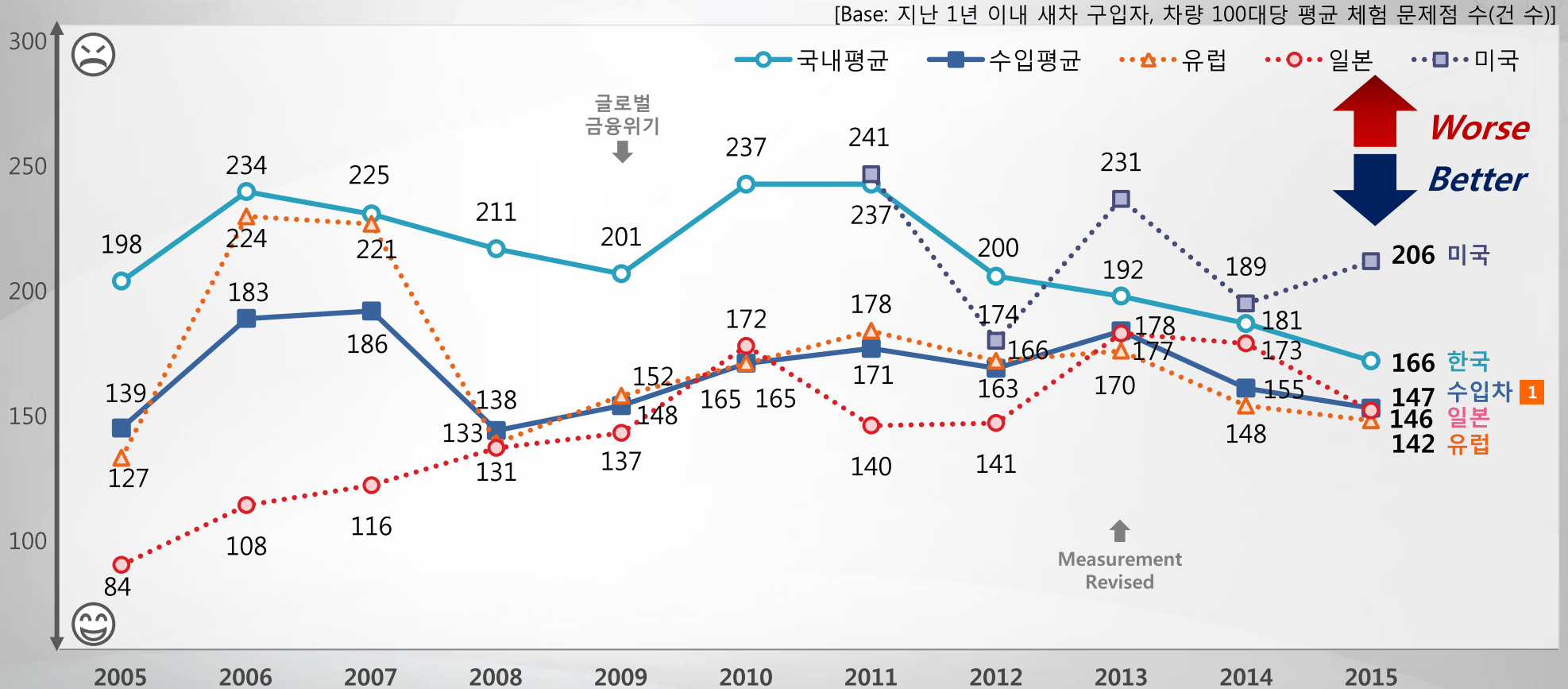


* BMW는 산업 전체/ 수입차 부문 TGW-3MIS 5년 연속 1위
HMC는 국산차 부문 TGW-3MIS 4년 연속 1위

3-2. 초기품질 문제점 수(TGW-6MIS) _ ① 2005~'15 국산 vs 수입

❶ 새 차 구입 1년 이내 소비자(평균 6개월 사용)가 경험한 6MIS 문제점 수는 여전히 국산이 수입차 보다 많은 편이나 그 격차가 점차 줄어들어 '15년 19PPH에 지나지 않음

» 원산지 별로는 유럽계(142PPH), 일본계(146PPH) 순이나 일본차의 품질향상으로 유럽차와 격차는 매우 작아짐
다음으로 한국산, 미국계 순이며 미국차의 6MIS 문제점 수는 불충분한 표본수로 인해 다소 불안정한 모습을 보임

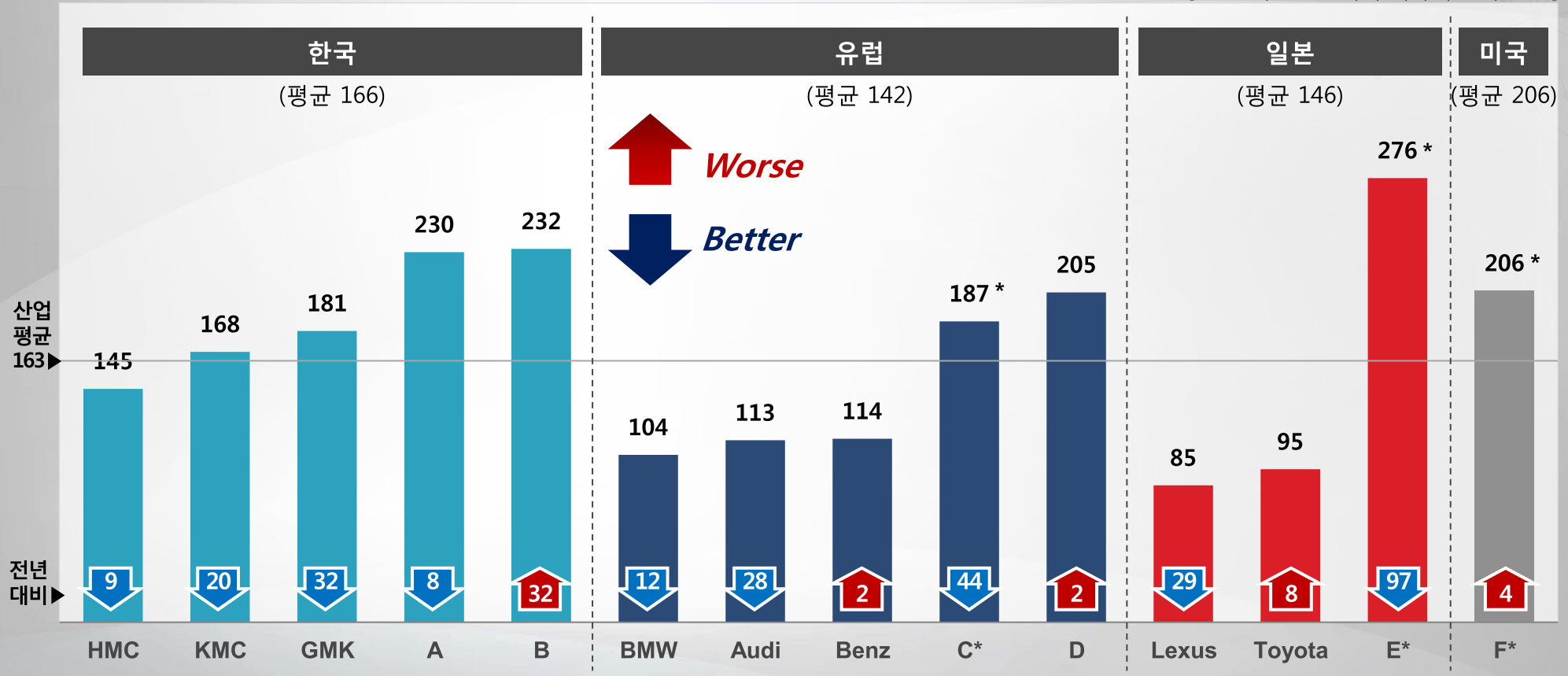


Q. 13개 부문, 177개 항목 중 지금까지 경험한 차의 고장과 문제점을 모두 지적해 주시기 바랍니다

3-2. 초기품질 문제점 수(TGW-6MIS) _ ② 브랜드별 분석

- » TGW-6MIS의 패턴은 TGW-3MIS와 대체로 일치함
- » 국산차 중에는 현대차만 문제점 수가 산업평균보다 적고,
유럽차 중에는 BMW, Audi, Benz, 일본차 중에는 Lexus, Toyota가 산업평균보다 적음

[Base: 지난 1년 이내 새차 구입차, PPH]



* 30~59사례 브랜드는 해석 시 유의바라며 순위 평가에서 제외함, 30사례 미만은 제시하지 않음
- 국산 5개 수입 9개 브랜드 평가 제시(30사례 이상)

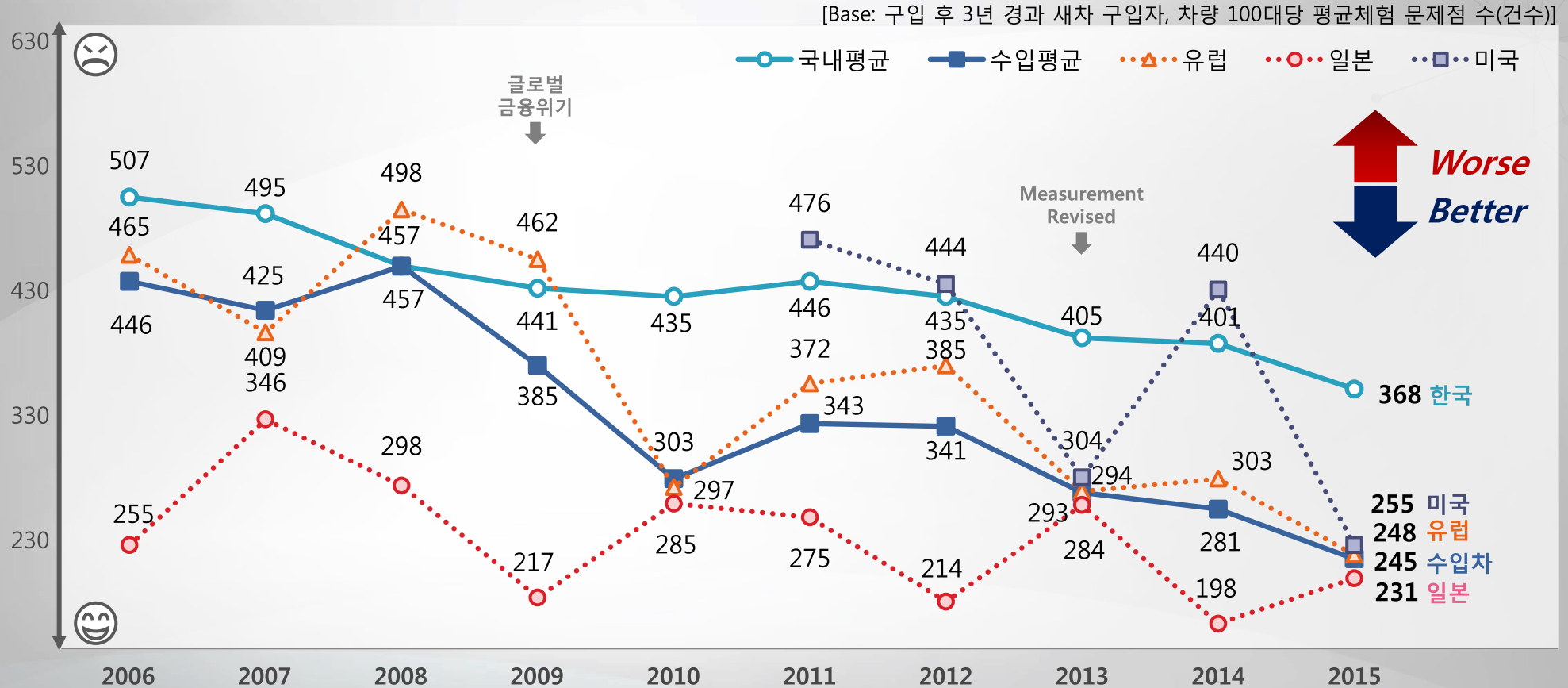
3-2. 초기품질 문제점 수(TGW-6MIS) _ ③ 2015 우수 브랜드

» 초기품질(TGW-6MIS) 산업 전체 및 수입차 부문 1위는 Lexus, 2위는 Toyota, 3위 BMW이며, 국산차 부문 1위는 현대차, 2위는 기아차, 3위는 한국GM순임



3-3. 내구품질 문제점 수(TGW-3YIS) _ ① 2006~'15 국산 vs 수입

- » 구입 후 3년이 경과한 소비자(평균 3년 사용)가 경험한 내구품질(TGW-3YIS) 문제점 수는 국산, 수입 공히 매년 감소되고 있으나, 수입차가 여전히 100PPH 이상 앞서고 있음
- » 초기품질과 달리 내구품질은 일본계가 유럽계에 비해 앞서고 있음

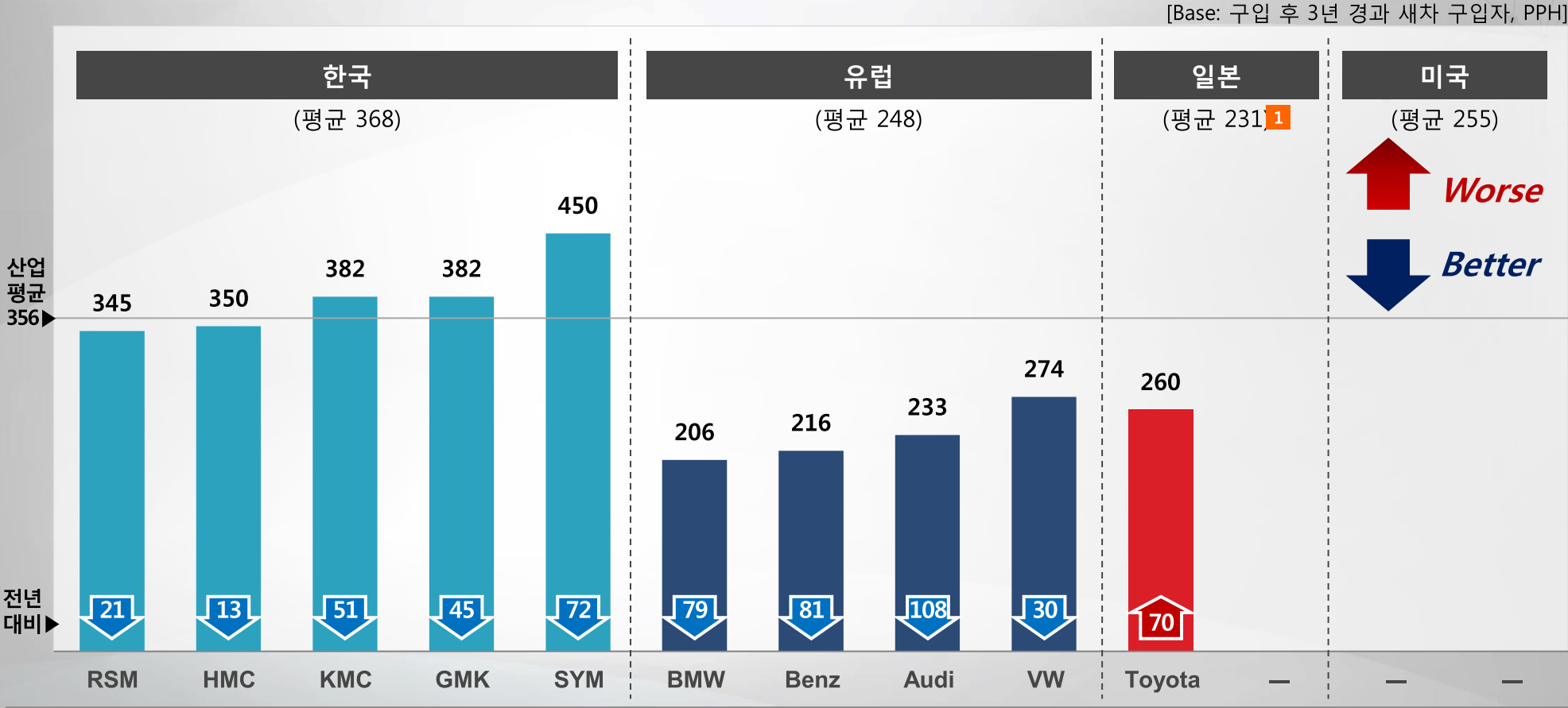


Q. 13개 부문, 177개 항목 중 지금까지 경험한 차의 고장과 문제점을 모두 지적해 주시기 바랍니다

3-3. 내구품질 문제점 수(TGW-3YIS) _ ② 브랜드별 분석

» 국산차 중에는 르노삼성, 현대차의 내구품질 문제점 수가 산업평균보다 적으며 유럽계는 평가대상 4개 모델 모두 산업평균보다 문제점 수가 적음

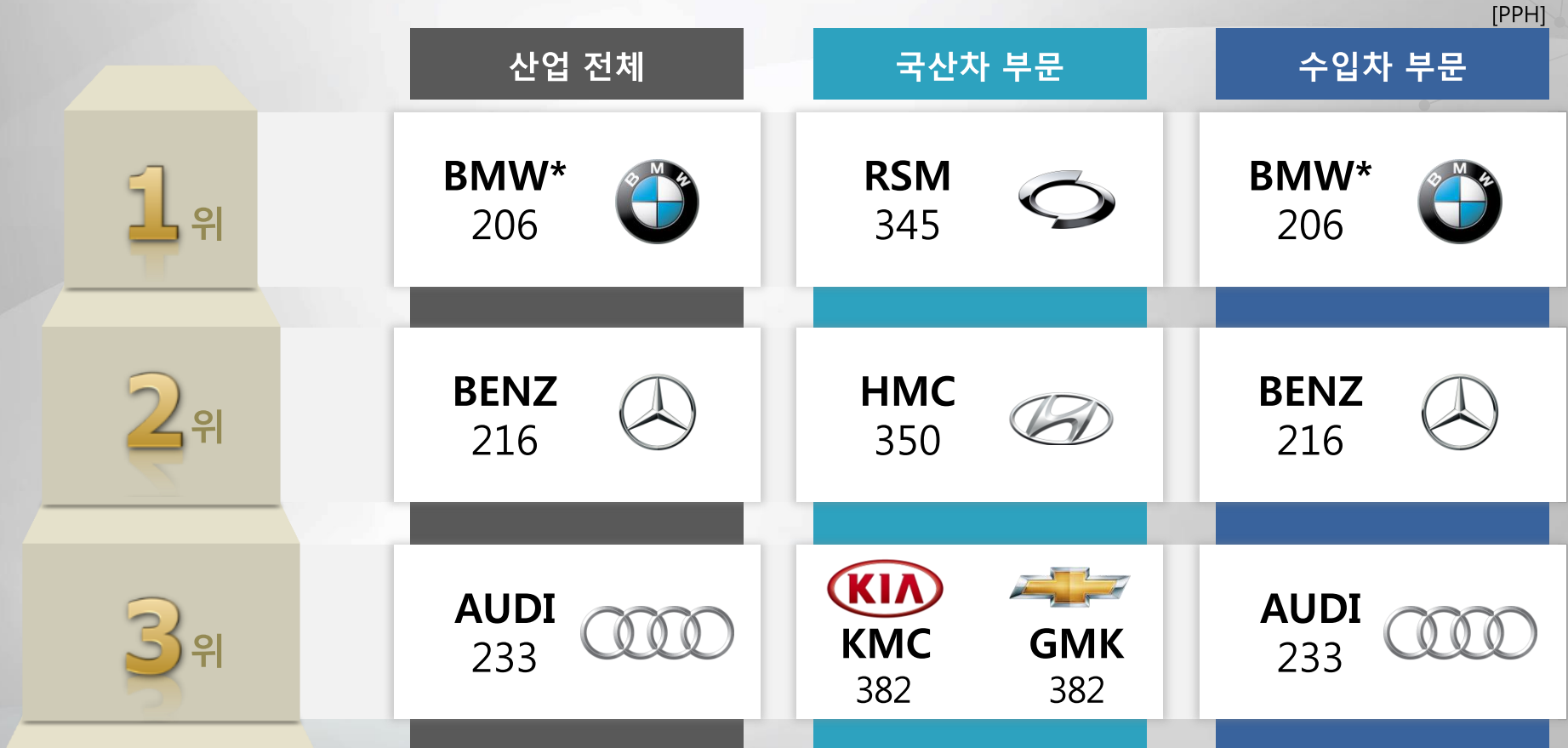
1 일본계의 경우 표본 수 부족으로 제시하지 않았으나, 전반적 내구품질이 유럽차 이상으로 우수함



* 30~59사레 브랜드는 해석 시 유의바라며 순위 평가에서 제외함, 30사레 미만은 제시하지 않음
- 국산 5개 수입 5개 브랜드 평가 제시(30사레 이상)

3-3. 내구품질 문제점 수(TGW-3YIS) _ ③ 2015 우수 브랜드

» 내구품질에서 산업 전체 및 수입차 부문 1위는 BMW, 2위 Benz, 3위 Audi이며,
국산차 부문 1위는 르노삼성, 2위 현대차, 공동3위 기아차 및 한국GM임



* BMW는 산업 전체/ 수입차 부문 TGW-3YIS 3년 연속 1위

4. 제품만족도(TGR : Things Gone Right) _ ① 지수산출 방법

» 새차를 구입한지 1년이 지나지 않은 소비자들이 그 제품에 어느 정도 만족하는지를
기능·성능·디자인·유지비 등 8개 부문으로 나누어 만족도를 평가

- TGR-1Year : 최근 1년 이내 새차 구입자로 조사 전년 7월부터 조사 년도 6월 사이 구입한 차

측정 척도의
구성

- 56개 Item, 8개 Category, 1개 종합체감 만족도(10점)

부문별 중요도

- 8개 부문 : 전반 디자인/ 주행성능/ 조작 편리성/ 안락성/ 다양한 유용성/ 안전·보안성/
유지·운용비/ A/V 시스템

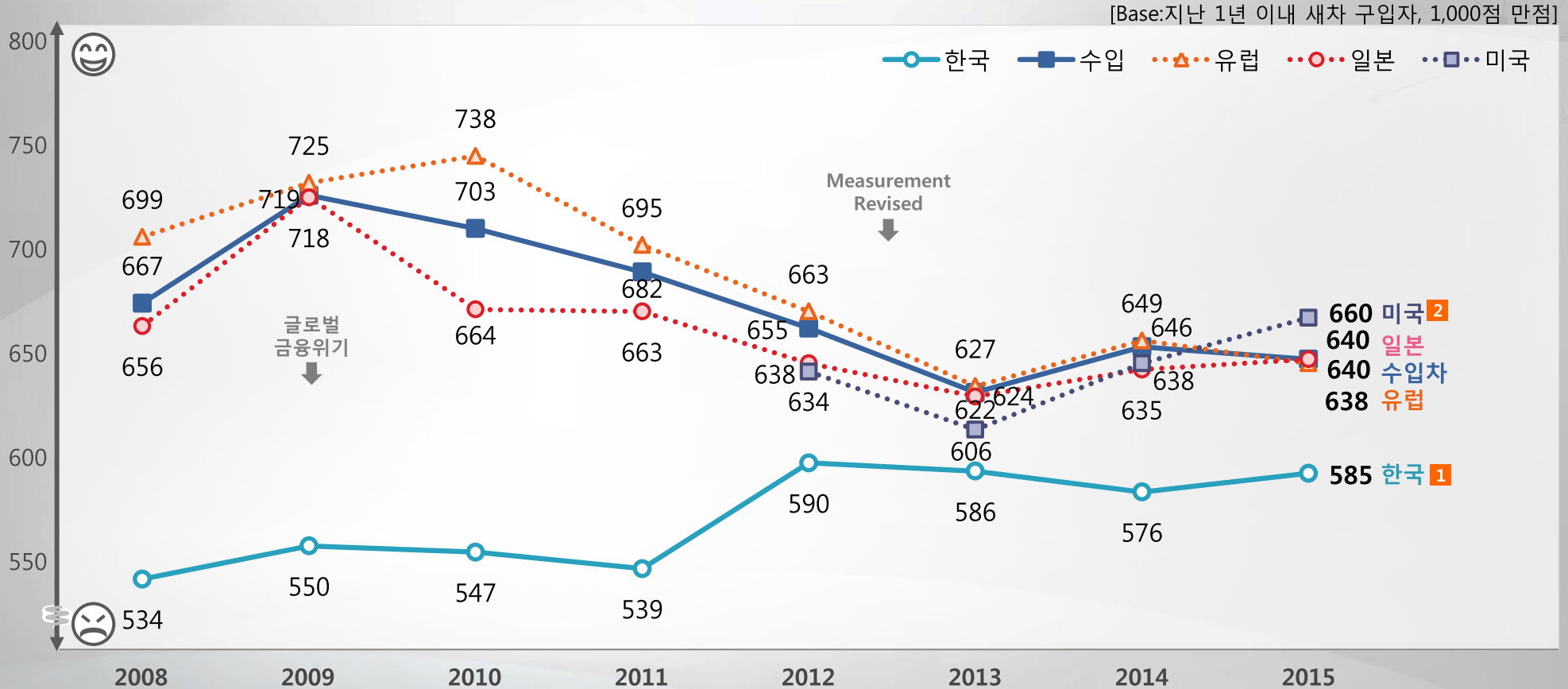
전반적 디자인 (내/외관)	주행성능	조작 편리성	안락성	다양한 유용성	안전·보안성	유지·운용비	A/V 시스템
17%	18%	9%	12%	9%	10%	16%	9%

핵심 측정치

- TGR(제품만족도) : 56개 항목, 8개 부문의 반응에 중요도를 반영 1,000점 만점으로 산출

4. 제품만족도(TGR) _ ② 2008~'15 국산 vs 수입

- 1 국산차의 가장 취약한 영역이나, '15년 국산차는 상승, 수입차는 하락하며 격차가 좁혀짐
- 2 수입차 중에서 미국계는 제품 만족도의 큰 폭 상승, 일본계는 소폭 상승, 유럽계는 하락하며 '14년 유럽계→미국계→일본계에서 '15년 미국계→일본계→유럽계로 순위가 바뀜

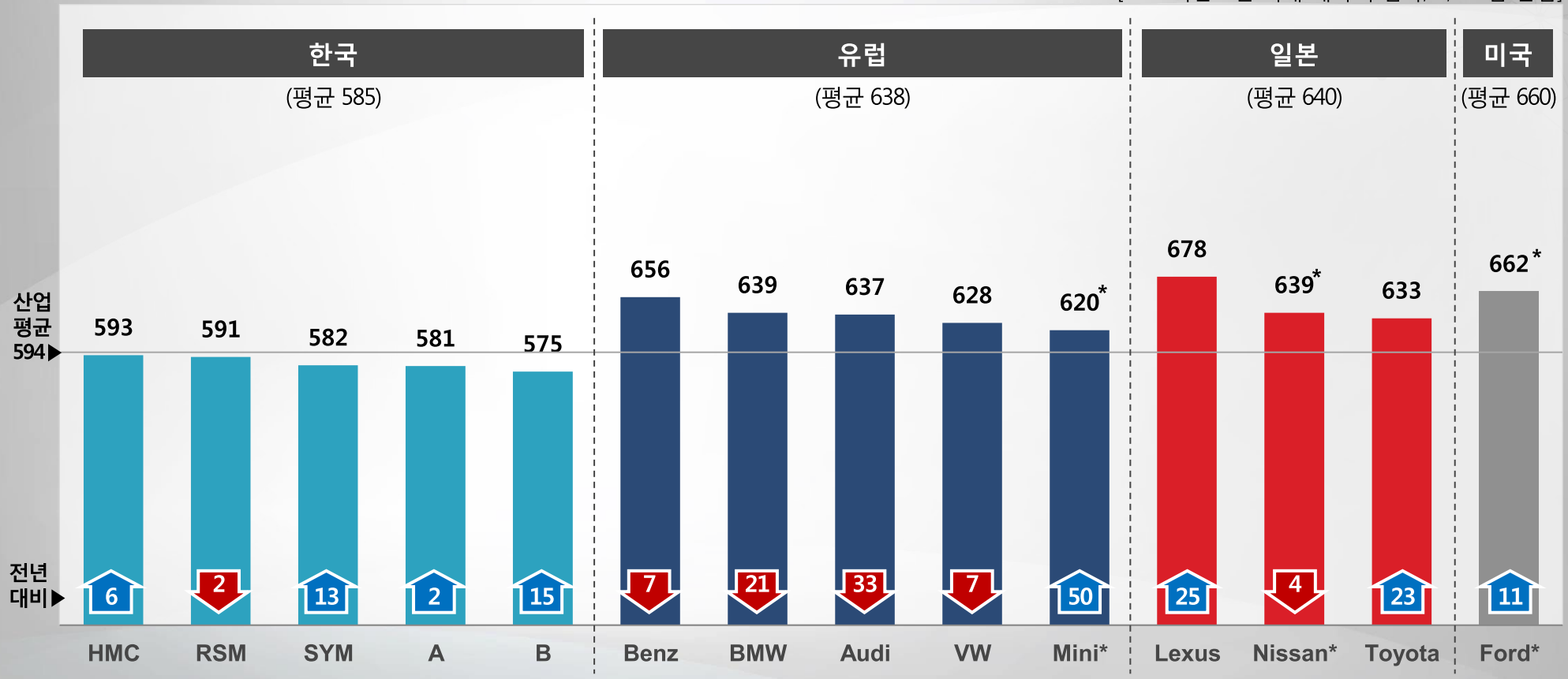


Q. 앞서 평가한 기능, 성능, 디자인 등을 모두 종합적으로 고려할 때, 그 차가 얼마나 마음에 드시는지 평가해 주십시오.

4. 제품만족도(TGR) _ ③ 브랜드별 분석

- » 국산차 5개 브랜드 모두 산업평균 이하의 취약한 제품만족도를 보임
- » 유럽계 중 독일 4개 브랜드의 제품만족도는 우수하나 전년 대비 전반적으로 하락함
- » 일본계 중 Lexus, Toyota의 제품 만족도가 우수하며 전년 대비 상승함

[Base:지난 1년 이내 새차 구입자, 1,000점 만점]



* 30~59사레 브랜드는 해석 시 유의바라며 순위 평가에서 제외함, 30사레 미만은 제시하지 않음
 - 국산 5개 수입 9개 브랜드 평가 제시(30사레 이상)

4. 제품만족도(TGR) _ ④ 2015 우수 브랜드

- » 제품만족도 우수 브랜드는 산업 전체 및 수입차 기준 1위 Lexus, 2위 Benz, 3위 BMW순임
- » 국산차 부문은 1위 현대차, 2위 르노삼성, 3위 쌍용차가 차지함

	산업 전체	국산차 부문	수입차 부문
1위	LEXUS 678점 	HMC 593점 	LEXUS 678점 
2위	BENZ 656점 	RSM 591점 	BENZ 656점 
3위	BMW 639점 	SYM 582점 	BMW 639점 

5. 품질스트레스 평가(QSI : Quality Stress Index) _ ① 지수산출 방법

» 새차 구매 후 1년 이내인 소비자들이 자동차 때문에 직접 체험한 스트레스의 건 수.
소비자들이 불편·불안·손실·분노 등 4개 부문(20개 문항)에서 경험한 100대당 평균

측정 척도의 구성

- 20개 항목(이분), 4개 부문 체감 평가(10점), 1개 전반적 스트레스(10점)평가

부문별 중요도

- 4개 부문: 불편 / 불안 / 손실 / 분노

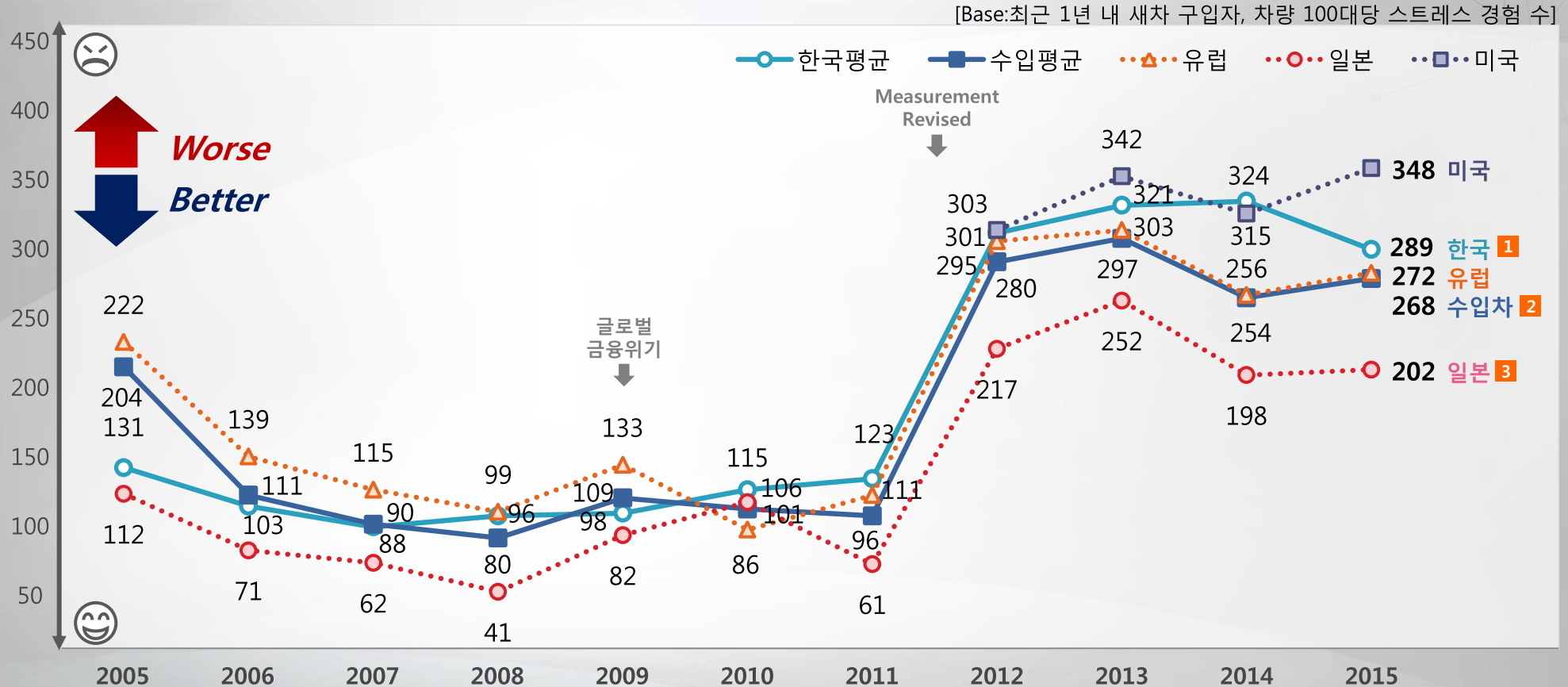
불편	불안	손실	분노
18%	20%	17%	45%

핵심 측정치

- SPH(Stress Per Hundred vehicles) : 자동차 100대당 스트레스 경험 건수

5. 품질스트레스 평가(QSI) _ ② 2005~'15 국산 vs 수입

- 1 국산차의 품질스트레스(QSI) 경험 수는 수입차에 비해 많은 편이나 '15년 감소함
- 2 전년 대비 수입차의 QSI 경험 수는 소폭 증가한 가운데 미국, 유럽계의 경험 수가 특히 증가함
- 3 일본계의 QSI가 큰 차이를 두고 적은 경험 수를 보임

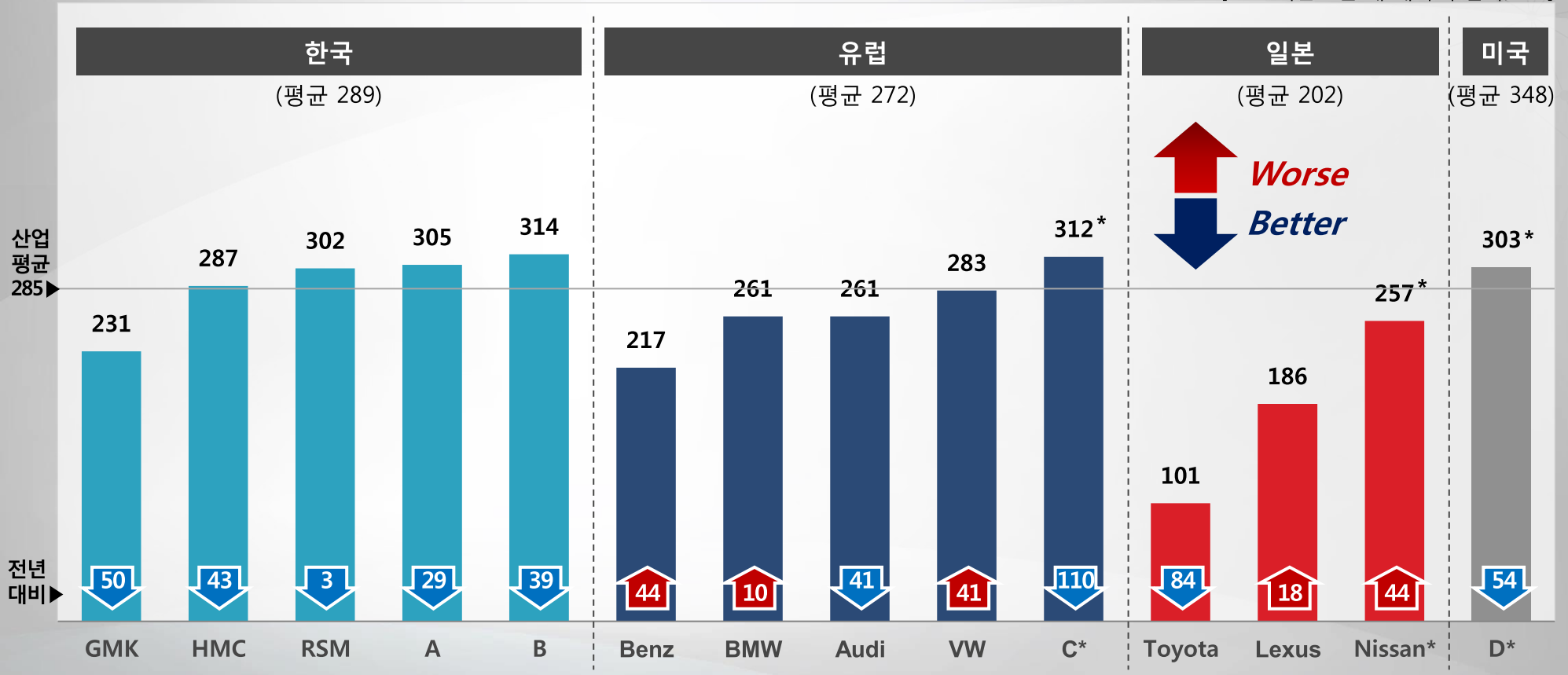


Q. 현재까지 차 때문에 받은 스트레스를 모두 종합하면 어느 정도 입니까?

5. 품질스트레스 평가(QSI) _ ③ 브랜드별 분석

- » 국산차의 품질스트레스(QSI)에서 산업평균 이하의 경험 수를 보인 브랜드는 한국GM이 유일함
- » 수입차 중에는 일본계가 매우 적은 경험 수를 보이는 가운데, Toyota, Lexus가 산업평균 이하의 경험 수를 보였으며 유럽계 중에는 Benz, BMW, Audi, VW 순으로 적은 스트레스 경험 수를 보임

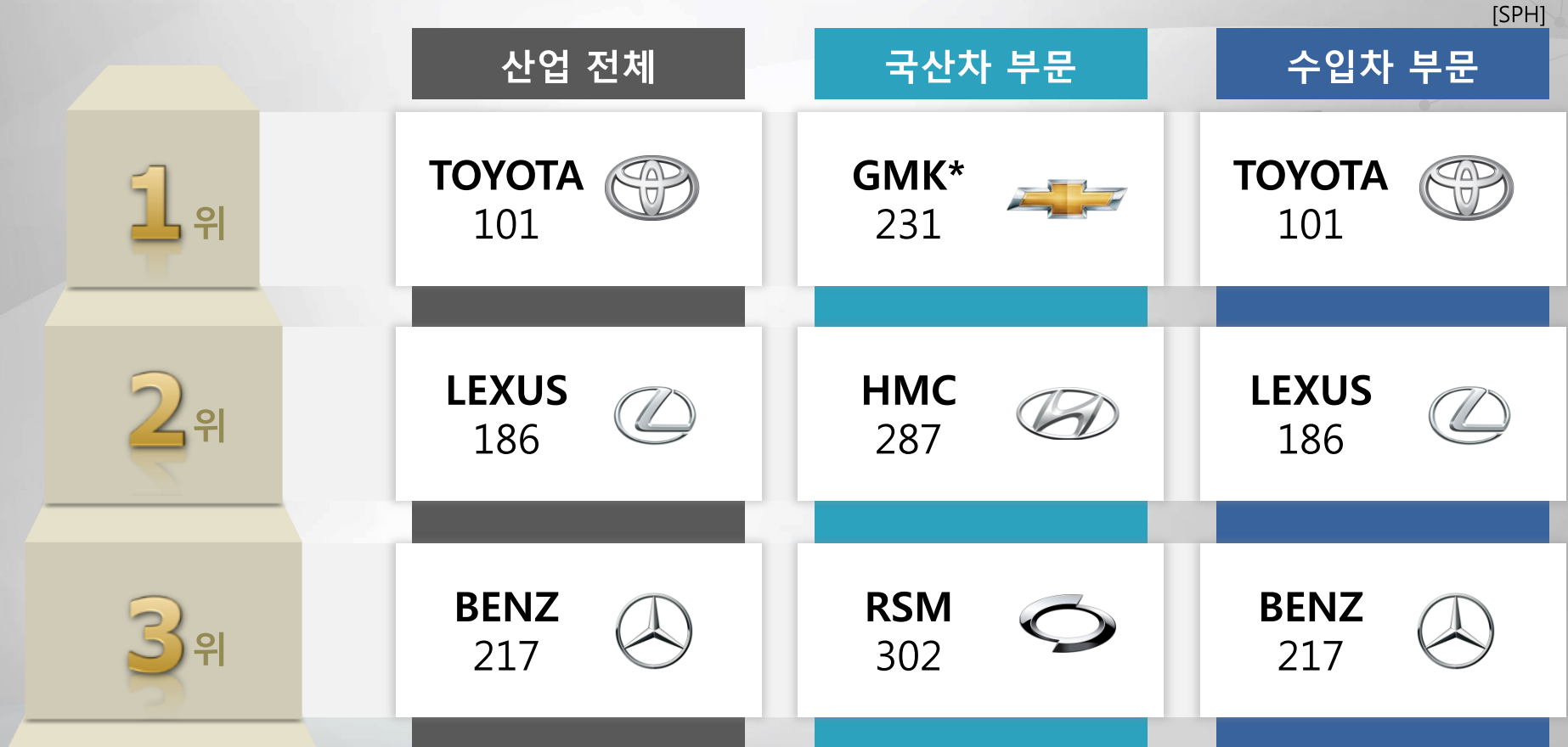
[Base:최근 1년 내 새차 구입자,SPH]



* 30~59사례 브랜드는 해석 시 유의바라며 순위 평가에서 제외함, 30사례 미만은 제시하지 않음
 - 국산 5개 수입 9개 브랜드 평가 제시(30사례 이상)

5. 품질스트레스 평가(QSI) _ ④ 2015 우수 브랜드

- » 품질스트레스(QSI) 우수 브랜드는 산업 전체 및 수입차 부문 1위 Toyota, 2위 Lexus, 3위 Benz임
- » 국산차 부문은 1위 한국GM, 2위 현대차, 3위 르노삼성 순임



* GMK는 국산차 부문 QSI 2년 연속 1위

6. 회사종합만족도(OSI : Overall Satisfaction Index) _ ① 지수산출 방법

- » 1년 이내 새차 구입자 전원을 대상으로 보유 전 기간 동안 구입한 제품과 서비스에 대한 만족도를 종합적으로 평가함.
구입한 브랜드에 대한 종합만족도라고 할 수 있음
- 영업/마케팅·고객 서비스·품질 전 부문

*** 질문 :** 앞의 모든 것(영업/서비스/품질)을 종합해 볼 때 그 회사() 전반에 대해 어떻게 생각하시나요?
해당되는 곳에 체크해 주십시오.귀하께서는 앞에서
영업 ☐ 점, 서비스 ☐ 점, 품질 ☐ 점을 주셨습니다.

측정 척도의
구성

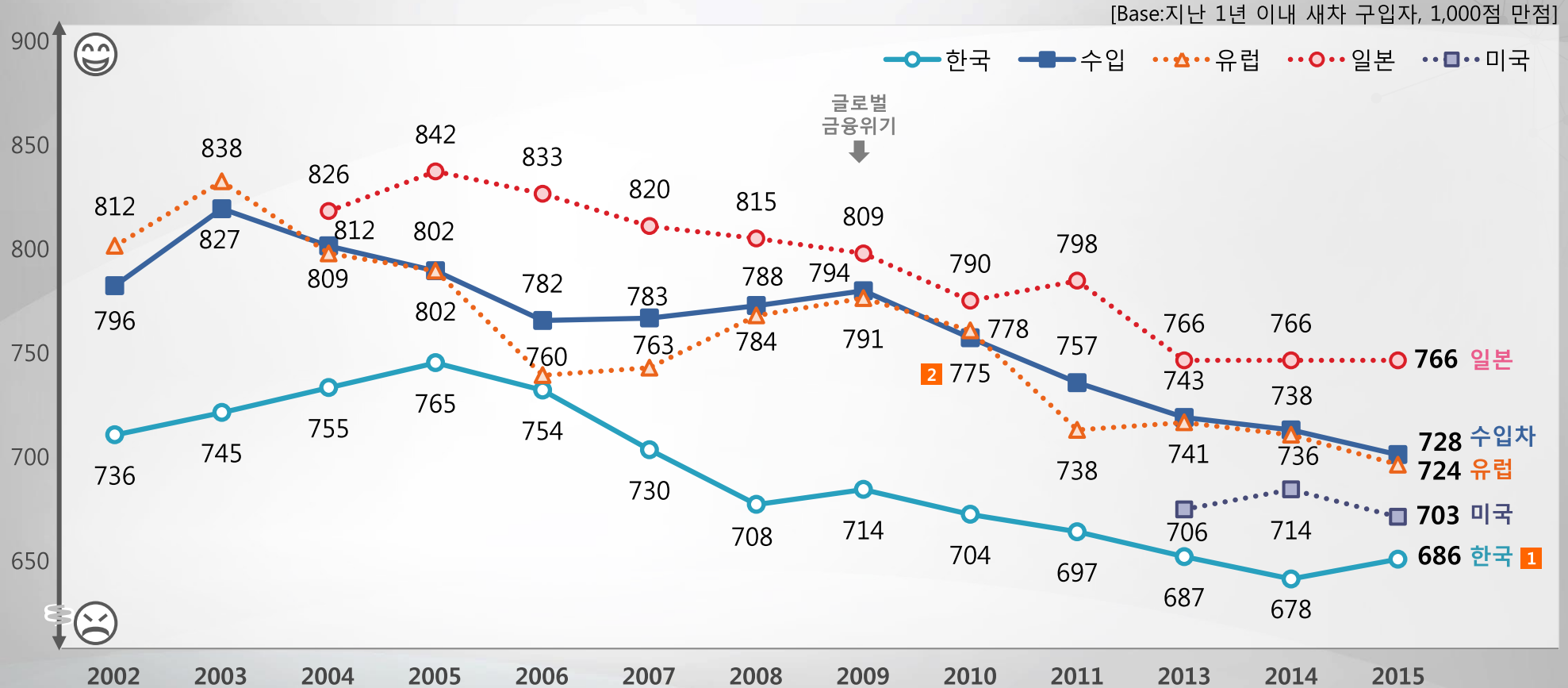
- 3개 부문: 영업/마케팅, 고객 서비스, 품질(10점), 1개 종합만족도(10점)

핵심 측정치

- (구입 브랜드에 대한) 종합 고객 만족도 : 1,000점

6. 회사종합만족도(OSI) _ ② 2002~'15 국산 vs 수입

- 1 국산차의 종합만족도(OSI)는 2005년 이후 지속적인 하락세였으나 2015년 상승세로 반등함
- 2 수입차의 OSI는 2010년 이후 하락세가 이어지고 있으며 유럽계와 미국계가 하락세를 주도함
- » 수입차 내의 원산지별 OSI 순위는 일본계→유럽계→미국계의 추세가 지속되고 있음



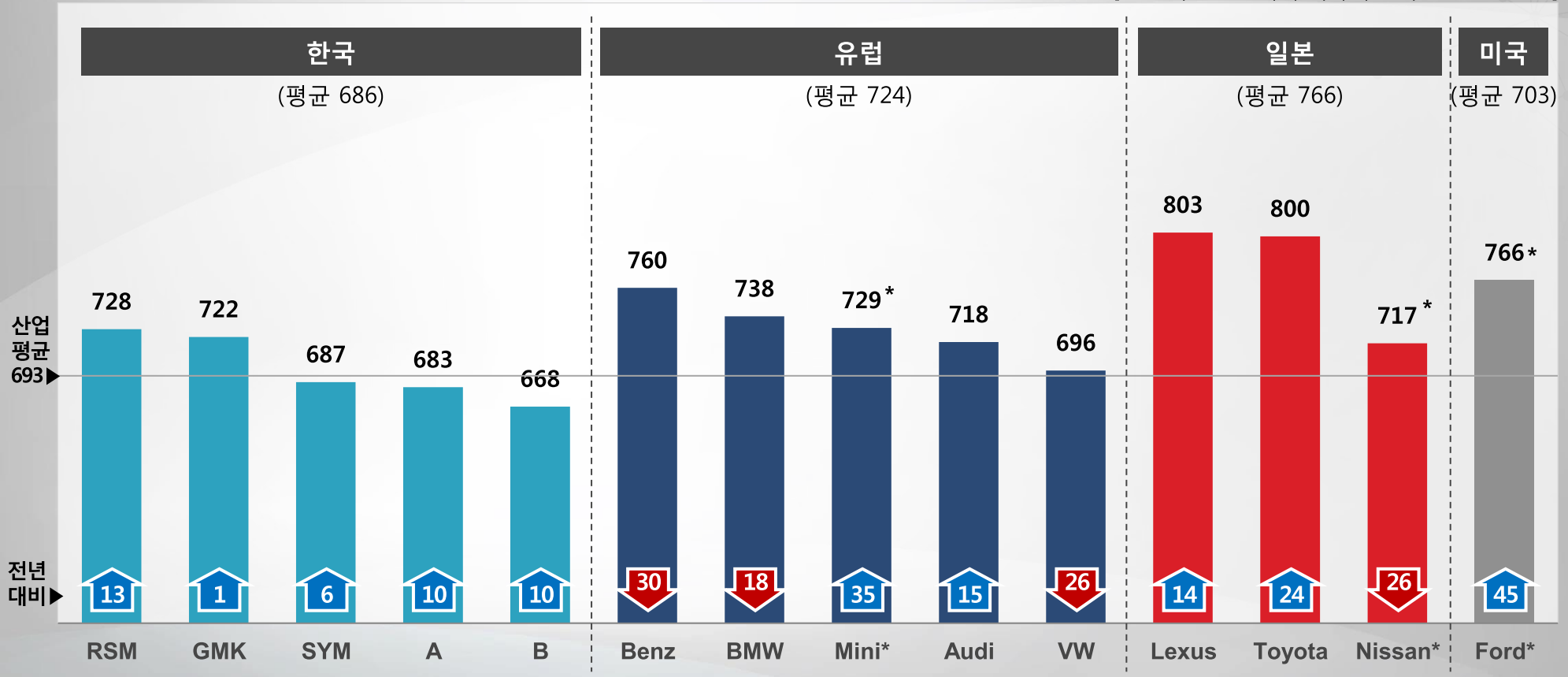
* 2012년은 측정방식 변경으로 제시하지 않음

Q. 앞의 모든 것(영업/서비스/품질)을 종합해 볼 때 그 회사() 전반에 대해 어느 정도 만족하시나요?

6. 회사종합만족도(OSI) _ ③ 브랜드별 분석

- » 국산차 중에는 르노삼성, 한국GM, 두 브랜드만이 산업평균 이상의 OSI를 보임
- » 수입차 중에서는 Benz, BMW, Audi, VW 유럽계가 일본계 중에서는 Lexus, Toyota의 OSI가 산업평균 이상임

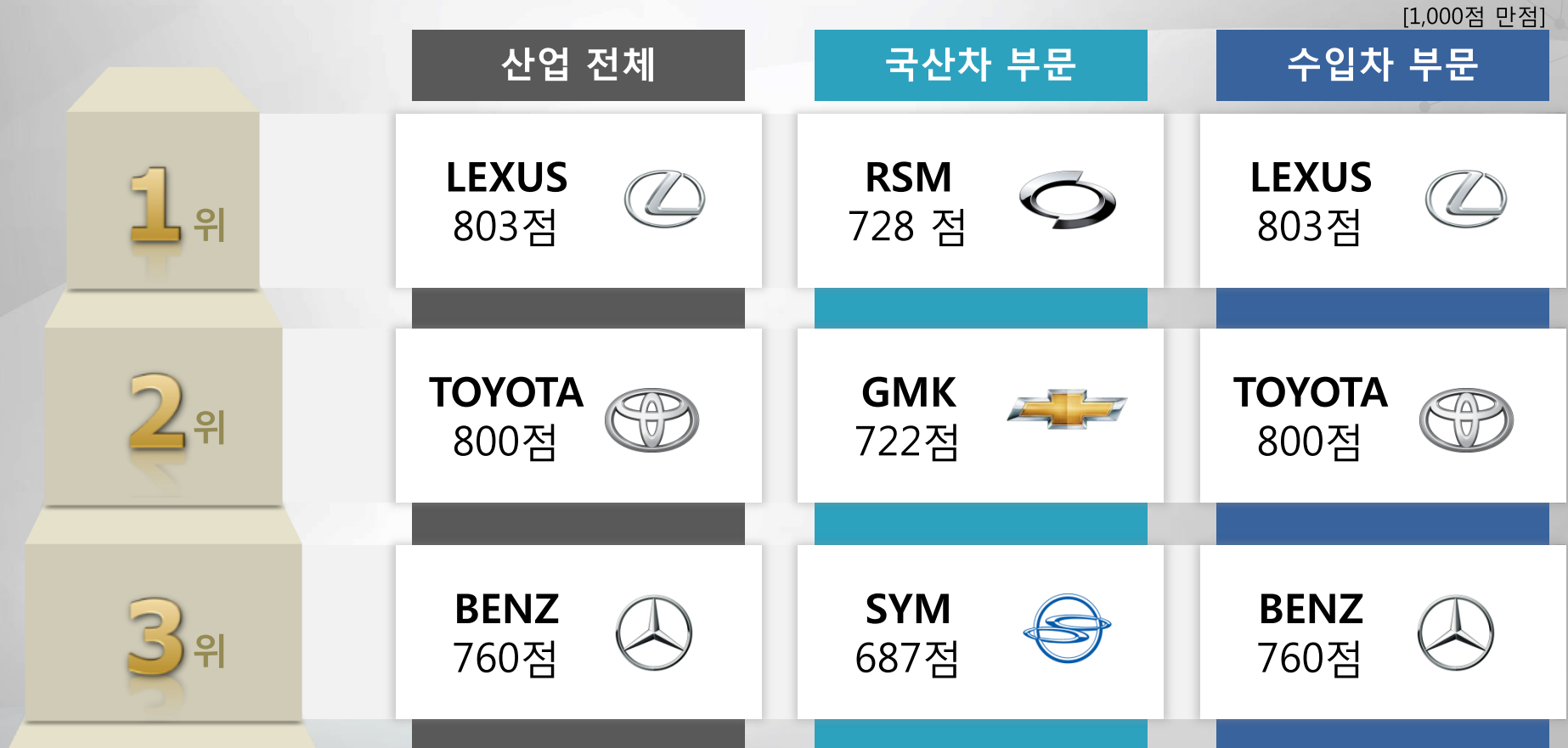
[Base:지난 1년 이내 새차 구입자, 1,000점 만점]



* 30~59사례 브랜드는 해석 시 유의바라며 순위 평가에서 제외함, 30사례 미만은 제시하지 않음
 - 국산 5개 수입 9개 브랜드 평가 제시(30사례 이상)

6. 회사종합만족도(OSI) _ ④ 2015 우수 브랜드

- » 회사종합만족도 우수 브랜드는 산업 전체 및 수입차 부문 1위 Lexus, 2위 Toyota, 3위 Benz순임
- » 국산차 부문은 1위 르노삼성, 2위 한국GM, 3위 쌍용차가 차지함



Summary & Insight

- » '15년 조사에서는 수입차에 비해 국산차의 품질 및 고객 만족 전 영역의 경쟁력 강화가 나타남
- 서비스(판매, A/S)는 수입차와 대등, 우세한 수준으로 상승함
- 품질, 제품 만족도는 국산차의 상승세가 보여지나 아직 수입차와의 격차는 여전히 큰 편임

		국산	수입	Origin별 경쟁 순위						
서비스	판매 (SSI)	 상승	 하락		>		>		>	
	A/S (CSI)	 유지	 하락		>		>		>	
품질	초기품질 (TGW-i)	 상승	 상승		>		>		>	
	내구품질 (TGW-3YIS)	 상승	 상승		>		>		>	
제품	제품 만족도 (TGR)	 상승	 하락		>		>		>	
종합	품질스트레스 (QSI)	 상승	 상승		>		>		>	

↳ '15년 처음 유럽계 추월

↳ '15년 처음 최상위 진입

산업평균

ConsumerInsight

Origin별 Insight



국산차

- 서비스·품질·제품 전 영역에서 노력한 성과가 보여짐
- 수입차 대비 서비스 영역(판매, A/S)의 경쟁력 유지와 더불어 품질(초기/내구) 및 제품 만족도(TGR) 차원의 추가적인 경쟁력 강화 필요



유럽계

- 품질 외에 서비스, 제품 영역에서 전년 대비 만족도 하락
서비스 영역은 일본계와 격차가 커졌으며, 제품만족도 영역에서도 미국/일본계에 추월 당함
- 유럽계, 특히 독일계의 중장기 한국시장 관리에 위협요인이 커지고 있음



일본계

- 서비스 영역(판매, A/S)이 전년 대비 하락했으나 여전히 최상위권
품질 경쟁력은 다소 하락했으나 일본계의 전통적 취약점인 제품만족도(TGR)가 상승함
→ 수입차 시장에서의 비교우위를 위해 추가적인 제품만족도 제고 노력 필요



미국계

- 여전히 최하위권인 서비스(판매, A/S)의 경쟁력 강화가 시급함
- 제품 만족도(TGR)의 괄목할만한 상승이 특징적임

IV. 디젤엔진 관련 긴급 여론조사 결과



1. 경과

2015.9.18

미국 환경 보호청(EPA) EA189 엔진 관련 문제점 공개

2015.9.22

VW EA189 엔진관련 문제 인정 후, 사과

2015.9.24

제1차 긴급 여론 조사 실시

2015.9.29~30

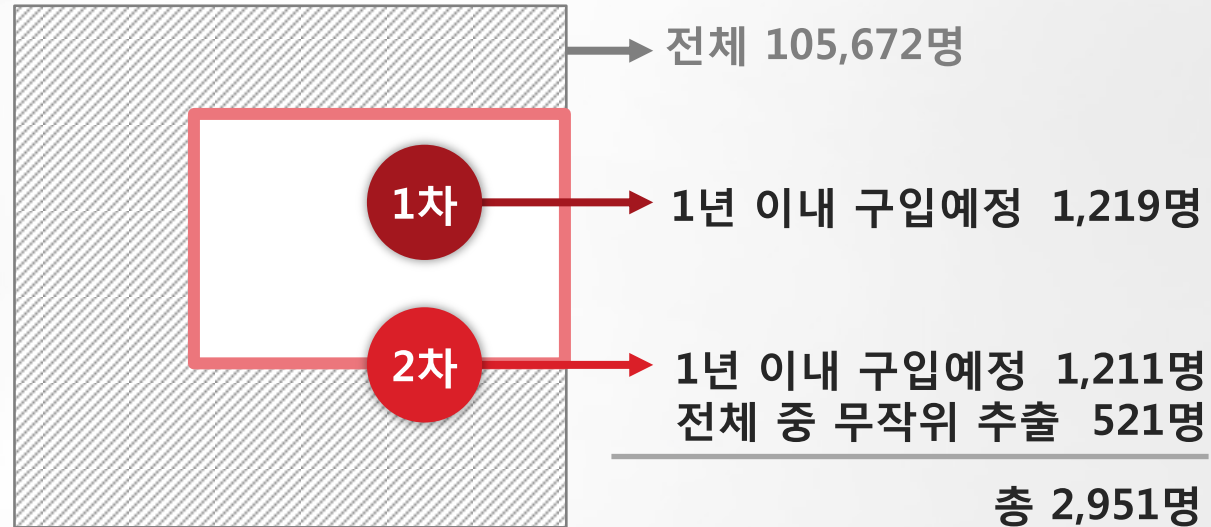
제2차 긴급 여론 조사 실시

2. 제1, 2차 긴급 여론 조사 설계

표본 프레임

- 컨슈머인사이트 2015년 7~8월 실시 자동차 기획조사 응답자
- 표본규모 : 약 105,672명

표본 추출



자료 수집 방법

- 온라인/모바일 조사

3. 주요조사 내용

- 01 디젤 엔진 스캔들 인지 여부
- 02 유책 제작사 범위
- 03 국내 제작 디젤 엔진의 문제 유무
- 04 연료타입 별 구입의향 변화도
- 05 원산지 별 구입의향 변화도
- 06 구입의향 연료타입

4. 주요조사 결과

		1차(9.24)	2차(9.29~30)	
		A. 계획자 (N=1219)	B. 계획자 (N=1211)	C. 무작위 (N=521)
1 배기가스 문제 아는가?	----- 안다	93%	96%	93%
2 유책 기관은?	----- VW만	10	7	7
	----- 전 VW 그룹	38	34	35
	----- 모든 독일차	10	12	11
	----- 모든 유럽차	42	48 ↑	47
3 국산 디젤 차량은?	----- 문제 있을 것	80	80	77
4 구입의향의 변화는? (증가%-감소%)*	----- 하이브리드*	+27%p	+38%p ↑	+32%p
	----- 가솔린	+26	+28	+23
	----- 전기차	+18	+25 ↑	+18
	----- 디젤	-36	-44 ↓	-38
5 구입의향의 변화는? (증가%-감소%)	----- 국산	+22%p	+26%p ↑	+18%p
	----- 일본	-23	-21	-23
	----- 유럽(독일 제외)	-35	-34	-34
	----- 독일	-49	-55 ↓	-54

*하이브리드를 살 생각이 '커졌다 37%'-'작아졌다 10%'=+27%

4. 주요조사 결과_06구입의향 연료 타입 변화

[1년 내 새차 구입 계획자]

	1차 조사 (N=1,219명)		2차 조사(N=1,211명)
	2015.7 기획조사*	1차 긴급조사	2차 긴급조사
휘발유	45%	40% ↓	35% ↓
경유	40%	21% ↓	19%
하이브리드 (PI 포함)	10%	29% ↑	35% ↑
LPG	5%	6%	6%
전기	-	5% ↑	6%
Total	100%	100%	100%

* 이는 1차 긴급조사 1,219명이 7~8월 기획조사에서 밝힌 구입의향 연료타입임

시사점

- 전반적으로 배기가스 문제에 대해 **비판적인 판단**을 하고 있음
- 1년 내 구입 계획자가 일반 소비자에 비해 더 비판적인 경향이 있음
- 현 문제에 대한 소비자 태도는 추석 연휴를 거치며 더욱 비판적으로 변화함
- **VW만의 문제가 아니라 유럽 전체의 문제**로 보고 있음
국산도 예외가 아니라 보고 있음
- 원산지별로는 **독일의 부진**, **한국산의 부상**이 예측됨
- **디젤 구입의향자의 50% 이상**이 이탈의사를 보였으며
주 대안으로 하이브리드가 부상하고 있으나
일본의 반사이익으로 이어질지는 미지수임
- 현재의 소비자 태도는 사건 발생 후의 초기반응에 해당됨
체계적인 명성관리, 위기관리 전략이 요구됨



Any Questions?

고맙습니다

문의 : 컨슈머인사이트 윤태선 전무



yoonts@consumerinsight.kr



02-6004-7655