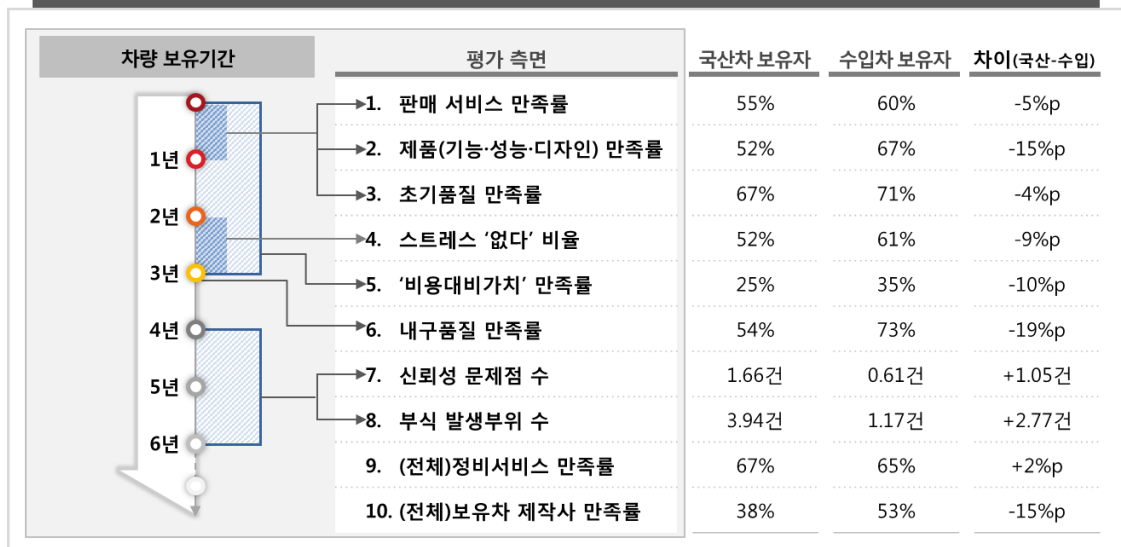


[16/17 - 01] 국산차 경쟁력 분석: 10개 만족도 부문

- 국산차 모든 측면에서 수입차에 열세
- 제품 보다는 취약한 회사 이미지가 더 심각
- 제품의 신뢰성/내구성 측면에서는 부식이 최악

수입차는 월등한 경쟁력을 바탕으로 매년 판매량과 점유율을 늘려 왔으나, 금년에는 다를 것으로 보인다. 작년에 불거진 디젤게이트 때문이다. 글로벌 금융위기 때를 제외하고 지난 20여년간 처음 있는 일이다. 정비서비스를 제외한 모든 부문에서 앞서간다고 알려진 수입차의 경쟁력에 변화가 있을 가능성이 있다. 국산차와 수입차 보유자의 평가를 통해 국산차의 경쟁력을 다시 점검해 보고자 한다.

컨슈머인사이트의 '연례 자동차 기획조사'에서는 소비자가 자동차를 구입해 사용하기 시작하면서 겪는 경험과 느낌을 정밀하게 추적해 나가고 있다. 소비자의 사용 흐름에 따라 관심 대상이 되는 10개 측면에서의 경쟁력을 순차적으로 정리했다[그림1].

[그림 1] 국산차·수입차 보유자의 평가

*모든 만족률은 10점 만점의 체감 만족도 평가에서 8점 이상을 준 비율(Top 3 box%)임

1. 판매서비스 만족률; 제일 먼저 새 차 구입 1년 이내인 소비자에게 구입시의 판매서비스와 구입 후 고객관리에 대해 어느 정도 만족했는지를 10점 만점으로 평가하게 했다. 8점 이상으로 평가한 소비자의 비율은 국산 55%, 수입 60%였다. 수입차 구입자의 만족률이 5%p 높았다.
2. 제품 만족률; 구입 1년이내인 소비자에게 그 차의 제품매력도, 즉 성능-기능-디자인에 대해 어느 정도 만족하는지 물었다. 그 결과 8점 이상으로 평가한 비율은 국산 52%,

For more Information

문의: 윤태선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

- 수입 67%로 수입이 15%p 더 높았다. 제품매력도는 상대적으로 수입차의 경쟁우위가 큰 영역이다.
3. 초기품질 만족률; 같은 소비자에게 지난 1년 동안 차를 운행하면서 어떤 결함-고장-문제점을 경험했는지 지적하게 한 다음, 그 차의 품질에 만족하는지를 묻은 결과(초기품질 만족도) 만족률이 국산 67%, 수입 71%로 나타났다. 4%p의 차이가 있었다. 제품의 초기품질 측면에서는 상대적으로 차이가 크지 않았다.
 4. 품질 스트레스; 구입 후 2~3년 경과한 소비자에게 그 동안 차의 품질과 서비스 때문에 어느 정도 스트레스를 받았는지 물었다. 국산차의 52%, 수입차의 61%가 별로 스트레스 받지 않았다고 답(10점 만점에 8점 이상)했다. 9%p의 차이로 수입차의 스트레스가 적음을 알 수 있다.
 5. '비용 대비 가치' 만족률; 자동차의 구입과 유지비용(가격, 연비, 유지비, A/S비, 중고차 가격 등)에 대해 어떻게 보는지를 묻은 다음, 종합적으로 '비용 대비 가치'의 측면에서 만족하는지 물었다. 비용 대비 가치 만족률은 국산 25%, 수입 35%로 수입차가 10%p 높았다. 이는 50% 이상의 만족률을 보인 대부분의 측면에 대한 평가와 달리 크게 낮은 것이지만, 높을 수 없는 것이 당연하다. 오히려 국산과 수입간의 10%p 차이가 주목할 만하다. 특히 구입시 지불한 차량가격의 평균이 국산 2천773만원, 수입 5천178만원으로 수입이 2천400여만원 더 비쌌다는 점을 감안하면 소비자가 국산차의 가치에 대해 극히 부정적임을 알 수 있다. 수입차 가격이 1.9배에 달하고, A/S비용 등으로 불평-불만이 많음에도 불구하고, 왜 국산이 더 '비용 대비 가치'가 없다는 평가를 받았는지 되돌아 볼 필요가 있다.
 6. 내구품질 만족률; 구입 후 3년 동안 차를 쓴 소비자에게 지난 3년 동안 어떤 결함-고장-문제점을 경험했는지를 묻고 난 다음 그 차의 품질, 즉 내구성에 대해 만족하는지를 물었다(내구품질 만족도). 국산 54%, 수입 73%가 만족한다고 답해 19%p의 큰 차이가 있었다. 앞에 언급된 초기품질 만족률과 비교하면 국산은 13%p 낮아져 시간이 지남에 따라 하락했음을 알 수 있다. 반면 수입은 2%p 높아 국산과 달리 초기품질 이상의 수준을 유지했다. 국산차의 가장 큰 약점의 하나가 내구성이라는 소비자 인식을 그대로 반영하고 있다.
 7. 신뢰성 문제점 수; 새 차 구입 후 평균 5년(4~6년) 사용자에게 엔진, 잡소리, 브레이크 등 19개 문제 영역을 제시하고 '연식을 고려해도 약간/크게 비정상'이라고 생각되는 것을 모두 지적하게 해 그 건수를 신뢰도(reliability) 지표로 삼았다. 국산차는 평균 1.65건, 수입차 0.61건이 지적되어 국산차가 1.04건 더 많았다. 이는 내구성 평가(3년 보유) 이후의 신뢰성 평가라 할 수 있다. 국산차는 비정상적으로 판단되는 품질 문제의 수가 수입차의 2.7배라는 소비자 평가결과다.

For more Information

문의: 윤태선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invignt.co.kr

8. 부식 발생 부위 수; 차의 외관과 하체의 그림을 제시하고 '부식'이 있는 영역을 지적하게 해 지적 부위 수를 부식지수로 삼았다. 새 차 구입 후 평균 5년(4~6년) 사용자의 결과를 보면 국산차는 평균 3.94건(부위), 수입차 1.17건으로 국산차가 3.4배 수준이었다. 검토된 모든 지표 중 가장 차이가 컸다. 신뢰도 평가에 사용된 19개 문제 영역 중 비정상적이라고 가장 많이 지적된 것이 녹/부식 영역이었다. 국산차의 내구성-신뢰성 논란의 핵심 이유 중 하나가 부식임을 알 수 있다.
9. 정비서비스 만족률; 지난 1년간 구입한 회사의 정비서비스를 받아 본 소비자의 만족률은 국산 67%, 수입 65%로 국산이 앞섰으나 그 차이는 크지 않았다. 수입차의 유일한 약점으로 계속 지적된 것이 그대로 나타났으나, 그 차이는 미미했다.
10. 보유차 제작사 만족률; 보유기간과 관계없이 새 차 구입자 모두에게 그 차를 만든 회사에 대해 어느 정도 만족하는지를 물었다. 그 결과 만족률은 '국산차 회사' 38%, '수입차 회사' 53%로 나타났다. 국산차 회사 만족률 38%는 '비용 대비 가치'를 제외하고 유일한 50%미만이며, 수입차와의 차이도 15%p로 컸다. 수입차 역시 유일하게 50%대에 머물렀다. 소비자의 불만은 자동차 자체 보다는 제작사에 대해 훨씬 더 크고, 그 경향은 국산이 더욱 심한 것을 알 수 있다.

전체적으로 10개 측면 전반에서 수입차의 우세가 확연하다. 유일하게 정비서비스에서 미세하게나마 국산차가 앞선 것처럼 보이기도 하지만, 직영서비스만을 따지면 우세라 하기 어렵다. 사실상 국산차가 경쟁우위인 영역은 하나도 없다고 보아야 한다. 국산차의 강점은 없고 약점투성이다. 국산차의 제품 측면에서의 가장 큰 약점은 신뢰성과 내구성이다. 이제는 과거와 달리 국산차와 수입차간의 비교평가가 쉽다. 특히 녹이나 부식과 같이 시각적으로 분명히 드러나는 측면에서의 비교는 국산이 얼마나 취약한지를 극명하게 보여준다.

그러나 국산차의 가장 큰 약점은 제품도 서비스도 아니고 회사 그 자체라는 점을 알아야 한다. 일반적으로 소비자는 자신이 선택한 제품을 미워하지 않는다. 실망스러워도 운이 나쁜 것으로 자위하는 경우가 많다. 그러나 실망의 원인이 제품에 있는 것이 아니라 사용자의 과오 때문이라고 제작사가 주장하면 소비자는 당연히 분노하게 된다. 많은 소비자에게 국산차 회사의 선택은 차선책일 수밖에 없었다. 마음에 들지 않는 회사이거나, 마음에 들지 않는 회사를 피해 선택한 회사이거나! 이렇게 선택한 회사가 문제의 책임을 내게 돌리는 것을 납득할 소비자는 없다. 소비자 관계의 재정립이 시급하다.

이 조사결과는 자동차전문 리서치회사 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 표본규모 10만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제16차 조사(2016년 7월 실시)로부터 나온 것이다.

For more Information

문의: 윤태선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr

=====

◆ 참고 : 「컨슈머인사이트」 연례 자동차 기획조사 개요

본 내용은 「컨슈머인사이트」가 2001년부터 매년 7월에 실시해 온 자동차 연례기획조사(Syndicated Study)에서 발췌한 것임

응답대상자	자동차 보유자 및 2년 내 신차 구입의향자	Total	1,791,733명
표본프레임	컨슈머인사이트 IBP(Invitation Based Panel) 패널 및 주요 포탈 회원 중 할당 후 무선추출	2016년	100,788
표본추출방법	성별/연령 고려 할당 추출	2015년	105,672
자료수집방법	이메일 조사	2014년	101,821
표본 수	연평균 100,000명	2013년	101,701
주요 정보	U&A(Usage and Attitude) 정보 및 CEQ(Consumer Experienced Quality)	2012년	95,012
조사 주기	매년 7월	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

문의: 윤택선 전무 Tel. 02) 6004-7655 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr
Copyright© Consumer Insight All Rights Reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 윤택선 전무 Tel. 02) 6004-7655 Fax 02)543-5984 e-mail: yoonts@consumerinsight.kr

서울시 강남구 논현로 650-1 히아빌딩 4F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr, www.invight.co.kr