

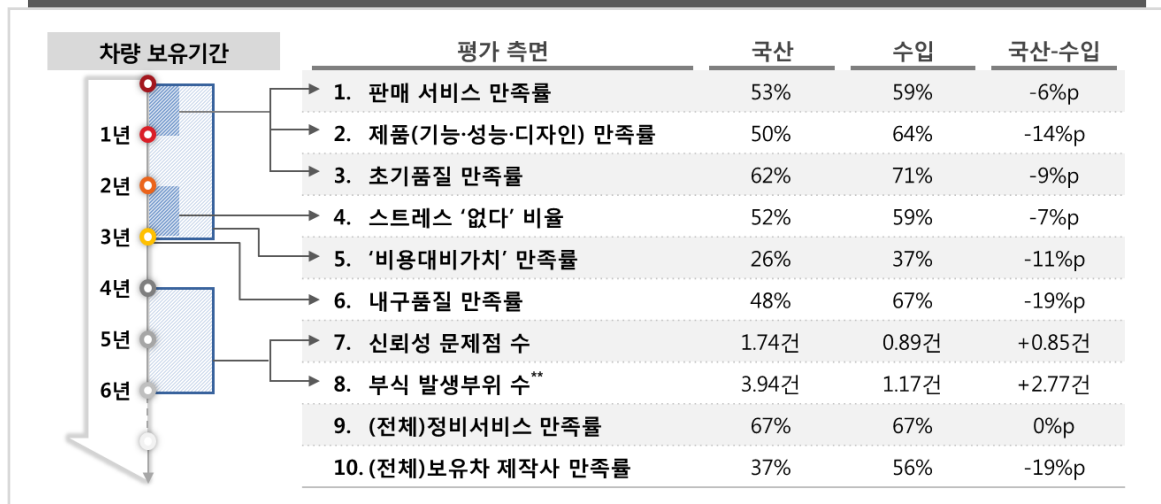
자동차 소비자 리포트 17/18-1 ; 국산차-수입차 경쟁력 종합 비교 분석

- 국산차 모든 측면에서 수입차에 열세
- 수입차, 유일한 약점이던 정비서비스도 따라 잡아
- 보유기간 길수록 수입차와 격차 커짐
- 제품 보다는 국산차 회사만족도가 더 심각

수입차의 질주가 계속되고 있다. 2015년 9월 디젤게이트로 치명적인 상처를 입었지만 빠른 속도로 회복하고 있다. 수입차가 승승장구하는 것은 국산차 보다 더 매력적이고 경쟁력이 있기 때문이다. 작년까지 10개 부문으로 나누어 본 경쟁력 비교에서 수입차는 A/S 하나에서만 국산차에 열세였다. 금년도에는 이마저 극복해 국산차에 비해 약점이 없는 위치에 올랐다. 수입차는 여러 측면에서 경쟁우위를 다져 나가고 있다. 수입차의 질주는 계속될 것이다.

컨슈머인사이트가 2001년부터 수행해 온 '연례 자동차 기획조사'에서는 소비자가 자동차를 구입해 사용하기 시작해 시간이 지나면서 겪는 경험과 느낌을 정밀하게 추적해 나가고 있다. 소비자의 보유/사용 기간에 따라 주관심대상이 되는 고객만족 10개 측면을 선정하고, 각 측면에서 국산차와 수입차의 경쟁력을 비교했다[그림1].

[그림1] 2017 국산차 vs. 수입차 보유자의 평가



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

** 2016년 조사 결과임

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 53%, 수입 59%로 수입차 구입자의 만족률이 6%p 더 높았다.

For more Information

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

서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr

경쟁 브랜드별로 보면 1,000점 만점으로 산출한 판매서비스 만족도(SSI)에서 국산차는 르노삼성이 16년 연속 1위를 차지했으며, 수입차 1위는 렉서스(3년 연속 1위)였다.

2. **제품 만족률**; 구입 1년 이내인 소비자에게 그 차의 제품매력도(TGR: Things Gone Right), 즉 성능·기능·디자인에 대해 어느 정도 만족하는지 물었다. 그 결과 8점 이상으로 평가한 비율은 국산 50%, 수입 64%로 수입이 14%p 더 높았다. 제품매력도는 상대적으로 수입차의 경쟁우위가 가장 큰 영역의 하나다.

브랜드별로 보면 국산차 1위는 현대차, 수입차 1위는 벤츠가 차지했다.

3. **초기품질 만족률**; 구입 1년 이내인 소비자에게 지난 1년 동안 차를 운행하면서 어떤 결함·고장·문제점을 경험했는지 지적하게 한 다음, 그 차의 품질에 만족하는지를 10점 만점으로 물었다. 그 결과 초기품질에 대한 만족률(8점 이상을 준 비율)이 국산 62%, 수입 71%로 나타나 9%p의 차이가 있었다. 작년의 4%p 차이에서 9%p 차이로 크게 증가한 것은 국산차의 경쟁력이 더 악화 되었음을 뜻한다. 최근 출시한 여러 국산 신차들의 초기품질이 안정적이지 못하기 때문이다.

브랜드간 비교를 위해 초기품질 문제점 수(100대당 문제점 수)를 구했다. 국산 브랜드 중에서는 현대차가 6년 연속 문제점이 가장 적었고, 수입차는 렉서스(2년 연속 1위)였다.

4. **품질 스트레스**; 구입 후 2~3년 경과한 소비자에게 그 동안 차의 품질과 서비스 때문에 어느 정도 스트레스를 받았는지 물었다. 국산차 소유자의 52%, 수입차의 59%가 별로 스트레스 받지 않았다고 답(10점 만점에 8점 이상)했다. 7%p의 차이로 수입차의 스트레스가 적음을 알 수 있다(작년은 9%p 차이). 국산 브랜드 중 스트레스가 가장 작은 것은 현대차이며, 수입차는 렉서스였다.

5. **'비용 대비 가치' 만족률**; 자동차의 구입과 유지비용(가격, 연비, 유지비, A/S비, 중고차 가격 등)에 대해 어떻게 생각하는지를 묻은 다음, 종합적으로 '비용 대비 가치'의 측면에서 만족하는지 물었다. 비용 대비 가치 만족률은 국산 26%, 수입 37%로 수입차가 11%p 높았다. 일반적으로 작은 차, 저렴한 가격의 차가 더 가치가 있다고 평가되고 있다. 그러나 국산과 수입차의 경우는 달랐다. 차량가격의 평균이 국산 3,080만원, 수입 6,130만원으로 수입이 두 배였다는 점을 감안하면, 국산차의 가치에 대한 평가가 더 좋아야 하나 그렇지 않았다. 수입차 가격이 두 배에 달하고, A/S비용 등으로 불평·불만이 많음에도 불구하고, 왜 국산이 더 비용 대비 가치가 '없다'는 평가를 받았는지 되돌아 볼 필요가 있다.

비용대비 가치가 가장 좋은 국산 브랜드는 한국GM, 수입차는 렉서스였다.

6. **내구품질 만족률**; 구입 후 3년 동안 차를 쓴 소비자에게 그 동안 어떤 결함·고장·문제점을 경험했는지를 묻고 난 다음 그 차의 품질, 즉 내구성에 대해 만족하는지를 물었다(내구품질 만족도). 국산차의 48%, 수입의 67%가 만족한다고 답해 19%p의 큰 차이가 있었

For more Information

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

서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr

다. 이는 여기서 다루는 품질지표들 모두 중에서 가장 큰 차이이며, 작년에도 같은 차이가 있었다. 이 결과는 국산차의 가장 큰 약점의 하나가 내구성이라는 소비자 인식을 그대로 반영하고 있다.

내구품질 측면에서 가장 결함/문제점이 적은 국산브랜드는 현대차(2년 연속 1위)였으며, 수입차는 렉서스(2년 연속 1위)였다.

7. **신뢰성 문제점 수**; 새 차 구입 후 평균 5년(4~6년) 사용자에게 엔진, 잡소리, 브레이크 등 19개 문제 영역을 제시하고 '연식을 감안해도 비정상'이라고 생각되는 것을 모두 지적하게 해, 그 건수를 신뢰도(reliability) 지표로 삼았다. 국산차는 평균 1.74건, 수입차 0.89건이 지적되어 국산차에 두 배에 가까운 비정상적인 문제가 있었다. 이는 내구성 평가(3년 보유) 이후의 제품 품질 평가로 장기적으로 신뢰감을 갖고 사용할 수 없다는 뜻이다. 신뢰성 문제는 내구품질 문제와 함께 국내 자동차 업계가 무겁게 받아들여야 한다. 신뢰성측면에서 국산차 1위는 한국GM, 수입차는 혼다가 차지했다.
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 국산차의 부식이 3.4배 수준이었다. 검토된 모든 지표 중 가장 차이가 컸으며, 신뢰도 평가에 사용된 19개 문제 영역 중 비정상적이라고 가장 많이 지적된 것 역시 녹/부식 영역이었다. 국산차의 내구성과 신뢰성 논란의 한 가운데 부식 문제가 자리잡고 있음을 알 수 있다.
9. **정비서비스 만족률**; 지난 1년간 구입한 회사의 정비서비스를 받아 본 소비자의 만족률은 국산과 수입 공히 67%로 사상 처음으로 국산과 수입이 같은 점수를 기록했다. 지금까지 모든 품질지표 중 국산이 앞서온 유일한 영역(작년 2%p 차이)이 금년부터 사라졌다. 이제 수입차는 매년 유일한 약점으로 계속 지적되어 온 문제로부터 벗어날 수 있게 되었으며, 소비자평가 측면에서 수입차에게는 약점이 없게 되었다.
브랜드별로 보면 1,000점 만점으로 산출한 정비서비스평가(CSI)에서 국산차 1위는 르노삼성(2년 연속 1위)이었으며, 수입차에서는 처음으로 도요타가 1위를 차지했다.
10. **보유차 제작사 만족률**; 보유기간과 관계없이 새 차 구입자 모두에게 그 차를 만든 회사에 대해 어느 정도 만족하는지를 물었다. 그 결과 만족률은 '국산차 회사' 37%, '수입차 회사' 56%로 나타났다. 국산차 회사 만족률 37%는 '비용 대비 가치'를 제외하고 유일한 50%미만이며, 수입차와의 차이도 19%p로 내구품질만큼 컸으며, 작년에 비해서도 4%p 더 벌어졌다. 소비자의 불만은 자동차의 품질이나 서비스 보다는 회사 자체에 대해 더 크고, 그 경향은 국산이 훨씬 더 심한 것을 알 수 있다.
제작사 만족도측면에서 국산차 1위는 르노삼성, 수입차는 렉서스가 차지했다.

For more Information

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

서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr

전체적으로 10개 측면 중 9개에서 수입차의 우세가 확인하다. 유일하게 정비서비스(A/S)에서 동점을 기록하기는 했지만, 회사가 직접 제공하는 직영서비스만을 따진다면 이미 수입차의 우세가 분명하다. 국산의 경우 직영사업소의 수준이 지정이나 협력업체에 크게 뒤지고 있기 때문이다. 사실상 국산차가 경쟁우위인 영역은 하나도 없고, 약점투성이인 상태다.

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.

수입차 판매가 20만대를 넘어서고, 시장의 15% 이상을 차지했다 해도 이제 시작일 뿐이다. 아직 우리나라는 자동차 시장 개방 초기이고, 세계에서 수입차 점유율이 가장 낮은 국가의 하나다. 그러나 거의 모든 측면에서 수입차에 비해 열세인 상황이 계속된다면 수입차로 쏠림은 필연적이다. 취약한 경쟁력의 이면에 무엇이 있는지 제대로 알고, 개선해 나가야한다.

그러나 국산차의 가장 큰 약점은 제품도 서비스도 아니고 회사 그 자체라는 점을 알아야 한다. 그 누구도 싫어하는 회사의 제품을 사고 싶어하지 않는다. 소비자와의 관계를 개선하는 것이 무엇보다도 시급하다.

이 조사결과는 자동차전문 리서치회사 컨슈머인사이트가 2001년 시작한 표본규모 10만의 초대형 '연례 자동차 기획조사'의 제17차 조사(2017년 7월 실시)로부터 나온 것이다.

◆ 참고 : 「컨슈머인사이트」 '연례 자동차 기획조사' 개요

「컨슈머인사이트」는 2001년부터 매년 7월 10만명의 자동차 소비자를 대상으로 자동차 연례기획조사(Annual Automobile Syndicated Study)를 아래와 같은 설계로 수행해 오고 있음.

응답대상자	자동차 보유자 및 2년 내 신차 구입의향자	Total	1,887,946명
표본프레임	컨슈머인사이트 IBP(Invitation Based Panel) 패널 및 주요 포탈 회원 중 할당 후 무선추출	2017년	96,123
표본추출방법	성별/연령 고려 할당 추출	2016년	100,788
자료수집방법	이메일 조사	2015년	105,672
표본 수	연평균 100,000명	2014년	101,821
주요 정보	U&A(Usage and Attitude) 정보 및 CEQ(Consumer Experienced Quality)	2013년	101,701
조사 주기	매년 7월	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

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

서울시 강남구 봉은사로 129 거평타운 19F Consumer Insight Inc. www.consumerinsight.co.kr