

2018 여행 만족도 조사 - 항공사 만족도 -

- ▶ '18년 1월 23일(수) 배포
- ▶ 자료 총 3매

기 관	세종대 관광산업연구소
책 임	김형곤 소장/Ph.D/대학원 교수
문 의	김민화 연구원/Ph.D
이 메 일	kimmh@consumerinsight.kr
연 락 처	02) 6004-7643

<세종대 관광산업연구소·컨슈머인사이트 공동기획>

대한항공 · 아시아나 만족도 공동 2위, 1위는?

- 일본항공, 위기 겪은 아시아나 · 대한항공 밀어내고 1위 올라
- 에미레이트 · 싱가포르 항공, 일본항공 이상의 만족도 과시
- 저가항공사는 에어부산 2년 연속 1위, 에어서울 2위
- 대형과 저가 항공사 고객만족도 격차 줄어

2018년 항공사 만족도 조사에서 일본항공이 대형항공사(FSC)중에서는 1위를 차지했다. 2017년 1, 2위를 차지했던 아시아나와 대한항공은 사회 이슈에 휩쓸려 곤궁에 처하며 크게 만족도가 하락한 반면, 일본항공은 급상승해 나란히 공동 2위로 밀렸다. 고객수가 많지 않아 등위에 포함되지 않았지만 에미레이트항공과 싱가포르항공은 일본항공을 넘어서는 높은 점수를 보였다. 저가항공에서는 아시아나 산하 에어부산과 에어서울이 나란히 1, 2위를 석권했다.

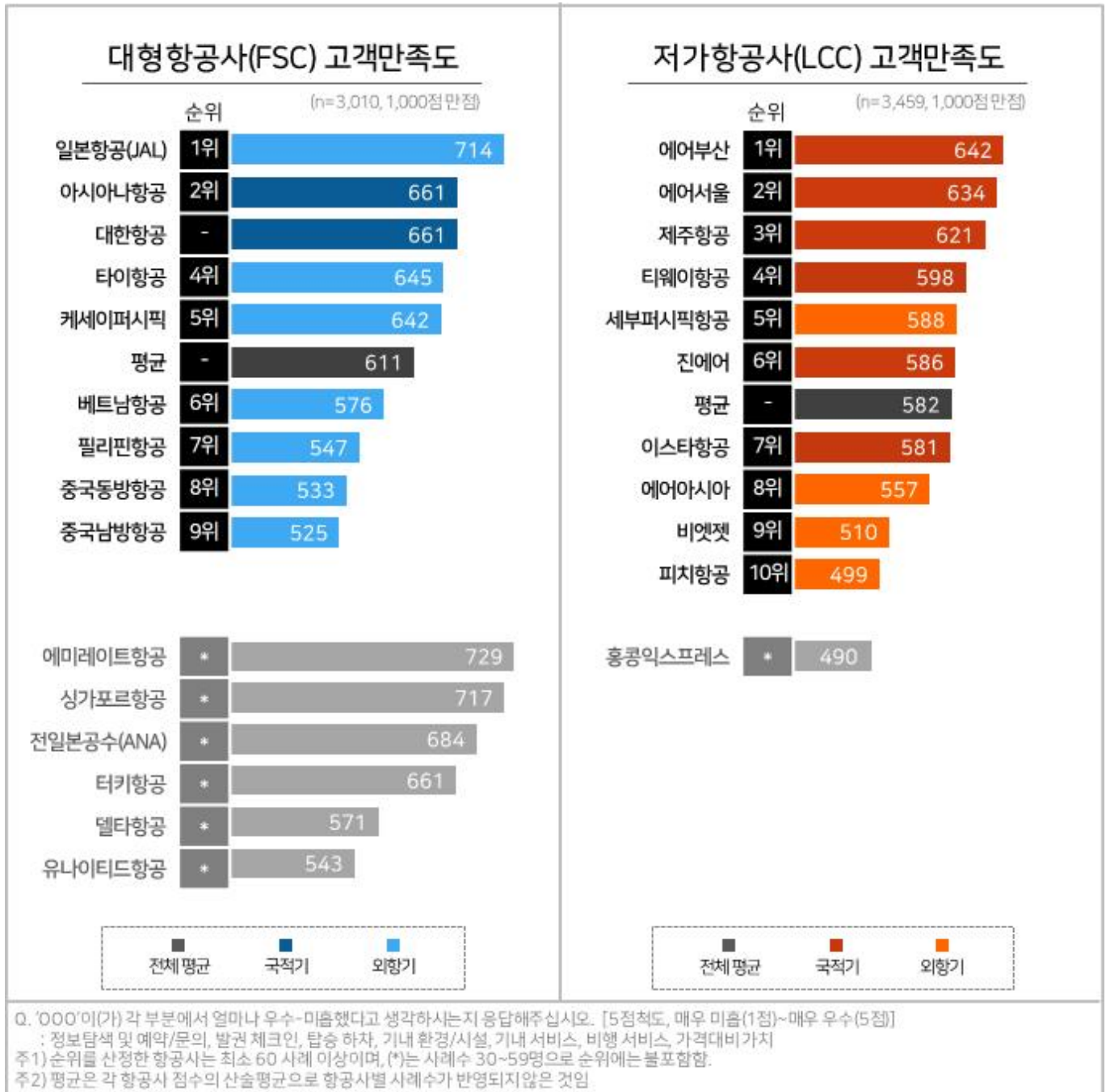
□ 대형항공사 고객만족도

지난 1년간(2017년 9월~2018년 8월) 대형항공사를 이용한 적이 있는 3,010명 중 60명 이상의 표본이 확보된 항공사는 9개였으며, 1위는 714점(1,000점 만점)을 얻은 일본항공(JAL)이 차지했다[그림1]. 그 다음은 아시아나항공과 대한항공이 661점으로 공동 2위였다. 지난해 1위였던 아시아나항공은 '17년 대비 36점이 하락해 일본항공에 자리를 내어줬다.

일본항공은 ▲예약/문의(정보탐색 등), ▲발권/체크인, ▲탑승/하차, ▲기내 환경/시설, ▲기내 서비스, ▲비행 서비스, ▲가격대비 가치 등 7개 평가항목 모두에서 2위를 큰 점수 차이로 앞섰다. 반면 아시아나는 기내서비스와 발권서비스 등 직원 대면서비스 부문에서의 하락이 컸는데, 이는 지난해 7월 기내식 공급 차질에 따른 노 밀(No meal)과 항공 지연이 직접적 영향을 준 것으로 보인다. 대한항공은 작년 대비 23점 하락했으며, 역시 기내서비스에서의 하락이 가장 컸다. 4위는 타이항공(645점), 5위는 케세이퍼시픽(642점)이었는데 국적항공사에 비해 가격대비 가치에서 우수했다.

에미레이트 항공(729점)과 싱가포르 항공(717점)은 표본수가 30~59명으로 불충분해 순위에 포함되지 않았지만 일본항공보다 좋은 평가를 받았고, 이들의 점수는 국적항공사들이 받아본 적 없는 700점대다. 전일본공수(ANA) 역시 국적항공사들을 앞서는 점수를 얻어 외국항공사의 경쟁력이 앞서고 있음을 알 수 있다. 조사 표본수가 늘어나면 국적항공사는 최상위권에서 자연스럽게 중위권으로 밀려나게 될 상황이다. 고객만족도에서 밀리면 가격전략의 수정도 필연적이다.

[그림1] 2018년 항공사 고객만족도



□ 저가항공사 고객만족도

지난 1년 내 저가항공사를 이용한 적이 있는 3,459명을 대형항공사와 동일한 7개 항목으로 조사했으며, 평가 대상이 된 저가항공사(60명 이상의 표본)는 10개였다. 에어부산이 642점(1,000점 만점)으로 작년에 이어 2년째 1위를 차지했으며, 에어부산은 고객만족도를 구성하는 7개 항목 중 ▲예약/문의(정보탐색 등), ▲발권/체크인, ▲탑승/하차, ▲기내 서비스, ▲비행 서비스 등 5개 부문에서 1위였다.

2위는 에어부산과 같이 아시아나 자회사인 에어서울(634점)로 에어부산이 1위를 놓친 ▲기내 환경/시설, ▲가격대비 가치 등 2개 부문에서 1위였다. 2017년 조사에서 에어서울은 조사 표본수 불충분(56명)으로 순위 매김에서 제외되었으나 대형과 저가 항공사 전체를 합쳐 가장 높은 점수(720점)를 받았다. 그러나 금번 조사에서 무려 85점이 하락했다. 전반적으로 전년대비 미흡했으며, 특히 비행 서비스와 발권 체크인 부문의 하락이 컸다. 3위는 제주항공(621점)이었으며, 그 뒤를 티웨이항공(598점), 세부퍼시픽항공(588점), 진에어(586점)가 따랐다.

저가항공사는 양적으로는 괄목할 성장세를 이어가고 있지만 고객만족도에서는 여전히 대형항공사에 미치지 못하고 있다. 그러나 지난해는 일본항공을 제외한 대부분의 대형항공사가 고객만족도가 하락한 반면, 저가항공사는 기내서비스 및 비행서비스 등의 전반적인 향상으로 그 차이를 50점에서 30점 수준으로 좁혔다. 저가항공사의 도전이 가격이라는 무기 하나에 집중된 경향이 있으나 소비자는 아직 ‘가격만한 가치’가 있다고 보지는 않고 있다. 가격 경쟁을 가치경쟁으로 끌어 올리면 저가항공의 성장은 더 탄력을 받을 것이다.

• 연구 및 조사방법

이 조사 결과는 세종대 관광산업연구소·컨슈머인사이트가 공동기획하여 지난 9월 최근 1년 간(17년 9월~18년 8월)의 해외여행 경험 및 여행상품에 대한 만족도 조사에서 항공사를 이용한 소비자 6469명(대형항공사 3천10명, 저가항공사 3천459명)으로부터 나온 것이다. 표본 틀은 컨슈머인사이트의 80만 IBP(Invitation Based Panel)였으며 표본추출은 인구구성비에 따라 성·연령·지역을 비례할당했다. 자료수집은 이메일과 모바일을 사용했다.

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용을 원하시면 아래 연락처로 문의해 주십시오.

김민화 연구원(컨슈머인사이트 연구위원)/Ph.D
정경식 컨슈머인사이트 책임연구원/Ph.D
조혜원 컨슈머인사이트 연구원

kimmh@consumerinsight.kr 02)6004-7643
jungks@consumerinsight.kr 02)6004-7627
johw@consumerinsight.kr 02)6004-7631