

수입차 2년쯤 타보니, 어때?

- 수입차 만족도가 국산차보다 월등히 높아
- Volkswagen과 Honda가 공동 1위

수입차를 타는 사람들의 자기 차에 대한 만족도는 국산차에 비해 월등히 높았다. 수입차와 국산차의 만족도 격차는 당분간 수입차의 성장세가 이어질 것임을 보여준다. 수입차 브랜드 중에서 일반 브랜드들이 프리미엄 브랜드를 앞서 상위권을 석권했으며, 만족도가 가장 높은 차는 Volkswagen과 Honda였다. 전반적으로 수입차들에게 큰 시장기회가 있으며, 일반 브랜드에게 보다 큰 기회가 있을 수 있다.

자동차전문 리서치업체 마케팅인사이드(대표:김진국)는 3년 이내(2011년 7월 기준이므로 2008년 7월 이후) 새 차를 사서 이용 중인 사람 26,904명에게 자기 차의 ‘품질’, ‘성능/기능’, ‘외관 스타일/디자인’, ‘실내디자인’, ‘차량구입가격’, ‘유지비용’, ‘운전편리성’ 등의 7개 부문에 대해 10점 만점으로 평가하게 한 다음, 이 모든 것을 종합한 체감만족도를 10점 만점으로 물었다. 7개 부문 각각에 대한 만족도와 체감만족도간의 영향관계를 분석한 결과, ‘품질(25%)’의 중요도가 가장 컸으며, 그 다음은 ‘성능/기능(18%)’, ‘외관 스타일/디자인(14%)’, ‘유지비용(13%)’ 등의 순이었다[표 1].

[표1] 체감만족도에 미치는 7개 평가 부문의 영향력

만족도 평가 7개 부문*	체감만족도에 미치는 영향력 (%)
잔고장 및 내구성 등 품질 전반	25
힘(power), 주행, 승차감 등 성능/기능	18
외관스타일과 외부 디자인	14
실내 공간 및 실내 디자인	9
구매 당시 구입 가격	9
연비, A/S 비용 등 유지비용	13
기본/편의 사양 등 운전 편리성	12

* 질문 : “그 차의 ~에 대해 평가해주시시오”, 매우 나쁘다 1점 ~ 매우 좋다 10점

이는 자동차를 살 때는 ‘외관 스타일/디자인’과 ‘가격/구입조건’을 중요시 한다는 결과([“자동차 구매시, 디자인과 가격 중시”](#))와는 다르다. 즉 소비자들이 자동차를 살 때 중요시 하는 것과 쓰면서 중요한 것은 확실히 다를 수 있음을 보여준다.

For more Information

문의: 이견호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

자동차에 대해 어느 정도 만족하는지를 10점 만점에 8점 이상을 준 비율을 계산해 체감만족률을 구했다[표2]. 그 결과 수입차 보유자들의 자기 차에 대한 체감만족률은 평균 75%로 국산차 평균 57%에 비해 18%p 높았다. 이 차이는 현격한 것으로 쉽게 좁혀질 수준이 아니다. 수입차로의 쏠림 현상이 당분간 계속될 것임을 암시한다.

[표2] 수입차 브랜드별 체감만족률

	체감만족률* (%)
수입차 전체 (1,388명)**	75
Volkswagen	84
Honda	84
Toyota	79
Infiniti	78
Mercedes-Benz	74
BMW	73
Audi	67
국산차 전체	57

* 10점 만점에 8점 이상을 준 비율

** 60사례 이상만 제시(Lexus등은 사례수 불충분으로 제외)

60사례 이상인 수입차 브랜드 7개를 비교한 결과 Volkswagen과 Honda가 84%로 공동 1위를 차지했고, 다음으로는 Toyota(79%), Infiniti(78%), Mercedes-Benz(74%), BMW(73%), Audi(67%)의 순이었다. 전체적으로 일반 브랜드가 프리미엄 브랜드를 앞서고, 일본 브랜드가 독일 브랜드를 앞섰다고 볼 수 있다. 나아가 국산차의 평균이 수입브랜드 중 최하위 보다 10%p 낮다는 점은 수입차 시장이 폭발적으로 성장하는데는 다 그만한 이유가 있음을 보여준다.

소비자들이 만족도가 높은 브랜드로 옮겨가는 것은 자연스런 현상이다. 위 조사 결과는 향후 국내 자동차 시장에서 수입차에게 더 많은 기회가 있을 것임을 시사한다. 그리고 수입차 중에서도 프리미엄 브랜드 보다는 일반 브랜드, 다른 나라 보다는 일본 브랜드에게 더 큰 기회가 있을 수 있음을 암시한다. EU 그리고 미국과의 FTA 효력 발생 이후 수입차 시장에서의 경쟁환경은 크게 변하고 있다. 수입차로의 쏠림 현상이 어떤 수준에서 그칠지는 누구도 알 수 없다. 분명한 것은 물은 낮은 곳으로 흐르고, 소비자는 만족도가 높은 곳으로 쏠린다는 점이다.

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[조사개요]

- 조사명: 2011 자동차 품질 및 고객만족 조사
- 조사기관: (주)마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사대상: 자동차 수입차 보유자
- 조사기간: 2011년 7월
- 조사방법: 온라인 우편조사(e-mail survey)
- 표본규모: 총 응답자 1,388명

위 조사 결과는 (주)마케팅인사이트가 2001년부터 매년 7월에 실시해온 대규모 ‘자동차 품질 및 고객만족 조사’로부터 발췌한 것입니다. 조사에 대한 보다 자세한 정보는 www.autoinsight.co.kr 에서 보실 수 있습니다.

문의: 이건호 상무 T:02-6004-7622 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

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

For more Information

문의: 이건호 상무 Tel. 02) 6004-7622 Mobile. 017-225-1291 Fax 02) 543-5984 e-mail: leekh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr