

문서번호 : KMAC 제 2014 -1234호

2014. 10. 7

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 :

2014년 제23차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과발표 양청의 件

1. 귀사의 일익 번창하심을 기원하며 평소의 후의에 감사 드립니다.

2. KMAC(한국능률협회컨설팅)에서는 금년 4~8월에 걸쳐 한국산업의 고객만족도(KCSI : Korean Customer Satisfaction Index) 조사를 실시하였습니다.

3. 본 조사는 1992년부터 실시되어 올해 23회째를 맞이한 국내 최고 권위와 인지도의 고객만족도 조사 제도이며, 국내 시장의 급격한 환경 변화 및 치열한 경쟁 상황에서 우리나라 산업의 고객만족 수준을 진단하여 산업의 질적 성장 정도를 평가하고, 나아가 국내산업의 대외 경쟁력을 제고함과 동시에 소비자의 권익을 보호하는데 기여하고자 실시되고 있습니다.

4. 첨부된 자료는 조사결과를 아래와 같이 축약한 것이오니 귀지(방송)의 보도를 양청합니다.

본 자료는 10월 7일(화) 조간 (방송은 10월 6일 17:00)부터 보도를 요망합니다.

- 아 래 -

가. 제 1 부 : 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

- 1) KCSI의 정의
- 2) KCSI 조사의 배경 및 목적
- 3) KCSI 조사의 우수성
- 4) KCSI 조사 현황
- 5) KCSI 측정 모델 및 산출 방법
- 6) 2014년 조사 설계

나. 제 2 부 : 2014년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

- 1) KCSI 전체 특징
- 2) 산업별 KCSI 주요 특징
- 3) 산업별 KCSI 1위 기업
- 4) 산업별 KCSI 1위 기업의 특징
- 5) KCSI 향상을 위한 제언

■ Appendix : 2014년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 결과

※ 첨부 : 2014년 제23차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요 및 결과 1부. 끝.

한국능률협회컨설팅
대표이사 김 종 립

1. KCSI의 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 23년째를 맞이하는 대한민국 대표 고객만족도 조사 제도

- KCSI(Korean Customer Satisfaction Index : 한국산업의 고객만족도)는 한국산업의 각 산업별 상품, 서비스에 대한 고객들의 만족 정도를 나타내는 지수로서 미래의 질적인 성장을 보여주는 지표이다. KCSI는 KMAC가 1992년 한국산업의 특성을 감안하여 개발했다.
- KCSI는 국내에서 가장 오랜 역사와 공신력을 인정받고 있는 한국산업의 대표적인 고객만족 지수로서 일반 소비자들에게도 널리 알려져 있다. 이는 미국의 ACSI에 2년, 국내 NCSI에 6년 앞선 평가 모델로서 조사대상 산업이 전체 GDP의 약 75%를 차지할 만큼 국내 산업의 대표적 고객만족도 조사제도이다.

2. KCSI 조사의 배경 및 목적

국내 산업의 질적 성장 정도 평가, 미래 성장을 위한 선행 지표

- KCSI는 경제성장의 양적 성장을 평가하는 GNP, GDP 등 생산성 지표와는 달리 국가산업경제의 질적 성장을 평가하는 지표이다. KCSI는 우리나라 산업의 질적 성장을 유도하고 각 산업 또는 기업들이 경쟁력을 확보할 수 있도록 개발되었다.
- KCSI 조사 결과는 매년 우리나라 경제사회에 공표함으로써 각 산업 및 기업의 현 위치를 확인하고 향후 관련 산업 및 기업의 경쟁력 향상을 위한 기초자료로 활용할 수 있도록 하는 데에 그 목적이 있다.
- KCSI 조사 결과를 통해 각 기업은 시장에서의 자사 경쟁력 파악은 물론 고객의 불만을 야기하는 상품이나 서비스의 문제점들을 개선함으로써 고객지향적인 경영활동을 전개할 수 있도록 해준다. 또한 미래에 자사의 성장 가능성을 예측함으로써 미래에 대한 대비를 할 수 있게 해준다.

3. KCSI 조사의 우수성

한국 산업 및 기업의 고객만족 문화 정착 및 고객만족 수준 상승 견인

- 고객만족에 대한 개념이 전무하던 1990년대 초반부터 KCSI가 해마다 조사 및 발표됨에 따라 각 기업들은 고객만족경영에 대해 차츰 관심을 갖게 되었고, 이를 토대로 우리나라 산업계 전반에 고객만족 문화가 확산되게 되었다. 이러한 고객만족 문화는 현재 공공부문에까지 확산되어 모든 공공기관이 고객만족도에 의해 평가 받는 시대가 되었다.
- 23년 동안 시행되오면서 그 동안 IMF 체제, 미국 발 금융대란 등 많은 위기가 닥쳐왔지만 KCSI 지수는 지난 1992년과 비교하여 31.5점(75%)이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객가치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거듭할 수 있음을 입증해 왔다.

고객 권익 보호에 앞장서 국민 삶의 질 향상에 기여

- KCSI 조사 결과는 우리나라 산업경제의 거시적 방향설정을 위한 정부 경제정책에 활용되고 개별기업의 경영정책 수립에 활용되는 물론 소비자 권익보호에도 일조함으로써 궁극적으로 국민 생활의 질을 향상시키는 산업문화가 정착되는데 기여할 것으로 믿는다.

공공분야(공기업, 준정부기관, 기타 공공기관) 고객만족평가 모델로 확장

- KCSI로 시작된 고객만족 문화는 공공분야에까지 전파되었고, 최근에는 모든 공공기관이 고객만족도로 평가 받는 시대가 되었다. 이러한 평가를 위해 KCSI 시행 경험을 토대로 한 PCSI 모델이 공공분야 평가 모델로 채택된 바 있다. 이 모델을 통해 국내 300여 공공기관이 매년 국민들로부터 고객만족도 평가를 받고 있다.

4. KCSI 조사 현황

매년 100개 이상의 산업을 대상으로 조사

- KCSI는 1992년 12개 산업으로 조사를 시작하여 2000년대에 접어들며 조사대상 산업이 100개 내외로 확대되면서 크게 성장했다. 내구재 제조업, 소비재 제조업, 일반 서비스업, 공공 서비스업 등 국내 전 산업에 걸쳐 조사를 진행하고 있으며, 우리나라 산업의 질적 성장을 유도하고 각 기업들이 경쟁력을 확보하는데 기초 자료로서 활용할 수 있도록 매년 지원하고 있다.

연도별 발표 산업 수

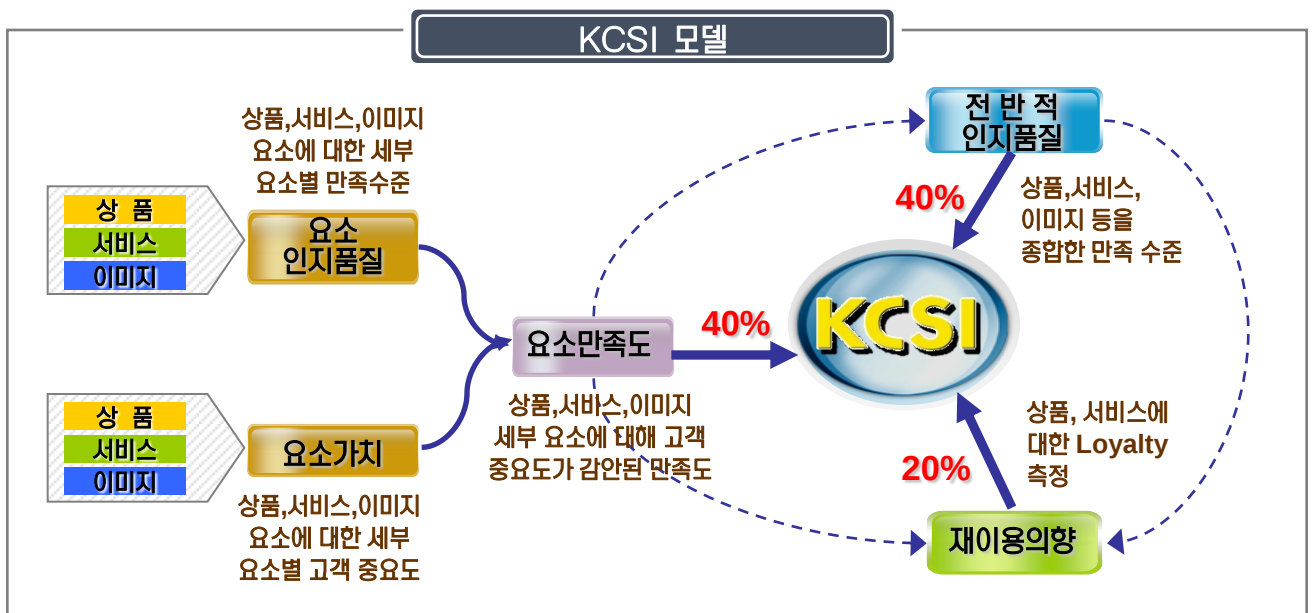
(단위 : 개)

구분	1992년	1993년	1994년	1995년	1996년	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년
제조업	7	7	5	5	7	14	33	32	43	48	53	53
서비스업	5	1	11	10	8	30	27	42	45	47	47	47
계	12	8	16	15	15	44	60	74	88	95	100	100

구분	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
제조업	63	58	57	59	57	54	48	48	51	52	50
서비스업	47	45	44	46	49	49	51	54	57	59	59
계	110	103	101	105	106	103	99	102	108	111	109

5. KCSI 측정 모델 및 산출 방법

전반적 만족도(40%), 요소 종합만족도(40%), 재구매 의향(20%)으로 측정됨



➔ 본 조사의 고객만족도(KCSI)는 전반적 만족도 40%, 요소 만족도(산업별 특성 고려) 40%, 재구입(거래) 의향을 20%를 반영한 점수이다.

■ KCSI(종합만족도)

$$= (\text{전반적 만족도} \times 0.4) + (\text{요소만족도} \times 0.4) + (\text{재이용(구입)의향률} \times 0.2)$$

▷ 전반적 만족도

설문지상의 전반적인 만족 정도를 묻는 문항에 「매우 만족」과 「만족」에 응답한 비율 측정(Top 2 비율)

▷ 요소만족도

$$\sum_{i=1}^n Ci \cdot Wi \quad \begin{array}{l} \text{※ } Ci : i\text{번째 세부요소의 TOP 2 비율} \\ \text{Wi : } i\text{번째 세부요소의 중요도 가중치} \end{array}$$

▷ 재이용(구입)의향률

향후 재이용(구입) 의향을 묻는 문항에서의 Top 2 비율 측정(「재이용(구입) 의향이 매우 있다」와 「재이용(구입) 의향이 있다」에 응답한 비율)

6. 2014년 조사 설계

1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀

2) 표본크기 : 10,691명

3) 표본추출방법 : 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)

/ 지역별 인구수, 성별을 고려한 할당

4) 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)

5) 조사지역 : 서울, 수도권(수원, 성남, 안양, 부천, 안산, 고양, 용인) 및 6대 광역시

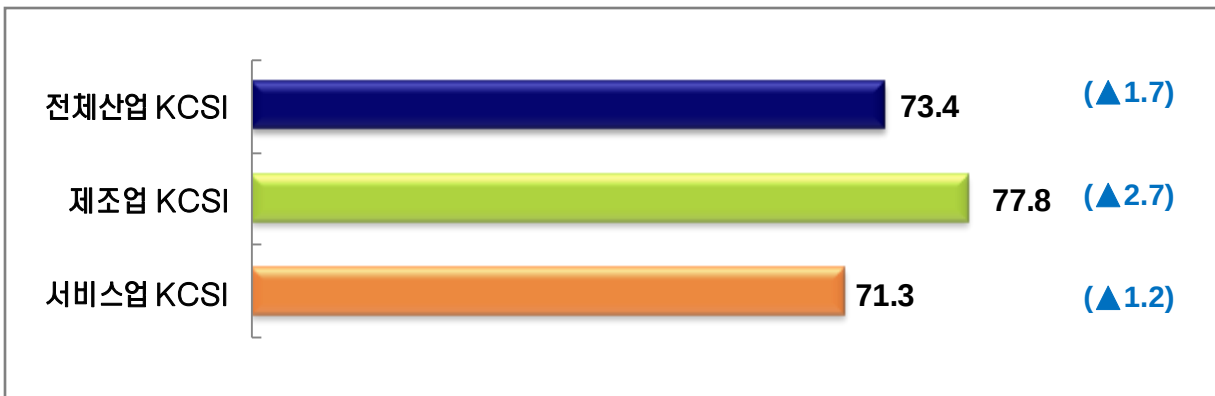
6) 조사기간 : 2014년 4월 21일 ~ 8월 20일

7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등
총 109개 산업(총 349개 기업)

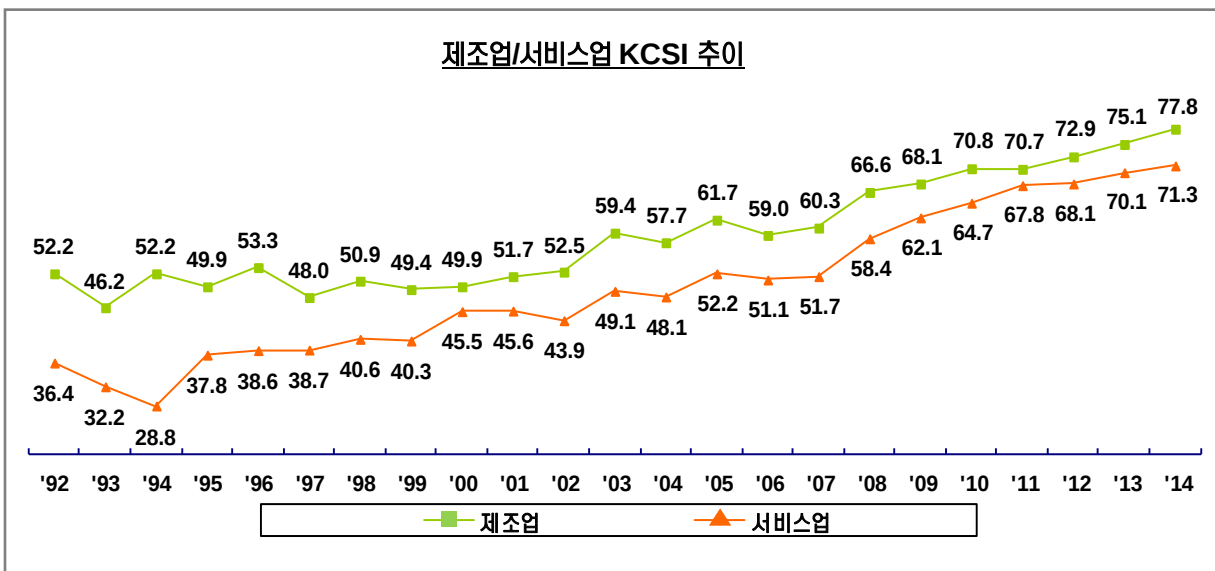
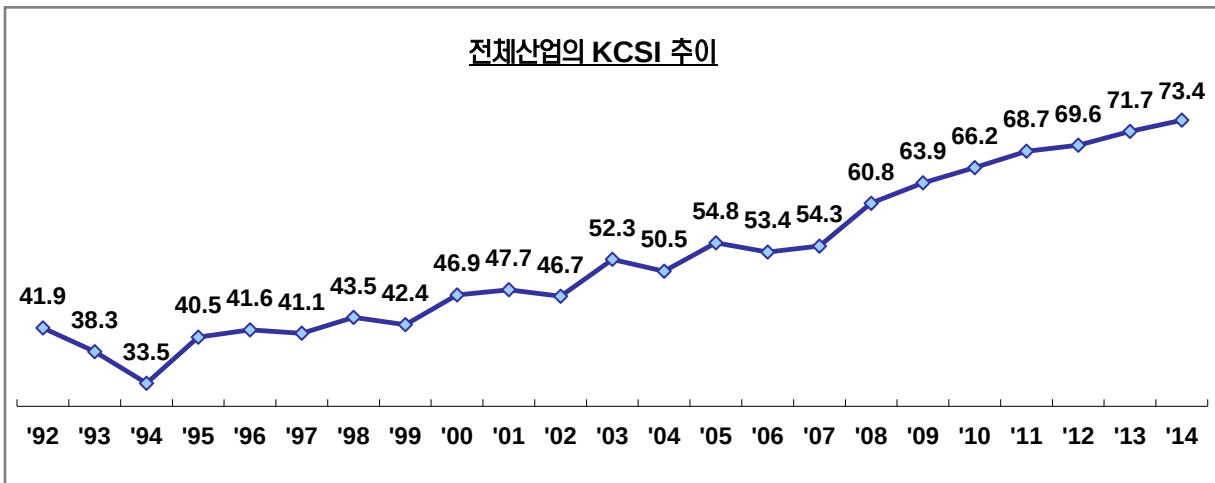
산업부문	2014년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (29개)	1) 가공우유 2) 간장 3) 고추장 4) 과자 5) 맥주 6) 소주 7) 식용유 8) 아이스크림 9) 우유 10) 유산균발효유 11) 참치캔 12) 홈싱가공식품 13) 남성내의 14) 남성용기초화장품 15) 남성정장 16) 담배 17) 생리대 18) 샴푸 19) 섬유유연제 20) 세탁세제 21) 아웃도어의류 22) 여성내의 23) 여성용기초화장품 24) 여성용한방화장품 25) 정장구두 26) 주방세제 27) 치약 28) 캐주얼화 29) 화장품
내구재 제조업 (21개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 가정용에어컨 3) 가정용정수기 4) 개인용컴퓨터(PC) 5) 김치냉장고 6) 냉장고 7) 사무용복합기(복사기) 8) 세탁기 9) 이동전화단말기(스마트폰) 10) 전기밥솥 11) 제습기(신규발표) 12) TV 13) 가정용가구(신규발표) 14) 가정용보일러 15) 경형승용차 16) 부엌가구 17) 승용차타이어 18) 일반승용차 19) 침대 20) 디지털피아노 21) RV승용차
일반 서비스업 (49개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 온라인자동차보험 4) 은행 5) 자동차보험 6) 장기보험 7) 증권 8) 체크카드 9) 대형마트 10) 대형서점 11) 대형슈퍼마켓 12) 면세점 13) 백화점 14) 소셜커머스 15) 영화관 16) 오픈마켓 17) 인터넷서점 18) 인터넷쇼핑몰 19) 전자제품전문점 20) 제과/제빵점 21) 치킨프랜차이즈 22) 커피전문점 23) 패밀리레스토랑 24) 패스트푸드점 25) 편의점 26) 프리미엄아울렛(신규발표) 27) 피자전문점 28) 교육서비스(학습지) 29) TV홈쇼핑 30) 검색포탈사이트 31) 국제전화 32) 시내/시외전화 33) 이동전화 34) 인터넷전화 35) 인터넷TV(IPTV) 36) 초고속인터넷 37) 고속버스 38) 도시가스 39) 스키장 40) 여행사(해외여행) 41) 워터파크 42) 저비용항공 43) 종합레저시설 44) 종합병원 45) 주유소 46) 콘도미니엄 47) 택배 48) 항공 49) 아파트
공공 서비스업 (10개)	1) 고속도로 2) 교육 3) 등기 4) 세무 5) 수도 6) 우편 7) 전력 8) 철도 9) 치안 10) 지하철

1. KCSI 전체 특징

1) 2014년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



2) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 추이



1. KCSI 전체 특징

3) 2014년도 KCSI 특징 및 경향

경기 침체에도 불구하고 한국산업의 고객만족도(KCSI) 8년 연속 상승, 제조업이 상승 주도

- 2014년 전체산업의 KCSI는 전년 대비 1.7점 높아진 73.4점으로 나타났으며, 2006년 이후 8년 연속 상승세를 유지했다. 산업별로는 제조업이 77.8점으로 전년 대비 2.7점의 상승을 보였으며, 서비스업(공공 서비스 포함)이 71.3점으로 소폭의 상승세(1.2점)를 유지했다.
- 2000년대 중반까지는 KCSI가 상승과 하락을 반복하며 상승 기조를 이어왔지만 2007년부터는 한 해도 빠지지 않고 향상되고 있음을 알 수 있다. 이는 KCSI가 발표된지 15년이 경과될 무렵부터는 각 산업 및 기업은 고객만족경영을 통한 성장의 중요성과 연계성을 실감하고 고객중심경영을 기업의 필수적 생존전략으로 설정한 결과라 여겨지며, 경기 상승 또는 하락 여부를 떠나 기업들이 고객을 만족시키고자 하는 열의는 흔들리지 않고 이어지고 있음을 반증하는 것이다.
- 또한 내구재를 중심으로 한 제조업의 2.7점 상승은 최근 5년 내에 가장 큰 폭의 상승을 보여준 것으로 글로벌 시장에서도 인정 받는 국내 제조업의 품질 우수성을 국내 소비자들도 높게 평가하고 있다는 의미로 받아들일 수 있는 것이다.

109개 산업 중 82개 산업은 만족도 상승, 23개 산업은 하락

- 올해 전체 조사 대상인 109개 산업 중 약 75%에 달하는 82개 산업의 KCSI가 전년 대비 높아졌다. 반면 하락한 산업은 약 21%인 23개로 나타나 전체적으로는 2014년 한국산업의 고객만족도가 상승하였다.
- 제조업의 경우 신규 조사된 2개 산업을 제외한 48개 산업 중 35개 산업에서 만족도가 상승하였으며, 서비스업(공공 서비스 포함)의 경우 신규 조사된 1개 산업을 제외한 58개 산업 중 47개 산업에서 작년보다 만족도가 상승하였다.

내구재 제조업의 꾸준한 향상세와 유통 및 통신 관련 서비스의 도약이 전체 지수 상승 분위기 주도

- 제조업에서는 글로벌 기업인 삼성전자와 현대자동차그룹이 주도하는 내구재 산업의 고객만족도 상승세가 큰 것으로 나타났다. TV, 냉장고, 승용차 등의 만족도 점수가 가장 높았고, 가정용정수기, 개인용컴퓨터(PC) 산업이 전년 대비 상승폭이 가장 높았다.
- 인터넷과 스마트폰을 중심으로 한 정보 통신 산업에 대한 전세계적 관심 및 관련 기업의 노력으로 시내/시외전화, 인터넷서점, 검색포털사이트, 국제전화 등 통신 관련 산업이 높은 만족도를 나타내고 있으며, TV홈쇼핑, 인터넷전화, 소셜커머스 등의 만족도는 큰 폭으로 상승하였다. 또한 편의점, 전자제품전문점, 주유소 등 도·소매 유통업과 패밀리레스토랑, 제과/제빵점 등 외식 관련 서비스업의 만족도도 상승세를 보였다.
- 공공 분야는 치안(▲ 5.0), 등기(▲ 4.9) 부문의 만족도가 상승 추세를 이끌어 전년 대비 전반적 만족도가 상승했으나, 교육(▽ 5.7), 철도(▽ 3.5) 분야는 전년 대비 하락하여 국민 체감 만족도를 높이기 위한 보다 강도 높은 혁신 활동이 요구된다.

2. 산업별 KCSI 주요 특징

1) 소비자 제조업의 고객만족도 특징

전반적 상승 분위기 속에 대다수 70점대 중반을 상회하였으나, 일부 식료품 관련 산업이 하락함

- 금년도 소비재의 만족도는 대부분의 산업이 상승세였으나 가공우유, 섬유유연제, 간장 등의 산업은 전년 대비 만족도가 하락하였다.
- 산업별로는 고추장(▲3.9), 남성용기초화장품(▲3.8), 치약(▲3.5) 등의 다양한 산업의 만족도가 크게 상승한 반면, 식용유(▽3.4), 여성내의(▽2.3), 간장(▽1.8) 등은 전년 대비 만족도가 하락했다.
- 맥주가 83.9점의 만족도를 기록하며 소비자 산업 내에서 가장 높은 만족도를 나타냈으며, 아웃도어의류 및 여성용한방화장품(83.3점), 유산균발효유(83.0점), 생리대(82.9점), 우유(82.4점), 화장지(82.3점), 홍삼가공식품 및 남성정장(81.9점), 소주(81.2점), 고추장(80.5점)이 80점 이상의 만족도 최상위 그룹을 형성했다.



2. 산업별 KCSI 주요 특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

글로벌 최상위 품질인 가전 및 자동차 관련 산업의 만족도 수준이 한국산업의 고객만족도 상승 주도

- 내구재 산업은 21개 산업 중 13개 산업의 만족도가 전년 대비 상승하였고, 6개 산업이 하락하였다. 신규 발표한 제습기 산업과 가정용 가구 산업은 70점대 중반을 기록해 내구재 산업 내에서 중위권을 기록하였다.
- 산업내에서는 TV(88.3점), 냉장고(88.0점), 일반승용차(84.1점), 가정용에어컨 등 7개 산업이 80점 이상의 만족도를 보이며 고객들로부터 좋은 평가를 받아 현대자동차와 삼성전자를 중심으로 한 글로벌 최상위 수준의 품질을 국내 고객들도 인정함을 볼 수 있었다.
- 한편, 가정용정수기(▲4.6점), 개인용컴퓨터(PC)(▲3.9점) 산업의 만족도가 전년 대비 가장 많이 상승하였으며, 사무용복합기(복사기)(▲2.4점), TV(▲2.3점), 냉장고(▲2.1점) 등도 전년 대비 비교적 높은 만족도의 상승을 나타냈다.

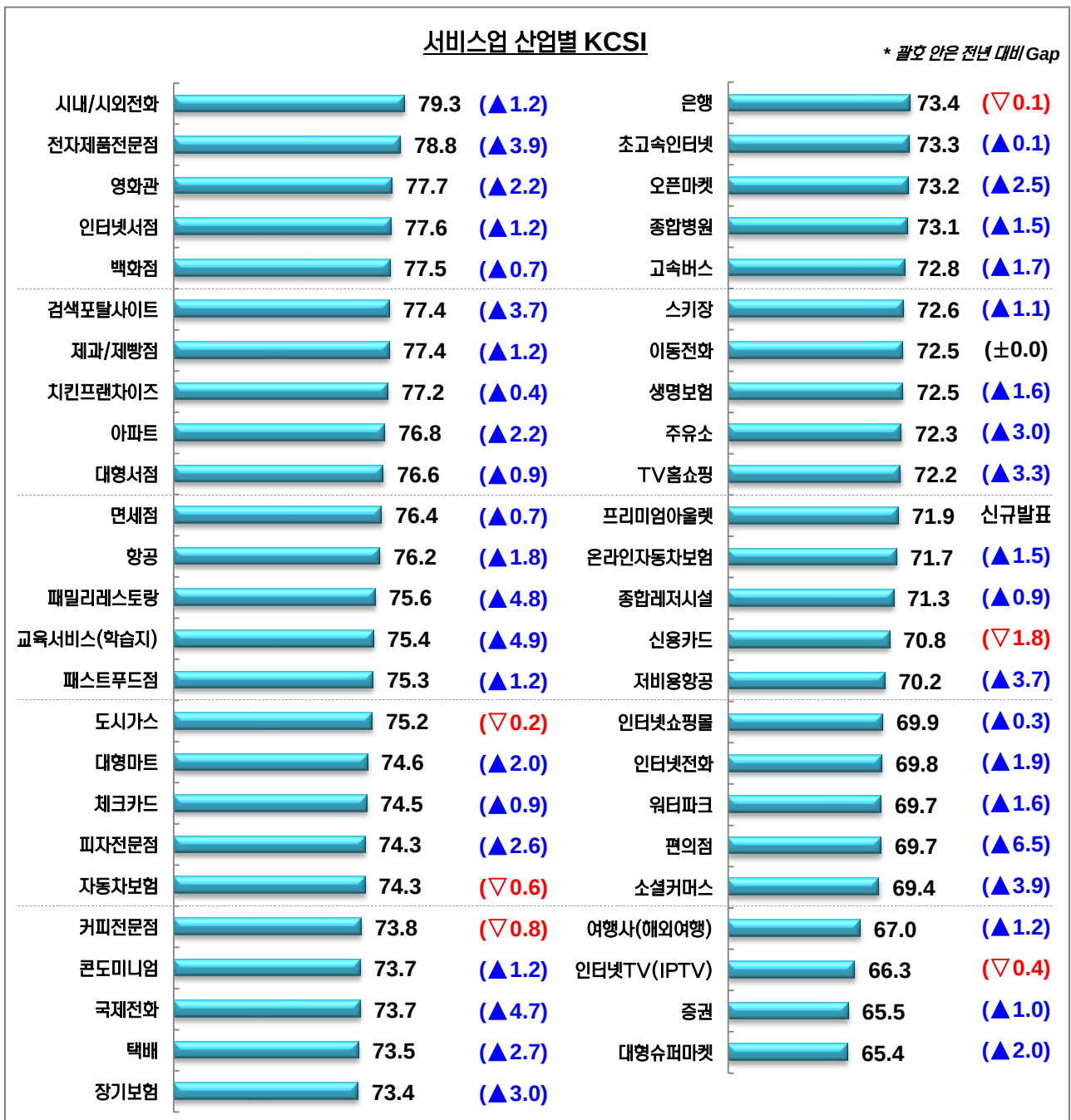


2. 산업별 KCSI 주요 특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

편의점, 패밀리레스토랑, 국제전화, 전자제품전문점의 큰 상승이 서비스의 전반적인 상승 견인

- 서비스 산업의 만족도는 전체적으로 1.2점 상승했으며 작년에 비해 비교적 소폭 상승했다. 총 41개 산업의 만족도가 증가했으나 도시가스, 커피전문점, 은행, 신용카드 등의 만족도는 하락했다.
- 75점 이상의 높은 수준의 만족도를 기록한 산업은 전자제품전문점, 영화관, 백화점, 대형서점, 패밀리레스토랑 등 대형 유통점들로서 쾌적한 시설/환경과 표준화된 서비스로 높은 고객만족 수준을 보여주었다.
- 시내/시외전화, 전자제품전문점, 영화관, 인터넷서점, 백화점 등이 75.0점 이상의 높은 만족도 수준을 나타냈으며, 편의점, 교육서비스(학습지), 패밀리레스토랑, 국제전화 등의 산업의 만족도 상승폭이 높았다.



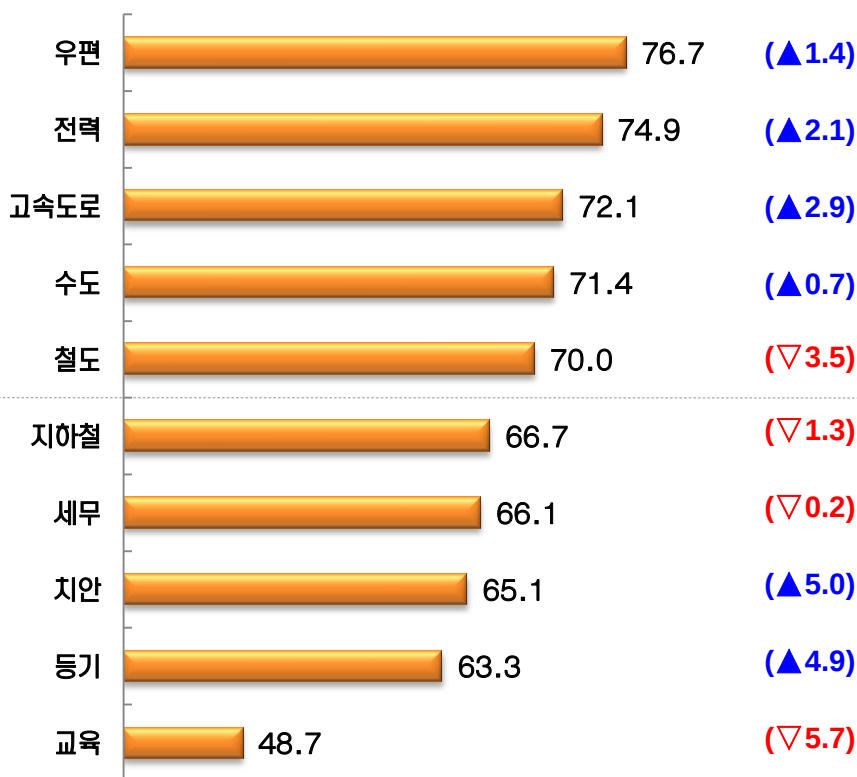
2. 산업별 KCSI 주요 특징

4) 공공서비스업의 고객만족도 특징

우편, 전력, 고속도로, 수도 등이 가장 높은 만족도 나타냈으나 전체적 수준 향상 필요

- 공공서비스의 만족도는 전년 대비 0.6점이 올라 소폭 상승하는 결과가 나타났다.
- 우편(76.7점), 전력(74.9점), 고속도로(72.1점), 수도(71.4점), 철도(70.0점) 등이 70점 이상을 유지하며 상위권을 유지하였으나, 철도는 장기화된 파업의 여파로 인해 지난 해에 비하여 만족도가 다소 떨어졌다.
- 이러한 가운데에서도 치안(▲5.0점), 등기(▲4.9점) 등은 상승세를 보이며 선두권과 격차를 좁혔다.
- 한편, 교육(48.7점)은 큰 폭으로 하락하여 올해 역시 60점에 크게 못 미치는 낮은 만족도 수준을 벗어나지 못했으며, 지하철, 세무의 만족도도 다소 하락했다.

공공서비스업 산업별 KCSI



* 괄호 안은 전년 대비 Gap

3. 산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	간장	샘표식품	샘표식품(76.6), 대상(청정원)(73.5)	3년 연속	4회
2	고추장	대상(청정원)	대상(청정원)(81.1), CJ제일제당(해찬들)(80.0)	12년 연속	14회
3	과자	롯데제과	롯데제과(72.9), 오리온(72.6), 해태제과(71.8), 크라운제과(70.1)	'13 1위 : 오리온 (2년 연속)	4회
4	식용유	사조해표 (해표)	사조해표(해표)(68.1), CJ제일제당(백설표)(66.3)	2년 연속	10회
5	아이스크림	빙그레	빙그레(71.9), 롯데푸드(70.1), 롯데제과(69.9), 해태제과(68.7)	8년 연속	9회
6	참치캔	동원F&B (동원참치)	동원F&B(동원참치)(78.6), 오투기(오투기참치)(76.0), 사조해표(사조참치)(73.1)	11년 연속	14회
7	홍삼가공식품	한국인삼공사 (정관장)	한국인삼공사(정관장)(82.8), 농협홍삼(한삼인)(78.9)	2년 연속	2회
8	가공우유	빙그레	빙그레(79.3), 서울우유(78.8), 남양유업(78.2), 매일유업(74.0)	3년 연속	3회
9	맥주	하이트진로	하이트진로(84.8), OB맥주(카스포함)(83.5)	'13 1위 : OB맥주	11회
10	소주	금복주	금복주(85.7), 무학(84.4), 하이트진로(82.2), 롯데칠성음료(주류BG)(76.1)	3년 연속	7회
11	우유	서울우유	서울우유(82.8), 매일유업(82.0), 남양유업(81.3)	7년 연속	9회
12	유산균발효유	한국아쿠르트	한국아쿠르트(83.9), 매일유업(83.0), 남양유업(80.9)	13년 연속	16회
13	남성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(81.1), LG생활건강(78.5), 소망화장품(77.7)	12년 연속	13회
14	담배	한국 필립모리스 (말보로)	한국 필립모리스(말보로)(73.2), KT&G(72.2), B.A.T.코리아(던힐)(70.4)	7년 연속	8회
15	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(85.0), 한국P&G(80.9), LG유니참(79.6)	5년 연속	6회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비자 제조업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	삼푸	애경	애경(78.7), 아모레퍼시픽(78.0), LG생활건강(77.5), 한국P&G(77.0), 유니레버코리아(73.9)	'13 1위 : LG생활건강 (2년 연속)	1회
17	섬유유연제	LG생활건강	LG생활건강(78.4), 옥시 레킷벤키저(76.8), 피죤(75.2)	2년 연속	3회
18	세탁세제	CJ라이온	CJ라이온(77.5), 애경(75.3), LG생활건강(71.5)	18년 연속	19회
19	여성용기초화장품	LG생활건강	LG생활건강(81.7), 아모레퍼시픽(77.1)	'13 1위 : 아모레퍼시픽 (2년 연속)	3회
20	여성용한방화장품	아모레퍼시픽 (설화수, 한울)	아모레퍼시픽(설화수,한울)(83.6), LG생활건강(우,수려한)(82.4)	3년 연속	3회
21	주방세제	CJ라이온	CJ라이온(76.0), 애경(70.1), LG생활건강(68.6)	9년 연속	15회
22	치약	애경	애경(80.0), LG생활건강(78.7), 아모레퍼시픽(75.9)	'13 1위 : LG생활건강 (5년 연속)	8회
23	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(86.4), 모나리자(81.6), 깨끗한나라(79.2)	9년 연속	13회
24	남성내의	좋은사람들	좋은사람들(82.8), BYC(78.0), 쌍방울(74.3)	3년 연속	15회
25	남성정장	제일모직	제일모직(84.2), LF(구 LG패션)(82.8), 쿼오롱인더스트리(82.8), 파크랜드(77.4)	10년 연속	14회
26	아웃도어의류	블랙야크	블랙야크(85.9), 쿼오롱인더스트리(쿼오롱스포츠)(83.9), 영원무역(노스페이스)(83.1), 케이투코리아(K2)(82.1), 평안엘앤씨(네파)(79.0)	'13 1위 : 쿼오롱인더스트리 (2년 연속)	1회
27	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(78.7), 남영비비안(비비안)(75.3)	15년 연속	15회
28	정장구두	금강제화	금강제화(81.2), EFC(에스콰이아)(79.5), 탠디(78.9), 소다(78.0)	13년 연속	18회
29	캐주얼화	금강제화 (랜드로바)	금강제화(랜드로바)(78.9), EFC(영에이지)(78.2)	12년 연속	12회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	가정용에어컨	삼성전자	삼성전자(84.0), LG전자(83.2), 위니아만도(80.6)	2년 연속	3회
2	가정용정수기	청호나이스	청호나이스(79.2), 코웨이(78.7)	2년 연속	6회
3	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(79.6), LG전자(78.3), 위니아만도(76.7)	4년 연속	4회
4	냉장고	삼성전자	삼성전자(88.2), LG전자(87.6)	5년 연속	10회
5	세탁기	삼성전자	삼성전자(79.2), LG전자(77.8)	5년 연속	12회
6	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(85.4), 리홈첸(80.1)	14년 연속	14회
7	제습기	위닉스(보송)	위닉스(보송)(78.2), LG전자(77.7)	신규 발표	1회
8	TV	삼성전자	삼성전자(88.9), LG전자(87.6)	17년 연속	17회
9	가정용복합기 (프린터)	삼성전자	삼성전자(71.6), 캐논코리아비즈니스솔루션(67.8), 한국엡손(64.8), 한국윙렛팩커드(62.1)	7년 연속	10회
10	개인용컴퓨터(PC)	삼성전자	삼성전자(83.7), LG전자(76.9), 한국윙렛팩커드(70.9)	13년 연속	17회
11	사무용복합기 (복사기)	한국후지제록스	한국후지제록스(71.4), 캐논코리아비즈니스솔루션(69.3), 신도리코(68.8)	14년 연속	14회
12	이동전화단말기 (스마트폰)	삼성전자	삼성전자(80.4), 애플(아이폰)(78.1), LG전자(76.1), 팬택(SKY)(71.7)	17년 연속	18회
13	가정용가구	현대리바트	현대리바트(75.8), 한샘(74.8), 까사미아(73.5), 에몬스가구(72.7)	신규 발표	1회
14	가정용보일러	경동나비엔	경동나비엔(75.4), 린나이 코리아(74.2), 귀뚜라미보일러(73.3)	'13 1위 : 린나이 코리아 (8년 연속)	2회
15	경형승용차	기아자동차	기아자동차(79.9), 한국지엠(77.3)	2년 연속	2회
16	부엌가구	한샘	한샘(76.0), 에넥스(73.6)	3년 연속	8회
17	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(74.9), 한국타이어(73.4), 넥센타이어(72.5)	10년 연속	11회
18	일반승용차	현대자동차	현대자동차(86.4), 기아자동차(83.6), 르노삼성자동차(81.5), 한국지엠(80.2)	21년 연속	21회
19	침대	시몬스	시몬스(74.1), 에이스침대(72.6), 대진침대(68.0)	6년 연속	7회
20	디지털피아노 (구 피아노)	영창뮤직	영창뮤직(77.6), 야마하 뮤직코리아(74.5), 삼익악기(72.3)	15년 연속	15회
21	RV승용차	현대자동차	현대자동차(84.2), 기아자동차(82.5), 쌍용자동차(79.1)	11년 연속	11회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대1위
1	대형마트	롯데마트	롯데마트(75.8), 이마트(74.9), 홈플러스(73.7)	2년 연속	3회
2	대형서점	교보문고	교보문고(78.2), 영풍문고(76.1), 서울문고(반디앤루니스)(72.2)	18년 연속	18회
3	대형슈퍼마켓	롯데슈퍼	롯데슈퍼(67.6), GS수퍼마켓(66.7), 홈플러스익스프레스(64.2), 이마트에브리데이(63.2)	'13 1위 : GS리테일(GS수퍼) (4년 연속)	1회
4	면세점	호텔신라 (신라면세점)	신라면세점(77.6), 롯데면세점(75.9)	2년 연속	2회
5	백화점	롯데백화점	롯데백화점(78.1), 신세계백화점(77.4), 현대백화점(75.5)	2년 연속	6회
6	전자제품전문점	삼성전자 (삼성 디지털프라자)	삼성 디지털프라자(80.2), LG베스트샵(79.2), 롯데하이마트(78.2), 전자랜드(77.3)	4년 연속	4회
7	편의점	GS리테일(GS25)	GS25(71.3), CU(69.4), 세븐일레븐(68.9), 미니ストップ(63.1)	12년 연속	15회
8	프리미엄아울렛	롯데 프리미엄 아울렛	롯데 프리미엄 아울렛(73.4), 신세계사이먼 프리미엄 아울렛(70.0)	신규 발표	1회
9	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(73.6), 롯데홈쇼핑(72.6), GS홈쇼핑(GS SHOP)(72.2), CJ오쇼핑(71.4), NS홈쇼핑(70.1)	9년 연속	9회
10	제과/제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리바게뜨(77.9), 무레쥬르(75.3)	4년 연속	6회
11	치킨프랜차이즈	교촌치킨	교촌치킨(78.7), 페리카나 치킨(77.9), 네네치킨(77.7), BBQ 치킨(75.5), 굿네치킨(75.1)	'13 1위 : 제너시스비비큐	1회
12	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(75.8), 투썸플레이스(75.1), 스타벅스(74.8), 탐앤탐스(74.0), 할리스커피(73.3), 커피빈(72.8), 카페베네(70.4)	5년 연속	5회
13	패밀리레스토랑	아웃백 스테이크하우스 (아웃백)	아웃백(78.1), 빙스(77.2), 베니건스(76.6), T.G.I. 프라이데이(76.2), 애슐리(67.4)	'13 1위 : CJ푸드빌(VIPS) (4년 연속)	4회
14	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(76.6), KFC(74.9), 버거킹(74.4), 맥도날드(73.1)	2년 연속	2회
15	피자전문점	MPK그룹 (미스터피자)	미스터피자(73.8), 도미노피자(73.1), 피자헛(71.8)	6년 연속	7회
16	생명보험	삼성생명	삼성생명(74.5), 한화생명(71.9), 교보생명(68.9)	10년 연속	16회
17	신용카드	신한카드	신한카드(74.0), 삼성카드(72.7), 현대카드(71.3), KB국민카드(69.9), 우리카드(69.4), BC카드(68.9), 롯데카드(68.1), NH농협카드(66.8)	4년 연속	4회
18	온라인 자동차보험	현대하이카다이렉트	현대하이카다이렉트(74.4), 더케이손해보험(에듀카)(71.1), AXA다이렉트(69.3)	6년 연속	6회
19	은행	신한은행	신한은행(75.9), 하나은행(75.0), 우리은행(74.2), KB국민은행(73.0), 외환은행(72.6), 기업은행(70.5), NH농협은행(69.5)	'13 1위 : KB국민은행 (7년 연속)	11회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대1위
20	자동차보험	삼성화재	삼성화재(76.6), 현대해상(74.7), LIG손해보험(73.9), 메리츠화재(73.1), 동부화재(72.0)	17년 연속	18회
21	장기보험	삼성화재	삼성화재(75.8), 현대해상(73.5), LIG손해보험(72.3), 동부화재(71.7), 메리츠화재(71.2)	4년 연속	4회
22	증권	삼성증권	삼성증권(69.0), 대신증권(65.2), KDB대우증권(64.9), 우리투자증권(64.8), 현대증권(62.9), 미래에셋증권(60.0)	9년 연속	11회
23	체크카드	우리카드	우리카드(75.7), 신한카드(75.2), KB국민카드(74.5), BC카드(74.0), NH농협카드(72.0)	'13 1위 : KB국민카드 (3년 연속)	1회
24	국제전화	KT(001)	KT(001)(74.4), SK텔링크(00700)(73.7), LG유플러스(002)(70.9)	5년 연속	9회
25	시내/시외전화	KT	KT(81.0), SK브로드밴드(76.4), LG유플러스(74.0)	15년 연속	16회
26	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(75.4), KT(71.1), LG유플러스(67.8)	17년 연속	17회
27	인터넷전화	KT	KT(71.5), SK브로드밴드(70.1), LG유플러스(67.4)	5년 연속	5회
28	인터넷TV(IPTV)	SK브로드밴드	SK브로드밴드(68.6), KT(66.5), LG유플러스(63.1)	2년 연속	2회
29	초고속인터넷	KT	KT(74.7), SK브로드밴드(73.6), LG유플러스(69.8)	11년 연속	11회
30	검색포탈사이트	네이버	네이버(78.3), 다음(74.3)	11년 연속	11회
31	소셜커머스	쿠팡	쿠팡(72.3), 위메프(70.3), 티몬(65.0)	2년 연속	2회
32	오픈마켓	SK플래닛(11번가)	SK플래닛(11번가)(74.8), 옥션이베이(옥션)(73.6), 이베이마켓(G마켓)(71.7)	6년 연속	6회
33	인터넷서점	YES24	YES24(78.5), 교보문고(77.3), 인터파크 도서(77.2), 알라딘(76.8)	6년 연속	6회
34	인터넷쇼핑몰	롯데닷컴	롯데닷컴(71.6), 현대Hmall(70.2), CJmall(69.6), GS SHOP(68.1)	'13 1위 : 인터파크	1회
35	스키장	보광휘닉스파크	보광휘닉스파크(73.7), 용평리조트(73.1), 하이원 리조트(72.4), 비발디파크(72.2), 무주덕유산리조트(72.0)	'13 1위 : 하이원 리조트 (5년 연속)	1회
36	여행사(해외여행)	하나투어	하나투어(68.4), 노랑풍선(67.3), 롯데관광개발(65.5), 모두투어(64.9)	6년 연속	6회
37	워터파크	캐리비안 베이	캐리비안 베이(71.1), 비발디파크 오션월드(67.4)	3년 연속	3회
38	영화관	롯데시네마	롯데시네마(78.8), CJ CGV(77.4), 메가박스(76.2)	2년 연속	7회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
39	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(74.2), 롯데월드(72.4), 서울랜드(61.2)	20년 연속	20회
40	콘도미니엄	한화호텔&리조트 (한화리조트)	한화리조트(74.3), 대명리조트(73.3)	3년 연속	5회
41	고속버스	금호고속	금호고속(75.6), 동부고속(71.0), 중앙고속(70.7), 동양고속(70.0)	9년 연속	12회
42	도시가스	부산도시가스	부산도시가스(79.2), 대성에너지(78.0), 예스큐(75.5), 삼천리(74.7), 코원에너지서비스(73.8), 서울도시가스(72.7), 대륜E&S(72.0)	12년 연속	12회
43	저비용항공	에어부산	에어부산(73.9), 진에어(70.3), 제주항공(69.4), 이스타항공(67.9), 티웨이항공(67.7)	2년 연속	2회
44	종합병원	서울아산병원	서울아산병원(75.7), 삼성서울병원(74.4), 서울성모병원(73.6), 세브란스병원(신촌)(71.7), 서울대학교병원(본원)(71.1)	2년 연속	3회
45	주유소	SK에너지 (SK주유소)	SK에너지(SK주유소)(74.5), GS칼텍스(72.2), S-Oil(71.4), 현대오일뱅크(68.3)	4년 연속	15회
46	택배	CJ대한통운	CJ대한통운(75.2), 우체국택배(74.1), 한진택배(72.2), 현대택배(71.3)	6년 연속	9회
47	항공	아시아나항공	아시아나항공(76.9), 대한항공(75.7)	'13 1위 : 대한항공	17회
48	교육서비스 (학습지)	대교	대교(76.6), 교원구몬(75.9), 재능교육(74.8), 웅진씽크빅(73.8)	5년 연속	8회

4) 공공서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	공공서비스	우정사업본부 (우편)	우편(76.7), 전력(74.9), 고속도로(72.1), 수도(71.4), 철도(70.0), 세무(66.1), 치안(65.1), 등기(63.3), 교육(48.7)	16년 연속	16회
2	지하철	광주도시철도공사	광주도시철도공사(77.5), 대구도시철도공사(75.9), 대전도시철도공사(75.0), 부산교통공사(73.7), 서울도시철도공사(5~8호선)(67.1), 인천지하철공사(63.5), 서울메트로(1~4호선)(61.1)	2년 연속	6회

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

1) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자, KT를 비롯한 총 12개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위 차지해

- 2014년 KCSI에서 삼성전자가 총 9개 산업에서 1위를 차지하며 최다 산업 1위 기업인 것으로 나타났다. 삼성전자는 전년도 1위로 선정된 가정용에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, TV, 가정용복합기(프린터), 개인용컴퓨터(PC), 이동전화단말기(스마트폰), 전자제품전문점 등 9개 산업에서 1위를 유지하였다.
- KT는 작년과 동일한 국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷에서 1위를 지켜냈다.
- 이 외에도 제일모직(남성정장, 종합레저시설, 워터파크)이 3개 산업에서 1위를, 아모레퍼시픽(남성용기초화장품, 여성용한방화장품), LG생활건강(섬유유연제, 여성용기초화장품), 금강제화(정장구두, 캐주얼화), 삼성화재해상보험(자동차보험, 장기보험), 유한킴벌리(생리대, 화장지), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), CJ라이온(세탁세제, 주방세제), 빙그레(가공우유, 아이스크림), 애경(삼푸, 치약) 등이 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2014년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 복수산업 1위 기업

번호	기업명	1위 산업	비고
1	삼성전자	가정용에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, TV, 가정용복합기(프린터), 개인용컴퓨터(PC), 이동전화단말기(스마트폰), 전자제품전문점	9개 산업 1위 (‘13년: 9개 산업 1위)
2	KT	국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷	4개 산업 1위 (‘13년: 4개 산업 1위)
3	제일모직	남성정장, 종합레저시설, 워터파크	3개 산업 1위 (‘13년: 3개 산업 1위)
4	아모레퍼시픽	남성용기초화장품, 여성용한방화장품	2개 산업 1위 (‘13년: 3개 산업 1위)
5	LG생활건강	섬유유연제, 여성용기초화장품	2개 산업 1위 (‘13년: 3개 산업 1위)
6	금강제화	정장구두, 캐주얼화	2개 산업 1위 (‘13년: 2개 산업 1위)
7	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 (‘13년: 2개 산업 1위)
8	유한킴벌리	생리대, 화장지	2개 산업 1위 (‘13년: 2개 산업 1위)
9	현대자동차	일반승용차, RV승용차	2개 산업 1위 (‘13년: 2개 산업 1위)
10	CJ라이온	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 (‘13년: 2개 산업 1위)
11	빙그레	아이스크림, 가공우유	2개 산업 1위 (‘13년: 2개 산업 1위)
12	애경	삼푸, 치약	2개 산업 1위

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

2) 주요 그룹 계열사별 KCSI 1위 현황

17개 산업에서 1위 차지한 삼성을 비롯하여 롯데, KT, SK 등 주요 그룹 다 부문에서 1위 차지

- 국내 주요 그룹의 올해 KCSI 1위 현황을 분석한 결과, 삼성은 총 19개 조사대상 산업 중 17개 산업에서 1위를 차지하며 타 그룹 대비 월등한 우위를 나타냈다. 삼성은 전자부문(8개), 금융부문(4개), 유통 및 기타 산업 부문(5개) 등 17개 산업에 걸쳐 1위를 석권하며 질적인 측면에서도 글로벌 선도기업임을 다시 한 번 증명했다.
- 특히, 롯데는 작년 6개 산업에서 증가한 9개 산업(과자, 대형마트, 대형슈퍼마켓, 백화점, 프리미엄아울렛, 패스트푸드점, 커피전문점, 인터넷쇼핑몰, 영화관)에서 1위를 차지하여, 지속적인 고객만족경영에 대한 노력이 결실로 나타남을 볼 수 있었다.
- 고객행복을 최우선의 가치로 추구하는 SK가 9개 대상산업 중 5개 산업(이동전화, 인터넷TV(IPTV), 오픈마켓, 주유소, 도시가스)에서 1위를 차지했다.
- 또한, KT는 전년에 이어 이동전화와 인터넷TV(IPTV)를 제외한 국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷 등 4개 산업에서 1위를 차지하며 총 8개 조사대상 산업 중 4개 산업에서 1위를 차지하는 통신업계 강자로서의 위상을 지켜냈다.
- 한편, LG(섬유유연제, 여성용기초화장품)도 2개 분야 1위에 올랐으며, CJ(세탁세제, 주방세제, 택배), 금호아시아나(승용차타이어, 고속버스, 저비용항공, 항공) 등이 다 부문 1위를 기록해 고객만족경영으로 시장을 선도하는 이미지를 유지하였다.

2014년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 주요 그룹 계열사별 1위 현황

※ 1위 산업 수/재무순위 수, 별표(*)는 2014년 1위 진입 산업임

그룹	조사대상 산업 수	1위 산업 수	2014년 KCSI 1위 산업(계열사)
삼성	19개 산업	17개 산업	가정용복합기(프린터)·가정용에어컨·개인용컴퓨터(PC)·김치냉장고·냉장고·세탁기·이동전화단말기(스마트폰)·TV(이상 삼성전자), 생명보험(삼성생명), 자동차보험·장기보험(삼성화재), 증권(삼성증권), 전자제품전문점(삼성디지털프라자), 면세점(호텔신라), 남성정장·종합레저시설·워터파크(제일모직)
롯데	20개 산업	9개 산업	*과자(롯데제과), 대형마트(롯데마트), *대형슈퍼마켓(롯데슈퍼), 백화점(롯데백화점), 영화관(롯데시네마), *인터넷쇼핑몰(롯데닷컴), 패스트푸드점(롯데리아), 커피전문점(엔제리너스), *프리미엄아울렛(롯데 프리미엄 아울렛)
SK	9개 산업	5개 산업	이동전화(SK텔레콤), 인터넷TV(IPTV)(SK브로드밴드), 오픈마켓(SK플래닛 11번가), 주유소(SK에너지), 도시가스(부산도시가스)
KT	8개 산업	4개 산업	국제전화·시내/시외전화·인터넷전화·초고속인터넷(KT)
CJ	11개 산업	3개 산업	세탁세제·주방세제(CJ라이온), 택배(CJ대한통운)
현대자동차	3개 산업	3개 산업	일반승용차·RV승용차(현대자동차), 경형승용차(기아자동차)
금호아시아나	3개 산업	3개 산업	*항공(아시아나항공), 저비용항공(에어부산), 승용차타이어(금호타이어)
LG	24개 산업	2개 산업	섬유유연제·*여성용기초화장품(LG생활건강)
GS	5개 산업	1개 산업	편의점(GS리테일 GS25)
한화	2개 산업	1개 산업	콘도미니엄(한화호텔&리조트 한화리조트)

* 자산총계 기준 그룹합산 재무순위(출처: 공정거래위원회)에 따른 국내 30대 그룹 중 2014년 KCSI 1위 산업 수 현황

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

3) 2014년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

총 15개 산업에서 KCSI 1위 기업 변동 나타나

- 2014년 KCSI 조사결과 총 15개 산업에서 1위 기업의 변동이 나타났다.
- 산업군별로 소비재에서 과자(롯데제과), 맥주(하이트진로), 삼푸(애경), 여성용기초화장품(LG생활건강), 치약(애경), 아웃도어의류(블랙야크) 등 6개 산업, 내구재에서 가정용보일러(경동나비엔) 등 1개 산업, 서비스업에서 대형슈퍼마켓(롯데슈퍼), 치킨프랜차이즈(교촌치킨), 패밀리레스토랑(아웃백스테이크하우스), 은행(신한은행), 체크카드(우리카드), 인터넷쇼핑몰(롯데닷컴), 스키장(보광휘닉스파크), 항공(아시아나항공) 등 8개 산업에서 1위 기업이 변경된 것으로 나타났다.

2014년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 1위 변동 기업

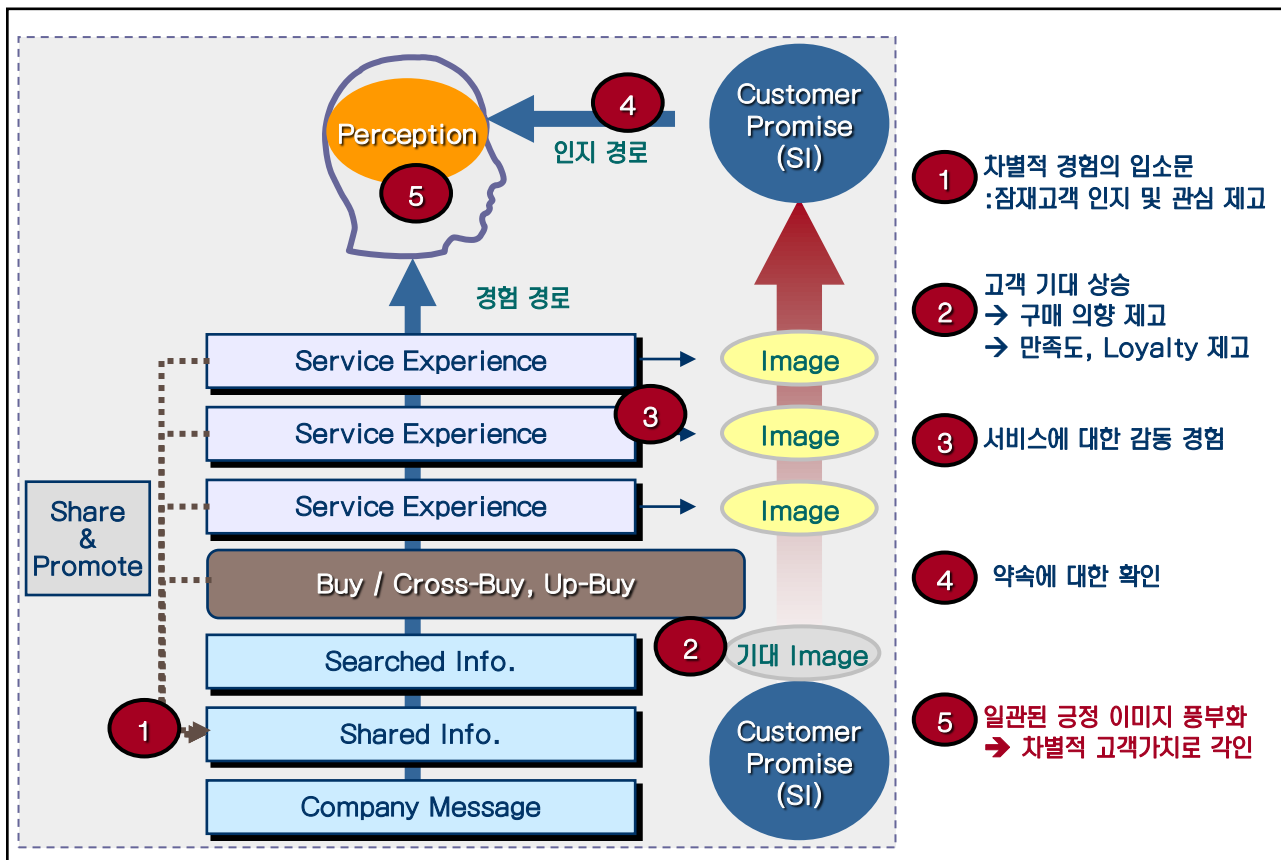
No	산업군	산업명	2014년 KCSI 1위 기업	2013년 KCSI 1위 기업
1	소비재 (6개)	과자	롯데제과	오리온
2		맥주	하이트진로	OB맥주(카스포함)
3		삼푸	애경	LG생활건강
4		여성용기초화장품	LG생활건강	아모레퍼시픽
5		치약	애경	LG생활건강
6		아웃도어의류	블랙야크	큐오롱인더스트리(큐오롱스포츠)
7	내구재(1개)	가정용보일러	경동나비엔	린나이 코리아
8	서비스(8개)	대형슈퍼마켓	롯데슈퍼	GS리테일(GS슈퍼)
9		치킨프랜차이즈	교촌치킨	제너시스비비큐
10		패밀리레스토랑	아웃백스테이크하우스(아웃백)	CJ푸드빌(VIPS)
11		은행	신한은행	KB국민은행
12		체크카드	우리카드	KB국민카드
13		인터넷쇼핑몰	롯데닷컴	인터파크
14		스키장	보광휘닉스파크	강원랜드(하이원리조트)
15		항공	아시아나항공	대한항공

5. KCSI 향상을 위한 제언

Service Identity로 차별화된 경험을 약속해야

- ➔ 최근 기업들은 외형적 성장이나 물리적 품질로 경쟁하는 차원을 넘어 고객만족경영의 품질로 경쟁하고 있다. 그러나 상호간의 모방이나 빠른 정보 공유로 인해 특징을 찾아보기 힘들고, 고객들 또한 차별성을 느끼지 못하고 있는 것이 현실이다. 이러한 환경에서 고객가치에 기반한 서비스 아이덴티티(SI: Service Identity)의 수립과 고객경험관리 활동은 고객들과 독창적 의사소통을 하고 색다른 긍정적 경험을 제공하여 고객가치를 높이는데 중요한 역할을 한다.
- ➔ 수립된 서비스 아이덴티티는 단순한 슬로건이 아닌 차별화된 경험을 제공하기 위한 방향성이자 고객에 대한 약속이다. 즉 고객에게 제공하려는 가치를 구체적인 행동의 약속 형태로 전환하여 고객 경험 과정에서 기대할 수 있는 것이 무엇인지 명확히 커뮤니케이션 함으로써, 고객 신뢰를 확보할 수 있게 한다.
- ➔ 고객 경험 전반에 걸쳐 일관된 약속을 전달하기 위해서는 단순한 점점 서비스 차원에서 접근이 아닌 고객 중심의 지속적인 '전사 혁신체계'를 갖추는 것이 필요하다. 서비스 아이덴티티 도출에서부터 브랜딩, 서비스 재설계, 내부 인프라 혁신까지 총체적으로 구축되어야 한다. 특히 고객경험을 통해 SI가 잘 전달되도록 컨셉에 적합한 개선 과제와 신규 서비스를 도출해야 하며, 대외적 구현을 위해 내부 역량 강화 및 평가/관리 체계 등 인프라 혁신이 필수적으로 요구된다. 이와 더불어 조직 구조, 문화 등 비 프로세스 영역에 대한 성숙도 제고도 반드시 병행되어야 한다.

'고객과의 약속'의 경험 및 인지 과정

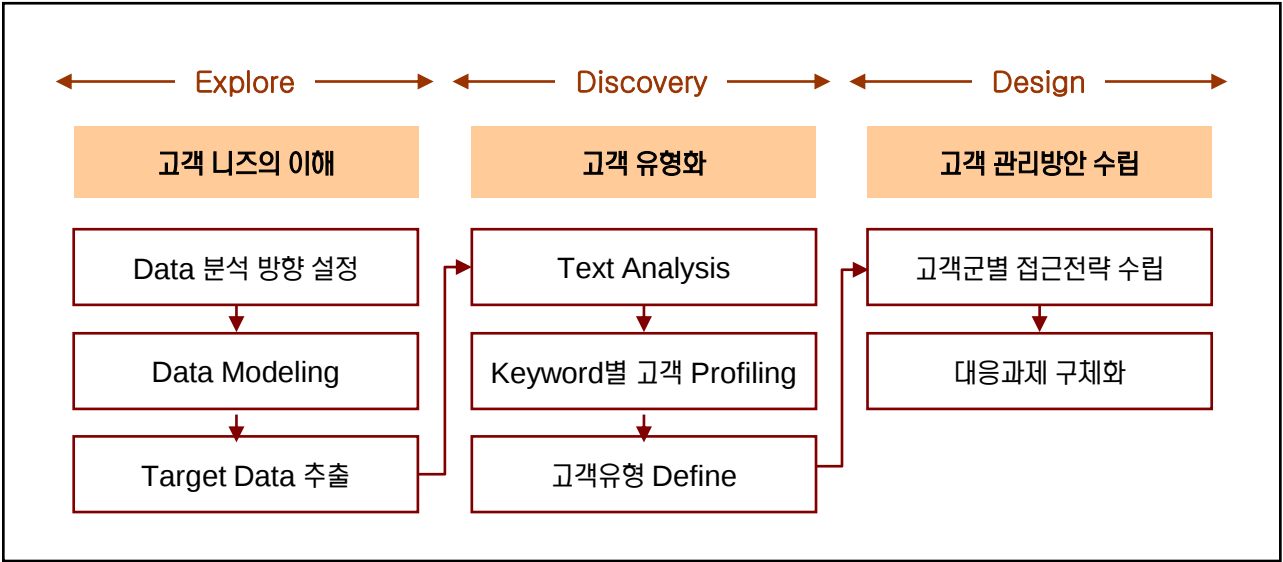


5. KCSI 향상을 위한 제언

VOC Data를 기반으로 고객 先 대응 체계를 마련하라

- 대부분의 기업들이 VOC 시스템을 통해 고객의 소리(VOC: Voice Of Customer)를 수집하고 있으며, 이를 기반으로 다양한 고객만족 활동을 전개하고 있다. 이러한 VOC는 기업마다 바라보는 관점에 따라 그 활용범위에 있어 매우 큰 차이를 나타낸다. 즉, 단순히 고객들의 불만을 듣고 처리하는 창구로서 이를 신속히 해결하고 불만건수를 줄이고자 하는 기업이 있는 반면, VOC를 고객들이 진정으로 원하는 신상품 개발 및 서비스 혁신, 효과적인 마케팅 전략 수립, 고질적인 불만 개선을 통한 만족도 제고, 또는 향후 제기될 수 있는 대형 클레임들에 대한 사전예방 활동 등에 까지 그 활용범위를 넓게 보는 기업도 있다.
- 만약 아직도 VOC 분석을 코드 중심의 단순 통계 관리에 그치고 있다면, 적극적인 활용 방안을 모색해야만 한다. 최근 선도 기업들은 VOC 시스템과 다양한 내부 DB를 연계하여, 고객의 Life Style을 발견하거나 감성 키워드 변화를 분석하는 등 신상품, 서비스, 마케팅 전략 등을 이끌어내어는 기회로 만들고 있다. 또한, VOC 내용의 Keyword를 기반으로 이탈고객과의 상호작용을 분석하고, 해당 징후가 나타나는 고객에 대한 선제적 대응을 통해 고객이탈을 방지함으로써 재무적 성과까지 창출하고 있다. 고객과의 소통 방식이 다변화 되고 있는 경영환경에서 VOC를 바라보는 관점의 전환이 필요한 것이다.
- VOC는 고객만족경영을 추진하는데 가장 근본이 되는 기업의 소중한 정보이자 자산이다. 그렇다면 어떻게 VOC Data를 효과적으로 활용할 수 있을까? 우선, VOC 접수/처리 후 방치되고 있는 Text Data(상담/민원의 구체적 내용)에 대해 관심을 가져보자. 최근 활용도가 높아지고 있는 Text Mining 솔루션을 기반으로 방대한 상담내용에 포함된 Keyword와 VOC 유형과의 분석과 함께 유사한 Keyword 패턴을 보이는 고객을 유형화하여 그들의 상황적 속성을 발견하는 것이 중요하다. 이렇게 도출된 다양한 인과관계와 의미있는 패턴 및 규칙을 활용하여, 고객군별 니즈에 선제적으로 대응하기 위한 전략을 수립하고 업무별 사전대응 활동을 구체화 하는 등 체계를 마련할 수 있다.

VOC 기반 선제적 고객대응 체계 Framework

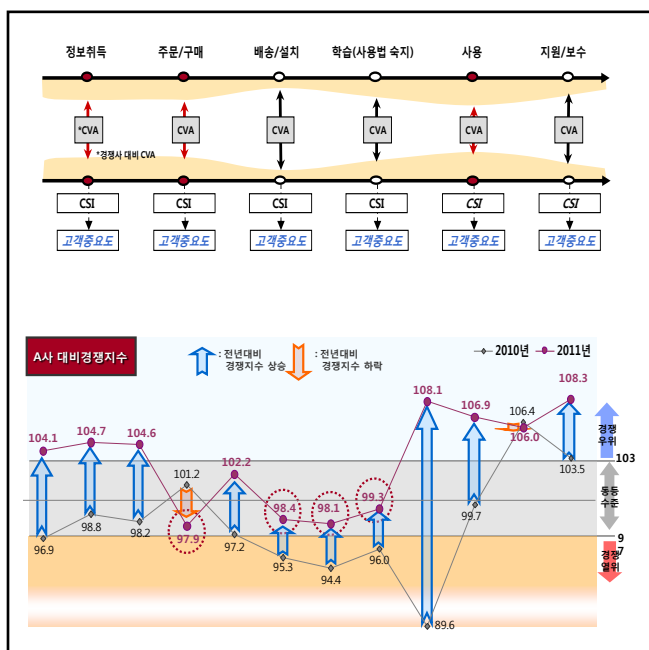


5. KCSI 향상을 위한 제언

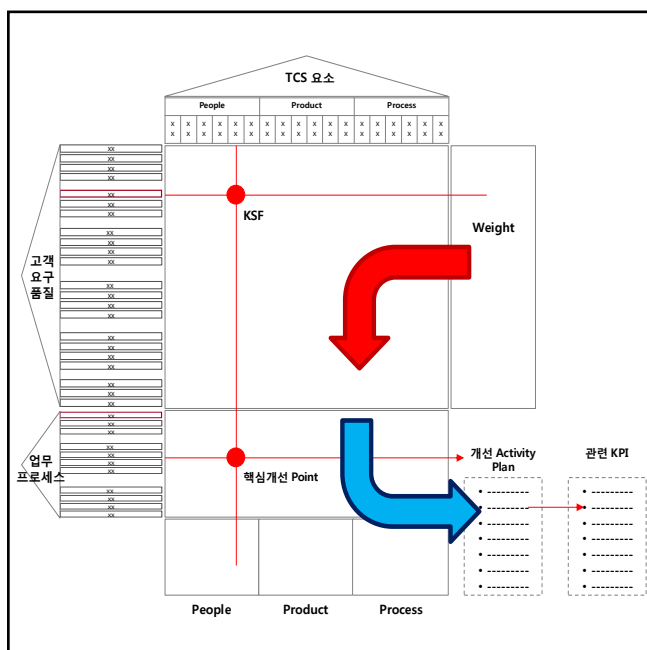
고객조사, 시장경쟁력의 바로미터로 활용하라

- ➔ 최근 대다수의 기업에서는 자사가 제공하는 상품 및 서비스 경험으로부터 고객이 체감하는 수준을 파악하기 위해 다양한 조사를 진행하고 있다. 하지만, 고객관점에서의 조사는 단순 측정만이 능사가 아니라, 철저히 고객의 눈으로 기업을 조명해 보고 고객으로부터 선택 받을 수 있는 해법을 전사적 차원에서 찾을 수 있도록 활용되어야 한다.
- ➔ 그러나, 실제 기업 현장에서는 CS 평가도구 및 지수 Tracking 관점에 집중되다 보니, 본연의 진단 기능이 제대로 작동되지 못하고 단순히 점수를 높이기 위해 설문 항목이나 조사 방법, 조사 대상자에 대한 설계를 변경하는 경우도 심심찮게 찾아볼 수 있다.
- ➔ KMAC에서 진행한 산업별 대표 기업의 고객 관련 조사 유형과 운영 현황에 대한 설문조사에 따르면, 설문 참여 기업 중 51.6%만이 경쟁사 조사를 포함하여 시행하고 있으며 특히 기업의 CS 수준에 따라 경쟁사 조사의 포함 정도는 상당한 Gap을 보임을 알 수 있었다. 고객 조사에 있어 자사의 절대점수 수준을 파악하는 것도 좋지만, 궁극적인 목적은 시장에서의 자사 경쟁력에 대한 냉철한 평가와 분석을 기반으로 개선 이슈를 선정하고 내부 실행과제를 마련해야 함을 잊지 말아야 할 것이다.
- ➔ 더불어, 고객 관점에서 상품/서비스/이미지에 대한 고객 인지 수준을 면밀히 분석하기 위해서는 그 결과를 내부 관점에서 재석함으로써, 지속적인 성과를 모니터링 할 수 있는 내부 KPI 도출과 운영 기반을 제공하는 Market-In Perspective를 지향해야 한다. 즉, 고객요구에 대응하기 위한 내부 관리요소들을 정의하고 상호 연관성을 명확히 하여, 시장 경쟁력인 결과지표와 그에 영향을 주는 선행지표인 내부 KPI와의 연계식을 통해 핵심관리 요소 및 개선과제를 선정하고 관리해야 한다.

경쟁지수를 활용한 개선이슈 및 과제 도출



고객요구와 업무, 내부관리 요소간의 상관관계 구조화

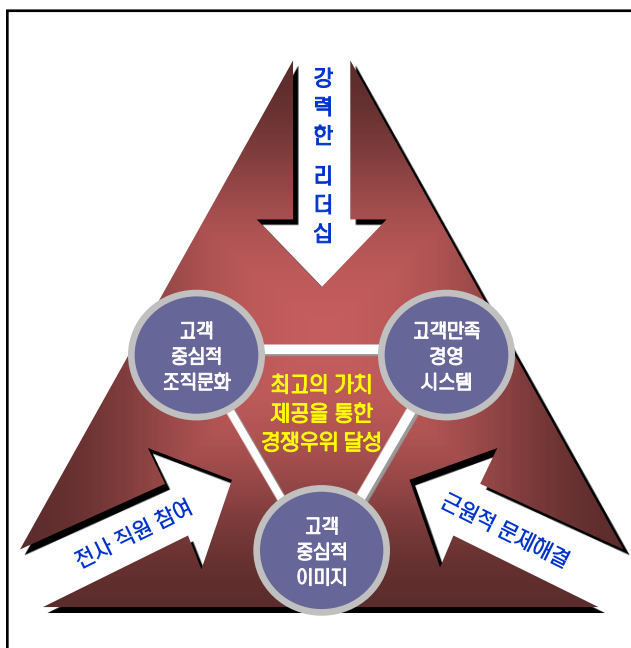


5. KCSI 향상을 위한 제언

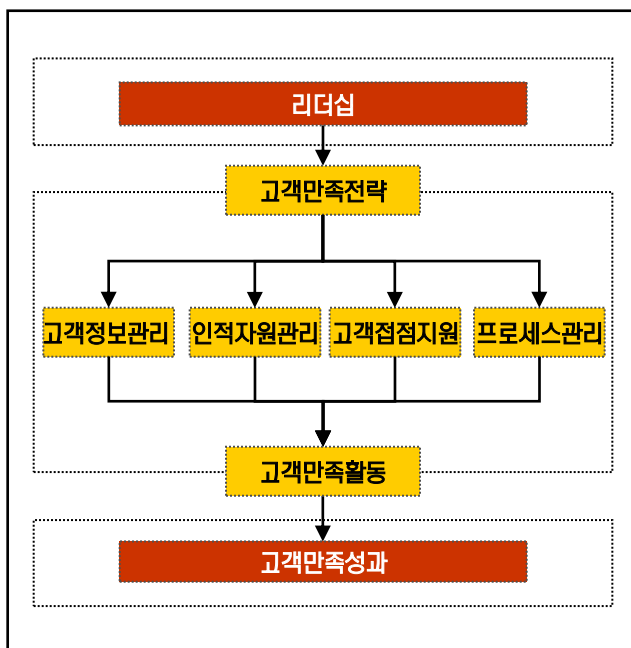
고객만족경영을 위한 전사적 혁신체계를 갖추어야

- ➔ 최근 국내 산업계 전반에서 진행되고 있는 고객만족 활동을 살펴보면 접점서비스 개선 등 단위 기능에 국한된 경우가 많다. 또한 고객만족경영을 추진해 나감에 따라 전사 경영 체계로써의 고객만족경영혁신이라는 인식이 부족해지고, 접점서비스를 담당하는 조직에서만 추진하는 것으로 협의의 고객만족활동을 전개하고 있는 것이다. 고객만족경영은 고객관점에서 회사가 제공하고 있는 상품(품질), 서비스, 이미지를 모두 개선 또는 가치를 제고하는 활동이다. 즉 시장에서 고객이 요구하고 있는 니즈에 부합하는 상품/서비스를 제공하고 고객지향적인 기업이미지를 만들어 내는 것이 고객만족경영이라 할 수 있다. 따라서 단기 성과 중심의 접점서비스 개선 활동만으로는 외부(고객) 관점에서의 근본적 문제 해결이 이루어지지 않음에 따라 실질적 개선 및 만족도 제고를 실현하는데 한계가 있을 수 밖에 없다.
- ➔ 고객만족경영은 전사관점에서 '고객중심 경영혁신'을 추진하는 것이다. 고객관점으로 시장경쟁력(상품매력, 가격, 품질, 서비스, 채널, 이미지 등)이 얼마나 되는지를 파악하여 고객중심의 총체적 경영혁신 추진을 위한 전략방향 및 목표를 설정하고 그 목표를 달성하기 위한 성과지표(KPI)를 개발하여 측정관리 해야만 한다. 목표달성을 위해서는 내부에 고객만족경영시스템(리더십, CS전략, 고객정보관리, 인적역량, 접점서비스관리체계, 업무프로세스 등)을 갖추어 내부역량을 강화하고, 외부로는 시장경쟁력을 강화하기 위한 혁신 활동을 전개해야 한다. 혁신의 목표는 전사적인 고객만족경영 체계를 구축하고 고객중심적 기업문화로 자리매김을 하여 고객에게 가치를 제공할 수 있는 차별화된 상품/서비스/채널을 마련하는 것이다.
- ➔ 전사 고객중심의 경영혁신은 최고경영자 및 전사 혁신 총괄 담당 임원의 확고한 고객만족 리더십과 열정을 필요로 한다. 또한, 최고경영자를 포함한 전 직원의 고객지향적 마인드 확보를 위한 교육, 현장실천, 성과공유 등 변화관리가 수반되어야 하며, 이러한 활동을 구체적으로 기획, 점검, 현장을 지원하는 전담부서가 필요하다. 특히, 고객만족경영을 추진하는 부서가 접점에서 고객불만(클레임)에만 대응하는 역할로 한정되어 있다면 장기적으로 그 기업의 시장경쟁력을 낙관적으로 기대하기는 어려울 것이다.

고객만족경영



고객만족경영시스템



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

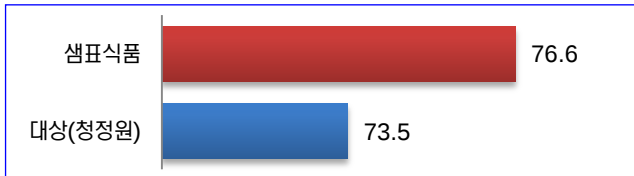
(3) 서비스업

■ 식료품(식용 정제유/장류/수산물)

● 간장: 전통 맛을 그대로 살린 선풍식품 1위 유지

전통적인 맛을 내면서도 저염(低鹽) 등 프리미엄임을 강조한 제품이 성장세를 기록하고 있는 가운데, 간장 산업의 만족도는 작년 대비 하락하였으며 선풍식품이 3년 연속 1위(역대 4회 1위) 자리를 차지했다.

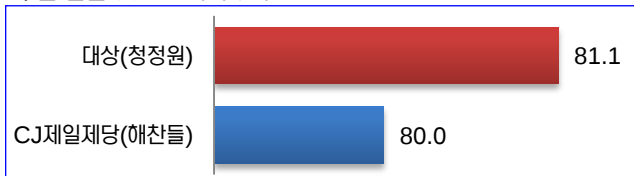
선풍식품은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 성분, 디자인(외형), 제조회사 신뢰도를 제외한 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 고추장: 발효숙성으로 맛을 내는 청정원 1위 달성

1인 가구와 맞벌이 부부들을 위해 간편하게 식사할 수 있도록 형태와 맛에서 변신을 꾀하고 있는 고추장 산업의 만족도는 전년 대비 대폭 상승했으며, 대상(청정원)이 12년 연속 1위(역대 14회 1위)의 자리를 지켜냈다.

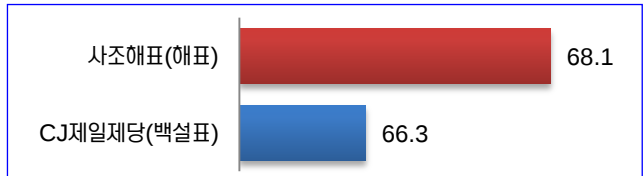
대상(청정원)은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며 요소만족도는 맛과 빛깔, 용기 사용의 편리성, 품질 대비 가격, 제조사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 식용유: 맑고 깨끗한 기름의 해표 역대 10회 1위 달성

건강한 먹거리를 추구하는 성향과 식생활 서구화의 영향에 따라 고급식용유의 인기가 높은 가운데 식용유 산업의 만족도는 작년 대비 하락하였으며, 사조해표(해표)가 올해 2년 연속 1위(역대 10회 1위)를 차지했다.

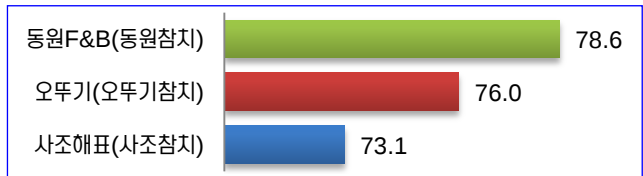
사조해표(해표)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품 다양성, 용기마개, 요리의 맛 등 대부분 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



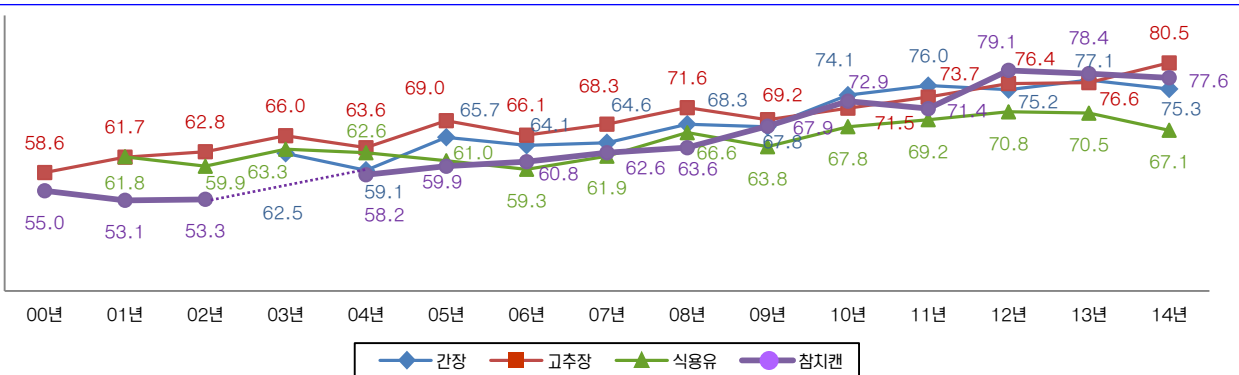
● 참치캔: 맛과 영양 두루 갖춘 동원참치 역대 14회 1위

참치캔 제품들은 다양한 맛을 출시하며 꾸준히 사랑 받고 있는 가운데, 참치캔 산업의 만족도는 소폭 하락하였으며, 동원 F&B(동원참치)가 11년 연속 고객만족 1위(역대 14회 1위)를 기록했다.

동원F&B(동원참치)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도 역시 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 식료품(과자/빙과류)

● 과자: 맛과 모양이 뛰어난 롯데제과 1위 탈환

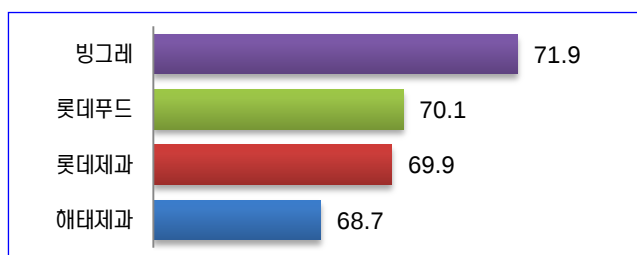
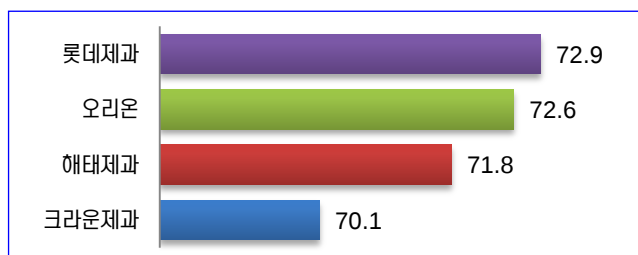
차별화·고급화한 제품을 통해 다양한 연령대의 소비 계층을 사로잡고 있는 과자 산업의 만족도는 그 상승세를 이어가고 있으며, 롯데제과가 오리온을 제치고 1위(역대 4회 1위) 자리를 차지했다.

롯데제과는 전반적 만족도 및 재구매 의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.

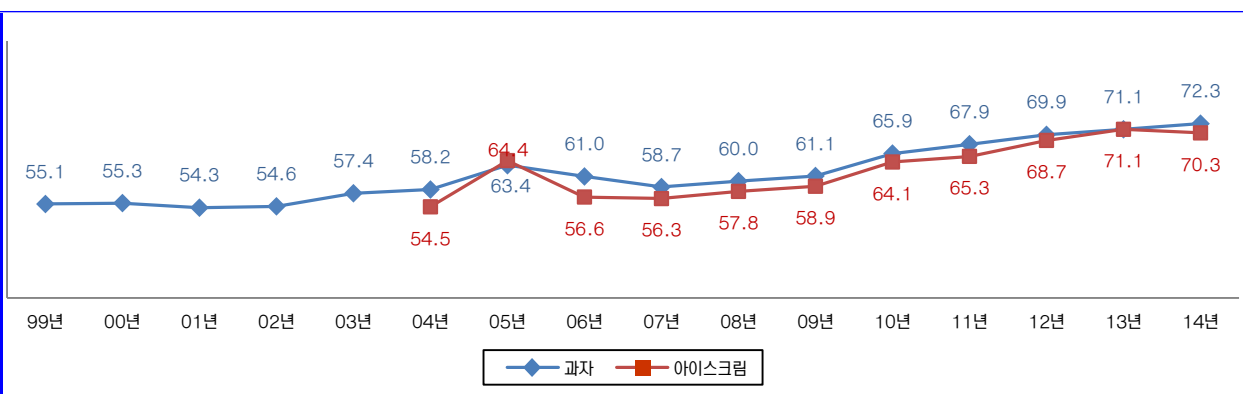
● 아이스크림: 깔끔한 맛과 품질의 빙그레 역대 9회 1위

소비자들이 그리워하던 이전 히트상품의 맛과 품질을 그대로 살린 올드제품의 재출시로 이목을 끌고 있는 가운데, 아이스크림 산업의 만족도는 소폭으로 하락하였으며, 빙그레가 8년 연속 1위(역대 9회 1위)기업의 자리를 고수했다.

빙그레는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 제품 형태, 깔끔한 포장, 구입 용이성에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

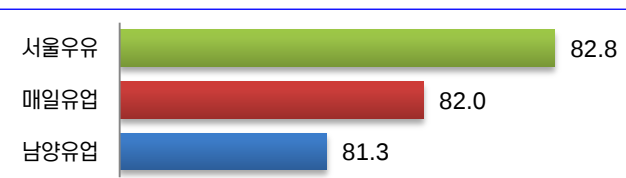
(3) 서비스업

■ 식료품(농식품)

• 우유: 건강 공법으로 맛을 낸 서울우유 7년 연속 1위

웰빙을 추구하는 소비자들의 성향을 반영하여 영양성분을 고려한 다양한 제품들이 출시되고 있는 가운데, 우유 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승했으며, 서울우유가 7년 연속 고객만족도 1위(역대 9회 1위) 기업으로 선정되었다.

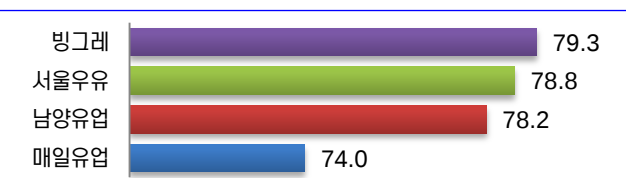
서울우유는 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 냄새, 배달, 회사 신뢰도, 용기 편리성 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 가공우유: 다양한 맛의 제품으로 빙그레 3년 연속 1위

제조 과정에서 천천히 저온 살균하는 기법을 접목시켜 보다 신선한 맛을 극대화하기 위해 노력하고 있는 가운데, 가공우유 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 하락하였으며, 빙그레가 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 차지했다.

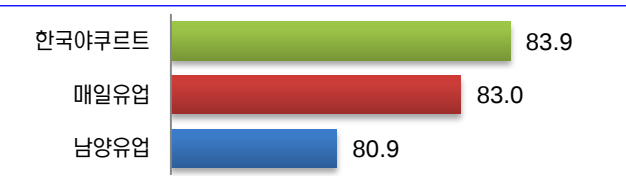
빙그레는 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 냄새, 상품 종류 다양, 구입 용이, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



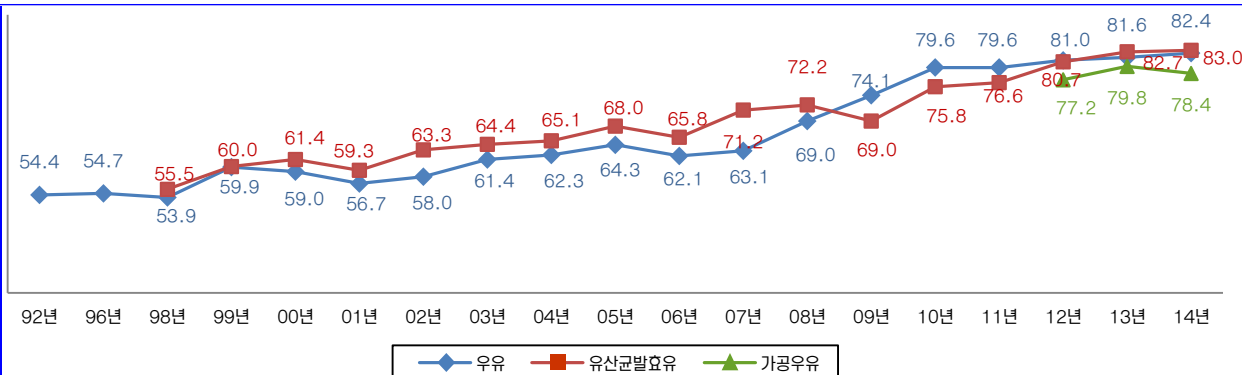
• 유산균발효유: 저당 캠페인의 한국야쿠르트 16회 1위

건강을 중시하는 트렌드에 맞춰 설탕을 첨가하지 않는 상품들이 출시하고 있는 가운데, 유산균발효유 산업의 만족도는 작년에 비하여 소폭 상승하였고 한국야쿠르트가 13년 연속 1위(역대 16회 1위)를 차지했다.

한국야쿠르트는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛이 좋음과 건강에 도움, 제품 종류 다양, 제품 디자인 좋음, 제조회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

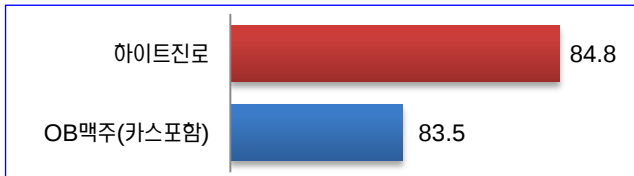
(3) 서비스업

■ 음료 및 담배

● 맥주: 고급 품미로 승부하는 하이트진로 11번째 1위

고급화된 신제품 출시 및 제품 리뉴얼로 다양한 구매 계층의 입맛을 사로잡고 있는 맥주 산업의 고객 만족도는 상승세를 이어갔으며, 하이트진로가 OB맥주(카스포함)를 제치고 1위(역대 11회 1위)를 차지했다.

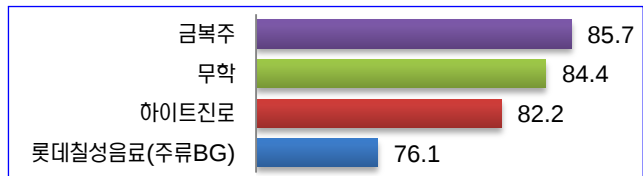
하이트진로는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 향과 뒷 맛, 구입 용이, 포장 및 제품 디자인, 품질 대비 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 소주: 순하고 깔끔한 맛의 금복주 1위

알코올 도수를 낮춘 소주의 꾸준한 인기로 순한 소주의 출시를 확대하고 있는 가운데, 소주 산업의 만족도는 상승세를 이어갔으며, 금복주가 지난해에 이어 3년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

금복주는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 특히 뒷맛이 깨끗하다는 점에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 홍삼가공식품: 성분과 종류가 다양한 정관장 1위

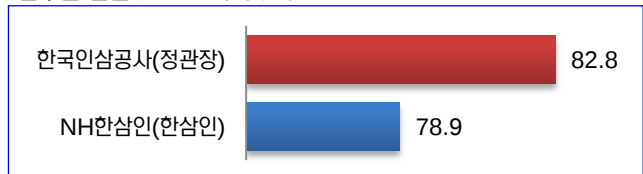
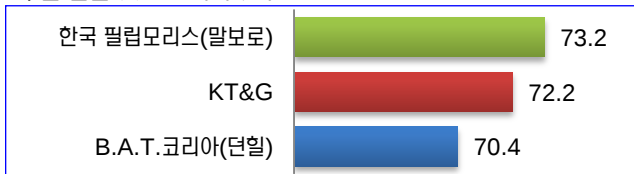
인구 고령화로 인해 건강식품에 대한 수요가 커지면서 대표적인 건강식품으로 자리 잡은 홍삼가공식품 산업의 만족도는 작년에 이어 소폭 상승했으며, 한국인삼공사(정관장)가 올해 2년 연속 1위(역대 2회 1위) 자리를 차지했다.

한국인삼공사(정관장)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품 다양성, 함유량, 구매 용이성, 회사 신뢰도 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.

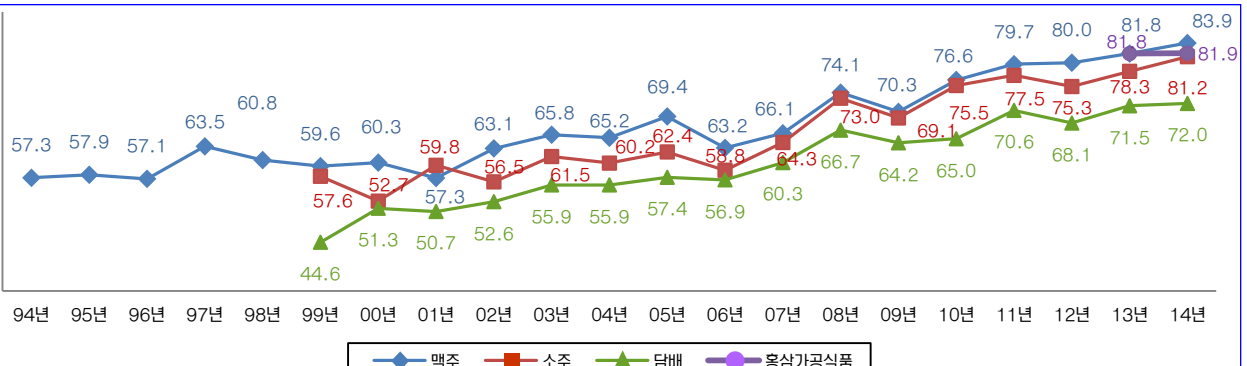
● 담배: 다양한 맛과 형태의 말보로 8번째 1위

멘솔 및 슬림·캡슐형 담배 등을 통해 색다른 방식으로 다양한 맛을 출시하고 있는 담배 산업의 만족도는 전년에 비하여 소폭 상승하였으며, 한국 필립모리스(말보로)가 경쟁사들을 제치고 7년 연속 1위(역대 8회 1위)를 차지했다.

한국 필립모리스(말보로)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 필터 품질과 담뱃가루가 잘 떨어지지 않는다는 점에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

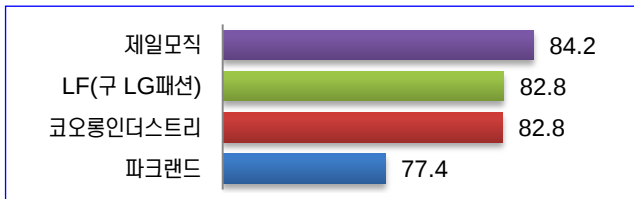
(3) 서비스업

■ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

● 남성정장: 제일모직 경쟁사 제치고 10년 연속 1위

가치 소비가 증가하고 있는 트렌드에 맞추어 브랜드 신뢰도가 우수한 제품의 구매 욕구가 커져가고 있는 가운데, 남성정장 산업의 만족도는 상승세를 보였으며 제일모직이 10년 연속 1위(역대 14회 1위) 자리를 지켜냈다.

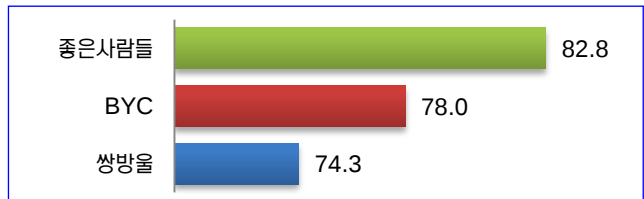
제일모직은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 우수한 소재, 회사 신뢰도, 체형 및 디자인, A/S 등 대부분 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 남성내의: 소재와 착용감이 뛰어난 좋은사람들 1위

우수한 착용감과 활동성뿐 아니라 패션성까지 겸비하며 기능성 내의의 수요가 점차 늘어나고 있는 가운데, 남성내의 산업의 만족도는 소폭으로 상승했고 좋은사람들이 경쟁사들을 제치고 3년 연속 1위(역대 15회 1위)를 차지했다.

좋은사람들은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 품질 대비 가격과 제조사 신뢰도를 제외한 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 아웃도어의류: 디자인과 품질이 우수한 블랙야크 1위

지난해 큰 인기를 얻은 이후 꾸준히 성장하고 있는 아웃도어의류 산업의 만족도 역시 상승세가 지속되고 있다. 올해는 블랙야크가 큐오롱인더스트리(큐오롱스포츠)를 제치고 영광의 첫 1위를 안았다.

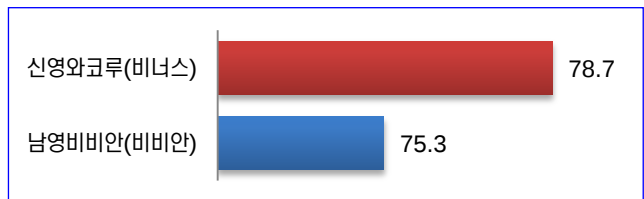
블랙야크는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 디자인 및 색상, 매장 진열, 가격, 세탁 편리성 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



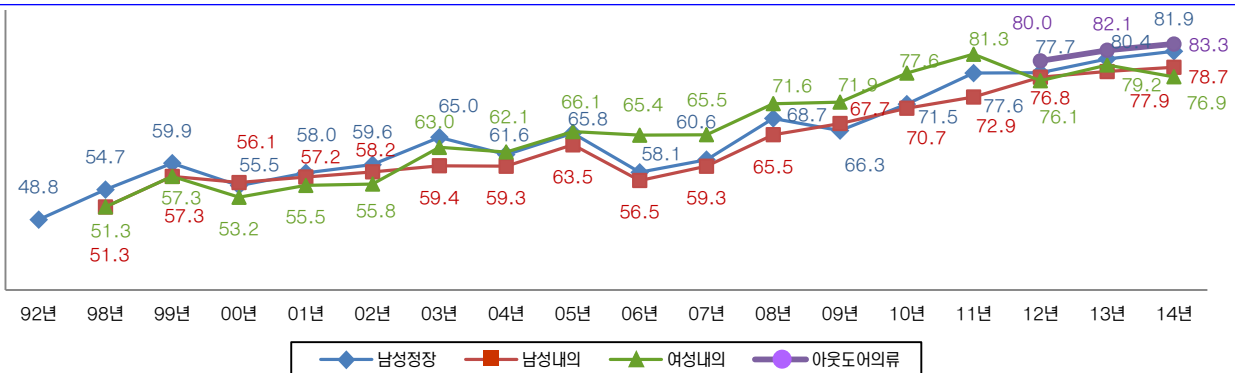
● 여성내의: 비너스 15년 연속 부동의 1위 자리 고수

아웃도어 제품처럼 우수한 기능성을 중시한 제품이 각광받고 있는 여성내의 산업의 만족도는 하락한 가운데, 신영와코루(비너스)가 남영비비안(비비안)을 제치고 15년 연속 1위(역대 15회 1위)를 이어가고 있다.

신영와코루(비너스)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

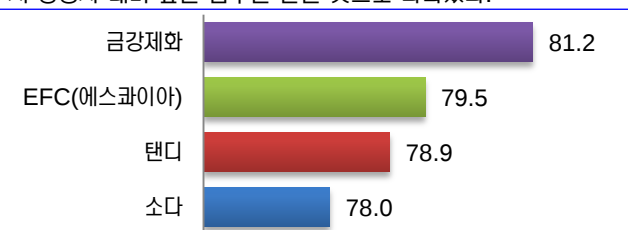
(3) 서비스업

■ 가족, 가방 및 신발

• 정장구두: 품질 좋은 금강제화 13년 연속 1위 고수

패션에 대한 3·40대 남성들의 관심도가 증가하면서, 자신의 이미지를 돋보이게 하는 제품이 꾸준히 판매되는 가운데 정장구두 산업의 만족도는 소폭 상승했으며, 금강제화가 금년 13년 연속 1위(역대 18회 1위) 자리를 고수했다.

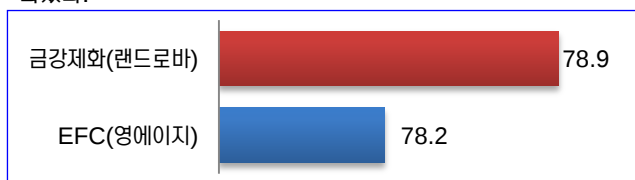
금강제화는 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 오랜 기간 지속되는 원형 유지와 긴 수명, 제품의 종류가 다양하여 선택이 폭이 넓음, 제조회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



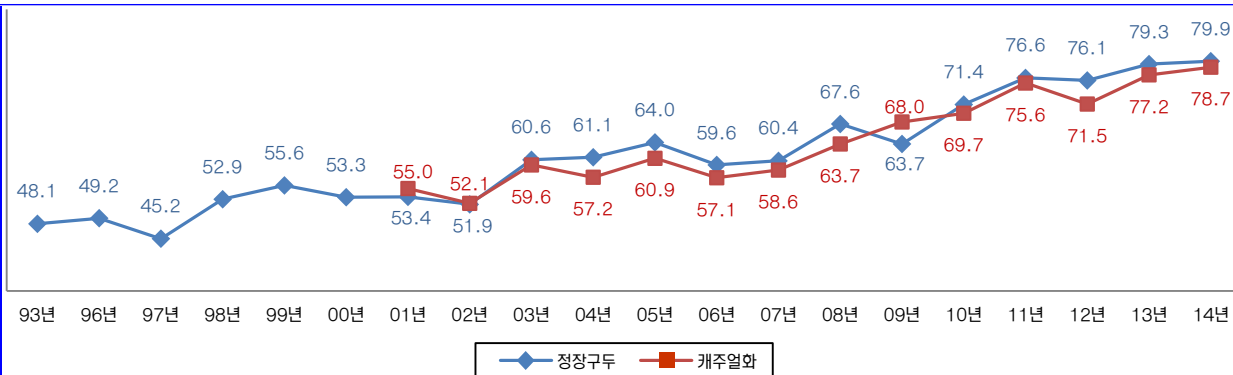
• 캐주얼화: 편안하고 실용적인 랜드로바 12년 연속 1위

초경량 캐주얼화·슬림온 슈즈 등 실용적이고 활동적인 캐주얼화의 선호도가 높아지면서 캐주얼화 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 이어가고 있으며, 금강제화(랜드로바)가 EFC(영에이지)를 제치고 12년 연속 1위(역대 12회 1위)를 차지했다.

금강제화(랜드로바)는 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품 다양성, 구두 수명, 소재, 착용감 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

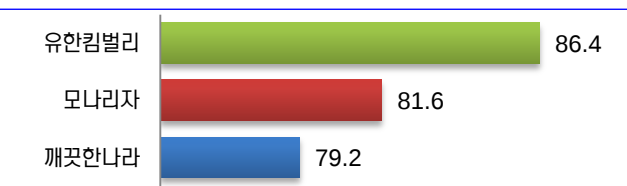
(3) 서비스업

■ 펄프, 종이 및 종이제품

● 화장지: 친환경 제품으로 유한킴벌리 역대 13회 1위

다양한 엠보싱과 위생을 강조한 친환경 제품이 꾸준한 인기를 끌고 있는 화장지 산업의 만족도는 작년에 이어 상승하였으며, 유한킴벌리가 9년 연속 1위(역대 13회 1위)를 차지했다.

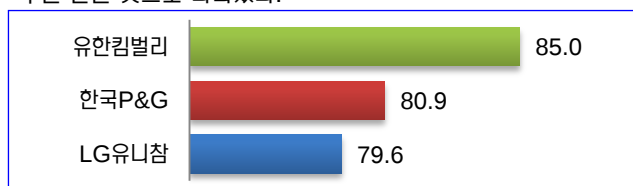
유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 깨끗함과 부드러운 촉감, 품질 및 포장 디자인, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



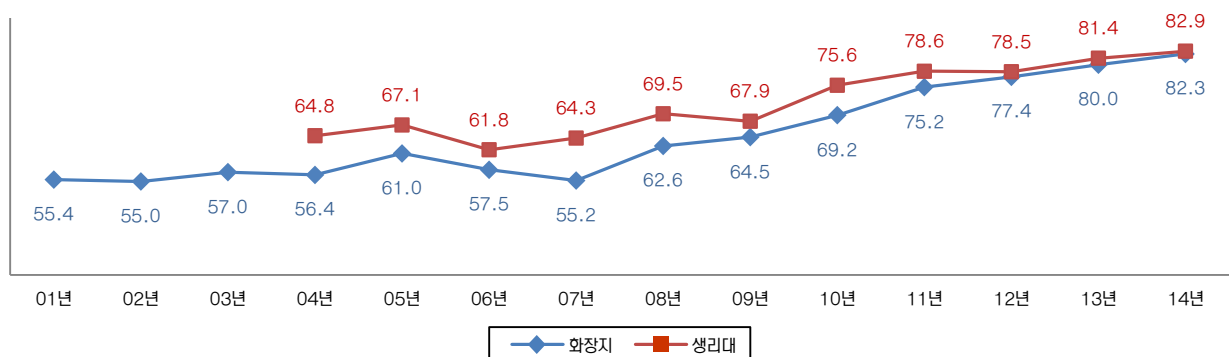
● 생리대: 기능과 디자인이 좋은 유한킴벌리 1위 유지

월빙 및 친환경 열풍으로 순면 소재를 사용한 제품의 신뢰도가 상승하고 있는 가운데 생리대 산업의 만족도는 작년에 비하여 소폭 상승했으며, 유한킴벌리가 5년 연속 1위(역대 6회 1위)로 선정되었다.

유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 편안한 착용감, 날개 포장을 뜯기에 편리함을 제외한 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

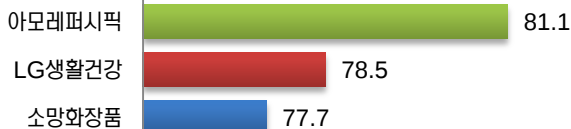
(3) 서비스업

■ 화학물질 및 화학제품(화장품), 유리 및 유리제품

● 남성용기초화장품: 아모레퍼시픽 12년 연속 1위

미용에 아낌없이 투자하는 남성들이 늘어나면서 전체적인 시장 범위가 커지고 있는 남성용기초화장품 산업의 만족도는 큰 폭의 상승을 보였으며, 아모레퍼시픽이 경쟁사들을 제치고 12년 연속 1위(역대 13회 1위)를 차지하였다.

아모레퍼시픽은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 특히 제조회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 여성용한방화장품: 품질 우수한 아모레퍼시픽 1위 등극

복고 및 국산품 붐이 불면서 국산 토종원료를 사용한 제품의 품질경쟁력이 상승하고 있는 가운데, 여성용한방화장품 산업의 만족도는 소폭 상승했으며 아모레퍼시픽(설화수, 한울)이 3년 연속 1위(역대 3회 1위) 자리를 차지했다.

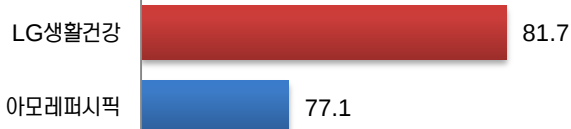
아모레퍼시픽(설화수, 한울)은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 원료가 좋다는 점과 구입이 편리하다는 점에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 여성용기초화장품: 뛰어난 효능의 LG생활건강 1위

우수한 기능의 쿠션·발효 제품 및 드라마 속 제품들이 큰 인기를 끌었던 여성용기초화장품 산업의 만족도는 작년에 이어 상승세를 보이며, LG생활건강이 금년 1위(역대 3회 1위)로 선정되었다.

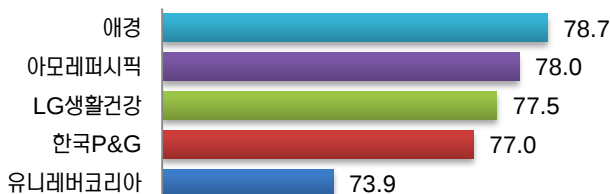
LG생활건강은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 피부 영양 공급 및 탄력성, 제품 기능, 품질 대비 가격, 제조회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



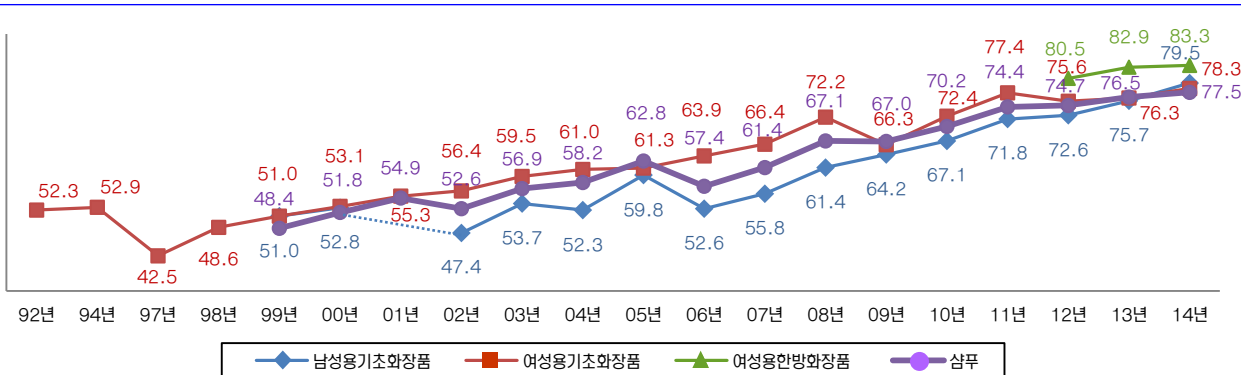
● 삼푸: 향 좋은 퍼퓸 삼푸의 인기로 애경 1위 등극

합리적인 가격과 고급스러운 향을 보유한 퍼퓸 삼푸를 찾는 소비자가 많아지고 있는 가운데, 삼푸 산업의 만족도는 작년에 이어 상승세를 보이며 애경이 경쟁사를 제치고 첫 1위를 달성했다.

애경은 재구매의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 특히 삼푸 후 향이 좋음에서 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

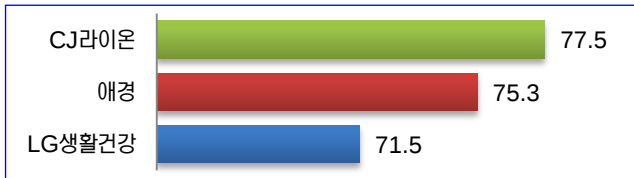
(3) 서비스업

■ 화학물질 및 화학제품(지약, 비누 및 기타 세제)

● 세탁세제: 강력한 세척력의 CJ라이온 19년 연속 1위

강력한 세척력의 액상세제의 인기에 힘입어 세제 형태가 점차 다양해지고 있는 세탁세제 산업의 만족도는 상승세를 유지하고 있으며, CJ라이온이 지속적인 경쟁 우위 속에 18년 연속 1위(역대 19회 1위)를 차지했다.

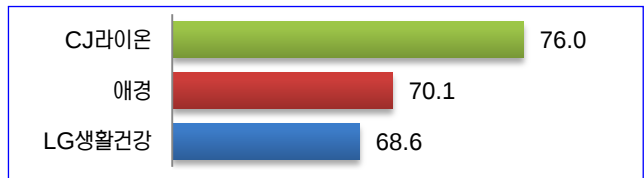
CJ라이온은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 찬물 세척력, 물에 잘 녹음, 피부자극 없음, 살균력 좋음, 제조회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 주방세제: 건강하고 안전한 CJ라이온 역대 15회 1위

환경보호를 중시하는 소비자의 인식 변화에 따라 천연 세정성분을 주성분으로 한 제품의 수요가 증가하고 있는 주방세제 산업의 만족도는 지난해에 이어 상승세를 보이며, CJ라이온이 9년 연속 1위(역대 15회 1위) 자리를 지켰다.

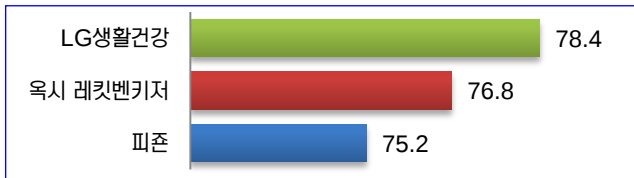
CJ라이온은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 거품양 적절성, 제품디자인, 구입 용이성 및 가격 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 섬유유연제: 높은 품질과 신뢰도로 LG생활건강 1위

향수만큼 좋은 향기의 섬유유연제를 구입하려는 고객들이 많은 가운데 섬유유연제 산업의 만족도는 소폭 하락했으며, LG생활건강이 옥시 레킷벤키저를 제치고 2년 연속 1위(역대 3회 1위)를 차지했다.

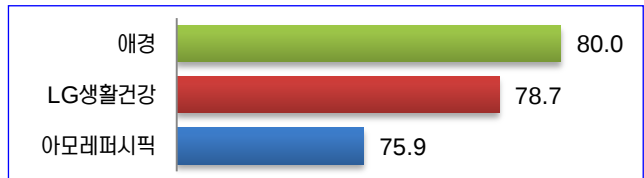
LG생활건강은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 옷의 촉감 부드러움, 피부저자극성, 구입 용이성, 제조회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



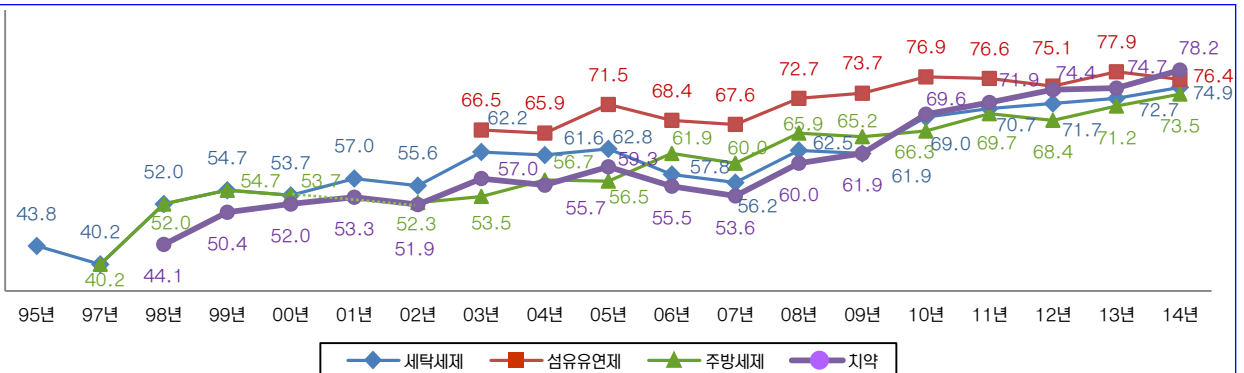
● 지약: 다양한 기능과 품질의 애경 1위 탈환

소비자 자신에게 맞는 기능성 및 맞춤형 제품들의 소비가 늘어나고 있는 가운데 지약 산업의 만족도는 큰 폭으로 상승했으며, 애경이 올해의 1위(역대 8회 1위)로 선정되었다.

애경은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 구취 제거, 맛이 좋음, 잇몸질환 예방, 미백효과에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

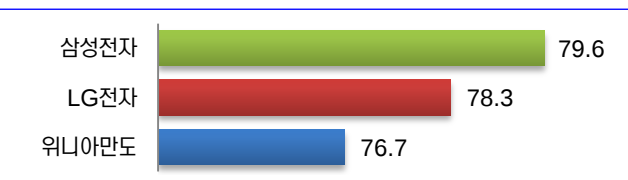
(3) 서비스업

■ 전기장비(주방용 전기기기)

● 김치냉장고: 신선함 유지에 뛰어난 삼성전자1위 고수

기본적 기능인 신선함 유지를 기본으로 하여 추가적인 다기능·복합 제품들이 인기를 끄는 가운데 김치냉장고 산업의 만족도는 작년에 비해 소폭으로 하락했고, 삼성전자가 4년 연속 1위(역대 4회 1위) 기업의 자리를 지켜냈다.

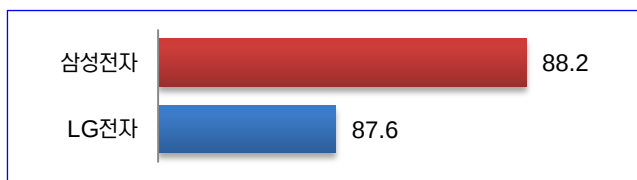
삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 보관기능 다양성을 제외한 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 냉장고: 뛰어난 고객 서비스의 삼성전자10번째 1위

소량의 김치저장 공간이 필요한 소비자들을 위한 하이브리드 제품이 인기를 끌고 있는 냉장고 산업의 만족도는 작년에 이어 상승세를 이어갔으며, 삼성전자가 연속 5년 1위(역대 10회 1위) 자리를 고수했다.

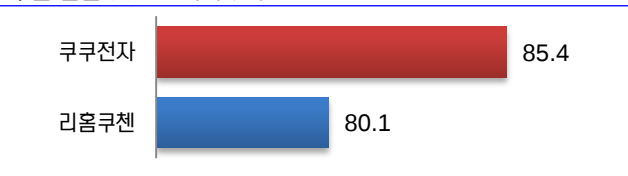
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매 의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 냉동실 보관 상태, 잔 고장 없음, 내부공간 효율성 및 견고성, A/S, 제품 디자인 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



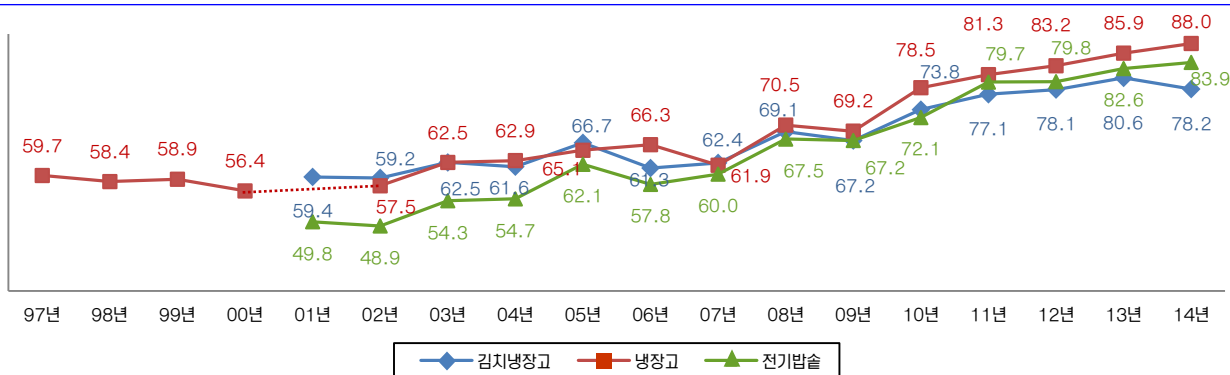
● 전기밥솥: 고객니즈에 기술로 쿠팡전자14번째 1위

와이파이 및 NFC 등 IT기술을 접목시킨 부가기능을 통해 스마트 경쟁을 하고 있는 전기밥솥 산업의 만족도는 작년에 이어 상승세를 이어갔으며, 쿠팡전자가 14년 연속 부동의 1위 자리의 영예를 안았다.

쿠팡전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 A/S, 밥 맛, 제품 디자인, 부가 기능, 회사 신뢰도 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

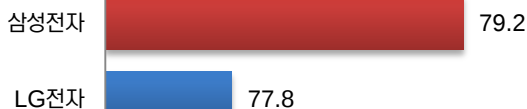
(3) 서비스업

■ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

● 세탁기: 세척 품질이 우수한 삼성전자 역대 12회 1위

세탁 시간을 줄인 동시에 보다 나은 세척력을 겸비한 기술로 고객에게 편리함을 제공하고 있는 세탁기 산업의 만족도는 전년에 비하여 다소 하락하였으며, 삼성전자가 5년 연속 1위(역대 12회 1위)를 차지하였다.

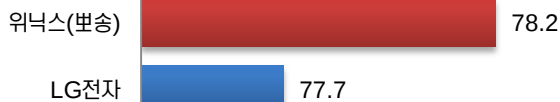
삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 A/S, 빨래 엉키지 않음, 세척력, 회사 신뢰도 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 제습기: 기능과 품질 우수한 위닉스, 조사 첫 해 1위 영예

본연의 기능은 물론 저렴한 요금대와 용도에 따라 다양하게 사용할 수 있어 빠르게 대중화된 제습기 산업은 첫 신규조사에서 높은 만족도를 나타냈으며, 위닉스(보송)가 첫 고객만족 1위를 달성하였다.

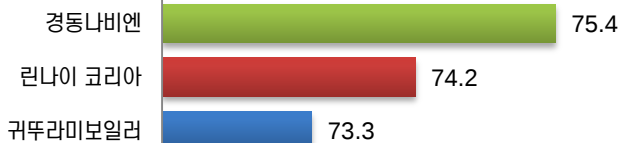
위닉스(보송)는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 유지관리 용이성, 잔고장 없음, 유지비 및 가격 적절성, 렌탈 조건 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



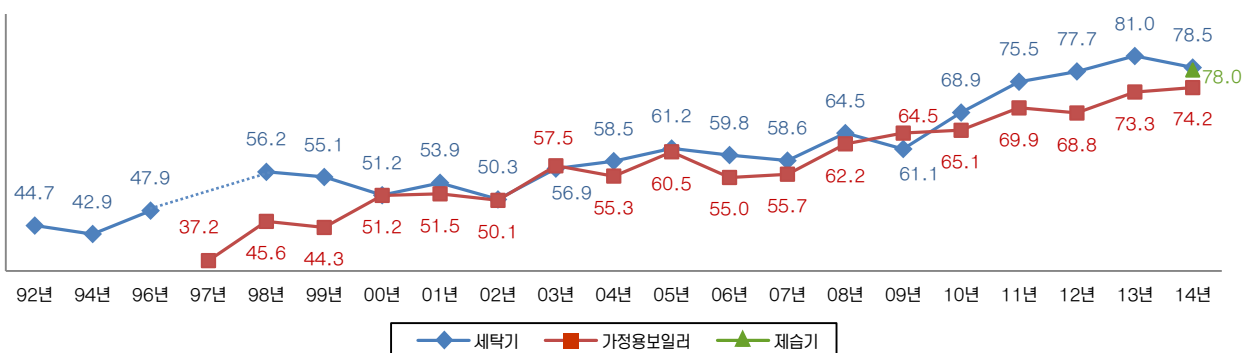
● 가정용보일러: 효율성 높은 경동나비엔 9년 만에 1위 탈환

친환경 및 에너지 효율을 추구하는 다양한 제품들이 출시되는 가운데, 가정용보일러 산업의 만족도는 전년에 비해 소폭 상승하였으며, 경동나비엔이 린나이 코리아를 제치고 1위(역대 2회 1위) 자리를 탈환하였다.

경동나비엔은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 연비, 작동 용이성, 가격적절성, 회사 신뢰도 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

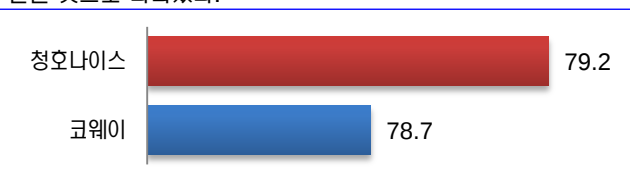
(3) 서비스업

■ 기타 기계 및 장비

● 가정용정수기: 최고 기술력의 청호나이스 선두

커피정수기·얼음정수기·탄산수 정수기·살균 정수기 등 복합기능을 갖춘 제품의 판매가 활성화되고 있는 가정용정수기 산업의 만족도는 작년 대비 큰 폭으로 상승했으며, 청호나이스가 쿼웨이를 제치고 2년 연속 1위(역대 6회 1위)를 차지했다.

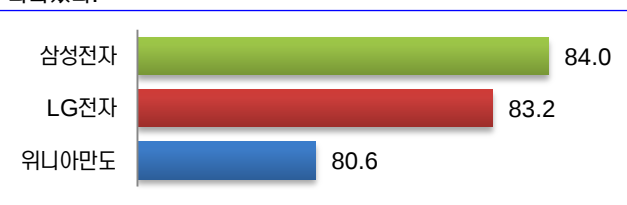
청호나이스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 저렴한 유지비, 물 맛 및 품질, 렌탈 조건 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



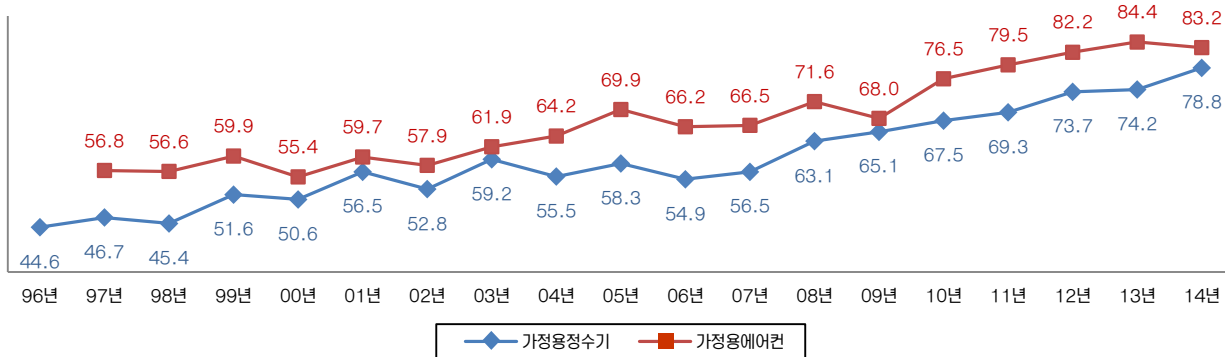
● 가정용에어컨: 우수한 성능의 삼성전자 지속적 1위 유지

기존의 프리미엄 모델과 더불어 인버터형·저가형 등 전기료 절약에 효과적인 모델을 출시하며 성숙기에 접어들고 있는 가정용 에어컨 산업의 만족도는 소폭 하락하였으며, 삼성전자가 2년 연속 1위(역대 3회 1위)를 차지했다.

삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 냉방성능과 사용의 편리함, 품질 대비 가격, 제조회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 광학기기

● TV : 기술과 서비스 모두 뛰어난 삼성전자 17번째 1위

곡면 제품 등 고급 기술을 반영하여 고객들의 다양한 구매 취향에 맞추어 여러 제품을 출시하고 있는 가운데, TV 산업의 만족도는 작년에 이어 상승세를 지속하고 있으며 삼성전자가 17년 연속 부동의 1위 자리를 유지했다.

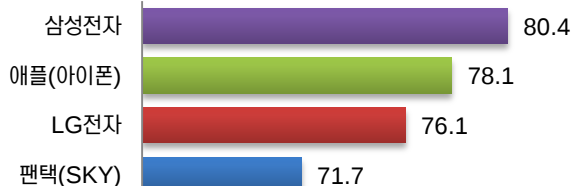
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 화질, 제품디자인, 가격, 잔고장 없음, 회사 신뢰도 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



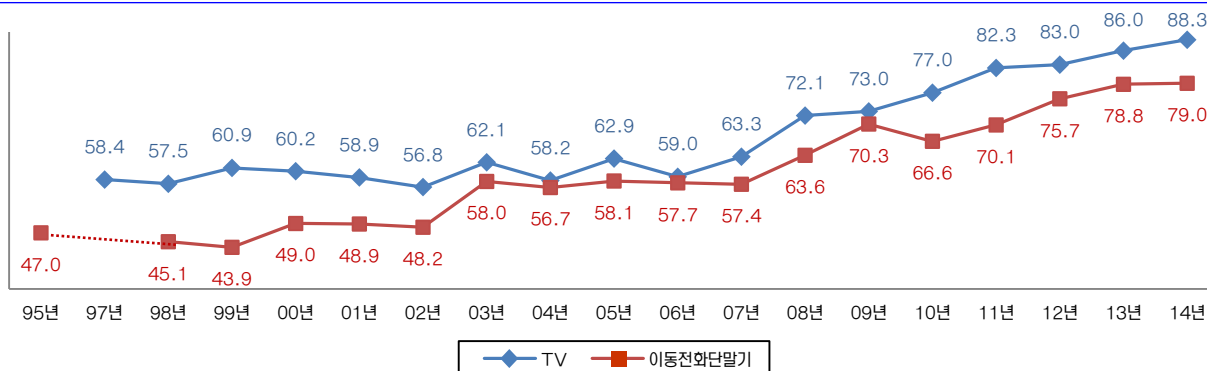
● 이동전화단말기(스마트폰) : 삼성전자 17년 연속 1위

첨단 IT기술이 집약되어 있어 기능과 디자인이 점점 혁신적으로 발전하고 있는 이동전화단말기(스마트폰) 산업의 만족도는 전년에 비하여 소폭 상승했으며, 삼성전자가 17년 연속 1위(역대 18회 1위)를 차지했다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 화면 선명도, 음질, 처리속도, 멀티미디어 재생, 잔고장 없음, A/S, 제조회사의 신뢰도 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

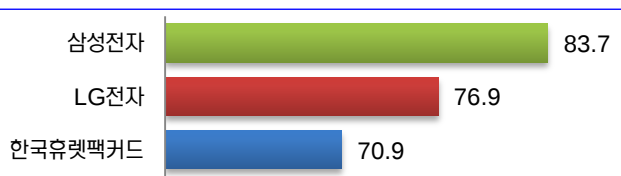
(3) 서비스업

■ 컴퓨터 및 사무기기

● 개인용컴퓨터(PC) : 삼성전자 역대 17회 1위 달성

초경량 · 초슬림 스타일로 변화하고 있는 개인용컴퓨터(PC) 산업의 만족도는 작년에 비하여 대폭 상승하여 삼성전자가 13년 연속 1위(역대 17회 1위)의 영예를 안았다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 사무용복합기(복사기): 한국우지제록스 14년간 1위

IT기술의 발전과 함께 사용자 중심의 디자인으로 스마트해진 사무용복합기(복사기) 산업의 만족도는 올해 상승세를 유지했으며, 한국우지제록스가 14년 연속 1위(역대 14회 1위)를 이어가고 있다.

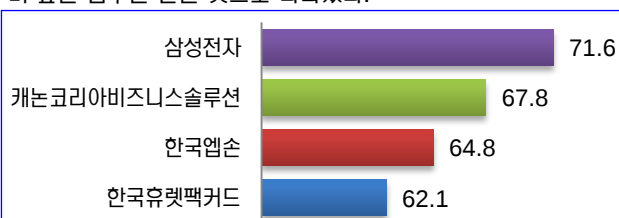
한국우지제록스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 복사 속도, A/S, 직원 응대태도, 기능조작 편리, 유지관리비에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



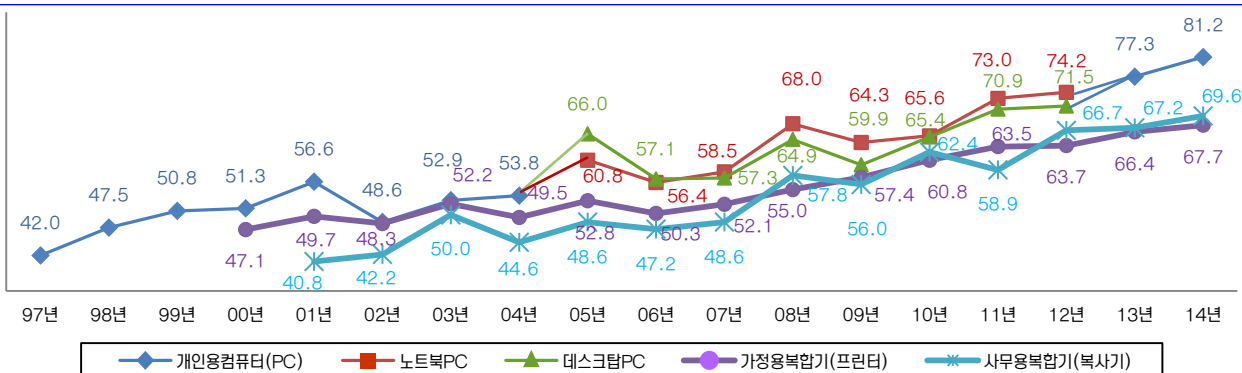
● 가정용복합기(프린터): 삼성전자 10번째 1위 달성

가정용 복합기가 대중화되면서 속도와 가격 경쟁이 심화되고 있는 가정용복합기(프린터) 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 보이며 삼성전자가 7년 연속 1위(역대 10회 1위)를 차지했다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 출력속도, 사용 편리성, 소모품 구입 용이성, 적은 소음, A/S 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

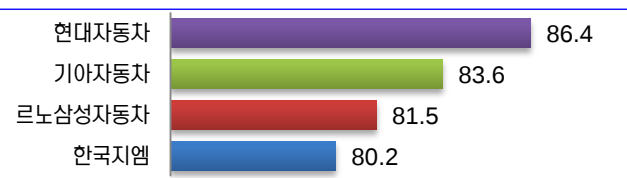
(3) 서비스업

■ 자동차 및 고무제품

● 일반승용차: 현대자동차 역대 21회 1위 위업 달성

고급화 전략으로 대형 세단을 잇따라 출시하고 있는 일반승용차 산업의 만족도는 작년에 비하여 소폭 상승했으며, 현대자동차가 21년 연속 1위(역대 21회 1위)를 차지하는 기업을 토했다.

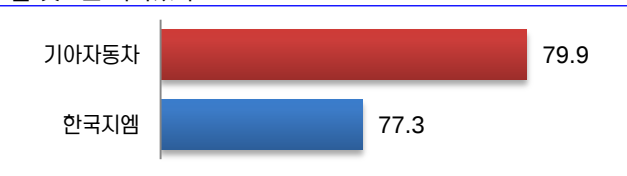
현대자동차는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소음과 승차감, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 정비품질, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 경형승용차: 기아자동차 업계 1위 자리 고수

안전하고 편안하면서 가격까지 합리적인 모델이 늘어나고 있는 경형승용차 산업의 만족도는 작년에 비하여 상승했으며, 기아자동차가 지난해 첫 신규조사에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

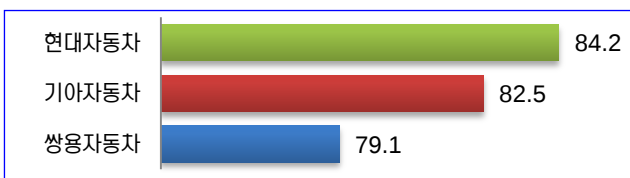
기아자동차는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 차량 내·외부 끝마무리, 직원 응대태도, 정비품질 대비 적절한 수리비용, 품질 대비 차량가격을 제외한 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● RV승용차: 현대자동차 11년 연속 부동의 1위

캠핑이 인기를 얻으면서 세단보다 활용도가 높은 레저용 차량을 찾는 사람이 많아지고 있는 가운데, RV승용차 산업의 만족도는 작년에 이어 상승세를 보이고 있으며 현대자동차가 11년 연속 1위(역대 11회 1위) 자리를 유지했다.

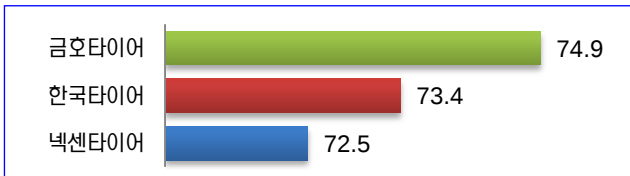
현대자동차는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소음, 승차감, 정비품질 대비 수리비용, 차량가격 적절성 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



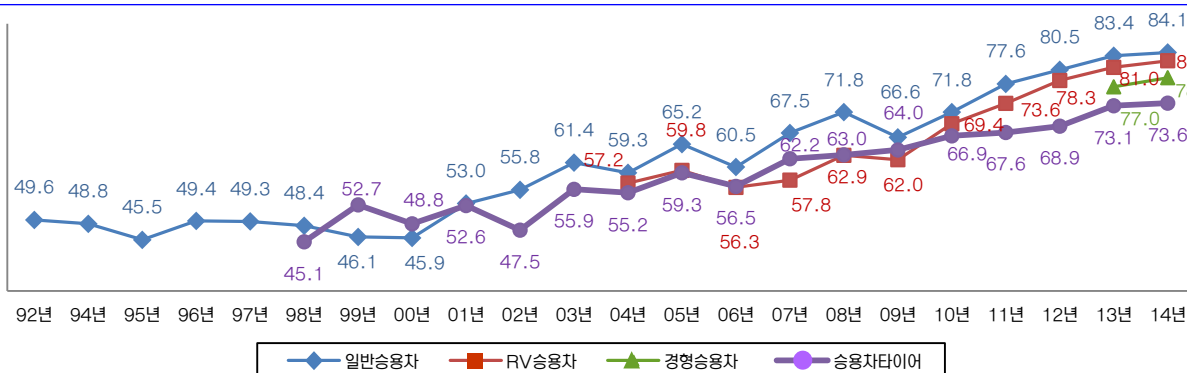
● 승용차타이어: 안전하고 신뢰도 높은 금호타이어 1위

더 뛰어나고 안전한 고성능 타이어에 대한 수요가 높은 가운데, 승용차타이어 산업의 만족도는 작년에 비해 소폭 상승하였으며 금호타이어가 10년 연속 1위(역대 11회 1위)를 지켜냈다.

금호타이어는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제동성능 및 고속주행 시 안정감, 미끄러짐이 적음, 마모성, 디자인, 제조회사의 신뢰도 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

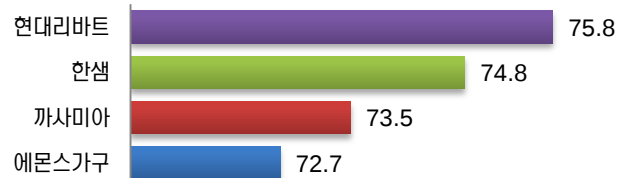
(3) 서비스업

■ 가구, 기타 제품

● 가정용가구: 현대리바트 신규조사 첫 1위 영예

삶의 질이 높아지면서 명품 가구를 원하는 고객의 수요가 큰 가운데 품질 좋은 상품으로 고급화 전략을 추구하고 있는 가정용가구 산업은 첫 신규조사에서 높은 수준의 만족도를 나타냈으며, 현대리바트가 첫 1위의 영예를 거머쥐었다.

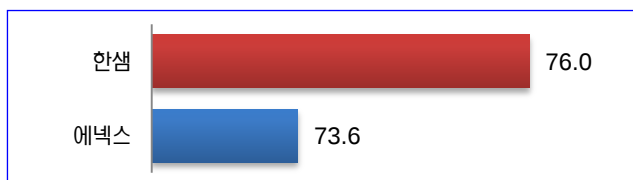
현대리바트는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 외부디자인, 제품의 견고함, 색상, 품질 대비 가격의 합리성, 제조회사의 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 부엌가구: 프리미엄 제품으로 한샘 역대 8회 1위 달성

전체적인 소득 수준이 높아지면서 고객들의 관심이 프리미엄 주방가구 시장에 있는 가운데, 부엌가구 산업의 만족도는 작년 대비 하락하였으며 한샘이 3년 연속 1위(역대 8회 1위) 자리를 고수했다.

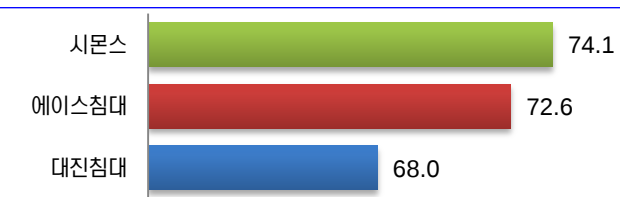
한샘은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품의 견고함, 배달/설치 서비스, 품질 대비 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 침대: 기술력이 뛰어난 시몬스 6년 연속 1위

침대의 품질뿐 아니라 최근 매트리스의 기술력까지 관심을 가지는 소비자들이 많아지고 있는 가운데, 침대 산업의 만족도는 지난해 대비 하락하였으며 시몬스가 6년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

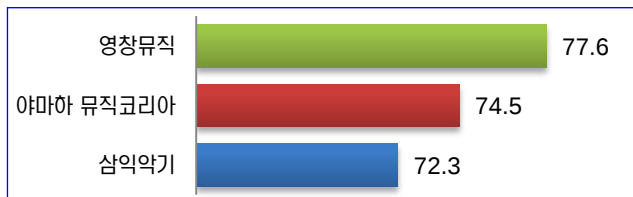
시몬스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 침대 프레임 및 스프링 견고성, 배달/설치 및 A/S, 직원 응대태도 등 다수 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



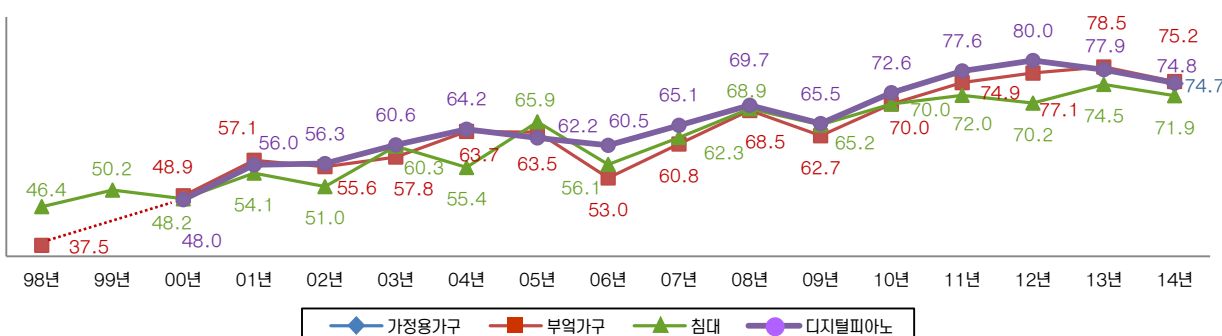
● 디지털피아노: 우수한 연주감으로 영창뮤직 15번째 1위

다양한 사운드 및 일반 피아노 못지않은 연주감으로 고객들에게 많은 선택을 받고 있는 디지털피아노(구 피아노) 산업의 만족도는 전년 대비 하락하였으며, 영창뮤직이 15년 연속 부동의 1위 자리를 고수했다.

영창뮤직은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 건반을 누를 때의 느낌, 직원의 응대태도, 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

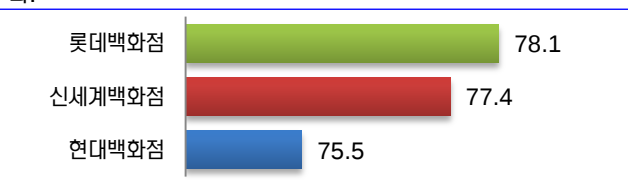
(3) 서비스업

■ 소매업(대형 종합 소매업)

● 백화점: 고객의 다양한 취향을 고려한 롯데백화점 1위

새로운 콘셉트로 무장한 편집샵을 늘려 취향이 다양한 고객들의 눈길을 사로잡고 있는 백화점 산업의 만족도는 상승세를 이어가고 있으며, 롯데백화점이 백화점 2년 연속 고객만족 1위(역대 6회 1위)를 유지했다.

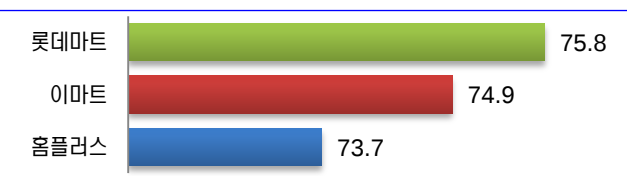
롯데백화점은 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 지속적인 이용에 따른 혜택, 상품교환 및 반품의 용이성, 고객 편의시설, 쇼핑의 편리성, 상품 품질 대비 적절한 가격 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 대형마트: 다양한 상품과 편리한 서비스의 롯데마트 선두

다양하고 저렴한 상품 판매와 편리한 배송시스템 등으로 고객들에게 여전히 선호도가 높은 대형마트 산업의 만족도는 전년에 비해 상승했으며, 롯데마트가 2년 연속 1위(역대 3회 1위)를 차지하였다.

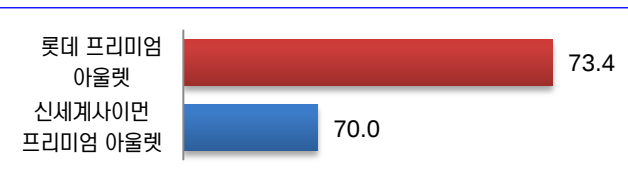
롯데마트는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 가격, 이벤트 및 사은행사, 계산 편리성, 매장/시설환경, 직원 응대태도 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



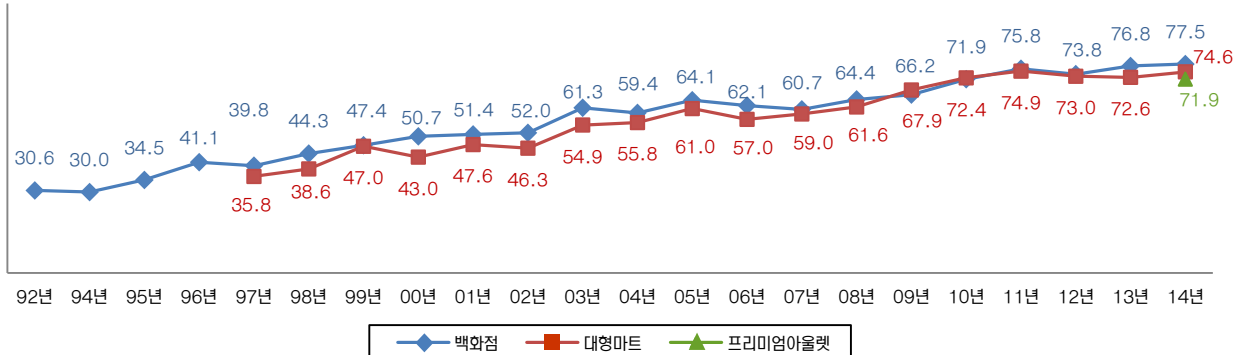
● 프리미엄 아울렛: 롯데 프리미엄 아울렛 신규조사 첫 1위

브랜드 가치를 중시하는 것과 동시에 알뜰한 소비를 하고 싶어 하는 고객에게 안성맞춤 시장인 프리미엄 아울렛 산업의 만족도는 첫 신규조사에서 높은 만족도를 나타내며, 롯데 프리미엄 아울렛이 올해 영광의 1위를 차지했다.

롯데 프리미엄 아울렛은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 가격, 쇼핑 편리성, 상품의 질, 이벤트 및 사은행사, 할인 및 적립혜택 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

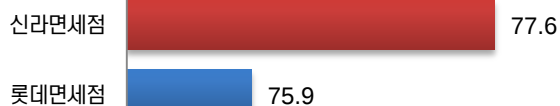
(3) 서비스업

■ 소매업(대형 종합 소매업)

• 면세점: 고객 편의 위한 서비스로 신라면세점 1위 유지

해외 여행객이 증가하면서 편의를 제공하기 위한 상품 및 서비스를 지속적으로 개발하고 있는 면세점 산업의 만족도는 소폭 상승하였으며, 호텔신라(신라면세점)가 전년에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

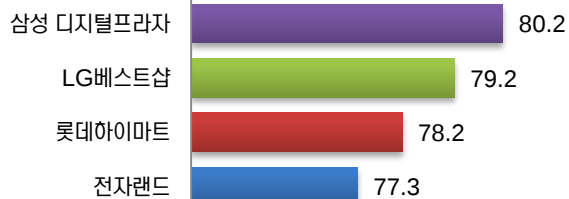
호텔신라(신라면세점)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 매장 시설/환경, 고객 편의시설, 편리한 쇼핑, 상품 교환 및 반품 용이, 품질 대비 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



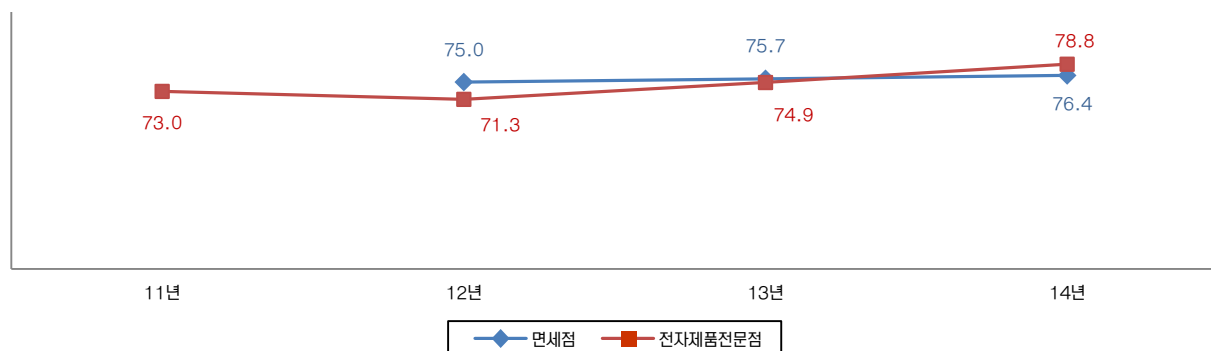
• 전자제품전문점: 신뢰도 높은 삼성 디지털프라자 1위

1인당 전자제품 보유 대수가 점점 늘어나고 있는 가운데 오프라인에서 한눈에 다양한 제품들을 비교할 수 있는 전자제품전문점 산업의 만족도는 큰 폭으로 상승하였으며, 삼성 디지털프라자가 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

삼성 디지털프라자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도 및 설명, 상품의 질, 이벤트 및 사은행사, 할인 및 적립혜택, 가격 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

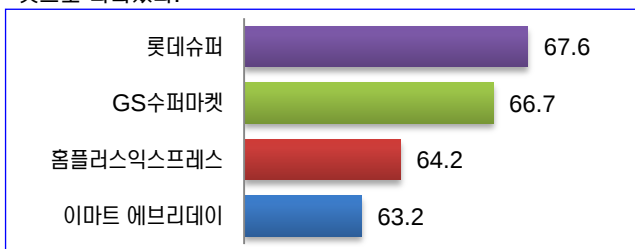
(3) 서비스업

■ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

● 대형슈퍼마켓: 저렴하고 편리한 롯데슈퍼 1위 달성

질 좋은 서비스와 저렴한 가격으로 다양한 상품을 제공하여 호응이 좋은 대형슈퍼마켓 산업의 만족도는 전년에 이어 상승하는 추세를 보이고 있으며, 롯데슈퍼가 올해 첫 1위를 차지했다.

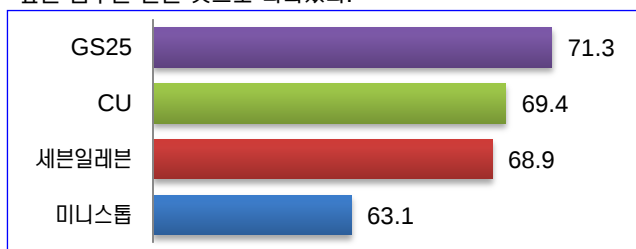
롯데슈퍼는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품 종류 다양성, 쇼핑 편리, 상품교환 및 반품 용이, 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



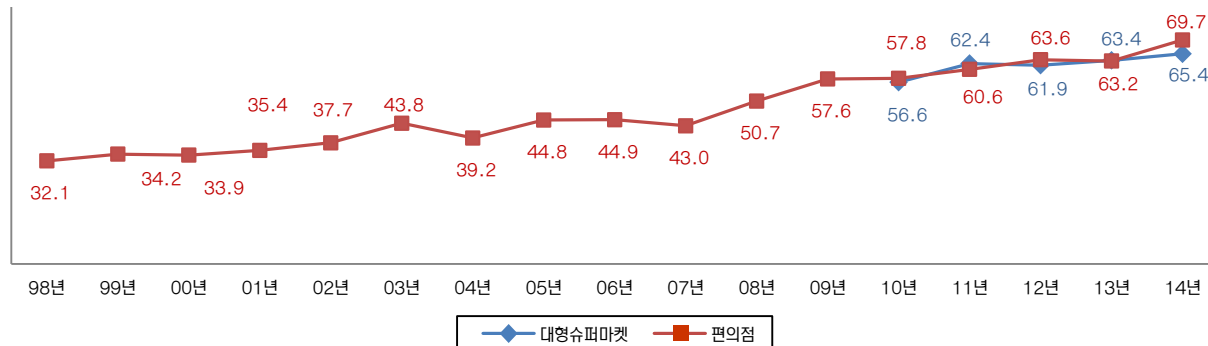
● 편의점: 고객 맞춤형 상품 및 혜택으로 GS25 1위 지속

1인 가구의 증가로 간편식의 인기가 증가하고 있고, 할인 및 추가 증정 등의 다양한 혜택으로 고객들의 눈길을 사로잡고 있는 편의점 산업은 전년에 비하여 만족도가 큰 폭으로 상승하였으며, GS25가 12년 연속 1위(역대 15회 1위)를 당당히 차지했다.

GS25는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성 및 품질, 직원응대 태도, 방문편리성, 할인 및 적립혜택 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

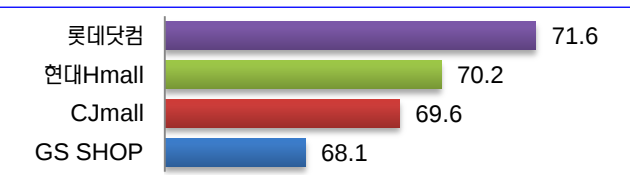
(3) 서비스업

■ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰: 다양한 고객 혜택 제공하는 롯데닷컴 첫 1위

시간대별 할인 이벤트 등 고객들에게 다양한 할인 혜택을 제공하고 있는 인터넷쇼핑몰 산업의 만족도는 전년에 비해 소폭으로 상승하였고, 롯데닷컴이 첫 고객만족도 1위를 차지했다.

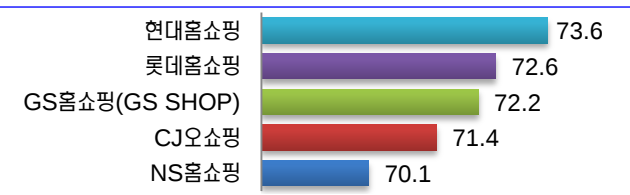
롯데닷컴은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품 품질, 다양한 종류, 신속한 배송, 고객응대, 할인 및 적립혜택, 가격 등 대부분 요소 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• TV홈쇼핑: 현대홈쇼핑 역대 9회 1위 달성

TV와 스마트폰을 결합한 모바일 채널을 이용하여 보다 간편하고 정확하게 상품을 구매할 수 있어 지속적으로 성장하고 있는 TV홈쇼핑 산업의 만족도는 지난해에 이어 상승세를 유지하며, 현대홈쇼핑이 9년 연속 고객만족 1위(역대 9회 1위)를 차지했다.

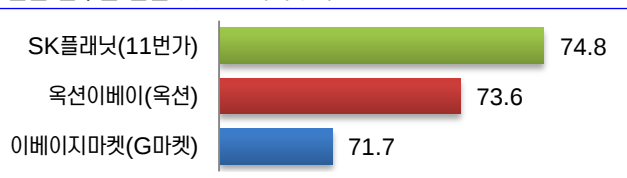
현대홈쇼핑은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 다양한 상품, 정확한 상품 소개, 할인 및 적립혜택에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 오픈마켓: 고객 편의성을 향상시킨 11번가 6년째 1위

결제 시간 단축 등 고객 편의성을 향상시키고 있는 오픈마켓 산업의 만족도는 작년에 비하여 큰 폭으로 상승했으며, SK플래닛(11번가)이 6년 연속 1위(역대 6회 1위) 자리를 차지했다.

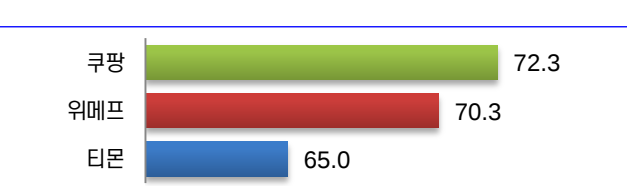
11번가는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 편리한 주문 절차와 결제, 반품 및 교환 용이, 고객 문의나 불만사항에 대한 응대, 어플리케이션 및 홈페이지의 화면구성, 오픈마켓의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



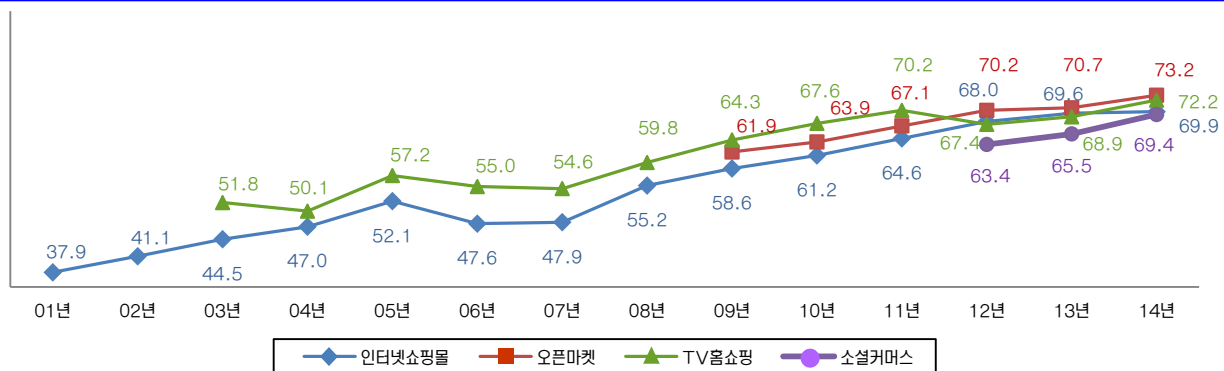
• 소셜커머스: 폭넓은 선택 기회를 제공하는 쿠팡 1위

가격 경쟁력으로 고객들에게 보다 많은 선택권을 주고 있는 소셜커머스 산업의 만족도는 작년에 비해 큰 폭으로 상승했으며, 쿠팡이 2년 연속 1위(역대 2회 1위) 자리를 고수했다.

쿠팡은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 유용한 상품, 정확한 상품 소개, 주문절차/결제/조회 편의성, 이벤트 및 사은행사, 화면 로딩속도, 회사 신뢰도 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



☞ 산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 소매업(서적류, 기타 소매업)

● 대형서점: 교보문고 18년 연속 부동의 1위

시설과 고객 편의 서비스가 뛰어나 수많은 책이 있음에도 불구하고 원하는 책을 빠르게 찾을 수 있어 여전히 인기가 높은 대형서점 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 유지하며, 교보문고가 18년 연속 부동의 1위라는 영예를 거머쥐었다.

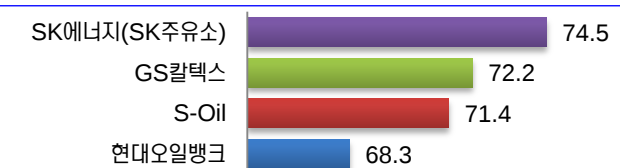
교보문고는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 교환 및 반품의 용이성, 매장 시설/환경과 고객 편의시설이 좋음, 원하는 책을 쉽게 찾음, 대형서점의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 주유소: 현장 서비스 품질 높은 SK주유소 15번째 1위

차별화된 고객 서비스로 기존 고객에 대한 혜택을 확대하고 있는 주유소 산업의 만족도는 작년에 비해 대폭 상승하였고 SK에너지(SK주유소)가 4년 연속 1위(역대 15회 1위) 자리를 고수하였다.

SK에너지(SK주유소)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 직원 응대 및 친절성, 품질 및 가격, 할인 및 적립혜택, 가격안내 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



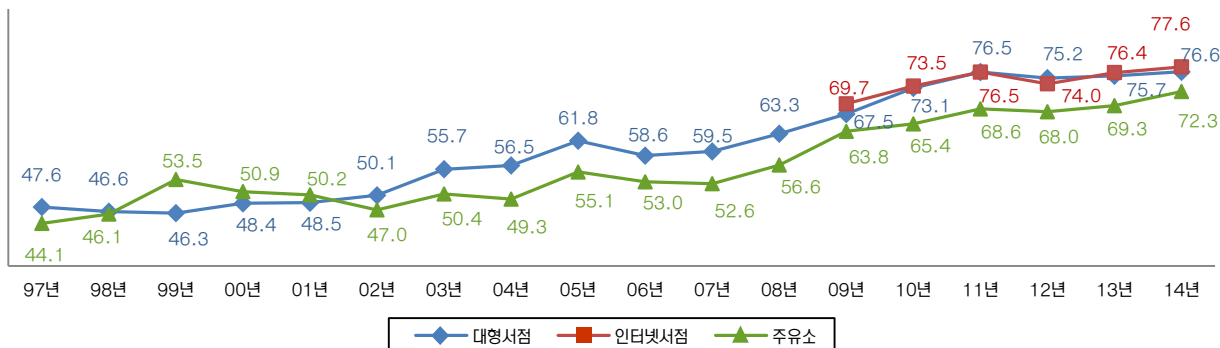
● 인터넷서점: 사용 편의성 높은 YES24, 6년 연속 1위

쉽고 빠르게 원하는 책을 검색할 수 있고, 다양한 할인 혜택 및 당일배송으로 인기를 끌고 있는 인터넷서점 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세에 있으며, YES24가 6년 연속 1위(역대 6회 1위) 자리를 지켜냈다.

YES24는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 서적에 대한 자세한 정보 제공 및 다양한 서적 종류, 신속한 배송, 사이트 내에서의 편리한 서적 검색에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



☞ 산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

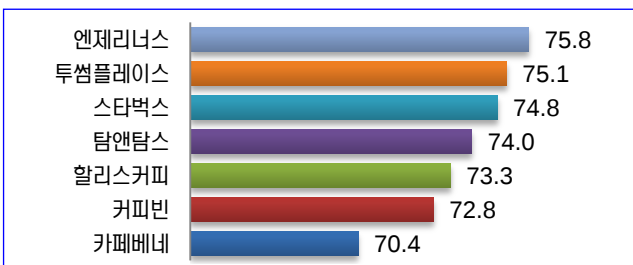
(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

● 커피전문점: 혜택 좋은 엔제리너스 5년 연속 1위

점점 고객 기호가 다양해지면서, 차별화된 상품을 개발하고 맞춤형 서비스 및 혜택을 제공하고 있는 가운데, 커피전문점 산업의 만족도는 전년에 비하여 소폭 하락하였으나, 엔제리너스가 5년 연속 1위(역대 5회 1위) 자리를 지켜냈다.

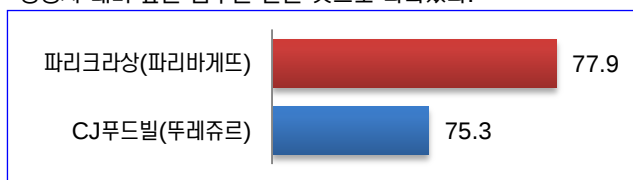
엔제리너스는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도와 할인 및 적립 혜택, 매장 시설/환경에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



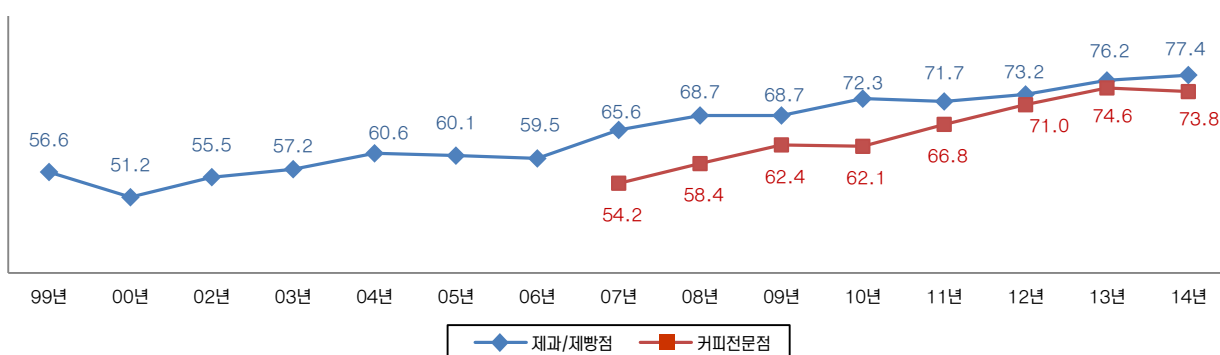
● 제과/제빵점: 파리크라상 역대 6회 1위 자리 고수

맛과 품질을 추구하는 트렌드에 따라 고급화된 프리미엄 디저트를 소비하는 계층이 늘어나고 있는 가운데, 제과/제빵점 산업의 만족도는 지난해에 이어 상승세를 보이며 파리크라상(파리바게뜨)이 4년 연속 1위(역대 6회 1위)를 차지했다.

파리크라상(파리바게뜨)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 다양한 종류, 직원응대 태도, 제품 진열상태, 회사 신뢰도 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

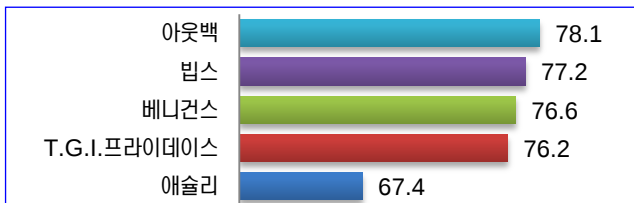
(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

● 패밀리레스토랑: 다양한 혜택 제공하는 아웃백 1위 달성

주요 고객층을 대상으로 특별한 이벤트 및 사은행사로 다양한 프로모션을 진행하고 있는 패밀리레스토랑 산업의 만족도는 작년에 비하여 큰 폭으로 상승하며, 아웃백스테이크하우스(아웃백)가 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

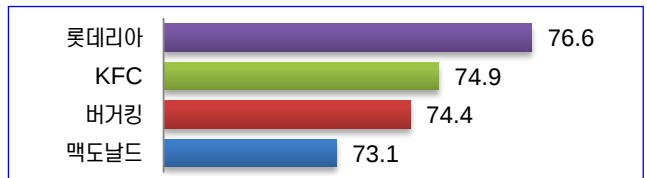
아웃백은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 다양한 메뉴, 대기고객 관리, 할인 및 적립 혜택에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 패스트푸드점: 다양한 메뉴와 가격, 롯데리아 2년째 1위

저렴한 가격으로 아침 메뉴를 제공하여 바쁜 현대인들에게 선호도가 높은 패스트푸드점 산업의 만족도는 전년 대비 상승했으며 롯데리아가 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

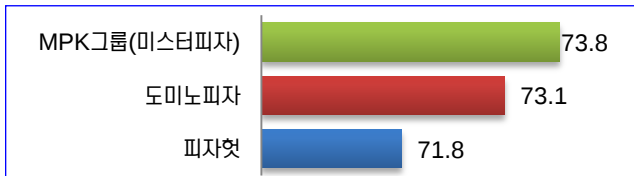
롯데리아는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 다양한 메뉴, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 적절한 가격, 패스트푸드점의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 피자전문점: 담백한 맛의 미스터피자 역대 7회 1위

온라인 주문 및 방문 포장 할인 등 다양한 프로모션을 진행하며 꾸준한 사랑을 받고 있는 피자전문점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, MPK그룹(미스터피자)이 6년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

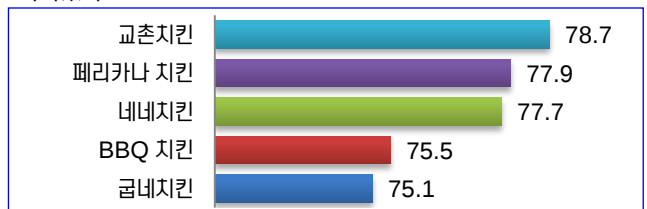
MPK그룹(미스터피자)의 요소만족도는 다양한 메뉴, 신속한 배달, 쉬운 배달 주문, 매장 시설에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



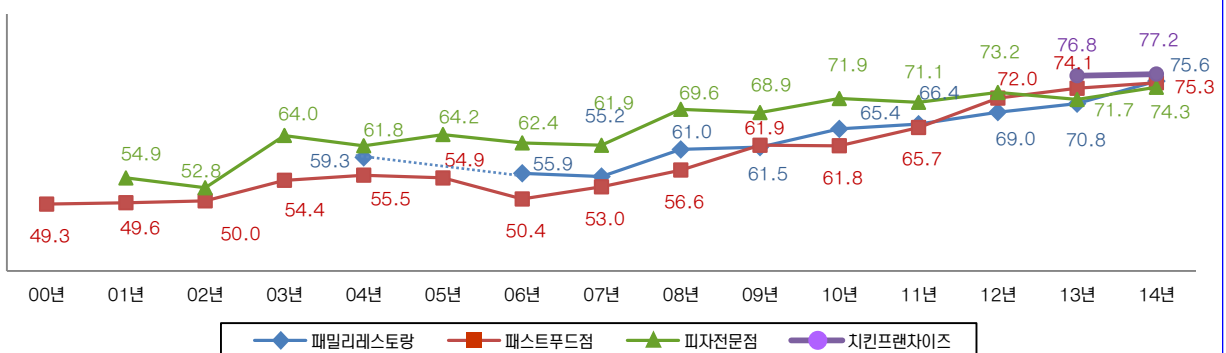
● 치킨프랜차이즈: 다양하고 맛있는 메뉴로 교촌치킨 1위

더 다양하고 맛있는 메뉴를 선보이며 소비자의 입맛을 사로잡고 있는 치킨프랜차이즈 산업의 만족도는 소폭 상승했으며, 교촌치킨이 제너시스BBQ를 제치고 올해 첫 1위를 차지했다.

교촌치킨은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 신선한 음식, 다양한 메뉴, 메뉴 안내 및 치킨전문점의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

● 아파트: 전년 대비 만족도 소폭 상승

점차 분양 시장이 활기를 띠고 있는 가운데 아파트의 고급화 등 각기 다른 차별점으로 고객을 확보하고 있는 아파트 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세가 지속되었다.

아파트는 전년 대비 전반적 만족도와 재이용의향 모두 상승했으며, 특히 주차 시설, 입주자 복지시설, 분양면적 고려 시 적당한 아파트 내부 구조 및 크기, 시공 상태 및 마감상태, 실내 인테리어, 건설업체의 신뢰도가 상승해 만족도의 향상을 이끌었으며, 이 중 주차 시설이 가장 높은 만족도를 보였다.

아파트

76.8

● 콘도미니엄: 고객 중심의 한화리조트 3년 연속 1위

다양한 고객 니즈를 반영한 상품을 제공하며 고객들에게 향상된 서비스를 제공하고 있는 콘도미니엄 산업의 만족도는 작년에 이어 꾸준히 상승하고 있으며, 한화호텔&리조트(한화리조트)가 3년 연속 1위(역대 5회 1위)를 유지했다.

한화호텔&리조트(한화리조트)의 요소만족도는 객실 편의성, 직원 응대, 예약서비스, 다양한 행사 및 이벤트, 가격 적절성 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.

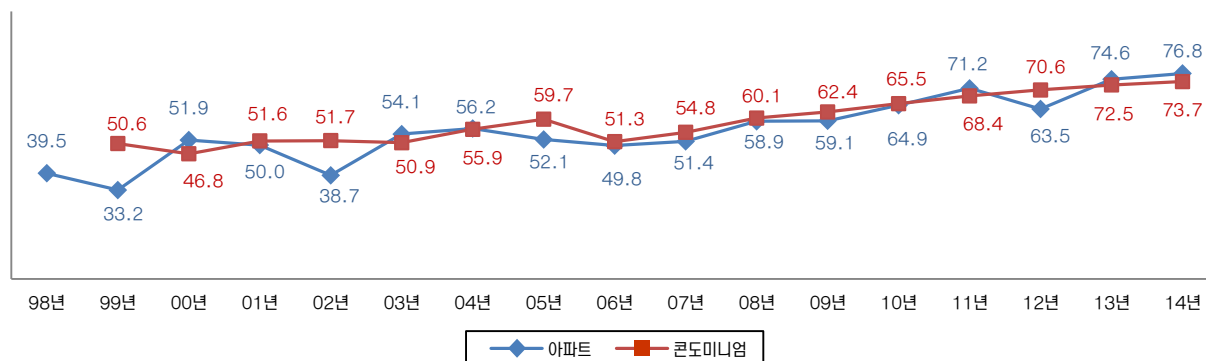
한화리조트

74.3

대명리조트

73.3

산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

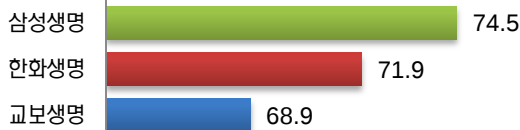
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

● 생명보험: 삼성생명 10년 연속 1위 달성

보험소비자의 건강 보장에 대한 욕구 증가로 고객 보장성 상품의 인기가 높은 가운데 생명보험 산업의 만족도는 상승세를 이어가고 있으며, 삼성생명보험(삼성생명)이 전년에 이어 10년 연속 1위(역대 16회 1위) 기업으로 선정되었다.

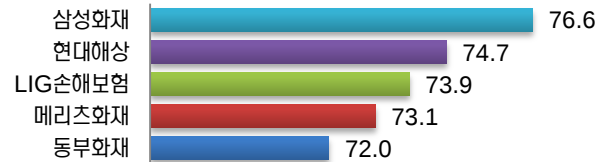
삼성생명보험(삼성생명)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 정보제공, 고객편의, 보험금 수령 업무처리, 회사 신뢰도 등 다수 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 자동차보험: 뛰어난 고객 관리의 삼성화재 18번째 1위

서비스 품질 향상 및 다양한 정보 제공으로 고객 편의를 높여 주고 있는 가운데, 자동차보험 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 삼성화재해상보험(삼성화재)이 17년 연속 1위(역대 18회 1위)라는 위업을 달성했다.

삼성화재해상보험(삼성화재)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 고객 관리, 사고 조치 및 보상처리, 긴급출동 서비스 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 온라인자동차보험: 현대하이카 다이렉트 6년 연속 1위

저렴한 가격으로 점유율과 성장률이 점점 증가하고 있는 온라인자동차보험 산업의 만족도는 전년에 비해 상승했으며, 현대하이카 다이렉트가 6년 연속 1위(역대 6회 1위)로 선정되었다.

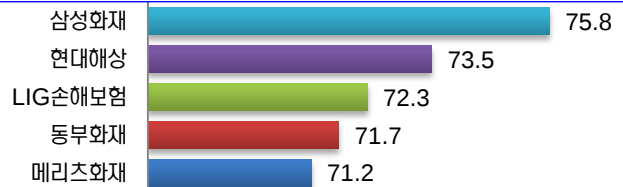
현대하이카 다이렉트는 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 사고현장에서의 초기 조치, 보상처리 결과 안내 및 확인, 보험회사의 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



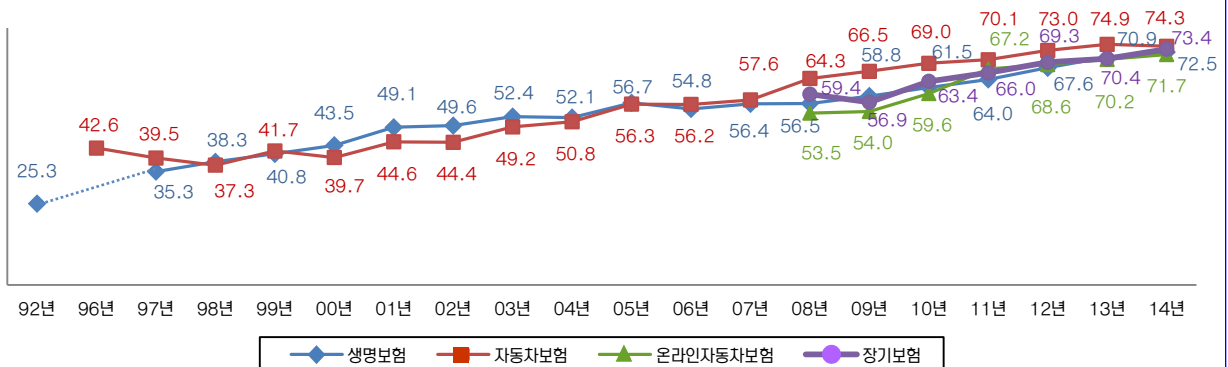
● 장기보험: 고객 중심 서비스의 삼성화재 4년 연속 1위

고객 의견을 반영하여 더욱 차별화된 상품을 개발하고자 노력하고 있는 장기보험 산업의 만족도는 작년 대비 상승했으며, 삼성화재해상보험(삼성화재)이 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

삼성화재해상보험(삼성화재)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 고객 관리, 이용 편리성, 정보제공, 보험금의 신속한 지급, 보험회사 신뢰도 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

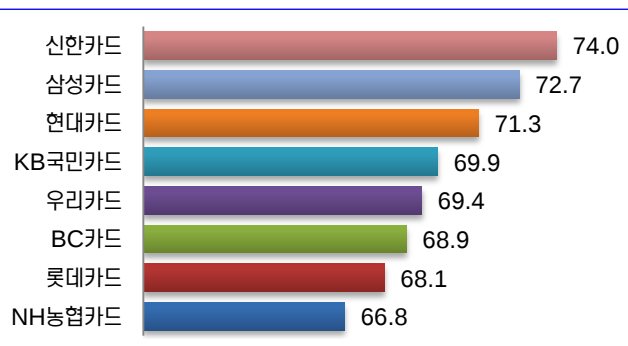
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(금융업)

● 신용카드: 신뢰를 바탕으로 한 신한카드 4년 연속 1위

스마트폰 등 다양한 채널로 쇼핑하는 고객들이 많아지면서, 고객 맞춤형 상품을 출시하고 다양한 혜택을 제공하는 가운데, 신용카드 산업의 만족도는 전년 대비 하락했으며 신한카드가 올해로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

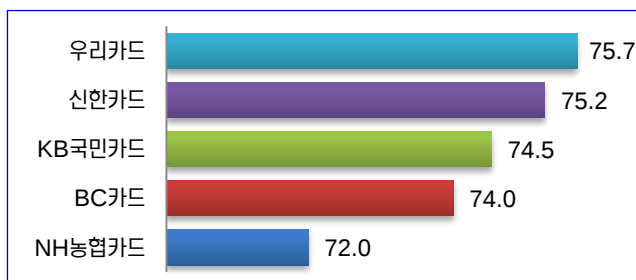
신한카드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 유익한 혜택, 콜센터 서비스 및 신용카드사의 신뢰도 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



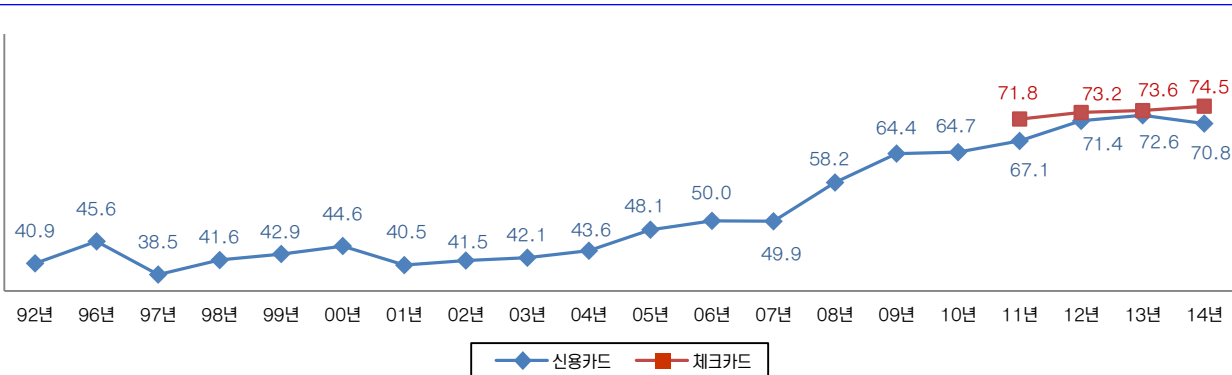
● 체크카드: 우리카드 업계 첫 1위 달성

제공되는 혜택이 많아지고 계획적인 소비를 할 수 있어 젊은 층에게 인기가 높은 체크카드 산업의 만족도는 전년대비 상승했으며, 우리카드가 올해 KB국민카드를 제치고 첫 1위를 차지했다.

우리카드는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 홈페이지 편리성, 콜센터 서비스, 이용안전성, 체크카드사 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

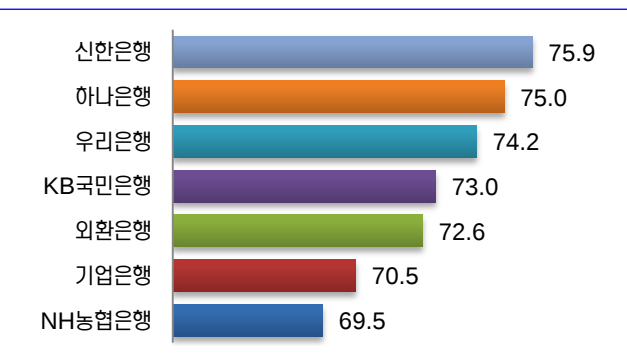
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(금융업, 증권)

● 은행: 전반적 만족도 우수한 신한은행 역대 11회 1위

다양한 고객만족경영 활동으로 고객과의 소통 및 관계형성을 높이고 있는 은행 산업의 만족도는 전년 대비 소폭으로 하락했고, 신한은행이 KB국민은행을 제치고 1위(역대 11회 1위) 자리를 탈환했다.

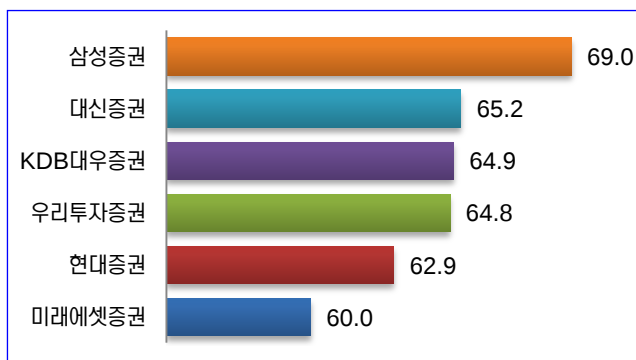
신한은행은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 상담 및 응대, 정확한 업무처리, 스마트폰 뱅킹 및 인터넷 뱅킹의 편리성 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



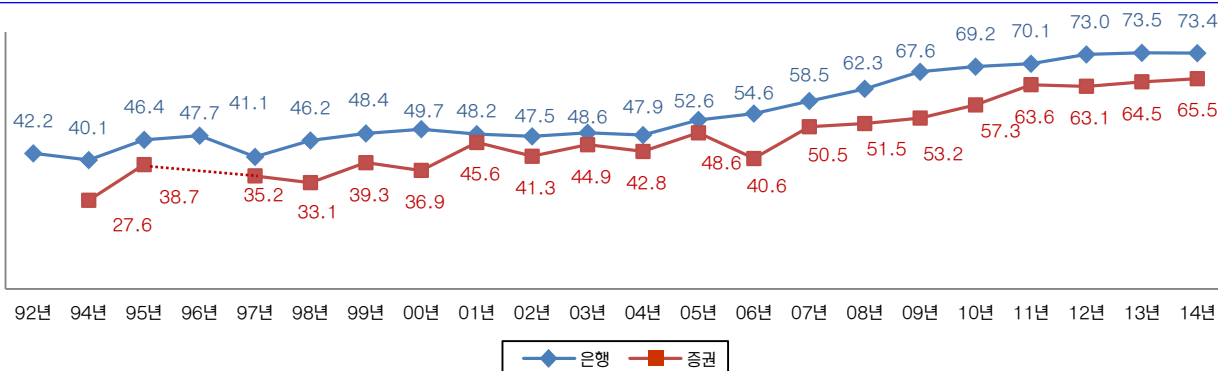
● 증권: 신뢰도 및 선호도 높은 삼성증권, 역대 11회 1위

기준금리 인하 기대감 등으로 금리가 하락하면서 흑자 기조를 지속하고 있는 증권 산업의 만족도는 작년 대비 상승했으며 삼성증권이 9년 연속 고객만족 1위(역대 11회 1위) 자리를 고수했다.

삼성증권은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 다양하고 신속한 정보제공, 투자상담, 개인자산관리 서비스, 이용수수료, 증권회사 신뢰도 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

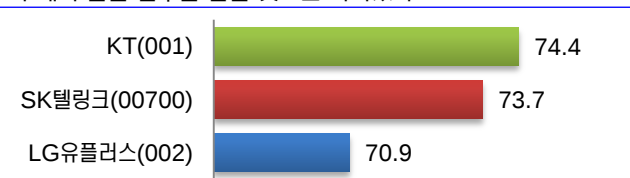
(3) 서비스업

■ 통신업(유무선 전화업)

● 국제전화: 재이용의향 높은KT(001) 역대9회1위

해외 출장·유학 및 해외시장 진출이 점차 증가하고 있는 가운데, 국제전화 사용이 빈번한 고객들을 위해 다양한 요금제를 제시하고 있는 국제전화 산업의 만족도는 전년에 비하여 큰 폭으로 상승했으며, KT(001)이 5년 연속 1위(역대 9회 1위) 자리를 지켜냈다.

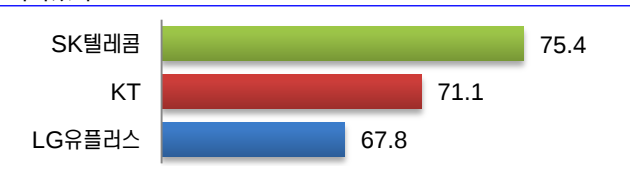
KT(001)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 이동전화: SK텔레콤 역대15회 부동의1위 자리 유지

광대역 LTE-A 등 첨단 통신 기술과 더불어 기존 고객에게 혜택을 부과하는 등 우수한 상품과 서비스를 제공하고 있는 이동전화 산업의 만족도는 지난해 대비 동일한 수준으로 나타났으며, SK텔레콤이 17년 연속 1위(역대 17회 1위)를 차지했다.

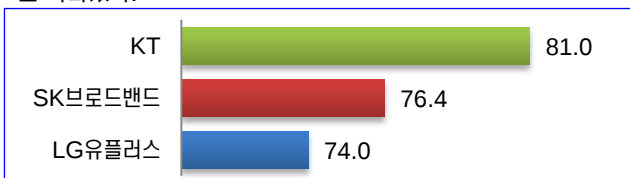
SK텔레콤은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화연결성, 선명한 음질, 데이터 서비스, 다양한 애플리케이션 콘텐츠, 멤버십 및 장기 이용고객 혜택 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 시내/시외전화: KT 역대16회1위로 선두 이어가

시내·시외 구분 없이 저렴한 요금제로 고객에게 편의를 제공하고 있는 시내/시외전화 산업의 만족도는 지난해 대비 소폭 상승하였으며, KT가 올해로 15년 연속 1위(역대 16회 1위)를 차지했다.

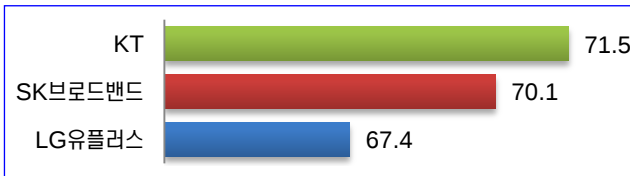
KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 음질(선명), 통화 중 단절 및 혼선 되지 않음, 정확한 요금 부과, 서비스 수준 대비 이용요금 적절, 통신사 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



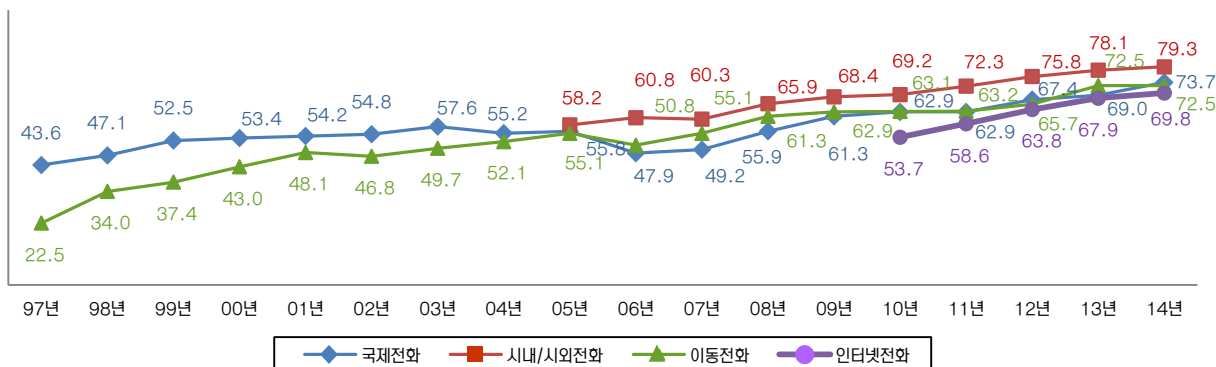
● 인터넷전화: 다양한 혜택을 제공하는KT 5연속1위

소비자들이 보다 알뜰한 소비를 할 수 있도록 결합상품을 통한 할인 혜택을 제공해주고 있는 인터넷전화 산업의 만족도는 올해도 상승세를 이어가고 있으며, KT가 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 고수했다.

KT는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 품질, 다양한 요금제도 선택 가능, 장기 이용고객에 대한 혜택, 설치직원 친절도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

• 우편: 높은 신뢰도로 공공서비스 부문 1위 유지

우체국 스마트기기 서비스 시행 등 더욱 다양한 편의를 제공하기 위해 노력하고 있는 우편서비스의 만족도는 전년에 이어 상승하였다.

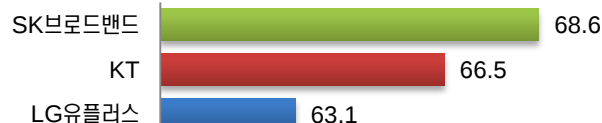
우편 서비스는 전년에 비해 전반적 만족도와 재이용의향은 상승하였으나, 요소만족도는 하락하였다.

우편 76.7

• 인터넷TV(IPTV) : 콘텐츠 풍부한 SK브로드밴드 1위

TV와 동시에 원하는 것을 검색할 수 있도록 다양한 서비스를 제공하고 있는 가운데, 인터넷TV(IPTV) 산업의 만족도는 작년 대비 소폭으로 하락하였으며, SK브로드밴드가 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 지켜냈다.

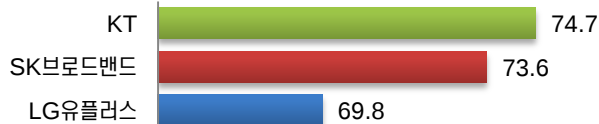
SK브로드밴드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 장기이용 혜택, 동작속도, 영상 및 음성 품질, 유용한 방송 콘텐츠, 다양한 요금제 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



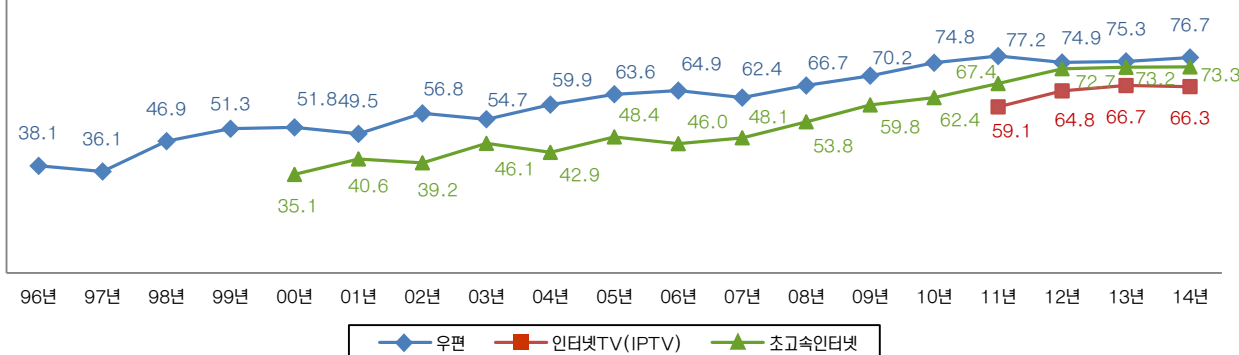
• 초고속인터넷: KT 11년 연속 부동의 선두 유지

결합 상품 등 다양한 할인 프로모션을 통해 사용자들이 합리적인 가격에 양질의 서비스를 제공받을 수 있는 초고속인터넷 산업의 만족도는 작년에 비해 소폭으로 상승했으며, KT가 11년 연속 1위(역대 11회 1위)를 차지했다.

KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 정확한 요금 부과, 개통 및 설치 약속의 이행, 콜센터 서비스, 빠른 속도 및 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

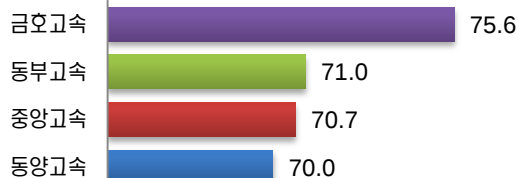
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(고속버스, 항공)

● 고속버스: 고객 행복 서비스로 금호고속 역대 12회 1위

실내 미세먼지 처리 등 고객들이 쾌적한 차량 내부 환경을 누릴 수 있도록 배려하고 있는 고속버스 산업의 만족도는 지난해 대비 상승하였으며 금호고속이 9년 연속 1위(역대 12회 1위) 자리를 고수했다.

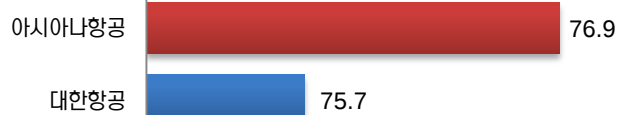
금호고속은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 운전기사 친절성, 승차감, 냉난방 시설,요금 등 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 항공: 뛰어난 서비스로 아시아나항공 1위 탈환

신규 항공기 도입 및 취항 노선 확대로 질적 성장을 꾀하고 있는 항공 산업의 만족도는 전년에 비해 상승하였으며, 아시아나항공이 대한항공을 제치고 1위(역대 17회 1위)를 차지했다.

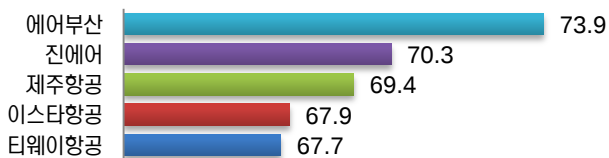
아시아나항공은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 예약 및 항공권 발권서비스, 직원 응대, 기내 부가서비스, 기내식 제공서비스에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



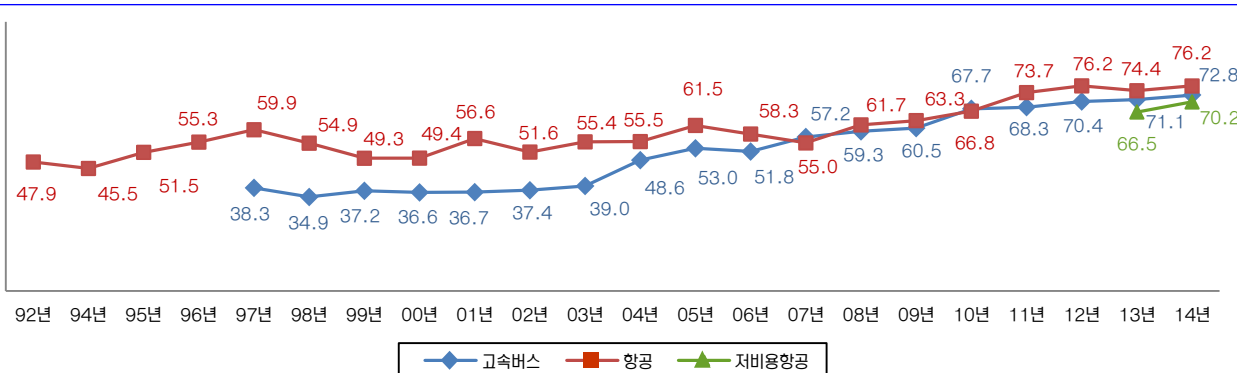
● 저비용항공: 승객의 선택권을 넓혀주는 에어부산 1위

가격경쟁력이 뛰어나고 신규 취항·종편 등을 통해 다양한 선택권을 제공하고 있는 저비용항공 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 에어부산이 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

에어부산은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 예약 및 탑승 서비스, 기내시설/환경, 출발/도착시간 정확성, 안전 운항, 지속 이용에 따른 혜택 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(철도, 지하철)

● 철도: 전년 대비 만족도 다소 하락

부득이한 열차 지연에 대해 별도 신청 없이 자동으로 요금 할인을 받을 수 있는 등 보상 서비스를 강화한 가운데, 철도 산업의 만족도는 전년에 비해 다소 하락하였다.

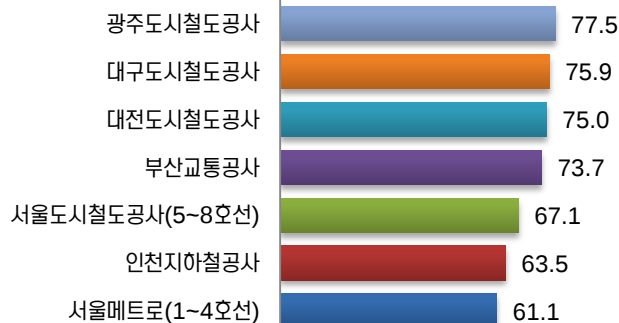
철도 산업은 전반적 만족도와 재이용의향 항목은 하락하였으며, 열차표 구입의 편리성 요소 항목이 상승하였다.

철도 70.0

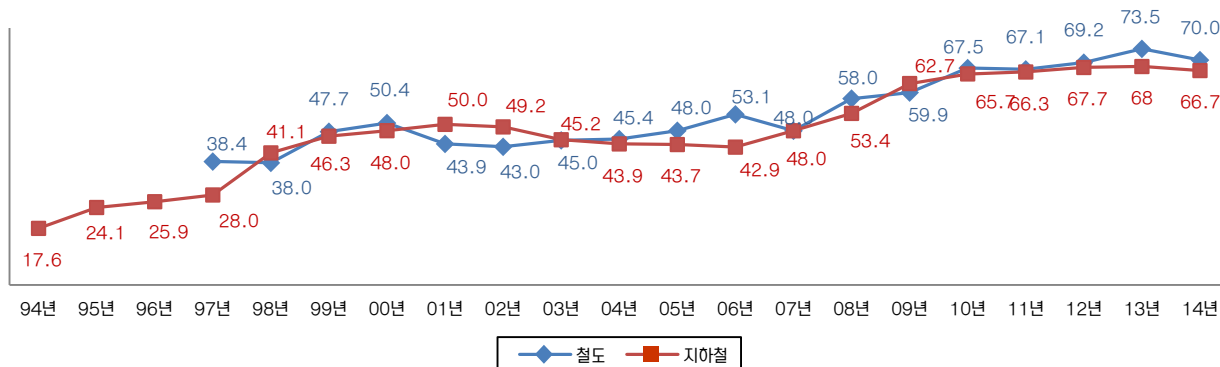
● 지하철: 광주도시철도공사 역대 6회 1위 달성

장애인·노약자·임산부를 포함한 전 국민을 위한 이동편의시설을 점점 확충하여 교통약자를 배려하고 있는 가운데, 지하철 산업의 만족도는 지난해 대비 하락하였으며, 광주도시철도공사가 2년 연속 고객만족 1위(역대 6회 1위) 자리를 차지했다.

광주도시철도공사는 전반적 만족도에서 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 역내 고객 편의시설 및 환경, 승차감(안락감), 차내 출발/도착 및 환승 안내, 발차기간의 정확성에서 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

● 택배: 고객 편의 서비스가 우수한 CJ대한통운 1위

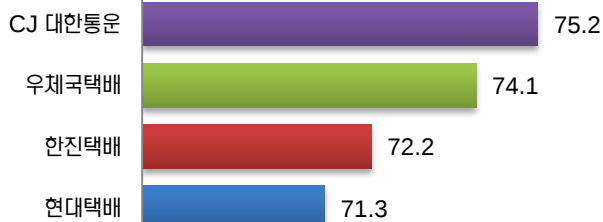
당일배송·배송추적시스템·배달 실명제 등 다양한 안심택배 서비스를 제공하여 고객 편의를 도모하고 있는 택배 산업의 만족도는 작년에 비해 큰 폭으로 상승하였고, CJ대한통운이 6년 연속 1위(역대 9회 1위)를 차지했다.

CJ대한통운은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 다양한 접수 및 문의 방법, 고객 문의나 불만사항에 대한 응대, 콜센터 서비스, 서비스 수준 대비 이용요금에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.

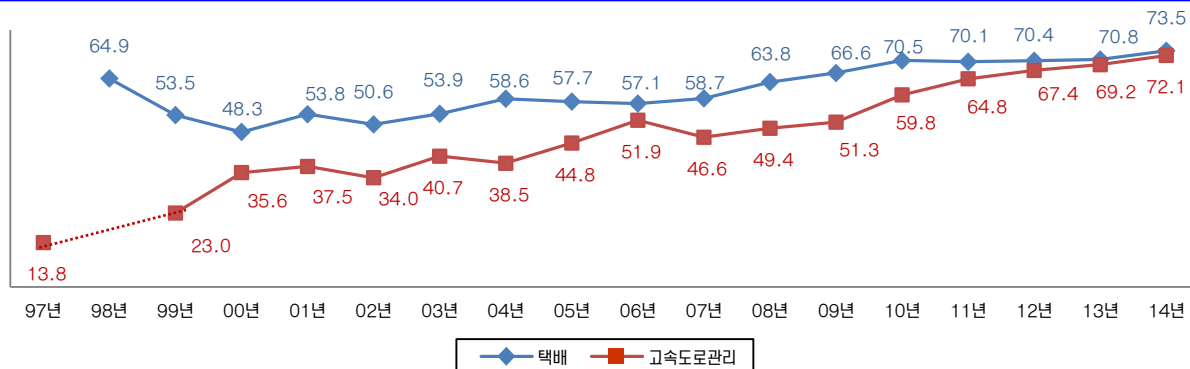
● 고속도로관리: 전년에 이어 고객만족도 상승세

재난정보를 알려주는 어플리케이션 개발과 재난 예방 체계 강화 등 강도 높은 안전관리로 국민행복에 기여하고 있는 고속도로관리서비스의 만족도는 지난해에 이어 상승세를 이어가고 있다.

고속도로관리서비스의 전반적 만족도는 전년에 비하여 상승하였고, 특히 교통정보 제공, 친절한 톨게이트 직원, 휴게소의 고객 편의시설, 휴게소 음식 및 음료의 질, 고속도로 관리에 대한 신뢰도, 도로면 상태, 도로 안내표지판, 휴게소 환경 등의 요소 세부만족도는 큰 폭으로 상승하였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

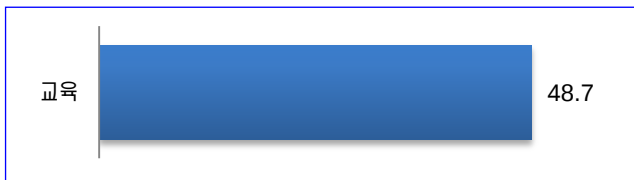
(3) 서비스업

■ 교육 서비스, 보건업

● 교육: 전반적 만족도 및 요소만족도 하락

교육행정 및 민원서비스 개선에 나서면서 국민 행복 구현이라는 교육의 본질에 기여하기 위해 노력하고 있으나 교육행정서비스의 만족도는 작년 대비 하락세를 보였다.

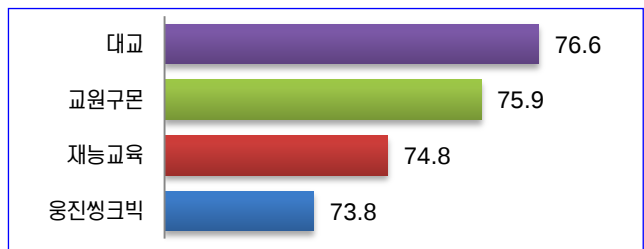
교육행정서비스는 전년 대비 전반적 만족도와 요소만족도가 하락하였다.



● 교육서비스(학습지): 전반적 만족도 높은 대교 1위

스마트러닝 트렌드에 따라 교육 콘텐츠와 스마트 기기가 합쳐져 학습 효과를 극대화시키고 있는 가운데, 교육서비스(학습지) 산업의 만족도는 작년 대비 큰 폭으로 상승하였고 대교가 5년 연속 1위(역대 8회 1위) 자리를 고수했다.

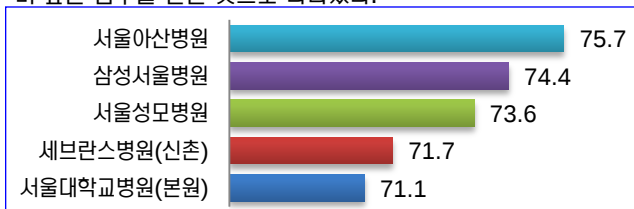
대교는 전반적 만족도, 재이용 의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 정보 및 자료제공, 업무 처리 신속성 등 요소에서 경쟁사 대비 높게 나타났다.



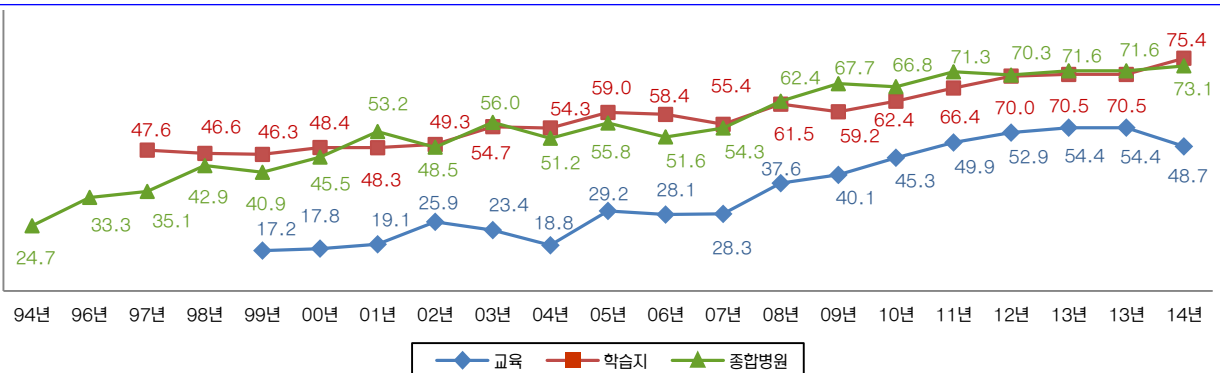
● 종합병원: 서울아산병원 2년 연속 고객만족 1위

고객이 필요한 콘텐츠와 정보를 적극적으로 제공하며 고객 중심 서비스를 확대하고 있는 종합병원 산업의 만족도는 작년에 비해 상승하였고, 서울아산병원이 2년 연속 1위(역대 3회 1위) 자리를 지켜냈다.

서울아산병원은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 의료진의 신뢰도, 환자에 대한 관심 및 응대, 편리한 예약과 주차 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

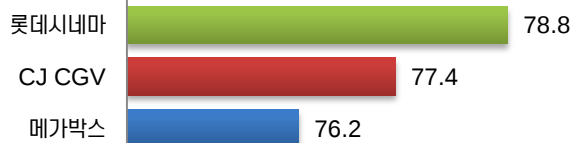
(3) 서비스업

■ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

● 영화관: 롯데시네마 역대 7회 1위 달성

문화생활을 향유하는 사람들이 늘어나면서 전용관을 통해 다양한 취향의 관람객들을 끌어들이고 있는 영화관 산업의 만족도는 지난해에 이어 상승세를 유지했으며, 롯데시네마가 2년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

롯데시네마는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 영상시설, 음향시설, 안락한 의자, 쾌적한 실내공기, 부대시설, 할인 및 적립 혜택, 영화관 수준 대비 적절한 이용요금, 영화관 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 종합레저시설: 에버랜드 20년 연속 1위의 위업 달성

이색적인 이벤트와 함께 각 시설의 콘텐츠를 살려 테마파크를 운영하고 있는 종합레저시설 산업의 만족도는 작년에 비해 소폭으로 상승하였고, 고객만족경영을 선도해왔던 에버랜드가 20년 연속 1위(역대 20회 1위)를 차지하는 위업을 달성했다.

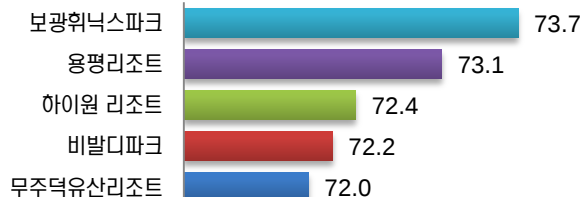
에버랜드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용 요금을 제외한 모든 요소 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 스키장: 보광위닉스파크 업계 첫 1위 달성

스마트폰으로 결제를 하거나 실시간 슬로프 현황을 볼 수 있는 등 IT기술을 접목시킨 서비스를 제공하고 있는 스키장 산업의 만족도는 전년에 비하여 상승했으며, 보광위닉스파크가 하이원 리조트를 제치고 첫 1위를 차지했다.

보광위닉스파크는 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았고, 렌탈서비스, 직원 친절도 등 요소 항목에서 경쟁사 대비 우위를 차지했다.



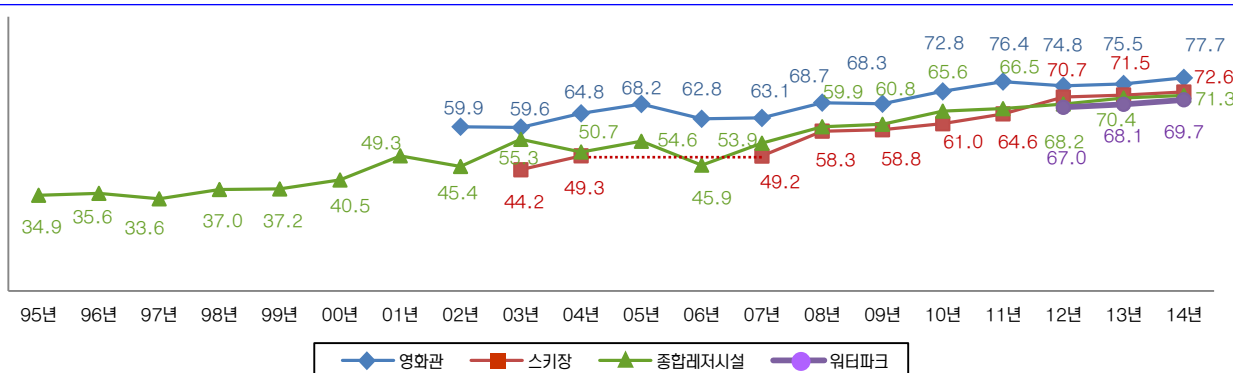
● 워터파크: 이벤티 다양한 캐리비안 베이 3회 연속 1위

야외에서 즐기는 레저인구가 늘어나면서 고객을 확보하기 위한 다양한 이벤트를 제공하고 있는 워터파크 산업의 만족도는 지난해 대비 상승하였으며, 캐리비안 베이 3회 연속 1위(역대 3회 1위)를 기록하였다.

캐리비안 베이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 다양한 시설과 이벤트, 직원응대, 할인 혜택, 시설환경 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

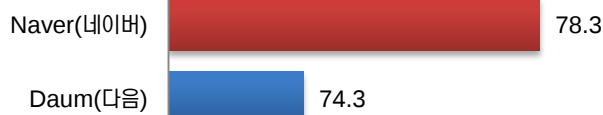
(3) 서비스업

■ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업, 임대업)

● 검색포털사이트 : 정확도 높은 네이버 11연속 1위 영예

본연의 검색 기능을 강화하여 기술적 성장을 하고 있는 검색포털사이트 산업의 만족도는 올해도 상승세를 이어갔으며, 네이버가 11년 연속 1위(역대 11회 1위) 기업으로 선정되었다.

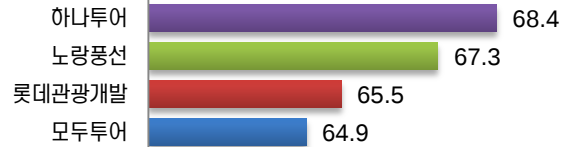
네이버는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 검색 정확도, 유용한 정보서비스, 커뮤니티 서비스, 빠른 업데이트, 검색시 편리한 이동 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



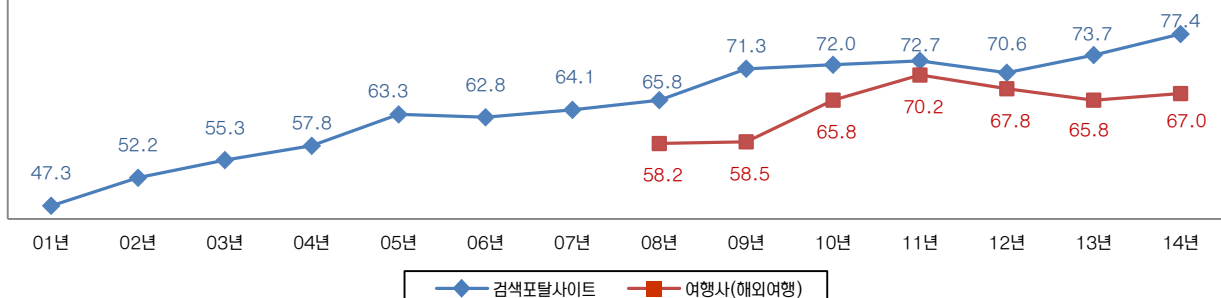
● 여행사(해외여행) : 하나투어 6년 연속 부동의 1위

원화 강세로 인해 해외여행 비용에 대한 부담이 감소하여 고객들의 이용 욕구가 증가하고 있는 여행사(해외여행) 산업은 작년 대비 만족도가 상승했으며, 하나투어가 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 차지하였다.

하나투어는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 적절한 상품, 상품 다양성, 공항미팅 서비스, 숙박 시설 및 관광 코스, 프로그램 진행시간, 서비스 대비 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

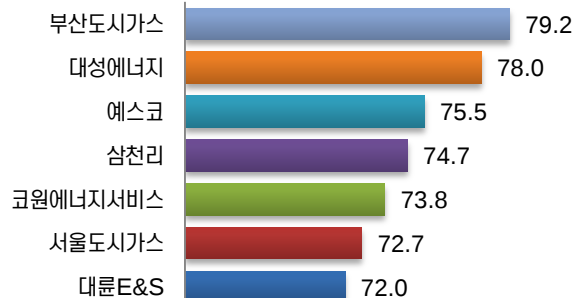
(3) 서비스업

■ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스: 서비스 뛰어남 부산도시가스 12번째 1위

연결 설치비 인하 등 국민의 의견을 적극적으로 수용하고 있는 가운데, 도시가스 산업의 만족도는 전년에 비하여 소폭으로 하락하였으며 부산도시가스가 12년 연속 1위(역대 12회 1위) 자리를 지켜냈다.

부산도시가스는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대 및 복장, 안전점검에 대한 설명, 연결 방문 시간 준수 등 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 전력: 전년 대비 전반적인 만족도 큰 폭 상승

전력수급상황 실시간 확인 어플리케이션 등 국민들이 안정적으로 전기를 사용할 수 있도록 하는 서비스를 제공하는 전력 산업의 만족도는 작년에 비해 상승하였다.

전력 산업은 전년 대비 전반적 만족도가 큰 폭으로 상승하였으며, 전력공급, 요금 청구 정확성의 요소가 높은 점수를 받은 것으로 나타났다. 반면, 전력 사용에 대한 안심, 요금납부 편리성, 요금 적절성, 전력 공급서비스에 대한 신뢰도는 하락하였다.

전력 74.9

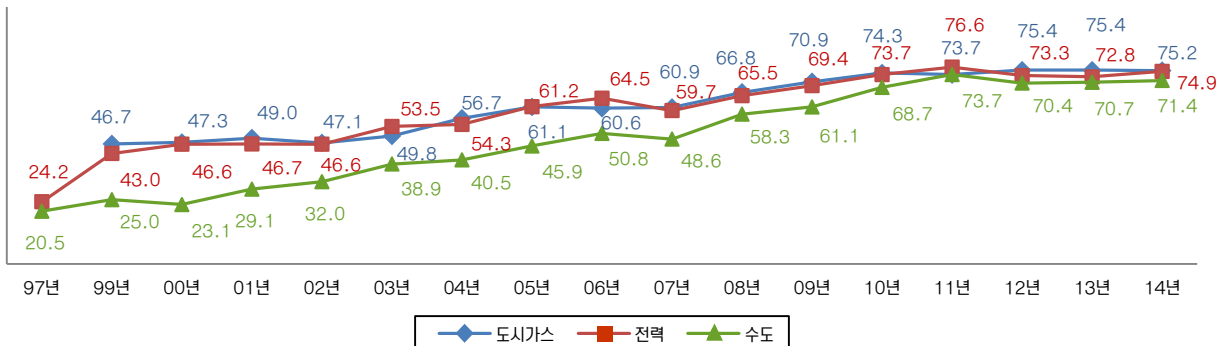
• 수도: 올해 전반적 만족도 상승

수도 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 전체 공공서비스 산업 중 우편, 전력, 고속도로관리에 이어 높은 평가를 받았다.

수도 산업은 전년 대비 전반적 만족도가 상승한 가운데, 깨끗한 물, 요금 청구 정확성의 요소 항목이 높게 평가 받았다. 반면, 원활한 물 공급, 요금 납부 편리성, 요금, 상수도 공급서비스에 대한 신뢰도 항목에서 하락하였다.

수도 71.4

산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 공공서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기: 전년에 비해 큰 폭의 만족도 상승

업무가 전산화로 집에서 편리하게 여러 가지 정보를 열람할 수 있는 등기서비스의 고객만족도는 작년에 비해 큰 폭으로 상승하였다.

등기서비스는 지난해 대비 전반적 만족도가 크게 상승하였고, 내·외부 시설/환경, 서비스 수준 대비 이용수수료의 적절성의 항목에서 하락하였다. 그 외 고객 편의시설, 직원 친절성, 전화응대 태도, 상담, 신속하고 합리적인 업무처리, 이용기관의 신뢰도의 항목은 상승한 것으로 나타났다.

등기

63.3

• 세무: 올해 작년 대비 만족도 소폭 하락

기존에 있던 성실납세제도를 중소기업까지 확대 시행하는 등 편익을 확대하고 있는 가운데, 세무서비스의 만족도는 전년에 비하여 소폭 하락했다.

세무서비스는 전년에 비해 전반적 만족도는 상승하였으나, 요소만족도는 고객 편의시설, 내·외부 시설/환경, 직원 친절, 상담, 업무처리, 이용수수료, 이용기관의 신뢰도의 항목에서 하락하였다. 반면 전화응대 태도의 항목은 상승한 것으로 나타났다.

세무

66.1

• 치안: 전년에 이어진 상승세 유지

노인, 여성, 유아 등 약자를 위한 치안서비스를 확대하고 있는 치안행정 산업의 만족도는 지난해에 이어 상승세를 이어가고 있다.

치안행정은 전년에 비하여 전반적 만족도와 요소만족도가 크게 상승하였으며, 특히 고객 편의시설, 내·외부 시설/환경, 전화응대 태도 및 상담, 합리적인 업무처리, 서비스 수준 대비 이용수수료, 이용기관의 신뢰도의 세부항목에서 큰 폭으로 상승하여 전체적인 만족도의 향상을 이끌었다.

치안행정

65.1

산업별 KCSI 지수 추이

