

문서번호 : KMAC 제 2016 - 1173호

2016. 10. 11

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 :

2016년 제25차 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 25회째를 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 12일(수) 조간 (방송은 10월 11일 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) 2016년 조사 설계

나. 제 2 부 : 2016년 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 : 2016년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 결과

※ 첨부 : 2016년 제25차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요 및 결과 1부. 끝.

한국능률협회컨설팅
대표이사 김 종 립

1. KCSI의 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 25년째를 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.
- 25년 동안 시행되오면서 그 동안 IMF 체제, 미국 발 금융대란 등 많은 위기가 닥쳐왔지만 KCSI 지수는 지난 1992년과 비교하여 33.3점(약 79%)이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객이치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거듭 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 활용됨은 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

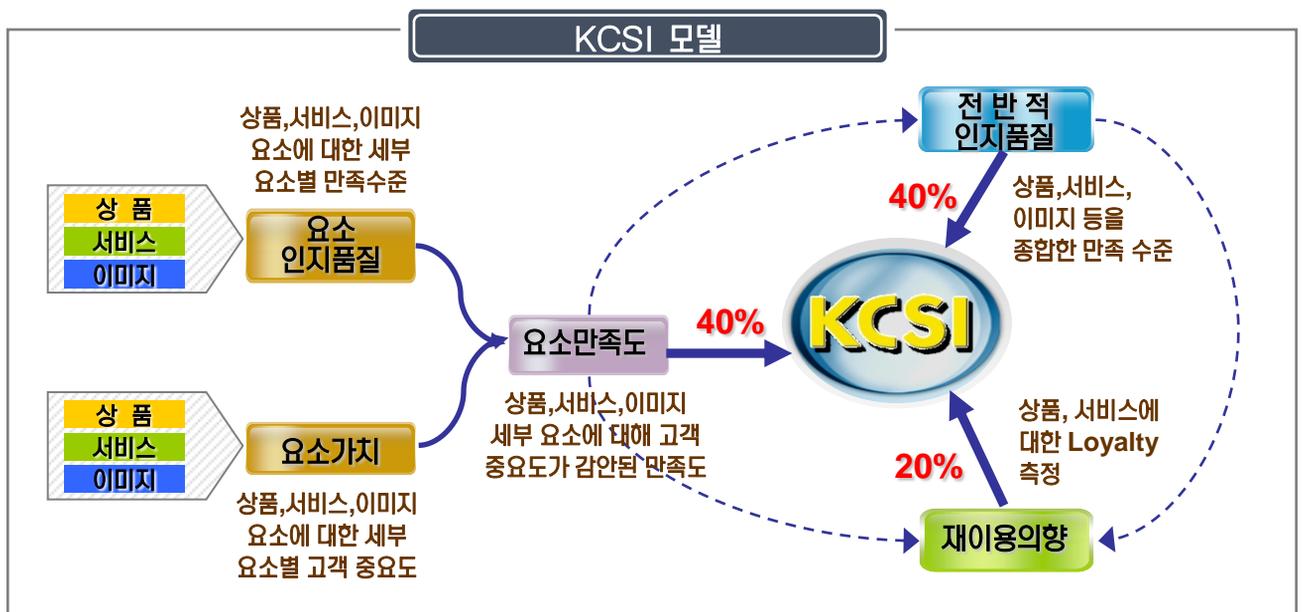
(단위 : 개)

구분	1992년	1993년	1994년	1995년	1996년	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
제조업	7	7	5	5	7	14	33	32	43	48	53	53	63
서비스업	5	1	11	10	8	30	27	42	45	47	47	47	47
계	12	8	16	15	15	44	60	74	88	95	100	100	110

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년
제조업	58	57	59	57	54	48	48	51	52	50	51	50
서비스업	45	44	46	49	49	51	54	57	59	59	60	60
계	103	101	105	106	103	99	102	108	111	109	111	110

5. KCSI 측정 모델 및 산출 방법

전반적 만족도(40%), 요소 종합만족도(40%), 재이용(구입)의향(20%)으로 측정돼



→ 본 조사의 고객만족도(KCSI)는 전반적 만족도 40%, 요소 만족도(산업별 특성 고려) 40%, 재이용(구입) 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)

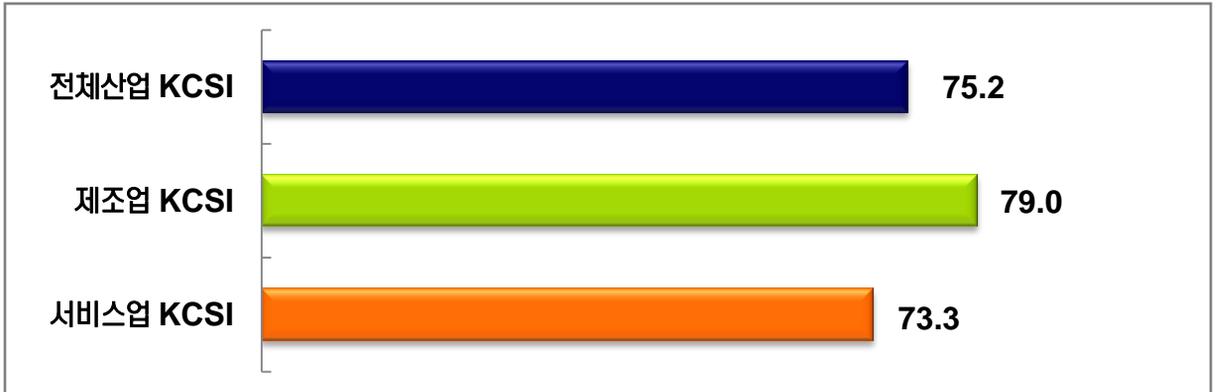
6. 2016년 조사 설계

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 11,200명
- 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 : 2016년 4월 15일 ~ 8월 23일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등
총 110개 산업(총 351개 기업)

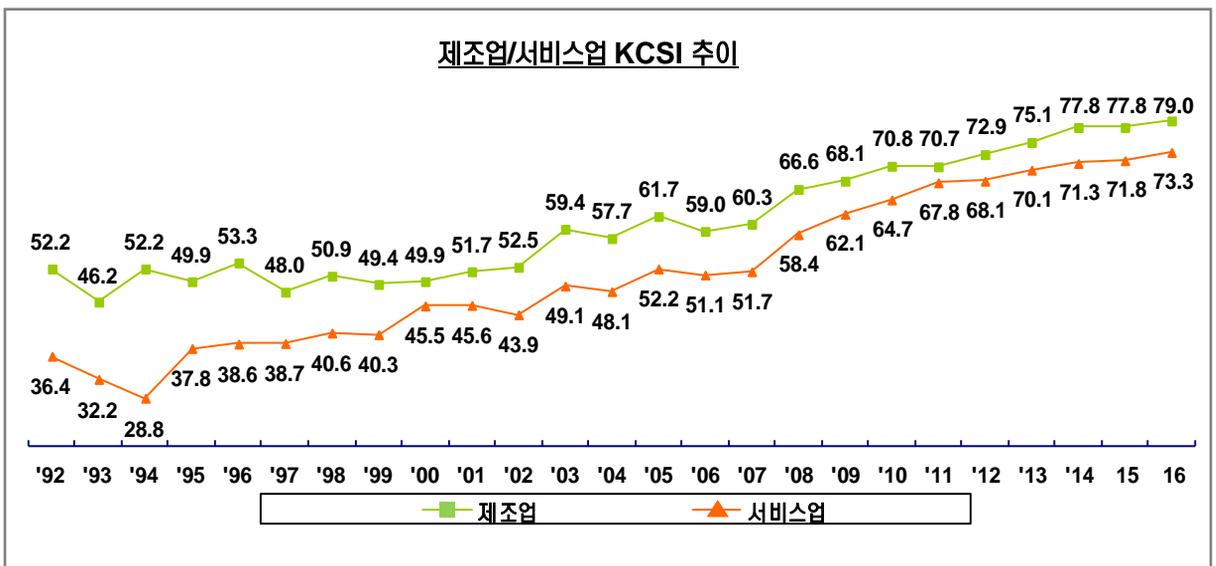
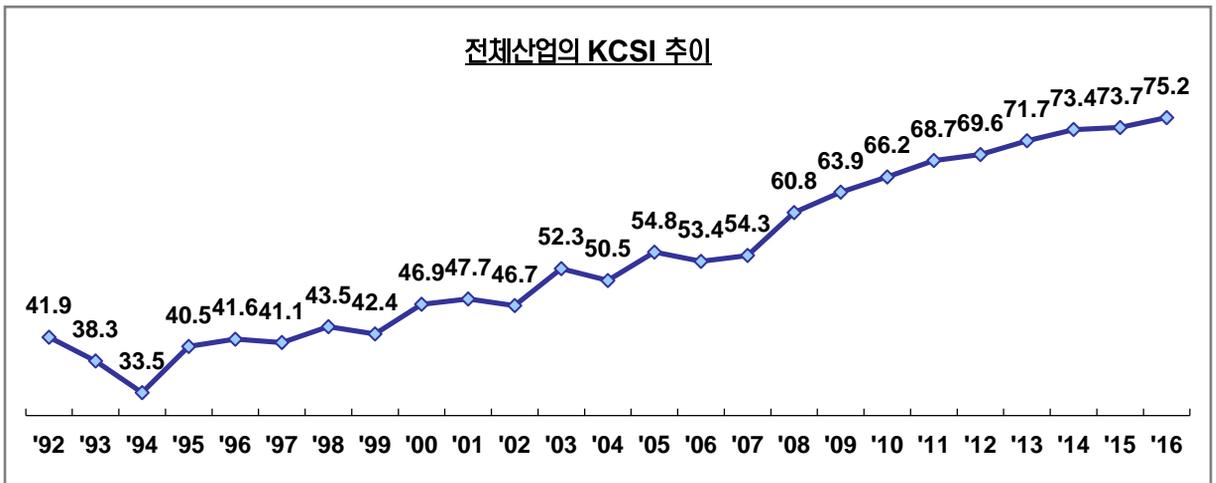
산업부문	2016년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (29개)	1) 간장 2) 고추장 3) 과자 4) 맥주 5) 소주 6) 식용유 7) 아이스크림 8) 우유 9) 유산균발효유 10) 음료 11) 참치캔 12) 홍삼가공식품 13) 남성내의 14) 남성용기초화장품 15) 남성정장 16) 담배 17) 생리대 18) 삼푸 19) 섬유유연제 20) 세탁세제 21) 아웃도어의류 22) 여성내의 23) 여성용기초화장품 24) 여성용한방화장품 25) 정장구두 26) 주방세제 27) 치약 28) 캐주얼화 29) 화장지
내구재 제조업 (21개)	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) TV 12) 가정용가구 13) 가정용보일러 14) 경형승용차 15) 부엌가구 16) 블랙박스(신규발표) 17) 승용차타이어 18) 일반승용차 19) 침대 20) 디지털피아노 21) RV승용차
일반 서비스업 (50개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 은행 4) 자동차보험 5) 장기보험 6) 증권 7) 체크카드 8) 대형마트 9) 대형서점 10) 대형슈퍼마켓 11) 면세점 12) 백화점 13) 소셜커머스 14) 영화관 15) 오픈마켓 16) 인터넷서점 17) 인터넷쇼핑몰 18) 전자제품전문점 19) 제과/제빵점 20) 치킨프랜차이즈 21) 커피전문점 22) 패밀리레스토랑 23) 패스트푸드점 24) 편의점 25) 프리미엄아울렛 26) 피자전문점 27) 학습지 28) TV홈쇼핑 29) 검색포탈사이트 30) 국제전화 31) 시내/시외전화 32) 이동전화 33) 인터넷전화 34) 인터넷TV(IPTV) 35) 초고속인터넷 36) 고속버스 37) 도시가스 38) 렌터카(신규발표) 39) 무인경비 40) 스키장 41) 여행사(해외여행) 42) 워터파크 43) 저비용항공 44) 종합레저시설 45) 종합병원 46) 주유소 47) 콘도미니엄 48) 택배 49) 항공 50) 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) 2016년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



2) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 추이



1. KCSI 전체 특징

3) 2016년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도(KCSI) 전년 대비 1.5점 오르며 10년 연속 상승 이어가

- 2016년 전체산업의 KCSI는 전년 대비 1.5점 높아진 75.2점으로 나타났으며, 2006년 이후 10년 연속 상승세를 유지했다. 산업별로는 제조업이 79.0점, 서비스업(공공 포함)이 73.3점으로 전년 대비 1점 이상 상승하며 최근의 상승세를 이어갔다.
- 2000년대 중반까지는 KCSI가 상승과 하락을 반복하며 상승 기조를 이어왔지만 2007년부터는 10년 동안 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.
- 이러한 노력은 최근 들어 이어지고 있는 글로벌 경기 둔화 및 소비 심리 위축에도 불구하고 고객만족도의 상승으로 이어져 기업들의 고객만족을 위한 노력을 고객들도 인정하고 있음을 볼 수 있다. 특히 디지털가전, 생활가전, 자동차사업 등 현재 글로벌 시장에서 인정받고 있는 대한민국의 대표적 산업들이 고객만족도 상승도 견인하는 모습을 보였다.

110개 산업 중 93개 산업은 만족도 상승, 14개 산업만이 하락

- 올해 전체 조사 대상인 110개 산업 중 93개 산업의 KCSI가 전년 대비 높아진 것으로 조사되었으며, 이는 전체 산업의 약 85% 수준이었다. 반면, 하락한 산업은 전체 13%에 해당하는 14개로 나타났다. 이에 따라 2016년 KCSI는 전 사업에 걸쳐 상승하는 모습을 보였다.
- 산업별로 보았을 때 제조업은 소비재 제조업과 내구재 제조업을 통틀어 50개 산업 중 39개 산업에서 만족도가 상승하였다. 서비스업(공공 서비스 포함)의 경우 60개 산업 중 54개 산업만이 작년보다 만족도가 상승했으며, 신규 조사 대상 1개를 제외한 5개 산업은 하락하였다.

글로벌 우수 제조업 상승 주도, 서비스업은 신규 성장산업의 CS관리 필요

- 제조업에서는 글로벌 기업인 삼성전자와 현대자동차그룹이 주도하는 내구재 산업의 만족도가 고르게 상승한 것으로 나타났다. RV승용차, 휴대폰, 경형승용차 등의 상승폭이 컸으며, 보일러, 침대 등도 과거 대비 큰 폭의 상승을 보였다. 소비재에서는 여성용한방화장품, 맥주, 화장지, 홍삼가공식품 등이 고객들로부터 좋은 반응을 이끌어냈다.
- 서비스업에서는 최근 들어 올해 기후와 사회현상과 결부되어 면세점, 영화관, 전자제품전문점 등의 만족도가 높은 수준이었으며, 편의점의 만족도 향상도가 가장 높았다. 이를 비롯 제과제빵점, 커피전문점, 체크카드 등의 만족도 높은 것은 최근 1인 소비행태와 연관 지을 수 있을 것이다. 단, 소셜커머스, 오픈마켓 등 온라인을 기반으로 한 신유통 채널 관련 산업의 만족도가 다소 하락한 것으로 나타나 해당 산업 고객 기대에 부응하는 고객만족 전략 수립이 요구된다 할 수 있다.
- 공공 분야는 10개 산업 중 8개 산업의 만족도가 상승하였으나 대부분 2점 미만으로 나타나 국민 삶의 질 향상을 위한 공공 분야의 더 많은 노력을 요구함을 볼 수 있다. 우편, 철도, 전력, 수도 순으로 만족도를 기록하였고 등기 및 치안행정은 하락과 동시에 하위로 나타났으며, 교육은 큰 폭 상승에도 불구하고 아직도 만족도 수준이 가장 낮았다.

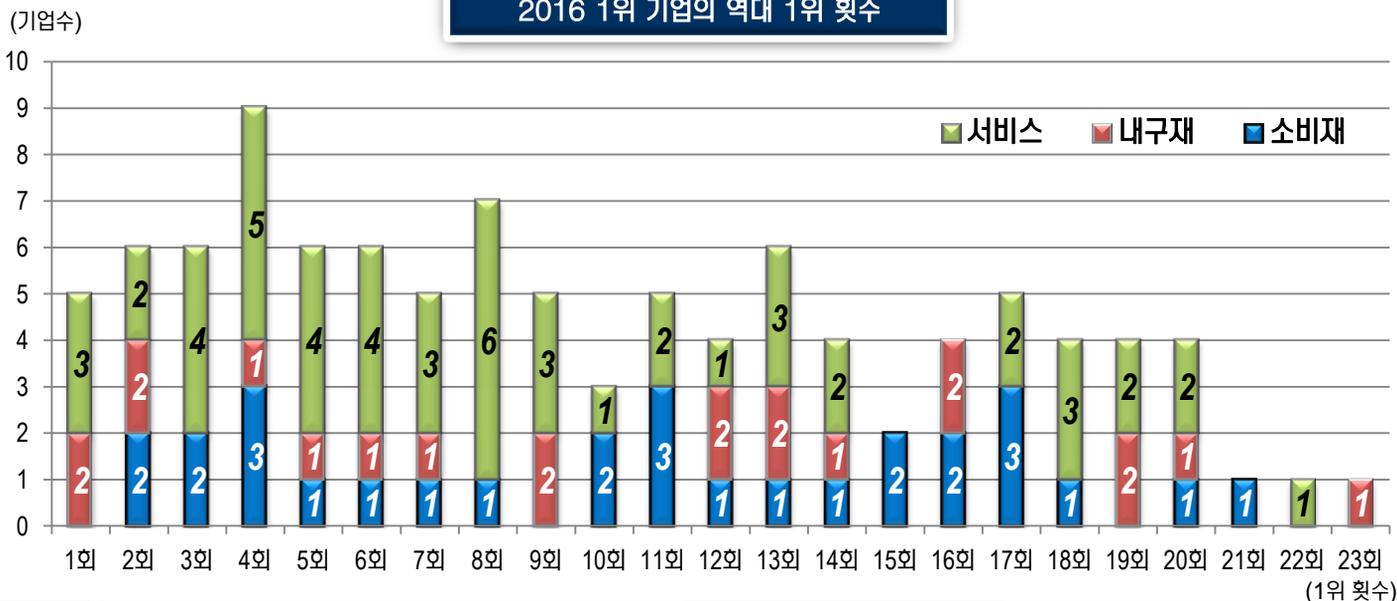
1. KCSI 전체 특징

3) 2016년도 KCSI 특징 및 경향

제조업 안정적 1위, 서비스업 1위 경쟁 치열. 삼성전자, KT, 현대차 등 두각

- 올해 25년째를 맞는 KCSI에서 2016년 산업별 1위 기업의 역대 1위 횟수를 보았을 때, 10회 이상 1위 기업이 배출된 48개 산업 중 소비재(18개)와 내구재(11개) 등 제조업이 총 29개 산업으로 나타났으며, 서비스업은 공공서비스를 포함하여 19개 산업으로 나타났다.
- 10회 이상에서는 제조업의 비중이 높았고(60%) 10회 미만에서는 서비스업의 비중이 높았다(62%). 즉, 제조업에서의 장수 1위 산업이 보다 더 많은 것을 볼 수 있으며, 반면에 서비스업에서 고객만족 경쟁이 더 치열한 것으로 판단할 수도 있다. 제조업은 국내 산업의 세계 일류 수준 기술력을 갖춘 주요 기업들이 오랫동안 1위를 유지하며 업계를 선도하는 반면, 주로 국내 활동이 큰 비중을 차지하는 서비스업에서는 많은 기업들이 고객만족을 위해 노력하고 있지만 자주 1위가 변동되며 특정 기업의 독보적 선두 유지가 어려운 것으로 나타나 서비스 업종에서 까다로운 국내 소비자들의 눈높이와 니즈를 맞추는 것이 얼마나 어려운지를 반증하고 있다.
- 20회 이상 가장 많은 횟수 1위를 차지한 기업은 현대자동차(내구재, 23회), 에버랜드(서비스, 22회), CJ라이온(소비재, 21회) 등으로 내구재, 서비스, 소비재를 대표하는 기업이었으며, 20회에는 금강(정장구두), 삼성전자(이동전화단말기), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이 뒤를 이었다. 19회는 삼성전자(PC 및 TV), SK텔레콤(이동전화서비스), 아시아나(항공서비스) 등이, 18회는 삼성생명(생명보험), KT(시내시외전화), 우정사업본부(공공서비스), 한국야쿠르트(유산균발효유), 17회는 SK에너지(주유소), GS25(편의점) 등 5개 기업이 다수 1위를 기록하였다.
- 한편, 삼성전자는 6개 산업(이동전화단말기, TV, 개인용 컴퓨터, 세탁기, 프린터, 냉장고)에서 10회 이상 1위를 차지하며 한국의 대표 고객만족 선도 기업으로서 위상을 드높였으며, KT(시내/시외전화, 초고속인터넷), CJ라이온(세탁세제, 주방세제)과 금강제화(정장구두, 캐주얼화), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), 삼성물산(남성정장, 종합레저시설), 아모레퍼시픽(남성 및 여성 기초화장품) 등 총 6개 기업이 2개 산업에서 10회 이상 1위를 차지하여 고객만족 장수 기업으로서 큰 두각을 나타냈다.
- 특히, 올해 10회 이상 1위 기업 중에는 삼성전자, 삼성화재, 삼성생명, 삼성물산, 삼성증권, 삼성카드 등 삼성계열사가 총 6개 기업(12개 산업)인 것으로 나타났으며, KCSI 조사대상이 되는 금융계열 4개사는 모두 해당하는 등 고객에게 꾸준한 만족과 감동을 제공하는 선도 그룹으로서의 면모를 드러냈다.

2016 1위 기업의 역대 1위 횟수

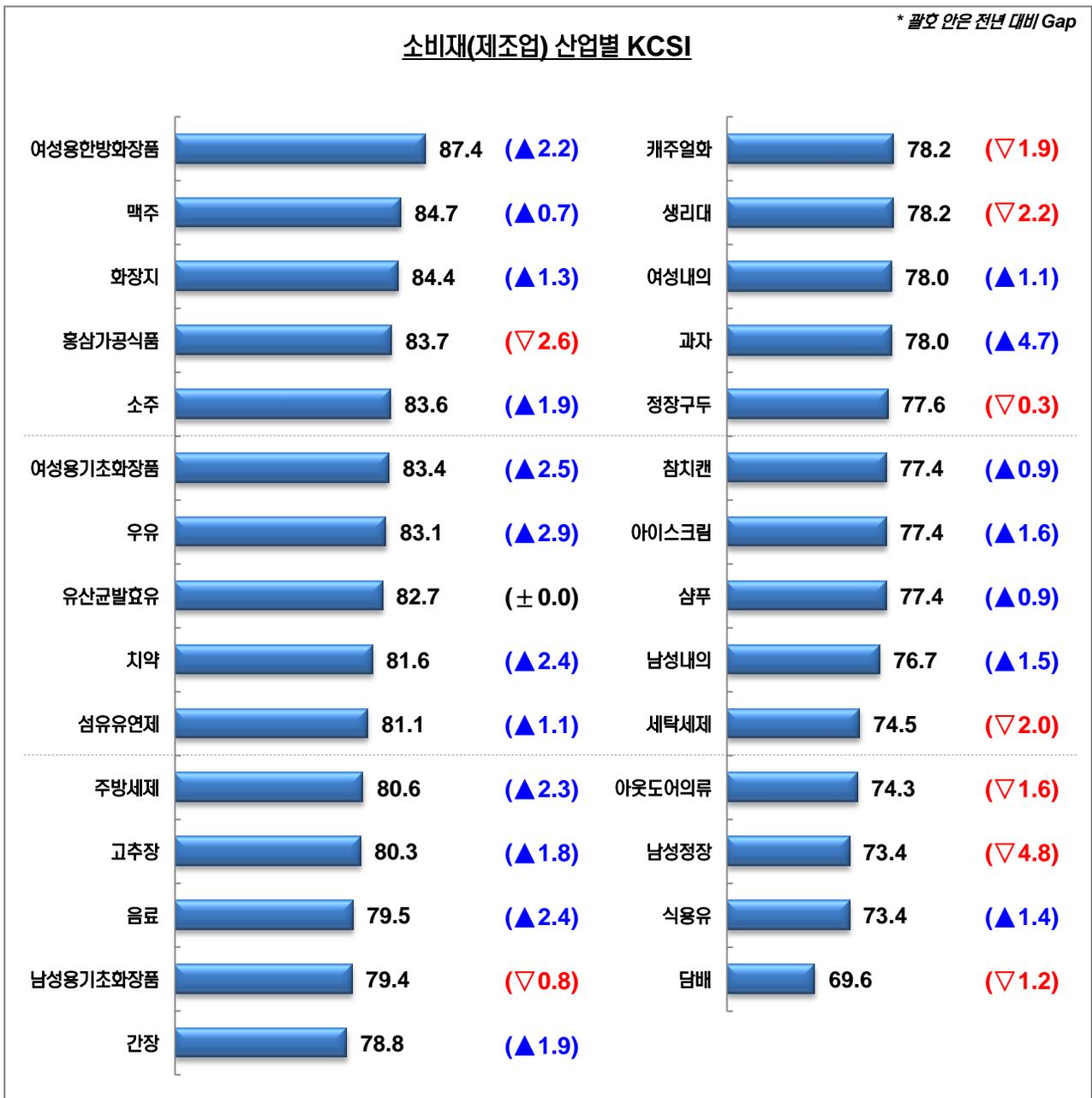


2. 산업별 KCSI 주요 특징

1) 소비자 제조업의 고객만족도 특징

대다수 산업의 상승 분위기 속에 산업 대부분 70점대 진입, 80점 이상의 산업도 10개 이상으로 나타나

- 올해 소비자 제조업의 만족도는 대부분의 산업이 상승세를 보였으며 특히 과자, 우유, 여성용기초화장품 등의 산업이 상대적으로 높은 상승세를 나타냈다.
- 산업별로는 바나나 열풍으로 활력이 붙었던 과자(▲ 4.7)가 전년 대비 가장 높은 상승을 기록하였으며 우유(▲2.9), 여성용기초화장품(▲2.5) 등의 순으로 전년 대비 높은 상승폭을 보였다
- 반면, 남성정장(▽4.8), 홍삼가공식품(▽2.6), 생리대(▽2.2) 등은 전년 대비 만족도가 하락했다.
- 특히 아웃도어의류와 남성정장 같은 의류산업과 캐주얼화, 정장구두 등의 잡화에서 만족도 하락이 눈에 띄었다.

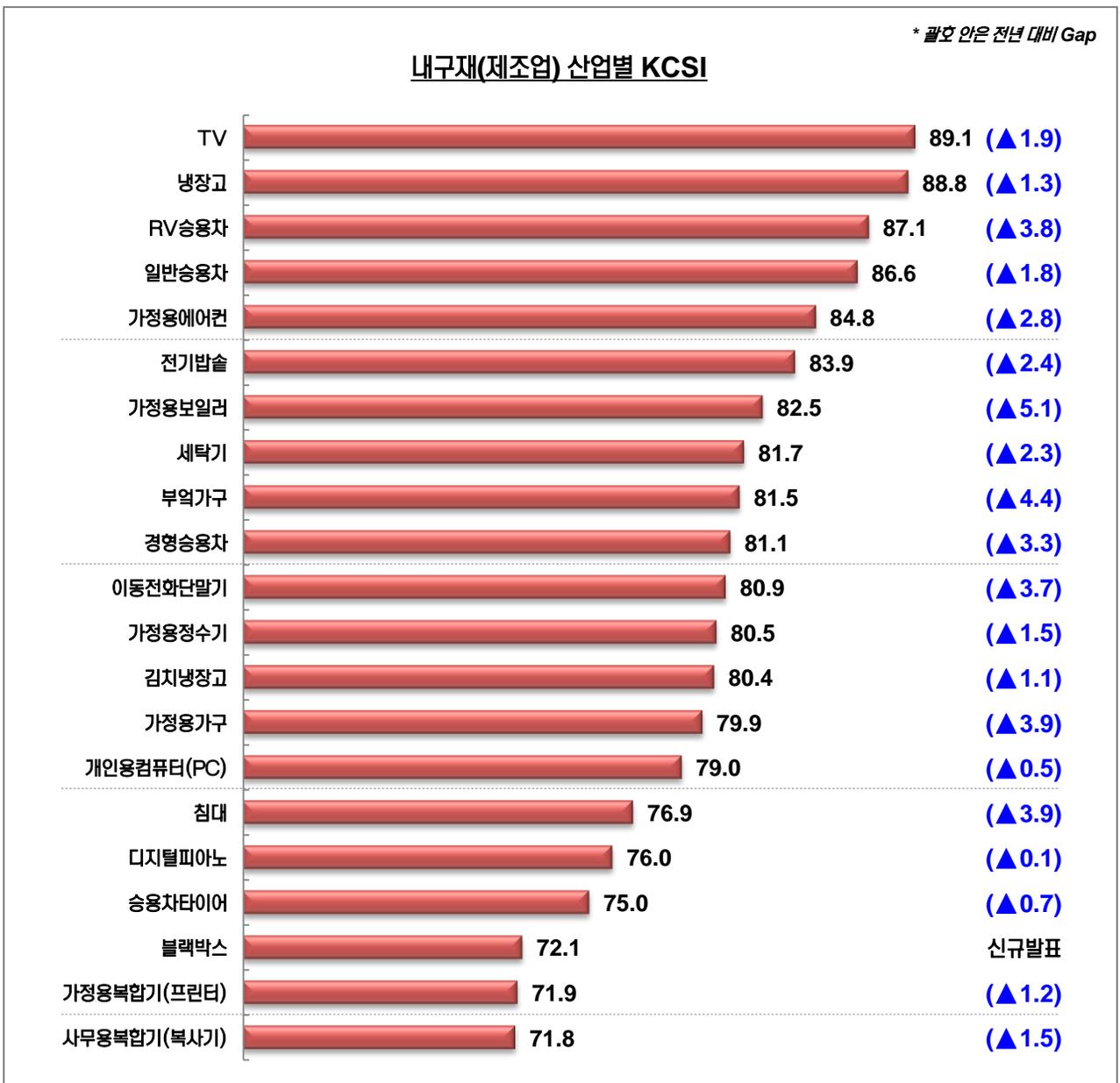


2. 산업별 KCSI 주요 특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

내구재 모두 전년 대비 상승하였으며 가전 및 자동차 산업이 성장세를 이끌어

- 내구재 제조업 모두가 전년 대비 상승을 기록하였다. 전년도에 다소 주춤했던 가전 및 자동차 산업이 다시 성장을 보이며 산업 전반의 만족도 상승을 견인했다.
- 산업내에서는 프리미엄 제품을 앞세운 TV(89.1)가 90점에 가까운 우수한 평가를 받으며 가장 높게 나타났고, 냉장고(88.8), RV승용차(87.1), 일반승용차(86.6), 가정용에어컨(84.8) 등의 13개 산업이 80점 이상의 만족도를 보였다.
- 한편, 가정용보일러(▲ 5.1) 산업의 만족도가 전년 대비 가장 높게 상승하였으며 부엌가구(▲ 4.4), 가정용가구(▲ 3.9), 침대(▲ 3.9) 등의 가구 및 침대산업이 3점 이상의 큰 상승폭을 기록했다.
- 신규조사 된 블랙박스는 72.1점으로 조사되었다.



2. 산업별 KCSI 주요 특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

서비스업 전반적으로 상승, 특히 높은 성장을 이끈 소형유통산업에 주목할 필요 있어

- 서비스 산업의 만족도는 전체적으로 1.5점 상승했으며 소셜커머스와 오픈마켓, 스키장을 제외하고는 모든 산업이 전년 대비 성장한 결과를 보였다.
- 면세점이 80.4점으로 높은 평가를 받은 가운데, 75점 이상의 높은 수준의 만족도를 기록한 산업은 영화관, 전자제품전문점, 제과/제빵점, 편의점 등 30개에 이르는 것으로 조사되었다.
- 특히 1인 가구 증가와 다양한 상품출시로 성장세를 이어가고 있는 편의점(▲ 5.8)이 전년 대비 가장 큰 상승폭을 보였고, 이어 대형슈퍼마켓(▲ 4.3), 제과/제빵점(▲ 4.0) 등 소형유통산업의 만족도 상승이 눈에 띄었다.



2. 산업별 KCSI 주요 특징

4) 공공서비스업의 고객만족도 특징

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

- 공공서비스는 등기와 치안행정을 제외하고 모든 만족도가 상승했다.
- 우편(76.8), 철도(75.8), 전력(74.8), 수도(73.3), 고속도로(70.5) 등이 70점 이상을 유지하며 상위권을 유지하였으며, 우편은 전년의 만족도 하락을 만회하며 다시 반등했다.
- 한편, 교육(55.4점)은 상승세를 보였으나, 올해 역시 60점에 크게 못 미치는 낮은 만족도 수준을 벗어나지 못했으며, 등기 및 치안행정의 만족도도 다소 하락했다.



3. 산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비자 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	간장	샘표식품	샘표식품(80.7), 대상(청정원)(76.6)	5년 연속	6회
2	고추장	CJ제일제당(해찬들)	CJ제일제당(해찬들)(81.9), 대상(청정원)(78.4)	'15 1위 : 대상(청정원) (4년 연속)	2회
3	과자	크라온제과	크라온제과(80.2), 롯데제과(78.7), 오리온(77.5), 해태제과(75.3)	'15 1위 : 해태제과	4회
4	맥주	롯데칠성음료 (클라우드)	롯데칠성음료(클라우드)(85.8), OB맥주(카스포함)(84.7), 하이트진로(84.0)	2년 연속	2회
5	소주	하이트진로	하이트진로(85.9), 금복주(84.9), 롯데칠성음료(주류BG)(80.8), 무학(80.6)	'15 1위 : 금복주 (4년 연속)	7회
6	식용유	사조해표(해표)	사조해표(해표)(74.8), CJ제일제당(백설표)(72.3)	4년 연속	12회
7	아이스크림	빙그레	빙그레(79.5), 롯데푸드(78.5), 롯데제과(75.7), 해태제과(74.8)	10년 연속	11회
8	우유	서울우유	서울우유(83.7), 남양유업(82.5), 매일유업(80.8)	9년 연속	11회
9	유산균발효유	한국아쿠르트	한국아쿠르트(83.5), 남양유업(82.2), 매일유업(81.4)	15년 연속	18회
10	음료	동아오츠카	동아오츠카(81.9), 한국코카콜라(80.3), 롯데칠성음료(78.2), 웅진식품(77.5)	2년 연속	11회
11	참치캔	동원F&B (동원참치)	동원F&B(동원참치)(80.5), 사조해표(사조참치)(71.2), 오투기(오투기참치)(68.6)	13년 연속	16회
12	홍삼가공식품	한국인삼공사 (정관장)	한국인삼공사(정관장)(85.0), 농협홍삼(한삼인)(80.2)	4년 연속	4회
13	남성내의	좋은사람들	좋은사람들(80.6), 쌍방울(76.2), BYC(74.4)	5년 연속	17회
14	남성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(80.8), LG생활건강(79.2), 소망화장품(77.0)	14년 연속	15회
15	남성정장	삼성물산	삼성물산(76.1), LF(73.9), 파크랜드(69.9)	12년 연속	16회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비자 제조업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	담배	한국필립모리스 (말보로)	한국필립모리스(말보로)(74.7), KT&G(68.1), B.A.T.코리아(던힐)(67.6)	9년 연속	10회
17	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(79.1), 한국P&G(76.9), LG유니참(76.2)	7년 연속	8회
18	삼푸	애경	애경(79.5), 아모레퍼시픽(78.5), LG생활건강(78.1), 한국P&G(74.3), 유니레버코리아(74.3)	3년 연속	3회
19	섬유유연제	LG생활건강	LG생활건강(85.7), 피존(82.7), 한국P&G(78.5), 옥시 레킷벤키저(71.2)	'15 1위 : 옥시 레킷벤키저	4회
20	세탁세제	CJ라이온	CJ라이온(75.7), 애경(74.6), LG생활건강(73.4)	20년 연속	21회
21	아웃도어의류	블랙야크	블랙야크(77.4), 쿼오롱스포츠(75.4), 네파(74.9), K2(73.3), 노스페이스(71.3)	3년 연속	3회
22	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(78.8), 남영비비안(비비안)(77.3)	17년 연속	17회
23	여성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(85.2), LG생활건강(78.9)	2년 연속	13회
24	여성용한방화장품	아모레퍼시픽 (설화수, 한울)	아모레퍼시픽(설화수, 한울)(89.2), LG생활건강(후, 수려한)(82.8)	5년 연속	5회
25	정장구두	금강제화	금강제화(79.2), 소다(78.1), 텐디(75.4), 형지에스콰이아(에스콰이아)(74.2)	15년 연속	20회
26	주방세제	CJ라이온	CJ라이온(82.3), 애경(80.9), LG생활건강(78.9)	11년 연속	17회
27	치약	애경	애경(82.7), LG생활건강(82.6), 아모레퍼시픽(79.9)	3년 연속	10회
28	캐주얼화	금강제화(랜드로바)	금강제화(랜드로바)(78.7), 형지에스콰이아(영에이지)(76.5)	14년 연속	14회
29	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(85.2), 깨끗한나라(84.9), 모나리자(82.5)	11년 연속	15회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	가정용복합기 (프린터)	삼성전자	삼성전자(73.7), 한국휴렛팩커드(71.1), 한국옵손(70.8), 캐논코리아비즈니스솔루션(69.5)	9년 연속	12회
2	가정용에어컨	삼성전자	삼성전자(86.2), LG전자(84.4), 대유위니아(78.8)	4년 연속	5회
3	가정용정수기	청호나이스	청호나이스(81.6), 큐웨이(79.9)	'15 1위 : 큐웨이	7회
4	개인용컴퓨터(PC)	삼성전자	삼성전자(80.7), LG전자(77.1), 한국휴렛팩커드(71.9)	15년 연속	19회
5	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(81.7), LG전자 (80.0), 대유위니아(78.4)	6년 연속	6회
6	냉장고	삼성전자	삼성전자(89.4), LG전자(87.9)	7년 연속	12회
7	사무용복합기 (복사기)	한국후지제록스	한국후지제록스(72.8), 캐논코리아비즈니스솔루션(71.9), 신도리코(71.1)	16년 연속	16회
8	세탁기	삼성전자	삼성전자(82.5), LG전자(80.9)	7년 연속	14회
9	이동전화단말기	삼성전자	삼성전자(81.8), 애플(아이폰)(79.9), LG전자(78.0)	19년 연속	20회
10	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(85.8), 리홈쿠첸(78.7)	16년 연속	16회
11	TV	삼성전자	삼성전자(89.9), LG전자(88.0)	19년 연속	19회
12	가정용가구	한샘	한샘(81.2), 현대리바트(80.0), 까사미아(79.2), 에몬스가구(78.6)	'15 1위 : 현대리바트 (2년 연속)	1회
13	가정용보일러	경동나비엔	경동나비엔(83.2), 린나이코리아(82.4), 귀뚜라미보일러(81.7)	3년 연속	4회
14	경형승용차	한국지엠	한국지엠(81.8), 기아자동차(80.7)	2년 연속	2회
15	디지털피아노	야마하뮤직코리아	야마하뮤직코리아(77.4), 삼익악기(75.8), 영창뮤직(75.3)	2년 연속	2회
16	부엌가구	에넥스	에넥스(82.1), 한샘(81.2)	2년 연속	9회
17	블랙박스	팅크웨어 (아이나비)	아이나비(74.7), 유라이브(71.4), 아이패스블랙(68.0)	신규 발표	1회
18	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(76.0), 한국타이어(74.6), 넥센타이어(73.6)	12년 연속	13회
19	일반승용차	현대자동차	현대자동차(88.7), 기아자동차(86.3), 르노삼성자동차(83.9), 한국지엠(83.6)	23년 연속	23회
20	침대	시몬스	시몬스(80.2), 에이스침대(76.2), 대진침대(74.7)	8년 연속	9회
21	RV승용차	현대자동차	현대자동차(88.5), 기아자동차(87.3), 쌍용자동차(84.3)	13년 연속	13회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	생명보험	삼성생명	삼성생명(77.3), 한화생명(74.7), 교보생명(72.7)	12년 연속	18회
2	신용카드	신한카드	신한(75.1), 삼성(75.1), KB국민(73.5), 현대(72.4), BC(70.7), 롯데(70.1), 우리(69.0), NH농협(67.9)	6년 연속	6회
		삼성카드		-	10회
3	은행	신한은행	신한(77.7), KEB하나(76.0), KB국민(75.1), 우리(74.1), IBK기업(71.1), NH농협(70.6)	3년 연속	13회
4	자동차보험	삼성화재	삼성화재(78.8), 현대해상(77.5), KB손해보험(77.1), 동부화재(76.3), 메리츠화재(75.1)	19년 연속	20회
5	장기보험	삼성화재	삼성화재(77.4), 현대해상(76.3), KB손해보험(75.4), 동부화재(74.9), 메리츠화재(69.2)	6년 연속	6회
6	증권	삼성증권	삼성증권(73.7), 대신증권(70.4), 미래에셋증권(70.3), NH투자증권(구, 우리투자증권)(70.1), 현대증권(68.1)	11년 연속	13회
7	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(79.4), 신한카드(78.4), 우리카드(78.0), BC카드(76.2), NH농협카드(75.6)	2년 연속	5회
8	대형마트	이마트	이마트(74.2), 홈플러스(73.4), 롯데마트(72.9)	'15 1위 : 롯데마트 (3년 연속)	9회
9	대형서점	교보문고	교보문고(78.1), 영풍문고(74.0), 서울문고(반디앤루니스)(72.6)	20년 연속	20회
10	대형슈퍼마켓	GS슈퍼마켓	GS슈퍼마켓(70.4), 롯데슈퍼(69.7), 홈플러스 익스프레스(67.3), 이마트 에브리데이(66.4)	'15 1위 : 롯데슈퍼 (2년 연속)	5회
11	면세점	호텔신라 (신라면세점)	호텔신라(신라면세점)(81.0), 호텔롯데(롯데면세점)(80.2)	4년 연속	4회
12	백화점	롯데백화점	롯데백화점(77.2), 현대백화점(76.1), 신세계백화점(75.2)	4년 연속	8회
13	소셜커머스	쿠팡	쿠팡(72.9), 위메프(69.1), 티켓몬스터(티몬)(68.1)	4년 연속	4회
14	영화관	롯데시네마	롯데시네마(80.4), CJ CGV(79.4), 메가박스(74.1)	4년 연속	9회
15	오픈마켓	SK플래닛(11번가)	SK플래닛(11번가)(71.6), 이베이코리아(G마켓)(70.7), 이베이코리아(옥션)(69.1)	8년 연속	8회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	인터넷서점	YES24	YES24(77.4), 인터넷교보문고(75.6), 인터넷파크도서(74.8), 알라딘(72.7)	8년 연속	8회
17	인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑 (현대Hmall)	현대홈쇼핑(현대Hmall)(72.6), 롯데닷컴(71.8), 신세계(SSG닷컴)(71.3), GS홈쇼핑(GS SHOP)(71.0), CJ오쇼핑(CJmall)(68.8)	'15 1위 : 롯데닷컴 (2년 연속)	1회
18	전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성디지털프라자(80.1), 롯데하이마트(79.2), LG전자베스트샵(78.3), 전자랜드 프라이스킹(72.6)	6년 연속	6회
19	제과/제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리바게뜨(78.9), 뚜레쥬르(76.1)	6년 연속	8회
20	치킨프랜차이즈	비에이치씨 (BHC치킨)	BHC치킨(79.3), 교촌치킨(78.3), BBQ치킨(77.3), 네네치킨(76.5), 굽네치킨(69.7)	'15 1위 : BBQ치킨	1회
21	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(80.1), 스타벅스(78.3), 커피빈(77.4), 투썸플레이스(76.3), 카페베네(76.0), 할리스(76.0)	7년 연속	7회
22	패밀리레스토랑	빔스(VIPS)	빔스(VIPS)(78.1), 아웃백스테이크하우스(76.2), 애슐리(71.6), TGI프라이데이스(70.2)	2년 연속	6회
23	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(78.3), 버거킹(76.8), KFC(74.4), 맥도날드(73.3)	4년 연속	4회
24	편의점	GS25	GS25(79.6), CU(78.5), 세븐일레븐(77.9), 미니스톱(71.8)	14년 연속	17회
25	프리미엄아울렛	롯데프리미엄 아울렛	롯데프리미엄아울렛(74.4), 신세계사이먼프리미엄아울렛(71.6)	3년 연속	3회
26	피자전문점	도미노피자	도미노피자(76.2), 미스터피자(74.2), 피자헛(71.8)	2년 연속	2회
27	학습지	대교	대교(77.8), 교원구몬(76.4), 재능교육(74.7), 응진씽크빅(73.1)	'15 1위 : 교원구몬	9회
28	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(78.2), 롯데홈쇼핑(77.2), GS홈쇼핑(GS SHOP)(76.7), CJ오쇼핑(75.8), 홈앤쇼핑(75.1), NS홈쇼핑(74.4)	11년 연속	11회
29	검색포털사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(76.1), 카카오(다음)(72.2)	13년 연속	13회
30	국제전화	SK텔링크(00700)	SK텔링크(00700)(75.9), KT(001)(75.3), LG유플러스(002)(71.9)	2년 연속	3회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
31	시내/시외전화	KT	KT(79.0), SK브로드밴드(77.3), LG유플러스(74.5)	17년 연속	18회
32	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(78.4), KT(75.5), LG유플러스(73.1)	19년 연속	19회
33	인터넷전화	KT	KT(76.6), SK브로드밴드(74.5), LG유플러스(74.4)	7년 연속	7회
34	인터넷TV(IPTV)	SK브로드밴드	SK브로드밴드(70.0), KT(70.0), LG유플러스(67.0)	4년 연속	4회
		KT		-	3회
35	초고속인터넷	KT	KT(77.1), SK브로드밴드(76.2), LG유플러스(71.1)	'15 1위 : SK브로드밴드	12회
36	고속버스	금호고속	금호고속(78.8), 동양고속(76.4), 동부고속(75.1), 중앙고속(73.1)	11년 연속	14회
37	도시가스	부산도시가스	부산도시가스(78.8), 대성에너지(77.8), 예스코(76.4), 서울도시가스(75.9), 삼천리도시가스(75.4), 규원에너지서비스(74.2), 대륜E&S(73.8)	14년 연속	14회
38	렌터카	롯데렌탈(롯데렌터카)	롯데렌탈(롯데렌터카)(76.1), SK네트웍스(SK렌터카)(73.3), AJ렌터카(71.4)	신규 발표	1회
39	무인경비	에스원	에스원(75.1), KT텔레캅(73.6), ADT캡스(72.2)	2년 연속	2회
40	스키장	보광휘닉스파크	보광휘닉스파크(72.0), 하이원리조트(70.9), 용평리조트(70.7), 무주덕유산리조트(70.3), 비발디파크(68.5)	3년 연속	3회
41	여행사(해외여행)	하나투어	하나투어(75.2), 노랑풍선(72.5), 모두투어(70.4), 롯데관광개발(69.4)	8년 연속	8회
42	워터파크	캐리비안베이	캐리비안베이(77.4), 비발디파크 오션월드(76.1)	5년 연속	5회
43	저비용항공	에어부산	에어부산(75.7), 제주항공(75.1), 진에어(74.4), 티웨이항공(69.1), 이스타항공(68.1)	4년 연속	4회
44	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(77.9), 롯데월드(75.5), 서울랜드(70.1)	22년 연속	22회
45	종합병원	서울아산병원	서울아산병원(74.7), 삼성서울병원(74.0), 세브란스병원(신촌)(73.0), 서울성모병원(71.4), 서울대학교병원(본원)(70.9)	4년 연속	5회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
45	주유소	SK에너지 (SK주유소)	SK에너지(SK주유소)(74.2), GS칼텍스(72.2), S-Oil(71.5), 현대오일뱅크(66.6)	6년 연속	17회
46	콘도미니엄	한화호텔&리조트 (한화리조트)	한화리조트(75.2), 대명리조트(74.1)	5년 연속	7회
47	택배	CJ대한통운	CJ대한통운(78.0), 우체국택배(77.3), 한진택배(75.3), 현대택배(73.2)	8년 연속	11회
48	항공	아시아나항공	아시아나항공(76.7), 대한항공(75.4)	3년 연속	19회

4) 공공서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	공공서비스	우정사업본부(우편)	우편(76.8), 철도(75.8), 전력(74.8), 수도(73.3), 고속도로(70.5), 세무(69.6), 등기(67.8), 치안행정(64.0), 교육(55.4)	18년 연속	18회
2	지하철	광주도시철도공사	광주도시철도공사(78.4), 부산교통공사(78.0), 대구도시철도공사(77.5), 대전도시철도공사(76.9), 서울도시철도공사(5~8호선)(66.3), 인천교통공사(65.8), 서울메트로(1~4호선)(61.7)	'15 1위 : 대구도시철도공사	8회

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

1) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자, KT, 삼성물산을 비롯한 총 14개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위 차지해

- 작년에 이어 2016년 KCSI에서도 삼성전자가 총 9개 산업에서 1위를 차지하며 최다 산업 1위 기업을 수성했다. 삼성전자는 전년도 1위로 선정된 가정용에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, TV, 가정용복합기(프린터), 개인용 컴퓨터(PC), 이동전화단말기(스마트폰), 전자제품전문점 등 9개 산업에서 1위를 유지하였다.
- KT는 시내/시외전화, 인터넷전화, 인터넷TV(IPTV), 초고속인터넷 등 4개 산업에서 1위를 기록하며 삼성전자에 이어 두 번째로 많은 복수산업 1위를 차지했다.
- 이외에도 삼성물산은 작년과 동일한 남성정장, 종합레저시설, 워터파크에서 1위를 지켜냈고, 아모레퍼시픽(남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품)이 3개 산업에서 1위를, 금강제화(정장구두, 캐주얼화), 롯데리아(패스트푸드점, 커피전문점), 롯데백화점(백화점, 프리미엄아울렛), 삼성화재(자동차보험, 장기보험), 애경(삼푸, 치약), 유한킴벌리(생리대, 화장지), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), 현대홈쇼핑(인터넷쇼핑몰, TV홈쇼핑), CJ라이온(세탁세제, 주방세제), GS리테일(대형슈퍼마켓, 편의점) 등이 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2016년 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 (’15년: 9개 산업 1위)
2	KT	시내/시외전화, 인터넷전화, 인터넷TV(IPTV), 초고속인터넷	4개 산업 1위 (’15년: 2개 산업 1위)
3	삼성물산	남성정장, 종합레저시설, 워터파크	3개 산업 1위 (’15년: 3개 산업 1위)
4	아모레퍼시픽	남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품	3개 산업 1위 (’15년: 3개 산업 1위)
5	금강제화	정장구두, 캐주얼화	2개 산업 1위 (’15년: 2개 산업 1위)
6	롯데리아	패스트푸드점, 커피전문점	2개 산업 1위 (’15년: 2개 산업 1위)
7	롯데백화점	백화점, 프리미엄아울렛	2개 산업 1위 (’15년: 2개 산업 1위)
8	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 (’15년: 2개 산업 1위)
9	애경	삼푸, 치약	2개 산업 1위 (’15년: 2개 산업 1위)
10	유한킴벌리	생리대, 화장지	2개 산업 1위 (’15년: 2개 산업 1위)
11	현대자동차	일반승용차, RV승용차	2개 산업 1위 (’15년: 2개 산업 1위)
12	현대홈쇼핑	인터넷쇼핑몰, TV홈쇼핑	2개 산업 1위 (’15년: 1개 산업 1위)
13	CJ라이온	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 (’15년: 2개 산업 1위)
14	GS리테일	대형슈퍼마켓, 편의점	2개 산업 1위 (’15년: 1개 산업 1위)

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

2) 2015년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

총 16개 산업에서 KCSI 1위 기업 변동 나타나

- 2016년 KCSI 조사결과 총 16개 산업에서 1위 기업의 변동이 나타났다.
- 산업군별로 소비재에서 고추장(CJ제일제당(해찬들)), 과자(크라온제과), 소주(하이트진로), 섬유유연제(LG생활건강) 등 4개 산업, 내구재에서 가정용정수기(청호나이스), 가정용가구(한샘) 등 2개 산업, 서비스업에서는 신용카드(신한카드, 삼성카드), 체크카드(KB국민카드), 대형마트(이마트), 대형슈퍼마켓(GS슈퍼마켓), 인터넷쇼핑몰(현대Hmall), 치킨프랜차이즈(BHC치킨), 학습지(대교), 인터넷TV(KT, SK브로드밴드), 초고속인터넷(KT) 등 9개 산업 및 지하철(광주도시철도공사)에서 1위 기업이 변동된 것으로 나타났다.

2016년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 1위 변동 기업

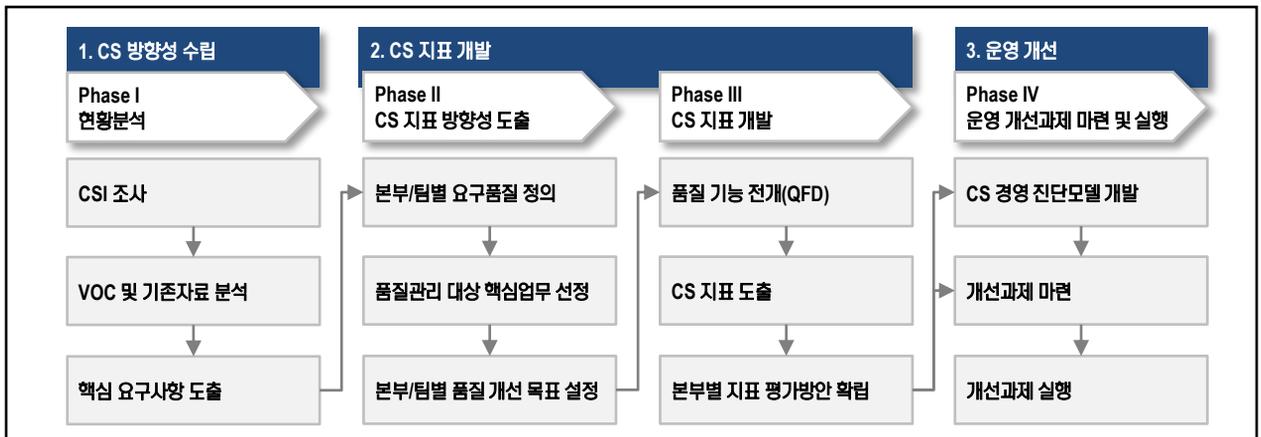
No	산업군	산업명	2016년 KCSI 1위 기업	2015년 KCSI 1위 기업
1	소비재 (4개)	고추장	CJ제일제당(해찬들)	대상(청정원)
2		과자	크라온제과	해태제과
3		소주	하이트진로	금복주
4		섬유유연제	LG생활건강	옥시 레킷벤키저
5	내구재(2개)	가정용정수기	청호나이스	큐웨이
6		가정용가구	한샘	현대리바트
7	서비스(9개)	신용카드	신한카드, 삼성카드	신한카드
8		체크카드	KB국민카드	우리카드, KB국민카드
9		대형마트	이마트	롯데마트
10		대형슈퍼마켓	GS슈퍼마켓	롯데슈퍼
11		인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑(Hmall)	롯데닷컴
12		치킨프랜차이즈	비에이치씨(BHC치킨)	제너시스비비큐(BBQ)
13		학습지	대교	교원구몬
14		인터넷TV(IPTV)	SK브로드밴드, KT	SK브로드밴드
15		초고속인터넷	KT	SK브로드밴드
16	공공서비스 (1개)	지하철	광주도시철도공사	대구도시철도공사

5. KCSI 향상을 위한 제언

CS에 영향주는 요인을 능동적으로 찾아 관리하라

- ➔ 많은 기업들이 고객만족도를 관리한다고 하지만 실제로는 제대로 관리하지 못하는 모순된 현상들을 보이는 경우가 종종 발생한다. 고객만족도라는 것은 기업의 경영활동이 고객에게 전달되어 나타난 최종 결과를 고객의 인지에 기반하여 측정하는 것이다. 여기서 중요한 것이 고객만족도는 ‘고객의 인지’에 기반한다는 점이다. 하지만 고객은 기업의 내부경영활동을 모두 알지 못하며, 외부 요인에 의해 기업의 노력과 전혀 다른 이슈가 발생하기도 하여 전혀 예상치 못한 고객만족도가 나타나기도 한다. 매출, 이익 등은 노력 여하에 따라 관리할 수도 있지만 고객만족도는 고객이 평가하는 지표이다 보니 직접적 관리가 매우 어렵다는 문제가 발생하는 것이다.
- ➔ 그렇다면 고객만족도는 과연 관리가 어려운 것일까? 여기에 대해 단정적으로 답하기는 어렵지만, 그렇다고 전혀 방법이 없는 것은 아니다. 즉, 고객만족도에 영향을 주는 기업 내부의 동인지표들을 찾아낼 수만 있다면 그 동인지표를 관리함으로써 결과지표인 고객만족도를 관리할 수 있을 것이다. 이러한 동인지표를 찾아내고 정의할 수 있는 것에는 다양한 방법들이 존재할 수 있겠으나 대표적으로 KMAC가 가지고 있는 QFD(Quality Function Deployment : 품질기능전개) 기법을 활용한 방법론이 있다.
- ➔ 우선, 본 방법론을 적용하기 위해서는 고객만족도 조사가 기본적으로 필요하다. 고객만족도 조사를 통해 현재 고객만족도에서 나타나는 강약점을 명확히 파악하고, 이에 근거하여 핵심 고객요구를 정리한 다음 QFD를 적용하게 된다. 이 때, QFD를 적용함으로써 얻을 수 있는 장점으로는 현재의 강약점 뿐만 아니라 향후 기업이 집중해야 할 영역에 대한 목표를 설정하고 이를 반영할 수 있다는 것이다. 경영이 끊임 없이 자원의 선택과 집중을 통해 성과를 극대화시켜 나가는 활동이라고 볼 때, 향후 목표를 반영한다는 것은 경영의 효율성을 높일 수 있을 뿐만 아니라 목표를 설정하는 과정에서 구성원들 스스로의 합의가 이루어져야 하므로 목표 설정 이후 실행력을 담보하는데 매우 효과적이라는 것이다.
- ➔ 이런 과정을 거쳐 고객만족도에 영향을 주는 내부 동인을 찾아내고 이것들을 조직별로 관리해야 할 지표로 설정한다면 기업 내 모든 조직이 하나의 일관성 있는 방향을 가지고 경영에 참여하게 될 것이며, 아울러 이렇게 관리된 지표의 결과물인 고객만족도 역시 상당부분으로 관리가능 할 수 있게 되는 것이다. QFD 지표 개발 방법론을 활용하여 이제부터는 더 많은 기업들이 막연히 고객만족도 결과를 기다리지만 말고 보다 적극적으로 고객만족도에 영향을 주는 요인들을 관리함으로써 수동적이 아닌 능동적으로 성과를 창출할 수 있을 것이다.

고객요구품질 기반의 TCS 지표 개발 방법론

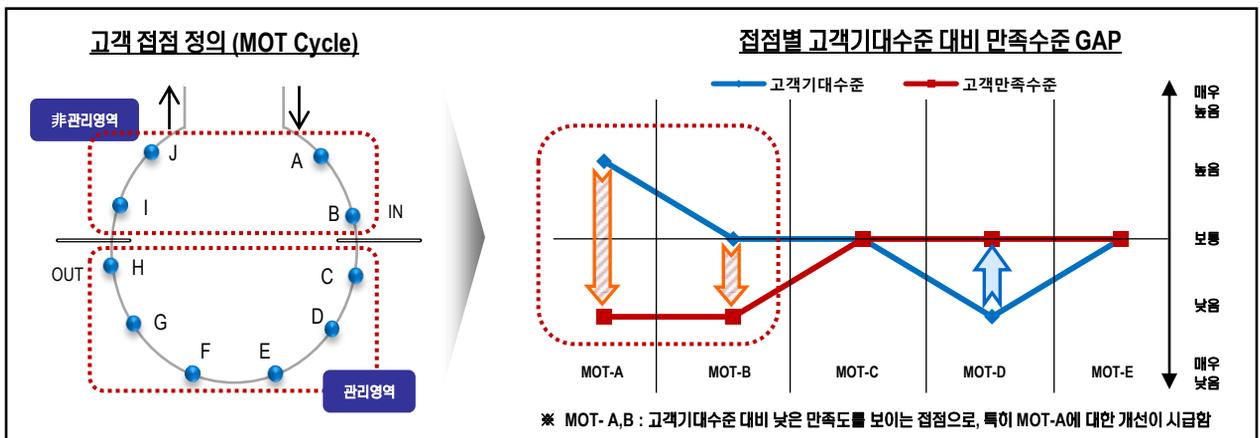


5. KCSI 향상을 위한 제언

고객경험 표준화 수준에서 차별화 단계를 목표로하라

- SNS 등의 범람으로 그 어느 때보다 고객들간의 정보 교류가 활발한 가운데, 금융, 유통, 제조AS 등 고객이 실생활에서 쉽게 접하는 산업에서는 고객만족경영 전개상에서 점점(MOT)의 중요성이 더욱 부각되고 있다. 제조업과 같이 치열한 기술경쟁을 보이는 산업에서도 제품 경쟁력만으로는 우위에 서기 어려우며, 유통이나 서비스가 전달되는 접점에서 고객에게 긍정적인 경험을 제공하여 차별화된 서비스 경쟁력을 갖출 수 있는 것이다.
- 특히, 매년 KCSI에서 높은 점수를 기록하며 뛰어난 수준의 고객만족을 실현한 기업, 즉 점점에서도 서비스 품질 표준 달성이 잘 지켜지고 있다고 여기는 기업이라면 이제 표준화 단계를 넘어 자사만의 독특한 고객경험을 만들어 내는 수준으로 한 단계 도약이 필요한 것이다. 제품 및 서비스의 차별화가 어려워지는 가운데 경쟁사와 차별화되지 않는 고객접점의 서비스로는 더 이상 고객 관계의 '지속성'을 담보할 수 없게 됨에 따라, 새로운 차별화 수단으로 고객 경험 관리의 필요성이 더욱 부각되고 있다.
- 고객경험관리(Customer Experience Management)는 제품이나 서비스에 대한 고객의 경험을 체계적으로 관리하는 프로세스를 의미한다. 즉 기업이 고객의 제품 탐색에서 구매, 사용 단계에 이르기까지 모든 과정에 대한 분석 및 개선을 통해 긍정적인 고객 경험을 창출하는 것을 말한다. 기업에 대한 고객행동에 영향을 주는 고객경험이 긍정적인 방향으로 전개되도록 관리함으로써 고객의 로열티를 증대시키는 경영활동인 것이다. 고객경험 점점에서 우리만의 차별화된 서비스 컨셉을 디자인할 때는 고객경험 흐름 상에서 세분화된 경험 점점별로 고객기대 가치와 융합돼 구체적으로 전개되어야 한다. 고객관점에서 고객경험의 전체적인 흐름을 이해하며 우리가 놓친 부분을 찾아야 하고, 고객경험 흐름을 점점별로 세분화하여 전략적으로 선택과 집중을 해야 할 필요가 있다.
- 성공적인 고객경험관리(CEM)를 위해서는 고객 관점에서 기업이 커버하지 않는 경험까지 전체 포괄하여 점점을 새롭게 정의하는 과정이 필요하며, 이때 무엇보다 각 단계별로 고객의 니즈 및 요구가치에 대한 면밀한 분석이 병행되어야 한다. 기업은 고객 니즈 분석을 통해 기존에 없던 새로운 고객가치를 창출할 수 있으며, 점점별 기대수준 대비 만족수준과의 비교 분석을 통해 주요 CS포인트를 전략적으로 선택하고 집중할 수 있다.
- 나아가, 변화하는 고객가치를 상시적으로 수집할 수 있는 인프라를 구축해야 하고, 우리만의 서비스 아이덴티티를 기반으로 전개한 고객경험관리 활동의 성과를 측정 평가할 수 있는 툴을 마련함으로써 지속적으로 개선 및 관리할 수 있을 때 기업은 비로소 고객만족 향상 경쟁에서 높은 우위를 확보할 수 있을 것이다.

고객경험점점 및 점점별 수준 진단 예시

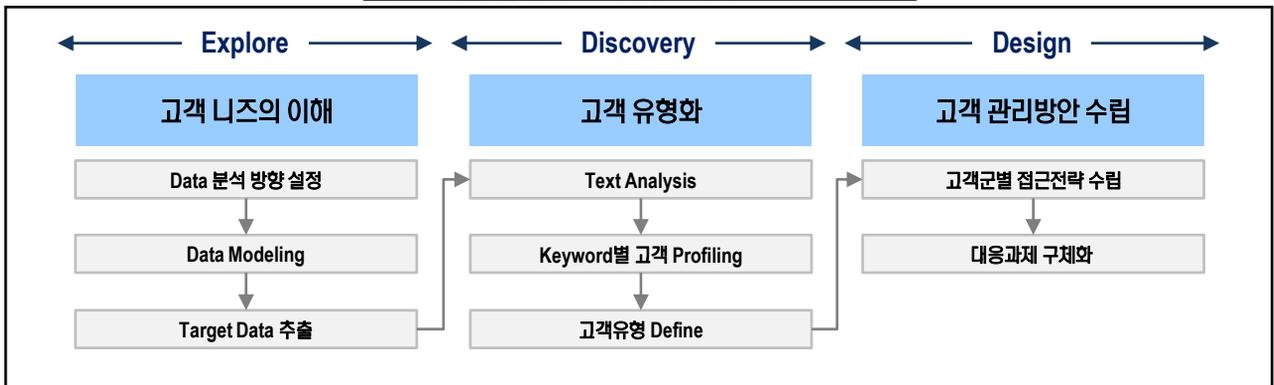


5. KCSI 향상을 위한 제언

보다 적극적으로 VOC를 수집하고 이를 활용하라

- ‘고객의 소리(VOC)’는 기업 경영의 근본이자 고객만족경영활동의 기반이라 할 수 있으므로 VOC에 대한 중요성은 날로 높아져가고 이에 대한 보다 적극적이고 능동적인 대응이 요구되는 시점이다 . 최근 매우 큰 반향을 일으키고 있는 ‘빅데이터(Big Data)’도 ‘고객의 소리’ 관점에서 판단하여, 과거와 같이 기업으로 유입되는 것만 ‘고객의 소리’로 관리할 것이 아니라 SNS, 블로그 등 각종 웹에서 노출되는 고객의 입소문(Buzz)까지도 ‘고객의 소리’ 범위에 포함시켜 이를 수집해서 분석하는 등 그 활용도를 더욱 높여야 할 것이다. 과거와 같이 수동적인 형태보다는 좀 더 능동적인 형태로 ‘고객의 소리’에 대응하고 이를 경영자산화 함으로써 그 어느 때보다 높아진 기업의 복잡하고도 다양한 리스크에 준비하는 자세가 요구되는 것이다.
- ‘고객의 소리(VOC)’란 고객이 기업의 상품 또는 서비스를 구매거나 경험하는 과정에서 발생하는 만족, 불만족이 기업에 피드백된 일련의 정보라 할 수 있다. 이러한 ‘고객의 소리’는 기업이 CS경영을 전개하는 한 소홀히 해서는 안 될 가장 기본 중의 기본이라 할 수 있다. 그러나 아직도 많은 기업들이 이러한 고객의 소리에 대해 그 중요성을 피부로 절실히 느끼지 못하고 있는 것이 현실이다. 또는 자신들은 ‘고객의 소리’에 매우 민감하다고 생각하고 있지만 ‘고객의 소리’를 처리하는 과정을 진단해 보면 그와는 정반대의 모습을 보이는 경우가 드물지 않게 나타나고 있다.
- 이유가 무엇일까? 다년 간 ‘고객의 소리’ 체계 구축 컨설팅을 진행하면서 살펴본 바에 의하면, 다음과 같은 이유가 발견된다. 첫째는, 경영진이 ‘고객의 소리’에 깊이 관심을 갖지 않는 경우이다. 이런 경우 실무진에서도 ‘고객의 소리’를 형식적으로 관리하다 보니 그 체계나 효용성이 높아질 수가 없는 경우가 많이 있다. 둘째는, VOC시스템이라고 불려서인지 ‘고객의 소리’를 IT시스템에 국한해서 보는 경우다. 그러나 ‘고객의 소리(VOC)’ 시스템이라고 할 때, 시스템이라는 말은 IT만을 말하는 것이 아니라 전체적인 체계를 말하는 것임을 다시 한 번 인식할 필요가 있다. 셋째는, 직원들의 생각 즉 마인드가 아직 고객지향적으로 정렬이 되어 있지 못하기 때문이기도 하다. 시스템을 통해 많은 ‘고객의 소리’가 수집되고 있으나 그것들을 귀찮은 일로 여기는 경우가 아직도 발생하고 있다.
- 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 있을 것이다.

VOC 기반 선제적 고객대응 체계 Framework



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

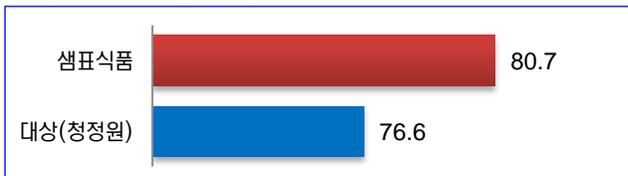
(3) 서비스업

■ 식료품(식용 정제유/장류/수산물)

• 간장

쿡방 열풍으로 요리를 간편하고 빠르게 할 수 있도록 도와주는 맛간장이 소비자들 사이에서 인기를 끄는 가운데, 간장 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며 샘플식품이 5년 연속 1위(역대 6회 1위)를 차지했다.

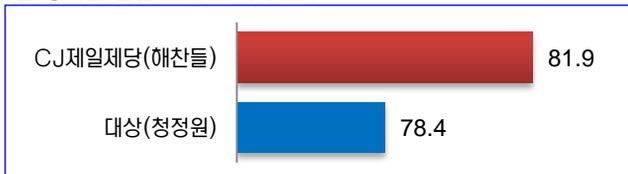
샘플식품은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 빛깔, 간장 농도, 상품의 다양성, 기업 신뢰도 등 대부분의 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 고추장

맛과 건강을 동시에 추구하는 소비트렌드에 따라 현미, 보리, 고구마 등 다양한 원료를 활용한 제품들이 출시되는 가운데, 고추장 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며 CJ제일제당(해찬들)이 대상(청정원)을 제치고 1위(역대 2회 1위) 자리를 차지하는 영예를 안았다.

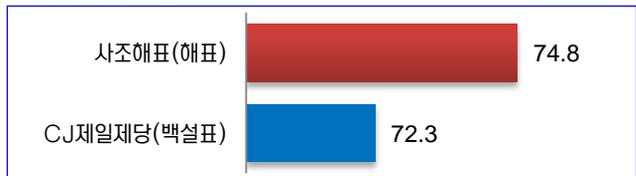
CJ제일제당(해찬들)은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 고추장 맛과 농도, 제품 다양성, 기업 신뢰도 등 대부분의 요소에서 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 식용유

건강과 가성비 모두를 생각하는 소비자들이 증가되면서 카놀라유가 큰 호응을 얻고 있는 식용유 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 사조해표(해표)가 올해 4년 연속 1위(역대 12회 1위)자리에 올랐다.

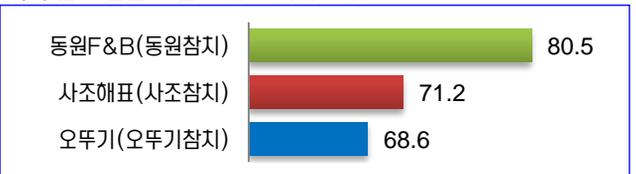
사조해표(해표)는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 기름의 맑고 깨끗함, 요리의 맛, 풍부한 영양, 기업 신뢰도 등 거의 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



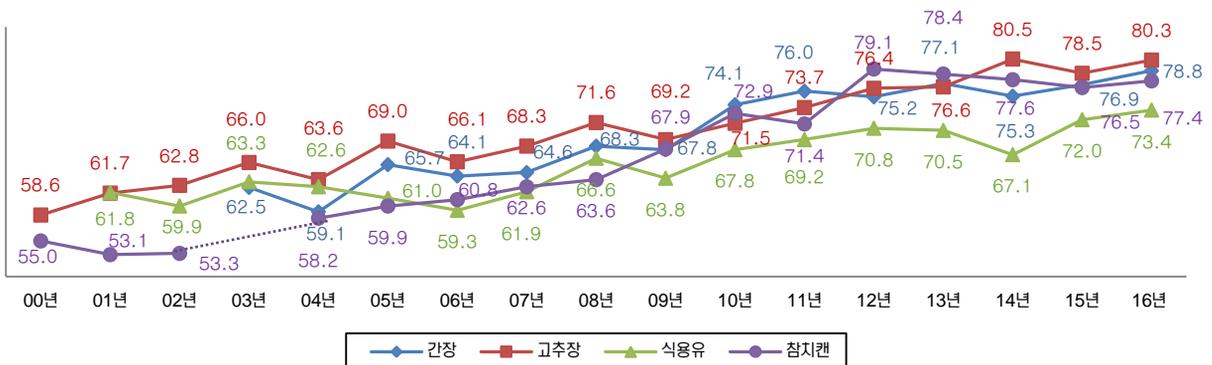
• 참치캔

웰빙 트렌드와 맞물리며 다양한 영양소가 함유된 참치가 건강 식품으로 꾸준한 사랑을 받고 있는 흐름속에 참치캔 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며 동원F&B(동원참치)가 13년 연속 1위(역대 16회 1위)의 자리를 고수했다.

동원F&B(동원참치)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 영양, 건더기 및 기름기, 종류의 다양성, 기업 신뢰도 등 전반적인 항목에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

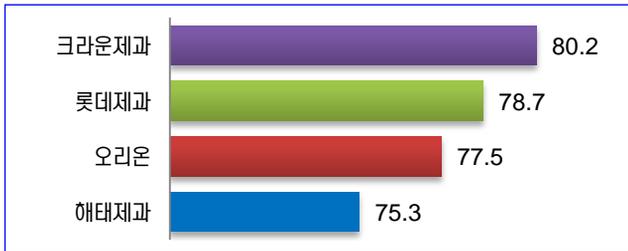
(3) 서비스업

■ 식료품(과자/빙과류)

• 과자

지난해 허니버터 열풍에 이어 올해는 바나나 맛 제품이 강세를 보인 가운데, 계속해서 새로운 맛이 유행하고 있는 과자산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 유지하고 있으며, 크라운제과가 해태제과를 제치고 1위(역대 4회 1위)자리에 올랐다.

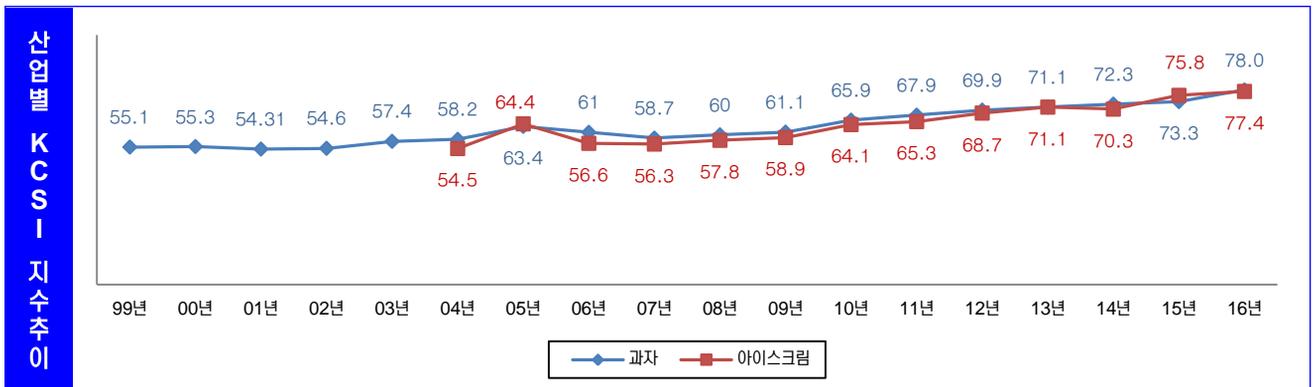
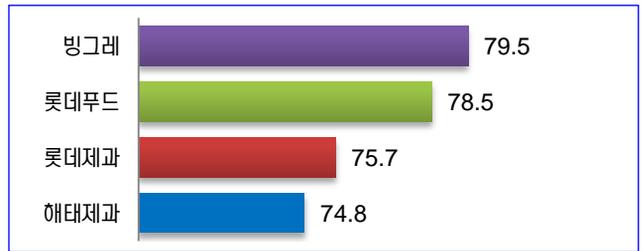
크라운제과는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 구입 용이성, 섭취 편리성, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족을 보였다.



• 아이스크림

프리미엄 아이스크림이 디저트 문화에 익숙한 20~30대 여성 소비자로부터 각광을 보이고 있는 아이스크림 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며 빙그레가 10년 연속 1위(역대 11회 1위)자리를 지켰다.

빙그레는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 맛과 제품 형태, 기업의 신뢰도 항목에서 높은 점수를 받은 것으로 나타났다



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

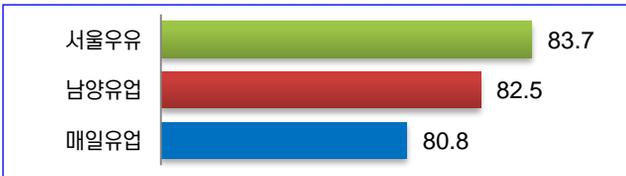
(3) 서비스업

■ 식료품(농농제품)

• 우유

소비자 연령과 취향 및 건강 상태에 맞춰 우유 제품이 세분화 되는 가운데, 특히 최근 저지방 우유와 다양한 영양분을 강조한 기능성 우유가 선전하는 우유 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 서울우유가 9년 연속 1위(역대 11회 1위)를 이어갔다.

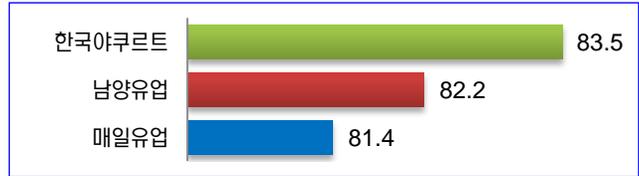
서울우유는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 냄새 및 성분, 제품의 다양성, 배달, 유통기한 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



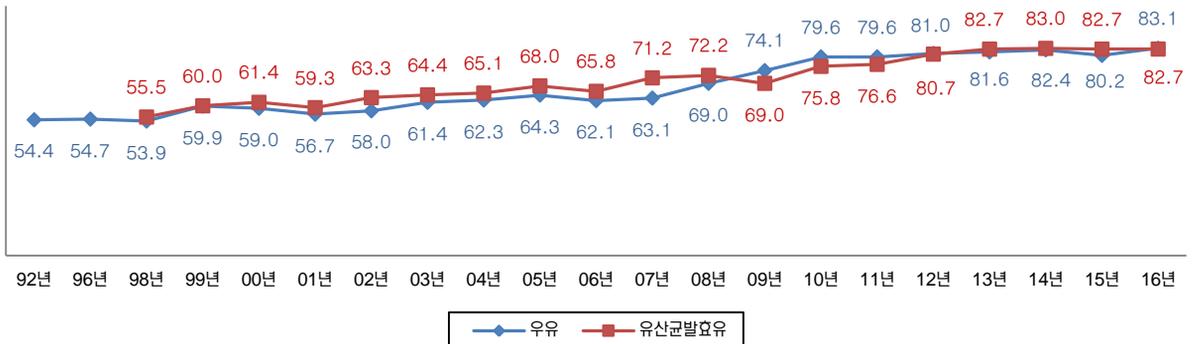
• 유산균발효유

얼려먹는 발효유, 기능성 성분 함유 발효유, 유기농 발효유 등 다양한 형태와 성분의 제품이 출시되는 유산균 발효유 산업의 만족도는 전년과 동일한 가운데, 한국아쿠르트가 15년 연속 1위(역대 18회 1위)의 자리를 고수했다.

한국아쿠르트는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 제품 농도와 기능성에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

음료

맥주

홈(home)술, 혼술(혼자마시는 술)등 가볍게 즐기는 주류문화가 확산되면서 혼자 마실 수 있는 소용량 맥주의 소비추세가 증가되고 있는 가운데, 맥주 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 이어갔으며, 롯데칠성음료(클라우드)가 2년 연속 1위(역대 2회 1위)자리를 지켰다.

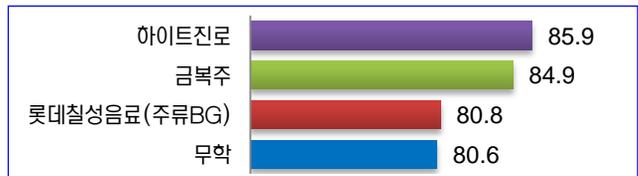
롯데칠성음료(클라우드)는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맥주의 맛과 향, 포장 및 디자인, 기업 신뢰도 등에서 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



소주

술을 잘 못 마시는 사람도 부담없이 마실 수 있는 저도주에 탄산, 과일맛 등을 첨가한 제품들이 트렌드를 선도하며 소주 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 하이트진로가 금복주를 제치고 금년 1위(역대 7회 1위)를 달성했다.

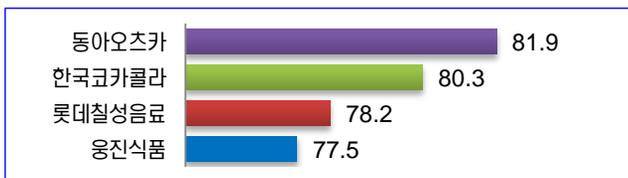
하이트진로는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소 만족도는 소주의 맛과 뒤끝에서 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



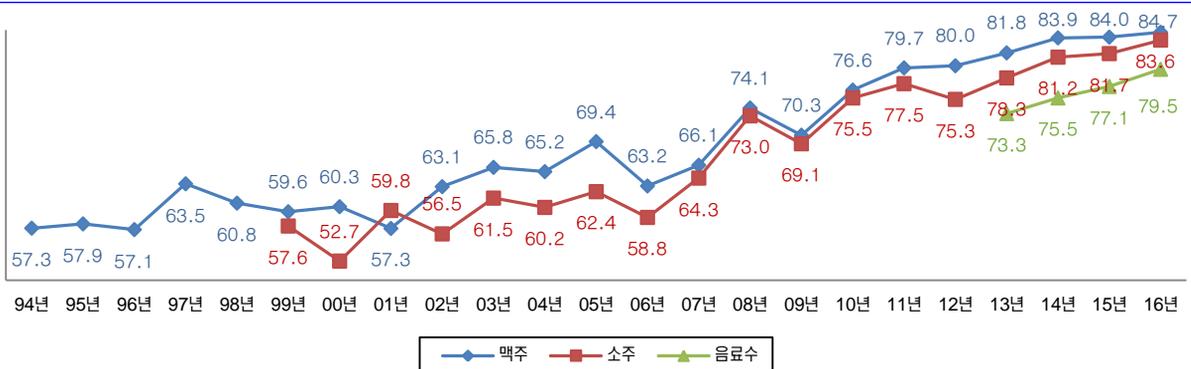
음료

열량과 당분을 줄인 탄산수에 대한 우호적인 인식이 확산되면서 음료 업계의 트렌드를 이끌어 가고 있는 중에 음료 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 보이고 있으며, 동아오츠카가 역대 11회 1위를 고수했다.

동아오츠카는 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 맛과 당도, 구입 용의성, 제품의 다양성 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 우위를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



☞ 산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■담배 및 홍삼가공식품

• 담배

기존의 담배 형태에서 수퍼슬림, 캡슐/가향 담배 등 여러 형태로 발전되며 소비자들의 다양한 기호를 맞추고 있는 담배 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 한국필립모리스(말보로)가 9년 연속 1위(역대 10회 1위)의 자리를 유지했다.

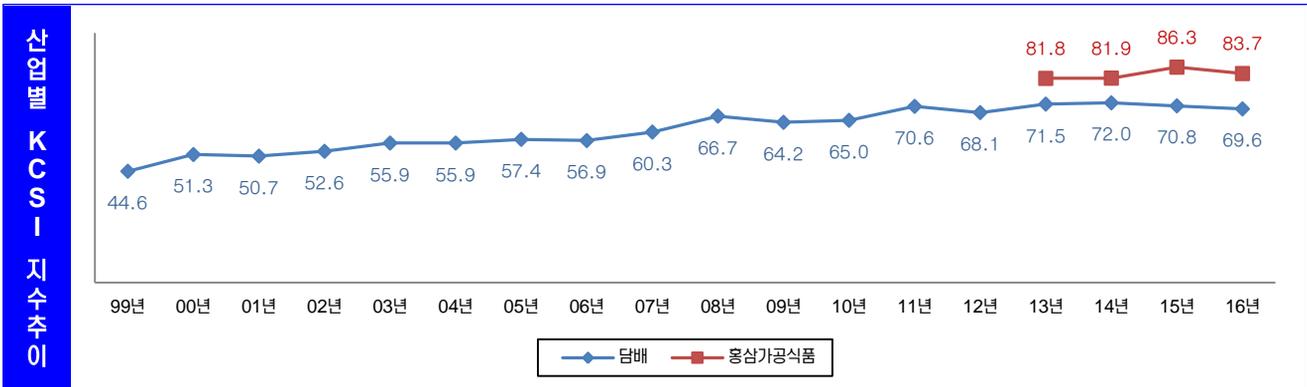
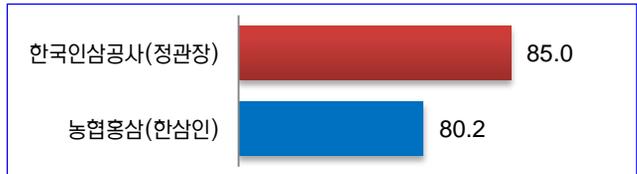
한국필립모리스(말보로)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 맛과 향, 필터, 포장 및 디자인, 기업 신뢰도 등 거의 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 홍삼가공식품

언제 어디서든 간편하게 섭취할 수 있는 소용량 스틱형 포장이 20~30대에게 인기를 끌면서 홍삼제품 수요가 증가하는 가운데, 홍삼가공식품 산업의 만족도는 전년 대비 하락하였으며, 한국인삼공사(정관장)가 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 이어갔다.

한국인삼공사(정관장)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 성분, 제품 다양성 및 디자인, 제조회사 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

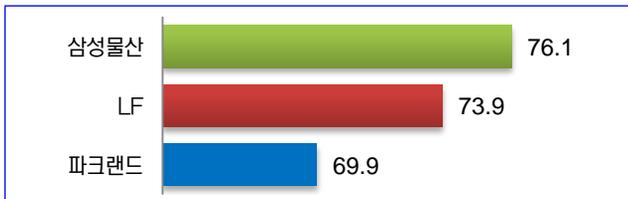
(3) 서비스업

■ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

• 남성정장

신축성이 높은 소재, 생활 방수 기능, 특수 냉감 소재 등으로 편의성을 높인 기능성 정장에 대해 관심이 높아지는 가운데, 남성정장 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 하락하였으며, 삼성물산이 12년 연속 1위(역대 16회 1위)의 자리를 이어나갔다.

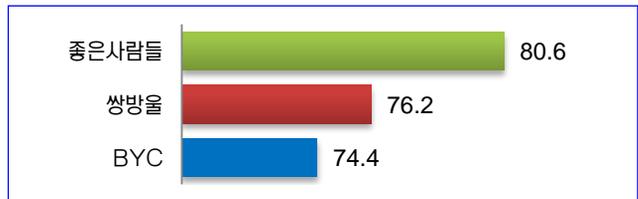
삼성물산은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 스타일 및 색상유지, 체형, 회사 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 남성내의

무더운 여름철에도 쾌적하고 편하게 입을 수 있는 다양한 '쿨링 제품'에 대한 수요가 늘어나면서 경쟁이 치열한 가운데, 남성내의 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며 좋은사람들이 5년 연속 1위(역대 17회 1위)를 지켜냈다.

좋은사람들은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 보였으며, 요소 만족도는 소재와 착용감, 디자인, 색상 등의 요소에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 아웃도어의류

아웃도어 의류의 영역이 점차 확대되면서 방수, 방풍, 투습, 통기성 등 다양한 기능을 갖춘 제품이 출시되고 있는 아웃도어의류 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 블랙야크가 3년 연속 1위(역대 3회 1위)기업으로 조사되었다.

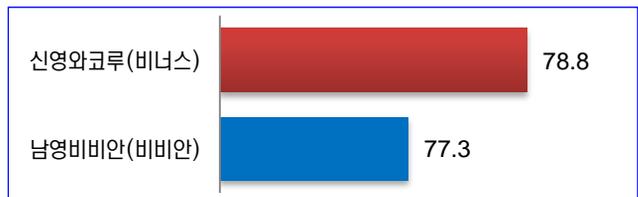
블랙야크는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 디자인 및 색상, 내구성, 제조회사 신뢰도 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



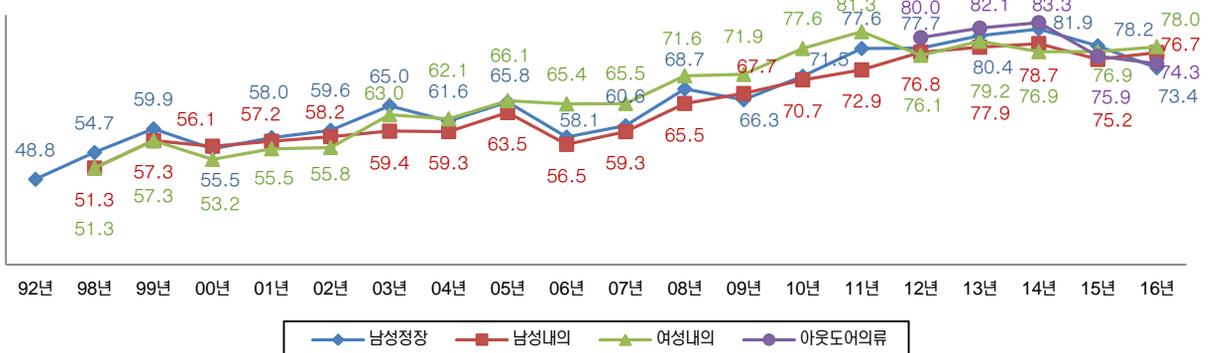
• 여성내의

무더위와 열대야로 접촉 냉감기능과 맘을 빨리 마르게 하는 속건기능의 제품 판매가 두드러지는 가운데, 여성내의 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 신영와코루(비너스)가 17년 연속 1위(역대 17회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

신영와코루(비너스)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소재와 착용감, 제품의 다양성, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

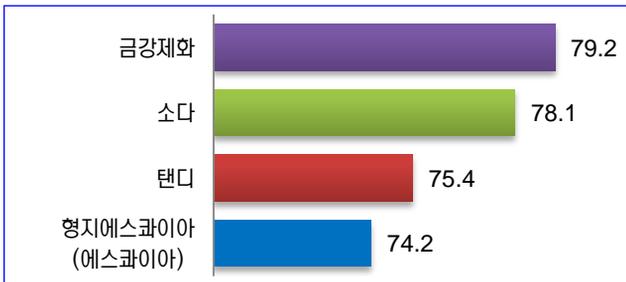
(3) 서비스업

■ 가족, 가방 및 신발

• 정장구두

제품 고급화, 기능성 강화, 가성비 최적화 등의 전략을 통해 소비시장에서의 도약을 준비중인 정장구두 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 금강제화가 15년 연속 1위(역대 20회 1위)의 자리를 차지했다.

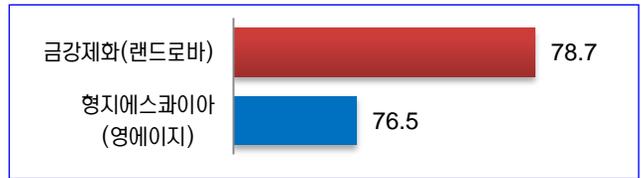
금강제화는 재구입의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 긴 수명과 좋은 소재, 착용감, 디자인 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



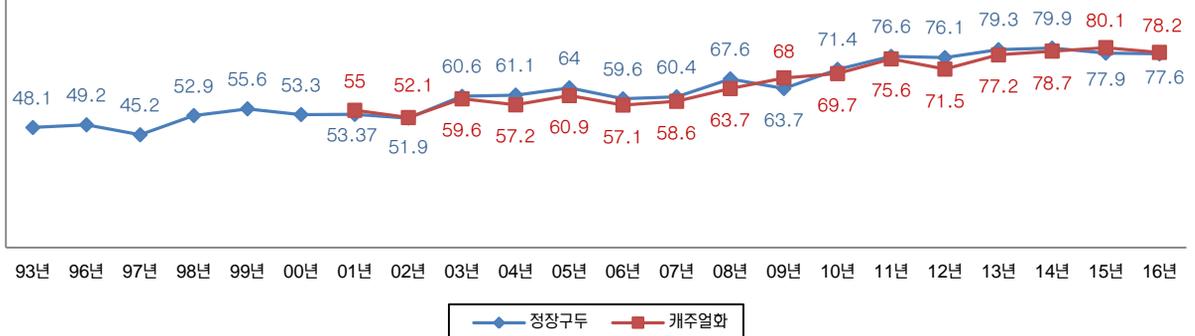
• 캐주얼화

편안하면서도 개성을 살릴 수 있는 캐주얼화에 대한 20~30대 직장인들의 관심이 증가함에 따라 강세를 보이고 있는 캐주얼화 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 금강제화(랜드로바)가 14년 연속 1위(역대 14회 1위)를 달성했다.

금강제화(랜드로바)는 전반적만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 긴 수명과 좋은 소재, 착용감, 디자인, 제조회사 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

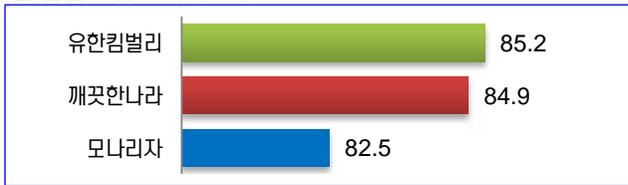
(3) 서비스업

■ 펄프, 종이 및 종이제품

• 화장지

소비자들의 니즈에 따른 실속형 대용량 제품과 친환경 제품 등이 인기를 보이고 있는 가운데, 화장지 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 유한킴벌리가 11년 연속 1위(역대 15회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

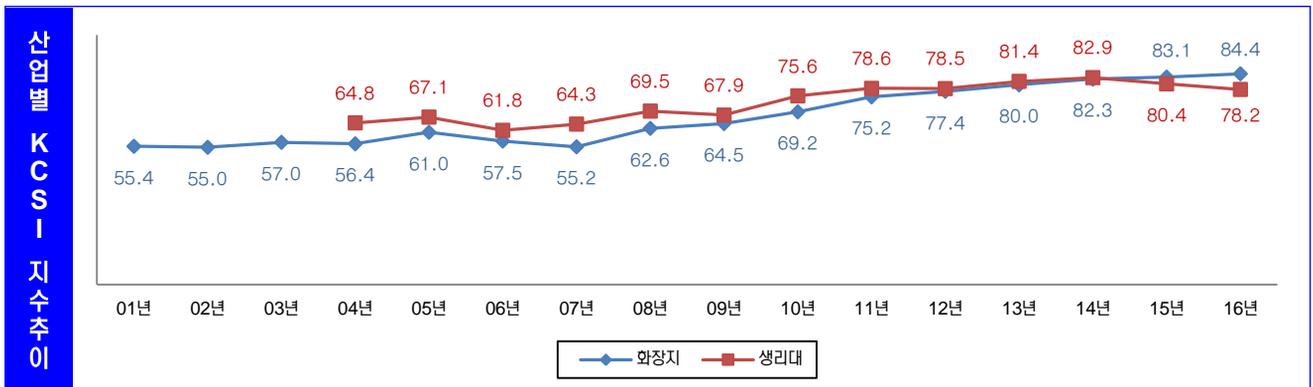
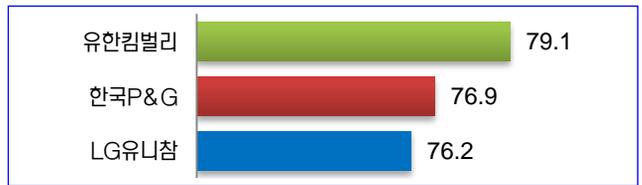
유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 다양성, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 고객들로부터 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 생리대

오가닉, 순면커버 등 '웰빙' 소재를 사용한 프리미엄 제품이 각광을 받고 있는 생리대 산업의 만족도는 전년 대비 하락하였으며, 유한킴벌리가 7년 연속 1위(역대 8회 1위)를 기록했다.

유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 부드러운 커버와 착용감, 두께 및 사이즈, 기업 신뢰도 등 대부분의 항목에서 소비자들로부터 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

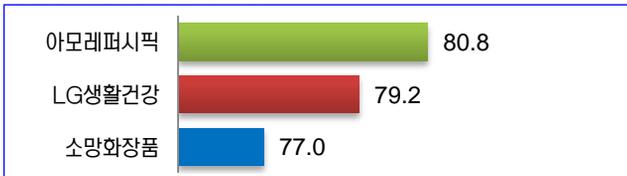
(3) 서비스업

■ 화학물질 및 화학제품(화장품), 유리 및 유리제품

• 남성용기초화장품

뷰티에 대한 남성들의 관심이 늘면서 기초 화장품부터 미백, 주름 개선 기능성 화장품으로 점점 세분화되고 있는 남성용기초 화장품 산업의 만족도는 전년 대비 다소 하락하였으며, 아모레퍼시픽이 14년 연속 1위(역대 15회 1위)를 유지했다.

아모레퍼시픽은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도에서는 피부보습과 영양공급, 탄력성, 제품 발림성, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 여성용기초화장품

드라마와 음악으로 시작된 한류 열풍이 국산 화장품에 대한 선호와 나아가 제품 신뢰도 확대로 이어지면서 해외에서 많은 인기를 끌고 있는 여성용기초화장품 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 이어갔으며, 아모레퍼시픽이 2년 연속 1위(역대 13회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

아모레퍼시픽은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 피부보습과 영양공급, 제품 발림성, 디자인, 기업 신뢰도 등 거의 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 여성용한방화장품

효능과 신선함을 갖춘 새로운 원료를 활용한 제품과 고급스러운 디자인의 제품 등이 인기몰이를 하고 있는 여성용 한방화장품 산업의 만족도는 지난 해에 이어 상승세를 유지하며, 아모레퍼시픽(설화수, 한울)이 5년 연속 1위(역대 5회 1위)의 자리를 이어나갔다.

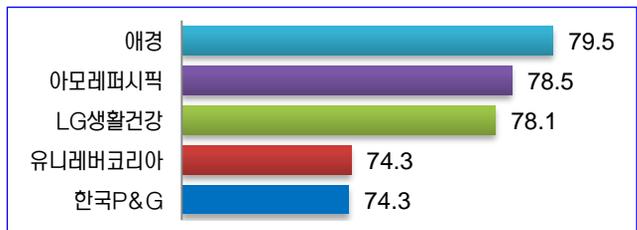
아모레퍼시픽(설화수, 한울)은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 피부보습과 영양공급, 탄력성, 제품기능 등 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



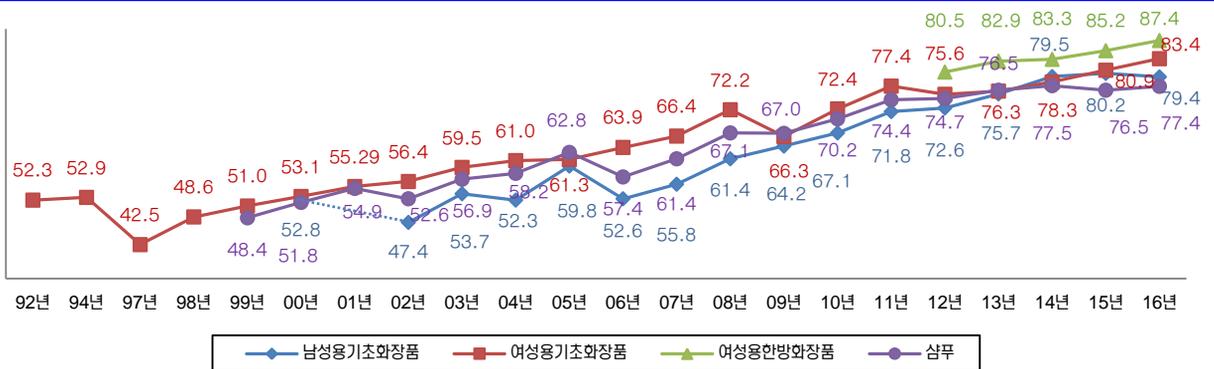
• 샴푸

편안한 사용감, 저자극 제품을 선호하는 추세를 보이면서 실리곤 등 화학성분을 뺀 내추럴 샴푸 제품에 대한 인기가 높아지는 가운데, 샴푸 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 애경이 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 차지했다.

애경은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소 만족도에서는 특히 샴푸 후 향기와 머릿결이 부드러움이라는 요소에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

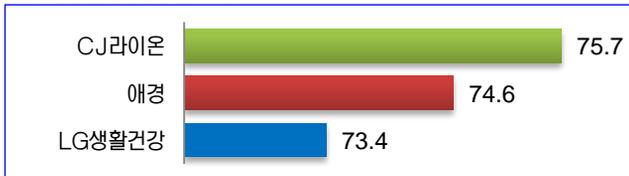
(3) 서비스업

■ 화학물질 및 화학제품(치약, 비누 및 기타 세제)

• 세탁세제

가습기 살균제 사태를 계기로 화학성 생활용품과 세제에 대한 불안이 커지면서 화학성분을 배제한 친환경 제품이 주목을 받고 있는 세탁세제 산업의 만족도는 전년도 상승세를 이어가지 못하고 하락하였으며, CJ라이온이 20년 연속 1위(역대 21회 1위)라는 위업을 달성했다.

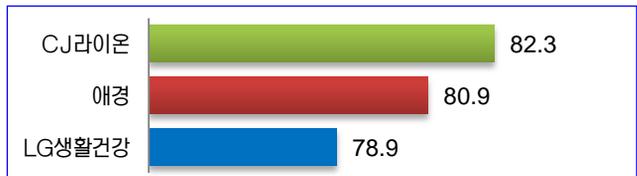
CJ라이온은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 세척력, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 다수 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 주방세제

천연 성분을 함유해 피부자극을 최소화한 친환경 제품이 소비자들의 이목을 끌고 있는 주방세제 산업의 만족도는 지난 해에 이어 상승세를 유지하며, CJ라이온이 11년 연속 1위(역대 17회 1위)의 자리를 당당하게 차지했다.

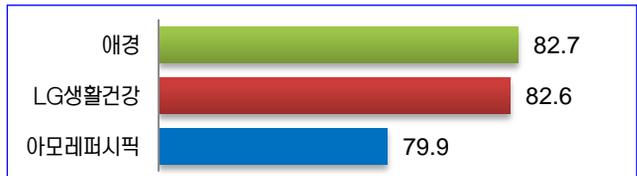
CJ라이온은 재구매의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 보였으며, 요소만족도에서는 피부자극, 세정력, 행균, 품질 대비 가격 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 치약

다양한 효능을 내세운 기능성 치약과 천연 유기농 성분을 담은 치약 등 다양한 제품이 출시되는 가운데, 치약 산업의 만족도는 지속 상승세를 유지하고 있으며, 애경이 3년 연속 1위(역대 10회 1위)를 이어갔다.

애경은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 향, 충치예방, 미백효과, 기업 신뢰도 항목에서 경쟁사 대비 고객에게 높은 평가 받은 것으로 조사되었다.



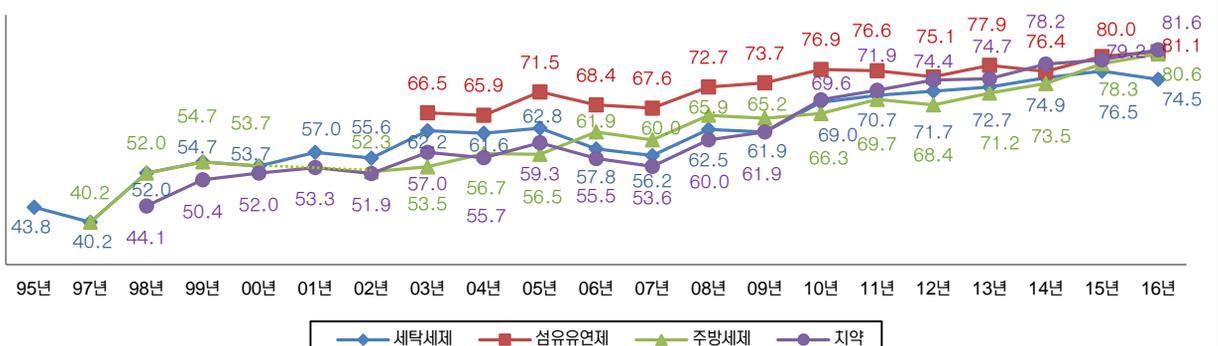
• 섬유유연제

좋은 향과 지속성에 대한 소비자들의 관심이 증가하면서 고급스럽고 풍부한 향을 가진 제품이 인기인 가운데, 섬유유연제 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, LG생활건강이 옥시 레킷벤키저를 제치고 올해의 1위(역대 4회 1위)자리를 탈환했다.

LG생활건강은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 사용 후 촉감, 피부자극, 품질 대비 가격 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

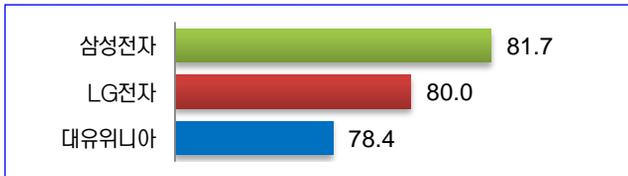
(3) 서비스업

■ 전기장비(주방용 전기기기)

● 김치냉장고

메탈 소재 적용, 유산균 배양 기능, 그리고 고급스러운 디자인 등으로 차별화된 제품을 꾸준히 출시하고 있는 가운데, 김치냉장고 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 상승세를 보이고 있으며, 삼성전자가 6년 연속 1위(역대 6회 1위)의 자리를 고수했다.

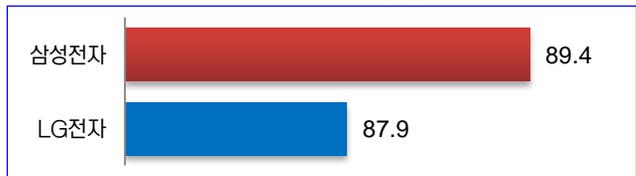
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 잔 고장 없음, 낮은 소음, A/S, 내부공간 효율성, 제품 디자인 등 대부분 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 냉장고

대용량 프리미엄 냉장고의 강세에서 최근 1인 가구의 증가로 소형냉장고에 대한 수요가 점차 늘고 있는 가운데 냉장고 산업의 만족도는 전년 대비 상승했으며, 삼성전자가 7년 연속 1위(역대 12회 1위)를 지켜냈다.

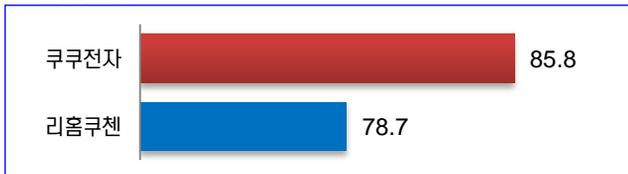
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 음식물 보관상태, 견고함, A/S, 내부공간 효율성, 제품 디자인 등 대부분의 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



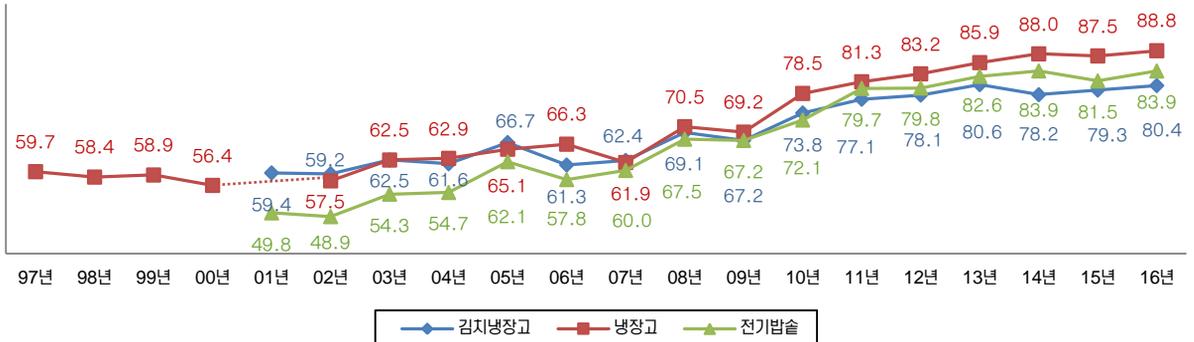
● 전기밥솥

집밥 열풍 속에서 다양한 조리 기능과 스마트 기능을 탑재한 프리미엄 제품이 인기를 끌고 있는 전기밥솥 산업의 만족도는 작년에 비하여 상승했으며, 쿠쿠전자가 16년 연속 부동의 1위(역대 16회 1위)자리를 차지했다.

쿠쿠전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 밥 맛, A/S, 디자인, 편리함, 부가기능 등 모든 요소 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

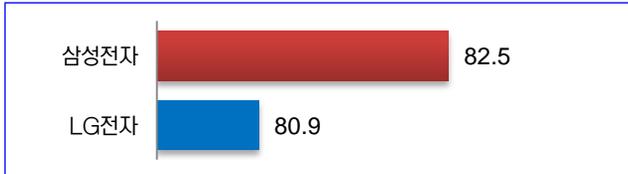
(3) 서비스업

■ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

• 세탁기

빨래물 추가 기능, 별도 세탁 기능 등 사용자 편의성을 제고하고 소비자의 기호를 고려한 제품이 인기를 끄는 가운데, 세탁기 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 이어가고 있으며 삼성전자가 7년 연속 1위(역대 14회 1위)를 달성했다.

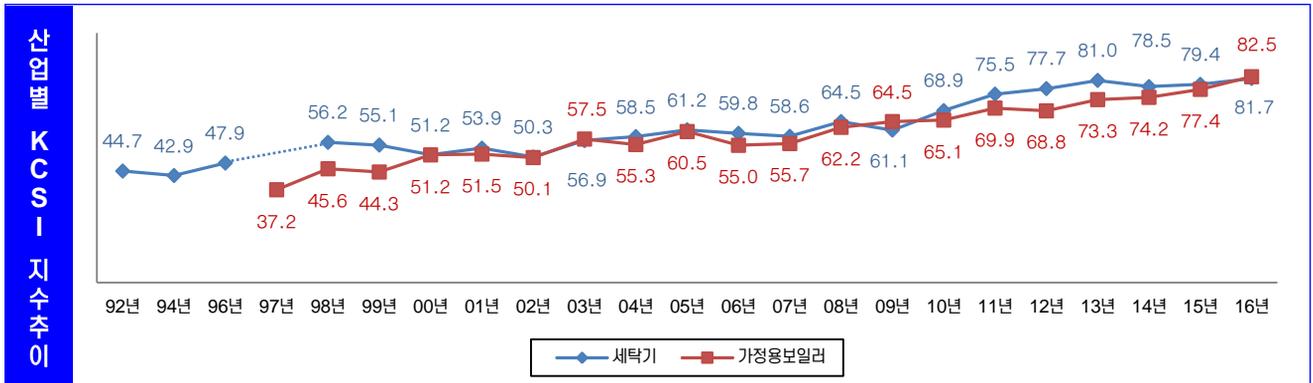
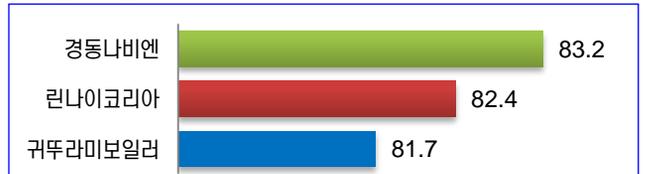
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 세탁력, 행굼, 낮은 소음, 빨래 손상, A/S, 기업 신뢰도 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 우위를 기록하였다.



• 가정용보일러

사물인터넷(IoT)을 이용한 스마트홈 시장의 성장에 맞춰 다양한 기능을 추가한 제품을 출시하며 빠르게 발전하고 있는 가정용 보일러 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승하였으며, 경동나비엔이 3년 연속 1위(역대 4회 1위)의 자리를 지켰다.

경동나비엔은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서 난방효과, 연료 효율성, 잔 고장 없음, 기업 신뢰도의 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

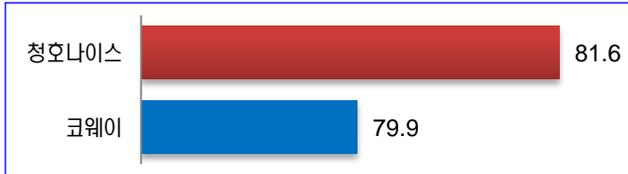
(3) 서비스업

■ 기타 기계 및 장비

• 가정용정수기

이물질 논란으로 물탱크가 없는 직수형 정수기를 찾는 소비자가 늘고 있는 가운데 가정용 정수기 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 이어가고 있으며, 청호나이스가 큐웨이를 제치고 올해 1위(역대 7회 1위)의 영광을 차지했다.

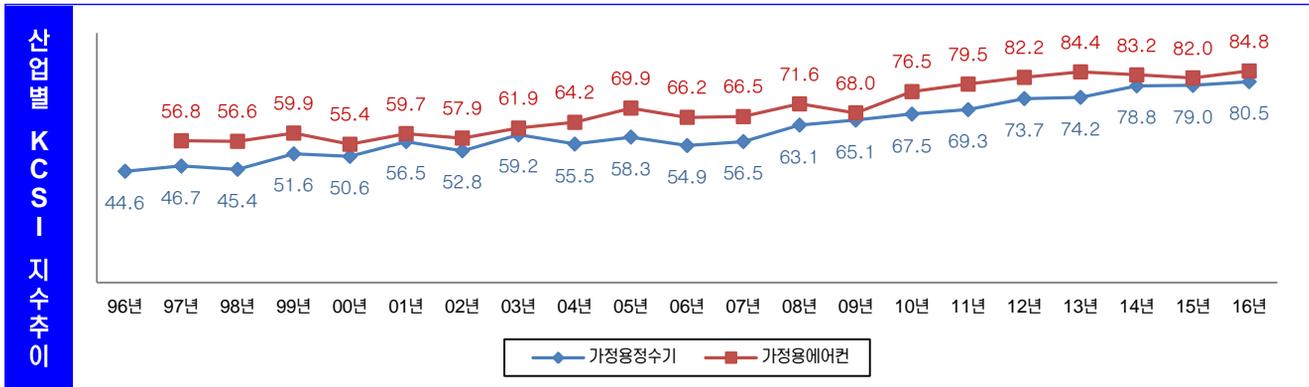
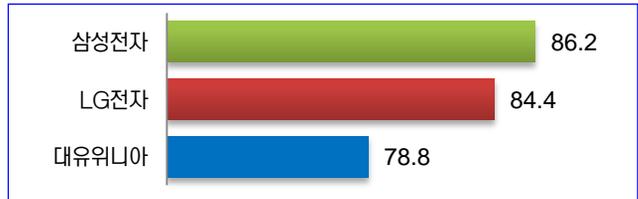
청호나이스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 물의 맛과 품질, 잔 고장 없음, 제품 디자인, 기업 신뢰도 등 거의 모든 부분에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 가정용에어컨

무더위와 미세먼지가 기승을 부리면서 공기청정 기능을 강화한 멀티형 에어컨의 수요가 증가하는 가운데, 가정용 에어컨 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성전자가 4년 연속 1위(역대 5회 1위)자리를 수성했다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 잔 고장 없음, 견고함, 낮은 소음, 냉방성능, A/S 등 대부분 항목에서 경쟁사 대비 고객으로 부터 우위로 평가를 받았다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

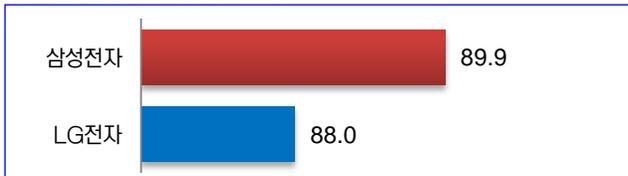
(3) 서비스업

■ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 광학기기

• TV

FHD, UHD TV 등 프리미엄 제품의 인기상승과 대형TV에 대한 수요가 늘어난 TV산업의 만족도는 지난 해 대비 소폭 상승하였으며, 삼성전자가 19년 연속 부동의 1위(역대 19회 1위) 자리를 유지했다.

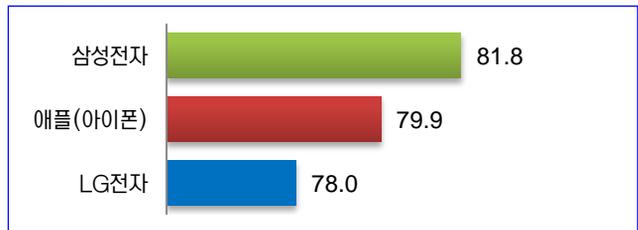
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도에서는 화질과 음질, 잔고장 없음, A/S, 유용한 기능 등 모든 요소 항목에서 소비자들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



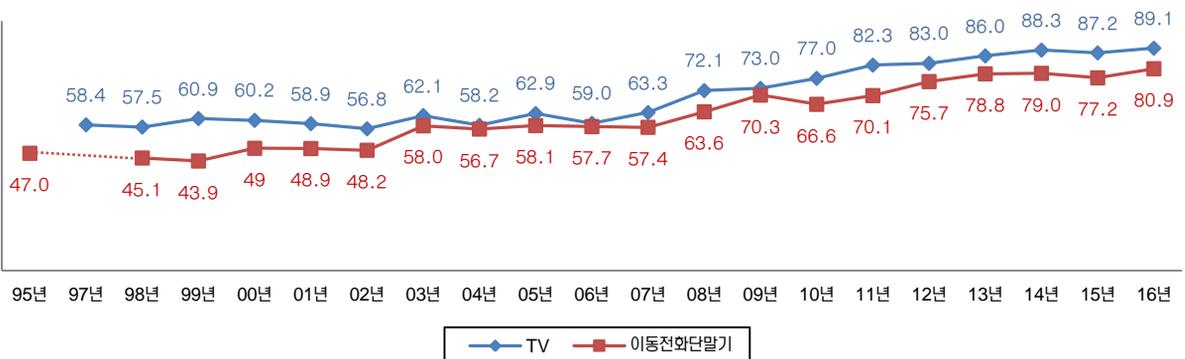
• 이동전화단말기(스마트폰)

프리미엄폰 위주의 경쟁에서 보급형 중저가폰의 약진이 나타나며 소비자들의 선택 폭이 확대되고 있는 가운데, 이동전화단말기(스마트폰) 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성전자가 19년 연속 1위(역대 20회 1위)를 차지하는 기업을 토했다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화품질, 화면 선명도, 처리 속도, 음질, 기업 신뢰도 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족을 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

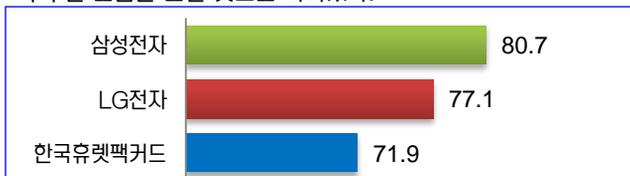
(3) 서비스업

컴퓨터 및 사무기기

개인용컴퓨터(PC)

IT기기의 경계가 무너지면서 태블릿과 노트북을 결합한 투인원, 데스크탑 모니터에 모든 기능이 들어가있는 올인원 제품 등이 인기를 끌고 있는 개인용컴퓨터(PC)산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 삼성전자가 15년 연속 1위(역대 19회 1위)자리의 영예를 안았다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 소음, 처리속도, 잔 고장 없음, 호환성, 제품 디자인 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



가정용복합기(프린터)

제품 기능이 다양해지고 합리적인 가격대의 제품이 인기를 끌고 있는 가정용복합기(프린터) 산업의 만족도는 전년에 이어 올해에도 소폭 상승하였으며, 삼성전자가 9년 연속 1위(역대 12회 1위)를 차지했다.

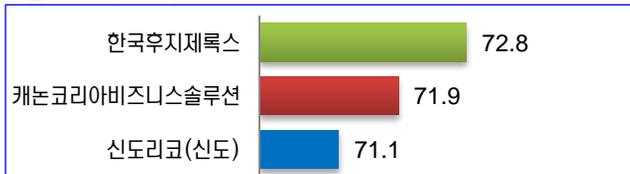
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 소음, 잔 고장 없음, A/S, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



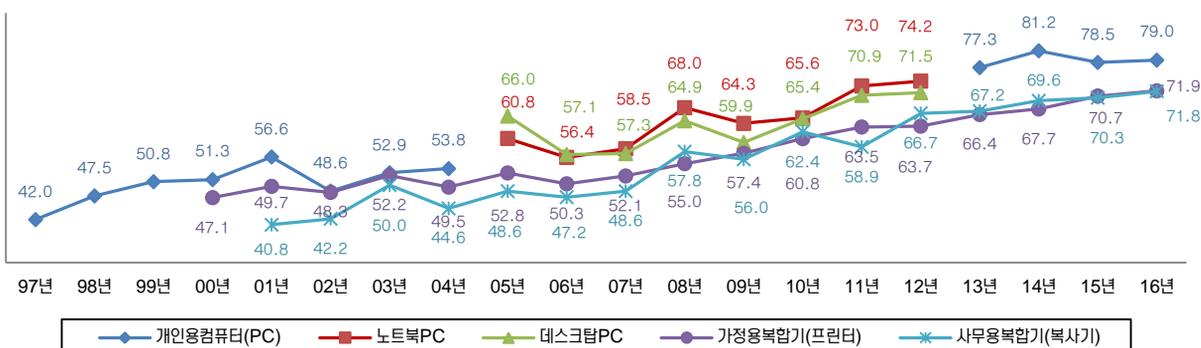
사무용복합기(복사기)

디지털화 된 사무 환경에 맞춰 각종 다기능 복합기의 수요가 늘어나고, 사용자 중심의 기능과 디자인을 갖춘 제품들이 출시되고 있는 사무용복합기(복사기) 산업의 만족도는 작년 대비 상승하였으며, 한국우지제록스가 16년 연속 부동의 1위(역대 16회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

한국우지제록스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 선명함, 낮은 소음, 잔 고장 없음, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

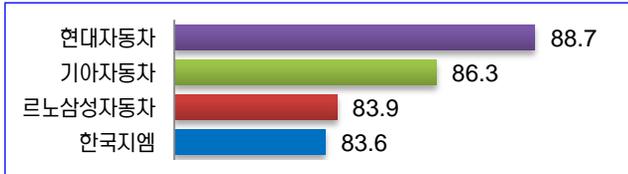
(3) 서비스업

■ 자동차

● 일반승용차

배출가스 조작 문제 이후 친환경 자동차에 대한 관심이 커지면서 하이브리드 자동차의 성장세가 눈에 띄는 가운데, 일반승용차 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 유지하고 있으며 현대자동차가 23년 연속 부동의 1위(역대 23회 1위)라는 위업을 달성했다.

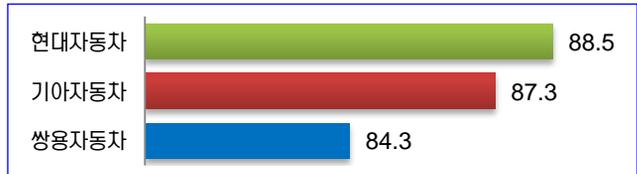
현대자동차는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음과 승차감, 주행 안정성, 잔 고장 없음, 기업 신뢰도 등 다수 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● RV승용차

캠핑 등 나들이 문화의 확산으로 일상생활은 물론 다양한 레저 활동에 적합하여 인기를 끌고 있는 RV승용차 산업의 만족도는 전년 대비 큰폭으로 상승하였으며, 현대자동차가 13년 연속 1위(역대 13회 1위)의 자리를 당당하게 차지했다.

현대자동차는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음과 승차감, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 기업 신뢰도 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위로 평가를 받았다.



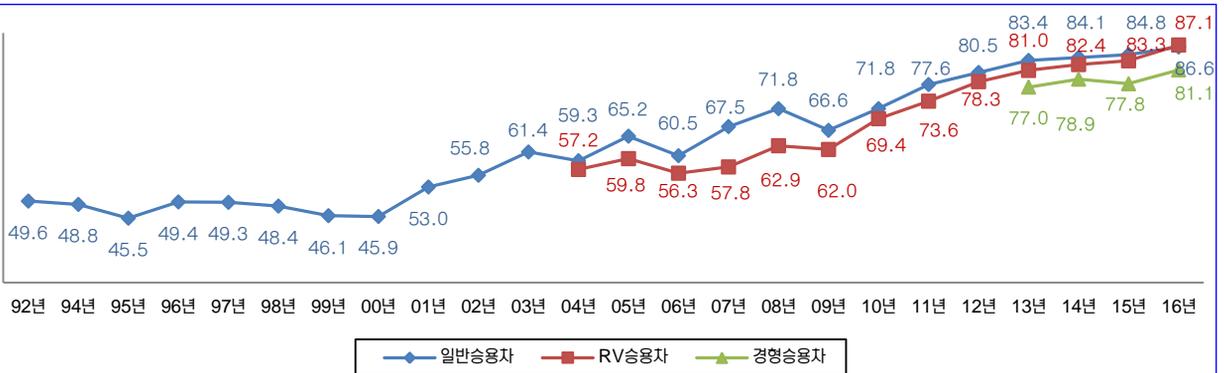
● 경형승용차

안전 및 편의사양 등에서 중형차급 성능을 탑재하면서 더욱 인기가 높아지고 있는 경형승용차 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 한국지엠이 전년에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

한국지엠은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음, 승차감(안락감), 잔 고장 없음, 연비, 구입조건 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

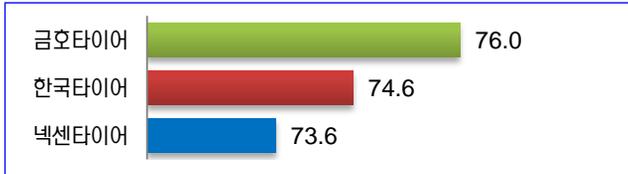
(3) 서비스업

자동차 타이어 및 내장품

• 승용차타이어

안전 주행에 대한 중요성이 부각되면서 고성능 타이어를 찾는 수요가 늘고 있는 가운데, 승용차타이어 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 소폭 상승했으며, 금호타이어가 12년 연속 1위 (역대 13회 1위)를 수성했다.

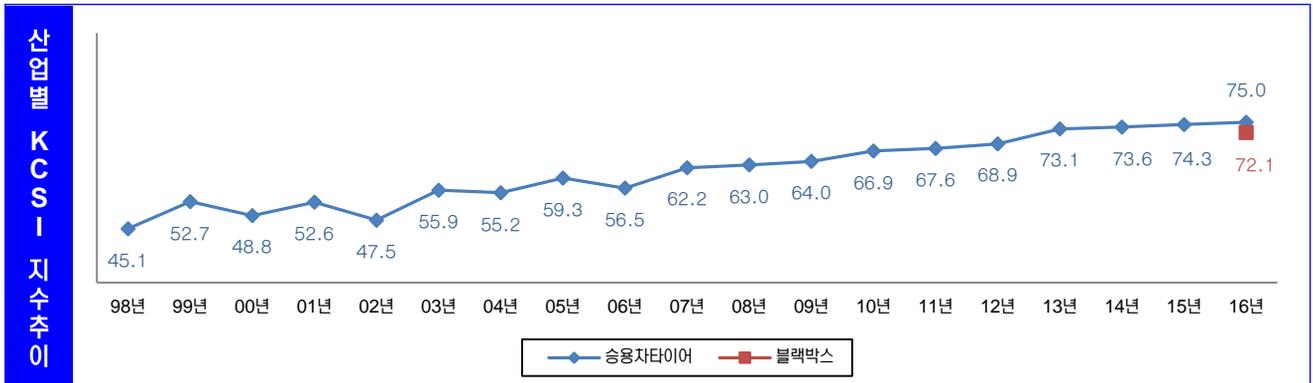
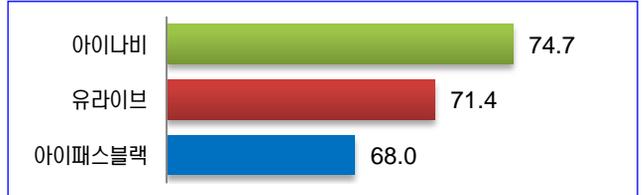
금호타이어는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 승차감(쿠션감), 낮은 소음, 미끄러짐 적음, 제조회사 신뢰도 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 블랙박스

단순 녹화 기기를 뛰어넘어 사고 원인을 분석하고 안전운전을 돕는 스마트 기기로 진화하고 있는 블랙박스의 만족도는 72.1점으로 나타났으며, 링크웨어(아이나비)가 조사 첫째 1위의 영광을 차지했다.

링크웨어(아이나비)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 다양한 부가 기능, 안정적 녹화, A/S, 충격감지, 기업 신뢰도 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

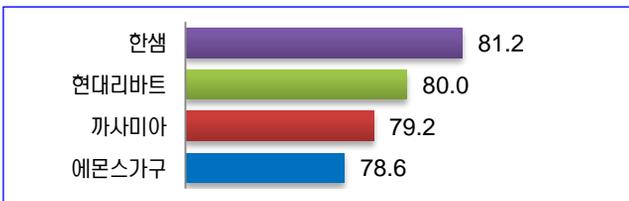
(3) 서비스업

■ 가구, 기타 제품

● 가정용가구

혼자 사는 싱글족의 증가와 실속을 챙기는 분위기가 맞물리면서 가구의 활용도와 기능을 중시하는 소비자들이 늘고 있는데, 가정용 가구 산업의 만족도는 작년에 이어 상승세를 유지하였으며 한샘이 현대리바트를 제치고 첫 1위를 달성하였다.

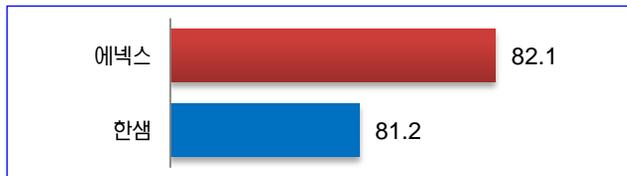
한샘은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 견고함, 편리함, 디자인 및 색상, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 부엌가구

아파트 입주 물량의 증가에 따라 부엌가구 성장세가 지속될 것이라는 시장 전망 속에 차별화 된 디자인과 사후서비스로 승승장구하고 있는 부엌가구 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며 에넥스가 전년에 이어 올해도 2년 연속 1위(역대 9회 1위) 자리를 고수했다.

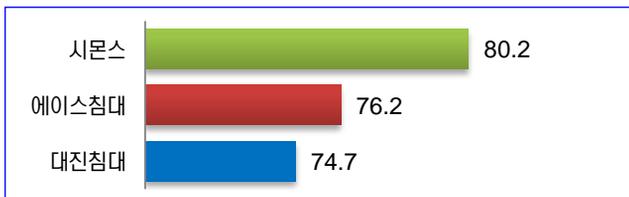
에넥스는 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 재질, 제품의 다양성, 수납공간 효율성, 디자인 및 색상 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



● 침대

숙면에 대한 소비자들의 관심이 늘어난 가운데 프리미엄 제품군의 성장이 두드러진 침대 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 상승하였으며, 시몬스가 8년 연속 1위(역대 9회 1위)를 이어갔다.

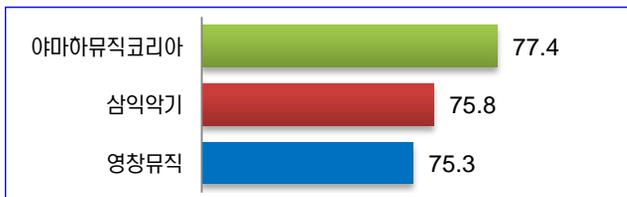
시몬스는 전반적 만족도와 요소만족도 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 스프링 견고성, 매트리스 소재 및 편안함, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인것으로 나타났다.



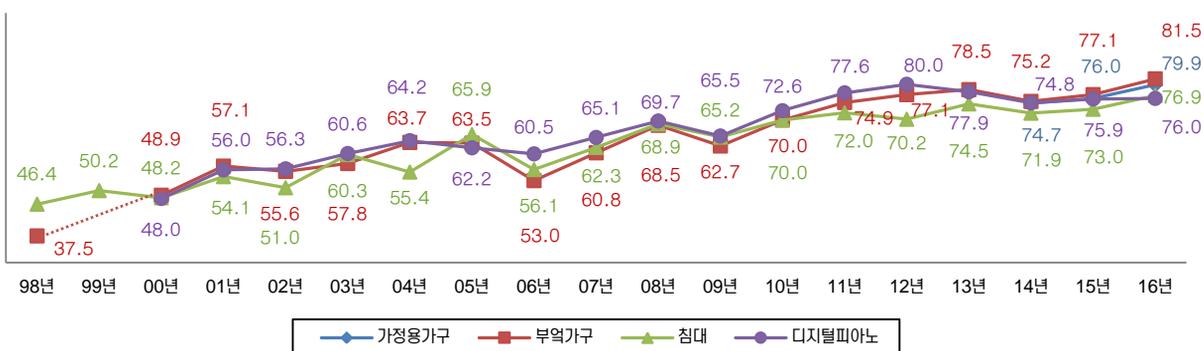
● 디지털피아노

렌탈서비스 등의 도입으로 판매 다변화를 통해 많은 고객들을 확보하는데 노력하고 있는 디지털피아노 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승했으며, 야마하뮤직코리아가 전년에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 자리를 유지했다.

야마하뮤직코리아는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 소리, A/S, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

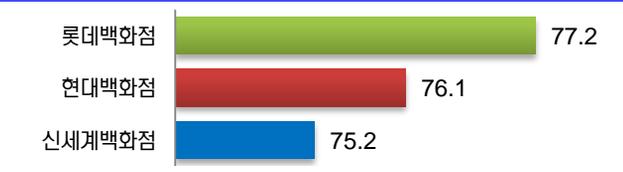
(3) 서비스업

■ 소매업(대형 종합 소매업)

● 백화점

온·오프라인을 연결하는 옴니채널 서비스와 모바일 간편결제 서비스 등의 제공으로 유통 트렌드를 선도하고 있는 백화점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 롯데백화점이 4년 연속 1위(역대 8회 1위)를 달성했다.

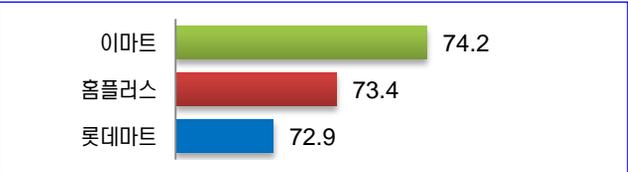
롯데백화점은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품의 다양성, 직원 응대태도, 고객관리, 고객 편의시설, 가격 대비 품질 등 다수의 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



● 대형마트

급변하는 시장 환경과 다양해진 쇼핑 채널에 대응하기 위해 저가과 자채브랜드(PB), 온라인쇼핑 등의 전략으로 고객만족에 힘쓰고 있는 가운데, 대형마트 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 이마트가 롯데마트를 제치고 금년 1위(역대 9회 1위)자리를 차지했다.

이마트는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질과 종류, 매장 시설/환경, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 요소에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



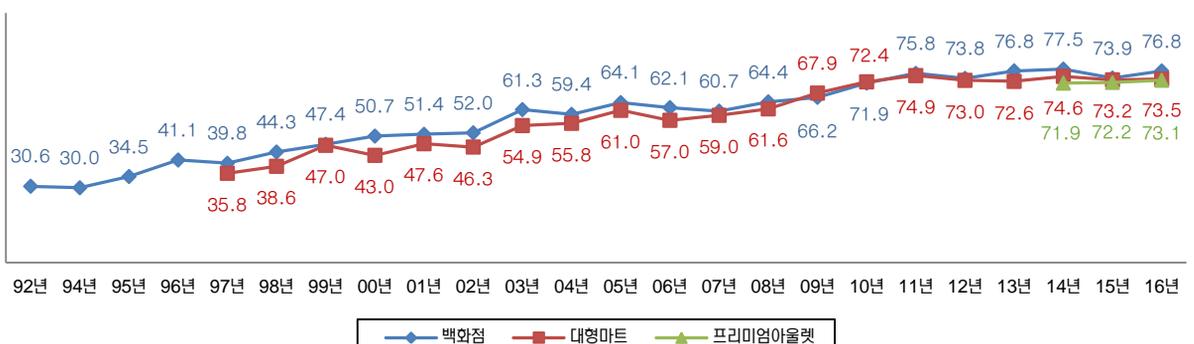
● 프리미엄 아울렛

가격 대비 만족도를 따져 합리적으로 소비하는 '가치 소비' 트렌드가 확산되면서 실속형 소비자들의 인기를 끌고 있는 프리미엄 아울렛 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 보이는 가운데, 롯데 프리미엄 아울렛이 3년 연속 1위(역대 3회 1위) 자리에 올랐다.

롯데 프리미엄 아울렛은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품의 다양성, 직원 응대태도, 할인 및 적립혜택, 쇼핑의 편리함 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

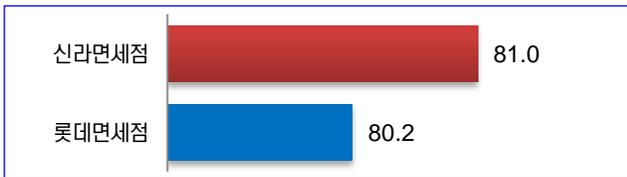
(3) 서비스업

■ 소매업(대형 종합 소매업)

• 면세점

판매 상품이 다양화되고 쇼핑만을 위한 공간을 넘어 문화 체험의 공간으로 변신하고 있는 면세점 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 이어갔으며, 호텔신라(신라면세점)가 4년 연속 1위(역대 4회 1위)자리를 고수했다.

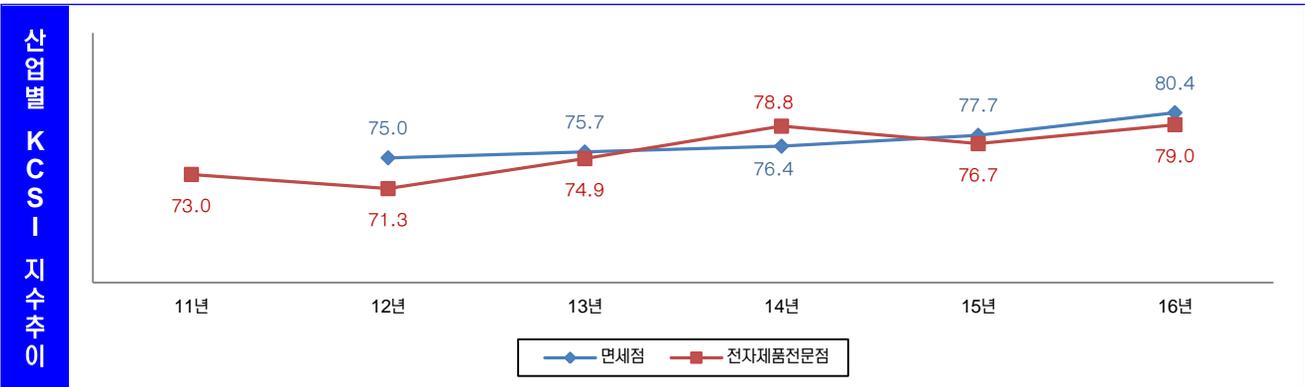
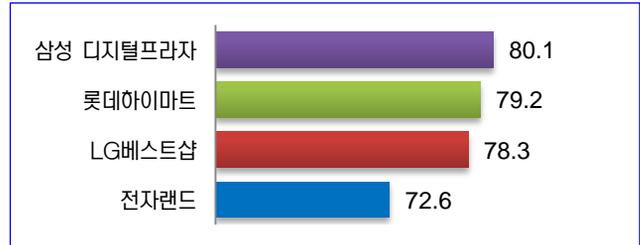
호텔신라(신라면세점)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 다양한 상품, 직원 응대태도, 매장 시설 및 환경, 기업 신뢰도 등 다수의 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족을 보였다.



• 전자제품전문점

제품 가격비교에서부터 최근 새로운 기술이 구현된 제품을 직접 체험할 수 있는 '체험형 공간'으로까지 확대하면서 긍정적인 고객경험을 제공하고 있는 전자제품전문점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성 디지털프라자가 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 이어갔다.

삼성 디지털프라자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 특히 기업 신뢰도 항목에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

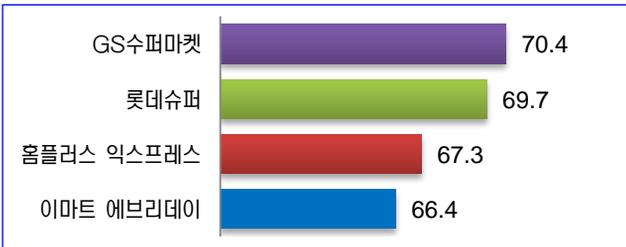
(3) 서비스업

■ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

● 대형슈퍼마켓

온라인과 모바일 주문서비스의 경쟁력을 강화하고 있는 대형 슈퍼마켓 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 전년도 1위 롯데슈퍼를 제치고 GS리테일(GS슈퍼마켓)이 정상적 자리(역대 5회 1위)를 차지했다.

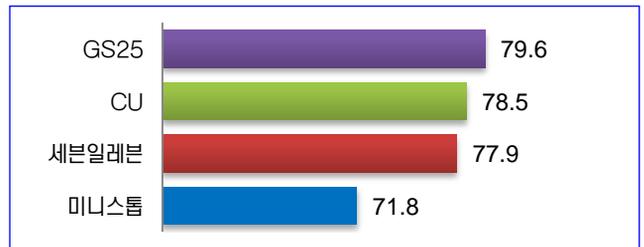
GS슈퍼마켓은 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품의 다양성, 직원 응대태도, 매장 시설 및 환경, 상품교환 및 반품 등 다수의 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



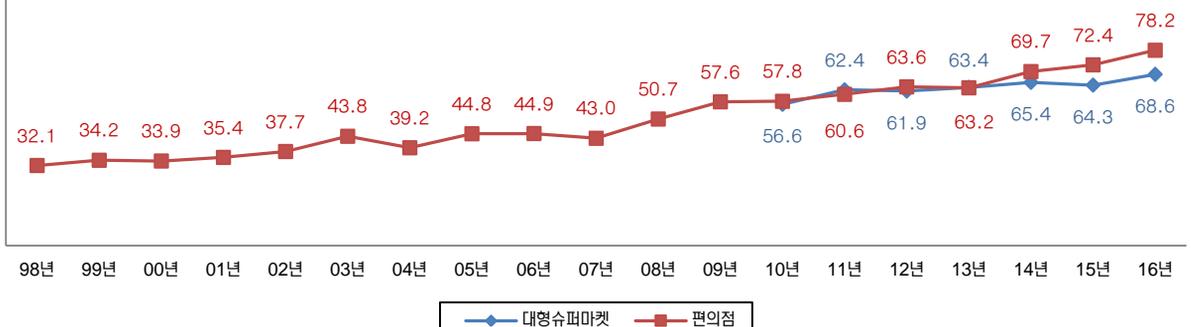
● 편의점

1인 가구 증가, 고령화 등의 변화와 근거리, 소량구매의 확대에 발맞춘 다양한 상품 구성으로 성장세를 이어가고 있는 편의점 산업의 만족도는 전년에 이어 올해에도 대폭 상승하였으며, GS리테일(GS25)이 14년 연속 1위(역대 17회 1위)의 영예를 안았다.

GS25는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 생활편의 서비스, 할인 및 적립혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

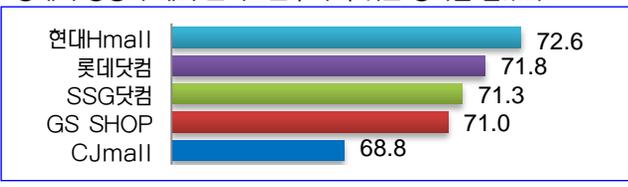
- (1) 소비자 제조업
- (2) 내구재 제조업
- (3) 서비스업**

■ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰

최저가 마케팅, 당일 배송 서비스, 해외 역직구 증가 현상으로 성장세를 이어가고 있는 인터넷쇼핑몰 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 현대홈쇼핑(Hmall)이 롯데닷컴을 제치고 올해 첫 1위를 달성했다.

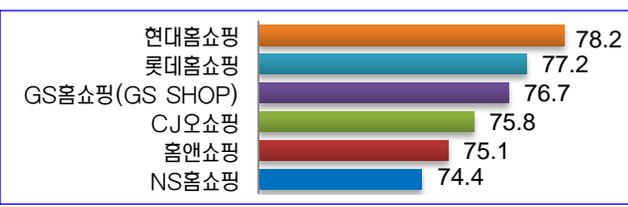
현대홈쇼핑(Hmall)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 정확한 배송, 이벤트 및 사은행사, 어플 및 홈페이지 상품검색, 상품 비교의 용이성에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위로 평가를 받았다.



• TV홈쇼핑

패션, 뷰티 상품이 강세를 보이고 있으며, 품질과 가성비가 검증된 상품의 꾸준한 인기가 돋보이는 TV홈쇼핑 산업의 만족도는 작년에 이어 올해도 상승세를 이어갔으며, 현대홈쇼핑이 11년 연속 1위(역대 11회 1위)의 영예를 안았다.

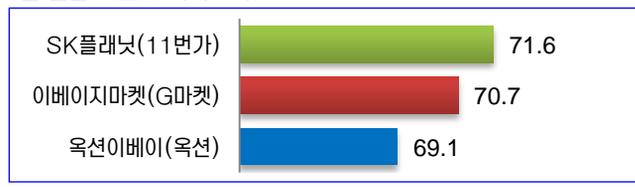
현대홈쇼핑은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질, 배송 포장 상태가 좋다는 점에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 오픈마켓

큐레이션 서비스, 모바일 전용 코너, O2O, 간편결제 도입 등 모바일 강화 전략으로 고객들에게 꾸준히 인기를 끌고 있는 가운데, 오픈마켓 산업의 만족도는 전년에 이어 올해에도 소폭 하락하였으며, SK플래닛(11번가)이 8년 연속 1위(역대 8회 1위)의 자리를 지켰다.

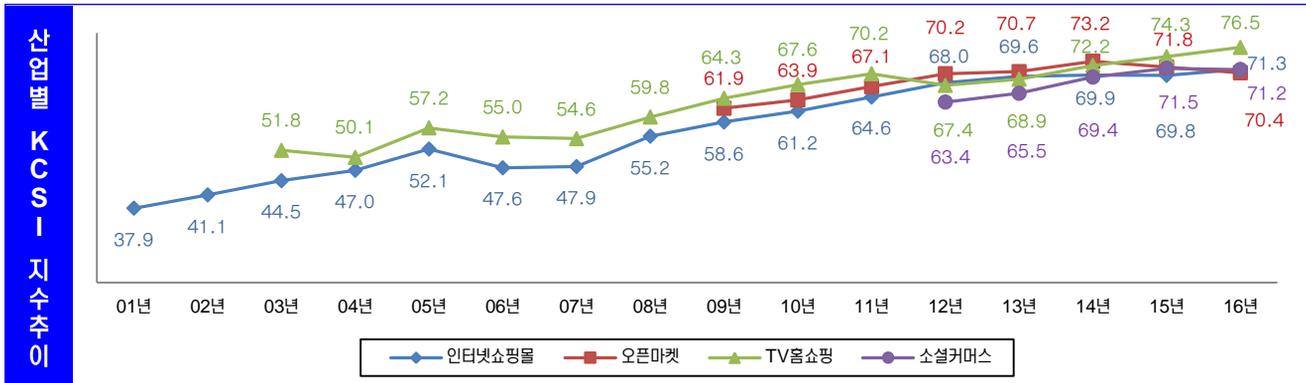
11번가는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 고객 응대, 이벤트 및 사은행사, 어플 및 홈페이지 화면구성 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 소셜커머스

다양화, 차별화된 서비스 등의 특색 있는 전략으로 구매 고객층 확대에 나서고 있는 소셜커머스 산업의 만족도는 전년도 상승세를 이어가지 못하고 소폭 하락하였으며, 쿠팡이 4년 연속 1위(역대 4회 1위)자리를 고수했다.

쿠팡은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 판매상품(서비스) 종류, 주문 절차 및 결제, 신속한 배송, 반품 및 교환 등 대부분 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이

산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

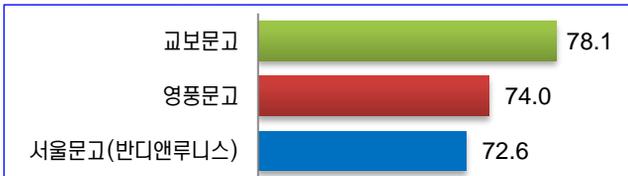
(3) 서비스업

■ 소매업(서적류, 기타 소매업)

● 대형서점

마음껏 책을 읽고 휴식을 즐길 수 있는 복합문화공간으로 변화하고 있는 대형서점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 교보문고가 20년 연속 부동의 1위(역대 20회 1위)의 영광을 차지했다.

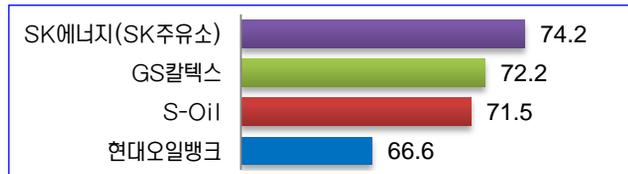
교보문고는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대 태도 및 책 안내, 서적의 다양성, 기업 신뢰도 요소에서 고객으로부터 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 주유소

패스트푸드점, 커피숍 등의 매장이 함께 들어서는 '복합주유소'가 확대되면서 서비스 경쟁이 치열한 가운데, SK에너지(SK주유소)가 6년 연속 1위(역대 17회 1위)자리를 수성했다.

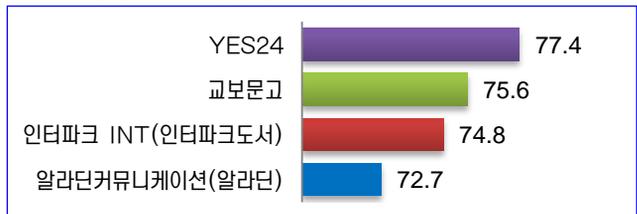
SK에너지(SK주유소)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 품질 및 가격, 주유원의 친절함 및 용모, 시설과 환경, 부가서비스 등 거의 모든 부분에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



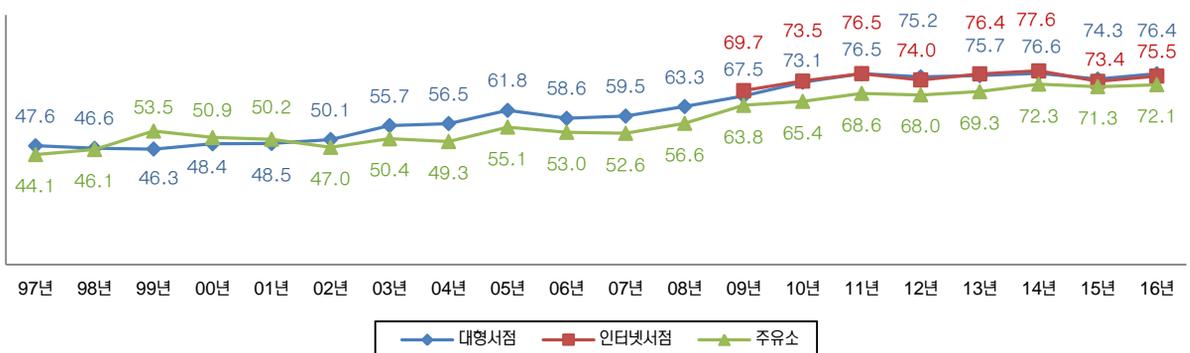
● 인터넷서점

무료 배송, 당일 배송 등 배송 서비스와 중고책 사업 영역의 확대로 꾸준히 성장하고 있는 가운데, 인터넷서점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, YES24가 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 기록했다.

YES24는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 배송 서적 상태, 서적 검색, 홈페이지 화면구성, 할인 및 적립 혜택, 이벤트 및 사은행사 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



☞ 산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

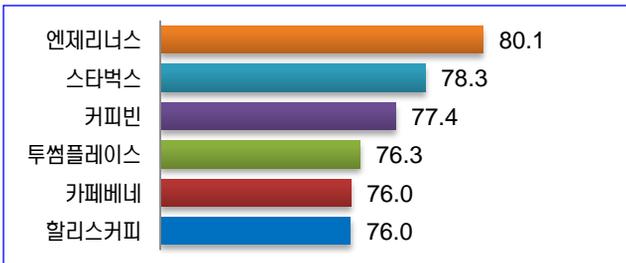
(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 커피전문점

저가형 대용량 커피 전문점이 폭발적으로 성장하면서 커피 전문점에도 가성비가 트렌드로 자리매김하며 대용량 바람이 부는 가운데, 커피전문점 산업의 만족도는 지난 해에 이어 상승세를 유지하였으며 엔제리너스가 7년 연속 1위(역대 7회 1위)자리를 고수했다.

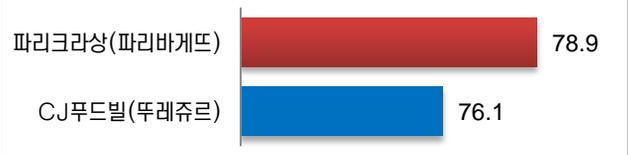
엔제리너스는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



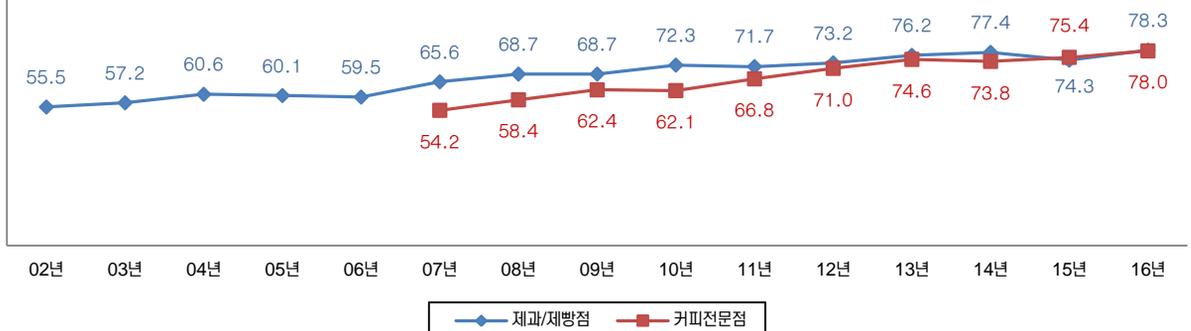
• 제과/제빵점

천연효모빵, 유산균빵 등의 출시로 맛과 건강 모두 생각하는 웰빙상품들이 출시되고 있는 제과/제빵점 산업의 만족도는 전년 대비 대폭 상승하였으며, 파리크라상(파리바게뜨)가 6년 연속 1위(역대 8회 1위)기업으로 조사되었다.

파리크라상(파리바게뜨)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 신선함, 제품의 다양성, 할인 및 적립혜택, 품질 대비 가격 등 거의 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

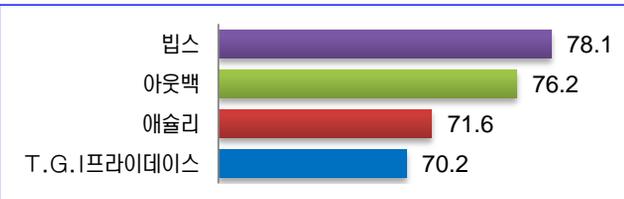
(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

● 패밀리레스토랑

지역특성과 주요 고객의 연령, 라이프스타일, 소비 트렌드에 맞춘 특화형 매장 운영으로 진화하고 있는 패밀리레스토랑 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 빙스가 전년에 이어 올해 2년 연속 1위(역대 6회 1위)자리를 지켜냈다.

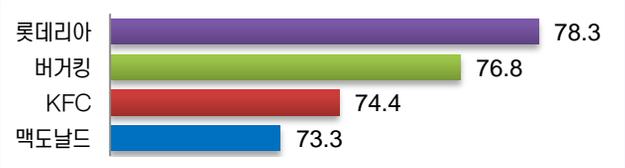
빙스는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 신선함, 다양한 메뉴, 메뉴 안내, 매장 시설 및 환경 등 다수 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 패스트푸드점

1인 가구 증가와 외식 트렌드 변화로 인해 배달 서비스 수요가 크게 증가하면서 배달 메뉴 확대, 모바일 앱 등 배달서비스를 강화하고 있는 패스트푸드점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 롯데리아가 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 기록했다.

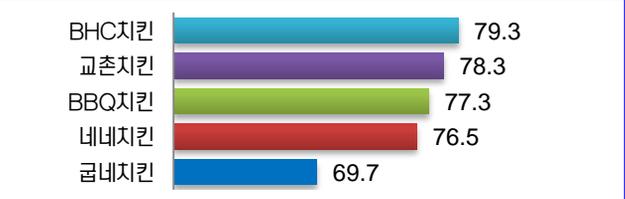
롯데리아는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 신선함, 할인 및 적립혜택, 품질 대비 가격의 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 치킨프랜차이즈

무항생제, 저염, 저당 등 건강한 재료로 요리된 프리미엄 웰빙이 자리를 잡아가고 있는 치킨프랜차이즈 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 비에이치씨(BHC치킨)가 제너시스 BBQ(BBQ치킨)를 제치고 첫 1위를 달성했다.

BHC치킨은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 배달 신속성, 배달 직원의 응대태도, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



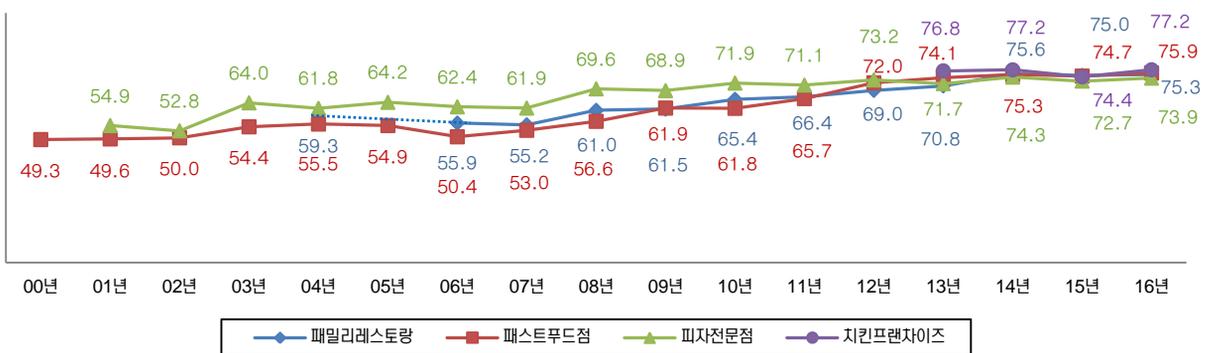
● 피자전문점

편리한 모바일 주문, 맞춤형 피자 등 소비자 편의를 위한 서비스를 확대하고 있는 가운데, 피자전문점 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 도미노피자가 작년에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 유지했다.

도미노피자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났으며, 요소만족도는 맛, 직원 응대태도, 신속한 배달, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

• 아파트

최근 주거문화에도 힐링 트렌드가 반영되며 단지 내 공원·산책로 등이 갖춰진 아파트가 수요자들에게 많은 관심을 받는 가운데, 아파트 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였다.

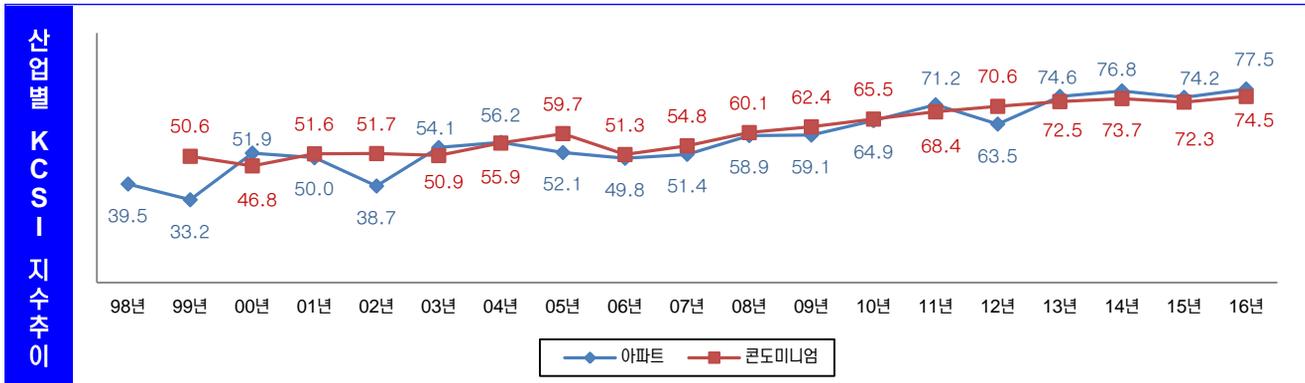
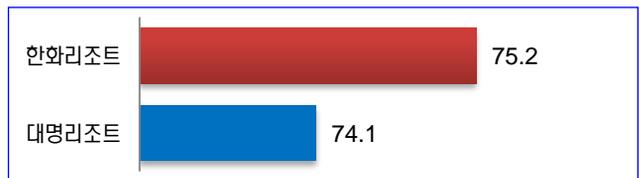
아파트는 전년 대비 전반적 만족도와 재이용의향 모두 상승하였다. 요소만족도는 주차 시설, 복지시설, 실내 인테리어 및 설비, 단지 외부 환경 등 대부분 요소에서 전년 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 콘도미니엄

각종 야외행사, 워터파크·스파 패키지, 할인 이벤트 등으로 고객들의 다양한 취향을 만족시키기 위해 노력하고 있는 콘도미니엄 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 한화호텔&리조트(한화리조트)가 5년 연속 1위(역대 7회 1위)자리를 유지했다.

한화호텔&리조트(한화리조트)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 객실 청결 및 편의시설, 비품관리, 다양한 행사 및 이벤트 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

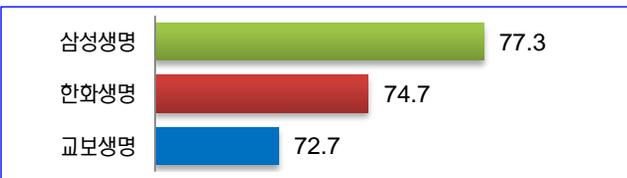
(3) 서비스업

금융 및 보험(보험 및 연금업)

• 생명보험

1인가구가 증가함에 따라 가족보다 개인을 중심에 둔 맞춤형 보험상품이 쏟아지는 가운데, 생명보험 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 유지하고 있으며 삼성생명보험(삼성생명)이 12년 연속 1위(역대 18회 1위)자리를 당당하게 차지했다.

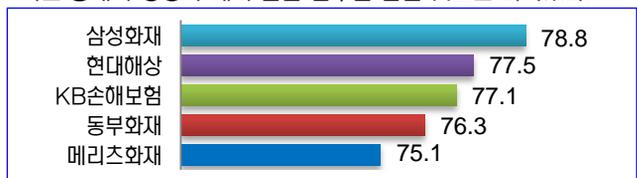
삼성생명보험(삼성생명)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 설계사의 권유 및 설명, 보험금 수령 업무처리, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위를 평가 받았다.



• 자동차보험

차량의 운행 정보나 운전자의 태도를 바탕으로 보험료를 책정하는 새로운 형태의 자동차 보험(운전습관 연계보험)이 확산되는 가운데, 자동차 보험의 만족도는 전년 대비 상승하였으며 삼성화재해상보험(삼성화재)이 19년 연속 1위(역대 20회 1위)를 차지하는 기업을 토론했다.

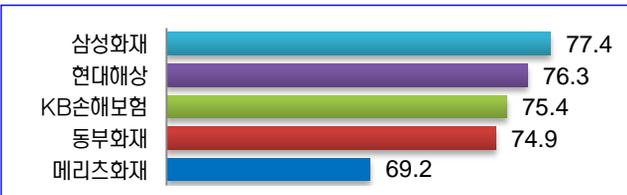
삼성화재해상보험(삼성화재)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났으며, 요소만족도에서는 편리함, 직원 응대태도, 보험상품 정보제공, 고객관리, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



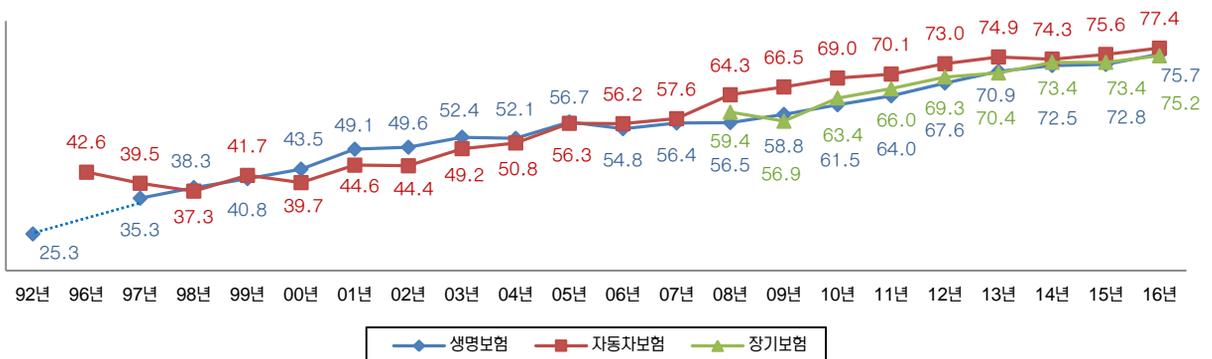
• 장기보험

기존 건강보험을 기반으로 다양한 위험에 대한 보장을 하나로 통합한 상품들이 두각을 나타내고 있는 장기보험 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성화재해상보험(삼성화재)이 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 이어갔다.

삼성화재해상보험(삼성화재)은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 보험금 접수 및 지급, 기업 신뢰도 등 다수 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

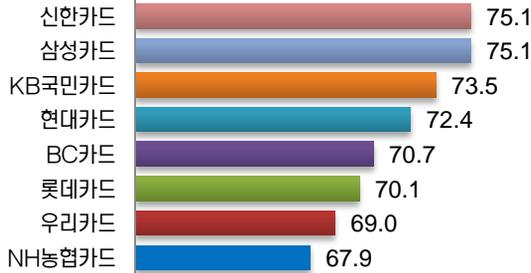
(3) 서비스업

금융 및 보험(금융업)

신용카드

오프라인 중심의 지급결제에서 앱카드, 모바일 전용카드 등이 결합된 온라인 플랫폼 구축으로 전환됨에 따라 고객의 편이가 더욱 증대되고 있는 신용카드 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 올해 신한카드(역대 6회 1위)와 삼성카드(역대 10회 1위)가 공동 1위로 조사되었다.

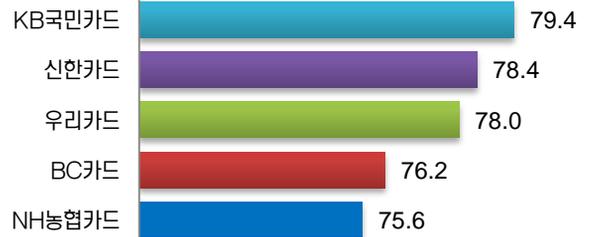
신한카드는 전년도에 이어 6년 연속 1위로 나타났으며, 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다. 삼성카드는 요소만족도에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 특히 유익한 혜택이 많다는 점에서 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



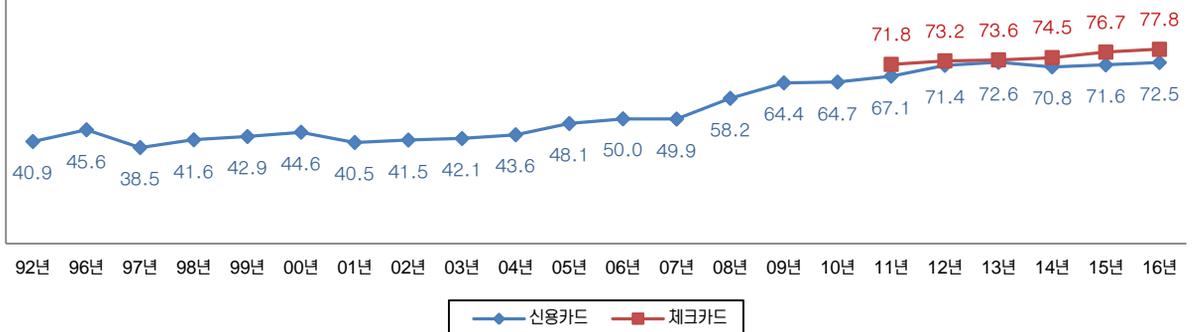
체크카드

제휴를 통한 다양한 서비스 제공, 높은 적립 포인트 등으로 신용카드와의 경계를 허물고 있는 체크카드 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 상승세를 보이고 있으며 KB국민카드가 2년 연속 1위(역대 5회 1위)자리를 지켜냈다.

KB국민카드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 이용편리성, 편리한 업무 처리, 기업 신뢰도 등의 요소에서 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

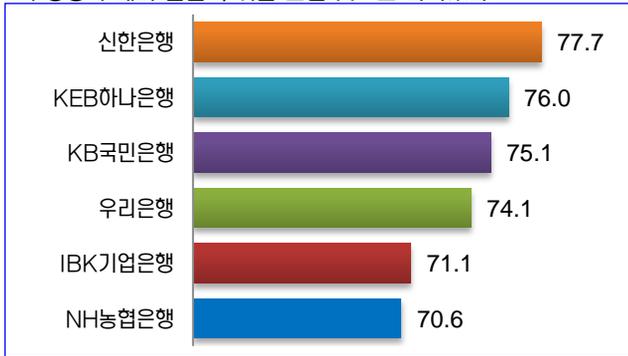
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(금융업, 증권)

• 은행

스마트폰을 기반으로 한 모바일뱅킹 이용이 높아짐에 따라 비대면·모바일 채널의 서비스를 강화하며 경쟁을 벌이고 있는 가운데 은행 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 보이는 가운데, 신한은행이 3년 연속 1위(역대 13회 1위)를 차지했다.

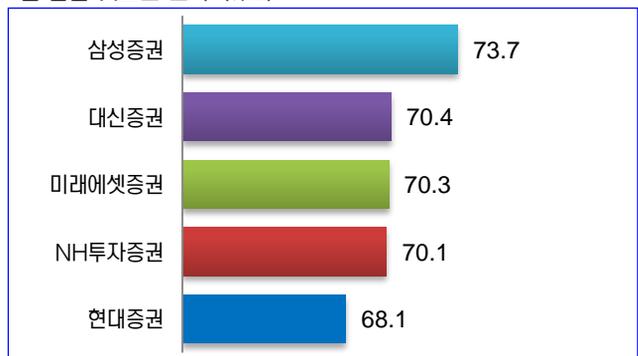
신한은행은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 금융상품의 다양성, 업무처리의 정확성 및 신속성, 응대태도, 기업 신뢰도 등 다수 요소에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



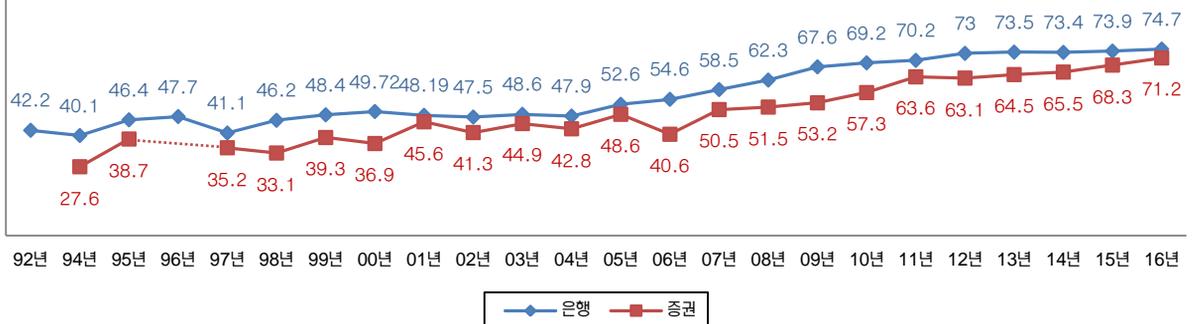
• 증권

고객의 수익 실현과 위험 보호를 위해 상품판매 전·후의 프세스 강화에 노력하고 있는 증권 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 이어가고 있으며, 삼성증권이 11년 연속 1위(역대 13회 1위)의 영광을 차지했다.

삼성증권은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 정보 신뢰성, 직원 응대태도, 투자 상담 등의 요소에서 경쟁사 대비 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

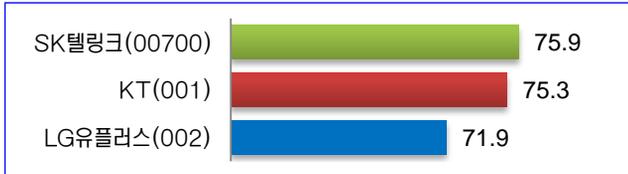
(3) 서비스업

■ 통신업(유무선 전화업)

● 국제전화

고객니즈에 부합하기 위해 다양한 요금제와 할인 서비스로 더 많은 혜택을 제공하기 위해 노력하고 있는 국제전화 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, SK텔레콤(00700)가 전년에 이어 2년 연속 1위(역대 3회 1위)를 이어갔다. .

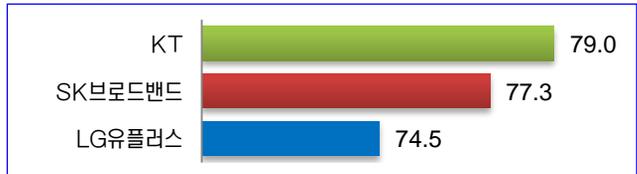
SK텔레콤(00700)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 음질, 연결 시간, 할인서비스, 다양한 요금제도 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● 시내/시외전화

초고속인터넷+TV+유선전화 등 결합상품으로 저렴하게 통신 서비스를 제공하고 있는 시내/시외전화 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, KT가 17년 연속 1위(역대 18회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

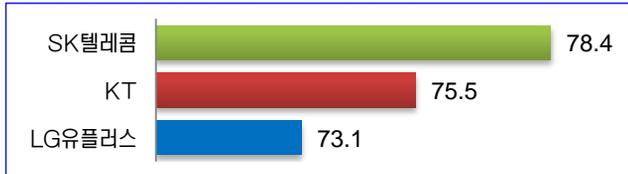
KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도는 통화 음질, 통화 중 단절 및 혼선되지 않음, 기업 신뢰도 등 다수 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 이동전화

알뜰폰 요금제부터 프리미엄 서비스 출시까지 다양한 고객층의 니즈를 반영하고 있는 이동전화 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 상승세를 보이고 있으며, SK텔레콤이 19년 연속 1위(역대 19회 1위)의 영예를 안았다.

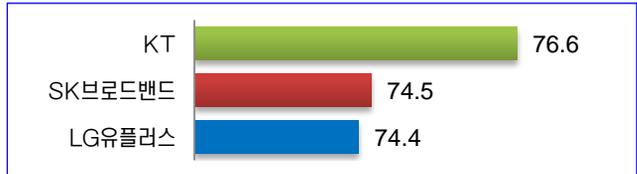
SK텔레콤은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 전반적인 통화품질, 다양한 요금제, 각종 혜택, 기업 신뢰도 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



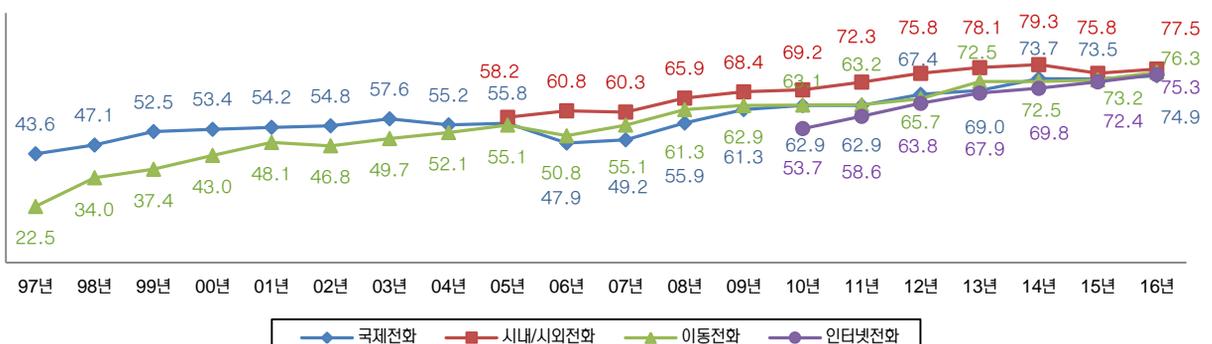
● 인터넷전화

저렴한 비용, 번호 이동 서비스 제공 등으로 인터넷전화 사용이 지속적으로 증가하는 가운데, 인터넷전화 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 유지하고 있으며, KT가 7년 연속 1위(역대 7회 1위)를 기록했다.

KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 통화 음질, 다양한 요금제도, 설치직원의 업무능력 및 친절함 등 대부분의 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

통신업(우편, 부가통신업), 방송업

우편

모바일을 통한 배달 결과 알림서비스, 간편 결제 서비스 등으로 고객의 편의를 지속적으로 추진하고 있는 우편 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였다.

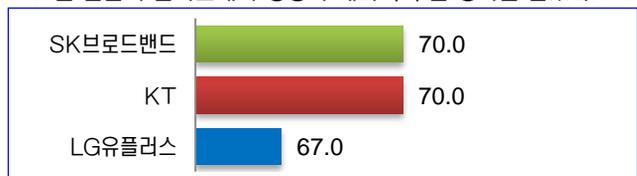
우편서비스는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 전년 대비 상승하였으나 요소만족도는 하락하였다. 항목에서는 우편상품, 내·외부 시설 및 환경, 고객 편의시설, 직원 응대태도 등에서 전년 대비 감소하는 모습을 보였다.



인터넷TV(IPTV)

차별화된 콘텐츠 제공, 요금 할인 등으로 이용자 혜택을 늘리며 성장하고 있는 인터넷TV(IPTV) 산업의 만족도는 작년에 이어 상승세를 이어가고 있으며, 올해 SK브로드밴드(역대 4회 1위)와 KT(역대 3회 1위)가 공동 1위로 조사되었다.

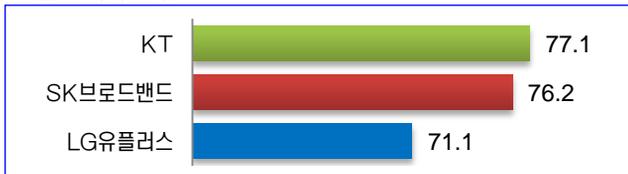
SK브로드밴드는 전년도에 이어 4년 연속 1위로 나타났으며, 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다. 특히 요소만족도는 모든 항목에서 경쟁사 대비 우위를 기록하였다. 한편 KT는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



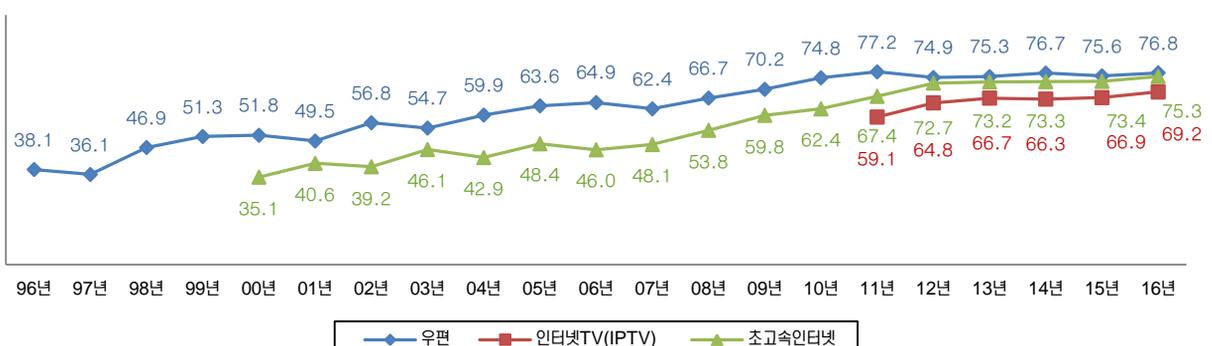
초고속인터넷

기가 인터넷 등 양질의 서비스를 제공하기 위해 노력하는 초고속인터넷 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, KT가 SK브로드밴드를 제치고 1위(역대 12회 1위)의 자리를 재탈환했다.

KT는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 장기 이용고객 혜택, 설치직원의 업무능력 및 친절함, 다양한 요금제, 기업 신뢰도 항목에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

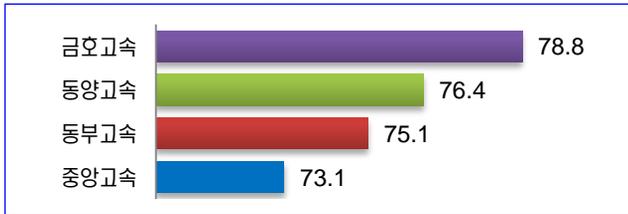
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(고속버스, 항공)

● 고속버스

실시간 좌석조회부터 결제와 예매까지 신속하게 마칠 수 있는 모바일 앱을 제공하며 큰 호응을 얻고 있는 고속버스 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 유지하였으며, 금호고속이 11년 연속 1위(역대 14회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

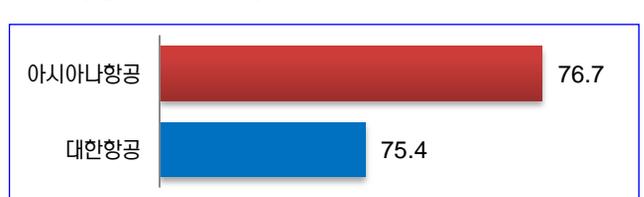
금호고속은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 정확한 출발 및 도착시간, 승차감, 안내방송, 차내 시설 및 환경 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● 항공

탑승객에게 저렴한 가격보다는 높은 수준의 서비스 질을 제공하며 프리미엄 경쟁으로 고객유치를 펼치고 있는 항공 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 아시아나항공이 3년 연속 1위(역대 19회 1위)를 이어갔다.

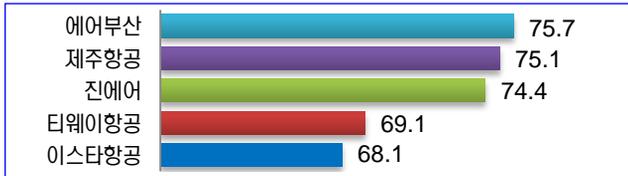
아시아나항공은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 탑승수속 서비스, 직원 응대태도, 기내 부가서비스, 정확한 출발 및 도착 시간 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



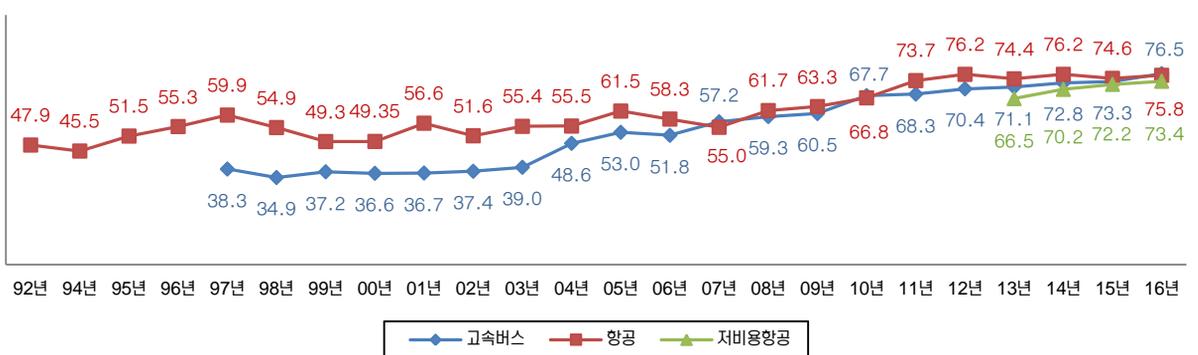
● 저비용항공

최근 장거리 노선 확대와 인기노선 증편, 특가항공권 등으로 고객의 수요를 잡기 위해 노력하고 있는 저비용 항공 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 보이는 가운데, 에어부산이 4년 연속 1위(역대 4회 1위)의 자리를 지켰다.

에어부산은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도는 발권서비스, 탑승수속 서비스, 기내 시설환경 및 부가서비스 등 다수의 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

운수 및 보관(철도, 지하철)

• 철도

수서발 고속철 출범으로 이용객의 선택 폭이 넓어지면서 고객 서비스와 고객만족의 무한경쟁 시대에 돌입을 앞둔 철도 산업의 만족도는 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.

철도서비스는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 전년도 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 고객 편의시설, 차내 환경 및 냉·난방시설, 직원 응대태도, 운행의 안전성 등에서 전년 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



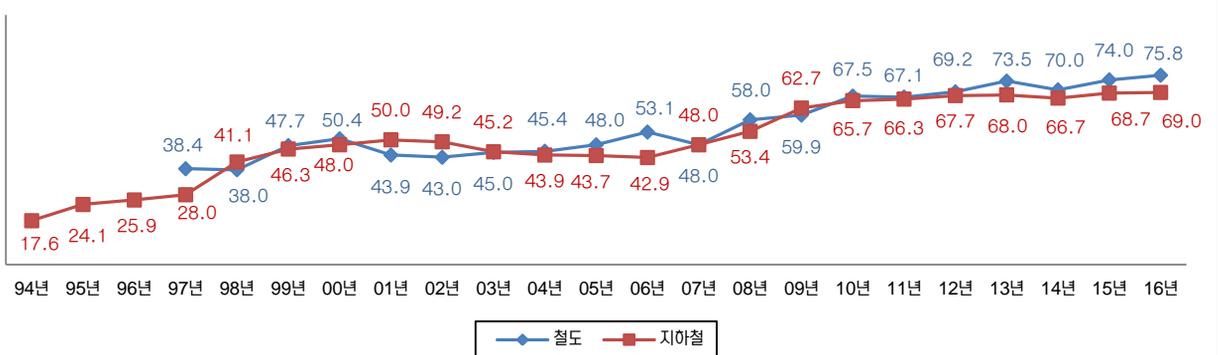
• 지하철

열압 및 체지방 측정기 설치, 의료상담서비스, 문화공연 등으로 이용객들의 편의와 즐거움을 도모하고 있는 지하철 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 광주도시철도공사가 대구도시철도공사를 제치고 올해 1위(역대 8회 1위)자리를 재탈환했다.

광주도시철도공사는 대부분의 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 특히 역내의 편의시설 및 환경, 승차감, 운행의 안전성, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

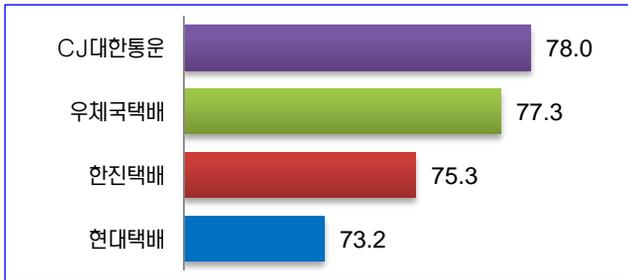
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

• 택배

1인가구 증가 등에 따른 소비 패턴의 변화로 편의점과 연계한 택배서비스 제공이 큰 인기를 끌고 있는 가운데 CJ대한통운이 8년 연속 1위(역대 11회 1위)자리를 이어갔다.

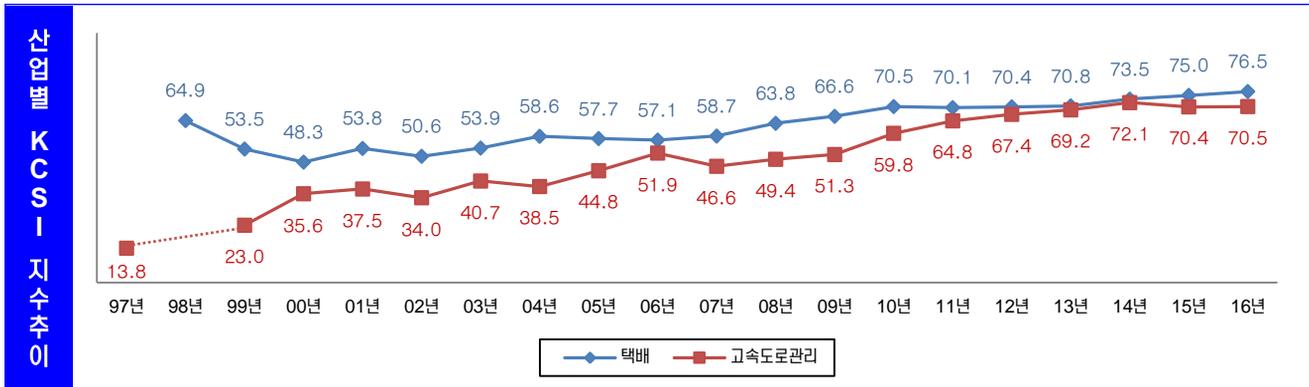
CJ대한통운은 재이용의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 접수·문의 방법의 다양성, 서비스 종류, 배달의 정확성, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 고속도로관리

실시간 교통상황, 주간 교통예보 등을 제공함으로써 고객과 끊임 없이 소통하고 있는 가운데, 고속도로관리서비스의 고객만족도는 전년 대비 소폭 하락한 것으로 나타났다.

고속도로관리서비스는 전반적 만족도에서 전년 대비 하락하였으나, 요소만족도에서는 도로면 상태, 도로 주변 관리, 안내 표지판, 이용요금, 신뢰도 등에서 전년 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

- (1) 소비자 제조업
- (2) 내구재 제조업
- (3) 서비스업**

교육 서비스, 보건업

교육

시각장애인, 다문화가족 등 문자 해독에 어려움을 겪는 고충을 덜어주기 위해 음성서비스를 도입함으로써 교육서비스 만족도 제고에 노력하고 있는 교육서비스의 고객만족도는 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.

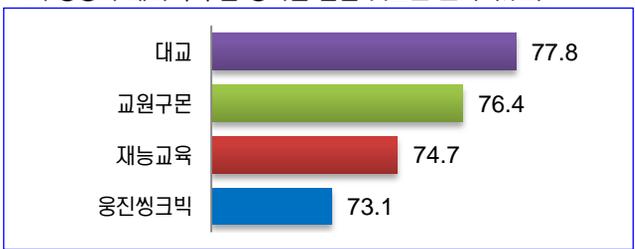
교육서비스는 전반적 만족도 및 요소만족도 양 부분에서 전년 대비 상승하는 모습을 보였으며, 그 중 교육 정책, 임시제도, 교사의 수준, 교과목 구성, 정부부처에 대한 신뢰도 등 다수의 항목에서 전년 대비 우수한 평가를 받았다.



학습지

스마트폰, 태블릿 PC 등 IT 기기를 활용한 스마트 리닝을 통해 다양한 콘텐츠 제공과 흥미유발로 교육사업의 새로운 전략을 선보이고 있는 학습지 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 대교가 교원구문을 제치고 올해 1위(역대 9회 1위)자리를 재탈환했다.

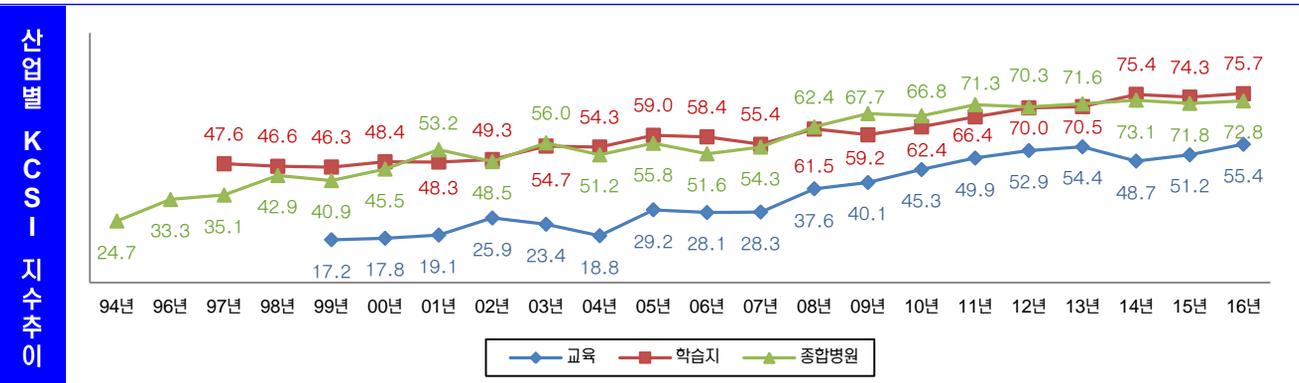
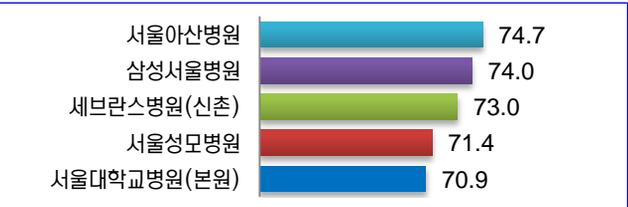
대교는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 특히 자녀의 학습능력향상에 도움이 된다는 점에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



종합병원

환자의 불안감을 위한 서비스 디자인 개선, 체감 진료 대기 시간 감축 등 환자 중심의 의료서비스를 제공하고자 노력하고 있는 종합병원 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 서울아산병원이 4년 연속 1위(역대 5회 1위)를 수성했다.

서울아산병원은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 특히 기업신뢰도 항목에서 고객으로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

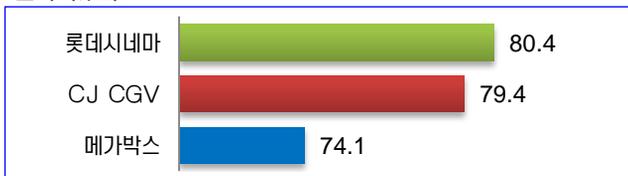
(3) 서비스업

■ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 영화관

스마트폰, 태블릿PC 등 개인 미디어의 발달로 인해 영화관에 서만 경험할 수 있는 차별화 된 콘텐츠와 서비스를 제공하고자 노력하고 있는 영화관 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 롯데시네마가 4년 연속 1위(역대 9회 1위)를 차지했다.

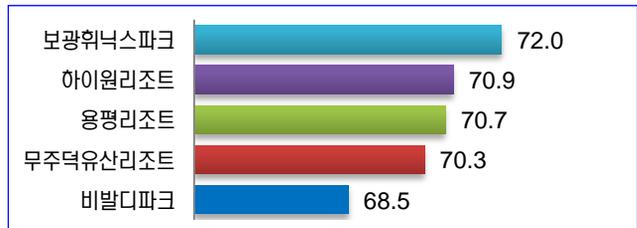
롯데시네마는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 좌석높이, 의자의 안락함, 환기, 깨끗한 실내 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 스키장

실시간 정보확인, 예약, 이벤트, 간편결제 등이 가능한 모바일 앱 개발과 다양한 할인혜택으로 고객들을 사로 잡고 있는 스키장 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 보광휘닉스파크가 3년 연속 1위(역대 3회 1위)에 선정되었다.

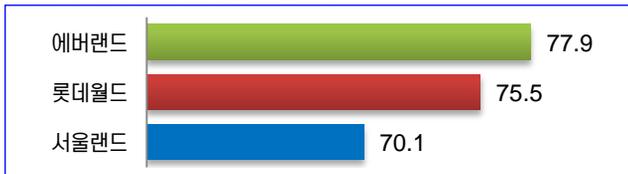
보광휘닉스파크는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 부대시설, 행사 및 이벤트, 할인혜택, 이용 요금 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



• 종합레저시설

아트렉션과 각종 시설에 IT와 문화를 결합시킴으로써 새로운 IT 파크로 변모하고 있는 종합레저시설 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 유지하였으며, 에버랜드가 22년 연속 부동의 1위(역대 22회 1위)라는 위업을 달성했다.

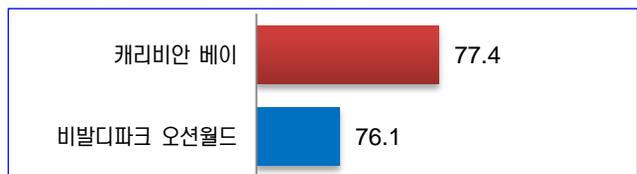
에버랜드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 놀이시설의 다양성, 직원 응대태도, 고객 편의시설, 기업 신뢰도 등 대부분 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



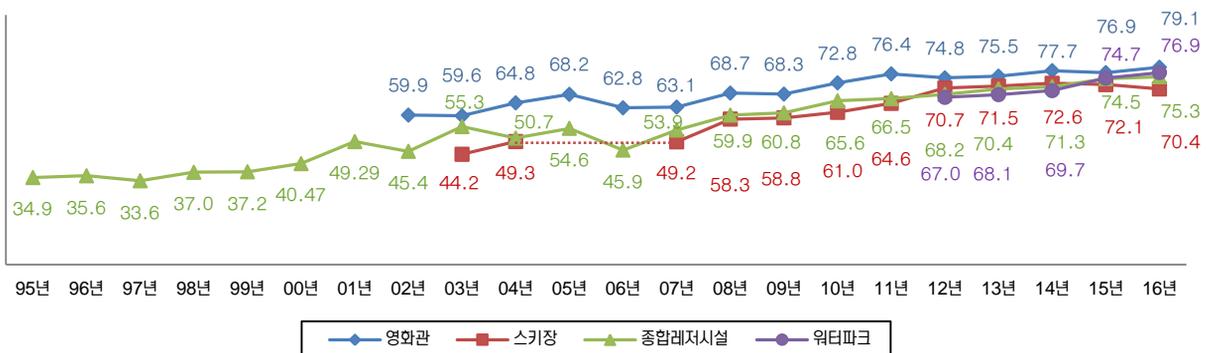
• 워터파크

매년 다채로운 이벤트 등의 즐길 거리로 꾸준히 사랑받고 있는 워터파크 산업의 만족도는 전 지속적으로 상승세를 유지하고 있으며, 캐리비안베이가 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 이어나갔다.

캐리비안 베이는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 물놀이 시설의 다양성 및 안전성, 이벤트의 다양성, 직원 응대태도, 기업 신뢰도 등 거의 모든 부분에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

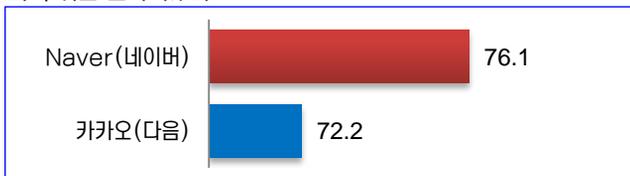
(3) 서비스업

■ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업, 임대업, 보안시스템서비스업)

● 검색포털사이트

빅데이터 분석결과를 활용하여 사용자들의 정보검색과 정보취합의 편의성을 극대화하고 있는 검색포털사이트 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 네이버가 13년 연속 1위(역대 13회 1위)자리를 유지했다.

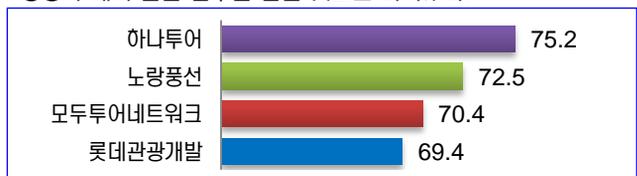
네이버는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도는 유용한 정보·서비스, 정보 업데이트, 정보검색 편의성, 보안 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 우위로 조사되었다.



● 여행사(해외여행)

단체관광, 가이드 관광에서 개인 자유여행까지 고객의 상황을 고려한 맞춤 여행 서비스를 제공하고 있는 여행사(해외여행) 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 하나투어가 8년 연속 1위(역대 8회 1위)기업으로 조사되었다.

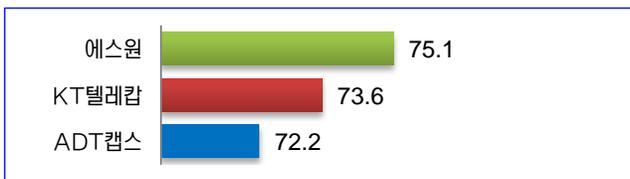
하나투어는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 다양성, 상담직원의 상품설명, 준비사항 및 계약내용 고지, 여행 숙박 시설 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 무인경비서비스

사물인터넷(IoT)과 정보통신기술(ICT)을 결합한 첨단 스마트 무인보안감시 서비스가 발전하는 가운데, 무인경비서비스의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 에스원이 전년에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 이어갔다.

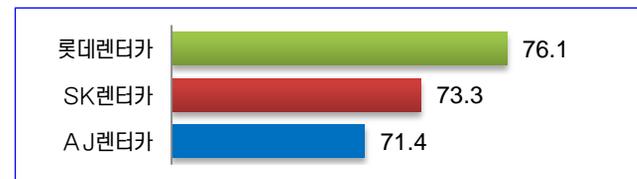
에스원은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 설치기사의 업무능력, 사용요금, 기업 신뢰도 등에서 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



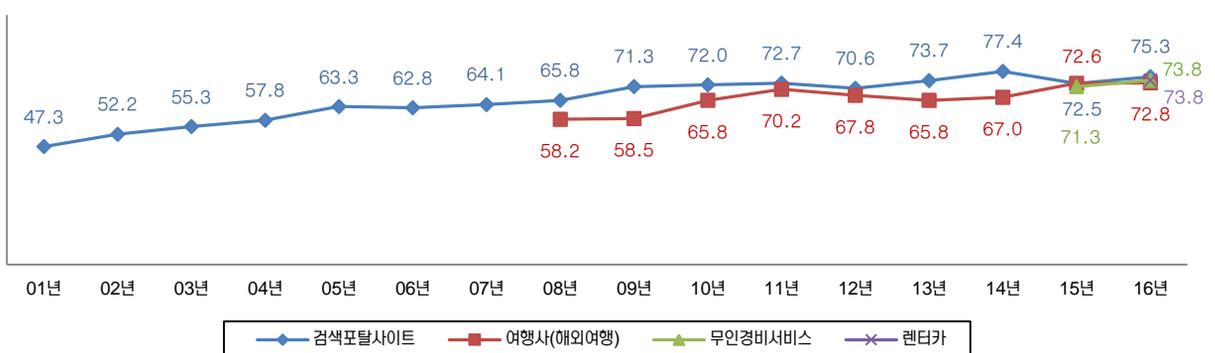
● 렌터카

공유경제 산업의 중심에서 자동차 생활의 패러다임을 변화시키고 있는 렌터카 산업의 만족도는 73.8점으로 나타났으며, 롯데렌탈(롯데렌터카)이 신규조사에서 첫 1위의 영예를 안았다.

롯데렌터카는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상담원 및 직원의 응대, 차량 예약, 대여 및 반납의 편리성, 보험/사고처리 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

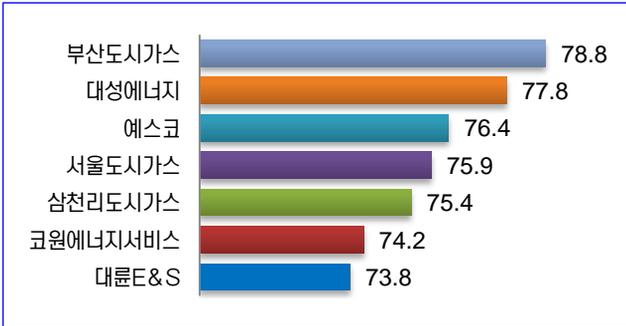
(3) 서비스업

■ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스

공급 품질을 높이고 고객 중심의 서비스를 구현하도록 제도 개선에 힘쓰고 있는 도시가스 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 부산도시가스가 14년 연속 1위(역대 14회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

부산도시가스는 전반적 만족도에서 경쟁자 대비 우수한 모습을 보였으며, 요소만족도 부분에서는 직원 응대태도, 검침결과의 정확성, 고지서의 정시성, 요금납부의 편리성, 안전점검 결과에 대한 상세 설명 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다.



• 전력

고객접점 관리체계 고도화와 고객 유형별 맞춤형 서비스 개발에 노력하고 있는 전력 서비스의 고객만족도는 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.

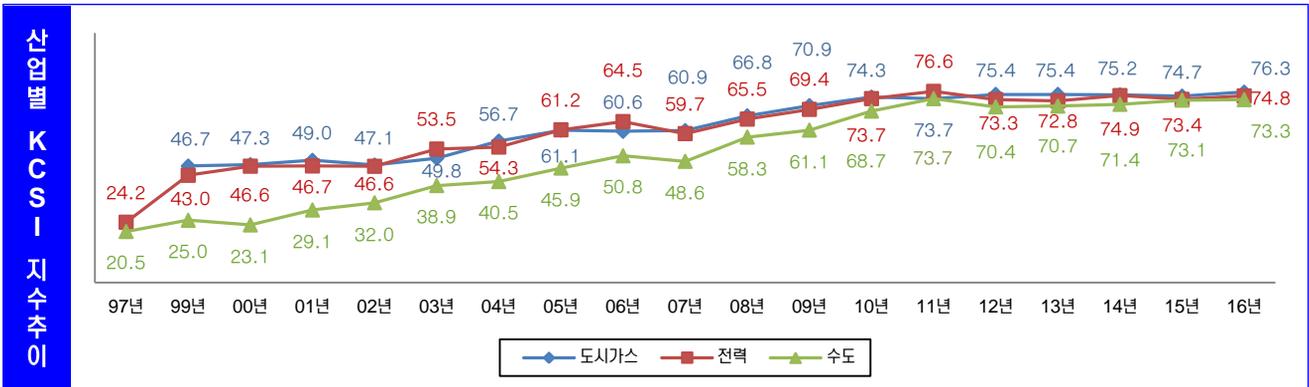
전력서비스는 전반적 만족도는 소폭 하락한 반면, 요소만족도에서는 상승하였으며, 요소 별로는 전력사용에 대한 안심, 전력공급, 요금청구의 정확성, 전력서비스 신뢰도 등 모든 항목에서 상승한 것으로 조사되었다.



• 수도

수원지로부터 수도꼭지까지 물 관리 전 과정에 정보통신기술(ICT)을 융합해 물 이용의 효율성과 안전성을 극대화하는 노력이 진행되고 있는 가운데, 수도서비스의 고객만족도는 전년에 이어 올해에도 소폭 상승한 것으로 나타났다.

수도서비스는 전반적 만족도는 소폭 하락한 반면, 요소만족도에서는 상승하였으며, 요소 별로는 깨끗한 물, 서비스 요금 항목에서 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 공공서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기

전자등기신청 제도 도입 이후, 민원인의 직접 방문을 줄이고 편의성과 신속성을 제고하고 있는 등기서비스의 고객만족도는 전년도 상승세를 이어가지 못하고 소폭 하락하였다.

등기서비스는 지난해 대비 전반적 만족도가 하락하였으며, 요소만족도는 고객 편의시설, 전화응대 태도, 업무처리의 합리성, 이용기관의 신뢰도 등에서 전년 대비 상승한 것으로 조사되었다.



• 세무

'연말정산 간소화 서비스', '편리한 연말정산' 등의 서비스를 통해 근로자와 회사에게 더욱 쉽고 빠르고 간편한 방법을 제공하여 세무서비스의 고객만족도는 전년 대비 소폭 상승하였다.

세무서비스는 전년 대비 전반적 만족도가 하락한 반면, 요소만족도는 상승하였으며, 요소 별로는 고객 편의시설, 내·외부 시설 환경, 직원의 친절도, 업무처리의 신속성 및 합리성 등에서 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.



• 치안

'국민 안심 사회' 구현을 위한 아동·여성 등 사회적 약자에 대한 서비스가 강화되는 가운데, 치안서비스의 고객만족도는 전년 대비 소폭 하락하였다.

치안서비스는 전반적 만족도는 하락하였으나, 요소만족도에서는 고객 편의시설, 내·외부 시설환경, 전화응대태도, 업무처리의 신속성 및 합리성 등 대부분의 항목에서 전년 대비 상승한 모습을 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이

