



2021년 한국산업의 고객만족도 (KCSI)

조사결과

KmAC

제1부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 30년 째를 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 74%를 차지할 만큼 국내 산업의 대표적 고객만족도 조사제도이다.

KCSI 조사
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.

KCSI 조사
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.
- 30년 동안 시행되오면서 그 동안 IMF 체제, 미국 발 금융대란 등 많은 위기가 닥쳐왔지만 KCSI 지수는 지난 1992년과 비교하여 38.8점(약 93%)이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객가치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거둘 수 있음을 입증해 왔다.

제1부
2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 조사
우수성
(계속)

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.

KCSI 조사
현황

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.

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)

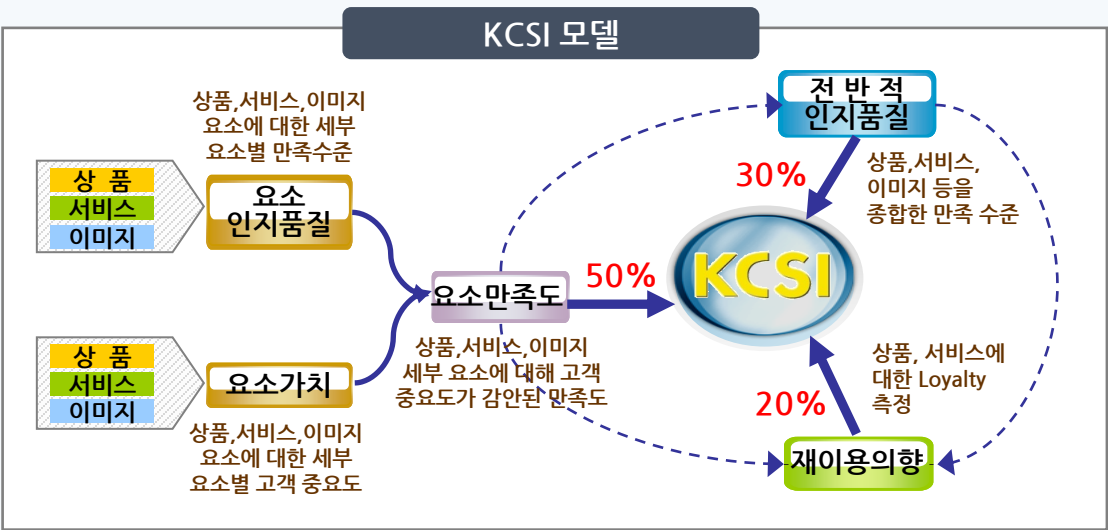
구분	'92년	'93년	'94년	'95년	'96년	'97년	'98년	'99년	'00년	'01년	'02년	'03년	'04년	'05년	'06년
제조업	7	7	5	5	7	14	33	32	43	48	53	53	63	58	57
서비스업	5	1	11	10	8	30	27	42	45	47	47	47	47	45	44
계	12	8	16	15	15	44	60	74	88	95	100	100	110	103	101

구분	'07년	'08년	'09년	'10년	'11년	'12년	'13년	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년
제조업	59	57	54	48	48	51	52	50	51	50	50	52	49	49	49
서비스업	46	49	49	51	54	57	59	59	60	60	60	62	66	61	63
계	105	106	103	99	102	108	111	109	111	110	110	114	115	110	112

제1부
2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 측정
모델 및
산출방법

전반적 만족도(30%), 요소 종합만족도(50%),
재이용(구입)의향(20%)으로 측정돼



- 본 조사의 고객만족도(KCSI)는 전반적 만족도 30%, 요소 만족도(산업별 특성 고려) 50%, 재이용(구입) 의향률 20%를 반영하고 있음
- 각 항목은 7점 척도로 측정하며 6점과 7점 응답자의 비율을 지수화 하고 있음

- KCSI(종합만족도)
= (전반적 만족도 × 0.3) + (요소만족도 × 0.5) + (재이용(구입)의향률 × 0.2)
- ▷ 전반적 만족도
설문지상의 전반적인 만족 정도를 묻는 문항에 「매우 만족」과 「만족」에 응답한 비율 측정(Top 2 비율)
- ▷ 요소만족도
$$\sum_{i=1}^n C_i \cdot W_i$$
 - ※ C_i : i번째 세부요소의 TOP 2 비율
 - W_i : i번째 세부요소의 중요도 가중치
- ▷ 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)

제1부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 조사 설계

약 5개월 간 11,000여 명의 고객들로부터 만족도 측정

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 10,798명
- 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, 남양주, 용인, 화성) 및 6대 광역시
- 6) 조사기간 : 2021년 4월 12일 ~ 8월 20일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등 총 112개 산업(총 354개 기업)

산업부문	2021년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (24개)	1) 과자 2) 맥주 3) 소주 4) 식용유 5) 아이스크림 6) 우유 7) 유산균발효유 8) 음료 9) 건통장 10) 참치캔 11) 홍삼가공식품 12) 껌연형전자담배 13) 남성경장 14) 담배 15) 생리대 16) 샴푸 17) 세탁세제 18) 아웃도어리류 19) 여성내의 20) 여성용기초화장품 21) 제화 22) 주방세제 23) 치약 24) 화장지
내구재 제조업 (25개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 김치냉장고 3) 냉장고 4) 무선청소기(신규) 5) 사무용복합기(복사기) 6) 세탁기 7) 식기세척기 8) 에어컨 9) 전기레인지 10) 전기밥솥 11) 정수기 12) 헬스케어(안마의자) 13) 휴대폰(스마트폰) 14) PC 15) TV 16) 가정용가구 17) 가정용건축자재 18) 경형승용차 19) 보일러 20) 부엌가구 21) 블랙박스 22) 승용차타이어 23) 일반승용차 24) 침대 25) RV승용차
일반 서비스업 (53개)	1) 간편결제서비스(신규) 2) 생명보험 3) 신용카드 4) 은행 5) 인터넷전문은행(신규) 6) 자동차보험 7) 장기보험 8) 저축은행 9) 증권 10) 체크카드 11) 대형마트 12) 대형서점 13) 대형슈퍼마켓 14) 멤버십(포인트) 15) 배달앱 16) 백화점 17) 숙박앱 18) 스크린골프 19) 영화관 20) 오픈마켓 21) 인터넷서점 22) 인터넷쇼핑몰 23) 전자제품전문점 24) 제과/제빵점 25) 커피전문점 26) 패스트푸드점 27) 편의점 28) 피자전문점 29) OTT서비스(신규) 30) TV홈쇼핑 31) T커머스 32) 검색포탈사이트 33) 국제전화 34) 내비게이션앱 35) 시내/시외전화 36) 이동전화 37) 인터넷전화 38) IPTV 39) 초고속인터넷 40) 고속버스 41) 도시가스 42) 렌터카 43) 무인경비 44) 워터파크 45) 저비용항공 46) 종합레저시설 47) 종합병원 48) 주유소 49) 카세어링 50) 콘도미니엄 51) 택배 52) 항공 53) 아파트
공공 서비스업 (10개)	1) 고속도로 2) 교육 3) 등기 4) 세무 5) 수도 6) 우편 7) 전력 8) 철도 9) 치안 10) 지하철

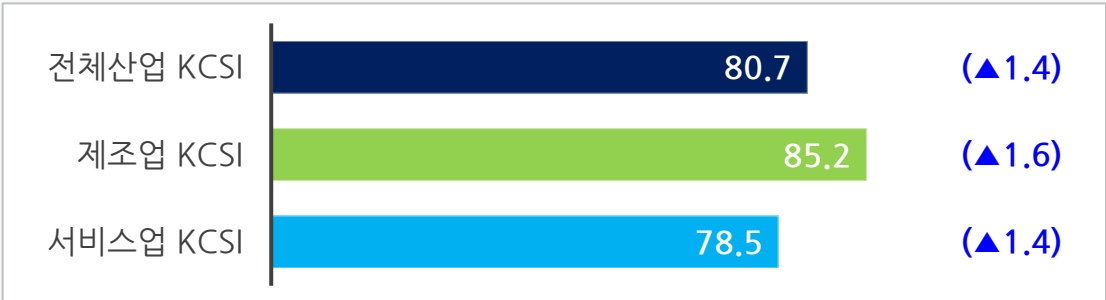
* 해외 출입국 관련 일부 산업은 코로나19의 영향으로 2021년 발표를 제외함
(면세점, 여행사(해외여행) 등)

제2부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI 전체
특징

1) 2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



국가 전체 지수	제조업 지수	서비스업 지수
'92 대비 38.8점 상승 (약 93% ▲)	'92 대비 33.0점 상승 (약 63% ▲)	'92 대비 42.1점 상승 (약 116% ▲)

2) 2021년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도(KCSI)는 전년 대비 1.4점 상승한 80.7점으로 기록...
역대 처음으로 80점 넘어서며 최초 조사연도 대비 93% 상승해

- 2021년 KCSI 국가지수는 80.7점을 기록하며 역대 처음으로 80점을 넘어서었다. 1992년 조사 첫 해와 비교했을 때 38.8점(▲93%) 성장한 수치다. 최근 기록해왔던 성장률에 비해 다소 둔화된 모습을 보였으나 계속해서 상승세를 이어갔다. 산업별로는 제조업이 85.2점, 서비스업(공공 포함)이 78.5점으로 제조업의 만족수준이 좀 더 높았다.
- 올해 조사결과 특징을 요약해보면, 제조업과 서비스업 모두 코로나 펜데믹과 변화하는 시장 환경에 맞게 고객의 니즈를 읽고 민첩하게 대응하는 산업 및 기업의 만족도가 높은 것으로 조사결과 나타났다. 제조업에서는 건강 관련 식품과 함께 집에 머무는 시간이 길어지면서 생활의 질을 높이는 프리미엄 가전의 만족도가 특히 높게 나타났다. 또한 소비 주체로 부각되고 있는 MZ세대의 특성을 잘 이해하고, 이에 맞는 제품 및 서비스를 출시하는 기업들의 평가결과도 돋보였다. 서비스에서는 작년 이어 비대면 채널을 중심으로 높은 만족도를 보이며 언택트가 대세임을 증명했다. 특히 이커머스(오픈마켓, 인터넷쇼핑몰)의 상승폭이 뚜렷한 것으로 조사결과 나타났다.
- KCSI는 올해로 벌써 시행 30년을 맞이했다. '00년대 들어서 100여 개 산업으로 발표가 확대되었고, 올해 국가 전체 GDP(국내총생산)의 74%에 해당되는 112개 산업, 354개 기업 발표에 이르렀다. 특히 최근 들어 코로나19(COVID-19)의 영향으로 언택트(Untact)가 가속화됨에 따라 KCSI에서도 이러한 시대적 환경을 반영하여 간편결제서비스, OTT서비스, 인터넷전문은행 등의 산업을 새롭게 조사 및 발표했다. 앞으로도 KCSI는 고객중심경영의 중요성을 전파하고 국내 산업의 글로벌 경쟁력을 갖추기 위한 지원을 아끼지 않을 것이다. 또한 친환경차량이나 모빌리티플랫폼을 비롯하여 최근 사회적 화두인 ESG, DX(Digital Transformation) 등과 연계된 제품과 서비스 영역에도 확대하여 고객의 의견을 적극 수렴할 예정이다.

제2부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

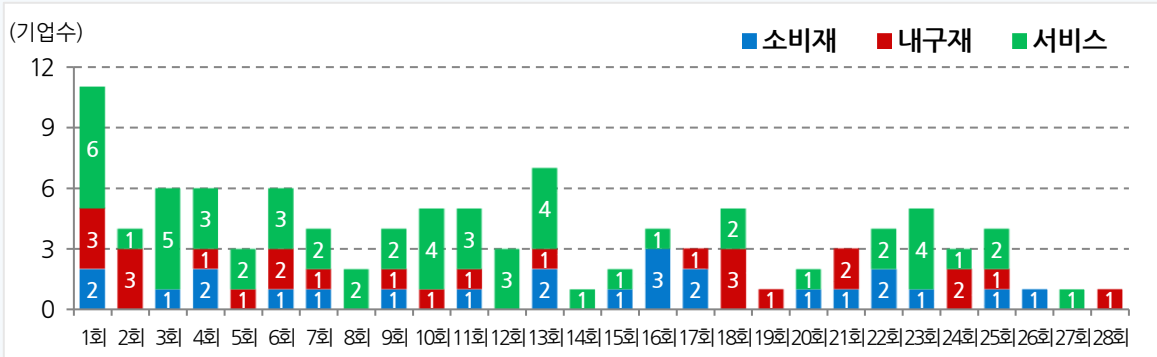
KCSI 전체 특징

2) 2021년도 KCSI 특징 및 경향

총 106개 1위 기업 선정...
제조업의 삼성전자, 현대자동차. 서비스업의 삼성물산 에버랜드리조트 두각

- 올해 30년 째를 맞는 2021년 KCSI에서 총 106개 산업별 1위가 선정되었다. 1위 기업의 역대 1위 횟수를 보았을 때, 10회 이상 1위 기업이 배출된 60개 산업 중 소비재(16개)와 내구재(14개) 등 제조업이 총 30개 산업으로 나타났으며, 서비스업은 공공서비스를 포함하여 30개 산업으로 나타났다.
- 10회 이상에서는 제조업의 비중이 다소 높았고(60%) 10회 미만에서는 서비스업의 비중이 높았다(46%). 즉, 제조업에서의 장수 1위 산업이 보다 더 많은 것을 볼 수 있으며, 반면 서비스업에서 고객만족 경쟁이 더 치열한 것으로 판단할 수도 있다. 제조업은 세계 일류 수준의 기술력을 갖춘 기업들이 오랫동안 1위를 유지하며 KCSI를 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 방증하고 있다.
- 20회 이상 가장 많은 횟수 1위를 차지한 기업은 현대자동차(내구재, 28회), 에버랜드(서비스, 27회), 라이온코리아(소비재, 26회) 등으로 내구재와 서비스, 소비재를 대표하는 기업으로 나타났다. 25회에는 금강(제화), 삼성전자(휴대폰), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이, 24회는 삼성전자(PC 및 TV), SK 텔레콤(이동전화) 등이 뒤를 이었다. 23회는 삼성생명(생명보험), 아시아나항공(항공), KT(시내/시외전화), 우정사업본부(공공서비스), hy(유산균발효유) 등이, 22회는 SK에너지(주유소), 신영와코루(여성내의), GS리테일(편의점), 라이온코리아(주방세제) 등이, 21회는 동원F&B(참치캔), 한국후지필름 비즈니스이노베이션(사무용복합기), 쿠크전자(전기밥솥) 등 4개 기업이 다수 1위를 기록하였다. 20회는 삼성서울병원(종합병원), 유한킴벌리(화장지)가 차지했다.
- 한편, 삼성전자는 8개 산업(휴대폰(스마트폰), TV, PC, 세탁기, 냉장고, 김치냉장고, 전자제품전문점, 에어컨)에서 10회 이상 1위를 차지하며 한국의 대표 고객만족 선도 기업으로서 위상을 드높였으며, 우정사업본부는 2개 산업(공공서비스, 택배)에서 10회 이상 1위를 차지하여 공공기관으로서 큰 두각을 나타냈다.

2021년 1위 기업의 역대 1위 횟수



(1위 횟수)

제2부

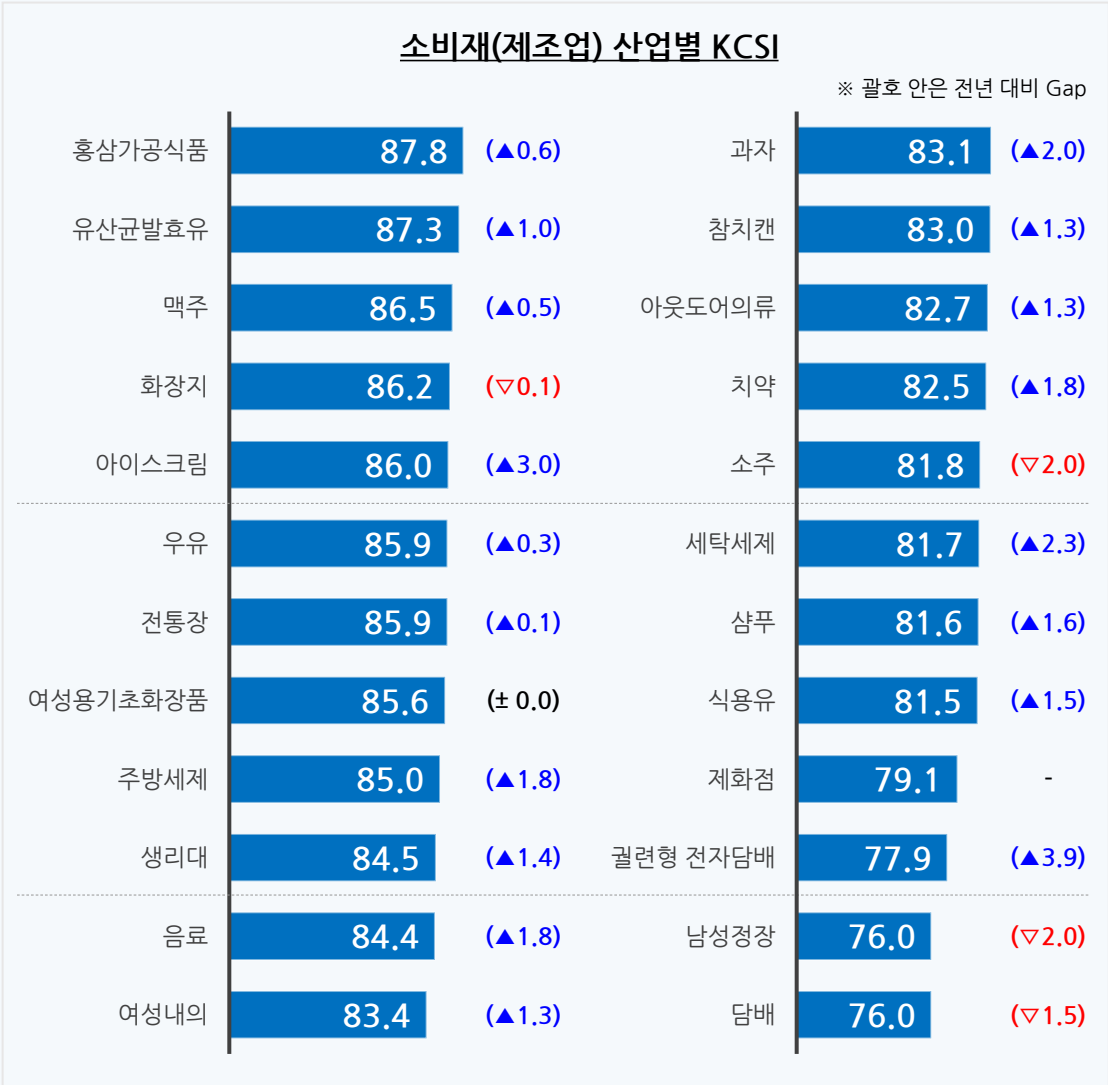
2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 주요
특징

1) 소비재 제조업의 고객만족도 특징

건강기능식품 관련 산업에서 만족도 강세... 코로나 환경·고객니즈 잘 읽어내

- 소비재 제조업의 만족도는 홍삼가공식품, 유산균발효유, 맥주, 화장지, 아이스크림 등에서 높은 수준을 보인 것으로 조사결과 나타났다.
- 특히 건강에 대한 높은 관심이 지속되고 있는 가운데, MZ세대를 겨냥한 제품군 확대로 인기를 끌고 있는 홍삼가공식품이 87.8점으로 가장 높은 수준을 기록했다. 장건강과 면역력 증진으로 주목 받고 있는 유산균발효유(87.3) 역시 우수한 평가를 받았다. 해당 산업들은 변화하는 시장 환경과 고객 니즈에 맞는 다양한 형태의 제품들을 출시하며 높은 고객만족도를 보였다.
- 한편 코로나19 장기화, 여름 무더위로 인해 수요가 증가한 껌련형전자담배(▲3.9), 아이스크림(▲3.0) 등은 전년 대비 높은 상승폭을 나타냈다. 반면 남성정장(▼2.0), 소주(▼2.0), 담배(▼1.5) 등은 만족도 하락을 기록했다.



제2부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 주요 특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

생활가전, 자동차, 가구산업 만족도 우수... 관련 수요도 크게 증가

- ▶ 내구재 제조업에서는 생활가전과 자동차, 가구 등의 산업이 고객만족도 상위를 차지한 것으로 조사되었다.
- ▶ 산업별로는 TV(92.7), 냉장고(92.2), RV승용차(91.2), 세탁기(90.8), 에어컨(90.5), 일반승용차(90.4) 등이 90점 이상의 높은 만족도를 보이며 고객들로부터 우수한 평가를 받았다. 생활가전에서는 늘어나는 집콕과 신혼가구를 겨냥한 제품이 많은 인기를 끌었다. RV승용차 역시 차박을 선호하는 소비자가 늘고 실용성을 갖춘 다양한 차량이 출시되고 있는 점이 만족도 상승을 견인한 것으로 풀이된다. 가정용가구(89.6), 부엌가구(87.8) 역시 집꾸미기 열풍에 힘입어 높은 만족도를 보였다.
- ▶ 한편 헬스케어(안마의자)(▲3.3), PC(▲3.0), 부엌가구(▲3.0) 등은 작년 대비 높은 상승폭을 기록했다. 이들 산업은 건강, 재택, 집콕 등의 수요가 늘면서 고객 기대와 입맛에 맞춘 다양한 제품들을 내놓은 것이 주효했던 것으로 판단된다.



제2부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 주요 특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

비대면 채널 중심으로 상위권 차지... 이커머스 업종 큰 폭으로 상승

- 서비스업은 유통에서 TV홈쇼핑, T커머스, 인터넷서점 등이 높은 만족도를 보였으며 금융에서는 체크카드, 자동차보험 등이 상위권을 기록한 것으로 조사되었다.
- 특히 유통에서는 TV홈쇼핑(88.0), T커머스(86.1), 인터넷서점(85.7) 등 비대면 채널을 중심으로 작년에 이어 상위권을 차지했다. 편의점(85.1) 역시 1인가구의 증가로 높은 만족도를 보였다. 한편 인터넷쇼핑몰(▲3.5), 오픈마켓(▲3.4), IPTV(▲3.4) 등은 전년 대비 만족도 상승폭이 큰 것으로 나타났다. 최근 이커머스는 배송서비스 강화, 상품경쟁력 차별화에 주력하면서 고객들의 높은 호응을 얻고 있다.
- 신규 발표한 OTT서비스(83.5), 간편결제서비스(82.4)는 80점 이상의 준수한 점수를 보였고, 인터넷전문은행은 79.1점으로 은행(82.4)보다 다소 낮은 수준을 기록했다.

서비스업 산업별 KCSI					
			※ 괄호 안은 전년 대비 Gap		
TV홈쇼핑	88.0	(▲1.9)	커피전문점	81.2	(▲2.1)
체크카드	87.8	(▲2.1)	고속버스	81.2	(▽0.4)
T커머스	86.1	(▲2.1)	택배	81.2	(▲2.2)
인터넷서점	85.7	(▲2.2)	렌터카	81.1	(▲1.8)
자동차보험	85.2	(▲1.8)	오픈마켓	80.7	(▲3.4)
편의점	85.1	(▲2.0)	백화점	80.6	(▲1.7)
대형서점	84.1	(▲1.7)	아파트	80.6	(▽0.4)
스크린골프	83.9	(▲2.5)	증권	80.4	(▲3.8)
초고속인터넷	83.7	(▲0.4)	무인경비	80.3	(▲2.0)
장기보험	83.5	(▲2.0)	IPTV	80.2	(▲3.3)
멤버십(포인트)	83.5	(▲1.9)	워터파크	80.2	(▲0.2)
OTT서비스	83.5	신규 발표	인터넷쇼핑몰	79.6	(▲3.5)
이동전화	83.1	(▲1.2)	피자전문점	79.6	(▲2.7)
배달앱	82.9	(▲2.4)	주유소	79.4	(▲1.2)
생명보험	82.8	(▲0.9)	인터넷전문은행	79.1	신규 발표
신용카드	82.8	(▲1.7)	영화관	78.9	(▲0.1)
카셰어링	82.8	(▲0.9)	내비게이션 앱	78.1	(▲1.3)
전자제품전문점	82.7	(▲1.7)	저축은행	76.8	(▲0.7)
간편결제서비스	82.4	신규 발표	숙박앱	76.5	(▲2.2)
은행	82.4	(▲3.0)	저비용항공	76.5	(▽0.8)
종합레저시설	82.4	(▲0.5)	대형마트	76.4	(▲0.9)
시내·시외전화	82.2	(▽0.1)	검색포탈사이트	76.3	(▽0.2)
국제전화	81.6	(▲1.8)	도시가스	75.8	(▲0.9)
인터넷전화	81.6	(▲1.1)	패스트푸드점	74.5	(▲1.8)
종합병원	81.6	(▲1.6)	항공	73.6	(▲0.7)
콘도미니엄	81.5	(▲1.4)	대형슈퍼마켓	72.3	(▲1.0)
제과·제빵점	81.3	(▲1.3)			

제2부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 주요
특징

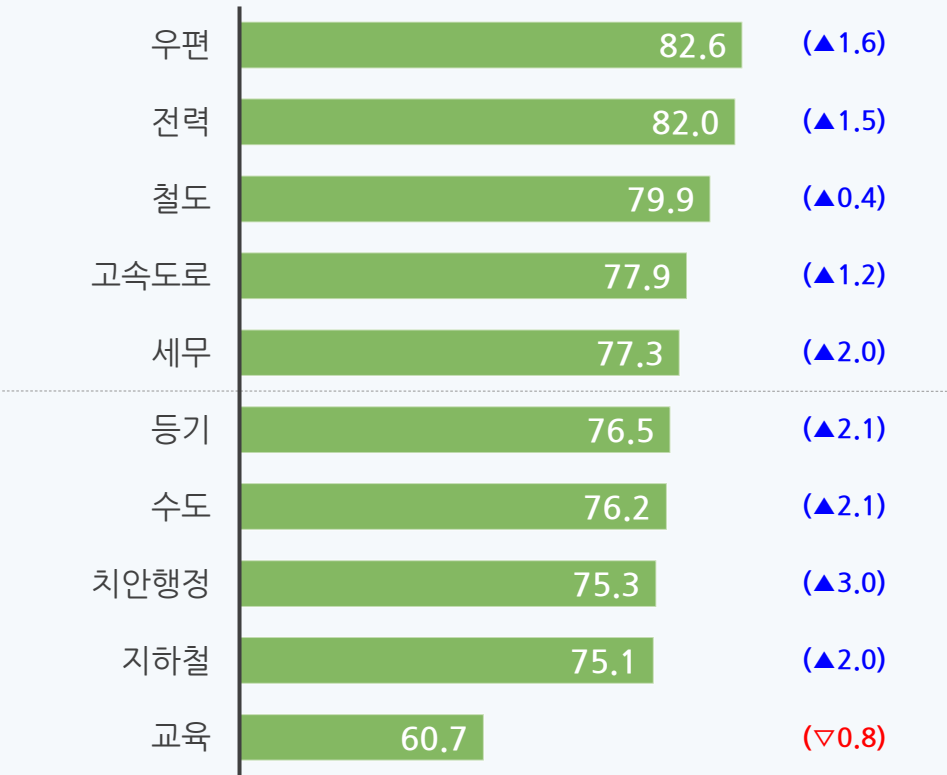
4) 공공서비스업의 고객만족도 특징

우편 23년 연속 공공서비스 정상 차지... 교육은 만족도 소폭 하락

- 공공서비스는 우편이 82.6점을 기록하며 가장 높은 만족도를 보였다. 공공서비스업을 발표한 이래로 23년 연속으로 가장 우수한 평가를 받고 있다. 그 뒤를 이어 전력(82.0)이 전년 대비 ▲1.5점 상승하며 우편과 함께 80점 대의 만족도를 기록했다. 철도(79.9), 고속도로(77.9) 등도 70점 후반의 만족도를 나타내며 공공서비스 내에서 상위권을 차지했다. 한편 치안행정(▲3.0)은 작년 대비 3점 이상 크게 상승한 것으로 나타났다.
- 반면 교육은 코로나19로 인한 온라인 수업 및 등교 혼란 장기화로 작년보다 ▼0.8점 하락한 60.7점으로 나타났으며 공공서비스 내에서도 가장 낮은 수준을 보여 만족도 향상을 위한 꾸준한 노력이 요구되는 것으로 조사결과 나타났다.

공공서비스업 산업별 KCSI

※ 괄호 안은 전년 대비 Gap



제2부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	과자	롯데제과	롯데제과(83.6), 오리온(83.1), 크라운제과(82.6), 해태제과(82.4)	3년 연속	7회
2	맥주	OB맥주 (카스포함)	OB맥주(카스포함)(87.2), 하이트진로(86.7), 롯데칠성음료(클라우드, 피츠)(82.9)	'20 1위 : 하이트진로	6회
3	소주	금복주	금복주(83.8), 하이트진로(참이슬)(82.6), 롯데칠성음료(처음처럼)(79.9), 무학(78.6)	5년 연속	13회
4	식용유	사조대림(해표)	사조대림(해표)(83.7), CJ제일제당(백설)(79.7)	9년 연속	17회
5	아이스크림	빙그레	빙그레(87.6), 롯데제과(86.3), 롯데푸드(84.6)	15년 연속	16회
6	우유	서울우유	서울우유(87.9), 매일유업(85.6), 남양유업(81.2)	14년 연속	16회
7	유산균발효유	hy (구 한국아쿠르트)	hy (89.0), 매일유업(87.2), 남양유업(83.6)	20년 연속	23회
8	음료	동아오츠카	동아오츠카(85.8), 한국코카콜라(85.3), 롯데칠성음료(81.8)	7년 연속	16회
9	전통장	대상(청정원)	대상(청정원)(86.5), CJ제일제당(해찬들)(85.3)	'20 1위 : CJ제일제당(해찬들)	1회
10	참치캔	동원F&B (동원참치)	동원F&B(동원참치)(84.9), 오투기(오투기참치)(80.6), 사조산업(사조참치)(77.0)	18년 연속	21회
11	홍삼가공식품	한국인삼공사 (정관장)	한국인삼공사(정관장)(89.4), 지씨바이오(참다한홍삼)(85.6), 농협홍삼(한삼인)(84.6)	9년 연속	9회
12	궤련형 전자담배	한국필립모리스 (아이코스)	한국필립모리스(아이코스)(79.6), KT&G(릴)(79.0), B.A.T.코리아(글로)(74.7)	'20 1위 : KT&G(릴)	1회
13	남성경장	LF	LF(76.6), 삼성물산(75.8)	'20 1위 : 삼성물산	4회
14	담배	한국필립모리스 (말보로)	한국필립모리스(말보로)(77.0), KT&G(76.2), B.A.T.코리아(던힐)(74.1)	14년 연속	15회
15	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(86.8), 깨끗한나라(83.7), LG유니참(83.1)	12년 연속	13회

제2부
2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

1) 소비재 제조업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	삼푸	LG생활건강	LG생활건강(83.9), 아모레퍼시픽(82.4), 애경(80.9), 한국P&G(79.6), 유니레버코리아(79.2)	2년 연속	4회
17	세탁세제	라이온코리아	라이온코리아(82.6), LG생활건강(80.4), 애경(80.3)	25년 연속	26회
18	아웃도어의류	노스페이스	노스페이스(85.5), 블랙야크(83.8), K2(82.1), 코오롱스포츠(81.6), 네파(80.9)	2년 연속	3회
19	여성내의	신영와코루 (비너스)	신영와코루(비너스)(84.0), 비비안(83.0)	22년 연속	22회
20	여성용 기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(86.2), LG생활건강(84.7)	'20 1위: LG생활건강	17회
21	제화	금강제화	금강제화(80.3), 탠디(79.3), 소다(78.2), 에스콰이아(77.7)	-	25회
22	주방세제	라이온코리아	라이온코리아(86.6), LG생활건강(85.0), 애경(84.0)	16년 연속	22회
23	치약	LG생활건강	LG생활건강(83.7), 아모레퍼시픽(82.0), 애경(81.5)	4년 연속	11회
24	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(87.9), 깨끗한나라(86.1), 모나리자(84.0)	16년 연속	20회

제2부
2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	가정용복합기 (프린터)	캐논코리아 비즈니스솔루션	캐논코리아비즈니스솔루션(83.1), 한국HP(80.8), 한국엠손(80.7)	5년 연속	5회
2	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(87.3), LG전자(86.6), 위니아딤채(84.9)	11년 연속	11회
3	냉장고	삼성전자	삼성전자(92.4), LG전자(91.9)	12년 연속	17회
4	무선청소기	삼성전자	삼성전자(87.4), LG전자(87.4), 다이슨(85.7)	신규	1회
		LG전자		신규	1회
5	사무용복합기 (복사기)	한국후지필름 비즈니스 이노베이션	한국후지필름비즈니스이노베이션 (81.0), 캐논코리아비즈니스솔루션(80.4), 신도리코(79.1)	21년 연속	21회
6	세탁기	삼성전자	삼성전자(91.4), LG전자(90.2)	12년 연속	19회
7	식기세척기	SK매직	SK매직(87.8), LG전자(85.8)	2년 연속	2회
8	에어컨	삼성전자	삼성전자(91.6), LG전자(90.7), 오텍캐리어(88.2), 위니아딤채(87.5)	9년 연속	10회
9	전기레인지	SK매직	SK매직(86.9), LG전자(85.7), 쿠첸(84.5)	4년 연속	4회
10	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(88.3), 쿠첸(84.8)	21년 연속	21회
11	정수기	코웨이	코웨이(87.1), SK매직(85.9), LG전자(85.6), 쿠쿠 (83.8), 청호나이스(82.4)	5년 연속	18회
12	헬스케어 (안마의자)	바디프랜드	바디프랜드(86.4), 휴테크(85.1), 코지마(84.8)	2년 연속	2회
13	휴대폰 (스마트폰)	삼성전자	삼성전자(87.3), 애플(아이폰)(85.6)	24년 연속	25회
14	PC	삼성전자	삼성전자(86.9), LG전자(86.4), 한국HP(82.1)	20년 연속	24회
15	TV	삼성전자	삼성전자(93.0), LG전자(92.3)	24년 연속	24회

제2부
2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	가정용가구	한샘	한샘(91.0), 현대리바트(90.2), 신세계까사(88.1), 에몬스가구(87.2)	6년 연속	6회
17	가정용건축자재	LX하우시스 (구 LG하우시스)	LX하우시스(88.0), KCC(87.4), 현대L&C(85.7)	'20 1위: KCC	2회
18	경형승용차	한국지엠	한국지엠(84.6), 기아자동차(83.7)	7년 연속	7회
19	보일러	경동나비엔	경동나비엔(88.6), 린나이코리아(87.0), 귀뚜라미(85.6)	8년 연속	9회
20	부엌가구	한샘	한샘(88.6), 에넥스(86.6)	5년 연속	13회
21	블랙박스	팅크웨어 (아이나비)	팅크웨어(아이나비)(84.7), 파인디지털(파인뷰)(83.4), 더미동(유라이브)(80.8), 아이트로닉스(아이패스블랙)(80.2)	6년 연속	6회
22	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(83.8), 한국타이어(82.5), 넥센타이어(82.3)	17년 연속	18회
23	일반승용차	현대자동차	현대자동차(92.8), 기아자동차(90.4), 르노삼성자동차(88.5), 한국지엠(87.9)	28년 연속	28회
24	침대	코웨이	코웨이(80.9), 시몬스(80.2), 에이스침대(78.6)	'20 1위: 시몬스	1회
25	RV/승용차	현대자동차	현대자동차(92.6), 기아자동차(91.2), 쌍용자동차(88.7)	18년 연속	18회

제2부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	간편결제서비스	카카오페이	카카오페이(84.2), 네이버페이(82.9), 삼성페이(81.9), 페이코(79.4)	신규	1회
2	생명보험	삼성생명	삼성생명(84.1), 한화생명(83.0), 교보생명(81.1)	17년 연속	23회
3	신용카드	신한카드	신한카드(84.5), 삼성카드(84.5), KB국민카드(83.2), 현대카드(81.8), 우리카드(80.7), BC카드(79.3), 롯데카드(78.6), NH농협카드(77.0)	11년 연속	11회
		삼성카드		6년 연속	15회
4	은행	신한은행	신한은행(85.0), 하나은행(83.2), KB국민은행(82.6), 우리은행(80.4), IBK기업은행(80.0), NH농협은행(78.2)	8년 연속	18회
5	인터넷전문은행	카카오뱅크	카카오뱅크(80.0), K뱅크(78.1)	신규	1회
6	자동차보험	삼성화재	삼성화재(88.0), 현대해상(85.4), KB손해보험(83.7), DB손해보험(83.4), 메리츠화재(81.8)	24년 연속	25회
7	장기보험	삼성화재	삼성화재(85.3), 현대해상(84.5), KB손해보험(82.5), DB손해보험(82.1), 메리츠화재(80.0)	11년 연속	11회
8	저축은행	애뉴온저축은행	애뉴온저축은행(78.1), SBI저축은행(76.9), 웰컴저축은행(76.5), OK저축은행(76.0)	3년 연속	3회
9	증권	삼성증권	삼성증권(82.4), 미래에셋증권(81.1), KB증권(79.9), NH투자증권(79.4), 한국투자증권(79.2), 대신증권(79.0)	2년 연속	16회
10	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(90.0), 신한카드(88.8), 우리카드(86.9), BC카드(86.0), NH농협카드(84.7)	7년 연속	10회
11	대형마트	롯데마트	롯데마트(78.3), 홈플러스(76.4), 이마트(75.4)	5년 연속	9회
12	대형서점	교보문고	교보문고(84.7), 영풍문고(81.8)	25년 연속	25회
13	대형슈퍼마켓	롯데슈퍼	롯데슈퍼(73.4), GS THE FRESH(72.5), 홈플러스 익스프레스(72.2), 이마트 에브리데이(68.7)	'20 1위: GS THE FRESH	4회
14	멤버십(포인트)	LPOINT(엘포인트)	LPOINT(엘포인트)(84.6), 해피포인트(83.9), CJONE(83.8), OK캐쉬백(82.3)	3년 연속	3회
15	배달앱	쿠팡이츠	쿠팡이츠(84.1), 배달의민족(83.0), 요기요(81.6)	'20 1위: 배달의민족	1회

제2부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	백화점	현대백화점	현대백화점(81.9), 신세계백화점(80.1), 롯데백화점(79.8)	4년 연속	13회
17	숙박업	아놀자	아놀자(77.4), 여기어때(74.9)	3년 연속	3회
18	스크린골프	골프존	골프존(85.9), SG골프(82.9), 카카오VX(81.9)	3년 연속	3회
19	영화관	롯데시네마	롯데시네마(81.4), CJ CGV(80.0), 메가박스(75.7)	9년 연속	14회
20	오픈마켓	11번가	11번가(81.6), 옥션(80.1), G마켓(79.9)	13년 연속	13회
21	인터넷서점	YES24	YES24(87.6), 인터넷교보문고(85.9), 알라딘(84.7), 인터파크도서(83.8)	13년 연속	13회
22	인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑 (Hmall)	현대홈쇼핑 (Hmall)(83.5), SSG닷컴(79.7), GS리테일(GSSHOP)(79.5), 롯데ON (구 롯데닷컴)(78.6), CJENM(CJ온스타일)(76.2)	2년 연속	3회
23	전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성디지털프라자(84.1), LG전자베스트샵(83.0), 롯데하이마트(82.5), 전자랜드(79.8)	11년 연속	11회
24	제과·제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(82.5), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(78.9)	11년 연속	13회
25	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(83.7), 스타벅스(82.6), 투썸플레이스(82.5), 커피빈(81.0), 할리스(78.5), 이디야(77.3)	12년 연속	12회
26	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(76.4), 버거킹(75.5), 맘스터치(74.8), 맥도날드(73.0), KFC(71.8)	9년 연속	9회
27	편의점	GS25	GS25(86.3), CU(85.9), 이마트24(84.1), 세븐일레븐(83.8), 미니스톱(81.8)	19년 연속	22회
28	피자전문점	도미노피자	도미노피자(83.4), 피자헛(78.3), 미스터피자(75.1)	7년 연속	7회
29	OTT서비스	Seezn(시즌)	Seezn(시즌)(85.1), NETFLIX(넷플릭스)(84.3), TVING(티빙)(83.1), WATCHA(왓챠)(82.3), U+모바일tv(81.2), WAVE(웨이브)(80.6)	신규	1회
30	TV홈쇼핑	롯데홈쇼핑	롯데홈쇼핑(89.6), 현대홈쇼핑 (Hmall)(88.4), CJENM(CJ온스타일)(88.3), GS리테일(GSSHOP)(88.2), 홈앤쇼핑(86.0), NS홈쇼핑(85.1)	5년 연속	5회

제2부
2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
31	T커머스	SK스토아	SK스토아(86.9), 신세계TV쇼핑(86.0), K쇼핑(85.7)	'20 1위 : K쇼핑	1회
32	검색포탈사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(76.7), 카카오(다음)(75.3)	18년 연속	18회
33	국제전화	SK텔링크 (00700)	SK텔링크(00700)(83.3), KT(001)(82.0), LG유플러스(002)(76.9)	7년 연속	8회
34	내비게이션앱	티맵(TMAP)	티맵(TMAP)(79.5), 카카오내비(78.1), 네이버지도(76.8)	4년 연속	4회
35	시내·시외전화	KT	KT(83.2), SK브로드밴드(80.0)	22년 연속	23회
36	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(85.1), KT(83.3), LG유플러스(78.9)	24년 연속	24회
37	인터넷전화	KT	KT(83.9), SK브로드밴드(82.4), LG유플러스(77.9)	12년 연속	12회
38	초고속인터넷	SK브로드밴드	SK브로드밴드(84.9), KT(83.9), LG유플러스(80.3)	'20 1위 : KT	6회
39	IPTV	SK브로드밴드	SK브로드밴드(81.5), KT(80.6), LG유플러스(77.1)	'20 1위 : KT	5회
40	고속버스	중앙고속	중앙고속(81.6), 금호고속(81.2), 동양고속(80.6)	'20 1위 : 금호고속	2회
41	도시가스	서울도시가스	서울도시가스(79.8), 부산도시가스(79.1), 예스코(77.3), 대성에너지(74.9), 삼천리(74.6), 코원에너지서비스(70.9), 대륜E&S(68.0)	3년 연속	4회
42	렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카(81.8), SK렌터카(80.2)	6년 연속	6회
43	무인경비	에스원	에스원(81.5), ADT캡스(81.1), KT텔레캅(78.0)	7년 연속	7회
44	워터파크	캐리비안베이	캐리비안베이(81.8), 오션월드(77.7)	10년 연속	10회
45	저비용항공	에어부산	에어부산(77.9), 제주항공(76.8), 티웨이항공(75.2), 진에어(75.0)	8년 연속	8회

제2부
2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
46	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(85.6), 롯데월드(81.6), 서울랜드(76.7)	27년 연속	27회
47	종합병원	서울아산병원	서울아산병원(83.5), 삼성서울병원(83.5), 서울성모병원(80.7), 세브란스병원(신촌)(80.3), 서울대학교병원(본원)(80.2)	9년 연속	10회
		삼성서울병원		4년 연속	20회
48	주유소	SK에너지 (SK주유소)	SK에너지(SK주유소)(81.1), GS칼텍스(79.8), 에쓰오일(78.3), 현대오일뱅크(77.5)	11년 연속	22회
49	카셰어링	그린카	그린카(83.4), 쏘카(82.4)	'20 1위: 쏘카	1회
50	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(82.8), 소노호텔&리조트(80.5)	10년 연속	12회
51	택배	우체국소포	우체국소포(82.4), CJ대한통운(81.6), 롯데택배(80.7), 한진택배(76.4)	4년 연속	10회
52	항공	아시아나항공	아시아나항공(73.9), 대한항공(73.5)	7년 연속	23회

4) 공공서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	공공서비스	우정사업본부 (우편)	우편(82.6), 전력(82.0), 철도(79.9), 고속도로(77.9), 세무(77.3), 등기(76.5), 수도(76.2), 치안행정(75.3), 교육(60.7)	23년 연속	23회
2	지하철	부산교통공사	부산교통공사(82.6), 광주도시철도공사(81.1), 대구도시철도공사(80.3), 대전도시철도공사(76.2), 인천교통공사(75.2), 서울교통공사(70.8)	5년 연속	6회

제2부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업의 특징

1) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자 9개 산업 최다 1위... 총 15개 기업이 2개 이상 복수 산업 1위 선정돼

- 2021년 KCSI에서는 총 15개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위에 선정되었다. 삼성전자는 작년보다 1개 많은 9개 산업(에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 무선청소기, 세탁기, TV, PC, 휴대폰(스마트폰), 전자제품전문점)에서 정상을 차지하며 고객만족도 강자의 면모를 드러냈다.
- 코웨이(정수기, 침대), 한국필립모리스(굴련형 전자담배, 담배), SK브로드밴드(초고속인터넷, IPTV)는 올해 처음으로 2개 산업 1위를 기록했다. 그 밖에도 라이온코리아, 롯데지알에스, 삼성물산, 삼성화재, 우정사업본부, 유한킴벌리, 한샘, 현대자동차, KT, LG생활건강, SK매직 등이 복수 산업에서 1위를 차지했다.

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 복수산업 1위 기업

번호	기업명	1위 산업	비고
1	삼성전자	에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 무선청소기, 세탁기, TV, PC, 휴대폰(스마트폰), 전자제품전문점	9개 산업 1위 (‘20년: 8개 산업 1위)
2	라이온코리아	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 (‘20년: 2개 산업 1위)
3	롯데지알에스	패스트푸드점, 커피전문점	2개 산업 1위 (‘20년: 2개 산업 1위)
4	삼성물산	종합레저시설, 워터파크	2개 산업 1위 (‘20년: 3개 산업 1위)
5	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 (‘20년: 2개 산업 1위)
6	우정사업본부	택배, 우편	2개 산업 1위 (‘20년: 2개 산업 1위)
7	유한킴벌리	생리대, 화장지	2개 산업 1위 (‘20년: 2개 산업 1위)
8	코웨이	정수기, 침대	2개 산업 1위 (‘20년: 1개 산업 1위)
9	한국필립모리스	굴련형 전자담배, 담배	2개 산업 1위 (‘20년: 1개 산업 1위)
10	한샘	부엌가구, 가정용가구	2개 산업 1위 (‘20년: 2개 산업 1위)
11	현대자동차	일반승용차, RV승용차	2개 산업 1위 (‘20년: 2개 산업 1위)
12	KT	시내/시외전화, 인터넷전화	2개 산업 1위 (‘20년: 4개 산업 1위)
13	LG생활건강	샴푸, 치약	2개 산업 1위 (‘20년: 3개 산업 1위)
14	SK매직	식기세척기, 전기레인지	2개 산업 1위 (‘20년: 2개 산업 1위)
15	SK브로드밴드	초고속인터넷, IPTV	2개 산업 1위

제2부
2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업의 특징

2) 2020년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

KCSI 조사대상 중 14개 산업에서 1위 기업 변동 나타나며 경쟁 치열해...

- 2021년 KCSI 조사결과 총 14개 산업에서 1위 기업의 변동을 보였다. 비중으로 보면, 12.5%로 작년보다 4.3%p 증가하며 올해 더욱 치열한 1위 경쟁이 있었던 것으로 조사되었다. 업종별로는 제조업에서 7개, 서비스업에서 7개로 나타났다.
- 산업군별로 살펴보면, 소비재에서는 한국필립모리스가 궤련형전자담배에서 처음으로 1위에 오르는 영예를 안았다. 남성정장은 장기간 정상의 자리를 유지했던 삼성물산을 제치고 LF가 1위에 올랐다. 그 밖에 맥주(OB맥주(카스포함)), 전통장(대상(청정원)), 여성용기초화장품(아모레퍼시픽)에서 1위 기업 변동을 보였다.
- 내구재에서는 가정용건축자재에서 LX하우시스(구 LG하우시스)가 1위에 올랐다. 침대는 렌탈서비스를 앞세운 코웨이가 처음으로 KCSI 1위의 영광을 차지했다.
- 서비스업에서는 SK브로드밴드가 2개 산업(초고속인터넷, IPTV)에서 정상을 차지했다. 롯데슈퍼(대형슈퍼마켓)는 '17년 이후 처음 1위를 기록했고, 이외에도 배달앱(쿠팡이츠), T커머스(SK스토아), 고속버스(중앙고속), 카셰어링(그린카) 등에서 치열한 고객만족도 경쟁 끝에 1위 기업의 변동이 나타난 것으로 조사되었다.

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 1위 변동 기업

No	산업군	산업명	2021년 KCSI 1위 기업	2020년 KCSI 1위 기업
1	소비재 (5개)	맥주	OB맥주(카스포함)	하이트진로
2		전통장	대상(청정원)	CJ제일제당(해찬들)
3		궤련형 전자담배	한국필립모리스(아이코스)	KT&G(릴)
4		남성정장	LF	삼성물산
5		여성용기초화장품	아모레퍼시픽	LG생활건강
6	내구재 (2개)	가정용건축자재	LX하우시스	KCC
7		침대	코웨이	시몬스
8	서비스 (7개)	대형슈퍼마켓	롯데슈퍼	GS THE FRESH
9		배달앱	쿠팡이츠	배달의민족
10		T커머스	SK스토아	K쇼핑
11		초고속인터넷	SK브로드밴드	KT
12		IPTV	SK브로드밴드	KT
13		고속버스	중앙고속	금호고속
14		카셰어링	그린카	쏘카

제2부

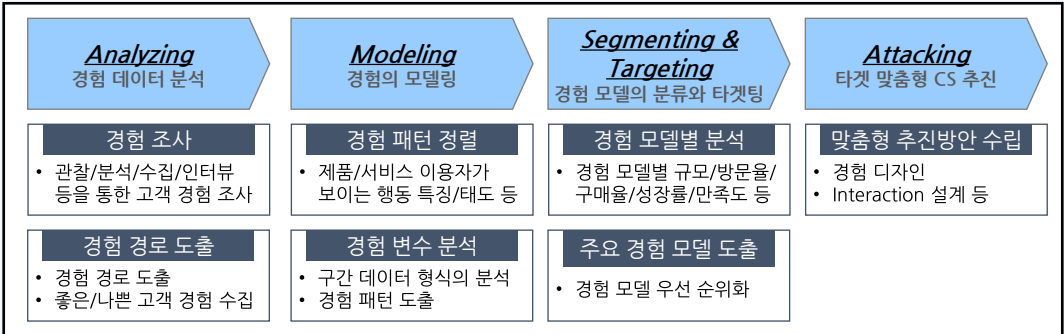
2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI
향상을 위한
제언

변화의 시대, 고객 경험의 관점을 전환하라

- 최근 코로나19로 인한 비대면 경제의 활성화로 고객들은 온라인과 오프라인을 넘나들며 O2O/O4O를 경험하고 있으며, 제조업체와 소비자가 직접 거래하는 D2C 또한 주목받는 등 온/오프 융합생태계가 구축되고 있다. 또한 밀레니얼 세대가 주도권을 넘겨받기 시작하는 밀레니얼 모멘트의 시대가 되었으며, 전 세계 인구의 1/4 수준인 18억이라는 거대한 규모 바탕으로 소비 주체로 성장할 전망이다.
- 밀레니얼 세대는 전자기기, 모바일과 SNS 등 IT 환경에 익숙한 디지털 네이티브로서 온라인을 중요시 함과 동시에, 오프라인의 아날로그적 가치 경험 또한 선호하여 온라인과 오프라인을 넘나드는 크로스오버 소비 행태를 보인다. 이러한 밀레니얼 세대의 트렌드는 인구구조 변화와 기술의 발전에 힘입어 다른 세대로 확산되고 있는데, 각 기업들도 고객 경험 개선 활동도 기존 대면 MOT 중심에서 온/오프라인의 복합적 관점으로 변모해야 한다. 즉, 최근 고객들은 O2O/O4O/D2C의 활발한 전개, 밀레니얼 세대 특성의 확산 등으로 온/오프라인 구분없이 다양한 경로로 제품/서비스를 경험하고 있어, 연령/성별/직업/결혼여부 등 기존 인구학적 관점의 접근에서 벗어나 새로운 관점의 접근 및 분석이 필요한 것이다.
- 온라인과 오프라인을 넘나드는 고객을 파악하기 위해서는 완전한 “경험” 관점에서의 전환을 통해 새로운 방향으로 고객에게 접근할 필요가 있다. 경험 관점으로 완전한 전환을 통한 CS 추진을 위해서는 새로운 고객 경험 Data Gathering 기법을 통해 다양한 고객 경험 패턴을 정의하여 모델링하고, 도출된 경험 패턴 모델을 분석하여 Target 모델을 선정한 후, Target 모델을 대상으로 맞춤형 CS를 추진해야 한다.
 - 세계적 통신업체인 Vodafone은 온/오프라인 Channel을 Crossover하는 고객들의 경험 개선을 위해 내부 진단 및 고객 리서치를 수행하고, 이를 통해 Channel Crossover 고객을 이해하고 니즈를 발굴, 경험 관점의 디자인을 수행함
 - 메르세데스 벤츠는 낮은 A/S 관련 만족도 향상을 위해 A/S 시 경험 관점에서 Interaction 체계를 가시화하고, 실제 고객 경험을 반영한 프로토타입 Mock-up 구현을 통해 고객과의 Interaction을 Redesign하여 고객만족도를 향상시킴
- 기존 마케팅 시장세분화에서 ‘인구통계학 정보’나 ‘구매 정보’에 의해서 시장을 나누어 Segmenting과 Targeting을 진행했다면, 이제 철저히 ‘경험 데이터’에 의해 사용자들을 분류해 어떻게 차별적이고 진정한 경험을 제공할지를 고민해야 할 것이다.

경험 데이터 기반 서비스 개발 Process



제2부

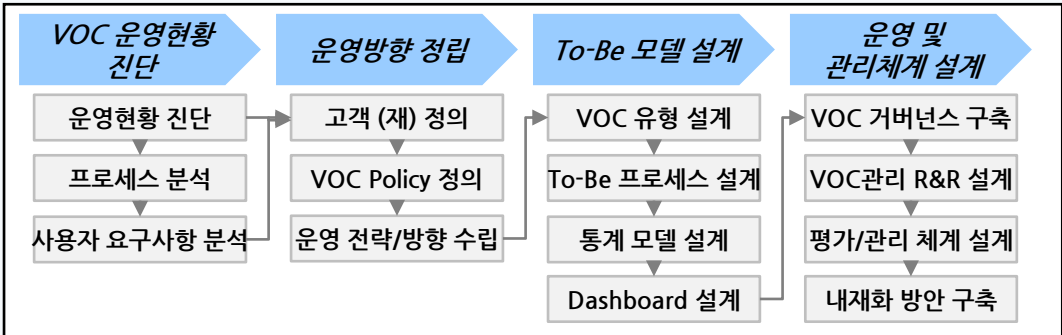
2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI
향상을 위한
제언

VOC 범위를 확대하여 고객 행동 예측까지 필요

- ▶ ‘고객의 소리(VOC)’는 기업 경영의 근본이자 고객만족경영의 기반이고, 시대가 바뀌어도 VOC에 대한 중요성은 날로 높아지고 있어, 더욱 능동적인 대응이 요구되는 시점이다. 디지털 변혁기에 중요도가 높아진 ‘빅데이터(Big Data)’도 VOC 관점에서 판단하여, 각종 채널에서 표출되는 고객의 입소문(Buzz)까지도 ‘고객의 소리’ 범위에 포함시켜 이를 적극 수집해서 분석하는 등 그 활용도를 더욱 높여야 할 것이다. 빠른 변화 속에서 기업들의 지속 생존 및 성장을 위해서는 우리 고객을 남들보다 더 잘 알고, 고객 니즈를 빠르고 효과적으로 경영 활동에 반영하여, 긍정 고객 경험을 제공해야 하는 것이다.
- ▶ ‘고객의 소리(VOC)’란 고객이 기업의 상품 또는 서비스를 구매하거나 경험하는 과정에서 발생하는 만족, 불만족이 기업에 피드백된 일련의 정보라 할 수 있다. 이러한 ‘고객의 소리’는 기업이 어떤 활동을 하더라도 소홀히 해서는 안 될 가장 기본 중의 기본이라 할 수 있다. 특히 디지털 시대의 VOC 경영은 ‘①내·외부의 다양한 접점에서 발생하는 정보를 통합적으로 수집하고’, ‘②수집된 다양한 정보(Big Data)에 대한 Insight분석을 통해’, ‘③전사적 차원에서 실질적으로 활용하고 보다 높은 고객가치를 창출’하기 위한 방향으로 더 빨리 변화하고 있는데 각 기업들도 이에 대응해야 한다.
- ▶ 그렇다면 어떻게 VOC 경영을 통해 제대로 된 고객가치를 실현할 수 있을까? 먼저 현재의 VOC 운영 및 프로세스를 진단하고 현업 요구사항을 바탕으로 향후 Target 수립할 VOC 정의, 채널 및 데이터 유형을 명확히 해야 한다. 그리고 사업부별 VOC 운영 현황 진단 결과를 바탕으로 통합 VOC 활용 전략을 도출하고, 구축에 따른 그룹 VOC 운영 정책 기준을 정의하여 표준화된 VOC가 적용될 수 있도록 해야 한다. 다음으로는 Who/What/How/Where 등의 관점에서 설계된 VOC 유형 분류 코드를 기반으로 VOC 유형을 도출하고, To-Be Process 설계와 함께 Dashboard 콘텐츠 및 통계 모델을 설계한다. 마지막으로 VOC 거버넌스 구축, VOC 관리 R&R 설계, VOC 평가체계 설계, 변화관리 방안 마련 등을 통해 운영 및 관리 체계를 설계하고 구성원의 수용성과 실행력을 확보할 수 있어야 한다.
- ▶ Digital Transformation / Untact 시대에는 고객과 시장 변화에 따라 기존의 고객 음성(VOICE) 중심의 불만처리/개선/Insight 제시를 넘어, VOICE의 범위를 보다 확대하여 다양한 형태로 표출되는 고객의 직간접적 활동과 관련된 광범위한 데이터 수집과 분석 및 관리 방안 구축을 통해 향후 고객 행동 예측까지 추진해야 할 것이다.

VOC 경영 체계 구축 Framework



제2부

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

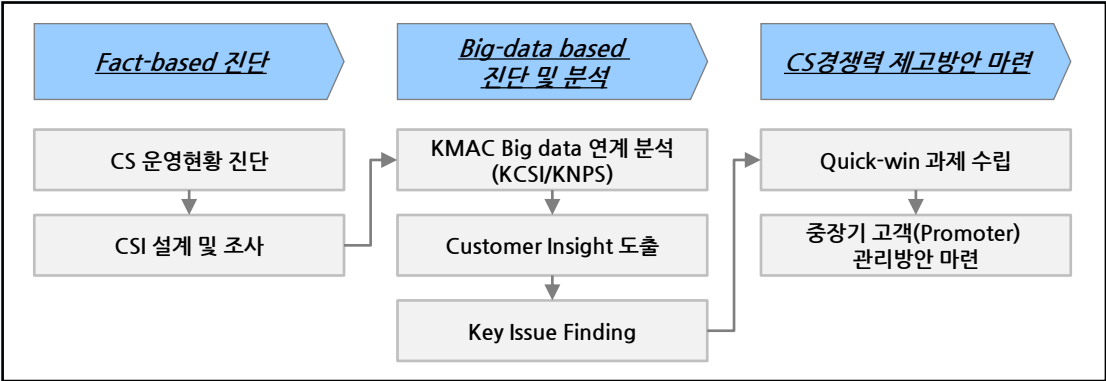
KCSI
향상을 위한
제언

기업의 성과를 높이기 위한 CS핵심요소에 집중하라

- ▶ 고객만족도는 오랫동안 기업의 중요한 성과지표로 관리되어 왔다. 그 배경에는 고객만족이 긍정적인 고객경험을 기반으로 재구매를 유도할 뿐만 아니라, 고객 스스로가 적극적으로 주변에 만족한 경험을 전파하는 등의 고객로열티(Loyalty)를 형성하게 함으로써 기업이 시장을 확장하고 경영성과를 높이는데 영향을 미치기 때문이다.
- ▶ 이에 최근 고객만족도를 관리하기 위한 지표도 최종적인 충성고객의 확장을 통한 성과 연계를 추구하는데 초점을 맞추고 있다. 실제로 고객충성도를 기업의 효율적인 성과와 연계하여 관리하기 위해 빅데이터 분석, AI 기반의 다양한 데이터 분석기법을 도입하여 효율적으로 구매자를 확보하고 매출을 높이며, 나아가 고객과 함께 기업의 가치를 높일 수 있는 전략을 고민하고 있다.
- ▶ 이러한 관점에서 KMAC에서 보유한 KCSI와 KNPS*의 데이터를 활용한 빅데이터 분석을 통해 최근 변화하는 고객 트렌드와 산업별 특징, 시장성과에 대한 시사점 등을 파악할 수 있다. 고객만족이 중요한 화두로 다루어지기 시작한 초창기에 고객의 중요도는 고객이 인지하는 핵심속성을 중심으로 집중하는 패턴을 보였다.
- ▶ 하지만 최근에는 ‘이용편리성’ 관련 속성의 중요도가 꾸준히 높아지고 있으며, 특히 KNPS에서 추천의향이 높은 고객집단의 경우 이러한 중요도의 변화가 더욱 두드러지는 것으로 나타났다. 이는 최근 상품 및 서비스를 전달하는 방식이 비대면으로 변화하면서 다양한 기술적 혁신과 변화가 도입되고 있는 ‘언택트(Untact)’와 무관하지 않다. 해당 결과는 기업의 충성고객 집단이 본원적 속성 이외 다른 부가적인 서비스 중에서 더욱 차별화 된 무엇인가를 기대할 가능성을 시사하고 있다. 실제로 A카드사는 이러한 분석을 통해 앱 이용과정을 비롯한 서비스 전반의 자사의 충성고객 니즈를 파악하고 개선이 필요한 서비스 속성과 맵핑하여 효과적으로 고객로열티를 관리한 바 있다.
- ▶ 디지털 시대일수록 혁신은 기술이나 제품에서 비롯되는 것이 아니라, 고객 관점에서 고객 경험을 관리하는데 더 초점이 맞춰져야 한다. 특히 충성고객의 기대와 니즈를 파악하여 기업의 수익을 높이고 리스크를 줄이는 한편, 고객 인게이지먼트를 높여 궁극적으로 기업의 제품과 서비스를 열광하게 만드는 팬덤이 구축될 수 있도록 적극적인 고민과 노력이 필요하다.

* KNPS(Korean Net Promoter Score) : 2007년부터 매년 KMAC에서 발표하는 국내 유일 고객추천지수

KMAC 프로젝트 추천 Process



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



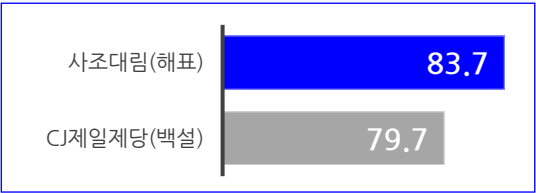
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 식료품(식용 정제유/장류/수산물)

• 식용유

단순 조리에서 벗어나 건강, 풍미 등으로 사용 목적이 다양해지면서, 기능성 오일, 해외 프리미엄 오일 등이 호응을 얻고 있는 식용유 산업에서는 사조대림(해표)이 83.7점으로 9년 연속 1위(역대 17회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

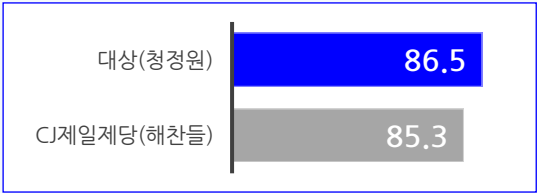
사조대림(해표)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품의 품질, 요리의 맛과 냄새, 풍부한 영양, 구입 용이성, 제품 다양성, 조리 효율, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 전통장

다양한 종류의 소스가 대중화되고 간편한 요리를 선호하는 사람들이 많아지면서, 소포장 제품 및 전통장을 혼합하여 만든 응용 제품으로 변화를 꾀하고 있는 전통장 산업에서는 대상(청정원)이 86.5점으로 지난해 1위 CJ제일제당(해찬들)을 제치고 1위(역대 1회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

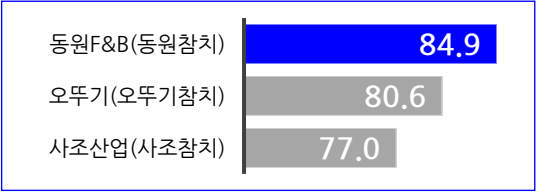
대상(청정원)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 맛과 빛깔, 농도, 성분, 상품 다양성, 제품의 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 참치캔

다양한 양념 및 재료가 첨가된 제품을 출시하고, 간단하게 요리하는 방안을 제안하며 편리함을 중시하는 MZ세대 소비자를 유인하고 있는 참치캔 산업에서는 동원 F&B(동원참치)가 84.9점으로 18년 연속 1위(역대 21회 1위)의 영광을 안았다.

동원 F&B(동원참치)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 맛과 영양, 적당한 양과 기름기, 제품 다양성, 구입 용이성, 개봉 용이성, 포장 및 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조 회사 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 나타났다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



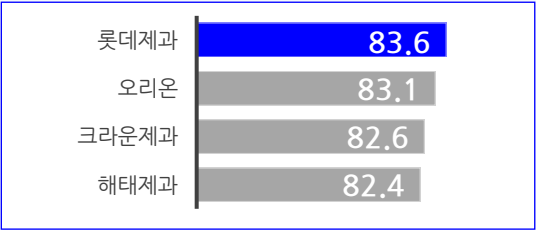
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 식료품(과자 / 빙과류)

• 과자

재미있으면 소비로 이어지는 MZ 세대의 '편슈머' 성향을 위해 다른 종류의 식품군 브랜드와 이색 콜라보를 진행하며 주목받고 있는 과자 산업에서는 롯데제과가 83.6점으로 3년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

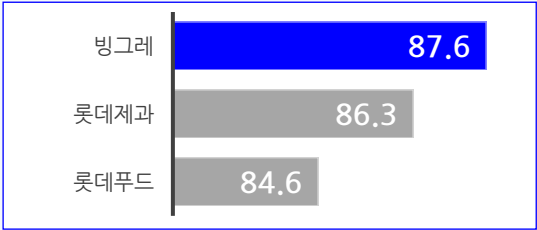
롯데제과는 요소만족도에서 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며 부스러기 방지, 구입 용이성, 제품 외관 및 포장 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 아이스크림

구독 경제의 성장과 언택트 소비 추세로 적정 가격에 다양한 상품을 체험해 볼 수 있는 아이스크림 정기 구독 서비스가 긍정적인 반응을 얻고 있는 가운데, 아이스크림 산업에서는 빙그레가 87.6점으로 15년 연속 1위(역대 16회 1위)를 차지했다.

빙그레는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 제품의 맛과 맛 종류의 다양성, 개운한 뒷맛, 먹기 편한 형태, 제조회사 신뢰도의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



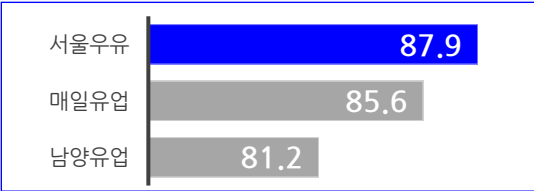
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 식료품(농농제품)

• 우유

ESG 경영 추세에 발맞춰 팩우유의 빨대를 제거하거나 종이를 원재료로 한 패키지를 사용하는 등 환경 보호가 가능한 제품이 잇따라 출시되고 있는 우유 산업에서는 서울우유가 87.9점으로 14년 연속 1위(역대 16회 1위)에 선정되는 영예를 안았다.

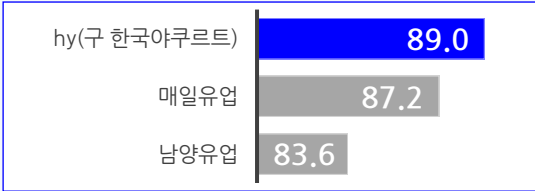
서울우유는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품의 맛과 냄새, 유익한 성분, 상품 다양성, 넉넉한 유통기한, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 유산균발효유

건강식을 찾는 사람들이 많아지면서 프로바이오틱스, 콜라겐, 고단백질 등을 함유한 기능성 발효유 상품이 각광받고 있는 유산균발효유 산업에서는 hy(구 한국야쿠르트)가 89점으로 20년 연속 1위(역대 23회 1위)를 차지하는 기염을 토했다.

hy(구 한국야쿠르트)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품의 맛과 적당한 농도, 유통기한의 길이, 배달 시기의 적절성, 품질 대비 가격, 제조회사의 신뢰도 등 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



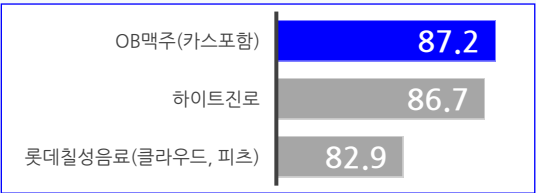
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 음료

• 맥주

건강에 대한 관심과 주류의 맛 자체를 즐기
고자 하는 트렌드에 따라 MZ세대를 중심으로
저도주 및 논알콜 제품 시장이 성장하고 있는
맥주 산업에서는 OB맥주(카스 포함)가 87.2
점으로 지난해 1위 하이트진로를 제치고 1위
(역대 6회 1위)의 자리를 탈환했다.

OB맥주는 전반적 만족도와 재구입의향 모두
경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며 요소만족
도는 깨끗한 뒷 맛과 맥주의 톡 쏘는 맛, 제조
회사 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 우수한 평
가를 받았다.



• 소주

집에서 주류를 즐기는 홈술족의 증가로 제품
의 맛을 중시하는 경향이 깊어지면서, 고가의
프리미엄 증류식 소주 시장이 성장하고 있는
소주 산업에서는 금복주가 83.8점으로 5년
연속 1위(역대 13회 1위)를 차지하는 기염을
토했다.

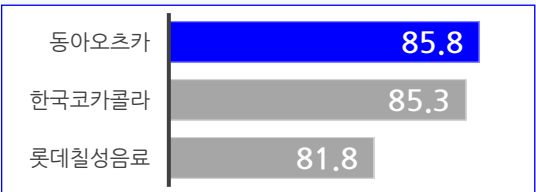
금복주는 전반적 만족도와 재구입의향 모두
경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요
소만족도는 첫 맛과 품질 대비 가격의 세부 항
목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으
로 조사되었다.



• 음료

집에서 아이와 함께 보내는 시간이 길어지면
서 간식용 음료에 대한 수요가 증가함에 따라
어린이용 유기농 및 건강식 제품이 잇따라 출
시되고 있는 음료 산업에서는 동아오츠카가
85.8점으로 7년 연속 1위(역대 16회 1위)라
는 위업을 달성했다.

동아오츠카는 재구입의향에서 경쟁사 대비
우위를 보였으며, 요소만족도는 맛과 적당한
당도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한
모습을 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



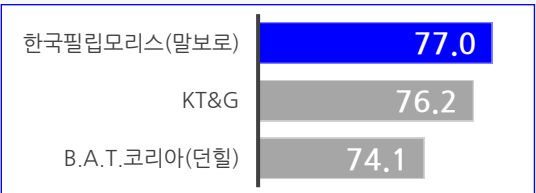
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 담배 및 홍삼가공식품

• 담배

담배 냄새에 대한 거부감이 커지고 실내에서 보내는 시간이 길어지면서, 냄새 저감 기술을 활용한 제품이 잇따라 출시되고 있는 담배 산업에서는 한국필립모리스(말보로)가 77점으로 14년 연속 1위(역대 15회 1위)자리를 고수했다.

한국필립모리스(말보로)는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 담배의 맛, 제품 불량률, 담배 개비의 외관과 외갑의 포장 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 나타났다.



• 홍삼가공식품

코로나 이후 면역력에 대한 관심 증가와 함께 섭취가 편리한 스틱형 제품이 밀레니얼 세대의 이목을 끌고 있는 홍삼가공식품 산업에서는 한국인삼공사(정관장)가 89.4점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)의 영광을 안았다.

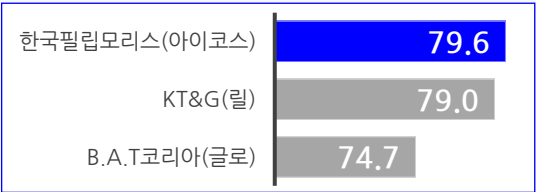
한국인삼공사(정관장)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 함유량 및 성분, 건강 개선, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 궐련형 전자담배

코로나의 장기화로 실내에서 머무르는 시간이 길어지면서 일반 담배보다 냄새가 덜하다는 점과 건강에 덜 유해하다는 인식으로 인기를 끌고 있는 궐련형 전자 담배 산업에서는 한국필립모리스(아이코스)가 79.6점으로 지난해 1위 KT&G(릴)를 제치고 1위(역대 1회 1위)기업에 선정되었다.

한국필립모리스(아이코스)는 재구매의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 일정한 연무량, 제품 불량률, 필터 품질, 구입 용이성, 기기 청소 용이성, 기기 내구도 및 디자인, 휴대성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받았다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



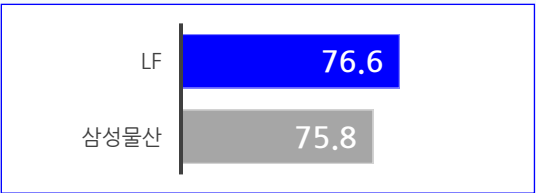
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

• 남성정장

자율복장제와 코로나로 인한 재택근무 및 여러 행사의 취소로 정통 정장에 대한 수요가 감소하고 있는 가운데, 캐주얼한 제품에 힘쓰고 있는 남성정장 산업에서는 LF가 76.6점으로 지난해 1위 삼성물산을 제치고 1위(역대 4회 1위)의 영광을 안았다.

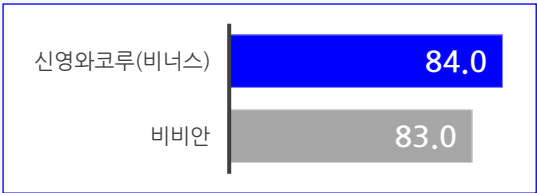
LF는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 대리점 환경, 구입 용이성, 체형, 디자인, 색상 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 여성내의

제품의 심미성보다는 편안함을 추구하는 소비자가 증가하면서, 심리스 속옷 등 기능성과 착용감에 초점을 맞춘 제품들이 이목을 끌고 있는 여성내의 산업에서는 신영와코루(비너스)가 84점으로 22년 연속 1위(역대 22회 1위)를 기록했다.

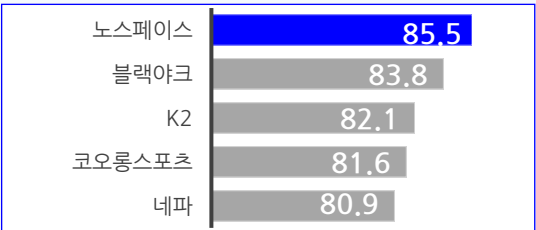
신영와코루(비너스)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소재, 세탁 후 형태 유지, 착용감, 착용시 실루엣, 색상, 제품 다양성, 대리점 직원 응대태도, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 아웃도어의류

코로나의 여파로 감염 위험이 적은 등산이 2030대에게 각광받으며, '산린이(등산+어린이)'라고 불리는 등산 초보들의 수요가 증가하고 있는 아웃도어의류 산업에서는 노스페이스가 85.5점으로 2년 연속 1위(역대 3회 1위)를 차지하는 기염을 토했다.

노스페이스는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품 디자인, 활동 편의성, 소재, 세탁 편리성, 대리점 직원의 응대 태도 및 매장 진열 환경, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



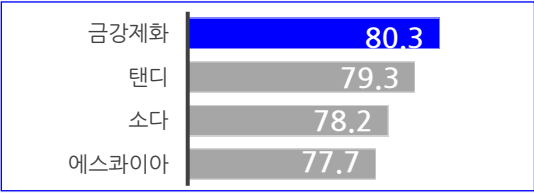
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 가죽, 가방 및 신발

• 제화

소재나 기술을 활용하여 착화감을 개선하거나 프리미엄부터 캐주얼까지 디자인을 다양화하며 발전을 꾀하는 제화 산업에서는 금강제화가 80.3점으로 1위(역대 25회 1위)를 수성했다.

금강은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 원형 유지 기간, 좋은 소재, 착용감, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.

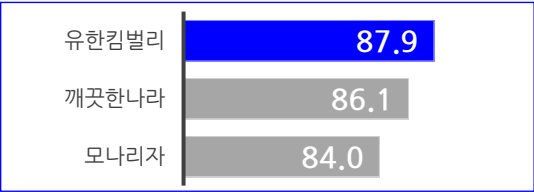


➤ 펄프, 종이 및 종이제품

• 화장지

친환경 소비 추세에 따라 포장지의 재활용이 가능하거나 오염 물질 및 화학 재료가 최소화된 제품이 소비자들에게 호응을 얻고 있는 화장지 산업에서는 유한킴벌리가 87.9점으로 16년 연속 1위(역대 20회 1위)라는 위업을 달성했다.

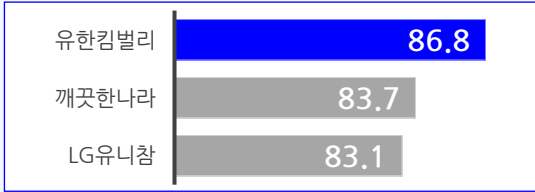
유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 부드러운 촉감 및 제품 재질, 닦임성, 포장 디자인, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



• 생리대

유해 물질에 대한 소비자의 불안감을 해소하기 위해 유기농 및 순면 원재료를 사용한 제품들이 지속적으로 출시되고 있는 생리대 산업에서는 유한킴벌리가 86.8점으로 12년 연속 1위(역대 13회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 부드러운 커버, 흡수력, 착용감, 접착력, 적당한 길이 및 폭과 두께, 디자인, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사의 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



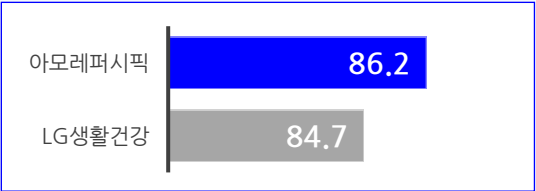
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 화학물질 및 화학제품(화장품 및 기타 세제), 유리 및 유리제품

• 여성용기초화장품

건강한 피부에 대한 관심이 늘어나면서 화장품과 의약품의 기능을 함께하는 더마코스메틱(Dermatology+Cosmetic) 제품이 잇따라 출시되고 있는 여성용기초화장품 산업에서는 아모레퍼시픽이 86.2점으로 지난해 1위 LG생활건강을 제치고 1위(역대 17회 1위)자리를 탈환했다.

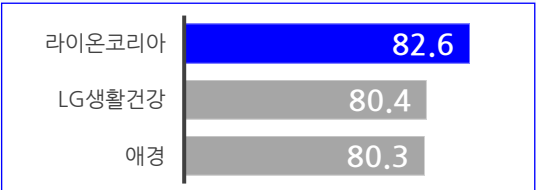
아모레퍼시픽은 전반적 만족도와 재구입의 향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 보습성, 영양 공급, 탄력성 증가, 향, 안전성, 구입 용이성, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 세탁세제

집에서 머무르는 시간과 위생에 대한 관심이 증가하면서 향균, 실내 건조 등 다양한 기능을 수행하는 액체 세제의 수요가 높아진 세탁세제 산업에서는 라이온코리아가 82.6점으로 25년 연속 1위(역대 26회 1위)의 자리를 지켜냈다.

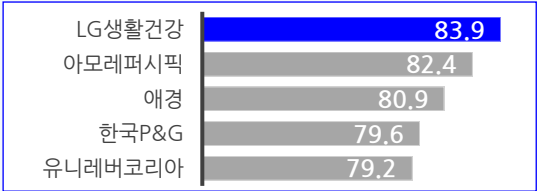
라이온코리아는 전반적 만족도와 재구입의 향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 찬물 세척, 행굼, 찌꺼기 없음, 뭉치거나 굳지 않음, 구입 용이성, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 샴푸

2030세대 탈모포비아족 및 탈모를 경험하는 인구가 증가하면서 탈모의 진행을 늦춰주는 기능성 제품 시장이 성장하고 있는 샴푸 산업에서는 LG생활건강이 83.9점으로 2년 연속 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

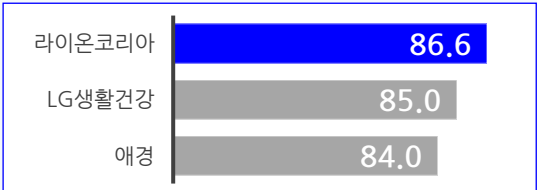
LG생활건강은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 효율성, 모발 손상률, 상품 다양성, 제품 디자인의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 주방세제

알레르기를 일으킬 수 있는 물질을 주방세제 포장지에 표기해야 하는 의무가 시행될 예정인 가운데, 주방세제 산업에서는 라이온코리아가 86.6점으로 16년 연속 1위(역대 22회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

라이온코리아는 전반적 만족도와 재구입의 향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며 요소만족도는 안전성, 세정력, 제품 디자인의 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



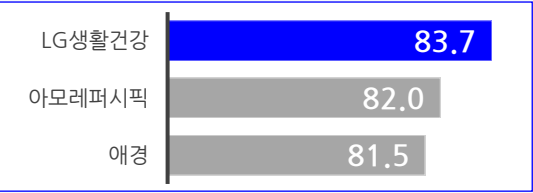
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 화학물질 및 화학제품(치약 및 기타 세제)

• 치약

계속되는 마스크 착용으로 구강 건강과 청결을 향한 관심이 높아지고 있는 가운데, 구취 제거 기능과 사용감이 개선된 프리미엄 제품이 주목받고 있는 치약 산업에서는 LG생활건강이 83.7점으로 4년 연속 1위(역대 11회 1위)자리를 지켜냈다.

LG생활건강은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 구취 제거, 맛, 사용 후 개운함, 충치 예방, 제품 디자인, 구입 편리성, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



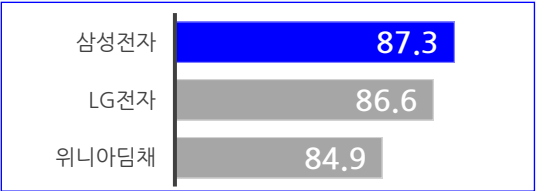
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 전기장비(주방용 전기기기)

• 김치냉장고

김치냉장고에 보관하는 식품군의 종류가 다양해짐에 따라 각 칸마다 온도 및 기능을 다르게 설정하여 여러가지 식품을 알맞게 보관할 수 있는 다용도 제품의 인기가 여전한 가운데, 김치냉장고 산업에서는 삼성전자가 87.3점으로 11년 연속 1위(역대 11회 1위)를 달성했다.

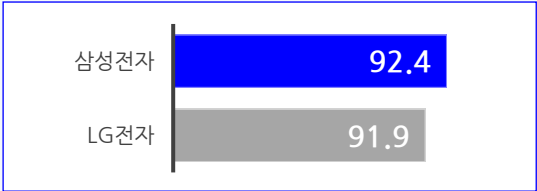
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 고장률, 냄새가 잘 배지 않음, A/S, 대리점 및 설치기사 응대태도, 수납 및 제품 디자인, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목이 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 냉장고

자동으로 물을 채우고 냉각하는 얼음 냉장고가 주목받으면서, 위생 기능을 개선하고 다양한 형태의 얼음을 제공하며 경쟁력을 강화하고 있는 냉장고 산업에서는 삼성전자가 92.4점으로 12년 연속 1위(역대 17회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

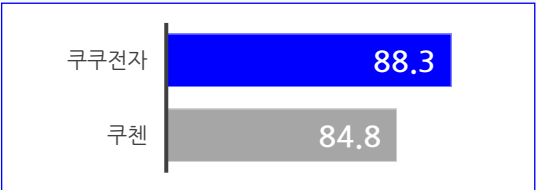
삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 냉장실 음식 보관 상태, 내구성, 적은 소음, 냄새가 잘 배지 않음, A/S, 대리점 및 설치직원 응대태도, 수납공간, 제품 디자인, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



• 전기밥솥

1인 가구 및 집콕족의 증가로 여러가지 기능과 심플한 디자인을 갖추고 있는 1~3인용의 프리미엄 미니 밥솥이 각광받고 있는 전기밥솥 산업에서는 쿠쿠전자가 88.3점으로 21년 연속 1위(역대 21회 1위)를 계속 이어갔다.

쿠쿠전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 밥 맛, 보온 우수성, 내구도, A/S, 제품 디자인, 조작 편리성, 취사진행 정도 파악 용이성, 세척 편리성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준을 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



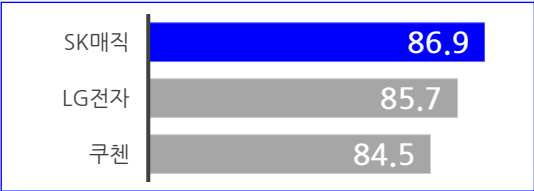
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 전기장비(주방용 전기기기)

• 전기레인지

안전하고 편리하다는 장점과 함께 전기레인지 시장이 성장하면서, 강력한 화력과 짧은 조리시간을 강조하는 제품이 주목받고 있는 전기레인지 산업에서는 SK매직이 86.9점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 기록했다.

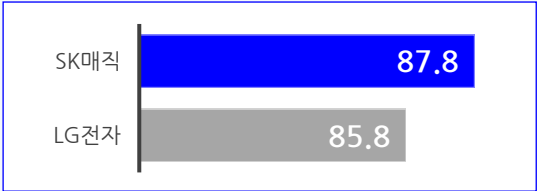
SK매직은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 출력(화력), 조작 편리성, 견고함, 내구도, 직원응대태도, 배달/설치 서비스, 안전성, 전력소모량, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 식기세척기

집콕 인구의 증가로 노동력을 줄여주는 주방 가전의 매출이 급성장한 가운데, 그릇의 종류에 알맞게 세척하거나 위생 걱정을 덜어주는 등 다기능 제품이 출시되고 있는 식기세척기 산업에서는 SK매직이 87.8점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 자리를 지켜냈다.

SK매직은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 세척력, 행굼, 대리점 직원응대태도, 배달/설치 서비스, 조작 편리성, 제품의 디자인 및 색상, 품질 대비 가격, 렌탈 조건, 제조회사의 신뢰도 등의 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

• 세탁기

1인 가구용이나 세컨드 가전으로 사용되는 10Kg 내외의 프리미엄 소형 세탁기 시장이 성장하고 있는 가운데, 세탁기 산업에서는 삼성전자가 91.4점으로 12년 연속 1위(역대 19회 1위)라는 위업을 달성했다.

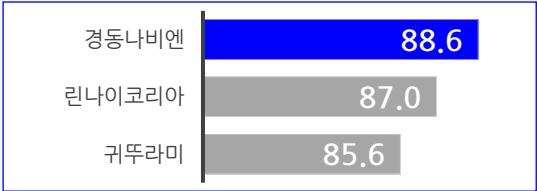
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 세탁력, 행굼, 저소음, 세탁 후 엉킴 및 이물질 없음, 탈수력, A/S, 대리점 및 설치직원 응대태도, 제품 디자인, 기능 다양성, 조작 편리성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 차지했다.



• 보일러

사물 인터넷 기술과 인공 지능 기술을 통해 적절한 생활 환경을 추천해 주거나 모바일로 온도를 조절하는 등 다양한 기능을 제공하여 제품 사용 만족도를 강화하고자 하는 보일러 산업에서는 경동나비엔이 88.6점으로 8년 연속 1위(역대 9회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

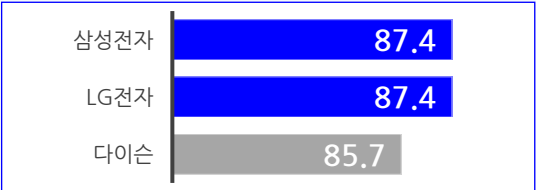
경동나비엔은 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 난방 효과, 연료 효율, 온수 공급, 저소음, 내구도, A/S, 대리점 및 설치 직원 응대태도, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 무선청소기

흡입력의 상향평준화가 계속되는 가운데, 자동 먼지 비움, 배터리 강화 등 편리함이 강조된 제품이 잇따라 출시되고 있는 무선청소기 산업에서는 삼성전자와 LG전자가 87.4점으로 조사 첫 해 공동 1위를 차지했다.

삼성전자는 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였으며, 흡입력, 충전시간, 내구도, 피로감, A/S, 품질 대비 가격의 세부항목에서 높은 평가를 받았다. LG전자는 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 사용시간, 편리성, 저소음, 디자인, 유지관리, 기업 신뢰도의 세부항목에서 높은 점수를 기록했다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



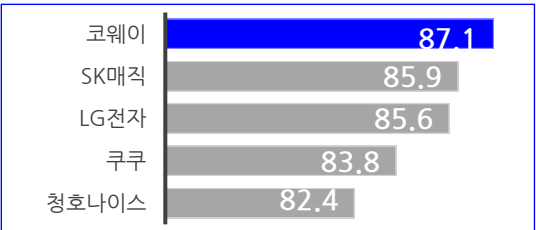
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 기타 기계 및 장비

• 정수기

비대면 추세와 함께 20~30대를 중심으로 방문 관리 직원과의 접촉이 불필요한 자가관리형 제품이 주목받고 있는 정수기 산업에서는 코웨이가 87.1점으로 5년 연속 1위(역대 18회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

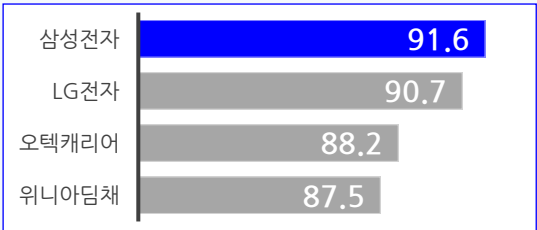
코웨이는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 물의 맛 및 품질, 유지비, 대리점 직원의 응대태도, 배달/설치 서비스, A/S, 유지관리 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



• 에어컨

‘집콕’의 유행으로 방마다 에어컨을 설치하려는 수요가 증가하면서 편리하게 설치할 수 있는 창문형 에어컨 시장이 새롭게 성장하고 있는 에어컨 산업에서는 삼성전자가 91.6점으로 9년 연속 1위(역대 10회 1위)의 자리를 차지했다.

삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 견고성, 저소음, 냉방 성능, 소비 전력, 공기청정기능, A/S, 대리점 직원응대태도, 배달 및 설치 서비스, 기능 다양성, 유지관리 용이성, 제품 디자인 및 색상, 품질 대비 가격 등 거의 모든 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 의료, 광학기기

• TV

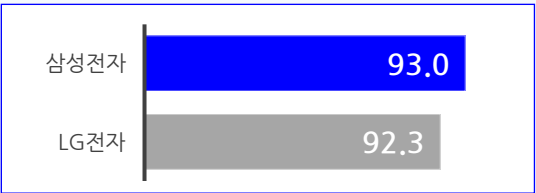
미니 LED 기술에 대한 경쟁이 심화되면서 이를 사용해 명암비를 개선한 프리미엄 LCD TV 제품이 잇따라 출시되고 있는 가운데, TV 산업에서는 삼성전자가 93점으로 24년 연속 1위(역대 24회 1위)라는 위업을 달성했다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 화질과 내구도, A/S, 대리점 직원응대태도, 배달/설치 서비스, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.

• 휴대폰(스마트폰)

디스플레이를 접어서 사용하는 폴더블, 돌돌 말아 사용하는 롤러블 등 새로운 형태의 폼팩터를 수반한 제품이 이목을 끌고 있는 휴대폰 산업에서는 삼성전자가 87.3점으로 24년 연속 1위(역대 25회 1위)를 계속 이어갔다.

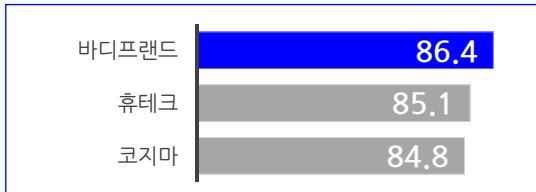
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 품질, 화면 선명도, 음질, 카메라 성능, 처리속도, 멀티미디어 재생 및 화면구성 변경 편리성, 터치 인식, 배터리 수명, 내구성, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보였다.



• 헬스케어(안마의자)

안마의자가 효도 선물로써 꾸준히 인기있는 한편, 집콕과 홈케어가 유행하면서 자신의 건강을 위해 제품을 구매하는 젊은 층도 증가하고 있는 헬스케어(안마의자) 산업에서는 바디프랜드가 86.4점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 수성했다.

바디프랜드는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 안마 성능, 낮은 소음, 내구도, 사용 편리성, 배달/설치 서비스, 제품 디자인 및 생상, 기능 다양성, 안정성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



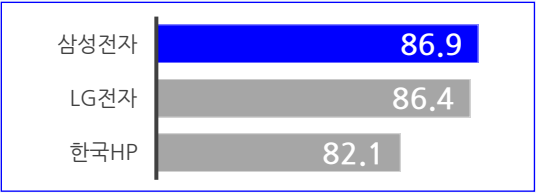
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 컴퓨터 및 사무기기

• PC

코로나로 인해 재택 근무와 온라인 수업이 확대됨에 따라 PC가 생활의 필수재가 되면서 합리적인 가격의 데스크탑을 중심으로 매출이 증가하고 있는 PC 산업에서는 삼성전자가 86.9점으로 20년 연속 1위(역대 24회 1위)의 자리를 지켜냈다.

삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 낮은 소음과 발열, A/S, 대리점 직원 응대태도, 배터리 내구성, 무선 네트워크 성능, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받았다.



• 가정용복합기(프린터)

재택근무 및 온라인 수업으로 가정 내에서의 인쇄 수요가 증가하면서 잉크젯 제품 및 중저가의 레이저 제품이 관심을 받고 있는 가정용 복합기(프린터) 산업에서는 캐논코리아비즈니스솔루션이 83.1점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위)의 자리를 차지했다.

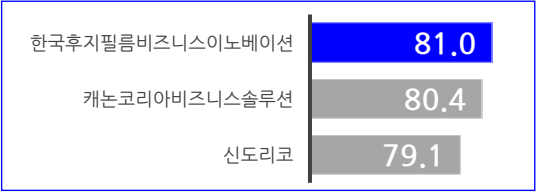
캐논코리아비즈니스솔루션은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 출력 속도, 선명도, 스캔 성능, 소모품 이용 기간, A/S, 소모품 구입 용이성, 대리점 직원응대태도, 사용 편리성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 만족 수준을 보였다.



• 사무용복합기(복사기)

유지비 절감, 클라우드 사용, 보안 등 고객이 사무 환경에서 필요로 하는 것을 파악하여 맞춤형 패키지 솔루션을 제공함으로써 경쟁력을 확보하고 있는 사무용복합기(복사기) 산업에서는 한국후지필름비즈니스이노베이션이 81점으로 21년 연속 1위(역대 21회 1위)의 영광을 안았다.

한국후지필름비즈니스이노베이션은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 스캔 성능, 낮은 소음, 예열 시간, A/S, 직원 응대태도, 소모품 교체 용이성, 부가기능 다양성, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



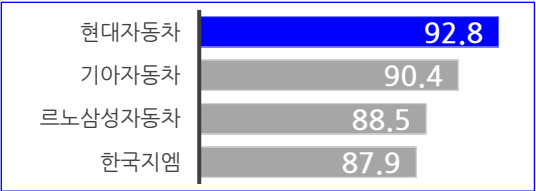
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 자동차

• 일반승용차

내비게이션 디스플레이를 확장하고 뒷자석 공간을 넓히는 등 실용성 및 편의성을 개선한 세단 제품이 주목받고 있는 일반승용차 산업에서는 현대자동차가 92.8점으로 28년 연속 1위(역대 28회 1위)를 차지하는 기염을 토했다.

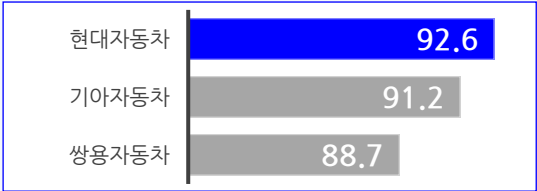
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 낮은 소음, 승차감, 주행안정성, 엔진 및 미션 성능, 내구도, 내/외부 끝마무리, 배기량 대비 연비, 신차 인도 상태, 디자인, 정비 품질 대비 수리 비용, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• RV승용차

실용성을 구매 결정 요인으로 삼는 소비자가 많아지면서 효율적인 연비와 함께 출퇴근용 및 여행용으로 활용할 수 있는 중대형급 SUV의 선호도가 높은 가운데, RV승용차 산업에서는 현대자동차가 92.6점으로 18년 연속 1위(역대 18회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

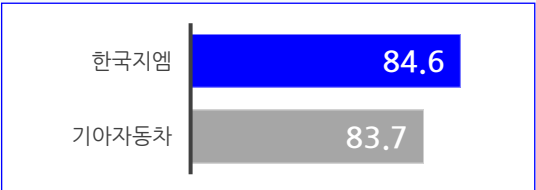
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 저소음, 승차감, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 내구도, 공간 활용성, 구입조건, 신차 인도 상태, 직원 응대태도, 디자인, 정비 품질, 가격 대비 옵션 다양성 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보였다.



• 경형승용차

차박의 인기가 늘어나면서 최저 지상고 및 전고를 높여 실내 공간을 최대화한 CUV 디자인의 신제품이 출시 예정인 경형승용차 산업에서는 한국지엠이 84.6점으로 7년 연속 1위(역대 7회 1위)를 계속 이어갔다.

한국지엠은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 승차감, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 내구도, 내/외부 끝마무리, 신차 인도 상태, 직원 응대태도, 디자인, 정비 품질 및 비용 적절성, 가격 대비 옵션 다양성, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 자동차 타이어 및 내장품

• 승용차타이어

승용차의 유형에 따라 디자인, 패턴, 크기, 기술력 등을 달리하여 승차감 및 주행 성능을 최적화한 프리미엄 타이어가 각광받고 있는 가운데, 승용차타이어 산업에서는 금호타이어가 83.8점으로 17년 연속 1위(역대 18회 1위)의 영광을 안았다.

금호타이어는 재구입의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 승차감, 코너링 및 젖은길 미끄러짐 방지, 마모 성능, 제조회사 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



• 블랙박스

차가 받을 충격이나 추돌, 앞차 출발 및 차선 이탈 등 사고를 미리 예측하는 기능을 통해 운전자의 안전함을 도모하는 블랙박스 산업에서는 킵웨어(아이나비)가 84.7점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)라는 위업을 달성했다.

킵웨어(아이나비)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 화질과 내구도, 조작 편리성, 부가기능 다양성, 안정적 녹화 및 영상 확인 용이성, 적은 배터리 소모, 충격감지 기능, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과



산업별 조사결과 요약



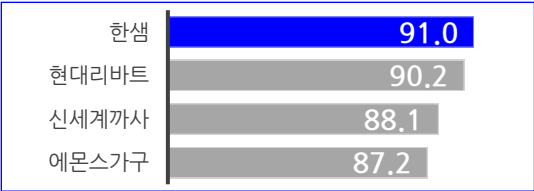
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 가구, 기타 제품

• 가정용가구

비대면 소비의 증가로 구입 후기가 많아지면서 직접 가구를 체험하는 단계 없이 온라인을 통해 제품을 구매하는 소비자가 늘어나고 있는 가운데, 가정용가구 산업에서는 한샘이 91점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)의 자리를 차지했다.

한샘은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 견고성, 제품 다양성, 디자인, 대리점 직원 응대태도 및 매장 환경, 배달/설치 서비스, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 침대

코로나 펜데믹과 함께 위생에 대한 관심이 증가하면서 매트리스를 전문가가 정기적으로 교체해주고 관리해주는 구독 서비스가 주목받고 있는 침대 산업에서는 코웨이가 80.9점으로 지난해 1위 시몬스를 제치고 1위(역대 1회 1위)를 달성했다.

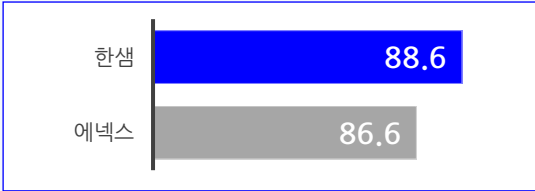
코웨이는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 건강 기능성, 매트리스 소재, 배달/설치 서비스, 품질 대비 가격, 렌탈 조건, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 부엌가구

자연과 어우러지는 인상을 주고자 천연 대리석, 목재 등 실제 질감의 다양한 소재를 사용하여 제작한 제품이 주목 받고 있는 부엌가구 산업에서는 한샘이 88.6점으로 5년 연속 1위(역대 13회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

한샘은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 재질, 견고성, 제품 다양성, 설계의 편리성, 수납공간, 대리점 직원응대태도 및 매장 환경, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



• 가정용건축자재

고급스러운 디자인과 친환경성, 실용성을 강조하며 석재, 원목 등 천연 소재를 활용한 신제품이 잇따라 출시되고 있는 가정용 건축자재 산업에서는 LX하우시스(구 LG하우시스)가 88점으로 지난해 1위 KCC를 제치고 1위(역대 2회 1위)의 자리를 탈환했다.

LX하우시스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 재질 및 견고성, 제품 다양성, 시공 서비스, A/S, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



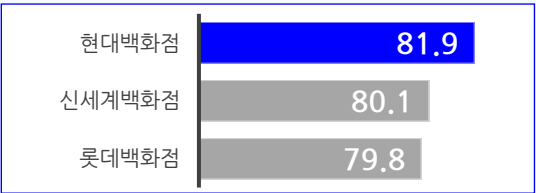
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(대형 종합 소매업)

• 백화점

간편하고 저렴하게 상품을 구매할 수 있는 길이 많아지면서, 상품 구매를 위한 방문보다는 여가 생활, 맛집 방문 등 소비자들의 이용 목적이 다양화되고 있는 백화점 산업에서는 현대백화점이 81.9점으로 4년 연속 1위(역대 13회 1위)자리를 고수했다.

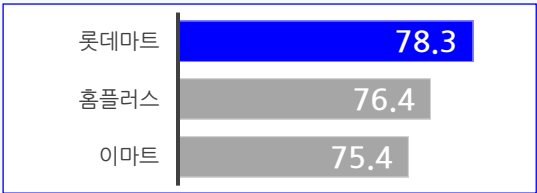
현대백화점은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 상품의 품질 및 구성, 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 지속 이용 혜택, 상품 교환/반품 용이성, 매장 시설/환경, 고객 편의시설 및 주차 공간, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



• 대형마트

집에서의 생활을 즐기기 위해 소비가 행해지는 홈코노미(home+economy) 트렌드에 대응하여 HMR 상품과 신선 식품의 경쟁력 확보에 힘쓰고 있는 대형마트 산업에서는 롯데마트가 78.3점으로 5년 연속 1위(역대 9회 1위)라는 영예를 거머쥐었다.

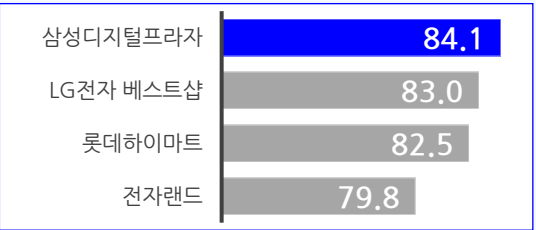
롯데마트는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 상품의 질 및 다양성, 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 주차 편리성, 계산 시간, 이벤트 및 사은행사, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 전자제품전문점

온라인을 통한 전자제품 구매가 증가하고 있는 가운데, 소비자가 직접 제품을 사용하고 비교할 수 있는 체험형 프리미엄 매장을 확장하며 차별화된 서비스를 제공하고 있는 전자제품전문점 산업에서는 삼성디지털프라자가 84.1점으로 11년 연속 1위(역대 11회 1위)의 영광을 안았다.

삼성디지털프라자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 직원 응대태도 및 상품 설명, 쇼핑 관련 정보 제공, 이벤트/사은행사, 할인 및 적립 혜택, 경쟁사 대비 가격, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



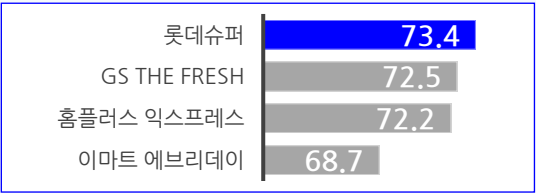
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

• 대형슈퍼마켓

대형마트보다 접근성이 좋고 편의점보다 제품이 다양하다는 점으로 타 배송보다 빠르게 도착하는 근거리 배송 서비스의 거점 역할을 하며 경쟁력 제고에 나서고 있는 대형슈퍼마켓 산업에서는 롯데슈퍼가 73.4점으로 '지난 해 1위 GS THE FRESH를 제치고 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

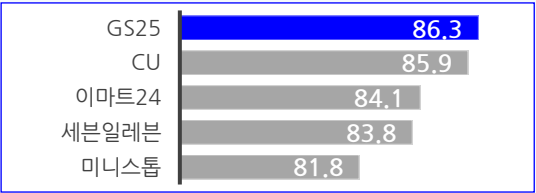
롯데슈퍼는 재이용의향에서 경쟁사대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성, 쇼핑 관련 정보 제공, 이벤트/사은행사, 경쟁사 대비 가격, 상품 품질 대비 가격, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 나타났다.



• 편의점

팬데믹으로 인해 근거리에서 장을 보는 경향이 짙어지면서, 합리적인 가격에 소용량 식료품을 다양화하며 1인 가구 소비자들을 적극 유인하고 있는 편의점 산업에서는 GS25가 86.3점으로 19년 연속 1위(역대 22회 1위)라는 위업을 달성했다.

GS25는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 매장 시설/환경, 진열 상태, 고객 편의시설, 할인 및 적립 혜택, 상품 품질 대비 가격의 세부 항목에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



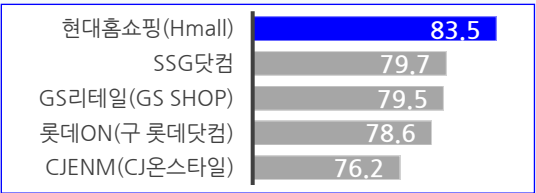
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰

화장품, 패션, 리빙, 식재료 등 다양한 품목을 판매하며 오늘 배송 혹은 내일 배송의 주문 마감 시간을 늦추는 등 배송 서비스에 힘쓰고 있는 인터넷쇼핑몰 산업에서는 현대홈쇼핑(Hmall)이 83.5점으로 2년 연속 1위(역대 3회 1위)의 자리를 차지했다.

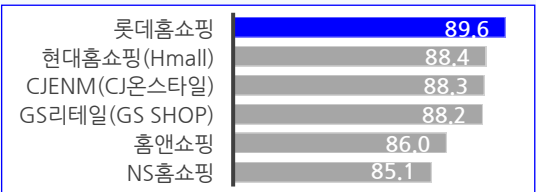
현대홈쇼핑(Hmall)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 품질 및 다양성, 배송 및 상품 소개의 정확성, 주문/결제/배송 조회 편리성, 배송 신속성, 반품/교환 용이성, 직원 응대, 화면구성, 검색 편리성, 상품 비교 용이성, 할인/적립 혜택, 품질 대비 가격 등 모든 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



• TV홈쇼핑

스마트폰 사용의 확산으로 타 플랫폼과 합병하고 라이브커머스를 강화하며 TV와 모바일의 경계를 없애려는 시도가 돋보이는 TV 홈쇼핑 산업에서는 롯데홈쇼핑이 89.6점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 계속 이어갔다.

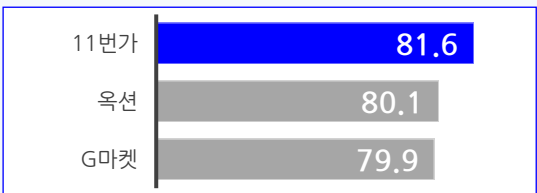
롯데홈쇼핑은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 품질 및 다양성, 상품 소개 정확성, 주문/접수/결제/배송 처리과정, 배송 포장상태, 배송상품 정확성, 콜센터 서비스, 할인 및 적립 혜택, 상품 품질 및 서비스 대비 가격, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



• 오픈마켓

다양한 컨셉의 할인 프로모션을 진행하는 동시에 모바일 앱을 사용자 편의 중심으로 개편하며 고객을 유인하고자 노력하는 오픈마켓 산업에서는 11번가가 81.6점으로 13년 연속 1위(역대 13회 1위)를 계속 이어갔다.

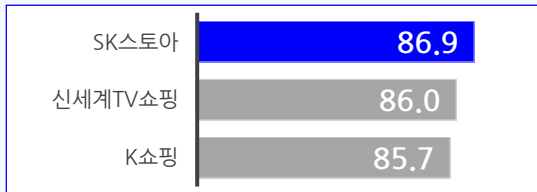
11번가는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성, 상품 정보제공, 주문 편리성, 주문/결제/배송 조회 편리성, 이벤트 및 사은행사, 보안, 검색 편리성, 화면 구성, 할인/적립 혜택, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• T커머스

접근성과 인지도를 개선하기 위해 채널 번호를 낮추는 동시에, 타 플랫폼과의 차별화를 위한 개개인 맞춤형 콘텐츠를 제공하며 성장하고 있는 T커머스 산업에서는 SK스토아가 86.9점으로 지난해 1위 K쇼핑을 제치고 1위(역대 1회 1위)를 달성했다.

SK스토아는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 품질과 다양성, 주문/접수/결제/배송 과정, 리모컨 이용 편리성, 포장상태, 반품/교환 용이성, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



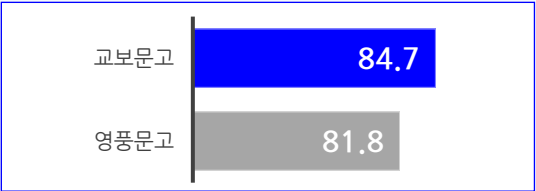
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(서적류, 기타 소매업)

• 대형서점

책을 콘텐츠로 한 상품 및 다양한 체험거리를 준비하고 카페 및 휴식 공간을 배치하며 복합형 공간으로써 꾸준히 운영되고 있는 대형서점 산업에서는 교보문고가 84.7점으로 25년 연속 1위(역대 25회 1위)에 오르는 기염을 토했다.

교보문고는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대 태도, 책 안내, 교환 및 반품 용이성, 매장 시설/환경, 고객 편의 시설, 도서 열람 편의성, 도서 검색 편리성, 서적 다양성, 도서 검색 편리성, 매장 내부 안내, 할인/적립혜택, 기업 신뢰도 등 모든 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



• 인터넷서점

온라인을 통한 도서 구매가 증가하고 도서정가제로 가격 경쟁이 불가능해지면서, 새벽배송 및 시간대 지정 배송 등 배송 서비스를 강화하여 고객 만족도 제고에 힘쓰고 있는 인터넷서점 산업에서는 YES24가 87.6점으로 13년 연속 1위(역대 13회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

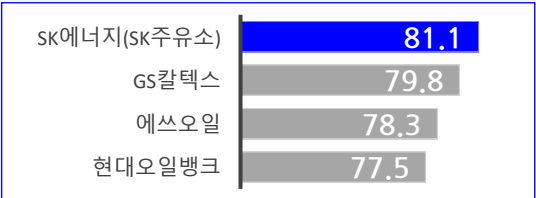
YES24는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 서적 다양성, 배송 신속성, 주문/결제/배송 조회 편리성, 검색 편리성, 이벤트/사은행사, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 주유소

전기차 및 수소차 등 미래 모빌리티의 도입이 가속화되면서 접근성과 공간 활용성을 강점으로 전기 및 수소 배터리 충전소 인프라로 주목받고 있는 주유소 산업에서는 SK에너지(SK주유소)가 81.1점으로 11년 연속 1위(역대 22회 1위)자리를 고수했다.

SK에너지(SK주유소)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 유류 품질, 내/외부 시설/환경, 고객 편의시설, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 부분에서 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



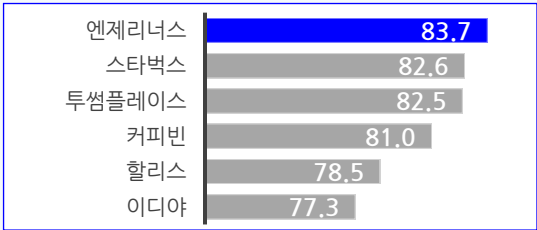
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 커피전문점

모바일 앱을 통해 계산하고 음료를 제공받는 비대면 거래 서비스, 차에서 음료를 구매하고 받는 드라이브 스루, RTD(Ready To Drink) 제품 출시 등 비대면 소비 트렌드에 대응하고 있는 커피전문점 산업에서는 엔제리너스가 83.7점으로 12년 연속 1위(역대 12회 1위)를 달성했다.

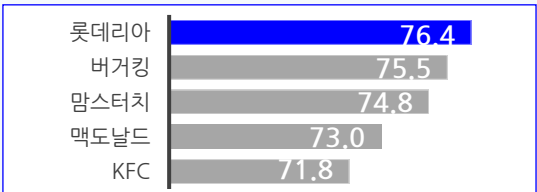
엔제리너스는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 커피 향과 신선함, 메뉴 다양성, 매장 환경, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 보인 것으로 나타났다.



• 패스트푸드점

비대면 결제를 선호하는 소비자가 늘어나고 있는 동시에 인건비를 절감할 수 있어 키오스크의 보급이 확산되고 있는 패스트푸드점 산업에서는 롯데리아가 76.4점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)를 지켜냈다.

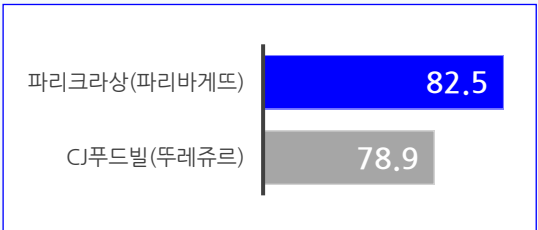
롯데리아는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 메뉴 다양성, 직원 응대태도, 메뉴 안내, 매장 환경, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 제과/제빵점

빵으로 식사를 대체하는 인구가 많아지면서 새로운 맛과 함께 풍부한 영양소를 제공하는 프리미엄 제품이 각광받고 있는 가운데, 제과/제빵점 산업에서는 파리크라상(파리바게뜨)이 82.5점으로 11년 연속 1위(역대 13회 1위)라는 영예를 안았다.

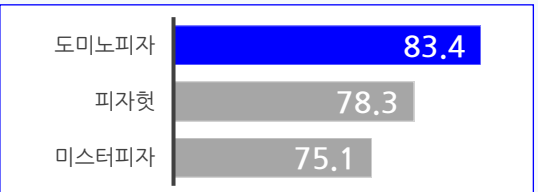
파리크라상(파리바게뜨)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 제품의 맛과 신선함 및 다양성, 직원 응대태도, 제품 진열 상태, 매장 시설 및 환경, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 피자전문점

고가의 프리미엄 피자가 인기를 끌던 과거와 달리, 저렴한 가격과 가성비 중심의 제품이 눈길을 끌면서 할인 프로모션을 통해 소비자를 공략하고 있는 피자전문점 산업에서는 도미노피자가 83.4점으로 7년 연속 1위(역대 7회 1위)를 수성했다.

도미노피자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 맛과 신선도, 메뉴 다양성, 직원 응대태도, 배달 신속성, 메뉴 안내, 할인 및 적립 혜택, 배달 주문 용이성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 나타났다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

• 아파트

쾌적한 주거환경에 대한 니즈가 커짐에 따라 근처에 숲이나 공원이 있는 숲세권, 공세권 상품이 인기있는 아파트 산업의 고객만족도는 80.6점으로 조사되었다.

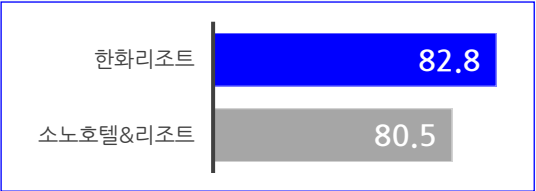
아파트는 건설업체 신뢰도와 입주자 복지시설, 주차시설 등의 세부항목에서 높은 만족도를 보였다.

반면, 방음, 편의시설, 시공상태 및 마감상태 등의 세부 요소에서는 상대적으로 낮은 평가를 보인 것으로 조사되었다.

• 콘도미니엄

반려 동물을 키우는 인구의 증가와 외출을 하기 어려운 상황이 겹치면서 반려동물과 함께 객실을 사용할 수 있는 펫 전용 상품이 주목받고 있는 콘도미니엄 산업에서는 한화리조트가 82.8점으로 10년 연속 1위(역대 12회 1위)의 영광을 안았다.

한화리조트는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 객실 청결성 및 편의시설, 직원 응대 신속성, 콘도 부대시설, 주차 편리성, 입/퇴실 절차 간편성, 시설 및 서비스 수준 대비 이용요금 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



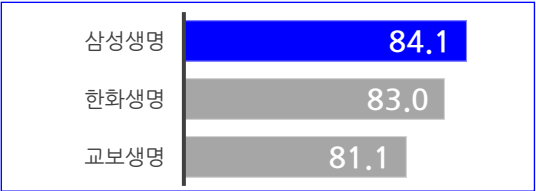
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

• 생명보험

인구의 고령화 및 산업 내의 경쟁 심화로, 완화된 심사 기준과 함께 간편하게 가입할 수 있는 유병자 제품의 성장이 뚜렷한 생명보험 산업에서는 삼성생명이 84.1점으로 17년 연속 1위(역대 23회 1위)를 차지하는 기염을 토했다.

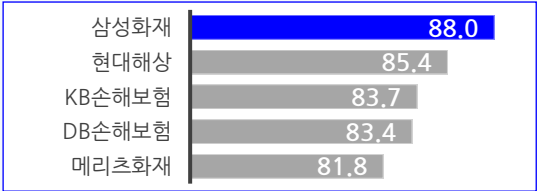
삼성생명은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 응대 신속성, 상품 설명 및 권유 적합성, 상품 보장내용 대비 보험료, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 자동차보험

합리적인 소비를 지향하는 MZ세대를 중심으로 주행하지 않은 거리만큼 마일리지로 돌려받거나 주행한 만큼 보험료를 지불하는 상품이 주목받고 있는 자동차보험 산업에서는 삼성화재가 88점으로 24년 연속 1위(역대 25회 1위)라는 위업을 달성했다.

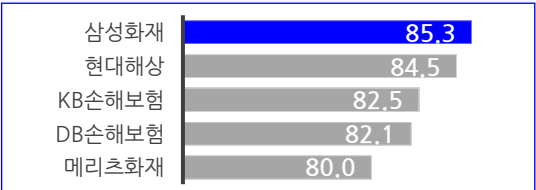
삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 이용 편리성, 직원 응대태도, 가입 시 보험상품 정보 제공, 고객 관리, 갱신 안내, 사고 접수 및 조치, 보상처리 결과 안내 및 확인, 고장출동 서비스 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다..



• 장기보험

평균 수명이 길어지면서 생활비 지급, 요양 병원 지원, 가사도우미 및 간병인 지원 등 치료 비용 외의 일상 케어 서비스를 함께 제공하는 상품이 주목받고 있는 장기보험 산업에서는 삼성화재가 85.3점으로 11년 연속 1위(역대 11회 1위)를 이어갔다.

삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용 편리성, 고객 관리, 제도 변경 및 신상품 안내, 사고처리 안내, 보험금 지급 신속성, 보험금 접수 용이성, 보험금 처리 결과 안내, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

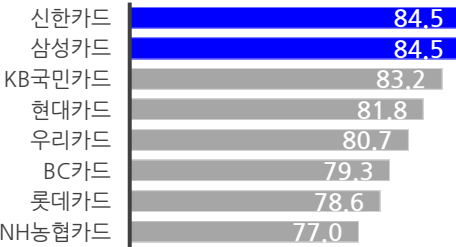
➤ 금융 및 보험(금융업)

• 신용카드

소비가 위축되면서, 할인에 실적 조건이 없거나 일상 생활 곳곳에서 할인을 제공하여 지출 부담을 줄여주는 카드가 호응을 얻고 있는 신용카드 산업에서는 신한카드(역대 11회 1위)와 삼성카드(역대 15회 1위)가 84.5점으로 공동 1위로 조사되었다.

신한카드는 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 홈페이지 및 앱 이용 편리성, 안전성 세부 요소에서 높은 점수를 기록했다.

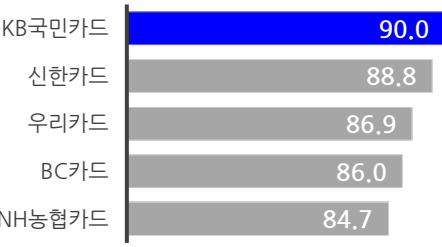
삼성카드는 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 이용한도 적절성, 명세서 이해 용이성, 콜센터 서비스 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 체크카드

쇼핑, 영상구독서비스, 외식, 배달 등 소비자들이 자주 사용하는 브랜드를 파악하여 관련 할인 혜택을 제공하는 상품이 잇따라 출시되고 있는 가운데, 체크카드 산업에서는 KB국민카드가 90점으로 7년 연속 1위(역대 10회 1위)에 선정되는 영예를 안았다.

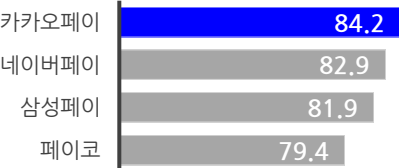
KB국민카드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 업무 처리 편리성, 직원 응대 태도, 콜센터 서비스, 홈페이지 이용 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 간편결제서비스

언제 어디서든 지갑이 없이도 결제 가능한 편리함을 원하는 소비자가 증가하면서, 오프라인 매장에 지원을 확대하고 있는 간편결제 서비스 산업에서는 카카오페이가 84.2점으로 조사 첫째 1위를 기록했다.

카카오페이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 결제 인증 간편성 및 신속성, 사용처 및 등록 가능 결제수단 다양성, 혜택, 포인트 충전/전환 용이성, 이용 편리성, 직원 응대, 환불 및 결제 취소 용이성, 서비스 안정성, 안전성, 기업 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



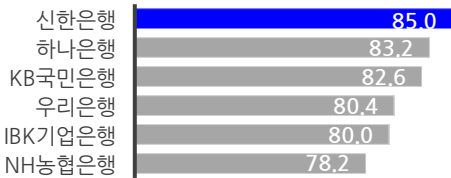
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 금융 및 보험(금융업, 증권)

• 은행

마이크로데이터 사업의 본격화로 하나의 디지털 플랫폼에서 여러 금융서비스를 추천하고 제공하는 서비스가 관심을 받고 있는 은행 산업에서는 신한은행이 85점으로 8년 연속 1위(역대 18회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

신한은행은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 금융상품 다양성, 대출 편리성, 직원 응대 태도, 업무처리 신속성, 지속 거래 혜택, 자동화기기 이용 편리성, ARS 폰뱅킹 및 스마트폰뱅킹 편리성, 수수료 적절성 및 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 저축은행

저금리 추세로 높은 이자율에 대한 수요가 높아지면서, 월 적립 금액은 낮지만 3~5% 이자율의 고금리 적금 상품이 잇따라 출시되고 있는 저축은행 산업에서는 애규온저축은행이 78.1점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 수성했다.

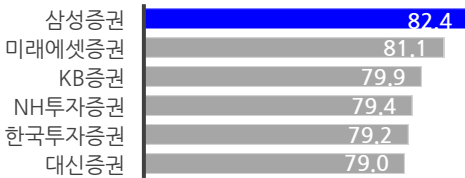
애규온저축은행은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 대출 편리성, 지속거래에 따른 혜택, 스마트폰 뱅킹 편리성, 서비스 대비 수수료, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 증권

주식을 처음 시작하는 주린이(주식+어린이)가 젊은 층을 중심으로 증가하면서 자주 사용하는 메뉴만 간소화하는 등 편리함에 집중한 MTS(Mobile Trading System)가 관심을 끌고 있는 증권 산업에서는 삼성증권이 82.4점으로 2년 연속 1위(역대 16회 1위)에 올랐다.

삼성증권은 전반적 만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 상품 정보 제공, 직원 응대태도, 투자 상담, 개인 자산관리 서비스, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 인터넷전문은행

중금리 대출 공급을 늘리겠다는 기존의 설립 취지와 함께 해당 시장의 높은 수요가 예측되면서 중저신용자 대상의 중금리 대출을 확대하고 있는 인터넷전문은행 산업에서는 카카오뱅크가 80점으로 조사 첫째 1위(역대 1회 1위)에 오르는 기염을 토했다.

카카오뱅크는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 대출 편리성, 정보 확인 용이성, 콜센터 및 채팅 상담 서비스, 뱅킹 서비스 안정성, 화면 구성, 안전성, 서비스 대비 수수료, 금리 적절성, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약



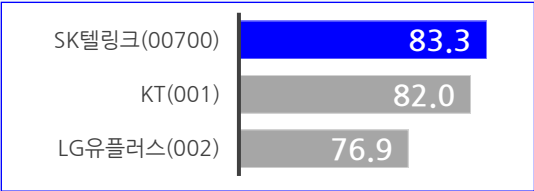
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 통신업(유무선 전화업)

• 국제전화

특정 통화 시간 이후 추가 시간을 무료로 제공하거나 매일 일정량의 정해진 시간을 제공하는 등 기본 시간 제공 방법을 다양화하여 국제 전화에 대한 소비자의 부담감에 대응하고 있는 국제전화 산업에서는 SK텔링크(00700)가 83.3점으로 7년 연속 1위(역대 8회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

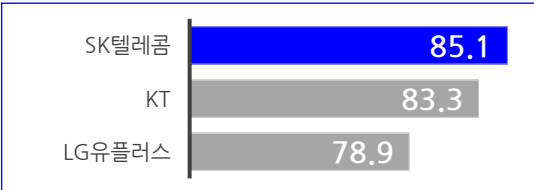
SK텔링크(00700)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며 요소만족도는 통화 음질, 통화 중 지연 및 혼선되지 않음, 통화 용이성, 요금납부 편리성, 콜센터 서비스, 기업의 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 이동전화

비대면 소비 추세와 확산과 대리점 수수료 비용 절감 등의 이유로 온라인에서 휴대폰을 개통하는 방식이 MZ세대를 중심으로 호응을 얻고 있는 이동전화 산업에서는 SK텔레콤이 85.1점으로 24년 연속 1위(역대 24회 1위)라는 위업을 달성했다.

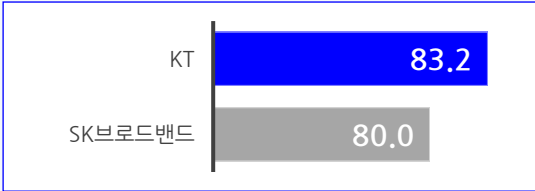
SK텔레콤은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 용이성 및 품질, 데이터 속도 및 용이성, 데이터 사용안전성, 어플리케이션 컨텐츠 유용성, 요금제 다양성, 대리점 및 고객센터 서비스, 장기 고객 혜택, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



• 시내/시외전화

유선전화망(PSTN) 장비를 교체하여 관련 인프라 및 서비스의 질을 향상시키고 탄소발자국 지우기에도 참여하고 있는 시내 시외 전화 산업에서는 KT가 83.2점으로 22년 연속 1위(역대 23회 1위)의 영광을 안았다.

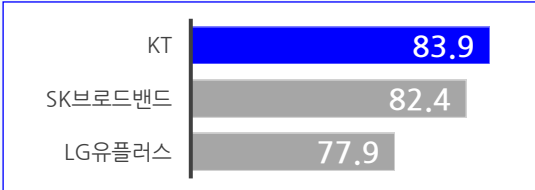
KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 통화 음질, 통화 중 단절 및 혼선되지 않음, 요금부과 정확성, 개통 및 설치약속 정확성, 장기 이용 혜택, 설치직원 업무능력 및 친절성, 콜센터 서비스, 할인 서비스, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업의 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



• 인터넷전화

불규칙적인 암호를 생성하여 해킹 위험을 낮춘 양자 암호 통신 기술이 발전하면서, 이를 활용하여 보안 기능을 강화한 기업용 IP 서비스가 주목받고 있는 인터넷전화 산업에서는 KT가 83.9점으로 12년 연속 1위(역대 12회 1위)를 수성했다.

KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 통화 음질, 음성지연/단절/혼선 없음, 요금제도 다양성, 요금 부여 정확성, 개통 및 설치기한 엄수, 장기 고객 혜택, 설치직원의 업무능력 및 친절성, 콜센터 서비스, A/S, 기업 신뢰도 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

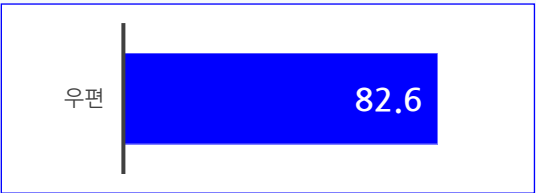
▶ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

• 우편

1인 가구 및 맞벌이 부부의 증가로 등기 우편을 수취하는 데에 불편함이 늘어나자, 수취인이 부재중일 때 우편함에 배달 할 수 있는 선택 등기 서비스가 시행되며 주목받고 있는 우편 산업의 고객만족도는 82.6점으로 조사되었다.

우편서비스는 세부 요소항목 중 우체국 신뢰도, 우편상품 유용성, 배달 정확성, 내/외부 시설/환경 등에서 높은 만족수준을 보인 것으로 나타났다.

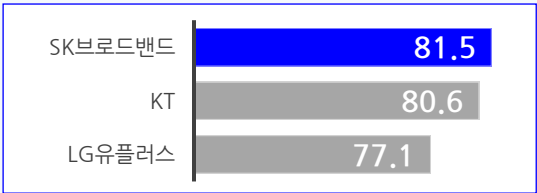
반면, 품질 대비 이용요금, 업무 처리 신속성 및 정확성 등에서는 상대적으로 낮은 만족도를 기록했다.



• IPTV

아이들이 집에서 보내는 시간이 길어지면서 교육과 놀이 역할을 하는 콘텐츠가 성장세를 이어가는 IPTV 산업에서는 SK브로드밴드가 81.5점으로 지난해 1위 KT를 제치고 1위(역대 5회 1위)의 영광을 안았다.

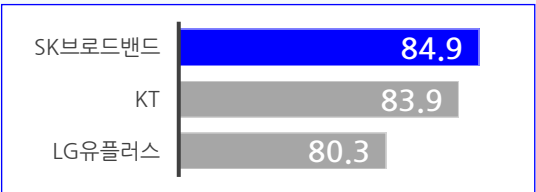
SK브로드밴드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 방송 시청 중 끊어짐 없음, 동작 속도, 영상 및 음성 품질, 리모컨 조작 편리성, 장기 이용고객 혜택, 설치직원 업무능력 및 친절성, 개통/설치 약속 준수, A/S, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 초고속인터넷

5G 서비스가 지속적으로 성장하고 있는 가운데, 5G 이용 요금 인하 및 속도 개선을 통해 품질 향상을 도모하고 있는 초고속인터넷 산업에서는 SK브로드밴드가 84.9점으로 지난해 1위 KT를 제치고 1위(역대 6회 1위)의 영광을 안았다.

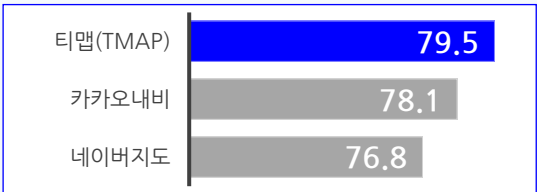
SK브로드밴드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 사용 중 끊어짐 없음, 속도, 장기이용고객 혜택, 설치직원의 친절성 및 개통/설치약속 준수, 콜센터 서비스, A/S, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 나타났다.



• 내비게이션 앱

전기차 보급이 확산되면서 전기 충전소 위치 검색, 배터리 사용 내역 확인, 전기차 고장 여부 점검 등 전기차 관련 기능이 주목받고 있는 내비게이션 앱 산업에서는 티맵(TMAP)이 79.5점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)에 선정되는 영예를 안았다.

티맵(TMAP)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 도착예정시간 정확성, 최적 경로 안내, 운전 중 경로방향 안내, 신속성, 화면 구성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 나타났다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



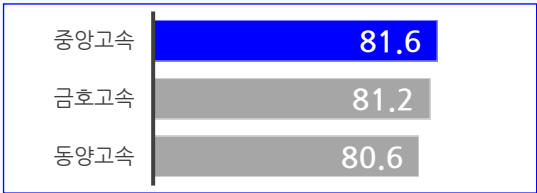
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 운수 및 보관(고속버스, 지하철, 철도)

• 고속버스

친환경 차량과 미래 모빌리티에 대한 투자가 증가하면서 연비 효율이 뛰어나고 탄소를 적게 배출하는 수소 버스의 도입이 주목받고 있는 고속버스 산업에서는 중앙고속이 81.6점으로 지난해 1위 금호고속을 제치고 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

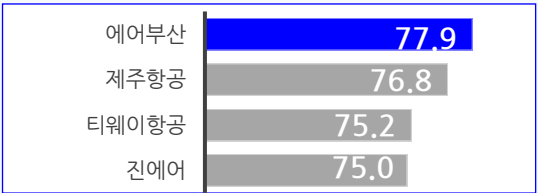
중앙고속은 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 차내 안전방송, 냉난방 시설, 승차감, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로 부터 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 저비용항공

코로나로 인해 국제선에 대한 수요가 감소함에 따라 할인 프로모션을 진행하고 무착륙 관광비행 상품을 출시하며 소비자를 적극 유인하고 있는 저비용항공 산업에서는 에어부산이 77.9점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)자리를 계속 이어갔다.

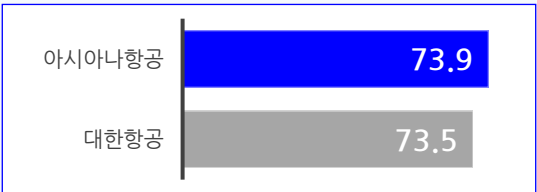
에어부산은 요소만족도에서 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 예약 및 발권 서비스, 탑승수속 서비스, 직원 응대태도, 출발/도착 시간 정확성, 안전성, 지속 이용혜택, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 항공

여객용 비행기를 개조해 과일, 식품, 꽃 등의 화물 수송용으로 활용하며 코로나로 인해 줄어든 항공기 이용 수요에 대응하고 있는 항공 산업에서는 아시아나항공이 73.9점으로 7년 연속 1위(역대 23회 1위)의 자리를 지켜냈다.

아시아나항공은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 예약 서비스, 탑승수속 서비스, 직원 응대태도, 기내 시설/환경, 부가서비스, 출발/도착 시간, 지속 이용 혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 운수 및 보관(고속버스, 지하철, 철도)

• 지하철

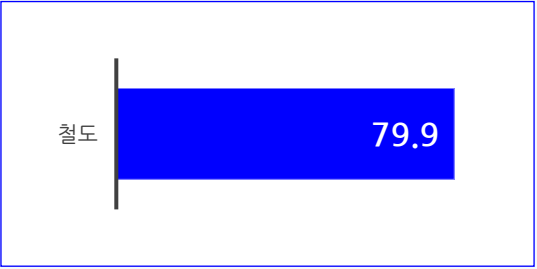
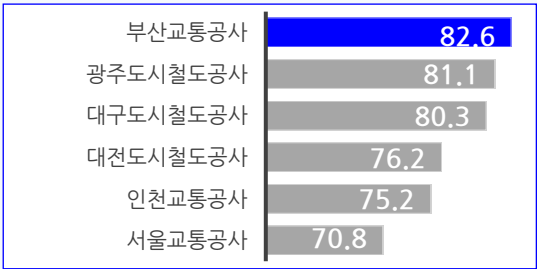
스마트 역사 구축 사업을 통해 역사 내에서 일어나는 사건 및 사고들을 자동으로 파악하고 지원하여 효율적이고 안전한 역사 운영을 도모하는 지하철 산업에서는 부산교통공사가 82.6점으로 5년 연속 1위(역대 6회 1위)를 달성했다.

부산교통공사는 전반적 만족도와 재이용의 향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며 요소만족도는 고객 편의시설, 역내 환경, 승차감, 차내 환경 및 냉/난방시설, 기관 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.

• 철도

모든 열차 칸의 하부에서 동력이 공급되는 EMU(동력분산식) 열차를 통해 전력량 소비를 감소시키고 가속 성능 및 공간 활용성을 개선하고 있는 철도 산업의 고객만족도는 79.9점으로 조사되었다.

철도서비스는 세부 항목 중 기업 신뢰도, 대합실 내 고객 편의 시설, 운행 안전성, 열차 내 고객 편의시설 등의 항목에서 높은 만족 수준을 보였다. 반면, 서비스 수준 대비 이용 요금 적절성, 할인 및 적립 혜택, 직원 응대태도 등에서는 상대적으로 낮은 평가를 받았다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



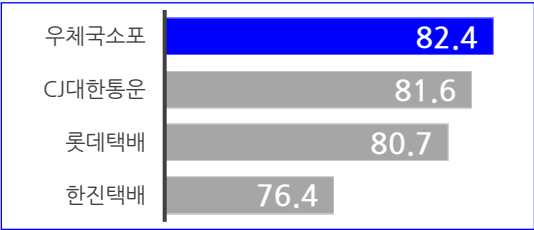
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

• **택배**

당일 배송, 총알 배송 등 배달 속도에 대한 경쟁이 치열해지면서 물류의 보관과 포장 및 운송을 한 물류 센터에서 운영하는 풀필먼트 사업이 주목받고 있는 가운데, 택배 산업에서는 우체국소포가 82.4점으로 4년 연속 1위(역대 10회 1위)에 오르는 기염을 토했다.

우체국소포는 요소만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 신청접수 편리성, 택배서비스 다양성, 콜센터 서비스, 집하 기사 응대 태도, 배송 정확성, 안전성, 위치추적 서비스, 고객 문의 및 불만사항 응대, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 나타났다.

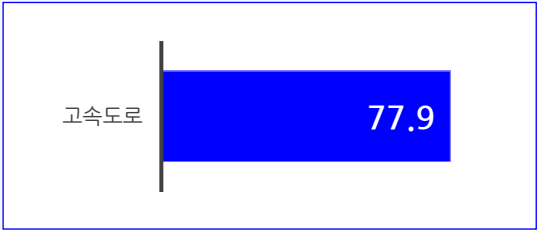


• **고속도로**

휴게소에서 모바일 및 키오스크를 통해 주문을 접수하고, 음식의 조리 및 서빙 기능을 하는 로봇을 도입하여 언택트 추세에 대응하고 있는 고속도로 산업의 고객만족도는 77.9점으로 조사되었다.

고속도로는 세부 요소항목 중 신뢰도, 주변 관리, 도로면 상태, 도로 안내표지판 등에서 높은 점수를 받았다.

반면, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 품질 대비 휴게소 상품가격 적절성, 톨게이트 직원 친절성 등의 항목에서는 상대적으로 낮은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



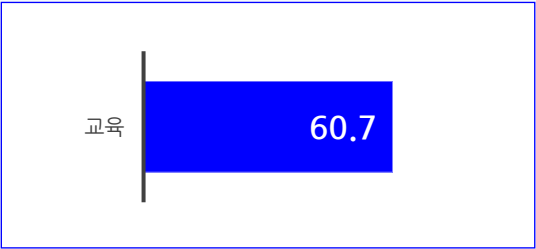
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 교육 서비스, 보건업

• 교육

코로나로 인한 온라인 교육과 에듀테크의 부상으로 AI를 사용한 맞춤형 학습과 쌍방향 소통이 가능한 실시간 서비스에 관심이 모이고 있는 교육 산업의 고객만족도는 60.7점으로 조사되었다.

교육서비스는 세부 요소항목 중 학교 교육시설 및 환경, 교육관련 정부부처 신뢰도, 교육정책 등에서 상대적으로 높은 평가를 받았다. 반면, 개개인 특성을 반영한 교육, 교과목 구성, 안전성 등에서는 상대적으로 낮은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.

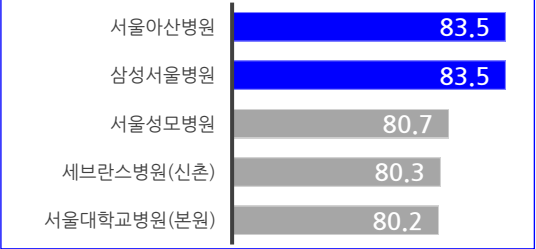


• 종합병원

코로나 백신 접종 및 거리두기의 완화로 병원 방문자의 증가가 예상되는 가운데, 카드 및 비대면 전용 창구를 만들거나 모바일 앱을 사용하여 접수 하는 방법을 안내하는 등 이용자의 대기 시간을 줄이기 위한 시도가 돋보이는 종합병원 산업에서는 서울아산병원과 삼성서울병원이 83.5점으로 공동 1위를 차지했다.

서울아산병원은 전반적 만족도에서 경쟁사 보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 진료의 질, 의료진 신뢰성, 일반직원 및 의료진 응대태도, 고객 편의 시설, 시설 안내의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.

삼성서울병원은 재이용의향에서 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 대기시간, 예약 편리성, 시설 및 장비, 내/외부 시설/환경, 주차 편리성, 병원 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



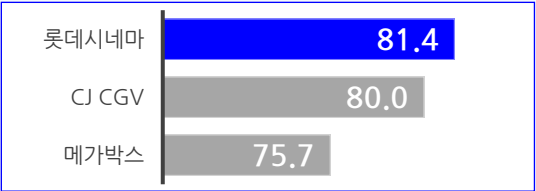
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 영화관

영화를 접할 수 있는 방법이 다양해지자, 큰 스크린과 음향 효과를 강점으로 영화를 포함한 뮤지컬, 팬미팅 영상, e스포츠 등 다양한 콘텐츠를 상영하며 발전을 꾀하는 영화관 산업에서는 롯데시네마가 81.4점으로 9년 연속 1위(역대 14회 1위)의 영광을 안았다.

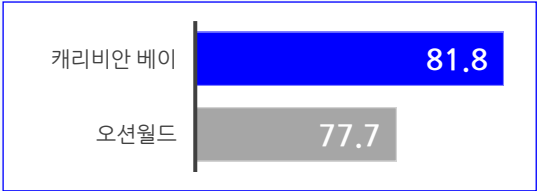
롯데시네마는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 음향시설, 좌석 공간 및 안락함, 실내 공기 쾌적함, 실내 청결도, 직원 응대태도, 주차 편리성, 예매 절차 및 앱 이용 편리성, 서비스 수준 대비 이용 요금 적절성, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 고객들로부터 높은 평가를 받았다.



• 워터파크

물에서 사용 가능한 마스크 제공, 놀이기구에서 거리두기, 기기 소독 및 방역, 수용 인원 감소 등 안전한 물놀이를 위한 움직임이 계속되는 워터파크 산업에서는 캐리비안 베이가 81.8점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위)를 달성했다.

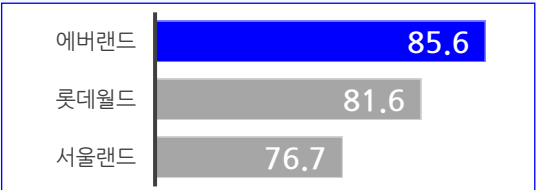
캐리비안 베이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 물놀이시설 다양성 및 안전성, 이벤트 다양성, 직원 응대태도, 시설 안내, 주차 및 티켓 구입 편리성, 고객 편의 시설, 수질관리, 할인 혜택, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



• 종합레저시설

귀여운 외모의 동물이 크게 인기를 끌면서 해당 동물을 콘텐츠화한 여러가지 이벤트를 진행하고 있는 종합레저시설 산업에서는 에버랜드가 85.6점으로 27년 연속 1위(역대 27회 1위)에 선정되는 영예를 안았다.

에버랜드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 놀이시설 다양성 및 안전 관리, 이벤트, 직원 응대태도, 시설 안내 및 주차 편리성, 티켓 구입 편리성, 식당 및 고객 편의시설, 내/외부 시설/환경, 할인 혜택, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



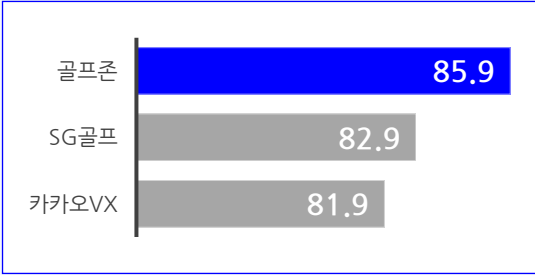
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 스크린골프

골프가 SNS에서 유행하며 2030세대의 새로운 취미 생활로 각광받는 가운데, 비교적 저렴한 가격대로 장벽이 낮아 골프 초보들의 유입이 늘어나고 있는 스크린골프 산업에서는 골프존이 85.9점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 자리를 차지했다.

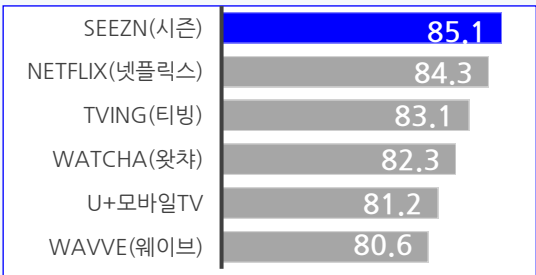
골프존은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 게임 환경 현실성, 라운드 정보 적정성, 콘텐츠 풍부성, 스크린 화면, 기능 조작 편리성, 직원 응대태도, 골프용품 상태 내/외부 시설 및 환경, 고객편의시설, 어플리케이션 이용 편리성, 서비스 수준 대비 가격, 기업 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• OTT서비스

콘텐츠가 경쟁력에 있어 큰 역할을 하고 있는 가운데, AI, 데이터 기술 등을 활용해 맞춤형 콘텐츠를 추천해주는 기능이 호응을 얻고 있는 OTT서비스 산업에서는 SEEZN(시즌)이 85.1점으로 조사 첫째 1위(역대 1회 1위)를 기록했다.

SEEZN(시즌)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 화면 구성 및 디자인, 혜택, 요금제도 다양성, 기업의 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



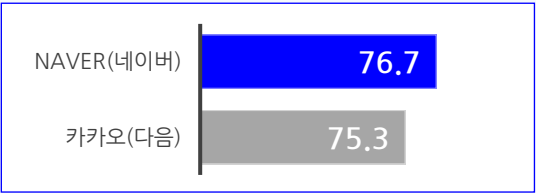
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업)

• 검색포탈사이트

사용자의 성별, 연령대, 지역, 관심사 등의 정보를 통해 맞춤형 데이터를 공급하는 서비스를 선보이며 고객 편의성을 높이고 있는 검색포탈사이트 산업에서는 Naver(네이버)가 76.7점으로 18년 연속 1위(역대 18회 1위)라는 위업을 달성했다.

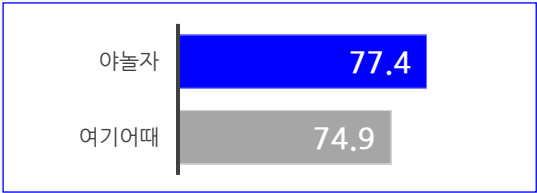
Naver(네이버)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 유용한 정보/서비스, 정보 업데이트, 커뮤니티 서비스, 고객문의 응대, 이벤트, 접속 및 로딩속도, 사이트 내 이동 및 정보 검색 편리성, 기업의 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



• 숙박업

숙소를 휴식 공간으로 이용하는 소비자가 많아지면서, 지역 외에도 개인의 취향이나 이용 목적에 따라 숙소를 검색할 수 있도록 기능을 강화하고 있는 숙박업 산업에서는 야놀자가 77.4점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

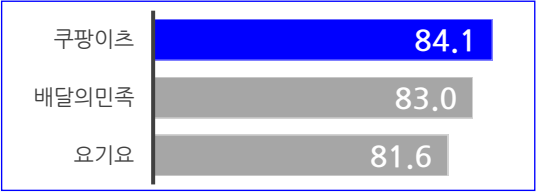
야놀자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 화면 구성 및 디자인, 검색 속도, 숙박시설 설명, 숙박 및 연계상품 다양성, 이벤트 및 사은행사, 할인 및 적립 혜택, 예약 절차 및 결제 편리성, 취소 및 환불 용이성, 콜센터 서비스, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 배달앱

배달 시장이 크게 성장하고 있는 가운데, 한 번에 하나의 음식만 배달하고 플랫폼 자체 배달원을 이용하는 등 배달 속도를 강화함으로써 경쟁력 제고에 힘쓰고 있는 배달앱 산업에서는 쿠팡이츠가 84.1점으로 지난해 1위 배달의민족을 제치고 1위(역대 1회 1위)를 기록했다.

쿠팡이츠는 재이용의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 화면 구성 및 디자인, 검색 편리성, 정보 정확성, 이벤트 및 사은행사, 할인 및 적립 혜택, 배달 예정시간 정확성, 배달 음식 정확성 및 보존상태, 콜센터 서비스, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 멤버십(포인트)

쇼핑 기능 및 간편결제 서비스 등 다양한 기능을 모바일 앱에 통합하여 사용자의 편의성을 높이고 시너지 효과를 기대하는 멤버십(포인트) 산업에서는 L.POINT(엘포인트)가 84.6점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)자리를 고수했다.

L.POINT(엘포인트)는 재이용의향에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 포인트 사용/적립처 다양성, 포인트 사용 편리성 및 조건, 포인트 유효기간, 콜센터 서비스 부분의 세부 항목에서 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



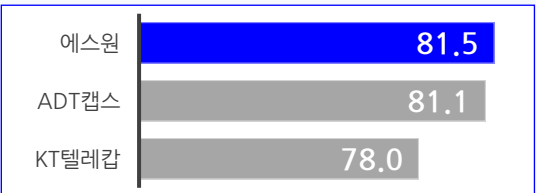
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 보안시스템서비스업, 임대업

• 무인경비

AI 기술을 활용하여 출입하는 사람을 확인하고 외출 중일 때도 방문인과 실시간 소통을 하는 등 실생활에 밀접한 서비스를 출시하고 있는 무인경비 산업에서는 에스원이 81.5점으로 7년 연속 1위(역대 7회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

에스원은 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 가입 시 정보제공, 개통 및 설치 약속 준수, 보안 장비 안정성 및 디자인, 설치기사 친절성, 출동 직원 업무능력, A/S, 콜센터 서비스, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 렌터카

비대면 트렌드에 따라 차의 신청, 정비, 반납 과정을 모바일로 진행하여 편리함을 강화한 서비스가 각광받고 있는 렌터카 산업에서는 롯데렌터카가 81.8점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 수성했다.

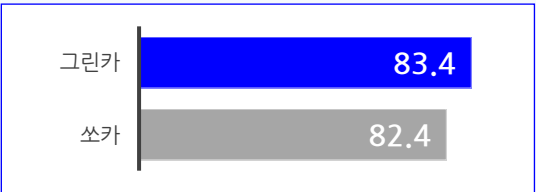
롯데렌터카는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며 요소만족도는 상담원/직원 응대태도, 차량 예약 편리성, 차량 대여 및 반납 절차 편리성, 차종 다양성, 차량 정비상태 및 성능, 차량 내/외부 청결도, 차량 입고 시간 정확성, 보험/사고처리, 앱 및 홈페이지 이용 편리성, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



• 카셰어링

모빌리티를 공유한다는 인식의 확산과 함께, 수도권 외곽 지역으로의 여행에 대한 수요와 감염 위험이 적은 교통수단에 대한 선호로 꾸준히 향상을 이어가고 있는 카셰어링 산업에서는 그린카가 83.4점으로 지난해 1위 쏘카를 제치고 1위(역대 1회 1위)를 달성했다.

그린카는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 차량 예약 편리성, 차고지 접근성, 차량 정비 상태, 차량 내/외부 청결도, 취소 및 환불 용이성, 콜센터 서비스, 보험/사고처리, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



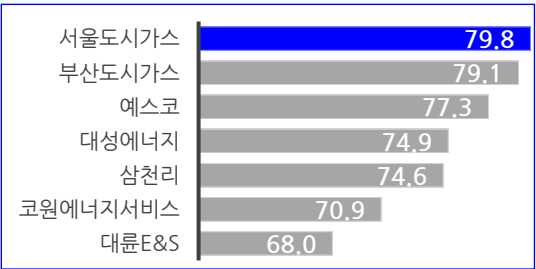
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스

언택트 트렌드에 발맞춰 모바일 매신저와 앱을 통해 요금 계산 및 납부, 자가 검침, 전입 및 전출 등의 기능을 제공하여 비대면 서비스를 강화하고 있는 도시가스 산업에서는 서울도시가스가 79.8점으로 3년 연속 1위(역대 4회 1위)를 이어갔다.

서울도시가스는 전반적 만족도와 요소만족도 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 레인지 연결 신청 용이성, 레인지 연결 방문 시간 준수, 요금 고지서 배달 시간 정확성, 안전점검 결과 정확성 부분에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.

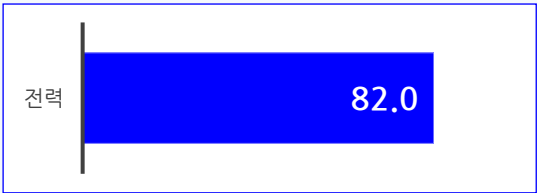


• 전력

노후 변압기를 점검하고 교체하는 서비스를 제공하여 정전 등 전기 사용 시 발생 가능한 불편을 예방하려는 전력 서비스의 고객만족도는 82점으로 조사되었다.

전력서비스는 세부 요소항목 중 기업 신뢰도, 안심하고 사용할 수 있는 전력, 전력 공급 등에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

반면, 서비스 수준 대비 요금 적절성, 요금 납부 편리성, 요금 청구 정확성 등에서는 다른 세부 항목 대비 낮은 만족 수준을 나타냈다.



• 수도

AI와 ICT 기술을 활용하여 실시간으로 상수도망을 모니터링하고 자동으로 관리하는 스마트 상수도 관리 체계를 통해 안정적이고 효율적인 수도 공급을 도모하는 수도 서비스의 고객만족도는 76.2점으로 조사되었다.

수도서비스는 세부 요소항목 중 원활한 물 공급, 기업 신뢰도, 요금 청구 정확성, 요금 납부 편리성 등에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

반면, 이용요금 적절성과 수도에 대한 안심, 물 청결도 등에서는 다른 세부 항목 대비 낮은 만족도를 보였다.



Appendix :

2021년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 공공서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기

수수료 절약을 위해 법무사의 개입 없이 혼자 등기를 작성하는 셀프 등기가 증가하고 있는 가운데, 안내데스크, 책자 등으로 이에 도움을 주고자 하는 등기 서비스의 고객만족도는 76.5점으로 조사되었다.

등기서비스는 세부 요소항목 중 기관 신뢰도, 직원 친절성, 고객 편의시설 등에서 상대적으로 우수한 평가를 받았다.

반면, 이용요금 적절성, 상담 능력, 전화 응대태도 등에서는 타 세부항목 대비 낮은 만족도를 보였다.



• 세무

직장인들이 퇴근 후 이용할 수 있는 야간 세무 상담, 영세한 사업자나 취약계층을 위한 무료 마을 세무사 제도 등 시민들의 상황을 고려한 제도가 호응을 얻고 있는 세무 서비스의 고객만족도는 77.3점으로 조사되었다.

세무서비스는 세부 요소항목 중 이용요금 적절성, 기관 신뢰도, 고객 편의시설, 직원 친절성 등에서 상대적으로 높은 만족도를 기록했다.

반면, 상담 능력, 업무처리 합리성 및 속도 등에서는 타 세부 요소항목 대비 낮은 수준을 보였다.



• 치안

민생 치안 업무를 지방 자치 경찰이 맡게 되면서, 짧아진 의사결정 단계와 해당 지역의 특성에 대한 이해를 바탕으로 지역 맞춤형 서비스의 제공이 기대되는 치안 서비스의 고객만족도는 75.3점으로 조사되었다.

치안서비스는 고객 편의시설, 상담, 이용요금 적절성 등의 세부항목에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

반면, 내/외부 시설/환경, 업무처리 속도, 전화응대 태도 등에서는 타 항목 대비 낮은 평가를 받은 것으로 조사되었다.

