



2020년 한국산업의 고객만족도 (KCSI)

조사결과

KMAC

제1부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 29년째를 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.
- 29년 동안 시행되오면서 그 동안 IMF 체제, 미국 발 금융대란 등 많은 위기가 닥쳐왔지만 KCSI 지수는 지난 1992년과 비교하여 37.4점(약 89%)이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객가치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거둘 수 있음을 입증해 왔다.

제1부

2020년 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.

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.

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	'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

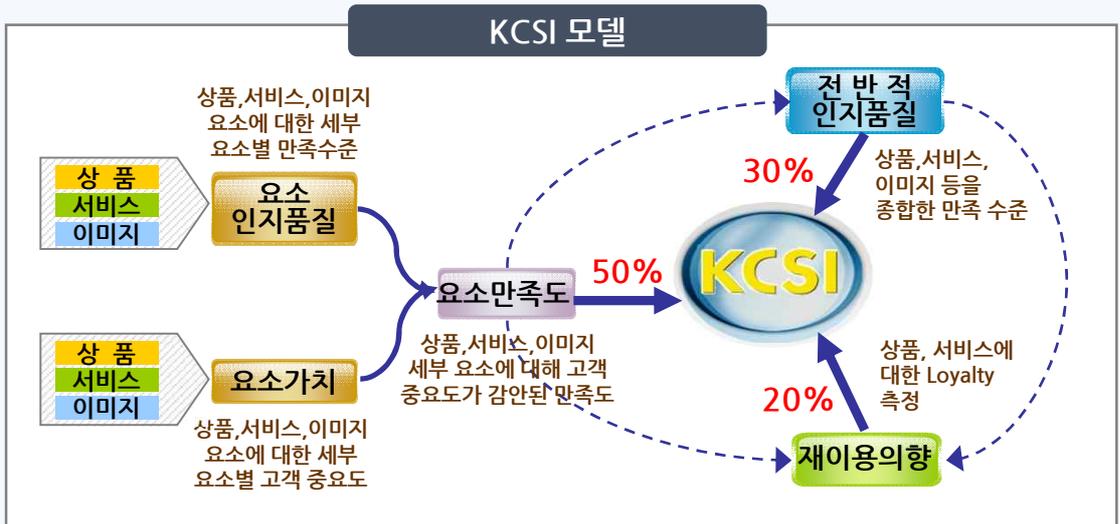
구분	'07년	'08년	'09년	'10년	'11년	'12년	'13년	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년
제조업	59	57	54	48	48	51	52	50	51	50	50	52	49	49
서비스업	46	49	49	51	54	57	59	59	60	60	60	62	66	61
계	105	106	103	99	102	108	111	109	111	110	110	114	115	110

제1부

2020년 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)

$$= (\text{전반적 만족도} \times 0.3) + (\text{요소만족도} \times 0.5) + (\text{재이용(구입)의향률} \times 0.2)$$

▷ 전반적 만족도

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

▷ 요소만족도

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

▷ 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

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 조사 설계

약 5개월 간 11,000명 이상의 고객들로부터 만족도 측정

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 11,066명
- 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 : 2020년 4월 6일 ~ 8월 21일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등 총 110개 산업(총 344개 기업)

산업부문	2020년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (25개)	1) 과자 2) 맥주 3) 소주 4) 식용유 5) 아이스크림 6) 우유 7) 유산균발효유 8) 음료 9) 전통장 10) 참치캔 11) 홍삼가공식품 12) 궤련형전자담배 13) 남성정장 14) 담배 15) 생리대 16) 샴푸 17) 세탁세제 18) 아웃도어의류 19) 여성내의 20) 여성용기초화장품 21) 정장구두 22) 주방세제 23) 치약 24) 캐주얼화 25) 화장지
내구재 제조업 (24개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 김치냉장고 3) 냉장고 4) 사무용복합기(복사기) 5) 세탁기 6) 식기세척기(신규) 7) 에어컨 8) 전기레인지 9) 전기밥솥 10) 정수기 11) 헬스케어(안마의자)(신규) 12) 휴대폰(스마트폰) 13) PC 14) TV 15) 가정용가구 16) 가정용건축자재 17) 경형승용차 18) 보일러 19) 부엌가구 20) 블랙박스 21) 승용차타이어 22) 일반승용차 23) 침대 24) RV승용차
일반 서비스업 (51개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 은행 4) 자동차보험 5) 장기보험 6) 저축은행 7) 증권 8) 체크카드 9) 대형마트 10) 대형서점 11) 대형슈퍼마켓 12) 멤버십(포인트) 13) 배달앱 14) 백화점 15) 숙박앱 16) 스크린골프 17) 영화관 18) 오픈마켓 19) 인터넷서점 20) 인터넷쇼핑몰 21) 전자제품전문점 22) 제과/제빵점 23) 치킨프랜차이즈 24) 커피전문점 25) 패스트푸드점 26) 편의점 27) 피자전문점 28) 헬스&뷰티스토어 29) TV홈쇼핑 30) T커머스(신규) 31) 검색포탈사이트 32) 국제전화 33) 내비게이션앱 34) 시내/시외전화 35) 이동전화 36) 인터넷전화 37) 초고속인터넷 38) IPTV 39) 고속버스 40) 도시가스 41) 렌터카 42) 무인경비 43) 스키장 44) 워터파크 45) 종합레저시설 46) 종합병원 47) 주유소 48) 카셰어링(신규) 49) 콘도미니엄 50) 택배 51) 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 2020년 발표를 제외함
(항공, 저비용항공, 면세점, 여행사(해외여행) 등 4개 산업)

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI 전체
특징

1) 2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



국가 전체 지수	제조업 지수	서비스업 지수
'92 대비 37.4점 상승 (약 89% ▲)	'92 대비 31.4점 상승 (약 60% ▲)	'92 대비 40.7점 상승 (약 112% ▲)

2) 2020년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도(KCSI)는 전년 대비 2.4점 상승한 79.3점으로 나타나.. 이는 최초 조사연도인 1992년 대비 89% 상승치임

- 2020년 KCSI 국가지수는 79.3점으로 나타났으며 1992년 조사 첫 해와 비교했을 때 37.4점(▲89%) 성장을 기록했다. 산업별로는 제조업이 83.6점, 서비스업(공공 포함)이 77.1점으로 나타났다.
- 올해로 시행 29년을 맞게 된 KCSI는 '00년대 들어서 100여 개 산업으로 발표가 확대되었고, 올해 국가 전체 GDP(국내총생산) 74%에 해당되는 110개 산업, 344개 기업 발표에 이르렀다.
- 그간 KCSI는 상승과 하락을 반복하였지만 꾸준히 성장을 기록하여 왔다. 이는 그 동안 각 산업 및 기업이 고객만족경영을 통한 성장의 중요성과 연계성을 실감하고 고객중심경영을 기업의 필수 생존전략으로 설정한 결과라 여겨지며, 경기 상승 또는 하락 여부를 떠나 기업들이 고객을 만족시키고자 하는 열의는 흔들리지 않고 지속적으로 이어지고 있음을 방증하는 것이다.
- 이러한 노력은 지속 이어지고 있는 글로벌 경기 둔화 및 소비 심리 위축에도 불구하고 고객만족에 대한 관심과 중요성이 계속 높아지면서 고객만족을 위한 기업들의 노력이 고객들로부터 인정 받고 있음을 볼 수 있다. 특히 디지털가전, 생활가전, 자동차 관련 사업 등 현재 글로벌 시장에서 인정받고 있는 대한민국의 대표적 산업들이 고객중심의 경영혁신을 이끌면서 국내 산업에서 고객만족도 향상을 통한 기업 성장이라는 선순환 촉진 역할을 해오고 있다.
- 한편 올해 최대 화두인 코로나19(COVID-19)의 영향으로 언택트(Untact)가 가속화되는 가운데, 유통을 비롯한 주요 산업에서는 비대면 채널을 중심으로 디지털 서비스 혁신이 강화되고 있다. 이에 올해 KCSI에서도 TV홈쇼핑, T커머스, 인터넷서점 등의 서비스업들이 고객만족도 상위를 차지했고, 각종 앱서비스와 통신 산업 역시 높은 향상도를 나타내는 만족도의 특징을 보였다.

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

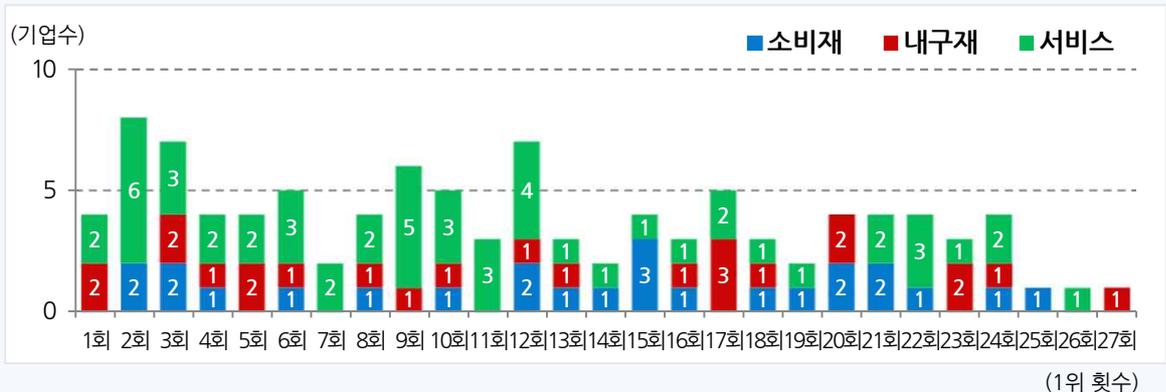
KCSI 전체 특징

2) 2020년도 KCSI 특징 및 경향

총 103개 1위 기업 선정...
제조업의 삼성전자, 현대자동차. 서비스업의 에버랜드, KT 등이 두각

- 올해 29년 째를 맞는 2020년 KCSI에서 총 103개 산업별 1위가 선정되었다. 1위 기업의 역대 1위 횟수를 보았을 때, 10회 이상 1위 기업이 배출된 64개 산업 중 소비재(19개)와 내구재(15개) 등 제조업이 총 34개 산업으로 나타났으며, 서비스업은 공공서비스를 포함하여 30개 산업으로 나타났다.
- 10회 이상에서는 제조업의 비중이 다소 높았고(65%) 10회 미만에서는 서비스업의 비중이 높았다(50%). 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, 27회), 에버랜드(서비스, 26회), 라이온코리아(소비재, 25회) 등으로 내구재와 서비스, 소비재를 대표하는 기업으로 나타났다. 24회에는 금강(정장구두), 삼성전자(휴대폰), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이, 23회는 삼성전자(PC 및 TV), SK텔레콤(이동전화) 등이 뒤를 이었다. 22회는 삼성생명(생명보험), KT(시내/시외전화), 우정사업본부(공공서비스), 한국야쿠르트(유산균발효유) 등이, 21회는 SK에너지(주유소), 신영와코루(여성내의), GS리테일(편의점), 라이온코리아(주방세제) 등이, 20회는 동원F&B(참치캔), 삼성물산(남성정장), 한국후지제록스(사무용복합기), 쿠쿠전자(전기밥솥) 등 4개 기업이 다수 1위를 기록하였다.
- 한편, 삼성전자는 6개 산업(휴대폰(스마트폰), TV, PC, 세탁기, 냉장고, 김치냉장고)에서 10회 이상 1위를 차지하며 한국의 대표 고객만족 선도 기업으로서 위상을 드높였으며, KT는 3개 산업(시내/시외전화, 초고속인터넷, 인터넷전화)에서 10회 이상 1위를 차지하여 고객만족 장수 기업으로서 큰 두각을 나타냈다.

2020년 1위 기업의 역대 1위 횟수



제2부

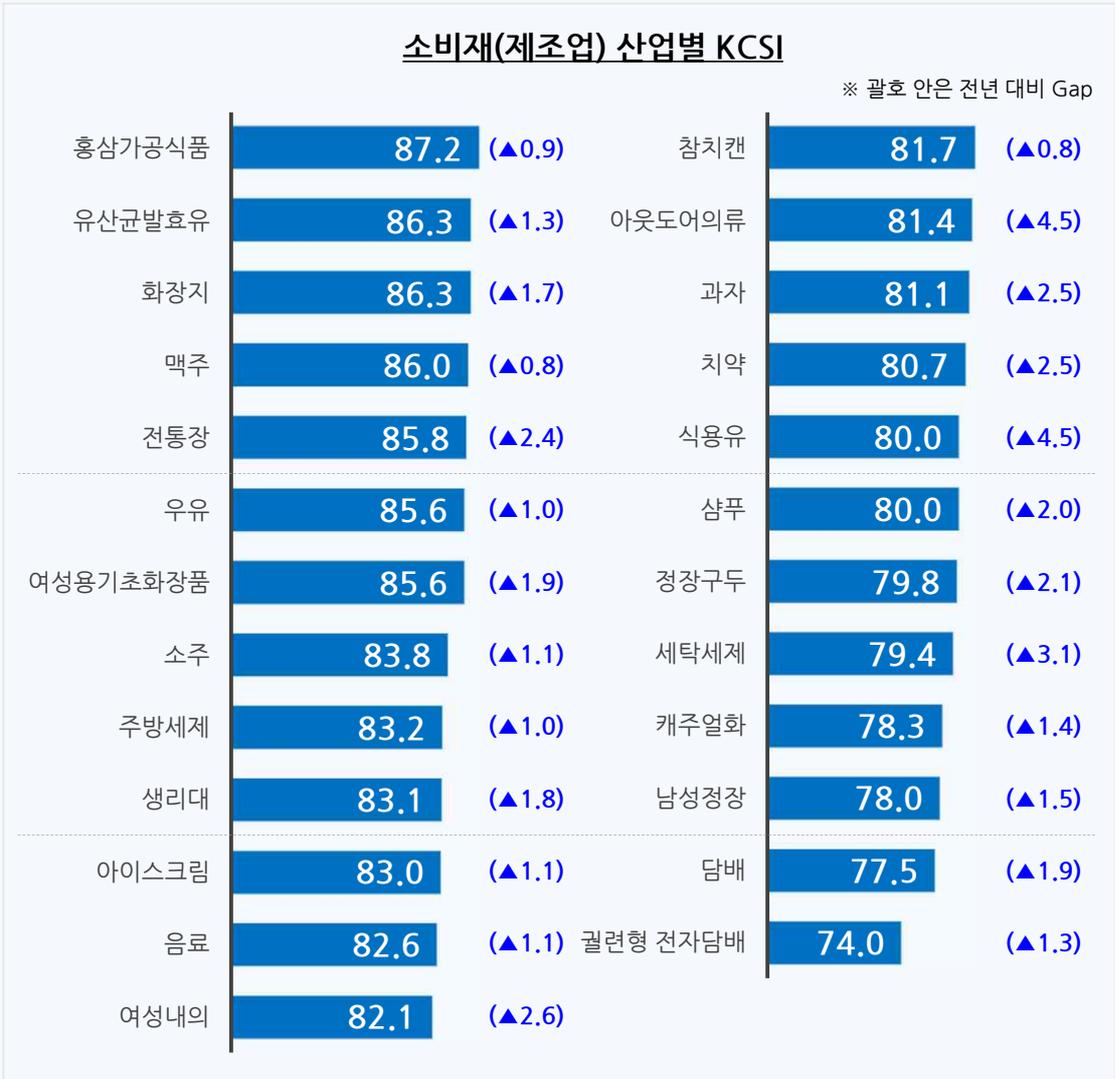
2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 주요
특징

1) 소비재 제조업의 고객만족도 특징

코로나19 영향으로 건강 및 웰빙, 여가 관련 제품에서 높은 만족도 보여...

- 올해 소비재 제조업의 만족도는 홍삼가공식품, 유산균발효유, 화장품, 맥주, 전통장 등에서 높은 수준을 보인 것으로 조사되었다.
- 코로나19 여파로 건강에 대한 관심이 더욱 높아지면서 면역력을 강조하는 홍삼가공식품이 87.2점으로 소비재에서 가장 높은 수준을 기록했다. 또한 프로바이오틱스에 대한 유행이 지속되면서 유산균발효유(86.3) 역시 좋은 평가를 받았다. 해당 제품들은 건강에 대한 관심이 증대됨에 따라 고객 니즈를 충족하는 제품들을 꾸준히 출시하면서 높은 인기를 보이고 있다.
- 한편 아웃도어의류(▲4.5), 식용유(▲4.5) 등은 전년 대비 높은 만족도 상승폭을 기록했다. 특히 언택트(Un-tact) 운동으로 등산이 각광을 받으면서 아웃도어 업계에서도 새로운 트렌드에 맞춘 제품들을 출시해 주목을 받고 있다.



제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 주요
특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

생활가전 및 자동차 산업 우수... 프리미엄 전략 등 고객 트렌드 잘 읽어내

- ▶ 내구재 제조업에서는 고객만족도 상위 10개 산업 중에서 9개 산업이 생활가전 및 자동차 제품인 것으로 조사결과 나타났다.
- ▶ 산업별로는 냉장고(91.8), TV(91.7), RV승용차(90.2), 에어컨(90.0) 등이 90점 이상을 기록하며 우수한 평가를 받았다. 생활가전의 경우 국내는 물론 글로벌에서도 높은 경쟁력을 입증 받고 있으며 최근 프리미엄 제품을 중심으로 큰 호응을 얻고 있다. RV승용차 역시 캠핑, '차박' 열풍에 힘입어 높은 만족도를 기록했다.
- ▶ 가정용가구(▲4.3), 가정용복합기(▲4.1)는 전년 대비 높은 상승폭을 보였다. 코로나19로 인해 실내에 머무르는 기간이 늘어나면서 인테리어 및 프린터 수요 증가에 따라 각 기업에서 고객 취향에 맞는 다양한 제품들을 내놓은 결과로 풀이된다.
- ▶ 한편 올해 신규로 조사된 식기세척기(84.9)와 안마의자(82.2)는 준수한 고객만족도를 보였으며, 반면 라돈 사태로 파장을 일으켰던 침대(78.2)는 여전히 하위를 보였다.

내구재(제조업) 산업별 KCSI

※ 괄호 안은 전년 대비 Gap

냉장고	91.8	(▲2.5)
TV	91.7	(▲2.3)
RV승용차	90.2	(▲1.2)
에어컨	90.0	(▲1.0)
일반승용차	89.7	(▲2.4)
세탁기	89.4	(▲2.7)
가정용가구	86.8	(▲4.3)
가정용보일러	86.7	(▲1.8)
전기밥솥	86.6	(▽0.1)
김치냉장고	85.6	(▲1.2)
경형승용차	85.6	(▲1.1)
가정용건축자재	85.0	(▲1.8)
휴대폰(스마트폰)	84.9	(▲1.9)
식기세척기	84.9	신규발표
부엌가구	84.8	(▲0.4)
전기레인지	83.7	(▲1.6)
정수기	83.4	(▲1.0)
PC	82.8	(▲1.3)
헬스케어(안마의자)	82.2	신규발표
블랙박스	81.0	(▲3.7)
승용차타이어	80.9	(▲2.9)
가정용복합기(프린터)	79.4	(▲4.1)
사무용복합기(복사기)	78.2	(▲2.8)
침대	78.2	(▲2.9)

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 주요 특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

비대면 채널을 중심으로 높은 만족도 보이며 언택트 대세 방증해

- ▶ 서비스업은 유통에서 TV홈쇼핑, T커머스, 인터넷서점 등이 높은 만족도를 보였으며 금융에서는 체크카드, 자동차보험 등이 상위권을 기록한 것으로 조사되었다.
- ▶ 특히 유통에서는 코로나19 영향으로 TV홈쇼핑(86.1), T커머스(84.0), 인터넷서점(83.5) 등 비대면 채널의 고객 만족도가 높았던 것으로 나타났다. 또한 1인 가구, 집콕 등의 트렌드에 맞춰 다양한 제품과 서비스를 제공하고 있는 편의점 역시 83.1점으로 우수한 평가를 받았다.
- ▶ 한편 숙박업(▲4.2), 증권(▲4.0), 인터넷전화(▲3.9), 배달앱(▲3.8), 초고속인터넷(▲3.6) 등에서 전년 대비 만족도 상승폭이 컸으며 공통적으로 모바일, 인터넷 관련 산업의 성장이 두드러졌다. 신규 발표한 카세어링(81.9)도 준수한 점수를 기록했다.

TV홈쇼핑	86.1	(▲3.3)	워터파크	80.0	(▲1.5)
체크카드	85.7	(▲2.5)	국제전화	79.8	(▲2.1)
T커머스	84.0	신규발표	은행	79.4	(▲3.1)
인터넷서점	83.5	(▲3.3)	렌터카	79.3	(▲2.7)
자동차보험	83.4	(▲3.0)	커피전문점	79.1	(▲0.9)
초고속인터넷	83.3	(▲3.6)	택배	79.0	(▲1.7)
편의점	83.1	(▲2.1)	백화점	78.9	(▲1.6)
치킨프랜차이즈	82.6	(▲2.3)	영화관	78.8	(▲0.7)
대형서점	82.4	(▲3.0)	스키장	78.8	(▲2.5)
시내·시외전화	82.3	(▲3.2)	무인경비	78.3	(▲0.7)
생명보험	81.9	(▲2.1)	주유소	78.2	(▲2.7)
이동전화	81.9	(▲3.6)	오픈마켓	77.3	(▲3.5)
종합레저시설	81.9	(▲1.5)	헬스&뷰티스토어	77.0	(▲1.8)
카세어링	81.9	신규발표	피자전문점	76.9	(▲1.8)
멤버십(포인트)	81.6	(▲2.1)	IPTV	76.9	(▲3.5)
고속버스	81.6	(▲1.0)	내비게이션 앱	76.8	(▲0.3)
장기보험	81.5	(▲2.6)	증권	76.6	(▲4.0)
스크린골프	81.4	(▲0.4)	검색포탈사이트	76.5	(▲1.6)
신용카드	81.1	(▲3.4)	저축은행	76.1	(▲1.6)
전자제품전문점	81.0	(▲1.5)	인터넷쇼핑몰	76.1	(▲2.9)
아파트	81.0	(▲3.1)	대형마트	75.5	(▲1.0)
배달앱	80.5	(▲3.8)	도시가스	74.9	(▲2.8)
인터넷전화	80.5	(▲3.9)	숙박업	74.3	(▲4.2)
콘도미니엄	80.1	(▲1.8)	패스트푸드점	72.7	(▲0.2)
제과·제빵점	80.0	(▲3.1)	대형슈퍼마켓	71.3	(▲0.9)
종합병원	80.0	(▲2.6)			

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 주요
특징

4) 공공서비스업의 고객만족도 특징

우편 22년 연속 공공서비스 정상 차지... 교육, 수도는 만족도 소폭 하락

- ▶ 공공서비스는 우편이 81.0점을 기록하며 가장 높은 만족도를 보였다. 공공서비스업을 발표한 이래로 22년 연속으로 가장 우수한 평가를 받고 있다. 그 뒤를 이어 전력(80.5)이 전년 대비 ▲2.0점 상승하며 우편과 함께 80점 대의 만족도를 기록했다. 철도(79.5), 고속도로(76.7) 등도 70점 후반의 만족도를 나타내며 공공서비스 내에서 상위권을 차지했다. 한편 지하철(▲3.4), 세무(▲3.2) 등은 작년 대비 3점 이상 크게 상승한 것으로 나타났다.
- ▶ 반면 교육은 작년보다 ▼0.4점 하락한 61.5점으로 나타났으며 공공서비스 내에서도 가장 낮은 수준을 보여 만족도 향상을 위한 꾸준한 노력이 요구되는 것으로 조사결과 나타났다. 또한 수도 역시 작년보다 ▼0.7점 낮아진 74.1점을 기록했다.



제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	과자	롯데제과	롯데제과(81.7), 오리온(81.3), 크라운제과(81.1), 해태제과(79.9)	2년 연속	6회
2	맥주	하이트진로	하이트진로(87.2), 롯데칠성음료(클라우드, 피츠)(86.1), OB맥주(카스포함)(85.3)	2년 연속	13회
3	소주	금복주	금복주(86.4), 하이트진로(참이슬)(85.1), 무학(80.4), 롯데칠성(주류BG)(처음처럼)(80.0)	4년 연속	12회
4	식용유	사조대림(해표)	사조대림(해표)(83.3), CJ제일제당(백설)(77.2)	8년 연속	16회
5	아이스크림	빙그레	빙그레(84.8), 롯데제과(83.3), 롯데푸드(82.3)	14년 연속	15회
6	우유	서울우유	서울우유(86.4), 매일유업(84.8), 남양유업(84.6)	13년 연속	15회
7	유산균발효유	한국아쿠르트	한국아쿠르트(87.4), 남양유업(85.8), 매일유업(84.1)	19년 연속	22회
8	음료	동아오츠카	동아오츠카(84.2), 한국코카콜라(83.1), 롯데칠성음료(80.6)	6년 연속	15회
9	전통장	C제일제당(해찬들)	C제일제당(해찬들)(86.1), 대상(청정원)(84.7)	2년 연속	2회
10	참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(84.1), 오뚜기(오뚜기참치)(78.2), 사조산업(사조참치)(75.1)	17년 연속	20회
11	홍삼가공식품	한국인삼공사(정관장)	한국인삼공사(정관장)(88.5), 농협홍삼(한삼인)(83.7)	8년 연속	8회
12	궐련형 전자담배	KT&G(릴)	KT&G(릴)(76.0), 한국필립모리스(아이코스)(73.7), B.A.T.코리아(글로)(72.5)	3년 연속	3회
13	남성정장	삼성물산	삼성물산(78.8), LF(77.0)	16년 연속	20회
14	담배	한국필립모리스(말보로)	한국필립모리스(말보로)(78.7), KT&G(77.7), B.A.T.코리아(던힐)(76.0)	13년 연속	14회
15	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(84.9), LG유니참(82.9), 깨끗한나라(80.9)	11년 연속	12회

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

1) 소비재 제조업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	삼푸	LG생활건강	LG생활건강(81.5), 아모레퍼시픽(80.8), 애경(80.3) 유니레버코리아(78.0), 한국P&G(77.6)	'19 1위: 아모레퍼시픽	3회
17	세탁세제	라이온코리아	라이온코리아(80.3), 애경(78.6), LG생활건강(77.2)	24년 연속	25회
18	아웃도어의류	노스페이스	노스페이스(83.3), 블랙야크(82.5), K2(81.2), 코오롱스포츠(81.1), 네파(79.5)	'19 1위: 블랙야크	2회
19	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(83.1), 비비안(81.4)	21년 연속	21회
20	여성용기초 화장품	LG생활건강	LG생활건강(86.0), 아모레퍼시픽(85.4)	'19 1위: 아모레퍼시픽	4회
21	정장구두	금강제화	금강제화(80.4), 소다(79.4), 탠디(79.1)	19년 연속	24회
22	주방세제	라이온코리아	라이온코리아(84.7), LG생활건강(83.1), 애경(82.5)	15년 연속	21회
23	치약	LG생활건강	LG생활건강(82.0), 애경(81.0), 아모레퍼시픽(79.0)	3년 연속	10회
24	캐주얼화	금강제화(랜드로바)	금강제화(랜드로바)(78.8), 형지에스스카이라(영에이지)(77.6)	18년 연속	18회
25	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(88.1), 깨끗한나라(86.3), 모나리자(83.9)	15년 연속	19회

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

**산업별
KCSI 1위
기업**

2) 내구재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	가정용복합기 (프린터)	캐논코리아 비즈니스솔루션	캐논코리아비즈니스솔루션(80.9), 한국엡손(78.9), 한국HP(78.2)	4년 연속	4회
2	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(86.4), LG전자(85.9), 위니아딤채(84.2)	10년 연속	10회
3	냉장고	삼성전자	삼성전자(92.0), LG전자(91.4)	11년 연속	16회
4	사무용복합기 (복사기)	한국후지제록스	한국후지제록스(79.8), 캐논코리아비즈니스솔루션 (77.7), 신도리코(76.9)	20년 연속	20회
5	세탁기	삼성전자	삼성전자(90.0), LG전자(88.8)	11년 연속	18회
6	식기세척기	SK매직	SK매직(85.4), LG전자(84.1)	신규 발표	1회
7	에어컨	삼성전자	삼성전자(90.9), LG전자(90.2), 오텍캐리어(87.7), 위니아딤채(86.7)	8년 연속	9회
8	전기레인지	SK매직	SK매직(84.9), LG전자(84.0), 쿠첸(82.1)	3년 연속	3회
9	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(87.3), 쿠첸(85.2)	20년 연속	20회
10	정수기	코웨이	코웨이(84.6), SK매직(83.2), LG전자(83.1), 청호나이스(81.4)	4년 연속	17회
11	헬스케어 (안마의자)	바디프랜드	바디프랜드(83.3), 코지마(81.8), 휴테크(81.0)	신규 발표	1회
12	휴대폰 (스마트폰)	삼성전자	삼성전자(86.1), 애플(아이폰)(83.9), LG전자(79.7)	23년 연속	24회
13	PC	삼성전자	삼성전자(84.2), LG전자(83.2), 한국HP(77.6)	19년 연속	23회
14	TV	삼성전자	삼성전자(92.2), LG전자(91.2)	23년 연속	23회
15	가정용가구	한샘	한샘(88.4), 현대리바트(87.6), 가사미아(85.4), 에몬스가구(83.7)	5년 연속	5회

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	가정용건축자재	KCC	KCC(86.2), LG하우시스(84.9), 현대&C(83.3)	3년 연속	3회
17	경형승용차	한국지엠	한국지엠(86.0), 기아자동차(85.3)	6년 연속	6회
18	보일러	경동나비엔	경동나비엔(88.2), 린나이코리아(86.9), 귀뚜라미보일러(84.9)	7년 연속	8회
19	부엌가구	한샘	한샘(85.5), 에넥스(83.3)	4년 연속	12회
20	블랙박스	탱크웨어(아이나비)	탱크웨어(아이나비)(82.9), 파인디지털(파인뷰)(81.2), 더미동(유라이브)(78.8), 아이트로닉스(아이패스블랙)(78.5)	5년 연속	5회
21	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(81.7), 한국타이어(80.9), 넥센타이어(79.8)	16년 연속	17회
22	일반승용차	현대자동차	현대자동차(91.8), 기아자동차(89.1), 르노삼성자동차(87.6), 한국지엠(86.5)	27년 연속	27회
23	침대	시몬스	시몬스(79.0), 에이스침대(77.7)	12년 연속	13회
24	RV승용차	현대자동차	현대자동차(91.4), 기아자동차(90.0), 쌍용자동차(88.5)	17년 연속	17회

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	생명보험	삼성생명	삼성생명(83.2), 한화생명(81.9), 교보생명(80.5)	16년 연속	22회
2	신용카드	신한카드	신한카드(83.6), 삼성카드(83.6), KB국민카드(82.3), 현대카드(80.7), BC카드(78.1), 롯데카드(76.9), 우리카드(74.8), NH농협카드(74.5)	10년 연속	10회
		삼성카드		5년 연속	14회
3	은행	신한은행	신한은행(82.1), 하나은행(80.9), KB국민은행(79.9), 우리은행(77.2), IBK기업은행(76.9), NH농협은행(74.3)	7년 연속	17회
4	자동차보험	삼성화재	삼성화재(86.5), 현대해상(84.1), DB손해보험(82.0), KB손해보험(81.5), 메리츠화재(80.0)	23년 연속	24회
5	장기보험	삼성화재	삼성화재(83.4), 현대해상(82.5), DB손해보험(81.0), KB손해보험(79.8), 메리츠화재(78.3)	10년 연속	10회
6	증권	삼성증권	삼성증권(78.2), NH투자증권(76.6), 한국투자증권(76.1), 미래에셋대우(75.9), KB증권(75.8), 대신증권(75.7)	'19 1위: NH투자증권	15회
7	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(88.0), 신한카드(86.8), BC카드(84.8), 우리카드(84.8), NH농협카드(82.4)	6년 연속	9회
8	저축은행	애뮤온저축은행	애뮤온저축은행(77.8), SBI저축은행(76.6), OK저축은행(76.5), 웰컴저축은행(74.1)	2년 연속	2회
9	대형마트	롯데마트	롯데마트(76.3), 홈플러스(75.3), 이마트(75.2)	4년 연속	8회
10	대형서점	교보문고	교보문고(83.8), 영풍문고(81.1), 서울문고(반디앤루니스)(78.0)	24년 연속	24회
11	대형슈퍼마켓	GSTHE FRESH	GSTHE FRESH(구 GS수퍼마켓)(73.3), 롯데슈퍼(71.3), 홈플러스 익스프레스(70.9), 이마트 에브리데이(68.8)	5년 연속	9회
12	멤버십(포인트)	LPOINT (엘포인트)	LPOINT(엘포인트)(82.7), 해피포인트(81.7), CJONE(81.5), OK캐쉬백(80.7)	2년 연속	2회
13	배달앱	배달의민족	배달의민족(81.2), 배달통(79.8), 요기요(79.7)	2년 연속	2회
14	백화점	현대백화점	현대백화점(80.3), 롯데백화점(78.8), 신세계백화점(77.9)	3년 연속	12회
15	숙박앱	야놀자	야놀자(76.2), 여기어때(71.7)	2년 연속	2회

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	스크린골프	골프존	골프존(84.1), SG골프(79.6), 카카오VX(78.8)	2년 연속	2회
17	영화관	롯데시네마	롯데시네마(80.5), CJ CGV(79.7), 메가박스(74.4)	8년 연속	13회
18	오픈마켓	11번가	11번가(79.3), 옥션(77.0), G마켓(75.7)	12년 연속	12회
19	인터넷서점	YES24	YES24(85.2), 인터넷교보문고(83.3), 알라딘(82.7), 인터파크도서(81.4)	12년 연속	12회
20	인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑 (Hmall)	현대홈쇼핑(Hmall)(77.4), SSG닷컴(76.2), GS홈쇼핑(GSSHOP)(76.0), CJ오쇼핑(CJmall)(75.5), 롯데닷컴(75.2)	'19 1위: SSG닷컴	2회
21	전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성디지털프라자(82.1), 롯데하이마트(81.3), LG전자베스트샵(79.9), 전자랜드 프라이스킹(76.9)	10년 연속	10회
22	제과제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(80.8), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(77.6)	10년 연속	12회
23	치킨프랜차이즈	비에이치씨 (BHC치킨)	BHC치킨(84.0), 교촌치킨(82.8), BBQ(81.2)	'19 1위: 교촌에프앤비(교촌치킨)	4회
24	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(81.5), 스타벅스(81.1), 투썸플레이스(79.1), 이디야(77.8), 커피빈(77.8), 할리스(73.6)	11년 연속	11회
25	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(74.6), 버거킹(74.1), KFC(72.2), 맘스터치(72.0), 맥도날드(70.9)	8년 연속	8회
26	편의점	GS25	GS25(84.8), CU(84.6), 세븐일레븐(81.4), 이마트24(81.0), 미니스톱(79.5)	18년 연속	21회
27	피자전문점	도미노피자	도미노피자(80.0), 피자헛(76.6), 미스터피자(73.6)	6년 연속	6회
28	헬스&뷰티 스토어	올리브영	올리브영(78.1), 칼라블라(76.3), 립스(75.7)	3년 연속	3회
29	TV홈쇼핑	롯데홈쇼핑	롯데홈쇼핑(88.2), CJ오쇼핑(86.7), 현대홈쇼핑(86.3), GS홈쇼핑(86.0), 홈앤쇼핑(83.9), NS홈쇼핑(81.9)	4년 연속	4회
30	T커머스	K쇼핑	K쇼핑(84.9), SK스토아(84.2), 신세계TV쇼핑(83.2)	신규 발표	1회

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
31	검색포털사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(77.0), 카카오톡(74.9)	17년 연속	17회
32	국제전화	SK텔링크(00700)	SK텔링크(00700)(81.7), KT(001)(80.8), LG유플러스(002)(74.0)	6년 연속	7회
33	내비게이션 앱	티맵(Tmap)	티맵(Tmap)(77.4), 카카오톡내비(76.2), 네이버지도(75.9)	3년 연속	3회
34	시내시외전화	KT	KT(82.8), SK브로드밴드(80.7)	21년 연속	22회
35	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(83.9), KT(82.3), LG유플러스(77.1)	23년 연속	23회
36	인터넷전화	KT	KT(83.1), SK브로드밴드(81.1), LG유플러스(76.5)	11년 연속	11회
37	초고속인터넷	KT	KT(85.5), SK브로드밴드(83.7), LG유플러스(78.9)	5년 연속	16회
38	IPTV	KT	KT(79.4), SK브로드밴드(77.3), LG유플러스(72.4)	5년 연속	7회
39	고속버스	금호고속	금호고속(82.7), 동양고속(81.4), 중앙고속(80.1)	15년 연속	18회
40	도시가스	서울도시가스	서울도시가스(78.7), 부산도시가스(78.1), 예스코(77.2), 삼천리도시가스(74.2), 대성에너지(73.3), 코원에너지서비스(69.8), 대륜E&S(67.9)	2년 연속	3회
41	렌터카	롯데렌탈(롯데렌터카)	롯데렌탈(롯데렌터카)(79.6), SK네트웍스(SK렌터카)(78.8)	5년 연속	5회
42	무인경비	에스원	에스원(79.5), ADT캡스(78.8), KT텔레캅(75.1)	6년 연속	6회
43	스키장	하이원리조트	하이원리조트(79.7), 휘닉스평창(79.4), 비발디파크(79.1), 용평리조트(78.2), 무주덕유산리조트(77.6)	'19 1위: 휘닉스평창	6회
44	워터파크	캐리비안베이	캐리비안베이(81.2), 오션월드(77.7)	9년 연속	9회
45	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(84.0), 롯데월드(80.3), 서울랜드(76.9)	26년 연속	26회

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
46	종합병원	서울아산병원	서울아산병원(81.7), 삼성서울병원(81.7), 세브란스병원(신촌)(79.5), 서울성모병원(78.3), 서울대학교병원(본원)(77.5)	8년 연속	9회
		삼성서울병원		3년 연속	19회
47	주유소	SK에너지 (SK주유소)	SK에너지(SK주유소)(79.8), GS칼텍스(78.8), 에쓰오일(77.0), 현대오일뱅크(76.3)	10년 연속	21회
48	카셰어링	쏘카	쏘카(82.2), 그린카(81.3)	신규 발표	1회
49	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(81.4), 소노호텔&리조트(구대명리조트)(79.4)	9년 연속	11회
50	택배	우체국택배	우체국택배(80.3), CJ대한통운(79.6), 롯데택배(78.3), 한진택배(72.9)	3년 연속	9회

4) 공공서비스업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	공공서비스	우정사업본부 (우편)	우편(81.0), 전력(80.5), 철도(79.5), 고속도로(76.7), 세무(75.3), 등기(74.4), 수도(74.1), 치안행정(72.3), 교육(61.5)	22년 연속	22회
2	지하철	부산교통공사	부산교통공사(81.2), 광주도시철도공사(80.0), 대구도시철도공사(78.1), 대전도시철도공사(74.9), 인천교통공사(74.3), 서울교통공사(68.8)	4년 연속	5회

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업의 특징

1) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자, KT 등 총 15개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위에 선정돼

- ▶ 작년에 이어 2020년 KCSI에서도 삼성전자가 총 8개 산업에서 1위를 차지하며 최다 산업 1위 기업의 자리를 수성했다. 삼성전자는 전년도 1위로 선정된 에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, TV, PC, 휴대폰(스마트폰), 전자제품전문점 등 8개 산업에서 1위를 유지했다.
- ▶ KT는 시내/시외전화, 인터넷전화, IPTV, 초고속인터넷 등 4개 산업에서 1위를 기록하며 삼성전자에 이어 두 번째로 많은 복수산업 1위를 차지했다.
- ▶ 이외에도 삼성물산(남성정장, 종합레저시설, 워터파크), LG생활건강(삼푸, 여성용기초화장품, 치약)이 3개 산업에서 1위로 나타났으며 금강제화, 라이온코리아, 롯데지알에스, 삼성화재, 우정사업본부, 유한킴벌리, 한샘, 현대자동차, GS리테일, SK텔레콤 등이 2개 산업에서 1위를 차지하는 영예를 안았다.

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 복수산업 1위 기업

번호	기업명	1위 산업	비고
1	삼성전자	에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, TV, PC, 휴대폰(스마트폰), 전자제품전문점	8개 산업 1위 (*19년: 8개 산업 1위)
2	KT	시내/시외전화, 인터넷전화, IPTV, 초고속인터넷	4개 산업 1위 (*19년: 4개 산업 1위)
3	삼성물산	남성정장, 종합레저시설, 워터파크	3개 산업 1위 (*19년: 3개 산업 1위)
4	LG생활건강	삼푸, 여성용기초화장품, 치약	3개 산업 1위 (*19년: 2개 산업 1위)
5	금강제화	정장구두, 캐주얼화	2개 산업 1위 (*19년: 2개 산업 1위)
6	라이온코리아	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 (*19년: 2개 산업 1위)
7	롯데지알에스	패스트푸드점, 커피전문점	2개 산업 1위 (*19년: 2개 산업 1위)
9	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 (*19년: 2개 산업 1위)
10	우정사업본부	택배, 우편	2개 산업 1위 (*19년: 2개 산업 1위)
11	유한킴벌리	생리대, 화장지	2개 산업 1위 (*19년: 2개 산업 1위)
12	한샘	부엌가구, 가정용가구	2개 산업 1위 (*19년: 2개 산업 1위)
13	현대자동차	일반승용차, RV승용차	2개 산업 1위 (*19년: 2개 산업 1위)
14	GS리테일	대형슈퍼마켓, 편의점	2개 산업 1위 (*19년: 2개 산업 1위)
15	SK텔레콤	이동전화, 내비게이션앱	2개 산업 1위 (*19년: 1개 산업 1위)

제2부

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 1위 기업의 특징

2) 2019년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

총 9개 산업에서 KCSI 1위 기업 변동이 나타나며 치열한 경쟁 보여...

- 2020년 KCSI 조사결과 총 9개 산업에서 1위 기업의 변동이 나타난 것으로 조사되었다. 업종별로는 제조업에서 4개, 서비스업에서 5개로 나타났다.
- 산업군별로 살펴보면 소비재에서는 샴푸, 여성용기초화장품에서 LG생활건강이 새롭게 1위에 올랐다. 아웃도어의류에서는 노스페이스가 블랙야크를 제치고 정상에 차지했다. 내구재의 경우 에어컨(삼성전자)에서만 1위 기업의 변동이 있었다. 서비스업에서는 증권(삼성증권), 인터넷쇼핑몰(현대홈쇼핑(Hmall)), 커피전문점(롯데GRS(엔제리너스)), 치킨프랜차이즈(비에이치씨(BHC치킨)), 스키장(하이원리조트) 등에서 치열한 고객만족도 경쟁 끝에 1위 기업의 변동이 나타난 것으로 조사되었다.

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 1위 변동 기업

No	산업군	산업명	2020년 KCSI 1위 기업	2019년 KCSI 1위 기업
1	소비재 (3개)	샴푸	LG생활건강	아모레퍼시픽
2		여성용기초화장품	LG생활건강	아모레퍼시픽
3		아웃도어의류	노스페이스	블랙야크
4	내구재(1개)	에어컨	삼성전자	삼성전자, LG전자
5	서비스(5개)	증권	삼성증권	NH투자증권
6		인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑(Hmall)	SSG닷컴
7		커피전문점	엔제리너스	엔제리너스, 스타벅스
8		치킨프랜차이즈	비에이치씨(BHC치킨)	교촌에프앤비(교촌치킨)
9		스키장	하이원리조트	휘닉스평창

제2부

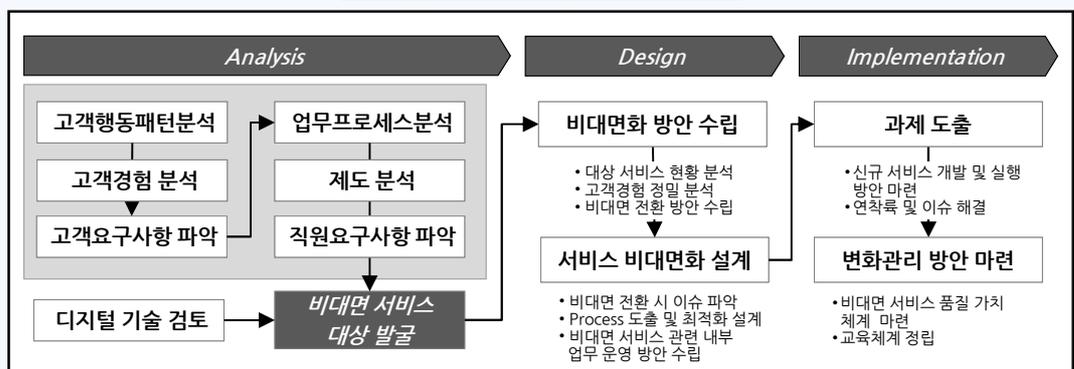
2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI
향상을 위한
제언

언택트 시대에 맞는 새로운 서비스를 준비하라

- 디지털 변혁 시대에의 진행에 따른 챗봇(Chatbot), 가상현실(VR), 증강현실(AR), 5G 등 IT 기술의 발달, 그리고 대면 접촉에 점차 부담을 느끼는 등 개인주의 성향의 확대 등으로 언택트(Untact) 시대가 도래하였고, COVID-19에 의해 그 변화가 가속화 되면서 언택트 시대가 본격화되면서 디지털 기술 활용이 증가하고, 서비스 행태가 대면에서 비대면으로 변화하고 있다.
- 대면서비스의 비대면 전환과 관련된 다양한 국내외 혁신 사례는 금융/통신/리테일/공공 등 다양한 산업에서 광범위하게 적용되고 있다.
 - 스타벅스코리아는 매장 이용 과정의 고객 불편 사항을 고객이 실시간/비대면으로 모바일 시스템에 등록하게 할 수 있게 하여 즉시 처리할 수 있는 체계를 구축함
 - 서울도시가스는 기존 검침일자에 고객이 앱 가이드에 맞춰 계량기를 촬영하면 자동으로 숫자가 입력되고 즉시 전송되어 검침원의 가구 방문을 생략하게 함
 - 서울시는 지하철 역 등에 스마트 도서관을 설치하여 별도 방문이나 예약없이 현장 대출/반납이 가능한 비대면 무인 자동화 서비스를 개발함
- 각 기업이 고객의 불편함을 경감하고 다양한 경험을 제공할 수 있는 서비스 비대면화를 추진하기 위해서는 Customer/Business/Employee 등의 관점을 중심으로 여러 이슈에 대해 고민해야 한다. 고객의 불편을 감소시키고 편리함을 제공하는지, 우리 비즈니스에 부정적인 영향을 미치지 않는지, 그리고 직원과 업무 프로세스, 제도는 어떻게 변해야 하는지에 대한 면밀한 고려를 바탕으로 마케팅/영업/물류/서비스 영역에서 각각의 활동을 전개해야 하는 것이다.
- 이러한 언택트 시대를 맞아 대면 서비스를 점차 비대면으로 전환함과 동시에 끊임없는 고객 만족 수준 향상을 위해서는 고객과 상호작용하는 채널에서 발생하는 고객경험을 상세히 파악하고 채널 별 주요 경험에 대한 진단을 통해 비즈니스 모델/기술/사람과 프로세스 관점에서의 방안을 마련해야 한다. 고객과의 원활한 상호작용을 위해 자사 서비스가 고객에게 도달하는 다양한 채널 및 고객들의 경험을 분석해야 한다. 여기서 개선을 전개할 주요 채널을 Targeting하고, 실태를 진단하고, Customer/Business/Employee 관점에서 비대면 서비스 전략을 도출하여 언택트 시대의 대응력을 강화해야 할 것이다.

비대면 서비스 개발 Framework



제2부

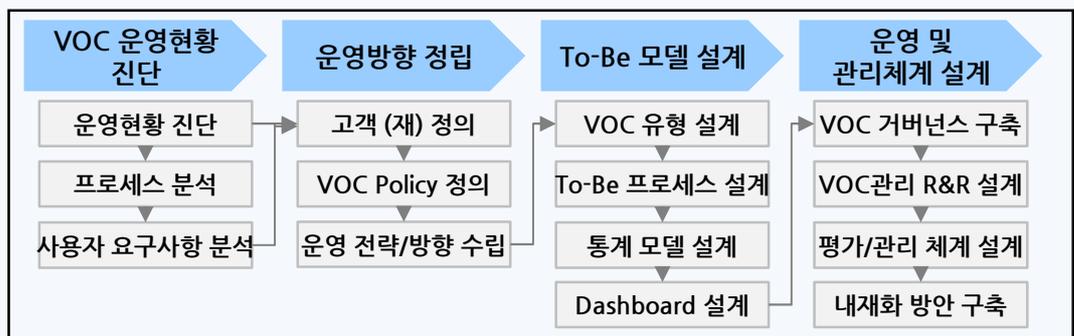
2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI
향상을 위한
제언

새로운 시대의 고객 이해를 위한 VOC기반 관리체계를 구축하라

- ▶ ‘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 VOC 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

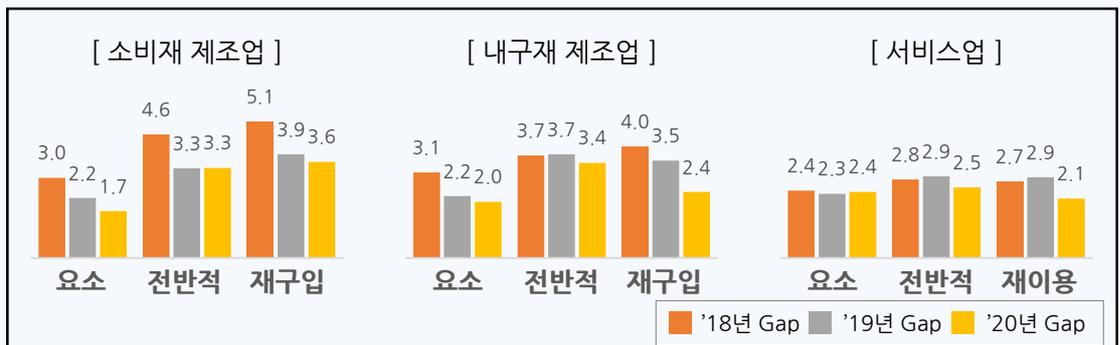
2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI
향상을 위한
제언

고객 로열티(Loyalty)를 높일 수 있는 차별적 요소를 발굴하라

- ▶ 기업에서는 매순간 새로움과 차별화라는 목표를 달성하고자 깊은 고민을 거듭하고 있으며, 최종적으로 고객에게 선택 받기 위한 각고의 노력을 기울이고 있다. 이러한 기업들의 피나는 노력과 고객 니즈의 변화로 시장에서의 치열한 경쟁은 더욱 가속화되고 있으며 이에 대한 보다 많은 비용과 노력들이 수반되고 있는 상황이다. 그러한 의미에서 기업의 제품과 서비스를 꾸준히 그리고 확실하게 구매하게끔 만드는 고객 로열티(Loyalty)의 개념은 기업의 고민과 노력의 해결책으로서 큰 시사점을 제공한다.
- ▶ 고객 로열티(Loyalty)는 다른 기업의 제품이나 서비스를 구입하도록 하는 잠재적인 상황 요인, 혹은 다른 기업의 적극적인 활동에도 불구하고 자사의 제품이나 서비스를 일관되게 재구매하고 반복적으로 구매하고자 하는 고객의 몰입 정도를 말한다. 더 나아가 반복 구매한 고객은 주위 사람들에게까지 그 기업을 적극 추천함으로써, 장기간에 걸쳐 수익과 매출증가 확보 및 신규고객 창출에도 상당한 역할을 한다고 알려져 있다.
- ▶ KCSI 모델을 구성하고 있는 3대 차원 '요소종합만족도, 전반적만족도, 재구입의향'에 대한 조사 결과를 살펴보면(아래), 최근 3년('18-'20년)의 결과에서는 요소, 전반적, 재구입 순으로 갈수록 1위와 非1위 그룹과의 격차가 대체로 커지는 경향을 보였다. 즉, 우수 기업일수록 높은 고객 로열티의 우위를 앞세워 타 기업과 격차를 더 크게 두며 선두 자리를 공고히 했음을 알 수 있다.
- ▶ 그러나 해가 갈수록, 1위와 非1위 그룹 간의 차이가 줄고 있음도 확인할 수 있다. 특히 소비재에서 격차 축소가 뚜렷이 드러나고 있으며, 서비스업은 다른 업종보다 1위와 非1위 그룹간의 격차가 3대 차원에서 가장 적은 상태에서 축소되고 있어, 치열한 서비스 경쟁이 진행되고 있음을 볼 수 있다. 즉, 최근 들어 산업 전반적으로 非1위 그룹의 개선노력이 매우 크게 진행되는 것으로 볼 수 있으며, 1위 기업들도 로열티 등에서 더욱 차별성을 찾아내 경쟁 우위를 나타내야 할 것이다.
- ▶ 이렇게 중요한 고객 로열티를 성공적으로 관리하기 위해서는 제품과 서비스의 기능적(이상적)인 가치보다 제품, 서비스, 직원, 커뮤니케이션 등을 보고 느낀 감성적인 가치 전달에 집중할 필요가 있다. 또한 재구입(재이용)의향은 인지적 요인보다는 행동적 요소가 강하게 작용하기 때문에 고객경험관리(CEM) 관점에서 구매(이용)과정 범위 전반에 대해 살펴보고 실제 어떤 단계에서 개선하고 관리해야 할지 탐색해야 한다. 아울러 고객이 제품이나 서비스를 이용한 후 스스로 평가하는 단계에서 실제로 만족하고 있는지를 철저히 조사하고 이를 반영하는 것이 중요하다.

KCSI 3대 차원별 1위-非1위 그룹 간 격차(GAP) 추이



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

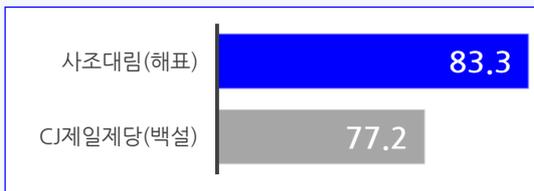
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 식료품(식용 정제유/장류/수산물)

• 식용유

외식산업의 수요가 감소하면서 가정용 식용유 및 개인의 취향에 따른 프리미엄 오일 제품들이 인기를 끌고 있는 가운데, 식용유 산업에서는 사조대림(해표)이 83.3점으로 8년 연속 1위(역대 16회 1위)를 달성했다.

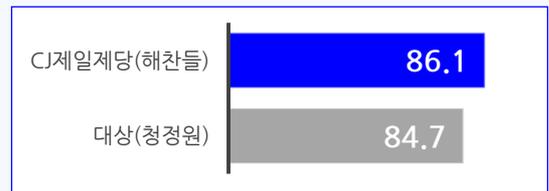
사조대림(해표)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품의 품질, 요리의 맛과 냄새, 풍부한 영양, 조리 효율, 제품 다양성, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 전통장

요리의 특성에 맞춰 개발된 용도형 장류 제품과 기본 전통장을 응용한 요리양념이 주목받고 있는 전통장 산업에서는 CJ제일제당(해찬들)이 86.1점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 자리를 차지했다.

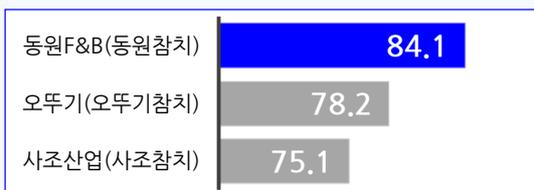
CJ제일제당(해찬들)은 전반적 만족도와 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 맛과 빛깔, 농도, 성분, 구입 용이성, 사용 편리성, 제조회사 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



• 참치캔

참치캔을 재료로 다양한 요리를 간편하게 완성할 수 있다는 강점을 살린 RTC(Ready to Cook) 제품들이 주목받고 있는 참치캔 산업에서는 동원F&B(동원참치)가 84.1점으로 17년 연속 1위(역대 20회 1위)의 영광을 안았다.

동원F&B(동원참치)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 맛과 영양, 적당한 양과 기름기, 제품 다양성, 구입 용이성, 개봉 용이성, 포장 및 제품디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사들보다 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

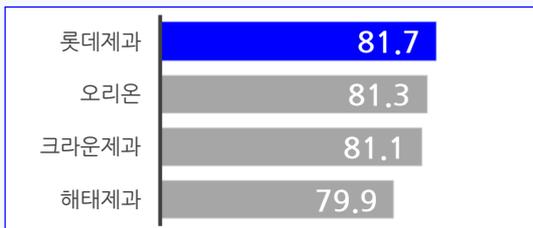
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 식료품(과자 / 빙과류)

• 과자

최근 트렌드로 떠오른 ‘뉴트로’ (New+Retro) 감성을 살려 과거에 유행하던 제품들의 디자인 및 맛을 새롭게 재구성한 상품이 인기를 끌고 있는 과자 산업에서는 롯데제과가 81.7점으로 2년 연속 1위(역대 6회 1위)를 기록했다.

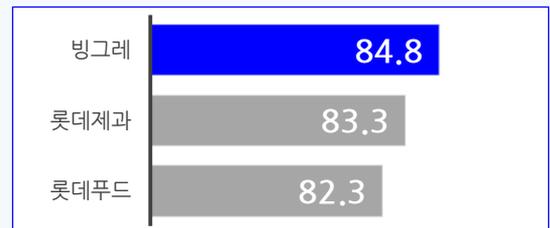
롯데제과는 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 맛의 다양성, 부스러기 방지, 성분, 제품 외관, 품질 대비 가격, 제조 회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족을 보인 것으로 조사되었다.



• 아이스크림

프리미엄 아이스크림의 수요가 늘어남에 따라 과일 등의 원물 함유량을 월등히 높인 제품과 고급 디저트 컨셉의 제품이 인기를 끌고 있는 아이스크림 산업에서는 빙그레가 84.8점으로 14년 연속 1위(역대 15회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

빙그레는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 맛과 맛 종류의 다양성, 당도, 구입 용이성에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

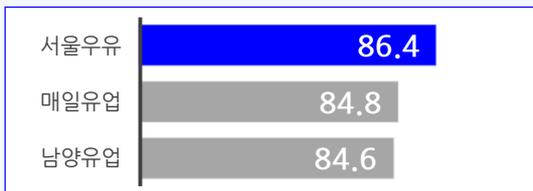
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 식료품(낙농제품)

• 우유

유통기한이 길고 영유아가 섭취하기 쉽게 포장되어 있어 1~2인 가구는 물론이며 3인 이상 가구에게도 팩 형태로 포장된 멸균우유 제품이 인기를 끌고 있는 우유 산업에서는 서울우유가 86.4점으로 13년 연속 1위(역대 15회 1위)를 이어갔다.

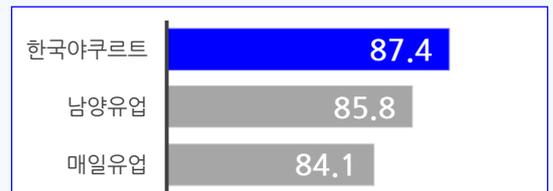
서울우유는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 맛과 냄새, 구입 용이성, 쉬운 개봉, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 유산균발효우유

일상생활 중에 간편하게 섭취하여 건강을 챙길 수 있는 드링크 제품 시장이 가장 큰 폭으로 성장하고 있는 유산균발효우유 산업에서는 한국야쿠르트가 87.4점으로 19년 연속 1위(역대 22회 1위)라는 위업을 달성했다.

한국야쿠르트는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 유통기한의 길이, 배달 시기의 적절성, 제품 다양성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 음료

• 맥주

최근 유행인 ‘혼술’의 영향으로 새로운 제품에 관심을 보이는 소비자의 기호에 맞춰 수제 맥주 및 다양한 원료를 첨가한 이색 제품이 출시되는 가운데, 맥주 시장에서는 하이트진로가 87.2점으로 2년 연속 1위(역대 13회 1위)를 기록했다.

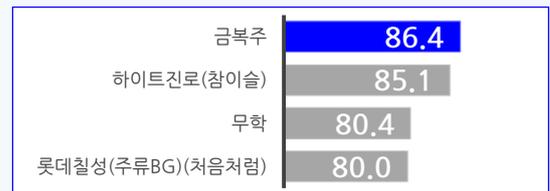
하이트진로는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 향과 깨끗한 뒷맛, 맥주의 톡 쏘는 맛과 상쾌함, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 소주

밀레니얼 세대의 부드럽고 순한 술을 선호하는 음주 문화에 따라 도수가 17보다 낮은 제품이 출시되는 가운데, 소주 산업에서는 금복주가 86.4점으로 4년 연속 1위(역대 12회 1위)의 자리를 지켰다.

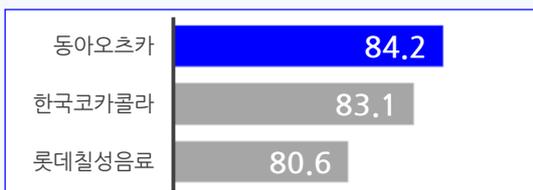
금복주는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소 만족도는 첫 맛과 깨끗한 뒷 맛, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 음료

설탕을 적게 섭취하고 건강한 식습관을 유지하려는 소비자들이 증가함에 따라 주스 등의 음료보다 생수와 차, 탄산수 등이 인기를 끌고 있는 음료 산업에서는 동아오츠카가 84.2점으로 6년 연속 1위(역대 15회 1위)의 자리를 차지했다.

동아오츠카는 재구매의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 맛과 적당한 당도, 제품 다양성, 품질 대비 가격에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 담배 및 홍삼가공식품

• 담배

얇고 가는 모양과 부드럽고 순한 맛, 다양한 향을 선호하는 소비자들의 수요에 따라 저타르 및 가향 멘솔 제품이 인기를 끌고 있는 담배 산업에서는 한국필립모리스(말보로)가 78.7점으로 13년 연속 1위(역대 14회 1위)의 영광을 안았다.

한국필립모리스(말보로)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 맛과 뒷맛, 제품 불량률, 필터 품질, 담배 개비의 외관과 외갑의 포장 및 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 홍삼가공식품

섭취가 간편하며 선물하기 편리한 스틱 제품이 젊은 층에게 인기를 끌고 있는 홍삼가공식품 산업에서는 한국인삼공사(정관장)가 88.5점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)의 자리를 고수했다.

한국인삼공사(정관장)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 함유량 및 성분, 제품 디자인, 제품 다양성, 건강 개선, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 궤련형 전자담배

냄새가 덜 난다는 장점과 함께 편의성과 휴대성을 높인 제품들이 인기를 끌며 다양한 맛으로 소비자의 주목을 받고 있는 궤련형 전자담배 산업에서는 KT&G(릴)가 76.0점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 자리를 차지했다.

KT&G(릴)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 맛과 향, 필터 품질, 구입 용이성, 기기 내구도 및 디자인의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

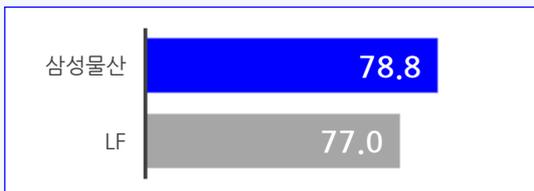
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

• 남성정장

활용도가 높아 일반 정장처럼 한 벌로 착용해서 입을 수 있고, 재킷과 바지를 따로 조합해 코디할 수도 있는 저가 '셋업 수트(set-up suit)'가 주목받는 남성정장 산업에서는 삼성물산이 78.8점으로 16년 연속 1위(역대 20회 1위)의 자리를 차지했다.

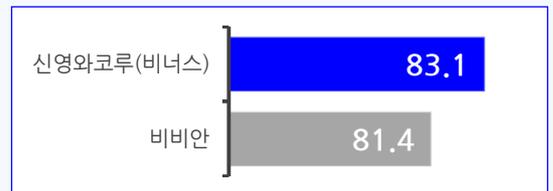
삼성물산은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 내구도, 바느질 상태, A/S, 대리점 환경 및 직원응대태도, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 여성내의

타인의 시선보다 자기 자신의 몸을 먼저 아끼자는 '바디 포지티브' 운동의 영향으로 외적인 요소보다 편안함에 초점을 맞춘 제품이 인기를 끌고 있는 여성내의 산업에서는 신영와코루(비너스)가 83.1점으로 21년 연속 1위(역대 21회 1위)를 계속 이어갔다.

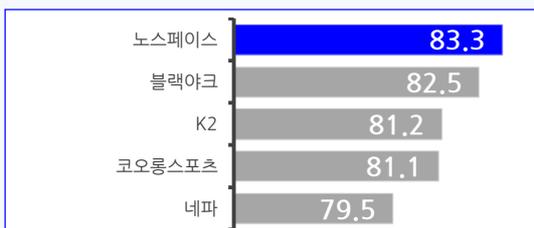
신영와코루(비너스)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소재, 바느질 상태, 착용감, 세탁 후 형태 유지, 제품 디자인 및 착용시 실루엣, 대리점 환경 및 직원응대태도, 제조회사 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



• 아웃도어의류

사람들과의 접촉을 피하면서도 야외활동을 즐길 수 있는 '언택트 캠핑'이 인기를 끌며 다양한 아웃도어제품의 판매가 증가한 아웃도어의류 산업에서는 노스페이스가 83.3점으로 지난해 1위 블랙야크(82.5)를 제치고 올해 1위(역대 2회 1위)의 자리를 탈환했다.

노스페이스는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 색상, 착용감 및 활동 편의성, A/S, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

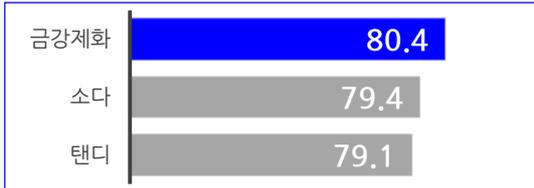
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 가죽, 가방 및 신발

• 정장구두

비즈니스 캐주얼 및 콤포트 캐주얼, 세미 드레스 등의 편안함과 범용성 높은 디자인을 강점으로 내세우는 제품이 각광받는 가운데, 정장구두 산업에서는 금강제화가 80.4점으로 19년 연속 1위(역대 24회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

금강제화는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 수명, 교환 및 반품 용이성, 수선 서비스, 대리점 환경, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 캐주얼화

90년대 전후로 유행했던 디자인이 젊은 세대에겐 '뉴트로' 열풍으로 새롭게 주목받으며 '어글리 슈즈'가 인기를 끄는 캐주얼화 산업에서는 금강제화(랜드로바)가 78.8점으로 18년 연속 1위(역대 18회 1위)의 자리를 지켰다.

금강제화(랜드로바)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 긴 수명, 교환 및 반품 용이성, 착용감, 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.

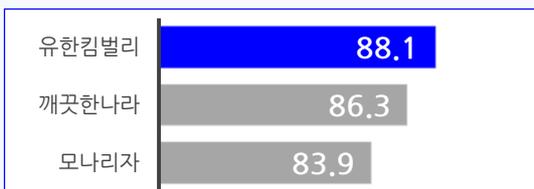


➢ 펄프, 종이 및 종이제품

• 화장지

사회적 거리두기 장기화에 따라 생필품인 화장지의 사용량 증가와 교체의 번거로움을 꺼리는 소비자 니즈에 맞춰 대용량 제품이 인기를 끄는 화장지 산업에서는 유한킴벌리가 88.1점으로 15년 연속 1위(역대 19회 1위)라는 위업을 달성했다.

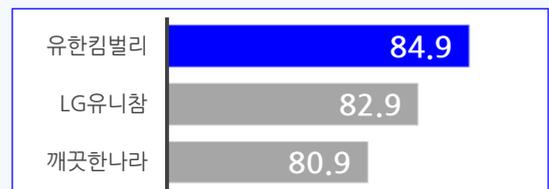
유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 재질, 닦임성, 포장 디자인, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 고객들로부터 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 생리대

일부 생리대 제품에서 검출된 유해물질이 건강에 미칠 영향에 대한 우려로 인해 유기농 원료를 사용한 제품에 대한 수요가 커지는 가운데, 생리대 산업에서는 유한킴벌리가 84.9점으로 11년 연속 1위(역대 12회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 착용감과 냄새 흡수력, 접착력, 적당한 두께, 제품 개봉의 편리성 및 디자인, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등의 항목에서 소비자들로부터 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

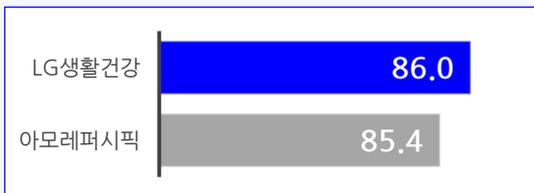
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 화학물질 및 화학제품(화장품 및 기타 세제), 유리 및 유리제품

• 여성용기초화장품

높은 기온과 코로나19로 인한 마스크 착용 일상화로 기초관리에 대한 관심이 증가하면서 쿨링 제품이 인기를 끌고 있는 여성용기초화장품 산업에서는 LG생활건강이 86.0점으로 지난해 1위 아모레퍼시픽(85.4)을 제치고 1위(역대 4회 1위)의 자리를 차지했다.

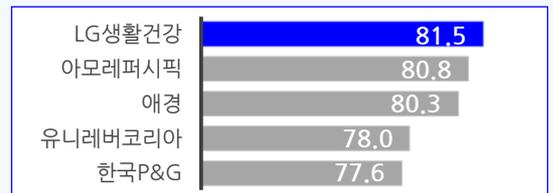
LG생활건강은 전반적 만족도에서 경쟁자 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 보습성, 탄력성 증가, 농도 및 기능, 구입 용이성, 제품 디자인, 제조회사 신뢰도의 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 샴푸

제품 구매 결정 과정에서 기능성을 중시하는 '코어 소비'가 트렌드로 자리매김하며 근본적인 모발 관리를 위한 기능성 제품의 대표주자인 '탈모 증상 완화' 제품이 각광받고 있는 샴푸 산업에서는 LG생활건강이 81.5점으로 지난해 1위 아모레퍼시픽(80.8)에게서 1위(역대 3회 1위)의 자리를 탈환했다.

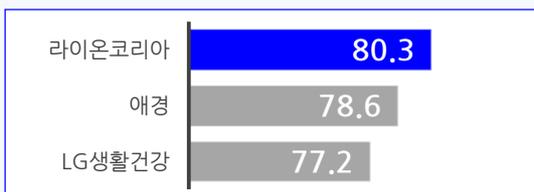
LG생활건강은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 제품 다양성, 구입 용이성의 세부 요소에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 세탁세제

계속되는 장마 속 사회적 거리두기가 장기화 되면서 많은 양의 빨래를 세탁 후 실내에서 건조하더라도 악취가 나지 않도록 개발한 제품이 주목받고 있는 세탁세제 산업에서는 라이온코리아가 80.3점으로 24년 연속 1위(역대 25회 1위)를 달성했다.

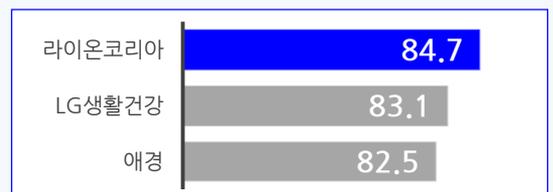
라이온코리아는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 찬물 이용시 세척력, 구입 용이성, 분말형 제품의 사용 편리성, 품질 대비 가격의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 주방세제

코로나19 사태의 장기화로 인해 '집밥' 식사가 잦아지면서 함께 늘어난 설거지 양으로 인해 뛰어난 세정력과 식기세척기 사용 가능 등의 기능성 제품이 주목받는 주방세제 산업에서는 라이온코리아가 84.7점으로 15년 연속 1위(역대 21회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

라이온코리아는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 보였으며, 요소만족도에서는 거품의 양, 세정력, 잔향 없음, 구입 편의성의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

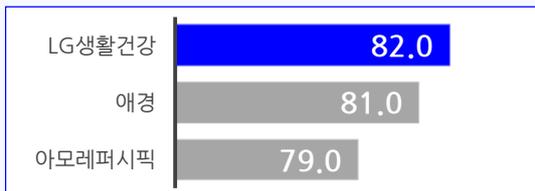
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 화학물질 및 화학제품(치약 및 기타 세제)

• 치약

2030세대 중 자신을 위한 소비를 중시하는 '포미족'을 중심으로 스스로 건강을 챙기는 '셀프 케어' 트렌드가 확산되며 프리미엄 제품이 인기를 끌고 있는 치약 산업에서는 LG생활건강이 82.0점으로 3년 연속 1위(역대 10회 1위)의 영광을 안았다.

LG생활건강은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도에서는 사용 후 개운함, 향, 충치 예방 및 미백효과, 구입 편의성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 고객에게 높은 평가 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

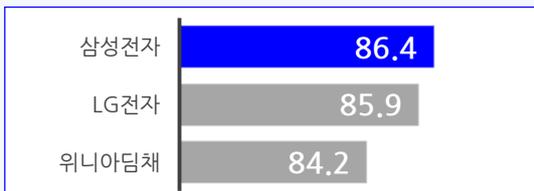
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 전기장비(주방용 전기기기)

• 김치냉장고

식생활의 변화로 김치 이외에도 다양한 식재료 보관을 위해 김치냉장고를 찾는 소비자들이 증가함에 따라 대용량 스탠드형 제품이 인기를 끌고 있는 김치냉장고 산업에서는 삼성전자가 86.4점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위) 자리를 고수했다.

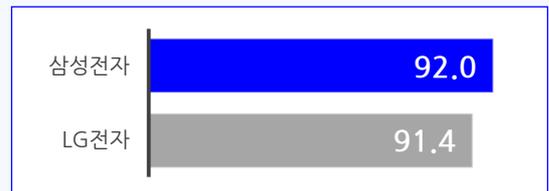
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 냄새가 잘 배지 않음, A/S, 대리점 및 설치기사 응대태도, 수납 및 기능 조절 편리성, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 냉장고

최근 화두인 '프리미엄' (프리미엄+프리미엄) 트렌드에 맞춰 일상생활에 편리함을 제공하는 기능 및 큰 용량과 세련된 디자인을 모두 갖춘 제품이 각광받는 냉장고 산업에서는 삼성전자가 92.0점으로 11년 연속 1위(역대 16회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

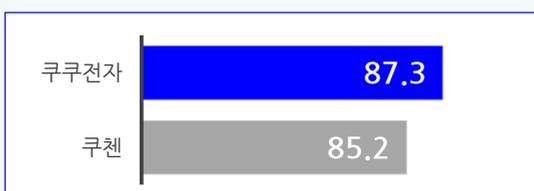
삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 내부 내구성, 용량 대비 전력 소모량, A/S, 대리점 및 설치기사 응대태도, 수납공간, 제품 디자인, 가격 적절성, 제조회사 신뢰도의 세부 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 전기밥솥

1인 가구의 증가에 따라 작은 크기와 다양한 기능, 빠른 취사 속도를 내세운 미니 밥솥 제품이 각광받는 전기밥솥 산업에서는 쿠쿠전자가 87.3점으로 20년 연속 1위(역대 20회 1위)의 영광을 안았다.

쿠쿠전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 밥 맛, 보온 우수성, 내구도, 제품 디자인, A/S, 세척 편리성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



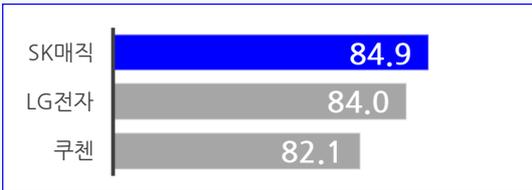
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 전기장비(주방용 전기기기)

• 전기레인지

편리하다면 기꺼이 비용을 더 지불할 의향이 있는 '편리미엄' 추구 소비자층이 증가함에 따라 뛰어난 가열성능으로 조리 시간을 단축시키는 제품이 주목받는 전기레인지 산업에서는 SK매직이 84.9점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위) 선정되었다.

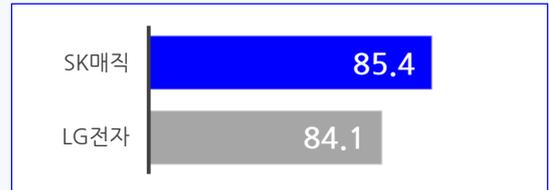
SK매직은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 출력(화력), 견고함, 내구도, 안전성, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 식기세척기

맛벌이 부부와 편리함을 추구하는 밀레니얼 세대가 소비시장의 주축으로 자리잡으며 세척력 강화를 위한 스팀 기능을 갖추고 크기가 큰 주방도구도 세척이 가능한 대용량 제품이 각광받는 식기세척기 산업에서는 SK매직이 85.4점으로 조사 첫해 1위를 기록했다.

SK매직은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 세척력, 건조력, 대리점 직원응대태도, 배달/설치 서비스, 조작 편리성, 품질 대비 가격, 렌탈 조건의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보였다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

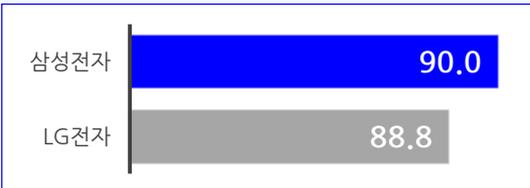
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

• 세탁기

대용량 제품에 AI(인공지능)기술을 접목해 보다 효율적인 세탁을 가능하게 하는 제품이 주목받고 있는 세탁기 시장에서는 삼성전자가 90.0점으로 11년 연속 1위(역대 18회 1위)의 자리를 지켰다.

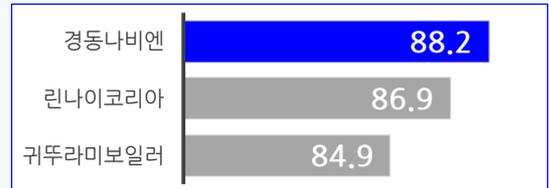
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 세탁력, 행균, 저소음, 세탁 후 영킴 및 이물질 없음, 탈수력, 내구도, A/S, 대리점 직원응대태도, 제품 디자인, 조작 편리성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 기록하였다.



• 보일러

대기관리권역법의 시행에 따라 에너지 효율이 높고 질소산화물 배출량이 적은 '친환경 보일러' 제품이 각광받고 있는 보일러 산업에서는 경동나비엔이 88.2점으로 7년 연속 1위(역대 8회 1위)라는 위업을 달성했다.

경동나비엔은 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 난방효과, 연료 효율, 온수 공급, 저소음, 내구도, A/S, 실내온도조절기 작동 편리성, 안전성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

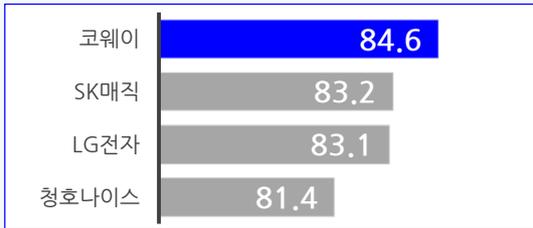
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 기타 기계 및 장비

• 정수기

1인가구가 증가함에 따라 좁은 공간에도 설치가 가능하며 기본적인 기능에 충실한 미니 정수기 제품이 인기를 끌고 있는 정수기 산업에서는 코웨이(84.6점)가 4년 연속 1위(역대 17회 1위)를 달성했다.

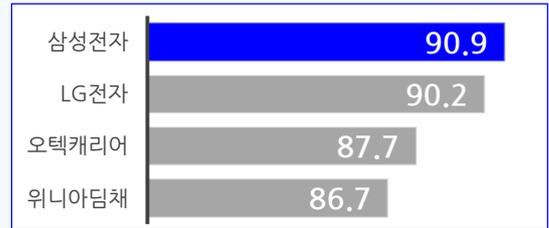
코웨이는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 물의 맛, 내구도, 유지비, 배달/설치서비스, 대리점 직원응대태도, A/S, 유지관리 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 에어컨

1인 가구의 증가 및 전·월세의 보편화로 인해 저렴하고 실용적인 창문형 에어컨이 다시 인기를 끌고 있는 에어컨 산업에서는 삼성전자가 90.9점으로 8년 연속 1위(역대 9회 1위)의 영광을 안았다.

삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다. 요소 만족도는 내구도, 견고성, 저소음, 공기청정기능, 소비전력, A/S, 대리점 직원응대태도, 사용 편리성, 유지관리 용이성, 기능 다양성, 제품 디자인 및 색상, 품질 대비 가격 등 거의 모든 세부 항목에서 높은 평가를 받았다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

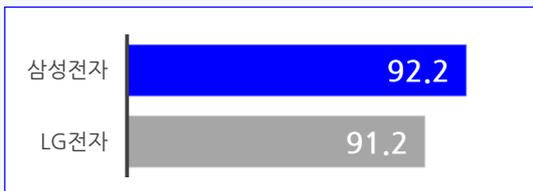
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 의료, 광학기기

• TV

집에서 많은 시간을 보내는 '집콕' 소비자의 증가와 온라인 동영상(OTT) 산업의 확대에 따라 대형 제품이 인기를 끌고 있는 TV 산업에서는 삼성전자가 92.2점으로 23년 연속 1위(역대 23회 1위)의 영광을 안았다.

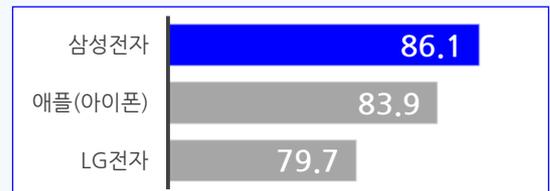
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도에서는 화질과 음질, A/S, 대리점 직원응대태도, 배달/설치 서비스, 리모컨 조작 편리성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 휴대폰(스마트폰)

디스플레이를 접는 폴더블폰과 힌지로 연결하는 듀얼 스크린 폼팩터가 초프리미엄 스마트폰 시장을 이끌고 있는 휴대폰 산업에서는 삼성전자가 86.1점으로 23년 연속 1위(역대 24회 1위)의 자리에 올랐다.

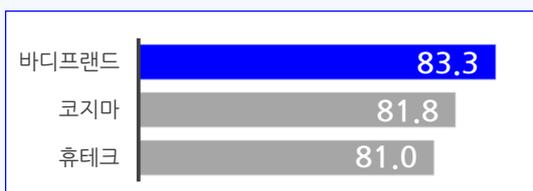
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화품질, 화면 선명도, 음질, 처리속도, 멀티미디어 재생 및 화면구성 변경 편리성, 배터리 수명, 제품 디자인, 내구도, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 헬스케어(안마의자)

스스로를 위해 투자하는 가치소비 트렌드로 자리잡으면서 다양한 목적별로 다른 마사지가 가능한 고성능 프리미엄 제품군이 각광받는 헬스케어(안마의자) 산업에서는 바디프랜드가 83.3점으로 조사 첫해 1위를 기록했다.

바디프랜드는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 안마 성능, 건강 개선, 대리점 환경 및 직원응대태도, 배달/설치 서비스, A/S, 안전성, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

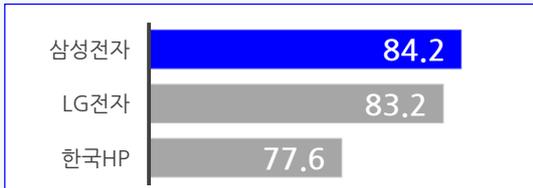
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 컴퓨터 및 사무기기

• PC

꾸준히 증가하는 게임 인구 뿐만 아니라 동영상 편집, 고성능 그래픽 작업 등 고사양 PC가 필요한 소비자 역시 게이밍PC 제품군을 선호하는 현상이 뚜렷해진 PC 산업에서는 삼성전자가 84.2점으로 19년 연속 1위(역대 23회 1위)를 기록했다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음과 발열, 처리속도, A/S, 대리점 직원응대태도, 무선 네트워크 성능, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 가정용복합기(프린터)

재택근무 및 온라인 수업 진행이 장기화되며 낮은 전력소모량과 저렴한 유지비용이 강점인 탱크타입 잉크젯이 주목받는 가정용복합기(프린터) 산업에서는 캐논코리아비즈니스솔루션이 80.9점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 달성했다.

캐논코리아비즈니스솔루션은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 출력 속도, 선명도, 스캔 성능, A/S, 소모품 구입 용이성, 대리점 직원응대태도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 사무용복합기(복사기)

업무의 효율성을 높이는 요소인 빠른 출력 속도, 조작의 편의성, 적은 잔고장 및 우수한 A/S를 갖추며 유지비용이 낮은 제품이 꾸준히 인기를 끄는 사무용복합기(복사기) 산업에서는 한국후지제록스가 79.8점으로 20년 연속 1위(역대 20회 1위)의 영광을 안았다.

한국후지제록스는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 출력 속도, 출력물 선명도, 스캔 성능, 예열 시간, 내구도, A/S, 직원응대태도, 기능조작 편리성, 소모품 교체 용이성, 부가기능 다양성, 제조회사 신뢰도 등 다수 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약



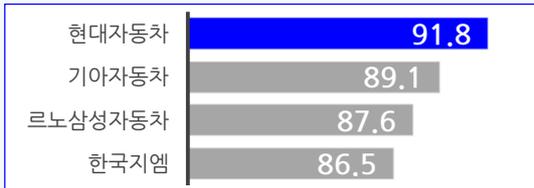
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 자동차

• 일반승용차

기존에 판매되던 제품 중 부분변경 및 완전 변경을 통해 새롭게 성능과 디자인 측면의 경쟁력을 갖춘 세단 차종이 인기를 끌고 있는 일반승용차 산업에서는 현대자동차가 91.8점으로 27년 연속 1위(역대 27회 1위)를 이어갔다.

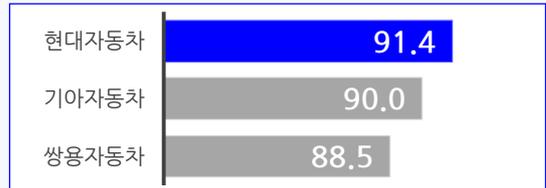
현대자동차는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도에서는 낮은 소음, 승차감, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 연비, 내구도, 내/외부 끝마무리, 배기량 대비 연비, 구입조건, 신차 인도 상태, 직원응대태도, 디자인, 정비 비용 적절성, 가격 대비 옵션 다양성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• RV승용차

휴가철 국내여행을 위해 '차박' (차 안 숙식) 이 가능하고, 장거리도 넓은 실내공간으로 인해 비교적 편안하게 이동할 수 있는 대형 SUV 가 인기를 끌고 있는 RV승용차 산업에서는 현대자동차가 91.4점으로 17년 연속 1위(역대 17회 1위)를 달성했다.

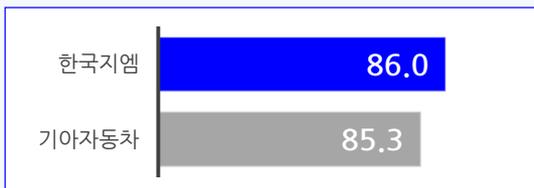
현대자동차는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 저소음, 승차감, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 내구도, 내/외부 끝마무리, 배기량 대비 연비, 신차 인도 상태, 디자인, 정비 비용 적절성, 가격 대비 옵션 다양성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 경형승용차

가격이 저렴하고 경제적이라는 이미지를 탈피하고 '프리미엄 경차'로서 다양한 편의품목을 갖추고 첨단 기술을 도입해 안전 문제 역시 해결하며 합리적 선택이자 맞춤형 소비로 부상하고자 하는 시도가 돋보이는 경형승용차 산업에서는 한국지엠이 86.0점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 기록했다.

한국지엠은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 승차감(안락감), 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 내/외부 끝마무리, 배기량 대비 연비, 구입조건, 직원응대태도, 디자인, 정비 품질 및 비용 적절성, 가격 대비 옵션 다양성, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

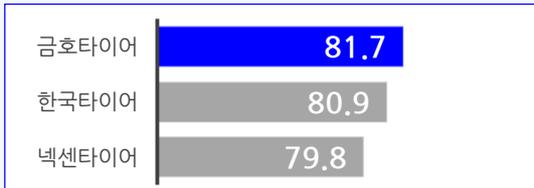
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 자동차 타이어 및 내장품

• 승용차타이어

소비자의 안전과 편의성을 고려하며 첨단 기술력과 디자인을 융합한 기능성 타이어 제품을 출시하고 렌탈 및 비대면 구매 서비스를 통해 접근성을 높인 시도가 주목받는 승용차타이어 산업에서는 금호타이어가 81.7점으로 16년 연속 1위(역대 17회 1위)의 자리에 올랐다.

금호타이어는 재구입의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도에서는 제동성능, 코너링 미끄러짐 방지, 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 블랙박스

사물인터넷(IoT), 빅데이터 등의 IT기술을 접목하여 자동차와 떨어져 있거나 주차 시간이 길어지더라도 사고관리를 할 수 있도록 운전자에게 실시간으로 주차 중인 차량의 상태를 전송하는 '커넥티드 서비스'를 탑재한 제품이 각광받는 블랙박스 산업에서는 톱크웨어(아이나비)가 82.9점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 이어갔다.

톱크웨어(아이나비)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 화질, 내구도, 조작 편리성, 부가기능 다양성, 제품 디자인, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약



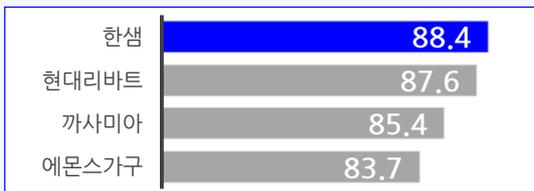
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 가구, 기타 제품

• **가정용가구**

집에서 휴가를 보내는 '홈캉스'가 유행함에 따라 휴식을 즐기기 위한 침대 등의 제품과 휴가철에 집에서도 간단하게 조립할 수 있는 DIY 가구가 주목받는 가정용가구 산업에서는 한샘이 88.4점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위)의 영광을 안았다.

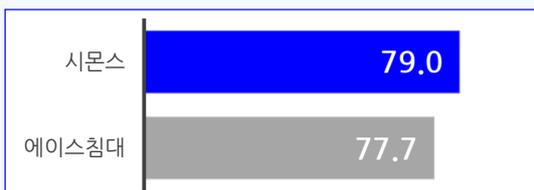
한샘은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 견고성, 제품 다양성, 설계의 편리성, 대리점 직원응대태도, 품질 대비 가격, 제조회사의 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• **침대**

대부분의 시간을 집에서 보내는 '집콕' 소비자가 늘어나며 휴식의 질과 직결된 침대 구매에서 사이즈가 큰 제품을 선호하는 경향이 뚜렷해진 침대 산업에서는 시몬스가 79.0점으로 12년 연속 1위(역대 13회 1위)의 자리를 지켰다.

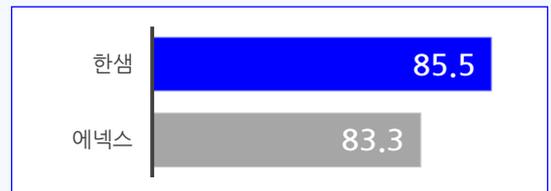
시몬스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 스프링 내구도, 건강 기능성, 대리점 환경 및 직원응대태도, 배달/설치 서비스, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• **부엌가구**

소비자들이 집에 머무는 시간이 늘어남에 따라 자신의 라이프스타일에 맞춰 생활에 필요한 최소한의 제품만을 구매하여 주거 환경의 질을 높이기 위한 '미니멀리즘' 인테리어 트렌드가 확산되고 있는 부엌가구 산업에서는 한샘이 85.5점으로 4년 연속 1위(역대 12회 1위)를 이어갔다.

한샘은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 재질, 견고성, 설계의 편리성, 색상, 대리점 직원응대태도, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



• **가정용건축자재**

건강과 환경을 고려하는 소비 패턴 변화에 발맞춰 화학성분과 독성이 검출되지 않거나 천연 소재를 원자재로 사용한 다양한 친환경 제품이 주목받는 가정용 건축자재 산업에서는 KCC가 86.2점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 자리를 지켰다.

KCC는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 견고성의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

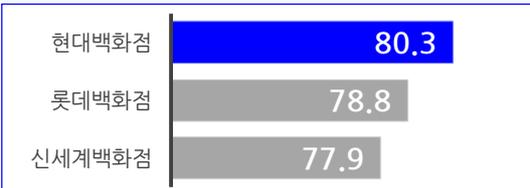
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 소매업(대형 종합 소매업)

• 백화점

가전, 가구, 생활용품, 인테리어 용품을 포괄하는 리빙 부문과 새로운 고객층인 남성 럭셔리 부문에 가격대가 높고 품질이 뛰어난 '프리미엄'을 강화하는 경향이 두드러지는 백화점 산업에서는 현대백화점이 80.3점으로 3년 연속 1위(역대 12회 1위)자리를 고수했다.

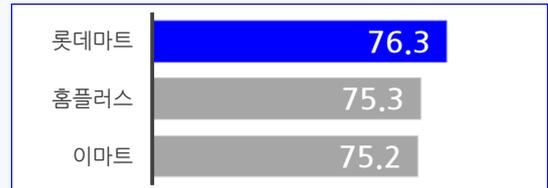
현대백화점은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 구색, 직원응대태도, 매장시설/환경, 고객 편의시설, 기업 신뢰도에서 좋은 평가를 받았다.



• 대형마트

온라인 쇼핑 플랫폼과 경쟁하며 오프라인에서만 가능한 '체험형 매장' 확대를 통해 경험을 중시하는 2030대 소비자들의 긍정적인 방문 비중을 높이려는 시도가 돋보이는 대형마트 산업에서는 롯데마트가 76.3점으로 4년 연속 1위(역대 8회 1위)의 자리를 차지했다.

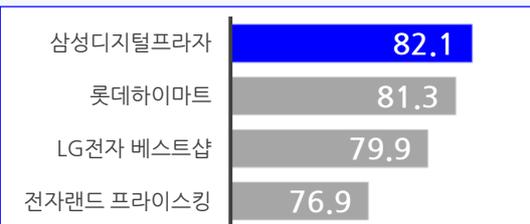
롯데마트는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 쇼핑 관련 정보 제공, 상품 교환 및 반품 용이성, 매장시설/환경, 고객 편의시설, 이벤트 및 사은행사, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 전자제품전문점

가격대와 기능이 다양한 디지털, IT가전을 소비자가 구매 전에 직접 이용해볼 수 있는 공간과 잠시 휴식할 수 있는 공간을 모두 확보한 체험형 매장이 각광받는 전자제품전문점 산업에서는 삼성디지털프라자가 82.1점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위)의 자리를 차지했다.

삼성디지털프라자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 직원 응대태도 및 상품 설명, 쇼핑 관련 정보 제공, 고객 편의시설, 제품 체험 편리성, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



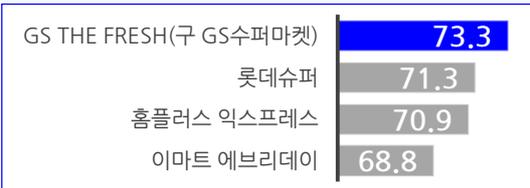
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

• 대형슈퍼마켓

연택트 소비가 확산되면서 비대면 애플리케이션 구매 편의성 및 배송 체계를 강화하고, 트렌드를 반영한 신선식품을 내세워 소비자의 이목을 끄는 대형슈퍼마켓 산업에서는 GS THE FRESH(구 GS수퍼마켓)가 73.3점으로 5년 연속 1위(역대 9회 1위)의 자리를 차지했다.

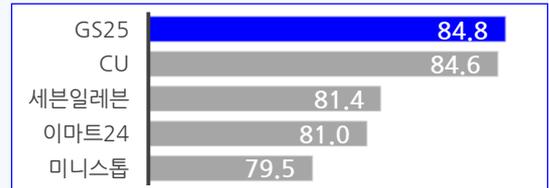
GS THE FRESH는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다. 요소만족도는 상품의 질, 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 할인 및 적립 혜택, 이벤트 및 사은행사, 기업 신뢰도의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



• 편의점

고객의 소비 패턴이 효율성, 실용성, 가격 등의 요인뿐만 아니라 즐거움과 재미를 주는 제품을 더욱 선호하는 방향으로 변화하면서 '편슈머'(Fun + Consumer)를 타겟으로 재미와 즐거움을 앞세운 제품을 내놓아 화제가 되고 있는 편의점 산업에서는 GS25가 84.8점으로 18년 연속 1위(역대 21회 1위)를 달성했다.

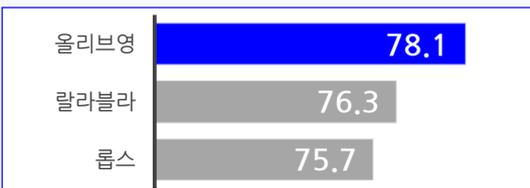
GS25는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 매장 시설/환경, 생활 관련 서비스의 다양성, 고객 편의시설, 할인 및 적립 혜택, 상품 품질 대비 가격의 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 헬스&뷰티스토어

다양한 SNS 채널을 통한 체험 마케팅으로 가성비 높은 상품들이 인기를 끄는 트렌드에 발맞춰 고객체험을 돕는 다양한 설비를 확대하고 시장에 맞춘 PB제품과 단독 브랜드를 확대하는 변화가 돋보이는 헬스&뷰티스토어 산업에서는 올리브영이 78.1점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 이어갔다.

올리브영은 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다. 요소만족도는 상품 다양성, 쇼핑 관련 정보 제공, 상품 교환 및 반품 용이성, 매장시설/환경, 이벤트 및 사은행사, 상품 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

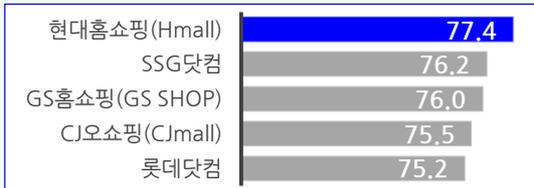
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰

사회적 거리두기가 장기화되면서 편리한 비대면 구매와 저렴한 가격, 빠른 배송 시스템을 강점으로 내세워 의류, 식품, 생필품 등 주요 품목의 판매량이 약진한 인터넷쇼핑몰 산업에서는 현대홈쇼핑(Hmall)이 77.4점으로 지난해 1위 SSG닷컴(76.2)를 제치고 1위(역대 2회 1위)를 기록했다.

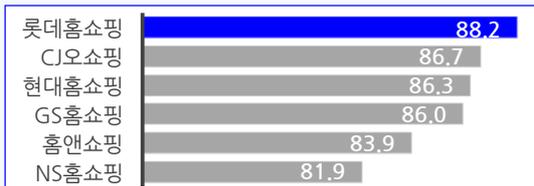
현대홈쇼핑(Hmall)은 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였으며, 그 중 배송 상품 정확성, 상품 소개 정확성, 주문/결제/배송 조회 편리성, 반품 및 교환 용이성, 이벤트 및 사은행사, 할인 및 적립혜택, 상품 품질 대비 가격 적절성, 보안성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 나타났다.



• TV홈쇼핑

비대면 구매의 대중화에 맞춰 SNS 및 모바일 실시간 온라인 방송으로 제품을 소개하고 판매하는 '라이브 커머스'를 도입하며 젊은 소비자들에게 각광받고 있는 TV홈쇼핑 산업에서는 롯데홈쇼핑이 88.2점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 달성했다.

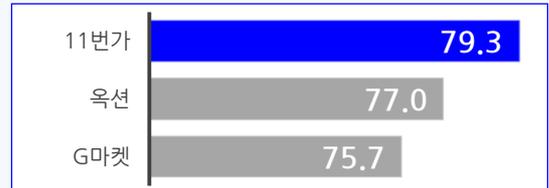
롯데홈쇼핑은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 품질, 상품 소개 정확성, 주문/접수/결제/배송 처리과정, 배송 신속성, 배송 포장상태, 배송상품 정확성, 반품/교환 용이성, 콜센터 서비스, 이벤트 및 사은행사, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 오픈마켓

코로나19의 확산으로 인해 소비자들의 구매 패턴이 건강·면역용품(Health Care), 대용량 제품(Oversize), 집콕제품(Life at home) 등 홀로(H.O.L.O) 트렌드를 따르면서 인기가 높아지고 있는 오픈마켓 산업에서는 11번가가 79.3점으로 12년 연속 1위(역대 12회 1위)를 기록했다.

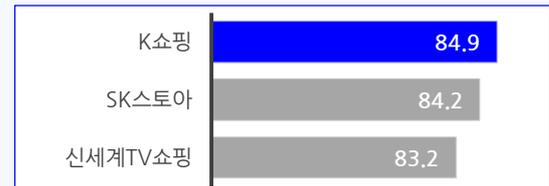
11번가는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성, 상품 정보제공, 주문 편리성, 주문/결제/배송 조회 편리성, 반품/교환 용이성, 고객응대, 이벤트 및 사은행사, 보안, 검색 편리성, 할인/적립혜택, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• T커머스

스마트TV 보급률이 증가하고 TV리모컨 및 모바일 애플리케이션과의 연동이 활성화되는 기술의 발전에 힘입어 주요 고객층인 40~50대 뿐만 아니라 젊은 연령대에게도 새롭게 주목받는 T커머스 산업에서는 K쇼핑이 84.9점으로 조사 첫해 1위 자리에 올랐다.

K쇼핑은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 만족도를 보였으며, 요소만족도는 상품 다양성, 상품 소개 정확성, 배송 신속성, 콜센터 서비스, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

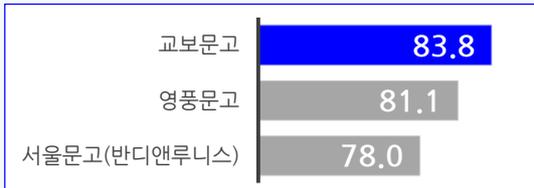
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 소매업(서적류, 기타 소매업)

• 대형서점

맞춤형 서비스를 원하는 최근의 도서 소비자 트렌드에 따라 주요 소비자를 대상으로 한 도서 큐레이션을 통해 차별화 전략 및 고객의 독서 패턴에 맞는 도서 추천으로 주목받고 있는 대형서점 산업에서는 교보문고가 83.8점으로 24년 연속 1위(역대 24회 1위)를 달성했다.

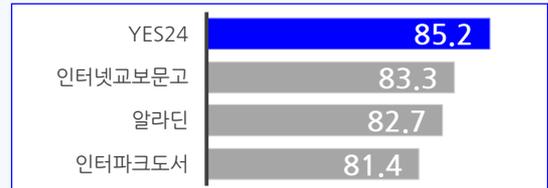
교보문고는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대 태도, 매장 시설/환경, 고객 편의시설, 도서 열람 편의성, 도서 검색 편리성, 방문 편의성, 서적 다양성, 매장 내부안내, 할인/적립혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 요소에서 고객으로부터 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 인터넷서점

코로나19의 영향으로 온라인 서점의 구매가 크게 증가한 가운데, 특히 개교 연기 등으로 학습, 아동, 가정생활 분야의 도서 판매가 증가한 인터넷서점 산업에서는 YES24가 85.2점으로 12년 연속 1위(역대 12회 1위)의 자리를 차지했다.

YES24는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 주문 편리성, 배송 신속성, 주문/결제/배송 조회 편리성, 배송서적 상태, 반품 및 교환 용이성, 사이트 화면구성, 이벤트/할인행사, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 주유소

휘발유와 경유, LPG, 전기, 수소 등 다양한 연료 공급이 가능한 복합주유소로 탈바꿈하는 변화의 움직임이 관찰되며 공유차량, 공유자전거 등의 모빌리티 거점으로 부상하고 있는 주유소 산업에서는 SK에너지(SK주유소)가 79.8점으로 10년 연속 1위(역대 21회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

SK에너지(SK주유소)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 유류 품질, 주유원 응대, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

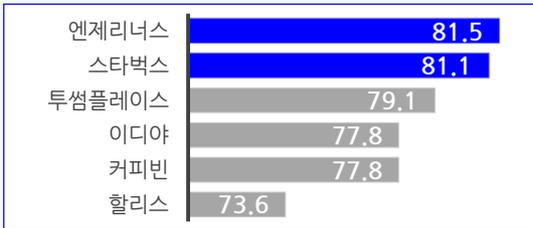
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 커피전문점

커피에 대한 지식이 충분하며 높은 금액을 지불할 의향이 있는 고객이 증가함에 따라 커피의 맛뿐만 아니라 스토리가 담긴 스페셜티 커피 판매 및 고객의 취향에 맞춘 메뉴 추천 등의接客 서비스를 갖춘 프리미엄 커피전문점이 각광받는 커피전문점 산업에서는 엔제리너스가 81.5점으로 11년 연속 1위(역대 11회 1위)의 자리를 지켰다.

엔제리너스는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 커피 향, 메뉴 다양성, 직원 응대, 할인 및 적립 혜택, 매장 시설 및 환경, 기업 신뢰도에서 높은 점수를 받았다.



• 제과/제빵점

소비자가 구독료를 지불하고 상품이나 서비스를 일정 기간 제공받는 '구독경제'가 대세로 자리잡으며 커피, 샌드위치 등의 구독모델이 주목받고 있는 제과/제빵점 산업에서는 파리크라상(파리바게뜨)이 80.8점으로 10년 연속 1위(역대 12회 1위)의 자리에 올랐다.

파리크라상(파리바게뜨)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 신선함, 제품 다양성, 직원 응대 태도, 제품 진열 상태, 매장 시설, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등 다수의 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

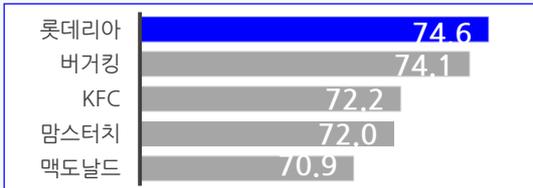
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• **패스트푸드점**

연택트 소비가 대세로 부상한 가운데 비대면 주문 플랫폼 및 배달 시스템이 잘 갖춰져 있어 소비자들에게 선호되는 패스트푸드 산업에서는 롯데리아가 74.6점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 기록했다.

롯데리아는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 메뉴 다양성, 메뉴안내, 매장 시설 및 환경, 무인주문기 사용 편리성, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• **치킨프랜차이즈**

최근 젊은 층을 중심으로 매운맛을 통해 스트레스를 풀며 매운 음식에 도전하는 문화가 대세로 떠오르며 매운 치킨 메뉴가 인기를 끌고 있는 치킨프랜차이즈 산업에서는 비에이치씨(BHC치킨)가 84.0점으로 지난해 1위 교촌에프앤비(82.8)를 제치고 연속 1위(역대 4회 1위)의 자리를 차지했다.

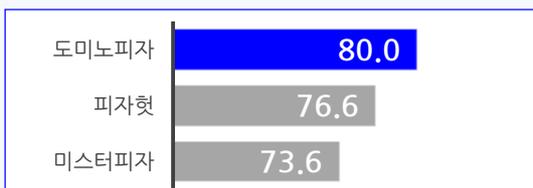
비에이치씨는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 신선도, 메뉴 다양성, 메뉴안내, 배달 신속성, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격의 세부요소에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



• **피자전문점**

변화하는 소비자의 입맛에 맞춰 피자 메뉴의 치즈 종류 다양화를 통한 프리미엄 제품과 각종 사이드메뉴의 출시가 호응을 얻고 있는 피자전문점 산업에서는 도미노피자가 80.0점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 달성했다.

도미노피자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났으며, 요소만족도는 맛 메뉴 다양성, 직원응대태도, 배달 신속성, 할인 및 적립 혜택, 배달 주문 용이성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족 수준을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

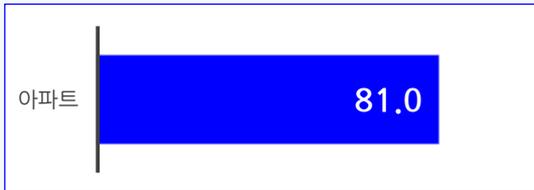
➢ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

• 아파트

홈캉스(Home+Vacance), 스테이케이션(Stay+Vacation) 등의 신조어로 대표되는 언택트 문화의 정착으로 인해 집 안에서 휴가를 즐길 수 있으며 피트니스센터, 수영장과 같은 취미생활 시설이 잘 갖춰진 단지가 각광받는 아파트 산업의 만족도는 77.9점으로 조사되었다.

아파트는 주차 시설과 건설회사 신뢰도, 입주자 복지시설 등의 세부항목에서 높은 만족을 보였다.

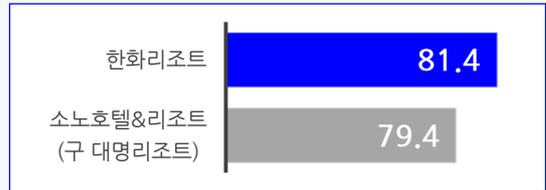
반면, 하자보수와 방음, 편의시설, 시공 및 마감상태 등의 세부 요소에서는 상대적으로 낮은 평가를 보인 것으로 조사되었다.



• 콘도미니엄

아동을 동반한 가족 단위 고객들의 ‘키캉스(Kids+Vacance)’를 위해 키즈 브랜드와의 콜라보 및 체험형 부대시설을 갖추며 트렌드에 대응하고 있는 콘도미니엄 산업에서는 한화리조트가 81.4점으로 9년 연속 1위(역대 11회 1위)를 달성했다.

한화리조트는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 객실 편의시설, 직원 친절성, 비품관리, 콘도 부대시설, 입/퇴실 절차 간편성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과



산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

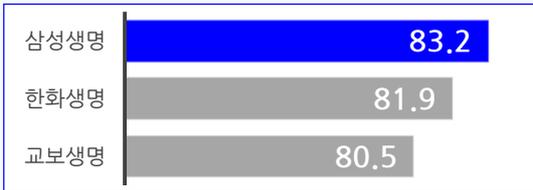
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

• 생명보험

평균수명이 증가함에 따라 '사망 후 보장'에서 '사망 전에도 보장'을 선호하는 소비자 트렌드에 맞춰 보장 요건을 완화하고 유병자 보험 및 간편보험이 빠르게 확대되는 추세인 생명보험 산업에서는 삼성생명이 83.2점으로 16년 연속 1위(역대 22회 1위)의 자리를 차지했다.

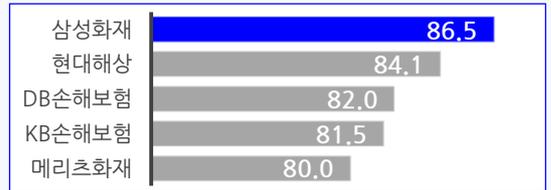
삼성생명은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 설명 및 권유 적합성, 가입 후 정기적 정보제공, 사고보험금 수령 신속성 및 편의성, 보험료 납부 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위를 평가받았다.



• 자동차보험

저렴한 보험료와 간편인증서비스, 높은 접근성을 장점으로 인터넷 가입 다이렉트 상품이 젊은 세대의 소비자들에게 주목받고 있는 자동차보험 산업에서는 삼성화재가 86.5점으로 23년 연속 1위(역대 24회 1위)자리를 고수했다.

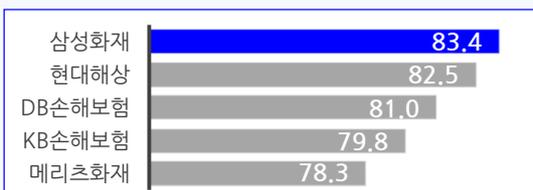
삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용 편리성, 직원 응대 태도, 가입시 보험상품 정보제공, 고객관리, 갱신안내, 제도 변경 및 신규 특약 안내, 사고 접수 및 조치, 보상처리 결과 안내 및 확인, 고장출동 서비스, 회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



• 장기보험

고객창구 전자서식 도입과 화상 상담, 모바일 앱 서비스 강화 등의 디지털 환경 혁신으로 고객 편의성을 높이고 있는 장기보험 산업에서는 삼성화재가 86.5점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위) 자리를 고수했다.

삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 만족도를 기록했으며, 요소만족도는 가입시 보험상품 정보제공, 고객관리, 갱신 안내, 제도 변경 및 신규 특약 안내, 사고처리 안내, 보험금 지급 신속성, 보험금 접수 용이성, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



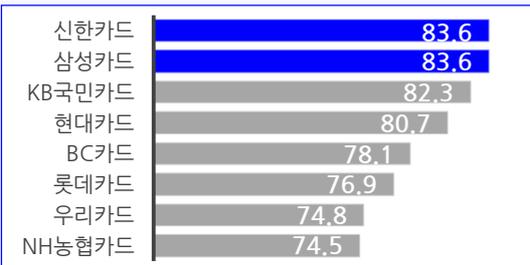
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 금융 및 보험(금융업)

• 신용카드

연택트 소비 문화가 트렌드로 자리잡으면서 온라인 쇼핑에서 혜택을 더해주거나 OTT 서비스에서의 디지털 정기결제 또는 배달 어플리케이션 이용 시 할인율이 높은 카드가 인기를 끌고 있는 신용카드 산업에서는 신한카드(역대 9회 1위)와 삼성카드(역대 13회 1위)가 83.6점으로 공동 1위로 조사되었다.

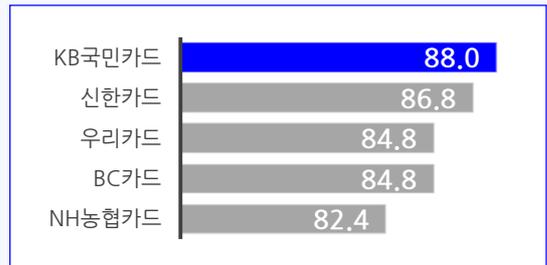
신한카드는 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 안전성의 세부항목에서 높은 점수를 기록했다. 삼성카드는 요소만족도에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 유익한 혜택, 이용해도 적절성, 명세서 이해 용이성, 콜센터 서비스, 홈페이지/어플리케이션 이용 편리성, 기업 신뢰도의 세부 요소에서 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 체크카드

20~30대 밀레니얼과 Z세대의 소비 패턴에 맞춰 편의점·카페·간편결제·대중교통 등의 일상 영역에서 할인 및 적립 혜택을 강화하고 플레이트에 디자인적 요소를 고려한 상품이 각광받는 체크카드 산업에서는 KB국민카드가 88점으로 6년 연속 1위(역대 9회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

KB국민카드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 이용 편리성, 업무 처리 편리성, 직원 응대 태도, 홈페이지 이용 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

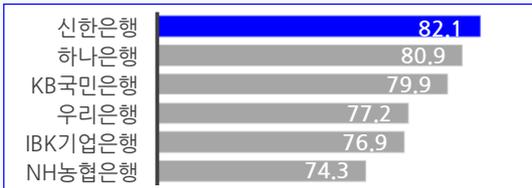
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 금융 및 보험(금융업, 증권)

• 은행

간편결제 서비스와 모바일뱅킹 통합 앱 등에서 직관적인 UI·UX(사용자 환경·경험)를 갖춰 모바일 환경에서 금융 정보를 보기 쉽게 담아내려는 변화가 소비자들에게 긍정적인 호응을 얻고 있는 은행 산업에서는 신한은행이 82.1점으로 7년 연속 1위(역대 17회 1위)의 자리를 차지했다.

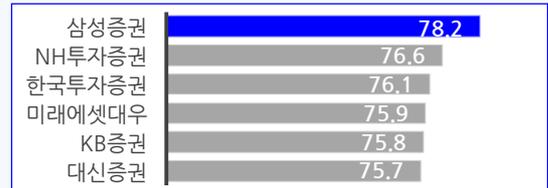
신한은행은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 금융상품 다양성, 대출 편리성, 업무처리 정확성 및 신속성, 지속 거래 혜택, 자동화 기기 이용 편리성, 스마트폰 및 인터넷 뱅킹 편리성, 안전성, 수수료 및 금리 적절성, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 증권

무선단말을 이용한 거래량 및 대금이 증가하는 추세에 발맞춰 모바일트레이딩시스템(MTS)의 고객 편의성 향상에 집중하고 있는 증권 산업에서는 삼성증권이 78.2점으로 지난해 1위 NH투자증권(76.6)을 제치고 1위(역대 15회 1위)에 올랐다.

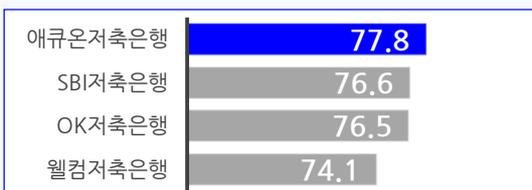
삼성증권은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 투자 상담, 추천 투자 수익률, 기업 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 저축은행

사회적으로 빠르게 안착되고 있는 디지털금융 트렌드에 발맞춰 디지털 플랫폼을 신규 출시하거나 기존 앱을 고도화시켜 새롭게 선보이는 등 비대면 채널 강화에 주력하고 있는 저축은행 산업에서는 애규온저축은행이 77.8점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)라는 위업을 달성했다.

애규온저축은행은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 대출 편리성, 직원 응대태도, 지속거래에 따른 혜택, ARS 폰뱅킹 편리성, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

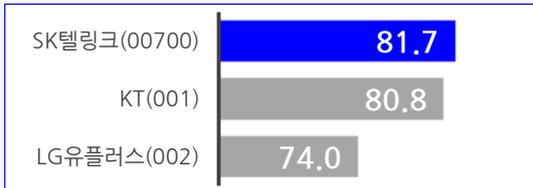
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 통신업(유무선 전화업)

• 국제전화

고객 특성을 고려해 무료통화 제공, 할인혜택 등이 포함된 다양한 요금제를 출시하며 고객만족도 제고에 힘쓰고 있는 국제전화 산업에서는 SK텔레콤(00700)가 81.7점으로 6년 연속 1위(역대 7회 1위)의 자리를 지켰다.

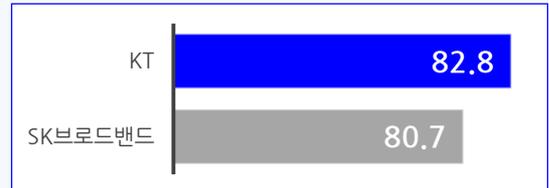
SK텔레콤(00700)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 음질, 통화 중 지연되지 않음, 요금부과 정확성, 요금납부 편리성, 요금제도 다양성, 품질 대비 요금 적절성 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 시내/시외전화

유선 인프라 개선 및 네트워크 확충을 위한 노력과 소비자의 사용 패턴에 적합한 요금제 출시가 돋보이는 시내/시외전화 산업에서는 KT가 82.8점으로 21년 연속 1위(역대 22회 1위)라는 위업을 달성했다.

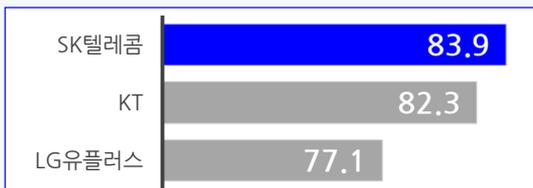
KT는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도는 통화 음질, 통화 중 단절 및 혼선되지 않음, 요금부과 정확성, 설치직원 업무능력 및 친절성, 콜센터 서비스, 고장신고 편리성, 서비스 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 이동전화

연택트 소비가 트렌드로 자리매김하며 비대면 가입 시 애플리케이션을 통한 본인인증으로 가입 과정의 편의성을 높여 긍정적인 평가를 받고 있는 이동전화 산업에서는 SK텔레콤이 83.9점으로 23년 연속 1위(역대 23회 1위) 자리를 고수했다.

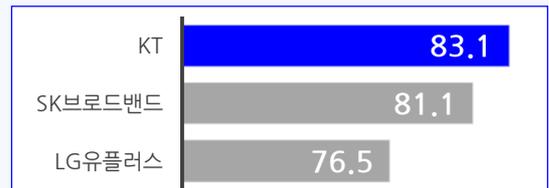
SK텔레콤은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 전반적인 통화품질, 데이터 속도 및 사용 안정성, 자체 어플리케이션 유용성, 요금제도 다양성, 홈페이지/모바일 고객센터 서비스, 멤버십 혜택, 장기 고객 혜택, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 인터넷전화

기업들의 비대면 업무 처리가 장기화되면서 컨퍼런스콜을 위해 많은 수의 인원, 높은 통화품질, 이용의 편의성을 강화한 상품이 각광받는 인터넷전화 산업에서는 KT가 83.1점으로 11년 연속 1위(역대 11회 1위)의 자리를 지켰다.

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 :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

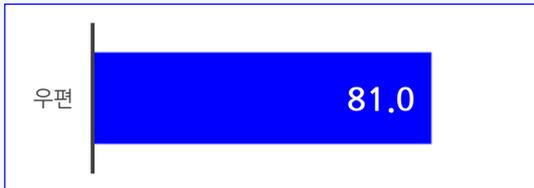
➢ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

• 우편

지정된 사람만 우편물을 넣을 수 있으며 우편물 분실·훼손이나 개인정보 유출, 광고전단지 무단 투입 등의 문제점을 예방할 수 있는 사물인터넷(IoT) 기반 전자식 ‘스마트 우편함’이 도입되며 주목받고 있는 우편 산업의 만족도는 81.0점으로 조사되었다.

우편서비스는 세부 요소항목 중 우체국 신뢰도, 우편상품 유용성, 배달 신속성, 고객 편의 시설 등에서 높은 만족수준을 보인 것으로 나타났다.

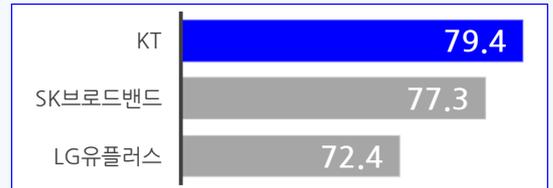
반면, 품질 대비 이용요금, 배달 정확성 등에서는 상대적으로 낮은 만족도를 기록했다.



• IPTV

실내에서 VOD, OTT(Over The Top)서비스 이용량이 늘어나며 수요가 증가한 트렌드에 발맞춰 양방향 커뮤니케이션이 가능한 장점을 살려 부상하고 있는 IPTV 산업에서는 KT가 79.4점으로 5년 연속 1위(역대 7회 1위)의 영예를 안았다.

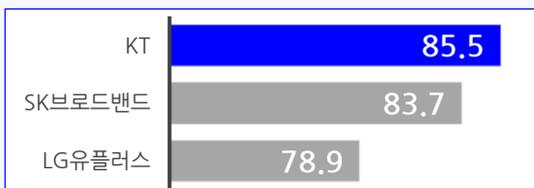
KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 동작속도, 영상 및 음성 품질, 유용한 방송 콘텐츠, 장기 이용고객 혜택, 설치직원 업무능력, 콜센터 서비스, A/S, 요금제 적절성, 부가서비스 다양성, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 조사되었다.



• 초고속인터넷

자영업자 및 1인 가구의 증가로 가정과 사무실 등의 다양한 공간에서 무선 인터넷 수요가 늘어나며 넓거나 장애물이 많은 공간에서도 끊임없이 접속이 가능한 제품이 주목받는 초고속인터넷 산업에서는 KT가 85.5점으로 5년 연속 1위(역대 16회 1위)의 자리를 지켰다.

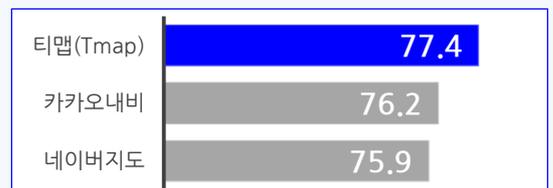
KT는 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 사용 중 끊어짐 없음, 속도, 장기이용고객 혜택, 요금부과 정확성, 설치직원의 업무능력, 개통/설치약속 준수, 콜센터 서비스, A/S, 요금제 다양성, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 내비게이션 앱

운전자가 경로를 안내받는 앱 UI에 항공지도 등의 IT기술을 도입하여 보다 직관적이고 정확한 정보를 제공하고자 하는 시도가 돋보이는 내비게이션 앱 산업에서는 티맵(Tmap)이 77.4점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)에 올랐다.

티맵은 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 도착예정시간 정확성, 운전 중 경로방향안내 및 주요 정보 안내, 유용한 정보 및 서비스 제공 등의 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사결과 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

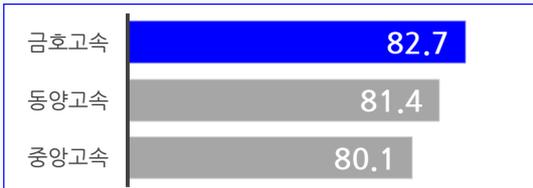
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 운수 및 보관(고속버스, 지하철, 철도)

• 고속버스

통근, 통학 등 정기적으로 왕복하는 고객의 교통비 부담을 완화하기 위해 고속버스 정기권 상품을 시범도입하여 귀추가 주목되고 있는 고속버스 산업에서는 금호고속이 82.7점으로 15년 연속 1위(역대 18회 1위)의 자리를 차지했다.

금호고속은 전반적 만족도에서 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 기사 친절성, 출발/도착시간 정확성, 안내방송, 안전운행, 차내 시설/환경, 차량 내/외부 청결함, 승차감, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 대부분의 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.

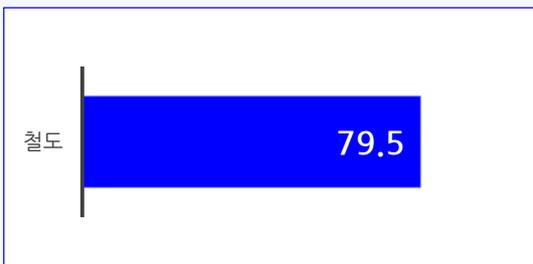


• 철도

최근 개별여행을 선호하는 트렌드에 맞춰 '내일로' 상품의 이용열차를 KTX까지 확대하며, 나이제한 없는 ADULT(일반) 패스를 신설하는 등의 시도가 주목받는 철도 산업의 만족도는 79.5점으로 조사되었다.

철도서비스는 세부 항목 중 기업 신뢰도, 대합실 내 고객 편의시설 및 환경, 안전성 등의 항목에서 높은 만족 수준을 보였다.

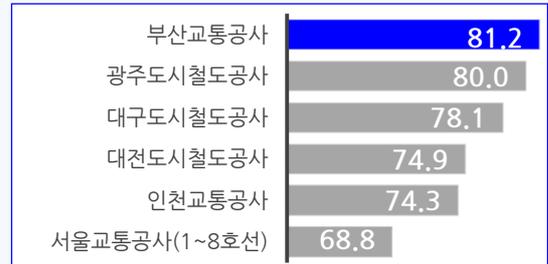
반면, 할인/적립혜택, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 열차표 변경 및 반환, 차내 환경 등에서는 상대적으로 낮은 평가를 보였다.



• 지하철

노후화된 지하철 역사를 문화예술공간으로 조성하여 시민친화적인 공간으로 탈바꿈하기 위해 노력하고 있는 지하철 산업에서는 부산교통공사가 81.2점으로 4년 연속 1위(역대 5회 1위)의 자리를 차지했다.

부산교통공사는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 승차감 및 안락감, 차내 환경 및 냉난방시설, 출발/도착 시간 정확성, 기관 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

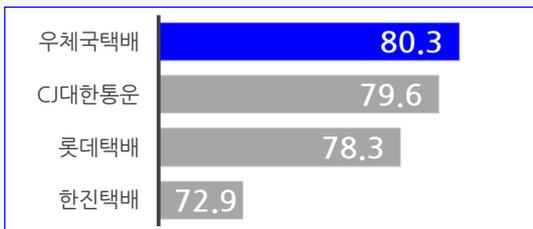
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

• 택배

언택트(비대면) 트렌드로 인해 증가한 물동량을 환경 친화적인 '녹색 물류'로 전환하기 위해 전기 택배차 도입에 나선 택배 산업에서는 우체국택배가 80.3점으로 3년 연속 1위(역대 9회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

우체국택배는 요소만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 세부 항목에서는 신청접수 편리성, 택배서비스 다양성, 시간 준수, 응대 태도, 배송 정확성, 안전성, 위치추적 서비스, 고객 문의 및 불만사항 응대, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다.

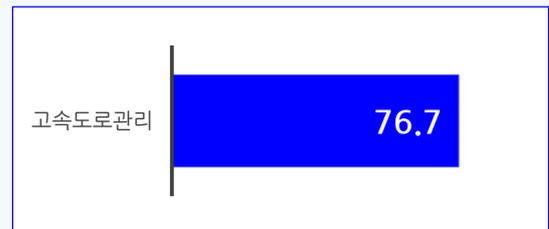


• 고속도로관리

한시적 통행료 면제, 휴게소 입점매장 수수료 인하 등의 조치를 통해 공공성 실현에 기여하고 있는 고속도로관리 사업의 고객만족도는 76.7점으로 조사되었다.

고속도로관리서비스는 세부 요소항목 중 도로면 상태, 도로 주변 관리, 도로 안내표지판, 휴게소 환경 등에서 높은 점수를 받았다.

반면, 휴게소 및 톨게이트 직원 친절성, 품질 대비 휴게소 상품가격 적절성, 고속도로 이용요금 적절성 등에서는 상대적으로 낮은 평가를 받은 것으로 조사 결과 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

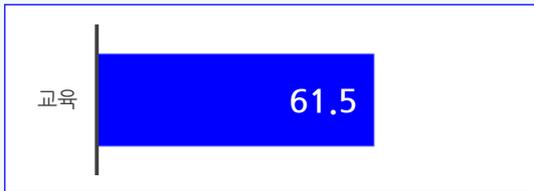
➢ 교육 서비스, 보건업

• 교육

코로나19의 장기화에 따른 홈스쿨링 수요 증가로 인해 에듀테크 등 화상 관리서비스, IT기술을 도입한 스마트 교육 상품이 꾸준히 성장하고 있는 교육 산업의 고객만족도는 61.5점으로 조사되었다.

교육서비스는 세부 요소항목 중 교육 정책, 학교 교육시설 및 환경, 교육 관련 정부부처 신뢰도 등에서 상대적으로 높은 평가를 받았다.

반면 안심 등교, 개개인 특성을 반영한 교육, 입시제도 및 교과목 구성 등에서는 상대적으로 낮은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.

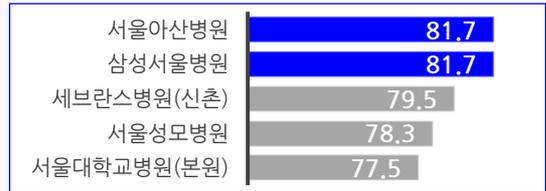


• 종합병원

디지털혁신을 기반으로 진료, 행정, 물류 등 병원 전반에서 일어나는 업무 효율성 증대를 추구하는 '스마트 병원' 전환이 트렌드로 떠오르고 있는 종합병원 산업에서는 삼성서울병원과 서울아산병원이 81.7점으로 공동 1위를 달성했다.

서울아산병원은 전반적 만족도와 재이용의 향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다. 세부항목에서는 진료의 질, 의료시설 및 장비, 고객편의시설에서 높은 평가를 받았다.

삼성서울병원은 요소만족도에서 의료진 신뢰도, 일반직원 및 의료진 응대태도, 진료 수준, 대기 시간, 시설 안내, 주차 편리성, 병원 신뢰도 등의 항목에서 고객으로부터 높은 평가를 받은 것으로 조사결과 나타났다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

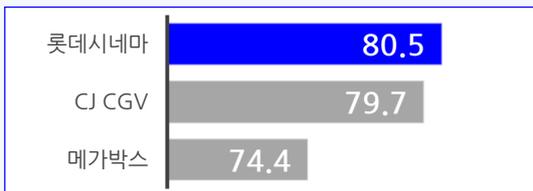
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 영화관

사회적 거리두기가 장기간 이어지며 비대면 구매 과정을 개선하고 편의성을 높이고자 매점 이용 및 티켓 발권을 위한 키오스크 도입뿐만 아니라 티켓확인 절차까지 비대면으로 전환하는 변화가 이목을 끄는 영화관 산업에서는 롯데시네마가 80.5점으로 8년 연속 1위(역대 13회 1위)를 달성했다.

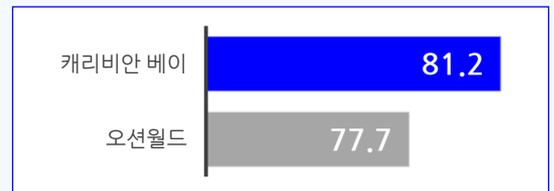
롯데시네마는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 좌석 공간 및 안락함, 실내공기 쾌적함, 실내 청결도, 직원 응대태도, 무인티켓발권기 이용 편리성, 부대시설, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 워터파크

야외 스틸 어트랙션 및 이색 물놀이 시설 등을 가동하고 휴양지 바닷가를 재현한 포토존을 설치하여 해외여행이 불가능한 상황에서 많은 피서객들에게 호응을 얻고 있는 워터파크 산업에서는 캐리비안 베이이 81.2점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)의 자리를 지켰다.

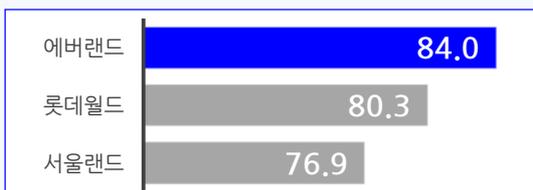
캐리비안 베이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 물놀이 시설 다양성 및 재미, 이벤트 다양성, 직원 응대태도, 시설 안내, 주차 편리성, 티켓구입 편리성, 식당 및 고객편의시설, 수질관리, 내·외부 시설/환경, 할인 혜택, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 종합레저시설

가상현실(VR), 증강현실(AR) 등의 IT기술을 도입한 어트랙션을 통해 비밀상적 체험을 강화하며 소비자 트렌드를 꾸준히 반영하고 있는 종합레저시설 산업에서는 에버랜드가 84.0점으로 26년 연속 1위(역대 26회 1위)의 자리를 지켰다.

에버랜드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 놀이시설 다양성 및 안전 관리, 놀이시설 관리, 이벤트, 직원 응대태도, 시설 안내, 주차 편리성, 티켓 구입 편리성, 식당 및 고객편의시설, 내·외부 시설/환경, 할인 혜택, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 스키장

양질의 설질 관리는 기본, 고객을 사로잡기 위해 매시즌마다 새로운 콘텐츠와 다양한 이벤트를 제공하며 대표 겨울 스포츠로 자리매김한 스키장 산업에서는 하이원리조트가 79.7점으로 지난해 1위 휘닉스평창(79.4)을 제치고 '13년 이후 다시 1위(역대 6회 1위)의 자리를 탈환했다.

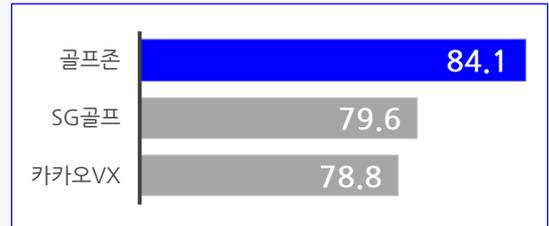
하이원리조트는 슬로프 상태 및 수준 다양성, 부대시설 등의 세부 요소 항목에서 산업 평균 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사 결과 나타났다.



• 스크린골프

보다 현실감 있고 즐거운 경험을 제공하여 최근 실내 스포츠 인기에 앞장서 있는 스크린골프 산업에서는 골프존이 84.1점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 계속 이어갔다. SG골프(79.6)는 2위에 올랐고 카카오VX(78.8)는 작년에 이어 3위에 머물렀다.

골프존은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 게임 환경 현실성, 라운드 정보 적정성, 콘텐츠 풍부성, 스크린 화면, 직원 응대태도, 골프용품 상태, 내/외부 시설/환경, 고객편의 시설, 어플리케이션 이용 편리성, 서비스 수준 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



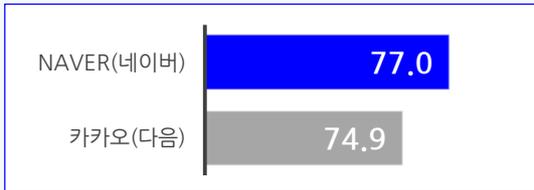
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업)

• 검색포탈사이트

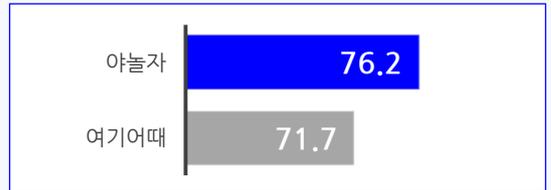
특정 키워드를 검색하는 이용자의 연령대 및 성별, 검색 시점 등을 찾아볼 수 있는 기능이 출시되며 주목받고 있는 검색포탈사이트 산업에서는 Naver(네이버)가 77.0점으로 17년 연속 1위(역대 17회 1위)를 이어갔다.

네이버는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도는 검색 결과 정확성, 유용한 정보·서비스, 정보 업데이트, 고객센터의 응대, 이벤트, 접속 및 로딩속도, 정보 검색 편리성, 보안, 사이트 내 이동 편리성, 기업 신뢰도 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 우위로 조사되었다.



• 숙박업

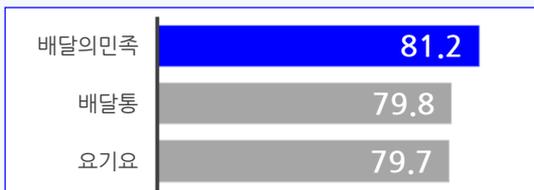
가격에 민감한 20대를 위한 할인과 가격 대비 만족감이 높은 상품을 선호하는 30대를 위한 조식 및 마사지 등을 포함한 '패키지 상품' 등 세분화된 서비스를 제공하며 각광받고 있는 숙박업 산업에서는 야놀자가 76.2점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위) 자리를 고수했다. 야놀자는 전반적 만족도 및 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 화면 구성 및 디자인, 검색 속도, 숙박시설 설명 및 정확도, 숙소 및 연계상품 다양성, 이벤트 및 사은행사, 할인 및 적립 혜택, 예약 절차 및 결제 편리성, 취소 및 환불 용이성, 콜센터 서비스, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 배달업

1인 가구의 증가와 비대면 소비 트렌드의 정착으로 인해 적은 양의 식품을 구매해도 배달이 가능한 서비스가 각광받고 있는 배달업 산업에서는 배달의민족이 81.2점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 자리를 차지했다.

배달의민족은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 검색 속도, 정보 정확성, 상품 다양성, 주문 및 결제 편리성, 배달 예정시간 정확성, 배달음식 보존상태, 콜센터 서비스 등의 세부 항목에서 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 멤버십(포인트)

간편결제 시스템을 강화해 이용자의 편의성을 높이고 외부 산업과 제휴를 추진하며 멤버십 혜택의 범주를 넓혀 더 많은 소비자층에게 매력적으로 다가가고자 하는 시도가 돋보이는 멤버십 산업에서는 L.POINT(엘포인트)가 82.7점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 기록했다.

L.POINT(엘포인트)는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 포인트 사용 편리성 및 조건, 가입 용이성, 애플리케이션 이용 편리성, 콜센터 서비스, 혜택, 기업 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

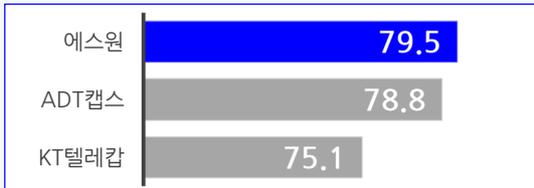
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 보안시스템서비스업, 임대업

• 무인경비

빠른 출동과 빠른 A/S 등을 갖춘 높은 보안 서비스 품질과 고도로 발전한 ICT 기술을 도입하여 한층 고도화된 보안 역량을 강점으로 성장하고 있는 무인경비 산업에서는 에스원이 79.5점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 기록했다.

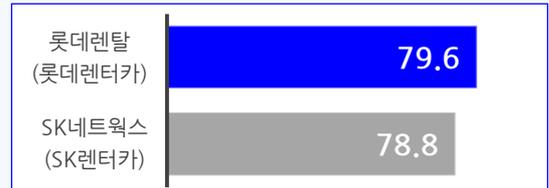
에스원은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 가입시 정보제공 및 직원 응대태도, 보안 장비 안정성 및 디자인, 설치기사 친절성 및 업무능력, A/S 친절성, 콜센터 서비스, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 렌터카

연택트 소비 트렌드에 맞춰 차량 견적, 심사, 계약 및 차량 관리 등의 필수적 과정을 온라인으로 진행할 수 있도록 개선하는 움직임이 긍정적인 반향을 이끌어내고 있는 렌터카 산업에서는 롯데렌탈(롯데렌터카)이 79.6점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위)의 자리를 지켰다.

롯데렌터카는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상담원/직원 응대 태도, 차종 다양성, 차량 정비상태 및 성능, 차량 내/외부 청결도, 차량 입출고 시간 정확성, 지점/대리점 방문 편리성, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 카셰어링

소유에서 공유로 소비트렌드가 변화하면서 특히 2030대 젊은 세대의 젊은 층을 중심으로 크게 각광을 받고 있는 카셰어링 산업에서는 쏘카가 82.2점으로 조사 첫해 1위의 자리에 올랐다. 뒤를 이어 그린카는 81.3점을 기록했다.

쏘카는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 차량 대여 및 반납 절차 편리성, 차종 다양성, 차고지 접근성, 콜센터 서비스, 보험/사고 처리, 어플리케이션 및 홈페이지 이용 편리성, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 높은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2020년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



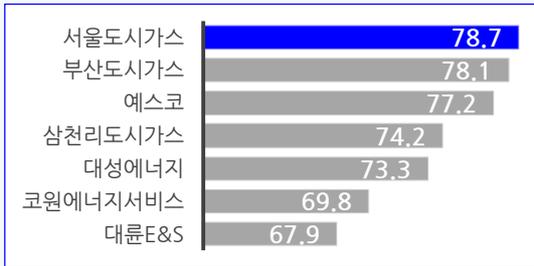
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스

가스사용자의 사생활 보호와 검침원의 근무 환경 개선, 가스누출에 대한 안전성 향상 등 도시가스 계량 및 검침 서비스의 질을 높이는 스마트 가스계량기가 시범 도입되며 주목받고 있는 도시가스 산업에서는 서울도시가스가 78.7점으로 2년 연속 1위(역대 3회 1위)를 이어갔다.

서울도시가스는 요소만족도에서 경쟁자 대비 우수한 모습을 보였으며, 레인지 연결 방문 시간 준수, 요금검침 결과 정확성, 요금 납부 편리성, 어플리케이션 이용 편리성, 기업 신뢰도의 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다.

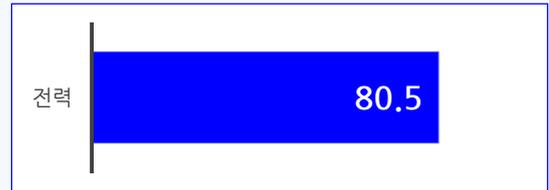


• 전력

에너지 분야 플랫폼을 통해 고객 편의 서비스를 제공하며 이용자들의 만족도 제고에 노력하고 있는 전력 서비스의 고객만족도는 80.5점으로 조사되었다.

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

반면 이용요금 적절성, 요금납부 편리성 등에서는 다른 세부 항목 대비 낮은 만족 수준을 나타냈다.



• 수도

노후 상수도관의 조기 교체, 공사장 등 원인자 누수 방지 대책 추진, 배수지 확충을 통한 수도물의 안정적 공급 등을 통해 향상시키는 성과를 이룩한 수도 서비스의 고객만족도는 74.1점으로 조사되었다.

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

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



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 공공서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기

1인가구의 증가로 다양한 계약에서 개인 고객이 지인의 도움 없이도 편리하게 서비스를 제공받을 수 있는 셀프 등기 안내 서비스를 제공하며 긍정적인 반응을 얻고 있는 등기 서비스의 고객만족도는 74.4점으로 조사되었다.

등기서비스는 세부 요소항목 중 기관 신뢰도, 고객 편의시설, 내·외부 시설/환경 등에서 상대적으로 우수한 평가를 받았다.

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



• 세무

빅데이터의 도입을 통해 기술적 발전을 이룸과 동시에 마을세무사제도 등을 운영하며 납세자의 권익 역시 보호하고자 하는 시도가 돋보이는 세무 서비스의 고객만족도는 75.3점을 기록했다.

세무서비스는 세부 요소항목 중 기관 신뢰도, 내·외부 시설환경, 직원 친절성 등에서 상대적으로 높은 만족도를 기록했다.

반면 전화 응대태도, 상담 능력, 업무처리 속도 및 합리성, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성 등에서는 타 세부 요소항목 대비 낮은 수준을 보였다.



• 치안

여성과 아동 등 사회적 약자 대상 범죄 근절과 함께 지역 특수성을 반영한 교통사고 예방 활동 등의 '지역 맞춤형 치안활동'을 펼쳐 지역주민이 공감하고 체감할 수 있는 치안서비스를 제공하려는 시도가 주목받고 있는 치안 서비스의 고객만족도는 72.3점으로 나타났다.

치안서비스는 기관 신뢰도, 직원 친절성, 업무처리 합리성 등의 세부 항목에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

반면 고객 편의시설과 상담, 업무처리 신속성 등에서는 타 항목 대비 낮은 평가를 받은 것으로 조사되었다.

