

문서번호 : KMAC 제 2017 - 1124호

2017. 10. 11

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 :

2017년 제26차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과발표 양청의 件

1. 귀사의 일익 번창하심을 기원하며 평소의 후의에 감사 드립니다.

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

3. 본 조사는 1992년부터 실시되어 올해 26회째를 맞이한 국내 최고 권위와 인지도의 고객만족도 조사 제도이며, 국내 시장의 급격한 환경 변화 및 치열한 경쟁 상황에서 우리나라 산업의 고객만족 수준을 진단하여 산업의 질적 성장 정도를 평가하고, 나아가 국내산업의 대외 경쟁력을 제고함과 동시에 소비자의 권익을 보호하는데 기여하고자 실시되고 있습니다.

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

본 자료는 10월 12일(목) 조간 (방송은 10월 11일 17:00)부터 보도를 요망합니다.

- 아 래 -

가. 제 1 부 : 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

- 1) KCSI의 정의
- 2) KCSI 조사의 배경 및 목적
- 3) KCSI 조사의 우수성
- 4) KCSI 조사 현황
- 5) KCSI 측정 모델 및 산출 방법
- 6) 2017년 조사 설계

나. 제 2 부 : 2017년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

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

■ Appendix : 2017년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 결과

※ 첨부 : 2017년 제26차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요 및 결과 1부. 끝.

한국능률협회컨설팅
대표이사 김 종 립

1. KCSI의 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 26년째를 맞이하는 대한민국 대표 고객만족도 조사 제도

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

2. KCSI 조사의 배경 및 목적

국내 산업의 질적 성장 정도 평가, 미래 성장을 위한 선행 지표

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

3. KCSI 조사의 우수성

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

- ➔ 고객만족에 대한 개념이 전무하던 1990년대 초반부터 KCSI가 해마다 조사 및 발표됨에 따라 각 기업들은 고객만족경영에 대해 차츰 관심을 갖게 되었고, 이를 토대로 우리나라 산업계 전반에 고객만족 문화가 확산되게 되었다. 이러한 고객만족 문화는 현재 공공부문에까지 확산되어 모든 공공기관이 고객만족도에 의해 평가 받는 시대가 되었다.
- ➔ 26년 동안 시행되오면서 그 동안 IMF 체제, 미국 발 금융대란 등 많은 위기가 닥쳐왔지만 KCSI 지수는 지난 1992년과 비교하여 35.6점(약 85%)이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객이치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거듭 수 있음을 입증해 왔다.

고객 권익 보호에 앞장서 국민 삶의 질 향상에 기여

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

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

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

4. KCSI 조사 현황

매년 100개 이상의 산업을 대상으로 조사

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

연도별 발표 산업 수

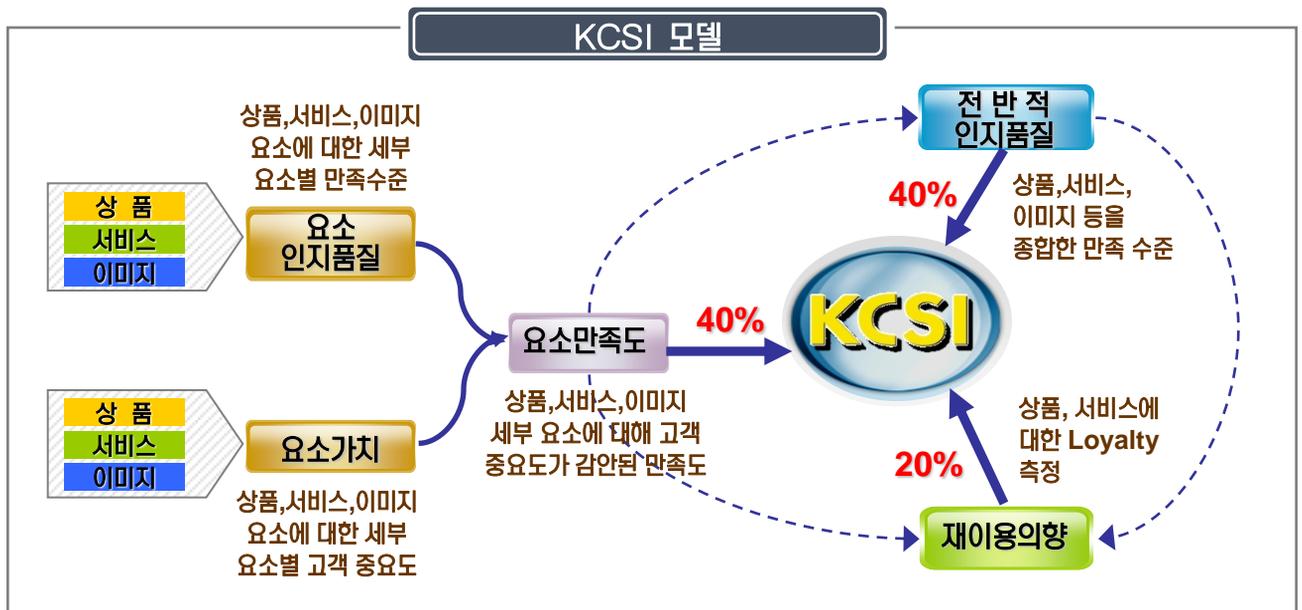
(단위 : 개)

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

구분	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
제조업	58	57	59	57	54	48	48	51	52	50	51	50	50
서비스업	45	44	46	49	49	51	54	57	59	59	60	60	60
계	103	101	105	106	103	99	102	108	111	109	111	110	110

5. KCSI 측정 모델 및 산출 방법

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



→ 본 조사의 고객만족도(KCSI)는 전반적 만족도 40%, 요소 만족도(산업별 특성 고려) 40%, 재이용(구입) 의향을 20%를 반영한 점수이다.

■ KCSI(종합만족도)

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

▷ 전반적 만족도

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

▷ 요소만족도

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

▷ 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)

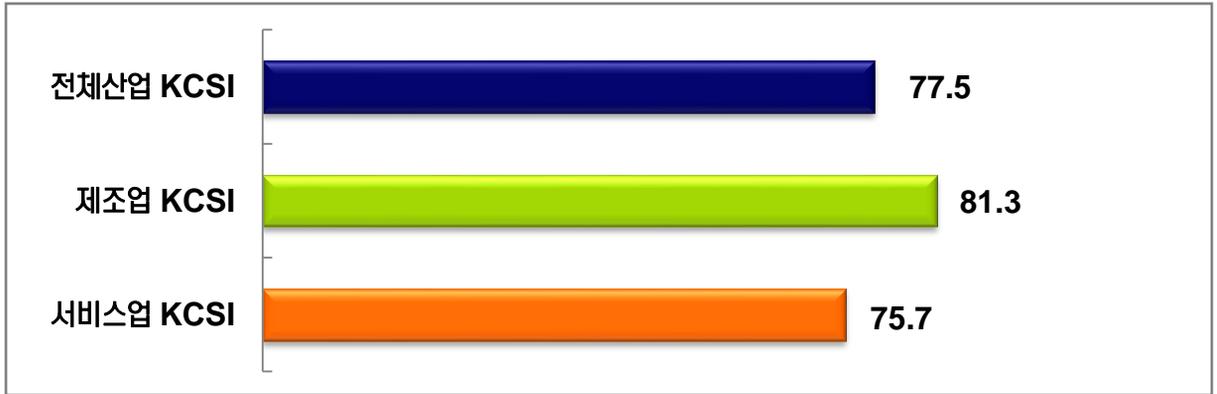
6. 2017년 조사 설계

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 11,302명
- 3) 표본추출방법 : 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)
/ 지역별 인구수, 성별을 고려한 할당
- 4) 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)
- 5) 조사지역 : 서울, 수도권(수원, 성남, 안양, 부천, 안산, 고양, 용인) 및 6대 광역시
- 6) 조사기간 : 2017년 4월 12일 ~ 8월 25일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등
총 110개 산업(총 344개 기업)

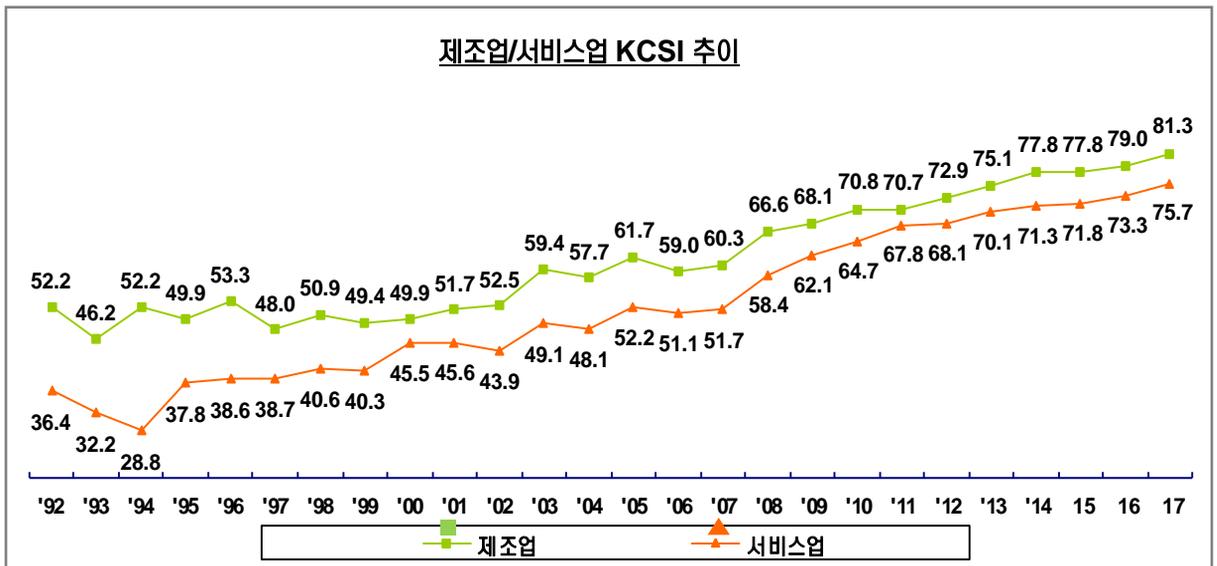
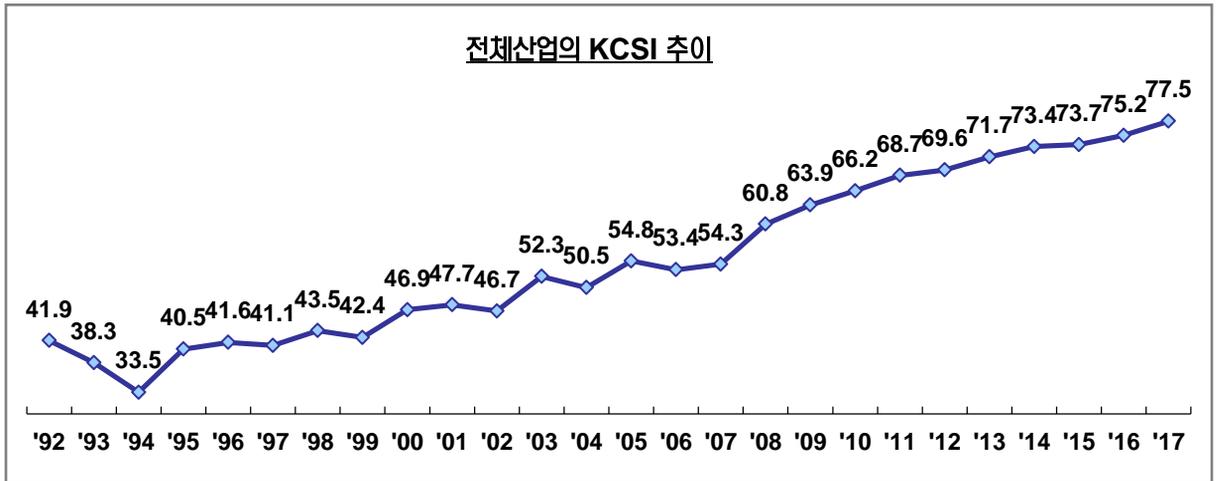
산업부문	2017년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (29개)	1) 간장 2) 고추장 3) 과자 4) 맥주 5) 소주 6) 식용유 7) 아이스크림 8) 우유 9) 유산균발효유 10) 음료 11) 참치캔 12) 홍삼가공식품 13) 남성내의 14) 남성용기초화장품 15) 남성정장 16) 담배 17) 생리대 18) 삼푸 19) 섬유유연제 20) 세탁세제 21) 아웃도어리류 22) 여성내의 23) 여성용기초화장품 24) 여성용한방화장품 25) 정장구두 26) 주방세제 27) 치약 28) 캐주얼화 29) 화장품
내구재 제조업 (21개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 가정용에어컨 3) 가정용정수기 4) 개인용컴퓨터(PC) 5) 김치냉장고 6) 냉장고 7) 사무용복합기(복사기) 8) 세탁기 9) 이동전화단말기(스마트폰) 10) 전기밥솥 11) TV 12) 가정용 건축자재(신규발표) 13) 가정용가구 14) 가정용보일러 15) 경형승용차 16) 부엌가구 17) 블랙박스 18) 승용차타이어 19) 일반승용차 20) 침대 21) RV승용차
일반 서비스업 (50개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 은행 4) 자동차보험 5) 장기보험 6) 증권 7) 체크카드 8) 대형마트 9) 대형서점 10) 대형슈퍼마켓 11) 면세점 12) 백화점 13) 소셜커머스 14) 영화관 15) 오픈마켓 16) 인터넷서점 17) 인터넷쇼핑몰 18) 전자제품전문점 19) 체과/제빵점 20) 치킨프랜차이즈 21) 커피전문점 22) 패밀리레스토랑 23) 패스트푸드점 24) 편의점 25) 프리미엄아웃렛 26) 피자전문점 27) 학습지 28) TV홈쇼핑 29) 검색포털사이트 30) 국제전화 31) 시내/시외전화 32) 이동전화 33) 인터넷전화 34) IPTV 35) 초고속인터넷 36) 고속버스 37) 도시가스 38) 렌터카 39) 무인경비 40) 스키장 41) 여행사(해외여행) 42) 워터파크 43) 저비용항공 44) 종합레저시설 45) 종합병원 46) 주유소 47) 콘도미니엄 48) 택배 49) 항공 50) 아파트
공공 서비스업 (10개)	1) 고속도로 2) 교육 3) 등기 4) 세무 5) 수도 6) 우편 7) 전력 8) 철도 9) 치안 10) 지하철

1. KCSI 전체 특징

1) 2017년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



2) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 추이



1. KCSI 전체 특징

3) 2017년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도(KCSI) 전년 대비 2.3점 오르며 77.5점으로 11년 연속 상승 이어가

- 2017년 KCSI 국가지수는 전년 대비 2.3점 높아진 77.5점으로 나타났으며, 2006년 이후 11년 연속 성장을 기록했다. 산업별로는 제조업이 81.3점, 서비스업(공공 포함)이 75.7점으로 전년 대비 2점 이상 상승하며 지속적인 상승세를 이어갔다.
- 2000년대 중반까지는 KCSI가 상승과 하락을 반복하며 상승 기조를 이어왔지만 2007년부터는 11년 동안 한 해도 빠지지 않고 향상되고 있음을 알 수 있다. 이는 KCSI가 발표된지 15년이 경과될 무렵부터는 각 산업 및 기업은 고객만족경영을 통한 성장의 중요성과 연계성을 실감하고 고객중심경영을 기업의 필수적 생존전략으로 설정한 결과라 여겨지며, 경기 상승 또는 하락 여부를 떠나 기업들이 고객을 만족시키고자 하는 열의는 흔들리지 않고 이어지고 있음을 반증하는 것이다.
- 이러한 노력은 최근 들어 이어지고 있는 글로벌 경기 둔화 및 소비 심리 위축에도 불구하고 고객만족도의 상승으로 이어져 기업들의 고객만족을 위한 노력을 고객들도 인정하고 있음을 볼 수 있다. 특히 디지털가전, 생활가전, 자동차 관련 사업 등 현재 글로벌 시장에서 인정받고 있는 대한민국의 대표적 산업들이 고객만족도 상승도 견인하는 모습을 보였다.

110개 산업 중 103개 산업은 만족도 상승, 6개 산업만이 하락

- 올해 전체 조사 대상인 110개 산업 중 103개 산업의 KCSI가 전년 대비 높아진 것으로 조사되었으며, 이는 전체 산업의 약 94% 수준이었다. 반면, 하락한 산업은 전체 6%에 해당하는 6개로 나타났다. 이에 따라 2017년 KCSI는 전 사업에 걸쳐 상승하는 모습을 보였다.
- 산업별로 보았을 때 제조업은 50개 산업 중 45개 산업에서 만족도가 상승하였으며, 특히 내구재 제조업의 만족도는 신규 조사 대상이었던 가정용건축자재를 제외한 모든 산업에서 성장을 기록했다. 서비스업(공공 서비스 포함)의 경우 60개 산업 중 58개 산업이 작년보다 만족도가 상승했으며, 2개 산업은 하락하였다.

글로벌 우수 제조업 상승 주도, 서비스업은 전반적으로 고르게 상승

- 제조업에서는 글로벌 기업인 삼성전자와 현대자동차그룹이 내구재 산업 전반의 상승을 견인한 것으로 나타났다. 최근 4차 산업혁명의 영향으로 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT) 기능들을 탑재한 다양한 스마트홈 기기들이 출시되면서 이를 반영한 냉장고, TV, 가정용에어컨 등의 생활가전이 상위를 기록하였다. 또한 감성적 디자인과 최신 기술이 결합된 신차출시도 자동차 산업의 만족도 상승에 기여한 것으로 보인다.
- 서비스업에서는 늘어나는 해외여행객을 잡기 위해 다양한 이벤트와 할인혜택을 제공하고 있는 면세점의 만족도가 가장 높았다. 아울러 서비스업 모두 70점 이상을 기록하면서 전반적인 만족 수준이 상향된 것으로 나타났다. 최근 1인 가구 증가와 함께 가성비 강조, 개인중심의 소비성향 등의 트렌드가 두드러지면서 이를 충족시키기 위한 기업들의 전방위적인 노력이 고객들로부터 인정 받았다고 볼 수 있다.
- 공공 분야는 10개 산업 모두 만족도 상승을 기록하며 공공서비스 수준향상과 국민 삶의 질을 높이는 노력들이 반영되었다. 우편, 철도, 전력, 수도 등의 순으로 만족도를 기록하였고 교육과 치안행정은 큰 폭의 상승을 기록했으나 아직도 만족도 수준이 낮아 개선할 수 있는 여지가 상당 부분 남아있는 것으로 조사되었다.

1. KCSI 전체 특징

3) 2017년도 KCSI 특징 및 경향

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

- 올해 26년째를 맞는 KCSI에서 2017년 산업별 1위 기업의 역대 1위 횟수를 보았을 때, 10회 이상 1위 기업이 배출된 51개 산업 중 소비재(19개)와 내구재(12개) 등 제조업이 총 31개 산업으로 나타났으며, 서비스업은 공공서비스를 포함하여 20개 산업으로 나타났다.
- 10회 이상에서는 제조업의 비중이 높았고(61%) 10회 미만에서는 서비스업의 비중이 높았다(63%). 즉, 제조업에서의 장수 1위 산업이 보다 더 많은 것을 볼 수 있으며, 반면에 서비스업에서 고객만족 경쟁이 더 치열한 것으로 판단할 수도 있다. 제조업은 국내 산업의 세계 일류 수준 기술력을 갖춘 주요 기업들이 오랫동안 1위를 유지하며 업계를 선도하는 반면, 주로 국내 활동이 큰 비중을 차지하는 서비스업에서는 많은 기업들이 고객만족을 위해 노력하고 있지만 자주 1위가 변동되며 특정 기업의 독보적 선두 유지가 어려운 것으로 나타나 서비스 업종에서 까다로운 국내 소비자들의 눈높이와 니즈를 맞추는 것이 얼마나 어려운지를 반증하고 있다.
- 20회 이상 가장 많은 횟수 1위를 차지한 기업은 현대자동차(내구재, 24회), 에버랜드(서비스, 23회), CJ라이온(소비재, 22회) 등으로 내구재, 서비스, 소비재를 대표하는 기업이었으며, 21회에는 금강(정장구두), 삼성전자(이동전화단말기), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이 뒤를 이었다. 20회는 삼성전자(PC 및 TV), SK텔레콤(이동전화서비스), 아시아나(항공서비스) 등이, 19회는 삼성생명(생명보험), KT(시내시외전화), 우정사업본부(공공서비스), 한국야쿠르트(유산균발효유), 18회는 SK에너지(주유소), GS25(편의점) 등 5개 기업이 다수 1위를 기록하였다.
- 한편, 삼성전자는 5개 산업(이동전화단말기, TV, 개인용 컴퓨터, 세탁기, 냉장고)에서 10회 이상 1위를 차지하며 한국의 대표 고객만족 선도 기업으로서 위상을 드높였으며, KT(시내/시외전화, 초고속인터넷), CJ라이온(세탁세제, 주방세제)과 금강제화(정장구두, 캐주얼화), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), 삼성물산(남성 정장, 종합레저시설), 아모레퍼시픽(남성 및 여성 기초화장품) 등 총 6개 기업이 2개 산업에서 10회 이상 1위를 차지하여 고객만족 장수 기업으로서 큰 두각을 나타냈다.
- 특히, 올해 10회 이상 1위 기업 중에는 삼성전자, 삼성화재, 삼성생명, 삼성물산, 삼성증권, 삼성카드 등 삼성 계열사가 총 6개 기업(12개 산업)인 것으로 나타났으며, KCSI 조사대상이 되는 금융계열 4개사는 모두 해당하는 등 고객에게 꾸준한 만족과 감동을 제공하는 선도 그룹으로서의 면모를 드러냈다.

2017 1위 기업의 역대 1위 횟수



(1위 횟수)

2. 산업별 KCSI 주요 특징

1) 소비자 제조업의 고객만족도 특징

대다수 산업의 상승 분위기 속에 산업 모두 70점대 진입, 80점 이상의 산업도 절반이 넘게 나타나

- 올해 소비자 제조업의 만족도는 대부분의 산업이 상승세를 보였으며 특히 아이스크림, 맥주, 홍삼가공식품, 담배 등의 산업이 상대적으로 높은 상승세를 나타냈다.
- 산업별로는 아이스크림(▲ 5.9)이 전년 대비 가장 높은 상승을 기록하였으며, 혼술 문화가 확산됨에 따라 가성비 좋은 다양한 제품들이 출시되고 있는 맥주(▲ 4.3) 역시 큰 성장을 나타냈다. 그 뒤를 이어 건강을 대표하는 홍삼 가공식품(▲ 3.8), 담배(▲ 3.8), 고추장(▲ 3.8) 등도 전년 대비 높은 상승폭을 보인 것으로 조사되었다.
- 반면, 유해물질 사태가 발생했던 치약(▽ 1.1)이 가장 큰 폭의 하락을 보였고, 또한 캐주얼화(▽ 0.3), 샴푸(▽ 0.2), 여성용기초화장품(▽ 0.2)이 소폭 감소하며 주춤하는 모습을 보였다.



2. 산업별 KCSI 주요 특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

내구재 모두 전년 대비 상승하였으며 가전 및 자동차는 산업 내에서 여전히 강세로 나타나

- 내구재 제조업 모두가 전년 대비 상승을 기록하였다. 생활가전 및 자동차 산업이 상위 10개 중에서 7개를 차지하며 전반적인 성장세를 이끌었던 것으로 조사되었다.
- 산업 내에서는 냉장고(90.5)가 90점이 넘는 우수한 평가를 받으며 가장 높게 나타났으며, TV(89.7)와 가정용 에어컨(88.7), RV승용차(88.1), 일반승용차(87.9) 등이 그 뒤를 이었다. 내구재 제조업 전체 21개 산업 중에서 17개 산업이 80점 이상의 높은 만족도를 보였다.
- 한편, 작년에 처음 발표했던 블랙박스(▲6.1)가 전년 대비 가장 높은 상승을 기록했고 세탁기(▲5.0)도 5점 이상의 큰 상승폭을 보였다.
- 신규조사 된 가정용건축자재는 84.7점으로 조사되었다.

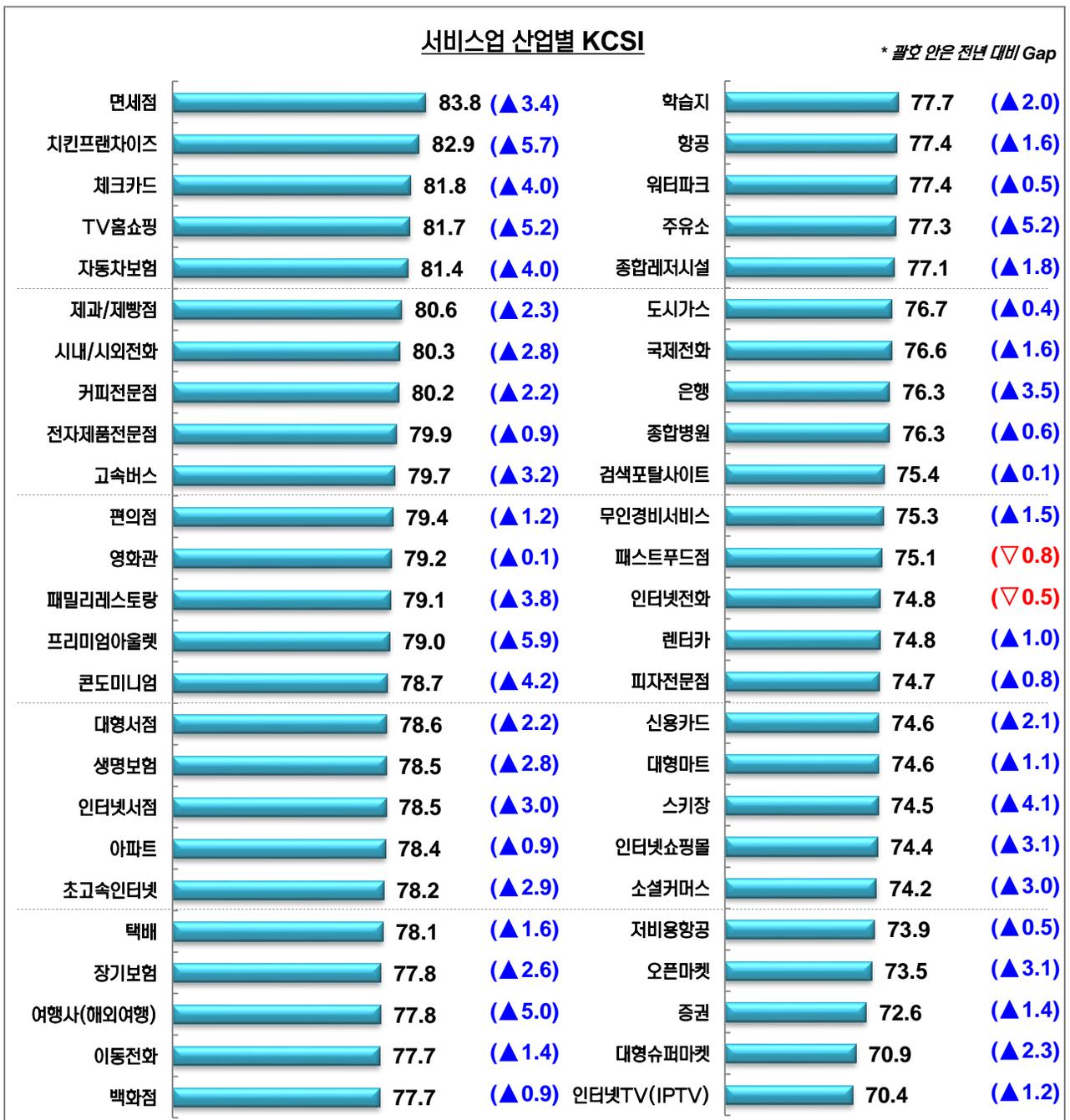


2. 산업별 KCSI 주요 특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

서비스업 전반적으로 상승, 모든 산업이 70점 이상을 기록하며 만족수준 높아져

- 서비스 산업의 만족도는 패스트푸드점과 인터넷전화를 제외하고 모든 산업이 전년 대비 성장한 결과를 보였다.
- 산업 내에서는 면세점(83.8)이 작년에 이어 올해에도 가장 우수한 평가를 받은 가운데 체크카드, TV홈쇼핑, 자동차보험, 제과/제빵점, 시내/시외전화, 커피전문점 등이 80점 이상의 높은 만족도를 기록했다.
- 작년 대비 높은 성장세를 기록한 산업들로는 프리미엄아울렛(▲ 5.9), 주유소(▲ 5.2), 여행사(해외여행)(▲ 5.0) 등이 5점 이상 상승을 나타냈다. 반면 햄버거병 사태가 일어났던 패스트푸드점(▽ 0.8)은 하락했고 인터넷전화(▽ 0.5)도 다소 주춤했다.



2. 산업별 KCSI 주요 특징

4) 공공서비스업의 고객만족도 특징

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

- 공공서비스는 모든 부분에서 만족도 상승을 나타냈다.
- 우편(78.1)이 70점대 후반을 기록하며 가장 높은 수준을 보였고, 철도(77.2)와 전력(76.2), 수도(75.) 등이 그 뒤를 이으며 70점 중반 이상의 상위권으로 조사되었다.
- 한편, 교육(▲ 5.5)은 가장 높은 상승세를 보이며 60점 대에 진입했고, 치안행정(▲ 4.6)과 고속도로(▲ 3.7)도 전년 대비 3점 이상 높은 성장을 기록했다.



3. 산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	간장	대상(청정원)	대상(청정원)(79.5), 샘표식품(78.3)	'16 1위 : 샘표식품 (5년 연속)	9회
2	고추장	대상(청정원)	대상(청정원)(84.3), CJ제일제당(해찬들)(83.9)	'16 1위 : CJ제일제당(해찬들)	16회
3	과자	오리온	오리온(79.7), 롯데제과(78.9), 크라운제과(78.1), 해태제과(77.8)	'16 1위 : 크라운제과	7회
4	맥주	클라우드	클라우드(89.8), OB맥주(카스포함)(88.8), 하이트진로(87.7)	3년 연속	3회
5	소주	금복주	금복주(87.2), 하이트진로(참이슬)(86.5), 롯데칠성음료(주류BG)(처음저렴)(81.2), 무학(79.3)	'16 1위 : 하이트진로(참이슬)	9회
6	식용유	사조해표(해표)	사조해표(해표)(79.0), CJ제일제당(백설표)(73.4)	5년 연속	13회
7	아이스크림	빙그레	빙그레(83.9), 롯데푸드(83.7), 해태제과(83.2), 롯데제과(82.3)	11년 연속	12회
8	우유	서울우유	서울우유(85.6), 남양유업(83.6), 매일유업(82.7)	10년 연속	12회
9	유산균발효유	한국아쿠르트	한국아쿠르트(86.2), 매일유업(83.9), 남양유업(83.3)	16년 연속	19회
10	음료	동아오스카	동아오스카(82.5), 한국코카콜라(81.4), 롯데칠성음료(79.9)	3년 연속	12회
11	참치캔	동원F&B (동원참치)	동원F&B(동원참치)(82.6), 사조해표(사조참치)(75.4), 오투기(오투기참치)(73.0)	14년 연속	17회
12	홍삼가공식품	한국인삼공사 (정관장)	한국인삼공사(정관장)(89.1), 농협홍삼(한삼인)(82.8)	5년 연속	5회
13	남성내의	좋은사람들	좋은사람들(79.9), BYC(78.8), 쌍방울(73.6)	6년 연속	18회
14	남성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(80.3), LG생활건강(80.1), 코스모코스(구 소망화장품)(76.6)	15년 연속	16회
15	남성정장	삼성물산	삼성물산(77.7), LF(76.5), 파크랜드(73.0)	13년 연속	17회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비자 제조업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	담배	한국필립모리스 (말보로)	한국필립모리스(말보로)(75.4), B.A.T.코리아(던힐)(73.1), KT&G(72.4)	10년 연속	11회
17	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(80.8), 한국P&G(78.9), LG유니참(78.2)	8년 연속	9회
18	삼푸	애경	애경(78.6), 아모레퍼시픽(78.1), LG생활건강(77.2), 유니레버코리아(75.7), 한국P&G(74.7)	4년 연속	4회
19	섬유유연제	LG생활건강	LG생활건강(84.8), 한국P&G(81.9), 피죤(81.3)	2년 연속	5회
20	세탁세제	CJ라이온	CJ라이온(79.8), 애경(77.6), LG생활건강(72.5)	21년 연속	22회
21	아웃도어의류	블랙야크	블랙야크(79.9), K2(78.6), 노스페이스(76.8), 코오롱스포츠(76.6), 네파(75.6)	4년 연속	4회
22	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(82.0), 남영비비안(비비안)(80.1)	18년 연속	18회
23	여성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(84.0), LG생활건강(81.3)	3년 연속	14회
24	여성용한방화장품	아모레퍼시픽 (설화수)	아모레퍼시픽(설화수)(90.6), LG생활건강(후, 수려한)(83.6)	6년 연속	6회
25	정장구두	금강제화	금강제화(80.1), 형지에스콰이아(에스콰이아)(79.0), 소다(78.4), 탠디(75.7)	16년 연속	21회
26	주방세제	CJ라이온	CJ라이온(84.3), 애경(82.3), LG생활건강(82.0)	12년 연속	18회
27	치약	애경	애경(82.2), 아모레퍼시픽(80.4), LG생활건강(79.5)	4년 연속	11회
28	캐주얼화	금강제화(랜드로바)	금강제화(랜드로바)(79.1), 형지에스콰이아(영에이지)(75.8)	15년 연속	15회
29	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(89.7), 깨끗한나라(86.8), 모나리자(80.8)	12년 연속	16회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	가정용복합기 (프린터)	캐논코리아 비즈니스솔루션	캐논코리아비즈니스솔루션(74.1), 한국엡손(72.2), 한국HP(71.8)	'16 1위 : 삼성전자 (9년 연속)	1회
2	가정용에어컨	삼성전자	삼성전자(89.6), LG전자(88.9), 오텍캐리어(86.2), 대유위니아(85.3)	5년 연속	6회
3	가정용정수기	코웨이	코웨이(83.2), 청호나이스(82.2)	'16 1위 : 청호나이스	14회
4	개인용컴퓨터(PC)	삼성전자	삼성전자(82.1), LG전자(80.2), 한국HP(74.0)	16년 연속	20회
5	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(85.7), LG전자(84.6), 대유위니아(81.0)	7년 연속	7회
6	냉장고	삼성전자	삼성전자(90.7), LG전자(90.1)	8년 연속	13회
7	사무용복합기 (복사기)	한국후지제록스	한국후지제록스(75.8), 캐논코리아비즈니스솔루션(74.3), 신도리코(72.8)	17년 연속	17회
8	세탁기	삼성전자	삼성전자(87.0), LG전자(86.4)	8년 연속	15회
9	이동전화단말기	삼성전자	삼성전자(84.4), 애플(아이폰)(82.9), LG전자(80.9)	20년 연속	21회
10	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(88.7), 쿠첸(80.5)	17년 연속	17회
11	TV	삼성전자	삼성전자(90.2), LG전자(89.0)	20년 연속	20회
12	가정용가구	한샘	한샘(84.4), 현대리바트(83.9), 까사미아(83.4), 에몬스가구(74.7)	2년 연속	2회
13	가정용건축자재	LG하우시스	LG하우시스(86.8), KCC(84.3), 한화L&C(82.2)	신규 발표	1회
14	가정용보일러	경동나비엔	경동나비엔(86.6), 린나이코리아(85.8), 귀뚜라미보일러(84.1)	4년 연속	5회
15	경형승용차	한국지엠	한국지엠(85.1), 기아자동차(84.3)	3년 연속	3회
16	부엌가구	한샘	한샘(85.2), 에넥스(84.6)	'16 1위 : 에넥스 (2년 연속)	9회
17	블랙박스	탱크웨어(아이나비)	아이나비(79.9), 아이패스블랙(77.2), 유라이브(73.7)	2년 연속	2회
18	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(80.1), 한국타이어(79.2), 넥센타이어(78.6)	13년 연속	14회
19	일반승용차	현대자동차	현대자동차(89.7), 기아자동차(88.3), 르노삼성자동차(85.9), 한국지엠(84.8)	24년 연속	24회
20	침대	시몬스	시몬스(83.6), 에이스침대(81.3), 대진침대(79.5)	9년 연속	10회
21	RV승용차	현대자동차	현대자동차(89.4), 기아자동차(87.9), 쌍용자동차(85.8)	14년 연속	14회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	생명보험	삼성생명	삼성생명(80.3), 한화생명(77.7), 교보생명(76.1)	13년 연속	19회
2	신용카드	신한카드	신한(77.1), 삼성(77.1), KB국민(74.7), 현대(74.3), 롯데(73.7), BC(72.2), 우리(71.9), NH농협(68.7)	7년 연속	7회
		삼성카드		2년 연속	11회
3	은행	신한은행	신한(78.7), KEB하나(78.1), KB국민(76.6), IBK기업(75.5), 우리(75.0), NH농협(71.5)	4년 연속	14회
4	자동차보험	삼성화재	삼성화재(83.1), 현대해상(81.4), 동부화재(80.5), KB손해보험(80.5), 메리츠화재(79.1)	20년 연속	21회
5	장기보험	삼성화재	삼성화재(79.3), 현대해상(78.4), KB손해보험(77.4), 동부화재(77.1), 메리츠화재(74.1)	7년 연속	7회
6	증권	삼성증권	삼성증권(74.2), NH투자증권(72.1), 대신증권(71.1)	12년 연속	14회
7	체크카드	KB국민카드	KB국민(83.7), 신한(82.5), 우리(81.5), BC(79.7), NH농협(78.6)	3년 연속	6회
8	대형마트	롯데마트	롯데마트(75.2), 홈플러스(74.7), 이마트(74.1)	'16 1위 : 이마트	5회
9	대형서점	교보문고	교보문고(80.2), 서울문고(반디앤루니스)(76.8), 영풍문고(76.3)	21년 연속	21회
10	대형슈퍼마켓	GS수퍼마켓	GS수퍼마켓(72.4), 롯데슈퍼(72.4), 홈플러스 익스프레스(69.8), 이마트 에브리데이(68.0)	2년 연속	6회
		롯데슈퍼		-	3회
11	면세점	호텔신라 (신라면세점)	호텔신라(신라면세점)(84.6), 호텔롯데(롯데면세점)(83.3)	5년 연속	5회
12	백화점	롯데백화점	롯데백화점(78.1), 현대백화점(77.8), 신세계백화점(76.1)	5년 연속	9회
13	소셜커머스	쿠팡	쿠팡(75.0), 위메프(73.8), 티몬(71.9)	5년 연속	5회
14	영화관	롯데시네마	롯데시네마(80.8), CJ CGV(79.9), 메가박스(74.2)	5년 연속	10회
15	오픈마켓	SK플래닛(11번가)	SK플래닛(11번가)(75.1), 이베이코리아(G마켓)(73.3), 이베이코리아(옥션)(72.2)	9년 연속	9회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	인터넷서점	YES24	YES24(80.2), 인터넷교보문고(79.1), 인터넷파크도서(77.5), 알라딘(77.1)	9년 연속	9회
17	인터넷쇼핑몰	GS홈쇼핑 (GS SHOP)	GS홈쇼핑(GS SHOP)(75.1), 현대홈쇼핑(현대Hmall)(74.8), 롯데닷컴(74.4), CJ오쇼핑(CJmall)(74.1), 신세계(SSG닷컴)(73.3)	'16 1위 : 현대홈쇼핑 (현대Hmall)	2회
18	전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성디지털프라자(80.9), 롯데하이마트(80.3), LG전자베스트샵(78.7), 전자랜드 프라이스킹(76.4)	7년 연속	7회
19	제과/제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리바게뜨(81.1), 푸레쥬르(79.1)	7년 연속	9회
20	치킨프랜차이즈	비에이치씨 (BHC치킨)	BHC치킨(84.8), 교촌치킨(83.5), 네네치킨(82.5), BBQ치킨(78.9)	2년 연속	2회
21	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(82.0), 스타벅스커피(81.4), 할리스커피(80.3), 투썸플레이스(78.5), 카페베네(78.1), 커피빈코리아(75.5)	8년 연속	8회
22	패밀리레스토랑	빔스(VIPS)	빔스(VIPS)(81.7), 아웃백스테이크하우스(79.0), 애슐리(77.3), TGI프라이데이스(77.1)	3년 연속	7회
23	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(77.7), 버거킹(75.2), KFC(74.6), 맥도날드(72.6)	5년 연속	5회
24	편의점	GS25	GS25(80.8), CU(79.8), 세븐일레븐(78.2), 미니스톱(75.6)	15년 연속	18회
25	프리미엄아울렛	롯데프리미엄 아울렛	롯데프리미엄아울렛(80.1), 신세계사이먼프리미엄아울렛(77.5)	4년 연속	4회
26	피자전문점	도미노피자	도미노피자(77.9), 피자헛(74.3), 미스터피자(70.4)	3년 연속	3회
27	학습지	대교	대교(80.0), 재능교육(78.0), 웅진씽크빅(77.1), 교원구몬(구몬학습)(75.9)	2년 연속	10회
28	TV홈쇼핑	롯데홈쇼핑	롯데홈쇼핑(83.1), 현대홈쇼핑(82.5), CJ오쇼핑(82.2), GS홈쇼핑(81.5), NS홈쇼핑(79.0), 홈앤쇼핑(77.9)	'16 1위 : 현대홈쇼핑 (11년 연속)	1회
29	검색포털사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(76.4), 카카오(다음)(71.4)	14년 연속	14회
30	국제전화	SK텔링크(00700)	SK텔링크(00700)(76.5), KT(001)(76.1), LG유플러스(002)(72.1)	3년 연속	4회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
31	시내/시외전화	KT	KT(81.8), SK브로드밴드(80.1), LG유플러스(76.6)	18년 연속	19회
32	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(80.2), KT(77.9), LG유플러스(73.2)	20년 연속	20회
33	인터넷전화	KT	KT(77.0), SK브로드밴드(74.4), LG유플러스(73.1)	8년 연속	8회
34	IPTV	KT	KT(72.5), SK브로드밴드(71.2), LG유플러스(66.9)	2년 연속	4회
35	초고속인터넷	KT	KT(79.7), SK브로드밴드(78.5), LG유플러스(75.2)	2년 연속	13회
36	고속버스	금호고속	금호고속(81.9), 동양고속(78.6), 중앙고속(76.6)	12년 연속	15회
37	도시가스	부산도시가스	부산도시가스(80.7), 서울도시가스(78.3), 예스큐(77.1), 대성에너지(76.8), 삼천리(75.6), 규원에너지서비스(74.7), 대륜E&S(70.9)	15년 연속	15회
38	렌터카	롯데렌탈 (롯데렌터카)	롯데렌탈(롯데렌터카)(76.4), AJ렌터카(75.0), SK네트웍스(SK렌터카)(72.4)	2년 연속	2회
39	무인경비	에스원	에스원(76.2), KT텔레캅(75.4), ADT캡스(73.6)	3년 연속	3회
40	스키장	휘닉스평창 (구 보광휘닉스파크)	휘닉스평창(구 보광휘닉스파크)(75.9), 하이원리조트(75.1), 용평리조트(74.2), 비발디파크(73.7), 무주덕유산리조트(73.5)	4년 연속	4회
41	여행사(해외여행)	하나투어	하나투어(79.2), 롯데관광개발(78.3), 모두투어네트워크(76.7), 노랑풍선(76.0)	9년 연속	9회
42	워터파크	캐리비안베이	캐리비안베이(78.9), 오션월드(75.2)	6년 연속	6회
43	저비용항공	에어부산	에어부산(76.1), 진에어(74.8), 제주항공(74.3), 이스타항공(71.4), 티웨이항공(70.6)	5년 연속	5회
44	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(79.7), 롯데월드(76.3), 서울랜드(72.1)	23년 연속	23회
45	종합병원	서울아산병원	서울아산병원(77.3), 삼성서울병원(77.0), 세브란스병원(신촌)(76.2), 서울성모병원(75.5), 서울대학교병원(본원)(75.2)	5년 연속	6회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
45	주유소	SK에너지 (SK주유소)	SK에너지(SK주유소)(78.6), GS칼텍스(77.8), S-Oil(76.8), 현대오일뱅크(72.2)	7년 연속	18회
46	콘도미니엄	한화호텔&리조트 (한화리조트)	한화리조트(79.5), 대명리조트(77.6)	6년 연속	8회
47	택배	CJ대한통운	CJ대한통운(79.4), 우체국택배(78.6), 한진택배(77.7), 롯데택배(구 현대택배)(75.3)	9년 연속	12회
48	항공	아시아나항공	아시아나항공(78.0), 대한항공(77.0)	4년 연속	20회

4) 공공서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	공공서비스	우정사업본부(우편)	우편(78.1), 철도(77.2), 전력(76.2), 수도(75.0), 고속도로(74.2), 세무서(71.3), 등기(69.3), 치안행정(68.6), 교육(60.9)	19년 연속	19회
2	지하철	부산교통공사	부산교통공사(78.3), 광주도시철도공사(77.9), 대구도시철도공사(76.4), 대전도시철도공사(74.5), 인천교통공사(67.9), 서울교통공사(1~8호선)(66.1)	'16 1위 : 광주도시철도공사	2회

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

1) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자, KT, 삼성물산을 비롯한 총 15개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위 차지해

- 작년에 이어 2017년 KCSI에서도 삼성전자가 총 8개 산업에서 1위를 차지하며 최다 산업 1위 기업을 수성했다. 삼성전자는 전년도 1위로 선정된 가정용에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, TV, 개인용컴퓨터(PC), 이동전화 단말기(스마트폰), 전자제품전문점 등 8개 산업에서 1위를 유지하였다.
- KT는 시내/시외전화, 인터넷전화, IPTV, 초고속인터넷 등 4개 산업에서 1위를 기록하며 삼성전자에 이어 두 번째로 많은 복수산업 1위를 차지했다.
- 이외에도 삼성물산은 작년과 동일한 남성정장, 종합레저시설, 워터파크에서 1위를 지켜냈고, 아모레퍼시픽(남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품)이 3개 산업에서 1위를, 금강제화(정장구두, 캐주얼화), 롯데지알에스(패스트푸드점, 커피전문점), 롯데백화점(백화점, 프리미엄아울렛), 삼성화재(자동차보험, 장기보험), 애경(삼푸, 치약), 유한킴벌리(생리대, 화장지), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), CJ라이온(세탁세제, 주방세제), GS리테일(대형슈퍼마켓, 편의점), 한샘(부엌가구, 가정용가구), 대상(간장, 고추장) 등이 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2017년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 복수산업 1위 기업

번호	기업명	1위 산업	비고
1	삼성전자	가정용에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, TV, 개인용컴퓨터(PC), 이동전화단말기(스마트폰), 전자제품전문점	8개 산업 1위 ('16년: 9개 산업 1위)
2	KT	시내/시외전화, 인터넷전화, IPTV, 초고속인터넷	4개 산업 1위 ('16년: 4개 산업 1위)
3	삼성물산	남성정장, 종합레저시설, 워터파크	3개 산업 1위 ('16년: 3개 산업 1위)
4	아모레퍼시픽	남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품	3개 산업 1위 ('16년: 3개 산업 1위)
5	금강제화	정장구두, 캐주얼화	2개 산업 1위 ('16년: 2개 산업 1위)
6	롯데지알에스	패스트푸드점, 커피전문점	2개 산업 1위 ('16년: 2개 산업 1위)
7	롯데백화점	백화점, 프리미엄아울렛	2개 산업 1위 ('16년: 2개 산업 1위)
8	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 ('16년: 2개 산업 1위)
9	애경	삼푸, 치약	2개 산업 1위 ('16년: 2개 산업 1위)
10	유한킴벌리	생리대, 화장지	2개 산업 1위 ('16년: 2개 산업 1위)
11	현대자동차	일반승용차, RV승용차	2개 산업 1위 ('16년: 2개 산업 1위)
12	CJ라이온	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 ('16년: 2개 산업 1위)
13	GS리테일	대형슈퍼마켓, 편의점	2개 산업 1위 ('16년: 2개 산업 1위)
14	한샘	부엌가구, 가정용가구	2개 산업 1위 ('16년: 1개 산업 1위)
15	대상	간장, 고추장	2개 산업 1위 ('16년: 없음)

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

2) 2016년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

총 12개 산업에서 KCSI 1위 기업 변동 나타나

- 2017년 KCSI 조사결과 총 12개 산업에서 1위 기업의 변동이 나타났다.
- 산업군별로 소비재에서 간장(대상(청정원)), 고추장(대상(청정원)), 과자(오리온), 소주(금복주) 등 4개 산업, 내구재에서 가정용복합기(캐논코리아비즈니스솔루션), 가정용정수기(큐웨이), 부엌가구(한샘) 등 3개 산업, 서비스업에서는 대형마트(롯데마트), 대형슈퍼마켓(GS수퍼마켓, 롯데슈퍼), 인터넷쇼핑몰(GS홈쇼핑(GS SHOP)), TV홈쇼핑(롯데홈쇼핑) 등 4개 산업 및 지하철(부산교통공사)에서 1위 기업이 변동된 것으로 나타났다.

2017년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 1위 변동 기업

No	산업군	산업명	2017년 KCSI 1위 기업	2016년 KCSI 1위 기업
1	소비재 (4개)	간장	대상(청정원)	샘표식품
2		고추장	대상(청정원)	CJ제일제당(해찬들)
3		과자	오리온	크라온제과
4		소주	금복주	하이트진로(참이슬)
5	내구재(3개)	가정용복합기(프린터)	캐논코리아비즈니스솔루션	삼성전자
6		가정용정수기	큐웨이	청호나이스
7		부엌가구	한샘	에넥스
8	서비스(4개)	대형마트	롯데마트	이마트
9		대형슈퍼마켓	GS수퍼마켓, 롯데슈퍼	GS수퍼마켓
10		인터넷쇼핑몰	GS홈쇼핑(GS SHOP)	현대홈쇼핑(Hmall)
11		TV홈쇼핑	롯데홈쇼핑	현대홈쇼핑
12	공공서비스 (1개)	지하철	부산교통공사	광주도시철도공사

5. KCSI 향상을 위한 제언

변화하는 시대와 고객을 제대로 파악하여 만족을 제공하라

- ➔ 최근 IT기술이 눈부시게 발전하고 4차 산업혁명의 시대가 본격적으로 전개되면서 우수한 상품과 서비스가 지속적으로 생겨나고 있으며, 이를 이용하는 고객들은 이전보다 더 큰 편리성을 느끼게 되었다. 이러한 변화들은 고객들의 사고와 행동, 그리고 상품과 서비스의 선택에도 많은 변화를 가져오게 되었다. 기술 발전에 의해 고객들은 자신과 관련되는 개인적 변화, 사회적 변화, 구조적 변화를 날로 경험하고 있으며, 기업들은 자사의 생존과 발전을 위해서라도 기술 발전의 흐름과 고객들의 변화에 민감하게 반응하고 적극적으로 대응하고 있으며, 결과물에 대한 시장과 고객들의 반응에 촉각을 곤두세우고 있다.
- ➔ 그렇다면 이러한 4차 산업혁명 시대에 고객들은 어떻게 변화하고 있으며, 각 기업들이 고객만족과 관련하여 추진해야 할 방향은 무엇일까?
- ➔ 먼저 이러한 시대에 맞게 흔히 ‘포노 사피엔스(Phono Sapiens)’라 불리는 최근의 고객들은 점차 다음과 같은 방향으로 니즈가 변화하고 있다. 먼저 고객들의 인내심이 점점 저하하는 시대에 고객들은 그들의 불편을 최소화하고 복잡한 절차나 대면과정을 간략화한 ‘수월한 CS’를 원하고 있다. 그리고 단순한 고객 경험이 아닌 동시다발적이고 다체험적인 경험을 원하는 등 ‘다양한 경험의 조합’을 요구한다. 또한 대다수의 고객들은 여러 불편을 감수하면서까지 무조건적인 새로움만을 추구하지 않는다. 이들은 익숙함과 새로움이 ‘균형성’을 갖춘 서비스를 원하고 있다. 마지막으로 고객들은 사야할 이유(Reason)뿐 아니라 이들에게 사고 싶은 느낌(Feeling)을 불러일으키는 ‘정서적 교감’을 원한다.
- ➔ 4차 산업혁명시대에 고객들의 변화하는 니즈에 대응하고자 기업들은 고객 개인의 맞춤형 경험 제공을 위해 노력하고 있으며, 기술 발전에 의해 상당 부분 현실화되고 있다. 고객 개별적 니즈 대응이 가능해짐으로 인해 매스 마케팅 방식에서 맞춤형 고객 경험 전달 방식으로 변화를 시도하고 있다는 뜻이다. 기존에는 크게 그룹화된 고객에게는 동일한 경험이 전달되었지만 이제는 개별 니즈에 맞게 더욱 세분화된 경험을 전달하고 있다. 또한 4차 산업혁명 시대는 산업 내부에서 고객을 놓고 벌이는 유사한 차원의 CS경쟁을 넘어 산업간 경쟁이 현실화되는 시대라 할 수 있다. 그리고 기존에는 각 산업이나 기업에 접근한 고객을 대상으로 CS가 시작되었다고 한다면, 이제는 기업들이 먼저 고객에게 접근하여 선제적인 만족을 제공해야 한다.
- ➔ 이에 대응하기 위해 CS담당부서에서는 먼저 기존 CS경영시스템을 강화해야 할 것이다. 고객 개인 뿐만 아니라, 집단(사회) 및 구조적인 변화의 속도와 진폭이 큰 현실에서, 변화한 고객 니즈 분석을 통한 채널의 효율성 증진, 프로세스 혁신 등 기존의 CS 경영체계 고도화 필요한 것이다. 또한 Big Data에 기반한 IoT, AI 등 기술의 기능적 요소보다는, 고객의 관점에서 실제 기술과 CS를 결합할 수 있는 솔루션 및 사례에 대한 학습을 통해 산업 내 선도자의 포지션 확보하는 등 4차 산업혁명 시대에 대한 적응이 필요할 것이다.
- ➔ 급격한 변화가 진행될수록 산업계의 기술변화와 더불어 최종 목적지인 고객의 니즈와 생각이 어떻게 변모하고 있는지를 파악하는 것이 무엇보다 중요할 것이다. CS담당부서에서는 4차 산업혁명 시대의 기술발전도 공급자의 시각이 아닌 고객의 시각에서 출발하여, 최종 목표는 고객에게 한 단계 더 높은 가치 전달이라는 마인드로 이와 관련한 추이를 분석하고 실시간으로 고객의 소리(VOC)를 파악하여 내부에 전달하는 역할을 강화하는 등 시장 변화를 항상 주도적으로 파악하고 전사 혁신을 이끌어야 할 것이다.

5. KCSI 향상을 위한 제언

고객 가치에 기반한 4차 산업혁명을 준비하라

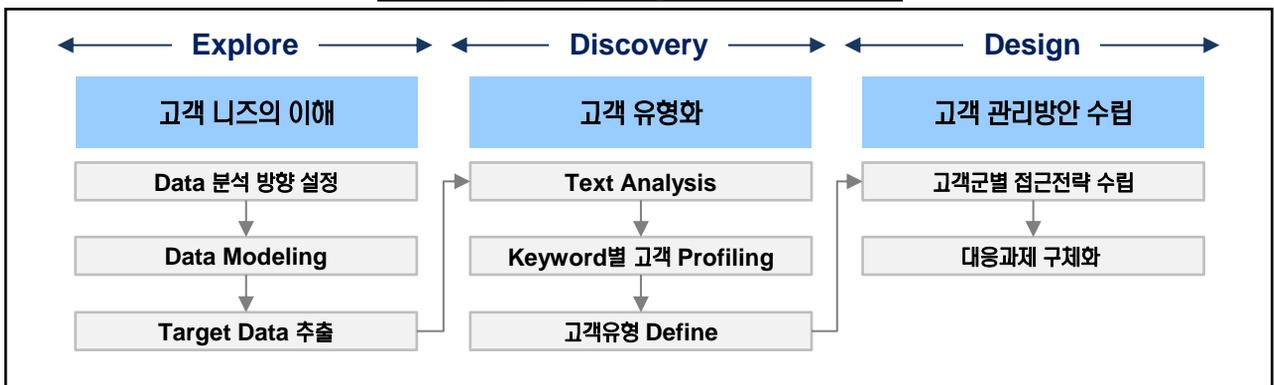
- ➔ 4차 산업혁명 시대를 맞아 기업들은 날로 똑똑해지고 있는 고객들에게 보다 더 ‘스마트’한 만족을 전달하기 위해 노력하고 있다. 이러한 노력들은 AR(증강현실), VR(가상현실), IoT(사물인터넷), AI(인공지능) 등 기술 발전에 근거한 ‘새로움’의 차원에서 시작되었지만 기업들간의 기술격차는 날로 줄어들고 있기 때문에 궁극적으로는 가치 기반의 ‘차별성’으로 성패가 좌우될 것이다. 고객들에게 전달되는 기술 기반의 새로운 상품과 서비스에 당장은 큰 관심을 보일 수 있겠지만 이러한 상품과 서비스에 진정한 ‘고객 가치(Customer Value)’를 담지 못할 경우 언젠지 후발 경쟁자에게 선두자리를 내어줄 수 밖에 없을 것이다.
- ➔ 국내외 각 산업의 대표적인 기업들도 4차 산업혁명과 기술 발전이라는 대세에 적응하고 주도권을 놓치지 않기 위해 각종 노력을 경주하고 있다. 이들은 공통적으로 빅데이터(Big Data) 분석을 기반으로 고객이 기존에 생각하기 어려웠던 서비스를 제공하여 새로운 고객 경험을 가능케 하고 있다.
 - 유통 산업에서는 빅데이터에 의한 분석/활용이 이미 활발하게 이루어지고 있으며, AI, VR/AR을 통한 상용화가 지속 시도되고 있어 고객의 체감도가 가장 높은 상태라 할 수 있다. 특히 ‘No Line, No Check Out’을 표방하는 아마존 고(Amazon Go)의 시도는 고객 편리는 물론 비용 감축이라는 효과도 거둘 수 있다. 위기를 맞은 국내 백화점업계에서도 소비자 생활 속에서 신기하고 즐거운 차별화된 경험제공을 통해 한계 소비 성향을 끌어올리려 하고 있는데 VR Store, Smart Shopper, S-Wallet 등이 대표적 사례이다.
 - 제조업에서는 ‘플랫폼 공유’가 대세가 되어가고 있다. 세계 IT 가전 기업에서는 공통의 IoT 표준을 연구하고 있는데 아마존 ‘Alexa’ 등이 플랫폼을 개방 및 다양한 기업의 사용을 유도하여 점차 영향력을 확보하고 있다. 고객의 만족을 위해, 그리고 자사 제품 판매의 활성화를 위해 플랫폼 공유를 필수적으로 생각하는 추세이다. GE의 산업인터넷인 ‘Predix’도 유사한 사례이다. 국내에서도 삼성전자의 고객의 생활 환경을 학습하여 솔루션을 제공하는 AI에어컨, LG전자의 AI와 결합한 스마트폰 원격 AS, 코웨이의 IoCare 등이 대표적인 사례이다.
 - 금융 산업에서는 오프라인의 인공지능 로봇 상담사 도입뿐만 아니라 고객 개인별 맞춤형 프로그램을 제공하고 있다. 일본 미즈호 은행은 복수의 로봇을 연동해 맞춤형 자산 운용을 설명하고 있으며, 영국 아비바 생명은 운행기록 장치에 축적된 데이터를 수집/분석하여 운전패턴에 맞는 보험 상품을 개발하여 좋은 반응을 유도하고 있다. 신한카드사는 빅데이터를 기반으로 고객의 라이프 스타일을 분석하여 솔루션을 제안하는 ‘Code 9’ 서비스를 제공중이며, 대신증권은 인공지능 로봇 벤자민을 선보이는 등 업계 최초로 ‘챗봇’ 서비스를 실시하고 있다.
- ➔ 국내외 기업들의 여러 노력은 크게 네 가지로 분류할 수 있다. 먼저 고객 경험의 히스토리를 분석하고 있다. 온/오프라인에 있는 비정형 데이터를 분석하여 고객 경험의 히스토리를 파악하고 있다. 그리고 연결된 모바일 기기를 통해 이들의 소비, 선호도, 형태 등을 수집하여 고객이 표출하지 않은 잠재적 니즈까지 파악하여 CS의 기반으로 삼고 있다. 또한 ICT(정보통신기술)의 비약적 발전으로 기존의 상품·서비스와 차원이 다른 고도의 편리성을 제공하고 있다. 마지막으로 고객 생애(Lifecycle) 전반을 아우르는 고객 플랫폼을 구축하여 단기간의 상품과 서비스 제공을 넘어 지속성과 확장성까지도 확보하려 하고 있다.
- ➔ 기업들은 생존과 성장을 위해 과거보다 더 많은 노력이 요구되는 시기에 고객과 관련된 더 많은 정보를 수집하고 분석하여 새로운 기술 도입에 매진해야 할 것이다. 하지만 더 중요한 것은 고객이다. 각종 기술 발전을 ‘보여주기식’ 자랑을 위한 목적에 그치게 할 것이 아니라 ‘고객 가치’를 한 층 더 높이는 수단으로 인식해야 할 것이다.

5. KCSI 향상을 위한 제언

고객 이해와 先대응은 능동적 VOC Data 활용을 기반으로

- ‘고객의 소리(VOC)’는 기업 경영의 근본이자 고객만족경영활동의 기반이라 할 수 있으며, 시대가 바뀌더라도 VOC에 대한 중요성은 날로 높아져가고 이에 대한 보다 적극적이고 능동적인 대응이 요구되는 시점이다 . 4차 산업혁명시대를 맞아 중요도가 높아진 ‘빅데이터(Big Data)’도 ‘고객의 소리’ 관점에서 판단하여, 과거와 같이 기업으로 유입되는 것만 ‘고객의 소리’로 관리할 것이 아니라 SNS, 블로그 등 각종 웹에서 노출되는 고객의 입소문(Buzz)까지도 ‘고객의 소리’ 범위에 포함시켜 이를 수집해서 분석하는 등 그 활용도를 더욱 높여야 할 것이다. 과거와 같이 수동적인 형태보다는 좀 더 능동적인 형태로 ‘고객의 소리’에 대응하고 이를 경영자산화 함으로써 그 어느 때보다 높아진 기업의 복잡하고도 다양한 리스크에 준비하는 자세가 요구되는 것이다.
- ‘고객의 소리(VOC)’란 고객이 기업의 상품 또는 서비스를 구매거나 경험하는 과정에서 발생하는 만족, 불만족이 기업에 피드백된 일련의 정보라 할 수 있다. 이러한 ‘고객의 소리’는 기업이 CS경영을 전개하는 한 소홀히 해서는 안 될 가장 기본 중의 기본이라 할 수 있다. 그러나 아직도 많은 기업들이 이러한 고객의 소리에 대해 그 중요성을 피부로 절실히 느끼지 못하고 있는 것이 현실이다. 또는 자신들은 ‘고객의 소리’에 매우 민감하다고 생각하고 있지만 ‘고객의 소리’를 처리하는 과정을 진단해 보면 그와는 정반대의 모습을 보이는 경우가 드물지 않게 나타나고 있다.
- 이유가 무엇일까? 다년 간 ‘고객의 소리’ 체계 구축 컨설팅을 진행하면서 살펴본 바에 의하면, 다음과 같은 이유가 발견된다. 첫째는, 경영진이 ‘고객의 소리’에 깊이 관심을 갖지 않는 경우이다. 이런 경우 실무진에서도 ‘고객의 소리’를 형식적으로 관리하다 보니 그 체계나 효용성이 높아질 수가 없는 경우가 많이 있다. 둘째는, VOC시스템이라고 불려서인지 ‘고객의 소리’를 IT시스템에 국한해서 보는 경우다. 그러나 ‘고객의 소리(VOC)’ 시스템이라고 할 때, 시스템이라는 말은 IT만을 말하는 것이 아니라 전체적인 체계를 말하는 것임을 다시 한 번 인식할 필요가 있다. 셋째는, 직원들의 생각 즉 마인드가 아직 고객지향적으로 정렬이 되어 있지 못하기 때문이기도 하다. 시스템을 통해 많은 ‘고객의 소리’가 수집되고 있으나 그것들을 귀찮은 일로 여기는 경우가 아직도 발생하고 있다.
- 그렇다면 어떻게 VOC Data를 효과적으로 활용할 수 있을까? 우선, VOC 접수/처리 후 방치되고 있는 Text Data(상담/민원의 구체적 내용)에 대해 관심을 가져보자. 최근 활용도가 높아지고 있는 Text Mining 솔루션을 기반으로 방대한 상담내용에 포함된 Keyword와 VOC 유형과의 분석과 함께 유사한 Keyword 패턴을 보이는 고객을 유형화하여 그들의 상황적 속성을 발견하는 것이 중요하다. 이렇게 도출된 다양한 인과관계와 의미있는 패턴 및 규칙을 활용하여, 고객군별 니즈에 선제적으로 대응하기 위한 전략을 수립하고 업무별 사전대응 활동을 구체화 하는 등 체계를 마련할 수 있을 것이다.

VOC 기반 선제적 고객대응 체계 Framework



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

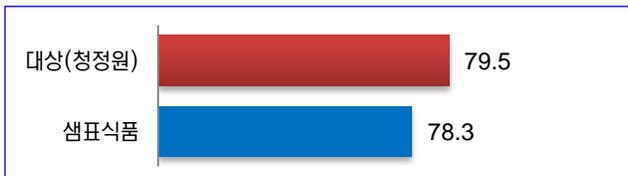
(3) 서비스업

■ 식료품(식용 정제유/장류/수산물)

• 간장

단맛, 감칠맛 등 맛의 특징을 내세운 제품들이 소비자들 사이에서 인기를 끄는 가운데, 간장 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 대상(청정원)이 샘표식품을 제치고 1위(역대 9회 1위) 자리를 차지하는 영예를 안았다.

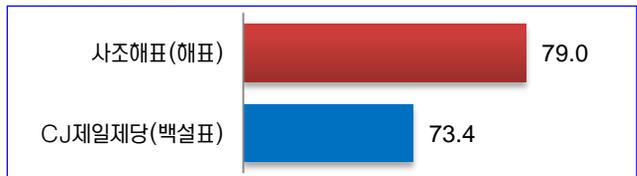
대상(청정원)은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 간장의 맛과 농도, 성분, 가격 등의 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 식용유

건강에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 몸에 좋은 프리미엄 식용유 제품들이 인기 상품으로 자리잡고 있는 가운데, 식용유 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 사조해표(해표)가 올해 5년 연속 1위(역대 13회 1위)자리에 올랐다.

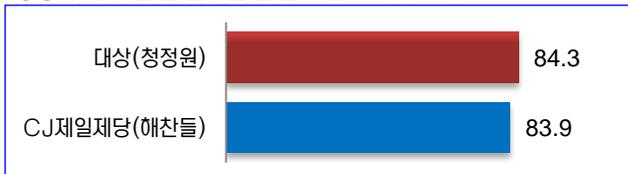
사조해표(해표)는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 기름의 맑고 깨끗함, 요리의 맛, 풍부한 영양, 기업 신뢰도 등 거의 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 고추장

웰빙 재료를 내세운 신제품들과 마요네즈, 케첩 등 독특한 소스를 첨가한 다양한 제품들이 출시되는 가운데, 고추장 산업의 만족도는 전년 대비 대폭 상승하였으며, 대상(청정원)이 CJ제일제당(해찬들)을 제치고 1위(역대 16회 1위) 자리를 차지하는 영예를 안았다.

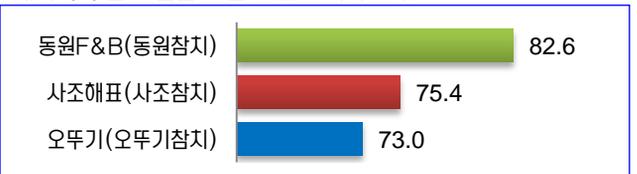
대상(청정원)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 고추장 빛깔 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족을 받은 것으로 나타났다.



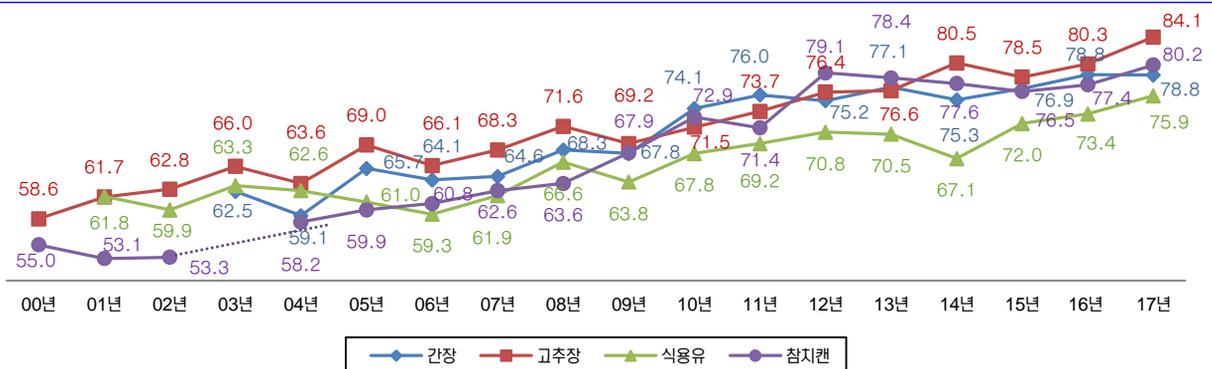
• 참치캔

대표적인 고단백, 저지방 건강식품으로 최근에는 안주용, 라면 토핑용 등에 활용할 수 있는 다양한 용도의 제품라인 출시되는 가운데, 참치캔 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 동원 F&B(동원참치)가 14년 연속 1위(역대 17회 1위)의 자리를 고수했다.

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



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

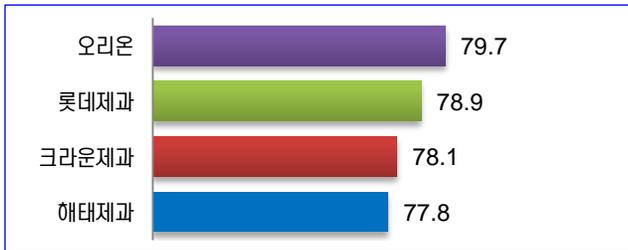
(3) 서비스업

■ 식료품(과자/빙과류)

• 과자

허니버터, 바나나 맛 과자, 녹차맛 등 지속적으로 새로운 트렌드를 제시하며 소비자 맛과 취향을 선도하고 있는 과자산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 오리온이 크라운제과를 제치고 1위(역대 7회 1위)자리에 올랐다.

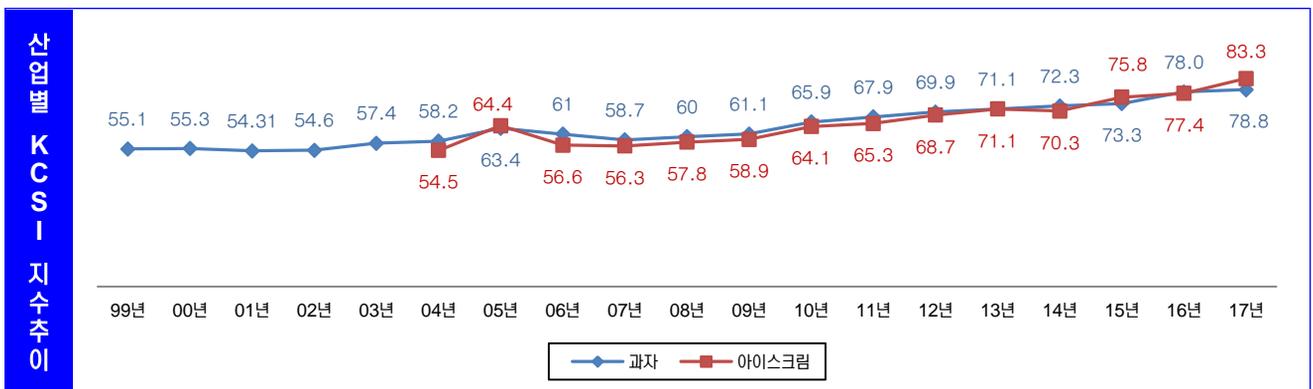
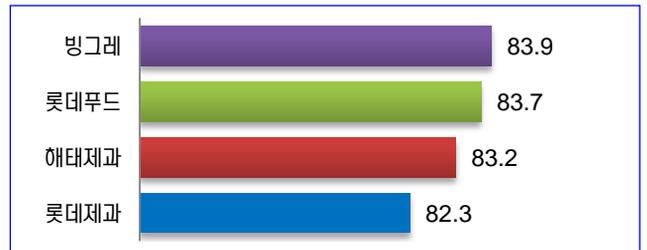
오리온은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 구입 용이성, 섭취 편리성 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족을 보였다.



• 아이스크림

1인 가구 확대, 디저트 열풍 트렌드에 맞춰 제품의 용량을 줄이고 원재료를 고급화한 제품들이 소비자로부터 좋은 호응을 받고 있는 가운데, 아이스크림 산업의 만족도는 전년 대비 대폭 상승하였으며 빙그레가 11년 연속 1위(역대 12회 1위)자리를 지켰다.

빙그레는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도에서는 당도와 포장, 가격 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

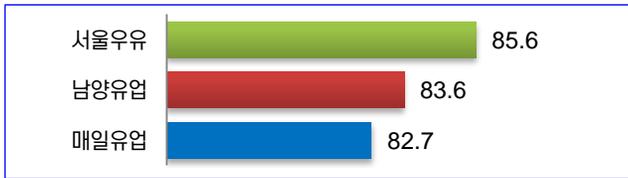
(3) 서비스업

■ 식료품(농농제품)

• 우유

고소한 맛과 영양을 살린 저지방우유 제품들이 출시되며 지속적인 인기를 유지하는 가운데, 우유 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 서울우유가 10년 연속 1위(역대 12회 1위)를 이어갔다.

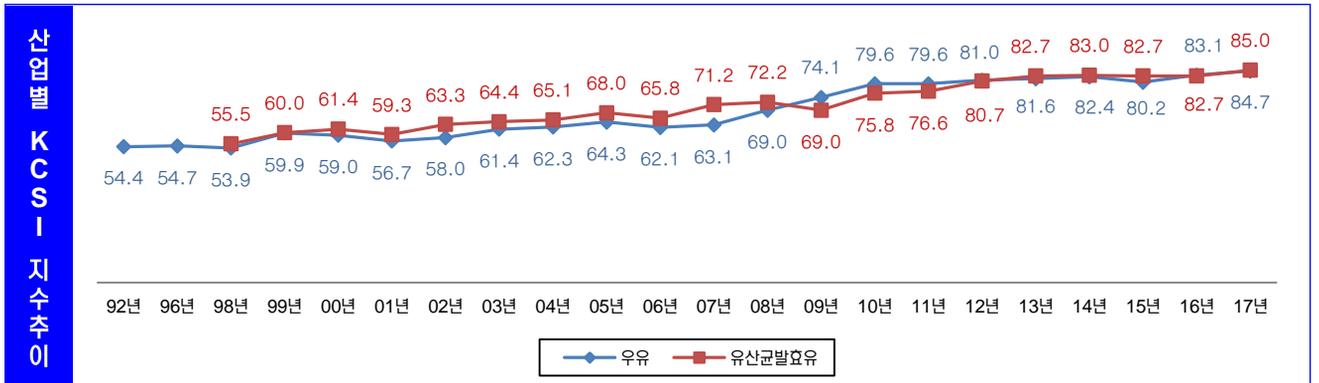
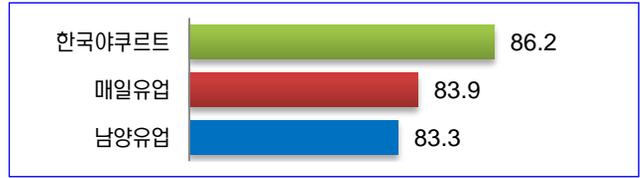
서울우유는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 맛과 냄새, 제품의 다양성, 개봉 용이성, 기업 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 유산균발효우유

일상 생활에서 간편하게 건강을 챙길 수 있는 유산균 음료가 인기를 끌면서 면역력, 위 건강, 피로회복 등 다양한 기능을 갖춘 제품들이 출시되고 있는 유산균 발효우유 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 한국야쿠르트가 16년 연속 1위(역대 19회 1위)의 자리를 고수했다.

한국야쿠르트는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 제품 농도와 기능성, 배달, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

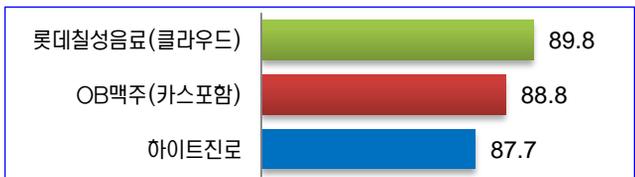
- (1) 소비자 제조업
- (2) 내구재 제조업
- (3) 서비스업

음료

맥주

가벼운 음주문화를 추구하는 트렌드와 점차 세분화되는 소비자들에 취향에 맞춰 무알콜맥주, 수제맥주 등 다양한 제품들이 출시되는 가운데, 맥주 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승하였으며, 롯데칠성음료(클라우드)가 3년 연속 1위(역대 3회 1위)자리를 지켰다.

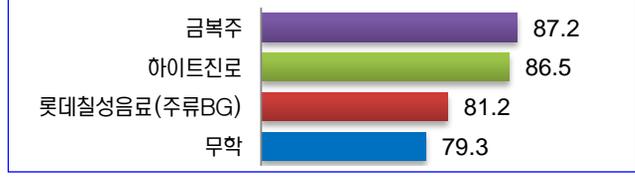
롯데칠성음료(클라우드)는 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맥주의 맛, 포장 및 디자인, 가격, 기업 신뢰도 등에서 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



소주

저도주 트렌드가 지속되는 한편 탄산소주, 과일향 첨가소주 등에 식상한 소비자들이 다시 고도주 증류식 소주를 찾는 니즈 또한 점차 커지고 있는 소주 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 금복주가 하이트진로를 제치고 금년 1위(역대 9회 1위)를 달성했다.

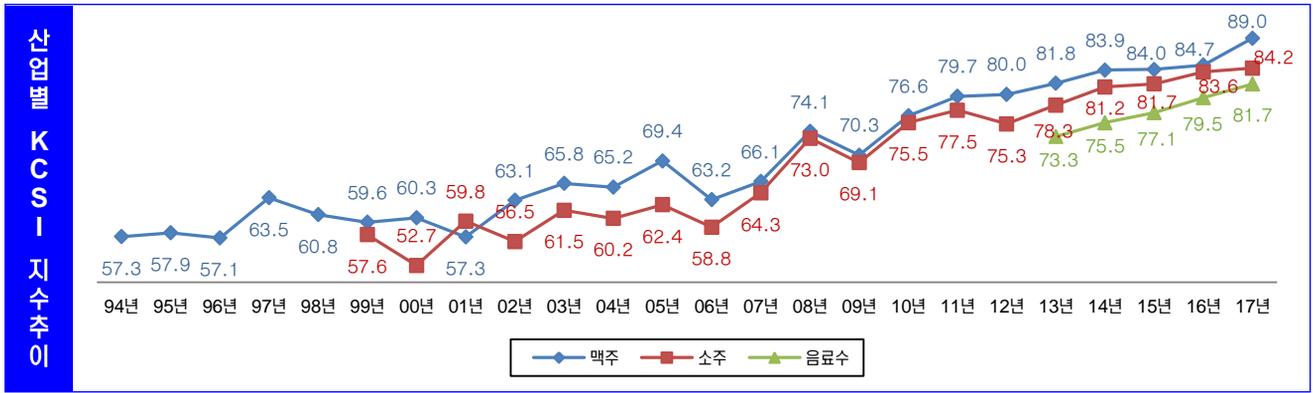
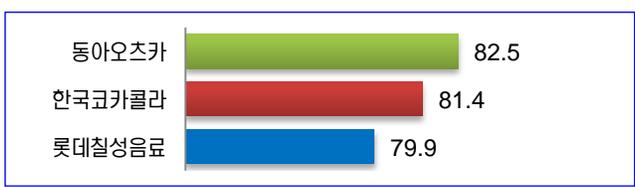
금복주는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소 만족도는 소주의 맛과 뒤끝, 제품 디자인, 가격, 기업 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



음료

건강음료의 인기가 높아지고 있는 한편, 특 쏘는 청량감과 다양한 맛을 선보인 탄산음료가 소비자들에게 꾸준히 각광받고 있는 음료 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 보이고 있으며, 동아오츠카가 3년 연속 1위(역대 12회 1위)를 고수했다.

동아오츠카는 전반적 만족도와 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 맛과 당도, 가격 요소에서 경쟁사 대비 우위를 보였다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

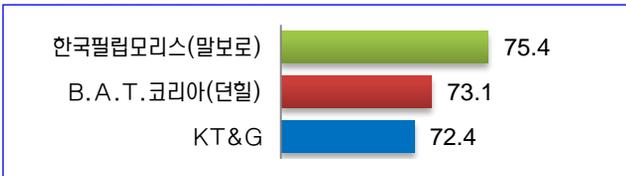
(3) 서비스업

■담배 및 홍삼가공식품

• 담배

일반 담배 대비 낮은 유해물질을 강조한 궐련형 전자담배가 소비자들의 뜨거운 관심을 받고 있는 가운데, 담배 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 한국필립모리스(말보로)가 10년 연속 1위(역대 11회 1위)의 자리를 유지했다.

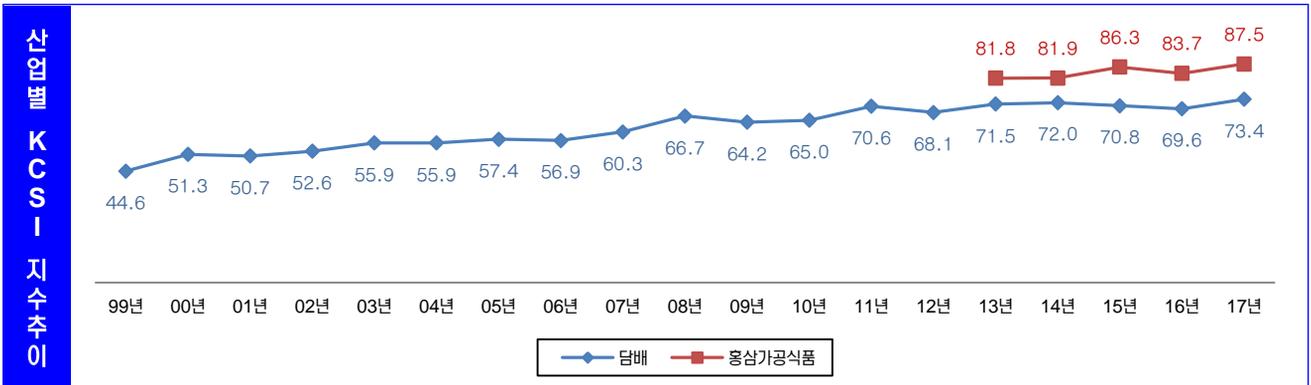
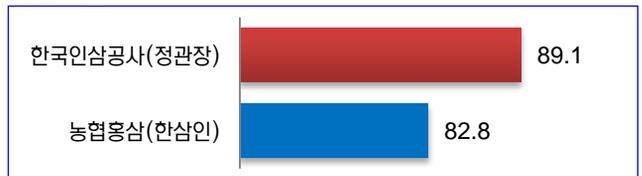
한국필립모리스(말보로)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 맛, 필터, 포장 및 디자인, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 홍삼가공식품

휴대 및 섭취가 간편한 여러 종류의 홍삼제품이 출시되면서 건강식품에 관심이 많아진 20~30대에게 인기를 끌고 있는 가운데, 홍삼가공식품 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 한국인삼공사(정관장)가 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 이어갔다.

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



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

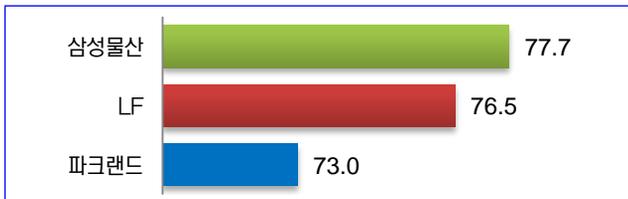
(3) 서비스업

■ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

• 남성정장

가성비를 추구하는 소비자 트렌드에 맞춰 품질 대비 낮은 가격을 내세운 제품들이 출시되는 가운데, 남성정장 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성물산이 13년 연속 1위(역대 17회 1위)의 자리를 이어나갔다.

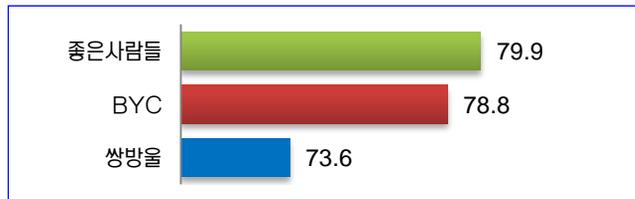
삼성물산은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 바느질 상태 및 소재, 체형, 회사 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 남성내의

여름철을 맞아 당당한 노출을 도와주는 남성용 보정 속옷에 대한 수요가 늘어나면서 다양한 제품들이 출시되는 가운데, 남성내의 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며 좋은사람들이 6년 연속 1위(역대 18회 1위)를 지켜냈다.

좋은사람들은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 보였으며, 요소 만족도는 세탁 후 보존력, 착용감 요소에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 아웃도어의류

기존의 기능성을 유지하면서도 세련된 디자인을 갖춰 실용성과 개성을 모두 내세운 제품들이 소비자들에게 인기를 얻고 있는 아웃도어의류 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 블랙야크가 4년 연속 1위(역대 4회 1위)기업으로 조사되었다.

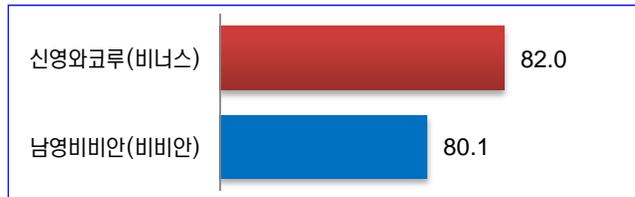
블랙야크는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 소재 및 색상, 체형, 활동성, 내구성, 소재 등 대부분의 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



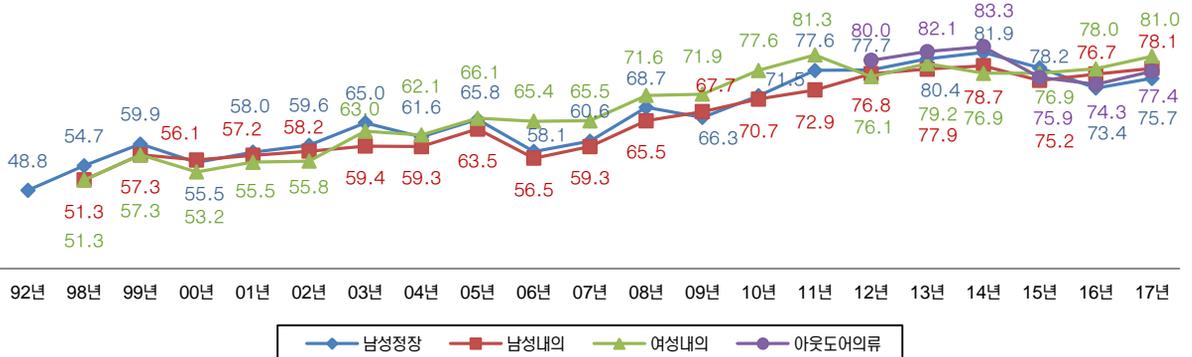
• 여성내의

시원한 착용감을 도와주는 속건기능, 쿨링기능 등 기능성을 강조한 제품들이 소비자들에게 주목을 받은 여성내의 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 신영와코루(비너스)가 18년 연속 1위(역대 18회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

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



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 가족, 가방 및 신발

• 정장구두

가성비를 중시하는 트렌드에 따라 유행하는 디자인보다 계절에 구애받지 않고 편안한 착용감을 갖춘 제품들이 각광을 받고 있는 정장구두 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 금강제화가 16년 연속 1위(역대 21회 1위)의 자리를 차지했다.

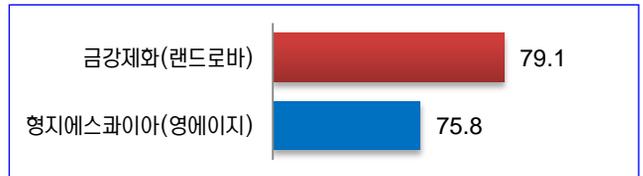
금강제화는 전반적만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 긴 수명과 좋은 소재, 착용감, 디자인 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



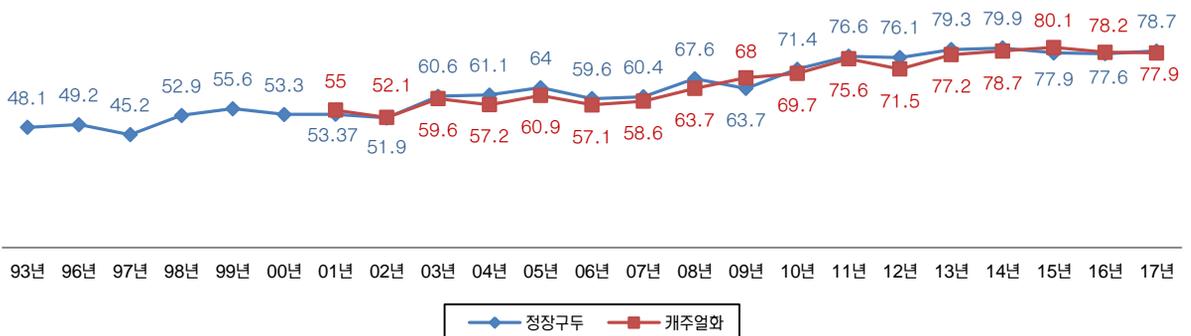
• 캐주얼화

편안함과 트렌드를 동시에 추구하는 소비자들의 니즈에 따라 실용성과 세련된 디자인을 강조한 신제품들이 꾸준히 사랑받고 있는 캐주얼화 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 금강제화(랜드로바)가 15년 연속 1위(역대 15회 1위)를 달성했다.

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



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

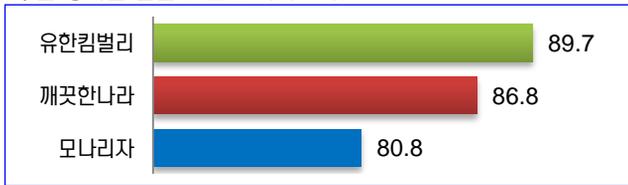
(3) 서비스업

■ 펄프, 종이 및 종이제품

• 화장지

보습력을 강화한 프리미엄 화장지 제품이 화장지 시장의 다크 호스로 떠오르며 인기를 보이고 있는 가운데, 화장지 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 유한킴벌리가 12년 연속 1위(역대 16회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

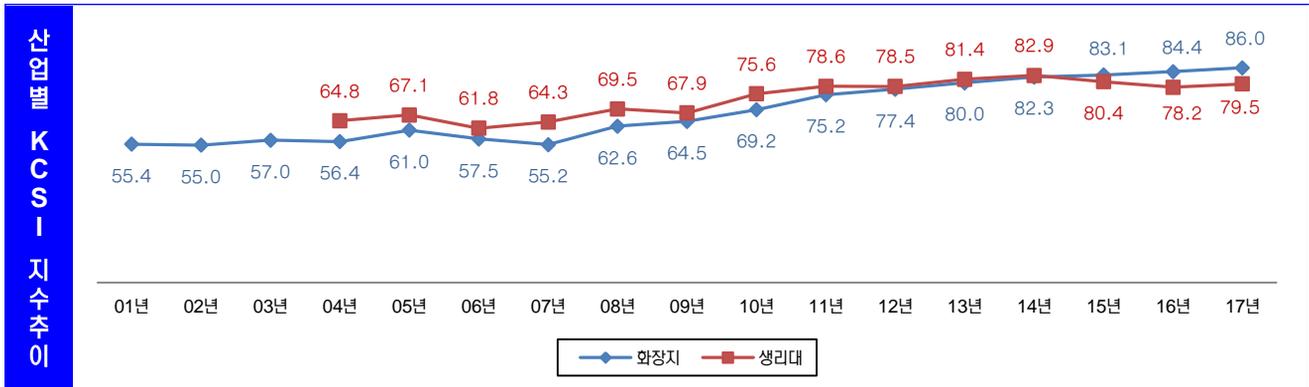
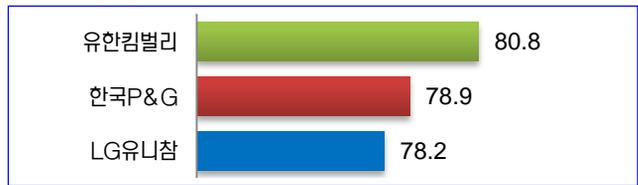
유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 촉감 및 재질, 다양성, 디자인, 제조회사 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 고객들로부터 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 생리대

생리대 안전성 논란으로 화학물질 부작용에 대한 이슈가 대두되면서 향후 제품 성분에 대한 소비자들의 관심이 높아질 것으로 예상되는 생리대 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 유한킴벌리가 8년 연속 1위(역대 9회 1위)를 기록했다.

유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 부드러운 커버와 착용감, 사이즈, 구입 용이성 등의 항목에서 소비자들로부터 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 화학물질 및 화학제품(화장품), 유리 및 유리제품

• 남성용기초화장품

남성들의 피부관리에 대한 관심이 높아지면서 스킨, 에센스, 로션 등을 한 번에 바를 수 있어 간편한 올인원 제품이 인기를 끌고 있는 남성용기초화장품 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 아모레퍼시픽이 15년 연속 1위(역대 16회 1위)를 유지했다.

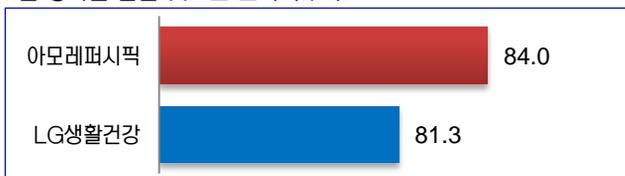
아모레퍼시픽은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도에서는 영양공급과 탄력성, 제품 발림성, 향, 안정성 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 여성용기초화장품

피부건강의 중요성이 계속 증대되면서 럭셔리 기초화장품을 중심으로 브랜드와 품질을 앞세워 소비자들을 공략하고 있는 여성용기초화장품 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 아모레퍼시픽이 3년 연속 1위(역대 14회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

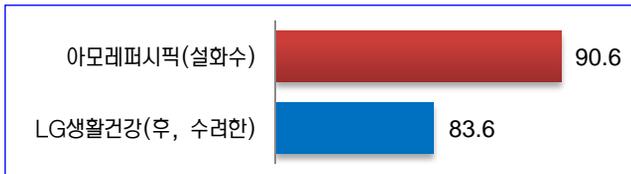
아모레퍼시픽은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 영양공급, 제품 발림성, 안전성, 디자인, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 여성용한방화장품

프리미엄 전략을 통해 해외로 사업을 확대하며 K뷰티의 영향력을 높이고 있는 여성용 한방화장품 산업의 만족도는 지난해에 이어 상승세를 유지하며, 아모레퍼시픽(설화수)이 6년 연속 1위(역대 6회 1위)의 자리를 이어나갔다.

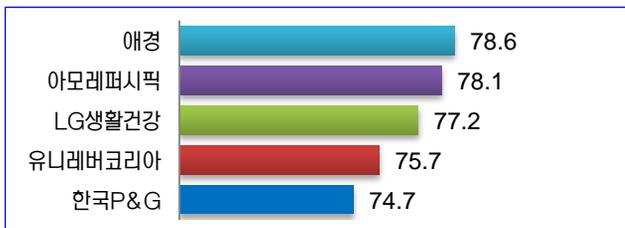
아모레퍼시픽(설화수)은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 피부부습과 영양공급, 탄력성, 제품기능 등 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



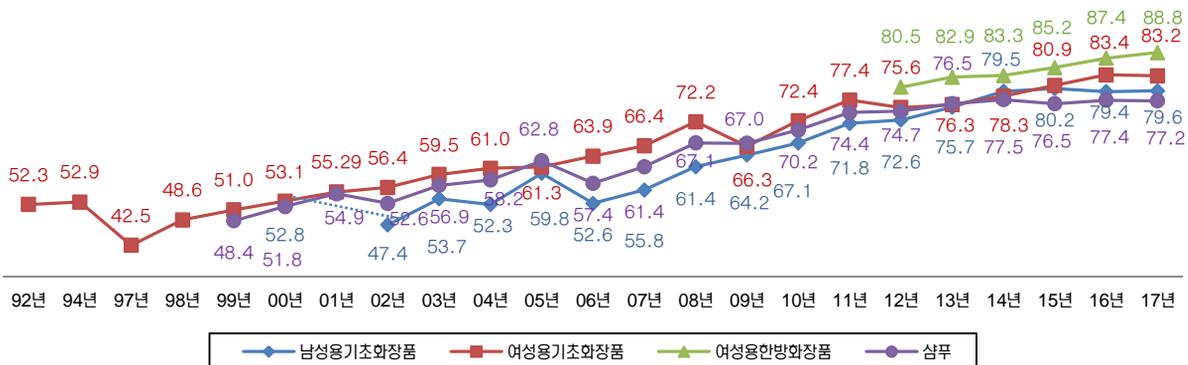
• 샴푸

화학적성분을 배제한 내추럴 샴푸가 꾸준히 판매되는 한편, 탈모 예방에 대한 소비자들의 관심이 높아지며 탈모예방 샴푸가 인기를 끌고 있는 샴푸 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 애경이 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

애경은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도에서는 특히 적은 양으로 깨끗하게 머리를 감을 수 있다는 요소에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

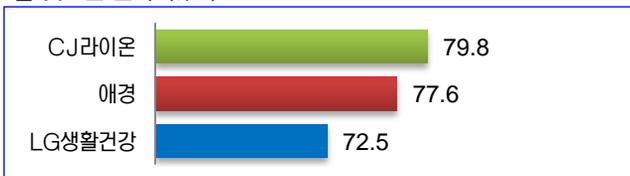
(3) 서비스업

■ 화학물질 및 화학제품(치약, 비누 및 기타 세제)

• 세탁세제

미세먼지로부터 건강을 보호하기 위해 자극이 없고 세척력이 우수한 제품이 소비자들에게 인기가 높아지는 가운데, 세탁세제 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, CJ라이온이 21년 연속 1위(역대 22회 1위)라는 위업을 달성했다.

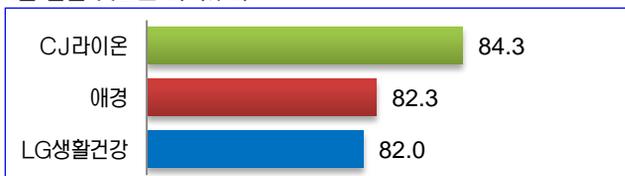
CJ라이온은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 찬물 세척, 구입 용이성, 품질 대비 가격 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 주방세제

유해성분 위험성에 대한 인식이 높아지며 친환경 제품에 대한 소비자들의 수요가 지속되는 가운데, 주방세제 산업의 만족도는 지난 해에 이어 상승세를 유지하며, CJ라이온이 12년 연속 1위(역대 18회 1위)의 자리를 당당하게 차지했다.

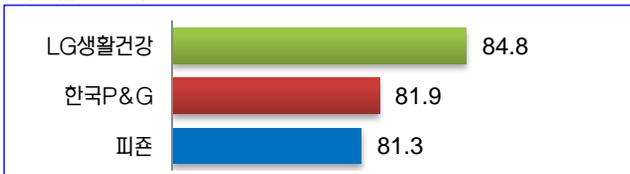
CJ라이온은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 보였으며, 요소만족도에서는 거품의 양, 행굼, 디자인, 품질 대비 가격 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 섬유유연제

좋은 향과 지속성에 대한 소비자들의 관심이 증가하면서 고품격 제품이 인기인 가운데, 섬유유연제 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, LG생활건강이 2년 연속 1위(역대 5회 1위)자리를 지켰다.

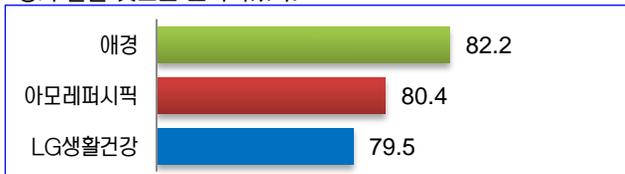
LG생활건강은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 향, 구입 용이성, 용량, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



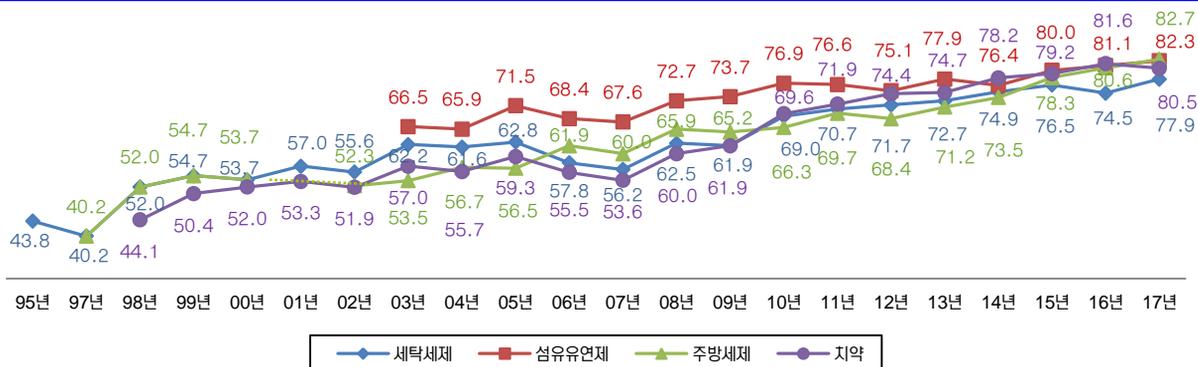
• 치약

치아건강의 중요성에 대한 소비자 인식이 높아지면서 기능성을 내세운 다양한 프리미엄 제품이 출시되는 가운데, 치약 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 애경이 4년 연속 1위(역대 11회 1위)를 이어갔다.

애경은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 양치 후 개운함, 충치예방, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 항목에서 경쟁사 대비 고객에게 높은 평가 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

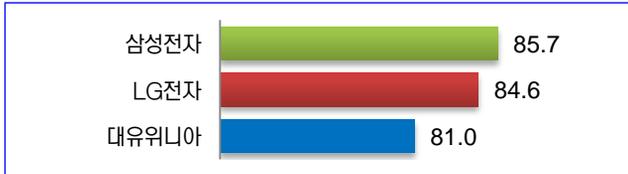
(3) 서비스업

■ 전기장비(주방용 전기기기)

● 김치냉장고

에너지 효율성을 중시하는 소비자 트렌드에 맞추어 에너지 효율성을 강화한 제품이 출시되고 있는 가운데, 김치냉장고 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 상승세를 보이고 있으며, 삼성전자가 7년 연속 1위(역대 7회 1위)의 자리를 고수했다.

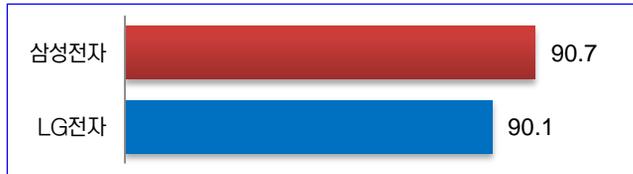
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 신선도, 잔 고장 없음, A/S, 제품 디자인 등 대부분 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 냉장고

용량 경쟁을 넘어 인공지능과 사물인터넷(IoT)을 접목한 스마트 제품으로 차별화 경쟁이 치열한 냉장고 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성전자가 8년 연속 1위(역대 13회 1위)를 지켜냈다.

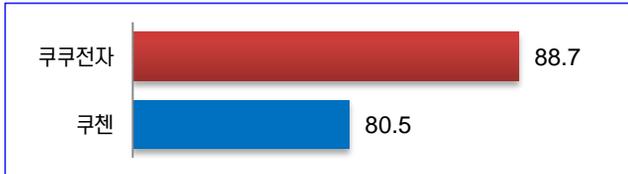
삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 음식물 보관상태, 잔 고장, 소음, A/S, 내부공간 효율성, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



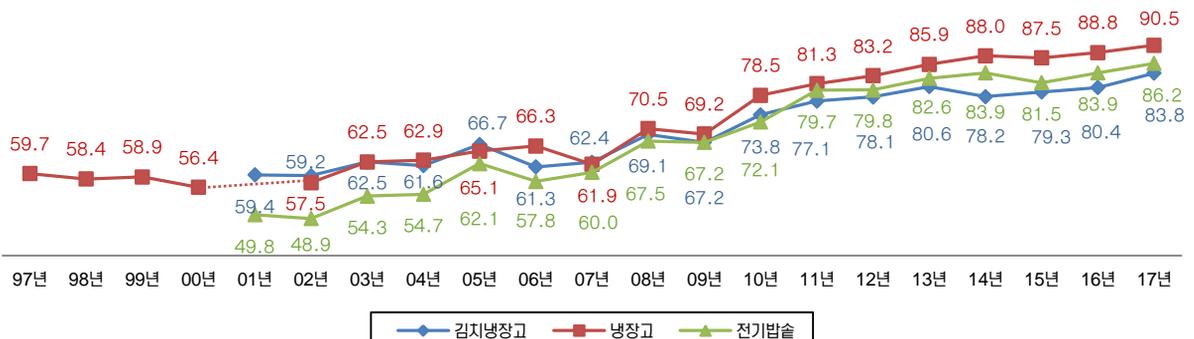
● 전기밥솥

1인 가구가 빠르게 증가하고 있는 추세에 맞춘 1인 소형전기밥솥 제품이 인기를 끌고 있는 전기밥솥 산업의 만족도는 작년에 비하여 상승했으며, 쿠쿠전자가 17년 연속 부동의 1위(역대 17회 1위)자리를 차지했다.

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



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

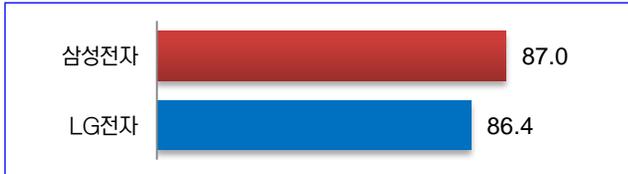
(3) 서비스업

■ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

• 세탁기

빨래감의 종류에 따라 동시에 두 가지 세탁을 할 수 있는 듀얼 제품이 인기를 끄는 가운데, 세탁기 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승하였으며, 삼성전자가 8년 연속 1위(역대 15회 1위)를 달성했다.

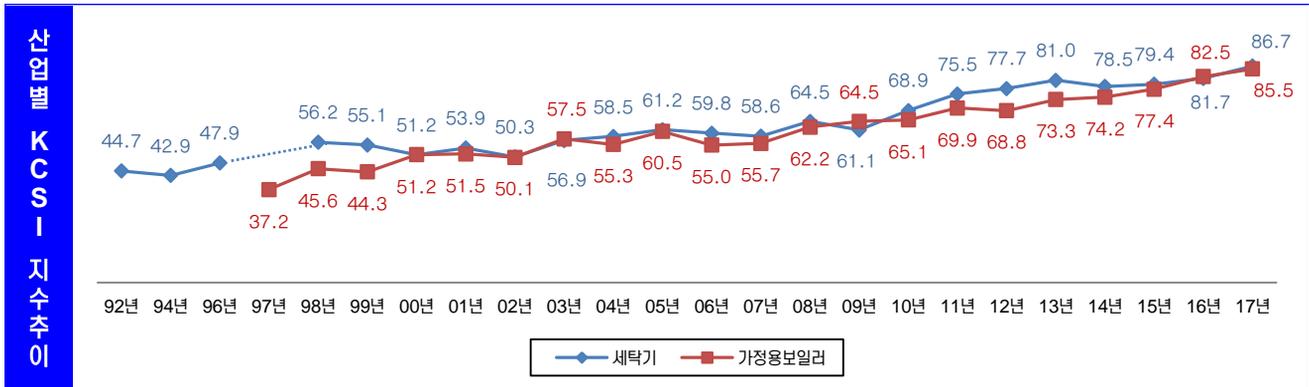
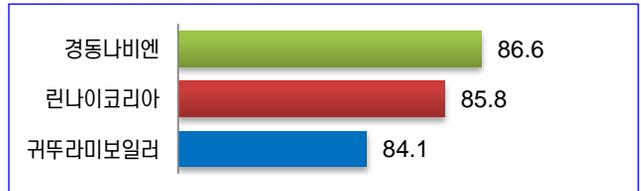
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 세탁력, 행굼, 빨래 손상, A/S, 다양한 기능, 기업 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 우위를 기록하였다.



• 가정용보일러

정부의 에너지 절감과 미세먼지 감축 정책에 힘입어 친환경 고효율 모델인 콘덴싱보일러가 주목을 받고 있는 가정용 보일러 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 경동나비엔이 4년 연속 1위(역대 5회 1위)의 자리를 지켰다.

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



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

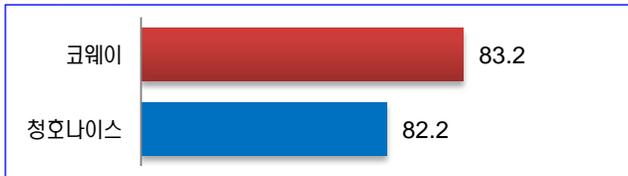
(3) 서비스업

■ 기타 기계 및 장비

• 가정용정수기

건강이 화두로 떠오르면서 탄산수와 수소수 등 건강 기능을 더한 제품들이 출시되는 가정용 정수기 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 이어가고 있으며, 쿼웨어가 청호나이스를 제치고 올해 1위(역대 14회 1위)의 영광을 차지했다.

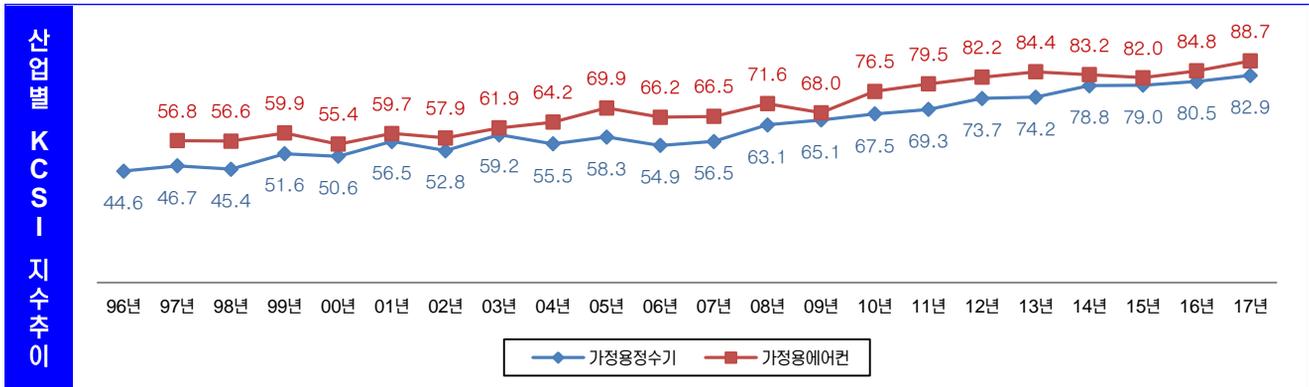
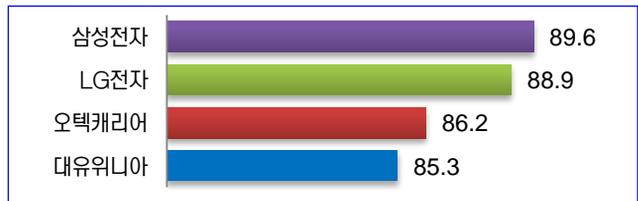
쿼웨어는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 물의 품질, 잔 고장 없음, 유지비, 제품 디자인, 기업 신뢰도 등에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 가정용에어컨

융복합 트렌드에 발맞춰 냉방 외 공기청정, 습도조절, 실시간 날씨 정보 전달 등 다양한 기능을 탑재한 제품들이 시장을 선도하고 있는 가정용 에어컨 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성전자가 5년 연속 1위(역대 6회 1위)자리를 수성했다.

삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 잔 고장 없음, 견고함, 낮은 소음, 유지관리 용이성, 기업 신뢰도 등 대부분 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위로 평가를 받았다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

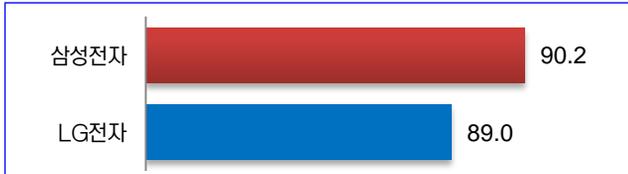
(3) 서비스업

■ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 광학기기

• TV

홈 스타일링에 관심이 많은 소비자들을 공략하기 위해 디자인과 활용도를 내세운 제품들이 출시되는 가운데, TV산업의 만족도는 지난 해 대비 소폭 상승하였으며, 삼성전자가 20년 연속 부동의 1위(역대 20회 1위)자리를 유지했다.

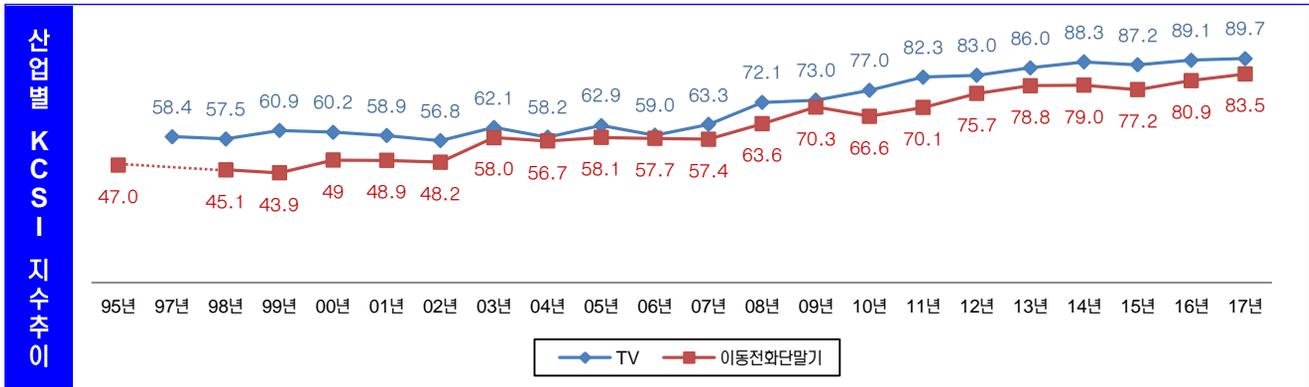
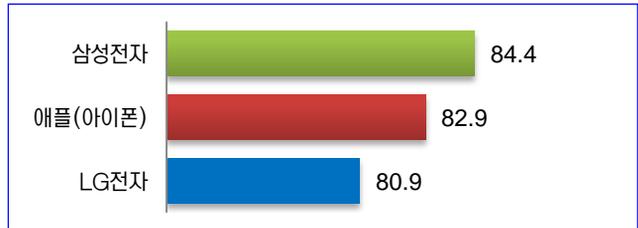
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도에서는 화질과 음질, 잔 고장 없음, A/S, 유용한 기능 등 거의 모든 요소 항목에서 소비자들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 이동전화단말기(스마트폰)

실속을 따지는 소비자들이 늘면서 합리적인 가격에 프리미엄 제품 못지 않은 성능을 지닌 중저가폰의 판매율이 급증한 가운데, 이동전화단말기(스마트폰) 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성전자가 20년 연속 1위(역대 21회 1위)를 차지하는 기염을 토했다.

삼성전자는 재구매의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화품질, 화면 선명도, 처리속도, 음질, 기업 신뢰도 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족을 보였다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

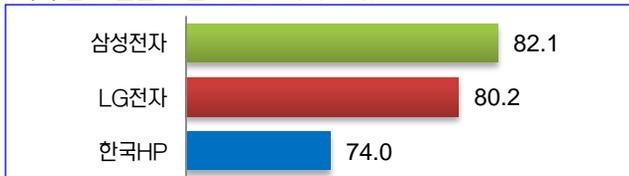
(3) 서비스업

컴퓨터 및 사무기기

개인용컴퓨터(PC)

두께가 얇고 가벼운 노트북 제품의 인기가 계속되면서 얇으면서도 배터리 지속력이 높은 제품을 만들기 위한 경쟁이 치열한 가운데, 개인용컴퓨터(PC)산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성전자가 16년 연속 1위(역대 20회 1위)자리의 영예를 안았다.

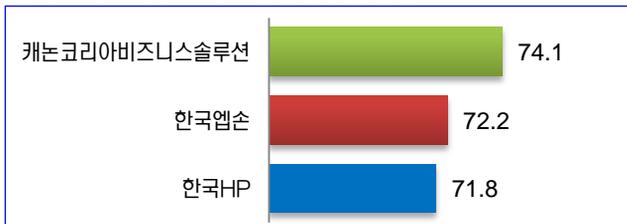
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 소음, 처리속도, 잔 고장 없음, 호환성, 제품 디자인 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



가정용복합기(프린터)

고품질 인쇄 성능, 최소한의 공간 차지, 경제성을 중요시 여기는 소비자들을 위한 제품이 인기를 끌고 있는 가정용복합기(프린터) 산업의 만족도는 전년에 이어 올해에도 상승세를 이어가며, 캐논코리아 비즈니스 솔루션이 올해 처음으로 1위를 차지했다.

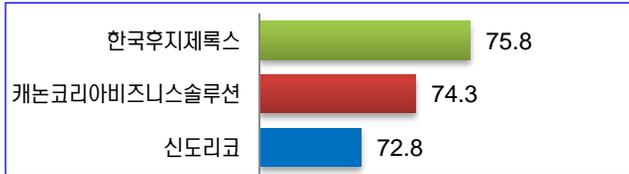
캐논코리아 비즈니스 솔루션은 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 출력속도, 선명도, 스캔, 소음, 잔 고장 없음, 제품 디자인, 기업 신뢰도 등 대부분 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



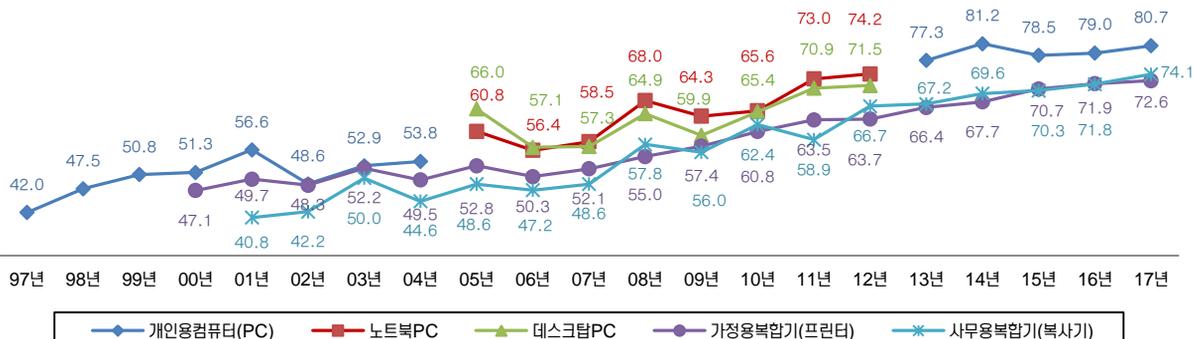
사무용복합기(복사기)

급변하는 비즈니스 환경에 맞춰 클라우드와 모바일 기반의 스마트워크 환경 구축을 지원하는 제품들이 시장을 선도하고 있는 사무용복합기(복사기) 산업의 만족도는 작년 대비 상승하였으며, 한국우지제록스가 17년 연속 부동의 1위(역대 17회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

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



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

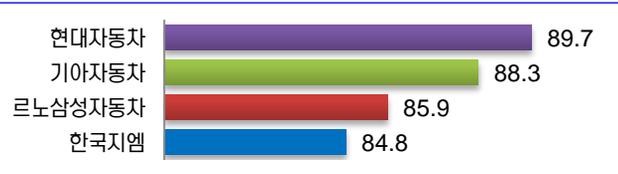
(3) 서비스업

■ 자동차

● 일반승용차

미세먼지 논란과 경유가격 인상 가능성으로 디젤 승용차 선호가 주춤 가운데 친환경 자동차에 대해 주목하고 있는 일반승용차 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 유지하고 있으며 현대자동차가 24년 연속 부동의 1위(역대 24회 1위)라는 위업을 달성했다.

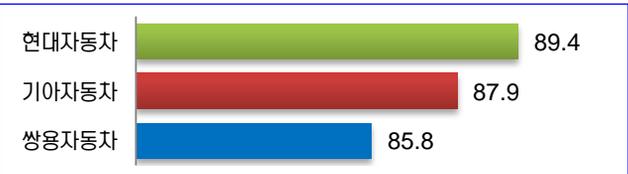
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 잔 고장 없음, 기업 신뢰도 등 다수 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● RV승용차

캠핑, 레저에 대한 관심이 높아지고 실용성을 중요한 가치로 여기는 소비자들이 늘며 열풍이 계속되고 있는 RV승용차 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 현대자동차가 14년 연속 1위(역대 14회 1위)의 자리를 단단하게 차지했다.

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



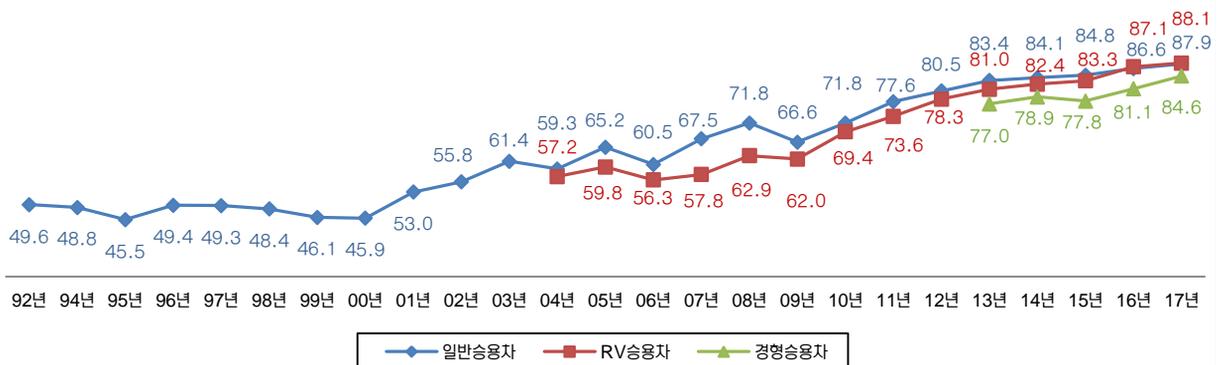
● 경형승용차

안전 기능과 여유로운 수납 공간까지 확보하면서 수요가 더욱 증가하고 있는 경형승용차 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 한국지엠이 전년에 이어 3년 연속 1위(역대 3회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

한국지엠은 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음, 승차감(안락감), 주행 안정성, 잔 고장 없음, 연비, 기업 신뢰도 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

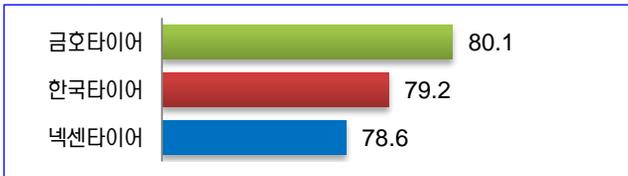
(3) 서비스업

자동차 타이어 및 내장품

승용차타이어

친환경 타이어, 저소음 타이어 등 고성능타이어를 찾는 수요가 늘고 있는 가운데, 승용차타이어 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 상승세를 유지하고 있으며, 금호타이어가 13년 연속 1위(역대 14회 1위)를 수성했다.

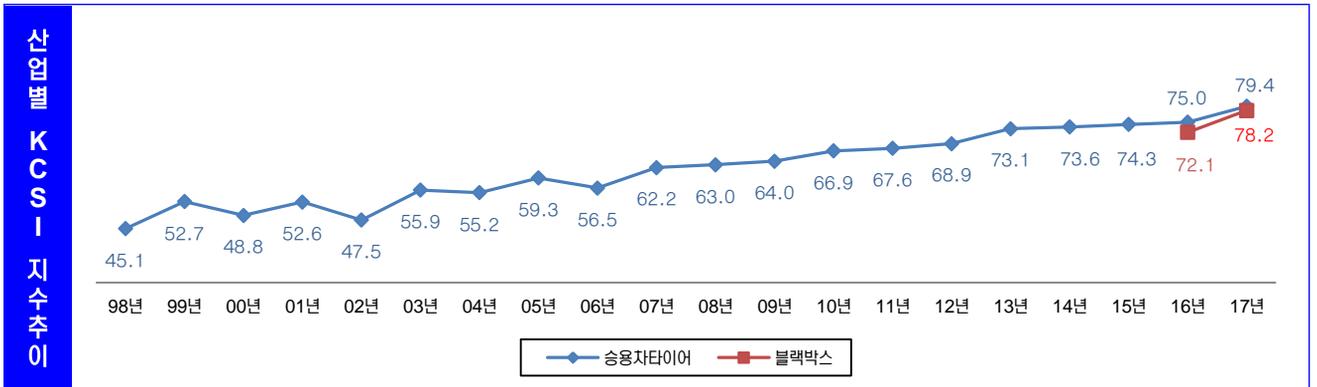
금호타이어는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 제동성능, 쉽게 마모되지 않음 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



블랙박스

선명하고 정확한 영상 녹화에 대한 소비자의 수요가 증가하면서 초고화질의 프리미엄 제품이 인기를 끌고 있는 가운데, 블랙박스 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승하였으며, 텡크웨어(아이나비)가 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 영광을 차지했다.

텡크웨어(아이나비)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 화질, 조작 편리성, 다양한 부가기능, 안정적 녹화, 충격감지, 기업 신뢰도 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

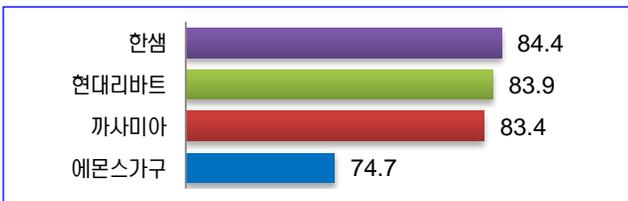
(3) 서비스업

■ 가구, 기타 제품

● 가정용가구

디자인 대비 성능을 중시하는 소비자들이 증가하면서 디자인과 기능을 강조한 제품들이 출시되는 가정용 가구 산업의 만족도는 작년에 이어 상승세를 유지하였으며 한샘이 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 자리를 지켰다.

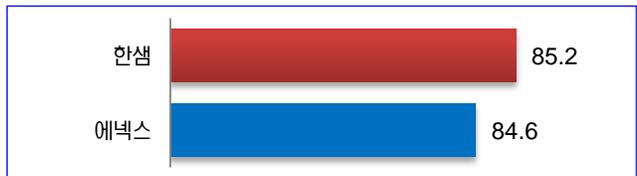
한샘은 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 재질, 견고함, 색상, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 부엌가구

쿡방 열풍으로 스스로 요리를 즐기는 문화가 점차 확대됨에 따라 주방공간에 대해서도 높은 관심을 받고 있는 부엌가구 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 한샘이 에넥스를 제치고 1위(역대 9회 1위)자리의 영예를 안았다.

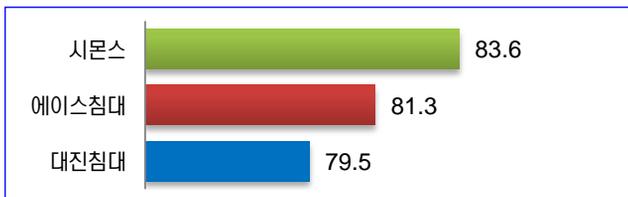
한샘은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 제품의 다양성, 디자인 및 색상, 품질 대비 가격 등의 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



● 침대

건강을 중시하는 가치소비 트렌드가 이어지며 프리미엄 제품들이 꾸준히 각광받고 있는 침대 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 상승하였으며, 시몬스가 9년 연속 1위(역대 10회 1위)를 이어갔다.

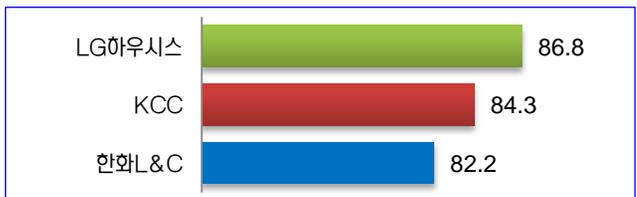
시몬스는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 스프링 견고성, 건강 기능성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



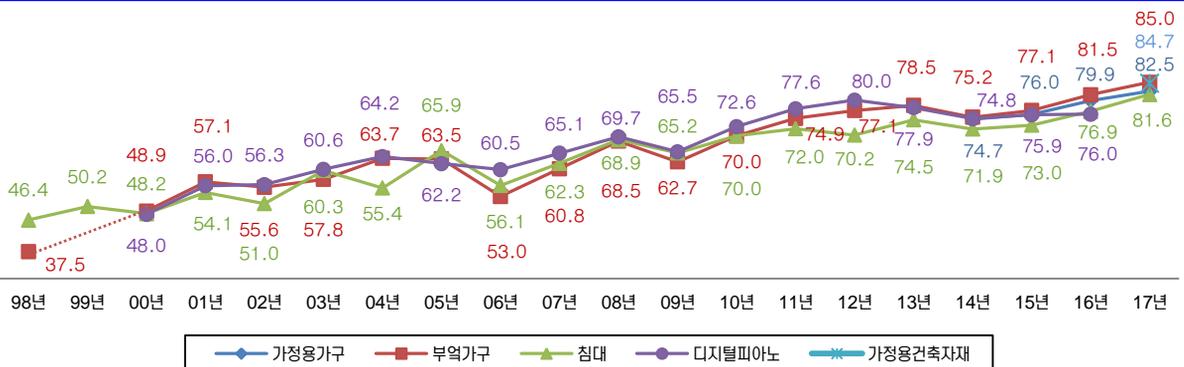
● 가정용 건축자재

화학성분에 대한 안전성 우려가 높아지며 친환경 제품들이 소비자들에게 각광을 받고 있는 가정용 건축자재 산업의 만족도는 84.7점으로 나타났으며, LG하우시스가 조사 첫해 1위의 영광을 차지했다.

LG하우시스는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품의 다양성, 외부 디자인 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

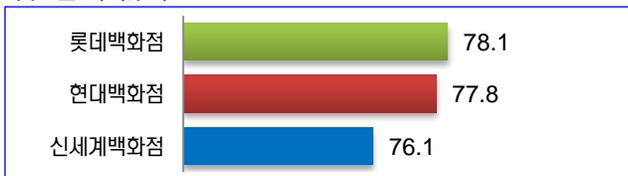
(3) 서비스업

■ 소매업(대형 종합 소매업)

• 백화점

인공지능을 기반으로 오픈채널 서비스, 쇼핑봇 서비스 등 다양한 시스템을 도입하여 쇼핑 트렌드를 선도하고 있는 백화점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 롯데백화점이 5년 연속 1위(역대 9회 1위)를 달성했다.

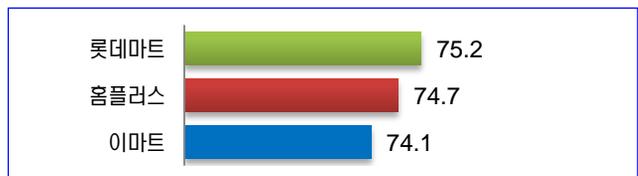
롯데백화점은 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 그 중 상품의 구색, 직원 응대태도, 고객관리, 가격 대비 품질, 기업 신뢰도 등 다수의 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 대형마트

특화 코너, 전문 매장, 체험형 매장 도입 등 맞춤형 쇼핑을 제공하여 소비자들의 인기를 끌고 있는 가운데, 대형마트 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 롯데마트가 이마트를 제치고 금년 1위(역대 5회 1위)자리를 탈환했다.

롯데마트는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 이벤트/사은행사의 요소에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



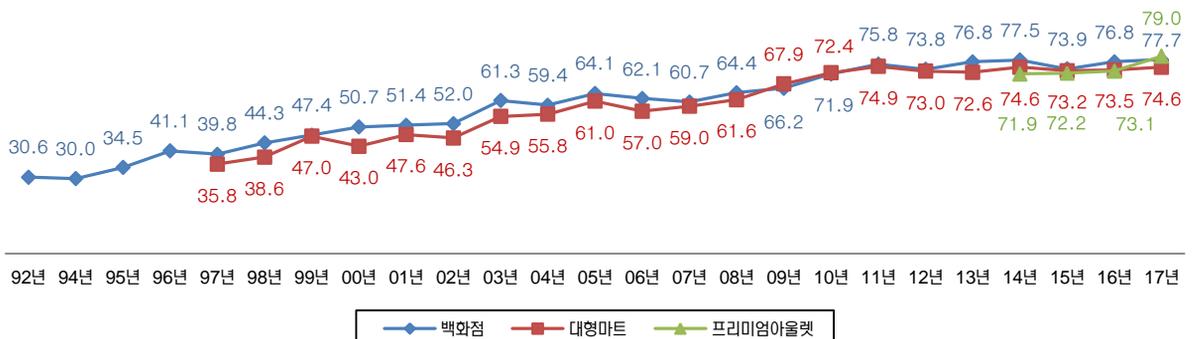
• 프리미엄 아울렛

쇼핑과 힐링을 동시에 할 수 있도록 넓은 부지의 여가시설과 매장을 통해 인기를 얻고 있는 프리미엄 아울렛 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 보이는 가운데, 롯데 프리미엄 아울렛이 4년 연속 1위(역대 4회 1위) 자리에 올랐다.

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



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

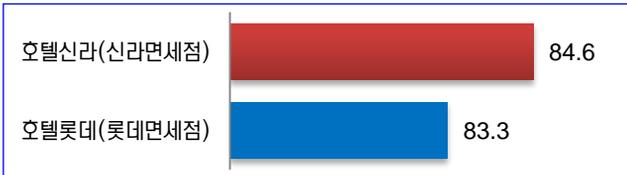
(3) 서비스업

■ 소매업(대형 종합 소매업)

• 면세점

유가철 심야 쇼핑 이벤트, 무료 여행 상품 제공 등 고객별 맞춤 이벤트를 선보이며 다양한 혜택과 즐거움을 제공하기 위해 노력하고 있는 면세점 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 이어갔으며, 호텔신라(신라면세점)가 5년 연속 1위(역대 5회 1위) 자리를 고수했다.

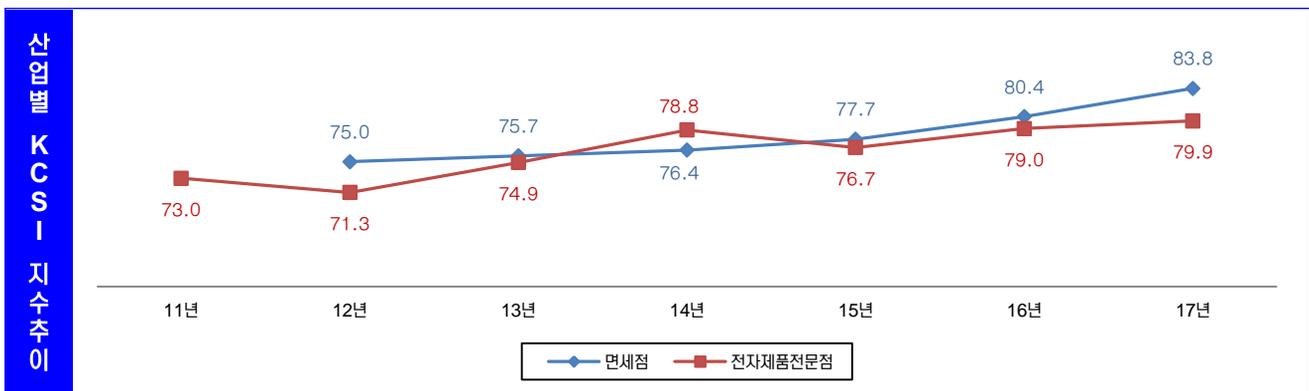
호텔신라(신라면세점)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 다양한 상품, 직원 응대태도, 고객 편의시설, 품질대비 가격 등 다수의 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족을 보였다.



• 전자제품전문점

옴니채널 서비스와 국내외 다양한 프리미엄 브랜드 입점 등을 통해 고객 편의와 선택을 높이고 있는 전자제품전문점 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 삼성 디지털프라자가 7년 연속 1위(역대 7회 1위)를 이어갔다.

삼성 디지털프라자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 특히 고객 편의시설 항목에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

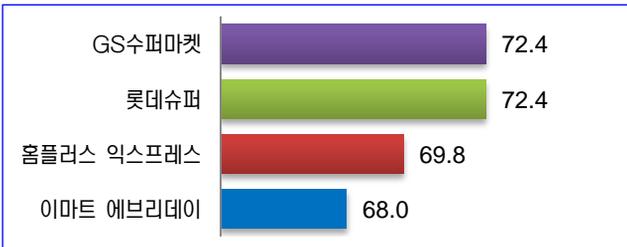
(3) 서비스업

■ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

● 대형슈퍼마켓

즉석 조리 서비스, 간편식 제공, 프리미엄 푸드 전문매장 운영 등 차별화를 통해 경쟁력을 강화하고 있는 대형슈퍼마켓 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 올해 GS리테일(GS슈퍼마켓)(역대 6회 1위)과 롯데슈퍼(역대 3회 1위)가 공동 1위로 조사되었다.

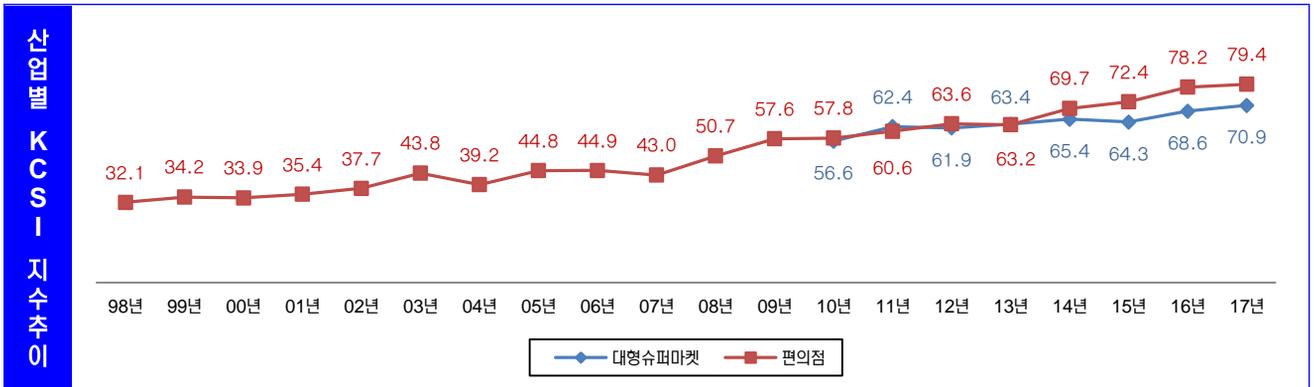
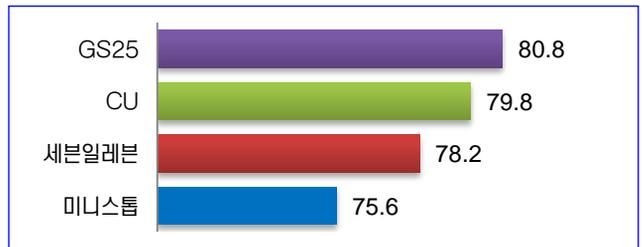
GS슈퍼마켓은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다. 롯데슈퍼는 요소만족도에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 상품의 종류, 고객관리, 매장 시설 및 환경, 품질 대비 가격 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● 편의점

1인 가구와 혼밥족을 잡기 위해 더 건강하고 맛있는 편의점 도시락 출시가 계속되며, 경쟁이 치열해 지고 있는 편의점 산업의 만족도는 전년에 이어 올해에도 상승세를 이어갔으며, GS리테일(GS25)이 15년 연속 1위(역대 18회 1위)의 영예를 안았다.

GS25는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 진열상태, 다양한 상품, 할인 및 적립혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

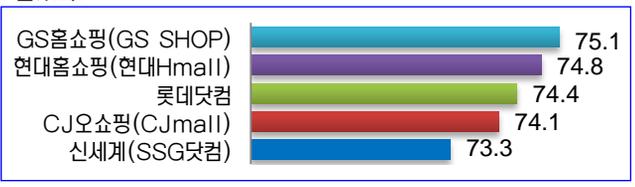
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

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

■ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰

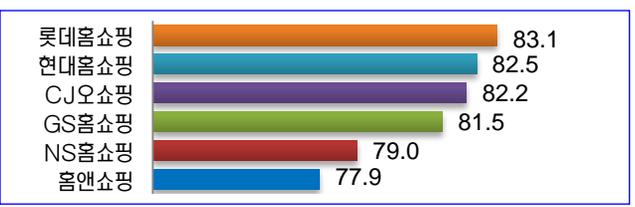
간편결제 서비스의 발달과 주 고객층인 30,40대 여성들의 모바일 쇼핑이 증가함에 따라 지속적인 성장세를 이어가며 경쟁이 치열해지고 있는 인터넷쇼핑몰 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, GS홈쇼핑(GS SHOP)이 현대홈쇼핑(현대Hmall)을 제치고 1위(역대 2회 1위)를 달성했다. GS홈쇼핑(GS SHOP)은 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 별로는 상품의 품질, 신속한 배송, 할인 및 적립 혜택 등에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위로 평가를 받았다.



• TV홈쇼핑

자체 PB 상품 개발, 오프라인 매장 확대, 모바일 채널 활용 등 고객 접점을 확대하고 있는 TV홈쇼핑 산업의 만족도는 작년에 이어 올해도 상승세를 이어갔으며, 롯데홈쇼핑이 현대홈쇼핑을 제치고 1위의 영예를 안았다.

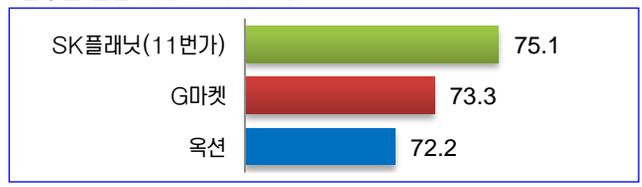
롯데홈쇼핑은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 상품의 품질, 반품 및 교환, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 오픈마켓

최저가 보장 서비스, 다양한 할인 혜택, 상품검색 간소화, O2O제휴 서비스 등 새로운 전략으로 경쟁력을 강화하고 있는 오픈마켓 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, SK플래닛(11번가)이 9년 연속 1위(역대 9회 1위)의 자리를 지켰다.

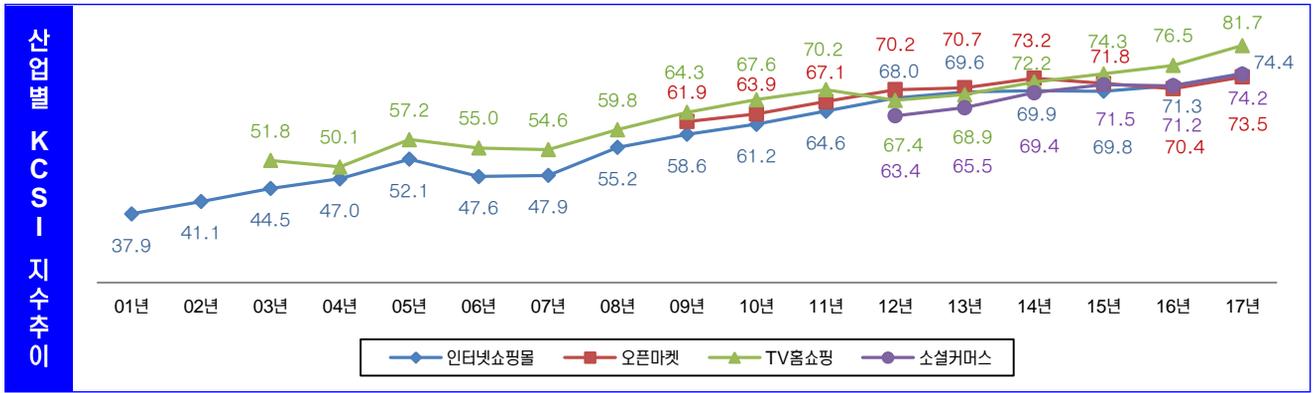
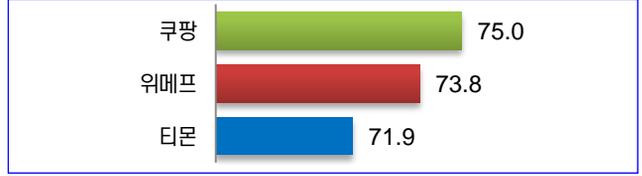
11번가는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 다양한 상품, 고객 응대, 어플 및 홈페이지 화면구성 요소 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 소셜커머스

오픈마켓 사업과 크로스오버를 시도하는 동시에 모바일 최적화, 상품 큐레이션 등 차별화 전략으로 경쟁력 강화에 나서고 있는 소셜커머스 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 쿠팡이 5년 연속 1위(역대 5회 1위)자리를 고수했다.

쿠팡은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 판매상품(서비스) 종류, 이벤트 및 사은행사, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

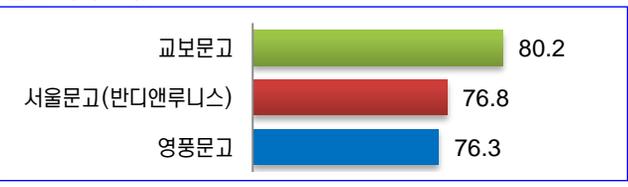
(3) 서비스업

■ 소매업(서적류, 기타 소매업)

● 대형서점

다양한 문구류 브랜드 입점, 푸드코트 및 여가시설 운영을 통해 문화 공간으로 진화한 라이프스타일형 서점이 인기를 끌고 있는 대형서점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 교보문고가 21년 연속 부동의 1위(역대 21회 1위)의 영광을 차지했다.

교보문고는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대 태도, 고객 편의시설, 기업 신뢰도 요소 등에서 고객으로부터 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 인터넷서점

선 출간 도서 단독 판매 이벤트, 쿠폰 혜택, 사은품 행사 등 다양한 고객 혜택으로 꾸준한 사랑을 받고 있는 인터넷서점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, YES24가 9년 연속 1위(역대 9회 1위)를 기록했다.

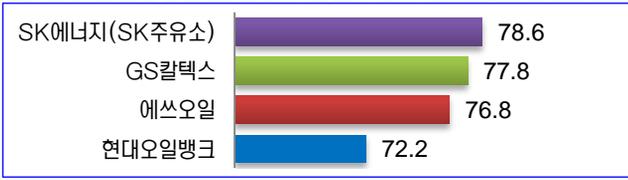
YES24는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 다양한 서적 종류, 주문 절차 및 결제, 홈페이지 화면구성, 할인 및 적립 혜택 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



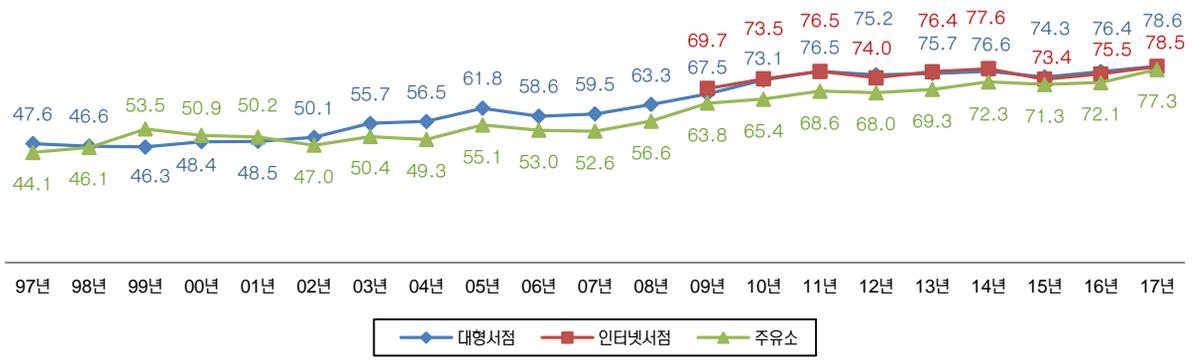
● 주유소

주유 뿐만 아니라 편의점, 경정비업소, 세탁소, 꽃배달 등이 함께 운영되는 복합주유소가 확대되면서 부가적인 가치를 제공하고 있는 주유소 산업의 만족도는 전년 대비 대폭 상승하였으며, SK에너지(SK주유소)가 7년 연속 1위(역대 18회 1위)자리를 수성했다.

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



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

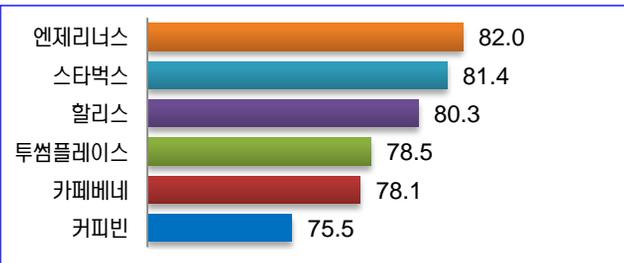
(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 커피전문점

단순히 커피나 음료를 마시는 공간이 아니라 전시회, 공연 등 문화공간으로 변화를 시도하고 있는 커피전문점 산업의 만족도는 지난 해에 이어 상승세를 유지하였으며 엔제리너스가 8년 연속 1위(역대 8회 1위)자리를 고수했다.

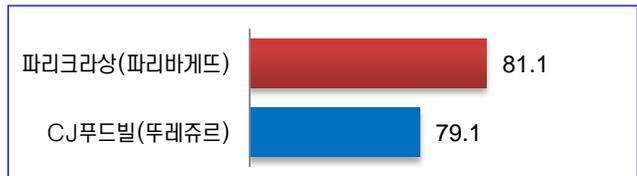
엔제리너스는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 메뉴 안내, 매장 환경에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



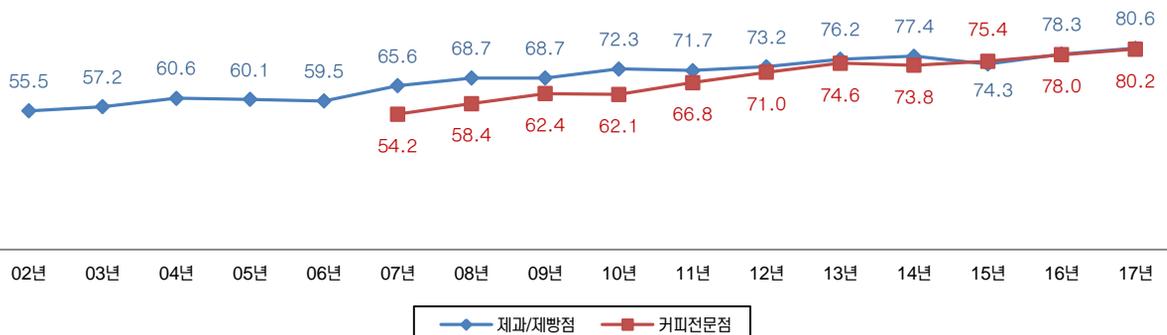
• 제과/제빵점

간단한 식사를 즐길 수 있는 카페, 유럽풍 인테리어로 꾸민 식료품 마켓 등 다양한 컨셉을 가진 매장을 선보이며 인기를 끌고 있는 제과/제빵점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 파리크라상(파리바게뜨)가 7년 연속 1위(역대 9회 1위)기업으로 조사되었다.

파리크라상(파리바게뜨)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 신선함, 제품의 다양성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

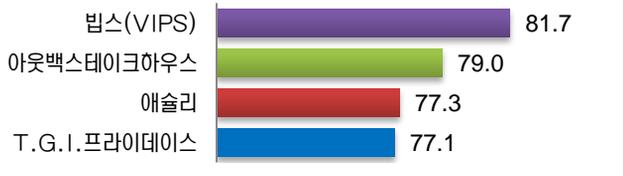
(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

● 패밀리레스토랑

매장 분위기의 전환, 합리적인 가격의 새로운 메뉴 개발 등으로 차별화를 시도하고 있는 패밀리레스토랑 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 빙스가 전년에 이어 올해 3년 연속 1위(역대 7회 1위)자리를 지켰다.

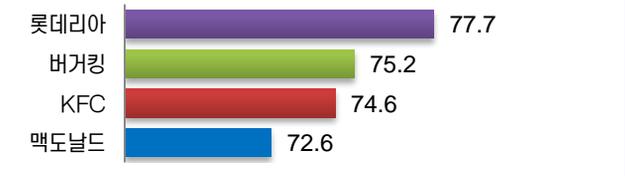
빙스는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 신선함, 다양한 메뉴, 메뉴 안내, 매장 시설 및 환경 등 다수 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 패스트푸드점

모바일 예약 픽업 서비스, 키오스크 주문, 고급화된 메뉴 개발 등 새로운 시도를 통해 경쟁력을 강화하고 있는 패스트푸드점 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 롯데리아가 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 기록했다.

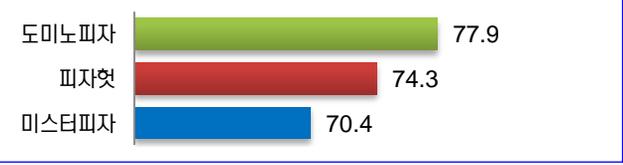
롯데리아는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 다양한 메뉴, 할인 및 적립혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 피자전문점

1인 가구 증가에 발맞춰 1인용 메뉴 개발과 배달 서비스 강화에 집중하여 변화를 시도하고 있는 피자전문점 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 도미노피자가 작년에 이어 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 유지했다.

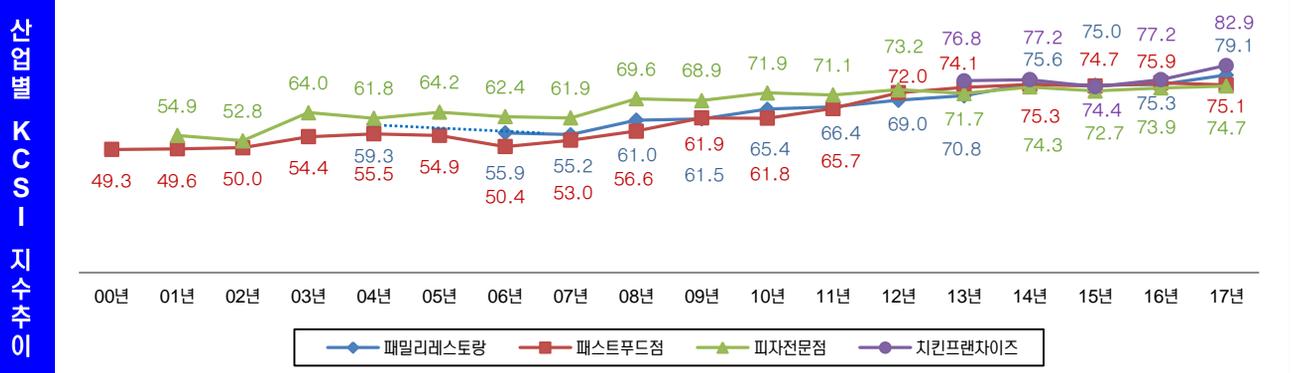
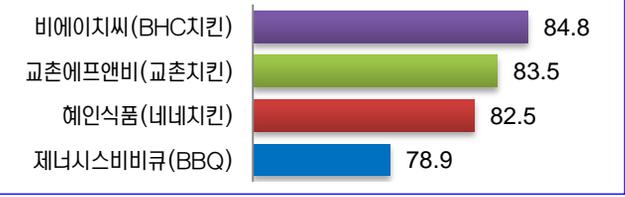
도미노피자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났으며, 요소만족도는 맛과 신선함, 다양한 메뉴, 직원 응대태도, 신속한 배달, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● 치킨프랜차이즈

카레, 갈비, 기타 독특한 소스 등을 활용한 이색 메뉴들이 빠른 주기로 개발되면서 소비자들의 입맛을 사로잡고 있는 치킨프랜차이즈 산업의 만족도는 전년 대비 대폭 상승하였으며, 비에이치씨(BHC치킨)가 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 달성했다.

BHC치킨은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 메뉴 안내, 품질 대비 가격 요소에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이

산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

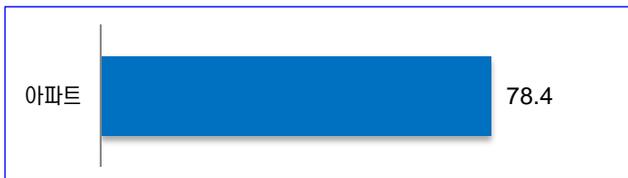
(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

• 아파트

전력회생형 승강기, 친환경 조경설계 등 자연친화적 요소를 극대화한 아파트 단지가 소비자들에게 각광받는 가운데, 아파트 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였다.

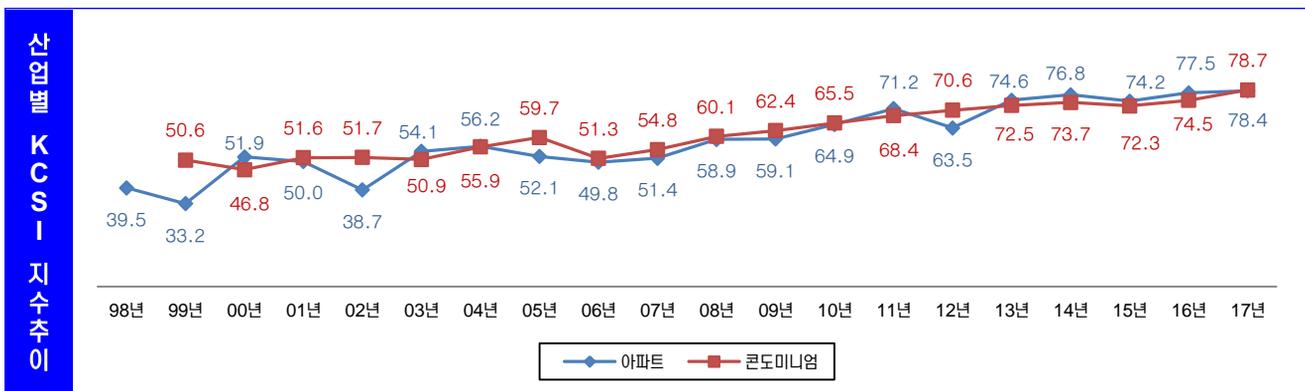
아파트는 전년 대비 전반적 만족도와 재이용의향 모두 하락한 반면 요소만족도는 상승하였으며, 요소별로는 복지시설, 내부 구조 및 크기, 시공 및 마감상태, 실내 인테리어 및 설비, 안전 및 보안 서비스 등 대부분에서 전년 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 콘도미니엄

개인 여가시간의 확대, 가족단위의 레저활동 보편화 등으로 리조트 이용이 점차 늘어가는 가운데 콘도미니엄 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 한화호텔&리조트(한화리조트)가 6년 연속 1위(역대 8회 1위)자리를 유지했다.

한화호텔&리조트(한화리조트)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 편의시설, 직원 친절함, 비품관리, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

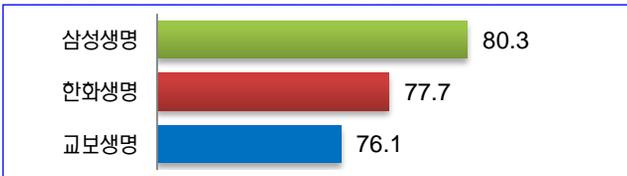
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

● 생명보험

고령인구가 증가함에 따라 질병보장을 강화하고 심사절차를 간편화한 상품이 출시되는 가운데, 생명보험 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 유지하고 있으며 삼성생명보험(삼성생명)이 13년 연속 1위(역대 19회 1위)자리를 당당하게 차지했다.

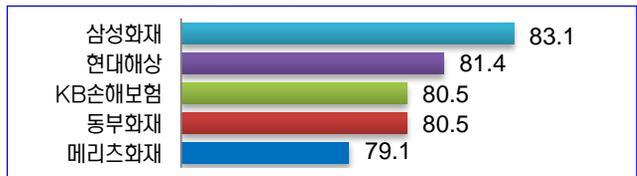
삼성생명보험(삼성생명)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 가입 후 정기적 정보제공, 고객관리, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위를 평가 받았다.



● 자동차보험

전기자동차, 자율주행차, 공유차 등 새로운 자동차 트렌드를 반영한 다양한 보험 상품이 출시되는 가운데, 자동차 보험의 만족도는 전년 대비 상승하였으며 삼성화재해상보험(삼성화재)이 20년 연속 1위(역대 21회 1위)를 차지하는 기쁨을 토했다.

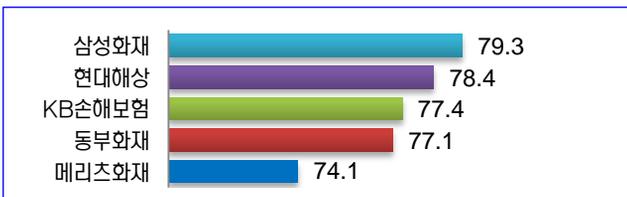
삼성화재해상보험(삼성화재)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났으며, 요소만족도에서는 직원 응대태도, 갱신 안내, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



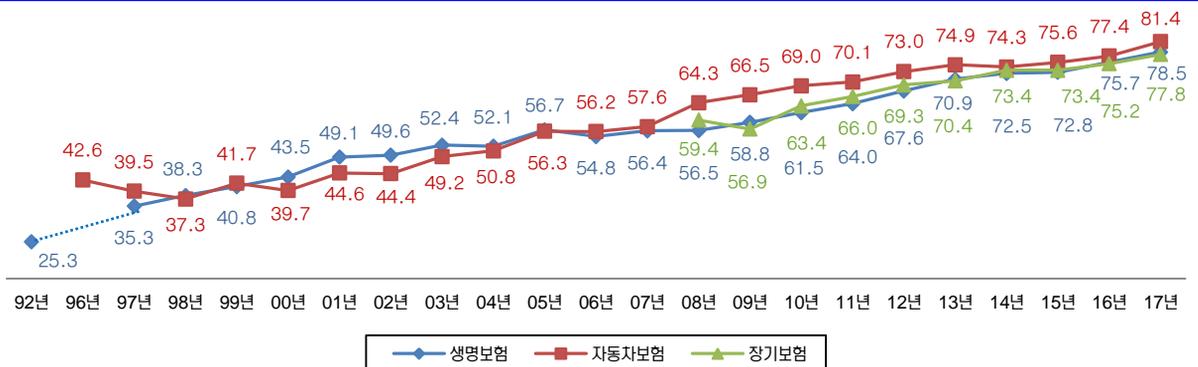
● 장기보험

상품설명, 상담, 설계, 가입까지 모든 프로세스에 태블릿PC를 활용하여 효율과 고객 편의를 충족하고 있는 장기보험 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성화재해상보험(삼성화재)이 7년 연속 1위(역대 7회 1위)를 이어갔다.

삼성화재해상보험(삼성화재)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 보험금 지급 및 처리 결과안내, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

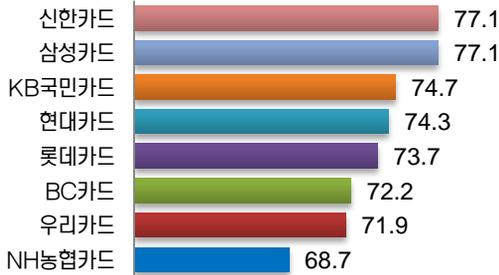
(3) 서비스업

금융 및 보험(금융업)

신용카드

인공지능(AI)과 딥러닝 기술을 활용한 챗봇(Chat-Bot)의 도입으로 고객 응대와 상품소개까지 디지털 금융의 새로운 패러다임을 제시하고 있는 신용카드 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 올해 신한카드(역대 7회 1위)와 삼성카드(역대 11회 1위)가 공동 1위로 조사되었다.

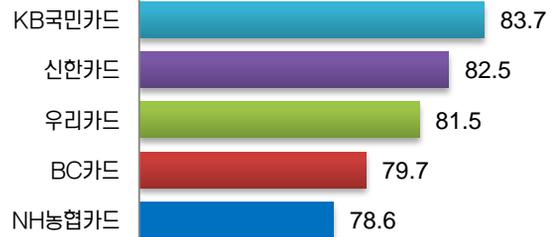
신한카드는 전년도에 이어 7년 연속 1위로 나타났으며, 재이용의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다. 삼성카드는 전반적 만족도와 요소만족도에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 요소만족도에서는 유익한 혜택이 많다는 점과 콜센터 서비스 요소에서 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



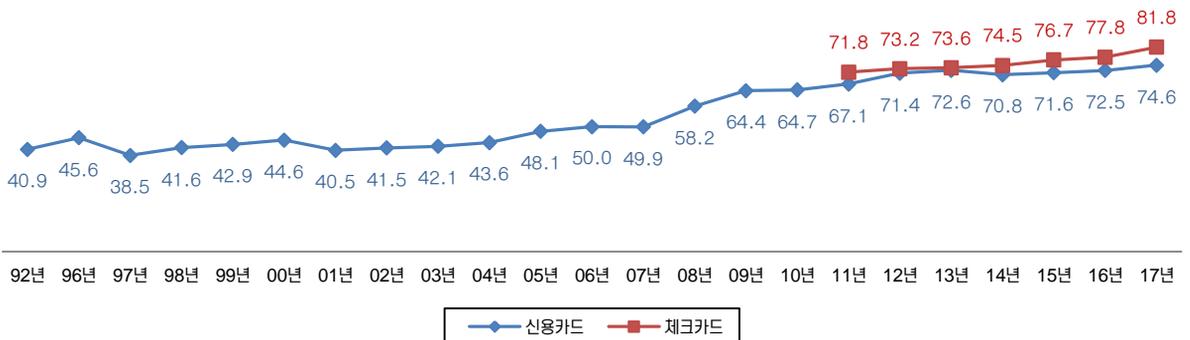
체크카드

간편결제 플랫폼, 캐시백 혜택, 항공사 마일리지 연동 등 고객들의 다양한 수요를 반영한 서비스를 제공하고 있는 체크카드 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 상승세를 보이고 있으며 KB국민카드가 3년 연속 1위(역대 6회 1위)자리를 지켰다.

KB국민카드는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 이용편리성, 편리한 업무 처리, 직원 응대태도, 기업 신뢰도 등의 요소에서 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

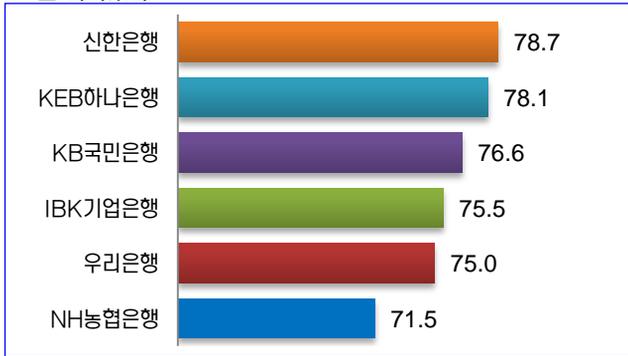
(3) 서비스업

금융 및 보험(금융업, 증권)

은행

모바일뱅킹 증가와 인증절차 간편화 요구에 부응하는 새로운 디지털 금융상품과 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있는 은행 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 보이는 가운데, 신한은행이 4년 연속 1위(역대 14회 1위)를 차지했다.

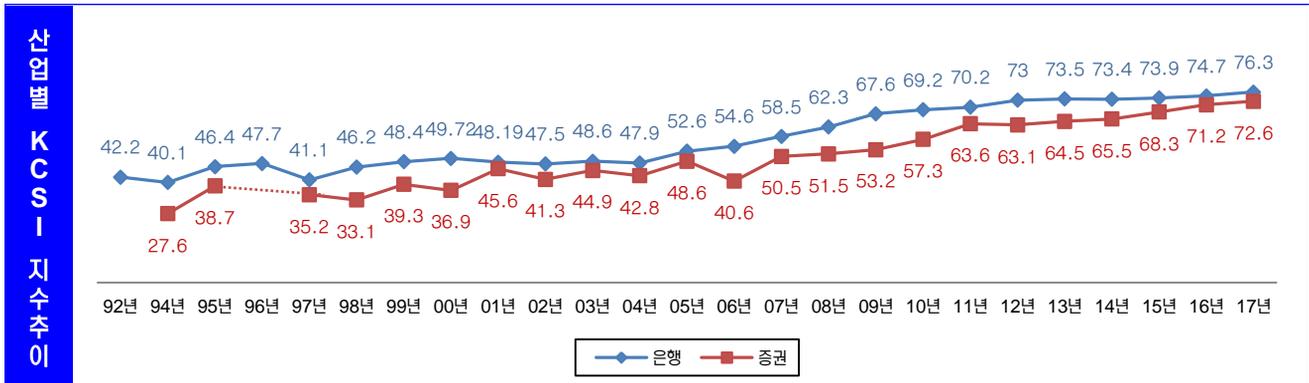
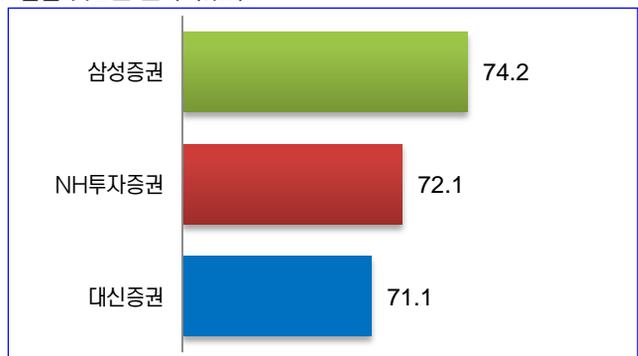
신한은행은 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 금융상품의 다양성, 응대태도, 시설 및 환경, 기업 신뢰도 등 다수 요소에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



증권

종목 추천 콘텐츠를 통한 고객 수익 실현과 위험 보호를 위해 상품판매 전후의 프로세스 강화에 노력하고 있는 증권 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 이어가고 있으며, 삼성증권이 12년 연속 1위(역대 14회 1위)의 영광을 차지했다.

삼성증권은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 정보 신뢰성 및 다양성, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

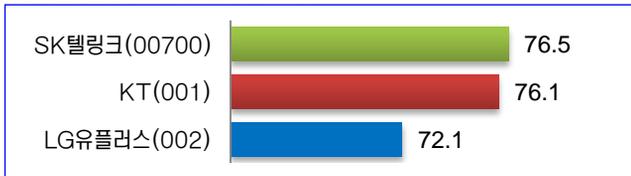
(3) 서비스업

■ 통신업(유무선 전화업)

● 국제전화

다양한 혜택 이벤트와 통화품질 개선을 통해 고객만족관리에 집중하고 있는 국제전화 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, SK텔레콤(00700)가 전년에 이어 3년 연속 1위(역대 4회 1위)를 이어갔다.

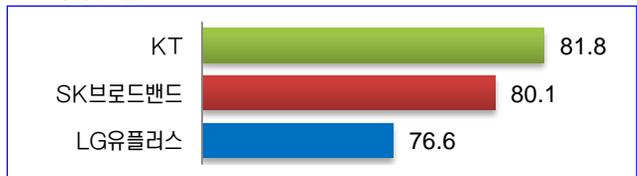
SK텔레콤(00700)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 연결 시간, 편리한 요금납부, 할인서비스, 품질 대비 가격 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● 시내/시외전화

유선전화와 스마트폰을 연계한 결합상품과 다양한 혜택의 요금제 등 새로운 상품을 꾸준히 선보이고 있는 시내/시외전화 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, KT가 18년 연속 1위(역대 19회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

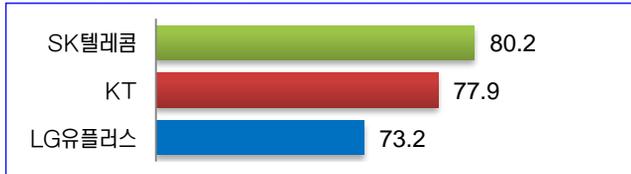
KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도는 통화 품질, 통화 중 혼선되지 않음, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 이동전화

연령별 혜택 요금제, 알뜰폰 가입 장려금 등 다양한 프로모션과 요금제 마케팅을 통해 경쟁력을 강화하고 있는 이동전화 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 상승세를 보이고 있으며, SK텔레콤이 20년 연속 1위(역대 20회 1위)의 영예를 안았다.

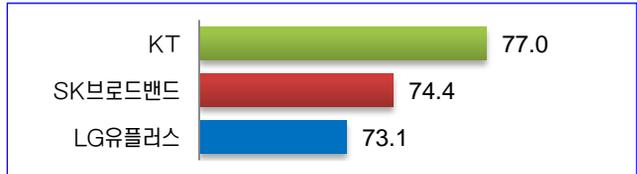
SK텔레콤은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 전반적인 통화품질, 다양한 단말기, 각종 혜택, 기업 신뢰도 등 대부분의 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



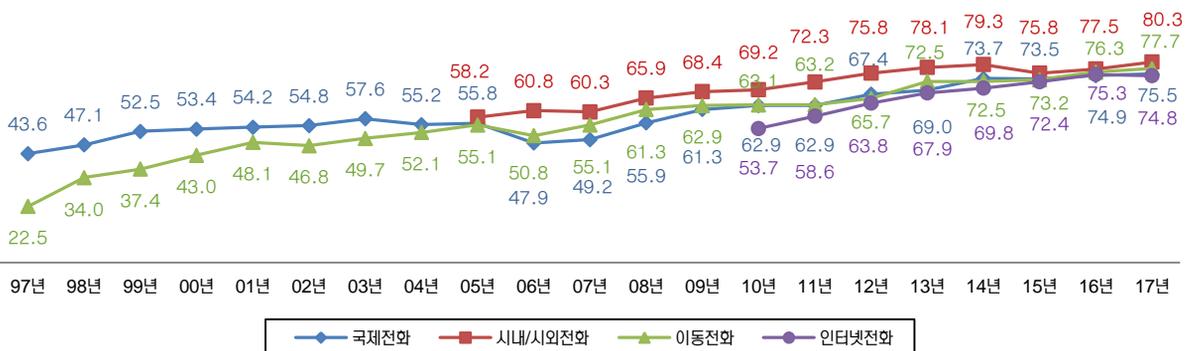
● 인터넷전화

초고속인터넷, IPTV, 전화 등을 한번에 묶어서 저렴한 가격에 판매하는 결합상품이 고객들에게 큰 관심을 받고 있는 가운데, 인터넷전화 산업의 만족도는 전년도 상승세를 유지하지 못하고 소폭 하락하였으며, KT가 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 기록했다.

KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 통화 품질, 다양한 요금제도, 설치직원의 친절함, 기업 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

• 우편

우편물 관리 전산화 시스템을 도입하며 우편업무의 효율성을 높이고 우편료 예산절감 및 신속한 민원 대응을 추진하고 있는 우편 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였다.

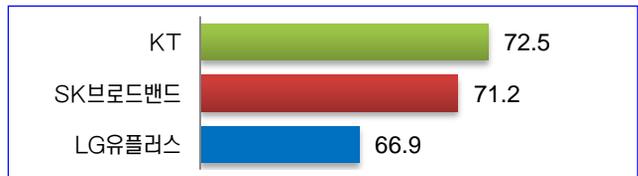
우편서비스는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 전년 대비 상승하였으며, 요소만족도는 내·외부 시설 및 환경, 고객 편의시설, 직원 응대태도, 접수의 편리함 등의 항목에서 전년 대비 상승하는 모습을 보였다.



• IPTV

인공지능 기술을 탑재하거나 인공지능 스피커와 연동한 상품들이 소비자들에게 인기를 끌고 있는 가운데, IPTV 산업의 만족도는 작년에 이어 상승세를 이어가고 있으며, 올해 KT가 2년 연속 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

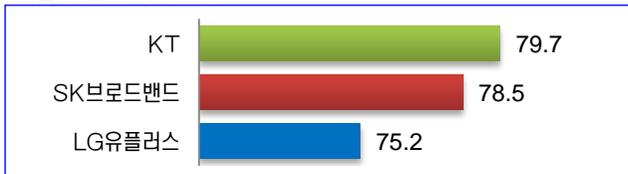
KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며 요소만족도에서는 부가서비스와 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 조사되었다.



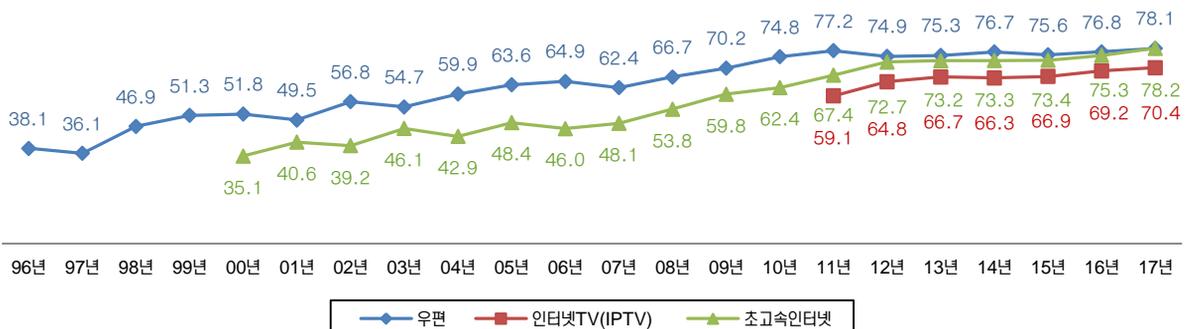
• 초고속인터넷

기가 인터넷 가입 확산과 질적 성장으로 쾌적한 온라인 인프라를 구축하는데 힘쓰고 있는 초고속인터넷 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, KT가 2년 연속 1위(역대 13회 1위)의 자리를 지켜냈다.

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



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

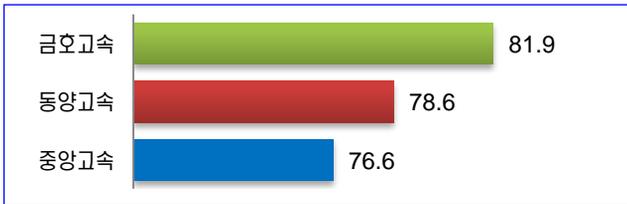
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(고속버스, 항공)

• 고속버스

승객 편의와 안전성을 높인 프리미엄 고속버스가 이용객들의 만족을 이끌어내고 있는 고속버스 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 유지하였으며, 금호고속이 12년 연속 1위(역대 15회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

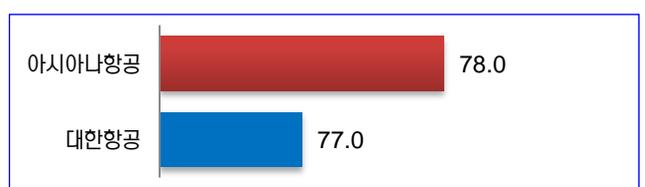
금호고속은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 기사의 친절함, 정확한 출발 및 도착시간, 승차감, 안내방송, 차내 시설 및 환경 등 모든 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 항공

간편수속서비스와 차별화된 기내 이벤트 서비스 등을 통해 고객 편의를 증대시키고 있는 항공 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 아시아나항공이 4년 연속 1위(역대 20회 1위)를 이어갔다.

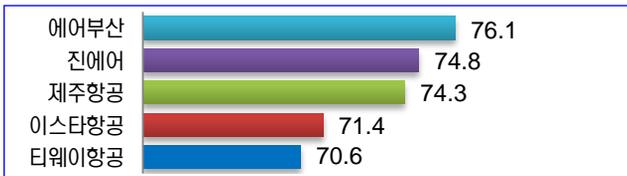
아시아나항공은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 예약 및 항공권 발급 서비스, 기내 시설 및 환경, 정확한 출발 및 도착 시간 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



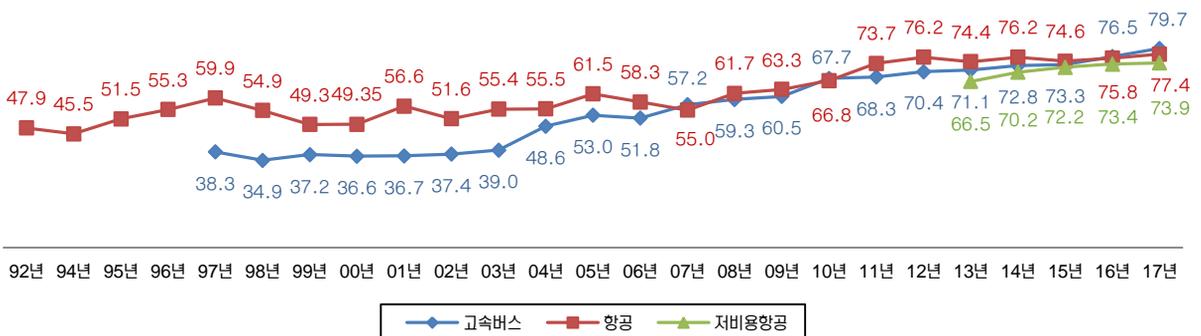
• 저비용항공

단거리 노선 수요 증가에 따라 신규노선 개척과 특가 프로모션으로 인기를 끌며 경쟁이 치열해지고 있는 저비용 항공 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 보이는 가운데, 에어부산이 5년 연속 1위(역대 5회 1위)의 자리를 지켰다.

에어부산은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도는 탑승수속 시 직원 응대태도, 기내 시설환경 및 부가서비스 등 다수의 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

운수 및 보관(철도, 지하철)

• 철도

객실혼잡도 안내 시스템 시범운영 등 승객의 편의증진을 위해 노력하고 있는 철도 산업의 만족도는 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.

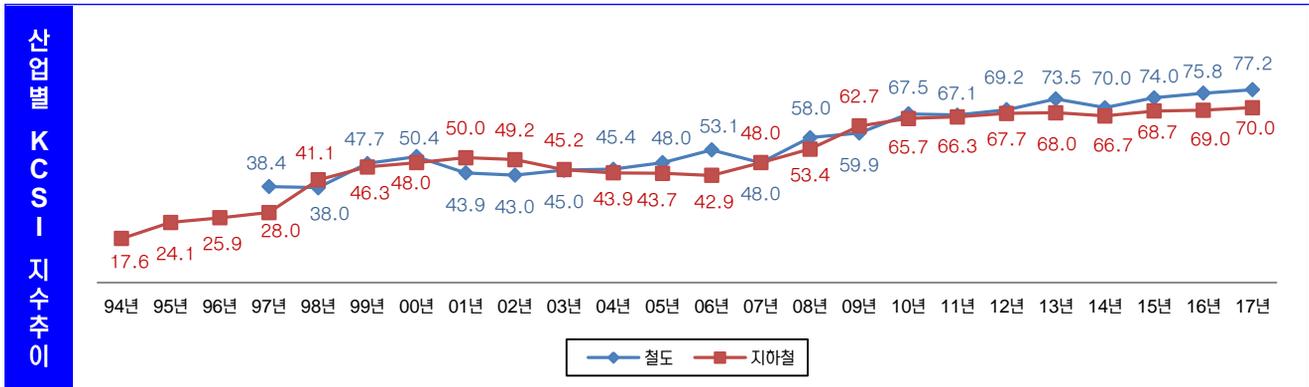
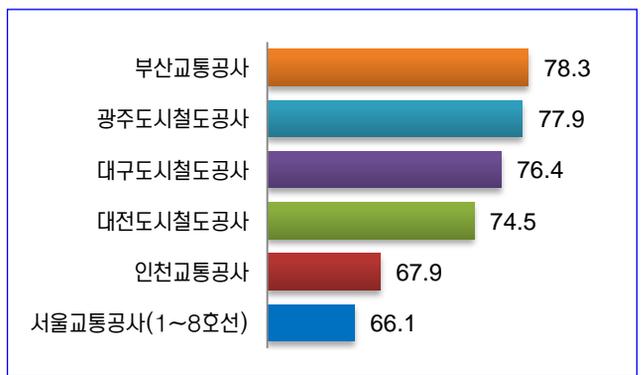
철도서비스는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 전년 대비 상승하였으나 요소만족도는 하락하였다. 항목에서는 대합실 고객 편의시설, 승차감, 차내 환경 및 냉·난방시설, 직원 응대태도 정확한 발차시간 등에서 전년 대비 감소하는 모습을 보였다.



• 지하철

보조배터리 무인 대여, 의약품 무료제공 등 다양한 서비스를 통해 승객 편의를 증진시키기 위해 노력하고 있는 지하철 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 부산교통공사가 광주도시철도공사를 제치고 올해 1위(역대 2회 1위)자리를 차지했다.

부산교통공사는 재이용의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 역내의 환경, 직원의 응대태도, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

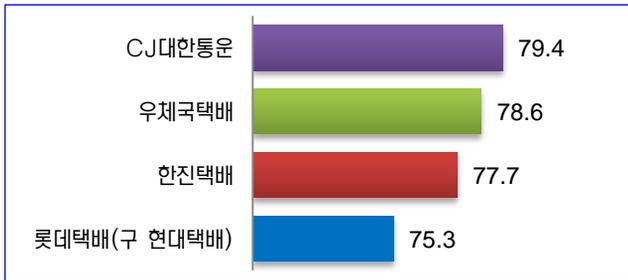
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

• 택배

물동량을 효율적으로 처리하기 위해 인공지능·사물인터넷 등의 최첨단 기술을 접목한 물류 자동화 시스템을 도입하며 진화하고 있는 택배 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, CJ대한통운이 9년 연속 1위(역대 12회 1위)자리를 이어갔다.

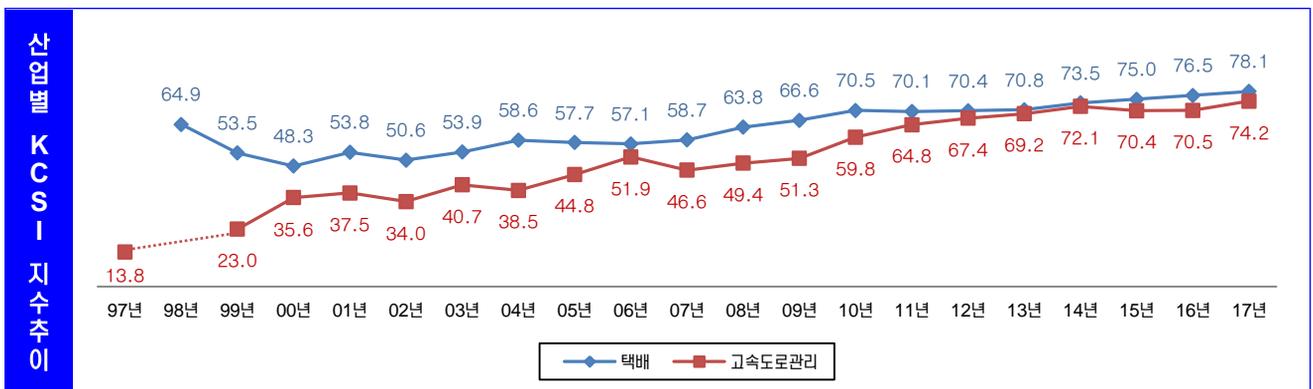
CJ대한통운은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 서비스 수준 대비 가격, 기업 신뢰도 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 고속도로관리

졸음쉼터 추가 설치, 지점별 도로 환경과 시설 점검 등을 통해 안전 운전 제도를 강화하고 있는 고속도로관리서비스의 고객만족도는 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.

고속도로관리서비스는 전반적 만족도에서 전년 대비 상승하였으며, 요소만족도는 도로 주변 관리, 안내 표지판, 교통정보 제공, 휴게소의 고객편의시설, 이용요금 등에서 전년 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 KCSI 지수 추이

산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 교육 서비스, 보건업

● 교육

시각장애인과 다문화가족을 위한 음성서비스 도입 등 수요자 중심의 맞춤형 민원서비스를 제공하여 서비스 만족도 향상을 위해 노력하고 있는 교육서비스의 고객만족도는 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.

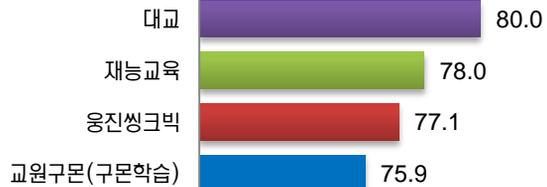
교육서비스는 전반적 만족도 및 요소만족도 양 부분에서 전년 대비 상승하는 모습을 보였으며, 그 중 교육 정책, 임시제도, 교사의 수준, 교과목 구성, 정부부처에 대한 신뢰도 등 다수의 항목에서 전년 대비 우수한 평가를 받았다.

교육 60.9

● 학습지

IT기기를 이용하여 동영상과 게임 등으로 이뤄진 학습 콘텐츠를 제공하는 스마트 러닝 서비스가 인기를 끌고 있는 가운데, 학습지 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 대교가 2년 연속 1위(역대 10회 1위)자리를 차지했다.

대교는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 체계적인 학습지 구성, 지도교사의 실력 및 전달력, 자녀의 학습능력향상에 도움이 된다는 점에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



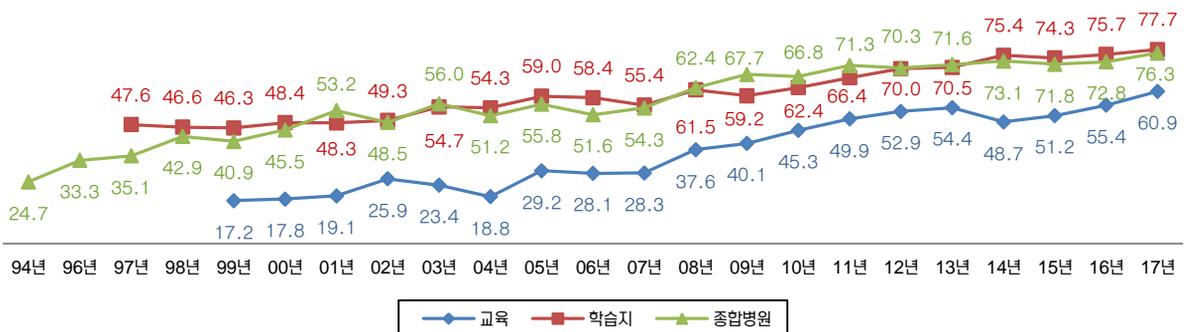
● 종합병원

모바일 서비스, 1대1 서비스 등 환자경험의 수준과 만족도를 높이기 위해 노력하고 있는 종합병원 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 서울아산병원이 5년 연속 1위(역대 6회 1위)를 수성했다.

서울아산병원은 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 특히 진료의 수준, 의료진의 응대태도 및 신뢰성, 고객 편의시설, 기업신뢰도 항목에서 고객으로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

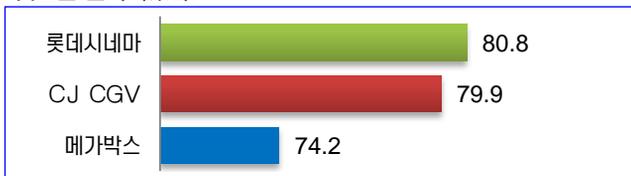
(3) 서비스업

오락, 문화 및 운동관련 서비스업

영화관

연령대, 장르 선호도 등에 따라 관객을 세분화하고 맞춤형 서비스를 통해 관객들에게 특별한 경험을 제공하기 위해 노력하고 있는 영화관 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 롯데시네마가 5년 연속 1위(역대 10회 1위)를 차지했다.

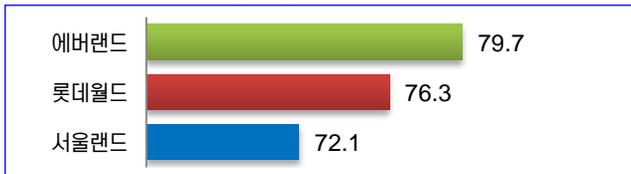
롯데시네마는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 영상시설, 부대시설, 할인 및 적립 혜택 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



종합레저시설

가상현실이나 증강현실을 구현하며 IT기술을 통해 미래형 놀이동산으로 변화를 시도하고 있는 종합레저시설 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 유지하였으며, 에버랜드가 23년 연속 부동의 1위(역대 23회 1위)라는 위업을 달성했다.

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



스키장

카드사 제휴를 통해 다양한 할인혜택을 제공하여 고객들을 사로 잡고 있는 스키장 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 휘닉스평창이 4년 연속 1위(역대 4회 1위)에 선정되었다.

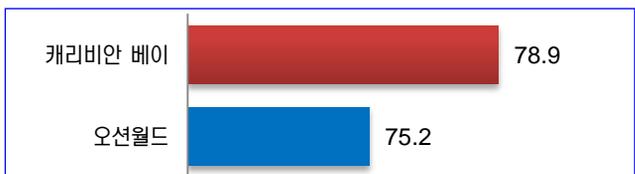
휘닉스평창은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 직원의 친절함, 부대시설, 고객 편의시설, 할인 혜택 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



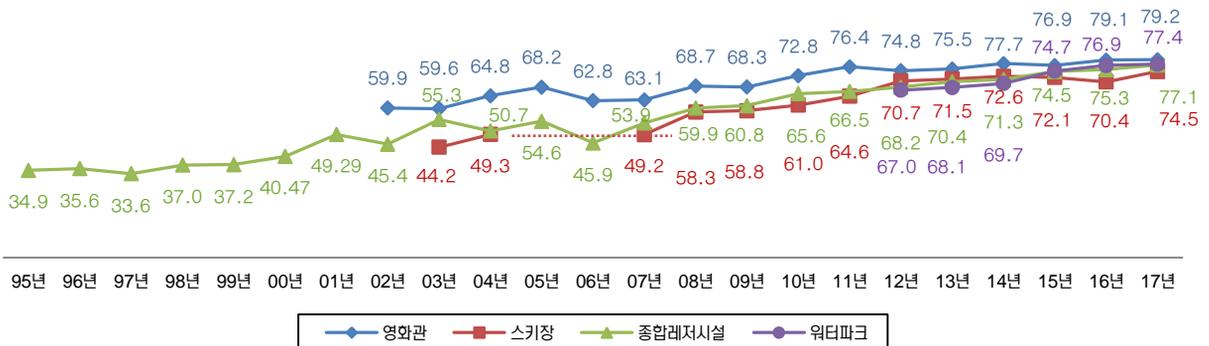
워터파크

익스트림 놀이기구 운영과 다양한 이벤트 등으로 매 여름 많은 사람들의 인기 피서지로 각광받고 있는 워터파크 산업의 만족도는 전년에 이어 지속적으로 상승세를 유지하고 있으며, 캐리비안 베이이 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 이어나갔다.

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



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

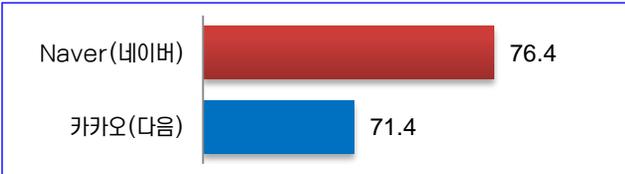
(3) 서비스업

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

● 검색포털사이트

음성인식 AI, 정교한 번역 서비스 등 적극적으로 기술 혁신 플랫폼을 구축하고 있는 검색포털사이트 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 네이버가 14년 연속 1위(역대 14회 1위)자리를 유지했다.

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



● 여행사(해외여행)

모바일 간편 예약 시스템, 개별 맞춤여행 상품 제공 등 고객 편의 향상을 위해 노력하고 있는 여행사(해외여행) 산업의 만족도는 전년 대비 대폭 상승하였으며, 하나투어가 9년 연속 1위(역대 9회 1위)기업으로 조사되었다.

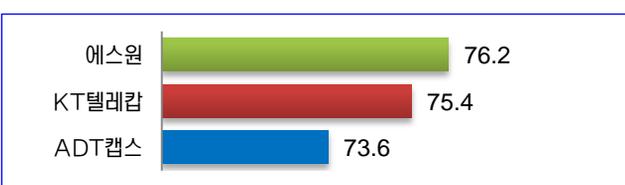
하나투어는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상담직원의 상품설명, 준비사항 및 계약내용 고지, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 무인경비

무인경비뿐만 아니라 정교한 영상기술을 이용한 통합보안솔루션 등 고객 맞춤형 서비스를 제공하고 있는 무인경비 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 에스원이 전년에 이어 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 이어갔다.

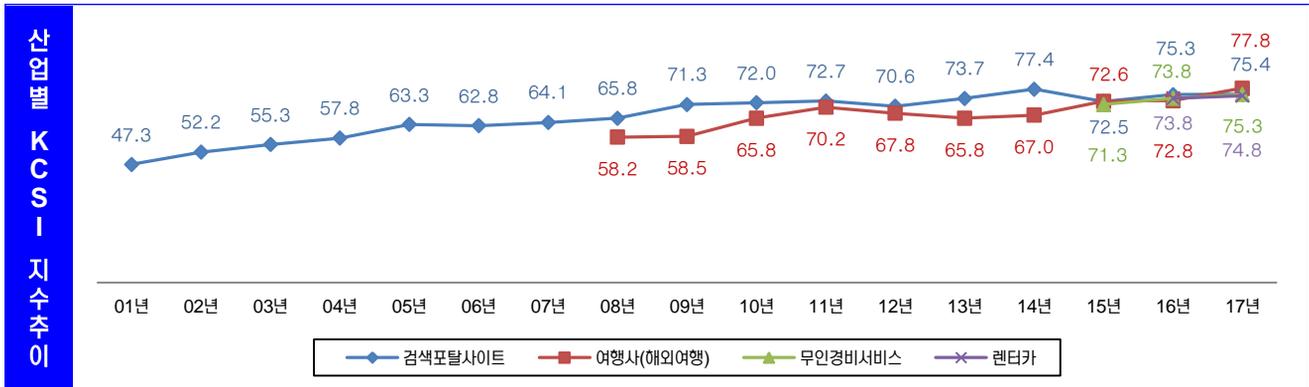
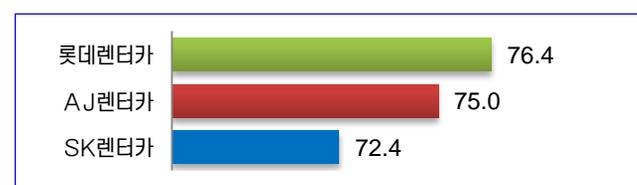
에스원은 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 가입 시 직원의 응대태도 및 상품 정보제공, 설치기사의 업무능력, 기업 신뢰도 등에서 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 렌터카

시장 수요층이 많아지고 공유경제 산업의 중심에서 자동차 생활의 패러다임을 변화시키고 있는 렌터카 산업의 만족도는 전년 소폭 대비 상승하였으며, 롯데렌탈(롯데렌터카)이 2년 연속 1위(역대 2회 1위)자리를 지켰다.

롯데렌터카는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 대여 및 반납의 편리성, 차량 입고 시간의 정확함, 이용요금 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

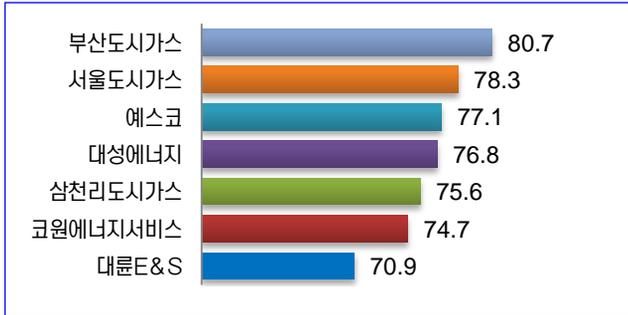
(3) 서비스업

■ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스

가스안전문화 확산과 공급 품질 개선 등 고객 중심 서비스를 위해 노력하고 있는 도시가스 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 부산도시가스가 15년 연속 1위(역대 15회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

부산도시가스는 전반적 만족도에서 경쟁자 대비 우수한 모습을 보였으며, 요소만족도는 레인지 연결 신청 방문 시간 준수, 검침결과의 정확성, 안전점검 결과에 대한 상세 설명 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다.



• 전력

송·배전 전력망을 보강하며 효율적인 전력수급관리 시스템을 구축하기 위해 노력하고 있는 전력 서비스의 고객만족도는 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.

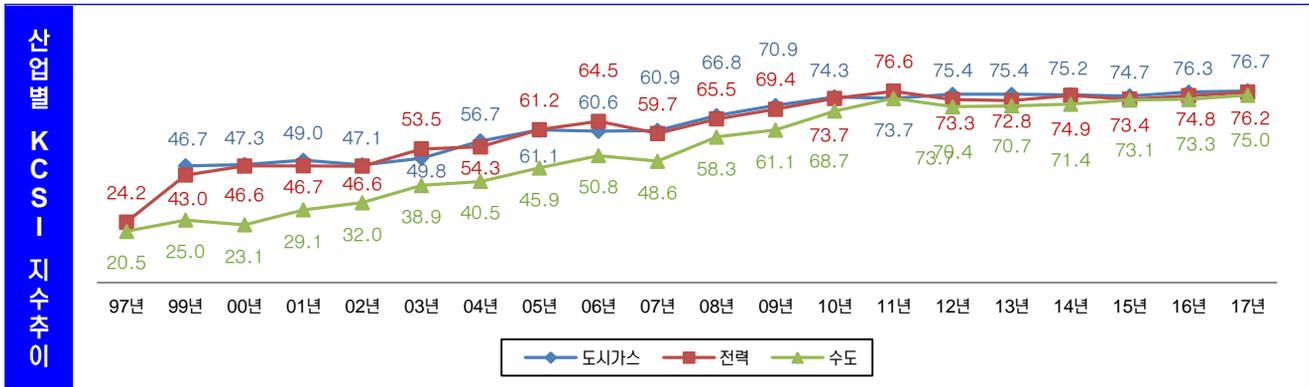
전력서비스는 전년 대비 전반적 만족도는 상승한 반면, 요소만족도는 하락하였다. 요소 별로는 전력사용에 대한 안심, 전력 공급, 요금청구의 정확성, 요금납부의 편리함 항목에서 전년 대비 감소한 것으로 조사되었다.



• 수도

취약수도관 교체, 관로 누수탐사 등 지속적으로 우수율 제고를 위해 노력하고 있는 수도서비스의 고객만족도는 전년에 이어 올해에도 상승세를 유지한 것으로 나타났다.

수도서비스는 지난해 대비 전반적 만족도와 요소만족도 모두 상승하였으며, 요소 별로는 물 공급, 서비스 요금, 서비스 신뢰도 항목에서 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 공공서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기

수수료를 감면해 주는 부동산 전자계약 서비스 등 IT와 결합한 등기서비스에 대한 관심이 높아지면서 경제성과 편의성을 제고하고 있는 등기서비스의 고객만족도는 전년 대비 상승하였다.

등기서비스는 지난해 대비 전반적 만족도와 요소만족도 모두 상승하였으며, 요소 별로는 내·외부 시설환경, 직원의 친절도, 전화응대 태도, 업무처리의 신속성 항목에서 전년 대비 상승한 것으로 조사되었다.



• 세무

세무상담실 운영, 마을세무사제도 등 무료 세무 서비스를 통해 지역 납세자의 권익을 보호하도록 노력하고 있는 세무서비스의 고객만족도는 전년 대비 상승하였다.

세무서비스는 지난해 대비 전반적 만족도와 요소만족도 모두 상승하였으며, 요소 별로는 고객 편의시설, 내·외부 시설환경, 직원의 친절도, 업무처리의 신속성 및 합리성, 기관 신뢰도 등 대부분의 항목에서 전년 대비 상승한 것으로 나타났다.



• 치안

주민과 경찰이 공동으로 활동하는 주민 중심의 치안 활동을 통해 지역주민 친화적 서비스 제공을 위한 노력이 계속되고 있는 가운데, 치안서비스의 고객만족도는 전년 대비 대폭 상승하였다.

치안서비스는 전반적 만족도가 상승한 반면, 요소만족도는 하락하였다. 요소 별로는 고객 편의시설, 내·외부 시설환경, 전화응대태도, 업무처리의 합리성, 기관 신뢰도 등의 항목에서 전년 대비 하락한 모습을 보였다.



산업별 KCSI 지수추이

