

문서번호 : KMAC 제 2018 - 1699호

2018. 10. 10

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 :

**2018년 제27차 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 27회째를 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 11일(목) 조간 (방송은 10월 10일 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) 2018년 조사 설계

나. 제 2 부 : 2018년 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 : 2018년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 결과

※ 첨부 : 2018년 제27차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요 및 결과 1부. 끝.

**한국능률협회컨설팅**  
**대표이사 부회장 김종립**

## 1. KCSI의 정의

### 지난 1992년 첫 시행 이후 27년째를 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 33.7점(약 80%)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

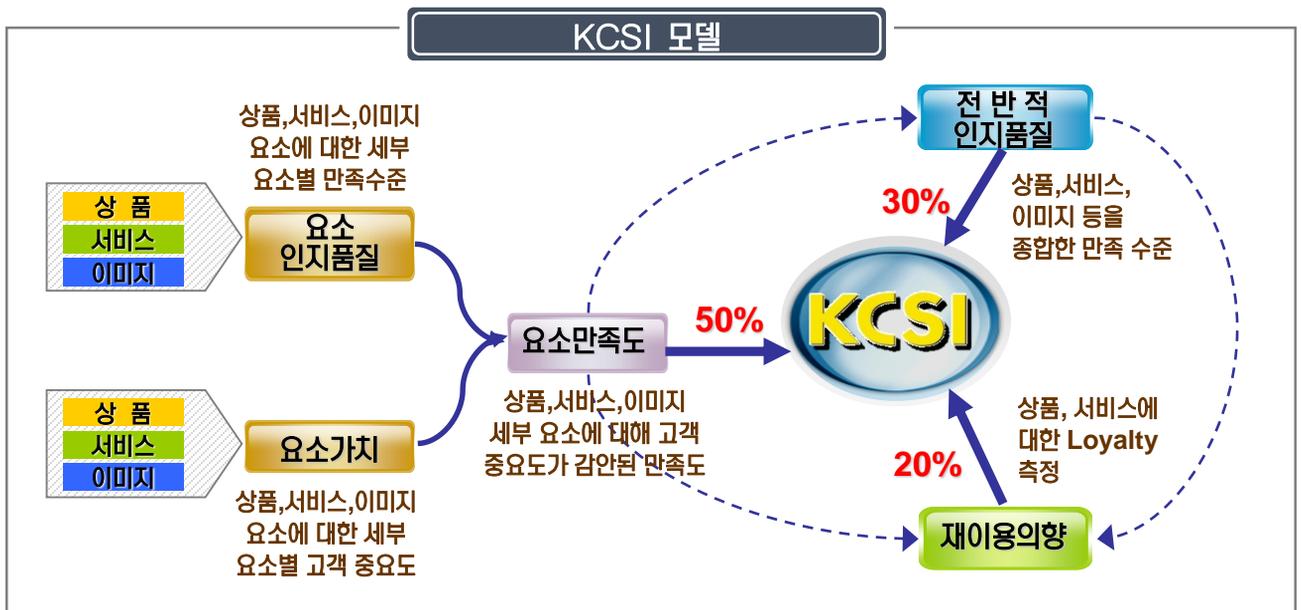
(단위 : 개)

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

구분	'06년	'07년	'08년	'09년	'10년	'11년	'12년	'13년	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년
제조업	57	59	57	54	48	48	51	52	50	51	50	50	52
서비스업	44	46	49	49	51	54	57	59	59	60	60	60	62
계	101	105	106	103	99	102	108	111	109	111	110	110	114

## 5. KCSI 측정 모델 및 산출 방법

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) 의향을 20%를 반영하고 있으며, 각 항목은 7점 척도의 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

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

▷ 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)

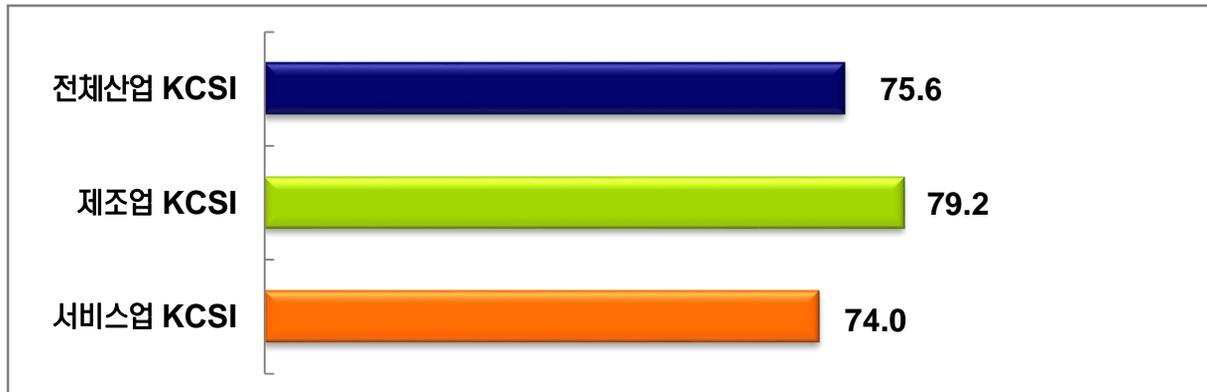
## 6. 2018년 조사 설계

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 11,040명
- 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 : 2018년 4월 17일 ~ 8월 24일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등  
총 114개 산업(총 344개 기업)

산업부문	2018년 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) 굴려형전자담배(신규) 14) 남성용기초화장품 15) 남성정장 16) 담배 17) 생리대 18) 샴푸 19) 섬유유연제 20) 세탁세제 21) 아웃도어리류 22) 여성내의 23) 여성용기초화장품 24) 여성용한방화장품 25) 정장구두 26) 주방세제 27) 치약 28) 캐주얼화 29) 화장품
내구재 제조업 (23개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 가정용에어컨 3) 가정용정수기 4) 개인용컴퓨터(PC) 5) 김치냉장고 6) 냉장고 7) 사무용복합기(복사기) 8) 세탁기 9) 이동전화단말기(스마트폰) 10) 전기레인지(신규) 11) 전기면도기(신규) 12) 전기밥솥 13) TV 14) 가정용 건축자재 15) 가정용가구 16) 가정용보일러 17) 경형승용차 18) 부엌가구 19) 블랙박스 20) 승용차타이어 21) 일반승용차 22) 침대 23) RV승용차
일반 서비스업 (52개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 은행 4) 자동차보험 5) 장기보험 6) 저축은행(신규) 7) 증권 8) 체크카드 9) 대형마트 10) 대형서점 11) 대형슈퍼마켓 12) 면세점 13) 백화점 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) 헬스&뷰티스토어(신규) 29) TV홈쇼핑 30) 검색포탈사이트 31) 국제전화 32) 내비게이션앱(신규) 33) 시내/시외전화 34) 이동전화 35) 인터넷전화 36) IPTV 37) 초고속인터넷 38) 고속버스 39) 도시가스 40) 렌터카 41) 무인경비 42) 스키장 43) 여행사(해외여행) 44) 워터파크 45) 저비용항공 46) 종합레저시설 47) 종합병원 48) 주유소 49) 콘도미니엄 50) 택배 51) 항공 52) 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) 2018년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



국가 전체 지수	제조업 지수	서비스업 지수
'92 대비 33.7점 상승 (약 80% ▲)	'92 대비 27.0점 상승 (약 52% ▲)	'92 대비 37.6점 상승 (약 103% ▲)

### 2) 2018년도 KCSI 특징 및 경향

**한국산업의 고객만족도(KCSI) 75.6점으로 나타나. 국가 전체 GDP(국내총생산)에 75% 해당 돼**

- 2018년 KCSI 국가지수는 75.6점으로 나타났으며 1992년 조사 첫 해와 비교했을 때 33.7점(▲80%) 성장을 기록했다. 산업별로는 제조업이 79.2점, 서비스업(공공 포함)이 74.0점으로 나타났다.
- 과거 '90년대 50여 개 내외 산업을 대상으로 실시되었던 KCSI는 '00년대 들어서 100여 개 산업으로 확대되었고, 올해 국가 전체 GDP(국내총생산) 75%에 해당되는 114개 산업 조사에 이르렀다. 그간 KCSI는 상승과 하락을 반복하였지만 꾸준히 성장을 기록하여 왔다. 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 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.
- 디지털 기술 기반의 4차 산업혁명이 진행되는 가운데서도 KCSI는 변화하는 고객의 니즈와 시장 환경을 보다 잘 반영하고 각 기업의 질적 수준을 정확히 측정하여 국내 산업의 나아갈 방향을 제시하는 조사제도로서 중요한 역할을 계속 할 수 있도록 많은 노력을 다할 것이다.

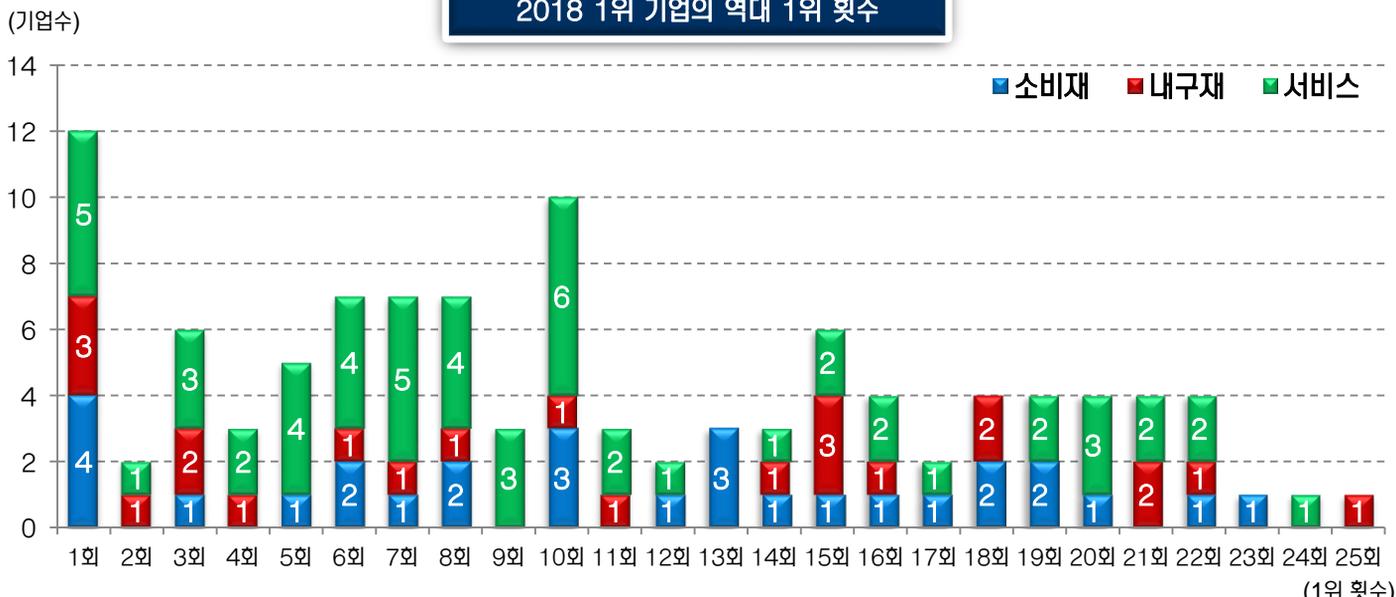
## 1. KCSI 전체 특징

### 2) 2018년도 KCSI 특징 및 경향

**총 108개 1위 기업 선정. 제조업의 삼성전자, 현대자동차. 서비스업의 에버랜드, KT등이 두각**

- 올해 27년째를 맞는 KCSI에서 2018년 산업별 1위 기업의 역대 1위 횟수를 보았을 때, 10회 이상 1위 기업이 배출된 56개 산업 중 소비재(18개)와 내구재(13개) 등 제조업이 총 31개 산업으로 나타났으며, 서비스업은 공공서비스를 포함하여 25개 산업으로 나타났다.
- 10회 이상에서는 제조업의 비중이 다소 높았고(55%) 10회 미만에서는 서비스업의 비중이 높았다(60%). 즉, 제조업에서의 장수 1위 산업이 보다 더 많은 것을 볼 수 있으며, 반면 서비스업에서 고객만족 경쟁이 더 치열한 것으로 판단할 수도 있다. 제조업은 국내 산업의 세계 일류 수준 기술력을 갖춘 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, 25회), 에버랜드(서비스, 24회), 라이온코리아(소비재, 23회) 등으로 내구재와 서비스, 소비재를 대표하는 기업이었으며, 22회에는 금강(정장구두), 삼성전자(이동전화단말기), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이 뒤를 이었다. 21회는 삼성전자(PC 및 TV), SK텔레콤(이동전화서비스), 아시아나항공(항공) 등이, 20회는 삼성생명(생명보험), KT(시내/시외전화), 우정사업본부(공공서비스), 한국야쿠르트(유산균발효유) 등 4개 기업이 다수 1위를 기록하였다.
- 한편, 삼성전자는 5개 산업(이동전화단말기(스마트폰), TV, 개인용 컴퓨터(PC), 세탁기, 냉장고)에서 10회 이상 1위를 차지하며 한국의 대표 고객만족 선도 기업으로서 위상을 드높였으며, KT(시내/시외전화, 초고속 인터넷), 라이온코리아(세탁세제, 주방세제)과 금강제화(정장구두, 캐주얼화), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), 삼성물산(종합레저시설, 남성정장), 유한킴벌리(화장지, 생리대) 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, 삼성카드, 삼성서울병원 등 삼성 계열사가 총 6개 기업(11개 산업)인 것으로 나타났으며, 삼성전자는 이동전화단말기(스마트폰)를 포함하여 총 5개가 해당되는 등 제품 혁신을 통해 고객만족과 감동을 제공하는 선도 그룹으로서 면모를 드러냈다.

2018 1위 기업의 역대 1위 횟수



(1위 횟수)

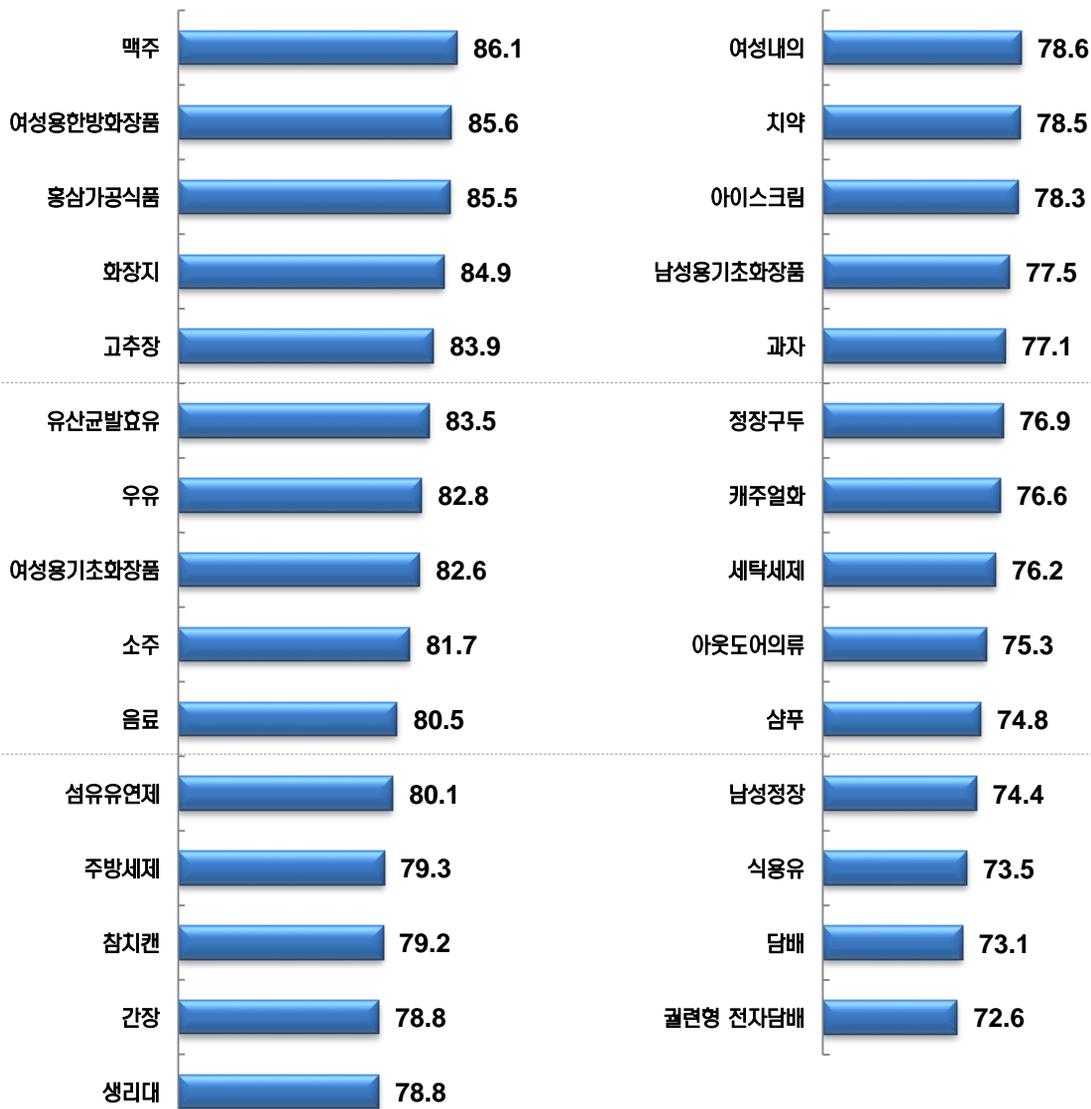
## 2. 산업별 KCSI 주요 특징

### 1) 소비자 제조업의 고객만족도 특징

#### 1인 가구, 건강 및 웰빙 관련 소비 트렌드가 반영된 제품에서 높은 만족도를 보여

- 올해 소비자 제조업의 만족도는 맥주, 여성용한방화장품, 홍삼가공식품 등이 높은 수준을 보인 것으로 조사되었다.
- 산업 내에서는 최근 외식보다는 집에서 가볍게 즐기는 음주 문화와 함께 1인 가구 증가 등으로 높은 판매량을 보이고 있는 맥주가 86.1점으로 소비자에서 가장 높게 나타났다. 다음으로 여성용한방화장품(85.6), 홍삼가공식품(85.5) 등 건강과 웰빙을 위시한 제품들이 그 뒤를 이었다. 해당 제품들은 국내 고객 만족을 넘어 해외에서도 높은 인기를 보이고 있다.
- 반면 제화(정장구두, 캐주얼화), 의류(정장, 아웃도어) 등 패션용품은 소비자 내에서 상대적으로 낮은 만족도를 보였고, 올해 신규 조사된 궐련형 전자담배는 72.6점으로 가장 낮게 나타나 만족도 제고가 필요한 것으로 나타났다.

소비자(제조업) 산업별 KCSI

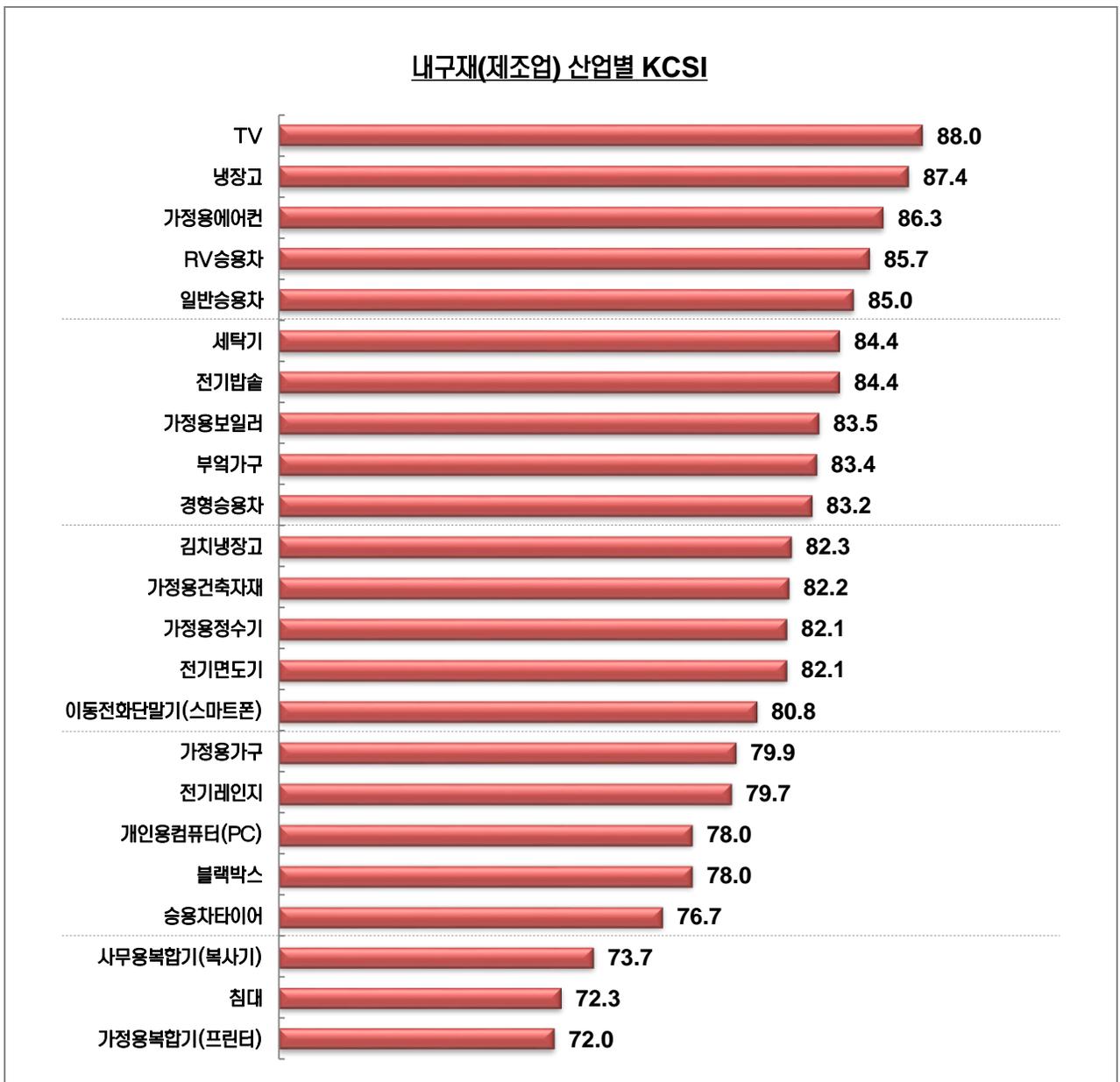


## 2. 산업별 KCSI 주요 특징

### 2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

**글로벌에서 입증된 생활가전 및 자동차 산업이 국내 내구재 제조업 만족도 이끌어**

- 내구재 제조업에서는 생활가전 및 자동차 산업이 상위 10개 중에서 8개를 차지하며 전반적으로 고객들에게 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.
- 산업 내에서는 TV(88.0), 냉장고(87.4), 가정용에어컨(86.3), RV승용차(85.7), 일반승용차(85.0) 등이 80점 중후반의 높은 만족도를 보였다. 특히 내구재 제조업 전체 23개 산업 중 15개 산업이 80점 이상의 높은 만족 수준을 나타냈다.
- 올해 신규 조사 된 전기면도기는 82.1점으로 나타났으며, 최근 시장에서 높은 관심과 성장세를 보이고 있는 전기레인지는 79.7점을 기록했다.
- 반면, 라돈 사태로 사회적으로 큰 파장을 일으켰던 침대는 72.3점으로 낮은 만족도를 보였다.



## 2. 산업별 KCSI 주요 특징

### 3) 서비스업의 고객만족도 특징

**유통에서는 면세점, TV홈쇼핑이 강세. 금융은 체크카드, 자동차보험이 높은 만족수준을 기록해**

- 서비스업은 유통에서 면세점, TV홈쇼핑, 전자제품전문점이 높은 만족도를 보였으며 금융에서는 체크카드, 자동차 보험, 생명보험이 상위권을 기록한 것으로 조사되었다.
- 전체적으로 면세점(82.6)이 지속적으로 가장 우수한 평가를 받은 가운데 체크카드(82.0), TV홈쇼핑(80.2) 등이 80점 이상의 높은 만족도를 기록했다. 또한 다양한 종류의 가전제품이 출시와 함께 고객 체험 공간 구성으로 인기가 높아진 전자제품전문점(79.7) 역시 서비스업 상위권으로 조사되었다.
- 반면 신규 조사 된 저축은행(69.8)은 금융 내에서 다소 미흡했고 증권은 68.7점으로 가장 낮은 점수를 보였다.



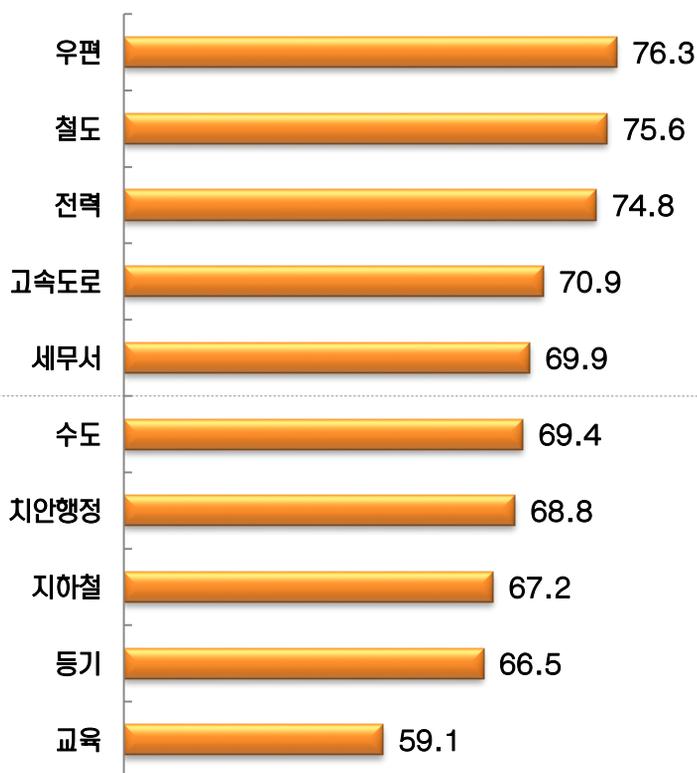
## 2. 산업별 KCSI 주요 특징

### 4) 공공서비스업의 고객만족도 특징

**우편, 철도, 전력, 고속도로 등이 높은 만족도를 보였으나 CS향상을 위한 지속적인 노력이 요구돼**

- 공공서비스는 우편이 76.3점으로 지속적으로 높은 만족도를 보였다. 공공서비스업을 발표하고 20년째 지속적으로 가장 우수한 평가를 받고 있다. 그 뒤를 이어 철도(75.6)가 70점 대 중반을 기록했으며, 전력(74.8)과 고속도로(70.9) 역시 70점 이상의 만족도를 나타내며 공공서비스 내에서 상위권을 차지했다.
- 한편, 세무(69.9)와 수도(69.4), 치안행정(68.8), 지하철(67.2), 등기(66.5)는 60점 대 수준에 머물렀으며, 교육은 59.1점으로 가장 낮게 나타나 만족도 향상을 위한 지속적인 노력이 요구되는 것으로 조사되었다.

공공서비스업 산업별 KCSI



### 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)(79.2), 샘표식품(78.4)	2년 연속	10회
2	고추장	CJ제일제당(해찬들)	CJ제일제당(해찬들)(84.4), 대상(청정원)(83.3)	'17 1위 : 대상(청정원)	3회
3	과자	오리온	오리온(78.0), 롯데제과(77.4), 크라운제과(76.4), 해태제과(75.3)	2년 연속	8회
4	맥주	OB맥주(카스포함)	OB맥주(카스포함)(86.7), 클라우드(86.0), 하이트진로(84.6)	'17 1위 : 클라우드	5회
5	소주	금복주	금복주(85.2), 하이트진로(참이슬)(84.3), 롯데칠성(주류BG)(처음처럼)(78.2), 무학(77.2)	2년 연속	10회
6	식용유	사조해표(해표)	사조해표(해표)(76.5), CJ제일제당(백설표)(71.0)	6년 연속	14회
7	아이스크림	빙그레	빙그레(79.2), 해태제과(78.6), 롯데푸드(78.1), 롯데제과(77.4)	12년 연속	13회
8	우유	서울우유	서울우유(84.6), 남양유업(80.9), 매일유업(80.4)	11년 연속	13회
9	유산균발효유	한국아쿠르트	한국아쿠르트(85.7), 매일유업(82.6), 남양유업(81.6)	17년 연속	20회
10	음료	동아오스카	동아오스카(81.9), 한국코카콜라(81.1), 롯데칠성음료(78.9)	4년 연속	13회
11	참치캔	동원F&B (동원참치)	동원F&B(동원참치)(81.5), 사조해표(사조참치)(74.0), 오투기(오투기참치)(72.6)	15년 연속	18회
12	홍삼가공식품	한국인삼공사 (정관장)	한국인삼공사(정관장)(86.6), 농협홍삼(한삼인)(81.2)	6년 연속	6회
13	관련형 전자담배	KT&G(릴)	KT&G(릴)(73.8), B.A.T코리아(글로)(73.2), 한국필름모리스(아이코스)(71.5)	신규 발표	1회
14	남성용기초화장품	LG생활건강	LG생활건강(78.3), 아모레퍼시픽(77.8), 코스모코스(75.9)	'17 1위 : 아모레퍼시픽	1회
15	남성정장	삼성물산	삼성물산(77.4), LF(74.7), 파크랜드(70.4)	14년 연속	18회

### 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)(75.3), B.A.T.코리아(던힐)(72.7), KT&G(72.1)	11년 연속	12회
17	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(80.3), 한국P&G(78.5), LG유니참(77.6)	9년 연속	10회
18	삼푸	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(76.2), 애경(76.0), LG생활건강(75.1), 유니레버코리아(74.7), 한국P&G(73.8)	'17 1위 : 애경	1회
19	섬유유연제	LG생활건강	LG생활건강(84.0), 한국P&G(80.1), 피죤(77.8)	3년 연속	6회
20	세탁세제	라이온코리아 (구 CJ라이온)	라이온코리아(구 CJ라이온)(79.5), 애경(76.2), LG생활건강(72.0)	22년 연속	23회
21	아웃도어의류	영원아웃도어 (노스페이스)	노스페이스(76.4), 블랙야크(76.1), K2(75.6), 네파(74.5), 코오롱스포츠(73.6)	'17 1위 : 블랙야크	1회
22	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(79.9), 남영비비안(비비안)(77.7)	19년 연속	19회
23	여성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(83.0), LG생활건강(81.8)	4년 연속	15회
24	여성용한방화장품	아모레퍼시픽 (설화수)	아모레퍼시픽(설화수)(86.4), LG생활건강(후, 수려한)(83.4)	7년 연속	7회
25	정장구두	금강제화	금강제화(78.8), 형지에스콰이아(에스콰이아)(77.3), 소다(75.8), 탠디(73.0)	17년 연속	22회
26	주방세제	라이온코리아 (구 CJ라이온)	라이온코리아(구 CJ라이온)(80.1), 애경(79.6), LG생활건강(78.4)	13년 연속	19회
27	치약	LG생활건강	LG생활건강(79.5), 애경(78.5), 아모레퍼시픽(77.4)	'17 1위 : 애경	8회
28	캐주얼화	금강제화 (랜드로바)	금강제화(랜드로바)(77.5), 형지에스콰이아(영에이지)(74.7)	16년 연속	16회
29	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(88.1), 깨끗한나라(84.7), 모나리자(80.0)	13년 연속	17회

### 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(73.2), 한국엡손(71.6), 한국HP(70.3)	2년 연속	2회
2	가정용에어컨	삼성전자	삼성전자(87.3), LG전자(87.0), 대유위니아(84.0), 오택케어(83.2)	6년 연속	7회
3	가정용정수기	큐웨이	큐웨이(82.9), 청호나이스(80.6)	2년 연속	15회
4	개인용컴퓨터(PC)	삼성전자	삼성전자(79.6), LG전자(78.6), 한국HP(70.6)	17년 연속	21회
5	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(84.2), LG전자(83.1), 대유위니아(79.1)	8년 연속	8회
6	냉장고	삼성전자	삼성전자(87.6), LG전자(87.2)	9년 연속	14회
7	사무용복합기 (복사기)	한국후지제록스	한국후지제록스(76.1), 캐논코리아비즈니스솔루션(73.1), 신도리코(72.7)	18년 연속	18회
8	세탁기	삼성전자	삼성전자(84.5), LG전자(84.3)	9년 연속	16회
9	이동전화단말기 (스마트폰)	삼성전자	삼성전자(82.5), 애플(아이폰)(79.5), LG전자(75.9)	21년 연속	22회
10	전기레인지	SK매직	SK매직(81.0), 쿠첸(78.0)	신규 발표	1회
11	전기면도기	필립스코리아	필립스코리아(83.3), 브라운(80.8), 파나소닉(80.4)	신규 발표	1회
12	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(86.1), 쿠첸(79.9)	18년 연속	18회
13	TV	삼성전자	삼성전자(88.6), LG전자(87.3)	21년 연속	21회
14	가정용가구	한샘	한샘(82.0), 현대리바트(80.9), 까사미아(79.7), 에몬스가구(72.7)	3년 연속	3회
15	가정용건축자재	KCC	KCC(83.3), LG하우시스(82.6), 한화L&C(79.9)	'17 1위 : LG하우시스	1회

### 3. 산업별 KCSI 1위 기업

#### 2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	가정용보일러	경동나비엔	경동나비엔(84.6), 린나이코리아(83.4), 귀뚜라미 (82.1)	5년 연속	6회
17	경형승용차	한국지엠	한국지엠(83.8), 기아자동차(82.6)	4년 연속	4회
18	부엌가구	한샘	한샘(83.8), 에넥스(82.4)	2년 연속	10회
19	블랙박스	탱크웨어(아이나비)	아이나비(80.1), 유라이브(74.8), 아이패스블랙(73.1)	3년 연속	3회
20	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(77.2), 한국타이어(76.6), 넥센타이어(76.0)	14년 연속	15회
21	일반승용차	현대자동차	현대자동차(87.5), 기아자동차(84.6), 르노삼성자동차(84.3), 한국지엠(78.5)	25년 연속	25회
22	침대	시몬스	시몬스(75.0), 에이스침대(72.2), 대진침대(67.8)	10년 연속	11회
23	RV승용차	현대자동차	현대자동차(87.9), 기아자동차(84.7), 쌍용자동차(83.9)	15년 연속	15회

### 3. 산업별 KCSI 1위 기업

#### 3) 일반 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	생명보험	삼성생명	삼성생명(79.4), 한화생명(77.1), 교보생명(74.3)	14년 연속	20회
2	신용카드	신한카드	신한(77.7), 삼성(77.7), KB국민(75.6), 현대(74.3), 롯데(72.4), BC(71.8), 우리(70.2), NH농협(69.0)	8년 연속	8회
		삼성카드		3년 연속	12회
3	은행	신한은행	신한(76.2), KEB하나(75.3), KB국민(74.1), IBK기업(72.5), 우리(72.2), NH농협(69.3)	5년 연속	15회
4	자동차보험	삼성화재	삼성화재(81.2), 현대해상(79.3), DB손해보험(77.9), KB손해보험(77.3), 메리츠화재(76.0)	21년 연속	22회
5	장기보험	삼성화재	삼성화재(77.4), 현대해상(76.4), DB손해보험(74.9), KB손해보험(74.7), 메리츠화재(72.8)	8년 연속	8회
6	저축은행	OK저축은행	OK저축은행(71.4), SBI저축은행(70.8), 애규온저축은행 (70.1), 웰컴저축은행(66.2)	신규 발표	1회
7	증권	NH투자증권	NH투자증권(69.5), 삼성증권(68.9), KB증권(68.3), 대신증권(68.2), 미래에셋대우(68.0)	'17 1위 : 삼성증권	1회
8	체크카드	KB국민카드	KB국민(83.8), 신한(83.1), 우리(81.8), BC(79.8), NH농협(78.5)	4년 연속	7회
9	대형마트	롯데마트	롯데마트(72.7), 홈플러스(72.2), 이마트(71.6)	2년 연속	6회
10	대형서점	교보문고	교보문고(78.5), 영풍문고(76.4), 서울문고(반디앤루니스)(73.3)	22년 연속	22회
11	대형슈퍼마켓	GS슈퍼마켓	GS슈퍼마켓(71.2), 롯데슈퍼(70.8), 이마트 에브리데이(66.9), 홈플러스 익스프레스(65.7)	3년 연속	7회
12	면세점	호텔신라 (신라면세점)	호텔신라(신라면세점)(83.5), 호텔롯데(롯데면세점)(82.3)	6년 연속	6회
13	백화점	롯데백화점	롯데백화점(75.9), 현대백화점(75.9), 신세계백화점(74.0)	6년 연속	10회
		현대백화점		-	10회
14	영화관	롯데시네마	롯데시네마(78.4), CJ CGV(77.0), 메가박스(71.0)	6년 연속	11회
15	오픈마켓	11번가	11번가(74.3), G마켓(72.3), 옥션(71.7)	10년 연속	10회

### 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(79.6), 인터넷교보문고(78.9), 인터넷파코도서(76.3), 알라딘(74.1)	10년 연속	10회
17	인터넷쇼핑몰	신세계(SSG닷컴)	신세계(SSG닷컴)(73.1), GS홈쇼핑(GS SHOP)(72.8), 현대홈쇼핑(Hmall)(72.2), 롯데닷컴(71.2), CJ오쇼핑(CJmall)(70.2)	'17 1위 : GS홈쇼핑(GS SHOP)	1회
18	전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성디지털프라자(80.6), 롯데하이마트(80.3), LG전자 베스트샵(78.9), 전자랜드 프라이스킹(77.0)	8년 연속	8회
19	제과/제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리바게뜨(78.1), 푸레쥬르(75.7)	8년 연속	10회
20	치킨프랜차이즈	비에이치씨 (BHC치킨)	BHC치킨(81.1), 네네치킨(80.4), 교촌치킨(79.8), BBQ치킨(76.6)	3년 연속	3회
21	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(80.6), 스타벅스커피(80.1), 투썸플레이스(77.5), 카페베네(77.3), 할리스커피(76.7), 이디야커피(76.2), 커피빈(75.8)	9년 연속	9회
22	패밀리레스토랑	빔스(VIPS)	빔스(VIPS)(79.5), 아웃백스테이크하우스(76.6), TGI프라이데이스(74.4), 애슐리(73.3)	4년 연속	8회
23	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(73.6), 버거킹(71.5), KFC(69.8), 맥도날드(67.1)	6년 연속	6회
24	편의점	GS25	GS25(80.5), CU(79.4), 세븐일레븐(78.2), 이마트24(76.8), 미니스톱(74.0)	16년 연속	19회
25	프리미엄아울렛	롯데프리미엄아울렛	롯데프리미엄아울렛(76.8), 신세계사이먼프리미엄 아울렛(74.6), 현대프리미엄아울렛(74.1)	5년 연속	5회
26	피자전문점	도미노피자	도미노피자(76.0), 피자헛(73.4), 미스터피자(70.0)	4년 연속	4회
27	학습지	대교	대교(75.8), 재능교육(73.6), 웅진씽크빅(72.9), 교원구몬(구몬학습)(72.7)	3년 연속	11회
28	헬스&뷰티스토어	올리브영	올리브영(77.0), 랄라블라(구 왓슨스)(76.0), 립스(75.2)	신규 발표	1회
29	TV홈쇼핑	롯데홈쇼핑	롯데홈쇼핑(82.5), CJ오쇼핑(81.4), GS홈쇼핑(81.0), 현대홈쇼핑(80.0), 홈앤쇼핑(77.2), NS홈쇼핑(76.8)	2년 연속	2회
30	검색포털사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(74.4), 카카오(다음)(69.1)	15년 연속	15회

### 3. 산업별 KCSI 1위 기업

#### 3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
31	국제전화	<b>SK텔링크(00700)</b>	SK텔링크(00700)(76.7), KT(001)(76.3), LG유플러스(002)(68.5)	4년 연속	5회
32	내비게이션앱	<b>티맵(Tmap)</b>	티맵(Tmap)(78.2), 카카오내비(77.0), 네이버지도(76.0)	신규 발표	1회
33	시내/시외전화	<b>KT</b>	KT(78.9), SK브로드밴드(77.1), LG유플러스(72.1)	19년 연속	20회
34	이동전화	<b>SK텔레콤</b>	SK텔레콤(79.1), KT(77.3), LG유플러스(71.2)	21년 연속	21회
35	인터넷전화	<b>KT</b>	KT(76.8), SK브로드밴드(74.4), LG유플러스(70.4)	9년 연속	9회
36	초고속인터넷	<b>KT</b>	KT(78.8), SK브로드밴드(77.3), LG유플러스(73.5)	3년 연속	14회
37	IPTV	<b>KT</b>	KT(71.6), SK브로드밴드(70.2), LG유플러스(65.2)	3년 연속	5회
38	고속버스	<b>금호고속</b>	금호고속(79.8), 동양고속(75.7), 중앙고속(71.8)	13년 연속	16회
39	도시가스	<b>부산도시가스</b>	부산도시가스(76.3), 서울도시가스(73.0), 예스큐(72.8), 대성에너지(69.7), 삼천리(69.3), 코원에너지서비스(67.0), 대륜E&S(65.3)	16년 연속	16회
40	렌터카	<b>롯데렌탈 (롯데렌터카)</b>	롯데렌탈(롯데렌터카)(74.7), AJ렌터카(73.4), SK네트웍스(SK렌터카)(71.5)	3년 연속	3회
41	무인경비	<b>에스원</b>	에스원(74.8), KT텔레캅(74.3), ADT캡스(71.4)	4년 연속	4회
42	스키장	<b>휘닉스평창</b>	휘닉스평창(76.0), 하이원리조트(74.3), 용평리조트(73.7), 무주덕유산리조트(73.2), 비발디파크(71.4)	5년 연속	5회
43	여행사(해외여행)	<b>하나투어</b>	하나투어(78.4), 롯데관광개발(77.0), 노랑풍선(74.1), 모두투어네트웍(73.9)	10년 연속	10회
44	워터파크	<b>캐리비안베이</b>	캐리비안베이(77.6), 오션월드(73.5)	7년 연속	7회
45	저비용항공	<b>에어부산</b>	에어부산(75.2), 제주항공(72.4), 티웨이항공(72.0), 진에어(70.6), 이스타항공(70.4)	6년 연속	6회

### 3. 산업별 KCSI 1위 기업

#### 3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
46	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(79.3), 롯데월드(75.3), 서울랜드(71.6)	24년 연속	24회
47	종합병원	서울아산병원	서울아산병원(76.1), 삼성서울병원(76.1), 세브란스병원(신촌)(74.5), 서울성모병원(73.5), 서울대학교병원(본원)(72.8)	6년 연속	7회
		삼성서울병원		-	17회
48	주유소	SK에너지 (SK주유소)	SK에너지(SK주유소)(76.0), GS칼텍스(75.4), 에쓰오일(74.2), 현대오일뱅크(70.6)	8년 연속	19회
49	콘도미니엄	한화호텔&리조트 (한화리조트)	한화리조트(77.0), 대명리조트(75.2)	7년 연속	9회
50	택배	우체국택배	우체국택배(77.7), CJ대한통운(76.6), 한진택배(76.0), 롯데택배(74.9)	'17 1위 : CJ대한통운	7회
51	항공	아시아나항공	아시아나항공(72.1), 대한항공(71.4)	5년 연속	21회

#### 4) 공공서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	공공서비스	우정사업본부(우편)	우편(76.3), 철도(75.6), 전력(74.8), 고속도로(70.9), 세무서(69.9), 수도(69.4), 치안행정(68.8), 등기(66.5), 교육(59.1)	20년 연속	20회
2	지하철	부산교통공사	부산교통공사(75.7), 광주도시철도공사(74.7), 대구도시철도공사(74.0), 대전도시철도공사(70.2), 인천교통공사(68.6), 서울교통공사(1~8호선)(63.6)	2년 연속	3회

## 4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

### 1) KCSI 복수 산업 1위 기업

**삼성전자, KT, 삼성물산을 비롯한 총 16개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위에 선정돼**

- 작년에 이어 2018년 KCSI에서도 삼성전자가 총 8개 산업에서 1위를 차지하며 최다 산업 1위 기업의 자리를 수성했다. 삼성전자는 전년도 1위로 선정된 가정용에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, TV, 개인용컴퓨터(PC), 이동전화단말기(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), 아모레퍼시픽(삼푸, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품), LG생활건강(남성용기초화장품, 섬유유연제, 치약)이 3개 산업에서 1위로 나타났으며 금강제화, 라이온코리아(구 CJ라이온), 롯데백화점, 롯데지알에스, 삼성화재, 우정사업본부, 유한킴벌리, 한샘, 현대자동차, GS리테일, SK텔레콤 등이 2개 산업에서 1위를 차지하는 영예를 안았다.

### 2018년 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 (‘17년: 8개 산업 1위)
2	KT	시내/시외전화, 인터넷전화, IPTV, 초고속인터넷	4개 산업 1위 (‘17년: 4개 산업 1위)
3	삼성물산	남성정장, 종합레저시설, 워터파크	3개 산업 1위 (‘17년: 3개 산업 1위)
4	아모레퍼시픽	삼푸, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품	3개 산업 1위 (‘17년: 3개 산업 1위)
5	LG생활건강	남성용기초화장품, 섬유유연제, 치약	3개 산업 1위 (‘17년: 1개 산업 1위)
6	금강제화	정장구두, 캐주얼화	2개 산업 1위 (‘17년: 2개 산업 1위)
7	라이온코리아 (구 CJ라이온)	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 (‘17년: 2개 산업 1위)
8	롯데백화점	백화점, 프리미엄아울렛	2개 산업 1위 (‘17년: 2개 산업 1위)
9	롯데지알에스	패스트푸드점, 커피전문점	2개 산업 1위 (‘17년: 2개 산업 1위)
10	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 (‘17년: 2개 산업 1위)
11	우정사업본부	택배, 우편	2개 산업 1위 (‘17년: 1개 산업 1위)
12	유한킴벌리	생리대, 화장지	2개 산업 1위 (‘17년: 2개 산업 1위)
13	한샘	부엌가구, 가정용가구	2개 산업 1위 (‘17년: 2개 산업 1위)
14	현대자동차	일반승용차, RV승용차	2개 산업 1위 (‘17년: 2개 산업 1위)
15	GS리테일	대형슈퍼마켓, 편의점	2개 산업 1위 (‘17년: 2개 산업 1위)
16	SK텔레콤	이동전화, 내비게이션업	2개 산업 1위 (‘17년: 1개 산업 1위)

## 4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

### 2) 2017년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

**총 12개 산업에서 KCSI 1위 기업 변동이 나타나며 치열한 경쟁을 보인 것으로 조사됨**

- 2018년 KCSI 조사결과 총 12개 산업에서 1위 기업의 변동이 나타난 것으로 조사되었다.
- 산업군별로는 소비재에서 고추장(CJ제일제당(해찬들)), 맥주(OB맥주(카스포함)), 남성용기초화장품(LG생활건강), 삼푸(아모레퍼시픽), 아웃도어리류(영원아웃도어(노스페이스)), 치약(LG생활건강) 등 가장 많은 총 6개 산업에서 1위 변동이 나타났다. 내구재에서는 가정용건축자재(KCC), 서비스업에서는 증권(NH투자증권), 백화점(롯데백화점, 현대백화점), 인터넷쇼핑몰(신세계(SSG닷컴)), 종합병원(서울아산병원, 삼성병원), 택배(우체국택배) 등 5개 산업에서 치열한 고객만족도 경쟁 끝에 1위 기업이 변동되었다.

### 2018년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 1위 변동 기업

No	산업군	산업명	2018년 KCSI 1위 기업	2017년 KCSI 1위 기업
1	소비재 (6개)	고추장	CJ제일제당(해찬들)	대상(청정원)
2		맥주	OB맥주(카스포함)	클라우드
3		남성용기초화장품	LG생활건강	아모레퍼시픽
4		삼푸	아모레퍼시픽	애경
5		아웃도어리류	영원아웃도어(노스페이스)	블랙야크
6		치약	LG생활건강	애경
7	내구재(1개)	가정용건축자재	KCC	LG하우시스
8	서비스(5개)	증권	NH투자증권	삼성증권
9		백화점	롯데백화점, 현대백화점	롯데백화점
10		인터넷쇼핑몰	신세계(SSG닷컴)	GS홈쇼핑(GS SHOP)
11		종합병원	서울아산병원, 삼성서울병원	서울아산병원
12		택배	우체국택배	CJ대한통운

## 5. KCSI 향상을 위한 제언

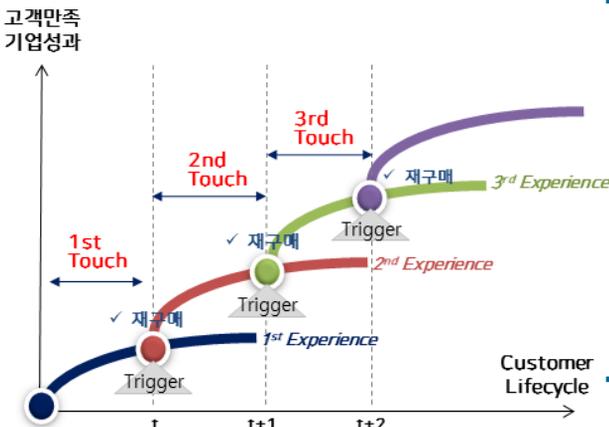
### 새로운 환경과 고객에 맞는 새로운 경험을 전달하라

- ➔ 디지털 혁명이 본격적으로 전개되는 지금, 고객만족 분야에서도 4차 산업혁명은 큰 변화를 주도하는 트렌드가 되었다. 새로운 기술이 생활을 바꾸어 가고 있으며, 고객들은 이전에 볼 수 없었던 새로운 ‘경험’들을 하기 시작했다.
- ➔ 고객경험관리(CEM)이란 거래 단계별로 고객이 무엇을 보고 느끼는지를 토대로 계속해서 새로운 경험을 제공하는 전략으로, 제품이나 서비스에 대한 고객의 전반적인 경험 프로세스를 전략적으로 경영하는 활동을 말한다. 과거의 CEM과는 달리 최근에는 개별적 접점(Touch Point) 보다는 총체적인 고객 여정(Customer Journey) 관리에 대한 중요성이 강조되고 있다. 또한 고객 여정 과정에서 느끼는 만족감이나 차별적 경험은 향후 재구매와 타인 추천으로 연계 가능성이 높다고 인식하며 보다 고도화된 분석을 지속하고 있다.
- ➔ 최근의 디지털 혁명으로 대면 및 비대면 접점상에서 새로운 고객경험의 종류와 채널들이 생성되었고 특히 모바일 기기와 IoT, AI 등 신기술의 활용은 고객의 구매결정 및 만족한 경험에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 이에 따라 다수의 기업들은 온라인/모바일 채널을 통합하고 있으며, 변화된 고객 행동을 분석하여 고객경험도 재설계하고 있다.
- ➔ 이러한 시대에 고객의 경험을 개선하기 위해서는 고객 니즈와 행동을 보다 자세히 분석하고 실제 고객 여정을 체계적으로 관리하여 이에 맞는 서비스를 제공하되 ‘효과성(Effectiveness)’, ‘편리함(Ease)’, ‘고객 감성(Emotion)’ 등을 중점적으로 고려해야 할 것이다. 실제 고객 경험 단계를 고려한 상품/서비스의 라이프사이클 관리로 효과성을 높이고, 고객이 상품/서비스를 이용하는데 최소한의 노력만을 소모하게 하는 편리함을 갖추고, 보다 차별화되고 독특한 경험을 제공하되 소프트웨어 개선과 같은 감성적이고 심리적인 측면에 대한 중요성을 인식해야 할 것이다.
  - 신한은행은 ‘고객의 모든 금융활동을 알아서 해결하는 솔루션’이라는 철학을 바탕으로 ‘누구에게나 편리하고 나에게 맞춘, 새로운 경험’을 3대 핵심 키워드를 세워 미래지향적인 모바일 뱅킹인 ‘SOL(Speedy, Optimized, Leading)’을 구축하였다.
  - 현대자동차는 ‘Modern Premium Experience’라는 목표하에 고객 체험관인 모터 스튜디오와 평창올림픽의 ‘현대자동차 파빌리온’을 운영하는 등 제품 우수성 보다는 고객들이 자동차를 구매하고 삶에 이용하는 고객 경험 과정에 대한 감성적이고 섬세한 배려를 진행하고 있다.
  - KT는 ‘하이파이브 KT 5G’라는 캠페인을 진행하며 인간과 사물이 5G로 연결되어 ‘편리함을 넘어 편안함을 누릴 수 있는 GIGAtopia’를 실현하고자 하며, 평창올림픽의 ‘5G 빌리지’ 등 5G 중심의 각종 체험형 서비스를 개발하고 있다.
  - 스타벅스는 고객경험중심의 빅데이터 분석에 기반한 ‘결제의 편의성과 속도’를 높이기 위해 기존에 선보인 ‘사이렌 오더’의 성공을 토대로 ‘차량음성주문 서비스’, ‘My DT Pass’을 차례로 런칭하였고 차츰 ‘현금없는 매장’의 모습도 가시화하고 있다.
- ➔ 이러한 ‘새로운 고객경험의 시대’를 맞아 고객을 위한 여러 노력을 추진함에 있어 기술 과시 및 보여주기에 그치는 일회성 활동(One-Time Touch) 수준에 그칠 것이 아니라, 온/오프라인 공간에 고객 체류 및 재방문을 유도하고 (Multi-Touch Stay), 나아가 고객의 일상 생활에 습관화되어 그들의 라이프 사이클과 밀접하게 연계될 수 있는 (Continuous-Touch Custom) 플랫폼으로 형성될 수 있도록 분석과 발전 방향을 정립해야 할 것이다.

## 5. KCSI 향상을 위한 제언

### 차별화된 고객경험 전달 기반의 성장을 추구하라

- 기술 발전과 고객 행동에 대한 세부적 분석을 통해 각 기업들은 고객에게 차별적인 경험과 보다 큰 만족을 제공하여 재무적 성과를 창출하려는 노력을 지속하고 있다. 과거에는 고객이 기업의 제품이나 서비스를 '구매'하는 순간에 한정지어 MOT(Moments of Truth, 접점)라 정의하고 스칸디나비아항공(SAS)을 주축으로 이 시점에 집중하여 현장의 고객만족활동을 추진해 왔으나, 구매 순간만이 접점의 전부가 아니며 구매 후 이를 경험하고 향유하는 과정도 고객과 기업간의 중요한 접점이 될 수 있음을 발견하였고 이를 P&G에서는 First-MOT(FMOT)와 Second-MOT(SMOT)로 분화하여 명명하였다.
- 최근에는 모바일 및 SNS의 발달로 상품 및 서비스에 대한 타인의 사용 경험이나 자세한 평가를 쉽게 찾을 수 있어 구매 시점, 즉 FMOT 이전 단계에서 상품과 서비스에 대한 호감도를 결정하는 경우가 많고 이미 매장 방문 전에 구매 의사를 결정하는 경우가 많아 이를 Zero-MOT, 즉 ZMOT로 정의하여 이에 대한 관리의 중요성을 높이고 있다. ZMOT란 간단히 '검색'으로 바꾸어 말할 수 있는데, 소비자들이 구매 이전 단계에 비교사이트, 온라인평가, 타인의 리뷰, 비교 사이트, 평판 등을 거의 필수적으로 체크하는 과정을 거치고 있으며, 새로운 시대를 맞아 이에 적응한 소비자의 행동도 변화하고 있음을 알 수 있는 것이다.
- 이렇게 구글에서 정의한 소비패턴에서 SMOT는 타인의 ZMOT에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 각 기업들도 소비자가 구매의사를 가진 단계에 차별화된 고객 경험을 제공하여 신규 구매 또는 재구매에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 활동이 있는지를 찾아야 할 것이다. 우리 기업의 상품과 서비스에 관심과 구매 니즈를 보이는 고객에게 접근하여(Touch) 차별적인 경험을 제공하여 구매로 연결되도록 해야 할 것이며, 한번 구매한 고객에게도 고객경험흐름 중 효과적인 시점에서 고객과의 적절한 소통(Retouch)으로 고객만족도를 높이고, 재구매의 단초(Trigger)를 제공하여 성장과 수익 창출로 연결시켜야 하는 것이다.
- 첫 번째 구매가 긍정적인 경험을 만들고, 이것이 기업의 적절한 소통으로 지속적인 반복 구매로 이어지는 구조로 이어질 때 고객만족과 기업성과라는 결과를 동시에 이루어 낼 수 있는 것이다. 이러한 결과를 만들어 내기 위해, 특히 한번 구매했던 고객을 지속적으로 유지하기 위해서는 마케팅 활동을 넘어선 적극적인 고객만족경영 활동이 큰 역할을 할 것이다.



<고객 경험과 기업 성과>

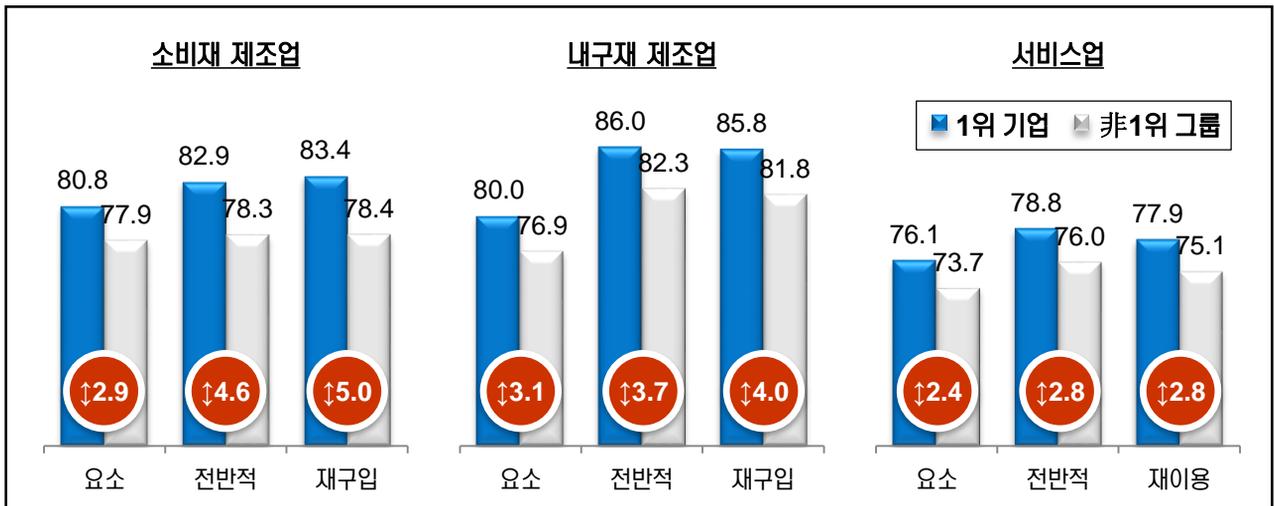
- 우리 기업과 접한 고객들에게 차별적으로 독특한 경험을 제공하기 위해서는 고객 여정(Customer Journey)의 각 단계에서 발생하는 고객의 소리(VOC)를 적극적으로 수집하고 철저히 분석하며, 이를 상품 및 서비스의 개발에 반영하고, 고객중심적으로 프로세스를 혁신하고, 접점의 서비스품질을 높이고, 문제가 발생했을 때 고객 관점에서 적극적으로 대응해야 할 것이며, 고객의 상황과 심리에 맞는 최적의 서비스를 제공해야 할 것이다.

- 고객만족경영의 궁극적인 목표가 고객만족 제공으로 우리 기업이 지속 선택받아 기업의 성장과 직원 만족으로 연결시키는 선순환이라 한다면, 차별적인 고객경험 제공이야말로 이 구조를 촉진시킬 좋은 방안이 될 것이다.

## 5. KCSI 향상을 위한 제언

### 고객 로열티(Loyalty)를 높이기 위한 활동에 집중하라

- ➔ 지금은 제품과 서비스의 홍수시대이다. 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 가속화 되고 있으며 이에 대한 보다 많은 비용과 노력들이 수반 되고 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 적극적으로 추천함으로써, 장기간에 걸쳐 큰 수익과 매출증가 확보 및 신규고객 창출에도 상당한 역할을 한다고 알려져 있다.
- ➔ KCSI 모델을 구성하고 있는 3대 차원별인 '요소만족도, 전반적만족도, 재이용의향'에 대한 조사 결과를 KCSI 1위 기업과 非1위 그룹 간 비교해서 살펴보면(아래), 제조업과 서비스업 모두 요소만족도에서는 상대적인 격차가 적게 나타나는 것을 볼 수 있다. 이는 규모, 실적과 관계없이 대부분의 기업들이 상품이나 서비스의 세부적인 품질을 높이기 위해 많은 노력을 진행한 결과 큰 차이를 보이지 못하는 것으로 판단된다. 반면, 전반적 만족도에서는 1위 그룹과 타 기업 간의 격차가 크게 나타났으며, 특히 고객 로열티 지표라고 할 수 있는 재구입(재이용) 의향에서는 가장 큰 수준 차이를 보였다. 즉, KCSI 등 고객만족도를 높이기 위해서는 요소만족도와 같은 상품과 서비스 개선을 위한 세부적인 노력을 바탕으로 전반적 만족도 및 로열티를 확보해야 할 것이며, 특히 고객 로열티 차별화를 중요하게 생각해야 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.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

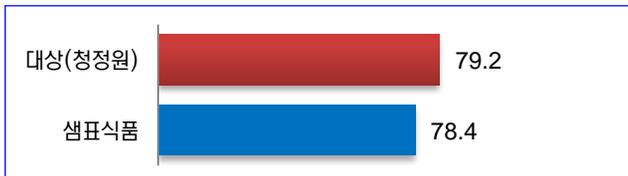
#### (3) 서비스업

#### ■ 식료품(식용 정제유/장류/수산물)

##### • 간장

간편한 요리를 도와주는 양념 제품에 대한 수요가 증가함에 따라 국간장, 양념장 등 용도형 간장 시장이 확대되고 있는 가운데, 간장 산업에서는 대상(청정원)이 79.2점으로 샘플식품(78.4)을 제치고 2년 연속 1위(역대 10회 1위) 자리를 차지하는 영예를 안았다.

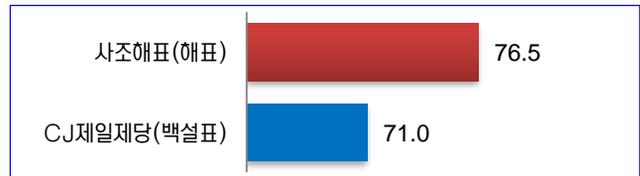
대상(청정원)은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 간장의 맛과 성분, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



##### • 식용유

1~2인 가구가 늘어나면서 편의성이 높고 소용량 제품을 선호하는 트렌드를 반영한 여러 식용유 제품들이 출시되고 있는 가운데, 식용유 산업에서는 사조해표(해표)가 76.5점으로 2위 CJ제일제당(백설표)(71.0)을 제치고 올해 6년 연속 1위(역대 14회 1위) 자리에 올랐다.

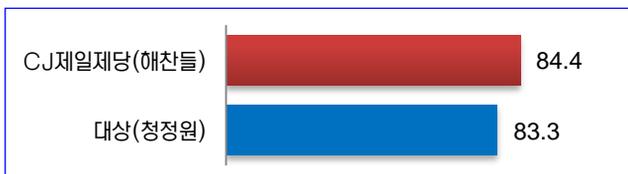
사조해표(해표)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 기름의 맑고 깨끗함, 요리의 맛, 풍부한 영양, 제품 다양성, 사용 편리성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 모든 세부항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



##### • 고추장

1인 가구, 요리에 능숙하지 않은 사람 등의 편의를 위해 다양한 요리에 활용할 수 있도록 개선된 고추장이 출시되어 인기를 끄는 가운데, 고추장 산업에서는 CJ제일제당(해찬들)이 84.4점으로 대상(청정원)(83.3)을 제치고 다시 1위(역대 3회 1위) 자리를 탈환했다.

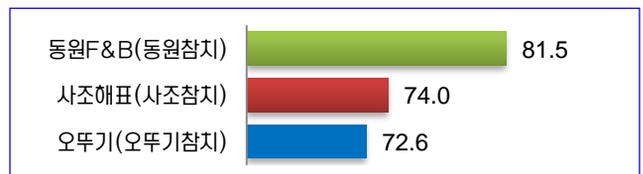
CJ제일제당(해찬들)은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 고추장 맛과 빛깔, 농도, 성분, 사용 편리성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



##### • 참치캔

빠르고 간편하면서도 영양가 높은 음식에 대한 수요가 날로 늘어나면서 별 다른 조리 없이 바로 먹을 수 있는 참치 제품의 인기가 높아지고 있는 가운데, 참치캔 산업에서는 동원F&B(동원참치)가 81.5점을 기록하며 경쟁사들을 제치고 15년 연속 1위(역대 18회 1위)의 위업을 달성했다.

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, 제품디자인, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사들보다 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

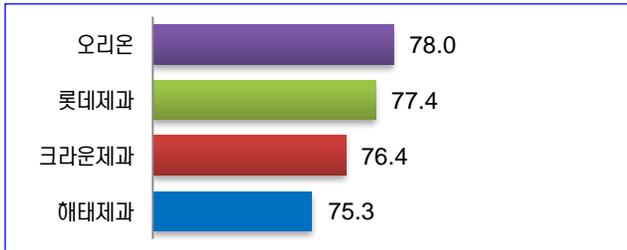
#### (3) 서비스업

#### ■ 식료품(과자/빙과류)

##### • 과자

소비자들이 선호하는 음식의 맛이나 모양을 리메이크한 과자가 출시되며 소비자들의 입맛과 취향을 사로잡고 있는 가운데, 과자산업에서는 오리온이 78.0점으로 2년 연속 1위(역대 8회 1위)자리에 올랐다. 그 뒤를 이어 롯데제과(77.4), 크라운제과(76.4), 해태제과(75.3) 순으로 조사되었다.

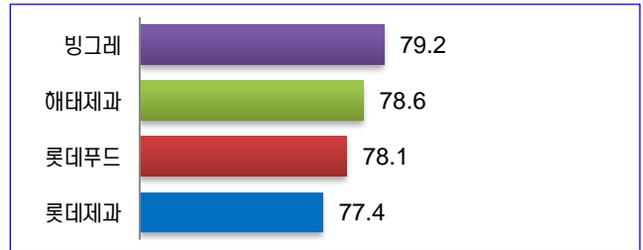
오리온은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 성분, 구입 용이성, 성분 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족을 보인 것으로 조사되었다.



##### • 아이스크림

건강과 다이어트에 대한 소비자들의 높은 관심을 반영하여 설탕 대신 천연 감미료를 사용한 저칼로리의 아이스크림이 인기를 끄는 가운데, 아이스크림 산업에서는 빙그레가 79.2점으로 12년 연속 1위(역대 13회 1위)자리를 지켰다. 다음으로 해태제과(78.6), 롯데푸드(78.1), 롯데제과(77.4)가 그 뒤를 이었다.

빙그레는 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도에서는 맛과 섭취 편리성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

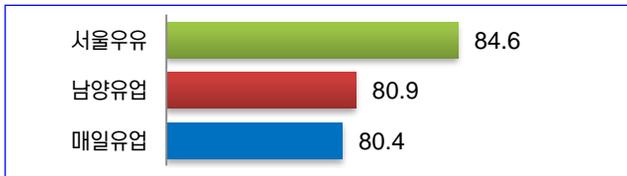
#### (3) 서비스업

#### ■ 식료품(농식품)

##### • 우유

건강과 영양을 살린 저지방우유 제품 출시와 함께 이종업계 간 이색 콜라보 등의 시도로 소비자들에게 새로움을 전달하고 있는 우유 산업에서는 서울우유가 84.6점으로 남양유업(80.9), 매일유업(80.4)을 제치고 11년 연속 1위(역대 13회 1위)를 계속 이어갔다.

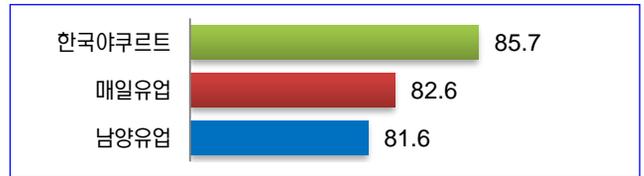
서울우유는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 맛과 냄새, 성분, 제품 다양성, 개봉 용이성, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



##### • 유산균발효유

1인 가구 증가와 인구 노령화 등으로 건강에 대한 사회적 관심 증가함에 따라 당 성분을 줄인 건강 친화 제품이 꾸준히 인기를 끌고 있는 가운데, 유산균 발효유 산업에서는 한국야쿠르트가 85.7점으로 17년 연속 1위(역대 20회 1위)의 자리를 고수했다. 매일유업(82.6)과 남양유업(81.6)이 그 뒤를 이었다.

한국야쿠르트는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 제품 맛과 농도, 배달 서비스, 제품 다양성, 제품 디자인, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 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 발 맞춰 가성비를 높인 발포맥주, 무알콜맥주, 프리미엄 수제맥주 등 다양한 제품들이 출시되며 맥주 시장이 크게 성장하고 있는 가운데, OB맥주(카스포함)가 86.7점으로 작년 1위 롯데칠성음료(클라우드)(86.0)를 제치고 올해 1위(역대 5회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

OB맥주(카스포함)는 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맥주의 향과 뒷 맛, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



##### • 소주

순한 소주를 선호하는 소비 트렌드가 지속되면서 소비자 니즈에 맞춘 부드러운 저도수 제품이 연달아 출시되며 사랑을 받고 있는 가운데, 소주 산업에서는 금복주가 85.2점으로 2년 연속 1위(역대 10회 1위) 자리를 지켰다. 하이트진로(84.3), 롯데칠성음료(주류BG)(78.2), 무학(77.2)이 그 뒤를 이었다.

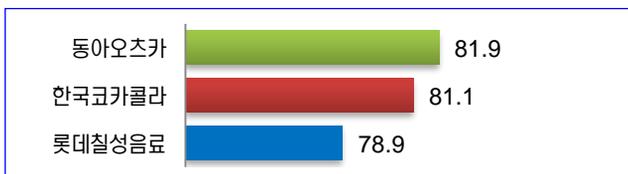
금복주는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소 만족도는 알콜 도수와 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



##### • 음료

건강에 대한 소비자들의 관심이 증대하면서 저당, 저칼로리 등 건강 트렌드를 지향한 다양한 신제품들이 출시되는 가운데, 음료 산업에서는 동아오츠카가 81.9점으로 4년 연속 1위(역대 13회 1위) 자리를 고수했다. 그 뒤를 이어 한국코카콜라(81.1), 롯데칠성음료(78.9) 순으로 나타났다.

동아오츠카는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 맛과 적당한 당도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 조사되었다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

#### (3) 서비스업

#### ■담배 및 홍삼가공식품

##### • 담배

궐련형 전자담배의 성장에도 불구하고 소비자들의 입 맛에 맞춘 제품과 프리미엄 담배 출시로 여전히 많은 소비자의 선택을 받고 있는 가운데, 담배 산업에서는 한국필립모리스(말보로)가 75.3점으로 11년 연속 1위(역대 12회 1위)라는 위업을 달성했다. BAT코리아(던힐)가 72.7점으로 그 뒤를 이었고 KT&G(72.1)는 3위를 차지했다.

한국필립모리스(말보로)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 맛과 향, 필터, 제품 불량, 개비의 외관, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



##### • 홍삼가공식품

최근 늘어나고 있는 20~30대 건강식품 소비층을 겨냥한 간편한 패키지와 다양한 종류의 홍삼 제품이 인기를 끌고 있는 가운데, 홍삼가공식품 산업에서는 한국인삼공사(정관장)가 86.6점으로 농협홍삼(한삼인)(81.2)을 제치고 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 이어갔다.

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



##### • 궐련형 전자담배

편리성과 약한 냄새, 낮은 유해물질로 성공을 거두며 최근 기존 제품을 업그레이드 한 제품이 앞다투어 출시되고 있는 가운데, 궐련형 전자담배 산업에서는 KT&G(릴)가 73.8점으로 조사 첫 해 1위의 영광을 안았다. BAT코리아(글로)(73.2), 한국필립모리스(아이코스)(71.5)가 그 뒤를 이었다.

KT&G(릴)는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 맛, 필터, 청소 용이성, 기기 견고성 및 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

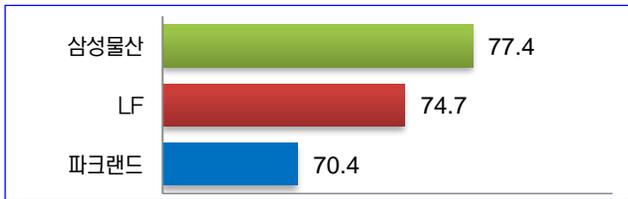
#### (3) 서비스업

#### ■ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

##### • 남성정장

‘꽃 중년’, ‘아재파탈’ 등 중년 남성을 뜻하는 신조어의 등장에 맞추어 4050세대를 겨냥한 중후하고 트렌디한 제품이 인기를 얻고 있는 가운데, 남성정장 산업에서는 삼성물산이 77.4점으로 14년 연속 1위(역대 18회 1위)의 자리를 이어갔다. LF(74.7), 파크랜드(70.4)가 그 뒤를 이었다.

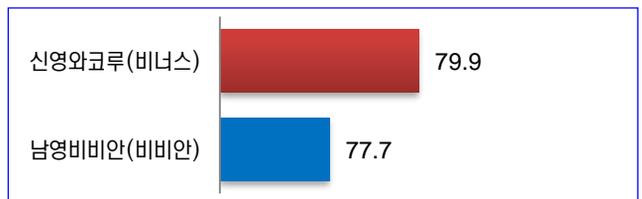
삼성물산은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 내구성, 바느질 상태 및 소재, 수선 및 AS, 매장 환경 및 직원응대태도, 구입 용이성, 디자인, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



##### • 여성내의

무더위가 기승을 부린 올 여름, 시원한 착용감과 기능성 소재를 앞세운 제품들이 출시되는 가운데, 여성내의 산업에서는 신영와코루(비너스)가 79.9점으로 남영비비안(비비안)(77.7)을 제치고 19년 연속 1위(역대 19회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

신영와코루(비너스)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소재와 바느질 상태, 착용감, 제품 디자인 및 실루엣, 대리점 환경 및 직원응대태도, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



##### • 아웃도어의류

단순한 운동복을 넘어서 개성과 실용성을 모두 내세운 세련된 아웃도어의류가 인기를 끌고 있는 가운데, 아웃도어의류 산업에서는 영원아웃도어(노스페이스)가 76.4점으로 지난 해 1위 블랙야크를 제치고 올해 1위 기업으로 선정되었다. 블랙야크는 76.1점으로 조사되었고 K2(75.6), 네파(74.5), 코오롱스포츠(73.6)가 그 뒤를 이었다.

영원아웃도어(노스페이스)는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 디자인, 직원응대태도, 매장진열 및 환경, 구입 편리성 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

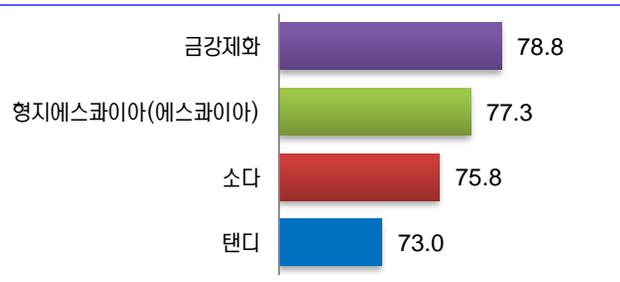
#### (3) 서비스업

#### ■ 가족, 가방 및 신발

##### • 정장구두

가성비를 중시하는 트렌드에 따라 유행하는 디자인보다 계절에 구애받지 않고 편안한 착용감을 갖춘 제품들이 각광을 받고 있는 정장구두 산업의 만족도는 금강제화가 78.8점으로 17년 연속 1위(역대 22회 1위)의 자리를 차지했다. 형지에스콰이아(에스콰이아)(77.3), 소다(75.8), 텐디(73.0)가 그 뒤를 이었다.

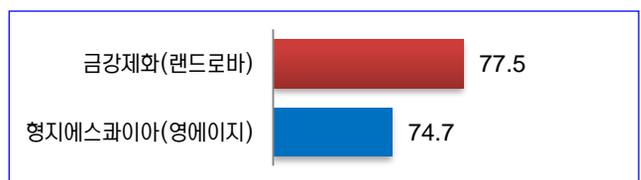
금강제화는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 긴 수명, 제품 다양성, 착용감, 교환 및 반품 용이성, 수선 서비스, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 항목 등에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



##### • 캐주얼화

블로퍼, 플랫슈즈 등 편안함과 트렌드를 모두 잡은 캐주얼화 제품이 소비자들에게 꾸준히 사랑받고 있는 가운데, 캐주얼화 산업에서는 금강제화(랜드로바)가 77.5점으로 형지에스콰이아(영에이지)(74.7)를 제치고 16년 연속 1위(역대 16회 1위)를 달성했다.

금강제화(랜드로바)는 전반적만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 긴 수명과 좋은 소재, 직원응대태도, 구입 편리성, 착용감, 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



☞ 산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

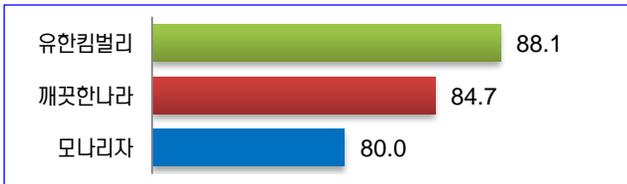
(3) 서비스업

■ 펄프, 종이 및 종이제품

• 화장지

최근 다양한 소비자들의 니즈에 맞춰 깨끗함과 친자연성 등을 강조하며 세분화 된 제품들이 출시되고 있는 가운데, 화장지 산업에서는 유한킴벌리가 88.1점으로 13년 연속 1위(역대 17회 1위)의 영예를 거머쥐었다. 그 다음으로 깨끗한나라(84.7), 모나리자(80.0)가 뒤를 이었다.

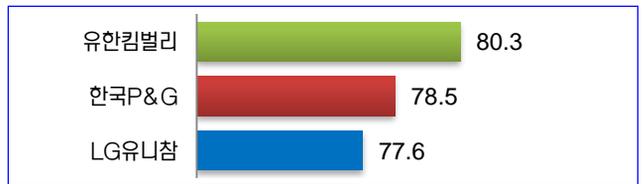
유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 깨끗함, 제품 촉감 및 재질, 제품 다양성과 디자인, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 고객들로부터 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 생리대

지난해 생리대 안정성 논란 이후 보다 안심할 수 있는 친환경, 유기농 제품에 대한 선호도가 계속 증가하는 가운데, 생리대 산업에서는 유한킴벌리가 80.3점으로 9년 연속 1위(역대 10회 1위)를 기록했다. 그 뒤를 이어 한국 P&G(78.5), LG유니참(77.6) 순으로 조사되었다.

유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 부드러운 커버와 흡수력, 적당한 사이즈와 두께, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 항목에서 소비자들로부터 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

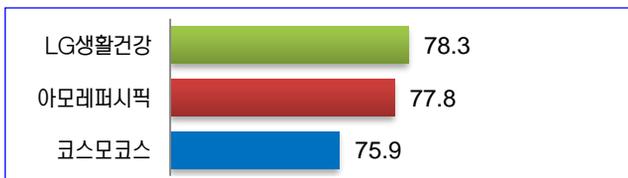
#### (3) 서비스업

#### ■ 화학물질 및 화학제품(화장품), 유리 및 유리제품

##### • 남성용기초화장품

최근에는 피부관리의 중요성이 커지며 남자 팔자주름, 피지케어, 미백 등을 위한 전용 화장품을 사용하는 남성들이 증가하고 있는 가운데, 남성용기초화장품 산업에서는 LG생활건강이 78.3점으로 아모레퍼시픽(77.8)을 제치고 금년 1위를 차지하는 영예를 안았다. 코스모코스는 75.9점으로 3위에 머물렀다.

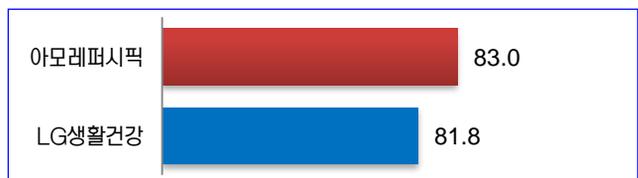
LG생활건강은 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도에서는 보습성과 영양공급, 제품 발림성, 기능, 제조회사 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



##### • 여성용기초화장품

최근 자연유래 성분으로 기능성을 높인 화장품이 소비자들의 각광을 받고 있는 가운데, 여성용기초화장품 산업에서는 아모레퍼시픽이 83.0점으로 LG생활건강(81.8)을 제치고 4년 연속 1위(역대 15회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

아모레퍼시픽은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 탄력성, 안전성, 디자인 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



##### • 여성용한방화장품

프리미엄 전략을 통해 해외로 사업을 확대하며 K뷰티의 영향력을 높이고 있는 여성용 한방화장품 산업의 만족도는 아모레퍼시픽(설화수)이 86.4점으로 2위 LG생활건강(83.4)을 제치고 7년 연속 1위(역대 7회 1위)의 자리를 이어나갔다.

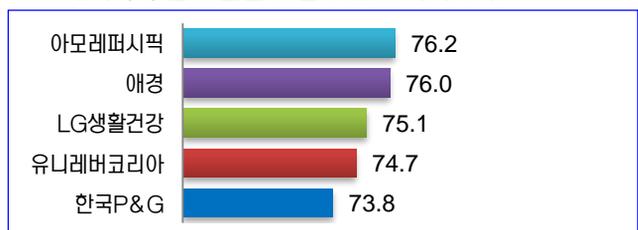
아모레퍼시픽(설화수)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 피부 보습과 영양공급, 탄력성, 제품기능, 원료, 향, 안전성, 구입 편리성, 제품 디자인, 제조회사 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



##### • 샴푸

화학성분을 배제한 내추럴 샴푸가 꾸준히 판매되는 한편, 탈모예방에 대한 소비자들의 관심이 높아지며 탈모예방 샴푸가 인기를 끌고 있는 샴푸 산업의 만족도는 아모레퍼시픽이 76.2점으로 처음으로 1위의 영예를 안았다. 작년 1위였던 애경(76.0)은 2위로 내려갔고 LG생활건강(75.1), 유니레버코리아(74.7), 한국P&G(73.8) 순으로 조사되었다.

아모레퍼시픽은 요소만족도에서 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 적은 양 사용, 샴푸 후 머릿결 부드러움, 부작용, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 요소에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

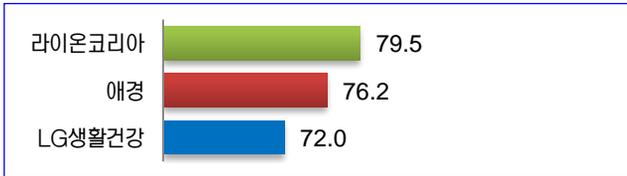
(3) 서비스업

■ 화학물질 및 화학제품(치약, 비누 및 기타 세제)

• 세탁세제

환경과 미세먼지에 대한 관심이 높아짐에 따라 건강을 보호하기 위해 자극이 적고 세척력이 우수한 제품이 소비자들에게 인기가 높아지는 가운데, 세탁세제 산업의 만족도는 라이온코리아(구 CJ라이온)가 79.5점으로 22년 연속 1위(역대 23회 1위)라는 위업을 달성했다. 소비재에서는 최장수 1위다. 애경(76.2), LG생활건강(72.0)은 그 뒤를 이었다.

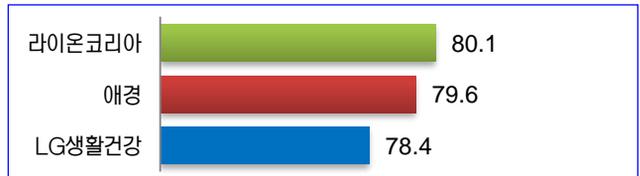
라이온코리아는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 용해, 행굼, 찌거기 없음, 피부자극 없음, 뭉치거나 굳지 않음 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 주방세제

최근 유해성분 위험성과 안정성에 대한 인식이 높아지며 친환경 제품에 대한 소비자들의 수요가 지속 높아지고 있는 가운데, 주방세제 산업에서는 라이온코리아(구 CJ라이온)가 80.1점으로 당당히 13년 연속 1위(역대 19회 1위)의 자리를 차지했다. 그 뒤를 이어 애경(79.6), LG생활건강(78.4) 순으로 나타났다.

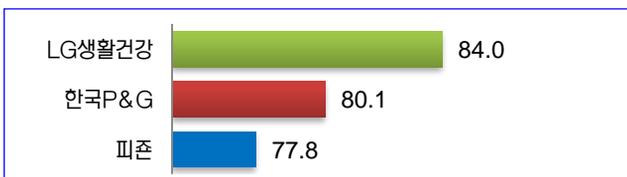
라이온코리아는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 보였으며, 요소만족도에서는 세정력, 제품 디자인, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 섬유유연제

부담스럽지 않은 향과 함께 향기 지속성에 대한 소비자들의 관심이 증가하면서 고농축 제품들이 인기인 가운데, 섬유유연제 산업에서는 LG생활건강이 84.0점으로 3년 연속 1위(역대 6회 1위)자리를 지켰다. 한국P&G는 80.1점으로 나타났고 피죤(77.8)은 3위에 머물렀다.

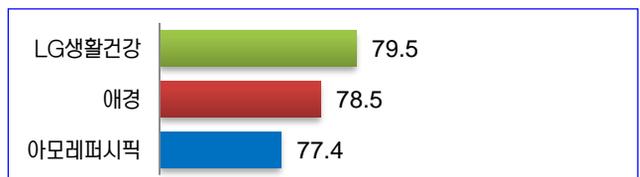
LG생활건강은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 촉감, 구입 용이성, 적당한 용량, 제조회사 신뢰도 등의 다수 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 치약

친환경과 노케미(No-Chemical) 트렌드로 성분을 따지는 소비자가 늘어나며 이들을 만족시키기 위한 다양한 친환경 치약들이 출시되는 가운데, 치약 산업에서는 LG생활건강이 79.5점으로 애경을 제치고 금년 1위(역대 8회 1위)를 차지하는 영예를 안았다. 지난 해 1위였던 애경은 78.5점으로 조사되었고 다음으로 아모레퍼시픽이 77.4점으로 나타났다.

LG생활건강은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 맛과 향, 양치 후 개운함, 충치예방, 제품 디자인, 품질 대비 가격 등의 항목에서 경쟁사 대비 고객에게 높은 평가 받은 것으로 조사되었다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

#### (3) 서비스업

#### ■ 전기장비(주방용 전기기기)

##### ● 김치냉장고

세컨드 냉장고 시장의 성장과 1인 가구 증가 트렌드에 맞춰 소비자가 원하는 대로 보관 공간을 활용할 수 있는 제품이 출시되고 있는 가운데, 김치냉장고 산업에서는 삼성전자가 84.2점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)의 자리를 고수했다. 그 뒤를 이어 LG전자(83.1), 대유위니아(79.1) 순으로 조사되었다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 신선도, A/S, 대리점 및 설치기사 응대태도, 공간 활용성, 제조회사 신뢰도 등의 세부 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 삼성전자가 87.6점으로 LG전자(87.2)를 제치고 9년 연속 1위(역대 14회 1위) 자리를 지켜냈다.

삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 음식물 보관상태, 신선도, A/S, 대리점 및 설치기사 응대태도, 공간 활용성, 제품 디자인, 제조회사 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



##### ● 전기밥솥

워라벨과 주 52시간 근무제 적용으로 저녁 있는 삶을 추구하는 집밥 트렌드가 확산됨에 따라 높은 인기와 관심을 받고 있는 전기밥솥 산업에서는 쿠쿠전자가 86.1점으로 쿠첸(79.9)을 제치고 18년 연속 부동의 1위(역대 18회 1위)자리를 차지했다.

쿠쿠전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 밥 맛, 보관 우수성, 잔고장, A/S, 조작 편리성, 부가기능, 세척용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



##### ● 전기레인지

일산화탄소 발생, 가스 누출 등 안전사고 위험이 낮고 친환경과 함께 디자인 면에서 세련된 주방 인테리어가 가능해 소비자들의 관심이 높아지고 있는 전기레인지 산업에서는 SK매직이 81.0점으로 쿠첸(78.0)을 제치고 조사 첫해 1위의 영예를 안았다.

SK매직은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 조작 편리성, 견고성, 낮은 소음, A/S, 배달 및 설치서비스, 안전성, 부가기능, 전력 소모, 제품 디자인 및 색상, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

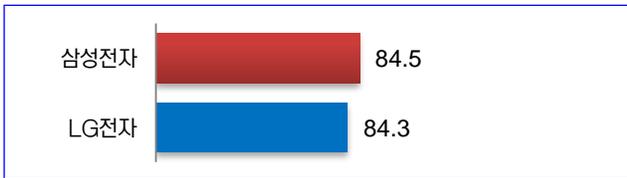
#### (3) 서비스업

#### ■ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

##### • 세탁기

사물인터넷(IoT)을 결합하여 세분화된 기능을 강화한 제품들이 소비자들에게 주목을 받고 있는 가운데, 세탁기 산업에서는 삼성전자가 84.5점으로 9년 연속 1위(역대 16회 1위)를 달성했다. LG전자는 84.3점으로 2위에 머물렀다.

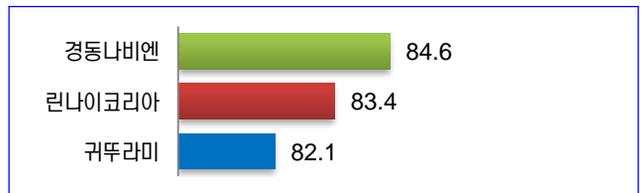
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 세탁력, 행굼, 영킴 방지, 빨래 손상, A/S, 직원응대태도, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 기록하였다.



##### • 가정용보일러

정부의 미세먼지 저감대책에 따라 미세먼지 원인물질을 줄이고 효율을 높인 친환경 보일러가 주목을 받고 있는 가정용 보일러 산업에서는 경동나비엔이 84.6점으로 5년 연속 1위(역대 6회 1위)의 자리를 지켰다. 린나이코리아(83.4), 귀뚜라미(82.1)가 그 뒤를 이었다.

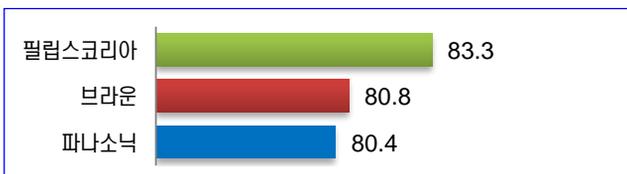
경동나비엔은 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 난방효과, 연료 효율, 잔고장, 작동 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 다수 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



##### • 전기면도기

최근 남성 그루밍 시장이 성장하면서 피부 자극이 적고 편의성이 높은 프리미엄 전기면도기 제품이 주목 받고 있는 가운데, 전기면도기 산업에서는 필립스코리아가 83.3점으로 조사 첫 해 1위에 선정되는 영예를 안았다. 브라운은 80.8점으로 2위로 조사되었고 파나소닉은 80.4점으로 나타났다.

필립스코리아는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 면도 성능, 적은 피부 자극, 면도날 수명, 잔고장, 유지관리 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 기록하였다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

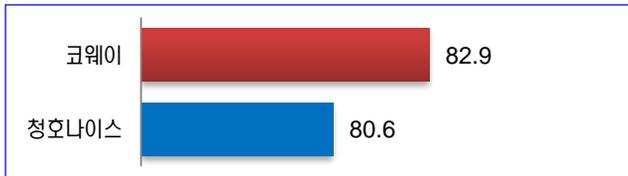
#### (3) 서비스업

#### ■ 기타 기계 및 장비

##### • 가정용정수기

다양한 소비자 니즈를 충족하기 위해 얼음, 커피 등 특화 기능을 갖춘 제품들이 출시되는 가운데, 가정용 정수기 산업에서는 코웨이(82.9)가 청호나이스(80.6)를 제치고 2년 연속 1위(역대 15회 1위)를 차지했다.

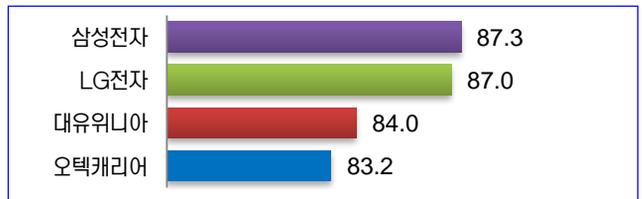
코웨이는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 물의 맛과 품질, 잔고장, 유지비, 직원응대태도, A/S, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



##### • 가정용에어컨

생활환경, 고객의 사용패턴 등을 분석하는 인공지능을 탑재한 에어컨이 인기를 끌고 있는 가운데, 가정용에어컨 산업에서는 삼성전자가 87.3점으로 6년 연속 1위(역대 7회 1위)자리를 수성했다. LG전자는 87.0점으로 2위를 차지했고 대유위니아(84.0)와 오택캐리어(83.2)가 그 뒤를 이었다.

삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 견고성, 낮은 소음, A/S, 사용 편리성, 냉방 관련 기능 다양성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위로 평가를 받았다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

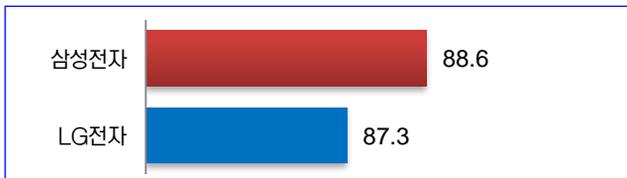
#### (3) 서비스업

#### ■ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 광학기기

##### • TV

4K UHD를 넘어 8K 해상도를 지원하는 TV 출시를 앞두고 초고화질 프리미엄 제품이 소비자들의 이목을 끌고 있는 가운데, TV 산업에서는 삼성전자가 88.6점으로 LG전자(87.3)를 제치고 21년 연속 부동의 1위(역대 21회 1위)자리를 유지했다.

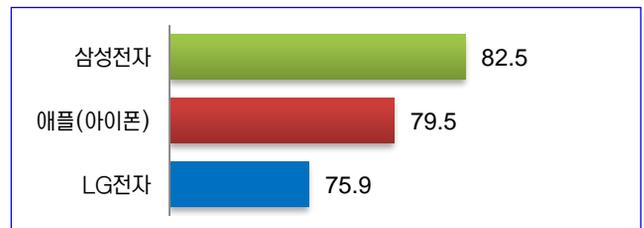
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도에서는 화질과 음질, A/S, 직원응대태도, 배달/설치서비스, 유용한 기능, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



##### • 이동전화단말기(스마트폰)

고성능 스펙과 카메라를 탑재한 프리미엄 스마트폰이 잇따라 출시되면서 소비자들의 관심과 이목이 집중되고 있는 이동전화단말기(스마트폰) 산업의 만족도는 삼성전자가 21년 연속 1위(역대 22회 1위)를 차지하는 기업을 토했다. 애플(아이폰)이 79.5점으로 2위를 차지했고 LG전자는 75.9점으로 3위에 머물렀다.

삼성전자는 재구매의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화품질, 화면 선명도, 카메라 성능, 처리속도, 음질, 화면구성, 터치 인식, 배터리 내구성, 제품 디자인, 잔고장, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 모든 세부항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

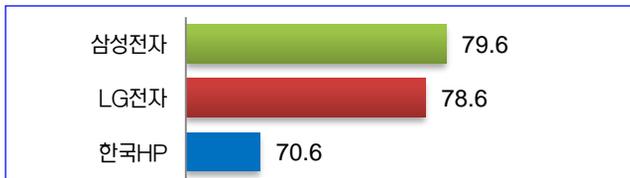
#### (3) 서비스업

#### ■ 컴퓨터 및 사무기기

##### • 개인용컴퓨터(PC)

성과와 휴대성이라는 두 마리 토끼를 잡기 위해 전력효율성을 갖춘 얇고 가벼운 고성능 제품들이 소비자들의 관심을 받고 있는 개인용컴퓨터(PC)산업에서는 삼성전자가 79.6점으로 17년 연속 1위(역대 21회 1위)자리의 영예를 안았다. 그 뒤를 이어 LG전자(78.6), 한국HP(70.6) 순으로 조사되었다.

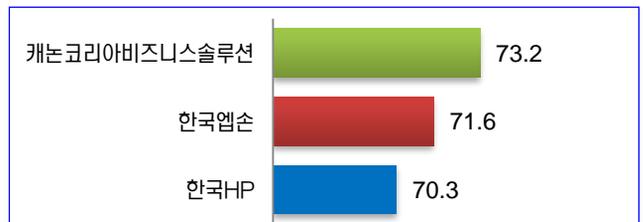
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음과 발열, 처리속도, 잔 고장, A/S, 호환성, 모니터 화질, 배터리 내구성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



##### • 가정용복합기(프린터)

무한인크젯 제품의 인기가 올라가면서 다양한 멀티 기능이 있는 복합기 제품이 각광받고 있는 가정용복합기(프린터) 산업에서는 캐논코리아 비즈니스 솔루션이 73.2점으로 작년에 이어 올해 2년 연속 1위(역대 2회 1위) 자리를 차지했다. 그 뒤를 이어 한국엡손(71.6), 한국HP(70.3) 순으로 조사되었다.

캐논코리아 비즈니스 솔루션은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 출력속도, 선명도, 스캔 성능, 소모품 내구성, 제품 디자인 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



##### • 사무용복합기(복사기)

급변하는 비즈니스 환경에 발 맞춰 클라우드와 모바일 기반의 스마트워크 환경 구축을 지원하는 제품들이 시장을 선도하고 있는 사무용복합기(복사기) 산업은 한국우지제록스가 76.1점으로 18년 연속 부동의 1위(역대 18회 1위)의 영예를 거머쥐었다. 캐논코리아 비즈니스 솔루션이 73.1점으로 2위에 올랐고 신도리코는 72.7점으로 3위에 머물렀다.

한국우지제록스는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 출력 속도, 선명함, 낮은 소음, 잔 고장, A/S, 직원응대태도, 기능조작 편리성, 소모품 교체용이성, 부가기능 다양성, 유지관리비 적절성, 제조회사 신뢰도 등 다수 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

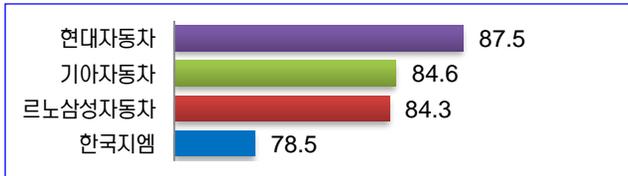
#### (3) 서비스업

#### ■ 자동차

##### • 일반승용차

친환경에 대한 인식 증가와 함께 디젤 승용차 선호가 다소 주춤한 가운데, 하이브리드, 전기 승용차가 주목 받고 있는 일반승용차 산업에서는 현대자동차가 87.5점으로 25년 연속 부동의 1위(역대 25회 1위)라는 위업을 달성했다. 제조업을 통틀어 최다 1위 기록이다. 그 뒤를 이어 기아자동차(84.6), 르노삼성자동차(84.3), 한국지엠(78.5) 순으로 나타났다.

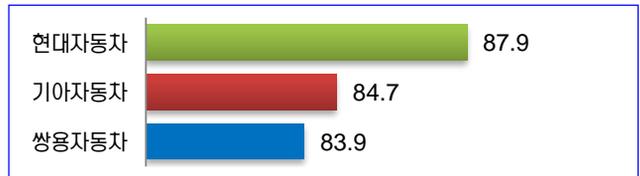
현대자동차는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 차량 마무리, 연비, 잔고장, 응대태도, 디자인, 정비, 제조회사 신뢰도 등 다수 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



##### • RV승용차

레저 인구 증가와 실용성을 중시하는 트렌드에 따라 소비자들에게 꾸준히 각광받고 있는 RV승용차 산업에서는 현대자동차가 87.9점으로 15년 연속 1위(역대 15회 1위)의 자리를 당당하게 차지했다. 기아자동차는 84.7점으로 2위를 차지했고 쌍용자동차(83.9)는 3위에 머물렀다.

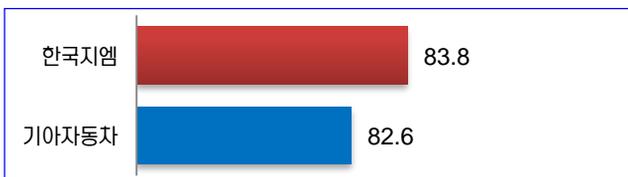
현대자동차는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음과 승차감, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 차량 마무리, 연비, 공간 활용성, 구입조건, 직원응대태도, 디자인, 정비품질 및 수리비용 적절성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 높은 만족도를 보였다.



##### • 경형승용차

취득세 면제, 고속도로 통행료 및 공영주차장 할인 등 높은 혜택과 상대적으로 낮은 유지비용으로 소비자들의 사랑을 받고 있는 경형승용차 산업에서는 한국지엠이 83.8점으로 기아자동차(82.6)를 제치고 전년에 이어 4년 연속 1위(역대 4회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

한국지엠은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음, 승차감(안락감), 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 잔고장, 직원응대태도, 정비품질 대비 수리비용 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

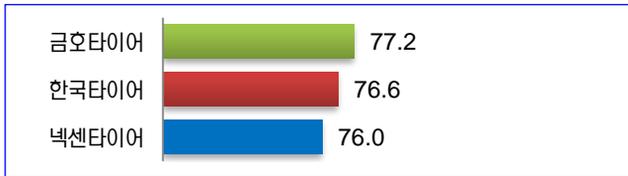
(3) 서비스업

자동차 타이어 및 내장품

• 승용차타이어

친환경과 함께 승차감, 제동성능을 극대화하고 아울러 정속성과 마모성능을 보완한 고성능 프리미엄 타이어가 출시되고 있는 승용차타이어 산업에서는 금호타이어가 77.2점으로 14년 연속 1위(역대 15회 1위)를 수성했다. 한국타이어는 76.6점으로 2위를 차지했고 넥센타이어는 76.0점으로 3위에 머물렀다.

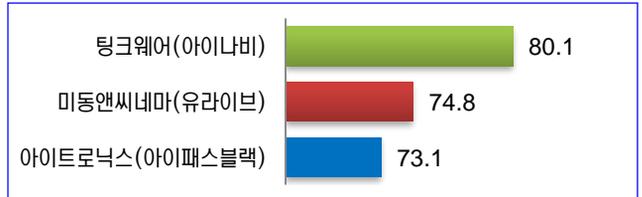
금호타이어는 재구입의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 승차감, 낮은 소음, 제동성능, 미끄러짐 방지, 마모 성능, 제품 디자인, 품질 대비 가격 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 블랙박스

IoT를 적용하여 블랙박스 및 차량에 대한 실시간 정보 공유가 가능한 제품이 주목 받고 있는 가운데, 블랙박스 산업에서는 텡크웨어(아이나비)가 80.1점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 영광을 차지했다. 그 뒤를 이어 미동앤씨네마(유라이브)가 74.8점으로 2위에 올랐고 아이트로닉스(아이패스블랙)는 73.1점으로 나타났다.

텡크웨어(아이나비)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 잔고장 없음, 조작 편리성, 안정적 녹화, 제품 디자인, A/S, 적은 배터리 소모, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비재 제조업

#### (2) 내구재 제조업

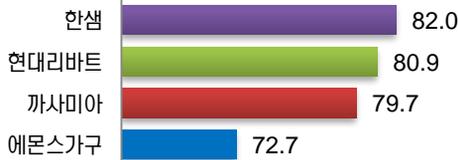
#### (3) 서비스업

#### ■ 가구, 기타 제품

##### • 가정용가구

1~2인 가구와 젊은 층을 중심으로 집 꾸미기 열풍이 확산되며 집에서 휴가를 즐기는 ‘홈케이션’이 유행하고 있는 가정용 가구 산업에서는 한샘이 82.0점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 자리를 지켰다. 현대리바트가 80.9점으로 2위에 올랐고, 까사미아(79.7)와 에몬스가구(72.7)가 그 뒤를 이었다.

한샘은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 견고성, 제품 다양성, 제품 디자인 및 색상, A/S, 품질 대비 가격 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



##### • 부엌가구

1인 가구가 갈수록 증가하면서 생활 방식에 맞춘 1인용 부엌가구가 인기를 끄는 가운데, 부엌가구 산업에서는 한샘이 83.8점으로 에넥스(82.4점)를 제치고 2년 연속 1위(역대 10회 1위) 자리의 영예를 안았다.

한샘은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 재질, 제품 다양성, 색상, 직원응대태도, 품질 대비 가격 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



##### • 침대

삶의 질을 중시하는 트렌드가 조성되며 대형 침대가 숙면과 휴식에 중점을 두는 소비자들에게 인기를 끌고 있는 침대 산업에서는 시몬스가 75.0점으로 10년 연속 1위(역대 11회 1위)를 이어갔다. 에이스침대는 72.2점으로 2위에 올랐고 대진침대(67.8)는 3위에 머물렀다.

시몬스는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 스프링 및 프레임 견고성, 건강 기능성, 매트리스 소재 및 편안함, 배달/설치 서비스, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



##### • 가정용 건축자재

친환경은 물론, 화재 안정성과 층간소음 해소, 인테리어 패키지 등 고객 니즈를 충족시키는 다양한 고기능성 제품 개발하고 있는 가운데 가정용 건축자재 산업에서는 KCC가 83.3점으로 작년 1위 LG하우시스(82.6)를 제치고 올해 1위의 영광을 차지했다. 한편 한화L&C는 79.9점으로 3위를 기록했다.

KCC는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 재질, 디자인, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

#### (3) 서비스업

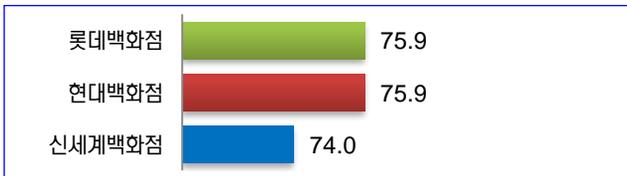
#### ■ 소매업(대형 종합 소매업)

##### • 백화점

인공지능을 기반으로 옴니채널 서비스, 쇼핑봇 서비스 등 다양한 시스템을 도입하여 쇼핑 트렌드를 선도하고 있는 백화점 산업에서는 롯데백화점(6년 연속, 역대 10회 1위)과 현대백화점(역대 10회 1위) 75.9점으로 1위에 선정되는 영예를 안았다. 신세계백화점은 74.0점으로 나타났다.

롯데백화점은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 구색, 직원응대태도, 고객편의시설, 기업 신뢰도 등에서 좋은 평가를 받았다.

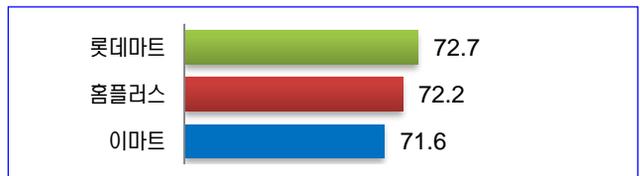
현대백화점은 재이용의향에서 높게 나타났고 요소만족도는 상품 질, 쇼핑정보제공, 상품교환 및 반품 용이성, 매장 시설/환경 등의 항목에서 우위를 보였다.



##### • 대형마트

대기시간을 줄이고 고객 프라이버시를 강화하는 무인계산대 등을 도입하며 편의성을 높인 쇼핑환경을 제공하고 있는 대형마트 산업에서는 롯데마트가 72.7점으로 작년에 이어 올해 2년 연속 1위(역대 6회 1위)자리를 고수했다. 그 뒤를 이어 홈플러스(72.2), 이마트(71.6) 순으로 조사되었다.

롯데마트는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 유용한 쇼핑 정보 제공, 쇼핑 편리성, 계산 및 계산 대기시간, 할인 및 적립 혜택, 경쟁사 대비 상품 가격 등의 세부 항목에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



##### • 프리미엄 아울렛

상품구성 차별화, 가족단위 중심의 다양한 콘텐츠 등을 통해 소비자들에게 인기를 얻고 있는 프리미엄 아울렛 산업에서는 롯데 프리미엄 아울렛이 76.8점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위) 자리에 올랐다. 신세계사이먼 프리미엄 아울렛은 74.6점으로 2위로 나타났고 올해 신규 조사된 현대 프리미엄 아울렛은 74.1점으로 3위에 머물렀다.

롯데 프리미엄 아울렛은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성, 직원 응대태도, 경쟁사 대비 상품 가격, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

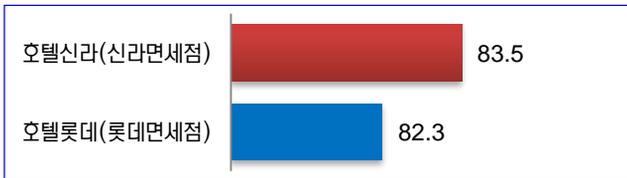
(3) 서비스업

■ 소매업(대형 종합 소매업)

• 면세점

휴가철 심야 쇼핑 이벤트, 무료 여행 상품 제공 등 고객별 맞춤 이벤트를 선보이며 다양한 혜택과 즐거움을 제공하기 위해 노력하고 있는 면세점 산업에서는 호텔신라(신라면세점)가 83.5점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)자리를 고수했다. 호텔롯데(롯데면세점)는 82.3점으로 그 뒤를 이었다.

호텔신라(신라면세점)는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 상품 다양성, 고객 편의시설, 결제 안내, 상품 수령 및 교환/반품 용이성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족을 보였다.



• 전자제품전문점

체험공간을 강화하는 유통업계의 트렌드에 따라 체험형 특화 매장으로 소비자의 관심을 이끌고 있는 전자제품전문점 산업에서는 삼성디지털프라자가 80.6점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 이어갔다. 다음으로 롯데하이마트(80.3)가 2위를 차지했고 LG전자베스트샵(78.9), 전자랜드 프라이스킹(77.0)이 뒤를 이었다.

삼성디지털프라자는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 상품 다양성, 직원 응대태도, 상품 안내, 쇼핑 정보 제공 등의 항목에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

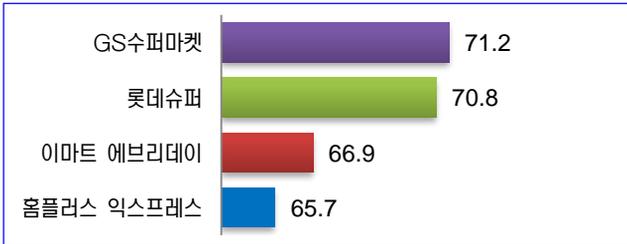
#### (3) 서비스업

#### ■ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

##### ● 대형슈퍼마켓

시간 제약 없이 주문하고 가장 신선한 상태로 빠른 시간에 받는 서비스를 원하는 트렌드에 맞춰 차별화된 배송 서비스를 잇달아 선보이고 있는 대형슈퍼마켓 산업에서는 GS리테일(GS슈퍼마켓)이 71.2점으로 3년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다. 롯데슈퍼(70.8), 이마트 에브리데이(66.9), 홈플러스 익스프레스(65.7)가 뒤를 이었다.

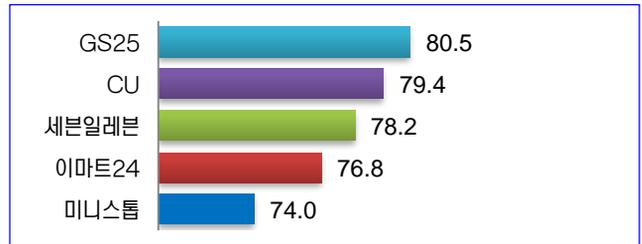
GS슈퍼마켓은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다. 요소만족도는 상품의 질, 직원 응대태도, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



##### ● 편의점

초기 가성비를 앞세웠던 PB 상품이 인지도를 쌓아가면서 종류와 유형이 다양해지고 고객 트렌드를 반영하면서 차별화 된 제품 전략으로 인기를 끌고 있는 편의점 산업에서는 GS리테일(GS25)이 80.5점으로 16년 연속 1위(역대 19회 1위)의 영예를 안았다. CU(79.4)는 2위에 올랐고 세븐일레븐(78.2), 이마트24(76.8), 미니스톱(74.0) 순으로 조사되었다.

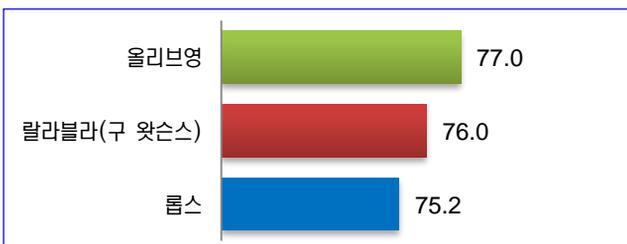
GS25는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 시설/환경, 방문 편리성, 할인 및 적립혜택, 기업 신뢰도 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 만족도를 보였다.



##### ● 헬스&뷰티스토어

‘체크슈머(Check+Consumer)’가 늘어난 트렌드에 맞춰 다양한 콘셉트의 맞춤형 제품들로 소비자들의 인기를 끌고 있는 헬스&뷰티스토어 산업에서는 올리브영이 77.0점으로 조사 첫째 1위의 영예를 안았다. 랄라블라는 76.0점으로 2위를 차지했고 립스(75.2)는 3위에 머물렀다.

올리브영은 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다. 요소만족도는 직원응대태도, 쇼핑 편리성, 이벤트/사은행사, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

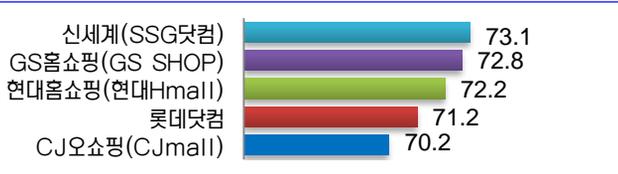
#### (3) 서비스업

#### ■ 소매업(통신 판매업)

##### • 인터넷쇼핑몰

간편결제 서비스의 발달과 주 고객층인 30,40대 여성들의 모바일 쇼핑이 증가함에 따라 지속적인 성장세를 이어가며 경쟁이 치열해지고 있는 가운데, 인터넷쇼핑몰 산업에서는 신세계(SSG닷컴)가 73.1점으로 작년 1위 GS홈쇼핑(GS SHOP)(72.8)을 제치고 1위를 달성했다. 현대홈쇼핑(현대Hmall)은 72.2점으로 3위를 차지했고 롯데닷컴(71.2), CJ오쇼핑(CJmall)(70.2)이 그 뒤를 이었다.

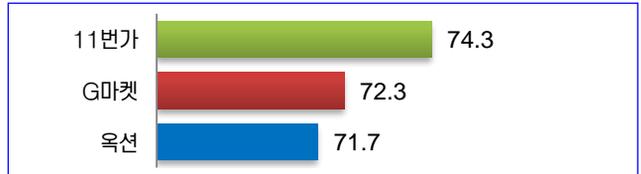
신세계(SSG닷컴)는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 별로는 상품 다양성, 상품 소개 정확성, 조회 편리성, 배송 신속성, 검색 편리성 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위로 평가를 받았다.



##### • 오픈마켓

고객 구매패턴이 PC에서 모바일로 이동함에 따라 모바일을 통한 차별화 된 서비스 제공과 편의성 극대화 경쟁이 치열해지고 있는 오픈 마켓 산업에서는 11번가가 74.3점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위)의 자리를 지켰다. G마켓(72.3), 옥션(71.7)이 그 뒤를 이었다.

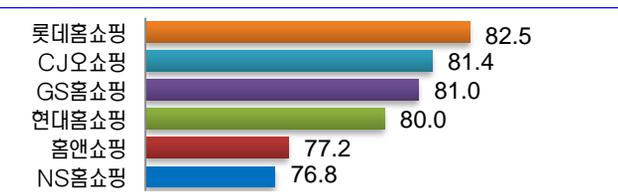
11번가는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성, 상품 정보제공, 주문 편리성, 반품/교환용이성, 고객 응대, 이벤트, 보안, 검색 편리성, 어플/홈페이지 화면구성, 할인/적립혜택, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



##### • TV홈쇼핑

음성을 통한 AI(인공지능) 음성 주문 결제 서비스, 직접 입어보지 않고도 체형을 알 수 있는 VR 피팅 서비스 등 TV홈쇼핑에서도 4차 산업혁명 기술의 도입이 활발하게 진행되고 있는 가운데, TV홈쇼핑 산업에서는 롯데홈쇼핑이 82.5점으로 작년에 이어 2년 연속 1위의 영예를 안았다. CJ오쇼핑(81.4), GS홈쇼핑(81.0), 현대홈쇼핑(80.0) 등이 그 뒤를 이었다.

롯데홈쇼핑은 요소만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 그 중 상품 품질, 상품 다양성, 상품 소개 정확성, 처리과정, 포장 상태, 배송상품 정확성, 반품/교환용이성, 이벤트, 할인/적립혜택, 상품질/서비스 대비 가격, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

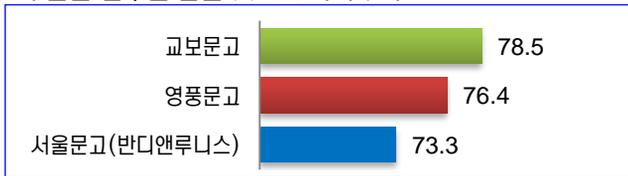
#### (3) 서비스업

#### ■ 소매업(서적류, 기타 소매업)

##### • 대형서점

단순한 책 판매 공간을 넘어 여가 시간을 보낼 수 있는 다목적 공간으로 진화하고 있는 대형서점 산업에서는 교보문고가 78.5점으로 22년 연속 부동의 1위(역대 22회 1위)의 영광을 차지했다. 영풍문고는 76.4점으로 2위를 차지했고 서울문고(반디앤루니스)는 73.3점으로 3위에 머물렀다.

교보문고는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 책 안내, 매장 시설/환경, 고객 편의시설, 서적 다양성, 매장 내부안내, 할인/적립혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 요소 등에서 고객으로부터 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



##### • 인터넷서점

온라인 서점 매출의 비중이 증가하면서 시장 경쟁이 치열한 가운데 디지털 콘텐츠 강화, 모바일 간편결제 서비스 도입 등으로 차별화를 추구하고 있는 인터넷서점 산업에서는 YES24가 79.6점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위)를 기록했다. 그 뒤를 이어 교보문고(78.9), 인터파크도서(76.3), 알라딘(74.1) 등으로 조사되었다.

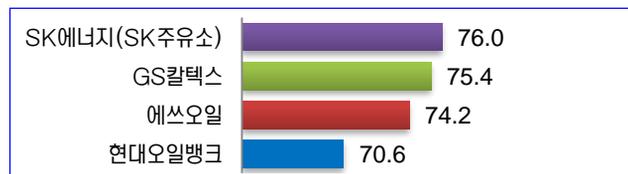
YES24는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 반품 및 교환 용이성, 고객 문의/요구 응대, 서적 검색 편리성, 이벤트/할인행사, 할인 및 적립 혜택 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



##### • 주유소

주유 뿐만 아니라 지역 물류 허브, 스마트 스테이션, 수소와 전기를 포함한 모든 연료를 다루는 복합 에너지 스테이션 등 다각적인 모습으로 진화해나가고 있는 주유소 산업에서는 SK에너지(SK주유소)가 76.0점으로 8년 연속 1위(역대 19회 1위)자리를 수성했다. GS칼텍스가 75.4점으로 2위를 차지했고 그 뒤를 이어 에쓰오일(74.2), 현대오일뱅크(70.6) 순으로 조사되었다.

SK에너지(SK주유소)는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 유류 품질, 부가서비스, 할인 및 적립혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



## ☞ 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

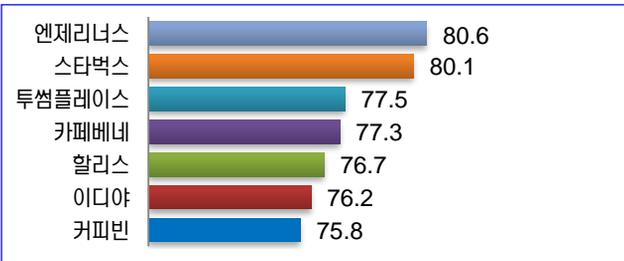
#### (3) 서비스업

#### ■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

##### • 커피전문점

스페셜 티를 확대하고 매장 내부에 바(bar)를 마련하여 마스터, 바리스타 등 전문가를 배치하는 등 프리미엄 전략을 선보이고 있는 커피전문점 산업에서는 엔제리너스가 80.6점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)자리를 고수했다. 스타벅스가 80.1점으로 2위에 올랐고 그 뒤를 이어 투썸플레이스(77.5), 카페베네(77.3), 할리스(76.7), 이디야(76.2), 커피빈(75.8) 등의 순으로 조사되었다.

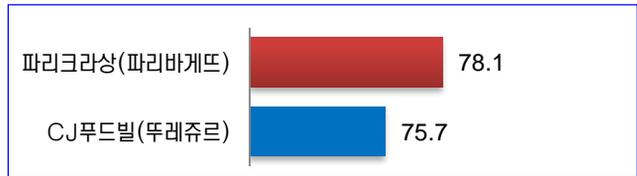
엔제리너스는 커피 향, 메뉴 다양성, 메뉴 안내, 매장 환경, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



##### • 제과/제빵점

간단한 식사를 즐길 수 있는 카페, 유럽풍 인테리어로 꾸민 식료품 마켓 등 다양한 컨셉을 가진 매장을 선보이며 인기를 끌고 있는 제과/제빵점 산업에서는 파리크라상(파리바게뜨)가 78.1점으로 CJ푸드빌(뚜레쥬르)(75.7)을 제치고 8년 연속 1위(역대 10회 1위)기업으로 조사되었다.

파리크라상(파리바게뜨)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 신선함, 제품 다양성, 제품진열 상태, 매장 시설/환경, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

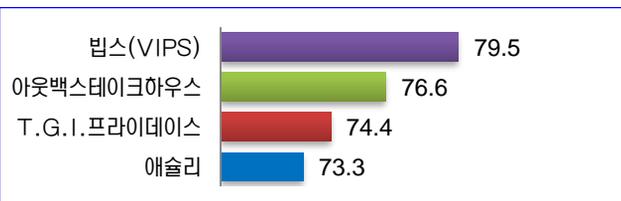
#### (3) 서비스업

#### ■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

##### ● 패밀리레스토랑

상권별 특화 매장 전략, 가정간편식(HMR)과 포장(to go) 라인 확대 등을 통해 고객 변화에 적극적으로 대응하고 있는 패밀리레스토랑 산업에서는 빽스가 79.5점으로 전년에 이어 올해 4년 연속 1위(역대 8회 1위)자리를 지켜냈다. 아웃백스테이크하우스(76.6), TGI프라이데이스(74.4), 애슐리(73.3)가 그 뒤를 이었다.

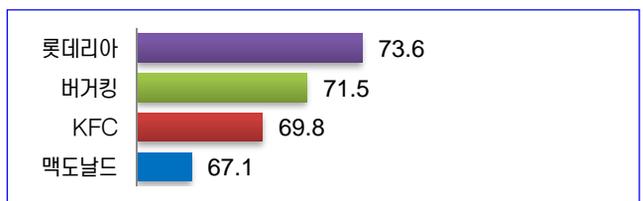
빽스는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 신선함, 메뉴 다양성, 메뉴 안내, 매장 시설 및 환경 등 다수 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



##### ● 패스트푸드점

이색적인 사이드 메뉴들을 잇달아 선보이며 나날이 새로워지는 고객의 입맛과 요구를 충족시키고 있는 패스트푸드점 산업에서는 롯데리아가 73.6점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 기록했다. 버거킹은 71.5점을 2위를 차지했고, 그 뒤를 이어 KFC(69.8), 맥도날드(67.1) 순으로 조사되었다.

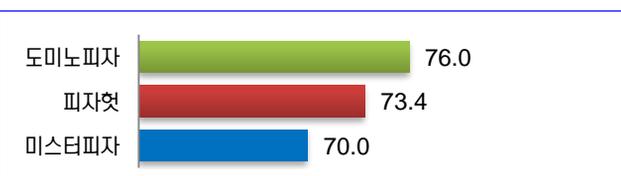
롯데리아는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 신선도, 메뉴 다양성, 직원응대태도, 메뉴 안내, 업무처리 신속성, 매장 시설 및 환경, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



##### ● 피자전문점

프리미엄 메뉴, 사용자 중심의 IT 서비스, 소형 다이닝 매장 등 다양한 콘셉트의 서비스를 시도하며 고객 트렌드에 대응하고 있는 피자전문점 산업에서는 도미노피자가 76.0점으로 작년에 이어 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 유지했다. 피자헛(73.4), 미스터피자(70.0)가 그 뒤를 이었다.

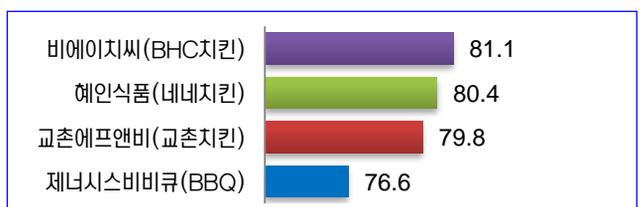
도미노피자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났으며, 요소만족도는 신선도, 메뉴 다양성, 직원응대태도, 배달 주문 용이성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족 수준을 보인 것으로 조사되었다.



##### ● 치킨프랜차이즈

매운 맛에 부담을 갖던 소비자들도 편하게 즐길 수 있는 달콤 짭짤한 맛을 더한 단짠 치킨을 잇따라 출시하며 트렌드를 주도하고 있는 치킨프랜차이즈 산업에서는 비에이치씨(BHC치킨)가 81.1점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 달성했다. 네네치킨(80.4), 교촌치킨(79.8), BBQ치킨(76.6) 등이 그 뒤를 이었다.

BHC치킨은 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 신선도, 메뉴 안내, 배달직원 응대태도, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

• 아파트

가족이 함께 시간을 보낼 수 있는 '가족특화' 커뮤니티시설을 갖춘 아파트가 각광받고 있는 가운데, 아파트 산업의 만족도는 77.7점으로 조사되었다.

아파트는 세부항목 중 건설회사 신뢰도가 가장 높게 나타났으며 주차 시설, 입주자 복지시설 등에서도 높은 만족 수준을 보인 것으로 나타났다.

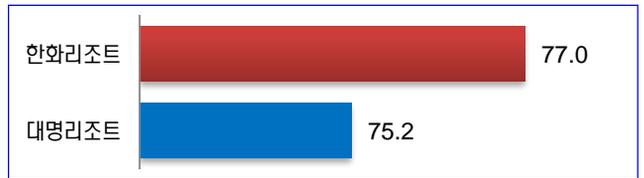
반면, 상대적으로 방음처리나 아파트 단지관리, 하자보수, 시공 상태 및 마감 상태 등에 대한 세부 요소에서는 낮은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



• 콘도미니엄

최근 힐링과 웰빙 등의 질 높은 휴양을 추구하는 소비자들을 겨냥해 쉽고 건강이 공존하는 테라피 관련 시설을 도입하는 등 트렌드에 대응하고 있는 콘도미니엄 산업에서는 한화호텔&리조트(한화리조트)가 77.0점으로 대명리조트(75.2점)를 제치고 7년 연속 1위(역대 9회 1위)자리를 유지했다.

한화리조트는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 객실 안락함, 요청에 대한 대응신속성, 예약서비스, 주차 편리성, 입·퇴실 간편성, 이벤트, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

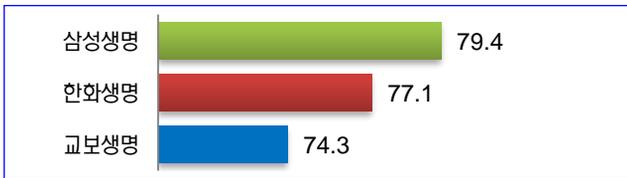
#### (3) 서비스업

#### ■ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

##### • 생명보험

건강에 대한 소비자 인식이 증대하며 건강상태나 운동습관 등을 반영한 헬스케어 상품이 출시되는 가운데, 생명보험 산업에서는 삼성생명이 79.4점으로 14년 연속 1위(역대 20회 1위)자리를 고수했다. 한화생명은 77.1점으로 2위를 차지했고 교보생명(74.3)은 3위에 머물렀다.

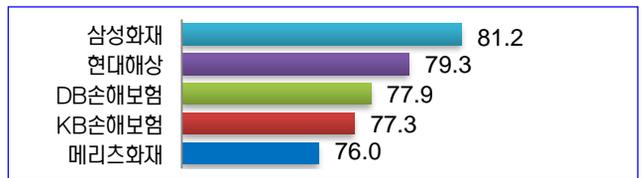
삼성생명은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 응대 신속성, 직원 응대태도, 가입 후 정기적 정보제공, 고객관리, 보험금 업무처리, 보험료 납부 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위를 평가 받았다.



##### • 자동차보험

ICT업계와 협업하며 소비자 연결성 강화를 꾀하기 위한 '인슈어테크(Insurance+Technology)' 도입에 박차를 가하고 있는 자동차보험 산업에서는 삼성화재가 81.2점으로 21년 연속 1위(역대 22회 1위)를 차지하는 위업을 달성했다. 현대해상(79.3)은 2위를 차지했고 DB손해보험(77.9), KB손해보험(77.3), 메리츠화재(76.0)가 뒤를 이었다.

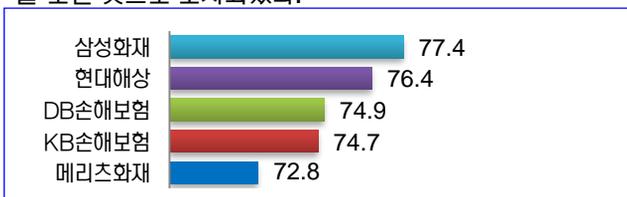
삼성화재해상보험(삼성화재)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났으며, 요소만족도에서는 직원 응대태도, 정보제공, 고객관리, 갱신안내, 사고 조치, 긴급출동 서비스, 기업 신뢰도 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



##### • 장기보험

해지할 경우 환급금을 덜 받는 대신 납입기간 중 내는 보험료가 낮은 저해지환급형 종신보험이 가성비를 중시하는 소비자들에게 인기를 끄는 가운데, 장기보험 산업에서는 삼성화재가 77.4점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 이어갔다. 현대해상(76.4)은 2위에 올랐고 DB손해보험(74.9), KB손해보험(74.7), 메리츠화재(72.8) 순으로 조사되었다.

삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용 편리성, 직원 응대태도, 보험금 지급 신속성, 보험금 지급 및 처리 결과 안내, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

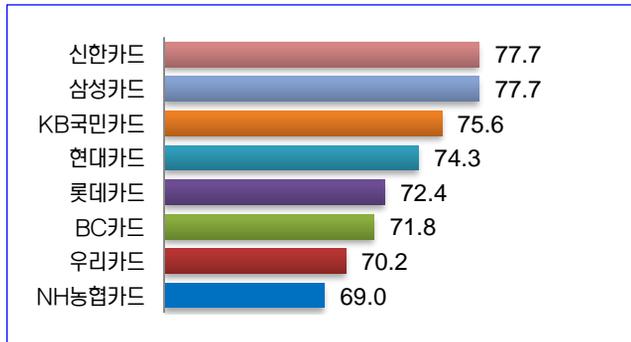
(3) 서비스업

금융 및 보험(금융업)

신용카드

소비성향에 대한 빅데이터 분석과 AI를 기반으로 고객에게 필요한 서비스와 맞춤형 혜택을 제공하여 이용 편의성을 극대화 하고 있는 신용카드 산업에서는 신한카드(역대 8회 1위)와 삼성카드(역대 12회 1위)가 77.7점으로 공동 1위로 조사되었다.

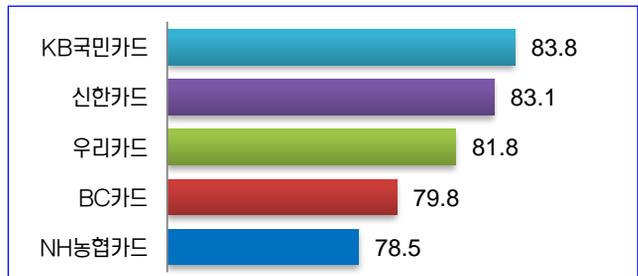
신한카드는 8년 연속 1위로 나타났으며, 전반적 만족도와 재이용의에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다. 세부 항목에서는 이용한도, 직원 응대태도, 기업 신뢰도에서 높았다. 삼성카드는 요소만족도에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 유익한 혜택, 콜센터 서비스, 홈페이지/어플리케이션 이용편리성, 안정성, 연회비/수수료 적절성 등의 세부 요소에서 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



체크카드

캐릭터 마케팅의 일환으로 유명 아이돌을 접목한 상품이 2030세대들의 인기상품으로 부상하며 소비자의 호감을 높이는 수단으로 활용되고 있는 가운데, 체크카드 산업에서는 KB국민카드가 83.8점으로 4년 연속 1위(역대 7회 1위)자리를 지켜냈다. 신한카드(83.1)가 2위에 올랐고 우리카드(81.8), BC카드(79.8), NH농협카드(78.5) 등의 순으로 조사되었다.

KB국민카드는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 업무 처리 편리성, 명세서 이해 용이성, 홈페이지 이용 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

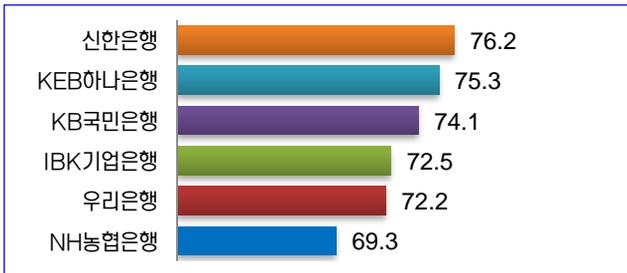
#### (3) 서비스업

#### ■ 금융 및 보험(금융업, 증권)

##### • 은행

‘소확행’ 문화가 확산되며 적은 돈을 알뜰하게 아껴 쓰면 서도 높은 금리 덕을 톡톡히 볼 수 있는 적금 상품들이 인기를 끌고 있는 은행 산업에서는 신한은행이 76.2점으로 5년 연속 1위(역대 15회 1위)를 유지했다. KEB하나은행(75.3)은 2위에 올랐다.

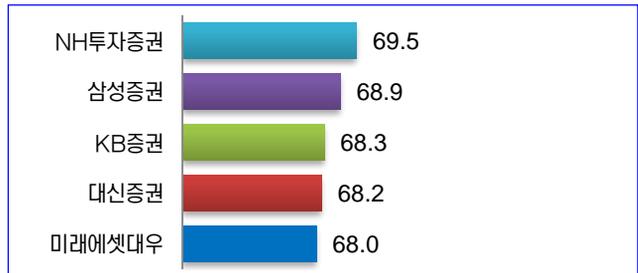
신한은행은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 금융상품 다양성, 시설 및 환경, 인터넷뱅킹 이용편리성, 안정성, 수수료 적절성, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



##### • 증권

4차 산업혁명 시대에 발 맞춰 AI, 빅데이터 분석 등을 적용한 자산관리서비스를 출시하며 디지털 혁신에 박차를 가하고 있는 증권 산업에서는 NH투자증권이 69.5점으로 작년 1위 삼성증권(68.9)을 제치고 역대 처음으로 1위에 선정되는 영광을 차지했다.

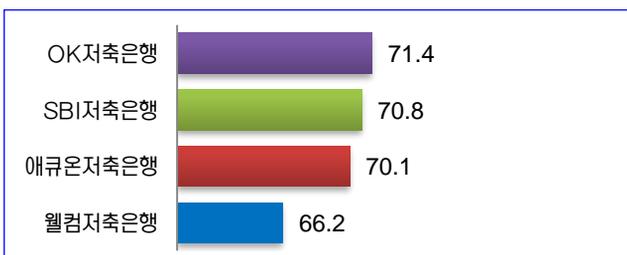
NH투자증권은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 정보 신뢰성, 투자 상담 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



##### • 저축은행

디지털 금융환경에 따른 모바일·비대면 거래 증가 트렌드에 발 맞춰 디지털 플랫폼을 구축하는 등 비대면 활성화에 노력하고 있는 저축은행 산업에서는 OK저축은행이 71.4점으로 조사 첫째 1위의 영광을 차지했다. SBI저축은행(70.8)은 0.6차로 2위를 차지했고 애규온저축은행(70.1), 웰컴저축은행(66.2)이 뒤를 이었다.

OK저축은행은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 금융상품 다양성, 업무처리 신속성, 수수료 적절성 요소에서 경쟁사 대비 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

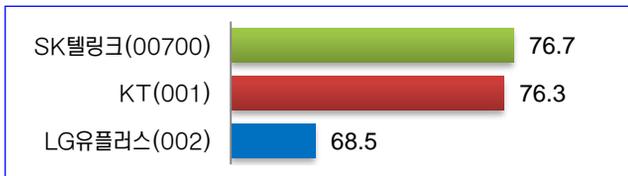
(3) 서비스업

■ 통신업(유무선 전화업)

● 국제전화

다양한 요금제 운영과 지속적인 통화품질 개선을 통해 고객만족관리에 집중하고 있는 국제전화 산업의 만족도는 SK텔링크(00700)가 76.7점으로 전년에 이어 4년 연속 1위(역대 5회 1위)를 이어갔다. KT(001)(76.3)는 2위를 차지했고 LG유플러스(002)(68.5)는 3위를 기록했다.

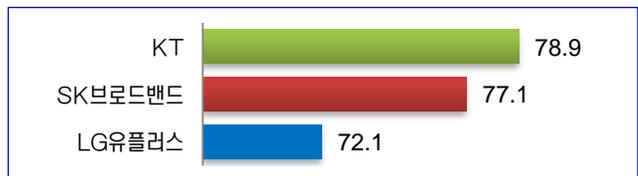
SK텔링크(00700)는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 중 지연되지 않음, 통화 용이성, 요금부과 정확성, 요금납부 편리성, 요금제도 다양성, 품질 대비 요금 적절성 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● 시내/시외전화

유선전화와 스마트폰을 연계한 결합상품과 다양한 혜택의 요금제 등 새로운 상품을 꾸준히 선보이고 있는 시내/시외전화 산업의 만족도는 KT가 78.9점으로 19년 연속 1위(역대 20회 1위)기업의 자리를 지켜냈다. 뒤이어 SK브로드밴드(77.1), LG유플러스(72.1) 순으로 조사되었다.

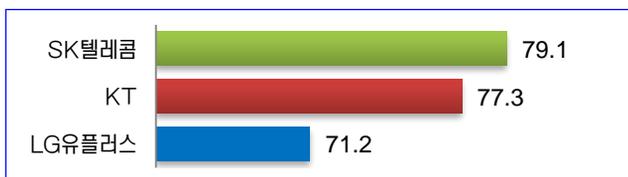
KT는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도는 통화 음질, 통화 중 혼선되지 않음, 장기고객 혜택, 설치직원 친절성 및 업무능력, 콜센터 서비스, 고장신고 편리성, 서비스 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 이동전화

5세대(5G) 상용화를 앞둔 상황에서 4세대(4G) 이동통신 요금제를 잇따라 개편하며 지속적으로 고객 중심의 서비스를 내놓고 있는 가운데, 이동전화 산업에서는 SK텔레콤이 79.1점으로 21년 연속 1위(역대 21회 1위)의 영예를 안았다. 다음으로 KT(77.3), LG유플러스(71.2) 순으로 나타났다.

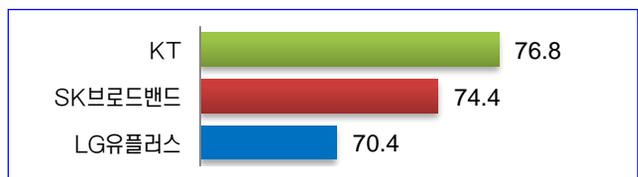
SK텔레콤은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 전반적인 통화 품질, 홈페이지/모바일 고객센터 서비스, 멤버십 혜택, 장기 고객 혜택, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 인터넷전화

초고속인터넷, IPTV, 전화 등을 한번에 묶어서 저렴한 가격에 판매하는 결합상품이 고객들에게 큰 관심을 받고 있는 가운데, 인터넷전화 산업의 만족도는 KT가 76.8점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)를 기록했다. SK브로드밴드(74.4)가 2위를 차지했고 LG유플러스(70.4)는 3위에 머물렀다.

KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 통화 음질, 음성지연 없음, 혼선 없음, 요금제도 다양성, 요금부과 정확성, 설치직원의 업무능력, 콜센터 서비스, A/S, 기업 신뢰도 등 다수의 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

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

#### ■ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

##### • 우편

일반 우편물의 배달 결과를 이메일이나 휴대전화 문자메시지(SMS), 카카오톡 등으로 알려주는 ‘준등기 우편서비스’를 시행하며 고객 편의성을 높이고 있는 우편 산업의 만족도는 76.3점으로 조사되었다.

우편서비스는 세부 요소항목 중 배달 정확성, 우체국 신뢰도, 직원 응대 태도 등에서 높은 만족수준을 보인 것으로 나타났다.

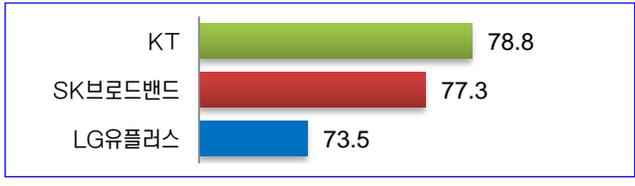
반면, 이용요금 적절성과 고객 편의시설, 우편물 접수 편리성 등에서는 상대적으로 낮게 평가된 것으로 조사결과 드러났다.



##### • 초고속인터넷

10기가 인터넷 시대에 앞서 초고속 신규 상품을 선보이며 서비스 수준을 개선하고 있는 초고속인터넷 산업에서는 KT가 78.8점으로 3년 연속 1위(역대 14회 1위)의 자리를 지켜냈다. 그 뒤를 이어 SK브로드밴드(77.3)가 2위를 차지했고 LG유플러스는 73.5점을 기록하며 3위에 머물렀다.

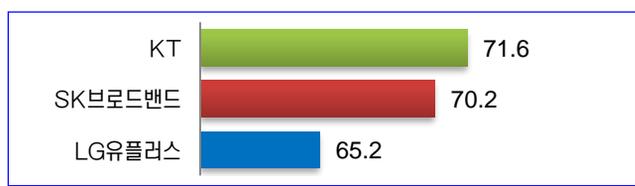
KT는 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 사용 중 끊어짐 없음, 설치직원의 업무능력 및 친절성, 개통/설치약속 준수, 콜센터 서비스, A/S, 요금제 다양성, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 항목 등 다수의 세부 항목에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



##### • IPTV

키즈 콘텐츠 등 IPTV전용 콘텐츠를 내놓으면서 새로운 고객확보를 위한 노력이 계속되는 가운데 가운데, IPTV 산업에서는 KT가 71.6점으로 3년 연속 1위(역대 5회 1위)를 차지했다. SK브로드밴드는 70.2점으로 2위에 올랐고 LG유플러스(65.2)는 3위를 기록했다.

KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 방송시청 중 끊어짐 없음, 유용한 방송 콘텐츠, 장기 이용고객 혜택, 요금부과 정확성, 설치직원 업무능력 및 친절성, 콜센터 서비스, A/S, 요금제 다양성, 부가서비스, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 조사되었다.



##### • 내비게이션 앱

수집된 데이터를 바탕으로 맛집 안내, 운전자 맞춤형 보험상품 제공, 물류·유통업 전용 서비스 등을 출시하며 향후 차량 플랫폼을 선점하기 위해 경쟁이 치열한 내비게이션 앱 산업에서는 티맵(Tmap)이 78.2점으로 조사 첫해 1위의 영예를 안았다. 카카오톡(77.0)은 1.2점 차이로 2위를 기록했으며 네이버지도(76.0)는 3위로 조사되었다.

티맵은 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 운전 중 주요 정보 안내, 기업 신뢰도 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사결과 나타났다.



## 산업별 조사결과 요약

### 1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

#### (1) 소비자 제조업

#### (2) 내구재 제조업

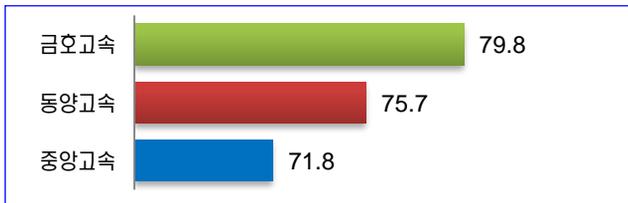
#### (3) 서비스업

#### ■ 운수 및 보관(고속버스, 항공)

##### ● 고속버스

프리미엄 고속버스 운행노선을 확대하며 전반적인 고속버스 서비스 수준 향상과 경쟁력을 강화하고 있는 고속버스 산업에서는 금호고속이 79.8점으로 13년 연속 1위(역대 16회 1위)를 차지하는 영예를 안았다. 동양고속은 75.7점으로 2위를 기록했고 중앙고속(71.8)은 3위로 나타났다.

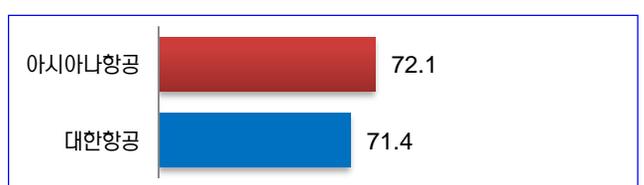
금호고속은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 기사 친절성, 출발/도착시간 정확성, 차내 안내방송, 안전운행, 차내 시설/환경, 청결성, 승차감, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 모든 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



##### ● 항공

스마트 체크인, '셀프백드롭'(자동 수하물 위탁) 등 자동화기기를 이용해 스스로 탑승수속과 짐을 부치는 서비스를 제공해 고객 편의를 증대시키고 있는 항공 산업에서는 아시아나항공이 72.1점으로 5년 연속 1위(역대 21회 1위)를 이어갔다. 대한항공은 71.4점을 기록했다.

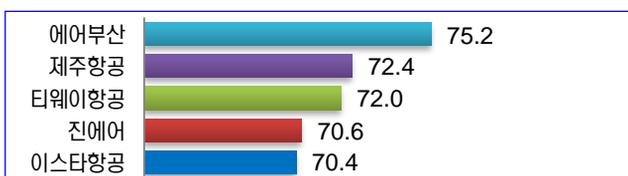
아시아나항공은 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 예약 서비스, 탑승수속 서비스, 직원 응대태도, 기내 시설/환경, 부가서비스, 출발/도착 시간 정확성, 안전성, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 다수의 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



##### ● 저비용항공

최근 국제선 무료기내식 제공, 좌석 간격 조정으로 쾌적한 기내환경 조성, 기내 이벤트 등 차별적인 고객경험 전달 등으로 FSC(Full Service Carrier) 못지 않은 수준 높은 서비스를 제공하고 있는 저비용 항공 산업에서는 에어부산이 75.2점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)의 자리를 지켰다.

에어부산은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도는 예약서비스, 탑승수속 서비스, 직원 응대태도, 기내 시설/환경, 부가 서비스, 출발/도착시간 정확성, 안전성, 할인혜택, 지속이용혜택, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 거의 다수 세부 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

#### ■ 운수 및 보관(철도, 지하철)

##### • 철도

AI 안내로봇 개발, IoT센서를 통한 무인 모니터링 시스템 구축 등 ICT를 적극 활용해 고객 편의성 증대 및 안전 철도 구현에 힘쓰고 있는 철도 산업의 만족도는 75.6점으로 조사되었다.

철도서비스는 세부 요소항목 중 대합실에 있는 고객 편의 시설, 청결 및 조명과 같은 환경 상태, 안전성 등에서 높은 만족 수준을 보였다.

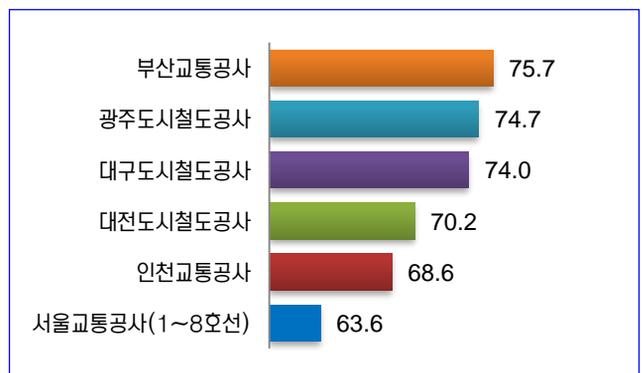
반면, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 할인/적립혜택, 승차감 및 안락감, 직원 응대태도 등에서는 상대적으로 낮은 평가를 보였다.



##### • 지하철

도착역 알림서비스, 보조배터리 무인 대여, 의약품 무료제공 등 다양한 서비스를 통해 승객 편의를 증진시키기 위해 노력하고 있는 지하철 산업에서는 부산교통공사가 75.7점으로 2년 연속 1위(역대 3회 1위)자리를 차지했다. 그 뒤를 이어 광주도시철도공사(74.7)가 2위에 올랐다.

부산교통공사는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 역내 환경, 승차감, 차량 환경, 출발/도착 및 환승 안내, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 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

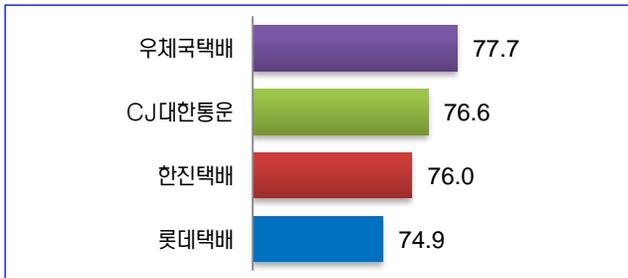
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

• 택배

가까운 소규모 상점이나 아파트 관리사무소 등에서 원하는 시간에 택배를 보낼 수 있는 서비스를 선보이며 고객 편의성을 높이고 있는 택배 산업에서는 우체국택배가 77.7점으로 작년 1위 CJ대한통운(76.6)을 제치고 올해 1위(역대 7회 1위)자리를 탈환했다. 뒤를 이어 한진택배(76.0)와 롯데택배(74.9) 순으로 조사결과 나타났다.

우체국택배는 요소만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 세부 항목에서는 신청접수 편리성, 접수/문의 채널 다양성, 택배 서비스 다양성, 콜센터 서비스, 직원 응대태도, 시간 준수, 안전성, 위치추적 서비스, 문의/불만대응, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다.



• 고속도로관리

드라이브 스루형 매장 설치, 캡슐호텔, 캠핑장 등을 통해 이용자 중심의 휴게공간으로 혁신하기 위해 노력하고 있는 고속도로관리서비스의 고객만족도는 70.9점으로 조사되었다.

고속도로관리서비스는 세부 요소항목 중 도로 주변 관리, 휴게소 시설환경, 도로 안내표지판, 휴게소 이용편리성 등에서 높은 점수를 받았다.

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



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 교육 서비스, 보건업

• 교육

4차 산업혁명과 미래 변화에 대비한 AI, 소프트웨어, 융합교육 서비스가 주목 받고 있는 가운데, 교육 산업의 고객 만족도는 59.1점으로 조사되었다.

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

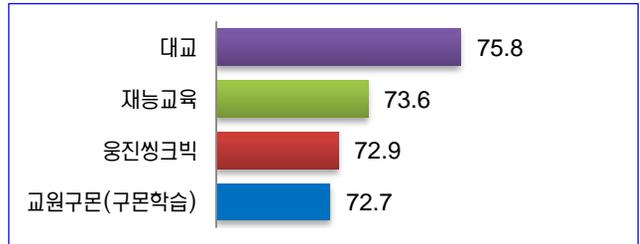
반면 안심 등교, 개개인 특성을 반영한 교육, 교육 정책 등에서는 상대적으로 낮은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



• 학습지

‘G러닝(학습게임)’ 및 애니메이션 학습, 1:1 인터랙티브 학습 등을 통한 개인별 맞춤 서비스가 가능한 스마트 러닝이 빠르게 성장하고 있는 학습지 산업에서는 대교가 75.8점으로 3년 연속 1위(역대 11회 1위)자리를 차지했다. 그 뒤를 이어 재능교육(73.6), 웅진씽크빅(72.9), 교원구몬(72.7) 순으로 나타났다.

대교는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 학습지 구성 체계성, 학습지 이해 용이성, 지도교사 실력 및 학습관리, 정보전달, 우수회원 혜택, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.

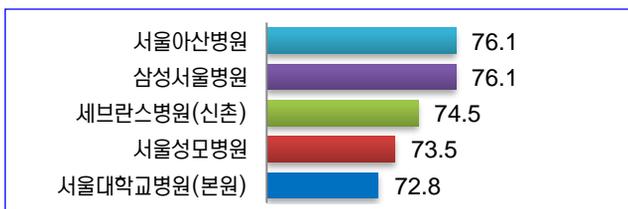


• 종합병원

모바일 서비스, 1대1 서비스 등 환자경험의 수준과 의료진과 환자 간 소통 개선에 힘쓰고 있는 종합병원 산업의 만족도는 서울아산병원(역대 7회 1위)과 삼성서울병원(역대 17회 1위)이 각각 76.1점으로 공동 1위를 차지했다.

서울아산병원은 작년에 이어 6년 연속 1위로 나타났으며, 재이용의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다. 세부 항목에서는 진료 수준, 설명, 의료시설/장비 등에서 높은 평가를 받았다.

삼성서울병원은 전반적 만족도에서 높은 점수를 받았으며, 세부 항목에서는 의료진 신뢰도 및 관심, 고객 편의시설 항목에서 고객으로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

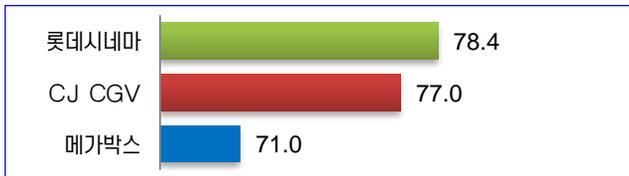
(3) 서비스업

오락, 문화 및 운동관련 서비스업

영화관

책 읽는 영화관, 호텔 룸서비스 제공 등 고객들의 다양한 니즈에 맞춰 새로운 복합 문화공간으로 발전하고 있는 영화관 산업에서는 롯데시네마가 78.4점으로 6년 연속 1위(역대 11회 1위)를 차지했다. 그 뒤를 이어 CJ CGV가 77.0점으로 2위에 올랐다. 메가박스(71.0)는 3위에 머물렀다.

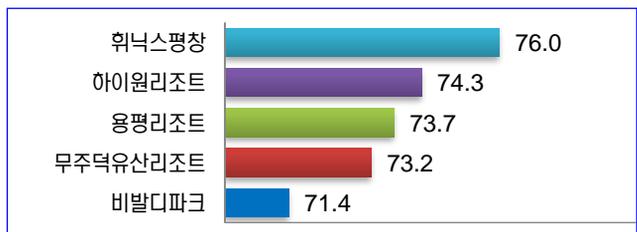
롯데시네마는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 의자 안락함, 실내공기 쾌적함, 직원 응대태도, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



스키장

제설 시스템 업그레이드, 새로운 슬로프 등 시즌마다 새로운 서비스를 통해 고객들의 편의성을 제고하고 있는 스키장 산업에서는 휘닉스평창이 76.0점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위)에 선정되었다. 하이원리조트(74.3)는 2위를 차지했고 그 뒤를 이어 용평리조트(73.7), 무주덕유산리조트(73.2), 비발디파크(71.4) 순으로 조사되었다.

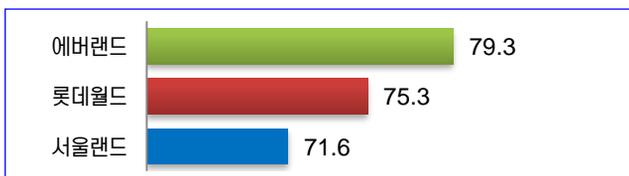
휘닉스평창은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 슬로프 상태 및 수준 다양성, 슬로프 코스, 부대시설, 이벤트, 장비 렌탈 및 주차 편리성, 할인 혜택, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



종합레저시설

가상현실(VR)과 증강현실(AR) 기술을 이용한 어트랙션을 늘리며 매해 새로운 콘텐츠를 통해 트렌드를 선도하고 있는 종합레저시설 산업에서는 에버랜드가 79.3점으로 24년 연속 부동의 1위(역대 24회 1위)라는 위업을 달성했다. 롯데월드는 75.3점으로 2위로 조사되었고 서울랜드(71.6)는 3위에 머물렀다.

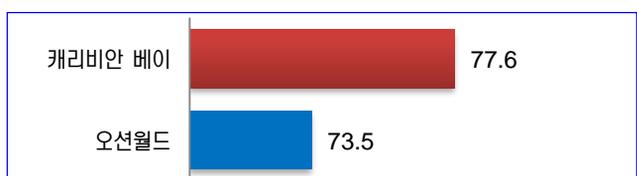
에버랜드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 놀이시설 다양성, 놀이시설 관리, 이벤트, 고객편의시설, 직원 응대태도, 내·외부 시설/환경, 할인혜택, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



워터파크

야외 스릴 어트랙션 및 이색 물놀이 시설 등을 가동하며 많은 피서객들에게 각광받은 워터파크 산업에서는 캐리비안 베이(77.6)가 오션월드(73.5)를 제치고 7년 연속 1위(역대 7회 1위)를 이어나갔다.

캐리비안 베이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 물놀이 시설 다양성 및 안전성, 이벤트 다양성, 직원 응대태도, 주차 편리성, 티켓구입 편리성, 고객 편의시설, 수질관리, 할인 혜택, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 거의 대부분의 세부항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

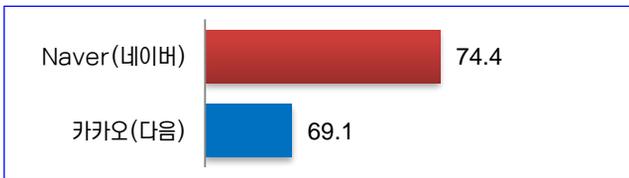
(3) 서비스업

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

● 검색포탈사이트

맞춤형 검색, '하우투(How to) 콘텐츠' 등 이미지와 동영상 검색 서비스를 개편하며 다양한 사용자 경험 고도화에 주력하고 있는 검색포탈사이트 산업에서는 Naver(네이버)가 74.4점으로 카카오(다음)(69.1점)을 제치고 15년 연속 1위(역대 15회 1위)자리를 유지했다.

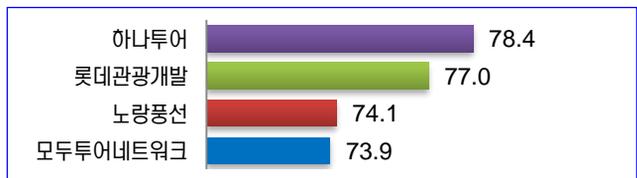
네이버는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도는 검색 결과 정확성, 유용한 정보·서비스, 정보 업데이트, 커뮤니티 관리, 고객센터 응대, 이벤트, 접속 및 로딩속도, 정보검색 편리성, 보안, 사이트 내 이동 편리성, 기업 신뢰도 등 모든 항목에서 경쟁사 대비 우위로 조사되었다.



● 여행사(해외여행)

가격보다 '가심비' 트렌드에 발 맞춰 가족여행, 소도시 여행 등으로 확실한 테마로 똑똑해진 여행자들의 니즈를 만족시키기 위해 노력하고 있는 여행사(해외여행) 산업에서는 하나투어가 78.4점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위)기업으로 조사되었다. 롯데관광개발은 77.0점으로 2위에 올랐고 노랑풍선(74.1), 모두투어네트워크(73.9)가 뒤를 이었다.

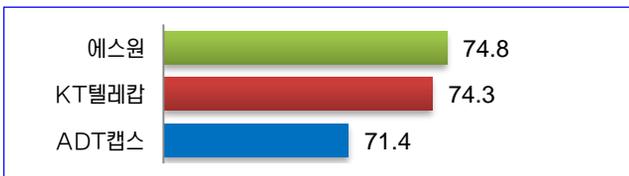
하나투어는 전반적 만족도 및 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 준비사항 및 계약 내용 고지, 여행 시 제공 음식, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 무인경비

IoT, AI 기반의 '스마트 시티', 상점 무인화 솔루션 '스마트 스토어' 서비스를 개발하며 4차 산업혁명을 주도하기 위해 서비스 영역을 확대하고 있는 무인경비 산업에서는 에스원(에스원)이 74.8점으로 전년에 이어 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 이어갔다. KT텔레캅(74.3)은 2위에 올랐고 ADT캡스(71.4)는 3위를 차지했다.

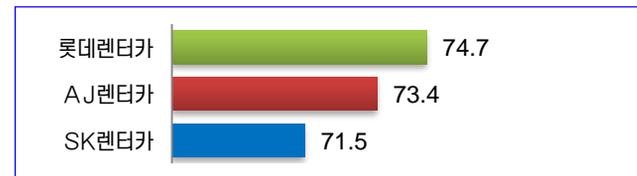
에스원은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 가입 시 상품 정보제공, 디자인, 설치기사 친절성, A/S 친절성 등의 세부 항목에서 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 렌터카

시장 수요층이 많아지고 공유경제 산업의 중심에서 자동차 생활의 패러다임을 변화시키고 있는 렌터카 산업의 만족도는 롯데렌탈(롯데렌터카)이 74.7점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위) 자리를 수성했다. AJ렌터카는 73.4점으로 2위를 차지했고 SK렌터카(71.5)는 3위를 기록했다.

롯데렌터카는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상담원/직원 응대, 차량예약편리성, 대여 및 반납 편리성, 차종 다양성, 차량 청결성, 차량 입출고 시간 정확성, 보험/사고 처리, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 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

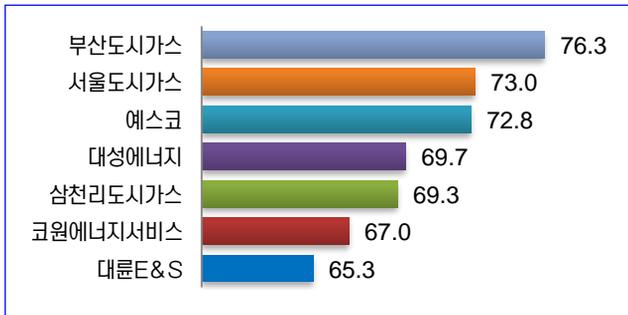
(3) 서비스업

■ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스

정보보호에 취약하고 분실 우려가 있는 종이고지서를 디지털 요금 고지서로 개선하며 고객 중심적인 요금고지를 위해 노력하고 있는 도시가스 산업에서는 부산도시가스가 76.3점으로 16년 연속 1위(역대 16회 1위)의 영예를 거머쥐었다. 그 뒤를 이어 서울도시가스(73.0)가 2위에 올랐고 예스코(72.8)는 3위를 기록했다.

부산도시가스는 전반적 만족도와 요소만족도 모두 경쟁자 대비 우수한 모습을 보였으며, 요소만족도에서는 가스 공급, 검침결과 정확성, 안전점검 결과 설명, 기업 신뢰도 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다.



• 전력

다양한 전력서비스를 한 곳에서 이용할 수 있도록 '통합 서비스 포털'을 오픈하여 고객 이용 편의성을 높이고 있는 전력 서비스의 고객만족도는 74.8점으로 조사되었다.

전력서비스는 세부 요소항목 중 원활한 전력 공급과 안심하고 사용할 수 있는 전력, 요금 청구 정확성 등에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

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



• 수도

취약수도관 교체, 관로 누수탐사 등 지속적으로 우수율 제고를 위해 노력하고 있는 수도서비스의 고객만족도는 69.4점으로 조사되었다.

수도서비스는 세부 요소항목 중 원활한 물 공급과 요금청구 정확성, 요금납부 편리성 등에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

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



## 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 66.5점으로 조사되었다.

등기서비스는 세무 요소항목 중 기관 신뢰도, 업무처리 신속성, 전화 응대태도 등에서 상대적으로 우수한 평가를 받았다.

반면 이용요금 적절성, 상담 능력, 고객 편의시설 등에서는 타 세무항목 대비 낮은 만족도를 보였다.



##### • 세무

세무상담실 운영, 마을세무사제도 등 무료 세무 서비스를 통해 지역 납세자의 권익을 보호하도록 노력하고 있는 세무서비스의 고객만족도는 69.9점으로 나타났다.

세무서비스는 세무 요소항목 중 기관 신뢰도, 내외부 시설환경, 직원 친절성 등에서 상대적으로 높은 만족도를 기록했다.

반면 상담 능력, 고객 편의시설, 업무처리 신속성 등에서는 타 세무 요소항목 대비 낮은 수준을 보였다.



##### • 치안

편의점을 거점으로 긴급신고 시스템과 이와 연계한 미아 찾기 시스템 등을 구축하며 친화적으로 지역 주민의 안전에 기여하고 있는 치안서비스의 고객만족도는 68.8점으로 나타났다.

치안서비스는 기관 신뢰도, 내외부 시설환경, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성 등의 세무 항목에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

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

