

문서번호 : KMAC 제 2013-1312호

2013. 09. 30

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 :

2013년 제22차 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 22회째를 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 9월 30일(월) 조간 (방송은 9월 29일 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) 2013년 조사 설계

나. 제 2 부 : 2013년 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 : 2013년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 결과

※ 첨부 : 2013년 제22차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요 및 결과 1부. 끝.

한국능률협회컨설팅
대표이사 김 종 립

1. KCSI의 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 22년째를 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.
- 22년 동안 시행되면서 그 동안 IMF 체제, 미국 발 금융대란 등 많은 위기가 닥쳐왔지만 KCSI 지수는 지난 1992년과 비교하여 29.8점(71%)이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객가치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거듭할 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 자료로써 활용할 수 있도록 매년 지원하고 있다.

연도별 발표 산업 수

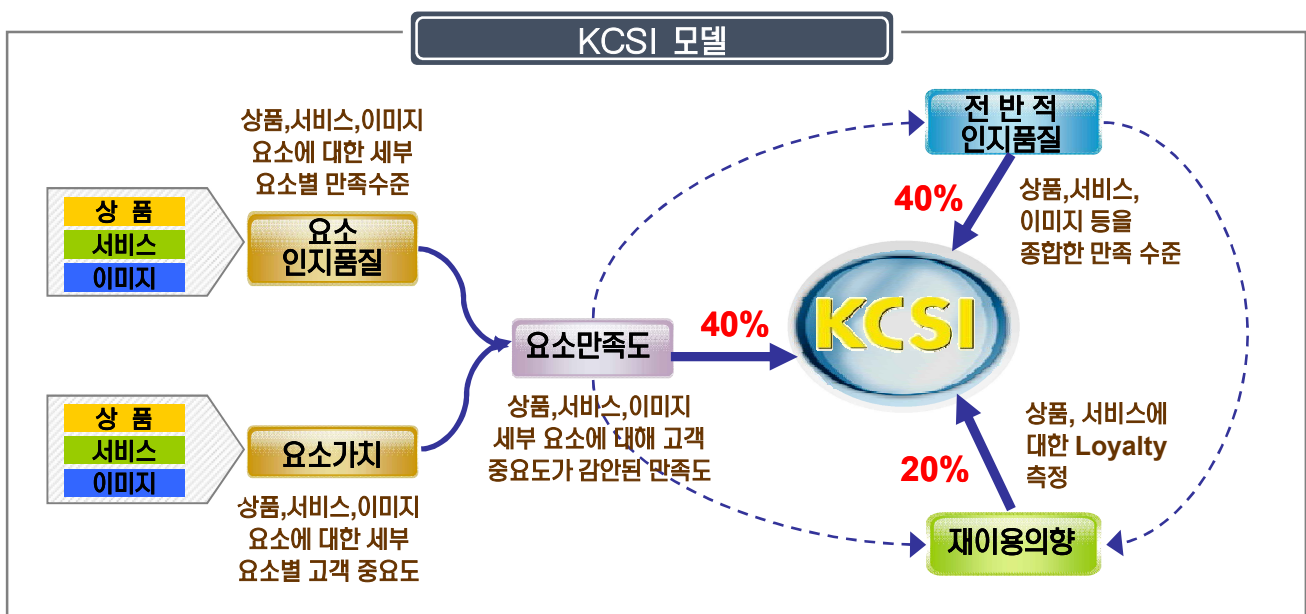
(단위 : 개)

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

구분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
제조업	53	63	58	57	59	57	54	48	48	51	52
서비스업	47	47	45	44	46	49	49	51	54	57	59
계	100	110	103	101	105	106	103	99	102	108	111

5. KCSI 측정 모델 및 산출 방법

전반적 만족도(40%), 요소 종합만족도(40%), 재구입 의향(20%)으로 측정대



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

$$\sum_{i=1}^n C_i \cdot W_i \quad \begin{array}{l} \ast C_i : i\text{-번째 세부요소의 TOP 2 비율} \\ W_i : i\text{-번째 세부요소의 중요도 가중치} \end{array}$$

▷ 재이용(구입)의향률

향후 재이용(구입) 의향을 묻는 문항에서의 Top 2 비율 측정(「재이용(구입) 의향이 매우 있다」와 「재이용(구입) 의향이 있다」에 응답한 비율)

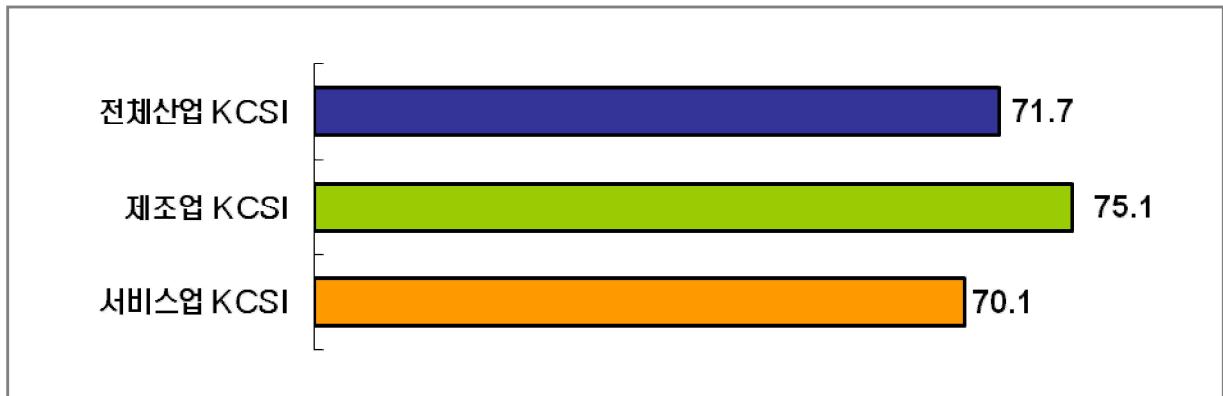
6. 2013년 조사 설계

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 10,607명
- 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 : 2013년 4월 15일 ~ 8월 14일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등
총 111개 산업(총 350개 기업)

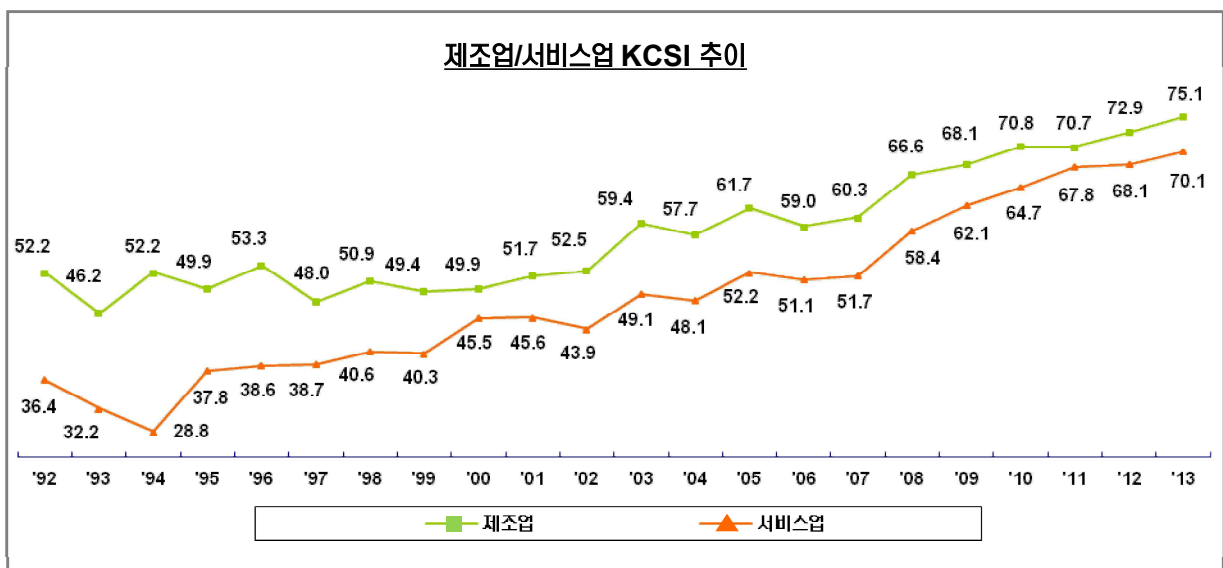
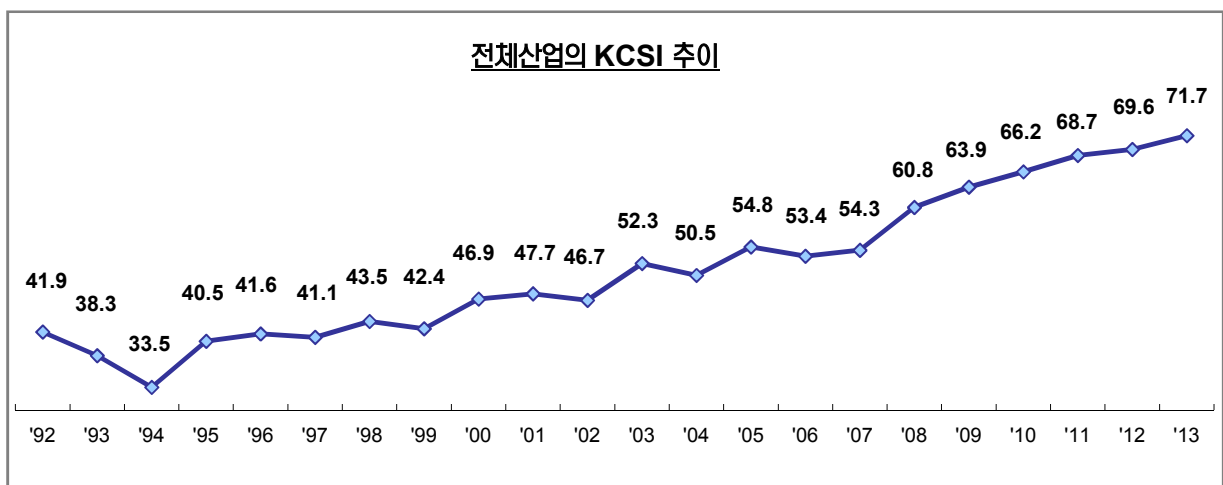
산업부문	2013년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (32개)	1) 가공유유 2) 간장 3) 고추장 4) 과일주스 5) 라면 6) 맥주 7) 비스킷 8) 소주 9) 식용유 10) 아이스크림 11) 우유 12) 유산균발효유 13) 참치캔 14) 홍삼가공식품(신규발표) 15) 남성내의 16) 남성용기초화장품 17) 남성성장 18) 담배 19) 밀폐용기 20) 생리대 21) 삼푸 22) 섬유유연제 23) 세탁세제 24) 아웃도어리류 25) 여성내의 26) 여성용기초화장품 27) 여성용한방화장품 28) 정장구두 29) 주방세제 30) 치약 31) 캐주얼화 32) 화장지
내구재 제조업 (20개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 가정용에어컨 3) 가정용정수기 4) 개인용컴퓨터 5) 김치냉장고 6) 냉장고 7) 디지털카메라 8) 사무용복합기(복사기) 9) 세탁기 10) 이동전화단말기 11) 전기밥솥 12) TV 13) 가정용보일러 14) 경형승용차(신규발표) 15) 부엌가구 16) 승용차타이어 17) 일반승용차 18) 침대 19) 피아노 20) RV승용차
일반 서비스업 (49개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 온라인자동차보험 4) 은행 5) 자동차보험 6) 장기보험 7) 증권 8) 체크카드 9) 대형마트 10) 대형서점 11) 대형슈퍼마켓 12) 도넛전문점 13) 면세점 14) 백화점 15) 소셜커머스 16) 영화관 17) 오픈마켓 18) 인터넷서점 19) 인터넷쇼핑몰 20) 전자제품전문점 21) 체과/제빵점 22) 치킨프랜차이즈(신규발표) 23) 커피전문점 24) 패밀리레스토랑 25) 패스트푸드점 26) 편의점 27) 피자전문점 28) 학습지 29) TV홈쇼핑 30) 검색포탈사이트 31) 국제전화 32) 시내/시외전화 33) 이동전화 34) 인터넷전화 35) 인터넷TV(IPTV) 36) 초고속인터넷 37) 고속버스 38) 도시가스 39) 스키장 40) 아파트 41) 여행사(해외여행) 42) 워터파크 43) 저비용항공(신규발표) 44) 종합레저시설 45) 종합병원 46) 주유소 47) 콘도미니엄 48) 택배 49) 항공
공공 서비스업 (10개)	1) 고속도로관리 2) 교육 3) 등기소 4) 세무서 5) 수도 6) 우편 7) 전력 8) 철도 9) 치안 10) 지하철

1. KCSI 전체 특징

1) 2013년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



2) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 추이



1. KCSI 전체 특징

3) 2013년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도(KCSI), 제조업의 상승에 따라 전체 점수 소폭 상승. 하지만 서비스업은 정체

- ➔ 2013년 전체산업의 KCSI는 전년 대비 2.1점 높아진 71.7점으로 나타났으며, 2006년 이후 7년 연속 상승세를 유지했다.
- ➔ 산업별로는 제조업이 75.1점으로 전년 대비 2.2점의 상승을 보였으며, 서비스업(공공 서비스 포함)이 70.1점으로 소폭의 상승세(2.0점)를 유지했다.
- ➔ 이제 국내 기업들도 험난한 글로벌 경쟁 시장에서 적응하면서 품질, R&D, 마케팅, 유통, A/S 등 각 분야에서 세계적 수준에 도달하고 있다. 올해 고객만족도가 7년 연속 상승했다는 것은 경쟁 상황에서 생존하려는 다방면의 노력이 국내 소비자들에게 좋은 평가를 받은 것이라 할 수 있다. 특히 최근과 같은 장기적 저성장 국면에서 만족도 상승은 기업들의 노력이 인정받은 더욱 가치있는 결과라 할 수 있다.

111개 산업 중 96개 산업은 만족도 상승, 11개 산업은 하락

- ➔ 올해 전체 조사 대상인 111개 산업 중 약 86%에 달하는 96개 산업의 KCSI가 전년 대비 높아졌음. 반면 하락한 산업은 약 10%인 11개로 나타나 전체적으로는 2013년 한국산업의 고객만족도가 상승하였다.
- ➔ 제조업의 경우 신규 조사된 2개 산업을 제외한 50개 산업 중 47개 산업에서 만족도가 상승하였으며, 서비스업(공공 서비스 포함)의 경우 신규 조사된 2개 산업을 제외한 57개 산업 중 49개 산업에서 작년보다 만족도가 상승하였다.

내구재 제조업의 전반적 상승세와 통신 관련 서비스의 도약이 전체 지수 상승 분위기 주도

- ➔ 제조업에서는 글로벌 기업인 삼성전자와 현대차가 주도하는 내구재 산업의 고객만족도 상승세가 큰 것으로 나타났다. TV, 냉장고, 에어컨, 승용차 등의 만족도 점수가 가장 높았고, 가정용보일러, 침대, 승용차타이어 산업이 전년 대비 상승폭이 가장 높았다.
- ➔ 스마트폰을 중심으로 한 정보 통신 산업에 대한 전세계적 관심 및 관련 기업의 노력으로 이동전화, 인터넷전화 등 통신 관련 산업이 큰 폭으로 상승했다. 또한 커피전문점, 제과/제빵점, 패스트푸드점 등 외식 관련 서비스업과 전자제품전문점, 백화점, 대형슈퍼마켓 등 도소매 유통업 만족도도 상승세를 보였다.
- ➔ 공공분야는 '치안행정(▲ 9.9점)', '철도(▲ 4.3점)' 부분의 만족도가 상승 추세를 이끈 반면, '등기소(▽ 2.5점)', '세무서(▽ 0.6점)', '전력(▽ 0.5점)' 분야는 전년대비 하락하여 국민 체감 만족도를 높이기 위한 보다 강도 높은 혁신 활동이 요구된다.

2. 산업별 KCSI 주요 특징

1) 소비자 제조업의 고객만족도 특징

대부분 소비자 제조업의 산업이 상승세를 보였으며, 과일주스, 캐주얼화, 담배 산업이 상승주도

- 금년도 소비재의 만족도는 전체적으로 대부분의 산업이 상승세였으나 참치캔과 식용유 산업은 하락세였다.
- 산업별로는 과일주스(▲ 6.1점), 캐주얼화(▲ 5.7점), 담배(▲ 3.4점) 등의 다양한 산업의 만족도가 비교적 큰 폭으로 상승한 반면, 참치캔(▽0.7점), 식용유(▽0.3점) 등은 전년 대비 만족도가 소폭 하락했다.
- 라면이 84.1점의 만족도를 기록하며 소비자 산업 내에서 가장 높은 만족도를 나타냈으며, 여성용한방화장품(82.9점), 유산균발효유(82.7점), 아웃도어 의류(82.1점), 홍삼 가공식품(81.8), 맥주(81.8), 우유(81.6) 등이 80점 이상의 만족도 최상위 그룹을 형성했다.

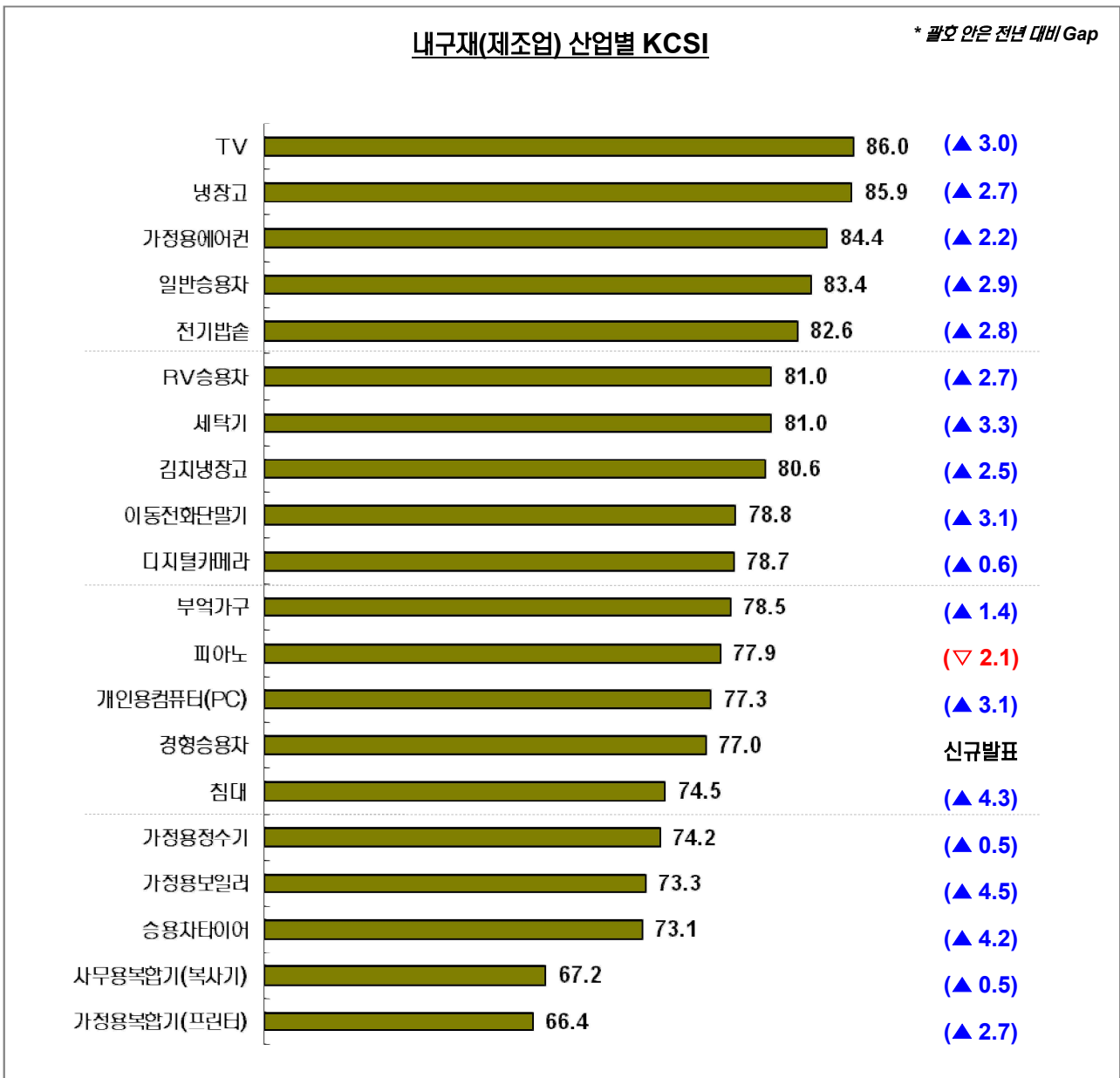


2. 산업별 KCSI 주요 특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

전년에 이어 TV, 냉장고, 에어컨 등 생활가전 및 자동차 관련 산업이 내구재 만족도 상승세 이끌어

- 내구재 산업 역시 전반적으로 만족도가 상승했으며, TV(86.0점), 냉장고(85.9점), 가정용에어컨(84.4점) 등 8개 산업이 80점 이상의 만족도를 보이며 고객들로부터 좋은 평가를 받았다.
- 또한 일반승용차(83.4점), RV승용차(81.0)등 자동차 관련 산업도 전년 대비 상승 및 타 산업 대비 높은 수준의 만족도를 나타내 글로벌 최상위 수준의 품질을 국내 고객들도 인정하였다.
- 한편, 가정용보일러(▲ 4.5점), 침대(▲ 4.3점), 승용차타이어(▲ 4.2점) 산업의 만족도가 전년 대비 가장 많이 상승하였으며, 세탁기(▲ 3.3점), 이동전화단말기(▲ 3.1점), 개인용컴퓨터(PC)(▲ 3.1점), TV(▲ 3.0점) 등도 전년 대비 비교적 높은 만족도의 상승을 나타냈다.

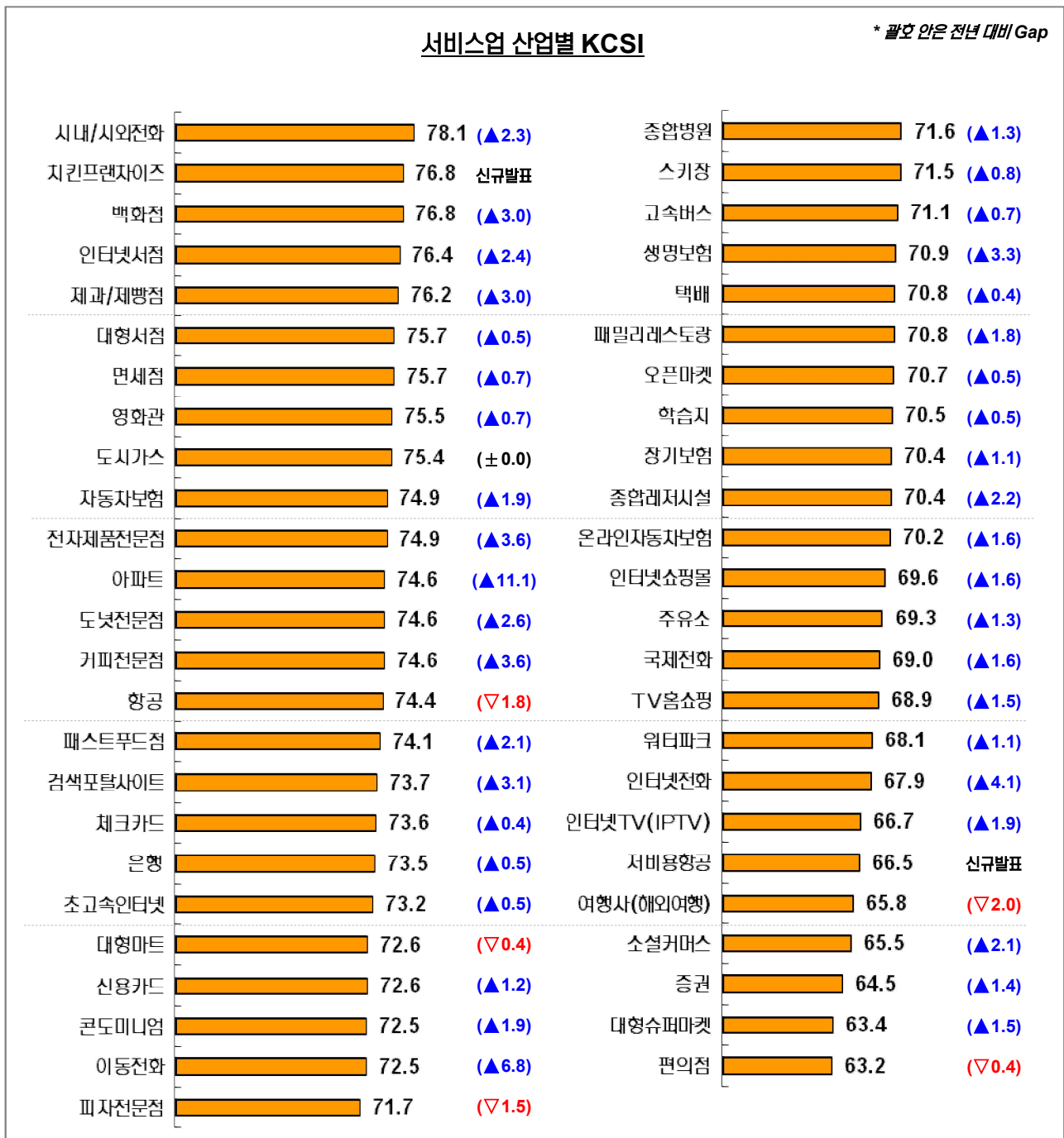


2. 산업별 KCSI 주요 특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

전반적으로 만족도가 고르게 상승한 가운데, 이동전화, 인터넷전화, 전자제품전문점 등이 큰 폭 상승

- 서비스 산업의 만족도는 전체적으로 2.0점 상승했으며 작년에 비해 비교적 큰 폭으로 상승했다. 총 41개 산업의 만족도가 증가했으나, 항공 및 여행사(해외여행) 산업과 대형마트, 편의점, 피자전문점 등은 소폭이나마 하락했다.
- 시내/시외전화, 백화점, 인터넷서점, 제과/제빵점 등이 75.0점 이상의 높은 만족도 수준을 나타냈으며, 이동전화, 인터넷전화, 전자제품전문점, 백화점 등의 만족도 상승폭이 높았다.

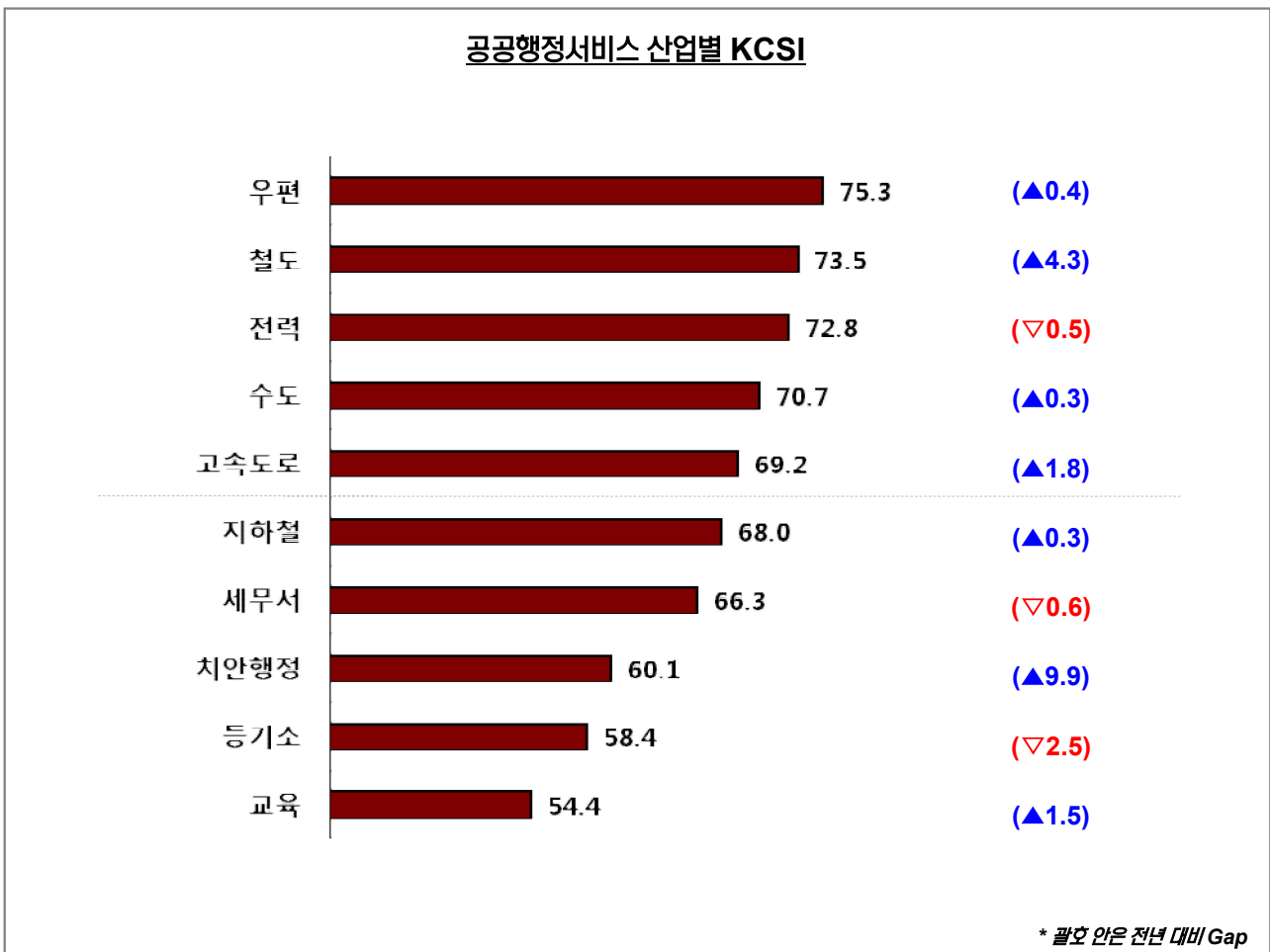


2. 산업별 KCSI 주요 특징

4) 공공행정서비스업의 고객만족도 특징

우편, 철도, 전력, 수도 등이 가장 높은 만족도를 나타낸 가운데 전체적 만족도 상승

- 공공행정서비스의 만족도는 전년도에 하락세를 띠고 1.5점 상승하는 결과가 나타났다.
- 우편(75.3점), 철도(73.5점), 전력(72.8점), 수도(70.7점) 등이 올해도 70점 이상을 유지하며 전통적 상위권을 유지하였으나, 전력은 수급차질 사태로 지난 해에 비해 만족도가 떨어졌다.
- 이러한 가운데에서도 치안행정(▲ 9.9점), 철도(▲ 4.3점), 고속도로관리(▲ 1.8점), 교육(▲ 1.5점) 등은 상승세를 보이며 선두권과의 격차를 줄였다.
- 한편, 교육(54.4점)은 작년 대비 상승세를 보였지만 60점 미만의 낮은 만족도 수준을 벗어나지 못했으며, 등기소, 세무서도 만족도가 다소 하락했다.



3. 산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비재 제조업

■ 음식료품 제조업(14개)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	가공우유	빙그레	빙그레(82.9), 서울우유(78.3), 매일유업(77.9), 남양유업(74.1)	2년 연속 1위	2회
2	간장	샘표식품	샘표식품(77.8), 대상(청정원)(75.5)	2년 연속 1위	3회
3	고추장	대상 (청정원)	대상(청정원)(78.0), CJ제일제당(해찬들)(75.2)	11년 연속 1위	13회
4	과실주스	롯데칠성음료	롯데칠성음료(76.7), 해태음료(72.2), 한국코카콜라(68.1)	11년 연속 1위	14회
5	라면	농심	농심(85.6), 삼양식품(79.3)	2년 연속 1위	3회
6	맥주	OB맥주 (카스포함)	OB맥주(카스포함)(82.3), 하이트진로(80.9)	'12 1위 : 하이트맥주 (4년 연속 1위)	4회
7	비스킷	오리온	오리온(73.0), 크라운제과(71.6), 롯데제과(70.4) 해태제과(69.9)	2년 연속 1위	6회
8	소주	금복주	금복주(81.7), 롯데칠성음료(주류BG)(77.4), 하이트진로(76.7)	2년 연속 1위	6회
9	식용유	사조해표 (해표)	사조해표(해표)(71.2), CJ제일제당(백설표)(69.9)	'12 1위 : CJ제일제당 (2년 연속 1위)	9회
10	아이스크림	빙그레	빙그레(73.2), 롯데제과(71.5), 해태제과(70.0), 롯데푸드(구 롯데삼강)(68.5)	7년 연속 1위	8회
11	우유	서울우유	서울우유(83.7), 매일유업(77.3), 남양유업(74.9)	6년 연속 1위	8회
12	유산균발효유	한국아쿠르트	한국아쿠르트(85.5), 남양유업(81.1), 매일유업(76.7)	12년 연속 1위	15회
13	참치캔	동원F&B (동원참치)	동원F&B(동원참치)(80.4), 사조해표(사조참치)(74.0), 오투기(오투기참치)(69.4)	10년 연속 1위	13회
14	홍삼가공식품	한국인삼공사 (정관장)	한국인삼공사(정관장)(83.6), 농협(한삼인)(74.8)	신규 발표	1회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비재 제조업(계속)

■ 생활용품 및 기타 소비재 제조업(18개)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	남성내의	종은사람들	종은사람들(79.6), BYC(77.8), 쌍방울(75.9)	2년 연속 1위	14회
2	남성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(76.7), LG생활건강(75.4), 소망화장품(73.9)	11년 연속 1위	12회
3	남성정장	제일모직	제일모직(83.2), LG패션(81.0), 파크랜드(76.4)	9년 연속 1위	13회
4	담배	한국 필립모리스(말보로)	한국 필립모리스(말보로)(73.5), B.A.T.코리아(던힐)(71.5), KT&G(70.4)	6년 연속 1위	7회
5	밀폐용기	락앤락	락앤락(80.4), 삼광글라스(글라스락)(76.7)	3년 연속 1위	3회
6	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(83.3), 한국P&G(80.8), LG유니참(77.1)	4년 연속 1위	5회
7	삼푸	LG생활건강	LG생활건강(79.2), 아모레퍼시픽(77.7), 유니레버코리아(76.1), 애경산업(73.3), 한국P&G(71.0)	2년 연속 1위	2회
8	섬유유연제	LG생활건강	LG생활건강(79.4), 옥시 레킷벤키저(78.4), 피죤(77.2)	'12 1위 : 옥시 (2년 연속 1위)	2회
9	세탁세제	CJ라이온	CJ라이온(79.4), LG생활건강(72.3), 애경산업(67.1)	17년 연속 1위	17회
10	아웃도어의류	코오롱인더스트리(코오롱스포츠)	코오롱인더스트리(코오롱스포츠)(85.4), 평안엘앤씨(네파)(83.2), 블랙야크(81.2), 케이투코리아(K2)(80.9), 영원무역(노스페이스)(80.5)	2년 연속 1위	2회
11	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(80.5), 남영비비안(비비안)(77.6)	14년 연속 1위	14회
12	여성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(78.1), LG생활건강(76.7)	2년 연속 1위	11회
13	여성용한방화장품	아모레퍼시픽(설화수, 한울)	아모레퍼시픽(설화수, 한울)(84.5), LG생활건강(후, 수려한)(77.9)	2년 연속 1위	2회
14	정장구두	금강제화	금강제화(81.7), 탠디(80.3), EFC(에스콰이아)(77.2), 소다(72.0)	12년 연속 1위	17회
15	주방세제	CJ라이온	CJ라이온(73.0), 애경산업(70.7), LG생활건강(69.5)	8년 연속 1위	14회
16	치약	LG생활건강	LG생활건강(75.7), 아모레퍼시픽(75.0), 애경산업(72.6)	5년 연속 1위	7회
17	캐주얼화	금강제화(랜드로바)	금강제화(랜드로바)(79.2), EFC(영에이지)(73.0)	11년 연속 1위	11회
18	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(82.0), 모나리자(80.5), 깨끗한나라(77.6)	8년 연속 1위	12회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

2) 내구재 제조업

■ 가전 및 사무기기 제조업(12개)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	가정용복합기 (프린터)	삼성전자	삼성전자(70.5), 캐논코리아비즈니스솔루션(67.8), 한국HP(63.7), 한국엡슨(59.4)	6년 연속 1위	9회
2	가정용에어컨	삼성전자	삼성전자(85.8), LG전자(84.4), 위니아만도(77.5)	'12 1위 : LG전자 (6년 연속 1위)	2회
3	가정용정수기	청호나이스	청호나이스(75.5), 코웨이(73.9)	'12 1위 : 웅진코웨이 (8년 연속 1위)	5회
4	개인용컴퓨터 (PC)	삼성전자	삼성전자(82.3), LG전자(70.7), 한국HP(65.7), TG삼보컴퓨터(60.5)	12년 연속 1위	16회
5	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(81.9), 위니아만도(79.9), LG전자(79.5)	3년 연속 1위	3회
6	냉장고	삼성전자	삼성전자(86.6), LG전자(85.0)	4년 연속 1위	9회
7	디지털카메라	소니코리아	소니코리아(81.8), 삼성전자(79.5), 올림푸스한국(76.8), 캐논코리아컨슈머이미징(76.4), 니콘이미징코리아(75.7)	'12 1위 : 캐논	8회
8	사무용복합기 (복사기)	한국우지제록스	한국우지제록스(69.6), 신도리코(68.2), 캐논코리아비즈니스솔루션(64.1)	13년 연속 1위	13회
9	세탁기	삼성전자	삼성전자(81.7), LG전자(80.2)	4년 연속 1위	11회
10	이동전화단말기	삼성전자	삼성전자(81.4), 애플(아이폰)(77.6), LG전자(75.2), 팬택(SKY)(62.6)	16년 연속 1위	17회
11	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(85.6), 리홈쿠첸(74.2)	13년 연속 1위	13회
12	TV	삼성전자	삼성전자(86.9), LG전자(84.6)	16년 연속 1위	16회

■ 기타 내구재 제조업(8개)

1	가정용보일러	린나이코리아	린나이코리아(75.6), 귀뚜라미보일러(73.2), 경동나비엔(71.5)	8년 연속 1위	16회
2	경형승용차	기아자동차	기아자동차(77.8), 한국지엠(75.5)	신규 발표	1회
3	부엌가구	한샘	한샘(79.4), 에넥스(76.7)	2년 연속 1위	7회
4	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(75.8), 한국타이어(71.4)	9년 연속 1위	10회
5	일반승용차	현대자동차	현대자동차(85.9), 기아자동차(82.1), 르노삼성자동차(81.5), 한국지엠(78.3)	20년 연속 1위	20회
6	침대	시몬스	시몬스(76.3), 에이스침대(75.2), 대진침대(70.5)	5년 연속 1위	6회
7	피아노	영창뮤직	영창뮤직(81.0), 삼익악기(75.2)	14년 연속 1위	14회
8	RV승용차	현대자동차	현대자동차(84.7), 기아자동차(79.9), 쌍용자동차(75.0)	10년 연속 1위	10회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업

■ 금융서비스(8개)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대1위
1	생명보험	삼성생명	삼성생명(72.6), 한화생명(70.1), 교보생명(67.8)	9년 연속 1위	15회
2	신용카드	신한카드	신한카드(75.1), KB국민카드(74.1), 삼성카드(72.8) 현대카드(72.4), 우리카드(71.8), 롯데카드(71.1), BC카드(70.9), NH농협카드(68.6)	3년 연속 1위	3회
3	온라인자동차보험	현대하이카다이렉트	현대하이카다이렉트(71.1), 에르고다움다이렉트손해보험(68.6), AXA손해보험(AXA다이렉트)(67.5)	5년 연속 1위	5회
4	은행	KB국민은행	KB국민은행(75.6), 신한은행(74.4), 하나은행(73.5), 우리은행(73.1), 외환은행(72.2) IBK기업은행(71.8), NH농협은행(69.9)	7년 연속 1위	7회
5	자동차보험	삼성화재	삼성화재(77.5), 현대해상(75.7), LIG손해보험(73.8), 동부화재(73.3), 메리츠화재(71.5)	16년 연속 1위	17회
6	장기보험	삼성화재	삼성화재(73.0), 현대해상(71.0), 동부화재(70.2), LIG손해보험(69.3), 메리츠화재(67.3)	3년 연속 1위	3회
7	증권	삼성증권	삼성증권(67.6), 대신증권(65.9), 현대증권(65.8), 대우증권(64.5), 미래에셋증권(63.8), 우리투자증권(60.5)	8년 연속 1위	10회
8	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(76.3), 신한카드(74.5), NH농협카드(73.2), BC카드(72.7), 우리카드(72.3)	3년 연속 1위	3회

■ 유통 및 엔터테인먼트(21개)

1	대형마트	롯데마트	롯데마트(74.3), 홈플러스(72.9), 이마트(71.7)	'12 1위 : 이마트 (2년 연속 1위)	2회
2	대형서점	교보문고	교보문고(77.4), 영풍문고(75.5), 서울문고(반디앤루니스)(66.6)	17년 연속 1위	17회
3	대형슈퍼마켓	GS리테일 (GS슈퍼마켓)	GS리테일(GS슈퍼)(65.0), 롯데슈퍼(63.7), 홈플러스(홈플러스익스프레스)(62.8)	4년 연속 1위	4회
4	도넛전문점	비알코리아 (던킨도너츠)	비알코리아(던킨도너츠)(75.6), 크리스피크림(72.7), 마스터도넛(70.4)	3년 연속 1위	3회
5	면세점	호텔신라 (신라면세점)	호텔신라(신라면세점)(76.5), 호텔롯데(롯데면세점)(75.5)	'12 1위 : 호텔롯데(롯데면세점)	1회
6	백화점	롯데백화점	롯데백화점(77.3), 신세계(신세계백화점)(76.4), 현대백화점(75.3)	'12 1위 : 신세계 (6년 연속 1위)	4회
7	소셜커머스	포워드벤처스 (쿠팡)	포워드벤처스(쿠팡)(68.2), 티켓몬스터(티몬)(66.2)	'12 1위 : 티켓몬스터(티몬)	1회
8	영화관	롯데시네마	롯데시네마(76.5), CJ CGV(75.4), 메가박스(73.5)	'12 1위 : CJ CGV	6회
9	오픈마켓	SK플래닛 (11번가)	SK플래닛(11번가)(71.6), 이베이옥션(옥션)(70.6), 이베이마켓(G마켓)(70.3)	5년 연속 1위	5회
10	인터넷서점	에스24	에스24(78.7), 인터파크(77.0), 교보문고(인터넷교보문고)(75.3), 알라딘커뮤니케이션(알라딘)(74.4)	5년 연속 1위	5회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

■ 유통 및 엔터테인먼트(21개)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
11	인터넷쇼핑몰	인터파크	인터파크(70.6), GS홈쇼핑(GS SHOP)(69.2), 롯데닷컴(68.2), CJ오쇼핑(CJmall)(66.2)	'12 1위 : GS홈쇼핑 (GS SHOP)	10회
12	전자제품전문점	삼성전자 (삼성디지털프라자)	삼성디지털프라자(76.7), 롯데하이마트(구 하이마트)(75.4), LG베스트샵(74.7), 전자랜드(67.5)	3년 연속 1위	3회
13	제과/제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(77.2), CJ푸드빌(투레주르)(73.2), 크라운베이커리(71.8)	3년 연속 1위	5회
14	치킨프랜차이즈	제너시스비비큐	제너시스비비큐(78.0), 교촌치킨(77.3), 페리카나치킨(76.0), 굽네치킨(75.7), 네네치킨(74.8)	신규 발표	1회
15	커피전문점	롯데리아 (엔제리너스커피)	롯데리아(엔제리너스커피)(78.2), 스타벅스커피 코리아(76.0), 카페베네(74.5), 커피빈코리아(73.1), 할리스에프앤비(할리스커피)(69.9), 탐앤탐스(69.1)	4년 연속 1위	4회
16	패밀리레스토랑	CJ푸드빌 (VIPS)	CJ푸드빌(VIPS)(74.2), 아웃백스테이크하우스(아웃백)(72.2), 롯데리아(TGIF)(70.3), 라이즈온(베니건스)(67.0), 이랜드월드(애슬리)(64.6)	4년 연속 1위	4회
17	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(76.3), SRS코리아(KFC)(75.5), BKR(버거킹)(72.9), 한국맥도날드(70.0)	'12 1위 : SRS 코리아(KFC) (3년 연속 1위)	1회
18	편의점	GS리테일 (GS25)	GS리테일(GS25)(64.7), BGF리테일(CU)(63.6), 코리아세븐(세븐일레븐)(62.5), 한국미니스톱(56.9)	11년 연속 1위	14회
19	피자전문점	MPK그룹 (미스터피자)	MPK그룹(미스터피자)(72.6), 도미노피자(72.1), 한국피자헛(70.9)	5년 연속 1위	6회
20	학습지	대교	대교(72.7), 교원구몬(구몬학습)(70.8), 웅진씽크빅(68.9), 재능교육(66.3)	4년 연속 1위	7회
21	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(70.6), 롯데홈쇼핑(69.1), CJ오쇼핑(68.4), GS홈쇼핑(GS SHOP)(68.1), NS홈쇼핑(66.7)	8년 연속 1위	8회

■ 통신서비스(7개)

1	검색포털사이트	네이버	네이버(75.2), 다음(67.6)	10년 연속 1위	10회
2	국제전화	KT(001)	KT(001)(70.8), SK텔링크(00700)(67.9), LG유플러스(002)(64.7)	4년 연속 1위	14회
3	시내/시외전화	KT	KT(81.3), SK브로드밴드(73.6), LG유플러스(69.6)	14년 연속 1위	15회
4	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(75.2), KT(71.1), LG유플러스(68.2)	16년 연속 1위	16회
5	인터넷전화	KT	KT(69.7), SK브로드밴드(68.6), LG유플러스(65.2)	4년 연속 1위	4회
6	인터넷TV(IPTV)	SK브로드밴드	SK브로드밴드(68.4), KT(67.3), LG유플러스(63.8)	'12 1위 : KT (2년 연속 1위)	1회
7	초고속인터넷	KT	KT(74.8), SK브로드밴드(73.6), LG유플러스(70.2)	10년 연속 1위	10회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

■ 기타 일반 서비스(12개)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	고속버스	금호고속	금호고속(74.5), 중앙고속(68.7), 동양고속(68.1), 동부고속(67.3)	8년 연속 1위	11회
2	도시가스	부산도시가스	부산도시가스(80.6), 대성에너지(77.9), 삼천리도시가스(76.1), 예스코(75.5), 대륜E&S(74.8), 코원에너지서비스(73.5), 서울도시가스(71.7)	11년 연속 1위	11회
3	스키장	강원랜드 (하이원리조트)	강원랜드(하이원리조트)(74.2), 보광위닉스파크(73.0), 대명레저산업(비발디파크)(71.4), 무주리조트(71.1), 용평리조트(69.2)	5년 연속 1위	5회
4	여행사 (해외여행)	하나투어	하나투어(66.8), 롯데관광개발(65.1), 모두투어네트워크(64.0)	5년 연속 1위	5회
5	워터파크	삼성에버랜드 (캐리비안베이)	삼성에버랜드(캐리비안베이)(68.7), 대명레저산업(비발디파크 오션월드)(66.7)	2년 연속 1위	2회
6	저비용항공	에어부산	에어부산(70.8), 제주항공(68.8), 진에어(67.3), 티웨이항공(61.6), 이스타항공(59.6)	신규 발표	1회
7	종합레저시설	삼성에버랜드 (에버랜드)	삼성에버랜드(에버랜드)(73.7), 호텔롯데(롯데월드)(71.1), 한덕개발(서울랜드)(60.6)	19년 연속 1위	19회
8	종합병원	서울아산병원	서울아산병원(75.2), 삼성서울병원(74.0), 서울대학교병원(분원)(72.0), 세브란스병원(신촌)(67.9), 서울성모병원(67.9)	'12 1위 : 삼성서울병원 (14년 연속 1위)	2회
9	주유소	SK에너지 (SK주유소)	SK에너지(SK주유소)(70.5), GS칼텍스(69.1), 에쓰오일(68.8), 현대오일뱅크(66.8)	3년 연속 1위	14회
10	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(73.2), 대명리조트(72.0)	2년 연속 1위	4회
11	택배	CJ대한통운	CJ대한통운(72.3), 우체국택배(71.4), 현대택배(69.9), 한진택배(68.5)	5년 연속 1위	8회
12	항공	대한항공	대한항공(75.0), 아시아나항공(73.4)	'12 1위 : 아시아나항공 (6년 연속 1위)	3회

4) 공공행정 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	일반행정서비스	우정사업본부 (우편)	우편(75.3), 철도(73.5), 전력(72.8), 수도(70.7), 고속도로(69.2), 세무서(66.3), 지안행정(60.1), 등기(58.4), 교육(54.4)	15년 연속 1위	15회
2	지하철	광주도시철도공사	광주도시철도공사(80.0), 대구도시철도공사(79.2), 대전도시철도공사(78.2), 부산교통공사(75.1), 서울도시철도공사(5~8호선)(70.8), 서울메트로(1~4호선)(63.2), 인천지하철공사(62.2)	'12 1위 : 대구도시철도공사	5회

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

1) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자, KT를 비롯한 총 12개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위 차지해

- ➔ 2013년 KCSI에서 삼성전자가 총 9개 산업에서 1위를 차지하며 최다 산업 1위 기업인 것으로 나타났다. 삼성전자는 전년도 1위로 선정된 가정용복합기(프린터), 냉장고, 개인용컴퓨터(PC), 세탁기, 이동전화단말기, TV, 김치냉장고, 전자제품전문점 등 9개 산업에서 1위를 유지했으며, 올해 가정용에어컨 산업에서 첫 1위를 차지했다.
- ➔ KT는 작년과 동일한 국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷에서 1위를 지켜냈다.
- ➔ 이 외에도 아모레퍼시픽(남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품), LG생활건강(삼푸, 섬유유연제, 치약) 등이 3개 산업에서 1위를 차지했으며, 금강(정장구두, 캐주얼화), 삼성화재(자동차보험, 장기보험), 유한킴벌리(생리대, 화장지), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), CJ라이온(세탁세제, 주방세제), GS리테일(대형슈퍼마켓, 편의점), 빙그레(가공우유, 아이스크림), 삼성에버랜드(워터파크, 종합레저시설) 등이 전년에 이어 2개 산업에서 1위를 차지했다.

2013년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 복수산업 1위 기업

번호	기업명	1위 산업	비고
1	삼성전자	가정용복합기(프린터), 가정용에어컨, 개인용컴퓨터(PC), 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, 이동전화단말기, TV, 전자제품전문점	9개 산업 1위 (‘12년: 9개 산업 1위)
2	KT	국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷	4개 산업 1위 (‘12년: 5개 산업 1위)
3	아모레퍼시픽	남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품	3개 산업 1위 (‘12년: 3개 산업 1위)
4	LG생활건강	삼푸, 섬유유연제, 치약	3개 산업 1위 (‘12년: 2개 산업 1위)
5	금강제화	정장구두, 캐주얼화	2개 산업 1위 (‘12년: 2개 산업 1위)
6	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 (‘12년: 2개 산업 1위)
7	유한킴벌리	생리대, 화장지	2개 산업 1위 (‘12년: 2개 산업 1위)
8	현대자동차	일반승용차, RV승용차	2개 산업 1위 (‘12년: 2개 산업 1위)
9	CJ라이온	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 (‘12년: 2개 산업 1위)
10	GS리테일	대형슈퍼마켓, 편의점	2개 산업 1위 (‘12년: 2개 산업 1위)
11	빙그레	가공우유, 아이스크림	2개 산업 1위 (‘12년: 2개 산업 1위)
12	삼성에버랜드	워터파크, 종합레저시설	2개 산업 1위 (‘12년: 2개 산업 1위)

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

2) 주요 그룹 계열사별 KCSI 1위 현황

17개 산업에서 1위 차지한 삼성을 비롯하여 롯데의 약진 돋보여

- 국내 주요 그룹의 올해 KCSI 1위 현황을 분석한 결과, 삼성은 총 20개 조사대상 산업 중 17개 산업에서 1위를 차지하며 타 그룹 대비 월등한 우위를 나타냈다. 삼성은 디지털카메라 등 1개 산업을 제외한 전자부문(8개), 금융 부문(4개), 유통 및 기타 산업 부문(5개) 등 17개 산업에 걸쳐 1위를 석권하며 외형적 성장과 더불어 질적인 측면에서도 우수한 성과를 나타냈다.
- 특히, 롯데는 작년 3개 산업에서 크게 증가한 6개 산업(과실주스, 대형마트, 백화점, 영화관, 패스트푸드점, 커피전문점)에서 1위를 차지하여, 최근의 고객만족경영에 대한 노력이 결실로 나타남을 볼 수 있었다.
- 고객행복을 최우선의 가치로 추구하는 SK가 9개 대상산업 중 5개 산업(이동전화, 인터넷TV(IPTV), 오픈마켓, 주유소, 도시가스)에서 1위를 차지했다.
- 또한, KT는 전년에 이어 이동전화와 인터넷TV(IPTV)를 제외한 국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷, 등 4개 산업에서 1위를 차지하며 총 8개 조사대상 산업 중 4개 산업에서 1위를 차지하는 통신업계 강자로서의 위상을 다시 한번 증명했다.
- 한편, LG(삼푸, 섬유유연제, 치약)도 3개 분야 1위에 올랐으며, CJ(패밀리레스토랑, 택배), GS(대형슈퍼마켓, 편의점), 금호아시아나(승용차타이어, 저비용항공), 현대자동차(일반승용차, RV승용차)이 다 부문 1위를 기록해 고객만족경영으로 시장을 선도하는 이미지를 유지하였다.

2013년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 주요 그룹 계열사별 1위 현황

※ 1위 산업 수/재무순위 수, 별표(*)는 2013년 1위 진입 산업임

그룹	조사대상 산업 수	1위 산업 수	2013년 KCSI 1위 산업(계열사)
삼성	20개 산업	17개 산업	가정용복합기·*가정용에어컨·개인용컴퓨터·김치냉장고·냉장고·세탁기·이동전화단말기·TV(이상 삼성전자), 생명보험(삼성생명), 자동차보험·장기보험(삼성화재), 증권(삼성증권), 전자제품전문점(삼성디지털프라자), 남성정장(제일모직), 워터파크·종합레저시설(삼성에버랜드), 면세점(호텔신라)
롯데	20개 산업	6개 산업	과실주스(롯데칠성음료), *대형마트(롯데마트), *백화점(롯데백화점), *영화관(롯데시네마), *패스트푸드점(롯데리아), 커피전문점(롯데리아 엔제리너스커피)
SK	9개 산업	5개 산업	이동전화(SK텔레콤), *인터넷TV(IPTV)(SK브로드밴드), 오픈마켓(SK플래닛 11번가), 주유소(SK에너지), 도시가스(SK E&S 부산도시가스)
KT	8개 산업	4개 산업	국제전화·시내/시외전화·인터넷전화·초고속인터넷(KT)
LG	24개 산업	3개 산업	삼푸·*섬유유연제·치약(LG생활건강)
CJ	8개 산업	2개 산업	패밀리레스토랑(CJ푸드빌(VIPS)), 택배(CJ대한통운)
GS	6개 산업	2개 산업	대형슈퍼마켓·편의점(GS리테일)
금호아시아나	3개 산업	2개 산업	승용차타이어(금호타이어), *저비용항공(에어부산)
현대자동차	3개 산업	2개 산업	일반승용차·RV승용차(현대자동차)
한화	2개 산업	1개 산업	콘도미니엄(한화호텔앤드리조트 한화리조트)

* 자산총계 기준 그룹합산 재무순위(출처: 한국신용평가)에 따른 국내 30대 그룹 중 2013년 KCSI 1위 산업 수 현황

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

3) 2013년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

총 17개 산업에서 KCSI 1위 기업 변동 나타나

- 2013년 KCSI 조사결과 총 17개 산업에서 1위 기업의 변동이 나타났다. 이는 최근 5년간 가장 큰 변동 폭으로 서 경기침체에 따른 고객들의 큰 폭의 만족도 변화를 볼 수 있는 부분이다.
- 산업군별로 소비재에서 맥주(OB맥주 카스포함), 식용유(해표), 섬유유연제(LG생활건강) 등 3개 산업, 내구재에서 가정용에어컨(삼성전자), 가정용정수기(청호나이스), 디지털카메라(소니코리아) 등 3개 산업, 서비스업에서 대형마트(롯데마트), 면세점(신라면세점), 백화점(롯데백화점), 소셜커머스(쿠팡), 영화관(롯데시네마), 인터넷쇼핑몰(인터파크), 패스트푸드점(롯데리아), 인터넷TV(IPTV)(SK브로드밴드), 종합병원(서울아산병원), 항공(대한항공) 등 10개 산업, 공공행정 서비스업에서 지하철(광주도시철도공사) 등 1개 산업에서 1위 기업이 변경된 것으로 나타났다.

2013년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 1위 변동 기업

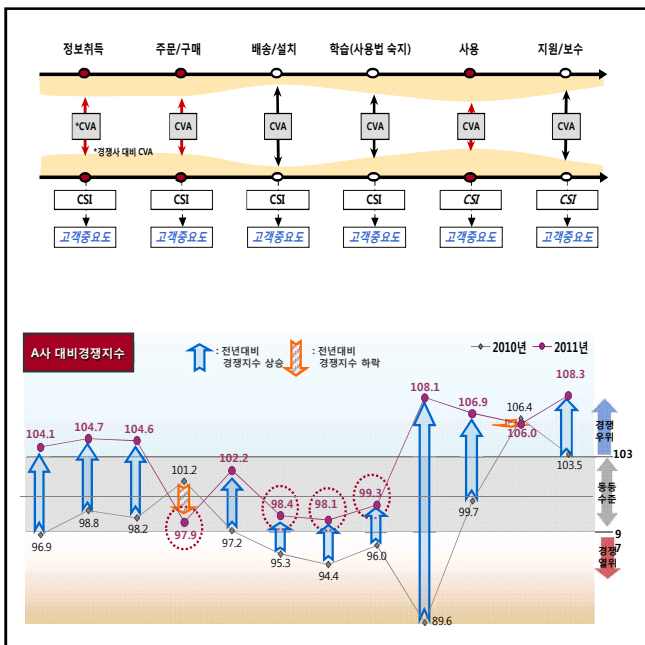
No	산업군	산업명	2013년 KCSI 1위 기업	2012년 KCSI 1위 기업
1	소비재 (3개)	맥주	OB맥주(카스포함)	하이트맥주
2		식용유	사조해표(해표)	CJ제일제당
3		섬유유연제	LG생활건강	옥시 레킷벤키저
4	내구재(3개)	가정용에어컨	삼성전자	LG전자
5		가정용정수기	청호나이스	큐웨이
6		디지털카메라	소니코리아	캐논코리아컨슈머이미징
7	서비스(10개)	대형마트	롯데마트	이마트
8		면세점	호텔신라(신라면세점)	호텔롯데(롯데면세점)
9		백화점	롯데백화점	신세계(신세계백화점)
10		소셜커머스	포워드벤처스(쿠팡)	티켓몬스터(티몬)
11		영화관	롯데시네마	CJ CGV
12		인터넷쇼핑몰	인터파크	GS홈쇼핑(GS SHOP)
13		패스트푸드점	롯데리아	SRS코리아(KFC)
14		인터넷TV(IPTV)	SK브로드밴드	KT
15		종합병원	서울아산병원	삼성서울병원
16		항공	대한항공	아시아나항공
17	공공(1개)	지하철	광주도시철도공사	대구도시철도공사

5. KCSI 향상을 위한 제언

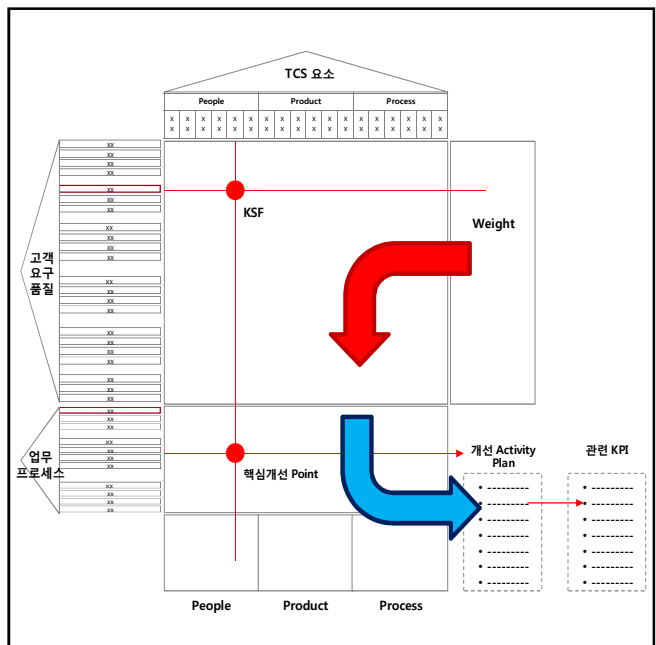
고객조사는 지속적인 시장경쟁력을 평가하기 위한 Tool로써 활용하라!

- 최근 대다수의 기업에서는 자사가 제공하는 상품 및 서비스 경험으로부터 고객이 체감하는 수준을 파악하기 위해 다양한 조사를 진행하고 있다. 하지만, 고객관점에서의 조사는 단순 측정만이 능사가 아니라, 철저히 고객의 눈으로 기업을 조망해 보고 고객으로부터 선택 받을 수 있는 해법을 전사적 차원에서 찾을 수 있도록 활용되어야 한다.
- 그러나, 실제 기업 현장에서는 CS 평가도구 및 지수 Tracking 관점에 집중되다 보니, 본연의 진단 기능이 제대로 작동되지 못하고 단순히 점수를 높이기 위해 설문 항목이나 조사 방법, 조사 대상자에 대한 설계를 변경하는 경우도 심심찮게 찾아볼 수 있다.
- KMAC에서 올해 초 진행한 산업별 대표 기업의 고객 관련 조사 유형과 운영 현황에 대한 설문조사에 따르면, 설문 참여 기업 중 51.6%만이 경쟁사 조사를 포함하여 시행하고 있으며 특히 기업의 CS 수준에 따라 경쟁사 조사의 포함 정도는 상당한 Gap을 보임을 알 수 있었다. 고객 조사에 있어 자사의 절대점수 수준을 파악하는 것도 좋지만, 궁극적인 목적은 시장에서의 자사 경쟁력에 대한 냉철한 평가와 분석을 기반으로 개선 이슈를 선정하고 내부 실행과제를 마련해야 함을 잊지 말아야 할 것이다.
- 더불어, 고객 관점에서 상품/서비스/이미지에 대한 고객 인지 수준을 면밀히 분석하기 위해서는 그 결과를 내부 관점에서 재석함으로써, 지속적인 성과를 모니터링 할 수 있는 내부 KPI 도출과 운영 기반을 제공하는 Market-In Perspective를 지향해야 한다. 즉, 고객요구에 대응하기 위한 내부 관리요소들을 정의하고 상호 연관성을 명확히 하여, 시장 경쟁력인 결과지표와 그에 영향을 주는 선행지표인 내부 KPI와의 연계식을 통해 핵심관리 요소 및 개선과제를 선정하고 관리해야 한다.

경쟁지수를 활용한 개선이슈 및 과제 도출



고객요구와 업무, 내부관리 요소간의 상관관계 구조화



5. KCSI 향상을 위한 제언

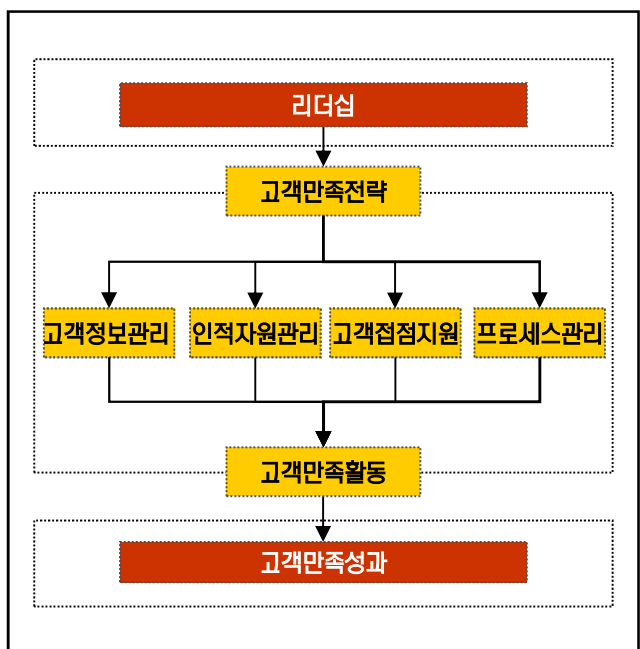
전사차원에서 고객중심 경영혁신을 추진하라!

- 최근 국내 산업계 전반에서 진행되고 있는 고객만족 활동을 살펴보면 접점서비스 개선 등 단위 기능에 국한된 경우가 많다. 또한 고객만족경영을 추진해 나감에 따라 전사 경영 체계로서의 고객만족경영혁신이라는 인식이 부족해지고, 접점서비스를 담당하는 조직에서만 추진하는 것으로 협의의 고객만족활동을 전개하고 있는 것이다. 고객만족경영은 고객관점에서 회사가 제공하고 있는 상품(품질), 서비스, 이미지를 모두 개선 또는 가치를 제고하는 활동이다. 즉 시장에서 고객이 요구하고 있는 니즈에 부합하는 상품/서비스를 제공하고 고객지향적인 기업이미지를 만들어 내는 것이 고객만족경영이라 할 수 있다. 따라서 단기 성과 중심의 접점서비스 개선 활동만으로는 외부(고객) 관점에서의 근본적 문제 해결이 이루어지지 않음에 따라 실질적 개선 및 만족도 제고를 실현하는데 한계가 있을 수 밖에 없다.
- 고객만족경영은 전사관점에서 ‘고객중심 경영혁신’을 추진하는 것이다. 고객관점으로 시장경쟁력(상품매력, 가격, 품질, 서비스, 채널, 이미지 등)이 얼마나 되는지를 파악하여 고객중심의 총체적 경영혁신 추진을 위한 전략방향 및 목표를 설정하고 그 목표를 달성하기 위한 성과지표(KPI)를 개발하여 측정관리 해야만 한다. 목표달성을 위해서는 내부에 고객만족경영시스템(리더십, CS전략, 고객정보관리, 인적역량, 접점서비스관리체계, 업무프로세스 등)을 갖추어 내부역량을 강화하고, 외부로는 시장경쟁력을 강화하기 위한 혁신 활동을 전개해야 한다. 혁신의 목표는 전사적인 고객만족경영 체계를 구축하고 고객중심적 기업문화로 자리매김을 하여 고객에게 가치를 제공할 수 있는 차별화된 상품/서비스/채널을 마련하는 것이다.
- 전사 고객중심의 경영혁신은 최고경영자 및 전사 혁신 총괄 담당 임원의 확고한 고객만족 리더십과 열정을 필요로 한다. 또한, 최고경영자를 포함한 전 직원의 고객지향적 마인드 확보를 위한 교육, 현장실천, 성과공유 등 변화관리가 수반되어야 하며, 이러한 활동을 구체적으로 기획, 점검, 현장을 지원하는 전담부서가 필요하다. 특히, 고객만족경영을 추진하는 부서가 접점에서 고객불만(클레임)에만 대응하는 역할로 한정되어 있다면 장기적으로 그 기업의 시장 경쟁력을 낙관적으로 기대하기는 어려울 것이다.

고객만족경영



고객만족경영시스템

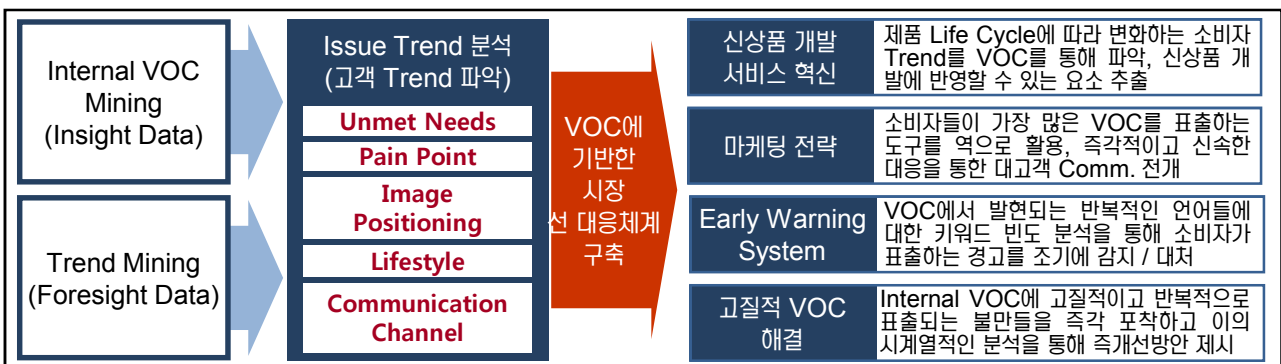


5. KCSI 향상을 위한 제언

고객의 소리(VOC)를 체계적으로 경영자원화 하라!

- 국내 수많은 기업들이 VOC 시스템을 통해 고객의 소리(VOC: Voice Of Customer)를 수집하고 있으며, 이를 기반으로 다양한 고객만족 활동을 전개하고 있다. 이러한 VOC는 기업마다의 바라보는 관점에 따라 그 활용범위에 있어 매우 큰 차이를 나타낸다. 즉, 단순히 고객들의 불만을 듣고 처리하는 창구로써 이를 신속히 해결하고 불만건수를 줄이고자 하는 기업이 있는 반면, VOC를 고객들이 진정으로 원하는 신상품 개발 및 서비스 혁신, 효과적인 마케팅 전략 수립, 고질적인 불만 개선을 통한 만족도 제고, 또는 향후 제기될 수 있는 대형 클레임들에 대한 사전예방 활동 등에 까지 그 활용범위를 넓게 보는 기업도 있다.
- VOC의 핵심내용과 의도는 간과한 채 데이터의 통계적인 관리에만 집중한다면 진정한 의미로써 고객의 소리를 반영할 수 없게 된다. VOC 상에는 고객들이 분명 표출하고 싶은 욕구들이 담겨져 있으며, 정보 하나하나를 분석해보면 그 안에 숨겨진 다양한 사업적인 기회나 대형 클레임의 위험 등을 곳곳에서 찾을 수 있다. 대체로 불만족한 고객들의 10% 미만만이 자신이 느낀 불만을 호소하기 위해 해당회사에 연락을 취한다는 통계가 있다. 이것은 다시 말하면 고객 1명이 제기한 불만 VOC 1건은 이미 다른 9명의 고객이 함께 경험한 불만일 수 있다는 것이며, 단순 통계적 측면에서 1건이라는 소수 의견으로 취급하여 제대로 처리되지 않았을 경우 1명이 아니라 총 10명의 고객이 떠나갈 수 있다는 것이다. 그만큼 고객들이 직접 기업에 제기하고 있는 VOC는 소중한 중요하게 다뤄져야 한다.
- 반면, VOC를 잘 읽어내면 고객들의 생활 양식(Life Style)을 발견할 수 있고, 이를 통해 기업이 미처 생각하지 못했던 신상품, 서비스, 마케팅 전략 등을 이끌어 내는 기회로 만들 수 있다. 다만 고객에 의해 수동적으로 접수되는 VOC(Internal VOC) 만으로는 고객들이 원하는 매우 기본적인 요구 수준을 파악하는데 한정될 수 있다. Internal VOC 만으로는 수동적인 입장에서 고객이 제공하는 목소리(VOC)만 분류해 수집하고 개선하는 활동에 머무름에 따라 자사 고객들에 대한 서비스는 만족시켰을지 모르나, 잠재고객이나 기타 자사에 위협을 가할 수 있는 VOC들에 대해서는 능동적으로 대처하지 못할 수 있다. 따라서 제품과 서비스에 대한 고객의 니즈를 다양한 채널에서 수집하여 중요도 및 우선 순위에 따라 분류한 후 이를 마케팅 및 영업 등 목적에 맞게 활용할 수 있도록 최적화 해야 한다.
- VOC 마이닝(Mining)은 기업에서 기존에 활용하고 있는 Internal VOC 뿐만아니라 외부에서 들려오는 다양한 고객들의 인지 및 행동에 해당하는 External VOC에 대한 이슈(Issue)를 통합분석하고, 고객 트렌드(Trend)를 파악하여 이를 반영한 신상품 개발 및 서비스 혁신, 마케팅 전략, 조기 경보 체계(Early Warning System), 그리고 고질적인 VOC 해결 등 시장 선 대응체계를 구축하는데 사용된다. 고객감동과 함께 자사만의 차별적이고 매력적인 상품 및 서비스가 요구되는 최근의 경영환경에서 VOC를 바라보는 관점에 있어 개념의 전환이 필요한 시기이다.

VOC 활용극대화를 위한 VOC Mining 개념

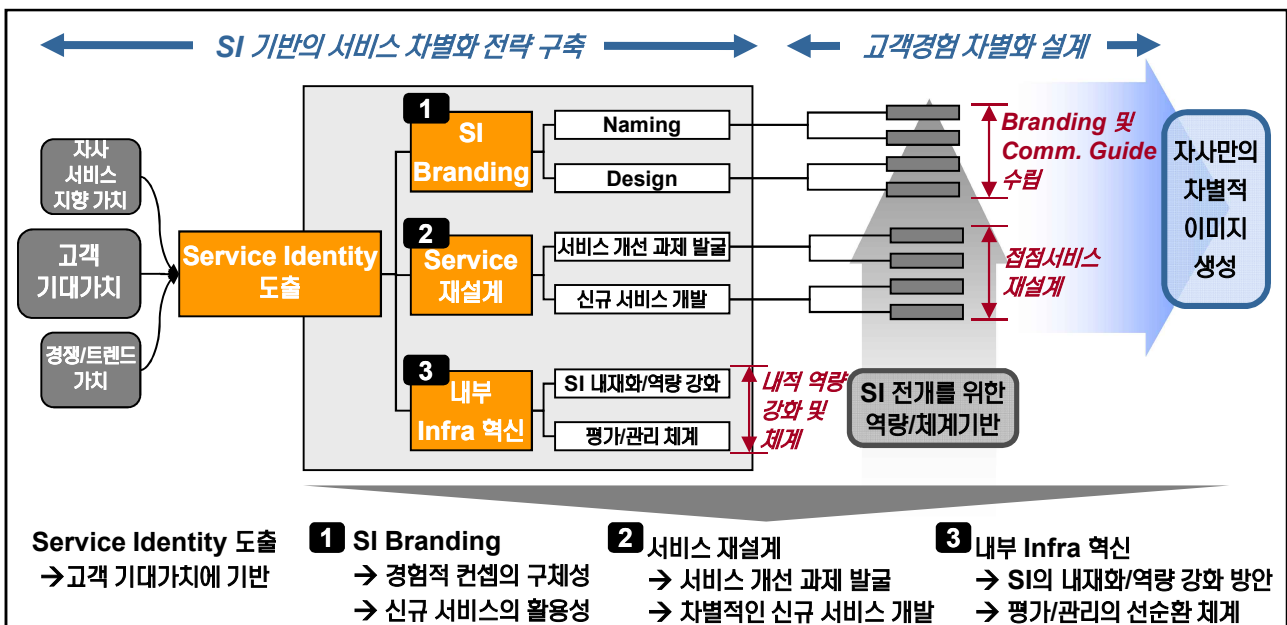


5. KCSI 향상을 위한 제언

진정성(Authenticity) 있는 서비스 아이덴티티로 고객과 소통하라!

- 최근 기업들은 외형적 성장이나 물리적 품질로 경쟁하는 차원을 넘어 고객만족경영의 품질로 경쟁하고 있다. 그러나 상호간의 모방이나 빠른 정보 공유로 인해 특징을 찾아보기 힘들고, 고객들 또한 차별성을 느끼지 못하고 있는 것이 현실이다. 이러한 환경에서 고객가치에 기반한 서비스 아이덴티티(SI: Service Identity)의 수립과 고객경험관리 활동은 고객들과 독창적 의사소통을 하고 색다른 긍정적 경험을 제공하여 고객가치를 높이는 데 중요한 역할을 한다.
- 서비스 아이덴티티는 기업이 가장 잘 할 수 있고, 시장의 흐름을 앞서가며, 경쟁자별적인 동시에 무엇보다 고객에게 매력적인 것이어야 한다. 이를 위해 기업은 자사가 가진 강점과 자사가 추구하고자 하는 가치 지향점을 분석해야 하며, 산업 트렌드 측면에서도 시장 내 현재와 미래에 대한 트렌드를 분석할 필요가 있다. 경쟁자별화를 위해서는 경쟁사들이 추구하는 이미지 분석을 통해 자사만의 차별적 포지셔닝(Positioning) 방향을 설정해야 하며, 고객들이 자사에 바라는 이미지와 가치를 도출하여 서비스 아이덴티티 수립 시 반영해야 한다.
- 수립된 서비스 아이덴티티에는 반드시 진정성(Authenticity)이 더해져야 한다. 소셜 미디어 등 온라인 환경의 급속한 발전으로 고객은 이제 정보를 생산하고 전파하는 주체가 되었다. 이에 따라 기업이 정보를 그들의 입맛에 맞게 통제하는 것이 불가능하게 되었고, 겉으로는 좋은 얘기를 내세우지만 진정성이 없는 '가짜' 기업을 이제는 고객이 쉽게 가려낼 수 있게 된 것이다. 진정성 있는 서비스 아이덴티티를 위해서는 광고나 슬로건 등 일반적인 커뮤니케이션 차원을 넘어 제품, 서비스 등 고객이 경험하는 실체(reality)에 일관성 있게 제대로 반영해야 한다. 즉, 고객의 주요 접점에서 서비스 아이덴티티를 확실히 경험하고 느낄 수 있도록 진심을 담는 것이 중요하다.
- 서비스 아이덴티티는 아래 그림과 같이 SI 도출에서부터 브랜딩, 서비스 재설계, 내부 인프라 혁신까지 총체적으로 구축되어야 한다. 특히, 고객경험을 통해 서비스 아이덴티티가 전달되도록 컨셉에 적합한 개선 과제와 신규 서비스를 도출해야 하며, 대외적 구현을 위해서 내부 역량 강화 및 평가/관리 체계 등 인프라 혁신이 반드시 수반되어야 한다. 단순히 슬로건이나 멋진 도안만으로 고객과 커뮤니케이션을 시도한다면 앞서 언급한 진정성이 제대로 고객에게 전달되기는 어려울 것이다.

서비스 아이덴티티(Service Identity) 체계 구축의 개념도



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

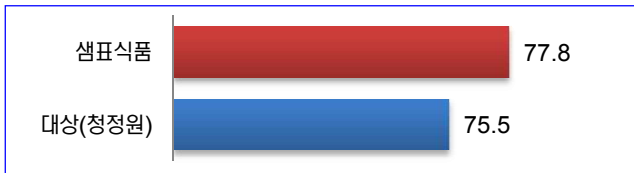
(1) 소비재 제조업

■ 식료품(식용 정제유/장류/수산물)

• 간장: 구수하고 감칠맛을 겸비한 샘표식품 1위 등극

웰빙트렌드에 따라 고유의 맛을 유지하면서도 나트륨 함량을 낮춘 간장으로 소비자 건강과 입맛을 동시에 사로잡은 간장 산업의 만족도는 전년 대비 상승했으며 샘표식품이 1위(역대 3회 1위)자리를 차지했다.

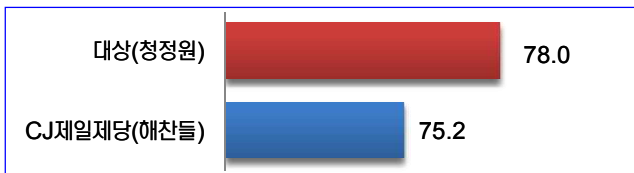
샘표식품은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 농도, 상품 다양성, 용기 편리함 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 고추장: 전통 발효로 깊은 맛을 내는 청정원 1위 유지

국산 재료와 전통 제조공정을 통해 깊은 장맛과 품질에 주력해 맛과 영양을 살린 고추장 산업의 만족도는 전년 대비 소폭으로 상승했으며 대상(청정원)은 11년 연속(역대 13회 1위) 1위 자리를 지켜냈다.

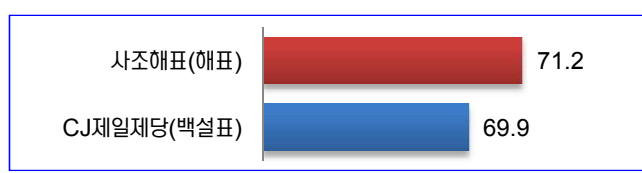
대상(청정원)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 빛깔, 농도, 함유성분, 상품 종류 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 식용유: 건강과 맛을 모두 사로잡은 해표 1위 탈환

건강에 좋은 올리브, 포도씨와 같은 고급원료를 사용한 다양한 프리미엄유가 인기를 끌고 있는 식용유 산업의 만족도는 작년 대비 하락한 가운데 사조해표(해표)가 금년 1위(역대 9회 1위)로 선정되었다.

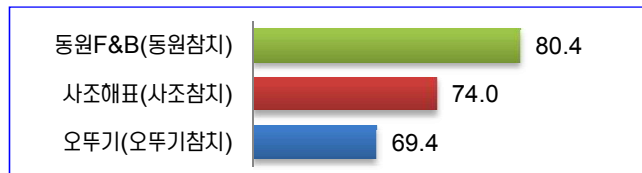
사조해표(해표)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 냄새, 적절한 사용량, 종류 다양, 구입 용이, 양 조절 용이, 용기마개 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



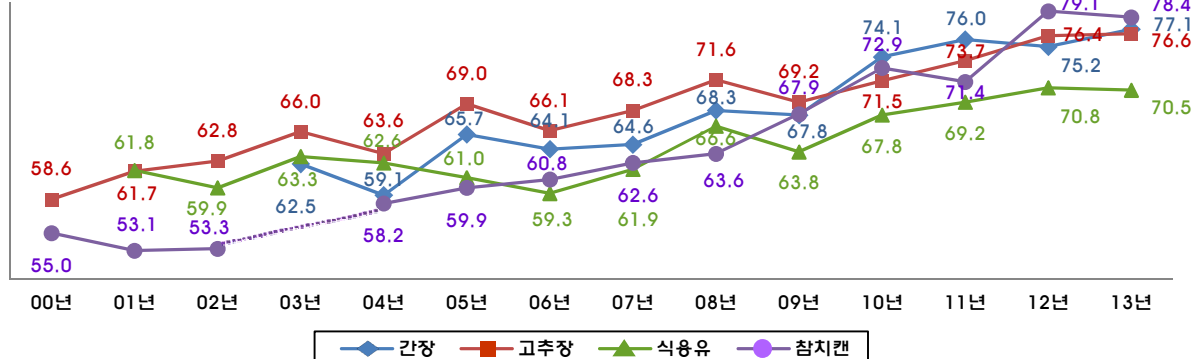
• 참치캔: 질 좋고 영양이 풍부한 동원참치 선두

다이어트 식품으로 각광받고 있으나, 참치캔의 주 원료인 가다랑어의 어획량 감소로 제품 가격 인상의 위협을 받고 있는 참치 산업의 만족도는 작년 대비 소폭으로 하락한 가운데 동원 F&B(동원참치)가 10년 연속 1위(역대 13회 1위)를 기록했다.

동원F&B(동원참치)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 영양, 개봉 용이성, 포장 및 제품 디자인 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

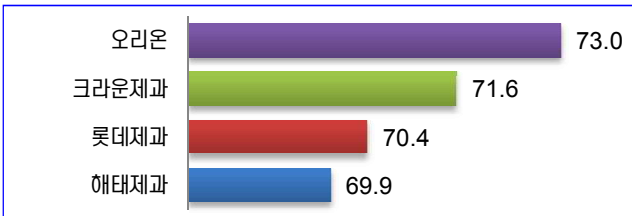
(1) 소비재 제조업

■ 식료품(과자/빙과류/라면)

• **비스킷: 맛과 영양이 풍부한 오리온 6번째 1위**

맛과 영양뿐 아니라 칼로리 균형까지 고려한 다양한 제품으로 소비자 건강과 입맛을 사로잡은 비스킷 산업의 만족도는 전년 대비 상승했으며, 오리온이 2년 연속 1위(역대 6회 1위)를 차지하였다.

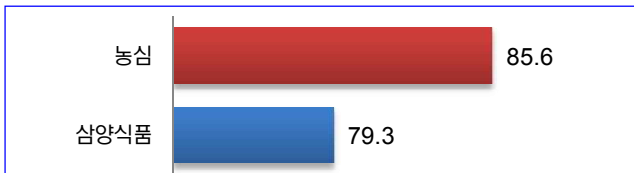
오리온은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 구입 용이와 과자 외관, 크기, 포장 디자인에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• **라면: 국물없는 라면의 원조 농심 역대3회 1위**

하얀국물 라면에서 다시 빨간국물 라면으로 인기가 전환되었고, 올해에는 국물없는 라면이 인기를 끌고 있는 가운데 라면 산업의 만족도는 전년 대비 상승했으며, 농심이 2년 연속 1위(역대 3회 1위)기업으로 선정되었다.

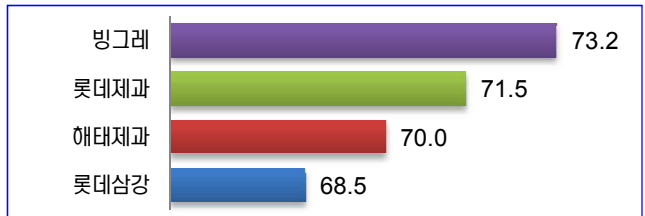
농심은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 상품 종류 다양, 구입 용이, 조리 편리성, 품질 대비 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



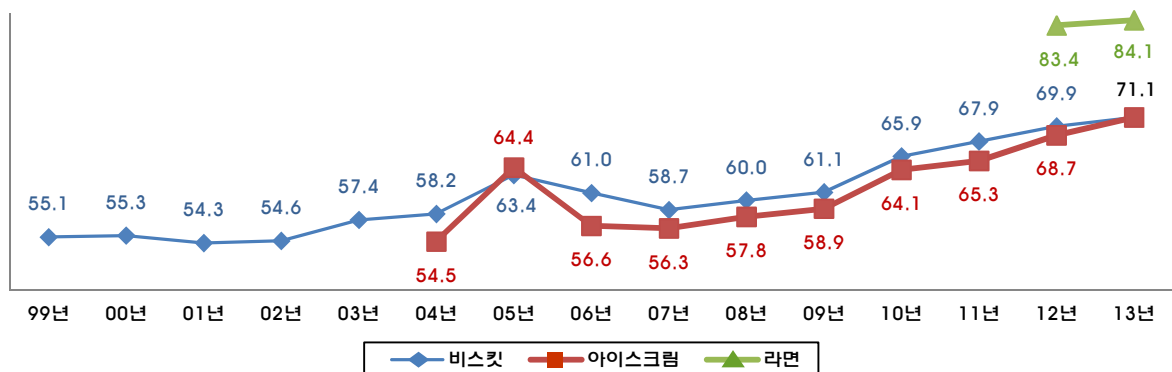
• **아이스크림: 꾸준한 인기를 유지하는 빙그레 역대8회 1위**

웰빙 열풍 속에서 프리미엄 아이스크림 제품들이 꾸준히 인기를 얻고 있는 가운데, 아이스크림 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 상승하였으며, 빙그레가 7년 연속 1위(역대 8회 1위)기업으로 선정되었다.

빙그레는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 당도, 뒷 맛, 녹는 속도, 먹기 편함, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

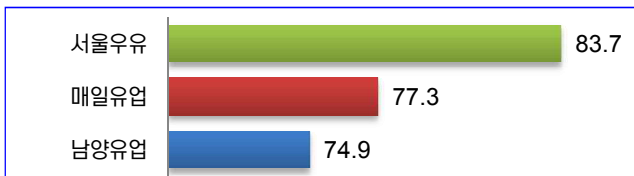
(1) 소비재 제조업

■ 식료품(낙농제품)

• 우유: 풍부한 영양과 맛을 사로잡은 서울우유 역대 8회 1위

웰빙과 체지방감소 등 소비자의 욕구를 반영한 다양한 기능성 우유가 출시되는 가운데 우유 산업의 만족도는 전년 대비 상승했으며, 서울우유가 6년 연속 고객만족 1위(역대 8회 1위) 기업으로 선정되었다.

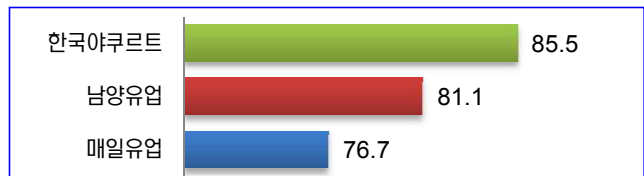
서울우유는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 냄새, 풍부한 성분, 개봉 용이성, 유통기한 등 대부분 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 유산균발효유: 건강에 유익한 한국아쿠르트 15회 1위

다양한 웰빙 소재를 사용하고 인공첨가물이 들어가지 않은 기능성 프리미엄 발효유 제품이 인기를 끄는 가운데 유산균발효유 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 한국아쿠르트가 12년 연속 1위(역대 15회 1위) 자리를 유지했다.

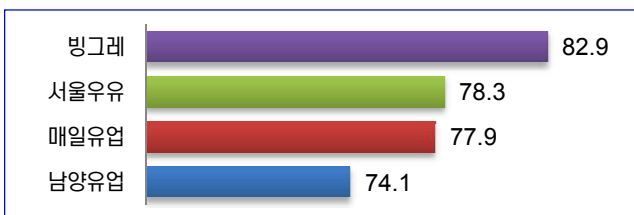
한국아쿠르트는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛 과 농도, 건강에 도움, 제품 종류 다양성, 제품 디자인, 품질 대비 가격 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



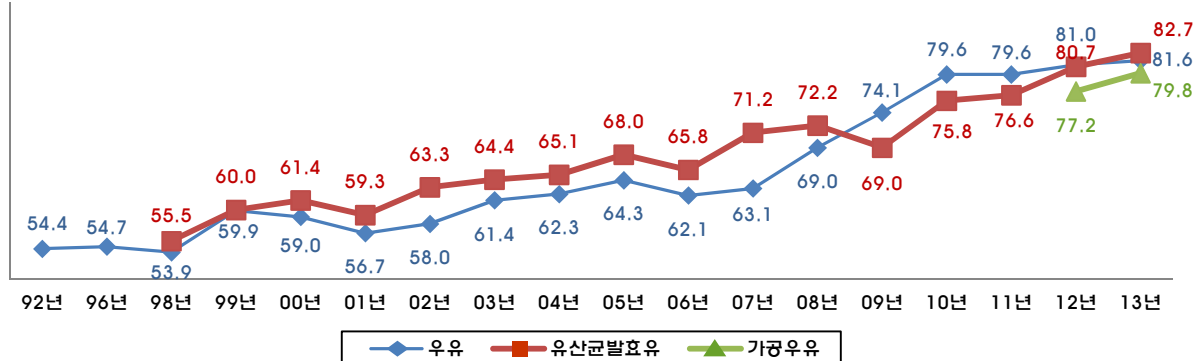
• 가공우유: 다양한 맛과 향의 빙그레 업계 2회 1위

소비자의 기호 변화에 따라 소비량이 증가하며 다양한 맛과 향의 가공우유가 출시되는 가공우유 산업은 상승세를 유지하며, 빙그레가 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

빙그레는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 냄새, 개봉 용이, 유통기한, 구입 용이, 품질 대비 가격 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

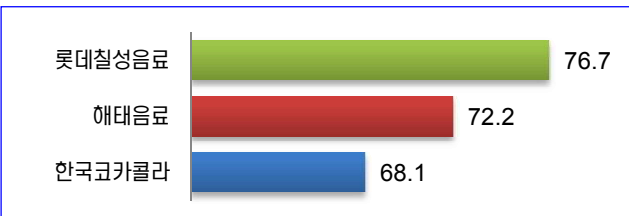
(3) 서비스업

음료(비알콜음료)

과실주스: 풍부한 과즙의 롯데칠성음료 14번째 1위

최근 바른먹거리에 대한 관심이 높아지면서 생과일 주스가 소비자들에게 과일 대용 제품으로 인식되어 인기를 끌고 있는 과실주스 산업의 만족도는 작년 대비 큰 폭으로 상승하였고, 롯데칠성음료가 11년 연속 1위(역대 14회 1위)의 영예를 차지했다.

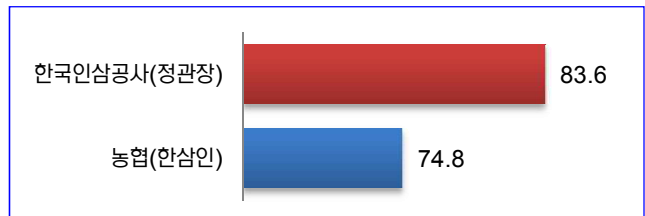
롯데칠성음료는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 영양 풍부함, 함유성분 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



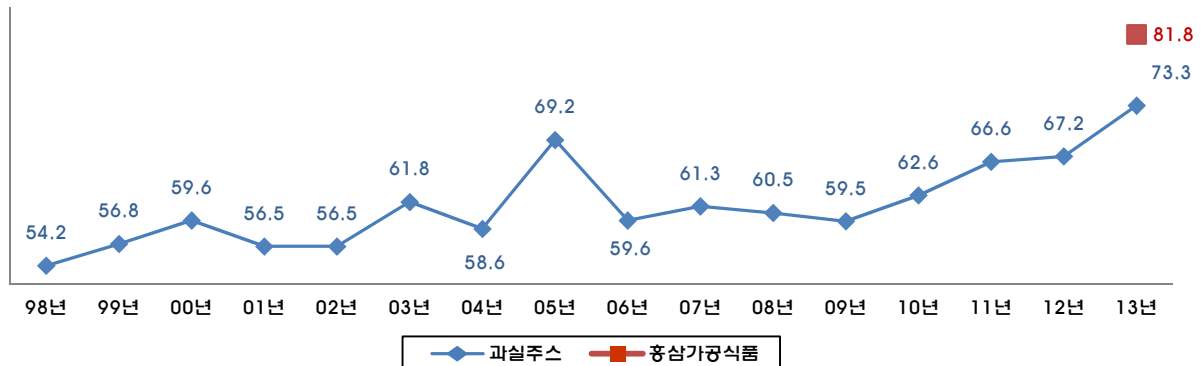
홍삼가공식품: 한국인삼공사(정관장) 신규조사 첫 1위

다양한 원료를 사용해 대표적인 건강기능식품으로 자리잡은 홍삼가공식품 산업은 첫 신규조사에서 높은 수준의 만족도를 나타냈다.

한국인삼공사(정관장)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 함유량, 성분, 제품 다양성, 면역력 강화 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

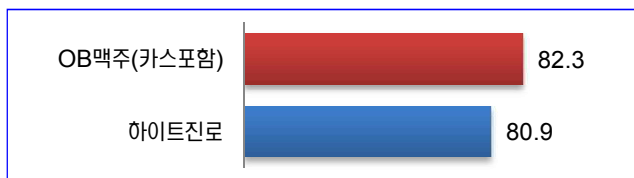
(1) 소비자 제조업

■ 음료(주류) 및 담배

● 맥주: 깊고 풍부한 맛의 OB맥주 역대 4회 1위

수입맥주의 강세 속에서 저도수, 저칼로리 맥주가 인기를 끌고 있는 맥주 산업의 고객 만족도는 상승세를 보였으며, OB맥주가 하이트진로를 제치고 1위(역대 4회 1위)자리를 탈환했다.

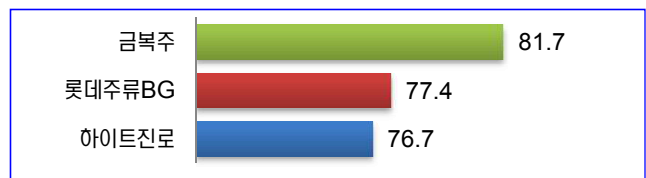
OB맥주(카스포함)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맥주향, 맛, 포장 및 제품 디자인 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 소주: 부드럽고 깨끗한 금복주 역대 6회 1위

주재료인 주정 값 인상으로 가격의 상승 속에 저도수 소주가 꾸준한 인기를 끌고 있는 소주 산업의 만족도는 상승세를 보이며, 금복주가 2년 연속 1위 (역대 6회 1위)를 차지하였다.

금복주는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 숙취, 적절한 알콜도수 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



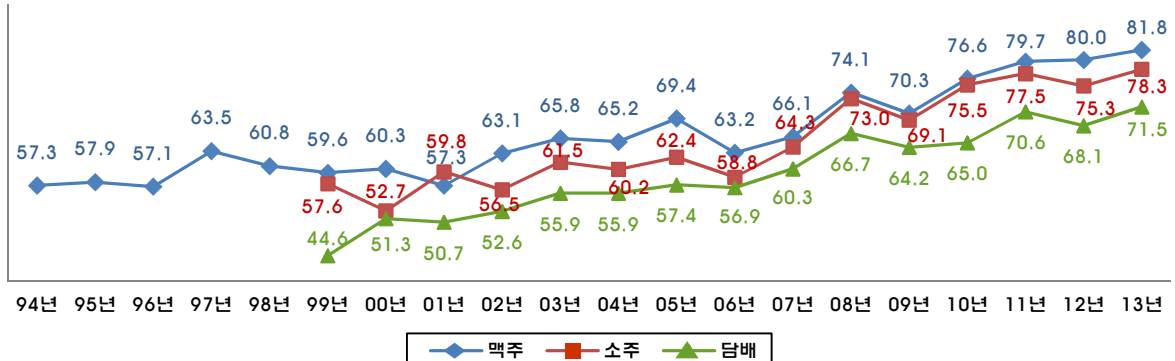
● 담배: 독특한 담배 맛과 향의 필립모리스 역대 7회 1위

웰빙 트렌드로 인해 소비가 감소하고 있는 추세이지만, 맛과 품질을 살린 다양한 담배가 출시하며 노력하고 있는 담배 산업의 만족도는 상승세를 보이며, 한국 필립모리스(말보로)가 작년에 이어 6년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

한국 필립모리스(말보로)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 뒷맛과 필터, 구입 용이, 포장 및 디자인에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자재 제조업

(2) 내구재 제조업

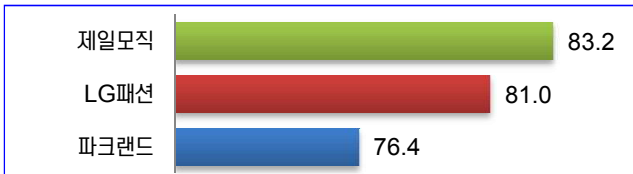
(3) 서비스업

■ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

• 남성정장: 고급스럽고 클래식한 디자인의 제일모직 1위

최근 남성들의 패션에 대한 관심이 고조되면서 실용성과 멋을 함께 살린 제품이 인기를 끌고 있는 정장 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 상승하였고, 제일모직이 9년 연속 1위(역대 13회 1위)자리를 지켜냈다

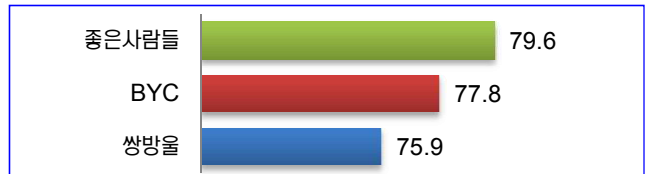
제일모직은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소재와 수선 및 A/S, 구입 편리, 색상, 품질 대비 가격 적절, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 남성내의: 편안함과 바다라인을 살려주는 좋은 사람들 1위

내의를 패션의 일부로 생각하는 남성들이 증가하면서 다양한 디자인을 겸비한 스타일이 인기를 끌고 있는 남성내의 산업의 만족도는 지난 해에 비해 소폭으로 상승하였으며, 좋은사람들이 2년 연속 1위(역대 14회 1위)를 차지하였다.

좋은사람들은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 세탁 후 변형 정도와 착용감, 디자인, 색상, 제품 종류 다양, 판매원 응대태도, 매장진열 및 환경에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 아웃도어의류: 뛰어난 기술력을 가진 코오롱스포츠 2회 1위

최근 아웃도어의류를 일상복으로 대체한 소비자들이 증가하면서 실용성과 디자인을 갖춘 아웃도어의류가 인기를 끌고 있는 아웃도어의류 산업의 만족도는 작년 대비 소폭으로 상승하였고, 코오롱스포츠가 2년 연속 1위를 차지하였다.

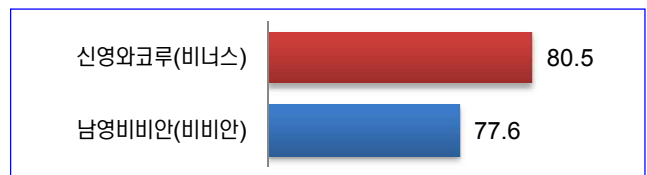
코오롱인더스트리(코오롱스포츠)는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 디자인과 색상, 체형 적합성, 제품 종류 다양성, 수선 및 A/S, 직원 응대태도, 구입 용이에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



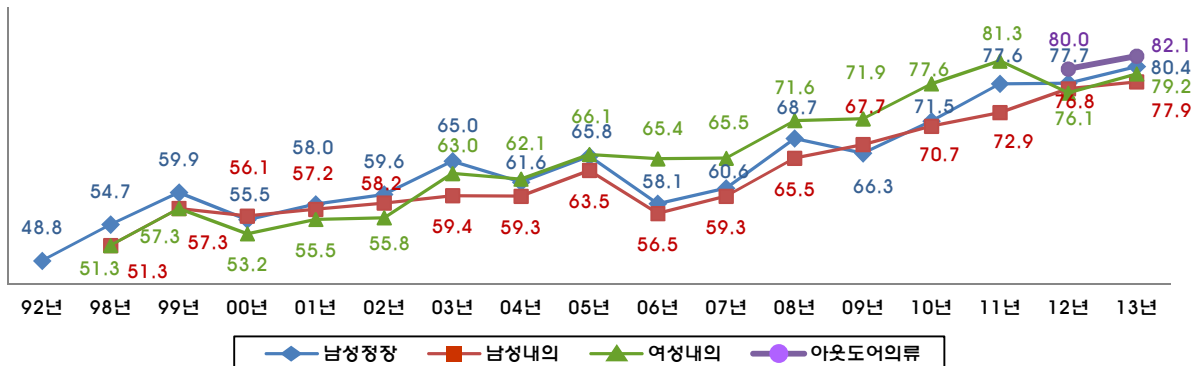
• 여성내의: 뛰어난 품질과 디자인의 신영와코루 14년 연속 1위

멋과 실용성, 체형보정의 기능까지 두루 갖춘 다양한 제품으로 소비자들의 꾸준한 사랑을 받고 있는 여성내의 산업의 만족도는 작년 대비 소폭으로 상승했으며, 신영와코루(비너스)가 14년 연속 1위(역대 14회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

신영와코루(비너스)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소재 및 바느질 상태, 세탁후 변형 정도, 착용감, 디자인, 실루엣, 색상, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

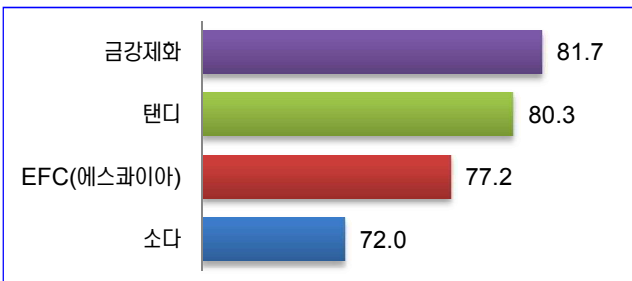
(3) 서비스업

■ 가족, 가방 및 신발

• 정장구두: 최고의 품질과 디자인을 갖춘 금강제화 17회 1위

최근 클래식 정장 트렌드에 맞춰 편안하고 세련된 느낌을 강조한 제품이 인기를 끄는 정장구두 산업의 만족도는 올해 상승세를 보이며, 금강제화가 올해로 12년 연속 1위(역대 17회 1위) 자리를 고수했다.

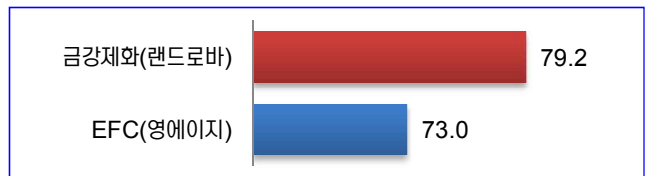
금강제화는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 수명, 제품 다양성, 교환 및 반품 용이, 수선서비스, 구입편리 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



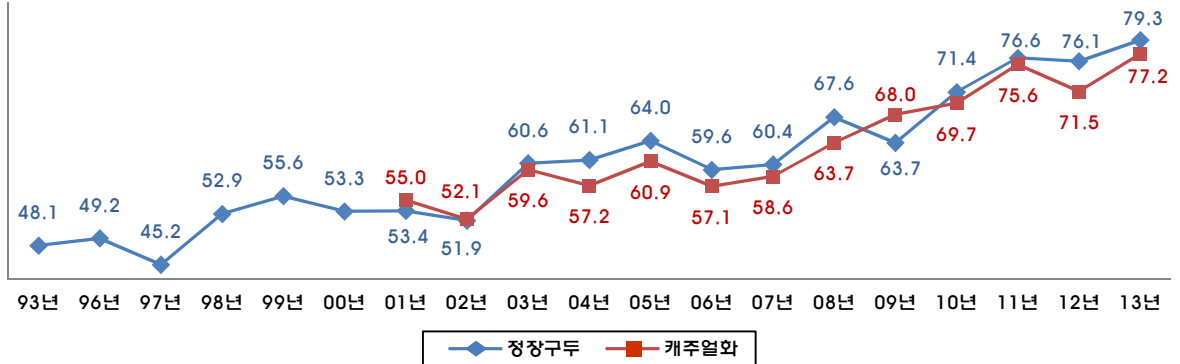
• 캐주얼화: 편안함과 세련미를 겸비한 금강제화 11년 연속 1위

가벼운 착화감과 실용적인 캐주얼화가 꾸준한 인기를 끌고 있는 가운데, 캐주얼화 산업의 만족도는 지난 해 대비 큰 폭으로 상승했으며, 금강제화가 경쟁사를 제치고 11년 연속 1위(역대 11회 1위)를 차지했다.

금강제화(랜드로바)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

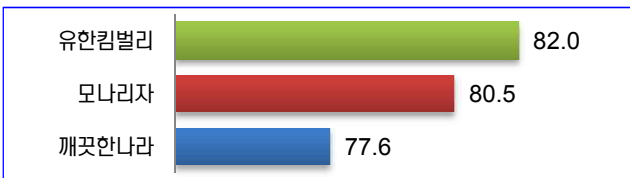
(1) 소비재 제조업

■ 펄프, 종이 및 종이제품

• 화장지: 부드러움과 편안함, 다양한 디자인의 유한킴벌리 1위

다양한 엠보싱과 무늬가 적용된 고급·기능성을 갖춘 제품이 꾸준한 인기를 끌고 있는 화장지 산업의 만족도는 작년에 비해 소폭 상승하였으며, 유한킴벌리가 8년 연속 1위(역대 12회 1위)를 차지했다.

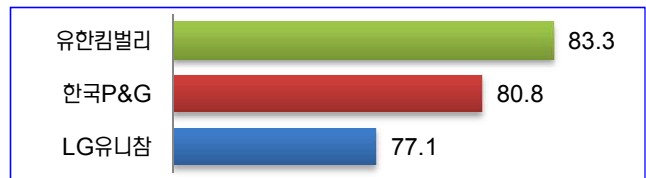
유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 깨끗함과 재질, 구입 용이, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



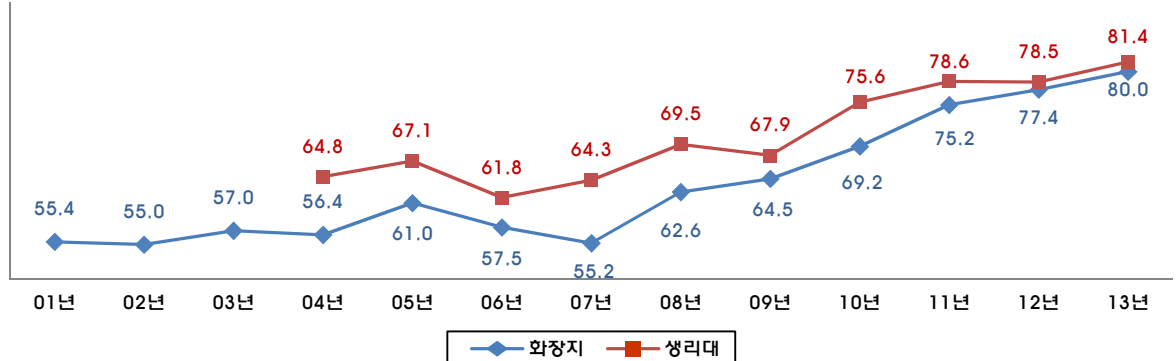
• 생리대: 흡수성과 통기성 등 뛰어난 기능의 유한킴벌리 1위

여성들의 라이프스타일에 따라 흡수성, 통기성 등 기능이 뛰어난 다양한 종류의 제품이 출시되고 있는 가운데 생리대 산업의 만족도는 지난 해에 비해 소폭 상승했고, 유한킴벌리가 연속 4년 1위(역대 5회 1위)자리를 고수했다.

유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 부드러운 커버와 두께, 포장 개봉 용이, 디자인, 구입 용이 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

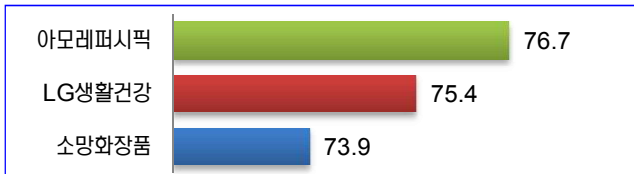
(1) 소비자 제조업

■ 화학물질 및 화학제품(화장품), 유리 및 유리제품

• 남성용기초화장품: 산뜻하고 촉촉한 아모레퍼시픽 1위

최근 다양한 기능성 제품이 출시되어 남성들의 관심을 받고 있는 남성용기초화장품 산업의 만족도는 작년 이어 그 상승세를 이어가고 있으며, 아모레퍼시픽이 11년 연속 1위(역대 12회 1위)자리를 지켜냈다.

아모레퍼시픽은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 농도 적절성, 기능, 제조회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 여성용기초화장품: 보습과 윤기에 좋은 아모레퍼시픽 1위

경기 불황으로 중저가의 다양한 기능성 화장품이 인기를 얻고 있는 여성용기초화장품 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 상승했으며, 아모레퍼시픽이 금년 1위(역대 11회 1위)를 차지했다.

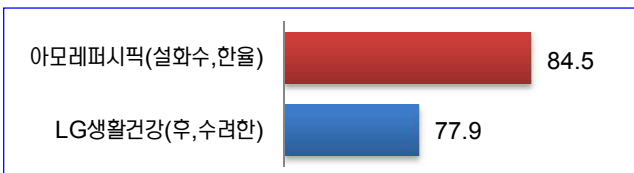
아모레퍼시픽은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품 기능과 향, 부작용 없음, 구입 용이, 제조회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



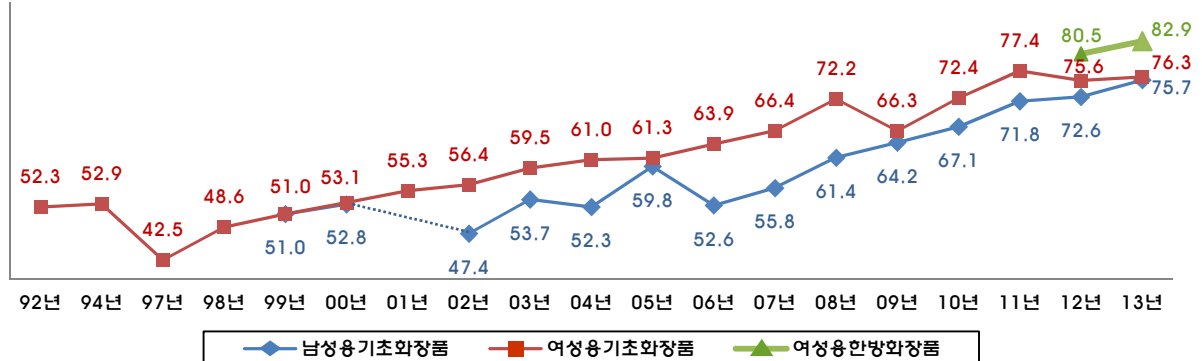
• 여성용한방화장품: 전통과 과학의 조화 아모레퍼시픽 2회 1위

천연 한방성분을 사용한 다양한 기능성을 갖춘 제품들이 출시되고 있는 가운데, 여성용한방화장품 산업의 만족도 작년 대비 소폭으로 상승했으며, 아모레퍼시픽(설화수, 한울)이 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

아모레퍼시픽(설화수, 한울)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 영양공급, 제품기능, 원료, 향, 부작용 없음 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

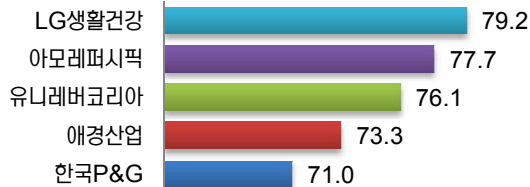
(3) 서비스업

■ 화학물질 및 화학제품(화장품), 유리 및 유리제품

• 샴푸: 모발과학에 기반을 둔 LG생활건강 2회 1위

손상된 모발과 두피 보호, 탈모 방지 등 다양한 기능성 제품이 인기를 끌고 있는 샴푸 산업의 만족도는 올해 소폭으로 상승했으며, LG생활건강이 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

LG생활건강은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 부가적 기능과 상품 종류 다양, 디자인, 구입 용이, 품질 대비 가격에서 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



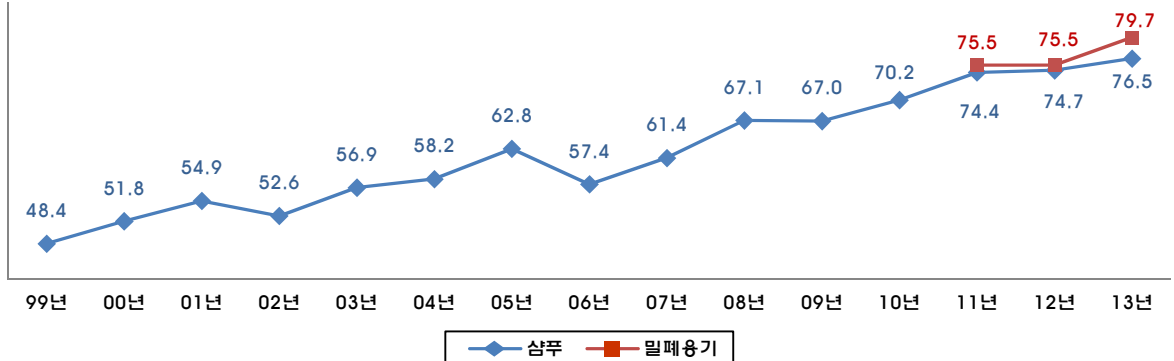
• 밀폐용기: 친환경 소재를 사용한 락앤락 연속 3년 1위

최근 간편하고 스마트한 수납이 가능한 유리밀폐용기가 주목 받고 있는 밀폐용기 산업의 만족도는 작년 대비 큰 폭으로 상승했으며, 락앤락이 3년 연속 1위(역대 3회)를 수성하였다.

락앤락은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 채질, 견고함, 제품다양성, 사용 편리성, 밀폐력 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

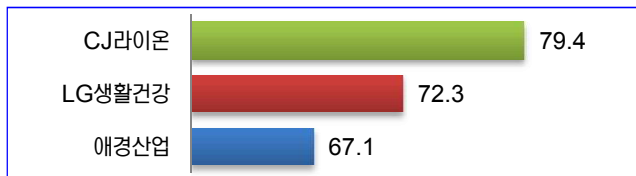
(1) 소비자 제조업

■ 화학물질 및 화학제품(치약, 비누 및 기타 세제)

• 세탁세제: 고세척력, 저자극의 CJ라이온 17년 연속 1위

최근 세척력은 높이고 세제 사용량은 줄인 다양한 종류의 제품이 출시되고 있는 가운데, 세탁세제 산업의 만족도는 작년에 비해 소폭으로 상승했으며, CJ라이온이 17년 연속이라는 기록과 함께 1위 자리를 고수했다.

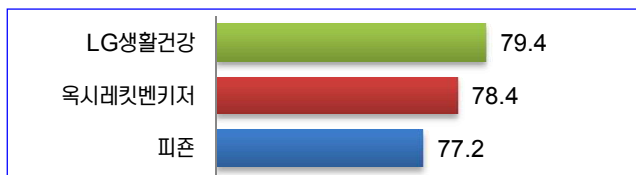
CJ라이온은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 세척력과 찬물 세척력, 용해력, 찌꺼기 량, 피부자극도, 환경친화적 제품 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 섬유유연제: 풍부한 향과 부드러운 촉감의 LG생활건강 1위

최근 무방부제, 비자극 등 저자극 성분과 다양한 향을 강조한 제품이 잇따라 출시되고 있는 가운데 섬유유연제 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였고, LG생활건강이 옥시레킷벤키처를 제치고 1위(역대 2회 1위)기업의 자리를 차지했다.

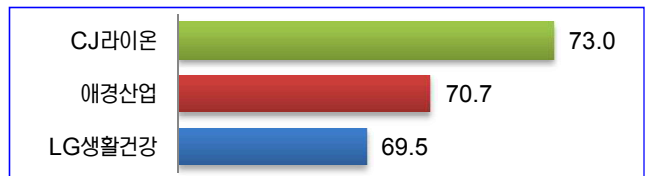
LG생활건강은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 구입 용이에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 주방세제: 뛰어난 세정력과 다양한 종류의 CJ라이온 1위

친환경 천연재료를 사용한 제품이 꾸준한 인기를 끌고 있는 주방세제 산업의 만족도는 전년 대비 소폭으로 상승하며, CJ라이온이 8년 연속 1위(역대 14회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

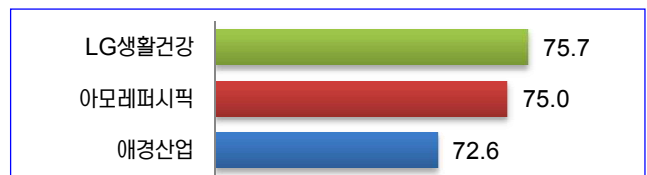
CJ라이온은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 세정력, 디자인, 구입 용이성 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



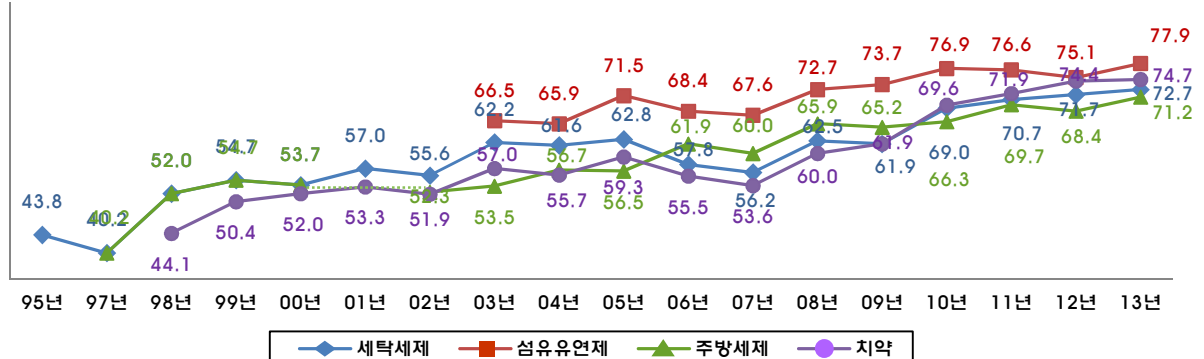
• 치약: 다양한 기능성 치약을 출시한 LG생활건강 1위

치아건강에 대한 의식이 높아지면서 미백, 잇몸케어, 구강질환 예방 등 기능성 치약이 인기를 끌고 있는 치약 산업의 만족도는 상승세에 있으며, LG생활건강이 5년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

LG생활건강은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 거품의 양과 잇몸 질환 예방, 충치 예방, 구입 용이, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

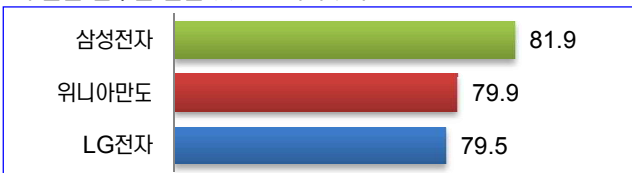
(3) 서비스업

■ 전기장비(주방용 전기기기)

● 김치냉장고: 김치의 맛을 지켜주는 삼성전자가 3년 연속 1위

각 업체들이 대용량, 다기능, 다양한 디자인 등을 갖춘 제품들이 출시해 경쟁이 치열한 김치냉장고 산업의 만족도는 지난 해에 이어 상승했으며 삼성전자가 3년 연속 1위(역대 3회 1위) 자리를 차지했다.

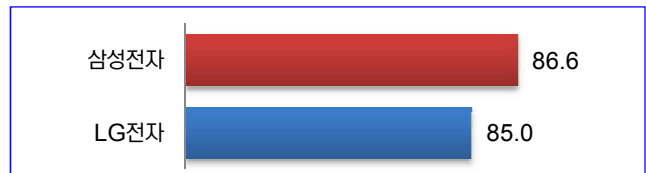
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 신선도 유지, 잔고장, 소음, A/S, 기능조절 편리성, 내부공간 효율성 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 냉장고: 다양한 기능과 뛰어난 품질의 삼성전자가 9회 1위

소비자들의 라이프스타일을 고려한 디자인, 성능, 에너지 효율성을 갖춘 프리미엄 냉장고가 주목 받고 있는 냉장고 산업의 만족도는 전년 대비 상승했으며, 삼성전자가 지난 해에 이어 연속 4년 1위(역대 9회1위)를 차지했다.

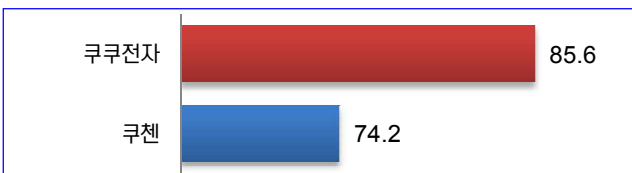
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 음식물 보관상태와 신선도 유지능력, 소음, 전력 소비량, A/S, 설치직원 응대태도, 내부 공간 활용, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



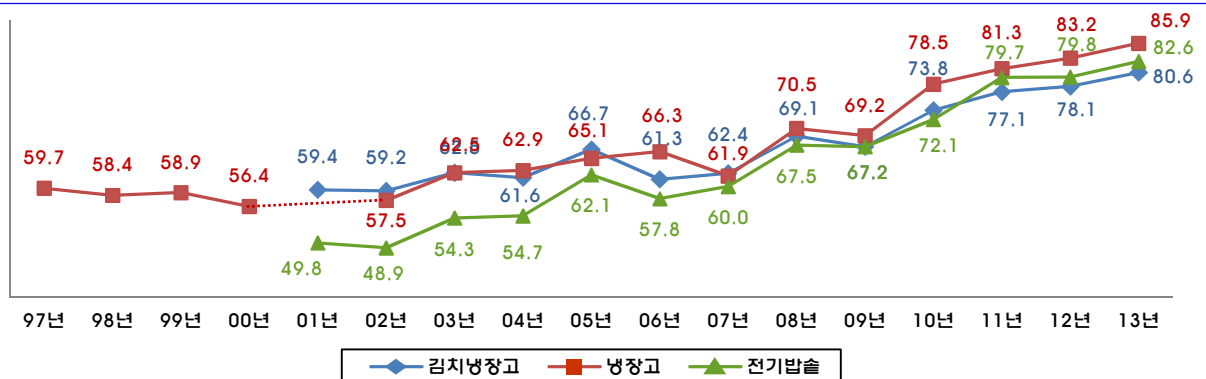
● 전기밥솥: 탄탄한 기술력의 쿠쿠 13년 연속 1위

1인 가족을 위한 소형 제품부터 다양한 기능과 디자인을 모두 고려한 제품이 소비자들의 사랑을 받고 있는 전기밥솥 산업의 만족도는 올해도 상승세가 지속되었으며, 쿠쿠전자(쿠쿠)가 13년 연속 1위(역대 13회 1위) 자리를 지켜냈다.

쿠쿠전자(쿠쿠)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

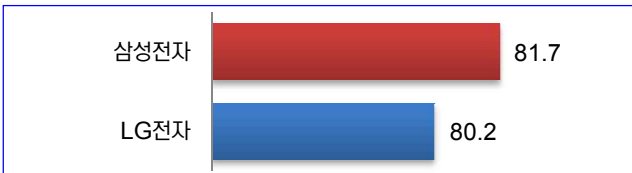
(3) 서비스업

■ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

• 세탁기: 더욱 스마트해진 삼성전자가 11번째 1위

에너지 절감은 물론 소비자 라이프스타일에 따라 다양한 용량과 성능, 디자인을 갖춘 제품들이 출시되는 가운데 세탁기 산업의 만족도는 전년에 이어 상승했으며, 삼성전자가 4년 연속 1위(역대 11회 1위)를 차지했다.

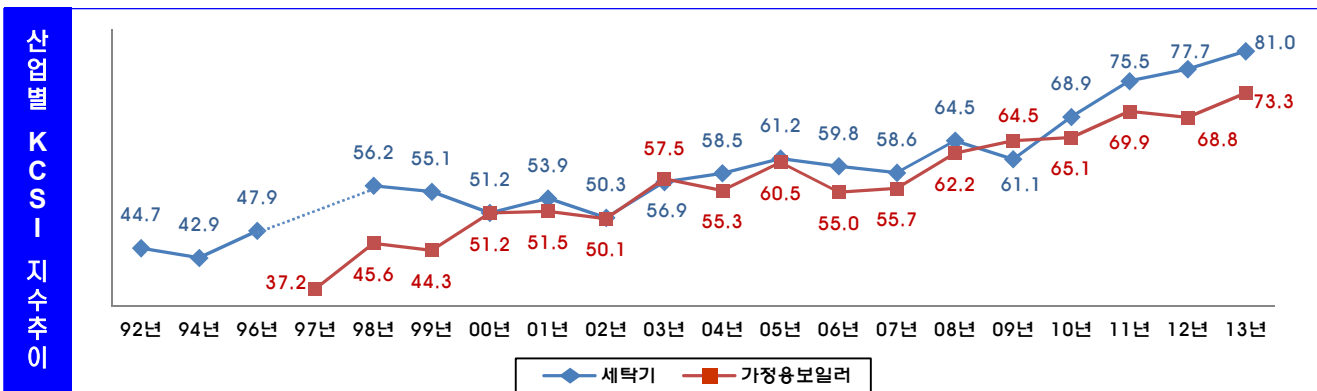
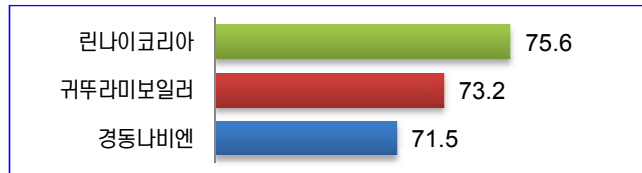
삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 세탁력, 소음, 빨래 손상도, A/S, 기능 다양성 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 가정용보일러: 친환경기술과 연료비 절감의 린나이코리아 1위

에너지 절감 및 효율을 통해 가스비 절감을 위한 다양한 제품들이 출시되는 가운데 가정용보일러 산업의 만족도는 작년 대비 큰 폭으로 상승했으며, 린나이코리아가 8년 연속(역대 16회 1위) 1위를 차지했다.

린나이코리아는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 난방효과와 온수공급, A/S, 작동 용이, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

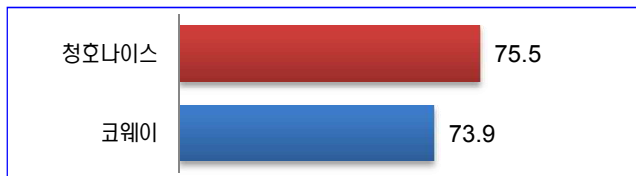
(3) 서비스업

■ 기타 기계 및 장비

● **가정용정수기: 청호나이스 깨끗한 물로 역대 5회 1위**

깨끗한 물을 위한 천연필터 사용과 다양한 기능, 디자인, 크기 등의 제품으로 소비자들의 사랑을 받고 있는 가정용정수기 산업의 만족도는 올해도 상승세를 이어 갔으며, 청호나이스가 코웨이

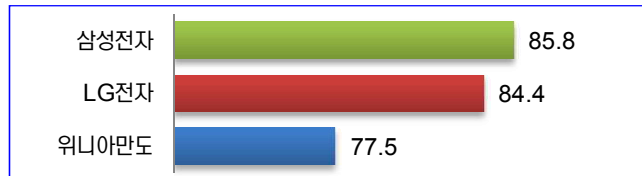
이를 제치고 1위(역대 5회 1위)를 차지했다. 청호나이스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 물 맛과 물 품질, 잔 고장 없음, 유지비, 직원 응대태도, 배달/설치 서비스 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



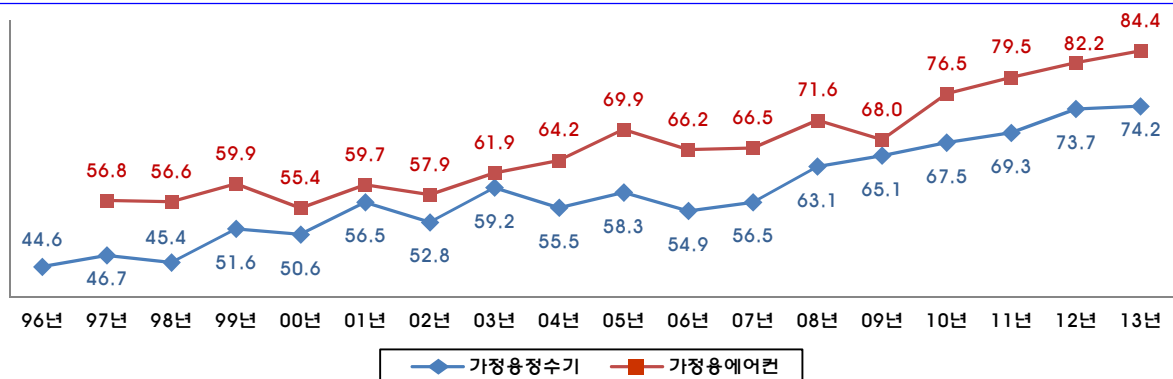
● **가정용에어컨: 절전 냉방의 삼성전자 2회 1위**

올해 에너지 효율 강화, 디자인 차별화, 강력한 냉방성능의 트렌드에 맞춰 에어컨업체의 경쟁이 치열한 가정용에어컨 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성전자가 LG전자를 제치고 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소음 적음과 A/S, 배달/설치, 사용 편리, 유지관리, 디자인/색상, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

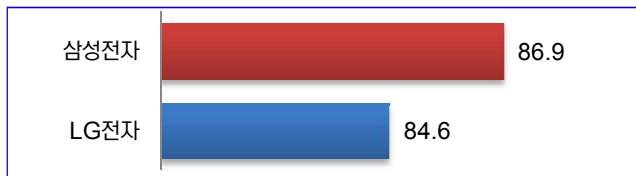
(3) 서비스업

■ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 광학기기

• TV : 또렷하고 선명한 삼성전자 16년 연속 1위 이어가

울트라HD 등의 초고해상도와 스마트 기능을 탑재한 TV가 소비자들의 관심을 얻고 있는 가운데, TV산업의 만족도는 상승세를 이어갔으며, 삼성전자가 16년 연속 1위라는 영예를 거머쥐었다.

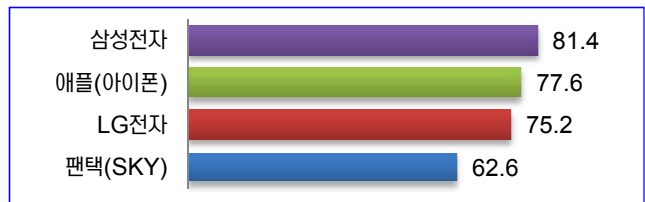
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 화질, 음질, 잔고장, A/S, 기능, 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 이동전화단말기 : 혁신적 기능의 삼성전자 역대 17회 1위

다양한 기능과 감각적인 디자인의 스마트한 제품들이 출시되는 가운데 치열한 경쟁을 보이는 이동전화단말기 산업의 만족도는 상승세를 이어갔으며, 삼성전자가 16년 연속 1위(역대 17회 1위)를 지켜냈다.

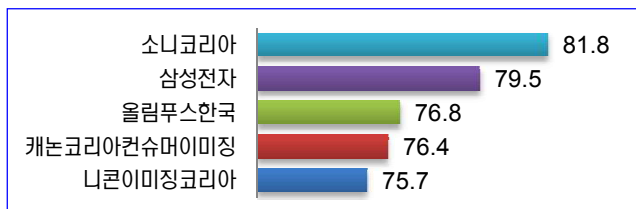
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 품질과 처리속도, 문자 입력 방식, 무선 통신 기능, 화면구성, 배터리, 잔 고장 없음 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



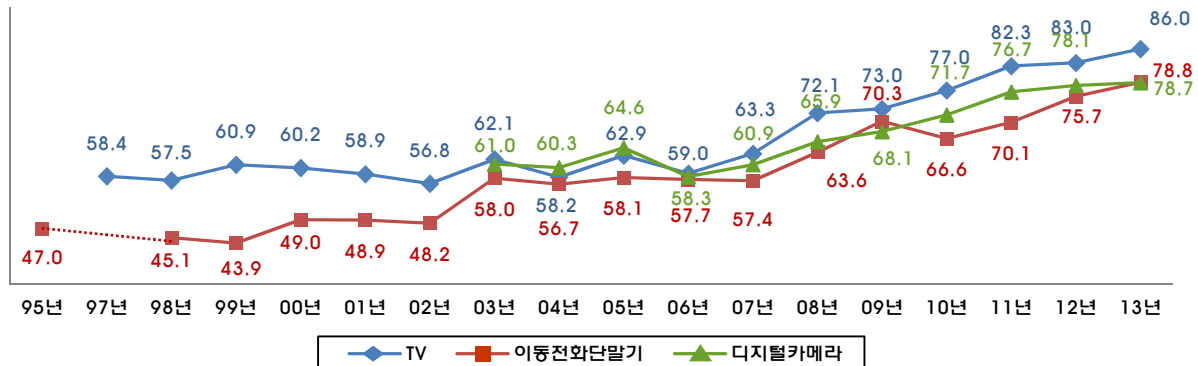
• 디지털카메라 : 더 작고 가벼워진 소니코리아 8회 1위

고화질의 카메라를 장착한 스마트폰의 보급에 따라 디지털카메라 시장이 위축되고 있는 가운데 고화질, 빠른 속도, 공유를 핵심기능으로 내세워 각 업체가 경쟁하고 있는 디지털카메라 산업의 만족도는 상승세를 보이며, 소니코리아가 캐논을 제치고 1위(역대 8회 1위)를 차지하였다.

소니코리아는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 화질과 잔 고장 없음, 부가기능, 플래시 성능에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

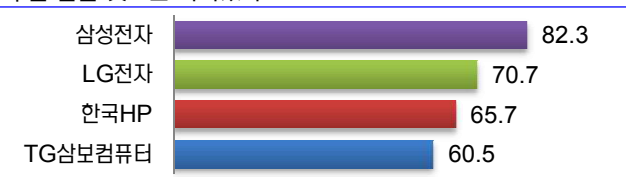
(3) 서비스업

컴퓨터 및 사무기기

개인용 컴퓨터(PC): 삼성전자 뛰어난 기능으로 16회 1위

공간활용과 효율성이 트렌드가 되어 슬림형, 일체형 PC 등이 인기를 끌고 있는 개인용 컴퓨터 산업의 만족도는 작년 대비 상승하였으며, 삼성전자가 올해에도 12년 연속 1위(역대 16회 1위) 자리를 탈선했다.

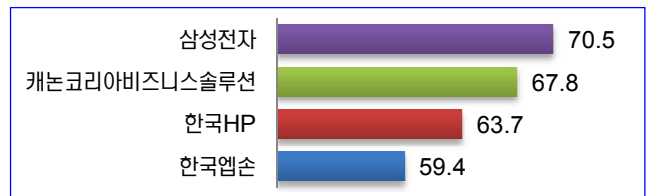
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소음, 처리속도, 잔고장, A/S, 호환성, 디자인 등 대부분 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



가정용복합기(프린터): 빠르고 선명한 인쇄 삼성전자 1위

낮은 유지비용을 기반으로 생산성과 효율성을 동시에 갖춘 스마트한 복합기가 인기를 끌고 있는 가정용복합기(프린터)산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승했으며, 삼성전자가 6년 연속 1위(역대 9회 1위)를 차지했다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 스캔 성능과 소음 적음, 소모품, 잔 고장 없음, A/S, 디자인, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



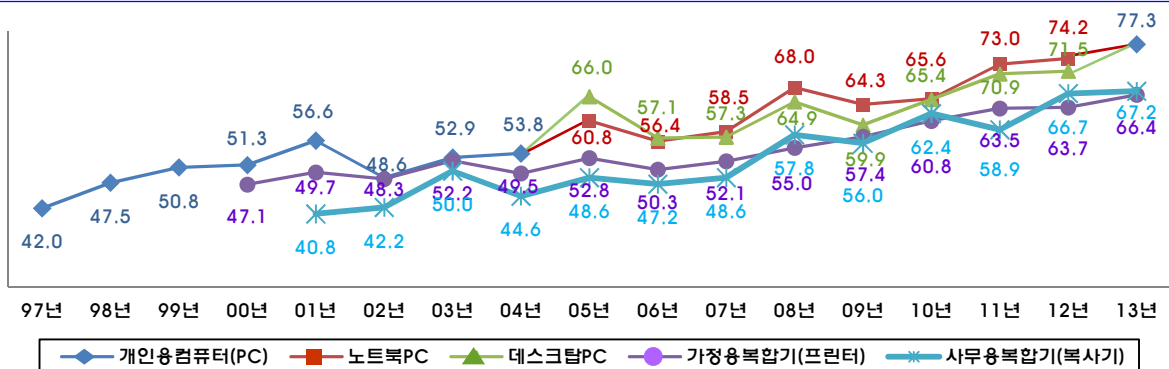
사무용복합기(복사기): 한국우지제록스 13년 연속 1위

복사기의 기본 기능 뿐만 아니라, 직관적인 인터페이스를 통해 사용이 편리하고 A/S가 빠른 제품을 선호하는 가운데, 사무용 복합기(복사기) 산업의 만족도는 올해도 상승세를 이어갔으며, 한국우지제록스가 13년 연속 부동의 1위 자리를 지켜냈다.

한국우지제록스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 복사 속도와 소음, 예열시간, 기능조작 편리, 부가기능에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

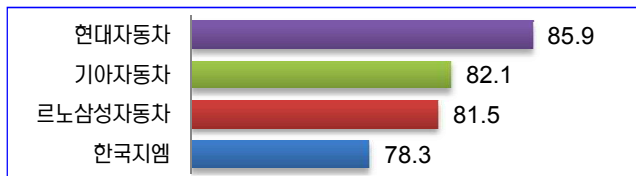
(3) 서비스업

■ 자동차 및 고무제품

● 일반승용차: 우수한 연비의 현대자동차 20년간 선두 질주

경기불황으로 연비가 좋은 승용차가 꾸준한 인기를 끌고 있는 일반승용차 산업의 만족도는 상승세를 유지했으며, 현대자동차가 20년 연속 1위라는 위업을 달성했다.

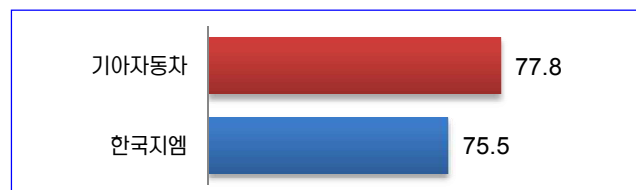
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소음과 승차감, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 잔 고장, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 경형승용차: 기아자동차 첫 신규조사에서 1위

연비가 좋아 꾸준한 인기를 끌고 있는 경형승용차 산업은 첫 신규조사에서 높은 만족도를 나타냈으며, 기아자동차가 당당히 1위를 차지했다.

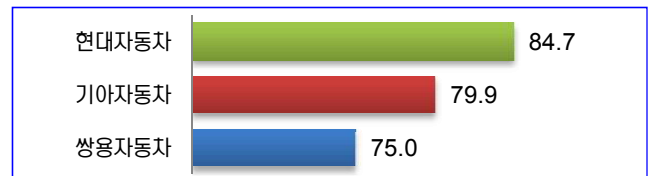
기아자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소음, 승차감, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 잔고장 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● RV승용차: 부드러운 승차감의 현대자동차 10회 1위

레저인구 증가로 수요가 늘고, 디자인과 편의장치를 개선하는 등의 노력으로 큰 인기를 끌고 있는 RV승용차의 만족도는 전년대비 소폭으로 상승했으며, 현대자동차가 10년 연속 1위(역대 10회 1위)의 영예를 안았다.

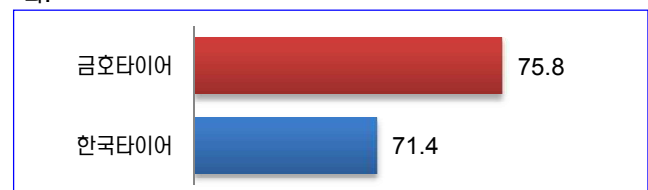
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



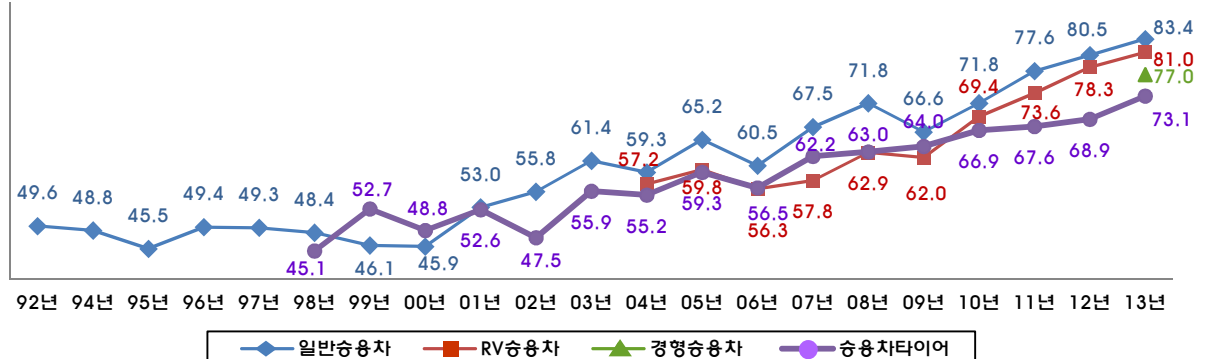
● 승용차타이어: 승차감이 높은 금호타이어 역대 10회 1위

안정성은 극대화하면서 최상의 승차감을 구현하는 초고성능 타이어 제품이 인기를 끌고 있는 가운데, 승용차타이어 산업의 만족도는 전년에 비해 큰 폭으로 상승했으며, 금호타이어가 9년 연속(역대 10회 1위)를 차지했다.

금호타이어는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 미끄러짐 방지, 디자인, 품질 대비 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

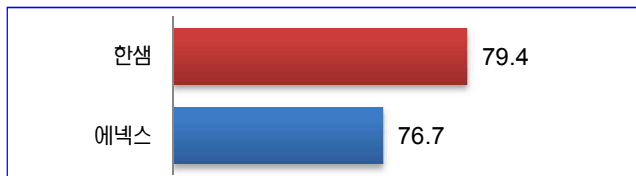
(3) 서비스업

■ 가구, 기타 제품

• **부엌가구: 개성과 감각을 살린 한샘 역대 7회 1위**

개성있는 디자인, 기능성, 실용성을 갖춘 제품들이 소비자들의 사랑을 받는 부엌가구 산업의 만족도는 올해에도 상승세를 이어갔으며, 한샘이 2년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

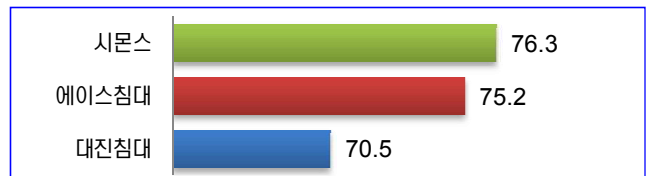
한샘은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• **침대: 건강 수면을 실현하는 시몬스 역대 6회 1위 달성**

침대 스프링과 내부 소재, 원단은 물론 수납형 공간을 활용할 수 있는 제품이 꾸준한 인기를 끌고 있는 가운데 침대 산업의 만족도는 작년 대비 큰 폭으로 상승했으며, 시몬스가 5년 연속 1위(역대 6회 1위)를 차지했다.

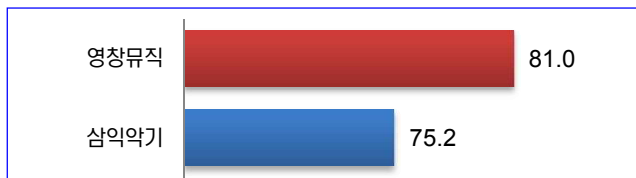
시몬스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 건강에 좋은 기능과 매트리스 편안, 배달/설치 서비스에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



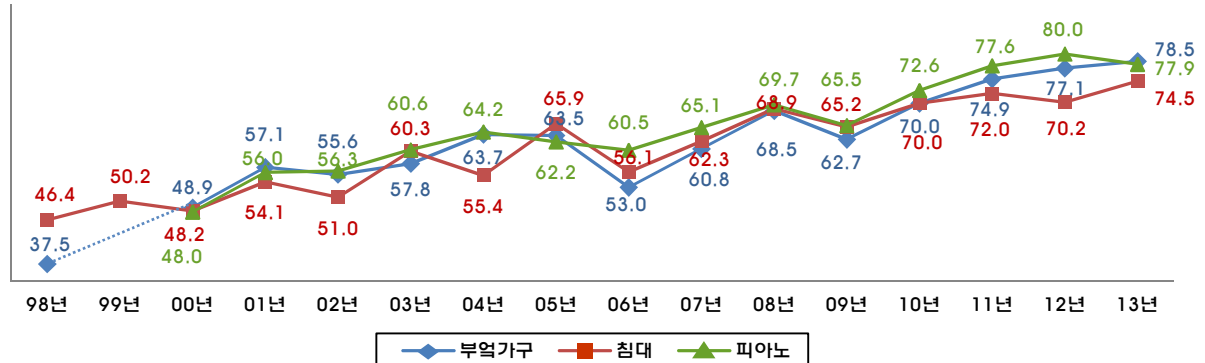
• **피아노: 전통과 기술력을 가진 영창뮤직 14년 연속 1위**

피아노 산업의 만족도는 올해 소폭 하락했으며, 영창뮤직(구 영창악기)은 더 이상 단순 악기 제조사가 아닌 문화를 제조하는 기업으로서 변화하며 영창뮤직(구 영창악기)가 14년 연속 1위(역대 14회 1위)를 지켜냈다.

영창뮤직은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소리, 건반, 잔고장, 부가서비스, A/S 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

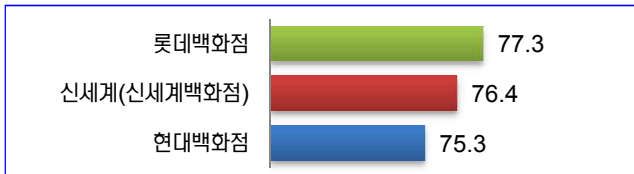
(3) 서비스업

■ 소매업(대형 종합 소매업)

● 백화점 : 롯데백화점 뛰어난 상품과 서비스로 역대 4회 1위

경기 불황 속에서 차별화된 상품과 다양한 이벤트, 할인 행사 등으로 노력하고 있는 백화점 산업의 만족도는 작년 대비 소폭으로 상승했으며, 롯데백화점이 신세계백화점을 제치고 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

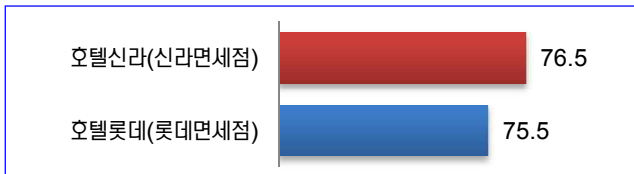
롯데백화점은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품 질과 상품 구색 다양, 혜택, 쇼핑 편리, 품질 대비 가격, 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 면세점 : 신라면세점 품격있는 쇼핑환경과 서비스로 첫 1위

해외 관광객의 증가로 면세점 이용률이 지속 증가하는 추세 가운데, 고객유치를 위한 경쟁이 더욱 치열해진 면세점 산업은 신라면세점이 롯데면세점을 제치고 첫 1위를 달성하였다.

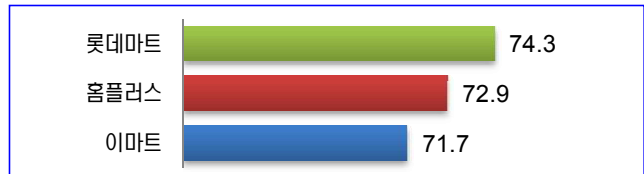
호텔신라(신라면세점)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 혜택과 시설/환경, 교환/반품 용이, 품질 대비 가격, 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 대형마트 : 좋은 상품과 합리적 가격의 롯데마트 1위

상품 구색을 강화하고 고급화와 동시에 최저가 상품을 개발하는 등 복합화 추세를 이어가고 있는 대형마트 산업의 만족도는 작년보다 소폭 감소했으며, 롯데마트가 이마트를 제치고 1위(역대 2회 1위)로 선정되었다.

롯데마트는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품 질과 직원 응대태도, 고객관리, 매장 시설/환경, 편의시설, 쇼핑 편리, 계산 및 계산 대기시간, 이벤트/사은행사 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



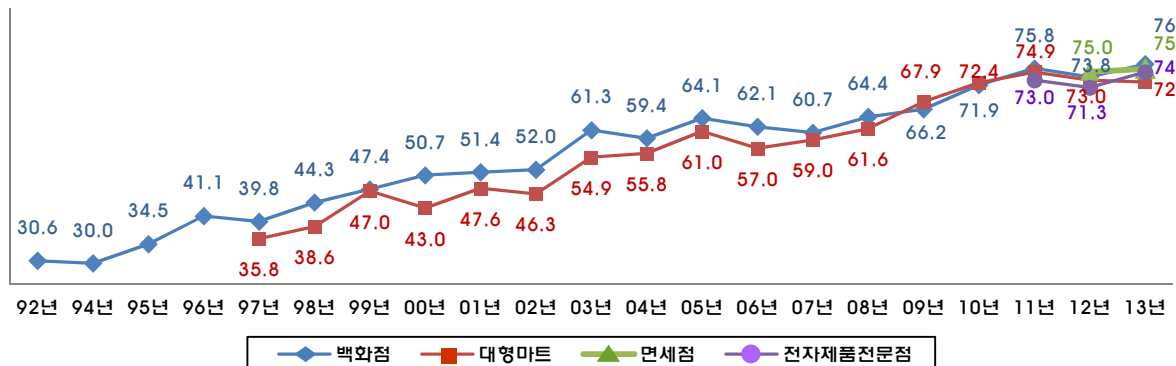
● 전자제품전문점 : 삼성디지털프라자 3년 연속 1위

최근 다양한 상품과 할인 행사 등의 노력을 보이고 있는 전자제품전문점 산업은 삼성디지털프라자가 경쟁사들을 누르고 3년 연속 1위(역대 3회 1위) 기업으로 선정되었다.

삼성디지털프라자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품 권유/설명과 고객관리, 제품 찾기 용이, 편의시설, 쇼핑 편리, 이벤트/사은행사, 혜택, 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

● **대형슈퍼마켓 : GS수퍼 신선한 상품으로 4년 연속 1위**

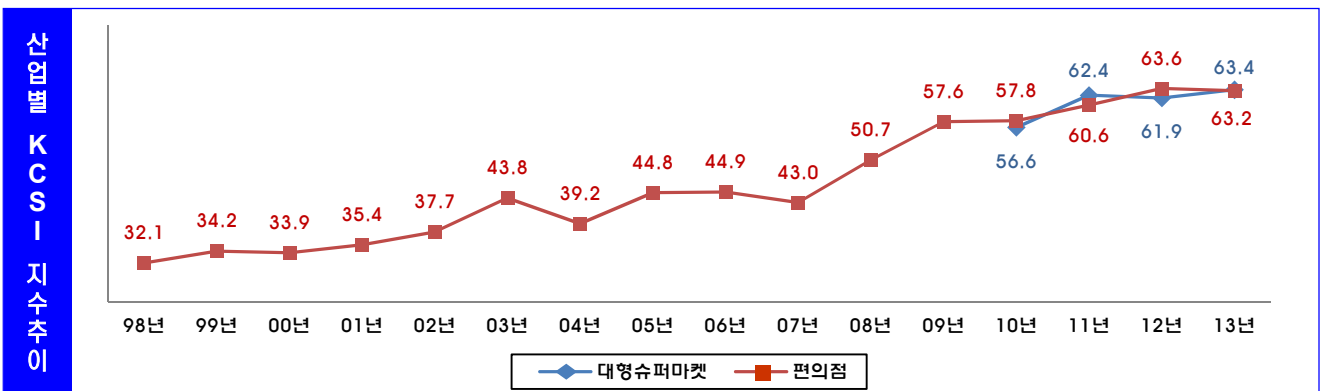
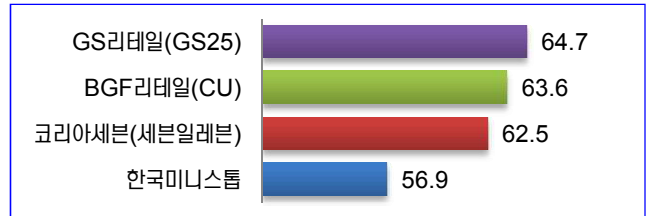
소량구매 등 합리적인 소비가 트렌드가 되어 인기를 끄는 대형 슈퍼마켓산업의 만족도는 올해 상승세를 이어갔으며, GS수퍼가 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

GS리테일(GS수퍼)는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품 질, 상품 다양성, 직원응대태도, 고객관리, 매장 시설/환경, 상품 교환 및 반품 용이 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.

● **편의점 : 꾸준한 신뢰를 받는 GS25 역대 14회 1위**

근거리, 편리성을 중시하는 소비자가 증가하는 가운데, 출점 경쟁이 더욱 심화되고 있는 편의점 산업의 만족도는 전년 대비 하락했으며, GS25가 11년 연속 1위(역대 14회 1위)를 차지했다.

GS리테일(GS25)은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 시설환경, 상품 다양성, 방문 편리성, 고객 편의시설, 할인 및 적립혜택 등 항목에서 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

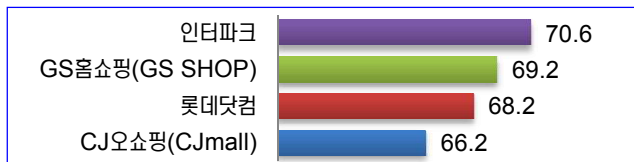
(3) 서비스업

■ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰: 차별화된 서비스로 인터넷파크 10회 1위

스마트폰 이용자가 늘어나면서 모바일로 인터넷쇼핑을 하는 스마트 쇼핑이 인기를 끌고 있는 인터넷쇼핑몰 산업은 올해도 상승세를 유지하고 있으며, 인터넷파크가 GS홈쇼핑(GS SHOP)을 제치고 1위(역대 10회 1위)를 차지했다.

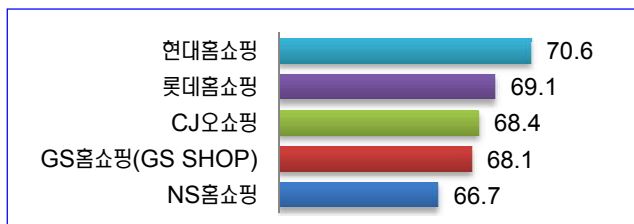
인터넷파크는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품 종류 다양과 주문/배송 상품 동일, 상품 소개 정확성, 배송 신속성, 불만사항 응대, 이벤트/사은행사, 사이트 화면구성 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• TV홈쇼핑: 스마트한 쇼핑환경의 현대홈쇼핑 부동의 1위

TV·카탈로그·온라인몰·모바일숍까지 다채널을 보유한 형태로 진화하고 있는 TV홈쇼핑 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 상승했으며, 현대홈쇼핑이 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 수상하였다.

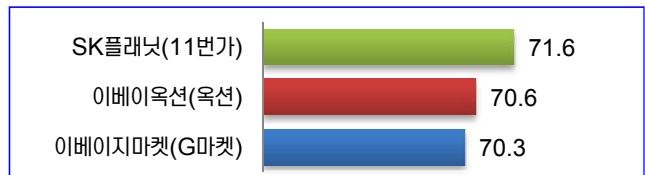
현대홈쇼핑은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 주문/배송 상품 동일과 직원 응대태도, A/S, 결제에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 오픈마켓: 편리한 쇼핑의 11년간 5년 연속 1위

경기불황이 장기화되면서 다양한 상품 구성을 통해 차별화를 꾀하고 있는 오픈마켓의 경쟁이 치열한 오픈 마켓 산업은 성장세가 지속되고 있으며, 11년가가 5년 연속 고객만족 1위 기업으로 선정되었다.

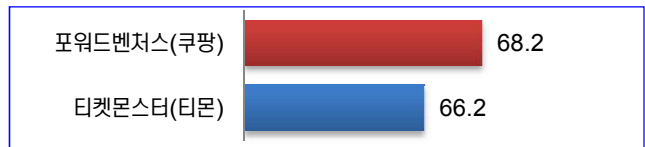
SK플래닛(11번가)는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품정보 제공과 주문/결제/배송 조회, 불만사항 응대, 이벤트/사은행사, 혜택에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



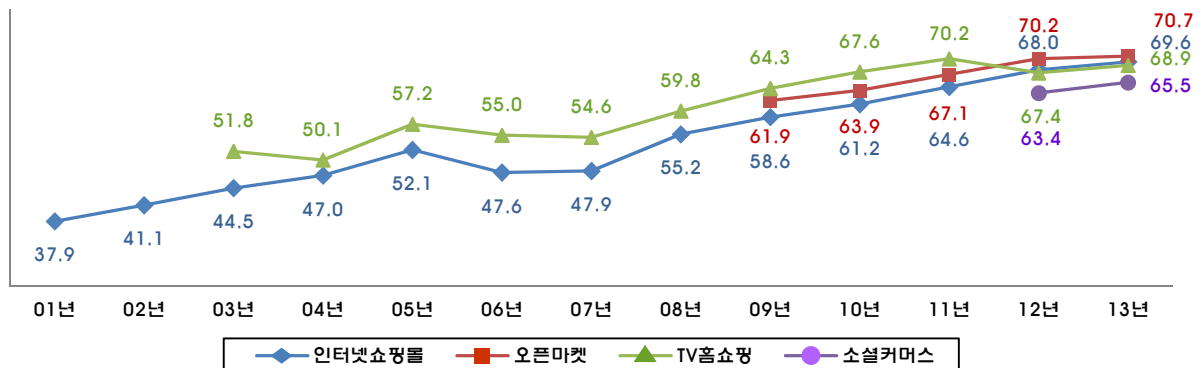
• 소셜커머스: 가치있는 상품과 서비스의 쿠팡 첫 1위

스마트폰의 확산과 함께 언제, 어디서나 다양한 상품을 저렴한 가격으로 제공하며 지속 성장하고 있는 소셜커머스 산업의 만족도는 작년 대비 소폭으로 상승했으며 쿠팡이 티켓몬스터를 제치고 첫 1위를 차지했다.

포워드벤처스(쿠팡)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 상품 종류 다양과 소개 정확, 주문/결제/배송 조회, 반품/교환 용이, 배송신속, 불만사항 응대, 이벤트/사은행사 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

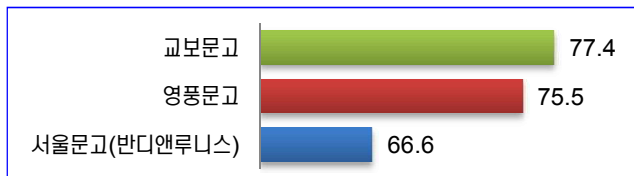
(3) 서비스업

■ 소매업(서적류, 기타 소매업)

● 대형서점: 교보문고 다양한 문화콘텐츠로 17년 연속 1위

각종 이벤트 및 문화행사 등으로 쇼핑, 문화, 휴식공간으로서 다양한 역할을 하며 소비자에게 사랑을 받고 있는 대형서점 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 교보문고가 17년 연속 고객만족 1위를 차지했다.

교보문고는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원응대태도, 교환 및 반품 용이, 고객편의시설, 서적 다양성, 신뢰도 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 주유소: 고객만족경영으로 SK에너지 14번째 1위

고유가, 고유류세, 알뜰주유소 공세로 삼중고를 겪는 주유소 간 가격 및 서비스 경쟁이 심화되고 있는 주유소 산업은 SK에너지가 전년에 이어 3년 연속 1위(역대 14회 1위)를 차지했다.

SK에너지(SK주유소)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 복장/용모, 응대 신속에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



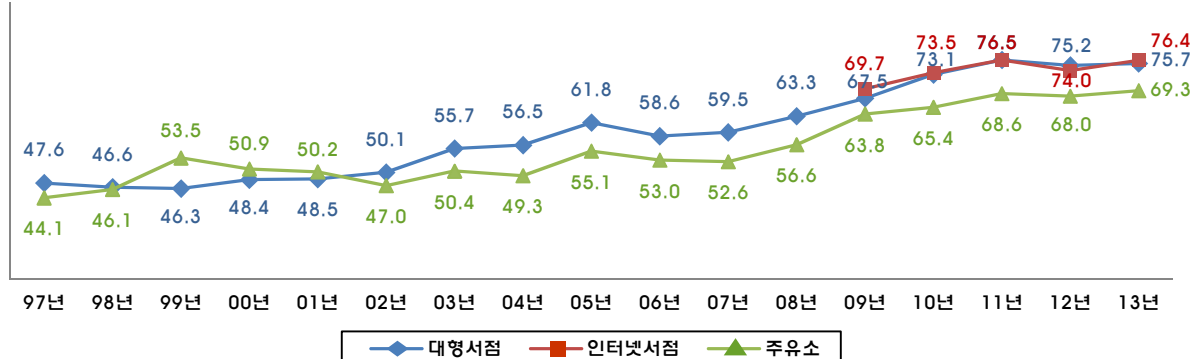
● 인터넷서점: 과학화된 빠른 배송으로 예스24 1위 유지

빠른 배송과 저렴한 가격으로 시간과 비용을 절약해 소비자에게 꾸준한 사랑을 받고 있는 인터넷서점 산업의 만족도는 올해 상승세를 이어갔으며, 예스24가 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 차지했다.

예스24는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 서적 종류 다양과 주문 절차/결제 편리, 주문/결제/배송 조회, 서적 상태, 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

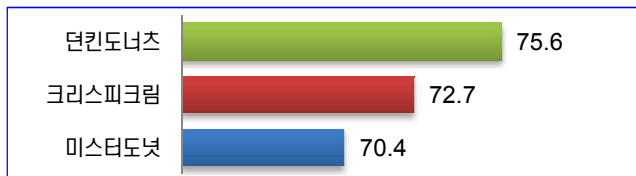
(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 도넛전문점 : 차별화된 메뉴로 던킨도너츠 3년 연속 1위

영양과 맛을 높인 다양한 도넛과 함께 커피와 건강음료 등 이색적인 메뉴를 선보이고 있는 도넛전문점 산업의 만족도는 상승세를 유지하였으며, 던킨도너츠가 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 자리를 지켜냈다.

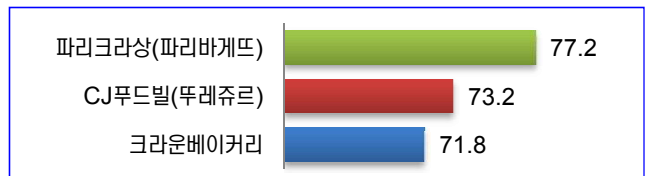
던킨도너츠는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 신선도, 다양성, 매장 환경, 할인 및 적립혜택 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 제과/제빵점 : 건강까지 생각한 파리바게뜨 역대 5회 1위

저칼로리, 고영양 제품을 중심으로 웰빙 트렌드에 맞춘 프리미엄 제품들을 출시하며 꾸준히 성장하고 있는 제과/제빵 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 파리바게뜨가 3년 연속 1위(역대 5회 1위)를 이어가고 있다.

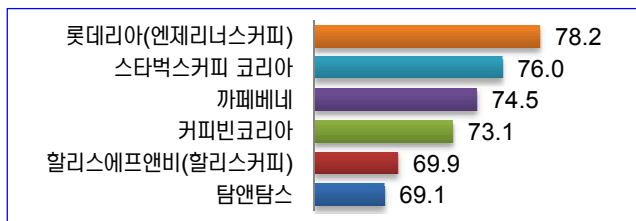
파리바게뜨는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 다양성, 직원응대태도, 시설/환경, 할인 및 적립혜택 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



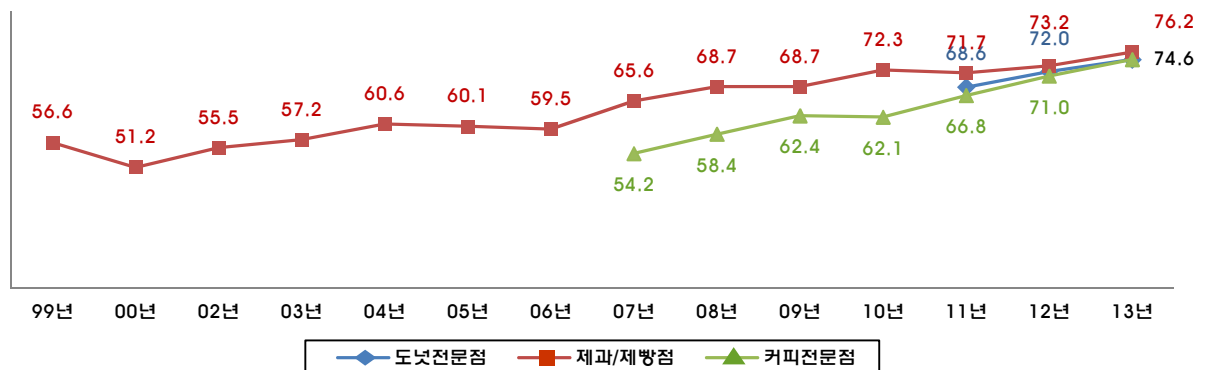
• 커피전문점 : 다양한 메뉴로 엔제리너스커피 4회 1위

커피 프랜차이즈가 세분화되고 특화된 형태로 진화하는 가운데 과일음료, 디저트, 샌드위치 등 다양한 메뉴가 경쟁력의 요소로 떠오른 커피전문점 산업은 상승세를 유지하며, 엔제리너스커피가 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

롯데리아(엔제리너스커피)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대 태도와 메뉴안내, 시설/환경, 위생관리, 품질 대비 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

● 패밀리레스토랑: 다양한 메뉴로 VIPS 업계 1위 고수

다양한 메뉴 개발, 소비자 맞춤형 인테리어 등을 통해 새로운 도약을 꿈꾸고 있는 패밀리레스토랑 산업의 만족도는 상승세를 보이면서, 빅스(VIPS)가 4년 연속 고객 만족도 1위 기업으로 선정되었다.

CJ푸드빌(VIPS)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도와 매장 시설, 매장 환경에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 피자전문점: 기름기 없는 담백한 피자로 미스터피자 1위

고객들의 니즈를 맞춘 신제품 개발과 다양한 사이드 메뉴를 출시하고 있는 피자전문점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 미스터피자가 5년 연속 1위(역대 6회 1위)를 고수했다.

미스터피자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 신선에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 패스트푸드점: 지속적인 메뉴개발로 롯데리아 첫 1위

건강한 먹거리와 웰빙 트렌드에 맞춰 다양한 웰빙 메뉴 개발 등의 발 빠른 노력을 하고 있는 패스트푸드점 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 롯데리아가 SRS코리아(KFC)를 제치고 첫 1위를 차지했다.

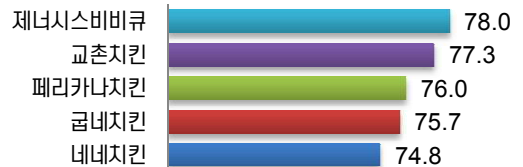
롯데리아의 요소만족도는 메뉴 다양과 메뉴안내, 업무처리 신속, 매장 시설, 혜택, 품질 대비 가격, 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



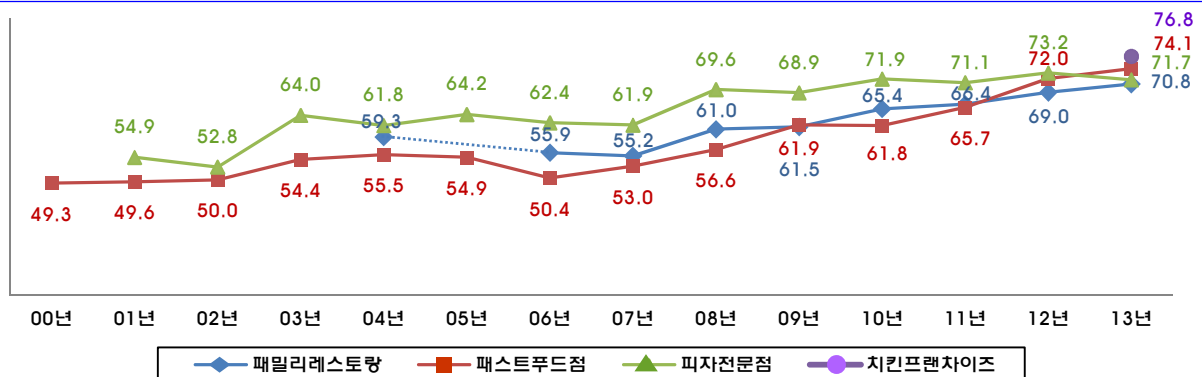
● 치킨프랜차이즈: BBQ 첫 신규조사에서 1위 차지

맛과 품질, 조리과정을 향상시킨 프리미엄 치킨 메뉴가 인기를 끌고 있는 치킨프랜차이즈산업의 만족도는 첫 신규조사에서 높은 만족도를 나타내며 제너시스비비큐(BBQ) 영광의 1위를 차지했다.

제너시스비비큐(BBQ)는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 배달 신속, 품질 대비 가격을 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

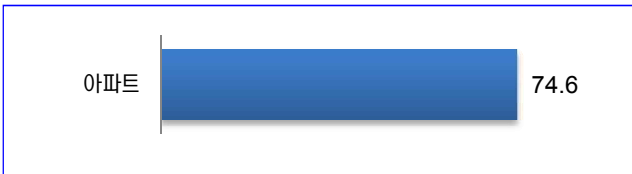
(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

• 아파트: 올해 전년 대비 전반적 만족도 큰 폭으로 상승

자신만의 특색있는 공간을 만들려는 소비자의 니즈에 맞춰 실속에서 개성으로 설계 트렌드를 변화시키며 진화를 거듭하고 있는 아파트 산업의 만족도는 전년 대비 비교적 큰 폭으로 상승했다.

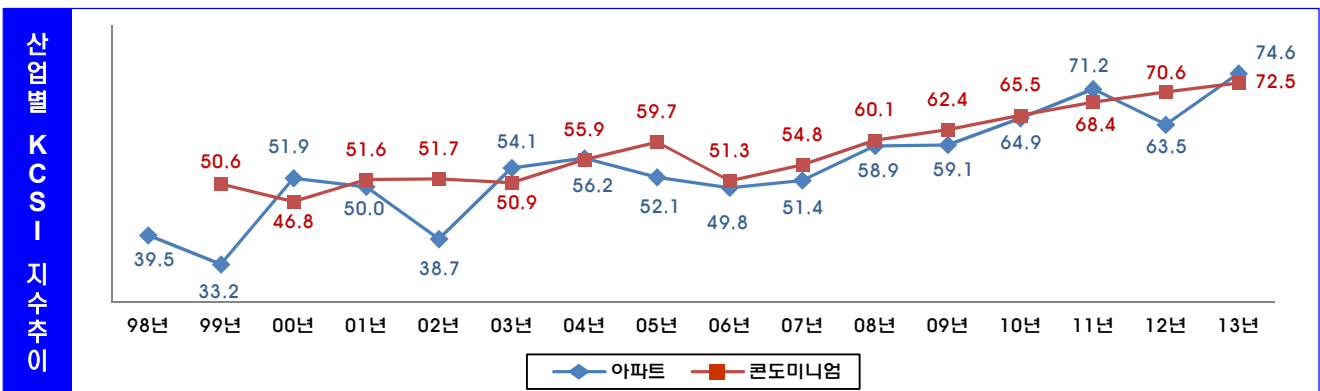
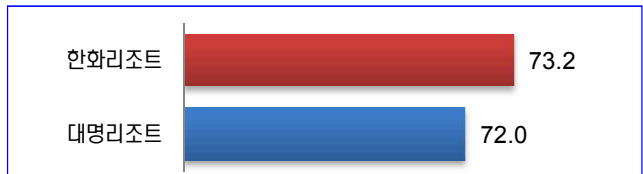
아파트는 전년 대비 전반적 만족도와 재이용의향 모두 큰폭으로 상승했으며, 특히 실내설비, 입주자 복지시설, 실내 인테리어, 건설체의 신뢰성이 큰 폭으로 상승해 만족도의 향상을 이끌었으며, 건설업체의 신뢰성이 가장 높은 만족도를 보였다.



• 콘도미니엄: 다양한 레저시설로 한화리조트 4회 1위

단순한 휴식공간이 아닌 색다른 체험을 할 수 있는 서비스 플랫폼으로 진화하고 있는 콘도미니엄 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 상승했으며, 올해 한화리조트가 2년 연속 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

한화리조트는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 객실 편의시설과 객실 안락, 객실 비품관리, 부대시설, 입/퇴실 절차, 행사/이벤트, 시설/서비스 대비 가격, 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

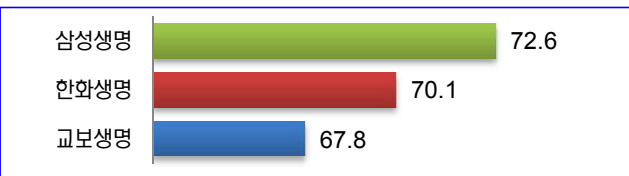
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

• 생명보험: 삼성생명 역대 15회 업계 1위 달성

고객니즈에 맞춘 상품개발 및 채널 다양화를 통해 고객들의 인기를 받고 있는 생명보험 산업의 만족도는 상승세를 이어가고 있으며, 삼성생명이 올해로 9년 연속 1위(역대 15회 1위) 자리를 고수했다.

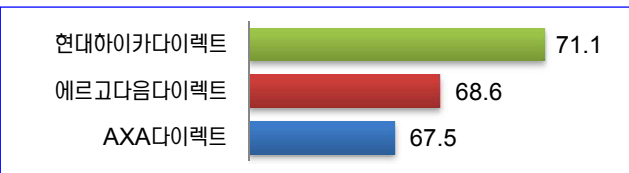
삼성생명은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 응대 신속성과 직원 응대태도, 고객편의, 가입상품 혜택, 보험료 납부, 회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 온라인자동차보험: 현대하이카다이렉트 5년 연속 1위

경기불황에 저렴한 가격을 경쟁력으로 인기를 끌고 있는 온라인자동차보험 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승했으며, 현대하이카다이렉트가 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 차지했다.

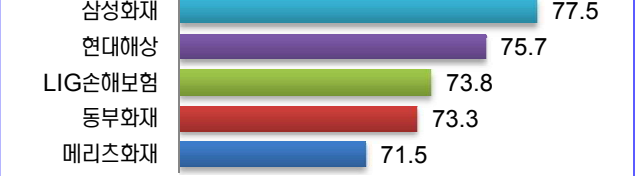
현대하이카다이렉트는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용 편리와 가입 후 고객관리, 사고시 연락, 초기 조치, 보상처리 결과/안내, 긴급출동 서비스, 회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 자동차보험: 다양한 상품으로 삼성화재 역대 17회 1위

정보와 지식의 공유 및 교류가 활발히 이루어짐에 따라 주변 추천의 영향을 크게 받는 자동차보험 산업의 만족도는 올해 상승세를 유지했으며, 삼성화재가 16년 연속 1위(역대 17회 1위) 자리를 유지했다.

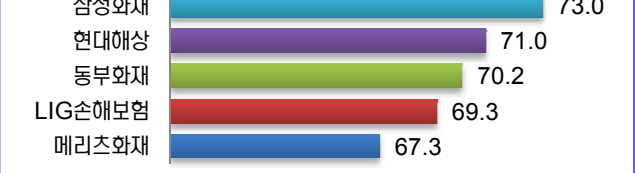
삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 고객관리, 사고시 연락/안내, 초기 조치, 긴급출동 서비스, 회사 신뢰도 등의 항목에서 경쟁우위를 나타냈다.



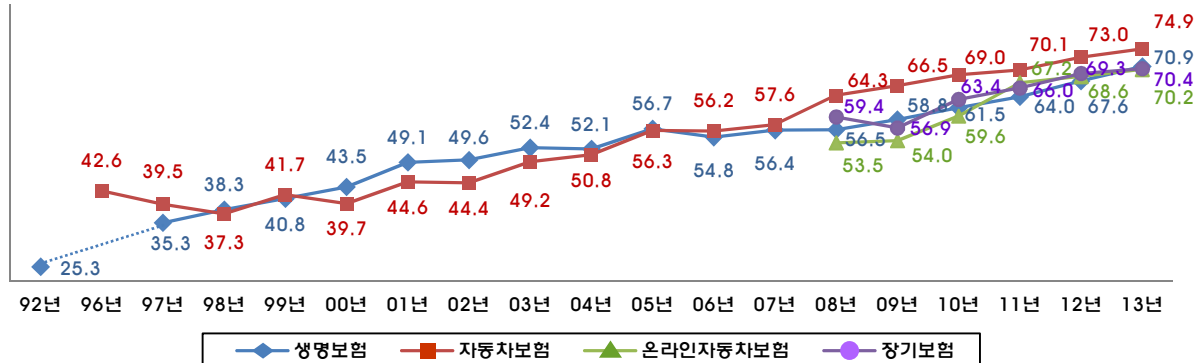
• 장기보험: 삼성화재 높은 신뢰를 바탕으로 3년 연속 1위

베이비부머 세대의 은퇴에 따라 고령화에 맞춘 다양한 상품들이 출시되며 지속성장하고 있는 장기보험(장기손해보험) 산업의 만족도는 전년 대비 상승세를 이어가고 있으며, 삼성화재가 3년 연속 1위 자리를 유지했다.

삼성화재는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 정보제공, 고객관리, 각종 사고처리, 보험금 지급 신속성, 제도 변경 및 신상품 안내 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

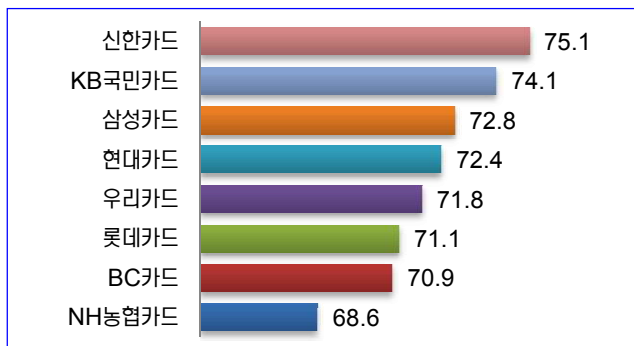
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(금융업)

• 신용카드: 고객 맞춤형 카드로 신한카드 3년 연속 선두

고객의 니즈를 반영해 주 소비 유형에 맞게 할인혜택을 받을 수 있도록 맞춤형 카드가 잇달아 출시되고 있는 가운데, 신용카드 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승했으며, 신한카드가 3년 연속 고객만족 1위를 이어가고 있다.

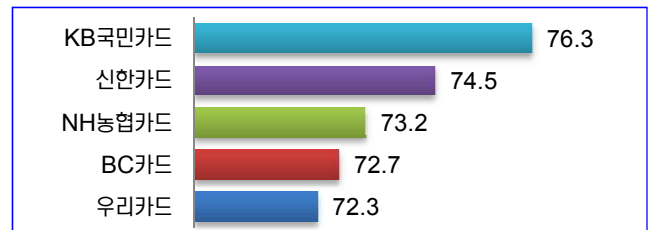
신한카드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용한다 적절과 결제 편리, 콜센터 서비스에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



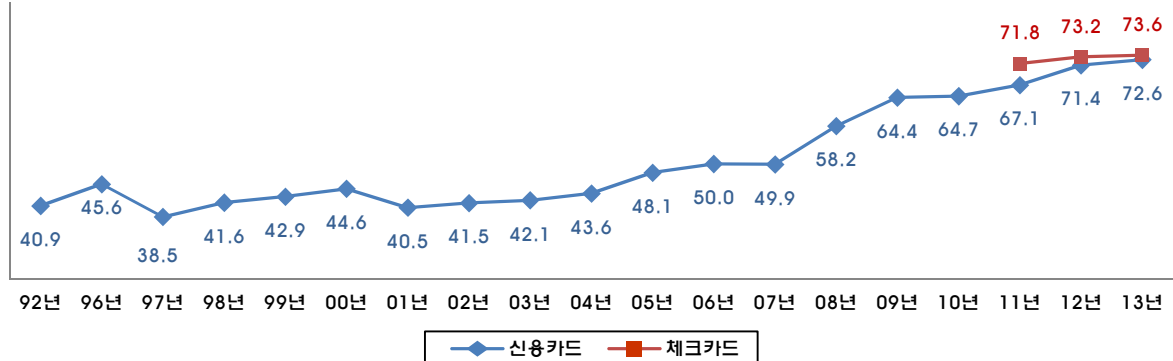
• 체크카드: KB국민카드 3년 연속 1위 고수

연말정산 시 신용카드보다 많은 소득공제혜택이 제공되고 계획적인 소비를 할 수 있는 체크카드 이용이 크게 늘고 있는 체크카드 산업의 만족도는 상승세를 보이며, KB국민카드가 경쟁사들을 제치고 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 차지했다.

KB국민카드는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용 편리와 부가서비스, 업무 처리 편리, 회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

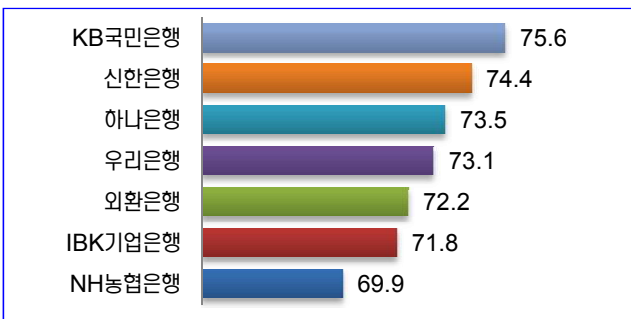
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(금융업, 증권)

• 은행: 신뢰를 바탕으로 한 KB국민은행 7년 연속 1위

다양한 고객만족경영 활동을 실시하며 고객과의 관계를 향상시키고 있는 은행 산업의 만족도는 올해에도 상승세를 지속하고 있으며, KB국민은행이 7년 연속 1위 자리를 고수했다.

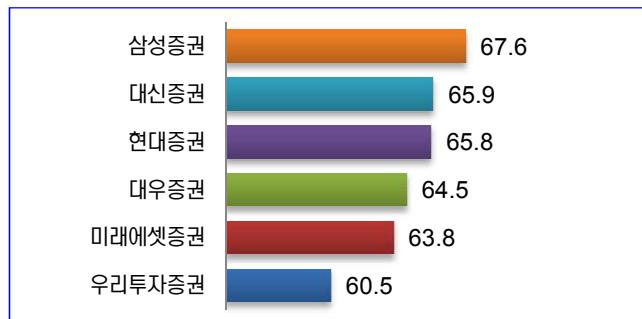
KB국민은행은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도와 자동화기기, 인터넷뱅킹, 안전성, 은행 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



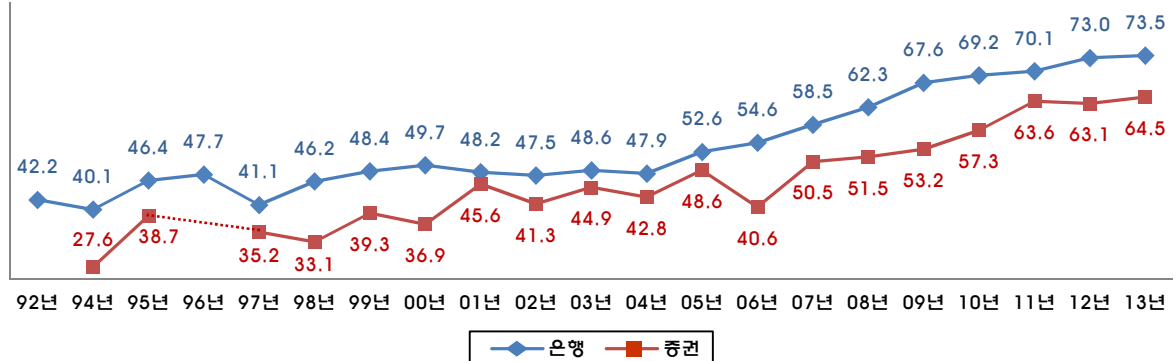
• 증권: 높은 회사 신뢰도로 삼성증권 역대 10회 1위 달성

글로벌 경기 침체의 여파로 증권 시장의 위축과 업계 간 치열한 경쟁이 지속되고 있는 증권 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 삼성증권이 8년 연속 1위(역대 10회 1위)자리를 지켜냈다.

삼성증권은 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 정보 제공 신속성과 투자 상담, 회사 신뢰도에 서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

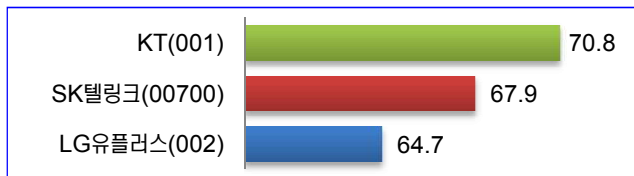
(3) 서비스업

■ 통신업(유무선 전화업)

● 국제전화: 다양한 할인혜택으로 KT 역대 14회 1위 달성

무제한, 무료 국제전화 등등에 업계의 치열한 가격 경쟁이 잇따르고 있는 국제전화 시장의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, KT(001)가 4년 연속 1위(역대 14회 1위) 자리를 차지했다.

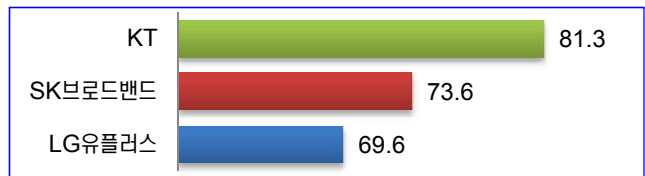
KT(001)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 음질과 연결 시간, 통화 용이, 요금부과 정확성, 요금납부 편리성, 다양한 요금제, 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 시내/시외전화: 안정적인 통화품질로 KT 역대 15회 1위

최근 업계 간 가격 경쟁이 치열해지면서 더욱 저렴한 상품이 출시되고 있는 시내/시외전화 시장의 만족도는 전년 대비 소폭 상승했으며, KT가 고객만족도 14년 연속 부동의 1위(역대 15회 1위)의 자리를 고수했다.

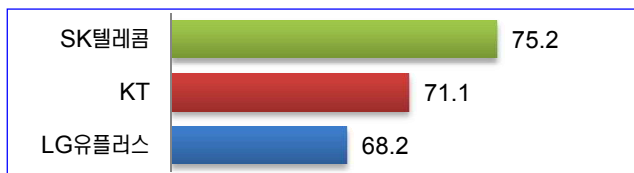
KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화음질, 통화 중 단절도, 통화 중 혼선, 개통 및 설치약속, 이용요금 적절, 통신사 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 이동전화: 빠르고 깨끗한 통화품질로 SKT 16년 연속 1위

최근 광대역 LTE-A가 등장하면서 안정적인 네트워크 품질, 고품질의 광대역 서비스 등을 제공하려는 경쟁이 치열한 가운데 이동전화서비스의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승했으며, SK텔레콤이 16년 연속 고객만족 1위의 자리를 고수했다.

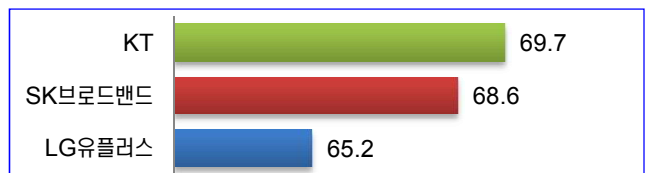
SK텔레콤은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화품질, 요금제, 멤버십 혜택, 장기이용 혜택 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



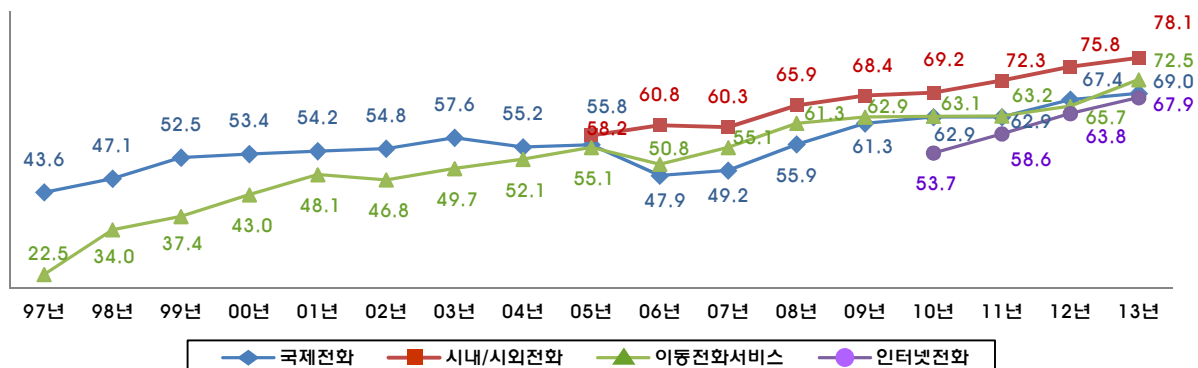
● 인터넷전화: 저렴한 통화요금의 KT 4년 연속 1위

결합상품, 망내 할인 등을 통한 가격경쟁력을 기반으로 다양한 콘텐츠와 서비스를 제공하는 인터넷전화 시장의 만족도는 전년 대비 큰 폭의 상승했으며, KT가 4년 연속 1위를 차지했다.

KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 음질과 단절, 혼선, 요금 부과 정확, 서비스 대비 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

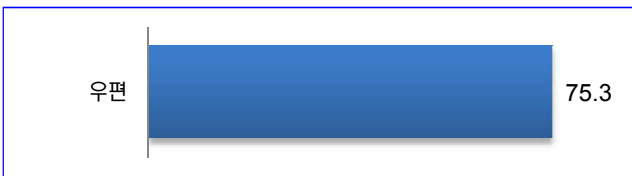
(3) 서비스업

■ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

• 우편: 공공서비스 부문 1위 유지

대체 서비스가 늘어나면서 소비자 맞춤형 우편서비스 등 차별화된 사업방안을 추진하는 등 노력을 기울이고 있는 우편 시장의 만족도는 전년 대비 소폭 상승했다.

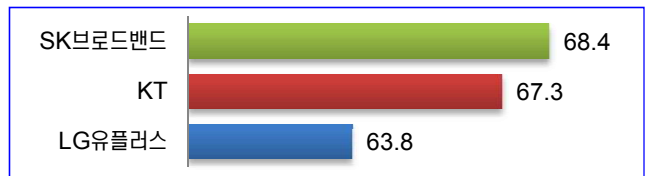
우편서비스는 전년 대비 전반적 만족도, 우편물 배송과 이용요금의 적절성의 항목은 하락하였으나, 재이용의향, 신속·정확한 업무처리, 신속한 우편물 배송 등의 항목은 비교적 큰 폭으로 상승하였다.



• 인터넷TV(IPTV): 다양한 콘텐츠의 SK브로드밴드 첫 1위

양방향 서비스의 확충과 다양한 채널, 고객맞춤형 상품 개발 등에 노력으로 가입자가 날로 증가하고 있는 인터넷TV(IPTV) 산업은 SK브로드밴드가 KT를 제치고 첫 1위를 달성했다.

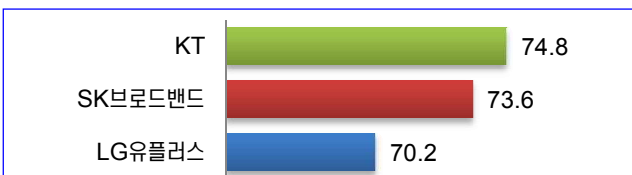
SK브로드밴드는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 영상 및 음성 품질과 방송 콘텐츠, 리모콘 조작 용이, 요금 부과 정확, A/S, 다양한 요금제, 서비스 대비 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



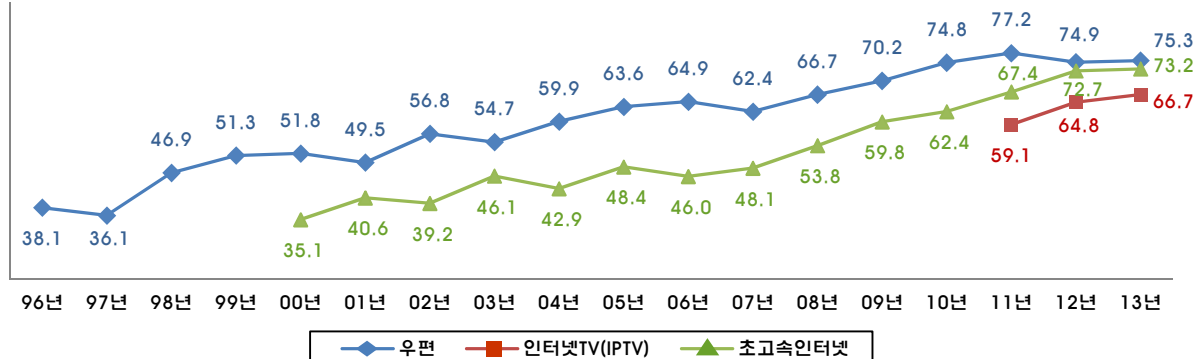
• 초고속인터넷: 안정적이고 신속한 KT 10년 연속 1위

결합 및 약정 등 다양한 프로모션을 통한 가격할인을 통해 가입자 유치 경쟁이 치열한 초고속인터넷 산업은 상승세를 보이며 KT가 10년 연속 1위(역대 10회 1위)의 영예를 안았다.

KT는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 사용 중 단절과 속도, 장기 이용고객 혜택, 요금부과 정확성, 계통/설치 약속준수, 다양한 요금제, 서비스 대비 가격, 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

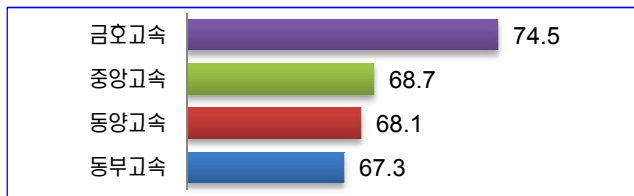
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(고속버스, 항공)

● 고속버스: 금호고속 역대 11회 1위 달성

종합 예매 시스템과 고속버스 환승제도 등의 획기적인 서비스로 꾸준한 인기를 끌고 있는 고속버스 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 금호고속이 8년 연속 1위(역대 11회 1위)를 차지했다.

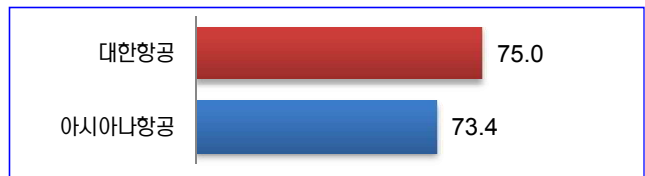
금호고속은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 출발시간 정확성과 안내방송, 냉난방 시설, 서비스 대비 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 항공: 대한항공 차별화된 서비스로 1위 탈환

저가항공사의 국제선 점유율 증가로 경쟁이 더욱 치열해진 가운데, 항공 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 대한항공이 아시아나항공을 제치고 1위(역대 3회 1위)자리를 탈환했다.

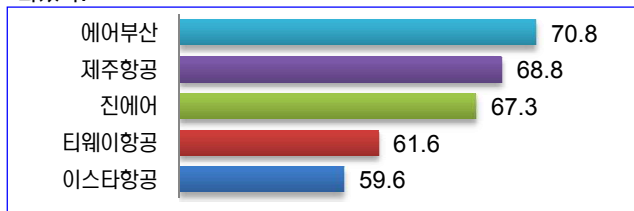
대한항공은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 예약/발권서비스, 기내시설/환경, 직원응대 태도, 기내식, 안전운항, 지속 이용 혜택 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



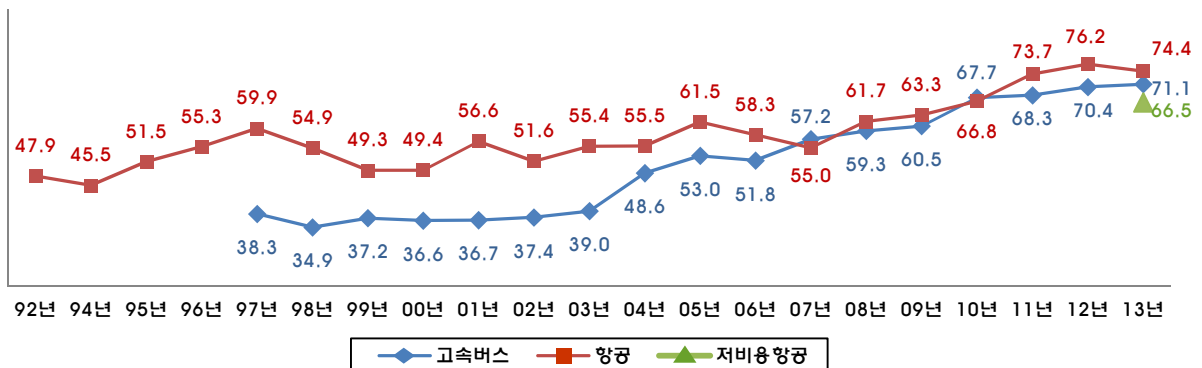
● 저비용항공: 에어부산 첫 신규조사에서 1위 차지

노선 재이용률을 높이기 위한 다양한 마케팅 활동을 추진하고 있는 저비용항공 산업은 신규조사에서 에어부산이 영광의 첫 1위를 안았다.

에어부산은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 탑승수속과 기내시설/환경, 안전 운항, 혜택, 서비스 대비 가격에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

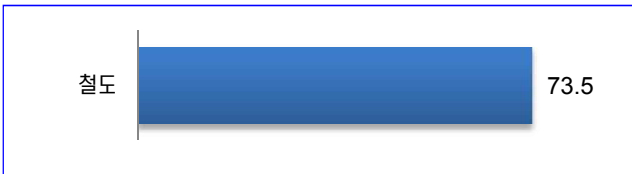
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(철도, 지하철)

• 철도: 전년 대비 만족도 큰 폭상승

기차여행에 대한 관심이 높아지면서 철도관광객들이 증가하고 있는 가운데, 환승 도우미, 모바일 서비스 등 고객 편의성 제고를 위해 끊임없이 노력하고 있는 철도 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승하였다.

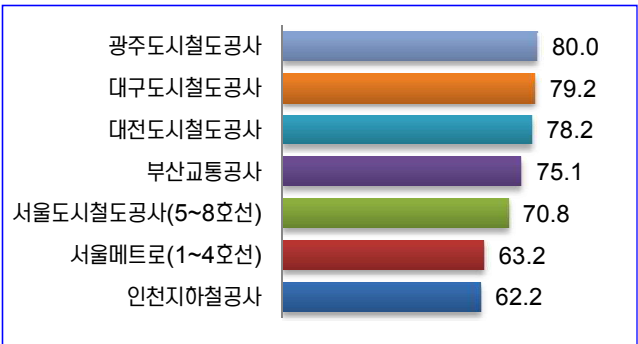
철도 산업은 전년 대비 전반적 만족도와 재이용 의향이 상승했으며, 요소만족도는 승차감과 차내 환경, 열차 내 고객편의 시설, 대합실 고객 편의시설 등의 항목에서 큰 폭의 상승이 나타나 만족도 향상을 이끌었다.



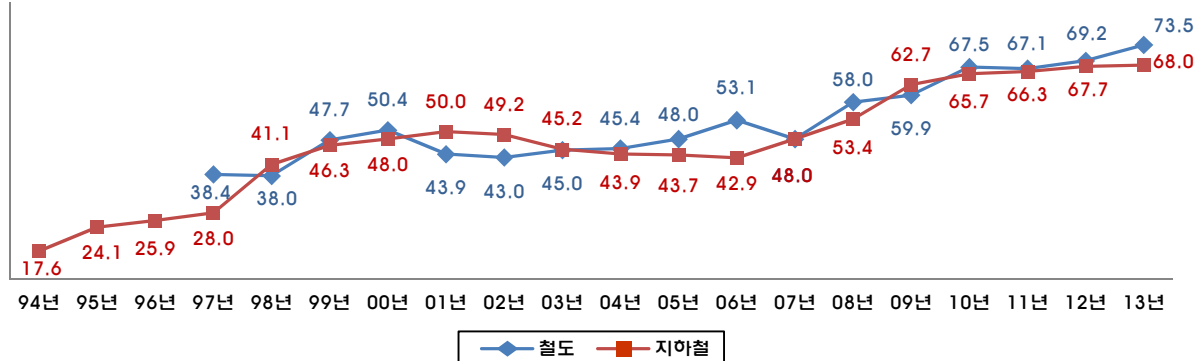
• 지하철: 안전하고 신속한 운행으로 광주도시철도공사 1위

안전성과 편리성뿐만 아니라, 다채로운 체험 및 공연 등의 문화이벤트를 통해 노력하고 있는 지하철 산업의 만족도는 전년에 이어 꾸준한 상승 추세를 보이고 있으며 광주도시철도공사가 대구도시철도공사를 제치고 고객만족 1위(역대 5회 1위)자리를 탈환했다.

광주도시철도공사의 요소만족도는 고객 편의시설, 승차감, 차내 환경, 냉·난방 시설, 환승안내, 직원 응대태도 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

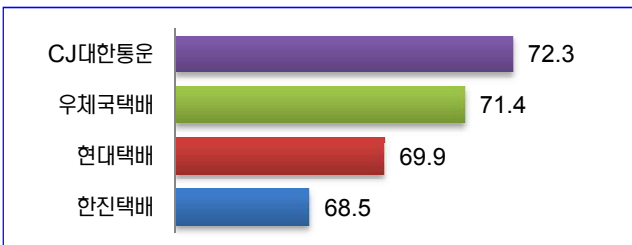
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

• 택배: 첨단 물류 IT시스템으로 CJ대한통운 5년 연속 1위

신속한 배송, 배송주적시스템과 함께 무인택배를 실시함으로써 고객만족경영을 실현하고자 하는 택배산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, CJ대한통운이 5년 연속 1위 (역대 8회 1위)자리를 고수했다.

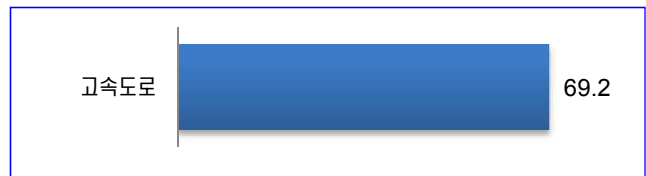
CJ 대한통운은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 약속시간 준수와 기사 응대태도, 배달 안정성에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



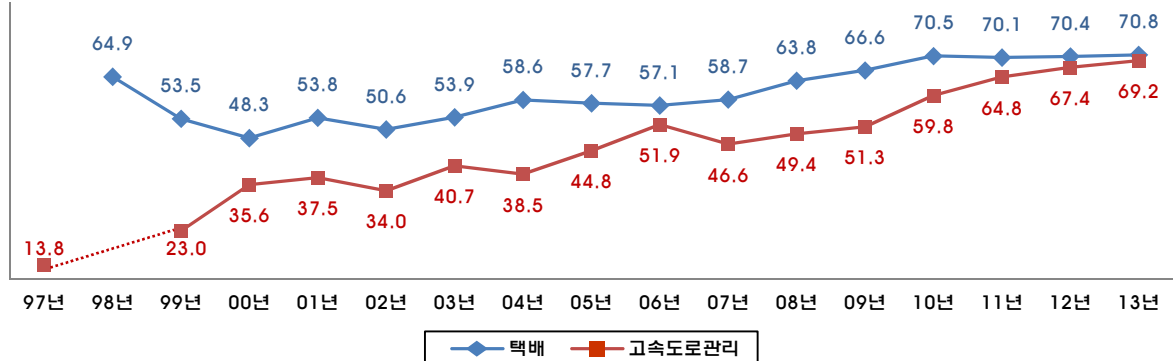
• 고속도로관리: 전년에 이어 만족도 상승세

지속적인 도로관리와 더불어 휴게소 환경 개선, 편의 시설의 다양화 등을 통해 서비스의 질을 높이고 있는 고속도로관리서비스의 만족도는 올해도 상승세를 보이고 있다.

고속도로관리서비스의 전반적 만족도는 전년 대비 하락하였으나, 이용기관에 대한 신뢰도, 적절한 상품가격, 도로면 상태, 교통정보의 제공 등 세부항목에서 큰 폭으로 상승했다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

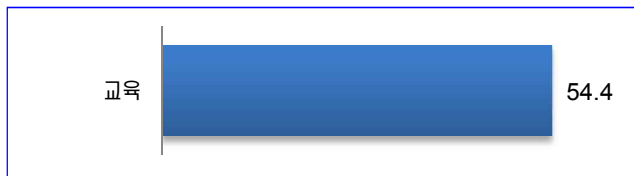
(3) 서비스업

■ 교육 서비스, 보건업

● 교육: 가장 낮은 수준의 만족도를 보이거나 상승세 유지

최근 교육행정과 민원서비스 개선에 나서면서 교육 행정 서비스 개선에 힘쓰고 있는 교육행정서비스의 만족도는 전년 대비 소폭 상승했다.

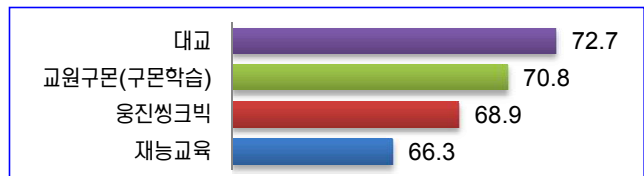
교육행정서비스는 전년 대비 전반적 만족도는 하락하였지만 교사 수준, 학교에 대한 신뢰도, 학교 교육시설 및 환경, 교육정책 등의 항목이 크게 상승했으며 대부분의 요소항목에서 큰 폭의 상승을 나타냈다.



● 학습지: 다양한 상품으로 대교 4년 연속 1위

스마트 러닝 트렌드에 맞춰 교육 콘텐츠와 스마트 기기 결합으로 학습효과를 극대화하고자 하는 학습지 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 대교가 경쟁사들을 제치고 4년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

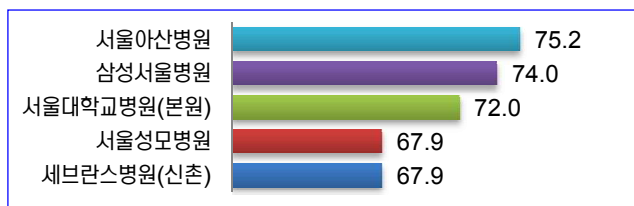
대교는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 학습능력향상도와 학생에 대한 관심, 우수회원 혜택에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



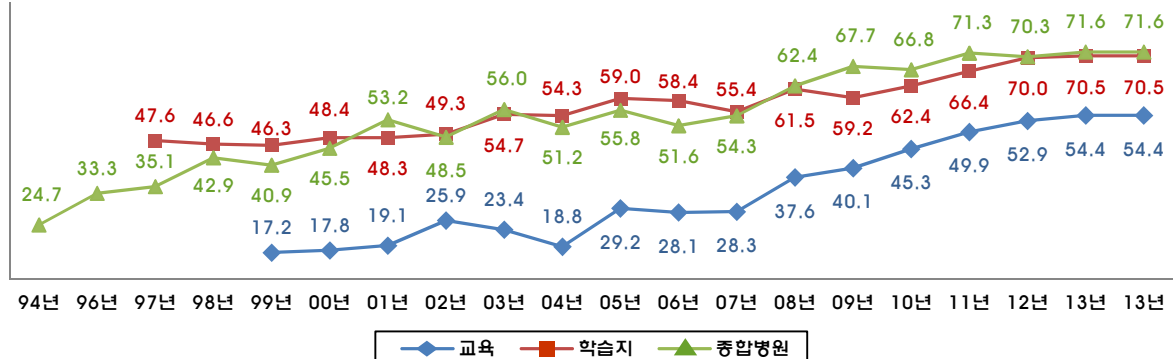
● 종합병원: 선진 의료체제로 서울아산병원 역대 2회 1위

고객(환자)을 우선으로 생각하며 고객만족을 높이기 위해 다양한 서비스 활동이 이루어지고 있는 종합병원 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 서울아산병원이 삼성서울병원을 제치고 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

서울아산병원은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 예약 편리와 시설/환경에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

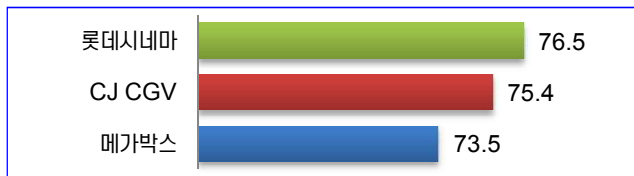
(3) 서비스업

■ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

● 영화관: 감동과 재미를 선사하는 롯데시네마 6회 1위

영화관이 복합문화공간으로 발전하면서 다양한 경험을 제공해 고객들로부터 사랑을 받고 있는 영화관 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며 롯데시네마가 CJ CGV를 제치고 1위 (역대 6회 1위)자리를 탈환하였다.

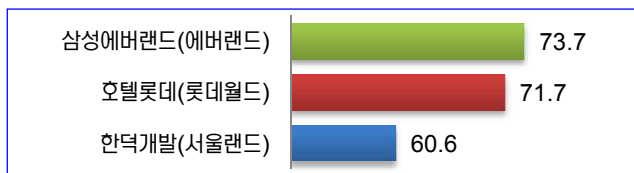
롯데시네마는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 실내공기와 주차장, 부대 시설, 이용요금에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 종합레저시설: 이색적인 서비스로 삼성에버랜드 19년 연속 1위

여가활동이 증가함에 따라 가족단위 내방객이 더욱 증가하고 다양한 볼거리 및 체험행사를 확대하는 등에 노력을 보이는 종합레저시설 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 이어가고 있으며, 삼성에버랜드 지속적인 경쟁 우위 속에 19년 연속 1위를 차지하는 기염을 토했다.

삼성에버랜드(에버랜드)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 놀이시설 다양성, 공연/이벤트 다양성, 주차, 표 구입, 식당, 편의시설, 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 스키장: 뛰어난 시설을 갖춘 하이원리조트 5년 연속 1위

이색적인 경험, 서비스와 다양한 할인혜택을 제공하는 스키장 산업의 만족도는 큰 폭의 상승세를 보였으며, 강원랜드(하이원리조트)가 5년 연속 고객만족 1위 기업의 자리를 고수했다.

강원랜드(하이원리조트)는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 슬로프 상태와 리프트, 시설 안전, 직원 친절, 주차에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



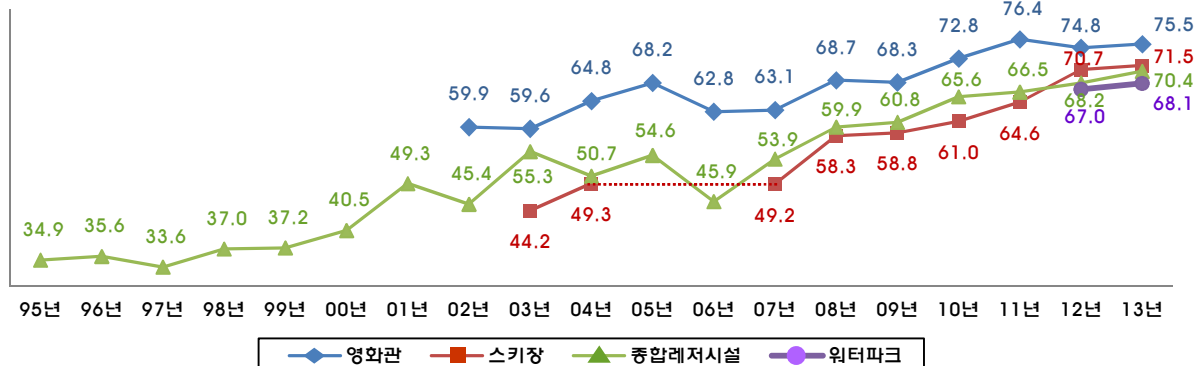
● 워터파크: 다양한 체험으로 캐리비안 베이 2회 연속 1위

올해 다양한 시설과 이색적인 이벤트를 확대하여 전 연령대의 마음을 사로잡은 워터파크 산업은 해마다 이용객이 증가하고 있는 가운데 전년 대비 만족도가 소폭 상승하였으며, 삼성에버랜드(캐리비안베이)가 2회 연속 1위 자리를 차지했다.

삼성에버랜드(캐리비안 베이)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 물놀이 시설 다양성, 안전관리, 이벤트 다양성, 직원 응대태도, 고객편의시설, 수질관리, 시설/환경, 할인혜택 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

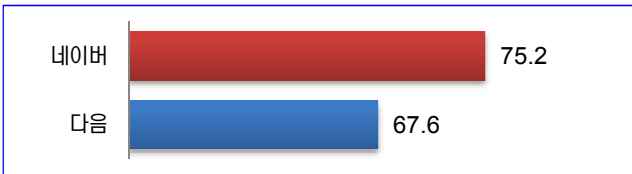
(3) 서비스업

■ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업), 임대업

• 검색포털사이트 : 정확한 콘텐츠로 네이버 10년간 1위

정보와 지식의 공유 및 교류가 이루어지는 주요한 역할을 하는 검색포털사이트 산업의 만족도는 전년에 비해 다소 하락하였으며, 네이버가 10년 연속 1위 자리를 지켰다.

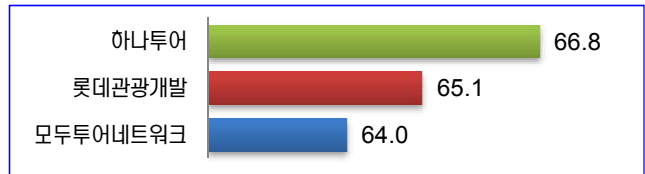
네이버는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 모든 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



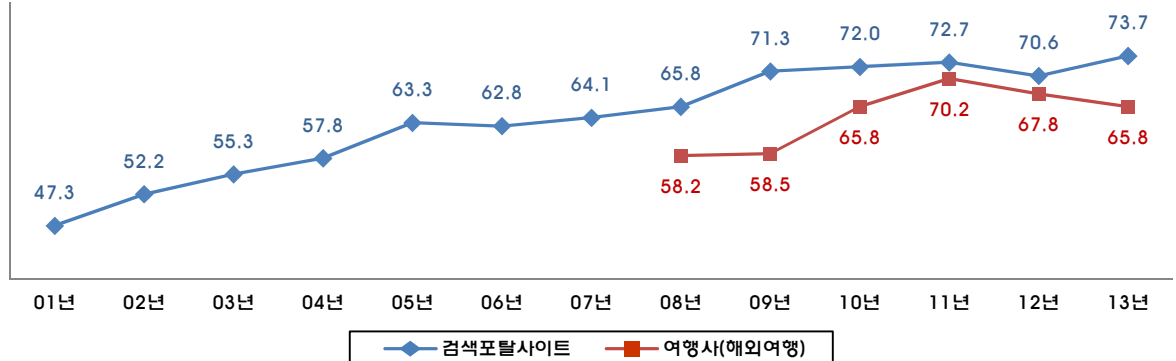
• 여행사(해외여행) : 하나투어 5년 연속 1위 고수

해외여행이 증가하면서 다양한 가격대의 해외여행 상품들이 출시되고 있는 가운데, 여행사(해외여행) 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 하락하였으며, 하나투어가 5년 연속 고객만족 1위 기업의 자리를 지켜냈다.

하나투어는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 여행상품 다양성, 계약내용 고지, 숙박시설 및 음식, 여행 가이드, 여행사 신뢰도 등 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

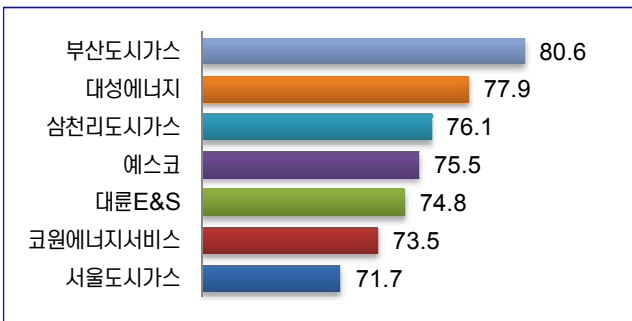
(3) 서비스업

■ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스: 부산도시가스 11년 연속 부동의 1위 자리 고수

가격인상에 대한 이슈 속에 천연가스의 요금적용 방식을 발열량 기준으로 바꾸는 등 가격인하를 위한 노력이 있는 도시가스 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 부산도시가스가 11년 연속 1위 자리를 당당하게 차지했다.

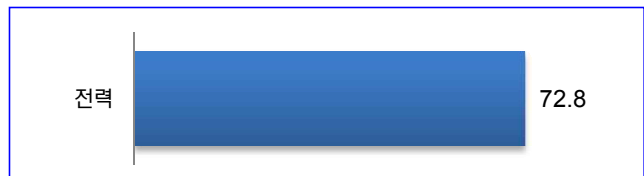
부산도시가스의 요소만족도는 연결 신청 용이, 방문 시간 준수, 작업내용/사용요령 설명, 요금 납부 편리에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 전력: 전년 대비 전반적 만족도 하락

전력수급 불안 우려가 높아짐에 따라 전력난이 예상되어 에너지 절약 바람이 거세게 불고 있는 전력 산업의 만족도는 전년에 이어 하락세를 보였다.

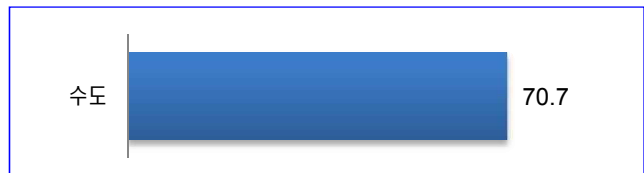
전력 산업은 전년에 비해 전반적 만족도, 원활한 전력공급, 요금청구의 정확성과 편리성은 하락하였으나 전력공급의 안전성, 적절한 요금, 회사에 대한 신뢰도는 상승하는 것으로 나타났다.



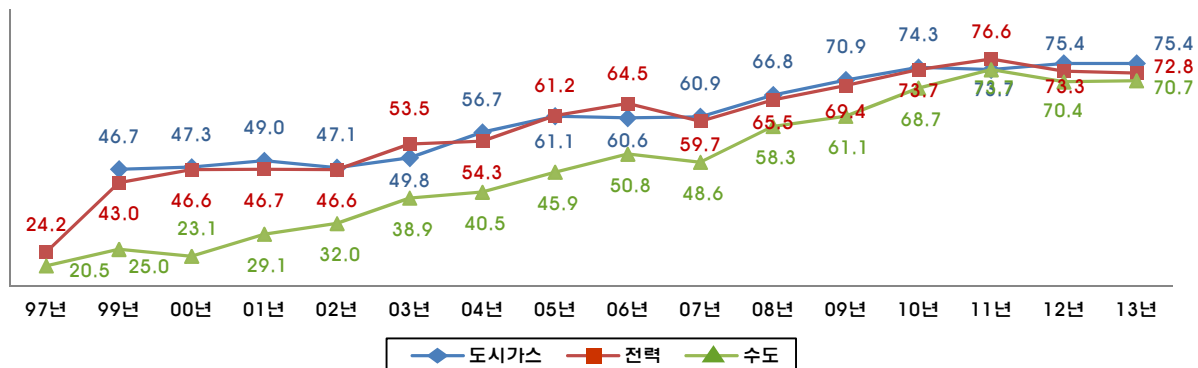
• 수도: 올해 전반적 만족도 소폭 상승

올해 수도 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으나, 전체 공공서비스 산업 중에서는 우편과 전력에 이어 높은 평가를 받았다.

수도 산업은 전년에 비해 전반적 만족도, 원활한 물 공급, 요금의 정확도 항목에서 하락하였으며, 수질에 대한 안심도, 수질, 공급서비스에 대한 신뢰도 등 세부 요소 항목에서 전년 대비 우한 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 공공행정 서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기소: 전년 대비 만족도 소폭으로 하락

등기서비스에 대한 고객만족도는 전년 대비 소폭 하락하였다.

등기서비스는 작년 대비 전반적 만족도와 직원 친절성, 전화응대 태도, 합리적인 업무처리, 이용수수료의 적절성의 항목에서 하락하였으나 고객 편의시설, 내·외부 시설/환경, 이용기관의 신뢰도 등의 항목은 소폭 상승한 것으로 나타났다.

등기 58.4

• 세무서: 전년 대비 전반적인 만족도 하락세

세무서비스의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하는 모습을 보였다.

세무서비스는 전년 대비 전반적 만족도, 전화응대 태도, 이용수수료의 적절성의 세부항목은 하락하였으나, 고객편의 시설, 신속한 업무처리, 이용기관의 신뢰도, 직원의 친절도가 비교적 큰 폭으로 상승했다.

세무서 66.3

• 치안행정: 전년에 비해 큰 폭의 만족도 상승

최근 주민들과의 소통과 융합, 공유를 강조해 치안을 강화하고 자 노력하는 치안행정 산업의 만족도는 작년 대비 매우 큰 폭으로 상승하였다.

치안행정은 작년 대비 전반적 만족도와 요소만족도가 크게 상승하였으며 특히 업무처리의 신속성과 합리성, 직원의 친절성, 이용기관의 신뢰도 등의 세부항목에서 큰 폭으로 상승했으며 전체적인 요소항목의 만족도가 상승해 만족도의 향상을 이끌었다.

치안행정 60.1

산업별 KCSI 지수 추이

