



2022년 한국산업의 고객만족도 (KCSI)

조사결과

KMAC

제1부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 31년 째를 맞이하는 대한민국 대표 고객만족도 조사 제도

- KCSI(Korean Customer Satisfaction Index : 한국산업의 고객만족도)는 한국산업의 각 산업별 상품, 서비스에 대한 고객들의 만족 정도를 나타내는 지수로서 미래의 질적인 성장을 보여주는 지표이다. KCSI는 KMAC가 1992년 한국산업의 특성을 감안하여 개발했다.
- KCSI는 국내에서 가장 오랜 역사와 공신력을 인정받고 있는 한국산업의 대표적인 고객만족 지수로서 일반 소비자들에게도 널리 알려져 있다. 이는 미국의 ACSI에 2년, 국내 NCSI에 6년 앞선 평가 모델로서 조사대상 산업이 전체 GDP의 약 74%를 차지할 만큼 국내 산업의 대표적 고객만족도 조사제도이다.

KCSI 조사 배경 및 목적

국내 산업의 질적 성장 정도 평가, 미래 성장을 위한 선행 지표

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

KCSI 조사 우수성

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

- 고객만족에 대한 개념이 전무하던 1990년대 초반부터 KCSI가 해마다 조사 및 발표됨에 따라 각 기업들은 고객만족경영에 대해 차츰 관심을 갖게 되었고, 이를 토대로 우리나라 산업계 전반에 고객만족 문화가 확산되게 되었다. 이러한 고객만족 문화는 현재 공공부문에까지 확산되어 모든 공공기관이 고객만족도에 의해 평가 받는 시대가 되었다.
- 31년 동안 시행되오면서 그 동안 IMF 체제, 미국 발 금융대란 등 많은 위기가 닥쳐왔지만 KCSI 지수는 지난 1992년과 비교하여 39.7점(약 95%)이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객가치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거둘 수 있음을 입증해 왔다.

제1부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 조사 우수성 (계속)

고객 권익 보호에 앞장서 국민 삶의 질 향상에 기여

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

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

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

KCSI 조사 현황

매년 100개 이상의 산업을 대상으로 조사

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

연도별 발표 산업 수

(단위: 개)

구분	'92년	'93년	'94년	'95년	'96년	'97년	'98년	'99년	'00년	'01년	'02년	'03년	'04년	'05년	'06년	'07년
제조업	7	7	5	5	7	14	33	32	43	48	53	53	63	58	57	59
서비스업	5	1	11	10	8	30	27	42	45	47	47	47	47	45	44	46
계	12	8	16	15	15	44	60	74	88	95	100	100	110	103	101	105

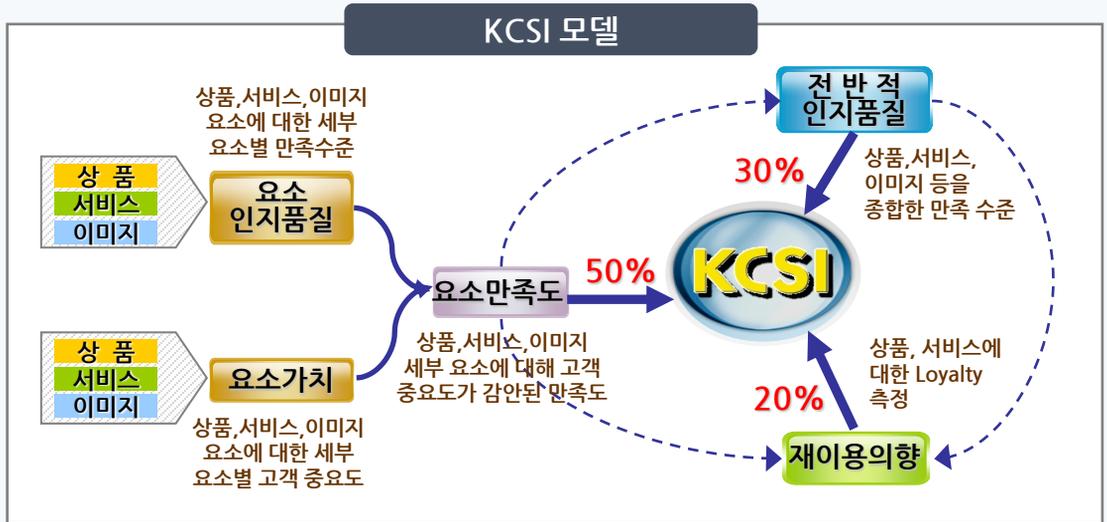
구분	'08년	'09년	'10년	'11년	'12년	'13년	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'22년
제조업	57	54	48	48	51	52	50	51	50	50	52	49	49	49	50
서비스업	49	49	51	54	57	59	59	60	60	60	62	66	61	63	68
계	106	103	99	102	108	111	109	111	110	110	114	115	110	112	118

제1부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 측정 모델 및 산출방법

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



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

■ KCSI(종합만족도)

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

▷ 전반적 만족도

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

▷ 요소만족도

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

▷ 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)

제1부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 조사 설계

약 4개월 간 11,000여 명의 고객들로부터 만족도 측정

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 11,055명
- 3) 표본추출방법 : 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)
/ 지역별 인구수, 성별을 고려한 할당
- 4) 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)
- 5) 조사지역 : 서울, 수도권(수원, 성남, 안양, 부천, 안산, 고양, 남양주, 용인, 화성) 및 6대 광역시
- 6) 조사기간 : 2022년 4월 11일 ~ 8월 16일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등 총 118개 산업(총 388개 기업)

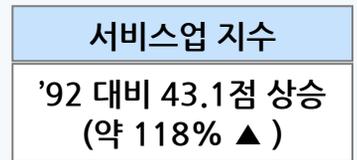
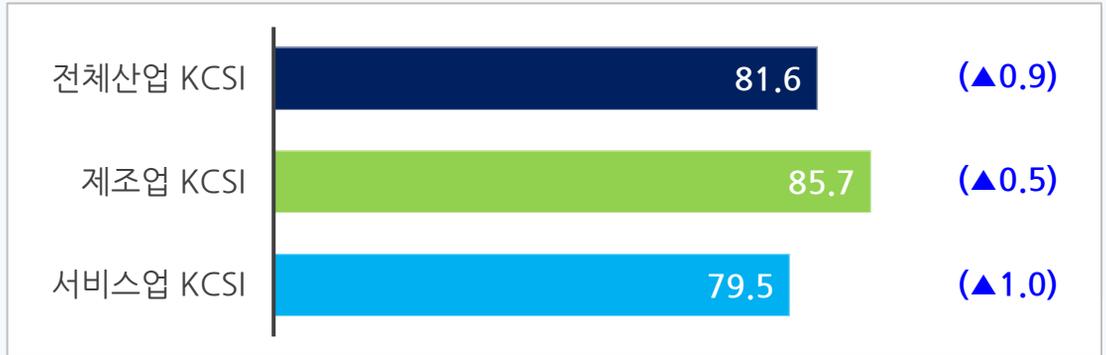
산업부문	2022년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (24개)	1) 과자 2) 두부(신규) 3) 맥주 4) 소주 5) 식용유 6) 아이스크림 7) 우유 8) 유산균발효 유 9) 음료 10) 전통장 11) 참치캔 12) 홍삼가공식품 13) 권련형전자담배 14) 담배 15) 생리대 16) 샴푸 17) 세탁세제 18) 아웃도어의류 19) 여성내의 20) 여성용기초화장품 21) 제화 22) 주방세제 23) 치약 24) 화장지
내구재 제조업 (26개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 김치냉장고 3) 냉장고 4) 무선청소기 5) 사무용복합기(복사기) 6) 세탁기 7) 식기세척기 8) 에어컨 9) 의류건조기(신규) 10) 전기레인지 11) 전기밥솥 12) 정수기 13) 헬스케어(안마의자) 14) 휴대폰(스마트폰) 15) PC 16) TV 17) 가정용가구 18) 가정용건축자재 19) 경형승용차 20) 보일러 21) 부엌가구 22) 블랙박스 23) 승용차타이어 24) 일반승용차 25) 침대 26) RV승용차
일반 서비스업 (58개)	1) 간편결제서비스 2) 생명보험 3) 신용카드 4) 은행 5) 인터넷전문은행 6) 자동차보험 7) 장기보험 8) 저축은행 9) 증권 10) 체크카드 11) 대형마트 12) 대형서점 13) 대형슈퍼마켓 14) 면세점 15) 배달앱 16) 백화점 17) 부동산플랫폼(신규) 18) 숙박앱 19) 스크린골프 20) 영화관 21) 오픈마켓 22) 음원플랫폼(신규) 23) 인터넷서점 24) 인터넷쇼핑몰 25) 전자제품전문점 26) 제과/제빵점 27) 중고거래플랫폼(신규) 28) 중고차플랫폼(신규) 29) 커피전문점 30) 패션온라인몰(자사몰)(신규) 31) 패스트푸드점 32) 편의점 33) 피자전문점 34) OTT서비스 35) TV홈쇼핑 36) T커머스 37) 검색포탈사이트 38) 국제전화 39) 내비게이션앱 40) 시내/시외전화 41) 이동전화 42) 인터넷전화 43) IPTV 44) 초고속인터넷 45) 고속버스 46) 도시가스 47) 렌터카 48) 무인경비 49) 아파트 50) 워터파크 51) 저비용항공 52) 종합레저시설 53) 종합병원 54) 주유소 55) 카셰어링 56) 콘도미니엄 57) 택배 58) 항공
공공 서비스업 (10개)	1) 고속도로 2) 교육 3) 등기 4) 세무 5) 수도 6) 우편 7) 전력 8) 철도 9) 치안 10) 지하철

제2부

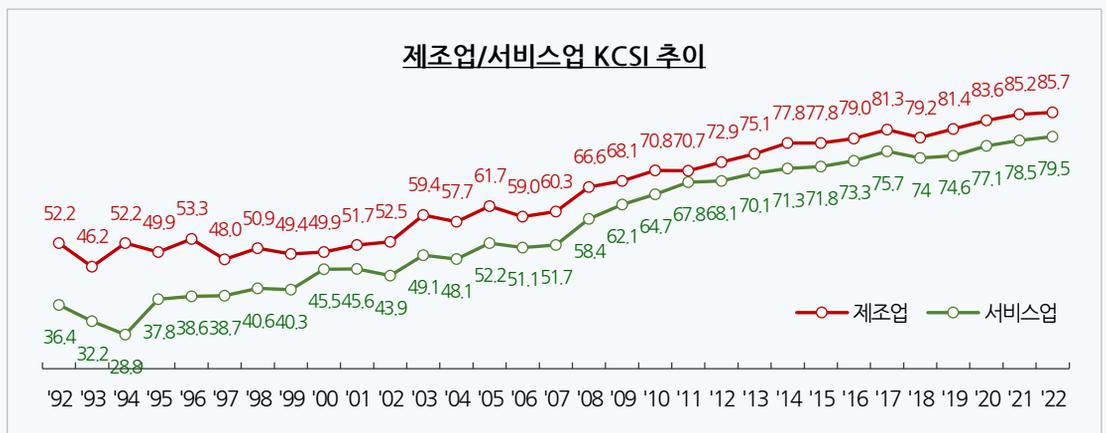
2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI 전체 특징

1) 2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과



2) 역대 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 추이



제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI 전체 특징

3) 2022년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도(KCSI)는 전년 대비 0.9점 상승한 81.6점으로 기록... 이는 최초 조사연도인 1992년 대비 95% 상승치임

- 2022년 KCSI 국가지수는 81.6점을 기록하며 1992년 조사 첫 해와 비교했을 때 39.7점(▲95%) 성장을 기록했다. 최근 코로나 팬데믹(COVID-19)과 인플레이션 등을 겪으며 그간 기록해왔던 성장률에 비해 다소 둔화된 모습을 보였으나 계속해서 상승세를 이어갔다. 산업별로는 제조업이 85.7점, 서비스업(공공 포함)이 79.5점으로 제조업의 만족수준이 좀 더 높았다.
- 올해 조사결과 특징을 요약해보면, 제조업과 서비스업 모두 코로나 팬데믹과 함께 급격히 변화하는 시장 환경에서 고객의 니즈를 읽고 민첩하게 대응하는 산업 및 기업의 만족도가 높은 것으로 나타났다.
- 소비재 제조업에서는 건강이라는 메가트렌드와 MZ세대의 관심요소를 반영한 제품들이 높은 만족도와 함께 큰 폭의 성장을 보였다. 내구재 제조업에서는 바쁜 현대인을 돕고 개인의 가치를 높이기 위한 편의성, 프리미엄, 개인맞춤형에 초점을 맞춘 제품들의 평가가 돋보였다. 특히 제조업에서는 과거 제품 품질에만 집중했던 것과는 달리 고객경험 향상에 높은 관심을 보였다.
- 서비스업에서는 여전히 유통·금융분야에서 비대면채널을 통한 서비스 만족도가 높게 나타났다. 한편 코로나19로 위축되었던 항공, 렌터카 등의 산업 만족도가 상승하면서 회복세를 보였다.
- KCSI는 올해로 시행 31년을 맞이했다. 발표 후 지속적인 개선과 규모 증대를 통해 '00년대 들어서 100여 개 산업으로 발표가 확대되었고, 올해 국가 전체 GDP(국내총생산)의 74%에 해당되는 118개 산업, 388개 기업 발표에 이르렀다. 최근 몇 년 간 코로나 팬데믹의 영향으로 언택트 (Untact)가 가속화됨에 따라 KCSI에서도 이러한 시대적 환경을 반영하여 O2O플랫폼 산업(중고거래/중고차플랫폼, 부동산플랫폼, 패션온라인몰 등) 중심의 산업을 새롭게 조사 및 발표했다.
- 앞으로도 KCSI는 고객중심경영의 중요성을 전파하고 국내 산업의 글로벌 경쟁력을 갖추기 위한 지원을 아끼지 않을 것이다. 또한 최근 각광받고 있는 CX(Customer eXperience)를 비롯하여 ESG 등과 연계된 제품과 서비스 영역에도 지속 확대하여 고객의 의견을 적극 수렴할 예정이다.

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI 전체 특징

3) 2022년도 KCSI 특징 및 경향(계속)

1-2위간 격차 지속 감소 중. 제조업의 격차 감소가 보다 크게 나타나

- 최근 5년 사이의 각 산업별 1위와 2위간의 경쟁 지수(CVA), 즉 2위 기업 대비 1위 기업의 고객만족 수준을 비교해본 결과 점차 경쟁 지수가 하락하고 있음을 볼 수 있다. 전체 산업 기준으로 매년 경쟁지수가 하락하여 2018년에는 1위 기업 전체의 CVA 값이 102.3%였으나 올해는 101.7%로 나타나고 있다.
- 이를 제조업과 서비스업으로 나누어 보았을 때, 제조업 1-2위 기업간 경쟁지수는 2018년 대비 약 1%가까이 격차가 줄어든 것을 볼 수 있으며, 2021년 이후에는 전체 산업 대비 경쟁 강도도 더 커진 것을 확인할 수 있다. 서비스업의 경우 경쟁 강도가 예전부터 강했기 때문에 큰 폭의 변화를 보이지 않았으나 올해 급격한 하락을 보였다.
- KCSI 제조업 1위 기업은 글로벌 최고 수준의 제품 품질을 이끌며 고객만족도에서도 보여왔던 큰 경쟁력 우위가 후발 기업의 맹추격으로 점차 줄어들고 있어 최근 급변하는 고객 니즈의 변화에 대응하는 제품 및 서비스 개발이 필요한 시점인 것이다.

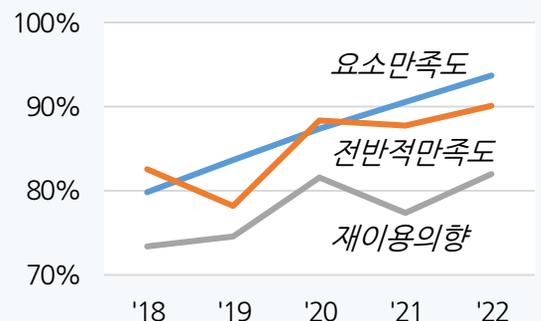
고객 경험(CX)의 시대. 더 좋은 경험 제공이 만족도 상승에 직결

- KCSI를 구성하고 있는 3대 차원인 '전반적만족도, 재이용(구매)의향, 요소만족도'의 추이를 통해 향후 고객만족경영의 추진 방향을 예측할 수 있다. 최근 5년간 이 3대 차원별 1위 기업이 산업별 1위 기업으로 연계되는 확률을 분석해 본 결과 요소만족도의 연계성이 5년 내내 지속 상승하며 가장 높은 것으로 나타났다. 즉, 요소만족도에서 1위에 오른 기업은 90%가 넘게 산업 1위로 연계된 것을 볼 수 있었다.
- 물론 요소만족도의 가중치가 50%로서 전반적만족도(30%) 및 재이용의향(20%) 보다 높은 것도 큰 이유이겠지만 매해 상승과 하락을 거듭하는 타 차원에 비해 지속적인 상승을 보이는 것에 더 주목할 필요가 있다.
- 최근 고객경험의 중요성이 대두되면서 각 기업들은 발달된 데이터 분석 및 정보통신 기술을 활용하여 고객의 불편을 개선하고 새로운 상품/서비스를 제공하고 있는데, 이 과정에서 나타나는 보다 세밀한 고객경험 향상 활동들이 요소만족도를 높이는데 일조하였고 이것이 고객만족도 향상으로 연결된 것이 할 수 있다. 즉, 세분화된 고객 니즈를 파악하여 고객에게 구체적이고 더 좋은 경험을 제공해야 할 것이다.

1-2위간 경쟁지수 추이



3대 차원 1위의 전체 1위 연계율



제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

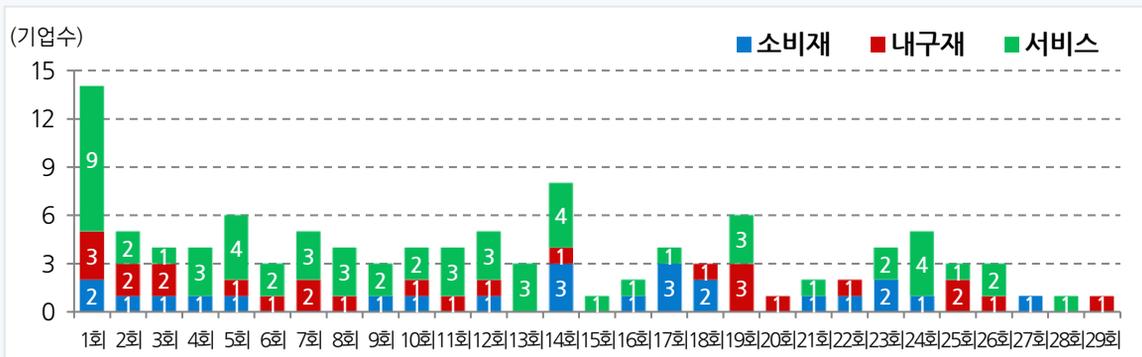
산업별 KCSI 1위 기업의 특징

1) 2022년도 KCSI 다년간 1위 기업

총 111개 1위 기업 선정...
제조업의 삼성전자, 현대자동차. 서비스업의 삼성물산 에버랜드리조트 두각

- 올해 31년 째를 맞는 2022년 KCSI에서 총 111개 산업별 1위가 선정되었다. 1위 기업의 역대 1위 횟수를 보았을 때, 10회 이상 1위 기업이 배출된 63개 산업 중 소비재(17개)와 내구재(14개) 등 제조업이 총 31개 산업으로 나타났으며, 서비스업은 공공서비스를 포함하여 32개 산업으로 나타났다.
- 10회 이상에서는 제조업의 비중이 다소 높았고(62%) 10회 미만에서는 서비스업의 비중이 높았다(48%). 즉, 제조업에서의 장수 1위 산업이 보다 더 많은 것을 볼 수 있으며, 반면 서비스업에서 고객만족 경쟁이 더 치열한 것으로 판단할 수도 있다. 제조업은 세계 일류 수준의 기술력을 갖춘 기업들이 오랫동안 1위를 유지하며 KCSI를 선도하는 반면, 주로 국내 활동이 큰 비중을 차지하는 서비스업에서는 많은 기업들이 고객만족을 위해 노력하고 있지만 자주 1위가 변동되며 특정 기업의 독보적 선두 유지가 어려운 것으로 나타나 서비스 업종에서 까다로운 국내 소비자들의 눈높이와 니즈를 맞추는 것이 얼마나 어려운지를 방증하고 있다.
- 20회 이상 가장 많은 횟수 1위를 차지한 기업은 현대자동차(내구재, 29회), 에버랜드(서비스, 28회), 라이온코리아(소비재, 27회) 등으로 내구재와 서비스, 소비재를 대표하는 기업으로 나타났다. 26회에는 삼성전자(휴대폰), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이, 25회는 삼성전자(PC 및 TV), SK텔레콤(이동전화) 등이 뒤를 이었다. 24회는 삼성생명(생명보험), 아시아나항공(항공), KT(시내/시외전화), 우정사업본부(공공서비스), hy(유산균발효유) 등이, 23회는 SK에너지(주유소), 신영와코루(여성내의), GS리테일(편의점), 라이온코리아(주방세제) 등이, 22회는 동원F&B(참치캔), 쿠키전자(전기밥솥) 등이, 21회는 삼성서울병원(종합병원), 유한킴벌리(화장지) 등이 다수 1위를 기록했다. 20회는 삼성전자(세탁기)가 차지했다.
- 한편, 삼성전자는 8개 산업(휴대폰(스마트폰), TV, PC, 세탁기, 냉장고, 김치냉장고, 전자제품전문점, 에어컨)에서 10회 이상 1위를 차지하며 한국의 대표 고객만족 선도 기업으로서 위상을 드높였으며, 우정사업본부는 2개 산업(공공서비스, 택배/소포)에서 10회 이상 1위를 차지하여 공공기관으로서 큰 두각을 나타냈다.

2022년 1위 기업의 역대 1위 횟수



(1위 횟수)

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 1위 기업의 특징

2) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자 10개 산업 최다 1위... 총 15개 기업이 2개 이상 복수 산업 1위 선정돼

- 2022년 KCSI에서는 총 15개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위에 선정되었다. 삼성전자는 작년보다 1개 많은 10개 산업(에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 무선청소기, 세탁기, TV, PC, 휴대폰(스마트폰), 전자제품전문점, 의류건조기)에서 정상을 차지하며 고객만족도 강자의 면모를 드러냈다.
- 그 뒤를 이어 삼성물산이 종합레저시설, 워터파크, 아파트, 패션온라인몰(자사몰) 등 4개 산업에서 1위를 기록했다. 그 밖에도 KT, SK브로드밴드, 라이온코리아, 롯데GRS, 삼성화재, 애경산업, 우정사업본부, 유한킴벌리, 캐논코리아, 코웨이, 한국필립모리스, 한샘, 현대자동차 등이 복수 산업에서 1위를 차지하는 영예를 안았다.

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 복수산업 1위 기업

번호	기업명	1위 산업	비고
1	삼성전자	에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 무선청소기, 세탁기, TV, PC, 휴대폰(스마트폰), 전자제품전문점, 의류건조기	10개 산업 1위 (‘21년: 9개 산업 1위)
2	삼성물산	종합레저시설, 워터파크, 아파트, 패션온라인몰(자사몰)	4개 산업 1위 (‘21년: 2개 산업 1위)
3	KT	시내/시외전화, 인터넷전화	2개 산업 1위 (‘21년: 2개 산업 1위)
4	SK브로드밴드	초고속인터넷, IPTV	2개 산업 1위 (‘21년: 2개 산업 1위)
5	라이온코리아	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 (‘21년: 2개 산업 1위)
6	롯데GRS	패스트푸드점, 커피전문점	2개 산업 1위 (‘21년: 2개 산업 1위)
7	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 (‘21년: 2개 산업 1위)
8	애경산업	삼푸, 치약	2개 산업 1위
9	우정사업본부	택배/소포, 공공서비스	2개 산업 1위 (‘21년: 2개 산업 1위)
10	유한킴벌리	생리대, 화장지	2개 산업 1위 (‘21년: 2개 산업 1위)
11	캐논코리아	가정용복합기(프린터), 사무용복합기(복사기)	2개 산업 1위 (‘21년: 1개 산업 1위)
12	코웨이	정수기, 침대	2개 산업 1위 (‘21년: 1개 산업 1위)
13	한국필립모리스	궐련형 전자담배, 담배	2개 산업 1위 (‘21년: 1개 산업 1위)
14	한샘	부엌가구, 가정용가구	2개 산업 1위 (‘21년: 1개 산업 1위)
15	현대자동차	일반승용차, RV승용차	2개 산업 1위 (‘21년: 1개 산업 1위)

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 1위 기업의 특징

3) 전년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

16개 산업에서 1위 변동 나타나. 코로나 시대 맞아 변동 증가 추세...

- ▶ 올해 KCSI에서는 총 16개 산업에서 1위 기업 변동을 보였는데 변동 비율은 15.7%로 작년보다 1.4%p 증가하였다. 업종별로는 제조업 9개, 서비스업 7개로 나타났다.
- ▶ 소비재에서는 탤디가 금강을 제치고 제화산업에서 최초 1위에 올랐으며, 과자(오리온), 맥주(하이트진로), 전통장(CJ제일제당(해찬들)), 샴푸(애경산업), 치약(애경산업)에서 1위 기업 변동을 보였다. 내구재에서는 캐논코리아가 사무용복합기(복사기)에서 첫 1위를 차지했고 무선청소기는 삼성전자, 식기세척기는 LG전자가 선두에 올랐다.
- ▶ 서비스업에서는 여기어때가 숙박업 부문 첫 1위를 기록했고, 이외에도 간편결제서비스(네이버페이), OTT서비스(티빙), 배달앱(배달의민족), 고속버스(금호고속), 스키장(용평리조트), 종합병원(삼성서울병원) 등에서 치열한 고객만족도 경쟁 끝에 1위 기업의 변동이 나타난 것으로 조사결과 드러났다.
- ▶ 한편 최근 10년간 1위 기업 변동수는 점차 감소하는 모습을 보여 '20년에는 10개 이하를 보였으나 코로나 시대에 본격적으로 접어들어 산업간, 산업내에서 기업간 생존 경쟁에 따라 고객만족도에도 큰 변동을 나타나며 다시 증가하는 모습을 보이고 있다.

최근 1위 변동 기업수 및 2022년 KCSI 1위 변동 기업



No	산업군	산업명	2022년 KCSI 1위 기업	2021년 KCSI 1위 기업
1	소비재 (6개)	과자	오리온	롯데제과
2		맥주	하이트진로	OB맥주(카스포함)
3		전통장	CJ제일제당(해찬들)	대상(청정원)
4		샴푸	애경산업	LG생활건강
5		제화	탤디	금강제화
6		치약	애경산업	LG생활건강
7	내구재 (3개)	무선청소기	삼성전자	삼성전자, LG전자
8		사무용복합기(복사기)	캐논코리아	한국후지필름비즈니스이노베이션
9		식기세척기	LG전자	SK매직
10	서비스 (7개)	간편결제서비스	네이버페이	카카오페이
11		OTT서비스	티빙	Seezn(시즌)
12		배달앱	배달의민족	쿠팡이츠
13		숙박앱	여기어때	야놀자
14		고속버스	금호고속	중앙고속
15		스키장	용평리조트	하이원리조트
16		종합병원	삼성서울병원	서울아산병원, 삼성서울병원

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI 향상을 위한 제언

총체적 경험으로 비즈니스를 혁신하라(Customize the Total eXperience)

- 1999년 B. Joseph Pine과 James H. Gilmore에 의해 ‘경험경제’라는 개념이 제시된 이후 최근 들어서는 디지털 전환 및 비대면 경제 활성화 등 큰 변화와 맞물려 각 기업의 경영 이슈와 트렌드는 ‘총체적 경험(Total eXperience)’으로 진화하고 있다.
- 고객만족경영 차원에서도 ‘이해관계자 자본주의’, ‘디지털 대전환’ 등을 흡수하여, 고객의 범위가 계속 확장되고 있고 지속가능한 가치 창출이 강조되고 있으며, 특히 코로나19 이후 디지털 전환 가속화와 고객 경험에 대한 Data 활용이 중요해지고 있다.
- 이러한 변화에 따라 각 기업들은 경영의 목표를 ‘총체적 경험 제공’에 두고 ‘고객과 상호작용’을 통한 성공적인 비즈니스 모델을 구축하고, 지속적으로 ‘존경받는 기업’이 되고자 노력하고 있다. 즉 고객은 상품/서비스의 소비 대상이라는 일방적 관계가 아닌 기업과 긍정적인 경험을 공유하고 기업의 가치 생성 과정에 적극 참여할 수 있는 경험 소유의 주체로 시각이 바뀌고 있으며, 고객/직원/사회/주주라는 보다 확장된 고객을 총체적으로 만족시켜 궁극적으로 존경받는 기업이 되고자 노력하고 있다.
- 이를 실현하기 위해 각 기업들은 각각 고객 경험(CX), 직원 경험(EX), ESG활동과 연계되는 지속가능 경험(SX) 제공을 추진해야 하며, 이 근본에는 최근 기술 발달을 기반으로 한 디지털 경험(DX) 제공이 뒷받침 되어야 한다. 그리고 이러한 여러 경험을 유기적으로 통합하여 차별적 비즈니스 경험(BX)을 제공하고 지속 관리해야 할 것이다.

경험 관점으로 데이터를 수집·분석하고 활용하라

- 최근 비대면 경제의 활성화로 고객들은 온라인과 오프라인을 넘나들며 O2O/O4O를 경험하고 있으며, 제조업체와 소비자가 직접 거래하는 D2C 또한 주목받는 등 온/오프 융합생태계가 구축되고 있다. 또한 밀레니얼 세대가 주도권을 넘겨받기 시작하는 밀레니얼 모멘트의 시대가 되었으며, 전 세계 인구의 1/4 수준인 18억이라는 거대한 규모 바탕으로 구매력으로 소비 주체로 성장할 전망이다.
- 온라인과 오프라인을 넘나드는 고객을 파악하기 위해서는 완전한 ‘경험’ 관점에서의 전환을 통해 새로운 방향으로 고객에게 접근할 필요가 있다. 경험 관점으로 완전한 전환을 통한 CS 추진을 위해서는 새로운 고객 경험 Data Gathering 기법을 통해 다양한 고객 경험 패턴을 정의하여 모델링하고, 도출된 경험 패턴 모델을 분석하여 Target 모델을 선정 후, Target 모델을 대상으로 맞춤형 CS를 추진해야 한다.
- 기존 마케팅 시장세분화에서 ‘인구통계학 정보’나 ‘구매 정보’에 의해서 시장을 나누어 Segmenting과 Targeting을 진행했다면, 이제 철저히 ‘경험 데이터’에 의해 사용자들을 분류해 어떻게 차별적이고 진정한 경험을 제공할지를 고민해야 할 것이다.
- 이 과정에서 각 기업은 단순히 대면/비대면의 분절된 형태가 아닌 옴니채널의 관점에서 데이터를 수집해야 하고, 다양한 채널에서 발생하는 이질적이고 비구조적인 데이터를 원활히 활용할 방안을 마련해야 할 것이며, 조직 내부에서도 각종 데이터를 수집, 처리, 분석하여 보편적으로 활용하는 문화를 조성해야 할 것이다.

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI 향상을 위한 제언

B2B 시장에서도 보다 향상된 고객만족경영 추진 필요

- 현재 고객만족의 개념은 주로 B2C 시장에서 통용되어 왔고 부품이나 소재 및 원자재 등을 제조 판매하여 소수의 기업 고객을 대상으로 하는 B2B 기업들에게는 아직도 형식적이거나 비체계적으로 실행되는 측면이 있다.
- B2B 시장의 경우 고객의 성격이 다르고 대부분의 경우 시장과 제품의 성격도 다르기 때문에 전통적인 B2C 관점의 활동과는 많이 다를 수밖에 없는데, B2B 시장에서는 제품의 사양과 가격조건, 고객의 구매의사결정구조 및 판매 후 서비스 활동 등을 통한 고객과의 지속적 관계 유지 전략이 핵심 요소로 거론된다.
- B2B 기업의 고객만족경영을 위해서는 먼저 자사에 맞는 CS체계를 구축해야 하는데, CS관리체계 바탕의 ‘고객기대파악’, ‘고객만족경영활동 실행’, ‘고객평가’, ‘불만대응’, ‘피드백’ 등이 선순환 구조로 이어져야 하며, 이를 통해 고객에게는 신뢰와 만족, 그리고 로열티를, 자사 내부 조직에는 고객가치 창출의 역량과 차별화 방향성을 제공해야 한다.
- B2B 시장의 고객만족경영의 핵심은 결국 고객에게 최상의 품질과 신뢰를 통해 고객가치를 제안하고 이를 지속적으로 전달함으로써 장기적인 파트너 고객관계를 구축하는 것이라 할 수 있다. 이를 실현하기 위해서는 고객 관점의 프로세스를 재정립하고 철저한 VOC 관리, 고객만족도조사 및 평가와 지속적인 개선 등 체계적인 고객만족경영 시스템을 구축해야 할 것이다.

차별적 비대면 경험 제공을 위한 서비스 개발 필요

- 디지털 변혁 시대에의 진행에 따른 챗봇(Chatbot), 가상현실(VR), 증강현실(AR), 5G 등 IT 기술의 발달, 그리고 대면 접촉에 점차 부담을 느끼는 등 개인주의 성향의 확대 등으로 언택트(Untact) 시대가 도래하였고, COVID-19에 의해 그 변화가 가속화 되면서 언택트 시대가 본격화되면서 디지털 기술 활용이 증가하고, 서비스 행태가 대면에서 비대면으로 변화하고 있다.
- 각 기업이 고객의 불편함을 경감하고 다양한 경험을 제공할 수 있는 서비스 비대면화를 추진하기 위해서는 Customer/Business/Employee 등의 관점을 중심으로 여러 이슈에 대해 고민해야 한다. 고객의 불편을 감소시키고 편리함을 제공하는지, 우리 비즈니스에 부정적인 영향을 미치지 않는지, 그리고 직원과 업무 프로세스, 제도는 어떻게 변해야 하는지에 대한 면밀한 고려를 바탕으로 마케팅/영업/물류/서비스 영역에서 각각의 활동을 전개해야 하는 것이다.
- 이러한 언택트 시대를 맞아 대면 서비스를 점차 비대면으로 전환함과 동시에 끊임없는 고객 만족 수준 향상을 위해서는 고객과 상호작용하는 채널에서 발생하는 고객경험을 상세히 파악하고 채널 별 주요 경험에 대한 진단을 통해 비즈니스 모델/기술/사람과 프로세스 관점에서의 방안을 마련해야 한다. 고객과의 원활한 상호작용을 위해 자사 서비스가 고객에게 도달하는 다양한 채널 및 고객들의 경험을 분석해야 한다. 여기서 개선을 전개할 주요 채널을 Targeting하고, 실태를 진단하고, Customer/Business/Employee 관점에서 비대면 서비스 전략을 도출하여 대응력을 강화해야 할 것이다.

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 주요 특징

1) 소비재 제조업의 고객만족도 특징

다수에서 만족도 하락을 보인 가운데 일부 트렌드 이끈 산업들은 강세 보여

- ▶ 소비재 제조업의 만족도는 홍삼가공식품, 맥주, 유산균발효유, 화장지, 음료 등에서 높은 수준을 보인 것으로 조사결과 나타났다.
- ▶ 건강에 대한 높은 관심이 지속되고 있는 가운데, MZ세대를 겨냥한 제품군 확대로 인기를 끌고 있는 홍삼가공식품이 88.0점으로 가장 높은 수준을 기록했다. 또한 최근 무알콜맥주, 다양한 수제 맥주를 출시하고 있는 맥주(88.0)도 높은 평가를 받았다. 그 밖에 제로칼로리 제품 출시로 높은 호응을 보이고 있는 음료(85.4) 역시 눈에 띄었다.
- ▶ 한편, 궐련형 전자담배(▲3.9), 소주(▲2.2) 등은 작년 대비 높은 상승폭을 보였다. 상승한 산업들은 공통적으로 프리미엄 제품출시, 고객 트렌드 반영 등을 통해 적극적으로 시장에 대응했던 것이 주효한 것으로 풀이된다. 반면 국내외 인플레이션의 영향으로 다수의 소비재 제품에서 하락을 기록한 것으로 조사되었다.

소비재(제조업) 산업별 KCSI

※ 괄호 안은 전년 대비 Gap

홍삼가공식품	88.0	(▲0.2)	여성내의	84.1	(▲0.7)
맥주	88.0	(▲1.5)	소주	84.0	(▲2.2)
유산균발효유	86.1	(▽1.2)	참치캔	83.4	(▲0.4)
화장지	86.0	(▽0.2)	세탁세제	82.3	(▲0.6)
음료	85.4	(▲1.0)	식용유	82.0	(▲0.5)
주방세제	85.3	(▲0.3)	과자	81.5	(▽1.6)
여성용기초화장품	85.1	(▽0.5)	치약	81.4	(▽1.1)
생리대	85.0	(▲0.5)	두부	81.1	신규 발표
전통장	84.9	(▽1.0)	궐련형 전자담배	81.0	(▲3.1)
우유	84.7	(▽1.2)	샴푸	80.9	(▽0.7)
아웃도어의류	84.7	(▲2.0)	제화	76.8	(▽2.3)
아이스크림	84.4	(▽1.6)	담배	73.6	(▽2.4)

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 주요 특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

고객 니즈를 반영한 생활가전·자동차 산업이 고객들에게 우수한 평가 받아

- ▶ 내구재 제조업에서는 고객만족도 상위 10개 산업 중에서 9개 산업이 생활가전 및 자동차 제품인 것으로 조사결과 나타났다.
- ▶ 산업별로는 냉장고(92.5), RV승용차(92.0), TV(91.4), 세탁기(91.0), 에어컨(91.0), 일반승용차(90.9) 등이 90점 이상의 높은 만족도를 보이며 고객들로부터 우수한 평가를 받았다. 생활가전에서는 편의성과 프리미엄에 초점을 맞춘 제품이 많은 인기를 끌었다. RV승용차 역시 차박, 캠핑을 선호하는 소비자가 늘고 넉넉한 공간에 실용성을 갖춘 차량이 출시되고 있는 점이 만족도 상승을 견인한 것으로 풀이된다.
- ▶ 한편 침대(▲3.0), 식기세척기(▲1.7), PC(▲1.6) 등은 작년 대비 높은 상승 폭을 기록했다. 특히 침대는 수면 질, 제품관리, 구독 등 고객 니즈에 맞춘 다양한 형태의 서비스를 도입하면서 시장으로부터 큰 호응을 얻은 것으로 판단된다.

내구재(제조업) 산업별 KCSI

※ 괄호 안은 전년 대비 Gap

냉장고	92.5	(▲0.3)	정수기	87.0	(▲1.5)
RV승용차	92.0	(▲0.8)	헬스케어(안마의자)	86.9	(▲1.4)
TV	91.4	(▽1.3)	가정용건축자재	86.7	(▽0.4)
세탁기	91.0	(▲0.2)	전기레인지	86.6	(▲0.9)
에어컨	91.0	(▲0.5)	김치냉장고	86.5	(±0.0)
일반승용차	90.9	(▲0.5)	보일러	86.3	(▽0.9)
의류건조기	89.9	신규 발표	전기밥솥	85.5	(▽1.6)
식기세척기	88.5	(▲1.7)	경형승용차	84.8	(▲0.7)
가정용가구	88.3	(▽1.3)	승용차타이어	83.9	(▲1.0)
무선청소기	88.1	(▲1.4)	블랙박스	83.5	(▲0.7)
휴대폰(스마트폰)	87.5	(▲0.7)	가정용복합기(프린터)	83.4	(▲1.5)
부엌가구	87.5	(▽0.3)	침대	82.6	(▲3.0)
PC	87.4	(▲1.6)	사무용복합기(복사기)	81.3	(▲1.1)

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 주요 특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

유통·금융 비대면채널 여전히 강세... 항공, 렌터카 등 상승하며 만족도 회복

- 서비스업은 유통에서 TV홈쇼핑, T커머스, 편의점 등이 높은 만족도를 보였으며 금융에서는 체크카드, 자동차보험 등이 상위권을 기록한 것으로 조사되었다.
- 유통에서는 TV홈쇼핑(87.1), T커머스(86.9) 등 여전히 비대면 채널이 작년에 이어 상위권을 차지했다. MZ트렌드에 발빠르게 대응중인 편의점(86.5) 역시 높은 만족도를 보였다. 한편 금융에서는 인터넷전문은행(▲3.2)이 작년 대비 높은 상승을 기록했고, 그 밖에 항공(▲3.5), 렌터카(▲3.4), 콘도미니엄(▲3.1) 등 여행·레저 관련 산업의 만족도 상승이 두드러졌다.
- 신규발표한 부동산플랫폼(81.8), 중고거래플랫폼(81.7), 패션온라인몰(자사몰)(80.4), 음원플랫폼(80.1) 등은 80점 이상의 준수한 점수를 기록했다.

서비스업	점수	변동	서비스업	점수	변동
체크카드	87.9	(▲0.1)	고속버스	82.3	(▲1.1)
TV홈쇼핑	87.1	(▽0.9)	무인경비	82.0	(▲1.7)
T커머스	86.9	(▲0.8)	인터넷전화	81.9	(▲0.3)
자동차보험	86.5	(▲1.3)	부동산플랫폼	81.8	신규 발표
편의점	86.5	(▲1.4)	택배/소포	81.8	(▲0.6)
인터넷서점	86.3	(▲0.6)	중고거래플랫폼	81.7	신규 발표
OTT서비스	85.6	(▲2.1)	증권	81.5	(▲1.1)
스크린골프	85.3	(▲1.4)	인터넷쇼핑몰	81.5	(▲1.9)
초고속인터넷	85.2	(▲1.5)	영화관	81.0	(▲2.1)
면세점	85.0	-	커피전문점	81.0	(▽0.2)
콘도미니엄	84.6	(▲3.1)	제과·제빵점	80.8	(▽0.5)
간편결제서비스	84.5	(▲2.1)	패션온라인몰	80.4	신규 발표
렌터카	84.5	(▲3.4)	내비게이션앱	80.3	(▲2.2)
장기보험	84.4	(▲0.9)	시내·시외전화	80.3	(▽1.9)
대형서점	84.4	(▲0.3)	워터파크	80.3	(▲0.1)
이동전화	84.2	(▲1.1)	음원플랫폼	80.1	신규 발표
생명보험	83.8	(▲1.0)	주유소	80.0	(▲0.6)
신용카드	83.6	(▲0.8)	피자전문점	79.9	(▲0.3)
은행	83.6	(▲1.2)	중고차플랫폼	79.8	신규 발표
종합레저시설	83.6	(▲1.2)	숙박앱	79.2	(▲2.7)
전자제품전문점	83.4	(▲0.7)	스키장	78.9	-
배달앱	83.2	(▲0.3)	저비용항공	78.8	(▲2.3)
IPTV	82.8	(▲2.6)	저축은행	77.9	(▲1.1)
백화점	82.7	(▲2.1)	검색포탈사이트	77.6	(▲1.3)
아파트	82.7	(▲2.1)	항공	77.1	(▲3.5)
종합병원	82.5	(▲0.9)	도시가스	76.9	(▲1.1)
국제전화	82.4	(▲0.8)	대형마트	74.8	(▽1.6)
인터넷전문은행	82.3	(▲3.2)	패스트푸드점	74.8	(▲0.3)
오픈마켓	82.3	(▲1.6)	대형슈퍼마켓	71.8	(▽0.5)

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 주요 특징

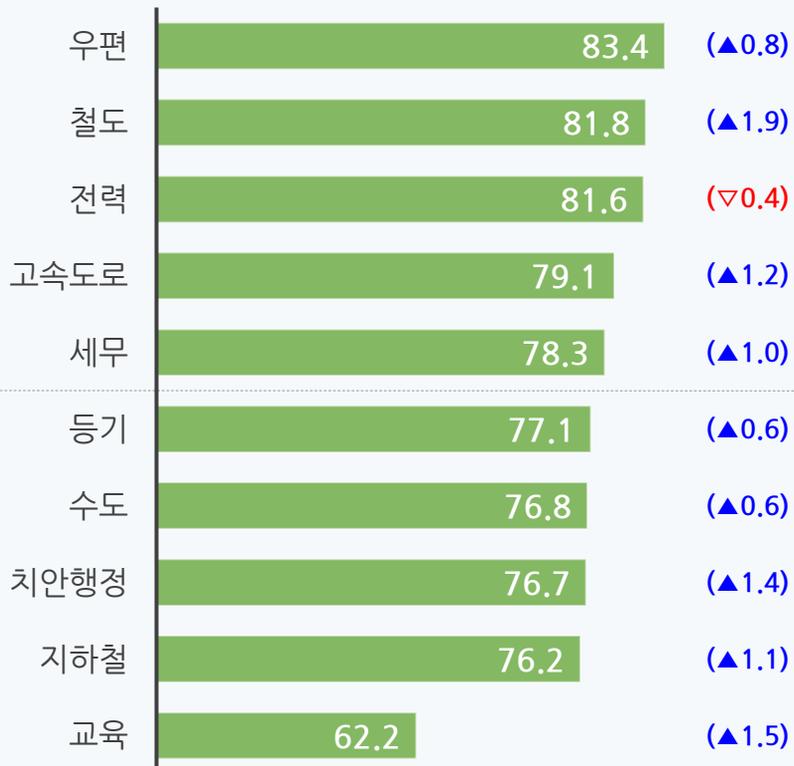
4) 공공서비스업의 고객만족도 특징

우편 24년 연속 공공서비스 정상 차지... 전력은 만족도 소폭 하락

- ▶ 공공서비스는 우편이 83.4을 기록하며 가장 높은 만족도를 보였다. 공공서비스업을 발표한 이래로 24년 연속으로 가장 우수한 평가를 받고 있다. 그 뒤를 이어 철도가 전년 대비 ▲1.9점 상승하며 81.8점으로 조사되었다. 전력은 작년보다 ▼0.4점 떨어진 81.6점으로 3위 자리를 차지했다. 고속도로(79.1), 세무(78.3) 등도 70점 대 후반의 만족도를 나타내며 공공서비스 내에서 상위권을 차지했다.
- ▶ 반면 코로나19로 인한 온라인 수업 및 등교 혼란 장기화의 영향을 받았던 교육은 작년보다 ▲1.5점 상승한 62.2점으로 나타났으며 여전히 공공서비스 내에서도 가장 낮은 수준을 보여 만족도 향상을 위한 꾸준한 노력이 요구되는 것으로 조사결과 나타났다.

공공서비스업 산업별 KCSI

※ 괄호 안은 전년 대비 Gap



제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	과자	오리온	오리온(82.5), 롯데제과(82.3), 크라운제과(80.9), 해태제과식품(80.6)	'21 1위: 롯데제과	9회
2	두부	풀무원식품	풀무원식품(82.9), CJ제일제당(81.3), 대상(78.6)	신규 발표	1회
3	맥주	하이트진로	하이트진로(89.7), OB맥주(카스포함)(88.7), 롯데칠성음료(84.2)	'21 1위: OB맥주(카스포함)	14회
4	소주	금복주	금복주(85.8), 하이트진로(참이슬)(84.9), 롯데칠성음료(처음처럼)(82.6), 무학(80.7)	6년 연속	14회
5	식용유	사조대림(해표)	사조대림(해표)(83.1), CJ제일제당(백셀)(80.7)	10년 연속	18회
6	아이스크림	빙그레	빙그레(86.0), 롯데제과(84.4), 해태아이스크림(83.1)	16년 연속	17회
7	우유	서울우유	서울우유(87.0), 매일유업(85.4), 남양유업(79.5)	15년 연속	17회
8	유산균발효유	hy	hy(87.8), 매일유업(86.2), 남양유업(81.2)	21년 연속	24회
9	음료	동아오츠카	동아오츠카(86.8), 한국코카콜라(86.1), 롯데칠성음료(83.4)	8년 연속	17회
10	전통장	C제일제당(해찬들)	C제일제당(해찬들)(85.0), 대상(청정원)(84.7)	'21 1위: 대상(청정원)	3회
11	참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(86.1), 오투기(오투기참치)(81.6), 사조산업(사조참치)(76.5)	19년 연속	22회
12	홍삼가공식품	한국인삼공사(경관장)	한국인삼공사(경관장)(90.0), 농협홍삼(한삼인)(85.6), 지씨바이오(참다한홍삼)(85.0)	10년 연속	10회
13	궐련형 전자담배	한국필립모리스(아이코스)	한국필립모리스(아이코스)(82.9), KT&G(릴)(82.1), BAT로스만스(글로)(77.2)	2년 연속	2회
14	담배	한국필립모리스(말보로)	한국필립모리스(말보로)(75.3), KT&G(74.1), BAT로스만스(던힐)(71.4)	15년 연속	16회
15	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(87.7), 깨끗한나라(85.8), LG유니참(82.9)	13년 연속	14회

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

1) 소비재 제조업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	샴푸	애경산업	애경산업(82.4), LG생활건강(81.7), 아모레퍼시픽(80.8), 유니레버코리아(79.6), 한국P&G(78.9)	'21 1위: LG생활건강	5회
17	세탁세제	라이온코리아	라이온코리아(84.0), 헨켈코리아(83.0), 애경산업(81.6), LG생활건강(80.4)	26년 연속	27회
18	아웃도어의류	노스페이스	노스페이스(87.6), 블랙야크(85.3), 코오롱스포츠(83.9), K2(83.6), 네파(83.3)	3년 연속	4회
19	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(84.8), 비비안(83.4)	23년 연속	23회
20	여성용 기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(86.0), LG생활건강(83.8)	2년 연속	18회
21	제화	탠디	탠디(78.8), 금강제화(78.1), 소다(76.7), 에스콰이어(74.5)	'21 1위: 금강제화	1회
22	주방세제	라이온코리아	라이온코리아(86.4), 애경산업(85.1), LG생활건강(84.0)	17년 연속	23회
23	치약	애경산업	애경산업(82.2), 아모레퍼시픽(81.3), LG생활건강(80.8)	'21 1위: LG생활건강	12회
24	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(87.4), 모나리자(85.3), 깨끗한나라(85.0)	17년 연속	21회

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 1위 기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	PC	삼성전자	삼성전자(88.7), LG전자(87.3), 한국HP(84.1)	21년 연속	25회
2	TV	삼성전자	삼성전자(91.9), LG전자(90.8)	25년 연속	25회
3	가정용복합기 (프린터)	캐논코리아	캐논코리아(84.9), 한국엠손(82.4), 한국HP(82.0)	6년 연속	6회
4	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(87.7), LG전자(86.9), 위니아(84.0)	12년 연속	12회
5	냉장고	삼성전자	삼성전자(93.0), LG전자(92.1)	13년 연속	18회
6	무선청소기	삼성전자	삼성전자(88.6), LG전자(87.8), 다이슨코리아(87.4)	2년 연속	2회
7	사무용복합기 (복사기)	캐논코리아	캐논코리아(82.8), 한국후지필름비즈니스이노베이션(81.8), 신도리코(79.1)	'21 1위: 한국후지필름 비즈니스이노베이션	1회
8	세탁기	삼성전자	삼성전자(91.3), LG전자(90.5)	13년 연속	20회
9	식기세척기	LG전자	LG전자(88.7), SK매직(88.3)	'21 1위: SK매직	1회
10	에어컨	삼성전자	삼성전자(92.5), LG전자(91.5), 오텍캐리어(88.7), 위니아(88.4)	10년 연속	11회
11	의류건조기	삼성전자	삼성전자(90.7), LG전자(89.2)	신규 발표	1회
12	전기레인지	SK매직	SK매직(87.8), 쿠쿠전자(86.5), LG전자(86.2), 쿠첸(84.8)	5년 연속	5회
13	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(86.6), 쿠첸(82.9)	22년 연속	22회
14	정수기	코웨이	코웨이(88.3), SK매직(87.1), LG전자(86.9), 쿠쿠전자(85.9), 청호나이스(83.7)	6년 연속	19회
15	헬스케어 (안마의자)	바디프랜드	바디프랜드(87.5), 휴테크(86.9), 코지마(86.0)	3년 연속	3회

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대1위
16	휴대폰 (스마트폰)	삼성전자	삼성전자(87.9), 애플(아이폰)(86.1)	25년 연속	26회
17	RV/승용차	현대자동차	현대자동차(93.3), 기아(92.4), 쌍용자동차(89.2)	19년 연속	19회
18	가정용가구	한샘	한샘(90.2), 현대리바트(88.9), 신세계까사(87.8), 에몬스가구(85.4)	7년 연속	7회
19	가정용건축자재	LX하우시스	LX하우시스(87.8), KCC(86.9), 현대&C(84.5)	2년 연속	3회
20	경형승용차	한국지엠	한국지엠(85.5), 기아(84.3)	8년 연속	8회
21	보일러	경동나비엔	경동나비엔(87.5), 린나이코리아(85.9), 귀뚜라미(84.8)	9년 연속	10회
22	부엌가구	한샘	한샘(87.8), 에넥스(87.1)	6년 연속	14회
23	블랙박스	팅크웨어 (아이나비)	팅크웨어(아이나비)(85.1), 파인디지털(파인부) (84.0), 아이트로닉스(아이패스블랙)(81.6), 더미동(유라이브)(81.4)	7년 연속	7회
24	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(84.7), 넥센타이어(83.7), 한국타이어(83.3)	18년 연속	19회
25	일반승용차	현대자동차	현대자동차(93.0), 기아(91.1), 르노코리아자동차(88.8), 한국지엠(87.2)	29년 연속	29회
26	침대	코웨이	코웨이(84.0), 시몬스(83.0), 에이스침대(81.4)	2년 연속	2회

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	간편결제서비스	네이버페이	네이버페이(85.6), 카카오페이(85.2), 삼성페이(84.7), 페이코(82.3)	'21 1위: 카카오페이	1회
2	생명보험	삼성생명	삼성생명(85.2), 한화생명(83.7), 교보생명(82.1)	18년 연속	24회
3	신용카드	신한카드	신한카드(86.0), 삼성카드(86.0), KB국민카드(84.6), 현대카드(82.8), 우리카드(81.4), BC카드(79.8), NH농협카드(79.1), 롯데카드(78.7)	12년 연속	12회
		삼성카드		7년 연속	16회
4	은행	신한은행	신한은행(86.6), KB국민은행(84.5), 하나은행(84.3), IBK기업은행(81.8), 우리은행(80.9), NH농협은행(78.9)	9년 연속	19회
5	인터넷전문은행	카카오뱅크	카카오뱅크(82.8), K뱅크(81.2)	2년 연속	2회
6	자동차보험	삼성화재	삼성화재(89.3), 현대해상(86.6), KB손해보험(85.2), DB손해보험(84.7), 메리츠화재(83.5)	25년 연속	26회
7	장기보험	삼성화재	삼성화재(86.7), 현대해상(85.7), KB손해보험(83.6), DB손해보험(83.0), 메리츠화재(80.5)	12년 연속	12회
8	저축은행	애뮤온저축은행	애뮤온저축은행(79.6), SBI저축은행(78.2), OK저축은행(77.3), 웰컴저축은행(76.5)	4년 연속	4회
9	증권	삼성증권	삼성증권(83.2), 미래에셋증권(82.2), NH투자증권(81.1), 한국투자증권(81.1), 신한투자증권(구 신한금융투자)(80.9), KB증권(80.0)	3년 연속	17회
10	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(90.3), 신한카드(89.0), 우리카드(86.9), BC카드(86.0), NH농협카드(85.1)	8년 연속	11회
11	OTT서비스	티빙	티빙(86.7), 넷플릭스(86.4), 왓챠(84.4), 웨이브(84.3), U+모바일tv(82.9)	'21 1위: Seezn(시즌)	1회
12	TV홈쇼핑	롯데홈쇼핑	롯데홈쇼핑(88.6), 현대홈쇼핑(87.8), GSSHOP(87.2), CJ온스타일(86.1), 홈앤쇼핑(85.5), NS홈쇼핑(85.4)	6년 연속	6회
13	T커머스	SK스토아	SK스토아(87.6), 신세계TV쇼핑(86.9), KT알파쇼핑(구 K쇼핑)(86.2)	2년 연속	2회
14	대형마트	롯데마트	롯데마트(76.2), 홈플러스(74.7), 이마트(74.1)	6년 연속	10회
15	대형서점	교보문고	교보문고(85.7), 영풍문고(82.1)	26년 연속	26회

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	대형슈퍼마켓	롯데슈퍼	롯데슈퍼(73.2), GS THE FRESH(73.0), 홈플러스 익스프레스(71.5), 이마트 에브리데이(68.9)	2년 연속	5회
17	면세점	신라면세점	신라면세점(85.7), 롯데면세점(84.5)	8년 연속 (20, 21 미발표)	8회
18	배달앱	배달의민족	배달의민족(84.2), 쿠팡이츠(83.6), 요기요(80.4)	'21 1위: 쿠팡이츠	3회
19	백화점	현대백화점	현대백화점(84.3), 신세계백화점(83.2), 롯데백화점(81.3)	5년 연속	14회
20	부동산플랫폼	KB부동산	KB부동산(83.6), 호갱노노(82.4), 네이버부동산(82.3), 직방(81.1), 다방(80.1)	신규 발표	1회
21	숙박앱	여기어때	여기어때(79.5), 아늘자(79.0)	'21 1위: 아늘자	1회
22	스크린골프	골프존	골프존(86.9), SG골프(84.4), 카카오VX(84.1)	4년 연속	4회
23	영화관	롯데시네마	롯데시네마(83.6), CJ CGV(82.7), 메가박스(77.1)	10년 연속	15회
24	오픈마켓	11번가	11번가(83.4), 옥션(81.9), G마켓(81.3)	14년 연속	14회
25	음원플랫폼	멜론	멜론(81.2), 유튜브뮤직(80.3), 플로(80.1), 지니뮤직(79.9), 바이브(76.5)	신규 발표	1회
26	인터넷서점	YES24	YES24(87.8), 교보문고(인터넷교보문고)(86.3), 알라딘커뮤니케이션(알라딘)(85.8), 인터파크도서(85.0)	14년 연속	14회
27	인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑(Hmall)	현대홈쇼핑(Hmall)(84.5), GS리테일(GS SHOP)(82.3), SSG닷컴(81.6), CJENM(C온스타일)(79.7), 롯데ION(78.6)	3년 연속	4회
28	전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성디지털프라자(85.0), LG전자베스트샵(83.7), 롯데하이마트(83.1), 전자랜드(80.2)	12년 연속	12회
29	제과제빵점	파리크라상(파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(82.0), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(78.8)	12년 연속	14회
30	중고거래플랫폼	당근마켓	당근마켓(82.6), 번개장터(81.4), 중고나라(79.4)	신규 발표	1회

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
31	중고차플랫폼	KB차차차	KB차차차(81.7), 케이카(80.9), 엔카(79.2), 보배드림(77.6)	신규 발표	1회
32	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(84.0), 투썸플레이스(83.5), 스타벅스(81.5), 커피빈(80.3), 할리스(79.6), 이디야(77.9)	13년 연속	13회
33	패션온라인몰 (자사몰)	삼성물산 (SSF SHOP)	SSF SHOP(81.8), KOLONMALL (80.9), Lfmall(80.4), S.I.VILLAGE (80.3), 더한섬닷컴(76.9)	신규 발표	1회
34	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(76.9), 버거킹(76.2), 맘스터치(76.1), 맥도날드(72.9), KFC(71.5)	10년 연속	10회
35	편의점	GS25	GS25(88.1), CU(87.9), 이마트24(86.8), 세븐일레븐(85.0), 미니스톱(82.6)	20년 연속	23회
36	피자전문점	도미노피자	도미노피자(84.7), 피자헛(79.8), 미스터피자(74.2)	8년 연속	8회
37	IPTV	SK브로드밴드	SK브로드밴드(83.8), KT(83.0), LG유플러스(80.8)	2년 연속	6회
38	검색포털사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(77.9), 카카오(다음)(76.2)	19년 연속	19회
39	국제전화	SK텔링크 (00700)	SK텔링크(00700)(84.7), KT(001)(82.7), LG유플러스(002)(77.2)	8년 연속	9회
40	내비게이션앱	티맵(TMAP)	티맵(TMAP)(81.7), 카카오내비(79.7), 네이버지도(79.2)	5년 연속	5회
41	시내·시외전화	KT	KT(81.3), SK브로드밴드(79.0)	23년 연속	24회
42	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(86.3), KT(83.7), LG유플러스(80.5)	25년 연속	25회
43	인터넷전화	KT	KT(83.6), SK브로드밴드(82.6), LG유플러스(78.6)	13년 연속	13회
44	초고속인터넷	SK브로드밴드	SK브로드밴드(86.7), KT(85.3), LG유플러스(82.5)	2년 연속	7회
45	고속버스	금호고속	금호고속(82.8), 중앙고속(82.3), 동양고속(81.7)	'21 1위 : 중앙고속	19회

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
46	도시가스	서울도시가스	서울도시가스(80.2), 부산도시가스(79.6), 예스코(78.1), 삼천리(77.0), 대성에너지(75.6), 코원에너지서비스(71.5), 대륜E&S(70.7)	4년 연속	5회
47	렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카(85.0), SK렌터카(83.7)	7년 연속	7회
48	무인경비	에스원	에스원(83.7), SK실더스(구 ADT캡스)(83.1), KT텔레캅(79.3)	8년 연속	8회
49	스키장	용평리조트	용평리조트(80.4), 휘닉스평창(79.4), 하이원리조트(79.0), 비발디파크(78.8), 무주덕유산리조트(76.4)	'20 1위: 하이원리조트 (21 미발표)	5회
50	아파트	삼성물산	삼성물산(85.6), GS건설(84.4), DL이앤씨(82.9), 롯데건설(82.7), 포스코건설(82.2), 현대건설(80.5), 대우건설(79.4)	신규 발표	1회
51	워터파크	캐리비안베이	캐리비안베이(82.0), 오션월드(78.1)	11년 연속	11회
52	저비용항공	에어부산	에어부산(80.0), 제주항공(79.3), 진에어(77.5), 티웨이항공(77.1)	9년 연속	9회
53	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(86.5), 롯데월드(83.1), 서울랜드(77.7)	28년 연속	28회
54	종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원(84.6), 서울아산병원(84.0), 세브란스병원(신촌)(82.0), 서울성모병원(81.4), 서울대학교병원(본원)(80.6)	5년 연속	21회
55	주유소	SK에너지 (SK주유소)	SK에너지(SK주유소)(82.2), GS칼텍스(80.6), 에쓰오일(79.3), 현대오일뱅크(77.2)	12년 연속	23회
56	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(85.4), 소노호텔&리조트(83.9)	11년 연속	13회
57	택배/소포	우체국소포	우체국소포(83.5), CJ대한통운(82.8), 롯데택배(81.3), 한진택배(77.1)	5년 연속	11회
58	항공	아시아나항공	아시아나항공(77.8), 대한항공(76.6)	8년 연속	24회

제2부

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

4) 공공서비스업

No	산업	1위기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대1위
1	공공서비스	우정사업본부 (우편)	우편(83.4), 철도(81.8), 전력(81.6), 고속도로 (79.1), 세무(78.3), 등기(77.1), 수도(76.8), 치안행정(76.7), 교육(62.2)	24년 연속	24회
2	지하철	부산교통공사	부산교통공사(83.3), 광주도시철도공사(81.7), 대구도시철도공사(81.1), 대전교통공사(77.8), 인천교통공사(75.4), 서울교통공사(71.0)	6년 연속	7회

Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 식료품(식용 정제유/장류/수산물/두부류)

• 식용유

소스, 드레싱에 첨가하거나 건강관리를 위한 오일 섭취가 늘어나면서 올리브유, 코코넛 오일, 아보카도 오일 등 식물성 오일이 인기를 끌고 있는 식용유 산업에서는 사조대림(해표)이 83.1점으로 10년 연속 1위(역대 18회 1위) 기업의 자리에 올랐다.

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



• 전통장

가정에서 요리하는 경우가 증가하면서 편의성이 높은 혼합장의 인기가 늘어났고 건강에 대한 관심이 더해져 발효식품이 인기를 끌어 원재료와 제조방법의 차이에 따라 프리미엄 제품에 관심이 증가하고 있는 전통장 산업에서는 CJ제일제당(해찬들)이 85.0점으로 지난해 1위 대상(청정원)을 제치고 1위(역대 3회 1위)의 영광을 안았다.

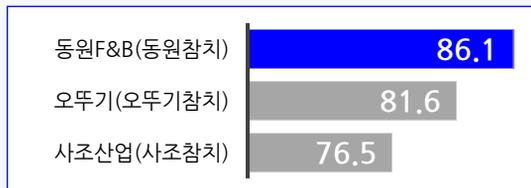
CJ제일제당(해찬들)은 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 맛과 빛깔, 성분, 사용의 편의성, 제품 디자인, 제조회사 신뢰도 등 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 조사되었다.



• 참치캔

고급 어종을 사용한 프리미엄 제품을 시즌별로 출시하여 기존 제품 이외에도 풍부한 맛을 느낄 수 있고 별도의 조리 없이도 식사 완성도를 높일 수 있는 참치캔 산업에서는 동원 F&B(동원참치)가 86.1점으로 19년 연속 1위(역대 22회 1위)의 자리를 유지했다.

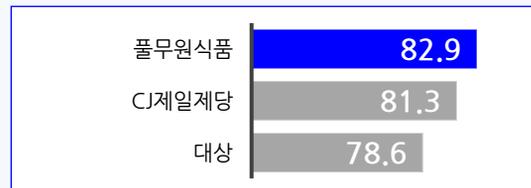
동원 F&B(동원참치)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 맛과 영양, 적당한 양과 기름기, 제품 다양성, 구입 용이성, 개봉 용이성, 포장 및 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조 회사 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• 두부

탄수화물과 밀가루 과잉 섭취를 예방하기 위해 두부로 만든 면, 바, 텐더 등 활용도를 더한 제품을 출시하면서 건강을 생각하는 소비자들로부터 인기를 끌고 있는 두부 산업에서는 풀무원식품이 82.9점으로 조사 첫해 1위를 기록했다.

풀무원식품은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 맛과 영양, 제품 다양성, 구입 용이성, 개봉 용이성, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조 회사 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

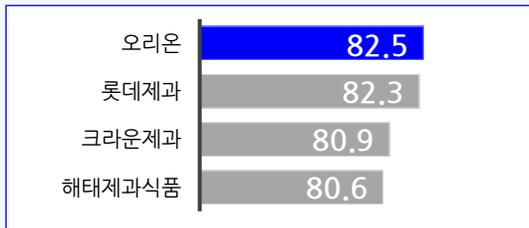
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 식료품(과자 / 빙과류)

• 과자

레트로 문화와 건강 관리에 대한 관심이 높아지면서 자극적이지 않은 전통 간식에 젊은 세대의 취향을 반영하고 있는 과자 산업에서는 오리온이 82.5점으로 지난해 롯데제과를 제치고 1위(역대 9회 1위)의 자리를 탈환했다.

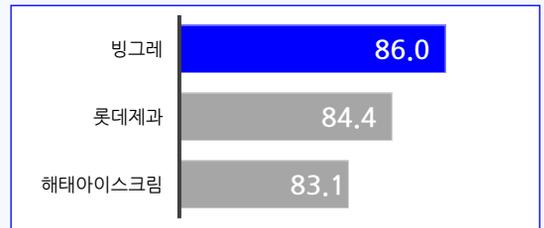
오리온은 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 구입 용이성, 제품 크기, 포장 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 아이스크림

홈 디저트 트렌드가 확대됨에 따라 고급 제품 수요가 이어지는 가운데, 주원재료의 품질과 함량을 높인 프리미엄 제품에 대한 인기가 상승하고 있는 아이스크림 산업에서는 빙그레가 86.0점으로 16년 연속 1위(역대 17회 1위)를 수성했다.

빙그레는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 제품의 맛과 맛 종류의 다양성, 개운한 뒷맛, 천천히 녹음, 섭취 편리성, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 수준을 보였다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

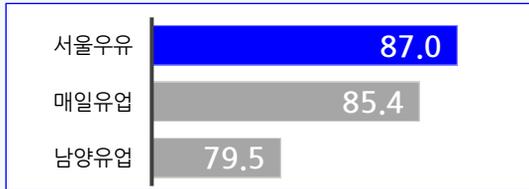
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 식료품(낙농제품)

• 우유

코로나19 이후 건강에 대한 관심이 높아지면서 영양을 보충할 수 있는 단백질 우유나 유당불내증을 겪는 사람들을 위한 락토프리 우유 등과 같은 기능성 제품이 인기를 끌고 있는 우유 산업에서는 서울우유가 87.0점으로 15년 연속 1위(역대 17회 1위)에 선정되는 영예를 안았다.

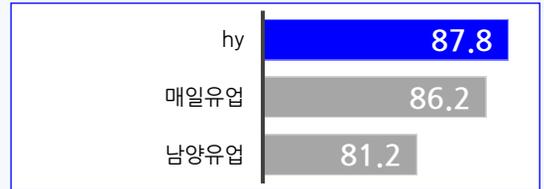
서울우유는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품의 맛과 냄새, 유익한 성분, 상품 다양성, 배달 시기의 적절성, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 유산균발효유

요거트에 각종 토핑을 올리거나 빵, 쿠키에 발라 가벼운 한 끼로 먹을 수 있고 일반 요거트에 비해 설탕 함량이 적어 다이어트나 건강까지 챙길 수 있어 부담을 덜어주는 그릭 요거트가 인기를 끌고 있는 유산균발효유 산업에서는 hy가 87.8점으로 21년 연속 1위(역대 24회 1위)를 수상했다.

hy는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품의 맛과 적당한 농도, 건강 효과, 배달 시기의 적절성, 제품 다양성, 제조회사의 신뢰도 등 세부 항목에서 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 음료

• 맥주

알코올 도수가 낮은 술을 즐기는 트렌드에 맞춰 저알코올, 무알코올 혹은 과일향이 첨가되거나 다른 주류와 혼합하여 마실 수 있는 제품에 대한 인기가 높아지고 있는 맥주 산업에서는 하이트진로가 89.7점으로 지난해 1위 OB맥주(카스 포함)를 제치고 1위(역대 14회 1위)를 되찾았다.

하이트맥주는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며 요소만족도는 깨끗한 첫 맛과 뒷 맛, 향, 상쾌한 맛, 제품 다양성, 구입 용이성, 포장 및 제품 디자인, 품질 대비 가격 부분에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 소주

술의 독특한 맛을 선호하지 않는 젊은 세대를 대상으로 인기 있는 맛을 섞어 쓴맛을 중화시키고 2~4도 정도의 저도주 중심으로 제품군을 확장하고 있는 소주 산업에서는 금복주가 85.8점으로 6년 연속 1위(역대 14회 1위)를 당당히 차지하였다.

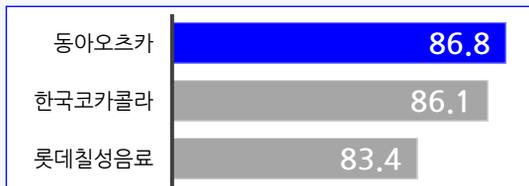
금복주는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 디자인과 품질 대비 가격의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 조사되었다.



• 음료

탄산음료, 에너지 드링크 등에 칼로리, 당류, 알코올, 카페인 등의 함량을 대폭 줄인 제로음료에 대한 관심이 높아지면서 칼로리가 낮은 제품군을 확장하고 있는 음료 산업에서는 동아오츠카가 86.8점으로 8년 연속 1위(역대 17회 1위)를 수상했다.

동아오츠카는 전반적 만족도와 재구입의향에서 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 맛과 적당한 당도, 제품 디자인 부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 담배 및 홍삼가공식품

• 담배

흡연 문화의 중심에 사회적 배려가 자리 잡으면서 다양한 냄새 저감 기술을 적용하여 담배 특유의 향을 지우는 가향 담배 등 새로운 제품을 선보이고 있는 담배 산업에서는 한국 필립모리스(말보로)가 75.3점으로 15년 연속 1위(역대 16회 1위)의 영광을 안았다.

한국필립모리스(말보로)는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 담배의 맛과 향, 필터 품질, 적은 가루 날림, 담배 개비의 외관과 외갑의 포장 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 나타났다.



• 껌련형 전자담배

위해 저감 효과로 연초담배를 피웠을 때보다 비교적 피해가 적고 건강에 덜 해롭다는 인식이 확산된 가운데, 담뱃재와 냄새가 상대적으로 덜하여 인기를 끌고 있는 껌련형 전자담배 산업에서는 한국필립모리스(아이코스)가 82.9점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 수성했다.

한국필립모리스(아이코스)는 재구입의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 전용담배의 맛과 향, 적은 불량품 및 기기 고장, 필터 품질, 기기 청소 용이성, 기기 디자인 및 휴대성, A/S 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 홍삼가공식품

효도 선물로 각광받던 홍삼을 SNS를 통해 선물로 주고받으면서 채널 특성에 따라 트렌디한 패키징으로 관심을 끌고 있는 홍삼가공식품 산업에서는 한국인삼공사(정관장)가 90.0점으로 10년 연속 부동의 1위(역대 10회 1위) 자리를 지켜냈다.

한국인삼공사(정관장)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 함유량 및 성분, 이용 안내, 건강 개선, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

• 아웃도어리류

여유와 낭만을 찾는 젊은 세대들이 가벼운 하이킹과 캠핑을 즐기고 일상에서도 입을 수 있는 감성 아웃도어를 선호하면서 라이프스타일 웨어의 인기가 높아지고 있는 아웃도어리류 산업에서는 노스페이스가 87.6점으로 3년 연속 1위(역대 4회 1위)를 달성했다.

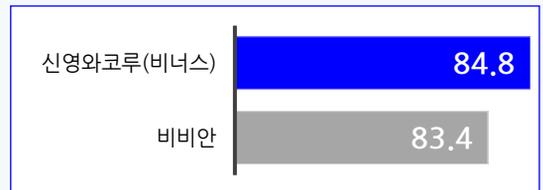
노스페이스는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품 디자인, 체형 적합성, 활동 편의성, 내구성, 소재, 수선 및 A/S, 대리점 직원 응대 태도, 매장 진열 환경, 제조회사 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



• 여성내의

착용감이 편안한 내의를 선호하는 추세가 이어지는 가운데, 내의를 입을 목적에 초점을 맞춰 스포츠나 장마철 등 기능별 용도에 따라 다양한 제품으로 출시되고 있는 여성내의 산업에서는 신영와코루(비너스)가 84.8점으로 23년 연속 1위(역대 23회 1위)를 고수했다.

신영와코루(비너스)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 바느질 상태, 착용감, 디자인, 착용 시 실루엣, 판매원 응대태도, 구입 편리성, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

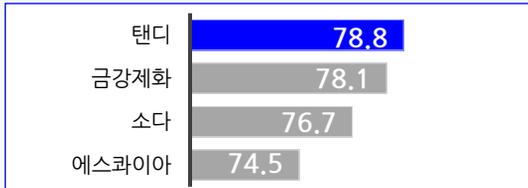


1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 가죽, 가방 및 신발

• 제화

사회적 거리두기의 완화로 직장인들의 구두 수요가 증가한 가운데, 일상에서 편하게 신을 수 있도록 편안함과 고급스러움을 높인 캐주얼화가 인기를 끌고 있는 제화 산업에서는 탤디가 78.8점으로 지난해 1위 금강제화를 제치고 1위(역대 1회 1위)라는 위업을 달성했다. 탤디는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소재, 제품 다양성 및 디자인, 교환 및 반품의 용이성, 대리점 직원 응대태도, 구입 편리성, 제조회사 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.

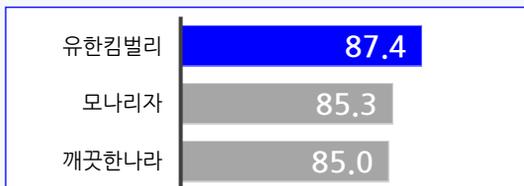


➤ 펄프, 종이 및 종이제품

• 화장지

가치 소비의 확산으로 천연펄프 원료를 사용하고 불필요한 포장재를 줄이는 등 생산부터 전달까지 과정을 친환경적으로 관리한 제품군을 확대하고 있는 화장지 산업에서는 유한킴벌리가 87.4점으로 17년 연속 1위(역대 21회 1위) 자리를 지켜냈다.

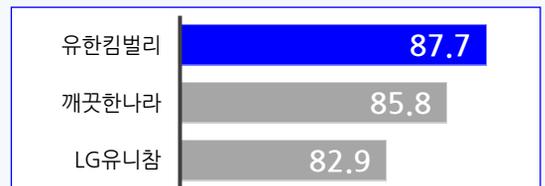
유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 깨끗함, 제품 재질, 포장 디자인, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보였다.



• 생리대

천연 소재를 사용한 유기농 순면커버를 사용해 몸에 주는 영향을 최소화하고 자연상태에서 생분해되어 처리에도 용이한 친환경 제품들이 잇따라 출시되고 있는 생리대 산업에서는 유한킴벌리가 87.7점으로 13년 연속 1위(역대 14회 1위)를 차지하는 영광을 안았다.

유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 부드러운 커버, 착용감, 냄새 흡수력, 접착력, 적당한 길이 및 폭과 두께, 날개 포장 디자인, 구입 용이성, 제조회사의 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



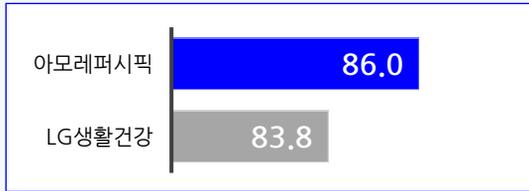
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

- ▶ 화학물질 및 화학제품(화장품 및 기타 세제), 유리 및 유리제품

• 여성용기초화장품

나에게 맞는 제품만 바르는 스킵케어(skip care) 트렌드의 확산으로 바쁜 일상 속 필요한 제품만 사용하여 최대 효과를 내는 멀티 기능성 및 올인원 제품이 인기를 끌고 있는 여성용 기초화장품 산업에서는 아모레퍼시픽이 86.0점으로 2년 연속 1위(역대 18회 1위)로 조사되었다.

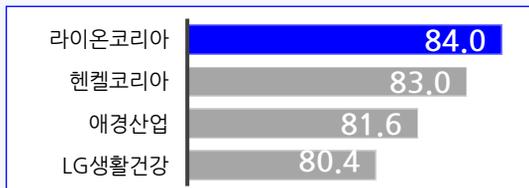
아모레퍼시픽은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 보습성, 영양 공급, 탄력성 증가, 농도, 기능성, 안전성, 구입 용이성, 제조회사의 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 세탁세제

집에서 보내는 개인 시간이 늘어나면서 청소, 빨래 등 위생에 대한 관심이 높아짐에 따라 세제 잔류량이 적고 실내 건조에 특화된 고기능성 액체세제가 인기를 끌고 있는 세탁세제 산업에서는 라이온코리아가 84.0점으로 26년 연속 1위(역대 27회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

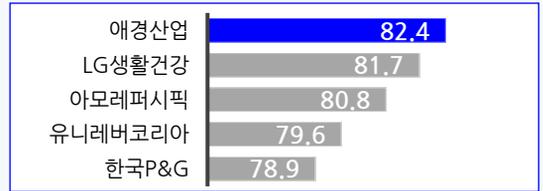
라이온코리아는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 용해성, 행굼, 찌꺼기 없음, 뭉치거나 굳지 않음, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사의 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• 샴푸

탈모를 예방하기 위해 꾸준한 관리를 할 수 있는 탈모샴푸의 인기에 더불어 독한 염색약을 사용하지 않아도 새치 염색을 간편히 할 수 있는 기능을 추가하며 인기를 끌고 있는 샴푸 산업에서는 애경산업이 82.4점으로 지난해 LG생활건강을 제치고 1위(역대 5회 1위)를 탈환했다.

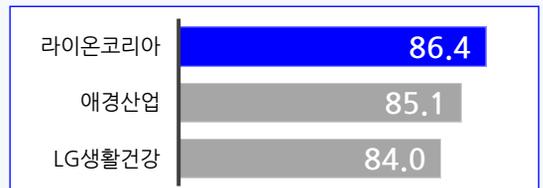
애경산업은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 상품 다양성, 품질 대비 가격의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 주방세제

바디버든(일정 기간 체내에 쌓인 유해 물질의 총량)의 문제성이 대두되면서 유해 물질과 화학성분을 피할 수 있고 환경오염에 대한 부담도 덜 수 있는 친환경 제품군이 성장하고 있는 주방세제 산업에서는 라이온코리아가 86.4점으로 17년 연속 1위(역대 23회 1위)의 자리를 지켜냈다.

라이온코리아는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 무해성, 잔향 없음, 제품 디자인, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사의 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 우수한 수준으로 나타났다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

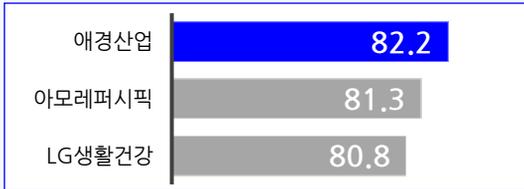
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 화학물질 및 화학제품(치약 및 기타 세제)

• 치약

구강내 청결도와 몸의 면역 상태에 따라 민감하게 발병하는 잇몸질환으로 인해 외래진료 빈도수가 높아지는 가운데, 잇몸 염증 지수 개선 등과 같은 다양한 기능을 적용한 잇몸 치약을 잇따라 출시하고 있는 치약 산업에서는 애경산업이 82.2점으로 지난해 LG생활건강을 제치고 1위(역대 12회 1위)자리를 되찾았다.

애경산업은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 구취 제거, 맛, 향, 거품의 양, 잇몸질환 예방 등의 세부 항목에서 높은 우위를 보인 것으로 나타난다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



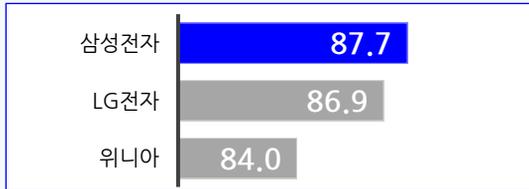
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 전기장비(주방용 전기기기)

• 김치냉장고

다양한 종류의 와인, 신선식품, 주류 등에 따라 최적의 온도로 조절할 수 있어 멀티 저장 냉장고로서 편리하고 오랫동안 보관할 수 있게 하는 김치냉장고 산업에서는 삼성전자가 87.7점으로 12년 연속 1위(역대 12회 1위)를 당당히 차지했다.

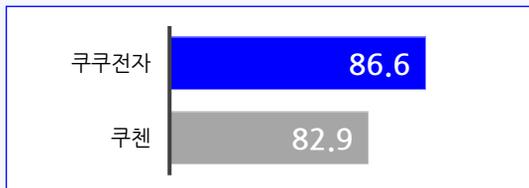
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 적은 고장, 냄새가 잘 배지 않음, A/S, 대리점 및 설치직원 응대태도, 기능 조절 편리성, 수납공간, 김치 외 다양한 음식물 보관, 수납 용이성, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목이 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 전기밥솥

내솥의 안쪽 면이 스테인리스로 이루어진 모델이 내구성과 내열성이 뛰어나고 발암 물질 유발 가능성이 낮아 인기를 끌고 있는 전기밥솥 산업에서는 쿠쿠전자가 86.6점으로 22년 연속 1위(역대 22회 1위) 자리의 영예를 거머쥐었다.

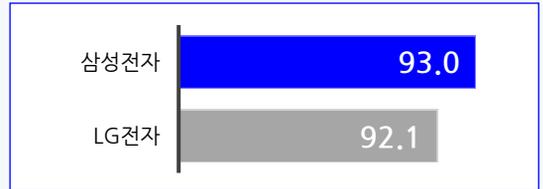
쿠쿠전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 밥 맛, 보온 우수성, 적은 고장, 제품 디자인, 조작 편리성, 세척 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• 냉장고

IoT, 음성 인식 기능 등 필요한 기능들을 선택하여 개개인에게 맞춘 제품을 직접 제작할 수 있고 보증기한이 늘어나면서 평생 가전으로 변모함에 따라 가격이 비싸지만 프리미엄 제품을 선호하는 냉장고 산업에서는 삼성전자가 93.0점으로 13년 연속 1위(역대 18회 1위)의 영광을 안았다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 냉동실 음식 보관 상태, 적은 고장, 내구성, 냄새가 잘 배지 않음, 용량 대비 전력 소모량, A/S, 대리점 및 설치직원 응대태도, 제품 디자인, 품질 대비 가격 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보였다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

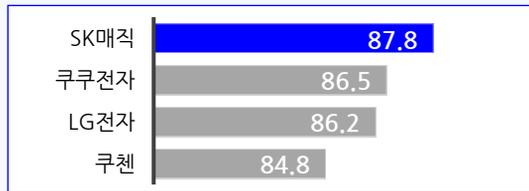
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 전기장비(주방용 전기기기)

• 전기레인지

블루투스도 연동되어 끓어 넘치는 것을 방지하거나 용기를 이동시키면 자동으로 불 조절이 되는 등 안전을 위한 새로운 기술을 도입하고 있는 전기레인지 산업에서는 SK매직이 87.8점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 이어가고 있다.

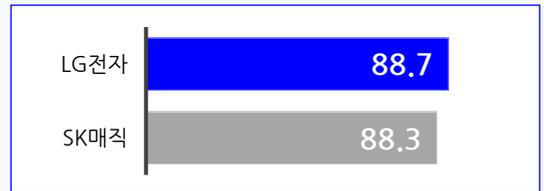
SK매직은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 출력(화력), 저소음, 적은 고장, 이용 안전성, 전력 소모량, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 식기세척기

1인 가구의 증가로 일상적인 라이프 스타일로 자리 잡으면서 좁은 공간에서도 효율적으로 사용할 수 있는 작고 가벼운 모델들을 출시하고 있는 식기세척기 산업에서는 LG전자가 88.7점으로 지난해 SK매직을 제치고 1위(역대 1회 1위)의 자리에 올랐다.

LG전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 행균, 적은 식기 손상, 조작 편리성, 저소음, 제품의 디자인 및 색상, 제조회사의 신뢰도 등의 세부 항목에서 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



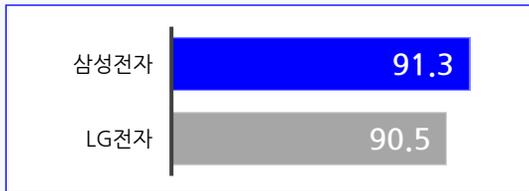
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

• 세탁기

외형의 크기는 유지하면서 측면 깊이를 늘려 세탁 용량을 키우고 부피가 큰 빨래를 효율적으로 세탁할 수 있도록 대용량 맞춤 신기술을 접목시키고 있는 세탁기 산업에서는 삼성전자가 91.3점으로 13년 연속 1위(역대 20회 1위) 자리를 고수했다.

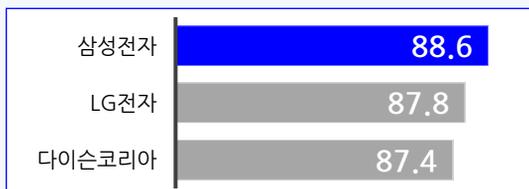
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 세탁력, 행굼, 저소음, 세탁 후 이물질 없음, 적은 빨래 손상, 탈수력, A/S, 대리점 및 설치직원 응대태도, 제품 디자인, 기능 다양성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보였다.



• 무선청소기

먼지 흡입력뿐만 아니라 배터리 효율, 스팀 물걸레 등 다양한 기능을 결합시켜 차별화된 편의성을 강조하는 제품들을 출시하고 있는 무선청소기 산업에서는 삼성전자가 88.6점으로 지난해 공동 1위였던 LG전자를 제치고 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 이어가고 있다.

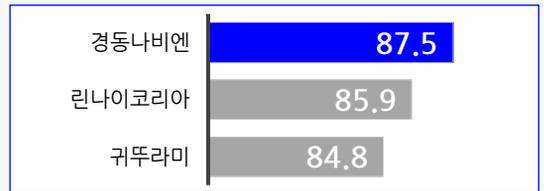
삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였으며, 요소 만족도는 사용 시간, 충전시간, 조작 편리성, 저소음, 적은 고장, A/S, 대리점 직원 응대태도, 품질 대비 가격의 세부항목에서 높은 수준을 보였다.



• 보일러

IoT 기술을 도입하여 실시간으로 난방 및 온수를 조절하고 개인의 생활패턴에 맞춰 자동 또는 원격으로 제어할 수 있어 편의성을 높이고 있는 보일러 산업에서는 경동나비엔이 87.5점으로 9년 연속 1위(역대 10회 1위)라는 위업을 달성했다.

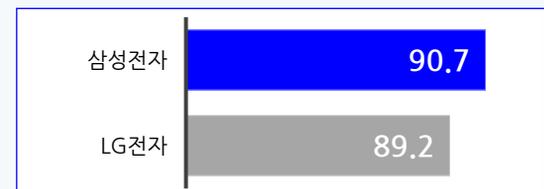
경동나비엔은 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 난방 효과, 온수 공급, 저소음, 적은 고장, 이용 안전성, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



• 의류건조기

위생에 대한 관심이 높아지면서 옷뿐만 아니라 자주 세탁하고 건조하기 어려웠던 부피가 큰 세탁물을 깨끗하게 관리할 수 있는 대형 모델이 인기를 끌고 있는 의류건조기 산업에서는 삼성전자가 90.7점으로 조사 첫 해 1위의 영광을 안았다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 건조력, 적은 옷감 수축 및 손상, 조작 편리성, 저소음, 적은 고장, 대리점 직원 응대태도, A/S, 용량 대비 적은 소비전력, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부항목에서 높은 점수를 기록했다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

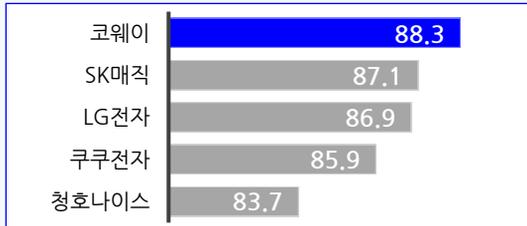
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 기타 기계 및 장비

• 정수기

서비스 기사의 방문을 최소화하고 지속적인 위생 관리를 도와주는 자가 관리 정수기와 홈 카페 문화에 프리미엄화가 더해져 고가의 얼음 정수기 판매 비중이 높아지고 있는 정수기 산업에서는 코웨이가 88.3점으로 6년 연속 1위(역대 19회 1위)를 수상했다.

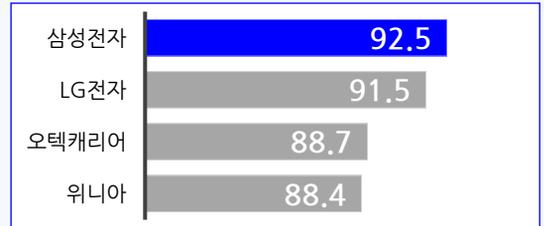
코웨이는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 물의 품질, 적은 고장, 저렴한 유지비, 배달/설치 서비스, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 유리한 렌탈 조건 등 많은 세부 항목에서 우수한 수준을 보였다.



• 에어컨

냉·난방 기능을 넘어 다양한 편의 사양을 접목시키는 가운데, 인공지능 및 사물인터넷 기반의 스마트 기능을 탑재하여 효율적인 시스템을 가동하기 위해 고도화하고 있는 에어컨 산업에서는 삼성전자가 92.5점으로 10년 연속 1위(역대 11회 1위)의 자리를 지켜냈다.

삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 적은 고장, 견고성, 저소음, 냉방 성능, 소비 전력, 공기청정기능, A/S, 대리점 직원 응대태도, 배달/설치 서비스, 사용 편리성, 기능 다양성, 유지관리 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 높은 수준으로 나타났다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



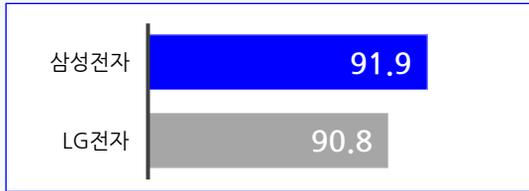
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

- ▶ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 의료, 광학기기

• TV

집에서 콘텐츠를 소비하는 시간이 길어지면서 영화, 스포츠 등을 보다 생생하게 즐길 수 있는 초대형 TV가 인기를 끌고 있는 TV 산업에서는 삼성전자가 91.9점으로 25년 연속 1위(역대 25회 1위)를 차지하는 기염을 토했다.

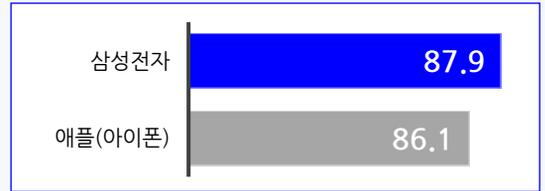
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 화질과 음질, A/S, 대리점 직원 응대 태도, 배달/설치 서비스, 조작 편리성, 제품 디자인, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 고객들로부터 높은 우위를 보인 것으로 나타난다.



• 휴대폰(스마트폰)

생산성과 엔터테인먼트 경험에 대한 기준이 높아지면서 더 큰 화면을 선호함에 따라 폴더블 스마트폰을 구매하는 소비자가 늘어나고 있는 휴대폰(스마트폰) 산업에서는 삼성전자가 87.9점으로 25년 연속 1위(역대 26회 1위)라는 위업을 달성했다.

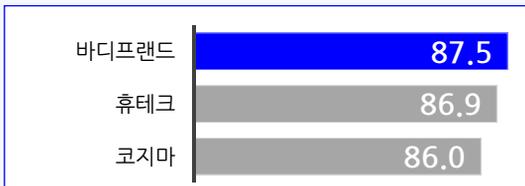
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 품질, 화면 선명도, 음질, 멀티미디어 재생 및 화면구성 변경 편리성, 터치 인식, 배터리 수명, 적은 고장, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 헬스케어(안마의자)

건강을 위해 시간과 비용을 아끼지 않고 스스로 관리하는 셀프메디케이션 트렌드에 따라 안마 부위를 세분화하고 집중적인 케어를 제공하는 헬스케어(안마의자) 산업에서는 바디프랜드가 87.5점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 지켜냈다.

바디프랜드는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 안마 성능, 조작 편리성, 매장 시설/환경, A/S, 제품 디자인 및 색상, 기능 다양성, 안정성, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

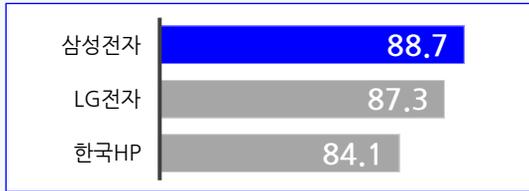
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 컴퓨터 및 사무기기

• PC

고사양 게임에 최적화된 게이밍 PC를 통해 게임뿐만 아니라 고성능을 요구하는 콘텐츠 제작이나 재택근무, 온라인 수업까지 활용 범위가 넓어져 하이브리드용으로 사용하는 PC 산업에서는 삼성전자가 88.7점으로 21년 연속 1위(역대 25회 1위)의 자리를 고수했다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 저소음, 적은 고장, A/S, 대리점 직원 응대태도, 제품 디자인, 연결 및 설치 용이성, 모니터 화질, 무선 네트워크 성능, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 가정용복합기(프린터)

재택근무와 온라인 교육 등 비대면 환경으로 바뀌면서 수요가 확대된 가운데, AI 기술을 접목시켜 인쇄의 정확도와 전문성을 높여주는 잉크젯 및 레이저 제품군을 확장하고 있는 가정용복합기(프린터) 산업에서는 캐논코리아가 84.9점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 이어가고 있다.

캐논코리아는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 출력 속도 및 출력물 선명도, 저소음, 소모품 이용 기간, 적은 고장, A/S, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 사무용복합기(복사기)

스마트 오피스 환경에서 효율적인 업무 수행을 지원함과 동시에 사용자의 인증과 접근을 제한하고 데이터 암호화를 적용하는 등 보다 강력한 보안 기능을 제공하고 있는 사무용복합기 산업에서는 캐논코리아가 82.8점으로 지난해 한국후지필름비즈니스이노베이션을 제치고 처음으로 1위(역대 1회 1위)에 선정되는 영예를 안았다.

캐논코리아는 전반적 만족도와 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 출력 속도 및 출력물 선명도, 스캔 성능, 저소음, 소모품 교체 용이성, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



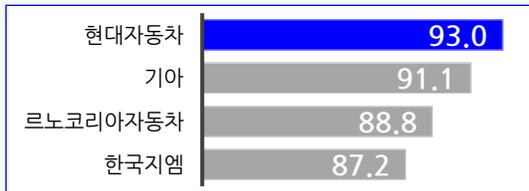
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 자동차

• 일반승용차

차박이나 캠핑 등 레저활동이 인기를 끌면서 SUV의 넓은 적재 공간과 세단의 조용한 승차감이 더해진 대형 세단의 수요가 높아지고 있는 일반승용차 산업에서는 현대자동차가 93.0점으로 29년 연속 1위(역대 29회 1위)를 차지하는 영예를 거머쥐었다.

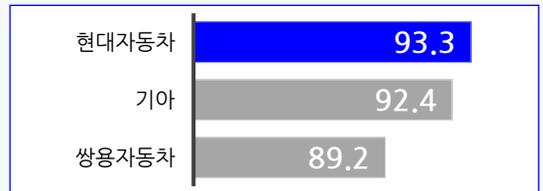
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 저소음, 승차감, 주행안정성, 엔진 및 미션 성능, 적은 고장, 내·외부 디자인 및 마감처리, 배기량 대비 연비 효율, 구입조건, 신차 인도 상태, 직원 응대태도, 가격 대비 옵션 다양성, 제조회사 신뢰도 등의 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• RV승용차

소규모 단위로 다니는 캠핑과 차박이 인기를 끄는 가운데, 여유로운 공간과 편의성을 갖추고 출퇴근용으로도 활용 가능해 관심이 집중되고 있는 RV승용차 산업에서는 현대자동차가 93.3점으로 19년 연속 1위(역대 19회 1위)의 자리를 지켜냈다.

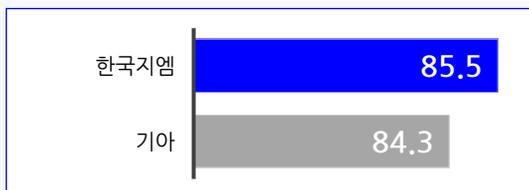
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 저소음, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 내·외부 디자인 및 마감처리, 공간 활용성, 구입조건, 직원 응대태도, 가격 대비 옵션 다양성, 제조회사 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 경형승용차

유가상승으로 국내 휘발유 가격이 급상승하면서 유지비에 대한 관심이 높아지고 있는 가운데, 공간 활용성이 높은 모델이 인기를 끌고 있는 경형승용차 산업에서는 한국지엠이 85.5점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 기록했다.

한국지엠은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 저소음, 승차감, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 적은 고장, 내·외부 마감처리, 배기량 대비 연비 효율, 구입조건, 신차 인도 상태, 정비 품질 및 수리비용 적절성, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받았다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

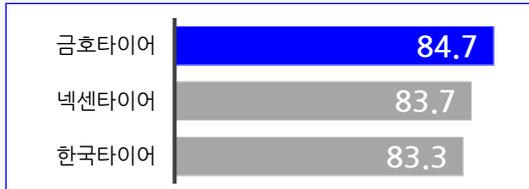
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 자동차 타이어 및 내장품

• 승용차타이어

무게가 무거운 SUV와 전기차의 구매 비율이 높아지고 자동차의 성능이 좋아짐에 따라 고속 주행력과 제동력이 좋은 고인치 타이어의 수요가 늘어나고 있는 승용차타이어 산업에서는 금호타이어가 84.7점으로 18년 연속 1위(역대 19회 1위)라는 위업을 달성했다.

금호타이어는 재구입의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 승차감, 제동성능, 안정감, 코너링, 직원 응대 태도, 제조회사 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 블랙박스

인공지능 기술과 커넥티드 기술이 적용되면서 초저전력 기능을 강화하여 지속적인 녹화를 가능하게 하고 실시간 확인을 할 수 있어 안전장치의 역할을 강화하고 있는 블랙박스 산업에서는 톱크웨어(아이나비)가 85.1점으로 7년 연속 1위(역대 7회 1위)를 수성했다.

톱크웨어(아이나비)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 화질, 적은 고장 및 배터리 소모, 녹화 안정성, 적은 배터리 소모, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타난다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

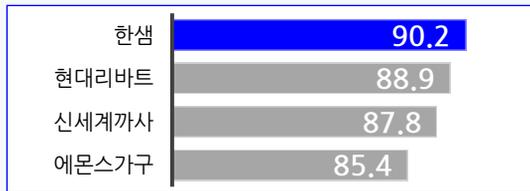
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 가구, 기타 제품

• 가정용가구

빠른 배송 서비스뿐만 아니라 3D로 구현한 가구를 가상으로 배치할 수 있고 VR로 체험하고 구매할 수 있는 비대면 서비스를 강화하여 고객 경험 및 편의성을 향상시키고 있는 가정용가구 산업에서는 가정용가구 산업에서는 한샘이 90.2점으로 7년 연속 1위(역대 7회 1위)의 자리를 고수했다.

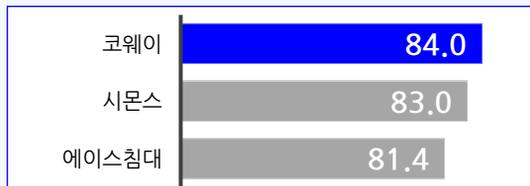
한샘은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 재질, 견고성, 제품 다양성, 이용 편리성, 색상 및 디자인 우수성 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• 침대

위생에 대한 관심이 높고 수면의 질을 중요시함에 따라 전문적인 관리 및 교체 서비스를 제공하고 나아가 수면 데이터를 측정하여 실시간으로 모니터링해 주면서 건강한 수면 환경을 조성하는 침대 산업에서는 코웨이가 84.0점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

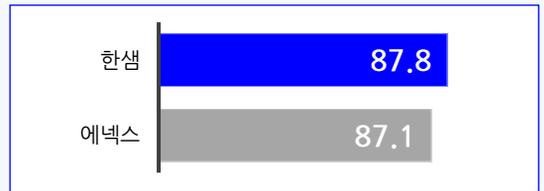
코웨이는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 건강 기능성, 매트리스 편안함, 매장 시설/환경, 배달/설치 서비스, 디자인, 유리한 렌탈 조건, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보였다.



• 부엌가구

주방 가구 제품이 필요할 때만 모습을 드러내거나 자동 시스템이 갖춰져 있는 등 공간 활용도를 극대화하고 인테리어를 도와주는 프리미엄 모델이 증가하고 있는 부엌가구 산업에서는 한샘이 87.8점으로 6년 연속 1위(역대 14회 1위)를 이어가고 있다.

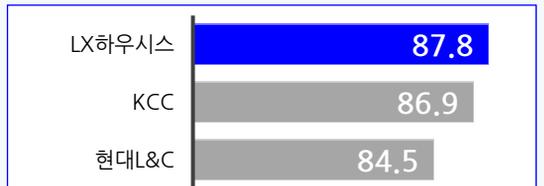
한샘은 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 재질, 이용 편리성, 색상 및 디자인, 배달/설치 서비스, 직원 응대태도, 매장 시설/환경, A/S, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받았다.



• 가정용건축자재

체험형 전시장이 늘어나면서 인테리어 제품과 시공 서비스에 대해 이해하고 상담부터 시공, 사후 관리를 아우르는 종합 큐레이션 서비스를 제공하고 있는 가정용건축자재 산업에서는 LX하우시스가 87.8점으로 2년 연속 1위(역대 3회 1위)로 조사되었다.

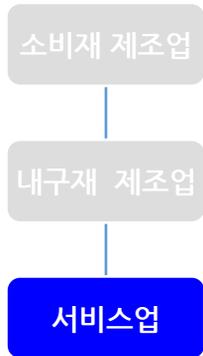
LX하우시스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 견고성, 제품 다양성, 색상 및 디자인, 시공 서비스, A/S, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



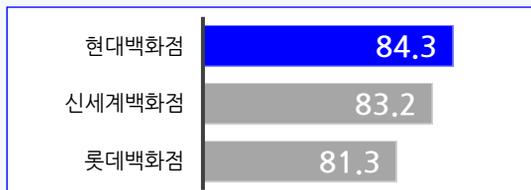
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(대형 종합 소매업)

• 백화점

MZ세대를 겨냥한 팝업스토어나 쇼룸(Showroom) 형태의 매장이 증가하면서 제품을 구매하기까지 과정에서 개개인의 새로운 경험을 얻을 수 있는 이색 공간을 제공하는 백화점 산업에서는 현대백화점이 84.3점으로 5년 연속 1위(역대 14회 1위)로 선정되었다.

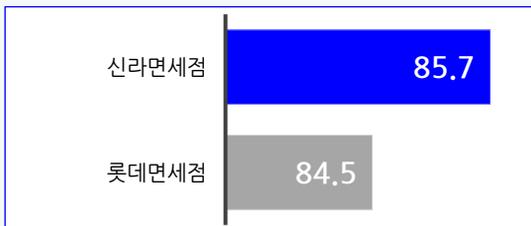
현대백화점은 재이용의향에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질, 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 지속적인 이용 혜택, 주차 편리성, 기업 신뢰도 등 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



• 면세점

팬데믹으로부터 일상이 회복되면서 해외여행 수요가 증가하고 있는 가운데, 최근 환율 상승에 따른 각종 보상 이벤트, 적립금 혜택 등의 프로모션을 진행하며 소비자의 관심과 구매를 유도하고 면세점 산업에서는 신라면세점이 85.7점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 차지하였다.

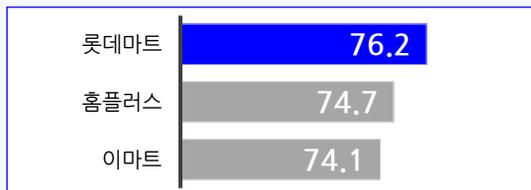
신라면세점은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성, 다수 이용 혜택, 매장 시설/환경, 쇼핑 편리성, 상품 수량과 앱 및 홈페이지 이용 용이성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 대형마트

가성비가 좋은 대용량 제품을 구매할 수 있을 뿐 아니라 신선식품이나 자체 브랜드(PB) 코너에서 차별화된 제품을 구매할 수 있는 창고형 할인점이 인기를 끌고 있는 대형마트 산업에서는 롯데마트가 76.2점으로 6년 연속 1위(역대 10회 1위)를 고수했다.

롯데마트는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 상품의 품질 및 다양성, 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 상품 교환 및 반품 용이성, 매장 시설/환경, 고객 편의시설, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 나타났다.



• 전자제품전문점

온라인 채널에서 판매하는 카테고리 수를 확대하고 오프라인 채널에서는 다양한 주제를 가진 체험형 매장을 확장하여 차별화된 경험을 제공하고 있는 전자제품전문점 산업에서는 삼성디지털프라자가 85.0점으로 12년 연속 1위(역대 12회 1위)라는 위업을 달성했다.

삼성디지털프라자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질 및 다양성, 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 매장 시설/환경, 고객 편의시설, 주차 편리성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

• 대형슈퍼마켓

비식품 상품 수를 줄이고 가정 간편식을 중심으로 매장을 리뉴얼하거나 자체 브랜드를 내놓으면서 점포 수를 확장하여 신선·간편식을 구매하고 싶은 근거리 고객의 수요를 충족시켜주고 있는 대형슈퍼마켓 산업에서는 롯데슈퍼가 73.2점으로 2년 연속 1위(역대 5회 1위)로 선정되었다.

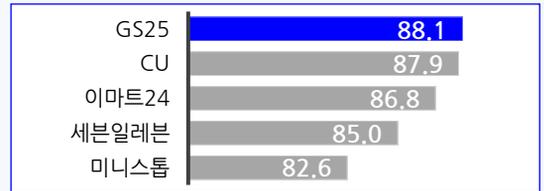
롯데슈퍼는 재이용의향에서 경쟁사대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성, 매장 시설/환경, 상품 교환 및 반품 용이성, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보였다.



• 편의점

화제성이 높은 제품의 재고량에 관심이 집중된 가운데, 자체 앱 서비스를 이용하여 인기 제품의 재고량을 확인하면서 이용자가 급증하고 있는 편의점 산업에서는 GS25가 88.1점으로 20년 연속 1위(역대 23회 1위)를 차지하는 영예를 거머쥐었다.

GS25는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질, 직원 응대태도, 매장 시설/환경, 방문 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 고객들로 부터 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰

에너지형 광고와 모바일 쇼핑을 즐기는 젊은 소비자를 위해 일방적인 제품 소개가 아닌 다양한 콘셉트의 라이브 방송으로 제품에 대한 관심을 끌고 있는 인터넷쇼핑몰 산업에서는 현대홈쇼핑(Hmall)이 84.5점으로 3년 연속 1위(역대 4회 1위)를 이어가고 있다.

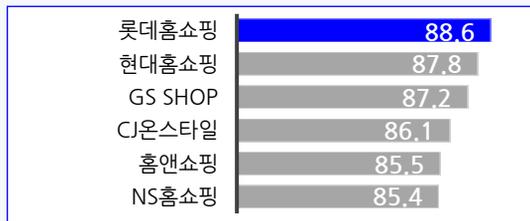
현대홈쇼핑(Hmall)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 품질 및 다양성, 상품 소개의 정확성, 주문/결제/배송 조회 편리성, 배송 신속성, 반품/교환 용이성, 직원 응대, 화면구성, 검색 편리성, 상품 비교 용이성, 이용 및 구매 보안성, 기업 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 우수한 평가를 받았다.



• TV홈쇼핑

최근 새로운 유통채널 개척과 새로운 소비 경험을 제공하기 위한 일환으로 메타버스를 활용하여 디지털 전환 가속화에 힘쓰고 있는 TV홈쇼핑 산업에서는 롯데홈쇼핑이 88.6점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)의 영예를 안았다.

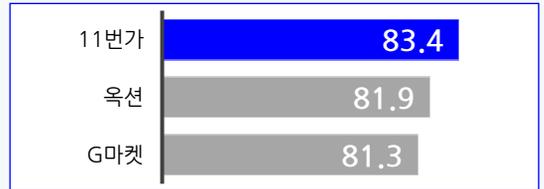
롯데홈쇼핑은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성, 주문/접수/결제/배송 처리과정, 배송 신속성 및 포장상태, 배송상품 정확성, 할인 및 적립 혜택, 상품 품질 및 서비스 대비 가격, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 우수한 수준을 보였다.



• 오픈마켓

무료 멤버십에 가입하면 무료 배송·반품 서비스나 캐시 혜택뿐만 아니라 OTT나 웹툰 등 부가 콘텐츠를 즐길 수 있는 차별화된 서비스를 제공하고 있는 오픈마켓 산업에서는 11번가가 83.4점으로 14년 연속 1위(역대 14회 1위)를 차지하는 기염을 토했다.

11번가는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성 및 정보 제공, 주문 절차 및 결제 편리성, 반품 및 교환 용이성, 직원 응대, 검색 편리성, 화면 구성, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• T커머스

콘텐츠 추천 알고리즘을 통해 맞춤형 쇼핑 영상을 선택할 수 있거나 화면 구조 변경 등으로 시청과 구매에 보다 자연스러운 UI를 제공하고 있는 T커머스 산업에서는 SK스토아가 87.6점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 기록했다.

SK스토아는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 품질 및 소개 정확성, 배송 신속성, 포장상태, 반품/교환 용이성, 할인 및 적립 혜택, 상품 품질 및 서비스 대비 가격 적절성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(통신 판매업)

• 패션온라인몰(자사몰)

코로나 팬데믹의 확산 이후 고개과의 접점을 넓히기 위해 대형 패션기업의 온라인 채널 전환이 필수 전략이 됨에 따라 활발하게 콘텐츠 개발과 플랫폼 구축에 힘쓰고 있는 패션 온라인몰(자사몰) 산업에서는 SSF SHOP(삼성물산)이 81.8점으로 조사 첫해 1위로 선정되었다.

SSF SHOP(삼성물산)은 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성 및 자세한 정보 제공, 배송 상품 정확성, 화면구성, 상품 검색 편리성, 할인/적립 혜택, 기업 신뢰도 등의 많은 세부 항목에서 우수한 수준으로 조사되었다.

SSF SHOP	81.8
KOLONMALL	80.9
LFmall	80.4
S.I.VILLAGE	80.3
더한섬닷컴	76.9

Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



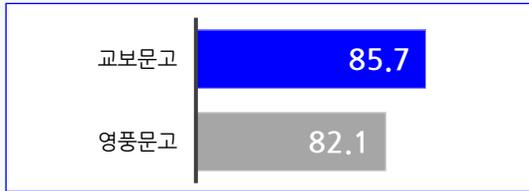
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(서적류, 기타 소매업)

• 대형서점

사회적 거리 두기로 인해 책을 읽을 수 있는 독서 공간이 사라지게 되었고 이후 주제에 따라 책을 전시하는 공간으로 활용하고 있는 대형서점 산업에서는 교보문고가 85.7점으로 26년 연속 1위(역대 26회 1위)에 오르는 기염을 토했다.

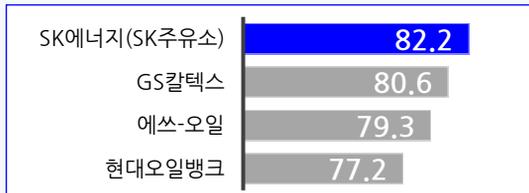
교보문고는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소 만족도는 직원 응대 태도, 책 안내, 교환 및 반품 용이성, 매장 시설/환경, 고객 편의시설, 도서 열람 편의성, 방문 편의성, 서적 다양성, 매장 내부 안내, 할인 및 적립혜택, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 주유소

태양광 발전을 통해 전기 생산과 전기차 충전, 물류 거점으로 활용, 주유소 맞춤형 스마트 편의점, 프리미엄 세차 서비스 등 주유 뿐만 아니라 다양한 부가 서비스를 확장시키고 있는 주유소 산업에서는 SK에너지(SK주유소)가 82.2점으로 12년 연속 1위(역대 23회 1위) 자리를 고수했다.

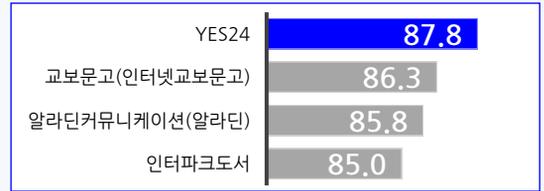
SK에너지(SK주유소)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 유류 품질, 직원 복장 및 용모 단정, 내·외부 시설/환경, 부가 서비스, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 부분에서 높은 수준으로 조사되었다.



• 인터넷서점

아침 배송, 당일 배송, 시간대 지정 배송 등 배송 서비스를 강화하여 고객 편의성 제고에 힘쓰고 있는 인터넷서점 산업에서는 YES24가 87.8점으로 14년 연속 1위(역대 14회 1위) 기업의 자리를 지켜냈다.

YES24는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소 만족도는 서적 다양성 및 정보 제공, 주문 절차 및 결제 편리성, 배송 신속성, 검색 편리성, 화면구성, 할인 및 적립 혜택 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 높은 만족도를 받았다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



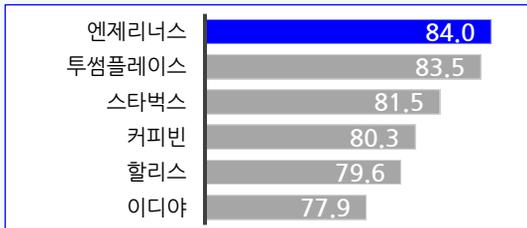
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 커피전문점

건강을 지향하는 트렌드에 맞춰 카페인 섭취를 줄이기 위해 디 카페인 커피에 대한 수요가 크게 증가하고 있는 커피전문점 산업에서는 엔제리너스가 84.0점으로 13년 연속 1위(역대 13회 1위) 기업의 자리를 지켜냈다.

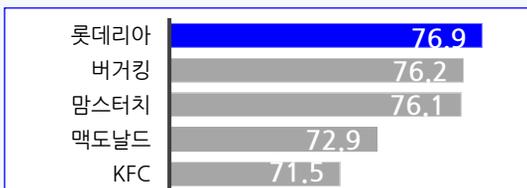
엔제리너스는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 커피 맛, 직원 응대태도, 할인 및 적립 혜택, 매장 환경, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 패스트푸드점

배달 및 포장 주문이 늘어남에 따라 홀 공간을 줄이고 고객 및 라이더용 픽업 공간으로 매장을 리뉴얼하여 빠르게 주문에 응대할 수 있도록 변화하고 있는 패스트푸드점 산업에서는 롯데리아가 76.9점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위)를 수성했다.

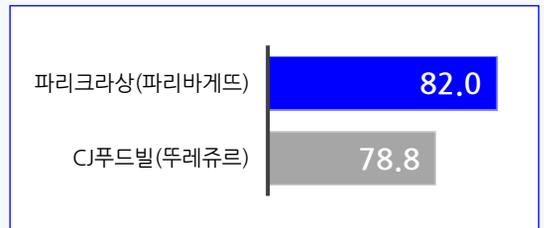
롯데리아는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 음식 맛, 메뉴 다양성 및 안내, 무인 주문기 사용 편리성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 제과/제빵점

비대면 소비문화에 맞춰 할인된 가격으로 배달 서비스를 이용할 수 있고 모바일 앱으로 미리 주문 및 결제를 하면 매장에서 대기없이 바로 수령할 수 있는 서비스를 강화하고 있는 제과-제빵점 산업에서는 파리크라상(파리바게뜨)이 82.0점으로 12년 연속 1위(역대 14회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

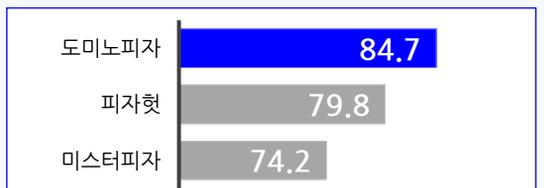
파리크라상(파리바게뜨)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 제품의 맛과 신선함, 직원 응대태도, 제품 다양성 및 진열 상태, 매장 시설 및 환경, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보였다.



• 피자전문점

전통적인 피자가 아닌 다른 업계와 이색적인 협업을 통해 새로운 맛을 개발하여 새롭고 재미있는 시즌별 신제품을 출시하는 피자전문점 산업에서는 도미노피자가 84.7점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 이어가고 있다.

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



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



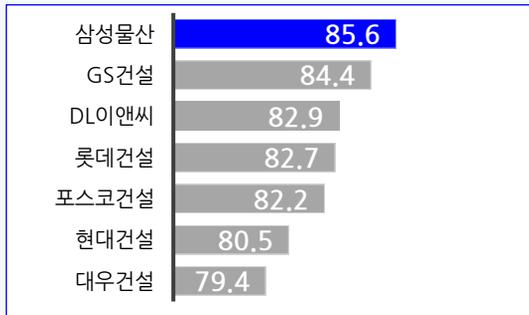
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

• 아파트

집을 취미와 여가를 즐기는 공간으로 정의하여 '홈오피스', '홈카페', '홈트레이닝' 등 새로운 주거문화가 확산됨에 따라 개인적인 공간을 중심으로 설계에 변화를 두고 있는 아파트 산업에서는 삼성물산이 85.6점으로 1위를 기록했다.

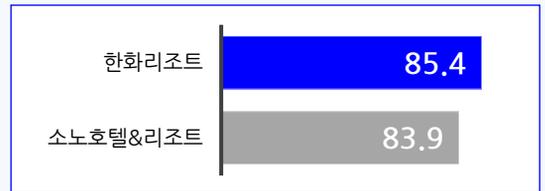
삼성물산은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 주차 시설, 내부 구조 및 크기, 시공상태 및 마감상태, 실내 인테리어, 편의시설, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 콘도미니엄

휴양지에 머물며 일과 휴가를 병행하는 워케이션(work+vacation) 근무형태에 따라 테라스와 풀옵션 시스템이 적용된 단지가 인기를 끌고 있는 콘도미니엄 산업에서는 한화리조트가 85.4점으로 11년 연속 1위(역대 13회 1위) 기업의 자리를 지켜냈다.

한화리조트는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 객실 청결성, 직원 친절성, 비품관리, 콘도 부대시설, 예약서비스, 주차 편리성, 시설 및 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객들로부터 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

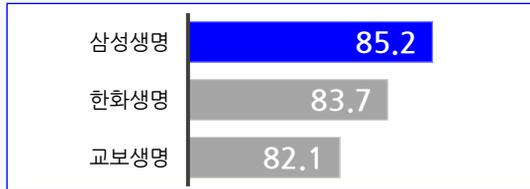
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

• 생명보험

당장 필요한 보험부터 들기 시작하는 경향이 도드라지는 젊은 고객들을 대상으로 필요한 보장 상품의 특성들이 결합된 하이브리드형 보험을 출시하고 있는 생명보험 산업에서는 삼성생명이 85.2점으로 18년 연속 1위(역대 24회 1위)를 차지하는 위업을 달성했다.

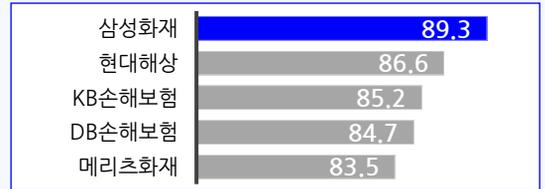
삼성생명은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 상품 설명 및 권유 적합성, 가입 후 정기적 정보제공, 고객편의 관리, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 조사되었다.



• 자동차보험

대면 채널 대비 비용이 저렴하면서 손쉽게 보험료 산출이 가능하여 인터넷 채널을 통한 가입이 활발하게 이루어지고 있는 자동차보험 산업에서는 삼성화재가 89.3점으로 25년 연속 1위(역대 26회 1위) 자리의 영광을 안았다.

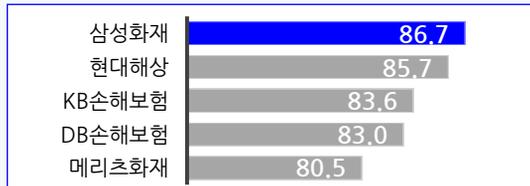
삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 이용 편리성, 직원 응대태도, 가입 시 상품 정보 제공, 갱신 안내, 사고 접수 및 조치, 보상처리 결과 안내 및 확인, 고장출동 서비스, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• 장기보험

기대 수명의 증가에 따라 건강, 질병 등 장기 보장성 보험과 함께 가사도우미, 간병인 지원 등 일상 케어 서비스에 대한 수요가 높아지는 장기보험 산업에서는 삼성화재가 86.7점으로 12년 연속 1위(역대 12회 1위)의 자리를 지켜냈다.

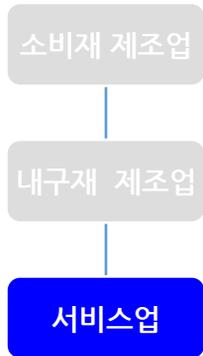
삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용 편리성, 가입 시 상품 정보제공, 고객 관리, 제도 변경 및 신상품 안내, 사고처리 안내, 보험금 지급 신속성 및 처리 결과 안내, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 고객들로부터 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

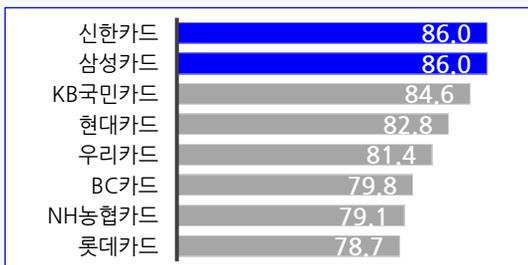
➤ 금융 및 보험(금융업)

• 신용카드

사회적 거리 두기가 해제되면서 대면·비대면 양쪽에서 결제가 활발히 발생하는 가운데, 소비패턴이나 생활 결제에 따른 할인 및 적립에 대한 관심이 높은 신용카드 산업에서는 신한카드(역대 12회 1위)와 삼성카드(역대 16회 1위)가 86.0점으로 공동 1위로 조사되었다.

신한카드는 전반적 만족도와 재이용의향에서 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 앱 이용 편리성 및 안전성에서 높은 점수를 기록했다.

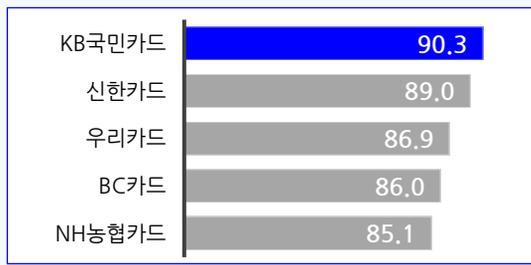
삼성카드는 요소만족도에서 혜택, 이용한도 적절성, 직원 응대태도, 명세서 이해 용이성, 콜센터 서비스, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 높은 우위를 보였다.



• 체크카드

선호하는 업종을 선택하여 언제 어디서나 실적 조건 없이 혜택을 받을 수 있는 혜택 집중형 카드에 대한 인기가 높아져 잇따라 출시하고 있는 체크카드 산업에서는 KB국민카드가 90.3점으로 8년 연속 1위(역대 11회 1위)의 자리를 유지했다.

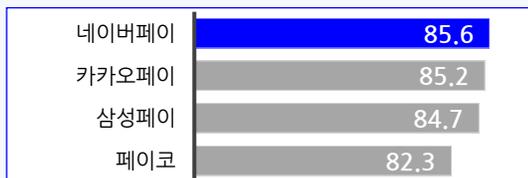
KB국민카드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용 및 업무 처리 편리성, 직원 응대태도, 홈페이지 이용 편리성 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 간편결제서비스

모바일 기기를 활용한 결제서비스에서 나아가 후불결제 시장으로 영역을 확대하고 있는 간편결제서비스 산업에서는 네이버페이가 85.6점으로 지난해 카카오페이를 제치고 영광의 1위를 차지했다.

네이버페이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 결제 인증 간편성, 포인트 충전 및 전환 용이성, 홈페이지 및 앱 이용 편리성, 환불 및 결제취소 용이성 등의 세부 항목에서 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



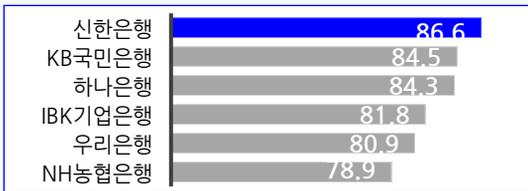
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 금융 및 보험(금융업, 증권)

• 은행

젊은 세대 고객들을 위해 직관적으로 구성된 UI로 다루기 쉬운 서비스를 제공하고 있고 전용 앱이 제공되어 어렵지 않게 금융거래를 이용할 수 있는 은행 산업에서는 신한은행이 86.6점으로 9년 연속 1위(역대 19회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

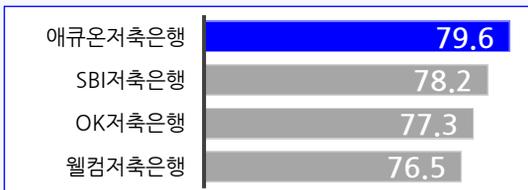
신한은행은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 상품 다양성, 직원 응대태도, 상담, 업무처리 정확성 및 신속성, 지속 거래 혜택, 자동화 기기 이용 편리성, ARS 폰뱅킹 및 인터넷뱅킹 이용 편리성, 수수료와 예금 및 대출 금리 적절성, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 나타났다.



• 저축은행

기준금리 인상 속도가 가속화되면서 고객 이탈을 막기 위해 은행보다 과감히 예·적금 금리를 높이는 가운데, 목돈을 예치하여 더 많은 이자를 챙길 수 있는 저축은행 산업에서는 애규온저축은행이 79.6점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 수성했다.

애규온저축은행은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 대출 편리성, 업무처리 신속성, 스마트폰 뱅킹 편리성, 서비스 대비 수수료, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 좋은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 증권

고위험, 고수익 투자성향을 보이는 젊은 세대의 지속적인 거래를 활성화시키기 위해 소수점 거래 서비스, 레버리지 매매 등의 다양한 정책들을 도입하고 있는 증권 산업에서는 삼성증권이 83.2점으로 3년 연속 1위(역대 17회 1위)에 올랐다.

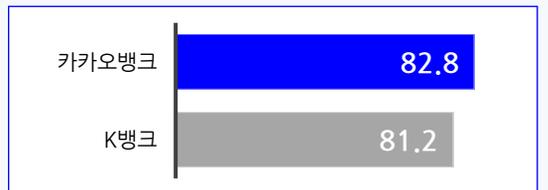
삼성증권은 전반적 만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 정보제공 신속성, 직원 응대태도, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 인터넷전문은행

대출 프로세스 편리성, 주택담보대출 상품 출시, 중금리대출 활성화 등으로 수요가 꾸준히 증가하고 있는 인터넷전문은행 산업에서는 카카오뱅크가 82.8점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 달성했다.

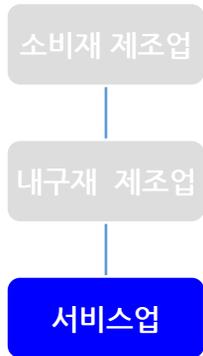
카카오뱅크는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 상품 유용성, 대출 편리성, 정보 확인 용이성, 콜센터 및 채팅 상담 서비스, 뱅킹 서비스 안정성, 화면 구성, 이용 안전성, 서비스 대비 수수료, 예금 및 대출 금리 적절성, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보였다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



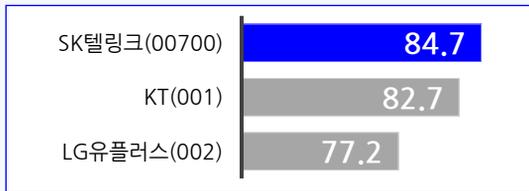
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 통신업(유무선 전화업)

• 국제전화

고객 이용 특성을 고려하여 무료통화 제공, 할인혜택 등이 포함된 다양한 요금제를 출시하며 고객만족도 제고에 노력하고 있는 국제전화에 대한 소비자의 부담감에 대응하고 있는 국제전화 산업에서는 SK텔레콤(00700)가 84.7점으로 8년 연속 1위(역대 9회 1위)라는 위업을 달성했다.

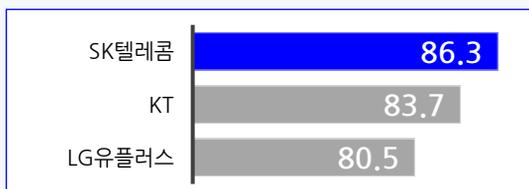
SK텔레콤(00700)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며 요소만족도는 통화 음질, 통화 중 지연 및 혼선되지 않음, 짧은 통화 연결 시간, 요금부과 정확성, 기업의 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 이동전화

eSIM(eSIM), 듀얼심을 통해 이용자 선택권 확대와 단말 비용 절감 등으로 경쟁이 확대되고 있는 이동전화 산업에서는 SK텔레콤이 86.3점으로 25년 연속 1위(역대 25회 1위)로 선정되는 영예를 안았다.

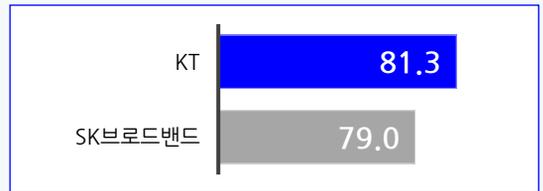
SK텔레콤은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 용이성 및 품질, 데이터 속도, 데이터 끊어짐 없음, 앱 콘텐츠 유용성, 요금제 다양성, 대리점 서비스, 홈페이지 및 모바일 고객센터 서비스, 멤버십 및 장기 고객 혜택, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 시내/시외전화

유선 인프라 개선과 네트워크 확충, 소비자 사용 패턴에 적합한 요금제를 출시하고 있는 시내·시외전화 산업에서는 KT가 81.3점으로 23년 연속 1위(역대 24회 1위)의 자리를 차지하는 기업을 토했다.

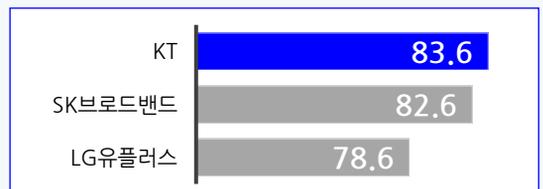
KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 통화 음질, 통화 중 단절 및 혼선되지 않음, 요금부과 정확성, 개통 및 설치 기한 엄수, 설치직원 업무능력 및 친절성, 콜센터 서비스, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업의 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• 인터넷전화

비대면 서비스 사용량이 급증함에 따라 높은 통화 품질, 이용의 편의성 등을 강화한 상품이 각광 받고 있는 인터넷전화 산업에서는 KT가 83.6점으로 13년 연속 1위(역대 13회 1위)를 달성했다.

KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 통화 중 단절되지 않음, 요금제도 다양성, 요금 부과 정확성, 개통 및 설치 기한 엄수, 장기 고객 혜택, 설치직원의 업무능력 및 친절성, 콜센터 서비스, 서비스 수준 대비 이용요금 등 거의 모든 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록했다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

• 우편

지방자치단체와의 협업으로 복지사업 안내 정보를 담은 등기우편물을 복지사각지대 의심 가구에 배달하면서 현황을 파악하고 지원해주는 복지등기 사업 서비스를 시행하고 있는 우편 산업에서는 고객만족도는 83.4점으로 조사되었다.

우편서비스는 세부 요소항목 중 우체국 신뢰도와 우편상품 유용성 등에서 높은 만족수준을 보인 것으로 나타났다.

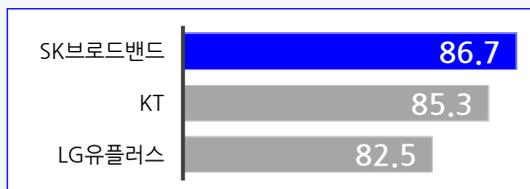
반면, 내·외부 시설/환경, 고객 편의시설, 직원 응대태도, 접수 편리성, 품질 대비 이용요금, 업무 처리 신속성 및 정확성 등에서는 상대적으로 낮은 만족도를 기록했다.



• 초고속인터넷

통신 설비가 낡은 오래된 아파트를 위해 통신 시설을 공동 구축하여 어디서나 기가급 인터넷을 사용할 수 있도록 보급률을 확장하고 있는 초고속인터넷 산업에서는 SK브로드밴드가 86.7점으로 2년 연속 1위(역대 7회 1위)로 선정되었다.

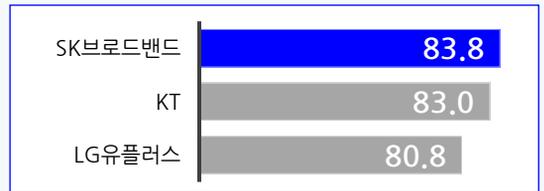
SK브로드밴드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 속도, 장기 고객 혜택, 설치 직원의 업무능력 및 친절성, 콜센터 서비스, A/S, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준을 보였다.



• IPTV

TV 리모컨의 주도권을 잃은 중장년층이나 1인 가구를 위해 전용 태블릿으로 집 안 어디에서나 미디어 콘텐츠 시청이 가능한 홈 이동형 IPTV 서비스가 인기를 끌고 있는 IPTV 산업에서는 SK브로드밴드가 83.8점으로 2년 연속 1위(역대 6회 1위)를 이어갔다.

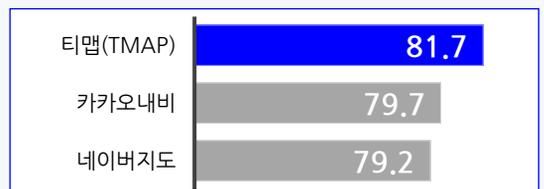
SK브로드밴드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 방송 시청 중 끊어짐 없음, 동작 속도, 영상 및 음성 품질, 콘텐츠 유용성, 리모컨 조작 편리성, 개통 및 설치 약속 준수, A/S, 부가서비스 다양성, 기업 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 내비게이션 앱

앱을 통해 전기차 보조금 조회, 충전소 최적 경로 및 상태, 간편결제 등 전기차 특화 서비스를 확대하고 있는 내비게이션 앱 산업에서는 티맵(TMAP)이 81.7점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 당당히 차지했다.

티맵(TMAP)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 최적 경로 안내, 운전 중 경로방향 안내 및 화면 가시성, 주요 정보 안내, 신속성, 화면 구성, 유용 정보 및 서비스 다양성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받았다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

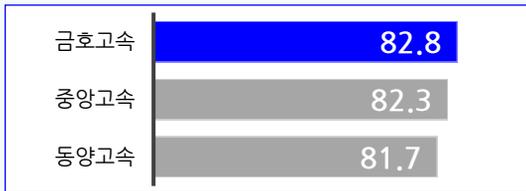
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 운수 및 보관(고속버스, 지하철, 철도)

• 고속버스

코로나 팬데믹이 점차 완화되는 추이를 보임에 따라 점진적으로 노선 회복과 동시에 이용객이 증가하고 있는 고속버스 산업에서는 금호고속이 82.8점으로 지난해 1위 중앙고속을 제치고 1위(역대 19회 1위)의 자리를 되찾았다.

금호고속은 재이용의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 차내 출발/도착 시간 정확성, 안전운행, 시설 및 환경, 냉난방 시설, 승차감의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 저비용항공

동남아시아 및 일본 주요 노선을 중심으로 국제노선 수를 점차 확대함에 따라 늘어나고 있는 여객 수요에 대응 중인 저비용항공 산업에서는 에어부산이 80.0점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)의 영예를 안았다.

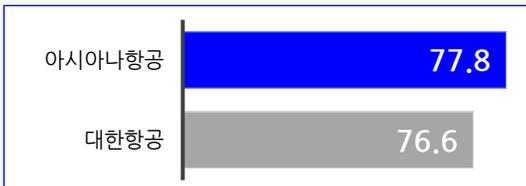
에어부산은 요소만족도에서 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 발권 서비스, 탑승수속 서비스, 기내시설/환경 및 부가서비스, 기내 직원 응대태도, 출발/도착 시간 정확성, 할인 및 지속 이용 혜택, 서비스 수준 대비 요금, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록했다.



• 항공

코로나19에 대응하기 위한 화물 수송 전환과 함께 국제선 여객 수요의 증가 등으로 실적 회복이 예상되고 있는 항공 산업에서는 아시아나항공이 77.8점으로 8년 연속 1위(역대 24회 1위)으로 선정되었다.

아시아나항공은 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 탑승수속 서비스, 지상 및 기내 직원 응대태도, 기내 시설/환경 및 부가서비스, 출발/도착 시간 정확성, 지속 이용 혜택, 서비스 수준 대비 요금, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

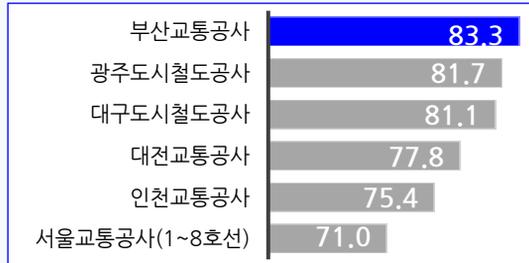
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 운수 및 보관(고속버스, 지하철, 철도)

• 지하철

필요한 운임, 첫차·막차 시각, 노선도, 목적지 안내 등 운행과 관련된 정보를 제공하고 역사 내·외 주요 시설을 안내해 주는 로봇 역무원을 점차 확대하여 승객 개인에게 필요한 정보를 제공하고 있는 지하철 산업에서는 부산교통공사가 83.3점으로 6년 연속 1위(역대 7회 1위)를 수성했다.

부산교통공사는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 역내 환경, 승차감, 차내 환경 및 냉/난방시설, 차내 안내, 직원 응대태도, 안전운행, 출발/도착 시간 정확성, 기관 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 철도

모바일 지도 앱에 열차 예매 서비스를 도입하여 최적 경로를 검색한 후 철도 승차권 예매까지 할 수 있고 휴가 기간 동안 주요 철도역에서 숙소까지 짐을 배달해 주는 서비스를 진행하는 등 편의성을 높이고 있는 철도 산업의 고객만족도는 81.8점으로 조사되었다.

철도서비스는 세부 항목 중 기업 신뢰도, 대형합실 내 고객 편의시설 및 환경, 승차감, 운행안전성, 열차 내 고객 편의시설, 발착시간 정확성 등의 항목에서 높은 만족 수준을 보였다. 반면, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 할인 및 적립 혜택, 직원 응대태도 등에서는 상대적으로 낮은 평가를 받았다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

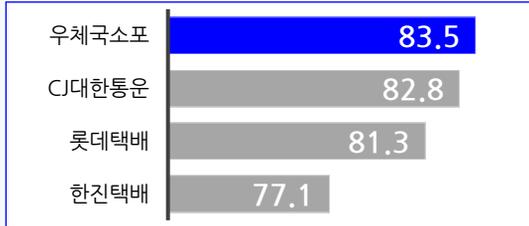
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

• 택배/소포

늘어나는 물량에 대응하여 자율주행 운송 로봇을 도입하거나 AI 물류 시스템을 구축함으로써 단순 반복 업무를 처리하여 효율성을 극대화하고 있는 택배/소포 산업에서는 우체국소포가 83.5점으로 5년 연속 1위(역대 11회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

우체국소포는 요소만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 신청접수 편리성, 접수·문의 방법 및 택배서비스 다양성, 콜센터 서비스, 수거 시간 엄수, 배송 정확성, 배달 안전성, 위치추적 서비스, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보였다.

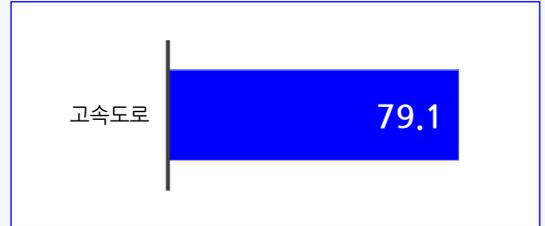


• 고속도로

시를 통해 정보를 빠르게 분석하여 시설물 점검 자동화 기술을 적용하고 사물 인터넷을 도입하여 실시간으로 모니터링하면서 디지털 기반을 구축하고 있는 고속도로관리 산업의 고객만족도는 79.1점으로 조사되었다.

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

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



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 교육 서비스, 보건업

• 교육

코로나로 인한 온라인 교육과 에듀테크의 부상으로 AI를 사용한 맞춤형 학습과 쌍방향 소통이 가능한 실시간 서비스에 관심이 모이고 있는 교육 산업의 고객만족도는 62.2점으로 조사되었다.

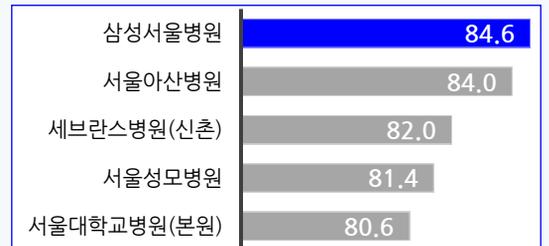
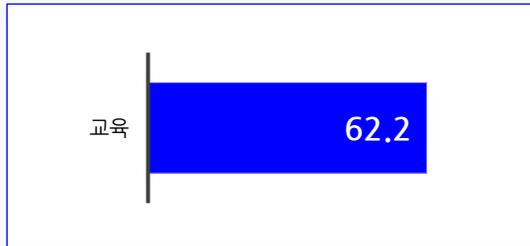
교육서비스는 세부 요소항목 중 학교 교육시설 및 환경, 교육관련 정부부처 신뢰도, 교육정책, 개개인 특성을 반영한 교육 등에서 상대적으로 높은 평가를 받았다.

반면, 교과목 구성, 교사 수준, 입시제도, 안전성 등에서는 상대적으로 낮은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.

• 종합병원

디지털 전환을 기반으로 진료, 행정 등 병원 전반에서 일어나는 업무 효율성 증대를 추구하는 ‘스마트 병원’으로의 전환이 트렌드로 떠오르고 있는 종합병원 산업에서는 삼성서울병원이 84.6점으로 지난해 공동 1위였던 서울아산병원을 제치고 5년 연속 1위(역대 21회 1위)에 올랐다.

삼성서울병원은 전반적 만족도와 재이용의 향에서 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 진료 수준, 짧은 대기시간, 예약 편리성, 고객 편의시설, 내·외부 시설/환경, 주차 편리성, 진료수준 대비 비용, 병원 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



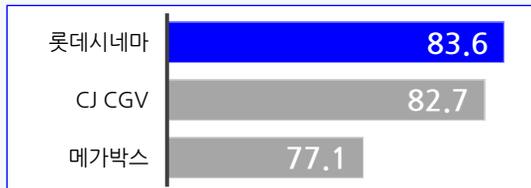
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 영화관

확장된 대형 스크린과 생생한 사라운드 시스템을 적용하여 영화에 몰입할 수 있고 소중한 사람들과 영화에 집중할 수 있도록 개별 공간을 제공하는 등 특별관에 대한 인기가 높아지고 있는 영화관 산업에서는 롯데시네마가 83.6점으로 10년 연속 1위(역대 15회 1위)의 자리를 이어갔다.

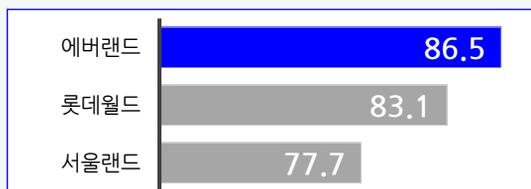
롯데시네마는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 영상 및 음향시설, 좌석 공간 및 안락함, 실내 청결도, 직원 응대태도, 주차 편리성, 무인 티켓발권기 이용 편리성, 앱 및 홈페이지 이용 편리성, 서비스 수준 대비 이용 요금, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 고객들로부터 좋은 평가를 받았다.



• 종합레저시설

VR 및 AR 기술을 놀이 기구에 접목시켜 생동감 있는 탑승을 도와주고 모바일 앱을 통해 놀이 기구의 운영시간, 식당 및 이벤트 정보 등을 실시간으로 제공하며 새로운 디지털 경험을 전달하는 종합레저시설 산업에서는 에버랜드가 86.5점으로 28년 연속 1위(역대 28회 1위)를 차지하는 기염을 토했다.

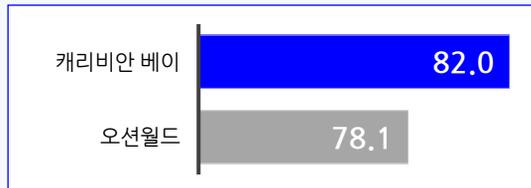
에버랜드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 놀이시설 다양성 및 안전 관리, 이벤트 다양성, 직원 응대태도, 주차 및 티켓 구입 편리성, 식당 및 고객 편의시설, 내·외부 시설/환경, 할인 혜택, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준을 보였다.



• 워터파크

마스크 없이 물놀이가 가능해짐에 따라 다양한 음악, 댄스, 음식, 이벤트 등을 즐길 수 있는 여름 축제를 재개하여 재미를 더해주고 있는 워터파크 산업에서는 캐리비안 베이가 82.0점으로 11년 연속 1위(역대 11회 1위)를 차지했다.

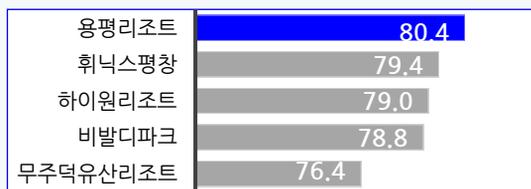
캐리비안 베이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 물놀이시설 다양성 및 안전 관리, 이벤트 다양성, 직원 응대태도, 시설 안내, 주차 및 티켓 구입 편리성, 식당 및 고객 편의시설, 수질관리, 내·외부 시설/환경, 할인 혜택, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 스키장

코로나19 거리두기 정책이 완화됨에 따라 겨울철 레저활동의 수요가 다시 증가한 가운데, 시간과 비용을 절약할 수 있어 MZ세대의 선호도가 높은 밤샘·새벽스키가 인기를 끌고 있는 스키장 산업에서는 용평리조트가 80.4점으로 1위(역대 5회 1위)를 기록했다.

용평리조트는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 슬로프 상태 및 수준 다양성, 리프트 이용 편리성, 시설/서비스 수준 대비 이용요금 적절성 등 세부 항목에서 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

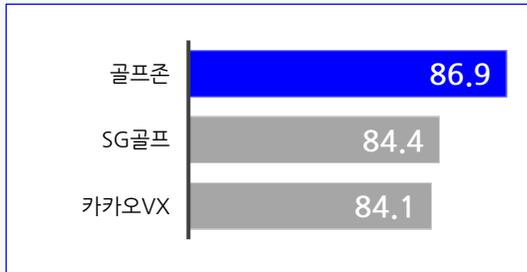
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 스크린골프

골프에 대한 젊은 세대의 관심이 증가하면서 입문자들에게 상대적으로 심리적 장벽이 낮고 야외 필드에서 치는 골프가 부담스러운 소비자의 이용률이 높아지고 있는 스크린골프 산업에서는 골프존이 86.9점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 기록했다.

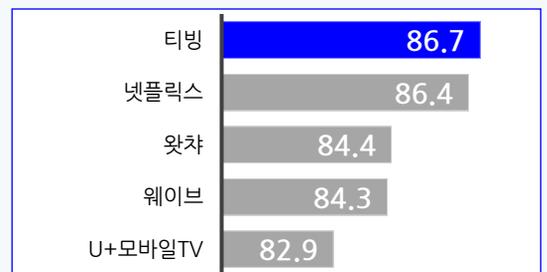
골프존은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 게임 환경 현실성, 라운드 정보 적정성, 콘텐츠 풍부성, 스크린 화질, 기능 조작 편리성, 직원 응대태도, 고객 편의시설, 어플리케이션 이용 편리성, 기업 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객들로부터 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• OTT서비스

양질의 자체 제작 오리지널 콘텐츠가 높은 인기를 끌고 있는 가운데, 구독을 유지하거나 보고 싶은 콘텐츠에 따라 플랫폼을 옮겨가며 이용할 수 있는 OTT서비스 산업에서는 티빙이 86.7점으로 1위(역대 1회 1위)로 선정되었다.

티빙은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 영상 및 음성 품질, 콘텐츠 다양성 및 설명, 가입 및 해지 절차 간편성, 서비스 수준 대비 요금 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 수준을 보였다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



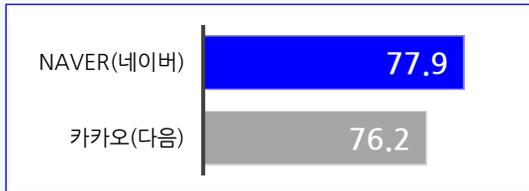
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업)

• 검색포탈사이트

AI와 개인화 검색 서비스를 통해 개인 맞춤형 검색 결과를 제공하고 영상·이미지 중심의 검색 결과를 선호하는 경향에 따라 연관된 맞춤형 콘텐츠도 제시하는 서비스를 제공하는 검색포탈사이트 산업에서는 Naver(네이버)가 77.9점으로 19년 연속 1위(역대 19회 1위)의 자리를 지켜냈다.

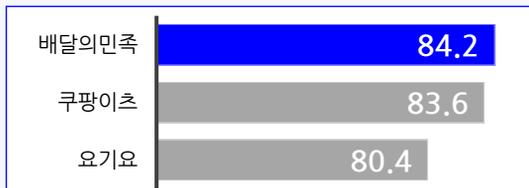
Naver(네이버)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 유용한 정보/서비스 다양성, 정보 업데이트, 커뮤니티 서비스, 고객 응대, 이벤트 다양성, 접속 속도, 기업의 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록했다.



• 배달앱

단건 배달을 하거나 라이더를 위한 효율적인 배달 동선을 제공하여 배달 시간을 단축시키고 배달 제품을 식료품군으로 범위를 확대하여 차별화된 서비스를 제공하고 있는 배달앱 산업에서는 배달의민족이 84.2점으로 지난해 1위 쿠팡이츠를 제치고 1위(역대 3회 1위)의 자리를 되찾았다.

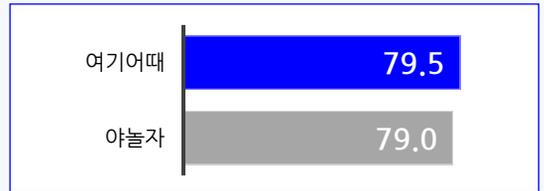
배달의민족은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 검색 속도 및 편리성, 음식 다양성, 주문 절차 및 결제 편리성, 배달 예정 시간 정확성의 세부 항목에서 고객들로부터 우수한 수준을 보였다.



• 숙박업

숙박 예약을 넘어 교통, 레저, 맛집 등 여가 전반을 아우르는 서비스를 제공할 뿐만 아니라 공간을 대여해 주는 서비스까지 확장하면서 다양한 목적에 맞춰 시설을 이용할 수 있는 숙박업 산업에서는 여기어때가 79.5점으로 지난해 1위 야놀자를 제치고 1위(역대 1회 1위)에 올랐다.

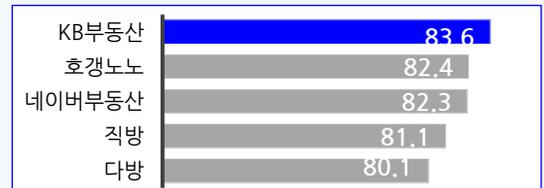
여기어때는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 검색 속도, 숙박시설 설명 및 정확성, 숙소 및 이벤트 다양성, 할인 및 적립 혜택, 취소 및 환불 용이성, 콜센터 서비스, 품질 대비 가격 적절성, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 높은 만족도를 보였다.



• 부동산플랫폼

3D와 VR 기술을 통해 매물을 확인할 수 있고 계약 전 과정을 비대면으로 진행하는 등 시간과 공간의 제약을 받지 않는 비대면 디지털 서비스를 확장하고 있는 부동산플랫폼 산업에서는 KB부동산이 83.6점으로 조사 첫째 1위(역대 1회 1위)를 차지했다.

KB부동산은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 자세한 매물 설명, 안정성, 정보 유용성, 고객 응대, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 고객들로부터 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



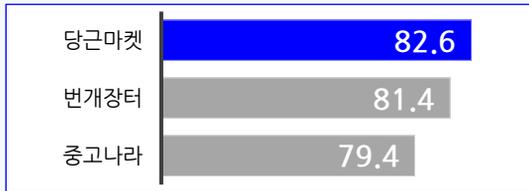
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업)

• 중고거래플랫폼

중고물품을 구매하여 사용하는 것에 대한 인식이 필요한 제품을 저렴하게 구입할 수 있는 합리적인 소비로 인식되어 긍정적으로 바뀐에 따라 중고거래가 활발하게 일어나고 있는 중고거래플랫폼 산업에서는 당근마켓이 82.6점으로 조사 첫째 1위(역대 1회 1위)로 선정되었다.

당근마켓은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 물품 다양성, 검색 편리성, 화면 구성 및 디자인, 검색 속도, 거래 안전성, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 중고차플랫폼

국내 신차 등록 대수보다 2배 이상의 높은 거래량과 함께 O2O 서비스의 발달로 이용자 수가 크게 증가하고 있는 중고차플랫폼 산업에서는 KB차차차가 81.7점으로 조사 첫째 1위를 기록했다.

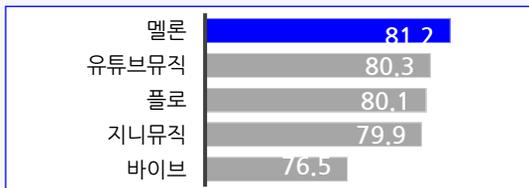
KB차차차는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 차량 설명, 차량 비교 용이성, 안정성, 고객 응대, 기업 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 우수한 모습을 보였다.



• 음원플랫폼

음원뿐만 아니라 오리지널 오디오 서비스 채널을 강화하면서 음악과 더불어 다양한 맞춤형 콘텐츠를 즐길 수 있는 음원플랫폼 산업에서는 멜론이 81.2점으로 조사 첫째 1위(역대 1회 1위)를 차지했다.

멜론은 요소만족도에서 음질, 혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

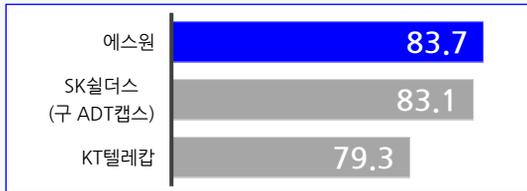
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 보안시스템서비스업, 임대업

• 무인경비

1인 가구와 비대면 문화 확산으로 보안에 대한 요구가 증가하여 무인매장과 홈 보안을 위해 AI, 생체 인식, ICT 등의 기술을 결합시킨 무인경비보안 서비스가 확산되고 있는 무인경비 산업에서는 에스원이 83.7점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 이어갔다.

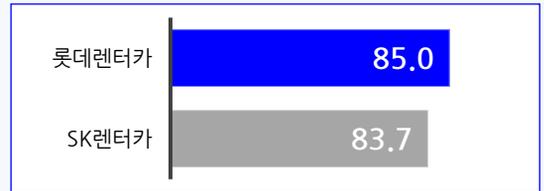
에스원은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 가입 시 정보제공, 개통 및 설치 약속 준수, 보안 장비 안정성, 설치기사 업무 능력, 출동 직원 신속성, 서비스 대비 요금, 기업 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• 렌터카

비대면 트렌드에 따라 차의 신청, 정비, 반납 과정을 모바일로 진행하여 편리함을 강화한 서비스가 각광받고 있는 렌터카 산업에서는 롯데렌터카가 85.0점으로 7년 연속 1위(역대 7회 1위)를 달성했다.

롯데렌터카는 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 차량 예약 편리성, 차량 대여 및 반납 절차 편리성, 차종 다양성, 차량 정비상태 및 성능, 차량 내/외부 청결도, 부가서비스, 지점/대리점 방문 편리성, 보험/사고처리, 앱 및 홈페이지 이용 편리성, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받았다.



Appendix :

2022년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



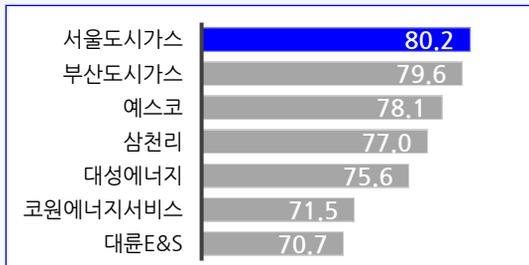
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스

모바일앱을 통해 요금 조회, 납부, 방문 예약, 자가 검침 등의 업무를 간편히 처리할 수 있고 적립한 캐시로 요금을 납부하는 할인 서비스 까지 제공하고 있는 도시가스 산업에서는 서울도시가스가 80.2점으로 4년 연속 1위(역대 5회 1위)를 수성했다.

서울도시가스는 전반적 만족도와 요소만족도 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 이용 안전성, 레인지 연결 시공 시 적절한 설명, 요금 납부 및 앱 이용 편리성, 공급회사 신뢰도 부분에서 고객들로부터 좋은 평가를 받았다.

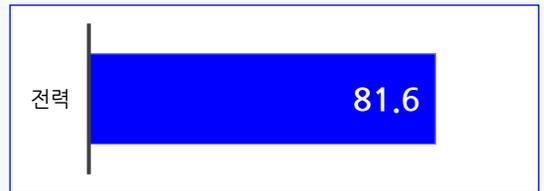


• 전력

일반주택을 넘어 아파트에서도 개별세대의 전기, 가스, 수도, 열 등 에너지 사용 정보를 수집하여 실시간 사용량을 확인할 수 있어 에너지를 합리적으로 사용할 수 있는 전력 산업의 고객만족도는 81.6점으로 조사되었다.

전력서비스는 세부 요소항목 중 기업 신뢰도, 이용 안전성, 요금 청구 정확성 등에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

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



• 수도

지방상수도 챗봇 서비스를 오픈하여 지자체의 수도물 이용과 관련된 정보를 24시간 제공하고 요금 조회 및 납부, 누수 감면 문의 및 신청 등 기타 민원을 처리해 주는 수도 산업의 고객만족도는 76.8점으로 조사되었다.

수도서비스는 세부 요소항목 중 수도에 대한 안심, 물 청결도, 원활한 물 공급, 기업 신뢰도 등에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

반면, 이용요금 적절성, 요금 청구 정확성과 납부 편리성 등에서는 다른 세부 항목 대비 낮은 만족도를 보였다.



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 공공서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기

부동산 셀프등기 건수가 늘어남에 따라 등기 수수료를 절감할 수 있고 복잡한 등기 신청 절차를 한 번에 처리할 수 있는 셀프등기 안내 서비스가 인기를 끌고 있는 등기 산업의 고객 만족도는 77.1점으로 조사되었다.

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

반면, 이용요금 적절성, 상담 능력, 업무처리 신속성 및 합리성 등에서는 타 세부항목 대비 낮은 만족도를 보였다.



• 세무

24시간 온라인 상담 챗봇 서비스를 통해 맞춤형 안내를 제공하거나 야간 세무민원 상담 서비스를 통해 늘어나는 상담 수요에 대응하고 구청 방문이 어려운 구민들의 편의를 도와 주고 있는 세무 산업에서는 고객만족도는 78.3점으로 조사되었다.

세무서비스는 세부 요소항목 중 기관 신뢰도, 고객 편의시설, 직원 친절성, 내·외부 시설/환경 등에서 상대적으로 높은 만족도를 기록했다.

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



• 치안

집에 머무는 시간이 늘어나면서 아동 및 노인학대 범죄가 급증함에 따라 피해자를 조기 발견할 수 있도록 사회적 약자 맞춤형 정책을 추진하고 있는 치안 산업의 고객만족도는 76.7점으로 조사되었다.

치안서비스는 기관 신뢰도, 고객 편의시설, 직원 친절성, 내·외부 시설/환경 등의 세부항목에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

반면, 전화응대 태도, 상담 능력, 업무처리 신속성 및 합리성 등에서는 타 항목 대비 낮은 평가를 받은 것으로 조사되었다.

