



2023년 한국산업의 고객만족도 (KCSI)

조사결과

KmAC

제1부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 32년 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 40.1점(약 96%)이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객가치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거둘 수 있음을 입증해 왔다.



제1부
2023년 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

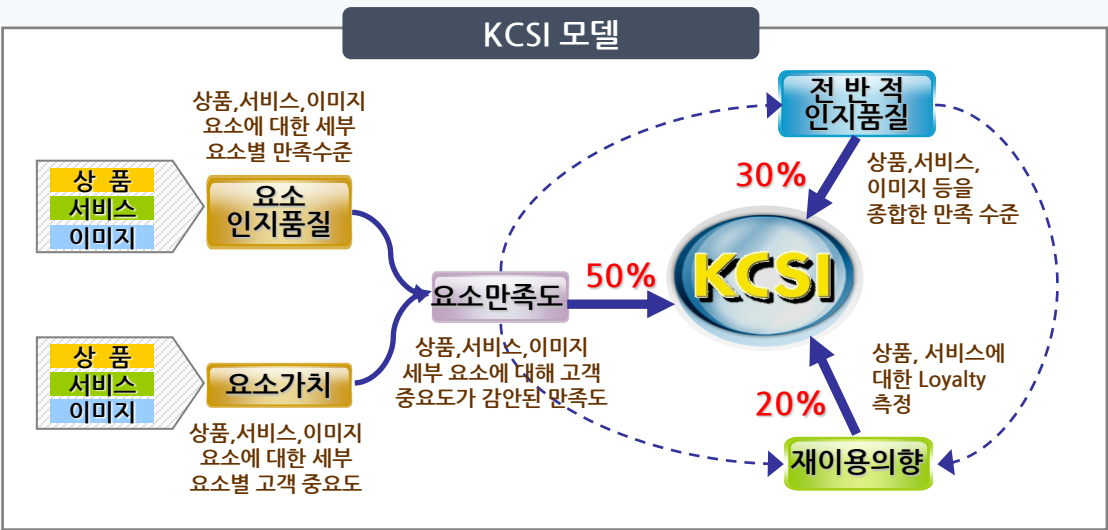
구분	'08년	'09년	'10년	'11년	'12년	'13년	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'22년	'23년
제조업	57	54	48	48	51	52	50	51	50	50	52	49	49	49	50	49
서비스업	49	49	51	54	57	59	59	60	60	60	62	66	61	63	68	69
계	106	103	99	102	108	111	109	111	110	110	114	115	110	112	118	118

제1부

2023년 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)
= (전반적 만족도 × 0.3) + (요소만족도 × 0.5) + (재이용(구입)의향률 × 0.2)
- ▷ 전반적 만족도
설문지상의 전반적인 만족 정도를 묻는 문항에 「매우 만족」과 「만족」에 응답한 비율 측정(Top 2 비율)
- ▷ 요소만족도
$$\sum_{i=1}^n C_i \cdot W_i$$
 - ※ C_i : i번째 세부요소의 TOP 2 비율
 - W_i : i번째 세부요소의 중요도 가중치
- ▷ 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
2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 조사
설계

약 4개월 간 12,000여 명의 고객들로부터 만족도 측정

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 11,546명
- 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 : 2023년 4월 1일 ~ 8월 6일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등 총 118개 산업(총 393개 기업)

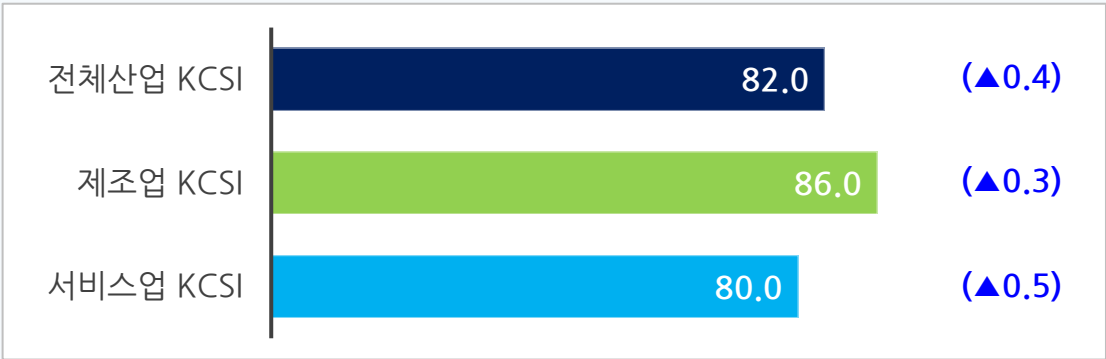
산업부문	2023년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (22개)	1) 과자 2) 두부 3) 맥주 4) 밀키트(신규) 5) 소주 6) 식용유 7) 아이스크림 8) 우유 9) 유산균발효유 10) 음료 11) 참치캔 12) 홍삼가공식품 13) 껌연형전자담배 14) 담배 15) 세탁세제 16) 아웃도어의류 17) 여성내의 18) 여성용기초화장품 19) 제화 20) 주방세제 21) 치약 22) 화장지
내구재 제조업 (27개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 김치냉장고 3) 냉장고 4) 무선청소기 5) 사무용복합기(복사기) 6) 세탁기 7) 식기세척기 8) 에어컨 9) 의류건조기 10) 전기레인지 11) 전기밥솥 12) 정수기 13) 헬스케어(안마의자) 14) 휴대폰(스마트폰) 15) PC 16) TV 17) 가정용 가구 18) 가정용건축자재 19) 경형승용차 20) 보일러 21) 부엌가구 22) 블랙박스 23) 승용차타이어 24) 일반승용차 25) 전기자동차(신규) 26) 침대 27) RV승용차
일반 서비스업 (59개)	1) 간편결제서비스 2) 생명보험 3) 신용카드 4) 은행 5) 인터넷전문은행 6) 자동차보험 7) 장기보험 8) 저축은행 9) 증권 10) 체크카드 11) OTT서비스 12) TV홈쇼핑 13) T커머스 14) 대형마트 15) 대형서점 16) 대형슈퍼마켓 17) 면세점 18) 배달앱 19) 백화점 20) 부동산플랫폼 21) 숙박앱 22) 스크린골프 23) 영화관 24) 오픈마켓 25) 음원플랫폼 26) 인터넷서점 27) 인터넷쇼핑몰 28) 저비용커피전문점(신규) 29) 전자제품전문점 30) 제과/제빵점 31) 중고거래플랫폼 32) 중고차플랫폼 33) 커피전문점 34) 패션온라인몰(자사몰) 35) 패스트푸드점 36) 편의점 37) 피자전문점 38) 검색포탈사이트 39) 국제전화 40) 내비게이션 앱 41) 알뜰폰(신규) 42) 이동전화 43) 인터넷전화 44) 초고속인터넷 45) IPTV 46) 고속버스 47) 도시가스 48) 렌터카 49) 무인경비 50) 아파트 51) 여행사(해외여행) 52) 워터파크 53) 저비용항공 54) 종합레저시설 55) 종합병원 56) 주유소 57) 콘도미니엄 58) 택배 59) 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

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

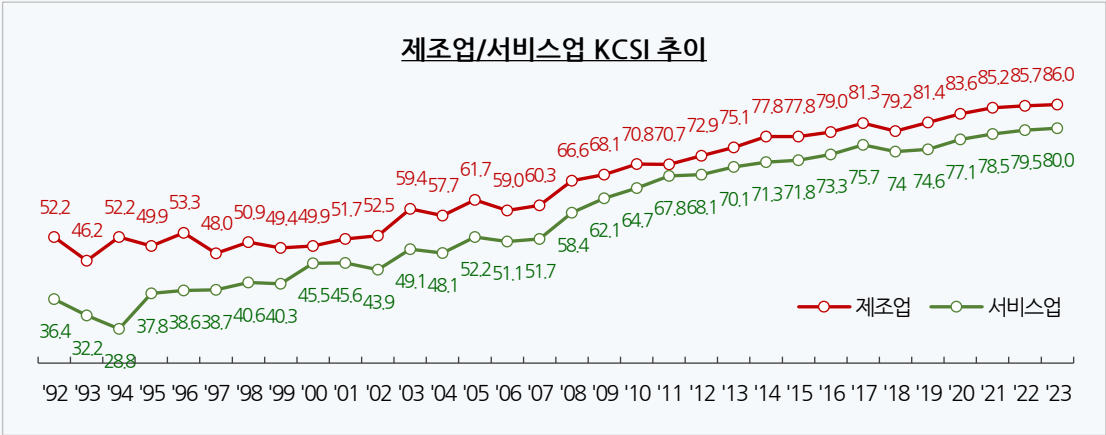
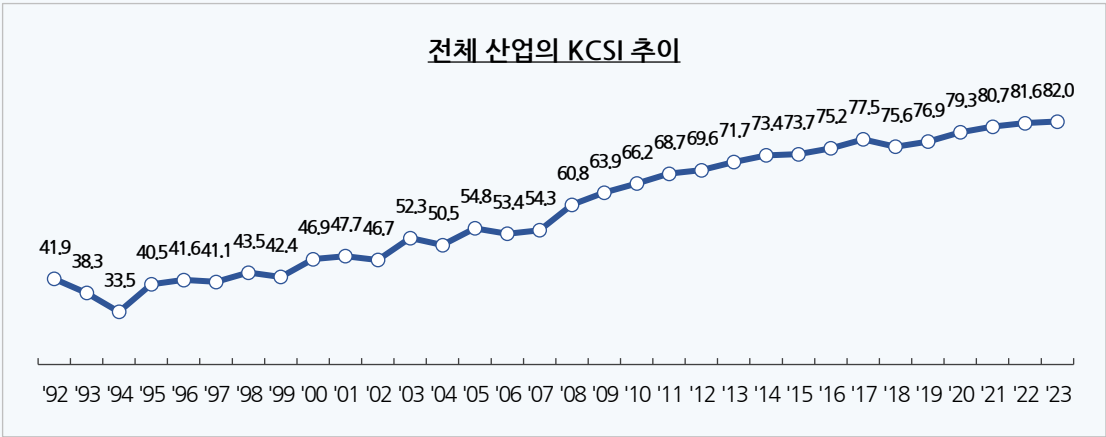
KCSI 전체
특징

1) 2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과



국가 전체 지수	제조업 지수	서비스업 지수
'92 대비 40.1점 상승 (약 96% ▲)	'92 대비 33.8점 상승 (약 65% ▲)	'92 대비 43.6점 상승 (약 120% ▲)

2) 역대 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 추이



제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI 전체
특징

3) 2023년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도(KCSI)는 전년 대비 0.4점 상승한 82.0점으로 기록... 이는 최초 조사연도인 1992년 대비 96% 상승치임

- 2023년 KCSI 국가지수는 82.0점을 기록하며 1992년 조사 첫 해와 비교했을 때 40.1점(▲96%) 성장을 기록했다. 최근 코로나 팬데믹(COVID-19)과 인플레이션 등을 겪으며 그간 기록해왔던 성장률에 비해 다소 둔화된 모습을 보였으나 계속해서 상승세를 이어갔다. 산업별로는 제조업(86.0)이 서비스업(80.0, 공공 포함)보다 좀 더 높았으며, 서비스업의 만족도는 KCSI 발표 이후 처음으로 80점을 달성했다.
- 올해 조사결과 특징을 요약해보면, 제조업과 서비스업 모두 코로나 팬데믹으로 가속화 된 디지털 시대에 고객경험을 강화하기 위한 기술혁신을 적극적으로 수용하고 더불어 엔데믹(endemic) 이후 변화하는 시장환경과 트렌드에 민첩하게 대응하는 산업 및 기업의 만족도가 높은 것으로 조사되었다.
- 업종별로 소비자 제조업에서는 국내·외 인플레이션의 영향에 따른 물가상승으로 소비에 민감한 음식료품 및 생활필수품의 만족도가 다수 하락을 보였다. 그럼에도 불구하고 건강에 대한 소비자들의 관심이 지속되면서 건강기능식품과 ‘제로슈거’ 제품들이 높은 평가를 받았다. 또한 고객니즈를 반영한 타깃층 공략과 제품출시도 고객만족도 상승에 주효했던 것으로 풀이된다.
- 내구재 제조업에서는 엔데믹에 따른 야외활동 및 개인 취미에 맞춘 자동차 산업의 만족도가 상위권을 차지했다. 또한 개인맞춤형, 편의성 증대, 프리미엄 등 고객경험 향상에 초점을 맞춘 생활가전에서도 평가가 돋보였다. 그 밖에도 전 세계적으로 친환경이 대세로 자리잡고 있는 가운데 전기자동차 산업이 올해 처음으로 KCSI 조사대상으로 발표되었다.
- 서비스업에서는 기술혁신을 바탕으로 디지털 경험 여정에서의 편의성을 높인 금융업종이 강세를 나타냈다. 유통 역시 편리성과 소비체험을 강화한 업종의 만족도가 두각을 나타냈고 스크린골프, 렌터카 등 레저/취미활동과 관련된 산업의 고객만족도 역시 우수한 평가를 보였다. 한편 최근 고물가 기조의 장기화에 따른 합리적인 소비 추구경향이 뚜렷해지면서 이를 반영한 알뜰폰 및 저비용커피전문점 산업이 신규로 조사되었다.
- KCSI는 올해로 시행 32년을 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, 393개 기업 발표에 이르렀다. 몇 년 간 코로나 팬데믹의 영향으로 언택트 (Untact)가 가속화됨에 따라 KCSI에서도 이러한 시대적 환경을 반영하여 O2O플랫폼 산업 중심의 산업을 새롭게 조사 및 발표했으며, 올해에는 밀키트, 전기자동차, 알뜰폰, 저비용커피전문점 등 1인 가구 및 친환경, 가성비 등의 메가 트렌드를 반영했다.
- 앞으로도 KCSI는 고객중심경영의 중요성을 전파하고 국내 산업의 글로벌 경쟁력을 갖추기 위한 지원을 아끼지 않을 것이다. 또한 최근 각광받고 있는 CX(Customer eXperience)를 비롯하여 디지털 전환 등과 연계된 제품과 서비스 영역에도 지속 확대하여 고객의 의견을 적극 수렴할 예정이다.

제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

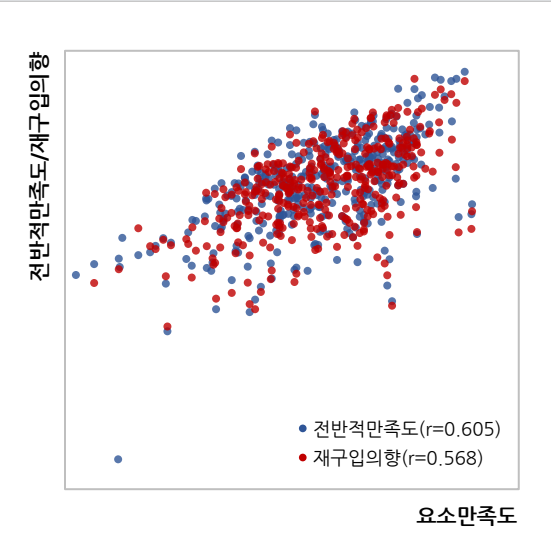
KCSI 전체
특징

3) 2023년도 KCSI 특징 및 경향(계속)

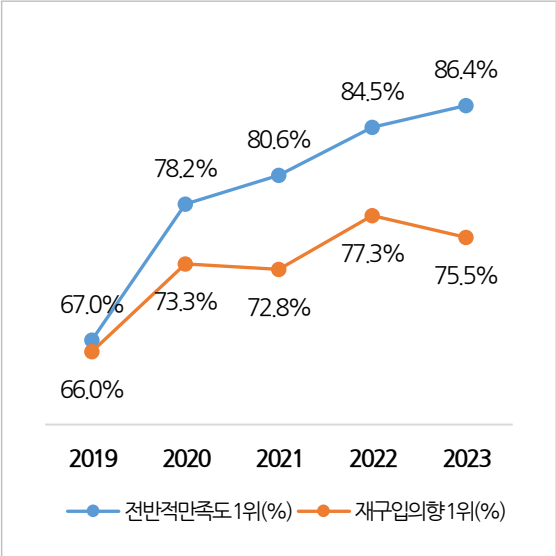
고객경험(CX) 강화하는 기업일수록 만족도와 재구매의향 등 성과 높아

- 최근 산업 전반에 걸쳐서 고객경험에 대한 관심이 높아지면서 이에 대한 관리의 중요성 또한 커지고 있다. 이에 올해 KCSI 조사결과를 바탕으로 분석한 결과, 꾸준히 고객경험에서 향상을 보인 산업 및 기업에서 만족도를 비롯한 고객 관련 주요 지표에서 우수한 성과를 기록한 것으로 나타났다.
- KCSI를 구성하는 주요 항목 중에서 고객경험에 대한 속성을 파악하는 요소만족도와 전반적 만족도의 관계에서 높은 수준의 상관관계(Correlation)를 보였다. 또한 고객충성도(Customer Loyalty)를 측정하는 항목인 재구입(재이용)의향에서도 역시 유의미한 관계를 나타냈다.
- 뿐만 아니라 요소만족도에서 경쟁사 대비 우위를 보인 기업이 실제로 만족도와 재구입(재이용)의향에서도 뛰어난 경쟁력을 드러냈다. 2023년 요소만족도에서 1위를 기록한 기업들은 전반적 만족도에서 86.4%의 1위 비중을 차지했다. 또한 재구입(재이용)의향 역시 75.5%라는 높은 1위 연계성을 나타냈다. 특히 최근 5년 동안의 추이를 살펴보았을 때 이러한 1위 연계성은 꾸준히 증가하는 추이를 보이면서 보다 나은 고객경험 제공을 위한 전략과 면밀한 관리가 성과로 연결된다는 사실이 KCSI 조사결과에서도 확인되었다.

요소만족도-차원별 상관관계 분석



요소만족도 1위 기업의 차원별 1위 연계율



* Source : 2023년 KCSI 조사분석(KMAC)

제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

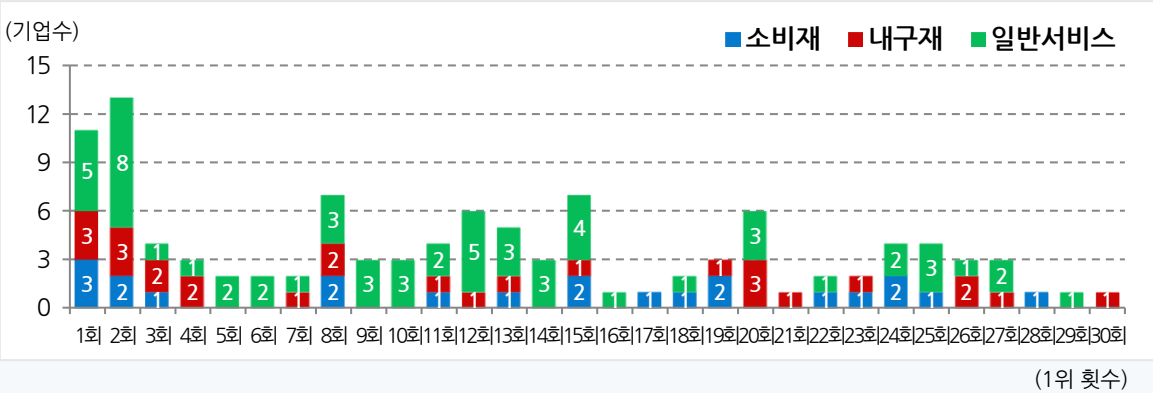
산업별
KCSI 1위
기업의 특징

1) 2023년도 KCSI 다년간 1위 기업

총 110개 1위 기업 선정...
제조업의 삼성전자, 현대자동차. 서비스업의 삼성물산 에버랜드리조트 두각

- 32년 째를 맞는 2023년 KCSI에서 총 110개 산업별 1위가 선정되었다. 올해 처음으로 30회 1위(현대자동차, 일반승용차 산업)를 기록한 산업이 배출된 가운데 20회 이상 1위 기업은 총 28개로 소비재(6개), 내구재(6개) 등 제조업이 총 12개로 나타났으며, 서비스업은 공공서비스를 포함하여 12개 산업으로 조사되었다.
- 10회 미만 1위(제조업 45%, 서비스 55%)와 10회 이상 20회 미만 1위(제조업 37%, 서비스업 63%)의 경우 서비스업의 비중이 높았다. 반면 20회 이상 최장기 1위에서는 제조업이 54%로 서비스업(46%)보다 높은 것으로 확인되었다. 상대적으로 제조업에서 장수 1위 산업이 보다 많은 것을 볼 수 있으며, 반면 서비스업에서 고객만족 경쟁이 더 치열한 것으로 판단할 수도 있다. 제조업은 세계 일류 수준의 기술력을 갖추며 글로벌 기업으로 거듭난 제조회사들이 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(30회, 일반승용차), 에버랜드(29회, 종합레저시설), 라이온코리아(28회, 세탁세제) 등으로 내구재와 서비스, 소비재를 대표하는 기업으로 나타났다. 27회에는 삼성전자(휴대폰), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이, 26회에는 SK텔레콤(이동전화), 삼성전자(PC, TV)가 뒤를 이었다. 25회는 우정사업본부(공공서비스), 아시아나항공(항공), 삼성생명(생명보험), hy(유산균발효유) 등이 다수 1위를 기록했다.
- 한편, 삼성전자는 8개 산업(휴대폰(스마트폰), TV, PC, 세탁기, 냉장고, 김치냉장고, 전자제품전문점, 에어컨)에서 10회 이상 1위를 차지하며 한국의 대표 고객만족 선두 기업으로서 위상을 드높였으며, 현대자동차는 2개 산업(일반승용차, TV승용차)에서 20회 이상 1위를 차지하며 우수기업의 면모를 드러냈다.

2023년 1위 기업의 역대 1위 횟수



(1위 횟수)

제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업의 특징

2) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자 10개 산업 최다 1위... 총 18개 기업이 2개 이상 복수 산업 1위 선정돼

- 2023년 KCSI에서는 총 18개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위에 선정되었다. 삼성전자는 총 10개 산업(에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 무선청소기, 세탁기, TV, PC, 휴대폰(스마트폰), 전자제품전문점, 의류건조기)에서 정상을 차지하며 고객만족도 강자의 면모를 드러냈다.
- 그 뒤를 이어 현대자동차가 일반승용차, RV승용차, 경형승용차, 전기자동차 등 3개 산업에서 1위를 기록했다. 그 밖에도 삼성물산, GS리테일, LG전자, SK브로드밴드, SK텔링크, 라이온코리아, 롯데GRS, 롯데웰푸드, 삼성화재, 우정사업본부, 캐논코리아, 코웨이, 하이트진로, 한국필립모리스, 한샘, 현대홈쇼핑 등이 복수 산업에서 1위를 차지하는 영예를 안았다.

2023년 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 (’22년: 10개 산업 1위)
2	현대자동차	일반승용차, RV승용차, 경형승용차, 전기자동차	4개 산업 1위 (’22년: 2개 산업 1위)
3	삼성물산	종합레저시설, 워터파크, 아파트	3개 산업 1위 (’22년: 4개 산업 1위)
4	GS리테일	편의점, 대형슈퍼마켓	2개 산업 1위 (’22년: 1개 산업 1위)
5	LG전자	식기세척기, 전기레인지	2개 산업 1위 (’22년: 1개 산업 1위)
6	SK브로드밴드	초고속인터넷, IPTV	2개 산업 1위 (’22년: 2개 산업 1위)
7	SK텔링크	국제전화, 알뜰폰	2개 산업 1위 (’22년: 1개 산업 1위)
8	라이온코리아	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 (’22년: 2개 산업 1위)
9	롯데GRS	패스트푸드점, 커피전문점	2개 산업 1위 (’22년: 2개 산업 1위)
10	롯데웰푸드	과자, 아이스크림	2개 산업 1위 (’22년: 없음)
11	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 (’22년: 2개 산업 1위)
12	우정사업본부	택배/소포, 공공서비스	2개 산업 1위 (’22년: 2개 산업 1위)
13	캐논코리아	가정용복합기(프린터), 사무용복합기(복사기)	2개 산업 1위 (’22년: 2개 산업 1위)
14	코웨이	정수기, 침대	2개 산업 1위 (’22년: 2개 산업 1위)
15	하이트진로	소주, 맥주	2개 산업 1위 (’22년: 1개 산업 1위)
16	한국필립모리스	궤련형 전자담배, 담배	2개 산업 1위 (’22년: 2개 산업 1위)
17	한샘	부엌가구, 가정용가구	2개 산업 1위 (’22년: 2개 산업 1위)
18	현대홈쇼핑	TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰	2개 산업 1위 (’22년: 1개 산업 1위)

제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

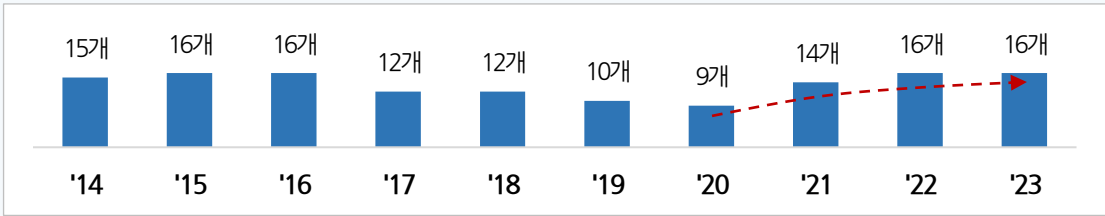
산업별
KCSI 1위
기업의 특징

3) 전년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

16개 산업에서 1위 변동 나타나. 엔데믹 이후에도 경쟁 치열해...

- 올해 KCSI에서는 총 16개 산업에서 1위 기업 변동을 보였으며, 업종별로는 제조업 7개(소비재 5개, 내구재 2개), 서비스업 9개로 나타났다.
- 소비재에서는 롯데월드푸드가 과자, 아이스크림 등 복수 산업에서 1위에 올랐다. 또한 소주(하이트진로), 음료(롯데칠성음료), 아웃도어의류(디스커버리 익스페디션)에서 1위 변동을 보였다. 내구재에서는 LG전자(전기레인지), 현대자동차(경형승용차)가 해당 산업에서 처음으로 선두에 올랐다.
- 서비스업에서는 신한카드가 신용카드 부문에서 단독 1위를 기록했고 저축은행(SBI저축은행), OTT서비스(넷플릭스), TV홈쇼핑(현대홈쇼핑), T커머스(KT알파 쇼핑), 대형슈퍼마켓(GS THE FRESH), 배달앱(쿠팡이츠), 숙박앱(야놀자), 패션온라인몰(KOLON MALL) 등에서 치열한 고객만족도 경쟁 끝에 1위 기업의 변동이 나타난 것으로 조사결과 드러났다.
- 한편 최근 10년간 1위 기업 변동수는 점차 감소하며 '20년에는 10개 이하를 보였으나 코로나 시대에 접어들어 산업간, 산업내에서 기업 간 생존 경쟁에 따라 고객만족도에도 큰 변동을 나타냈고 엔데믹 이후에도 이러한 추이는 지속되고 있는 것으로 분석되었다.

최근 1위 변동 기업수 및 2023년 KCSI 1위 변동 기업



No	산업군	산업명	2023년 KCSI 1위 기업	2022년 KCSI 1위 기업
1	소비재 (5개)	과자	롯데월드푸드(구 롯데제과)	오리온
2		소주	하이트진로(참이슬)	금복주
3		아이스크림	롯데월드푸드(구 롯데제과)	빙그레
4		음료	롯데칠성음료	동아오츠카
5		아웃도어의류	디스커버리 익스페디션	노스페이스
6	내구재 (2개)	전기레인지	LG전자	SK매직
7		경형승용차	현대자동차	한국지엠
8	서비스 (9개)	신용카드	신한카드	신한카드, 삼성카드
9		저축은행	SBI저축은행	애국온저축은행
10		OTT서비스	넷플릭스(NETFLIX)	티빙(TVING)
11		TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	롯데홈쇼핑
12		T커머스	KT알파 쇼핑	SK스토아
13		대형슈퍼마켓	GS THE FRESH	롯데슈퍼
14		배달앱	쿠팡이츠	배달의민족
15		숙박앱	야놀자	여기어때
16		패션온라인몰(자사몰)	KOLON MALL	SSF SHOP

제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI
향상을 위한
제언

고객 경험의 시각으로 새롭게 데이터를 수집·분석·활용해야

- ▶ 고객경험(Customer eXperience: CX)의 시대, 고객을 제대로 파악하기 위해서는 완전한 ‘경험’ 관점으로 전환하여 새로운 시각으로 고객에게 접근할 필요가 있다. 경험 관점에서 새로운 고객 경험의 관점에서 고객 경험 패턴을 정의하여 모델링하고, 이를 분석하여 타겟을 선정한 후 이를 대상으로 한 맞춤형 CS를 추진해야 하는 것이다.
- ▶ 실제로 선도적인 기업들은 현재 기술로 이용 가능한 풍부한 데이터를 최대한 활용하는 더 나은 접근 방식을 개척하고 있다. 고객, 재무 및 운영 시스템 전반에서 상호작용 데이터를 정기적으로 원활히 수집해 고객에 대한 깊은 통찰력을 얻을 수 있는 토대를 구축하고 있는 것이다.
- ▶ 한편, 여러 기업들이 데이터를 활용해 고객경험을 측정하고 비즈니스 모델 또는 운영 시스템을 개선하는 것과 관련해 최근 국내에서는 몇 가지 큰 변화가 생겼다. 첫째, 마이데이터 활용에 대한 제약이 완화되어 다양한 고객경험을 창출할 기회가 열렸으며, 이는 기존 산업 생태계를 혁신하고 새로운 시장을 창출하고 있다. 둘째, 스마트폰 등을 통해 나타난 다양한 소셜 데이터를 능동적으로 수집하고 분석하는 활동이 원활해졌다. 셋째, 소비 생활이 비대면으로 급격히 전향하였으며, 비대면 활동의 흔적은 데이터로 축적되기 시작했다. 과거 고객경험을 디자인할 때는 주로 대면 접점에서 고객 행동을 관찰하는 방식을 이용해 왔다면 이제 비대면 데이터를 통해 더 정확한 고객 행동을 분석하고 가시화 함으로써 고객 경험을 새롭게 개선할 기회를 얻게 된 것이다.
- ▶ 이러한 관점에서 성공적인 고객경험 제공과 데이터 활용을 위해서는 어떤 사항들을 고려해야 할 것인가? 먼저 고객경험 개선을 위해 활용할 데이터의 범위이다. 최근의 고객경험은 대면과 비대면에서 동시에 이루어지고 있으므로 옴니채널에서 발생하는 복합적인 데이터를 원활히 활용해야 하는 것이다. 다음으로는 다양한 채널에서 발생하는 이질적이고 비구조적인 데이터에 대한 활용 방안을 마련해야 한다. 다양한 데이터를 통해 고객 행동의 시간, 주체, 목적, 장소, 감성과 행위까지를 분석하려면 여러 형태의 데이터 활용이 가능하도록 구조화 해야 한다. 끝으로 조직 전체에서 데이터를 보편화해 활용할 수 있도록 해야 한다. 데이터 분석 플랫폼을 통해 현업 담당자부터 경영진까지 데이터를 분석하고 활용할 능력을 높여야 한다.
- ▶ 유념할 사실은 데이터 활용의 성공을 좌우하는 것은 분석 플랫폼의 우수성이 아니라 어떤 데이터를 보유하고 있으며 어떻게 분석, 활용할 것인가라는 사실이다. 이제 철저히 ‘경험 데이터’에 의해 사용자들을 분류해 어떻게 차별적이고 진정한 경험을 제공할지를 고민해야 할 것이다.

제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI
향상을 위한
제언

초개인화시대, Seamless한 디지털 경험을 제공하라

- 코로나19(COVID-19) 대유행 이후 비대면접촉을 통한 경제와 사회활동이 증가함에 따라 디지털 전환이 더욱 가속화되고 있다. 대부분의 소비생활과 구매패턴에서 디지털 채널을 활용한 서비스의 수요가 증가하였고 이에 대응하기 위한 산업과 기업의 경영전략 또한 기술혁신과 디지털 전환에 초점을 맞추어 변화하고 있다. 실제로 KMAC 조사에 따르면 최근 소비 트렌드를 주도하고 있는 MZ세대의 경우 제품이나 서비스에 대한 정보를 얻는 채널로써 약 77%가 인터넷 또는 SNS 등 온라인상에서 이뤄지고 있으며, 주로 이용하는 구매나 소비방식 또한 절반이 넘는 65%가 모바일, PC 등 IT 디바이스 환경을 활용하고 있는 것으로 나타나 이러한 트렌드를 반영한 기업의 추진방향에 대한 정당성을 입증하고 있다.
- 특히 국내 스마트폰 보유율이 93.4%(방송통신위원회, 2022)에 이르면서 모바일 디바이스를 이용한 서비스의 이용 기회가 지속적으로 확대되고 있고 기업의 상품 및 서비스의 제공영역이 기존의 오프라인 채널에서 모바일 애플리케이션으로 이동하고 있는 것이 현실이다. 나아가 모바일 애플리케이션이 단순한 채널을 넘어 플랫폼으로써 기업 성과에 중요한 영향을 미치는 요인으로 부각되고 있으며 이에 탁월한 고객경험을 전달하기 위한 기업의 노력이 계속되고 있다.
- 실제 전 산업에 걸쳐 AI(인공지능), 챗봇(Chatbot), Big data 등 최신 기술을 적극적으로 도입하며 모바일 애플리케이션상에서의 디지털 경험을 고도화하고 있는데 특히 KMAC 조사에 따르면 통신과 금융업종에서 가장 우수한 만족도를 보이며 고객들로부터 높은 호응을 받은 것으로 나타났다. 이들 업종은 UI/UX 등을 직관적으로 개선하고 구독서비스나 실생활에 도움이 되는 콘텐츠 및 정보제공을 강화하였으며 재미와 혜택을 더한 것이 주요 특징이다.
- 이러한 모바일 환경에서의 고객경험을 혁신하기 위해서는 디지털상에서의 고객 여정을 면밀히 분석하여 프로세스의 Pain Point를 개선하고 Seamless한 고객경험 설계를 통해 온라인의 최대 강점인 최적의 편리성을 확보해야 한다. 또한 고객의 선호나 유용성을 고려하지 않는 기업 관점의 수많은 상품과 서비스가 제시되는 부분은 지양해야 하며 철저히 고객 니즈를 기반으로 맞춤형 콘텐츠가 제공되어야 한다. MZ세대를 중심으로 실질적인 인센티브와 즐거움을 주는 콘텐츠에 높은 호응을 이끄는 점도 주목할만하다. 그 밖에 IT환경이라는 측면에서 안정적인 시스템 운영과 보안 역시 세심하게 관리해 부정적인 경험을 최소화할 필요가 있다. 무엇보다 고객관점에서의 시각을 지속적으로 견지하고 자사의 플랫폼에서 고객들이 Lock-in 될 수 있는 요인들을 적극적으로 발굴하는 노력이 요구된다.

제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI
향상을 위한
제언

VOC 4.0 시대, 고객의 소리에 보다 적극적 대응 필요

- ‘고객의 소리(VOC)’란 고객이 기업의 상품 또는 서비스를 구매하거나 경험하는 과정에서 발생하는 만족, 불만족이 기업에 피드백된 일련의 정보라 할 수 있다. 이러한 ‘고객의 소리’는 기업이 어떤 활동을 하더라도 소홀히 해서는 안 될 가장 기본 중의 기본이라 할 수 있다. 특히 디지털 시대의 VOC 경영은 ‘①내·외부의 다양한 접점에서 발생하는 정보를 통합적으로 수집하고’, ‘②수집된 다양한 정보(Big Data)에 대한 인사이트 분석을 통해’, ‘③전사적 차원에서 실질적으로 활용하고 보다 높은 고객가치를 창출’ 하기 위한 방향으로 더 빨리 변화하고 있는데 각 기업들도 이에 대응해야 한다.
- 고객의 니즈와 디지털 기술 환경이 날로 변화함에 따라 VOC 경영 수준도 날로 진화해 왔다. 초기인 VOC 1.0 시대에는 IT기술을 이용해 고객의 소리를 수집하여 ‘신속하고 정확하게’ 불만을 해결해 주는 활동 위주였고, 2.0 시대에는 불만 해결 수준을 넘어 ‘근본 원인을 파악’하여 이를 제거하는 등 VOC를 경영의 자산으로 적극 활용하는 수준으로 발전했다. 3.0 시대에는 내부로 유입되는 VOC뿐 아니라 ‘외부 고객 의견과 데이터’까지 흡수하여 불만 발생을 원천적으로 차단하는 수준으로 진화했다. 최근과 같은 VOC 4.0 시대에는 온/오프 라인에서 고객 행동 데이터를 통합적으로 수집하여 고객 라이프 스타일까지 수집하여야 한다. 고객 인사이트는 물론 산업과 시장까지 예측하여 신상품과 서비스 컨셉까지 도출하는 포괄적 활동을 추진해야 하고 CDP(Customer Data Platform)라는 시스템도 활용해야 하는 것이다.
- 그렇다면 어떻게 VOC 경영을 통해 제대로 된 고객가치를 실현할 수 있을까? 먼저 현재의 VOC 운영 및 프로세스를 진단하고 현업 요구사항을 바탕으로 향후 Target 수립할 VOC 정의, 채널 및 데이터 유형을 명확히 해야 한다. 그리고 사업부별 VOC 운영 현황 진단 결과를 바탕으로 통합 VOC 활용 전략을 도출하고, 구축에 따른 그룹 VOC 운영 정책 기준을 정의하여 표준화된 VOC가 적용될 수 있도록 해야 한다. 다음으로는 Who/What/How/Where 등의 관점에서 설계된 VOC 유형 분류 코드를 기반으로 VOC 유형을 도출하고, To-Be Process 설계와 함께 Dashboard 콘텐츠 및 통계 모델을 설계한다. 마지막으로 VOC 거버넌스 구축, VOC 관리 R&R 설계, VOC 평가체계 설계, 변화관리 방안 마련 등을 통해 운영 및 관리 체계를 설계하고 구성원의 수용성과 실행력을 확보할 수 있어야 한다.
- Digital Transformation 시대에는 고객과 시장 변화에 따라 기존의 고객 음성(Voice) 중심의 불만처리/개선/Insight 제시를 넘어, Voice의 범위를 보다 확대하여 다양한 형태로 표출되는 고객의 직간접적 활동과 관련된 광범위한 데이터 수집과 분석 및 관리 방안 구축을 통해 향후 고객 행동 예측까지 추진해야 할 것이다.

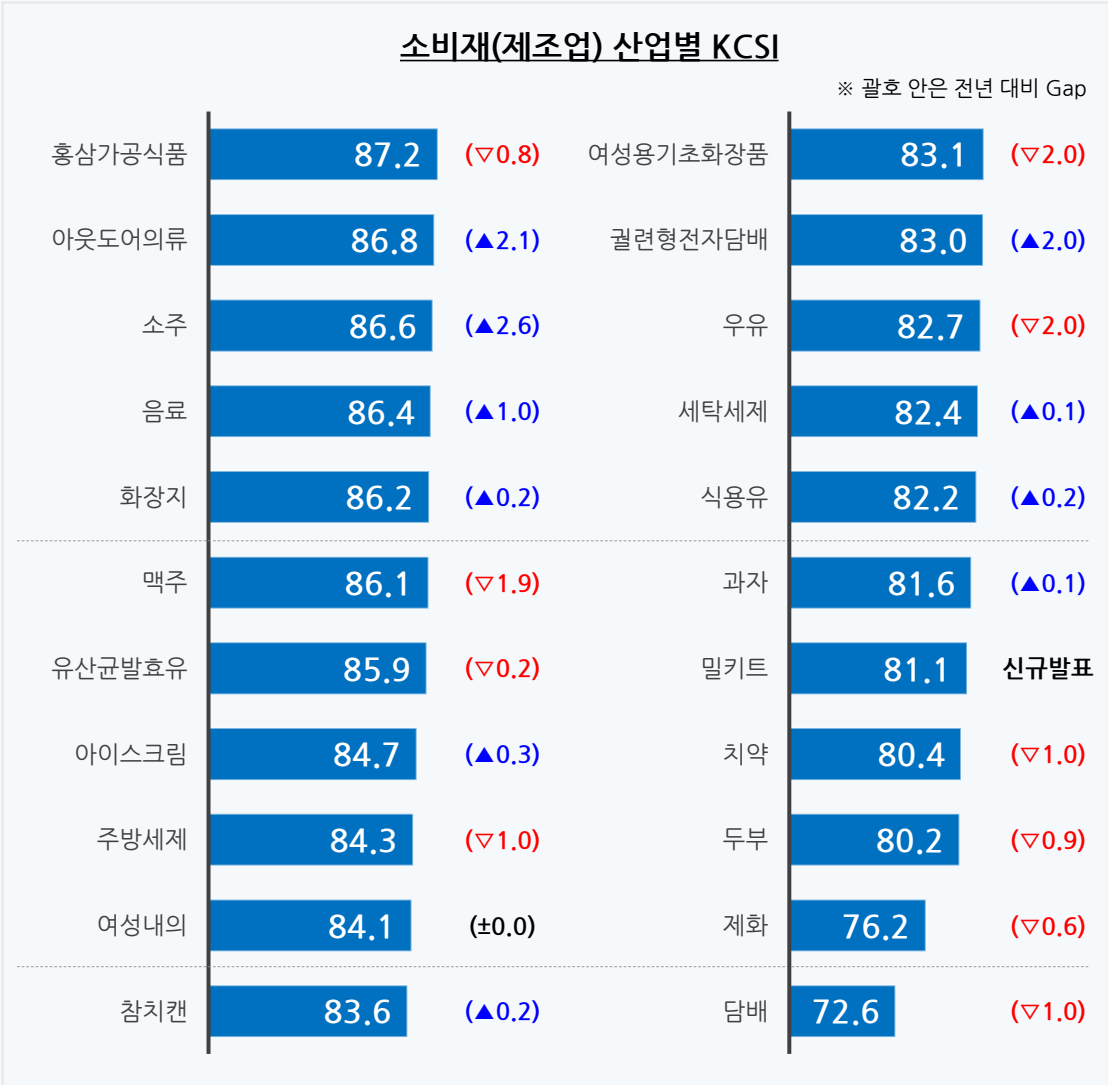
제2부
2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 주요
특징

1) 소비재 제조업의 고객만족도 특징

다수 산업에서 만족도 하락... 건강·엔데믹 등 트렌드 이끈 산업들은 강세

- 소비재 제조업은 홍삼가공식품, 아웃도어의류, 소주, 음료 등에서 높은 수준의 만족도를 보인 것으로 조사결과 나타났다.
- 갈수록 건강에 대한 관심이 증가하면서 MZ세대 및 청소년층에 대한 수요가 높아지고 있는 홍삼가공식품이 87.2점으로 가장 높은 평가를 받았다. 엔데믹 이후 외부 활동이 증가하고 있는 아웃도어의류도 86.8점으로 뒤를 이었다. 또한 제로슈거 열풍으로 큰 인기를 끌고 있는 소주(86.6)와 음료(86.4) 역시 만족도 상위를 차지했다. 이들은 건강, 시장 트렌드 등을 반영하며 적극적으로 시장에 대응했던 것이 주효한 것으로 풀이된다.
- 반면 국내·외 인플레이션 영향에 따른 물가상승으로 다수의 소비재 제품의 만족도가 하락을 보인 가운데, 특히 여성용기초화장품(▼2.0), 우유(▼2.0) 등의 하락폭이 두드러진 것으로 조사결과 드러났다.



제2부

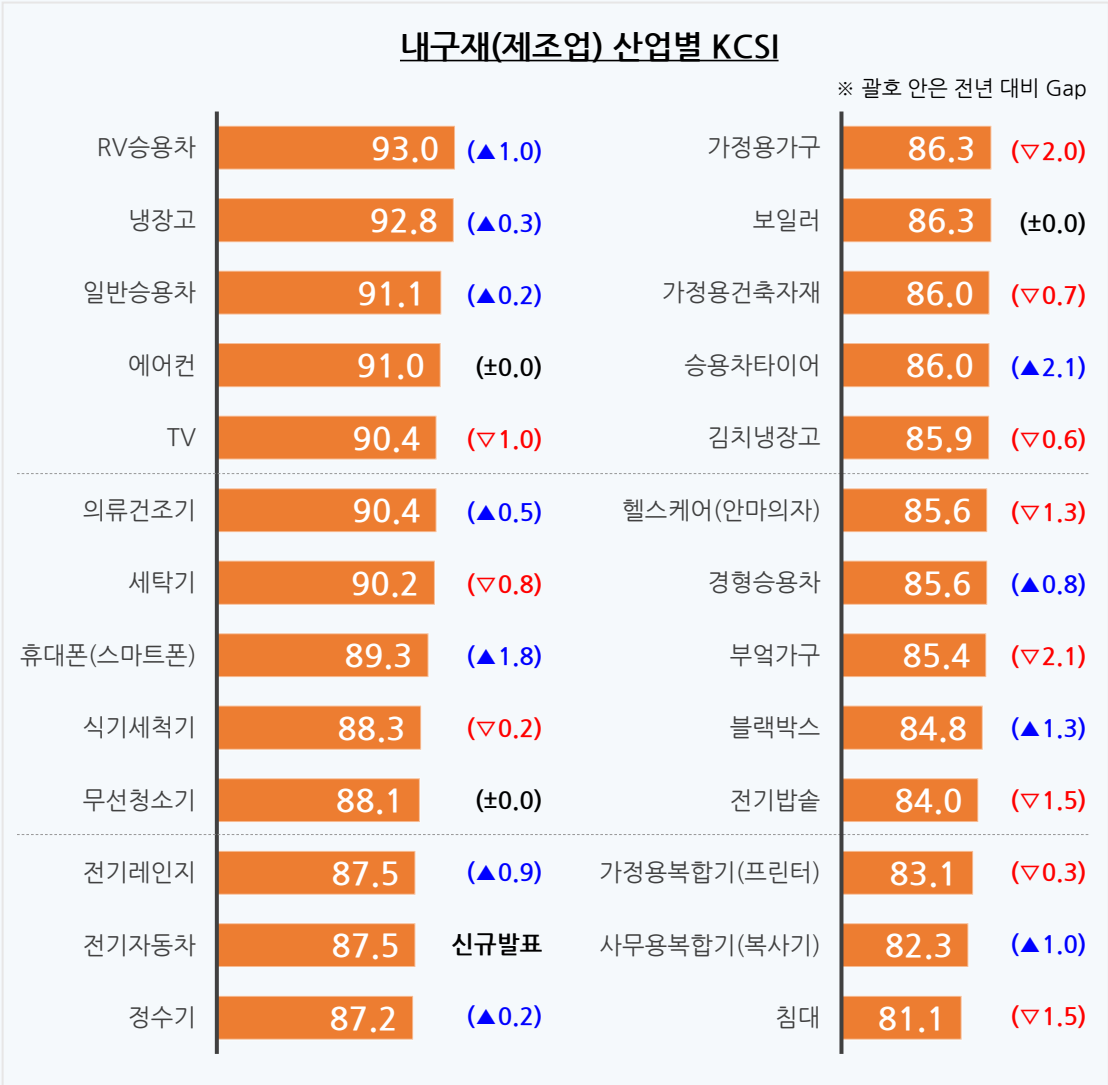
2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 주요
특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

고객경험 강화한 자동차·생활가전 산업이 전체 만족도 견인해

- ▶ 내구재 제조업에서는 자동차 및 생활가전 제품들이 고객만족도 상위를 차지했다.
- ▶ 젊은 층을 중심으로 캠핑과 차박 등 야외활동이 가능한 차량에 높은 인기를 보이고 있는 RV승용차가 93.0점으로 가장 높은 만족도를 기록했다. 뒤를 이어 냉장고(92.8), 일반승용차(91.1), 에어컨(91.0), TV(90.4), 의류건조기(90.4), 세탁기(90.2) 등이 90점 이상의 높은 만족도를 보이며 고객들로부터 우수한 평가를 받았다. 특히 생활가전에서는 개인맞춤형 강화에 따른 고객경험 제공과 프리미엄에 초점을 맞춘 제품이 많은 인기를 끌었던 것으로 풀이된다.
- ▶ 한편 확대되고 있는 자동차 수요에 발맞춰 승용차타이어(▲2.1), 블랙박스(▲1.3) 등도 작년 대비 높은 상승 폭을 기록했다. 반면 주택시장 침체 및 원자재 상승 등의 영향을 받은 가구업종(부엌가구 ▼2.1, 가정용가구 ▼2.0)은 하락을 나타냈다.



제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별

KCSI 주요

특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

기술혁신 바탕으로 편의성 높은 금융업종 강세... 스크린골프, 편의점도 상위권

- 서비스업은 금융에서 체크카드, 간편결제서비스, 자동차보험 등이 높은 만족도를 보였으며 유통/레저에서는 스크린골프, 편의점 등이 상위권을 기록했다.
- 금융에서는 MZ세대를 겨냥한 캐릭터 상품 출시와 기술혁신을 바탕으로 결제 편의성을 높이고 있는 체크카드(88.1), 간편결제서비스(87.7) 등이 높은 만족도를 차지했다. 유통에서는 편리성과 소비체험 강화를 이끈 편의점이 87.6점으로 우수한 평가를 받았고 스크린골프(87.8) 역시 만족도 상위권에 이름을 올렸다.
- 한편 최근 고물가 기조가 장기화되면서 합리적인 소비를 추구하려는 트렌드 확산됨에 따라 지속적으로 수요가 확대되고 있는 알뜰폰(82.5)과 저비용커피전문점(80.0)은 올해 첫 발표에서 80점 이상의 준수한 만족도를 보였다.

서비스업 산업별 KCSI					※ 괄호 안은 전년 대비 Gap	
체크카드	88.1	(▲0.2)	아파트	82.5	(▽0.2)	
스크린골프	87.8	(▲2.5)	오픈마켓	82.4	(▲0.1)	
간편결제서비스	87.7	(▲3.2)	택배/소포	82.4	(▲0.6)	
편의점	87.6	(▲1.1)	커피전문점	82.3	(▲1.3)	
자동차보험	87.5	(▲1.0)	인터넷전화	82.3	(▲0.4)	
T커머스	87.3	(▲0.4)	영화관	82.2	(▲1.2)	
OTT서비스	86.9	(▲1.3)	고속버스	82.2	(▽0.1)	
인터넷서점	86.7	(▲0.4)	국제전화	82.0	(▽0.4)	
렌터카	86.5	(▲2.0)	인터넷쇼핑몰	81.9	(▲0.4)	
장기보험	86.3	(▲1.9)	증권	81.7	(▲0.2)	
초고속인터넷	86.3	(▲1.1)	내비게이션앱	81.6	(▲1.3)	
TV홈쇼핑	86.2	(▽0.9)	제과-제빵점	81.5	(▲0.7)	
면세점	86.2	(▲1.2)	피자전문점	81.5	(▲1.6)	
은행	85.8	(▲2.2)	배달앱	81.1	(▽2.1)	
종합레저시설	85.8	(▲2.2)	여행사(해외여행)	81.0	-	
콘도미니엄	85.7	(▲1.1)	중고차플랫폼	80.9	(▲1.1)	
이동전화	85.1	(▲0.9)	숙박앱	80.8	(▲1.6)	
무인경비	84.8	(▲2.8)	패션온라인몰	80.5	(▲0.1)	
백화점	84.7	(▲2.0)	주유소	80.4	(▲0.4)	
생명보험	84.4	(▲0.6)	음원플랫폼	80.1	(±0.0)	
대형서점	84.4	(±0.0)	저비용커피전문점	80.0	신규발표	
워터파크	84.0	(▲3.7)	저비용항공	79.5	(▲0.7)	
신용카드	83.9	(▲0.3)	검색포탈사이트	78.6	(▲1.0)	
IPTV	83.9	(▲1.1)	항공	77.1	(±0.0)	
중고거래플랫폼	83.7	(▲2.0)	도시가스	76.9	(±0.0)	
인터넷전문은행	83.3	(▲1.0)	저축은행	75.8	(▽2.1)	
종합병원	83.2	(▲0.7)	대형마트	75.0	(▲0.2)	
전자제품전문점	83.1	(▽0.3)	대형슈퍼마켓	74.7	(▲2.9)	
부동산플랫폼	83.0	(▲1.2)	패스트푸드점	73.8	(▽1.0)	
알뜰폰	82.5	신규발표				

제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 주요
특징

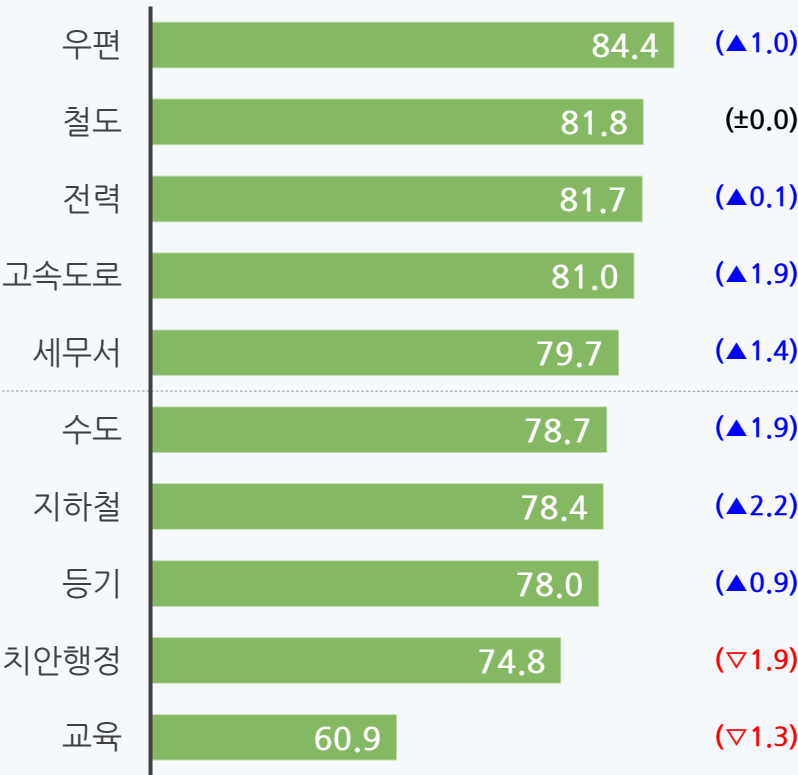
4) 공공서비스업의 고객만족도 특징

우편, 철도, 전력 등 만족도 상위권 차지... 치안행정, 교육은 전년比 하락

- ▶ 공공서비스는 우편이 84.4점을 기록하며 가장 높은 만족도를 보였다. 공공서비스업을 발표한 이래로 25년 연속으로 가장 우수한 평가를 받고 있다. 그 뒤를 이어 철도가 전년과 동일한 81.8점으로 조사되었다. 전력은 작년보다 소폭 상승한 81.7점으로 3위 자리를 차지했다. 고속도로(81.0), 세무(79.7), 수도(78.7) 등도 70점 대 후반의 만족도를 나타내며 공공서비스 내에서 상위권을 차지했다.
- ▶ 반면 치안행정은 지난 해보다 ▼1.9점 하락한 74.8점으로 조사되었으며, 교권 침해 논란이 있었던 교육은 작년보다 ▼1.3점 하락한 60.9점으로 나타나 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

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	과자	롯데월드푸드를 (구 롯데제과)	롯데월드푸드를(구 롯데제과)(83.0), 오리온(81.8), 해태제과식품(81.3), 크라운제과(79.9)	'22 1위 : 오리온	8회
2	두부	풀무원식품	풀무원식품(82.1), CJ제일제당(80.8), 대상(77.4)	2년 연속	2회
3	맥주	하이트진로	하이트진로(88.6), OB맥주(카스포함)(86.4), 롯데칠성음료(82.0)	2년 연속	15회
4	밀키트	프레시지	프레시지(83.0), CJ제일제당(쿡킷)(81.6), hy(잇츠온)(79.5), 마이셰프(79.1)	신규 발표	1회
5	소주	하이트진로(참이슬)	하이트진로(참이슬)(88.1), 롯데칠성음료(처음처럼)(86.4), 금북주(86.0), 무학(82.9)	'22 1위 : 금북주	8회
6	식용유	사조대림(해표)	사조대림(해표)(83.7), CJ제일제당(백설)(80.6)	11년 연속	19회
7	아이스크림	롯데월드푸드를 (구 롯데제과)	롯데월드푸드를(구 롯데제과)(85.8), 빙그레(85.1), 해태아이스크림(82.4)	'22 1위 : 빙그레	1회
8	우유	서울우유	서울우유(84.9), 매일유업(83.9), 남양유업(77.6)	16년 연속	18회
9	유산균발효유	hy	hy(88.1), 매일유업(86.9), 남양유업(81.0)	22년 연속	25회
10	음료	롯데칠성음료	롯데칠성음료(86.9), 한국코카콜라(86.5), 동아오츠카(85.8)	'22 1위 : 동아오츠카	15회
11	참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(86.4), 오투기(오투기참치)(80.9), 사조산업(사조참치)(76.5)	20년 연속	23회
12	홍삼가공식품	한국인삼공사(정관장)	한국인삼공사(정관장)(89.7), 농협홍삼(한삼인)(84.9), 지씨바이오(참다한홍삼)(83.4)	11년 연속	11회
13	궤련형전자담배	한국필립모리스(아이코스)	한국필립모리스(아이코스)(85.0), KT&G(릴)(82.9) BAT로스만스(글로)(79.3)	3년 연속	3회
14	담배	한국필립모리스(말보로)	한국필립모리스(말보로)(74.4), KT&G(73.0), BAT로스만스(던힐)(70.0)	16년 연속	17회
15	세탁세제	라이온코리아	라이온코리아(83.9), 애경산업(82.6), 헨켈(81.8), LG생활건강(81.2)	27년 연속	28회

제2부
2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

1) 소비재 제조업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	아웃도어용품	디스커버리 익스페디션	디스커버리 익스페디션(89.2), 노스페이스(88.5), 블랙야크(86.6), K2(86.0), 코오롱스포츠(85.5), 네파(85.0)	'22 1위: 노스페이스	1회
17	여성내의	신영와코루 (비너스)	신영와코루(비너스)(84.8), 비비안(83.6)	24년 연속	24회
18	여성용 기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(83.6), LG생활건강(82.3)	3년 연속	19회
19	제화	탠디	탠디(78.5), 금강제화(76.7), 형지에스콰이아(에스콰이아)(75.4), 소다(75.3)	2년 연속	2회
20	주방세제	라이온코리아	라이온코리아(85.8), 애경산업(83.6), LG생활건강(83.5)	18년 연속	24회
21	치약	애경산업	애경산업(81.5), LG생활건강(80.0), 아모레퍼시픽(79.8)	2년 연속	13회
22	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(87.2), 깨끗한나라(86.1), 모나리자(85.0)	18년 연속	22회

제2부
2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	PC	삼성전자	삼성전자(91.1), LG전자(89.3), HP코리아(85.9)	22년 연속	26회
2	TV	삼성전자	삼성전자(90.8), LG전자(90.1)	26년 연속	26회
3	가정용복합기 (프린터)	캐논코리아	캐논코리아(85.2), 한국엠손(81.5), HP코리아(81.3)	7년 연속	7회
4	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(88.5), LG전자(87.8), 위니아(82.0)	13년 연속	13회
5	냉장고	삼성전자	삼성전자(93.3), LG전자(92.4)	14년 연속	19회
6	무선청소기	삼성전자	삼성전자(89.6), LG전자(88.1), 다이슨코리아(86.4)	3년 연속	3회
7	사무용복합기 (복사기)	캐논코리아	캐논코리아(84.3), 한국후지필름비즈니스이노베이션(82.7), 신도리코(79.9)	2년 연속	2회
8	세탁기	삼성전자	삼성전자(90.6), LG전자(89.8)	14년 연속	21회
9	식기세척기	LG전자	LG전자(89.3), 삼성전자(88.4), SK매직(87.3)	2년 연속	2회
10	에어컨	삼성전자	삼성전자(92.8), LG전자(92.1), 위니아(88.8), 오텍캐리어(87.0)	11년 연속	12회
11	의류건조기	삼성전자	삼성전자(91.3), LG전자(89.8)	2년 연속	2회
12	전기레인지	LG전자	LG전자(88.4), SK매직(87.9), 쿠쿠전자(87.7), 쿠첸(85.3)	'22 1위: SK매직	1회
13	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(85.1), 쿠첸(81.9)	23년 연속	23회
14	정수기	코웨이	코웨이(89.0), LG전자(88.1), 쿠쿠전자(86.9), SK매직(86.2), 청호나이스(83.5)	7년 연속	20회
15	헬스케어 (안마의자)	바디프랜드	바디프랜드(86.4), 휴테크(85.2), 코지마(84.6)	4년 연속	4회

제2부
2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	휴대폰 (스마트폰)	삼성전자	삼성전자(89.6), 애플(아이폰)(88.6)	26년 연속	27회
17	RV/승용차	현대자동차	현대자동차(94.3), 기아(93.0), KG모빌리티(구 쌍용자동차)(90.9)	20년 연속	20회
18	가정용가구	한샘	한샘(88.1), 현대리바트(87.0), 신세계까사(까사미아)(86.3), 에몬스가구(82.5)	8년 연속	8회
19	가정용건축자재	LX하우시스	LX하우시스(87.4), KCC(86.1), 현대L&C(83.1)	3년 연속	4회
20	경형승용차	현대자동차	현대자동차(86.6), 기아(84.9)	'22 1위 : 한국지엠	1회
21	보일러	경동나비엔	경동나비엔(88.2), 린나이코리아(86.8), 귀뚜라미(83.8)	10년 연속	11회
22	부엌가구	한샘	한샘(85.8), 에넥스(84.6)	7년 연속	15회
23	블랙박스	팅크웨어 (아이나비)	팅크웨어(아이나비)(87.2), 파인디지털(파인뷰) (86.3), 더 마동(유라이브)(82.1), 아이트로닉스(아이패스블랙)(80.7)	8년 연속	8회
24	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(87.3), 넥센타이어(86.2), 한국타이어(84.7)	19년 연속	20회
25	일반승용차	현대자동차	현대자동차(93.2), 기아(91.4), 한국지엠(88.7), 르노코리아자동차(87.6)	30년 연속	30회
26	전기자동차	현대자동차	현대자동차(88.8), 테슬라(87.5), 기아(86.2)	신규 발표	1회
27	침대	코웨이	코웨이(83.1), 시몬스(82.0), 에이스침대(79.4)	3년 연속	3회

제2부
2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	간편결제서비스	네이버페이	네이버페이(89.0), 카카오페이(88.4), 삼성페이(87.8), 페이코(85.5)	2년 연속	2회
2	생명보험	삼성생명	삼성생명(85.6), 한화생명(84.8), 교보생명(82.4)	19년 연속	25회
3	신용카드	신한카드	신한카드(87.0), 삼성카드(86.3), KB국민카드(85.7), 현대카드(83.7), 우리카드(82.4), NH농협카드(81.4), 롯데카드(80.0), BC카드(78.9)	13년 연속	13회
4	은행	신한은행	신한은행(88.6), KB국민은행(87.5), 하나은행(85.7), IBK기업은행(84.4), 우리은행(82.6), NH농협은행(82.0)	10년 연속	20회
5	인터넷전문은행	카카오뱅크	카카오뱅크(84.5), K뱅크(82.6), 토스뱅크(82.1)	3년 연속	3회
6	자동차보험	삼성화재	삼성화재(89.8), KB손해보험(87.2), 현대해상(87.2), DB손해보험(86.2), 메리츠화재(85.0)	26년 연속	27회
7	장기보험	삼성화재	삼성화재(88.4), 현대해상(87.2), KB손해보험(85.6), DB손해보험(84.7), 메리츠화재(81.9)	13년 연속	13회
8	저축은행	SBI저축은행	SBI저축은행(77.3), 애규온저축은행(76.8), OK저축은행(75.9), 한국투자저축은행(74.6), 웰컴저축은행(73.9)	'22 1위: 애규온저축은행	1회
9	증권	삼성증권	삼성증권(84.0), 미래에셋증권(82.8), 한국투자증권(81.4), KB증권(80.5), NH투자증권(79.7), 신한투자증권(79.6)	4년 연속	18회
10	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(90.8), 신한카드(89.8), 우리카드(87.3), NH농협카드(86.1), BC카드(85.1)	9년 연속	12회
11	OTT서비스	넷플릭스(NETFLIX)	넷플릭스(NETFLIX)(87.7), 웨이브(Wave)(86.3), 티빙(TVING)(86.1), 왓챠(WATCHA)(84.8)	'22 1위: 티빙	1회
12	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(88.1), GS SHOP(87.0), 롯데홈쇼핑(86.8), CJ온스타일(86.4), NS홈쇼핑(84.3), 홈앤쇼핑(83.5)	'22 1위: 롯데홈쇼핑	12회
13	T커머스	KT알파쇼핑	KT알파쇼핑(88.7), SK스토아(87.9), 신세계라이브쇼핑(86.0)	'22 1위: SK스토아	2회
14	대형마트	롯데마트	롯데마트(76.4), 이마트(75.0), 홈플러스(74.0)	7년 연속	11회
15	대형서점	교보문고	교보문고(85.7), 영풍문고(81.7)	27년 연속	27회

제2부
2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	대형슈퍼마켓	GSTHEFRESH	GSTHEFRESH(76.6), 롯데슈퍼(75.6), 홈플러스 익스프레스(74.2), 이마트 에브리데이(72.7)	'22 1위 : 롯데슈퍼	10회
17	면세점	신라면세점	신라면세점(87.2), 롯데면세점(85.4)	9년 연속	9회
18	배달앱	쿠팡이츠	쿠팡이츠(82.4), 배달의민족(81.0), 요기요(78.6)	'22 1위 : 배달의민족	2회
19	백화점	현대백화점	현대백화점(86.5), 신세계백화점(84.5), 롯데백화점(83.6)	6년 연속	15회
20	부동산플랫폼	KB부동산	KB부동산(85.1), 호갱노노(84.1), 네이버부동산(83.8), 직방(81.6), 다방(80.8)	2년 연속	2회
21	숙박앱	야놀자	야놀자(81.2), 여기어때(80.2)	'22 1위 : 여기어때	4회
22	스크린골프	골프존	골프존(89.0), 카카오VX(87.0), SG골프(86.2)	5년 연속	5회
23	영화관	롯데시네마	롯데시네마(83.8), CJ CGV(82.3), 메가박스(78.1)	11년 연속	16회
24	오픈마켓	11번가	11번가(83.8), 옥션(82.6), G마켓(80.6)	15년 연속	15회
25	음원플랫폼	멜론	멜론(81.8), 플로(81.2), 지니(80.5), 유튜브뮤직(80.0), 네이버 바이브(75.1)	2년 연속	2회
26	인터넷서점	YES24	YES24(88.4), 교보문고(인터넷교보문고)(86.8), 알라딘커뮤니케이션(알라딘)(86.1), 인터파크커머스(인터파크도서)(84.1)	15년 연속	15회
27	인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑 (Hmall)	현대홈쇼핑 (Hmall)(85.0), GS리테일(GS SHOP)(82.9), SSG닷컴(81.3), CJ E&M (C온스타일)(81.1), 롯데ON(78.5)	4년 연속	5회
28	저비용 커피전문점	컴포즈커피	컴포즈커피(82.4), 메가MGC커피(80.8), 더벤티(78.5), 뽕다방(77.6)	신규 발표	1회
29	전자제품전문점	삼성스토어 (구 삼성디지털프라자)	삼성스토어(구 삼성디지털프라자)(85.3), LG전자 베스트샵(84.1), 롯데하이마트(82.0), 전자랜드(79.5)	13년 연속	13회
30	제과제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(82.6), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(80.0)	13년 연속	15회

제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별

KCSI 1위

기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
31	중고거래플랫폼	당근마켓	당근마켓(85.0), 번개장터(82.7), 중고나라(82.1)	2년 연속	2회
32	중고차플랫폼	KB차차차	KB차차차(83.1), 케이카(82.1), 엔카(79.9), 보배드림(78.9)	2년 연속	2회
33	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(85.1), 투썸플레이스(84.2), 스타벅스(82.9), 커피빈(81.6), 할리스(81.5), 이디야(79.3)	14년 연속	14회
34	패션온라인몰 (자사몰)	KOLONMALL	KOLONMALL(82.9), SSF SHOP(82.1), Lfmall(79.1), S.I.VILLAGE(78.9), 더한섬닷컴(78.8)	'22 1위: SSF SHOP(삼성물산)	1회
35	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(75.9), 버거킹(75.0), 맘스터치(74.3), 맥도날드(72.2), KFC(70.9)	11년 연속	11회
36	편의점	GS25	GS25(89.1), CU(88.5), 이마트24(86.4), 세븐일레븐(85.8)	21년 연속	24회
37	피자전문점	도미노피자	도미노피자(85.6), 피자헛(81.3), 미스터피자(75.4)	9년 연속	9회
38	IPTV	SK브로드밴드	SK브로드밴드(85.2), KT(83.7), LG유플러스(82.5)	3년 연속	7회
39	검색포털사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(79.4), 카카오(다음)(76.9)	20년 연속	20회
40	국제전화	SK텔링크(00700)	SK텔링크(00700)(85.2), KT(001)(82.2), LG유플러스(002)(78.4)	9년 연속	10회
41	내비게이션앱	티맵(TMAP)	티맵(TMAP)(82.7), 네이버지도(80.7), 카카오내비(80.4)	6년 연속	6회
42	알뜰폰	SK세븐모바일	SK세븐모바일(84.3), KTM모바일(82.9), 헬로모바일(81.9), U+유모바일(80.5)	신규 발표	1회
43	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(87.0), KT(84.4), LG유플러스(82.2)	26년 연속	26회
44	인터넷전화	KT	KT(83.7), SK브로드밴드(81.9), LG유플러스(81.3)	14년 연속	14회
45	초고속인터넷	SK브로드밴드	SK브로드밴드(87.4), KT(86.5), LG유플러스(84.3)	3년 연속	8회

제2부

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별

KCSI 1위

기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
46	고속버스	금호고속	금호고속(83.5), 천일고속(82.5), 중앙고속(81.7), 동양고속(80.8)	2년 연속	20회
47	도시가스	서울도시가스	서울도시가스(80.6), 부산도시가스(78.8), 예스코(78.6), 삼천리(77.6), 대성에너지(73.7), 대륜E&S(72.0), 코원에너지서비스(70.1)	5년 연속	6회
48	렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카(87.1), SK렌터카(85.8)	8년 연속	8회
49	무인경비	에스원	에스원(86.4), SK실더스(84.6), KT텔레캅(81.6)	9년 연속	9회
50	아파트	삼성물산 건설부문	삼성물산 건설부문(86.1), 롯데건설(83.4), 포스코이앤씨(83.3), DL이앤씨(82.4), GS건설(81.3), 현대건설(81.2), 대우건설(79.7)	2년 연속	2회
51	여행사 (해외여행)	하나투어	하나투어(82.1), 노랑풍선(80.9), 롯데관광개발(80.8), 모두투어네트워크(79.6)	12년 연속 (20~22년 미발표)	12회
52	워터파크	캐리비안베이	캐리비안베이(85.2), 오션월드(81.8)	12년 연속	12회
53	저비용항공	에어부산	에어부산(81.0), 제주항공(80.5), 진에어(78.8), 티웨이항공(77.5)	10년 연속	10회
54	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(87.8), 롯데월드(85.4), 서울랜드(80.5)	29년 연속	29회
55	종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원(85.3), 서울아산병원(84.3), 세브란스병원(신촌)(82.6), 서울성모병원(82.2), 서울대학교병원(본원)(80.4)	6년 연속	22회
56	주유소	SK에너지 (SK주유소)	SK에너지(SK주유소)(82.1), GS칼텍스(79.9), 에쓰오일(79.8), HD현대오일뱅크(구 현대오일뱅크)(78.2)	13년 연속	24회
57	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(86.4), 소노호텔&리조트(84.9)	12년 연속	14회
58	택배/소포	우체국소포	우체국소포(83.9), CJ대한통운(82.1), 롯데택배(82.1), 한진택배(78.8)	6년 연속	12회
59	항공	아시아나항공	아시아나항공(77.6), 대한항공(76.9)	9년 연속	25회

제2부
2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

4) 공공서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	공공서비스	우정사업본부 (우편)	우편(84.4), 철도(81.8), 전력(81.7), 고속도로(81.0), 세무(79.7), 수도(78.7), 등기(78.0), 치안행정(74.8), 교육(60.9)	25년 연속	25회
2	지하철	부산교통공사	부산교통공사(85.4), 광주교통공사(83.3), 대구교통공사(82.6), 대전교통공사(80.4), 인천교통공사(77.4), 서울교통공사(73.9)	7년 연속	8회

Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



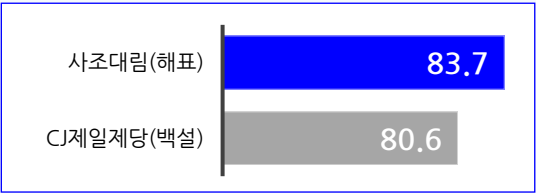
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 식료품(식용 정제유/간편조리세트/수산물/두부류)

• 식용유

서구화된 식습관과 건강관리에 대한 관심 증가로 올리브유, 아보카도 오일 등의 고급 식용유 중심으로 시장규모가 확대되고 있는 식용유 산업에서는 사조대림(해표)이 83.7점으로 11년 연속 1위(역대 19회 1위)기업의 자리에 올랐다.

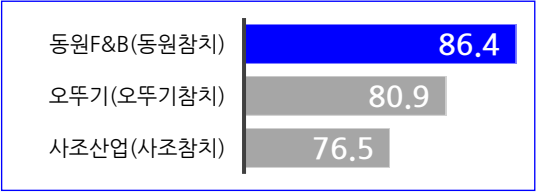
사조대림(해표)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품 투명성, 요리의 맛과 냄새, 풍부한 영양, 구입 및 조리 용이성, 제품 다양성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 참치캔

고단백 건강식으로 꾸준한 인기를 얻고 있으며, 비건 소비자들을 겨냥한 '식물성 참치' 등 대체 수산물 개발에도 공을 들이고 있는 참치캔 산업에서는 동원 F&B(동원참치)가 86.4점으로 20년 연속 1위(역대 23회 1위)의 자리를 유지했다.

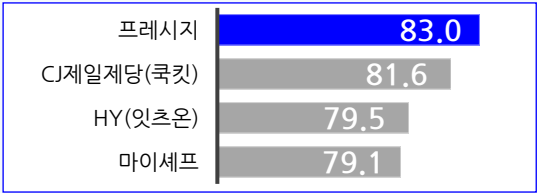
동원 F&B(동원참치)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 맛과 영양, 적당한 양과 기름기, 구입 용이성, 개봉 용이성, 포장 및 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조 회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준의 평가를 받았다.



• 밀키트

외식 물가 상승과 기본 식재료 가격 인상으로 인해 외식 대체품으로써 주목 받으며, 주로 보관이 편리하고 소비기한이 긴 냉동제품의 판매가 두드러지는 밀키트 산업에서는 프레시지가 83.0점으로 조사 첫해 1위를 기록했다.

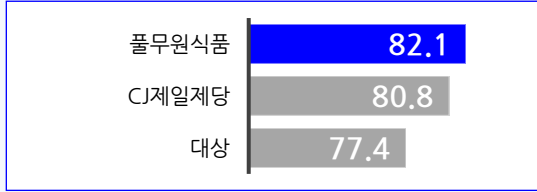
프레시지는 전반적 만족도와 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 맛과 간편성, 조리법 안내, 유통기한, 개봉 용이성, 제조 회사 신뢰도 등 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 조사되었다.



• 두부

건강을 위해 채식을 지향하는 소비자와 가치 소비를 실천하는 MZ세대를 중심으로 칼로리는 낮추고 단백질 비율을 높인 두부면, 두부바, 두부 스테이크 등이 인기를 끌고 있는 두부 산업에서는 풀무원식품이 82.1점으로 지난해에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 기록했다.

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



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



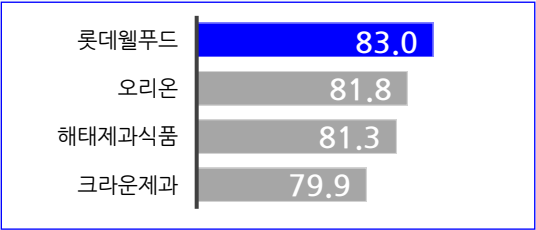
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 식료품(과자 / 빙과류)

• 과자

건강에 대한 관심 증가로 저칼로리, 무설탕 과자의 수요가 늘고, ‘할매니얼(할머니+밀레니얼)’ 트렌드에 따라 약과, 흑임자, 떡 등 전통 간식을 활용한 상품들의 인기가 열풍인 과자 산업에서는 롯데웰푸드 83점으로 지난해 1위인 오리온을 제치고 1위(역대 8회 1위)의 자리를 탈환했다.

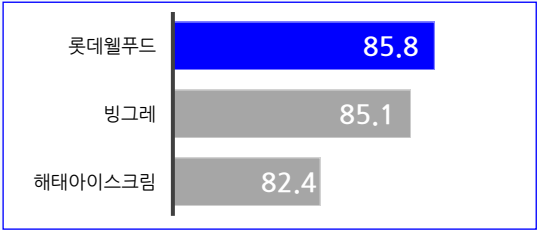
롯데웰푸드는 요소만족도의 세부항목 중 맛의 다양성, 섭취 편리성, 성분, 포장 및 제품 디자인, 제품 크기, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 항목이 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 아이스크림

고급화된 소비자 입맛에 맞춘 프리미엄 제품과 건강 트렌드를 반영한 저칼로리, 비건 제품으로 돌파구를 찾고 있는 아이스크림 산업에서는 롯데웰푸드가 85.8점으로 조사 시작 이래 첫 1위를 차지했다.

롯데웰푸드는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 제품의 다양성, 녹는 정도, 포장 상태 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준을 보였다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 식료품(낙농제품)

• 우유

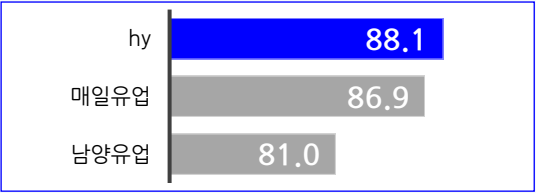
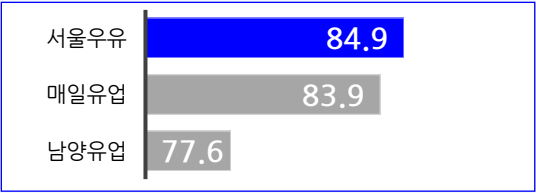
락토프리나 단백질 성분을 추가한 신제품 출시로 건강에 대한 높아진 관심에 따른 소비자들의 니즈를 맞추고 있는 우유 산업에서는 서울우유가 84.9점으로 16년 연속 1위(역대 18회 1위)에 선정되는 영예를 안았다.

서울우유는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품의 맛과 냄새, 유익한 성분, 배달 시기의 적절성, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우위를 점한 것으로 나타났다.

• 유산균발효유

즐겁게 건강관리 하는 ‘헬시 플레저(Healthy +Pleasure)’ 트렌드로 인해 다양한 토핑으로 맛있게 먹을 수 있으면서 당 함량은 적은 그릭 요거트가 인기를 끌고 있는 유산균발효유 산업에서는 hy가 88.1점으로 22년 연속 1위(역대 25회 1위)를 수상했다.

hy는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 좋은 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품의 적당한 농도, 건강 효과, 배달 시기의 적절성, 제품 다양성, 품질 대비 가격 등 세부 항목에서 우수한 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



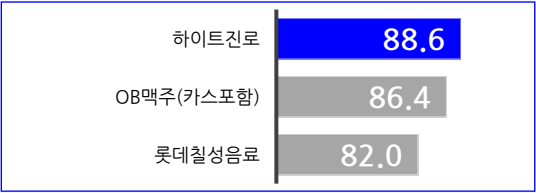
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 음료

• 맥주

코로나19 이후 혼술/홈술 트렌드의 지속으로 다양한 술을 가볍게 즐기려는 문화가 확산되면서 논알코올, 무알코올 맥주가 주목받고 있는 맥주 산업에서는 하이트진로가 88.6점으로 지난해에 이어 2년 연속 1위(역대 15회 1위)를 차지했다.

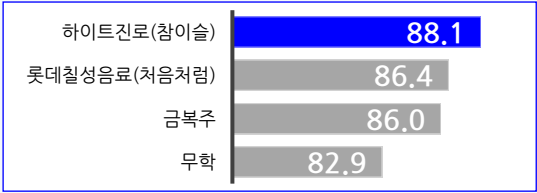
하이트진로는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우수한 수치로 나타났으며 요소만족도는 깨끗한 첫 맛과 뒷 맛, 향, 상쾌한 맛, 제품 다양성, 구입 용이성, 포장 및 제품 디자인, 제조사의 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 소주

즐기면서 건강관리를 하는 트렌드로 당과 칼로리를 낮춘 제로 슈거 소주와 알코올 도수 15도 이하의 저도주가 인기를 끌고 있는 소주 산업에서는 하이트진로(참이슬)가 지난해 1위 금복주를 제치고 88.1점으로 1위(역대 8회 1위)를 당당히 차지하였다.

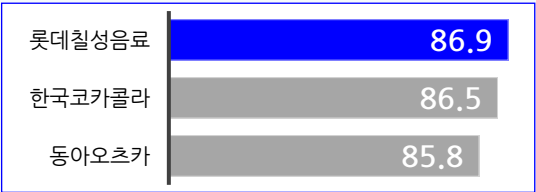
하이트진로(참이슬)는 재구매의향에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 깨끗한 뒷맛, 품질 대비 가격 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 조사되었다.



• 음료

탄산음료, 스포츠음료, 주스 등 많은 음료에서 무설탕, 저칼로리가 메가트렌드로 자리잡은 동시에 건강에 도움을 주는 전통 음료 및 티도 소비자들의 관심을 받고 있는 음료 산업에서는 롯데칠성음료가 86.9점으로 작년 1위기업인 동아오츠카를 앞지르며 1위(역대 15회 1위)를 수상했다.

롯데칠성음료는 전반적 만족도와 재구매의향에서 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 음료의 맛과 제조사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 점한 것으로 나타났다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



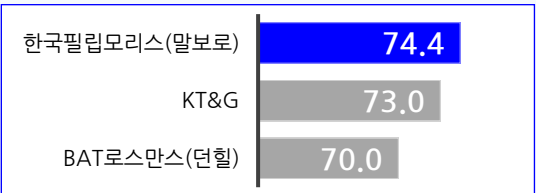
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 담배 및 홍삼가공식품

• 담배

다양한 맛과 냄새 저감 기술, 향을 더한 담배를 출시하면서 새로운 제품을 선보이고 있는 담배 산업에서는 한국필립모리스(말보로)가 74.4점으로 16년 연속 1위(역대 17회 1위)의 영광을 안았다.

한국필립모리스(말보로)는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 담배의 맛과 향, 불량품 정도, 필터 품질, 적은 가루 날림, 포장 및 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



• 홍삼가공식품

건강을 위한 투자를 아끼지 않는 젊은 층을 겨냥하며 카카오톡 선물하기 등 SNS 채널을 통한 다양한 맛과 트렌디한 패키지를 출시 중인 홍삼가공식품 산업에서는 한국인삼공사(정관장)가 89.7점으로 11년 연속 1위(역대 11회 1위) 자리를 지켜냈다.

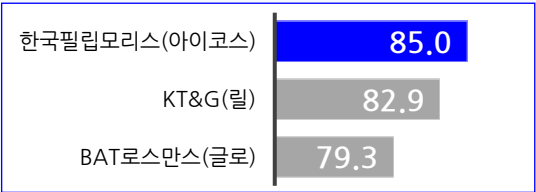
한국인삼공사(정관장)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 함유량 및 성분, 이용 안내, 건강 개선, 구입 용이성, 직원의 응대 태도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 궐련형 전자담배

유해성 저감의 이유로 산업규모가 꾸준히 증가하면서 휴대성과 가성비를 강조한 제품부터 예열 안내 및 자동 충전 AI 기능을 탑재한 프리미엄 제품까지 소비자 선택폭이 넓어지고 있는 궐련형 전자담배 산업에서는 한국필립모리스(아이코스)가 85.0점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 수성했다.

한국필립모리스(아이코스)는 전반적 만족도와 재구입의향에서 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 전용담배의 맛과 향, 연무량, 불량품 정도, 필터 품질, 기기 청소 용이성, 기기 디자인 및 휴대성, 품질 대비 가격 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 보다 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



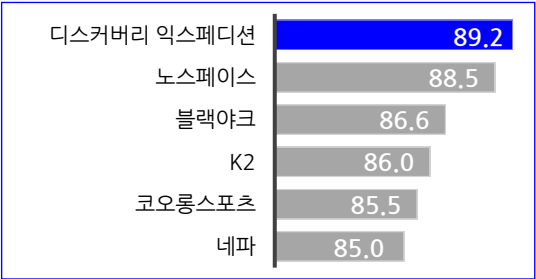
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

• 아웃도어의류

젊은 층을 중심으로 편안한 등산복을 뜻하는 '고프코어 룩'이 인기를 끌면서 등산복을 넘어 일상복으로 주목받고 있는 아웃도어의류 산업에서는 디스커버리 익스페디션이 89.2점으로 작년 1위 노스페이스를 뛰어넘고 조사 시행 이후 첫 1위(역대 1회 1위)를 달성했다.

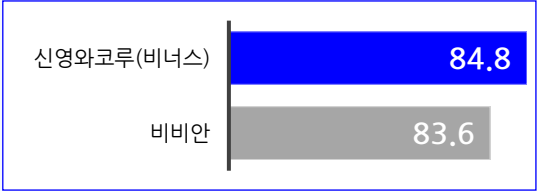
디스커버리 익스페디션은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 활동 편리성, 내구성 및 소재, 수선 및 A/S, 직원의 응대태도, 매장 환경, 구입 편리성, 품질 대비 가격 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 만족도를 보였다.



• 여성내의

MZ세대를 중심으로 운동, 바디프로필 열풍이 불면서 언더웨어를 하나의 패션으로 보는 경향이 깊어지고, 이에 편하고 트렌디한 디자인의 상품이 인기를 끌고 있는 여성내의 산업에서는 신영와코루(비너스)가 84.8점으로 24년 연속 1위(역대 24회 1위)를 고수했다.

신영와코루(비너스)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소재, 세탁 후 변형, 착용감, 디자인, 착용 시 실루엣, 판매원의 응대태도, 매장 환경, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 성적을 받았다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



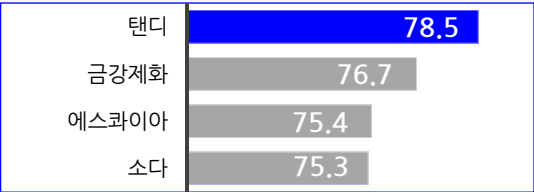
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 가죽, 가방 및 신발

• 제화

미니멀리즘 트렌드에 따른 심플한 구두나 MZ 세대 사이 테니스 인기로 인해 떠오른 코트화 등이 주목받고 있는 제화 산업에서는 탠디가 78.5점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 자리를 지켜냈다.

탠디는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소재, 제품 다양성, 교환/반품 및 수선의 용이성, 구입 편리성, 착용감, 디자인, 제조회사 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.

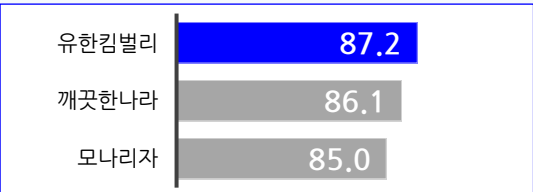


➤ 펄프, 종이 및 종이제품

• 화장지

탄소배출 저감과 친환경 제품에 대한 관심 증가로 대나무, 골판지 등을 활용한 천연펄프 화장지 등 친환경 제품군이 확대되고 있는 화장지 산업에서는 유한킴벌리가 87.2점으로 18년 연속 1위(역대 22회 1위)의 결과를 얻었다.

유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 깨끗함, 촉감, 재질, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보였다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



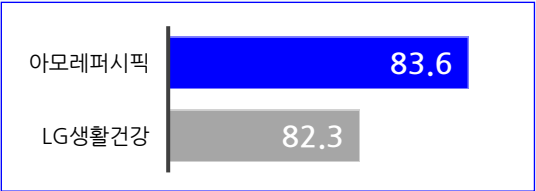
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 화학물질 및 화학제품(화장품 및 기타 세제), 유리 및 유리제품

• 여성용기초화장품

친환경 소비에 대한 관심 증가로 간소화된 스킨케어를 추구하는 소비자가 많아지면서 고농축, 멀티 기능, 리필형 제품의 인기가 두드러지는 여성용기초화장품 산업에서는 아모레퍼시픽이 83.6점으로 3년 연속 1위(역대 19회 1위)로 조사되었다.

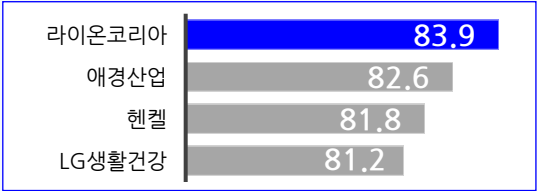
아모레퍼시픽은 전반적 만족도와 재구매의 향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 보습성, 영양 공급, 탄력성 증가, 기능성, 제조회사의 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 세탁세제

세탁 양과 횟수가 적은 소규모 가구의 증가로 보관과 사용이 편리한 올인원/캡슐형 세제 등 프리미엄 제품의 수요가 늘고 있는 세탁세제 산업에서는 라이온코리아가 83.9점으로 27년 연속 1위(역대 28회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

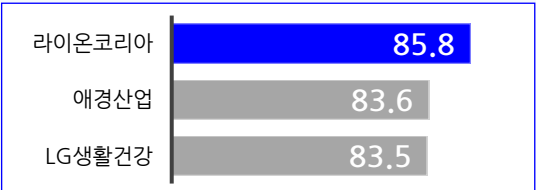
라이온코리아는 전반적 만족도와 재구매의 향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 헝굼, 살균력, 환경친화적, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• 주방세제

기존 세척력과 헝굼력을 강조한 제품에서 친환경 소재를 사용하여 피부의 안정성이나 사용의 편의성 등을 중시하는 제품으로 트렌드가 변화되고 있는 주방세제 산업에서는 라이온코리아가 85.8점으로 18년 연속 1위(역대 24회 1위)의 자리를 지켜냈다.

라이온코리아는 전반적 만족도와 재구매의 향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 잔향 없음, 헝굼, 제품 디자인, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사의 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사보다 우수한 수준의 만족도를 보였다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



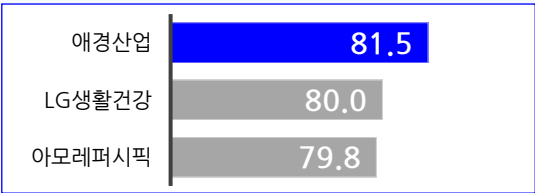
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 화학물질 및 화학제품(치약 및 기타 세제)

• 치약

잇몸질환예방, 구취제거, 충치예방 등 다양한 효능을 강조하는 치약부터 미백 기능 및 향을 강화하는 프리미엄 제품까지 소비자 욕구를 충족하기 위한 제품군을 확대하고 있는 치약 산업에서는 애경산업이 81.5점으로 2년 연속 1위(역대 13회 1위)자리를 되찾았다.

애경산업은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 구취 제거, 맛, 개운함, 거품의 양, 구입 편리성의 항목에서 타사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타난다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



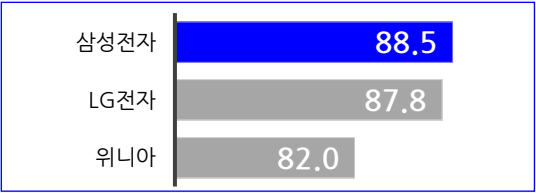
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 전기장비(주방용 전기기기)

• 김치냉장고

물가 부담을 줄이고 소비자들의 가전 활용도를 높이기 위해 김치 저장 외 과일주 숙성, 밀키트 보관 등의 기능들을 추가하고 있는 김치냉장고 산업에서는 삼성전자가 88.5점으로 13년 연속 1위(역대 13회 1위)를 당당히 차지했다.

삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 적은 소음, A/S, 대리점 및 설치직원 응대태도, 기능 조절 편리성, 수납공간, 제품 디자인의 세부 항목이 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 냉장고

가전제품 시장에서 ‘거거익선’ 트렌드가 유행하면서 대형 냉장고의 판매가 늘고, 냉장고 중심의 스마트홈 구축 및 고객 취향 별 컬러 디자인이 가능해지면서 제품이 프리미엄화 되고 있는 냉장고 산업에서는 삼성전자가 93.3점으로 14년 연속 1위(역대 19회 1위)의 영광을 안았다.

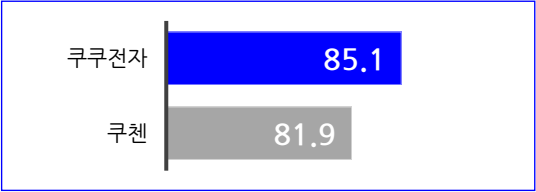
삼성전자는 전반적 만족도에서 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 냉장실 음식물 보관 상태, 적은 고장, 냄새 배임 정도, 용량 대비 전력 소모량, A/S, 대리점 및 설치직원 응대태도, 제품 디자인, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 얻었다.



• 전기밥솥

스마트 압력조절 기능 등으로 전기요금 부담을 줄일 수 있는 친환경 고효율 모델이 인기를 얻고 있는 전기밥솥 시장에서는 쿠쿠전자가 85.1점으로 23년 연속 1위(역대 23회 1위) 자리의 영예를 거머쥐었다.

쿠쿠전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 밥 맛, 적은 고장, 대리점 직원의 응대태도, 제품 디자인, 부가기능, 세척 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 보다 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



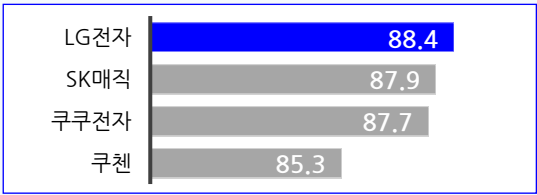
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 전기장비(주방용 전기기기)

• 전기레인지

가스레인지 대비 유해가스 우려가 적고 불 없이 조리할 수 있어 시원하면서, 자동 출력 조절 AI기능까지 탑재하여 고객에게 편리한 주방 환경을 제공하고 있는 전기레인지 산업에서는 LG전자가 88.4점으로 지난해 1위 SK매직을 제치고 1위(역대 1회 1위)를 차지했다.

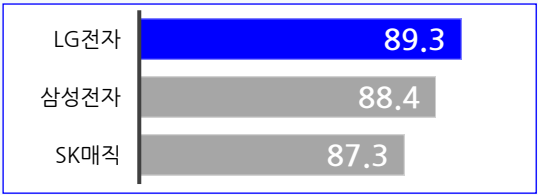
LG전자는 전반적 만족도와 재구매의향에서 경쟁사 대비 우위를 나타냈으며, 조작 편리성, 견고한 제품, A/S, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 결과를 보였다.



• 식기세척기

물가상승으로 집에서 밥을 해먹는 사람들이 늘면서 가정 내 설거지 거리도 함께 늘자 저전력, 대용량 제품을 중심으로 시장규모가 커지고 있는 식기세척기 산업에서는 LG전자가 89.3점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 이어갔다.

LG전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 세척, 행균, 적은 식기 손상, A/S, 조작 편리성, 저소음, 적은 고장, 제품 디자인 및 색상, 품질 대비 가격, 제조회사의 신뢰도 등의 세부 항목에서 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



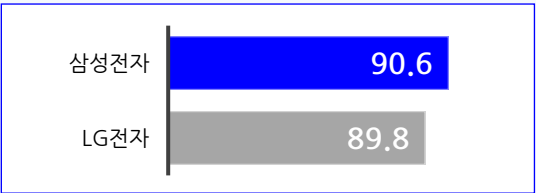
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

• 세탁기

온·습도 자동 제어, 의류 무게 및 재질 파악이 가능한 AI를 탑재함으로써 에너지 효율과 탄소배출 조절이 가능한 친환경 제품을 출시하고 있는 세탁기 산업에서는 삼성전자가 90.6점으로 14년 연속 1위(역대 21회 1위) 자리를 고수했다.

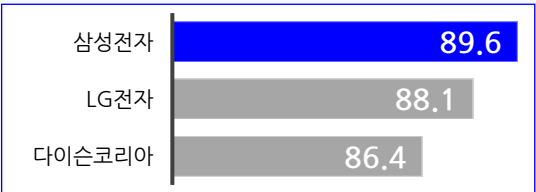
삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았으며, 요소만족도는 세탁력, 행균, 저소음, 세탁 후 이물질 없음, 적은 빨래 손상, 탈수력, A/S, 대리점 및 설치직원 응대 태도, 기능 다양성, 조작 편리성, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 항목에서 경쟁사 대비 우위를 나타냈다.



• 무선청소기

재활용 소재 부품, 고효율 제품을 출시하여 탄소배출을 줄이고 자동제어와 모바일 연동이 가능하도록 AI 기술을 도입하고 있는 무선청소기 산업에서는 삼성전자가 89.6점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 자리를 지속하고 있다.

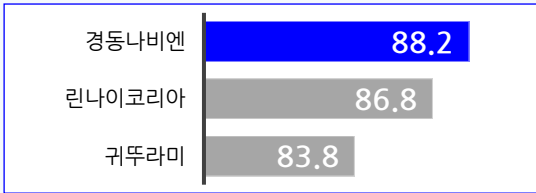
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였으며, 요소만족도는 흡입력, 사용시간, 충전시간, 조작 편리성, 저소음, 사용시 피로감, A/S, 대리점 직원 응대태도, 제품 디자인 및 색상, 품질 대비 가격 등 대부분의 세부항목에서 높은 우위를 보였다.



• 보일러

미세먼지 저감 및 연료비 절감을 위해 친환경 보일러에 대한 수요가 증가하고 있는 가운데 온수 기능 및 AI 기능 등도 강화하며 편의성을 높이고 있는 보일러 산업에서는 경동나비엔이 88.2점으로 10년 연속 1위(역대 11회 1위)라는 위업을 달성했다.

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



• 의류건조기

1인 가구를 겨냥하여 공간 활용도를 높일 수 있는 소형 제품 및 세탁기와 일체형 제품들이 인기를 끌고 있는 의류건조기 산업에서는 삼성전자가 91.3점으로 작년에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 건조력, 적은 옷감 수축, 조작 편리성, 적은 고장, 대리점 직원 응대태도, 배달 및 설치 서비스, A/S, 용량 대비 적은 소비전력, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부항목에서 우수한 결과를 얻었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



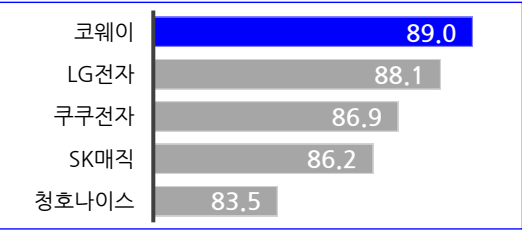
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 기타 기계 및 장비

• 정수기

고객 취향에 맞춘 제품 스타일과 인테리어와 조화를 이루는 감각적 디자인, 자체 위생 관리 강화 기능 등을 강화하며 시장으로부터 각광 받고 있는 정수기 산업에서는 코웨이(89.0 점으로 7년 연속 1위(역대 20회 1위))를 수성했다.

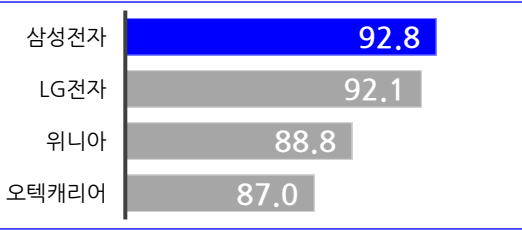
코웨이는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 물의 맛, 저렴한 유지비, 직원의 응대태도, 유지관리 용이성, 제품 디자인, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 결과를 보여주고 있다.



• 에어컨

냉방 뿐만 아니라 온풍, 제습, 청정 등 사계절 내내 사용할 수 있는 기능이 탑재되며 사계절 가전으로 자리매김 하고 있는 에어컨 산업에서는 삼성전자가 92.8점으로 11년 연속 1위(역대 12회 1위)의 자리를 지켜냈다.

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



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



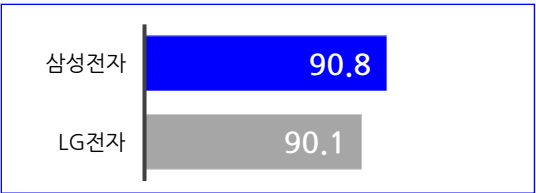
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 의료, 광학기기

• TV

초대형 TV 시장의 인기를 바탕으로 OLED보다 더욱 선명한 색표현이 가능한 마이크로 LED TV를 출시하며 고가의 프리미엄 상품군을 확대하고 있는 TV 산업에서는 삼성전자가 90.8점으로 26년 연속 1위(역대 26회 1위)를 차지하는 영광을 안았다.

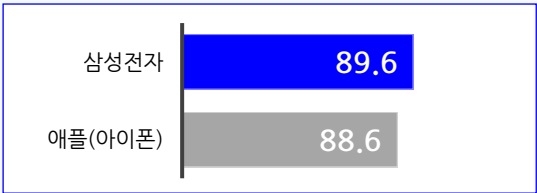
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 기록을 얻어냈으며, 요소만족도는 A/S, 직원의 응대태도, 배달/설치 서비스, 유용한 기능, 리모컨 조작 편리성의 세부 항목에서 고객들로부터 우수한 평가를 받은 것으로 나타난다.



• 휴대폰(스마트폰)

고소득 소비자를 중심으로 프리미엄 스마트폰의 수요가 증가하면서 폴더블 폰과 고가의 신규 스마트폰 매출이 증가하고 있는 휴대폰(스마트폰) 산업에서는 삼성전자가 89.6점으로 26년 연속 1위(역대 27회 1위)를 기록하는 기염을 토했다.

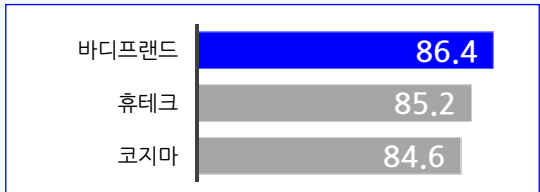
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사대비 우수한 성적을 거두었으며, 요소만족도는 통화 품질, 화면 선명도, 음질, 처리속도, 화면구성, 배터리 수명, 적은 고장, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 헬스케어(안마의자)

1인 가구를 겨냥한 가성비 소형 제품과 모듈 기술 개발을 통한 고성능 안마의자들이 출시되면서 시장 경쟁이 치열해진 헬스케어(안마의자) 산업에서는 바디프랜드가 86.4점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 지켜냈다.

바디프랜드는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 안마 성능, 조작 편리성, 직원 응대태도, 매장 시설/환경, 배달/설치 서비스, A/S, 기능 다양성, 안정성, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 결과를 기록했다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



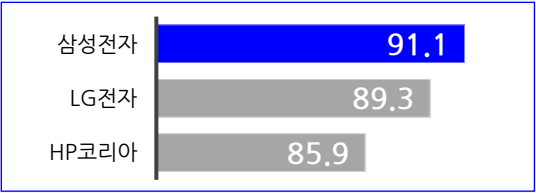
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 컴퓨터 및 사무기기

• PC

OLED 디스플레이, 외장 그래픽 성능을 강조한 게이밍 PC와 디바이스 간 연결성, 휴대성 및 이동성을 강조한 업무/교육용 PC 등 개인 사용 목적에 최적화된 프리미엄 제품군이 인기를 끄는 PC 산업에서는 삼성전자가 91.1점으로 22년 연속 1위(역대 26회 1위)의 자리를 고수했다.

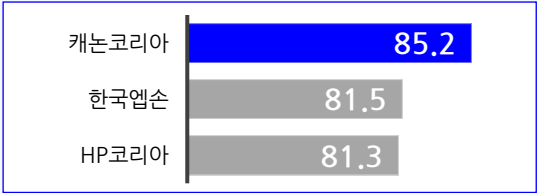
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 저소음, 처리속도, A/S, 직원 응대태도, 제품 디자인, 배터리 용량, 무선 네트워크 성능, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 결과를 얻은 것으로 조사되었다.



• 가정용복합기(프린터)

엔데믹 이후 하이브리드(대면+비대면) 근무 방식이 등장하면서 재택근무 시 가정 내 효율적인 배치와 손쉬운 조작 및 유지관리가 가능한 제품들 위주의 판매가 이어지는 가정용 복합기 산업에서는 캐논코리아가 85.2점으로 7년 연속 1위(역대 7회 1위)의 위치를 이어가고 있다.

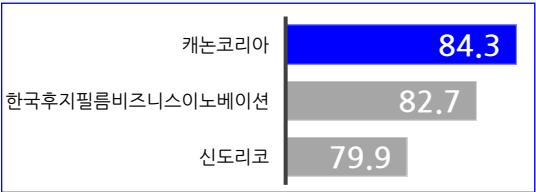
캐논코리아는 전반적 만족도와 재구입의향에서 경쟁사 대비 우위를 나타냈으며, 요소만족도는 출력 속도 및 출력물 선명도, 저소음, 소모품 이용 기간, 적은 고장, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 사무용복합기(복사기)

비즈니스 환경에 적합한 공간활용성과 조작 편의성, 고속 출력 기능이 강조됨과 동시에 전력소비 및 탄소배출을 최소화 할 수 있는 제품이 인기를 끌고 있는 사무용 복합기 산업에서는 캐논코리아가 84.3점으로 지난해에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 자리를 차지했다.

캐논코리아는 전반적 만족도와 재구입의향에서 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 출력 속도, 스캔 성능, 저소음, 짧은 예열시간, 적은 고장, 소모품 교체 용이성, 다양한 부가기능, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



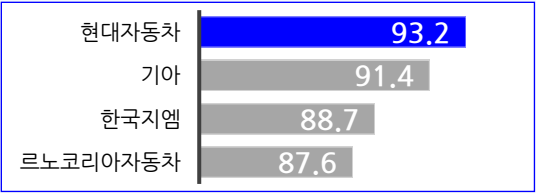
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 자동차

• 일반승용차

SUV의 넓은 내부와 세단의 편안한 승차감을 합친 자동차들이 인기를 끌고 있는 가운데, 크기가 크고 다양한 안전 사양을 갖춰 운전이 편리한 준대형 세단의 판매가 증가하고 있는 일반 승용차 시장에서는 현대자동차가 93.2점으로 30년 연속 1위(역대 30회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

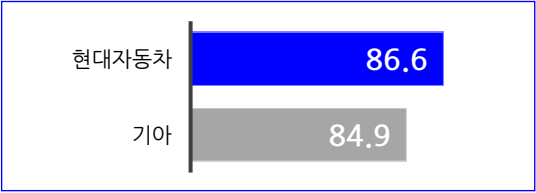
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 긍정적인 평을 받았으며, 요소만족도는 승차감, 주행안정성, 엔진 및 미션 성능, 적은 고장, 내·외부 디자인 및 끝마무리, 배기량 대비 연비 효율, 구입조건, 신차 인도 상태, 직원 응대태도, 제조회사 신뢰도 등 다양한 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 경형승용차

‘카플레이션(카+인플레이션)’ 여파로 급등하는 차 가격에 부담을 느낀 소비자들을 대상으로 저렴한 차량가격과 유지비의 강점을 내세워 소비층 확대에 노력을 기울이고 있는 경형 승용차 산업에서는 현대자동차가 지난해 한국 지엠을 제치고 첫 1위(역대 1회 1위)를 기록하는 위업을 달성했다.

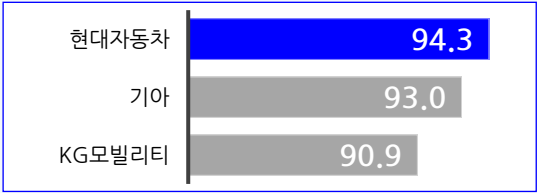
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 저소음, 승차감, 주행 안정성, 적은 고장, 내·외부 끝마무리, 구입조건, 신차 인도 상태, 정비 품질, 부가기능, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 보다 우수한 성적을 거두었다.



• RV승용차

엔데믹으로 야외활동이 늘자 패밀리카, SUV 등 큰 차 선호 기조가 확대되면서, 넓은 적재 공간과 수납공간, 좌석 편의장치 등 야외활동에 유용한 기능들이 강조되고 있는 RV승용차 산업에서는 현대자동차가 94.3점으로 20년 연속 1위(역대 20회 1위)의 자리를 고수했다.

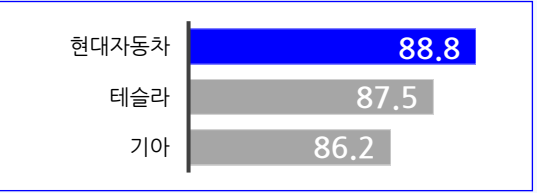
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 좋은 결과를 기록했으며, 요소만족도는 저소음, 주행 안정성, 배기량 대비 연비 효율, 공간 활용성, 구입조건, 직원 응대태도, 내·외부 디자인, 정비품질, 가격 대비 옵션 다양성, 제조회사 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 전기자동차

친환경·탄소중립을 강조하는 글로벌 환경과 함께 정책적 지원을 통한 소비자 태도의 변화 등으로 시장의 전망이 밝은 전기자동차 산업에서 현대자동차가 88.8점으로 조사 첫 해 1위로 선정되는 영예를 안았다.

현대자동차는 요소만족도에서 저소음, 승차감, 주행 안정성, 주행거리, 연비, 구입조건, 신차 인도 상태, 내·외부 디자인, 수리비용, 옵션 및 부가기능의 다양성, 차량가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 나타낸 것으로 조사되었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



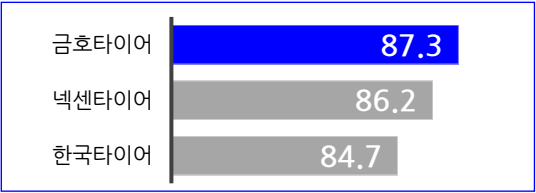
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 자동차 타이어 및 내장품

• 승용차타이어

신차 수요 회복과 물류비용 및 원자재 가격 안정화로 자동차 생산이 늘면서 신차용 고성능 타이어 위주의 공급이 확대되고 있는 승용차타이어 산업에서는 금호타이어가 87.3점으로 19년 연속 1위(역대 20회 1위)의 위상을 높였다.

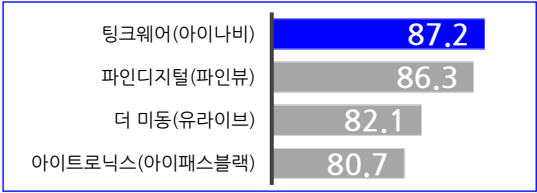
금호타이어는 재구입의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 승차감, 저소음, 코너링, 미끄러짐, 디자인, 직원 응대태도, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 요소에서 경쟁사 대비 긍정적인 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 블랙박스

시장 포화에 대응하여 운전자와 차량을 정보통신 기술로 연결하는 차량 관제시스템, 엑셀과 브레이크에 장착하는 소비자 안전 특화 제품 등 하이엔드 제품이 각광받고 있는 블랙박스 산업에서는 텅크웨어(아이나비)가 87.2점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 차지했다.

텅크웨어(아이나비)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 화질, 조작 편리성, 다양한 부가기능, 녹화 안정성, 충격감지 기능, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타난다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



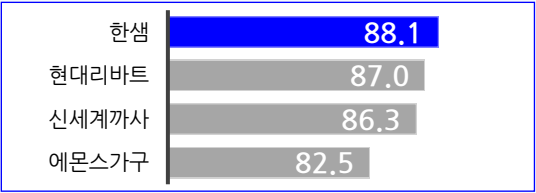
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 가구, 기타 제품

• **가정용가구**

주거환경이 고급화되고 ‘럭셔리테리어(럭셔리+인테리어)’ 트렌드가 떠오르면서 해외 명품 브랜드 및 유명 아티스트와 협업한 고가의 차별화된 디자인 제품군이 인기를 끌고 있는 가정용가구 산업에서는 한샘이 88.1점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)의 자리를 이어갔다.

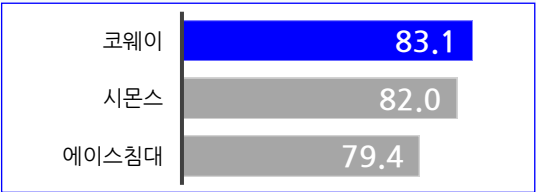
한샘은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았으며, 요소만족도는 재질, 견고성, 이용 편리성, 디자인 우수성 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 점했다.



• **침대**

건강과 직결되는 숙면에 대한 중요성이 대두되면서, 빅데이터 및 AI를 활용한 온도조절, 신체 경도 분산 등 사용자 맞춤형 슬립테크(Sleep-Tech)가 도입되고 있는 침대 산업에서는 코웨이가 83.1점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 차지했다.

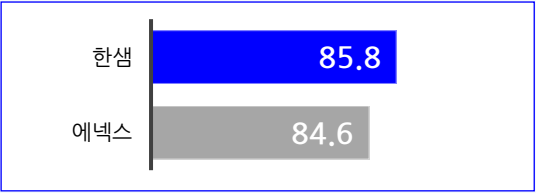
코웨이는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 튼튼한 스프링, 건강 기능성, 매트리스 소재 및 편안함, 침대 프레임, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• **부엌가구**

주소비층으로 떠오른 MZ세대의 가치소비 트렌드 확대와 신축·재건축 아파트 내 해외 명품 가구 옵션 도입으로 하이엔드, 프리미엄 제품의 수요가 지속되고 있는 부엌가구 산업에서는 한샘이 85.8점으로 7년 연속 1위(역대 15회 1위)를 차지했다.

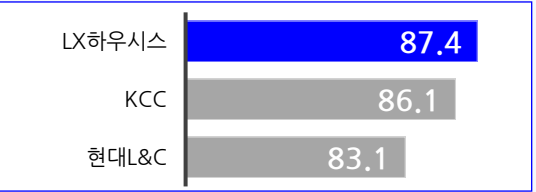
한샘은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 재질, 견고성, 디자인, 수납공간, 배달/설치 서비스, 직원 응대태도, 매장 시설/환경, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 결과를 얻었다.



• **가정용건축자재**

정부의 ‘제로에너지건축물(ZEB)’ 인증의무화로 고성능 창호나 고효율 단열재 같은 프리미엄 창호에 대한 개발 및 생산이 적극적으로 이루어지고 있는 가정용건축자재 산업에서는 LX하우시스가 87.4점으로 3년 연속 1위(역대 4회 1위)로 조사되었다.

LX하우시스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았으며, 요소만족도는 재질, 견고성, 제품 다양성, 색상 및 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 보다 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



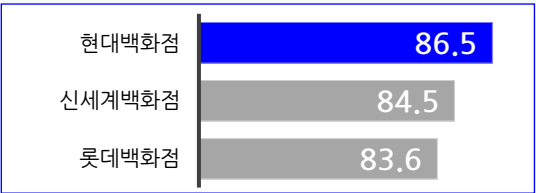
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(대형 종합 소매업)

• 백화점

단순히 상품 진열의 공간이 아닌 팝업스토어, 전시회 등 다양한 콘텐츠를 통해 고객에게 색다른 경험을 제공하는 공간으로서 MZ세대에게 일종의 ‘놀이 공간’으로 작용하고 있는 백화점 산업에서는 현대백화점이 86.5점으로 6년 연속 1위(역대 15회 1위)로 선정되었다.

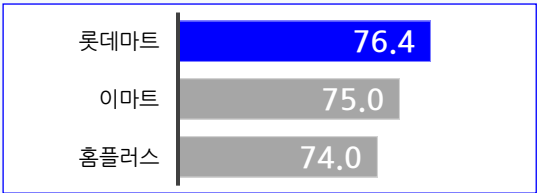
현대백화점은 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 상품 다양성, 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 이용 혜택, 시설 다양성, 쾌적한 환경, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 만족도를 보인 것으로 나타났다.



• 대형마트

고물가 시대 합리적인 소비트렌드 확산으로 가성비 상품의 인기가 높아 대용량에 저렴한 자체 브랜드(PB) 상품군의 판매가 증가하고 있는 대형마트 산업에서는 롯데마트가 76.4점으로 7년 연속 1위(역대 11회 1위)의 자리를 고수했다.

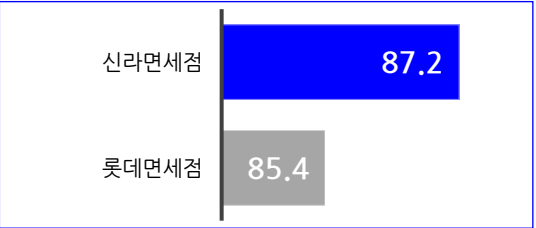
롯데마트는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질 및 다양성, 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 매장 시설/환경, 고객 편의시설, 주차 편리성, 대기시간, 이벤트 및 행사, 기업 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 성과를 보여주었다.



• 면세점

엔데믹 후 해외여행이 본격화되고 중국 단체 관광객 유커가 활성화됨에 따라 K-콘텐츠를 이용한 행사 및 팝업 등의 체험요소를 확대하고, 고객 편의를 위한 디지털 전환을 가속화하고 있는 면세점 산업에서는 신라면세점이 87.2점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)를 차지하였다.

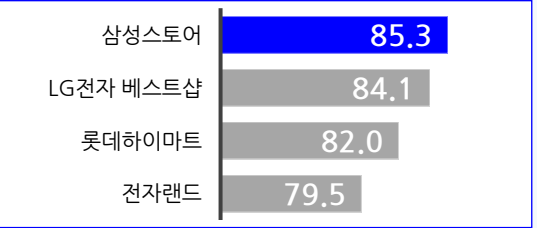
신라면세점은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질 및 다양성, 직원 응대태도, 사은행사, 다수 이용 혜택, 편의시설, 쇼핑 편리성, 결제 안내, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 성과를 보인 것으로 조사되었다.



• 전자제품전문점

온라인 유통채널 급증의 위기 속에서 오프라인 매장만의 차별점을 살리기 위해 지역 커뮤니티와의 협업, 음악회, IT교육을 진행하는 등 복합문화공간으로 변화하고 있는 전자제품전문점 산업에서는 삼성디지털프라자가 85.3점으로 13년 연속 1위(역대 13회 1위)의 위업을 달성했다.

삼성디지털프라자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질, 직원 응대태도, 적절한 상품 권유 및 설명, 쇼핑 관련 정보 제공, 매장 시설/환경, 고객 편의시설, 주차 편리성, 상품 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 문항에서 경쟁사 대비 우수한 만족도를 나타냈다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



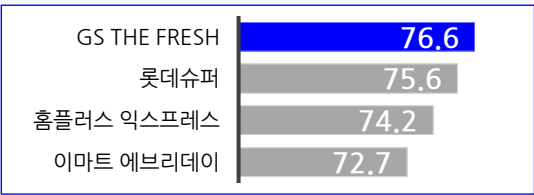
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

• 대형슈퍼마켓

고물가에 따른 집밥 문화와 1인 가구의 증가로 인해 구매패턴이 근거리, 소량, 다빈도화되었으며, 늘어난 집 앞 슈퍼마켓 이용자를 대상으로 신선식품 경쟁력을 강화하고 있는 대형슈퍼마켓 산업에서는 GS THE FRESH가 76.6점으로 지난해 롯데슈퍼를 제치고 1위(역대 10회 1위)의 자리를 차지했다.

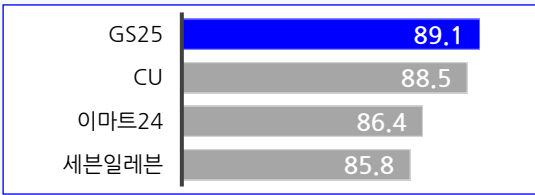
GS THE FRESH는 전반적 만족도와 재이용 의향에서 모두 경쟁사대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질 및 다양성, 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 상품 교환 및 반품 용이성, 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• 편의점

1인 가구의 증가로 도시락 등 간편식 인기 상승과 MZ세대 트렌드를 반영한 캐릭터 및 다양한 요식업과의 콜라보레이션 상품, PB 디지털 상품 등이 각광받고 있는 편의점 산업에서는 GS25가 89.1점으로 21년 연속 1위(역대 24회 1위)를 차지하는 영광을 달성했다.

GS25는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질, 직원 응대태도, 매장 시설/환경, 고객 편의 시설, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보였다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰

엔데믹으로 모임과 외출이 늘어나면서 패션과 뷰티 카테고리의 신규 및 명품 브랜드 론칭이 치열하게 이루어지고 있는 인터넷 쇼핑몰 산업에서는 현대홈쇼핑(Hmall)이 85.0점으로 4년 연속 1위(역대 5회 1위)를 이어가고 있다.

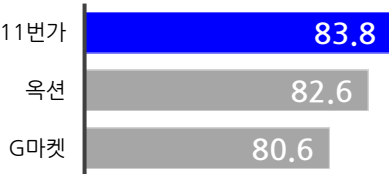
현대홈쇼핑(Hmall)은 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 품질 및 다양성, 상품 소개의 정확성, 주문/결제/배송 조회 편리성, 배송 신속성, 반품/교환 용이성, 직원 응대, 사은행사, 검색 편리성, 상품 비교 용이성, 이용 및 구매 보안성, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 우수한 만족도로 조사되었다.



• 오픈마켓

점유율 확보 경쟁이 심화되면서 빠른 배송, 숏폼 마케팅, 물가안정 할인 이벤트 등 고객을 확보하기 위해 다양한 전략을 실행하고 있는 오픈마켓 산업에서는 11번가가 83.8점으로 15년 연속 1위(역대 15회 1위)를 차지하는 영광을 안았다.

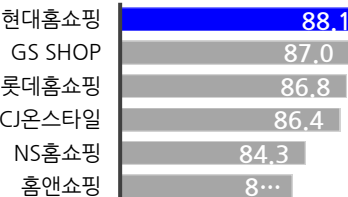
11번가는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성 및 정보 제공, 주문 절차 및 결제 편리성, 검색 편리성, 화면 구성, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 긍정적인 평가를 받은 것으로 나타났다.



• TV홈쇼핑

TV홈쇼핑의 영향력을 높이기 위한 숏폼, 모바일 라이브커머스, 콘텐츠 플랫폼 등 다양한 채널을 연결해 더욱 편리한 UX를 구축하고 있는 TV홈쇼핑 산업에서는 현대홈쇼핑이 88.1점으로 7년 연속 1위(역대 7회 1위)의 영예를 안았다.

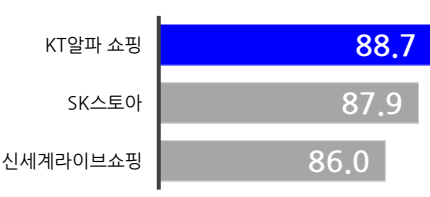
현대홈쇼핑은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 좋은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 품질 및 다양성, 상품 소개 정확성, 주문/접수/결제/배송 처리과정, 배송 포장상태, 배송상품 정확성, 사은행사, 할인 및 적립 혜택, 상품 품질 및 서비스 대비 가격, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 우위가 있는 것으로 나타났다.



• T커머스

패션 카테고리에서 자체브랜드(PB)와 라이선스 브랜드(LB)를 기획, 단독판매 하여 신성장동력을 확보하고 있는 T커머스 산업에서는 KT알파쇼핑이 88.7점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 기록했다.

KT알파쇼핑은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 품질, 메뉴 구성, 리모컨 이용 편리성, 배송 신속성, 포장상태, 콜센터 서비스, 앱 이용 편리성, 할인 및 적립 혜택, 상품 품질 및 서비스 대비 가격 적절성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 고객들에게 우수한 평가를 받았다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



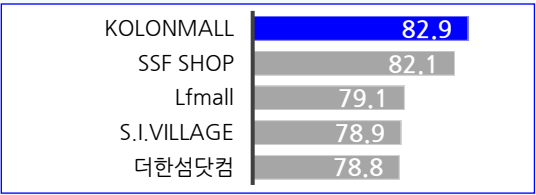
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(통신 판매업)

● 패션온라인몰(자사몰)

K패션의 인기와 디지털 전환의 수혜를 받아 크게 성장한 후 패션에 국한되지 않고 명품, 가구, 반려동물 용품까지 라이프스타일 전반에 관한 종합몰로 도약하고 있는 패션 온라인몰(자사몰) 산업에서는 KOLONMALL이 82.9점으로 지난해 SSF SHOP을 제치고 1위(역대1회 1위)를 거머쥐었다.

SSF SHOP은 재이용의향에서 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 상품 품질 및 다양성, 자세한 정보 제공, 주문/결제/배송 조회 편리성, 배송 신속성, 사은행사, 상품 비교 용이성, 품질 대비 가격 적절성, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 성적을 거두었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



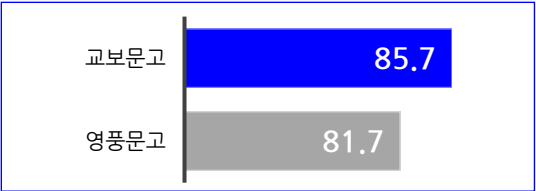
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 소매업(서적류, 기타 소매업)

• 대형서점

절판도서 인쇄, 오리지널 콘텐츠 제작, 자사 브랜드 출판 등 차별화된 콘텐츠 IP(지적재산권) 발굴에 집중하고 있는 대형서점 산업에서는 교보문고가 85.7점으로 27년 연속 1위(역대 27회 1위)를 유지했다.

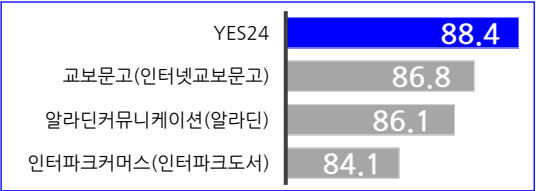
교보문고는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소 만족도는 직원 응대 태도, 책 안내, 매장 시설/환경, 고객 편의시설, 도서 열람 편의성, 방문 편리성, 서적 다양성, 매장 내부 안내, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 요소에서 경쟁사 보다 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 인터넷서점

지적재산을 바탕으로 한 오디오북, 챗북 등 다양한 2차 콘텐츠 생산이 이어지며, 모바일 기반의 새로운 독서 형태가 인기를 끌고 있는 인터넷서점 산업에서는 YES24가 88.4점으로 15년 연속 1위(역대 15회 1위)의 영광을 지속했다.

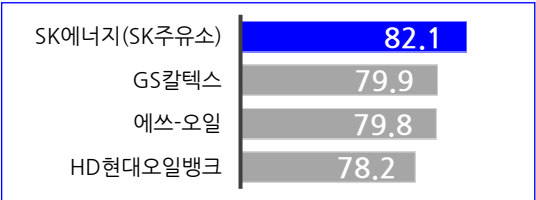
YES24는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소 만족도는 서적 다양성 및 정보 제공, 배송 신속성, 배송 서적의 상태, 반품 및 교환 용이성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 높은 수준으로 조사되었다.



• 주유소

전기차 보급 확대에 전기 충전 서비스를 추진하면서, 소형 물류 허브, 에너지 발전소, 예술공간 등의 복합 문화 공간으로 도약하며 사업모델을 다양화하고 있는 주유소 산업에서는 SK에너지(SK주유소)가 82.1점으로 13년 연속 1위(역대 24회 1위)자리를 고수했다.

SK에너지(SK주유소)는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 직원 복장 및 용모 단정, 방문 편리성, 내·외부 시설/환경, 고객 편의시설, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도의 세부 문항에서 높은 수준으로 조사되었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



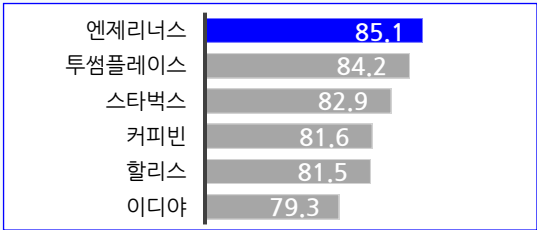
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 커피전문점

간단하고 빠른 식사를 원하는 카공족, 직장인들을 중심으로 식사 대용식의 수요가 커지면서 샐러드, 샌드위치 등 푸드 및 베이커리류의 인기가 늘고 있는 커피전문점 시장에서는 엔제리너스가 85.1점으로 14년 연속 1위(역대 14회 1위) 기업의 자리를 고수했다.

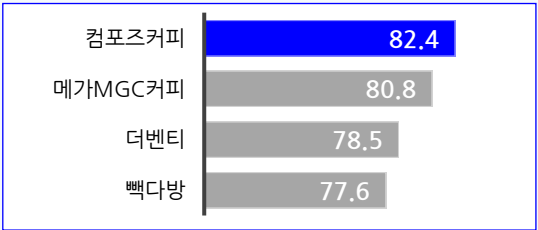
엔제리너스는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 우위를 보였으며, 요소만족도는 커피 신선도, 메뉴 안내, 할인 및 적립 혜택, 무인주문기 사용 편리성, 앱 이용 편리성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 기록되었다.



• 저비용커피전문점

즐겁게 건강을 관리하는 헬시트레저 트렌드로 건강하게 커피를 마시고 싶어하는 소비자가 늘자 디카페인, 대체유, 저당음료 등 옵션 선택지를 넓히고 있는 저가커피전문점 산업에서는 컴포즈커피가 82.4점으로 조사 첫 해 1위를 차지하는 영광을 안았다.

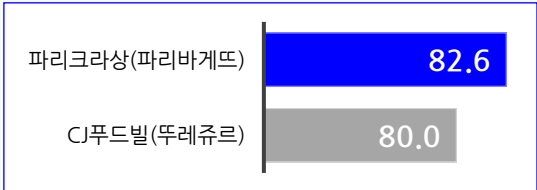
컴포즈커피는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 커피의 맛과 향, 메뉴 다양성, 메뉴 안내, 할인 및 적립 혜택, 매장 환경, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



• 제과/제빵점

서구화된 식습관과 고물가로 인해 밥 대신 식사대용 빵을 찾는 사람들이 많아지면서, 물가 안정에 기여하기 위해 빵 가격을 인하하고 다양한 프로모션까지 진행하며 소비자 부담을 덜고 있는 제과·제빵점 산업에서는 파리크라상(파리바게뜨)이 82.6점으로 13년 연속 1위(역대 15회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

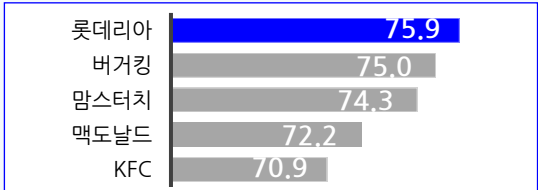
파리크라상(파리바게뜨)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 제품의 맛과 신선함, 제품 다양성, 진열 상태, 매장 시설 및 환경, 앱 이용 편리성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 패스트푸드점

해외 유명 수제 햄버거 브랜드의 유입에 대응하기 위해 지역 특색을 담은 식재료를 이용한 햄버거나 디저트류를 출시하며 '로코노미' 트렌드를 적극 반영 중인 패스트푸드점 산업에서는 롯데리아가 75.9점으로 11년 연속 1위(역대 11회 1위)의 자리를 지켰다.

롯데리아는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 음식 신선도, 직원 응대태도, 메뉴 다양성 및 안내, 무인주문기 사용 편리성, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격의 세부 항목에서 경쟁사보다 좋은 평가를 받았다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



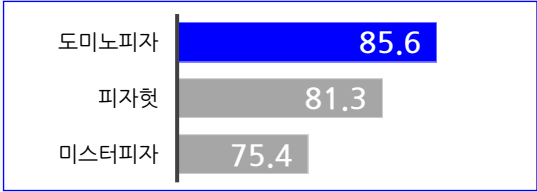
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 피자전문점

고물가로 가성비 피자에 대한 수요가 늘자, 신제품 출시 및 가성비를 앞세운 통신사 할인 등의 혜택 제공으로 가격 경쟁력을 확보하면서 동시에 1인가구 니즈 충족에도 노력중인 피자전문점 산업에서는 도미노피자가 85.6점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)를 이어가고 있다.

도미노피자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 음식 신선도, 메뉴 다양성, 직원 응대태도, 배달 신속성, 메뉴 안내, 할인 및 적립 혜택, 앱 이용 편리성, 배달 주문 용이성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사보다 높은 평가를 받았다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



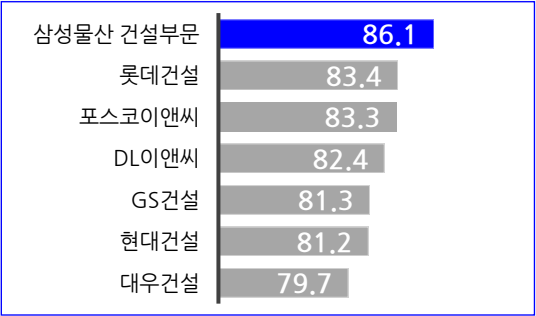
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

• 아파트

환경과 건강에 대한 관심 증가로 개인의 주거만족도는 물론 단지 전체의 가치가 중요시되면서 단지 내 조경, 산책로 유무 등 쾌적성이 아파트 선택의 중요한 척도로 자리잡은 아파트 산업에서는 삼성물산 건설부문이 86.1점으로 작년에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 기록했다.

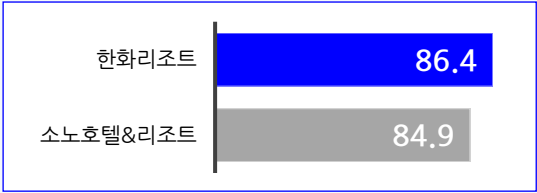
삼성물산 건설부문은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 점했으며, 요소 만족도는 주차 시설, 내부 구조 및 크기, 시공상태 및 마감상태, 실내 인테리어, 외부 환경, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 콘도미니엄

리오프닝 후 휴식보다는 활동과 체험 중심으로 관광 트렌드가 변화하면서 다양한 협업을 통한 이벤트, 팝업스토어, 전시 등으로 고객에게 색다른 경험을 제공하고 있는 콘도미니엄 산업에서는 한화리조트가 86.4점으로 12년 연속 1위(역대 14회 1위) 기업의 자리를 지켜냈다.

한화리조트는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 객실 청결성 및 분위기, 비품관리, 부대시설, 예약서비스, 객실 입·퇴실 절차, 시설 및 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



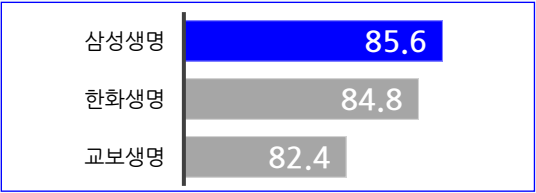
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

• 생명보험

현재를 즐기는 성향의 젊은 층을 신규 고객으로 유입하기 위해 노후 대비가 가능한 연금형 및 저축형 보험 상품을 늘리고 있는 생명 보험 산업에서는 삼성생명이 85.6점으로 19년 연속 1위(역대 25회 1위)를 차지하는 위업을 달성했다.

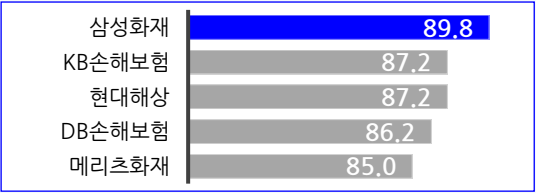
삼성생명은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 가입 후 정기적 정보제공, 고객관리, 앱 이용 편리성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 고객들로부터 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



• 자동차보험

고객이 참여하기 쉬운 보험료 인하 이벤트 및 프로모션 혜택을 제공하고 있는 자동차보험 산업에서는 삼성화재가 89.8점으로 26년 연속 1위(역대 27회 1위) 자리의 영광을 안았다.

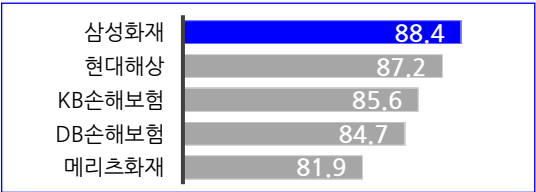
삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였으며, 요소만족도는 이용 편리성, 직원 응대태도, 가입시 상품 정보 제공, 갱신 안내, 사고 접수 및 조치, 보상처리 결과 안내 및 확인, 고장출동 서비스, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• 장기보험

초고령화 사회로 넘어가면서 은퇴 후 수익보장과 요양 및 간호 서비스 등 노후대책 혜택을 보장해주는 상품이 주목받고 있는 장기보험 산업에서는 삼성화재가 88.4점으로 13년 연속 1위(역대 13회 1위)의 자리를 지켜냈다.

삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사대비 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 대부분의 세부 항목에서 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



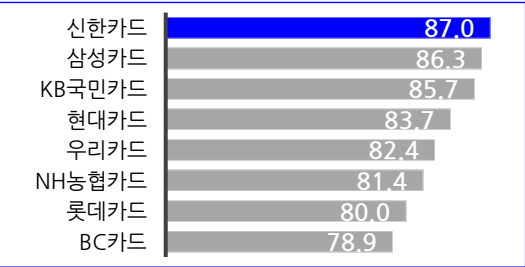
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 금융 및 보험(금융업)

• 신용카드

가치소비 트렌드와 더불어 엔데믹 이후 해외 여행, 쇼핑 등의 수요가 증가하면서 고소득자를 겨냥해 높은 연회비와 그 이상의 혜택을 제공하는 프리미엄 카드가 인기를 얻고 있는 신용카드 산업에서는 신한카드가 87.0점으로 13년 연속 1위(역대 13회 1위)의 자리를 유지했다.

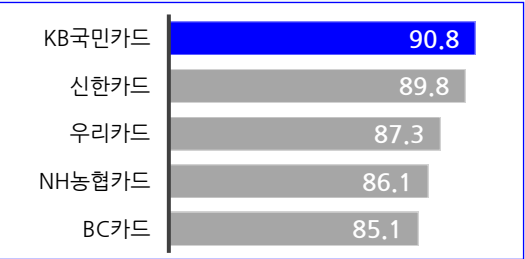
신한카드는 전반적 만족도와 재이용의향에 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 홈페이지 및 앱 이용 편리성, 서비스 수준 대비 연회비 및 수수료, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 차지했다.



• 체크카드

새로운 소비 주축으로 자리잡은 MZ세대를 겨냥해 젊은 층에서 인기있는 산리오, 최고심, 춘식이 등의 유명 캐릭터와 협업한 카드가 인기를 끌고 있는 체크카드 산업에서는 KB국민카드가 90.8점으로 9년 연속 1위(역대 12회 1위)를 차지하는 성과를 얻었다.

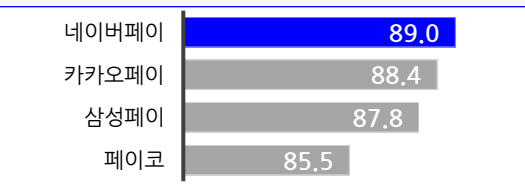
KB국민카드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용 및 업무 처리 편리성, 유익한 혜택, 콜센터 서비스, 안전성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 간편결제서비스

국내 이용자들의 해외 여행 증가로 해외 결제 편의를 위해 중국, 일본 등을 중심으로 서비스를 확대하면서 해외 관광객을 겨냥한 백화점, 명동 등 관광지 위주의 국내 결제처도 확대하고 있는 간편결제서비스 산업에서는 네이버페이가 89.0점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

네이버페이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 결제 인증 간편성, 등록 수단 다양성, 고객 응대, 안정적 서비스의 세부 항목에서 경쟁사보다 우수한 만족도를 나타내는 성과를 얻었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



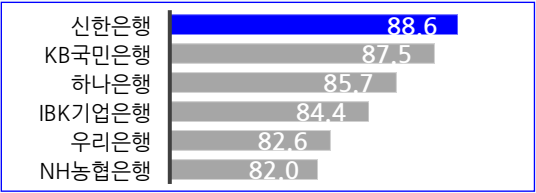
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 금융 및 보험(금융업, 증권)

• 은행

자사 앱을 통해 개인 맞춤 관리 서비스를 제공하고, 영업점에서는 문화 및 브랜드 체험 공간을 제공하면서 온라인과 오프라인 서비스 결합을 구축하고 있는 은행 산업에서는 신한은행이 88.6점으로 10년 연속 1위(역대 20회 1위)의 영광을 차지하게 되었다.

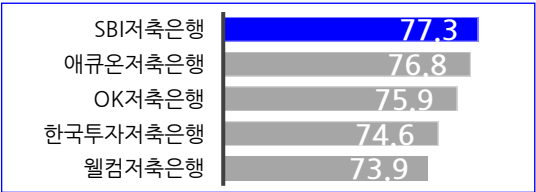
신한은행은 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 상품 다양성, 대출 편리성, 직원 응대태도, 업무처리 신속성, 지속 거래 혜택, 영업장 내 시설/환경, ARS 폰뱅킹 및 인터넷뱅킹 이용 편리성, 예금 및 대출 금리 적절성, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 성적을 거두었다.



• 저축은행

예·적금 금리에 대한 혜택 뿐만 아니라 디지털 전환을 바탕으로 모바일 뱅킹 앱 구축을 강화하여 고객들로부터 우수한 편리성을 제공하고 있는 저축은행 산업에서는 SBI저축은행이 77.3점으로 지난해 애규온저축은행을 제치고 영광의 1위를 차지했다.

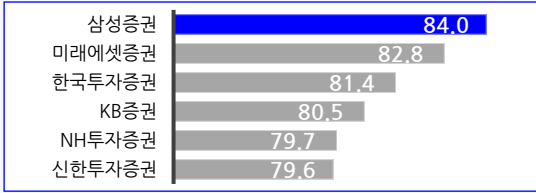
SBI저축은행은 요소만족도에서 상품 다양성, 대출 편리성, 업무처리 정확성, 영업장 내 시설/환경, 폰뱅킹 이용 편리성, 보안 안전성, 서비스 수준 대비 수수료, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 증권

미국주식에 대한 투자자들의 관심 증가에 대응하여 미국 주식 24시간 거래 서비스, 수수료 무료 이벤트 등을 진행하고 있는 증권 산업에서는 삼성증권이 84.0점으로 4년 연속 1위(역대 18회 1위)의 자리를 유지한 것으로 조사되었다.

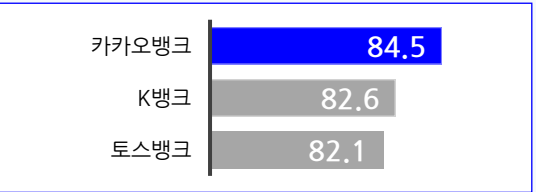
삼성증권은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 정보 신뢰성 및 다양성, 정보제공 신속성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 인터넷전문은행

송금과 결제의 간편성을 기반으로 젊은 층의 수요를 확대하고 주택담보대출, 자동차대출, 햇살론 등 상품을 확대하면서 다양한 연령층의 고객을 확보중인 인터넷전문은행 산업에서는 카카오뱅크가 84.5점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 달성했다.

카카오뱅크는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 상품 유용성, 대출 편리성, 콜센터 및 채팅 상담 서비스, 화면 구성, 서비스 대비 수수료, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 성과를 얻었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



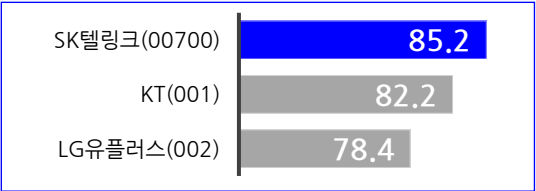
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 통신업(유무선 전화업)

• 국제전화

인공지능 스팸, 스피밍 필터링 등의 기술을 개발해 보이스피싱 피해를 사전 차단하고, 지진 피해를 겪은 튀르키예에 통신비 할인, 구호 활동을 지원하는 등 고객 만족 서비스를 제공하는 국제전화 산업에서는SK텔링크(00700)가 85.2점으로 9년 연속 1위(역대 10회 1위)라는 위업을 달성했다.

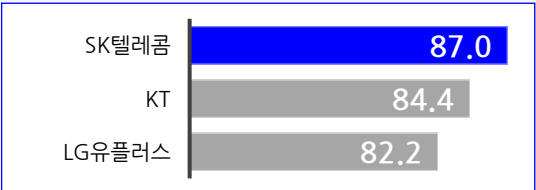
SK텔링크(00700)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 통화 음질, 통화 중 지연 및 혼선, 통화 연결 시간, 요금부과 정확성, 기업의 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



• 이동전화

가계통신비 인하를 위해 5G 중간요금제, 청년 및 시니어 요금제 등 다양한 요금제를 선보이고 있는 이동전화 산업에서는 SK텔레콤이 87.0점으로 25년 연속 1위(역대 26회 1위)로 선정되는 영광을 안았다.

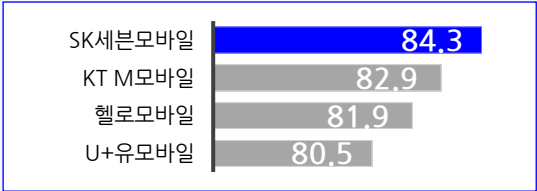
SK텔레콤은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 용이성 및 품질, 데이터 속도, 앱 콘텐츠 유용성, 요금제 다양성, 콜센터 서비스, 대리점 서비스, 모바일 고객센터 서비스, 멤버십 및 장기 고객 혜택, 서비스 수준 대비 요금, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 알뜰폰

고물가 시대 저가형 통신서비스의 인기로 은행권까지 시장에 진출하면서 0원 요금제, 영화 관람권 및 상품권 제공 등 프로모션 경쟁이 치열한 알뜰폰 산업에서는 SK세븐모바일이 84.3점으로 조사 첫해 1위를 차지하는 기업을 토했다.

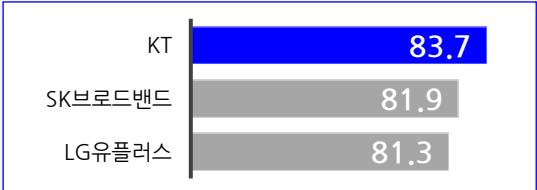
SK세븐모바일은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 점했으며, 요소만족도는 통화 품질, 데이터 서비스 및 속도, 간편한 개통절차, 콜센터 및 고객센터 서비스, 할인, 기업의 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객들로부터 좋은 평가를 받았다.



• 인터넷전화

엔데믹에도 비대면 서비스에 대한 사용량이 지속되고 있는 가운데 높은 통화 품질, 이용의 편의성 등을 강화한 상품이 각광 받고 있는 인터넷전화 산업에서는 KT가 83.7점으로 14년 연속 1위(역대 14회 1위)를 달성했다.

KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 통화 음질, 단절 및 혼선 없음, 요금 부과 정확성, 개통 및 설치 기한 엄수, 장기 고객 혜택, 콜센터 서비스, 서비스 수준 대비 이용요금 등의 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

• 우편

위기징후 가구나 독거가구에 복지관련 안내문이 동봉된 우편물을 전달하면서 사고를 방지하는 '복지등기우편 서비스'를 통해 공적 역할을 수행하고 있는 우편 산업에서 고객만족도는 83.4점으로 조사되었다.

우편서비스는 세부 요소항목 중 우체국 신뢰도와 배달 정확도, 직원 응대태도, 고객 편의시설 등에서 높은 만족수준을 보인 것으로 나타났다.

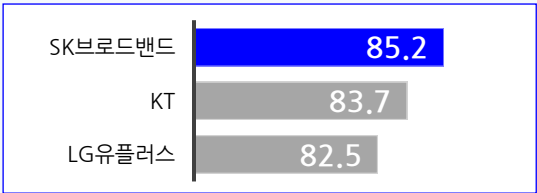
반면, 상품 구성, 내·외부 시설/환경, 접수 편리성, 품질 대비 이용요금, 접수 편리성, 업무처리 신속성 및 정확성 등에서는 상대적으로 낮은 만족도를 기록했다.



• IPTV

한글자막 생성 시스템, 시청습관에 따라 변화하는 UI, 콘텐츠 추천 기능, 운동모습 피드백 등 사용자 친화적 경험을 위한 AI기술 개발에 집중하고 있는 IPTV산업에서는 SK브로드밴드가 85.2점으로 3년 연속 1위(역대 7회 1위)를 이어갔다.

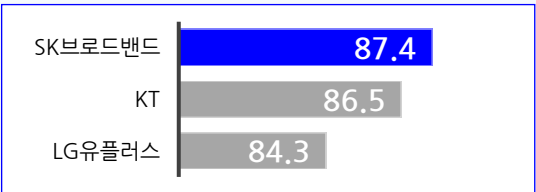
SK브로드밴드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 방송 시청 중 끊어짐 없음, 동작 속도, 영상 및 음성 품질, 콘텐츠 유용성, 리모컨 조작 편리성, 개통 및 설치 약속 준수, A/S, 부가서비스 다양성, 기업 신뢰도 등 대부분의 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



• 초고속인터넷

에너지 소모가 많은 기존 광케이블을 친환경적이고 전력 소모가 적은 방식으로 교체함과 동시에 디지털 격차 해소를 위해 놓여준 인프라 확충에도 힘쓰고 있는 초고속인터넷 산업에서는 SK브로드밴드가 87.4점으로 3년 연속 1위(역대 8회 1위)로 선정되었다.

SK브로드밴드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 속도, 요금부과 정확성, 설치직원의 친절성 및 약속 이수, 콜센터 서비스, A/S, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 내비게이션 앱

단순 길찾기에서 벗어나 하나의 앱에서 모든 교통수단을 확인하고 예약, 결제까지 가능하도록 만드는 서비스를 구축 중인 내비게이션 앱 산업에서는 티맵(TMAP)이 82.7점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)의 자리를 당당히 차지했다.

티맵(TMAP)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 성적을 거두었으며, 요소만족도는 목적지 검색 편리성, 안내 정확성, 최적 경로 안내, 운전 중 화면 가시성, 주요 정보 안내, 신속성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사보다 상대적으로 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



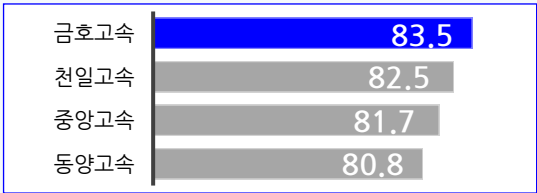
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 운수 및 보관(고속버스, 지하철, 철도)

• 고속버스

철도나 항공에 비해 비용이 저렴하면서 더 넓은 좌석을 갖춘 프리미엄 버스 수요 증가로 신규 노선 및 운영 횟수를 확대하는 중인 고속버스 산업에서는 금호고속이 83.5점으로 2년 연속 1위(역대 20회 1위)의 자리를 고수했다.

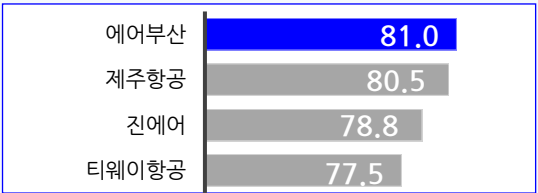
금호고속은 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 친절한 운전기사, 차내 출발/도착 시간 정확성, 차내 안내방송, 안전운행, 차내 시설/환경, 서비스 수준 대비 요금, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 저비용항공

엔데믹 후 중단거리 해외여행 수요의 증가로 아시아 노선에 대한 이용자가 증가하고 있으며, 최근 중장거리 노선 운수권까지 확보에 노력하고 있는 저비용항공 산업에서는 에어부산이 81.0점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위)의 영예를 안았다.

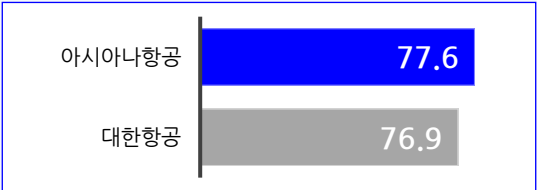
에어부산은 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 발권 서비스, 기내시설/환경, 출발/도착 시간 정확성, 안전운행, 할인혜택, 서비스 수준 대비 요금의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 점수를 기록했다.



• 항공

엔데믹 후 해외여행객의 증가와 중국인 관광객 '유커' 유입까지 기대되면서 LCC와 차별화된 유럽, 미주 등의 노선 위주로 공격적인 마케팅을 진행하고 있는 항공 산업에서는 아시아나항공이 77.6점으로 9년 연속 1위(역대 25회 1위)으로 선정되었다.

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



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



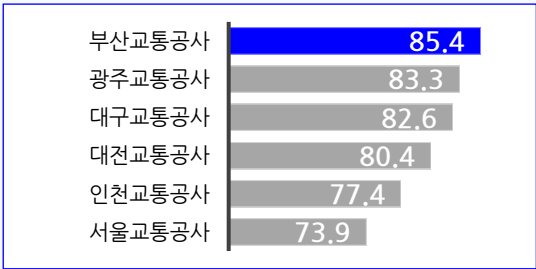
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 운수 및 보관(고속버스, 지하철, 철도)

• 지하철

인공지능, ICT기술 등을 활용한 시설물 유지 관리 플랫폼 구축, 교통약자를 위한 지능형 안내서비스 등 승객들의 편리한 이동을 지원하기 위한 디지털 전환이 이뤄지고 있는 지하철 산업에서는 부산교통공사가 85.4점으로 7년 연속 1위(역대 8회 1위)를 차지했다.

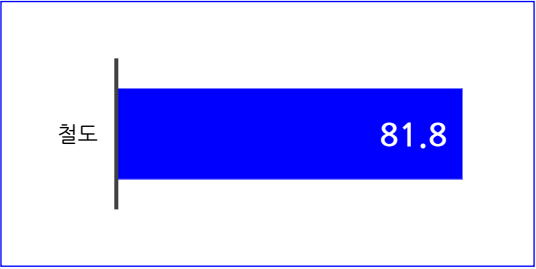
부산교통공사는 전반적 만족도와 재이용의 향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 역내 환경, 승차감, 냉/난방시설, 승차권 구입/충전, 차내 안내, 직원 응대태도, 안전운행, 기관 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 철도

‘코레일톡’ 모바일 앱 서비스 제공으로 예매·좌석 선택·결제 등을 간편하게 처리하여 고객의 편의성을 높이고 있는 철도 산업의 고객만족도는 81.8점으로 조사되었다.

철도서비스는 세부 항목 중 기업 신뢰도, 운행 안전성, 승차감, 열차표 변경 및 반환, 대합실 내 고객 편의시설 및 환경, 직원 응대태도, 열차 내 고객 편의시설 등의 항목에서 높은 만족 수준을 보였다. 반면, 서비스 수준 대비 이용 요금 적절성, 할인 및 적립 혜택, 열차표 구입 편리성 등에서는 상대적으로 낮은 평가를 받았다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



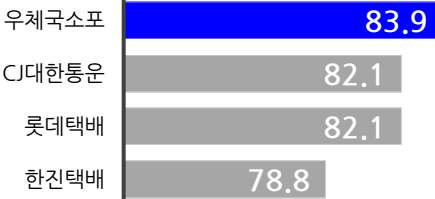
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

• 택배/소포

탄소중립을 실천하기 위해 친환경 패키징, 전기차 및 수소차 전환, 업사이클링 물류 부자재 사용 등 친환경 물류 시스템을 구축하고 있는 택배/소포 산업에서는 우체국소포가 83.9점으로 6년 연속 1위(역대 12회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

우체국소포는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 신청접수 편리성, 접수·문의 방법 다양성, 콜센터 서비스, 수거 시간 엄수, 배송 정확성, 배달 안전성, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 점하는 모습을 보였다.



• 고속도로

AI와 드론을 활용한 유지관리 자동화, 디지털 트윈을 통한 실시간 교통관제 등 고속도로 디지털화를 통해 교통안전성을 강화하고 있는 고속도로관리 산업의 고객만족도는 81.0점으로 조사되었다.

고속도로는 세부 요소항목 중 신뢰도, 도로 안내표지판, 도로 주변 관리, 휴게소 고객편의 시설 및 이용 편리성, 도로면 상태, 교통정보 제공 등에서 높은 점수를 받았다.

반면, 고속도로 이용요금 적절성, 휴게소 상품가격 적절성, 휴게소 직원 친절성, 톨게이트 진입 편리성 등의 항목에서는 상대적으로 낮은 만족도 점수 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 교육 서비스, 보건업

• 교육

코로나19로 인한 학력저하 문제와 교육불평 등 해결을 과제로 생성형 AI 도입, 메타버스 캠퍼스, AI 디지털교과서 개발 등 디지털 인재 양성에 힘쓰고 있는 교육 산업의 고객만족도는 60.9점으로 조사되었다.

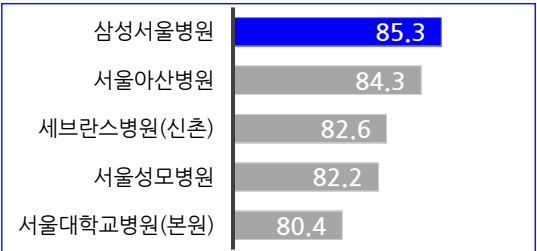
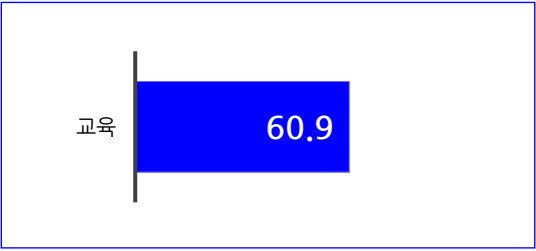
교육서비스는 세부 요소항목 중 학교 교육시설 및 환경, 교육관련 정부부처 신뢰도, 교과목 구성 우수성, 교육 정책 등에서 상대적으로 높은 평가를 받았다.

반면, 안전성, 입시제도, 개개인 특성을 반영한 교육, 교사 수준 등에서는 상대적으로 낮은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.

• 종합병원

디지털 헬스 산업이 의료시장의 주요 트렌드로 떠오르면서 비대면 진료 지원 서비스의 확산으로 편의성과 고객경험 향상을 위해 노력하고 있는 종합병원 산업에서는 삼성서울병원이 85.3점으로 6년 연속 1위(역대 22회 1위)에 올랐다.

삼성서울병원은 전반적 만족도와 재이용의 향에서 경쟁사 대비 우위를 나타냈으며, 요소만족도는 진료 수준, 의료진 신뢰성, 의료진 설명, 짧은 대기시간, 예약 편리성, 고객 편의 시설, 병원 시설 안내, 주차 편리성, 진료수준 대비 비용, 병원 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족 수준을 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



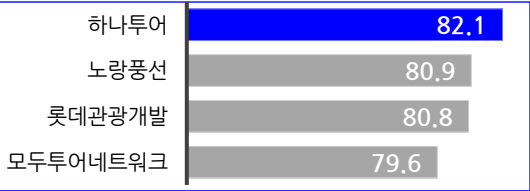
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 여행사(해외여행)

엔데믹으로 여행심리는 빠르게 회복되고 있으나 경기침체로 인해 실제 수요는 완만하게 증가하면서, '가성비를 최우선으로 하는 여행'이라는 뜻의 '세이브케이션' 여행상품이 주목 받고 있는 여행사(해외여행) 산업에서는 하나투어가 82.1점으로 12년 연속 1위(역대 12회 1위)를 기록했다.

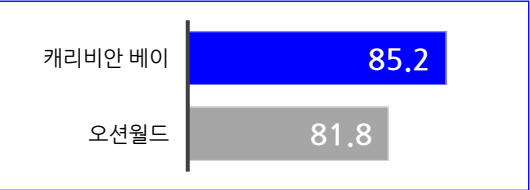
하나투어는 재이용의향에서 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상담직원의 상품 설명, 상품 다양성, 준비사항 및 계약 내용 고지, 공항미팅 서비스, 서비스 동일성, 기업 신뢰도 등 세부 항목에서 고객들로부터 높은 만족도 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 워터파크

실내외 공간 차별성을 통해 겨울엔 실내 스파, 여름엔 야외 위주의 어트랙션을 즐길 수 있도록 하여 여름 뿐 아니라 사계절 모두 즐길 수 있는 테마파크로 발전하고 있는 워터파크 산업에서는 캐리비안 베이이 85.2점으로 12년 연속 1위(역대 12회 1위)를 고수했다.

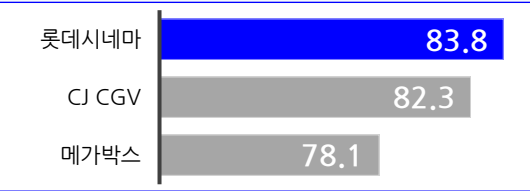
캐리비안 베이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 물놀이시설 다양성 및 안전 관리, 이벤트 다양성, 직원 응대태도, 시설 안내, 티켓 구입 편리성, 식당, 수질관리, 할인 혜택, 시설 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 높은 우위를 보인 것으로 조사되었다.



• 영화관

OTT와의 경쟁에서 고객을 확보하기 위해 예술 프로그램, 응원상영회, 특별 상영관 등 영화관에서만 경험할 수 있는 문화콘텐츠 제공에 힘쓰고 있는 영화관 산업에서는 롯데시네마가 83.8점으로 11년 연속 1위(역대 16회 1위)의 자리를 이어갔다.

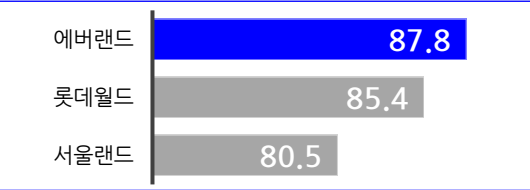
롯데시네마는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 음향시설, 시설/환경, 주차 편리성, 실내 청결도, 무인티켓발권기 이용 편리성, 앱 및 홈페이지 이용 편리성, 할인 및 적립 혜택, 서비스 수준 대비 이용 요금 등 다수의 세부 항목에서 고객들로부터 긍정적 평가를 받았다.



• 종합레저시설

오프라인 경험의 연장으로 실제와 같은 파크 어트랙션을 체험할 수 있는 메타버스 도입이 진행 중인 종합레저시설 산업에서는 에버랜드가 87.8점으로 29년 연속 1위(역대 29회 1위)를 차지하는 영광을 안았다.

에버랜드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 놀이시설 다양성 및 안전 관리, 이벤트, 이용 안내, 티켓 구입 편리성, 식당 및 고객 편의시설, 내·외부 시설/환경, 앱 이용 편리성, 할인 혜택, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사를 제치고 우수한 만족도로 조사되었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 스크린골프

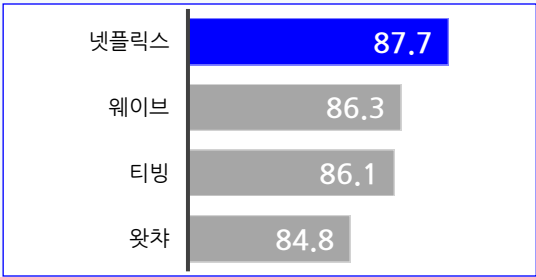
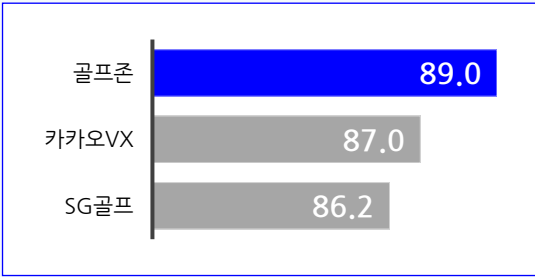
높은 그린피와 경기 악화로 골프장 이용에 부담을 느낀 골퍼 고객층을 겨냥하여 최신 가상 기술을 도입해 실제 골프장과 같은 플레이 환경을 앞다퉈 제공하고 있는 스크린골프 산업에서는 골프존이 89.0점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 기록했다.

골프존은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 점수를 받았으며, 요소만족도는 라운드 정보 적정성, 콘텐츠 풍부성, 직원 응대태도, 골프용품 상태, 시설/환경, 고객 편의시설, 어플리케이션 이용 편리성, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 고객들이 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.

• OTT서비스

자체 제작 및 단독 방영 콘텐츠가 구독자 수 증가에 큰 영향을 미치는 요소로 작용하면서 차별적인 콘텐츠 확보를 위한 경쟁이 심화되고 있는 OTT서비스 산업에서는 넷플릭스가 87.7점으로 지난해 티빙을 제치고 1위(역대 1회 1위)의 자리를 차지하게 되었다.

넷플릭스는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 영상 및 음성 품질, 콘텐츠 다양성, 가입 및 해지 절차 간편성, 요금제도 다양성, 서비스 수준 대비 요금, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



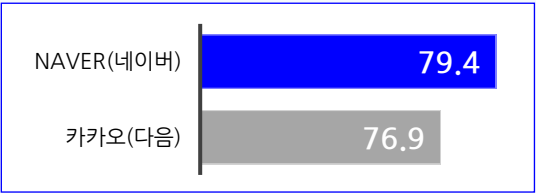
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업)

• 검색포탈사이트

대규모 언어 모델(LLM)을 기반으로 자연스러운 대화가 가능한 생성형 AI가 세계적인 인기를 끌자, 사용자 검색 경험 강화를 위한 국내 특화 생성형 AI 개발에 힘쓰고 있는 검색포탈서비스 산업에서는 Naver(네이버)가 79.4점으로 20년 연속 1위(역대 20회 1위)의 자리를 차지하는 영광을 안았다.

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, 로딩 속도, 기업의 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보였다.



• 숙박업

엔데믹 이후 해외여행객 증가로 기존 국내 숙박 서비스 이외의 항공권, 해외숙소, 해외여행상품 등 서비스 영역을 확장하면서 검색부터 결제까지 원스톱 서비스를 구축하고 있는 숙박업 산업에서는 야놀자가 81.2점으로 지난해 1위 여기어때를 제치고 1위(역대 4회 1위)의 영광을 되찾게 되었다.

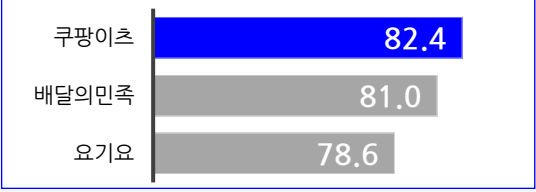
야놀자는 전반적만족도와 재이용의향에서 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 화면구성 및 디자인, 검색 편리성, 숙박시설 설명 및 정확성, 이벤트 및 사은행사, 할인 및 적립 혜택, 예약 및 결제 편리성, 취소 및 환불 용이성, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 높은 점수를 기록했다.



• 배달업

배달비 부담을 덜어주는 묶음배달 서비스, 구독서비스를 통한 할인 혜택, 건강식품 등의 비음식 상품 배달까지 고물가에 대응하기 위해 소비자 선택지를 넓히고 있는 배달업 산업에서는 쿠팡이츠가 82.4점으로 지난해 1위 배달의민족을 제치고 1위(역대 2회 1위)의 자리를 되찾았다.

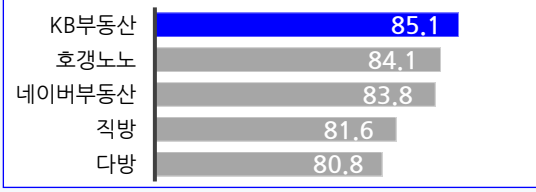
쿠팡이츠는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 화면 구성 및 디자인, 음식점 정보 정확성, 이벤트 및 사은행사, 할인 및 적립 혜택, 배달 예정시간 정확성, 콜센터 서비스, 기업 신뢰도 등 다양한 세부 항목에서 우수한 수준을 보였다.



• 부동산플랫폼

인공지능, 빅데이터, VR 등 최신기술을 도입하여 직접 찾아다니지 않아도 부동산 정보를 알려주는 프롭테크(Property+Technology)를 통해 허위매물로 인한 소비자 피해를 줄이는 데에 집중하고 있는 부동산플랫폼 산업에서는 KB부동산이 85.1점으로 지난해에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다.

KB부동산은 요소만족도에서 우수한 평가를 얻었으며, 세부 항목으로는 자세한 매물 설명, 검색 속도, 안정적인 서비스, 정보 유용성, 고객 응대, 허위 매물 유무, 거래 안전성, 기업 신뢰도 부분에서 고객들이 우수한 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



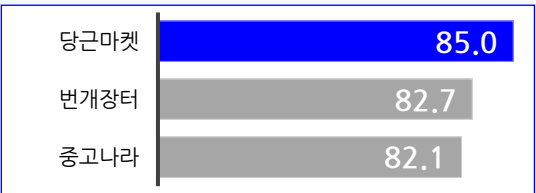
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

▶ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업)

• 중고거래플랫폼

고물가로 ‘짠테크’, ‘체리슈머’ 등 합리적인 소비가 핵심 트렌드로 떠오르면서 최소한의 비용으로 최대의 만족을 얻으려는 소비자들 간의 거래액이 꾸준히 증가하고 있는 중고거래 플랫폼 산업에서는 당근마켓이 85.0점으로 지난 해에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)로 선정되었다.

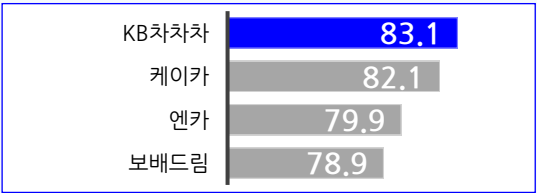
당근마켓은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 물품 다양성, 화면 구성 및 디자인, 안정적인 서비스, 고객 응대, 거래 안전성, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 중고차플랫폼

신차 가격 상승으로 중고차 수요가 높아지자 대형 완성차 업체, 중고거래 플랫폼 등 타 산업까지 인증 중고차 시장에 진출하고 있으며, 이로써 산업 전체 신뢰도가 높아질 것으로 기대되는 중고차플랫폼 산업에서는 KB차차차가 83.1점으로 지난해에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 자리를 이어갔다.

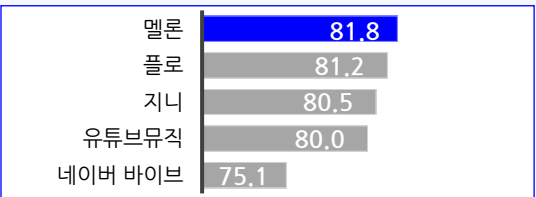
KB차차차는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 차량 다양성, 검색 속도, 서비스 안정성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사보다 고객들로부터 우수한 만족도를 나타낸 것으로 조사되었다.



• 음원플랫폼

K-POP을 중심으로 한 한류 인기를 활용하여 오리지널 콘텐츠 및 오디오 서비스 제작, 정식 음원과 연계한 커버곡, 편곡 콘텐츠 등 다양성을 서비스 경쟁력을 강화중인 음원플랫폼 산업에서는 멜론이 81.8점으로 지난 해에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 고수했다.

멜론은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 보다 우수한 성적을 받았으며, 요소만족도에서는 취향에 맞는 콘텐츠 추천, 서비스 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



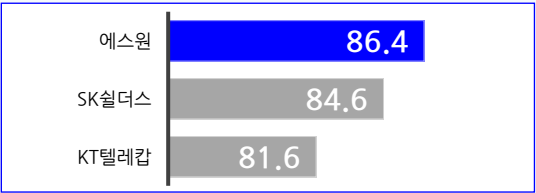
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 보안시스템서비스업, 임대업

• 무인경비

이상 동기 범죄 증가, 무인매장 증가 등으로 인해 더욱 체계적인 물리 보안 시스템의 필요성이 강조되면서, AI 기반 지능형 CCTV의 확산이 전망되는 무인경비 산업에서는 에스원이 86.4점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)를 이어갔다.

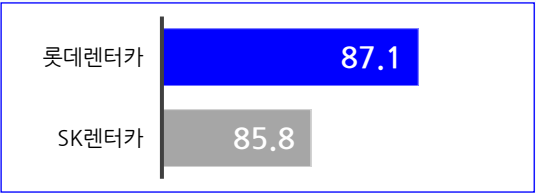
에스원은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 보안장비 안정성 및 디자인, 설치기사 업무능력, 친절한 출동 직원, 어플리케이션 이용 편리성, 서비스 대비 요금, 기업 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 좋은 결과를 보였다.



• 렌터카

자동차 소비 패턴 및 라이프스타일 변화에 민감하게 반응하며 사용자 편의성을 강화한 맞춤형 서비스를 선보이고 있는 렌터카 산업에서는 롯데렌터카가 87.1점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 달성했다.

롯데렌터카는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상담원 및 직원 응대, 차량 예약 편리성, 차량 대여 및 반납 편리성, 차종 다양성, 차량 정비 상태 및 성능, 차량 내/외부 청결도, 부가서비스, 보험/사고처리, 앱 및 홈페이지 이용 편리성, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 만족도로 나타났다.



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



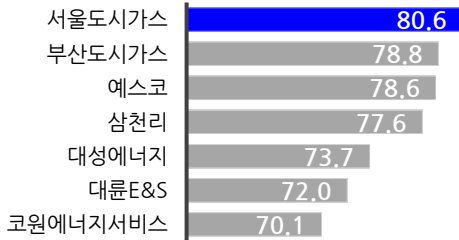
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➤ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스

모바일 앱을 통한 비대면 안전점검, 온라인 환불 및 정산, 마일리지 혜택 등의 서비스 강화로, 가스비 부담을 줄이는 동시에 사용자 편의성은 높이고 있는 도시가스 산업에서는 서울도시가스가 80.6점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 유지했다.

서울도시가스는 전반적 만족도와 요소만족도 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 이용 안전성, 원활한 가스 공급, 콜센터 서비스, 요금 납부 및 앱 이용 편리성, 공급회사 신뢰도 부분에서 고객들로부터 좋은 평가를 받았다.



• 전력

에너지 가격 인상에 따른 소비자 부담 완화를 위해 고효율가전 교체지원, 에너지 캐쉬백 등 소비절약 사업에 투자하고 있는 전력 산업의 고객만족도는 81.7점으로 조사되었다.

전력서비스는 세부 요소항목 중 기업 신뢰도, 원활한 전력 공급, 안전성 등에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

반면, 서비스 수준 대비 요금 적절성, 요금 납부 편리성, 요금 청구 정확성 등에서는 다른 세부 항목에 비해 낮은 만족 수준을 나타냈다.



• 수도

스타트업 기업들과 교류하여 AI 기술을 활용한 수질 예측 및 대응 시스템을 개발함으로써 기후변화에 대응하고, 효율적인 수자원 시스템을 구축하고 있는 수도 산업의 고객만족도는 78.7점으로 조사되었다.

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

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



Appendix :

2023년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

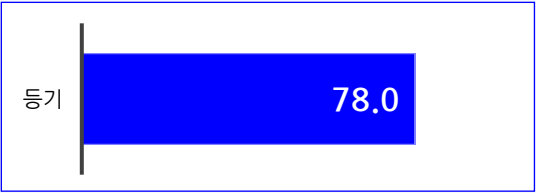
➤ 공공서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기

전세사기 피해 확대로 임차권 등의 등기 신청건수가 급증하고 있으며, 이에 쉽고 저렴한 등기 신청이 가능한 셀프 등기 서비스 사용자가 늘고 있는 등기 산업의 고객만족도는 78.0점으로 조사되었다.

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

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



• 세무

사용자 중심의 지능형 홈택스로 개편하기 위해 세무상담에 챗GPT와 같은 생성형 AI기반의 상담시스템과 빅데이터 분석을 통한 비대면 서비스를 도입하고 있는 세무 산업의 고객만족도는 79.7점으로 조사되었다.

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

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



• 치안

이상 등기 범죄와 더불어 지능화, 첨단화되고 있는 범죄 환경 급변에 대비하기 위해 스마트시티, 지능형 관제 시스템 등의 미래형 과학치안에 중점을 두고 있는 치안 산업의 고객만족도는 74.8점으로 조사되었다.

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

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

