2024년
한국산업의 고객만족도
(KCSI)

조사결과

KMAC

제1부
2024년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 33년 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.
- 33년 동안 시행되오면서 그 동안 IMF 체제, 미국 발 금융대란 등 많은 위기가 닥쳐왔지만 KCSI 지수는 지난 1992년과 비교하여 40.0점(약 95%)이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객가치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거둘 수 있음을 입증해 왔다.

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)

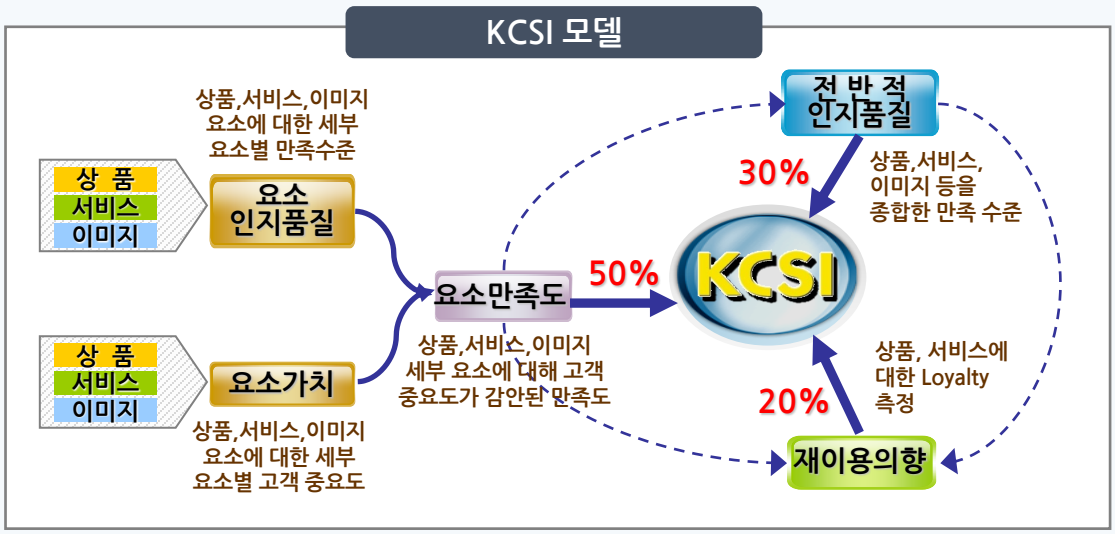
구분	'92년	'93년	'94년	'95년	'96년	'97년	'98년	'99년	'00년	'01년	'02년	'03년	'04년	'05년	'06년	'07년	'08년
제조업	7	7	5	5	7	14	33	32	43	48	53	53	63	58	57	59	57
서비스업	5	1	11	10	8	30	27	42	45	47	47	47	47	45	44	46	49
계	12	8	16	15	15	44	60	74	88	95	100	100	110	103	101	105	106

구분	'09년	'10년	'11년	'12년	'13년	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'22년	'23년	'24년
제조업	54	48	48	51	52	50	51	50	50	52	49	49	49	50	49	50
서비스업	49	51	54	57	59	59	60	60	60	62	66	61	63	68	69	69
계	103	99	102	108	111	109	111	110	110	114	115	110	112	118	118	119

제1부
2024년 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

☞ $\sum_{i=1}^{n} Ci \cdot Wi$ ※ Ci : i번째 세부요소의 TOP 2 비율
Wi : 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)

KCSI 조사 설계

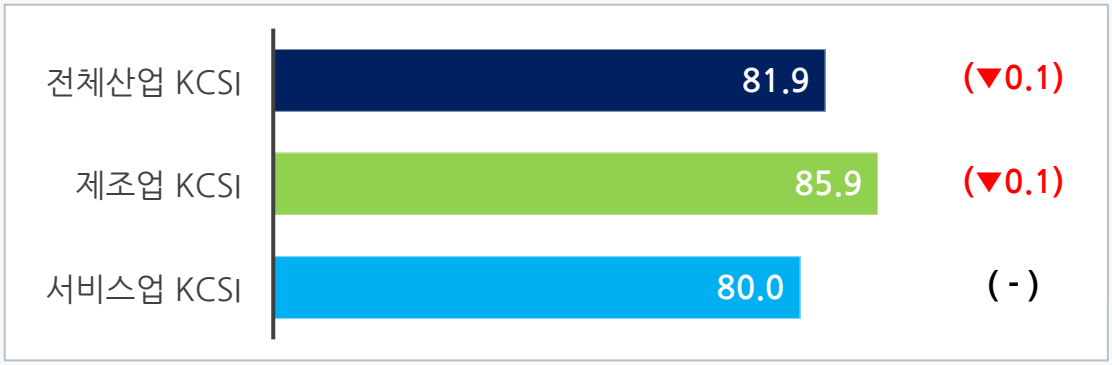
약 4개월 간 12,000여 명의 고객들로부터 만족도 측정

1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
2) 표본크기 : 11,253명
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, 평택) 및 6대 광역시
6) 조사기간 : 2024년 4월 1일 ~ 8월 9일
7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등 총 119개 산업(총 398개 기업)

산업부문	2024년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (22개)	1. 과자 2. 두부 3. 맥주 4. 밀키트 5. 소주 6. 식용유 7. 아이스크림 8. 우유 9. 유산균 발효유 10. 음료 11. 참치캔 12. 홍삼가공식품 13. 궐련형전자담배 14. 담배 15. 세탁세제 16. 아웃도어의류 17. 여성내의 18. 여성용기초화장품 19. 제화 20. 주방세제 21. 치약 22. 화장지
내구재 제조업 (28개)	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(안마가전) 14. 휴대폰(스마트폰) 15. PC 16. TV 17. 가정용 가구 18. 가정용건축자재 19. 경형승용차 20. 보일러 21. 부엌가구 22. 블랙박스 **23. 수입자동차(신규)** 24. 승용차타이어 25. 일반승용차 26. 전기자동차 27. 침대 28. RV 승용차
일반 서비스업 (59개)	1. 간편결제서비스 2. 생명보험 3. 신용카드 4. 은행 5. 인터넷전문은행 6. 자동차보험 7. 장기보험 8. 증권 9. 체크카드 10. OTT서비스 11. TV홈쇼핑 12. T커머스 13. 대형마트 14. 대형서점 15. 대형슈퍼마켓 16. 면세점 17. 배달앱 18. 백화점 19. 부동산플랫폼 20. 숙박앱 21. 스크린골프 22. 영화관 23. 오픈마켓 24. 인터넷서점 25. 인터넷쇼핑몰 26. 저비용커피전문점 27. 전자제품전문점 28. 제과/제빵점 29. 중고거래플랫폼 30. 중고차플랫폼 31. 커피전문점 32. 패션온라인몰(자사몰) 33. 패스트푸드점 34. 편의점 35. 피자전문점 36. 검색포탈사이트 37. 국제전화 **38. 대화형인공지능서비스(신규)** **39. 모빌리티플랫폼(신규)** 40. 알뜰폰 41. 이동전화 42. 인터넷전화 43. 초고속 인터넷 44. IPTV 45. 고속버스 46. 도시가스 47. 렌터카 48. 무인경비 49. 아파트 50. 여행사(해외여행) 51. 워터파크 52. 저비용항공 53. 종합레저시설 54. 종합병원 55. 주유소 **56. 취업정보플랫폼(신규)** 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

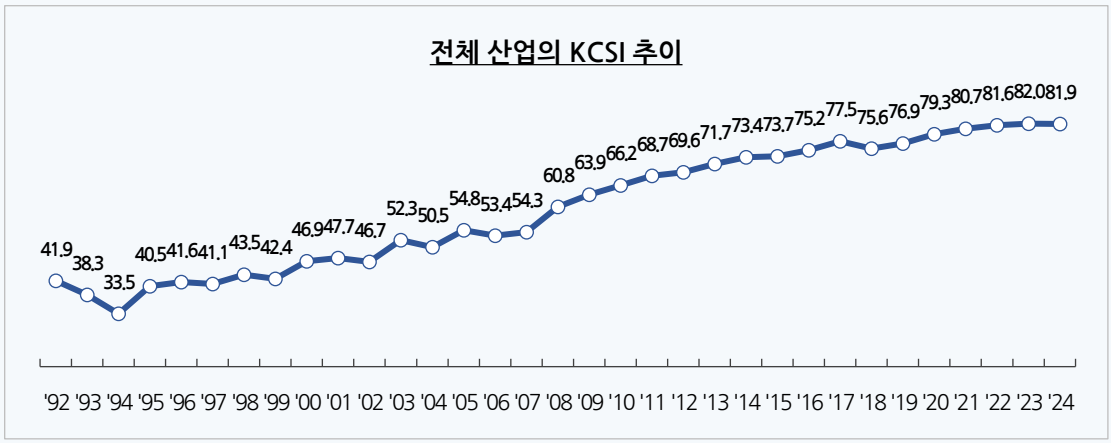
KCSI 전체 특징

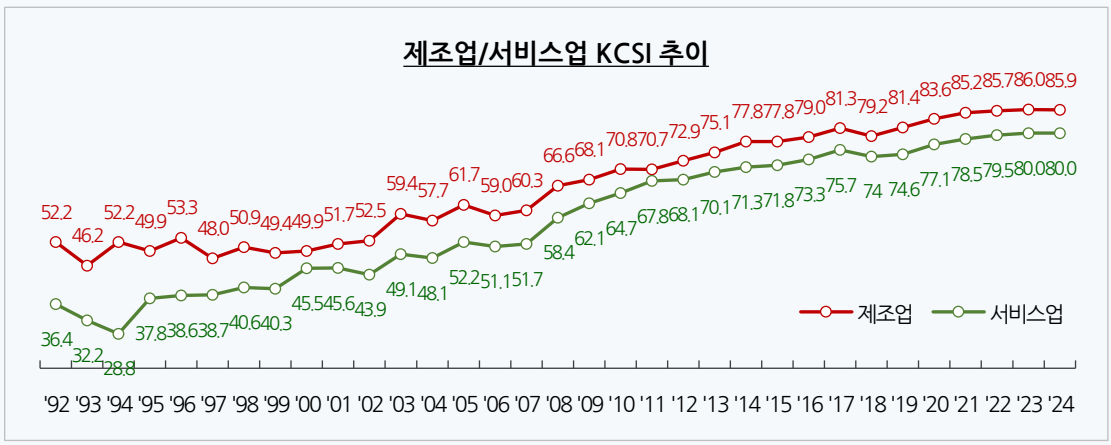
1) 2024년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과



국가 전체 지수	제조업 지수	서비스업 지수
'92 대비 40.0점 상승 (약 95% ▲)	'92 대비 33.7점 상승 (약 65% ▲)	'92 대비 43.6점 상승 (약 120% ▲)

2) 역대 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 추이





KCSI 전체 특징

3) 2024년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도는 전년 대비 0.1점 하락한 81.9점으로 기록…

- 2024년 KCSI 국가지수는 작년보다 0.1점 낮은 81.9점을 기록했다. 최근 코로나 팬데믹(COVID-19)과 인플레이션 등을 겪으며 과거에 보여왔던 성장률에 비해 낮은 수준을 기록한 바는 있으나 지수 하락은 2006년 이후 18년 만에 처음이다. 신규산업을 제외한 전체 조사대상 115개 산업 중 62개 산업(53.9%)이 하락 또는 정체를 보였고, 특히 내구재 제조업에서의 하락비중이 61.5%로 가장 높았다. KCSI 산업지수에서는 제조업(85.9)이 서비스업(80.0, 공공포함)보다 좀 더 높았다.
- 올해 조사결과 특징을 요약해보면, 고금리와 고물가 등으로 소비심리가 위축된 상황에서도 고객 니즈와 시장 트렌드를 읽고 민첩하게 제품 및 서비스를 출시한 산업의 만족도가 크게 향상된 것으로 확인되었다. 또한 고물가의 장기화에 따른 합리적인 소비 추구경향이 뚜렷해지면서 알뜰폰, 저비용커피와 같은 산업의 만족도가 성장했고 반면 가격대가 비교적 높은 내구재의 만족도 하락이 두드러졌다.
- 업종별로 소비재 제조업에서는 음식료품이 만족도 상승을 견인했다. 건강 및 웰빙 관련 트렌드가 강세를 보이면서 여러 계층과 타깃에 맞는 다양한 형태의 제품을 출시한 홍삼이 높은 평가를 받았다. 또한 음료에서는 제로 트렌드에 대한 열풍이 지속되며 완전히 새로운 카테고리로 자리를 잡았다. 내구재 제조업에서는 야외활동 및 개인 취미에 맞춘 자동차 산업의 만족도가 상위권을 차지했다. 또한 개인맞춤형, 편의성 증대, 프리미엄 등 고객경험 향상에 초점을 맞춘 생활가전에서도 평가가 돋보였다. 그 밖에 올해 신규로 조사된 수입자동차 또한 높은 만족도를 기록했다.
- 서비스업에서는 업종별 차이가 뚜렷했다. 유통에서는 생활플랫폼으로 자리잡은 편의점이 가장 높은 만족도를 보인 반면, 대형마트나 대형슈퍼마켓 등의 점수는 70점 대를 기록하며 엇갈린 평가를 받았다. 올해 수요가 급증한 여행·레저 산업의 경우 만족도가 크게 상승하며 두각을 나타냈다. 기술혁신을 바탕으로 디지털 경험 여정에서의 편의성을 높인 금융업종은 대체로 높은 만족도를 보였다. 또한 AI시대를 맞이하여 올해 처음 조사를 시행한 대화형인공지능서비스도 86.0점을 기록하며 높은 기대감을 보였다. 반면 전공의 이탈로 사회적 이슈가 되었던 종합병원과 구독료 및 수수료 인상을 추진했던 플랫폼 관련 산업들은 만족도 하락을 기록한 것으로 조사되었다.
- KCSI는 올해로 시행 33년을 맞이했다. 발표 후 지속적인 개선과 규모 증대를 통해 '00년대 들어서 100여 개 산업으로 발표가 확대되었고, 올해 국가 전체 GDP(국내총생산)의 74%에 해당되는 119개 산업, 398개 기업 발표에 이르렀다. 또한 규모 뿐만 아니라 AI를 비롯해 변화하는 산업 환경과 소비자 트렌드를 분석해 적극 반영하였다. 앞으로도 KCSI는 고객관점에서의 이슈를 계속해서 제시함으로써 국내 산업의 지속가능한 성장을 위한 지원을 아끼지 않을 것이다. 또한 VCSI(베트남 산업 고객만족도) 발표를 시작으로 주요 국가에 KCSI 모델 기반의 진단을 도입하여 글로벌 수준을 진단 및 비교할 예정이며, 이를 기반으로 현지 기업에 대한 경쟁력 확보 지원과 동시에 대한민국 기업의 CX(Customer eXperience) 우수성을 전파하기 위해 적극 노력할 예정이다.

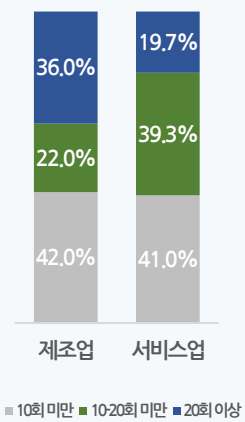
산업별 KCSI 1위 기업의 특징

1) 2024년도 KCSI 다년간 1위 기업

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

- 33년 째를 맞는 2024년 KCSI에서 총 111개 산업별 1위가 선정되었다. 지난 해 처음으로 30회 1위(현대자동차, 일반승용차 산업)를 기록한 산업이 배출된 가운데, 올해에는 서비스업 최초로 삼성물산 에버랜드리조트가 종합레저 산업에서 30회 1위를 기록했다. 20회 이상 1위 기업은 총 30개로 소비재(8개), 내구재(10개) 등 제조업이 총 18개로 나타났으며, 서비스업은 공공서비스를 포함하여 12개 산업으로 조사되었다.
- 산업별 역대 1위 비중을 분석해보면, 20회 이상 장기 1위의 경우 제조업이 36.0%로 서비스업(19.7%)보다 상대적으로 장수기업이 보다 많은 것을 볼 수 있다. 이는 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.
- 가장 많은 횟수 1위를 차지한 기업은 현대자동차(31회, 일반승용차), 에버랜드(30회, 종합레저시설), 라이온코리아(29회, 세탁세제) 등으로 내구재와 서비스, 소비재를 대표하는 기업으로 나타났다. 28회에는 삼성전자(휴대폰), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이, 27회에는 SK텔레콤(이동전화), 삼성전자(PC, TV)가 뒤를 이었다. 26회는 우정사업본부(공공서비스), 아시아나항공(항공), 삼성생명(생명보험), hy(유산균발효유) 등이, 25회에는 신영와코루(여성내의), GS25(편의점), 라이온코리아(주방세제), SK에너지(주유소) 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 선도 기업으로서 위상을 드높였으며, 현대자동차는 2개 산업(일반승용차, TV승용차)에서 20회 이상 1위를 차지하며 우수기업의 면모를 드러냈다.

역대 1위 비중



2024년 1위 기업 역대 1위 현황

NO	산업	1위 기업	비고
1	일반승용차	현대자동차	31회
2	종합레저시설	에버랜드	31회
3	세탁세제	라이온코리아	29회
4	대형서점	교보문고	28회
5	스마트폰	삼성전자	
6	자동차보험	삼성화재	
7	이동전화	SK텔레콤	27회
8	TV	삼성전자	
9	PC	삼성전자	
10	공공서비스	우정사업본부	26회
11	유산균발효유	hy	
12	생명보험	삼성생명	
13	항공	아시아나항공	
14	여성내의	신영와코루	25회
15	편의점	GS25	

NO	산업	1위 기업	비고
1	주방세제	라이온코리아	25회
2	주유소	SK에너지	
3	전기밥솥	쿠쿠전자	24회
4	참치캔	동원F&B	
5	화장지	유한킴벌리	23회
6	종합병원	삼성서울병원	
7	세탁기	삼성전자	22회
8	검색포탈사이트	Naver(네이버)	21회
9	RV승용차	현대자동차	
10	승용차타이어	금호타이어	
11	은행	신한은행	
12	정수기	코웨이	
13	냉장고	삼성전자	20회
14	식용유	사조대림	
15	여성용기초화장품	아모레퍼시픽	

산업별 KCSI 1위 기업의 특징

2) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자 11개 산업 최다 1위… 총 18개 기업이 2개 이상 복수 산업 1위 선정돼

- 2024년 KCSI에서는 총 18개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위에 선정되었다. 삼성전자는 총 11개 산업(에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 무선청소기, 세탁기, TV, PC, 휴대폰(스마트폰), 전자제품전문점, 의류건조기, 간편결제서비스)에서 정상을 차지하며 고객만족도 강자의 면모를 드러냈다.
- 그 뒤를 이어 현대자동차(일반승용차, RV승용차, 경형승용차, 전기자동차)와 삼성물산(종합레저시설, 워터파크, 아파트, 패션온라인몰(자사몰)이 4개 산업에서 1위를 기록했다. 그 밖에도 CJ제일제당과 GS리테일, SK브로드밴드, SK텔링크, 라이온코리아, 롯데GRS, 삼성화재, 우정사업본부, 캐논코리아, 코웨이, 쿠쿠전자, 하이트진로, 한국필립모리스, 한샘, 현대홈쇼핑 등이 복수 산업에서 1위를 차지하는 영예를 안았다.

2024년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 복수산업 1위 기업

번호	기업명	1위 산업	비고
1	삼성전자	에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 무선청소기, 세탁기, TV, PC, 휴대폰(스마트폰), 전자제품전문점, 의류건조기, 간편결제	11개 산업 1위 ('23년: 10개 산업 1위)
2	삼성물산	종합레저시설, 워터파크, 아파트, 패션온라인몰(자사몰)	4개 산업 1위 ('23년: 3개 산업 1위)
3	현대자동차	일반승용차, RV승용차, 경형승용차, 전기자동차	4개 산업 1위 ('23년: 4개 산업 1위)
4	CJ제일제당	두부, 밀키트	2개 산업 1위 ('23년: 없음)
5	GS리테일	편의점, 대형슈퍼마켓	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
6	SK브로드밴드	초고속인터넷, IPTV	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
7	SK텔링크	국제전화, 알뜰폰	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
8	라이온코리아	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
9	롯데GRS	패스트푸드점, 커피전문점	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
10	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
11	우정사업본부	택배/소포, 공공서비스	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
12	캐논코리아	가정용복합기(프린터), 사무용복합기(복사기)	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
13	코웨이	정수기, 침대	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
14	쿠쿠전자	전기레인지, 전기밥솥	2개 산업 1위 ('23년: 1개 산업 1위)
15	하이트진로	소주, 맥주	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
16	한국필립모리스	궐련형 전자담배, 담배	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
17	한샘	부엌가구, 가정용가구	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)
18	현대홈쇼핑	TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰	2개 산업 1위 ('23년: 2개 산업 1위)

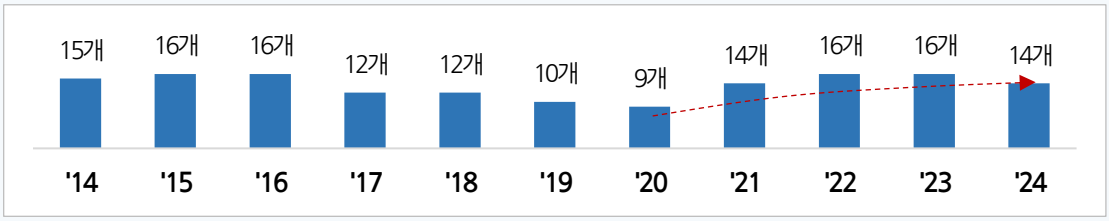
산업별 KCSI 1위 기업의 특징

3) 전년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

팬데믹 이후 경쟁 더욱 치열해… 제주항공, 쿠쿠전자는 최초 1위 선정 영예

- 올해 KCSI에서는 총 14개 산업에서 1위 기업 변동을 보였으며, 업종별로는 제조업 6개(소비재 5개, 내구재 1개), 서비스업 8개로 나타났다.
- 소비재에서는 CJ제일제당이 두부, 밀키트 등 복수 산업에서 1위에 올랐다. 또한 과자(오리온), 아이스크림(빙그레), 매일유업(우유)에서 1위 변동을 보였고, 내구재에서는 쿠쿠전자(전기레인지)가 해당 산업에서 처음으로 선두에 올랐다.
- 서비스업에서는 삼성월렛(간편결제서비스), 제주항공(저비용항공) 등이 해당 산업 조사에서 첫 1위 선정의 영예를 안았으며 그 밖에도 OTT서비스(티빙), T커머스(신세계라이브쇼핑), 숙박앱(여기어때), 저비용커피전문점(메가MGC커피), 패션온라인몰(SSF SHOP), 고속버스(중앙고속) 등이 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 앤데믹 이후에도 이러한 추이는 지속되고 있는 것으로 분석되었다.

최근 1위 변동 기업수 및 2024년 KCSI 1위 변동 기업



No	산업군	산업명	2024년 KCSI 1위 기업	2023년 KCSI 1위 기업
1	소비재(5개)	과자	**오리온**	롯데웰푸드
2		두부	**CJ제일제당**	풀무원식품
3		밀키트	**CJ제일제당**	프레시지
4		아이스크림	**빙그레**	롯데웰푸드
5		우유	**매일유업**	서울우유
6	내구재(1개)	전기레인지	**쿠쿠전자**	LG전자
7	서비스(9개)	간편결제서비스	**삼성월렛**	네이버페이
8		OTT서비스	**티빙**	넷플릭스
9		T커머스	**신세계라이브쇼핑**	KT알파 쇼핑
10		숙박앱	**여기어때**	야놀자
11		저비용커피전문점	**메가MGC커피**	컴포즈커피
12		패션온라인몰(자사몰)	**SSF SHOP**	KOLONMALL
13		고속버스	**중앙고속**	금호고속
14		저비용항공	**제주항공**	에어부산

KCSI 향상을 위한 제언

저성장시대… 성과 관점에서 고객경험을 관리하라

- 고물가, 고금리 추세가 장기화 조짐을 보임에 따라 소비심리 역시 위축되면서 저성장시대에 접어드는 모양새다. 기업은 소비자의 지갑을 열기 위한 각고의 노력을 기울이고 있으며, 특히 시장에서의 치열한 경쟁은 보다 많은 비용과 노력들이 수반되고 있는 상황이다. 그러한 의미에서 고객 로열티(Customer Loyalty)의 개념은 기업의 고민과 노력에 대한 효율적이고 효과적인 해결책으로서 큰 시사점을 제공한다.

- 고객 로열티는 다른 기업의 제품이나 서비스를 구입하도록 하는 잠재적인 상황 요인, 혹은 다른 기업의 적극적인 활동에도 불구하고 자사의 제품이나 서비스를 일관되게 재구매하고 반복적으로 구매하고자 하는 고객의 몰입 정도를 말한다. 더 나아가 이러한 충성 고객은 주위 사람들에게 그 기업을 적극적으로 추천함으로서, 장기간에 걸쳐 수익과 매출증가 확보 및 신규고객 창출에도 상당한 역할을 한다고 알려져 있다.

- 이러한 고객 로열티는 고객경험 강화를 통해 향상시킬 수 있으며, 특히 최근 들어 그 관련성이 더욱 높아지는 추이를 보이고 있다. KMAC 분석에 따르면 KCSI 조사에서 고객경험을 평가하는 요소만족도와 고객 로열티 측정 지표인 재구입의향 간의 상관관계가 지속적으로 상승하는 경향을 보였다. 반면, 고객경험의 중요성이 강조되고 있음에도 전체 산업의 요소만족도 하락과 재구입의향의 정체는 주목할 만 하다.

- 그렇다면 성과를 높이기 위해 어떤 관점에서의 고객경험요소를 관리해야 할까? KMAC에서 보유한 KCSI와 KNPS*의 데이터를 활용한 빅데이터 분석을 통해 최근 변화하는 고객 트렌드와 산업별 특징, 시장성과에 대한 시사점 등을 파악할 수 있다. 고객만족이 중요한 화두로 다루어지기 시작한 초창기에 고객의 중요도는 고객이 인지하는 핵심속성을 중심으로 집중하는 패턴을 보였다. 하지만 최근에는 '이용편리성' 관련 속성의 중요도가 꾸준히 높아지고 있으며, 특히 KNPS에서 추천의향이 높은 고객집단의 경우 이러한 중요도의 변화가 더욱 두드러지는 것으로 나타났다. 이는 코로나19 이후 상품 및 서비스를 전달하는 방식이 비대면으로 급변하면서 다양한 기술적 혁신과 변화가 도입되고 있는 '언택트(Untact)'와 무관하지 않다. 해당 결과는 기업의 충성고객 집단이 본원적 속성 이외 다른 부가적인 서비스 중에서 더욱 차별화된 무엇인가를 기대할 가능성을 시사하고 있다.

- 한편으로는 본원 및 기능적인 가치 이외에 제품, 서비스, 직원, 커뮤니케이션 등을 보고 느낀 감성적인 가치 전달에도 집중할 필요가 있다. 재구입의향은 인지적 요인보다는 행동적 요소가 강하게 작용하기 때문에 고객경험 관점에서 구매 과정 범위 전반에 대해 살펴보고 실제 어떤 단계에서 개선을 통해 고객감동(Wow Point)을 전달할 수 있는지 탐색해야 한다. 아울러 고객이 제품이나 서비스를 이용한 후 평가하는 단계에서 실제로 만족하고 있는지를 조사하고 이를 반영하는 것 또한 중요하다.

* KNPS(Korean Net Promoter Score) : 2007년부터 매년 KMAC에서 발표하는 국내 유일 고객추천지수

KCSI 향상을 위한 제언

고객의 소리(VOC), 불만관리 넘어 고객행동까지 예측해야

- '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 발생되는 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 진화였다. 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.

KCSI 향상을 위한 제언

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 조사(2023)에 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 최소할 필요가 있다. 무엇보다 고객관점에서의 시각을 지속적으로 견지하고 자사의 플랫폼에서 고객들이 Lock-in 될 수 있는 요인들을 적극적으로 발굴하는 노력이 요구된다.

산업별 KCSI 주요 특징

1) 소비재 제조업의 고객만족도 특징

홍삼, 발효유 만족도 높아… 건강·위생 관련 산업에서 성장세

- 소비재 제조업에서는 홍삼가공식품, 유산균발효유, 음료, 화장지 등 건강 및 위생 관련 산업에서 높은 수준의 만족도를 보인 것으로 조사결과 나타났다.
- 홍삼가공식품은 87.6점으로 소비재에서 가장 높은 평가를 받았다. 기존 주요 소비층인 중장년층 뿐만 아니라 2030세대를 대상으로 타깃을 확대하고 다양한 마케팅 활동과 신제품을 출시하며 인기를 끌고 있다. 유산균발효유(86.9)와 음료(86.9)가 그 뒤를 이었다. 특히 음료에서는 제로 열풍이 지속되며 새로운 카테고리로 자리를 잡았다. 상위권을 차지한 산업들은 지난 코로나 팬데믹 이후 건강에 대한 관심이 높아지면서 이에 대한 수요에 적극적으로 대응했던 것이 주효한 것으로 풀이된다.
- 한편 소주(▼1.7), 맥주(▼1.4) 등은 전년 대비 하락을 기록했으며 이는 최근 위스키나 수입주류, 무알콜 등으로 소비자의 기호가 다변화되고 있음에 따라 대중적인 주류의 만족도에도 영향을 미친 것으로 판단된다.

소비재(제조업) 산업별 KCSI

※ 괄호 안은 전년 대비 Gap

산업별 KCSI 주요 특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

자동차·생활가전 고객만족도 최상위… 가구·인테리어 회복 보여

- 내구재 제조업에서는 자동차 및 생활가전 제품들이 고객만족도 상위를 차지했다.
- 넓은 공간의 장점과 함께 차박, 캠핑 등 야외활동의 증가로 인해 큰 인기를 끌고 있는 RV승용차가 92.2점으로 가장 높은 만족도를 보였다. 다음으로 올해 처음으로 발표한 수입자동차가 91.6점으로 역시 상위권에 이름을 올렸다. 냉장고(90.7), 의류건조기(90.6), TV(90.5), 에어컨(90.3) 등 생활가전도 90점 이상의 높은 만족도를 보이며 고객으로부터 우수한 평가를 받았다. 개인맞춤형 강화에 따른 고객경험 제공과 프리미엄에 초점을 맞춘 제품이 많은 인기를 끌었던 것으로 풀이된다.
- 그 밖에도 코로나 팬데믹 이후 다소 침체되었던 가구·인테리어 관련 산업(가정용가구 ▲1.4, 가정용건축자재 ▲1.3, 침대 ▲1.1)의 만족도는 작년 대비 상승을 기록했다. 반면 올해 내구재는 61.5%(16개)에 해당하는 산업의 만족도가 전년 대비 하락을 기록했으며 특히 가격에 대한 만족도 하락이 두드러진 것으로 조사결과 분석되었다.

내구재(제조업) 산업별 KCSI

※ 괄호 안은 전년 대비 Gap

RV승용차	92.2	(▽0.8)	가정용건축자재	87.3	(▲1.3)
수입자동차*	91.6	신규발표	전기자동차	87.0	(▽0.5)
냉장고	90.7	(▽2.1)	승용차타이어	86.7	(▲0.7)
의류건조기	90.6	(▲0.2)	정수기	86.6	(▽0.6)
TV	90.5	(▲0.1)	전기레인지	85.6	(▽1.9)
에어컨	90.3	(▽0.7)	보일러	85.3	(▽1.0)
일반승용차	89.5	(▽1.6)	부엌가구	84.4	(▽1.0)
휴대폰(스마트폰)	89.3	(±0.0)	경형승용차	83.3	(▽2.3)
식기세척기	89.1	(▲0.8)	헬스케어(안마가전)	83.1	(▽2.5)
세탁기	89.0	(▽1.2)	가정용복합기(프린터)	83.0	(▽0.1)
무선청소기	88.6	(▲0.5)	블랙박스	83.0	(▽1.8)
PC	87.9	(▽1.6)	침대	82.2	(▲1.1)
김치냉장고	87.8	(▲1.9)	전기밥솥	82.0	(▽2.0)
가정용가구	87.7	(▲1.4)	사무용복합기(복사기)	81.8	(▽0.5)

산업별 KCSI 주요 특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

최근 수요 급증한 여행·레저 업종 강세… 플랫폼 관련 산업은 주춤

- 서비스업은 유통에서 편의점과 인터넷서점, 금융에서는 자동차보험과 체크카드, 여행·레저에서는 렌터카, 콘도미니엄, 종합레저시설 등이 만족도 상위를 차지했다. 생활플랫폼으로 자리잡은 편의점이 88.0점으로 가장 높은 만족도를 기록했다. 디지털과 기술혁신을 바탕으로 편의성을 높이고 있는 자동차보험(87.9) 역시 높은 평가를 받았다.
- 한편 올해 서비스업은 여행·레저 산업의 만족도 상승이 두각을 보였다. 항공(▲3.1), 저비용항공(▲2.3), 여행사(해외여행)(▲1.8) 등의 성장폭이 크게 나타났다. 또한 AI시대를 맞이하여 올해 처음 조사를 시행한 인공지능서비스도 86.0점을 기록하며 높은 기대감을 보였다. 반면 전공의 이탈로 사회적 이슈가 되었던 종합병원(▼3.0)은 큰 하락을 기록했으며, 올해 구독료 및 수수료 인상을 추진했던 OTT서비스(▼2.9)와 배달앱(▼2.7) 등도 전년 대비 만족도 하락을 보였다.

서비스업 산업별 KCSI

※ 괄호 안은 전년 대비 Gap

편의점	88.0	(▲0.4)	여행사(해외여행)	82.8	(▲1.8)
자동차보험	87.9	(▲0.4)	택배/소포	82.6	(▲0.2)
렌터카	87.2	(▲0.7)	IPTV	82.3	(▽1.6)
체크카드	86.6	(▽1.5)	커피전문점	82.1	(▽0.2)
콘도미니엄	86.6	(▲0.9)	인터넷전문은행	81.9	(▽1.4)
인터넷서점	86.3	(▽0.4)	저비용항공	81.8	(▲2.3)
종합레저시설	86.3	(▲0.5)	전자제품전문점	81.7	(▽1.4)
장기보험	86.2	(▽0.1)	검색포탈사이트	81.7	(▲3.1)
간편결제서비스	86.0	(▽1.7)	고속버스	81.6	(▽0.6)
대화형인공지능서비스	86.0	신규발표	취업정보플랫폼	81.6	신규발표
생명보험	85.5	(▲1.1)	오픈마켓	81.5	(▽0.9)
은행	85.5	(▽0.3)	숙박앱	81.4	(▲0.6)
백화점	85.4	(▲0.7)	주유소	81.4	(▲1.0)
무인경비	85.4	(▲0.6)	부동산플랫폼	81.3	(▽1.7)
T커머스	85.3	(▽2.0)	저비용커피전문점	81.3	(▲1.3)
면세점	85.1	(▽1.1)	인터넷쇼핑몰	81.1	(▽0.8)
스크린골프	85.0	(▽2.8)	아파트	81.1	(▽1.4)
워터파크	85.0	(▲1.0)	제과·제빵점	80.7	(▽0.8)
초고속인터넷	84.9	(▽1.4)	인터넷전화	80.4	(▽1.9)
이동전화	84.7	(▽0.4)	영화관	80.2	(▽2.0)
TV홈쇼핑	84.4	(▽1.8)	종합병원	80.2	(▽3.0)
중고거래플랫폼	84.4	(▲0.7)	항공	80.2	(▲3.1)
모빌리티플랫폼	84.2	신규발표	피자전문점	79.9	(▽1.6)
OTT서비스	84.0	(▽2.9)	패션온라인몰	79.3	(▽1.2)
알뜰폰	83.6	(▲1.1)	배달앱	78.4	(▽2.7)
대형서점	83.3	(▽1.1)	도시가스	76.6	(▽0.3)
국제전화	83.2	(▲1.2)	대형슈퍼마켓	76.3	(▲1.6)
신용카드	83.0	(▽0.9)	대형마트	74.5	(▽0.5)
증권	82.9	(▲1.2)	패스트푸드점	73.5	(▽0.3)
중고차플랫폼	82.9	(▲2.0)			

산업별 KCSI 주요 특징

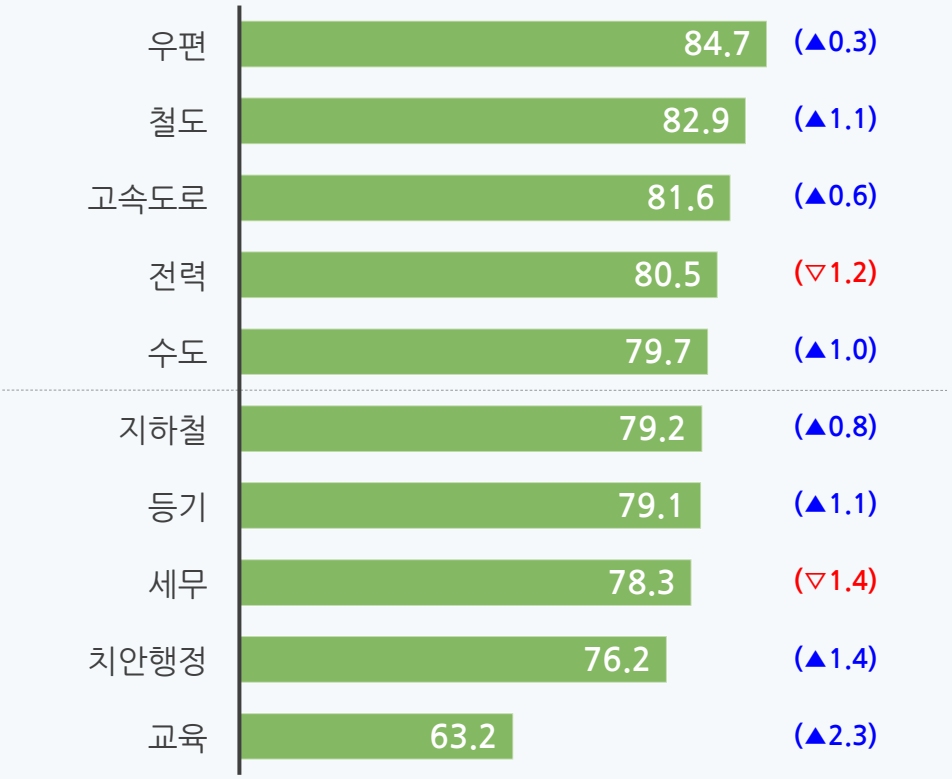
4) 공공서비스업의 고객만족도 특징

우편, 철도, 고속도로 등이 가장 높은 만족 보여… 교육은 향상 필요

- 공공서비스는 우편이 ▲0.3점 상승한 84.7점을 기록하며 가장 높은 만족도를 보였다. 공공서비스업을 발표한 이래 26년 연속으로 가장 우수한 평가를 받고 있다.
- 코로나19 이후 여행수요가 회복됨에 따라 이용자가 증가하고 있는 철도가 그 뒤를 이어 ▲1.1점 상승한 82.9점으로 조사되었다. 고속도로는 작년보다 소폭 상승한 81.6점으로 3위 자리를 차지했으며, 전력(80.5) 역시 80점 이상으로 우수한 평가를 받았다.
- 교육은 전년 대비 ▲2.3점 상승을 기록했으나 아직 공공서비스 내에서도 가장 낮은 수준을 보여 만족도 향상을 위한 꾸준한 노력이 요구되는 것으로 조사결과 나타났다.

공공서비스업 산업별 KCSI

※ 괄호 안은 전년 대비 Gap



산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	과자	**오리온**	오리온(85.1), 롯데웰푸드(84.1), 해태제과식품(82.7), 크라운제과(80.7)	'23 1위 : 롯데웰푸드	10회
2	두부	**CJ제일제당**	CJ제일제당(82.4), 풀무원(81.5), 대상(78.1)	'23 1위 : 풀무원식품	1회
3	맥주	**하이트진로**	하이트진로(86.6), OB맥주(카스포함)(85.2), 롯데칠성음료(81.2)	3년 연속	16회
4	밀키트	**CJ제일제당(쿡킷)**	CJ제일제당(쿡킷)(82.8), 프레시지(81.4), 마이셰프(79.7), hy(잇츠온)(79.6)	'23 1위 : 프레시지	1회
5	소주	**하이트진로 (참이슬)**	하이트진로(참이슬)(86.6), 롯데칠성음료(처음처럼)(84.9), 금복주(83.0), 무학(80.8)	2년 연속	9회
6	식용유	**사조대림(해표)**	사조대림(해표)(82.9), CJ제일제당(백설)(80.9)	12년 연속	20회
7	아이스크림	**빙그레**	빙그레(87.2), 롯데웰푸드(86.3), 해태아이스크림(83.7)	'23 1위 : 롯데웰푸드	18회
8	우유	**매일유업**	매일유업(84.1), 서울우유(83.2), 남양유업(77.2)	'23 1위 : 서울우유	1회
9	유산균발효유	**hy**	hy(88.1), 매일유업(87.7), 남양유업(83.3)	23년 연속	26회
10	음료	**롯데칠성음료**	롯데칠성음료(87.8), 한국코카콜라(86.6), 동아오츠카(86.5)	2년 연속	16회
11	참치캔	**동원F&B(동원참치)**	동원F&B(동원참치)(87.4), 오뚜기(오뚜기참치)(83.0), 사조산업(사조참치)(80.3)	21년 연속	24회
12	홍삼가공식품	**한국인삼공사 (정관장)**	한국인삼공사(정관장)(89.7), 농협홍삼(한삼인)(86.0), 지씨바이오(참다한홍삼)(85.4)	12년 연속	12회
13	궐련형전자담배	**한국필립모리스 (아이코스)**	한국필립모리스(아이코스)(85.6), KT&G(릴)(84.2) BAT로스만스(글로)(79.6)	4년 연속	4회
14	담배	**한국필립모리스 (말보로)**	한국필립모리스(말보로)(75.5), KT&G(74.4), BAT로스만스(던힐)(71.5)	17년 연속	18회
15	세탁세제	**라이온코리아**	라이온코리아(84.7), 헨켈(83.3), LG생활건강(82.9), 애경산업(82.9)	28년 연속	29회

산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비재 제조업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	아웃도어의류	**디스커버리 익스페디션**	디스커버리 익스페디션(89.0), 노스페이스(88.3), 블랙야크(84.7), 코오롱스포츠(84.4), K2(84.3), 네파(82.9)	2년 연속	2회
17	여성내의	**신영와코루 (비너스)**	신영와코루(비너스)(84.7), 비비안(82.9)	25년 연속	25회
18	여성용 기초화장품	**아모레퍼시픽**	아모레퍼시픽(83.7), LG생활건강(82.7)	4년 연속	20회
19	제화	**탠디**	탠디(79.3), 금강제화(78.5), 에스콰이아(76.5), 소다(73.5)	3년 연속	3회
20	주방세제	**라이온코리아**	라이온코리아(85.9), 애경산업(84.5), LG생활건강(82.3)	19년 연속	25회
21	치약	**애경산업**	애경산업(82.9), 아모레퍼시픽(80.7), LG생활건강(80.6)	3년 연속	14회
22	화장지	**유한킴벌리**	유한킴벌리(88.0), 깨끗한나라(87.0), 모나리자(84.1)	19년 연속	23회

산업별 KCSI 1위 기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	PC	**삼성전자**	삼성전자(89.8), LG전자(88.0), 한국HP(85.6)	23년 연속	27회
2	TV	**삼성전자**	삼성전자(91.2), LG전자(90.0)	27년 연속	27회
3	가정용복합기(프린터)	**캐논코리아**	캐논코리아(86.2), 한국엡손(82.3), 한국HP(79.9)	8년 연속	8회
4	김치냉장고	**삼성전자**	삼성전자(90.0), LG전자(88.9), 위니아(82.7)	14년 연속	14회
5	냉장고	**삼성전자**	삼성전자(91.3), LG전자(90.1)	15년 연속	20회
6	무선청소기	**삼성전자**	삼성전자(89.5), LG전자(88.9), 다이슨(87.3)	4년 연속	4회
7	사무용복합기(복사기)	**캐논코리아**	캐논코리아(83.8), 한국후지필름비즈니스이노베이션(82.0), 신도리코(78.9)	3년 연속	3회
8	세탁기	**삼성전자**	삼성전자(89.4), LG전자(88.6)	15년 연속	22회
9	식기세척기	**LG전자**	LG전자(89.9), 삼성전자(89.3), SK매직(88.1)	3년 연속	3회
10	에어컨	**삼성전자**	삼성전자(92.4), LG전자(91.4), 오텍캐리어(88.7), 위니아(87.6)	12년 연속	13회
11	의류건조기	**삼성전자**	삼성전자(91.7), LG전자(89.4)	3년 연속	3회
12	전기레인지	**쿠쿠전자**	쿠쿠전자(86.7), LG전자(86.4), SK매직(85.4), 쿠첸(83.7)	'23 1위 : LG전자	1회
13	전기밥솥	**쿠쿠전자**	쿠쿠전자(82.9), 쿠첸(80.9)	24년 연속	24회
14	정수기	**코웨이**	코웨이(88.1), LG전자(86.7), SK매직(84.8), 청호나이스(84.5), 쿠쿠전자(84.5)	8년 연속	21회
15	헬스케어(안마가전)	**바디프랜드**	바디프랜드(84.5), 세라젬(83.4), 코지마(82.0), 휴테크(81.5)	5년 연속	5회

산업별 KCSI 1위 기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	휴대폰 (스마트폰)	**삼성전자**	삼성전자(89.5), 애플(아이폰)(88.8)	27년 연속	28회
17	RV승용차	**현대자동차**	현대자동차(93.6), 기아(91.7), KG모빌리티(90.4)	21년 연속	21회
18	가정용가구	**한샘**	한샘(89.2), 현대리바트(88.2), 신세계까사(87.2), 에몬스가구(84.9)	9년 연속	9회
19	가정용건축자재	**LX하우시스**	LX하우시스(88.4), KCC(87.1), 현대L&C(84.9)	4년 연속	5회
20	경형승용차	**현대자동차**	현대자동차(83.7), 기아(83.0)	2년 연속	2회
21	보일러	**경동나비엔**	경동나비엔(86.9), 린나이코리아(86.2), 귀뚜라미(82.7)	11년 연속	12회
22	부엌가구	**한샘**	한샘(85.5), 현대리바트(85.2), 에넥스(82.2)	8년 연속	16회
23	블랙박스	**팅크웨어 (아이나비)**	팅크웨어(아이나비)(84.9), 파인디지털(파인뷰)(83.0), 아이트로닉스(아이패스블랙)(80.2)	9년 연속	9회
24	승용차타이어	**금호타이어**	금호타이어(88.0), 한국타이어(86.4), 넥센타이어(84.9)	20년 연속	21회
25	일반승용차	**현대자동차**	현대자동차(92.5), 기아(90.8), 한국지엠(86.8), 르노코리아자동차(84.6)	31년 연속	31회
26	전기자동차	**현대자동차**	현대자동차(89.4), 테슬라(86.6), 기아(85.1)	2년 연속	2회
27	침대	**코웨이**	코웨이(83.9), 시몬스(83.1), 에이스침대(79.6)	4년 연속	4회

산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	간편결제서비스	**삼성월렛 (구 삼성페이)**	삼성월렛(구 삼성페이)(87.2), 네이버페이(86.5), 카카오페이(86.2), 페이코(83.7)	'23 1위 : 네이버페이	1회
2	생명보험	**삼성생명**	삼성생명(86.7), 한화생명(86.0), 교보생명(83.5)	20년 연속	26회
3	신용카드	**신한카드**	신한카드(86.6), 삼성카드(85.9), KB국민카드(84.7), 현대카드(83.0), NH농협카드(80.6), 우리카드(80.6), 롯데카드(78.0), BC카드(76.8)	14년 연속	14회
4	은행	**신한은행**	신한은행(88.7), KB국민은행(87.6), 하나은행(85.9), IBK기업은행(83.8), NH농협은행(83.2), 우리은행(81.5)	11년 연속	21회
5	인터넷전문은행	**카카오뱅크**	카카오뱅크(83.3), 토스뱅크(81.4), K뱅크(81.1)	4년 연속	4회
6	자동차보험	**삼성화재**	삼성화재(90.0), KB손해보험(88.2), 현대해상(87.2), DB손해보험(86.8), 메리츠화재(86.0)	27년 연속	28회
7	장기보험	**삼성화재**	삼성화재(88.1), 현대해상(87.0), KB손해보험(86.3), DB손해보험(85.8), 메리츠화재(82.7)	14년 연속	14회
8	증권	**삼성증권**	삼성증권(85.1), 미래에셋증권(83.9), 한국투자증권(83.2), KB증권(81.8), NH투자증권(81.6), 신한투자증권(80.5)	5년 연속	19회
9	체크카드	**KB국민카드**	KB국민카드(89.2), 신한카드(87.3), NH농협카드(84.9), 우리카드(84.9), BC카드(84.3)	10년 연속	13회
10	OTT서비스	**티빙**	티빙(85.7), 넷플릭스(85.2), 쿠팡플레이(84.3), 웨이브(83.2), 왓챠(82.5), 디즈니플러스(80.6)	'23 1위 : 넷플릭스(NETFLIX)	2회
11	TV홈쇼핑	**현대홈쇼핑**	현대홈쇼핑(87.1), GS SHOP(85.8), 롯데홈쇼핑(84.7), CJ온스타일(84.2), NS홈쇼핑(82.3), 홈앤쇼핑(80.9)	2년 연속	13회
12	T커머스	**신세계라이브쇼핑**	신세계라이브쇼핑(86.0), SK스토아(85.2), KT알파쇼핑(84.8)	'23 1위 : KT알파쇼핑	1회
13	대형마트	**롯데마트**	롯데마트(75.6), 이마트(74.3), 홈플러스(73.5)	8년 연속	12회
14	대형서점	**교보문고**	교보문고(85.0), 영풍문고(80.9)	28년 연속	28회
15	대형슈퍼마켓	**GS THE FRESH**	GS THE FRESH(77.8), 홈플러스 익스프레스(76.9), 롯데슈퍼(76.3), 이마트 에브리데이(74.4)	2년 연속	11회

산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	면세점	**신라면세점**	신라면세점(86.9), 롯데면세점(84.5), 신세계면세점(82.9)	10년 연속	10회
17	배달앱	**쿠팡이츠**	쿠팡이츠(80.7), 배달의민족(78.4), 요기요(75.9)	2년 연속	3회
18	백화점	**현대백화점**	현대백화점(87.0), 신세계백화점(85.3), 롯데백화점(84.2)	7년 연속	16회
19	부동산플랫폼	**KB부동산**	KB부동산(84.1), 네이버페이 부동산(82.5), 직방(80.4), 다방(79.2)	3년 연속	3회
20	숙박앱	**여기어때**	여기어때(81.8), 야놀자(81.0)	'23 1위 : 야놀자	2회
21	스크린골프	**골프존**	골프존(86.1), 카카오VX(84.7), SG골프(83.6)	6년 연속	6회
22	영화관	**롯데시네마**	롯데시네마(81.9), CJ CGV(81.0), 메가박스(77.5)	12년 연속	17회
23	오픈마켓	**11번가**	11번가(82.9), 옥션(81.3), G마켓(80.2)	16년 연속	16회
24	인터넷서점	**YES24**	YES24(87.7), 교보문고(인터넷교보문고)(86.3), 알라딘커뮤니케이션(알라딘)(86.3), 인터파크커머스(인터파크도서)(82.8)	16년 연속	16회
25	인터넷쇼핑몰	**현대홈쇼핑(Hmall)**	현대홈쇼핑(Hmall)(84.1), GS리테일(GS SHOP)(82.5), CJ E&M(CJ온스타일)(80.8), SSG닷컴(80.2), 롯데ON(78.5)	5년 연속	6회
26	저비용 커피전문점	**메가MGC커피**	메가MGC커피(82.9), 컴포즈커피(82.2), 더벤티(80.5), 빽다방(78.7)	'23 1위 : 컴포즈커피	1회
27	전자제품전문점	**삼성스토어**	삼성스토어(84.4), LG전자 베스트샵(82.6), 롯데하이마트(80.8), 전자랜드(78.2)	14년 연속	14회
28	제과·제빵점	**파리크라상 (파리바게뜨)**	파리크라상(파리바게뜨)(81.4), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(79.5)	14년 연속	16회
29	중고거래플랫폼	**당근마켓**	당근마켓(86.2), 중고나라(83.7), 번개장터(82.2)	3년 연속	3회
30	중고차플랫폼	**KB차차차**	KB차차차(84.6), 케이카(84.0), 엔카(81.7), 보배드림(80.8)	3년 연속	3회

산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
31	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(84.8), 투썸플레이스(83.8), 할리스(82.4), 스타벅스(82.2), 이디야(79.9), 커피빈(78.5)	15년 연속	15회
32	패션온라인몰(자사몰)	SSF SHOP	SSF SHOP(82.7), KOLON MALL(81.8), 더한섬닷컴(79.2), LFmall(77.3), S.I.VILLAGE(76.8)	'23 1위 : KOLONMALL	2회
33	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(75.9), 버거킹(75.3), 맥도날드(73.8), 맘스터치(71.9), KFC(69.2)	12년 연속	12회
34	편의점	GS25	GS25(89.2), CU(88.5), 이마트24(87.4), 세븐일레븐(86.6)	22년 연속	25회
35	피자전문점	도미노피자	도미노피자(84.4), 피자헛(79.6), 미스터피자(73.4)	10년 연속	10회
36	IPTV	SK브로드밴드	SK브로드밴드(83.1), KT(82.0), LG유플러스(81.8)	4년 연속	8회
37	검색포탈사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(83.0), 카카오(다음)(79.7)	21년 연속	21회
38	국제전화	SK텔링크(00700)	SK텔링크(00700)(85.2), KT(001)(83.6), LG유플러스(002)(79.3)	10년 연속	11회
39	대화형인공지능 서비스	OpenAI (ChatGPT)	OpenAI(ChatGPT)(88.0), 구글딥마인드(Gemini)(86.0), 네이버(Clova X)(84.4)	신규 발표	1회
40	모빌리티플랫폼	티맵모빌리티 (TMAP)	티맵모빌리티(TMAP)(85.1), 카카오모빌리티(카카오T)(83.0)	신규 발표	1회
41	알뜰폰	SK세븐모바일	SK세븐모바일(85.5), KT M모바일(83.9), U+유모바일(82.6), 헬로모바일(81.3)	2년 연속	2회
42	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(86.9), KT(83.6), LG유플러스(82.4)	27년 연속	27회
43	인터넷전화	KT	KT(81.8), SK브로드밴드(80.1), LG유플러스(79.3)	15년 연속	15회
44	초고속인터넷	SK브로드밴드	SK브로드밴드(86.0), KT(85.0), LG유플러스(82.9)	4년 연속	9회
45	고속버스	중앙고속	중앙고속(83.2), 금호고속(82.0), 천일고속(81.8), 동양고속(79.6)	'23 1위 : 금호고속	3회

산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
46	도시가스	**서울도시가스**	서울도시가스(80.6), 부산도시가스(79.0), 예스코(78.0), 삼천리(75.5), 대성에너지(75.0), 대륜E&S(71.3), 코원에너지서비스(69.2)	6년 연속	7회
47	렌터카	**롯데렌터카**	롯데렌터카(87.8), SK렌터카(85.9)	9년 연속	9회
48	무인경비	**에스원**	에스원(86.8), SK쉴더스(85.5), KT텔레캅(83.3)	10년 연속	10회
49	아파트	**삼성물산 건설부문**	삼성물산 건설부문(86.2), 포스코이앤씨(84.3), 롯데건설(82.2), DL이앤씨(80.2), 현대건설(79.3), GS건설(79.0), 대우건설(77.3)	3년 연속	3회
50	여행사 (해외여행)	**하나투어**	하나투어(84.5), 노랑풍선(82.3), 롯데관광개발(81.9), 모두투어네트워크(81.0)	13년 연속	13회
51	워터파크	**캐리비안베이**	캐리비안베이(86.6), 오션월드(82.7)	13년 연속	13회
52	저비용항공	**제주항공**	제주항공(83.3), 에어부산(82.4), 진에어(81.4), 티웨이항공(79.3)	'23 1위 : 에어부산	1회
53	종합레저시설	**에버랜드**	에버랜드(88.9), 롯데월드(84.9), 서울랜드(82.6)	30년 연속	30회
54	종합병원	**삼성서울병원**	삼성서울병원(83.0), 서울아산병원(81.5), 서울성모병원(79.5), 세브란스병원(신촌)(79.1), 서울대학교병원(본원)(76.9)	7년 연속	23회
55	주유소	**SK에너지 (SK주유소)**	SK에너지(SK주유소)(83.5), 에쓰-오일(80.9), GS칼텍스(80.8), HD현대오일뱅크(79.1)	14년 연속	25회
56	취업정보플랫폼	**잡코리아**	잡코리아(83.6), 사람인(81.9), 워크넷(81.1), 인크루트(78.4)	신규 발표	1회
57	콘도미니엄	**한화리조트**	한화리조트(87.6), 소노호텔&리조트(85.5)	13년 연속	15회
58	택배/소포	**우체국소포**	우체국소포(83.9), CJ대한통운(82.6), 롯데택배(82.2), 한진택배(80.3)	7년 연속	13회
59	항공	**아시아나항공**	아시아나항공(81.0), 대한항공(79.8)	10년 연속	26회

산업별 KCSI 1위 기업

4) 공공서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	공공서비스	**우정사업본부 (우편)**	우편(84.7), 철도(82.9), 고속도로(81.6), 전력(80.5), 수도(79.7), 등기(79.1), 세무(78.3), 치안행정(76.2), 교육(63.2)	26년 연속	26회
2	지하철	**부산교통공사**	부산교통공사(85.2), 광주교통공사(83.4), 대구교통공사(82.3), 인천교통공사(79.1), 대전교통공사(78.6), 서울교통공사(76.1)	8년 연속	9회

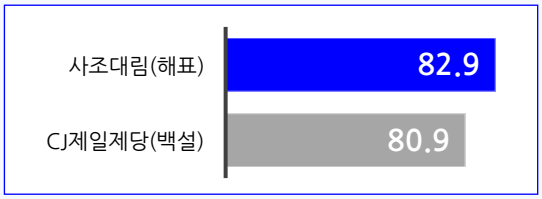
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 식료품(식용 정제유/간편조리세트/수산물/두부류)

• 식용유

친환경에 대한 소비자의 관심이 증가함에 따라, 생태계 파괴 우려가 있던 기존의 팜유 제품보다 환경과 사회적 가치를 고려하는 지속가능한 팜유로 전환하고 있는 식용유 산업에서는 사조대림(해표)이 82.9점으로 12년 연속 1위(역대 20회 1위)기업의 자리에 올랐다.

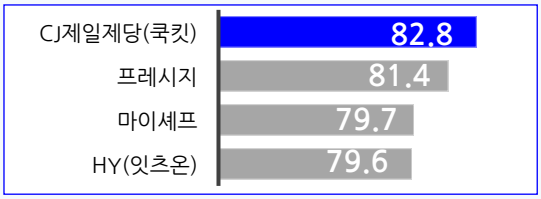
사조대림(해표)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 기름의 품질, 풍부한 영양, 구입 및 조리 용이성, 제품 다양성, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 밀키트

물가 외식이 지속해서 증가하고, 외식을 대체할 수 있는 간편식에 대한 수요가 높아짐에 따라, 맛과 품질을 개선한 프리미엄 밀키트를 출시하여 소비자를 공략하고 있는 밀키트 산업에서는 CJ제일제당(쿡킷)이 작년 1위인 프레시지를 제치고 82.8점으로 1위를 기록했다.

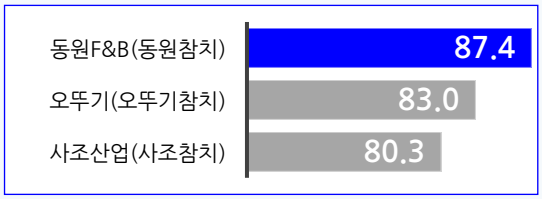
CJ제일제당(쿡킷)은 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 세부항목으로는 포장 및 디자인을 제외하고 맛과 신선도, 간편성, 조리법 안내, 유통기한, 개봉 용이성, 접근성, 품질 대비 가격, 제조 회사 신뢰도 등 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 조사되었다.



• 참치캔

스테디셀러인 기존의 참치캔 제품 외에도, 신규 수요를 창출하기 위해 간편 반찬 형태의 참치 제품과, 비건 소비자들을 공략한 식물성 참치 제품을 출시하고 있는 참치캔 산업에서는 동원F&B(동원참치)가 87.4점으로 21년 연속 1위(역대 24회 1위)의 자리를 유지했다.

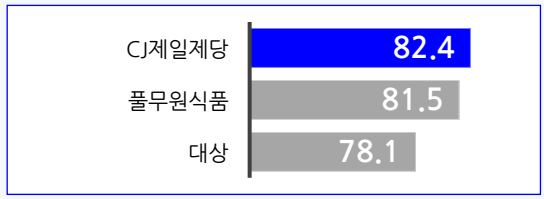
동원F&B(동원참치)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 맛과 영양, 적당한 양과 기름기, 구입 용이성, 개봉 용이성, 포장 및 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조 회사 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준의 평가를 받았다.



• 두부

건강과 환경을 중시하는 비건 트렌드에 대한 수요가 꾸준히 증가하면서, 콩고기, 두부면과 같은 콩과 두부를 사용한 대체식품을 개발 및 출시하는데 집중하고 있는 두부 산업에서는 CJ제일제당이 82.4점으로 작년 1위 풀무원을 뛰어넘고 조사 시행 이후 첫 1위(역대 1회 1위) 를 달성했다.

CJ제일제당은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 점수를 받았으며 요소만족도는 맛과 구입 용이성, 개봉 용이성, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

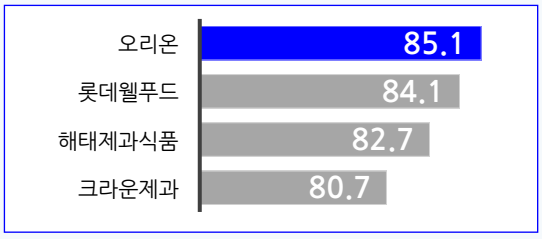
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 식료품(과자 / 빙과류)

• *과자*

집에서 혼자 술을 즐기는 홈술 트렌드가 새로운 트렌드로 자리잡으면서, 안주 재료로 인기가 많은 먹태, 청양고추, 노가리 등의 재료를 사용한 안주용 과자를 출시하고 있는 과자 산업에서는 오리온이 85.1점으로 지난해 1위인 롯데웰푸드을 제치고 1위(역대 10회 1위)의 자리를 탈환했다.

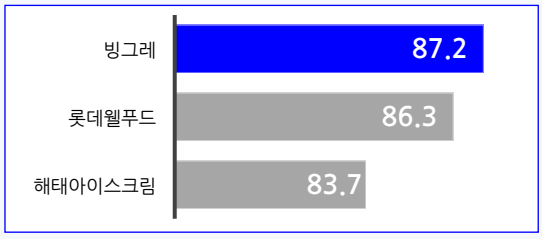
오리온은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도의 세부항목 중 맛과 성분, 과자의 외관, 포장 및 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 항목이 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• *아이스크림*

건강과 기쁨을 동시에 추구하는 헬시 플레저 트렌드가 확산됨에 따라, 제로 칼로리와 제로 슈거 아이스크림을 출시하여 저당식을 추구하는 소비자의 취향을 만족시키고자 하는 아이스크림 산업에서는 빙그레가 작년 1위인 로데웰푸드를 뛰어넘고 87.2점으로 1위(역대18회 1위)를 기록했다.

빙그레는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 맛과 제품의 다양성, 녹는 정도, 포장 상태, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 우수한 수준을 보였다.



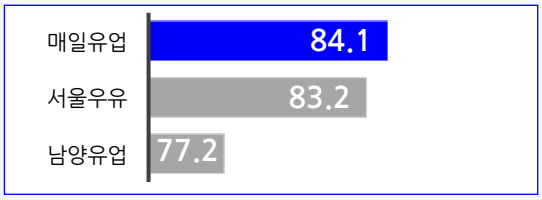
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ **식료품(낙농제품)**

• *우유*

기존의 제품보다 유통기한이 길고 저렴한 수입 멸균우유가 출시되면서 업계 내 경쟁이 과열되고 있는 가운데, 프리미엄 제품을 출시하여 시장 내 점유율을 견고히 하고자 하는 우유 산업에서는 매일유업이 지난해 1위 서울우유를 뛰어넘고 84.1점으로 1위를 기록했다.

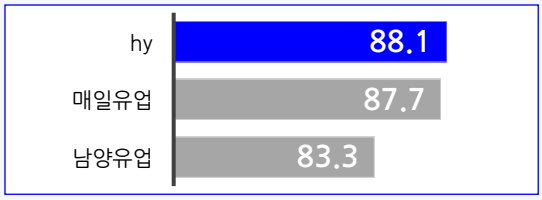
매일유업은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품의 냄새, 유익한 성분, 제품 다양성, 개봉 용이성, 유통기한, 배달 시기의 적절성, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우위를 점한 것으로 나타났다.



• *유산균발효유*

일반 우유의 시장은 축소되고 있지만, 건강과 기쁨을 동시에 추구하는 헬시 플레저 트렌드가 확산됨에 따라 다양한 기능성 발효유 제품들을 출시하여 성장동력을 확보하고 있는 유산균 발효유 시장에서는 hy가 88.1점으로 23년 연속 1위(역대 26회 1위)를 수상했다.

hy는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 좋은 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품의 맛, 적당한 농도, 건강 효과, 유통기한, 배달 시기의 적절성, 제품의 디자인과 다양성, 제조회사 신뢰도 등 세부 항목에서 우수한 점수를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

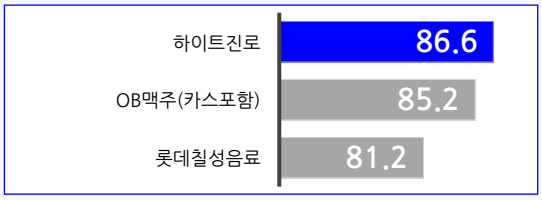
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 음료

• 맥주

다양한 소비자를 공략하여 시장 점유율을 확보하기 위해, 기존의 제품보다 청량함을 강조한 세컨 브랜드 맥주와, 무알콜 맥주를 출시하고 대대적으로 마케팅에 투자하고 있는 맥주 산업에서는 하이트진로가 86.6점으로 지난해에 이어 3년 연속 1위(역대 16회 1위)를 차지했다.

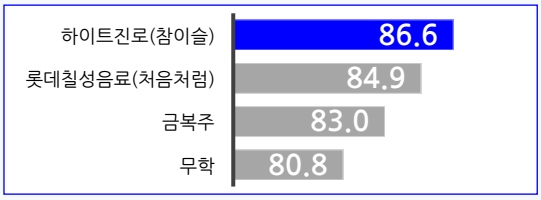
하이트진로는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 우수한 수치로 나타났으며 요소만족도는 깨끗한 첫 맛과 향, 상쾌한 맛, 품질 대비 가격, 제조사의 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 소주

건강을 중시하는 트렌드가 확대되고, 주류 시장에서 소비 영향력이 증가하고 있는 여성과 젊은 층 소비자가 낮은 도수를 선호하면서, 도수를 낮추는 방식으로 제품을 리뉴얼하고 있는 소주 산업에서는 하이트진로(참이슬)가 86.6점으로 작년에 이어 2년 연속 1위(역대 8회 1위)를 기록했다.

하이트진로(참이슬)는 재구입의향에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 첫 맛과 향, 상쾌한 맛, 품질 대비 가격, 제조사의 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 조사되었다.



• 음료

제로 음료 열풍이 지속됨에 따라, 기존의 스테디셀러 제품들을 제로 음료 형태로 출시하는 동시에, 건강에 대한 소비자들의 높은 관심을 공략하기 위해 기능성 음료를 활발히 출시하고 있는 음료 업계에서는 롯데칠성음료가 87.8점으로 2년 연속 1위(역대 16회 1위)를 수상했다.

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

산업별 조사결과 요약

소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

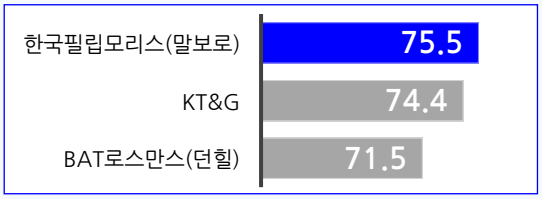
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 담배 및 홍삼가공식품

• 담배

담배 냄새를 부담스러워 하는 흡연자를 고려하여 냄새 저감 기술을 적용한 담배를 출시하는 등 다양한 고객의 취향을 고려한 신제품을 출시하여 시장 내 충성고객을 확보하고자 하는 담배 산업에서는 한국필립모리스(말보로)가 75.5점으로 17년 연속 1위(역대 18회 1위)의 영광을 안았다.

한국필립모리스(말보로)는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 담배의 맛과 향, 포장 및 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



• 홍삼가공식품

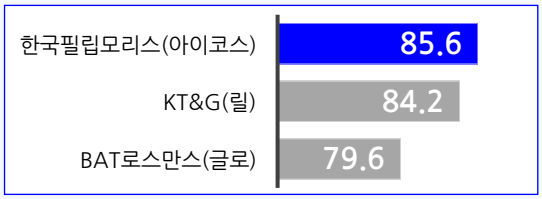
20~30대 소비자를 공략하여 신규 수요를 창출하기 위해 전통적인 형태의 홍삼 제품이 아닌, 젤리, 음료, 필름 등의 다양한 신제품을 개발, 출시하고 있는 홍삼가공식품 산업에서는 한국인삼공사(정관장)가 89.7점으로 12년 연속 1위(역대 12회 1위) 자리를 지켜냈다.

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

• 궐련형 전자담배

시장 규모가 지속적으로 성장하면서 경쟁의 강도 또한 증가함에 따라 기능을 추가하거나 성능을 업그레이드하여 신제품을 출시함으로써 시장 내 경쟁력을 확보하려는 노력이 치열한 궐련형 전자담배 산업에서는 한국필립모리스(아이코스)가 85.6점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 수상했다.

한국필립모리스(아이코스)는 전반적 만족도에서 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 전용담배의 맛, 연무량, 불량품 정도, 필터 품질, 구입 용이성, 기기 청소 용이성, 기기 디자인 및 견고성 , 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 보다 높은 만족도를 보였다.



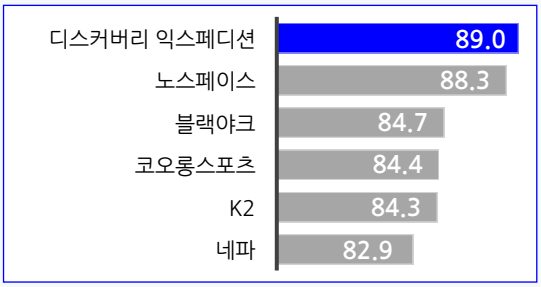
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

• *아웃도어의류*

아웃도어 의류를 일상복으로 입으면서 개성을 드러내는 고프코어 패션 트렌드가 MZ 소비자들을 중심으로 인기를 끌면서 세련된 디자인을 갖춘 제품들을 출시하고 있는 아웃도어 의류 산업에서는 디스커버리 익스페디션이 89.0점으로 지난해 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위) 를 달성했다.

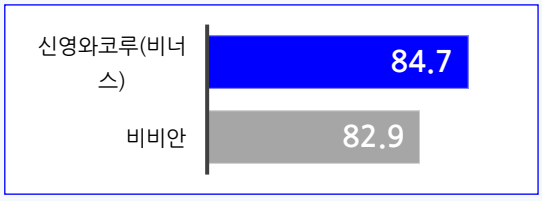
디스커버리 익스페디션는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품 디자인, 활동 편리성, 소재, 수선 및 A/S, 세탁 편리성, 직원의 응대태도, 매장 환경, 품질 대비 가격 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 만족도를 보였다.



• *여성내의*

성별을 구분하지 않는 젠더리스 패션 트렌드가 확산됨에 따라, 주로 남성 고객들을 대상으로 판매되던 사각팬티가 여성 고객들에게 편리함으로 인기를 끌고 있는 여성내의 산업에서는 신영와코루(비너스)가 84.7점으로 25년 연속 1위(역대 25회 1위)를 고수했다.

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



산업별 조사결과 요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

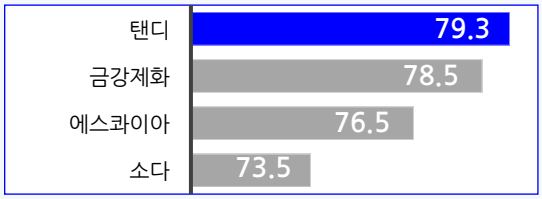
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 가죽, 가방 및 신발

• *제화*

구두와 운동화를 결합시킨 '구둥화'가 젊은 층을 중심으로 인기를 끌며 새로운 패션 트렌드로 자리잡으면서, 포멀한 디자인과 편안한 착화감을 동시에 갖춘 제품들을 출시하고 있는 제화 산업에서는 탠디가 79.3점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 자리를 지켜냈다.

탠디는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 제품의 수명 및 소재, 제품 다양성, 구입 용이성, 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.

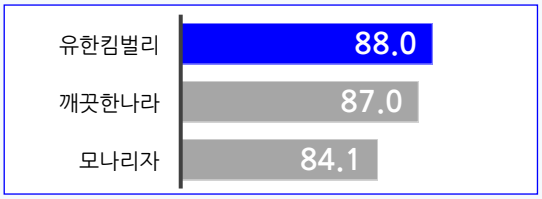


➢ 펄프, 종이 및 종이제품

• *화장지*

저렴한 가격의 화장지 원단 해외 수입이 증가하면서 국내 원단 공급망에 대한 우려가 커지고, 수입 원단에서 형광증백제가 검출되어 천연펄프를 사용한 화장지의 점유율이 지속적으로 증가하고 있는 화장지 산업에서는 유한킴벌리가 88.0점으로 19년 연속 1위(역대 23회 1위)의 결과를 얻었다.

유한킴벌리는 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 촉감, 재질과 향, 포장 디자인, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보였다.



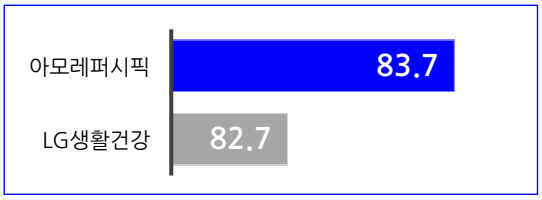
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 화학물질 및 화학제품(화장품 및 기타 세제), 유리 및 유리제품

• 여성용기초화장품

고물가로 인해 화장품 구매에 있어 가격과 가성비가 중요한 기준으로 자리잡음으로써, 생활용품 판매점에 중저가의 가성비 화장품을 출시하고 있는 여성용기초화장품 산업에서는 아모레퍼시픽이 83.7점으로 4년 연속 1위(역대 20회 1위)로 조사되었다.

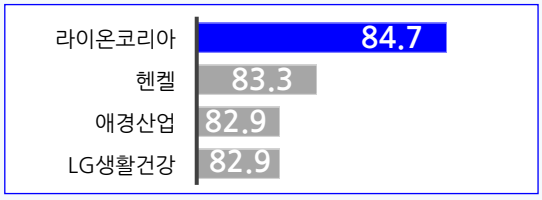
아모레퍼시픽은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 탄력성 증가, 제품의 농도, 향, 구입 용이성, 제조회사의 신뢰도 등 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 세탁세제

1~2인 가구가 증가하면서, 프리미엄과 편리함을 동시에 추구하는 편리미엄 트렌드가 확산됨에 따라, 기존의 세재보다 사용이 편리하고 기능이 우수한 캡슐세제가 인기를 끌고 있는 세탁세제 산업에서는 라이온코리아가 84.7점으로 28년 연속 1위(역대 29회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

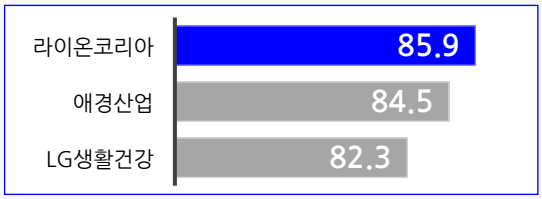
라이온코리아는 전반적 만족도와 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 찬물 세척력, 헹굼, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.



• 주방세제

세정력과 경제성과 같은 기존의 경쟁력 뿐만 아니라, 친환경성이 소비자들에게 중요한 제품구매요인으로 자리잡으면서, 친환경 소재를 사용한 제품들을 출시하고 있는 주방세제 산업에서는 라이온코리아가 85.9점으로 19년 연속 1위(역대 25회 1위)의 자리를 지켜냈다.

라이온코리아는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 세정력, 헹굼, 제품 디자인, 구입 용이성, 제조회사의 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사보다 우수한 수준의 만족도를 보였다.



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

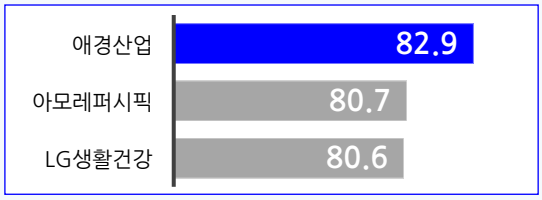
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 화학물질 및 화학제품(치약 및 기타 세제)

• *치약*

고물가로 인해 비교적 저렴한 가격으로 사치를 누릴 수 있는 스몰 럭셔리 트렌드가 생활용품 시장으로 확대되면서, 고급화 전략을 바탕으로 프리미엄 치약을 출시하고 있는 치약 산업에서는 애경산업이 82.9점으로 3년 연속 1위(역대 14회 1위)자리를 되찾았다.

애경산업은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 개운함, 거품의 양, 잇몸 질환 예방, 충치 예방, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 항목에서 타사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타난다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

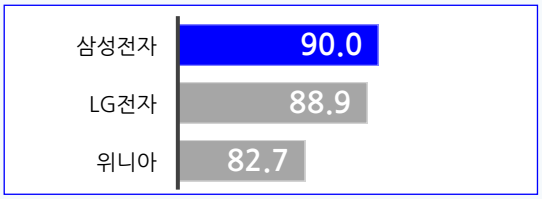
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 전기장비(주방용 전기기기)

• 김치냉장고

김치 뿐만 아니라 다양한 식재료를 보관하기 위해 김치냉장고를 사용하는 수요가 많아짐에 따라, 식재료별 온도 조절 등 다용도로 활용하기 위해 적합한 기능을 갖춘 제품들을 출시하고 있는 김치냉장고 산업에서는 삼성전자가 90.0점으로 14년 연속 1위(역대 14회 1위)를 당당히 차지했다.

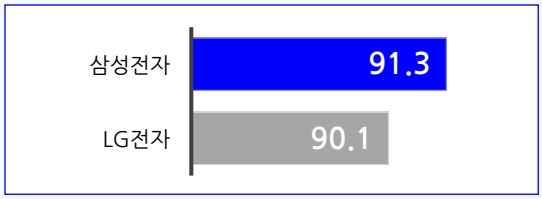
삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 적은 고장과 소음, A/S, 대리점 및 설치직원 응대태도, 기능 조절 편리성, 수납공간, 보관기능 등의 세부 항목이 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 냉장고

1인가구를 공략하기 위해 편의성을 증대시킨 소형 냉장고 제품들과, 디자인을 중요시하게 여기는 소비자들의 취향을 고려하여 맞춤형 제품들을 출시하며 경쟁력을 확보하고자 하는 냉장고 산업에서는 삼성전자가 91.3점으로 15년 연속 1위(역대 20회 1위)의 영광을 안았다.

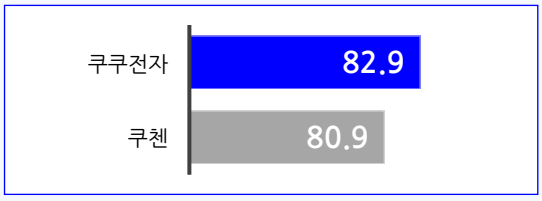
삼성전자는 전반적 만족도에서 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 신선도, 보관기능, 적은 고장, 냄새 배임 정도, 용량 대비 전력 소모량, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 얻었다.



• 전기밥솥

밥솥을 통해 갈비찜, 카레같은 다양한 요리를 하거나, 건강에 대한 관심이 증가하면서 잡곡밥을 짓는 수요가 많아짐에 따라, 맞춤형 취사기능을 탑재한 제품들을 출시하고 있는 전기밥솥 산업에서는 쿠쿠전자가 82.9점으로 24년 연속 1위(역대 24회 1위) 자리의 영예를 거머쥐었다.

쿠쿠전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 밥 맛, 보온 기능, 대리점 직원의 응대태도, 제품 디자인, 부가기능, 세척 용이성, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 보다 좋은 평가를 받았다.



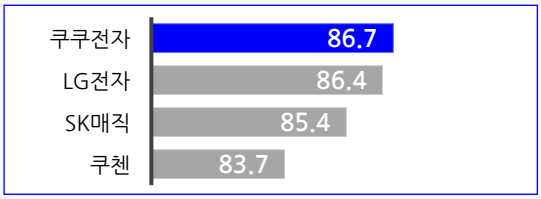
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ **전기장비(주방용 전기기기)**

• *전기레인지*

원격제어 기능을 강화하여 사용 편의성을 증대시킨 제품들과, 주방 인테리어에 대한 관심이 증가하면서 기존의 제품들보다 세련된 디자인의 제품들을 출시하고 있는 전기레인지 산업에서는 쿠쿠전자가 86.7점으로 지난해 1위 LG전자를 제치고 첫 1위를 차지했다.

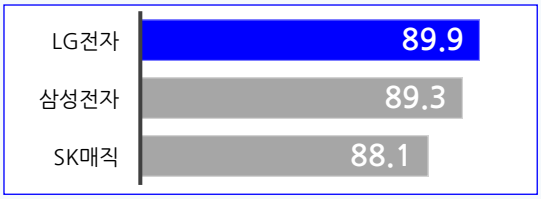
쿠쿠전자는 요소만만족도에서 경쟁사 대비 높은 우위를 나타냈다. 세부항목으로 우수한 출력, 저소음, 적은 고장, 조작 편리성, 제품 견고성, A/S, 대리점 및 설치직원 응대태도, 배달 설치 서비스, 디자인 및 색상, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 결과를 보였다.



• *식기세척기*

일반 가정에서는 여러 개의 식기를 한번에 세척할 수 있는 대용량 식기세척기가, 1인 가구에서는 편의성을 갖춘 소용량 식기세척기가 인기를 끌고 있는 식기세척기 산업에서는 LG전자가 89.9점으로 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 이어갔다.

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



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

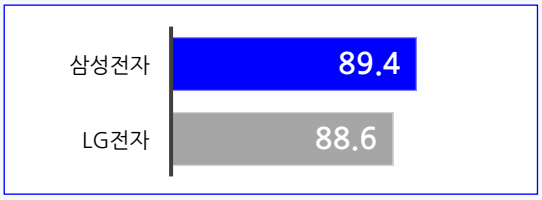
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

• 세탁기

세탁기와 건조기를 결합하여 공간활용도를 높이고, 세탁이 끝나면 자동으로 건조를 시작하여 세탁의 번거로움을 줄인 올인원 세탁건조기가 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있는 세탁기 산업에서는 삼성전자가 89.4점으로 15년 연속 1위(역대 22회 1위) 자리를 고수했다.

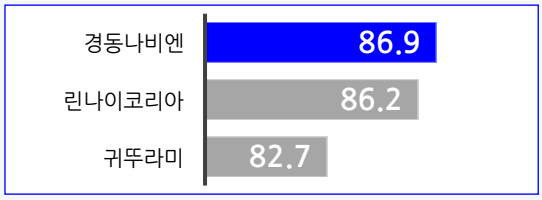
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았으며, 요소만족도는 헹굼, 세탁 후 이물질 없음, 적은 빨래 손상, A/S, 대리점 및 설치직원 응대태도, 기능 다양성 등 대부분의 항목에서 경쟁사 대비 우위를 나타냈다.



• 보일러

사계절 온수를 사용하는 가정이 많아짐에 따라, 온수를 더욱 빠르게 사용하고 정교하게 조절할 수 있도록 온수기능을 강화한 제품들을 출시하고 있는 보일러 산업에서는 경동나비엔이 86.9점으로 11년 연속 1위(역대 12회 1위)라는 위업을 달성했다.

경동나비엔은 재구입의향에서 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 난방효과, 연료 효율, 온수 공급, 저소음, 적은 고장, 작동 용이성, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



• 무선청소기

흡입력 외에도, 무게를 줄여 편리하게 사용할 수 있는 경량화 제품들과, 물청소까지 동시에 할 수 있는 물걸레 청소기를 출시하는 등 제품 경쟁력을 확보하고자 하는 무선청소기 산업에서는 삼성전자가 89.5점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)의 자리를 지속하고 있다.

삼성전자는 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였으며, 요소 만족도는 흡입력, 충전시간, 적은 고장, 사용시 피로감, A/S, 제품 디자인 및 색상, 유지관리, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부항목에서 높은 우위를 보였다.

• 의류건조기

1인 가구가 증가하면서 가사 부담을 줄일 수 있는 가전기기의 수요가 증가함에 따라, 1인 가구의 사용 환경을 고려한 소용량 의류 건조기가 인기를 끌고 있는 의류건조기 산업에서는 삼성전자가 91.7점으로 작년에 이어 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 차지했다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 건조력, 적은 옷감 수축과 손상, 저소음, 적은 고장, 대리점 직원 응대태도, 배달 및 설치 서비스, A/S, 용량 대비 적은 소비전력, 유지관리, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부항목에서 우수한 결과를 얻었다.

산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

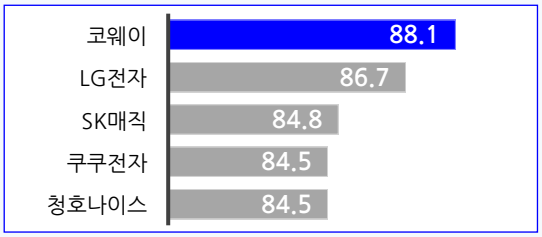
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 기타 기계 및 장비

• *정수기*

증가하고 있는 1~2인 가구의 거주 환경을 고려하여 컴팩트한 사이즈와 세련된 디자인을 갖춘 제품들과, 프리미엄 시장을 공략하기 위한 빌트인 정수기 제품들을 출시하고 있는 정수기 산업에서는 코웨이가 88.1점으로 8년 연속 1위(역대 21회 1위)를 수상했다.

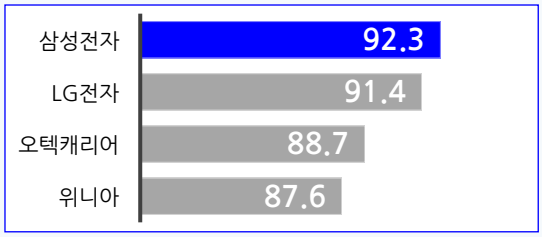
코웨이는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 물의 맛과 품질, 저렴한 유지비, 대리점 직원의 응대태도, 배달/설치 서비스, A/S 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 결과를 보여주고 있다.



• *에어컨*

바람 세기와 온도를 자동으로 조절할 수 있는 AI 기능을 탑재한 에어컨 제품과, 에너지 사용량을 줄일 수 있는 고효율 등급의 제품들이 소비자들에게 인기를 끌고 있는 에어컨 산업에서는 삼성전자가 92.3점으로 12년 연속 1위(역대 13회 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, 기능 다양성, 유지관리 용이성 등의 세부 항목에서 높은 수준으로 나타났다.



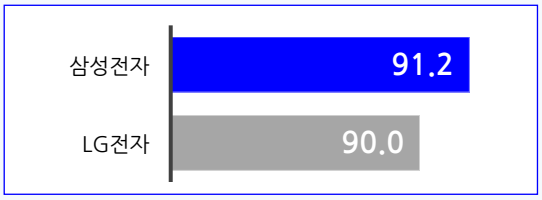
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ **영상, 음향 및 통신, 정밀, 의료, 광학기기**

• *TV*

더욱 선명한 화질을 제공할 수 있는 디스플레이와, 화질을 개선하는 기능을 가진 AI를 탑재한 제품을 출시하는 등 프리미엄 전략으로 시장의 경쟁력을 확보하고자 하는 TV산업에서는 삼성전자가 91.2점으로 27년 연속 1위(역대 27회 1위)를 차지하는 영광을 안았다.

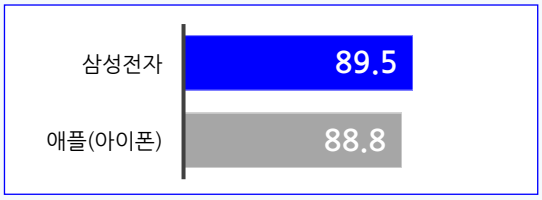
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 기록을 얻어냈으며, 요소만족도는 화질, 음질, 적은 고장, A/S, 직원의 응대태도, 배달/설치 서비스, 유용한 기능, 리모컨 조작 편리성, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 고객들로부터 우수한 평가를 받은 것으로 나타난다.



• *이동전화단말기*

사용자의 질의에 더욱 정확하고 유용한 답변을 제시하고, 실시간 통역 기능을 제공하는 등 기기 내에 인공지능이 탑재된 온디바이스 AI 스마트폰이 시장 내 중요한 경쟁력이 될 것으로 예상되는 이동전화단말기(스마트폰) 산업에서는 삼성전자가 89.5점으로 27년 연속 1위(역대 28회 1위)라는 위업을 달성했다.

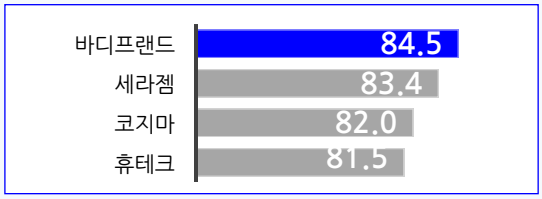
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사대비 우수한 성적을 거두었으며, 요소만족도는 통화 품질, 화면 선명도, 음질, 멀티미디어 재생 편리성, 터치인식, 화면구성, 배터리 수명, 적은 고장, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• *헬스케어(안마의자)*

관절과 관련된 질병을 치료하기 위한 목적으로 의료기기 성격을 부각하는 제품들과, 1인 가구를 공략하기 위해 소형화된 제품을 출시하는데 주력하고 있는 헬스케어(안마의자)산업에서는 바디프랜드가 84.5점으로 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 지켜냈다.

바디프랜드는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 안마 성능, 건강 도움, 적은 고장, 조작 편리성, 직원 응대태도, 매장 시설/환경, A/S, 디자인 및 색상, 기능 다양성, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 결과를 기록했다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

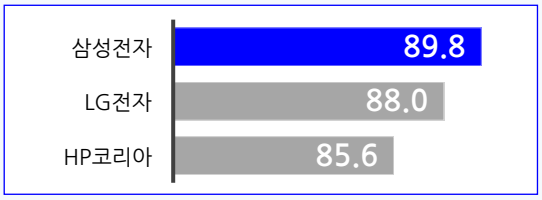
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 컴퓨터 및 사무기기

• PC

AI를 활용하여 문서를 요약하거나, 동영상의 화질을 높여주는 등 인터넷 없이도 기기에서 직접 AI 기능을 이용할 수 있는 AI PC가 시장의 높은 관심을 이끌면서, 수요가 크게 증가할 것으로 기대되는 PC산업에서는 삼성전자가 89.8점으로 23년 연속 1위(역대 27회 1위)의 자리를 고수했다.

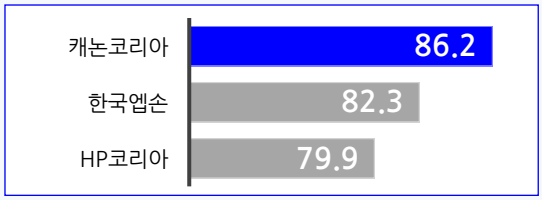
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 저소음, 처리속도, 적은 고장, A/S, 직원 응대태도, 제품 디자인, 설치 용이성, 화질, 휴대성, 무선 네트워크 성능, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 결과를 얻은 것으로 조사되었다.



• 가정용복합기(프린터)

대면과 비대면이 혼합된 생활을 하는 가구가 증가하고, 환경이 업계 내 중요한 트렌드로 자리잡으면서, 친환경 기술을 적용하고, 가정에서 편리하게 사용이 가능한 제품을 출시하고 있는 가정용복합기 산업에서는 캐논코리아가 86.2점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)의 위치를 이어가고 있다.

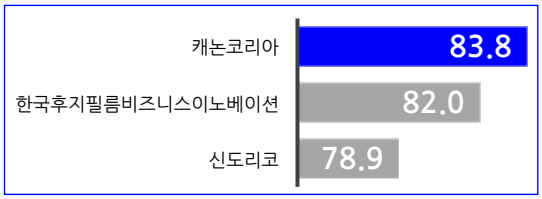
캐논코리아는 전반적 만족도와 재구입의향에서 경쟁사 대비 우위를 나타냈으며, 요소만족도는 출력 속도 및 선명도, 스캔 성능, 저소음, 소모품 이용 기간, 적은 고장, 제품 디자인, 직원 응대태도, 조작 편리성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 사무용복합기(복사기)

친환경에 대한 높은 관심이 사무용복합기 시장으로 확대되면서, 인쇄시 발생할 수 있는 폐기물을 줄이고, 에너지를 절약할 수 있는 친환경 제품들을 출시하고 있는 사무용복합기 시장에서는 캐논코리아가 83.8점으로 지난해에 이어 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 자리를 차지했다.

캐논코리아는 전반적 만족도와 재구입의향에서 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 출력물 선명도, 스캔 성능, 저소음, 적은 고장, 조작 편리성, 소모품 교체 용이성, 다양한 부가기능,적절한 유지관리비, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

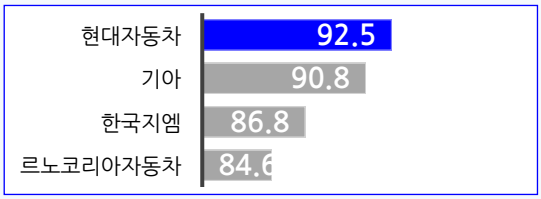
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 자동차

• 일반승용차

소비자들의 구매 성향이 가성비를 지향하는 준중형 차량과 고급차를 지향하는 준대형 차량으로 양분되면서, 중형 차량이 비교적 입지가 약화되고 있는 상황인 일반승용차 산업에서는 현대자동차가 92.5점으로 31년 연속 1위(역대 31회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

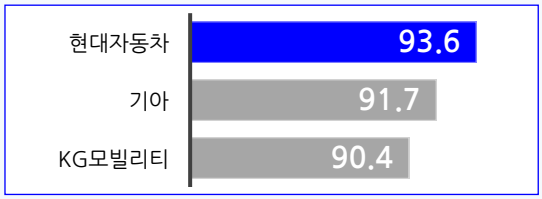
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 긍정적인 평을 받았으며, 요소만족도는 승차감, 주행안정성, 엔진 및 미션 성능, 적은 고장, 내·외부 디자인 및 스타일, 신차 인도 상태, 정비 품질 우수, 정비품질 대비 수리비용, 품질 대비 가격 등 다양한 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• RV승용차

팬데믹 시기 차에서 숙박하는 차박 문화가 확산되면서 넓은 공간으로 소비자들에게 인기를 끈 이후, 하이브리드 차량의 인기가 더해져 자동차 시장에서 더욱 강세를 보이고 있는 RV승용차 산업에서는 현대자동차가 93.6점으로 21년 연속 1위(역대 21회 1위)의 자리를 고수했다.

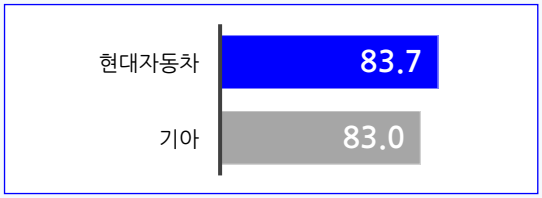
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 좋은 결과를 기록했으며, 요소만족도는 저소음, 승차감, 주행 안정성, 엔진 성능, 적은 고장, 차량 내·외부 끝마무리, 배기량 대비 연비 효율, 공간 활용성, 신차 인도 상태, 정비품질, 가격 대비 옵션 다양성, 제조회사 신뢰도 등 많은 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 경형승용차

높은 연비와 친환경차 혜택을 받을 수 있는 하이브리드 자동차와, 다양한 라인업을 갖춘 소형차의 점유율이 증가하면서, 전기차 모델을 출시하여 경쟁력을 확보하고자 하는 경형승용차 산업에서는 현대자동차가 83.7점으로 지난해 이어 연속 2위(역대 2회 1위)를 기록했다.

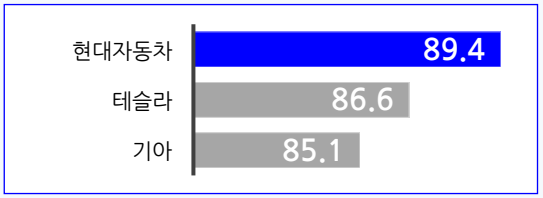
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 저소음, 승차감, 주행 안정성, 적은 고장, 내·외부 끝마무리, 구입조건, 신차 인도 상태, 정비 품질, 부가기능, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 보다 우수한 성적을 거두었다.



• 전기자동차

고금리, 보조금 감축 등 전기차 구매에 대한 소비 심리가 다소 위축되었지만, 탄소 중립과 경제성이 주목받는 상황에 힘입어, LFP배터리를 차용해 중저가 전기차를 출시하여 시장 반등을 노리고 있는 전기차 산업에서는 현대자동차가 89.4점으로 작년에 이어 2연속 1위(역대 2회 1위)로 선정되는 영예를 안았다.

현대자동차는 요소만족도에서 저소음, 승차감, 주행 안정성, 주행 성능, 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.



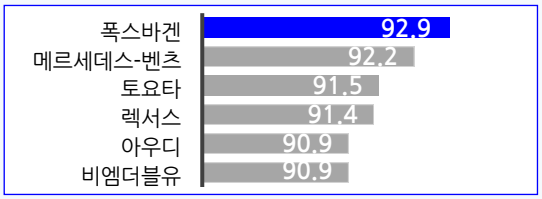
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 자동차

• *수입승용차*

고물가가 지속되고 경기가 둔화 되면서, 일부 프리미엄 브랜드를 제외한 대부분의 수입승용차 브랜드의 인기가 주춤하면서 적극적인 프로모션을 통해 수요를 회복하고자 하는 수입승용차 산업에서는 현대자동차가 92.9점으로 31년 연속 1위(역대 31회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

현대자동차는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 긍정적인 평을 받았으며, 요소만족도는 승차감, 내·외부 끝마무리, 구입조건, 신차 인도상태, 직원 응대태도, 제조회사 신뢰도 등 다양한 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



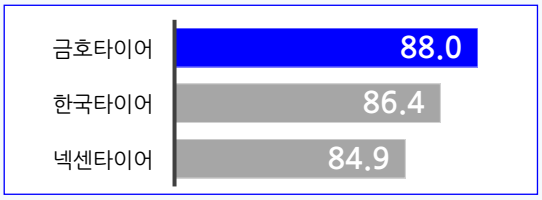
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 자동차 타이어 및 내장품

• *승용차타이어*

증가하고 있는 전기차의 수요에 대응하기 위해 전기차 전용 타이어를 개발하고, 지속가능성이 중요시되는 시대의 흐름에 따라 친환경 원료를 사용하는 등 친환경 타이어 개발에 집중하고 있는 승용차타이어 산업에서는 금호타이어가 88.0점으로 20년 연속 1위(역대 21회 1위)의 위상을 높였다.

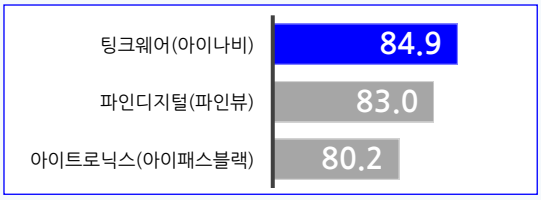
금호타이어는 재구입의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 승차감, 고속주행시 저소음, 미끄러짐, 마모정도, 타이어 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 요소에서 경쟁사 대비 긍정적인 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• *블랙박스*

차량에 다가오는 위협을 판단하여 정확하게 녹화를 진행하는 AI 기능이나, 배터리 방전을 방지하는 스마트 방전 기능 등 다양한 IT 기술을 접목시킨 신제품들을 출시하고 있는 블랙박스 산업에서는 팅크웨어(아이나비)가 84.9점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)를 차지했다.

팅크웨어(아이나비)은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 화질, 적은 고장, 다양한 부가기능, 녹화 안정성, 제품 디자인, A/S, 충격감지 기능, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타난다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

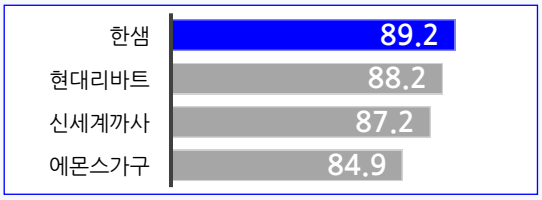
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 가구, 기타 제품

• 가정용가구

수익성 향상을 위해 고가의 프리미엄 제품을 적극적으로 출시함과 동시에, 증가하고 있는 2030세대와 1~2인 가구를 공략하기 위해 가성비 제품을 출시하고 있는 가정용가구 산업에서는 한샘이 89.2점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)의 자리를 이어갔다.

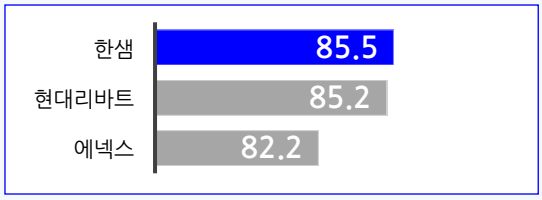
한샘은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 다양성, 외부 디자인, 배달/설치 서비스, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 점했다.



• 부엌가구

엔데믹 이후, 지인들을 집에 초대하여 고급스러운 레스토랑 분위기를 내며 식사를 하는 홈스토랑 문화가 확대되면서, 고급스러운 디자인과 고품질의 프리미엄 주방가구를 출시하고 있는 부엌가구 산업에서는 한샘이 85.5점으로 8년 연속 1위(역대 16회 1위)를 차지했다.

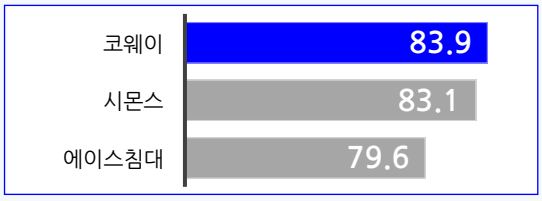
한샘은 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 세부 항목은 견고성, 제품 다양성, 이용 편리성, 외부디자인, 색상, 직원 응대태도, 매장 시설/환경, A/S 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 결과를 얻었다.



• 침대

수면의 질과 수면 용품에 대한 관심이 증가하면서, 숙면을 취하는데 도움을 줄 수 있는 프리미엄 매트리스에 대한 수요가 높아짐에 따라 다양한 프리미엄 제품을 출시하고 있는 침대 산업에서는 코웨이가 83.9점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

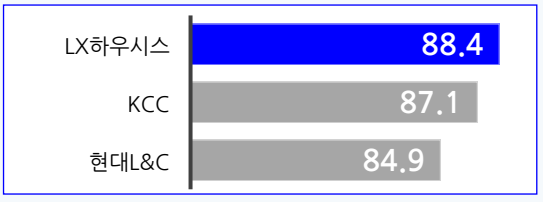
코웨이는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 튼튼한 스프링, 침대 프레임, A/S, 직원 응대태도, 배달/설치 서비스, 품질 대비 가격, 렌탈 조건, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 가정용건축자재

재건축 시장을 타겟으로, 프리미엄 제품 군에서 경쟁력을 높인 창호 제품들과, 최근 수요가 증가하고 있는 층간소음 방지 및 반려동물 양육 가구에 적합한 장판 제품을 출시하고 있는 가정용건축자재 산업에서는 LX하우시스가 88.4점으로 4년 연속 1위(역대 5회 1위)로 조사되었다.

LX하우시스는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았으며, 요소만족도는 재질, 견고성, 제품 다양성, 시공 서비스, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 보다 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

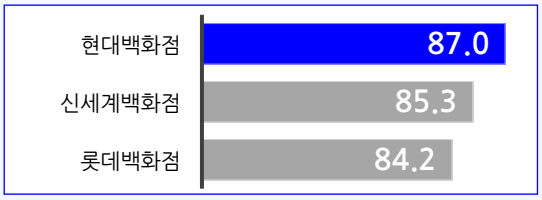
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 소매업(대형 종합 소매업)

• 백화점

백화점의 대형화를 통해 상권을 전국구로 확장시키는 동시에, 매장 내 체험 요소, 팝업 스토어와 같은 브랜드 협업 공간, 복합문화공간 등 접객 요소를 강화함으로써 경쟁력을 강화하고 있는 백화점 산업에서는 현대백화점이 87.0점으로 7년 연속 1위(역대 16회 1위)로 선정되었다.

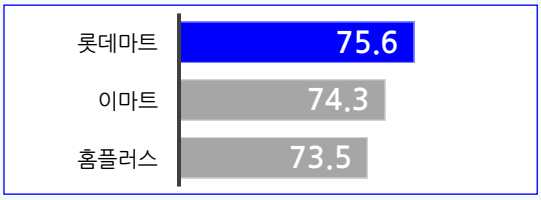
현대백화점은 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 상품 다양성, 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 교환 및 반품 용이, 시설 다양성, 쾌적한 환경, 주차 용이, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 만족도를 보인 것으로 나타났다.



• 대형마트

경기 침체로 소비가 위축 됨에 따라, 할인 프로모션과 PB 상품을 확대하여 소비를 유도하고, 키오스크와 같은 셀프 계산 시스템을 도입하여 매장 운영의 효율성을 향상시키는데 집중하고 있는 대형마트 산업에서는 롯데마트가 75.6점으로 8년 연속 1위(역대 12회 1위)의 자리를 고수했다.

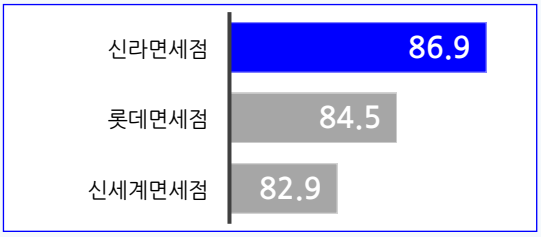
롯데마트는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질, 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 반품 및 교환 용이, 고객 편의시설, 계산 대기시간, 할인, 적립 혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 성과를 보여주었다.



• 면세점

외국인들에게 인기를 끌고 있는 K패션 브랜드의 입점을 추진하고, 내국인 고객을 공략하기 위해 주류 상품을 강화하는 전략을 통해 경쟁력을 확보하고자 하는 면세점 산업에서는 신라면세점이 86.9점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위)를 차지하였다.

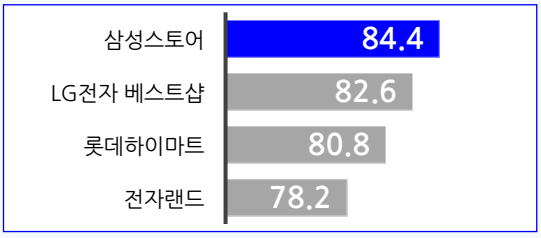
신라면세점은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질 및 직원 응대태도, 사은행사, 다수 이용 혜택, 매장 시설, 쇼핑 편리성, 결제 안내, 상품 수령 용이, 교환 및 반품, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 성과를 보인 것으로 조사되었다.



• 전자제품전문점

고객 이탈을 막고, 신규 고객을 창출하기 위해 AS 서비스를 강화하는 동시에, 유료 멤버십 도입, PB상품 강화, 매장 내 직영 사원 비중 강화 등 실적 개선을 목표로 노력하고 있는 전자제품전문점 산업에서는 삼성스토어가 84.4점으로 14년 연속 1위(역대 14회 1위)의 위업을 달성했다.

삼성디지털프라자는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질과 다양성, 적절한 상품 권유 및 설명, 쇼핑 관련 정보 제공, 주차 편리성, 체험 접근성, 이벤트 및 행사, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 문항에서 경쟁사 대비 우수한 만족도를 나타냈다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

• *대형슈퍼마켓*

소싱 체계를 통합하여 운영 효율성을 높이고, 배송 서비스와 멤버십 프로그램을 강화하고, 증가하고 있는 1인 가구를 겨냥한 상품을 확대하면서 경쟁력을 확보하고 있는 대형슈퍼마켓 산업에서는 GS THE FRESH가 77.8점으로 지난해에 이어 2연속 1위(역대 11회 1위)의 자리를 차지했다.

GS THE FRESH는 전반적 만족도와 재이용의향에서 모두 경쟁사대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 쇼핑 관련 정보 제공, 할인 및 적립 혜택, 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.

• *편의점*

경기 침체로 인해, 가성비를 중요시하는 소비자가 많아짐에 따라 편의점이 높은 인기를 끌고 있는 상황에서, 초저가 상품을 확대하고, PB상품과 해외 인기제품들을 출시하며 경쟁력을 강화하고 있는 편의점 산업에서는 GS25가 89.2점으로 22년 연속 1위(역대 25회 1위)를 차지하는 영광을 달성했다.

GS25는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 품질, 방문 편리성, 상품 다양성, 애플리케이션 이용 편리성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보였다.

산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰

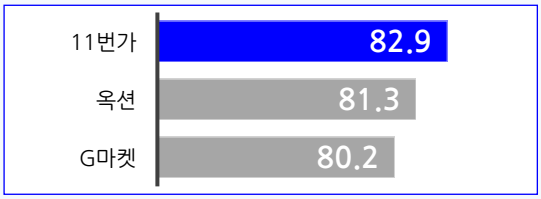
수익성을 강화하기 위해 멤버십 프로그램 개편, 배송 서비스 및 물류 시스템 개선, AI 맞춤 서비스 도입 등의 노력을 통해 경쟁력을 확보하고자 하는 인터넷 쇼핑몰 산업에서는 현대홈쇼핑(Hmall)이 84.1점으로 5년 연속 1위(역대 6회 1위)를 이어가고 있다.

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

• 오픈마켓

해외 기업들의 국내 시장 진출로 업계 내 경쟁이 증가하면서, 고객의 구매 과정을 도와줄 수 있는 AI 서비스를 도입하거나, 젊은 고객층을 공략하기 위해 명품 플랫폼과 제휴 하는 등 경쟁력을 강화하고 있는 오픈마켓 산업에서는 11번가가 82.9점으로 16년 연속 1위(역대 16회 1위)를 차지하는 영광을 안았다.

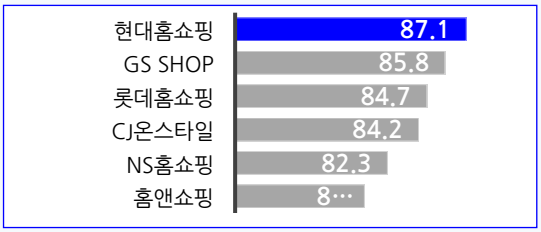
11번가는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성 및 정보 제공, 주문 절차 및 결제 편리성, 배송 조회, 반품 및 교환, 고객 응대, 검색 편리성, 화면 구성, 할인 및 적립 혜택 등 대부분의 세부 요소에서 경쟁사 대비 긍정적인 평가를 받은 것으로 나타났다.



• TV홈쇼핑

TV 시청자수 감소와, 지속적인 송출수수료 증가 등 업계 내 부정요인이 존재하는 가운데, 자체 크리에이터를 육성하고, PB 브랜드를 개발하는 노력을 통해 수요를 회복하고자 하는 TV홈쇼핑 산업에서는 현대홈쇼핑이 87.1점으로 8년 연속 1위(역대 8회 1위)의 영예를 안았다.

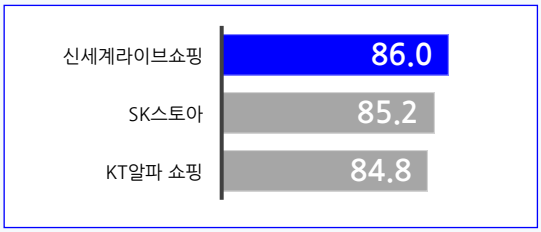
현대홈쇼핑은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 좋은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 품질 및 다양성, 상품 소개 정확성, 주문/배송 처리과정, 배송 신속 및 정확성, 반품 및 교환, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 우위가 있는 것으로 나타났다.



• T커머스

송출 수수료가 지속적으로 증가하여 수익 악화로 인해 경쟁이 심화되고 있는 상황이고, 정부가 중소기업 및 소상공인 전용 T커머스 채널 신설을 추진하기로 하면서 업계 내 경쟁이 더욱 과열될 것으로 보이는 T커머스 산업에서는 신세계라이브쇼핑이 86.0점으로 작년 1위 KT알파 쇼핑을 제치고 첫 1위를 기록했다.

신세계라이브쇼핑은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성, 상품 소개 정확성, 메뉴 구성, 배송 신속성, 포장상태, 콜센터 서비스, 할인 및 적립 혜택, 콜센터 서비스, 반품 및 교환 등의 세부 항목에서 고객들에게 우수한 평가를 받았다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

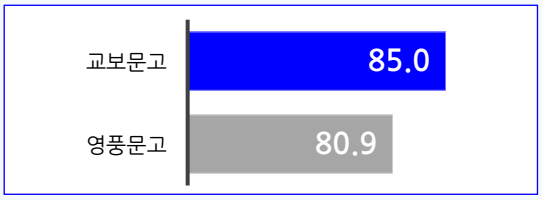
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 소매업(서적류, 기타 소매업)

• 대형서점

독서 인구의 감소와, 온라인 독서 플랫폼의 등장으로 실적이 악화됨에 따라, 강연 및 팬미팅과 같은 콘텐츠를 진행하거나, 굿즈를 판매하면서 복합문화공간으로의 전환을 통해 수요를 창출하고자 하는 대형서점 산업에서는 교보문고가 85점으로 28년 연속 1위(역대 28회 1위)를 유지했다.

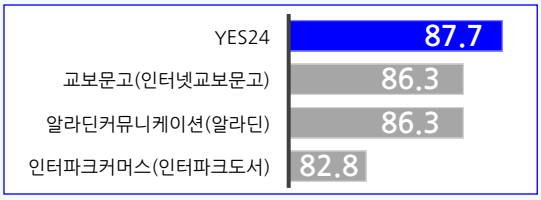
교보문고는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대 태도, 책 안내, 매장 시설/환경, 도서 열람 편의성, 방문 편리성, 서적 다양성, 매장 내부 안내, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 요소에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 인터넷서점

코로나 시기 높은 성장세를 보였지만, 엔데믹 이후 실내활동 감소 등으로 비교적 성장세가 주춤하면서, 문화콘텐츠 플랫폼으로의 전환을 통해 신규 수요를 창출하고자 하는 인터넷 서점 산업에서는 YES24가 87.7점으로 16년 연속 1위(역대 16회 1위)의 영광을 지속했다.

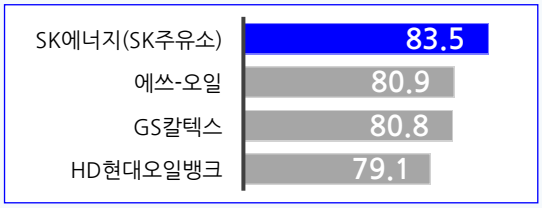
YES24는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 서적 정보 제공, 주문/결제 절차 편리, 배송 정확도, 주문 결제 조회 편리, 배송 서적의 상태, 고객 응대, 서적 검색, 할인 및 적립혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 높은 수준으로 조사되었다.



• 주유소

알뜰주유소의 시장 진입으로 인해 가격 경쟁이 치열해지고, 전기차 등 친환경 차량의 보급률이 점차 증가하면서 경쟁률 확보를 위한 TES(종합에너지스테이션) 대체에너지 충전설비를 확대하고 있는 주유소 산업에서는 SK에너지(SK주유소)가 83.5점으로 14년 연속 1위(역대 25회 1위)자리를 고수했다.

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



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

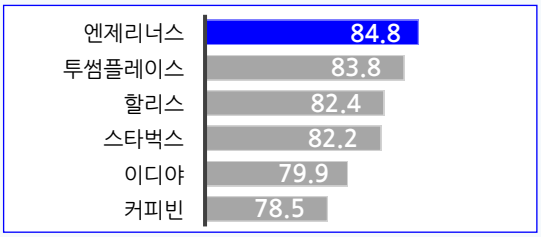
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 커피전문점

매장을 휴식 공간으로 조성하고, 소비자들의 개별 취향을 충족시키기 위한 맞춤형 서비스를 제공하거나, 윤리적 원료의 비중을 높이는 등 변화하는 커피 문화와 소비트렌드에 대응하고 있는 커피전문점 산업에서는 엔제리너스가 84.8점으로 15년 연속 1위(역대 15회 1위) 기업의 자리를 고수했다.

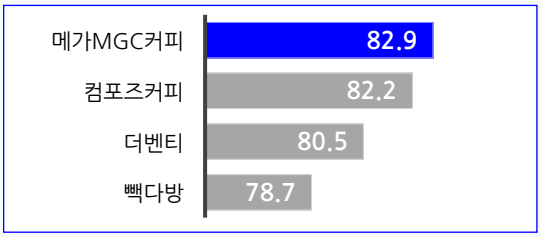
엔제리너스는 전반적 만족도에서 경쟁사보다 높은 우위를 보였으며, 요소만족도는 커피 맛과 향, 신선도, 메뉴 다양성, 직원 응대, 메뉴 안내, 할인 및 적립 혜택, 매장 환경, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 기록되었다.



• 저비용커피전문점

고물가가 지속되면서 가성비가 커피 소비에 중요한 요소로 꼽히고, 테이크 아웃 문화가 확대되면서 저비용 커피의 수요가 크게 증가하고 있는 가운데, 커피의 품질을 강화하고 공격적으로 마케팅에 투자하고 있는 저가커피전문점 산업에서는 메가MGC커피가 82.9점으로 조사 첫 해 1위를 차지하는 영광을 안았다.

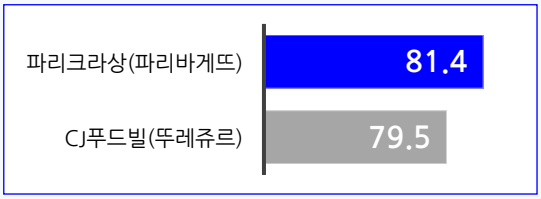
메가MGC커피는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 커피의 맛과 향, 메뉴 다양성, 메뉴 안내, 할인 및 적립 혜택, 매장 환경, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



• 제과/제빵점

배달 플랫폼에 입점하는 등 판매 채널을 다각화하고 있는 한편, 대기업 빵집의 출점을 제한하는 '제과점업 상생협약'이 8월 만료됨에 따라 협약의 연장 여부가 업계 내에서 주목받고 있는 상황인 제과·제빵점 산업에서는 파리크라상(파리바게뜨)이 81.4점으로 14년 연속 1위(역대 16회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

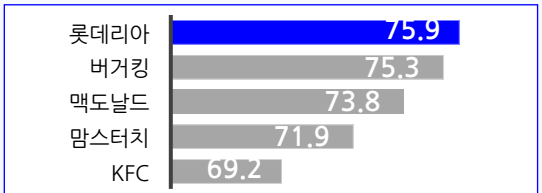
파리크라상(파리바게뜨)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 제품의 맛과 신선함, 제품 다양성, 진열 상태, 매장 시설 및 환경, 앱 이용 편리성, 할인 및 적립혜택, 품질 대비 가격의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 패스트푸드점

국내 식음료 시장의 소비 성향이 프리미엄과 가성비 브랜드로 양분화되는 상황에서, 프리미엄 시장을 겨냥한 해외 브랜드가 국내 시장에 진출함에 따라 경쟁이 심화될 것으로 보이는 패스트푸드점 산업에서는 롯데리아가 75.9점으로 12년 연속 1위(역대 12회 1위)의 자리를 지켰다.

롯데리아는 재이용의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 음식의 맛과 신선도, 메뉴 다양성, 직원 응대태도, 매장 시설, 애플리케이션 이용 편리성, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 가격, 기업의 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사보다 좋은 평가를 받았다.



산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

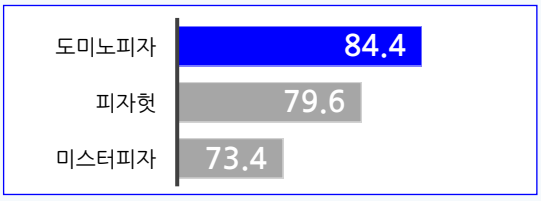
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• *피자전문점*

물가 상승, 배달 음식 수요 감소와 더불어, 신규 가성비 브랜드와 냉동 피자의 강세 등 기존의 업계에 부정 요인이 많아진 가운데, 신메뉴 개발과 프로모션을 적극적으로 진행하며 수요를 회복하고자 하는 피자전문점 산업에서는 도미노피자가 84.4점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위)를 이어가고 있다.

도미노피자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 음식의 맛과 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.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

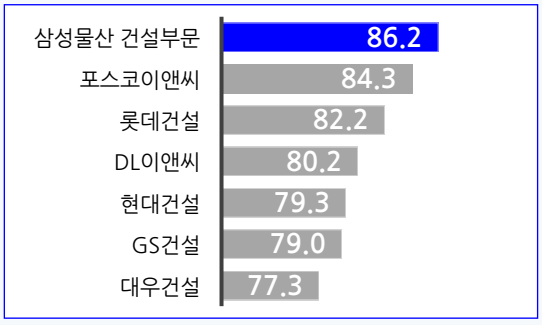
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

• *아파트*

커뮤니티 시설을 확장하고, 스마트홈, 맞춤형 평면 설계, 풀퍼니시드 시스템 등 빠르게 변화하는 주거 트렌드와 다양한 고객의 니즈를 충족시킬 수 있는 상품을 강화하고 있는 아파트 산업에서는 삼성물산 건설부문이 86.2점으로 작년에 이어 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 기록했다.

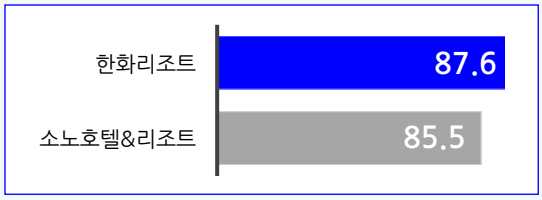
삼성물산 건설부문은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 점했으며, 요소 만족도는 주차 시설, 복지시설, 내부 구조 및 크기, 시공상태 및 마감상태, 단지관리, 하자보수, 안전 및 보안 서비스, 단지 외부 환경, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• *콘도미니엄*

팬데믹 기간 중 업계 종사자들이 대거 이탈한 이후 인력난 현상이 심화되면서, 서비스 품질의 저하가 우려되는 가운데, 처우개선과 외국인 근로자를 포함한 인력풀 확대에 집중하고 있는 콘도미니엄 산업에서는 한화리조트가 87.6점으로 13년 연속 1위(역대 15회 1위) 기업의 자리를 지켜냈다.

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



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

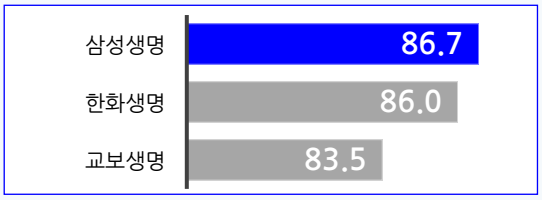
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

• 생명보험

데이터를 기반으로 하는 디지털 기술을 바탕으로 고객의 수요에 맞는 제품을 개발, 출시하는 동시에 시니어 산업을 공략하기 위해 헬스케어와 요양사업으로의 확장을 준비하고 있는 생명보험 산업에서는 삼성생명이 86.7점으로 20년 연속 1위(역대 26회 1위)를 차지하는 위업을 달성했다.

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



• 자동차보험

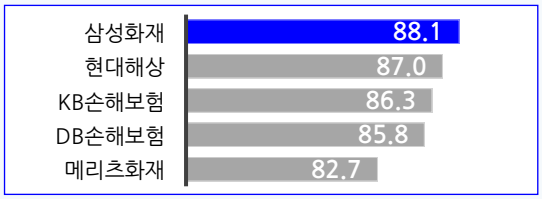
자동차보험 손해율 악화에 주요 원인으로 꼽히는 보험사기를 방지하기 위해, 자체적인 단속 노력을 강화하고, 금융당국간의 협업을 통해 보험사기를 억제하고자 하는 자동차보험 산업에서는 삼성화재가 90.0점으로 27년 연속 1위(역대 28회 1위) 자리의 영광을 안았다.

삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였으며, 요소만족도는 이용 편리성, 가입시 상품 정보 제공, 갱신 안내, 고객관리, 앱 이용 편리성, 고장출동 서비스, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았다.

• 장기보험

보험사를 대상으로 새로 적용되는 IFRS17의 도입에 따라 CSM(보험계약서비스마진)이 중요한 지표로 떠오르게 되면서, CSM 확보에 유리한 상품을 개발하고, 마케팅에 투자하고 있는 장기보험 산업에서는 삼성화재가 88.1점으로 14년 연속 1위(역대 14회 1위)의 자리를 지켜냈다.

삼성화재는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용 편리성, 직원 응대태도, 가입 시 상품 정보제공, 고객 관리, 사고처리 안내, 보험금 지급 신속성, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

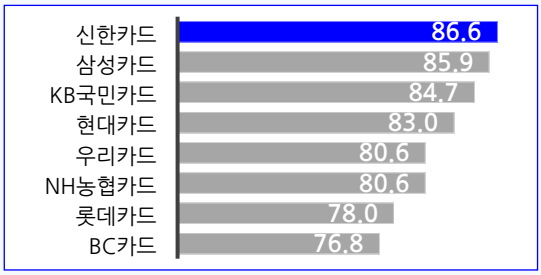
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 금융 및 보험(금융업)

• 신용카드

고금리 기조로 업황이 비교적 악화되면서, 장기 무이자 할부를 축소하는 등 소비자 혜택을 축소하여 수익성 개선을 도모하고, PLCC 카드나 데이터 상품 등을 출시하여 신규 수요를 창출하고자 하는 신용카드 산업에서는 신한카드가 86.6점으로 14년 연속 1위(역대 14회 1위)의 자리를 유지했다.

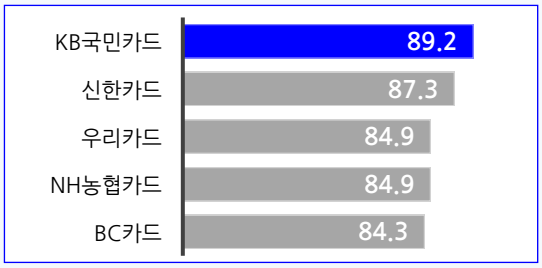
신한카드는 전반적 만족도와 재이용의향에서 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 적절한 이용한도, 이용대금 명세서, 콜센터 서비스, 앱 이용 편리성, 서비스 수준 대비 연회비, 기업 신뢰도의 세부항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 차지했다.



• 체크카드

간편결제 서비스의 발전 등 체크카드 이용률은 점차 감소하고 있지만, 체크카드를 통해 얻을 수 있는 금융 데이터와, 신용카드 고객으로의 전환을 고려하여 신규 상품 출시와 마케팅 강화에 투자하고 있는 체크카드 산업에서는 KB국민카드가 89.2점으로 10년 연속 1위(역대 13회 1위)를 차지하는 성과를 얻었다.

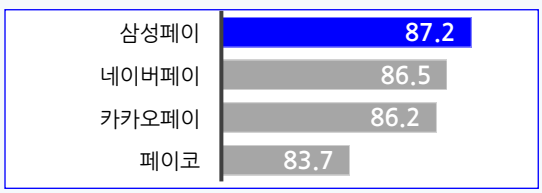
KB국민카드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 이용 및 업무 처리 편리성, 콜센터 서비스, 홈페이지 이용 편리성, 안전성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 간편결제서비스

업계 내 경쟁 강도가 증가하는 가운데, 오프라인 접점을 확대하기 위해 전략적 협업을 확대하거나, 해외 결제 시장 진출 및 대완대출과 같이 서비스를 확장하여 수요를 확대하고 있는 간편결제서비스 산업에서는 삼성페이가 87.2점으로 지난해 1위 네이버페이를 제치고 첫 1위를 기록했다.

삼성페이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 결제 인증 간편성, 다양한 온/오프라인 사용처, 안정적 서비스, 안전성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사보다 우수한 만족도를 나타내는 성과를 얻었다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

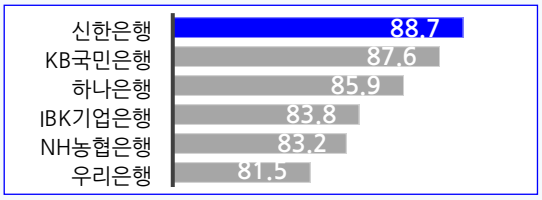
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 금융 및 보험(금융업, 증권)

• 은행

빅테크 기업의 금융업 진출이 늘어나면서, 비금융 서비스를 포함한 다양한 기능을 통합한 슈퍼앱 전략을 강화하여 경쟁력을 확보하고, AI 기술을 중심으로 디지털 역량을 고도화하고 있는 은행 산업에서는 신한은행이 88.7점으로 11년 연속 1위(역대 21회 1위)의 영광을 차지하게 되었다.

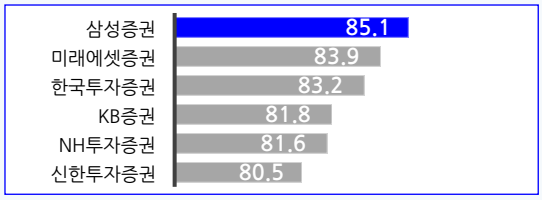
신한은행은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 대출 편리성, 직원 응대태도, 업무처리 정확성, 신속성, 인터넷뱅킹 이용 편리성, 안전성, 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 좋은 성적을 거두었다.



• 증권

부동산PF 부실, 홍콩 H지수 ELS 손실 등 산업 내 주요 이슈에 대비하고, ESG금융 상품과 AI와 블록체인이 중심이 되는 디지털금융을 확대하면서 시장의 구조적인 변화를 준비하고 있는 증권 산업에서는 삼성증권이 85.1점으로 5년 연속 1위(역대 19회 1위)의 자리를 유지한 것으로 조사되었다.

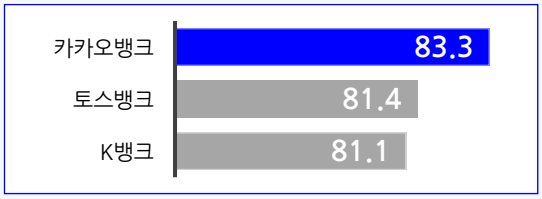
삼성증권은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 홈페이지 이용 편리성, 수익률, 서비스 수준 대비 높은 수익률, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 인터넷전문은행

주택담보대출과 같은 가계 대출 외에도, 개인사업자를 대상으로 하는 상품을 통해 사업을 확장하고, 디지털 및 모바일 역량을 강화하면서 금융 편의성을 증가시키는데 노력하고 있는 인터넷전문은행 산업에서는 카카오뱅크가 83.3점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)를 달성했다.

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



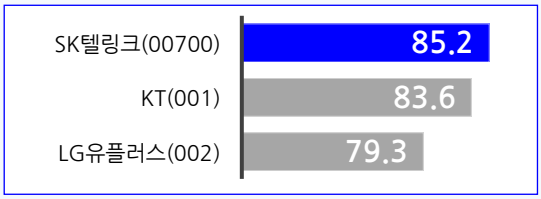
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 통신업(유무선 전화업)

• 국제전화

국제전화를 악용한 보이스피싱을 예방하기 위해 정부기관과 협력하여 로밍 사칭 자동 차단 서비스와 국제번호 안내 서비스를 제공하는 동시에, 소비자들의 요금 부담을 덜기 위해 요금 혜택을 제공하고 있는 국제전화 산업에서는 SK텔링크(00700)가 85.2점으로 10년 연속 1위(역대 11회 1위)라는 위업을 달성했다.

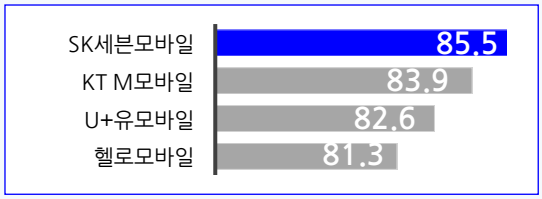
SK텔링크(00700)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 통화 음질, 통화 연결 시간, 요금부과 정확성, 콜센터 서비스, 다양한 요금제, 기업의 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



• 알뜰폰

가입자 유치를 위해 마케팅과 다양한 브랜드와의 제휴 혜택을 강화하는 동시에, 24시간 고객센터, 챗봇 서비스 등을 도입하여 고객의 편의성 증대를 위해 노력하고 있는 알뜰폰 산업에서는 SK세븐모바일이 85.5점으로 지난해 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 기록했다.

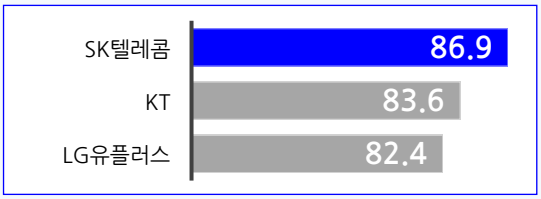
SK세븐모바일은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 점했으며, 요소만족도는 통화 품질, 다양한 요금제, 간편한 개통절차, 콜센터 및 고객센터 서비스, 서비스 수준 대비 사용요금, 기업의 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객들로부터 좋은 평가를 받았다.



• 이동전화

산업 내 AI 경쟁력을 확보하기 위한 노력으로, AICC와 챗봇 서비스, AI기반 스팸·스미싱 필터링 시스템 등을 고도화하고, LLM 개발을 위해 기업간 협력을 강화하고 있는 이동전화 산업에서는 SK텔레콤이 86.9점으로 26년 연속 1위(역대 27회 1위)로 선정되는 영광을 안았다.

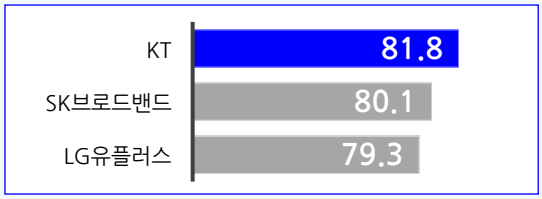
SK텔레콤은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 용이성, 데이터 속도, 앱 컨텐츠 유용성, 요금제 다양성, 콜센터 대리점 서비스, 모바일 고객센터 서비스, 멤버십 및 장기 고객 혜택, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 인터넷전화

보이스피싱 범죄가 증가함에 따라, 정부와 함께 보이스피싱 예방 시스템을 개발하고 사회적 취약계층과 재난 피해가구를 대상으로 요금을 감면해주는 등 사회적 책임에 힘쓰고 있는 인터넷 전화산업에서는 KT가 81.8점으로 15년 연속 1위(역대 15회 1위)를 달성했다.

KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 통화 지연 및 혼선 없음, 다양한 요금제, 개통 및 설치 기한 엄수, 장기 고객 혜택, 설치직원 업무능력 및 서비스, 기업 신뢰도 등의 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

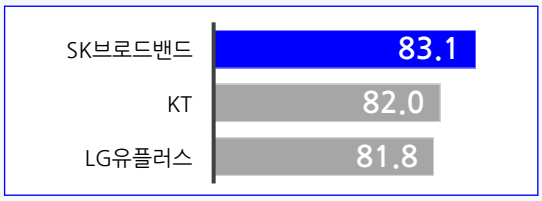
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

• *IPTV*

스마트TV의 보급 확대와 뉴미디어의 성장으로 인해 IPTV가입 이탈자가 증가하는 가운데, OTT 업체와 제휴하고, 콘텐츠를 편리하게 이용할 수 있는 서비스를 강화하여 경쟁력 확보에 힘쓰고 있는 IPTV 산업에서는 SK브로드밴드가 83.1점으로 4년 연속 1위(역대 8회 1위)를 이어갔다.

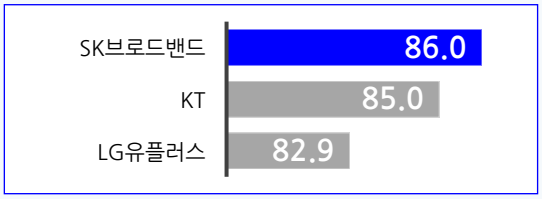
SK브로드밴드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 방송 시청 중 끊어짐 없음, 장기고객 혜택, 정확한 요금 부과, 설치직원의 업무능력, 다양한 요금제, 기업의 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



• *초고속인터넷*

기가인터넷 전환과, 망 전환 등 품질 개선에 투자하고, 신규 가입자를 유치하기 위해 현금성 사은품 액수를 높이는 등 적극적인 마케팅을 펼쳐지고 있는 초고속인터넷 산업에서는 SK브로드밴드가 86.0점으로 4년 연속 1위(역대 9회 1위)로 선정되었다.

SK브로드밴드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 사용 중 끊어짐 없음, 장기고객 혜택, 설치직원의 친절도 및 업무 능력, 콜센터 서비스, A/S, 다양한 요금제, 기업의 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

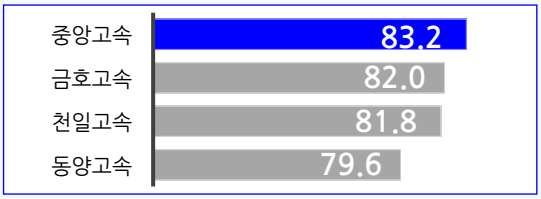
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 운수 및 보관(고속버스, 지하철, 철도)

• 고속버스

이용자가 줄어들면서 업계가 다소 침체되어 있지만, 탄소배출 등 친환경을 지향하는 추세에 따라 기존의 주류 차량이었던 디젤 차량에서 전기와 수소 차량으로의 전환을 통해 탄소 절감에 힘쓰고 있는 고속버스 산업에서는 중앙고속이 83.2점으로 전년도 1위 금호고속을 제치고 1위의 자리를 차지했다.

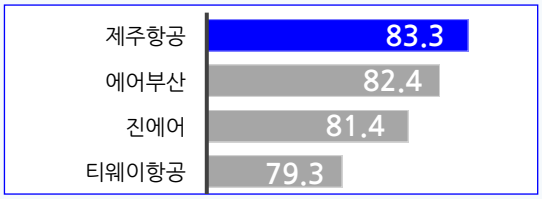
중앙고속은 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 친절한 운전기사, 안전운행, 차내 시설/환경, 냉난방 시설, 차량 내/외부 청결, 서비스 수준 대비 요금, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• 저비용항공

국내 양대 FSC의 통합으로 국내 LCC로 노선이 옮겨질 것으로 예상되는 등, 중단거리의 노선 뿐만 아니라 장거리 노선을 확대하는 동시에 가격과 서비스의 차별화를 통해 경쟁력을 강화하고 있는 저비용항공산업에서는 제주항공이 83.3점으로 지난해 1위 에어부산을 뛰어넘고 1위의 영예를 안았다.

제주항공은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 기내 부가서비스, 직원 응대태도, 앱 이용 편리성, 할인 혜택, 지속 이용 혜택서비스 수준 대비 요금의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 점수를 기록했다.



• 항공

국내 양대 FSC의 합병이 가시화되면서, 외항사와의 경쟁구도가 명확해 질것으로 예상됨에 따라, 고객 응대, 라운지 및 마일리지와 같은 서비스 경쟁력이 더욱 중요해질 것으로 보이는 항공 산업에서는 아시아나항공이 81.0점으로 10년 연속 1위(역대 26회 1위)으로 선정되었다.

아시아나항공은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 예약 발권서비스, 탑승수속 서비스, 기내 시설 및 부가서비스, 직원 응대태도, 기내식 제공, 출발/도착 시간 정확성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 긍정적인 평가를 받은 것으로 조사되었다.

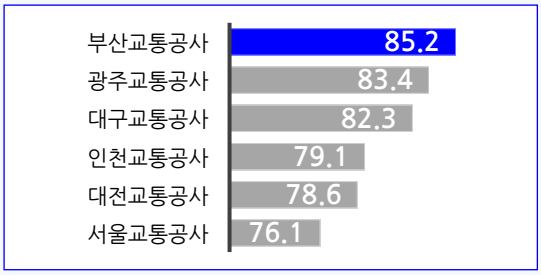
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 운수 및 보관(고속버스, 지하철, 철도)

• *지하철*

지하철 혼잡도를 개선하기 위해 의자 없는 칸과, 승강장 혼잡도를 분석하여 열차 탑승을 관리할 수 있는 승강장 혼잡도 예측 모델을 도입하고, 혼잡도가 높은 노선에 전동차를 추가로 도입하는 것을 계획하고 있는 지하철 산업에서는 부산교통공사가 85.2점으로 8년 연속 1위(역대 9회 1위)를 차지했다.

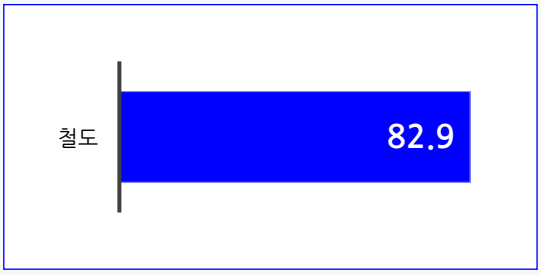
부산교통공사는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 역내 고객 편의시설, 승차감, 차내 환경, 승차권 구입/충전, 직원 응대태도, 사고 응대처리, 출발/도착 시간의 정확성, 기관 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



• *철도*

유지보수 시스템을 개선하고 중대재해를 줄이기 위해 첨단 IT기술을 바탕으로 안전관리 플랫폼을 제작하는 등 디지털 전환에 투자하는 동시에, 철도를 중심으로 다양한 모빌리티 서비스를 연결하는 MaaS를 추진하고 있는 철도 산업의 고객만족도는 82.9점으로 조사되었다.

철도서비스는 세부 항목 중 고객 편의시설, 차내 냉난방 시설, 차표 구입 편리성, 직원 응대태도, 안전 운행, 발착 시간 정확성, 기업의 신뢰도의 항목에서 높은 만족 수준을 보였다. 반면, 할인 및 적립혜택, 서비스 수준 대비 요금, 승차감 등에서는 상대적으로 낮은 평가를 받았다.



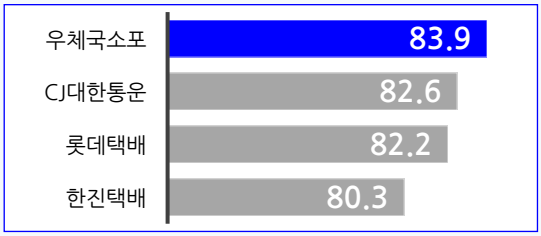
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

• 택배/소포

유통사 업계가 자체 배송을 시작하면서 업계 경쟁이 심화되고 있는 가운데, 물류 인프라에 투자하여 당일 배송 등 배송 경쟁력을 강화하고, 자동화와 노선 효율화 등 원가 절감에 집중하고 있는 택배/소포 산업에서는 우체국소포가 83.9점으로 7년 연속 1위(역대 13회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

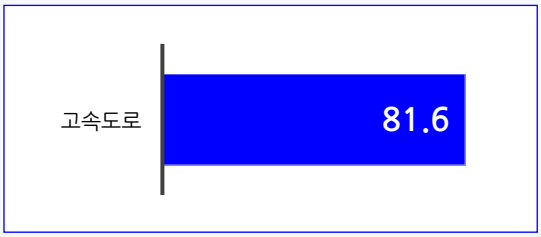
우체국소포는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 접수·문의 방법 다양성, 수거 시간 엄수, 집하 기사 응대 태도, 배송 정확성, 배달 안전성, 기업 신뢰도 등 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 점하는 모습을 보였다.



• 고속도로

건설정보모델링(BIM)을 도입하여 설계 과정의 효율을 높이고, 드론과 같은 첨단 장비 및 도로파임 자동탐지 장비 등 AI와 데이터 기반의 시스템을 도입하여 디지털 전환에 힘쓰고 있는 고속도로관리 산업의 고객만족도는 81.6점으로 조사되었다.

고속도로는 세부 요소항목 중 도로면 상태, 도로 주변 관리, 안내표지판, 톨게이트 진입용이, 휴게소 환경 및 이용 편리성, 기업의 신뢰도 등에서 높은 점수를 받았다.
반면, 교통정보, 휴게소 음식의 질, 품질 대비 휴게소 상품가격 등에서는 상대적으로 낮은 만족도 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 모빌리티플랫폼

정부의 규제 등 업계 내 리스크에도 불구하고, 통합된 플랫폼을 바탕으로 대중교통 간의 연결과, 검색과 결제 등의 다양한 서비스를 아우르는 '수퍼앱'으로의 전환을 준비하며 진화하고 있는 모빌리티 플랫폼 산업에서는 TMAP(티맵 모빌리티)가 85.1점으로 조사 첫해 1위를 기록했다.

TMAP(티맵 모빌리티)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 화면 구성 및 디자인, 검색 편리성, 빠른 속도, 유용한 정보 제공, 기업의 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 점하는 모습을 보였다.

산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ **교육 서비스, 보건업**

• *교육*

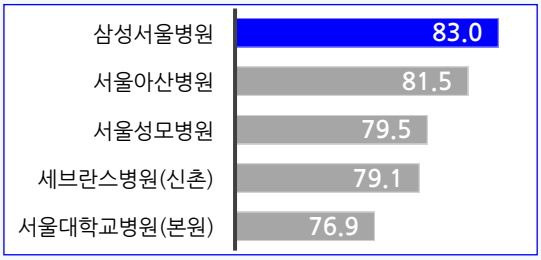
디지털 기술을 바탕으로 공교육의 효과를 높이기 위해, 학생 맞춤형 교육을 제공할 수 있는 AI 디지털 교과서를 내년부터 도입하고, 디지털 선도교사를 양성하여 디지털 교육을 활성화하기 위해 준비하고 있는 교육산업의 고객만족도는 63.2점으로 조사되었다.

교육서비스는 세부 요소항목 중 교육 정책, 학교 교육시설 및 환경, 교사의 수준 등에서 상대적으로 높은 평가를 받았다.
반면, 입시제도, 개개인 특성을 반영한 교육, 교과목 구성, 안전성, 정부부처 신뢰도 등에서는 상대적으로 낮은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.

• *종합병원*

의과대학 정원 확대 정책으로 인해 촉발된 전공의 집단이탈 사태가 장기화되면서, 무급휴가나 희망 퇴직 신청을 받는 등 비상경영체제를 선포하여 경영난에 대응하고 있는 종합병원 산업에서는 삼성서울병원이 83.0점으로7년 연속 1위(역대 23회 1위)에 올랐다.

삼성서울병원은 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 우위를 나타냈으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 진료 및 수납 대기시간, 의료시설 및 장비, 고객 편의시설, 병원시설 안내, 주차, 진료수준 대비 진료비, 병원의 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족 수준을 보인 것으로 나타났다.



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 여행사(해외여행)

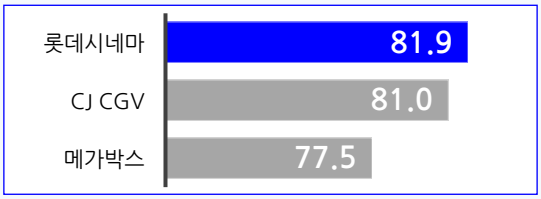
여행 수요가 증가하고 있는 시니어, 1인 가구, MZ세대의 특성을 고려하여, 세미 패키지 상품 등 맞춤형 여행 상품을 출시하여 고객의 니즈를 충족시킬 수 있도록 노력하고 있는 여행사(해외여행)산업에서는 하나투어가 84.5점으로 13년 연속 1위(역대 13회 1위)를 기록했다.

하나투어는 재이용의향에서 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상담직원의 응대태도 및 상품 설명, 준비사항 및 계약내용 고지, 숙박시설 및 음식, 관광 프로그램, 가이드의 서비스, 서비스 동일성, 안전성, 기업 신뢰도 등 세부 항목에서 고객들로부터 높은 만족도 점수를 받은 것으로 나타났다.

• 영화관

최신 기술이 접목된 프리미엄 상영관을 확대하고, 체험 프로그램이나 팝업 스토어, 스포츠 중계와 같이 다양한 콘텐츠를 제공함으로써 영화관을 복합 문화 공관으로 전환하고 있는 영화관 산업에서는 롯데시네마가 81.9점으로 12년 연속 1위(역대 17회 1위)의 자리를 이어갔다.

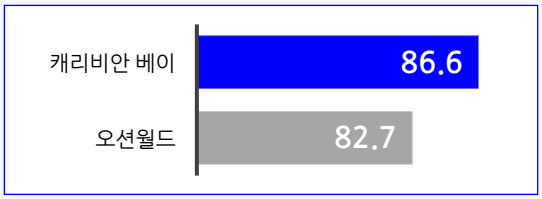
롯데시네마는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 영상시설 및 음향시설, 시설/환경, 직원 응대태도, 주차 편리성, 무인티켓발권기 이용 편리성, 앱 및 홈페이지 이용 편리성, 할인 및 적립 혜택 등 대부분의 세부 항목에서 고객들로부터 긍정적 평가를 받았다.



• 워터파크

무더위가 앞당겨지며 성수기를 빠르게 맞이하게 된 상황에서, 신규 어트랙션과 시설을 도입하여 고객 유치에 힘쓰는 동시에, 에너지 절감을 위해 설비와 시스템 개선에 활발히 투자하고 있는 워터파크 산업에서는 캐리비안 베이가 86.6점으로 13년 연속 1위(역대 13회 1위)를 고수했다.

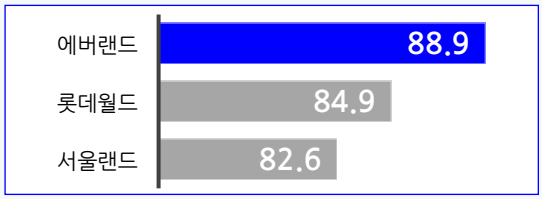
캐리비안 베이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 물놀이시설 다양성 및 안전성, 이벤트 다양성, 직원 응대태도, 시설 안내, 식당, 수질관리, 할인 혜택, 시설 수준 대비 이용요금, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 높은 우위를 보인 것으로 조사되었다.



• 종합레저시설

국내 인구, 특히 주요 고객이었던 청소년 인구가 감소될 것으로 예상됨에 따라, 성인 고객과 외국인 관광객의 확대를 위해 K-POP을 포함한 한류 콘텐츠 등, IP 개발에 힘쓰고 있는 종합레저시설 산업에서는 에버랜드가 88.9점으로 30년 연속 1위(역대 30회 1위)를 차지하는 영광을 안았다.

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



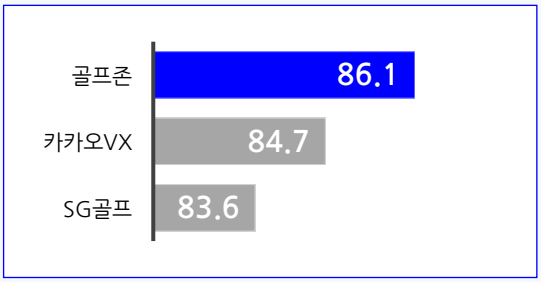
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 스크린골프

경제 침체에도 불구하고 20-30대 고객의 증가, 그린피의 상승 등 산업 내 긍정 요인이 존재하는 가운데, 해외 진출을 통해 추가적인 신규 수요를 창출하고자 하는 스크린골프 산업에서는 골프존이 86.1점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 기록했다.

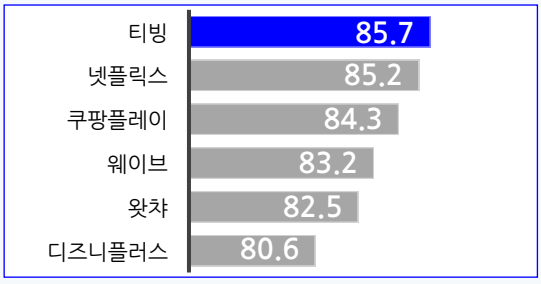
골프존은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 우수한 점수를 받았으며, 요소만족도는 라운드 풍부한 컨텐츠, 스크린 화질, 기능조작 편리성, 직원 응대태도, 골프용품 상태, 시설/환경, 고객 편의시설, 어플리케이션 이용 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 고객들이 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



• OTT서비스

산업이 성숙기에 가까워지면서, 수익성 개선을 위해 요금 전략을 개편하고, 스포츠 중계, 다큐 또는 예능 콘텐츠 등을 확대하는 전략을 활용하여 변화를 도모하고 있는 OTT서비스 산업에서는 티빙이 85.7점으로 지난해 넷플릭스를 제치고 1위(역대 2회 1위)의 자리를 차지하게 되었다.

티빙은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 취향 맞춤 컨텐츠 제공, 기업의 높은 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

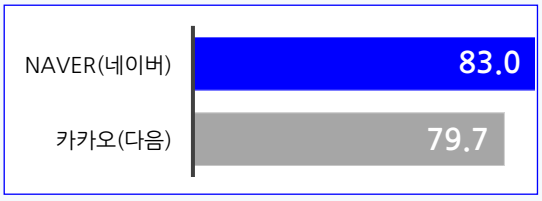
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업)

• 검색포탈사이트

동영상과 SNS 플랫폼이 새로운 정보 검색의 수단으로 자리잡고, 해외 빅테크 기업이 선보이는 인공지능 검색 서비스가 주목받고 있는 가운데, 이에 대응하기 위해 자체 AI 검색 서비스와 커뮤니티 서비스를 준비하고 있는 검색포탈사이트 산업에서는 Naver(네이버)가 83.0점으로 21년 연속 1위(역대 21회 1위)의 자리를 차지하는 영광을 안았다.

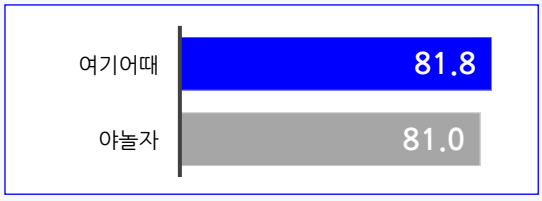
Naver(네이버)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 검색 결과의 정확도, 유용한 정보/서비스 다양성, 정보 업데이트, 커뮤니티 서비스, 고객 응대, 기업의 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보였다.



• 숙박앱

연관된 서비스들을 하나의 앱을 통해 제공하여, 고객들에게 통합된 경험을 제공하는 슈퍼앱 전략을 강화하는 동시에, 해외여행 서비스를 출시하여 사업을 확장하고 있는 숙박앱 산업에서는 여기어때가 81.8점으로 지난해 1위 야놀자를 제치고 1위(역대 2회 1위)의 영광을 되찾게 되었다.

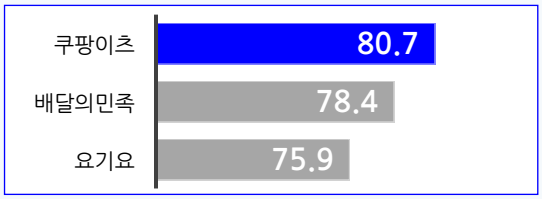
여기어때는 전반적만족도와 재이용의향에서 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 화면구성 및 디자인, 빠른 검색속도, 검색 편리성, 숙박시설 다양성, 할인 및 적립혜택, 취소 및 환불 용이성, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 높은 점수를 기록했다.



• 배달앱

물가와 배달비가 지속적으로 증가하면서 소비자의 외식 수요가 위축됨에 따라, 무료 배달 서비스를 제공하거나, PB브랜드를 런칭하는 등 신사업을 확장하여 수요를 창출하고자 하는 배달업 산업에서는 쿠팡이츠가 80.7점으로 지난해 이어 2년 연속 1위(역대 3회 1위)를 기록했다.

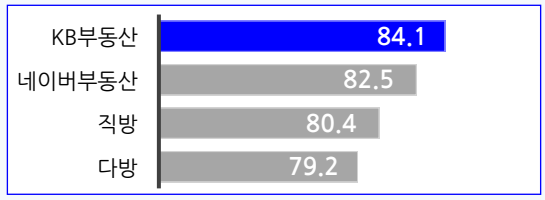
쿠팡이츠는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 보다 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 화면 구성 및 디자인, 검색 편리성, 음식점 정보 정확성, 이벤트 및 사은행사, 할인 및 적립혜택, 배달 예정시간 정확성, 콜센터 서비스, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 우수한 수준을 보였다.



• 부동산플랫폼

AI 매물 추천 서비스, AI 부동산 가격 추정가격 또는 경매 금액 예측, AI 아파트 정보 지도 등 AI를 기반으로 하는 서비스를 출시하여 경쟁력을 강화하고 있는 부동산 플랫폼 산업에서는 KB부동산이 84.1점으로 지난해에 이어 3년 연속 1위(역대 3회 1위)를 차지했다.

KB부동산은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 다양한 매물, 정확한 매물 소개 및 방법, 부동산 정보 유용성, 고객 응대, 허위매물 유무, 거래 안전성, 기업 신뢰도 부분에서 고객들이 우수한 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



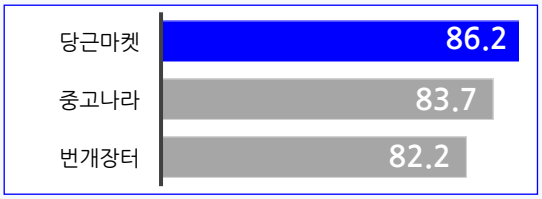
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업)

• 중고거래플랫폼

시장이 빠르게 성장하는 만큼 사기 거래, 암표 거래, 불법 의약품 거래 등 불법 거래가 증가하는 가운데, 범죄 방지를 위해 안심거래 및 이상거래탐지 시스템 등을 도입하고 있는 중고거래 플랫폼 산업에서는 당근마켓이 86.2점으로 지난 해에 이어 3년 연속 1위(역대 3회 1위)로 선정되었다.

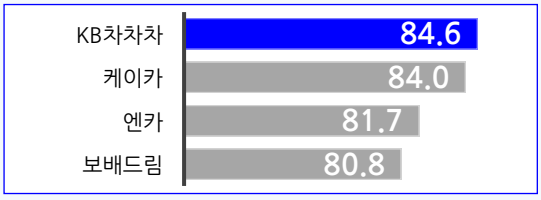
당근마켓은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 물품 다양성, 검색 편리성, 화면 구성 및 디자인, 물품 등록 용이성, 빠른 검색 속도, 고객 응대, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 보다 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 중고차플랫폼

대기업의 중고차 시장 진출로 인해 업계 내 경쟁이 과열되면서, 상품 추천, AS를 포함하여 고객의 만족도를 높일 수 있는 고객 맞춤형 서비스를 고도화 하는 등 경쟁력 확보를 위한 노력이 치열한 중고차플랫폼 산업에서는 KB차차차가 84.6점으로 지난해에 이어 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 자리를 이어갔다.

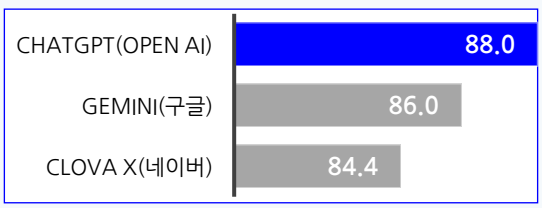
KB차차차는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사보다 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 차량 다양성, 검색 편리성, 서비스 안정성, 기업 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사보다 고객들로부터 우수한 만족도를 나타낸 것으로 조사되었다.



• 대화형인공지능서비스

인공지능 산업이 비즈니스 생태계를 포함한 사회에 막대한 영향을 끼칠 것으로 예상되는 가운데, 사용자의 능력을 증폭하고, 작업을 돕는 것에 초점을 두는 인간 중심 AI(HCAI)가 주목받고 있는 대화형인공지능서비스 산업에서는 ChatGPT가 88.0점으로 조사 첫해 1위를 기록했다.

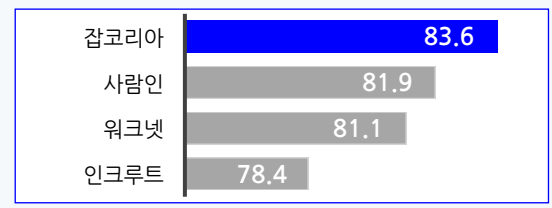
ChatGPT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 보다 우수한 성적을 받았으며, 요소만족도에서는 충분한 답변 분량, 최신 정보 제공, 적절한 로딩 속도, 서비스 안전성, 기업의 신뢰도에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 취업정보플랫폼

업계 내에서 AI 경쟁력이 중요해짐에 따라 투자를 확대하는 동시에, AI를 기반으로 하는 인재 매칭 서비스, 맞춤 채용 공고, 커리어 진단 서비스 등 AI 서비스를 확대하고 있는 취업정보플랫폼 산업에서는 잡코리아가 조사 첫해 83.6점으로 1위에 선정되는 영예를 안았다.

잡코리아는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 성적을 받았으며, 요소만족도에서는 채용공고의 다양성, 정보 유용성, 검색 편리성, 빠른 로딩속도, 기업의 신뢰도의 세부 항목에서 높은 점수를 기록했다.



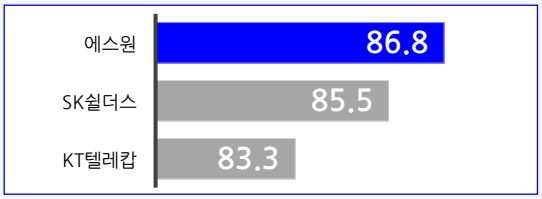
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ **보안시스템서비스업, 임대업**

• *무인경비*

의료법 개정 등 업계에 긍정적인 제도 변화가 이루어지는 가운데, AI를 포함한 디지털 기술을 바탕으로 AI CCTV와 같은 솔루션을 출시하여 범죄를 효과적으로 예방할 수 있는 역량을 강화하고 있는 무인경비 산업에서는 에스원이 86.8점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위)를 이어갔다.

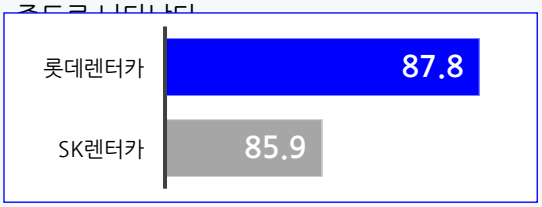
에스원은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 가입 시 정보제공, 직원 업무능력, 신속한 출동 직원, A/S, 콜센터 서비스, 서비스 대비 요금 등의 항목에서 경쟁사 대비 좋은 결과를 보였다.



• *렌터카*

장기렌터카 운전경력을 보험 가입경력으로 인정하도록 법안이 개선되면서 업계 내 긍정 요인이 일어나고 있으며, 이러한 변화를 바탕으로 플랫폼 기반의 비대면 서비스를 강화하고 인기 차종을 확대하는 등의 전략을 통해 경쟁력을 강화하고 있는 렌터카 산업에서는 롯데렌터카가 87.8점으로 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, 차량 내/외부 청결도, 부가서비스, 보험/사고처리, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 만



산업별 조사결과 요약
소비재 제조업
내구재 제조업
서비스업

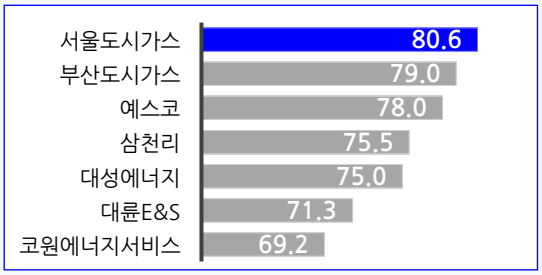
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스

디지털을 기반으로 안전관리와 관련된 공급 시스템을 고도화하고, 천연가스와 관련된 경쟁력을 확보하는 동시에 에너지 업계의 주요 과제인 친환경 에너지로의 전환을 준비하고 있는 도시가스 산업에서는 서울도시가스가 80.6점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)를 유지했다.

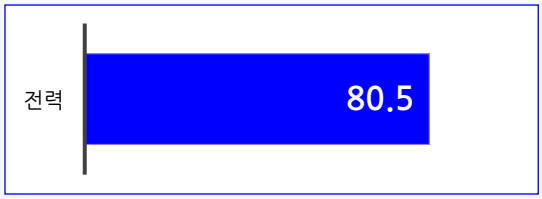
서울도시가스는 전반적 만족도와 요소만족도 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며 요소만족도는 이용 안전성, 콜센터 서비스, 레인지 연결 신청 용이, 요금 검침결과 정확성, 요금 납부 편리성, 안전점검 결과 안내, 공급회사 신뢰도 부분에서 고객들로부터 좋은 평가를 받았다.



• 전력

데이터 센터를 증설하고 첨단 IT 기술이 발전으로 인해 전력의 수요가 급격하게 증가할 것으로 예상됨에 따라, 이러한 변화에 안정적으로 대응하기 위한 다양한 대책을 마련하고 있는 전력 산업의 고객만족도는 80.5점으로 조사되었다.

전력서비스는 세부요소 항목 중 원활한 전력 공급, 기업 신뢰도, 안전성 등에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.
반면, 요금 청구 정확성, 서비스 수준 대비 요금 적절성, 요금 납부 편리성 등에서는 다른 세부 항목에 비해 낮은 만족 수준을 나타냈다.



• 수도

다양한 기기로 시간과 장소와 관계없이 업무 환경을 제공할 수 있는 스마트 업무환경 구축 사업을 추진하는 등 디지털 기반의 첨단 물관리 기술을 바탕으로 글로벌 물기업으로의 도약을 준비하고 있는 수도 산업의 고객만족도는 79.7점으로 조사되었다.

수도서비스는 세부 요소항목 중 물 청결도, 원활한 물 공급, 기업 신뢰도 등에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.
반면, 납부 편리성, 비스 수준 대비 이용요금 적절성, 요금 청구 정확성 등에서는 다른 세부 항목 대비 낮은 만족도를 보였다.

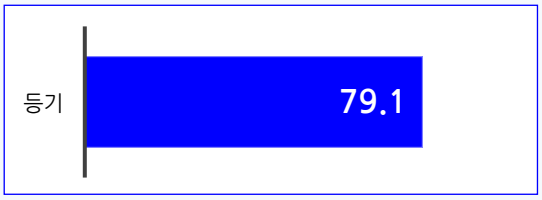
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

➢ 공공서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기

전세사기 피해자들을 대상으로 등기 수수료를 면제함으로써 피해자의 권리보호를 지원하고, 국민에게 등기 정보를 더 쉽고 빠르게 제공하기 위해 등기 업무에 AI 도입을 준비하고 있는 등기 산업에서는 79.1점으로 조사되었다.

등기서비스는 세부 요소항목 중 고객 편의시설, 기관 신뢰도, 업무처리 신속성, 이용 수수료 직원 상담 능력 등에서 상대적으로 우수한 평가를 받았다.
반면, 내·외부 시설/환경, 직원 친절도, 전화응대 태도, 이용수수료 적절성 등에서는 타 세부항목 대비 낮은 만족도를 보였다.

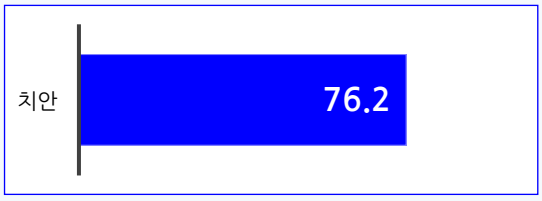


• 세무

공공부문 최초로 상담 서비스에 AI 시스템을 도입하고, AI와 빅데이터 기술을 기반으로 홈택스를 고도화하면서, 모바일 원터치 간편 신고 서비스, AI 검색을 도입하는 등 디지털 전환에 힘쓰고 있는 세무 산업의 고객만족도는 78.3점으로 조사되었다.

세무서비스는 세부 요소항목 중 고객 편의시설, 내·외부 시설/환경, 직원 친절도, 기관 신뢰도 등에서 상대적으로 높은 만족도를 기록했다.
반면, 전화응대 태도, 업무처리 합리성, 이용수수료 적절성 등에서는 타 세부 요소항목 대비 낮은 수준을 보였다.

• 치안

조직 개편 및 현장 관리의 효율화를 위해 치안센터를 감축하기로 하면서 치안 공백의 우려가 높아지는 가운데, 첨단과학기술을 바탕으로 치안산업을 활성화하여 치안 공백을 해결하고, 치안 역량을 개선하고자 하는 치안 산업의 고객만족도는 76.2점으로 조사되었다.

치안서비스는 직원 친절도, 업무처리 신속성 및 합리성, 기관의 신뢰도 등의 세부항목에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.
반면, 고객 편의시설, 내·외부 시설/환경 전화응대 태도, 상담 능력, 이용수수료 적절성 등에서는 타 항목 대비 낮은 평가를 받은 것으로 조사되었다.