

문서번호 : KMAC 제 2011-1571호

2011. 09. 22

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 :

2011년 제20차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과발표 양청의 件

1. 귀사의 일익 번창하심을 기원하며 평소의 후의에 감사 드립니다.

2. KMAC(한국능률협회컨설팅)에서는 금년 4~8월에 걸쳐 한국산업의 고객만족도(KCSI : Korean Customer Satisfaction Index) 조사를 실시하였습니다.

3. 본 조사는 1992년부터 실시되어 올해 20회째를 맞이한 국내 최고 권위와 인지도의 고객만족도 조사 제도이며, 국내 시장의 급격한 환경 변화 및 치열한 경쟁 상황에서 우리나라 산업의 고객만족 수준을 진단하여 산업의 질적 성장 정도를 평가하고, 나아가 국내산업의 대외 경쟁력을 제고함과 동시에 소비자의 권익을 보호하는데 기여하고자 실시되고 있습니다.

4. 첨부된 자료는 조사결과를 아래와 같이 축약한 것이오니 귀지(방송)의 보도를 양청합니다.

본 자료는 9월 29일(목) 조간 (방송은 9월 28일 17:00)부터 보도를 요망합니다.**- 아 래 -****가. 제 1 부 : 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요**

- 1) KCSI의 정의
- 2) KCSI 조사의 배경 및 목적
- 3) KCSI 조사의 우수성
- 4) KCSI 조사 현황
- 5) KCSI 측정 모델 및 산출 방법
- 6) 2011년 조사 설계

나. 제 2 부 : 2011년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

- 1) KCSI 전체 특징
- 2) 산업별 KCSI 주요 특징
- 3) 산업별 KCSI 1위 기업
- 4) 산업별 KCSI 1위 기업의 특징
- 5) KCSI 향상을 위한 제언

■ Appendix : 2011년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 결과

※ 첨부 : 2011년 제20차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요 및 결과 1부. 끝.

한국능률협회컨설팅
대표이사 김 종 립

1. KCSI의 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 20년째를 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 5년 앞선 평가 모델로서 조사대상 산업이 전체 GDP의 약 75%를 차지할 만큼 국내 산업의 대표적 고객만족도 조사제도이다.

2. KCSI 조사의 배경 및 목적

국내 산업의 질적 성장 정도 평가, 미래 성장을 위한 선행 지표

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

3. KCSI 조사의 우수성

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

- 고객만족에 대한 개념이 전무하던 1990년대 초반부터 KCSI가 해마다 조사 및 발표됨에 따라 각 기업들은 고객만족경영에 대해 차츰 관심을 갖게 되었고, 이를 토대로 우리나라 산업계 전반에 고객만족 문화가 확산되게 되었다. 이러한 고객만족 문화는 현재 공공부문에까지 확산되어 모든 공공기관이 고객만족도에 의해 평가 받는 시대가 되었다.
- 20년 동안 시행되면서 그 동안 IMF 체제, 미국 발 금융대란 등 많은 위기가 닥쳐왔지만 KCSI 지수는 지난 1992년과 비교하여 26.8점이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객가치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거듭할 수 있음을 입증해 왔다.

고객 권익 보호에 앞장서 국민 삶의 질 향상에 기여

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

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

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

4. KCSI 조사 현황

매년 100개 내외의 산업을 대상으로 조사

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

연도별 발표 산업 수

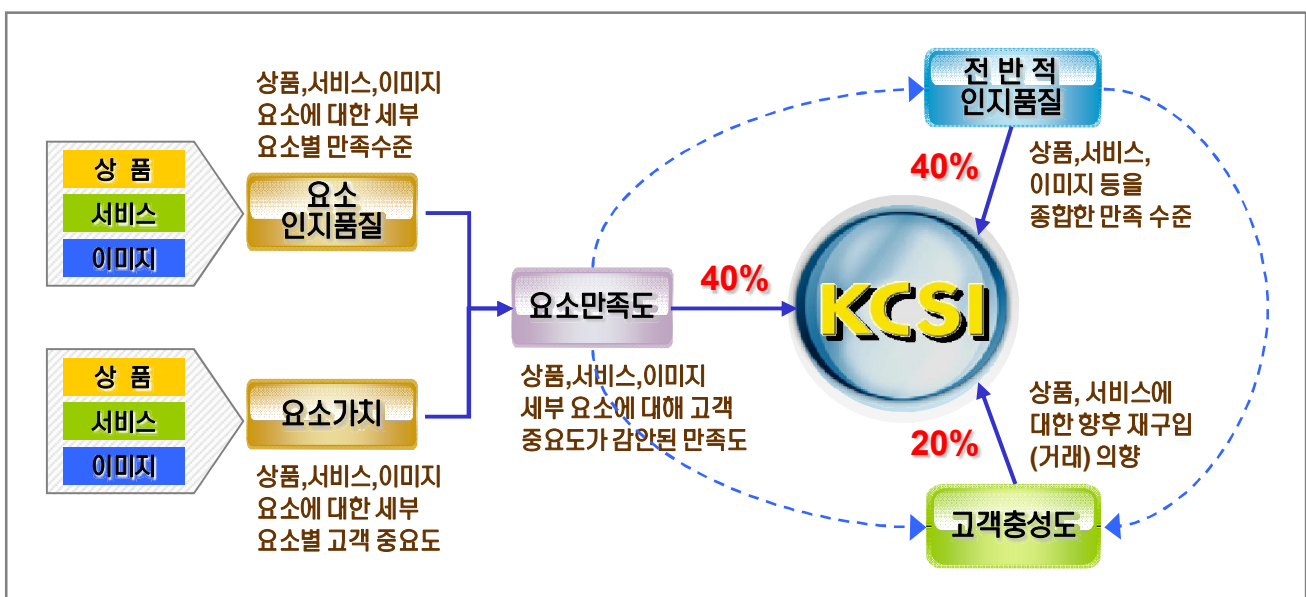
(단위 : 개)

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

구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
제조업	53	53	63	58	57	59	57	54	48	48
서비스업	47	47	47	45	44	46	49	49	51	54
계	100	100	110	103	101	105	106	103	99	102

5. KCSI 측정 모델 및 산출 방법

전반적 만족도(40%), 요소 종합만족도(40%), 재구매 의향(20%)으로 측정돼



→ 본 조사의 고객만족도(KCSI)는 전반적 만족도 40%, 요소 만족도(산업별 특성 고려) 40%, 재구입(거래) 의향을 20%를 반영한 점수이다.

■ KCSI(종합만족도)

$$= (\text{전반적 만족도} \times 0.4) + (\text{요소만족도} \times 0.4) + (\text{재구입(거래)의향률} \times 0.2)$$

▷ 전반적 만족도

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

▷ 요소만족도

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

▷ 재구입(거래)의향률

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

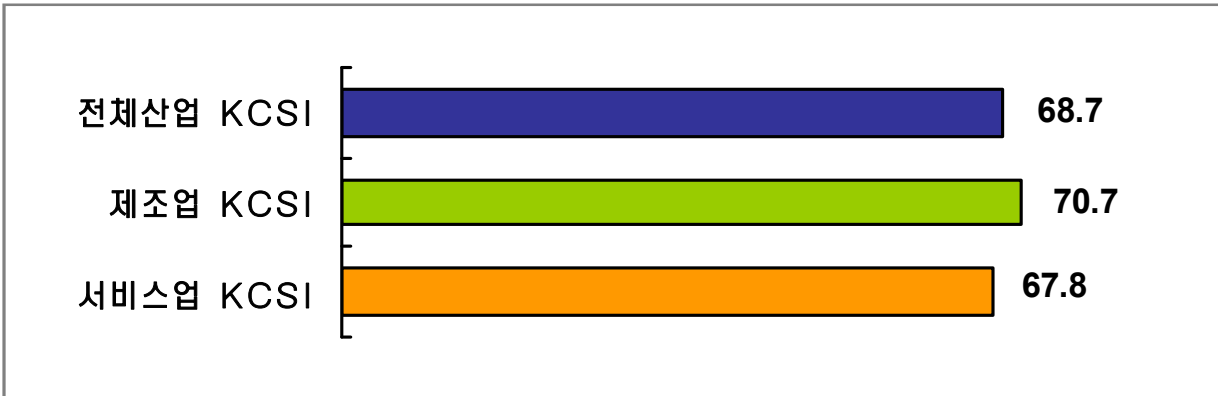
6. 2011년 조사 설계

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 10,679명
- 3) 표본추출방법 : 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)
/ 지역별 인구수, 성별을 고려한 할당
- 4) 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)
- 5) 조사지역 : 서울, 수도권(수원, 성남, 안양, 부천, 안산, 고양, 용인) 및 6대 광역시
- 6) 조사기간 : 2011년 4월 18일 ~ 8월 12일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등
총 102개 산업(약 350여개 기업)

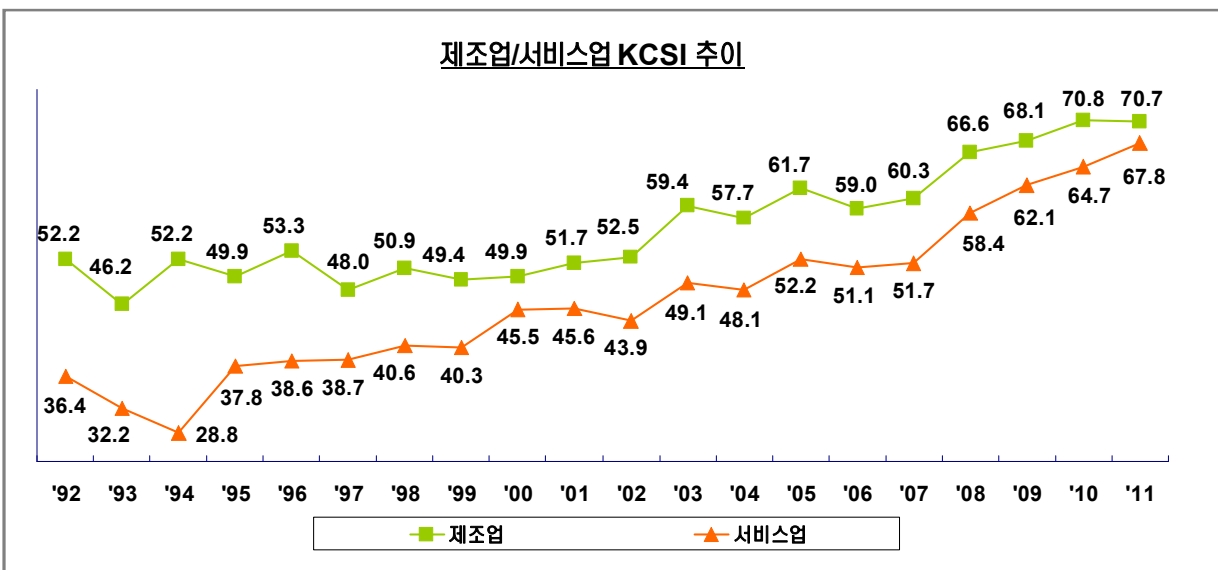
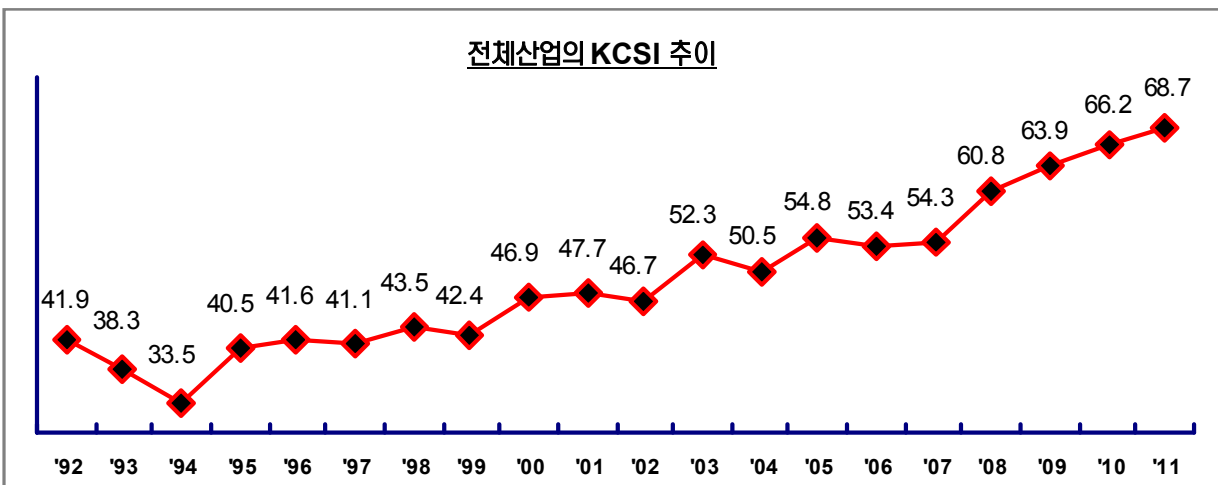
산업부문	2011년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (28개)	1) 간장, 2) 고추장, 3) 과일주스, 4) 맥주, 5) 비스킷, 6) 소주, 7) 스포츠/탄산음료, 8) 식용유, 9) 아이스크림, 10) 우유, 11) 유산균발효유, 12) 참치캔, 13) 남성내의, 14) 남성용기초화장품, 15) 남성정장, 16) 담배, 17) 밀폐용기(신규발표), 18) 생리대, 19) 삼푸, 20) 섬유유연제, 21) 세탁세제, 22) 여성내의, 23) 여성용기초화장품, 24) 정장구두, 25) 주방세제, 26) 치약, 27) 캐주얼화, 28) 화장품
내구재 제조업 (20개)	1) 가정용복합기, 2) 가정용에어컨, 3) 가정용정수기, 4) 김치냉장고, 5) 냉장고, 6) 노트북PC, 7) 데스크톱PC, 8) 디지털카메라, 9) 복사기, 10) 세탁기, 11) 이동전화단말기, 12) 전기밥솥, 13) TV, 14) 가정용보일러, 15) 부엌가구, 16) 승용차타이어, 17) 일반승용차, 18) 침대, 19) 피아노, 20) RV승용차
일반 서비스업 (44개)	1) 생명보험, 2) 신용카드, 3) 온라인자동차보험, 4) 은행, 5) 자동차보험, 6) 장기보험, 7) 증권, 8) 체크카드(신규발표), 9) 대형마트, 10) 대형서점, 11) 대형슈퍼마켓, 12) 도넛전문점(신규발표), 13) 백화점, 14) 영화관, 15) 오픈마켓, 16) 인터넷서점, 17) 인터넷쇼핑몰, 18) 전자제품전문점(신규발표), 19) 제과/제빵점, 20) 커피전문점, 21) 패밀리레스토랑, 22) 패스트푸드점, 23) 편의점, 24) 피자전문점, 25) 학습지, 26) TV홈쇼핑, 27) 검색포털사이트, 28) 국제전화, 29) 시내/시외전화, 30) 이동전화, 31) 인터넷전화, 32) 인터넷TV(IPTV)(신규발표), 33) 초고속인터넷, 34) 고속버스, 35) 도시가스, 36) 스키장, 37) 여행사(해외여행), 38) 종합레저시설, 39) 종합병원, 40) 주유소, 41) 콘도미니엄, 42) 택배, 43) 항공, 44) 아파트
공공 서비스업 (10개)	1) 고속도로관리, 2) 교육, 3) 등기소, 4) 세무서, 5) 수도, 6) 우편, 7) 전력, 8) 철도, 9) 치안, 10) 지하철

1. KCSI 전체 특징

1) 2011년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



2) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 추이



1. KCSI 전체 특징

3) 2011년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도(KCSI), 제조업은 유지하고 서비스업은 지속 상승하며 작년보다 2.5점 높아져

- 2011년 전체산업의 KCSI는 전년 대비 2.5점 높아진 68.7점으로 나타나 5년 연속 상승세를 유지했다. 이는 KCSI 조사 시행 이래 최장 기간 연속 상승 추이를 보인 것이다.
- 제조업은 70.7점을 기록하며 전년 수준을 유지했고, 서비스업(공공서비스 포함)은 67.8점으로 전년에 이어 지속 상승세를 나타냈다.

102개 산업 중 85개 산업은 만족도 상승, 10개 산업은 만족도 하락

- 산업별로는, 전체 조사 대상인 102개 산업 중 약 83.3%에 달하는 85개 산업이 전년보다 KCSI가 높아졌으며, 10개(약 9.8%) 산업이 하락한 것으로 나타나 산업 전반적으로 만족도가 상승했다.
- 제조업의 경우 신규 조사된 밀폐용기 산업과 만족도에 변화가 없는 우유 산업을 제외한 46개 산업 중 42개 산업에서 만족도가 상승했으며, 서비스업(공공 서비스 포함)의 경우 신규 조사된 도넛전문점, 전자제품전문점, 인터넷TV(IPTV), 체크카드 등 4개 산업과 만족도에 변화가 없는 국제전화 산업을 제외한 49개 산업 중 43개 산업에서 작년보다 만족도가 상승했다.

‘TV(내구재)’, ‘여성내의(소비재)’, ‘대형서점(서비스)’, ‘우편서비스(공공)’의 만족도가 가장 높게 나타나

- 올해 제조업 부문은 전년대와 유사한 만족도 수준을 나타냈다. 내구재에서는 ‘TV(82.3점)’ 산업이 전년 대비 5.3점 상승하며 가장 높은 만족도를 나타냈고, ‘여성내의(81.3점)’ 산업이 소비재 제조업 중 가장 높은 만족도를 보이며 그 뒤를 이었다. 이어 ‘냉장고(81.3점)’, ‘맥주(79.7점)’ 산업 등이 높은 수준의 만족도를 나타냈다. 한편, ‘전기밥솥(▲ 7.6점)’, ‘노트북PC(▲ 7.4점)’, ‘세탁기(▲ 6.6점)’ 산업 등은 올해 제조업 중 가장 큰 폭으로 만족도가 상승한 것으로 나타났다.
- 서비스업 부문은 지난 06년 이후 최근 5년간 지속적인 만족도의 상승세를 나타냈으며, ‘대형서점’, ‘인터넷서점(이상 76.5점)’, ‘영화관(76.4점)’ 등이 만족도 상위 산업으로 나타났다. 올해 서비스업 부문에서 신규로 조사된 4개 산업 중 ‘전자제품전문점(73.0점)’, ‘체크카드(71.8점)’, ‘도넛전문점(68.6점)’ 등 3개 산업은 비교적 높은 만족도 수준을 나타냈으나, ‘인터넷TV(IPTV)(59.1)’ 산업은 상대적으로 낮은 수준을 나타냈다. 서비스업 부문에서 올해 가장 큰 폭의 만족도 상승을 나타낸 산업은 ‘온라인자동차보험(▲ 7.6점)’이었으며, ‘항공(▲ 6.9점)’, ‘증권(▲ 6.3점)’, ‘아파트(▲ 6.3점)’ 산업 등이 그 뒤를 이었다.
- 공공서비스 부문은 전년에 이어 ‘우편(77.2점)’ 산업의 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, ‘전력(76.6점)’, ‘수도(73.7점)’, ‘등기소(67.2점)’ 등이 뒤를 이어 높은 만족도를 보였다. 한편, 조사 대상 10개 산업 중 ‘세무서(▽ 1.9점)’와 ‘철도(▽ 0.4점)’를 제외한 모든 산업에서 만족도가 상승했으며, ‘치안행정(▲ 12.7점)’의 만족도가 특히 크게 상승한 것으로 나타났다. ‘교육(49.9점)’은 전년 대비 만족도가 4.6점 상승하였으나 여전히 올해 조사된 전체 산업 중 가장 낮은 만족도를 나타냈다.

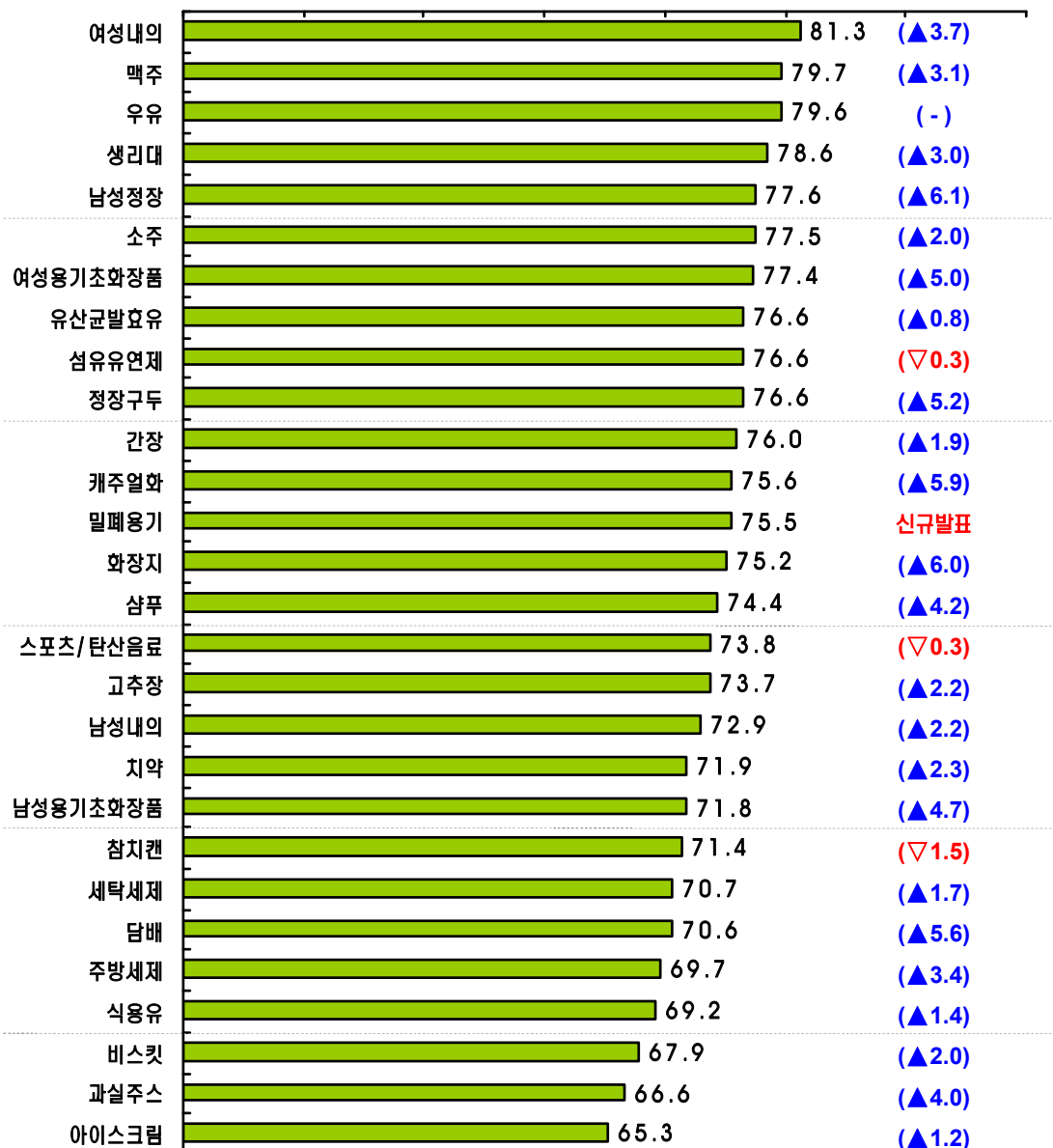
2. 산업별 KCSI 주요 특징

1) 소비자 제조업의 고객만족도 특징

소비재 산업 전반적으로 만족도 상승하며 전년에 이어 상승 추세 이어가

- 금년도 소비자 산업의 만족도는 전체적으로 평균 2.9점 상승하며 전년에 이어 지속적인 상승 추세를 이어갔다.
- 특히, 남성정장(▲ 6.1점), 화장지(▲ 6.0점), 캐주얼화(▲ 5.9점) 산업의 만족도가 비교적 큰 폭으로 상승한 반면, 참치캔(▽ 1.5점), 섬유유연제, 스포츠/탄산음료(이상 ▽ 0.3점) 등은 전년 대비 만족도가 소폭 하락했다.
- 여성내의 산업(81.3점)은 올해 처음으로 80점 이상의 만족도를 기록하며 소비자 산업 내에서 가장 높은 만족도를 나타냈다. 맥주(79.7점), 우유(79.6점), 생리대(78.6점), 남성정장(77.6점) 등도 전년에 이어 높은 만족도를 나타내며 만족도 최상위권 그룹을 형성했다.

소비재(제조업) 산업별 KCSI



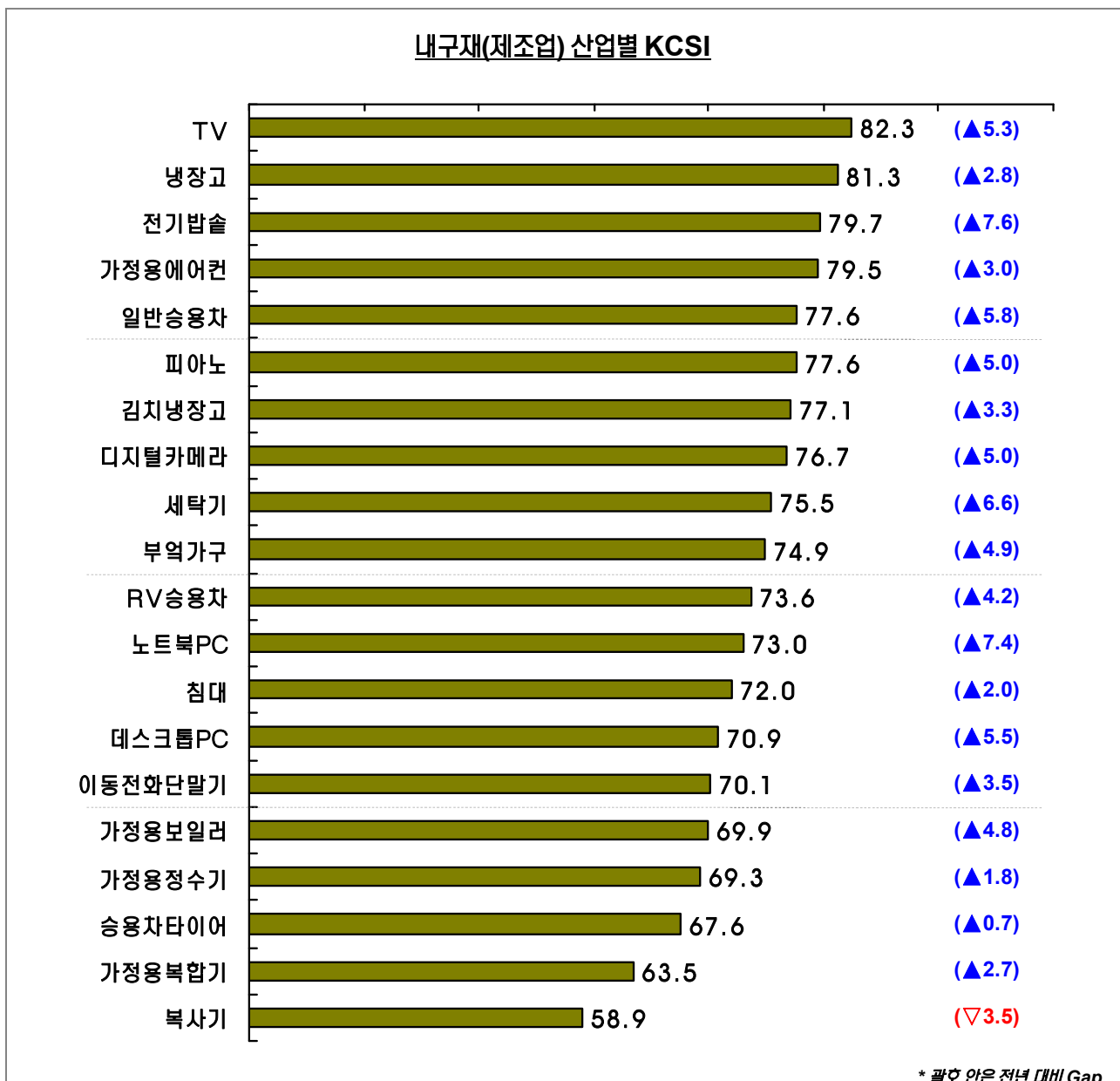
* 괄호 안은 전년 대비 Gap

2. 산업별 KCSI 주요 특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

전년에 이어 TV, 냉장고, 전기밥솥, 가정용에어컨 등 생활가전이 만족도 상위그룹 형성하며 상승세 이끌어

- 내구재 산업의 만족도는 평균 3.9점 상승했으며, TV(82.3점), 냉장고(81.3점) 등이 80점 이상의 만족도로 역대 가장 높은 만족도를 나타냈다.
- 이어 전기밥솥(79.7점), 가정용에어컨(79.5점) 등이 높은 만족도를 나타내 올해 역시 전년에 이어 생활가전이 내구재 산업의 전반적인 상승세를 이끌었다.
- 한편, 전기밥솥 산업의 만족도가 전년 대비 7.6점 상승하며 가장 높은 상승률을 보였고, 노트북PC(▲7.4점), 세탁기(▲6.6점), 일반승용차(▲5.8점) 등이 그 뒤를 이어 전년 대비 높은 만족도의 상승을 나타냈다.

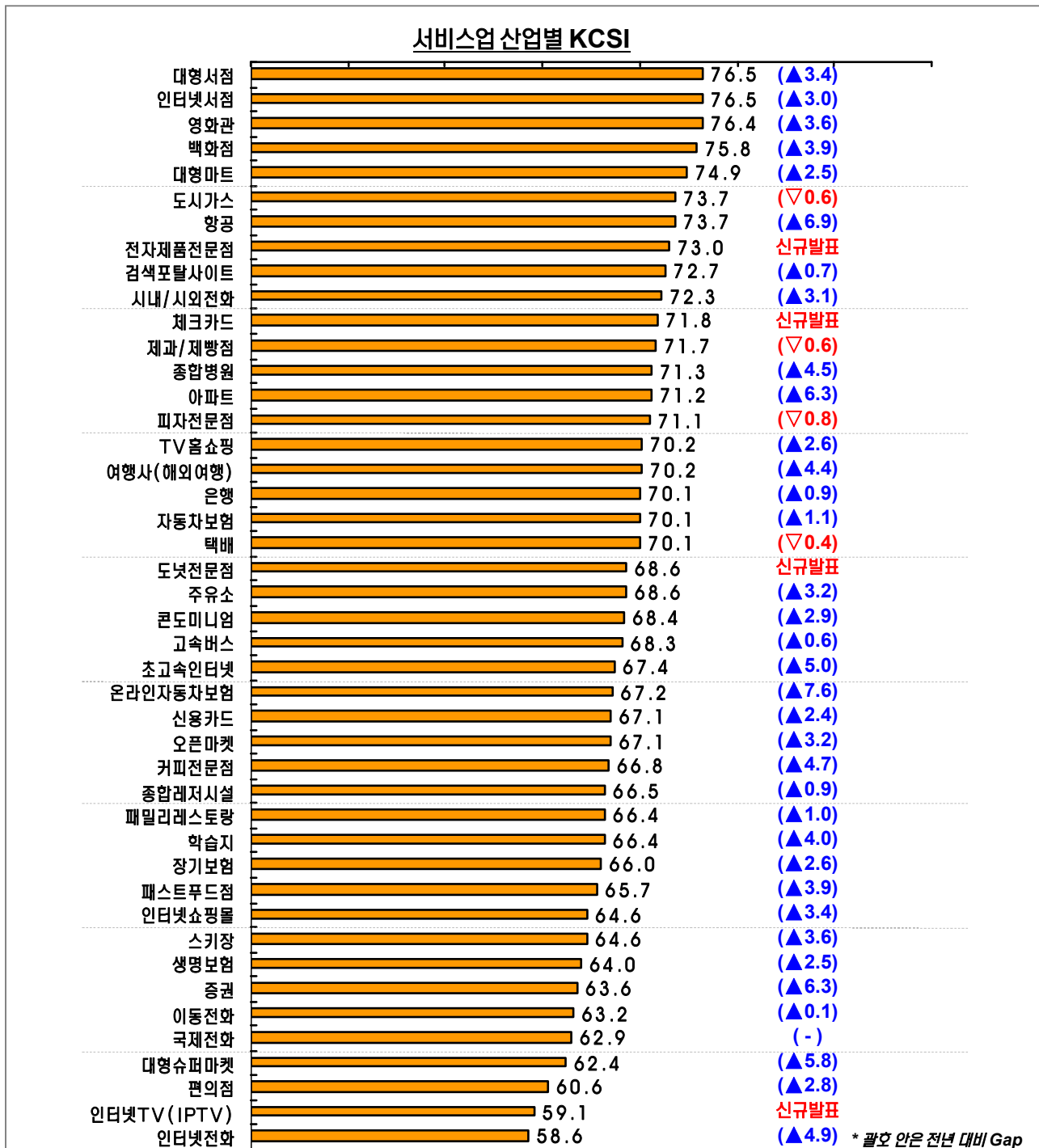


2. 산업별 KCSI 주요 특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

서비스 산업 전반적으로 만족도가 상승한 가운데, 서점, 영화관, 백화점 등의 만족도가 가장 높은 것으로 나타나

- 서비스 산업의 만족도는 전체적으로 3.0점 상승하며 전년에 이어 전반적인 상승세를 이어갔다. 특히, 온라인자동차보험(▲7.6점), 항공(▲6.9점), 증권, 아파트(이상 ▲6.3점) 등이 전년 대비 큰 폭의 상승을 나타냈다.
- 올해 역시 대형서점, 인터넷서점(이상 76.5점)이 가장 높은 만족도 수준을 나타낸 가운데, 영화관(76.4점), 백화점(75.8점), 대형마트(74.9) 등이 그 뒤를 이었다.

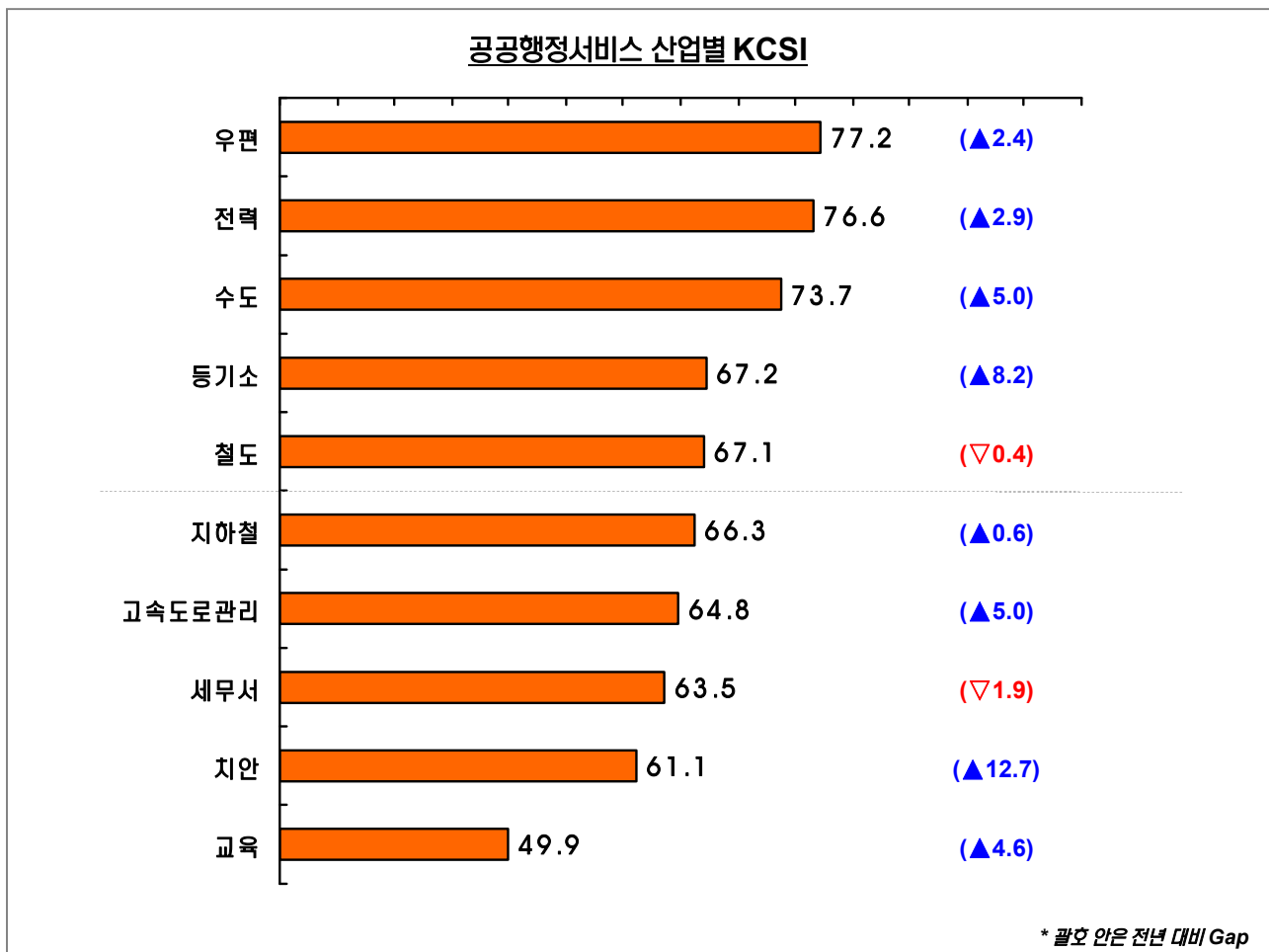


2. 산업별 KCSI 주요 특징

4) 공공행정서비스업의 고객만족도 특징

우편, 전력, 수도 등이 가장 높은 만족도를 나타낸 가운데 치안행정의 만족도 상승세 돋보여

- 공공행정서비스의 만족도는 전년도 큰 폭(평균 5.2점 상승)의 상승세에 이어 올해 역시 전체적으로 평균 3.9점 상승하며 지속적인 고객만족경영(행정)의 성과를 나타냈다.
- 특히, 치안행정은 61.1점을 기록하며 공공행정서비스 내에서 여전히 하위권 수준에 머물렀으나, 무려 12.7점의 급격한 상승폭을 나타내며 향후 고객만족 상위권으로 도약하기 위한 발판을 마련했다.
- 이어 등기소(▲8.2점), 수도, 고속도로관리(▲5.0점) 등이 전년 대비 높은 만족도의 상승을 기록했다.
- 공공행정서비스업 중 가장 높은 만족도를 나타낸 산업은 우편(77.2점)이었으며, 전력(76.6점), 수도(73.7점) 등이 그 뒤를 이었다. 한편, 올해 역시 교육(49.9점)은 50점 미만의 낮은 만족도 수준을 벗어나지 못했다.



3. 산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	간장	대상(청정원)	대상(청정원)(78.3), 샘표식품(75.8), 몽고식품(73.8)	4년 연속 1위	8회
2	고추장	대상(청정원)	대상(청정원)(74.5), CJ제일제당(해찬들)(73.1)	9년 연속 1위	11회
3	과실주스	롯데칠성음료	롯데칠성음료(68.9), 웅진식품(68.1), 해태음료(67.8), 한국코카콜라(59.8)	9년 연속 1위	12회
4	맥주	하이트맥주	하이트맥주(80.5), OB맥주(카스포함)(79.0)	3년 연속 1위	9회
5	비스킷	롯데제과	롯데제과(69.7), 해태제과(67.9), 오리온(66.5), 크라운제과(66.2)	'10 1위 : 오리온 '09 1위 : 크라운제과	3회
6	소주	진로	진로(78.5), 금복주(77.6), 롯데주류BG(74.6)	2년 연속 1위	6회
7	스포츠/탄산음료	동아오츠카	동아오츠카(75.9), 한국코카콜라(75.3), 롯데칠성음료(69.4)	9년 연속 1위	9회
8	식용유	CJ제일제당(백설표)	CJ제일제당(백설표)(69.6), 사조해표(해표)(68.4)	'10 1위 : 사조해표 (5년 연속 1위)	3회
9	아이스크림	빙그레	빙그레(70.3), 롯데삼강(69.2), 해태제과(63.2), 롯데제과(59.8)	5년 연속 1위	6회
10	우유	서울우유	서울우유(80.3), 매일유업(78.5), 남양유업(76.3)	4년 연속 1위	6회
11	유산균발효유	한국야쿠르트	한국야쿠르트(81.1), 남양유업(75.7), 매일유업(65.6)	10년 연속 1위	13회
12	참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(72.3), 사조해표(사조참치)(67.5), 오투기(오투기참치)(67.4)	8년 연속 1위	11회
13	남성내의	쌍방울	쌍방울(74.6), 좋은사람들(73.2), BYC(71.6)	'10 1위 : 좋은사람들 (9년 연속 1위)	2회
14	남성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(72.9), LG생활건강(70.7), 소망화장품(70.3)	9년 연속 1위	10회
15	남성정장	제일모직	제일모직(80.5), LG패션(79.7), 파크랜드(69.9)	7년 연속 1위	11회
16	담배	한국 필립모리스(말보로)	한국 필립모리스(말보로)(72.9), BAT 코리아(던힐)(70.5), KT&G(한국담배인삼공사)(69.5)	4년 연속 1위	5회
17	밀폐용기	락앤락	락앤락(76.1), 삼광유리(글라스락)(74.5)	신규 발표	1회
18	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(79.9), 한국P&G(78.9), LG유니참(73.7)	2년 연속 1위	3회
19	삼푸	한국P&G	한국P&G(77.7), 유니레버코리아(77.0), 아모레퍼시픽(73.7), LG생활건강(73.6), 애경산업(72.2)	4년 연속 1위	11회
20	섬유유연제	옥시 레킷벤키저	옥시 레킷벤키저(77.8), 피죤(76.6), LG생활건강(75.8)	'10 1위 : 피죤 (5년 연속 1위)	2회
21	세탁세제	CJ라이온	CJ라이온(71.8), 애경산업(70.7), LG생활건강(69.4)	15년 연속 1위	15회
22	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(82.0), 남영L&F(비비안)(80.5)	12년 연속 1위	12회
23	여성용기초화장품	LG생활건강	LG생활건강(78.1), 아모레퍼시픽(77.2)	'10 1위 : 아모레퍼시픽 (9년 연속 1위)	2회
24	정장구두	금강제화	금강제화(78.9), 에스콰이어(71.9)	10년 연속 1위	15회
25	주방세제	CJ라이온	CJ라이온(71.5), LG생활건강(70.0), 애경산업(67.7)	6년 연속 1위	12회
26	치약	LG생활건강	LG생활건강(74.0), 아모레퍼시픽(72.7), 애경산업(68.0)	3년 연속 1위	5회
27	캐주얼화	금강제화	금강제화(76.0), 에스콰이어(74.6)	9년 연속 1위	9회
28	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(76.5), 모나리자(75.5), 대한펄프(71.5)	6년 연속 1위	10회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

2) 내구재 제조업

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	가정용복합기	삼성전자	삼성전자(64.9), 캐논코리아비즈니스솔루션(63.7), 한국HP(62.9), 한국엡손(60.8)	4년 연속 1위	7회
2	가정용에어컨	LG전자	LG전자(80.8), 삼성전자(78.8), 위니아만도(76.9)	5년 연속 1위	11회
3	가정용정수기	웅진코웨이	웅진코웨이(69.5), 청호나이스(68.7)	7년 연속 1위	11회
4	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(78.7), 위니아만도(78.1), LG전자(73.1)	'10 1위 : 위니아만도 (10년 연속 1위)	1회
5	냉장고	삼성전자	삼성전자(83.0), LG전자(80.9)	2년 연속 1위	7회
6	노트북PC	삼성전자	삼성전자(75.8), LG전자(69.4), 한국HP(69.0)	10년 연속 1위	14회
7	데스크톱PC	삼성전자	삼성전자(75.1), LG전자(69.4), TG삼보컴퓨터(56.9)	10년 연속 1위	14회
8	디지털카메라	소니코리아	소니코리아(81.4), 캐논코리아컨슈머이미징(77.2), 삼성전자(76.2), 니콘이미징코리아(74.5), 올림푸한국(73.5)	4년 연속 1위	7회
9	복사기	한국후지제록스	한국후지제록스(60.7), 캐논코리아비즈니스솔루션(59.5), 신도리코(57.0)	11년 연속 1위	11회
10	세탁기	삼성전자	삼성전자(76.9), LG전자(74.0)	2년 연속 1위	9회
11	이동전화단말기	삼성전자	삼성전자(74.5), LG전자(64.5), 팬택(SKY)(58.0)	14년 연속 1위	15회
12	전기밥솥	쿠쿠홈시스	쿠쿠홈시스(80.7), 쿠첸(79.4), 리홈(71.8)	11년 연속 1위	11회
13	TV	삼성전자	삼성전자(82.9), LG전자(81.5)	14년 연속 1위	14회
14	가정용보일러	린나이코리아	린나이코리아(71.0), 귀뚜라미보일러(70.1), 경동나비엔(68.8)	6년 연속 1위	14회
15	부엌가구	에넥스	에넥스(75.1), 한샘(74.7)	6년 연속 1위	7회
16	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(69.9), 한국타이어(65.0)	7년 연속 1위	8회
17	일반승용차	현대자동차	현대자동차(80.3), 르노삼성자동차(79.9), 기아자동차(76.4), 한국GM(쉐보레)(65.9)	18년 연속 1위	18회
18	침대	시몬스침대	시몬스침대(73.6), 에이스침대(72.1), 대진침대(69.6)	3년 연속 1위	4회
19	피아노	영창뮤직	영창뮤직(구 영창악기)(79.6), 삼익악기(75.0)	12년 연속 1위	12회
20	RV승용차	현대자동차	현대자동차(76.4), 기아자동차(74.3), 쌍용자동차(67.9)	8년 연속 1위	8회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	생명보험	삼성생명보험	삼성생명보험(67.2), 대한생명보험(60.6), 교보생명보험(58.4)	7년 연속 1위	13회
2	신용카드	삼성카드, 신한카드 (공동 1위)	삼성카드(68.4), 신한카드(68.4), KB국민카드(67.8), 현대카드(67.6), 롯데카드(67.0), BC카드(66.4), 우리카드(65.6), NH농협카드(63.1)	삼성: 8년 연속 1위 신한: 신규 1위	삼성: 9회 신한: 1회
3	온라인자동차보험	현대하이카다이렉트	현대하이카다이렉트(68.9), 에르고다름다이렉트(65.4), AXA손해보험(AXA다이렉트)(64.0)	3년 연속 1위	3회
4	은행	KB국민은행	KB국민은행(73.9), 신한은행(72.1), 우리은행(71.7), 하나은행(71.5), IBK기업은행(68.8), NH농협(66.7), 외환은행(66.2), SC제일은행(61.3)	5년 연속 1위	5회
5	자동차보험	삼성화재	삼성화재해상보험(72.3), 현대해상화재보험(70.7), 동부화재해상보험(70.1), LIG손해보험(66.4), 메리츠화재해상보험(66.0)	14년 연속 1위	15회
6	장기보험	삼성화재	삼성화재해상보험(68.6), 현대해상화재보험(67.6), 메리츠화재해상보험(64.0), LIG손해보험(63.6), 동부화재해상보험(63.0)	'10 1위: 현대해상 (3년 연속 1위)	1회
7	증권	삼성증권	삼성증권(67.0), 대신증권(65.5), 현대증권(64.6), 미래에셋증권(62.9), 대우증권(61.1), 우리투자증권(60.8)	6년 연속 1위	8회
8	체크카드	KB국민카드	KB국민카드(74.4), 신한카드(73.2), NH농협카드(68.7)	신규 발표	1회
9	대형마트	이마트	이마트(75.2), 홈플러스(74.8), 롯데쇼핑(롯데마트)(74.5)	'10 1위: 홈플러스 (2년 연속 1위)	9회
10	대형서점	교보문고	교보문고(79.4), 영풍문고(71.0), 서울문고(반디앤루니스)(68.4)	15년 연속 1위	15회
11	대형슈퍼마켓	GS수퍼마켓	GS리테일(GS수퍼마켓)(66.4), 롯데쇼핑(롯데슈퍼)(62.4), 홈플러스(홈플러스 익스프레스)(60.1)	2년 연속 1위	2회
12	도넛전문점	던킨도너츠	비알코리아(던킨도너츠)(68.9), GS리테일(미스터도넛)(68.1), 롯데리아(크리스피크림)(67.2)	신규 발표	1회
13	백화점	신세계	신세계(신세계백화점)(76.4), 롯데쇼핑(롯데백화점)(75.7), 현대백화점(75.3)	5년 연속 1위	5회
14	영화관	롯데시네마	롯데쇼핑(롯데시네마)(78.1), CJ CGV(75.7), 메가박스씨너스(메가박스)(75.5)	4년 연속 1위	5회
15	오픈마켓	11번가	11번가(69.3), 이베이코리아(옥션)(67.2), 이베이코리아(G마켓)(65.6)	3년 연속 1위	3회
16	인터넷서점	에스24	에스24(79.2), 교보문고(인터넷교보문고)(76.3), 알라딘커뮤니케이션(알라딘)(75.3), 인터파크(74.4)	3년 연속 1위	3회
17	인터넷쇼핑몰	인터파크	인터파크(68.5), GS홈쇼핑(GS SHOP)(65.7), 롯데닷컴(64.0), CJ오쇼핑(CJmall)(58.0)	9년 연속 1위	9회
18	전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성전자(삼성디지털프라자)(75.1), 하이마트(73.0), LG전자(LG bestshop)(69.0), 전자랜드(67.2)	신규 발표	1회
19	제과/제빵점	파리바게뜨	파리크라상(파리바게뜨)(72.2), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(70.8), 크라운베이커리(69.5)	'10 1위: CJ 뚜레쥬르 (3년 연속 1위)	3회
20	커피전문점	엔제리너스커피	롯데리아(엔제리너스커피)(68.9), 커피빈코리아(67.1), 스타벅스커피 코리아(67.1), 카페베네(65.8), 할리스에프앤비(할리스커피)(64.0)	2년 연속 1위	2회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
21	패밀리레스토랑	빔스(VIPS)	CJ푸드빌(VIPS)(69.4), 아웃백스테이크하우스코리아(아웃백)(68.9), 퀘이즌(베니건스)(68.7), 롯데리아(TGIF)(61.8), 이랜드월드(애슬리)(56.8)	2년 연속 1위	2회
22	패스트푸드점	KFC	SRS코리아(KFC)(70.6), SRS코리아(버거킹)(69.5), 한국맥도날드(65.3), 롯데리아(64.6)	2년 연속 1위	3회
23	편의점	GS25	GS리테일(GS25)(62.5), 보광훼미리마트(60.3), 코리아세븐(세븐일레븐)(59.7), 한국미니스톱(55.1)	9년 연속 1위	12회
24	피자전문점	미스터피자	미스터피자(72.5), 한국피자헛(71.5), 도미노피자(70.5)	3년 연속 1위	4회
25	학습지	대교	대교(67.7), 교원구몬(66.7), 웅진씽크빅(65.5), 재능교육(64.3)	2년 연속 1위	5회
26	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(71.6), 롯데홈쇼핑(71.2), CJ오쇼핑(69.4), GS홈쇼핑(69.3), 농수산홈쇼핑(68.2)	6년 연속 1위	6회
27	검색포털사이트	NHN(네이버)	NHN(네이버)(74.9), SK커뮤니케이션즈(네이트)(70.6), 다음커뮤니케이션(다음)(68.3), 야후코리아(야후)(67.6)	8년 연속 1위	8회
28	국제전화	KT(001)	KT(001)(65.0), SK텔링크(00700)(63.7), LG유플러스(002)(55.8)	2년 연속 1위	12회
29	시내/시외전화	KT	KT(74.8), SK브로드밴드(65.7), LG유플러스(54.7)	12년 연속 1위	13회
30	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(67.8), KT(61.9), LG유플러스(56.2)	14년 연속 1위	14회
31	인터넷전화	KT	KT(62.1), SK브로드밴드(60.1), LG유플러스(53.5)	2년 연속 1위	2회
32	인터넷TV(IPTV)	KT	KT(62.0), LG유플러스(58.3), SK브로드밴드(56.2)	신규 발표	1회
33	초고속인터넷	KT	KT(70.8), SK브로드밴드(66.2), LG유플러스(60.8)	8년 연속 1위	8회
34	고속버스	금오고속	금오고속(70.2), 동양고속(67.9), 중앙고속(66.8), 동부고속(64.9)	6년 연속 1위	9회
35	도시가스	부산도시가스	부산도시가스(79.1), 대구도시가스(75.2), 삼천리도시가스(74.8), 대한도시가스(73.9), 대륜E&S(구 한진도시가스)(71.4), 서울도시가스(70.9), 예스코(69.9)	9년 연속 1위	9회
36	스키장	하이원리조트	강원랜드(하이원리조트)(67.9), 무주리조트(66.7), 용평리조트(65.2), 대명레저산업(비발디파크)(62.9), 보광휘닉스파크(61.5)	3년 연속 1위	3회
37	여행사(해외여행)	하나투어	하나투어(71.6), 롯데관광개발(70.5), 모두투어네트워크(66.3)	3년 연속 1위	3회
38	종합레저시설	삼성에버랜드	삼성에버랜드(에버랜드)(70.6), 호텔롯데(롯데월드)(67.7), 한덕개발(서울랜드)(53.9)	17년 연속 1위	17회
39	종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원(75.3), 서울아산병원(74.9), 서울대학교병원(69.7), 세브란스병원(신촌)(69.1), 서울성모병원(65.5)	13년 연속 1위	15회
40	주유소	SK에너지	SK에너지(SK주유소)(69.7), GS칼텍스(68.6), 에쓰오일(67.0), 현대오일뱅크(66.8)	'10 1위 : GS칼텍스 '09 1위 : SK에너지	12회
41	콘도미니엄	대명리조트	대명리조트(69.8), 한화리조트(66.3)	9년 연속 1위	11회
42	택배	대한통운	대한통운(73.9), 우체국택배(71.5), CJ GLS(68.7), 한진택배(66.8), 현대택배(61.9)	3년 연속 1위	6회
43	항공	아시아나항공	아시아나항공(75.5), 대한항공(75.1)	5년 연속 1위	15회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

4) 공공행정 서비스업

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	일반행정서비스	우정사업본부 (우편)	우편(77.2), 전력(76.6), 수도(73.7), 등기소(67.2), 철도(67.1), 고속도로관리(64.8), 세무서(63.5), 치안(61.1), 교육(49.9)	13년 연속 1위	13회
2	지하철	광주도시철도공사	광주도시철도공사(77.4), 대전도시철도공사(76.9), 부산교통공사(76.6), 대구도시철도공사(74.5), 서울도시철도공사(5~8호선)(67.5), 인천지하철공사(63.7), 서울메트로(1~4호선)(61.3)	'10 1위 : 대전도시철도 ' 09 1위 : 광주도시철도	4회

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

1) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자, KT를 비롯한 총 11개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위 차지해

- 2011년 KCSI에서 삼성전자가 전년 대비 2개 산업이 증가한 총 9개 산업에서 1위를 차지하며 최다 산업 1위 기업인 것으로 나타났다. 삼성전자는 전년도 1위로 선정된 가정용복합기, 냉장고, 노트북PC, 데스크톱PC, 세탁기, 이동전화단말기, TV 산업 외에 김치냉장고와 올해 신규 발표한 전자제품전문점 등 2개 산업을 1위 산업에 추가했다.
- 작년 국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷 등 4개 산업에서 복수 1위를 차지했던 KT는 올해 신규 발표한 인터넷TV(IPTV)에서도 1위를 차지하며 총 5개 산업에 걸쳐 복수 1위를 차지했다.
- 이 외에도 금강(정장구두, 캐주얼화), 대상(간장, 고추장), 유한킴벌리(생리대, 화장지), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), CJ라이온(세탁세제, 주방세제), GS리테일(대형슈퍼마켓, 편의점), SK텔레콤(오픈마켓, 이동전화) 등이 전년에 이어 2개 산업에서 1위를 차지했으며, 삼성화재(자동차보험, 장기보험)와 LG생활건강(여성용기초화장품, 치약)는 전년 대비 증가하여 2개 산업에 걸쳐 1위를 차지했다.

2011년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 복수산업 1위 기업

No	기업명	2011년 KCSI 1위 산업	비고
1	삼성전자	가정용복합기, 김치냉장고, 냉장고, 노트북PC, 데스크톱PC, 세탁기, 이동전화단말기, TV, 전자제품전문점	9개 산업 1위 (‘10년: 7개 산업 1위)
2	KT	국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 인터넷TV(IPTV), 초고속인터넷	5개 산업 1위 (‘10년: 4개 산업 1위)
3	금강제화	정장구두, 캐주얼화	2개 산업 1위 (‘10년: 2개 산업 1위)
4	대상(청정원)	간장, 고추장	2개 산업 1위 (‘10년: 2개 산업 1위)
5	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 (‘10년: 1개 산업 1위)
6	유한킴벌리	생리대, 화장지	2개 산업 1위 (‘10년: 2개 산업 1위)
7	현대자동차	일반승용차, RV승용차	2개 산업 1위 (‘10년: 2개 산업 1위)
8	CJ라이온	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 (‘10년: 2개 산업 1위)
9	GS리테일	대형슈퍼마켓, 편의점	2개 산업 1위 (‘10년: 2개 산업 1위)
10	LG생활건강	여성용기초화장품, 치약	2개 산업 1위 (‘10년: 1개 산업 1위)
11	SK텔레콤	오픈마켓, 이동전화	2개 산업 1위 (‘10년: 2개 산업 1위)

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

2) 주요 그룹 계열사별 KCSI 1위 현황

17개 산업에서 1위 차지한 삼성을 비롯하여 KT, SK, 롯데, 금호아시아나 등 주요 그룹 다 부문에서 1위 차지

- 국내 주요 30대 그룹의 올해 KCSI 1위 현황을 분석한 결과, 삼성그룹이 총 19개 조사대상 산업 중 17개 산업에서 1위를 차지하며 타 그룹 대비 월등한 우위를 나타냈다. 삼성그룹은 가정용에어컨과 디지털카메라 등 2개 산업을 제외한 전자부문(9개), 금융부문(5개), 유통 및 기타 산업 부문(3개) 등 17개 산업에 걸쳐 1위를 석권하며 외형적 성장과 더불어 질적인 측면에서도 우수한 성과를 나타냈다.
- KT는 전년에 이어 이동전화를 제외한 국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷 등 4개 산업 외에 올해 신규로 조사 및 발표한 인터넷TV(IPTV)에서도 1위를 차지하며 총 6개 조사대상 산업 중 5개 산업에서 1위를 차지하는 통신업계 강자로서의 위상을 다시 한번 증명했다.
- 또한, 고객행복을 최우선의 가치로 추구하는 SK그룹이 9개 대상산업 중 4개 산업(이동전화, 오픈마켓, 주유소, 도시가스)에서 1위를 차지했으며, 최근 최고경영자의 고객만족경영에 대한 확고한 의지를 바탕으로 전사 역량을 집중하고 있는 롯데그룹이 20개 조사대상 산업에 비해 적은 수이긴 하나 4개 산업(과실주스, 비스킷, 영화관, 커피전문점)에서 1위를 차지하며 고객중심을 첫 번째 핵심가치로 하고 그룹사로서의 명맥을 유지했다.
- 한편, 금호아시아나그룹은 전년에 이어 조사대상 4개 산업(승용차타이어, 고속버스, 항공, 택배) 전체에서 1위를 차지하며 다시 한번 국내 대표적 고객만족 선도 그룹으로서의 자존심을 지켰다.
- 이외에도 고객만족을 최고의 가치로 하는 현대자동차(일반승용차, RV승용차), GS그룹(대형슈퍼마켓, 편의점), 신세계(대형마트, 백화점), CJ(식용유, 패밀리레스토랑) 그룹 등이 다 부문 1위를 기록했다.

2011년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 주요 그룹 계열사별 1위 현황

※ 1위 산업 수/재무순위 순, 발표(*)는 2011년 1위 진입 산업임

그룹	조사대상 산업 수	1위 산업 수	2011년 KCSI 1위 산업(계열사)
삼성	19개 산업	17개 산업	가정용복합기·김치냉장고*·냉장고·노트북PC·데스크톱PC·세탁기·이동전화단말기·TV·전자제품전문점(이상 삼성전자)*, 생명보험(삼성생명), 자동차보험·장기보험(삼성화재)*, 신용카드(삼성카드), 증권(삼성증권), 남성정장(제일모직), 종합레저시설(삼성에버랜드), 종합병원(삼성서울병원)
KT	6개 산업	5개 산업	국제전화·시내/시외전화·인터넷전화·인터넷TV(IPTV)*·초고속인터넷(KT)
SK	9개 산업	4개 산업	이동전화·오픈마켓(11번가)(SK텔레콤), 주유소(SK에너지)*, 도시가스(SK E&S 부산도시가스)
롯데	20개 산업	4개 산업	과실주스(롯데칠성음료), 비스킷(롯데제과)*, 영화관(롯데쇼핑 시네마사업부문), 커피전문점(롯데리아 엔제리너스)
금호아시아나	4개 산업	4개 산업	승용차타이어(금호타이어), 고속버스(금호고속), 택배(대한통운), 항공(아시아나항공)
LG	24개 산업	3개 산업	여성용기초화장품*·치약(LG생활건강), 가정용에어컨(LG전자)
현대자동차	3개 산업	2개 산업	일반승용차·RV승용차(현대자동차)
GS	6개 산업	2개 산업	대형슈퍼마켓·편의점(GS리테일)
신세계	3개 산업	2개 산업	대형마트(이마트)*, 백화점(신세계)
CJ	8개 산업	2개 산업	식용유(CJ제일제당)*, 패밀리레스토랑(CJ푸드빌 VIPS(빔스))
두산	1개 산업	1개 산업	패스트푸드점(SRS코리아 KFC)

* 자산총계 기준 그룹합산 재무순위(출처: 한국신용평가)에 따른 국내 30대 그룹 중 2011년 KCSI 1위 산업 수 현황

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

3) 2010년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

총 12개 산업에서 KCSI 1위 기업 변동 나타나

- 2011년 KCSI 조사결과 총 12개 산업에서 1위 기업의 변동이 나타났다. 이는 최근 KCSI 1위 기업의 변동폭이 지속적으로 감소하고 있는 추세에서 벗어나지 않는 결과이다.
- 산업군별로 소비재에서 비스킷(롯데제과), 식용유(CJ제일제당), 남성내의(쌍방울), 섬유유연제(옥시 레킷벤커저), 여성용기초화장품(LG생활건강) 등 5개 산업, 내구재에서 김치냉장고(삼성전자) 등 1개 산업, 서비스업에서 신용카드(삼성카드/신한카드 공동 1위), 장기보험(삼성화재), 대형마트(이마트), 제과/제빵점(파리바게뜨), 주유소(SK주유소) 등 5개 산업, 공공행정서비스업에서 지하철(광주도시철도공사) 등 1개 산업에서 1위 기업이 변경된 것으로 나타났다.

2011년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 1위 변동 기업

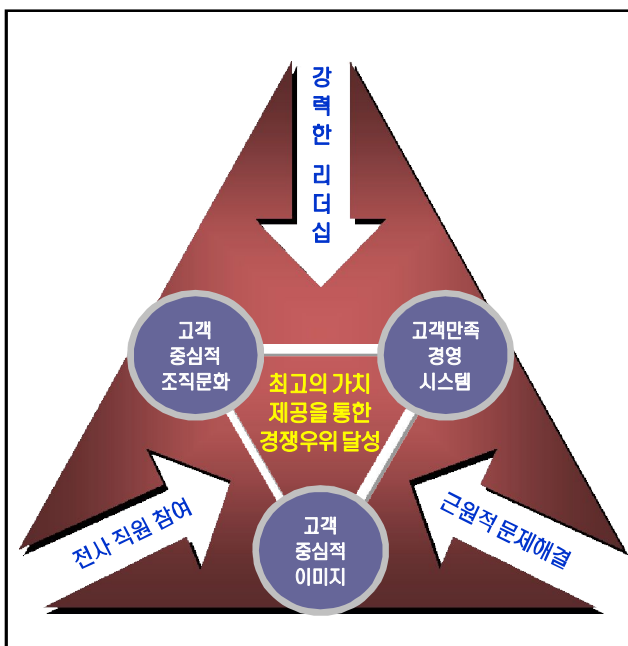
No	산업구분	산업명	2011년 KCSI 1위 기업	2010년 KCSI 1위 기업
1	소 비 재 (5개)	비스킷	롯데제과	오리온
2		식용유	CJ제일제당(백설표)	사조해표(해표)
3		남성내의	쌍방울	좋은사람들
4		섬유유연제	옥시 레킷벤커저	피죤
5		여성용기초화장품	LG생활건강	아모레퍼시픽
6	내 구 재 (1개)	김치냉장고	삼성전자	위니아만도
7	서 비 스 (5개)	신용카드	삼성카드, 신한카드(공동 1위)	삼성카드
8		장기보험	삼성화재해상보험	현대해상화재보험
9		대형마트	이마트	홈플러스
10		제과/제빵점	파리크라상(파리바게뜨)	CJ푸드빌(투레쥬르)
11		주유소	SK에너지(SK주유소)	GS칼텍스
12	공 공 (1개)	지하철	광주도시철도공사	대전도시철도공사

5. KCSI 향상을 위한 제언

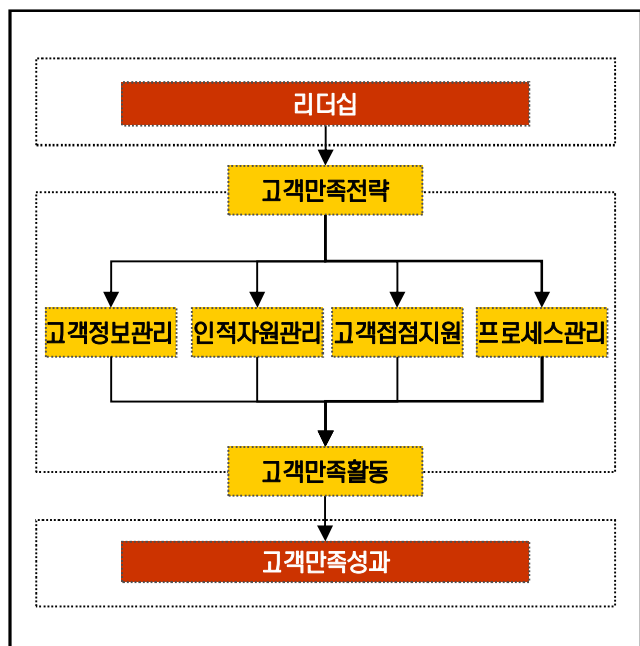
전사차원에서 고객중심 경영혁신을 추진하라!

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

고객만족경영



고객만족경영시스템

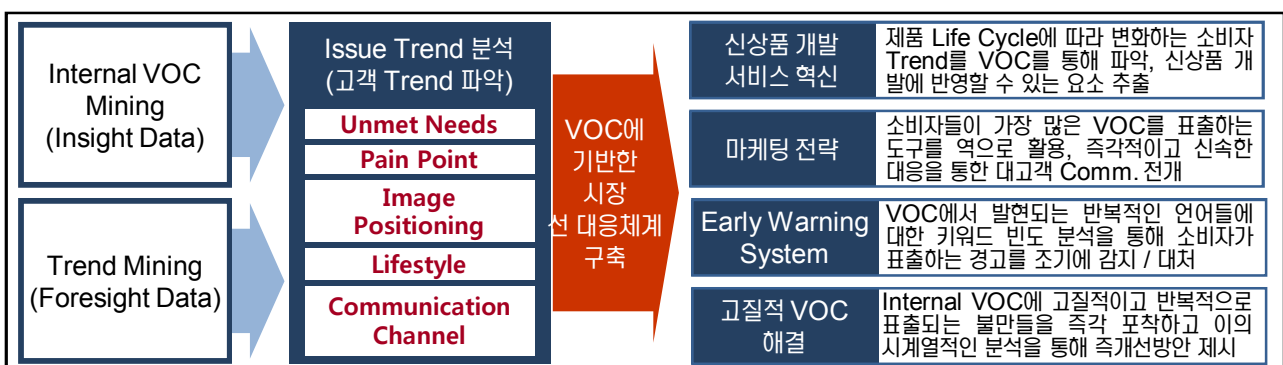


5. KCSI 향상을 위한 제언

고객의 소리(VOC) 속에서 진주를 발견하라!

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

VOC 활용극대화를 위한 VOC Mining 개념



5. KCSI 향상을 위한 제언

매력적인 서비스로 고객충성도(Loyalty)를 높여라!

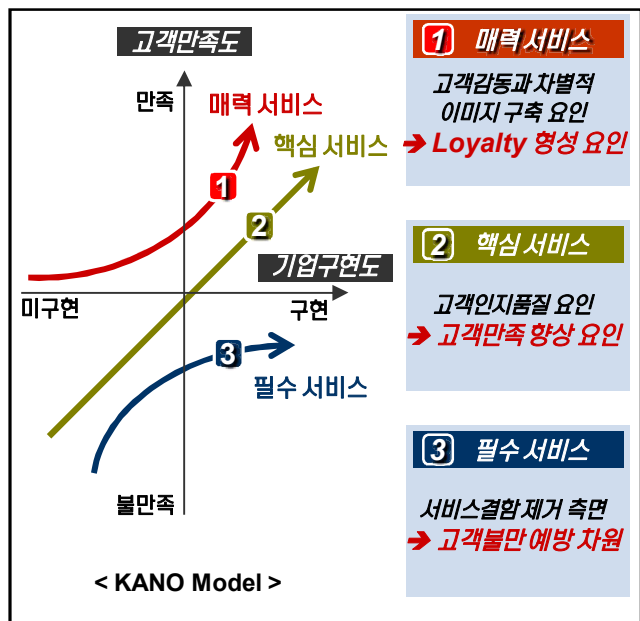
- 대다수의 기업들은 고객만족경영을 체계화하고 있으며, 고객만족도 조사를 통해 고객의 마음을 얻고자 많은 노력을 기울이고 있다. 그러나 실행 상의 한계로 인해 그 효과 및 성과를 제대로 거두지 못하고 있는 것이 현실이다. 고객만족의 측정과 관리만으로 고객을 예측하거나 고객을 유지하기 쉽지 않은 시대가 된 것이다. 고객만족이 고객충성도(Loyalty)에 영향을 주고 이것이 다시 재구매 및 성과로 이어진다는 공식은 많은 고객들이 만족함에도 불구하고 기업을 떠나가는 현실에서 더 이상 무조건적으로 적용하기에 다소 논란의 여지를 가진다.
- 이처럼 기존의 고객만족도(CSI) 조사만으로는 복잡한 고객의 마음을 제대로 이해하기 어려워졌다. 고객의 '전반적으로 만족'한다는 답변을 보다 구체적으로 들여다보면 '약간 만족'과 '매우 만족' 사이에서는 '감동'이라는 큰 차이(Gap)가 존재함을 발견할 수 있다. 즉, 새로운 접근과 방식을 통해 고객만족도 조사만으로는 찾기 힘든 고객의 감동요인(Wow-point)을 발굴하고 불만 요인(Pain-point)을 제거할 필요가 있는 것이다. 이러한 감동 요인과 불만 요인을 탐색할 때에는 서비스의 특성을 파악함으로써 서비스 구현 정도에 따른 고객만족도의 변화를 예측할 수 있어야 한다. 이는 고객만족도가 기업에서의 서비스 구현 정도에 따라 정의 관계로만 지속 상승하는 것이 아니기 때문이다. '필수 서비스'의 경우 구현되지 않으면 불만이 발생하나, 그렇다고 열심히 구현한다고 해서 만족 또는 감동으로 이어지지 않는다. 반면, '매력 서비스'는 구현이 되지 않더라도 불만이 발생하지 않는 한편 제대로 구현되는 순간 큰 고객 감동을 불러일으킨다. 특히 매력적인 서비스는 고객이 기대하지 않은 경험을 제공함으로써 기업의 차별적인 이미지를 구축하는데 효과적이며, 이를 통해 고객 Loyalty를 제고시키는 데에도 큰 기여를 한다.
- 결과적으로 고객 Loyalty를 높이기 위해서는 '매력 서비스'를 발굴하고 구현시키는 노력이 필요하다. 매력적인 서비스는 주로 접점에서의 경쟁사보다 차별화된 고객만족 경험에서 요인을 찾아낼 수 있으며, 기능적(이성적)인 가치보다는 감성적인 가치에 의해 형성된다. 따라서 기업은 각 고객경험 단계별로 Loyalty 동인 요소를 발굴하고, 이를 고객경험관리(CEM: Customer Experience Management) 관점에서 접점 개선 및 차별화 전략 수립 등에 활용한다면 궁극적으로 고객가치경영 발전을 위한 토대를 마련할 수 있을 것이다.

약간 만족 및 매우 만족 응답자 간 재거래 의향 비교

산업명	재거래 의향	
	'약간 만족' 응답자	'매우 만족' 응답자
아이스크림	42.9%	100.0%
남성정장	39.4%	92.1%
이동전화단말기	42.0%	92.4%
TV	44.5%	87.9%
신용카드	40.9%	93.6%
은행	43.0%	93.3%
자동차보험	41.9%	95.2%
백화점	48.4%	94.3%
이동전화서비스	40.7%	97.6%
항공	35.7%	95.4%

* Data Source: 2011년 KCSI 조사 결과

서비스 특성에 따른 고객만족 충족 방식

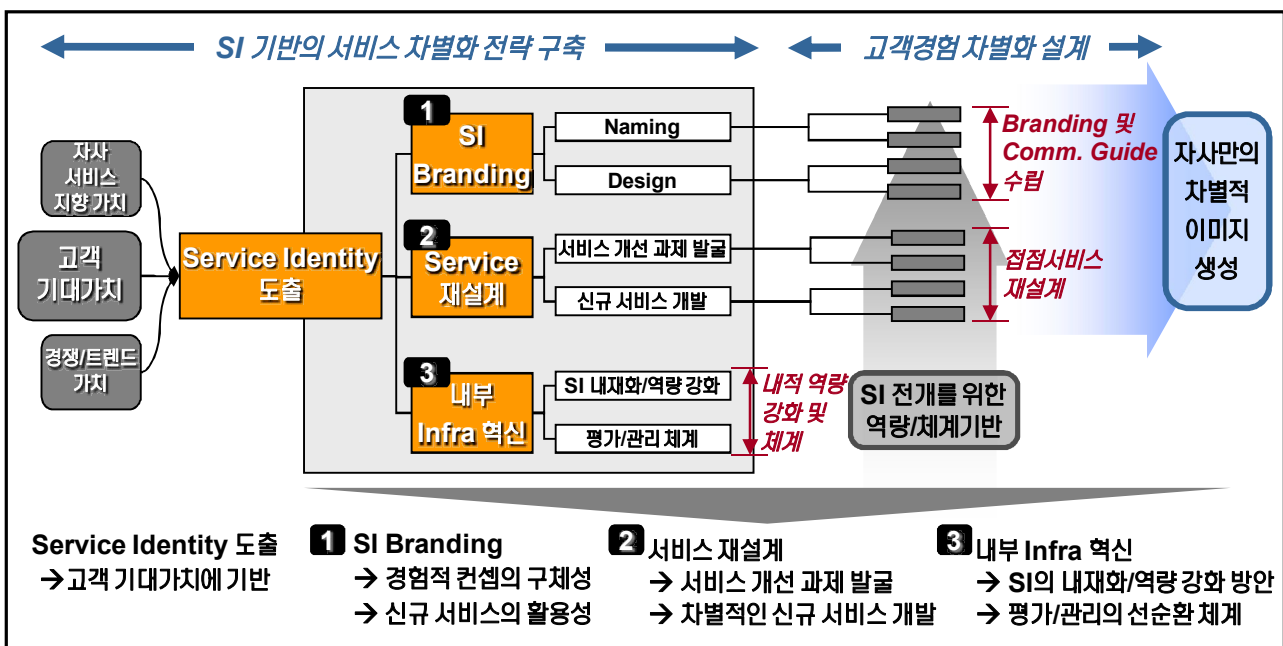


5. KCSI 향상을 위한 제언

경쟁차별적 서비스 아이덴티티로 고객과 소통하라!

- 최근 기업들은 외형적 성장이나 물리적 품질로 경쟁하는 자원을 넘어 고객만족경영의 품질로 경쟁하고 있다. 그러나 상호간의 모방이나 빠른 정보 공유로 인해 특징을 찾아보기 힘들고, 고객들 또한 차별성을 느끼지 못하고 있는 것이 현실이다. 이러한 환경에서 고객가치에 기반한 서비스 아이덴티티(SI: Service Identity)의 수립과 고객경험관리(CEM: Customer Experience Management) 활동은 고객들과 독창적 의사소통을 하고 색다른 긍정적 경험을 제공하여 고객가치를 높이는 데 중요한 역할을 한다.
- 고객들은 기업과의 다양한 접점에서 수많은 상호작용을 통해 그 기업에 대한 이미지와 인식을 형성한다. 즉, 고객이 인지하는 기업의 이미지는 커뮤니케이션 뿐만 아니라 상품의 사용 또는 서비스의 이용 등 총체적 경험 속에서 생성되는 결과인 것이다. 최근 산업 전반적으로 고객만족 수준이 높아지고 기업간 격차가 줄어들어 따라 서비스 영역에서도 이러한 이미지의 중요성이 크게 높아졌다. 이에 따라 기업이 보다 적극적으로 고객에게 어떤 이미지가 가치를 줄 것인지 기획하고 이를 적극 전개하는 활동 또한 늘고 있다.
- 서비스 아이덴티티는 기업이 가장 잘 할 수 있고, 시장의 흐름을 앞서가며, 경쟁차별적인 동시에 무엇보다 고객에게 매력적인 것이어야 한다. 이를 위해 기업은 자사가 가진 강점과 자사가 추구하고자 하는 가치 지향점을 분석해야 하며, 산업 트렌드 측면에서도 시장 내 현재와 미래에 대한 트렌드를 분석할 필요가 있다. 경쟁차별화를 위해서는 경쟁사들이 추구하는 이미지 분석을 통해 자사만의 차별적 포지셔닝(Positioning) 방향을 설정해야 하며, 고객들이 자사에 바라는 이미지와 가치를 도출하여 서비스 아이덴티티 수립 시 반영해야 한다.
- 서비스 아이덴티티는 아래 그림과 같이 SI 도출에서부터 브랜딩, 서비스 재설계, 내부 인프라 혁신까지 총체적으로 구축되어야 한다. 특히, 고객경험을 통해 서비스 아이덴티티가 전달되도록 컨셉에 적합한 개선 과제와 신규 서비스를 도출해야 하며, 대외적 구현을 위해서 내부 역량 강화 및 평가/관리 체계 등 인프라 혁신이 반드시 수반되어야 한다.

서비스 아이덴티티(Service Identity) 체계 구축의 개념도



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

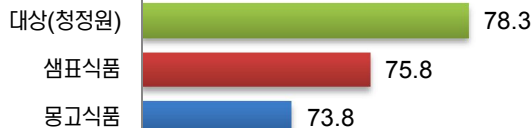
(3) 서비스업

■ 식료품(식용 정제유/장류/수산물)

● 간장: 빛깔 좋고 맛 좋은 청정원 간장 역대 8회 1위

나트륨 함량을 낮춘 웰빙 간장으로 소비자 건강을 생각하는 간장 산업의 만족도는 매년 큰 폭으로 상승세를 보이며, 대상(청정원)이 4년 연속 1위(역대 8회 1위)자리를 수성했다.

대상(청정원)은 구입의 용이성을 제외한 모든 항목에서 타사 대비 높은 점수를 받았으며, 특히 소비자들은 맛과 빛깔 그리고 회사 신뢰도에 높은 만족도를 보였다.



● 고추장: 뒷 맛 좋은 청정원 고추장 11회 1위

국산 재료를 사용하여 깊은 맛과 품질에 주력한 고추장 산업의 고객 만족도는 전년 대비 상승했으며, 대상(청정원)이 올해로 9년 연속, 역대 총 11회 고객만족 1위를 기록했다.

소비자는 대상(청정원) 고추장에 높은 재구매 의향을 보였으며, 특히 뒷 맛이 좋고 적절한 가격에 믿을 수 있는 재료를 사용한 것에 높은 만족도를 나타냈다.



● 식용유: 적은 양으로도 요리 잘 되는 백설표 1위 등극

날로 건강에 대한 관심이 높아지는 소비자들에게 올리브, 포도씨 같은 고급 원료를 사용한 웰빙유로 다가선 식용유 산업의 만족도는 전년 대비 상승세를 보이며, 금년 CJ제일제당(백설표)이 해표를 제치고 1위 기업(역대 3회 1위)으로 선정되었다.

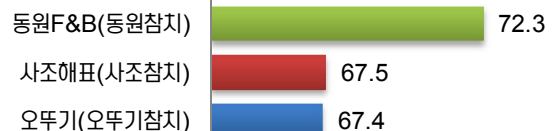
CJ제일제당(백설표)은 경쟁사 대비 전반적 만족도와 재구매 의향에서 경쟁 우위를 보였으며, 적은 양으로도 요리가 잘 되고 용기마개에서 기름이 흘러내리지 않는 점이 높게 평가되었다.



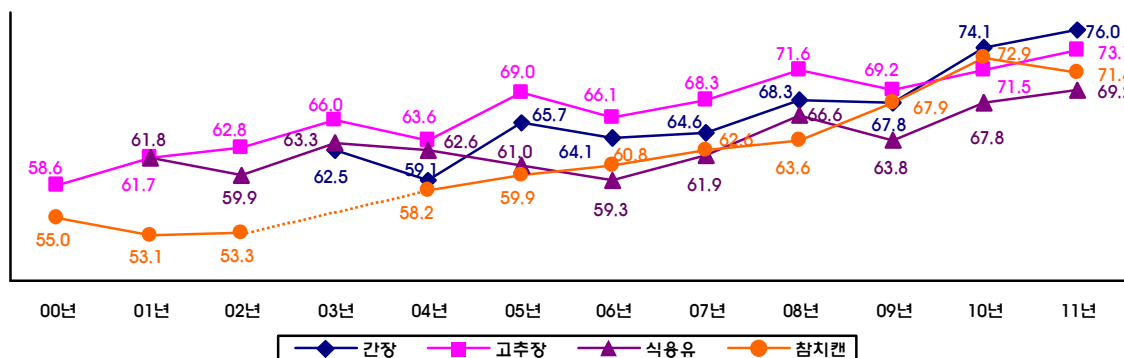
● 참치캔: 맛 좋고 믿을 수 있는 동원참치 역대 11회 1위

참치는 웰빙 트렌드에 맞춰 수요는 증가하는 반면, 글로벌 어획량 규제 및 일본 연근해에서 잡던 참치의 공급 중단으로 공급 부족 현상이 예측된다. 이러한 가운데 참치캔 산업의 만족도는 전년 대비 비교적 큰 폭으로 하락하였으며, 동원F&B(동원참치)가 8년 연속으로 1위(역대 11회 1위) 자리를 지켜냈다.

동원참치는 대부분의 요소 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 특히 맛, 건더기와 기름기의 적당함, 개봉의 용이성, 회사의 신뢰도 등이 높은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

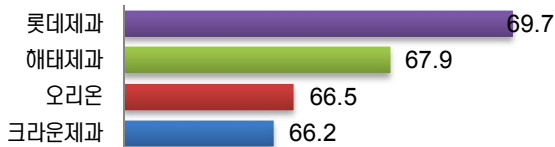
(3) 서비스업

■ 식료품(과자 및 빙과류)

• 비스킷: 맛과 성분 우수한 롯데제과 6년 만에 1위 등극

맛과 영양뿐 아니라 칼로리 균형까지 고려한 제품으로 소비자 입맛을 사로잡은 비스킷 산업의 만족도는 07년 이후 꾸준한 상승세를 보였으며, 금년에는 롯데제과가 오리온을 꺾고 1위(역대 3회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

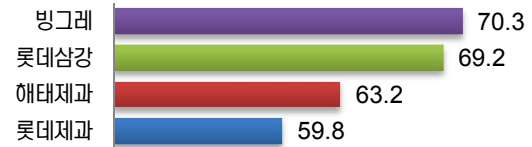
롯데제과의 만족도는 전체적으로 전년 대비 큰 폭으로 상승하였으며, 특히 요소만족도에서는 구입의 용이성 항목을 제외한 맛, 성분 등 모든 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



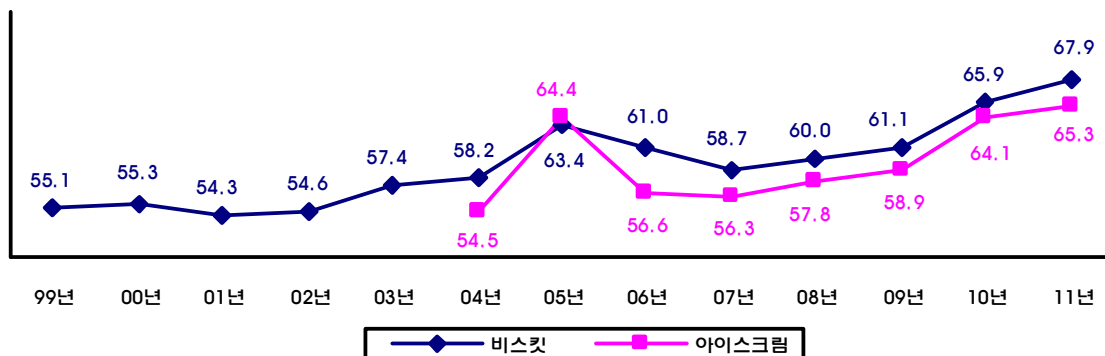
• 아이스크림: 맛 좋고 믿을 수 있는 빙그레 역대 6회 1위

작년 7월부터 시행되었던 오픈프라이스 제도가 본래의 목적과는 다르게 일부 제품의 가격인상을 야기하고 금년 8월 폐지되는 가운데 아이스크림 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 상승하였으며, 빙그레가 5년 연속 1위(역대 6회 1위)기업으로 선정되었다.

빙그레의 만족도는 전반적으로 큰 폭의 상승세를 보였으며, 특히 맛의 종류, 구입의 용이성, 회사 신뢰도 등 대부분의 요소항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

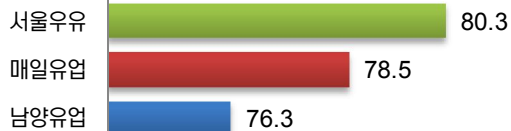
(3) 서비스업

■ 식료품(농농제품)

• 우유: 유통기한 넉넉한 서울우유 역대 6회 1위

원유 값을 둘러싼 공방 속에서도 맛과 영양이 뛰어난 우유의 인기가 지속적으로 유지되고 있는 가운데 우유 산업의 만족도는 전년과 동일한 수준을 나타냈으며, 서울우유가 4년 연속 고객만족 1위(역대 6회 1위) 기업으로 선정되었다.

서울우유는 경쟁사 대비 전반적인 만족도와 개봉 용이성, 구입 용이성, 유통기한 등에서 높은 평가를 받았으며, 특히 제조일자 표시로 회사에 대한 신뢰도를 높은 수준으로 끌어 올렸다.



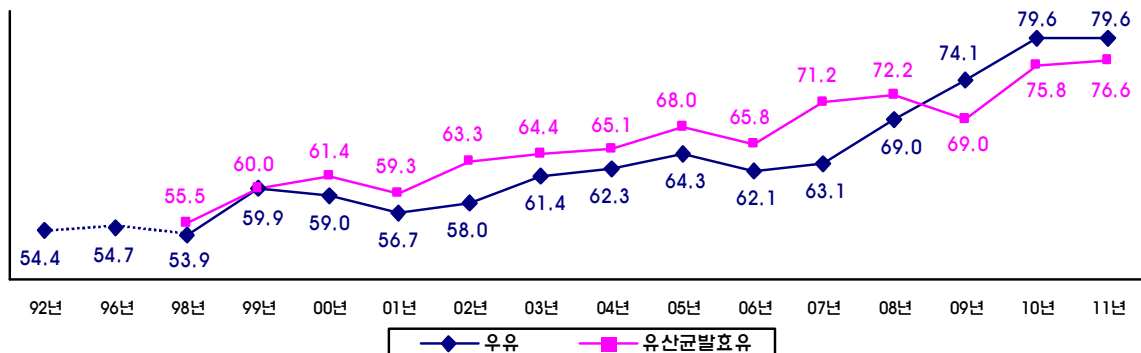
• 유산균발효유: 뛰어난 맛의 한국야쿠르트 13회 1위

웰빙 바람과 함께 기존의 정장작용 외에도 위 건강 등을 고려한 기능성 제품으로 영역을 확장한 유산균발효유 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 한국야쿠르트가 올해로 10년 연속 1위(역대 13회 1위) 자리를 수성했다.

소비자는 한국야쿠르트 제품에 대한 높은 재구매 의향을 보였으며, 특히 뛰어난 맛과 적당한 농도, 제품의 다양성 그리고 회사의 신뢰도에 높은 점수를 주었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

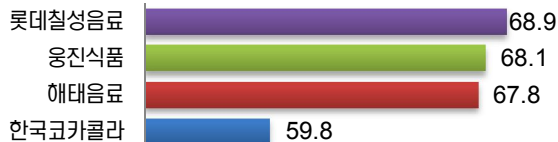
(3) 서비스업

■ 음료(비알콜음료)

● 과일주스: 맛과 영양 좋은 롯데칠성음료 역대 12회 1위

지난 5년간 큰 변화를 보이지 않았던 과일주스 산업의 만족도는 금년 다양한 종류의 주스를 선보이며 작년 대비 큰 폭으로 상승하였고, 롯데칠성음료가 웅진식품을 근소한 차이로 따돌리며 9년 연속 1위(역대 12회 1위)의 영예를 차지했다.

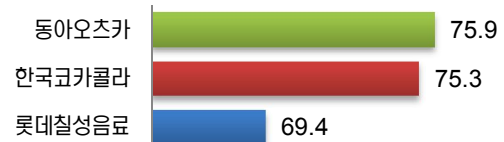
롯데칠성음료는 경쟁사 대비 맛과 영양, 제품 디자인, 품질 대비 적절한 가격 등의 항목에서 우수한 평가를 받았고 회사 신뢰도 또한 높은 것으로 나타났다.



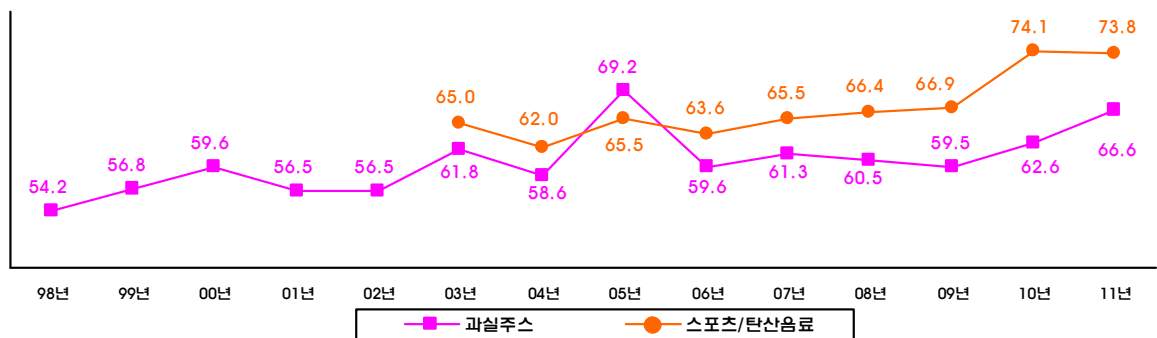
● 스포츠/탄산음료: 갈증 해소 빠른 동아오츠카 1위 고수

스포츠/탄산음료 산업의 만족도는 비록 전년 대비 소폭 하락하였지만 저칼로리 이온음료와 천연색소를 사용한 탄산음료의 인기는 꾸준히 지속되는 가운데, 동아오츠카가 8년 연속 1위(역대 9회 1위)기업으로 선정되었다.

동아오츠카의 전체적인 만족도는 전년 대비 하락폭을 보였지만 여전히 빠른 갈증 해소와 적당한 당도 그리고 품질 대비 적절한 가격 등에서 높은 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

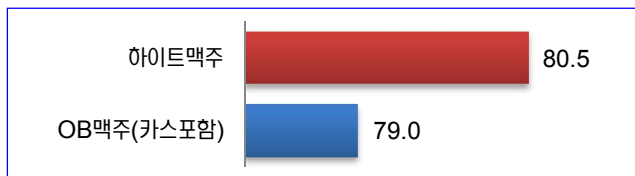
(1) 소비재 제조업

■ 음료(주류) 및 담배

● 맥주: 부드럽고 깨끗한 하이트맥주 역대 9회 1위

막걸리의 강세에도 불구하고 맥주의 인기는 꾸준히 지속되어 맥주 산업의 고객 만족도는 작년 대비 비교적 큰 폭으로 상승하였으며, 하이트맥주가 올해로 3년 연속 1위(역대 9회 1위) 자리를 지켜냈다.

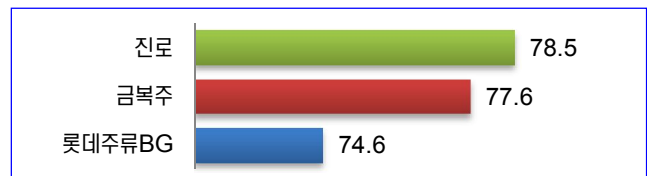
하이트맥주는 경쟁사보다 높은 재구매 의향과 전반적 만족도 평가를 받았으며, 맥주의 향과, 부드럽고 깨끗한 맛, 구입의 용이성 등의 요소항목에서도 경쟁 우위를 보였다.



● 소주: 적당한 알코올 도수와 부드러운 맛 진로 1위

주류시장에서 수입/국내 맥주와 막걸리의 강세가 이어지는 가운데서도 소주 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 보였으며, 진로가 또 한번 금복주를 제치고 1위 기업(역대 6회 1위)의 자리를 지켜냈다.

진로는 경쟁사 대비 전반적 만족도에서 높은 평가를 받았으며, 요소 항목별로는 적당한 알코올 농도, 부드럽고 깨끗한 맛, 그리고 높은 회사 신뢰도를 보였다.



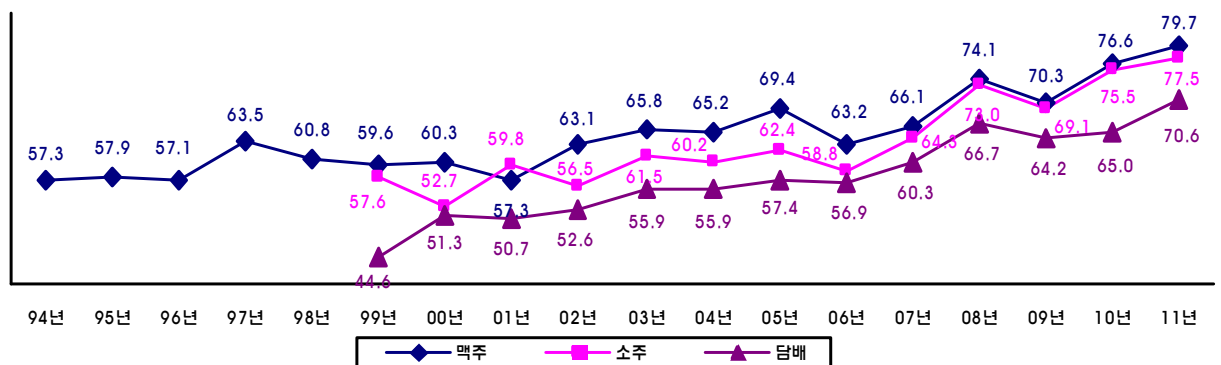
● 담배: 제품 디자인도 뛰어난 필립모리스 역대 5회 1위

최근 흡연으로 인한 건강상의 우려와 담뱃값 인상 등에 대한 기대가 높아지고 있는 가운데서도 담배 산업의 만족도는 작년 대비 큰 폭으로 상승하였으며, 필립모리스(말보로)가 작년에 이어 4년 연속 1위(역대 5회)를 차지했다.

소비자는 무엇보다 필립모리스 담배에 대한 높은 재구매 의향을 보였고, 요소항목별로는 담배의 향과 필터 그리고 담뱃갑의 포장 및 디자인에 높은 점수를 주었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

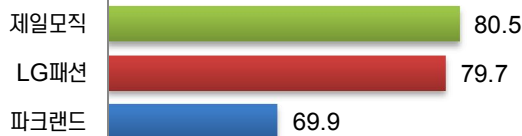
(1) 소비자 제조업

■ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

• 남성정장: 좋은 소재와 디자인의 제일모직 역대 11회 1위

최근 남성들의 패션에 대한 관심이 고조되고 있는 가운데 정장도 실용성과 멋을 함께 살린 제품이 인기를 끌면서 정장 산업의 만족도는 작년 대비 큰 폭으로 상승하였고, 제일모직이 7년 연속 1위(역대 11회 1위)자리를 지켰다

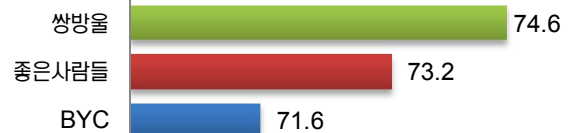
제일모직은 경쟁사 대비 재구매 의향이 높은 것으로 나타났으며, 요소항목별로는 좋은 소재와 디자인, 점점에서의 서비스 그리고 회사 신뢰도 면에서 좋은 평가를 받았다.



• 남성내의: 소재 우수하고 착용감 뛰어난 쌍방울 1위 달성

땀을 빨리 흡수하고 건조시키는 흡습·속건과 같은 기능은 물론 단순 내의가 아닌 소비자의 개성을 나타낼 수 있는 다양한 스타일의 제품이 큰 인기를 끌었던 남성내의 산업의 만족도는 지난해에 이어 상승세를 유지하며, 쌍방울이 좋은사람들을 제치고 고객만족도 1위 기업(역대 2회 1위)으로 선정 되었다.

소비자는 쌍방울 제품의 소재와 착용감 등에서 높은 점수를 주었고, 특히 판매원의 서비스 정신을 높게 평가했다.



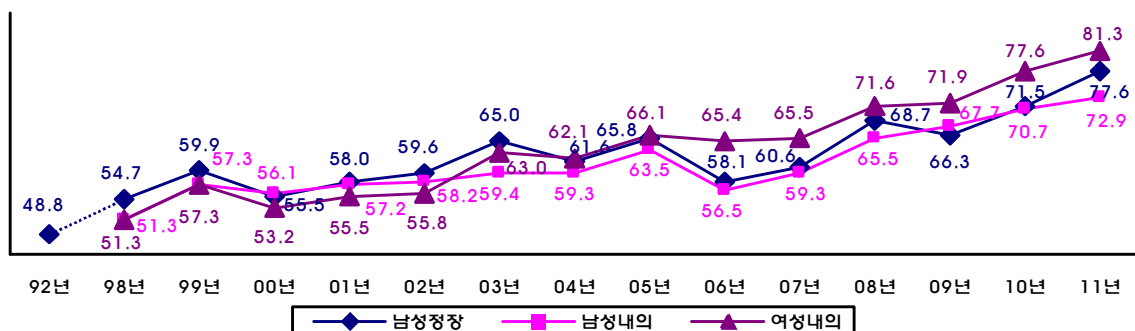
• 여성내의: 품질, 디자인 우수한 신영와코루 12년 연속 1위

실용성과 멋 그리고 체형보정의 기능까지 두루 갖춘 제품이 소비자들로부터 꾸준한 사랑을 받는 가운데 최근 유명 연예인을 통한 감각적인 마케팅을 펼치는 여성내의 산업의 만족도는 작년 대비 비교적 큰 폭으로 상승했으며, 신영와코루(비너스)가 12년 연속 1위의 영예를 거머쥐었다.

신영와코루(비너스)는 경쟁사 대비 재구매 의향이 높았으며 품질, 디자인, 구입의 용이성 등의 대부분 요소항목에서도 높은 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

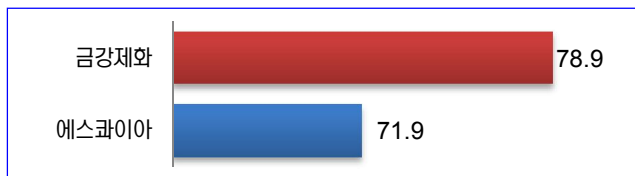
(1) 소비자 제조업

■ 가족, 가방 및 신발

● 정장구두: 착용감, 디자인 뛰어난 금강제화 15회 1위

일반적인 딱딱한 느낌의 정장구두 보다는 편안함과 보기에도 깔끔한 느낌을 강조한 제품이 인기를 끄는 가운데 산업의 만족도는 전년에 이어 큰 폭으로 상승했으며, 금강제화가 올해로 10년 연속 1위(역대 15회 1위)자리를 고수했다.

금강제화는 무엇보다 재구입 의향에서 높은 평가를 받았으며 요소항목별로도 제품의 수명, 착용감, 디자인 그리고 회사의 신뢰도에서 경쟁사 대비 우위를 나타냈다.



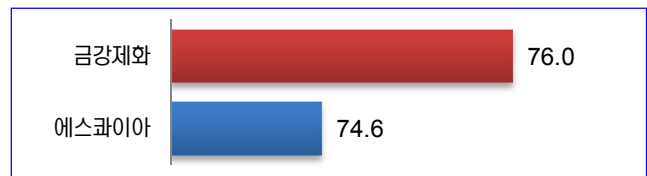
(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

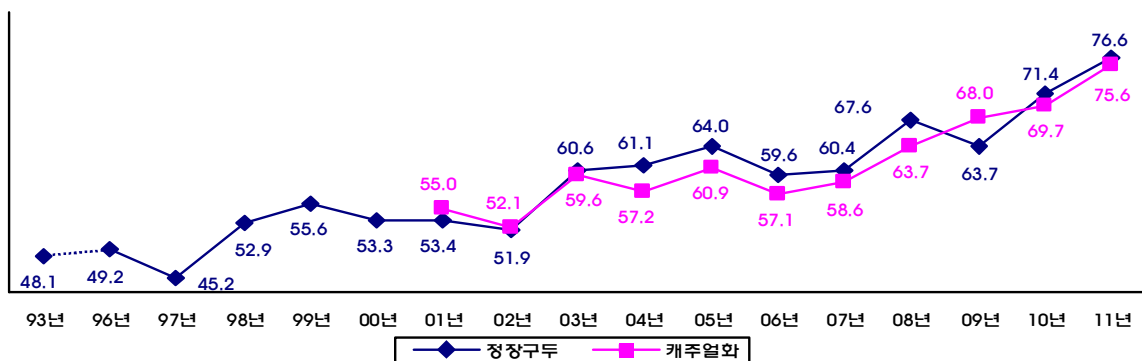
● 캐주얼화: 교환 및 반품 편리한 랜드로바 9년 연속 1위

가벼운 착화감과 클래식한 느낌의 스타일이 여전히 강세를 나타내고 있는 캐주얼화 산업의 만족도는 지난 해 대비 큰 폭으로 상승하였으며, 금강제화(랜드로바)가 경쟁사를 제치고 9년 연속 1위를 차지했다.

금강제화의 캐주얼화는 무엇보다 전반적인 만족도에서 높은 평가를 받았을 뿐 아니라 교환 및 반품의 용이성, 구입 편리성 등의 요소에서도 경쟁사 대비 높은 만족도를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

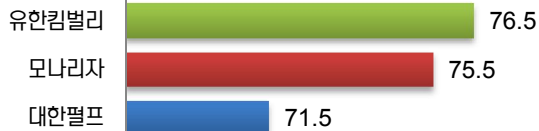
(3) 서비스업

■ 펄프, 종이 및 종이제품

● 화장지: 먼지 없이 깨끗한 유한킴벌리 역대 10회 1위

다양한 엠보싱과 무늬가 적용된 제품들의 인기가 지속되고 있는데 가운데 화장지 산업의 만족도는 작년에 비해 비교적 큰 폭으로 상승했고, 환경 친화적 제품으로 소비자의 마음을 사로잡은 유한킴벌리가 6년 연속 1위(역대 10회 1위)를 차지했다.

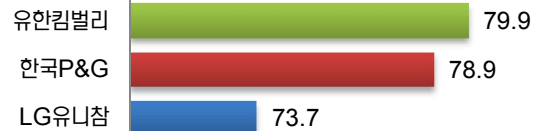
유한킴벌리 화장지는 먼지가 날리지 않는 깨끗함과 구입의 용이성, 품질 대비 적절한 가격과 회사의 신뢰성으로 경쟁사 보다 높은 평가를 받았다.



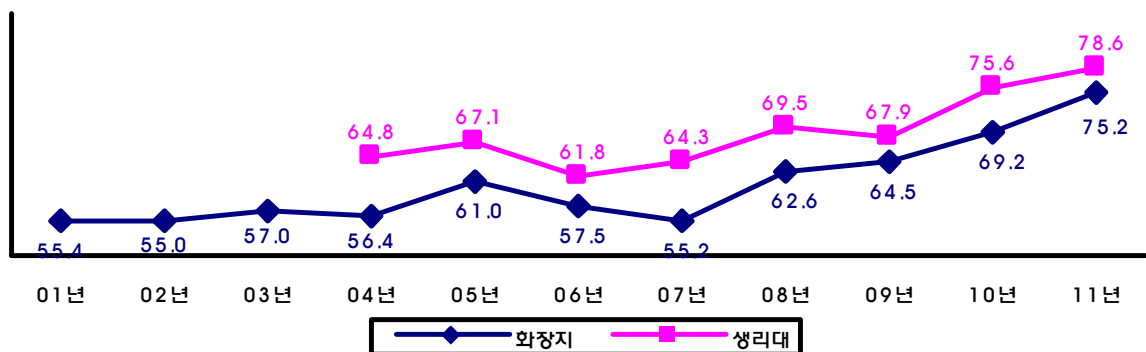
● 생리대: 부드럽고 편안한 유한킴벌리 역대 3회 1위

피부 불편함을 최소화하고 빠른 흡수를 자랑하는 기능성 제품으로 소비자들의 꾸준한 사랑을 받아온 생리대 산업의 만족도는 지난 해에 이어 그 상승세를 이어갔으며, 유한킴벌리가 연속 2회 1위(역대 3회 1위)자리를 고수했다.

유한킴벌리는 부드러운 커버, 편안한 착용감, 날개 포장의 개봉 편리성 등 대부분의 요소에서 타사 대비 높은 만족도를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

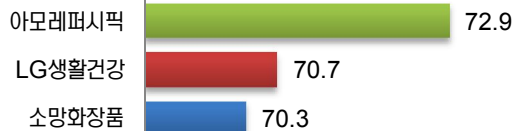
(3) 서비스업

■ 화학물질 및 화학제품(화장품), 유리 및 유리제품

• 남성용기초화장품: 향 좋은 아모레퍼시픽 역대 10회 1위

최근 남성들도 자신의 외모에 투자를 아끼지 않으면서 시장이 날로 커지고 있는 남성용기초화장품 산업의 만족도는 작년에 이어 그 상승세를 이어가고 있으며, 아모레퍼시픽이 9년 연속 1위(역대 10회 1위)자리를 지켜냈다.

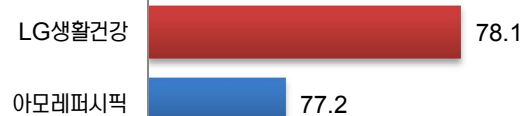
아모레퍼시픽은 경쟁사 대비 높은 전반적 만족도 평가를 받았으며 요소항목별로는 피부 영양 공급, 기능, 향 그리고 회사에 대한 신뢰도가 매우 높은 것으로 나타났다.



• 여성용기초화장품: 보습성 좋은 LG생활건강 1위 달성

주름개선, 미백, 보습, 향 트러블 등의 기능이 개선되고 자신의 피부 상태와 연령대에 맞는 제품 선택의 폭 또한 넓어진 여성용기초화장품 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 상승했으며, 올해에는 LG생활건강이 아모레퍼시픽을 제치고 1위를 차지했다.

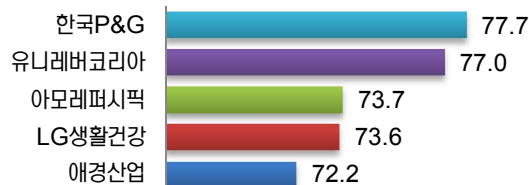
LG생활건강은 화장품 농도를 제외한 제품의 기능성, 피부 탄력성의 증가, 피부 영양 공급과 보습성 등의 모든 요소 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 샴푸: 부드러운 머릿결의 한국P&G 역대 11회 1위

쫄은 염색과 파마로 손상된 모발을 보호해 주고 탈모에 대한 우려가 높아지는 가운데 이를 방지해 주는 다양한 성분의 제품을 선보였던 샴푸 산업의 만족도는 올해 큰 폭으로 상승했으며, 한국P&G가 4년 연속 1위(역대 11회 1위)를 고수했다.

한국P&G는 타사 대비 전반적 만족도에서 높은 평가를 받았으며, 특히 소비자는 샴푸 후 머릿결이 부드러워 진다는 것에 큰 만족도를 보였다.



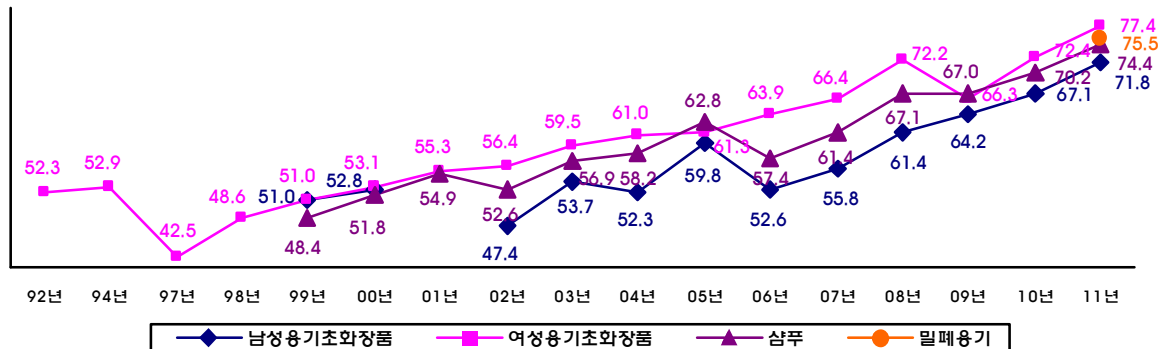
• 밀폐용기: 락앤락 2011년 신규 첫 조사에서 1위 달성

뛰어난 기능성을 무기로 고속 성장한 밀폐용기 산업은 금년 KCSI 신규조사 대상으로 첫 고객만족도 조사 결과 락앤락이 경쟁사인 삼광유리(글라스락)를 제치고 첫 1위의 영예를 안았다.

락앤락은 전반적 만족도 및 재구매 의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았고, 제품의 다양성, 사용의 편리성, 회사의 신뢰도 등의 세부항목 평가에서도 경쟁 우위를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

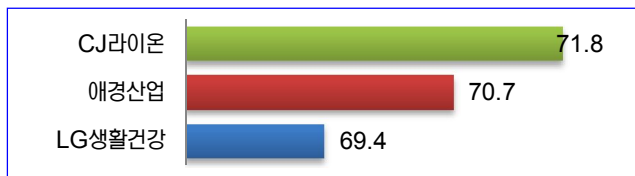
(1) 소비자 제조업

■ 화학물질 및 화학제품(치약, 비누 및 기타 세제)

● 세탁세제: CJ라이온 뛰어난 세척력으로 15년 연속 1위

빨래 각 종류에 따라 보다 손쉽게 세탁할 수 있고, 특히 속건 및 세균억제, 탈취 기능 등을 갖춘 전용세제가 잇달아 등장하는 세탁세제 산업의 만족도는 그 상승세를 꾸준히 이어가며, CJ라이온이 15년 연속이라는 기록과 함께 1위 자리를 고수했다.

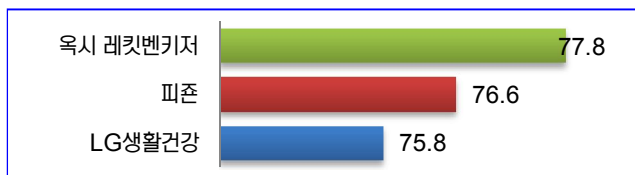
CJ라이온은 전체 만족도 평가에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소항목별로는 강한 세척력과 잘 행궈진다는 것에 높은 만족도를 나타냈다.



● 섬유유연제: 피부자극 적은 옥시 레킷벤키저 1위 달성

피부 보호, 정전기 방지는 물론 세제 찌꺼기 제거 등의 기능성을 갖추고 향기에 민감한 소비자를 위해 다양한 향의 제품을 선보였지만 섬유유연제 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였고, 옥시 레킷벤키저가 피존을 제치고 고객만족 1위(역대 2회 1위) 기업의 자리를 차지했다.

소비자는 타사 대비 옥시 제품에 대한 높은 재구매 의향을 보였고, 사용 후 피부에 자극이 적은 것을 최대 강점으로 꼽았다.

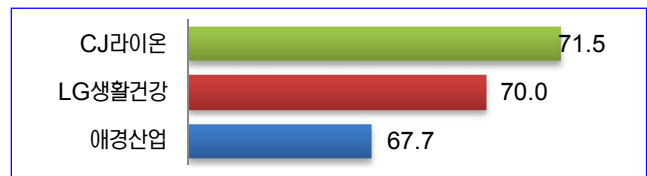


(3) 서비스업

● 주방세제: 적당한 거품과 뛰어난 세정력의 CJ라이온 1위

친환경 천연재료를 사용한 제품이 주목 받는 가운데 주방세제 산업의 만족도는 전년 대비 비교적 큰 폭으로 상승하며, CJ라이온이 우수한 평가와 함께 6년 연속 1위(역대 12회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

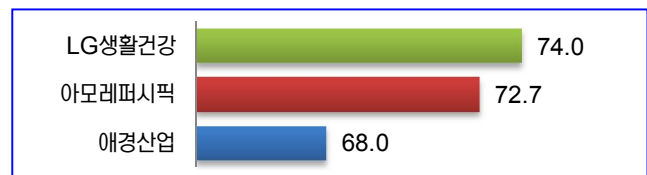
CJ라이온은 경쟁사 대비 전반적 만족도와 재구매 의향에서 높은 평가를 받았으며, 특히 요소항목에서는 잔향 여부를 제외한 전 항목에서 우위를 보였다.



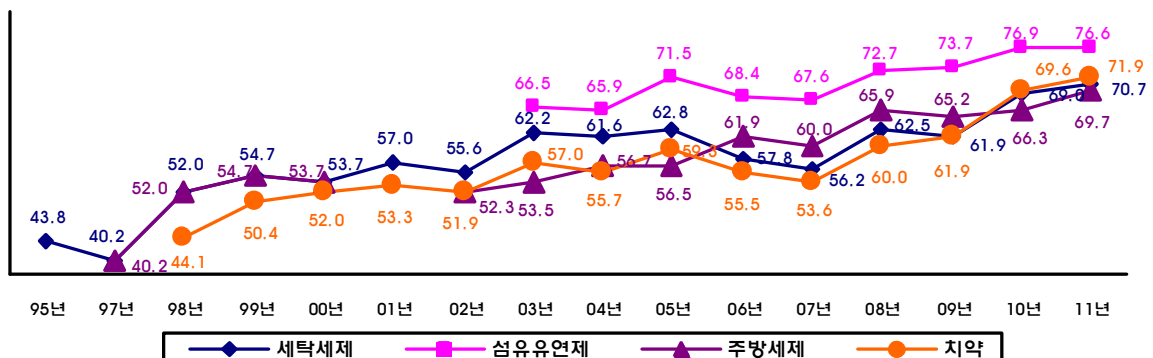
● 치약: 구취제거 뛰어난 LG생활건강 역대 5회 1위

염증 예방, 구취 제거, 미백 효과 등이 있는 기능성 제품이 소비자의 꾸준한 사랑을 받아 온 치약 산업의 만족도는 지난해 이어 소폭 상승하였으며, LG생활건강이 3년 연속 1위(역대 5회 1위)를 차지했다.

LG생활건강은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소항목별로는 구취제거 항목에서 높은 만족도를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

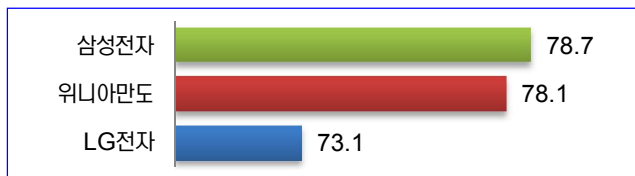
(3) 서비스업

■ 전기장비(주방용 전기기기)

● 김치냉장고: 삼성전자 감각적인 디자인으로 업계 첫 1위

1조 2000억원이 넘는 규모로 추산되는 김치냉장고 시장에 대용량, 다기능 그리고 다양한 디자인의 신제품들이 쏟아지는 가운데, 산업의 만족도는 지난 해에 이어 상승했으며 삼성전자가 위니아만도를 누르고 첫 1위 자리를 차지했다.

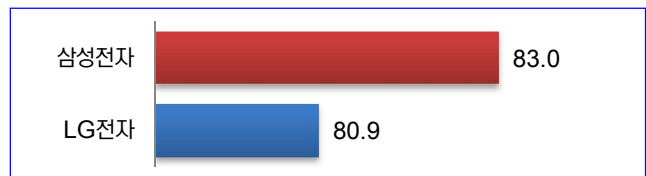
삼성전자는 경쟁사 대비 재구매 의향에서 높은 평가를 받았으며, 효율적인 내부 공간과 감각적인 디자인으로 소비자의 선택을 받았다.



● 냉장고: 삼성전자 뛰어난 디자인과 저소음으로 1위 수성

미니 냉장고 시장이 꾸준히 커지고 있는 가운데 다양한 기능과 디자인, A/S까지 간판하게 따지는 고객이 늘고 있는 냉장고 산업의 만족도는 전년 대비 상승했으며, 삼성전자가 지난 해에 이어 연속 2회 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

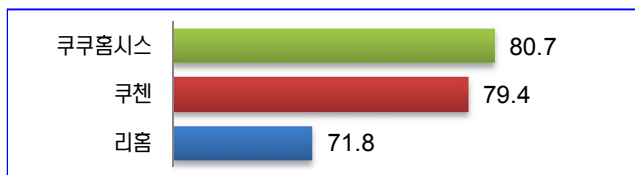
삼성전자 냉장고는 타사 대비 높은 재구매 의향 평가를 받았으며, 요소항목별로도 선반/포켓의 견고함을 제외한 신선도 유지 능력, 적은 소음, 디자인 등의 모든 항목에서 우위를 나타냈다.



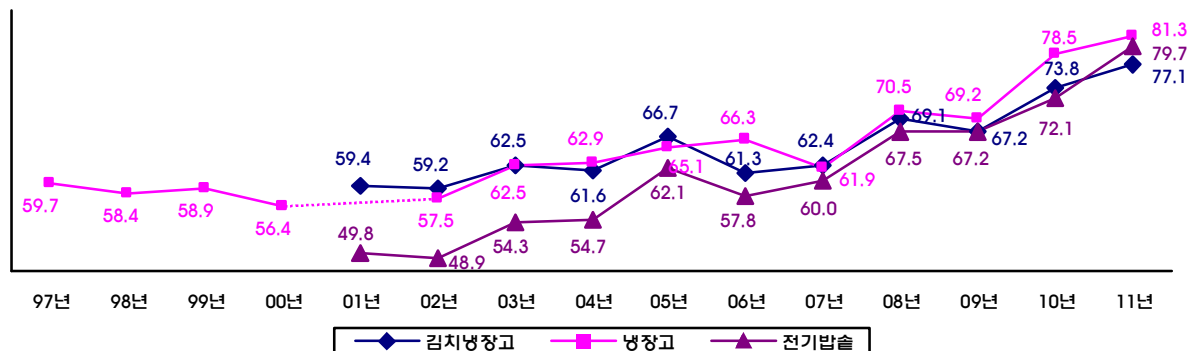
● 전기밥솥: 높은 회사 신뢰도를 보인 쿠쿠 11년 연속 1위

맛별이부부와 1인 가정을 위한 소형 제품부터 다양한 요리를 할 수 있는 고가 형까지 두루 소비자의 사랑을 받는 전기밥솥 산업의 만족도는 올해도 큰 폭으로 상승했으며, 쿠쿠홈시스(쿠쿠)가 11년 연속 1위 자리를 지켜냈다.

쿠쿠홈시스(쿠쿠)는 경쟁사 대비 밥 맛, 잔 고장, 조작법, A/S 등 대부분의 요소 항목에서 상대적으로 높은 만족도를 보였으며, 회사에 대한 신뢰도 또한 높게 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

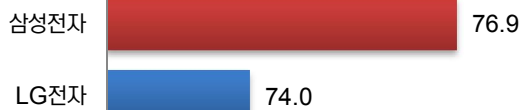
(3) 서비스업

■ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

● 세탁기: 삼성전자 세탁 후 청결함으로 역대 9회 1위

에너지 절감과 함께 전기료 부담까지 덜어주고 용량과 성능은 극대화한 스마트 제품으로 소비자 마음을 사로 잡은 세탁기 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승했으며, 삼성전자가 LG전자를 제치고 2년 연속 1위(역대 9회 1위)를 차지했다.

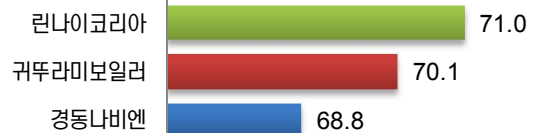
삼성전자는 경쟁사 대비 높은 전반적 만족도 평가를 받았으며, 저소음, 세탁 후 빨래의 청결, 제품디자인, 회사의 신뢰도 등의 요소항목에서도 우위를 나타냈다.



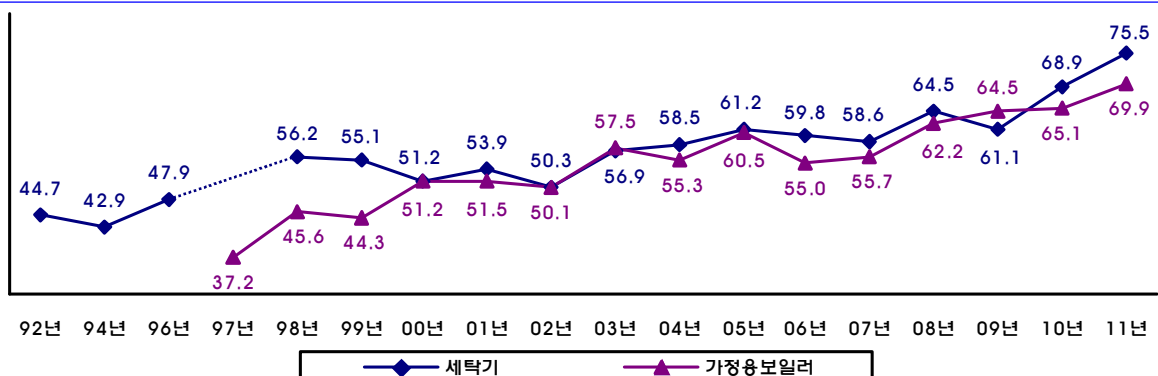
● 가정용보일러: 린나이코리아 역대 14회 1위 영예 달성

제품 효율에 대한 관심이 뜨거운 요즘 시장 규모의 성장과 함께 그 경쟁이 어느 때보다 치열한 가정용보일러 산업의 만족도는 작년 대비 큰 폭으로 상승했으며, 린나이코리아가 6년 연속(역대 14회 1위)를 차지했다.

린나이코리아는 경쟁사 대비 재구입 의향이 높았으며, 연료 효율, 저소음, 원활한 운수 공급, A/S 등의 요소 항목에서도 만족도가 높은 것으로 평가되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

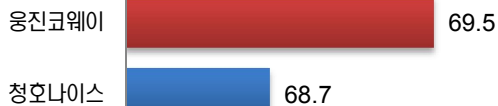
(3) 서비스업

■ 기타 기계 및 장비

● 가정용정수기: 높은 회사 신뢰도 속에 웅진코웨이 1위

깨끗하고 안전한 물을 위한 천연필터 사용과 다양한 기능 그리고 고급스러운 색상과 디자인의 제품으로 큰 인기를 끌고 있는 가정용정수기 산업의 만족도는 올해도 상승세를 이어 갔으며, 웅진코웨이가 7년 연속 1위(역대 11회 1위)를 달성했다.

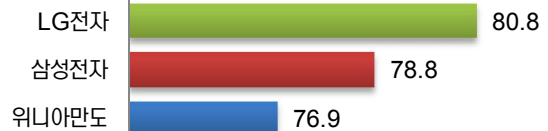
웅진코웨이 정수기는 정수된 물의 맛, 직원의 응대 태도, A/S 등의 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 회사 신뢰도 또한 높은 것으로 나타났다.



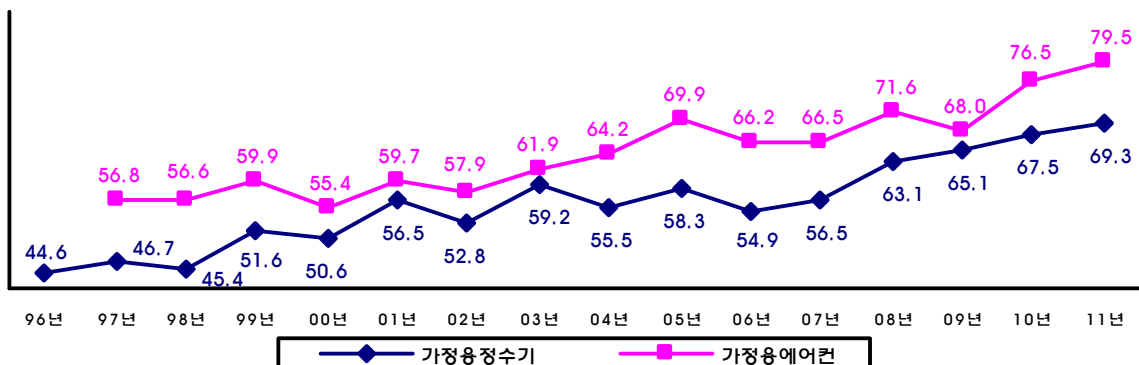
● 가정용에어컨: LG휘센 부동의 업계 1위 자리 고수

최근 지속되었던 이상고온에 맞춰 친환경·고효율과 함께 첨단 인공지능 기능까지 갖춘 제품을 대거 등장 시켰던 가정용에어컨 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, LG전자가 5년 연속 1위(역대 11회 1위)에 올랐다.

LG전자는 전반적인 만족도에서 경쟁사를 따돌렸으며, 실내외 기의 외관이 잘 변형되지 않는 점과 전력 소모 면에서도 우위를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

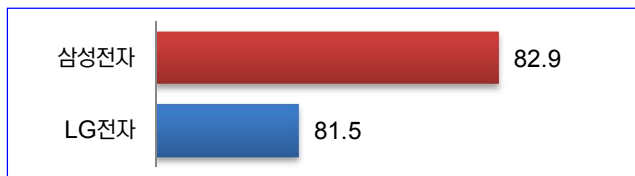
(3) 서비스업

■ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 광학기기

● TV : 삼성전자 14년 연속 1위 이어가

3D와 스마트 기능으로 인한 소비자의 큰 관심 속에 그 경쟁이 날로 치열해지고 있는 TV산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승했으며, 삼성전자가 경쟁사인 LG전자를 제치고 14년 연속 1위라는 영예를 거머쥐었다.

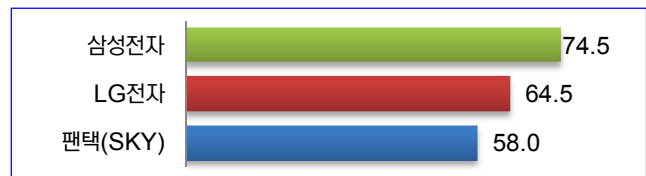
삼성전자는 경쟁사 대비 재구입 의향에서 높은 평가를 받았을 뿐 아니라, 음질, 잔 고장, A/S, 리모컨 조작의 편리성 등 가격의 적절성을 제외한 모든 요소항목에서도 우위를 나타냈다.



● 이동전화단말기: 삼성전자 역대 15회 1위 위업 달성

다양한 기능과 감각적인 디자인이 적용된 스마트폰이 대세를 이루며 소비자의 큰 관심과 사랑을 받는 이동전화단말기 산업의 만족도는 전년 대비 비교적 큰 폭으로 상승하였으며, 삼성전자가 14년 연속 1위(역대 15회 1위)라는 기록을 세웠다.

삼성전자는 전반적 만족도 및 재구입 의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았을 뿐 아니라 전 요소항목에서도 우위를 나타내며 이동전화단말기 산업의 절대 강자임을 증명했다.



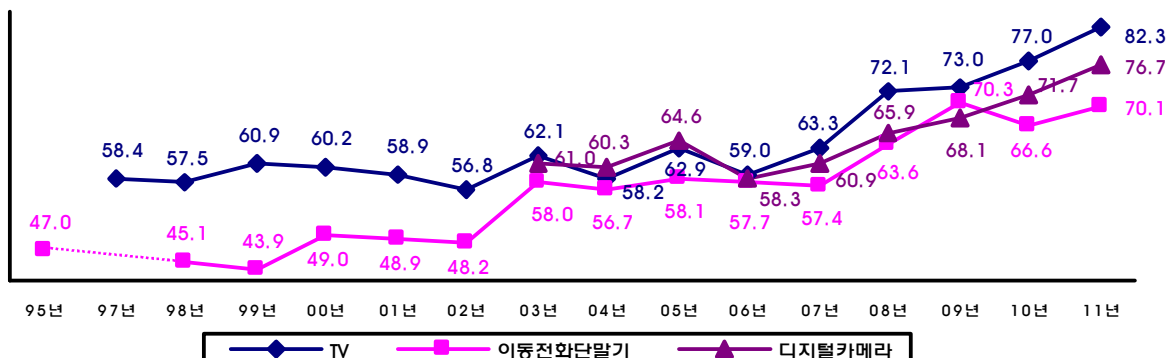
● 디지털카메라: 선명한 화질로 소니코리아 역대 7회 1위

최근 사진을 취미로 삼는 소비자가 늘어나면서 다양한 스마트 기능을 지닌 제품이 큰 인기를 끄는 가운데 디지털카메라 산업의 만족도는 꾸준히 상승하고 있으며, 소니코리아가 4년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

소니코리아는 전반적 만족도를 비롯해 선명도, 초점, 플래시 성능, A/S, 디자인 등의 요소항목에서도 경쟁사 대비 우위를 보였고 회사 신뢰도 또한 높은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

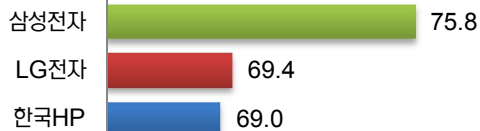
(3) 서비스업

■ 컴퓨터 및 사무기기

● 노트북PC : 삼성전자 높은 신뢰도와 함께 역대 14회 1위

최근 외부에서 노트북을 사용하는 소비자가 늘어나면서 제품의 기능과 디자인은 물론 휴대성과 배터리 수명을 강조하는 제품을 대거 선보인 노트북PC 산업의 만족도는 작년 대비 큰 폭으로 상승하였으며, 삼성전자가 올해로 10년 연속 1위(역대 14회 1위)라는 기록을 세웠다.

삼성전자는 재구입 의향 및 모니터 화질, 처리속도, 회사 신뢰도 등 대부분의 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



● 데스크톱PC : 빠른 처리속도, A/S로 삼성전자 1위 수상

데스크톱PC 시장은 기존 대용품으로만 여겨졌던 노트북PC의 기능 및 가격 경쟁력이 비약적으로 발전하면서 그 입지가 좁아졌지만 산업의 만족도는 올해 비교적 큰 폭으로 상승했으며, 삼성전자가 10년 연속 1위(역대 14회 1위)를 차지했다.

삼성전자는 경쟁사 대비 높은 재구입 의향 평가를 받았고, 저소음, 처리속도, 잔 고장, A/S, 설치 및 사용안내 서비스 등의 대부분 요소항목에서도 우위를 나타냈다.



● 가정용복합기: 선명한 출력, 적은 소음으로 삼성전자 1위

최근 각종 모바일과 노트북PC를 비롯한 포터블 디바이스의 등장으로 새롭게 네트워크를 지원하는 제품을 선보이고 있는 가정용복합기 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승했으며, 삼성전자가 4년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

삼성전자는 타사 대비 빠르고 선명한 출력, 적은 소음, 잔 고장, A/S, 직원 응대태도 등의 요소에서 높은 만족도를 보였으며 회사에 대한 신뢰도 또한 가장 높게 평가됐다.



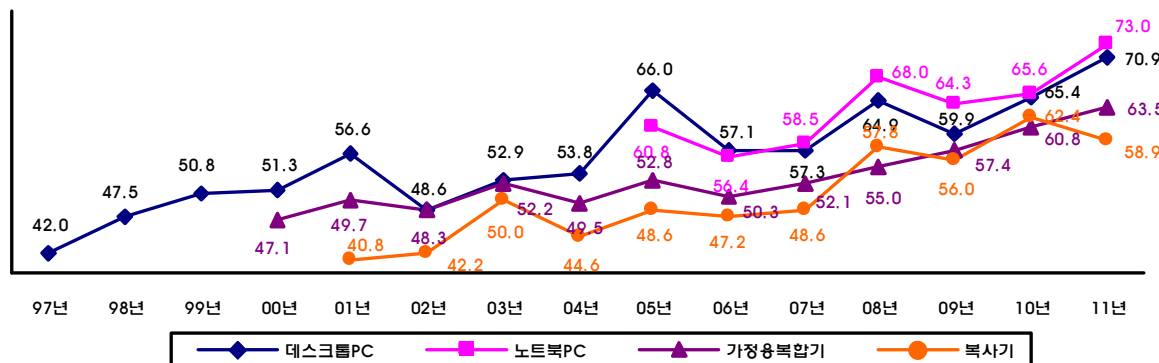
● 복사기: 한국후지제록스 11년 연속 부동의 1위 고수

효율적인 업무처리를 위한 빠르고 선명한 복사는 물론 에너지 효율을 높이는 제품으로 경쟁력을 강화해 나가는 복사기 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 한국후지제록스가 11년 연속 부동의 1위 자리를 지켜냈다.

한국후지제록스는 경쟁사 대비 빠른 복사 속도와 짧은 예열시간 그리고 편리한 기능조작은 물론 높은 회사 신뢰도로 고객의 선택을 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

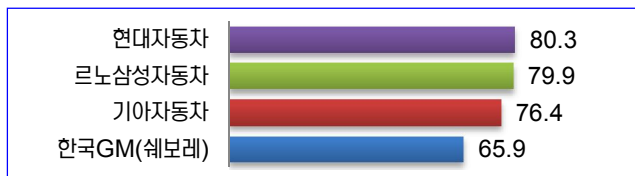
(3) 서비스업

■ 자동차 및 고무제품

● 일반승용차: 치열한 경쟁 속에도 현대자동차 18년간 1위

차량은 기름값 속에서도 소비자의 변함없는 관심과 높은 기대 수준으로 인해 보다 많은 노력이 요구되는 일반승용차 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승했으며, 현대자동차가 18년 연속 1위라는 위업을 달성했다.

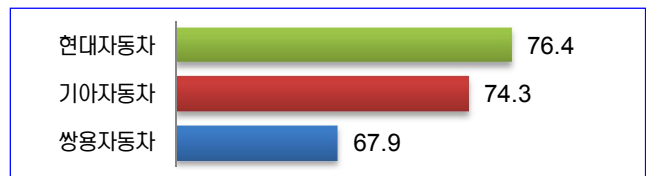
현대자동차는 재구매 의향이 가장 높게 나타났으며, 경쟁사 대비 잔 고장이 적은 것으로 소비자의 꾸준한 사랑을 받았다.



● RV승용차: 소음, 승차감에서 앞선 현대자동차 1위

최근 승용차 버금가는 승차감과 소음진동을 크게 줄이는 등의 노력으로 큰 인기를 끌고 있는 RV 승용차의 만족도는 전년에 이어 그 상승세를 이어나가며, 현대자동차가 8년 연속 1위를 차지했다.

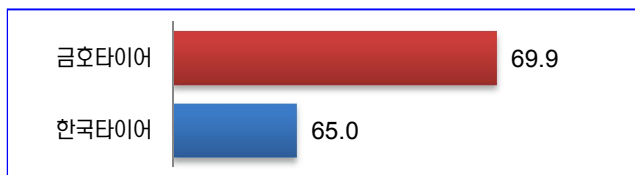
현대자동차는 경쟁사 대비 재구매 의향에서 높은 평가를 받았으며, 소음 및 승차감(안락감), 배기량 대비 연비, 내·외부 디자인/스타일, 회사 신뢰도 등에서 높은 만족도를 나타냈다.



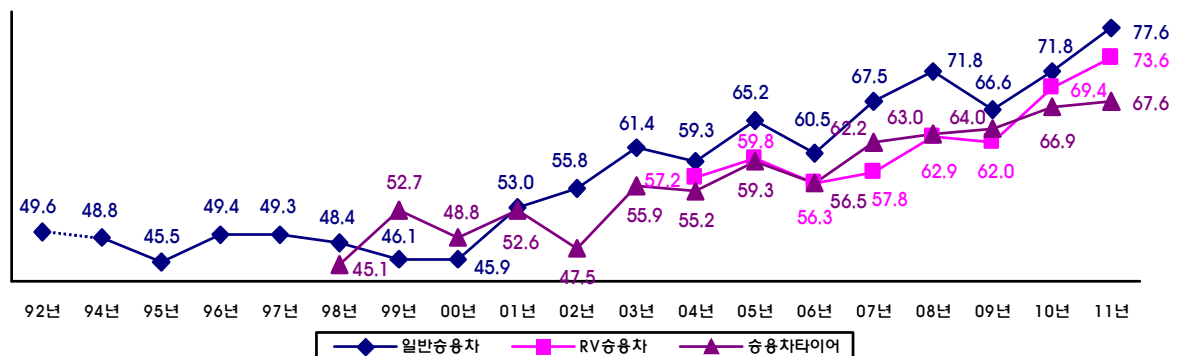
● 승용차타이어: 재구매 의향 높은 금호타이어 역대 8회 1위

친환경 제품에 대한 지속적인 관심이 유지되고 있는 가운데 조정 안정성은 극대화하면서 회전저항은 최소화하는 초고성능 제품을 선보였던 승용차타이어 산업의 만족도는 올해도 상승세를 이어갔으며, 금호타이어가 7년 연속(역대 8회 1위)를 차지했다.

금호타이어는 전반적 만족도 및 재구매 의향에서 높은 평가를 받았으며, 경쟁사와 비교하여 품질대비 가격이 적절한 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

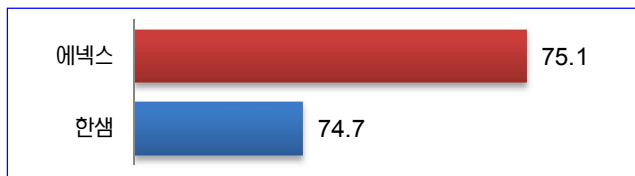
(3) 서비스업

■ 가구, 기타 제품

● 부엌가구: 에넥스 견고하고 우수한 A/S로 역대 7회 1위

단순히 요리만을 하는 공간이 아닌 주부들에게 저마다의 개성을 나타내는 공간으로 활용되어 실용성과 디자인이 강조되는 부엌가구 산업의 만족도는 올해 큰 폭으로 상승했으며, 에넥스가 6년 연속 1위(역대 7회 1위)를 차지했다.

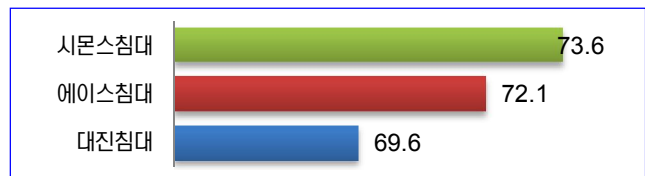
에넥스는 재구입 의향이 가장 높은 것으로 나타났으며, 제품의 견고성, 외부 디자인, A/S 품질, 품질 대비 가격적절성 등의 요소항목에서도 좋은 평가를 받았다.



● 침대: 시몬스침대 역대 4회 고객만족 1위 달성

최근 수면의 중요성이 강조되면서 침대 스프링과 내부 소재는 물론 원단까지 꼼꼼하게 살피는 고객이 늘어나고 기대수준 또한 높아만 가는 침대 산업의 만족도는 매년 꾸준히 상승했으며, 시몬스침대가 3년 연속 1위(역대 4회 1위)를 차지했다.

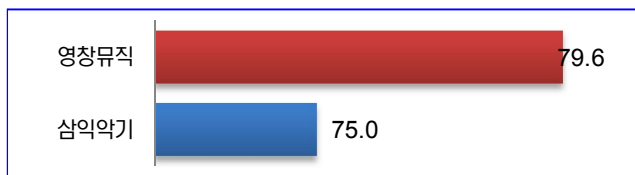
시몬스침대는 경쟁사 대비 전반적 만족도와 재구입 의향이 가장 높았고 A/S 품질과 가격 적절성 측면에서 높은 평가를 받았다.



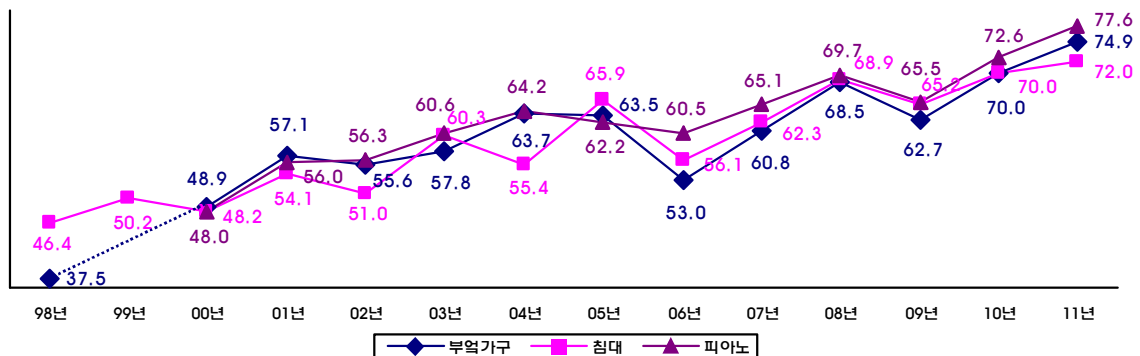
● 피아노: 높은 신뢰도의 영창뮤직 12년 연속 1위 달성

피아노 산업의 만족도는 올해 또 한번 큰 폭으로 상승했으며, 영창뮤직(영창악기)은 더 이상 단순 악기 제조사가 아닌 문화를 제조하는 기업으로서 변화하며 12년 연속 고객만족 1위 기업이라는 위업을 달성했다.

영창뮤직은 경쟁사에 비해 디자인을 제외한 소리, 배달 및 설치 서비스, 직원의 응대태도 등의 모든 항목에서 높은 만족도를 나타냈으며, 회사에 대한 신뢰도 또한 매우 높은 것으로 평가됐다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 소매업(대형 종합 소매업)

● 백화점: 신세계 높은 수준의 서비스로 5년 연속 1위

계속되는 물가 인상과 불안한 경기 속에서 서민들의 소비심리가 위축되었다고 하나 지속적으로 고객만족을 위한 노력을 아끼지 않는 백화점 산업의 만족도는 작년에 이어 상승했으며, 신세계가 5년 연속 1위를 고수했다.

신세계백화점은 전반적 만족도와 편리한 주차공간 항목이 경쟁사에 비해 가장 높게 나타났다.



● 대형마트: 다양한 상품과 이벤트로 이마트 1위 자리 탈환

명품 브랜드 입점과 각종 가격 파괴 상품들을 선보이며 소비자의 관심을 끌고 있는 대형마트 산업의 만족도는 작년 대비 상승했으며, 이마트가 1위(역대 9회 1위)를 탈환하는데 성공했다.

이마트는 다양한 상품 및 할인 이벤트, 직원 응대 태도, 고객관리, 품질 대비 적절한 가격 등의 항목에서 타사 대비 높은 점수를 받았다.



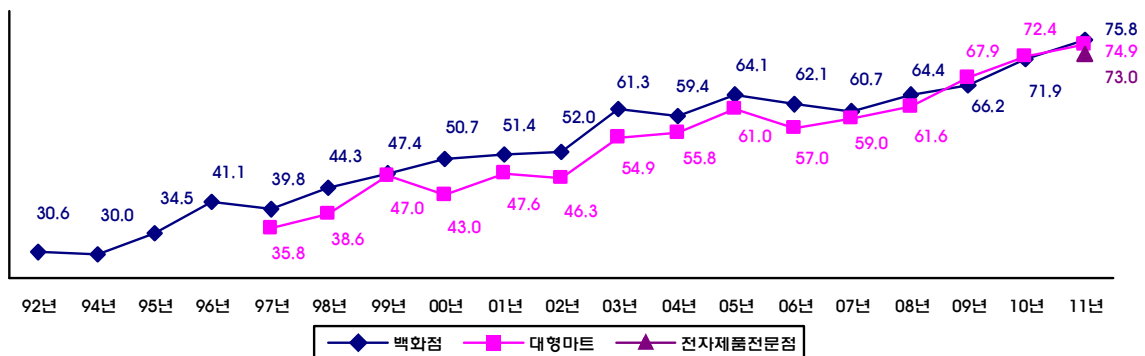
● 전자제품전문점: 삼성 디지털프라자 조사 첫 해 1위 영예

최근 공격적인 매장 확대 전략으로 고객의 관심을 끌고 있는 전자제품전문점 산업은 금년 KCSI 신규조사 대상으로, 삼성디지털프라자가 경쟁한 경쟁사들을 누르고 첫 고객만족 1위 기업으로 선정되었다.

삼성디지털프라자는 경쟁사 대비 높은 전반적 만족도 평가를 받았을 뿐 아니라, 상품의 질과 종류, 매장시설환경, 회사 신뢰도 등의 세부 평가항목에서도 우위를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

● 대형슈퍼마켓: GS수퍼 친절한 직원들과 함께 1위 고수

올해로 두 번째 조사를 시행한 대형슈퍼마켓 산업의 만족도는 작년에 비해 큰 폭으로 상승했으며, GS수퍼가 또다시 경쟁사들을 제치고 2년 연속 1위 기업으로 선정되었다.

GS수퍼는 전반적 만족도가 매우 높게 나타났으며, 상품의 질, 상품의 다양성, 직원응대 태도, 고객관리, 계산대에서의 짧은 대기시간, 회사 신뢰도 등의 요소 항목이 경쟁사 대비 높은 만족도를 나타냈다.



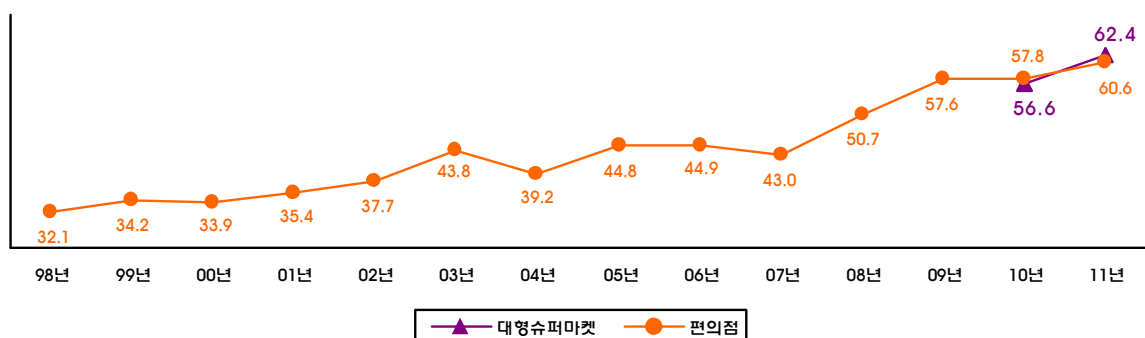
● 편의점: 다양한 생활편의 서비스로 GS25 12번째 1위

판매점간 격차가 심하다는 생필품 가격에 대한 논란에도 불구하고 올 매출 10조원 대를 바라보며 매년 고속성장을 해온 편의점 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하는 경향을 보였으며, GS25가 9년 연속 1위(총 12회 1위)를 차지했다.

GS25는 경쟁사 대비 높은 재구입 의향과 함께 다양한 생활편의 서비스, 할인 및 적립혜택, 품질대비 적절한 가격과 회사 신뢰도 항목에서 높은 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰: 인터파크 9년간 부동의 1위 자리 고수

다양한 할인 이벤트 및 빠른 배송으로 소비자의 마음을 사로잡으며 단기간 급성장한 인터넷쇼핑몰 산업의 만족도는 올해도 성장세를 이어가며 인터파크가 9년 연속 1위를 기록했다.

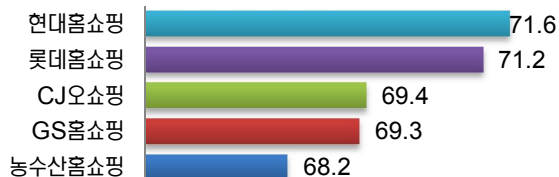
인터파크는 재구입 의향이 가장 높았으며, 상품의 품질과 종류, 여러 상품의 비교 용이성, 할인 및 적립 혜택 등 대부분의 요소 항목에서도 경쟁사 대비 우위를 나타냈다.



• TV홈쇼핑: 뛰어난 품질과 서비스로 현대홈쇼핑 1위

최근 방송을 넘어 모바일, 온라인 등으로까지 플랫폼을 넓히며 입지를 확고히 해온 TV홈쇼핑 산업의 만족도는 올해에도 그 상승세를 이어갔으며, 현대홈쇼핑이 6년 연속 1위를 수성하는데 성공했다.

현대홈쇼핑은 전반적 만족도가 가장 높았으며, 할인 혜택과 상품품질 및 서비스에 비해 적절한 가격으로 경쟁사를 따돌리고 계속 선두를 이어갔다.



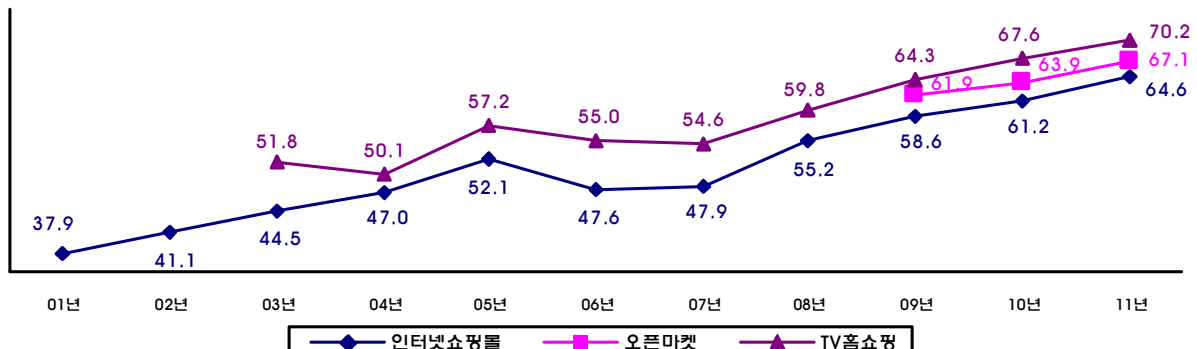
• 오픈마켓: 차별화된 서비스로 3년 연속 고객만족 1위

올해로 조사 3년 차를 맞이하는 오픈마켓 산업의 만족도는 꾸준한 상승세를 이어갔으며, 모바일 서비스 등으로 고객 편의를 위해 노력해온 11번가가 올해로 3년 연속 고객만족 1위 기업으로 선정되었다.

11번가는 전반적 만족도가 가장 높았고, 편리한 주문 절차와 결제, 고객 문의 및 불만사항 응대, 고객이 좋아하는 각종 이벤트나 사은 행사 등의 항목에서도 좋은 결과를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 소매업(서적류, 기타 소매업)

● 대형서점: 다양한 서적 보유한 교보문고 15년 연속 1위

고객에게 차별화된 서비스를 제공하고 각종 이벤트 및 행사 개최로 복합문화 공간으로 거듭나고 있는 대형서점의 만족도는 전년 대비 비교적 큰 폭으로 상승했으며, 교보문고가 15년 연속 고객만족 1위 기업이라는 영예를 거머쥐었다.

교보문고는 전반적 만족도와 재구매 의향이 가장 높았고, 경쟁사 대비 직원의 응대태도, 서적의 다양성, 매장내부의 안내, 서점의 신뢰도 등에서도 경쟁 우위를 보였다.



● 인터넷서점: 예스24 다양한 서적과 빠른 배송으로 1위

저렴한 가격과 빠른 배송으로 고객의 관심을 받는 인터넷서점의 만족도는 3년 연속 상승세를 이어갔으며, 예스24가 올해도 1위 자리를 수성하는데 성공했다.

예스24는 경쟁사 대비 전반적 만족도가 가장 높게 평가 되었으며, 요소 항목 중 다양한 서적의 종류와 신속한 배송 그리고 사이트 화면 구성 등이 우수한 것으로 나타났다.



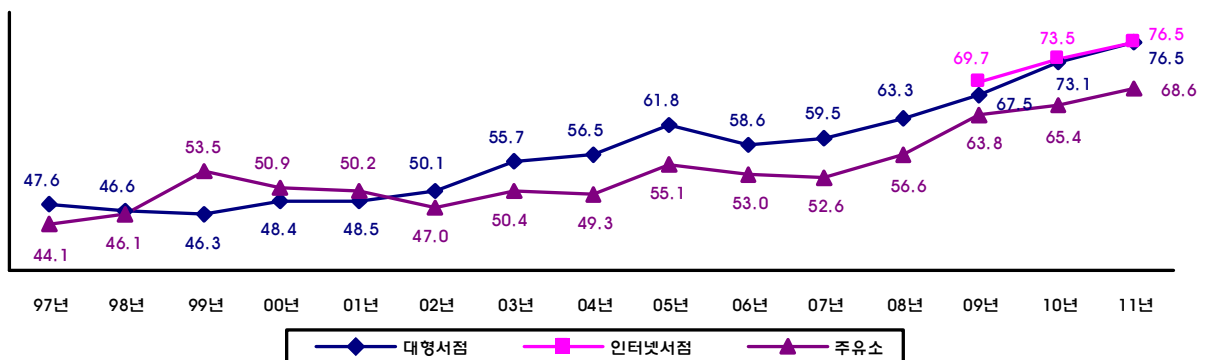
● 주유소: 친절성으로 SK에너지 다시금 1위 자리 탈환

계속되는 기름값 인상 논란 속에서 기업들의 가격 및 서비스 경쟁이 갈수록 심화되고 있는 주유소 산업의 만족도는 매년 꾸준한 상승세를 보이며, SK에너지가 GS칼텍스를 제치고 1위 (역대 12회 1위)를 탈환하는데 성공했다.

SK에너지는 전반적 만족도가 경쟁사 대비 가장 높게 나왔으며, 주유원 친절도와 부가 서비스 또한 우수한 것으로 평가되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 도넛전문점: 던킨도너츠 KCSI 조사 첫째 1위 영예

곡물 등 웰빙 재료를 이용한 제품들로 고객의 마음을 사로잡은 도넛전문점 산업은 금년 KCSI 신규조사 대상으로 던킨도너츠가 미스터도넛 등의 경쟁사들을 누르고 첫 고객만족 1위 기업의 영예를 안았다.

던킨도너츠는 경쟁사 대비 제품 신선도, 메뉴의 다양성, 제품 진열상태, 할인 및 적립 혜택 등의 항목에서 높은 평가를 받아 1위 고객만족 기업으로 선정 되었다.



• 제과/제빵점: 다양한 제품 선보인 파리바게뜨 1위 달성

매년 치열한 경쟁양상을 보이는 제과제빵점 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하는 결과를 보였으며, 시장 내 높은 점유율을 차지하고 있는 파리바게뜨가 경쟁사들을 제치고 1위(역대 3회)를 차지했다.

파리바게뜨는 경쟁사 대비 전반적 만족도와 재구매 의향이 모두 높았으며, 다양한 제품과 제품 진열 상태 그리고 할인 및 적립 혜택 항목에서도 우위를 나타냈다.



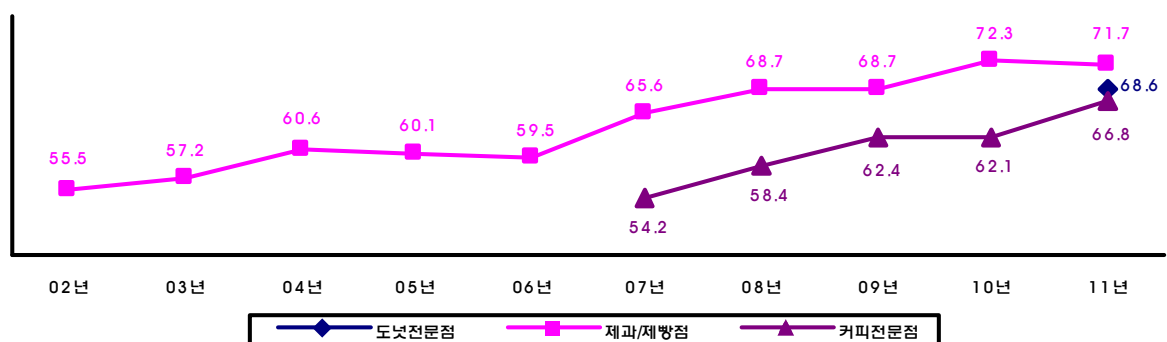
• 커피전문점: 치열한 경쟁 속에서 엔제리너스커피 1위 고수

다양하고 질 좋은 커피뿐 아니라 무선랜 설치 등 차별화 된 고객 편의 서비스를 위한 노력을 아끼지 않는 커피전문점 산업의 만족도는 전년 대비 비교적 큰 폭으로 상승했으며, 엔제리너스커피가 치열한 경쟁 속에서도 작년에 이어 1위 고수했다.

엔제리너스커피는 경쟁사 대비 전반적 만족도 및 재이용 의향이 높았으며, 메뉴안내, 할인 및 적립 혜택, 품질 대비 적절한 가격 항목에서도 높은 만족도를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

● 패밀리레스토랑: 높은 회사 신뢰도로 VIPS 업계 1위 고수

다양한 출점 상권 및 맞춤형 인테리어로 정체기를 벗어나 새로운 도약을 꿈꾸는 패밀리레스토랑 산업의 만족도는 4년 연속 상승 곡선을 그렸으며, 빙스(VIPS)가 2년 연속 고객 만족도 1위 기업의 자리를 지켜냈다.

CJ VIPS는 경쟁사 대비 높은 재이용 의향을 나타냈으며, 음식의 맛과 신선도, 대기고객 관리와 높은 회사 신뢰도로 고객의 선택을 받았다.



● 패스트푸드점: 신선한 음식으로 KFC 만족도 1위 수성

트랜스 지방 사용을 금하는 등 소비자들의 웰빙 식생활에 부합하려는 발 빠른 노력으로 올해도 패스트푸드점의 만족도는 상승 곡선을 그렸으며, SRS코리아(KFC)가 2년 연속 1위를 고수했다.

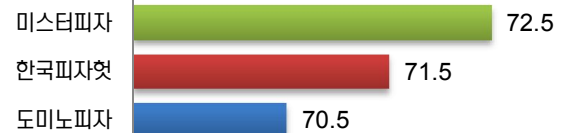
KFC는 경쟁사 대비 우수한 전반적 만족도 평가를 받았고, 음식의 신선도와 다양한 메뉴, 매장 시설 등의 항목에서도 가장 높은 만족도를 나타냈다.



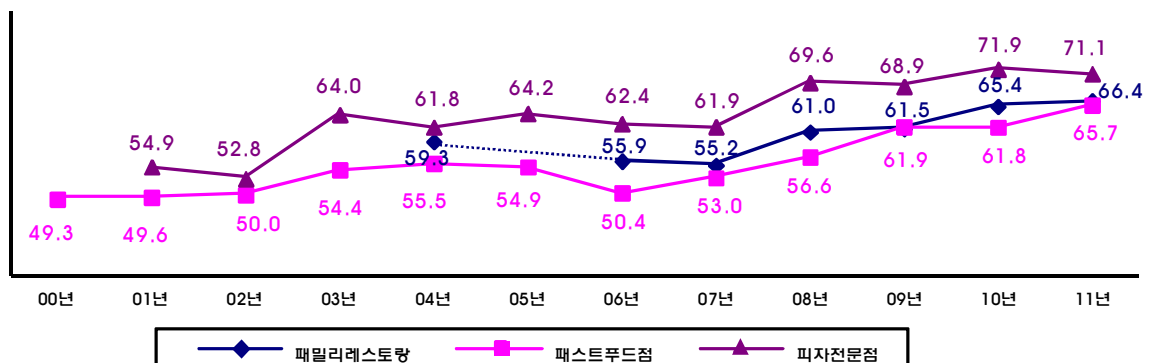
● 피자전문점: 고객입맛 사로잡은 미스터피자 4회 1위

소비자의 입맛을 사로잡기 위해 끊임없이 신제품 개발에 노력하는 피자전문점 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하는 경향을 보였으며, 미스터피자가 금년에도 고객만족도 3년 연속 1위(역대 4회 1위)를 수성했다.

미스터피자는 경쟁사 대비 가장 높은 전반적 만족도와 재구매 의향 평가를 받았을 뿐 아니라 할인 및 적립 혜택 또한 우수한 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

● 아파트: 최근 3년간 아파트 산업 만족도 지속 상승

아파트 산업의 만족도는 계속되는 경기불황과 건축비 상승으로 인해 분양에 어려움을 겪고 있음에도 전년 대비 비교적 큰 폭으로 상승한 것으로 나타났다.

올해 아파트 산업은 재구입 의향이 크게 상승했으며, 새롭게 조사된 주차 시설과 입주자 복지시설 항목에서 높은 평가를 받으면서 전체적인 요소 만족도의 상승을 이끌었다.

아파트 71.2

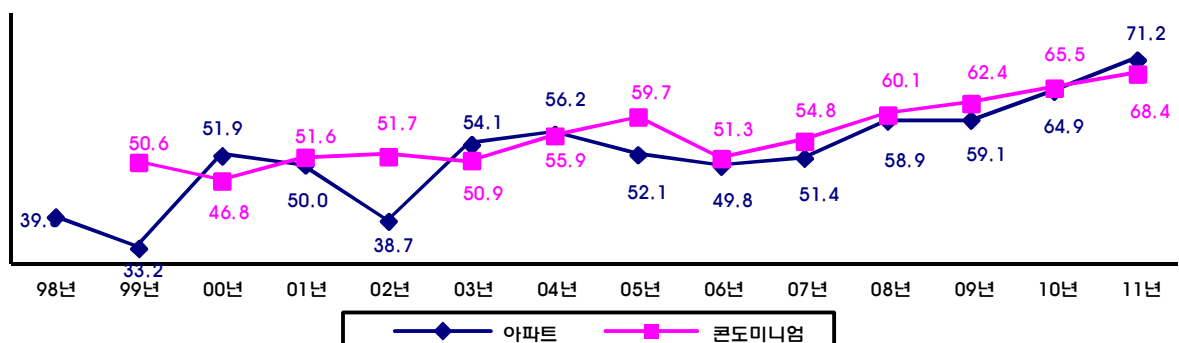
● 콘도미니엄: 편의시설 두루 갖춘 대명리조트 11회 1위

최근 삶의 질 향상을 위한 레저생활에 대한 관심 증가와 함께 콘도미니엄 산업의 만족도 또한 지속적인 상승세를 이어갔으며, 대명리조트가 9년 연속 1위(역대 11회)를 차지했다.

대명리조트는 경쟁사 대비 높은 전반적 만족도 및 재이용 의향을 보였을 뿐 아니라, 객실의 청결성, 편의시설, 안락성 그리고 다양한 부대시설 등 대부분의 요소 항목에서도 우수한 평가를 받았다.

대명리조트 69.8
한화리조트 66.3

산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

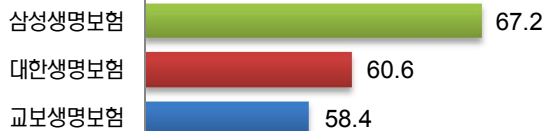
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

● 생명보험: 경쟁사 크게 따돌리고 삼성생명 역대 13회 1위

고객의 관심을 끌기 위한 각종 맞춤형 보험상품이 쏟아지고 그 경쟁이 날로 심화되고 있는 생명보험 산업의 만족도는 꾸준한 상승 곡선을 그려오며, 삼성생명이 올해로 7년 연속(역대 13회 1위) 부동의 1위 자리를 지켜냈다.

삼성생명은 타사 대비 전반적 만족도와 재이용 의향이 매우 높게 나타났으며, 응대 신속성, 응대태도, 상품설명, 회사 신뢰도 등의 항목에서도 우위를 보여주며 경쟁사를 따돌렸다.



● 온라인자동차보험: 현대하이카다이렉트 3년 연속 업계 1위

매년 업계 성장률을 웃도는 고속성장을 해온 온라인자동차보험 산업의 만족도는 전년에 이어 또 한번 큰 폭으로 상승했으며, 현대하이카다이렉트가 3년 연속 1위를 차지했다.

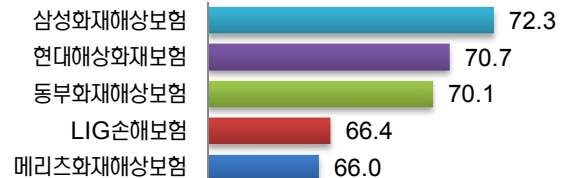
현대하이카다이렉트는 전반적 만족도와 재가입 의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 이용편리성, 직원 응대태도, 고객관리 등 대부분의 요소항목에서도 경쟁 우위를 나타냈다.



● 자동차보험: 높은 신뢰도로 삼성화재 역대 15회 1위 달성

정보의 지식과 공유를 통해 고객의 기대수준이 높아진 자동차보험 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 삼성화재가 14년 연속 1위(역대 15회 1위)자리를 이어갔다.

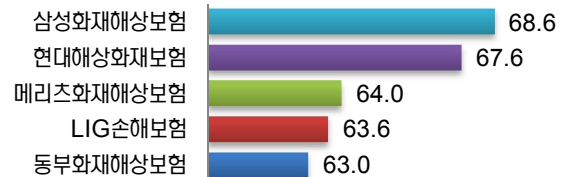
고객은 삼성화재 보험에 높은 충성도를 보였으며, 이용의 편리성(직원연결, 업무처리 등), 긴급출동 서비스, 회사 신뢰도 등의 요소항목에 경쟁사 대비 높은 평가를 주었다.



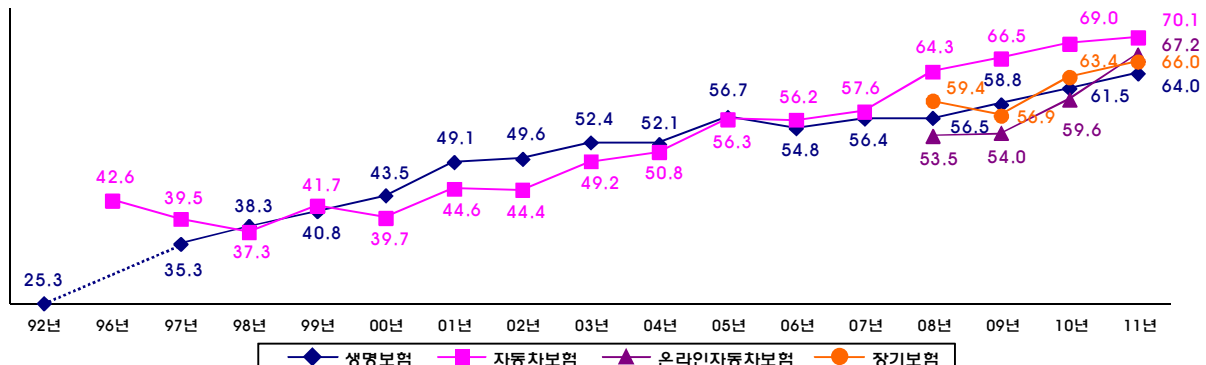
● 장기보험: 삼성화재 세심한 고객관리로 장기보험 첫 1위

지속적인 성장 속에 있는 장기보험(장기손해보험) 산업의 만족도는 전년 대비 상승하며, 금년에는 삼성화재가 현대해상을 제치고 첫 1위를 차지하는 영예를 거머쥐었다.

삼성화재는 이용편리성, 고객관리, 상품안내, 신속한 보험금 지급 등의 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받으며 1위를 차지했다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

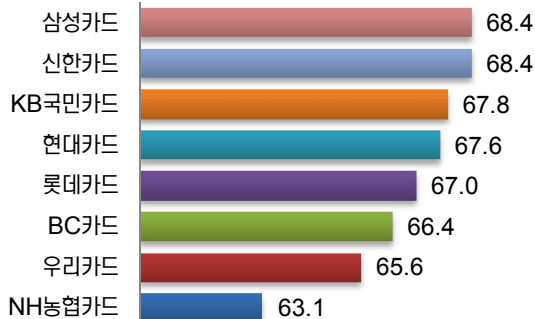
■ 금융 및 보험(금융업)

• 신용카드: 삼성카드와 신한카드 공동 1위 달성

계속되는 경기불황과 위축되는 소비심리 속에서도 다양한 적립 혜택 및 할인 서비스로 고객의 마음을 사로잡은 신용카드 산업의 만족도는 꾸준한 상승 곡선을 이어갔으며, 삼성카드(8년 연속/역대 9위 1위)와 신한카드(첫 1위)가 치열한 경쟁 속에서 많은 경쟁사를 제치고 공동 1위를 달성했다.

삼성카드는 경쟁사 대비 전반적 만족도 및 재이용 의향에서 높은 평가를 받았으며, 편리한 콜센터와 인터넷 상에서 할 수 있는 다양한 서비스를 제공함으로써 고객의 선택을 받을 수 있었다.

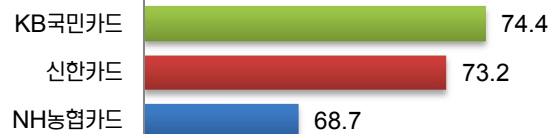
신한카드는 대부분의 요소항목에서 고르게 우수한 평가를 받았으며, 특히 편리한 결제와 정확한 청구서 등의 항목에서 높은 만족도를 나타냈다.



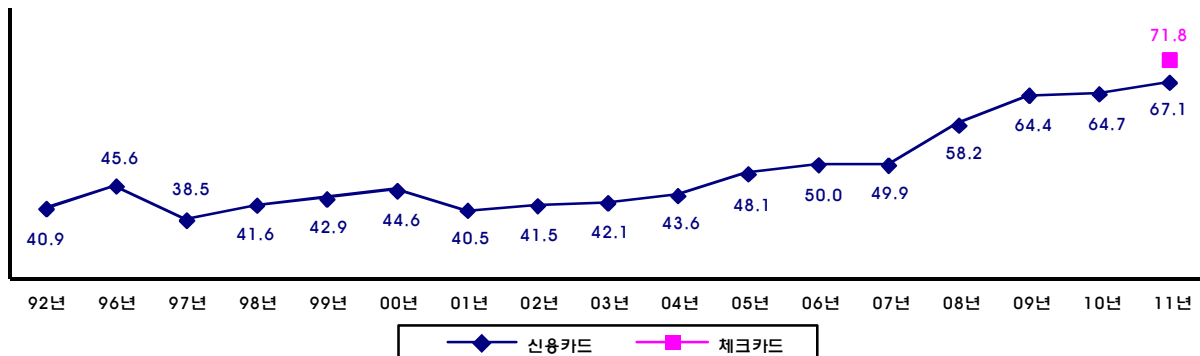
• 체크카드: KB국민카드 KCSI 첫 조사에서 1위 영예

섬섬이를 줄일 수 있고 세제 혜택까지 누릴 수 있는 체크카드 산업은 금년 KCSI 신규조사 대상으로 KB국민카드가 경쟁자들을 누르고 첫 고객만족 1위 기업의 영예를 거머쥐었다.

KB국민카드는 경쟁사 대비 전반적 만족도에서 가장 높은 점수를 받았으며, 이용 편리성, 장기이용 고객에 대한 혜택, 회사의 신뢰도 등의 항목에서도 우수한 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

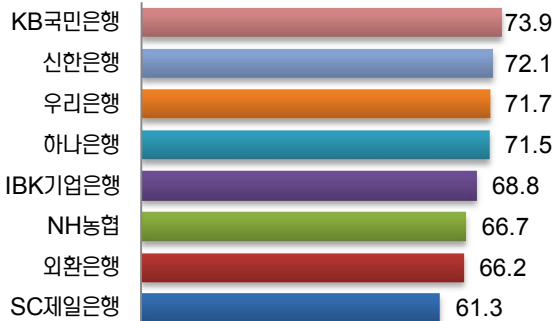
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(금융업, 증권)

• 은행: 높은 회사 신뢰도로 KB국민은행 5년 연속 1위

날로 치열해지는 경쟁 속에서 고객만족경영을 통해 기업의 경쟁력을 강화해왔던 은행 산업의 만족도는 매년 꾸준한 상승세를 이어 왔으며, KB국민은행이 올해로 5년 연속 1위 자리를 고수했다.

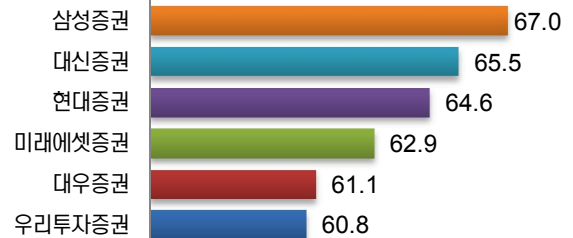
KB국민은행은 타 은행 대비 전반적 만족도와 재이용의향에서 우수한 평가를 받았으며, 높은 회사 신뢰도 등 세부 요소항목에서도 고른 우위를 보였다.



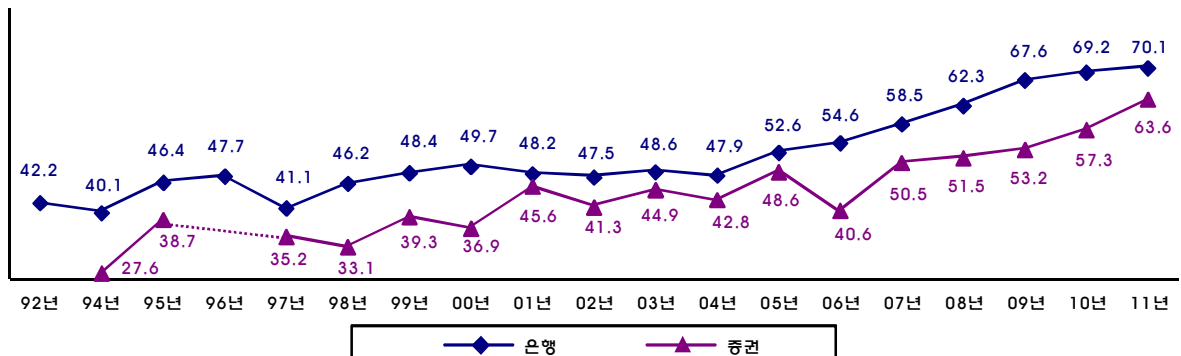
• 증권: 삼성증권 전반적인 우세로 역대 8회 1위 달성

극심한 글로벌 금융 위기 속에서도 증권사 전반적으로 만족도가 전년 대비 비교적 큰 폭으로 상승했으며, 삼성증권이 6년 연속 1위(총 8회)자리를 굳건히 지켜냈다.

삼성증권은 경쟁사 대비 재가입 의향에서 높은 평가를 받았으며, 정보의 다양성과 신뢰성, 직원 응대태도, 자산관리 서비스 등 대부분의 요소항목에서도 경쟁 우위를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

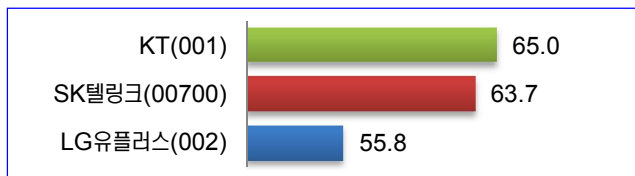
(3) 서비스업

■ 통신업(유무선 전화업)

● 국제전화: 뛰어난 통화품질로 KT 지난 해에 이어 1위 고수

인터넷 전화의 등장과 스마트폰의 보급으로 요금 경쟁이 치열해지고 있는 국제전화 시장의 만족도는 전년도 수준을 유지하며, KT(001)가 지난 해에 이어 1위 자리를 고수했다(역대 12회 1위).

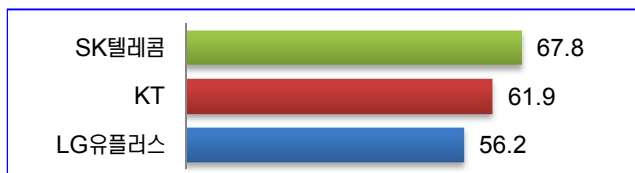
KT는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 상대적으로 우수한 평가를 받았으며, 통화 음질, 할인서비스, 다양한 요금제도, 회사의 신뢰도 등 대부분의 요소항목에서도 높은 평가를 받았다.



● 이동전화: 통화 품질 우수한 SKT 14년 연속 1위 달성

끊임없이 논란이 되던 요금제 인하에 관한 이슈가 다시 한 번 불거지고 가입자 유치를 위한 경쟁이 더욱 고조되고 있는 이동전화서비스의 만족도는 전년대와 비슷한 수준을 유지(0.1점 상승)하는 가운데 SK텔레콤이 14년 연속 1위를 기록했다.

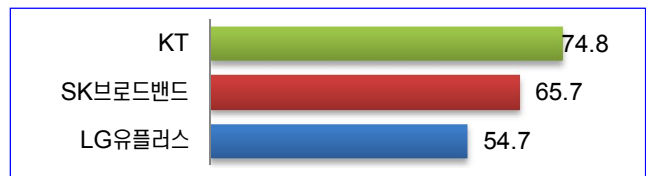
SK텔레콤은 경쟁사 대비 전반적 만족도 및 재이용 의향에서 우수한 평가를 받았으며, 통화 성공/연결, 통화 음질, 콜센터 서비스, 단말기 종류 등의 요소 항목에서도 경쟁 우위를 보였다.



● 시내/시외전화: KT 높은 전반적 만족도로 역대 13회 1위

시내/시외전화 서비스의 고객만족도는 작년 대비 상승하는 결과를 보였으며, KT가 12년 연속 부동의 1위(총 13회 1위)자리를 고수했다.

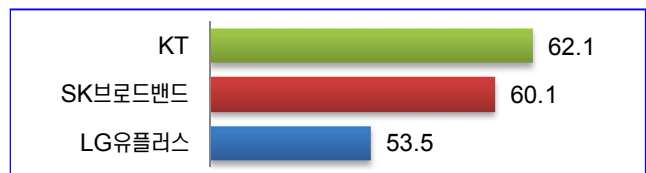
KT의 시내/시외전화는 전반적 만족도 및 재구입 의향에서 높은 평가를 받았고, 통화 음질, 통화 중 단절/혼선, 할인서비스, 회사 신뢰도 등 대부분의 요소항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 나타냈다.



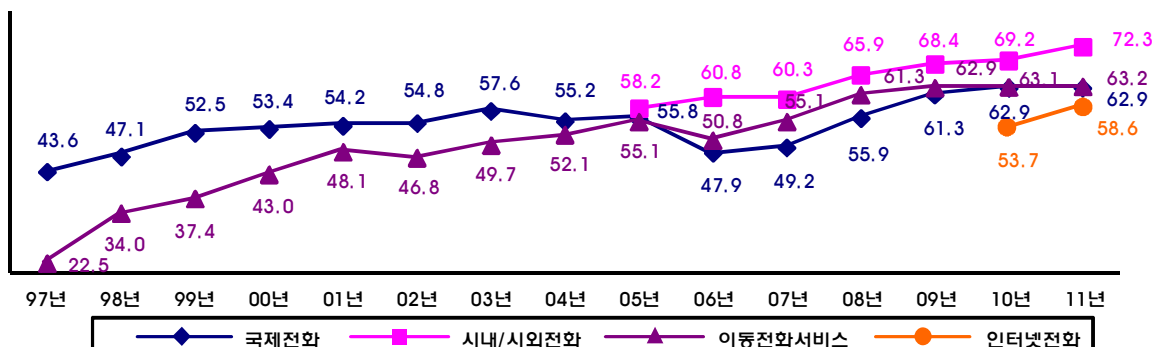
● 인터넷전화: KT 2년 연속 1위 자리 이어가

최근 통화품질의 개선과 가격 경쟁력으로 고속성장하고 있는 인터넷전화 시장의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 증가했으며, KT가 압도적인 우위로 경쟁사인 SK브로드밴드와 LG유플러스를 제치고 2년 연속 1위를 차지했다.

KT는 전반적 만족도와 재이용 의향은 물론, 통화음질, 통화 성공/연결, 고장신고의 편리성, 회사에 대한 신뢰도 등 모든 요소항목에서도 경쟁사 대비 경쟁 우위를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

• 우편: 전체적인 만족도 향상 속 공공부분 최고 기록 유지

우편서비스에 대한 고객만족도는 최근 몇 년간 꾸준한 상승세를 이어갔으며, 전체 공공 서비스 부문에서 2위인 전력을 근소한 차이로 제치고 가장 높은 만족도를 유지했다.

우편서비스의 재구매 의향은 작년과 비교하여 다소 하락하였지만, 유용한 우편상품의 구비, 고객 편의 시설, 이용요금의 적절성 등의 요소항목에서 큰 폭의 상승세를 보이며 전체적인 만족도 향상을 이끌었다.

우편 77.2

• 인터넷TV(IPTV) : KT 높은 신뢰도로 첫 조사 1위 영예

다양한 채널과 각종 할인 혜택을 무기로 고속성장하고 있는 인터넷TV(IPTV)산업은 금년 KCSI 신규조사 대상으로 KT가 경쟁사들을 여유롭게 따돌리며 첫 고객만족 1위 기업이라는 영예를 거머쥐었다.

KT는 전반적 만족도와 재이용 의향에서 경쟁사 대비 가장 높은 평가를 받았을 뿐 아니라, 동작속도, 영상 및 음질의 품질, 회사 신뢰도 등 대부분의 요소항목에서도 우위를 보였다.

KT 62.0
LG유플러스 58.3
SK브로드밴드 56.2

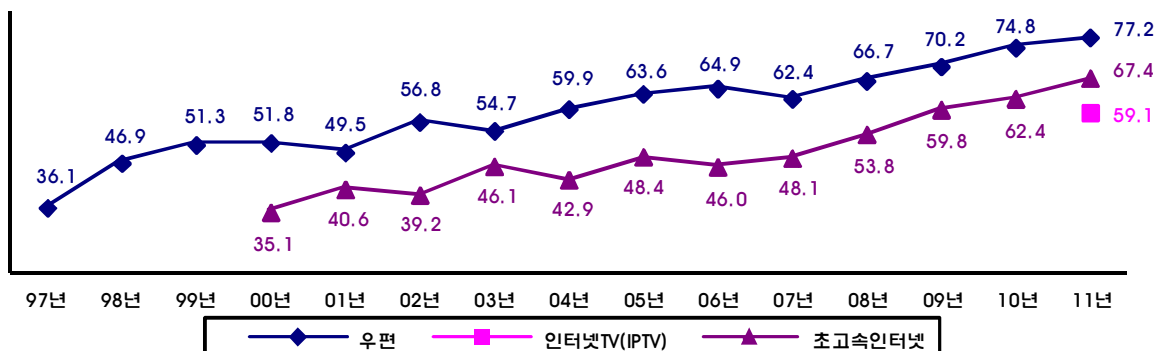
• 초고속인터넷: QOOK 8년 연속 부동의 선두 유지

각종 할인 혜택과 인터넷 전화 등과의 결합 상품들을 내놓으며 가입자를 유지하기 위한 통신 3사의 치열한 경쟁 구도를 보이고 있는 초고속인터넷 산업은 KT가 8년 연속 고객만족 1위를 달성하며 업계를 이끌어 나갔다.

KT는 경쟁사 대비 전반적 만족도 및 재이용 의향에서 우수한 평가를 받았을 뿐 아니라, 속도 우수성, 장기이용 고객 혜택, 편리한 고장신고 등 대부분의 요소항목에서도 경쟁우위를 보였다.

KT 70.8
SK브로드밴드 66.2
LG유플러스 60.8

산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

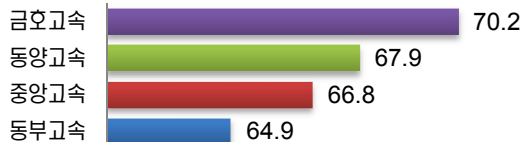
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(고속버스, 항공)

● 고속버스: 금호고속 역대 9회 1위 위업 달성

고속버스 서비스에 대한 고객만족도가 꾸준히 증가하고 있는 가운데 금호고속이 쟁쟁한 경쟁사들을 제치고 6년 연속 1위 기업(총 9회 1위)으로 선정되며 고속버스 산업에서의 절대 강자임을 증명했다.

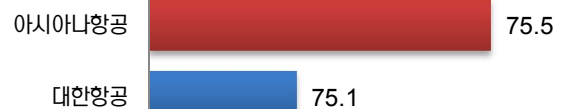
금호고속은 경쟁사 대비 전반적 만족도가 가장 높았으며, 출발 시간 준수, 안전운행, 승차감, 냉난방 시설 등 거의 모든 요소항목에서도 높은 만족도를 나타내며 1위 자리를 고수했다.



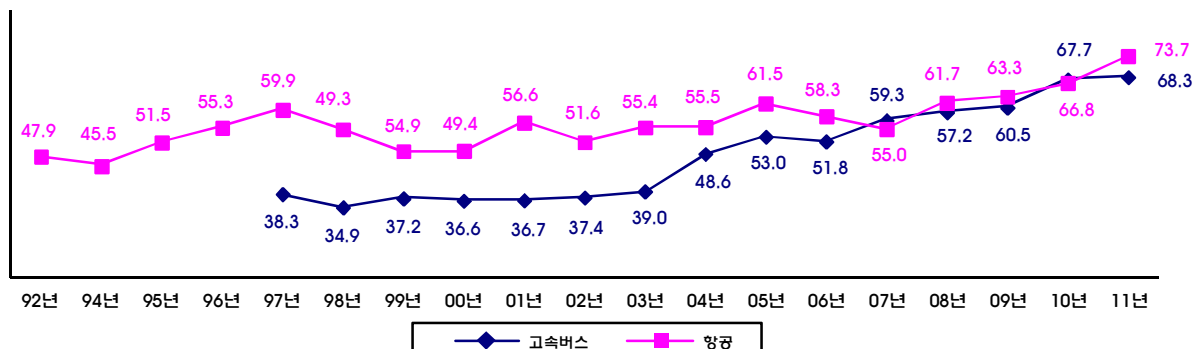
● 항공: 높은 신뢰도 속에 아시아나항공 역대 15회 1위

최근 저가항공사들의 시장 진입으로 향후 더욱 치열한 경쟁이 예견되는 항공 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승하였으며, 아시아나항공이 경쟁사인 대한항공을 근소한 차이로 제치고 5년 연속 1위(역대 15회 1위)에 올랐다.

아시아나항공은 경쟁사 대비 기내시설/환경(좌석, 화장실 등), 기내식 제공서비스(국제선만), 탑승 수속서비스 등의 항목에서 우수한 평가를 받았으며 회사 신뢰도 또한 우위로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(철도, 지하철)

● 철도: 전년 대비 만족도 소폭 하락

최근 잦은 안전 사고로 고객의 불만을 샀던 철도 산업은 노선의 확대 계획과 명절 기간 철도 연장 운행 등 고객 편의를 위한 노력을 아끼지 않고 있으며 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하는 추세를 보였다.

철도 산업은 대합실의 고객편의 시설과 청결도, 적절한 요금, 직원응대 태도 등의 항목에서 전년 대비 우수한 평가를 받았지만, 안전성과 회사 신뢰도에서는 큰 하락을 보였다.

철도 67.1

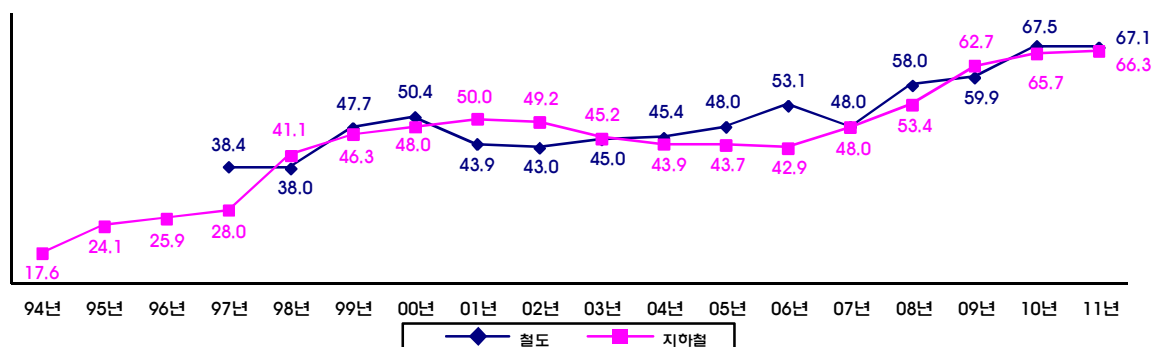
● 지하철: 지속적인 고객 편의 서비스로 만족도 상승세 유지

정확한 배차시간, 안전성 그리고 각종 문화시설 등을 통해 고객만족 실현을 이루고 있는 지하철 산업의 만족도는 전년에 이어 지속적인 상승세를 보이고 있으며 광주도시철도공사가 다시금 고객만족 1위(총 4회 1위)자리를 탈환했다.

광주도시철도공사는 역내 고객 편의시설, 청결함, 직원의 응대 태도, 사고/운행 지연 시 응대처리 등의 요소항목에서 타 기관 대비 상대적으로 높은 만족도를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

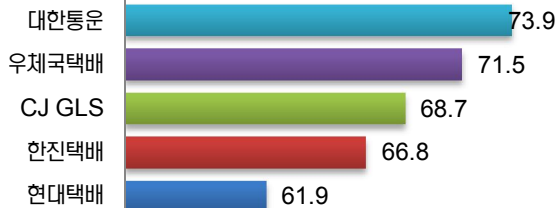
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

● 택배: 높은 재이용 의향 보인 대한통운 3년 연속 1위

신속한 배송과 저렴한 가격을 무기로 고속성장을 해온 택배시장의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하는 추세를 보였으며, 대한통운이 쟁쟁한 경쟁사들을 제치고 3년 연속 1위 자리를 수성하는데 성공했다.

대한통운은 전반적 만족도 및 재이용 의향에서 가장 높은 평가를 받았으며, 적시 배달, 편리한 신청접수, 적절한 이용 요금 등 대부분의 요소항목에서도 경쟁 우위를 보였다.



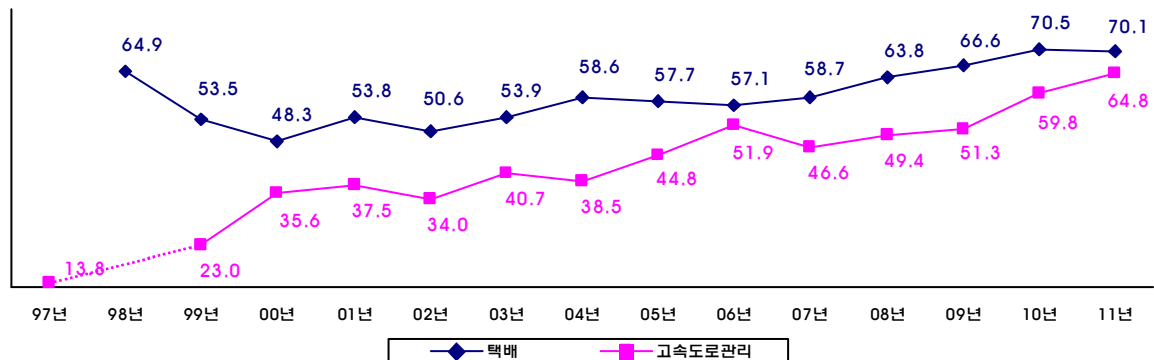
● 고속도로관리: 전년 대비 만족도 큰 폭으로 상승

지속적인 도로관리와 휴게소 환경 개선을 위한 노력을 아끼지 않는 고속도로관리서비스의 만족도는 점진적인 상승 추이를 보이고 있으며 올해도 전년에 이어 비교적 큰 폭으로 상승했다.

고속도로관리서비스의 전반적 만족도는 전년 대비 크게 상승하였으며, 도로면 상태 및 도로 주변 관리, 안내표지판 항목 등의 요소항목에서도 전체적으로 좋은 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 교육 서비스, 보건업

● 교육: 가장 낮은 수준의 만족도를 보이나 상승세 유지

교육행정서비스의 만족도는 전체 산업 중 가장 낮은 수준을 보이고 있으나, 점진적으로 상승 추이를 보이고 있으며 올해 또한 이러한 상승세를 이어갔다.

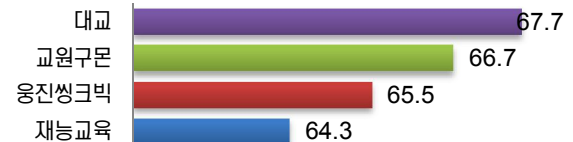
교육행정서비스는 작년과 비교하여 교육 정책, 각종 입시제도, 교육시설 및 환경, 교과목 구성의 우수성, 학교에 대한 신뢰성 등 모든 요소항목에서 만족도가 증가했다.

교육 49.9

● 학습지: 치열한 경쟁 속 대교 1위 자리 수성에 성공

교육콘텐츠를 제공할 수 있는 첨단 미디어 단말기의 보급으로 새로운 경쟁구도에 들어선 학습지 산업의 만족도는 전년 대비 비교적 큰 폭으로 상승하였으며, 대교가 경쟁사들을 제치고 2년 연속 1위 자리를 수성하는데 성공했다.

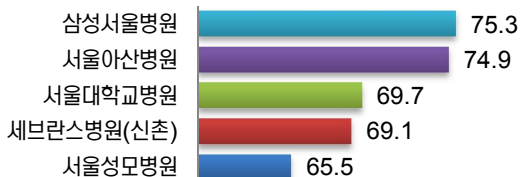
대교는 지도교사의 실력 및 전달력, 체계적인 학습관리, 합리적인 가격 등의 항목에서 경쟁사 대비 가장 높은 만족도를 보였다.



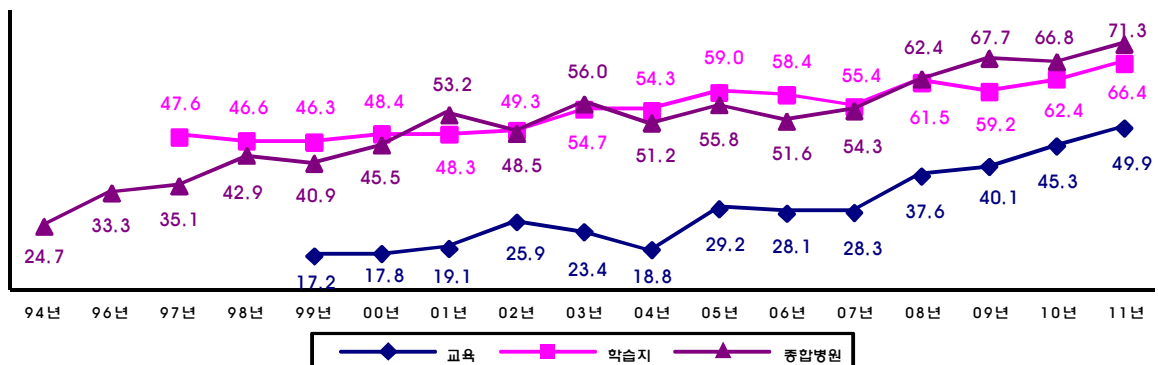
● 종합병원: 높은 신뢰도의 삼성서울병원 역대 15회 1위

병원경영에 있어 ‘환자’를 ‘고객’으로 인식하는 개념의 전환이 이루어진 가운데 고객만족 실현을 위한 활발한 움직임을 보이고 있는 종합병원 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 삼성서울병원이 13년 연속 1위(역대 15회 1위)를 달성했다.

삼성서울병원은 경쟁 병원 대비 재이용의향이 높았으며, 대기 시간, 의료시설 및 장비, 주차 편리성, 병원의 신뢰도 등의 요소 항목에서도 높은 만족도를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

● 영화관: 쾌적한 실내 공간으로 롯데시네마 역대 5회 1위

단순 영화관람 공간이 아닌 다양한 문화 체험 등이 가능한 복합문화공간으로 거듭난 영화관 산업의 만족도는 전년 대비 비교적 큰 폭으로 상승하였으며, 롯데시네마가 치열한 경쟁 속에서도 4년 연속 1위(역대 5회 1위)를 차지하는 기염을 토했다.

롯데시네마는 전반적 만족도 및 재이용 의향이 가장 높았으며, 실내 청결성, 부대시설, 표 구입/예매의 편리성, 영화관 신뢰성 등의 요소항목에서도 경쟁사 대비 우위를 나타냈다.



● 종합레저시설: 삼성에버랜드 17년 연속 1위 위업 달성

다양한 볼거리와 행사로 고객 유치에 힘써 왔던 종합레저시설 산업의 만족도는 금년 이상고온과 잦은 폭우로 인해 전년 대비 소폭 상승하는 것에 그쳤으며, 삼성에버랜드가 지속적인 경쟁 우위 속에 17년 연속 1위 기록을 달성했다.

삼성에버랜드는 경쟁사 대비 재이용 의향이 가장 높았으며, 놀이시설 종류의 다양성, 놀이시설 안전성, 이벤트의 다양성, 직원 의 응대태도 등 대부분의 요소항목에서도 경쟁 우위를 나타냈다.



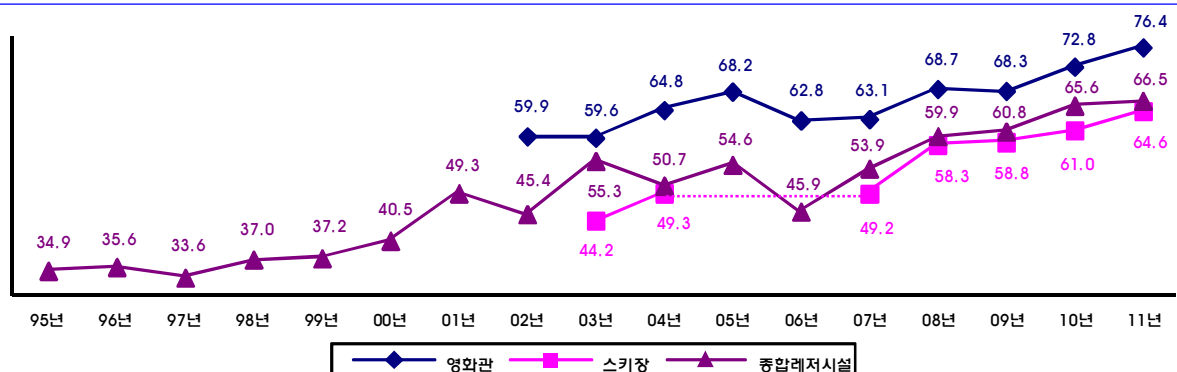
● 스키장: 평가 항목별 고른 우위 속에 하이원리조트 1위

각종 할인 혜택과 편의시설 제공 등으로 고객만족경영을 실천하고 있는 스키장 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 상승세를 보였으며, 하이원리조트가 쟁쟁한 경쟁사들을 누르고 3년 연속 고객만족 1위 기업으로 선정되었다.

하이원리조트는 전반적 만족도 및 재이용 의향에서 가장 높은 점수를 받았으며, 슬로프상태 및 다양성, 리프트 편리성 등의 세부요소 항목에서도 고른 우위를 보이며 1위 자리를 고수했다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업), 임대업

● 검색포털사이트: 정확한 검색 결과로 네이버 8년간 1위

정보와 지식의 공유는 물론 여론형성에도 주요한 역할을 하며 그 중요성이 날로 더해가는 검색포털사이트 산업의 만족도는 전년에 이어 소폭 상승하였으며, NHN(네이버)가 8년 연속 부동의 1위 자리를 고수했다.

NHN(네이버)는 경쟁사 대비 재이용 의향에서 가장 높은 점수를 받았으며, 검색 결과의 정확도, 정보 및 서비스 유용성, 정보검색의 편리성 등의 항목에서도 높은 만족도를 나타냈다.



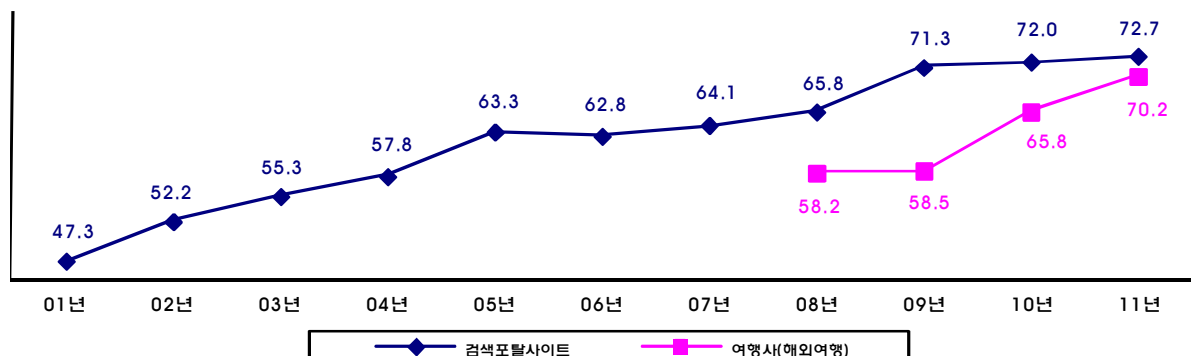
● 여행사(해외여행): 친절함으로 무장한 하나투어 1위 고수

해외여행이 일반화가 되면서 고객의 기대 수준이 높아진 여행사(해외여행) 산업의 만족도는 작년에 이어 올해도 큰 폭의 상승세를 보였으며, 하나투어가 3년 연속 고객만족 1위 기업으로 선정되었다.

하나투어는 경쟁사 대비 상담직원의 응대태도, 상품설명능력, 여행상품 다양성, 여행시 제공된 음식·숙박·가이드 등의 요소항목에서 높은 만족도를 나타내며 고객의 선택을 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

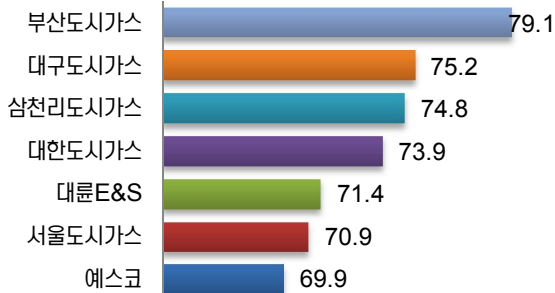
(3) 서비스업

■ 전기, 가스 및 수도

● 도시가스: 부산도시가스 9년간 업계 선두 유지

최근 보급률이 포화상태에 이르며 점차적으로 성장이 둔화되는 모습을 보임에 따라 각 회사별로 다양한 신규사업을 모색하고 있는 도시가스 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 부산도시가스 9년간 변함없이 업계 선두자리를 유지했다.

부산도시가스는 타 기관 대비 이용 안전성, 직원들의 응대 태도, 요금납부의 편리성 등의 요소 항목에서 가장 좋은 평가를 받으며 1위 자리를 고수했다.



● 전력: 매년 꾸준한 만족도 상승세 유지

최근 공공기관을 중심으로 에너지 절약 바람이 거센 가운데 전력 산업의 만족도는 전년에 이어 비교적 큰 폭으로 상승했다.

전력 산업은 전년에 비해 전력공급의 안전성, 요금청구 정확성 등의 항목에서는 하락세를 보였지만 전반적 만족도가 큰 폭으로 상승하며 전체적인 만족도 수준을 끌어 올렸다.

전력 76.6

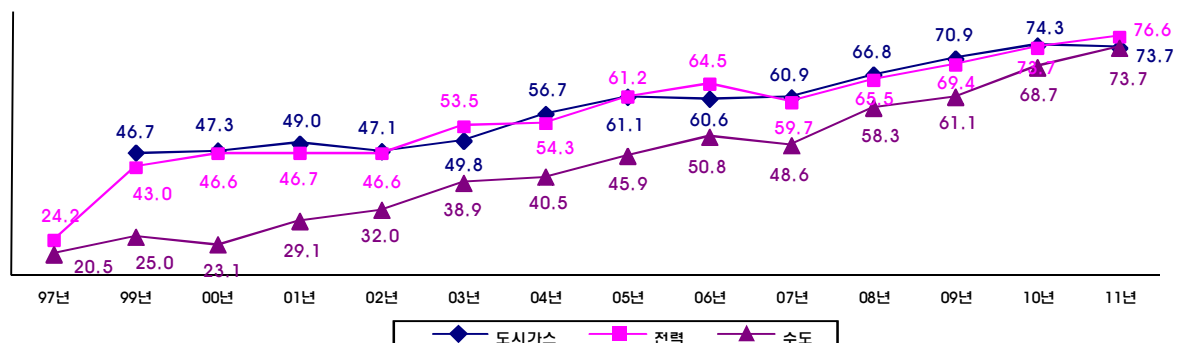
● 수도: 올해 전반적 만족도 크게 상승

올해 수도 산업의 만족도는 꾸준한 상승세 속에서 전체 공공 산업 중 우편과 전력 산업 다음으로 가장 높은 평가를 받았다.

수도 산업은 전년에 비해 전반적 만족도가 크게 상승했으며, 수질에 대한 안심도, 요금의 적절성 등의 항목에서도 전년 대비 우수한 평가를 받았다.

수도 73.7

산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 공공행정 서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기소: 전년 대비 만족도 매우 큰 폭으로 상승

등기서비스에 대한 고객만족도는 전년 대비 매우 큰 폭으로 상승했다.

등기서비스는 작년 대비 전반적 만족도가 크게 상승 했음은 물론, 고객편의성, 직원 친절도, 전화응대 태도, 상담 서비스, 이용 수수료 등 모든 요소 항목에서도 보다 나아진 결과를 보였다.

등기소

67.2

• 세무서: 전년 대비 전반적인 만족도 하락

지난 해 크게 상승했던 세무서비스의 만족도는 올해 비교적 큰 폭으로 하락하는 결과를 보였다.

세무서비스는 전년과 비교하여 전반적 만족도가 크게 하락하였고 세부 항목에서는 고객 편의시설, 업무처리의 합리성, 이용 수수료의 적절성, 기관의 신뢰도 항목의 만족도가 소폭 향상 되었다.

세무서

63.5

• 치안: 친절한전화응대태도로 큰 폭의 만족도 상승 보여

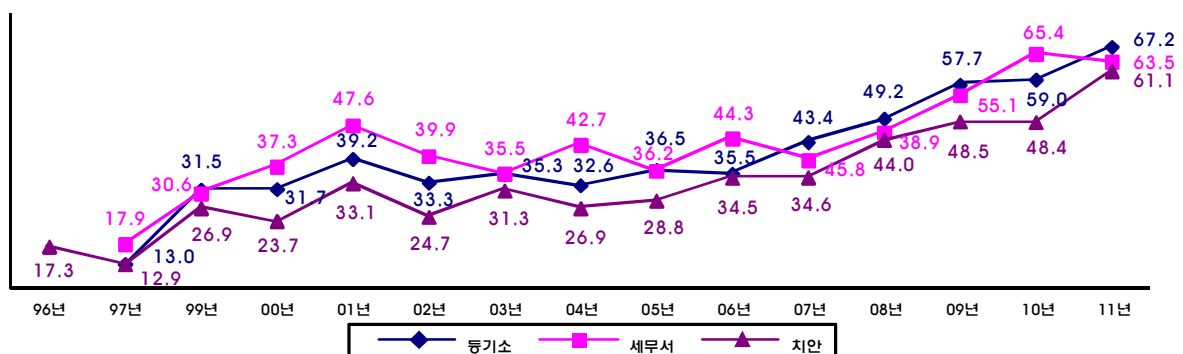
치안행정 서비스의 만족도는 지난 해 소폭 하락하였지만 올해는 매우 큰 폭의 상승을 보였다.

특히 전반적 만족도에서 전년 대비 매우 높은 평가를 받았으며, 요소만족도 부분에서도 전화응대 태도, 상담 서비스, 사무실 환경, 업무처리 신속성, 합리적 업무처리 등 모든 항목들의 만족도가 높아진 것으로 나타났다.

치안

61.1

산업별 KCSI 지수 추이





한국산업의 고객만족도(KCSI®) 조사 운영사무국



이상윤 팀장 : 02.3786.0541 / jsbach@kmac.co.kr
임형주 치프 컨설턴트 : 02.3786.0545 / hjlim@kmac.co.kr
이정수 치프 컨설턴트 : 02.3786.0543 / jslee@kmac.co.kr
(150-869) 서울특별시 영등포구 여의도동 12번지 CCMM 빌딩 8층
FAX: 02.3786.0333 / Homepage: <http://www.kmac.co.kr>

KmAC