

KCSI 우수기업(Five Star CS)

한국산업의 고객만족도(KCSI) 역대 5회 이상 1위 기업 ※ 2025년 1위 기준

※ 자세한 조사결과는 KCSI 홈페이지(kcsi.kmac.co.kr)를 통해 확인할 수 있다.

No	산업명	1위 기업	역대 1위 횟수	No	산업명	1위 기업	역대 1위 횟수	No	산업명	1위 기업	역대 1위 횟수	No	산업명	1위 기업	역대 1위 횟수
1	일반승용차	현대자동차	32회	18	세탁기	삼성전자	23회	35	에어컨	삼성전자	14회	52	가정용가구	한샘	10회
2	종합레저시설	에버랜드	31회	19	정수기	코웨이	22회	36	체크카드	KB국민카드	14회	53	블랙박스	팅크웨어(아이나비)	10회
3	휴대폰(스마트폰)	삼성전자	29회	20	RV승용차	현대자동차	22회	37	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	14회	54	렌터카	롯데렌탈(롯데렌터카)	10회
4	자동차보험	삼성화재	29회	21	승용차타이어	금호타이어	22회	38	여행사(해외여행)	하나투어	14회	55	지하철	부산교통공사	10회
5	대형서점	교보문고	29회	22	은행	신한은행	22회	39	워터파크	캐리비안 베이	14회	56	소주	하이트진로(참이슬)	10회
6	PC	삼성전자	28회	23	검색포탈사이트	네이버	22회	40	택배/소포	우체국소포	14회	57	과자	롯데웰푸드	9회
7	TV	삼성전자	28회	24	식용유	사조대림(해표)	21회	41	홍삼가공식품	한국인삼공사(정관장)	13회	58	가정용복합기(프린터)	캐논코리아	9회
8	생명보험	삼성생명	27회	25	냉장고	삼성전자	21회	42	보일러	경동나비엔	13회	59	도시가스	서울도시가스	8회
9	항공	아시아나항공	27회	26	증권	삼성증권	20회	43	패스트푸드점	롯데리아	13회	60	스크린골프	골프존	7회
10	공공서비스	우정사업본부	27회	27	부엌가구	한샘	17회	44	치약	LG생활건강	12회	61	인터넷쇼핑몰	현대홈쇼핑(Hmall)	7회
11	우유/발효유	hy	27회	28	백화점	현대백화점	17회	45	대형마트	이마트	12회	62	가정용건축자재	LX하우시스	6회
12	여성내의	신영와코루(비너스)	26회	29	오픈마켓	11번가	17회	46	대형슈퍼마켓	GS THE FRESH	12회	63	아웃도어의류	영원아웃도어(노스페이스)	5회
13	편의점	GS25	26회	30	제과/제빵점	파리크라상(파리바게뜨)	17회	47	국제전화	SK텔레콤(00700)	12회	64	여성용기초화장품	LG생활건강	5회
14	주유소	SK에너지(SK주유소)	26회	31	신용카드	삼성카드	16회	48	콘도미니엄	소노호텔앤리조트	12회	65	무선청소기	삼성전자	5회
15	참치캔	동원F&B(동원참치)	25회	32	커피전문점	롯데GRS(엔제리너스커피)	16회	49	면세점	호텔신라(신라면세점)	11회	66	침대	코웨이	5회
16	화장지	유한킴벌리	24회	33	김치냉장고	삼성전자	15회	50	피자전문점	도미노피자	11회	67	인터넷전문은행	카카오뱅크	5회
17	종합병원	삼성서울병원	24회	34	장기보험	삼성화재	15회	51	무인경비	에스원	11회	68	숙박업	야놀자	5회

기업 생존경쟁 심해… 1위 교체 역대 최다 ‘지각변동’

34년째 맞은 KCSI 조사결과

현대차 역대 최장수 연속 1위
삼성전자, 10개 산업에서 정상
성장 둔화 장기화로 경쟁 심화

KCSI(한국산업의 고객만족도) 조사가 34년째를 맞았다. 올해는 역대 최장수 연속 1위를 기록한 현대자동차(일반승용차, 32회)를 필두로, 삼성물산 에버랜드 리조트가 31회 1위를 기록하며 기록을 이어갔다.

KCSI 1위 기업들의 공통된 특징은 지속적인 고객경험 혁신과 트렌드 변화에 대한 민첩한 대응으로 요약된다.

내구재 제조업은 기술 혁신과 품질 안정성을 기반으로 장기 1위를 이어왔다. 현대자동차(일반승용차, RV승용차 등)는 고객 안전과 친환경 모빌리티를 선도하며 32회 1위라는 최장수 기록을 세웠다. 삼성전자(휴대폰, PC, TV, 세탁기 등)는 AI 기능, 사용

자 편의성, 디자인 혁신을 통해 다양한 품목에서 꾸준히 1위를 차지했다.

서비스업은 고객 접점에서의 경험 관리 역량이 장기 1위의 핵심 요인으로 나타났다. 삼성화재(자동차보험)는 신속한 보상과 고객 친화적 서비스로 높은 신뢰를 구축했으며, 교보문고(대형서점)는 디지털 시대에도 독서문화와 체험 공간을 확대해 29회 1위를 이어왔다. 신한은행(은행)은 금융서비스 혁신과 고객 중심 경영을 통해 꾸준히 고객만족을 실현하고 있으며, 에버랜드(종합레저시설)는 차별화된 체험 콘텐츠와 고객 친화적 서비스를 통해 31회라는 장기 1위를 유지하고 있다.

또한 총 17개 기업이 2개 이상 산업에서 1위를 차지하며 범산업적 경쟁력과 고객만족경영의 저력을 입증했다.

삼성전자는 PC, TV, 김치냉장고, 냉장고, 무선청소기, 세탁기, 에어컨, 의류건조기, 휴대폰(스마트폰), 간편결제서비스 등 무려 10개 산업에서 정상을 차지하며, 하드웨어부터 디지털 서비스까지 아우르는 전방위 고객경험 리더십을 보여줬다. 현대자동차는 일반승용차, RV승용차, 경형승용차, 전기자동차, 프리미엄(럭셔리) 승용차 등 5개 부문에서 1위를 기록하며, 전통 내연기관에서 친환경 모빌리티로의 전환 과정에서도 일관된 고객 신뢰를 입증했다.

삼성물산은 종합레저시설, 워터파크, 아파트, 패션온라인몰(자사몰)에서 1위를 차지해, 오프라인 체형에서 주거·패션·디지털 플랫폼에 이르기까지 고객 라이프스타일 전반을 포괄하는 영향력을 확인시켰다.

이외에도 LG생활건강, LG유플러스, 코웨이, GS리테일, KT&G, LG전자, 교보문고, 롯데GRS, 롯데웰푸드, 삼성화재, 우정사업본부, 캐논코리아, 한샘, 현대홈쇼핑 등 다양한 기업들이 복수 산업에서 1위를 차지했다. 이들은 각자의 분야에서 제품·서비스를 넘어 고객 생활 전반에 가치를 창출하며, KCSI가 지향하는 고객만족경영의 모범 사례로 자리매김하고 있다.

한편 총 27개 산업에서 1위 기업 변동이 나타나 역대 최다 기록을 세웠다. 업종별로는 제조업 13개(소비재 12개, 내구재 1개), 서비스업 14개로 집계됐다.

1위 교체는 서비스업에서 총 14개 산업으로 가장 많이 나타났다. 교보문고(인터넷서점), 쿠팡플레이(OTT서비스)가 첫 1위에 올랐으며, 대형마트(이마트), 숙박업(야놀자), 영화관(CJ CGV) 등 주요 생활밀착형 서비스에서도 경쟁 끝에 1위 기업이 교체됐다. 이번 결과는 고물가·고금리로 인한 성장 둔화와 기업 간 생존경쟁 심화 속에서 나타난 현상으로 풀이된다.

류장훈 중앙일보M&P 기자
ryu.janghoon@joongang.co.kr

34년간 이어온 고객만족경영의 바로미터

‘한국산업의 고객만족도’는

KCSI(Korean Customer Satisfaction Index, 한국산업의 고객만족도)는 1992년 한국능률협회컨설팅(KMAC)이 국내 산업의 특성을 반영해 개발한 대한민국 최초의 고객만족도 조사 제도다. 한국산업의 각 상품·서비스에 대한 고객의 실제 이용 경험을 기반으로 만족 수준을 과학적으로 측정한다. 미국의 ACSI보다 2년, 국내 NCSI보다 6년 앞서 개발된 국내 최초 고객만족도 지표다.

KCSI는 KMAC가 기업의 고객만족 수준을 체계적·객관적으로 측정함으로써 기업들이 소비자 권익 증진 등 질적 수준을

향상하도록 유도하고자 개발·공표한 모델로, 국내 기업들의 경영프로세스 및 고객 접점 혁신을 위한 기초자료로 활용된다. 특히 KCSI는 ‘Five Star’를 통해 지속적인 고객만족 성과를 인정한다. Five Star는 KCSI에서 역대 5회 이상 1위로 선정된 기업에만 부여되는 특별한 칭호로, 일시적인 성과가 아닌 장기간에 걸친 고객 만족 로열티를 증명한다. 이는 해당 기업이 지속적으로 고객 중심 경영을 실천해왔다는 것을 보여준다.

KCSI는 30여년간 축적된 데이터를 바탕으로 우수성을 인정받고 있다. 표준화된 방법론과 대표성 있는 표본 설계를 통해 객관성을 확보했으며, 소비자의 실제 경

험을 일관되게 반영함으로써 신뢰성을 높였다. 동일 지표와 방법론으로 산업과 기업 간 경쟁 수준을 비교할 수 있고, 기업에는 고객 중심 경영의 나침반으로, 소비자에게는 합리적 선택의 기준으로 활용된다. KCSI는 1992년 12개 산업을 대상으로 첫 조사를 시작한 이후, 2000년대 들어 조사 범위를 100개 내외 산업으로 확대하며 비약적인 성장을 이뤘다.

2025년 KCSI 조사는 지난 3~8월 국내에서 소비생활을 하고 있는 만 18세 이상 65세 미만의 한국인 1만1640명을 대상으로 소비재 제조업, 내구재 제조업, 서비스업 등 총 118개 산업(400개 기업)에 대해 이뤄졌다.

류장훈 중앙일보M&P 기자

불편은 줄이고 감동을 더하라

KCSI 향상 위한 전문가 제언

기업들이 디지털 전환을 앞둔 추진하는 이유는 자명하다. 인건비와 운영비 절감, 빠른 서비스와 효율성을 위해서다. 그러나 고객 경험이라는 관점에서 보면 디지털은 편리함을 주지만 불친절함과 소외감을 낳는다. 불편을 줄이는 휴먼 터치야말로 디지털 시대에도 여전히 고객 경험을 지탱하는 기본 축이다.

그렇다고 고객이 단순히 ‘불편하지 않은 경험’에 만족하지 않는다. ‘기억에 남는 경험’을 원한다. 결국 디지털 전환 시대의 고객 경험은 휴먼 터치와

감성 터치의 균형 속에서 완성된다. 불편을 최소화하는 기술적 배려와 함께, 고객의 마음을 어루만지는 세심한 감성적 설계가 결합할 때, 비로소 기술은 고객을 만족시키는 것을 넘어 감동을 선사한다. 이러한 감동이 쌓일 때 고객은 브랜드를 인생의 동반자로 기억한다.

이제 기업들은 오프라인 매장의 역할을 다시 묻고, 과감한 선택과 집중을 해야 한다. 단순 채고 판매형 매장은 온라인으로 이관하고, 핵심 거점 매장은 고객 체험과 즐거움을 최우선으로 설계해야 한다. 새로운 세계에 들어온 듯한 몰입감을 주고, 집으로 돌아간 뒤

에도 ‘다시 가보고 싶다’는 기억을 남기는 것이 핵심이다.

불황기에 소비자는 가격·웰니스·신뢰 세 가지 축이 동시에 충족될 때 지갑을 연다. 이 모든 흐름은 장기적인 관계와 꾸준한 약속 속에서만 완성된다. 고객은 기술을 통해 얼마나 편리하고 따뜻한 경험을 얻는가에 반응한다. 앞으로 기업의 성패는 얼마나 고객의 마음을 움직였는가에 달려 있다. 결국 기술보다 사람, 단기보다 장기, 로컬보다 글로벌이라는 원칙을 지켜낼 때, 기업은 디지털 전환의 거센 물결 속에서도 흔들림 없이 성장할 수 있다.

송광호 KMAC 가치혁신그룹장

고객 목소리 반영, AI 기반 편의 강화로 업계 최장 연속 1위

자동차보험·장기보험 부문

삼성화재



삼성화재(대표 이문화·사진)가 한국능률협회 컨설팅이 발표한 2025 한국산업의 고객만족도 조사에서 자동차보험 부문과 장기보험 부문에서 1위를 차지했다. 각각 29회, 15회째다. 이는 금융업계 최대 1위 기록으로, 끊임없는 혁신의 결과이다. 또한 탁월한 자본력, 안정적인 영업성과 및 견실한 리스크 관리역량을 인정받아 세계 최대 보험회사 신용평가 기관인

A·M·Best로부터 14년 연속 최고 등급인 A++ Superior를, 글로벌 신용평가 기관 S&P에서 AA-를 획득했다.

2005년 손해보험업계 최초로 고객패널 제도를 도입한 삼성화재는 올해 고객패널 제도를 개편했다. 기존 반기 단위로 운영되던 패널 제도에서 월 단위의 정기적인 고객 서베이를 전환해 고객의 목소리를 더 자주, 더 빠르게 듣고 실시간으로 고객 의견을 반영해 불편 사항을 신속하게 개선한다.

삼성화재는 AI 기술을 활용해 고객 편의를 강화한다. 2024년 상반기 특허를 취득한 삼성화재의 장기보험 상병심사 시스템 '장기U'는 머신 러닝을 기반으로 보험 가입자의 고지 내용과 보험금 청구 이력을 통해 인



삼성화재는 고객 권익 보호 및 혁신적인 서비스 제공을 통해 고객과 사회가 요구하는 과제를 한발 앞서 해결하고 있다.

수 가능한 최적의 담보를 신속하게 결정하고, 자체 심사한 결과를 바탕으로 고객에게 승인 여부를 통보하고 있다. 추가 심사 없이 장기U만으로 심사 완료된 비율은 2021년 5월 63%에서 2025년 상반기 88%로 상승, 체결 과정에서 발생하는 고객의 대기시

간이 단축됐다.

삼성화재는 다양한 연령대의 고객에게 맞춤 보장을 제공하기 위해 상품 개발에도 힘쓴다. 2025년 4월엔 보험 혁신상품 Unpack Conference를 통해 '보장 어카운트 보험'을 발표했다. 평생 보장 통장 콘셉트의 치료

비를 바탕으로 건강할수록 혜택이 커지는 건강 리턴, 1인 가구나 고령층을 위한 병원 동행 서비스 등 폭넓은 보장을 제공하는 보험이다. 자동차보험은 업계 최초로 무사고 환급 특약을 월데이보험에서 신설, 안전하게 운전하는 고객에게 납입보험료의 10%(3

만원 한도)를 환급해 주는 혜택을 제공했다.

삼성화재는 특화사업·공동사업·지역기여 등 다양한 사회공헌 프로그램을 운영하며 지난해 약 184억원을 사회에 환원했다. 또한 ESG 경영을 전사적 핵심 전략으로 추진하고 있다. 환경 부문에선 친환경 보험상품 개발과 더불어 2030년 ESG 누적 투자 목표를 기존 10조5000억원에서 12조원으로 상향 조정해 저탄소 사회 전환을 지원하고 있다. 사회 부문에선 2025년 삼성서울병원과 협력해 '암환자 삶의 질 연구소'를 개소했다. 이런 노력 덕분에 국내 보험사 중 유일하게 2024년 S&P CSA(DJSI) World 지수에 편입됐다.

김재학 중앙일보M&P 기자
kim.jaihak@joongang.co.kr

보이스피싱 예방 위한 탐지시스템 제공

생명보험 부문

삼성생명



삼성생명(대표 홍원학·사진)이 한국능률협회 컨설팅이 발표한 2025 한국산업의 고객만족도 조사에서 생명보험 부문 1위를 차지했다. 역대 27회째다.

서비스 전반에 걸쳐 고객의 눈높이에서 생각하고, 고객과 진정성 있게 소통한 결과다. 삼성생명은 지난 9월 25일 '금융소비자의 날'을 제정하고, 고객중심 경영 활동을 확대하기로 했



삼성생명은 고객의 눈높이에서 생각하고, 소비자나 진정성 있게 소통하고 있다.

다. 2004년 금융권 최초로 도입한 '고객 패널'은 고객중심 경영 실천의 대표적인 제도로, 설문조사·인터뷰를 통해 고객의 니즈를 발굴하고 제도 개선에 적용하고 있다. 또한 공정성과 객관성을 확보해 고객과의 분쟁을 합리적으로 심의하기 위해 '고객권익보호위원회'도 운용 중이다.

2024년엔 생명보험업계 최초

로 수어 영상 상담 서비스를 도입, 청각장애 고객의 보험 업무 처리를 돕고 있다. 어려운 보험 용어를 고객이 읽기 쉽게 작성하는 '고객경험(CX)글쓰기' 체계, 보이스피싱 피해 예방을 위한 '이상금융거래 탐지시스템(FDS)'도 제공하고 있다.

박지원 중앙일보M&P 기자
park.jiwon5@joongang.co.kr

고객 맞춤형 비대면 자산관리 플랫폼 운영

증권 부문

삼성증권



삼성증권(대표 박종문·사진)이 한국능률협회 컨설팅이 발표한 2025 한국산업의 고객만족도 조사에서 증권부문 1위를 차지했다. 역대 20회째다.

삼성증권은 '고객 중심' 철학을 바탕으로 국내 자산관리 시장을 선도해 왔다. 고객의소리(VOC)를 경영 핵심 자원으로 삼아 다각도로 수렴·분석하고, 최고경영자(CEO) 보고를 통해 실질적인 서



삼성증권은 고객 중심 서비스와 디지털 혁신으로 시장을 선도하고 있다.

비스 개선으로 연결한다.

이러한 철학은 사업 전반에 반영된다. 초고액자산가 전담 브랜드 'SNI'를 출범했으며, 업계 최초로 '패밀리오피스' 서비스를 론칭했다. 또한 디지털 자산관리 플랫폼 'S.Lounge'를 운영해 MZ세대를 포함한 다양한 고객에게 맞춤형 비대면 자산관리 서비스를 제공하고 있다.

디지털 시대에 맞춰 총괄책임자(CCO)를 중심으로 상품 개발부터 판매, 사후관리에 이르는 전 과정에 체계적인 금융소비자 보호 프로세스도 구축했다. 미스터리 쇼핑, 해피콜 강화, 임직원 성과평가 연동 등 내부통제 장치를 활용해 고객 신뢰를 확보하고 있다.

이준혁 중앙일보M&P 기자
lee.junhyuk1@joongang.co.kr

암 치료 분야, 세계 3위에 2년 연속 선정

종합병원 부문

SMC 삼성서울병원



삼성서울병원(원장 박승우·사진)이 한국능률협회 컨설팅이 발표한 2025 한국산업의 고객만족도 조사에서 종합병원 부문에서 1위를 차지했다. 역대 24회째다.

삼성서울병원은 '함께하는 진료, 함께하는 행복'이라는 슬로건을 바탕으로 환자 행복이라는 가치를 선도하고 있다. 지난해 11월 개원 30주년을 맞아 '새



삼성서울병원이 '월드 베스트 전문병원' 암 치료 분야 세계 3위에 선정됐다.

로운 30년 미래 의료 선도 병원으로의 대전환'을 선언했다. 삼성서울병원이 글로벌 시사주간지 '뉴스위크'가 지난 9월 10일(미국 시각) 온라인으로 발표한 '월드 베스트 전문병원 2026(World's Best Specialized Hospitals 2026)'에서 암 치료 분야 세계 3위에 2년 연속 선정

됐다. 지난 6월 발표된 아시아-태평양 지역 암 치료 순위에서도 4년 연속 1위로 선정된 바 있다. 이날 함께 발표된 '월드 베스트 스마트병원 2026'에서도 5년 연속 국내에서 '가장 스마트한 병원'으로 선정됐다.

류장훈 중앙일보M&P 기자
ryu.janghoon@joongang.co.kr

시니어 위한 디지털 맞춤 영업점 오픈

은행 부문

신한은행



신한은행(은행장 정상학·사진)이 한국능률협회 컨설팅이 발표한 2025 한국산업의 고객만족도 조사에서 은행 부문 1위를 차지했다. 역대 22회째다.

신한은행은 국내 금융권 최초로 '고객만족경영'을 도입하고 시대 변화에 맞춰 차별적 서비스를 제공하고 있다. 보이스피싱 피해 예방 관련 종합 솔루션 플



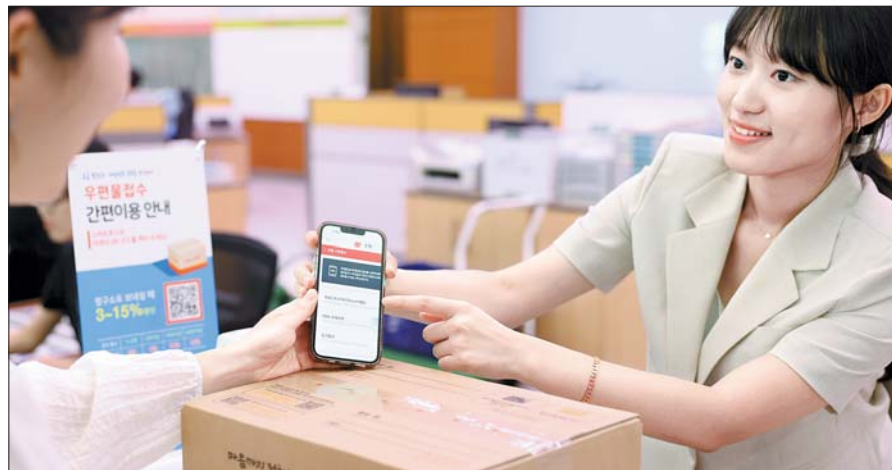
신한학이제에선 시니어 고객에게 디지털 금융 교육 및 기기 체험 기회를 제공한다.

랫폼인 '지켜요(소중한 나의 자산)'를 론칭, 수법 등을 빅데이터 분석해 예방 콘텐츠를 제공한다. 전자금융 이상금융거래탐지 시스템(FDS) 고도화 및 'Anti-피싱 플랫폼 3.0' 이행으로 정교해진 사기 수법에 대응한다.

신한은행은 '이브닝플러스'와 '토요일플러스' 영업점, '화상상담서비스' 등 새로운 고객접점의 채널을 선보였다. 또한 고령층을 위해 큰 글씨와 쉬운 말로 구성된 시니어 맞춤 자동화기기(ATM)를 전국 영업점으로 확대하고, 시니어 고객에게 디지털 금융 교육 및 기기 체험 기회를 제공하는 '신한 학이제'를 개관했다.

김재학 중앙일보M&P 기자

매월 만족도 조사로 서비스 혁신



우정사업본부는 매월 서비스별 만족도를 측정해 업무 프로세스를 고객 중심으로 개선하고 있다.

공공서비스 부문



우정사업본부(본부장 직무대리 박병진·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2025 한국산업의 고객만족도 조사에서 공공서비스 부문 1위를 차지했다. 역대 27회째다.

우정사업본부는 전국 3300여 개 우체국, 4만2000여 명의 직원과 물류망·금융망 등 인적·물적 네트워크를 갖춘 기관으로, 우편·예금·보험과 이와 관련한 부대사업을 수행하고 있다.

먼저 매월 서비스별 만족도를 측정해 업무 프로세스를 고객 중심으로 바꾸

고, 우체국별 맞춤 서비스 품질관리, CS 교육과정 운영 등 다양한 프로그램을 진행하고 있다.

또한 일반편지뿐 아니라 소형소포, 폐의약품과 커피캡슐 회수가 가능하도록 우체통 기능을 개선했다. 지난해 말 서울 등 일부 지역에 예코 우체통 90개를 설치했고, 올해에는 서울 전역과 수도권까지 확대해 365일, 24시간 비대면 접수 채널을 구축한다는 계획이다.

예금·보험 분야에선 금융 트렌드와 고객 수요를 반영한 상품을 개발하고, 보험 부문에선 급변하는 시장 상황과 새로운 의료기술 발달에 맞춰 신규담보를 도입했다. 국민 편의 증대를 위해 우체국망을 활용한 친환경 자원순환, 포용과 상생의 공공서비스 제공과 같은 ESG 경영 활동도 펼치고 있다.

박지원 중앙일보M&P 기자
park.jiwon5@joongang.co.kr

우체통에 넣는 '0호' 상자 판매



우정사업본부가 선보인 '0호' 상자를 통해 소형소포를 우체통에서도 편리하게 보낼 수 있다.

택배/소포 부문



우정사업본부(본부장 직무대리 박병진)의 우체국소포가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2025 한국산업의 고객만족도 조사에서 택배/소포 부문 1위를 차지했다. 역대 14회째다.

과학기술정보통신부 우정사업본부는 지난 7월 21일부터 소형소포를 간편하게 접수할 수 있도록 기존 '1호' 상자보다 작은 '0호' 상자를 판매하고 있다. 상자는 전국 우체국과 우체국쇼핑몰에서 구매할 수 있으며, 판매가격은 500원이다. 전국 3300여 우체국에서 접수가 가능하며 7200여 우체통에 넣을 수 있는 크기로 제작돼 고객들의 편의를 고

려했다. 소형물품을 주로 발송하는 고객들은 24시간 편리하게 소포를 발송할 수 있다.

'0호' 상자는 서적 1권이 들어가는 크기(총 41cm=가로 22.5cm+세로 15.5cm+높이 3cm)의 접이식 상자로, 기존 1호 상자(휴관형)보다 작아 우체통 투입이 가능하다. 포장 방법이 상자 표면에 인쇄돼 있어 누구나 손쉽게 사용할 수 있다. 상자 뒷면에는 주소·연락처 등의 개인정보 대신 '간편사전접수' 신청 정보를 기재하는 방식으로 개인정보 노출을 최소화했다. 박병진 우정사업본부장 직무대리는 "소형소포를 가까운 우체통에서도 편리하게 보낼 수 있도록 '0호' 상자를 출시하게 됐다"며 "국민에게 더 가까운 우정서비스를 제공하기 위해 앞으로도 최선을 다하겠다"고 말했다.

류장훈 중앙일보M&P 기자
ryu.janghoon@joongang.co.kr

10초면 온수 팔팔... AI 보일러로 편의성 극대화

보일러 부문



경동나비엔(영업마케팅 총괄임원 김용범·사진)이 한국능률협회컨설팅이 발표한 2025 한국산업의 고객만족도 조사에서 보일러 부문 1위를 차지했다. 역대 13회째다.

1988년 아시아 최초로 콘덴싱 보일러를 개발하며 친환경·고효율 트렌드를 선도해 온 경동나비엔은 난방 중심에서 온수 중심으로 변화하는 트렌드에 맞춰 보일러를 '사계절 생활가전'으로 진화시키고 있다. 대표 제품인 '나비엔 콘덴싱 ON AI'는 10초 내 온수를 공급하는 '온수레디 시스템'과 인공지능(AI)이 사용패턴을 학습해 자동으로 온수를 준비



경동나비엔은 '온수, AI, 지속가능한 미래'를 키워드로 보일러 시장 혁신을 주도하고 있다.

하는 '스마트 운전' 기능으로 사용자 편의성을 극대화했다.

최근에는 월 1만~3만원대의 합리적인 비용으로 전문가의 정기 케어서비스와 무상 A/S를 제공하는 '보일러 구독' 모델을 선보였다. 이를 통해 소비자가 놓치기 쉬운 보일러 관리를 지원해 고장을 예방하고 최적의 에너지 효율을 유지하도록 돕는다.

또한 업계 최초로 '무선 펌웨어 업데이트' 기능을 적용해 보일러의 소프트웨어를 최신 버전으로 유지하며, 365일 24시간 상담 및 AI 챗봇과 같은 서비스로 고객 만족을 실현하고 있다. 이러한 노력은 업계 유일 'CCM 명예의 전당'에 오르는 성과로 이어졌다.

이준혁 중앙일보M&P 기자
lee.junhyuk1@joongang.co.kr



대한민국 NO.1 경영혁신 컨퍼런스 ASIA C-SCON

Xs-Chain

Accelerating Growth Through Connected Experience
기업의 즉각적인 성과 창출을 위한 연결된 경험 혁신 방안

2025.11.04(화)

KINTEX 제2전시장 6 HALL

참가신청



CX | Customer eXperience

- Value Chain to CX Chain
- AI Contact Center
- Strategic Brand Experience Design
- Data-driven CX design

EX | Employee eXperience

- Workplace Innovation
- Connected Growth (TECH/Humanity)
- Aligning HR-Biz

AX/DX | AI Transformation Digital Transformation

- Agentic AI
- DX, the road to AX
- AX-Ready Data

BX/SX | Business Transformation Sustainability Transformation

- ESG Transition
- Climate Resilience & Sustainable Energy
- Local Value Creation

PX | Public eXperience

- Safety Management
- Organizational Risk Management
- Global Expansion Strategy

Special

- Entertainment X Leadership
- 2026 Trend Forecasting
- K-culture, Shaping a Global Icon
- Future of Localization

ASIA C-SCON 운영사무국

T.02-3786-0544/0538 E. conference@kmac.co.kr

차량 구매부터 중고 판매까지... 혁신적 모빌리티 경험 제공

일반승용차·RV승용차 부문



현대자동차 (국내사업본부장·부사장 정유석·사진)가 한국능률협회 컨설팅

이 발표한 2025 한국산업의 고객만족도 조사에서 승용·RV·경형·전기차·프리미엄 등 전 부문 1위를 차지했다. 일반승용차 부문은 역대 32회, RV승용차 부문은 역대 22회째다. 이는 모빌리티의 역할이 확장됨에 따라 단순 이동수단을 넘어 혁신적인 고객 경험을 제공한 결과다.

현대자동차는 고객에게 더 나은 정비 서비스를 제공하기 위해 'HMCP(Hyundai Master Certification Program)'와 'CS 인증제'를 운영하고 있다. 우수 블루핸즈 엔지니어 육성 프로그램인 HMCP는 총 5단계(L1 → L2 → L3 → L3e → L4) 레벨로 구성되는데, 교육 이수 후 엄격한 평가 기준을 통과한 인원에 한해 상위 레벨로 승급한다. CS 인증제는 정비를 받은 고객 대상

으로 만족도 조사를 상시 진행한 뒤 그 결과를 기반으로 'CS 우수 블루핸즈'를 선정하는 제도다. 전년도 평가 결과를 기준으로 매년 갱신한다.

현대자동차 커스터머컨택센터에선 지난 2월 론칭한 FoD 서비스를 비롯해 스트리밍 서비스, 커넥티드 카 서비스, 무선 소프트웨어 업그레이드 관련 상담 서비스, 원격진단 서비스 플랫폼을 활용한 선제 케어 서비스를 제공하고 있다. 선제 케어 서비스는 차량의 고장이거나 이상을 감지하면 고객 요청에 앞서 후속 조치 안내를 제공하는 서비스로, 혁신적 고객 경험을 제공한다. 차량 운행 및 안전과 직결되는 고장 감지 시 신속한 알림 및 케어 서비스를 제공하는 '안심 케어'와 고장은 아니지만 차량 운행 안전 관련 이상 감지 시 선제적으로 안내하는 '스마트케어'로 구성되는데, 사전에 정의된 등급별로 긴급도와 위험도를 분류해 SMS, 앱 푸시를 통해 안내하고 필요 시 서비스 예약, 긴급 출동, 차량 견인과 같은 후속 조치를 제공한다.

현대자동차는 지난 8월 대표 SUV의 연식변경 모델 '2026 싼타페' '2026 투싼'과 소형 SUV



현대자동차는 모빌리티의 역할이 확장됨에 따라 단순 이동수단을 넘어 혁신적인 고객 경험을 제공하기 위해 노력한다. 사진은 지난 8월 출시된 '싼타페 블랙 익스테리어'.

코나의 신규 디자인 패키지인 '코나 블랙 익스테리어'를 출시했다. 2026 싼타페는 기본 트림인 '익스클루시브'에 ▶전자식 변속 칼럼 진동 경고 ▶파노라마 커브드 디스플레이 ▶12.3인치 컬러 LCD 클러스터 등을 기본화해 안전 및 편의성을 높였다. 신규 트림 2026 싼타페

H-Pick은 기존 '프레스티지 플러스' 트림에 ▶디지털 키 2 ▶운전석 에르고 모션 시트 ▶1열 릴렉션 컴포트 시트 ▶천연가죽 시트 ▶전동식 틸트&텔레스코픽 스티어링 휠 등을 기본으로 적용해 편안한 주행 경험을 제공한다.

2026 투싼은 기본 트림인 '모

던'에 ▶후측방 충돌 경고(주행) ▶후측방 충돌방지 보조(전진출차) ▶후방 교차 충돌방지 보조 ▶안전 하차 경고 등의 안전 사양과 ▶가죽 스티어링 휠(열선 포함) ▶1열 열선시트 ▶동승석 세이프티 파워 윈도우 ▶애프터 블로우 등 고객 선호 편의 사양이 기본으로 탑재됐다.

코나 블랙 익스테리어는 코나의 최상위 트림인 '인스퍼레이션'의 바디컬러 클래딩, 라디에이터 그릴 몰딩, 스키드 플레이트, 스포일러, 엠블럼 등에 블랙 컬러를 적용해 세련되고 스타일리시한 디자인을 완성했다.

김재학 중앙일보M&P 기자
kim.jaihak@joongang.co.kr

35년간 피자 대중화에 기여, 사회공헌도



오광현 회장(왼쪽)이 자사의 희망 나눔 캠페인과 기금으로 마련한 기부금 1억원을 김영태 서울대병원장에게 전달하고 있다.

피자전문점 부문



한국도미노피자(대표 오광현·사진)가 한국능률협회 컨설팅이 발표한 2025 한국산업의 고객만족도 조사에서 피자전문점 부문 1위를 차지했다. 역대 11회째다.

도미노피자는 국내에 배달피자 개념이 전무했던 1990년 1호점 오금점으로 시작했다. 1994년 지금의 오광현 회장이 한국도미노피자를 인수한 이후 1999

년 100호점, 2003년 200호점을 열었고 2025년 9월 현재 487개점을 운영 중이다. 한국 진출 35년간 도미노피자는 피자 대중화 및 저변확대에 기여해왔다.

한국도미노피자는 신메뉴 개발 시 블랙타이거 새우 등 고급 식재료를 활용하며 트렌드를 선도하고 있다. 특히 35주년 기념 '탑스터 슈림프 투움바 피자'는 출시 두 달 만에 60만 판 이상 팔렸다. 이 제품은 블랙타이거 새우, 꼬리 알새우, 탑스터 등 해산물 토핑과 투움바 파이버 치즈 소스가 특징이다.

또한 최근 유행하는 헬시플레저 트렌드에 맞춰 '하이프로틴도우'를 선보였다. 라지(L) 도우 기준 2조각으로 계란 2개분의 단백질(약 13g)을 섭취할 수

있는 고단백·고식이섬유 도우로 7가지 영양 곡물의 품이까지 더해 건강과 맛을 모두 잡을 수 있도록 했다.

다양한 사회공헌 및 후원 활동도 펼치고 있다. 먼저 지난 9월 22일 순직 공상 군인 자녀들을 위해 5000만원의 장학금을 호국장학재단에 전달했다. 앞서 5월엔 서울대 어린이병원에 1억원을, 3월엔 산청·울주·의성 등 산불 피해 지역 이재민들에게 5000만원을 기부했다. 이 밖에도 도미노피자는 파티카(피자제조 시설이 탑재된 푸드트럭)를 통해 온기가 필요한 곳에 피자를 나눠주는 등 기업의 사회적 책임을 다하고 있다.

박지원 중앙일보M&P 기자
park.jiwon5@joongang.co.kr

전기차·스마트 타이어로 미래 열어



금호타이어는 미래 모빌리티 시대에 대응하기 위해 차세대 타이어 기술력 확보에 주력하고 있다.

승용차타이어 부문



금호타이어(대표 정일택·사진)가 한국능률협회컨설팅이 발표한 2025 한국산업의 고객만족도 조사에서 승용차타이어 부문 1위를 차지했다. 역대 22회째다.

금호타이어는 지난해 창립 이래 최대 매출과 영업이익을 경신하며 글로벌 시장에서의 경쟁력을 입증했다. 이를 바탕으로 올 해도 혁신을 가속화해 글로벌

프리미엄 브랜드로 도약하기 위한 도전을 멈추지 않고 있다.

금호타이어는 현재 국내와 중국, 미국, 베트남 등 8개 생산거점을 기반으로 전 세계에 제품을 공급하고 있으며, 특히 다임러 벤츠, BMW, 폭스바겐 등 주요 완성차 기업에 신차용(OE) 타이어를 공급하며 세계적 수준의 기술력을 인정받고 있다. 유럽의 ADAC 및 Auto Bild, 미국의 Consumer Reports 등 주요 성능 테스트에서도 상위권을 기록하며 제품의 우수성을 증명했다.

미래 모빌리티 시대에 대응하기 위해 금호타이어는 'Your Smart Mobility Partner'라는 비전 아래 기술 혁신에 박차를 가하고 있다. '기술명가'라는 수식어에 걸맞게 전기차 전용 타이

어(EV) 시장을 선도하는 한편, 스마트 타이어와 에어리스 타이어 등 차세대 기술력 확보에 집중하고 있다.

고객 만족 실현을 위한 노력도 다각도로 펼치고 있다. 국내외 타이어프로 매장에서 체계적인 서비스 운영과 품질 관리를 통해 고객 신뢰를 강화하고 있다. 이와 함께 현장 인력의 역량 높이고 매장 운영을 지원하고자 전문적인 교육 프로그램도 제공한다. 또한 차량을 직접 인도해 타이어 교체 후 다시 가져다주는 '교체대행 서비스'와 합리적인 가격의 '포로로로 렌탈 서비스'를 운영하며 소비자 중심의 가치를 실현하고 있다.

이준혁 중앙일보M&P 기자
lee.junhyuk1@joongang.co.kr