



民間主導의 世界的 컨설팅 會社

韓國能率協會 컨설팅

150-869 서울特別市 永登浦區 汝矣島洞12(CCMM B/D 8層)

TEL : (02) 3786-0553

FAX : (02) 3786-0333

직인생략

2004. 10. 5

文書番號 : 한능컨2004-377호

受 信 :

題 目 :

2004년도(제13차) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과발표

안녕하십니까?

한국능률협회컨설팅에서는 금년 5~8월에 걸쳐 우리나라 산업의 고객만족도(KCSI : Korean Customer Satisfaction Index) 조사를 실시했습니다.

본 조사는 '92년 부터 실시되어 올해 13회째를 맞이하였으며, 급격한 시장 환경변화와 국내시장의 개방으로 경쟁이 치열해지는 상황에서 우리나라 산업의 고객만족수준을 진단하여 산업의 질적성장도를 평가하고, 나아가 국내산업의 대외 경쟁력을 제고함과 동시에 소비자 보호 측면에서도 기여하고자 실시되고 있습니다.

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

본 자료는 10월 7일(목)일 조간(방송은 10월 6일 19:00시)부터 보도를 요망합니다.

- 다 음 -

제 1부 : KCSI 조사의 개요

제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

1. 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사결과 요약

- (1) 한국산업의 고객만족도(KCSI)의 전체 특징
- (2) 산업별 고객만족도(KCSI)주요 특징
- (3) 산업별 KCSI 1위 기업
- (4) 작년 대비 1위 기업 변동사항
- (5) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 향상을 위한 제언

2. 산업별 조사결과 요약

- (1) 주요산업의 고객만족도(KCSI) 추이 및 특징
- (2) 산업별 1위 기업별 고객만족도 특징

<부록> KCSI 소개

韓 國 能 率 協 會
韓 國 能 率 協 會 컨 설 링
會 長 宋 仁 相



2004년도(제13차) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

※문의: 김태량 팀장(Tel. 02-3786-0553)

■ 제 1부 : KCSI 조사의 개요

1. KCSI(Korean Customer Satisfaction Index) 배경 및 목적

- KCSI는 한국능률협회컨설팅에서 1992년 국내 최초로 한국산업의 고객만족도 측정방법론을 개발하여 발표한 것으로 올해 13년째를 맞이하고 있다.
- 국가 경제의 양적 성장을 평가하는 지표로 GNP, GDP 등이 활용된다면, 질적 성장을 평가하는 것이 바로 고객만족도(KCSI)라고 할 수 있다. 현재 KCSI조사 대상업종은 전체 GDP에서 72% 이상을 커버하고 있다.
- KCSI 조사결과 발표는 각 산업 및 기업의 현재 위치를 확인하고, 각 기업의 경쟁력 향상을 통해 국가산업의 발전을 도모할 뿐만 아니라, 소비자 권익보호에 일조함으로써 궁극적으로 국민생활의 질을 향상시키는데 그 목적을 두고 있다.

2. 조사 설계

- (1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로써 서울, 수도권 및 6대 광역시에 거주하고 있는 20세 이상 60세 미만의 남녀
- (2) 표본크기 : 12,431명
- (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 및 6대 광역시
- (6) 조사기간 : 2004년 5월 25일 ~ 8월 18일
- (7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등 총 110개 산업(※조사대상산업 및 기업 참조)

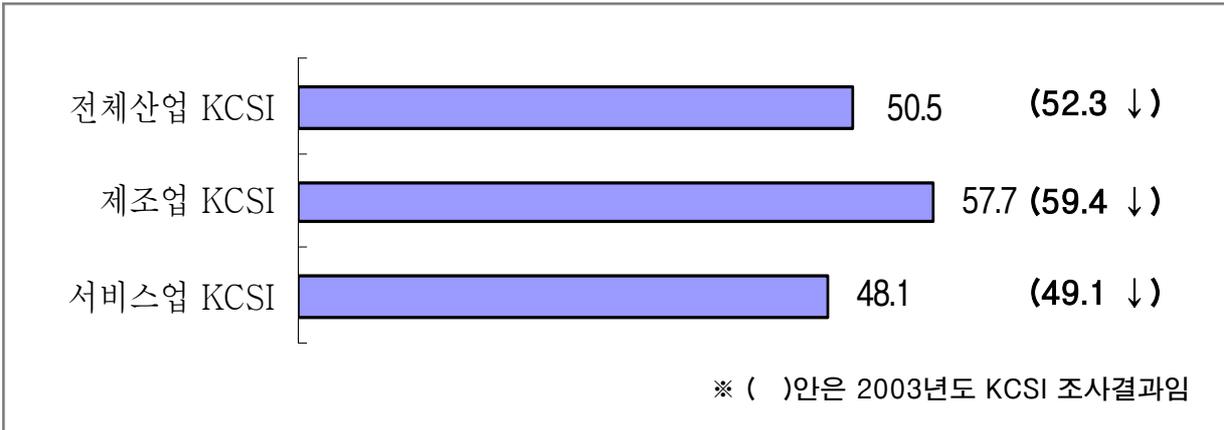
산업부문	조사대상 산업
소비재 제조업 (38개)	1)간장 2)고추장 3)곡물음료 4)맥주 5)비스킷 6)소주 7)스포츠·탄산음료 8)식용유 9)우유 10)유산균발효유 11)전통주 12)주스 13)참치캔 14)커피 15)햄·소시지 16)병·컵·캔커피 17)생수 18)아이스크림 19)녹차 20)골프의류 21)남성내의 22)남성용기초화장품 23)남성정장 24)담배 25)삼푸 26)세탁세제 27)섬유유연제 28)스포츠화 29)여성내의 30)여성용 기초화장품 31) 유아복 32)정장구두 33)주방세제 34)치약 35)캐주얼화 36)화장비누 37)화장지 38)생리대
내구재 제조업 (25개)	1)가정용에어컨 2)가정용정수기 3)공기청정기 4)김치냉장고 5)냉장고 6)디지털카메라 7)세탁기 8)이동전화단말기 9)전기밥솥 10)청소기 11)칼라TV 12)컴퓨터(PC) 13)프린터 14)비데 15)모니터 16)가정용 바닥재 17)가정용 보일러 18)복사기 19)부엌가구 20)엘리베이터 21)일반 승용차 22)승용차 타이어 23)집대 24)피아노 25)RV승용차
일반 서비스업 (33개)	1)생명보험 2)신용카드 3)은행 4)자동차보험 5)증권 6)할부금융 7)대형서점 8)대형할인매장 9)백화점 10)영화관 11)인터넷쇼핑몰 12)제과점 13)패스트푸드점 14)편의점 15)피자전문점 16)학습지 17)TV홈쇼핑 18)패밀리레스토랑 19)검색포탈사이트 20)시외·국제전화 21)이동전화서비스 22)초고속통신망 23)택배서비스 24)고속버스 25)스키장 26)아파트 27)종합레저시설 28)종합병원 29)주유소 30)콘도미니엄 31)항공서비스 32)호텔 33)생활정보신문
공공 서비스업 (14개)	1)우편서비스 2)전력 3)철도 4)세무서 5)수도 6)고속도로관리서비스 7)등기소 8)경찰서·파출소 9)교육서비스 10)도시가스 11)시내노선버스 12)광역시청 13)지하철 14)택시

■ 제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

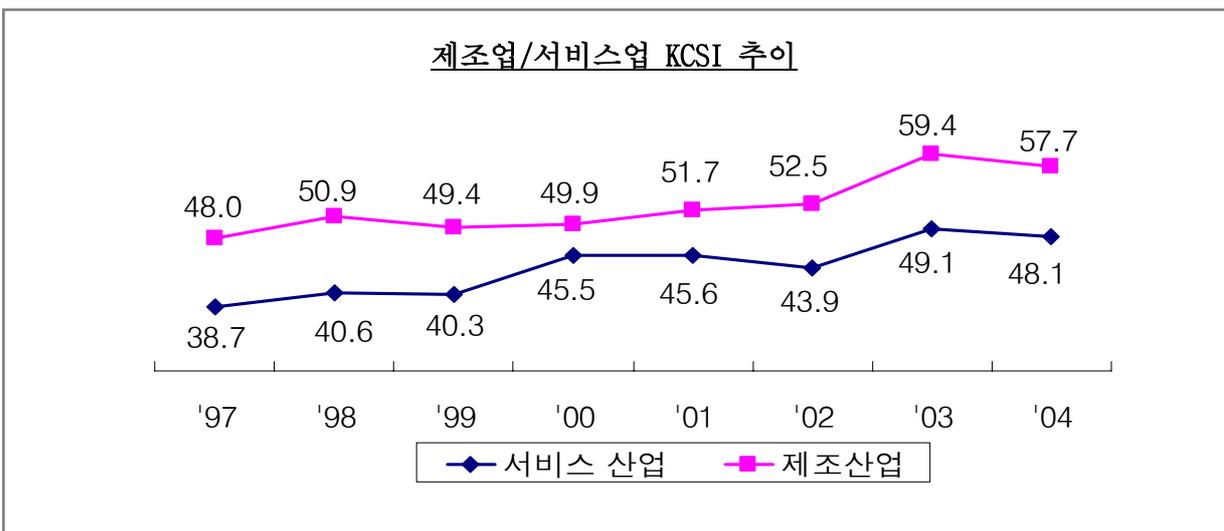
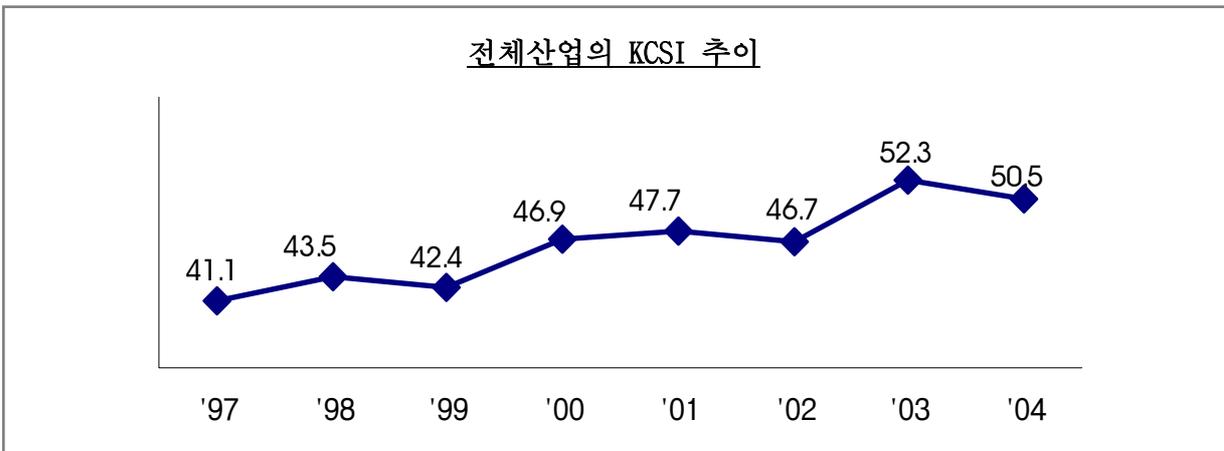
1. 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사결과 요약

(1) 한국 산업의 고객만족도(KCSI)의 전체 특징

■ 2004년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



■ 최근 8년간 한국산업의 고객만족도(KCSI) 추이



■ 제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

■ 2004년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도(KCSI)가 작년보다 1.8점 낮아져, 제조업이 서비스업보다 높아

- ▶ 금년도 전체산업의 KCSI는 전년보다 1.8점 낮아진 50.5점으로 나타났다. 제조업은 1.7점 하락한 57.7점이며, 서비스업(공공 서비스 포함)도 전년보다 1.0점 하락한 48.1점을 나타냈다.

110개 업종 중 55개 업종이 만족도 하락, 40개 업종은 만족도 상승

- ▶ 금년에 조사된 110개 업종 중 전년보다 KCSI가 높아진 업종은 전체의 36%인 40개였으나, 하락한 업종은 50%인 55개에 달해 전체적으로 한국산업의 고객만족도가 하락하였다.
- ▶ 제조업의 경우는 63개 업종 중 32개가 하락해 전체산업의 하락에 큰 영향을 미쳤으며, 서비스업(공공 서비스 포함)의 경우는 47개 업종 중 23개 업종이 작년보다 하락하였다.

가전관련 제조업과 여가 관련 서비스업의 만족도가 크게 상승한 것으로 나타나

- ▶ 제조업 부문에서는 과반수 산업의 만족도 하락에 비해 가정용 에어컨, 냉장고, 세탁기, 전기밥솥 등 가전 관련 산업의 만족도가 전년에 비해 상승했다.
- ▶ 서비스업에서는 최근 한국영화의 부흥에 힘입어 영화관 산업의 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 콘도미니엄, 스키장, 고속버스 산업 등의 만족도도 크게 상승한 것으로 나타나 전반적으로 주 5일제 확대 실시와 관련한 여가 관련 산업의 고객만족도가 상대적으로 큰 상승폭을 보였다.

반면, 금융관련 산업과 도소매 유통 관련 산업이 만족도 하락을 주도

- ▶ 어려워진 경제여건을 반영하듯 할부금융, 은행, 증권 등 금융관련 산업의 만족도가 전년도에 비해 하락했으며, 백화점, TV홈쇼핑, 편의점 등 도소매 유통업도 만족도가 하락한 것으로 나타났다.

■ 제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

(2) 산업별 고객만족도(KCSI) 주요특징

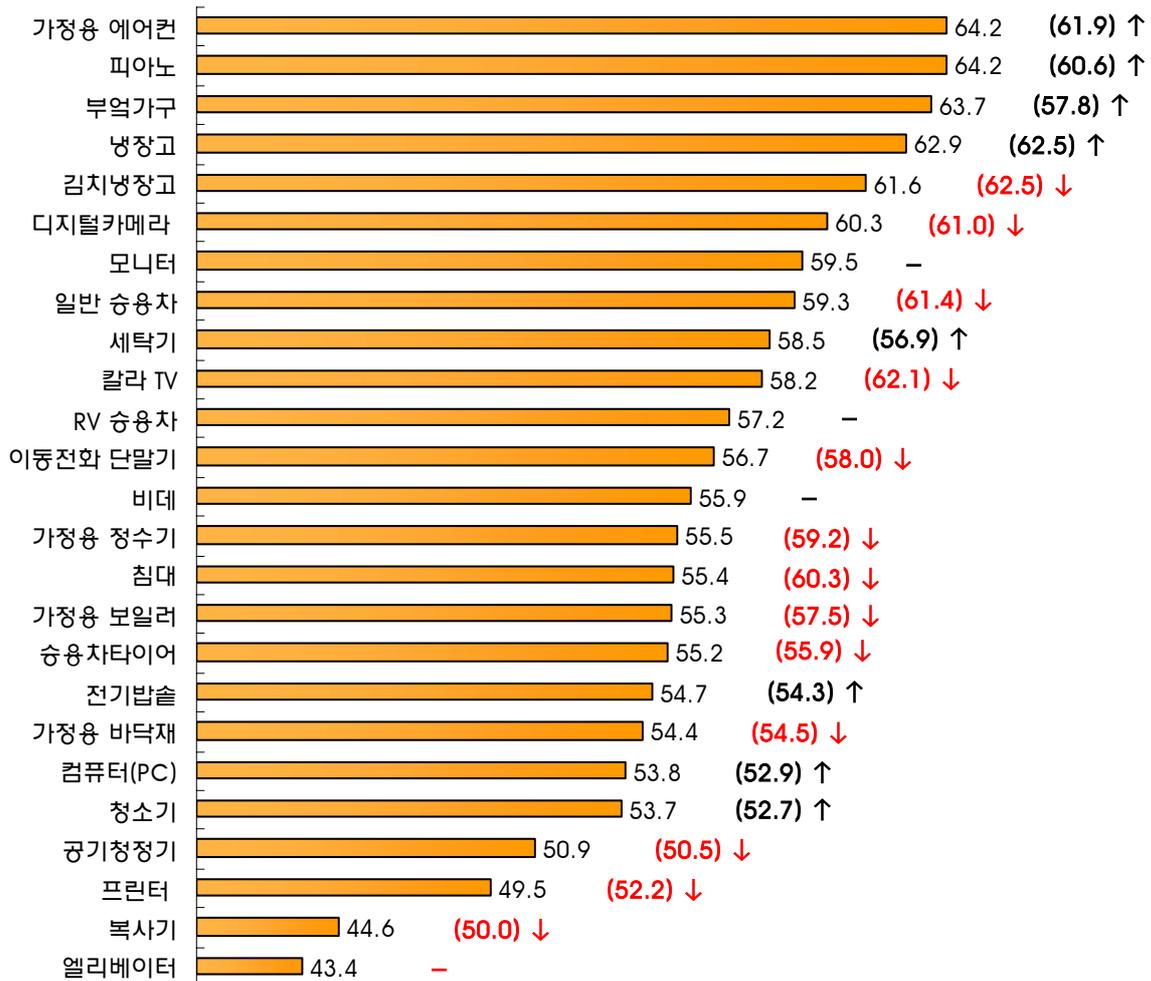
1) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

산업 전반에 걸친 만족도 하락 속에 전년에 이어 가정생활 관련 제품의 만족도가 높아

- 가정용 에어컨, 피아노, 부엌가구, 냉장고 등

- ▶ 냉장고, 피아노, 가정용 에어컨 등에 대한 만족도가 크게 상승한 가운데, 작년에 이어 내구재 제조업에서 상위권을 형성하고 있다.
또한, 냉장고, 김치냉장고, 디지털카메라에 대한 만족도도 높게 나타났다.
- ▶ 반면, 엘리베이터, 복사기, 프린터에 대한 만족도가 상대적으로 낮게 나타났으며, 복사기, 침대, 가정용 정수기 등의 하락 폭이 높았다.
- ▶ 결론적으로 가정 생활과 밀접한 내구재의 만족도 및 만족도 상승률이 높은 것으로 나타났다.

내구재(제조업) 산업별 KCSI



* ()은 2003년 KCSI 결과임

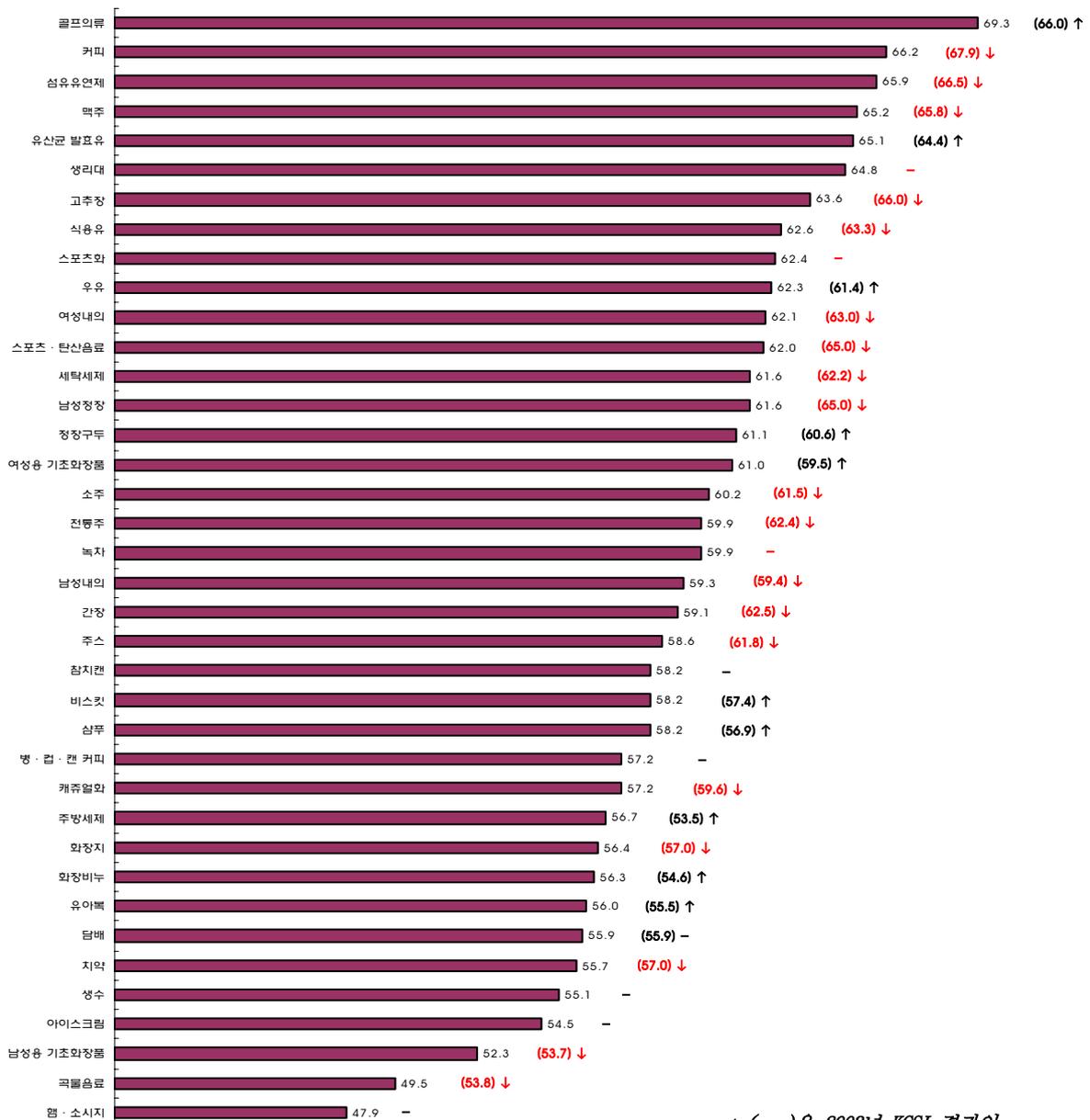
제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

2) 소비재 제조업의 고객만족도 특징

산업 전반에 걸친 만족도 하락 속에 전년에 이어 골프의류, 커피, 섬유유연제 등의 만족도 높아, 한편, 주스, 스포츠/탄산음료, 곡물음료 등 식·음료는 큰 폭 하락

- ▶ 소비재 제조업에서는 골프의류, 커피, 섬유유연제, 맥주 등이 상대적으로 높은 만족도를 보였으며, 특히 이들 산업은 지난해에 이어 지속적으로 소비재 Top 4를 형성하는 등 상대적으로 높은 만족도를 보였다.
- ▶ 소비재 산업이 전반적인 하락세를 보인 가운데 주스, 스포츠·탄산음료, 곡물음료 등 음료 분야의 만족도가 상대적으로 큰 폭의 하락세를 나타내었고, 남성정장, 고추장, 간장 등도 전반적 하락을 주도하였다.

소비재(제조업)산업별 KCSI



* ()은 2003년 KCSI 결과임

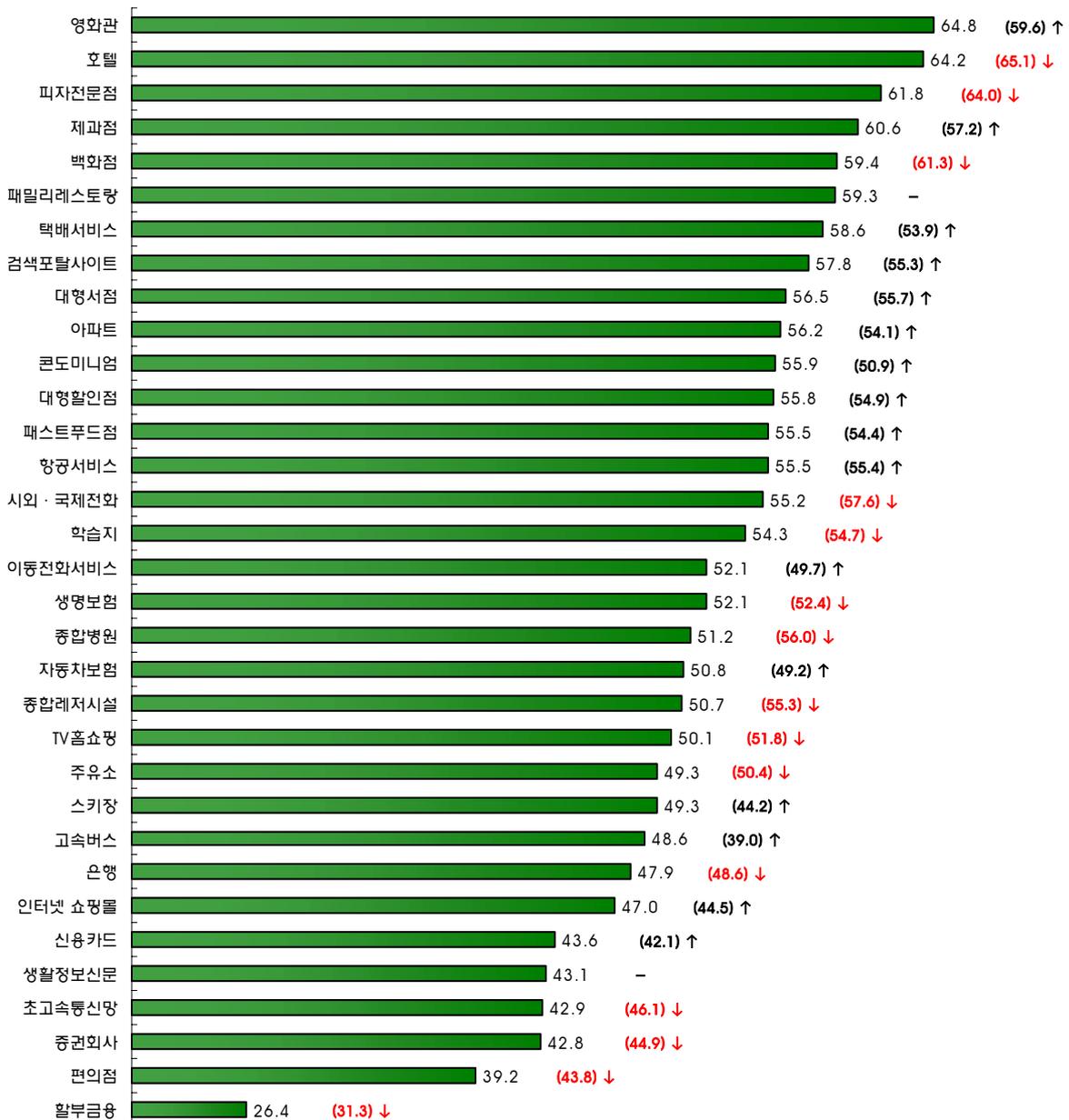
제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

3) 서비스업의 고객만족도

산업 전반 만족도 소폭 하락 속에 여가 레저관련 산업 만족도 크게 증가

- ▶ 서비스 부문은 고객만족도가 소폭 하락한 가운데, 영화관, 호텔, 피자전문점, 제과점, 백화점, 패밀리 레스토랑 등이 만족도 상위권을 유지하였다.
- ▶ 반면 할부금융, 증권회사, 신용카드, 은행 등 금융관련 산업과 편의점, 인터넷 쇼핑몰, 초고속 통신망 등은 만족도가 상대적으로 낮아 하위권을 벗어나지 못했다.
- ▶ 전년도에 비해서는 영화관, 콘도미니엄, 스키장, 고속버스 등 여가/레저관련 산업의 만족도 증가 폭이 컸으며, 할부금융, 종합병원, 피자전문점 등의 하락 폭이 컸다.

서비스업 산업별 KCSI



* ()은 2003년 KCSI 결과임

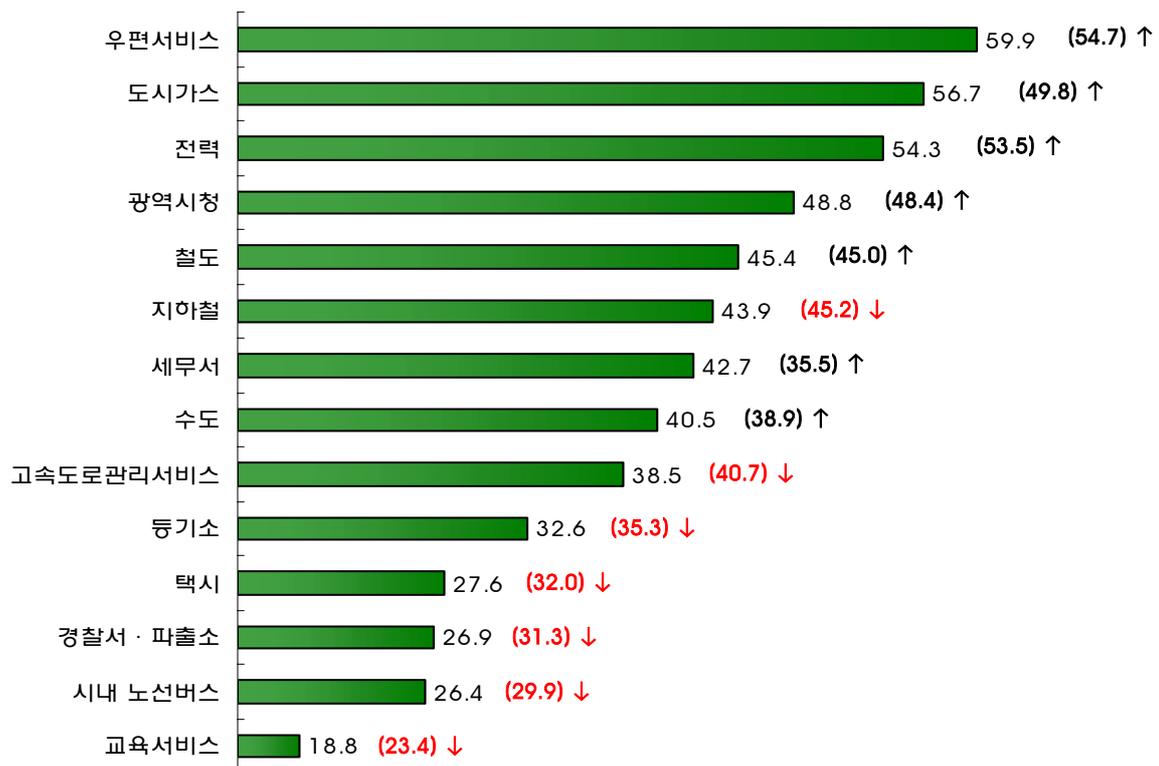
■ 제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

4) 공공행정서비스업의 고객만족도

작년과 비슷한 수준 유지 가운데 우편서비스, 도시가스, 전력 등의 만족도 상승

- ▶ 공공행정서비스 부문의 고객만족도는 전년도와 비슷한 수준을 유지한 가운데, 여전히 타 산업 대비 매우 낮은 수준의 만족도를 보였다.
- ▶ 공공행정서비스 산업 중 우편서비스, 도시가스, 세무서 등에 대한 만족도가 전년도 대비 5점 이상 큰 폭으로 상승하였으며, 택시, 경찰서·파출소, 시내노선버스, 교육서비스 등은 하락한 것으로 나타났다.
- ▶ 한편, 교육서비스는 또 다시 최하위의 만족도를 기록했다.

공공행정서비스 산업별 KCSI



* ()은 2003년 KCSI 결과임

■ 제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

(3) 산업별 KCSI 1위 기업

- ➔ 이번 조사에서 승용차의 현대자동차는 11년 연속 1위, 종합레저시설의 삼성에버랜드는 10년 연속 1위, 세탁세제의 CJ, 가정용 보일러의 린나이코리아, 대형서점의 교보문고가 8년 연속 1위인 것으로 나타났다.
- ➔ 이 밖에 7년 연속 1위는 이동전화단말기와 칼라TV의 삼성전자, 이동전화서비스의 SK텔레콤, 자동차보험의 삼성화재 등이며, 6년 연속 1위인 기업은 종합병원의 삼성서울병원, 샴푸의 한국P&G, 일반행정의 정보통신부 우정사업본부 등인 것으로 나타났다.
- ➔ 반면 생명보험의 교보생명, 식용유의 CJ, 남성정장의 LG상사(LG패션), 가정용정수기의 청호나이스, 프린터의 삼성전자, 패스트푸드의 두산식품BG(KFC), 학습지의 재능교육, 초고속통신망의 KT, 지하철의 대구지하철공사 등 26개 산업에서 새로운 1위 기업이 나타났다.

1) 내구재 제조업

산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	비고
가정용에어컨	LG전자	LG전자, 삼성전자, 위니아만도, 대우일렉트로닉스	'03년 1위 : 위니아만도
가정용정수기	청호나이스	청호나이스, 웅진코웨이	'03년 1위 : 웅진코웨이
공기청정기	청풍	청풍, 웅진코웨이	'03년 1위 : 웅진코웨이
김치냉장고	위니아만도	위니아만도, 삼성전자, LG전자	4년 연속 1위
냉장고	삼성전자	삼성전자, LG전자, 대우일렉트로닉스	2년 연속 1위
디지털카메라	소니코리아	소니코리아, Olympus한국, 삼성테크윈	2년 연속 1위
세탁기	삼성전자	삼성전자, LG전자, 대우일렉트로닉스	5년 연속 1위
이동전화단말기	삼성전자	삼성전자, SK텔레텍, 팬택&큐리텔, LG정보통신, 모토로라코리아	7년 연속 1위
전기밥솥	쿠쿠홈시스	쿠쿠홈시스, 삼성전자, 대웅전기산업, LG전자	4년 연속 1위
청소기	삼성전자	삼성전자, LG전자, 대우일렉트로닉스	'03년 1위 : LG전자
칼라TV	삼성전자	삼성전자, LG전자, 아남전자, 대우일렉트로닉스	7년 연속 1위
컴퓨터(PC)	삼성전자	삼성전자, LGIBM, TG삼보컴퓨터, 현주컴퓨터	3년 연속 1위
프린터	삼성전자	삼성전자, 한국HP, 롯데캐논, 엡손	'03년 1위 : 한국HP
모니터	삼성전자	삼성전자, LG전자	신규조사
가정용 바닥재	한화종합화학	한화종합화학, LG화학, 금강고려화학	'03년 1위 : LG화학
가정용 보일러	린나이코리아	린나이코리아, 경동보일러, 귀뚜라미보일러	8년 연속 1위
복사기	한국후지제록스	한국후지제록스, 롯데캐논, 신도리코	4년 연속 1위
부엌가구	한샘	한샘, 보루네오, 에넥스	3년 연속 1위
엘리베이터	OTIS-LG	OTIS-LG, 현대엘리베이터, 동양엘리베이터	-
일반 승용차	현대자동차	현대자동차, 기아자동차, GM대우테크놀로지	11년 연속 1위
승용차 타이어	한국타이어	한국타이어, 금호타이어	4년 연속 1위
침대	에이스침대	에이스침대, 시몬스침대, 대진침대	3년 연속 1위
피아노	영창악기	영창악기, 삼익악기	5년 연속 1위
RV승용차	현대자동차	현대자동차, 기아자동차, 쌍용자동차	신규조사

■ 제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

2) 소비재 제조업

산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	비고
간장	대상	대상(청정원), 샘표식품, 몽고식품, 신송식품	2년 연속 1위
고추장	대상	대상(청정원),海天, 진미식품	2년 연속 1위
곡물음료	웅진식품	웅진식품, 롯데칠성음료, 해태음료, 동원F&B	4년 연속 1위
맥주	하이트맥주	하이트맥주, OB맥주	4년 연속 1위
비스킷	해태제과	해태제과, 크라운제과, 동양제과, 롯데제과	'03년 1위 : 동양제과
소주	금복주	금복주, 진로, 보해, 두산	'03년 1위 : 진로
스포츠·탄산음료	동아오츠카	동아오츠카, 한국코카콜라, 롯데칠성음료	2년 연속 1위
식용유	CJ	CJ(백설표), 신동방(해표)	'03년 1위 : 신동방
우유	파스퇴르유업	파스퇴르유업, 서울우유, 매일유업, 남양유업	'03년 1위 : 서울우유
유산균발효유	한국아쿠르트	한국아쿠르트, 남양유업	3년 연속 1위
전통주	보해양조	보해양조, 국순당, 배상면주가, 두산, 진로	'03년 1위 : 국순당
주스	롯데칠성음료	롯데칠성음료, 해태음료	2년 연속 1위
참치캔	동원F&B	동원F&B, 오투기, 사조산업	-
커피	한국네슬레	한국네슬레, 동서식품	5년 연속 1위
햄·소시지	CJ	CJ, 진주햄, 롯데햄, 동원F&B	-
병·컵·캔커피	남양유업	남양유업, 매일유업, 롯데칠성, 동서식품, 한국네슬레	신규조사
생수	제주도지방개발공사(삼다수)	제주도지방개발공사, 풀무원샘물, 진로석수	신규조사
아이스크림	해태제과	해태제과, 롯데삼강, 빙그레, 롯데제과	신규조사
녹차	태평양	태평양, 동원F&B, 동서식품	신규조사
남성내의	좋은사람들	좋은사람들, BYC, 쌍방울	3년 연속 1위
남성용기초화장품	태평양	태평양, 소망화장품, LG생활건강	2년 연속 1위
남성정장	LG상사(LG패션)	LG상사(LG패션), 제일모직, 캠프리지멤버스, 코오롱	'03년 1위 : 제일모직
삼푸	한국P&G	한국P&G, 유니레버코리아, LG생활건강, 애경산업, 태평양	6년 연속 1위
세탁세제	CJ	CJ, LG생활건강, 애경산업	8년 연속 1위
섬유유연제	피죤	피죤, 옥시, LG생활건강	2년 연속 1위
스포츠화	나이키	나이키, 아디다스, 프로스펙스, 르까프	-
여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스), 남영L&F(비비안)	5년 연속 1위
여성용 기초화장품	태평양	태평양, 코리아나, LG생활건강, 한불화장품	3년 연속 1위
유아복	Efe(해피랜드)	Efe(해피랜드), 아가방, 베비라	'03년 1위 : 아가방
정장구두	금강제화	금강제화, 에스콰이아, 엘칸토	3년 연속 1위
주방세제	CJ	CJ, 애경산업, LG생활건강	3년 연속 1위
치약	태평양	태평양, LG생활건강, 애경산업	'03년 1위 : LG생활건강
캐주얼화	금강제화(랜드로바)	금강제화(랜드로바), 에스콰이아(영에이지)	2년 연속 1위
화장비누	유니레버코리아	유니레버코리아, 동산C&G, CJ, 태평양, 애경산업, LG생활건강	2년 연속 1위
화장지	유한킴벌리	유한킴벌리, 모나리자, 대한펄프	4년 연속 1위
생리대	한국P&G	한국P&G, 유한킴벌리, 대한펄프	신규조사

■ 제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

3) 일반서비스업

산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	비고
생명보험	교보생명	교보생명, 삼성생명, 대한생명	'03년 1위 : 삼성생명
신용카드	삼성카드	삼성카드, BC카드, KB카드, LG카드	'03년 1위 : BC카드
은행	하나은행	하나, 신한, 농협, 외환, 우리, 제일, KB국민, 기업, 조흥, 한미	'03년 1위 : 신한은행
자동차보험	삼성화재	삼성화재, 현대해상, LG화재, 동부화재, 동양화재	7년 연속 1위
할부금융	현대캐피탈	현대캐피탈, 삼성카드, LG카드	'03년 1위 : 삼성캐피탈
대형서점	교보문고	교보문고, 영풍문고	8년 연속 1위
대형할인매장	신세계이마트	신세계이마트, 삼성홈플러스, 까르푸, 롯데마트	4년 연속 1위
백화점	현대백화점	현대, 신세계, 롯데, 갤러리아	3년 연속 1위
영화관	메가박스	메가박스, CJ CGV, 롯데시네마	'03년 1위 : CJ CGV
인터넷쇼핑몰	인터파크	인터파크, CJ몰, 삼성몰, LG-eSHOP, 다음쇼핑	2년 연속 1위
제과점	CJ 뚜레쥬르	CJ 뚜레쥬르, 파리크라상(파리바게트), 크라운베이커리	3년 연속 1위
패스트푸드점	두산외식BG(KFC)	두산외식BG(KFC), 두산식품BG(버거킹), 롯데리아, 한국맥도날드	'03년 1위 : 두산식품BG(버거킹)
편의점	LG유통(LG25)	LG유통(LG25), 미니스탑, 바이더웨이, 세븐일레븐, 웨밀리마트	2년 연속 1위
피자전문점	피자헛	피자헛, 도미노피자	4년 연속 1위
학습지	재능교육	재능교육, 웅진닷컴, 공문교육연구원, 대교	'03년 1위 : 공문교육연구원, 웅진닷컴
TV홈쇼핑	LG홈쇼핑	LG홈쇼핑, 현대홈쇼핑, CJ홈쇼핑, 농수산홈쇼핑, 우리홈쇼핑	2년 연속 1위
패밀리레스토랑	오지정 아웃백 스테이크하우스	오지정아웃백스테이크하우스, riseON(베니건스), CJ푸드빌(VIPS), 푸드스타(TGIF)	신규조사
검색포탈사이트	NHN(네이버)	NHN(네이버), 야후코리아(Yahoo), 지식발전소(엠펙스)	'03년 1위 : 지식발전소(엠펙스)
시외·국제전화	KT	KT, 데이콤, 온세통신	5년 연속 1위
이동전화서비스	SK텔레콤	SK텔레콤, KTF, LG텔레콤	7년 연속 1위
초고속통신망	KT	KT, 하나로통신, 두루넷, 드림라인	'03년 1위 : 하나로통신
택배서비스	정보통신부 우정사업본부(우체국택배)	정보통신부 우정사업본부(우체국택배), 대한통운, 현대물류, 한진택배	2년 연속 1위
고속버스	한진고속	한진고속, 중앙고속, 금호고속, 동양고속, 천일고속, 동부고속	'03년 1위 : 동양고속
스키장	용평리조트	용평리조트, 보광휘닉스파크, 현대성우리조트, 대명레저산업, 무주리조트, 베어스타운	2년 연속 1위
종합레저시설	삼성에버랜드	삼성에버랜드, 롯데월드, 서울랜드	10년 연속 1위
종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원, 서울아산병원, 서울대병원, 강남성모병원, 신촌세브란스병원	6년 연속 1위
주유소	SK	SK, LG-Caltex정유, 현대정유, S-OIL	3년 연속 1위
콘도미니엄	대명레저산업(대명콘도)	대명콘도, 한화콘도	2년 연속 1위
항공서비스	아시아나항공	아시아나항공, 대한항공	'03년 1위 : 대한항공
생활정보신문	교차로	교차로, 미디어월(버룩시장), 가로수	신규조사

■ 제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

4) 공공행정 서비스업

산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	비고
도시가스	부산도시가스	부산도시가스, 대구도시가스, 극동도시가스, 서울도시가스, 대한도시가스, 경동도시가스, 삼천리도시가스, 한진도시가스	2년 연속 1위
광역시청	대전광역시	대전시, 대구시, 광주시, 부산시, 울산시, 경기도, 인천시, 서울시	'03년 산업전체만 발표
일반 행정서비스	정보통신부 우정사업본부	우편서비스, 전력, 철도, 세무서, 수도, 고속도로관리서비스, 등기소, 경찰서·파출소, 교육서비스	6년 연속 1위
지하철	대구광역시 지하철공사	대구지하철공사, 인천지하철공사, 부산교통공단, 광주도시철도공사, 서울도시철도공사, 서울지하철공사, 수도권국철	'03년 1위 : 서울시 도시철도공사

■ 제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

(4) 작년대비 1위 기업 변동 사항

올해 조사된 110개 산업 중 26개 산업에서 1위 기업의 변화가 있었다.

산업	'03년 1위 기업	'04년 1위 기업
비스킷	동양제과	해태제과
소주	진로	금복주
식용유	신동방	CJ
우유	서울우유	파스퇴르우유
전통주	국순당	보해양조
남성정장	제일모직	LG상사(LG패션)
유아복	아가방	EfE(해피랜드)
치약	LG생활건강	태평양
가정용에어컨	위니아만도	LG전자
가정용정수기	웅진코웨이	청호나이스
공기청정기	웅진코웨이	청풍
청소기	LG전자	삼성전자
프린터	한국HP	삼성전자
가정용 바닥재	LG화학	한화종합화학
생명보험	삼성생명	교보생명
신용카드	BC카드	삼성카드
은행	신한은행	하나은행
할부금융	삼성캐피탈	현대캐피탈
영화관	CJ CGV	메가박스
패스트푸드점	두산식품BG(버거킹)	두산외식BG(KFC)
학습지	공문교육연구원, 웅진닷컴	재능교육
검색포탈사이트	지식발전소(엠펙스)	NHN(네이버)
초고속통신망	하나로통신	KT
고속버스	동양고속	한진고속
항공서비스	대한항공	아시아나항공
지하철	서울시 도시철도공사	대구광역시 지하철공사

■ 제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

(5) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 향상을 위한 제언

고객의 소리에 진솔하게 귀를 기울여야...

- ▶ 기업에 전달되는 고객의 소리는 항상 옳다. 고객의 불평이나 클레임은 고객의 잘못이나 오해에서 비롯되는 것이 아니라 어디까지나 기업의 잘못에서 나오는 것이다. 이는 영원불변의 진리이며 기업이 발전하기 위해 반드시 극복해야 할 숙제인 것이다. 그러나 수많은 고객들 중 제대로 불만을 제기하는 고객은 극히 소수에 불과하며, 나머지 절대다수는 불만이 있어도 침묵하다가 말없이 떠나버린다. 이는 기업입장에서 볼 때 매우 끔찍한 현실인 것이다.
- ▶ 따라서 침묵하고 있는 대다수 고객의 마음을 사전에 파악하여, 우리기업을 계속 좋아하고 지속적으로 구매하게끔 고객의 마음을 붙들어 놓는 것이 기업의 존폐를 결정 짓는 매우 중요한 요소라 할 수 있다. 결과적으로 고객의 마음을 사전에 파악하기 위한 고객만족도(CSI) 조사는 기업 생존을 위한 필수사항이 되어버린지 오래다.
- ▶ 이제 고객은 기업 밖에 있는 별개의 존재가 아니라 기업과 함께 사회를 발전시키는 공동체라는 시각이 필요하다. 따라서 고객의 소리에 귀를 기울여 고객 가치를 증대시킬 수 있는 제품과 서비스를 개발하는 기업만이 살아남을 수 있는 것이다. 현재 우리의 고객들이 무엇에 대해 만족하고 어떠한 요소에서 불만을 가지는가에 대해 끊임없이 귀를 기울여야 할 필요가 있다.

단순 친절을 넘는 고객지향적 업무 프로세스 구축 필요

- ▶ 최근 많은 기업들이 '고객중시'라는 용어를 경영이념이나 사훈 등에 담는 것이 유행처럼 번지고 있으며, 고객을 위한 각종 행사나 이벤트도 비일비재하게 이루어지고 있다. 하지만 이러한 활동이 고객에게 실질적인 도움이 되거나 진정한 가치를 제공하는 수준에 이르지 못하고 단지 일시적 행사에 그치는 경우가 많다. 또한 기업 내부에서는 점점 직원들에게 단순히 표면적인 친절·예절만을 강조하고 있는 경우가 많다.
- ▶ 고객만족경영이 성공으로 이어지기 위해서는 업무 프로세스가 고객지향적으로 구축되어야 한다. 물론 회사내 직원들이 친절하게 고객을 맞이하거나 적극적으로 응대하는 것도 중요하다. 하지만 점점 직원들이 고객에게 밝은 미소를 전달하려는 것을 방해하는 복잡한 업무 처리 절차와 규정이 기업 내부에 존재한다면, 고객이 필요로 하고 기대하는 사항에 적절하게 대응하기는 어려울 것이다.
- ▶ 고객만족의 진정한 실천은 점점에서 고객의 기대와 요구에 부응할 수 있도록 내부 프로세스를 끊임없이 고객지향적으로 개선하는 것이다. 이러한 개선활동이 기업내부에서 활성화될 때 고객에 대한 친절과 함께 고객에게 참된 만족을 제공할 수 있는 체제가 갖춰지는 것이다.

■ 제 2부 : 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과(계속)

서비스 강화를 통한 고객 로열티 향상 되어야

- ▶ 과거 IMF라는 환경변화를 거치면서 많은 기업들은 고객이 얼마나 무서운 존재인가를 절실히 느낄 수 있었다. 시장경기가 어렵고 성장세가 둔화될수록 상대적으로 고객의 힘이 더욱 커지는 것을 확인할 수 있었던 것이다. 앞으로 국내 시장환경은 과거와 같은 고도성장을 기대하기는 어려우며, 기업간의 경쟁도 그만큼 치열해 질 것이다.
- ▶ 최근 고객에게 과거와 차별화 된 고품질의 서비스를 제공하여 기업에 대한 고객의 충성도를 향상시키려는 기업이 많아지고 있다. 고객에 대한 서비스 제공을 단지 비용으로 인식해왔던 과거 시각을 불식시키고, 고객에게 진정한 서비스를 제공함으로써 이를 기업 유지·발전의 중요한 요소로 여기게 된 것이다.

서비스 아이덴티티 구축 필요

- ▶ 고객에게 차별화 된 서비스를 제공함으로써 고객에게 보다 더 다가가기 위한 기업의 노력의 일환으로 기업의 특정한 서비스를 브랜드화(아이덴티티 구축)하여 이를 적극적으로 홍보함으로써 영업상 효과와 함께 실질적인 고객만족을 거두고 있는 사례가 많이 배출되고 있다.
- ▶ 서비스 아이덴티티란 기업이 고객에게 제공하는 서비스에 대해 소비자들의 마음속에 심어주고 싶은 바람직한 연상들, 또는 심어주고 싶은 서비스 가치와 의미로, 기업은 서비스 아이덴티티 구축을 통해 기업이 지향하고자 하는 서비스의 비전, 목표, 문화 등을 여러 수단을 통해 경쟁사 대비, ‘차별화’된 아이덴티티로 표현할 수 있다.
- ▶ 고객은 기업의 서비스 아이덴티티(브랜드)를 접함으로써 무형의 서비스를 유형의 상품처럼 느끼고 인식할 수 있게 되었으며, 이를 통해 기업이 제공하는 서비스 내용을 보다 더 구체적으로 구별할 수 있게 된 것이다.
- ▶ 이제 국내 시장도 새로운 서비스 전쟁에 돌입하게 된 것이다.

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

2. 산업별 조사결과 요약

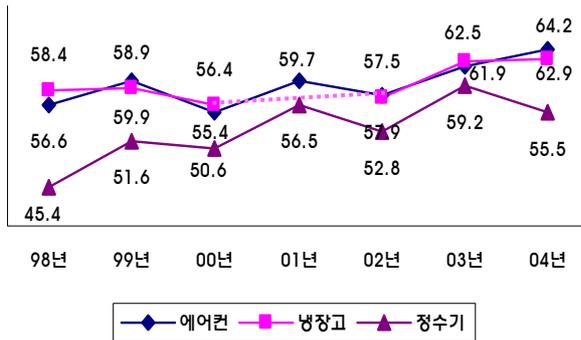
(1) 주요산업의 고객만족도(KCSI) 추이 및 특징

1) 내구재 제조업

■ 가정용 전기전자기기

- 생활가전 제품
 - 최고수준의 만족도를 유지
- 정수기
 - 만족도 대폭 하락

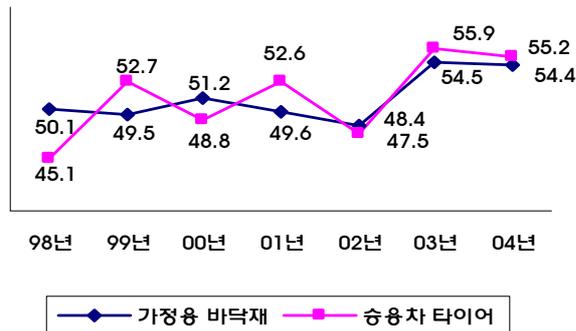
에어컨, 냉장고, 김치냉장고 등 생활가전 제품들의 만족도가 내구재 중 최고수준을 보이는 가운데, 작년에 크게 만족도가 상승했던 정수기가 올해 대폭 하락하였다.



■ 고무/플라스틱

- 가정용 바닥재/승용차 타이어
 - 전년 만족도 수준 유지

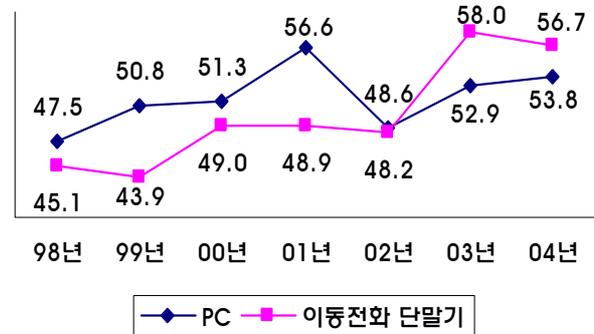
작년에 큰 폭으로 향상되었던 가정용 바닥재, 승용차타이어 등 고무/플라스틱 업종의 만족도가 올해 유지 되었으며, 전년도에 이어 가정용 바닥재, 승용차타이어 등 두 산업의 만족도는 서로 비슷한 수준을 보였다.



■ 컴퓨터 및 통신기기

- 컴퓨터(PC)
 - 만족도 지속 상승
- 이동전화 단말기
 - 전년 대비 약간 하락

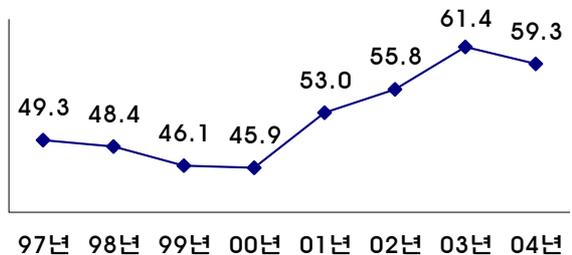
기술의 급속한 발전과 신제품 출시가 많은 PC에 대한 만족도는 작년에 이어 올해도 지속적으로 상승하는 모습을 보였으나, 작년에 큰 폭으로 상승했던 이동전화 단말기에 대한 만족도는 약간 하락한 것으로 나타났다.



■ 자동차 - 승용차

- 꾸준한 만족도 상승 속에 올해는 약간 하락

2000년 이후 지속적인 상승세를 이어가던 승용차의 만족도가 올해는 약간 하락한 것으로 나타났다.

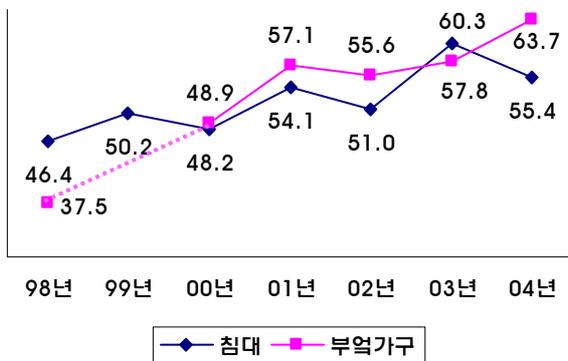


(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 가구

- 부엌가구 - 만족도 대폭 상승
- 침대 - 만족도 대폭 하락

생활문화의 변화로 인해 소비자 요구가 다양해지고 있는 부엌가구 및 침대에 있어서, 부엌가구의 만족도는 작년에 비해 대폭 향상되어 상승세를 이어간 반면, 침대의 만족도는 대폭 하락하였다.

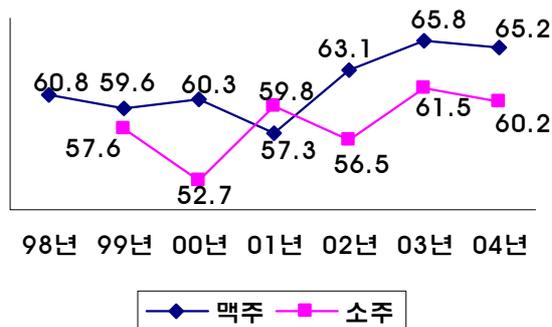


2) 소비재 제조업

■ 주류

- 맥주, 소주 - 만족도 유지

작년에 신상품 출하 및 원료의 차별화를 등을 통해 만족도가 대폭 상승했던 맥주와 소주의 만족도가 올해는 전년과 비슷한 수준인 것으로 나타났다.

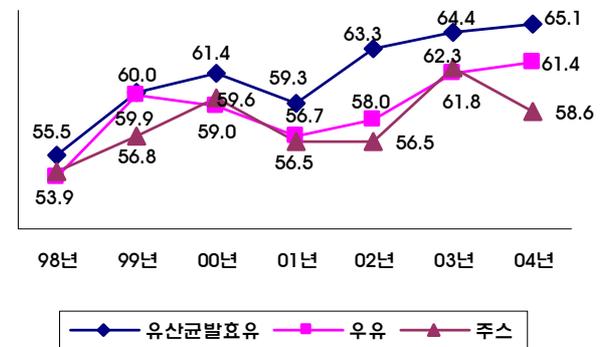


■ 우유/음료

- 우유, 유산균발효유 - 만족도 유지
- 주스 - 만족도 대폭 하락

작년에 많은 신제품이 출시되어 만족도가 향상되었던 우유 및 유산균발효유는 만족도를 유지하였다.

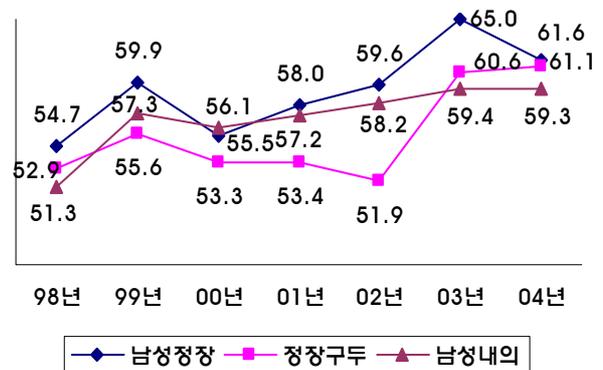
한편, 작년에 망고 등 열대과일을 이용한 신상품을 출시하면서 만족도가 대폭 향상되었던 주스는 올해 만족도가 큰 폭으로 하락했다.



■ 의복/신발

- 정장구두, 남성내의 - 만족도 유지
- 남성정장 - 만족도 큰 폭 하락

의복/신발 산업은 소비재 전체산업 중 중상위권을 유지하면서, 정장구두 및 남성내의는 만족도가 유지된 반면, 남성정장은 만족도가 큰 폭 하락하였다.

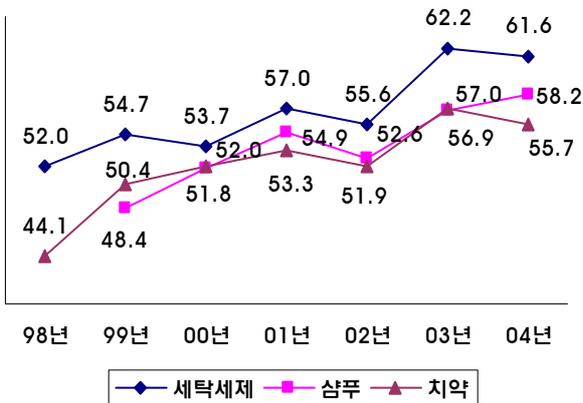


(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 생활용품

- 세탁세제, 치약 - 만족도 소폭 하락
- 샴푸 - 만족도 소폭 상승

생활용품 중에서 세제, 치약 등에 대한 만족도가 전년도에 비해 소폭 하락한 가운데, 샴푸는 지속적으로 만족도가 상승한 것으로 나타났다.

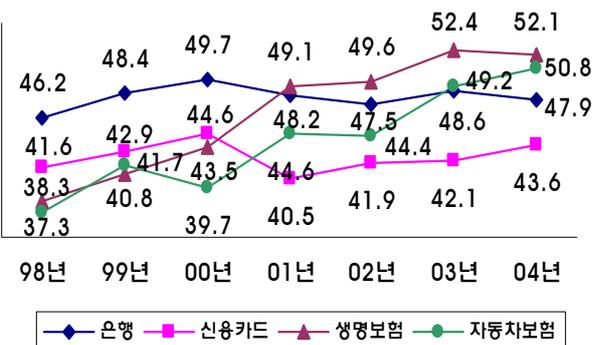


3) 일반서비스업

■ 금융 및 보험

- 신용카드, 은행, 생명보험 - 만족도 전년 수준
- 자동차 보험 - 만족도 소폭 상승

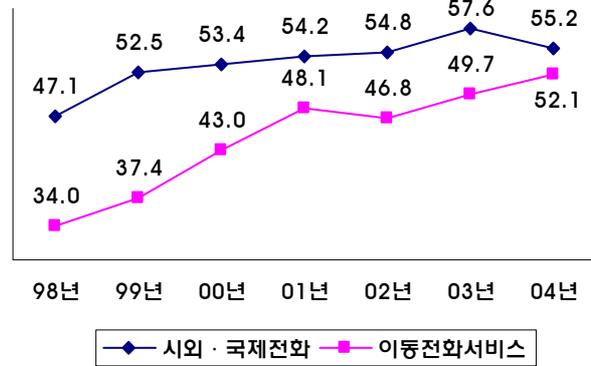
금융 및 보험 산업이 서비스 산업 중에서 중·하위권의 만족도를 보이는 가운데, 신용카드, 은행, 생명보험의 만족도는 전년도와 비슷한 수준이며, 자동차 보험은 만족도가 소폭 상승했다.



■ 통신업

- 이동전화서비스 - 만족도 지속 상승
- 시외·국제전화 - 만족도 하락

시외·국제전화의 만족도는 전년도에 비해 하락한 반면, 이동전화서비스는 다양한 요금제 도입 및 차별화 된 서비스 제공 등으로 인해 전년 대비 만족도가 크게 상승하였으며, 지속적인 상승 추세를 보이고 있다.



■ 도·소매업

- 백화점, 대형할인점 - 만족도 전년 수준
- 편의점 - 만족도 대폭 하락

소비심리가 위축된 가운데, 백화점, 대형할인점의 적극적인 가격할인 및 각종 이벤트를 활용한 고객유치 경쟁에 힘입어 소비자 만족도가 전년 수준을 유지하는 것으로 나타났다. 그러나, 편의점은 만족도가 대폭 하락하면서 백화점 및 대형할인점과의 격차가 큰 폭으로 벌어졌다.



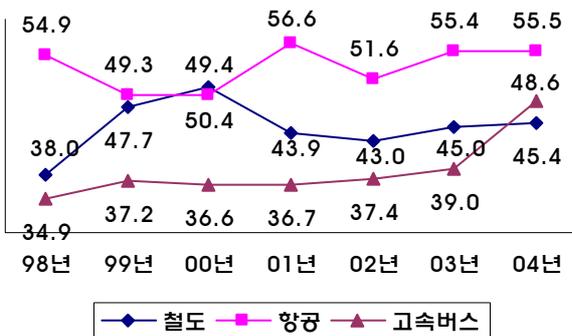
(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 운수업

- 철도, 항공서비스- 만족도 유지
- 고속버스 - 만족도 대폭 상승
- 대중교통(지하철, 시내버스, 택시) - 만족도 대폭 하락

항공서비스를 제외한 교통서비스의 만족도는 전체산업 중에서 하위권을 벗어나지 못하고 있다. 특히, 지하철과 시내버스, 택시의 만족도는 전년에 비해 대폭 하락했다.

반면, 철도와 항공서비스는 만족도를 유지했으며, 고속버스는 만족도가 전년 대비 대폭 상승한 것으로 나타났다.



■ 숙박/레저

- 호텔 - 만족도 소폭 하락
- 콘도 - 만족도 대폭 상승
- 종합레저시설 - 만족도 대폭 하락

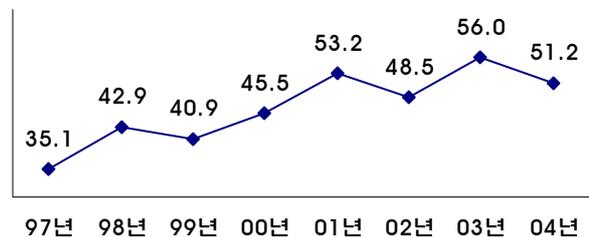
숙박시설의 경우 호텔의 만족도가 소폭 하락한 가운데, 콘도의 만족도는 전년 대비 대폭 상승했다. 한편 종합레저시설의 경우 전년 대비 만족도가 대폭 하락하였다.



■ 의료 및 보건

- 종합병원 - 만족도 대폭 하락

진료의 질 개선, 의료진의 신뢰도 제고, 의료시설 및 장비의 확충 등의 활동에도 불구하고 종합병원의 고객만족도가 전년 대비 대폭 하락한 것으로 나타났다. 그러나 지속적인 상승 경향은 계속 유지되는 것으로 보인다.

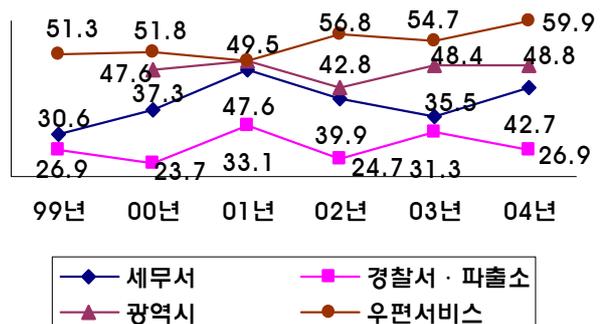


4) 공공행정서비스

■ 관공서

- 행정서비스 - 전반적인 만족도 상승
- 경찰서·파출소 - 만족도 하락

경찰서/파출소 등의 만족도 하락에도 불구하고, 우편서비스, 광역시, 세무서 등의 만족도가 상승하면서 행정서비스의 전반적인 만족도 상승세가 이어졌다. 그러나, 여전히 행정서비스의 만족도는 타 산업 대비 매우 낮은 수준으로 나타나 꾸준한 대민서비스 개선활동이 요구된다.



(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

(2) 산업별 1위 기업별 고객만족도 특징

1) 내구재 제조업

■ 승용차 타이어

한국타이어, 4년 연속 1위

- ▶ 한국타이어는 요소만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히, 소음, 제동성능, 안정감, 마모성 등에서 매우 좋은 평가를 받았다.

(한국타이어 : 55.4, 금호타이어 : 54.9)

■ 가정용 바닥재

한화종합화학 - 1위로 부상

- ▶ 한화종합화학은 전반적 만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소에서는 시공, 청소 용이성 등에서 높은 평가를 받았다.

(한화종합화학 : 56.1, LG화학 : 54.3, 금강고려화학 : 52.8)

■ 가정용 보일러

린나이코리아 - 부동의 8년 연속 1위

- ▶ 린나이코리아는 재구입 의향, 요소만족도 등에서 높은 평가를 받았으며, 특히 잔고장률, 작동용이성, 소음 등에서 만족도가 가장 높게 나타났다.

(린나이코리아 : 57.4, 경동보일러 : 56.4, 귀뚜라미보일러 : 53.3)

■ 세탁기

삼성전자 - 5년 연속 1위 지켜

- ▶ 삼성전자는 전반적 만족도, 재구입 의향, 등에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소에서도 경쟁사 대비 만족도가 가장 높게 나타났다.

(삼성전자 : 64.7, LG전자 : 55.5, 대우일렉트로닉스 : 50.1)

■ 냉장고

삼성전자 - 2년 연속 1위

- ▶ 삼성전자는 전반적 만족도와 재구입 의향에서 높은 평가를 받았으며, 요소만족도 중 품질 대비 가격 적정성을 제외한 대부분의 항목에서 높은 평가를 받았다.

(삼성전자 : 69.9, LG전자 : 64.5, 대우일렉트로닉스 : 46.1)

■ 청소기

삼성전자 - 1위 차지

- ▶ 삼성전자는 전반적 만족도, 요소만족도에서 높은 평가를 받았으며, 특히 깨끗한 청소, A/S, 잔고장 등 모든 항목에 있어서 높은 평가를 받았다.

(삼성전자 : 61.6, LG전자 : 51.2, 대우일렉트로닉스 : 41.8)

■ 김치냉장고

위니아만도 - 4년 연속 1위

- ▶ 위니아만도는 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도 등에서 높은 평가를 받았으며, 특히 김치의 신선도 유지, 잔고장, 회사신뢰도 등에서 높은 평가를 받았다.

(위니아만도 : 67.0, 삼성전자 : 58.9, LG전자 : 56.1)

■ 전기밥솥

쿠쿠홈시스 - 4년 연속 1위

- ▶ 쿠쿠홈시스는 전반적 만족도, 요소만족도 등에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히 밥맛, 장기보온성, 잔고장, 응대태도 등에 대한 만족도가 매우 높은 것으로 나타났다.

(쿠쿠홈시스 : 60.0, 삼성전자 : 53.9, 대우전기산업 : 48.4, LG전자 : 47.2)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 가정용 에어컨

LG전자 - 1위 탈환

- ▶ LG전자는 전반적 만족도, 요소만족도 등에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히 내구성, 외관유지, 직원응대 등에서 우수한 평가를 받았다

(LG전자 : 66.3, 삼성전자 : 66.1,
위니아만도 : 59.9,
대우일렉트로닉스 : 59.1)

■ 가정용 정수기

청호나이스 - 1위 차지

- ▶ 청호나이스는 요소만족도에서 높은 평가를 받았으며 특히 맛, 질, 내구성, 설치, 직원의 응대태도 등의 항목에서 만족도가 높게 나타났다.

(청호나이스 : 57.1, 용진코웨이 : 55.6)

■ 공기청정기

청풍 - 1위 차지

- ▶ 청풍은 전반적 만족도와 재구입 의향에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히 조작의 편리성, 잔고장, 청정력 등에서 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.

(청풍 : 52.5, 용진코웨이 : 50.2)

■ 컴퓨터(PC : 퍼스널 컴퓨터)

삼성전자 - 3년 연속 1위

- ▶ 삼성전자는 전반적 만족도, 재구입 의향 등에서 높은 평가를 받았으며, 특히 처리속도, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 요소만족도에서 높은 평가를 받았다.

(삼성전자 : 63.5, LGIBM : 49.5,
TG삼보컴퓨터 : 49.2, 현주컴퓨터 : 38.9)

■ 프린터

삼성전자 - 한국HP 앞서 1위 차지

- ▶ 삼성전자는 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도 등에서 높은 평가를 받았으며, 특히 소음, 직원의 응대태도, 사용 편리성, 제조회사 신뢰도 등에서 좋은 평가를 받았다.

(삼성전자 : 55.2, 한국HP : 52.3,
롯데캐논 : 45.9 엡손 : 37.8)

■ 복사기

한국후지제록스 - 4년 연속 1위

- ▶ 한국후지제록스는 전반적 만족도, 요소만족도 등에서 높은 평가를 받았으며, 특히 제조회사 신뢰도, 속도, 선명한 복사 등의 항목에서 높은 평가를 받았다.

(한국후지제록스 : 49.8, 롯데캐논 : 43.4,
신도리코 : 42.2)

■ 이동전화 단말기

삼성전자 - 7년 연속 1위

- ▶ 삼성전자는 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도 등에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히 통화품질, 회사신뢰도 등에서 우수한 평가를 받았다.

(삼성전자 : 66.6, SK텔레텍 : 62.5,
팬택&큐리텔 : 49.2 LG정보통신 : 46.9
모토로라코리아 : 42.4)

■ 칼라TV

삼성전자 - 근소한 차이로 7년 연속 1위

- ▶ 삼성전자는 전반적 만족도, 재구입 의향에서 가장 높은 평가를 받았으나, 요소만족도는 대부분의 항목에서 LG전자가 가장 높은 평가를 받았다.

(삼성전자 : 61.1, LG전자 : 61.0,
아남전자 : 50.8, 대우일렉트로닉스 : 49.1)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 디지털 카메라

소니코리아 - 2년 연속 1위

- 소니코리아는 전반적 만족도, 재구입 의향에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히 선명한 화질, 회사신뢰도 등 대부분의 항목에서 만족도가 가장 높았다.

(소니코리아 : 65.7, Olympus한국 : 58.2, 삼성테크윈 : 57.6)

■ 일반 승용차

현대자동차 - 영예의 11년 연속 1위

- 현대자동차는 전반에 걸쳐 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 소음, 회사신뢰도, 승차감, 내외부 마무리 등의 요소 평가에서 만족도가 높았다.

(현대자동차 : 61.3, 기아자동차 : 55.0, GM대우테크놀로지 : 53.5)

■ RV 승용차

현대자동차 - 1위 차지

- 현대자동차는 전반적 만족도, 재구입 의향에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소에서는 소음, 엔진 및 미션 성능, 잔고장, 연비, 회사신뢰도 등에서 높은 평가를 받았다.

(현대자동차 : 59.4, 기아자동차 : 57.1, 쌍용자동차 : 54.1)

■ 침대

에이스침대 - 3년 연속 1위

- 에이스침대는 재구입 의향에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소에서는 건강에 좋은 기능, 침대 프레임, 디자인, 회사신뢰도에서 높은 평가를 받았다.

(에이스침대 : 56.8, 시몬스침대 : 55.5, 대진침대 : 51.8)

■ 피아노

영창악기 - 5년 연속 1위

- 영창악기는 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도 등에서 높은 평가를 받았으며, 특히 A/S, 품질대비 가격을 제외한 대부분의 평가 항목에서 경쟁사 대비 우수한 것으로 나타났다.

(영창악기 : 66.8, 삼익악기 : 61.2)

■ 부엌가구

한샘 - 3년 연속 1위

- 한샘은 전반적 만족도, 재구입 의향에서 높은 평가를 받았으며, 세부 요소 중 외부디자인, 색상, 제조회사 신뢰도 등에서 우수한 평가를 받았다.

(한샘 : 67.0, 보루네오 : 62.2, 에넥스 : 60.3)

■ 모니터

삼성전자 - 1위 차지

- 삼성전자는 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도 등에서 높은 평가를 받았으며, 눈의 피로감, 품질 대비 가격 적정성을 제외한 대부분의 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.

(삼성전자 : 62.0, LG전자 : 52.9)

■ 엘리베이터

OTIS·LG - 1위 차지

- OTIS·LG는 요소만족도, 전반적 만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소에서는 소음, 문 개폐 원활성, 회사신뢰도 등에서 높은 평가를 받았다.

(OTIS·LG : 47.5, 현대엘리베이터 : 41.5, 동양엘리베이터 : 40.7)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

2) 소비재 제조업

■ 식용유

CJ - 신동방 앞서 1위

- ▶ 전반적 만족도를 비롯한 대부분의 항목에서 높은 만족도를 나타냈으며, 특히 풍부한 영양, 구색다양성, 양 조절, 기름이 흐르지 않는다는 점에서 만족도가 높게 나타났다

(CJ(백설표) : 62.9, 신동방(해표) : 62.4)

■ 유산균발효유

한국야쿠르트 - 3년 연속 1위

- ▶ 한국야쿠르트는 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도에서 높은 만족도를 보였으며, 세부 요소에서는 맛, 회사신뢰도, 농도 등에서 상대적으로 만족도가 높았다.

(한국야쿠르트 : 66.4, 남양유업 : 60.2)

■ 우유

파스퇴르유업 - 서울우유 누르고 1위

- ▶ 파스퇴르유업은 전반적 만족도에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 세부 요소에서는 회사신뢰도, 개봉의 용이성, 배달의 적시성에서 타사 대비 높은 만족도를 보였다.

(파스퇴르유업 : 66.1, 서울우유 : 63.1,
매일유업 : 59.3, 남양유업 : 57.9)

■ 비스킷

해태제과 - 1위 탈환

- ▶ 해태제과는 전반적 만족도와 요소만족도가 가장 높았으며, 세부 요소에서는 맛, 구입편리성, 가격적절성에서 높은 평가를 받았다.

(해태제과 : 60.0, 크라운제과 : 59.8,
동양제과 : 57.3, 롯데제과 : 56.3)

■ 고추장

대상 - 2년 연속 1위

- ▶ 대상은 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도에서 만족도가 가장 높았으며, 세부 요소에서는 맛과 색상, 농도, 구색다양성, 회사신뢰도 등 대부분의 요소에서 만족도가 가장 높았다.

(대상(청정원) : 65.9, 해찬들 : 63.9,
진미식품 : 61.4)

■ 간장

대상 - 2년 연속 1위

- ▶ 대상은 전반적 만족도, 요소만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 성분함량과 구입용이성 등을 제외한 대부분의 요소에서 만족도가 가장 높았다.

(대상(청정원) : 63.4, 샘표식품 : 61.0,
몽고식품 : 55.8, 신승식품 : 54.4)

■ 커피

한국네슬레 - 5년 연속 1위 차지

- ▶ 한국네슬레는 전반적 만족도, 재구입 의향 등에서 높은 평가를 받았으며, 세부 요소에서는 향과 맛, 포장 및 용기 디자인 등에서 높은 만족도를 보였다.

(한국네슬레 : 66.7, 동서식품 : 66.1)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 소주

금복주 - 진로 제치고 1위 올라

- ▶ 금복주는 전반적 만족도, 재구입 의향 등에서 높은 만족도를 보였으며, 특히 깨끗한 뒤끝, 알코올 농도에서 타사 대비 높은 평가를 받았다.

(금복주 : 67.0, 진로 : 62.1,
보해 : 60.2, 두산 : 51.0)

■ 맥주

하이트맥주 - 4년 연속 1위 지켜

- ▶ 하이트맥주는 전반적 만족도, 재구입 의향에서 높은 평가를 받았으며, 특히 첫 맛의 부드러움, 구입용이성, 향, 상쾌한 맛 등에서 높은 평가를 받았다.

(하이트맥주 : 67.5, OB맥주 : 61.8)

■ 전통주

보해양조 - 국순당 앞서 1위

- ▶ 보해양조는 재구입 의향에서 높은 평가를 받았으며, 특히 부드러운 첫 맛, 향, 적당한 알코올 농도 등에서 가장 높은 만족도를 보였다.

(보해양조 : 62.9, 국순당 : 62.2,
배상면주가 : 61.5, 두산 : 60.3,
진로 : 50.4)

■ 주스

롯데칠성음료 - 2년 연속 1위

- ▶ 롯데칠성음료가 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도 등 대부분의 항목에서 전반적으로 높은 만족도를 보였다.

(롯데칠성음료 : 61.2, 해태음료 : 53.3)

■ 곡물음료

웅진식품 - 4년 연속 1위 유지

- ▶ 웅진식품은 전반적 만족도와 재구입 의향, 요소만족도에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 특히 맛, 영양, 제조회사의 신뢰성 등에서 만족도가 가장 높았다.

(웅진식품 : 51.7, 롯데칠성음료 : 48.8,
해태음료 : 43.2, 동원F&B : 42.8)

■ 스포츠 탄산음료

동아오츠카 - 2년 연속 1위

- ▶ 동아오츠카의 경우 전반적 만족도, 요소만족도에서 만족도가 가장 높았으며, 특히 빠른 갈증해소, 적당한 당도 등에서 만족도가 높은 것으로 나타났다.

(동아오츠카 : 66.2, 한국코카콜라 : 64.9,
롯데칠성음료 : 55.7)

■ 참치캔

동원F&B - 1위 차지

- ▶ 동원F&B는 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소 만족도 등에서 전반적으로 높은 평가를 받았으며, 특히 맛, 영양, 개봉 편리성 등 모든 항목에서 만족도가 높은 것으로 나타났다.

(동원F&B : 60.3, 오투기 : 51.1,
사조산업 : 50.3)

■ 햄/소시지

CJ - 1위 차지

- ▶ CJ는 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히, 가격 적절성을 제외한 대부분의 세부 요소에서 만족도가 가장 높았다.

(CJ : 54.4, 진주햄 : 49.8,
롯데햄 : 46.4, 동원F&B : 42.6)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 병·컵·캔커피

남양유업 - 1위 차지

- ▶ 남양유업은 재구입 의향 등 대부분의 항목에서 높은 만족도를 보였으며, 특히 맛과 향, 제품 종류 다양성, 회사 신뢰도 등에서 만족도가 가장 높았다.

(남양유업 : 62.8, 매일유업 : 61.3,
롯데칠성 : 55.6, 동서식품 : 54.9,
한국네슬레 : 54.7)

■ 생수

제주도지방개발공사(삼다수) - 1위 차지

- ▶ 제주도지방개발공사(삼다수)는 전반적 만족도, 요소만족도 등에서 높은 평가를 받았으며, 특히 품질 관련 요소와 용기 디자인, 구입용이성, 가격 적절성 등에서 만족도가 가장 높았다.

(제주도지방개발공사(삼다수) : 62.3,
물무원샘물 : 55.4, 진로석수 : 50.5)

■ 아이스크림

해태제과 - 1위 차지

- ▶ 해태제과의 경우 재구입 의향 등에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소에서는 개운한 뒷맛을 제외한 대부분의 항목에서 만족도가 가장 높았다.

(해태제과 : 57.9, 롯데삼강 : 53.8,
빙그레 : 53.3, 롯데제과 : 53.2)

■ 녹차

태평양 - 1위 차지

- ▶ 태평양은 전반적 만족도와 요소만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히 외관요소와 구입용이성 등 대부분의 세부 요소에서 높은 만족도를 보였다.

(태평양 : 62.5, 동원F&B : 59.8,
동서식품 : 57.3)

■ 남성정장

LG상사(LG패션) - 제일모직 앞서 1위 차지

- ▶ LG상사(LG패션)은 전반적 만족도, 요소만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 소재, 수선 및 A/S, 직원의 응대 태도, 디자인과 색상 등에서 만족도가 가장 높았다.

(LG상사(LG패션) : 67.0, 제일모직 : 66.5,
캠브리지멤버스 : 63.5, 코오롱 : 59.0)

■ 남성내의

좋은사람들 - 3년 연속 1위

- ▶ 좋은사람들은 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도에서 높은 평가를 받았으며, 특히 소재, 착용감, 마느질 상태, 제조회사의 신뢰도 등에서 가장 높은 평가를 받았다.

(좋은사람들 : 65.8, BYC : 56.7,
쌍방울 : 55.6)

■ 여성내의

신영와코루 - 5년 연속 1위

- ▶ 신영와코루의 경우 전반적 만족도, 재구입 의향 등 평가 항목 전반에서 만족도가 가장 높은 것으로 나타났다.

(신영와코루(비너스) : 63.5,
남영L&F(비비안) : 61.0)

■ 유아복

EfE(해피랜드) - 1위 탈환

- ▶ EfE(해피랜드)는 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히 구입편리성, 판매원의 응대태도, 매장진열 및 환경 등에서 만족도가 가장 높았다.

(EfE(해피랜드) : 58.6, 아가방 : 55.4,
베비라 : 53.9)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 정장구두

금강제화 - 3년 연속 1위

- ▶ 금강제화는 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도 등 평가 전반에 걸쳐 가장 높은 평가를 받았으며, 제품 구색 다양성, 직원의 응대태도를 제외한 대부분의 항목에서 만족도가 가장 높았다.

(금강제화 : 63.9, 에스콰이아 : 60.2, 엘칸토 : 53.9)

■ 캐주얼화

금강제화(랜드로바) - 2년 연속 1위

- ▶ 랜드로바는 평가 전반에 걸쳐 높은 평가를 받았으며, 세부 요소 중에서는 가격 적절성을 제외한 대부분의 항목에서 높은 만족도를 보였다.

(금강제화(랜드로바) : 58.6, 에스콰이아(영에이지) : 53.6)

■ 화장지

유한킴벌리 - 4년 연속 1위

- ▶ 유한킴벌리는 평가 전반에 걸쳐 높은 평가를 받았으며, 특히 향과 재질, 포장디자인, 회사 신뢰도 등에서 만족도가 높은 것으로 나타났다.

(유한킴벌리 : 57.2, 모나리자 : 56.2, 대한펄프 : 54.4)

■ 치약

태평양 - LG생활건강 앞서 1위

- ▶ 태평양은 전반적 만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소에서는 양치 후 개운함, 거품의 양, 잇몸질환 예방 등 대부분의 항목에서 만족도가 높았다.

(태평양 : 56.4, LG생활건강 : 55.5, 애경산업 : 50.2)

■ 세탁세제

CJ - 부동의 8년 연속 1위

- ▶ CJ는 전반적 만족도, 재구입 의향에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세탁 후 옷감에 의한 자극을 제외한 세부 요소에서도 만족도가 가장 높았다.

(CJ : 66.6, LG생활건강 : 59.6, 애경산업 : 56.7)

■ 주방세제

CJ - 3년 연속 1위 유지

- ▶ CJ의 경우 재구입 의향과 요소만족도 등 평가 전반에 걸쳐 만족도가 가장 높았으며, 가격 적절성을 제외한 모든 세부 요소에서 가장 높은 만족도를 보였다.

(CJ : 62.7, 애경산업 : 54.6, LG생활건강 : 52.7)

■ 섬유유연제

피죤 - 2년 연속 1위

- ▶ 피죤은 평가 전반에 걸쳐 가장 높은 만족도를 보였으며, 세부 요소중에서 용기 디자인과 품질 대비 가격을 제외한 모든 항목에서 가장 높은 만족도를 보였다.

(피죤 : 67.5, 옥시 : 63.5, LG생활건강 : 62.9)

■ 샴푸

한국 P&G - 6년 연속 1위 지켜

- ▶ 한국P&G는 전반적 만족도, 요소만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소에서는 대부분의 품질요소와 회사 신뢰도 등에서도 만족도가 가장 높았다.

(한국 P&G : 66.7, 유니레버코리아 : 65.7, LG생활건강 : 54.7, 애경산업 : 53.1, 태평양 : 52.1)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 화장비누

유니레버코리아 - 2년 연속 1위

- ▶ 유니레버코리아의 경우 모든 항목에서 가장 높은 만족도를 나타냈으며 특히, 보습력과 순함, 풍부하고 부드러운 거품 등에서 높은 만족도를 나타냈다.

(유니레버코리아 : 66.0, 동산C&G : 58.5,
CJ : 55.7, 태평양 : 52.9,
애경산업 : 52.9, LG생활건강 : 50.8)

■ 스포츠화

나이키 - 1위 차지

- ▶ 나이키의 경우 모든 항목에서 가장 높은 만족도를 나타냈으며, 특히 품질 관련 요소 및 회사신뢰도 등에서 높은 만족도를 나타냈다.

(나이키 : 67.0, 아디다스 : 59.3,
프로스펙스 : 58.0, 르가프 : 51.6)

■ 여성용 기초화장품

태평양 - 3년 연속 1위

- ▶ 태평양은 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도 등에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 세부 항목에서는 구입 편리성을 제외한 모든 항목에서 가장 높은 만족도를 보였다.

(태평양 : 67.3, 코리아나 : 56.4,
LG생활건강 : 54.5, 한불화장품 : 54.0)

■ 남성용 기초화장품

태평양 - 2년 연속 1위

- ▶ 태평양은 재구입 의향과 요소만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세부요소 중에서는 보습성, 구입 편리성을 제외한 모든 항목에서 만족도가 가장 높았다.

(태평양 : 54.4, 소망화장품 : 53.1,
LG생활건강 : 46.8)

■ 생리대

한국P&G - 1위 차지

- ▶ 한국P&G는 전반적 만족도, 재구입 의향 및 요소만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 커버 부드러움, 흡수력, 착용감, 냄새흡수 등 품질 관련 요소에서 만족도가 높은 것으로 나타났다.

(한국P&G : 66.7, 유한킴벌리 : 64.0,
대한펄프 : 63.5)

3) 일반서비스업

■ 주유소

SK - 3년 연속 1위

- ▶ SK는 전반적 만족도, 요소만족도, 재구입 의향에서 높은 평가를 받았으며, 특히 휘발유 및 경유의 품질, 주유태도, 부가서비스, 마일리지 서비스 등에 대한 만족도가 가장 높았다.

(SK : 51.8, LG-Caltex정유 : 48.6,
현대정유 : 47.1, S-OIL : 47.1)

■ 백화점

현대백화점 - 3년 연속 1위

- ▶ 현대백화점은 전반적 만족도, 요소 만족도에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 상품의 질, 교환 및 반품 용이성, 회사 신뢰성, 직원의 응대태도 등 모든 요소 만족도에서 가장 높은 점수를 나타냈다.

(현대 : 61.6, 신세계 : 60.7,
롯데 : 58.4, 갤러리아 : 58.0)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 패밀리레스토랑

아웃백 - 1위 차지

- ▶ 아웃백스테이크하우스는 요소만족도, 전반적만족도, 재구입 의향에서 가장 높은 만족도를 보였고, 세부 요소에서는 음식의 맛, 대기고객 관리의 우수성, 제휴서비스 다양성 등에서 높은 평가를 받았다.
(오지정아웃백스테이크하우스 : 62.8, riseON(베니컨스) : 59.5, CJ푸드빌(VIPS) : 57.5, 푸드스타(TGIF) : 55.1)

■ 대형할인매장

신세계이마트 - 4년 연속 1위 차지

- ▶ 신세계이마트는 전반적 만족도, 재이용 의향 및 요소만족도 등에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히, 상품의 질, 상품 구색, 품질 대비 가격, 직원 응대태도 등에서 가장 높은 평가를 받았다.
(신세계이마트 : 62.1, 삼성홈플러스 : 55.0, 까르푸 : 48.9, 롯데마트 : 45.0)

■ 편의점

LG유통(LG25) - 2년 연속 1위

- ▶ LG유통(LG25)는 재이용 의향과 요소만족도에서 높은 평가를 받았으며, 특히, 세부 요소 중에서 진열상태의 우수성, 직원 응대태도, 회사의 신뢰도 등의 항목에서 만족도가 높은 것으로 나타났다.
(LG25 : 41.6, 미니스탑 : 38.8, 바이더웨이 : 38.6, 세븐일레븐 : 38.3, 웨밀리마트 : 37.2)

■ 대형서점

교보문고 - 8년 연속 1위

- ▶ 교보문고는 전반적 만족도, 재이용 의향, 요소만족도 등에서 높은 평가를 받았으며, 세부 요소 중에서는 서적의 다양성, 서점의 신뢰도, 환경 및 청결상태, 직원 안내 우수성 등 모든 요소에서 만족도가 가장 높은 것으로 나타났다.
(교보문고 : 54.5, 영풍문고 : 46.9)

■ TV홈쇼핑

LG홈쇼핑 - 2년 연속 1위

- ▶ LG홈쇼핑은 전반적만족도에서 높은 평가를 받았으며, 세부 요소에서는 상품 구색의 다양성, 직원 응대태도, 배송포장 우수성, 회사 신뢰도가 높은 평가를 받았다.
(LG홈쇼핑 : 52.2, 현대홈쇼핑 : 51.8, CJ홈쇼핑 : 50.8, 농수산홈쇼핑 : 46.1, 우리홈쇼핑 : 44.6)

■ 시외·국제전화

KT - 5년 연속 1위

- ▶ KT는 전반적 만족도, 재이용 의향, 요소만족도 등에서 높은 평가를 받았으며, 특히, 통화음질, 통화중 비혼선·비단절, 요금부과 정확성 등에서 만족도가 가장 높은 것으로 나타났다.
(KT : 58.1, 데이콤 : 50.6, 온세통신 : 43.4)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 학습지

재능교육 - 첫 1위 영예

- ▶ 재능교육은 전반적 만족도에서 높은 만족도를 보였으며, 세부 요소 중에서 내용의 체계성, 교사의 지도 우수성, 상담의 우수성 등에서 높은 평가를 받았다.

(재능교육 : 57.0, 용진닷컴 : 56.9,
공문교육연구원 : 55.7, 대교 : 50.0)

■ 콘도미니엄

대명콘도 - 2년 연속 1위

- ▶ 대명콘도는 전반적 만족도, 재구입 의향, 요소만족도에서 높은 평가를 받았으며, 세부 요소에서는 회사의 신뢰성, 객실의 청결성, 객실의 편의시설, 직원의 친절성 등의 만족도가 높은 것으로 나타났다.

(대명콘도 : 58.9, 한화콘도 : 50.8)

■ 패스트푸드점

KFC - 버거킹 제치고 1위

- ▶ KFC는 재이용 의향, 요소 만족도 등에서 높은 평가를 받았으며, 세부 요소 중 음식의 맛과 신선도, 메뉴 다양성, 위생관리 등의 항목에서 만족도가 높은 것으로 나타났다.

(두산외식BG(KFC) : 58.3,
두산식품BG(버거킹) : 57.3,
롯데리아 : 53.4, 한국맥도날드 : 52.8)

■ 피자전문점

피자헛 - 4년 연속 1위 차지

- ▶ 피자헛은 전반적 만족도, 재이용 의향, 요소만족도 등에서 가장 높은 평가를 받았으며, 음식 맛, 메뉴의 다양성, 직원 응대태도, 등에서 만족도가 높은 것으로 나타났다.

(피자헛 : 63.1, 도미노피자 : 61.1)

■ 제과점

CJ(뚜레쥬르) - 3년 연속 1위 차지

- ▶ CJ(뚜레쥬르)의 경우 전반적 만족도, 재이용 의향, 요소만족도 등에서 높은 평가를 받았으며, 제품의 맛, 신선도, 직원의 응대태도, 매장의 청결성, 가격의 적절성 항목에서 만족도가 가장 높은 것으로 나타났다.

(CJ(뚜레쥬르) : 64.4,
파리크라상(파리바게트) : 60.4,
크라온베이커리 : 55.9)

■ 생활정보신문

교차로 - 첫 1위

- ▶ 생활정보신문에서는 교차로가 전반적 만족도와 요소만족도에서 높은 만족도를 보여 1위를 차지하였다. 세부 요소에서는 제공되는 정보의 양, 정보의 정확성, 직원의 응대태도, 정보 게재 비용의 적절성 등이 만족도가 높았다.

(교차로 : 45.5, 미디어윌(버블시장) : 44.7,
가로수 : 30.9)

■ 고속버스

한진고속 - 1위 영예

- ▶ 한진고속은 재이용 의향, 전반적만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소 중에서 기사의 친절성, 승차감 우수성, 차내의 청결성, 서비스 대비 요금 적절성 등에서 1위를 차지하였다.

(한진고속 : 52.2, 중앙고속 : 50.3,
금호고속 : 50.0, 중앙고속 : 47.5,
천일고속 : 45.7, 동부고속 : 43.1)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 항공

아시아나항공 - 1위 탈환

- ▶ 아시아나항공의 경우 전반적 만족도, 재이용 의향, 요소만족도 등에서 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 특히 기내시설/환경, 직원 응대태도, 항공원 발권서비스 등의 만족도가 높았다.

(아시아나항공 : 57.7, 대한항공 : 56.5)

■ 택배서비스

우정사업본부(우체국택배)
- 2년 연속 1위

- ▶ 우체국택배는 전반적만족도, 재이용 의향 및 요소만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히 배달의 신속성 및 안전성, 직원 응대태도, 신청접수 편리성 등의 요소에서 높은 만족도를 보였다.

(우정사업본부(우체국택배) : 61.3,
대한통운 : 58.2, 현대물류 : 57.6,
한진택배 : 56.9)

■ 인터넷 쇼핑몰

인터파크 - 2년 연속 1위 차지

- ▶ 인터파크는 전반적 만족도와 재이용 의향, 요소만족도에서 높은 평가를 받았으며, 세부 요소 중에서 구색의 다양성, 배송 신속성, 검색 편리성, 상품 품질 등에 대한 만족도가 특히 높은 것으로 나타났다.

(인터파크 : 54.9, CJ몰 : 47.0,
삼성몰 : 44.7, LG-eSHOP : 44.5,
다음쇼핑 : 41.4)

■ 이동전화서비스

SK텔레콤 - 7년 연속 1위

- ▶ SK텔레콤은 평가 요소 전반에 걸쳐 가장 높은 평가를 받았으며, 특히, 통화품질, 무선인터넷 서비스, 부가서비스, 콜센터 및 지점/대리점 서비스 등에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났다.

(SK텔레콤 : 57.7, KTF : 50.5,
LG텔레콤 : 37.4)

■ 초고속통신망

KT - 1위 올라

- ▶ KT는 전반적 만족도, 재이용 의향, 요소만족도 등에서 가장 높은 평가를 받았으며, 특히 설치직원 친절성, 개통약속 준수성, 상담원 친절성, 고장신고 편리성 등의 요소에서 만족도가 높은 것으로 평가되었다.

(KT : 45.8, 하나로통신 : 42.1,
두루넷 : 39.9, 드림라인 : 30.6)

■ 은행

하나은행 - 1위 탈환

- ▶ 하나은행은 전반적 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 세부 요소 중에서 업무에 대한 직원의 숙지도, 지속적 거래에 따른 혜택, 자동화기기 이용 편리성 등에서 만족도가 가장 높은 것으로 나타났다.

(하나 : 52.9, 신한 : 51.6,
농협 : 50.0, 외환 : 49.5,
우리 : 49.3, 제일 : 46.6,
KB국민 : 45.5, 기업 : 44.8,
조흥 : 44.5, 한미 : 42.3)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 신용카드

삼성카드 - BC카드 제치고 1위

- ▶ 삼성카드는 재이용 의향과 요소만족도가 가장 높았으며, 특히 유익한 부가서비스, 현금서비스 이용 편리성, 청구서 정확성, 장기이용 고객에 대한 혜택, 회사 신뢰도 등에서 가장 높은 평가를 받았다.

(삼성카드 : 45.5, BC카드 : 45.1,
KB카드 : 41.9, LG카드 : 34.6)

■ 할부금융

현대캐피탈 - 1위 차지

- ▶ 현대캐피탈은 전반적 만족도, 요소만족도가 가장 높았으며, 특히 서류작성 및 절차 간편성, 원금 및 이자 상환 편리성 등에서 만족도가 가장 높게 나타났다.

(현대캐피탈 : 29.7, 삼성카드 : 25.1,
LG카드 : 24.8)

■ 생명보험

교보생명 - 1위 차지

- ▶ 교보생명은 전반적 만족도, 요소만족도가 가장 높았으며, 특히 설계사의 상품 권유 및 설명, 가입 후 정보제공, 사고 보험금 수령 시 신속한 업무처리 등의 만족도가 높았다.

(교보생명 : 54.6, 삼성생명 : 53.7,
대한생명 : 47.7)

■ 자동차보험

삼성화재 - 7년 연속 1위

- ▶ 삼성화재는 전반적 만족도, 재이용 의향, 요소만족도 등에서 가장 높은 평가를 받았으며, 사고시 초기 조치 및 보험료 적절성 외의 요소에서 만족도가 높았다.

(삼성화재 : 56.4, 현대해상 : 50.4
LG화재 : 49.0, 동부화재 : 47.1,
중앙화재 : 46.7)

■ 스키장

용평리조트 - 2년 연속 1위

- ▶ 용평리조트는 전반적 만족도, 재이용 의향에서 평가가 높았으며, 세부 요소 중에서 슬로프의 다양성, 리프트 이용의 편리성 등에서 만족도가 가장 높았다.

(용평리조트 : 53.5, 보광휘닉스파크 : 53.3,
현대성우리조트 : 52.0, 대명레저산업 : 52.2,
무주리조트 : 49.7, 베어스타운 : 32.6)

■ 검색포탈사이트

NHN(네이버) - 1위 차지

- ▶ 네이버의 경우 전반적 만족도, 재이용 의향, 요소만족도 등 전반적인 평가가 높았으며, 특히 검색의 편리성, 정확성, 정보의 유용성, 접속의 용이성 등에서 만족도가 높은 것으로 나타났다.

(NHN(네이버) : 62.4, 야후코리아(54.2),
지식발전소(엠포스)(53.7))

■ 종합병원

삼성서울병원 - 6년 연속 1위

- ▶ 삼성서울병원은 전반적으로 만족도가 매우 높았으며, 특히 진료의 질, 진료수준 대비 진료비, 직원 응대태도, 의료진의 관심도 등에 대한 만족도가 높았다.

(삼성서울병원 : 63.1, 서울아산병원 : 53.9,
서울대병원 : 48.5, 강남성모병원 : 45.9,
신촌세브란스병원 : 39.8)

(2) 2004년도 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과 (계속)

■ 종합레저시설

삼성에버랜드 - 10년 연속 1위의 영예

- ▶ 에버랜드는 전반적 만족도, 재이용 의향, 요소만족도 등 평가항목 전반에 걸쳐 우수한 평가를 받았다. 특히, 고객만족요소 측정 모든 항목에서 가장 만족도가 높았으며, 놀이시설의 다양성 및 안전성, 주차편리성에 대한 만족도는 경쟁사 대비 10점 이상의 격차를 보였다.

(삼성에버랜드 : 64.1, 롯데월드 : 49.1, 서울랜드 : 44.0)

■ 영화관

메가박스 - CGV 누르고 1위 탈환

- ▶ 메가박스는 전반적 만족도, 요소 만족도에서 높은 평가를 받았으며, 특히, 영상시설, 음향시설, 좌석높이 적절성, 신뢰도, 의자의 안락성, 직원 응대태도 등 대부분의 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.

(메가박스 : 69.3, CJ CGV : 65.1, 롯데시네마 : 59.6)

4) 공공서비스업

■ 일반행정

정보통신부 우정사업본부 - 6년 연속 1위

- ▶ 정보통신부 우정사업본부는 신뢰도, 배달의 정확성, 접수의 편리성, 배달의 신속성, 업무처리의 신속·정확성, 영업장 청결성 등의 만족도가 높은 것으로 나타났다.

(우편서비스 : 59.9, 전력 : 54.3, 철도 : 45.4, 세무서 : 42.7, 수도 : 40.5, 고속도로관리서비스 : 38.5, 등기소 : 32.6, 경찰서·파출소 : 26.9, 교육서비스 : 18.8)

■ 지하철

대구지하철공사 - 첫 1위 올라

- ▶ 대구지하철공사는 전반적 만족도와 재이용의향에서 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소 중에서 승차권 구입의 편리성, 서비스 수준 대비 요금의 적절성 등에서 가장 높은 만족도를 보였다.

(대구지하철공사 : 61.7, 인천지하철공사 : 58.4, 부산교통공단 : 54.5, 광주도시철도공사 : 52.9, 서울도시철도공사 : 52.0, 서울지하철공사 : 34.6, 수도권국철 : 29.3)

■ 도시가스

부산도시가스 - 2년 연속 1위

- ▶ 부산도시가스는 전반적 만족도와 요소만족도에서 가장 높은 평가를 받았으며, 가스공급의 원활성, 렌지연결 신청의 용이성, 이용의 안전성, 검침결과와 정확성 등의 만족도가 높은 것으로 나타났다.

(부산도시가스 : 66.8, 대구도시가스 : 58.4, 금릉도시가스 : 56.9, 서울도시가스 : 55.8, 대한도시가스 : 55.4, 경릉도시가스 : 55.2, 삼천리도시가스 : 53.3, 한진도시가스 : 51.9)

■ 광역시청

대전광역시 - 광역시청 부문 1위

- ▶ 대전광역시는 전반적 만족도에서 광역시청 중 가장 높은 만족도를 보였으며, 세부 요소에서는 사무실 환경의 청결성, 지역내 환경개선 노력, 업무처리의 신속성, 업무처리 절차의 간편성 등에서 상대적으로 높은 점수를 얻어 광역시청 고객만족도 1위에 올랐다.

(대전시 : 57.7, 대구시 : 56.0, 광주시 : 54.7, 부산시 : 49.9, 울산시 : 47.7, 경기도 : 46.6, 인천시 : 44.2, 서울시 : 42.5)

■ 부록1 : KCSI 소개

1. KCSI(Korean Customer Satisfaction Index : 한국산업의 고객만족도)의 정의

한국산업의 각 산업별 상품, 서비스에 대한 고객들의 만족정도를 나타내는 지수로서 미래의 질적인 성장을 보여주는 지표이다. KCSI는 한국능률협회컨설팅이 한국산업의 특성을 감안하여 개발한 한국형 고객만족도 측정 모델이며, 국내에서 가장 오랜 역사와 공신력을 인정받고 있는 한국산업의 대표적인 고객만족지수이다.

2. KCSI 조사의 배경 및 목적

- KCSI는 경제성장의 양적성장을 평가하는 GNP, GDP등 생산성 지표와는 달리 국가산업경제의 질적성장을 평가하는 지표이다.
한국능률협회컨설팅은 우리나라 산업의 질적성장을 유도하고 각 산업 또는 기업들이 경쟁력을 확보할 수 있도록 1992년 국내최초로 KCSI 측정 방법론을 개발하였다.
- KCSI조사 결과는 매년 우리나라 경제사회에 공표함으로써 각 산업 및 기업의 현 위치를 확인하고 향후 관련산업 및 기업의 경쟁력 향상을 위한 기초자료로 활용할 수 있도록 하는 데에 그 목적이 있다. KCSI 조사결과를 통해 각 기업은 시장에서의 자사 경쟁력 파악은 물론 고객의 불만을 야기하는 상품이나 서비스의 문제점들을 개선함으로써 고객 지향적인 경영활동을 전개할 수 있도록 할 수 있다. 또한 미래에 자사의 성장 가능성을 예측함으로써 미래에 대한 대비를 할 수 있게 해준다.
- KCSI 조사결과는 우리나라 산업경제의 거시적 방향설정을 위한 정부 경제정책에 활용되고 개별기업의 경영정책수립에 활용됨은 물론 소비자 권익보호에도 일조함으로써 궁극적으로 국민 생활의질을 향상시키는 산업문화가 정착되는데 기여할 것으로 믿는다.

3. KCSI의 역사

- KCSI는 '92년도 한국적 시장특성에 맞는 고객만족지수 측정방법론으로 개발되며 매년 1회씩 우리나라 소비산업을 대표하는 업종을 중심으로 조사하여 공표해 왔으며, 우리나라 산업의 질적 성장을 유도하고 각 기업들이 경쟁력을 확보하는데 자료를 활용하도록 지원하고 있다.

년도별 KCSI 조사현황

구 분	1992년	1993년	1994년	1995년	1996년	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
제조업	7개	7개	5개	5개	7개	14개	33개	32개	43개	48개	53개	53개	63개
서비스업	5개	1개	7개	8개	8개	30개	27개	42개	45개	47개	47개	47개	47개
계	12개	8개	12개	13개	15개	44개	60개	74개	88개	95개	100개	100개	110개

부록1 : KCSI 소개(계속)

4. KCSI 모델

- 제품, 서비스, 이미지 요소에 대한 요소별 만족수준

요소인지 품질

- 제품, 서비스, 이미지 요소에 대해 고객중요도가 감안된 만족도

요소 가치

- 제품, 서비스, 이미지 요소에 대한 요소별 고객 중요도

요소 만족도

KCSI

- 제품, 서비스, 이미지 등을 종합한 만족 수준

전반적 인지품질

고객충성도

- 제품, 서비스에 대한 향후 재구입(거래) 의향

5. KCSI 산출방법

본 조사의 고객만족도(KCSI)는 전반적 만족도 40%, 요소 만족도 40%, 그리고 재구입(거래) 의향률 20%를 반영한 점수이다.

■ KCSI(종합만족도)

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

⇒ 전반적 만족도

설문지상의 전반적인 만족정도를 묻는 질문에 「매우만족」과 「만족」에 응답한 비율(Top 2 비율)

⇒ 요소 만족도

$$\sum_{i=1}^n C_i \cdot W_i \quad \text{※ } C_i : i\text{번째 세부요소의 TOP 2 비율}$$

$$W_i : i\text{번째 세부요소의 중요도 가중치}$$

⇒ 재구입(거래)의향률

향후 재구입(거래) 의향을 묻는 질문에서의 Top 2 비율(「재구입(거래) 의향이 매우있다」와 「재구입(거래) 의향이 있다」에 응답한 비율)