NCSI 세탁기 등 16개 업종 1위 **LG전자** 한국영업본부장 김영락 사장



LG전자 제공

공감지능 AI, 스마트홈 설루션… '오늘보다 더 나은 삶' 선사할 것

LG전자가 2025년 국가고객만족도(NCSI·National Customer Satisfaction Index) 조사에서 총 16개 업종 1위를 석권하며 10년 연속 최다 수상 기업에 올랐다. 올해 LG전자는 세탁기·에어컨·냉장고·제습기·김치냉장고·공기청정기·TV·로봇청소기·무선청소기·건조기·정수기·의류관리기·식기세척기·전기레인지·노트북PC·가전구독 업종에서 최고점을 받았다. 업종별로 보면 세탁기와 에어컨은 20년, 냉장고는 14년, 제습기는 11년, 김치냉장고는 10년 연속으로 1위를 수성했다.

김영락 LG전자 한국영업본부장(사장)은 "고객 삶의 질과 가장 맞닿아 있는 주요 가전을 중심으로 오랜 기간 꾸준한 사랑과 신뢰를 받아왔다는 점이 뜻깊다"며 "지속적인 고객 가치 혁신과 타협 없는 기술력으로 앞으로도 차별화된 제품과 서비스를 제공할 것"이라고 말했다.

한때 '신가전'으로 불렸던 스타일러·로봇청소기·식기세척기 등도 점차 필수가전으로 자리 잡으면서 업종별로 각각 5년, 8년, 4년 연속 1위를 기록했다. 그중 의류관리기라고도 불리는 스타일러(Styler)는 LG전자가 2011년 세계 최초로 출시한 제품이다. 이달 특허청 발표에 따르면 스타일러는 국제 상품 명칭으로 채택, 세계지식재산기구(WIPO) 누리집을 통해 전 세계에 공개됐다. 내년 1월부터는 국제적인 상품 분류 체계인 니스국제상품분류에도 적용된다.

제품뿐 아니라 서비스 및 고객 접점 측면에서도 LG전자는 높은 평가를 받았다. NCSI 조사 대상으로 올해 신규 추가된 '가전 구독' 업종에서 단독 1위를 차지했으며, LG전자 베스트샵을 운영하는 자회사 하이프라자도 '전자제품 전문점' 업종에서 1위로 꼽혔다.

가전 구독은 빠르게 변화하는 라이프 스타일과 갈수록 복잡해지는 고객 필요에 대응하기 위해 LG전자가 선제적으로 제시한 개념이다. 김 본부장은 "LG전자가 대대적으로 캠페인을 펼치며 가전 소비의 새로운 패러다임으로 자리 잡았다는 평가를 받는다"고 전했다. 지난해 LG전자 구독 매출은 1조6727억 원(케어 서비스 매출 제외)에 달했으며, 국내 시장에서의 성공을 바탕으로 말레이시아, 대만, 태국, 인도 등 해외시장에도 구독 모델을 확대하고 있다.

또한, LG전자는 최근 AI(인공지능) 브랜드 페이지 개설, 공감 지능 AI 팝업 갤러리 운영, AI 테크멘터리 제작 등을 통해 고객들에게 더 새롭고 풍부한 일상을 제공하는 공감 지능 AI를 적극적으로 알리고 있다. 김 본부장은 "LG전자의 공감 지능 AI는 공간의 컨디션과 이용자의 생활 방식, 주변 상황 등을 자동으로 파악해 더욱 편리한 일상을 제공한다"고 말했다. 공감 지능 AI는 이용자의 기분이나 감정, 사투리까지 이해해 자연스럽게 소통하는 감성형 AI를 지향하기도 한다.

김 본부장은 "가전 구독과 같이 선진적인 비즈니스 모델과 공감 지능 AI, 스마트홈 설루션 등 최신 기술을 통해 고객에게 오늘보다 '더 나은 삶(A Better Life)'을 영속적으로 선사하는 기업이 될 수 있도록 앞으로도 LG전자의 혁신 DNA를 더욱 활성화시켜나갈 것"이라고 말했다.

한편, LG전자는 이달 NCSI 10년 연속 최다 업종 1위 기념 쿠폰팩 이벤트를 진행한다. 베스트샵에서 행사 모델을 구매하거나 구독하면 최대 30만원 할인이나 멤버십 포인트 적립 혜택을 제공한다. 10일부터 21일까지 LG전자 멤버십 애플리케이션이나 베스트샵 홈페이지에서 쿠폰팩을 다운로드받을 수 있으며 사용 기한은 31일까지다. 조재희 기자

2025년 2분기 NCSI 업종별 전체 순위 *괄호 안은 전년도 순위

순위	기업명	점수	향상률
■ 김치냉장고			
1(1)	LG전자	80	-1.2%
2(2)	삼성전자	79	0.0%
3(3)	위니아	76	0.0%
■ 냉장고			
1(1)	LG전자	80	-1.2%
2(2)	삼성전자	79	-1.3%
3(3)	위니아	77	0.0%
■ 세탁기			
1(1)	LG전자	82	0.0%
2(2)	삼성전자	81	0.0%
3(3)	위니아	80	2.6%
■ 식기세척기			
1(1)	LG전자	81	1.3%
2(2)	삼성전자	80	1.3%
■ 전기레인지			
1(1)	LG전자	78	-1.3%
1(2)	삼성전자	78	0.0%
3(3)	경동나비엔 (구 SK매직)	76	-1.3%
3(-)	쿠쿠전자	76	-
■ 에어컨			
1(1)	LG전자	81	0.0%
1(1)	삼성전자	81	0.0%
3(4)	오텍캐리어	79	1.3%
3(3)	위니아	79	0.0%
■ 정수기			
1(1)	LG전자	78	-1.3%
1(1)	코웨이	78	-1.3%
3(3)	SK매직	77	-1.3%
4(3)	쿠쿠홈시스	76	-2.6%
■ 제습기			
1(1)	LG전자	79	0.0%
2(2)	위닉스	78	1.3%
3(3)	위니아	76	1.3%
■ 공기청정기			
1(1)	LG전자	79	0.0%
2(2)	삼성전자	78	0.0%
3(3)	코웨이	77	0.0%
■ 로봇청소기			
1(1)	LG전자	79	-1.3%
1(1)	삼성전자	79	-1.3%
■ 무선청소기			
1(1)	LG전자	78	-2.5%
2(2)	다이슨	77	-2.5%
2(2)	삼성전자	77	-2.5%
■ 의류건조기			
1(1)	LG전자	80	-1.2%
1(2)	삼성전자	80	0.0%
3(3)	위닉스	79	1.3%
■ 의류관리기			
1(1)	LG전자	78	-1.3%
2(2)	삼성전자	77	-1.3%
3(3)	코웨이	76	-1.3%
■ 헬스케어(안마가전)			
1(1)	세라젬	75	-2.6%
1(-)	코웨이	75	-
3(1)	바디프랜드	74	-3.9%
■ TV			
1(1)	LG전자	80	1.3%
1(1)	삼성전자	80	1.3%
■ 노트북PC			
1(1)	LG전자	77	-1.3%
2(2)	삼성전자	76	-1.3%
3(3)	레노버	73	-1.4%
■ 스마트폰			
1(1)	삼성전자	81	1.3%
2(2)	애플	80	1.3%

순위	기업명	점수	향상률
■ 복합기(프린터)			
1(1)	캐논코리아	77	-1.3%
2(3)	한국앱손	76	0.0%
3(2)	HP코리아	75	-2.6%
■ 전자제품AS			
1(1)	삼성전자서비스	83	0.0%
2(2)	LG전자	82	0.0%
■ 가스보일러			
1(-)	경동나비엔	80	-
2(-)	귀뚜라미	79	-
2(-)	린나이	79	-
■ 전자제품전문점			
1(-)	삼성전자판매	80	-
1(-)	하이프라자	80	-
3(-)	롯데하이마트	79	-
■ 렌털케어서비스			
1(-)	코웨이	78	-
2(-)	하이케어솔루션	77	-
3(-)	쿠쿠홈시스	75	-
■ 가전구독			
1(-)	LG전자	79	-
2(-)	삼성전자	77	-
■ 중고차플랫폼			
1(-)	케이카	71	-
2(-)	KB차차차	70	-
3(-)	엔카	66	-
■ 백화점			
1(1)	현대백화점	82	1.2%
2(2)	신세계백화점	81	1.3%
3(3)	롯데백화점	80	1.3%
■ 면세점			
1(1)	롯데면세점	79	-1.3%
2(1)	신라면세점	78	-2.5%
2(3)	신세계면세점	78	-1.3%
■ 대형마트			
1(1)	이마트	78	0.0%
2(2)	롯데마트	76	-1.3%
■ 편의점			
1(1)	GS25	78	1.3%
2(2)	CU	77	1.3%
3(3)	세븐일레븐	75	1.4%
■ TV홈쇼핑			
1(1)	현대홈쇼핑	76	-1.3%
2(2)	GS SHOP	75	-1.3%
3(3)	CJ온스타일	74	-1.3%
3(3)	롯데홈쇼핑	74	-1.3%
■ e커머스			
1(1)	쿠팡	76	0.0%
2(2)	네이버플러스 스토어	74	-1.3%
3(4)	G마켓	70	-4.1%
■ 주유소			
1(1)	GS칼텍스	78	0.0%
2(2)	SK에너지	77	0.0%
2(3)	에쓰오일	77	1.3%
4(4)	HD 현대오일뱅크	76	1.3%
■ 도시가스			
1(-)	예스코	71	-
1(-)	해양에너지	71	-
3(-)	대성에너지	70	-
3(-)	부산도시가스	70	-
3(-)	서울도시가스	70	-
6(-)	삼천리	69	-
7(-)	CNCITY	68	-
8(-)	코원 에너지서비스	67	-
■ 서점			
1(1)	교보문고	78	-1.3%
2(2)	예스24	77	-1.3%
3(2)	알라딘	76	-2.6%

NCSI 주유소 1위 **GS칼텍스** 모빌리티&마케팅본부장 김창수 부사장



GS칼텍스 제공

바로 주유·다양한 간편 결제… 고객 목소리 가장 빠르게 반영

"고객의 목소리를 최우선으로 듣고 새로운 주유 경험과 혜택을 제공하기 위해 온라인은 물론, 오프라인에서도 끊임없이 노력하고 있습니다."

김창수 GS칼텍스 모빌리티&마케팅본부장(부사장)은 올해 국가고객만족도(NCSI) 주유소 부문에서 GS칼텍스가 17년 연속 1위에 선정되자 이같이 소감을 밝혔다. 김 부사장은 "시대가 바뀌면 우리 삶의 방식도 함께 달라지고, 에너지 소비 형태 역시 변화하게 된다"며 "고객의 삶과 다양한 에너지 형태를 가깝게 연결하기 위해 항상 고객에게 귀를 기울이며 다 같이 변화를 만들어 갈 것"이라고 말했다. 짧은 주기로 달라지는 고객들의 에너지 소비 방식에 맞춰 새로운 주유 서비스를 만들어가겠다는 것이다.

대표적인 사례로 디지털 기술을 기반으로 한 '에너지 플러스 앱'이 꼽힌다. 에너지 플러스 앱은 주유를 쉽게 하면서도 다양한 정보를 확인할 수 있도록 한 앱으로, 주유 업계 모바일 앱 중 가입자 수가 가장 많다. 특히 '바로 주유' 기능은 고객들에게 좋은 평가를 받고 있다. 주유량과 유종 등 고객 개개인의 주유 패턴을 한 번만 등록하면 이후 여러 번 기름을 넣더라도 주유와 결제 절차가 간편하게 끝나도록 한 서비스다. 에너지 플러스 앱을 열고 스마트폰을 흔들기만 하면 곧바로 실행될 수 있도록 하는 'Shake&Pay' 서비스를 통해서도 손쉽게 활용할 수 있는 게 장점이다.

에너지 플러스 앱은 최근 홈 화면의 위젯을 개선하면서 고객이 앱을 실행하지 않더라도, 위젯만으로 바로 주유와 단골 주유소 확인, 판매 가격 비교 등 필수 기능을 이용할 수 있도록 대폭 개선했다. 또 국내 정유사 최초로 자동차 인포테인먼트와 연계한 애플 카플레이·안드로이드 오토 서비스를 적용하면서 고객 접근성을 높였다는 평가가 나온다. 자동차 디스플레이를 통해 앱의 주요 기능인 주유소 찾기, 바로 주유, 쿠폰·포인트 조회 등이 가능해졌다.

GS칼텍스는 에너지 플러스 앱 외에도 업계 최초로 애플페이, 네이버페이 등 다양한 간편 결제 수단을 도입했다. 김 부사장은 "국내 정유사 중 유일하게 카카오페이, 네이버페이, 페이코, 제로페이 등 4곳의 국내 간편 결제 기능을 모두 이용할 수 있다"며 "올 하반기부터는 셀프 주유소에서 더 간편하게 주유할 수 있도록 개발한 '올인원 셀프 주유기 결제 단말기'에서도 간편 결제 서비스를 이용할 수 있게 시스템을 개선할 계획"이라고 말했다.

GS칼텍스는 주유소 본연의 역할뿐 아니라 물류 기능을 결합·강화한 미래형 주유소로도 사업을 넓혀나가고 있다. 2023년 12월에는 서울 서초구에 GS칼텍스의 미래형 주유소 브랜드인 '에너지 플러스 허브 내곡'이 문을 열었다. 로봇이 물품의 입고와 보관, 출고를 모두 처리하는 도심 물류 센터(MFC·Micro Fulfillment Center)를 주유소 안에 도입한 것은 국내에서 처음이다. 서울 전역으로 물류를 배송할 수 있는 거점으로 내곡동을 선택해 제품의 이동 거리와 시간 등을 절약했다. 이어 지난해 6월에는 '에너지 플러스 허브 죽전'을 새로 선보이며 주유소와 물류 기능을 결합하는 시도를 이어가고 있다.

최근 GS칼텍스가 이처럼 사업을 다각화하는 시도를 이어가는 데 대해 김 부사장은 "고객 목소리를 빠르게 반영하는 것이 서비스 혁신의 핵심"이라며 "새로운 환경과 에너지 변화, 고객의 라이프 스타일 변화에 발맞춰 GS칼텍스 주유소를 찾는 고객들이 혁신적인 경험을 할 수 있도록 서비스를 지속적으로 개선해나갈 계획"이라고 말했다. 조재현 기자

2025년도 2분기 NCSI…

33개 업종·102개 기업 대상 2만6838명에게 직접 조사

2025년 2분기 NCSI(National Customer Satisfaction Index·국가고객만족도) 조사는 지난 3~5월, 전자제품과 유통업 등 총 33업종, 102개 기업을 대상으로 했다. 이번 2분기 조사에는 가스보일러·전자제품 전문점·렌털케어서비스·가전 구독·중고차 플랫폼·도시가스 등 6업종·22개 기업이 추가됐다.

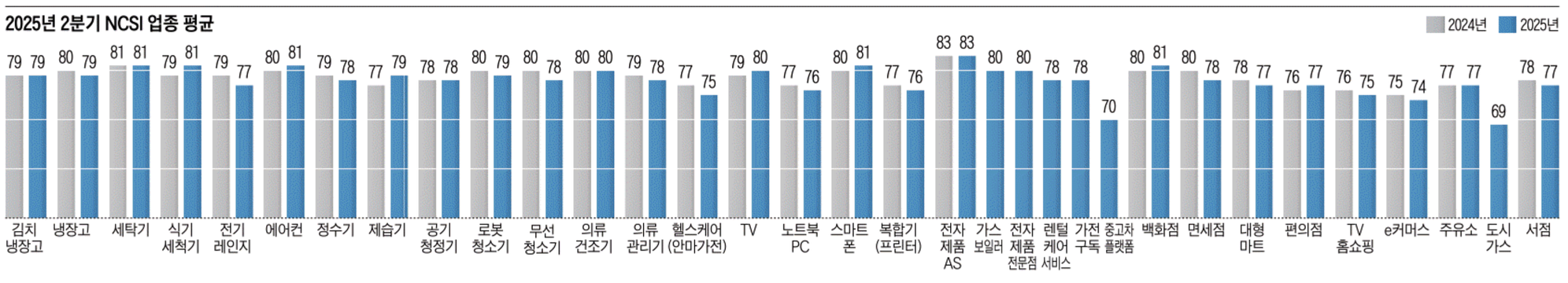
모든 조사는 해당 기업의 제품이나 서비스를 직접 이용한 경험이 있는 20세 이상 60세 미만 고객 2만6838명에게 직접 물어보는 방식으로 이뤄졌다. 백화점은 기업별로 167~278명씩, 면세점·도시가스는 150명씩, 나머지 30업종 88개 기업은 278명씩 조사를 진행했다.

올 2분기 조사에선 7개 업종의 평균 점수가 작년보다 올랐다. 6개 업종은 같은 수준이었고, 14개 업종은 하락했다. 식기세척기와 제습기의 평균 점수가 2점씩 올라 상승 폭이 가장 컸다. 에어컨·TV·스마트폰·백화점·편의점은 작년에 비해 1점씩 올랐다. 김치냉장고·세탁기·공기청정기·의류건조기·전자제품 AS·주유소 업종은 작년과 같았다. 전기레인지·무선청소기·헬스케어·면세점 업종의 평균 점수는 2점씩 하락했다. 냉장고·정수기·로봇청소기·의류관리기·노트북PC·복합기·대형마트·TV홈쇼핑·e커머스·서점은 1점씩 내렸다.

올해 처음 조사가 이뤄진 가스보일러와 전자제품전문점은 각 80점, 렌털케어서비스와 가전 구독은 각 78점, 중고차 플랫폼은 70점, 도시가스는 69점이었다.

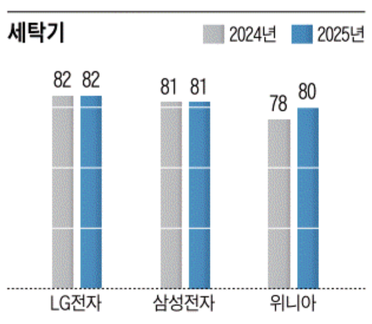
올해로 28년째를 맞은 NCSI는 미국 미시간대 산하 국가품질연구센터가 개발한 미국고객만족지수(ACSI)에 토대를 둔 글로벌 지수로, 일본·싱가포르 등 30여 국가가 도입하고 있다. 최은경 기자

2025년 2분기 NCSI 업종 평균



옷감 맞춰 세탁 모션 알아서 설정 25kg 대용량… 두꺼운 이불도 OK

세탁기 1위 LG전자



올해 NCSI 조사 세탁기 부문에서는 LG전자가 지난해와 같은 82점을 받으며 20년 연속 1위를 차지했다. 삼성전자는 81점, 위니아는 80점으로 각각 2위와 3위를 기록했다.

LG전자는 6가지 동작으로 옷감에 맞게 똑똑한 세탁을 구현한 딥러닝 AI 6모션 세탁 코스, 트루스팀 알러지 케어 코스 등 LG전자만의 차별화된 기술로 좋은 평가를 받았다. 아울러 국내 최대 25kg 세탁 용량을 적용해 대용량의 두꺼운 이불도 가정에서 충분히 세탁이 가능하도록 했고, 세탁이 끝나고 나서 세탁물을 바로 꺼내지 않아도 세탁통을 회전해 냄새와 구김을 방지하는 세탁물 케어 기능을 채택했다. 또 통돌이 세탁기는 세탁기 전면부의 높이를 6.7cm가량 낮춰 몸을 덜 숙여도 세탁물을 쉽게 꺼낼 수 있도록 인체 공학 설계를 적용하고, 자동 세제 투입 기능도 넣었다.

삼성전자는 AI(인공지능) 기술로 옷감의 무게와 오염도를 측정하고 세제를 최적 투입하는 자동 세제함 기능과 세탁 종료 후 습기 제거를 위한 오토오픈 도어, 건조기 사용 고객을 위해 세탁에서 설정한 코스에 맞는 건조 코스를 알아서 설정해주는 AI 코스 연동 등이 인기를 끌었다. 세탁과 건조를 한 번에 끝낼 수 있는 세탁건조기 제품인 'AI 콤보' 제품을 지난해 초 한발 앞서 출시한 데 이어 올해는 세탁 용량을 기존의 15kg에서 18kg으로 한 단계 향상시켰다.

위니아는 늘어나는 1~2인 소형 가구 이용층을 노려 3kg 용량의 전자동 세탁기, 3.5kg 용량의 벽걸이형 드럼 세탁기 등 소용량 제품에서 다양한 플랫폼을 제공하는 점이 긍정적으로 평가됐다. 60도, 80도 두 가지 온도로 뜨거운 물 세탁이 가능해 아기 옷, 속옷 등 소용량의 빨래를 보다 위생적으로 할 수 있도록 했다. 벽걸이형 드럼 세탁기 또한 95도 삶음 세탁 코스를 적용해 생활 속 유해 세균을 제거하게 했다.

조재희 기자

LG전자 AI 바람으로 최적 냉방 삼성전자 무풍으로 습도 관리

에어컨 공동 1위 LG전자·삼성전자





LG전자·삼성전자 제공
❶ 'LG 휘센 오브제컬렉션 타워(맨 왼쪽)'를 포함한 2025년형 LG 휘센 에어컨 제품.
❷삼성전자가 지난 2월 출시한 '비스포크 AI 무풍 콤보 갤러리'.

2025년 국가고객만족도(NCSI) 에어컨 부문 조사에서는 LG전자와 삼성전자가 81점으로 공동 1위에 올랐다. 최근 3개년(2022년 4월~2024년 9월), 에어컨을 구입해 6개월 이상 사용한 20세 이상 59세 이하 여성 주부 고객들의 만족도를 조사한 결과다. LG전자는 20년 연속 1위, 삼성전자는 2022년 이후 4년 연속 1위에 올랐다. 위니아와 오텍캐리어는 79점으로 공동 3위를 기록했다.

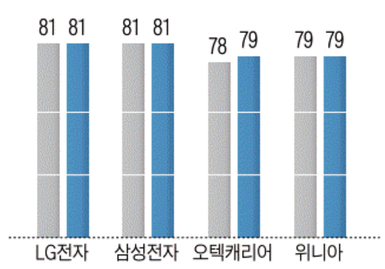
◇LG전자, AI가 설정 온도 패턴 분석

LG전자는 작년 5월, 'LG 휘센 오브제컬렉션 엣지'를 출시하며 AI(인공지능)가 사용자의 설정 온도 패턴을 분석해 자동 운전하는 기능을 선보였다. 작년 1~10월 LG전자의 AI 기능 탑재 모델 국내 판매량은 1년 전 대비 60% 이상 급증했다. 올 들어선 지난 1월 2025년형 'LG 휘센 오브제컬렉션 뷰I 프로'를 출시하며 AI 기능을 한층 강화했다. AI 에이전트 'LG 퓨론'을 탑재해 고객의 의도를 파악, 제품을 제어하는 'AI 음성 인식', 최적의 냉방을 위한 레이더 센서 기반의 'AI 바람' 등을 이용할 수 있게 됐다.

LG전자의 모든 에어컨 모델은 가전 구독 서비스 '케어 솔루션'을 이용할 수 있다. 정기 방문을 통해 필터를 교체하고 제품 상태 등을 점검하며, 구독 기간 동안 무상 수리를 제공한다. 소비자들의 부담은 줄이고 유지와 관리 편의성은 높이는 LG전자의 장기 전략이다.

◇삼성전자는 AI 무풍 에어컨

삼성전자는 AI 무풍 에어컨 제품을 앞세워 기술력으로 승부하고 있다. AI를 이용한 절약·쾌적 운전, 레이더 센서 기반 자동 제어, 음성 비서 빅스비 연동, 전력 예측 관리 등이 가능하다. 작년 5월 '비스포크 AI 무풍 시스템에어컨 인피니트 라인', 지난 2월엔 40~60%의 습도를 유지하는 기능을 갖춘 '비스포크 AI 무풍 콤보 갤러리'를 출시했다. 공간의 습도에 맞춰 섬세하게 냉매를 조절하고 열교환기를 필요한 만큼만 냉각시켜, 에너지 사용량을 기존 제습 기능 대비 최대 30%까지 절감한 제품이다. AI 음성 비서 '빅스비'의 성능도 기존 대비 향상하면서 복잡하고 알아듣기 어려운 명령도 이해하고 수행할 수 있게 했다.



또, 삼성전자는 '삼성 AI 구독클럽'을 통해 무풍 에어컨 제품을 구독 형식으로 이용할 수 있게 하고 있다. 에어컨 유지 관리·위생 관리 서비스도 함께 지원하고 있다.

◇오텍캐리어, 4위에서 3위로

오텍캐리어는 올해 조사에서 작년 대비 고객만족도가 1점 오르며 4위에서 공동 3위로 올라섰다. 작년 6월 신형 '뉴 울트라 플러스' 창문형 에어컨을 출시했는데 물청소가 가능한 분리형 필터와 이중 배수 구조로 유지 관리 편의성이 높다는 평을 받았다. 분해 세척 전문 서비스 '캐치서비스'도 함께 운영하며 고객들이 내부 필터 등 잘 보이지 않는 부위까지 손쉽게 관리할 수 있도록 돕고 있다.

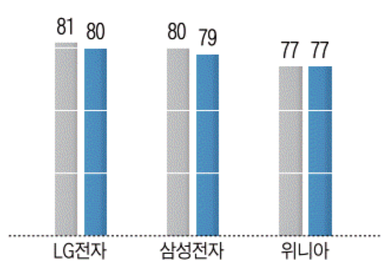
위니아는 지난해 에어컨 생산을 전면 중단, 재고 에어컨을 판매하는 데에 집중했다. 현재 대유위니아그룹 계열사가 연이어 파산 절차에 들어갔고, 위니아는 상장 폐지 했다.

이영관 기자



직수형 냉장고 '스템', AI가 사용 패턴 학습해 온도 유지

냉장고 1위 LG전자



올해 NCSI 냉장고 부문 조사에선 LG전자가 80점을 기록하며 14년 연속 1위를 지켰다. 삼성전자와 위니아는 각각 79점, 77점으로 그 뒤를 이었다.

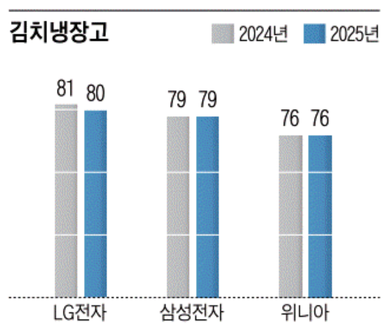
LG전자는 직수관을 연결해 정수와 얼음을 만드는 직수형 냉장고 '스템(STEM)' 브랜드를 지난해 출시해 물통에 물을 받아 얼음을 만드는 기존 냉장고의 불편함을 해결했다는 평가를 받았다. 또 냉장고 사용 패턴을 학습해 온도를 일정하게 유지하는 'AI 냉기케어 시스템'도 탑재했다.

삼성전자는 사용 환경에 따라 컴프레서의 속도를 조절하는 'AI 인버터 컴프레서', 2단계에 걸쳐 에너지 소비를 조절하는 'AI 절약 모드', 냉장고 속 음식 재료를 자동으로 탐지해 요리법을 추천해주는 'AI 비전 인사이드' 모두 좋은 평가를 받았다. 위니아는 냉장실과 냉동실의 온도·습도를 최적으로 제어해 음식 냄새가 섞이지 않게 하는 '듀얼 독립냉각 방식'을 적용한 점이 특징으로 꼽혔다. 다만, 경영 여건 악화로 신제품 출시가 지연되고 있다는 지적을 받았다.

조재현 기자

3단계 냉기 케어 시스템으로 김치·식재료 장기간 신선 보관

김치냉장고 1위 LG전자



올해 NCSI 김치냉장고 부문에서는 LG전자가 80점으로 10년 연속 단독 1위를 차지했다. 삼성전자는 79점으로 2위, 위니아는 76점으로 3위를 기록했다.

LG전자는 지난해 9월 독보적인 냉기 케어 시스템과 맞춤형 보관 기능을 탑재한 2025년형 'LG 디오스 오브제컬렉션 김치톡톡'을 출시했다. 오브제컬렉션 김치냉장고 가운데 최대 용량인 491L(리터) 4도어 타입이다. 하루 240번 냉기를 순환시켜 내부 온도를 균일하게 유지하는 3단계 냉기 케어 시스템을 탑재, 김치뿐만 아니라 다양한 식재료를 장기간 신선하게 보관할 수 있다는 평가를 받았다.

삼성전자도 같은 달 맞춤 보관 기능을 강화하고 냉장고 속 김치 냄새 걱정을 덜어주는 '비스포크 AI 김치플러스'를 선보였다. '메탈 쿨링'과 '맞춤 숙성실'을 탑재하고, 사용자들의 가장 큰 고민인 김치 냄새 퍼짐을 줄여주는 '냄새 케어 김치통'을 선보여 인기를 끌었다. 위니아는 올 1월 1인 가구가 지속적으로 늘어나는 트렌드에 발맞춰 소형 김치냉장고 '딤채 쁘띠'를 출시했다.

조재희 기자

기고

"고객 데이터는 기업 경쟁력 좌우하는 핵심 동력"

국가고객만족도(NCSI) 2분기 1위 기업들의 공통적인 특징은 기능적 품질 경쟁 시대를 넘어 데이터 기반 가치 경쟁으로 빠르게 변화를 꾀하고 있다는 점이다.

LG전자는 15년에 걸쳐 축적한 가전제품 고객 데이터를 정밀 분석해 새로운 가전 구독 경제 모델을 성공적으로 안착시켰다. 삼성전자는 스마트폰·TV·가전 등 수억 대 기기에서 발생하는 사용자 데이터를 바탕으로 초연결화 AI 서비스를 구현하고 있다. 데이터 기반 제품·서비스는 고객의 시간을 절약하고, 생활을 쾌적하게 만들며, 불필요한 소비를 줄이는 방향으로 진화 중이다. 그러나 과도한 정보 수집과 활용으로 인한 고객의 프라이버시 침해 가능성, 데이터 유출이나 해킹과 같은 보안 사고의 위험 등은 문제로 꼽힌다.

이러한 문제를 해결하기 위해선 첫째, 데이터 수집 및 활용에 대한 동의를 명확하게 얻고 활용 범위를 투명하게 밝혀야 한다. 둘째, 기업은 보안에 대한 선제 투자와 지속적인 점검을 통해 고객 정보를 보호해야 한다. 셋째, 데이터 활용의 윤리 기준을 마련하고 내부 데이터 거버넌스를 강화해 고객 신뢰를 얻어야 한다.

앞으로도 고객 데이터는 기업의 경쟁력을 좌우하는 핵심 동력이자, 고객 경험을 혁신하는 원천이 될 것이다. 한국생산성본부는 신뢰할 수 있는 데이터를 기반으로 고객 중심 경영의 방향을 제시하며, 기업의 지속 가능한 성장과 국민 삶의 질 향상에 기여해 나갈 것이다.



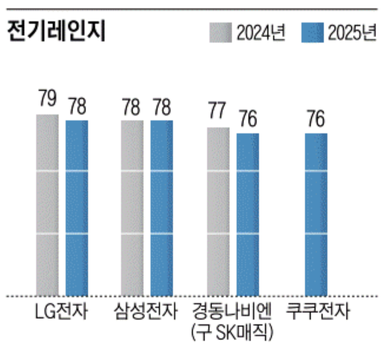
박성중 한국생산성본부 회장

LG전자 물 끓으면 화력 자동 조절 삼성전자 모바일로 인덕션 원격 제어

전기레인지 공동 1위 LG전자·삼성전자

올해 NCSI 전기레인지 부문 조사에서 LG전자와 삼성전자가 나란히 78점을 받아 1위를 차지했다. 쿠쿠전자와 경동나비엔(구 SK매직)은 76점으로 공동 3위였다.

LG전자가 작년 5월 출시한 신형 '디오스 오브제컬렉션 인덕션' 모델에는 사전에 학습된 빅데이터로 끓는 시점을 감지해 화력을 조절하는 '끓음 알림' 기능이 탑재됐다. 시각장애인도 쉽게 인덕션을 쓸 수 있도록 점자를 적용한 '컴포트 키트' 6종을 새로 선보이기도 했다. 삼성전자는 작년 3월 출시한 '비스포크 AI 인덕션'에 모바일로 제어하는 스마트컨트롤 기능을 적용해 외출, 오작동 등의 경우에도 안전하게 원격으로 제어할 수 있도록 했다.



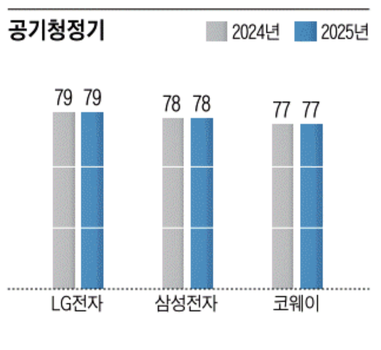
작년 8월 쿠쿠전자가 선보인 '셰프스틱 프리존 인덕션 레인지'는 화구 간 경계를 없애 대형 용기를 빠르고 균일하게 가열할 수 있다는 평가를 받았다. 경동나비엔은 새 브랜드 '나비엔 매직'을 선보이고, 최대 3400W 고화력을 갖춘 인덕션과 공기 질 관리 기술이 적용된 전기 오븐, 레인지 후드 등을 내놓고 있다. 조재현 기자

공기 오염원 9종 자동으로 감지하고 작동

공기청정기 1위 LG전자

2025년 공기청정기 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 LG전자가 79점으로 1위를 차지했다. 삼성전자가 78점으로 2위, 코웨이가 77점으로 3위를 기록했다. 고객만족도는 각 사 모두 작년과 같은 수준이었다.

공기청정기 조사가 시작된 이래 8년 연속 1위를 수성한 LG전자는 이용자 맞춤형 초개인화 설루션으로 높은 평가를 받았다. 올 2월에 출시된 'LG 퓨리케어 AI 오브제컬렉션 360° 공기청정기'에는 'AI 공기 질 센서'가 탑재됐다. '새집증후군' 유발 물질인 포름알데히드 등 오염원 9종을 자동 감지하고 작동한다.



삼성전자는 AI 기반 청정 부스터 기능을 탑재한 프리미엄 공기청정기를 선보인 데 이어 '스마트 순환 운전' 기능을 전용 스마트폰 앱에 추가했다. 공기청정기가 자동으로 공기를 순환시켜주는 기능으로, 구형 모델 구매자도 쓸 수 있다.

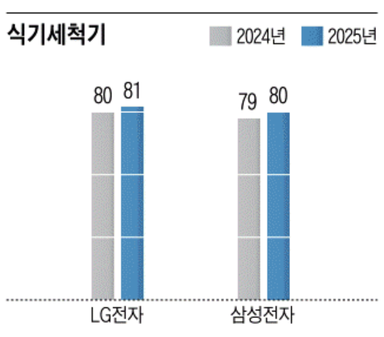
코웨이는 올 초 인기 모델 '노블 공기청정기2'에 100㎡와 133㎡ 라인업을 추가, 상업 시설 등 더 넓은 공간에서도 활용할 수 있게 했다. 최은경 기자

물·전력 낭비 걱정 끝, 14인용 全 모델 에너지소비효율 1등급

식기세척기 1위 LG전자

올해 국가고객만족도(NCSI) 식기세척기 부문 조사에서 LG전자가 전년 대비 1점 오른 81점으로 1위를 달성했다. 2022년 이 부문 조사가 시작된 이후 4년 연속 1위다. 삼성전자는 작년 대비 1점 오른 80점으로 2위를 나타냈다.

LG전자는 에너지 효율과 사용 편의성을 높인 신제품 출시가 효과를 봤다. 지난 1월 출시한 'LG DIOS 오브제컬렉션 식기세척기'는 14인용 전 모델에 에너지 소비효율 1등급이 적용됐다. 식기세척기는 물과 전력 낭비가 많을 것이란 소비자 우려를 해결해 내놓은 제품이다. 응축건조, 자동 문 열림, 열풍을 거쳐 잔여 물기 없이 식기를 건조하는 3단계 '트루건조' 기능도 탑재했다.



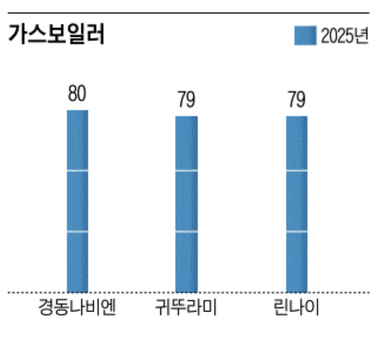
삼성전자는 2025년형 '비스포크 AI(인공지능) 식기세척기'를 지난 2월 출시했다. 기존 대비 고도화된 'AI 맞춤 세척+' 기능을 탑재했다. AI 알고리즘이 음식물과 기름기 등 식기 오염도를 분석, 헹굼 횟수와 세척 온도를 자동 조절해 물과 전기를 덜 쓰게 해준다. 이영관 기자

열효율·친환경성 높여… 가스비 年 44만원 절약

가스보일러 1위 경동나비엔

올해 NCSI부터 처음으로 조사된 가스보일러 부문에서는 경동나비엔이 80점을 받으며 첫 1위에 올랐다. 귀뚜라미와 린나이는 각각 79점으로 2위를 나타냈다.

경동나비엔은 2023년 출시한 'NCB354'의 고품질 난방 성능이 긍정적인 평가를 받았다. 특히 프리미엄 제품에만 적용하던 열교환기를 탑재해 열효율과 친환경성을 향상시킨 점이 특징으로 꼽혔다. 배기가스에 숨겨진 열을 활용하는 콘덴싱 기술로 질소산화물 배출량을 87% 감소시키고, 가스 사용량을 최대 28.4%까지 절감해 일반 보일러 대비 가스비를 연간 44만원 절약한다.



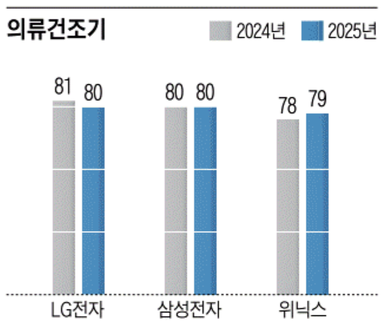
귀뚜라미는 지난해 11월 출시한 '거꾸로 ECO 콘덴싱 L20 가스보일러' 가 일체형 스테인리스 열교환기를 장착해 최대 93.1%의 열효율과 내구성을 확보한 것이 특징으로 꼽혔다. 린나이는 작년 9월 대장균 박테리아 39% 감소, 핑크 물때 원인균 66% 감소, 물 얼룩 스케일 28% 억제 및 기름때 세정 효과 23% 증가를 인증받은 신제품 '울트라파인버블 보일러'를 출시했다. 조재희 기자

LG전자 일체형 '워시타워' 눈길 삼성전자 AI가 최적의 건조 온도 찾아

의류건조기 공동 1위 LG전자·삼성전자

올해 의류건조기 부문 고객 만족도(NCSI) 조사에선 LG전자와 삼성전자가 80점으로 공동 1위에 올랐다. 위닉스는 79점으로 3위를 기록했다.

올해 LG전자는 전년 대비 고객 만족도가 1점 하락했지만, 이 부문 조사가 시작된 2019년부터 7년 연속 1위 자리를 지켰다. 세탁기와 건조기를 결합한 일체형 제품인 '워시타워'를 국내에서 처음으로 출시하고 대용량 제품을 선보이는 등 시장을 선도해 왔다. 털기, 펴주기 등 6가지 자연 건조 동작을 본떠, 건조로 인한 옷감 손상을 줄인 것이 특징이다.



공동 1위를 기록한 삼성전자의 고객 만족도는 전년과 같은 80점으로 조사됐다. AI(인공지능)가 최적의 건조 온도와 시간을 찾는 제품을 지속적으로 확대했다. 애프터서비스(A/S) 강화로 서비스 품질이 전년 대비 3점 오른 점도 눈길을 끈다.

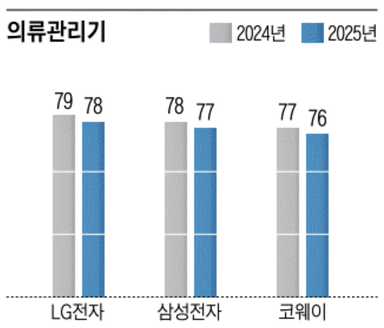
3위 위닉스는 1~2인 가구에 필요한 4kg 용량의 콤팩트 건조기 제품을 위주로 시장을 공략해왔지만, 최근에는 17kg, 19kg 등 대용량 제품도 출시하고 있다. 이영관 기자

바이러스·세균과 땀·담배 등 냄새 유발 물질 18종 99% 탈취

의류관리기 1위 LG전자

2025년 국가고객만족도(NCSI) 의류관리기 조사에서는 LG전자가 78점으로, 조사 시작 이래 5년 연속 1위에 올랐다. 삼성전자가 77점으로 2위, 코웨이가 76점으로 뒤를 이었다.

의류관리기에서 두각을 드러내는 LG전자는 섬유 속 오염원을 제거하는 '트루 스팀 기능'을 업그레이드한 '2025년 뉴 스타일러'를 올 3월 선보였다. 바이러스나 세균, 땀·담배 등 냄새 유발 물질 18종을 99% 탈취해 준다. 또 슬라이딩 스탠드 등을 추가해 사용 환경을 개선했다.



삼성전자는 세탁하지 않고도 살균·주름 제거가 가능한 '비스포크 AI 에어드레서'가 이용자들에게 높은 평가를 받았다. 소비자의 사용 패턴, 계절, 날씨 등에 맞게 최적 코스를 제시하는 'AI 코스 연동' 기능도 적용된다.

코웨이는 의류와 공간의 공기 질을 모두 관리할 수 있는 '사계절 의류 청정기 더블케어'로 제품성을 인정받았다. 또 직영 매장 '코웨이 갤러리'를 제주를 포함한 전국 26곳으로 확대하며, 고객들에게 제품 체험 기회를 제공하고 있다. 최은경 기자

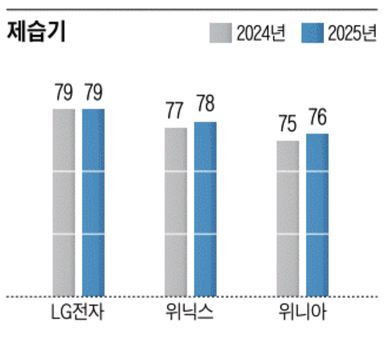
'휘센 오브제컬렉션 제습기' 全 라인업 구독 프로그램 도입

제습기 1위 LG전자

올해 NCSI 제습기 부문 조사에서는 LG전자가 79점으로 11년 연속 1위에 올랐다. 위닉스가 78점, 위니아가 76점으로 뒤를 이었다.

LG전자는 올해 새로 출시한 '휘센 오브제컬렉션 제습기'의 모든 라인업에 가전 구독 프로그램을 도입하고 건조 케이스 등 액세서리를 함께 제공했다. 특히 지난 4월 출시한 23L(리터) 대용량 신제품은 갈수록 길어지는 장마에 대응할 수 있는 제품이라는 평가를 받는다.

51년간 제습 기술을 개발해 온 위닉스는 올해 프리미엄 인버터 제습기 라인업을 12L부터 22L까지 확장해 선택의 폭을 넓혔다. 사후 서비스인 '바른 보증 케어서비스'와 '올분해 케어서비스'를 출시하고 'VOC 신속 처리 프로세스'를 운영해 고객의 신뢰를 높였다는 반응도 나온다. 제습기 보상과 연장 보증 판매 서비스의 매출 비중을 확대하며 장기 고객을 늘리려는 노력도 좋은 평가를 받았다.



위니아는 과거부터 소용량 제습기에서 다양한 라인업을 구축해 1인 가구 수요에 적극적으로 대응해왔다는 게 장점으로 꼽혔다. 다양한 제습 용량과 공간에 맞게 제품 종류를 다양화했다는 것이다. 다만, 2022년부터 신제품이 출시되지 않는다는 점이 한계로 지적됐다. 조재현 기자



Maeil

소화가 잘되는 우유

유당은 걸러내고,
우유의 고소한 맛은 그대로!

UF™는 과학이다



'UF는 과학이다' 이벤트에 대한 자세한 내용은 QR을 확인해주세요!

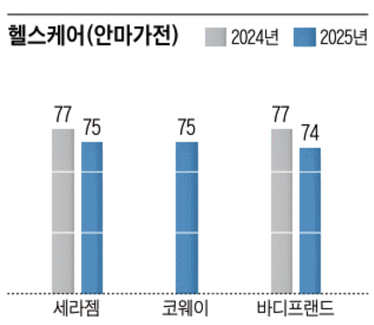
매일 소화가 잘되는 우유 제품은 전국 할인매장, 슈퍼마켓 및 온라인에서 구매하실 수 있습니다.
구매처 문의 : 매일상담센터 1588-1539

세라젬 '65도 온열볼' 탑재해 전신 관리
코웨이 18개 안마 모드… 색상 다양화


세라젬 제공
세라젬의 의료 기기 '세라젬 마스터 V9'.


코웨이 제공
코웨이의 안마 의자 'BEREX 트리플체어'.

헬스케어(안마가전) 공동 1위 세라젬·코웨이



2025년 NCSI 헬스케어(안마가전) 제조업 부문 조사 결과, 세라젬과 코웨이가 75점으로 나란히 1위를 차지했다. 바디프랜드는 74점으로 뒤를 이었다.

세라젬은 지난 4월 목·어깨와 허리를 모두 관리할 수 있도록 온열 볼이 최대 10분 동안 최고 65도까지 가열되는 안마 가전 '파우제 M10'을 선보였다. 작년 11월부터는 체험 프로그램인 '파우제 홈 체험 서비스'를 내놔 안마의자 파우제 M6를 열흘간 집에서 사용할 수 있게 했다.

올해부터 조사 대상에 처음 포함된 코웨이는 작년 8월 기존 제품의 색상을 다양화하고 안마·편의 기능을 강화한 2024년형 '비렉스 안마의자 마인'을 선보였다. 어깨 위치를 자동으로 감지하는 센서를 탑재한 점이 가장 큰 특징이다. 또 18가지 안마 모드를 지원하며 등받이가 앞뒤로 자유롭게 움직이는 '비렉스 트리플체어'도 뒤이어 출시했다.

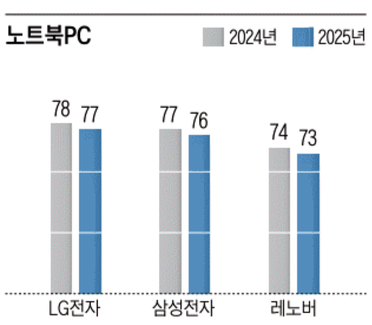
3위를 나타낸 바디프랜드는 지난 3월 전신 트위스트 헬스케어 로봇인 '에덴로보'를 정식 출시했다. 왼팔과 오른다리, 오른팔과 왼다리를 엇갈리게 잡아당기는 '트위스트 마사지' 기능이 처음 적용됐다. 음성 가이드를 탑재해 필라테스나 요가 동작과 같이 움직일 수 있도록 하는 기능도 탑재됐다.

조재현 기자

자체 AI 설루션 '챗 클라우드' 도입
문서 요약·이미지 편집까지 한번에


LG전자 제공
LG전자가 선보인 노트북PC '그램 AI 프로'.

노트북PC 1위 LG전자



올해 NCSI 노트북PC 부문에서는 LG전자가 77점으로 단독 1위에 올랐다. 삼성전자는 76점으로 2위, 레노버는 73점으로 3위를 기록했다.

LG전자는 '그램 AI(인공지능) 프로' 시리즈에 AI 연산용 NPU를 탑재하고, 온디바이스AI 기능을 강화했다. 이 중 자체 AI 설루션인 '그램 챗 클라우드'로 문서 요약, 이미지 편집, 업무 보조 등 다양한 기능을 제공한다. '그램 챗 클라우드'는 GPT-4o 기반 LLM(거대언어모델) 채팅 서비스다. 노트북을 구입한 첫해 무료 제공된다.

삼성전자의 신규 '갤럭시북5 시리즈'는 코파일럿+ PC 인증과 인텔 코어 울트라 시리즈 프로세서를 탑재, 사용자가 하드웨어 기반의 온디바이스 AI 기능을 적극적으로 활용할 수 있도록 설계했다. 문서 요약, 화면 캡처, 실시간 자막 번역 등을 인터넷 연결 없이 노트북 PC에서 즉시 사용할 수 있다.

레노버의 '요가 프로(Yoga Pro) 9i AI 에디션'은 영상·디자인 등 전문 작업에 최적화된 성능을 제공한다.

조재희 기자

면접원들 조사에 앞서 2단계 교육…
취합한 설문 추가 검증, 신뢰성 높여

NCSI 조사 이렇게…

한국생산성본부(KPC)는 정확한 국가고객만족도(NCSI) 결과를 얻기 위해 조사 전 과정을 철저히 관리·검증한다. 조사를 시행하는 면접원들을 체계적으로 교육하고, 설문·데이터 결과 역시 다양한 절차를 통해 검증한다. 이를 통해 조사 결과에 대한 신뢰성을 확보하고, 소비자와 기업에 정확한 결과를 전달한다.

NCSI 업종별 생산성본부 담당자들은 조사 시작에 앞서 조사 관리자와 면접원에게 2단계에 걸친 교육을 실시한다. 1단계에서는 조사 목적과 부적합한 사례, 조사 진행 시 유의해야 할 사항 및 문제 발생 시 대처 방안 등에 대한 기본 교육을 실시한다. 2단계에서는 설문 응답 방법, 작성 요령과 태도, 모의 설문 실행과 같은 구체적인 조사 진행 방식 및 조사 방법에 대한 교육이 이뤄진다.

이렇게 사전 교육을 완료한 면접원들이 이후 제품 및 서비스를 실제 구매·경험한 고객에게 조사를 시행한다. 조사가 진행되는 동안에도 불시 암행 등을 통해 데이터 품질을 높이고 조사 신뢰성을 높인다.

취합된 설문은 추가 검증 작업을 거친다. 우선 응답 논리성이 확보된 설문에 대해 응답자에게 전화를 걸어 응답 여부와 내용을 검증한다. 둘째 단계에서는 생산성본부의 업종별 담당자가 전체 설문에 대한 문항 간 논리성을 눈으로 확인하고, 불성실하게 답한 설문이나 면접원이 임의로 기재한 답안 유무 등을 검증한다. 이 과정에서 문제점이 발견되면, 해당 설문은 폐기하고 해당 폐기분에 대해선 재조사를 시행한다.

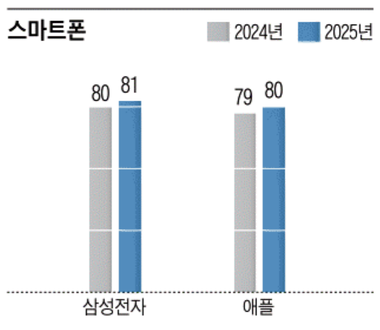
이어 최종 3단계에서는 설문 데이터가 통계적으로 결점이 없는지 검증한다. 이 모든 과정을 통과한 데이터를 가중 평균해 100점 만점으로 NCSI를 산출한다. 가중치는 고객들이 답한 점수와 점수 분포를 기초 자료로 NCSI 계량 모델에 따라 자동으로 계산된다.

생산성본부 관계자는 "NCSI는 가장 정확하고 공정한 고객 만족 지표로 기업 및 기관의 고객 만족 경영을 지원한다"며 "앞으로도 조사 방법을 보다 개선하고, 관리와 검증을 철저히 할 것"이라고 말했다.

최은경 기자

'갤럭시 S25 시리즈' 200만대 판매… 전작 대비 2주 빨라

스마트폰 1위 삼성전자



2025년도 스마트폰 제조업 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 삼성전자가 81점으로 14년 연속 1위를 달성했다. 애플은 80점으로 2위에 올랐다.

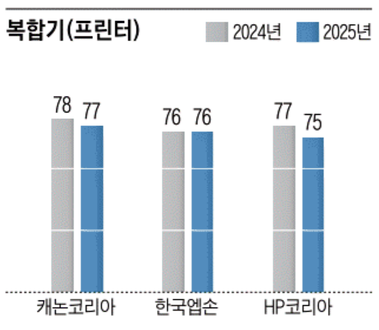
삼성전자는 지난 1월 공개한 갤럭시 S25 시리즈가 시장에서 좋은 성적을 거두고 있다. 지난달 200만대 판매를 기록하며 전작(갤럭시 S24) 대비 2주 안팎 빠른 속도를 보였다. 사진 속 특정 물체를 없애면 빈 공간을 자연스럽게 채워주는 '생성형 편집' 등 AI(인공지능) 기능이 기존보다 더 자연스럽게 구현한다는 평가를 받는다. 1년 사용 후 기기를 반납할 경우 최대 50% 잔존가 보장 같은 혜택을 제공하는 'New 갤럭시 AI 구독클럽'을 올해 선보인 것도 주효했다.

애플은 작년 9월 출시한 아이폰 16이 흥행하며 작년 4분기(10~12월) 국내 스마트폰 시장 점유율 39%를 기록했다. 전년 동기 대비 19% 포인트 급증한 수치다. 또 지난 5월부터 네이버페이를 통해 국내 애플 서비스 간편 결제를 제공하기 시작, 고객 편의성을 높이고 있다.

이영관 기자

초소형·초경량 휴대용 프린터 출시… 국내 점유율 1위

복합기(프린터) 1위 캐논코리아



2025년 NCSI 복합기(프린터) 부문 조사에서는 캐논코리아가 77점으로 2년 연속 1위를 차지했다. 한국엡손은 76점, HP코리아는 75점을 받아 각각 2위와 3위를 나타냈다.

캐논코리아는 지난 5월 초소형·초경량 휴대용 프린터인 PIXMA TR160을 출시했다. 올해는 PIXMA PRO-200S를 비롯한 대형 잉크젯 프린터도 선보이는 등 신제품을 출시하며 국내 잉크젯 프린터 시장 점유율 1위(39.9%)를 기록했다.

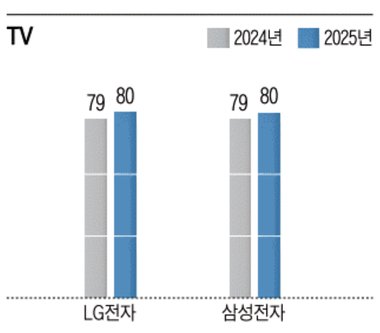
한국엡손은 작년 12월 출력할 때 열을 쓰지 않는 '히트프리' 기술이 탑재된 잉크젯 프린터 EM-C800을 선보였다. 예열이 필요 없어 첫 장 출력에 흑백은 4.8초, 컬러는 5.3초밖에 걸리지 않는다. 지난 4월에는 카카오톡으로 원격 출력하는 '엡손 프린톡' 서비스도 출시했다.

HP코리아는 작년 9월, 인터넷 문서 내용을 자동으로 편집해서 효율적으로 인쇄 작업을 돕는 '프린트 AI(인공지능)' 기능을 공개했다. 일부 고객사에 시험 버전을 제공하고 있으며, 올해 안에 본격 보급한다.

조재현 기자

LG전자 AI OLED 신제품 집중 삼성전자 개인 맞춤형 시청 경험 제공

TV 공동 1위 LG전자·삼성전자



올해 TV 제조업 국가고객만족도(NCSI) 조사에서 LG전자와 삼성전자가 80점으로 공동 1위를 기록했다. 두 기업 모두 작년 대비 고객만족도가 1점 오르며, 2년 연속 공동 1위를 차지했다.

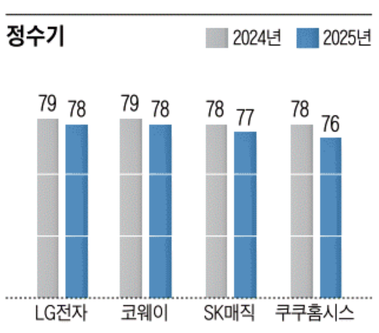
LG전자는 AI(인공지능) 기반 화질·음향 최적화 기능 등을 보유한 OLED(유기발광다이오드) 신제품에 집중하고 있다. 지난 1월 세계 최대 규모 IT 박람회 CES에서 이 같은 기술을 앞세운 OLED 'evo G5'와 'M5' 모델 등을 선보였다. 영상 무선 전송 기술을 비롯해 차별화된 AI 기능을 선보인 덕분에 고객 기대수준과 고객인지가치가 전년 대비 1점, 2점씩 올랐다.

삼성전자는 지난해 AI TV 시대의 원년을 선언한 데 이어 최근 관련 시장을 선점하기 위해 노력하고 있다. OLED TV에 3세대 비전 AI 기술 등을 도입, 콘텐츠를 실시간으로 분석하고 각 개인에게 적합한 시청 경험을 제공한 점도 주효했다. 신형 Neo QLED, Micro LED 등 초대형 초고화질 TV 제품도 강화하고 있다.

이영관 기자

LG전자 얼음 냉동 보관 정수기 출시 코웨이 터치형 디스플레이 적용

정수기 공동 1위 LG전자·코웨이



2025년 정수기 부문 국가고객만족도(NCSI) 조사 결과 LG전자와 코웨이가 78점으로 공동 1위를 차지했다. SK매직(77점)은 3위, 쿠쿠홈시스(76점)는 4위를 기록했다.

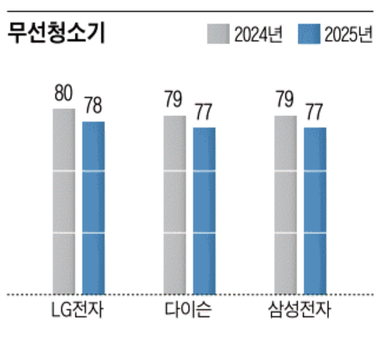
LG전자는 7년 연속 1위를 기록했다. 국내에서 처음으로 정수기 안에 얼음을 냉동 보관하는 제품을 출시했고, 최근엔 신제품에 미세 플라스틱을 99.8% 필터링하는 '올 퓨리 필터 시스템'을 탑재해 기술 혁신을 이어가고 있다. 공동 1위 코웨이는 지난 5월 제품 전면부 전체에 터치형 LCD 디스플레이를 적용한 '아이콘 프로 정수기'를 선보였다. 커피·라면 등 사용 목적에 따라 최적의 온도와 용량, 제조법 등을 자동으로 설정해주는 '레시피 모드'를 적용했다.

SK매직은 얼음을 보관하는 아이스룸에 '아이스룸 트리플 자외선 케어 시스템'을 적용했다. 쿠쿠홈시스는 가로 폭(13.5㎝)을 일반 제품 대비 줄인 '쿠쿠 직수 정수기'를 최근 출시했다.

이영관 기자

사용자 환경·사용 패턴 맞춰 AI가 흡입력 자동 조절

무선청소기 1위 LG전자



2025년 무선청소기 국가고객만족도(NCSI) 조사에서는 LG전자가 78점을 획득하며 7년 연속 1위를 차지했다. 다이슨과 삼성전자는 각각 77점으로 공동 2위를 나타냈다.

LG전자는 신제품 '코드제로 A9 AI'를 출시하며 사용자 환경·사용 패턴에 맞는 AI 흡입력 조절 기능을 바탕으로 프리미엄 무선청소기 시장에서 우위를 강화하고 있다. 동시에 '코드제로 A7 코어' 등 상대적으로 저렴한 가격대 라인업을 보강, 다양한 고객층에 대한 접근성을 강화하고 있다.

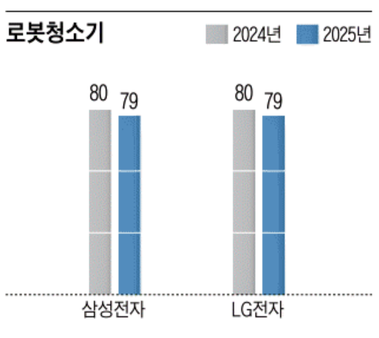
다이슨은 2023년 물청소 헤드를 장착한 'V12s 디텍트 슬림 서브마린'을 출시한 뒤 'V15s 디텍트 슬림 서브마린' '디지털 슬림 서브마린' 'WashG1' 등을 잇따라 선보이며 물청소 헤드 라인업을 강화하고 있다.

삼성전자는 지난 4월 흡입력을 대폭 강화한 '비스포크 AI 제트 400W'를 출시했다. 강력한 바람으로 먼지를 제거하는 '에어 블로어 모드'도 탑재, 고객이 청소할 때 필요한 다양한 기능을 갖췄다.

최은경 기자

삼성전자 먼지·물걸레 청소 한번에 LG전자 청소기 소모품 무상 제공

로봇청소기 공동 1위 삼성전자·LG전자



2025년 국가고객만족도(NCSI) 로봇청소기 부문에선 삼성전자와 LG전자가 79점으로 공동 1위를 차지했다. 삼성전자는 4년 연속, LG전자는 8년 연속 1위다.

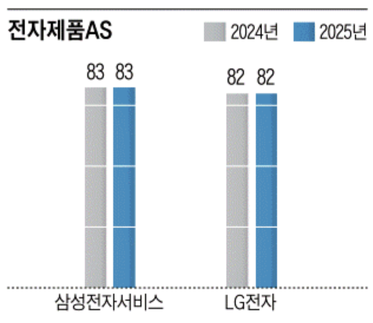
삼성전자는 새로운 제품과 기능을 내놓으며 차별화에 나섰다. 먼지 청소와 물걸레 청소가 모두 가능한 '비스포크 AI(인공지능) 스팀'을 출시했다. 작년 말엔 소프트웨어를 업데이트해, 가족 중 누군가 쓰러지면 로봇청소기가 이를 인지해 다른 가족이나 보안업체에 알리는 '긴급 구조 서비스' 기능을 탑재했다.

LG전자 역시 먼지와 물걸레 청소가 동시에 되는 '코드 제로 AI 오브제컬렉션 로보킹 올인원'을 작년 8월 출시했다. 방문 케어 서비스를 통해 청소 성능을 유지하는 데 쓰이는 소모품을 무상으로 제공하며 서비스 품질 만족도가 작년 대비 2점 올랐다. 개인 정보 문제가 꾸준히 제기되는 중국 제품과 달리, 'LG 표준보안개발 프로세스'를 적용해 기기의 보안 안전성을 확보한 점도 1위 수성을 이끌었다.

이영관 기자

구독 가전의 고장 미리 잡는 'AI 사전 케어 알림' 선보여

전자제품AS 1위 **삼성전자서비스**



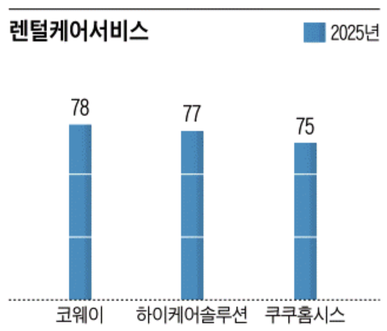
올해 NCSI 전자제품AS(애프터서비스) 부문에서는 삼성전자서비스가 83점으로 1위를 기록했다. 지난해 첫 조사부터 2년 연속 1위다. LG전자는 2년 연속 82점을 받아 2위를 이어 갔다.

삼성전자서비스는 올해 4월, 구독 중인 가전제품에 이상 징후를 발견했을 때 고객에게 전화로 안내하고 방문 수리 접수까지 해주는 'AI(인공지능) 사전 케어 알림' 서비스를 내놨다. 삼성전자서비스 전문 상담사는 AI 진단 내용 설명부터 기기 상태 확인, 방문 수리 예약까지 지원해 준다. 또 갤럭시 제품 사용자를 위해 그동안 토요일과 일요일에만 제공하던 '주말 케어 센터' 예약 서비스를 올 3월부터 평일(화~금)까지 확대 운영하기 시작했다.

LG전자는 자체 AI 기술을 활용해 제품의 이상 여부를 미리 확인하며, 신속하고 정확한 진단을 안내해 주는 서비스를 제공하고 있다. 올 3월엔 AI 기술을 적용한 'LG 스마트 체크(SMART CHECK)' 앱을 기반으로 에어컨 사전 점검 서비스를 진행했다. 조재희 기자

서비스 매니저의 위치·도착 시각… 알림톡으로 간편 확인

렌털케어서비스 1위 **코웨이**



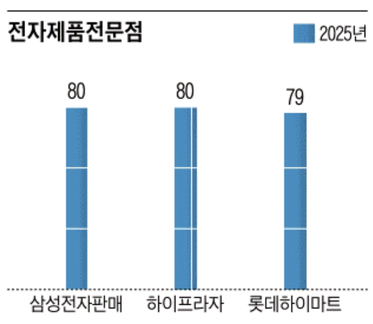
올해 처음 조사한 국가고객만족도(NCSI) 렌털케어서비스 부문에선 코웨이가 78점을 받아 첫 1위를 차지했다. 하이케어솔루션은 77점으로 2위, 쿠쿠홈시스는 75점을 받아 3위를 나타냈다.

코웨이는 알림톡으로 서비스 매니저의 출발에 대한 정보부터 현재 위치와 도착 시각 등을 확인할 수 있는 '서비스 매니저 도착 알림 서비스'로 좋은 평가를 받았다. 전화나 문자로 안내하던 방식에서 벗어나 시각화된 정보를 고객에게 제공함으로써 서비스 만족도를 높이는 것은 물론 서비스 매니저의 업무 편의성도 개선했다. 자가 관리 고객 중 직접 제품을 관리하기 어려운 고객을 위해 '무상 코디 방문 케어 서비스'도 마련했다.

하이케어솔루션은 '케어매니저' 4000여 명이 제품 성능 점검, 핵심 부품 교체, 위생 관리, 내·외부 클리닝 등 프리미엄 케어 서비스를 제공한다. 쿠쿠홈시스는 2010년부터 전문 방문 관리 인력인 '내추럴 매니저' 제도를 도입, 고객에게 신뢰도 높은 전문 케어 서비스를 제공해 오고 있다. 조재희 기자

삼성전자판매 AI 제품 체험 공간 조성 하이프라자 휴식하며 가전제품 체험

전자제품전문점 공동 1위 **삼성전자판매·하이프라자**



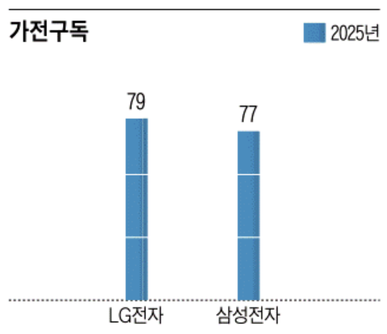
올해 처음 조사한 국가고객만족도(NCSI) 전자제품전문점 부문에선 삼성전자판매(삼성스토어)와 하이프라자(LG전자 베스트샵)가 80점으로 공동 1위를 차지했다. 롯데하이마트는 79점으로 3위를 기록했다.

1위 삼성전자판매는 2023년 오프라인 매장 명칭을 '삼성 디지털프라자'에서 '삼성스토어'로 바꿨다. 작년엔 '가전의 새로운 기준 AI(인공지능), 삼성스토어'라는 슬로건을 내걸고, 매장에 AI 제품 체험 공간을 만들었다. 공동 1위인 하이프라자 역시 고객이 제품을 체험할 수 있도록 매장 환경을 바꾸는 데 주력하고 있다. 작년 10월엔 매장 안에 고객이 휴식을 취하며 다양한 가전제품을 경험해볼 수 있는 체험 공간 '리프레시 룸'을 만들었다.

3위 롯데하이마트는 젊은 고객들이 자주 찾는 지역에 신규 매장을 내고, 최신 유행을 매장 구성에 반영하고 있다. 경기도 광교신도시에 '롯데하이마트 한샘광교점'을 작년 개점하며 '키친테리어(키친+인테리어)' 트렌드에 맞게 주방 체험 전시실을 갖췄다. 이영관 기자

인증받은 4000여 명의 '케어 전문가'가 집중 관리

가전구독 1위 **LG전자**



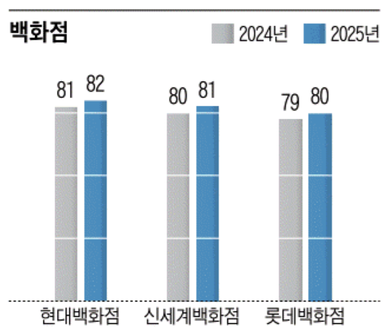
올해 처음 진행한 NCSI 가전구독 부문 조사에서는 LG전자가 79점으로 첫 1위를 차지했다. 삼성전자는 77점으로 뒤를 이었다.

LG전자는 2009년 정수기를 시작으로 2022년 대형 가전까지 구독 사업의 외연을 넓혀 왔다. '케어 전문가' 4000여 명을 발판으로 전문 케어 서비스를 운영하고 있으며, 한국산업인력공단의 인증을 받은 '케어 마스터' 제도로 전문성을 보강했다는 평가도 받는다. 올 1월부터는 구독 기간이 만료돼도 소유권을 이전할 수 있도록 하는 선택지를 추가하기도 했다.

삼성전자는 작년 12월 선보인 'AI 구독클럽'을 시작으로 다양한 요금제를 갖춘 가전 구독 모델을 도입해 운영하고 있다. 지난 4월 시작한 'AI 사전 케어 알림' 서비스를 통해서는 고객이 구독 중인 가전에 이상 징후가 생겼을 때, 전화 안내와 방문 수리 접수를 할 수 있도록 지원한다. 시간이 부족하고 절차가 번거로워 AS 접수에 어려움이 컸던 고객들에게 좋은 평가를 받는다. 조재현 기자

다양한 팝업·아티스트 전시… 백화점이 문화 공간으로

백화점 1위 **현대백화점**



올해 NCSI 백화점 부문에서는 현대백화점이 작년보다 1점 상승한 82점으로 4년 연속 1위를 차지했다. 신세계백화점과 롯데백화점 역시 작년보다 1점씩 오른 81점과 80점을 받아, 각각 2위와 3위에 올랐다.

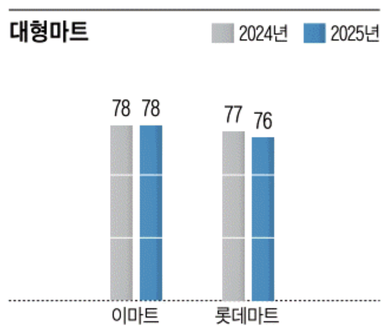
현대백화점은 2021년 개점 이후 'MZ세대 성지'로 떠오른 '더현대 서울'에 이어, 2024년 '커넥트현대 부산'과 올해 '커넥트현대 청주'를 잇따라 오픈했다. 서브컬처 콘텐츠와 다양한 팝업 스토어, 글로벌 아티스트의 전시 등으로 전 세대를 위한 문화 체험 공간으로 자리 잡았다.

신세계백화점은 오프라인 쇼핑 공간에서 '고객 체험 중심 공간'으로 탈바꿈 중이다. 4년에 걸쳐 90%가량을 리뉴얼한 경기점은 하이엔드 오디오 청음 공간, 라이프 스타일 편집숍 등 체험 요소가 강한 매장을 전면에 배치했다.

롯데백화점은 올해 잠실점에서 '포켓몬타운' 행사를 개최해 400만명을 유치했다. VIP 고객을 위한 전용 라운지, 명품 브랜드 단독 사전 공개 행사 등 혜택도 강화 중이다. 최은경 기자

파격적 가격 혁신 '고래잇 캠페인', 고객 만족도 높아

대형마트 1위 **이마트**



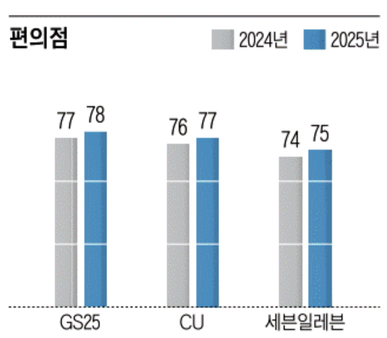
올해 NCSI 대형마트 부문에서는 이마트가 78점으로 4년 연속 1위를 차지했다. 롯데마트는 76점으로 2위를 나타냈다. 지난해 공동 2위였던 홈플러스는 기업회생을 신청함에 따라 올해부터 조사에서 제외됐다.

이마트는 '가격' '상품' '공간' 등에서 전방위 혁신에 나서며 고객만족도 1위를 유지하고 있다. 특히 파격적인 가격 혁신을 고객에게 쉽고 친숙하게 알리기 위해 선보인 '고래잇 캠페인'이 고객 만족 활동으로 주목받았다. 고래잇 캠페인은 △쓱데이와 같은 대규모 할인 행사인 '고래잇 페스타' △이마트에서만 살 수 있는 특별한 상품 '고래잇템' △고객이 '응' 할 때까지 계속 도전하는 가격 프로젝트 '응(%) 가격' △쇼핑의 즐거움을 더해줄 'e머니 리워드' 등이다.

롯데마트는 미니멀 소비 트렌드에 맞춰 소규모 가구 및 고령층 고객을 겨냥한 맞춤 전략을 강화하고 있다. 올 1월 문을 연 천호점은 30대 1인 가구 비율이 높은 상권 특성을 반영해 과일·곡물 코너의 소용량 상품 비율을 30% 이상으로 늘렸다. 조재희 기자

'우리동네GS' 앱으로 편의점 샐러드·도시락 미리 주문

편의점 1위 **GS25**



올해 편의점 국가고객만족도(NCSI) 조사에서는 GS리테일의 GS25가 78점으로 1위에 올랐다. BGF리테일의 CU가 77점으로 2위, 코리아세븐의 세븐일레븐이 75점으로 3위를 기록했다. 각 사 모두 작년보다 1점씩 상승했다.

5년 연속 1위에 오른 GS25는 스마트폰 앱을 활용한 서비스가 인기를 얻고 있다. '우리동네GS' 앱을 통해 샐러드·도시락을 미리 주문할 수 있는 '사전 예약 서비스'의 올 1분기 매출은 지난해 같은 기간보다 173% 늘었다. 르세라핌·엔믹스 등 K팝 아이돌 관련 상품 기획전이 큰 호응을 얻었다. 올 6월 즉석밥 '혜자백미밥'을 1000원에 내놓으면서 초저가 PB(자체 브랜드) 라인업도 확대 중이다.

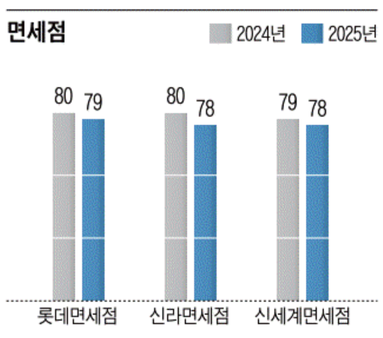
CU는 배달의 민족, 요기요 등에 이어 지난 5월 편의점 업계 최초로 '네이버 지금배달'에 입점해 퀵커머스 경쟁력을 강화했다. 올 4월부턴 편의점 중 처음으로 '내일 보장 택배'도 서비스 중이다. 지난 5월엔 마스터 PB '헤이루(HEYROO)'를 리뉴얼한 'PBICK(피빅)'을 선보였다.

세븐일레븐은 기초 화장품을 중심으로 뷰티 제품 출시를 늘리고, 1·2인 가구에 알맞은 소용량 세제 3종과 일본 가정식 간편식 '미노리키친' 등을 선보였다. 최은경 기자

VOC 분석해 거듭 개선… 상반기 단체 관광객 5000명 유치

〈고객 의견〉

면세점 1위 **롯데면세점**



올해 국가고객만족도(NCSI) 조사 면세점 부문에서는 롯데면세점이 79점으로 1위를 차지했다. 각각 78점을 받은 신라면세점과 신세계면세점이 공동 2위를 나타냈다. 면세점 부문은 내국인과 방한 외국인 고객의 만족도를 함께 조사해 측정한다.

7년 연속 1위에 오른 롯데면세점은 온·오프라인으로 접수된 고객의 의견(VOC)을 분석하고 개선점을 공유하는 'VOC 현장 협의회'를 통해 서비스를 개선하고 있다. 지난 1월엔 커뮤니케이션·그룹투어팀으로 구성된 '마케팅 부문'을 신설, 올 상반기 외국인 단체 관광객을 약 5000명 유치했다.

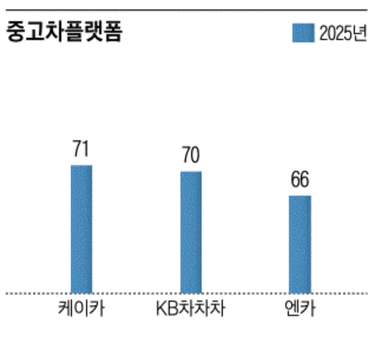
신라면세점은 증가 추세인 중국인 관광객을 위한 신규 브랜드 발굴에 힘쓰고 있다. 마이스(MICE, 회의·포상 관광·컨벤션·전시) 및 K팝 아이돌 팬덤의 단체 관광을 유치하기 위한 기획도 진행 중이다.

신세계면세점은 비즈니스 단체 관광객 유치를 위한 프로모션에 집중하고 있다. 올 상반기 중국 보험사 단체 관광객, 대형 크루즈 관광단, K뷰티 기반 의료·뷰티 체험단 등 3만여 명이 신세계면세점을 찾았다.

최은경 기자

"중고차 구매 후 3일 운행해도 100% 환불" 업계 첫 도입

중고차플랫폼 1위 **케이카**



올해 처음 시행된 국가고객만족도(NCSI) 중고차플랫폼 부문 조사에서 케이카가 71점으로 1위에 올랐다. KB차차차(70점)가 2위, 엔카(66점)는 3위를 기록했다.

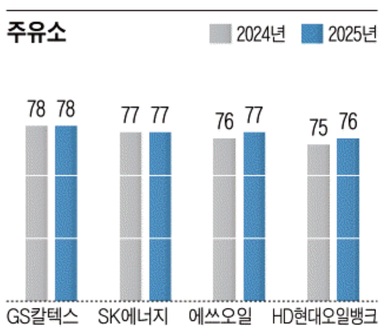
1위 케이카는 중고차 구매 후 3일간 운행하고 나서 만족스럽지 않으면 환불해주는 제도를 업계 최초로 도입한 업체다. 이어 품질 보증 서비스(케이카 워런티) 등을 도입하며 중고차를 구매할 때 소비자들의 우려를 덜어내는 데 주력하고 있다. 또 케이카는 차량 구매 이후에도 꼼꼼하게 관리하는 '마이카 서비스'도 내놨다. AI(인공지능)가 구매한 차량의 시세를 수시로 분석하고, 정기 검사 등 중요한 일정을 알려주는 기능이 포함돼 있다.

2위 KB차차차는 정회원 딜러가 직접 선별한 차량을 리스트 상단에 노출하고, 차량 상태를 요약하는 'KB스타픽' 서비스를 제공해 고객의 선택을 돕고 있다. KB의 금융 상품과 연계가 쉽다는 것도 이점이다. 3위 엔카는 차량 인수 후 7일 내 환불, 주 7일 배송 등 중고차 구매 시 서비스를 강화하고 있다.

이영관 기자

배민·네이버페이 등 40개 제휴처와 협업해 할인 혜택

주유소 1위 **GS칼텍스**



2025년 주유소 부문 NCSI 조사에서는 GS칼텍스가 78점으로 17년 연속 1위 자리를 지켰다. SK에너지와 에쓰오일은 77점으로 나란히 2위, HD현대오일뱅크는 76점으로 4위를 기록했다.

GS칼텍스는 지난해 배달의민족, 네이버페이 등 제휴처 40여 곳과 협업하며 프로모션을 통한 할인 혜택을 제공했다. 지난 4월부터는 제휴 삼성카드와 LPG 화물복지카드(신한)를 출시했다.

SK에너지는 OK캐시백 가맹점 9만 3000곳에서 쓸 수 있는 엔크린보너스카드를 도입해 제휴사 프로모션 참여를 확대했다. 주어진 미션을 수행해 사진을 찍으면 배달 앱 쿠폰을 주는 클린데이 캠페인도 지난 5월부터 진행 중이다.

에쓰오일은 모바일 앱 'MY S-OIL'로 쿠폰·포인트 등을 관리하게 했고, 주유소 가격 검색 플랫폼 '오일 나우'를 통해 주유소 위치와 가격을 비교하는 서비스도 제공하고 있다.

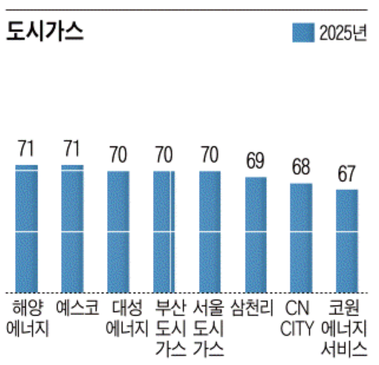
HD현대오일뱅크는 지난 3월 하나카드와 포인트 제휴를 체결, 국내 8개 카드사와 블루멤버스, 기아멤버스 등 포인트를 사용할 수 있도록 했다.

조재현 기자

해양에너지 **AI 정압기 CCTV 구축** 예스코 **IoT 기반 배관·가스 확인**

〈사물인터넷〉

도시가스 공동 1위 **해양에너지·예스코**



올해 처음 진행한 NCSI 도시가스 서비스업 부문 조사에서 해양에너지와 예스코가 71점으로 공동 1위를 차지했다. 부산도시가스와 대성에너지, 서울도시가스가 70점으로 공동 3위, 삼천리는 69점으로 6위, CNCITY 에너지는 68점으로 7위를 나타냈다. 67점을 받은 코원에너지서비스는 8위였다.

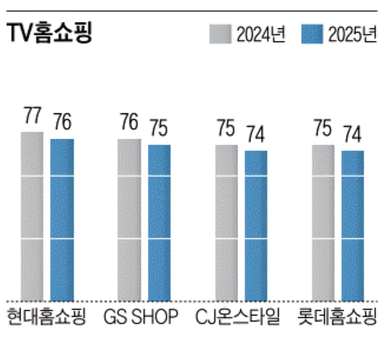
해양에너지는 올 상반기 AI(인공지능) 기술을 이용한 스마트 CCTV 시스템을 지역 정압기(가스 압력 조절 장치) 주변에 업계 최초로 구축했다. 예스코는 IoT(사물인터넷) 기술, 빅데이터 등으로 도시가스 배관과 가스 시설의 정보를 확인하는 S-GIS 시스템을 구축했다.

부산도시가스는 '스마트 테스트박스' 기술로 원격 점검을 진행, 작업 시간을 5분의 1로 줄였다. 대성에너지는 올 연말까지 공동주택 3260곳에 QR 코드 자석 스티커를 배포해 도시가스 안전 안내문을 제공할 예정이다. 서울도시가스는 작년 11월부터 현장 방문 없이도 도시가스 업무를 처리할 수 있는 고객센터 비대면 서비스를 시범 도입했다.

조재현 기자

냉동·냉장 식품 주문도 ARS 통해 즉시 취소 가능

TV홈쇼핑 1위 **현대홈쇼핑**



올해 국가고객만족도(NCSI) 조사 TV홈쇼핑 부문에서는 현대홈쇼핑이 76점으로 4년 연속 1위를 차지했다. GS SHOP이 75점으로 2위, CJ온스타일과 롯데홈쇼핑이 74점으로 3위를 기록했다.

현대홈쇼핑은 우수 고객을 위한 섬세한 맞춤형 케어 서비스를 제공하고 있다. 작년 7월 'H몰'에 가입하지 않은 우수 고객을 위해 전화 주문용 적립금 및 특가 상품 혜택을 신설했고, 냉동·냉장 식품 주문도 ARS(자동 응답 시스템)를 통해 즉시 취소할 수 있도록 개선했다.

GS SHOP은 작년 10월 '휴일에도 내일 도착' 서비스를 서울·인천·수도권 일부 지역에서 개시했다. 토요일 밤 방송되는 '쇼미 더 트렌드' 상품도 주문 시 일요일에 즉각 배달해준다.

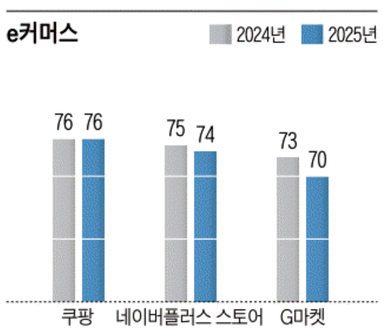
CJ온스타일은 박세리·오스틴강 등과 손잡고 모바일 라이브 커머스(라방)를 활성화하고 있다. 주 7일 빠른 배송 서비스 대상 지역도 올해부터 전국으로 확대한다. 롯데홈쇼핑은 즐겁게 건강을 챙기는 '헬시플레저' 트렌드에 발맞춰, 5060 액티브 시니어를 위한 건강식품 라인업을 대폭 강화한다.

최은경 기자

뷰티 분야까지 PB 확대… 신규 물류센터 8개로 확충 나서

〈자체 브랜드〉

e커머스 1위 **쿠팡**



올해 국가고객만족도(NCSI) 조사 e커머스 업종에서는 쿠팡이 작년과 같은 76점으로 1위에 올랐다. 네이버플러스 스토어(옛 네이버쇼핑)가 74점으로 2위, G마켓은 70점으로 3위였다.

쿠팡은 작년부터 자체 브랜드(PB)인 'CPLB(Coupang Private Label Brands)'를 뷰티 분야로 확장했다. 전 국민이 '로켓배송'을 누릴 수 있도록 2026년까지 경북 김천 등 8개 지역 이상에 신규 물류센터를 짓거나 신규 투자하는 것도 검토 중이다.

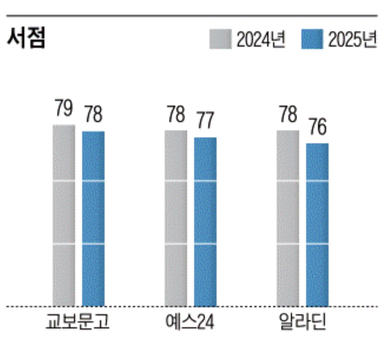
네이버플러스 스토어는 하이퍼클로바 X 기반의 자체 쇼핑 초거대 언어 모델(LLM)을 활용, 고객 맞춤형 상품 추천 기능을 고도화했다. 작년엔 각 입점 브랜드에 '멤버십 라운지' 기능을 도입, 더 많은 충성 고객을 확보할 수 있게 됐다.

G마켓은 올 4월 자사 간편 결제 시스템 '스마일페이'에 '원 클릭 결제' 시스템을 도입했다. 개인 회원이 G마켓 앱을 통해 상품을 구매하면 비밀번호 입력이나 생체 인증 없이 바로 스마일 페이 결제가 가능하다.

최은경 기자

서점 속 갤러리·손글씨 대회… 다양한 문화 경험 제공

서점 1위 **교보문고**



올해 국가고객만족도(NCSI) 서점 부문 조사에서는 교보문고가 78점으로 18년 연속 1위에 올랐다. 예스24(77점)와 알라딘(76점)이 각각 2위와 3위를 차지했다.

1위 교보문고는 서점을 문화 공간으로 만들기 위한 시도를 이어가고 있다. 광화문점 '서점 속 갤러리'에 노벨문학상 수상자들의 초상화를 전시한 것이 대표적이다. '교보손글씨대회' '교보문고 스토리대상' '만추문예 시상식' 등 대회를 개최하고, 작가와 소통하는 프로그램이나 인문학 강연 등을 열며 고객 접점을 늘리고 있다.

2위 예스24는 모바일 앱을 통해 책 표지 이미지를 촬영하면, AI(인공지능)가 상세 페이지와 구매 링크를 자동으로 제공하는 서비스를 최근 시작했다. 온라인 홈페이지 등에서 AI로 부적절한 표현을 감지해 걸러내는 '클린봇' 서비스도 도입했다. 3위 알라딘은 AI가 이용자 취향에 맞는 책을 추천하는 전자책 구독 서비스 '만권당'을 최근 출시했다. 알라딘이 자체 개발한 AI 기술을 적용, 챕터별로 요약하는 기능도 있다.

이영관 기자



LG전자

「말에 담긴 의도까지 이해하는 AI 에어컨」

휘센 AI로 완성된 저마다의 쾌적함

벌써 여름인가? 땀나

AI 더우신가요?
아이스 쿨파워 운전을 시작합니다

영화 볼 거야

AI 편안한 시청을 위해
시네마 모드 운전을 시작합니다

내가 좋아하는 온도 알지?

AI AI 바람 운전을 시작합니다

23.5°

바람 닿지 않게 해줘

AI 찬 바람이 추우신가요?
소프트바람 운전을 시작합니다

책 읽으려고 해

AI 스터디 모드 운전을 시작합니다

지금부터 운동할 거야

AI 홈트 모드 운전을 시작합니다

엘지이닷컴에서 확인하세요
LGE.COM

말에 담긴
의도까지 파악하는
AI 음성인식

사용자의 컨디션에 맞춰
더 섬세하게 케어하는
소프트바람

사용 패턴과 공간을 해석해
최적의 바람을 만드는
AI 바람

LG WHISEN AI
Objet Collection

AI AIR