

<첨부 1> 참고자료: 기업브랜드 가치 평가 연구

◆ 본 연구원에서 발표하는 '기업브랜드 가치평가' 연구 발표는 2000년 시작되어, 올해 16회째 이르고 있다. 본 평가에 사용되는 브랜드 가치평가 모델(IPS Brand Evaluator)은 산업정책연구원 브랜드디자인본부에서 개발한 모델로, 매년 시장상황 및 국내의 특수한 시장변화에 부합하도록 조금씩 수정을 거듭해왔다.

◆ 브랜드 가치평가 결과 삼성전자(주)가 124,409,147 백만원으로 본 연구를 실시한 2000년부터 16년 연속 1위로 평가되었으며, 9년 연속 2위, 3위로 선정된 현대자동차(주)와 LG 전자(주)는 각각 30,514,853 백만원과 22,497,657 백만원으로 평가되었다. 또한 기아자동차(주)가 20,591,178 백만원으로, GS 칼텍스(주)는 16,032,218 백만원으로 산출되면서 각각 4위와 5위에 랭크되었다.

2014년		2015년		순위 변동
기업브랜드명	가치(백만원)	기업브랜드명	가치(백만원)	
삼성전자(주)	128,857,940	삼성전자(주)	124,409,147	-
현대자동차(주)	30,657,377	현대자동차(주)	30,514,853	-
LG 전자(주)	22,041,045	LG 전자(주)	22,497,657	-
기아자동차(주)	19,586,215	기아자동차(주)	20,591,178	-
GS 칼텍스(주)	17,642,476	GS 칼텍스(주)	16,032,218	-

- 삼성전자(주)는 산업정책연구원에서 브랜드 가치평가 연구를 시작한 2000년부터 현재까지 연속 16년째 부동의 1위를 지키고 있으며, 산출된 금액 가치도 월등히 높게 나타났다. 전반적인 IT 수요 둔화로 인한 반도체 부진 및 스마트폰 실적 악화로 인해 전년도 대비 브랜드 가치가 다소 하락하였으나 부동의 1위 자리를 고수하였다.

- 9년 연속 2위에 선정된 현대자동차(주)의 경우 순위 및 가치에 큰 변화가 없는 것으로 나타났다. 현대자동차(주)는 Modern Premium이라는 브랜드 방향성을 설정하고, 고객에게 최고의 경험과 가치를 전달하고자 노력하고 있다. 이는 고객의 라이프 스타일에 적합한 차를 개발하고 앞서가는 자동차 생활과 문화를 제안함으로써, 능동적이고 적극적으로 살아가는 이 시대 고객의 삶을 풍요롭게

하는 것을 의미한다. 또한 올해 글로벌 고급 브랜드 '제네시스'를 런칭하여 국내외 시장을 확장해나가고 있다.

- 3위를 차지한 LG 전자(주) 역시 작년과 순위엔 변동이 없는 것으로 분석되었다. 스마트폰 사업 실적은 부진했으나, 생활가전 실적 향상 및 자동차 부품 사업의 성장으로 인해 브랜드 가치가 전년과 비슷한 수준을 유지한 것으로 판단된다.

- 기아자동차(주) 또한 작년과 같이 브랜드 가치 평가 4위를 차지했다. 2005년 이후 'The Power to surprise' 슬로건을 통한 지속적인 브랜드 커뮤니케이션을 하고 있으며, 기아자동차의 브랜드 역사 등을 담은 홍보 사이트를 운영하는 등 지속적인 브랜드 관리 노력이 반영되어, 전년도 대비 브랜드 가치가 약 1조원 정도 상승하였다.

- 5위에는 GS칼텍스(주)가 랭크되었다. 최근 국제유가의 하락으로 인한 사업 손실에도 불구하고, 정제마진 개선으로 실적 향상을 도모하고 있으며, 전년도 대비 브랜드 가치는 소폭 하락한 것으로 나타났다.

- 이밖에 대한항공의 경우 일명 '땅콩 회항'의 여파로 전년 대비 브랜드 가치가 무려 43% 하락하였다. 그리고 이마트의 경우 브랜드 가치는 8% 상승하였으며 이는 PB 브랜드 피코크가 시장에서 좋은 반응을 얻고 있기 때문인 것으로 분석된다. 올해 평가 대상 기업 중 유일한 공기업인 한국철도공사는 약 2조 8천억원으로 브랜드 가치가 산출되었다.

◆ 산업별 브랜드 자산가치 평가 결과 발표

1. 은행

기업브랜드명	2014년 브랜드 가치(백만원)	2015년 브랜드 가치(백만원)
(주)KB국민은행	10,607,218	10,129,266

<주: 금융업의 경우는 일반 제조업등과 회계기준이 달리 적용됨>

2. 보험

기업브랜드명	2014년 브랜드 가치(백만원)	2015년 브랜드 가치(백만원)
삼성생명보험(주)	17,523,177	15,187,283

<주: 금융업의 경우는 일반 제조업등과 회계기준이 달리 적용됨>

3. 대형 할인점

기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
(주)이마트	8,805,101	9,544,928

4. 호텔

기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
(주)호텔롯데	1,723,189	1,823,306

5. 신용카드

기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
신한카드(주)	2,774,867	2,839,767

6. 생활용품

기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
(주)LG 생활건강	1,376,185	1,478,399

7. 인터넷포털

기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
네이버(주)	1,029,710	1,019,639

8. 조선

기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
현대중공업(주)	9,393,454	9,304,371

9. 철강

기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
(주)포스코	14,231,408	12,343,838

10. 화장품

기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
(주)아모레퍼시픽	1,728,513	1,982,871

11. 교통/운송_항공사

기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
(주)대한항공	8,666,229	6,064,995

12. 교통/운송_철도

업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
한국철도공사	-	2,846,369

13. 통신

통신		
기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
(주)kt	13,698,496	13,147,381

14. 백화점

백화점		
기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
롯데백화점	8,867,448	8,045,865

15. 홈쇼핑

홈쇼핑		
기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
(주)CJ 오쇼핑	649,608	689,091

16. 식품

식품		
기업브랜드명	2014 년 브랜드 가치(백만원)	2015 년 브랜드 가치(백만원)
CJ 제일제당 (주)	3,073,311	3,030,745

◆ 브랜드 파워 비교 분석

산업정책연구원의 기업브랜드 가치평가는 다음 표와 같이 기업의 브랜드경영 활동에 기반한 브랜드 자산 구성 요소를 평가하고 있다.

브랜드 활동	의미
브랜드 빌딩 (Brand Building)	기업이 소비자 마음속에 심어주기를 원하는 브랜드 이미지 관련하여 브랜드 지식을 형성시키는 활동
브랜드 매니지먼트 (Brand Management)	브랜드의 기획·개발에서부터 육성·관리의 전 과정에 있어서 브랜드 아이덴티티와 브랜드 이미지간의 차이를 줄이기 위한 활동 및 프로세스
브랜드 커뮤니케이션 (Brand Communication)	자사의 브랜드를 소비자에게 자연스럽게 인식시켜 호감과 신뢰를 유발하여 제품의 구매를 유도하는 일련의 과정

브랜드 에쿼티 (Brand Equity)	브랜드가 지속가능하고 차별화된 경쟁우위를 갖게 하며, 현재와 미래의 이익을 높이고 위험을 낮추게 하는 브랜드로 인해 생성된 긍정적 태도
---------------------------	---

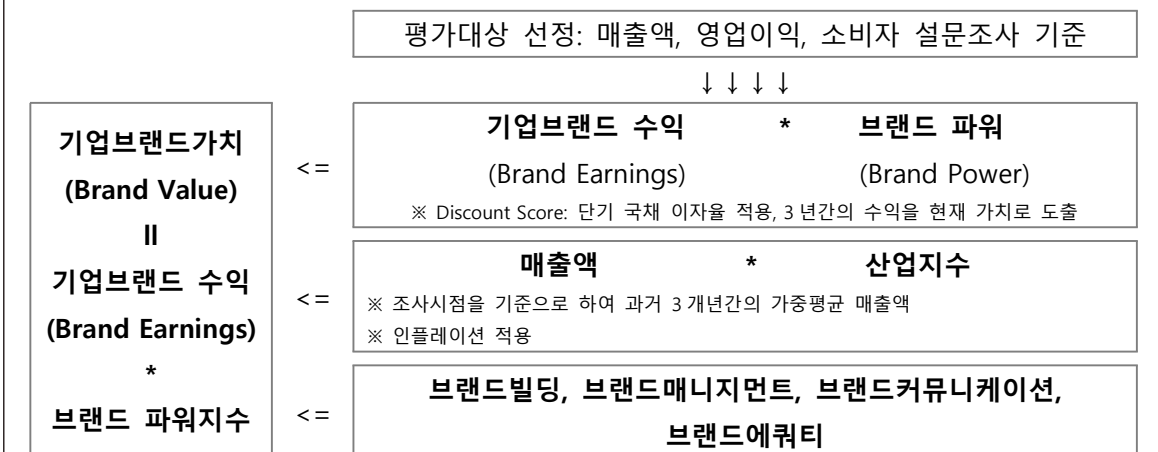
- 브랜드 가치평가 결과 상위 기업의 브랜드 파워 결과를 살펴보면, 1 위에서 5 위까지의 모든 기업들은 브랜드 이미지 관련하여 브랜드 지식을 형성시키는 활동인 '브랜드 빌딩'에서 가장 높은 평가를 받았다. 그리고 두 번째로 높은 브랜드 파워 항목은 삼성전자(주), 현대자동차(주), LG 전자(주), 기아자동차(주)는 브랜드 에쿼티 항목이었으며, GS 칼텍스(주)는 브랜드 매니지먼트와 브랜드 커뮤니케이션 항목이었다.

기업명	브랜드 빌딩	브랜드 매니지먼트	브랜드 커뮤니케이션	브랜드 에쿼티
삼성전자(주)	◎			○
현대자동차(주)	◎			○
LG 전자(주)	◎			○
기아자동차(주)	◎			○
GS 칼텍스(주)	◎	○	○	

(◎: 소비자가 평가하는 가장 높은 브랜드 파워 항목, ○: 두 번째로 높은 브랜드 파워 항목)

※ 산업정책연구원(IPS)의 브랜드 가치 평가 모델

- 평가 모델은 기업의 객관적인 데이터를 활용할 수 있다는 장점을 지닌 재무적 측면과 소비자들의 의견을 정확히 반영하도록 하기 위해 시장 조사를 기초로 하는 마케팅적 측면의 접근법을 통합한 모델입니다.



(Brand Power)

※ 브랜드 파워 구성 요소 및 브랜드 경영활동에 기초하여 설문 문항 구성
※ 전국민 일반인 대상 설문조사 진행

- 브랜드 파워(Brand Power)는 설문조사를 통해 도출되며, 브랜드경영 관점에서 ser-M 모델이 적용되었습니다. 주체(Subject)가 환경(Environment)과 자원(Resource)을 어떻게 관리(Mechanism)하고 커뮤니케이션 하는가를 통해 성과(Performance)인 브랜드 자산이 결정된다는 이론에 근거하여 브랜드 경영관점에서 브랜드 가치를 평가한 것입니다.

◆ **해석상의 주의점**

- 동일한 브랜드에 대한 평가라 하더라도 연구 방법론에 따라 연구결과에 상이한 차이가 있을 수 있습니다. 평가결과의 순위나 절대금액보다는 상대적인 가치에 중점을 두어서 해석하여야 합니다.
- 본 브랜드 가치평가는 국내 기업 브랜드를 대상으로 하여 이루어졌으며, 특히 국내 시장에서의 가치평가 결과입니다. 따라서 국내에서 활동하고 있는 기업들에 대한 국내 소비자들의 평가 결과임에 주의하여 해석해야 합니다.
- 브랜드 가치는 속성상 무형자산으로서 비가시적인 특성을 지닙니다. 따라서 지속적으로 평가를 진행하여 공신력을 확보하는 것이 중요합니다.
- 금융업과 유통업은 일반 제조업 및 서비스업과는 다른 기준으로 매출액이 산정되므로 해석에 있어 다른 평가대상 기업과 비교하기는 어렵습니다.

※ **산업정책연구원(IPS)의 기업브랜드 자산가치 평가 결과 안내**

- 산업정책연구원은 매년 국내 상위 100 대 기업의 매출액과 영업이익 자료 및 소비자 설문조사 결과를 토대로 약 40 여개 평가 대상 기업을 선정하였습니다.
- 아래와 같은 기업을 대상으로 본 연구를 진행하였으며, 기업브랜드 자산가치 결과(화폐 금액)를 해당기업 담당자에 한하여 안내하고 있습니다.
- 자세한 결과를 희망하는 기업의 경우 산업정책연구원(02-360-0785)으로 의뢰하시면 지난 2~3 년간의 브랜드 자산가치 평가 결과, 시계열 분석, 산업군 내 경쟁기업과의 비교 분석, 브랜드 자산가치 세부 항목별(브랜드 인지도, 연상, 지각된 품질, 독점적 자산, 충성도) 소비자 평가 결과 분석에 대한 자료를 받으실 수 있습니다.

산업분류	기업브랜드 자산가치 평가 대상 기업
자동차, 통신	기아자동차, 삼성전자, 현대자동차, kt, LG 전자, SK 텔레콤
소비재, 식품	농심, 대상, 아모레퍼시픽, 유한킴벌리, 풀무원, CJ 제일제당, LG 생활건강
산업재, 정유	포스코, 현대중공업, GS 칼텍스, S-OIL,
백화점, 할인점, 홈쇼핑	롯데마트, 롯데백화점, 신세계백화점, 이마트, 현대백화점, 홈플러스, CJ 오쇼핑, GS 홈쇼핑
금융, 카드	교보생명보험, 국민은행, 삼성생명보험, 신한은행, 현대해상화재보험, 신한카드, 삼성카드
교통운송, 호텔	대한항공, 아시아나항공, 호텔롯데, 호텔신라, 한국철도공사,
인터넷 포털 및 정보매개 서비스	네이버, 카카오