

 IPS 산업정책연구원 <small>The Institute for Industrial Policy Studies</small>	보도자료 산업정책연구원 (www.ips.or.kr)	작 성	산업정책연구원 브랜드디자인본부
		담당자	이수지 선임연구원
		전 화	02-360-0788

산업정책연구원(IPS) 기업 브랜드 가치평가

1위 '삼성전자' 기업 브랜드 가치 126조, 전년대비 9.4% 상승

- 'LG전자' 전년대비 5.1% 상승, '네이버' 전년대비 18.5% 상승

(2019/02/28) 산업정책연구원(이사장 김태현)은 '기업 브랜드 가치평가(연구 총괄 책임자: 하수경 산업정책연구원 연구위원)' 연구 결과를 공개하였다.

산업정책연구원은 기업의 재무자료 및 소비자 조사를 바탕으로 선정된 기업들을 대상으로 기업 브랜드 가치평가를 실시하고 있으며 해당 기업 문의 시 결과를 제공하고 있다.

올 해 19년째 진행된 기업 브랜드 가치평가 결과에서는 삼성전자가 약 126조원으로 1위를 차지하였으며, 현대자동차와 LG전자가 각각 32조원과 27조원으로 평가되어 지난해와 순위 변동 없이 2위와 3위를 차지하였다. 또한 기아자동차가 24조원으로 4위를 차지하였으며, KT가 13조원으로 평가되어 5위에 올랐다.

< 2017 년 브랜드 가치 및 2018 년 브랜드 가치 비교 >

2017 년		2018 년		순위 변동
기업브랜드명	가치(백만원)	기업브랜드명	가치(백만원)	
삼성전자(주)	115,302,721	삼성전자(주)	126,151,104	-
현대자동차(주)	32,306,910	현대자동차(주)	31,701,860	-
LG 전자(주)	25,700,356	LG 전자(주)	27,009,452	-
기아자동차(주)	23,492,750	기아자동차(주)	23,716,492	-
(주)KT	13,167,846	(주)KT	13,221,643	-

삼성전자 브랜드 가치는 전년대비 9.4% 상승하여 전년도에 이어 상승세를 이어나갔으며, LG 전자의 경우에는 전년도에는 10.6% 상승한 데 반해 금년에는 5.1% 상승에 그쳤다.

호텔 부문에서는 전년도에 이어 호텔롯데(2,723,824 백만원), 철강 부문에서는 포스코(9,999,775 백만원), 할인점 부문에서는 이마트(11,247,741 백만원), 인터넷 포털 부문에서는 네이버(2,104,085 백만원)가 각 부문에서 최고의 브랜드 가치를 갖고 있는 것으로 조사되었으며, 네이버의 경우 브랜드 가치가 전년대비 약 18.5% 상승하며 지속적인 상승세를 이어갔다. 올해 평가대상 중 유일한 공기업인 한국철도공사는 3 조 373 억원으로 브랜드 가치가 산출되었다.

또한 은행(1 위: KB 국민은행), 신용카드(1 위: 신한카드), 보험(1 위: 삼성생명보험), 생활용품(1 위: LG 생활건강), 화장품(1 위: 아모레퍼시픽), 식품(1 위: CJ 제일제당) 분야를 비롯하여, 홈쇼핑, 항공사 등의 분야에서도 기업브랜드 가치평가를 산출했다.

기업브랜드 가치평가는 매년 한국을 대표하는 기업의 브랜드 가치를 화폐금액으로 환산하여 평가·발표하는 것으로, 재무적 접근법과 마케팅적 접근법을 통합한 모델을 활용한다. 재무적 측면에서는 매출액을 기준으로 향후 3년 동안의 미래가치를 현가화하여 적용시켰으며, 마케팅적 측면에서는 브랜드경영 활동에 따라 '브랜드 빌딩, 브랜드 매니지먼트, 브랜드 커뮤니케이션 및 에쿼티' 항목별 결과를 도출하여 브랜드 가치를 산출하였다.

산업정책연구원에서는 기업 의뢰 시 브랜드 자산가치 평가결과(화폐 금액) 보고서를 제공하고 있다(문의 02-360-0788).

첨부 1> 기업브랜드 자산가치 평가 연구