

산업통상자원부 공고 제2015-471호

산업디자인진흥법시행령 제7조에 의한 2015년도 대한민국 브랜드대상 포상요령을 다음과 같이 공고합니다.

2015. 8. 21.

산업통상자원부장관

## 『제17회 대한민국브랜드대상 포상요령』

### 1. 포상개요

- 주최 : 산업통상자원부
- 주관 : (사)산업정책연구원
- 포상 기본방향
  - 21세기 기업 및 국가경쟁력의 핵심 가치로 브랜드가 대두됨에 따라 창의적인 브랜드경영 체계를 통해 우수한 브랜드를 육성하고 국가경제 발전에 기여한 단체에 대하여 정부 포상을 실시함
  - 브랜드경영을 경쟁력 강화의 주요 전략으로 추진하여 우수한 성과를 거둔 기업(사업 부문), 자치단체 및 기타 기관을 대상으로 본 포상을 실시함

## 2. 포상의 종류

부문	포상분류 및 종류	포상 수
브랜드경영	◦ 대상 (대통령상)	1점
	◦ 최우수상 (국무총리상)	1점
	◦ 우수상 (산업통상자원부 장관상)	2점
	◦ 장려상 (산업정책연구원 이사장상)	2점

## 3. 포상 신청 자격

### 가. 신청자격

신청 대상
◦ 기업, 사업부문, 지자체, 기타 단체
◦ 브랜드경영 전략을 수립하여 브랜드 개발 및 투자, 브랜드 관련 인재 양성 등을 통해 탁월한 경영성과를 거두고 산업 발전 및 국가 경쟁력 강화에 크게 공헌한 기업, 사업부문, 기타 단체
◦ 지역주민의 정체성 확립, 고부가가치 산업의 창출을 위한 브랜드경영 개념의 도입, 지역 특산품 수출을 통한 지역 브랜드화 등을 통해 도시 및 국가 경쟁력 강화에 크게 기여한 지방자치단체

### 나. 포상 제외대상

- 사회적으로 지탄을 받은 법인 및 단체
  - 각종 비위, 부조리 및 도덕성에 흠이 있거나 사회적으로 지탄을 받는 행위 등으로 사회적 물의를 일으켜 정부포상이 합당치 않다고 판단되는 기업 및 단체

○ 기타

- 상표법, 의장법 및 저작권법 등 국내·외 관련 법규에 의한 법적 분쟁이 있는 브랜드

※ 정부포상 수여일 이후에 상기의 사항이 밝혀지는 경우에는 기 수여한 포상을 취소·회수할 수 있음.

다. 신청제한

- 「산업안전보건법」에 의하여 산업재해 등과 관련하여 명단이 공표된 사업장(법인 및 지자체행정기관)

- 최근 2년간 산업안전보건법 제9조의2, 동법 시행령 제8조의4 및 동법 시행규칙 제3조의3의 규정에 의하여 그 명단이 공표된 사업장에 대해서는 포상추천을 제한함

- 「공정거래관련법」 위반(포상결격사유) 법인(단체 포함) 및 기관

- 최근 2년이내 3회이상 고발 또는 과징금 처분을 받은 법인 및 기관은 추천을 제한함

※ 과징금과 고발을 동시에 받은 경우(동일사건번호)는 1회로 처리

- 최근 1년 이내 3회 이상 시정명령 처분을 받은 법인(단체포함) 및 기관은 추천을 제한함

- 다만, 상기의 경우에도 법인 또는 기관이 그 위반행위를 방지하기 위하여 해당 업무에 관한 상당한 주의와 감독을 게을리 하지 아니한 경우로 공정거래위원회가 인정하는 때에는 추천할 수 있음

○ 「근로기준법」에 의하여 임금체불과 관련하여 명단공개 또는 전국은행연합회에 자료제공이 된 체불사업주의 법인(단체 포함) 및 기관

- 최근 3년간 근로기준법 제43조의2, 같은 법 시행령 제23조의2에 의한 체불사업주로서 명단이 공개된 자 및 「채무자 회생 및 파산에 관한 법률」에 따른 회생절차개시 결정을 받거나 파산선고를 받은 체불사업주와 「임금채권 보장법 시행령」 제5조에 따른 도산 등 사실인정을 받은 체불사업주의 법인 및 기관

- 최근 3년간 근로기준법 제43조의3, 같은 법 시행령 제23조의4에 의한 체불사업주로서 종합신용정보집중기관(전국은행연합회)에 체불자료가 제공된 자 및 「채무자 회생 및 파산에 관한 법률」에 따른 회생절차개시 결정을 받거나 파산선고를 받은 체불사업주와 「임금채권보장법 시행령」 제5조에 따른 도산 등 사실인정을 받은 체불사업주의 법인 및 기관

\* 포상추천일 이전 체불사건이 권리구제로 취하 또는 체불임금을 청산한 경우 추천 가능

○ 사회적으로 지탄을 받는 법인(단체 포함) 및 기관

- 수사 중 이거나 각종 언론보도 등으로 사회적 물의를 일으켜 정부 포상이 합당치 않다고 판단되는 법인 및 기관

○ 공적심사위원회 최종의결에 따라 포상이 결정된 법인 및 기관이 수상을 거부 또는 포기할 경우 다음해 신청 및 추천을 제한할 수 있음

○ 기타 상훈법(정부포상업무지침 포함) 및 산업통상자원부 포상업무지침상 결격사유가 있는 법인 및 기관

※ 정부포상 수여 이후 위 사항이 밝혀지는 경우 포상을 회수할 수 있음

## 라. 브랜드 후보군 발굴 및 신청 접수

- 일반 공모를 통한 신청과 함께 소비자 설문조사를 기반으로 한 국민 평가 결과를 반영하여 브랜드 후보군을 발굴하고 국민적 참여를 고취하여 브랜드 포상의 질 향상을 도모하고자 함
- 시행방법: 소비자 대상 설문조사 시행에 따른 브랜드 후보군을 발굴·추천하여 심사 진행
- 추진 절차



## 4. 포상심사 및 선정방법

### 가. 심사항목

심사항목(배점)		세부 심사항목
브랜드 경영 현 황	브랜드경영 정책(25)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드경영 비전과 전략</li> <li>• CEO의 브랜드경영 의지</li> <li>• 명확한 브랜드 아이덴티티 유지 전략</li> </ul>
	브랜드경영 활동(35)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드경영 추진 부서 및 인력</li> <li>• 전사적 브랜드경영 체계 및 실행</li> <li>• 브랜드 보호 실태 및 관리체계</li> <li>• 브랜드 평가의 정기적인 실시여부</li> </ul>
	브랜드경영 성과(20)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 우수 브랜드경영 성과</li> <li>• 시장성 및 성장성, 해당시장에서의 경쟁력</li> </ul>
공적서의 충실성 평가(10)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포상에 대한 수상 의지</li> <li>• 브랜드경영 현황서의 충실성</li> <li>• 보고 방식의 신뢰성</li> </ul>
국가발전 기여도(10)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가경제 발전에 기여 및 긍정적 영향력</li> </ul>

## 나. 선정방법

- 실무평가위원회 평가: 일반 응모와 브랜드 후보군 발굴을 통해 접수된 기업 및 기관이 제출한 공적서를 바탕으로 심사기준에 따라 평가하고 점수를 책정함(서류심사)
- 심사위원회 평가: 실무평가위원회 평가와 위법 현황 및 적격성을 검토 및 합산하여 심사위원회에서 최종 수상기관을 선정함(서류심사 또는 필요시 PT심사)

## 5. 신청 및 접수방법

### 가. 접수 기간

- 접수기간 : 2015. 09. 01(화) ~ 10. 02(금)

### 나. 제출 서류

- 신청서 및 공적서 제출 양식은 주관기관 홈페이지([www.ips.or.kr](http://www.ips.or.kr))에서 다운로드하여 작성

제출 서류		서식	수량	비고
신청서	1. 신청서	첨부1	-인쇄물1 -파일1	-인쇄물 -파일(이메일 제출)
공적서	2. 브랜드경영현황서	첨부2	-인쇄물8 -파일1	-인쇄물 -파일(USB 또는 CD 제출)
	3. 수상결과 활용계획서	첨부3	-인쇄물1	
	4. 정보이용동의서	첨부4	-인쇄물1	
	5. 사업자등록증 사본		-인쇄물1	
	6. 3개년 재무제표 감사보고서		-인쇄물1	* 비상장기업에 한함

## 다. 제출 방법

- 신청서와 구비서류를 갖추어 접수기간 내 아래 접수처로 우편(마감일 도착분까지 유효) 및 방문접수
  - 접수처: (우)120-170 서울시 서대문구 신촌로 203  
산업정책연구원 브랜드디자인본부 포상담당자 앞
- 문의처: 산업정책연구원 브랜드디자인본부(☎02-360-0769, 0785)
  - 이메일 문의: hjlee2@ips.or.kr, hjlee@ips.or.kr
  - ※ 신청료: 관련 비용 일체 없음

## 6. 추진일정

### 가. 신청접수

- 접수기간 : 2015. 09. 01(화) ~ 10. 02(금)

### 나. 심사일정

- 실무평가위원회(1차) : 2015년 10월 둘째 주 예정
- 심사위원회(2차) : 2015년 10월 셋째 주 예정

### 다. 시상식

- 일자 및 장소: 2015. 11. 19(목)/국회의원회관 대회의실
- ※ 2015 코리아브랜드컨퍼런스에서 시상하며 일자 및 장소는 변동 가능

## 7. 기타 혜택

### 가. 포상 참여 혜택

- 국내 브랜드 경영 문화 확산 차원에서 본 포상에 신청한 중소기업은 수상 여부에 관계없이 임직원 1명이 (사)산업정책연구원에서 진행하는 브랜드 교육 과정(Brand Specialist Program)에 무료로 참가할 수 있음.
- 본 포상에 수상한 기업 및 기관의 임직원 1명은 (사)산업정책연구원에서 진행하는 브랜드 교육 과정(Brand Specialist Program)에 무료로 참가할 수 있음.

### 나. 엠블렘 사용

- 본 포상에 수상한 기업 및 기관은 대한민국 브랜드 대상의 엠블렘 사용이 가능함.



【별지서식 제2호】

# 대한민국 브랜드대상 신청기관 공적서 작성요령 및 양식

## ♣ 작성 방법

1. 허위 및 가공 없는 정보 및 데이터를 근거로 브랜드경영 현황 및 성과를 작성함.

- ◆ 최근 1년 이내의 브랜드경영 성과를 기준으로 하되, 시계열 검토가 가능하도록 3개년 데이터를 제공함.
- ◆ 보고 내용의 명확성을 위해 표, 그림 등 보조 수단 활용이 가능함.

2. 공적서의 각 항목에 대해 관련 브랜드경영 현황, 성과 및 향후 계획에 대해 서술에 대해 서술함.

- ◆ 공적서는 ①신청기관 경영개요, ②신청기관 브랜드경영개요, ③신청기관 브랜드경영 현황으로 나누어 작성함.
- ◆ 최근 1년 이내의 브랜드경영 성과를 기준으로 하되, 시계열 검토가 가능하도록 3개년 성과를 작성함.

3. 공적서는 50매 이내에서 작성함을 원칙으로 함

- ◆ A4, 좌철로 작성함.
- ◆ 첨부 사항이 있을 경우 첨부 가능함(면수에 미포함)

4. 제출 서류

- ◆ 브랜드경영현황서(별첨서식2) 원본1부, 사본7부
- ◆ 수상활용 계획서(별첨서식3), 정보이용동의서(별첨서식4) 1부
- ◆ 비상장기업의 경우 `12년, `13년, `14년 재무제표 감사보고서(확인원) 각 1부
- ◆ 제출서류가 저장된 CD 또는 USB 1개

\*참고: 신청서(별첨서식1), 수상활용 계획서(별첨서식3), 정보이용동의서(별첨서식4)를 브랜드경영현황서와 함께 제출하지 않도록 함.

## 【①신청기관 경영개요】

♣ 신청기관의 개요 및 현황에 대해 작성하여 주시기 바랍니다.

\* 세부 목차 및 형식 자유

### 1. 개요

- 기업소개, 연혁, 주요사업에 대해 서술

### 2. 현황

- 매출 및 경영현황, 인력 등 개괄적인 내용 서술
- 경영 성과 기재

구분(단위: %)	2012년	2013년	2014년	평균
■ 매출액				
■ 자본금(기말잔액)				
■ 영업현금흐름				
■ 매출액 영업이익률 (영업이익 /매출액) x 100				
■ 자기자본 영업이익률 (영업이익 /평균자기자본) x 100 ※평균자기자본=(기초자기자본+기말자기자본)/2				
■ 매출액 순이익률 (당기순이익/매출액) x 100				
■ 총자산회전율 매출액/평균총자산 ※평균총자산=(기초총자산+기말총자산)/2				
■ 재고자산회전율 매출액/평균재고자산				
■ 매출채권회전율 매출액/평균매출채권				
■ R&D 투자비율 (당기 R&D 투자액/당기 매출액) x 100				
■ 유동비율 (기말유동자산/기말유동부채) x 100				
■ 부채비율 (기말총부채/기말자기자본) x 100				

## 【②신청기관 브랜드경영개요】

♣ 다음은 귀 기관의 브랜드경영 현황에 대한 사항입니다(필수).

### 1. 귀 기관은 디자인매뉴얼, 브랜드가치 및 커뮤니케이션 가이드라인이 명문화되어 있습니까?

1) 디자인매뉴얼	① 명문화되어 있다	② 명문화되어 있지 않다
2) 브랜드 가치	① 명문화되어 있다	② 명문화되어 있지 않다
3) 브랜드 커뮤니케이션 메시지 가이드라인	① 명문화되어 있다	② 명문화되어 있지 않다

※명문화: 문서로써 명확히 제시됨

※디자인매뉴얼: 로고 및 심벌의 디자인 활용 방법이 제시된 문건

※브랜드 커뮤니케이션 메시지에 대한 가이드라인: 외부적인 브랜드 커뮤니케이션에 대한 운영 규정(톤(Tone), 매너 등) 및 방법의 명문화

### 2 귀 기관의 브랜드 실행계획과 강화활동을 전담하는 부서 및 인력 관련 사항입니다.

1) 브랜드 전담 부서 및 책임자				
■ 담당 부서명: _____				
■ 브랜드경영 총괄 책임자: _____ (이름 및 직책 기재)				
2) 브랜드 전담 인력 사항				
구분	2012년	2013년	2014년	평균
■ 총 종업원 수(매년 12월 말 기준)				
■ 브랜드 전담 부서 인력				
■ 브랜드 관련 인력 신규채용				
3) 브랜드 제도 시행 여부(브랜드경영 활동을 권장하는 브랜드 관련 제도 구축)				
	시행여부		시행시작일시	
■ 브랜드 매니저 제도	( )		( . . . )	
■ 브랜드 관련 사내 아이디어 제안	( )		( . . . )	
■ 기타( )	( )		( . . . )	

### 3. 다음 중 귀 기관에서 보유하고 있는 내부브랜딩 시스템에 √ 표시하여 주십시오.

1) 브랜드 미디어 (각 구성원에게 브랜드 아이덴티티, 가치, 관련 직원 행동 요령 등에 대한 지식을 공유하는 제도)			
■ 브랜드 매뉴얼북	( )	■ 브랜드 관련 인트라넷	( )
■ 기타( )	( )		
2) 브랜드 교육 (최근 1년간 교육 진행일정, 교육내용, 실시단위(임원, 관리직, 일반종업원 등)를 기술)			
■ 브랜드 내부 교육 (실제 브랜드 방침 등을 공유/ 설명)	진행일정 및 횟수		
	주요내용 및 대상		
■ 브랜드경영 교육 (브랜드마케팅 지식관련 교육)	진행일정 및 횟수		
	주요내용 및 대상		
■ 기타			



## 【③신청기관 브랜드경영 현황】

♣ 귀 기관의 브랜드경영 체계 현황에 대하여 본 포상의 심사항목에 맞추어 추가 기재하여 주시기 바랍니다.

※ 소제목은 예시로 참고하되, 자유형식으로 귀사의 현황에 맞도록 각 항목을 구체적으로 서술

### 1. 브랜드경영 정책

1.1 브랜드경영 비전과 전략

1.2 CEO의 브랜드경영 의지

1.3. 명확한 브랜드 아이덴티티 유지 전략

※ 귀 기관의 브랜드 가치구성요소 기재

### 2. 브랜드경영 활동

2.1 브랜드경영 추진 부서 및 인력

- 브랜드를 담당하는 관리조직 체계(의사결정구조)와 실행 영역  
(실행영역 예: 소비자 조사/ 광고/ 프로모션/ 신상품개발/ 전사적 차원의 내부브랜딩 등)

2.2. 전사적 브랜드경영

- 전사 차원의 브랜드 중심 경영체계  
- 통합적 브랜드 커뮤니케이션 전략기획  
- 일관성 있는 내외부 브랜드 커뮤니케이션 전략 실행  
- 시장 트렌드를 반영·주도하는 브랜드경영

※ 브랜드 매뉴얼, 북 등이 있는 경우 별도 첨부

2.3 브랜드 보호 실태 및 관리체계

2.4 브랜드 평가의 정기적인 실시여부 및 그 결과

### 3. 브랜드경영 성과

3.1 우수 브랜드경영 성과

3.2 시장성 및 성장성, 해당시장에서의 경쟁력



