

**<첨부 3> 참고자료: 기업브랜드 자산가치 평가 연구**

**- "한국의 대표 브랜드 가치는 얼마?"  
- 삼성전자 81 조로 12년 연속 최고의 브랜드 가치를 지닌 기업 브랜드**

◆ 산업정책연구원은 11월 30일(수) '2011 코리아 브랜드 컨퍼런스'에서 한국을 대표하는 '기업브랜드 자산가치 평가(연구 총괄책임자: 신철호 성신여대 교수)' 연구 결과를 발표한다.

**<기업브랜드 자산가치 평가 결과>**

	기업브랜드명	가치(백만원)
1	삼성전자(주)	81,201,978
2	현대자동차(주)	28,278,065
3	엘지전자(주)	22,845,467
4	기아자동차(주)	15,316,102
5	SK 이노베이션(주)	15,046,847

◆ 본 컨퍼런스에서 발표하는 '기업브랜드 자산가치 평가' 연구 발표는 2000년 시작되었고, 올해 12년째 이르고 있다. 본 평가에 사용되는 브랜드 자산가치 평가 모델(IPS Brand Asset Evaluator)은 산업정책연구원 브랜드연구센터에서 개발한 모델로, 매년 시장상황 및 국내의 특수한 시장변화에 부합되도록 조금씩 수정을 거듭해 왔다.

◆ 브랜드 자산가치 평가 결과 삼성전자가 81,201,978 백만원으로 본 연구를 실시한 2000년부터 12년 연속 1위로 평가되었으며, 현대자동차와 LG 전자 역시 5년 연속 각각 2위와 3위로 28,278,065 백만원과 22,845,467 백만원으로 평가되었다.

◆ 2010년 브랜드 가치 및 2011년의 브랜드 가치를 비교하여 살펴보면 아래와 같다.

< 2010 년 브랜드 자산가치 및 2011 년 브랜드 자산가치 비교 >

2010 년		순위 변동	2011 년	
기업브랜드명	가치(백만원)		기업브랜드명	가치(백만원)
삼성전자(주)	65,008,157	-	삼성전자(주)	81,201,978
현대자동차(주)	25,298,199	-	현대자동차(주)	28,278,065
LG전자(주)	22,069,795	-	LG 전자(주)	22,845,467
기아자동차(주)	12,622,230	-	기아자동차(주)	15,316,102
(주)KT	10,539,654	↑	SK 이노베이션(주)	15,046,847

- 삼성전자는 산업정책연구원에서 브랜드 자산가치 평가 연구를 시작한 2000 년부터 지금까지 연속 12 년째 부동의 1 위 자리를 지키고 있다. 삼성전자를 비롯 4 위까지의 순위는 2009 년과 동일하며, SK 이노베이션의 경우 새로이 5 위로 랭크되었다.

- 브랜드 파워지수 소비자 조사 결과(브랜드 인지도, 브랜드 연상, 지각된 품질, 독점적 자산, 브랜드 충성도로 구성하여 조사 진행)를 살펴보면, 상위 5 위에 랭크된 삼성전자, 현대자동차, LG 전자, 기아자동차, SK 이노베이션 모두 지각된 품질이 가장 높게 평가되었다.

- 브랜드 인지도, 브랜드 연상, 지각된 품질 및 브랜드 충성도 항목에서는 모두 삼성전자가 가장 높게 평가된 반면, 기업 브랜드의 로고 및 슬로건 등에 해당하는 브랜드 독점적 자산 항목에서는 현대자동차가 가장 높게 평가되었다.

◆ 산업별 브랜드 자산가치 평가 결과 발표

- 일반 제조업 및 서비스업과 비교가 어려운 금융업(은행, 보험)과 유통업, 그리고 인터넷 포털 기업 브랜드에 대해서도 각각 산업별로도 평가하여 발표하였으며, 평가 결과는 다음과 같다.

1. 금융업(은행, 보험업)

은행		
기업브랜드명	2010 년 브랜드 가치(백만원)	2011 년 브랜드 가치(백만원)
(주)신한은행	20,116,080	17,813,554

보험업		
기업브랜드명	2010 년 브랜드 가치(백만원)	2011 년 브랜드 가치(백만원)
삼성생명보험(주)	18,037,998	18,979,049

<주: 금융업의 경우는 일반 제조업등과 회계기준이 달리 적용되기 때문에 일반 제조기업과 결과를 비교하는 것은 무의미하다.>

- 은행업 부문에서는 신한은행이 17,813,554 백만원으로 작년에 이어 1 위에 랭크되었으며, 보험업에서는 삼성생명이 18,979,049 백만원으로 각각 1 위를 차지하였다. 신한은행의 전년대비 브랜드 자산가치 하락은 기업의 재무적인 수익의 하락에 기인하며, 소비자 조사 결과를 반영하는 브랜드 파워지수 항목에서는 신한은행 및 삼성생명의 경우 모두 지각된 품질 부분이 높게 평가되었다.

2. 유통업(백화점, 대형 할인점)

백화점		
기업브랜드명	2010 년 브랜드 가치(백만원)	2011 년 브랜드 가치(백만원)
롯데백화점	5,967,030	6,848,737

할인점		
기업브랜드명	2010 년 브랜드 가치(백만원)	2011 년 브랜드 가치(백만원)
신세계 이마트	7,283,522	8,069,626

<주: 유통업의 수익은 기업브랜드에 의해서도 결정이 되지만, 입점 브랜드에 의해서 결정된다. 따라서 일반 제조업 및 서비스업과 달리 구분하여 평가하였으며, 일반 제조업 및 서비스업의 평가 결과와 비교하는 것은 무의미하다.>

- 백화점 부문에서는 롯데백화점이 6,848,737 백만 원으로, 할인점 부문에서는 신세계 이마트가 8,069,626 백만원으로 1 위를 각각 차지하였다.



◆ **해석상의 주의점**

- 동일한 브랜드에 대한 평가라 하더라도 연구 방법론에 따라 연구결과에 상이한 차이가 있을 수 있다.

- 본 브랜드 자산가치 평가 대상은 국내 기업 브랜드를 대상으로 하여 이루어졌으며, 특히 국내 시장에서의 가치평가 결과이다. 따라서 국내에서 활동하고 있는 기업들에 대한 국내 소비자들의 평가 결과임에 주의하여 해석하여야 할 것이다.

- 브랜드 자산가치는 속성상 무형자산으로서 비가시적인 특성을 지닌다. 따라서 정확한 평가가 어려우며, 모델 보완에 대한 지속적인 노력이 필요하다.

- 평가결과의 순위나 절대금액보다는 상대적인 가치에 중점을 두어서 해석하여야 한다.

- 금융업과 유통업 그리고 인터넷 포털산업은 일반 제조업 및 서비스업과는 다른 기준으로 매출액이 산정되므로 해석에 있어 다른 평가대상 기업과 비교하기 보다는 산업 내에서의 금액 차이 평가에 중점을 두어야 한다.

- 평가대상 산업군별로 평가시점을 기준으로 하여 산업별 특성이 반영되므로, 매년 발표되는 결과의 금액 비교보다 동종 산업 내 경쟁기업과의 차이가 더 유의미하다.

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

- 산업정책연구원은 매년 국내 상위 100 대 기업의 매출액과 영업이익 자료 및 소비자 설문조사 결과를 토대로 30 개 평가 대상 기업을 선정하여 브랜드 자산가치 평가를 실시하고 있습니다.

- 올해는 아래와 같은 기업을 대상으로 본 연구를 진행하였으며, 기업브랜드 자산가치 결과(화폐 금액)를 해당기업 담당자에 한하여 안내하고 있습니다.

- 자세한 결과를 희망하는 기업의 경우 산업정책연구원(02-360-0875)으로 의뢰하시면 지난 3년간의 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	2011년 기업브랜드 자산가치 평가 대상 기업
정유 및 산업재	포스코, 현대모비스, 현대중공업, GS칼텍스, LG화학, SK네트웍스, SK이노베이션, S-OIL
소비재 및 기타	기아자동차, 다음커뮤니케이션, 대한항공, 삼성전자, 엔에이치엔, 제일모직, 현대자동차, KT, LG전자, SK텔레콤
백화점·할인점	롯데마트, 롯데백화점, 신세계백화점, 이마트, 홈플러스, 현대백화점
금융	교보생명보험, 국민은행, 대한생명보험, 삼성생명보험, 삼성화재해상보험, 신한은행