

문서번호 : 제 2006-190 호

2006. 4. 17

수 신 : 각 언론사

참 조 :

제 목 :

**2006년 『한국에서 가장 존경 받는 기업 조사』 결과 발표
- 전체 산업, All Star 기업 발표 -**

안녕하십니까?

KMAC는 금년 1~3월에 걸쳐 한국에서 가장 존경 받는 기업(The Korea's Most Admired Company) 조사를 실시했습니다.

본 조사는 기업의 사회, 경제적 역할을 올바르게 인식시키고 신뢰와 존경을 받을 수 있는 바람직한 기업의 방향 제시를 위하여 기획되었으며 미국 포천지의 조사 모델을 검토, 한국적인 상황을 가미한 조사방법론을 개발하여 2004년부터 그 결과를 제3차 조사 발표하였습니다. 이번 발표는 조사 결과 중 전체산업, All Star부문이며, 산업별 존경 받는 기업은 4월 27일(목)에 추가 발표를 할 예정입니다.

첨부된 자료는 조사 결과를 다음과 같이 축약한 것이오니 귀지(방송)의 보도를 양청합니다.

**본 자료는 4월 18일(화) 조간 (방송은 4월 17일 17시 30분) 부터
보도를 요망합니다.**

- 다 음 -

제 1 부 : 조사 개요

1. 한국에서 가장 존경 받는 기업 조사 개요
2. 존경 받는 기업의 개념 및 해외 사례

제 2 부 : 2006년 한국에서 가장 존경 받는 기업 조사 결과

1. 한국에서 가장 존경 받는 기업 All Star
 - (1) All Star 기업 조사 결과 주요 특징
 - (2) 평가항목별 조사 결과 주요 특징

제 3 부 : 제언

문의 : KMAC 경영전략본부

이 름 팀장 (02-3786-0611)

성 중 필 주임연구원(02-3786-0356)

2006년 ‘한국에서 가장 존경 받는 기업’ 조사 결과 - 전체 산업, All Star 기업 발표 -

※문의: 이 립 팀장(Tel. 02-3786-0611)

■ 제 1 부 : 조사 개요

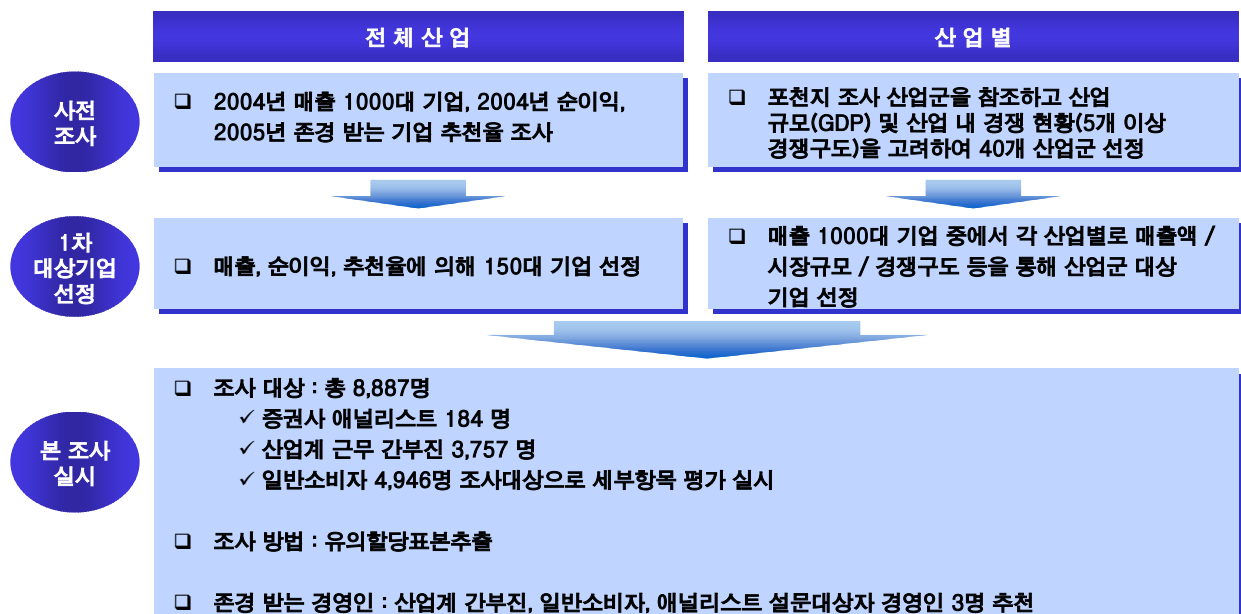
1. 한국에서 가장 존경 받는 기업 조사 개요

(1) 한국에서 가장 존경 받는 기업 조사의 배경 및 목적

- ‘한국에서 가장 존경 받는 기업’조사는 기업의 사회, 경제적 역할을 올바르게 인식시키고 신뢰와 존경을 받을 수 있는 바람직한 기업의 방향 제시를 위하여 기획되었으며 KMAC는 본 조사를 위해 미국 포천지의 조사 모델을 검토, 한국적인 상황을 가미한 조사방법론을 개발하여 2004년부터 그 결과를 제3차 조사 발표하였다.
- ‘한국에서 가장 존경 받는 기업’에 대한 조사는 기업이 존경 받는 조건이 무엇이며 어떠한 기업이 존경을 받는가에 대한 방향을 제시함으로써 소비자를 비롯한 여러 이해관계자들에게 기업활동의 올바른 이해와 관심을 이끌어 내고, 기업의 사회적 역할이 어느 때보다도 중요해진 21세기 새로운 패러다임 하에서 기업 발전의 바람직한 방향을 제시하고자 한다.

(2) 조사 설계

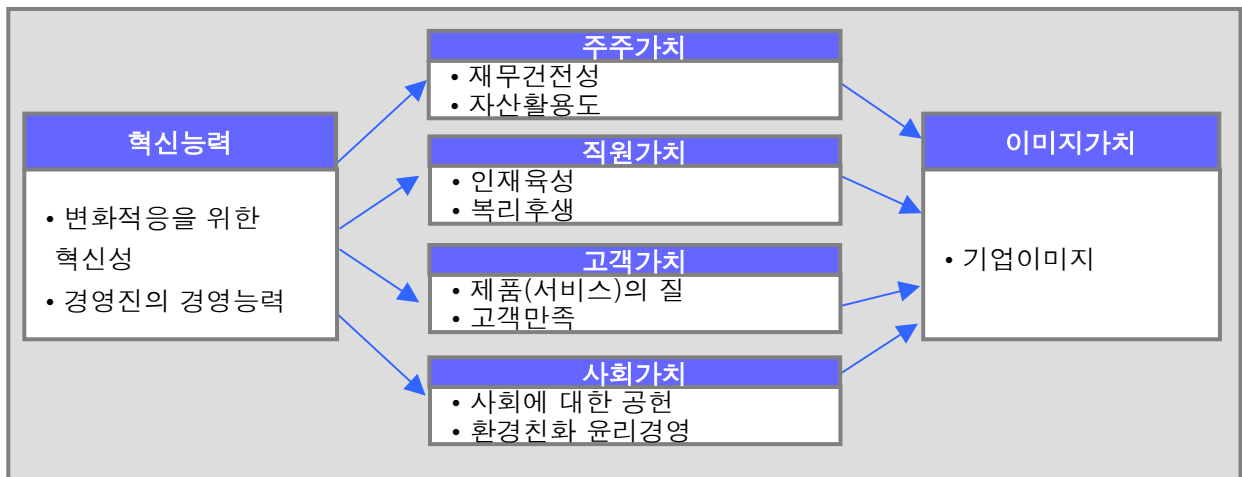
- ‘한국에서 가장 존경 받는 기업’에 대한 조사는 전체기업 중 가장 존경 받는 All Star 기업을 선정하는 것과 산업별 조사를 통해 해당 산업군에서 가장 존경 받는 기업을 선정하는 것으로 나누어 진행하였다.
- 조사 대상 수는 산업계간부진 3,757명, 증권사 애널리스트 184명, 일반소비자 4,946명으로 작년보다 응답자수가 약 1000명이 확대되어 조사의 신뢰성을 더욱 높였다.



■ 제 1 부 : 조사 개요

[3] 조사 항목

- 한국에서 가장 존경 받는 기업은 지속적인 혁신능력과 주주가치, 직원가치, 고객가치, 사회가치, 이미지가치를 총체적으로 평가하는 조사항목을 개발하여 일반소비자 뿐만 아니라, 산업체 간부진, 증권사 애널리스트까지 확대하여 통합적으로 조사를 진행하여 존경 받는 기업지수를 산출하여 발표하였다.

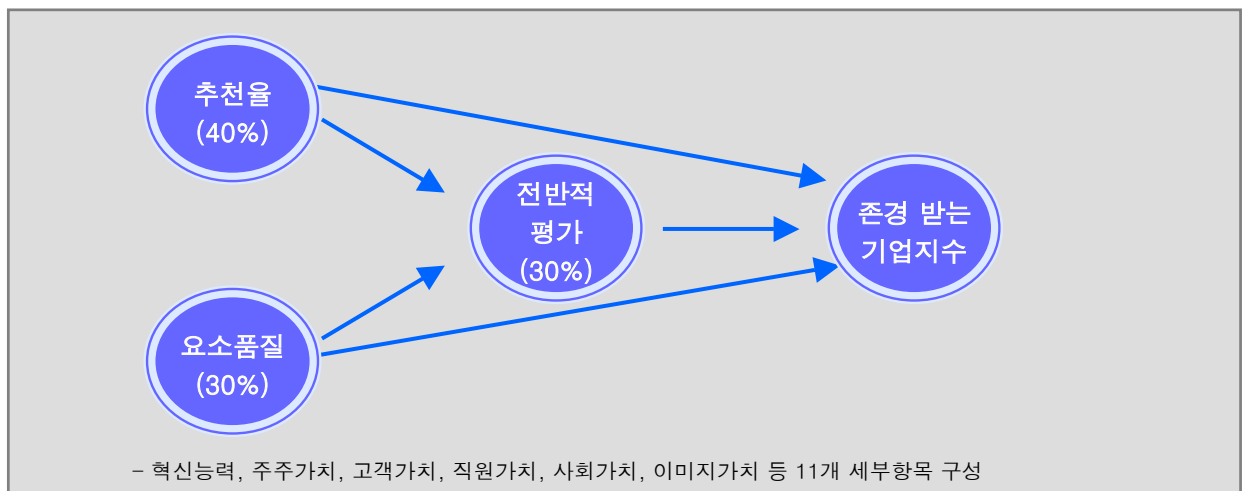


[4] 지수 산출 방식

- 존경 받는 기업 지수(전체산업) = 추천율(40%)+요소품질(30%)+전반적 평가(30%)

- 존경 받는 기업 지수 설명

- ✓추천율 : 한국에서 가장 존경 받을 만한 기업 List up 비율(%)
- ✓요소품질 점수 : 혁신능력, 주주가치, 직원가치, 고객가치, 사회가치 등에 관련된 항목의 가중평균점수
- ✓전반적 평가 : 각 기업에 대해 응답자가 평가하는 존경 수준



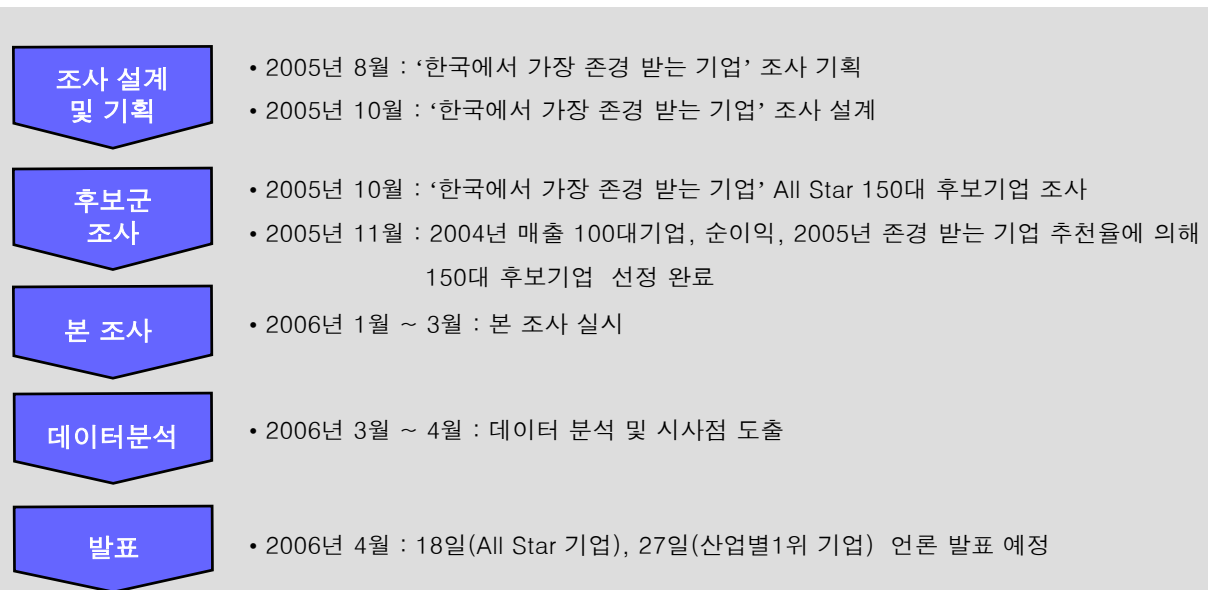
■ 제 1 부 : 조사 개요

[5] 기업 선정 유형

- 한국에서 가장 존경 받는 기업의 선정 유형은 All star 기업과 산업별 1위로 나누어 발표된다. All star 기업은 산업계간부진, 증권사 애널리스트, 일반소비자의 조사결과로 선정하여 발표하였으며, 산업별 1위 기업은 해당산업에서 근무하는 간부진과 담당산업 전문 애널리스트의 조사결과로 선정되며 4월 27일(목)에 발표할 예정이다.



[6] 추진 경과

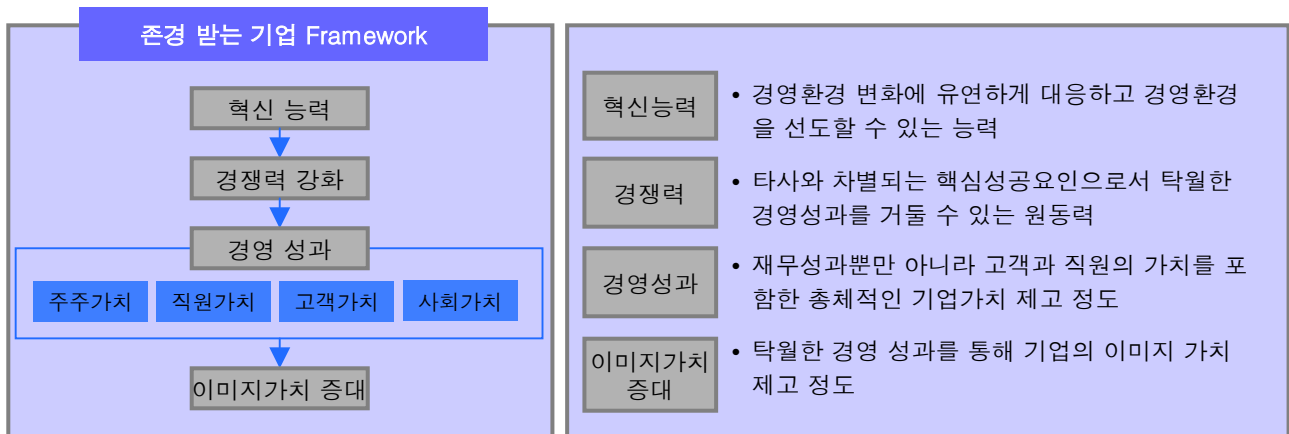


■ 제 1 부 : 조사 개요

2. 존경 받는 기업의 개념 및 해외 사례

(1) 존경 받는 기업의 개념

- 존경 받는 기업이란 끊임없는 혁신활동을 통해 다져온 우수한 경쟁력을 바탕으로 탁월한 경영성과를 창출하고 이를 기반으로 사회친화적인 활동을 전개하여 기업의 모든 이해관계자들에게 좋은 평가를 받고 있는 기업을 의미한다.



(2) 해외 사례

- 미국 Fortune誌, Financial Time誌, 일본 니케이 비즈니스 등에서 존경 받는 기업을 매년 조사하여 선정 발표를 하고 있다. 특히 미국의 Fortune誌는 포천 1,000대 기업에 대해 10,000여명의 산업계 간부진 및 증권분석가(애널리스트)를 대상으로 설문조사를 실시하여 세계에서 가장 존경 받는 50대 기업과 산업별 가장 존경 받는 기업을 매년 발표하고 있으며, 2006년 삼성전자가 39위에서 27위로 상승하였다.

선정기관	미국 Fortune誌	영국 Financial Time誌	일본 니케이 비즈니스
명칭	• 세계에서 가장 존경 받는 기업	• 유럽에서 가장 존경 받는 기업	• 존경 받는 회사
선정발표	• 세계에서 가장 존경받는 50대 기업 • 각 국가에서 가장 존경받는 기업 • 산업(29개)별 가장 존경받는 기업	• 세계에서 가장 존경받는 50대 기업 • 유럽/아시아에서 가장 존경받는 기업 • 산업별 가장 존경받는 기업	• 존경 받는 일본의 회사 상위 100개사 • 존경할 수 없는 기업 10위
선정방법	• 포천 1000대기업에 대한 10,000명의 간부진, 증권분석가(애널리스트) 대상 설문조사	• FT 500대 기업 대상 • 1000명의 업계 간부진, 증권관계자, 사회단체 참여 설문조사	• 동경증권 상장기업 1500 여 개 후보군 대상 • 소비자 설문 및 재무건전성 설문조사
대상기업	• 미국기업 및 세계기업	• 유럽기업 중심	• 일본기업 중심
중점 Point	• 종합적인 경영성과 중심	• 경영성과, 주주와 사회관계 중시	• 기업의 사회적 책임, 재무건전성 중시

■ 제 2 부 : 2006년 한국에서 가장 존경 받는 기업 조사 결과

1. 한국에서 가장 존경 받는 기업 All Star

- 한국에서 가장 존경 받는 기업 All Star는 삼성전자가 3년 연속 1위를 차지하였으며, 현대자동차, 포스코, 유한킴벌리, 유한양행, LG전자 순으로 나타났다. 상위권 10위권 기업은 3년 연속 큰 변동이 없는 가운데 2년 연속 현대자동차, SK의 순위가 상승하였으며, 삼성생명보험이 10위로 진입하는 약진을 나타냈다. 다소 순위변동은 있었으나 사회공헌활동으로 잘 알려진 유한양행과 유한킴벌리, 안철수 연구소와 SK텔레콤 등은 10위권을 유지하였다.
- 롯데칠성음료, NHN, 한국쓰리엠 등 10개 기업이 30위 권으로 신규 진입하였으며, 은행권인 국민은행, 신한은행이 2006년 All Star에 재진입하였고, 삼성에버랜드, 현대중공업, CJ 등은 작년에 비해 순위가 상승한 기업들이다.

< 한국에서 가장 존경 받는 기업 All Star - 30개 >

2006년	2005년	기업명
1	1	삼성전자
2	3	현대자동차
3	2	포스코(POSCO)
4	6	유한킴벌리
5	5	유한양행
6	4	LG전자
7	7	안철수연구소
8	8	SK텔레콤
9	13	SK
10	14	삼성생명보험
11	27	삼성에버랜드
12	16	삼성SDS
13	9	삼성SDI
14	17	현대중공업
15	12	삼성물산

2006년	2005년	기업명
16	23	CJ
17	11	포스코건설
18	10	신세계
19	46	롯데칠성음료
20	32	NHN
21	47	국민은행
22	-	한국쓰리엠
23	41	현대산업개발
24	15	엘지필립스 LCD
25	34	신한은행
26	-	매일유업
27	-	삼성코닝정밀유리
28	28	케이티(KT)
29	37	삼성화재해상보험
30	80	하이트맥주

■ 제 2 부 : 2006년 한국에서 가장 존경 받는 기업 조사 결과

[1] All Star 기업 조사 결과 주요 특징

삼성전자 3년 연속 1위 영예

- 특히 혁신능력, 주주가치, 고객가치에서 최고 평가를 받음 -

- 삼성전자는 ‘한국에서 가장 존경 받는 기업’으로 3년 연속 1위라는 영예를 차지했다. 삼성전자는 모든 분야에서 탁월한 점수를 받았으며, 특히 혁신능력, 주주가치, 고객가치 측면에서 타 기업에 비해 월등하였다.
- 삼성전자의 탁월한 경영 성과, 지속적인 이미지 광고 등으로 인해 1위를 차지하였으나, 작년대비 사회가치, 이미지가치에서 점수는 조금 떨어진 것으로 나타났다. 이로 인해 증권 애널리스트 추천율(87.3%서 42.9%로)과 일반소비자 추천율(72.7%서 69.3%로)이 조금 떨어진 것으로 나타났다.
- 또한 미국의 포천(Fortune)에서도 한국기업으로는 유일하게 2006년 세계에서 가장 존경 받는 기업 27위(2005년 39위)로 선정되어 동시에 큰 영예를 차지하게 되었다.

꾸준한 이미지 상승 및 혁신역량 높은 기업 선정

- SK, 현대중공업, CJ 꾸준한 상승, NHN과 한국쓰리엠 신규 진입 -

- 2006년 한국에서 가장 존경 받는 기업으로 선정된 기업들 중 상위 10위 기업은 크게 변동이 없는 가운데 현대자동차가 2위로 상승하였으며, SK, 현대중공업, CJ 등이 꾸준한 상승을 보이고 있다. 이들 기업은 매년 경영성과가 좋고 산업 내 경쟁력을 확보하고 있는 대표 기업들이며, 특히 혁신능력과 이미지가치에서 꾸준한 상승을 보이고 있다.
- 특히 NHN과 한국쓰리엠은 혁신능력 및 직원가치에서 높은 평가를 받아 All Star에 새로 진입하였다.
- 또한 롯데칠성음료, 현대산업개발 등이 작년에 비해 상대적으로 각각 5위 이상 상승하였다.

■ 제 2 부 : 2006년 한국에서 가장 존경 받는 기업 조사 결과

[1] All Star 기업 조사 결과 주요 특징

삼성 계열사 8개로 전체 All Star 중 약 30% 차지

- 삼성생명보험, 삼성에버랜드, 삼성SDS 등 -

- 전반적으로 삼성 계열사들의 좋은 평가를 기반으로 All Star 30사 중 8개사가 All Star 기업으로 선정되었다. 특히 혁신능력에 있어 타 기업에 비해 월등한 평가를 받았으며, 주주가치 및 이미지가치에서도 상대적으로 높은 점수를 받았다. 이는 글로벌 경쟁력을 갖추기 위한 삼성그룹의 지속적인 혁신 노력을 반영하고 있으며, 이를 바탕으로 한 재무적 성과를 나타내고 있다.

은행권 All Star에 재진입

- 국민은행, 신한은행 등 -

- 내부통제상의 문제점, 가계수입편중 문제, 수수료 등의 요인으로 고객가치, 이미지가치 등에서 낮은 평가를 받아 2005년에는 All Star기업에서 탈락되었던 은행권이 2006년에는 국민은행(21위), 신한은행(25위) 등 은행권의 구조조정 및 높은 재무적 성과를 바탕으로 전체적으로 약진하여 All Star 기업으로 선정되었다.

■ 제 2 부 : 2006년 한국에서 가장 존경 받는 기업 조사 결과

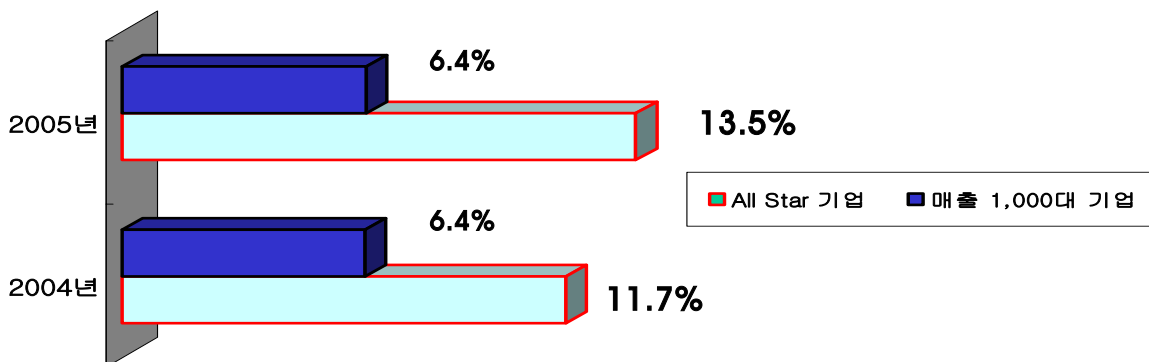
(1) All Star 기업 조사 결과 주요 특징

All Star 기업이 일반기업보다 탁월한 영업이익률을 실현

- 매출 영업이익률 및 자기자본비율 비교 -

- 매출 1,000대 기업 평균 영업이익률 6.4%보다 All Star 기업이 약 2배가 넘는 13.5%로 나타나고 있으며 2005년에는 2004년보다 상대적으로 영업이익률이 더 상승한 것으로 나타났다.
- All Star 기업의 자기자본비율 또한 1,000대 기업 평균 42.5%보다 높은 50.4%로 상대적으로 부채가 적어 그만큼 재무 건전성이 높다는 것을 알 수 있다.

영업이익률 추이



매출영업이익률 및 자기자본비율

구 분	매출영업이익률		자기자본비율	
	2005년	2004년	2005년	2004년
All Star 기업 평균	13.5%	11.7%	50.4%	54.6%
매출 1,000대 기업 평균	6.4%	6.4%	42.5%	35.4%

■ 제 2 부 : 2006년 한국에서 가장 존경 받는 기업 조사 결과

[2] 평가항목별 조사 결과 주요 특징

■ 평가항목별 TOP 10

산업계 간부진, 증권사 애널리스트, 일반소비자가 참여한 본 조사에서 평가항목별로 상위 10위 기업을 살펴보면 다음과 같다.

1) 혁신능력 Top 10 기업

: 미래에셋증권, NHN는 혁신 능력에서 높은 평가를 받음. 이와 더불어 산업체를 대표하는 대기업도 혁신역량을 갖추기 위해 노력하고 있는 것으로 나타남.

혁신능력		
2006년	2005년	기업명
1	1	삼성전자
2	-	미래에셋증권
3	-	NHN
4	4	LG전자
5	-	삼성SDS
6	-	유한킴벌리
7	-	삼성에버랜드
8	-	삼성생명보험
9	9	신세계
10	8	안철수연구소

2) 주주가치 Top 10 기업

: 삼성전자, 롯데칠성음료, 포스코, 삼성생명보험 등의 순으로 주주가치가 높은 것으로 평가됨.

주주가치		
2006년	2005년	기업명
1	1	삼성전자
2	10	롯데칠성음료
3	2	포스코(POSCO)
4	4	삼성생명보험
5	8	유한킴벌리
6	-	유한양행
7	-	삼성SDS
8	9	신세계
9	-	호남석유화학
10	-	삼성에버랜드

3) 직원가치 Top 10 기업

: 작년에 1위였던 삼성전자가 2위가 되고, 유한킴벌리가 직원 가치에 가장 높은 평가를 받음.

직원가치		
2006년	2005년	기업명
1	3	유한킴벌리
2	1	삼성전자
3	2	포스코(POSCO)
4	6	유한양행
5	-	한국아이비엠
6	-	삼성SDS
7	4	SK텔레콤
8	9	삼성생명보험
9	7	삼성물산
10	-	SK

4) 고객가치 Top 10 기업

: 삼성전자가 고객가치가 가장 높고 유한킴벌리, 삼성에버랜드, 유한양행 등이 최상위권으로 평가됨.

고객가치		
2006년	2005년	기업명
1	1	삼성전자
2	2	유한킴벌리
3	-	삼성에버랜드
4	5	유한양행
5	-	삼성생명보험
6	6	LG전자
7	4	안철수연구소
8	7	포스코(POSCO)
9	-	한국아쿠르트
10	-	SK

■ 제 2 부 : 2006년 한국에서 가장 존경 받는 기업 조사 결과

[2] 평가항목별 조사 결과 주요 특징

■ 평가항목별 TOP 10

산업계 간부진, 증권사 애널리스트, 일반소비자가 참여한 본 조사에서 평가항목별로 상위 10위 기업을 살펴보면 다음과 같다.

5) 사회가치 Top 10 기업

: 사회 환원, CSR 등으로 유명한 유한킴벌리, 유한양행 등이 높이 평가되었고, 다음으로 롯데칠성음료, 포스코, 삼성전자 순으로 평가됨.

사회가치		
2006년	2005년	기업명
1	1	유한킴벌리
2	2	유한양행
3	—	롯데칠성음료
4	4	포스코(POSCO)
5	6	삼성전자
6	—	매일유업
7	3	안철수연구소
8	—	삼성에버랜드
9	8	삼성생명보험
10	—	포스코건설

6) 이미지가치 Top 10 기업

: 꾸준한 기업이미지 제고 전략을 통해 이미지가치는 유한킴벌리, 유한양행, 삼성전자, 포스코 등의 순으로 높게 나타남.

이미지가치		
2006년	2005년	기업명
1	3	유한킴벌리
2	2	유한양행
3	1	삼성전자
4	4	포스코(POSCO)
5	—	롯데칠성음료
6	5	안철수연구소
7	—	삼성생명보험
8	—	삼성SDS
9	—	현대중공업
10	7	LG전자

■ 제 3 부 : 제언

끊임없는 혁신을 통한 베스트 프랙티스 창출

- 2006년 한국에서 가장 존경 받는 기업 조사 결과에서도 확인된 바와 같이 많은 기업들이 현재 혁신활동과 주주가치 실현을 위해 노력하고 있는 것으로 나타났다. 특히 기업간의 경쟁구도가 더욱더 치열해졌고 이에 많은 기업들이 경쟁력을 확보하기 위해 더 많은 노력을 하고 있는데, 2006년 존경 받는 기업 상위 랭크된 기업들의 공통점을 살펴보면 끊임없는 혁신을 통해 각 산업에서 베스트 프랙티스를 제공하고 있다. 지금도 새로운 것을 시도하고 변화하고 있으며, 새로운 경영혁신 기법을 고안하고 창출하여 시장을 선도하고 있다.
- 또한, 존경 받는 기업이 되기 위해서는 신성장 동력 발굴을 통한 미래 투자 가치를 결정하여 미래 생존을 위해 더욱 적극적으로 대처해야 한다.

‘상생(相生)’의 실천을 하는 기업

- 단지 이익만을 추구하는 기업에게는 더 이상 ‘존경’이라는 단어가 부여될 수 없다. 우리 사회가 현재 요구하는 존경 받는 기업은 바로 상생(相生)의 실천을 하는 기업을 말한다. 존경 받는 기업은 끊임없는 혁신을 통해 우수한 경쟁력을 바탕으로 탁월한 경영성과를 내고 이를 기반으로 사회 친화적인 활동을 하는 기업을 의미하는 것이다. 이러한 활동은 기업이미지를 향상시킬 것이고, 결국 기업이 지속 성장 가능한 여건이 되도록 만들 것이다.
- 많은 이익을 실현하고 있는 기업이 탄생하고 있지만, 이러한 이익은 단지 회사의 재무 건전성 확보 차원에서만 관리되고 있는 경우도 많다. 이제 모든 이해관계자에게 존경 받는 기업이 되는 노력이 필요하다는 것이다.

사회적 책임 및 기업 브랜드 가치 제고

- 피터드러커 교수는 기업의 책임을 두 가지로 정리하고 있다. 하나는 성과를 내는 것이고 또 한가지는 사회적 책임을 다하는 것이다. 기업의 성과는 결과적으로 주주가치, 직원가치, 고객가치를 높일 수 있는 원천이므로 기업은 성과를 낼 때 기본적으로 존경 받을 수 있는 필요 요건을 획득하는 것이라 할 수 있다. 이에 사회적 책임을 다할 수 있는 기반을 다져 나눔경영, 환경경영, 문화경영 등을 실천할 수 있게 된다.
- 더불어 존경 받는 기업이 되는 것은 회사의 이미지와 브랜드 가치를 제고하는 것과는 연결된다. 고객에게 항상 사랑 받고 사회에서 존경을 받으며 직원들이 자긍심을 갖는 회사, 그리고 협력회사들이 함께 하고 싶은 회사를 실현하는 것이 곧 존경 받는 기업이 되기 위한 초석이라 할 수 있다.