

한능컨 : 제 2007 - 78 호

2007. 3. 8

수 신 : 각 언론사

(직인생략)

참 조 :

제 목 :

2007년 제9차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사 결과 발표

지속적인 관심과 지원에 감사 드리며 귀사의 무궁한 발전을 기원합니다

한국능률협회컨설팅은 글로벌 경쟁력을 가진 브랜드의 육성 및 관리에 필요한 지표를 기업에 제공함으로써 한국 산업의 질적인 성장을 유도하고자 1999년부터 금번 조사까지 총 9차에 걸쳐 한국산업의 브랜드파워인덱스(이하 K-BPI)를 발표하고 있습니다

금번 조사는 산업 전반의 브랜드경쟁력을 평가하고자 소비재 제조, 내구재 제조, 서비스재의 총 160개 산업군의 조사를 시행하였습니다.

첨부한 자료는 2006년 12월부터 2007년 2월에 걸쳐 시행된 K-BPI 조사 결과를 다음과 같이 축약한 것이니 귀사의 보도를 양청합니다

본 자료는 3월 8일 조간 (방송은 3월 7일 17:30분) 부터 보도를 요망합니다.

- 다 음 -

제 1 부 : 제9차 K-BPI 조사 개요

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

1. 제9차 K-BPI 전체 특징
2. 제9차 K-BPI 주요 결과
3. 산업군별 1위 브랜드 List
4. 산업군별 조사결과 요약 분석

한국능률협회컨설팅
대표이사 김종립

제 1 부 : 제9차 K-BPI 조사 개요

1. 조사의 배경 및 목적

대부분의 기업이 일정 수준의 기술력을 갖추에 따라 제품이나 서비스의 1차적인 품질에서 우열을 가리기 점차 어려워지고 더욱이 장기간 경기 침체가 예상됨에 따라 국내 기업들의 공격적인 시장확대 중심의 마케팅 활동 만으로는 이제 기업은 국내시장은 물론 해외에서 통용되는 강력한 브랜드의 개발 및 구축 없이는 장기적인 기업 존립이 어려울 수 밖에 없다는 시대적인 상황에 맞닥뜨려 있다.

K-BPI 조사는 조사 결과를 매년 우리 산업계에 공표함을 기본 운영방침으로 하고 있으며, 이를 통해 각 산업군 및 기업의 현 위치를 확인하고 브랜드 파워 향상을 위한 방향을 제시함으로써 기업의 경쟁력 강화와 전략적 브랜드 관리를 위한 기초 자료로 활용될 수 있도록 하는 데에 그 목적이 있다.

K-BPI 조사 결과를 통해 각 기업의 시장에서 자사 브랜드의 상대적 경쟁력 파악은 물론 유사 카테고리의 브랜드 비교 지수를 분석할 수 있는 기회를 갖게 됨으로써, 브랜드 파워 증대를 위한 체계적인 브랜드 매니지먼트 전략을 수립할 수 있는 계기로 활용할 수 있을 것으로 기대한다.

2. 조사 설계

- 1) 모집단 : 국내에서 소비 생활을 하고 있는 한국인으로서, 서울 및 6대 광역시에 거주하고 있는 만 15세 이상 만 60세 미만의 남녀
- 2) 조사지역 : 서울 및 6대 광역시(인천, 부산, 대구, 울산, 대전, 광주)
- 3) 표본추출방법 : 인구비례(성별, 연령별, 지역별)에 의한 무작위추출법
(Random Sampling)
- 4) 총표본부 : 12,000명
- 5) 실사기간 : 2006년 12월부터 2007년 2월까지 (50여일간)
- 6) 조사방법 : 면접원이 조사 대상자를 직접 방문하여 조사하는 일대일 개별면접법
- 7) 조사대상산업 : 160개 산업군 2,192개의 브랜드 조사

3. K-BPI 지수화 모델

K-BPI (Korea Brand Power Index)는 소비자가 인지하고 있는 브랜드 자산에 대해 측정할 수 있는 구성 요소들을 인지도와 충성도에 대한 영향력과 표현력을 중심으로 구매행동 예측이 가능하도록 설계된 방법이다. K-BPI는 바로 소비자 인지구조적 관점에서 브랜드 인지도(Brand Awareness)와 브랜드 로열티(Brand Loyalty)를 중심으로 조사되며

제 1 부 : 제9차 K-BPI 조사 개요

브랜드 인지도에 70%의 가중치(최초인지 40%, 비보조인지 20%, 보조인지 10%)를 두며, 브랜드 로열티에 30%로 가중치를 변경하여 이를 1,000점 만점 기준으로 산출한다.

[K-BPI Model]

$$K-BPI = 0.4X1 + 0.2X2 + 0.1X3 + 0.3X4$$

X1 = 최초인지도

X2 = 비보조총인지

X3 = 보조인지도

X4 = 브랜드 로열티 : 이미지, 구입가능성, 선호도항목에 대해

3:4:3의 가중치를 두고 평균치를 표준화 된 점수(Z-Score)

로 변환하여 표준정규분포상의 누적분포값으로 환산한 수치임

4. K-BPI 조사 대상 산업군

다음은 2007년도 K-BPI 조사대상 산업군이다.

산업군		조사 대상 상품
제조업	소비재 (76개)	1)가공우유 2)간장 3)건전지 4)고추장 5)곡물음료 6)과자 7)기저귀 8)김치 9)남성내의 10)남성정장 11)남성정장구두 12)남성화장품 13)냉장/냉동육 14)녹차 15)농산물브랜드 16)된장 17)두유 18)라면 19)맥주 20)미용용화장지 21)밀폐용기 22)벽지 23)분유 24)붙이는 관절염치료제 25)비누 26)생리대 27)생수 28)생식/선식 29)샴푸 30)섬유유연제 31)세탁세제 32)소주 33)소화제 34)스포츠음료 35)스포츠의류 36)스포츠화 37)식용유 38)아이스크림 39)아토피치료제 40)엔진오일 41)여성기초화장품 42)여성내의 43)여성색조화장품 44)여성정장 45)여성정장구두 46)염모/염색제 47)위스키 48)위장장애개선제 49)유산균발효유 50)유아복 51)육가공햄 52)이유식 53)인삼 54)일반우유 55)자양강장제 56)전통주 57)종합감기약 58)종합문구 59)주방세제 60)주스 61)즉석간편식 62)진통제 63)차음료 64)참치캔 65)천연조미료 66)축산물브랜드 67)치약 68)칫솔 69)캐주얼의류 70)캐주얼화 71)커피 72)커피음료 73)탄산음료 74)학생교복 75)홈세트 76)휘발유

제 1 부 : 제9차 K-BPI 조사 개요

산업군		조사 대상 상품
제조업	내구재 (41개)	1)가스레인지 2)가스오븐레인지 3)가정용바닥재 4)가정용보일러 5)가정용창호재 6)공기청정기 7)김치냉장고 8)네비게이션 9)노트북컴퓨터 10)대형냉장고 11)대형승용차 12)대형TV 13)데스크탑컴퓨터 14)드럼세탁기 15)디지털도어락 16)디지털카메라 17)디지털피아노 18)모터싸이클 19)밥솥 20)복사기 21)부엌가구 22)비데 23)소형승용차 24)수입승용차 25)승용차 타이어 26)식기세척기 27)에어컨 28)이미용가전 29)전기면도기 30)정수기 31)주거용가구 32)중형승용차 33)청소기 34)침대 35)프린터 36)피아노 37)핸드폰 38)홈오트메이션 39)MP3 플레이어 40)RV(차) 41)SUV(차)
서비스업	(43개)	1)고속버스 2)국제전화 3)대형할인점 4)렌터카 5)방범보안서비스 6)백화점 7)베이커리 8)부동산전문포털 9)상품권 10)생명보험 11)서적판매 12)신용카드 13)아파트 14)여행사 15)영화관 16)온라인게임 17)외국어학원 18)유아교재 19)은행 20)음악포털 21)이동통신서비스 22)인터넷쇼핑몰 23)자동차보험 24)자동차정비 25)종합병원 26)주유소 27)증권 28)초고속인터넷통신망 29)취업전문포털 30)커피전문점 31)콘도 리조트 32)택배서비스 33)테마파크 34)패밀리레스토랑 35)패션주얼리전문점 36)패스트푸드점 37)편의점 38)포털 39)피자전문점 40)학습지 41)항공사 42)호텔 43)TV홈쇼핑

1부 끝

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

1. 제9차 K-BPI 전체 특징

2007년으로 9번째로 시행된 한국산업의 브랜드 파워 조사는 웰빙 Trend 관련하여 관심이 높아지고 있는 건강 및 환경상품군 및 농·축산물 브랜드, 인터넷 포털 분야의 산업군 등을 신규로 조사하는 등 총 160개 산업군의 브랜드 파워를 조사하였습니다.

2007년의 조사결과 산업군 1위가 변동되는 산업군은 8개로 브랜드간 경쟁은 치열하지 않지만 국내 산업의 브랜드 파워는 점증하고 있는 것으로 판단됩니다.

금년에 처음 추가 지수화 한 NPS(순고객추천지수) 등의 내용을 함께 검토한 결과를 토대로 2007년 제9차 조사에서 나타난 한국산업의 주요 브랜드 파워 현황 및 특징은 크게 3가지로 요약 될 수 있겠습니다.

첫번째 토종브랜드, 글로벌 경쟁력을 갖추다

불과 5년여 전 자동차, 가전, 패션, 화장품 등의 시장에서 우리 기업은 글로벌 브랜드와 치열한 브랜드 전쟁을 벌이고 있었다. 토종 브랜드는 국내 시장에서의 시장지배력을 바탕으로 브랜드 육성에 대한 집중적인 투자를 통하여 강력한 파워를 가진 브랜드로 성장하였으며

글로벌 브랜드들의 테스트마케팅으로 활용될 만큼 까다로운 구매 심리 및 빠른 소비 패턴의 변화를 가진 국내 시장은 세계시장에서 명품브랜드와 경쟁할 만한 충분한 마케팅 경험까지는 데 좋은 자산이 되었다.

매년 인터브랜드의 조사에서 급신장하고 있는 브랜드인 삼성 뿐 아니라 미주, 중국은 물론 러시아 등에서 최고의 가전브랜드로 자리매김한 LG 휘센, 트롬, 싸이킹 등의 가전산업 브랜드는 이미 순위권에서 해외 브랜드를 찾기 어려우며 제일모직 빈폴, 아모레퍼시픽의 설화수, 헤라 등의 패션 브랜드 시장에서도 제일모직 빈폴(2006 K-BPI 지수 : 478.4점 -> 2007 : 540.7점)은 2004년 브랜드 조사에서 폴로(2006 K-BPI 지수 : 540.7점 -> 2007 : 457점)를 누르고 83.7점으로 GAP을 늘리며, 4년 연속 1위를 차지하였다. 아모레퍼시픽의 설화수(2001년 최초인지 1.9% -> 14.3%), 헤라(2001년 최초인지 5.5%-> 2007년 14.2%) 역시도 급상승한 인지도와 로열티의 상승을 바탕으로 랑콤(최초인지 2.0%), 샤넬(최초인지 0.8%) 등 과 격차를 벌리며 아시아와 미주시장에 진출을 박차고 있는 것으로 조사되었다.

식품 및 소비재에서는 토종 브랜드인 로케트는 에너지이저를 누르고 2007년 1위 브랜드 올라섰으며 코카콜라, 나이키, 도브 등 손에 꼽힐 정도의 산업군에서 글로벌 브랜드가 1위를 차지하고 있다. IT분야인 포털에서도 네이버는 브랜드파워지수 770.8점으로 야후코리아와의 격차를 346.4점 차이로 벌였다.

이러한 토종 브랜드의 성장은 이미 레드오션화 되어 있는 국내에서의 경쟁에서 새로운 마켓인 글로벌 시장 진출에 훌륭한 밑거름이 될 수 있을 것이며 그동안 내수에 국한되어 관리되던 브랜드 전략의 운영에 있어서도 글로벌 브랜드 관리 역량을 갖추는 부분도 기업의

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

마케팅 역량 확보에 중요한 포인트가 될 것으로 판단된다. 아울러 최근 프리미엄 시장을 타겟으로 한 무분별한 명품의 양산이 아닌 품질경쟁력과 브랜드경쟁력을 겸비한 합리적인 명품을 향한 기업의 노력이 필요한 시점이라 하겠다.

두번째로는 경기 침체에 더욱 빛나는 대표 브랜드에 주목

브랜드파워 조사를 시작한지 9년차, 매년 2,000여개 이상의 브랜드가 조사되는 중에 연속으로 산업군의 1위를 차지하며 그 빛을 더욱 발하는 브랜드가 주목되는 시점이라 하겠다. 불황은 시장에서의 경쟁을 더욱 치열하게 유발시키며 기업들은 매출 유지를 위하여 출혈경쟁을 하게 되는데 이 때 NO.1 브랜드는 브랜드파워를 기반으로 형성된 가격 프리미엄을 바탕으로 시장점유율과 수익을 동시에 확보할 수 있으며 오히려 그 격차가 더욱 벌어지게 된다.

9년 연속 브랜드파워 1위를 차지한 귀뚜라미보일러, 대교, 롯데백화점, 비씨카드, 웅진코웨이, 청정원, SK엔크린, 001, 금강, 박카스, 보루네오, 비너스, 이마트, 하기사, 한샘 등 역시 2,3위와의 간격을 지속적으로 벌이면서 대표 브랜드로서 조사되었다.

이외에도 애니콜(핸드폰),동원(참치),웅진코웨이(정수기),하기사(기저귀),쿠쿠(밥솥),맥심(커피),웅진롤루(비데),런나이(가스레인지), 덩채(김치냉장고) 등은 그 브랜드가 산업군을 대표하는 브랜드로 브랜드 파워조사에서도 절대적인 브랜드 인지도와 로열티를 보여 주고 있음이 나타났다.

이러한 흐름으로 2007년의 조사에서는 산업군 1위의 변동 산업이 8개에 불과하였으며 이러한 현상은 수년간 지속될 것으로 판단되며 미래의 경쟁에서는 1위만이 살아 남는다는 교훈을 실감하게 된다. 이러한 브랜드는 기업의 성장을 견인하며 한국산업의 브랜드파워에서 1위를 차지한 브랜드를 보유한 기업이 주가(기업가치)에서도 우수한 성과를 발휘하는 것으로 분석되었다.

경기 침체기에 대표 브랜드는 기업에게 캐시카우의 역할과 함께 안정적인 경영환경을 마련하는 기반이 되기에 1위 브랜드라면 대표 브랜드화의 새로운 목표를 가지게 된다.

이러한 경우 브랜드 관리 시 반드시 고려하여야 할 두가지 요소가 있다.

첫번째 산업군 간의 경쟁에 더욱 관심을 가져야 한다. 대표 브랜드화, 장수 브랜드화 되면서 가장 어려운 고민거리가 산업의 노후화 이다. 다시다, 아침햇살 등은 치열한 경쟁과 미투제품의 시장교란 속에서 대표 브랜드로 자리매김 하였지만 소비자의 관심 영역에서 밀려나고 있다는 고민을 가지고 있다.

두번째는 성급한 이미지 중심의 커뮤니케이션 전략의 집중이다. 브랜드 인지도와 브랜드 로열티를 강화하기 위한 커뮤니케이션은 반드시 필요한 전략이지만 다른 수많은 브랜드가 발신하는 메시지에 묻혀 소비자들의 기억 속에 오래 남기 어려움으로 그 실체인 상품과 서비스에 지속적인 혁신요소가 포함되어 상품화 되거나 제공되어야 한다.

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

세번째, 순고객추천지수(Net Promoter Index)를 높혀라

순고객추천지수는 하버드 Business Review지에 베인앤컴퍼니 F.Reichheld에 의해서 발표된 자료로 지난 20년간 500여개 이상의 실제 사례를 분석해 본 결과, 고객로열티가 기업수익에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 순고객추천지수가 기업의 성장성과 매우 높은 상관관계를 갖는 것으로 보고되었다. 구전효과는 고객로열티 측정의 주요 요인으로 부각되고 있으며, 이를 근거로 타인추천의향을 지수화하였다.

한국산업브랜드파워에서 조사된 전체 산업군 순고객추천평균지수는 -1.2%, 소비재 0.1%, 내구재 -2.3%, 서비스재 -2.6%으로 전체적으로 낮은 지수를 나타내고 있다. 순고객추천지수가 높은 산업분야는 소비자에게 높은 만족도를 나타내거나, 시장 내 브랜드들이 치열한 경쟁을 벌이고 있는 산업분야들로 나타났다. 반대로 낮은 산업분야는 산업군내 독점적인 우위를 확보하여 2~3위 브랜드와 큰 격차가 있는 산업분야 또는 시장 자체가 미성숙해서 성장하고 있는 산업군에서 낮게 나타나는 것으로 분석되었다.

전체적으로 높은 순고객추천지수를 나타낸 곳은 내구재에서는 대형승용차(6.5%), SUV(4.4%), 양문여닫이냉장고(4.1%), 소비재에서는 스포츠 의류(7.5%), 일반우유(8.1%), 라면(11.2%), 과자(9.5%), 생리대(6.0%)가 높게 나타났으며, 서비스재에서는 베이커리(8.1%), 종합병원(6.4%), 아파트(4.6%) 등으로 산업 전체가 높은 만족도를 나타내거나, 치열한 시장 경쟁을 하는 것으로 나타났다.

전체적으로 낮은 순고객추천지수를 나타낸 곳은 소비재에서는 담배(-16.6%), 탄산음료(-12.8%), 생식/선식(-11.1%), 아토피치료제(-10.8%)로 유해성 논란이 부각되는 담배, 탄산음료에서, 미성숙 시장인 생식/선식, 아토피치료제에서 낮게 나타났다. 내구재에서는 모터싸이클(-18.6%), 소형승용차(-8.7%), 디지털도어락(-8.6%)으로 일부 타겟 고객층을 대상으로 한 모터싸이클, 소형승용차나 성장 산업인 디지털도어락에서 낮게 나타나고 있으며, 서비스재에서는 초고속인터넷(-12.5%), 렌터카(-12.0%), 편의점(-8.7%)으로 독보적인 시장 우위를 점유하고 있거나, 시장 내 산업이 아직까지 성숙하지 못해 시장 진입이 가능한 산업군으로 볼 수 있다.

2~3위 브랜드들은 구매 경험자들의 로열티를 높여 타인 추천의향을 통한 구매 저변 확대 및 새로운 수요 창출 전략이 필요하며, 또한 치열한 기존 경쟁 시장에서 벗어나 새로운 신시장(블루오션)을 발굴하여 선도하는 전략이 필요할 것이다.

* 베인앤컴퍼니의 NPS는 사용자 중심으로 10점척도로 조사되었으며, 본 K-BPI의 NPS는 사용자와 잠재사용자를 포함한 브랜드 중심으로 5점척도의 NPS임.

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

2. 제 9차 K-BPI 주요 결과

1) 9년 연속 1위 브랜드

산업	1위 브랜드	산업	1위 브랜드	산업	1위 브랜드
국제전화	국제전화001	데스크탑컴퓨터	매직스테이션	라면	신라면
대형할인점	이마트	부엌가구	한샘	스포츠의류	나이키
백화점	롯데백화점	소형승용차	마티즈	엔진오일	ZIC XQ
생명보험	삼성생명	정수기	웅진코웨이	여성내의	비너스
신용카드	비씨카드	주거용가구	BIF 보루네오	여성정장구두	금강
은행	국민은행	중형승용차	쏘나타	유산균발효유	한국야쿠르트
자동차보험	애니카	침대	에이스	일반우유	서울우유
증권	삼성증권	RV	카니발	자양강장제	박카스
패스트푸드점	롯데리아	고추장	청정원	주스	델몬트
학습지	대교눈높이	과자	새우깡	천연조미료	다시다
항공사	대한항공	기저귀	하기스	커피	맥심
호텔	롯데호텔	남성정장구두	금강	휘발유	SK엔크린
가정용보일러	귀뚜라미				

2) 신규조사 1위 브랜드 (조사 재개 제외)

산업	1위 브랜드	기업명	비고
주유소	SK	(주)SK	
네비게이션	탱크웨어(아이나비)	탱크웨어	
인삼	정관장	(주)한국인삼공사	
축산물브랜드	황성한우	황성축산업협동조합	
농산물브랜드	임금님표 이천쌀	이천시	
아토피치료제	아토팜	(주)네오팜	
부동산전문포털	부동산114	부동산일일사(주)	
음악포털	벅스	벅스(주)	
취업전문포털	잡코리아	(주)잡코리아	

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

3) 1위 교체 산업군

산업	1위 브랜드	기업명	2006년 1위
가공우유	서울OO우유	서울우유협동조합	바나나우유
가정용바닥재	LG바닥재	(주)LG화학	KCC 옥장판
건전지	로케트	한국피앤지 판매유한회사	에너지아저
남성내의	보디가드	(주)좋은사람들	BYC
아이스크림	부라보콘	해태제과(주)	월드콘
여성기초화장품	설화수	(주)아모레퍼시픽	헤라
즉석간편식	오투기3분요리	(주)오투기	햇반
커피음료	레쓰비	(주)롯데칠성음료	맥스웰하우스

4) 항목별 TOP 10 브랜드

구분	K-BPI [지수 통합]	개별 항목		
		Top of Mind	Brand Recall	Brand Royalty
1	동원(참치)	동원(참치)	대한항공(항공사)	애니콜(핸드폰)
2	웅진코웨이(정수기)	하기스(기저귀)	쏘나타(중형차)	딤채(김치냉장고)
3	하기스(기저귀)	웅진코웨이(정수기)	SK텔레콤(이동통신)	맥심(커피)
4	쿠쿠(밥솥)	맥심(커피)	동원(참치)	신라면(라면)
5	맥심(커피)	쿠쿠(밥솥)	아시아나항공(항공사)	파브(대형TV)
6	웅진롤루(비데)	웅진롤루(비데)	롯데백화점(백화점)	피죤(섬유유연제)
7	런나이(가스레인지)	런나이(가스레인지)	맥심(커피)	쿠쿠(밥솥)
8	애니콜(핸드폰)	대한항공(항공사)	웅진코웨이(정수기)	나이키(스포츠화)
9	딤채(김치냉장고)	겔포스(위장장애개선)	KTF(이동통신)	동원(참치)
10	대한항공(항공사)	피자헛(피자전문점)	귀뚜라미(가정용보일러)	네이버(검색포털)

※ 항목별 TOP 10 브랜드는 산업군별 지수화 자료를 통합한 자료임을 참조하여야 함.

※ Top of Mind (최초인지도)는 산업군의 브랜드 중 가장 먼저 생각나는 브랜드를 응답한 것

※ Brand Recall (비보조인지도)는 산업군에 기억 나는 모든 브랜드를 중복 응답받은 것

※ Brand Royalty (브랜드 충성도)는 해당상품에 이미지, 구입가능성, 선호도에 대한 모든 세부항목을 평균 낸 것

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

5) 산업군별 NPS 지수 - 상위 10개 산업군, 하위 10개 산업군

구분	상위 10개 산업군	NPS(%)	하위 10개 산업군	NPS(%)
1	라면	11.2	모터싸이클	-18.6
2	과자	9.5	담배	-16.6
3	베이커리	8.1	탄산음료	-12.8
4	일반우유	8.1	초고속인터넷통신망	-12.5
5	축산물브랜드	7.9	렌터카	-12.0
6	남성내의	7.5	생식/선식	-11.1
7	스포츠의류	7.5	아토피치료제	-10.8
8	여성내의	7.2	국제전화	-10.3
9	대형승용차	6.5	천연조미료	-9.2
10	종합병원	6.4	편의점	-8.7

※ NPS(Net Promoter Score : 순수고객추천지수)는 하버드 Business Review지에 베인앤 컴퍼니의 F.Reichheld에 의해서 발표 된 자료에 의하면 고객의 구전효과로 세일즈가 증가하거나 감소하는 경우를 매우 정확하게 예측할 수 있으며, 기업의 미래 성장성을 예측 할 수 있는 것으로 나타났다. 주변 사람에게 "적극 추천하겠다"는 사람 수에서 "추천안하겠다"고 응답한 사람의 수를 뺀 후 그 숫자를 순고객추천지수로 계량화하였다. 그 모델을 바탕으로 타인추천의향을 5점 척도로 하여 적극추천의향자(5점) 응답자율에서 적극비추천(1점)과 비추천(2점) 응답자율을 뺀 점수를 순고객추천지수로 정의하였다.

- 순수고객추천지수=(적극추천의향자(5점) -적극비추천(1점)-비추천(2점))÷전체응답자수

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

4. 산업군별 1위 브랜드 List

1) 내구재 제조

산업	1위 브랜드	기업명	비고
가스레인지	린나이	린나이코리아(주)	8년 연속 1위
가스오븐레인지	매직(MAGIC)	동양매직(주)	3년 연속 1위
가정용보일러	귀뚜라미	(주)귀뚜라미보일러	9년 연속 1위
가정용창호재	지인 하우트(LG)	(주)LG화학	5년 연속 1위
가정용바닥재	LG바닥재	(주)LG화학	1위 교체
공기청정기	웅진케어스	웅진코웨이(주)	5년 연속 1위
김치냉장고	딤채	위니아만도(주)	8년 연속 1위
네비게이션	아이나비	팅크웨어(주)	신규 산업군 1위
노트북컴퓨터	센스	삼성전자(주)	8년 연속 1위
대형자동차	에쿠스	현대자동차(주)	6년 연속 1위
대형TV	파브(PAVV)	삼성전자(주)	5년 연속 1위
데스크탑컴퓨터	매직스테이션(Q)	삼성전자(주)	9년 연속 1위
드럼세탁기	TROMM	LG전자(주)	5년 연속 1위
디지털도어락	게이트맨	(주)아이레보	2년 연속 1위
디지털카메라	케녹스	삼성테크윈(주)	5년 연속 1위
디지털피아노	영창디지털피아노	(주)커즈와일	4년 연속 1위
모터사이클	혼다	혼다코리아(주)	5년 연속 1위
밥솥	쿠쿠	쿠쿠홈시스(주)	5년 연속 1위
복사기	신도리코	(주)신도리코	8년 연속 1위
부엌가구	한샘	(주)한샘	9년 연속 1위
비데	웅진롤루	웅진코웨이(주)	5년 연속 1위
소형승용차	마티즈	GM대우(주)	9년 연속 1위
수입자동차	BMW	BMW코리아	4년 연속 1위
승용차타이어	한국타이어	한국타이어(주)	5년 연속 1위
식기세척기	매직(MAGIC)	동양매직(주)	5년 연속 1위
양문여닫이냉장고	지펠	삼성전자(주)	8년 연속 1위
에어컨	WHISEN	LG전자(주)	3년 연속 1위
이미용가전	유닉스전자	유닉스전자(주)	2년 연속 1위
전기면도기	필립스	필립스전자(주)	신규 산업군 1위
정수기	웅진코웨이	웅진코웨이(주)	9년 연속 1위
주거용가구	BIF 보루네오	(주)보루네오가구	9년 연속 1위
중형승용차	쏘나타	현대자동차(주)	9년 연속 1위

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

산업	1위 브랜드	기업명	비고
청소기	싸이킹	LG전자(주)	신규 산업군 1위
침대	에이스	(주)에이스침대	9년 연속 1위
프린터	삼성	삼성전자(주)	5년 연속 1위
피아노	영창피아노	영창악기(주)	8년 연속 1위
핸드폰	애니콜	삼성전자(주)	8년 연속 1위
홈오디오메이션	현대통신	현대통신(주)	3년 연속 1위
MP3플레이어	아이리버	(주)레인콤	4년 연속 1위
RV(차)	카니발	기아자동차(주)	9년 연속 1위
SUV(차)	싼타페	현대자동차(주)	2년 연속 1위

2) 소비재 제조

산업	1위 브랜드	기업명	비고
가공우유	서울OO우유	서울우유협동조합	1위 교체
간장	샘표간장	샘표(주)	7년 연속 1위
건전지	로케트	한국피앤지 판매유한회사	1위 교체
고추장	청정원	대상(주)	9년 연속 1위
곡물음료	아침햇살	웅진식품(주)	6년 연속 1위
과자	새우깡	(주)농심	9년 연속 1위
기저귀	하비스	유한킴벌리(주)	9년 연속 1위
김치	종가집	대상FNF(주)	7년 연속 1위
남성내의	보디가드	(주)좋은사람들	1위 교체
남성정장	갤럭시	(주)제일모직	4년 연속 1위
남성정장구두	금강	금강(주)	9년 연속 1위
남성화장품	헤라옴므	(주)아모레퍼시픽	2년 연속 1위
냉장/냉동육	하림	(주)하림	5년 연속 1위
녹차	설록차	(주)아모레퍼시픽	2년 연속 1위
농산물브랜드	임금님표 이천쌀	이천시	신규 산업군 1위
된장	청정원	대상(주)	6년 연속 1위
두유	베지밀	(주)정식품	5년 연속 1위
라면	신라면	(주)농심	9년 연속 1위
맥주	하이트	하이트맥주(주)	8년 연속 1위
미용용 화장지	크리넥스	유한킴벌리(주)	5년 연속 1위
밀폐용기	락앤락(Lock&Lock)	하나코비(주)	4년 연속 1위
벽지	LG벽지	(주)LG화학	3년 연속 1위
분유	남양 임페리얼	남양유업(주)	3년 연속 1위

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

산업	1위 브랜드	기업명	비고
불이는관절염치료제	케토톱	(주)태평양제약	5년 연속 1위
비누	도브	유니레버코리아(주)	6년 연속 1위
생리대	화이트	유한킴벌리(주)	7년 연속 1위
생수	삼다수	(주)농심	신규 산업군 1위
생식/선식	풀무원	(주)풀무원건강생활	3년 연속 1위
삼푸	엘라스틴	(주)LG생활건강	4년 연속 1위
섬유유연제	피죤	(주)피죤	5년 연속 1위
세탁세제	비트	CJ LION(주)	6년 연속 1위
소주	참진이슬로	(주)진로	7년 연속 1위
소화제	까스활명수	동화약품공업(주)	5년 연속 1위
스포츠음료	게토레이	롯데칠성음료(주)	4년 연속 1위
스포츠의류	나이키	(주)나이키스포츠	9년 연속 1위
스포츠화	나이키	(주)나이키스포츠	8년 연속 1위
식용유	해표	(주)신동방	8년 연속 1위
아이스크림	부라보콘	해태제과(주)	1위 교체
아토피치료제	아토팜	(주)네오팜	신규 산업군 1위
엔진오일	ZIC XQ	SK(주)	9년 연속 1위
여성기초화장품	설화수	(주)아모레퍼시픽	1위 교체
여성내의	비너스	(주)신영와코루	9년 연속 1위
여성색조화장품	헤라	(주)아모레퍼시픽	2년 연속 1위
여성정장	닥스	(주)LG패션	7년 연속 1위
여성정장구두	금강	금강(주)	9년 연속 1위
염모염색제	꽃을든남자클리닉	소망화장품(주)	신규 산업군 1위
유산균발효유	한국야쿠르트	(주)한국야쿠르트	9년 연속 1위
위스키	발렌타인	진로발렌타인즈무역(주)	5년 연속 1위
위장장애개선제	겔포스(M)	보령제약(주)	5년 연속 1위
유아복	아가방	(주)아가방	8년 연속 1위
육가공햄	스팸	CJ(주)	4년 연속 1위
이유식	매일맘마밀	매일유업(주)	5년 연속 1위
인삼	정관장	(주)한국인삼공사	신규 산업군 1위
일반우유	서울우유	서울우유협동조합	9년 연속 1위
차양강장제	박카스	동아제약(주)	9년 연속 1위
전통주	백세주	(주)국순당	7년 연속 1위
종합감기약	콘택골드	(주)유한양행	2년 연속 1위

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

산업	1위 브랜드	기업명	비고
종합문구	모닝글로리	(주)모닝글로리	7년 연속 1위
주방세계	자연풍	(주)LG생활건강	7년 연속 1위
주스	델몬트	롯데칠성음료(주)	9년 연속 1위
즉석간편식	오뚜기3분요리	(주)오뚜기	1위 교체
진통제	게보린	삼진제약(주)	신규 산업군 1위
차음료	동원보성녹차	(주)동원F&B	2년 연속 1위
참치캔	동원참치	(주)동원F&B	8년 연속 1위
천연조미료	다시다	CJ(주)	9년 연속 1위
축산물브랜드	형성한우	형성축산업협동조합	신규 산업군 1위
치약	덴탈크리닉 2080치약	애경산업(주)	3년 연속 1위
칫솔	Oral-B	한국피앤지 판매유한회사	7년 연속 1위
캐주얼의류	빈폴	(주)제일모직	4년 연속 1위
캐주얼화	랜드로바	금강(주)	7년 연속 1위
커피	맥심	동서식품(주)	9년 연속 1위
커피음료	레쓰비	(주)롯데칠성음료	1위 교체
탄산음료	코카콜라	한국코카콜라(주)	8년 연속 1위
학생교복	스마트 학생복	SK네트웍스(주)	5년 연속 1위
홈세트	한국도자기	한국도자기(주)	3년 연속 1위
휘발유	SK엔크린	SK(주)	9년 연속 1위

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

3) 서비스 일반

산업	1위 브랜드	기업명	비고
고속버스	금호고속	금호산업(주)고속사업부	7년 연속 1위
국제전화	국제전화001	(주)KT	9년 연속 1위
대형할인점	이마트	(주)신세계 이마트부문	9년 연속 1위
렌터카	금호렌터카	금호렌터카(주)	5년 연속 1위
방범보안서비스	세콤	(주)에스윈	2년 연속 1위
백화점	롯데백화점	롯데쇼핑(주)	9년 연속 1위
베이커리	파리바게뜨	(주)파리크라상	7년 연속 1위
부동산전문포털	부동산114	부동산일일사(주)	신규 산업군 1위
상품권	롯데백화점 금액상품권	롯데쇼핑(주)	5년 연속 1위
생명보험	삼성생명	삼성생명보험(주)	9년 연속 1위
서적판매	교보문고	(주)교보문고	5년 연속 1위
신용카드	비씨카드	비씨카드(주)	9년 연속 1위
아파트	래미안	삼성물산(주)	6년 연속 1위
여행사	하나투어	(주)하나투어	3년 연속 1위
영화관	CGV	CJ CGV(주)	5년 연속 1위
온라인게임	카드라이더	(주)넥슨	2년 연속 1위
외국어학원	YBM어학원	(주)와이비엠에듀케이션	2년 연속 1위
유아교재	쌍크빅	(주)웅진쌍크빅	3년 연속 1위
은행	국민은행	(주)국민은행	9년 연속 1위
음악포털	벅스	벅스(주)	신규 산업군 1위
이동통신서비스	SK텔레콤	(주)SK텔레콤	2년 연속 1위
인터넷쇼핑몰	인터파크	인터파크(주)	2년 연속 1위
자동차보험	애니카	삼성화재해상보험(주)	9년 연속 1위
자동차정비	스피드메이트	SK네트웍스(주)	5년 연속 1위
주유소	SK	(주)SK	신규 산업군 1위
종합병원	서울대학교병원	서울대학교병원	7년 연속 1위
증권	삼성증권	삼성증권(주)	9년 연속 1위
초고속인터넷	메가패스	(주)KT	7년 연속 1위
취업전문포털	잡코리아	(주)잡코리아	신규 산업군 1위
커피전문점	스타벅스	(주)스타벅스커피코리아	5년 연속 1위
콘도리조트	한화리조트	한화리조트(주)	3년 연속 1위
택배서비스	우체국택배	우정사업본부	3년 연속 1위
테마파크	에버랜드	삼성에버랜드(주)	2년 연속 1위

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

산업	1위 브랜드	기업명	비고
패밀리레스토랑	아웃백스테이크하우스	아웃백스테이크하우스코리아	3년 연속 1위
패션주얼리전문점	미니골드	(주)에이치오엔	4년 연속 1위
패스트푸드점	롯데리아	(주)롯데리아	9년 연속 1위
편의점	홈플러스	(주)보광홈플러스	2년 연속 1위
포털	네이버	엔에이치엔(주)	2년 연속 1위
피자전문점	피자헛	한국피자헛(주)	8년 연속 1위
학습지	대교눈높이	(주)대교	9년 연속 1위
항공사	대한항공	(주)대한항공	9년 연속 1위
호텔	롯데호텔	(주)호텔롯데	9년 연속 1위
TV홈쇼핑	CJ홈쇼핑	(주)씨제이홈쇼핑	2년 연속 1위

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

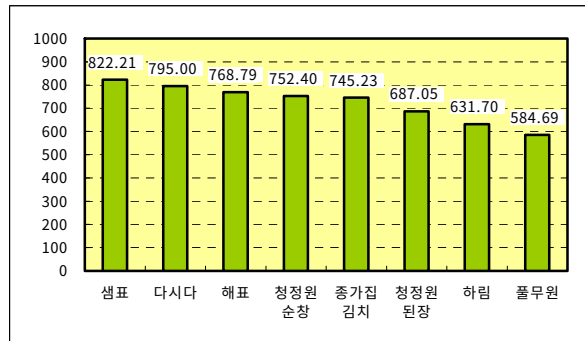
4. 산업군별 조사결과 요약 분석

소제/건강식품 산업군(8개) :

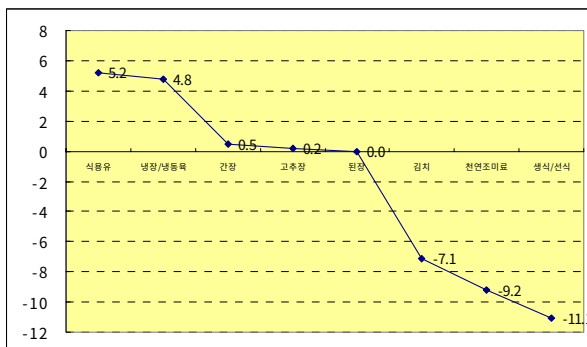
간장, 고추장, 된장, 생식/선식, 식용유, 천연조미료, 김치, 냉장/냉동육

1) 산업군별 1위 브랜드

소제/건강식품 산업군은 간장, 고추장을 포함해 천연조미료와 김치, 냉장/냉동육에 이르는 총 8개의 산업군이 조사되었다. 청정원은 고추장과 된장 2개의 산업군에서 1위를 차지하였으며 소제/건강식품 산업군의 1위 브랜드들 중에서 가장 큰 브랜드 파워를 가진 브랜드는 간장 산업군의 샘표로 나타났다.



2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)



타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 산업별 순고객추천지수는 식용유, 냉장/냉동육이 높게 나타난 반면 천연조미료와 생식/선식의 경우에는 낮게 나타나고 있다. 산업별 순고객추천지수가 가장 낮게 나타난 생식/선식 산업군의 경우 시장진입 브랜드의 침투 가능성이 높을 것으로 예상된다.

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

브랜드이미지, 선호도, 구매의향 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 해표와 청정원, 백설표가 높은 브랜드 로열티를 나타내고 있는 것으로 조사 되었다. 소제/건강식품 산업군 내 상위를 차지하고 있는 브랜드들의 경우 전반적으로 브랜드로열티가 높게 나타나고 있다.

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

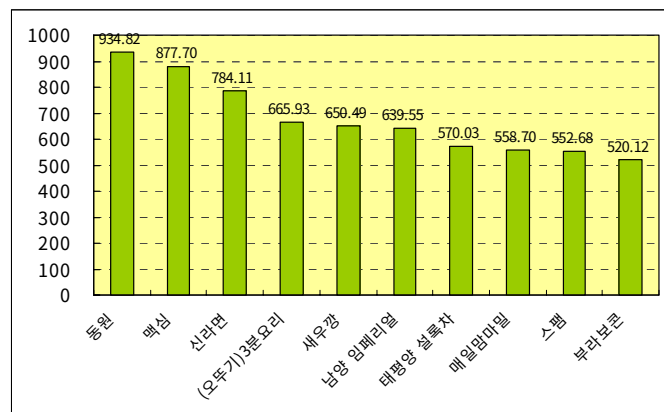
구분	브랜드	지수
식용유	해표	71.78
고추장	청정원 순창	71.15
식용유	백설표	71.04
고추장	해찬들 태양초	70.67
간장	샘표	70.57
식용유	롯데	70.44
간장	청정원	70.07
냉장/냉동육	복우촌	69.56
간장	오복	68.99
냉장/냉동육	하림	68.90

가공식품 산업군(10개) :

과자, 녹차, 분유, 커피, 육가공품, 이유식, 즉석간편식, 참치캔, 라면, 아이스크림

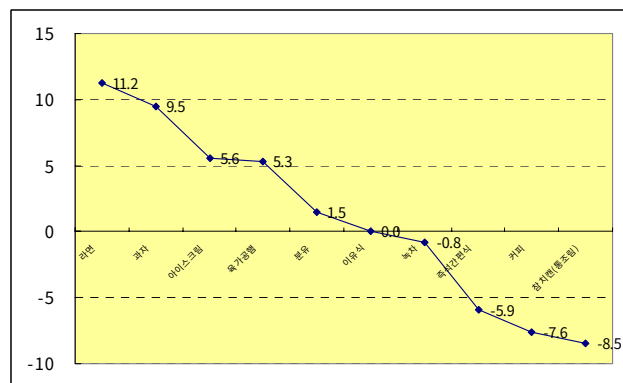
1) 산업군별 1위 브랜드

가공식품 산업군은 과자, 녹차, 분유를 포함해 지난해까지 용기면과 봉지면, 떠먹는 아이스크림과 아이스크림콘으로 분리되어 조사되었던 산업군을 각각 라면과 아이스크림으로 통합하여 총 10개의 산업군이 조사되었다. 산업군에 따라 다양한 브랜드들이 나타나고 있는 가운데 참치캔 산업의 동원이 가장 높은 브랜드 파워를 나타내고 있는 것으로 조사되었다.



2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)

타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 산업별 순고객추천지수는 라면과 과자가 다른 산업군과 비교해 높게 나타나고 있는 것으로 조사되었고 산업군 내에서는 참치캔이 가장 낮은 순고객추천지수를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 참치캔의 경우 브랜드 파워가 매우 높게 나타난 반면, 순고객추천지수에서는 다른 산업군과 비교해 낮은 지수를 나타내고 있다.



제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

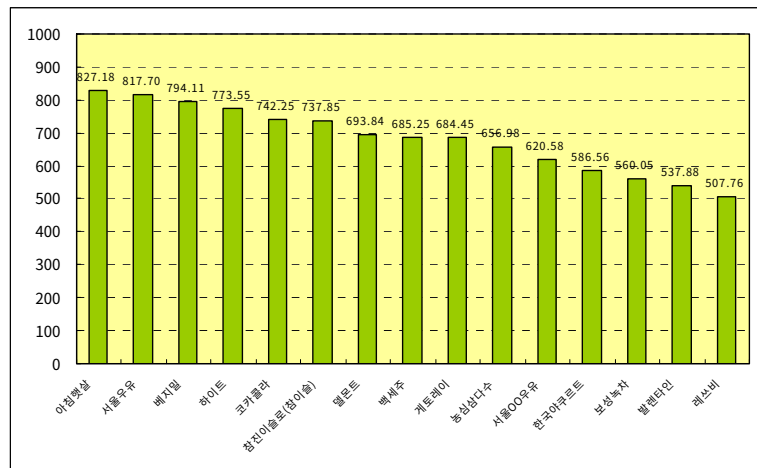
브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 맥심과 신라면, 동원이 높은 브랜드로열티를 나타내고 있는 것으로 나타났다. 참치캔 산업군의 동원은 산업군 내에서 가장 높은 브랜드 파워를 나타냈으나 로열티에서는 커피와 라면 산업군의 브랜드인 맥심과 신라면보다 낮게 나타난 것으로 조사되었다.

산업군	브랜드	지수
커피	맥심	75.73
라면	신라면	75.51
참치캔	동원	74.43
육가공햄	스팸	73.28
과자	새우깡	73.18
과자	포카칩	73.01
라면	오징어짬뽕	72.64
라면	새우탕면	72.49
라면	너구리	72.15
육가공햄	목우촌햄	71.69

유음료/주류 산업군 (15개) : 가공우유, 곡물음료, 두유, 맥주, 소주, 스포츠음료, 위스키, 일반우유, 전통주, 주스, 차음료, 커피음료, 탄산음료, 생수, 유산균발효유

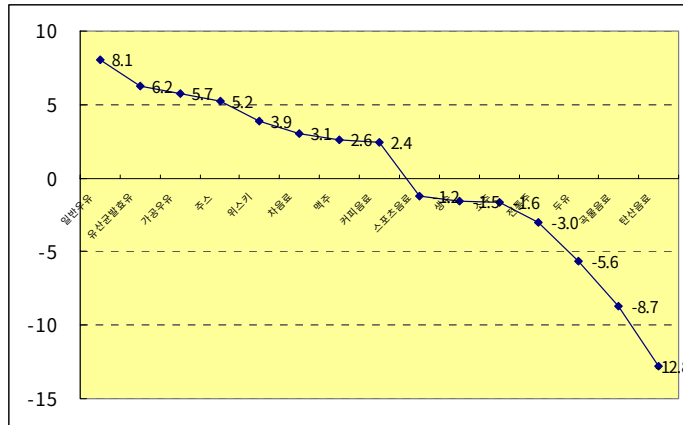
1) 산업군별 1위 브랜드

유음료/주류 산업군은 가공우유와 곡물음료, 두유, 맥주를 포함해 생수와 유산균발효유에 이르는 총 15개의 산업군이 조사되었다. 조사된 유음료/주류 산업군 내에서 가장 높은 브랜드 파워를 나타낸 산업군은 곡물음료이고 브랜드는 아침햇살로 나타났다. 2007년 새롭게 추가된 산업군인 생수에서는 농심삼다수가 가장 높은 브랜드 파워를 나타낸 것으로 조사되었다.



제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)



타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 순고객추천지수는 일반우유가 유음료/주류 산업군 내에서 가장 높은 순고객추천지수를 나타냈으며 탄산음료가 가장 낮게 나타난 것으로 조사되었다. 주류에서는 위스키가 다른 주류산업군과 비교해 순고객추천지수가 높게 나타났다.

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

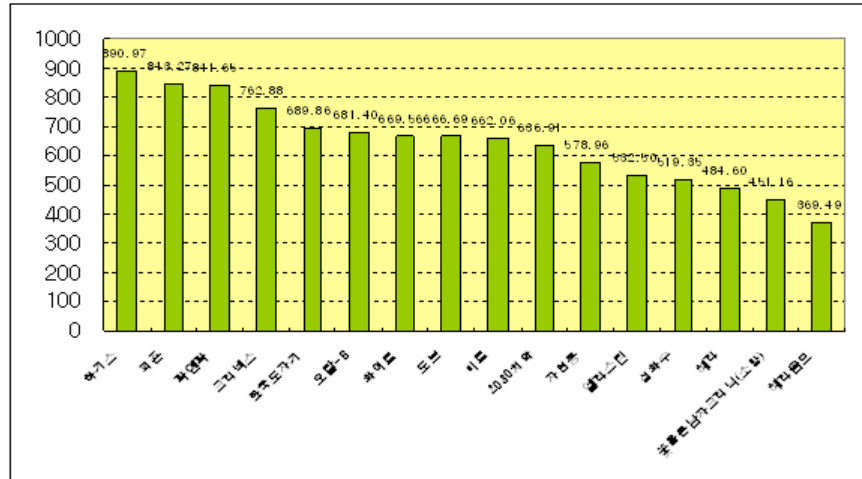
브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 서울우유가 가장 높은 브랜드로열티를 나타내고 있으며 참소주가 그 뒤를 이어 높은 브랜드로열티를 나타낸 것으로 조사되었다. 전반적으로 유음료 산업군이 70이상의 높은 브랜드로열티를 나타내고 있는 가운데 차음료에서는 17차가 가장 높은 브랜드로열티를 나타냈다.

구분	브랜드	지수
일반우유	서울우유	73.49
소주	참소주	73.42
가공우유	빙그레바나나(딸기)우유	72.68
가공우유	서울OO우유	72.33
차음료	17차	71.48
주스	가야농장	71.23
일반우유	부산우유	71.17
유산균발효우유	윌	71.00
스포츠음료	포카리스웨트	70.91
맥주	하이트	70.85

생활용품 산업군(16개) : 기저귀, 남성화장품, 미용용화장지, 밀폐용기, 비누, 생리대, 샴푸, 섬유유연제, 세탁세제, 여성기초화장품, 여성색조화장품, 주방세제, 치약, 칫솔, 홈세트, 염모/염색제

1) 산업군별 1위 브랜드

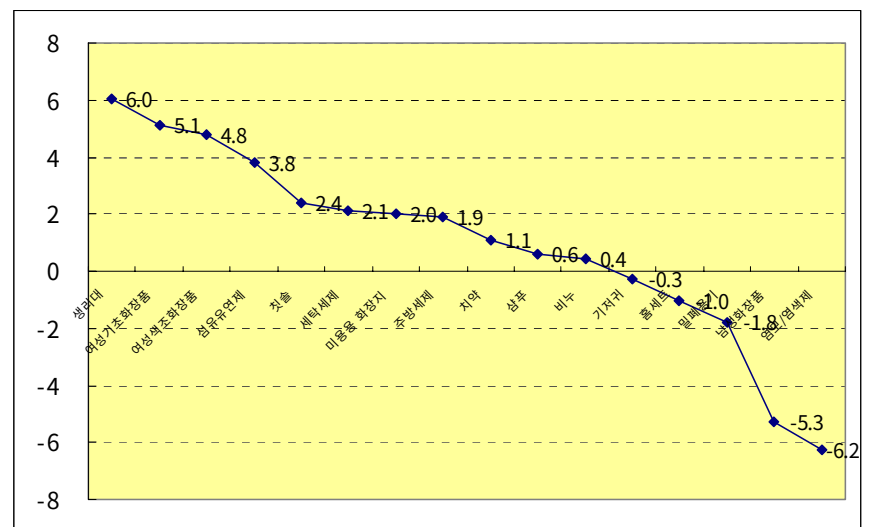
생활용품 산업군은 기저귀, 화장품을 포함해 세정용품, 세탁용품, 홈세트에 이르는 16개의 다양한 산업군이 조사되었다. 이 중 가장 높은 브랜드 파워를 나타낸 산업군은 기저귀로 하기가 생활용품 산업군 내의 산업군별 1위 브랜드에서 가장 높은 브랜드 파워를 나타내고 있는 것으로 조사되었다.



헤라의 경우 여성색조화장품과 남성화장품의 두 산업군에서 가장 높은 브랜드 파워를 가진 브랜드로 나타났으나 생활용품 산업군 내의 다른 1위 브랜드와 비교해 브랜드파워는 낮은 것으로 조사되었다.

2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)

타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 순고객추천지수는 생활용품 산업군 내에서 생리대가 가장 높은 지수를 나타냈다. 한편, 남성화장품과 염모/염색제의 경우 생활용품 산업군 내 다른 산업군과 비교해 낮은 지수를 나타낸 것으로 조사되었다. 여성화장품의 경우 남성화장품과는 대조적으로 기초화장품과



색조화장품 모두 높은 지수를 나타냈다. 염모/염색제의 경우 신규 브랜드의 시장진입 가능성이 가장

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

높을 것으로 예상된다.

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

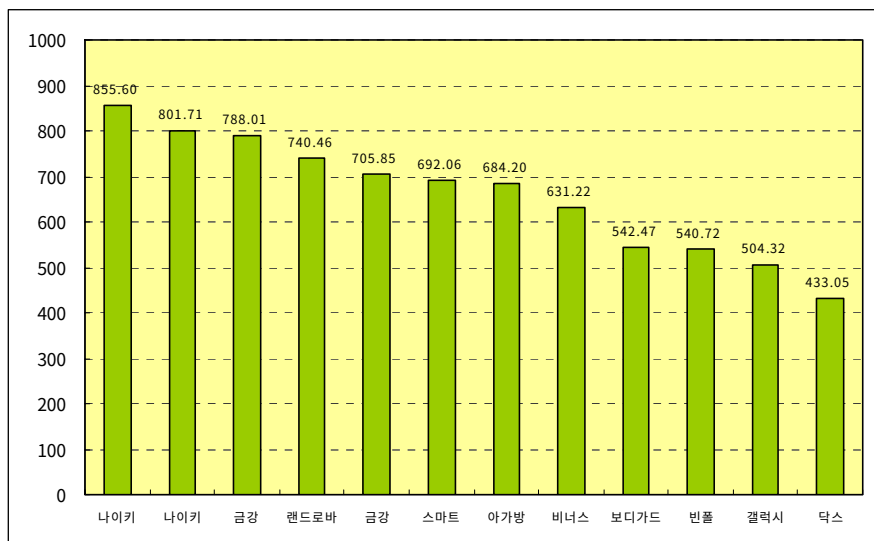
브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 생활용품 산업군 중 섬유유연제의 피죤이 가장 높은 브랜드로열티를 나타낸 것으로 조사되었다. 그리고 밀폐용기 브랜드인 락앤락과 여성기초화장품 브랜드인 설화수가 그 뒤를 이어 높은 브랜드로열티를 나타냈다. 피죤은 브랜드 파워에서도 산업군 내에서 두번째로 높은 순서로 나타나 높은 브랜드로열티를 바탕으로 강력한 브랜드파워를 나타내고 있는 것으로 나타났다.

구분	브랜드	지수
섬유유연제	피죤	75.21
밀폐용기	락앤락	73.54
여성기초화장품	설화수	73.22
세탁세제	비트	72.66
기저귀	하기스	72.30
홈세트	코렐	72.28
여성기초화장품	샤넬	71.45
여성색조화장품	바비브라운	70.91
여성색조화장품	헤라	70.90
여성색조화장품	설화수	70.86

패션용품 산업군(12개) : 남성내의, 남성정장, 남성정장구두, 스포츠의류, 스포츠화, 여성내의, 여성정장, 여성정장구두, 유아복, 캐주얼의류, 캐주얼화, 학생교복

1) 산업군별 1위 브랜드

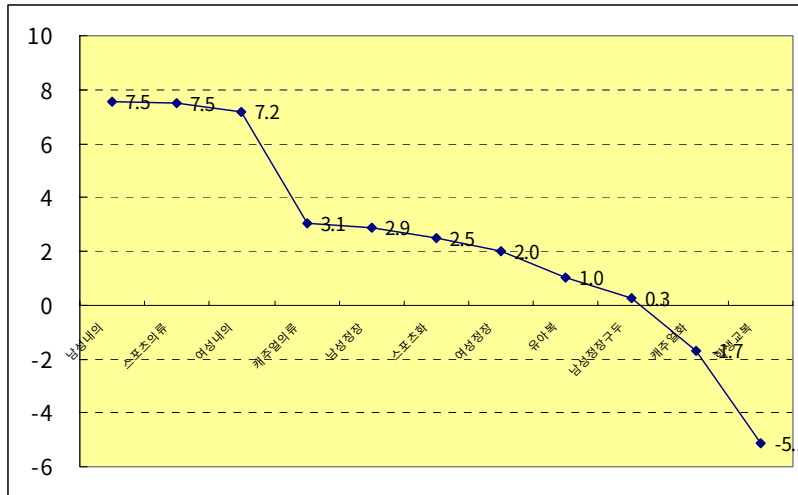
패션용품 산업군은 내의, 정장, 구두, 유아복과 스포츠의류, 학생교복에 이르는 다양한 산업군을 포함해 총 12개의 산업군이 조사되었다. 나이키는 스포츠화와 스포츠의류 두 산업군에서 가장 높은 브랜드 파워를 나타냈음과 동시에 패션용품 산업군 내에



제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

서도 가장 높은 브랜드 파워를 확보하고 있는 파워브랜드로 조사되었으며 금강도 남성정장구두와 여성정장구두 산업군 모두에서 가장 높은 브랜드 파워를 지닌 브랜드로 조사되었다.

2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)



타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 순고객추천지수는 패션용품 산업군 내에서 남성내의와 스포츠의류 산업군이 가장 높은 지수를 나타낸 것으로 조사되었으며 여성내의의 경우도 높은 순고객추천지수를 나타내고 있다. 패션용품 산업군에서 가장 낮은 순고객추천지수를 나타낸 산

업군은 학생교복으로 조사되었으나 학생교복의 경우 특정계층을 중심으로 형성되는 제품임을 고려해야 한다.

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 나이키가 스포츠화와 스포츠의류 산업군에서 모두 가장 높은 브랜드로열티를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 나이키의 경우 패션용품 산업군 내의 브랜드파워에서도 다른 산업군의 브랜드와 비교해 높은 브랜드파워를 나타내고 있어 높은 브랜드로열티를 바탕으로 지속적인 파워브랜드로 자리매김 하고 있는 것으로 조사되었다. 패션용품 산업군 에서는 캐주얼의류 브랜드들이 가장 많이 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드를 확보하고 있는 것으로 나타났다.

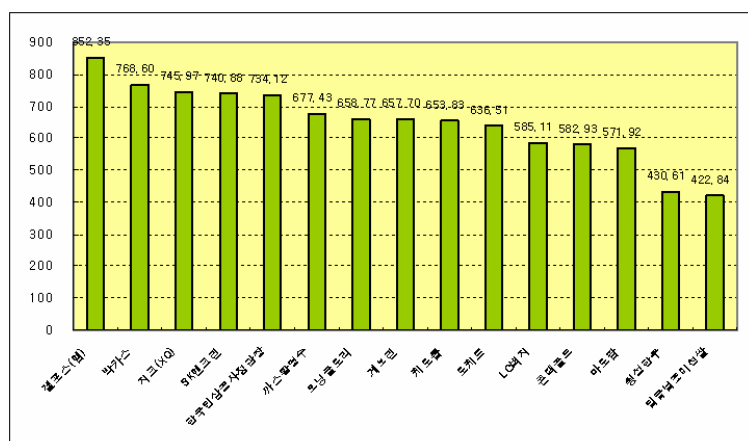
제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

구분	브랜드	지수
스포츠화	나이키	74.52
스포츠의류	나이키	73.76
캐주얼의류	리바이스	73.21
여성내의	에스	72.53
캐주얼의류	폴로	72.45
캐주얼의류	빈폴	72.20
남성정장구두	금강	70.73
남성정장	타스	70.62
스포츠의류	아디다스	70.04
여성정장구두	금강	69.39

소비재 기타 산업군(15개) : 건전지, 벽지, 붙이는 관절염치료제, 소화제, 엔진오일, 위장장애개선제, 자양강장제, 종합감기약, 종합문구, 휘발유, 인삼, 아토피치료제, 진통제, 농산물브랜드, 축산물브랜드

1) 산업군별 1위 브랜드

소비재 기타 산업군은 건전지, 벽지를 포함해 약, 휘발유와 엔진오일 등의 다양한 산업군이 조사대상으로 포함되었으며 2007년 신규로 인삼, 아토피치료제, 진통제, 농산물브랜드, 축산물브랜드가 추가로 포함되어 총 15개의 산업군이 조사되었다. 산업군 내에서 가장 높은 브랜드 파워를 나타낸 산업군은 위장장애

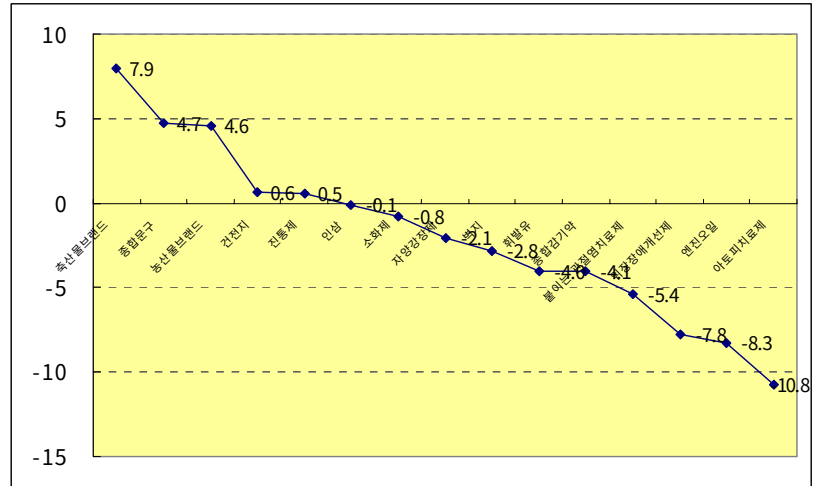


개선제로 겔포스(엘)의 브랜드 파워가 가장 높게 나타났다. 자양강장제 산업군의 박카스도 높은 브랜드 파워를 나타냈으며 신규로 조사된 인삼 산업군의 한국인삼공사정관장도 높은 브랜드 파워를 나타내고 있는 것으로 조사되었다.

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)

타인추천의향을 기본으로 산출한 순고객추천지수는 소비재 기타 산업군 내에서 축산물브랜드가 가장 높게 나타났으며 일부 산업군을 제외한 절반 이상의 소비재 기타 산업군들의 순고객추천지수는 전반적으로 매우 낮게 나타나고 있는 것으로 조사되었다. 축산물브랜드의 경우 2007년 신규로 조사된 산업



군으로 다른 산업군과 비교해 뚜렷하게 높은 순고객추천지수를 나타내고 있다. 한편, 아토피치료제의 경우 가장 낮은 순고객추천지수를 나타내고 있어 향후 적극적인 브랜드의 시장 진입 시 영향을 받을 것으로 예상된다.

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 인삼 산업군의 한국인삼공사정관장과 건전지 산업군의 에너지이저가 가장 높은 브랜드로열티를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 종합적인 브랜드 파워에서 가장 높게 나타났던 겔포스(엠)의 경우 브랜드로열티가 다소 낮게 나타나기는 했지만 전반적으로 소비재 기타 산업군의 브랜드로열티는 높은 수준으로 나타나고 있어 다른 브랜드와 비교해 큰 차이를 나타내고 있지는 않는 것으로 나타나고 있다. 종합문구 산업군에서는 모나미, 모닝글로리, PILOT 등 세개의 브랜드가 모두 높은 브랜드로열티를 나타내고 있는 것으로 나타났다.

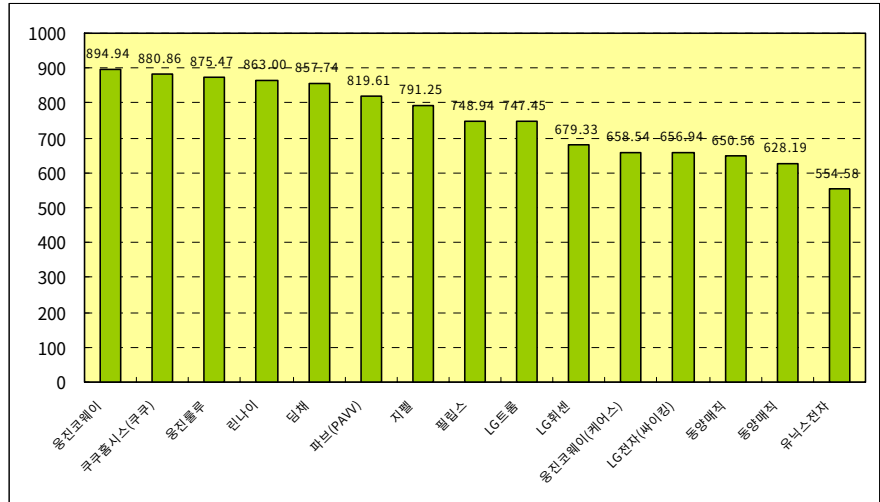
구분	브랜드	지수
인삼	한국인삼공사정관장	72.83
건전지	에너지이저	72.83
소화제	까스활명수	72.27
자양강장제	박카스	70.44
종합문구	모나미	70.33
종합문구	모닝글로리	70.19
종합문구	PILOT	70.08
위장장애개선제	겔포스(엠)	70.02
벽지	LG벽지	69.59
벽지	DID명품벽지	68.82

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

가전제품 산업군(15개) : 가스레인지, 가스오븐레인지, 공기청정기, 김치냉장고, 대형TV, 드럼세탁기, 이미용 가전, 밥솥, 비데, 식기세척기, 양문여닫이냉장고, 에어컨, 정수기, 청소기, 전기면도기

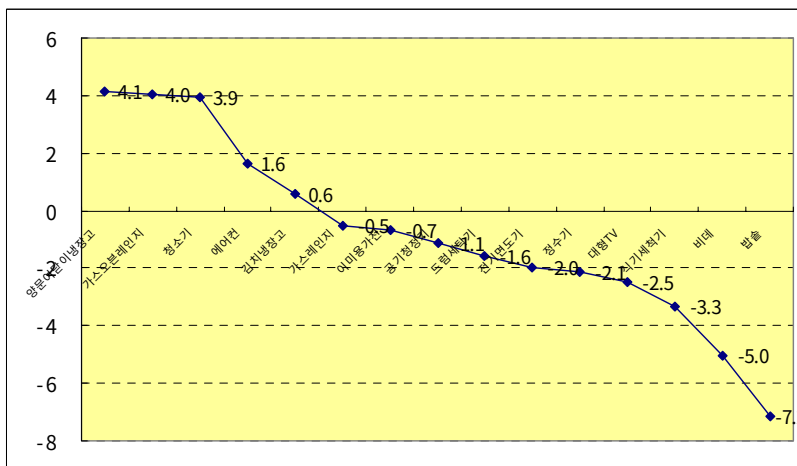
1) 산업군별 1위 브랜드

가전제품 산업군은 가스레인지, 가스오븐레인지, 대형TV와 양문여닫이냉장고 등을 포함한 총 15개의 산업군이 조사 대상으로 포함되었다. 가전제품 산업군의 브랜드 파워는 정수기 산업군의 웅진코웨이(쿠쿠)가 가장 높은 브랜드 파워를 나타내고 있는 가운데 밥



솥 산업군의 쿠쿠홈시스도 높은 브랜드 파워를 나타내고 있는 것으로 나타났다. 웅진은 정수기, 비데, 공기청정기 산업군에서 모두 가장 높은 브랜드 파워를 나타내고 있다.

2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)



타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 순고객추천지수는 가전제품 산업군 내에서 양문여닫이냉장고와 가스오븐레인지가 가장 높은 지수를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 가전제품 산업군 중 가장 낮은 순고객추천지수를 나타낸 산업군은 밥솥으로 나타났다.

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

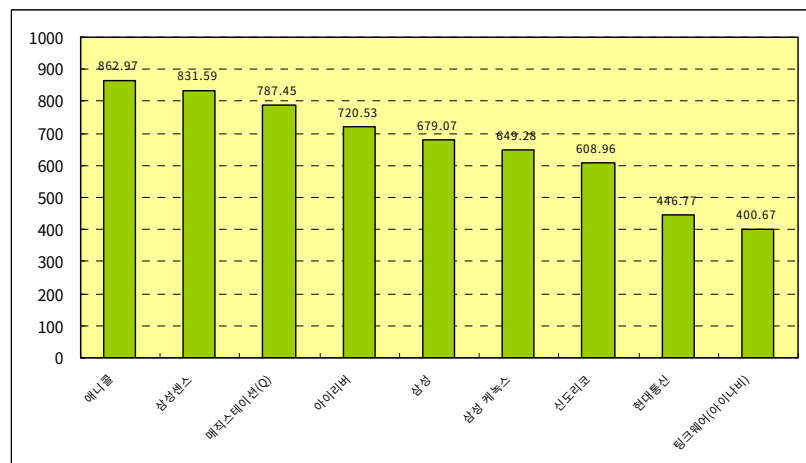
브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 김치냉장고 산업군의 덩채가 가장 높은 브랜드로열티를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 대형TV는 파브(PAVV)와 X-캔버스 등 2개의 브랜드가 브랜드로열티 상위 브랜드에 포함되었으며 산업군 내 가장 높은 브랜드파워를 나타낸 정수기 산업군의 웅진코웨이도 상위 브랜드에 포함되어 있음을 확인할 수 있다.

구분	브랜드	지수
김치냉장고	덩채	76.71
대형TV	파브(PAVV)	75.33
밥솥	쿠쿠홈시스(쿠쿠)	74.57
양문여닫이냉장고	지켈	73.79
대형TV	X-캔버스	72.49
정수기	웅진코웨이	72.34
드럼세탁기	삼성하우젠	71.85
에어컨	LG휘센	71.82
전기면도기	필립스	71.68
드럼세탁기	LG트롬	71.60

정보통신 산업군(9개) : 노트북컴퓨터, 데스크탑컴퓨터, 디지털카메라, 복사기, 핸드폰, 프린터, 홈오트메이션(도어폰), MP3플레이어, 네비게이션

1) 산업군별 1위 브랜드

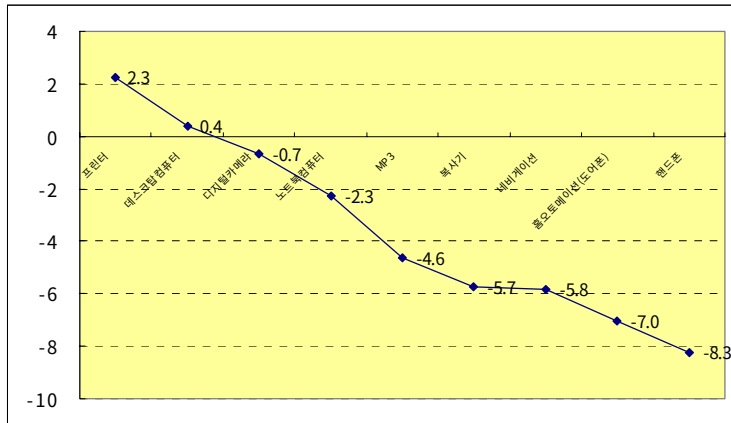
정보통신 산업군에는 컴퓨터와 디지털카메라, 복사기, 홈오트메이션(도어폰), MP3플레이어를 포함한 8개의 산업군과 2007년 새롭게 추가된 네비게이션 산업군까지 총 9개의 산업군이 조사대상으로 선정되었다. 정보통신 산업군에서 가장 높은 브랜드 파워를 나타낸 브랜드는 핸드폰 산업군의 애니콜



로 나타났으며 노트북의 삼성센스가 그 뒤를 이어 높은 브랜드 파워를 나타낸 것으로 조사되었다. 정보통신 산업군에서는 삼성의 브랜드 파워가 핸드폰, 노트북, 프린터, 디지털카메라 등 다양한 산업군에서 높게 나타났다.

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)



타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 순고객추천지수는 정보통신 산업군 내에서 프린터가 가장 높은 지수를 나타낸 것으로 조사되었다. 그러나 전반적으로 정보통신 산업군에서의 순고객추천지수는 낮은 편으로 나타났으며 핸드폰의 경우 가장 높은 브랜드 파워를 나타냈던 것과는 대조적으로 순고객추천지수는 낮게 나타난 것으로 조사되었다.

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 핸드폰 산업군에서의 애니콜이 가장 높은 브랜드로열티를 나타낸 것으로 조사되었다. 애니콜의 경우 정보통신 산업군 내 가장 영향력있는 파워브랜드로 나타난 가운데 브랜드로열티에서도 동일한 결과가 나타났다. 정보통신 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드에 2개 이상의 브랜드가 포함된 산업군은 핸드폰과 MP3플레이어, 디지털카메라, 프린터로 브랜드들간의 치열한 경쟁이 예상된다.

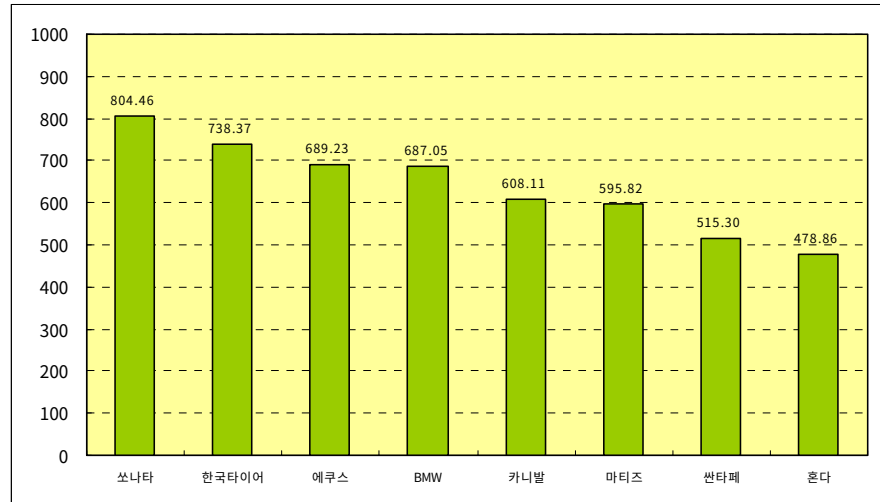
구분	브랜드	지수
핸드폰	애니콜	78.05
데스크탑컴퓨터	매직스테이션(Q)	72.98
노트북컴퓨터	삼성센스	72.49
프린터	삼성	69.81
MP3 플레이어	아이리버	69.74
디지털카메라	삼성 케녹스	69.14
핸드폰	스카이	67.81
MP3 플레이어	삼성YEPP(엠펙)	67.60
디지털카메라	소니 사이버샷	67.57
프린터	휴렛팩커드	67.54

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

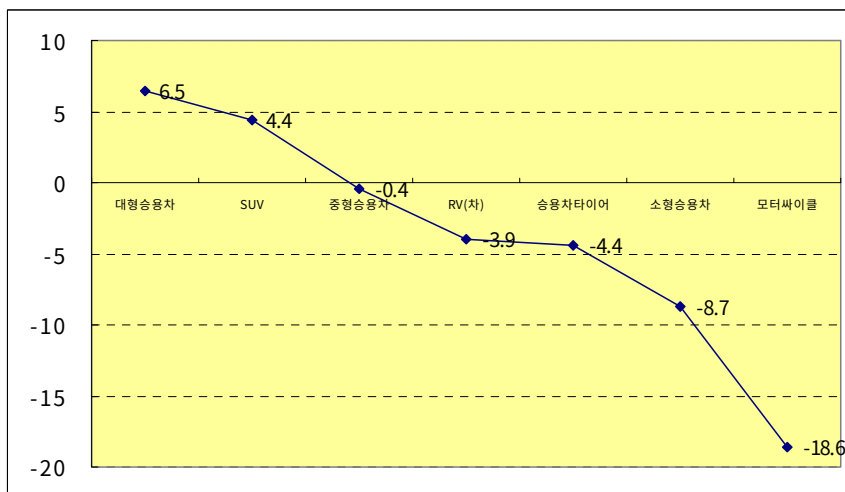
자동차 산업군(8개) : 대형승용차, 중형승용차, 소형승용차, RV(차), SUV(차), 승용차타이어, 모터사이클, 수입자동차

1) 산업군별 1위 브랜드

자동차 산업군은 RV, SUV, 승용차타이어, 모터사이클 등 총 8개의 산업군이 조사대상에 포함되었다. 자동차 산업군에서 가장 높은 브랜드 파워를 나타낸 브랜드는 중형승용차 산업군의 쏘나타로 나타났으며 승용차타이어 산업군의 한국타이어가 쏘나타의 뒤를 이어 높은 브랜드 파워를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 대형승용차 산업군의 에쿠스와 수입자동차 산업군의 BMW의 브랜드 파워도 다른 브랜드와 비교해 높게 나타났으며 모터사이클에서는 혼다가 가장 높은 브랜드 파워를 가진 브랜드로 나타났다.



2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)



타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 순고객추천지수는 자동차 산업군 내에서 대형승용차가 가장 높은 지수를 나타낸 것으로 나타난 가운데 대형승용차와 SUV를 제외한 나머지 산업군의 순고객추천지수는 낮게 나타나고 있는 것으로 조사되었다. 자동차 산업군 내에서 가장 낮은 순고객추천지수를 나타낸 산업군은 모터사이클로 나타났다.

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위브랜드

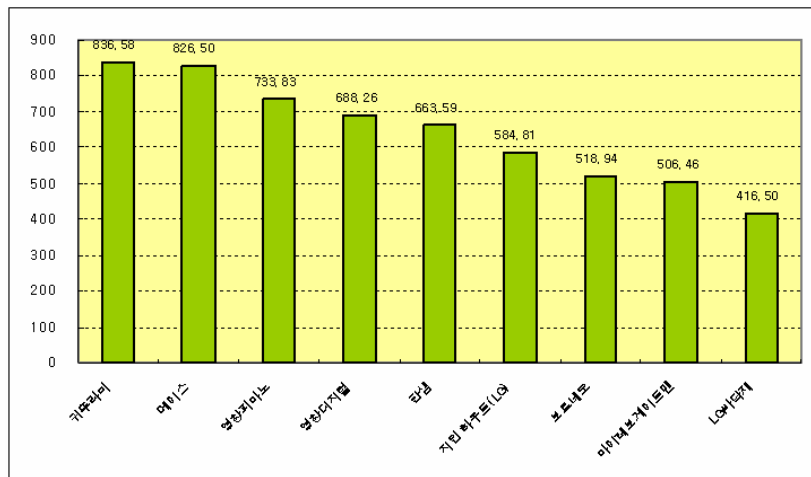
브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 중형승용차의 SM5가 가장 높은 브랜드로열티를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 대형승용차의 SM7과 SUV의 렉스턴, 대형승용차의 에쿠스도 높은 브랜드로열티를 나타내고 있는 가운데 자동차 산업군 내에서 가장 많은 브랜드로열티 상위 브랜드를 나타낸 산업군은 대형승용차 산업군으로 나타나고 있다.

구분	브랜드	지수
중형승용차	SM5	72.35
대형승용차	SM7	71.82
SUV(차)	렉스턴	71.51
대형승용차	에쿠스	71.12
소형승용차	아반떼	70.80
중형승용차	쏘나타	70.44
대형승용차	오피러스	70.22
소형승용차	SM3	69.83
대형승용차	그랜저	69.30
대형승용차	채어맨	69.25

인테리어 산업군(9개) : 가정용바닥재, 가정용보일러, 가정용창호재, 디지털피아노, 부엌가구, 주거용가구, 침대, 피아노, 디지털도어락

1) 산업군별 1위 브랜드

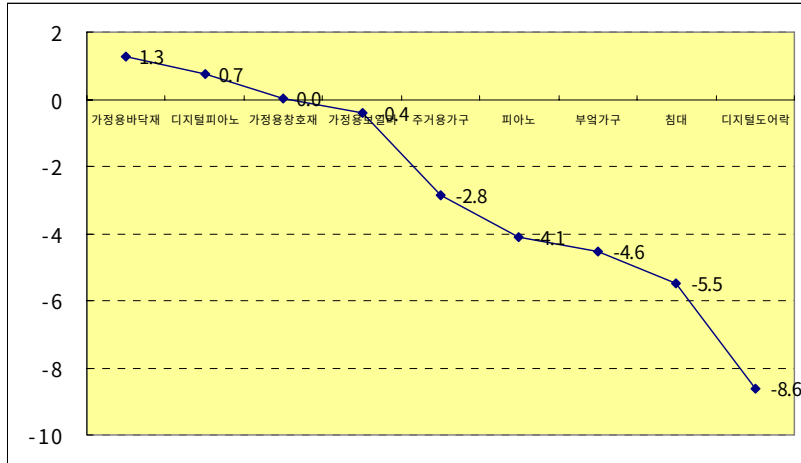
인테리어 산업군은 가정용바닥재와 창호재, 보일러를 포함해 가구, 피아노, 디지털도어락 등 9개의 산업군이 조사대상에 포함되었다. 인테리어 산업군에서 가장 높은 브랜드 파워를 나타낸 브랜드는 가정용보일러 산업군의 귀뚜라미로 나타났으며 침대 산업군의 에이스도 높은 브랜드 파워를 나타내고



있는 것으로 조사되었다. 영창은 피아노와 디지털피아노 두개의 산업군에서 모두 높은 브랜드 파워를 확보하고 있는 것으로 나타났다.

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)



타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 순고객추천지수는 인테리어 산업군 내에서 가정용 바닥재가 가장 높은 순고객추천지수를 나타내고 있으며 디지털도어락이 가장 낮은 순고객추천지수를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 인테리어 산업군에 포함된 대부분의 산업군에서 순고객

추천지수가 낮게 나타나고 있는 가운데 가구와 침대, 디지털도어락의 경우가 다른 산업군과 비교해 낮은 수준의 순고객추천지수를 나타내고 있다.

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 침대의 에이스가 가장 높은 브랜드로열티를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 한샘은 주거용가구와 부엌가구에서 높은 브랜드로열티를 나타내고 있으며 에이스는 침대와 주거용가구에서 높은 브랜드로열티를 나타내고 있다. 한편 주거용가구와 가정용창호재, 부엌가구 등은 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드에 2개 이상의 브랜드가 포함된 산업군으로 나타나고 있다.

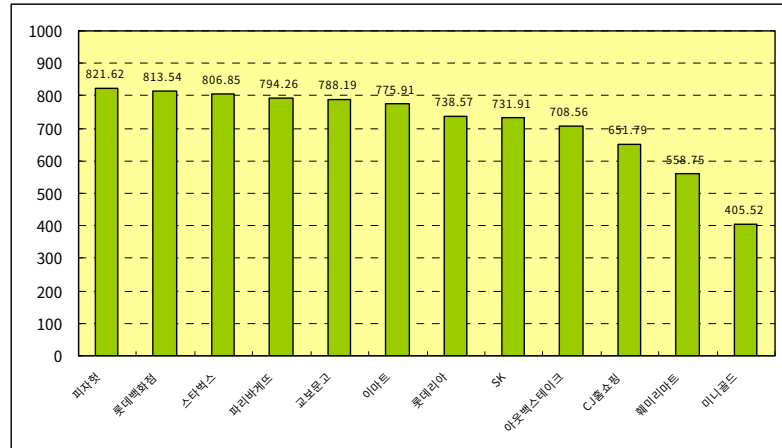
구분	브랜드	지수
침대	에이스	72.57
가정용보일러	귀뚜라미	69.66
주거용가구	한샘	69.63
피아노	영창피아노	69.28
가정용창호재	LG발코니전용창	69.17
주거용가구	에이스	68.12
부엌가구	한샘	67.60
가정용바닥재	황토방	67.51
가정용창호재	이건창호시스템	67.43
부엌가구	에넥스	67.32

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

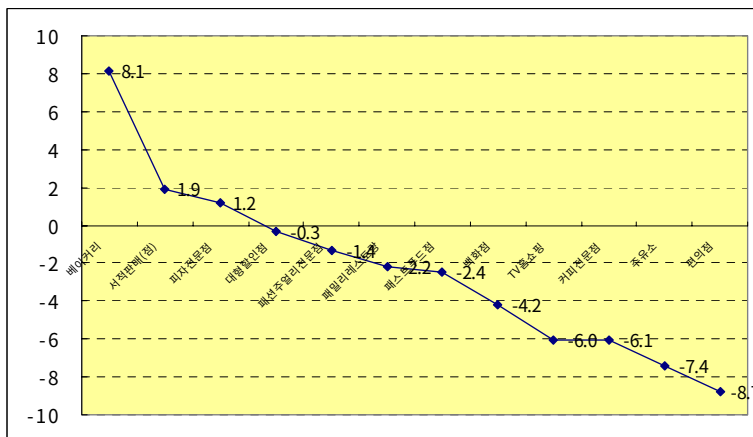
도소매/유통 산업군(12개) : 대형할인점, 백화점, 서적판매(점), 베이커리, 커피전문점, 패밀리레스토랑, 패스트푸드점, 편의점, 피자전문점, TV홈쇼핑, 주유소, 패션주얼리전문점

1) 산업군별 1위 브랜드

도소매/유통 산업군은 대형할인점과 백화점, 서적판매(점) 등을 포함해 베이커리, 커피전문점, 패밀리레스토랑 등 다양한 도소매/유통 관련 산업군들이 포함되어 총 12개의 산업군이 조사대상에 포함되었다. 도소매/유통 산업군의 브랜드들 중 가장 높은 브랜드 파워를 나타낸 브랜드는 피자전문점의 피자헛으로 나타났으며 패션주얼리전문점 브랜드인 미니골드가 산업군 내 1위 브랜드들 중 가장 낮은 브랜드 파워를 나타내고 있는 것으로 조사되었다.



2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)



타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 순고객추천지수는 도소매/유통 산업군 내에서 베이커리 산업군이 가장 높은 지수를 나타낸 것으로 조사되었다. 베이커리를 제외한 나머지 산업군들에 있어 순고객추천지수는 비교적 낮게 나타나고 있는데 특히 편의점 산업군의 순고객추천지수는 도소매/유통 산업군 내에서 가장 낮게 나타났다.

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

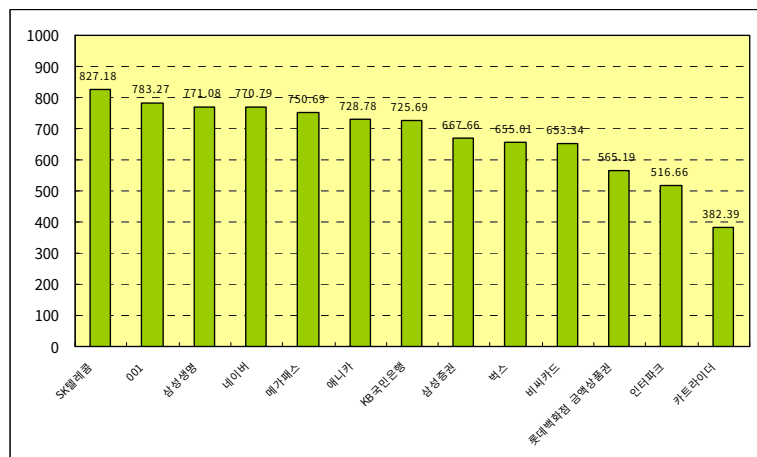
브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 베이커리의 파리바게뜨가 가장 높은 브랜드로열티를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드에 포함된 산업군 중에는 베이커리와 서적판매(점), 대형할인점 등이 2개 이상의 브랜드를 나타내고 있는 것으로 나타났으며 커피전문점의 경우 종합 브랜드 파워에서는 산업군 내 3위로 나타났으나 브랜드로열티 상위 브랜드에는 포함되지 않은 것으로 나타났다.

구분	브랜드	지수
베이커리	파리바게뜨	72.90
백화점	롯데백화점	71.32
커피전문점	피자헛	70.96
서적판매(점)	교보문고	70.87
주유소	SK	70.65
대형할인점	이마트	70.20
패밀리레스토랑	아웃백스테이크	68.91
서적판매(점)	YES24	68.52
베이커리	뚜레쥬르	68.36
대형할인점	홈플러스	68.16

금융온라인 산업군(13개) : 국제전화, 상품권, 생명보험, 신용카드, 은행, 이동통신서비스, 온라인게임, 인터넷쇼핑몰, 자동차보험, 증권, 초고속인터넷통신망, 포털, 음악포털

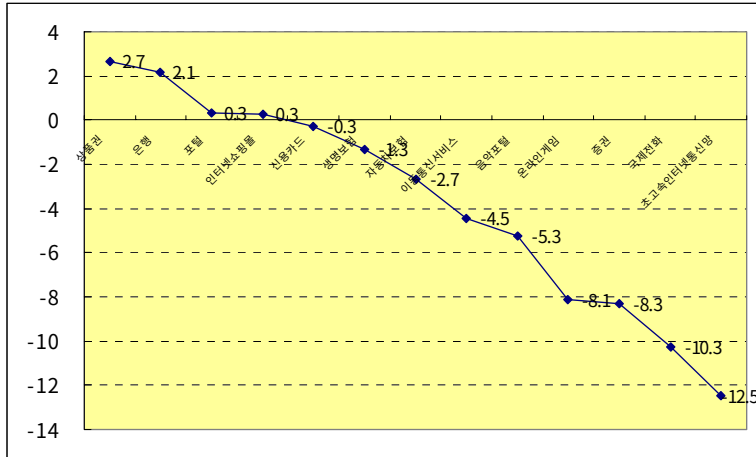
1) 산업군별 1위 브랜드

국제전화와 상품권, 보험, 금융서비스, 인터넷서비스 등 금융온라인 산업군은 총 13개의 다양한 서비스 산업군이 조사대상에 포함되었다. 금융온라인 산업군 내에서 가장 높은 브랜드 파워를 나타낸 브랜드는 이동통신서비스의 SK텔레콤으로 나타났으며 온라인게임의 카트라이더가 산업군 내 1위 브랜드 중 가장 낮은 브랜드 파워를 나타내고 있는 것으로 조사되었다.



제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)



타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 순고객추천지수는 금융 온라인 산업군 내에서 상품권이 가장 높게 나타났으며 초고속인터넷통신망이 가장 낮은 순고객추천지수를 나타내고 있는 것으로 조사되었다. 전반적으로 금융온라인 산업군에 대한 순고객추천지수가 낮게 나타나고 있으며 초고속인터넷통신망의 경우 적극적인 경쟁브

랜드가 산업군 내에 진입할 경우 이에 따른 영향이 가장 크게 나타날 것으로 보인다.

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 네이버가 금융온라인 산업군 내에서 가장 높은 브랜드로열티를 가진 브랜드로 나타났으며 산업군 내에서 가장 높은 브랜드 파워를 보여준 SK텔레콤도 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드로 나타난 것으로 조사되었다. 금융온라인 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드 중에는 상품권 산업군의 브랜드가 4개로 가장 많이 포함되어 있으며 은행과 포털 산업군도 각각 2개의 브랜드가 포함된 것으로 나타났다.

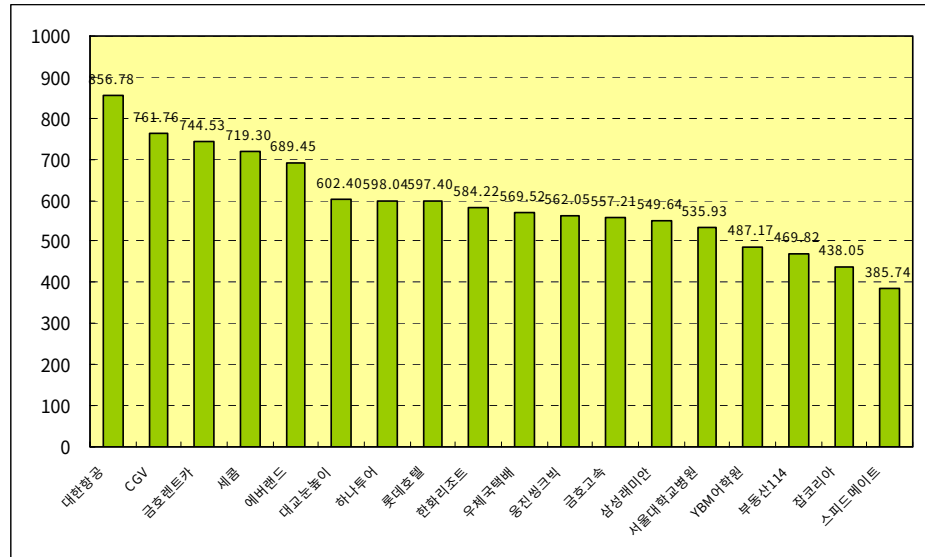
구분	브랜드	지수
포털	네이버	74.24
이동통신서비스	SK텔레콤	73.46
상품권	롯데백화점 금액상품권	71.24
생명보험	삼성생명	70.30
상품권	문화상품권	69.72
포털	다음	69.69
은행	KB국민은행	69.60
은행	우체국	68.85
상품권	신세계백화점 금액상품권	68.71
상품권	도서상품권	68.30

서비스 일반 산업군(18개) : 고속버스, 렌터카, 아파트, 여행사, 영화관, 외국어학원, 유아교재, 방법보안서비스, 종합병원, 콘도 리조트, 택배서비스, 테마파크, 학습지, 항공사, 호텔, 자동차정비, 취업전문포털, 부동산전문포털

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

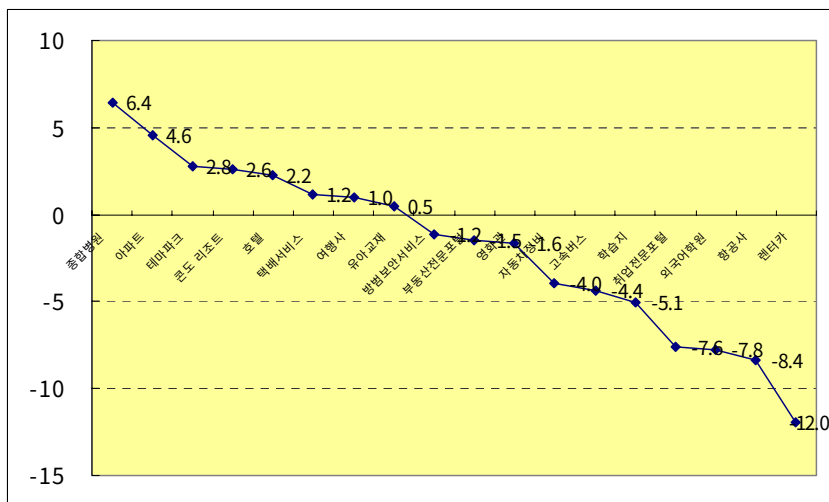
1) 산업군별 1위 브랜드

서비스 일반 산업군은 교통 및 교육서비스를 포함해 병원, 방법보안서비스, 취업 및 부동산전문포털 서비스 등 총 18개의 산업군이 조사대상으로 포함되었다. 서비스 일반 산업군 내에서 가장 높은 브



랜드 파워를 나타낸 브랜드는 항공사 산업군의 대한항공으로 다른 산업군의 1위 브랜드들과 비교해 높은 브랜드 파워를 나타내고 있는 것으로 나타났다. 영화관의 CGV도 산업군 내에서 높은 브랜드 파워를 가진 브랜드로 나타났으며 자동차정비 산업군의 스피드메이트는 산업군 내 다른 1위 브랜드와 비교해 가장 낮은 브랜드 파워를 나타내고 있는 것으로 조사되었다.

2) 산업군별 순고객추천지수 (Net Promoter Index)



타인추천의향을 기본으로 하여 산출한 순고객추천지수는 서비스 일반 산업군 내에서 종합병원이 가장 높게 나타난 것으로 조사되었다. 그리고 아파트, 테마파크의 순서로 산업군 내 순고객추천지수가 높은 것으로 나타났다. 그러나 전반적으로 서비스 일반

산업군에 포함된 산업군들의 순고객추천지수가 낮게 나타나고 있으며 특히 렌터카의 경우 가장 낮은 순고객추천지수를 나타내고 있는 것으로 조사되었다.

제 2 부 : 제9차 K-BPI 결과 및 특징

3) 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드

브랜드 이미지, 선호도, 구입가능성 등을 종합한 브랜드로열티 부분에서는 CGV가 서비스 일반 산업군 내에서 가장 높은 브랜드로열티를 가진 브랜드로 나타났고 대한항공도 높은 브랜드로열티를 가진 것으로 조사되었다. 서비스 일반 산업군의 전체적인 브랜드 파워에서 가장 높게 나타났던 대한항공과 CGV모두 브랜드로열티 평가에서도 상위 브랜드로 나타나고 있으며 산업군 내 브랜드로열티 상위 브랜드에 가장 많은 브랜드를 포함시킨 산업군은 아파트로 나타나고 있다.

산업군	브랜드로열티	지수
영화관	CGV	72.28
항공사	대한항공	72.20
테마파크	에버랜드	71.33
종합병원	삼성서울병원	70.78
택배서비스	우체국택배	70.47
아파트	삼성래미안	70.33
종합병원	경북대병원	69.74
아파트	GS자이	69.55
테마파크	통도환타지아	69.52
항공사	아시아나항공	69.45