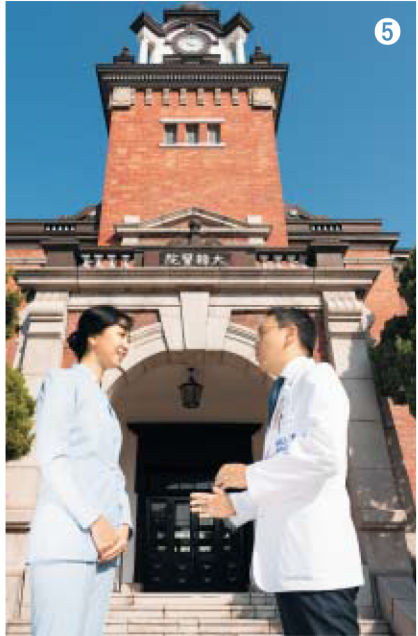
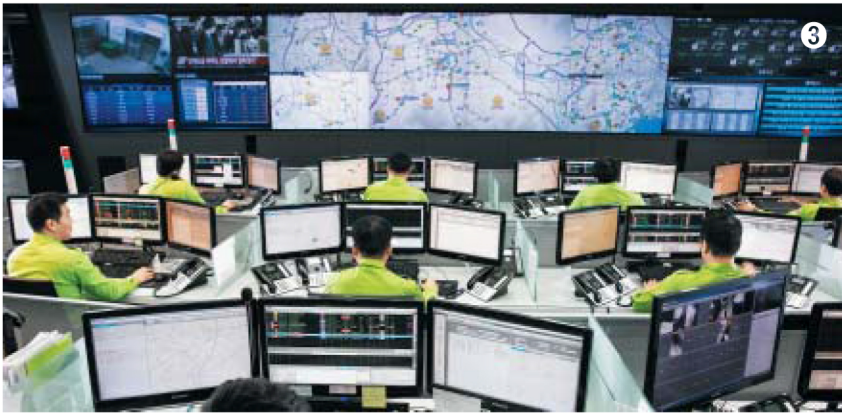




## 위기에도 No.1 브랜드파워 두드러져



① '원 신한(One Shinhan)' 전략 체계를 완성해 고객 가치를 최우선으로 하는 신한금융그룹. ② 친환경 마케팅으로 업계 명성을 이어가는 귀뚜라미보일러. ③ 40여년 간 끊임 없는 기술개발로 보안업계를 선도하는 에스원. ④ 디지털 전환 및 해외 사업 확대로 채널 다각화를 꾀하고 있는 롯데면세점. ⑤ 1885년 설립 이후 지금까지 우리나라 의료를 선도해온 국가중앙병원 서울대병원. 각 사 제공

한국능률협회컨설팅(KMAC, 대표이사 사장 한수희)은 '2021년도 제23차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 조사 결과를 24일 발표했다. 올해로 23년째를 맞은 '한국산업의 브랜드파워'는 KMAC가 지난 1999년 국내 최초로 개발한 브랜드관리 모델로, 대한민국 소비생활을 대표하는 각 산업의 제품 및 서비스, 기업의 브랜드경쟁력을 측정하는 지수다. 올해 K-BPI 조사는 소비재 90개, 내구재 50개, 서비스재 89개, 스페셜 이슈 2개로 231개 산업군에 걸쳐 조사가 이뤄졌다. ◇브랜드는 '기본'... 사회적 자산으로 보기도

브랜드는 '기업의 주춧돌'과 같다. 탄탄히 쌓지 않으면 언제든 무너질 수 있다. 또 초기에 탄탄히 다진다 해도 시간이 지날수록 진부해진다. 많은 기업은 브랜드를 시장에서 도태될 때까지 방치해 전략적 실패를 겪기도 한다. 내용이 탄탄한 장수 브랜드라고 해도 경쟁력을 유지할 수 있도록 기본기에 대한 점검이 반드시 필요한 이유다. 소비자에게 브랜드는 보이지 않는 가치를 구매하는데 있어 정보와 기준을 제공한다.

최근 들어선 브랜드를 사회적 자산으로 보려는 시각도 생겨났다. No.1 브랜드가 오늘날까지 이어진 바탕에는 소비자의 엄청난 사랑이 깔려있다. 이런 의미에서 봤을 때 브랜드는 기업 자산이 아니라 '사회(social) 자산'이라고 봐야 한다.

이처럼 오랫동안 브랜드를 통해 소비자에게 유의미한 가치를 제공해 온 제품, 서비스, 기업이 있다. 소비재에서는 정관장(건강식품), 델몬트(주스), 락앤락(주방용품), ESSE(담배), 모닝글로리(종합문구), 내구재에서는 LG TROMM(드럼세탁기), LG WHISEN(에어컨), 삼성뉴세프컬렉션(냉장고), 귀뚜라미보일러(가정용보일러), 세라젠(생활의료가전), 신도리코(사무용복합기), 에이스침대(침대), 바디프랜드(헬스케어), 서비스재에서는 서울아산병원 건강증진센터(건강증진센터), 신한금융그룹(금융지주

### 제23차 한국산업의 브랜드파워

#### 코로나 위기 속에서 소비자들이

#### 리스크 줄이려 검증된 곳 선택

#### “투자·관리에 소홀했던 기업들

#### 2위에 역전 허용하는 사례 늘어

#### 평소에도 지속적인 관리 중요해”

(그룹), 롯데면세점(면세점), 에스원(방범보안서비스), 파리바게뜨(베이커리), 교촌치킨(브랜드치킨전문점), 신한은행(은행), 경희사이버대학교(사이버대학교), 신한카드(신용카드/체크카드/애플카드), 서울대학교병원(종합병원), 대교 눈높이(초등 및 유아교육서비스), 롯데월드 어드벤처(테마파크), 신한카드 아름다운(착한브랜드) 등이 한국을 대표하는 1위 브랜드로 나타났다.

◇위기 속에서 No.1 브랜드 파워 두드러졌다

몇 년 간 하락추세를 보인 No.1 브랜드 가운데 올해 상승으로 전환된 브랜드가 많다. 이 같은 상승 전환은 1~3위 선두권 브랜드에서 공통으로 나타났다. 특히 1위 브랜드에서 두드러진 상승을 보였다. 이는 '코로나 팬데믹'이라는 전 세계적 인 위기 속에서 소비자들이 리스크를 줄이고자 검증된 No.1 브랜드를 선택하는 현상으로 풀이된다. 전체 231개 산업군, 3700여 개의 브랜드 중 23년째 1위 자리를 굳건하게 지킨 브랜드만 봐도 이 점을 알 수 있다. SK엔크린(휘발유 부문), 귀뚜라미(가정용보일러 부문), 대교 눈높이(초등교육서비스 부문), 삼성증권(증권회사 부문) 등이 있다.

또 하나 주목할만한 특징은 업체간 역대 최대 규모의 역전과 박빙 비율을 기록했다. 올해 조사결과, 1999년 첫 조사 발표가 시작된 이래 전체 산업군의 1~2위간 경쟁양상이 가장 치열했으며(박빙비율:42.9%), 최대의 역전(역전 비율:13.6%, 총 30개 산업군)이 발생했

다. 경제침체 상황에서도 브랜드에 대한 지속적인 투자와 관리를 통해 No.1자리를 확고하게 지켜낸 기업이 있지만, 소비자 니즈를 파악하지 못해 로열티가 급감하거나, 기존 1위 자리를 수성하기 위한 투자와 관리가 부족해 다른 브랜드에 추월당하는 사례가 많이 늘어난 것이다. 지난 23년간 생명보험 브랜드파워 1위 자리를 지켜오던 '삼성생명'이 '교보생명'에게 1위자리를 내줬고, '삼성노트북'은 노트북컴퓨터 부문에서 21년 만에 'LG그램'에 1위 자리를 빼앗겼다.

◇다수 산업에서 1위 확보한 탄탄한 그룹 브랜드는

No.1 브랜드는 우리 기업에 캐쉬카우(Cash-Cow) 역할을 담당한다. 특정 산업에서 강력한 No.1 브랜드로서의 파워를 확보하게 되면, 브랜드가 진출해 있지 않은 산업에서도 브랜드 파워가 확장된 모습을 종종 보게 된다.

올해 조사결과 다수 산업군에서 No.1 브랜드를 탄생시킨 그룹사가 많았다. 대표적으로, 가전제품과 관련한 총 19개 부문 중, LG전자가 9개 부문(TV, 노트북컴퓨터, 드럼세탁기, 로봇청소기, 에어컨, 의료건조기, 의료관리기, 청소기, 가정용제습기)에서 1위로 선정되어 단일 기업 단위로는 가장 많은 브랜드 파워 No.1의 영예를 차지했다.

이기동 KMAC 사업가치진단 본부장은 “코로나19 팬데믹 상황 속에서 No.1 브랜드에 대한 소비자들의 지지와 신뢰는 강해진 한편, 브랜드에 대한 투자·관리가 소홀했던 기업의 경우 2위 브랜드에 역전을 허용하는 사례가 발생했다”며 “위기 상황시, 평소 브랜드에 대한 지속적인 투자와 관리가 얼마나 중요한지를 보여주는 사례”라고 말했다. 이어 “브랜드는 기업 투자로 탄생했지만, No.1 브랜드가 오늘날까지 이어진 것은 소비자들의 사랑이 있었기에 가능했다”며 “브랜드는 사회적(social)의 자산으로 봐야 한다”고 강조했다.

한국산업의 브랜드파워 특별취재팀

### 2021년 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사 주요 1위 브랜드

| 소비재 산업   |             |             |
|----------|-------------|-------------|
| 산업명      | 1위 브랜드      | 기업명         |
| 가공우유     | 바나나맛 우유     | 빙그레         |
| 감기약      | 화이투벤        | 셀트리온        |
| 건강식품     | 정관장         | KGC인삼공사     |
| 김치       | 종가집 김치      | 대상          |
| 남성정장구두   | 금강          | 금강          |
| 냉장/냉동육   | 하림          | 하림          |
| 농산물브랜드   | 임금님표이천      | 이천시         |
| 담배       | ESSE        | KT&G        |
| 독감백신     | 지씨플루쿼드리밸런트  | GC녹십자       |
| 두유       | 베지밀         | 정식품         |
| 떠먹는요구르트  | 오피레         | 빙그레         |
| 민감성스킨케어  | 아토팜         | 네오팜         |
| 밀폐용기     | 락앤락         | 락앤락         |
| 상차/홍터치로제 | 부채표 후시딘     | 동화약품        |
| 생리대      | 화이트         | 유한킴벌리       |
| 생수       | 제주삼다수       | 제주특별자치도개발공사 |
| 섬유유연제    | 다우니         | 한국파앤지판매유한회사 |
| 세탁세제     | 비트          | 라이온코리아      |
| 소염진통제    | 신신파스 아렉스    | 신신제약        |
| 소주       | 참이슬         | 하이트진로       |
| 소화제      | 까스활명수-큐     | 동화약품        |
| 손세정제     | 아이! 깨끗해     | 라이온코리아      |
| 수산가공식품   | 삼진어묵        | 삼진식품        |
| 식용유      | 해표식용유       | 사조해표        |
| 언더웨어/란제리 | 비너스         | 신영와코루       |
| 엔진오일     | SK ZIC      | SK루브리컨츠     |
| 여성정장구두   | 금강          | 금강          |
| 요수수      | 유룩스         | 롯데정밀화학      |
| 조미김      | 동원 양반김      | 동원F&B       |
| 종합문구     | 모닝글로리       | 모닝글로리       |
| 종합영양제    | 아로나민        | 일동제약        |
| 주방용품     | 락앤락         | 락앤락         |
| 주스       | 델몬트         | 롯데칠성음료      |
| 즉석밥      | 햇반          | CJ제일제당      |
| 즉석죽      | 동원 양반죽      | 동원F&B       |
| 참치캔      | 동원참치        | 동원F&B       |
| 축산물브랜드   | 황성축협한우      | 황성축산협업동조합   |
| 치약       | 덴탈크리닉2080   | 애경          |
| 치환경페인트   | KCC 페인트 숲으로 | KCC         |
| 치솔       | 덴탈크리닉2080   | 애경          |
| 캐주얼화     | 랜드로바        | 금강          |
| 탈모치료제    | 판시딜         | 동국제약        |
| 펫푸드      | 동원F&B 뉴트리플랜 | 동원F&B       |
| 학생교복     | 스마트학생복      | 스마트에프앤디     |
| 홀패션      | 이브자리        | 이브자리        |
| 화장지      | 크리넥스        | 유한킴벌리       |
| 휘발유      | SK엔크린       | SK에너지       |

### 내구재 산업

| 산업명          | 1위 브랜드          | 기업명         |
|--------------|-----------------|-------------|
| 가스레인지        | 린나이             | 린나이코리아      |
| 가정용바닥재       | KCC글라스 바닥재 숲    | KCC글라스      |
| 가정용보일러       | 귀뚜라미보일러         | 귀뚜라미        |
| 가정용제습기       | LG WHISEN 제습기   | LG전자        |
| 공기청정기        | 코웨이 공기청정기       | 코웨이         |
| 국내세단         | 그랜저             | 현대자동차       |
| 김치냉장고        | 딤채              | 위니아대우       |
| 내비게이션        | 팅크웨어 아이나비       | 팅크웨어        |
| 냉장고          | 삼성 뉴 세프컬렉션      | 삼성전자        |
| 드럼세탁기        | LG TROMM        | LG전자        |
| 디지털도어락       | 게이트맨            | 아사아블로이코리아   |
| 모터사이클        | 혼다              | 혼다코리아       |
| 복합오븐         | SK매직 복합오븐       | SK매직        |
| 블랙박스         | 팅크웨어 아이나비       | 팅크웨어        |
| 비데           | 코웨이 비데          | 코웨이         |
| 사무용복합기       | 신도리코            | 신도리코        |
| 생활의료가전       | 세라젠             | 세라젠         |
| 수입세단         | 벤츠              | 메르세데스-벤츠코리아 |
| 스마트 홈네트워크시스템 | HT              | 현대통신        |
| 승용차타이어       | 한국타이어           | 한국타이어       |
| 식기세척기        | SK매직 식기세척기      | SK매직        |
| 에어컨          | LG WHISEN       | LG전자        |
| 엘리베이터        | 현대 엘리베이터        | 현대엘리베이터     |
| 욕실리모델링       | 대림바스            | 대림비앤코       |
| 의류건조기        | LG TROMM 건조기    | LG전자        |
| 의류관리기        | LG TROMM styler | LG전자        |
| 임플란트         | 오스템             | 오스템         |
| 자동차배터리       | 로케트배터리          | 세방전지        |
| 전기레인지        | SK매직 전기레인지      | SK매직        |
| 정수기          | 코웨이 정수기         | 코웨이         |
| 주거용가구        | 한샘 인테리어         | 한샘          |
| 주방용가구        | 한샘키친&바스         | 한샘          |

| 내구재 산업 |         |       |
|--------|---------|-------|
| 산업명    | 1위 브랜드  | 기업명   |
| 창호재    | KCC 창호  | KCC   |
| 침대     | 에이스침대   | 에이스침대 |
| 헬스케어   | 바디프랜드   | 바디프랜드 |
| 3D프린터  | 신도리코    | 신도리코  |
| 시스피커   | KT 기가지니 | 케이티   |

### 서비스재 산업

| 산업명        | 1위 브랜드           | 기업명        |
|------------|------------------|------------|
| 건강증진센터     | 서울아산병원 건강증진센터    | 서울아산병원     |
| 고속버스       | 중앙고속             | 중앙고속       |
| 금융지주(그룹)   | 신한금융그룹           | 신한금융그룹     |
| 다이렉트 자동차보험 | 현대해상다이렉트         | 현대해상화재보험   |
| 대형할인점      | 이마트              | 이마트        |
| 대형할인점상품PB  | 이마트 피코크          | 이마트        |
| 도시가스       | 서울도시가스           | 서울도시가스     |
| 독서토론학습     | 한솔 플라톤           | 한솔교육       |
| 렌터카        | 롯데렌터카            | 롯데렌탈       |
| 리빙SPA      | 모던하우스            | 엠에이치앤코     |
| 면세점        | 롯데면세점            | 롯데면세점      |
| 방범보안서비스    | 에스원              | 에스원        |
| 배달앱        | 배달의민족            | 우아한형제들     |
| 백화점        | 롯데백화점            | 롯데쇼핑       |
| 백화점PB      | 델라라나             | 신세계백화점     |
| 베이커리       | 파리바게뜨            | 파리크라상      |
| 복합쇼핑몰      | 스타필드             | 신세계프리퍼티    |
| 부동산전문정보    | 직방               | 직방         |
| 브랜드치킨전문점   | 교촌치킨             | 교촌에프앤비     |
| 브랜드학원      | 종로엠스쿨            | 교육다움       |
| 비즈니스호텔     | 신라스테이            | 신라스테이      |
| 사이버대학교     | 경희사이버대학교         | 경희사이버대학교   |
| 새벽배송서비스    | 마켓컬리             | 컬리         |
| 생명보험       | 교보생명             | 교보생명보험     |
| 신용카드       | 신한카드             | 신한카드       |
| 아파트        | 삼성 래미안           | 삼성물산 건설부문  |
| 알뜰폰(MVNO)  | 세븐모바일            | SK텔레콤      |
| 애플카드       | 신한PayFAN         | 신한카드       |
| 온라인외국어학원   | YBM넷             | 와이비넷       |
| 외국어학원      | YBM어학원           | 와이비엠에듀     |
| 유아교육서비스    | 대교 눈높이           | 대교         |
| 은퇴설계 금융서비스 | 신한미래설계           | 신한은행       |
| 은행         | 신한은행             | 신한은행       |
| 이동통신서비스    | SK텔레콤            | SK텔레콤      |
| 인터넷쇼핑몰     | 쿠팡               | 쿠팡         |
| 자동차관리      | 스피드메이트           | SK네트웍스     |
| 장기보험       | 현대해상             | 현대해상화재보험   |
| 저비용항공(LCC) | 제주항공             | 제주항공       |
| 전자전문점      | 롯데하이마트           | 롯데하이마트     |
| 종합병원       | 서울대학교병원          | 서울대학교병원    |
| 주유소        | SK주유소            | SK에너지      |
| 중고교재       | 좋은책신사고           | 좋은책신사고     |
| 증권회사       | 삼성증권             | 삼성증권       |
| 지방은행       | 광주은행             | 광주은행       |
| 체크카드       | 신한체크카드           | 신한카드       |
| 초고속 인터넷서비스 | KT 기가 인터넷        | 케이티        |
| 초등교육서비스    | 대교 눈높이           | 대교         |
| 카셰어링       | 쏘카               | 쏘카         |
| 콘도/리조트     | 한화리조트            | 한화호텔앤드리조트  |
| 타이어전문점     | 티스테이션(T Station) | 한국타이어      |
| 택배서비스      | 우체국택배            | 우정사업본부     |
| 테마파크       | 롯데월드 어드벤처        | 롯데월드 어드벤처  |
| 패밀리레스토랑    | 빔스               | CJ푸드빌      |
| 패션주얼리전문점   | 미니골드             | HON        |
| 패스트푸드점     | 롯데리아             | 롯데지알에스     |
| 펫보험        | 삼성화재 다이렉트 애니펫    | 삼성화재해상보험   |
| 편의점        | CU               | BGF리테일     |
| 편의점카페      | 세븐카페             | 세븐일레븐      |
| 프라이빗뱅킹     | 신한PWM            | 신한은행       |
| 피아노전문점     | 피아첫              | 한국피아첫유한회사  |
| 한방병원       | 경희대학교 한방병원       | 경희대학교 한방병원 |
| 항공(FSC)    | 대한항공             | 대한항공       |
| 헤어&뷰티브랜드샵  | 준오헤어             | 준오뷰티       |
| 호텔         | 신라호텔             | 호텔신라       |
| IPTV       | 올레 tv            | 케이티        |
| T-커머스      | 신세계TV쇼핑          | 신세계TV쇼핑    |

### 스페셜 이슈 부문

| 산업명    | 1위 브랜드    | 기업명  |
|--------|-----------|------|
| 착한브랜드  | 신한카드 아름다운 | 신한카드 |
| NGO브랜드 | 월드비전      | 월드비전 |

\*전체 조사결과를 2면과 한국능률협회컨설팅 홈페이지(www.kmac.co.kr)에서 확인하실 수 있습니다.

### 2021년 K-BPI 조사는

올해 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사는 2020년 10월 중순부터 2021년 1월 중순까지 약 3개월에 걸쳐 진행됐다. 서울을 비롯해 전국 6대 광역시에 거주하는 만 15세 이상~60세 미만 남녀 1만1900명을 대상으로 일대일 면접 방식으로 조사했다. 조사 지역과 대상은 통계청 인구주택총조사 결과를 기준으로 인구 비례에 따라 배분했다. 시장점유율이나 회원가입자 수, 판매량 등에 따른 브랜드 선별 없이, 해당 산업의 전체 브랜드를 조사 대상으로 삼았다. 소비재 90개, 내구재 50개, 서비스재 89개, 스페셜 이슈 2개까지 총 231개 산업군을 조사했다.



2021년 제23차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)

역전 산업별 상위 1~3위 브랜드

| 대분류         | 중분류              | 산업명          | 1위 브랜드           | 2위 브랜드             | 3위 브랜드             |                |
|-------------|------------------|--------------|------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 소<br>비<br>재 | 식품일반             | 냉동만두         | 비비고만두 (684.6)    | 고형만두 (473.8)       | 백설 만두 (457.3)      |                |
|             |                  | 아이스크림        | 구구런 (459.4)      | 월드콘 (410.4)        | 슈퍼콘 (405.5)        |                |
|             | 유음료 /주류          | 맥주           | 테라 (579.9)       | 카스 (562.5)         | 하이트 (537.0)        |                |
|             |                  | 생활용품         | 헤어케어             | 미장센 (515.8)        | TS삼푸 (490.0)       | 엘라стин (401.6) |
|             | 패션용품             | 비즈니스캐주얼      | 마스터 헤지스 (522.9)  | 인디안 (488.8)        | 로가디스 (393.0)       |                |
|             |                  | 아웃도어         | K2 (516.7)       | 코오롱스포츠 (481.9)     | 아이더 (462.0)        |                |
|             | 소비재 기타           | 여성외류         | 자센 (509.6)       | 로엠 (488.9)         | 사트렌 (486.3)        |                |
|             |                  | 경유           | 에스오일 경유 (610.4)  | SK에너지 경유 (551.9)   | GS칼텍스 경유 (442.5)   |                |
|             | 가전제품             | 백화점PB        | 델라라나 (438.0)     | 엘리온 (403.9)        | 고메이494 (347.4)     |                |
|             |                  | 슬픈밴드/드래시     | 메디폼 (548.8)      | 메디타치 (412.2)       | 하이맘 (349.0)        |                |
| 내<br>구<br>재 | 가전제품             | 유산균제품        | 락토피 (657.0)      | 지큐랩 (430.5)        | 듀오락 (418.8)        |                |
|             |                  | 로봇청소기        | LG 로보킹 (483.8)   | 다이스 360아이 (405.0)  | 삼성 파워봇 (323.7)     |                |
|             | 정보통신             | 청소기          | LG 코드제로 (629.0)  | 다이스 무선 청소기 (599.1) | 삼성 제트 (495.1)      |                |
|             |                  | 노트북컴퓨터       | LG전자 그래픽 (675.3) | 삼성전자 플러스 (636.9)   | 애플 맥북 (404.1)      |                |
|             | 자동차 /가정          | 스마트폰         | 아이폰 시리즈 (604.6)  | 갤럭시 S 시리즈 (590.1)  | 갤럭시 노트 시리즈 (518.6) |                |
|             |                  | 태블릿PC        | 삼성 갤럭시 탭 (717.0) | 애플 아이패드 (686.2)    | LG전자 G 패드 (347.6)  |                |
|             | 서<br>비<br>스<br>재 | 금융           | 창조채              | KCC 창조 (638.6)     | LG Z-IN (616.1)    | 이건 창조 (475.6)  |
|             |                  |              | 간편결제서비스          | 카카오페이 (631.8)      | 삼성페이 (615.7)       | 제로페이 (303.9)   |
|             |                  | 통신           | 생명보험             | 교보생명 (576.6)       | 삼성생명 (573.8)       | 신한생명 (426.3)   |
|             |                  |              | 펫보험              | 삼성해설 다이렉트          | 메리츠화재              | 현대해상 하이넷       |
| 온라인/모바일     |                  | 애니메이션        | 애니메이션 (543.4)    | 펫파인드 (490.2)       | 애견보험 (420.2)       |                |
|             |                  | 알뜰폰 (MVNO)   | 세븐모바일 (454.7)    | 헬로모바일 (421.5)      | 알심모바일 (405.5)      |                |
| 서비스 일반      |                  | 배달앱          | 배달의민족 (758.3)    | 요기요 (665.0)        | 배달통 (384.2)        |                |
|             |                  | 부동산전문정보      | 직방 (512.6)       | 부동산114 (484.4)     | 다방 (467.9)         |                |
| 서비스 일반      |                  | 인터넷 서점       | 예스24 (648.1)     | 알라딘 (584.1)        | 인터넷고문고 (501.7)     |                |
|             |                  | 인터넷쇼핑몰       | 쿠팡 (642.4)       | 11번가 (509.2)       | G마켓 (487.6)        |                |
| 스페셜이슈       | 구조개발단체 (NGO)     | 게임           | 넥스 (606.0)       | 넷마블 (543.1)        | 카카오게임즈 (453.5)     |                |
|             |                  | OTT서비스       | 넷플릭스 (459.6)     | TVING (230.1)      | 네이버TV캐스트 (217.9)   |                |
|             |                  | 카셰어링         | 스카 (709.1)       | 그린카 (586.1)        | 유카 (323.4)         |                |
| 스페셜이슈       | 구조개발단체 (NGO)     | 택배서비스        | 우체국택배 (593.6)    | CJ대한통운택배 (570.2)   | 한진택배 (464.1)       |                |
|             |                  | 월드비전 (570.7) | 유니세프 (524.7)     | 굿네이버스 (478.1)      |                    |                |

신규 조사 산업별 상위 1~3위 브랜드

| 대분류         | 중분류  | 산업명            | 1위 브랜드          | 2위 브랜드         | 3위 브랜드           |
|-------------|------|----------------|-----------------|----------------|------------------|
| 소<br>비<br>재 | 식품일반 | 수산가공식품         | 삼진어묵 (535.8)    | 삼호어묵 (511.6)   | 고래사어묵 (432.6)    |
|             |      | 헬스푸드           | 허덱스 (591.1)     | 슬림룩 (393.7)    | 러브잇 (376.2)      |
|             | 생활용품 | 구강청결제          | 그린린 (868.9)     | 리스테린 (364.7)   | 2080가을 (262.8)   |
|             |      | 물티슈            | 크리넥스 (713.8)    | 깨끗한나라 (488.9)  | 수앤수 (382)        |
|             | 손세정제 | 아이 깨끗해 (704.8) | 해피바스 (396.6)    | 메스도 (317.8)    |                  |
|             |      | 시니어가자귀         | 디렌드 (893.2)     | 테나 (344.6)     | 금비 (343.2)       |
|             | 내구재  | 수입SUV/RV       | 벤츠GLC (626.9)   | 아우디Q7 (521.1)  | 볼보XC60 (397.1)   |
|             |      | 자 동 차 / 가정     | 생활의리거전          | 세라젠 (736.1)    | 미건의로기 (442.4)    |
|             | 가정   | 임플란트           | 오스템임플란트 (770.7) | 네오 (355.2)     | 노벨 (303.2)       |
|             |      | 자전거            | 삼천리 자전거 (819.6) | 알톤 자전거 (509.2) | 자이언트 자전거 (246.9) |

다수 부문 1위 기업

| 기업명         | 1위 산업군 수 | 산업명                                                      |
|-------------|----------|----------------------------------------------------------|
| LG전자        | 9        | 가정용세탁기, 노트북컴퓨터, 드럼세탁기, 로봇청소기, 에어컨, 의류건조기, 의류관리기, 청소기, TV |
| 아모레퍼시픽      | 5        | 남성화장품, 바디케어, 여성화장품, 염모염색제, 헤어케어                          |
| 유한킴벌리       | 5        | 기저귀, 물티슈, 생리대, 시니어기저귀, 화장지                               |
| 동원F&B       | 4        | 조미김, 즉석죽, 참치캔, 펫푸드                                       |
| 신한카드        | 4        | 착한브랜드, 신용카드, 엡카드, 체크카드                                   |
| 금강          | 3        | 남성정장구두, 여성정장구두, 캐주얼화                                     |
| 신한은행        | 3        | 은퇴설계금융서비스, 은행, 프라이빗뱅킹                                    |
| 케이티         | 3        | 초고속인터넷, VLS피커, IPTV                                      |
| 코웨이         | 3        | 공기청정기, 비데, 정수기                                           |
| 현대자동차       | 3        | 국내SUV/RV, 국내 세단, 친환경자동차                                  |
| CJ제일제당      | 3        | 육가공품, 즉석밥, 냉동만두                                          |
| SK매직        | 3        | 식기세척기, 복합오븐, 전기레인지                                       |
| 농심          | 3        | 과자, 라면                                                   |
| 대교          | 3        | 유아교육서비스, 초등교육서비스                                         |
| 대상          | 3        | 김치, 장류                                                   |
| 동아제약        | 3        | 자양강장제, 구강청결제                                             |
| 동화약품        | 3        | 소화제, 상처/흉터치료제                                            |
| 라이온코리아      | 3        | 세탁세제, 손세정제                                               |
| 락앤락         | 3        | 밀폐용기, 주방용품                                               |
| 롯데쇼핑        | 3        | 백화점, 아울렛                                                 |
| 메르세데스-벤츠코리아 | 3        | 수입세단, 수입SUV/RV                                           |
| 빙그레         | 3        | 떠먹는요구르트, 가공우유                                            |
| 삼성물산 패션부문   | 3        | 캐주얼외류, 정장                                                |
| 삼성전자        | 3        | 냉장고, 태블릿PC                                               |
| 신도리코        | 3        | 3D프린터, 사무용복합기                                            |
| 애경          | 3        | 치약, 칫솔                                                   |
| 우정사업본부      | 3        | 국제운송서비스, 택배서비스                                           |
| 이마트         | 3        | 대형할인점, 대형할인점식품PB                                         |
| KCC         | 3        | 창조채, 친환경페인트                                              |
| 팅크웨어        | 3        | 내비게이션, 블랙박스                                              |
| 하이티즌        | 3        | 승용차타이어, 타이어전문점                                           |
| 한국타이어       | 3        | 주거용가구, 주방용가구                                             |
| 한샘          | 3        | 다이렉트자동차보험, 장기보험                                          |
| 현대해상화재보험    | 3        | 편의점, 편의점식품PB                                             |
| BGF리테일      | 3        | 패밀리레스토랑, 한식프랜차이즈                                         |
| CJ푸드빌       | 3        | 주류수, 휘발유                                                 |
| SK에너지       | 3        |                                                          |

2021년 제 23차 K-BPI 주요 산업별 1~3위 브랜드

| 중분류   | 산업명    | 1위 연속연수 | 1위 브랜드            | 2위 브랜드              | 3위 브랜드                 |
|-------|--------|---------|-------------------|---------------------|------------------------|
| 식품 일반 | 과자     | 22      | 새우깡 (506.1)       | 에이스 (472.2)         | 포테토폴 (424.5)           |
|       | 라면     | 22      | 신라면 (709.4)       | 진라면 (492.0)         | 안성탕면 (415.5)           |
|       | 식용유    | 22      | 해피식용유 (684.7)     | 백설 식용유 (555.9)      | 청정원 (참빛고운) 식용유 (403.1) |
|       | 참치캔    | 22      | 동원참치 (808.2)      | 사조참치 (438.8)        | 오뚜기참치 (435.4)          |
|       | 김치     | 21      | 종가집 김치 (704.2)    | 비비고 김치 (486.6)      | 풀무원 김치 (367.8)         |
|       | 냉장/냉동육 | 19      | 하림 (699.4)        | 목우촌 (573.0)         | 하이포크 (347.7)           |
|       | 건강식품   | 15      | 정관정 (769.2)       | 풍기인삼공사 고려홍삼 (347.2) | 한삼인 (336.1)            |
|       | 농산물브랜드 | 15      | 임금님표이천 (487.1)    | 진영 단감 (385.4)       | 나주배 (356.0)            |
|       | 축산물브랜드 | 15      | 황성축협한우 (557.3)    | 장수한우 (480.1)        | 의성삼별포크 (448.0)         |
|       | 조미김    | 10      | 동원 양반김 (673)      | 비비고 김 (416.6)       | 광천김 (399.2)            |
| 식품 일반 | 육가공품   | 8       | 스랭 (707.0)        | 리첸 (412.5)          | 한샘 (398.7)             |
|       | 자연조미료  | 7       | 연두 (705.4)        | 맛선생 (527.9)         | 산돌매 (525.1)            |
|       | 장류     | 3       | 대상 청정원 (663.1)    | CJ제일제당 해한들 (618.6)  | 해동 순창콩 (375.2)         |
|       | 분유/이유식 | 2       | 매일 (644.5)        | 남양 (639.1)          | 후디스 (499.3)            |
|       | 즉석밥    | 2       | CJ제일제당 햇반 (703.8) | 맛있는 오뚜기밥 (439.5)    | 동원 햇반 (387.7)          |
|       | 즉석죽    | 2       | 동원 양반죽 (647.7)    | 비비고 죽 (500.9)       | 아침엔 본죽 (493.1)         |
|       |        |         |                   |                     |                        |
|       |        |         |                   |                     |                        |
|       |        |         |                   |                     |                        |
|       |        |         |                   |                     |                        |

소비재 산업

| 중분류     | 산업명          | 1위 연속연수 | 1위 브랜드              | 2위 브랜드              | 3위 브랜드                 |
|---------|--------------|---------|---------------------|---------------------|------------------------|
| 음료류 /주류 | 주스           | 23      | 델몬트 (660.5)         | 선업 (404.3)          | 과일존 (401.9)            |
|         | 일반우유         | 22      | 서울 우유 (713.9)       | 남양 우유 (560.6)       | 매일 우유 (529.3)          |
|         | 소주           | 21      | 참이슬 (623.3)         | 처음처럼 (555.8)        | 진로 (골드) (438.5)        |
|         | 탄산음료         | 21      | 코카콜라 (699.7)        | 칠성사이다 (587.6)       | 밀키스 (335.9)            |
|         | 두유           | 19      | 베지밀 (664.4)         | 삼육두유 (549.3)        | 롯데 참두유 (339.8)         |
|         | 떠먹는 요구르트     | 15      | 요플레 (745.9)         | 슈퍼100 (458.3)       | 바이오 (405.3)            |
|         | 생수           | 15      | 제주삼다수 (757.7)       | 아이시스 (487.3)        | 백산수 (430.2)            |
|         | 가공우유         | 14      | 빙그레 바나나우유 (555.8)   | 서울우유 가공우유 (411.6)   | 남양 맛있는 우유 가공우유 (201.5) |
|         | 밸런스 이온음료     | 9       | 포카리스웨트 (638.5)      | 게토레이 (575.7)        | 토레타 (432.1)            |
|         | 기능성 마시는 요구르트 | 8       | 월 (622.5)           | 불가리스 (518.3)        | 비피더스 (511.1)           |
| 생활용품    | 커피음료         | 2       | 맥심 T.O.P (555.3)    | 칸타타 (489.1)         | 바리스타 (381.1)           |
|         | 기저귀          | 23      | 하기사 (670.1)         | 보솜이 (363.3)         | 팜퍼스 (267.4)            |
|         | 생리대          | 21      | 화이트 (596.3)         | 좋은느낌 (536.2)        | 위스퍼 (449.6)            |
|         | 세탁제제         | 20      | 비트 (664.0)          | 파실 (464.4)          | 테크 (383.4)             |
|         | 화장지          | 19      | 크리넥스 (630.4)        | 깨끗한나라 (506.6)       | 모나리자 (463.9)           |
|         | 밀폐용기         | 18      | 락앤락 (704.8)         | 지퍼락 (524.7)         | 글라스락 (437.3)           |
|         | 치약           | 17      | 덴탈크리나2080 (579.2)   | 페리오 (497.1)         | 죽염 (411.1)             |
|         | 바디케어         | 13      | 해피바스 (607.4)        | 로제오 (423.0)         | 러쉬 (377.0)             |
|         | 칫솔           | 9       | 덴탈크리나2080 (584.8)   | 오랄-B (565.1)        | 페리오칫솔 (486.7)          |
|         | 주방용품         | 5       | 락앤락 (535.1)         | 테팔 (521.0)          | 해피콜 (495.6)            |
| 패션용품    | 섬유유연제        | 4       | 다우니 (592.0)         | 파존 (558.2)          | 스프란 (550.6)            |
|         | 남성화장품        | 2       | 오드세이 (457.6)        | 우르오스 (427.6)        | 보닌 (422.6)             |
|         | 여성화장품        | 2       | 헤라 (539.9)          | 설화수 (527.2)         | 오희 (425.3)             |
|         | 염모염색제        | 2       | 미장센 (554.9)         | 로레알 (490.5)         | 월라 (466.1)             |
|         | 남성정장구두       | 23      | 금강 (656.0)          | 탠디 올드 (447.0)       | 미소페 (307.7)            |
|         | 언더웨어 /린제리    | 23      | 비너스 (530.7)         | 비비안 (431.4)         | 보디가드 (419.7)           |
|         | 여성정장구두       | 23      | 금강 (571.2)          | 소다 (529.6)          | 탠디 (469.8)             |
|         | 캐주얼화         | 21      | 랜드로바 (627.4)        | 컨버스 (528)           | 영에이지 (373.7)           |
|         | 학생교복         | 19      | 스마트학생복 (623.4)      | 엘리트교복 (606.8)       | 아이비클럽 (540.2)          |
|         | 캐주얼외류        | 18      | 빈폴 (587.3)          | 라코스테 (402.9)        | 폴로 (398.3)             |
| 소비재 기타  | 홈패션          | 8       | 이브자리 (708.2)        | 알레르방 (432.8)        | 세사리빙 (416.9)           |
|         | 캠핑용품         | 3       | 코오롱스포츠 (542.6)      | 코베아 (485.8)         | 버팔로 (386.4)            |
|         | 영유아복         | 2       | 해피랜드 (516.8)        | 압소바 (510.3)         | 아가방 (447.0)            |
|         | 정장           | 2       | 갤럭시 (554.5)         | 닥스 (502.0)          | 파크랜드 (391.9)           |
|         | SPA브랜드       | 2       | ZARA (574.5)        | SPAO (481.5)        | 유니클로 (431.1)           |
|         | 엔진오일         | 23      | SK ZIC (753.0)      | Kixx (439.7)        | Mobil 1 (378.0)        |
|         | 자양강장제        | 23      | 박카스 (688.2)         | 우루사 (494.0)         | 비타500 (467.2)          |
|         | 휘발유          | 23      | SK엔크린 (749.1)       | Kixx (544.9)        | 에스가솔린 (430.6)          |
|         | 종합문구         | 21      | 모닝글로리 (674.7)       | 아트박스 (439.8)        | 양지사 (357.9)            |
|         | 벽지           | 17      | LG Z-IN (668.9)     | 신한 벽지 (413.5)       | 개나리 벽지 (408.6)         |
| 소비재 기타  | 소화제          | 17      | 가스활명수-큐 (536.3)     | 가스명수 (526.7)        | 멕시코 (353.9)            |
|         | 민간청소크레어      | 15      | 아토팜 (633.6)         | 피지오겔 (396.4)        | 세타필 (384.4)            |
|         | 담배           | 14      | ESSE (553.0)        | TIME (395.1)        | DUNHILL (394.2)        |
|         | 기타악          | 8       | 화이투맨 (421.1)        | 클래윈 (374.3)         | 테라플루 (369.9)           |
|         | 종합영양제        | 8       | 아로나민 (689.4)        | 센트럴 (480.3)         | 빠콤씨 (390.4)            |
|         | 대형할인점 식품PB   | 5       | 이마트 피코크 (511.9)     | 홈플러스 식품플러스 (438.7)  | 롯데마트 요리하다 (391.0)      |
|         | 편의점 식품PB     | 5       | CU HEYROO (659.0)   | GS25 YOU US (478.9) | 이마트24 I'm e (344.4)    |
|         | 소염진정제        | 3       | 신신파스 이렉스 (561.7)    | 제비 (477.2)          | 멘스레덤 (469.8)           |
|         | 자동차요수수       | 3       | 유룩스 (559.9)         | 노스 (452.2)          | 오타스 (409.7)            |
|         | 친환경페인트       | 3       | KCC 페인트 숲으로 (738.2) | 노루페인트 순&수 (431.0)   | 제비스코 푸른솔 (339.8)       |
| 가전 제품   | 탈모치료제        | 3       | 판시달 (827.8)         | 마이노실 (567.0)        | 프로페시아 (188.2)          |
|         | 펫푸드          | 3       | 동원F&B 뉴트리플랜 (358.7) | 풀무원 이미지 (313.0)     | 시저 (Cesar) (292.8)     |
|         | 상처/흉터치료제     | 2       | 부채표 후시딘 (773.1)     | 마데카솔 (696.3)        | 노스카나젤 (183.3)          |
|         | 숙취해소         | 2       | 여명808 (557.8)       | 상쾌환 (510.8)         | 헛개파워 (355.6)           |
|         | 변비약          | 2       | 메이퀸Q (595.4)        | 둘고락스 (530.0)        | 아라실 (500.0)            |
|         | 독감백신         | 2       | 지씨플루퀴드라벨런트 (557.1)  | 플루아릭스테트라 (486.5)    | 코박스인플루 (410.5)         |
|         | 해열진통제        | 2       | 게보민 (615.1)         | 타이레놀 (609.1)        | 팬잘 (464.6)             |
|         |              |         |                     |                     |                        |
|         |              |         |                     |                     |                        |
|         |              |         |                     |                     |                        |

내구재 산업

| 중분류        | 산업명             | 1위<br>연속연수 | 1위 브랜드                   | 2위 브랜드                   | 3위 브랜드                  |
|------------|-----------------|------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| 가전<br>제품   | 정수기             | 23         | 코웨이 정수기(743.3)           | LG 퓨리케어 정수기(464.6)       | 청호나이스<br>이파수 정수기(417.8) |
|            | 가스레인지           | 22         | 린나이(670.1)               | SK매직(486.8)              | LG전자(420.7)             |
|            | 김치냉장고           | 22         | 딤체(764.8)                | LG DIOS(598.9)           | 삼성 김치플러스(419.4)         |
|            | 냉장고             | 22         | 삼성 뉴 세프컬렉트(694.1)        | LG DIOS(680.1)           | 월풀(336.8)               |
|            | 공기청정기           | 19         | 코웨이 공기청정기(628.4)         | LG 퓨리케어 공기청정기<br>(572.0) | 삼성 큐브 공기청정기<br>(528.4)  |
|            | 드럼세탁기           | 19         | LG TROMM(861.1)          | 삼성 플렉스워시(562.9)          | 위니아전자 클라베<br>(269.6)    |
|            | 비데              | 19         | 코웨이 비데(681.8)            | 노비타 비데(518.3)            | SK매직 비데(342.4)          |
|            | 식기세척기           | 19         | SK매직 식기세척기(475.6)        | LG DIOS 식기세척기(436.6)     | 한샘 식기세척기(407.6)         |
|            | 밥솥              | 18         | 쿠쿠(799.1)                | 쿠첸(587.2)                | 휘슬러(288.0)              |
|            | 에어컨             | 17         | LG WHISEN(641.0)         | 삼성 무염에어컨(430.0)          | 위니아(398.5)              |
|            | 복합오븐            | 14         | SK매직 복합오븐(446.6)         | LG DIOS 광파오븐(389.1)      | 린나이 전기오븐(348.6)         |
|            | 가정용세탁기          | 8          | LG WHISEN 세탁기<br>(521.0) | 위닉스 뽀송(489.7)            | 코웨이 세탁기(456.7)          |
|            | TV              | 5          | LG(765.4)                | 삼성(740.5)                | 도시바(268.5)              |
|            | 음식물처리기          | 4          | 루펜(510.6)                | 코웨이(385.7)               | 하츠(332.9)               |
| 정보<br>통신   | 의류건조기           | 4          | LG TROMM 건조기(751.2)      | 삼성 건조기(627.8)            | 린나이 건조기(302.8)          |
|            | 전기레인지           | 4          | SK매직 전기레인지<br>(568.5)    | LG DIOS 전기레인지(474.5)     | 쿠쿠 인덕션레인지<br>(448.6)    |
|            | 의류관리기           | 3          | LG TROMM styler(805.8)   | 삼성 에어드레서(479.7)          | 코웨이 시제절<br>의류청정기(165.2) |
|            | 스마트홈네트<br>워크시스템 | 17         | HT(497.7)                | 코콤(492.8)                | 삼성SDS 스마트홈<br>(480.7)   |
|            | 내비게이션           | 15         | 팅크웨어 아이나비(630.3)         | 티맵모빌리티 T맵(519.5)         | 카카오 카카오내비<br>(395.7)    |
|            | 사무용복합기          | 10         | 신도리코(551.3)              | 캐논(532.9)                | HP(405.1)               |
|            | 블랙박스            | 9          | 팅크웨어 아이나비(699.3)         | 유라노브(355.6)              | 아이푸드(336.0)             |
|            | 3D스캐너           | 4          | KT 가자니(737.8)            | SK텔레콤 누구누구(539.3)        | 아마존 에코(319.2)           |
|            | ALS프린터          | 3          | 신도리코(620.4)              | 캐논(584.0)                | HP(326.0)               |
|            | 가정용모일러          | 23         | 귀뚜라미보일러(701.2)           | 경동나비엔(562.4)             | 린나이보일러(445.1)           |
| 자동차<br>/가전 | 주방용가구           | 23         | 한샘가진&바스(560.9)           | 에넥스(459.2)               | 현대바이트(425.9)            |
|            | 침대              | 22         | 에이스침대(753.2)             | 시몬스(477.3)               | 이케아(IKEA)(308.7)        |
|            | 모터사이클           | 19         | 혼다(705.0)                | 대림(447.5)                | BMW(345.5)              |
|            | 승용차타이어          | 19         | 한국타이어(659.6)             | 금호타이어(518.9)             | 미쉐린(386.7)              |
|            | 디지털도어락          | 16         | 게이트택(714.0)              | 삼성 스마트도어록(482.4)         | 릴레(416.7)               |
|            | 자동차배터리          | 13         | 로켓트배터리(748.0)            | 델코(443.7)                | 썬라이트(272.9)             |
|            | 주거용가구           | 12         | 한샘 인테리어(578.8)           | 현대리바트(528.4)             | 일룸(462.8)               |



## AI 등 첨단 총망라한 ‘통합 보안 플랫폼’ 구축나서

방법보안서비스 부문 에스원



에스원은 1977년 설립된 국내 최초 보안 전문기업이다. 40여년 간 끊임없는 기술 개발과 전문 인력 육성을 통해 개인은 물론 기업, 공공기관에 보안, 건물 관리, SI 솔루션 등의 다양한 서비스를 제공하고 있다. 에스원은 고품질 서비스를 제공하기 위해 통합보안센터를 운영하고 있으며 전국 100여 개가 넘는 출동 인프라도 구축했다. 또한 국내 최초의 전문 시큐리티 교육기관인 에스원 인재 개발원에서는 전문 기술력과 도덕성, 체력을 두루 갖춘 첨단 보안 인력을 양성하고 있다.

에스원은 40여년간 축적된 노하우와 기술력을 바탕으로 사업 영역을 확장해 나가고 있다. 출입관리, 영상보안 등과 같은 물리보안부터 네트워크보안, 개인 정보보호가 주를 이루는 정보보안 그리고 개인 안심서비스(MVNO), 차량운행 관리와 같은 이동체보안에 이르기까지 서비스 영역을 점차 넓혀가고 있다.



에스원 제공  
빅데이터를 통해 발열감지와 마스크 착용 여부를 동시에 판별할 수 있는 솔루션인 ‘에스원 히트스캔’ 사용 모습.

에스원은 기술 혁신을 위한 연구개발(R&D) 조직을 사업부 조직과 통합하고 물리보안사업과 빌딩관리사업 조직을 하나로 합치는 등 ‘통합 보안 플랫폼’ 구축에 박차를 가하고 있다. 코로나 팬데믹 이후 새로운 보안 기술에 대한 관심이 급격하게 고조된 가운데 업계 선두 주자인 에스원은 첨단 기술을 총망라한 ‘통합 보안 플랫폼’을 선보일 계획이다.

에스원이 수년간 꾸준히 개발을 이어왔던 인공지능(AI), 생체인식, ICT, 빅데이터 등의 최첨단 기술들이 통합 보안

플랫폼을 통해 다양한 시너지를 발휘할 것으로 기대된다. 먼저, AI기술을 적용해 녹화한 영상을 자동으로 분석하는 지능형 영상보안기술을 적용한 무인 매장 솔루션이 인기를 얻고 있으며, 비접촉 생체인증 방식인 얼굴인식기술을 적용한 차세대 통합 출입관리 솔루션 CLES(Creative Leading Enterprise Solution)를 출시했다. 또한 근무시간을 효율적으로 관리할 수 있는 ‘주 52시간 근무관리 솔루션’도 고객들에게 좋은 반응을 얻고 있다.

## 친환경보일러 라인업 강화… 판매 비중 2배이상 성장

가정용보일러 부문 귀뚜라미보일러



귀뚜라미보일러는 지난 50여년간 끊임없이 보일러 기술을 혁신하며 소비자들의 쾌적하고 안전한 일상을 지켜온 국민 보일러 브랜드다.

귀뚜라미는 정부, 지자체 주도로 추진 중인 ‘가정용 친환경보일러 보급 지원 사업’에 2015년부터 7년째 빠짐없이 참여하고 있다. 노후 일반보일러를 에너지소비효율 92% 이상, 질소산화물(NOx) 20ppm 이하 등을 모두 충족하는 환경부 인증 콘덴싱보일러로 교체하면 대당 20만원의 정부지원금을 제공하는 사업이다.

귀뚜라미는 올해도 정부가 목표한 총 23만대 친환경보일러 보급을 달성할 수 있도록 ‘2021년 가정용 친환경보일러 보급 지원 사업’에 대한 다양한 지원활동을 전개하고 있다. 귀뚜라미보일러는 친환경 마케팅 강화와 친환경보일러 라인업 확대 등을 통해 지난 2018년 38% 수준이었던 콘덴싱보일러 판매 비



귀뚜라미보일러 제공  
귀뚜라미보일러 광고 모델인 배우 지진희가 친환경 보일러 신제품 2종을 소개하고 있다.

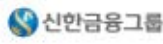
중을 2020년 80% 수준으로 2배 이상 성장시키는 성과를 거뒀다.

최근에는 프리미엄 친환경보일러 마케팅으로 소비자들로부터 주목을 받고 있다. 대표적인 제품은 ‘거꾸로 NEW 콘덴싱 프리미엄 가스보일러’다. 이 제품은 주거환경의 첨단화와 화상실이 2개인 주택의 증가 등 최근 건설업체 트렌드 변화에 맞춰 최신 정보통신기술과 온수증대기술 등 최고급 옵션 사양을 모두 적용한 고급형 모델이다. 최고 사

양의 IoT 실내온도조절기인 ‘NCTR-100WIFI’를 기본 옵션으로 적용해 보일러 1대에 최대 4대의 모바일 장비를 연결할 수 있고, 스마트폰으로 집안의 보일러를 제어하거나 AI 스피커와 연동해 음성으로도 보일러를 작동할 수 있다. 가동조건을 최적화해 연료 소비를 줄여주는 ‘난방비 절약기능’과 우리집 보일러의 가스 소비량을 실시간으로 모니터링할 수 있는 ‘에너지 사용량 표시’ 등 새로운 기능도 추가했다.

## “2050년까지 탄소배출 제로”… 친환경 금융 선도

금융지주(그룹) 부문 신한금융그룹



신한금융그룹은 복합적 불확실성 속에서도 모든 이해관계자에게 인정받는 ‘일류(一流) 금융그룹’으로 진화하겠다는 목표 하에 ‘F.R.E.S.H 2020s 중기전략’을 전사적으로 추진하고 있다. ▲탄탄한 기초체력을 통한 그룹 가치 극대화 ▲비즈니스 모델과 조직의 회복탄력성 강화 ▲디지털 생태계 구축을 통한 디지털 경쟁력 제고 ▲지속가능한 미래를 위한 그룹 차원의 일관된 정책 운영 ▲미래 성장을 이끌 융복합형 인재 확대가 목표다.

신한금융그룹은 지난해 11월 동아시아 금융그룹 최초로 ‘Zero Carbon Drive’를 선언했다. 오는 2050년까지 그룹 내부 및 자산포트폴리오 탄소배출량 제로(Zero) 달성을 목표로 설정했다. 고탄소 배출 기업과 산업에 대한 대출 투자를 관리하고 자산의 탄소배출량까지 체계적으로 측정 및 관리하는 등 친환경 금융의 새로운 표준을 제시했다.

또한 신한금융은 지난해 6월 금융권



신한금융그룹 제공  
조용병 신한금융지주 회장. 신한금융그룹은 강력한 ‘One shinhan’ 전략체계를 마련했다. 이를 통해 퇴직연금 비즈니스 업그레이드, 복합점포 모델 고도화, 그룹 모바일 통합플랫폼 출시 등 신한만의 독보적인 성과를 이어가고 있다.

최초 포스트(Post) 코로나 시대에 금융의 역할을 선제적으로 실천하기 위한 ‘신한 N.E.O. Project(New Economic growth supporting Operations)’를 선포했다. 한국판 뉴딜정책을 적극적으로 지원하기 위해 신(新)성장산업 금융지원, 뉴디지털금융 선도, 신성장생태계 조성의 3대 핵심방향으로 추진된다. 특히 국가 고용안전망 강화를 위해 신성장산업을 지원하고 다양한 사회공헌 활동을 통해 일자리를 창출에 기여할 예정이다. 더불어 지난해 혁신 뉴딜 관련

중소기업 대출 성과는 목표 대비 153%를 달성했으며, K-뉴딜 성공 등 미래 혁신을 위한 다양한 프로젝트를 진행하고 있다.

신한금융은 지난해 3월 소셜펀딩 방식의 ‘Hope Together 캠페인’을 통해 코로나19 위기 극복을 위한 그룹사 릴레이 기부 및 국민참여를 이끌어 내며 나눔문화를 확산했다. 4개월 동안 총 50억원 모금을 목표로 진행됐다. 코로나19 치료 의료진과 소외계층 아동, 소상공인을 대상으로 필요한 물품을 지원했다.

## 코로나 병상 꾸준히 확대, 국가 중앙병원의 책무 다해

종합병원 부문 서울대학교병원



근대의료의 산실이자 국가중앙병원인 서울대병원은 지난 100년 동안 우리나라 의료를 선도해 왔다. 1885년 설립된 서양식 국립병원인 제중원으로 출범, 1946년 국립 서울대학교 의과대학 부속 병원, 1978년 특수법인 서울대병원으로 개편해 오늘에 이르고 있다.

서울대병원은 1985년 어린이병원 개원을 시작으로 1987년 서울특별시 보라매병원 위탁 운영, 2003년 분당서울대병원과 건강검진을 전문으로 하는 헬스케어시스템 강남센터, 2011년 통합진료 시스템을 기반으로 하는 최첨단 암병원을 개원했다. 이를 기반으로 중증 희귀난치 질환 치료와 공공의료정책 중심의 4차 병원으로서 위상을 확고히 하고 있다. 또한 글로벌 협업을 통해 획기적인 의료 기술 실용화와 세계 보건의료 시장에 앞선 병원운영 모델과 의료시스템을 전파하고, 국가 의료시스템의 발전 방향을 제시하는 미래의료의 허브로 자리 매김



서울대학교병원 제공  
서울대학교병원 내부 모습. 서울대학교병원은 지난 3월 상급종합병원 최초로 코로나19 백신 접종에 나서는 등 국가 중앙병원으로서 책무를 다하고 있다.

하고 있다.

작년부터 이어진 코로나19 국가재난 상황 속 서울대병원은 방역 최전선에서 힘쓰고 있다. 현재는 선제적인 코로나 병상 확보 및 백신 접종에 나서며 국가 중앙병원으로서 책무를 다하고 있다.

서울대병원은 지난해 수도권 코로나 확산을 시작으로 코로나 병상을 꾸준히 확대해왔다. 기존 음압병상 12개에서 현재 총 37개 병상을 운영 중이다. 대형 상급종합병원 중 코로나 병상 비율이 가장 높다. 이 중 22개는 상태가 위중한 중증

환자전담 병상이다.

지난 3월에는 상급종합병원 최초로 백신 접종에 나섰다. 코로나19로부터 서울대병원을 안전하게 지키고 백신에 대한 막연한 불안감을 해소하기 위해서다. 더 나아가 우수한 인력을 바탕으로 해당 경험을 지역사회와 나누고 있다. 서울대병원은 서울시 제1호 코로나19 예방접종센터 운영자로 지정됐다. 성동구를 시작으로 향후 설치될 백신접종센터 근무인력 교육 등 전체 백신접종센터의 구심점 역할을 할 예정이다.

## 무인 결제 도입, ‘오프라인 매장의 디지털화’ 속도

면세점 부문 롯데면세점



국내 1위, 세계 2위 면세점인 롯데면세점이 발 빠른 디지털 전환과 적극적인 해외 시장 진출을 통해 글로벌 면세 시장을 이끌어 나가고 있다.

롯데면세점은 코로나19를 기점으로 한층 빨라진 디지털 변화에 선제적으로 대응하기 위해 디지털 혁신을 통한 사업 체질 개선에 들어갔다. 지난해 3월 롯데면세점은 서울 명동본점에 업계 최초의 언택트 매장인 ‘스마트스토어’를 오픈했다. 약 520㎡(157평) 규모의 뷰티 전문 매장인 스마트스토어는 QR 코드 스캔을 통한 모바일 카드 시스템, 얼굴 인식 및 AR(증강 현실) 기술 기반 디지털 쇼핑 서비스 제공 등 신개념 쇼핑 환경이 구현된 디지털 매장이자. 롯데면세점은 작년 7월 해당 매장의 기존 아날로그 가격표를 모두 전자 가격표로 교체하고, 연내 무인 결제 시스템을 도입하기로 하는 등 ‘오프라인 매장의 디지털화’를 위해 발 빠른



롯데면세점 제공  
뷰티 전문 매장인 스마트스토어는 QR 코드 스캔을 통한 모바일 카드 시스템 등 신개념 쇼핑 환경이 구현된 디지털 매장이다.

게 움직이고 있다.

롯데면세점은 문화 마케팅에 디지털 혁신을 접목해 차별화된 디지털 경험 또한 제공하고 있다. 지난해로 30회를 맞이한 롯데면세점 ‘패밀리 콘서트’가 대표적이다.

2010년대부터 해외 사업 비중을 높여오며 글로벌 경쟁력 강화에 힘써온 롯데면세점은 다가오는 ‘포스트 코로나’ 시대를 대비해 다시 한번 해외 진출을 적극 추진하고 있다. 롯데면세점은 2021년 올해 첫 행보로 지난 1월 일본 간사이국제공항 내에 신규 매장을 오픈했다.

2014년 6월부터 영업을 이어온 간사이 공항에서 다른 사업권 획득에 따른 매장 추가 오픈이다. 롯데면세점은 상반간만에 구찌, 티파니, 불가리, 보테가 베네타 등 명품 부띠끄 및 주얼리를 갖춘 프레스티지 매장을 순차적으로 오픈할 예정이다. 롯데면세점은 특히 성장 잠재력이 돋보이는 방향 베트남 고객과 베트남 현지 면세 시장에 주목하고 있다.

롯데면세점은 향후 폭발할 베트남 고객의 소비 수요를 대비해 지난해 8월 업계에선 처음으로 자사 인터넷면세점 사이트에 베트남어 지원 서비스를 시작했다.

## AI 활용한 학습서비스 등 교육의 새 가치 계속 창출

초등교육서비스 부문 대교 눈높이



‘눈높이’는 개별 학생의 눈높이에 맞춰 가르치는 교육의 새로운 패러다임을 탄생시킨 국내 대표 교육서비스 브랜드다. 인공지능을 활용한 AI 학습서비스 ‘대교 씨릿’ 제품과 국내 최초의 공부역량 개발 서비스 등을 선보이며 교육의 새로운 가치를 지속 창출해내고 있다.

눈높이 교육프로그램은 세분화된 단위(Small Step)로 구성됐다. 학생의 잠재 능력을 찾아 개발하며 창의력을 향상시킨다는 점에서 고객들에게 꾸준히 사랑받고 있다.

‘대교 씨릿 수학’은 태블릿PC를 활용해 개인별 맞춤 학습을 제공하는 AI 학습서비스로, 교과 내신 역량을 강화시키는 ‘스코어수학’과 빠르게 연산 역량을 완성하는 ‘스피드수학’이 있다. 두 프로그램에는 공통적으로 AI수학 분석 관리 기술인 스마트 알고리즘이 적용됐다. 학생이 문제를 왜 틀렸는지를 실시간으로 분석하며 개인별 맞춤 콘텐츠



대교 눈높이 제공  
눈높이 광고모델 아역배우 김강훈의 ‘대교 씨릿 수학’ 광고 모습. ‘씨릿 수학’은 태블릿PC를 활용해 개인별 맞춤 학습을 제공하는 AI 학습서비스다.

츠를 제공한다.

학생들의 모든 학습 데이터는 학습관리시스템에 저장되며, 이렇게 축적된 빅데이터는 개별 학생의 취약 지식을 정확하게 분석해 학습의 빈틈이 생기지 않도록 만든다. 선생님들은 학습관리시스템을 통해 개인별 정답률과 오답 유형 등의 학습 결과를 실시간으로 확인하며 일대일 맞춤 지도를 제공한다.

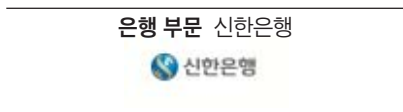
지난해 출시된 ‘대교 씨릿 스피킹’은 학습자가 자기주도 학습을 통해 태블릿PC의 화면을 넘겨가며 자연스럽게 영어 말하기 능력을 향상시킬 수 있는 디지털

AI영어 학습 프로그램이다. 자기주도적 학습에 최적화된 ‘의미 이해-발화 훈련-실전 대화’라는 단계적 학습 과정으로 설계됐으며, ‘Pass’와 ‘Fail’ 로직 기반의 시스템을 통해 개인별로 부족한 표현을 연습할 수 있는 개별 맞춤 학습을 제공한다.

‘대교 씨릿 스코어국어’는 대교에서 자체 개발한 독해지수 ‘크리드(KRead)’를 단계별로 적용한 개인별 맞춤 학습 알고리즘을 통해, 디지털 맞춤 교육서비스를 제공하는 국어 내신 전문 스마트 학습프로그램이다.



## 정밀한 데이터 기반해 고객의 생애 전반 자산관리



‘고객중심’을 최우선적인 가치로 실천하는 신한은행은 은행권 최초로 상대 평가를 폐지하고 영업 전략 수립 권한을 현장에 위임한 ‘같이성장 평가제도’를 도입했다. 소비자 보호 그룹 신설, 투자 상품 판매 금지 제도 도입, 고객 중심 영업점 신설 등 기존 은행에서 볼 수 없었던 고객을 위한 새로운 경영활동을 강화하고 있다.

상품과 서비스 전반에서도 고객들에게 새로운 가치와 경험을 제공하고자 노력하고 있다. 2020년 6월에는 20대를 위한 ‘헤이영(Hey Young)’ 브랜드를 론칭하고 전용 신상품과 맞춤형 서비스를 출시했다. 신한은행의 프리미엄 디지털 자산관리 서비스 ‘솔리치(SOL Rich)’는 고객이 보유중인 상품까지 포함해 진단한 후 고객 성향에 맞는 포트폴리오를 제안하고 있다.

또한, 업(業)의 본질에 대한 혁신을 통해 신한은행을 디지털 기업으로 변화시



신한은행은 금융권 최초의 창구 없는 영업점 ‘디지털영업부’와 인공지능(AI)을 활용한 ‘AI통합센터’를 개설하는 등 ‘디지털 트랜스포메이션’을 가속화하고 있다. 사진은 진옥동 신한은행장.

키고자 적극적인 투자와 과감한 시도에 나서고 있다. 디지털營業을 통해 영업 방식을 혁신할 금융권 최초의 창구 없는 영업점 ‘디지털영업부’와 인공지능(AI)을 중심으로 은행의 변화를 이끌 ‘AI통합센터’, 화상상담을 통해 전문 직원과 원격으로 업무를 처리하는 ‘디지털데스크’를 새롭게 만들었다.

올해 1월 마이데이터 본허가를 획득을 계기로 정밀한 데이터 기반의 고객분석을 정교화하고 단편적인 상품 추천이 아닌 생애 전반의 자산을 설계하고 관리

할 수 있는 ‘종합 금융상품 솔루션 플랫폼’을 구축할 계획이다.

신한은행은 최근 ESG금융부문에서도 선구자적 행보를 이어가고 있다. 국내 시중은행 최초로 ‘적도원칙’에 가입했다. 적도원칙이란 프로젝트 파이낸싱 원칙으로, 대형 개발사업이 환경파괴 또는 인권침해의 문제가 있을 경우 대출을 해주지 않겠다는 금융회사들의 자발적 행동협약을 말한다. 또한 신한은행은 탈석탄 금융을 공식적으로 선언하며 환경, 사회적 가치 창출에도 앞장서고 있다.

## 원료부터 제조까지 290여 가지 안정성 검사 시행



KGC인삼공사의 정관장은 올해로 15년 연속 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 건강식품 부문 1위를 차지했다.

정관장은 신뢰에 기반을 둔 제품과 서비스를 통해 인간의 감성을 충족시켜 보다 나은 삶을 완성한다는 업의 철학 하에서 브랜드 가치를 제고하기 위한 활동을 지속적으로 펼치고 있다.

KGC인삼공사는 국내 홍삼시장을 선도하는 기업으로, 대표 홍삼 브랜드인 ‘정관장’을 중심으로 자연소재 브랜드 ‘굿베이스’, 홍삼 밀도케어 화장품 ‘동인비’, 반려동물 건강식 ‘지니펫’까지 홍삼을 활용한 다양한 브랜드를 운영하고 있다.

올해로 창립 122주년을 맞은 KGC인삼공사는 면역력에 우수한 정관장 홍삼의 전통성, 신뢰성, 품질 안전성을 널리 알리고 있다. 정관장의 인기 비결은 우수한 품질의 홍삼에서 나오는 효능에 있다. 홍삼은 식약처로부터 면역력 증진과



정관장 대표제품 ‘홍삼정’. 홍삼은 식품의약품안전처로부터 면역력 증진과 피로개선 등의 효능을 인정받았다.

피로 개선, 기억력 개선, 혈소판 응집억제를 통한 혈액 흐름에 도움, 항산화 작용 등 5가지 효능을 공식적으로 인정받

았을 정도로 효능이 우수하다. 또한 이중 4가지는 KGC인삼공사의 연구 개발을 통해 입증된 것이다.

한편 KGC인삼공사는 안정성을 최우선으로 품질제일주의에 입각한 경영활동을 이어나가고 있다. 최상의 청정 원료삼 확보를 위해 정관장에서 사용되는 홍삼은 적합성 판정을 통과한 경작지에서만 계약재배 시스템으로 재배하고 있으며, 원료로부터 제조에 이르기까지 총 7회에 걸쳐 290여 가지 안정성 검사를 시행하고 있다. 또한 호주, 일본 GMP 인증을 통과한 첨단 제조시설에서 제품을 생산하고 있으며 매년 이익금의 20%를 연구개발에 재투자하고 있다.

KGC인삼공사는 새로운 홍삼 소비문화 정착을 위해 휴대가 간편한 홍삼정인 ‘홍삼정에브리타임’ 제품을 출시, 2030 고객층과 직장인들에게 큰 호응을 얻고 있다. 최근 가장 주목받는 제품은 여성 건강 전문브랜드 ‘화애라’이다. 이와 더불어 녹용 브랜드 ‘천복’은 녹용에도 정관장의 엄격한 품질관리 기준을 적용해 ‘민고 먹을 수 있는 녹용’ 제품이라는 평가를 받고 있다.

## 업계 선도하는 必 환경 테마파크… 친환경 캠페인 추진



1989년 오픈한 ‘롯데월드 어드벤처’는 급변하는 트렌드에 발맞춰 새로운 콘텐츠로 업계를 선도해온 국내 정상의 테마파크다. 테마파크 운영 30년 노하우를 기반으로 ‘롯데월드파크’ ‘롯데월드 아쿠아리움’ 롯데월드타워 전망대인 ‘서울스카이’를 성공적으로 오픈하며 명실상부 대한민국 최고의 종합 엔터테인먼트 기업으로 발전해왔다.

롯데월드는 환경 문제 개선 및 탄소 배출 저감에 기여하는 필(必)환경 경영 행보를 이어나가고 있다. 롯데그룹의 자원순환 프로젝트 ‘5Re 모델 (감축·Reduce, 대체·Replace, 재설계·Redesign, 재사용·Reuse, 재활용·Recycle)’에 적극 동참해 자체 자원순환 캠페인 ‘그린월드(Green World)’를 다양한 업무 분야에 적용하고 있다.

가장 눈에 띄는 것은 1989년 테마파크 오픈부터 지금까지 파크 내 자원순환을 위한 설비 확대다. 테마파크 특성을 살



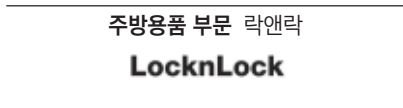
롯데월드 어드벤처 마스코트인 로티와 로리가 파크 내 페PET를 수거해 리사이클링하는 ‘친환경 캠페인’을 홍보하고 있다.

려 파크 내 발생되는 각종 오·폐수를 중수로 정화해 재사용하는 중수 플랜트를 운영하고 있다. 이를 통해 연간 30만t(톤), 현재까지 약 1000만t의 물을 절약했다.

온실가스 발생 저감을 위한 노력도 꾸준히 실천하고 있다. 2010년부터 전력 효율이 좋은 발광다이오드(LED)로 조명을 교체, 연간 2440Mwh의 전력을 절감해 연간 1.2t의 온실가스 발생을 저감하는 성과를 가져왔다.

최근 롯데월드는 롯데월드를 방문하는 손님들도 쉽게 동참할 수 있는 친환경 캠페인을 전개하고 있다. 작년 11월부터 월 평균 약 1만개에 달하는 파크 내 페PET를 수거해 업사이클링 필통을 제작, 판매하는 자연순환 캠페인을 진행 중이다. 이는 일반적인 새 필통 제작 과정 대비해 탄소 배출량 49%, 에너지 사용량 61%를 절감하고 약 1.9t의 온실가스 발생 저감 효과가 기대된다.

## 식품보관용기 넘어 쿡웨어 등으로 성공적 진출



올해로 창립 43주년을 맞이한 락앤락은 글로벌 라이프스타일 기업으로 도약하고 있다. 지난 1998년 세계 최초로 4면 결합 밀폐용기를 선보이며 주방생활에 혁신을 일으킨 기업이다. 최근에는 소비자의 변화된 라이프스타일을 반영해 식품보관용기를 넘어 베베리자웨어, 쿡웨어, 소형가전, 수납용품, 여행용품 분야까지 성공적으로 진출했다.

쿡웨어 분야에서는 빠르게 요리할 수 있는 ‘스피드 쿡’, 프리미엄 쿡웨어 ‘살롱드오브제’, 실용성을 강조한 ‘하드앤라이트’, 편의성에 집중한 ‘소마 IH 시리즈’, 디자인과 기능성을 강화한 ‘데포르 IH 시리즈’까지 선보이며 라인업을 확대하고 있다.

락앤락은 다양한 사용자의 니즈와 디자인 요소를 강화하고 있으며, 소비트렌드 변화를 반영해 주유 이커머스 업체와 협업을 강화하고 온라인 직거래 활성화에 주력해 전년대비 국내 온라인 매출



주방생활에 혁신을 일으킨 기업 락앤락이 식품보관용기를 넘어 다양한 생활용품 분야로 진출하고 있다. 사진은 유니크한 디자인과 기능성을 강화한 ‘데포르 IH 시리즈’.

이 44% 크게 신장했다.

락앤락은 ‘사람 중심의 생활 혁신’이라는 브랜드 가치를 바탕으로 소비자의 니즈와 트렌드에 따라 지속적으로 변화와 혁신을 이어오고 있다. 1인 가구 증가에 맞춰 빠르게 라면을 끓여 먹을 수 있는 ‘스피드 쿡’, 집에서도 손쉽게 근사한 원팬 요리가 가능한 ‘홈스토랑팬 시리즈’ 등을 선보였다. 홈콕족 증가 및 주방 인테리어 트렌드 등 다채로운 라이프스타일 변화에 따라 실용성을 강조한 ‘하드앤라

이트’, 통주물 방식을 적용한 프리미엄 쿡웨어 ‘살롱드오브제’, 팬의 기능에 집중한 ‘소마 IH 시리즈’, 유니크한 디자인과 기능성을 강화한 ‘데포르 IH 시리즈’ 등 다양한 쿡웨어 라인업을 구축해 소비자의 주방생활을 책임지고 있다.

올해 3월에는 2천세트 한정 수량으로 2021년 봄 한정판 ‘데포르 IH 블러썬 에디션’을 선보였다. 봄날의 만개한 튜립에서 영감을 받은 화사하고 싱그러운 컬러가 특징이다.

## 딸기·당근 등 지역 농산물 활용한 제품으로 상생



파리크라상의 대표 브랜드 파리바게뜨는 1988년 첫 매장을 연 이래, 국내에 프랑스풍 베이커리 문화를 소개하고 발전시키며 베이커리 시장을 선도해 왔다.

파리바게뜨는 강원도 평창군, 제주특별자치도, 충청남도 논산시 등과 농산물 소비 활성화를 위한 상생협약을 체결하고, 지역 농가 지원에 적극 나서고 있다. 이는 코로나19와 태풍, 장마, 한파 등으로 피해를 입은 우리 농가들을 지원하기 위해 농산물을 구매하고, 이를 활용한 제품을 개발, 출시하는 ‘행복상생 프로젝트’의 일환이다. 대표 제품은 당도와 향이 우수한 논산 청정 딸기를 활용한 ‘논산 생딸기 케이크’, 제주도 구좌읍에서 생산된 당근으로 만든 ‘제주 구좌 당근 케이크’, 강원도 감자로 만든 ‘강원도 알감자빵’ 등이다

‘논산 생딸기 케이크’는 풍부한 과즙과 새콤달콤한 맛이 매력적인 논산 청정 딸기와 묵직한 레제트 크림이 조화로운



파리바게뜨는 충청남도 논산에서 수확한 청정 딸기를 만든 ‘논산 생딸기 케이크’, 파리바게뜨는 농가의 판로 확대와 농산물 소비 활성화를 위한 상생 프로젝트를 이어가고 있다.

프리미엄 프레지에 케이크(Fraisier cake·딸기의 단면이 가장자리를 둘러싸고 있는 프랑스식 케이크)다.

파리바게뜨 관계자는 “논산 지역에서 수확한 신선한 청정 딸기를 원료로 ‘논산 생딸기 케이크’를 개발해 출시했다”며 “앞으로도 우리 농가의 판로 확대와 농산물 소비 활성화를 위해 상생프로젝

트를 이어갈 것”이라고 말했다.

SPC그룹은 2012년부터 영천 미나리과, 강진 파프리카 등 지역 농가와 양해각서(MOU)를 체결해 관련 제품을 출시해왔다. 2014년 1월에는 농림축산식품부와 1조원 규모의 우리 농축산물을 구매하는 ‘행복한 동반성장 협약’을 맺는 등 농가와 상생을 위해 꾸준히 힘써왔다.

## 온라인 교육 필요한 기관마다 맞춤형 LMS 서비스

(학습관리시스템)



경희사이버대학교는 명문 사학 경희대학교의 전통과 노하우를 바탕으로 지난 2001년에 경희학원이 설립한 최초의 사이버대학이다. 2021년 개교 20주년을 맞았다. 그간 ‘경희의 온라인 캠퍼스’로 우수한 교육커리큘럼을 제공해 사회 다양한 분야에서 우수한 인재를 배출했다는 평가를 받는다.

특히, 2020년 2월에 사이버대학 최초로 클라우드 방식의 비학위과정 플랫폼 구축을 완료했다. 온라인교육이 필요한 기관마다 맞춤형으로 LMS(학습관리시스템) 운영 서비스를 제공해오고 있다.

비학위과정 LMS를 활용해 독거노인 종합지원센터 노인맞춤돌봄서비스(보건복지부 사업) 수행인력 3만여 명에 대한 온라인 교육을 2020년 2월부터 지속 운영해 왔다. 행정안전부에서 실시하는 읍·면·동 간조직 공무원(약 1000명) 직무교육에 대해서도 온라인 플랫폼 운영



경희사이버대학교는 경희학원이 설립한 최초의 사이버대학이다. 사진은 경희대학교 전경.

과 콘텐츠 개발을 전담했다.

또한, 문화체육관광부 산하 기관인 한국예술인복지재단의 온라인 교육을 운영하고 있다.

2020년에 약 1만명의 예술 분야 종사자들이 경희사이버대학교 플랫폼을 통해 교육을 이수했다. 홍콩 중문대학 평생교육원과 제휴해 홍콩 현지인을 대상으로 온라인 한국어과정 프로그램을 운영하고 있다.

한국국제교류재단의 글로벌 e-스쿨 사업에 참여해 해외 대학생들을 대상으

로 한국어·한국문화 교육을 지원하고 있다.

경희사이버대학교는 2020년 코로나 팬데믹 위기 상황에서 정부 및 공공기관 업무 전달 인력에 대한 비대면 ‘온라인 직무교육 콘텐츠’를 제작·운영, 공공기관 직무교육에 공백이 없도록한 공적을 인정받아 한국언론인협회와 한국경영자총협회가 공동 주최하고 한국지속경영평가원이 주관하는 ‘제11회 행복더함 사회공헌 캠페인’에서 보건복지부 장관상을 받았다.



## 지역경제 활성화 위해 ‘히어로 프로젝트’ 추진

(Here:路)

신한카드/체크카드 부문 신한카드



신한카드는 업계 최대 2680만 고객과 시장점유율 1위의 압도적 위상을 가진 대한민국 대표 신한카드 브랜드다. 신한카드는 뉴노멀 시대에 맞는 ‘3대(大) 신사업(DNA)’을 추진하고 있다.

‘DNA’의 ‘D’는 ‘소비밀착형 생활금융 플랫폼(Daily-PEFM: Personal Expenditure and Financial Management)’을 의미한다. 결제부터 금융상품, 자산관리에 이르는 모든 금융서비스를 구현하는 것이 목적이다. ‘N’은 ‘라이프 플랫폼(New Discovery Platform)’으로, 개인 라이프 스타일에 맞는 서비스와 비금융 혜택까지 제공한다. ‘A’인 ‘개인사업자 금융플랫폼(Amazing-BFM: Business Financial Management)’은 개인사업자 대상 금융지원과 자금관리, 마케팅 등 가맹점 운영을 종합적으로 지원한다.

지역경제 활성화라는 새로운 가치를 실현하기 위해 브랜드와 ESG 역량을



신한카드 제공

업계 최대 고객을 가진 신한카드는 최근 뉴노멀 시대에 맞는 ‘3대 신사업(DNA)’을 추진 중이다.

활용한 ‘히어로(Here:路) 프로젝트’도 추진 중이다. 지난해 ‘히어로(Here:路) 프로젝트’의 일환으로 코로나19 특별재난지역으로 선포됐던 대구지역에 ‘대구로 서문시장 프로젝트’를 진행하며 지역상인과 시민에게 응원의 메시지를 전달한 바 있다. 또한 국내 대표 복합문화공간인 ‘블루스퀘어’와 스폰서십을 체결하고 코로나로 어려움을 겪는 문화 예술계를 지원하고 있으며 공연 관련 고객 혜택도 강화하고 있다. 신한카드 고객과 문화예술업

계의 가교 역할을 충실히 이행한다는 계획이다.

업계 최초로 블루스퀘어 2층에 4K 카메라를 비롯한 최신 영상편집 장비를 갖춘 콘텐츠 스튜디오 ‘확신 제작소(確信製作所)’도 개설했다. 스튜디오가 필요한 개인이나 단체 누구에게나 대어 가능한 외부 오픈형 구조로 운영된다. 특히 창작 활동에 제약이 있던 중소기업과 1인 유튜버들이 자유롭게 콘텐츠 제작활동을 펼치도록 선한 브랜드 영향력을 전파할 예정이다.

## 심장병 등 매년 6만5000건의 고난도 수술·치료

건강증진센터 부문 서울아산병원 건강증진센터



서울아산병원이 2021년 한국산업 브랜드파워(K-BPI) 조사에서 건강증진센터 부문 4년 연속 1위에 선정됐다. 모든 직원이 고객 건강을 위해 최선의 서비스를 제공한 결과다. 서울아산병원은 1989년 병원 문을 열면서부터 국내 최초로 환자 중심 병원을 선언했다. 환자가 편히 진료받을 수 있도록 시술부터 운영시스템까지 병원의 모든 것을 환자에게 맞춘다. 1990년 개소한 건강증진센터 역시 ‘고객 중심 건강검진’이란 철학을 줄곧 지켜왔다. 1일 최대 수천인원을 제한해 쾌적한 환경을 유지하고, 효율적인 일정 관리로 대기시간을 최소화한다. 전문의는 직접 검진 결과에 대해 자세하게 설명해 궁금증을 풀어주고, 건강검진을 이용하는 법·단체 고객을 대상으로 건강 강좌도 시행한다.

서울아산병원 건강증진센터는 암, 심장병, 뇌질환 등 중증질환 고객이 전문



서울아산병원 제공

서울아산병원은 1989년 국내 최초로 환자 중심 병원을 선언했다. 환자 중심 구성이 소문나 최근에는 해외에서도 많은 고객이 방문한다.

적 치료를 받을 수 있도록 신속한 진료 연계 시스템을 갖추고 있다. 건강검진 결과 이상소견이 발견되었을 때 서울아산병원의 풍부한 임상경험은 고객에게 큰 힘이 돼준다. 서울아산병원은 암, 장기이식, 심장병 등에 걸쳐 매년 6만 5000여 건의 고난도 수술 및 치료를 시행하고 있다. 서울아산병원은 간 이식 7000례, 신장이식 6000례, 유방암 3만 5000례, 대장암 3만 3000례, 복강경 위암 1만례, 뇌동맥류 1만례 등 각종 고난도 수술

개를 나란히 하고 있다. 건강증진센터는 13개 외래분과를 운영해 더욱 전문적인 결과 분석을 제공한다. 질환 발견 시 더욱 빠르게 진료를 연계할 수 있는 장점이 있다. 해외에서도 많은 고객이 내원한다. 2018년부터는 컨시어지 서비스를 통해 외국어 코디네이터 배치, 예약, 사후관리 등 외국인 고객을 위한 편의를 제공하고 있다. 중국·미국·러시아 고객이 꾸준히 찾고 있으며 최근에는 중동, 베트남 등 다양한 국가에서 문의가 꾸준히 늘고 있다.

## 국내서 직접 콩기름 착유, ‘안전한 먹거리’ 실천

식용유 부문 해표 식용유



‘맑고 신선한 해표, 해표 식용유’. 누구나 한 번쯤 들어봤을 익숙한 이 문구는 국내 대표 장수 브랜드인 ‘해표 식용유’의 광고 카피라이트다. 엄격한 품질관리를 통해 브랜드에 걸맞은 제품생산을 위해 많은 노력을 하고 있으며, 식용유 업계 최초로 ISO 9002 인증을 획득해 품질 경영체제를 확립했다. ‘웰빙’ 트렌드에도 신속히 대응했다. 올리브유·포도씨유·카놀라유 등 고급유와 들기름·고추맛기름을 출시하는 등 제품 차별화를 펼쳐 높아져 가는 소비자 기대에 적극적으로 대응했다.

해표 식용유가 가장 중요하게 생각하는 것은 엄격한 품질관리이다. 식용유 업계 최초로 KS 인증마크를 획득함은 물론, 현재 전 사회적으로 이슈인 ‘안전한 먹거리’를 실천하고자 노력하고 있다. 해표 식용유는 단순히 원료를 수입해 가공 판매하는 것에서 벗어나, 국내에서 직접 콩기름을 착유하는 것으로도



해표 식용유 제공

해표 식용유는 업계 최초로 ISO 9002 인증을 획득하며 품질 경영체제를 확립했다.

유명하다. 원료를 수입해 가공하는 것보다 몇 배 더 많은 공정이 요구되지만, 국내에서 직접 착유한다는 자부심을 토대로 더 좋은 식용유 생산을 위해 오늘도 최선을 다하고 있다. 디자인도 남다르다. 해표만의 적색으로 표현된 BI는 매대에서 시각적으로 차별화된다. 시인성도 뛰어나 멀리서도 다른 제품과 쉽게 구분 가능하다.

해표 식용유는 업소에서 인기가 높다. 꾸준히 사용하는 충성도 높은 고객이 많고, 다양한 전용유 개발도 지속적으로

진행하고 있어 앞으로 업소용 시장에서 활발한 움직임 역시 기대해볼 만하다. 제품 본연의 품질뿐 아니라 패키지의 심미성, 편리성, 기능성에 대한 끊임없는 연구를 통해 패키지 개선에도 노력을 기울이고 있다. 최근에는 6가지 최신 트렌드인 H(History)·A(Alone)·E(Easy)·P(Premium)·Y(Young)·O(Outdoor)를 반영해 해표 고급유를 새롭게 선보였다. 해표 식용유 이미지를 더욱 세련되게 개선해 소비자에게 적극적으로 다가갔다는 의의가 담겼다.

## 원하는 부위 선택해 마사지... 척추 의료가전 인기

생활의료가전 부문 세라젠



세라젠은 1998년 창립해 올해 23주년을 맞이한 글로벌 홈 헬스케어 전문기업이다. ‘전 세계 고객에게 혁신적인 제품과 서비스로 세라젠의 가치를 전달해 고객의 삶의 질을 높이는 데 기여한다’는 이념을 토대로 20여년간 연구개발과 임상시험에 매진해왔다. 그 결과 척추 의료가전을 중심으로 차별화된 헬스케어 제품을 지속적으로 선보이고 있으며, 미국 FDA, 유럽 CE, 중국 SFDA, 국내 식품의약품안전처 등 공신력 있는 기관에서 의학적 효능과 효과를 인정받았다.

세라젠의 주력 상품은 마스터 시리즈로 분류되는 척추 의료가전이다. 마스터는 식약처에서 의료기기로 효능을 인정받는 등 지속적인 임상연구와 특허기술 개발을 통해 독자적인 영역을 구축해 왔다. 각종 최신 기술을 접목해 스마트 홈 의료가전으로도 발전했다.

최근 출시한 ‘세라젠 마스터 V4’는 사용자가 원하는 척추 부위를 직접 선택



세라젠 제공

세라젠은 현재 70여국에 진출해 2500여개 글로벌 네트워크를 구축하는 등 글로벌 홈 헬스케어 일류 기업으로 성장하고 있다.

해 맞춤 관리하는 ‘마스터 모드’를 비롯해 17가지의 특화된 마사지 프로그램을 제공한다. 그 밖에 블루투스 스피커, 음성 안내, IoT App을 통한 원격 컨트롤 및 콘텐츠 등 다양한 첨단 기능을 지원한다. 또한 안마의자, 로봇청소기, 개인 맞춤 영양관리 프로그램 등 다양한 제품과 서비스로 사업 영역을 확장하고 있다. ‘전문가의 케어를 가정에서’라는 컨셉으로 전문 홈케어 서비스를 론칭하는 등 변화도 모색하고 있다. 지난해 4월에는

마스터 V4의 기술력을 적용해 스타일리시 안마의자 ‘파우제’를 론칭했다.

세라젠은 더욱 체계적이고 만족스러운 서비스 시스템 구축에 노력을 기울이고 있다. 대표적으로 고객 지원 서비스인 ‘세라케어 서비스’를 운영하고 있다. 헬스 큐레이터(HC)가 구매 고객의 가정에 정기적으로 방문하는 서비스로 제품 사용법 안내, 구동 점검, 소모품 교체와 건강 체크 서비스 제공을 통해 고객 만족도를 높여가고 있다.

1 모닝글로리, 한국산업의 브랜드파워 21년 연속 1위  
모닝글로리, 대학생 선호도대상 20년 연속 1위

# 모닝글로리 항균표지 노트 출시

## 세균걱정 싸악~ 건강함은 쏙~

모닝글로리 항균 표지

**항균**

ANTIBACTERIAL

모닝글로리는 생활 속 학생들의 손이 가장 많이 닿는 노트에 항균 기능을 추가해 더욱 위생적인 학습 환경을 만들기 위해 노력하고 있습니다.

감염성 세균의 번식을 억제해 균에 의한 2차 감염 예방에 도움을 주는 안전한 노트입니다.

모닝글로리 노트 표지는 미국식품의약국(FDA)에서 인증받은 물질들로 만들어진 산화아연 항균 필름으로 코팅해 병원균대균, 항색도상구균, 대장균, 살모넬라균 등 유해 세균 접촉 시 99.9%의 강력한 항균력을 가집니다.

노트·종이책

스프링노트

수첩·스케치북

**모닝글로리**



## 도서관·북멘토 등 ‘아름人’ 바탕으로 15년째 사회공헌

착한브랜드 부문 신한카드 아름人



신한카드는 15년째 이어 온 사회공헌 브랜드 ‘아름人’을 바탕으로 다양한 사회공헌활동을 펼치고 있다. 기업 단독으로 사회공헌을 실시하는 ‘일반적인 사회공헌’이 아닌, 고객을 비롯한 사회구성원 모두가 참여할 수 있는 ‘참여형 사회공헌’이다.

‘아름인 도서관’은 지역아동센터 소외계층 아동에게 친환경 독서환경과 아동·청소년 권장도서를 지원하는 사업이다. ‘아름인 북멘토’ 프로그램은 대학생을 어려운 가정의 아동 멘토로 선발하고, 6~7개월 동안 올바른 독서 습관을 길러주는 북멘토링 활동을 진행한다. 아동·청소년에게 올바른 금융지식을 전달하기 위한 금융교육도 지속적으로 실시하고 있다. ‘아름인 금융교실’은 임직원이 취약계층 아동이 주로 방문하는 지역아동센터와 초등학교에서 금융이론을 재미있게 교육하는 프로그램이다. 그린학습자(발달장애인)와 디지털 금융 취약계층을 위한 프로그램 ‘아름인 금융프렌드’도 있다. 금융범죄 관련 피해를 예방하고자 온라인 교육을 진행하며, 디지털 금융 취약계층이 쉽게 이해할 수 있는 도서와 영상도 제작·배포했다.



신한카드는 ‘아름인 도서관’ ‘아름인 북멘토’ ‘아름인 금융교실’ 등 다양한 참여형 사회공헌 활동을 펼치고 있다.

‘아름인 고객 자원봉사단’은 고객 참여 사회공헌 프로그램이다. 장애인, 독거노인, 소외 아동·청소년 등 주위의 어려운 이웃을 돕기 위한 봉사 프로그램을 매월 1회 정기적으로 실시한다. 지금까지 300여 명의 고객이 꾸준히 참여했다.

인성 교육에 관심이 많은 40~50대 고객

이 자녀와 함께 참여하는 것이 특징이다. ‘아름인 임직원 봉사단’은 신한카드 CEO를 단장으로, 부서 단위로 조직한 봉사팀이다. 작년에는 직원과 그의 가족들이 재택 방식으로 자발적으로 참여했다. 신한카드 고객은 기부 전용 ‘아름인’ 사이트를 개설해 누구나 쉽고 편리하게 포인트나 신용·체크·기프트 카드로 기부할 수 있는 시스템을 마련했다. 이 외에 애플리케이션이나 전화를 통해서도 기부에 참여할 수 있도록 다양한 채널을 운영하고 있다.

## 안마의자 연구에 5년간 656억… 知財權 1630건 등록

헬스케어 부문 바디프랜드



바디프랜드는 기술·디자인·품질·서비스·고객만족 5가지 분야에서 경쟁사가 추격할 수 없을 정도의 격차를 만든다는 ‘오감 조적자’ 전략을 실천해왔다. 최근 창립 14주년을 맞은 바디프랜드는 ‘ABC(인공지능·빅데이터·클라우드) 기술을 통한 D(디지털 헬스케어 로봇) 기업’으로 성장하겠다는 비전을 제시했다. 인공지능(AI), 빅데이터, 클라우드 등 4차 산업을 이끌 핵심 기술 역량을 바탕으로 안마의자라는 헬스케어 기기를 디지털 헬스케어 로봇으로 변화시키는 데 주력하겠다는 것이다. 실제 바디프랜드는 새로운 헬스케어 기술 개발을 위해 최근 5년간 안마의자 연구개발에만 약 656억 원을 투자했다. 연구 개발은 바디프랜드 기술연구소, 디자인연구소, 메디컬R&D센터 등 3대 융합연구조직을 주축으로 진행되고 있다. 특히 ‘메디컬R&D센터’는 전문 의료진이 주축이 돼 안마의자와 건강 사이의 상관관



바디프랜드는 꾸준한 기술 개발을 통해 헬스케어 산업의 패러다임을 바꾸고 있다.

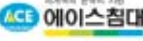
계를 입증하고, 새로운 헬스케어 기술을 개발 중인 업계 유일의 R&D 조직이다. 실제 바디프랜드만의 독보적 기술인 ‘수면마사지’ ‘멘탈마사지’ 등은 임상 시험에서 효과가 입증돼 제품에 적용된 바 있다.

연구개발 결과는 헬스케어 업계 최고 수준의 지식재산권에서도 드러난다. 2021년 현재 특허, 실용신안, 상표, 디자인 등 총 2760건을 출원했고 이 중 1630건이 등록됐다. 앞으로도 매년 200억 원 이상을 투자해 공격적인 연구개발에 나

설 방침이다. 현재 바디프랜드는 센서와 IoT로 생체신호를 측정하는 제품 출시에 박차를 가하고 있다. 여기서 추출되는 빅데이터를 AI로 분석하는 기술은 세계적 수준에 도달해 있다. 온몸을 밀착하는 안마의자의 특성을 살려 집에서 간편하게 생체신호로 건강 상태를 모니터링하고, 수집된 빅데이터를 AI 분석과 연계해 비대면 의료서비스를 제공하는 플랫폼으로 삼겠다는 것이다. 디지털 헬스케어 로봇기업을 꿈꾸는 바디프랜드의 행보에 주목하는 이유다.

## 어떤 체형도 빈틈없이 감싸는 침대 스프링 개발

침대 부문 에이스침대



에이스침대가 ‘2021년 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 조사에서 22년 연속 1위에 선정되는 쾌거를 이뤘다. 에이스침대는 ‘차별화된 브랜드 경쟁력의 기반은 품질에서 출발한다’는 경영철학을 바탕으로 끊임없는 설비투자과 신기술·신소재 개발에 주력하고 있다. 1992년 ‘침대공학연구소’를 설립하고 첨단 연구 설비와 자동 생산시스템을 통해 최적의 수면조건을 갖춘 침대를 지속적으로 연구하고 있다.

에이스침대는 ‘하이브리드 Z 스프링’을 개발해 세계 15개국에서 특허를 획득했다. 어떤 체형이라도 인체 곡선을 빈틈없이 감싸 소프트하면서도 탄력 있는 수면조건을 제공한다.

침대 위생과 안전에도 많은 노력을 기울이고 있다. 우수한 제품을 생산하기 위해 친환경 자재를 사용하는 것은 물론 매트리스 내부에 들어가는 중요 소재는 직접 생산한다. 에이스침대의 모든 제품



에이스침대는 1992년 ‘침대공학연구소’를 설립하고 최적의 수면 조건을 갖춘 침대를 연구하고 있다. 최근에는 ‘하이브리드 Z 스프링’을 개발해 15개국에서 특허를 받았다.

은 E0등급의 친환경 자재만을 사용해 제조한다. 가구에 사용하는 목재 등급은 새 가구 중후군의 원인 물질인 포름알데히드 방출량에 따라 구분된다. 에이스침대는 국내 가구 목재 준수 기준인 E1등급을 넘어 미국과 유럽 기준인 E0등급의 친환경 자재를 사용해 품질과 안전성을 더욱 높인 것이다.

에이스침대는 많은 브랜드가 오프라인 매장을 축소하거나 폐지하는 것과는 달리, 고객들의 체함을 확대하기 위한 오프라인 접점을 늘려가고 있다. ‘침대

만은 직접 누워보고 구매해야 한다’라는 철학 아래 제품 체험 위주의 대형 매장을 오픈하고 있으며, 프라이빗한 공간에서 충분한 시간 동안 수면이 가능한 슬립센터도 운영하고 있다.

지난 2월 말 오픈한 ‘더현대 서울’에도 매장을 열었다. 현재 입점해 있는 리빙·가구 브랜드 매장에서 가장 큰 규모인 312㎡(94평) 크기다. 프리미엄 라인

## 코로나 예방 위해 비접촉식 무인 키오스크 운영

패스트푸드점 부문 롯데리아



올해로 창립 42주년을 맞는 롯데리아는 국내 패스트푸드 업계의 선두 기업으로 꾸준한 경영 혁신과 과감한 투자, 한국인 입맛에 맞는 새로운 상품 개발로 업계 신화를 창조해가고 있다. ‘시대에 부응하는 새로운 식생활 문화 창조와 고객 만족 추구’라는 기업정신으로 1979년 10월 서울 소공동에 1호점을 오픈하며 국내 최초로 패스트푸드 시장을 창시했으며, 이후 지속적 사업확장을 통해 현재 점포 수 약 1340여개, 업계 1위를 고수하고 있다.

롯데리아는 다국적 패스트푸드 브랜드들의 공격적 영업에도 40년간 국내 장수 프랜차이즈 기업으로 자리 매김하고 있다. 한국화된 다양한 햄버거와 디저트, 음료와 함께 패스트푸드 매장에서 카페형 매장으로 변모해 꾸준히 성장하고 있다. 또한 1998년 베트남에 첫 진출 이후 2011년 100호점을 세웠고, 3년여 만에 200호점도 돌파했다. 중국, 인도네시아,

미얀마, 캄보디아, 라오스 등 동남아 시장에 진출해 현재 해외 약 300여개 매장을 운영하고 있다.

2015년 국내 약 80개 매장에 무인 키오스크를 설치하고 나서, 현재 전체 1340개 매장 중 1020개 매장(전체 80% 수준)에 도입을 완료했다. 최근에는 코로나19 교차 감염을 예방하고 고객 안전을 확보하기 위해 기존 무인 키오스크에 비접촉 터치 스크린

이번 달부터는 지난 1월 한정 판매 이후 2월까지 연장 판매한 사각새우더블 버거를 정규 제품으로 선보이고 있다. 롯데리아는 사각새우더블버거가 누적 판매량 100만개(패티량 200만개) 이상 판매 추세를 나타내자 판매 기간을 2월



롯데리아는 현재 점포 수 1340개를 운영하는 패스트푸드 업계 선두 기업이다. 사진은 지난 1월 출시한 ‘사각새우더블버거’.

까지 연장한 바 있다. 또한 배달 서비스를 활용한 주문 이용률에서도 약 10% 구성비가 증가하며 꾸준한 주목을 받고 있는 것으로 나타났다.

롯데리아 관계자는 “롯데리아는 앞으로도 고객들 니즈에 맞춘 신제품 개발을 위해 꾸준히 노력할 예정”이라고 말했다.

## 국내 최초로 냉·온 두번의 찜질 기능을 하나에 담아

소염진통제 부문 신신파스 아렉스



신신파스 아렉스는 대한민국 최초의 파스인 신신파스의 대표 브랜드다. 신신파스의 62년 파스 제조 노하우가 집약된 제품인 신신파스 아렉스는 국내 최초로 냉과 온, 두 번의 찜질 기능을 하나에 담았다. 냉감 작용으로 부기를 빼주고 온감 작용으로 혈액순환을 도와 통증 제거에 탁월한 효과가 있다.

또한 유가용매 대신 천연고무 연합 방식으로 제작돼 친환경적일 뿐 아니라 우수한 피부 안전성을 제공한다. 양방향 신축성 원단을 사용해 밀착성도 우수하다는 평가를 받는다. 주기적이고 반복적으로 나타나는 근육통, 신경통, 류마티즘, 관절염, 어깨결림, 요통 등 다양한 통증에 솔루션을 제공한다.

이 같은 장점을 바탕으로 신신파스 아렉스는 2007년 출시 이후 매년 두 자리 수 이상의 성장률을 보이며 소비자에게 꾸준히 사랑받는 국민 파스로 자리 잡았다. 나아가 신신파스는 신신파스 아



신신파스 제품인 신신파스 파스

신신파스 파스는 2007년 출시 이후 매년 두 자리 수 이상의 성장률을 보이며 ‘국민 파스’로 자리 잡았다.

렉스의 탁월한 통증 케어 효과를 보다 많은 소비자가 경험할 수 있도록, 최근 바르는 타입의 신신파스 로션을 출시했다. 이로써 ▲붙이는 신신파스 아렉스 ▲먹는 경구제 신신파스아렉스정 ▲바르는 신신파스아렉스 로션까지 소비자 기호에 따라 선택할 수 있는 라인업 확장으로 통증 케어 분야의 브랜드 리더십을 공고히 했다.

신신파스는 2019년 세종 공장에 이어 지난해 마곡 연구개발센터를 건립하면서 글로벌 기준의 생산 능력과 연구개발 역량을 강화했다. 이를 통해 ‘국민 통증 케어’라는 창립 정신의 연장선인

노년 삶과 밀접한 분야에서, 기존 강점인 침부제 제조 기술을 활용한 고부가 가치 패치제 ETC 시장으로의 진출을 추진 중이다.

사회적 책임을 다하기 위해서도 적극적으로 나서고 있다. 지난해 코로나19에 대응해 쉴 틈 없이 일하며 정작 본인은 돌보지 힘든 의료진을 위해 파스를 지원하고, 경제적 여건이 어려운 한부모가족을 위해 프로바이오틱스 등 제품을 기부한 바 있다. 또한 보건복지부와 중앙노인보건의료전문기관이 노인인권보호를 위해 추진하는 ‘나비새김 캠페인’에도 참여해 제품을 지원했다.

## 4대 강국 정상이 모두 투숙한 유일무이한 호텔

호텔 부문 신라호텔



신라호텔은 최고 수준의 호텔 운영 능력과 서비스는 물론 객실점유율(OCC), 객실당단가(ADR) 등 각종 호텔 운영 경쟁지표에서 최상의 경쟁력을 보유하고 있다. 신라호텔은 세계적으로 인정받는 서울신라호텔과 럭셔리 리조트 호텔인 제주신라호텔 운영을 통해 국내 호텔 산업을 선도하고 있다.

1979년 개관한 서울신라호텔은 프리미엄 라이프스타일 호텔로서 ‘국내 호텔 중 4대 강국 정상이 모두 투숙한 유일무이한 호텔’ ‘국내 최초 5성급 호텔’ 등 수많은 타이틀을 보유하고 있다. 또한 IOC 서울 총회, 다보스 세계 경제 포럼, 세계 해안보전상회의 등 국제적 행사를 성공적으로 수행한 최고급 서비스와 ‘어반 아일랜드’ 등 우수한 시설로 비즈니스와 레저 호텔의 면모를 두루 갖추고 있다.

제주신라호텔은 이국적 분위기와 차별화된 시설을 선보이며 국내 최고급 럭셔리 리조트 호텔의 명성을 얻었다. 특



신라호텔은 세계적으로 인정받는 ‘서울신라호텔’, 럭셔리 리조트 호텔인 ‘제주신라호텔’, 프리미엄 비즈니스호텔 ‘신라스테이’를 운영하며 국내 호텔 산업을 선도하고 있다.

히 사계절 운영되는 온수풀에서 늦은 밤까지 즐기는 문라이트 스위밍, 럭셔리 캠페인 클럽핑, 와이너리 투어 등의 다양한 상품을 선보이며 호텔업계의 트렌드를 선도해 오고 있다. 1990년 개관 후부터 지금까지 제주신라호텔은 제주의 자연을 만끽하며 즐길 수 있는 아웃도어 액티비티 프로그램(G.A.O.)과 키즈 프로그램을 지속적으로 개발, 운영하여 꾸준한 사랑을 받고 있다.

신라스테이는 2013년 신라스테이 동탄을 개관한 이후 서울 및 전국에 12개 호텔을 운영하고 있다. ‘스마터 스테이(Smarter Stay)’를 콘셉트로 신라호텔의 가치 위에 실속을 더한 프리미엄 비즈니스 호텔로, 합리적인 가격과 차별화된 서비스를 선사하며 국내 대표 비즈니스 호텔로 자리매김 하고 있다.



## 상생에 주력... 가맹점 전체 매출 1兆 첫 돌파

브랜드치킨전문점 부문 교촌치킨

KYOCHON

경쟁이 극심한 치킨 시장의 1위는 교촌치킨이다. 지난해 업계 최초로 코스피 직접 상장 성공하고, 연결기준 4476억 원의 실적까지 올렸다.

교촌의 성장 배경으로는 차별화된 메뉴 경쟁력이 첫 손에 꼽힌다. 교촌치킨의 시그니처 메뉴는 3가지다. 마늘간장 소스의 '교촌시리즈'는 창업 이후 꾸준히 팔린 교촌의 베스트셀러다. 통마늘과 발효 간장으로 만든 소스의 짭조름한 맛은 수년이 지난 지금도 고객들 입맛을 사로잡고 있다. 매운맛의 '레드시리즈'는 마니아층이 굳건한 제품이다. 인공 캡사이신이 아닌 국내산 청양 홍고추를 착즙한 소스를 활용해 마니아 사이에서는 '맛있게 매운맛'이라는 평가를 받는다. 최근에는 '히니시리즈'가 스테디셀러로 우뚝 섰다. 국내산 아카시아 벌꿀을 사용해 고객에게 '단짠(단맛+짭짤)'의 정수를 보여준다는 평가를 받고 있다. 시그니처 메뉴는 좋은 재료를 사용한



교촌치킨은 차별화된 메뉴 경쟁력, 가맹점 성장을 돕는 상생 경영으로 업계를 선도하고 있다.

다는 공통점이 있다. 인공첨가제를 사용하지 않고 국내산 통마늘, 발효 간장, 홍고추, 아카시아 벌꿀 등으로 맛을 낸다. 조리과정도 남다르다. 1차 튀김과 2차 튀김을 따로 진행한다. 이후 붓으로 조각 하나하나 정성껏 소스를 바른다.

또 다른 성장 배경은 상생 경영이다. 교촌은 매장 수를 증대해 외형 확대에 치중하기보다, 가맹점이 질적으로 성장할 수 있도록 지원하는 데 주력했다.

상생 경영 결과는 가맹점 경쟁력으로 나타나고 있다. 지난해 교촌 가맹점 전

체 매출은 사상 처음으로 1조 원을 돌파했다. 이는 고스란히 본사의 성장으로도 이어졌다. 교촌의 매장 수는 현재 1270개 정도다. 18년간 약 27% 늘어난 것으로, 치킨업계 상위권 경쟁사 대비 적은 수치다. 반면 본사 매출액은 811억 원에서 4476억 원으로 같은 기간 5배 가까이 늘었다. 가맹점 성장이 본사로 이어지는 모범 구조를 확립했다는 평가를 받는다. 교촌은 사회 환원 활동에도 적극적이다. 치킨 1마리가 팔릴 때마다 본사에서 20원의 사회공헌기금을 조성한다.

## 500개 서비스 네트워크로 업계 최대 판매망

사무용복합기 부문 신도리코

Sindoh

신도리코(이하 신도)는 1960년 창립 이후 국내 사무용 복합기 시장을 선도해 온 사무기기 전문기업이다. 서울 성수동 본사와 충남 아산시사업장, 전국 14개 서비스센터와 2개 리페어 센터, 총 500여 곳에 이르는 서비스 전문점과 지정점·대행점 네트워크를 통해 국내 최고의 서비스 경쟁력을 갖추고 있다.

글로벌 시장 진출에도 박차를 가하고 있다. 지난 2003년 중국에 진출해 칭다오 생산 공장을 설립한 후, 2008년부터는 중국판매법인을 중심으로 한 글로벌 영업활동을 전개하고 있다. 2014년에는 베트남 하노이 공장과 판매법인을 설립해 아시아 시장 공략에도 나서고 있다. 한편 신도는 2015년부터 진출한 신사업 3D 프린팅 분야에도 적극적으로 투자해 벨기에 3D 소프트웨어 전문기업 머티리얼라이즈와 전략적 파트너십을 체결하는 등 글로벌 경쟁력을 갖춘 제품을 출시하기 위해 노력하고 있다.



신도리코 제공  
신도리코는 500곳에 이르는 서비스 전문점과 지정점·대리점 네트워크를 바탕으로 국내 최고 수준의 경쟁력을 갖췄다.

안정적이고 편리한 오피스 환경 구축도 돕는다. 전국 500개 서비스 네트워크로 업계 최대 판매망을 구축했으며, 영업과 서비스 인재양성에 힘을 쏟고 있다. 고객만족도 향상을 위한 사내 행사도 시행한다. 매년 전국 우수 신도 대리점 대표들이 참석하는 '파트너 콘퍼런스'에서는 사업 계획과 전략을 공유하고 주요 신제품 교육을 진행한다. 꾸준한 연구개발 투자도 브랜드 가치를 높인 일등 공신이다.

기업 프린팅 환경에 최적화된 오피스

솔루션도 함께 제공하고 있다. 기업의 문서관리 등 유지비를 절감하는 통합문서솔루션인 'MPS 솔루션', 스마트워크·클라우드 사무 환경에 맞춘 '스마트 오피스 솔루션', 보안기능에 역점을 둔 신개념 문서보안 솔루션 패키지 '신도 시큐원', 전자문서 편집·변환·병합이 가능한 솔루션 '도큐원' 등을 연달아 출시하며 전문성을 키워나가고 있다. 2020년에는 공유 오피스 패스트파이브에 최적화된 '클라우드 MPS' 솔루션을 구축해 스마트한 업무 환경 조성에 나섰다.

## 올레 tv 키즈랜드, 2년 반 만에 누적 이용 17억건

IPTV 부문 올레tv

olleh tv

KT는 2008년 국내 최초로 IPTV서비스인 '올레 tv'를 상용화했다. 이후 다양하고 차별화된 서비스를 국내 최초로 선보이며 12년간 대한민국 미디어 시장에서 그 누구도 시도하지 못했던 혁신적인 변화를 주도해 왔다.

지난해 올레 tv는 글로벌 OTT인 넷플릭스, 국내 1위 MCN 샌드박스 등 콘텐츠 사업자와의 제휴를 통해 콘텐츠 경쟁력을 강화했다. 음악과 아이돌 콘텐츠에 대한 선호도가 높은 MZ세대를 겨냥해, 보는 음악 서비스인 'MU:Z'를 출시했다. 작년 8월 MU:Z를 출시한 이래 21개 기획사와 제휴해 독점 아이돌 예능을 선보이는가 하면, 감재한 온라인 팬 미팅, '케이콘텐츠 시즌2' 등 라이브 생중계 콘텐츠도 대폭 강화했다.

'키즈 tv' 시장에서도 압도적인 경쟁력을 자랑하고 있다. 작년부터는 국내외 대표 영어 교육 기업과 협력해 '미국 영어 믹스' 콘텐츠를 제공하고 있다. 미국



올레tv는 글로벌 OTT인 '넷플릭스', 국내 1위 MCN '샌드박스' 등 콘텐츠 사업자와의 제휴를 맺고 경쟁력을 강화했다.

최대 유아동 출판사인 '스플라ست릭', 전 세계 유튜브 키즈 1위 채널 '코코멜론', 세계 유명 아동문학상 수상 영어 전집 '칼데콧' 등과 협업체 차별화된 어린이 영어 콘텐츠를 지속적으로 강화해왔다.

이 같은 노력의 결실로 올레 tv 키즈랜드는 출시 2년 반 만에 누적 이용 횟수 17억 건, 누적 이용자 560만 명을 돌파했다. 업계 평균 대비 2배 이상 높은 수치다. 올해부터는 '놀면서 배우는 영어 놀이터'라는 방향성을 내세워, 보다 즐거운 방식으로 온택트 시대 홈스쿨링을

만들어 갈 계획이다.

이밖에 KT는 소상공인을 위한 '우리 가게 tv' 서비스를 3년 무상지원해 코로나 시대 상생에 앞장섰다. 매장용 광고판 서비스로, 매장에서 사용 중인 올레 tv에 원하는 이미지나 문구를 노출해 소상공인이 직접 매장 상품과 이벤트를 알릴 수 있는 디지털 홍보 수단이다. 올레 tv는 고객 니즈에 최적화된 콘텐츠와 서비스를 선보이며 남녀노소 모두 원하는 콘텐츠를 즐길 수 있는 플랫폼으로 발전해 나간다는 계획이다.

## 초슬림 담배 세계 판매 1위한 글로벌 브랜드

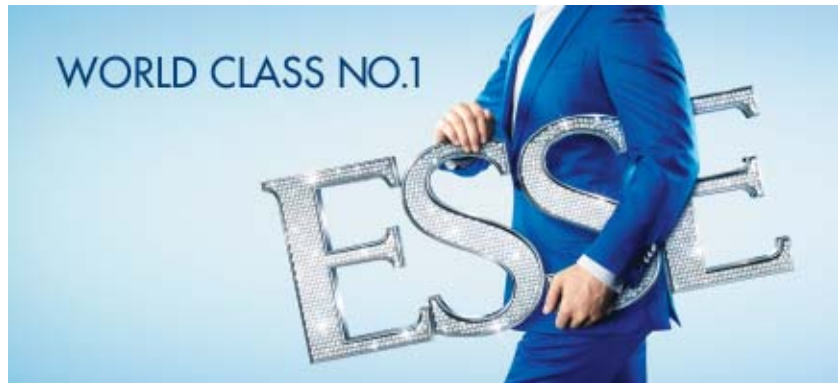
담배 부문 ESSE

ESSE

1996년 11월 1일 출시된 ESSE(에세)는 국내 담배 시장의 약 29%, 초슬림 담배 시장의 약 80%를 점유하고 있다(2020년 기준). 인도네시아·러시아·중국 등 전 세계 70여국 수출을 통해 해외 시장에서도 브랜드 위상을 높이고 있다. 초슬림 담배 카테고리에서는 세계 판매 1위를 기록한 글로벌 브랜드기도 하다.

장기간에 걸쳐 뛰어난 성과를 만들어 낸 요인은 '체계적인 브랜드 관리 시스템 구축과 소비자 니즈에 맞는 브랜드 확장'이라고 볼 수 있다. 에세의 주요 목표 고객을 20~30대 전문직 종사자에서 사회적으로 안정적인 지위를 가진 35~45세 남성들로 새롭게 정의하고, 그에 맞는 브랜드 아이덴티티 모델을 수립했다.

더불어 정밀한 브랜드 진단을 통해 제품을 개선하고, 브랜드 요소에 대한 재확화를 추진함으로써 2001년 시장 점유율을 11%까지 성장시켰다. 2002년부터는 '브랜드 확장'에 무게 중심을 두기



에세 제공  
ESSE는 체계적인 브랜드 관리 시스템을 구축하고, 소비자 니즈에 맞게 브랜드를 확장해 시장에서의 위상을 높였다.

시작했다. 2013년 세계 최초로 초슬림 제품에 캡슐을 적용한 '에세 체인지'를 출시해 기존 40대 위주의 고객층을 20~30대까지 확대했다. '에세 체인지 1mg'가 출시된 이후, '에세 체인지 4mg' '에세 체인지 W' '에세 체인지 UP'을 연달아 선보였다. 2017년에는 초슬림보다 더 얇은 마이크로슬림 타입의 '에세 체인지 린'을, 2019년에는 입에서 나는 담배 냄새 저감 캡슐을 적용한 '에세 체인지 히말라야'까지 출시했다. '에세 체인지 패밀리'의 시장점유율은 약

12%(2020년 기준)까지 성장했다. '에세 체인지 패밀리'는 국내 누적 판매량 430억 개비(2013~2020년)를 돌파하며 지난 8년간 출시된 신제품 중 같은 기간 가장 높은 판매량을 기록했다.

에세는 전 세계 70여국으로의 수출을 통해 글로벌 브랜드로서의 입지를 다지고 있다. 2001년 중동과 러시아에 처음 수출한 에세는 해외시장 개척 10년 만에 연간 200억 개비 이상 팔리는 제품으로 등극했다. 2020년까지 해외에서만 총 3000억 개비 이상이 판매됐다.





**One  
Shinhan**  
고객을 위한 하나의 신한

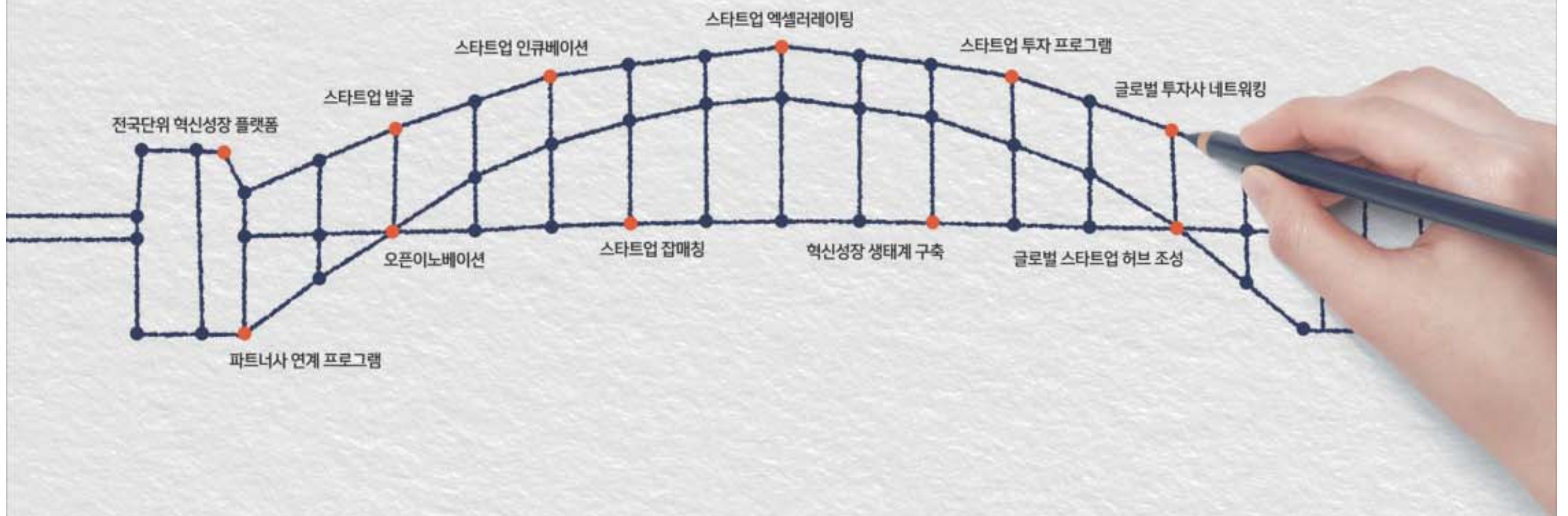
**Shinhan**

# 대한민국 스타트업의 기회를 발견하는 다리, 신한 스퀘어브릿지



이 다리에서 대한민국 스타트업의  
새로운 기회를 발견하고  
혁신 성장의 내일로 나아가도록  
신한이 늘 함께하겠습니다

**Hope Together.  
Grow Together.**



대한민국의 기회를 발견하는  
기발한 프로덕션의 첫번째 이야기, 스퀘어브릿지

신한은행 신한카드 신한금융투자 신한생명 오렌지라이프 신한캐피탈 신한자산운용 제주은행 신한저축은행  
아시아신탁 신한DS 신한아이타스 신한신용정보 신한대체투자운용 신한리츠운용 신한SI 신한벤처투자

미래를 함께 하는 따뜻한 금융  **신한금융그룹**