

대한민국 소비자가 선택한



# 2019 한국산업의 브랜드추천 1위

[Korea Brand Recommendation Index]

제1부. 한국산업의 브랜드추천 조사개요

제2부. 2019년 한국산업의 브랜드추천 조사결과 특징 및 제언

제3부. 2019년 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

## KmAC

KmAC 는 한국능률협회컨설팅의 글로벌 브랜드입니다.

## 1. 한국산업의 브랜드추천 정의

**소비자의 추천을 통한 긍정 구전(word-of-mouth)이  
브랜드자산을 형성하고,  
나아가 기업의 성과창출에 기여함이 이미 입증되었습니다.**



『한국산업의 브랜드추천 조사』는 대한민국 최초 실시한 ‘추천 관점에서의 브랜드 평가’이다. 조사결과와 분석 및 진단을 통해, 우리 브랜드에 대한 소비자의 추천 수준을 확인하고, 이를 기반으로 기업의 지속성장을 실현할 추천 요인의 발굴·관리·강화의 기준을 제시하고자 한다.

## 2. 한국산업의 브랜드추천 조사 배경 및 목적

기업에 있어 ‘**브랜드추천(Recommendation)**’은 튼튼한 브랜드파워 기반 위에서 기업의 지속적인 성장을 이끌어내는 ‘**상승자산**’으로서의 역할을 수행하고 있으며, **Strong Brand로 발전하는 핵심 요소**이다.

이미 글로벌에서는 브랜드추천에 대한 관리의 중요성을 인식하고 지속적으로 트래킹을 하고 있다. BCG, Mckinsey 등에서는 지수 모델을 구축하여 브랜드추천을 경영지표로서 관리 하고 있으며, 마케팅의 대가 필립 코틀러는 Market 4.0 에서 브랜드 옹호율(BAR:Brand Advocacy Ratio)을 관리해야 한다고 강조 했다.

Mobile과 SNS로 인해 더욱 다양화 된 커뮤니케이션 채널은 소비자 간의 정보 교환, 감정과 의견 표출 등 각종 형태의 커뮤니케이션을 증폭시켰다. 저성장 지속, 대부분의 산업에서 성숙기 및 정체를 겪고 있는 지금의 시장환경에서 **기업의 지속성장을 위한 필수적인 요소로서 ‘브랜드추천’을 본격적으로 관리해야 하는 ‘새로운 브랜드마케팅의 시대’가 도래** 하였다고 할 수 있다.

KMAC는 2008년부터 브랜드의 ‘추천’과 관련한 지표를 조사, 분석 하였다. KMAC는 추천지수를 통하여 1) 산업 내 우리 브랜드의 추천 수준을 측정하고, 2) 추천 혹은 비추천의 이유, 추천을 강화 혹은 약화시키는 영향요인들에 대한 분석을 기반으로, 우리 브랜드에 대한 소비자의 긍정추천을 강화 및 확산해 나갈 수 있는 핵심요인을 발굴하고, 3) 나아가 각 산업 및 기업의 지속성장을 견인하는 Strong Brand의 구축 및 육성을 위한 체계적인 브랜드마케팅 전략방향을 제시하고자 한다.

### 기업의 지속 성장을 이끄는 ‘Strong Brand’ 구축

#### 기반 자산(Foundation Equity)

Brand Power

소비자 구매 행동에 영향을 미치는  
지표 역할 담당

#### 상승 자산(Facilitating Equity)

Brand Recommendation

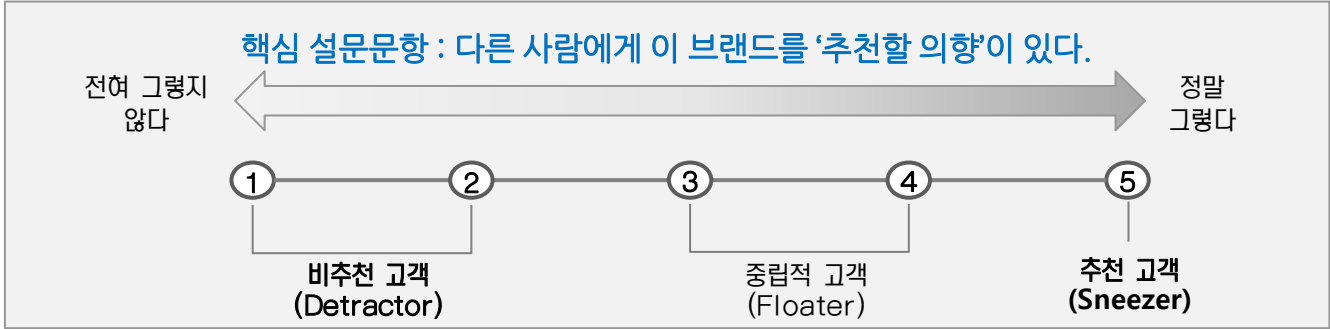
소비자 자산과 기업 성과를 강화시키는  
지표 역할 담당

우리 기업의 튼튼한 Brand Power를 기반으로  
**Brand Recommendation을 높이는 활동이 요구됩니다.**

3. 한국산업의 브랜드추천 조사 모델

‘브랜드추천’ 항목에서 신규/이슈 브랜드에 대한 평가와 브랜드의 성장률/성과와의 관련성이 높게 나타나는 것을 분석하여, 신규/이슈 브랜드에 대한 관리 지표로 활용한다.

브랜드 추천 지수 = 추천고객 비중(%) - 비추천고객 비중(%)



추천 요소 관련 설문문항 : 추천 이유, 추천받은 경험, 추천 대상 및 장소 관련

| 고객분류              | 의미                                                                                                                           | 참고                                                                                                                                                             |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 추천고객 (Sneezer)    | <ul style="list-style-type: none"><li>5점 응답자 %</li><li>해당 브랜드를 적극적으로 추천하여 강한 구전효과를 발휘함으로써 매출 상승에 기여하는 고객</li></ul>           | <ul style="list-style-type: none"><li>기존 연구에서 긍정적 구전정보를 접한 사람보다 부정적인 정보를 접한 사람보다 3배 이상 높은 구매의도를 보임.</li><li>이에 반해 부정적 구전은 긍정적 구전보다 훨씬 더 강력한 전달력을 보임.</li></ul> |
| 중립고객 (Floater)    | <ul style="list-style-type: none"><li>3~4점 응답자 %</li><li>경쟁 브랜드의 가격인하, 이벤트 등이 발생하면 언제든지 brand switching이 가능한 유동 고객</li></ul> |                                                                                                                                                                |
| 비추천고객 (Detractor) | <ul style="list-style-type: none"><li>1~2점 응답자 %</li><li>부정적인 구전으로 매출 감소를 유발하는 고객</li></ul>                                  |                                                                                                                                                                |

4. 한국산업의 브랜드추천 조사 설계

|            |                                            |
|------------|--------------------------------------------|
| 조사 지역 및 대상 | 서울 및 6대 광역시(부산,인천,광주,대전,대구,울산), 10대~50대 남녀 |
| 조사 방법      | 1:1 면접조사                                   |
| 표본 추출 방법   | 인구, 지역 비례에 따른 유의할당 표본 추출법                  |
| 표본수        | 12,000명 (산업별 700~1,000명 조사)                |
| 실사 기간      | 2018년 10월 중순 ~ 2019년 1월 중순 (약 3개월)         |

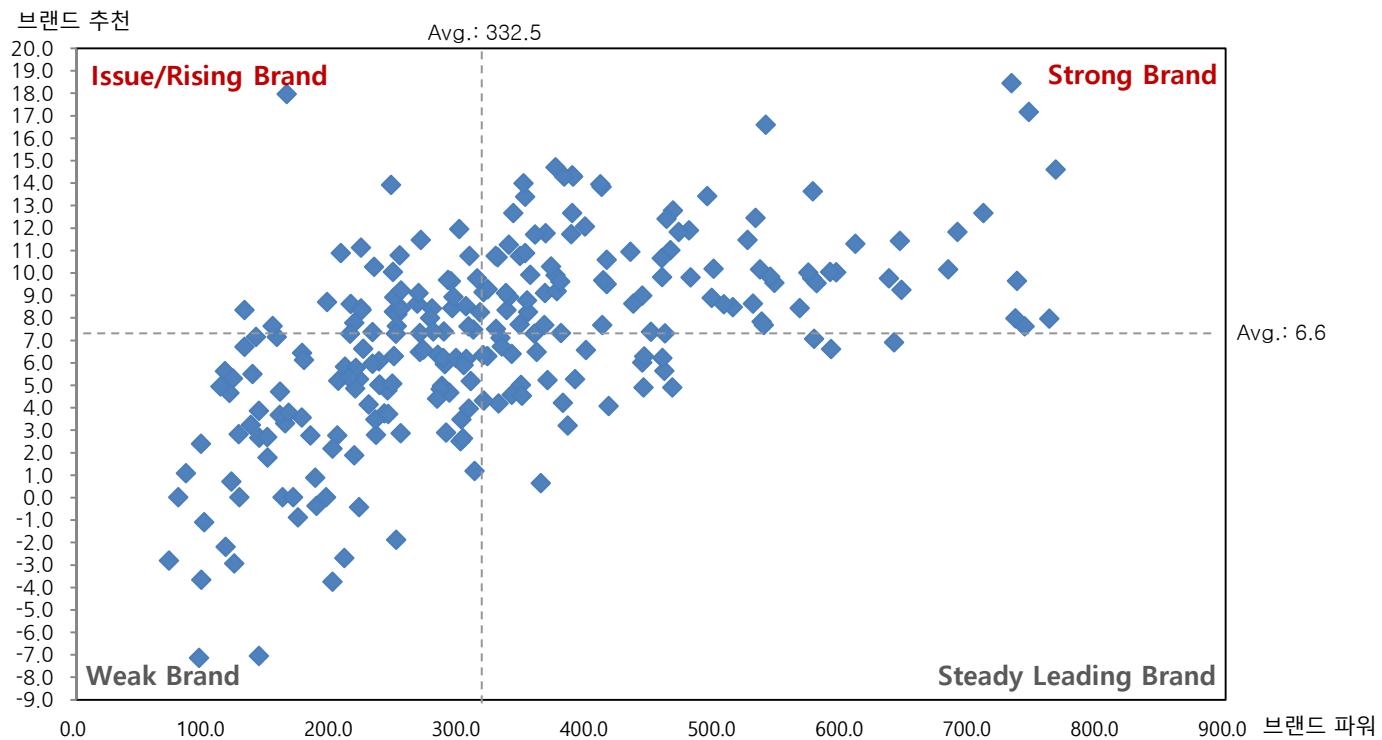
※ 본 조사는 브랜드마케팅 관점에서 경험고객 뿐만 아니라, 잠재고객까지 포함한 넓은 의미에서의 전체고객을 대상으로 하며 100개 산업의 모든 브랜드에 대해 조사를 진행함.

5. 한국산업의 브랜드추천 조사대상 산업

‘2019년 한국산업의 브랜드추천 1위’ 조사는 산업군 선정기준에 따라 소비재, 내구재, 서비스재에서 100개 산업을 대상으로 조사가 진행되었으며, 각 산업별로 모든 브랜드가 조사되었다.

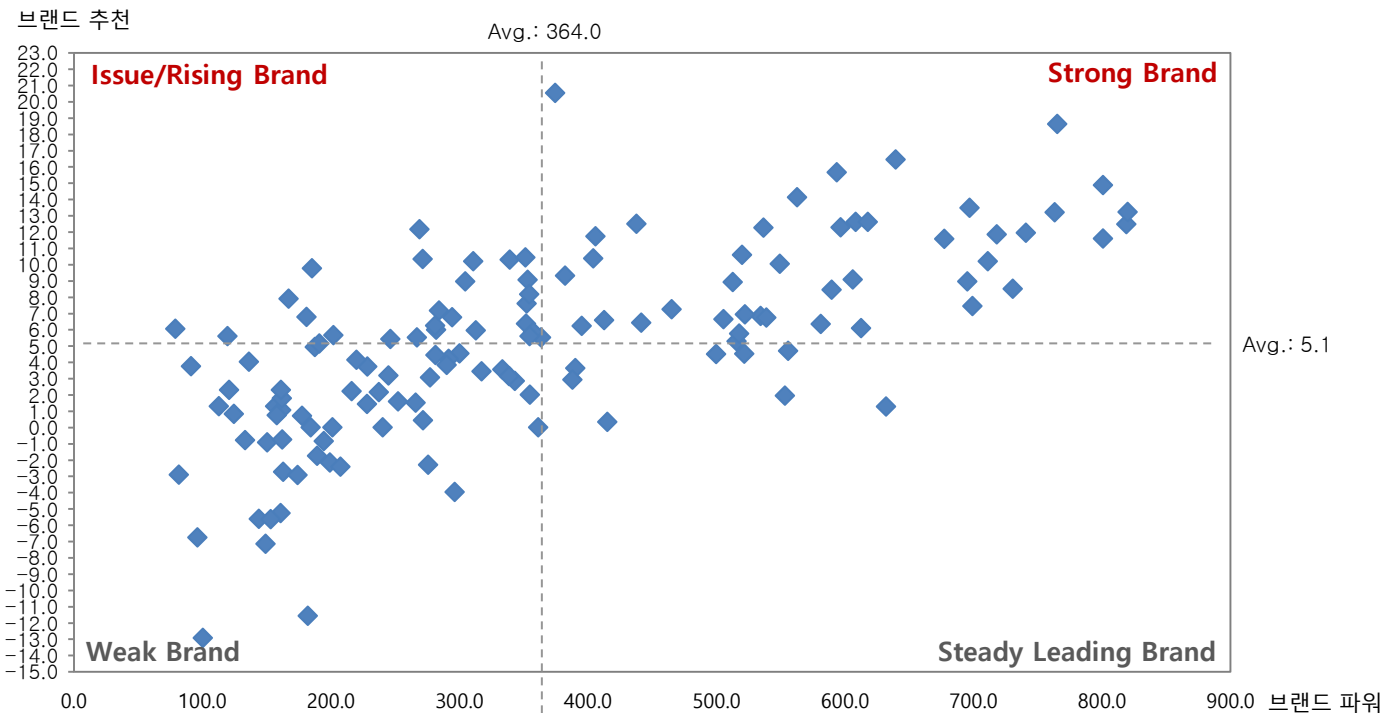
| 대분류           | 중분류             | 조사 대상 산업군                                                                                                                |
|---------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 소비재<br>(28개)  | 식품일반<br>(6개)    | 김치, 냉동만두, 대형할인점식품PB, 라면, 육가공햄, 편의점식품PB                                                                                   |
|               | 유음료/주류<br>(8개)  | 기능성마시는요구르트, 떠먹는요구르트, 맥주, 생수, 소주, 유산균제품, 주스, 커피음료                                                                         |
|               | 생활용품<br>(8개)    | 남성화장품, 바디케어, 생리대, 세탁세제, 여성기초화장품, 여성색조화장품, 주방용품, 화장지                                                                      |
|               | 패션용품<br>(3개)    | 여성의류, 홈패션, SPA브랜드                                                                                                        |
|               | 소비재기타<br>(3개)   | 경유, 백화점PB, 숙취해소                                                                                                          |
| 내구재<br>(22개)  | 가정생활<br>(20개)   | 가스레인지, 가정용보일러, 공기청정기, 김치냉장고, 냉장고, 드럼세탁기, 로봇청소기, 밥솥, 복합오븐, 비데, 스마트폰, 에어컨, 의류건조기, 전기레인지, 정수기, 청소기, 침대, 홈네트워크시스템, AI스피커, TV |
|               | 자동차/가정<br>(2개)  | 대형승용차, SUV                                                                                                               |
| 서비스재<br>(50개) | 도소매/유통<br>(14개) | 대형슈퍼마켓, 대형할인점, 리빙SPA, 면세점, 백화점, 베이커리, 복합쇼핑몰, 브랜드치킨전문점, 전자전문점, 커피전문점, 패밀리레스토랑, 편의점, 피자전문점, TV홈쇼핑                          |
|               | 금융<br>(10개)     | 다이렉트자동차보험, 멤버십포인트, 모바일뱅크, 생명보험, 신용카드, 앱카드, 은퇴설계금융서비스, 은행, 장기보험, 증권                                                       |
|               | 통신/온라인<br>(8개)  | 이동통신서비스, 인터넷서점, 인터넷쇼핑몰, 초고속인터넷서비스, 취업전문포털, IPTV, OTT서비스, T커머스                                                            |
|               | 교육<br>(4개)      | 독서토론학습, 온라인외국어학원, 유아교육서비스, 초등교육서비스                                                                                       |
|               | 서비스일반<br>(14개)  | 고속버스, 건강검진센터, 렌터카, 멀티플렉스, 문화센터, 아파트, 여행사, 워터파크, 저비용항공, 카셰어링, 콘도/리조트, 택배서비스, 테마파크, 호텔예약서비스                                |

1-1. 2019년 한국산업의 브랜드추천 조사결과(대분류 소비재)



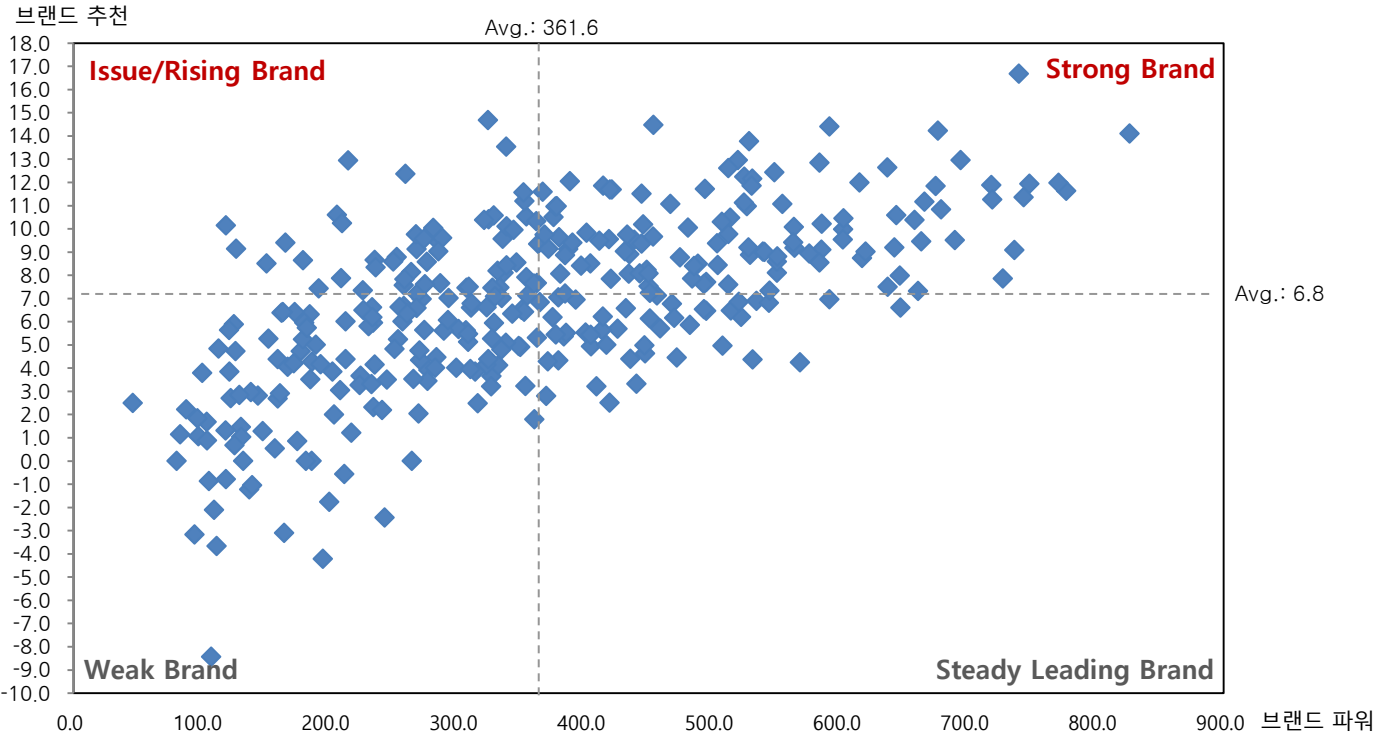
※ 경계선에 위치하는 산업군의 경우 기업의 등락 추이나 시장 상황에 따라 해석에 주의가 필요하며, 영역에 따른 브랜드 정의는 추세 상 하락일 경우 해석을 달리할 수 있음.

1-2. 2019년 한국산업의 브랜드추천 조사 결과(대분류 내구재)



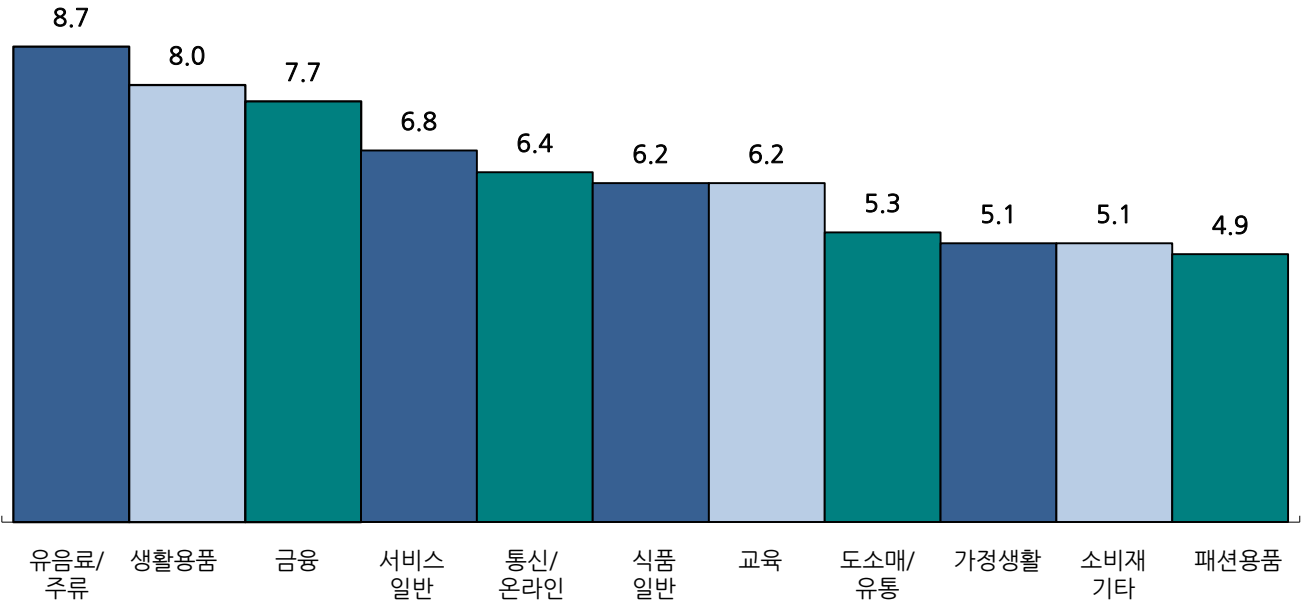
※ 경계선에 위치하는 산업군의 경우 기업의 등락 추이나 시장 상황에 따라 해석에 주의가 필요하며, 영역에 따른 브랜드 정의는 추세 상 하락일 경우 해석을 달리할 수 있음.

1-3. 2019년 한국산업의 브랜드추천 조사 결과(대분류 서비스재)



※ 경계선에 위치하는 산업군의 경우 기업의 등락 추이나 시장 상황에 따라 해석에 주의가 필요하며, 영역에 따른 브랜드 정의는 추세 상 하락일 경우 해석을 달리할 수 있음.

2. 2019년 한국산업의 브랜드추천 조사 결과(중분류별 추천 지수 현황)



3-1. 2019년 한국산업의 브랜드추천 주요 특징

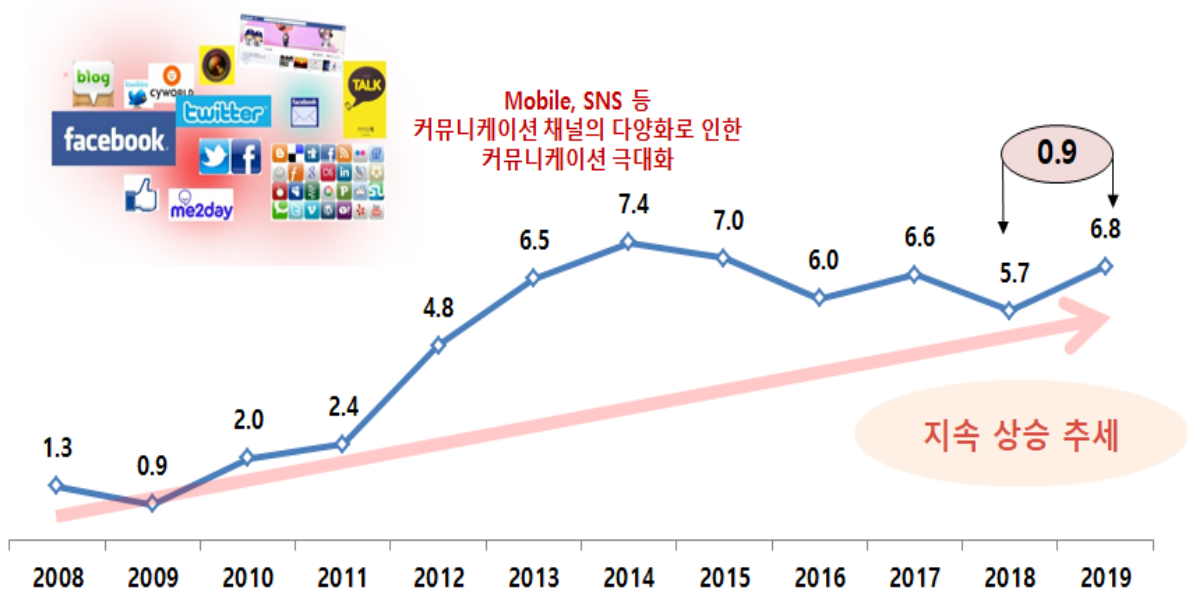
모바일과 SNS의 발달로 정보 검색 및 확인에서의 피로도가 증가하는데 반해, 다른 소비자의 경험을 활용한 조언과 입소문을 중요시 하는 소비자의 성향이 강해지고 있다. 이에 브랜드 추천은 튼튼한 브랜드파워의 기반 위에서 시장경쟁을 극복하고 성과를 창출하는 '상승 자산'으로서의 의미와 역할을 지니며, 기업은 소비자의 긍정적이고 강력한 추천에 기반한 'Strong Brand'를 보유, 육성하여 지속성장을 도모해야 한다.

글로벌 기업들은 브랜드추천에 대한 관리의 중요성을 인식하였고, 지속적으로 트래킹 하면서 긍정 추천의 수준과 강도를 높이는 동시에 부정추천의 개선에 힘쓰고 있다. 학계에서도 마케팅의 대가 필립 코틀러는 '기업 마케팅의 궁극적 목표는 소비자를 단순한 구매자가 아닌 충성스러운 브랜드 옹호자로 만드는 것이며, 기업은 브랜드 옹호율(BAR : Brand Advocacy Ratio)을 관리해야 한다'고 강조하고 있다. KMAC는 지난 2008년부터 국내에서 선도적으로 브랜드 추천과 관련한 관련 데이터를 측정, 분석해 왔다. 올해 한국산업의 브랜드추천 조사는 브랜드에 대한 소비자의 추천이 활발히 이뤄지는 총 100개 산업(소비재 28개, 내구재 22개, 서비스재 50개)에 대하여, 서울 및 6대 광역시에 거주하는 10대~50대 남녀 1만 2,000명의 소비자를 대상으로 일대일 면접조사로 진행되었다.

2019 한국산업의 브랜드추천 조사에서 다음의 주요한 결과가 두드러졌다.

첫째, 소비재와 내구재 산업들 보다 서비스재 산업들에서 추천 지수의 평균이 높게 나타났다. 또한 서비스재 산업들의 평균은 소비재와 내구재 산업들에 비해 2018년 대비 상승폭도 컸다. 이러한 조사결과는 저성장 및 경기침체로 인해 소비재에서의 신상품 개발 및 출시가 부진하고, 높은 구입 가격과 긴 교체 주기 때문에 구매 빈도가 적은 내구재의 특성 때문이기도 하지만, 서비스재가 상대적으로 브랜드 리뉴얼 또는 서브 브랜드 런칭이 많아 소비자에게 지속적인 새로움을 제공하고 최소의 비용으로 최대의 효익을 추구하는 요즘 소비자들을 대상으로 편의와 만족을 유지하고 향상하기 위해 생활밀착형 소비자 커뮤니케이션이 진행되어 소비자들 사이에서 보다 활발한 브랜드 추천이 이뤄지기 때문으로 보인다.

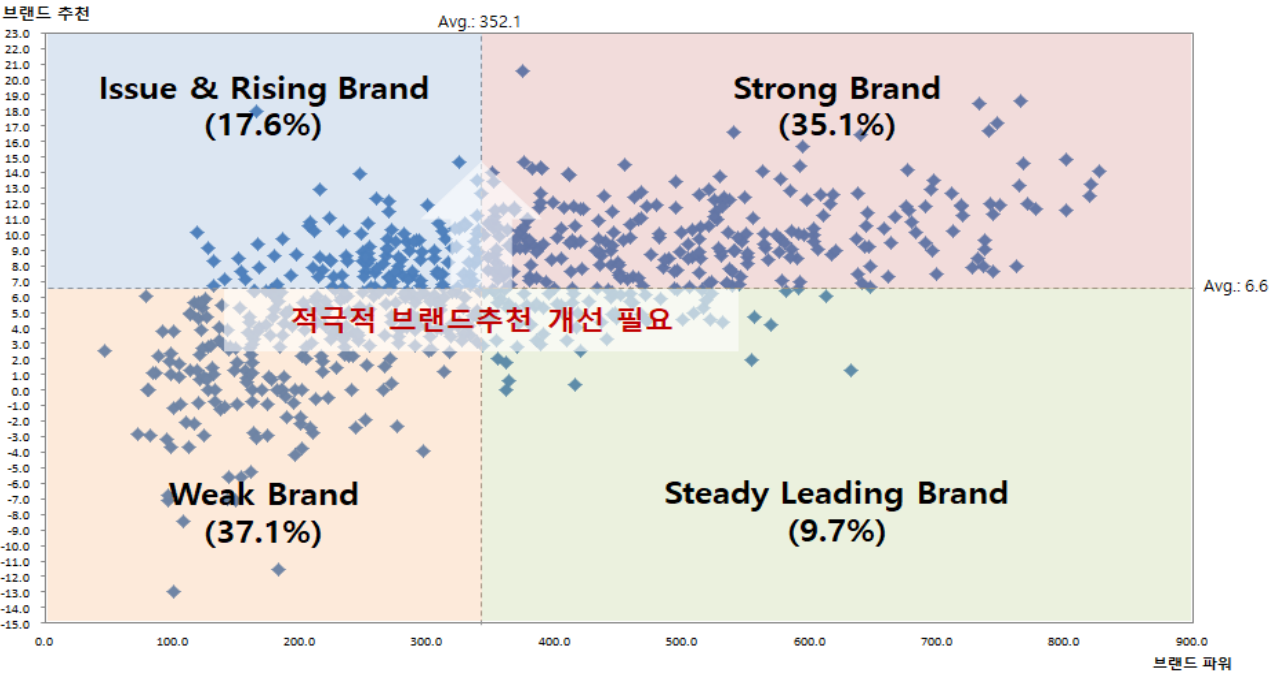
【 2008~2019 서비스재 브랜드추천 지수 변화 추이 】



3-1. 2019년 한국산업의 브랜드추천 주요 특징

둘째, 소비자가 브랜드를 추천하거나 비추천 하는 여러 가지 영향요인들 중에서 '사람에 의한 추천 및 비추천'이 웹과 모바일에서 보다 더욱 활발하게 나타났다. 즉 SNS, 온라인 커뮤니티, 뉴스 또는 잡지 등 비대면 상황에서 브랜드와 관련한 정보를 수집하고 추천을 받기 보다는, 가족, 친구, 동료, 업계 전문가, 매장/AS/콜센터 직원 등과 직접적으로 브랜드에 대한 의견과 평가를 나눌 수 있는 대면 상황에서의 브랜드 추천 강도가 높았다. 조사결과를 통해 확인한 바와 같이 소비자의 구매이용 의사결정에서 사람에 의한 브랜드 추천 및 비추천이 지니는 영향력이 주요한 바, 기업은 '경험고객 사이에서 오가는 추천'과 함께 '아직 우리 브랜드를 접해 보지 못 했지만 브랜드에 대해 인지하고 있고 경험고객의 추천으로 영향력을 받을 수 있는 잠재고객들 사이에서의 추천'까지도 면밀히 파악하고 관리해야 함이 강조된다.

셋째, 정보 취득 채널의 다양화, 소비자 생활 속의 추천 및 비추천 확대, 기업의 성과창출과 지속성장을 위한 브랜드추천 관리의 중요성에도 불구하고, 올해 조사결과 Strong Brand는 전체 35.1%에 불과했다. '브랜드파워'는 오랜 기간 동안 지속적으로 쌓이는 자산의 특성을 가지고 있어, 많은 시간, 노력, 유무형의 투자가 전제되어야 한다는 학계 의견과 산업계 경험치가 중론이다. 또한 이미 쌓아 올린 브랜드파워도 일정 수준 이상으로 지속 유지하거나 보다 강화하는 것이 결코 쉽지 않다는 점 또한 학계와 산업계가 지니는 공감대이다. 때문에 그동안은 기업경영에서 브랜드파워 구축이 우선 과제였다. 그러나 소비자가 구매이용의 주도권을 가지고 있는 요즘의 경영환경에선 브랜드파워만으로는 역부족이라, 성장모멘텀으로서 강력한 브랜드파워를 기반으로 높은 수준의 브랜드추천을 확보한 Strong Brand의 보유와 육성이 전략 과제로 부상하고 있다. 오랜 기간 누적된 브랜드파워로 추천을 통해 긍정구전을 확산함으로써 기업의 성과창출과 지속성장이 견인하는 산업의 리딩브랜드를 Strong Brand로 정의하는데, 올해 조사결과 브랜드파워 평균 352.1점 이상과 브랜드추천 평균 6.6점 이상을 모두 충족한 Strong Brand는 35.1%로 나타나, 산업계 전반에서의 긍정적이고 강력한 브랜드추천 활성화에 대한 당면 과제를 확인하였다.



### 3-2. 브랜드추천 활성화에 기반한 Strong Brand 육성을 위한 제언

올해 긍정적이고 강력한 브랜드추천으로 소비자에게 보다 필요하고 브랜드가치를 제공한 브랜드로 소비재에선 하이세탄 S-OIL 경유(경유), 동원 개성만두(냉동만두), 왕뚜껍(라면), 리챔(육가공햄), 레쓰비(커피음료)가, 내구재에선 귀뚜라미보일러(가정용보일러), 위닉스(공기청정기), KT 기가지니(AI스피커), QM6(SUV)가, 서비스재에선 천일고속(고속버스), AXA손해보험(다이렉트자동차보험), 이마트 에브리데이(대형슈퍼마켓), 한솔교육 신기한 한글나라(유아교육서비스), 신한은행(은행), KT(이동통신서비스), 로젠택배(택배서비스), 더샵(아파트), All100플랜(은퇴설계금융서비스)가 두드러졌으며, 100개 산업에서 3개 이상의 부문을 석권한 동원F&B(김치, 냉동만두, 육가공햄), LG전자(드럼세탁기, 로봇청소기, 복합오븐, 에어컨, 외류건조기, TV), KT(이동통신서비스, 초고속인터넷서비스, AI스피커, IPTV)도 선도적인 브랜드추천 관리의 우수 사례로 나타났다.

올해 높은 수준의 소비자 브랜드추천이 확인된 브랜드들의 공통적인 특징을 통해 브랜드 추천 활성화에 기반한 Strong Brand 육성과 기업의 지속성장을 도모할 수 있겠다.

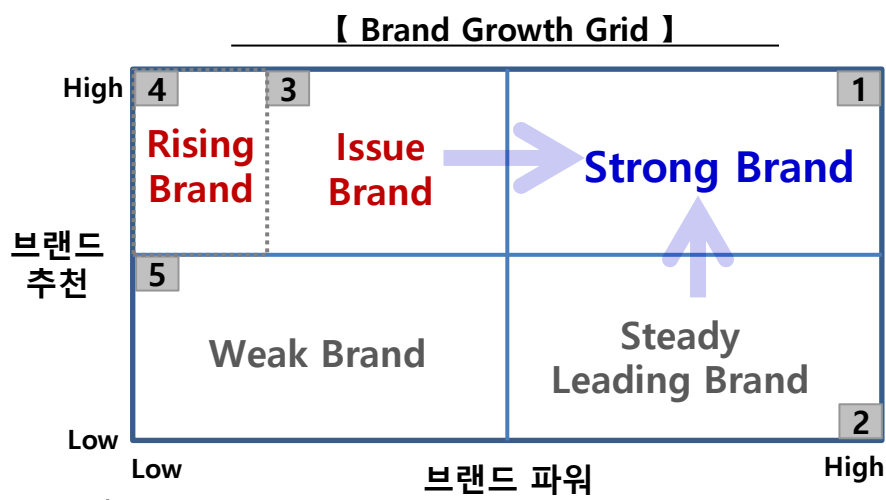
첫째, 명확하고 독특한 브랜드 정체성과 이미지로 경쟁브랜드 보다 더 빠르고 깊숙히 소비자 인지 침투에 성공해 차별성은 물론 친밀감과 소속감까지 형성했다는 점이다. 소비자 의사결정은 브랜드에 대한 인지에서부터 출발하는데, 브랜드마케팅 관점에서의 인지 관리전략은 인지의 양적 확보를 토대로 질적 관리를 지속하는 방법을 바람직하다고 본다. 그리고 질적 관리의 시작은 확고한 차별성 구축이며, 이때의 차별성은 단순한 다름이 아닌 '소비자인 나와'의 관계(Brand Relationship)가 돈독해야지만 긍정적이고 강력한 브랜드추천을 이끌어 낼 수 있다. 올해 조사결과 상에 나타난 우수 브랜드들은 차별성을 확보한 이후에도 리뉴얼, 신상품 출시, 기업차원의 지향점 이슈발신 등을 통해 소비자의 머리 속에서 경쟁브랜드와 다름을 느끼도록 하는 동시에 선호, 소비성향, 구매이용 의도 등을 종합적으로 반영하여 소비자에게 개인화된 브랜드가치(Personalized Brand Value)를 제공했음을 확인할 수 있었다.

둘째, 소비자에게 브랜드가치를 전달하고 공유, 확산하는 과정에서 커뮤니케이션 방향성 및 메시지 등에서 일관성을 유지하고, 정서적 공감대를 효과적으로 증대할 수 있는 커뮤니케이션 채널을 운영했다는 점이다. 올해 조사결과에서 확인한 바, 브랜드추천에서 '사람의 영향력'이 주요한데, 커뮤니케이션의 내용과 수단은 경험고객에게 '나를 위한 브랜드'로 인식된 이후에도 '앞으로 나와 함께할 브랜드'로 확신을 갖게 하고, 경험고객의 브랜드추천에 노출된 잠재고객에게 알고는 있지만 경험해 보지 못한 브랜드에 대해 경험고객이 브랜드추천을 했을 때 '나에게 필요한 브랜드'로 확신을 갖게 하기 위해 전제되어야 할 필수적인 인프라라고 할 수 있겠다. 난립하던 SNS 채널들이 소비자에 의해 취사선택 되면서, 기업들도 소비자에게 다가가기 위해 보다 효과적인 커뮤니케이션 방식을 시도하고 있는데, 올해 조사결과 상에 나타난 우수 브랜드들은 온라인과 오프라인 커뮤니케이션을 균등하게 운영하거나 온라인에서의 추천을 오프라인에서의 구매이용으로 실현하는 브랜드마케팅 활동이 활발했다.

셋째, 브랜드추천에 기반한 실행전략의 수립과 함께 실제로 브랜드마케팅 현장에서 적용한 후 학습을 토해 지속적으로 개선을 위한 노력이 진행되었다는 점이다. 소비자가 브랜드가치를 공유하지 않거나 부정적인 정보제공과 구전을 진행했을 때 발생할 수 있는 위험에 대한 관리비용을 줄이고, 브랜드추천을 기반으로 어렵게 구축한 소중한 브랜드자산을 더욱 확대하기 위해, 기업은 소비자와 추천 및 비추천의 이유, 이유를 만들게 된 결정적인 상황, 소비자가 추천을 누구에게까지 얼마나 자주 추천을 진행하는지에 대한 추천 확산범위 등에 대해, 상시적으로 현황을 파악해야 하고 이를 토대로 보다 긍정적이고 강력한 브랜드추천을 이끌어낼 수 있도록 브랜드마케팅 활동방안을 개발, 실천해야 하는 것이다. 올해 조사결과 상에 나타난 우수 브랜드들은 구매이용 당시 매장/지점/AS 직원이 소비자의 동기, 목적의식을 파악하고 향후 구매이용 의향정도까지 파악할 수 있는 디테일한 매뉴얼을 정비, 활용하고 있거나, 긍정적 브랜드추천에 대한 대응체계를 직원교육 혹은 전사소통으로 공유하는 등 실행에서의 섬세함과 기민함이 돋보였다.

3-2. 브랜드추천 활성화에 기반한 Strong Brand 육성을 위한 제언

기업의 성과창출과 지속성장을 위해 브랜드에 대한 소비자의 긍정 구전과 추천이 치명적인 영향력을 지니는 새로운 브랜드마케팅 시대가 도래한 만큼, 긍정적이고 강력한 브랜드추천에 기반한 Strong Brand의 구축을 통해 시장의 No.1 브랜드 확보를 통한 저성장 돌파와 중장기적인 지속가능 성장을 도모해야 할 것이다.



- ① **Strong Brand**  
: 오랜 기간 누적된 브랜드 자산을 기반으로 파워를 형성하고 있으며, 추천을 통한 긍정 구전 형성으로 '지속적인 성장이 예상되는 리딩 브랜드'
- ② **Steady Leading Brand**  
: 오랜 기간 누적된 브랜드 자산을 기반으로 파워를 형성하고 있으나, 브랜드 진부화를 겪고 있거나 No.1 브랜드로서 시장 이슈를 만들지 못해 '추천을 통한 구전 형성에 어려움을 겪고 있는 브랜드'
- ③ **Issue Brand**  
: 기초적인 브랜드 자산을 형성하고 있으며, '시장에 새로운 이슈를 제시하여 추천을 통한 구전을 형성하고 있는 브랜드'
- ④ **Rising Brand**  
: 기초적인 브랜드 자산 형성이 되지 않았으나 시장 내에서 새로움이나 차별점으로 주목을 끌고 있어서 '추천을 형성하고 있는 신규 브랜드'
- ⑤ **Weak Brand**  
: 기초적인 브랜드 자산을 형성하고 있으나, 브랜드 파워 형성이 미흡하고 특별한 추천 요소를 갖추지 못한 '구색 브랜드, 또는 시장 철수를 검토 하고 있는 브랜드'

\* Source : K-BPI Big Data Analysis

제3부. 2019년 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

1. 소비재 28개 산업군(1/2)

[ 식품일반(6개 산업군) ]

| 산업명        | 1위 브랜드         | 2위 이하 브랜드                                                                                | 2018년 1위                |
|------------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 김치         | 동원 양반김치(8.4)   | 종가집 김치(8.0), 농협 아름찬김치(7.8), 비비고김치(5.3), 풀무원 김치(4.2), 하선정 김치(2.5), 홍진경 더김치(-0.4),         | 연속/2년                   |
| 냉동만두       | 동원 개성만두(7.5)   | 백설 만두(7.3), 비비고 만두(7.1), 해태제과 고향만두(6.6), 풀무원 생가득 만두(6.4), 오뚜기 옛날 만두(0.0), 홍진경 더 만두(-2.2) | 연속/2년                   |
| 대형할인점 식품PB | 이마트 피코크(8.6)   | 롯데마트 요리하다(7.7), 홈플러스 심플러스(6.7), 롯데마트 초이스엘(6.3), 농협하나로마트 오케이쿡(1.1), 롯데마트 해빰(-2.9)         | 역전<br>(18년 롯데마트 해빰)     |
| 라면         | 왕뚜껑(17.9)      | 신라면(17.2), 삼양라면(10.7), 너구리(9.9), 짜파게티(9.6), 진라면(9.5), 안성탕면(8.3)                          | 역전(18년 신라면)             |
| 육가공햄       | 리챔(10.3)       | 목우촌햄(9.7), 의성마늘햄(8.3), 주부9단(8.2), 스팸(8.0), 롯데비엔나(5.9), 로스팸(2.7)                          | 역전(18년 주부9단)            |
| 편의점 식품PB   | CU HEYROO(9.2) | GS25 YOU US(6.9), 이마트24 eYOLI(3.7), 세븐일레븐 7-Select(0.6), 이마트24 아이미(-0.4)                 | 역전<br>(18년 GS25 YOU US) |

[ 유음료/주류(8개 산업군) ]

| 산업명            | 1위 브랜드        | 2위 이하 브랜드                                                                                                            | 2018년 1위      |
|----------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 기능성마시는<br>요구르트 | 쾌변(11.8)      | 윌(11.4), 비피더스(11.0), 불가리스(9.6), 쿠퍼스(8.4), 액티비아(8.2), 닥터 캡슐(7.7)                                                      | 역전(18년 비피더스)  |
| 떠먹는<br>요구르트    | 요플레(18.4)     | 액티비아(14.3), 바이오(12.7), 슈퍼100(11.9), 요러브(10.7), 떠먹는 불가리스(8.6), 덴마크(8.3), 요하임(5.6)                                     | 역전(18년 슈퍼100) |
| 맥주             | 카스(12.7)      | 하이트(11.3), 클라우드(10.8), 맥스(9.8), 아사히(8.9), 오비 프리미어(6.6), 버드와이저(6.3), 호가든(3.2), 칭따오(2.8), 하이네켄(2.2)                    | 역전(18년 하이트)   |
| 생수             | 제주삼다수(14.6)   | 아이시스(8.6), 동원샘물(8.6), 백산수(8.5), 퓨리스(7.3), 스파클(6.2), 석수(5.2), 순수(4.8), 에비앙(4.7), 강원평창수(0.9), 풀무원샘물(0.0)               | 역전(18년 아이시스)  |
| 소주             | 좋은데이(14.3)    | 시원소주(11.9), 참소주(11.7), 참이슬(10.0), 잎새주(9.9), 처음처럼(9.0), 진로 골드(8.4)                                                    | 역전(17년 시원소주)  |
| 유산균제품          | 여에스더유산균(10.3) | 애터미(9.3), 락토피(7.7), 듀오락(6.3), BYO유산균(4.4), 지큐랩(3.6), 쾌변생유산균(3.5), 유산균의힘(3.2), 트루락(0.0)                               | 신규조사          |
| 주스             | 자연은(14.7)     | 가야농장(13.9), 델몬트(11.8), 따옴(7.5), 썬업(7.3), 아침에주스(6.6), 웰치스(6.4), 하루야채(6.2), 미닛메이드(6.2), 과일촌(5.0), 썬키스트(4.6), 초록매실(2.8) | 역전(18년 따옴)    |
| 커피음료           | 레쓰비(13.8)     | 스타벅스(13.4), 카페라떼(12.1), 맥심T.O.P(11.8), 칸타타(10.2), 바리스타(8.7), 조지아(8.4), 프렌치카페(7.1), 카페베네(6.1), 엔제리너스(4.7)             | 역전(18년 칸타타)   |

제3부. 2019년 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

1. 소비재 28개 산업군(2/2)

[ 생활용품(8개 산업군) ]

| 산업명     | 1위 브랜드     | 2위 이하 브랜드                                                                                                                               | 2018년 1위      |
|---------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 남성화장품   | 보닌(11.7)   | 비오템 옴므(7.6), 오딧세이(6.0), 보브(5.9), 헤라 옴므(5.6), 폴로(5.0), 우르오스(5.0), 꽃을 든 남자(3.7), 휠라(3.5), 라네즈 옴므(2.9), 미래파(2.8), 캘빈클라인(-0.9), 니베아 맨(-3.7) | 연속/2년         |
| 바디케어    | 해피바스(12.8) | 더바디샵(11.3), 일리(11.1), 뉴트로지나(10.9), 도브(10.6), 비온드(10.0), 아비노(9.7), 존슨앤존슨(8.9), 온더바디(7.1), 니베아(4.7)                                       | 역전(18년 도브)    |
| 생리대     | 좋은느낌(9.8)  | 화이트(9.7), 예지미인(9.1), 귀애랑(8.3), 바디피트(7.3), 소피(5.3)                                                                                       | 역전(18년 소피 한결) |
| 세탁세제    | 피지(14.3)   | 퍼실(10.2), 비트(10.0), 리큐(9.1), 스파크(7.6), 액츠(7.4), 수퍼타이(6.3), 울샴푸(5.2), 퍼펙트(5.1), 테크(5.0), 암웨이(3.3)                                        | 역전(18년 퍼실)    |
| 여성기초화장품 | 헤라(16.6)   | 아이오펜(13.9), 오휘(13.4), 설화수(11.5), 샤넬(11.5), 라네즈(10.9), 후(10.8), 수려한(9.2), SKII(6.6), 랑콤(6.1), 비오템(6.0)                                   | 역전(18년 후)     |
| 여성색조화장품 | 헤라(12.44)  | MAC(12.41), 샤넬(10.9), 설화수(9.8), 바비브라운(9.2), 라네즈(9.1), 오휘(8.8), 아이오펜(7.3), 마몽드(4.9), 랑콤(3.9), 이자녹스(0.0)                                  | 연속/2년         |
| 주방용품    | 해피콜(14.0)  | 락앤락(13.6), 휘슬러(12.7), 테팔(9.8), 셰프라인(8.0), 키친아트(7.7), 쿤센스(7.4), 네오플램(5.8)                                                                | 연속/2년         |
| 화장지     | 모나리자(10.6) | 크리넥스(10.2), 깨끗한나라(8.5), 뽀빠(7.4), 잘풀리는집(7.1), 부자되는집(5.3), 코디(4.8), 땡큐(2.4)                                                               | 역전(18년 코디)    |

[ 패션용품(3개 산업군) ]

| 산업명    | 1위 브랜드      | 2위 이하 브랜드                                                                                                    | 2018년 1위      |
|--------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 여성의류   | 쉬즈미즈(8.9)   | 크로커다일레이디(7.4), 올리비아로렌(6.5), 샤트렌(4.9), BCBG(4.9), 올리비아하슬러(4.5), 로엠(4.2), 지센(4.1), 뽀빠니아(0.7)                   | 역전(18년 PAT)   |
| 홈패션    | 알레르망(8.9)   | 이브자리(7.6), 세사리빙(6.3), 우먼로드(5.5), 자미온(5.3), 까사미아(0.0), 박흥근패션(-2.7), 아르페지오(-2.8), 파코라반(-3.8), 엘르(ELLE)파리(-7.1) | 연속/2년         |
| SPA브랜드 | UNIQLO(9.6) | ZARA(8.6), MIXXO(7.3), H&M(5.8), TOP10(4.1), DAIZ(3.7), SPAO(2.9)                                            | 역전(18년 MIXXO) |

[ 소비재기타(3개 산업군) ]

| 산업명    | 1위 브랜드              | 2위 이하 브랜드                                                                                                                | 2018년 1위 |
|--------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 경유     | 하이세탄 S-OIL 경유(10.0) | SK에너지 경유(9.7), GS칼텍스 경유(9.5), 현대오일뱅크 경유(5.2)                                                                             | 연속/2년    |
| 백화점 PB | 갤러리아<br>고메이494(9.1) | 롯데 엘리든(4.9), 신세계 S(4.3), 신세계 일라일(3.8), 현대 세프박스(3.8), 롯데 유닛(2.6), 롯데 파슨스(1.8), 현대 밀키트(1.2), 신세계 델라라나(-1.9), 현대 원테이블(-7.1) | 신규조사     |
| 숙취해소   | 상쾌환(9.6)            | 헛개컨디션(8.4), 여명808(7.8), 모닝케어(6.7), 레드큐(2.7), 헛개파워(1.9)                                                                   | 연속/2년    |

제3부. 2019년 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

2. 내구재 22개 산업군

[ 가정생활(20개 산업군) ]

| 산업명      | 1위 브랜드               | 2위 이하 브랜드                                                                                             | 2018년 1위          |
|----------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 가스레인지    | 린나이(12.5)            | LG전자(2.9), SK매직(0.3)                                                                                  | 연속/2년             |
| 가정용보일러   | 귀뚜라미보일러(9.0)         | 린나이 가스보일러(5.3), 경동나비엔(4.7), 롯데 가스보일러(0.8), 대성썬텍(0.0)                                                  | 연속/3년             |
| 공기청정기    | 위닉스 공기청정기(9.8)       | 코웨이(8.5), 삼성 큐브(7.3), LG 퓨리케어(6.9), SK매직(5.6), 청호 올파(5.5), 위니아(5.2)                                   | 역전(18년 코웨이)       |
| 김치냉장고    | 딤채(11.9)             | LG DIOS(9.1), 삼성 김치플러스(5.8), 클라쎄(1.3)                                                                 | 연속/4년             |
| 냉장고      | 삼성 셰프컬렉션 패밀리허브(12.0) | LG DIOS(11.6), LG 시그니처(10.2), 딤채 프라우드(1.1), 위니아(0.7), 월풀(-0.8), GE(-2.7), 클라쎄(-2.9)                   | 역전(18년 LG DIOS)   |
| 드럼세탁기    | LG TROMM(13.2)       | 삼성 플렉스워시(10.0), 클라쎄(3.5), 삼성 애드워시(3.2), 밀레(2.3), 월풀(0.0)                                              | 연속/4년             |
| 로봇청소기    | LG 코드제로 R9(7.6)      | 유진로봇 아이클레보(3.8), 다이슨 360아이(2.9), 삼성 파워봇(2.0), LG 로보킹(1.3), 아이로봇 룸바(-2.3), 필립스 스마트프로(-7.1), 샤오미(-12.9) | 역전(18년 LG로보킹)     |
| 밥솥       | 쿠쿠(14.9)             | 테팔(12.2), 휘슬러(10.3), 쿠첸(8.9), 키친아트(5.7), PN풍년(3.7)                                                    | 연속/4년             |
| 복합오븐     | LG DIOS 광파오븐(10.4)   | SK매직 매직스팀오븐(6.2), LG 시그니처 오븐(6.1), 삼성 스마트오븐(6.0), 린나이 복합오븐(4.2), 삼성 직화오븐(3.6)                         | 역전(18년 SK매직 전기오븐) |
| 비데       | 코웨이 비데(8.5)          | 노비타(4.5), 삼성(4.0), 청호 쾌변(2.2), SK매직(2.0), 쿠쿠(-0.7), 도비도스(-2.2)                                        | 역전(18년 도비도스)      |
| 스마트폰     | 갤럭시 S 시리즈(14.1)      | 아이폰 시리즈(12.6), 갤럭시 노트 시리즈(12.3), LG V 시리즈(1.8), LG G 시리즈(1.4), 갤럭시 A 시리즈(-2.4)                        | 연속/3년             |
| 에어컨      | LG WHISEN(16.5)      | 삼성 무풍에어컨(8.2), 캐리어(4.2), 위니아(3.8), 센추리(1.5), 대우전자(-2.9)                                               | 연속/3년             |
| 의류건조기    | LG TROMM 건조기(11.6)   | 삼성(6.1), SK매직(0.4), 린나이(0.0), 위니아(-0.8), 클라쎄(-6.8)                                                    | 연속/2년             |
| 전기레인지    | 쿠첸(6.8)              | SK매직(6.4), LG DIOS(4.5), 쿠쿠(4.4), 린나이(쥬벨)(3.1)                                                        | 역전(18년 쿠쿠)        |
| 정수기      | 코웨이 정수기(13.5)        | LG 퓨리케어(6.4), 청호 이과수(5.9), 쿠쿠(5.6), SK매직(1.6), 암웨이 정수기(0.7), 교원 웰스 정수기(0.0)                           | 역전(18년 쿠쿠 정수기)    |
| 청소기      | 다이슨 무선 청소기(11.7)     | LG 코드제로(10.4), 삼성 파워건(7.2), 한경희 스팀 청소기(2.3)                                                           | 역전(18년 삼성 파워건)    |
| 침대       | 시몬스(10.6)            | 에이스침대(10.2), 일룸(9.0), 한샘(3.2), 장수돌침대(2.2), 대진침대(-11.6)                                                | 연속/2년             |
| 홈네트워킹시스템 | 코맥스(6.9)             | imazu(6.7), 코콤(6.6)                                                                                   | 연속/2년             |
| AI스피커    | KT 기가지니(7.4)         | 카카오 미니(6.8), SKT NUGU(6.6), 아마존 에코(6.0), 구글 구글홈(5.5), LG유플러스 클로바 프렌즈(4.5)                             | 연속/2년             |
| TV       | LG(18.6)             | 삼성(13.2), 대우전자(-1.7), 소니(-4.0), 아남(-5.3), 필립스(-5.6), 하이얼(-5.6)                                        | 연속/4년             |

[ 자동차(2개 산업군) ]

| 산업명    | 1위 브랜드    | 2위 이하 브랜드                                                                                   | 2018년 1위     |
|--------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 대형승용차  | 그랜저(12.6) | 제네시스(12.3), SM7(5.4), K9(3.6), K7(0.0)                                                      | 역전(18년 제네시스) |
| SUV(차) | QM6(20.5) | 싼타페(15.7), 투싼(12.5), 스포티지(10.3), 모하비(9.3), 쏘렌토(9.1), 렉스턴(7.9), 쏘울(6.3), 티볼리(4.9), QM3(-0.9) | 연속/2년        |

3. 서비스재 50개 산업군(1/3)

[ 교육(4개 산업군) ]

| 산업명      | 1위 브랜드                  | 2위 이하 브랜드                                                                                                                    | 2018년 1위            |
|----------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| 독서토론학습   | 한우리<br>독서토론논술(8.9)      | 한솔 주니어플라톤(8.2), 빨간펜 독서논술(8.1), 아이북랜드(7.7), 대교 솔루션(5.7), 글사임당(5.4), 유레카논술(3.7), 비룡소 북클럽 비버(2.5), 교원 위즈키즈(1.7), 천재 해법독서논술(1.5) | 역전<br>(18년 교원 위즈키즈) |
| 온라인외국어학원 | 영단기(5.3)                | YBM넷(4.4), 야나두(4.1), 해커스토익(3.9), 파고다스타(3.4), 시원스쿨(2.5), 정철닷컴(0.0)                                                            | 역전(18년 야나두)         |
| 유아교육서비스  | 한솔교육 신기한 한글나라<br>(10.6) | 대교 눈높이(10.0), 몬테소리(9.8), 기탄교육(9.6), 웅진북클럽(9.5), 재능 스스로(8.1), 교원 빨간펜(6.4), 교원 구몬(6.0), 프리벨(4.3), 튠튼영어(4.1)                    | 연속/4년               |
| 초등교육서비스  | 대교 눈높이(9.2)             | 재능 스스로(9.1), 교원 구몬(8.9), 웅진씽크빅(6.8), 기탄교육(6.0), 윤선생영어교실(4.4), 교원 빨간펜(2.8)                                                    | 연속/2년               |

[ 금융(10개 산업군) ]

| 산업명       | 1위 브랜드        | 2위 이하 브랜드                                                                                         | 2018년 1위           |
|-----------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 다이렉트자동차보험 | AXA손해보험(10.1) | 현대해상다이렉트(10.0), DB손해보험다이렉트(8.7), 한화다이렉트(8.5), 삼성화재다이렉트(6.6), 메리츠다이렉트(5.6), KB손해보험다이렉트(3.8)        | 연속/4년              |
| 멤버십포인트    | L.POINT(13.8) | 해피포인트(13.0), OK캐쉬백(11.0), CJ ONE(10.4), 신세계포인트(9.4), GS&POINT(7.0), H.Point(5.9)                  | 신규조사               |
| 모바일뱅크     | 리브(9.8)       | 신한Sol(9.6), 위비(9.5), i-ONE뱅크(9.4), Allone bank(7.2), 1Q뱅크(1.8)                                    | 신규조사               |
| 생명보험      | 한화생명(11.9)    | 삼성생명(9.5), 교보생명(6.21), DB생명(6.19), 신한생명(5.7), 미래에셋생명(4.9), 동양생명(2.0), 라이나생명(-1.8), 흥국생명(-3.7)     | 연속/3년              |
| 신용카드      | KB국민카드(11.1)  | 현대카드(10.5), 신한카드(9.1), 삼성카드(8.5), 하나카드(6.6), 비씨카드(5.5), 롯데카드(5.2), 우리카드(5.0)                      | 연속/4년              |
| 앱카드       | 신한payFAN(9.2) | 삼성앱카드(9.0), 롯데앱카드(6.9), 현대앱카드(5.4), KB앱카드(5.1)                                                    | 신규조사               |
| 은행        | 신한은행(8.1)     | NH농협은행(7.5), 우리은행(7.2), KB국민은행(6.9), IBK기업은행(6.7), KEB하나은행(2.3)                                   | 연속/3년              |
| 은퇴설계금융서비스 | All100플랜(7.8) | 신한미래설계(6.6), 우리웰리치100머니플랜(4.1), KB골든라이프(3.4), IBK평생설계(2.9), KEB하나행복노하우(0.0)                       | 역전<br>(18년 신한미래설계) |
| 장기보험      | 메리츠화재(10.6)   | 현대해상(9.4), 삼성화재(8.8), 신한생명(8.6), 한화생명(8.1), 교보생명(6.0), DB손해보험(5.8), KB손해보험(1.3)                   | 역전(18년 현대해상)       |
| 증권        | KB증권(8.4)     | 삼성증권(7.3), 대신증권(4.6), 교보증권(4.5), 미래에셋대우(3.2), SK증권(1.8), 하나금융투자(-1.2), 신한금융투자(-2.1), 한국투자증권(-4.2) | 역전<br>(18년 NH투자증권) |

3. 서비스재 50개 산업군(2/3)

[ 도소매/유통(14개 산업군) ]

| 산업명      | 1위 브랜드         | 2위 이하 브랜드                                                                                              | 2018년 1위          |
|----------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 대형슈퍼마켓   | 이마트 에브리데이(9.6) | 롯데슈퍼(9.5), 탑마트(9.1), GS슈퍼마켓(5.9), 홈플러스 익스프레스(5.6)                                                      | 연속/2년             |
| 대형할인점    | 홈플러스(8.4)      | 코스트코(8.1), 이마트(7.9), 롯데마트(7.6), 농협하나로마트(6.6), 메가마트(4.1)                                                | 역전(18년 코스트코)      |
| 리빙 SPA   | 자주(7.5)        | 무인양품 무지(6.6), 모던하우스(3.2), 마켓비(1.0), 더라이프(0.9), 리바트홈(0.7), 미니소(-0.9)                                    | 연속/2년             |
| 면세점      | 롯데면세점(11.9)    | 신라면세점(9.1), 신세계면세점(6.5), 동화면세점(6.3)                                                                    | 연속/2년             |
| 백화점      | 신세계백화점(12.2)   | 롯데백화점(11.6), NC백화점(9.5), 갤러리아백화점(8.8), 현대백화점(8.1)                                                      | 연속/2년             |
| 베이커리     | 성심당(14.7)      | 파리바게뜨(14.1), 뚜레쥬르(8.7), 파리크라상(5.2), 빵곰터(3.3), 고려당(0.5), 신라면과(-3.1)                                     | 역전<br>(18년 파리크라상) |
| 복합쇼핑몰    | 현대아이파크몰(7.0)   | 스타필드(6.5), 디큐브시티(6.2), 롯데타워몰(6.2), 타임스퀘어(5.6), IFC몰(3.5)                                               | 신규조사              |
| 브랜드치킨전문점 | 굽네치킨(12.6)     | BBQ(12.2), 교촌치킨(12.0), 네네치킨(11.5), 또래오래(10.5), BHC치킨(9.6), 멕시카나치킨(8.5), 페리카나(6.8), 호식이두마리치킨(-1.1)      | 역전(18년 교촌치킨)      |
| 전자전문점    | 롯데하이마트(11.4)   | 삼성 디지털프라자(11.1), LG전자 BEST SHOP(9.4), 전자랜드(6.4), 테크노마트(2.2)                                            | 연속/4년             |
| 커피전문점    | 스타벅스(14.2)     | 빔다방(12.9), 이디야커피(10.2), 투썸플레이스(9.4), 커피빈(9.1), 할리스커피(9.0), 카페베네(8.6), 탐앤탐스(7.6), 엔제리너스(7.5), 파스쿠치(1.1) | 역전<br>(18년 이디야커피) |
| 패밀리레스토랑  | 빔스(10.8)       | 애슐리(10.5), T.G.I.프라이데이스(10.2), 매드포갈릭(8.6), 아웃백스테이크하우스(6.9)                                             | 연속/2년             |
| 편의점      | CU(16.7)       | GS25(12.6), 이마트24(11.2), 미니ストップ(7.9), 세븐일레븐(7.0)                                                       | 연속/4년             |
| 피자전문점    | 파파존스(12.4)     | 피자헛(11.2), 도미노피자(9.5), 피자마루(8.3), 미스터피자(7.6), 피자예땅(7.6), 피자스쿨(2.7)                                     | 역전(18년 피자스쿨)      |
| TV홈쇼핑    | 현대홈쇼핑(7.7)     | 롯데홈쇼핑(7.0), GS SHOP(6.8), CJ오쇼핑(4.9), NS홈쇼핑(4.3), 홈앤쇼핑(3.1)                                            | 역전<br>(18년 롯데홈쇼핑) |

[ 통신/온라인(8개 산업군) ]

| 산업명       | 1위 브랜드         | 2위 이하 브랜드                                                                                                                     | 2018년 1위                 |
|-----------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| 이동통신서비스   | KT(12.4)       | SK텔레콤(11.9), LG유플러스(6.2)                                                                                                      | 연속/2년                    |
| 인터넷서점     | 알라딘(11.1)      | 예스24(10.6), 영풍문고(7.8), 인터파크 도서(6.4), 인터넷교보문고(5.9), 도서 11번가(5.3)                                                               | 역전<br>(18년 인터넷교보문고)      |
| 인터넷쇼핑몰    | GS SHOP(12.0)  | 11번가(11.9), G마켓(7.9), 인터파크(7.4), 옥션(7.1), 롯데닷컴(2.8)                                                                           | 역전(18년 옥션)               |
| 초고속인터넷서비스 | KT 기가인터넷(9.1)  | SK브로드밴드 Giga 인터넷(8.5), LG U+ 기가인터넷(5.4)                                                                                       | 역전(18년 SK브로드밴드 Giga 인터넷) |
| 취업전문포털    | 사람인(8.4)       | 잡코리아(8.0), 워크넷(7.8), 스카우트(6.3), 커리어(5.7), 인크루트(5.3)                                                                           | 연속/2년                    |
| IPTV      | olleh tv(10.4) | B tv(8.9), U+tv(6.1)                                                                                                          | 역전(18년 B tv)             |
| OTT서비스    | 티빙(6.6)        | 네이버TV캐스트(5.0), 옥수수(4.4), 올레tv모바일(4.0), 폭(3.8)                                                                                 | 신규조사                     |
| T-커머스     | W쇼핑(4.8)       | 신세계쇼핑(3.3), 롯데OneTV(3.2), 현대홈쇼핑플러스샵(2.5), CJ오쇼핑플러스(2.0), GS MY SHOP(1.2), NS샵플러스(1.1), 쇼핑엔T(0.9), Kshopping(0.0), Btv쇼핑(-0.6) | 신규조사                     |

3. 서비스재 50개 산업군(3/3)

[ 서비스재일반(14개 산업군) ]

| 산업명     | 1위 브랜드                 | 2위 이하 브랜드                                                                                                                      | 2018년 1위                    |
|---------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| 고속버스    | 천일고속(11.0)             | 금호고속(10.2), 중앙고속(9.8), 동부익스프레스(7.5), 동양고속(7.1), 한일고속(6.0), 삼화고속(5.6)                                                           | 연속/3년                       |
| 건강증진센터  | 서울아산병원<br>건강증진센터(11.7) | 삼성서울병원 건강의학센터(10.4), 서울성모병원 평생건강증진센터(9.1), 차음 검진센터(8.6), 서울대학교병원 건강증진센터(8.1), 세브란스병원 체크업(7.6), 고려대학교병원 종합건강진단센터(0.0)           | 역전<br>(18년 서울대병원<br>건강증진센터) |
| 렌터카     | SK렌터카(7.3)             | 롯데렌터카(6.6), AJ렌터카(5.5), 한국렌트카(4.3), 동아렌트카(2.9)                                                                                 | 역전<br>(18년 롯데렌터카)           |
| 멀티플렉스   | CGV(12.0)              | 롯데시네마(9.0), 메가박스(5.7)                                                                                                          | 역전<br>(18년 롯데시네마)           |
| 문화센터    | 롯데마트 문화센터(7.3)         | 현대백화점 문화센터(5.6), 신세계 아카데미(5.0), 롯데백화점 문화센터(4.4), 홈플러스 문화센터(4.0), NC백화점 문화센터(2.2)                                               | 신규조사                        |
| 아파트     | 더샵(11.6)               | GS 자이(9.7), 롯데 캐슬(8.9), 삼성 래미안(8.6), 대림 E-편한세상(8.2), 현대 아이파크(7.5), SK 뷰(6.1), 현대 힐스테이트(4.8), 대우 푸르지오(3.3), 두산 위브(2.8)          | 연속/2년                       |
| 여행사     | 노랑풍선(11.7)             | 하나투어(11.3), 여행박사(9.8), 롯데관광(5.1), 모두투어(5.0), 자유투어(4.2), 한진관광(3.0)                                                              | 연속/2년                       |
| 워터파크    | 롯데워터파크(11.7)           | 스파밸리(10.0), 캐리비안 베이(8.8), 아산 스파비스(7.9), 오션월드(6.5), 스플라스 리솜(6.4), 설악 워터피아(5.5), 하이원 워터월드(4.1), 경주월드 캘리포니아비치(0.0), 웅진 플레이도시(0.0) | 신규조사                        |
| 저비용항공   | 티웨이항공(11.0)            | 에어부산(10.3), 제주항공(9.4), 진에어(5.0), 이스타항공(4.3), 에어아시아(2.7)                                                                        | 신규조사                        |
| 카셰어링    | 그린카(12.8)              | 유카(7.2), 쏘카(4.3), 딜카(-0.8), 피플카(-2.4)                                                                                          | 연속/2년                       |
| 콘도/리조트  | 한화리조트(14.4)            | 대명리조트(13.0), 용평리조트(9.7), 하이원리조트(9.6), 금호리조트(7.1), 무주덕유산리조트(4.8)                                                                | 역전<br>(18년 하이원리조트)          |
| 택배서비스   | 로젠택배(11.6)             | 롯데택배(10.0), CJ대한통운택배(9.2), 한진택배(8.4), 우체국택배(7.5), 경동택배(4.2)                                                                    | 연속/2년                       |
| 테마파크    | 롯데월드 어드벤처(11.8)        | 에버랜드(10.4), 통도 환타지아(7.6), 이월드(4.8), 서울랜드(4.0), 경주월드(3.8), 서울대공원(3.5)                                                           | 연속/2년                       |
| 호텔예약서비스 | 호텔엔조이(13.5)            | 호텔패스(10.3), 부킹닷컴(10.1), 아고다(7.0), 하나투어닷컴(6.3), 익스피디아(4.7), 호텔스컴바인(3.8), 호텔스닷컴(3.5)                                             | 역전(18년 호텔스닷컴)               |