

# 가장 사랑받는 브랜드

조선비즈 특집 / Advertorial section

2020년 6월 4일 목요일

D1

## 코로나도 이겨냈다 37개 브랜드의 힘



소비자·전문가가 뽑은 '히트 상품'

20개 분야 238개 부문서 후보 선정  
16세 이상 소비자 4만2038명 참여  
인지도·호감도 등 설문조사  
전문가들 점수 더해 최종 선정

신종 코로나 바이러스 감염증(코로나19) 확산으로 위기가 깊어지고 지난달, 주요 백화점 명품관 일대는 한바탕 소란이 빚어졌다. 프랑스 명품 샤넬의 가격 인상을 앞두고, 인상 전 가격으로 제품을 구매하려는 이들이 몰리면서다. 일부 고객들은 백화점 문이 열리자마자 매장으로 달려가는 '오픈런(Open run)'을 위해 새벽부터 줄을 서기도 했다.

이들이 전염병의 위협을 무릅쓰고 달린 이유는 샤넬이라는 브랜드를 보다 싼값(?)에 소유하기 위해서다. 가장 인기가 높은 '샤넬 클래식 플래백'의 경우, 1955년 브랜드 창시자인 가브리엘 코코 샤넬이 만든 가방 외형에 1983년 디자이너 칼 라거펠트가 개발한 CC로고를 장식했다. 40년 가까이 크기와 소재 등만 변할 뿐 똑같은 형태로 출시되고 있지만, 매년 가격이 오르고 이에 대한 여성들의 선택은 더욱 커진다. 다른 브랜드로는 대체할 수 없는 고유의 브랜드 가치를 지녔기 때문이다.

브랜드 가치는 기업의 지속가능성을 위한 필수 요소다. 강력한 브랜드를 지닌 조직은 위기에도 살아남지만, 그렇지 못한 조직은 시대 변화에 흔들리고 무너지기 마련이다. 특히 코로나19 사태로 사회적 거리 두기와 비대면 쇼핑이 확산하면서 브랜드 가치는 기업의 중요한 경쟁력으로 부상하고 있다.

조선비즈가 매년 선정하는 '한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'이 올해로 10회를 맞았다. 조선비즈가 주최하고, 조선일보, TV조선, 산업통상자원부가 후원한 브랜드 대상은 소비자를 대상으로 한 설문조사와 전문가 심사를 통해 수상자를 선정했다.

올해 브랜드 대상 선정에는 4만 명 이상의 소비자와 전문가들이 참여했다. 가구와 가전, 교육, 금융, 지방자치단체 등 20개 분야 238개 부문, 852개 브랜드에 대한 사전 조사를 거쳐 소비자 조사가 진행됐다. 지난해 말부터 12일간 진행된 소비자 조사에는 대한민국 거주 만 16세 이상 남녀 4만2038명이 참여했다.

조사 결과는 '대한민국 브랜드 사랑 지수(KBL-I·Korea Brand Love Index)'를 산출하는 자료로 사용했다. 700점 만점의 KBL-I는 브랜드에 대한 인지도, 호감도, 구매경험, 만족도, 신뢰도, 충성도를 객관적인 수치로 보여준다. 인지도는 소비자가 얼마나 쉽게 브랜드를 떠올리는지, 호감도는 구매에 직접적인 영향을 끼치는 정도를 나타낸다. 구매경험은 실제로 브랜드를 구매했는지를 살펴보는 항목이며, 만족도는 브랜드를 사용해본 후의 느낌으로 브랜드에 대한 신뢰도로 이어진다. 충성도는 소비자가 계속해서 해당 브랜드의 제품을 구매할지를 가늠해 보는 지표다.

한국의 가장 사랑받는 브랜드는 이렇게 산출된 KBL-I에 전문가 점수 300점을 더해 선정됐다. 전문가 심사는 브랜드 경영과 소비자 경영 등 두 가지 측면에서 진행했다. 만점은 1000점이다. 2020 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상에는 기업 브랜드와 지방자치단체 등 총 37개가 선정됐다. 심사위원장은 임영균 광운대 경영학부 교수가 맡았다. 김은영 기자

### 심사평



소비자 요구가  
빠르게 변하는 요즘  
고객과의  
하이테크 접촉 늘려라

임영균 교수  
광운대 경영학부

조선비즈의 '한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'이 올해로 10회를 맞았다. 지난 2011년 28개를 시작으로 지난해 45개, 올해는 37개의 브랜드가 수상의 영예를 안았다. 수상 브랜드 중에는 체계적이고 지속적인 브랜드 관리로 10년 연속 상을 받은 브랜드도 있다. 또 차별화와 혁신을 통해 올해 처음 수상한 유망 브랜드와 도시 특성화에 기여한 지방자치단체의 브랜드도 포함됐다.

글로벌 브랜드 컨설팅기업 인터브랜드(Interbrand)에 따르면 20년 전 100대 브랜드에 오른 브랜드 중 지금까지 명단에 이름을 올리는 브랜드는 31개에 불과하다. 이는 브랜드 간 경쟁이 치열해지고, 소비자들의 요구가 빠르게 변하고 있음을 의미한다.

지금의 기업 환경을 요약하는 핵심단어는 4차 산업혁명과 코로나 바이러스 감염증(코로나19)

이다. 4차 산업혁명의 시기를 살아가는 지금의 소비자는 긴밀하고도 넓게 타인과 연결되어 있다. 또 특정 브랜드에 대한 충성도가 낮고, 더 빠르고 편리한 구매를 선호한다.

여기에 코로나19는 기업 환경을 크게 변화시키고 있다. 위기상황일수록 기업은 고객의 욕구를 이해하고자 노력하고 이들과의 접촉을 늘려야 한다. 4차 산업혁명의 하이테크는 위기상황에서 활용 가능한 다양한 하이터치(High touch)의 수단 이 된다.

올해 수상한 브랜드는 모두 고객 중심 경영을 추구하며 체계적인 브랜드 전략을 통해 브랜드 가치를 높여 왔다. 코로나19로 모두가 어려운 이때, 앞으로도 '고객의 브랜드 사랑'을 '기업의 고객 사랑'으로 보답하며 오랫동안 사랑과 존경을 받는 브랜드로 남길 기대한다.

### 제10회 2020 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상 현황

| 부문              | 기업 기관명    | 브랜드       | 연속 |
|-----------------|-----------|-----------|----|
| 전자제품전문점         | 롯데하이마트    | 롯데하이마트    | 10 |
| 도시락 프랜차이즈       | 한솔        | 한솔도시락     | 9  |
| 유아식             | 일동후디스     | 프리미엄산양유아식 | 9  |
| 알로에 건강기능식품      | 그린알로에     | 그린알로에     | 8  |
| 헬스케어            | 바디프랜드     | 바디프랜드     | 8  |
| 베이커리            | 파리크라상     | 파리바게트     | 7  |
| 척추관절병원          | 달려라병원     | 달려라병원     | 7  |
| 침대 매트리스         | 바디프랜드     | 라클라우드     | 7  |
| 정수기             | 바디프랜드     | W정수기      | 6  |
| 제과              | 해태제과식품    | 맛동산       | 6  |
| 주방가전            | 쿠첸        | 쿠첸        | 6  |
| 기능성 베개          | 티앤아이      | 가누다       | 5  |
| 민감성 스킨케어        | 메디앙스      | 닥터야토      | 5  |
| 유아동복            | 메디앙스      | 타티네 쇼콜라   | 5  |
| 유아생활 위생용품       | 메디앙스      | 비엔비(B&B)  | 5  |
| 커피전문점           | 스타벅스커피코리아 | 스타벅스      | 5  |
| 금융통합멤버십         | 하나금융그룹    | 하나멤버스     | 4  |
| 수유용품            | 메디앙스      | 유피스       | 4  |
| PB서비스           | 신한은행      | 신한PWM     | 3  |
| 독서실·스터디카페 프랜차이즈 | 하우스터디     | 하우스터디     | 3  |
| 두피전문 화장품        | 코비스타      | 슬랩 코스메틱   | 3  |
| 블랜더             | 해피콜       | 해피콜 엑셀림   | 3  |
| 의료기전            | 세라젬       | 세라젬       | 3  |
| 저축은행            | KB저축은행    | KB착한뱅킹    | 3  |
| 패션소품물           | 마리오소핑     | 마리오아울렛    | 3  |
| 통합 모바일 금융플랫폼    | 신한금융그룹    | 신한플러스     | 2  |
| 피자프랜차이즈         | 피자스쿨      | 피자스쿨      | 2  |
| 공매포털시스템         | 한국자산관리공사  | 온비드       |    |
| 세럼              | 리즈케이 코스메틱 | 퍼스트세 세럼   |    |
| 임대관리            | 더굿하우스     | 더굿하우스     |    |
| 탈모샴푸            | 리즈케이 코스메틱 | 알블랙 샴푸    |    |
| 편의점 택배          | 비지애프네트웍스  | CUpost    |    |
| 하이엔드 오디오        | 디아이       | 오드(ODE)   |    |

### 2020 한국의 가장 사랑받는 도시

| 부문         | 기업 기관명 | 브랜드      | 연속 |
|------------|--------|----------|----|
| 귀농·귀촌도시    | 고창군    | 고창군      | 8  |
| 힐링관광도시     | 단양군    | 단양군      | 8  |
| 지역화폐       | 오산시    | 오산화폐 오색전 |    |
| 아이키우기 좋은도시 | 진주시    | 진주시      |    |

KB금융그룹 | 국민당인 금융파트너
세상을 바꾸는 금융

## 벌써? KB착한대출로 빠르게 신청하세요

※대출상세조건은 'KB착한대출 바로가기'에서 확인바랍니다  
※상기이미지는 예시로 고객마다 조건이 상이할 수 있습니다

신상대상 : 연소득 1,200만원 이상 직장인, 자영업자, 프리랜서, 연금소득자·대출금리 : 최저 연 5.9%~최고 연 19.4%(신용도에 따라 차등적용, 매 1개월 후회)·대출한도 : 최저 3백만원~최고 5천만원(신용도에 따라 차등 적용)·대출기간 및 상환방법 : 최소6개월~60개월(6개월단위 운영),매월 원리균등분할상환(중도상환 가능)  
연체이자율 : 대출금리(약정이자율) + 연체가산이자율 3% (※연체가자를 상환 : 연 24%이내)·대출관련 수수료(중도상환수수료) : 중도상환금액×중도상환 수수료율(2%)×대출잔액일수/대출기간(단, 대출일로부터 3년 이내 상환시 적용, 대출잔여기간 1개월 미만인 경우 연체, 이외 부대비용 없음)  
※ 대출상환 이용시 귀하의 신용등급이 하락할 수 있습니다. 신용등급이 하락하면 추가대출이 제한되거나, 대출금리 상승, 대출한도 감소 등 불이익이 발생할 수 있습니다. ※ 대출관련 자세한 사항은 KB저축은행 홈페이지 http://www.kbsavings.com 또는 상담의 QR코드(KB착한대출 바로가기)를 참조바랍니다.  
저축은행중앙회 심의필 2020-00404호(2020.05.04) KB저축은행 준법감사인 심의필 제58호(2020.04.22.)