

한국산업의 브랜드파워

팬데믹에 더 빛났다...‘파워 브랜드’ 저력



KMAC 2021 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사

한국능률협회컨설팅(KMAC·대표이사 사장 한수희)이 ‘2021년도 제23차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 조사 결과를 24일 발표했다. ‘한국산업의 브랜드파워’는 KMAC가 1999년 국내 최초로 개발한 브랜드 관리 모델로서, 대한민국 소비생활을 대표하는 각 산업의 제품·서비스, 기업의 브랜드 경쟁력을 측정하는 지수로 올해로 23년째를 맞았다.

올해 K-BPI 조사는 소비재 90개, 내구재 50개, 서비스재 89개, 스페셜 이슈 2개로 231개 산업군에 걸쳐 조사가 이뤄졌다. 소비재에서는 정관장(건강식품), 델몬트(주스), 락앤락(주방용품), ESSE(담배), 모닝글로리(종합문구), 내구재에서는 LG TROMM(드럼세탁기), LG WHISEN(에어컨), 삼성 뉴 세프컬렉션(냉장고), 귀뚜라미보일러(가정용 보일러), 세라젠(생활의료가전), 신도리코(사무용 복합기), 에이스침대(침대), 바디프랜드(헬스케어), 서비스재에서는 서울아산병원 건강증진센터(건강증진센터), 신한금융그룹(금융지주 그룹), 롯데면세점(면세점), 에스원(방범보안서비스), 파리바게뜨(베이커리), 교촌치킨(브랜드 치킨전문점), 신한은행(은행), 경희사이버대학교(사이버대학교), 신한카드(신용카드·체크

SK엔크린·귀뚜라미·대교높이 등 23년 동안 대한민국 산업 1위 ‘군진’

세계적 전염병 위기 맞은 소비자들 ‘No.1 브랜드’ 지지·신뢰 강해져

크카드·애플카드), 서울대학교병원(종합병원), 대교 높이가(초등·유아 교육 서비스), 롯데월드 어드벤처(테마파크), 신한카드 아름스(착한 브랜드) 등이 한국을 대표하는 1위 브랜드로 나타났다.

이번 조사는 지난해 10월 중순부터 올해 1월 중순까지 서울과 6대 광역시에 거주하는 만 15세 이상 만 60세 미만의 남녀 1만1900명 소비자를 대상으로 조사했다. 브랜드는 ‘주춧돌’과 같은 역할이어서 탄탄히 쌓지 않으면 언제든 지 무너질 수 있고, 초기에 탄탄히 한다 해도 시간이 지날수록 진부해지고, 상처 입고 부서져서 지속적인 개·보수가 필요하다. 기업이 브랜드를 관리하는 것은 바로 구매 행동에 선행하기 때문이다. 최근 들어 지속 경영 관점에서 ESG 경영(환경·책임·투명경영)이 관심을 받고 있다.

최근 산업별 No.1 브랜드의 하락 추세가 나

타났으나, 올해는 상승으로 전환되는 모습이 나타났다. 이러한 상승 전환은 1~3위 선두권 브랜드에서 공통적으로 나타났다. 특히 1위 브랜드에서 두드러진 상승을 확인할 수 있었다. 팬데믹이라는 전 세계적 상황 속에서 글로벌 대가들이 공통적으로 제시하는 것이 있다. 바로 위기 상황 속에서 오히려 시장 1위 브랜드로의 쏠림 현상이 더 커진다는 것이다. 이는 위기 속에서 소비자는 소비가 위축되고, 위험을 줄이려는 성향이 강해져 이미 시장에서 검증된 멤버 브랜드를 안정적으로 선택한다는 것이다.

소비재, 내구재 전체 1위 평균은 각각 626.1점, 650.5점으로 코로나19 이전인 2019년 수준으로 상승했고, 서비스재는 626.5점으로 작년까지의 하락세를 전환하며 2017년 수준으로 상승했다. 특히 전체 231개 산업군에서 점수화된 3700여 개 브랜드 중 23년째 1위 자리를 굳건하게 지켜 오고 있는 브랜드에서 상승세를 살펴볼 수 있었다. SK엔크린(휘발유 부문), 귀뚜라미(가정용 보일러 부문), 대교높이(초등 교육 서비스 부문), 삼성증권(증권회사 부문), 코웨이(정수기 부문), SK ZIC(엔진오일 부문), 델몬트(주스 부문), 롯데리아(패스트푸드점 부

문), 유한킴벌리(기저귀 부문), 금강(남녀 장구두 부문) 등은 23년째 대한민국 산업의 브랜드파워 멤버원으로서 자리를 지켜 오고 있는 대표적인 브랜드다. 그 외에 한샘키친&바스(주방용 가구 부문), 롯데백화점(백화점 부문), 대한항공(FSC 항공 부문), 박카스(자양강장제 부문), 비너스(언더웨어·란제리 부문), 이마트(대형 할인점 부문) 등이 있다.

또 KMAC는 2021년 K-BPI 조사 결과를 통해 산업별 ‘브랜드 경영을 가장 잘하는 리더’에 대한 조사 결과를 처음 발표했다. 올해 소비재, 내구재, 서비스재 부문에서 총 3명의 ‘올해의 브랜드 리더(최고경영자·CEO)’를 선정한 결과 소비재(90개 산업군) 중 서경배 아모레퍼시픽 회장, 내구재(50개 산업군) 중 권봉석 LG전자 사장, 서비스재(89개 산업군) 중 김범석 쿠팡 의장 등이 꼽혔다.

이기동 KMAC 사장이자진단 본부장은 “팬데믹 상황 속에서 멤버원 브랜드에 대한 소비자의 지지와 신뢰는 더욱 강해지는 모습을 보인 반면, 브랜드에 대한 투자와 관리가 소홀했던 기업은 오히려 2위 브랜드에 역전을 허용하는 사례가 발생하기도 했다”며 “경제 침체기나 팬데믹과 같은 위기 상황 발생 시, 평소 브랜드에 대한 지속적인 투자와 관리가 얼마나 중요한지를 보여주는 사례”라고 말했다.

한우람 기자

▶어떻게 조사했나

올해 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사는 약 3개월에 걸쳐 진행됐다. 서울과 6대 광역시 거주 만 15세 이상 만 60세 미만 남녀 1만1900명을 대상으로 일대일 면접 방식으로 조사했다. 조사 지역과 대상은 통계청의 인구주택총조사 결과를 기준으로 인구 비례에 따라 배분했다. 시장점유율, 회원 가입자 수, 판매량 등에 따른 브랜드 선별 없이, 해당 산업의 전체 브랜드를 조사 대상으로 해 소비재 90개, 내구재 50개, 서비스재 89개, 스페셜 이슈 2개까지 총 231개 산업군을 조사했다. ‘K-BPI’는 1999년 제조업 중심의 79개 산업군으로 조사를 시작했다. 브랜드 인지도와 충성도로 구성된 브랜드파워 조사 결과를 통해 기업들이 현재의 브랜드 경쟁력을 파악하고 향후 전사적인 브랜드 경영 전략을 수립하는 데 기초가 되도록 하는 것에 조사의 목표를 두고 있다.

K-BPI는 학계뿐만 아니라 글로벌 투자기관, 컨설팅 기관 등에서도 한국 시장에서의 기업 경영에 대한 전략적 의사 결정의 자료로 활용되고 있다. 자세한 조사 결과는 KMAC 홈페이지(www.kmac.co.kr)를 통해 확인할 수 있다.

2021년 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사 주요 1위 브랜드

◇소비재 산업														
기공유	바나나맛 유유	빙그레	캠핑용품	랜드로바	금강	음식물처리기	루펜	루펜리	신용카드	신한카드	신한카드	아파트	삼성 래미안	삼성물산 건설부문
감기약	화이투벤	셀트리온	캠핑용품	코오롱스포츠	코오롱스포츠	의류관리기	LG TROMM 건조기	LG전자	앱카드	신한PayFAN	신한카드	앱카드	신한PayFAN	신한카드
건강식품	정관장	KGC인삼공사	캠핑용품	동원F&B 뉴트리플랜	동원F&B	임플란트	오스텔	오스텔	온라인 외국어학원	YBM넷	와이비엠넷	외국어학원	YBM어학원	와이비엠에듀
김치	종가집 김치	대상	학생 교육	스마트학생복	스마트에프앤디	자동차 배터리	로켓배터리	세방전지	유아교육서비스	대교 높이가	대교	유토피아서비스	대교 높이가	대교
남성정장구두	금강	금강	해열진통제	게보린	삼진제약	정수기	코웨이 정수기	코웨이	온톨설계금융서비스	신한미래설계	신한은행	은행	신한은행	신한은행
냉장/냉동육	하림	하림	해어케어	미장센	아모레퍼시픽	주거용 가구	한샘 인테리어	한샘	자동차 관리	스피드메이트	SK네트웍스	장기보험	현대해상	현대해상화재보험
담배	ESSE	KT&G	헬스푸드	허당	허당	주방용 가구	한샘 키친&바스	한샘	저비용항공사(LCC)	제주항공	제주항공	종합병원	서울대학교병원	서울대학교병원
두유	배지밀	정식품	홈패션	이브자리	이브자리	창호제	KCC 창호	KCC	주유소	SK주유소	SK에너지	중·고등 교재	좋은책신사고	좋은책신사고
떠먹는요구르트	요플레	빙그레	화장지	크리넥스	유한킴벌리	친환경 자동차	코나 일렉트릭	현대자동차	증권회사	삼성증권	삼성증권	타이어전문점	티스테이션(T'Station)	한국타이어
민감성스킨케어	아도람	네오팜	화발유	SK엔크린	SK에너지	침대	에이스침대	에이스침대	지방은행	광주은행	광주은행	테마파크	롯데월드 어드벤처	롯데월드 어드벤처
밀폐용기	락앤락	락앤락	SPA 브랜드	ZARA	자라리테일코리아	헬스케어	바디프랜드	바디프랜드	체크카드	신한체크카드	신한카드	패밀리리스토랑	빈스	CJ푸드빌
상처/흉터치료제	부채표 후시딘	동화약품	◇내구재 산업			3D프린터	신도리코	신도리코	패션주얼리전문점	미니골드	HON	패스트푸드점	롯데리아	롯데지알에스
생수	제주삼다수	제주특별자치도개발공사	가스레인지	린나이	린나이코리아	◇서비스재 산업			펫보험	삼성화재 다이렉트 애니멤	삼성화재해상보험	편의점	CU	BGF리테일
세탁제제	비트	라이온코리아	가정용 바닥재	KCC 글라스 바닥재	KCC 글라스	건강증진센터	서울아산병원 건강증진센터	서울아산병원	편의점식품PB	CU HEYROO	BGF리테일	편의점카페	세븐카페	세븐일레븐
소용진통제	신신파스 아렉스	신신제약	가정용 보일러	귀뚜라미보일러	귀뚜라미	국제 운송 서비스	EMS 우체국 국제특송	우정사업본부	프라이빗뱅크	신한PWM	신한은행	프리미엄점	피자헛	한국피자헛유한회사
소주	참이슬	하이트진로	가정용 제습기	LG WHISEN 제습기	LG전자	금융지주(그룹)	신한금융그룹	신한금융그룹	한방병원	경희대학교 한방병원	경희대학교 한방병원	항공(FSC)	대한항공	대한항공
소화제	까사활명수-큐	동화약품	공기청정기	코웨이 공기청정기	코웨이	다이렉트자동차보험	현대해상다이렉트	현대해상화재보험	호텔	신라호텔	호텔신라	헤어&뷰티브랜드존	준오헤어	준오뷰티
순산가공식품	삼진어묵	삼진식품	국내 세단	그랜저	현대자동차	대형 슈퍼마켓	롯데슈퍼	롯데슈퍼	IPTV	올레 tv	케이트이	OTT서비스	넷플릭스	넷플릭스서비스코리아
습윤밴드/드레싱	메디폼	한국먼디파마유한회사	국내 SUV/RV	산타페	현대자동차	대형 할인점	이마트	이마트	T-커머스	신세계TV쇼핑	신세계TV쇼핑	◇스페셜 이슈 부문		
식용유	해표 식용유	사조해표	검치냉장고	딤채	위니아당채	대형 할인점	이마트	이마트	착한브랜드	신한카드	신한카드 아름스	NGO브랜드	월드비전	월드비전
언더웨어/란제리	비너스	신영와코루	내비게이션	팅크웨어 아이나비	팅크웨어	브랜드 치킨 전문점	교촌치킨	교촌에프앤비						
엔진오일	SK ZIC	SK루브리칸츠	냉장고	삼성 뉴 세프컬렉션	삼성전자	브랜드 확원	중로엠스쿨	교육다움						
여성리류	지센	위비스	드럼세탁기	LG TROMM	LG전자	비즈니스호텔	신라스테이	신라스테이						
여성정장구두	금강	금강	디지털 도어록	게이트맨	아사아블로이코리아	사이버대학교	경희사이버대학교	경희사이버대학교						
요소수	유룩스	롯데정밀화학	모터사이클	혼다	혼다코리아	새벽배송 서비스	마켓컬리	컬리						
조미김	동원 양반김	동원F&B	복합오븐	SK매직 복합오븐	SK매직	생명보험	교보생명	교보생명보험						
종합문구	모닝글로리	모닝글로리	블랙박스	팅크웨어 아이나비	팅크웨어	서적 판매	교보문고	교보문고						
종합영양제	아로나민	일동제약	비데	코웨이 비데	코웨이	숙박 앱	아놀자	아놀자						
주방용품	락앤락	락앤락	사무용 복합기	신도리코	신도리코	스크린골프	골프존	골프존						
주스	델몬트	롯데칠성음료	생활의료가전	세라젠	세라젠									
즉석밥	햇반	CJ제일제당	수입 SUV / RV	벤츠GLC	메르세데스-벤츠코리아									
즉석죽	동원 양반죽	동원F&B	수입 세단	벤츠	메르세데스-벤츠코리아									
참치캔	동원참치	동원F&B	스마트홈네트워킹시스템 HT	현대통신	현대통신									
축산물 브랜드	형성축협한우	형성축산업협동조합	승용차 타이어	한국타이어	한국타이어									
치약	덴탈크리닉2080	애경	식기세척기	SK매직 식기세척기	SK매직									
친환경 페인트	KCC 페인트 숲으로	KCC	에어컨	LG WHISEN	LG전자									
치솔	덴탈크리닉2080	애경	엘리베이터	현대 엘리베이터	현대엘리베이터									
			육식 리모델링	대림바스	대림비엔코									

※ 전체 조사 결과는 2면과 한국능률협회컨설팅 홈페이지(www.kmac.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

◇역전 산업별 상위 1~3위 브랜드

대분류	중분류	산업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
소비재	식품일반	냉동만두	비비고만두 (684.6)	고향만두 (473.8)	백설 만두 (457.3)
		아이스크림	구구런 (459.4)	윌도스 (410.4)	슈퍼콘 (405.5)
	유음료/주류	맥주	테라 (579.9)	카스 (562.5)	하이트 (537.0)
		생활용품	헤어케어	미장센 (515.8)	TS샴푸 (490.0)
	패션용품	비즈니스캐주얼	미스터 헤지스 (522.9)	인디안 (488.8)	로가디스 (393.0)
		아웃도어	K2 (516.7)	코오롱스포츠 (481.9)	아이더 (462.0)
		여성의류	지센 (509.6)	루엡 (488.9)	샤트렌 (486.3)
		경유	에스오일 경유 (610.4)	SK에너지 경유 (551.9)	GS칼텍스 경유 (442.5)
	소비재기타	백화점PB	델라라나 (438.0)	엘리트 (403.9)	고메이494 (347.4)
		습윤밴드/드레싱	메디폼 (548.8)	메디터치 (412.2)	하이탑 (349.0)
내구재	가전제품	유산균제품	락토핏 (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 (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)
	금융	창호제	KCC 창호 (638.6)	LG Z·IN (616.1)	이건 창호 (475.6)
		간편결제서비스	카카오페이 (631.8)	삼성페이 (615.7)	제로페이 (303.9)
	통신	생명보험	교보생명 (576.6)	삼성생명 (573.8)	신한생명 (426.3)
		팩보험	삼성화재 다이렉트 애니팩 (543.4)	메리츠화재 펄퍼민트 (490.2)	현대해상 하이메이 애견보험 (420.2)
서비스재	온라인/모바일	알뜰론 (MVNO)	세븐모바일 (454.7)	헬로모바일 (421.5)	안심모바일 (405.5)
		배달앱	배달의민족 (758.3)	요기요 (665.0)	배달통 (384.2)
	서비스일반	부동산전문정보	직방 (512.6)	부동산114 (484.4)	다방 (467.9)
		인터넷 서점	에스24 (648.1)	알라딘 (584.1)	인터넷교보문고 (501.7)
	스페셜이슈	인터넷쇼핑몰	쿠팡 (642.4)	11번가 (509.2)	G마켓 (487.6)
		게임	넥슨 (606.0)	넷마블 (543.1)	카카오게임즈 (453.5)
		OTT서비스	넷플릭스 (459.6)	TVING (230.1)	네이버TV캐스트 (217.9)
		카셰어링	쏘카 (709.1)	그린카 (586.1)	유카 (323.4)
		택배서비스	우체국택배 (593.6)	CJ대한통운택배 (570.2)	한진택배 (464.1)
		구호개발단체 (NGO)	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
소비재	식품일반	수산물식품	삼진어묵 (535.8)	삼호어묵 (511.6)	고래사어묵 (432.6)
		헬스푸드	허쉬 (591.1)	슬림ק (393.7)	러브잇 (376.2)
	생활용품	구강청결제	가그린 (868.9)	리스타인 (364.7)	2080가글 (262.8)
		물티슈	크리넥스 (713.8)	깨끗한나라 (488.9)	수앤수 (382)
		손세정제	아이! 깨끗해 (704.8)	해피버스 (396.6)	메소드 (317.8)
내구재	자동차/가정	시니어기저귀	다밴드 (893.2)	테나 (344.6)	금비 (343.2)
		수입SUV/RV	벤츠GLC (626.9)	아우디Q7 (521.1)	볼보XC60 (397.1)
		생활의료기	세라젠 (736.1)	미건의료기 (442.4)	누가의료기 (359.1)
		일몰란트	오스텀일몰란트 (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	기업명	1위 산업군 수	산업명
LG전자	9	가정용세탁기, 노트북컴퓨터, 드럼세탁기, 로봇청소기, 에어컨, 의류건조기, 의류관리기, 청소기, TV	라이언코리아	2	세탁세제, 손세정제, 밀폐용기, 주방용품
아모레퍼시픽	5	남성화장품, 바디케어, 여성화장품, 영모염색제, 헤어케어	롯데쇼핑		백화점, 아울렛
유한킴벌리		기저귀, 물티슈, 생리대, 시니어기저귀, 화장지	메리세데스-벤츠코리아		수입세단, 수입SUV/RV
동원F&B	4	조미김, 즉석죽, 참치캔, 팻푸드	빙그레		떡볶이, 떡볶이, 떡볶이
신한카드		착한브랜드, 신용카드, 엠피카드, 체크카드	삼성전자		가전제품, 가전제품
금강	3	남성정장구두, 여성정장구두, 캐주얼화, 온화설계금융서비스, 은행, 프라이빗뱅크	신도리코		3D프린터, 사무용품
신한은행		초고속인터넷, A/S피커, IPTV	애경		치약, 칫솔
케이티		공기청정기, 비데, 청소기	우정사업본부		국세공공서비스, 택배서비스
코웨이		국내SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차	이마트		대형할인점, 대형할인점
현대자동차		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차	KCC		창호제, 창호제
CJ제일제당		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차	티빙		OTT서비스, OTT서비스
SK매직		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차	타이젠		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차
농심	2	국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차	한글컴퓨터		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차
대교		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차	한글컴퓨터		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차
대상		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차	한글컴퓨터		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차
동아제약		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차	한글컴퓨터		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차
동화약품		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차	한글컴퓨터		국산SUV/RV, 국내세단, 친환경자동차

◇소비재 산업

중분류	산업명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
식품일반	과자	22	새우깡 (506.1)	에이스 (472.2)	포테토칩 (424.5)
	라면	22	신라면 (709.4)	진라면 (492.0)	안성탕면 (415.5)
	식용유	22	해표식용유 (684.7)	백설 식용유 (555.9)	청정원 (참빛고운) 식용유 (403.1)
	김치	22	동원김치 (808.2)	사조참치 (438.8)	오뚜기참치 (435.4)
	간지	21	송가정 김치 (704.2)	비비고 김치 (486.6)	풀무원 김치 (367.8)
식품일반	냉장/냉동육	19	하림 (699.4)	목우촌 (573.0)	하이포크 (347.7)
	간장식품	15	정관장 (769.2)	통기인삼공사 고려홍삼 (347.2)	한삼인 (336.1)
	농산물브랜드	15	인공분류이전 (487.1)	진영 단감 (385.4)	나주배 (356.0)
	축산물브랜드	15	형성축협한우 (557.3)	장수한우 (480.1)	의성마늘포크 (448.0)
	초미김	10	동원 양반죽 (673)	비비고 김 (416.6)	광천김 (399.2)
식품일반	육가공품	8	스팸 (707.0)	라함 (412.5)	롯데햄 (398.7)
	자연조미료	7	연두 (705.4)	맛선생 (527.9)	산돌매 (525.1)
	장류	3	대성 청정원 (663.1)	CJ제일제당 해산물 (618.6)	해표 순장 (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 쌀국 (387.7)
식품일반	즉석죽	2	동원 양반죽 (647.7)	비비고 죽 (500.9)	아침엔 반죽 (493.1)
	죽	23	델몬트 (660.5)	쌍원 (404.3)	과일죽 (401.9)
	일반유유	22	서울 우유 (713.9)	남양 우유 (560.6)	매일 우유 (529.3)
	소주	21	참이슬 (623.3)	처음처음 (555.8)	진로 (골드) (438.5)
	탄산음료	21	코카콜라 (699.7)	칠성사이다 (587.6)	밀키스 (335.9)
유음료/주류	우유	19	베지밀 (664.4)	삼육우유 (549.3)	롯데 참우유 (339.8)
	떠먹는 요구르트	15	요플레 (745.9)	슈퍼100 (458.3)	바이오 (405.3)
	생수	15	제주산다수 (757.7)	아이시스 (487.3)	백산수 (430.2)
	가공우유	14	빙그레 바나나우유 (555.8)	서울우유 가공우유 (411.6)	남양 맛있는 우유 가공우유 (201.5)
	밸런스이온음료	9	포카리스웨트 (638.5)	게토레이 (575.7)	로레타 (432.1)
식품일반	기능성 마시는 요구르트	8	웰 (622.5)	불가리스 (518.3)	비피터스 (511.1)
	커피음료	2	맥심 T.O.P (555.3)	칸타타 (489.1)	바리스타 (381.1)
	기저귀	23	하비스 (870.1)	보송이 (363.3)	팍팍 (267.4)
	생리대	21	화이트 (596.3)	쉴온 (596.3)	위스퍼 (449.6)
	세탁세제	20	비트 (664.0)	퍼시 (464.4)	테크 (383.4)
생활용품	화장지	19	크리넥스 (630.4)	깨끗한나라 (506.6)	모나리자 (463.9)
	밀폐용기	18	락앤락 (704.8)	지퍼락 (524.7)	글라스락 (437.3)
	치약	17	덴탈크리닉2080 (579.2)	페리오 (497.1)	죽염 (411.1)
	바디케어	13	해피버스 (607.4)	비온드 (423.0)	러쉬 (377.0)
	치솔	9	덴탈크리닉2080 (584.8)	오랄-B (565.1)	페리오치솔 (486.7)
생활용품	주방용품	5	락앤락 (535.1)	테팔 (521.0)	해피콜 (495.6)
	섬유유연제	4	다우니 (592.0)	피죤 (558.2)	사프란 (550.6)
	남성화장품	2	오딧세이 (457.6)	우르소스 (427.6)	보닌 (422.6)
	여성화장품	2	헤라 (539.9)	설화수 (527.2)	오후 (425.3)
	영모염색제	2	미장센 (554.9)	로레알 (490.5)	벨라 (466.1)
생활용품	남성정장구두	23	글락 (656.0)	텐디 글락 (447.0)	미스페 (307.7)
	여성정장구두	23	비니스 (530.7)	비니안 (431.4)	보디가드 (419.7)
	여성정장구두	23	글락 (571.2)	글락 (571.2)	텐디 (469.8)
	캐주얼화	21	랜드로바 (627.4)	퀵버스 (528)	영에이지 (373.7)
	학생교복	19	스마트학생복 (623.4)	엘리트교복 (606.8)	아이비클럽 (540.2)
생활용품	캐주얼의류	18	빈폴 (587.3)	라코스체 (402.9)	폴로 (398.3)
	홀패션	8	이브리자 (708.2)	알레리랑 (432.8)	세사리랑 (416.9)
	캠핑용품	3	코오롱스포츠 (542.6)	코베아 (485.8)	버블루 (386.4)
	영양아복	2	해피랜드 (516.8)	암소바 (510.3)	아가방 (447.0)
	정장	2	갤럭시 (554.5)	다스 (502.0)	파크랜드 (391.9)
생활용품	SPA브랜드	2	ZARA (574.5)	SPA0 (481.5)	유니클로 (391.9)
	엔진오일	23	SK ZIC (753.0)	Kixx (439.7)	Mobil 1 (378.0)
	자양강장제	23	박카스 (688.2)	우루사 (494.0)	비타500 (467.2)
	취발유	23	SK엔크린 (749.1)	Kixx (544.9)	에스카슬린 (430.6)
	충합문구	21	모닝글로리 (674.7)	아트박스 (439.8)	양지자 (357.9)
소비재기타	벽지	17	LG Z·IN (668.9)	신한 벽지 (413.5)	개나리 벽지 (408.6)
	소화제	17	가쓰화령수-큐 (536.3)	가쓰화령수 (526.7)	메시콜 (353.9)
	민감성스킨케어	15	아토피 (633.6)	피지오겔 (396.4)	세타필 (384.4)
	담배	14	ESSE (553.0)	TIME (395.1)	DUNHILL (394.2)
	간지약	8	해피투벤 (421.1)	클대일 (374.3)	테라플루 (369.9)
소비재기타	충합염안경	8	아로나민 (689.4)	센트럴 (480.3)	넵콜 (390.4)
	대형할인점 식품PB	5	이마트 피코크 (511.9)	홈플러스 신상품 (438.7)	롯데마트 요리하다 (391.0)
	편의점 식품PB	5	CU HEYROO (659.0)	GS25 YOU US (478.9)	이마트24 me (344.4)
	소염진통제	3	신신파스 아렉스 (561.7)	제놀 (477.2)	멘소라틴 (469.8)
	자동차요수	3	유룩스 (559.9)	녹스K (452.2)	오터스 (409.7)

◇소비재 산업

중분류	산업명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
소비재기타	친환경페인트	3	KCC 페인트 숲으로 (738.2)	노루페인트 순&수 (431.0)	제비스코 푸른솔 (339.8)
	탈모치료제	3	판시달 (827.8)	마이녹실 (567.0)	프로페시아 (188.2)
	팻푸드	3	동원F&B 뉴트리플랜 (358.7)	풀무원 아미오 (313.0)	시저 (Cesar) (292.8)
	상처/흉터치료제	2	부채표 후시딘 (773.1)	마데카솔 (696.3)	노스카나젤 (183.3)
	숙취해소	2	여명808 (557.8)	상쾌한 (510.8)	헛개파워 (355.6)
소비재기타	변비약	2	메이킨Q (595.4)	돌코락스 (530.0)	아락실 (500.0)
	독감백신	2	지세플루퀴드리벨런트 (557.1)	플루아릭스테트라 (486.5)	코박스인플루 (410.5)
	해열진통제	2	게보린 (615.1)	타이레놀 (609.1)	펜잘 (464.6)
	소비재기타				

◇내구재 산업

중분류	산업명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
가전제품	정수기	23	코웨이 정수기 (743.3)	LG 퓨리케어 정수기 (464.6)	청호나이스 이과수 정수기 (417.8)
	가스레인지	22	린나이 (670.1)	SK매직 (486.8)	LG전자 (420.7)
	김치냉장고	22	딤참 (764.8)	LG DIOS (598.9)	삼성 김치플러스 (419.4)
	냉장고	22	삼성 뉴 세프컬렉션 (694.1)	LG DIOS (680.1)	휘슬 (336.8)
	공기청정기	19	코웨이 공기청정기 (628.4)	LG 퓨리케어 공기청정기 (572.0)	삼성 큐브 공기청정기 (528.4)
	드럼세탁기	19	LG TROMM (861.1)	삼성 플렉스워시 (562.9)	위니아전지 클라세 (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 무풍에어컨 (430.0)	위니아 (398.5)
	복합오븐	14	SK매직 복합오븐 (446.6)	LG DIOS 광파오 (389.1)	린나이 전기오븐 (348.6)
	가정용세탁기	8	LG WHISEN 세탁기 (521.0)	위닉스 보습 (489.7)	코웨이 세탁기 (456.7)
	TV	5	LG (765.4)	삼성 (740.5)	도시바 (268.5)
	음식물처리기	4	루벤 (510.6)	코웨이 (385.7)	하츠 (332.9)
	의류건조기	4	LG TROMM 건조기 (751.2)	삼성 건조기 (627.8)	린나이 건조기 (302.8)
정보통신	전기레인지	4	SK매직 전기레인지 (568.5)	LG DIOS 전기레인지 (474.5)	쿠쿠 인덕션레인지 (448.6)
	의류관리기	3	LG TROMM styler (805.8)	삼성 에어어드레서 (479.7)	코웨이 사계절 의류청정기 (165.2)
	스마트홈네트워크시스템	17	HT (497.7)	코콤 (492.8)	삼성SDS 스마트홈 (480.7)
	내비게이션	15	팅크웨어 아이나비 (630.3)	티맵모빌리티 T맵 (519.5)	카카오 내비 (395.7)
	사무용복합기	10	신도리코 (551.3)	캐논 (532.9)	HP (405.1)
	블랙박스	9	팅크웨어 아이나비 (699.3)	유라이브 (355.6)	아이로드 (336.0)
	시스피커	4	KT 기기자니 (737.8)	SK텔레콤 누구누구 (539.3)	아마존 에코 (319.2)
	3D프린터	3	신도리코 (620.4)	캐논 (584.0)	HP (326.0)
	가정용보일러	23	귀뚜라미보일러 (701.2)	경동나비엔 (562.4)	린나이보일러 (445.1)
	주방용가구	23	한샘키친&바스 (560.9)	에넥스 (459.2)	현대리바트 (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	게이트맨 (714.0)	삼성 스마트도어록 (482.4)	밀러 (416.7)
	자동차/가정	자동차배터리	13	로켓배터리 (748.0)	델코 (443.7)
주거용가구		12	한샘 인테리어 (578.8)	현대리바트 (528.4)	일몰 (462.8)
엘리베이터		10	현대 엘리베이터 (705.8)	오리츠 엘리베이터 (533.6)	타켄크루프 엘리베이터 (320.9)
가정용바닥재		6	KCC글라스 바닥재 숲 (561.1)	LG Z-IN (542.1)	한솔강화마루 (220.2)
헬스케어		6	바디프랜드 (715.0)	코지마 (594.6)	휴메트 (360.6)
사무용가구		5	퍼시스 (488.3)	비츠 (465.2)	리바트오피스 (386.8)
수입세탁		5	벤츠 (698.5)	BMW (552.6)	아우디 (484.8)
육상스포츠모빌링		5	대림버스 (664.4)	한샘리하우스 (537.1)	홀씨인테리어 (435.5)
국내SUV/RV		2	산타페 (478.3)	QM6 (458.1)	타볼리 (438.8)
국내세단		2	그랜저 (538.3)	쏘나타 (504.3)	제네시스 (429.3)
친환경자동차	2	코나 일렉트릭 (488.5)	그랜저 하이브리드 (437.0)	쏘나타하이브리드 (415.6)	

애플카드 부문 / 신한PayFAN

아이폰서도 ‘터치결제’ 1300만 고객이 써



신한카드는 업계 최다인 2680만 고객과 시장점유율 1위의 압도적 위상을 가진 대한민국 대표 신용카드 브랜드다. 총 가입 1300만명, 월 방문(MAU) 520만명, 하루 방문(DAU) 110만명. 이는 신한카드의 디지털 결제 플랫폼 ‘신한페이판’ 규모를 나타내는 수치다. 금융권 최대 규모이며, 경쟁사와는 규모 면에서 현격한 격차를 보이고 있다.

신한페이판이 국내 최고 결제 플랫폼으로 성장한 비결은 단순하다. ‘가장 편리한 결제 서비스’를 제공한다는 점이다. 신한페이판은 국내 간편결제 서비스 중 가장 광범위한 영역에서 결제를 지원한다. 신한카드는 탄탄한 온라인 고객 기반을 바탕으로 오프라인에서 승부수를 던졌다. 2019년 금융사 최초로 스마트폰을 대기만 하면 어디서든 결제 가능한 ‘터치결제’ 서비스를 개발해 전 가맹점에서 간편결제가 가능한 환경을 구축했다. 2020년에는 아이폰 기종도 터치결제가 가능한 기술을 개발했다. 아이폰까지 지원하는 결



제서비스는 신한페이판이 전 세계에서 최하다. 현재 국내의 많은 기업이 아이폰 터치결제에 관심을 보이고 있으며, 글로벌 시장에서도 문의가 이어지고 있다.

신한페이판의 또 다른 특징은 ‘디지털 월렛(Digital Wallet)’ 기능을 제공한다는 점이다. 2020년 10월 론칭한 ‘마이월렛’은 신용, 체크, 선불, 계좌 등 모든 결제 수단뿐만 아니라 이체, 송금, 신분증 기능까지 제공한다.

신한카드의 혁신성은 금융위원회가 주관하는 ‘혁신금융서비스’ 최다 선정(9건) 기업이라는 점에서 엿볼 수 있다. 지난 2월 정부의 ‘규제샌드박스 2

주년 성과보고회’에서 신한카드의 페이스페이(Face Pay)는 금융권 150개 중 대표 과제로 선정됐다.

페이스페이는 고객의 안면을 디지털 기술로 인식해 결제까지 완료하는 기술로 신한카드는 한양대, CU 매장 및 홈플러스 등에 상용화했다. 페이스페이 방법은 건물의 출입 보안에도 적용됐으며, 신한카드는 ‘Amazon Go’와 같은 무인 매장의 핵심 기술로 발전시킬 예정이다. 페이스페이 외에도 고객 소비 행동 기반 투자 서비스 ‘My투자’와 같은 혁신금융서비스가 신한페이판에서 제공되고 있으며, 고객들에게 좋은 평가를 받고 있다.

건강식품 부문 / 정관장

최상의 청정 원료삼 엄선 ‘품질제일주의’



KGC인삼공사의 정관장은 신뢰에 기반한 제품과 서비스를 통해 인간의 감성을 충족시켜 보다 나은 삶을 완성시킨다는 철학 하에서 브랜드 가치를 제고하기 위한 활동을 지속적으로 펼치고 있다.

올해로 122주년을 맞는 KGC인삼공사는 면연력에 우수한 홍삼의 전통성, 신뢰성, 품질 안전성을 널리 알리고 있다. 정관장의 인기비결은 우수한 품질의 홍삼에서 나오는 효능에 있다. 대표 홍삼 브랜드인 ‘정관장’을 중심으로 자연 소재 브랜드 ‘굿베이스’, 홍삼 밀도케어 화장품 ‘동인비’, 반려동물 건강식 ‘지니펫’까지 홍삼을 활용한 다양한 브랜드를 운영하고 있다.

한편 KGC인삼공사는 안정성을 최우선으로 품질제일주의에 입각한 경영활동을 이어가고 있다. 최상의 청정 원료삼 확보를 위해 정관장에서 사육되는 홍삼은 적합성 판정을 통과한 경작지에서만 계약재배 시스템으로



재배하고 있으며, 원료부터 제조에 이르기까지 총 7회에 걸쳐 290여 가지 안정성 검사를 실시하고 있다. 또한 호주, 일본 GMP 인증을 통과한 첨단 제조시설에서 제품을 생산하고 있으며 매년 이익금의 20%를 연구개발에 투자하고 있다.

이뿐만 아니라 안전한 원료 확보를 넘어 인삼 농가와와 상생 협력을 위해 농가를 대상으로 연간 약 2500억원의 경작관리비 지원과 기술지도를 제공하고 있으며, 계약재배를 통해 안정적

인 구매가격을 유지하여 농가 소득 증대에도 도움을 주고 있다.

제품 측면에서 KGC인삼공사는 새로운 홍삼 소비문화 정착을 위해 휴대가 간편한 홍삼정인 ‘홍삼정에브리타임’ 제품을 출시하여 2030고객층과 직장인들에게 큰 호응을 얻고 있다. 홍삼 정에브리타임과 더불어 최근 가장 각광받는 제품은 여성건강 전문브랜드 ‘화애락’이다. 이름 그대로 여성들의 ‘화목한 삶(和), 사랑하는 사람(愛), 즐거운 삶(樂)’을 위해 2003년 출시 후 여성 건강을 위한 다양한 제품을 출시해 큰 사랑을 받고 있다.

이와 더불어 녹용 브랜드 ‘천복’은 녹용에도 정관장의 엄격한 품질관리 기준을 적용해 ‘믿고 먹을 수 있는 녹용’ 제품이라는 평가를 받고 있다.

KGC인삼공사는 올해 1월 650만명을 돌파한 정관장 멤버스 고객을 바탕으로, 2021년 다양한 신제품 개발과 프로모션 및 신규고객 창출 활동을 통해, 홍삼시장을 넘어서 종합건강식품의 대표 브랜드로서 자리매김하기 위하여 소비자 니즈에 맞춘 다양한 마케팅 활동을 전개할 예정이다.

건강증진센터 부문 / 서울아산병원 건강증진센터

고객 맞춤형 건강검진으로 품격있는 서비스 제공



서울아산병원

서울아산병원이 2021년 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사에서 건강증진센터 부문 4년 연속 1위에 선정됐다. 모든 직원이 고객의 건강을 위해 최선의 건강검진 서비스를 제공한 결과다. 서울아산병원 건강증진센터는 전문 간호사가 일대일 상담을 통해 고객의 특성과 요구를 반영하고 개인별 맞춤형 건강검진 프로그램 설계하여 잠재적인 건강 위험인자를 찾아내고 건강관리의 가이드라인을 제공하기 위해 노력하고 있다.

이 밖에도 △1일 최대 수진 인원 제한을 통한 쾌적한 환경 유지 △담당 직원의 효율적인 일정 관리로 대기시간 최소화 △전문가의 검진 결과에 대한 자세한 설명 △건강검진을 이용하는 법인·단체 고객을 대상으로 건강 강좌 시행 △과거 건강검진 고객에게 건강을 위한 주의사항을 안내하는 해피콜 서비스 운영 등 건강검진의 질적 향상과 서비스 개선, 사후 관리기능 강화에



힘을 쏟아왔다.

서울아산병원 건강증진센터는 암, 심장병, 뇌질환 등 중증질환이 발견된 고객이 전문적인 치료를 받을 수 있도록 돕기 위한 신속한 진료 연계 시스템을 갖추었다. 암, 장기이식, 심장병 등에 걸쳐 매년 6만5000여 건의 고난도 수술 및 치료를 시행하고 있다. 서울아산병원은 3차 종합병원에서도 치료하기 어려운 수술을 의뢰받아 완치시키는 병원이라는 뜻으로 ‘4차 병원’이라 불리며 중증환자들의 마지막 희망이

되고 있다.

자체적으로 13개의 외래분과(소화기내과, 가정의학과, 심장내과, 내분비내과, 호흡기내과, 비뇨의학과, 감염내과, 산부인과, 알레르기내과, 영상의학과, 신경과, 치과, 정신건강의학과)를 운영하고 있어 더욱 전문적인 검진 결과 분석을 제공하며, 질환 발견 시 더욱 빠르게 진료를 연계할 수 있는 장점이 있다.

서울아산병원 건강증진센터의 최첨단 의료장비를 이용한 검사와 쾌적한 환경 등 환자 중심의 구성이 입소문을 통해 해외에서도 많은 고객이 내원하고 있다. 2018년부터 시행하고 있는 컨시어지 서비스를 통해 외국어 코디네이터 배치, 예약, 사후관리 등 외국인 고객을 위한 편의를 제공함에 따라 중국, 미국, 러시아 고객이 꾸준히 찾고 있다. 또한, 최근에는 중동, 베트남 등 다양한 국가에서 문의가 꾸준히 늘고 있는 추세다.

최재원 소장은 “앞으로도 고객들에게 정중함과 감동이 있는 건강검진 서비스를 제공하기 위해 노력하겠다”고 덧붙였다.



신한PWM은 2011년 금융권 최초로 은행과 증권이 하나의 공간에서 만나, 각 분야 전문가가 그룹이 고객의 니즈에 맞는 차별화된 자산관리 솔루션을 제공하기 위해 도입된 금융복합점포 모델이다. 신한PWM은 고객의 니즈 및 자산 규모에 따라 4단계(4-Layer) 관리체계를 도입해 고객별로 차별화된 사업 모델을 운영 중이다. 세분화된 사업 모델은 초부유층 기업이 고객을 대상으로 PB와 IB가 결합된 특화 서비스를 제공하는 PIB센터, 소수 정예의 초고자산가 고객을 일대일로 밀착·집중 관리하는 Privilege센터, 고자산가 고객군을 관리하는 PWM센터와 준자산가 고객군을 관리하는 PWM Lounge 등 네 가지로 분류된다.

PWM센터에서 근무하는 전문적인 자산관리 교육을 받은 130여 명의 프라이빗뱅크(PB)들은 고객별 맞춤 자산관리 서비스를 제공하고 있다.

신한PWM은 상담을 통해 고객의 니즈와 투자 성향을 분석하고 고객의 목



적에 맞는 최적의 포트폴리오를 제공하고 있다. 상품 단위의 판매가 아닌 고객 맞춤 포트폴리오 제안을 위해 신한금융그룹 차원의 종합적인 하우스뷰와 투자 전략을 수립하고, 강화된 내부 통제 시스템을 통한 리스크 관리를 선제적으로 수행하며 신한금융그룹의 폭넓은 네트워크를 활용해 PWM 전용 상품을 지속적으로 발굴하고 있다. 상품 가입 이후에도 본부 전문가와 PB팀장이 주기적으로 포트폴리오를 진단하고 리스크를 관리함으로써 PWM고객의 신속하고 정확한 분석과 투자 판

단이 가능하다.

또 신한PWM은 다양한 분야의 전문가 그룹이 제공하는 입체적인 자문 서비스를 제공하고 있다. 채무, 부동산 투자, 유언·상속 법률 자문 서비스, 기업 승계 컨설팅, 자금 조달 컨설팅 등 분야별 전문가로 구성된 본부 전문가 팀이 고객 맞춤 솔루션을 제공한다. 또 법인고객에는 법인의 자금 관리, 자금 조달, 채무, 부동산, 회계까지 법인에 맞는 최적의 솔루션을 제공한다.

경쟁이 치열해지는 자산 관리 분야에서 남보다 앞선 특화 시장 발굴과 차별화된 서비스 제공을 위해 신한PWM은 2019년 12월 신한PWM PIB센터를 서울 강남에 열었다.

PIB센터에서는 투자 포트폴리오 전문가, 상품 매니저, 법인 컨설턴트, 부동산 전문가, 회계사로 구성된 ICC(투자컨설팅센터)가 PB팀장과 한 팀이 돼 개인, 가족, 기업까지 아우르는 종합적인 자산 관리 서비스를 제공한다. 신한PWM은 한 단계 더 업그레이드된 사업 모델 PIB센터를 통해 WM 시장의 새로운 패러다임을 이끌어 갈 계획이다.

테마파크 부문 / 롯데월드 어드벤처

환경보호에 앞장서는 ‘必환경’ 테마파크



1989년 오픈한 ‘롯데월드 어드벤처’는 급변하는 트렌드에 발 맞춰 새로운 콘텐츠로 업계를 선도해온 국내 정상급의 테마파크다. 최근에는 기업의 비재무적 요소인 ‘ESG 경영(환경·책임·투명경영)’에 대한 관심과 기업의 사회적 책임이 대두되면서 롯데월드가 지금까지 받은 사랑에 보답하기 위한 다양한 활동을 이어가고 있다.

롯데월드는 환경 문제 개선과 탄소 배출 저감에 기여하는 필(必)환경 경영 행보를 이어나가고 있다.

롯데그룹의 자원 선순환 프로젝트 ‘5Re 모델’, 즉 감축(Reduce), 대체(Replace), 재설계(Redesign), 재사용(Reuse), 재활용(Recycle) 등에 적극 동참해 자체 자원 선순환 캠페인 ‘그린월드’를 다양한 업무 분야에 적용하고 있다.

가장 눈에 띄는 것은 1989년 테마파크 오픈부터 지금까지 파크 내 자원 선순환을 위한 설비 확대다. 테마파크 특성상 쓰레기 미생물 발효 소멸기를 도입해 폐기물을 감축하고 연간 약 900



kg 온실가스 발생 저감 효과를 거두고 있다.

최근 롯데월드는 단순히 기업 내부의 친환경 경영을 넘어 롯데월드를 방문하는 손님도 쉽게 동참할 수 있는 친환경 캠페인을 전개하고 있다. 작년 11월부터 월평균 1만개에 달하는 파크 내 폐페트병을 수거해 업사이클링 필통을 제작하고 판매하는 자연 선순환 캠페인을 진행하고 있다. 또 필통 판매 수익금은 환경보호기금으로 적립해 활용할 예정이다.

앞으로도 롯데월드는 자원 선순환 캠페인 그린월드를 통해 친환경 테마파크를 조성하기 위한 활동을 지속할 예정이다. 먼저 올해 4월부터 연간 소비량이 약 84만개에 달하는 식품점의 플라스틱 빨대를 친환경 빨대로 순차적으로 대체한다.

또 2023년까지 모든 사업장의 티켓과 영수증을 디지털화해 소모성 폐기물을 감축할 계획이다. 더불어 학생 단체를 대상으로 업사이클링 에코백 제작 및 친환경 교육 프로그램을 진행해 학생들의 환경 의식 제고에 기여할 예정이다.

kg 온실가스 발생 저감 효과를 거두고 있다.

최근 롯데월드는 단순히 기업 내부의 친환경 경영을 넘어 롯데월드를 방문하는 손님도 쉽게 동참할 수 있는 친환경 캠페인을 전개하고 있다. 작년 11월부터 월평균 1만개에 달하는 파크 내 폐페트병을 수거해 업사이클링 필통을 제작하고 판매하는 자연 선순환 캠페인을 진행하고 있다. 또 필통 판매 수익금은 환경보호기금으로 적립해 활용할 예정이다.

앞으로도 롯데월드는 자원 선순환 캠페인 그린월드를 통해 친환경 테마파크를 조성하기 위한 활동을 지속할 예정이다. 먼저 올해 4월부터 연간 소비량이 약 84만개에 달하는 식품점의 플라스틱 빨대를 친환경 빨대로 순차적으로 대체한다.

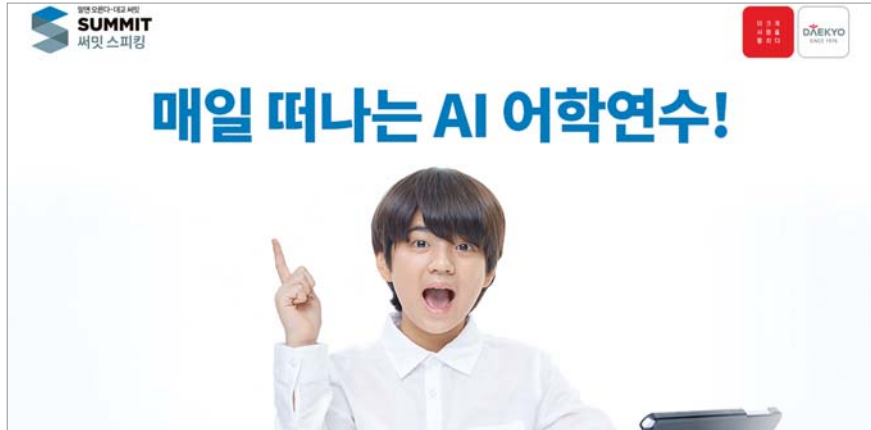
또 2023년까지 모든 사업장의 티켓과 영수증을 디지털화해 소모성 폐기물을 감축할 계획이다. 더불어 학생 단체를 대상으로 업사이클링 에코백 제작 및 친환경 교육 프로그램을 진행해 학생들의 환경 의식 제고에 기여할 예정이다.



‘눈높이’는 개별 학생의 눈높이에 맞춰 가르치는 교육의 새로운 패러다임을 탄생시킨 국내 대표 교육서비스 브랜드로, 인공지능(AI)을 활용한 AI 학습서비스 ‘대교 써밋’ 제품과 국내 최초로 공부역량 개발 서비스 등을 선보이며 교육의 새로운 가치를 지속 창출해내고 있다.

지난해에는 태블릿PC에 적용된 AI 알고리즘을 활용해 개인별 맞춤 학습을 제공하는 ‘대교 써밋 스피킹’과 ‘대교 써밋 스코어국어’ ‘대교 써밋 어휘력’을 신규 론칭하기도 했다.

‘대교 써밋 수학’은 태블릿PC를 활용해 개인별 맞춤 학습을 제공하는 AI 학습 서비스로, 교과 내신 역량을 강화시켜주는 스코어수학과 빠르게 연산 역량을 완성하는 스피드수학이 있다. 두 프로그램에는 공통적으로 AI 수학 분석 관리 기술인 스마트 알고리즘이 적용됐다. 핵심은 특화된 지식유닛 기술이다. 지식유닛은 모든 수학적



지식을 가장 작은 단위로 쪼개 각각을 디지털화한 것으로, 써밋 수학은 이에 기반한 드릴다운(Drill Down) 방식을 적용했다. 드릴다운 방식은 문제를 세분화해 단계적 문제풀이가 가능하고 오답의 최초 원인도 추적할 수 있다. 학습자가 수학 문제를 왜 틀렸는지 정확하게 분석하고 처방해 줌으로써 부족한 개념을 완벽하게 보완할 수 있다.

‘대교 써밋 스피킹’은 자기주도적 학습에 최적화된 ‘의미 이해-발화 훈련-실전 대화’라는 단계적 학습 과정으로 설계되었으며, ‘Pass’와 ‘Fail’로 직 기반의 시스템을 통해 개인별로 부

족한 표현을 연습할 수 있는 개별 맞춤 학습을 제공한다.

‘대교 써밋 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.

교육업계 최초로 자체 개발한 한국어 독해 지수 ‘크리드’는 대교와 광주교대 독서교육센터가 산학협력 연구를 통해 개발한 한국어 독해지수로, 글의 난이도와 학습자의 읽기 능력 수준을 객관적 수치로 보여주는 지수다.

은행 부문 / 신한은행

‘고객 중심’ 강화하고 ‘디지털 혁신’ 가속



‘고객 중심’을 최우선 가치로 실천하는 신한은행이 은행권 최초로 상대 평가를 폐지하고 영업 전략 수립 권한을 현장에 위임한 ‘같이 성장 평가 제도’를 도입했다.

또한 소비자 보호그룹 신설, 투자상품 판매 금지 제도 도입, 고객 중심 영업점 신설 등 기존 은행에서 볼 수 없었던 고객을 위한 새로운 경영활동을 강화하고 있다.

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

또한 업(業)의 본질에 대한 혁신을 통해 신한은행을 디지털 기업으로 변화시키고자 적극적인 투자와 과감한



시도를 하고 있다. 디지털 영업을 통해 영업 방식을 혁신할 금융권 최초의 창구 없는 영업점 ‘디지털영업부’와 인공지능(AI)을 중심으로 은행 변화를 이끌 ‘AI통합센터’, 영상 상담을 통해 전문 직원과 원격으로 업무를 처리하는 ‘디지털데스크’를 만들었으며, 은행장 직속 ‘디지털혁신단’을 설립해 디지털 전환(Digital Transformation)을 가속화하고 있다.

올해 1월 마이데이터 분허가 획득을 계기로 정밀한 데이터 기반의 고객 분석을 정교화하고 단편적인 상품 추천이 아닌 생애 전반 자산을 설계하고 관

리할 수 있는 ‘종합 금융상품 솔루션 플랫폼’을 구축할 계획이다.

최근 ESG(환경·책임·투명경영) 금융 부문에서도 선구자적 행보를 이어가고 있다. 국내 시중은행 최초로 적도원칙에 가입하고 탈석탄 금융을 공식적으로 선언하며 환경, 사회적 가치 창출에 앞장서고 있다.

진옥동 신한은행장은 신년사를 통해 “지금 당장 서둘러야 하는 것은 ‘디지털 전환’이라며, “‘신한’이라는 브랜드가 온·오프라인을 아울러 시장을 압도하는 플랫폼이 될 수 있도록 과감한 도전을 이어갑시다”라고 말했다.



경희사이버대학교는 명문 사학 경희대학교의 전통과 노하우를 바탕으로 2001년에 경희학원이 설립한 최초의 사이버대학으로서 2021년 개교 20주년을 맞이까지 ‘경희의 온라인 캠퍼스’로 우수한 교육커리큘럼 제공으로 사회 다양한 분야에서 우수한 인재를 배출해 오고 있다.

특히 2020년 2월에 사이버대학 최초로 클라우드 방식의 비학위과정 플랫폼 구축을 완료하였고, 온라인 교육을 필요로 하는 기관마다 맞춤형으로 LMS(학습관리시스템) 운영 서비스를 제공해 오고 있다.

비학위과정 LMS를 활용하여 독거노인종합지원센터 노인맞춤돌봄서비스(보건복지부 사업) 수행인력 3만여 명에 대한 온라인 교육을 2020년 2월부터 지속 운영해 왔으며, 행정안전부에서 실시하는 읍·면·동 간초청 공무원(약 1000명) 직무교육에서도 온라인 플랫폼 운영과 콘텐츠 개발을 전담한 도전을 이어갑시다”라고 말했다.



또한 한국예술인복지재단(문화체육관광부 산하 기관) 온라인 교육을 운영해 2020년에 약 1만명의 예술 분야 종사자들이 경희사이버대학교 플랫폼을 통해 교육을 이수토록 하였으며, 홍콩중문대학교 평생교육원과 제휴하여 홍콩 현지인들을 대상으로 온라인 한국어과정 프로그램을 운영하고 있다.

아울러 한국국제교류재단의 글로벌 e스쿨 사업에 참여해 해외 대학생들을 대상으로 한국어·한국문화 교육을 지

원하고 있다.

경희사이버대학교는 2020년 코로나19 팬데믹 위기 상황에서 정부 및 공공기관 업무 전담 인력에 대한 비대면 ‘온라인 직무교육 콘텐츠’를 제작·운영해 공공기관 직무교육에 공백이 없도록 한 공적을 인정받아 한국언론인협회와 한국경영자총협회가 공동 주최하고 한국지속경영평가원이 주관하는 ‘제11회 행복다한 사회공헌 캠페인’에서 보건복지부 장관상을 수상하기도 했다.

침대 부문 / 에이스침대

“누워보면 압니다” ... 좋은 잠 솔루션 제시



보약 같은 좋은 잠을 위해 끊임없이 숙면 솔루션을 제시하는 기업이 있다. 에이스침대가 한국능률협회컨설팅(KMAC)이 주관하는 국내 최고 순위 브랜드 평가인 ‘2021년 한국 산업 브랜드 파워(K-BPI)’ 조사에서 처음으로 침대 부문 1위에 선정된 2000년 이래 22년 연속 1위에 선정되는 쾌거를 이뤘다.

‘최고가 아니면 만들지 않는다’는 경영철학과 ‘차별화된 브랜드 경쟁력’의 기반은 품질에서 출발한다’는 생각을 바탕으로 끊임없는 설비 투자와 신기술·신소재 개발에 주력하고 있는 에이스침대는 1992년 ‘침대공학연구소’를 설립하고 첨단 연구 설비와 자동 생산시스템을 통해 최적의 수면조건을 갖춘 가장 편안한 침대를 지속적으로 연구하고 있다.

그 결과 어떤 체형에도 인체곡선을 따라 빈틈없이 감싸줘 부드러우면서도 탄력 있는 수면조건을 제공해 스프



링 한 개가 연결형과 독립형의 장점을 모두 갖춘 새로운 형태의 스프링이자 에이스침대 최고의 스프링 기술력인 ‘하이브리드 Z스프링’을 개발하고 세계 15개국에서 특허를 획득했다.

에이스침대는 품질 향상과 소비자 보호를 위해 국가가 정한 위생, 안전 기준에 적합한 우수한 제품을 생산하고자 친환경 자재를 사용하는 것은 물론 매트리스 내부에 들어가는 중요한 소재는 직접 생산한다.

에이스침대의 모든 제품은 E0등급의 친환경 자재만을 사용해 제조한다.

가구에 사용하는 목재 등급은 새가구인증군의 원인물질인 포름알데히드 방출량이 따라 구분되는데, 에이스침대는 국내 가구 목재 준수 기준인 E1등급을 넘어 미국과 유럽 기준인 E0등급의 친환경 자재를 사용해 품질과 안전성을 더욱 높였다.

에이스침대는 많은 브랜드가 오프라인 매장을 축소·폐지하는 것과는 달리 오히려 고객의 체험을 확대하기 위한 오프라인 접점을 늘리고 있다. ‘침대만은 직접 누워보고 구매해야 한다’는 경영철학 아래 제품 체험을 위주로 한 대형 매장을 새롭게 열고 있으며, 사적인 공간에서 충분한 시간 동안 잠잘 수 있는 슬립센터도 운영하고 있다.

에이스침대는 기존 백화점 매장을 확대해 운영하거나 팝업 스토어를 마련해 소비자 체험 기회를 늘렸다. 지난 2월 말 오픈한 ‘더현대 서울’에도 매장을 오픈했으며, 현재 입점한 리빙, 가구 브랜드 매장에서 가장 큰 규모인 312㎡(94평)로 들어섰다. 프리미엄 라인업을 위주로 패적하고 아늑한 매장으로 구성해 소비자에게 풍부한 브랜드 경험을 제공하고 있다.



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 최초로 언택트 매장인 ‘스마트스토어’를 오픈했다. 520㎡(약 157평) 규모의 뷰티 전문 매장인 스마트스토어는 QR코드 스캔을 통한 모바일 카트 시스템, 얼굴 인식 및 증강현실(AR) 기술 기반 디지털 쇼핑 서비스 제공 등 신개념 쇼핑 환경이 구현된 디지털 매장이다. 롯데면세점은 향후 국내뿐만 아니라 해외 지점에도 스마트스토어를 오픈해 롯데면세점이 갖고 있는 디지털혁신(DT)·정보기술(IT) 역량을 적극 활용해 해외 면세 시장에 경쟁력을 강화해나갈 예정이다.

롯데면세점은 문화 마케팅에 디지



털 혁신을 목표로 차별된 디지털 경험 또한 제공하고 있다. 지난해로 30회를 맞이한 롯데면세점 ‘패밀리 콘서트’는 대한민국을 대표하는 한류 문화 콘텐츠로 코로나19 상황을 고려해 작년 9월 처음으로 온라인으로 진행됐다. 전 세계인이 함께 즐길 수 있도록 6개 언어로 진행된 이번 랜선 콘서트는 최대 동시 접속자 수 55만명, 총 조회 수 220만회를 기록하는 등 성황리에 마무리됐다. 롯데인터넛면세점 고객만을 대상으로 진행된 이번 콘서트 효과로 총 90만여 명의 신규 고객이 유입되

고, 2만여 명의 내국인 고객이 휴면해 제 후 정상 회원으로 전환하는 등 큰 마케팅 효과를 거뒀다.

2010년대부터 해외 사업 비중을 높여오며 글로벌 경쟁력 강화에 힘쓴 롯데면세점은 다가오는 포스트 코로나 시대를 대비해 다시 한번 해외 진출을 적극 추진하고 있다.

롯데면세점은 올해 첫 행보로 지난 1월 일본 간사이국제공항에 신규매장을 오픈했다. 2014년 6월부터 영업을 이어온 간사이공항에서 다른 사업권 획득에 따른 매장 추가 오픈이다. 롯데면세점은 상반기 안에 구쥬, 티파니, 불가리, 보테가베네타 등 명품 브랜드와 주얼리를 갖춘 프레스티지매장을 순차적으로 오픈할 예정이다. 계약 기간은 2023년 9월까지로 사업 기간에 1000억원 수준의 매출을 기대하고 있다.

롯데면세점은 이번 간사이공항점 신규매장 오픈을 시작으로 ‘고객 다변화’에 초점을 맞춰 사업 포트폴리오 다각화에 박차를 가한다. 롯데면세점은 특히 성장 잠재력이 돋보이는 방한 베트남 고객과 베트남 현지 면세 시장에 주목하고 있다.

식용유 부문 / 해표식용유

품질은 기본 ... ‘빨간색 이미지’로 차별화



해표 식용유는 엄격한 품질 관리를 통해 브랜드에 걸맞은 제품 생산에 많은 노력을 하고 있으며, 식용유 업계 최초로 ISO 9002 인증을 획득해 품질 경영체제를 확립했다.

참살이를 뜻하는 웰빙 트렌드에도 신속히 대응해 올리브유, 포도씨유, 카놀라유 등 고급유 및 빛기름, 고추맛기름을 출시하는 등 제품 차별화를 펼쳐 높아져 가는 소비자의 기대에 적극적으로 대응하고 있다.

해표식용유는 디자인부터 남다르다. 해표만의 적색으로 표현된 BI는 매대에서 시각적으로 차별화됨은 물론 시인성이 뛰어나 멀리서도 쉽게 다른 제품과 구분할 수 있다. 따라서 ‘빨간색’ 하면 해표를 떠올릴 만큼 해표 브랜드는 소비자들에게 깊이 각인돼 있다.

해표식용유가 가장 중요하게 생각하는 것은 바로 제품에 대한 엄격한 품질 관리다. 식용유 업계 최초로 KS 인 증마크를 획득함은 물론, 현재 전 사회



적으로 이슈가 되고 있는 ‘안전한 먹거리’를 실천하고자 노력하고 있다.

또한 해표식용유는 단순히 원료를 수입해 가공 판매하는 것에서 벗어나, 국내에서 직접 공기를 확보하는 것으로도 유명하다. 단순히 원료를 수입해 가공하는 것보다 몇 배 더 많은 공정이 요구되지만, 국내에서 직접 착유한다는 자부심을 토대로 더 좋은 식용유 생산을 위해 오늘도 최선을 다하고 있다. 친숙한 이미지를 구축한 해표식용유는 업계에서도 인기다. 꾸준히 사용하는 충성도 높은 고객 수가

많고, 다양한 전용유 개발도 지속적으로 진행하고 있어 앞으로 업소용 시장에서의 활발한 움직임 역시 기대해 볼 만하다.

제품 본연의 품질뿐만 아니라 패키지의 심미성·편리성·기능성에 대한 끊임없는 연구를 통해 패키지 개선에도 끊임없는 노력을 기울이고 있다. 최근 6가지 최신 트렌드인 H(History) A(Alone) E(Easy) P(Premium) Y(Young) O(Outdoor)를 반영해 새롭게 선보인 해표 고급유는 해표 식용유의 이미지를 더욱 고급스럽고 세련되게 개선해 소비자들에게 적극적으로 다가가겠다는 해표식용유의 의지가 담겨 있다.

해표식용유는 꾸준한 광고 노출과 브랜드 로고 및 심볼 교체, 패키지 디자인 변경 등을 통해 시장에 능동적으로 대처하고 있으며, 앞으로도 지속적인 제품의 품질 관리와 시즈널 마케팅 등 신규 마케팅 방법을 도입해 웰빙 문화에 적극적으로 대응할 것이다. 이를 통해 세대가 변해도 사랑받는 상품으로 간직되기 위해 끊임없이 노력할 계획이다.



귀뚜라미보일러는 기후위기대응을 위한 정부의 탄소중립 정책에 발맞춰 친환경 고효율 보일러 개발과 보급 확대에 앞장서고 있다. 귀뚜라미는 정부, 지방자치단체 주도로 추진 중인 ‘가정용 친환경 보일러 보급 지원 사업’에 2015년부터 참여하고 있다.

귀뚜라미는 올해도 정부가 발표한 총 23만대 친환경보일러 보급을 달성할 수 있도록 ‘2021년 가정용 친환경보일러 보급 지원 사업’에 대한 다양한 지원활동을 전개하고 있다. 이와 함께 귀뚜라미보일러는 지난해 ‘거꾸로 NEW 콘덴싱 프리미엄’ ‘거꾸로 NEW 콘덴싱 플러스’ ‘거꾸로 ECO 콘덴싱’ 등 정부지원금 혜택을 받을 수 있는 환경부 인증 콘덴싱보일러 신제품을 추가로 출시하면서 친환경보일러 대중화에 더욱 박차를 가했다.

귀뚜라미보일러는 친환경 마케팅 강화와 친환경보일러 라인업 확대 등을 통해 2018년 38% 수준이었던 콘덴싱보일러 판매 비중을 2020년 80% 수



준으로 2배 이상 성장시키는 성과를 거뒀다.

최근에는 프리미엄 친환경보일러 마케팅으로 소비자들에게 주목받고 있다. 대표적인 제품은 ‘거꾸로 NEW 콘덴싱프리미엄 가스보일러’다. 이 제품은 주거환경 첨단화와 화상실이 2개 인 주택 증가 등 최근 건설업계 트렌드 변화에 맞춰 최신 정보통신기술과 온수증대기술 등 최고급 옵션 사양을 모두 적용한 고급형 모델이다.

고객의 보일러 사용 정보를 학습해 최적의 생활환경을 제공하는 귀뚜라

미보일러만의 ‘스마트 학습기능’과 실시간으로 보일러 애러 정보를 알려주는 ‘자가 진단 알림 기능’ 등 편의 기능도 제공된다. 기존 모델에는 없던 자동 조건을 최적화해 연료 소비를 줄여주는 ‘난방비 절약기능’과 우리집 보일러 가스 소비량을 실시간으로 모니터링할 수 있는 ‘에너지 사용량 표시’ 등 새로운 기능도 추가했다.

아울러 ‘음성안내’ ‘모니터 자동 밝기 조절’ ‘차일드록(잠금기능)’ 등 사용자 친화적인 기능과 메뉴를 추가해 편의성을 높였다.

방범보안서비스 부문 / 에스원

첨단기술 총망라한 ‘통합 보안 플랫폼’ 추진



에스원은 1977년 국내 최초 보안전문기업으로 설립됐다. 이후 40여년간 끊임없는 기술개발과 전문 인력

육성을 통해 개인은 물론 기업 그리고 공공기관에 보안, 건물 관리, SI 솔루션 등 다양한 서비스를 제공하며 국내 보안업계를 선도하고 있다.

1981년 에스원은 국내 최초로 시스템 보안 서비스를 제공하기 시작했다. 40여 년이 지난 현재 85만명이 넘는 고객이 사용하는 명실상부 대한민국을 대표하는 보안 기업으로 성장했다. 고객에게 고품질의 서비스를 제공하기 위해 통합보안센터를 운영하고 있으며 전국 100여 개가 넘는 출동 인프라스트럭처도 구축했다.

또한 국내 최초의 전문 시큐리티 교육기관인 에스원 인재개발원에서는 전문 기술력과 도덕성, 체력을 두루 갖춘 첨단 보안인력을 양성하고 있다. 이뿐만 아니라 연구개발 부서의 전문 연구 인력이 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT) 등 첨단 기술을 접목해 개인과 사



회의 안전을 지키기 위한 다양한 신상품 개발에 박차를 가하고 있다.

에스원은 40여 년간 축적된 노하우와 기술력을 바탕으로 사업 영역을 확장해 나가고 있다.

출입 관리, 영상 보안 등과 같은 물리 보안부터 네트워크 보안, 개인정보 보호가 주를 이루는 정보 보안 그리고 개인 안심서비스(MVNO), 차량운행 관리와 같은 이동체 보안에 이르기까지 서비스 영역을 점차 넓혀 가고 있다.

또한 2015년에는 프리미엄 부동산 종합 서비스 브랜드 ‘에스원 블루에

셋’을 론칭하며 시설 관리부터 부동산 마케팅, 임대차 관리까지 건물 가치 제고를 위한 프리미엄 서비스를 제공하고 있다. 나아가 IoT 기술을 접목한 스마트 건물 관리 서비스를 준비하고 있으며, 카카오톡 알림과 제휴를 통해 새로운 주차 서비스도 선보일 계획이다.

에스원은 국내외의 주요 시설에 통합 보안 솔루션을 구축하고 있다. 공항, 플랜트, 원자력발전소 등 국가 기간시설에 공공의 안전을 지키고 있다. 2011년 중국 현지 법인 설립을 시작으로 해외 시장 개척에 나섰다. 현재 베트남, 동남아, 중동 등 해외 거점을 통해 글로벌 도약의 발판을 마련하고 있다.

에스원은 기술 혁신을 위한 연구·개발(R&D) 조직을 사업부 조직과 통합하고 물리 보안 사업과 빌딩 관리 사업 조직을 하나로 합치는 등 ‘통합 보안 플랫폼’ 구축에 박차를 가하고 있다. 팬데믹 이후 새로운 보안 기술에 대한 관심이 급격하게 고조된 가운데 업계 선두주자인 에스원은 첨단 기술을 총망라한 ‘통합 보안 플랫폼’을 선보일 계획이다.

금융지주(그룹) 부문 / 신한금융그룹

ESG 앞장 글로벌 일류금융그룹 도약



신한금융그룹은 불확실성 속에서도 모든 이해관계자에게 인정받는 ‘일류 금융그룹’으로 진화하겠다는 목표하에 ‘F.R.E.S.H 2020s 중기전략’ (△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 확대)을 전사적으로 추진하고 있다.

이러한 일관된 그룹의 전략 실행이 바탕이 돼 신한금융만의 차별적 성장을 통해 국내 리딩금융그룹의 위상을 공고히 하고 있다.

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

또한 전 그룹사 최고경영자(CEO)가 함께 ESG(환경·책임·투명경영) 성과를 점검하는 ‘ESG 추진위원회’를 기반으로 ESG 정량적 성과 공시, ESG 모니



터링 체계 구축 등 신한만의 차별화된 ESG 전략을 추진해 지속적으로 리더십을 발휘하고 있다.

신한금융은 작년 6월 금융권 최초 포스트 코로나 시대에 금융의 역할을 선제적으로 실천하기 위한 ‘신한 N.E.O. 프로젝트(New Economic growth supporting Operations)’를 선포했다. 한국판 뉴딜정책을 적극 지원하기 위해 신성장산업 금융지원, 신디지털 금융 선도, 신성장생태계 조성의 3대 핵심 방향으로 추진된다.

특히 국가 고용안전망 강화를 위해 신성장산업을 지원하고 다양한 사회공헌활동을 통해 일자리를 창출에 기여할 예정이다.

더불어 지난해 혁신 뉴딜 관련 중소기업 대출 성과는 목표 대비 153%를 달

성했으며, K뉴딜 성공 등 미래 혁신을 위한 다양한 프로젝트를 진행하고 있다.

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

더불어 코로나19로 어려움에 처한 국내 소상공인들에게 온라인시장 진출을 지원하고 상품홍보를 돕기 위해 중소벤처기업부와 ‘가치삼시다희망으로 같이가게’ 특별전을 기획해 금융의 사회적 역할을 앞장서서 실천했다.

종합병원 부문 / 서울대학교병원

한국 의료 선도 100년…코로나 방역 최전선



근대의료의 산실이자 국가중앙병원인 서울대병원

원은 지난 100년

동안 우리나라 의료를 선도해왔다.

서울대병원은 1985년 어린이병원 개원, 1987년 서울시 보라매병원 위탁 운영, 2003년 분당서울대병원과 건강검진을 전문으로 하는 헬스케어시스템 강남센터 개원, 2011년 통합진료 시스템을 기반으로 하는 최첨단 암병원 개원 등 규모를 확대하고 있다. 이를 기반으로 중증 희귀난치질환 치료와 공공의료 정책을 중심으로 하는 4차 병원으로서 위상을 확고히 하고 있다. 또 글로벌 협업을 통해 획기적인 의료 기술을 실용화하고, 앞선 병원 운영 모델과 의료 시스템을 세계 보건 의료 시장에 전파하며, 국가 의료 시스템의 발전 방향을 제시하는 미래 의료의 허브로 자리매김하고 있다.

작년부터 이어진 코로나19 국가 재난 상황 속에서 서울대병원은 방역 최전선에서 헌신하고 있다. 코로나19 초창기 생활치료센터 모델을 제시해 경증환자 격리와 치료는 물론, 효율적인 의료



자원 배분을 달성했다. 현재는 코로나19 병상 확보와 백신 접종에 선제적으로 나서며 국가중앙병원으로서 책무를 다하고 있다.

서울대병원은 작년 수도권 코로나19 확산을 시작으로 코로나19 병상을 꾸준히 확대해왔다. 기존 음압병상 12개에서 현재 총 37개를 운영하고 있다. 대형 상급종합병원 중 코로나19 병상 비율이 가장 높다. 특히 이중 22개는 상대가 위중한 중증환자 전담 병상이다. 인력·장비·시설을 단기간에 갖추기 어려웠지만 춘각을 다투는 중증환자를 위한 교육지책이었다. 이뿐만 아니라 서

을 서초구 원지동 일대에 중증환자 전담 병상 48개를 갖춘 서울재난병원 설립을 추진하고 있다.

올해 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. 백신접종센터에 배치되는 근무 인력 교육 등 전체 백신접종센터의 구심점 역할을 할 예정이다.

사무용복합기 부문 / 신도리코

글로벌 산업용 3D 프린팅 키 플레이어



신도리코는 1960년 창립 이후 61주년을 맞은 올해까지 국내 사무용 복합기 시장을 선도해온 사무기기 전문기업이다. 연구·개발(R&D)과 영업, 서비스의 중심인 서울 성수동 본사 및 충남 아산시사업장, 전국 14개의 서비스센터 및 2개 리퍼어센터, 총 500여곳에 이르는 서비스 전문점 및 지정점, 대형점 네트워크를 통해 국내 최고의 서비스 경쟁력을 갖추고 있다.

신도리코는 국내 시장을 넘어 글로벌 시장 진출에도 박차를 가하고 있다. 2003년 중국 시장에 진출해 정다오 생산 공장을 설립한 후, 2008년부터는 중국 판매법인을 중심으로 한 글로벌 영업 활동을 전개하고 있다. 2014년에는 베트남 하노이 공장과 판매법인을 설립해 아시아 시장 공략에도 나서고 있다.

한편 신도리코는 2015년부터 진출한 신사업 3D 프린팅 분야에도 적극적으로 투자해 벨기에 3D 소프트웨어 전문 기업 머티리얼라이즈와 전략적 파트너십을 체결하는 등 새로운 사업 분야에서 글로벌 경쟁력을 갖춘 제품을 출시

하기 위해 노력하고 있다.

신도리코는 고객을 우선시한 우수한 서비스 제공에 초점을 맞춰 안정적이고 편리한 오피스 환경 구축을 돕고 있다. 전국 500개의 서비스 네트워크로 업계 최대 판매망을 구축했으며, 영업 및 서비스 인재 양성에 힘을 쏟고 있다.

또한 고객 만족도 향상을 위한 사내 행사도 실시하고 있다. 매년 전국 우수 신도리코 대리점 대표들이 참석해 ‘파트너 콘퍼런스’를 통해 사업 계획과 전략을 공유하고 주요 신제품 교육을 진행하고 있으며, 제품을 직접 분해·조립하며 문제를 해결하고 제품 지식을 시험하며, 고객지원 부문 관리자들의 ‘기술정보회의’와 중간관리자들의 ‘서비스 향상 교육’까지 모두 포함된 ‘CS아카데미’ 행사를 개최해 서비스 만족도를 높이기 위한 시간을 가지고 있다.

꾸준한 R&D 투자도 브랜드 가치를 높인 일등 공신이다. 장립 이래 경쟁력을 강화시켜 온 오피스 솔루션 분야

에서 지속적인 R&D를 통해 글로벌 경쟁력을 확보했으며, 업무 효율성을 높이고 유지비를 줄일 수 있는 사무용 복합기 제품들을 출시했다. 최근 신제품은 고성능 A3 컬러 복합기 ‘D450’ 시리즈, 고속 출력과 비용 절감 기능을 갖춘 복합기 ‘M640’, 고성능 컬러 프린터 ‘P300’, 고성능 컬러 복합기 ‘C300’ 등이다.



2020 세계 최대 CES 가전박람회

아노베이션 어워드 수상

식기가 트리플로 안심될 때

일상의 질이 달라집니다

같은 공간

다른 능력

세척-건조-보관 세계 유일 ‘트리플 케어’로

식기를 다시 쓰기 전까지 가장 깨끗하게 지킵니다

SK매직 트리플케어 식기세척기

19년 연속 식기세척기부문 1위

14년 연속 복합오븐부문 1위

4년 연속 인덕션레인지부문 1위

와이드무빙 세척날개

독일 열풍건조

UV 청정케어

SK매직

남다르게 끊임없이

착한브랜드 부문 / 신한카드 아름

고객과 함께 사회공헌... '따뜻한 금융' 실천



신한카드는 금융으로 세상을 이롭게 한다는 신한금융그룹 미션인 '미래를 함께하는 따뜻한 금융'을 실천하고, 기업의 지속가능 경영을 위한 차별화되고 체계적인 사회공헌을 전개하기 위해 '아름다운 세상 아름다운 응원'이라는 슬로건과 15년째 이어온 사회공헌 브랜드 '아름'을 바탕으로 다양한 이해관계자를 위한 사회공헌활동을 전개하고 있다.

신한카드는 사회적 책임 기업으로서 '따뜻한 금융'을 실천하기 위해 고객과 사회 그리고 신한이 가치가 함께 커지는 상생 발전을 지향하고 있다. 신한카드는 기업 단독으로 실시하는 '일반적인 사회공헌'이 아닌 고객을 비롯한 사회 구성원 모두가 참여할 수 있는 '참여형 사회공헌'을 목표로 전개하고 있다.

먼저 2010년부터 시작한 '아름인 도서관'은 지역아동센터 소외계층 아동에게 친환경 독서 환경과 아동·청소년 권장도서를 지원함으로써 교육 양극화라는 사회적 문제 해결은 물론 미래 세대 육성을 목표로 지속 전개하고 있다. 2012년부터 진행된 '아름인 북멘토'



프로그램은 대학생 멘토를 선발해 어려운 가정의 아동을 대상으로 멘토가 돼 6~7개월간 독후 활동과 올바른 독서 습관을 길러주는 북멘토링 활동을 체계적으로 진행했으며 2020년에는 코로나 19로 독서코칭 전문가를 통한 비대면 방식 온라인 아름인 북멘토 프로그램으로 전환해 진행했다.

신한카드는 '금융' 본업을 바탕으로 아동·청소년에게 올바른 금융지식을 전달하기 위해 임직원 강사가 재능기부를 하며 금융교육을 지속적으로 실시하고 있다. '아름인 금융교실'은 지역아동센터를 이용하고 있는 취약계층 아동과 초등학교를 방문해 금융 이문을 재미있게 체험할 수 있도록 교육하고 있다. '아름인 금융 탐험대'는 2016년 중학생에게 금융·신용·소비·미래금융을 다양한 영상과 게임 등을 통해 교육하는 프로그램이다. 중학교를 직접 방문하

는 형식으로 운영하고 있다. 느린학습자(발달장애인)와 디지털 금융 취약계층을 위한 금융교육 프로그램 '아름인 금융프렌드'는 느린학습자들이 쉽게 금융 활동을 이해하고 접할 수 있도록 지원하고, 금융범죄 관련 피해를 예방하고자 도서출판과 영상을 제작해 온라인 교육을 진행했다. 또한 디지털금융 취약계층을 위해 쉽게 따라하고 사용할 수 있는 도서와 영상을 제작 배포했다.

2007년부터 시작한 '아름인 고객 자원봉사단'은 평소 봉사활동을 함께하고자 했으나 쉽게 참여하기 어려웠던 고객과 가족을 대상으로 신한카드가 사회복지단체와 개발한 고객 참여 사회공헌 프로그램이다. 장애인, 독거노인, 소외 아동·청소년 등 주위 어려운 이웃을 돕기 위한 봉사활동 프로그램을 매월 1회 정기적으로 실시하고 있으며 고객 300여 명이 꾸준히 참여하고 있다.

생활의료대전 부문 / 세라젬

토탈 홈 헬스케어 전문기업으로 '우뚛'

CERAGEM 세라젬

세라젬(CERAGEM)은 1998년 창립해 23주년을 맞이한 글로벌 홈 헬스케어 전문기업이다. '건강하고 행복한 삶을 추구하는 전 세계 고객에게 혁신적인 제품과 서비스로 세라젬의 가치를 전달해 고객의 삶의 질을 높이는 데 기여한다'는 이념을 토대로 20여 년간 연구·개발 및 임상시험에 매진해왔다. 그 결과 척추의료기전을 중심으로 차별화된 헬스케어 제품을 지속적으로 선보이고 있으며, 미국 식품의약국(FDA), 유럽 CE(통합안전인증), 중국 SFDA(식품의약품감독국), 국내 식약처 등 공식력 있는 기관의 승인을 통해 의학적 효능, 효과를 인정받았다. 세라젬의 주력 상품은 마스터(MASTER) 시리즈로 분류되는 척추 의료기전이다. 마스터는 식약처에서 의료기기로 효능을 인정받는 등 지속적인 임상연구와 특허기술 개발을 통해, 해를 거듭하면서 각종 최신 기술을 접목해 스마트 홈 의료기전으로 발전했다.

가장 최근에 출시한 '세라젬 마스터



V4'는 사용자가 원하는 척추 부위를 직접 선택해 맞춤 관리하는 '마스터 모드'를 비롯해 17가지의 특화된 마사지 프로그램을 제공한다. 그 밖에 블루투스 스피커, 음성 안내, 사물인터넷(IoT) 앱을 통한 원격 컨트롤 및 콘텐츠 등 다양한 첨단 기능을 지원한다.

최근에는 안마의자, 로봇청소기, 개인 맞춤 영양 관리 프로그램 등 다양한 제품 및 서비스로 사업 영역을 확장하고 '전문가의 케어를 가정에서'라는 콘셉트로 전문 홈케어 서비스를 론칭하는 등 변화를 모색하고 있다.

2020년 4월에는 마스터 V4의 기술력

을 적용해 스타일리시 안마의자 '파우제'를 론칭했다. 파우제는 스타일리시하고 콤팩트한 디자인이 특징으로, 안마의자 본연의 기능에도 충실하다.

세라젬은 더욱 체계적이고 만족스러운 서비스 시스템 구축에 노력을 기울이고 있다. 대표적으로 고객 지원 서비스인 '세라케어 서비스(Cera Care Service)'를 운영하고 있다. 헬스케어(HC)가 구매 고객의 가정을 정기적으로 방문하는 서비스로, 제품 사용법 안내, 구동 점검, 소모품 교체 및 건강 체크 서비스 제공을 통해 고객 만족도를 높여 가고 있다.

주방용품 부문 / 락앤락

생활혁신 이끈 글로벌 라이프스타일 기업

LocknLock

올해 창립 43주년을 맞은 락앤락은 글로벌 라이프스타일 기업으로 도약하고 있다. 1998년 세계 최초로 4면 결착 밀폐용기를 선보이며 주방 생활에 혁신을 일으켰으며 소비자의 변화된 생활양식을 반영해 식품 보관 용기를 넘어 음료용기, 쿠키용기, 소형가전, 수납용품, 여행용품 분야까지 성공적으로 진출하며 국내외에서 카테고리를 꾸준히 확장해 나가고 있다.

쿠키용기 분야에서는 빠르게 요리할 수 있는 '스피드 쿡', 통주물 방식을 적용한 프리미엄 쿠키용기 '살롱 드 오브제', 가볍고 강한 코팅력과 실용성을 강조한 '하드앤라이트', 편의성에 집중한 '소마 III 시리즈', 그리고 유니크한 디자인과 기능성을 강화한 '데포르 III 시리즈'까지 선보이며 라인업을 확대하고 있다.

락앤락은 '사람 중심의 생활 혁신'이라는 브랜드 원칙하에 제품 개발 단계에서부터 소비자 생활에 대한 깊은 이해를 담아 실용적이고 안전하며 사용



이 편안하고 디자인 감성까지 충족하는 제품을 만들고 있다. 이는 단순히 제품을 선보이는 것을 넘어 일상을 더 풍요롭고 즐겁게 만드는 제품과 서비스를 제공하겠다는 락앤락의 의지를 보여준다.

또한 40·50대 주부층을 중심으로 견고하게 살아온 브랜드 파워를 바탕으로 20·30대와 육아맘 등 타깃층을 다양하게 확대하기 위해 노력하고 있다. 제품에 기능성을 넘어 다양한 사용자의 요구와 디자인 요소를 강화하고 있으며 소비 흐름 변화를 반영해 주요 전자

상거래 업체와 협업을 강화하고 온라인 직거래 활성화에 주력해 전년 대비 국내 온라인 매출이 44% 신장했다. 또한 온라인뿐 아니라 라이브 방송, D2C 등 새로운 플랫폼으로 판매 채널을 확대하며 다변화된 마케팅 전략을 펼치고 있다.

락앤락은 락앤락 쿠키웨어를 사용하는 소비자라면 누구든지 편안하게 사용할 수 있는 주방 도구에 대한 고민을 바탕으로 요리 초보자부터 매일 주방을 사용하는 고객, 전문 사용자까지 다양한 소비자를 만족시키는 쿠키웨어 브랜드를 지향하고 있다. 이에 요리 초보자가 쉽고 즐겁게 요리를 즐길 수 있도록 돕는 맞춤형 시리즈, 요리를 자주하는 사용자가 더 편리하고 안전하게 주방을 사용하도록 디테일한 편의성을 강조한 시리즈, 그리고 소비자의 감성까지 충족시키는 차별화된 디자인을 더한 감성 디자인 시리즈 등으로 제품 구성을 확장하고 있다.

락앤락은 '사람 중심의 생활 혁신'이라는 브랜드 가치를 바탕으로 소비자의 요구와 트렌드에 따라 지속적으로 변화와 혁신을 이어오고 있다.

호텔 부문 / 신라호텔

4대강국 정상이 투숙한 국내 유일 호텔

THE SHILLA

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 호텔로 '국내 호텔 중 4대 강국 정상이 모두 투숙한 유일무이한 호텔' '국내 최고 5성급 호텔' 등 수많은 타이틀을 보유하고 있다. 또한 국제올림픽위원회(IOC) 서울 총회, 다보스 세계 경제 포럼, 서울 핵안보정상회의 등 국제 행사를 성공적으로 수행한 최고급 서비스와 '어번 아일랜드' 등 우수한 시설로 비즈니스와 레저 호텔의 면모를 두루 갖추고 있다.

제주신라호텔은 이국적 분위기와 차별화된 시설을 선보이며 국내 최고급 럭셔리 리조트 호텔의 명성을 얻었다. 특히 사계절 운영되는 온수풀에서 늦은



밤까지 즐기는 문라이트 스위밍, 럭셔리 캠핑인 글램핑, 와이너리 투어 등 다양한 상품을 통해 호텔 업계 트렌드를 선도하고 있다. 1990년 개관 이후 지금까지 제주신라호텔은 제주 자연을 만끽하며 즐길 수 있는 아웃도어 액티비티 프로그램(G.A.O.)과 키즈 프로그램을 지속적으로 개발·운영해 꾸준한 사랑을 받고 있다.

신라스테이는 2013년 신라스테이동탄을 개관한 이후 서울과 전국에 12개 호텔을 운영하고 있다. '스마터 스테이(Smarter Stay)'를 콘셉트로 신라호텔의 가치 위에 실적을 더한 프리미엄

비즈니스 호텔로서 합리적인 가격과 차별화된 서비스를 선사하며 국내 대표 비즈니스 호텔로 자리매김하고 있다.

신라호텔은 수많은 국민이 방문하고 여러 국제 행사를 치러내며 '한국을 대표하는 호텔'이라는 자부심과 책임감을 가지고 우리나라 서비스 산업의 견인차 역할을 담당하고 있다. 호텔 이름은 천년 역사와 함께 가장 찬란한 문화 예술의 꽃을 피웠던 신라 왕조 이름에서 유래했다. 아울러 신라호텔은 '최고의 호스피탈리티 기업'을 목표로 오랜 세월 품위와 전통을 유지하며 고객 마음을 사로잡았다.

대한민국이
K-그린으로
다변화되고
있습니다

Hi 2021

극복하겠습니다

다함께 어려움을 이겨내는

자랑스러운 대한민국의 힘으로

Innovation 2021

혁신하겠습니다

대한민국을 행복하게 만드는

K 열풍의 주역들처럼

SK이노베이션이 K-그린 시대를 열겠습니다

Green Balance 로 완성하겠습니다

Hi SK 이노베이션

SK 에너지 SK 종합화학 SK 루브리컨츠 SK 인천석유화학 SK 트레이딩 인터내셔널 SK 아이아테크놀로지

소염진통제 부문 / 신신파스 아렉스

냉·온 두 번 찜질로 통증 케어 탁월한 효과



신신파스 아렉스는 대한민국 최초 파스인 신신파스 대표 브랜드다. 신신제약의 62년 파스제조 노하우가 집약된 제품인 신신파스아렉스는 국내 최초로 냉과 온, 두 번의 찜질 기능을 하나에 담아내 처음에는 냉감 작용으로 부기를 빼주고 차츰 온감 작용으로 혈액순환을 도와 통증 케어에 탁월한 효과가 있다.

또한 유기용매 대신 천연고무 연합 방식으로 제작돼 친환경적일 뿐만 아니라 우수한 피부 안전성을 제공하며, 양방향 신축성 원단을 사용해 밀착성도 우수하다는 평가를 받는다. 대·중·소 세 가지 크기로 구성된 신신파스 아렉스는 어깨, 무릎, 허리, 목, 허벅지 등 신체의 다양한 면적과 굴곡진 부분에 부착이 용이하고, 주기적이고 반복적으로 나타나는 근육통, 신경통, 류머티즘, 관절통, 어깨결림, 요통 등 다양한 통증에 솔루션을 제공한다.

이 같은 장점을 바탕으로 신신파스아렉스는 2007년 출시 이후 매년 두 자



릿수 이상의 성장률을 보이며 소비자들에게 꾸준히 사랑을 받는 국민 파스로 자리 잡았다. 나아가 신신제약은 신신파스 아렉스의 탁월한 통증 케어 효과를 보다 많은 소비자들이 경험할 수 있도록 최근 바르는 타입의 신신아렉스로선을 출시했다. 이로써 기존 붙이는 신신파스 아렉스, 먹는 경구제 신신아렉스정과 함께 바르는 신신아렉스로션까지 소비자 기호에 따라 선택할 수 있는 다양한 제형의 아렉스 라인업 확장으로 통증 케어 분야의 브랜드 리더십을 공고히 했다.

제조사인 신신제약은 1959년 설립된 이래로 한국인의 통증 케어를 위해 첨부제, 에어로졸, 리퀴드 제형과 같은 외용제 의약품 분야에서 차별화된 기술력

을 보유한 대한민국 파스의 명가로 평가받는다. 올해로 창립 62주년을 맞은 신신제약은 2019년 세종 공장에 이어 지난해 마곡 연구개발센터를 건립하면서 글로벌 기준의 생산 능력과 함께 연구개발 역량을 강화했다. 이를 통해 ‘국민 통증 케어’라는 창립 정신의 연장선인 노년의 삶과 밀접한 분야에서 기존 강점인 첨부제 제조 기술을 활용한 고부가가치 패치제 ETC 시장으로의 진출을 추진 중이다.

이와 함께 신신제약의 핵심 정체성인 ‘국민 통증 케어’라는 창립 정신에 기반해 사회적 책임을 수행하기 위해 적극 나서고 있다.

지난해 코로나19가 발생하며 설 틈 없이 일하며 정작 본인은 돌보기 힘든 의료진을 위한 파스 및 경제적 여건이 어려운 한부모가족을 위한 프로바이오틱스 등 응원과 도움이 필요한 곳에 제품을 기부한 바 있다. 또한 보건복지부와 중앙노인보호전문기관이 노인 인권 보호를 위해 추진하고 있는 ‘나비세깁 캠페인’에도 참여해 제품을 지원하는 등 다양한 사회공헌활동을 지속적으로 전개하고 있다.



신한미래설계

신한은행은 2014년 4월 차별화된 상품과 서비스를 제공해 고객 삶의 가치를 제고하고자 은퇴비즈니스 차별화를 선언하고 ‘신한미래설계’ 브랜드 선포를 통해 본격적인 은퇴자산관리 서비스를 시작했다. 전국 영업점에 배치된 618명의 미래설계 컨설턴트는 금융관련 전문자격증을 보유한 은퇴상담전문가로 정교한 은퇴설계 시스템을 활용해 은퇴 이후 현금흐름 분석 및 맞춤형 솔루션을 제공하고 있다. 또한 모바일, 홈페이지에서도 간편하게 은퇴설계자가 진단 후 인근 영업점에서 자세한 대면상담을 요청할 수 있고, 은퇴상담 전용 콜번호를 통해 방문이 편한 시간대와 영업점을 선택해서 은퇴상담예약을 할 수 있는 등 일련의 시스템화된 은퇴설계시스템을 구축했다.

신한은행은 언택트 시대에 발맞춰 보다 쉽게 은퇴서비스를 이용할 수 있는 신한미래설계 온라인 플랫폼을 구축했다. 은퇴 전·후 세대들 주요 관심사인 연금, 은퇴, 금융, 라이프 등 업선된 소식을 매주 새롭게 만나볼 수 있고, 타깃



연령대가 일상생활에서 꼭 필요로 했던 은퇴설계, 건강검진우대, 요양시설 등 선별된 제휴 서비스와 다양한 이벤트를 제공하며 월 20만명 이상이 방문하는 대표 온라인 은퇴플랫폼으로 자리매김하였다. 이와 함께 신한은행은 올해 상반기 신한미래설계 온라인 플랫폼을 3050세대를 위한 재무 중심 콘텐츠와 50세 이상 ‘솔드족(Smart+Old)’을 위한 참여형 프로그램 및 다양한 일을 거리 중심 콘텐츠로 이원화하여 실질적인 고객중심 은퇴플랫폼으로 개편할 예정이다.

또한 신한은행은 고령화 사회 및 디지털 금융환경에 맞춰 다양한 금융, 비금융 콘텐츠를 제공해 시니어 고객의 디지털금융 소외를 막고자 노력하고 있다. 신한은행은 시니어 고객들이 다양하고 편리한 모바일뱅킹 금융서비스를

이용할 수 있도록 모바일 사용 설명서를 동영상으로 제작해 배포했다. 모바일 설명서는 총 3편으로 구성되며 1편은 SOL 설치 및 회원 가입과 로그인 절차에 대해 안내하고 2편은 SOL을 이용하여 원하는 금액 이체하기를 설명한다. 마지막 3편은 SOL 사용자 설정을 통해 큰 글씨체 변경을 안내하는 동영상이다. 이 동영상들은 다양하고 편리한 모바일뱅킹 금융서비스 활용법을 시니어 눈높이에 맞춰 안내하고 있다.

신한은행은 “수년간 쌓아 온 은퇴사업 관련 노하우를 바탕으로 은퇴 전후 고객들이 공감할 수 있는 실질적인 재무·비재무 솔루션을 제공하는 한편, 온·오프라인을 연계한 은퇴 비즈니스 모델을 지속적으로 발전시켜 대한민국은 퇴시장의 중추적인 역할을 해나갈 것”이라고 밝혔다.

김치냉장고 부문 / 담채

진보된 기술력으로 오리지널 1등 브랜드 굳혀



위니아담채는 1995년 김치냉장고 ‘담채’를 출시한 이후 지금까지 김치냉장고 시장을 선도하고 있다. 담채가 김치냉장고의 대명사로 불릴 수 있었던 건 김치냉장고본연의 기술력과 지속적으로 변화하는 트렌드를 반영해 왔기 때문이다.

담채 출시 초창기에는 소비자 체험을 바탕으로 둔 ‘구전 마케팅’을 통해 명품 가전으로 자리잡겠다는 전략을 택했다. 3000명의 여성 오피니언 리더를 선정해 담채를 6개월간 무료로 사용할 수 있는 기회를 제공하고, 이후 제품 사용을 원하는 참가자들에게는 할인된 가격에 제품을 구매할 수 있도록 했다. 그 결과 무려 97%가 담채의 제품력에 만족해 실제 구매로 이어졌다.

26년 동안 담채의 저장·속성 기술도 발전했다. 최초로 김치냉장고를 개발할 때는 겨울 감장독 원리를 적용해 0도에서 영하 1도로 일정한 온도를 유지하는 것이 김치 속성과 보관의 관건이었다. 그러나 계절과 관계없이 감장을 하고, 김치를 사먹는 가정도 늘어나는 등



소비자들의 김치 소비 행태가 변함에 따라서 그에 맞춰 김치냉장고 기술도 진보하게 됐다.

2021년형 담채는 1인 가구부터 대단지 구성원 가구까지 다양한 취향을 만족시키는 멀티플렉스형 모드가 강점이다. 파김치와 오이소박이 등 구체적인 김치별 속성 모드를 추가했으며, 김치냉장고에 주류를 보관하는 트렌드를 접목해 소주를 슬러시로 마실 수 있게 보관하는 기능을 탑재하는 등 활용성을

대폭 확대했다.

2021년형 담채는 한국인이 좋아하는 10대 김치 전문 속성 모드를 완성했다. 기존의 맞춤 속성 모드에 파김치, 오이소박이, 갓김치 메뉴를 추가해 김치 종류마다 최적의 숙성을 가능케 한다.

이전 모델의 일반 보관 모드 대비 폴리페닐 함량을 30% 높여주는 ‘발효과학’ 속성모드도 적용했다.

김치냉장고에 다양한 식재료를 보관하는 라이프스타일도 적극 반영했다. 혼술족, 홈파티 등 증가로 다양한 주류를 최적의 음용 조건에 맞춰 보관할 수 있게 한다. 특히 ‘소주 슬러시’ 기능은 젊은층의 음주문화를 반영했다.

‘담채’의 브랜드 리더십은 주거문화의 서구화로 인하여 포기해야 했던 한겨울 땅 속 감장김치 본연의 맛을 발효과학으로 되살려 건강하고 맛있는 김치를 오랜 기간 즐길 수 있도록 하는 데 있다.

담채는 이에 그치지 않고 다양한 식품을 전문 속성 발효 보관하는 기능을 강화하여 진보된 기술력으로 오리지널 1등 브랜드로의 자리를 굳게 지켜나가고 있다.

담배 부문 / ESSE

전세계 70여개 국가로 글로벌 브랜드 입지 다져



1996년 11월 1일 출시된 ESSE(에세)는 2020년 기준 국내 담배 시장 약 29%, 국내 초슬림 담배 시장 약 80%를 점유하고 있다.

특히 초슬림(Superslim) 담배 분야에서는 세계 판매 1위를 기록하는 글로벌 브랜드이기도 하다.

에세가 이렇게 장기간에 걸쳐 뛰어난 성과를 만들어낸 가장 중요한 요인은 ‘체계적인 브랜드 관리 시스템 구축과 소비자 요구에 맞는 브랜드 확장’이라고 볼 수 있다.

우선 에세 주요 목표 고객을 20~30대 전문직 종사자들에서 사회적으로 안정적인 지위를 갖는 35~45세 남성들로 새롭게 정의하고 그에 맞는 브랜드 아이덴티티 모델을 수립했다. 더불어 정밀한 브랜드 진단을 통해 제품을 개선하고, 브랜드 요소에 대한 재활성화를 추진함으로써 2001년 시장점유율을 11%까지 성장시켰다.

이러한 브랜드 관리 시스템을 기반으로 2002년부터 에세는 ‘브랜드 확장’



에 무게 중심을 두기 시작했다.

2013년에 세계 최초로 초슬림 제품에 캡슐을 적용한 브랜드인 ‘에세 체인지’를 출시해 기존 40대 위주 고객층을 20~30대까지 확대했다. 특히 에세 체인지는 레귤러(일반 굵기) 타입 담배를 선호하던 20~30대 사이에서 입소문을 타며 시장 점유율 성장의 주요한 원동력 역할을 하고 있다. 2013년 6월 ‘에세 체인지 1mg’이 출시된 이후 ‘에세 체인지 4mg’ ‘에세 체인지 W’ ‘에세 체인지 UP’에 이어 2017년에는 기존 초슬림보다 더 얇은 마이크로슬림 타입 ‘에세 체인지 린’을, 2019년에는 입에서 나오는 담배 냄새 저감 캡슐을 적용한 ‘에세

체인지 히말라야’까지 출시하면서 ‘에세 체인지 패밀리’ 시장 점유율을 약 12% (2020년 기준)까지 성장시켰다.

에세는 또한 전 세계 70여개 국가에 수출해 글로벌 브랜드로서 입지를 다지고 있다. 2001년 중동과 러시아에 처음 수출한 에세는 해외 시장 개척 10년 만에 연간 200억개비 이상 팔리는 제품으로 등극했으며 2020년까지 해외에서만 총 3000억개비 이상이 판매됐다.

또한 기존 수출지역인 인도네시아, 러시아, 중동 외에도 중남미, 아프리카 등 세계 전역으로 판매처를 확대하고 있어 에세의 ‘영토’는 더욱 넓어질 전망이다.



당신의 평범한 오늘을 지킵니다

마음이 합니다
H 현대해상

**One
Shinhan**
고객을 위한 하나의 신한



Shinhan

미래를 함께하는
따뜻한 금융

내 퇴직연금에 대한 생각 신한은행 IRP로 **ACTION!**



퇴직금 은퇴설계

퇴직금 입금부터 연금수령까지
연금설계를 통한 퇴직소득세 절세

[실제 연금수령에 따라 이연퇴직소득세 30%(10년 이하) ~ 40%(10년 초과) 감면]

연말정산 미래설계

연말 최대 115만 5천 원
돌려받는 세제혜택

[700만 원 납입 시, 총 급여액 5,500만 원 이하(근로소득만 있는 경우)
종합소득 4,000만 원 이하 기준]

※ 이 퇴직연금은 예금보호 대상 금융상품으로 운용되는 적립금에 한하여 예금보호법에 따라 예금보호공사가 보호하되, 보호 한도는 귀하의 다른 예금보호 대상 금융상품과는 별도로 1인당 “최고 5천만원”이며, 5천만원을 초과하는 나머지금액은 보호하지 않습니다. 단, 2개 이상 퇴직연금에 가입한 경우 합하여 5천만원까지 보호합니다. ※ 별도의 중도해지수수료는 없습니다. 단, 중도해지 또는 연금 외 수령시 기타소득세(16.5%)로 과세되는 등 세제상 불이익을 받을 수 있습니다. ※ 퇴직연금의 중도인출은 근로자 퇴직급여법상 퇴직급여 특별중도 인출사유에 해당하는 경우에 한하여 가능 합니다. ※ 당사는 해당 퇴직연금에 관하여 충분히 설명할 의무가 있으며, 투자자는 투자에 앞서 그러한 설명을 충분히 들으시길 바랍니다. ※ 집합투자증권은 운용결과에 따라 투자원금의 손실이 발생할 수 있으며, 그 손실은 투자자에게 귀속됩니다. ※ 집합투자상품은 예금자보호법에 따라 예금보호공사가 보호하지 않습니다. ※ 집합투자증권을 취득하시기 전에 투자대상, 보수/수수료 및 환매방법 등에 관하여 (간이)투자설명서를 반드시 읽어보시기 바랍니다. ※ 과세기준 및 과세방법은 향후 세법개정 등에 따라 변동될 수 있으며 세액공제의 기준과 면세액은 납세자의 상황에 따라 달라질 수 있습니다. ※ [개인형 IRP수수료] 운용수수료 0.05%, 자산수수료 0.20%, 합계 0.25%(전자금융기준, 운용금액 1억 원 미만 기준, 자기부담금 기준) ※ 기타 자세한 사항은 반드시 홈페이지 참조 또는 영업점으로 문의하여 주시기 바랍니다. 한국금융투자협회 심사필 제 21-00565호(2021-01-29~2021-05-31) 준법감시인 사전심사필 제 2021-10143-1호(2021.01.29~2021.05.31)

더 나은 내일을 위한 동행  **신한은행**