



2022년 한국에서 가장 존경받는 기업 (KMAC)

조사결과

KMAC



[제1부]

한국에서 가장 존경받는 기업(KMAC) 조사 개요

배경 및 목적

- 「한국에서 가장 존경받는 기업」은 기업의 전사적인 역량과 가치에 대해 종합적으로 진단, 평가하는 국내에서는 유일한 조사모델로서 2004년 제1차 조사, 발표를 실시한 이래 2022년 3월 2일 제19차 공식발표 및 언론보도를 실시하였다.
- KMAC는 본 조사를 통해, 어떠한 기업이 산업계와 국민으로부터 진정한 존경을 받는지 확인하고 존경받는 기업이 되기 위한 관건은 과연 무엇인지를 살펴봄으로써, 대내적으로는 구성원들의 자부심과 자긍심을, 대외적으로는 진정성에 기반한 관심과 인식을 향상할 수 있는 전사적이고 지속가능한 성과창출과 성장방향을 제시하고자 한다.

조사방법

- 조사는 전체 산업 내 30개 기업을 선정하는 'All Star 조사'와 해당 산업 내 1위 기업을 선정하는 '산업별 조사'의 두 가지 조사유형으로 진행된다.
- 'All Star 조사'는 150개 후보 기업을 선정하여 산업계 종사자, 증권사 애널리스트, 일반소비자를 대상으로 설문조사를 실시한다. '산업별 조사'는 보다 전문적인 조사를 위해 해당 산업에 대한 이해와 경험을 갖춘 산업계 종사자와 증권사 애널리스트(대학의 경우 기업인사 담당자)를 대상으로 하며, 2022년도 조사 대상 산업 수는 총 90개였다.
- 2022년에는 산업계 종사자 8,408명, 증권사 애널리스트 193명, 일반소비자 3,602명 등 총 12,203명을 대상으로 설문을 진행하였다.

	All Star 조사			산업별 조사	
조사대상 검토	2020년도 매출, 순이익 규모 및 2021년도 존경받는 기업 추천율			각 산업별 매출액, 시장규모, 경쟁구도	
후보군 선정	150개 조사 기업			90개 조사 산업	
조사 대상	산업계 종사자	증권사 애널리스트	일반 소비자	산업계 종사자	증권사 애널리스트
조사 방식	온라인 조사, 방문면접 조사, Fax 조사, 전화조사			온라인 조사, 방문면접 조사, Fax 조사	
조사 기간	2021.09 ~ 2021.12 (약 4개월)				
선정 유형	'한국에서 가장 존경받는 All Star 기업' 선정			'한국에서 가장 존경받는 00산업 1위 기업' 선정	



[제1부]

한국에서 가장 존경받는 기업(KMAC) 조사 개요

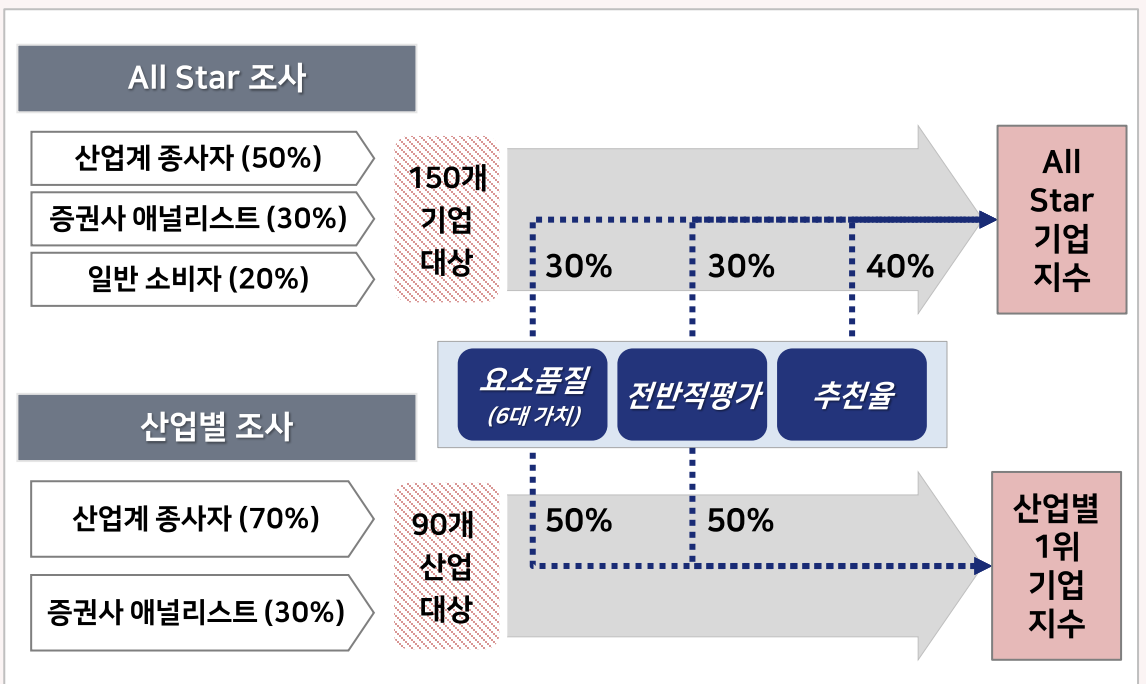
조사항목

- ▶ 한국에서 가장 존경받는 기업은 지속적인 혁신능력과 주주가치, 직원가치, 고객가치, 사회가치, 이미지가치 등 존경받는 기업의 6대가치를 종합적으로 평가하도록 조사 모델과 항목을 개발하였으며, 통합적으로 조사를 진행하여 존경받는 기업 지수를 산출·발표한다.



지수 산출방식

- ▶ 'All Star 조사'는 요소품질, 전반적 평가 및 추천율을 각각 30%, 30%, 40%의 비율로 지수를 산출하며, '산업별 조사'는 요소품질과 전반적 평가를 각각 50%씩 반영하여 산출한다.





[제1부]

한국에서 가장 존경받는 기업(KMAC) 조사 개요

조사의 우수성

1) 글로벌 경영패러다임, 존경받는 기업

- 존경받는 기업은 기업의 생존과 지속가능한 성장을 위한 필수적인 지향 가치로서 주목받고 있으며, KMAC는 '존경받는 기업' 분야 국내 유일의 조사 기관으로, 해당 분야에 대한 대외 위상 및 권위를 인정받고 있다.
- 존경받는 기업은 전세계적인 경영 Trend로서 주요 국가에서 조사가 실시되고 있으며, 과거 선진국 중심에서 신흥국으로 확산되어 가고 있다.

주요 국가의 존경받는 기업 조사 현황

<p>FORTUNE</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 미국 Fortune • 개시년도: 1994년 • 명칭: World's Most Admired Companies 	<p>Forbes</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 미국 Forbes • 개시년도: 2011년 • 명칭: World's Most Reputable Companies 	<p>MT Management Today</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 영국 Management Today • 개시년도: 1994년 • 명칭: Britain's Most Admired Companies
<p>BARRON'S</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 미국 Barron's • 개시년도: 2005년 • 명칭: BARRON'S Most Respected Companies 	<p>经济观察报 The Economic Observer</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 중국 경제관찰보(經濟觀察報) • 개시년도: 2001년 • 명칭: 中國最受尊敬企業 	<p>ASEAN BUSINESS AWARD</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: ASEAN Business Advisory Council • 개시년도: 2007년 • 명칭: ASEAN BUSINESS AWARD
<p>日経 BP コンサルティング</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 일본 닛케이 BP컨설팅 • 개시년도: 2000년 • 명칭: 브랜드자판 (ブランド・ジャパン) 	<p>afi.com FINANCIAL REVIEW</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: Australian Financial Review • 개시년도: 2008년 • 명칭: Australia's Most Respected Companies 	<p>CartaCapital</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 브라질 CartaCapital • 개시년도: 1997년 • 명칭: As Empresas Mais Admiradas no Brasil
<p>Warta Ekonomi PERSPEKTIF BARU BISNIS & EKONOMI</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 인도네시아 Warta Ekonomi • 개시년도: 2001년 • 명칭: Indonesia Most Admired Companies 	<p>Waterstone HUMAN CAPITAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 캐나다 Waterstone Human Capital • 개시년도: 2004년 • 명칭: Canada's 10 Most Admired Corporate Cultures 	<p>DEUTSCHLAND TEST FOCUS MONEY</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 독일 Deutschland Test, Focus Money • 개시년도: 2004년 • 명칭: Deutschlands Kundenlieblinge : Die beliebtesten Marken
<p>GfK fög Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 스위스 GfK, 취리히대 공공성과 사회 연구소(fög) • 개시년도: 2005년 • 명칭: Die 20 beliebtesten Firmen der Schweiz 	<p>LMD THE VOICE OF BUSINESS nielsen</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 스리랑카 LMD, Nielsen • 개시년도: 2005년 • 명칭: Most Respected Entities in Sri Lanka 	<p>pwc DF Das Finanznetz</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 칠레 PwC, Diario Financiero • 개시년도: 1999년 • 명칭: Las Empresas Más Admiradas en Chile
<p>pwc GESTIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 페루 PwC, Diario Gestión • 개시년도: 2012년 • 명칭: Las 10 Empresas Más Admiradas del Perú 	<p>RL REVISTALÍDERES</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 에콰도르 Revista Líderes • 개시년도: 2008년 • 명칭: Las Empresas Más Respetadas del Ecuador 	<p>ElFinanciero</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선정기관: 멕시코 El Financiero • 개시년도: 2013년 • 명칭: 100 empresas con mayor reputación en México



[제1부]

한국에서 가장 존경받는 기업(KMAC) 조사 개요

조사의 우수성
(계속)

2) 혁신역량 및 주주·직원·고객·사회·이미지 가치의 총체적 경쟁력 평가지표

- ▶ 존경받는 기업 조사는 기업 전체의 가치영역을 총괄적으로 평가하는 국내 대표인증으로, 모든 이해관계자들에게 최고의 인정을 받고 있는 기업만이 선정될 수 있는 최고 권위의 영예라 할 수 있다.

Phase III 한국산업의 가장 존경받는 기업
 ▪ 한국산업의 가장 존경받는 기업
 ▪ 산업계 종사자, 증권사 애널리스트, 일반소비자에 의한 기업이미지 및 경쟁력 평가

Phase II **고객이 인지하는 기업 경쟁력 수준 평가**

한국산업의 고객만족도
 ▪ 한국산업의 고객만족도
 ▪ 소비자 제품/서비스 이용 만족도 평가

고객이 가장 추천하는 기업
 ▪ 고객이 가장 추천하는 기업
 ▪ 소비자 제품/서비스 이용 후 타인 추천의향 평가

한국산업의 브랜드 파워
 ▪ 한국산업의 브랜드 파워
 ▪ 소비자 브랜드 인지도 평가

한국산업의 브랜드 추천
 ▪ 한국산업의 브랜드 추천
 ▪ 소비자 브랜드 경험 후 타인 추천의향 평가

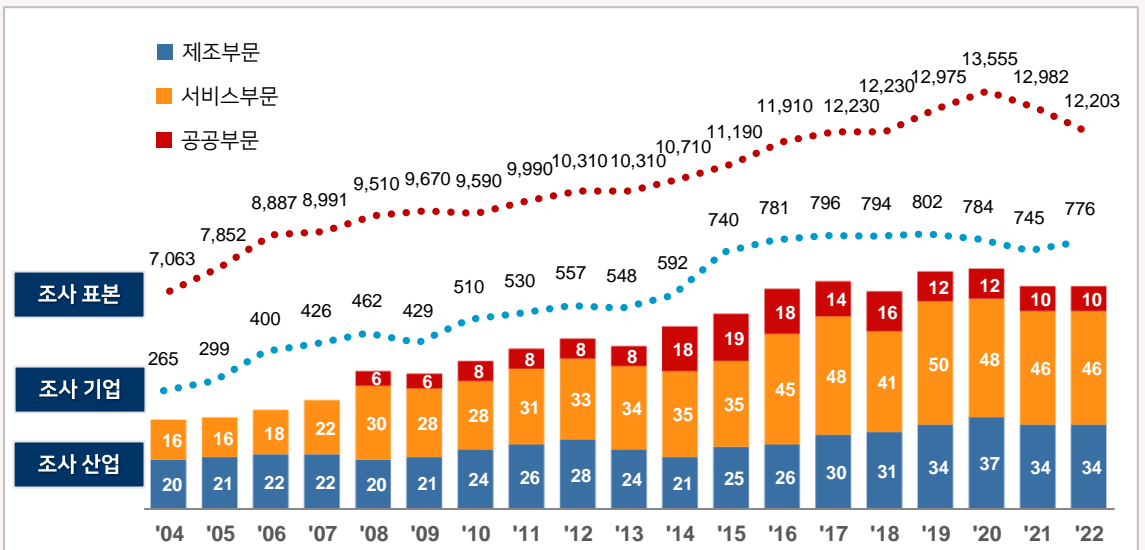
Phase I **기업 내부의 고객 관점의 경쟁력 수준 평가**

서비스품질지수(올센터부문)
 ▪ 서비스품질지수(올센터부문)
 ▪ 전문 모니터단에 의한 품질평가

서비스품질지수(접점부문)
 ▪ 서비스품질지수(접점부문)
 ▪ 전문 모니터단에 의한 품질평가

3) 기업경쟁력 지표로서의 정확성 제고 추구

- ▶ 2022년도 존경받는 기업 조사는 12,203명의 설문을 통해 90개 산업군, 776개 기업 등 국내 대부분의 산업 및 주요 기업을 Tracking하고 있으며 기업 경쟁력 지표로서의 정확성을 높여가고 있다.





[제1부]

한국에서 가장 존경받는 기업(KMAC) 조사 개요

조사의
역사와 전통

한국에서 가장 존경받는 기업의 19년 동안의 발자취

- ▶ 한국에서 가장 존경받는 기업 조사는 기업경영의 바람직한 모델 제시 및 한국 산업의 경쟁력 제고를 목적으로 지난 2004년도에 제정되었으며, 올해로 제19차를 맞게 되었다.
- ▶ 지난 19년간 한국에서 가장 존경받는 기업 우수 사례 외부 발신을 위한 컨퍼런스, 기념서적 발간, 다큐멘터리 방영 등 다양한 활동을 전개하였으며, 특히 2021년에는 존경받는 기업을 중심으로 우리 산업계의 ESG경영을 선도하도록 K-ESG 이니셔티브를 발족했다. 앞으로도 우리 기업들의 경영환경을 위협하는 수많은 리스크와 변수 속에서 지속가능한 성과창출과 성장을 함께 고민하면서 '존경받는 기업'이 나아갈 방향성을 제시하고자 한다.

2000년대

2004

- 한국에서 가장 존경받는 기업 조사 제정
- 제1회 조사 선정기업 CEO 기념 리셉션 개최

2005

- 조사 체계 개편
- 기념서적 발간(미래는 존경받는 기업을 원한다.)

2008

- 인증패 디자인 변경 및 특허 출원
- 공공산업 부문 조사 제정
- 기념서적 발간(First to Best)
- 존경받는 기업대상 제정

2010년대

2010

- 존경받는 기업보고서 제1호 발간(H사)

2011

- 존경받는 기업보고서 제2호 발간(H사)
- 존경받는 기업보고서 제3호 발간(S사)
- 제1회 존경받는 기업컨퍼런스 개최(그랜드힐튼호텔, 300명)

2012

- 제2회 존경받는 기업컨퍼런스 개최(킨텍스, 3,000명)

2013

- 제10차 한국에서 가장 존경받는 기업 조사
- 제3회 존경받는 기업컨퍼런스 개최(킨텍스, 3,000명)
- 특집 다큐멘터리 제작 및 방영 (SBS, 『착한성장 대한민국, 미래기업 생존법칙 존경받는 성장』)

2017

- 美 Boston Lab. 개소

2020년대

2021

- K-ESG 이니셔티브 발족 및 ESG플러스포럼 주관

2022

- 제19차 한국에서 가장 존경받는 기업 조사
- 제19차 한국에서 가장 존경받는 기업 인증식 (서울신라호텔)



[제1부]

한국에서 가장 존경받는 기업(KMAC) 조사 개요

조사 진행경과

2022년 제19차 한국에서 가장 존경받는 기업 조사 진행경과

- 2022년도 조사를 위해 2021년 8월까지 조사설계와 더불어 조사대상 산업 및 기업에 대한 검토를 진행하였다. 그 후 2022년 1월까지 약 5개월에 걸쳐 본 조사 및 결과 분석을 실시하였으며, 3월 2일 제19차 인증식 및 언론보도를 통해 공식발표를 진행하였다.

절차	일정	주요 내용
조사설계 및 기획	2021.07~08	<ul style="list-style-type: none"> 2022년도 조사를 위한 체계 정비
조사대상 산업 및 기업 검토		<ul style="list-style-type: none"> All Star 조사 대상 기업(150개 기업) : 당기순이익 적자기업 제외 산업별 조사 대상 산업 : 경쟁 구도 및 M/S 등을 고려하여 조사 산업 정비
설문조사 진행	2021.09 ~ 2022.01	<ul style="list-style-type: none"> 산업계 종사자 · 증권사 애널리스트 · 일반소비자 대상 설문조사 실시
조사결과 분석		<ul style="list-style-type: none"> 2022년도 All Star 기업 및 산업별 1위 기업 확정
선정기업 안내	2022.01~02	<ul style="list-style-type: none"> 2022년 제19차 한국에서 가장 존경받는 기업 선정 및 조사결과 안내
인증식	2022.03.02	<ul style="list-style-type: none"> 일시 : 2022년 3월 2일(수) 10:00 ~ 11:30 장소 : 서울신라호텔 다이너스티홀
언론보도	2022.03.02 ~	<ul style="list-style-type: none"> 언론 Release 및 특집기사 게재 On-Off Line 대외 이슈발신



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ① All Star 조사

All Star 조사
결과

2022년 All Star 선정 기업

순위	기업명	순위	기업명	순위	기업명
1위	삼성전자 *)	11위	포스코 *)	21위	삼성생명보험 *)
2위	현대자동차 *)	12위	신한카드	22위	이마트 *)
3위	LG전자 *)	13위	인천국제공항공사	23위	삼성물산
4위	유한양행 *)	14위	삼성화재해상보험	24위	삼성SDI
5위	유한킴벌리 *)	15위	LG화학	25위	서울아산병원
6위	SK하이닉스	16위	신세계백화점 *)	26위	KT
7위	카카오	17위	LG생활건강	27위	풀무원
8위	SK텔레콤 *)	18위	한국전력공사	28위	오뚜기
9위	네이버	19위	S-OIL	29위	국민은행
10위	신한은행	20위	SK이노베이션	30위	기아

*) 표는 19년 연속 All Star 선정 기업



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ① All Star 조사

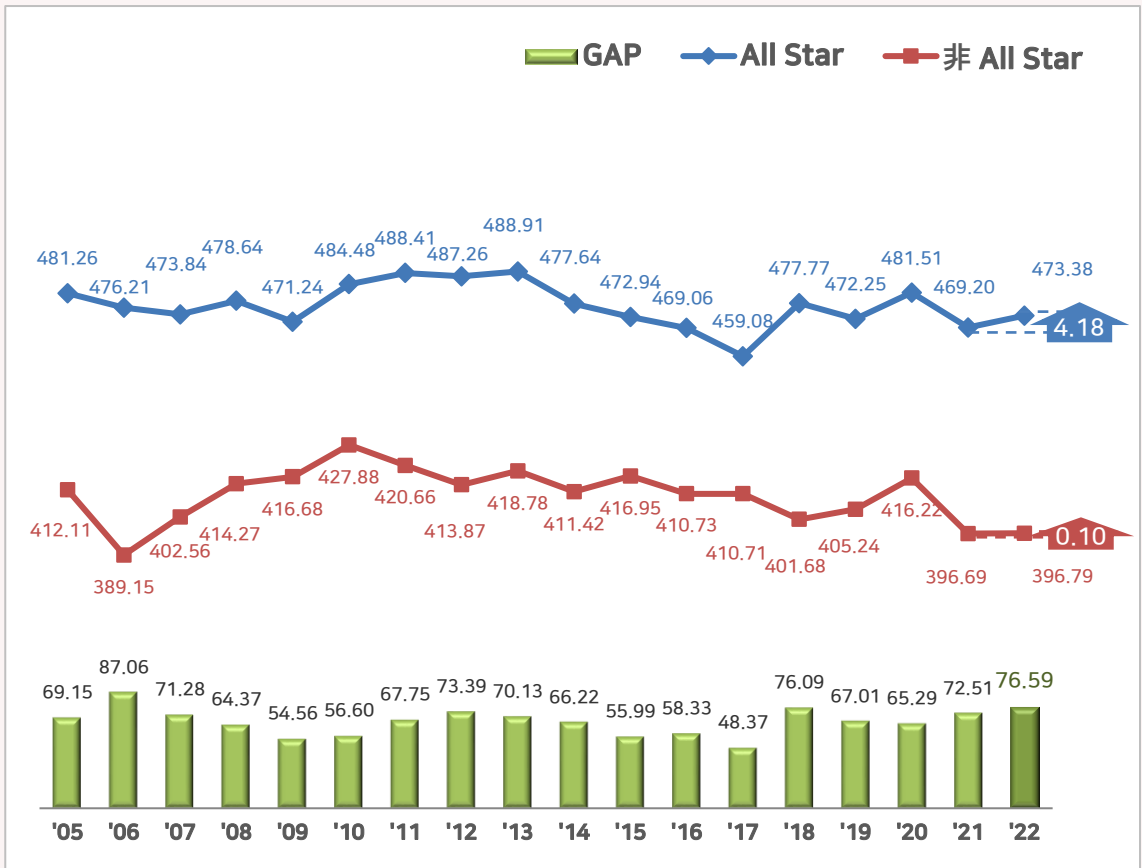
All Star 조사
주요 특징

1) All Star 기업의 우수성

All Star 조사결과, 非 All Star 대비 상승폭 두드러져

- 2022년도 All Star 조사 결과, All Star 기업은 473.38(▲4.18), 非 All Star 기업은 396.79(▲0.10)을 기록하며 All Star 기업과 非 All Star 기업 모두 전년 대비 존경받는 기업 지수가 상승한 것으로 나타났다. 이는 코로나19 이후 이해관계자들의 다소 냉정한 평가로 하락했던 지수가 회복을 보여준 것으로 판단된다.
- 한편 All Star 기업의 상승폭이 非 All Star 기업에 비해 두드러지며 격차는 3년 연속으로 벌어졌고 2006년 이후 가장 높은 수준으로 나타났다. 코로나19의 2년 이상에 걸친 장기화로 어려운 경제 상황 속에서도 All Star 기업의 우수성을 확인할 수 있다.

All Star 조사 존경받는 기업 지수 추이





[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ① All Star 조사

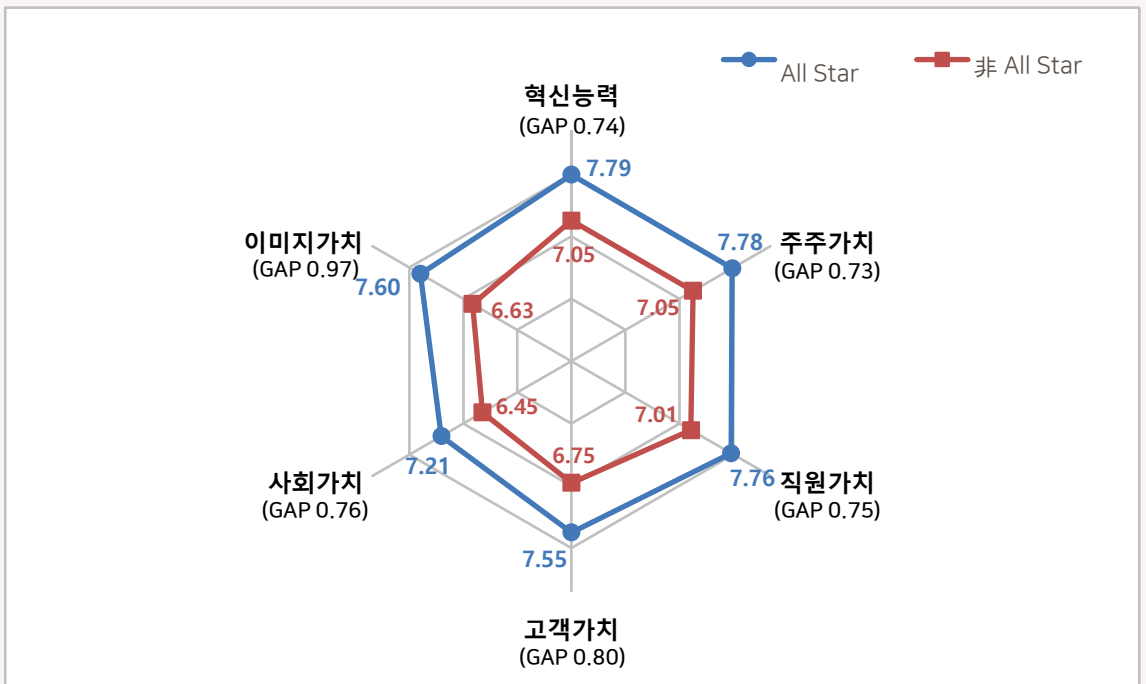
All Star 조사
주요 특징
(계속)

2) 요소품질(6대 가치) 점수 주요 특징

혁신능력 높고 사회가치 낮으며, 이미지가치 격차 크게 나타나

- 요소품질(6대 가치)별 점수를 보면, All Star 기업과 非 All Star 기업 모두 혁신능력에서 높은 점수를 받았다. 포스트 코로나 시대와 디지털 전환기를 맞아 기업에게 더 과감하고 혁신적인 변화를 기대하고 있는 상황에서 우리나라 대표 기업들의 끊임없는 도전과 노력이 인정받은 것으로 풀이된다.
- 반면, 사회가치는 공통으로 가장 낮게 나타났다. 기업의 사회적 책임과 역할을 요구하는 목소리가 높아지고 있는데, 기업들은 지속 가능한 성장을 위해서 이해관계자들이 체감할 수 있도록 적극적인 친환경·사회공헌 활동 전개가 필요한 것으로 볼 수 있다.
- 한편 All Star와 非 All Star 기업의 격차가 가장 크게 나타난 요소품질은 이미지가치였다. 전반적으로 이해관계자들의 신뢰도와 선호도 향상을 위해 다양한 활동을 펼치는 규모가 큰 기업들이 All Star에 이름을 올리고 있어 이러한 결과가 나왔다고 판단된다.

요소품질(6대 가치) 점수 비교





[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ① All Star 조사

All Star 조사
주요 특징
(계속)

3) 19년 연속 All Star 기업

총 10개 기업이 All Star 조사에서 19년 연속 선정

- 2022년도 All Star 조사에서는 총 10개 기업이 치열한 경쟁 속에서도 19년 동안 줄곧 전체 산업을 통틀어 존경받는 30대 기업으로 선정되는 영예를 안았다. 대표적으로 삼성전자가 부동의 1위를 이어갔으며, 소폭의 등락이 있었으나 현대자동차, LG전자, 유한양행, 유한킴벌리가 2~5위를 지켰다. SK텔레콤과 삼성생명보험은 모두 3계단 상승하며 각각 8위, 21위를 기록했다.

4) 주요 All Star 기업

**내·외부 역량을 동시에 강화한 기업들의 활약이 두드러져
- 서울아산병원, 신한은행, 신한카드, 인천국제공항공사 등 -**

- 고객들의 다양한 요구를 듣고 세분화된 고객의 수요를 충족시키기 위해서는 고객과의 소통 확대 뿐만 아니라 고객에 대한 임직원들의 높은 이해와 임직원들이 고객에 집중할 수 있는 환경 조성이 필요하다. 이러한 필요성을 인식한 우리 기업들은 선제적으로 내·외부 소통채널을 대폭 확대하고 팬데믹 상황에서도 최첨단 기술에 꾸준히 투자하여 내·외부 고객의 가치 향상을 도모하고 있었다. 예컨대 비대면 시대에 발맞춰 온라인·모바일 서비스를 강화하고 있으며, MZ세대 직원들과 소통하는 자리를 마련해 MZ세대의 마음을 얻을 수 있는 방안을 강구하는 기업도 있었다. 또한, 내부 직원들의 디지털 역량을 강화하고 빅데이터 인프라를 마련해 고객 맞춤형 서비스 제공을 위해 노력하고 있다. 이처럼 All Star 기업들은 고객을 최우선으로 하여 변화를 선도하고 있으며, 이를 위해 직원 역량 강화와 인프라 구축을 적극 추진하고 있었다.

**차별적인 ESG경영으로 지속 가능한 환경을 만드는 데 앞장
- 삼성물산, 유한양행, 유한킴벌리, 풀무원, S-OIL 등 -**

- 전세계적인 메가트렌드로 자리잡은 ESG는 2022년에도 화두를 이어갈 것으로 전망된다. ESG는 전 산업에서 기업의 생존과 지속가능한 성장을 위해 거스를 수 없는 시대적 흐름으로 자리잡고 있다. 주요 All Star 기업들을 살펴보면 차별적인 ESG 경영활동으로 ESG 실천을 위해 다각적인 노력을 기울이고 있었다. 환경(E)에서는 탈석탄을 선언하고 신재생 에너지 사업에 박차를 가하고 있는 기업들이 돋보였다. 사회(S)에서는 지역사회 기반의 상생 문화를 만들고, 업의 특성을 반영한 다양한 사회공헌 활동을 지속한 기업들이 있었다. 지배구조(G)에서는 이사회와 객관성과 투명성 확보를 위해 다양한 노력을 한 기업들이 빛을 발했다. 이와 같이 미래세대를 위해 지속 가능한 환경을 만드는 ESG경영의 큰 축에 존경받는 기업들이 자리매김하고 있다.



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

산업별 조사 결과

1) 2022년 제조부문 1위 기업

Nb	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	가정용가구	한샘	한샘(7.34), 신세계까사(7.31), 이케아코리아(7.29), 현대리바트(7.18), 에넥스(6.95), 에몬스가구(6.93)	6년 연속 1위
2	가정용보일러	린나이코리아	린나이코리아(6.11), 경동나비엔(6.01), 귀뚜라미(5.56), 대성셀텍에너지(5.42)	'21년 1위 : 경동나비엔
3	건강기능식품	종근당건강	종근당건강(7.16), KGC인삼공사(7.03), 한국암웨이(6.93), 동원F&B(6.91), 농협홍삼(6.52), 한국허벌라이프(6.50)	'21년 1위 : KGC인삼공사
4	건축자재	LX하우시스	LX하우시스(7.03), KCC(6.90), 현대L&C(6.87), 한솔홈데코(6.56)	3년 연속 1위
5	냉장/냉동육	하림	하림(7.33), 농협목우촌(7.29), 동우팜투테이블(7.04), 선진(7.03), 마니커(7.02)	12년 연속 1위
6	먹는 샘물 (생수)	제주특별자치도개발공사	제주특별자치도개발공사(7.36), 농심(7.35), 하이트진로음료(7.32), 롯데칠성음료(7.20), 해태htb(7.07)	'21년 1위 : 농심
7	면방직	일신방직	일신방직(7.36), 국일방직(7.27), 대한방직(7.25), 태광산업(7.22), 전방(7.08)	17년 연속 1위
8	바이오	삼성바이오로직스	삼성바이오로직스(7.58), 유한양행(7.55), GC녹십자(7.54), SK바이오팜(7.47), 셀트리온(7.46), 한미약품(7.36), 대웅제약(7.28), 종근당(7.24), 광동제약(7.13), 제일약품(6.97)	'21년 1위 : 셀트리온
9	반도체	삼성전자 DS부문	삼성전자 DS부문(8.49), SK하이닉스(8.33), 한미반도체(7.52), 주성엔지니어링(7.30)	4년 연속 1위
10	베이커리	파리크라상(파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(7.89), CJ푸드빌(뚜레주르)(7.76), 신라면과(7.57), 비알코리아(던킨)(7.39), 로쏘(성심당)(7.31)	13년 연속 1위
11	사무기기	캐논코리아	캐논코리아(7.68), HP코리아(7.65), 신도리코(7.63), 한국후지필름비즈니스이노베이션(7.43)	2년 연속 1위
12	생활가전	LG전자 H&A사업본부	LG전자 H&A사업본부(7.77), 삼성전자 DX부문 생활가전사업부(7.72), 위니아전자(6.34), 하이얼(6.10)	4년 연속 1위
13	생활용품	유한킴벌리	유한킴벌리(7.28), LG생활건강(7.17), 아모레퍼시픽(7.15), 애경산업(6.30)	9년 연속 1위
14	석유화학	SK지오센트릭	SK지오센트릭(7.81), LG화학(7.65), 한화토탈(7.09), 롯데케미칼(7.01), 한화솔루션 케미칼부문(6.99), 여천NCC(6.82)	'21년 1위 : LG화학
15	수산	동원산업	동원산업(7.65), 한성기업(6.97), 신라교역(6.95), 사조산업(6.93)	8년 연속 1위
16	승강기	현대엘리베이터	현대엘리베이터(7.71), 한국미쓰비시엘리베이터(7.49), 오티스엘리베이터(7.32), 티케이엘리베이터코리아(7.32), 삼미엘리베이터(7.30)	3년 연속 1위
17	시멘트	한일시멘트	한일시멘트(6.95), 한일현대시멘트(6.14), 쌍용C&E(6.10), 아세아시멘트(5.74), 한라시멘트(5.47), 성신양회(5.44), 삼표시멘트(5.34)	19년 연속 1위



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

산업별 조사 결과
(계속)

1) 2022년 제조부문 1위 기업(계속)

Nb	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
18	외국계 제약	글락소스미스클라인	글락소스미스클라인(7.64), 한국로슈(7.57), 한국아스트라제네카(7.54), 한국MSD(7.54), 바이엘코리아(7.54), 한국화이자제약(7.52), 한국노바티스(7.50)	5년 연속 1위
19	유가공	매일유업	매일유업(6.90), 빙그레(6.66), 서울우유(6.63), hy(6.51), 남양유업(4.72)	5년 연속 1위
20	유아용품	메디앙스	메디앙스(7.53), 제로투세븐(7.51), 한세드림(7.37), 아가방앤컴퍼니(7.36), 해피랜드코퍼레이션(7.27)	6년 연속 1위
21	자동차	현대자동차	현대자동차(7.58), 기아(7.37), 르노삼성자동차(4.78), 한국지엠(4.28), 쌍용자동차(3.88)	19년 연속 1위
22	자동차부품	현대모비스	현대모비스(7.55), 만도(7.10), 현대위아(6.87), 한온시스템(6.74), 현대트랜시스(6.67)	7년 연속 1위
23	작물보호제 (농약)	팜한농	팜한농(6.82), 경농(6.71), 농협케미컬(6.71), 한국삼공(6.54), 동방아그로(6.49)	신규조사
24	제약	유한양행	유한양행(7.50), GC녹십자(6.72), 한미약품(6.66), 동아제약(6.59), 대웅제약(6.23), 종근당(6.18), JW중외제약(6.02), 광동제약(6.00)	19년 연속 1위
25	제지	한솔제지	한솔제지(6.80), 무림페이퍼(6.64), 깨끗한나라(6.59), 전주페이퍼(6.25), 해성산업(6.06)	19년 연속 1위
26	조선	한국조선해양	한국조선해양(7.10), 현대중공업(6.86), 현대삼호중공업(6.67), 대우조선해양(6.63), 삼성중공업(6.24)	'21년 1위 : 현대중공업
27	종합식품	농심	농심(7.52), CJ제일제당(7.31), 대상(7.04), 풀무원(6.95), 오뚜기(6.67), 동원F&B(6.61)	'21년 1위 : CJ제일제당
28	철강	포스코	포스코(7.95), 현대제철(7.23), 고려아연(6.55), 동국제강(6.36), KG동부제철(5.58)	19년 연속 1위
29	친환경 도료	노루페인트	노루페인트(7.66), KCC 도료부문(7.58), 삼화페인트(7.42), 조광페인트(7.31), 강남제비스코(7.18)	신규조사
30	타이어	한국타이어앤테크놀로지	한국타이어앤테크놀로지(6.10), 넥센타이어(5.67), 금호타이어(5.43)	13년 연속 1위
31	패션	삼성물산 패션부문	삼성물산 패션부문(7.45), LF(7.42), 신세계인터내셔널(7.39), 이랜드월드 패션사업부(7.08), 코오롱인더스트리 FNC부문(7.05), 패션그룹형지(6.76)	'21년 1위 : 신세계인터내셔널
32	화장품	LG생활건강	LG생활건강(7.71), 아모레퍼시픽(7.57), 한국콜마(7.05), 이니스프리(7.02), 애경산업(6.79), 에이블씨엔씨(6.18)	3년 연속 1위
33	환경가전	코웨이	코웨이(7.24), SK매직(7.11), 쿠쿠홈시스(6.35), 청호나이스(6.32), 위닉스(6.28), 교원웰스(6.14), 클러노비타(6.03)	'21년 1위 : SK매직
34	2차 전지	LG에너지솔루션	LG에너지솔루션(7.95), 삼성SDI(7.85), SK이노베이션(7.79)	2년 연속 1위



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

산업별 조사 결과
(계속)

2) 2022년 서비스부문 1위 기업

Nb	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	가상 이동 통신망 (알뜰폰)	SK텔링크	SK텔링크(7.77), KT엠모바일(7.69), LG헬로비전(7.40), 미디어로그(6.98)	신규조사
2	건설	삼성물산 건설부문	삼성물산 건설부문(7.60), 현대건설(7.59), GS건설(7.27), 포스코건설(7.19), SK에코플랜트(7.09), DL이앤씨(6.86), 대우건설(6.64), 롯데건설(6.43), HDC현대산업개발(6.39)	16년 연속 1위
3	게임콘텐츠	넷마블	넷마블(7.66), 엔씨소프트(7.65), 펠어비스(7.57), 컴투스(7.54), 카카오게임즈(7.54), 넥슨(7.47), NHN 게임부문(7.46)	'21년 1위 : 엔씨소프트
4	교육서비스	대교	대교(6.59), 웅진씽크빅(6.47), 교원(6.43), 재능교육(5.95), 한솔교육(5.88)	12년 연속 1위
5	금융지주	신한금융지주회사	신한금융지주회사(7.84), KB금융지주(7.75), 하나금융지주(7.60), 한국투자금융지주(7.49), 우리금융지주(7.47), SC제일은행(7.11)	10년 연속 1위
6	금융투자	신한금융투자	신한금융투자(7.27), NH투자증권(7.23), 삼성증권(7.22), 미래에셋증권(7.21), 한국투자증권(7.18), KB증권(7.05), 하나금융투자(6.80), 키움증권(6.73), 메리츠증권(6.59), 대신증권(6.39)	7년 연속 1위
7	도시가스	삼천리	삼천리(7.21), 서울도시가스(6.92), 예스코(6.76), 경동도시가스(6.67), 코원에너지서비스(6.51), 대성에너지(6.44)	19년 연속 1위
8	렌터카	SK렌터카	SK렌터카(7.45), 쏘카(7.42), 그린카(7.38), 롯데렌탈(롯데렌터카)(7.21)	3년 연속 1위
9	백화점	신세계백화점	신세계백화점(7.95), 현대백화점(7.58), 한화솔루션 갤러리아부문(6.65), 롯데백화점(6.50), AK플라자(5.37), NC백화점(5.03)	19년 연속 1위
10	보증보험	SGI서울보증	SG서울보증(6.93), 한국무역보험공사(6.77), 한국주택금융공사(6.75), HUG주택도시보증공사(6.49), 건설공제조합(6.48), 전동건설공제조합(6.45)	3년 연속 1위
11	보험중개	피플라이프	피플라이프(6.17), 에이플러스에셋(6.08), 메가(5.88), 지에이코리아(5.82), 글로벌금융판매(5.78), 더블유에셋(5.77), 인카금융서비스(5.74), 리치앤코(5.73), 한국보험금융(5.68), 엠금융서비스(5.66), 프라임에셋(5.65), 유퍼스트보험마케팅(5.60), 케이지에이에셋(5.58), 퍼스트에셋(5.54), 리더스금융판매(5.43)	'21년 1위 : 에이플러스에셋
12	빌딩관리서비스	에스앤아이코퍼레이션	에스앤아이코퍼레이션(7.65), 현대엔지니어링(7.59), 포스코O&M(7.56), 에스원(7.55), 한화호텔&리조트 에스테이트부문(7.53)	'21년 1위 : 에스원
13	사이버대학	한양사이버대학교	한양사이버대학교(6.90), 세종사이버대학교(6.49), 경희사이버대학교(6.37), 서울사이버대학교(6.34), 고려사이버대학교(6.29), 사이버한국외국어대학교(6.08), 송실사이버대학교(6.06), 서울디지털대학교(5.87), 부산디지털대학교(5.82)	7년 연속 1위
14	생명보험	삼성생명보험	삼성생명보험(7.11), 교보생명보험(6.38), 신한라이프생명보험(6.33), 미래에셋생명보험(6.20), 한화생명보험(6.19), 코리아리재보험(5.88), 농협생명보험(5.86), 푸르덴셜생명보험(5.81)	19년 연속 1위
15	서비스센터	삼성전자서비스	삼성전자서비스(8.28), LG전자 고객센터(7.25), 위니아에이드(7.02)	11년 연속 1위



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

산업별 조사 결과
(계속)

2) 2022년 서비스부문 1위 기업(계속)

Nb	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
16	손해보험	삼성화재해상보험	삼성화재해상보험(7.44), 현대해상화재보험(7.33), KB손해보험(6.75), DB손해보험(6.57), 코리아리저보험(6.50), 메리츠화재해상보험(6.16), 한화손해보험(6.07)	19년 연속 1위
17	슈퍼마켓	이마트에브리데이	이마트에브리데이(7.33), GS리테일(GS THE FRESH)(7.25), 홈플러스(홈플러스익스프레스)(6.65), 롯데쇼핑 롯데슈퍼사업본부(롯데슈퍼)(6.54)	'21년 1위 : GS 리테일 (GS THE FRESH)
18	신용카드	신한카드	신한카드(7.17), KB국민카드(7.07), 삼성카드(6.98), 현대카드(6.86), 하나카드(6.47), 비씨카드(6.32), 롯데카드(6.30), NH농협카드(6.29), 우리카드(6.24)	15년 연속 1위
19	오픈마켓	11번가	11번가(7.50), 네이버쇼핑(7.46), 쿠팡(7.42), 지마켓글로벌(옥션)(7.17), 지마켓글로벌(G마켓)(7.13), 인터파크(7.01), 위메프(6.99), 티몬(6.95)	7년 연속 1위
20	외국계 보험	메트라이프생명보험	메트라이프생명보험(7.23), 동양생명보험(7.05), ABL생명(6.84), 라이나생명보험(6.82), AIA생명보험(6.73)	2년 연속 1위
21	은행	신한은행	신한은행(7.59), 국민은행(7.46), 하나은행(6.90), 우리은행(6.86), IBK기업은행(6.83), 농협은행(6.40), SC제일은행(5.87)	19년 연속 1위
22	저비용항공	에어부산	에어부산(7.39), 진에어(7.35), 제주항공(7.35), 티웨이항공(7.23), 에어서울(7.10)	'21년 미발표
23	전문대학	영진전문대학교	영진전문대학교(6.43), 울산과학기술대학교(6.37), 영남이공대학교(6.23), 연암공과대학교(6.21), 대전보건대학교(6.11), 아주자동차대학교(6.03), 경기과학기술대학교(5.93), 경북전문대학교(5.83), 한림성심대학교(5.80), 거제대학교(5.74), 제주한라대학교(5.57)	11년 연속 1위
24	전자제품전문점	하이프라자 (LG전자베스트샵)	하이프라자(LG전자베스트샵)(7.25), 삼성전자판매(삼성디지털프라자)(7.19), 롯데하이마트(하이마트)(6.61), 에스와이에스리테일(전자랜드)(6.31)	'21년 1위 : 삼성전자판매 (삼성디지털프라자)
25	정보기술	삼성SDS	삼성SDS(7.74), 포스코ICT(7.62), LG CNS(7.59), SK C&C(7.57)	4년 연속 1위
26	정보보안	SK실더스(SK인포섹)	SK실더스(SK인포섹)(7.74), 이클루시큐리티(7.67), 윈스(7.63), 안랩(7.62), 시큐아이(7.60)	2년 연속 1위
27	정유	S-OIL	S-OIL(7.15), SK에너지(7.05), GS칼텍스(6.85), 현대오일뱅크(6.45)	6년 연속 1위
28	종합대학	성균관대학교	성균관대학교(7.55), 연세대학교(7.49), 서울대학교(7.45), 고려대학교(7.44), 경희대학교(7.18), 한양대학교(7.14), 서강대학교(7.12), 이화여자대학교(7.06), 중앙대학교(6.95), 한국외국어대학교(6.87), 동국대학교(6.81)	'21년 1위 : 서울대학교
29	종합물류서비스	CJ대한통운	CJ대한통운(6.72), 현대글로벌비스(6.62), LX판토스(6.07), 삼성전자로지텍(6.02), 롯데글로벌로지스(5.74), 한진(5.62)	10년 연속 1위
30	종합병원	서울아산병원	서울아산병원(7.43), 삼성서울병원(7.08), 서울대학교병원(7.06), 세브란스병원(7.00), 가톨릭대학교 서울성모병원(6.31)	16년 연속 1위



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

산업별 조사 결과
(계속)

2) 2022년 서비스부문 1위 기업(계속)

Nb	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
31	종합상사	삼성물산 상사부문	삼성물산 상사부문(7.58), 포스코인터내셔널(7.54), SK네트웍스(7.10), SK트레이딩인터내셔널(7.00), LX인터내셔널(6.89)	18년 연속 1위
32	지역금융	대구은행	대구은행(6.72), 부산은행(6.71), 경남은행(6.58), 제주은행(6.34), 광주은행(6.27), 전북은행(6.25)	'21년 1위 : 부산은행
33	콘도미니엄	소노호텔&리조트	소노호텔&리조트 (7.04), 하이원리조트(6.55), HDC리조트(6.41), 용평리조트(6.39), 한화호텔&리조트(6.25)	'21년 1위 : 하이원리조트
34	통신서비스	SK텔레콤	SK텔레콤(7.69), KT(7.61), LG유플러스(7.43)	19년 연속 1위
35	편의점	GS리테일(GS25)	GS리테일(GS25)(7.33), BGF리테일(CU)(7.24), 이마트24(6.89), 코리아세븐(세븐일레븐)(5.70), 한국미니스톱(미니스톱)(5.09)	19년 연속 1위
36	포털서비스	카카오	카카오(7.97), 구글코리아(7.90), 네이버(7.86), 줌인터넷(줌)(7.47), SK커뮤니케이션즈(네이트)(7.24), 한국마이크로소프트(빙)(7.23)	2년 연속 1위
37	프랜차이즈	비케이알(버거킹)	비케이알(버거킹)(7.52), 한국맥도날드(7.47), 케이에프씨코리아(KFC)(7.43), 맘스터치앤컴퍼니(맘스터치)(7.41), 롯데지알에스(롯데리아)(7.40)	4년 연속 1위
38	할인점	이마트	이마트(7.46), 코스트코코리아(6.79), 농협유통(하나로마트)(6.20), 롯데마트(5.99), 홈플러스(5.76)	19년 연속 1위
39	해운물류서비스	HMM	HMM(7.22), SK해운(7.17), 대한해운(7.17), 팬오션(7.15), 유코카캐리어스(7.01)	2년 연속 1위
40	헬스케어	바디프랜드	바디프랜드(7.40), 브람스생활건강(7.24), 북정제형(코지마)(7.21), 파나소닉코리아(7.12), 휴테크산업(7.05)	4년 연속 1위
41	AI 스마트 학습	교원	교원(6.53), 메가스터디교육(6.44), 천재교육(6.38), 대교(6.37), 웅진씽크빅(6.18), 비상교육(6.02), 아이스크림에듀(5.88)	'21년 1위 : 웅진씽크빅
42	IPTV	SK브로드밴드(B TV)	SK브로드밴드(B TV)(7.86), KT(올레TV)(7.79), LG유플러스(U+ TV G)(7.64)	'21년 1위 : KT(올레TV)
43	IT솔루션	인텔코리아	인텔코리아(7.91), 구글코리아(7.69), 한국IBM(7.67), 한국마이크로소프트(7.65), HP코리아(7.63), 한국오라클(7.54)	12년 연속 1위
44	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(7.31), CJ ENM(CJ온스타일)(7.27), GS리테일(GS SHOP)(7.20), 롯데홈쇼핑(6.98), 홈&쇼핑(6.78), NS홈쇼핑(6.54), 공영홈쇼핑(6.54)	'21년 1위 : CJ ENM (CJ오쇼핑)
45	T-커머스	KT알파(K쇼핑)	KT알파(K쇼핑)(7.45), 신세계TV쇼핑(7.41), SK스토아(7.34), 티알앤(쇼핑엔티)(7.30), W쇼핑(7.29)	6년 연속 1위
46	VR · AR	골프존	골프존(8.22), 카카오VX(7.81), 리얼야구존(7.75), 레전드야구존(7.74), 스트라이크존(7.74)	4년 연속 1위



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

산업별 조사 결과
(계속)

3) 2022년 공공부문 1위 기업

Nb	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수
1	건설 공기업	한국수자원공사	한국수자원공사(7.20), 한국도로공사(6.88), 국가철도공단(6.65), 한국토지주택공사(5.53)	'21년 1위 : 한국토지주택공사
2	검사검증	한국가스안전공사	한국가스안전공사(6.73), 한국교통안전공단(6.65), LX한국국토정보공사(6.65), 한국전기안전공사(6.61), 한국방송통신전파진흥원(6.48), 한국산업기술시험원(6.41)	2년 연속 1위
3	공공병원	근로복지공단병원	근로복지공단병원(6.65), 국립암센터(6.63), 국립재활원(6.58), 대한적십자사(적십자병원)(6.40), 한국보훈복지의료공단(보훈병원)(6.40), 경찰병원(6.32)	8년 연속 1위
4	발전	한국중부발전	한국중부발전(7.06), 한국서부발전(6.94), 한국수력원자력(6.92), 한국남부발전(6.85), 한국동서발전(6.80), 한국남동발전(6.78)	'21년 1위 : 한국동서발전
5	수출지원	한국수출입은행	한국수출입은행(6.73), 한국무역보험공사(6.61), 대한무역투자진흥공사(6.37)	'21년 1위 : 대한무역투자진흥공사
6	에너지	한국가스공사	한국가스공사(6.55), 한국지역난방공사(6.49), 한국석유공사(5.86), 한국광해광업공단(5.34)	4년 연속 1위
7	연기금융	국민연금공단	국민연금공단(6.88), 예금보험공사(6.86), 한국주택금융공사(6.85), 한국자산관리공사(6.83), 기술보증기금(6.71), 한국무역보험공사(6.63), 신용보증기금(6.56), 사립학교교직원연금공단(6.23), 공무원연금공단(6.20)	'21년 1위 : 예금보험공사
8	의료지원서비스	건강보험심사평가원	건강보험심사평가원(6.42), 국민건강보험공단(6.19), 한국보건산업진흥원(5.87), 한국사회보장정보원(5.81)	'21년 1위 : 국민건강보험공단
9	중소기업진흥	중소벤처기업진흥공단	중소벤처기업진흥공단(6.96), 중소기업기술정보진흥원(6.52), 창업진흥원(6.47), 소상공인시장진흥공단(6.40)	9년 연속 1위
10	SOC 시설관리	인천국제공항공사	인천국제공항공사(7.84), 한국공항공사(7.39), 한국도로공사(6.95), 한국철도공사(6.91)	15년 연속 1위



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

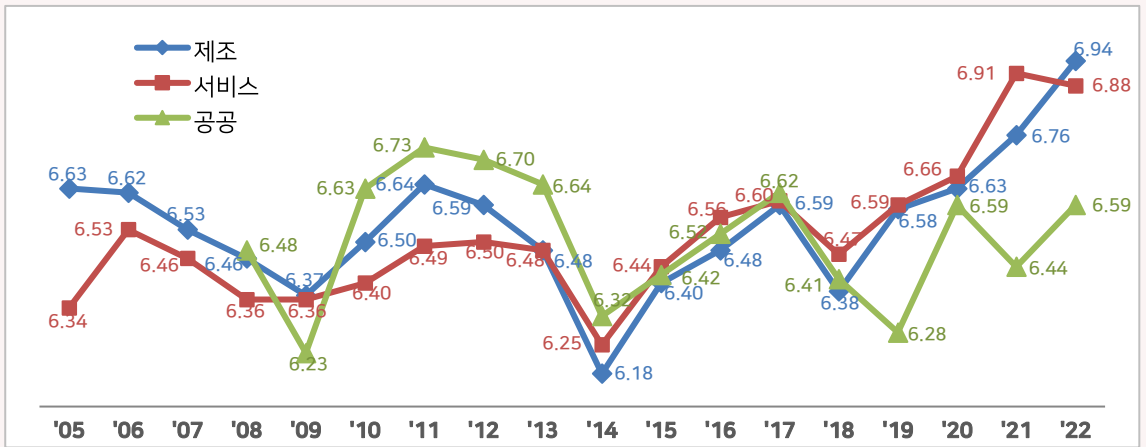
산업별 조사
주요 특징

1) 부문별 존경받는 기업 지수 주요 특징

제조·공공 부문은 상승, 서비스 부문은 소폭 하락

➤ 2022년도 산업별 조사 결과, 제조부문은 6.94(▲0.18), 서비스부문은 6.88(▽0.03), 공공부문이 6.59(▲0.15)를 기록하였다. 제조부문은 4년 연속 상승하며 2009년 이후 처음으로 3개 부문 가운데 가장 높게 나타났다. 반면, 서비스부문은 상승세를 멈추고 소폭 하락했다. 상승과 하락을 반복하고 있는 공공부문은 금년도 상승 전환하며 2020년과 유사한 수준으로 회복했다.

부문별 종합지수 추이



➤ ESG경영을 요구하는 속도가 빨라지고 있는 상황 속에서 탄소집약 산업의 비중이 높은 제조부문에서 존경받는 기업 지수가 상승한 것은 기후변화에 대한 선제적이고 적극적인 대응과 안전한 일터 구현을 위해 실행한 다양한 노력이 반영된 것으로 볼 수 있다. 실제로 전년 대비 요소품질(6대 가치) 점수를 비교해 보면, 제조부문은 직원이치와 사회가치의 점수 상승이 더 두드러진 것으로 나타났다. 반면에 서비스부문은 직원이치와 고객가치에서 크게 하락하는 모습을 보였다. 이는 재택근무와 비대면 소비 전환 과정에서 혼란이 발생한 결과라고 여겨지며, 아직은 이해관계자들에게 비대면 환경이 충분한 가치를 제공하고 있지 못하고 있음을 알 수 있다. 공공부문은 혁신능력에서 점수가 크게 상승하였는데, 이는 코로나19 대응과 디지털 전환 노력이 효과를 보인 것으로 판단된다.

부문별 요소품질(6대 가치) 점수 비교

구 분	제조부문			서비스부문			공공부문		
	'21	'22	GAP	'21	'22	GAP	'21	'22	GAP
혁신능력	6.81	6.95	+0.14	6.94	6.89	-0.05	6.27	6.47	+0.20
주주가치	6.73	6.94	+0.21	6.92	6.91	-0.01	6.22	6.44	+0.22
직원이치	6.69	6.93	+0.24	6.95	6.88	-0.07	6.53	6.66	+0.13
고객가치	6.97	7.09	+0.12	7.08	6.98	-0.10	6.60	6.72	+0.12
사회가치	6.63	6.85	+0.22	6.76	6.76	0.00	6.47	6.57	+0.10
이미지가치	6.78	6.96	+0.18	6.95	6.91	-0.04	6.50	6.64	+0.14
종합지수	6.76	6.94	+0.18	6.91	6.88	-0.03	6.44	6.59	+0.15



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

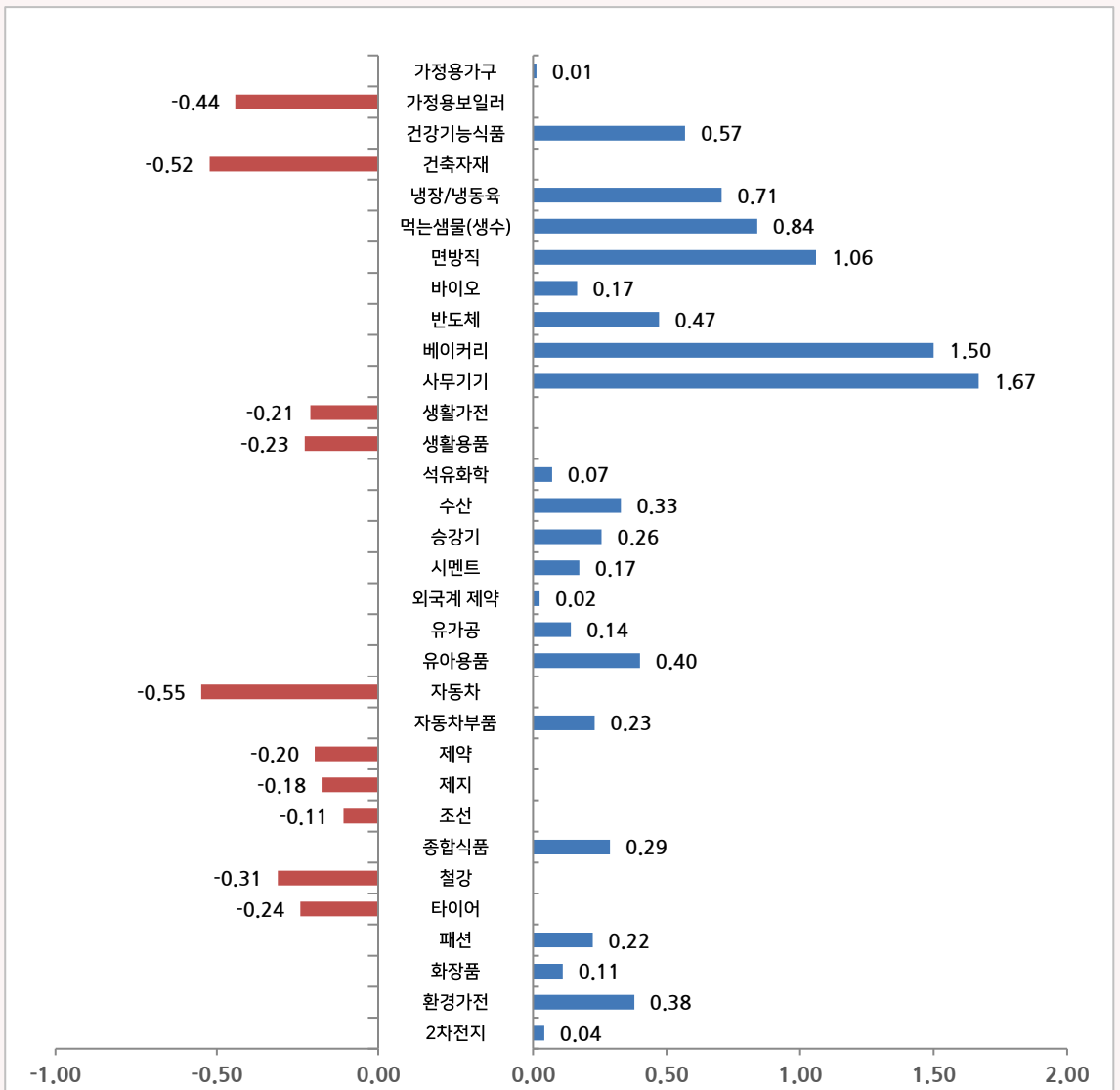
산업별 조사
주요 특징
(계속)

2) 제조부문 존경받는 기업 지수 산업별 비교

환경보호와 지역상생에 앞장서고 있는 산업들이 지수 상승 이끌어

▶ 제조부문에서는 총 22개 산업에서 전년 대비 존경받는 기업 지수가 상승한 것으로 나타났다. 산업별로는 업의 본질을 살려 차별화된 친환경경영을 선보이고 있는 사무기기(▲1.67), 먹는샘물(생수)(▲0.84), 반도체(▲0.47), 환경가전(▲0.38)과 더불어 지역상생을 위해 다방면으로 노력하고 있는 베이커리(▲1.50), 면방직(▲1.06), 냉장/냉동육(▲0.71) 등의 상승폭이 컸다.

산업별 종합지수 전년 대비 증감 현황



※ 2022년도 신규조사 산업 및 2021년도 미발표 산업은 명시하지 않음



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

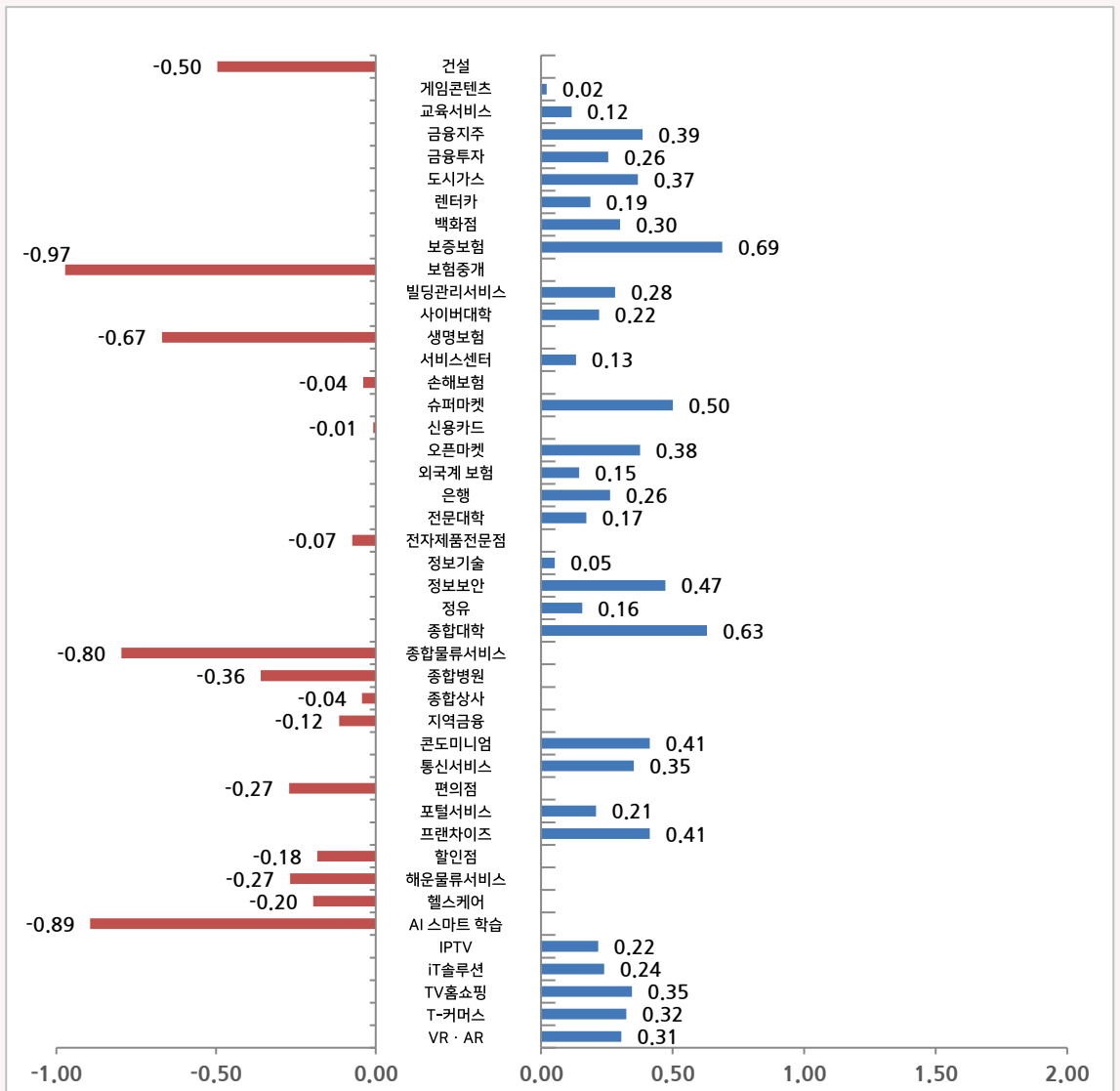
산업별 조사
주요 특징
(계속)

3) 서비스부문 존경받는 기업 지수 산업별 비교

비대면서비스 강화한 산업에서 우수한 평가 나타나

- ▶ 서비스부문에서 존경받는 기업 지수의 상승을 보인 산업은 총 29개로 나타났다. 비대면 서비스를 강화해 이해관계자들의 편의를 높인 보증보험(▲0.69), 종합대학(▲0.63), 슈퍼마켓(▲0.50)의 상승이 두드러졌다.
- ▶ 반면, 총 15개 산업에서 지수의 하락이 나타났는데, 산업 수는 상승 산업 수에 비해 적지만 일부 산업에서 큰 폭으로 하락해 서비스부문 전체의 지수가 소폭 하락한 것으로 풀이된다.

산업별 종합지수 전년 대비 증감 현황



※ 2022년도 신규조사 산업 및 2021년도 미발표 산업은 제외함



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

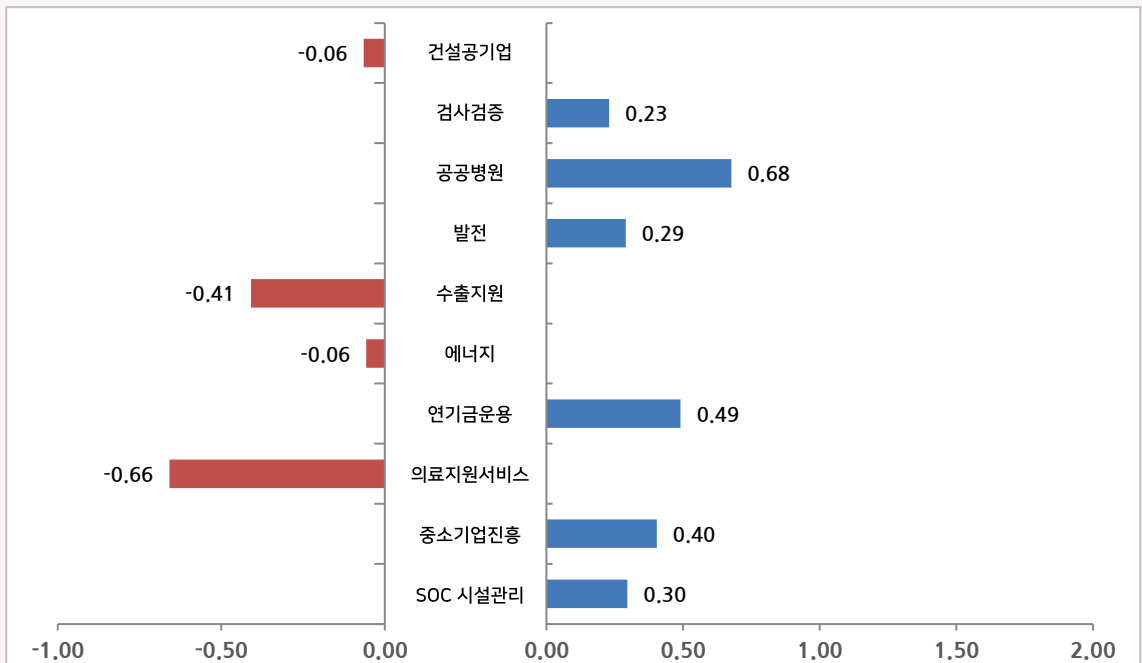
산업별 조사
주요 특징
(계속)

4) 공공부문 존경받는 기업 지수 산업별 비교

코로나19 대응 및 ESG경영 확산 산업의 약진이 돋보여

- 공공부문에서는 조사 대상 산업인 10개 산업 중 총 6개 산업이 전년보다 높은 존경받는 기업 지수를 기록했다. 특히 공공병원(▲0.68), 연기금운용(▲0.49) 산업의 상승폭이 크게 나타났는데, 이는 코로나19 상황이 지속되고 있는 가운데 대응에 선도적 역할을 이행하고 있는 기관들에 대한 신뢰와 ESG경영이라는 세계적 흐름에서 확산에 앞장서고 있는 기관들에 대한 지지가 존경받는 기업 지수 상승에 영향을 미친 것으로 판단된다.

산업별 종합지수 전년 대비 증감 현황



※ 2022년도 신규조사 산업 및 2021년도 미발표 산업은 제외함



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

산업별 조사
주요 특징
(계속)

5) 19년 연속 1위 기업

총 13개 기업이 존경받는 기업 19년 연속 1위 유지

- 2022년도 산업별 조사는 총 90개 산업(제조 34개, 서비스 46개, 공공 10개)에 대해 진행되었다. 이중 19년 동안 줄곧 이해관계자들로부터 최고의 신뢰와 지지를 받으며 존경받는 기업의 자리를 유지한 기업은 제조부문에서 한일시멘트(시멘트), 유한양행(제약) 등 5개 기업, 서비스부문에서 삼천리(도시가스), 신한은행(은행) 등 8개 기업으로 나타나 총 13개 기업으로 집계되었다.
- 한편 5년 이상 조사가 실시된 산업에서 변함없이 산업의 1위를 지킨 27개 기업도 주목을 받았다. 제조부문에서는 한샘(가정용가구), 일신방직(면방직), 동원산업(수산), 서비스부문에서는 삼성물산(건설/종합상사), 삼성전자서비스(서비스센터), 영진전문대학교(전문대학), 서울아산병원(종합병원), 공공부문에서는 인천국제공항공사(SOC시설관리)가 대표적이었다.

조사 실시 이후 변동 없이 1위 유지한 기업

산업		기업명	산업		기업명	
제조 (10개)	시멘트	한일시멘트 (19년 연속)	서비스 (15개)	은행	신한은행 (19년 연속)	
	자동차	현대자동차 (19년 연속)		통신서비스	SK텔레콤 (19년 연속)	
	제약	유한양행 (19년 연속)		편의점	GS리테일(GS25) (19년 연속)	
	제지	한솔제지 (19년 연속)		할인점	이마트 (19년 연속)	
	철강	포스코 (19년 연속)		종합상사	삼성물산 상사부문 (18년 연속)	
	면방직	일신방직 (17년 연속)		건설	삼성물산 건설부문 (16년 연속)	
	냉장/냉동육	하림 (12년 연속)		종합병원	서울아산병원 (16년 연속)	
	수산	동원산업 (8년 연속)		IT솔루션	인텔코리아 (12년 연속)	
	가정용가구	한샘 (6년 연속)		서비스센터	삼성전자서비스 (11년 연속)	
	유아용품	메디앙스 (6년 연속)		전문대학	영진전문대학교 (11년 연속)	
서비스 (15개)	도시가스	삼천리 (19년 연속)		금융지주	신한금융지주회사 (10년 연속)	
	백화점	신세계백화점 (19년 연속)		공공 (2개)	SOC시설관리	인천국제공항공사 (15년 연속)
	생명보험	삼성생명보험 (19년 연속)			중소기업진흥	중소벤처기업진흥공단 (9년 연속)
	손해보험	삼성화재해상보험 (19년 연속)				



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

산업별 조사
주요 특징
(계속)

6) 전년 대비 1위 변동 기업

총 25개 산업에서 1위 변동 나타나

- 2022년 산업별 조사 결과 총 25개 산업에서 지난 2021년 대비 1위 기업에 변동이 있는 것으로 나타났다. 전년도 1위 기업 변동 산업 수인 총 14개(제조 4개, 서비스 8개, 공공 2개)보다 크게 늘어난 것은 코로나 시대를 맞아 기업들이 존경받는 기업이 되기 위해서 다양한 이해관계자로부터 신뢰와 지지를 확보하기 위한 경쟁이 치열해진 상황을 대변하는 것으로 풀이된다.

2022년 1위 변동 기업

산업		2022년 1위 기업	2021년 1위 기업
제조부문 (9개)	가정용보일러	린나이코리아	경동나비엔
	건강기능식품	종근당건강	KGC인삼공사
	먹는 샘물 (생수)	제주특별자치도개발공사	농심
	바이오	삼성바이오로직스	셀트리온
	석유화학	SK지오센트릭	LG화학
	조선	한국조선해양	현대중공업
	종합식품	농심	CJ제일제당
	패션	삼성물산 패션부문	신세계인터내셔널
	환경가전	코웨이	SK매직
서비스부문 (11개)	게임콘텐츠	넷마블	엔씨소프트
	보험중개	피플라이프	에이플러스에셋
	빌딩관리서비스	에스앤아이코퍼레이션	에스원
	슈퍼마켓	이마트에브리데이	GS 리테일(GS THE FRESH)
	전자제품전문점	하이프라자(LG전자베스트샵)	삼성전자판매(삼성디지털프라자)
	종합대학	성균관대학교	서울대학교
	지역금융	대구은행	부산은행
	콘도미니엄	소노호텔&리조트	하이원리조트
	AI 스마트 학습	교원	웅진씽크빅
	IPTV	SK브로드밴드(B TV)	KT(올레TV)
	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	CJ ENM(CJ오쇼핑)
공공부문 (5개)	건설 공기업	한국수자원공사	한국토지주택공사
	발전	한국중부발전	한국동서발전
	수출지원	한국수출입은행	대한무역투자진흥공사
	연기금융운용	국민연금공단	예금보험공사
의료지원서비스	건강보험심사평가원	국민건강보험공단	



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ② 산업별 조사

산업별 조사
주요 특징
(계속)

7) 주요 산업별 1위 기업

- 위기 때마다 경기 회복을 주도했던 제조부문에서는 이번 코로나19의 장기화 국면에서도 시장변화에 발빠르게 대응하며 한국 산업의 성장을 이끈 기업들이 산업별 1위로 나타났다. 대표적으로 **한샘(가정용가구)**, **한국타이어(타이어)**는 뛰어난 기술력과 차별화된 비즈니스 모델을 바탕으로 혁신능력에서 우위를 보이며 1위를 지켰다. 지속적으로 신제품을 선보이는 등 새로운 고객가치 창출에 공력을 쏟고 있는 **린나이코리아(가정용보일러)**, **파리크라상(파리바게뜨)(베이커리)**, **캐논코리아(사무기기)**는 고객가치에서 특히 긍정적인 평가를 받으며 성과를 보였다. 산업을 리딩하고 있을 뿐만 아니라 경영이념에 따라 앞선 직원복지 정책을 펼치고 있는 **한일시멘트(시멘트)**와 **일신방직(면방직)**은 직원가치에서의 높은 평가가 두드러졌다. 업계의 ESG 선도 기업인 **동원산업(수산)**, **매일유업(유가공)**, **한솔제지(제지)**는 이해관계자들로부터 전반적으로 우수한 평가를 받으며 전년도에 이어 존경받는 기업으로 이름을 올렸다.
- 서비스부문의 경우 전체적으로는 지수가 소폭 하락하였으나, 서비스 경쟁력을 강화하며 올해 조사에서도 1위를 굳건히 지킨 기업들이 돋보였다. **대교(교육서비스)**, **신한금융투자(금융투자)**, **11번가(오픈마켓)**, **비케이알(버거킹)(프랜차이즈)**, **인텔코리아(IT솔루션)**는 최고 수준의 제품과 서비스를 제공할 뿐만 아니라 차별화된 서비스 경쟁우위를 기반으로 시장의 변화를 적극적으로 선도한 노력이 인정 받으며 특히 고객가치에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다. 트렌드 변화에 맞춰 서비스 품질을 계속해서 향상시켜온 **삼성전자서비스(서비스센터)**, **바디프랜드(헬스케어)**는 이해관계자에게 전반적으로 긍정적인 평가를 받으며 산업계 존경받는 기업으로 자리매김하였다.
- 공공부문에서는 혁신을 거듭하며 국민 삶의 질 향상에 기여하고 있는 기관들이 성과를 드러냈다. 청정에너지 기업을 지향하는 **한국가스공사(에너지)**와 안전사회를 지향하는 **한국가스안전공사(검사검증)**는 혁신활동에 주력한 노력을 인정 받아 혁신능력에서 우위를 보였다. 스마트체계를 구축하여 보다 더 편리한 서비스를 제공하고 있는 **한국수자원공사(건설공기업)**는 고객가치에서 높게 평가되어 국민으로부터 사랑과 신뢰를 받는 공공기관으로서 인정받았다. 그리고 **국민연금공단(연기금운용)**은 사회가치에서 우수한 평가를 받으며 ESG 경영문화 확산을 도모하는 기관으로 여겨지고 있음을 볼 수 있었다. 근로자의 건강예방과 질병치료, 재활을 통해 양질의 사회보장서비스 기관을 목표로 하는 **근로복지공단병원(공공병원)**은 모든 이해관계자로부터 전반적으로 우수한 평가를 받았다.



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ③ ESG경영 인식조사

1) ESG경영 인식조사 개요

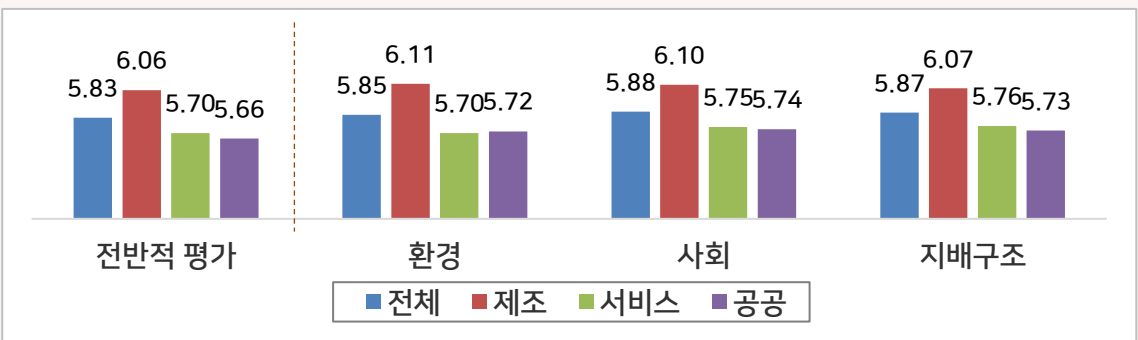
- ▶ 이제 대세를 넘어 필수 경영 트렌드로 자리잡은 ESG경영과 관련하여 KMAC에서는 올해 처음으로 'All Star 조사' 후보기업 150개를 대상으로 ESG경영 추진 인식에 대해 조사했다. 대다수의 기업들은 ESG 경영을 정부의 법규나 평가 가이드라인에 따라 추진중인데, 이러한 활동들이 실제 이해관계자에서 어떻게 인식되고 체감되는지 파악하고자 하는 취지이다.
- ▶ 해당 조사는 'All Star 조사'와 동일한 대상에 대해 설문을 진행했다. 평가항목은 ESG를 구성하는 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance) 등 3개 차원과 ESG경영 우수성에 대한 전반적 평가를 함께 조사했다. 각 차원은 2개의 세부항목으로 구성되었으며, 추진체계와 추진성과를 11점 척도로 조사해 산업계, 애널리스트 및 일반소비자가 바라보는 국내 산업 및 기업의 ESG경영에 대한 인식수준을 파악했다.

2) ESG경영 인식조사 결과

**ESG 평가에서 5.83점으로 나타나... 제조업>서비스>공공 順
ESG경영 수준과 존경받는 기업 수준은 정비례**

- ▶ 이해관계자 관점의 ESG 경영 인식조사 결과, 전반적 평가는 10점 만점에서 5.83점으로 높은 수준을 나타내지 못했다. 최근 ESG경영에 대한 관심과 추진활동 및 노력이 시작됐지만 본격적인 활동의 초반이라 실제 이해관계자의 인식은 다소 낮은 것으로 나타났다.
- ▶ 산업별로 살펴보면, 제조업은 서비스업과 공공에 비해 상대적으로 높은 점수를 보였다. ESG 책임투자 강화 및 탄소중립정책 확대 등 환경적 요소가 우선적으로 부각되는 상황에서 제조업은 이러한 환경적인 개선에 가장 쉽게 접근이 가능하며, 그 효과도 빠른 기간안에 일반 소비자들도 체감할 수 있는 특징을 지니고 있어서 나타난 결과로 이해되며, 이러한 결과가 다른 요소(사회, 지배구조)에까지 영향을 미친 것으로 여겨진다. 물론, 국내 대표 제조기업들의 선제적이고 자발적인 노력의 성과가 주요했을 것이다.
- ▶ 한편, 응답자의 존경받는 조사 응답과 ESG 체감수준 간에는 강한 상관관계가 있음을 볼 수 있었는데, 많은 기업들이 관심을 갖고 추진중인 ESG경영의 성공은 존경받는 기업이 되기 위한 지름길임을 확인할 수 있었다.

ESG경영 인식조사 결과



이해관계자
관점의
ESG경영
인식조사 개요

이해관계자
관점의
ESG경영
인식조사 결과



[제2부]

조사 결과 및 주요 특징 - ③ ESG경영 인식조사

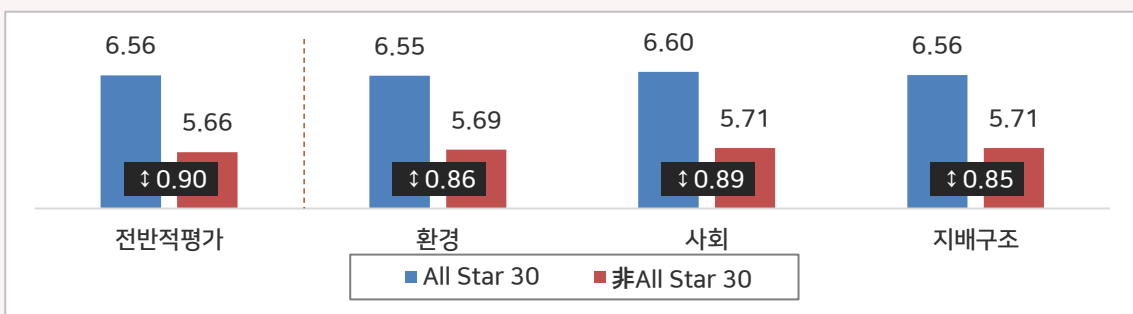
이해관계자
관점의
ESG경영
인식조사 결과
(계속)

2) ESG경영 인식조사 결과(계속)

All Star 기업은 ESG 실행에 대한 체감 수준 높아

- ▶ '한국에서 가장 존경받는 기업' All Star 조사결과와 비교해 분석한 결과, All Star 기업이 그렇지 않은 기업에 비해 ESG경영평가에서도 높은 수준의 인식을 보인 것으로 나타났다. 특히 ESG 전반적 평가와 사회차원에서 두 그룹의 차이가 가장 컸다. 이는 존경받는 기업의 All Star 우수기업이 ESG에서도 보다 체계적인 계획과 활동을 진행하고 있음을 나타낸 것이라 할 수 있다.

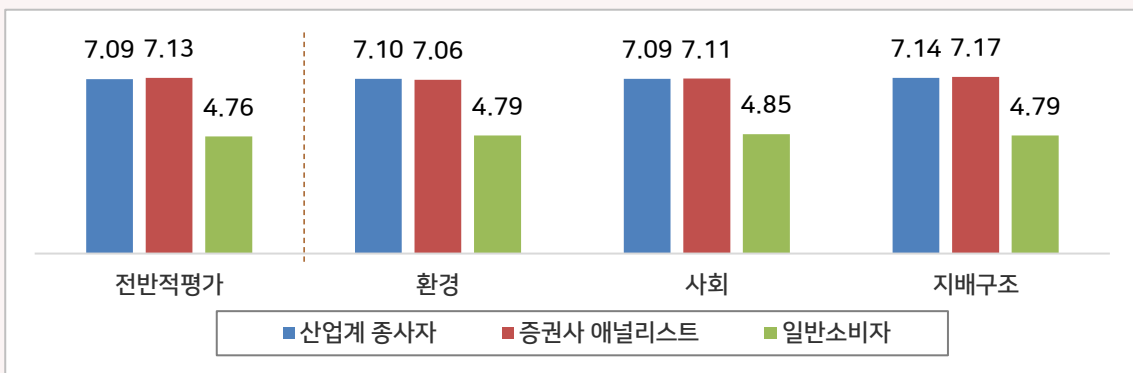
ESG경영 인식조사 결과 (All Star Vs. 非All Star)



산업계과 일반소비자 간 인식 차이 존재해

- ▶ 한편, 응답자그룹별로 ESG경영평가 결과를 비교했을 때 ESG 전반적평가에서 산업계 종사자(7.09)와 증권사 애널리스트(7.13)는 7점 대로 평가한 반면 일반소비자(4.76)는 4점 대의 낮은 평가를 보이며 인식 차이가 큰 것으로 나타났다.
- ▶ 기업들이 ESG경영활동을 위한 다양한 활동을 전개하고 있지만 산업계 내부에서 인지하는 것과 달리 일반 소비자의 체감 효과는 아직 크지 않은 것으로, 기업의 활동이 일반 소비자에게 전달되기까지는 다소 시간이 필요할 것으로 보인다. 이와 더불어 고객의 선택을 받아 지속 성장하고, 존경받는 기업이 되기 위해서는 무엇보다 시장과 소비자의 요구에 부합하는 ESG경영을 꾸준히 추진하여 공감대를 마련할 필요가 있는 것이다.

응답자별 ESG경영 인식조사 결과





[제3부]

한국에서 가장 존경받는 기업(KMAC) 조사 제언

존경받는
기업으로
도약을 위한
제언

환경변화에 맞는 존경받는 기업의 업그레이드 필요

- 시장에서 1위를 차지하는 것보다 더 중요한 것은 끊임없는 변화와 개선, 발전을 통해 지속적으로 성장하고 기업 가치를 높여 나가는 일이다. ESG경영이 지금 전 세계 모든 기업들의 화두가 되고 있는데, ESG경영의 궁극적인 목적도 '존경받는 기업'이 되기 위함이다.
- 존경받는 기업이란 '혁신능력, 주주가치, 고객가치, 직원가치, 사회가치, 이미지가치' 등 6대 가치를 중심으로 기업 스스로 끊임없는 혁신을 통해 새로운 가치를 만들어 내는 기업을 말한다. 기업의 환경에 대한 책임, 사회 윤리적인 문제, 기업지배구조와 같은 것이 제품이나 서비스의 일부로 인식되면서 소비자들의 구매가 기업에 대한 존경심이나 명성을 나타내는 흐름도 정착된 상황이다.
- 오늘날의 기업 경영은 규모나 활동영역 면에서 사회에 미치는 영향이 점점 더 커지고 있다. 기업의 일이 결코 개별 기업만의 일로 끝나는 것이 아니다. 기업의 활동으로 인해 발생하는 손해는 주변 환경에도 나쁜 영향을 끼치지만 결국에서는 부메랑처럼 기업에 돌아 온다는 것을 인식해야 하는 것이다. 사회 책임 경영은 이미 글로벌 경제의 중요한 흐름이 되었다. 이러한 흐름을 등한시 하는 기업들은 큰 위기에 직면하게 될 것이다. 사회에 대한 책임을 가진다는 것이 이익이 많이 나고 경영성과가 좋은 회사들만의 전유물은 아니다. 기업의 이익을 사회와 나누는 것은 지출이 아니라 기업 스스로 리스크를 관리하기 위한 생존 차원의 활동이다.
- 존경받는 기업이 된다는 것은 기업 활동을 하고 남은 이익과 시간으로 자원봉사활동을 하는 것이 아니라 적극적인 의미의 경영활동을 뜻하는 것이다. 한때 아무리 뛰어난 실적을 올리고 매출액이 높았던 기업이라고 해도 존경받지 못한 기업이라면 오랫동안 존재하지 않게 될 것이다. 각 기업들은 현 시대에 맞는 존경받는 기업의 의미를 재정립하고, ESG경영의 구성요소와 자사에 맞는 활동방향을 빠르게 구축하여 지속 가능한 기업이 되도록 해야 할 것이다.
- 다시 강조하자면 각 기업의 궁극적 목적은 '고객에게 선택을 받아 지속성장의 기반을 마련하고 궁극적으로 존경받는 기업이 되기 위해서'가 되어야 한다. 그리고 고객의 선택을 받기 위해서는 관점을 바꾸어 기업 가치 활동에 영향을 주고받는 모든 주체로 고객의 범위를 더 넓혀 ESG 경영을 추진해야 한다. 소비자는 물론 직원, 협력사, 정부, 지역사회, 주주 등을 포함하는 종합적 관점인 것이다. 치열한 경쟁 상황에서 고객으로부터 경쟁사 보다 더 많은 선택을 받고 고객들로부터 존경을 받아야, 기업은 당연히 시장에서 경쟁사 대비 우월한 지위를 확보하여 성장할 수 있는 발판을 마련할 수 있기 때문이다.



[제3부]

한국에서 가장 존경받는 기업(KMAC) 조사 제언

존경받는
기업으로
도약을 위한
제언(계속)

명확한 ESG수준진단을 통한 실천지향形 추진체계 수립해야

- 최근 ESG는 기업뿐만 아니라 기업을 둘러싼 공급망을 포함한 이해관계자 모두가 함께 실천해야 하는 지속가능성의 필수 조건이며 존경받는 기업이 되기 위한 필수 요건이 되었다. 그러기 위해서는 ESG에 대한 이해도를 향상시키고 왜 실천해야 하는 지에 대한 인식전환과 공감대 확보가 매우 중요하다. 그러나 아직도 ESG를 왜 도입하고 추진해야 하는지, 일부 주관부서 또는 담당자를 제외하고는 관심이 저조한 것이 사실이다.
- ESG경영을 추진하기 위해서는 조직문화와 내부 시스템을 바꾸고 기업의 핵심 사업은 물론 Value Chain 상에서 ESG를 고려하고 반영할 수 있도록 내재화하는 것이 필요하다. 또한 이를 구성원 개개인이 습관화하여 실천하는 것이 ESG경영의 성공열쇠라 할 수 있다. 그러기 위해서는 먼저 ESG경영 추진에 대한 궁극적 목적과 필요성에 대한 구성원들과의 공감대를 확보하고, 현재 우리 기업의 위치에 대해 명확히 살펴볼 필요가 있다.
- 성공적인 ESG경영을 추진하기 위해서는 현재 ESG수준을 명확히 진단하는 것부터 시작한다. ESG는 사실 워낙 방대한 개념을 아우르고 있어 ESG에 대한 수준을 진단할 수 있는 표준화된 모델이 아직까지는 존재하지 않는다. 이에 현재는 주요 국내외 ESG평가 모델에 기반한 수준측정이 이뤄지고 있으며, 그 중에서도 MSCI, DJSI, KCGS, 서스틴베스트 평가모델 등이 일반적으로 많이 활용되고 있다.
- 그러나 이러한 대외평가들은 상장사를 대상으로 이루어지기 때문에 비상장기업이나 공공기관 등은 자사의 ESG경영 수준을 진단하기 위한 모델개발이 더욱 요구되어지고 있다. 물론 정부에서는 관계부처 합동으로 K-ESG가이드라인을 개발하여 배포하였으나 범용적으로 개발이 되었기 때문에 기업의 내외부 특성을 반영한 보다 의미있는 진단결과를 도출함에 있어 일부 제약이 존재한다.
- 이에 보다 명확한 진단결과를 도출하고 그 결과를 바탕으로 성공적인 ESG경영을 추진하기 위해서는 산업/업종 특성, Value Chain, 조직문화 등 종합적인 분석을 실시하여 우리 기업에 최적화 된 ESG진단 도구를 개발하여 진단결과를 도출하는 것이 중요하다. 또한 다양한 국내외 글로벌 이니셔티브에서 핵심적으로 다루고 있는 요소들을 포함하여 핵심진단 지표가 누락되지 않도록 설계해야 한다.
- 이러한 맞춤형 진단체계 수립을 통해 우리 기업의 현 ESG추진 수준에 대한 보다 정확한 진단과 목표설정, 이를 달성하기 위한 세부전략 및 구체적 실행방안까지 도출할 수 있다. 더 나아가서는 이를 내재화하고 구성원 개개인 모두가 무의식적으로 실천하는 습관화를 이룰 수 있다.



[제3부]

한국에서 가장 존경받는 기업(KMAC) 조사 제언

존경받는
기업으로
도약을 위한
제언(계속)

데이터 기반의 맞춤형 고객경험을 제공하라

- 디지털 트랜스포메이션 시대 다양한 산업기술이 발전함에 따라 기업들은 “Data”를 활용하여 고객의 상황과 맥락을 고려한 커뮤니케이션을 전개하고 있으며, 고객들은 온/오프라인에서 남기는 다양한 라이프로그(life log), 즉 “Data”를 통해 기업과 커뮤니케이션 하고 있다.
- 디지털 트랜스포메이션 시대 고객경험 관리는 Data를 통해 이루어지고 있다. 온/오프라인 구분없이 다양한 채널을 크로스오버(Crossover)하는 고객의 경험 패턴에 따른 상황과 맥락을 주로 고려하여 추진되고 있다. 360도(holistic) & 끊김없는(seamless) 경험 관리를 위해 각 경험 패턴을 의인화하여 상황/맥락에 따른 맞춤형 경험을 제공하는 방향으로 진행되고 있는 것이다.
- 이러한 CEM은 기존에 인구학적 특성, 즉, 연령/성별/직업 등이 기준이 되었던 세그멘테이션(Segmentation)을 ‘고객경험 패턴으로 관점을 전환’하여 수행한다. 이렇게 각 경험패턴을 도출하고 각각의 경험패턴을 만들어내는 상황과 맥락을 이해하여 최적화된 고객경험을 제공해야 한다. 이를 통해 기업은 고객들의 “Data”를 통해 각 상황과 맥락에 공감하는 활동들을 수행하는 새로운 CEM을 추진할 수 있다.
- 이제 다양한 채널에서 “Data”를 통해 기업들과 커뮤니케이션 하고 있는 고객들의 경험을 통해 그들의 라이프스타일을 이해하고 그들이 처한 상황과 맥락에 공감해야 한다. 이를 기반으로 각 상황과 맥락에 가장 적합한 혜택을 제공한다면 그들은 우리 기업의 상품과 서비스를 자연스럽게 이용하게 될 것이다.

직원 경험의 시대, 인재전쟁에서 승리하기

- 최근 국내 기업들은 우수 인재 유치를 위해 각고의 노력을 기울이고 있으며, 이와 발맞춰 각 기업들은 ‘일과 생활의 균형, 직원 몰입’과 더불어 다양한 ‘직원 경험(Employee Experience : EX)’을 제공하고 있다. 직원 경험은 직원이 조직 내에서 직무 생애를 경험한 후 퇴사하는 순간까지 겪는 여러 경험으로서 기업문화, 기술환경, 업무공간 등으로 구성된다. 직원 경험은 직원의 행동을 형성하며, 조직과 맺고자 하는 관계 또는 유대감을 형성하게 된다. 그렇다면 긍정적인 경험을 늘려주기 위해 어떻게 직원경험을 설계할 수 있을까.
- 1단계 경험 감지(Sensing)는 직원들로부터 중요 사건을 수집하는 단계이다. 2단계 경험 진단(Diagnosis)에서는 1단계에서 센싱한 데이터를 분석해 전사 직원경험 수준과 상태를 긍정/부정으로 진단한다. 3단계는 경험 설계(Design) 단계로서 부정 경험을 최소화하고 긍정 경험을 최대화할 수 있는 다양한 솔루션을 설계하는 단계이다. 4단계 경험 실행(Execution)은 경험 설계안을 실행하는 단계이다. 경험 실행 후에는 직원경험이 실제로 개선되었는지 반드시 확인해야 한다. 나아가 직원경험의 만족도 제고를 통해 조직이 궁극적으로 얻고자하는 결과 지표(Outcome)가 향상되는지를 확인해야 한다.
- 더 이상 돈이 직원에게 주된 동기 부여 요소가 아닌 세상에서 연봉만으로 인재전쟁(War for Talent)의 경쟁 우위를 확보할 수 없을 것이다. 직원들이 일의 의미를 느낄 수 있도록 일을 장려하는 방식 자체의 변화를 가져와야 한다. 각 기업들이 인재전쟁에서 승리함으로써 존경받는 기업과 지속 성장을 구현하려면, 직원들의 직장 내 경험을 어떻게 긍정적으로 구축 하느냐하는 것이 그 관건이 될 것이다.