

2026 KOREA'S MOST ADMIRABLE COMPANIES



한국에서 가장 존경받는 기업
2026 전략보고서 제1호



한국에서 가장 존경받는 기업

2026 전략보고서 제1호

한국에서 가장존경받는기업

2026 전략보고서 제1호



- 발간사

004

‘존경’이 도전자의 훈장이 된 시대

한수희 한국능률협회컨설팅 대표이사 사장
- 존경받는 기업의 시선

006

존경은 신뢰 축적의 과정, 지속가능경영으로 백년 기업 지향

한일시멘트
- 008

기술 넘어 신뢰로, 서비스 넘어 가치로, ‘서비스는 삼성’에 안전·혁신 더하다

삼성전자서비스

ISSUE & TREND

- 010

‘존경받는 기업’이 보여주는 변화, 성과를 넘어 신뢰가 작동하는 조건

서만원 KMAC 기업가치진단본부 본부장

DATA REPORT

- 014

조사 개요
- 022

조사 결과 : All Star 조사
- 026

조사 결과 : 산업별 조사
- 039

시사점

BEST PRACTICE

2026 한국에서가장존경받는기업 산업별 조사 결과

제조 부문

가정용보일러	042
건강기능식품	042
건설기계	043
공간솔루션	043
뉴에너지	044
로보틱스	044
면방직	045
바이오의약	045
반도체	046
방위산업	046
베이커리	047
사무기기	047
생활가전	048
생활용품	048
석유화학	049
수산	049
스마트라이프케어	050
시멘트	050
외국계제약	051
웰니스가전	051
유가공	052
유아용품	052
자동차	053
자동차부품	053
제약	054
제지	054
조선	055
종합식품	055
철강	056
타이어	056
패션	057
화장품	057
2차전지	058

서비스 부문

간편결제서비스	059
건설	059
교육서비스	060
금융투자	060
기업신용평가(CB)	061
기업형벤처캐피탈(CVC)	061
도시가스	062
디지털콘텐츠플랫폼	062
면세점	063
모빌리티맵플랫폼	063
물류 · 네트워크서비스	064
백화점	064
보증보험	065
사이버대학	065
생명보험	066
서비스센터	066
손해보험	067
슈퍼마켓	067
알뜰폰	068
엔터테인먼트	068
여행	069
외국계보험	069
은행	070
저비용항공	070
전문대학	071
정보보안	071
정유	072
종합대학	072
종합병원	073
종합상사	073
지역금융	074
카셰어링	074
콘도미니엄	075
클라우드	075
통신서비스	076
패스트푸드	076
편의점	077
포털서비스	077
할인점	078
해운물류서비스	078
호텔	079
AI · 빅데이터	079
e-커머스	080
IT솔루션	080
TV홈쇼핑	081

공공 및 스페셜 부문

국민복지증진	082
기금관리형	082
산업진흥 · 서비스	083
에너지	083
중소벤처기업지원(금융)	084
중소벤처기업지원(비금융)	084
SOC	085
SOC · 안전	085
NGO	086

‘존경’이 도전자의 훈장이 된 시대



한 수 희
한국능률협회컨설팅
대표이사 사장

급변하는 기술 경쟁, 글로벌 공급망 불안과 정책의 변화, 고비용·고금리, 디지털·AI 전환 등 오늘날 기업을 둘러싼 경영 환경은 복합적 리스크가 상존하는 가운데 기회 요인이 공존하는 양상입니다. 이런 가운데 ‘존경받는 기업’은 기업의 생존과 지속가능한 성장을 위한 필수적인 지향 가치로서 주목받고 있습니다.

KMAC는 이러한 ‘존경받는 기업’ 분야의 국내 유일 조사 기관으로서, 해당 분야에 대한 대외 위상 및 권위를 인정받고 있습니다. 2004년 이후 매년 공신력 있는 조사 결과를 대내외에 발표해 왔으며, 2026년에도 제23차 조사 결과를 공표했습니다.

2026년 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’ 조사에서는 단순한 기업 평판을 넘어 압도적 기술력과 실질적 신뢰가 결합된 가치 중심 경영으로 패러다임이 전환되는 모습이 확인되었습니다. 또한 다시 벌어진 기업 간 격차는 평균을 넘어선 탁월함이 요구되는 시점임을 보여주었고, K-제조를 대표하며 약진한 바이오, 방산과 고전을 면치 못한 플랫폼, 유통의 대비된 결과에서는 기대감이 아닌 성과가 성패를 가름을 알 수 있었습니다.

더불어 각 산업별로 특징적인 모습들도 확인되었습니다. 제조업은 글로벌 안보·기술 패권에 따라 산업의 명암이 달라지고 있었으며, 서비스업의 경우 과거의 영광을 잊고 실리로 새 판을 짰 기업이 1위를 차지하는 모습이 다수 나타났습니다. 공공 및 스페셜 부문에서는 5개 산업에서 1위가 교체되며 공공 산업도 더 이상 관행적 지원에만 의존할 수는 없음을 알렸습니다.

이러한 2026년 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’ 조사 결과는 평판의 시대가 저물고 초(超)실증의 시대가 도래했음을 여실히 보여줍니다. 특히 저성장의 고착화와 글로벌 불확실성이라는 이중고를 겪고 있는 한국 경제에서 기업은 대체 불가능한 실리와 효용으로 존재 가치를 증명해야 합니다.

기업 간 성과가 극명하게 갈리게 될 이러한 시기에 고객과 사회, 구성원, 주주 등 기업을 둘러싼 모든 이해관계자로부터 ‘존경’이라는 ‘진짜 실력’을 인정받지 못하고 단기 성장에만 집중하는 기업은 더 이상 지속가능을 이야기할 수 없을 것입니다.

이제 ‘존경’이라는 가치는 지키는 자의 유산이 아니며, 매 순간 실력을 입증해내는 도전자에게 주어지는 훈장이라 해도 과언이 아닐 것입니다. 우리 기업들도 과거의 영예에 매몰되거나 현실에 안주하는 대신 ‘존경’이라는 가치를 실력으로서 증명해내 지속가능한 성장을 이뤄 가길 기대합니다. KMAC

2026 KOREA'S MOST ADMIRABLE COMPANIES

존경받는 기업의 시선

- 006 존경은 신뢰 축적의 과정, 지속가능경영으로 백년 기업 지향
한일시멘트
- 008 기술 넘어 신뢰로, 서비스 넘어 가치로, ‘서비스는 삼성’에 안전·혁신 더하다
삼성전자서비스

ISSUE & TREND

- 010 ‘존경받는 기업’이 보여주는 변화, 성과를 넘어 신뢰가 작동하는 조건
서민원 KMAC 기업가치진단본부 본부장



존경은 신뢰 축적의 과정, 지속가능경영으로 백년 기업 지향

한일시멘트는 찰나의 성과를 쫓기보다 오랜 시간 묵묵히 올바른 경영의 길을 닦아 왔다. 전방 산업 경기 변동, 원자재 가격의 높은 변동성 그리고 강화되는 환경 규제라는 구조적 한계를 동시에 안고 있는 시멘트 산업의 환경은 기업으로 하여금 단기적인 대응과 비용 절감에 집중하도록 압박하지만, 한일시멘트는 그러한 선택이 장기적인 신뢰를 훼손할 수 있다는 점을 인식하고 실행을 통해 극복해 나가는 선택을 해왔다.

이렇게 단기적인 실적 변동에 흔들리기보다 안전, 품질, 환경이라는 기본 가치를 지켜 온 선택들이 오늘의 신뢰로 이어졌다. 결국 한일시멘트가 추구해 온 존경은 문제가 없는 기업에 대한 평가가 아니라 문제 앞에서 원칙을 지키며 책임 있는 선택을 지속해 온 기업에 대한 신뢰의 축적이다.

품질을 넘어 혁신으로 쌓은 고객 신뢰

한일시멘트가 고객으로부터 오랜 기간 신뢰를 받아온 배경에는 품질에 대한 일관된 기준과 책임 있는 혁신이 자리하고 있다. 설비 투자와 품질 관리, 연구개발에 있어 항상 원칙을 최우선 가치로 삼는 경영은 건축 시장의 구조를 개선하는 혁신으로도 이어졌다.

1991년 국내 최초로 드라이 모르타르를 ‘레미탈’이라는 브랜드로 출시하며 건축 시장의 생산성과 신뢰 수준을 한 단계 끌어 올리는 전환점을 만들었고, 이후에도 소성로 폐열을 활용한 발전 설비 구축, 순환 자원 활용 확대, 저탄소 공정 전환 등을 통해 법과 규제를 넘어서는 기준을 스스로 설정해 왔다. 이는 고객에게 존경받는 기업이란 단순히 제품을 공급하는 기업이 아니라



고객이 일하는 방식과 시장의 기준을 더 나은 방향으로 변화시키는 기업이라고 믿음에서 비롯된 행보다.

함께 성장하는 조직: 지속가능성의 원동력은 사람

한일시멘트는 제조업의 지속가능성을 좌우하는 가장 중요한 요소를 사람과 조직문화에서 찾는다. 설비와 기술은 시간이 지나면 평균화될 수 있지만 사람과 문화는 기업 고유의 경쟁력이자 장기간 축적되는 자산이기 때문이다. ‘일하기 좋은 직장’, ‘다양성과 소통이 존중되는 조직’이라는 지향점은 복지 차원의 접근이 아니라 지속가능경영을 위한 핵심 전략이다.

격주 4일제 도입 역시 근무 시간 단축보다 임직원의 삶의 질과 업무 몰입도를 함께 높여 장기적인 경쟁력을 확보하기 위한 선택이다. 그리고 이러한 변화는 조직의 신뢰를 높이고 자율과 책임이 공존하는 문화로 나아가기 위한 과정이다.

한일시멘트는 안전을 성과 이전의 가치로 두고 중대재해 예방을 위한 시스템 구축과 교육, 현장 중심의 소통에도 지속적으로 투자하고 있다. 이처럼 임직원이 스스로 변화와 혁신의 주체가 될 수 있는 조직문화야말로 존경받는 기업을 지향하는 가장 중요한 토대가 된다.

사회적 책임: 환경과 지역을 바라보는 장기적 관점

시멘트 산업은 탄소 다배출 산업이라는 구조적 특성을 지니고 있다. 한일시멘트는 가장 어려운 문제일수록 가장 중요한 경영 과제로 삼아야 한다고 판단해 온실가스 감축을 비용이나 규제로만 인식하는 것이 아니라 새로운 사업 경쟁력과 성장 동력으로 전환해 왔다.

대규모 친환경 설비 투자와 순환 자원 활용 확대, 저탄소 기술 개발은 단기 재무 성과보다는 장기적 가치를 지향하는 선택이었다. 이는 이제 기업의 미래 경쟁력을 확보하는 동시에 산업 전반의 전환을 촉진하는 역할을 수행한다.

더불어 사업장이 위치한 지역사회와의 상생, 환경 복원과 지역 기여 활동을 통해 기업의 성장이 지역의 부담이 아닌 공동의 가치 창출로 이어질 수 있도록 하고 있다. 결국 존경받는 기업은



사회적 요구에 단순히 대응하는 기업이 아니라 사회 변화의 방향을 함께 고민하고 실천하는 기업이다.

백년 기업의 방향성: 위기를 기회로 바꾸는 도전

시멘트 업계는 건설 경기 침체와 원가 상승이라는 엄중한 경영 환경에 직면해 있다. 그러나 한일시멘트는 결코 위축되지 않는다. 위기 속에서 더욱 신중하게 고민하되, 결정한 사항은 꼭 실행하는 ‘실행력의 경영’을 지향한다.

한일시멘트가 지향하는 미래는 단순히 오래 존속하는 기업이 아니라 다음 세대에도 존경받는 백년 기업이다. 이를 위해 재무적 성과와 ESG 같은 비재무적 가치를 분리하지 않는 지속가능성을 경영의 중심에 두고 전략을 지속적으로 고도화하고 있다. 지주회사 체제 전환을 통한 투명경영과 책임경영 강화, 미래 지향적인 사업 포트폴리오 구축, 이해관계자와의 지속적인 소통은 모두 단기 성과보다 장기적 기업가치를 중시한 선택이다.

‘존경받는 기업’은 목표로 설정해 달성할 수 있는 지표가 아니라 올바른 선택이 반복된 결과다. 지속가능경영 또한 선언이나 구호가 아니라 매일의 의사결정 속에서 일관되게 실천해야 할 태도다. 한일시멘트는 앞으로도 고객, 임직원, 주주, 지역사회와 함께 성장하며 산업의 한계를 넘어 새로운 기준을 만들어 가는 기업으로서 지난 성과에 안주하지 않고 매일 다시 시작하는 마음으로 기본을 지키며 대한민국 건축 산업과 환경의 미래를 열어갈 것이다.

한일시멘트 Executive Board

SAMSUNG 삼성전자서비스

기술 넘어 신뢰로, 서비스 넘어 가치로, ‘서비스는 삼성’에 안전·혁신 더하다

삼성전자서비스는 지난 수십 년간 ‘고객 최우선’이라는 확고한 경영 철학을 바탕으로 국내 서비스 산업의 표준을 정립해 왔다. 삼성전자서비스가 걸어온 혁신의 발자취는 언제나 고객의 시선이 머무르는 곳에서 시작되었으며, 고객의 불편함을 해결하는 것을 넘어 고객의 일상을 더욱 가치 있게 만드는 ‘고객 중심 경영’으로 완성되었다.



이제 명실상부한 국내 최고의 서비스 전문 기업으로서 ‘서비스는 삼성’이라는 고객의 굳건한 믿음에 ‘안전도 삼성’이라는 새로운 신뢰의 가치를 더해 서비스의 품격을 한 단계 더 높이고 있다.

사전 점검과 AI의 결합, 서비스 패러다임 전환

디지털 대전환의 시대를 맞아 삼성전자서비스는 ‘고장 나면 고쳐 주는’ 사후 관리(After Service)의 개념을 넘어 ‘불편을 겪기 전에 미리 케어하는’ 사전 점검(Before Service)으로 서비스의 패러다임을 근본적으로 혁신하고 있다.

엔지니어 방문 시 고객이 요청한 제품뿐 아니라 가정 내 다른 삼성전자 제품까지 무상으로 진단해 주는 ‘플러스점검’ 서비스는 고객경험을 극대화하는 삼성전자서비스의 대표적인 노력이다. 이를 통해 고객은 제품의 최적 상태를 유지함은 물론 계절별 관리 노하우까지 제공받으며 ‘토탈 홈 케어(Total Home Care)’를 경험하게 된다.

삼성전자서비스의 서비스 노하우와 스마트싱스(SmartThings) 플랫폼의 결합은 이러한 사전 예방 활동을 더욱 정교하게 완성시킨다. 특히 ‘가전제품 원격진단(HRM)’ 시스템은 에어컨을 비롯한 제품의 이상 징후를 데이터 기반으로 실시간 감지해 고객에게 필요한 조치를 사전에 안내한다.



이처럼 기기의 상태 분석부터 전문 상담사의 원격 상담 그리고 필요시 엔지니어 출장 예약까지 한 번에 이어지는 솔루션을 통해 고객의 일상이 멈춤 없이 지속될 수 있도록 보이지 않는 곳에서부터 혁신하고 있다.

타협 없는 안전, 완벽한 서비스의 전제 조건

삼성전자서비스는 ‘안전한 환경에서 최고의 품질이 나온다’라는 믿음 아래 안전을 경영의 최상위 원칙으로 삼고 있다.

업계 최초로 도입한 ‘안전승인센터’는 그 강력한 의지를 대변한다. 이는 수리 현장의 효율성만큼이나 엔지니어와 고객의 안전을 우선 가치로 두는 제도다.

엔지니어가 작업 전 안전 보호구 착용 및 환경 조성을 완벽히 마치고 실시간 화상 통화로 승인을 얻어야만 작업을 수행할 수 있는 이 시스템은 현장의 안전 수준을 끌어올린 업계 유일의 새로운 ‘사전 안전 관리 표준’으로 자리 잡았다.

또한 임직원에게 최고 수준의 안전 보호 장비를 지급하고 분기별 심층 안전 보건 교육을 의무화하는 등 삼성전자서비스는

안전 문화를 선도하며 고객이 더욱 안심하고 신뢰할 수 있는 서비스 환경을 구축해 나가고 있다.

기술적 탁월함에 담은 진정성 있는 책임

서비스의 본질은 결국 ‘사람’에게 있다. 삼성전자서비스는 매년 ‘서비스 기술경진대회’를 통해 엔지니어의 기술 역량을 초격차 수준으로 고도화하고, 우수 인재를 발굴해 기술 장인을 육성하는 데 투자를 아끼지 않고 있다.

나아가 기업 시민으로서의 사회적 책임 또한 잊지 않고 있다. 홍수, 태풍 등 국가적 재난 상황 발생 시 ‘재난 복구 특별 서비스팀’을 즉각 파견해 침수 가전 세척 및 점검 서비스를 제공하고, 고객의 무너진 일상이 조속히 회복될 수 있도록 현장에서 함께 땀 흘린다.

삼성전자서비스는 앞으로도 변화하는 시대의 흐름을 앞서 읽고, 차별화된 기술력에 진정성 있는 마음을 담아 고객에게 감동을 전할 것이다. 대한민국에서 가장 존경받는 기업으로 도약하는 길에서 언제나 고객과 함께할 것이다.

삼성전자서비스 Executive Board

‘존경받는 기업’이 보여주는 변화, 성과를 넘어 신뢰가 작동하는 조건

이제 ‘존경’은 ‘얼마나 잘했는가’를 묻기보다 성과 이후에도 신뢰가 작동할 수 있는 구조를 갖추고 있는가를 묻는 지표에 가까워지고 있다. 이 변화는 모든 기업과 산업에 동일한 질문을 던진다. 지금의 성과가 멈춘 뒤에도 우리 조직은 여전히 선택받을 수 있는가. 이 질문에 대한 답은 기술 경쟁의 양상이 바뀌는 오늘날 더욱 분명해지고 있다.

서민원 KMAC 기업가치진단본부 본부장

2024년부터 2026년까지 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’ All Star 지수를 살펴보면, 가장 중요한 변화는 순위 자체보다 평가가 작동하는 방식에서 나타난다. 2024년 All Star 30대 기업의 평균 지수는 처음으로 500점을 넘어서 이후 500점대 수준을 유지하고 있고, 상위권 점수 분포 역시 과거보다 분명 촘촘해졌다.

상위 1위와 30위 간 점수 격차가 한때 200점대에서 100점 초반 수준으로 축소됐다는 사실은 단순히 ‘잘하는 기업이 늘어났다’라는 의미로만 해석하기 어렵다. 이는 존경을 구성하는 기준선 자체가 구조적으로 높아졌다는 신호에 가깝다.

재무 성과나 브랜드 영향력만으로 상위권을 유지하던 시기는 이미 지났다. 일정 기간에 걸친 성과의 지속성, 운영의 안정성 그리고 불확실한 환경에서도 방향성을 예측할 수 있는 구조까지 함께 요구받는 국면으로 이동했다.

그 결과 2026년의 상위권은 특정 기업의 독주가 아니라 환경 변화에 선제적으로 대응해 온 산업을 중심으로 재편되고 있다. 이제 존경

은 ‘얼마나 잘했는가’를 묻기보다 성과 이후에도 신뢰가 작동할 수 있는 구조를 갖추고 있는가를 묻는 지표에 가까워지고 있다.

이 변화는 모든 기업과 산업에 동일한 질문을 던진다. 지금의 성과가 멈춘 뒤에도 이 조직은 여전히 선택받을 수 있는가. 그리고 이 질문에 대한 답은 기술 경쟁의 양상이 바뀌는 지점에서 더욱 분명해진다.

기술 경쟁의 종착점은 ‘운영 역량’이다

조사 기간, 시장 환경을 규정한 가장 큰 변수는 AI였다. 그러나 존경의 기준은 AI 기술을 얼마나 빠르게 도입했는지가 아니라 AI가 일상이 된 환경에서도 산업과 조직이 얼마나 안정적으로 작동하는지로 이동했다.

AI 활용이 빠르게 확산되면서 산업 전반의 운영 복잡도도 동시에 높아졌다. 이 과정에서 상위권에 자리한 산업은 기술력 자체보다 변화하는 수요 환경에서 생산과 공급, 의사결정 흐름을 안정적으로 유지할 수 있는 구조를 보여줬다. 이러한 운영 안정성은 이해관계자에

게 ‘이 산업은 맡길 수 있다’라는 신뢰를 형성했고, 그 신뢰가 존경으로 전환되는 중요한 기반이 됐다.

클라우드와 디지털 인프라 산업이 재조명된 배경도 같다. 소비자 접점에서는 상대적으로 눈에 띄지 않지만, 데이터 보안과 서비스 연속성, 공공·금융 시스템 안정성이 핵심 변수로 부상하면서 해당 산업은 단순한 IT 서비스가 아니라 국가 디지털 기반 시설로 인식되기 시작했다. 기술이 고도화될수록 작은 장애 하나가 사회 전반으로 확산될 수 있는 현실 속에서 성장 속도보다 운영 안정성이 더 높은 평가로 이어졌다.

이는 존경이 성과의 크기에서 비롯되는 것이 아니라 책임을 감당할 수 있는 구조를 갖추고 있는지에 대한 판단에서 출발한다는 점을 보여준다. 문제는 이러한 구조가 평상시보다 위기 상황에서 훨씬 더 명확하게 드러난다는 데 있다.

리스크는 회피 대상이 아니라 관리 역량이다

불확실성이 일상화된 환경에서 리스크는 더 이상 예외적인 사건이 아니다. 에너지, 지정학, 규제, 공급망 이슈는 동시에 작용하며 산업 전반의 안정성을 시험하고 있다. 이에 따라 ESG 역시 ‘보여주기 위한 활동’이 아니라 산업이 정상적으로 작동하기 위한 기본 조건으로 재정의되고 있다.

지정학적 리스크가 상수가 된 이후 방위, 중공업, 인프라 산업을 바라보는 평가 기준도 변화했다. 2026년 시장에서는 수출 실적 자체보다 계약 이후를 포함한 수행 구조가 더 중요한 판단 기준으로 작동했다.

공동 생산, 현지화, 장기 유지 보수로 이어지는 구조는 납기와 품질, 운영 안정성을 핵심 경쟁력으로 만들었고, 해당 산업을 단기 성과 중심 영역에서 장기 신뢰를 이행하는 전략 산업으로 인식하게 했다.

유통, 생활, 소비재 산업 역시 같은 맥락에서 재평가됐다. 가격 경쟁력보다 공급이 끊기지 않는 구조와 품질 변동성을 관리할 수 있는 시스템, 유통망을 지속적으로 유지할 수 있는 운영 역량이 중요해졌다. 불확실성이 커질수록 시장은 ‘가장 싼 선택’보다 가장 안정적인 선택을 선호했고, 이러한 판단 기준은 존경의 방향에도 그대로 반영됐다.

이제 존경은 위기를 피했는지 묻기보다 위기를 전제로 어떻게 설계돼 있는지 묻고 있다. 그리고 그 설계의 진짜 모습은 실제 사건과 위기 상황에서 가장 분명하게 드러난다.

신뢰는 위기 이후 ‘대응 과정’에서 회복된다

최근 몇 년간 일부 기업은 특정 사건이나 이슈를 계기로 존경받는 기업 지수가 하락하는 흐름을 보였다. 여기서 중요한 사실은 사건의 발생 자체보다 이후의 대응 방식이 존경 회복의 방향을 좌우했다는 점이다.

이제 시장과 이해관계자는 기업에 완벽함을 기대하지 않는다. 대신 문제가 발생했을 때 얼마나 신속하게 사실을 공유하고, 책임의 범위를 명확히 하며, 재발 방지를 위한 구조적 조치를 실행하는지를 지켜본다.

신뢰는 사건 이전의 평판보다 사건 이후의 태도와 선택을 통해 재구성되고 있다. 특히 고객, 직원, 협력사, 투자자, 규제 당국, 지역사회 등 이해관계자 전반이 기업의 대응 과정을 동시에 관찰하는 환경이 형성됐다. 공식 입장 이전의 침묵이나 일관성 없는 메시지는 신뢰 회복을 어렵게 만든다. 반대로 불리한 상황에서도 정보를 숨기지 않고, 문제의 원인과 한계를 설명하며, 개선 과정을 투명하게 관리하는 기업일수록 존경 점수의 회복 속도는 빨랐다.

이러한 흐름 속에서 존경받는 기업은 더 이상 사건이 없는 기업을 의미하지 않는다. 오히려 사건을 어떻게 다루는지, 그 과정에서 이해관계자를 어떤 위치에 두는지가 존경의 핵심 요소로 작동하고 있다. 위기 대응은 PR 차원의 문제가 아니라 기업의 운영 철학과 의사결정 구조를 드러내는 시험대가 되고 있다.

존경은 ‘성과’보다 ‘역할’에서 완성된다

2026년 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’ 조사 결과가 보여주는 메시지는 분명하다. 존경은 더 이상 단기 실적이나 혁신 선언의 결과가 아니다. 시장의 불확실성을 얼마나 낮췄는지 그리고 산업과 조직이 사회와 국가 시스템 안에서 어떤 역할을 수행했는지에 대한 종합적인 신뢰 평가다.

AI, 에너지, 안보, 신뢰, 생활 안정이라는 구조적 변수에 더해 위기 상황에서의 대응 방식과 신뢰 회복 과정까지 존경의 중요한 구성 요소로 작동하고 있다. 역할과 책임을 명확히 정의하고, 이를 운영 구조와 위기 대응 체계로 구현한 산업과 조직이 존경의 상단으로 이동했다.

이제 의사결정권자에게 남은 질문은 단순하지만 무겁다. 다음 위기에서 이 조직은 어떤 선택을 할 것인가. 그리고 그 선택은 어떤 신뢰를 남길 것인가. 존경은 성과의 순간이 아니라 위기와 변화의 과정 속에서 내려온 선택들의 누적 결과로 완성되고 있다. KMAC



2026 KOREA'S MOST ADMIRABLE COMPANIES

DATA REPORT

- 014 조사 개요
- 022 조사 결과 : All Star 조사
- 026 조사 결과 : 산업별 조사
- 039 시사점

기업의 총체적 경영 혁신 노력과 성과를 종합 진단·평가하는 국내 유일 조사 모델

조사 배경 및 목적

「한국에서 가장 존경받는 기업」은 기업의 총체적 경영 혁신 노력과 성과에 대해 종합적으로 진단·평가하는 국내 유일의 조사 모델이다. 지난 2004년에 조사를 제정하고 제1차 조사 결과를 발표했으며, 2026년 2월 10일에 제23차 조사 결과를 발표했다.

KMAC는 본 조사를 통해, 어떠한 기업이 산업계와 국민으로부터 진정한 존경을 받는지 확인하고 존경받는 기업이 되기 위한 요건은 과연 무엇인지를 살펴봄으로써, 대내적으로는 구성원의 자부심과 자긍심을 고취하고, 대외적으로는 진정성에 기반한 관심과 인식을 향상할 수 있는 전사적이고 지속가능한 성과 창출과 성장 방향을 제시하고자 한다.

조사 방법

「한국에서 가장 존경받는 기업」 조사는 전체 산업을 망라하여 상위 30개 기업을 선정하는 ‘All Star 조사’와 해당 산업 내 1위 기업을 선정하는 ‘산업별 조사’ 두 가지 유형으로 진행된다.

‘All Star 조사’는 100개 후보 기업을 선정하여 산업계 종사자, 증권사 산업별 전문가, 일반 소비자를 대상으로 설문조사를 실시한다. ‘산업별 조사’는 보다 전문적인 조사를 위해 해당 산업에 대한 이해와 경험을 갖춘 산업계 종사자와 증권사 산업별 전문가(대학의 경우 기업 인사 담당자)를 대상으로 하며, 2026년에는 총 87개 산업에 대한 조사를 실시했다.

2026년 설문에 참여한 대상은 총 11,240명으로 산업계 종사자 7,040명, 증권사 산업별 전문가 542명, 일반 소비자 3,658명으로 구성되었다.

구분	All Star 조사			산업별 조사	
후보군 선정 기준	매출·순이익 + 추천율			각 산업별 매출액, 시장 규모, 경쟁 구도	
최종 조사 대상	100개 후보 기업			87개 조사 산업	
설문 참여 대상	산업계 종사자	증권사 산업별 전문가	일반 소비자	산업계 종사자	증권사 산업별 전문가
조사 방법	온라인/방문 면접(CAPI) 조사				
조사 기간	2025년 9월~10월(약 2개월)				

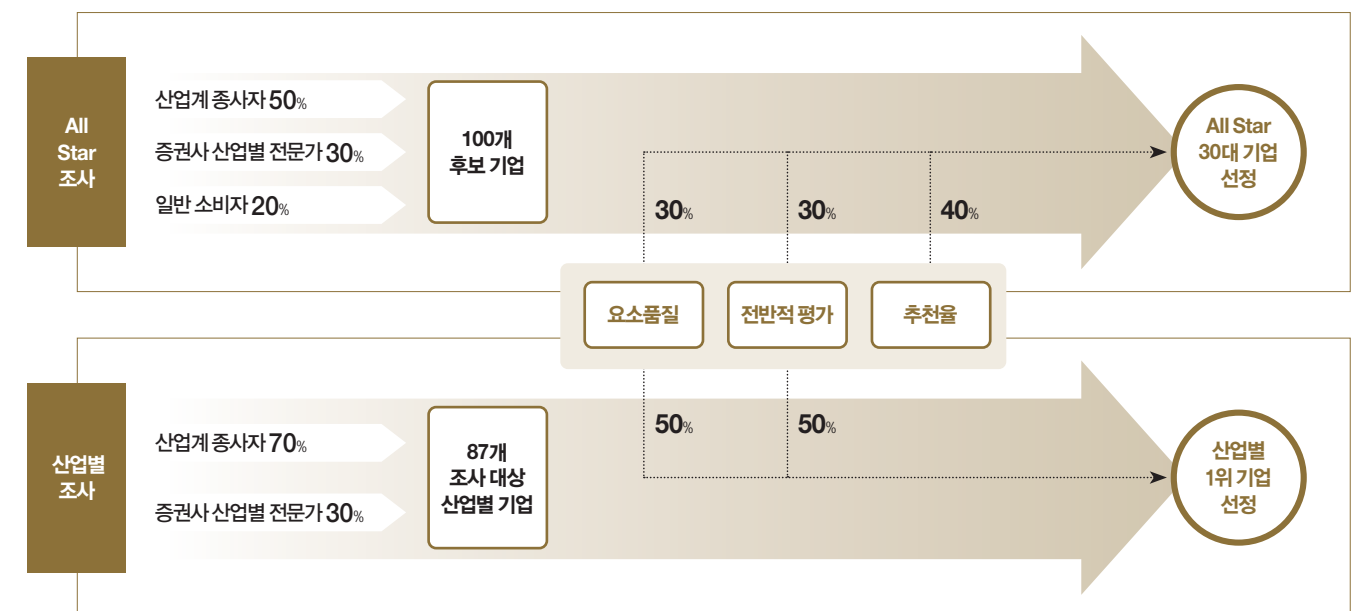
조사 항목

「한국에서 가장 존경받는 기업」은 지속적인 혁신능력과 주주가치, 직원이치, 고객가치, 사회가치, 이미지가치 등 존경받는 기업의 6대 핵심 가치를 종합적으로 평가하도록 조사 모델과 항목을 개발했으며, 통합적으로 조사를 진행하여 존경받는 기업 지수를 산출, 발표한다.



지수 산출 방식

‘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.



조사 위상: 역대 History

- 2004년

- 한국에서 가장 존경받는 기업 조사 제정
 - 제1차 조사 선정 기업 CEO 기념 리셉션 개최: 조선호텔
- 2005년

- 조사 체계 개편
 - 기념 서적 발간: 『미래는 존경받는 기업을 원한다』
- 2008년

- 인증패 디자인 변경 및 특허 출원
 - 공공 산업 부문 조사 제정
 - 기념 서적 발간: 『First to Best』
 - 존경받는 기업대상 제정
- 2010년

- 존경받는 기업보고서 제1호 발간(H사)
- 2011년

- 존경받는 기업보고서 제2호 발간(H사)
 - 존경받는 기업보고서 제3호 발간(S사)
 - 제1회 존경받는 기업컨퍼런스 개최: 그랜드힐튼호텔(300여 명)
- 2012년

- 제2회 존경받는 기업컨퍼런스 개최: 일산 킨텍스(3,000여 명)
- 2013년

- 제10차 한국에서 가장 존경받는 기업 조사
 - 글로벌 존경받는 기업 벤치마킹 연수
 - 특집 다큐멘터리 제작 및 방영(2013.06.09)
: SBS, 『착한성장 대한민국, 미래기업 생존법칙 존경받는 성장』
- 2017년

- 美 Boston Lab. 개소
- 2021년

- K-ESG 이니셔티브 발족 및 ESG플러스포럼 주관
- 2022년

- 제19차 한국에서 가장 존경받는 기업 조사
 - 제19회 한국에서 가장 존경받는 기업 인증식: 서울신라호텔 다이내스티홀
- 2023년

- 제20차 한국에서 가장 존경받는 기업 조사
 - 제20회 한국에서 가장 존경받는 기업 인증식: 콘래드 서울 Park Ballroom(100여 명)
 - 조사 20주년 프로그램 운영
- 2024년

- 한국에서 가장 존경받는 기업 공식 홈페이지 오픈
- 2026년

- 제23차 한국에서 가장 존경받는 기업 조사 발표



조사 위상: Worldwide Authority

전사 관점의 국내 유일 제도 「한국에서 가장 존경받는 기업」

‘존경받는 기업’은 기업의 생존과 지속가능한 성장을 위한 필수적인 지향 가치로서 주목받고 있으며, 전 세계적인 경영 트렌드로서 주요 국가에서 조사가 실시되고 있다. 최근 들어서는 ESG 테마와 연계되어 존경받는 기업에 대한 사회적 관심은 지속 확대되고 있다.

KMAC는 ‘존경받는 기업’ 분야 국내 유일의 조사 기관으로, 해당 분야에 대한 대외 위상 및 권위를 인정받고 있다.

최초 발표	조사 국가	조사명	엠블렘	주관/조사 기관
1994	영국	Britain's Most Admired Companies		Management Today, BSI
1994	미국	Most Admired Companies in U.S.		Fortune/Hay Group
1997	브라질	As Empresas Mais Admiradas no Brasil		CartaCapital
1999	칠레	Las Empresas Más Admiradas en Chile		PwC/Diario Financiero
2000	일본	ブランド・ジャパン		日経BPコンサルティング
2001	중국	中國最受尊敬企業		經濟觀察報(경제관찰보)
2001	인도네시아	Indonesia Most Admired Companies		Warta Ekonomi
2004	캐나다	Canada's 10 Most Admired Corporate Cultures		Waterstone Human Capital
2004	독일	Deutschlands Kundenlieblinge : Die Beliebtesten Marken		Deutschland Test, Focus Money
2004	대한민국	한국에서 가장 존경받는 기업		한국능률협회컨설팅(KMAC)
2005	미국	World's Most Respected Companies		BARRON'S
2005	스리랑카	Most Respected Entities in Sri Lanka		LMD/Nielsen
2007	ASEAN	Most Admired ASEAN Enterprises		ASEAN-BAC
2008	호주	Australia's Most Respected Companies		Australian Financial Review/Hay Group
2008	에콰도르	Las Empresas Más Respetadas del Ecuador		Revista Líderes
2012	페루	Las 10 Empresas Más Admiradas del Perú		PwC/Diario Gestión
2012	멕시코	100 empresas con mejor reputación en México		El Financiero
2013	인도	India's most admired Companies		Fortune India/Hay Group

조사 위상: Worldwide Authority(계속)

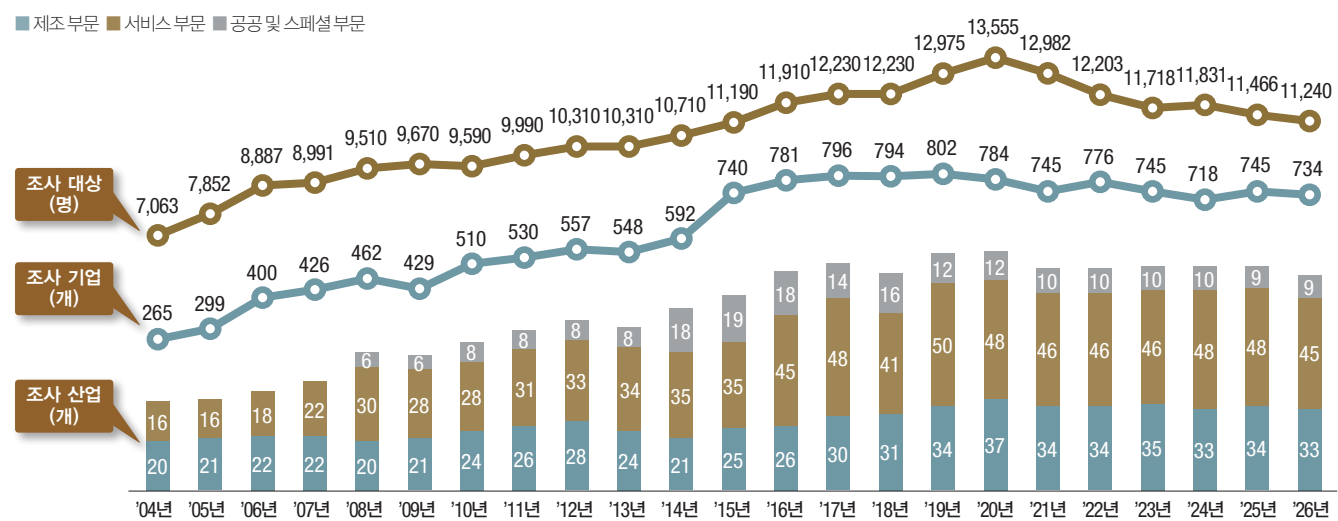
내·외부 이해관계자 전체 가치 창출 기업에게만 주어지는 영예

「한국에서 가장 존경받는 기업」은 기업 전체 가치 영역을 총괄적으로 평가하는 국내 대표 인증 제도로 모든 이해관계자에게 최고의 인정을 받고 있는 기업만이 선정될 수 있는 최고 권위의 영예이다.



대한민국 핵심 산업에 대한 커버리지 및 방향성 제시

존경받는 기업 조사는 사업별 매출액 및 시장 규모, 경쟁 구도 등을 고려하여 한국 산업을 대표하는 대부분의 산업(2026년 기준 87개 산업)에 대한 조사를 실시하고 있다. 이를 통해 대한민국 산업 경쟁력에 대한 측정 및 바람직한 기업 경영의 모델상 제시에 주력하고 있다.



2026년 조사: 진행 경과

주요 추진 일정

2026년 조사를 위해 지난 2025년 6월까지 조사 설계와 더불어 조사 대상 기업 및 산업에 대한 검토를 진행했다. 그 후 2025년 10월까지 약 2개월에 걸쳐 본 조사 및 결과 분석을 실시했으며, 2026년 2월 10일 언론 보도를 통해 제23차 조사 결과를 공식 발표했다.

절차	일정	주요 내용
조사 설계 및 기획		• 2026년 조사를 위한 체계 정비
조사 대상 기업 및 산업 확정	2025.04~2025.06	• All Star 조사 대상 기업(100개 기업) : 매출·순이익 + 추천율 상위 기업(2025년 산업별 1위 기업 포함) • 산업별 조사 대상 산업(87개 산업) : 매출액, M/S 및 경쟁 구도 등을 고려하여 선정
설문조사 진행	2025.09~2025.10	• 산업계 종사자·증권사 산업별 전문가·일반 소비자 대상 설문조사
조사 결과 분석		• 2026년 All Star 기업 및 산업별 1위 기업 확정
선정 기업 안내	2025.12~2026.02	• 2026년 제23차 한국에서 가장 존경받는 기업 선정 및 조사 결과 안내
공식 언론 보도	2026.02.10	• 공식 언론 보도 실시 • 주요 언론매체 특집 기사 및 광고 • 주요 거점 광고 및 SNS 홍보



2026년 조사: 후보 기업 및 산업

All Star 후보 기업

All Star 조사는 전체 산업을 망라하여 존경받는 30대 기업을 선정하는 조사이며, 매출·순이익과 전년 조사 추천율을 종합하여 100대 후보 기업을 선정했다.

구분	기업명	구분	기업명	구분	기업명	구분	기업명
1	CJ대한통운	26	기아	51	삼성카드	76	키움증권
2	GS리테일	27	네이버	52	삼성화재	77	토스뱅크
3	GS칼텍스	28	네이버클라우드	53	삼천리	78	파리크라상
4	HD건설기계	29	네이버파이낸셜	54	서울아산병원	79	포스코
5	HD현대중공업	30	농심	55	셀트리온	80	풀무원
6	HMM	31	다이소	56	신한은행	81	하나투어
7	IBK기업은행	32	대교	57	신한카드	82	한국가스공사
8	KB국민은행	33	대한항공	58	아모레퍼시픽	83	한국수력원자력
9	KB국민카드	34	동원산업	59	애플코리아	84	한국장학재단
10	KEB하나은행	35	두산에너빌리티	60	영진전문대학교	85	한국전력공사
11	KT	36	롯데면세점	61	오뚜기	86	한국타이어앤테크놀로지
12	LG CNS	37	롯데지알에스	62	우리은행	87	한솔제지
13	LG에너지솔루션	38	롯데호텔	63	유한양행	88	한일시멘트
14	LG유플러스	39	린나이코리아	64	유한킴벌리	89	한전KPS
15	LG이노텍	40	매일유업	65	이마트	90	한화시스템
16	LG전자	41	메트라이프생명	66	인천국제공항공사	91	한화에어로스페이스
17	LG화학	42	미래에셋증권	67	인텔코리아	92	한화오션
18	LIG넥스원	43	삼성SDI	68	일신방직	93	한화호텔&리조트
19	LX하우시스	44	삼성SDS	69	카카오	94	현대건설
20	NICE평가정보	45	삼성물산	70	카카오뱅크	95	현대글로벌비스
21	NS홈쇼핑	46	삼성바이오로직스	71	카카오페이	96	현대로템
22	SK텔레콤	47	삼성생명	72	캐논코리아	97	현대모비스
23	SK하이닉스	48	삼성전자	73	코웨이	98	현대백화점
24	S-OIL	49	삼성전자서비스	74	쿠팡	99	현대자동차
25	교보생명	50	삼성증권	75	크래프톤	100	현대해상

(기업명 영한 가나다순)

산업별 조사 대상 산업

산업별 조사는 각 산업별 매출액, 시장 규모, 경쟁 구도를 고려하여 조사 대상 산업을 선정했다.

2026년에는 제조 부문 33개 산업, 서비스 부문 45개 산업, 공공 및 스페셜 부문 9개 산업 등 총 87개 후보 산업을 선정했다.

구분	산업	구분	산업	구분	산업	구분	산업
제조 부문: 33개 산업		23	자동차	12	백화점	35	통신서비스
1	가정용보일러	24	자동차부품	13	보증보험	36	패스트푸드
2	건강기능식품	25	제약	14	사이버대학	37	편의점
3	건설기계	26	제지	15	생명보험	38	포털서비스
4	공간솔루션*	27	조선	16	서비스센터	39	할인점
5	뉴에너지	28	종합식품	17	손해보험	40	해운물류서비스
6	로보틱스*	29	철강	18	슈퍼마켓	41	호텔
7	면방직	30	타이어	19	알뜰폰	42	AI·빅데이터
8	바이오의약	31	패션	20	엔터테인먼트*	43	e-커머스
9	반도체	32	화장품	21	여행	44	IT솔루션
10	방위산업	33	2차전지	22	외국계보험	45	TV홈쇼핑
11	베이커리	서비스 부문: 45개 산업		23	은행	공공 및 스페셜 부문: 9개 산업	
12	사무기기	1	간편결제서비스	24	저비용항공	1	국민복지증진
13	생활가전	2	건설	25	전문대학	2	기금관리형
14	생활용품	3	교육서비스	26	정보보안	3	산업진흥·서비스
15	석유화학	4	금융투자	27	정유	4	에너지
16	수산	5	기업신용평가(CB)	28	종합대학	5	중소벤처기업지원(금융)
17	스마트라이프케어	6	기업형벤처캐피탈(CVC)*	29	종합병원	6	중소벤처기업지원(비금융)
18	시멘트	7	도시가스	30	종합상사	7	SOC
19	외국계제약	8	디지털콘텐츠플랫폼	31	지역금융	8	SOC·안전
20	웰니스가전	9	면세점	32	카셰어링*	9	NGO
21	유가공	10	모빌리티맵플랫폼*	33	콘도미니엄	*2026년 신규 조사 및 개편 산업	
22	유아용품	11	물류·네트워크 서비스	34	클라우드		

All Star 30 기업 평균, 3년 연속 500점대 유지 산업별 1위 기업은 시장 주도권 경쟁 더욱 치열

2026년 All Star 조사 결과

2026년 All Star 30 선정 기업

순위	기업명	순위	기업명	순위	기업명
1위 (1위)	삼성전자*	11위 (11위)	포스코*	21위 (7위)	SK텔레콤*
2위 (3위)	SK하이닉스	12위 (-)	셀트리온	22위 (22위)	풀무원
3위 (2위)	현대자동차*	13위 (33위)	삼성바이오로직스	23위 (18위)	신한카드
4위 (4위)	유한양행*	14위 (12위)	인천국제공항공사	24위 (-)	네이버클라우드
5위 (9위)	네이버	15위 (84위)	HD건설기계	25위 (-)	다이소
6위 (5위)	LG전자*	16위 (23위)	서울아산병원	26위 (26위)	아모레퍼시픽
7위 (6위)	유한킴벌리*	17위 (25위)	교보생명	27위 (36위)	GS칼텍스
8위 (8위)	신한은행	18위 (55위)	매일유업	28위 (20위)	HD현대중공업
9위 (19위)	한화에어로스페이스	19위 (54위)	두산에너지빌리티	29위 (-)	현대로템
10위 (13위)	기아	20위 (28위)	삼성물산	30위 (85위)	미래에셋증권

*23년 연속 All Star 선정 기업(2025년 All Star 순위)

2026년 All Star 조사 주요 특징

단순한 기업 평판을 넘어 압도적 기술력과 실질적 신뢰가 결합된 가치 중심 경영으로 패러다임 전환

2026년 All Star 조사 상위 30대 기업의 특징을 살펴보면, 23년 연속 1위를 수성한 삼성전자를 제외한 거의 전 구간에서 변화가 나타났다. 특히 All Star 조사 상위 30대 기업 중 무려 10개 기업이 진입 및 이탈하는 큰 폭의 변화가 발생했으며, 이는 존경받는 기업의 패러다임이 단순한 브랜드 이미지를 넘어 기업 본연의 가치에 기반한 기술 경쟁력과 이해관계자 신뢰로 완전히 재편되었음을 시사한다.

가장 상징적인 변화는 SK하이닉스의 약진이다. 지난 3년간 지속적인 지수 상승을 기록한 SK하이닉스는 현대자동차를 제치고 All Star 2위에 등극했다. 이는 전 세계적인 AI 반도체 혁신 붐 속에서 HBM 시장 리더십을 공고히 한 압도적 기술력이 기업의 미래 가치뿐만 아니라 산업계 전반의 존경심을 이끌어낸 결과다. 특히 주가치 향상뿐만 아니라 차세대 제품에 대한 선제적 대응력이 전문가 그룹으로부터 독보적인 평가를 받았다.

현대자동차는 3위로 한 계단 하락했으나, 글로벌 시장에서의 전기차 및 미래 모빌리티 성과를 바탕으로 Top 3의 지위를 굳건히 지켜냈다. 삼성전자, SK하이닉스, 현대자동차로 이어지는 상위 라인업은 대한민국 산업의 핵심 동력이 첨단 제조 및 AI 생태계로 완전히 이동했음을 상징적으로 보여준다.

이번 조사에서는 소비자 접점이 적은 B2B 전문 기업 및 중후장대 산업군이 대거 약진하며 국가 경제 견인의 주역임을 입증했다. 한화에어로스페이스는 K-방산의 글로벌 수주 쾌거에 힘입어 전년 19위에서 9위로 수직 상승하며 Top 10에 진입했으며, HD건설기계는 디지털 전환과 지능형 건설장비 도입 등 전통 산업의 첨단화 노력이 우수한 평가를 받았다.

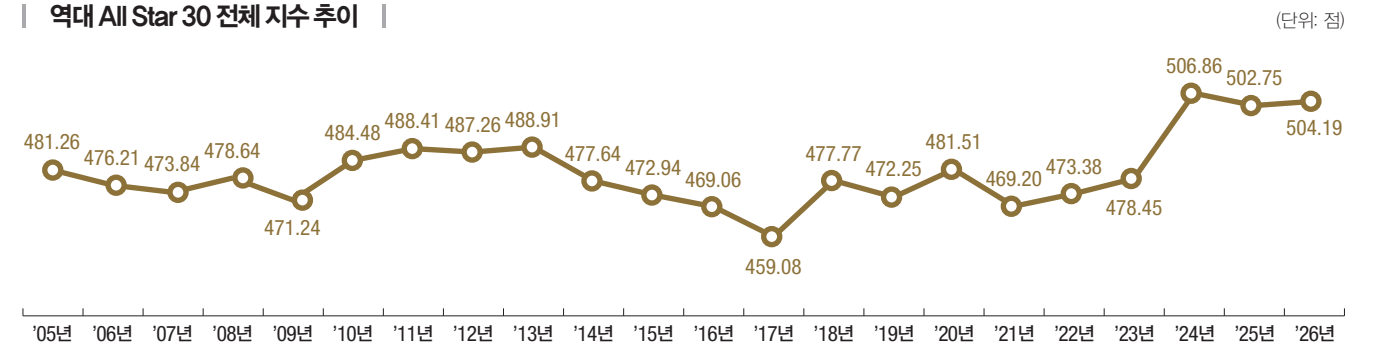
반면, 한때 혁신의 상징이었던 기존 강자들은 신뢰 저하 및 실적 정체로 인해 순위 하락을 경험했다. 우선 개인정보 보호 및 서비스 안정성 논란으로 인해 SK텔레콤은 전년 7위에서 21위로 밀려났다. 또한 22년 연속 선정되었던 이마트와 전년 10위였던 쿠팡이 All Star 30에서 동시에 이탈하며 유통 시장의 과열된 경쟁 속에서 노동 환경 이슈나 수익성 악화가 악영향을 미친 것으로 분석된다.

새롭게 이름을 올린 다이소(25위)는 고물가 시대 균일가 경영이라는 본질에 충실하며 소비자 가치를 극대화했고, 매일유업(18위)은 진정성 있는 CSR 활동과 상품 다변화를 통해 55위에서 18위로 급상승하는 쾌거를 이루었다. 이외에도 셀트리온(12위), 네이버클라우드(24위) 등이 기술 경쟁력을 인정받아 All Star의 새로운 주역으로 등장했다.

다시 벌어진 기업 간 격차, 평균을 넘어선 탁월함이 요구되는 시점

2026년 All Star 30 기업의 평균 지수는 504.19점을 기록했다. 이는 지난 2024년 500점대(506.86점)에 진입한 이래, 3년 연속 그 수준을 유지하고 있음을 보여준다. 이는 우리 사회가 기업에게 기대하는 혁신과 사회적 책임의 기준이 매우 높은 수준에서 안착되었음을 의미한다. 시장은 여전히 기업에게 높은 수준의 역할을 주문하고 있으며, 기업 또한 이러한 기대에 부응하기 위해 꾸준히 역량을 결집하고 있는 것으로 분석된다.

역대 All Star 30 전체 지수 추이

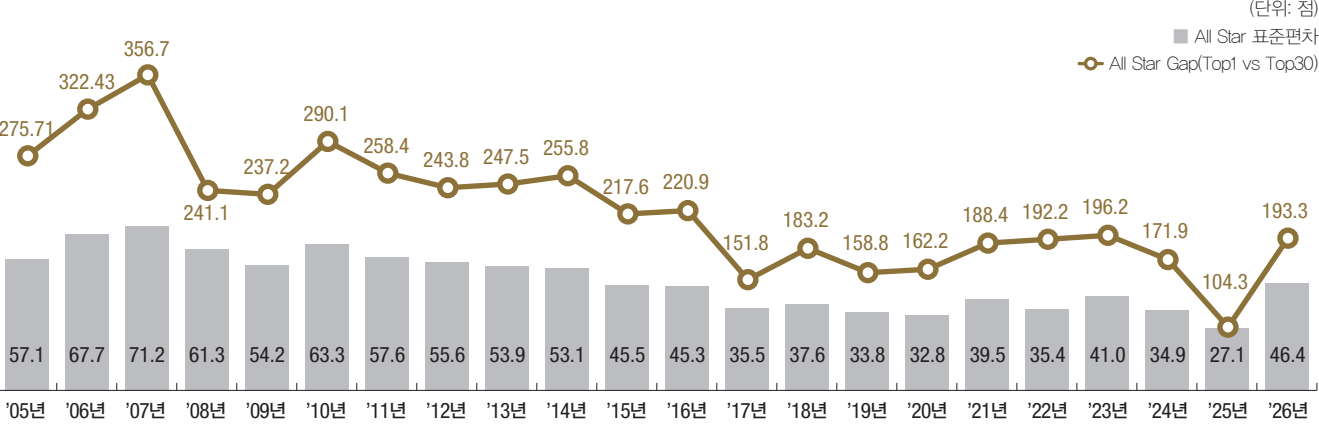


2026년 All Star 조사 주요 특징(계속)

2026년 조사에서 주목할 점은 기업 간 변별력이 다시 커지기 시작했다는 점이다. 2025년 104.3점까지 좁혀지며 상향 평준화되는 듯했던 1위와 30위 기업 간 격차는 2026년 193.3점으로 다시 확대되었다.

표준편차(S.D) 또한 전년 대비 증가(27.1점 → 46.4점)했는데, 이는 단순히 순위 경쟁을 넘어 기업이 보유한 핵심 경쟁력의 깊이와 차이가 실제 평가 점수에 그대로 반영되고 있음을 시사한다. 비슷한 전략으로는 더 이상 시장의 주목을 받기 어려워졌으며, 확실한 우위를 가진 기업들의 성과가 더욱 두드러지는 흐름으로 변화하고 있다.

역대 All Star 30 기업 편차



기대감이 아닌 성과에서 갈렸다… 바이오·방산(K-Manufacturing) 약진 vs 플랫폼·유통 고전

2026년 All Star 30의 진입과 이탈 현황은 시장이 기업을 평가하는 기준이 미래 성장성에 대한 기대에서 확실한 현재의 성과로 이동했음을 극명하게 보여준다.

2026년 새롭게 All Star 30에 이름을 올린 기업들은 셀트리온, 삼성바이오로직스 등 바이오 섹터와 현대로템, 두산에너빌리티, HD건설기계 등 방산·플랜트·건설 장비 중심의 중후장대 산업이 주를 이뤘다. 이는 글로벌 안보 불안과 공급망 재편 속에서 실질적인 수주 성과와 수출 실적을 증명해낸 건실한 제조업에 존경과 신뢰가 쏠리고 있음을 시사한다. 또한 고물가 시대 가성비 트렌드를 주도한 다이소의 신규 진입도 눈에 띄는 대목이다.

2026년 All Star 30 진입/이탈 기업 현황

구분	All Star 주요 선정 기업
All Star 30 진입	셀트리온(12위), 삼성바이오로직스(33위→13위), HD건설기계(84위→15위), 매일유업(55위→18위), 두산에너빌리티(54위→19위), 네이버클라우드(신규, 24위), 다이소(신규, 25위), GS칼텍스(36위→27위), 현대로템(신규, 29위), 미래에셋증권(85위→30위)
All Star 30 이탈	쿠팡(10위→68위), KB국민은행(14위→46위), 토스뱅크(15위→52위), LG화학(16위→64위), 삼성화재(17위→36위), 애플코리아(21위→70위), S-OIL(24위→61위), LG에너지솔루션(27위→33위), 인텔코리아(29위→37위), 이마트(30위→69위)

급변하는 산업 지형도 속에서도 2004년 조사가 시작된 이래 23년 연속 All Star 기업으로서 자리를 지킨 기업은 단 7곳뿐이었다. 이들은 숏한 경제위기 속에서도 흔들리지 않는 본원적 경쟁력과 사회적 책임을 동시에 실천하며 존경받는 기업의 표준을 제시했다. 국가 경제를 지탱하는 버팀목이자 사회적 가치를 창출하는 동반자로서 확고한 신뢰 자본을 축적해 온 것으로 평가받는다.

전통의 유통 강자 이마트는 2025년까지 22년 연속 선정을 마지막으로 2026년 All Star 30에서 이탈하며, 과거의 영광이나 브랜드파워가 더 이상 미래의 생존을 담보하지 않는다는 현실을 보여주었다. 이는 유통 환경이 온라인을 중심으로 재편되고 초저가 커머스의 공습 등 경쟁 환경이 격화되는 가운데, 변화의 골든타임을 놓친다면 아무리 거대한 공룡이라도 소비자의 선택지에서 제외될 수 있음을 시사한다.

2026년 All Star 조사 결과는 모든 기업에게 '혁신하지 않으면 대체된다'라는 무거운 과제를 남겼다.

역대 All Star 선정 횟수 10회 이상 기업

(기업명 영향, 가나다순)

선정 횟수	해당 기업명	해당 기업 수
23회	LG전자, SK텔레콤, 삼성전자, 유한양행, 유한킴벌리, 포스코, 현대자동차	7개사
22회	삼성물산, 신한은행, 풀무원	3개사
17회	인천국제공항공사	1개사
15회	HD현대중공업	1개사
14회	아모레퍼시픽	1개사
13회	SK하이닉스, 네이버, 서울아산병원	3개사
11회	기아, 신한카드	2개사

2026년 산업별 1위 기업			
제조 부문			
산업	1위 기업	분석 대상 기업(브랜드)	비고
가정용보일러	린나이코리아	린나이코리아(7.17), 경동나비엔(7.12), 귀뚜라미(6.90), 대성썬텍에너지시스(6.71)	5년 연속 1위
건강기능식품	KGC인삼공사	KGC인삼공사(7.77), 종근당건강(7.39), hν(7.35), 동원F&B(7.27), 농협홍삼(한삼인)(7.26), 한국암웨이(6.60), 한국허벌라이프(6.48)	2025년 1위: 종근당건강
건설기계	HD건설기계	HD건설기계(8.17), 두산밥캣(8.01), 볼보그룹코리아(7.83), 현대에버다임(7.59), 수산세보틱스(7.16), 클라크머터리얼핸들링아시아(7.04)	4년 연속 1위
공간솔루션	LX하우시스	LX하우시스(7.59), KCC(7.44), 이케아코리아(7.32), 일룸(7.17), 현대L&C(7.01), 현대리바트(6.91), 한샘(6.82)	2년 연속 1위
뉴에너지	GS칼텍스	GS칼텍스(8.19), S-OIL(8.16), HD현대오일뱅크(7.83), SK에코프라이م(7.45), 애경케미칼(7.29), DS단석(7.04)	2년 연속 1위
로보틱스	두산로보틱스	두산로보틱스(7.73), HD현대로보틱스(7.70), 한화로보틱스(7.56), 레인보우로보틱스(7.50)	신규 조사
면방직	일신방직	일신방직(7.36), 태광산업(7.33), 대한방직(6.86), 국일방직(6.52), 전방(6.30)	21년 연속 1위
바이오헬스	삼성바이오로직스	삼성바이오로직스(8.74), 유한양행(8.65), 셀트리온(8.42), SK바이오팜(7.75), 한미약품(7.54), GC녹십자(7.45), 종근당(7.10), 대웅제약(6.85), 광동제약(6.51), 제일약품(6.24)	5년 연속 1위
반도체	SK하이닉스	SK하이닉스(9.02), 삼성전자 DS부문(8.53), 한미반도체(8.10), 주성엔지니어링(7.63)	2년 연속 1위
방위산업	한화에어로스페이스	한화에어로스페이스(8.27), 현대로템(8.13), 한국항공우주산업(KAI)(7.77), LG넥스원(7.74), 한화시스템(7.66)	3년 연속 1위
베이커리	로쏘(성심당)	로쏘(성심당)(8.06), CJ푸드빌(뚜레주르)(7.43), 파리크라상(파리바게뜨)(7.33), 비알코리아(던킨도너츠)(7.25), 신라명과(6.94)	2025년 1위: 파리크라상(파리바게뜨)
사무기기	캐논코리아	캐논코리아(7.94), HP코리아(7.55), 한국후지필름비즈니스이노베이션(7.50), 신도리코(7.50)	6년 연속 1위
생활가전	삼성전자 DX부문 DA사업부	삼성전자 DX부문 DA사업부(8.57), LG전자 HS사업본부(8.44), 위니아전자(6.41), 하이얼전자판매(6.39)	2025년 1위: LG전자 HS사업본부
생활용품	유한킴벌리	유한킴벌리(8.15), 아모레퍼시픽(7.91), LG생활건강(7.71), 애경산업(6.33)	13년 연속 1위
석유화학	LG화학	LG화학(7.34), 한화솔루션 케미칼부문(6.80), 한화토탈에너지스(6.66), SK지오센트릭(6.53), 롯데케미칼(5.82), 여천NCC(5.14)	4년 연속 1위
수산	동원산업	동원산업(8.05), 한성기업(7.93), 신라교역(7.47), 사조산업(7.42)	12년 연속 1위
스마트 라이프케어	세라젠	세라젠(7.58), 바디프랜드(7.33), 파나소닉코리아(7.06), 브람스생활건강(6.90), 휴테크(6.74), 북정제형(코지마)(6.67)	2025년 1위: 바디프랜드
시멘트	한일시멘트	한일시멘트(6.99), 아세아시멘트(6.83), 한라시멘트(6.53), 쌍용C&E(6.45), 성신양회(6.40), 삼표시멘트(6.23)	23년 연속 1위
외국계제약	한국화이자제약	한국화이자제약(7.69), 글락소스미스클라인(7.51), 한국MSD(7.43), 한국로슈(7.35), 바이엘코리아(7.34), 한국아스트라제네카(7.31), 한국노바티스(7.18)	2025년 1위: 한국아스트라제네카
웰니스가전	코웨이	코웨이(8.28), 경동나비엔(8.04), SK인텔릭스(7.98), 청호나이스(7.50), 쿠쿠전자(7.47), 교원웰스(7.07), 위닉스(7.00)	2025년 1위: 경동나비엔
유가공	매일유업	매일유업(7.30), 서울우유(7.20), 빙그레(7.12), hν(6.90), 남양유업(5.54)	9년 연속 1위
유아용품	아기방앤컴퍼니	아기방앤컴퍼니(7.47), 해피랜드코퍼레이션(7.33), 제로투세븐(7.29), 메디앙스(7.25), 한세엠케이(7.14)	3년 연속 1위

제조 부문(계속)			
산업	1위 기업	분석 대상 기업(브랜드)	비고
자동차	현대자동차	현대자동차(8.68), 기아(8.51), 르노코리아(6.28), KG모빌리티(6.16), 한국지엠(5.95)	23년 연속 1위
자동차부품	현대모비스	현대모비스(7.98), 현대위아(7.24), HL만도(7.13), 현대트랜시스(6.96), 한온시스템(6.82)	11년 연속 1위
제약	유한양행	유한양행(8.75), GC녹십자(7.58), 한미약품(7.54), 동아제약(7.53), 종근당(7.33), 대웅제약(7.10), JW중외제약(6.97), 광동제약(6.80)	23년 연속 1위
제지	한솔제지	한솔제지(7.53), 깨끗한나라(7.34), 무림페이퍼(7.24), 전주페이퍼(7.12), 해성산업(7.03)	23년 연속 1위
조선	HD현대중공업	HD현대중공업(8.60), 한화오션(8.37), HD한국조선해양(8.36), HD현대삼호(8.07), 삼성중공업(7.71)	4년 연속 1위
종합식품	CJ제일제당	CJ제일제당(7.35), 풀무원(7.15), 삼양식품(7.07), 농심(6.79), 오투기(6.67), 대상(6.57), 동원F&B(6.29)	2025년 1위: 농심
철강	포스코	포스코(7.85), 현대제철(6.88), 고려아연(6.81), 동국제강(6.48), KG스틸(5.99)	23년 연속 1위
타이어	한국타이어앤테크놀로지	한국타이어앤테크놀로지(7.98), 금호타이어(7.08), 넥센타이어(6.88)	17년 연속 1위
패션	삼성물산 패션부문	삼성물산 패션부문(8.17), 신세계인터내셔널(7.80), 코오롱인더스트리 FNC부문(7.40), LF(7.37), 이랜드월드 패션사업부(6.64), 패션그룹형지(6.04)	5년 연속 1위
화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(8.16), 한국콜마(7.74), LG생활건강(7.72), 이니스프리(7.35), 애경산업(6.83), 에이블씨엔씨(6.63)	4년 연속 1위
2차전지	LG에너지솔루션	LG에너지솔루션(8.23), 삼성SDI(7.53), SK온(6.89)	6년 연속 1위

서비스 부문			
산업	1위 기업	분석 대상 기업(브랜드)	비고
간편결제 서비스	삼성월렛	삼성월렛(8.76), 네이버페이(8.65), 카카오페이(8.45), 페이코(7.41)	2025년 1위: 네이버페이
건설	삼성물산 건설부문	삼성물산 건설부문(8.38), 현대건설(7.77), GS건설(7.11), DL이앤씨(6.99), SK에코플랜트(6.85), 포스코이앤씨(6.72), 대우건설(6.66), HDC현대산업개발(6.10), 롯데건설(5.75)	20년 연속 1위
교육서비스	대교	대교(7.693), 웅진씽크빅(7.692), 교원(7.37), 한솔교육(7.13), 재능교육(6.95)	16년 연속 1위
금융투자	NH투자증권	NH투자증권(7.71), 삼성증권(7.68), 미래에셋증권(7.62), 한국투자증권(7.58), KB증권(7.42), 키움증권(7.27), 메리츠증권(7.16), 신한투자증권(6.91), 하나증권(6.48), 대신증권(6.27)	2년 연속 1위
기업신용평가 (CB)	NICE평가정보	NICE평가정보(7.78), 한국평가데이터(7.29), 나이스디앤비(7.26), 이크레더블(6.81)	2년 연속 1위
기업형벤처 캐피탈(CVC)	삼성벤처투자	삼성벤처투자(7.47), 스마일게이트인베스트먼트(7.36), 포스코기술투자(7.31), 카카오벤처스(7.14), 코오롱인베스트먼트(6.93), CJ인베스트먼트(6.92), 롯데벤처스(6.81)	신규 조사
도시가스	삼천리	삼천리(7.89), 서울도시가스(7.60), 예스코(7.41), 코원에너지서비스(7.40), 경동도시가스(7.33)	23년 연속 1위
디지털콘텐츠 플랫폼	넷플릭스(NETFLIX)	넷플릭스(NETFLIX)(8.62), 구글(YouTube)(8.57), 쿠팡(쿠팡플레이)(8.03), 디즈니엔터테인먼트(Disney+)(7.84), 티빙(TVING)(7.80), 애플(Apple TV+)(7.51), 틱톡(TikTok)(7.36), 아마존닷컴(프라임비디오)(7.36), 콘텐츠웨이브(Wawe)(7.02), 왓챠(WATCHA)(6.70)	2025년 1위: 티빙(TVING)
면세점	신라면세점	신라면세점(7.89), 롯데면세점(7.72), 신세계면세점(7.44), 현대면세점(7.32), HDC신라면세점(7.16)	2025년 1위: 롯데면세점

2026년 산업별 1위 기업(계속)

서비스 부문(계속)

산업	1위 기업	분석 대상 기업(브랜드)	비고
모빌리티맵 플랫폼	네이버(네이버지도)	네이버(네이버지도)(7.81), 티맵모빌리티(TMAP)(7.73), 카카오모빌리티(카카오T)(7.55)	신규 조사
물류·네트워크 서비스	삼성전자로지텍	삼성전자로지텍(7.52), CJ대한통운(7.48), LX판토스(7.01), 한진(6.27), 롯데글로벌로지스(6.05)	2025년 1위: CJ대한통운
백화점	현대백화점	현대백화점(7.90), 신세계백화점(7.82), 롯데백화점(6.80), 한화갤러리아(6.42), AK플라자(5.26), NC백화점(5.15)	3년 연속 1위
보증보험	한국무역보험공사	한국무역보험공사(7.35), 한국주택금융공사(7.18), SG서울보증(7.13), HUG주택도시보증공사(6.99), 건설공제조합(6.78), 전문건설공제조합(6.72)	2025년 1위: 한국주택금융공사
사이버대학	한양사이버대학교	한양사이버대학교(6.905), 서울사이버대학교(6.901), 경희사이버대학교(6.85), 고려사이버대학교(6.77), 세종사이버대학교(6.67), 숭실사이버대학교(6.60), 사이버한국외국어대학교(6.57), 부산디지털대학교(6.54), 서울디지털대학교(6.41)	2년 연속 1위
생명보험	교보생명	교보생명(8.00), 삼성생명(7.96), 신한라이프생명(7.29), 한화생명(7.14), KB라이프생명(7.02), NH농협생명(6.34)	4년 연속 1위
서비스센터	삼성전자서비스	삼성전자서비스(8.40), LG전자 고객센터(7.79), 위니아에이드(6.67), 하이얼전자판매(5.76)	15년 연속 1위
손해보험	삼성화재	삼성화재(7.76), 현대해상(7.40), KB손해보험(7.24), DB손해보험(7.14), 메리츠화재(6.98), 한화손해보험(6.77), NH농협손해보험(6.35)	23년 연속 1위
슈퍼마켓	이마트 (이마트에브리데이)	이마트(이마트에브리데이)(7.75), GS리테일(GS THE FRESH)(7.42), 롯데쇼핑(롯데슈퍼)(6.33), 홈플러스(홈플러스익스프레스)(5.54)	2025년 1위: GS리테일 (GS THE FRESH)
알뜰폰	SK세븐모바일	SK세븐모바일(7.56), 헬로모바일(7.49), KT스카이라이프(7.48), KT엠모바일(7.24), U+모바일(7.03)	2025년 1위: KT엠모바일
엔터테인먼트	JYP엔터테인먼트	JYP엔터테인먼트(7.54), SM엔터테인먼트(7.00), CJ ENM 엔터테인먼트 부문(6.85), 하이브(6.66), 카카오엔터테인먼트(6.12), YG엔터테인먼트(6.09)	신규 조사
여행	놀유니버스(NOL)	놀유니버스(NOL)(7.50), 하나투어(7.31), 놀유니버스(NOL 인터파크투어)(7.22), 여기어때컴퍼니(여기어때)(7.13), 마이리얼트립(7.06), 모두투어네트워크(모두투어)(7.00), 롯데관광(6.75), 노랑풍선(6.66)	2025년 1위: 하나투어
외국계보험	메트라이프생명	메트라이프생명(7.41), 라이나생명(7.35), 동양생명(6.97), AIA생명(6.91), ABL생명(6.36)	6년 연속 1위
은행	신한은행	신한은행(8.20), KB국민은행(8.18), KEB하나은행(7.83), 토스뱅크(7.72), 카카오뱅크(7.69), IBK기업은행(7.37), 우리은행(7.22), NH농협은행(7.15), 케이뱅크(6.97), M뱅크(6.73), SC제일은행(6.64)	23년 연속 1위
저비용항공	진에어	진에어(6.92), 제주항공(6.61), 에어부산(6.46), 티웨이항공(6.41), 이스타항공(6.26), 에어서울(6.09)	2년 연속 1위
전문대학	영진전문대학교	영진전문대학교(7.00), 영남이공대학교(6.91), 울산과학기술대학교(6.88), 연암공과대학교(6.83), 대전보건대학교(6.77), 아주자동차대학교(6.75), 경기과학기술대학교(6.71), 한림성심대학교(6.69), 경북전문대학교(6.65), 제주한라대학교(6.58), 거제대학교(6.55)	15년 연속 1위
정보보안	SK실더스(인포섹)	SK실더스(인포섹)(7.58), 안랩(7.21), 시큐아이(6.71), 윈스테크넷(6.53), 이글루코퍼레이션(6.31)	6년 연속 1위

서비스 부문(계속)

산업	1위 기업	분석 대상 기업(브랜드)	비고
정유	S-OIL	S-OIL(7.61), GS칼텍스(7.58), SK에너지(7.49), HD현대오일뱅크(7.26)	10년 연속 1위
종합대학	서울대학교	서울대학교(7.57), 연세대학교(7.46), 성균관대학교(7.38), 고려대학교(7.24), 서강대학교(6.63), 한양대학교(6.57), 중앙대학교(6.29), 경희대학교(6.24), 건국대학교(6.22), 서울시립대학교(6.20), 동국대학교(6.02), 이화여자대학교(6.02)	2025년 1위: 연세대학교
종합병원	서울아산병원	서울아산병원(8.31), 삼성서울병원(8.29), 서울대학교병원(7.98), 세브란스병원(7.92), 가톨릭대학교 서울성모병원(7.41)	20년 연속 1위
종합상사	삼성물산 상사부문	삼성물산 상사부문(7.84), 포스코인터내셔널(7.78), LX인터내셔널(7.25), SK네트웍스(7.06), SK온트레이딩인터내셔널(6.83)	22년 연속 1위
지역금융	전북은행	전북은행(7.28), BNK부산은행(7.22), 경남은행(6.95), 광주은행(6.76), 제주은행(6.56)	2025년 1위: BNK부산은행
카셰어링	쏘카	쏘카(7.65), 피플카(투루카)(7.11), 그린카(롯데렌터카 G car)(7.10)	신규 조사
콘도미니엄	한화호텔&리조트	한화호텔&리조트(7.88), 소노인터내셔널(소노호텔&리조트)(7.73), 하이원리조트(7.42), HDC리조트(7.26), 이랜드파크(켄싱턴호텔앤리조트)(7.23), 모나오펜(6.64)	3년 연속 1위
클라우드	네이버클라우드	네이버클라우드(8.25), 삼성SDS(8.23), LG CNS(7.96), SK AX(7.53), NHN클라우드(7.47), KT클라우드(7.44), 카카오엔터프라이즈(7.07), 메가존클라우드(6.96), 베스핀글로벌(6.75)	2년 연속 1위
통신서비스	LG유플러스	LG유플러스(7.10), SK텔레콤(7.02), KT(6.02)	2025년 1위: SK텔레콤
패스트푸드	롯데지알에스(롯데리아)	롯데지알에스(롯데리아)(7.70), 한국맥도날드(맥도날드)(7.67), 맘스터치앤컴퍼니(맘스터치)(7.63), 비케이알버거킹)(7.45), 케이예프씨코리아(KFC)(7.28)	2년 연속 1위
편의점	BGF리테일(CU)	BGF리테일(CU)(7.87), GS리테일(GS25)(7.73), 이마트(이마트24)(6.31), 코리아세븐(세븐일레븐)(5.85)	2025년 1위: GS리테일(GS25)
포털서비스	네이버	네이버(8.42), 구글코리아(8.16), 한국마이크로소프트(Bing)(7.46), 카카오(다음)(7.38), SK커뮤니케이션즈(네이트)(6.58), 이스트에이드(ZUM)(6.45)	4년 연속 1위
할인점	이마트	이마트(7.80), 코스트코코리아(7.64), 농협유통(하나로마트)(6.93), 롯데마트(6.75), 홈플러스(5.07)	23년 연속 1위
해운물류서비스	HMM	HMM(8.38), 현대글로벌비스(8.36), 팬오션(7.77), 유코카캐리어스(7.22), SK해운(7.18), 대한해운(7.06)	6년 연속 1위
호텔	호텔신라	호텔신라(7.83), 웨스틴조선호텔(7.40), JW메리어트호텔(7.38), 롯데호텔(7.33), 그랜드하얏트서울호텔(7.30), 인터컨티넨탈호텔(7.22), 워커히호텔(7.14), 콘래드서울호텔(7.07), 더플라자(6.87)	2025년 1위: 롯데호텔
AI·빅데이터	코난테크놀로지	코난테크놀로지(7.45), 솔트룩스(7.39), 바이브컴퍼니(7.14), 와이즈넷(7.05)	2025년 1위: 와이즈넷
e-커머스	네이버 (네이버플러스스토어)	네이버(네이버플러스스토어)(7.92), 쿠팡(7.58), SSG닷컴(6.52), 지마켓(G마켓)(6.24), 11번가(6.01), 롯데쇼핑(롯데온)(5.89), 지마켓(옥션)(5.82), 인터파크커머스(바이슬)(5.26)	2년 연속 1위
IT솔루션	한국마이크로소프트	한국마이크로소프트(7.78), 구글코리아(7.72), 한국오라클(7.41), 한국IBM(7.36), 인텔코리아(7.10), HP코리아(7.07)	2025년 1위: 인텔코리아
TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(7.70), CJ온스타일(7.62), GS SHOP(7.46), 롯데홈쇼핑(6.82), NS홈쇼핑(6.45), 홈앤쇼핑(6.41), 공영홈쇼핑(6.29)	2025년 1위: NS홈쇼핑

2026년 산업별 1위 기업(계속)

공공 및 스페셜 부문

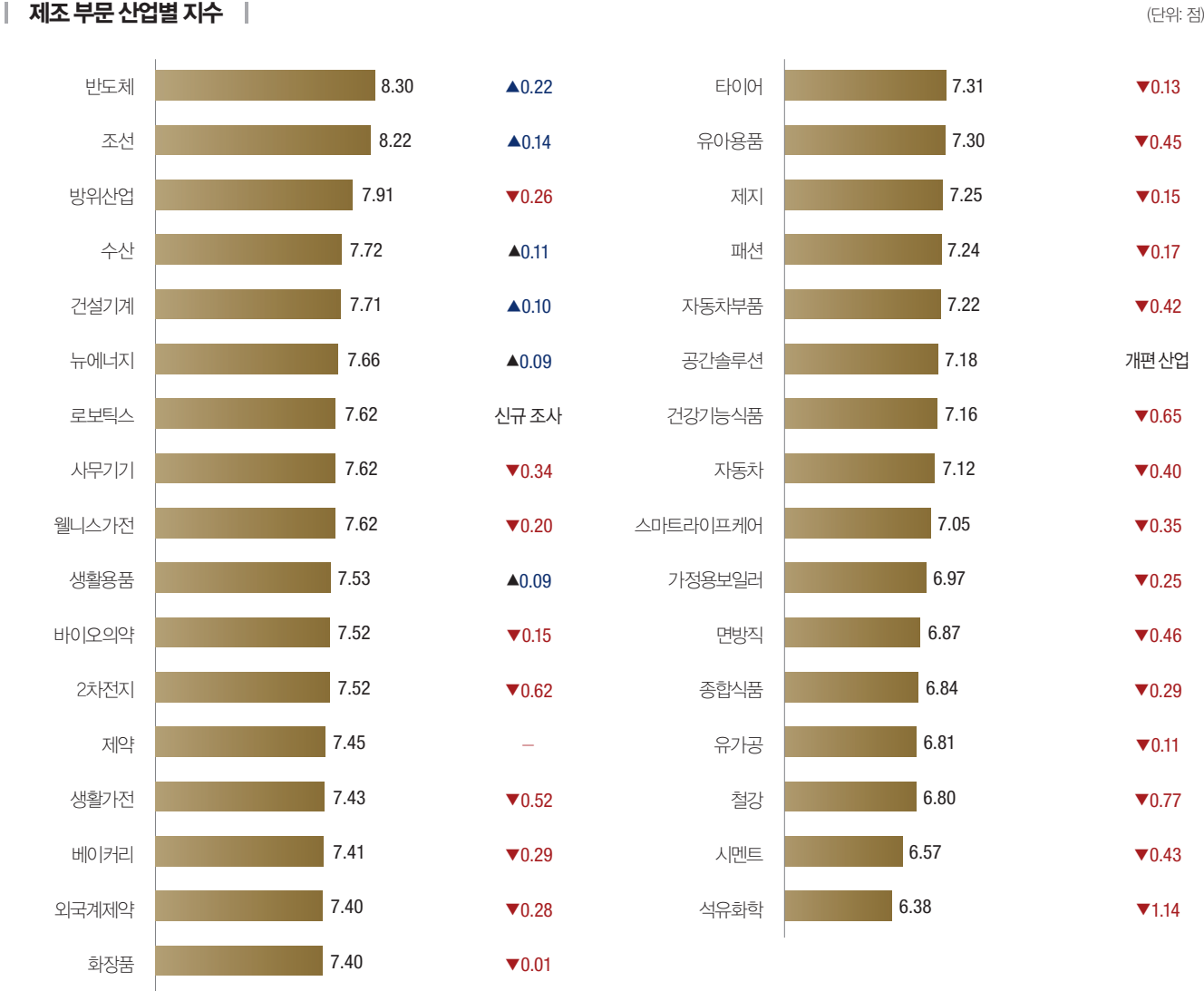
산업	1위 기업	분석 대상 기업(브랜드)	비고
국민복지증진	한국장학재단	한국장학재단(7.26), 국립생태원(7.12), 국립공원공단(7.09), 국민건강보험공단(6.98), 한국환경공단(6.92), 건강보험심사평가원(6.91), 근로복지공단(6.86), 한국소비자원(6.85), 축산물품질평가원(6.78), 한국사회보장정보원(6.74), 한국산림복지진흥원(6.73), 한국장애인고용공단(6.57)	2년 연속 1위
기금관리형	예금보험공사	예금보험공사(6.86), 한국자산관리공사(6.74), 국민연금공단(6.70), 한국주택금융공사(6.69), 기술보증기금(6.68), 한국무역보험공사(6.67), 신용보증기금(6.63), 중소기업진흥공단(6.59), 국민체육진흥공단(6.37), 공무원연금공단(6.30)	2025년 1위: 한국자산관리공사
산업진흥·서비스	한국전력기술	한국전력기술(7.18), 한국조폐공사(7.15), 한국가스기술공사(6.99), 한전KDN(6.97), 한전KPS(6.90), 해양환경공단(6.85), 한국마사회(6.77), 한국부동산원(6.68), 그랜드코리아레저(6.43)	2025년 1위: 한전KPS
에너지	한국수력원자력	한국수력원자력(7.08), 한국전력공사(7.04), 한국지역난방공사(6.80), 한국가스공사(6.79), 한국동서발전(6.70), 한국남동발전(6.68), 한국남부발전(6.66), 한국서부발전(6.65), 한국중부발전(6.65), 한국석유공사(6.41)	2년 연속 1위
중소벤처기업 지원(금융)	IBK기업은행	IBK기업은행(7.38), 한국산업은행(7.31), 한국수출입은행(7.15), 신용보증기금(7.09), 기술보증기금(7.00), 중소벤처기업진흥공단(6.96), 한국무역보험공사(6.75), 신용보증재단중앙회(6.40)	2025년 1위: 중소벤처기업진흥공단
중소벤처기업 지원(비금융)	대한무역투자진흥공사	대한무역투자진흥공사(7.26), 한국무역협회(7.25), 중소기업중앙회(7.14), 대·중소기업·농어업협력재단(7.11), 대한상공회의소(7.10), 창업진흥원(7.04), 중소기업기술정보진흥원(7.00), 한국경제인협회(6.92), 장애인기업종합지원센터(6.85), 한국중소벤처기업유통원(6.83)	2025년 1위: 창업진흥원
SOC	인천국제공항공사	인천국제공항공사(7.79), 한국수자원공사(7.11), 한국도로공사(6.83), 한국토지주택공사(6.45)	19년 연속 1위
SOC·안전	한국전력거래소	한국전력거래소(6.97), 한국원자력환경공단(6.91), 한국해양교통안전공단(6.91), 한국도로교통공단(6.83), 국가철도공단(6.82), 한국산업안전보건공단(6.82), 한국교통안전공단(6.81), 한국전기안전공사(6.75), 한국가스안전공사(6.70), 한국승강기안전공단(6.70), 한국석유관리원(6.68), 한국농어촌공사(6.62)	2년 연속 1위
NGO	월드비전	월드비전(7.73), 세이브더칠드런(7.53), 유니세프(7.53), 초록우산어린이재단(7.50), 해비타트(7.38), 유엔난민기구(7.36), 굿네이버스(7.24)	2025년 1위: 굿네이버스

2026년 산업별 조사 주요 특징: 제조 부문

글로벌 안보·기술 패권이 가른 제조업의 명암… ‘전략 산업’은 비상(飛上), ‘소비재’는 침체

2026년 제조 부문의 주인공은 단연 반도체(8.30점)와 조선(8.22점) 산업이다. 유일하게 8점대를 돌파하며 제조업의 평판 상승을 주도했다. 특히 SK하이닉스는 조사 이래 이례적인 점수인 9.02점으로 1위에 오르며 산업 전체의 앵커 역할을 수행했다. HD현대중공업(8.60점) 역시 압도적 점수 차로 4년 연속 1위를 수성했다. 이는 AI 메모리와 친환경 선박 등 글로벌 트렌드를 선도하는 ‘초격차 기술’이 기업의 실적을 넘어 사회적 존경의 핵심 척도가 되었음을 증명한다. 고물가와 내수 침체는 견고했던 소비재 시장의 권력 지형을 뒤흔들었다. 가장 극적인 변화는 베이커리 산업이다. 대전의 향토 기업 로쏘(성심당)가 거대 프랜차이즈를 제치고 1위에 오르는 파란을 일으켰다. 또한 웰니스가전의 코웨이, 스마트라이프케어의 세라젬도 1위를 차지하며, 이제 단순한 제품 기능보다 소비자의 건강과 취향을 챙겨주는 구체적인 ‘라이프스타일 솔루션’에 손을 들어 주는 모습을 보였다. 2026년의 조사 결과는 제조 기업에게 냉혹한 생존 방정식을 제시한다. 반도체, 조선처럼 대체 불가능한 ‘기술적 해자’를 구축해 글로벌로 나가거나, 성심당·세라젬처럼 고객의 삶 속에서 ‘대체 불가능한 경험’을 제공해야 한다. 어중간한 포지셔닝으로는 과거의 영광을 지킬 수 없는 ‘옥석 가리기’의 시대가 도래했다.

제조 부문 산업별 지수



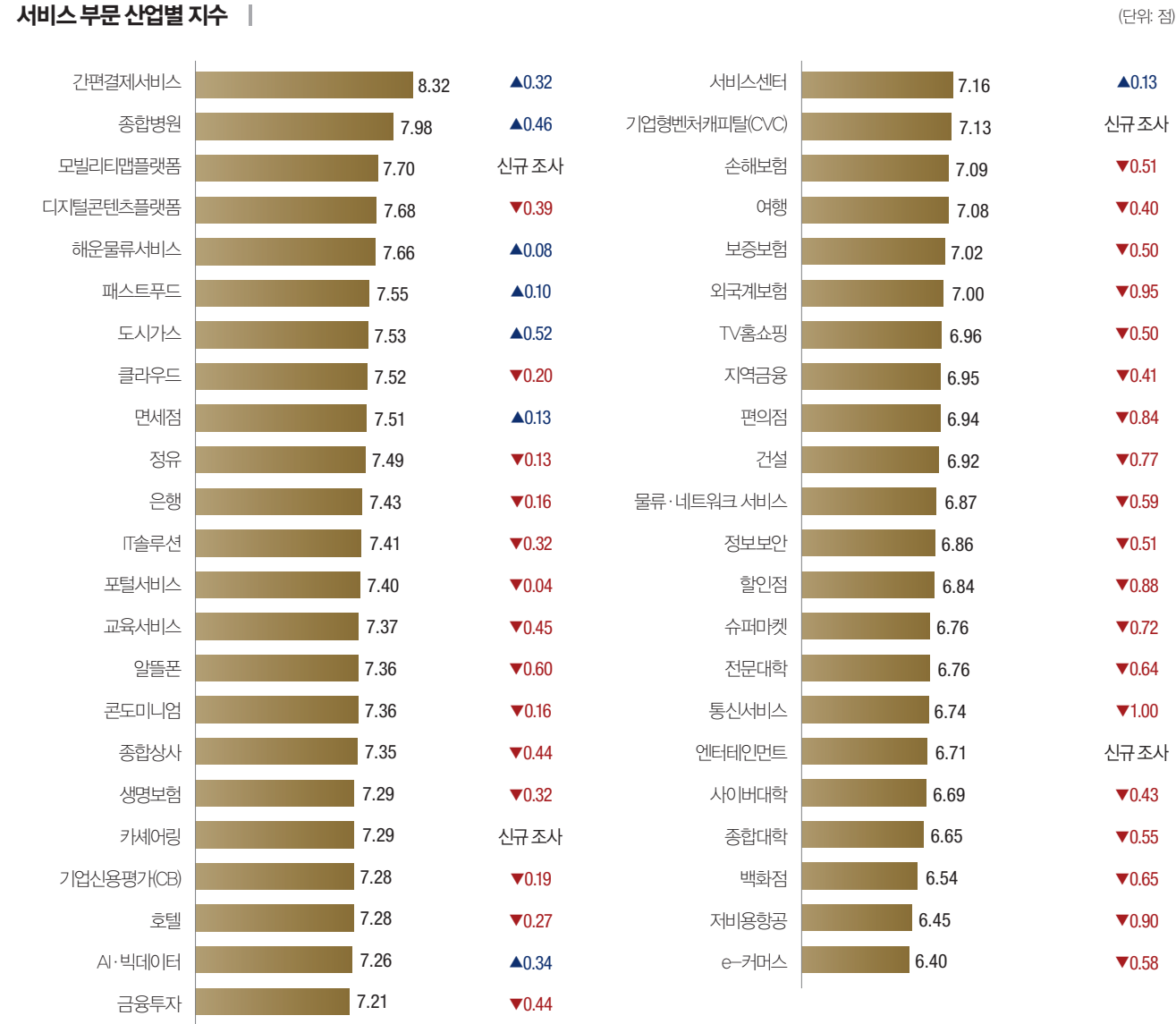
2026년 산업별 조사 주요 특징: 서비스 부문

통신·결제·편의점 등 1위 대거 몰갈아… ‘과거의 영광’ 잊고 ‘실리’로 새 판 짰다

2026년 서비스 부문 조사의 백미는 전방위적인 1위 교체다. 2025년 조사에서 정상에 올랐던 기업들이 2026년 대거 2위로 밀려나며, 서비스 시장의 치열한 경쟁 구도를 실감케 했다.(41개 산업 中 16개 산업 약 39%, 신규 조사 산업 제외)

이러한 순위 변동은 더 이상 브랜드의 이름값이나 익숙함만으로는 시장의 리더십을 유지하기 어려움을 시사한다. 삼성월렛의 부상은 스마트폰 하나로 모든 결제가 해결되는 물리적 편의성이 온라인 플랫폼 파워를 압도한 사례다. BGF리테일(CU)의 1위 탈환 역시 두바이 초콜릿 등 트렌드를 선도하는 상품 기획력이 시장의 즉각적인 호응을 이끌어낸 결과다. 여행 부문에서 놀유니버스(NOL)가 1위에 오른 것 또한 플랫폼 기반의 실질적 혜택과 효능감이 시장의 선택을 갈랐음을 보여준다.

순위가 요동치는 격변 속에서도 굳건히 왕좌를 지키 헤리티지 기업의 가치는 더욱 빛났다. 신한은행은 디지털 금융의 공세 속에서도 23년 연속 1위를 지키며 전통 금융의 저력을 과시했고, 삼성화재(23년 연속)와 서울아산병원(20년 연속), 삼성물산 건설부문(20년 연속) 역시 각 분야에서 대체 불가능한 신뢰를 입증하며 존경 받는 기업의 명예를 지켰다.



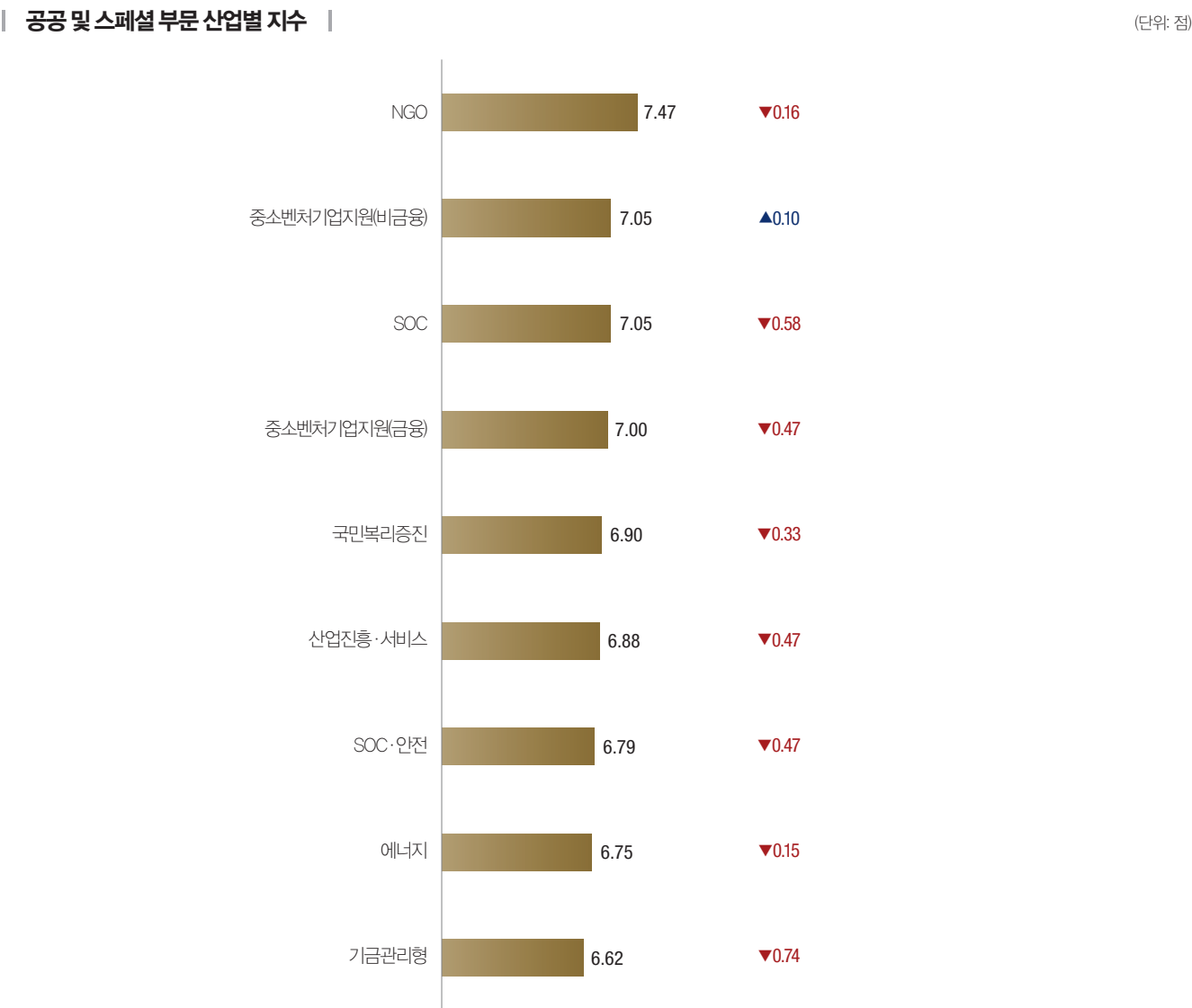
2026년 산업별 조사 주요 특징: 공공 및 스페셜 부문

관행적 지원은 끝났다… 공공 및 스페셜 부문 5개 산업 1위 교체, 현장의 난제 푼 ‘조력자’ 부상

공공 및 스페셜 부문은 9개 산업 중 8개 산업의 지수가 하락하는 신뢰 위기 속에서, 과반인 5개 산업(산업진흥·서비스, 기금관리형, 중소벤처기업지원(금융), 중소벤처기업지원(비금융), NGO)의 1위 기업이 교체되는 역대급 변화를 겪었다. 특히 지수 낙폭(▼0.74점)이 가장 큰 기금관리형에서는 예금보험공사가 1위에 등극했다. 경제 불확실성이 커지며 자산 증식보다는 ‘보호’와 ‘안전’에 대한 사회적 요구가 반영된 결과로 분석된다.

기업 지원 분야에서는 실질적 조력자들이 약진했다. IBK기업은행이 중소벤처기업지원(금융) 1위를 탈환했고, 유일하게 산업 지수가 상승(▲0.10점)한 중소벤처기업지원(비금융) 산업에서는 대한무역투자진흥공사가 1위에 올랐다. 이는 단순 자금 공급을 넘어, 수출 판로 개척 등 기업의 생존을 돕는 구체적 솔루션이 시장의 선택을 받았음을 시사한다.

산업 전반의 침체 속에서도 인천국제공항공사는 19년 연속 1위를 지키며 압도적 경쟁력을 과시했고, 한국수력원자력과 한국장학재단도 1위를 수성했다. 한편, 치열했던 NGO는 월드비전이 1위를 탈환하며 투명성과 전문성을 입증했다. 결국 이번 결과는 공공 및 스페셜 부문의 평가 기준이 ‘관행적 행정’에서 ‘실질적 문제 해결 능력’으로 이동했음을 보여준다.



2026년 산업별 조사 주요 특징

한일시멘트, 삼천리 등 9개사 23년 연속 산업별 1위 수성

산업별 조사는 각 산업별 매출액, 시장 규모, 경쟁 구도를 고려하여 후보 산업을 선정하며 2026년 조사는 제조 부문 33개 산업, 서비스 부문 45개 산업, 공공 및 스포셜 부문 9개 산업 등 총 87개 산업에 대해 조사했다.

지난 23년간의 조사 분석 결과, 해당 산업에서 23년 연속 1위에 선정된 기업은 총 9개사로 나타났다.

▶ 삼성화재(손해보험), 삼천리(도시가스), 신한은행(은행), 유한양행(제약), 이마트(할인점), 포스코(철강), 한솔제지(제지), 한일시멘트(시멘트), 현대자동차(자동차) 이 외에 해당 산업이 조사 대상으로 편입된 이후 1위 기업을 지속 유지하고 있는 기업은 총 17개사로 아래와 같다.

▶ 한일시멘트(시멘트), 현대자동차(자동차), 유한양행(제약), 한솔제지(제지), 포스코(철강), 일신방직(면방직), 동원산업(수산), 삼천리(도시가스), 삼성화재(손해보험), 신한은행(은행), SK윙더스(인포섹)(정보보안), 이마트(할인점), 삼성물산 상사부문(종합상사), 서울아산병원(종합병원), 삼성전자서비스(서비스센터), 영진전문대학교(전문대학), 인천국제공항공사(SOC)

조사 실시 이후 ‘산업별 1위’ 미변동 산업

산업	기업명
제조 (7개)	시멘트
	자동차
	제약
	제지
	철강
	면방직
	수산

(조사 실시 5년 이상 산업 限, 연속 1위순)

산업	기업명
서비스 (9개)	도시가스
	손해보험
	은행
	할인점
	종합상사
	종합병원
	서비스센터
	전문대학
	정보보안
공공(1개)	SOC

2026년 산업별 조사 주요 특징(계속)

총 28개 산업에서 산업별 1위 변경되며 경쟁 심화

2026년 조사된 총 87개 산업(제조 부문 33개 산업, 서비스 부문 45개 산업, 공공 및 스포셜 부문 9개 산업) 중 총 28개 산업에서 산업별 1위 기업이 변경되었다.

산업별로 살펴보면 제조 부문에서 7개 산업, 서비스 부문에서 16개 산업, 공공 및 스포셜 부문에서 5개 산업에서 1위 기업이 변경된 것으로 확인되며 서비스 부문의 경쟁이 특히 치열한 것으로 조사 결과 나타났다.

2025년 대비 산업별 1위 변경 산업

(산업명 가나다순)

	산업명	2026년 1위 기업	2025년 1위 기업
제조 부문 (7개)	건강기능식품	KGC인삼공사	종근당건강
	베이커리	로쏘(성심당)	파리크라상(파리바게뜨)
	생활가전	삼성전자 DX부문 DA사업부	LG전자 HS사업본부
	스마트라이프케어	세라젠	바디프랜드
	외국계제약	한국화이자제약	한국아스트라제네카
	웰니스가전	코웨이	경동나비엔
	종합식품	CJ제일제당	농심
서비스 부문 (16개)	간편결제서비스	삼성월렛	네이버페이
	디지털콘텐츠플랫폼	넷플릭스(NETFLIX)	티빙(TVING)
	면세점	신라면세점	롯데면세점
	물류·네트워크 서비스	삼성전자로지텍	CJ대한통운
	보증보험	한국무역보험공사	한국주택금융공사
	슈퍼마켓	이마트(이마트에브리데이)	GS리테일(GS THE FRESH)
	알뜰폰	SK세븐모바일	KT엠모바일
	여행	놀유니버스(NOL)	하나투어
	종합대학	서울대학교	연세대학교
	지역금융	전북은행	BNK부산은행
	통신서비스	LG유플러스	SK텔레콤
	편의점	BGF리테일(CU)	GS리테일(GS25)
	호텔	호텔신라	롯데호텔
	AI·빅데이터	코난테크놀로지	와이즈넷
	IT솔루션	한국마이크로소프트	인텔코리아
	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	NS홈쇼핑
공공 및 스포셜 부문 (5개)	기금관리형	예금보험공사	한국자산관리공사
	산업진흥·서비스	한국전력기술	한전KPS
	중소벤처기업지원(금융)	IBK기업은행	중소벤처기업진흥공단
	중소벤처기업지원(비금융)	대한무역투자진흥공사	창업진흥원
	NGO	월드비전	굿네이버스

영원한 승자는 없다… 해운·금융투자·홈쇼핑, 1위 최다 배출 초경합 산업

산업별 역대 1위 선정 이력을 분석한 결과, 시장의 성숙도와 경쟁 환경에 따라 주도권 다툼의 양상이 극명하게 갈렸다. 단 한 번이라도 1위에 선정된 이력이 있는 기업 수를 분석해 본 결과, 5개사 배출 3개 산업, 4개사 배출 8개 산업으로 나타났다.

가장 경쟁이 치열한 산업은 해운물류서비스로, 역대 5개 기업이 1위에 오르며 최고의 격전지로 확인되었다. 물류·네트워크서비스, TV홈쇼핑 산업 역시 5개 기업 이 왕좌를 거쳐 가며 치열한 경쟁 구도를 보였다.

또한 트렌드 변화가 빠른 웰니스가전, 생활용품, 유가공, 종합대학, 콘도미니엄, 등 8개 산업에서도 4개 기업이 1위를 차지한 이력이 있어, 시장 지배력이 특정 기업에 고정되지 않고 역동적으로 변화하고 있음을 확인할 수 있었다.

기업별 역대 1위 선정 이력

산업	1위 기업 및 선정 횟수	1위 선정 이력
제조 (33개)	가정용보일러	린나이코리아(18회), 경동나비엔(1회)
	건강기능식품	KGC인삼공사(9회), 종근당건강(2회)
	건설기계	HD건설기계(4회)
	공간솔루션	한샘(7회), LX하우시스(6회), KOC(4회), 신세계가사(2회)
	뉴에너지	GS칼텍스(2회)
	로보틱스	두산로보틱스(1회)
	면방직	일신방직(21회)
	바이오의약	삼성바이오로직스(5회), 셀트리온(1회)
	반도체	삼성전자 DS부문(6회), SK하이닉스(2회)
	방위산업	한화에어로스페이스(4회)
	베이커리	파리크라상(파리바게뜨)(16회), 로쓰(성심당)(1회)
	사무기기	캐논코리아(10회), HP코리아(1회)
	생활가전	삼성전자 DX부문 DA사업부(17회), LG전자 H&A사업본부(6회)
	생활용품	유한킴벌리(13회), 아모레퍼시픽(6회), LG생활건강(2회), 한국P&G(1회)
	석유화학	LG화학(22회), SK지오센트릭(1회)
	수산	동원산업(12회)
	스마트라이프케어	바디프렌드(6회), 세라젠(2회)
	시멘트	한일시멘트(23회)
	외국계제약	글락소스미스클라인(7회), 한국화이자제약(2회), 한국아스트라제네카(1회)
	웰니스가전	코웨이(8회), 청호나이스(7회), SK매직(2회), 경동나비엔(1회)
	유가공	매일유업(9회), hy(5회), 빙그레(2회), 서울우유협동조합(2회)
	유아용품	메디앙스(7회), 아가방앤컴퍼니(3회)
	자동차	현대자동차(23회)
	자동차부품	현대모비스(22회), 현대위아(1회)
	제약	유한양행(23회)
	제지	한솔제지(23회)
	조선	HD현대중공업(19회), HD한국조선해양(1회), 한화오션(1회)
	종합식품	CJ제일제당(17회), 농심(2회), 풀무원(1회)

기업별 역대 1위 선정 이력(계속)

산업	1위 기업 및 선정 횟수	1위 선정 이력
제조 (33개)	철강	포스코(23회)
	타이어	한국타이어앤테크놀로지(17회), 금호타이어(2회)
	패션	삼성물산 패션부문(17회), 신세계인터내셔널(3회), LF(2회)
	화장품	아모레퍼시픽(18회), LG생활건강(5회)
	2차전지	LG에너지솔루션(7회), 삼성SD(2회)
서비스 (45개)	간편결제서비스	카카오페이(2회), 네이버페이(1회), 삼성월렛(1회)
	건설	삼성물산 건설부문(20회), DL이앤씨(2회), GS건설(1회)
	교육서비스	대교(19회), 웅진씽크빅(4회)
	금융투자	신한투자증권(9회), 삼성증권(8회), NH투자증권(2회), 한국투자증권(1회)
	기업신용평가(CB)	NICE평가정보(2회)
	기업형벤차캐피탈(CVC)	삼성벤처투자(1회)
	도시가스	삼천리(23회)
	디지털콘텐츠플랫폼	넷플릭스(NETFLIX)(1회), 티빙(TVING)(1회)
	면세점	신라면세점(2회), 롯데면세점(1회)
	모빌리티플랫폼	네이버(네이버지도)(1회)
	물류·네트워크 서비스	CJ대한통운(13회), 우정사업본부(3회), 한진(3회), 삼성전자로지텍(1회), 현대글로비스(1회)
	백화점	신세계백화점(20회), 현대백화점(3회)
	보증보험	한국주택금융공사(10회), SG서울보증(6회), HUG주택도시보증공사(2회), 한국무역보험공사(1회)
	사이버대학	한양사이버대학교(12회), 서울사이버대학교(4회)
	생명보험	삼성생명(19회), 교보생명(4회)
	서비스센터	삼성전자서비스(15회)
	손해보험	삼성화재(23회)
	슈퍼마켓	이마트(이마트에브리데이)(5회), GS리테일(GS THE FRESH)(3회)
	알뜰폰	SK세븐모바일(4회), KT엠모바일(1회)
	엔터테인먼트	JYP엔터테인먼트(1회)
	여행	하나투어(16회), 놀유니버스(NOL)(1회)
	외국계보험	메트라이프생명(6회), KB라이프생명(4회)
	은행	신한은행(23회)
	저비용항공	에어부산(5회), 제주항공(3회), 진에어(2회)
	전문대학	영진전문대학교(15회)
	정보보안	SK쉴더스(인포섹)(6회), 삼성SDS(6회)
	정유	SK에너지(13회), S-OIL(10회)
	종합대학	서울대학교(10회), 연세대학교(6회), 서강대학교(3회), 성균관대학교(2회)
	종합병원	서울아산병원(20회)
	종합상사	삼성물산 상사부문(22회)

기업별 역대 1위 선정 이력(계속)

(산업명 가나다, 기업 선정 횟수순)

	산업	1위 기업 및 선정 횟수	1위 선정 이력
서비스 (45개)	지역금융	BNK부산은행(6회), M뱅크(5회), 전북은행(1회)	3개사
	카셰어링	쏘카(1회)	1개사
	콘도미니엄	소노호텔&리조트(15회), 한화호텔&리조트(3회), HDC리조트(1회), 하이원리조트(1회)	4개사
	클라우드	KT클라우드(2회), 네이버클라우드(2회)	2개사
	통신서비스	SK텔레콤(20회), KT(2회), LG유플러스(1회)	3개사
	패스트푸드	비케이알(버거킹)(6회), 롯데지알에스(롯데리아)(2회)	2개사
	편의점	GS리테일(GS25)(22회), BGF리테일(CU)(1회)	2개사
	포털서비스	네이버(6회), 카카오(2회), 구글코리아(1회)	3개사
	할인점	이마트(22회)	1개사
	해운물류서비스	HMM(7회), 한진해운(6회), 팬오션(5회), SK해운(3회), 대한해운(1회)	5개사
	호텔	호텔신라(5회), 롯데호텔(1회)	2개사
	AI·빅데이터	바이브컴퍼니(1회), 와이즈넷(1회), 코난테크놀로지(1회)	3개사
	e-커머스	11번가(9회), 네이버플러스스토어(2회), 지마켓(G마켓)(1회)	3개사
공공/ 스페셜 (9개)	IT솔루션	인텔코리아(15회), 한국마이크로소프트(1회)	2개사
	TV홈쇼핑	CJ ENM(CJ온스타일)(7회), GS리테일(GS SHOP)(7회), 현대홈쇼핑(4회), NS홈쇼핑(2회), 롯데홈쇼핑(1회),	5개사
	국민복지증진	한국장학재단(2회)	1개사
	기금관리형	예금보험공사(1회), 한국자산관리공사(1회)	2개사
	산업진흥·서비스	한국전력기술(1회), 한전KPS(1회)	2개사
	에너지	한국가스공사(16회), 한국수력원자력(2회), 한국지역난방공사(1회)	3개사
	중소벤처기업지원(금융)	IBK기업은행(1회), 신용보증기금(1회), 중소벤처기업진흥공단(1회)	3개사
	중소벤처기업지원(비금융)	창업진흥원(2회), 대한무역투자진흥공사(1회)	2개사
	SOC	인천국제공항공사(19회)	1개사
	SOC·안전	한국전력거래소(2회)	1개사
	NGO	굿네이버스(1회), 월드비전(1회)	2개사

존경받는 기업으로 도약을 위한 제언

평판의 시대 저물고 초(超)실증의 시대 도래... 위기 속에서도 작동하는 신뢰로 증명하라

2026년 한국 경제는 저성장의 고착화와 글로벌 불확실성이라는 이중고 속에서, 기업 간 성과가 극명하게 갈리는 대분열의 시기에 진입했다. 과거 경제성장기에는 시장의 팽창이 기업의 성장을 견인하는 상향 평준화가 가능했으나, 이제는 실력이 부족한 기업은 가차 없이 도태되는 제로섬 게임 양상이 뚜렷해졌다.

All Star 30 기업 간 점수 격차는 전년 대비 2배(104.3점→193.3점) 가까이 벌어졌으며, 전체 87개 산업 중 30%에 달하는 28개 산업의 1위가 교체되었다. 이는 준비된 소수에게는 기회가, 관성에 젖은 다수에게는 도태가 찾아오는 ‘대분열’이 시작되었음을 의미한다.

시장은 이제 기업의 화려한 비전이나 과거의 명성에 존경을 보내지 않는다. 대신 ‘지금의 성과가 멈춘 뒤에도 이 조직은 여전히 선택받을 수 있는가’라는 질문을 던지며, 위기 상황에서의 운영 역량을 검증하고 있다. 이에 KMAC는 거품이 걷힌 초(超)실증주의 시대, 존경받는 기업으로 도약하기 위한 3대 핵심 과제를 제언한다.

첫째, 혁신을 넘어 위기를 압도하는 구조적 안정성을 확보해야 한다. 2026년 조사에서 반도체, 조선, 방산 등 중후장대 산업이 역대 최고점을 기록하며 약진한 현상은 시사하는 바가 크다. 이들의 성과는 단순한 실적 호조가 아니라, 글로벌 불확실성 속에서도 대체 불가능한 기술력이 기업을 지키는 가장 강력한 방파제임을 입증한 결과다.

2026년의 기술은 단순한 R&D나 성장 동력을 넘어, 외부 충격에도 산업과 조직을 안정적으로 작동시키는 생존 면허이자 운영의 기반으로 격상되었다. 경영진은 자사의 기술이 경쟁사에 의해 3년 내에 모방 가능한 수준인지, 혹은 위기 상황에서도 고객과의 약속을 이행할 수 있는 구조적 완결성을 갖췄는지 자문해야 한다. 혁신의 속도보다 중요한 것은 어떤 환경(환율, 유가, 안보 등)에서도 흔들리지 않는 기술적 안정성을 확보하는 것이다.

둘째, 편의성을 넘어 기댈 수 있는 시스템을 구축해야 한다. 서비스 시장의 권력 이동은 극명하다. 2026년 조사에서 단순한 편의성

을 내세운 기업들은 고전한 반면, 금융과 의료, 핵심 인프라 산업의 리더 기업들은 굳건히 자리를 지켰다. 이는 고객의 선택 기준이 빠르고 편한 것에서 위기에도 멈추지 않는 것으로 이동했음을 보여준다.

진정한 고객경험은 화려한 인터페이스나 0.1초의 속도가 아니라, 데이터 보안 이슈나 시스템 장애 등 예기치 못한 상황에서도 서비스가 끊기지 않는 운영의 연속성에서 나온다. 플랫폼이든 전통 산업이든 고객은 이제 가장 편한 곳이 아니라 위기의 순간에도 나를 보호해 줄 수 있는 가장 안전한 시스템을 선택하고 있다. 존경은 고객의 일상을 지탱하는 예측 가능한 신뢰 위에서만 싹튼다.

셋째, 규모를 넘어 대체 불가능한 존재 가치를 증명해야 한다. 유통과 소비재 시장에서 규모의 경제를 앞세운 거대 기업들이 이탈하고 본질적 가치에 집중한 전문 기업들이 부상한 것은 상징적이다. 또한 단순 제조업에 머물던 기업들이 국가 안보와 에너지 자립의 핵심 파트너로 재평가받으며 존경의 상단으로 이동한 현상은 ‘존재의 이유’가 기업 평가의 핵심 척도가 되었음을 방증한다.

시장은 기업에게 맹목적인 확장이 아닌, 변화하는 시대적 요구에 맞춰 자신의 역할을 재정의(Pivoting)할 것을 요구한다. 기업은 자신이 단순히 물건을 파는 공급자인지, 아니면 사회적 문제를 해결하고 국가 시스템을 지탱하는 대체 불가능한 구성원인지를 증명해야 한다. 존경은 성과의 크기가 아니라 위기의 시대에 우리 사회가 가장 필요로 하는 곳에서 있는 태도와 역할에서 완성된다.

거품이 걷힌 초(超)실증주의의 시대, 존경은 더 이상 지키는 자의 유산이 아니라, 매 순간 실력을 입증해 내는 도전자에게 주어지는 훈장이다. 이제 우리 기업들에게 남은 과제는 명확하다. 기술적 해자로 외부의 파고를 넘고, 운영 신뢰로 고객의 삶을 지탱하며, 역할의 재정의를 통해 사회 속에서 대체 불가능한 존재가 되는 것이다.

이번 조사가 우리 기업들이 ‘평판의 시대’를 넘어 ‘실리와 실력’으로 스스로의 가치를 증명해내는 위대한 반전의 계기가 되기를 기대한다. KMAC



2026 KOREA'S MOST ADMIRED COMPANIES

산업별 조사 결과

제조 부문

가정용보일러	042
건강기능식품	042
건설기계	043
공간솔루션	043
뉴에너지	044
로보틱스	044
면방직	045
바이오의약	045
반도체	046
방위산업	046
베이커리	047
사무기기	047
생활가전	048
생활용품	048
석유화학	049
수산	049
스마트라이프케어	050
시멘트	050
외국계제약	051
헬니스가전	051
유가공	052
유아용품	052
자동차	053
자동차부품	053
제약	054
제지	054
조선	055
종합식품	055
철강	056
타이어	056
패션	057
화장품	057
2차전지	058

서비스 부문

간편결제서비스	059
건설	059
교육서비스	060
금융투자	060
기업신용평가(CB)	061
기업형벤처캐피탈(CVC)	061
도시가스	062
디지털콘텐츠플랫폼	062
면세점	063
모빌리티맵플랫폼	063
물류 · 네트워크서비스	064
백화점	064
보증보험	065
사이버대학	065
생명보험	066
서비스센터	066
손해보험	067
슈퍼마켓	067
알뜰폰	068
엔터테인먼트	068
여행	069
외국계보험	069
은행	070
저비용항공	070
전문대학	071
정보보안	071
정유	072
종합대학	072
종합병원	073
종합상사	073
지역금융	074
카셰어링	074
콘도미니엄	075
클라우드	075
통신서비스	076
패스트푸드	076
편의점	077
포털서비스	077
할인점	078
해운물류서비스	078
호텔	079
AI · 빅데이터	079
e-커머스	080
IT솔루션	080
TV홈쇼핑	081

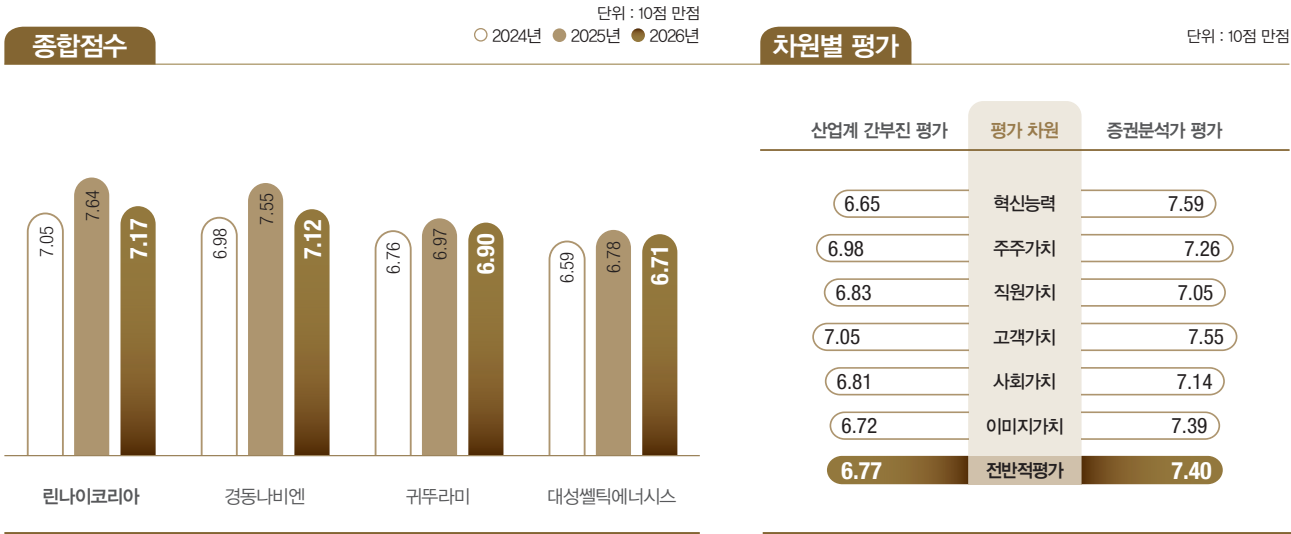
공공 및 스페셜 부문

국민복지증진	082
기금관리형	082
산업진흥 · 서비스	083
에너지	083
중소벤처기업지원(금융)	084
중소벤처기업지원(비금융)	084
SOC	085
SOC · 안전	085
NGO	086

린나이코리아

제조 부문 | 가정용보일러

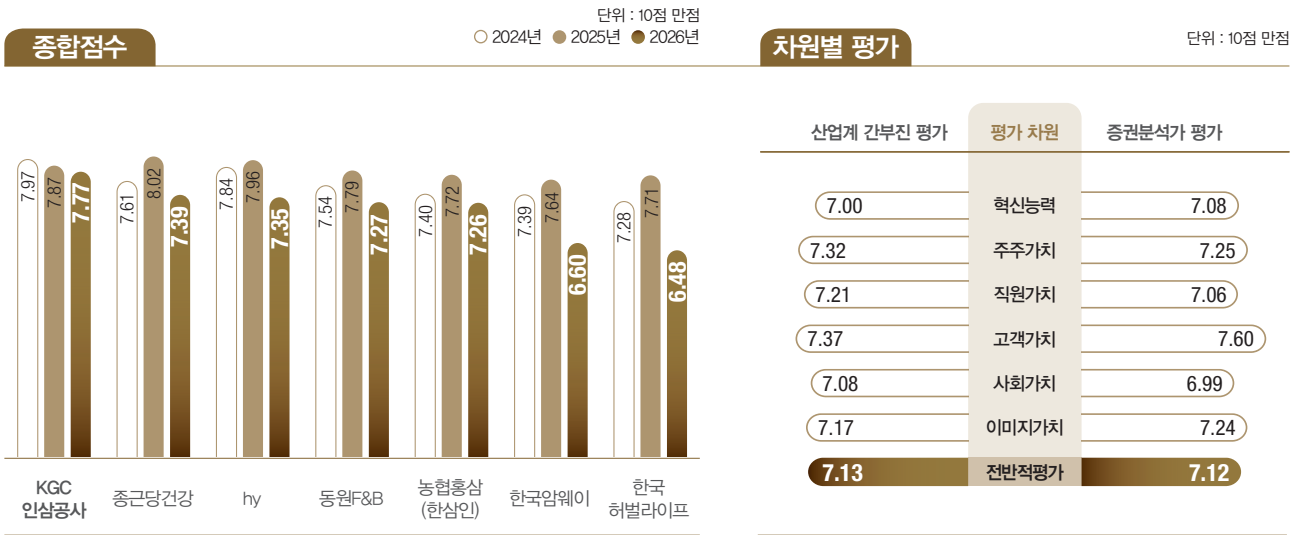
5년 연속 1위



KGC인삼공사

제조 부문 | 건강기능식품

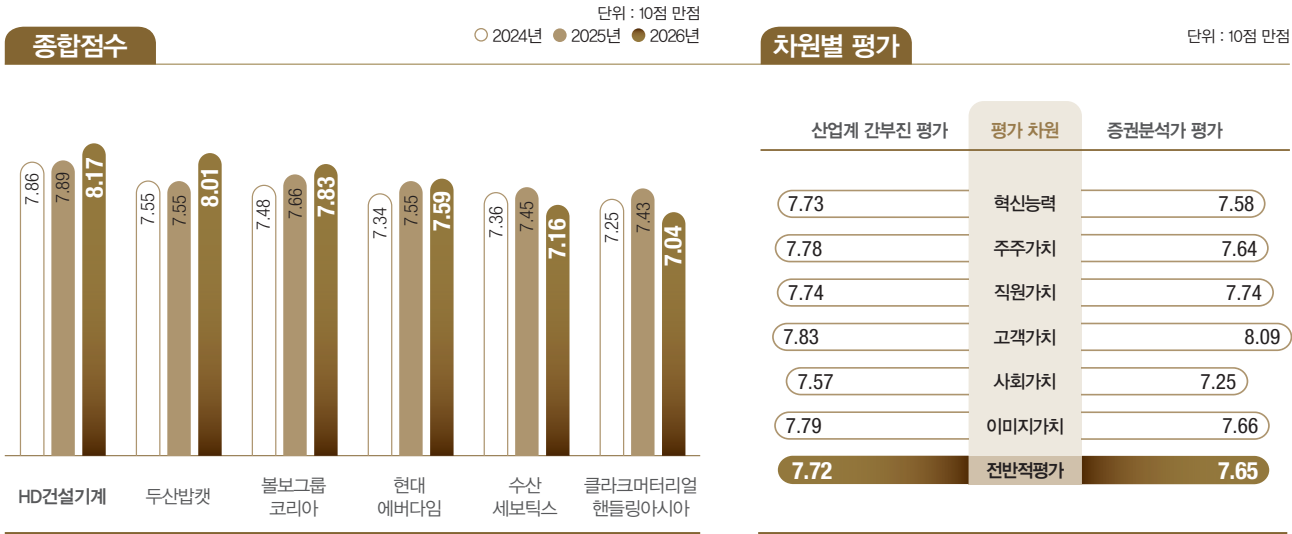
신규 1위 등극



HD건설기계

제조 부문 | 건설기계

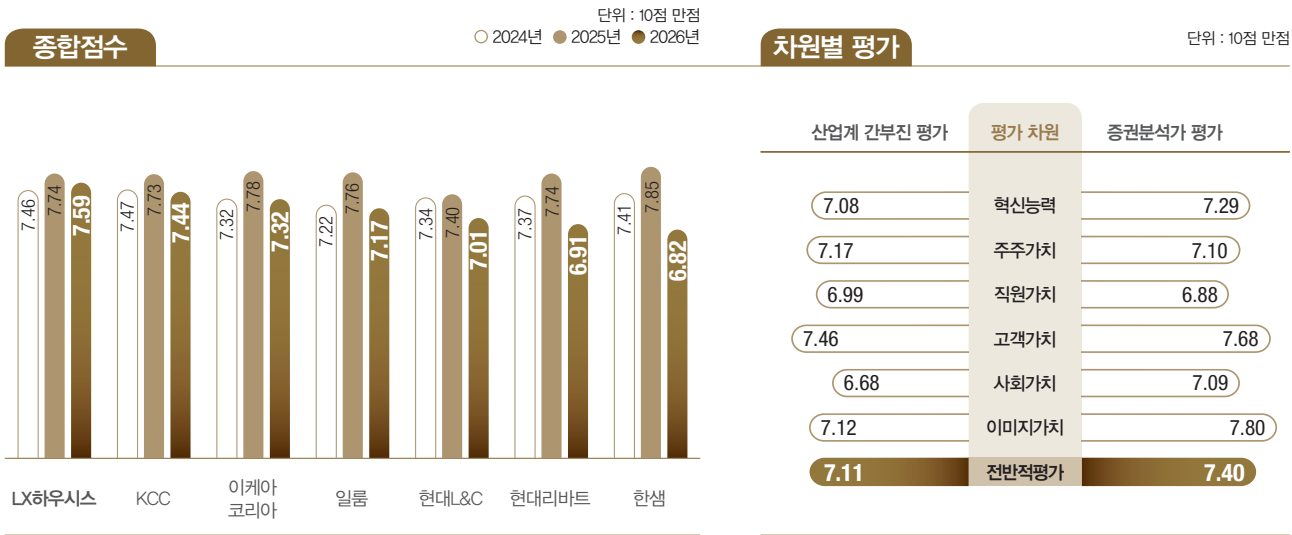
4년 연속 1위



LX하우시스

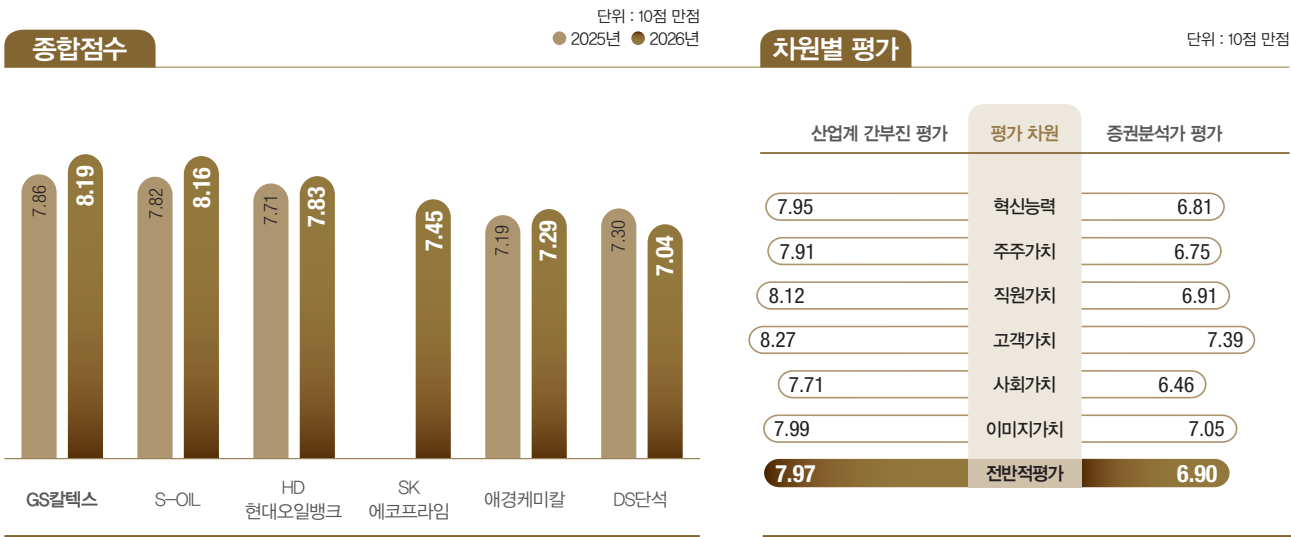
제조 부문 | 공간솔루션

2년 연속 1위



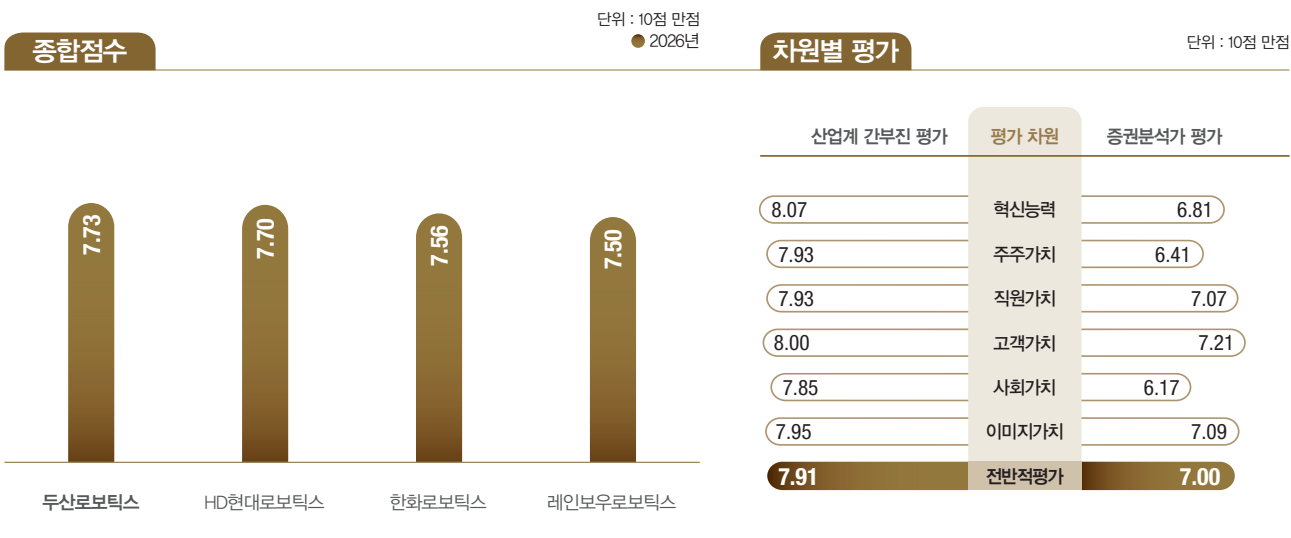
GS칼텍스

제조 부문 | 뉴에너지
2년 연속 1위



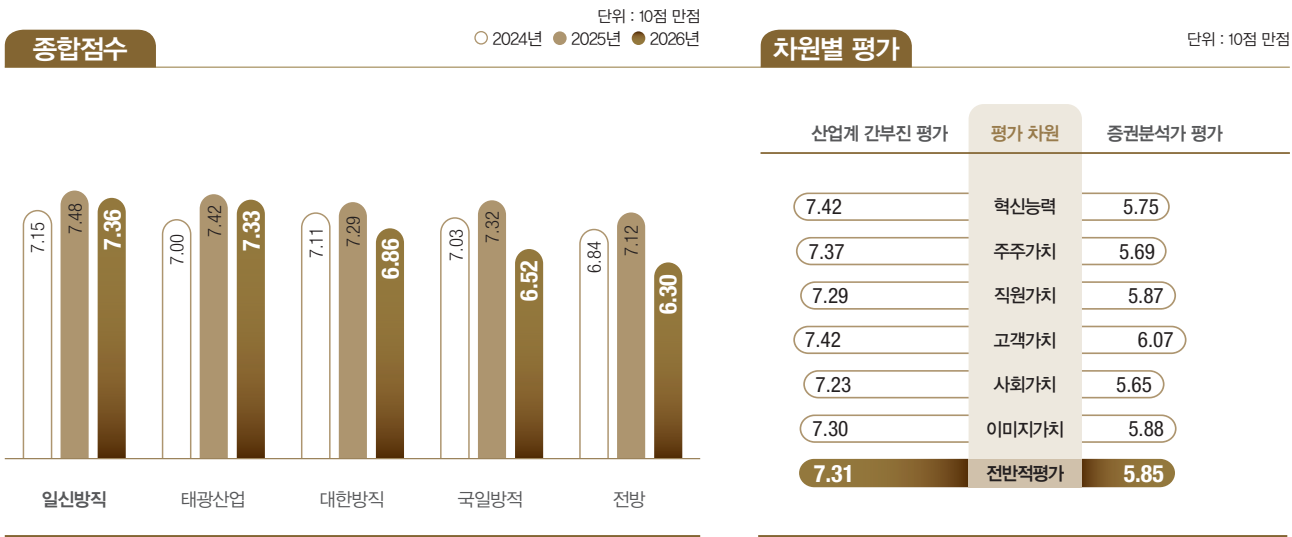
두산로보틱스

제조 부문 | 로보틱스
신규 1위



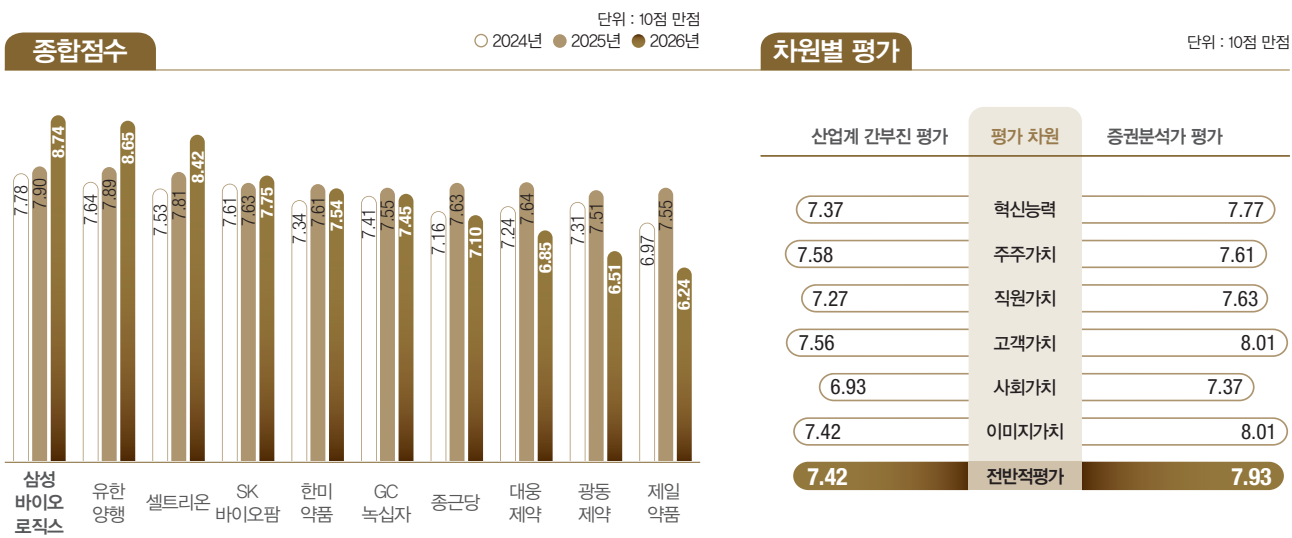
일신방직

제조 부문 | 면방직
2년 연속 1위



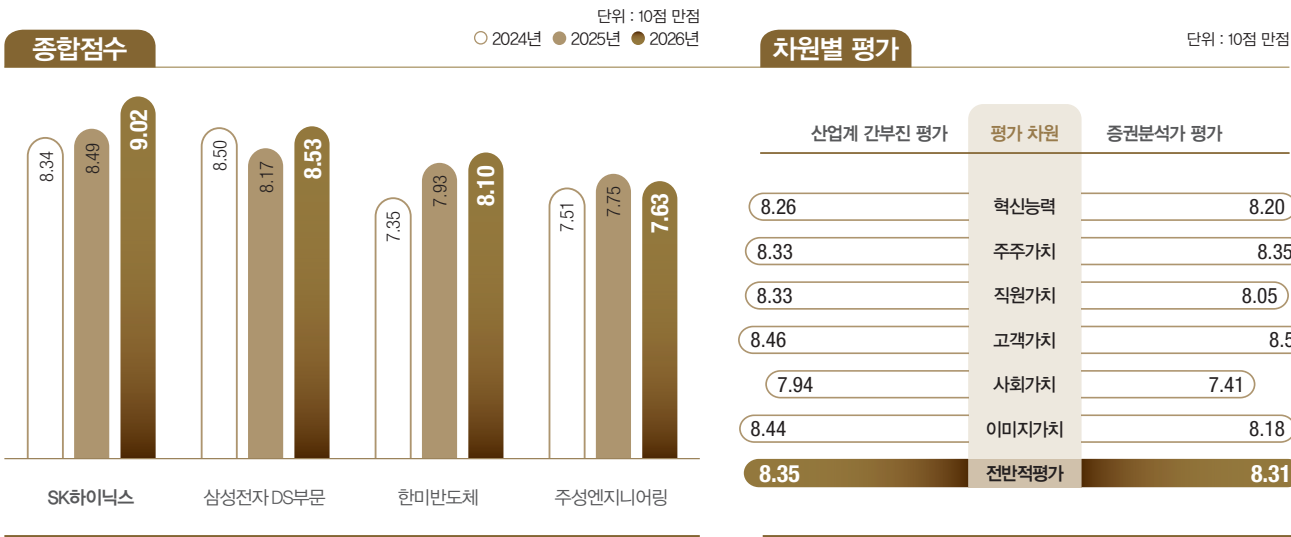
삼성바이오로직스

제조 부문 | 바이오의약
5년 연속 1위



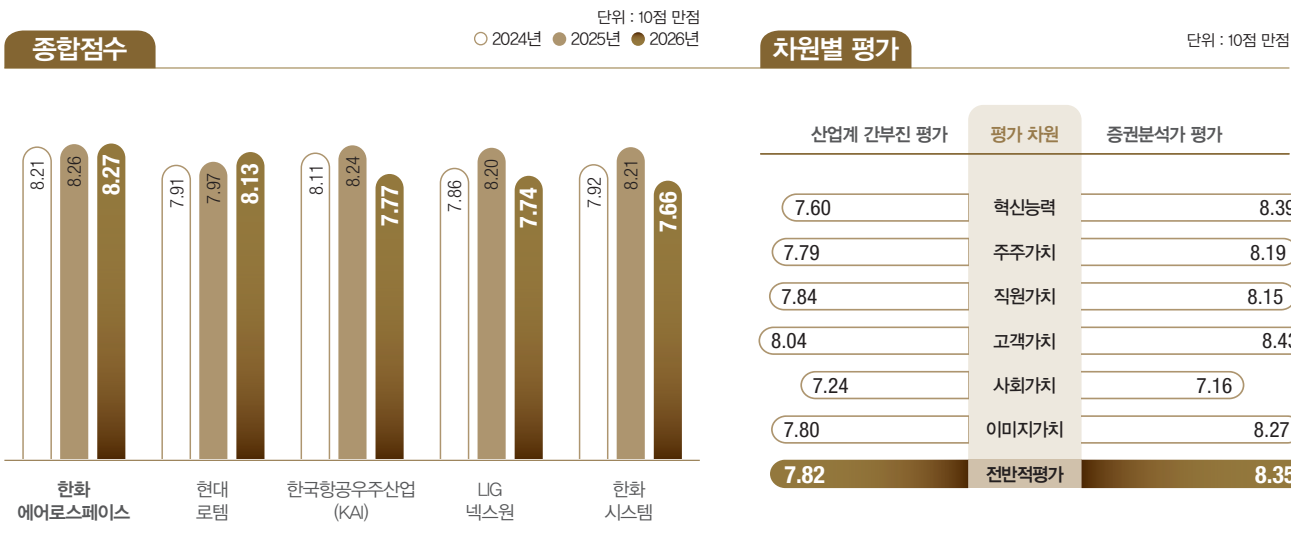
SK하이닉스

제조 부문 | 반도체
2년 연속 1위



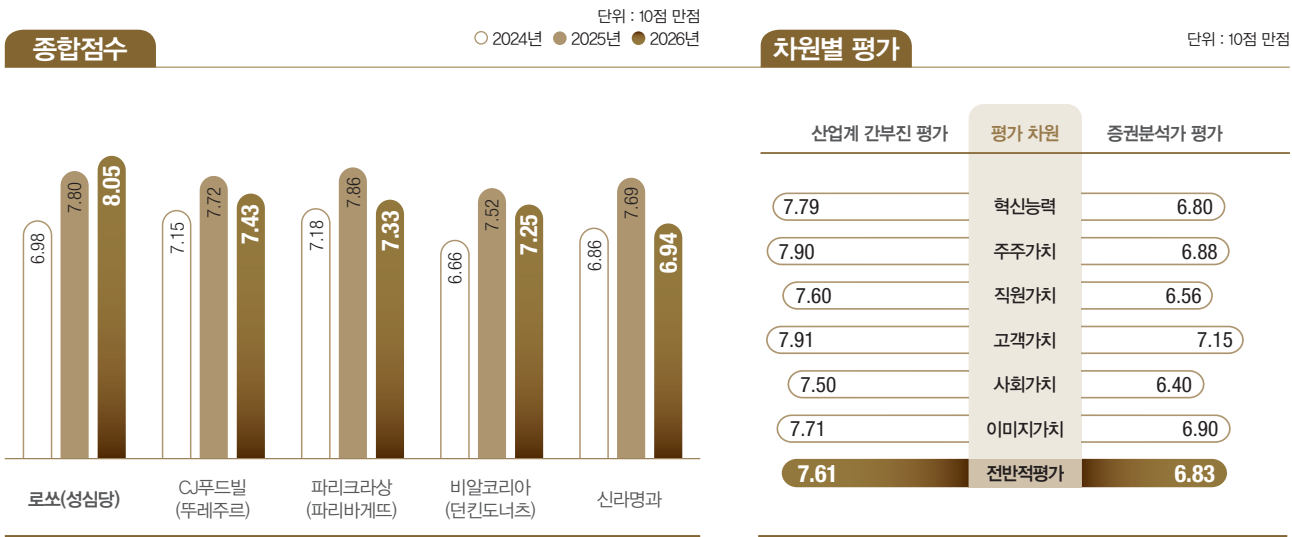
한화에어로스페이스

제조 부문 | 방위산업
3년 연속 1위



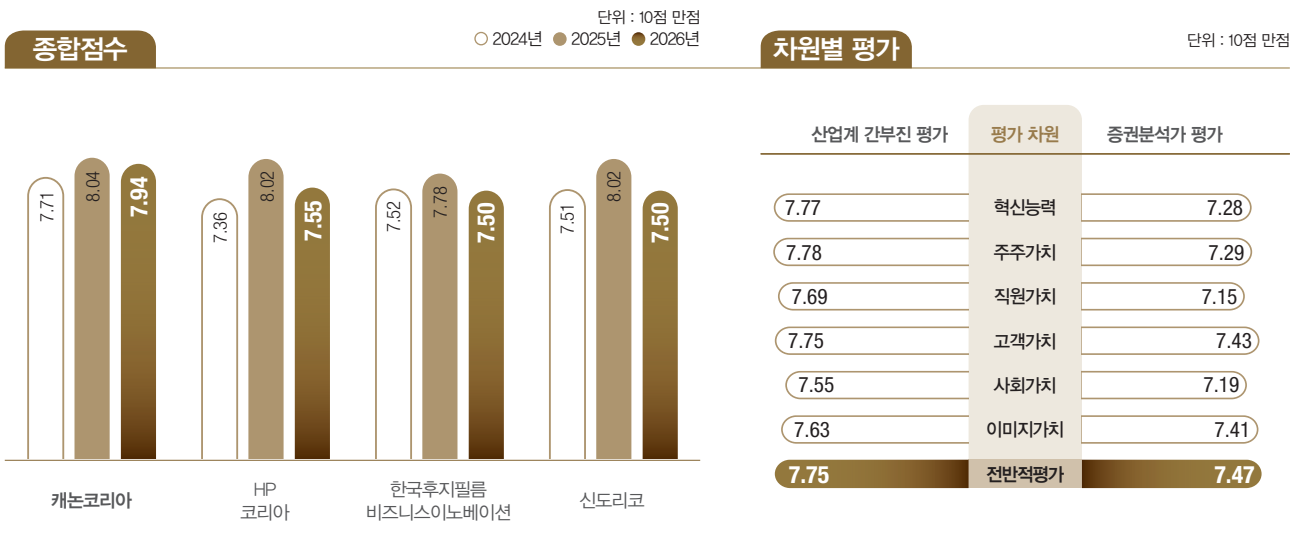
로쏘(성심당)

제조 부문 | 베이커리
신규 1위 등극



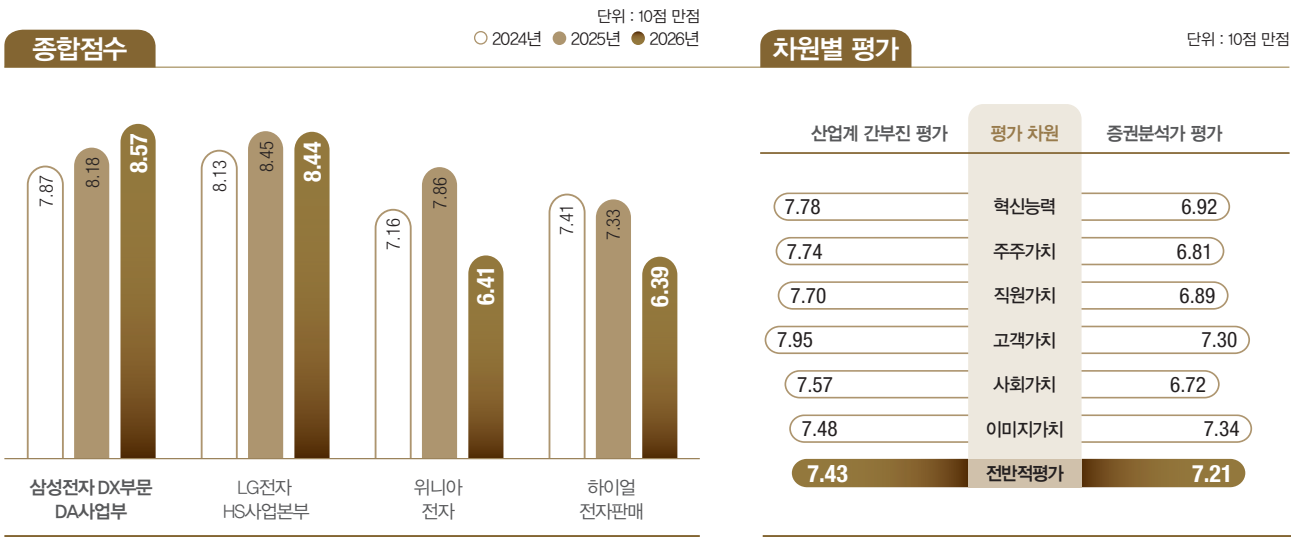
캐논코리아

제조 부문 | 사무기기
6년 연속 1위



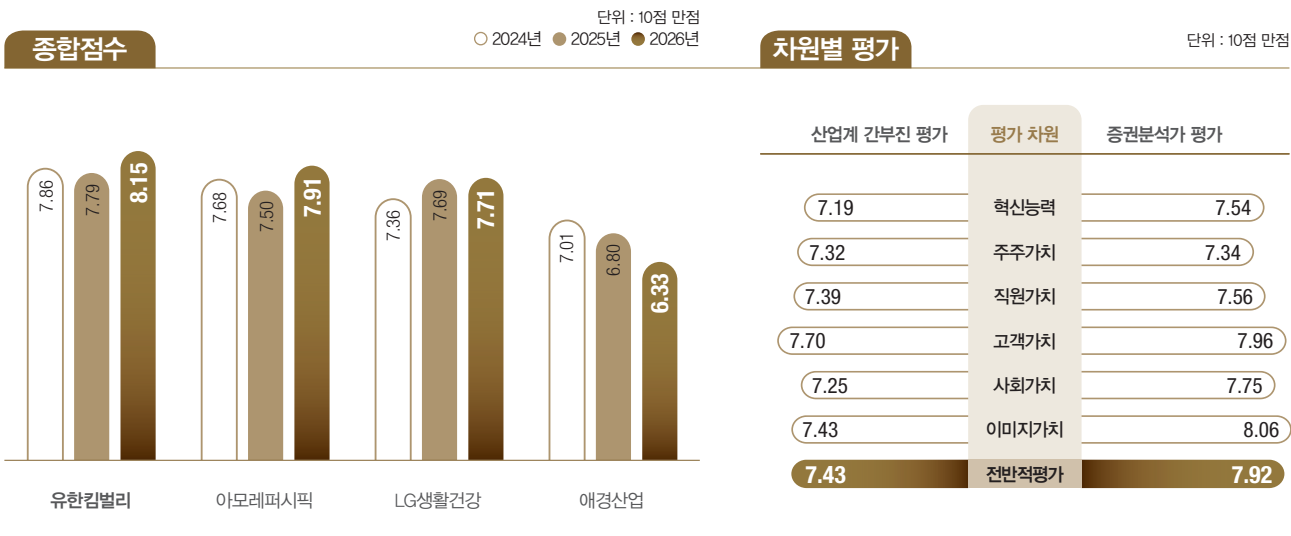
삼성전자 DX부문 DA사업부

제조 부문 | 생활가전
신규 1위 등극



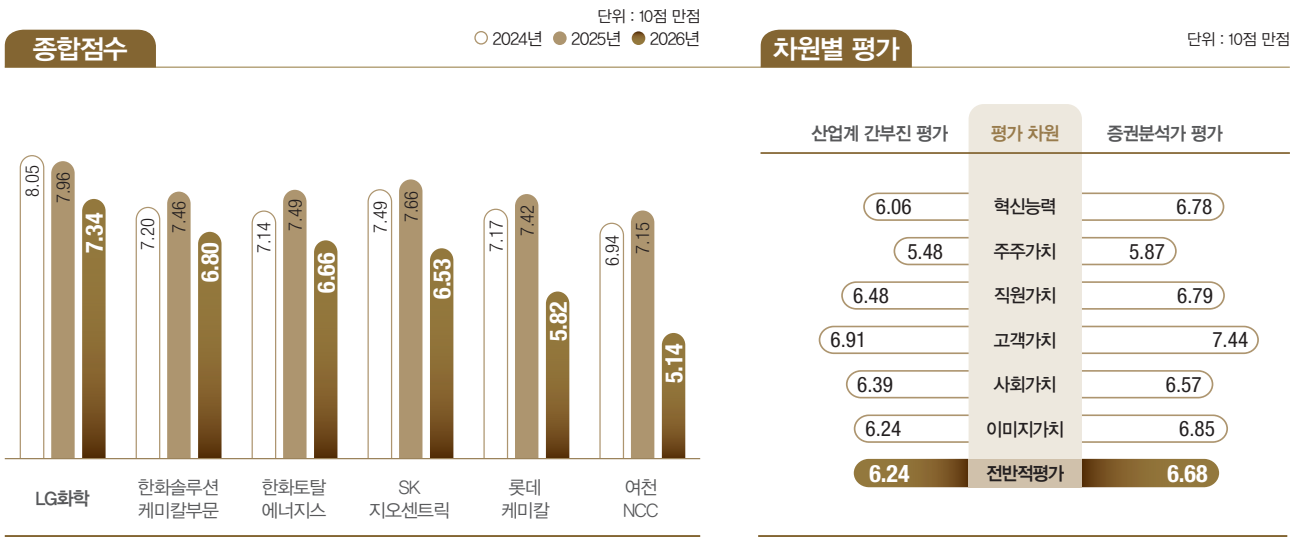
유한킴벌리

제조 부문 | 생활용품
13년 연속 1위



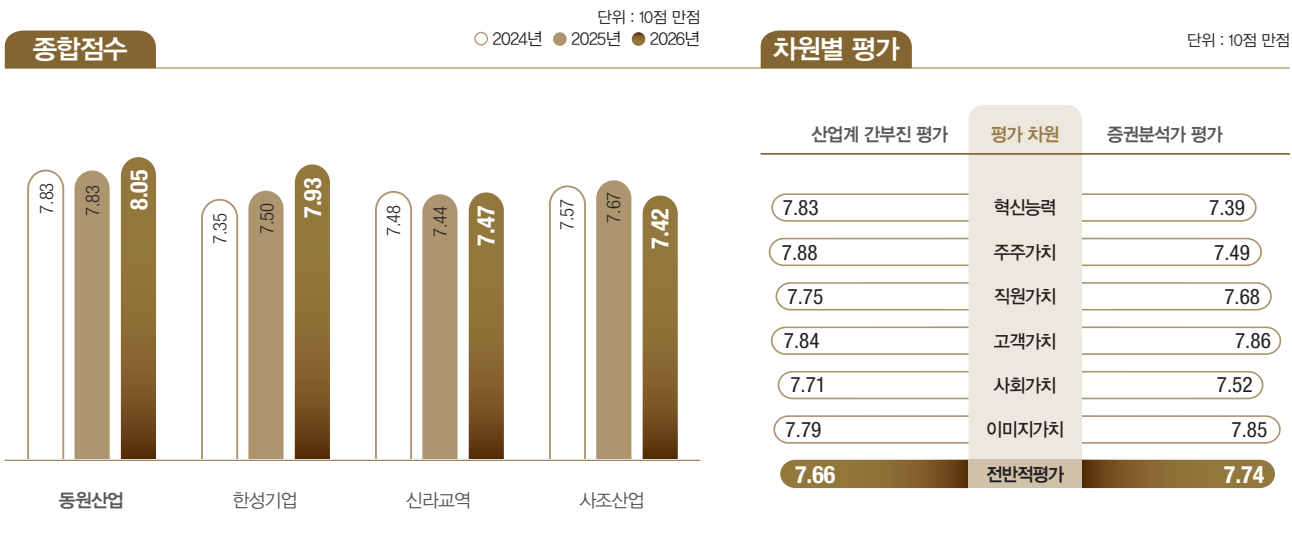
LG화학

제조 부문 | 석유화학
4년 연속 1위



동원산업

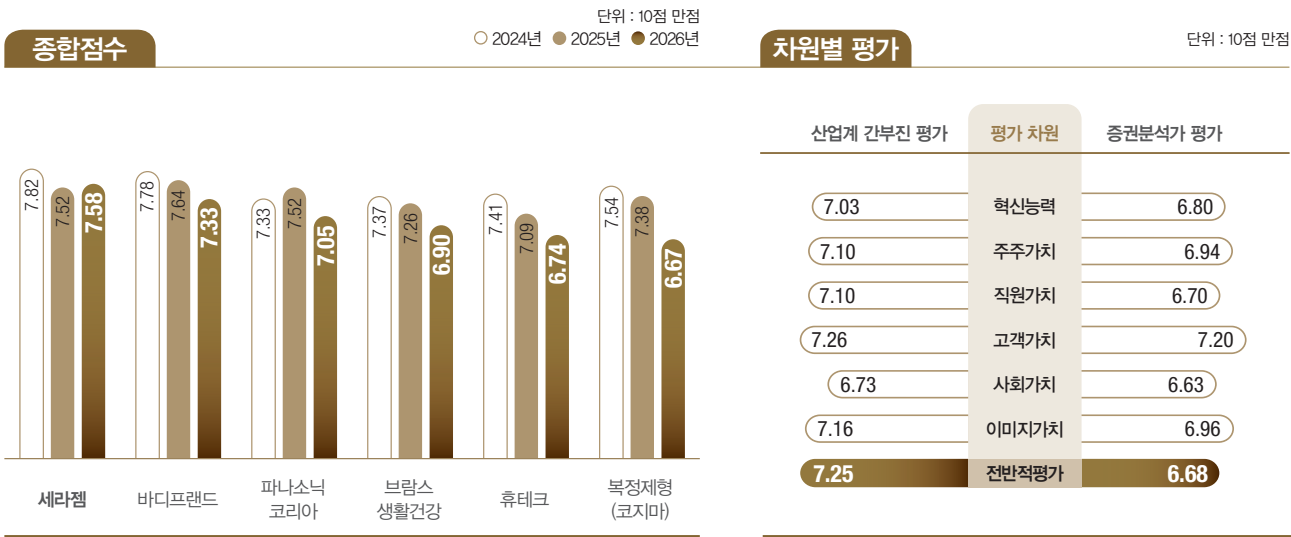
제조 부문 | 수산
12년 연속 1위



세라젬

제조 부문 | 스마트라이프케어

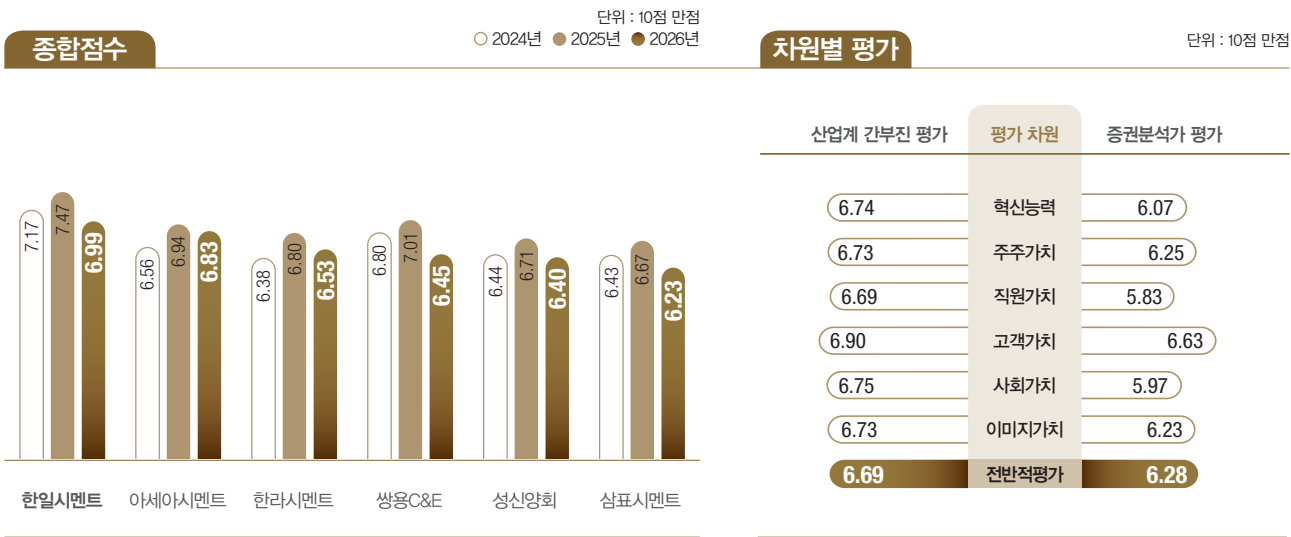
신규 1위 등극



한일시멘트

제조 부문 | 시멘트

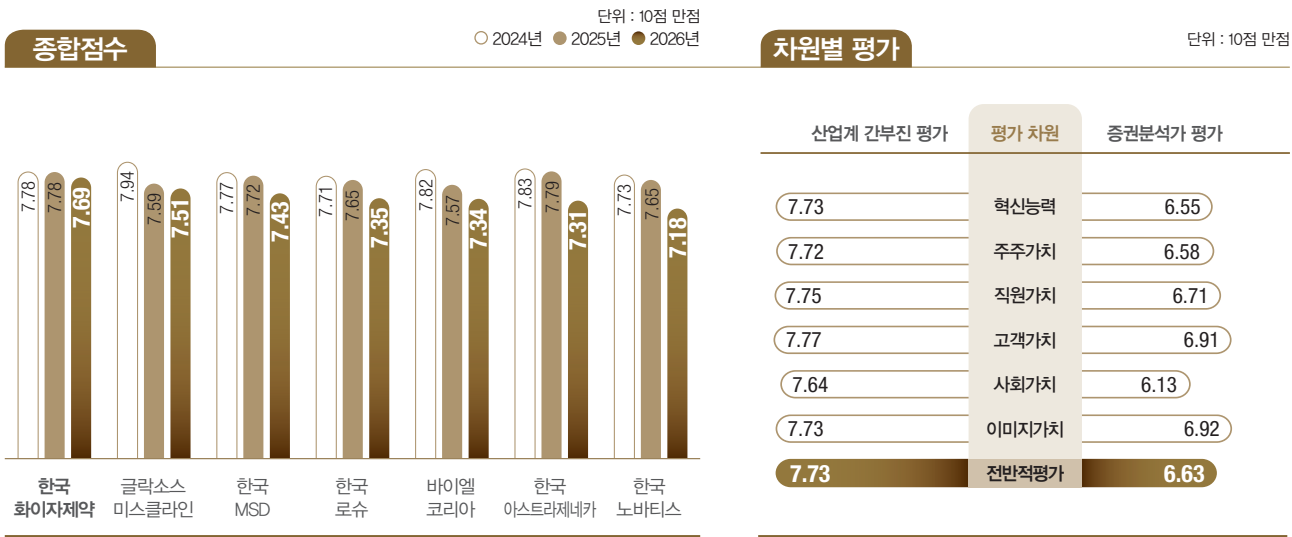
23년 연속 1위



한국화이자제약

제조 부문 | 외국계제약

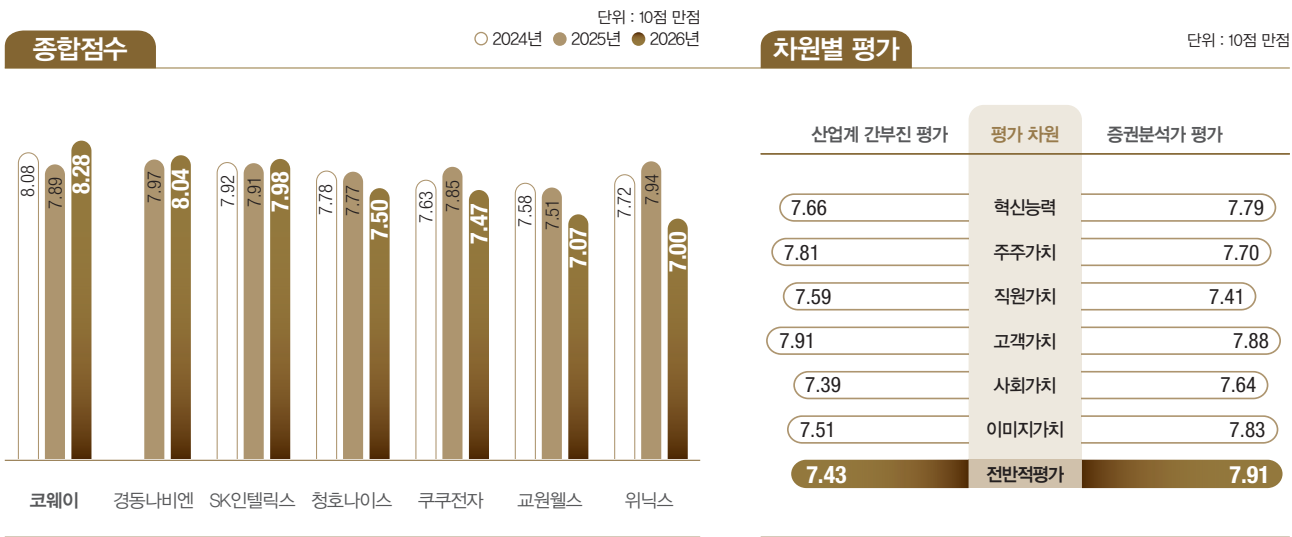
신규 1위 등극



코웨이

제조 부문 | 웰니스가전

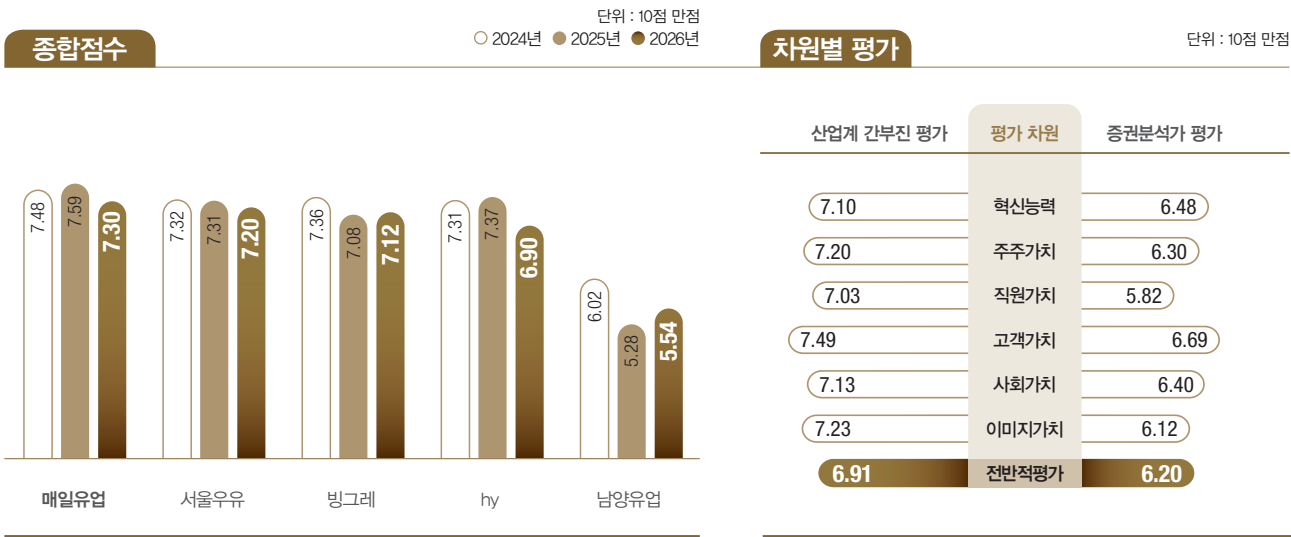
신규 1위 등극



매일유업

제조 부문 | 유가공

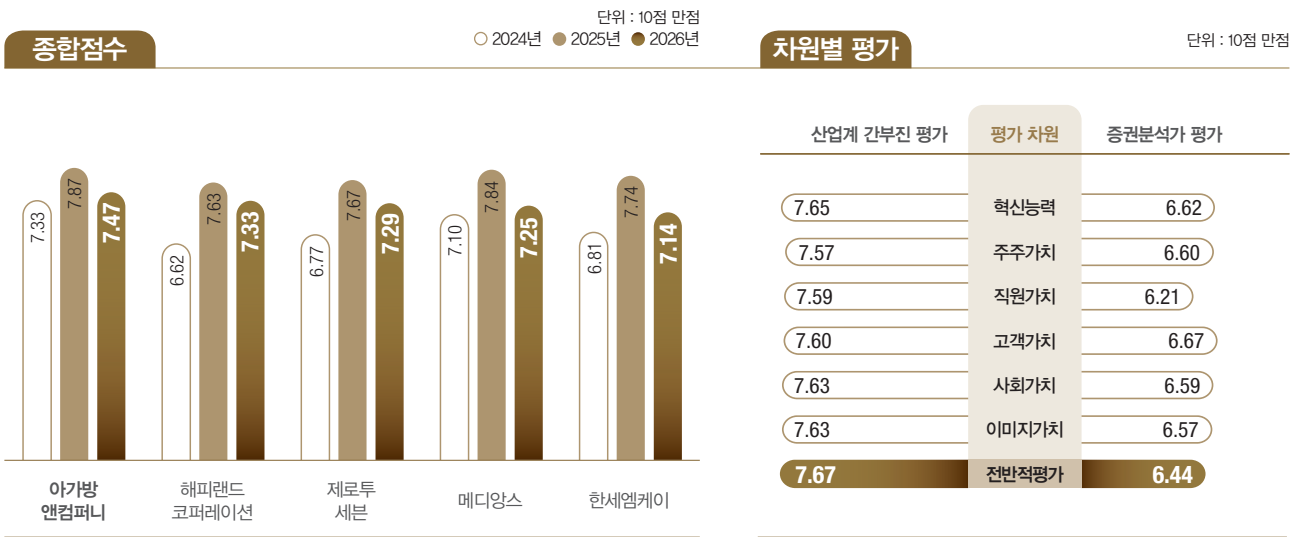
9년 연속 1위



아가방앤컴퍼니

제조 부문 | 유아용품

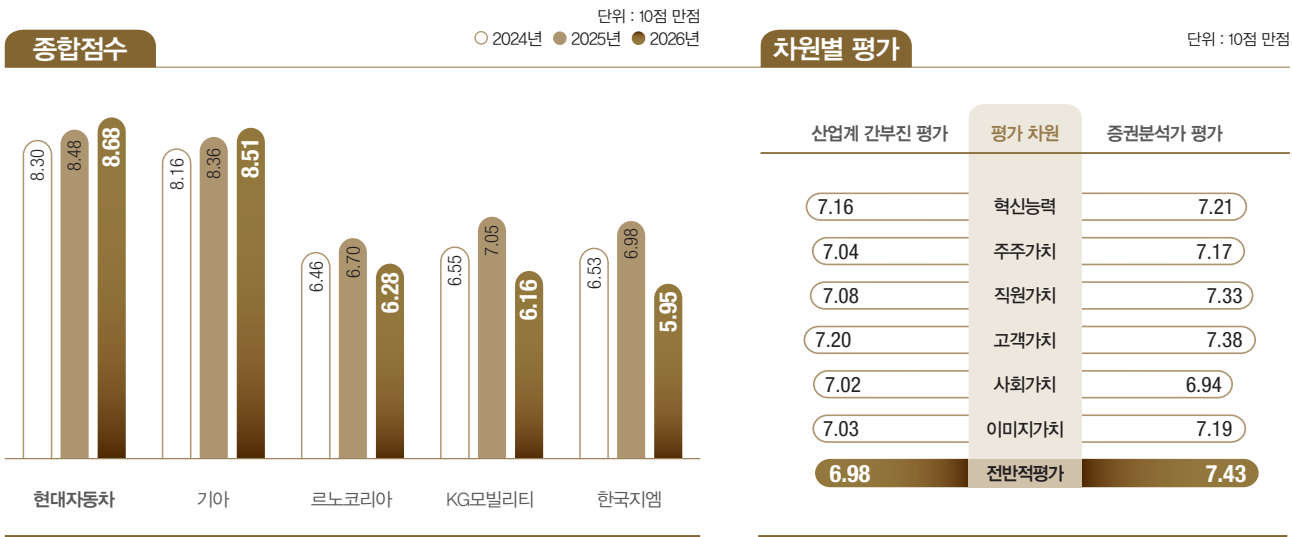
3년 연속 1위



현대자동차

제조 부문 | 자동차

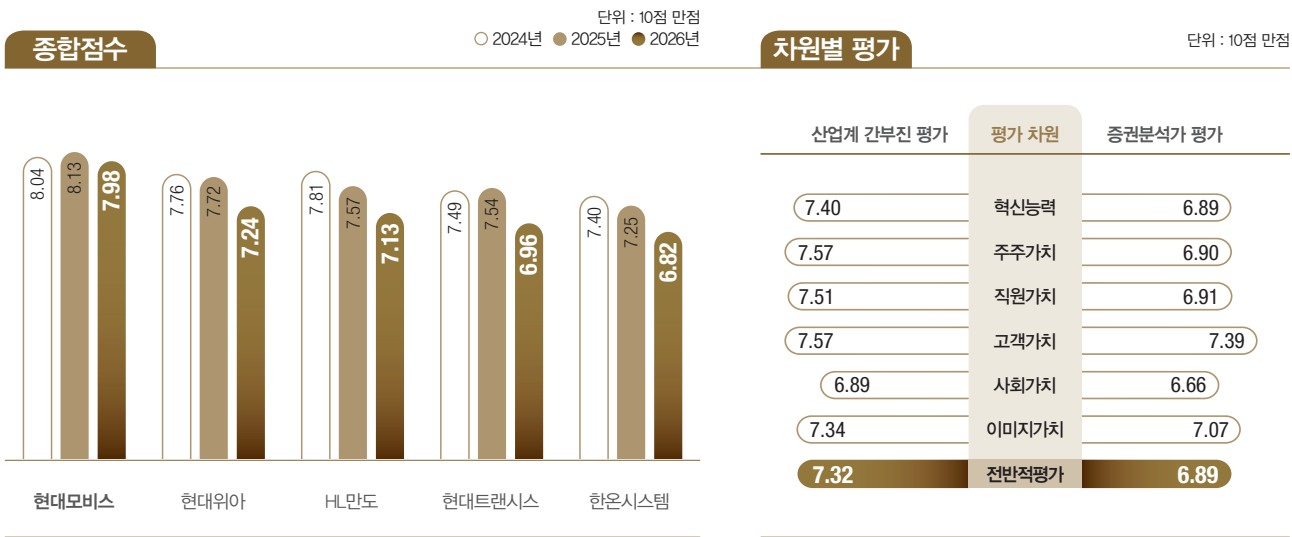
23년 연속 1위



현대모비스

제조 부문 | 자동차부품

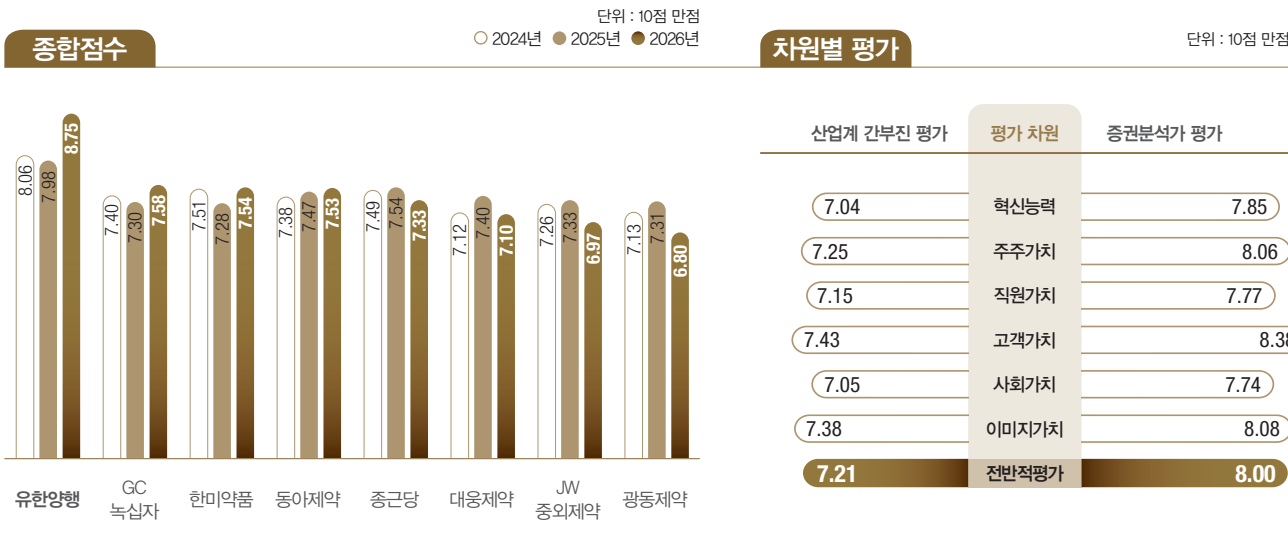
11년 연속 1위



유한양행

제조 부문 | 제약

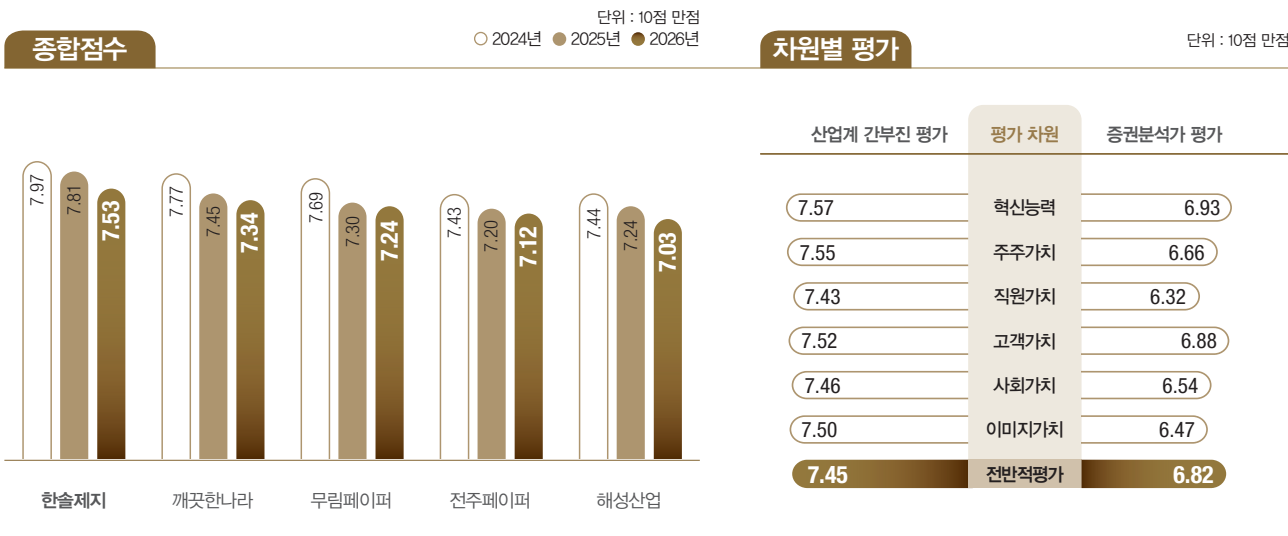
23년 연속 1위



한솔제지

제조 부문 | 제지

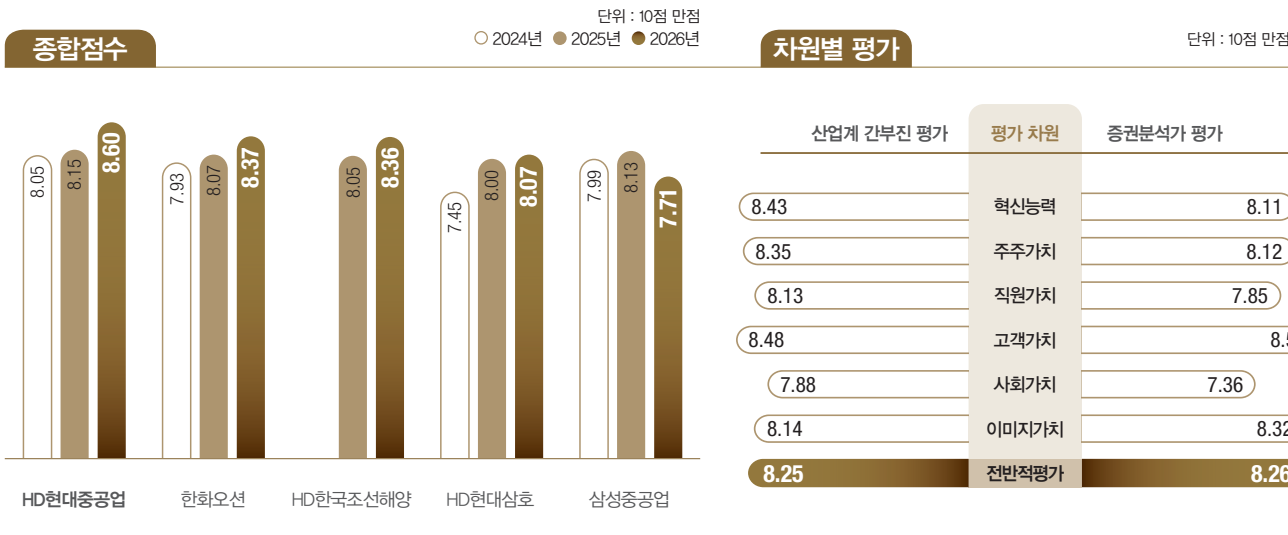
23년 연속 1위



HD현대중공업

제조 부문 | 조선

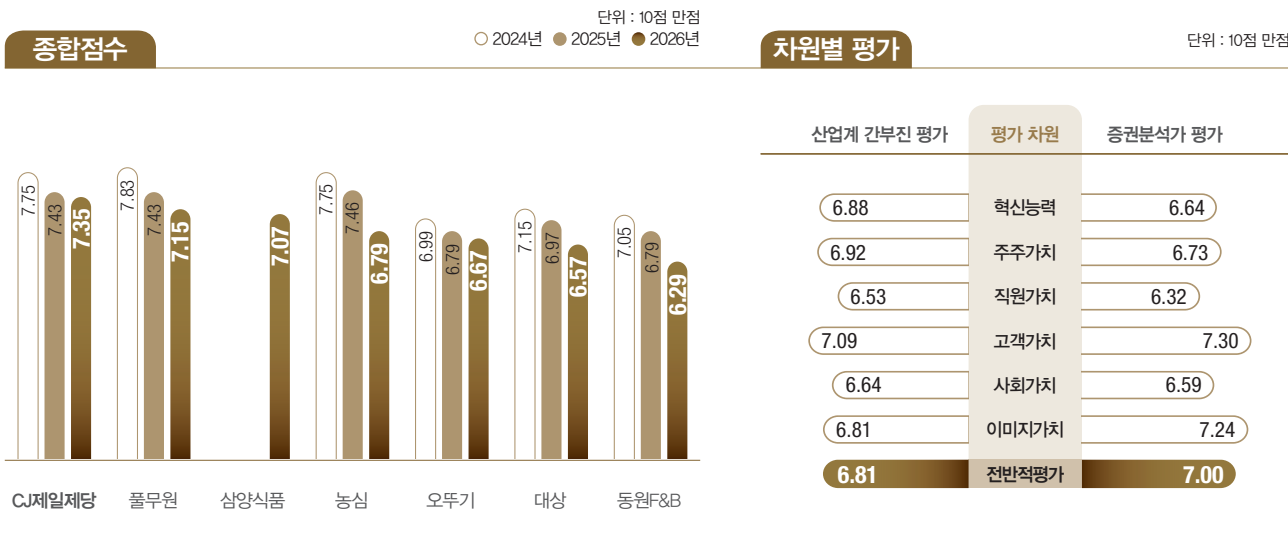
4년 연속 1위



CJ제일제당

제조 부문 | 종합식품

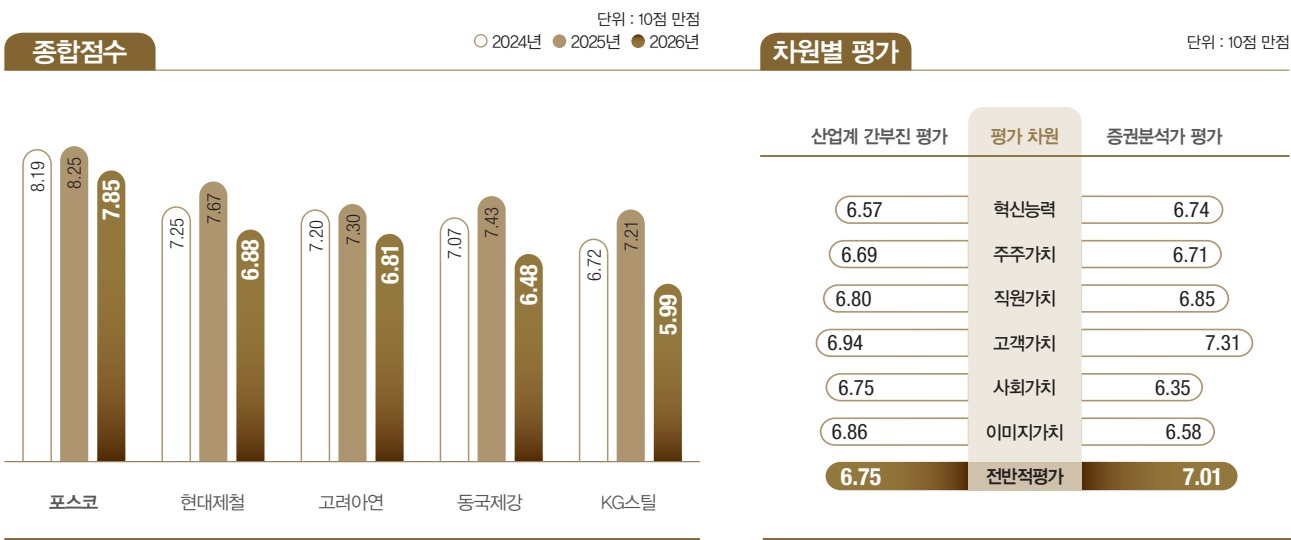
신규 1위 등극



포스코

제조 부문 | 철강

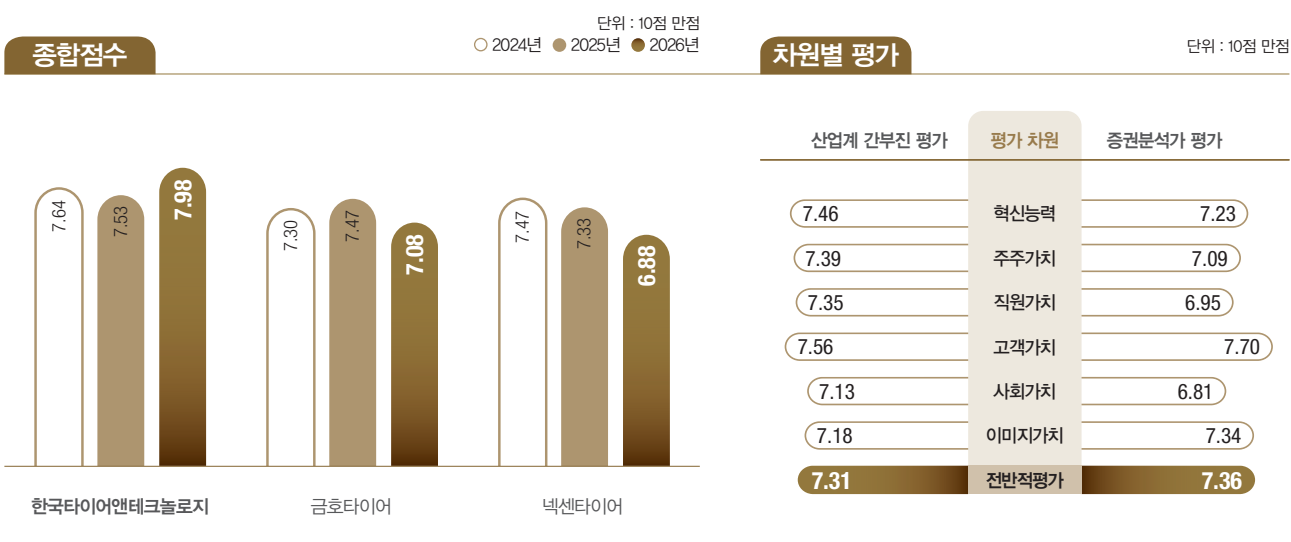
23년 연속 1위



한국타이어앤테크놀로지

제조 부문 | 타이어

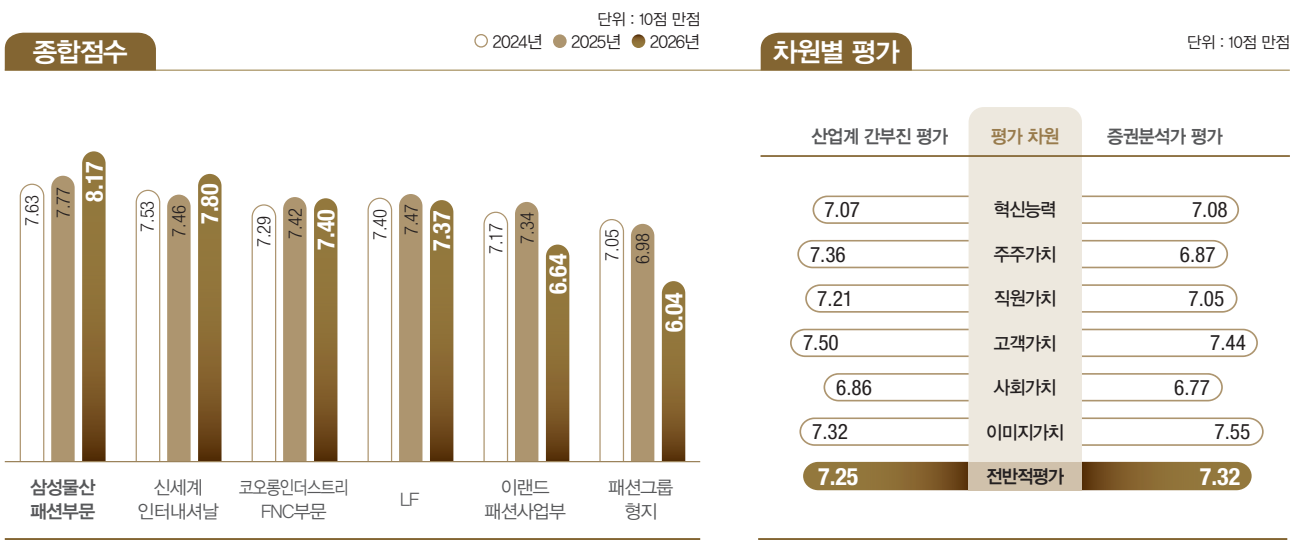
17년 연속 1위



삼성물산 패션부문

제조 부문 | 패션

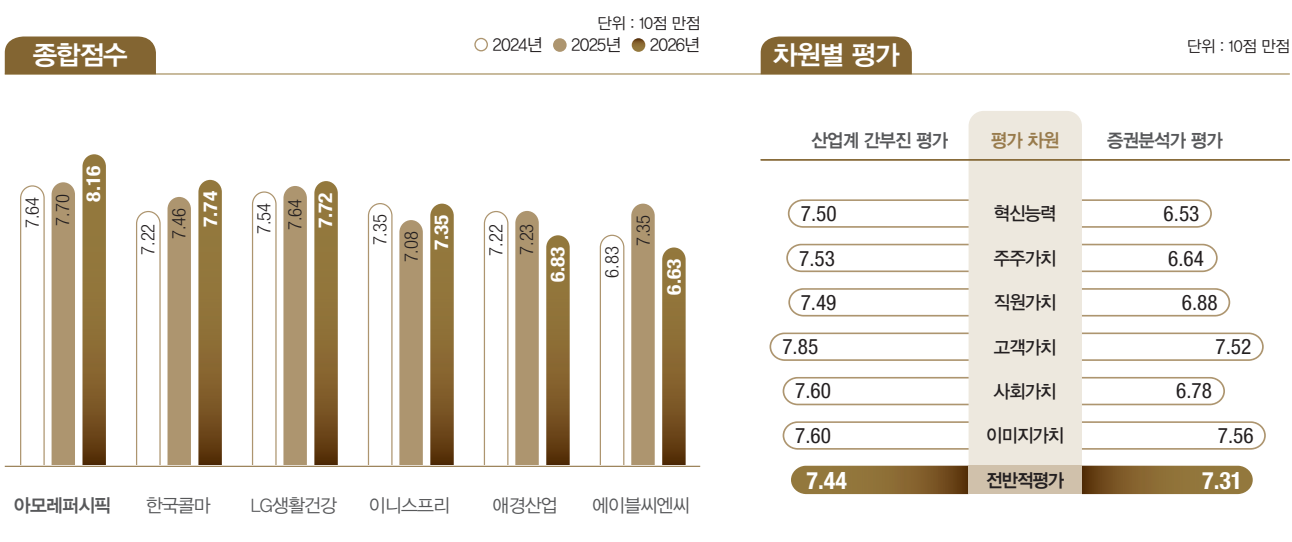
5년 연속 1위



아모레퍼시픽

제조 부문 | 화장품

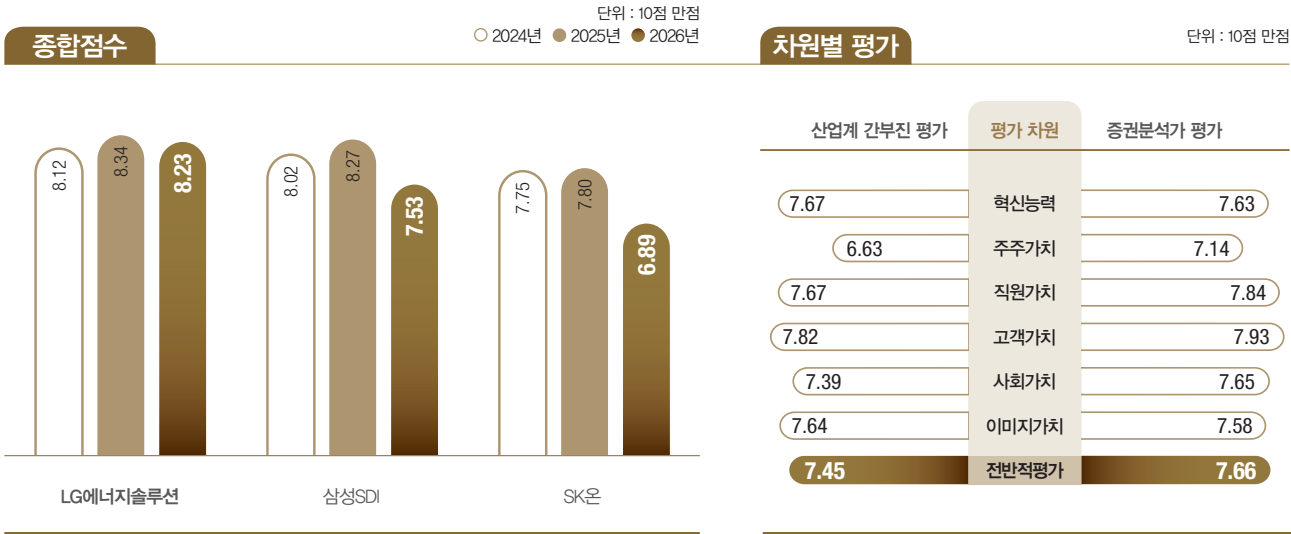
4년 연속 1위



LG에너지솔루션

제조 부문 | 2차전지

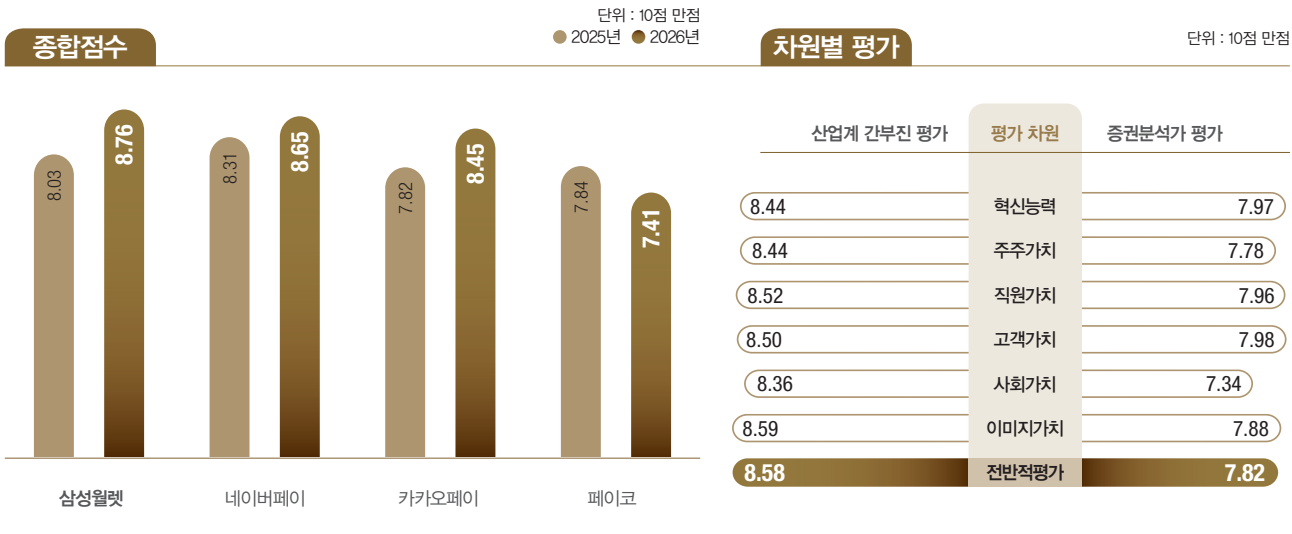
6년 연속 1위



삼성월렛

서비스 부문 | 간편결제서비스

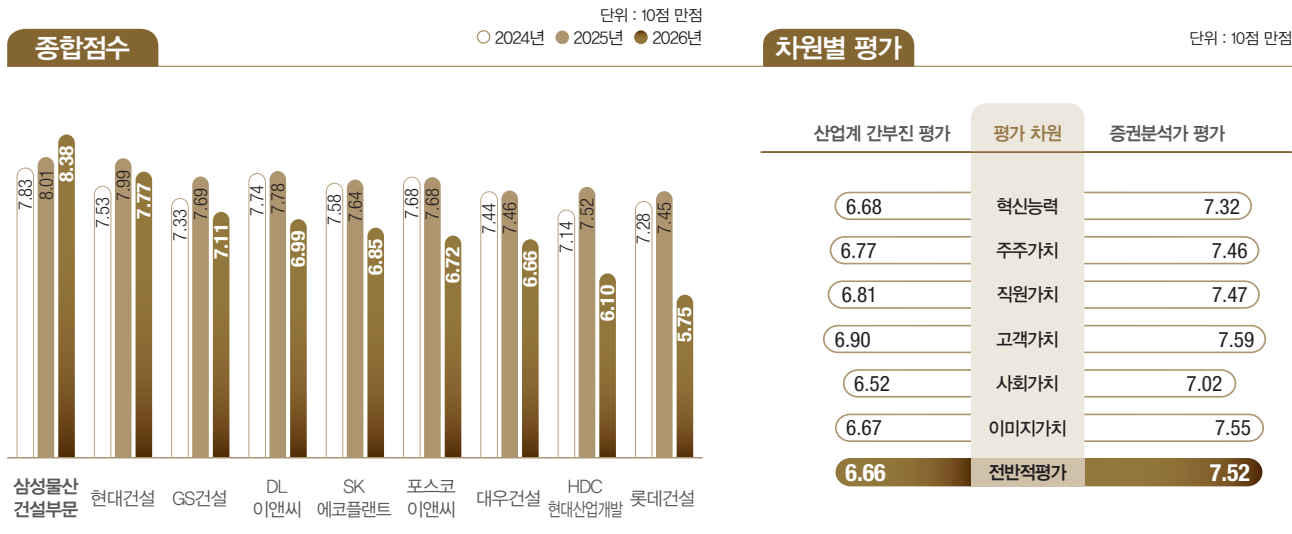
신규 1위 등극



삼성물산 건설부문

서비스 부문 | 건설

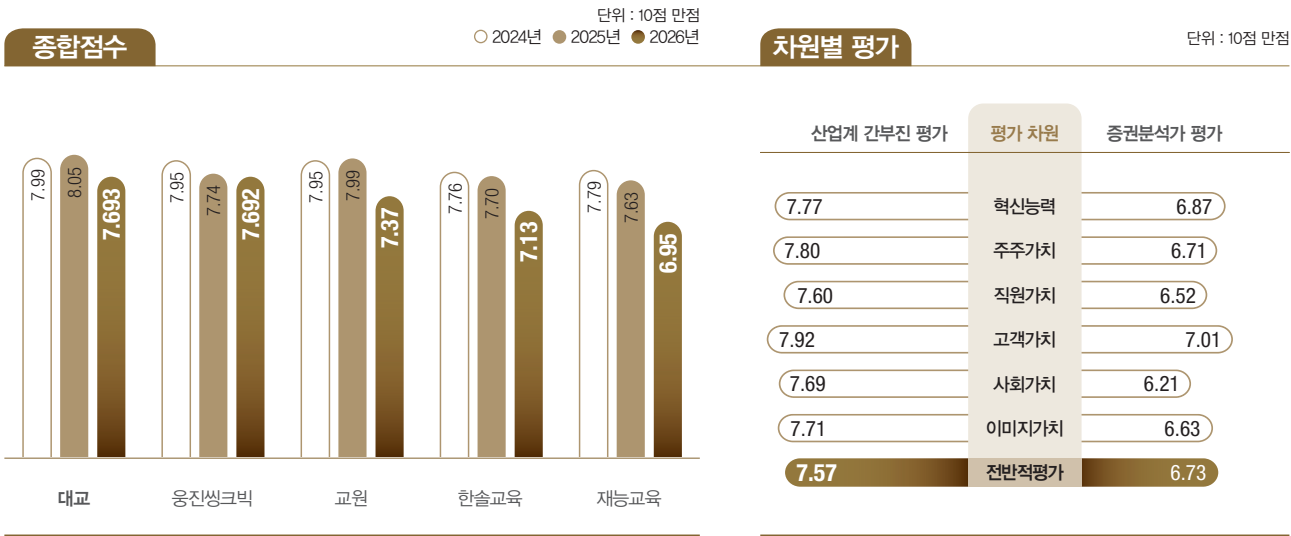
20년 연속 1위



대교

서비스 부문 | 교육서비스

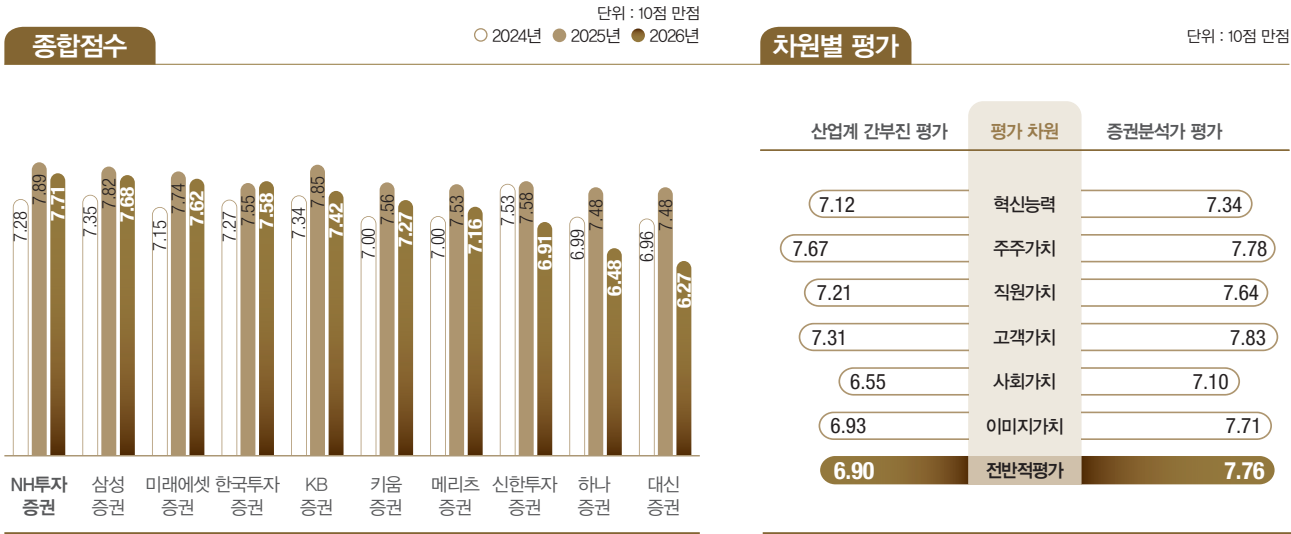
16년 연속 1위



NH투자증권

서비스 부문 | 금융투자

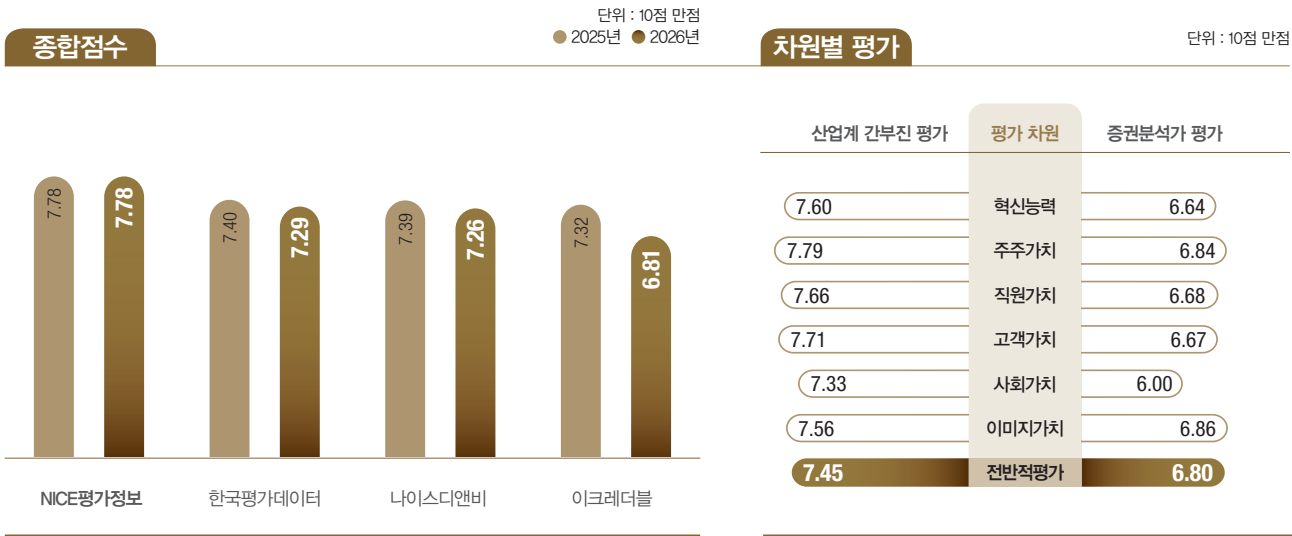
2년 연속 1위



NICE평가정보

서비스 부문 | 기업신용평가(CB)

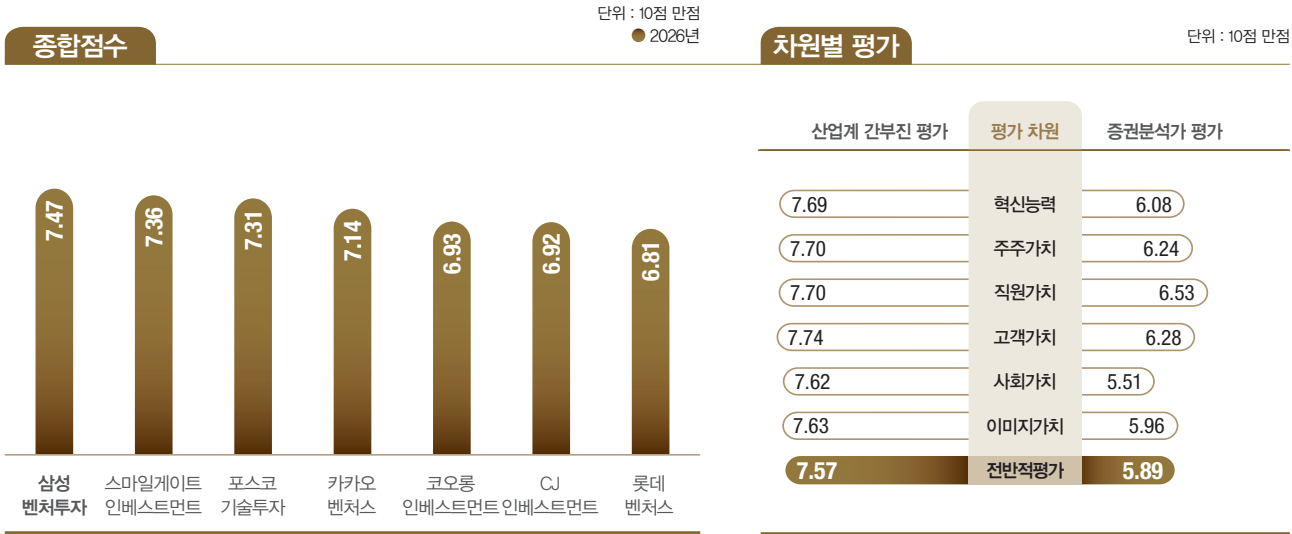
2년 연속 1위



삼성벤처투자

서비스 부문 | 기업형벤처캐피탈(CVC)

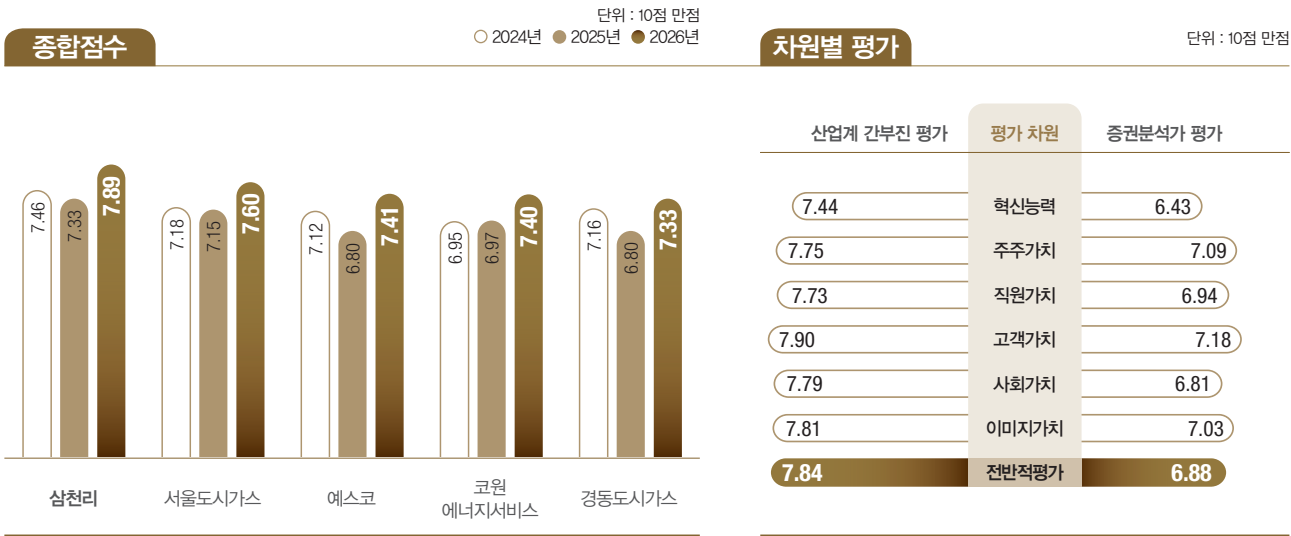
신규 1위



삼천리

서비스 부문 | 도시가스

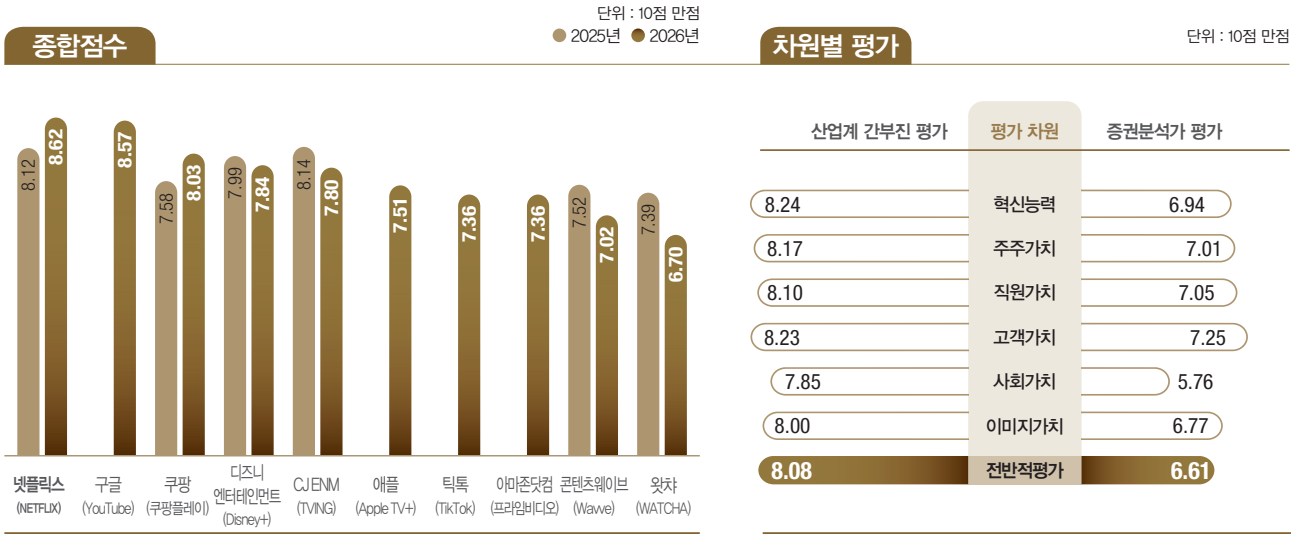
23년 연속 1위



넷플릭스(NETFLIX)

서비스 부문 | 디지털콘텐츠플랫폼

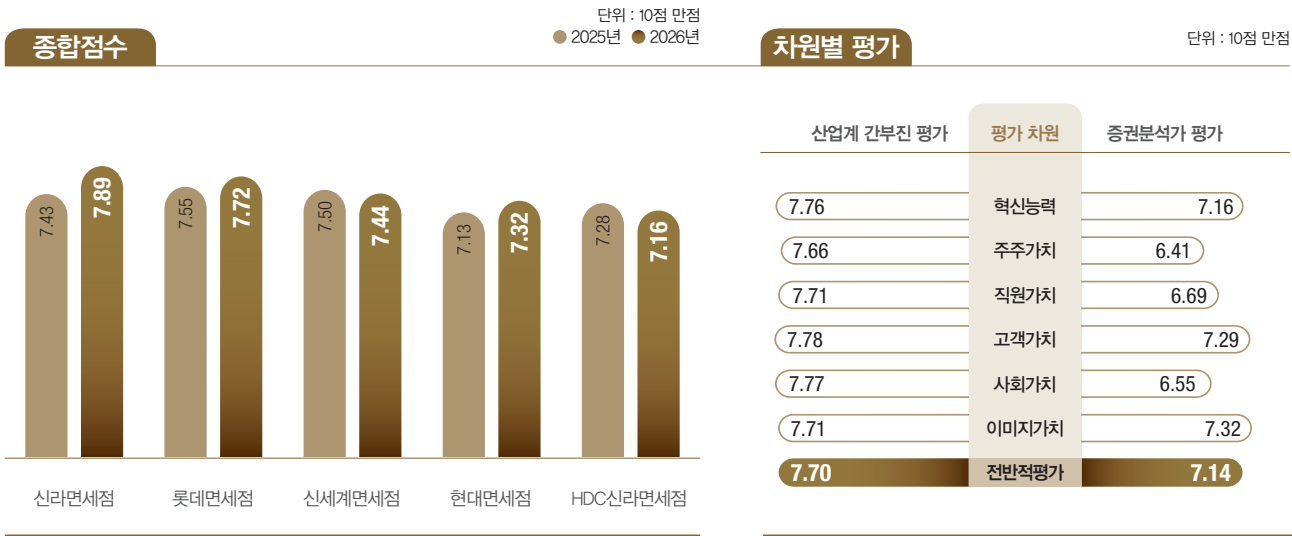
신규 1위 등극



신라면세점

서비스 부문 | 면세점

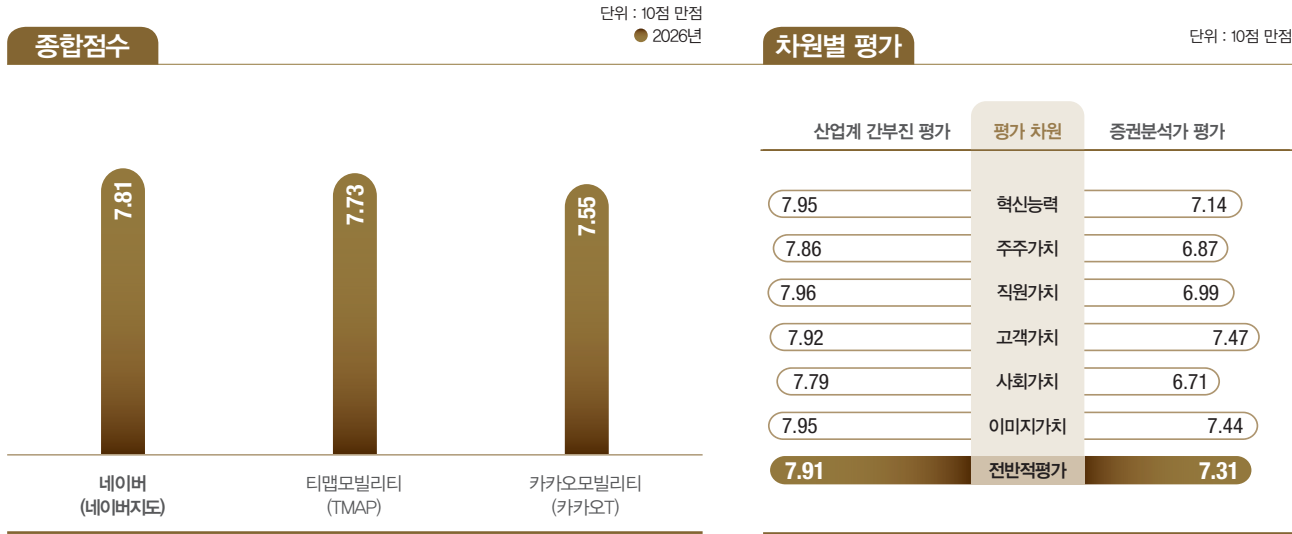
신규 1위 등극



네이버(네이버지도)

서비스 부문 | 모빌리티맵플랫폼

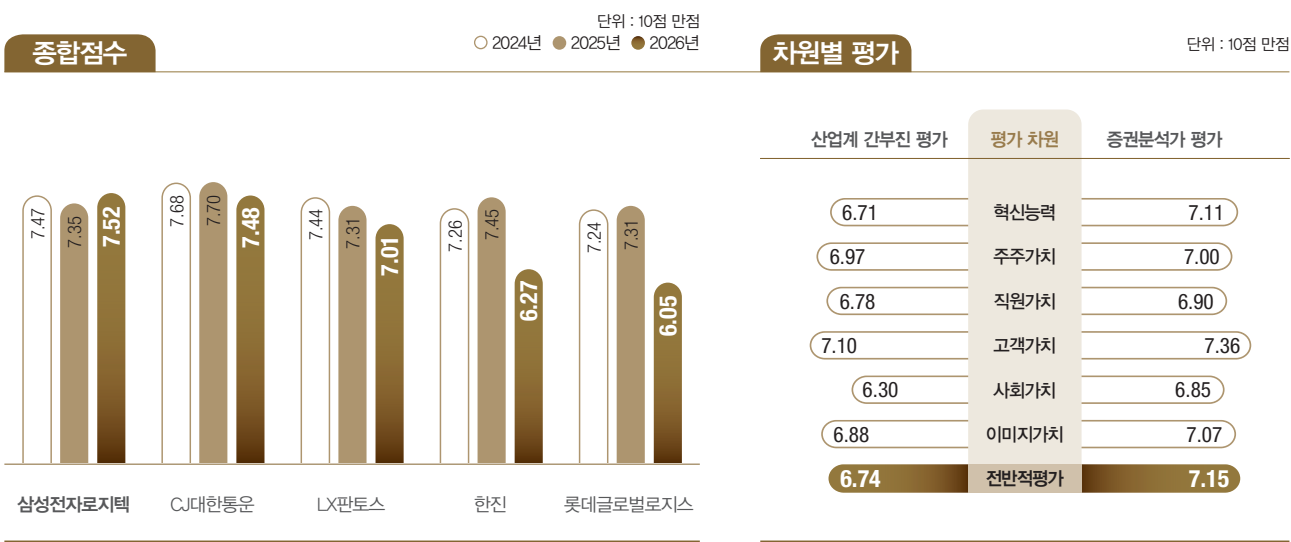
신규 1위



삼성전자로지텍

서비스 부문 | 물류·네트워크 서비스

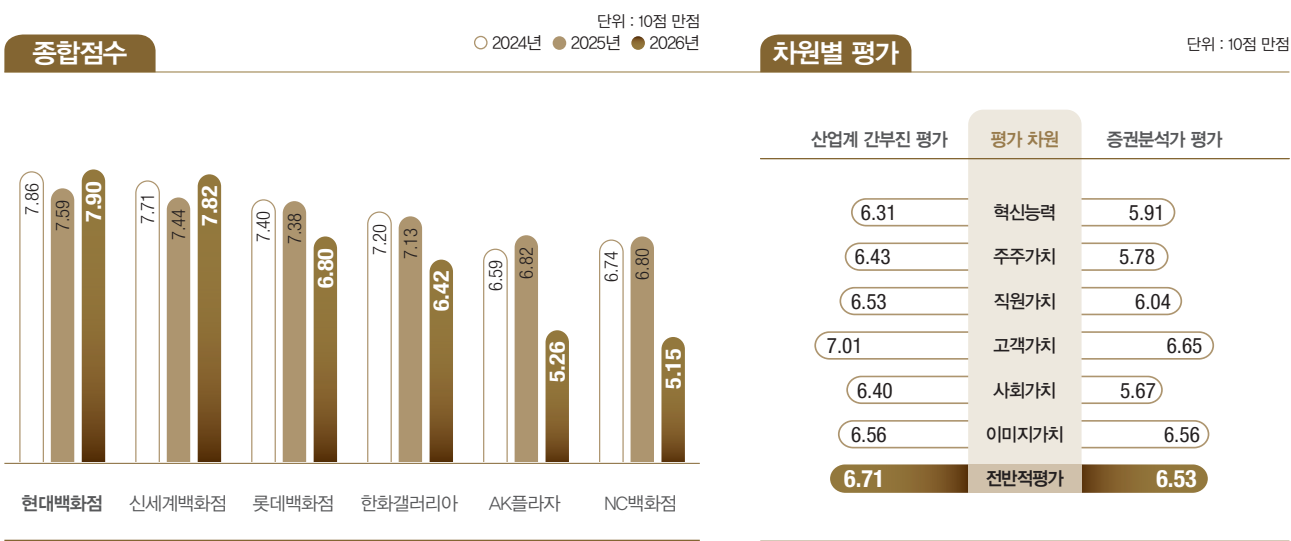
신규 1위 등극



현대백화점

서비스 부문 | 백화점

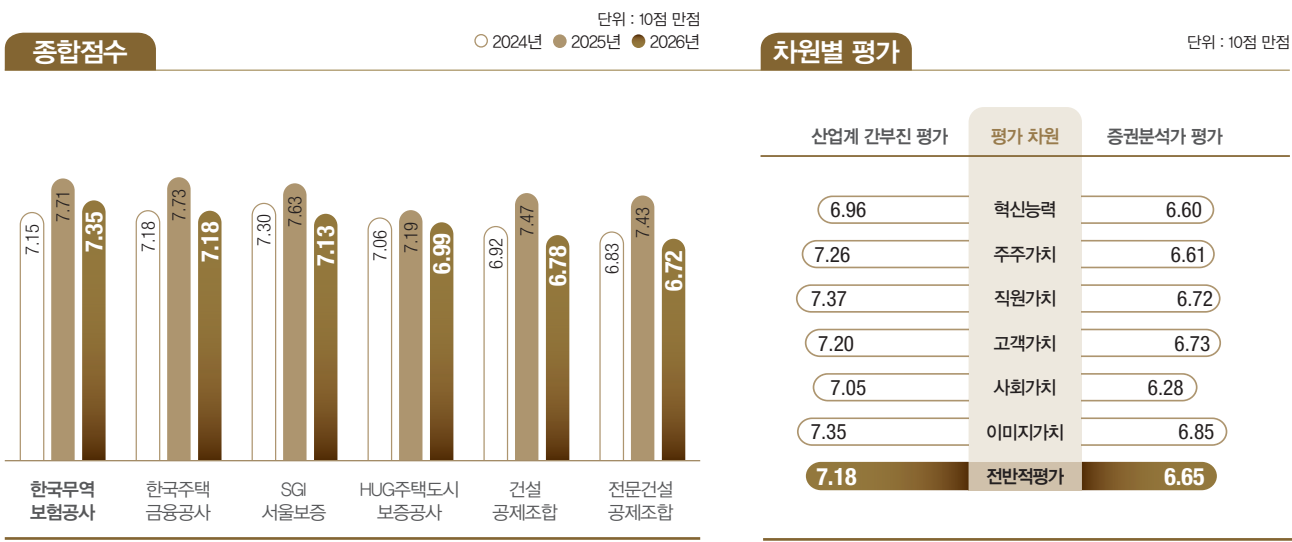
3년 연속 1위



한국무역보험공사

서비스 부문 | 보증보험

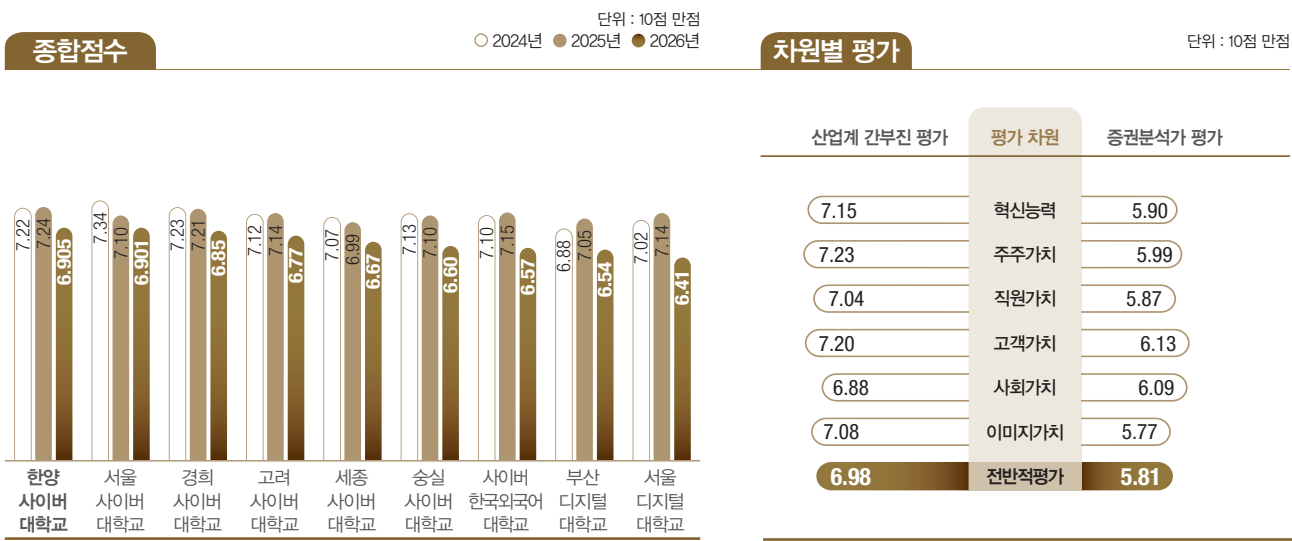
신규 1위 등극



한양사이버대학교

서비스 부문 | 사이버대학

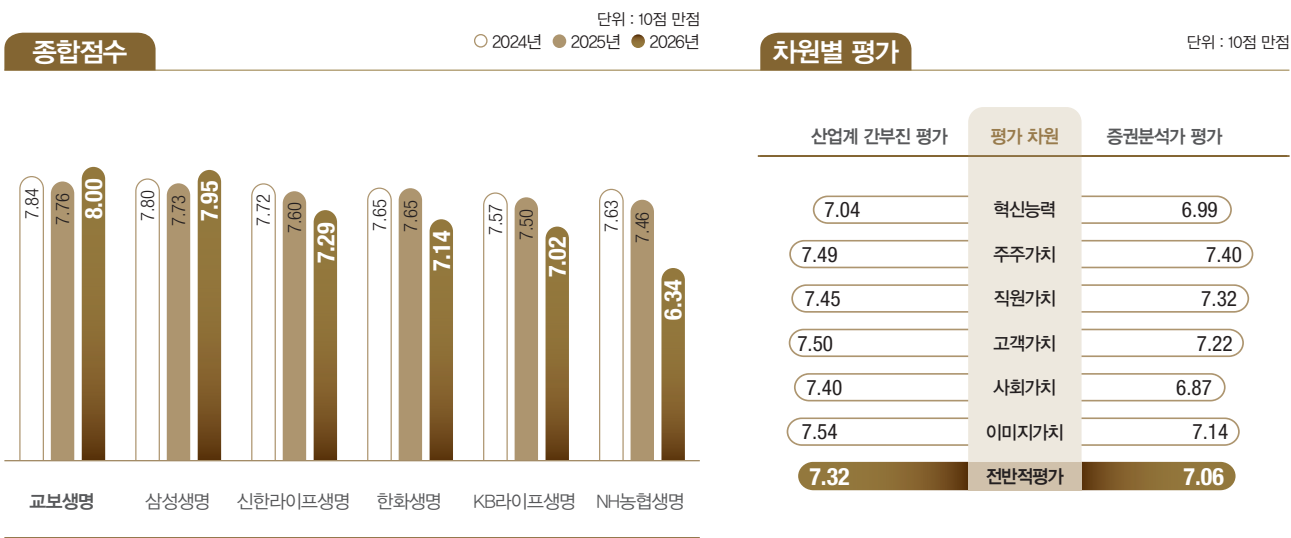
2년 연속 1위



교보생명

서비스 부문 | 생명보험

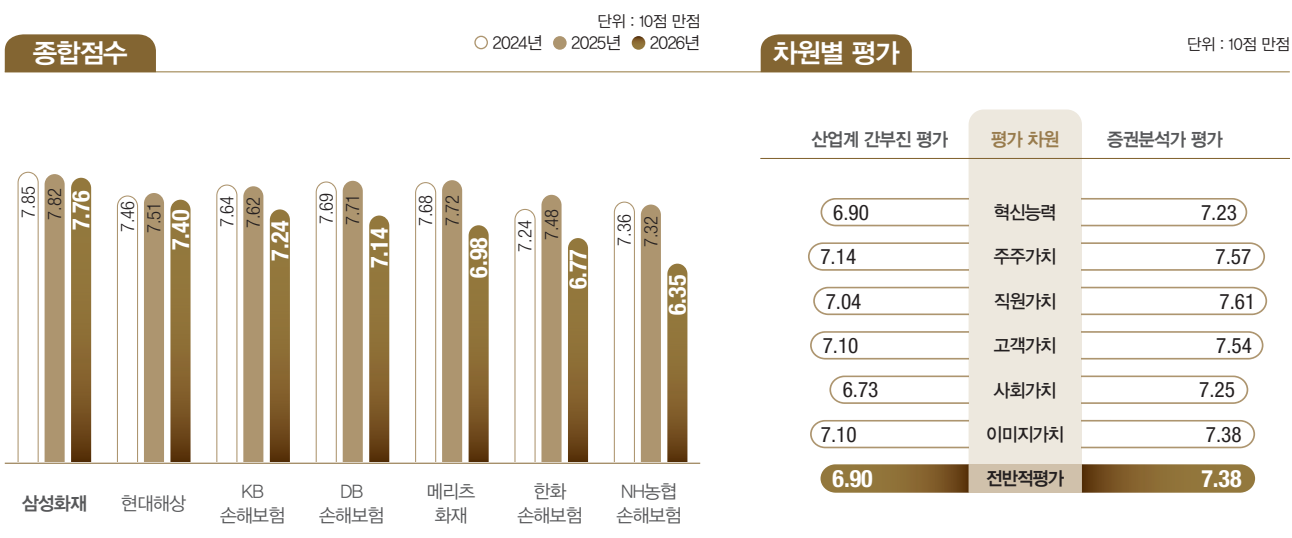
4년 연속 1위



삼성화재

서비스 부문 | 손해보험

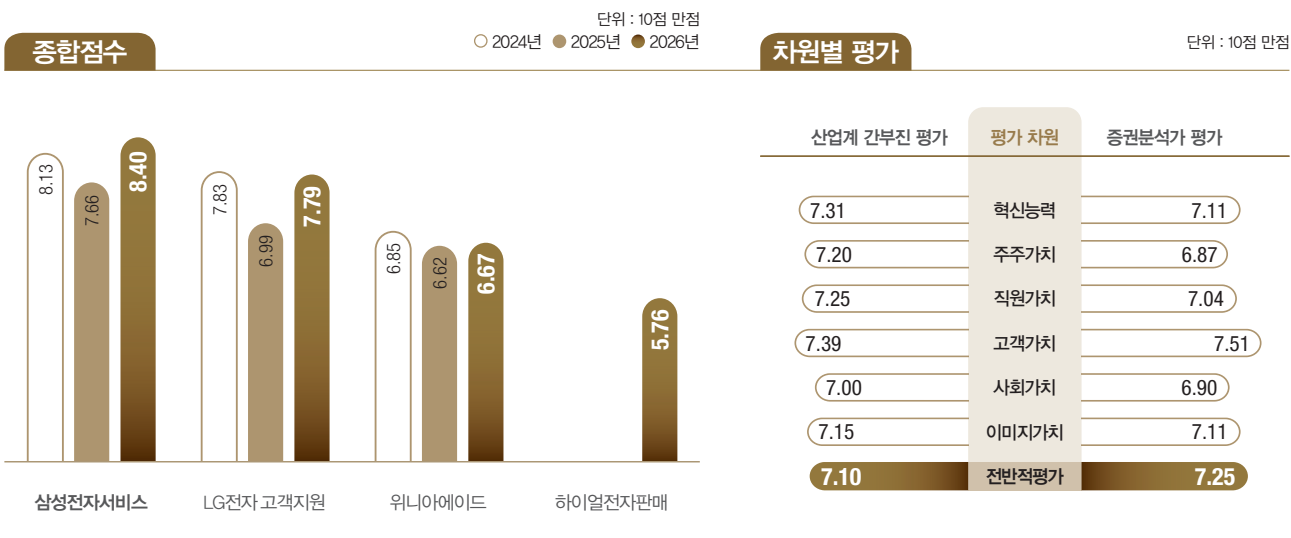
23년 연속 1위



삼성전자서비스

서비스 부문 | 서비스센터

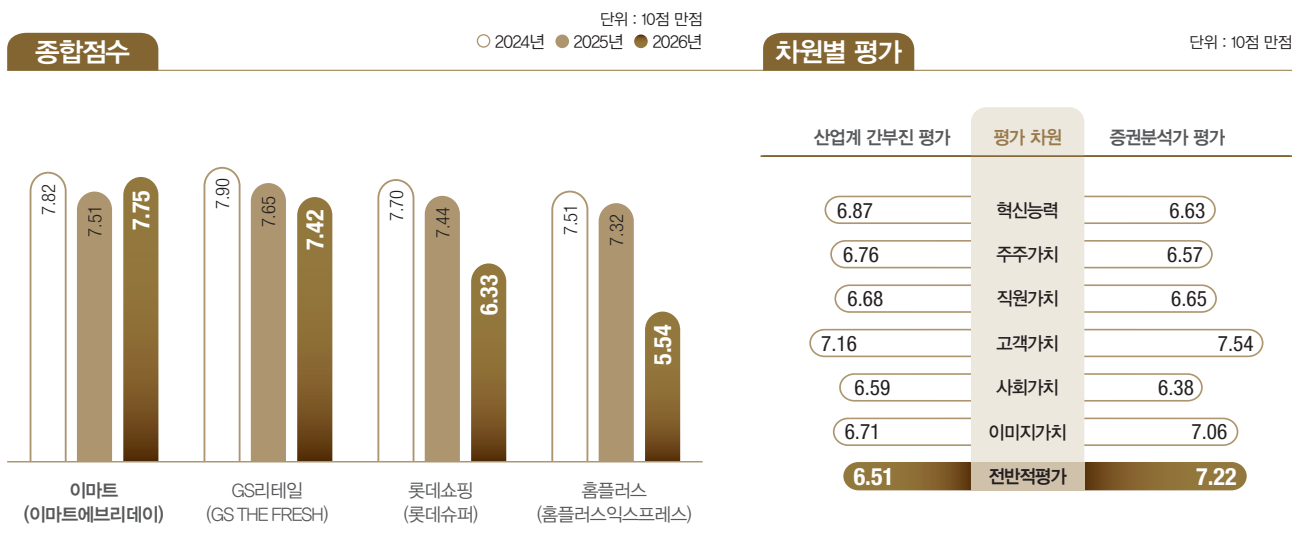
15년 연속 1위



이마트(이마트에브리데이)

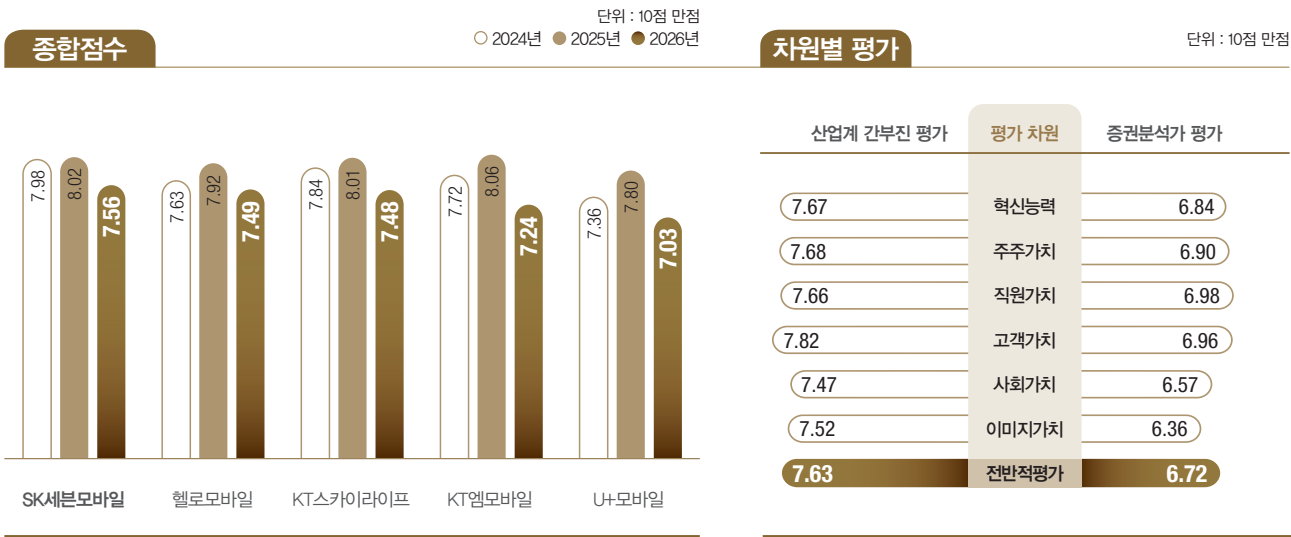
서비스 부문 | 슈퍼마켓

신규 1위 등극



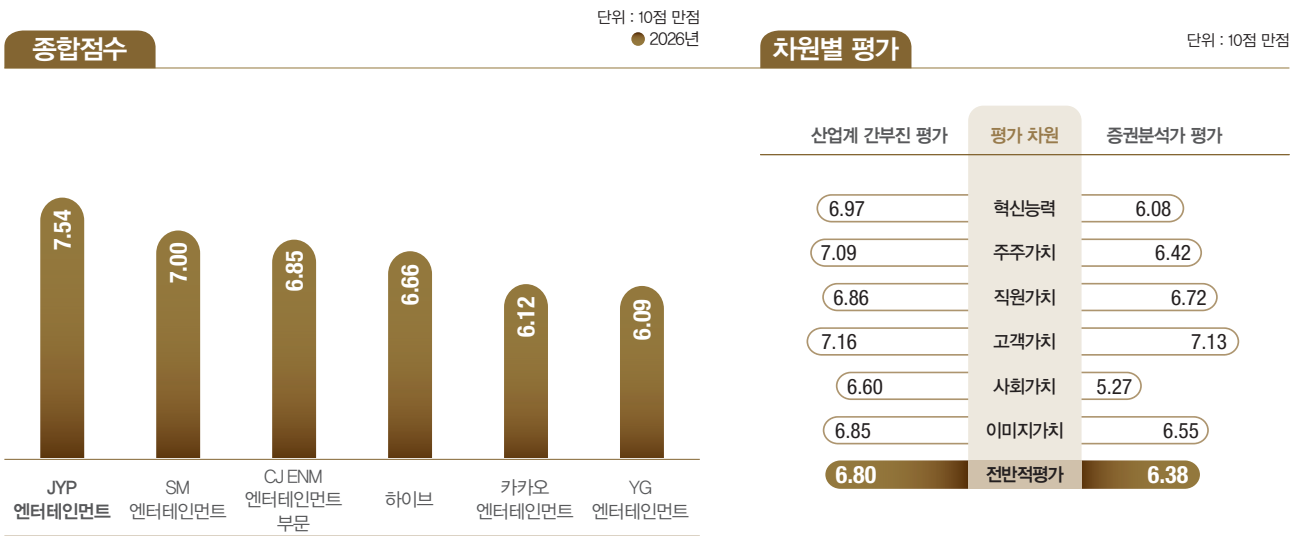
SK세븐모바일

서비스 부문 | 알뜰폰
신규 1위 등극



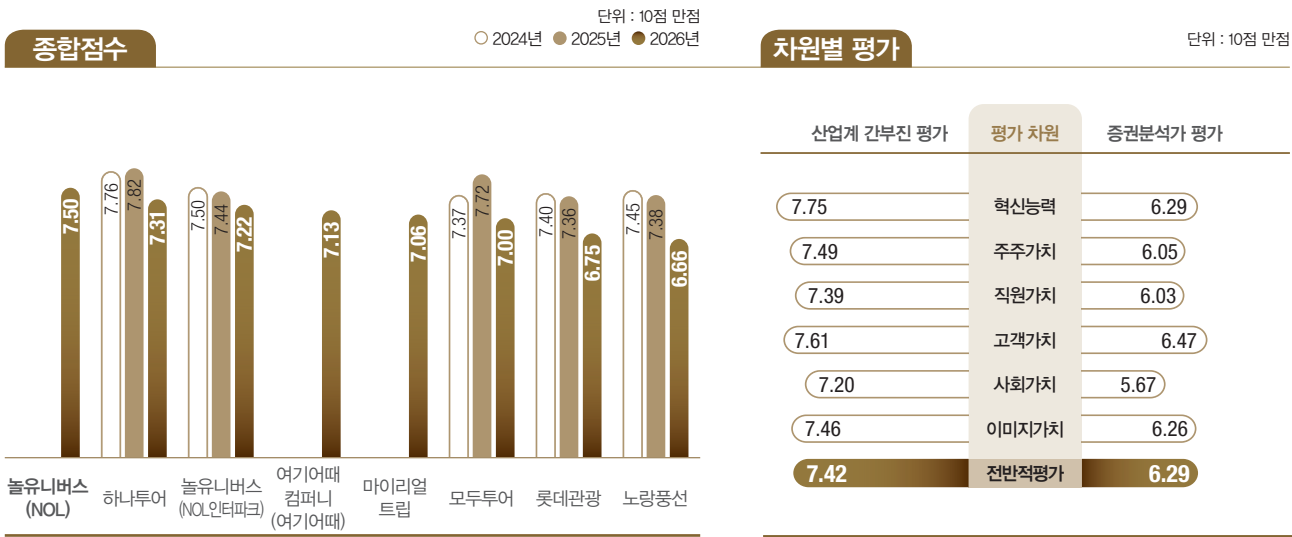
JYP엔터테인먼트

서비스 부문 | 엔터테인먼트
신규 1위



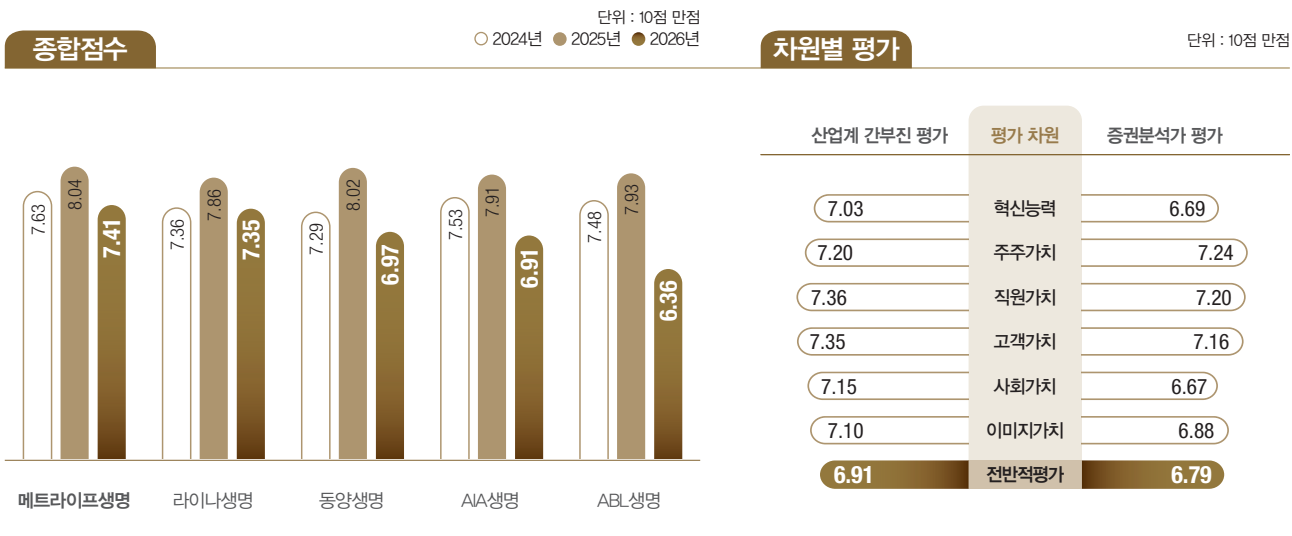
놀유니버스(NOL)

서비스 부문 | 여행
신규 1위 등극



메트라이프생명

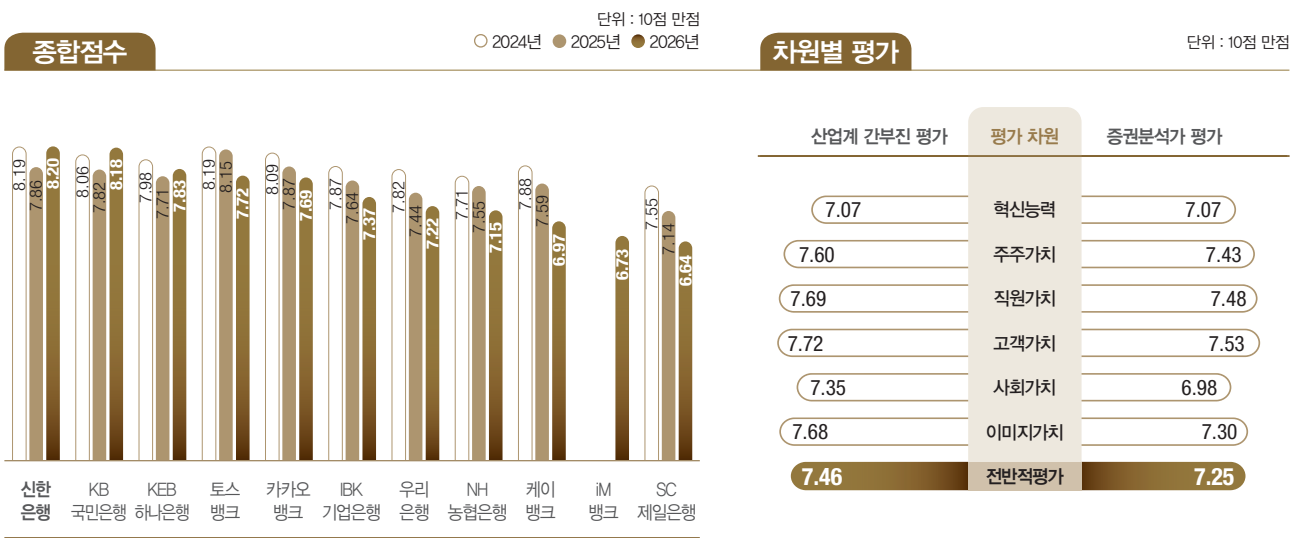
서비스 부문 | 외국계보험
6년 연속 1위



신한은행

서비스 부문 | 은행

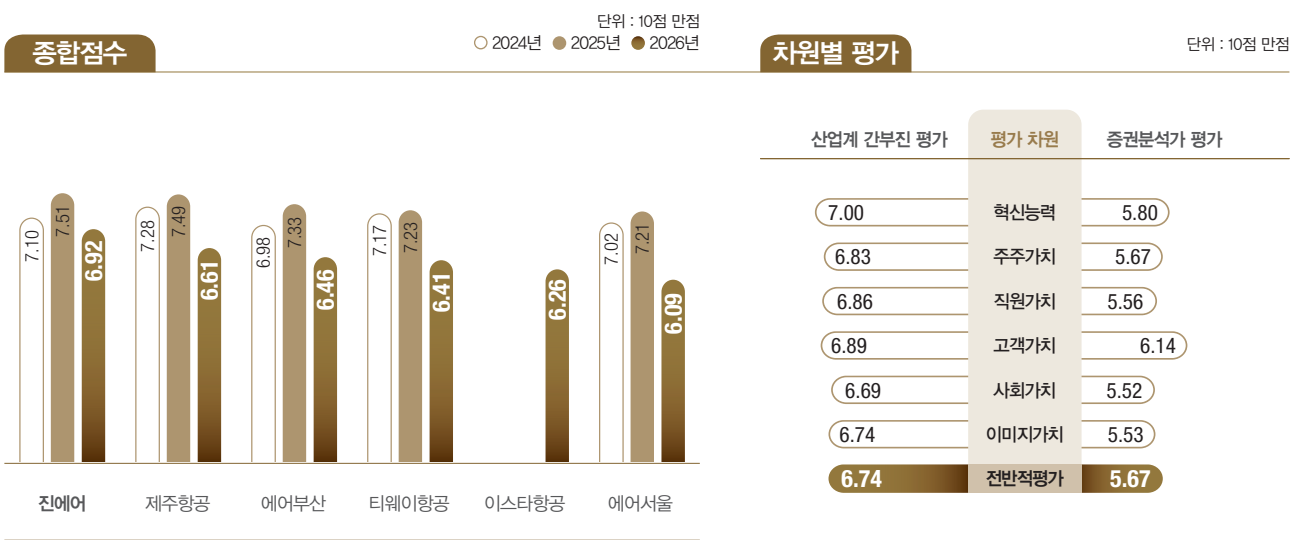
23년 연속 1위



진에어

서비스 부문 | 저비용항공

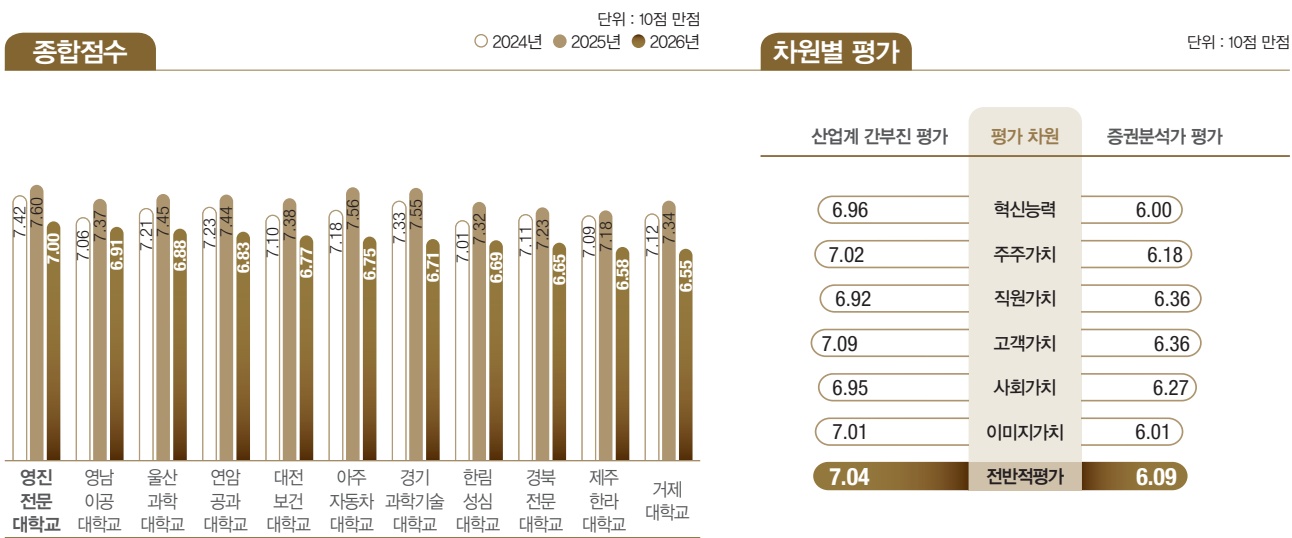
2년 연속 1위



영진전문대학교

서비스 부문 | 전문대학

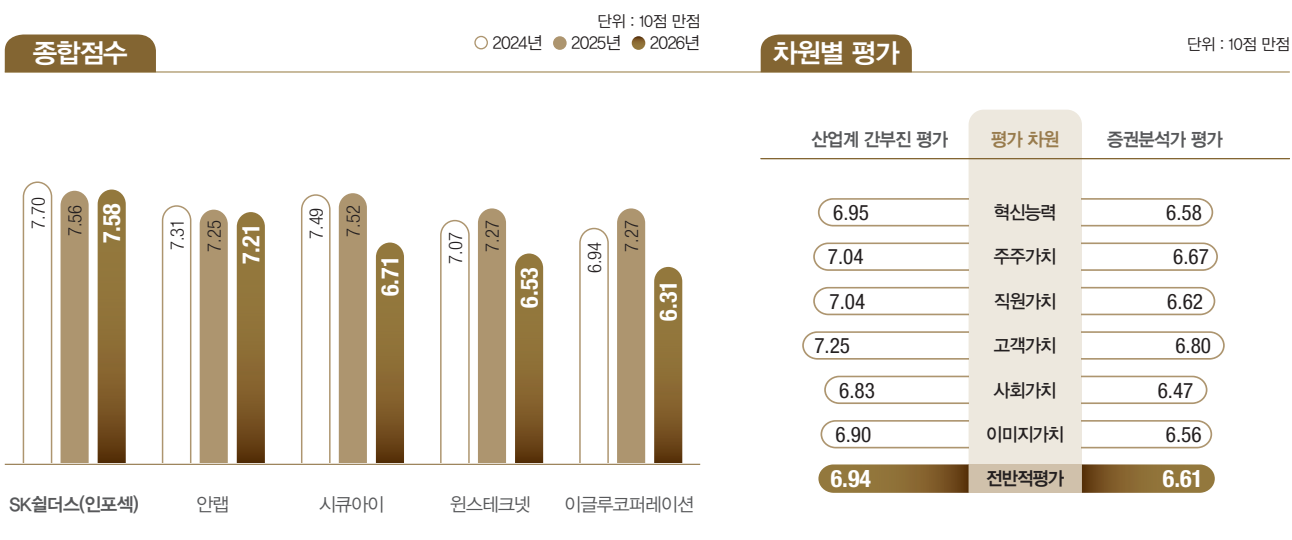
15년 연속 1위



SK실더스(인포섹)

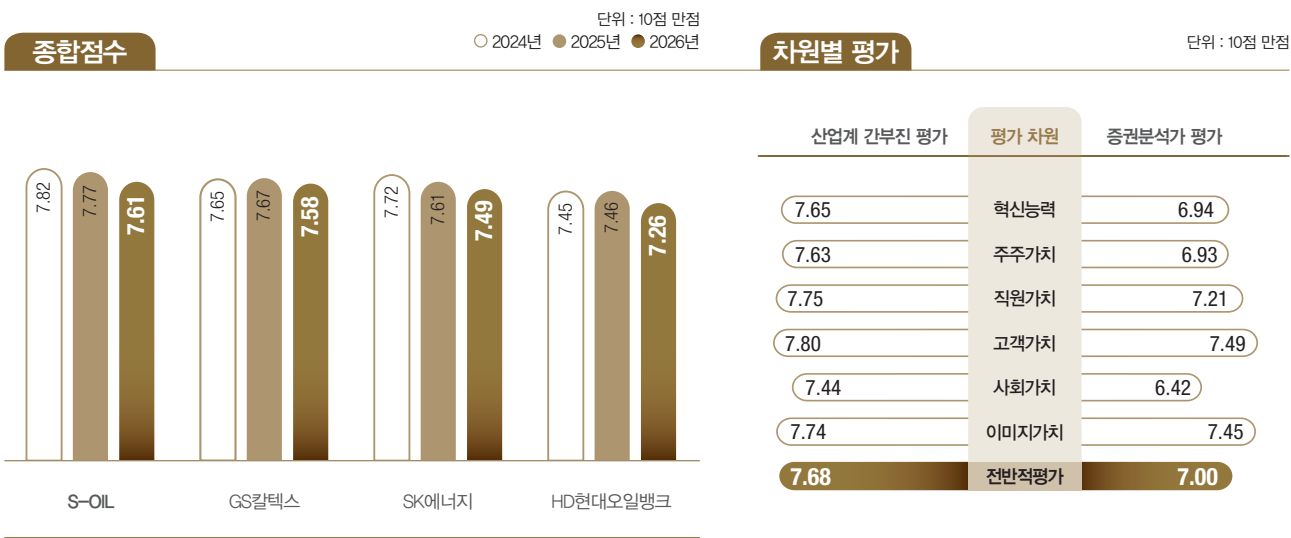
서비스 부문 | 정보보안

6년 연속 1위



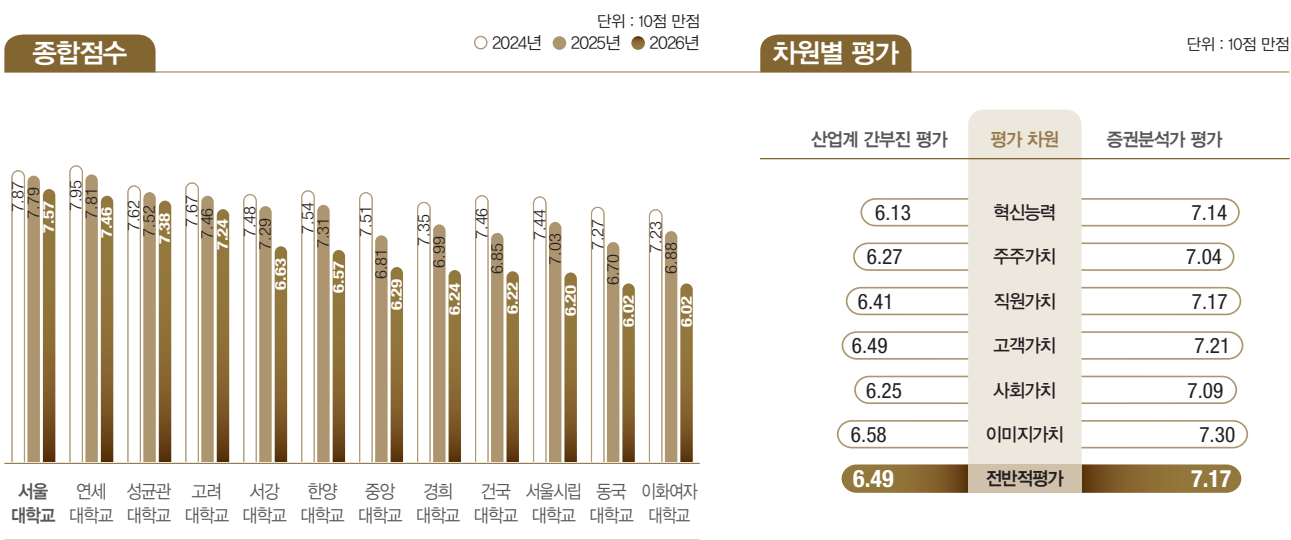
S-OIL

서비스 부문 | 정유
10년 연속 1위



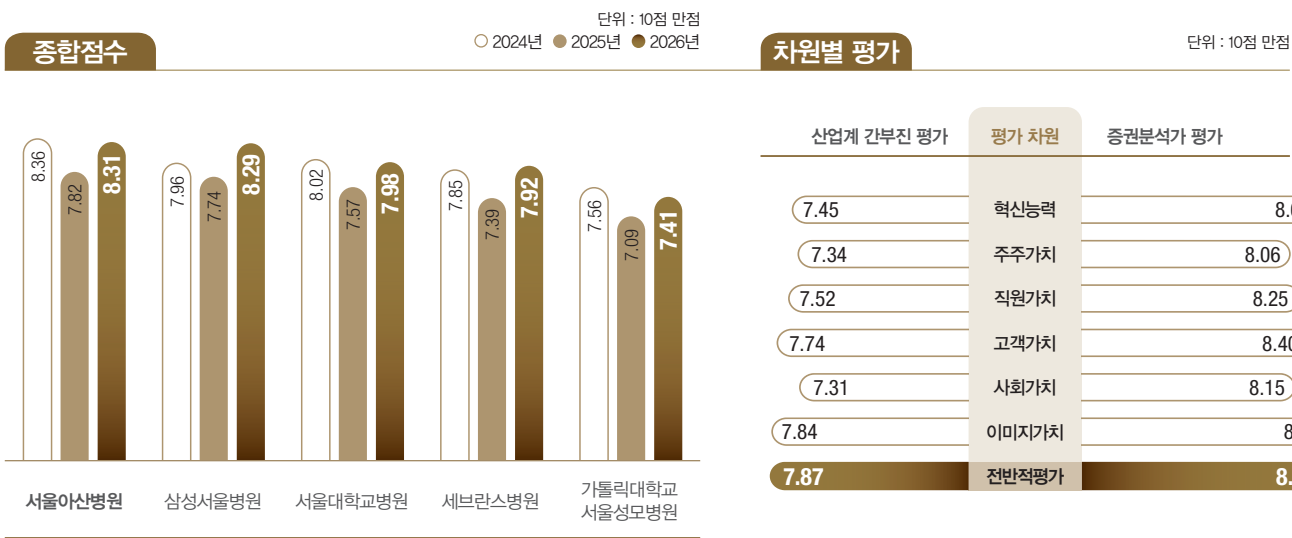
서울대학교

서비스 부문 | 종합대학
신규 1위 등극



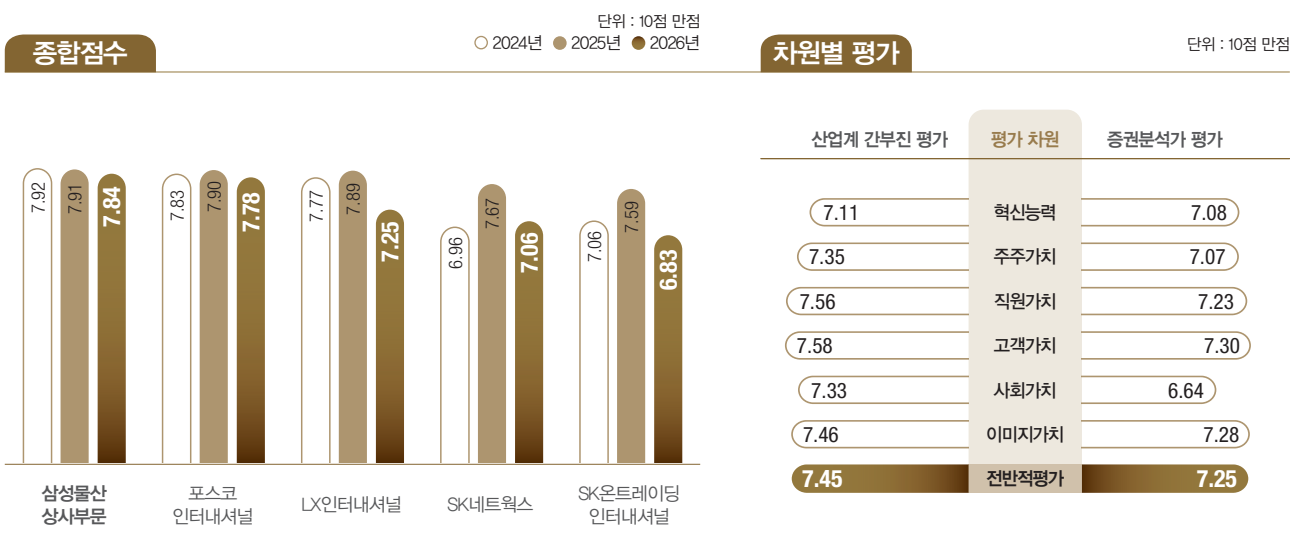
서울아산병원

서비스 부문 | 종합병원
20년 연속 1위



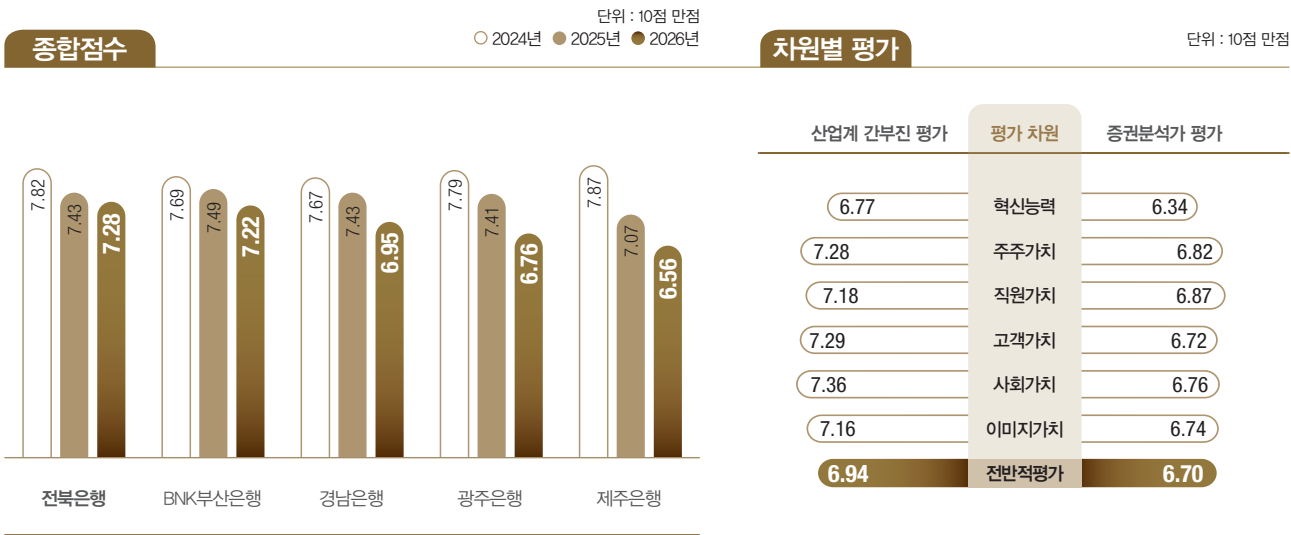
삼성물산 상사부문

서비스 부문 | 종합상사
22년 연속 1위



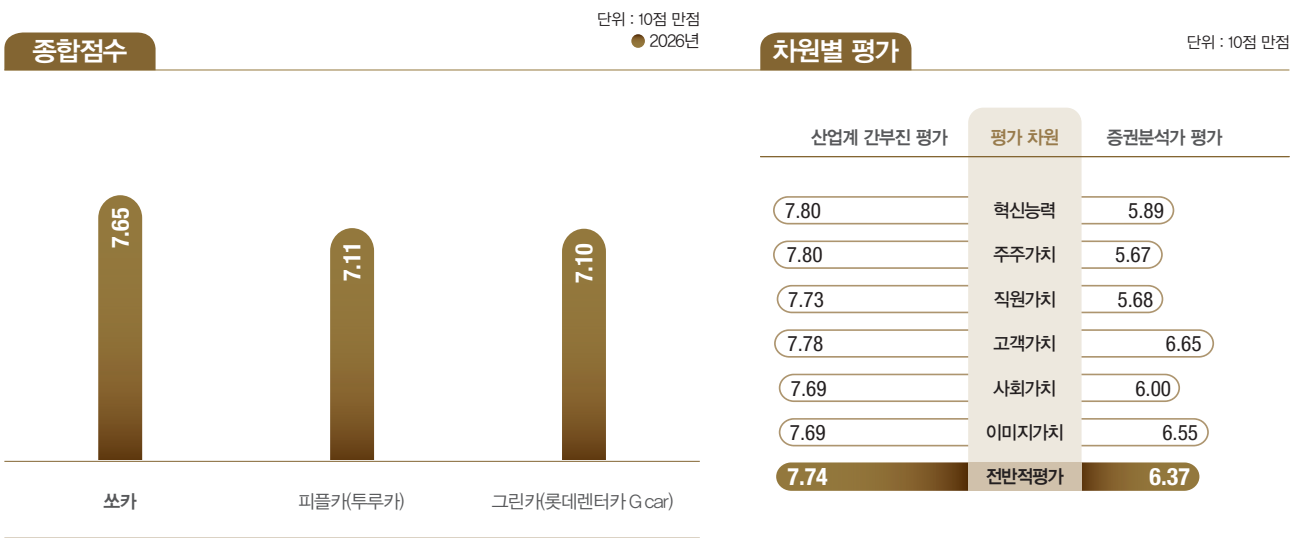
전북은행

서비스 부문 | 지역금융
신규 1위 등극



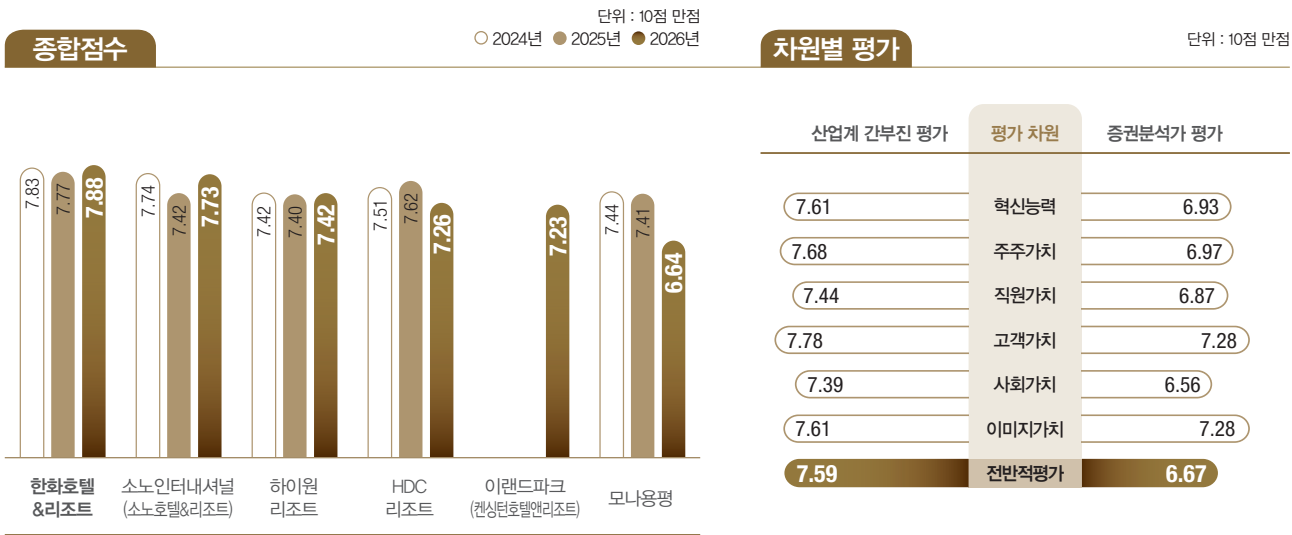
쏘카

서비스 부문 | 카셰어링
신규 1위



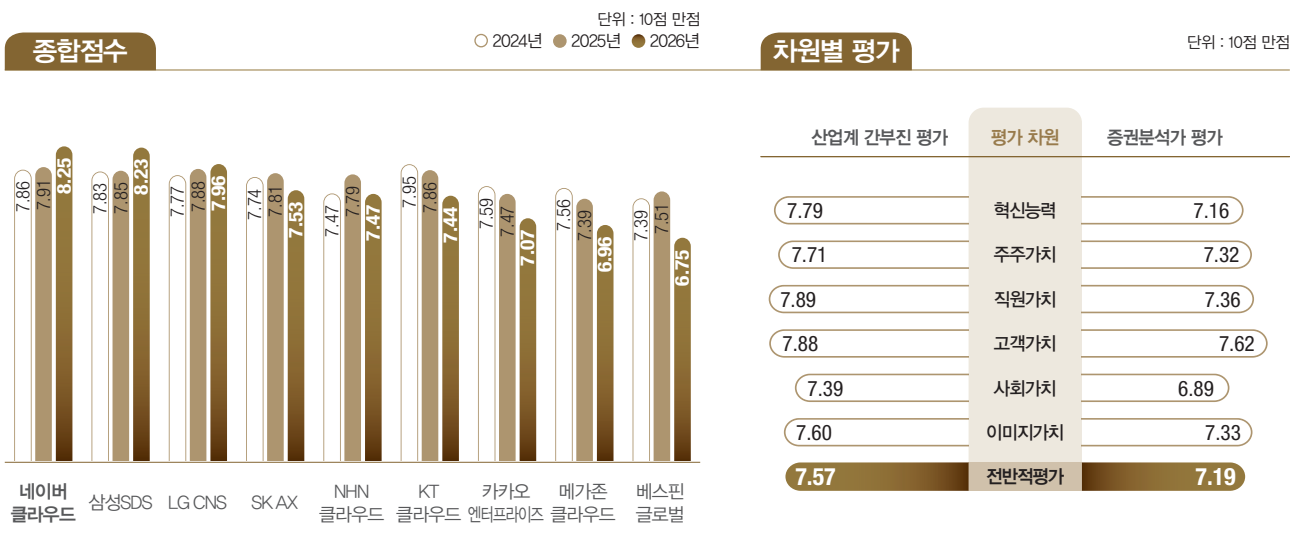
한화호텔&리조트

서비스 부문 | 콘도미니엄
3년 연속 1위



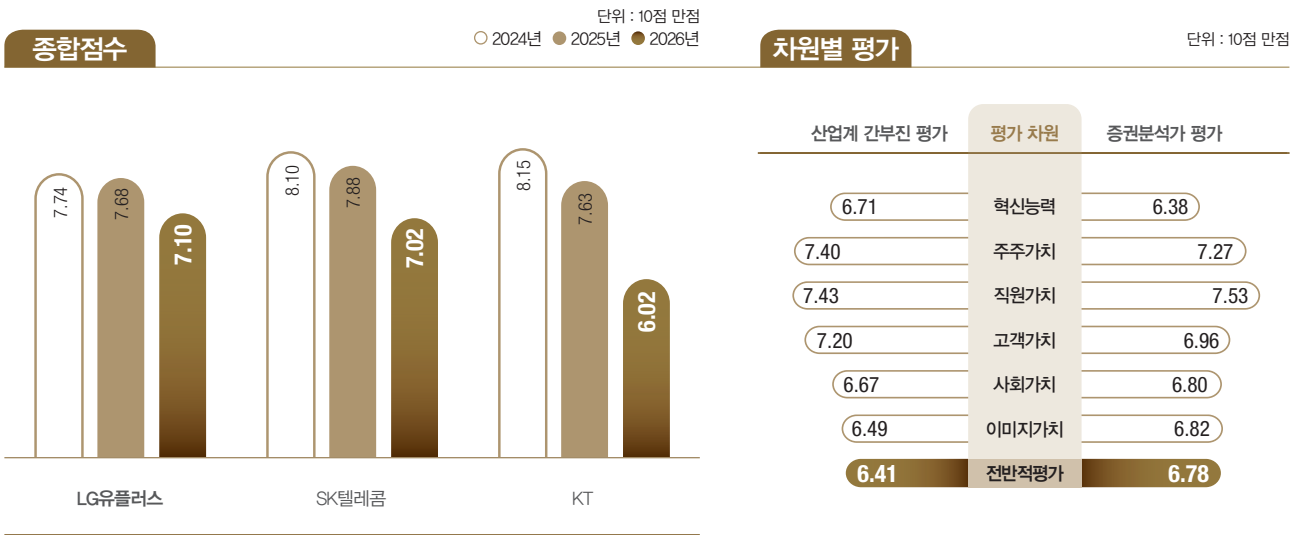
네이버클라우드

서비스 부문 | 클라우드
2년 연속 1위



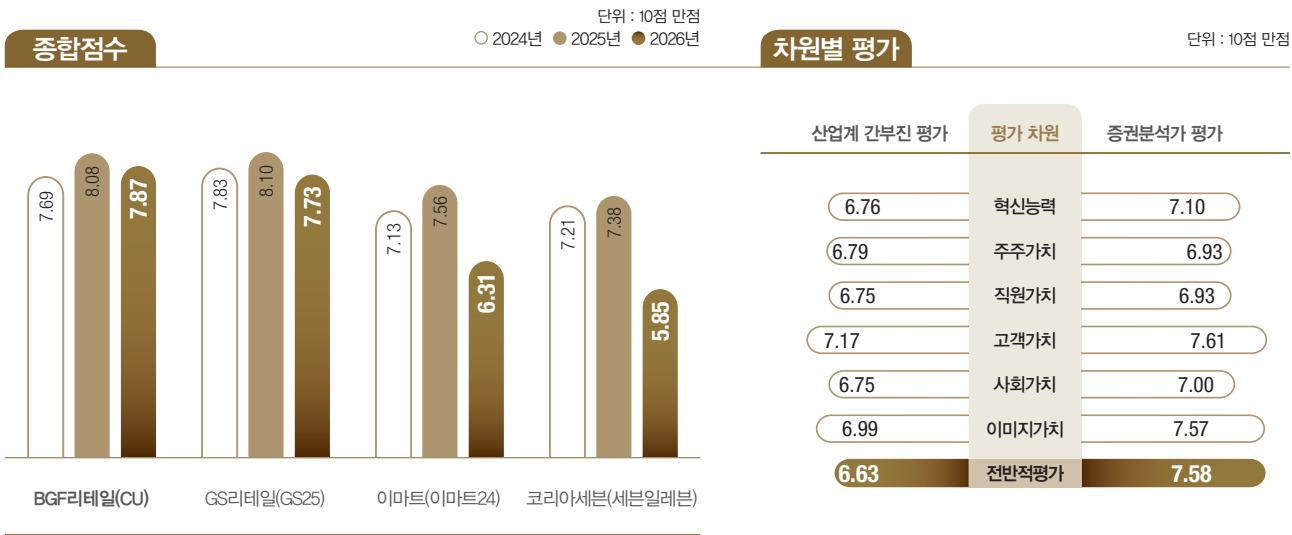
LG유플러스

서비스 부문 | 통신서비스
신규 1위 등극



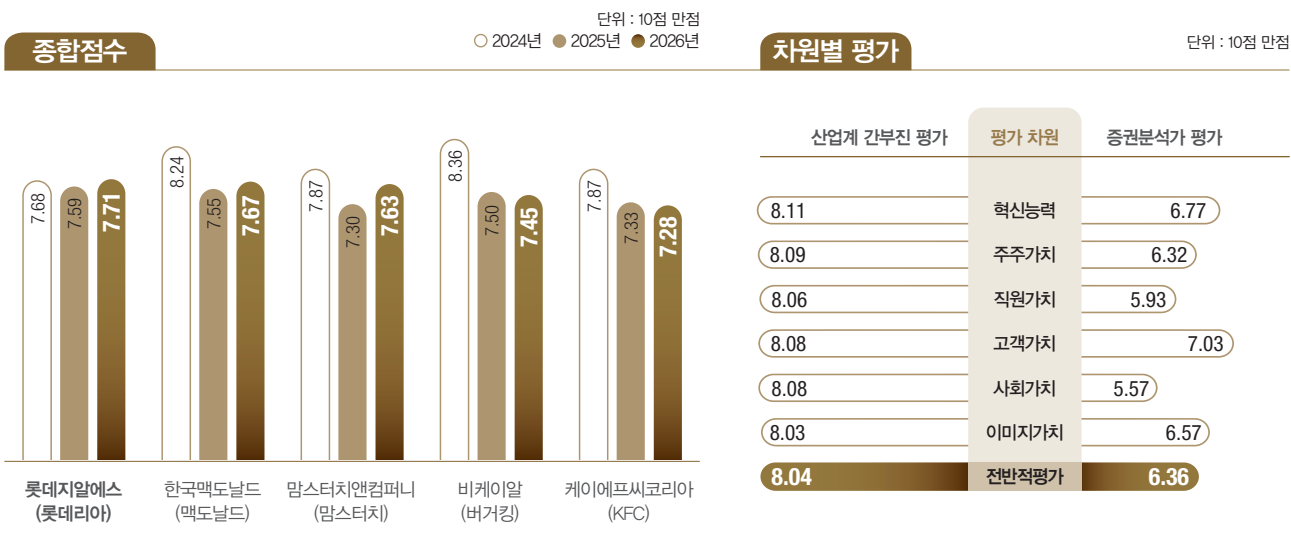
BGF리테일(CU)

서비스 부문 | 편의점
신규 1위 등극



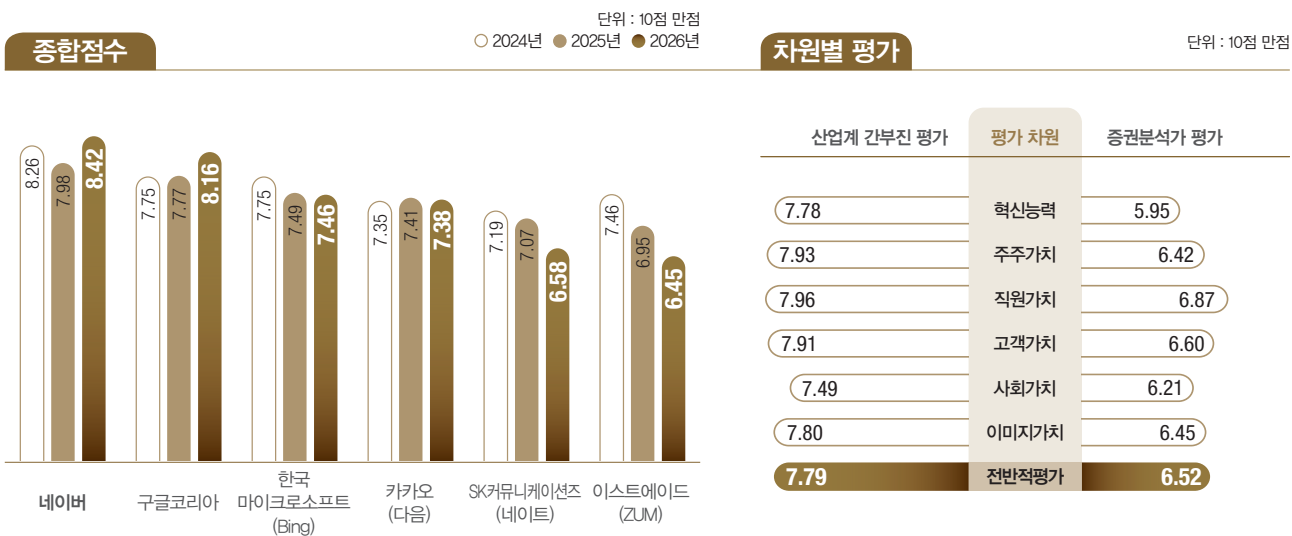
롯데지알에스(롯데리아)

서비스 부문 | 패스트푸드
2년 연속 1위



네이버

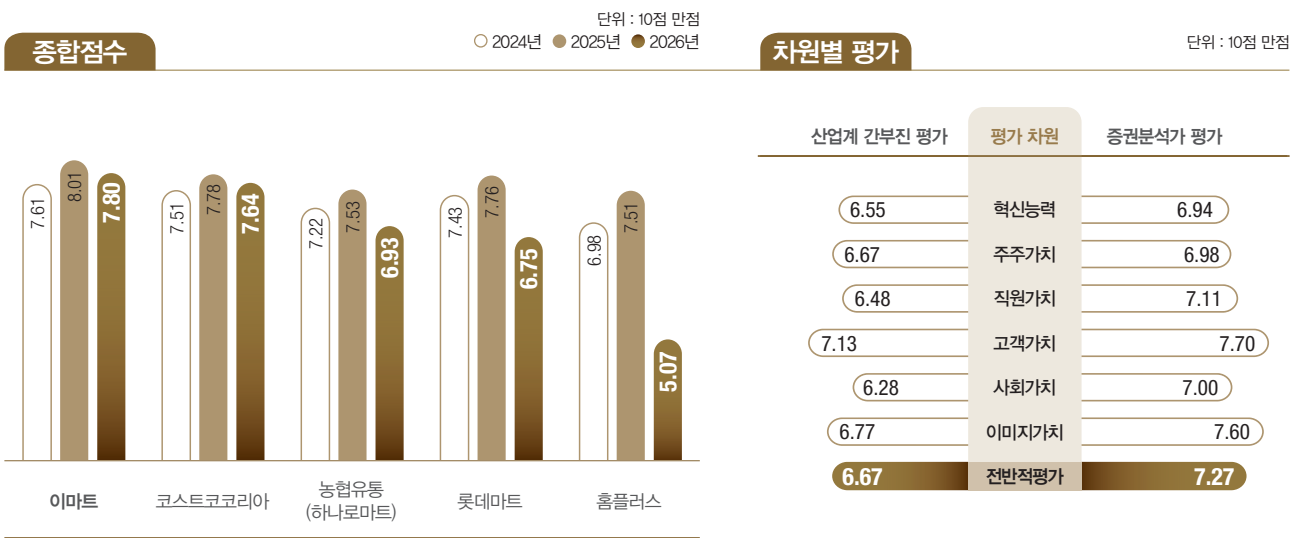
서비스 부문 | 포털서비스
4년 연속 1위



이마트

서비스 부문 | 할인점

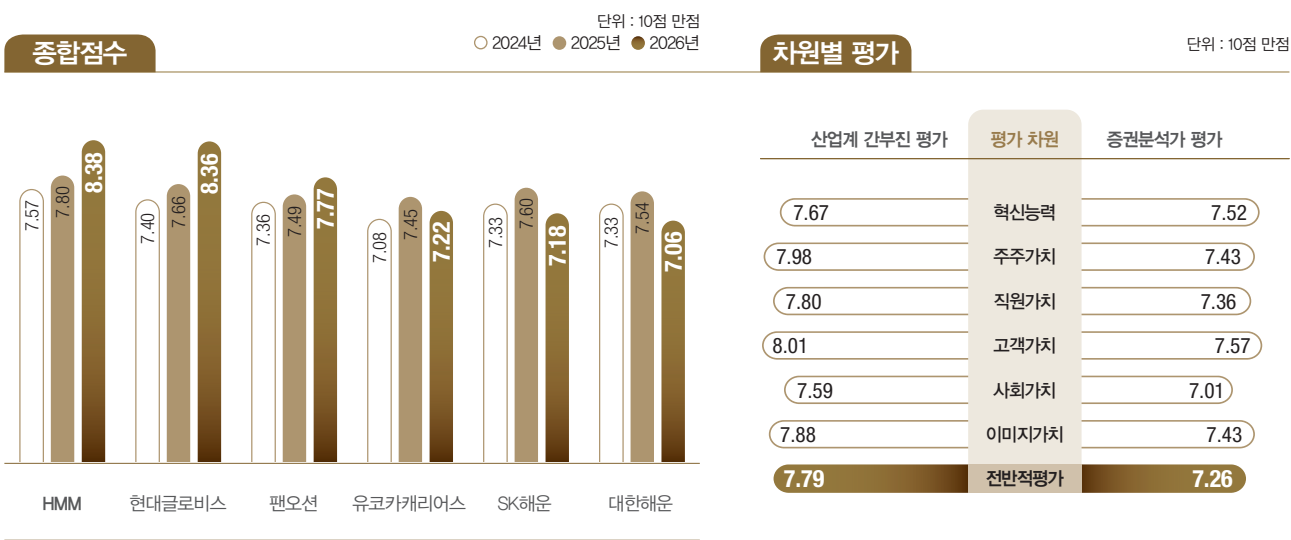
23년 연속 1위



HMM

서비스 부문 | 해운물류서비스

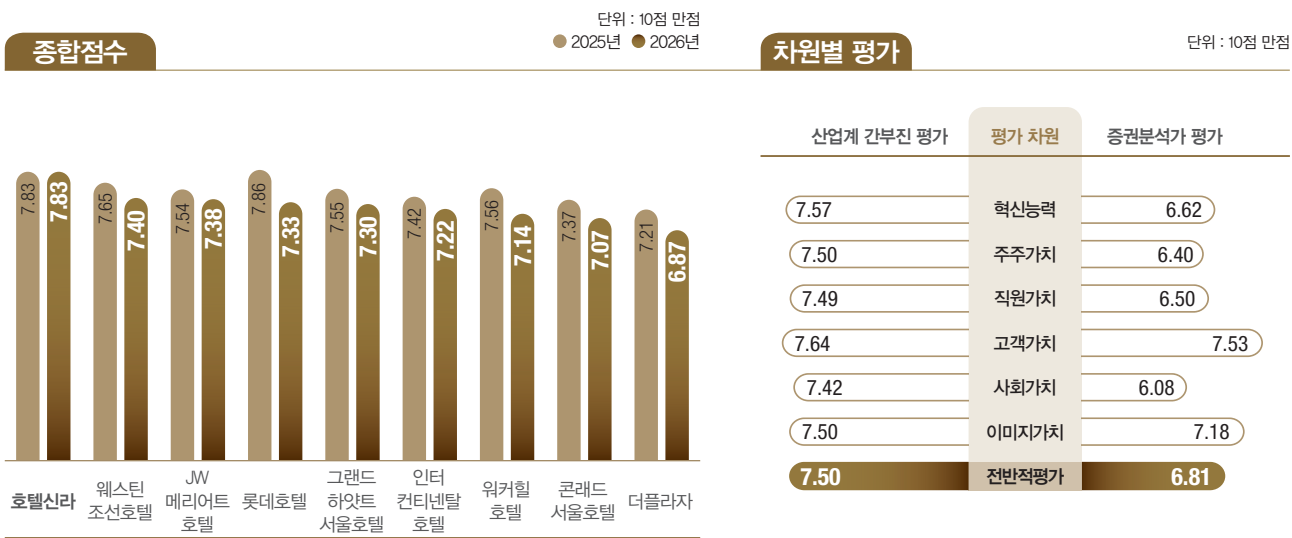
6년 연속 1위



호텔신라

서비스 부문 | 호텔

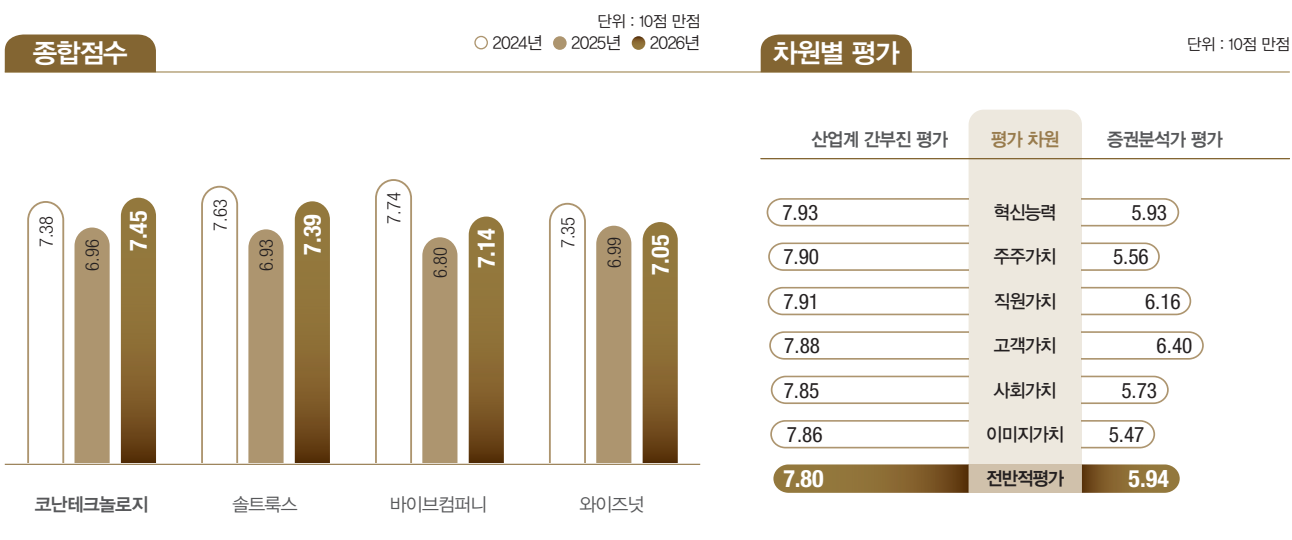
신규 1위 등극



코난테크놀로지

서비스 부문 | AI·빅데이터

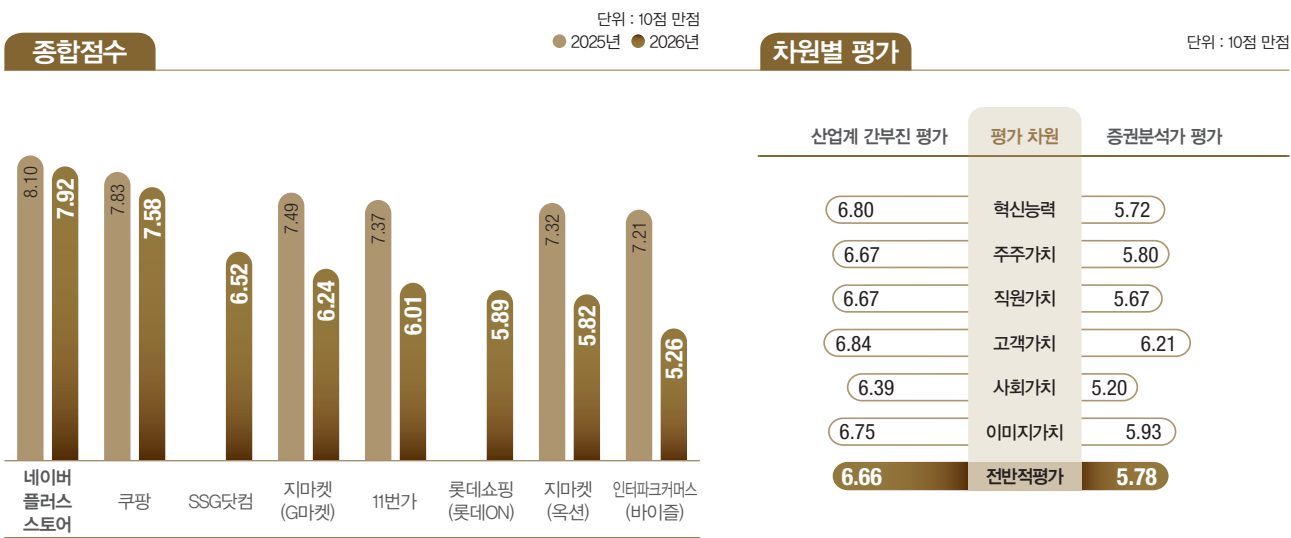
신규 1위 등극



네이버플러스스토어

서비스 부문 | e-커머스

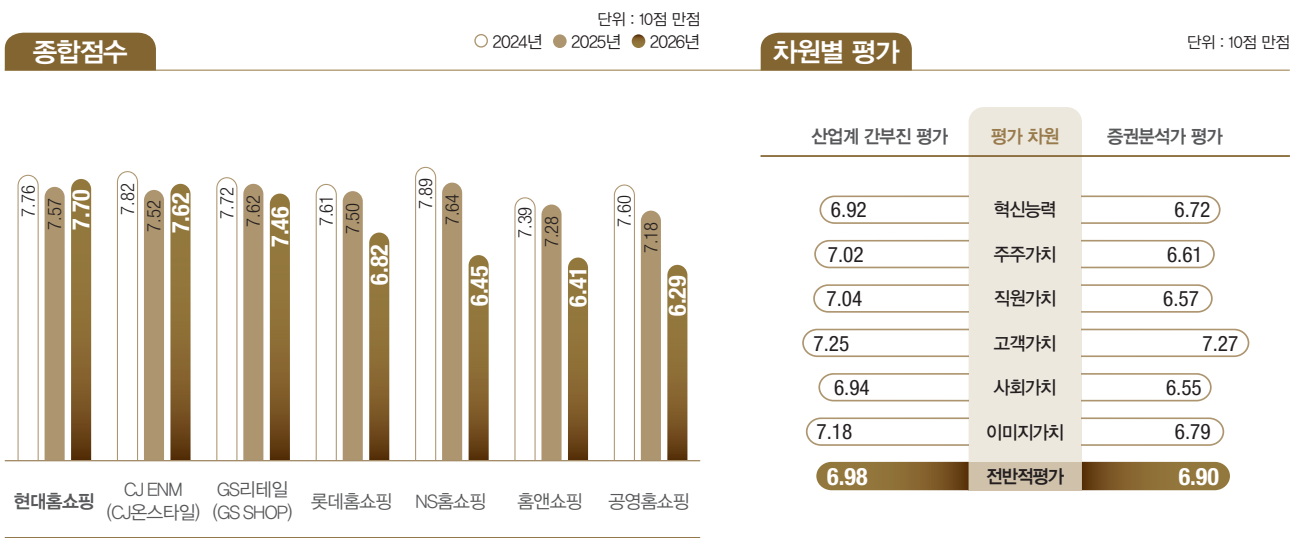
2년 연속 1위



현대홈쇼핑

서비스 부문 | TV홈쇼핑

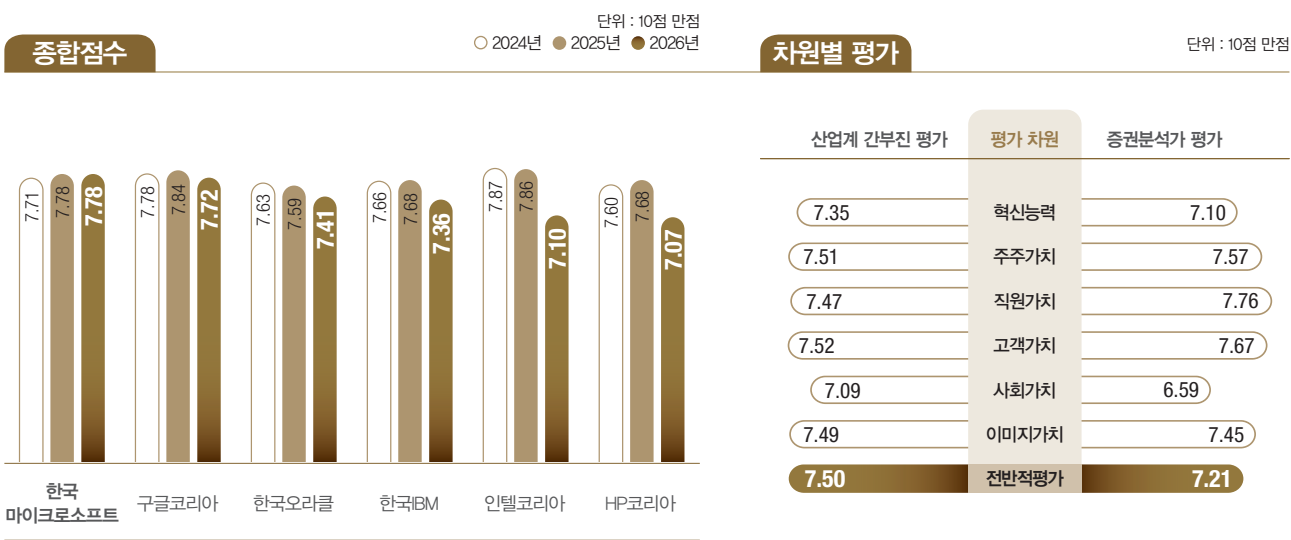
신규 1위 등극



한국마이크로소프트

서비스 부문 | IT솔루션

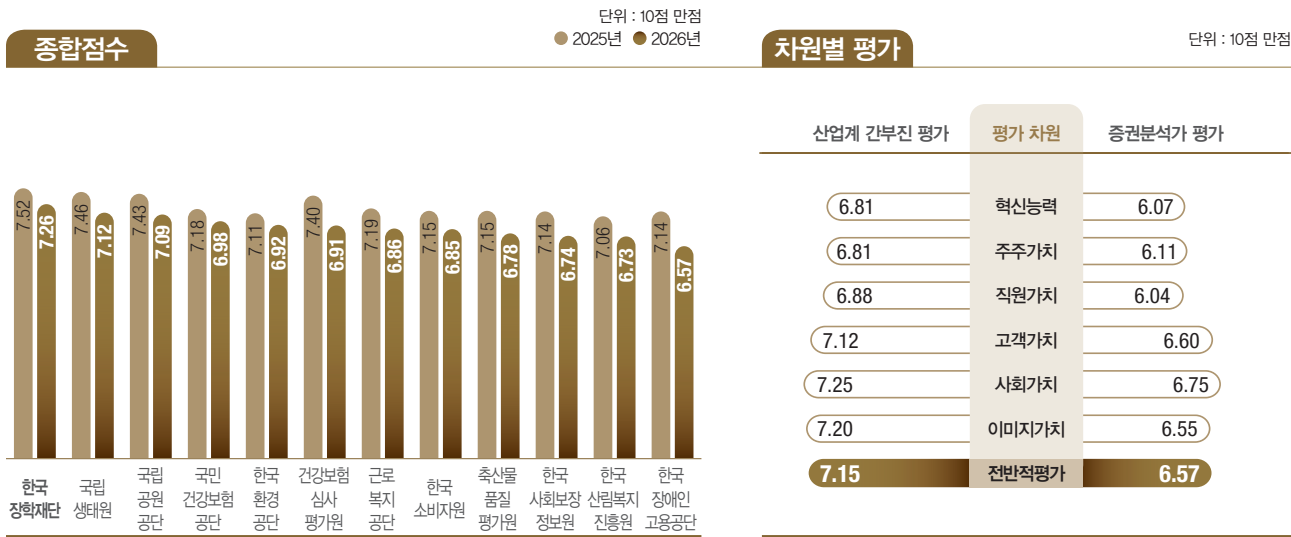
신규 1위 등극



한국장학재단

공공 및 스페셜 부문 | 국민복지증진

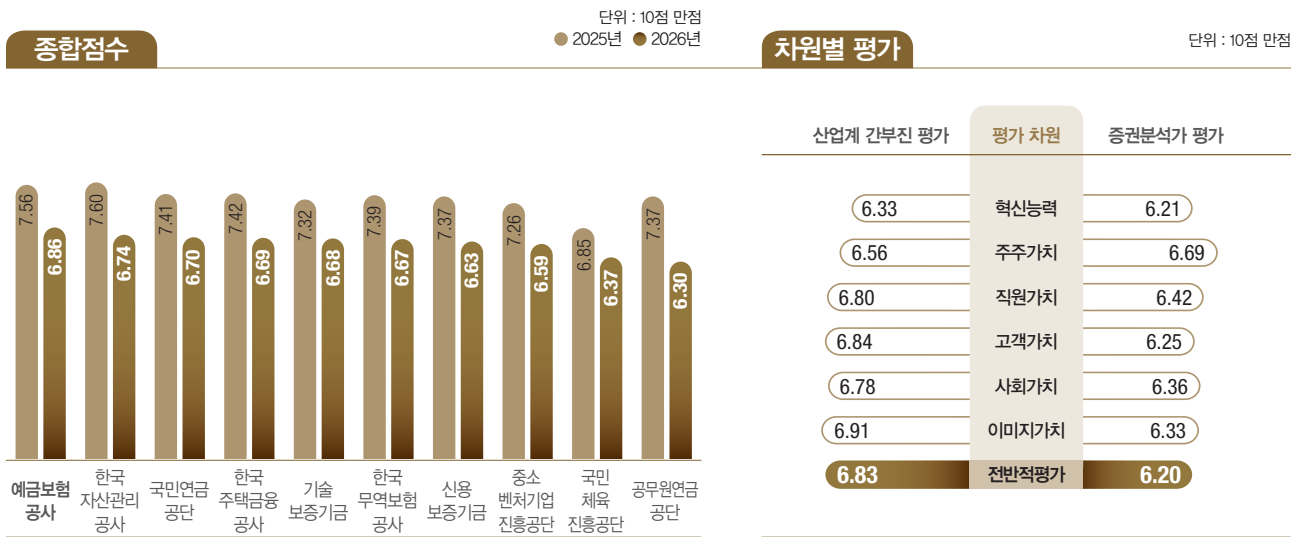
2년 연속 1위



예금보험공사

공공 및 스페셜 부문 | 기금관리형

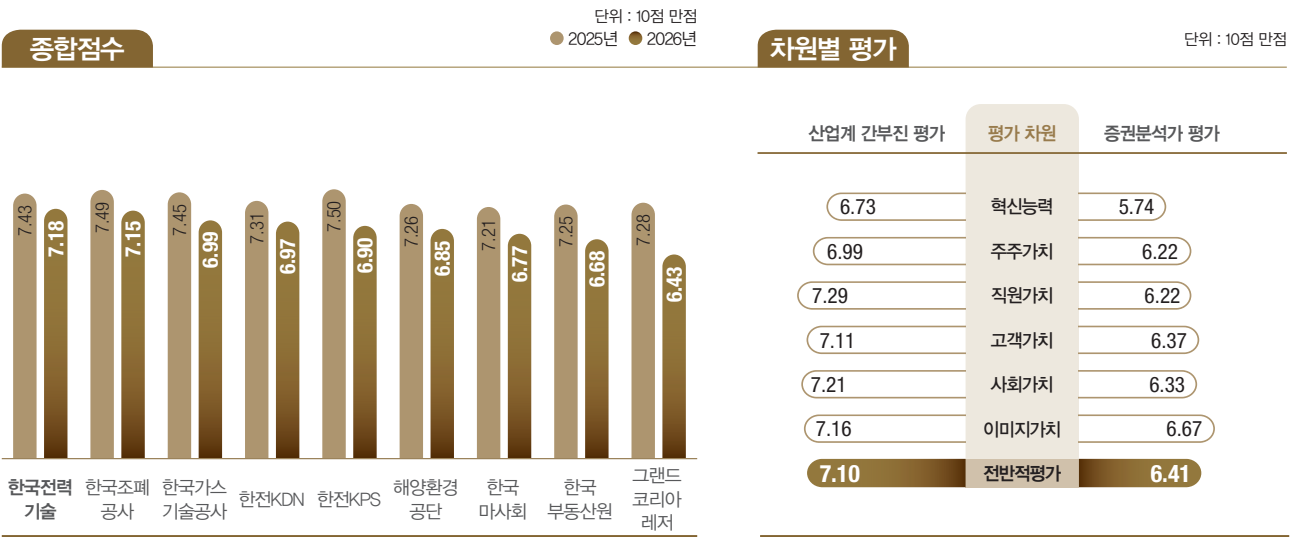
신규 1위 등극



한국전력기술

공공 및 스페셜 부문 | 산업진흥·서비스

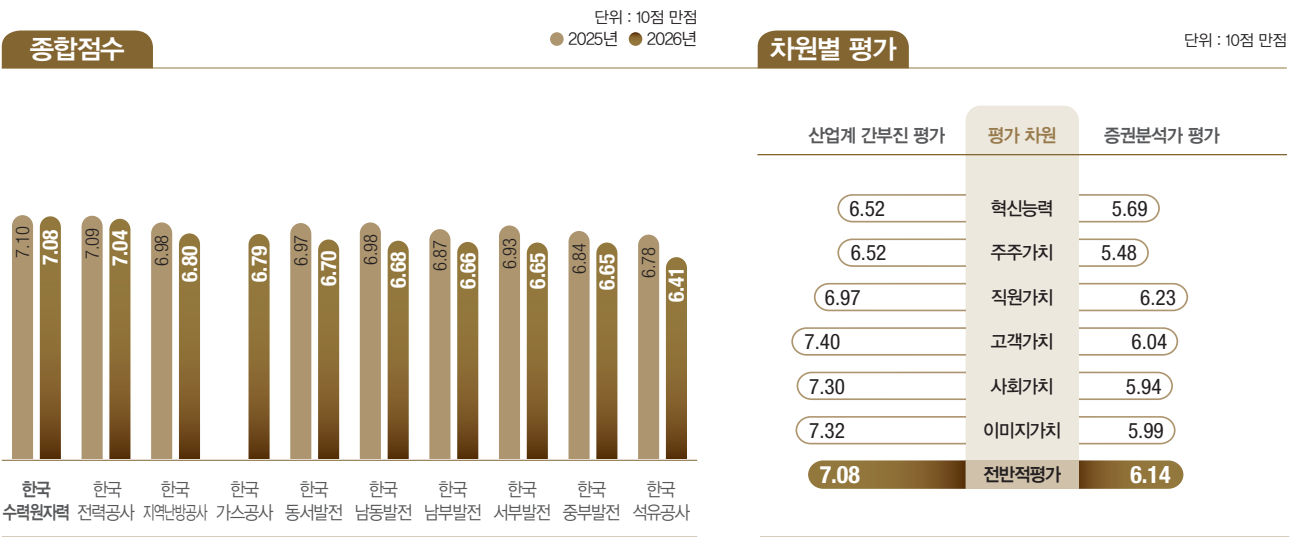
신규 1위 등극



한국수력원자력

공공 및 스페셜 부문 | 에너지

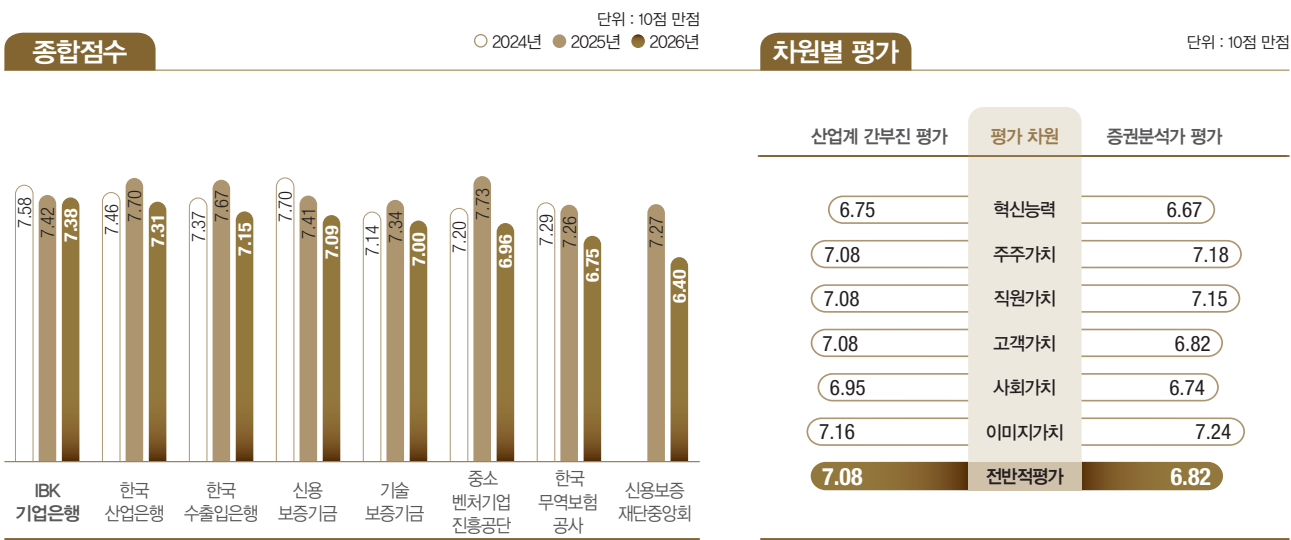
2년 연속 1위



IBK기업은행

공공 및 스페셜 부문 | 중소기업지원(금융)

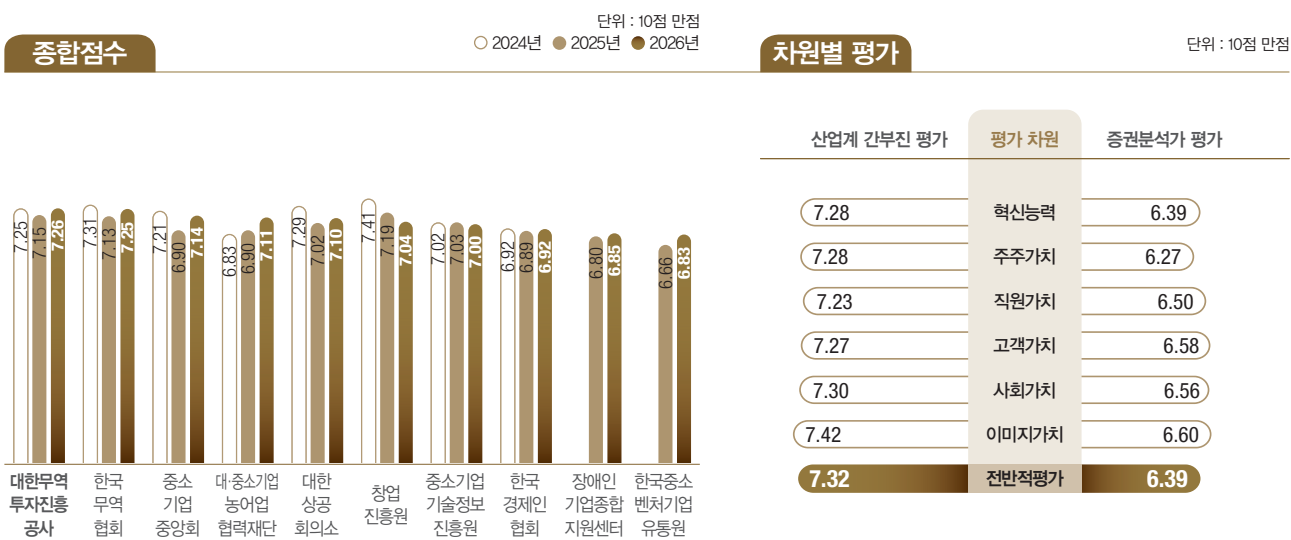
신규 1위 등극



대한무역투자진흥공사

공공 및 스페셜 부문 | 중소기업지원(비금융)

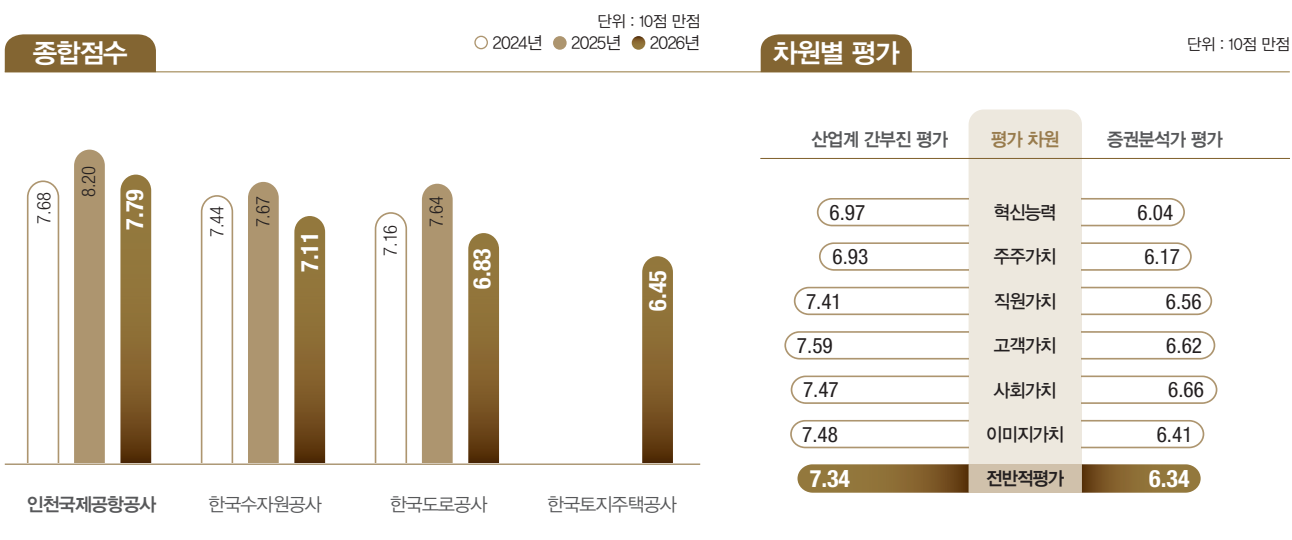
신규 1위 등극



인천국제공항공사

공공 및 스페셜 부문 | SOC

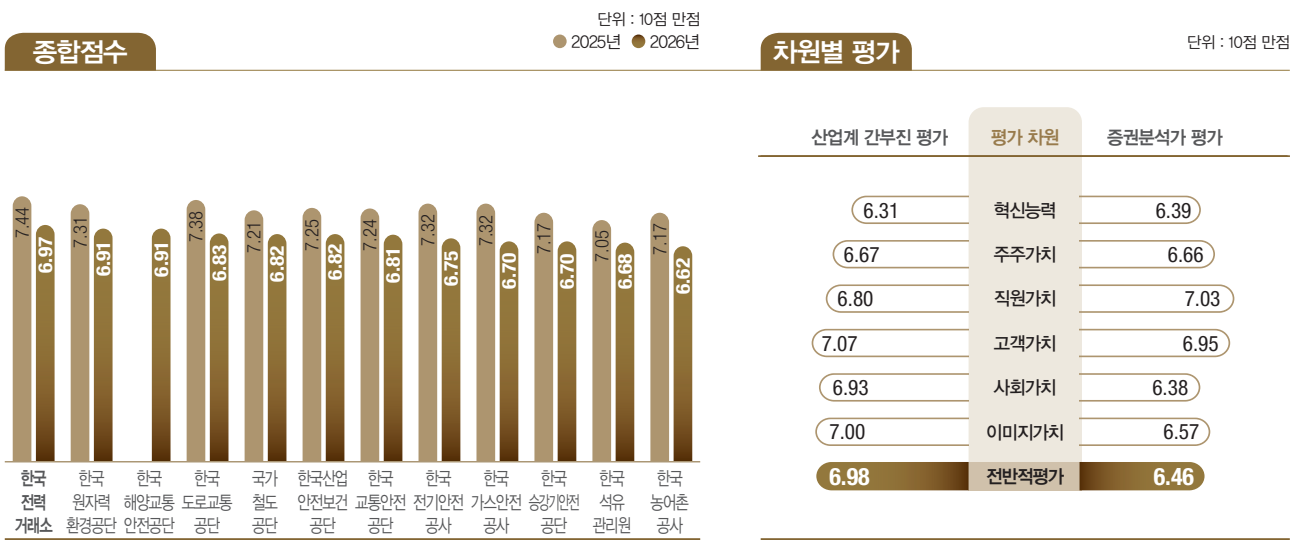
19년 연속 1위



한국전력거래소

공공 및 스페셜 부문 | SOC·안전

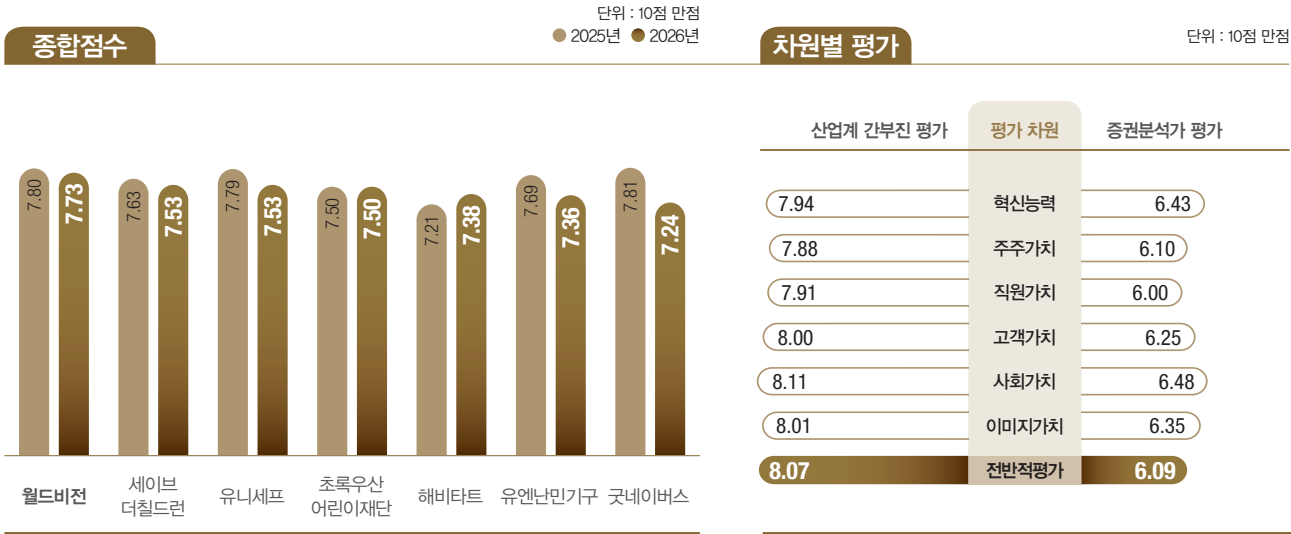
2년 연속 1위



월드비전

공공 및 스페셜 부문 | NGO

신규 1위 등극



2026 KOREA'S MOST ADMIRED COMPANIES

BEST PRACTICE

- 088 All Star 및 뉴에너지 1위 | GS칼텍스
- 088 All Star 및 생명보험 1위 | 교보생명보험
- 088 All Star 및 생활용품 1위 | 유한킴벌리
- 089 All Star 및 유가공 1위 | 매일유업
- 089 All Star 및 제약 1위 | 유한양행
- 089 All Star 및 종합병원 1위 | 서울아산병원
- 090 All Star 및 포털서비스 1위 | 네이버
- 090 All Star 및 SOC 1위 | 인천국제공항공사
- 090 All Star | 풀무원
- 091 교육서비스 1위 | 대교
- 091 기업신용평가(CB) 1위 | NICE평가정보
- 091 도시가스 1위 | 삼천리
- 092 면방직 1위 | 일신방직
- 092 사무기기 1위 | 캐논코리아
- 092 생활가전 1위 | 삼성전자
- 093 서비스센터 1위 | 삼성전자서비스
- 093 수산 1위 | 동원산업
- 093 시멘트 1위 | 한일시멘트
- 094 알뜰폰 1위 | SK세븐모바일
- 094 에너지 1위 | 한국수력원자력
- 094 외국계보험 1위 | 메트라이프생명보험
- 095 웰니스가전 1위 | 코웨이
- 095 전문대학 1위 | 영진전문대학교
- 095 정유 1위 | S-OIL
- 096 제지 1위 | 한솔제지
- 096 타이어 1위 | 한국타이어앤테크놀로지
- 096 e-커머스 1위 | 네이버 플러스스토어
- 097 NGO 1위 | 월드비전

All Star 및 뉴에너지 1위 | GS칼텍스

디지털 고도화와 저탄소 전환으로 에너지의 현재와 미래 연결



GS칼텍스는 정유 및 석유화학의 본업 경쟁력을 전환의 자산으로 재정 의하고 실행 단위를 운영 체계로 내재화해 왔다. 여수 사업장을 중심으로 설비 운영을 디지털화해 안전, 효율, 탄소를 동시에 관리하는 현장 역량을 고도화했고 전사 차원의 디지털 및 SI 전환(DAX)과 생성형 AI 플랫폼 도입으로 의사결정과 업무 생산성을 구조적으로 끌어올렸다. 또한 저탄소 정유로의 전환을 전면에 두고 바이오 연료, 재활용, 수소/CO₂ 등 인접 영역을 비즈니스 카운슬 형태로 묶어 기술 개발-상업화-정책 대응을 한 체계에서 굴리는 점이 특징적이다. 이는 단발성 신사업이 아니라 리스크를 분산하며 옵션 가치를 축적하는 포트폴리오 전략에 가깝다. 이처럼 GS칼텍스는 공급 과잉 및 에너지 전환이라는 이중 압력 속에서도 운영의 견고함과 미래 성장의 설득력을 함께 제시하며 산업 내 기준점을 높여 가고 있다.

All Star 및 생명보험 1위 | 교보생명보험

재무 안정성과 디지털 프로세스 혁신 통해 외형 성장보다 신뢰 지향



교보생명보험은 보험업의 전통적 안정성을 기반으로 하되, 이를 장기 관점의 전략 실행력으로 확장해 왔다. 단기 실적 변동에 흔들리기보다 보장성 중심 포트폴리오와 자산 및 부채 관리의 정교화를 통해 재무 구조의 일관성을 유지해 왔으며, 이는 시장 환경 변화 속에서도 예측 가능한 의사결정을 가능하게 하는 기반으로 작동하고 있다. 동시에 디지털 전환을 단순한 채널 효율화에 그치지 않고 고객 접점과 내부 업무 전반의 프로세스 혁신으로 연결하며 보험 서비스의 신뢰도를 체계적으로 강화해 왔다. 조직 측면에서는 인재 육성과 장기 고용을 중시하는 문화를 전문성과 실행의 기반으로 삼아 상품 개발과 리스크 관리 전반에 반영하고 있다. 외형 성장보다 신뢰 가능한 보험사라는 정체성을 공고히 하는 교보생명의 이러한 행보는 산업 내에서 안정성과 경쟁력을 동시에 인정받는 이유로 귀결된다.

All Star 및 생활용품 1위 | 유한킴벌리

지속가능한 혁신 주도하며 믿을 수 있는 생활용품의 절대 기준 확립



유한킴벌리는 생활필수재 기업이 지속가능성을 어떻게 경쟁력의 중심으로 전환할 수 있는지를 보여주는 대표적 사례다. 오랜 기간 축적해 온 품질 신뢰와 공익 캠페인을 분리된 활동이 아니라 하나의 경영 시스템으로 통합하며 원재료 조달부터 생산, 포장, 유통에 이르는 전 과정을 재설계했다. 최근에는 친환경을 표방하는 수준을 넘어 불필요한 소재를 구조적으로 줄이고 대체 소재를 상용화하며 자원 순환을 제품 전략에 내재화했다. 이는 규제와 소비자 기대 변화에 선제적으로 대응하는 동시에 공급망 리스크와 비용 변동성을 완화하는 전략적 선택이다. 또한 기업 및 지자체와의 협업을 통해 자원 회수와 재투입을 운영화해 단일 기업의 한계를 넘어선 순환 모델을 구축했다. 취약계층 지원과 산림 복원 등 본업과 맞닿은 사회적 실행 역시 일회성이 아닌 장기 프로젝트로 이어가며 조직의 판단력과 실행력을 축적한다. 결국 유한킴벌리는 성장을 논할 때 판매 확대보다 운영 기준의 고도화를 우선하며 신뢰와 경쟁력을 동시에 갖춘 기업으로 위상을 공고히 하고 있다.

All Star 및 유가공 1위 | 매일유업

안전과 품질을 기준으로 생애주기 전반 필요를 혁신으로 전환



매일유업은 식품 기업의 본질을 안전하고 신뢰 가능한 공급에 두고 이를 운영 전반에 일관되게 구현했다. 특히 영유아식과 특수영양식, 성인 대상 기능성 제품으로 이어지는 생애주기별 포트폴리오의 수요 구조의 변화와 인구 고령화라는 환경 속에서도 안정적인 성장을 가능하게 하는 구조적 장치다. 이는 단일 히트 상품에 의존하지 않고 필요 기반의 카테고리 확장에 온 결과다. 품질과 안전을 최우선에 두는 공정 및 원료 관리 기준은 브랜드 신뢰를 마케팅이 아닌 시스템의 결과물로 축적시켜 왔다. 더불어 협력사와의 공정한 거래 관행, 현장 전문성을 존중하는 조직 운영은 공급망 전반의 리스크를 낮추며 중장기 경쟁력을 강화하고 있다. 사회적 요구에 대한 민감한 대응과 장기 관점의 가치 창출을 결합한 매일유업의 경영은 식품 산업에서 안정성과 신뢰를 동시에 증명하는 기준점으로 작동하고 있다.

All Star 및 제약 1위 | 유한양행

기술을 성과와 가치로 전환하는 투명하고 책임 있는 지속가능경영



유한양행은 연구개발을 비용이 아닌 기업 존속을 결정하는 핵심 역량으로 정의하고 이를 장기간 일관되게 실행해 왔다. 내부 연구 역량을 기반으로 한 신약 파이프라인 구축과 글로벌 제약사와의 전략적 기술 협업을 병행하며 기술을 성과와 가치로 전환하는 구조를 정착시켰다. 이는 단기 실적에 흔들리지 않고 혁신 성과를 재투자과 중장기 성장 전략으로 연결하는 자본 배분 원칙을 가능하게 했다. 품질과 윤리를 최우선에 두는 운영 체계와 임직원의 전문성을 존중하는 조직문화, 환자 중심의 의약품 공급 원칙은 시장 신뢰를 안정적으로 확보하는 기반으로 작동한다. 특히 창업 이래 유지해 온 투명한 지배구조와 책임경영은 기업의 지속성을 뒷받침하는 제도적 장치다. 그 결과 유한양행은 제약 산업에서 연구개발이 곧 신뢰로 이어질 수 있음을 실증해 온 기업으로 평가된다.

All Star 및 종합병원 1위 | 서울아산병원

생명 존중 향한 끊임없는 혁신으로 글로벌 의료와 의학 선도



서울아산병원

서울아산병원은 생명 존중이라는 숭고한 정신을 바탕으로 끊임없는 의학적 혁신을 거듭하며, 대한민국 의료의 위상을 세계적 수준으로 격상시켰다. 특히 암, 장기 이식 등 고난도 중증 치료 분야의 압도적인 임상 역량은 환자들에게 깊은 신뢰와 희망을 전하고 있다. 나아가 모든 임상 분야에서 운영하는 체계적인 연수 프로그램을 통해 전 세계 의료진에게 선진 의술과 노하우를 공유하며, 진료를 넘어 교육과 연구에서도 글로벌 표준을 제시하고 있다. 현실에 안주하지 않고 미래 의학 연구와 스마트 진료 시스템 구축에 앞장서는 선도적인 행보는 의료 산업 전반에 혁신의 바람을 일으키고 있다. 최고의 실력과 환자를 최우선으로 생각하는 진정성이 어우러져 서울아산병원은 대한민국 대표 의료 리더로서 존경의 가치를 증명하고 있다.

All Star 및 포털서비스 1위 | 네이버

수준 높은 AI 역량 기반으로 비즈니스와 일상의 실질적 혁신 촉발

NAVER

네이버는 검색, 커머스, 금융, 콘텐츠가 유기적으로 결합된 독자적인 생태계를 통해 사용자에게 정보 탐색부터 실행까지의 완결된 경험을 제공하는 대한민국 대표 플랫폼 기업이다. 최근에는 AI를 서비스 전면에 배치하는 '에이전트' 전략을 통해 초개인화된 새로운 사용 경험을 제시하며 혁신을 거듭하고 있다. 네이버의 이러한 혁신은 자체 데이터센터부터 AI 모델 설계 및 운영까지 아우르는 '풀스택(Full-stack)' 기술 역량에 기반한다. 이는 광고와 쇼핑의 비즈니스 효율을 극대화하는 것은 물론, '클로바 케어콜' 등 사회적 가치를 창출하는 서비스에도 적용돼 기술이 우리의 삶과 비즈니스를 어떻게 긍정적으로 변화시킬 수 있는지를 명확히 보여주고 있다.

All Star 및 SOC 1위 | 인천국제공항공사

차별화된 고객경험과 초격차 운영 노하우로 글로벌 메가 허브 도약


Incheon Airport

인천국제공항공사의 경쟁력은 확장-디지털-서비스가 단절 없이 하나의 운영 체계로 정합돼 있다. 4단계 확장을 통해 메가 허브로서의 물리적 수용 능력을 선제 확보하는 데 그치지 않고, Vision 2040 하에서 디지털 전환, 넷제로, AI 혁신 허브를 주요 축으로 설정해 공항 운영 전반을 데이터 중심으로 재설계했다. 이는 시설 증설 이후에 효율을 고민하는 전통적 인프라 논리에서 벗어나 확장 단계부터 운영 알고리즘과 서비스 품질을 동시에 설계한 접근이다. 그 결과 혼잡과 안전, 정시, 품질 등을 병렬적으로 관리하는 프로세스 성숙도가 높아졌다. 또한 ACI 평가에서 고객경험 및 접근성 부문의 지속적인 성과는 내재화된 역량을 외부가 검증한 결과로 해석된다. 뿐만 아니라 공항 경제권 조성과 해외 사업을 병행하며 수익 다각화와 공공성의 균형을 구조화한 점은 공기업이 전략적 선택을 통해 신뢰와 경쟁력을 동시에 축적할 수 있음을 보여준다.

All Star | 풀무원

투명한 품질, 친환경 혁신 넘어 지속가능한 미래 만들며 ESG 선도


Pulmuone

풀무원은 단기 실적이 아니라 경영 철학을 실행으로 전환하는 데 집중해 왔다. 원료 선정부터 생산 및 유통 전 과정에 걸친 품질 관리와 정보 공개를 제도화해, 신뢰를 캠페인이 아닌 시스템으로 환원했다. 이는 소비자의 선택 기준이 브랜드 이미지에서 검증 가능한 근거로 이동했음을 정확히 반영한 전략이다. 동시에 식물성 식품과 친환경 패키징 등 중장기 성장 영역에 선제적으로 투자하며, 건강과 환경 트렌드를 실제 제품 경쟁력으로 연결했다. 사회적 책임과 수익성을 대립 항이 아닌 동반 축으로 관리해 온 이러한 운영 방식은 이해관계자 전반의 신뢰를 견인하며 풀무원을 식품 산업에서 실행력으로 존경받는 기업으로 자리매김하게 했다.

교육서비스 1위 | 대교

차별화된 고객 맞춤형 교육 모델과 데이터 기반 실행 체계 구축

DAEKYO

대교는 오랜 기간 축적한 교육 노하우를 학습 성과로 환원하는 실행 체계에서 경쟁력을 갖고 있다. 학습지를 넘어 개인의 수준과 속도, 목표를 반영한 맞춤형 학습 모델을 고도화하며 교육의 본질을 진도가 아닌 성장으로 재정의했다. 최근에는 디지털 학습 콘텐츠와 오프라인 지도 역량을 결합해 학습 데이터를 수업 설계에 반영하고 효과 검증을 통해 프로그램을 지속 개선하는 구조를 정착시켰다. 이는 학습 효과를 체감 가능한 결과로 연결하는 장치다. 더불어 교사 및 튜터의 전문성을 체계적으로 육성하는 인사 교육 시스템은 서비스 품질의 변동성을 낮추는 핵심 기반으로 작동한다. 평생교육과 교육 격차 해소라는 사회적 과제를 본업 안에 통합한 운영 방식은 대교가 단기 트렌드에 흔들리지 않는 책임 있는 교육 기업으로 신뢰와 존중을 받아 온 이유를 설명한다.

기업신용평가(CB) 1위 | NICE평가정보

인프라 역량과 디지털 기술 바탕으로 대한민국 금융의 투명·안정성 지탱

NICE

NICE평가정보는 국내 신용정보 산업의 성장을 견인해 온 핵심 인프라 기업으로서 데이터를 판단으로 전환하는 역량을 핵심 경쟁력으로 구축해 왔다. 개인과 기업 신용정보를 축으로 금융과 비금융, 공공 영역의 데이터를 폭넓게 결합하고 평가와 컨설팅, 마이데이터, 기술신용평가로 확장하며 사업 포트폴리오의 깊이를 더했다. 최근에는 개인과 기업 부문의 통합을 통해 데이터 융합과 전문성 고도화를 동시에 추진하며 AI 및 클라우드 기반의 디지털 전환을 서비스 구조 전반에 반영하고 있다. 이는 단순 정보 제공을 넘어 금융기관과 기업의 의사결정 체계를 정교화하는 역할로 이어진다. 또한 자회사와의 협업을 통한 마케팅 서비스 확장과 해외 신용정보 인프라 수출을 병행하며 내수 기반의 안정성과 글로벌 확장 가능성을 함께 확보했다. 이러한 전략은 신뢰성과 전문성, 혁신성을 축으로 한 장기 경쟁력 구축의 결과로, NICE 평가정보를 금융 시스템 전반의 보이지 않는 기준으로 자리매김시키고 있다.

도시가스 1위 | 삼천리

안전과 고객만족이라는 절대 가치로 책임 있는 백년기업 향해 도약



삼천리는 도시가스라는 생활 인프라의 본질을 안정성과 안전으로 규정하고, 이를 운영 전반에 일관되게 구현해 왔다. 특히 공급망 전 단계에 걸친 안전 관리와 설비 투자, 비상 대응 체계의 고도화로 사고를 최소화하는 예방 중심의 운영 역량을 구축했으며, 이는 성과가 드러나지 않는 영역에서 신뢰를 축적하는 방식이다. 고객 접점에서는 요금 및 점검, 민원 처리의 표준을 세밀하게 개선하며 서비스 품질을 체계화했다. 또한 최근 에너지 전환 기조에 맞춰 효율 개선과 친환경 에너지 확대를 병행하고 지역사회와의 상생 프로그램을 통해 공공적 역할도 구체화하고 있다. 임직원의 안전과 전문성을 중시하는 조직문화 역시 현장 리스크를 낮추는 핵심 기반이다. 이처럼 삼천리는 일상의 안정과 미래 전환을 동시에 관리하는 책임 있는 에너지 기업으로서 업계의 신뢰 기준을 제시하고 있다.

면방직 1위 | 일신방직

집요한 실행력과 안정성 바탕으로 업계 선도하며 ESG 가치 실현



일신방직은 전통 산업에 안주하지 않으면서도 제조의 기본을 흔들림 없이 지켜 왔다. 면방직이라는 성숙 산업 환경에서 원사 품질의 균일성과 공정 안정성을 핵심 가치로 삼아 생산 효율화와 품질 관리 고도화를 지속해 왔다. 이는 설비 투자와 현장 관리의 정밀화를 통해 불량률과 변동성을 최소화하는 방식으로 구현된다. 최근에는 안정적인 원사 공급과 장기 거래처와의 신뢰 관계를 우선하며 단기 수익보다 지속가능한 거래 구조를 선택하는 경영 원칙을 분명히 하고 있다. 숙련된 임직원의 현장 경험을 존중하는 조직문화는 제품 완성도의 편차를 낮추는 핵심 자산으로 작동한다. 더불어 지역사회와의 조용한 상생 활동은 기업 책임을 본업의 연장선에서 실천하는 태도를 보여준다. 유행보다 본질적 경쟁력을 추구해 온 일신방직은 묵묵하지만 강한제조 기업의 기준을 산업 전반에 제시하고 있다.

사무기기 1위 | 캐논코리아

업무 효율과 생산성 향상 지원하는 신뢰와 혁신의 파트너



캐논코리아 주식회사

캐논코리아는 사무기기 기업의 역할을 제품 공급이 아닌 업무 환경 설계로 재정의했다. 복합기와 프린터를 중심으로 한 안정적인 하드웨어 경쟁력에 IT 솔루션, 문서 관리, 보안 역량을 결합해 기업 고객의 업무 흐름 전반을 개선해 왔다. 이는 장비 판매를 넘어 운영 효율과 생산성 향상을 지원하는 파트너 모델로의 전환을 의미한다. 최근에는 디지털 전환과 업무 자동화 수요에 대응해 클라우드 연계, 정보 보안 강화, 에너지 효율과 친환경 설계를 반영한 제품 전략을 정교화하며 중장기 성장 기반을 확장하고 있다. 품질을 최우선에 두는 운영 철학과 협력사 및 고객과의 장기적 관계를 중시하는 경영 기조는 브랜드 신뢰를 제도적으로 축적하는 요소다. 안정성과 혁신을 분리하지 않고 병행해 온 캐논코리아의 행보는 사무기기 산업에서 신뢰 가능한 기준으로 작동하고 있다.

생활가전 1위 | 삼성전자

압도적 실적과 탄탄한 펀더멘털로 양적 성과와 질적 가치 모두 증명



삼성전자는 글로벌 경기 변동 속에서도 견고한 매출 성장과 탄탄한 수익 구조를 유지하며, 대형 기업으로서 기초 체력을 분명히 입증해 왔다. 이러한 재무 성과는 단순한 숫자의 집합이 아니라 위기 국면에서도 투자와 혁신의 리듬을 유지하는 관리 역량이 구조적으로 작동하고 있음을 보여준다. 특히 생활가전 부문에서는 사용 경험을 중심에 둔 기술 고도화와 전사 운영 최적화를 결합해 품질 및 신뢰, 브랜드 선택으로 이어지는 강한 시장 반응을 만들었다. 외부 시장의 평가와 내부 구성원의 자부심이 같은 방향으로 정렬되면서 기술 경쟁력과 실행력이 조직문화와 맞물린 선순환이 형성된 점도 주목할 만하다. 이는 인재 확보와 파트너십, 장기 프로젝트 수행에서 눈에 보이지 않는 경쟁우위로 작동한다. 압도적인 실적과 단단한 신뢰를 함께 쌓아온 삼성전자는 대한민국 산업의 위상까지 드높이고 있다.

서비스센터 1위 | 삼성전자서비스

탁월한 기술력과 고객 중심 서비스로 신뢰 구축하며 업계 표준 격상



삼성전자서비스는 서비스 품질을 비용 통제가 아닌 고객경험을 결정하는 핵심 자산으로 정의하고 이를 운영 전반에 일관되게 반영했다. 전국 단위로 구축한 촘촘한 서비스 인프라와 표준화된 프로세스를 통해 신속성과 일관성을 동시에 확보했으며, 데이터 기반 품질 관리와 체계적인 기술 교육으로 현장 대응력을 지속적으로 끌어올렸다. 최근에는 원격 진단과 방문 서비스 효율화, 고령층 및 취약계층을 고려한 맞춤형 지원을 통해 접근성과 공공성을 함께 확장하고 있다. 협력 기사와 임직원의 안전, 전문성에 대한 투자를 제도적으로 강화한 점 역시 서비스 품질을 뒷받침하는 요소다. 운영의 안정성과 혁신을 분리하지 않고 병행해 온 삼성전자서비스의 경영 방식은 서비스 산업 전반에서 신뢰를 어떻게 구축하는지 보여주는 기준점으로 작동하고 있다.

수산 1위 | 동원산업

스마트 기술 접목한 지속가능 어업 통해 글로벌 수산업의 기준 고도화



동원산업은 압도적인 선단 경쟁력과 노하우로 세계 대양을 누비며, 대한민국 수산업의 위상을 글로벌 최고 수준으로 견인해 왔다. 무엇보다 돋보이는 것은 지속가능한 바다를 위한 선도적인 책임경영이다. 국내 기업 최초로 해양 생태계 보존을 위한 글로벌 표준 인증을 주도하고 글로벌 수산 기업 회의체인 SeaBOS 협의 등을 통해 투명하며 윤리적인 조업 문화를 정착시키는 데 앞장서 왔다. 또한 전통적인 수산업에 스마트 기술을 접목해 미래 식량 안보를 책임지는 혁신 기업으로 진화하고 있다. 단순히 수산물을 공급하는 차원을 넘어 인류와 바다의 공존이라는 가치를 실현해 온 동원산업의 목표는 글로벌 수산 분야의 대체 불가능한 리더로서 깊은 신뢰를 주고 있다.

시멘트 1위 | 한일시멘트

재무 안정성과 기술 혁신에 기반한 수익성과 지속가능성의 균형 유지



한일시멘트는 건설 소재 산업의 역할을 안정적 공급과 품질 신뢰로 명확히 규정하고 이를 운영 전반에 일관되게 구현해 왔다. 경기 변동성이 큰 시멘트 산업 환경에서도 원가 구조의 정밀한 관리와 설비 효율화, 안전 중심의 현장 운영을 통해 수익성과 지속가능성의 균형을 유지 중이며, 이는 단기 시황에 흔들리지 않는 운영 규율의 결과다. 최근에는 탄소 저감 공정 개선과 혼합 시멘트 확대, 자원 순환 체계 고도화 등 중장기 환경 전략을 체계적으로 추진하며 산업 전환에 선제적으로 대응하고 있다. 현장 인력의 숙련도와 안전을 중시하는 인사 및 노무 정책, 협력사와의 책임 있는 거래 관행 역시 운영 리스크를 구조적으로 낮추는 기반으로 작동하고 있다. 기본에 충실한 관리 역량과 변화 대응력을 병행해 온 한일시멘트의 행보는 산업 전반에서 안정성과 책임경영의 기준점으로 작동하고 있다.

알뜰폰 1위 | SK세븐모바일

탄탄한 인프라와 운영 효율 통해 합리적 통신 소비의 표준 제시



SK세븐모바일은 통신 산업의 경쟁 논리를 요금 인하나 아닌 구조 효율화로 전환했다. SK텔레콤의 네트워크 자산과 운영 노하우를 기반으로 고객이 실제로 체감하는 사용 패턴에 맞춰 요금과 상품, 채널을 재설계하며 알뜰폰 시장의 기준을 정교하게 끌어올렸다. 이는 단순한 저가 전략이 아니라 원가 구조와 서비스 범위를 동시에 관리하는 운영 모델에 가깝다. 내부적으로는 디지털 기반 고객 응대와 자동화된 운영 체계를 통해 품질 편차를 최소화하며 규모의 확장에도 안정성을 유지하는 구조를 갖췄다. 나아가 합리적 소비와 통신 접근성 확대라는 시장 흐름을 선도적으로 흡수하며 알뜰폰을 대안이 아닌 표준 선택지로 자리매김시킨 점은 산업 내 신뢰와 차별적 위상으로 이어지고 있다.

에너지 1위 | 한국수력원자력

차세대 기술과 상생 협력으로 에너지 안보와 탄소중립 동시 견인



한국수력원자력은 국가 경제의 근간인 에너지 안보를 굳건히 지키며 탄소중립 시대를 이끄는 중추적인 역할을 일관되게 수행해 왔다. 세계 최고 수준의 원전 운영 능력과 독보적인 기술 자립을 통해 K-원전의 글로벌 위상을 높였으며 혁신형 소형 모듈 원자로(SMR) 등 차세대 에너지 기술 선점에도 앞장서고 있다. 또한 안전을 타협할 수 없는 최우선 가치로 삼아 국민의 신뢰를 지켜 왔으며 지역사회와의 진정성 있는 상생 협력을 통해 공공 에너지 기업으로서의 사회적 책무를 흔들림 없이 다해 왔다. 이처럼 기술적 혁신과 사회적 가치를 동시에 실현해 온 책임 있는 경영 행보는 한국수력원자력을 대한민국을 넘어 세계가 주목하는 청정 에너지 리더로 인정받게 하고 있다.

외국계보험 1위 | 메트라이프생명보험

사람 중심 경영을 차별화된 서비스로 연결하는 선순환 경영 체계 완성



메트라이프생명보험은 기업의 도약이 구성원의 행복과 성장에서 시작된다는 사람 중심의 경영 철학을 묵묵히 실천하고 있다. 수평적이고 포용적인 조직문화(DE)를 바탕으로 임직원 개개인이 주도적으로 역량을 발휘할 수 있는 환경을 조성해 왔다. 그 결과 이러한 내부의 긍정적 에너지가 차별화된 고객 서비스로 이어지는 선순환을 완성했다. 또한 150년 넘게 축적한 글로벌 노하우와 탄탄한 재무 건전성을 기반으로 불확실한 경제 상황에서도 고객에게 변치 않는 신뢰와 안정을 제공하고 있다. 내부 구성원에게는 자부심을, 고객에게는 든든한 평생 파트너십을 선사하며 쌓아 온 진정성 있는 행보는 단순한 이익 창출을 넘어선 가치 경영의 모범 사례로 업계 내에서 확고히 자리매김시켰다.

웰니스가전 1위 | 코웨이

혁신 기술 토대로 삶 전반을 정교하게 케어하는 관계형 서비스로 진화



코웨이는 단순한 제품 판매가 아닌 관계형 서비스 기업으로의 진화를 정교하게 실행했다. 정수기와 공기청정기 등의 주력군을 중심으로 렌탈 비즈니스 기반 운영을 고도화했으며 설치 이후의 관리 및 케어, 업그레이드까지 하나의 수명주기로 통합했다. 이는 수요 변동에 대한 방어력을 높이는 동시에 고객 접점 데이터를 축적 및 활용하는 구조를 만들었다. 동시에 IoT, 빅데이터 등 R&D와 디자인을 결합해 사용 환경과 미감을 함께 개선하며 브랜드 일관성을 강화했다. 해외 시장에서는 현지화된 서비스 모델로 확장 속도보다 정착률을 우선하는 전략을 취해 리스크를 관리했다. 이제 코웨이는 안정적 현금 흐름과 반복적 접점을 바탕으로 운영 예측성을 높이며 생활환경 솔루션 전반에서 신뢰 가능한 기준을 제시하는 기업으로 위상을 공고히 하고 있다.

전문대학 1위 | 영진전문대학교

교육 시스템의 근본적 혁신 통해 인류 발전에 기여하는 실무 인재 양성



영진전문대학교는 급변하는 산업 환경 속에서도 현실에 안주하지 않고 교육 시스템의 근본적인 혁신을 일관되게 추진해 왔다. 국내 최초로 창안한 전문식 교육을 끊임없이 고도화하고 대학과 기업 간의 미스매치를 해소하며 실질적인 산학 협력의 새로운 표준을 정립했다. 특히 AI, 반도체 등 신산업 분야에 발맞춘 선제적인 학과 개편과 현장 중심의 인재 양성 전략을 통해 학령인구 감소라는 구조적 위기조차 기회로 반전시키는 독보적인 생존 능력을 증명해 보였다. 교육의 본질인 취업과 성장이라는 가치를 흔들림 없이 지켜 온 독심과 과감한 실행력은 단순한 대학을 넘어 시대를 앞서가는 혁신 리더로서 교육계 전반에 깊은 울림을 전하며 귀감이 되고 있다.

정유 1위 | S-OIL

신뢰 가능한 품질 경쟁력 기반으로 실력과 미래 가치 동시 입증



S-OIL의 압도적인 브랜드 선호도는 단순히 친근한 이미지를 넘어 에너지 전환기라는 격변의 시기에 보여준 과감한 결단과 사업 경쟁력에 그 뿌리를 두고 있다. 특히 석유화학 분야로의 대규모 투자는 미래 성장 동력을 확보하겠다는 강력한 의지의 표명이며, 이는 시장과 고객에게 단순한 정유사를 넘어선 확고한 믿음을 심어 주었다. 또한 글로벌 최고 수준의 운영 효율성과 품질 경쟁력은 기업의 기초 체력이 얼마나 탄탄한지를 방증한다. 이처럼 본업에서의 탁월한 성과와 투명한 ESG경영이 조화를 이루며 S-OIL은 호감을 넘어 실력과 미래 가치를 모두 입증한 대체 불가능한 에너지 리더로 인정받고 있다.

제지 1위 | 한솔제지

다양한 제품과 차별화된 기술력으로 글로벌 친환경 소재 선도



한솔제지는 종이라는 소재의 한계를 넘어 자연과 공존하는 친환경 소재 기업으로의 혁신적인 전환을 일관되게 추구해 왔다. 단순한 제지 생산을 넘어 플라스틱을 대체하는 고기능성 패키징 소재(Protego 등) 개발과 자원 순환 시스템 구축에 앞장서며 기후위기 대응이라는 시대적 과제에 대해 실질적이고 선제적인 해법을 제시하고 있다. 또한 글로벌 환경 규제와 가치 소비 트렌드에 발맞춰 고객사에게 최적의 친환경 솔루션을 제공함으로써 비즈니스 파트너로서의 독보적인 경쟁력을 입증했다. 이처럼 끊임없는 기술 혁신과 환경을 향한 진정성 있는 경영 행보는 한솔제지를 단순한 제조업체를 넘어 존경받는 글로벌 친환경 소재 리더로 확고히 자리매김시키고 있다.

타이어 1위 | 한국타이어앤테크놀로지

혁신 R&D 인프라 바탕으로 최첨단 기술과 시장 신뢰 연결



한국타이어앤테크놀로지는 글로벌 시장을 선도하는 기술 혁신과 건전한 지배구조를 바탕으로 고객가치와 주주가치라는 두 마리 토끼를 모두 잡았다. 우선 고객가치 측면에서는 세계 최초 풀 라인업 전기차 전용 타이어 브랜드 아이온(ION)의 성공적인 안착이 돋보인다. 끊임없는 R&D 투자를 통해 확보한 초격차 기술력이 글로벌 프리미엄 브랜드와의 파트너십 강화로 이어지며 고객에게 최상의 드라이빙 경험과 품질 만족을 제공하고 있다. 주주가치 측면에서는 불확실한 대외 경제 여건 속에서도 견조한 실적 성장을 유지하며 신뢰를 쌓았고, 투명한 ESG경영 실천과 주주 환원 정책 강화는 기업의 지속가능성을 입증하며 투자자들에게 높은 평가를 받았다. 결과적으로 한국타이어앤테크놀로지는 기술 리더십을 통한 고객만족이 기업가치 상승으로 이어지는 이상적인 선순환 구조를 완성했다.

e-커머스 1위 | 네이버 플러스스토어

AI 맞춤 기술과 멤버십 혜택으로 첫 방문부터 초개인화 경험 선사



네이버 플러스스토어는 e-커머스의 경쟁력을 단순한 상품 나열이 아닌 초개인화된 단골 경험의 확장에 두고 있다. 첫 방문 고객에게도 최적의 혜택을 매칭하는 구조는 사용자의 쇼핑 이력과 탐색 의도를 정교하게 분석하는 'AI 쇼핑 가이드' 기술이 뒷받침된 결과다. 여기에 멤버십과 결합한 네이버배송의 물류 혁신을 더해 쇼핑의 편의성은 물론 콘텐츠 혜택까지 아우르는 독보적인 커머스 생태계를 완성했다. 이는 고객이 찾아다니지 않아도 알아서 취향과 혜택을 연결해 주는 기술 중심의 쇼핑 혁신으로, 플랫폼과 사용자가 함께 성장하는 단골 비즈니스의 새로운 표준을 제시하고 있다.

NGO 1위 | 월드비전

투명한 운영 체계와 확장적 협력 모델로 복잡한 사회문제 해결



월드비전은 선의의 실행을 넘어 복잡한 사회문제를 다루는 조직으로서 운영 역량을 한 단계 끌어올렸다. 후원금 집행과 내부 통제를 투명경영 체계로 고도화하고, 글로벌 재무 시스템과 외부 감사, 결산 공시를 통해 신뢰의 기반을 구조화했다. 동시에 기업 및 지자체, 시민사회와의 파트너십을 캠페인이 아니라 공동 설계 플랫폼으로 확장해 협력 모델의 재현성과 확장성을 높였다. 또한 아동과 청년 관점의 정책 옹호를 강화하며 구조적 리스크를 공론장으로 끌어올려 사업과 제도 변화를 연결하는 영향력을 축적하고 있다. 결과적으로 월드비전은 모금-사업-옹호-파트너십을 하나의 전략 포트폴리오로 묶어 실행 일관성을 높였고, 사회문제의 변화 환경에서도 성과의 지속가능성을 담보하는 조직으로 위상을 공고히 하고 있다.



KOREA'S Most Admired Companies

2026 한국에서 가장 존경받는 기업



All Star 및 뉴에너지 1위

All Star 및 생명보험 1위

교육서비스 1위

기업신용평가(CB) 1위

알뜰폰 1위

에너지 1위

All Star 및 생활용품 1위

All Star 및 유가공 1위

All Star 및 제약 1위

All Star 및 종합병원 1위

All Star 및 포털서비스 1위

All Star 및 SOC 1위

All Star

도시가스 1위

면방직 1위

사무기기 1위

생활가전 1위

서비스센터 1위

수산 1위

시멘트 1위

외국계보험 1위

웰니스가전 1위

전문대학 1위

정유 1위

제지 1위

타이어 1위

e-커머스 1위

후원을 멈추는 후원

NGO 1위

가치와 가치가 만나는 곳에서
존경이 시작됩니다

고객의 신뢰와 우리의 진심이 만나고,
 직원의 성장과 기업의 미래가 만나고,
 사회의 기대와 우리의 책임이 만나고,
 주주의 믿음과 우리의 약속이 만나고,
 오늘의 혁신과 내일의 가능성이 만납니다.

그 모든 만남의 중심에서,
 존경받는 기업이 탄생합니다.

당신과 우리가 만드는 가치,
 2026년 그 교차점에서 만나겠습니다.

눈높이 ListeningFit × ReadingFit

유튜브·챗·원서까지 해도
실력은 제자리라 걱정되셨나요?

27년
연속 1등

지금 우리 아이에게
필요한 건 '특화된 학습'

눈높이가 제안하는 영어 특화 학습
눈높이 Fit 시리즈로 진짜 실력을 키워주세요!



동원산업이 꿈꾸는 세상은 다릅니다

생각의 축을 옮기면 대한민국의 새로운 미래가 보입니다. 좁은 한반도의 땅만이 아니라 바다로까지 눈을 돌리는 순간, 우리가 차지하게 될 미래의 크기는 무한대로 커지게 됩니다. 광대한 바다영토를 개척하고 내일의 성장 동력을 카우기 위해 동원산업은 바다에서, 육지에서 수산유통과 물류사업 등을 통해 대한민국의 내일을 끊임없이 개척하고 있습니다. 수산유통에서 자온물류까지, 새로운 가치를 창조하는 사회필요기업 동원산업이 대한민국의 미래를 키워나갑니다.

지속가능 어업을 선도하는 세계 최고의 수산기업

세계 최대 선망선단을 비롯하여 40여 척의 선단을 보유한 동원산업은 신선한 수산물 공급과 미래식량 개척을 선도하며, 국내 최초의 MSC 어업 인증기업으로 지속가능한 어업을 실천하고 있습니다.



KMAC 2026 한국에서 가장
존경받는 기업 선정 (수산부문 12년 연속 1위)

바다의 건강함을 전하는 대한민국 최고의 수산유통기업

전세계를 무대로 차별화된 처리공정을 거친 고품질의 참치, 연어 횡간을 제공하며 다양한 수산물의 Global Sourcing 및 신선한 가공 유통시스템을 통해 바다의 건강함을 식탁까지 전달하고 있습니다.



KMAC 2016 한국 경영대상
고객만족부문 종합대상 수상 (4회 연속)

동북아 저온보관물류의 최첨단 랜드마크

동북아 물류의 최적 입지를 갖춘 냉장사업은 국내 최대 자동화 인프라 및 수도권 중부 부산권을 잇는 저온보관 네트워크 구축으로 고객 편의를 극대화하는 고품격 냉장 물류 서비스를 제공하고 있습니다.



Stockholm Resilience Centre 선정
세계적 수산기업 9개사인 The Keystone Actors 선정



한국에서 가장 존경받는 기업
15년 연속 1위!



한국산업의
서비스품질지수(KSQI)
15년 연속 1위

고객접점 부문



한국산업의
서비스품질지수(KSQI)
16년 연속 1위

콜센터 부문



모든 대학을
압도하다

영진전문대학교



주문식교육의 산실
영진전문대학교

취업률 & 해외취업
전국 1위

2024 교육부 발표 연간 졸업생 3천명 이상 대규모 대학교

대기업 & 해외취업
2,800명

2019~2024 교육부 발표 및 건강보험가입자 기준 / 최근 6년

교육부 지원 최대!
혁신, LINC 3.0 등
약 800억

~ 2024 교육부 사업 선정 / 최근 6년

교육부 혁신융합대학
3대 첨단분야
전국유일! 동시선정!!

2024 교육부 인공지능 + 지능형로봇 + 반도체 소재부품장비

교육부 교육 인증
국제화역량
인증대학 8년 연속!
대구 유일!!

2025 교육부 & 법무부 IEQAS



재채기·콧물·코막힘·알레르기 비염
걸렸구나 생각되면

콘택콜드

약국에서 **콘택**하세요

일반의약품 | 광고심의필 : 2026-1792-001600
부작용이 있을 수 있으니 첨부된 사용상의 주의사항을 잘 읽고, 의사·약사와 상의하십시오.



숲으로
지구의 지구력을
높인다

우리가 만든 탄소를
깨끗한 산소로 바꿔주고

날이 갈수록 높아지는
지구의 열을 내려주고

갑자기 쏟아지는 폭우를
대신 머금어 주고

지구에서 사라져 가는
생명들을 품어주며
지구의 든든한 버팀목이 되어주는 숲

기후위기와 긴 싸움 중인
지구가 지치지 않도록
숲으로 지구의 지구력을 높이는 일
여러분도 유한김벌리와 함께해 주세요!

유한김벌리는 1984년 시작된 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인을 통해 약 58,144,473그루의 나무를 심고 가꾸고 있습니다.

미래를 보는 큰 그림

위험한 현장은 드론이 먼저 살피고
잠재된 위험은 AI가 먼저 감지하며
사람의 안전은 VR로 준비하는
디지털 트윈이 만든 미래의 공장

I am your Energy  GS칼텍스



데이터로 예측하며
기술로 안전을 지키는
디지털 전환을 넘어
AI 기반의 기술 혁신까지

GS칼텍스가 DAX로 미래를 이끌어갑니다



DAX

GS칼텍스의 디지털 & AI 트랜스포메이션 (DAX, Digital & AI Transformation)은 디지털과 AI가 함께 발전하는 관계로 DX와 AX를 통합한 개념입니다. DAX는 디지털 기반을 넘어 AI를 통해 의사결정의 속도를 높이고 경쟁우위를 확보하는 혁신의 여정입니다.

AI 기반 공정 예측 | 실시간 데이터 분석 | 디지털 트윈 활용 설비 관리 | VR/AR 안전 교육 | AI CCTV 안전 관리 | 위험 작업 로봇 활용 | 드론 점검 활용

Canon
캐논코리아 주식회사

복합기 시장 점유율 1위!

새로운 기준의 정의, 캐논

No.1
캐논코리아



2025년 상반기

전자복사기
조달 시장 점유율 1위^{#1}

2025년 상반기

A3 레이저 복합기
시장 점유율 1위^{#2}

#1. 2025년 상반기 나라장터 종합 쇼핑물 판매 기준

#2. 2025년 상반기 전체 A3 복합기 시장 점유율 1위 (출하량 기준, 31.2%)
Source : IDC Quarterly Hardcopy Peripherals Tracker, 2025 Q2

<http://kr.canon>
고객상담센터 1533-3355

플터치 스크린으로 계속되는 혁신 코웨이 아이콘 프로



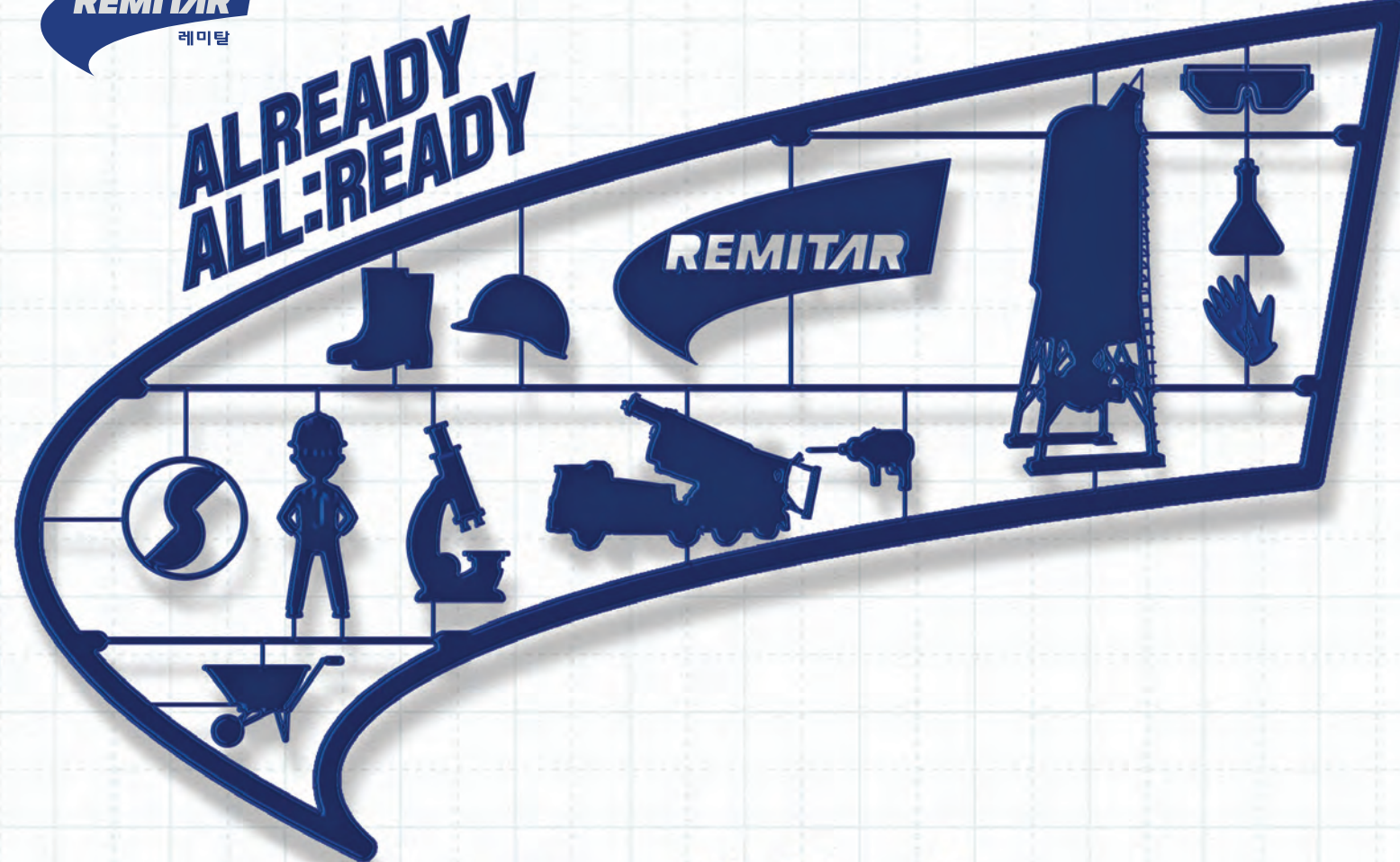
온수 온도와 추출 용량을
세밀하게 조절하는
플터치 스크린



자주 사용하는 온도와 용량을
저장해두는
마이워터모드



소모품 교체 시기 알림과
관리 가이드를
영상으로 안내



당신이 상상하고 원하는 것 이미 준비한 레미탈

세상에서 가장 아름답고도 튼튼한 건물
즐겁게 뛰어 놀아도 소음 걱정 없는 집
안전은 기본, 편리함까지 갖춘 오피스
빠르지만 정밀한 시공
레미탈은 모든 것을 갖추고 있습니다



기억해 주셔서 감사합니다

한국에서 가장 존경받는 기업 23년 연속 시멘트 부문 1위



2026 KOREA'S MOST ADMIRED COMPANIES



KMAC

www.kmac.co.kr

(07241) 서울 영등포구 여의공원로 101, 8층
TEL : (02)3786-0546 | 정가 : 30,000원

KMAC는 한국능률협회컨설팅의 글로벌 브랜드입니다