

INNO STAR

# 2015년 상반기 상품 혁신 지수 소비자 조사



2015. 03. 18

(주)한국리서치 SurveyExpress팀





# CONTENTS

Part I. 조사 개요

---

Part II. 조사 결과

---

참고자료. 품목별 상품 순위

---





PART I. **조사 개요**



# 1. 조사 개요

## 1-1. 조사 목적

상품의 혁신 성과를 평가함으로써, 기업의 제품 개발과 혁신노력을 장려하고, 궁극적으로 소비자의 삶을 풍요롭고 편리하게 하는 혁신상품의 확대를 구현해 내고자 함.

또한 이노스타는 혁신상품 1위 부문(상반기 조사)과 신상품 WINNER(하반기 조사)를 선정하기 위해 상, 하반기 나누어서 조사를 수행함.

## 1-2. 조사 설계

조사 대상

전국의 20대 이상 성인 남녀

표본 크기 및 구성

2015년 상반기

7개의 대분류(생활가전, 주거, 생활용품/뷰티, 운송, 금융, 생활서비스, 정보/통신)

77개 품목  
323개 상품

16,544명

자료 수집 방법

컴퓨터를 이용한 웹 조사(CAWI : Computer Aided Web Interview)

## 2. 조사 항목

차원	세부항목	측정척도
전체 혁신 인지도		
	해당 브랜드에 전반적으로 혁신적인 이미지를 가지고 있는가?	리커트 5점 척도
요소 별 혁신 인지도		
	생활가전 : 기능성, 편리성, 심미성, 혁신성, 서비스	리커트 5점 척도
	정보/통신, 생활용품/뷰티 : 기능성, 편리성, 심미성, 혁신성, 경제성	리커트 5점 척도
	주거 : 기능성, 편리성, 심미성, 혁신성, 안전성	리커트 5점 척도
	운송, 생활서비스 : 기능성, 편리성, 접근성, 혁신성, 서비스	리커트 5점 척도
	금융 : 기능성, 편리성, 품질, 혁신성, 서비스	리커트 5점 척도
구매 매력도		
	해당 브랜드의 향후 구매(이용) 의사는 어떤가?	리커트 5점 척도

• 주) 리커트 5점 척도는 각각 아래와 같이 구성

전체 혁신 인지도 = 1 : 전혀 그렇지 않다 / 2 : 그렇지 않다 / 3 : 보통 / 4 : 그런 편이다 / 5 : 매우 그렇다

요소 별 혁신 인지도 = 1 : 전혀 우수하지 않다 / 2 : 우수하지 않다 / 3 : 보통이다 / 4 : 우수하다 / 5 : 매우 우수하다

구매 매력도 = 1 : 전혀 이용할 의사가 없다 / 2 : 큰 불만은 없으나 더 좋은 상품을 찾고 있다 / 3 : 잘 모름

/ 4 : 다른 대안이 없다면 지속적으로 이용할 것 같다 / 5 : 지속적으로 이용하고 싶고, 주변에 적극적으로 추천할 수 있다



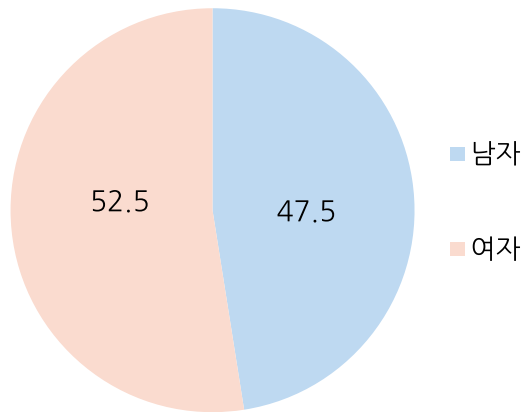
## PART II. 조사 결과



# 1. 응답자 특성

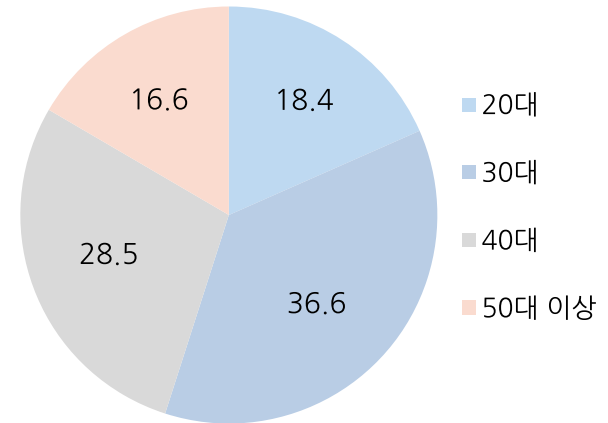
## 성별

[N=16,544, 응답자, Unit: %]



## 연령

[N=16,544, 응답자, Unit: %]



# 3. 이노스타상품 혁신지수

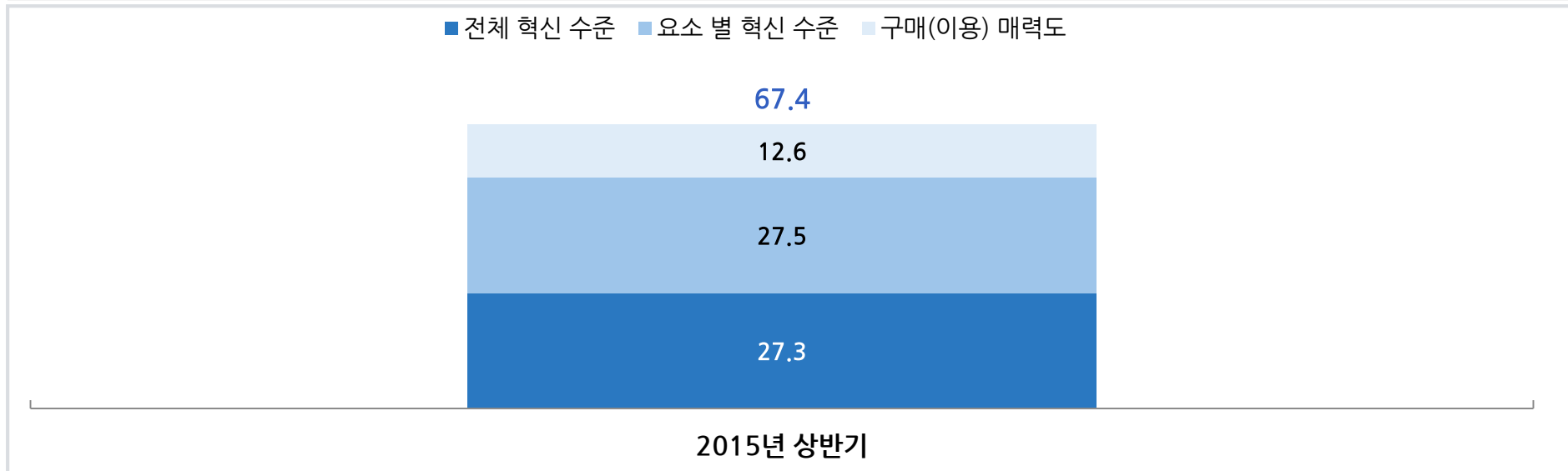
▶ 2015년 상반기 상품혁신지수는 67.4점임.

## 🔍 주요 평가 결과

	합계 (100점)	전체 혁신 수준 (40점)	요소 별 혁신 수준 (40점)	구매(이용) 매력도 (20점)
2015년 상반기	67.4	27.3	27.5	12.6

## 🔍 연도별 혁신지수

상품혁신지수(상반기)

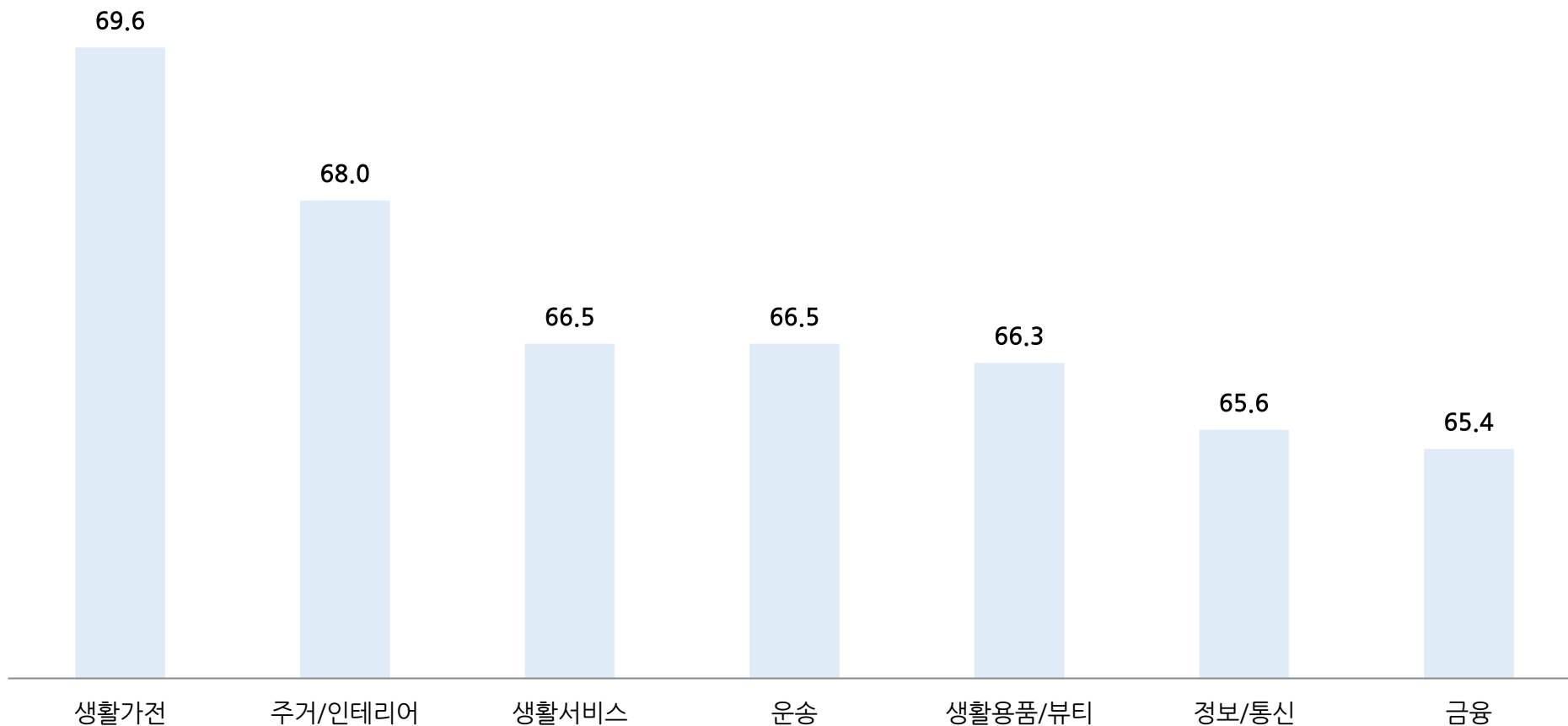




## 4. 산업별 상품혁신지수

▶ 2015년 상반기 7개 산업별 상품혁신 지수는 아래와 같음.

7개 산업별 대분류



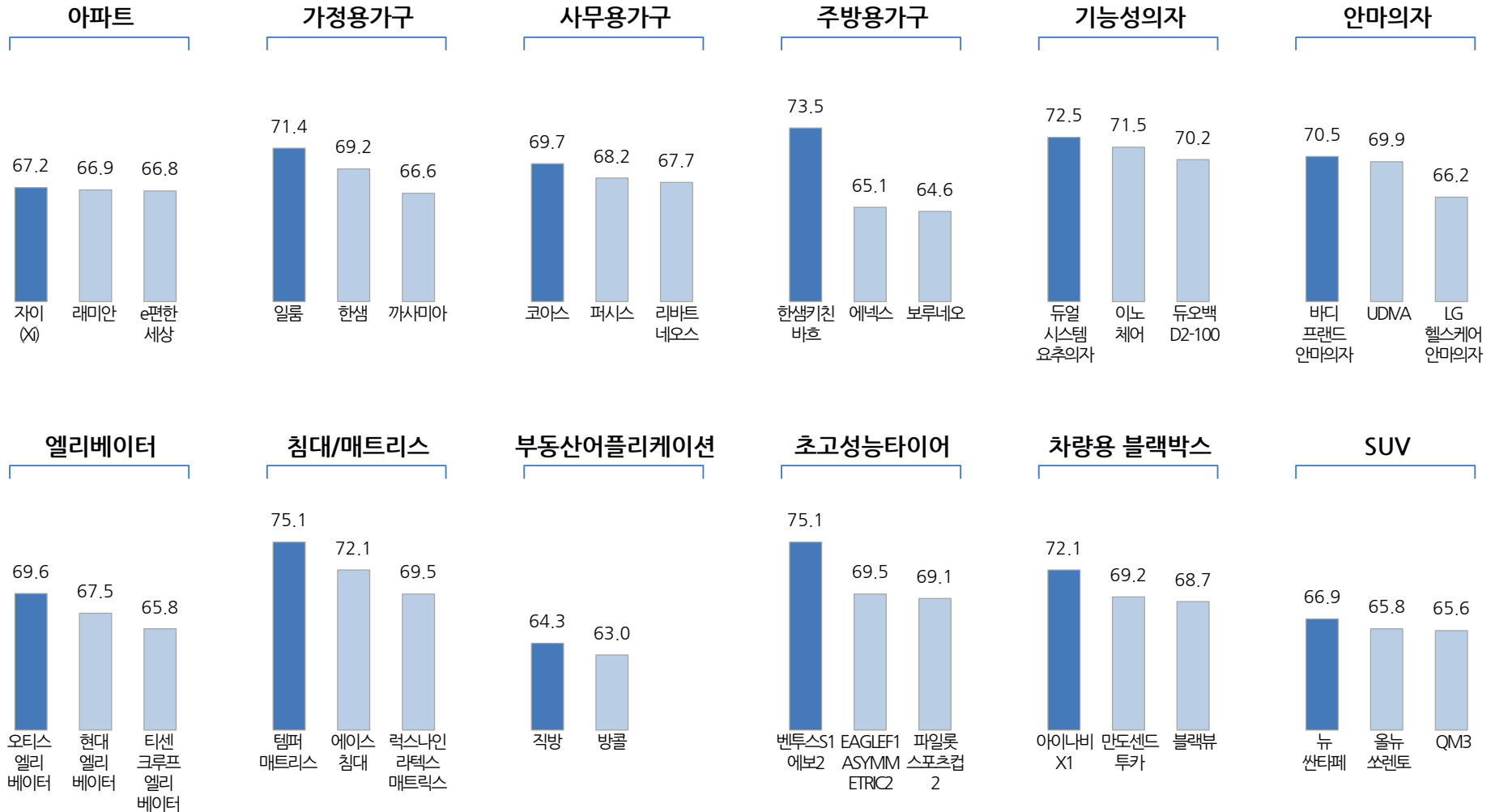


참고자료. 품목별 상품 순위



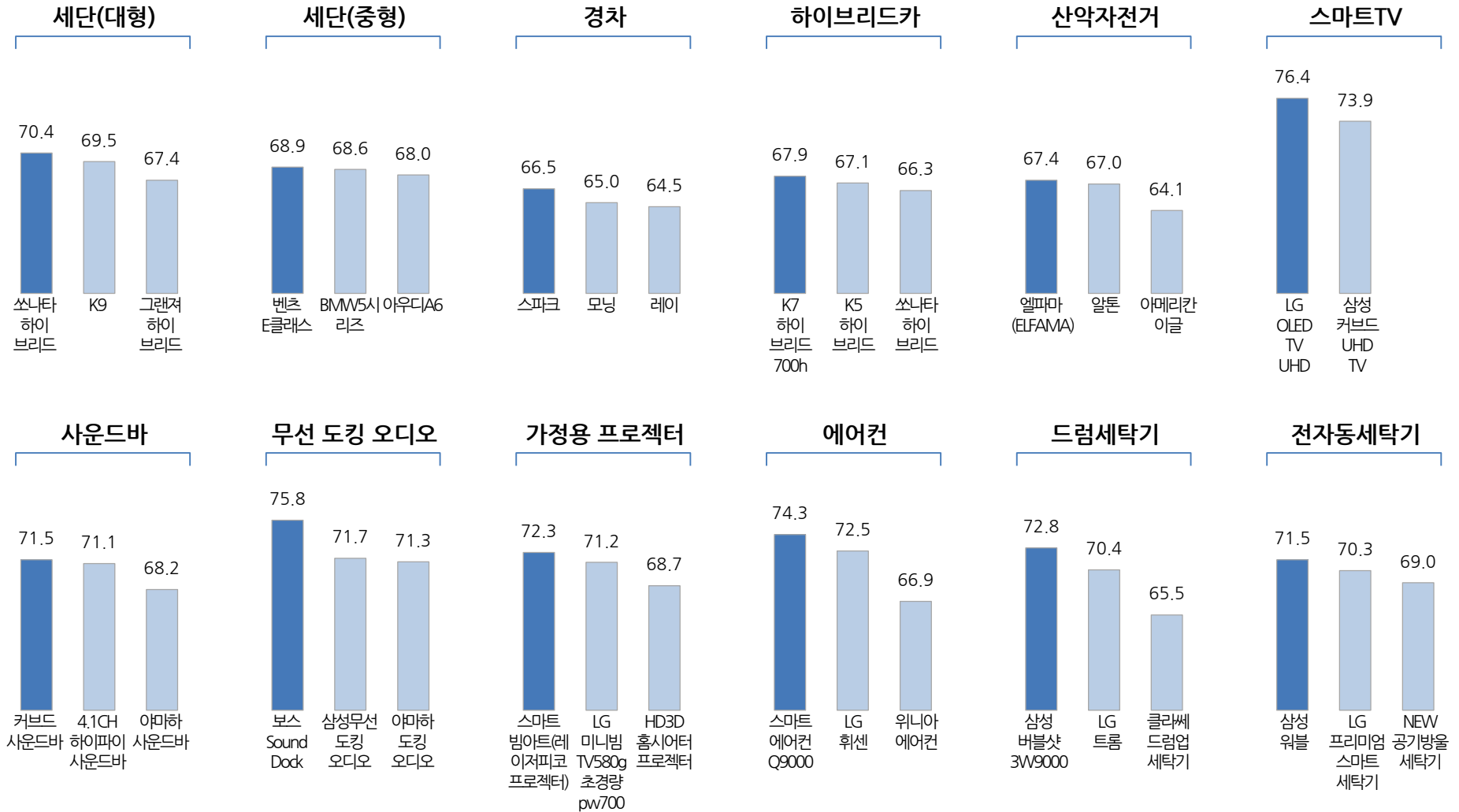
## 2. 업종별 브랜드 순위-TOP3

- 업종별 소비자 혁신 지수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.



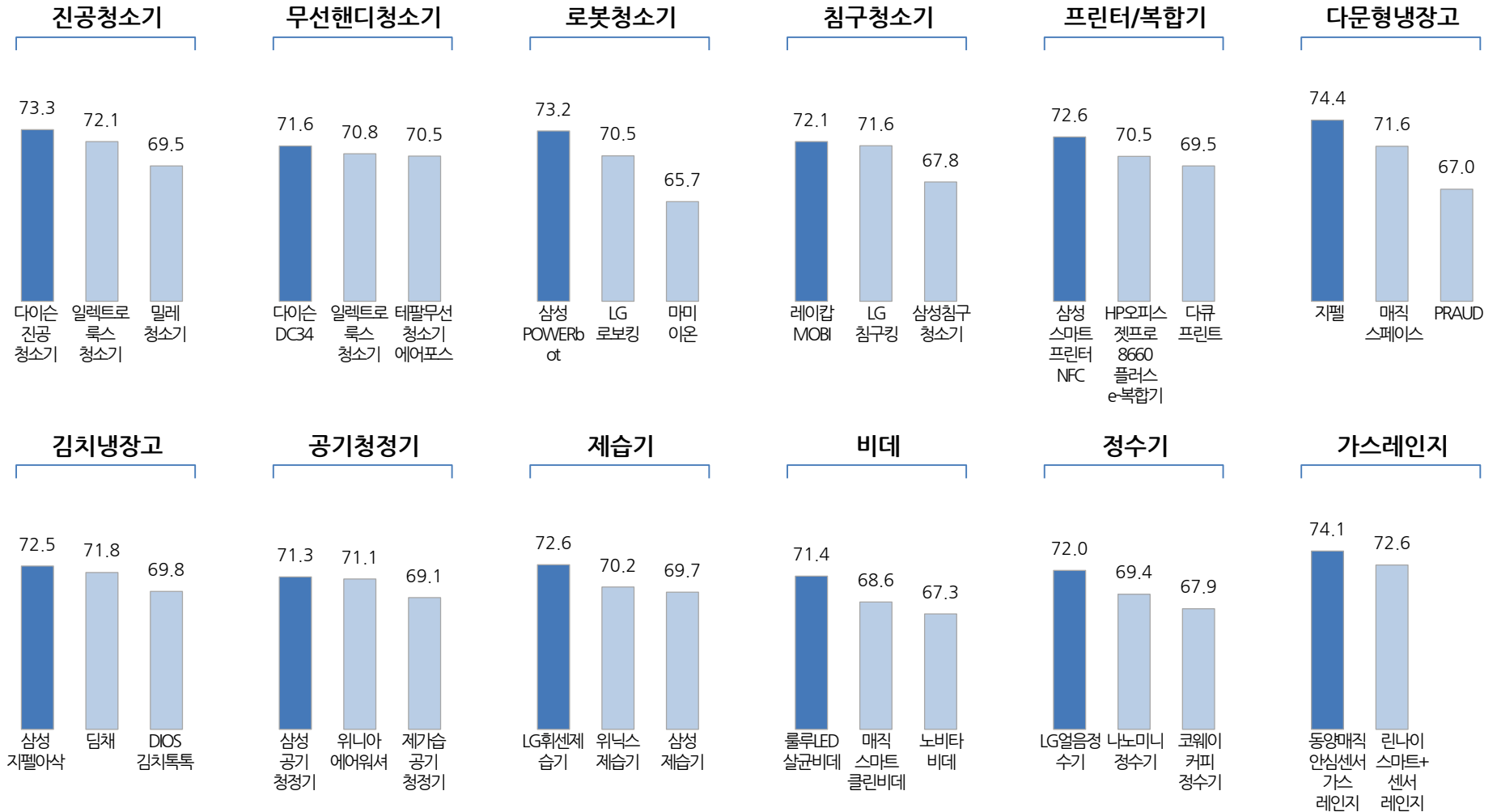
## 2. 업종별 브랜드 순위-TOP3

- 업종별 소비자 혁신 지수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.



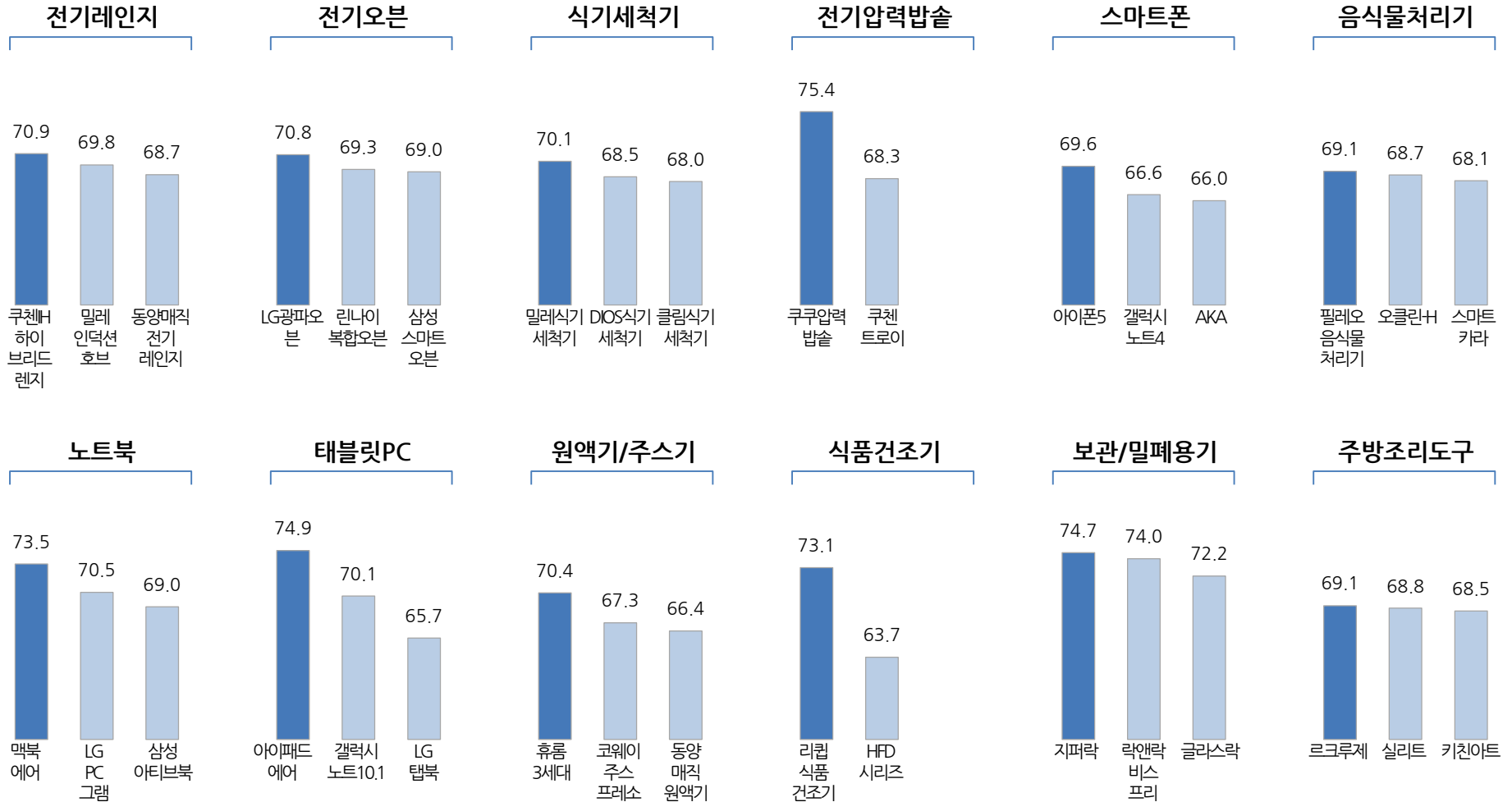
## 2. 업종별 브랜드 순위-TOP3

- 업종별 소비자 혁신 지수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.

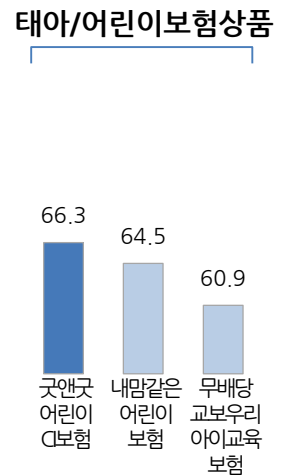
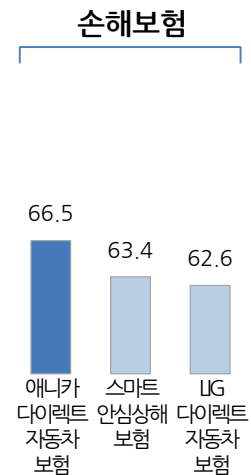
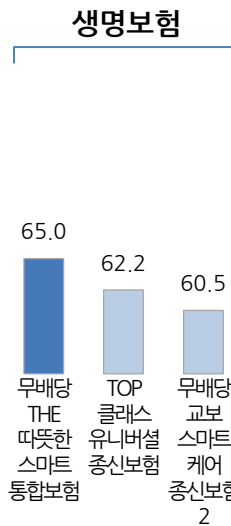
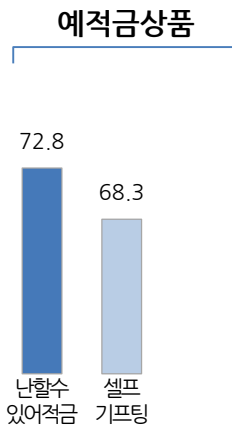
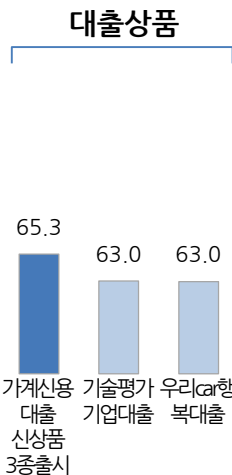
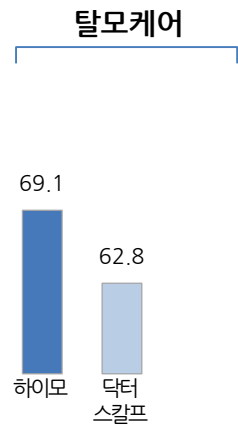
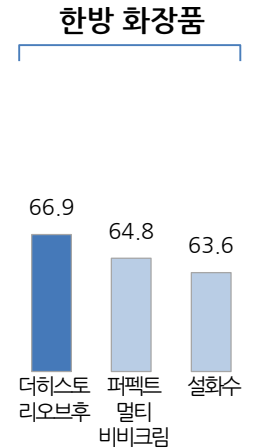
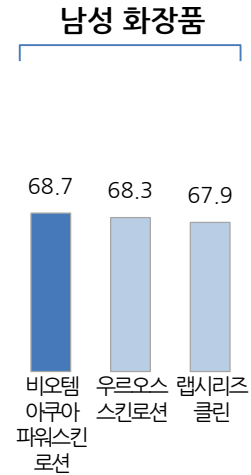
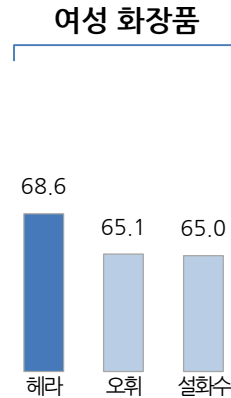
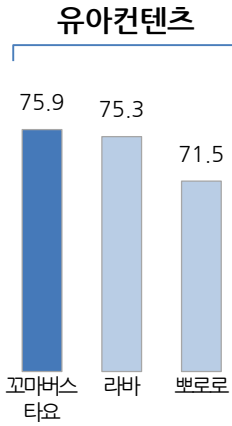
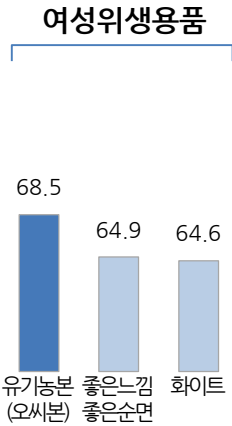
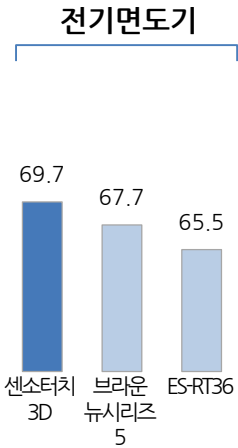


## 2. 업종별 브랜드 순위-TOP3

- 업종별 소비자 혁신 지수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.



- 업종별 소비자 혁신 지수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.

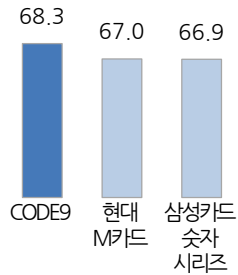


2015년 상반기 상품 혁신 지수 소비자조사

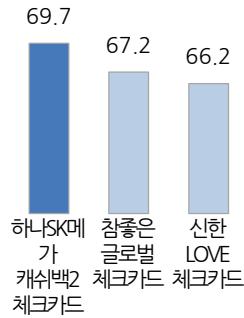
## 2. 업종별 브랜드 순위-TOP3

- 업종별 소비자 혁신 지수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.

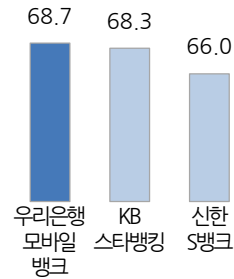
신용카드



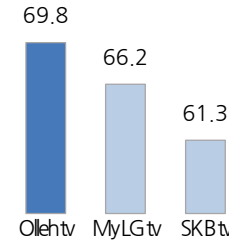
체크카드



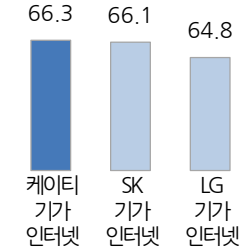
모바일뱅킹



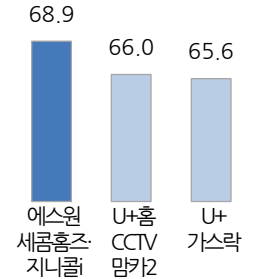
IPTV



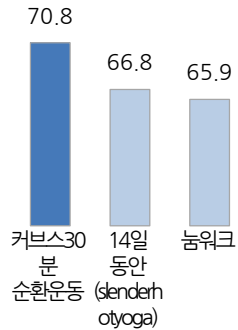
초고속인터넷



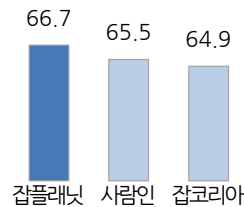
방범보안서비스



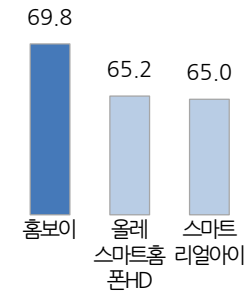
헬스/다이어트



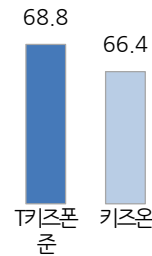
취업전문포털



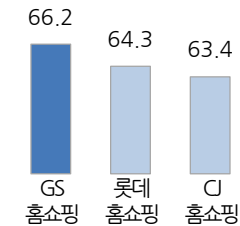
스마트홈(네트워킹)



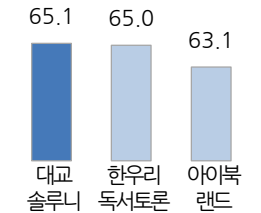
키즈모바일



TV홈쇼핑



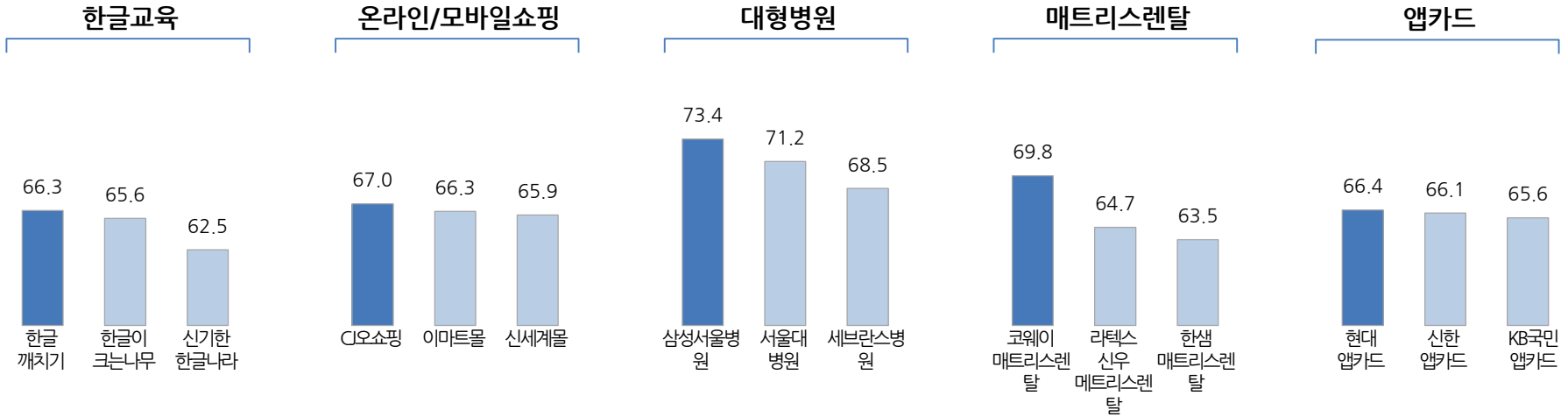
독서토론학습





## 2. 업종별 브랜드 순위-TOP3

- 업종별 소비자 혁신 지수 상위 3개의 브랜드는 아래와 같음.



Your Trusted Partner

본 보고서에 대해 궁금한 점이 있으시면 언제든지 연락 주시기 바랍니다.

장보현 수석부장 (02-3014-0172 / bhjang@hrc.co.kr)

박아름 대리 (02-3014-1076 / arpark@hrc.co.kr)

김아라 연구원 (02-3014-0965 / arakim@hrc.co.kr)



© 2017 Hankook Research – All rights reserved.

*This document constitutes the exclusive property of Hankook Research. Hankook Research retains all copyrights and other rights over, without limitation, Hankook Research' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Hankook Research.*