



INNO STAR

2022 하반기 상품 혁신 지수 소비자 조사

한국리서치 마케팅조사 사업6부



CONTENTS

Part I. 조사 개요

Part II. 주요 조사 결과 요약



PART I. 조사 개요



1. 조사 개요



조사 목적

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



조사 대상

전국의 20대 이상 성인 남녀



표본 크기 및 구성

- 7개의 대분류(금융, 생활가전/전자/통신, 자동차/운송, 주거/인테리어, 미디어/여가/헬스, 교육/육아, 생활/뷰티)에서 106개의 품목으로 나뉘지며, 총 177개 상품을 선정하여 조사를 진행함.
- 응답자에게 무작위로 상품을 제시하여 알거나 경험해 본 상품만 조사를 진행함.
- 총 9,324명이 해당 조사에 참여



자료 수집 방법

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



조사 기간

2022년 9월 14일 ~ 2022년 9월 21일

2. 조사 항목

| 차원 | 세부항목 | 측정척도 |
|------------|--|-----------|
| 인지도 | | |
| | - 해당 상품을 기존에 알고 있었는가? | |
| 전체 혁신 수준 | | |
| | - 해당 제품에 전반적으로 혁신적인 이미지를 가지고 있는가? | 리커트 5점 척도 |
| 요소 별 혁신 수준 | | |
| | - 금융 : 기능성, 편리성, 품질, 혁신성, 서비스 | 리커트 5점 척도 |
| | - 생활가전/전자/통신 : 기능성, 편리성, 심미성, 혁신성, 서비스 | 리커트 5점 척도 |
| | - 자동차/운송 : 기능성, 편리성, 접근성, 혁신성, 서비스 | 리커트 5점 척도 |
| | - 주거/인테리어 : 기능성, 편리성, 심미성, 혁신성, 안전성 | 리커트 5점 척도 |
| | - 미디어/여가/헬스 : 기능성, 편리성, 접근성, 혁신성, 서비스 | 리커트 5점 척도 |
| | - 교육/육아 : 기능성, 편리성, 신뢰성, 혁신성, 서비스 | 리커트 5점 척도 |
| | - 생활/뷰티 : 기능성, 편리성, 심미성, 혁신성, 경제성 | 리커트 5점 척도 |
| 구매(이용) 매력도 | | |
| | - 해당 제품의 향후 구매(이용) 의사는 어떤가? | 리커트 5점 척도 |

주) 리커트 5점 척도는 각각 아래와 같이 구성

전체 혁신 수준 = 1: 전혀 그렇지 않다 / 2: 그렇지 않다 / 3: 보통이다 / 4: 그렇다 / 5: 매우 그렇다

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

구매(이용) 매력도 = 1: 전혀 그렇지 않다 / 2: 그렇지 않다 / 3: 보통이다 / 4: 그렇다 / 5: 매우 그렇다

PART 2. 주요 조사 결과 요약



1. 응답자 특성

| 구분 | | 사례수 | % |
|-------|--------|---------|-------|
| 전 체 | | (2,754) | 100.0 |
| 성별 | 남자 | (1,324) | 48.1 |
| | 여자 | (1,430) | 51.9 |
| 연령대 | 20대 | (420) | 15.3 |
| | 30대 | (602) | 21.9 |
| | 40대 | (768) | 27.9 |
| | 50대 이상 | (964) | 35.0 |
| 결혼 여부 | 기혼 | (1,777) | 64.5 |
| | 미혼 | (977) | 35.5 |
| 거주 지역 | 서울 | (729) | 26.5 |
| | 경기 | (740) | 26.9 |
| | 인천 | (175) | 6.4 |
| | 그 외 지역 | (1,110) | 40.2 |

| 구분 | | 사례수 | % |
|--------------|------------|------------|-------|
| 전 체 | | (2,754) | 100.0 |
| 직업 | 전문직/교직 | (337) | 12.2 |
| | 관리직/사무직 | (1,068) | 38.8 |
| | 자영업 | (156) | 5.7 |
| | 판매/서비스직 | (217) | 7.9 |
| | 생산/노무/기능직 | (182) | 6.6 |
| | 학생 | (146) | 5.3 |
| | 주부 | (373) | 13.5 |
| | 기타 | (143) | 5.2 |
| | 무직 | (132) | 4.8 |
| | 월 평균 가구 소득 | 월 300만원 미만 | (539) |
| 월 3~500만원 미만 | | (774) | 28.1 |
| 월 5~700만원 미만 | | (699) | 25.4 |
| 월 700만원 이상 | | (742) | 27.0 |

* 단, 해당 문항은 한 사람이 여러 상품을 선택하더라도 한 번만 질문하는 문항임.

2. 이노스타 인지도 및 상품 혁신 지수

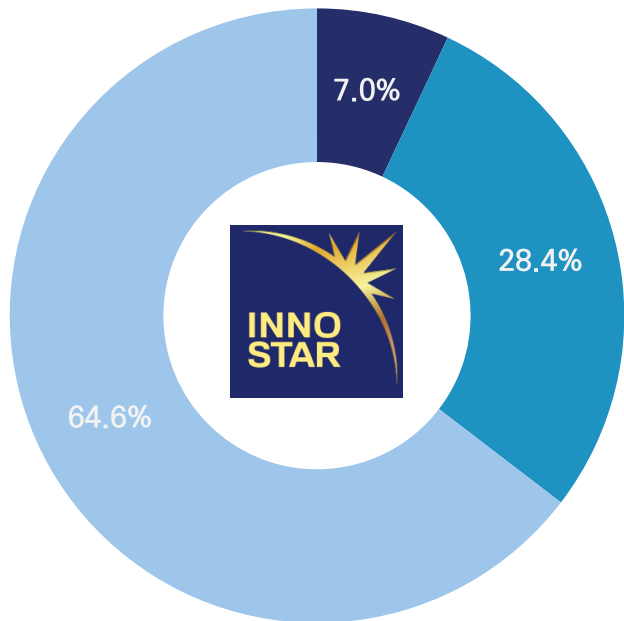
2022년 하반기 이노스타 인지도는 7.0%임.

2022년 하반기 상품 혁신 지수는 74.7점임.

이노스타 인지도

* 귀하께서는 '이노스타(INNO STAR) 인증' 제도에 대해 들어보셨거나 알고 계신가요?

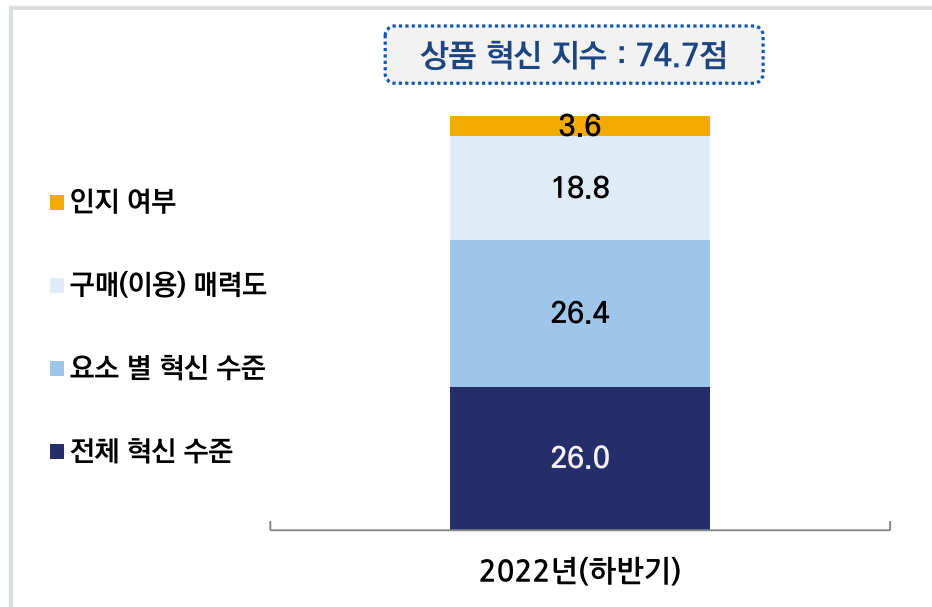
■ 알고 있다 ■ 들어본 것 같다 ■ 잘 모르겠다



주요 평가 결과

| | 합계 (100점) | 전체 혁신 수준 (35점 만점) | 요소 별 혁신 수준 (35점 만점) | 구매(이용) 매력도 (25점 만점) | 인지 여부 (5점 만점) |
|----------------|--------------|-------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------|
| 2022년 (하반기) | 74.7 | 26.0 | 26.4 | 18.8 | 3.6 |

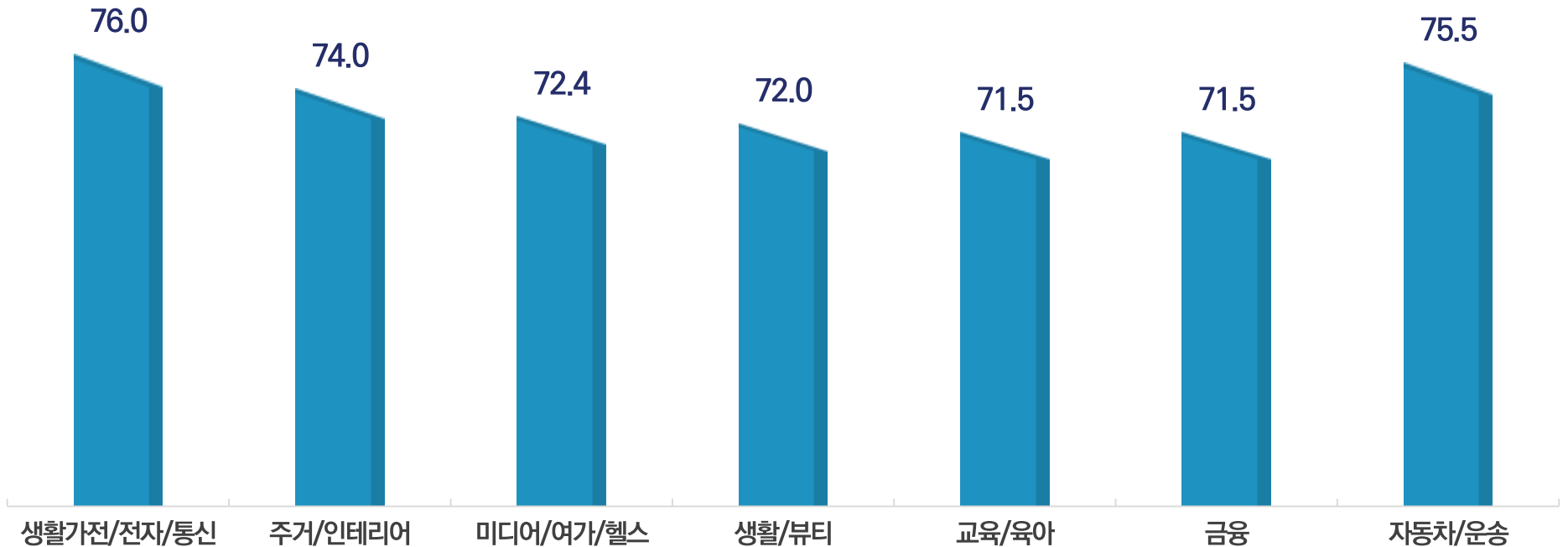
2022년 하반기 혁신 지수



3. 산업별 상품 혁신 지수

▶ 2022년 하반기 7개 산업별 상품 혁신 지수는 아래와 같음.

7개 산업별 대분류



Your Trusted Partner

본 보고서에 대해 궁금한 점이 있으시면 언제든지 연락 주시기 바랍니다.

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

이세정 연구원 (02-3014-0992 / leesj@hrc.co.kr)



© 2022 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.