

138년간 의료계 선도… 코로나 극복에도 앞장

가치공로상 부문



세브란스병원 하중원 병원장

하중원 세브란스병원장이 한국표준협회 주최 세브란스병원 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 가치공로상 수상자로 선정됐다. 세브란스병원은 138년간 대한민국 의료계를 선도해 왔다. 하중원 병원장은 ▲국민의 병원 ▲데이터 기반 병원 ▲자랑스러운 병원을 경영 목표로 삼고, 의료진 및 교직원과 함께 코로나 19라는 국가적 위기 상황을 극복하기 위해 노력했다. 2020년 가을, 세브란스병원은 선제적인 안심진료소·선별진료소의 실내화 공사보다 안전하게 검사받을 수 있는 환경을 조성했다. 더 나아가 연세대 기숙사 내 생활치료센터 설치, 중증전담병상 운영으로 확진자 치료에 전념했다. 또한, 국내 최초로 급성호흡곤란증후군이 동반된 중증 코로나19 환자를 대상으로 완치자 혈장을 주입하는 치료도 도입했으며, 코로나19 치료를 위한 다양한 임상시험까지 주도했다.



세브란스병원 제공
하중원 병원장은 ‘국민의 병원’ ‘데이터 기반 병원’ ‘자랑스러운 병원’을 경영 목표로 의료진 및 교직원과 함께 코로나19라는 국가적 위기 상황 극복에 앞장섰다.

세브란스병원은 2012년 국내 최초로 병원 경영에 ‘환자 경험’을 도입했다. 환자복 편의성 개선, 편안한 병실 분위기 조성 등 환자 입장에서 병원 시스템을 개선했다. 코로나19로 비대면 의료서비스가 활성화된 가운데 ▲무인 도착 확인 키오스크 ▲자가 신체 계측 키오스크 ▲모바일 서류 발급 시스템 등 IT 기술이 접목된 미래형 의료서비스를 확대하고 있다.

세브란스병원 분관 로비에 마련된 ‘우리라운지’는 문화공간이자 실내 정원으로 환자와 보호자들에게 사랑받고 있다. 이에 본관 6층에 ‘제2의 우리라운지’를 마련할 예정이다.
하중원 병원장은 “환자 경험을 병원 정책에 적극적으로 반영함으로써 더 나은 의료서비스와 가치를 제공해 국민의 신뢰를 받는 세브란스병원으로 만들 것”이라고 다짐했다.

유해물질 없는 유약으로 친환경 도자기 선보여

가치공로상 부문

친환경도자기 ZEN

ZEN한국 김성수 회장

김성수 ZEN한국 회장이 한국표준협회 주최 ZEN한국 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 가치공로상 수상자로 선정됐다. ZEN한국은 친환경 도자기를 주력으로 하는 프리미엄 테이블웨어 기업이다.

엔지니어 출신 CEO인 김성수 회장은 원료부터 공정, 경영까지 친환경에 중점을 두고 있다. 우선 직접 개발한 ‘100% 무연 유약’ 등 중금속 및 유해물질이 없는 원료를 사용한다. 미국 FDA(식품의 약국)와 캘리포니아 화학유해물질 규제 법령(Prop.65)의 납·카드뮴 기준을 100% 만족하고, 고순도로 정제된 천연 원료만 사용해 환경호르몬에도 안전한 제품을 만들고 있다. 흡수성이 높은 내열자기는 세제 및 음식 오염원을 내뿜는 단점이 있는데, 이를 개선해 강도 및 위생성을 크게 강화했다.

원료 분쇄, 가마 소성 등 총 2만823분



김성수 ZEN한국 회장이 충북 청주시 본사 내 판매장에서 제품을 들어 보이고 있다.

(약 14일 11시간) 소요되는 생산 공정도 개선했다. 이를 통해 연간 전기·가스 사용량을 약 9~10% 절감했다. 또한, 에이징(Aging) 및 유약 회수 시스템 등 리사이클 공정도 적용해 비용 절감 및 품질 향상을 꾀했고 탄소 배출량 인증서까지 획득했다.

이러한 노력으로 ▲4면 결착 도자기 밀폐용기 ▲IH전용 내열도자기 냄비 ▲무흡수 고강도 내열자기 ▲논스틱

ZENCOOK 세라믹 밥솥 등 실생활 중심의 친환경 웰빙 제품을 다양하게 선보였다.

김성수 회장은 “남이 아닌 내 가족이 사용하는 안전한 식기를 만들고자 새로운 기술 개발에 매진해왔다”며 “코로나 19로 집합의 의미가 더 커진 만큼 앞으로도 건강한 생각으로 건강한 제품을 만들겠다”고 전했다.

정리=김수정 객원기자

갱년기 개선·음식물처리기 부문 만족지수 높아

평점 65.71… 작년비 3.48 하락
여명808, 18년 연속 1위 대기록



강명수
한국표준협회장

한국표준협회(회장 강명수)는 오늘(24일) 서울 중구 소공동 롯데호텔에서 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI) 1위 기업 인증 수여식’을 개최한다. 수여식에는 1위에 선정된 28개 상품 및 서비스 부문이 참여한다.
◇그레미 ‘여명808’ …18년 연속 1위 및 황금나비상 수상

18년 연속 1위라는 대기록을 세운 그레미 ‘여명808’ (숙취해소음료 부문)이 황금나비상을 수상했다. 황금나비상은 5년 이상 1위에 오른 브랜드 중 지속해서 웰빙 기능을 개선하고 소비자 평가가 높은 상품 및 서비스에 주어진다. 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI) 가치공로상 2회 수상자로는 하중원 세브란스병원 병원장과 김성수 ZEN한국 회장이 영예를 안았다.

또한, 세브란스병원(종합병원 부문)이 16년 연속, 일동후디스(산양분유·산

양유아식 부문)가 15년 연속, 11번가(E-커머스 부문)가 14년 연속, 삼성전자(김치냉장고 부문)가 12년 연속, SK렌터카(렌터카 부문)가 11년 연속,

ZEN한국(가정용도자기식기 부문)이 10년 연속 정상을 지켜다. The-K에다함상조(장례서비스 부문)와 파리크라상파리바게뜨(베이커리 부문)가 7년 연속, 에몬스기구(가정용기구 부문)가 5년 연속, 경동나비엔(온수매트 부문)과 삼육식품 삼육두유(두유 부문)는 4년 연속 1위를 차지했다.

3년 연속 1위 기업에는 GC녹십자비맥스(종합영양제 부문), 삼성전자(냉장고 부문), KCC(창호재 부문), 락앤락(주방용밀폐용기 부문), 포스코건설 더샵(아파트 부문), 한국의학연구소(건강검진전문센터 부문)가 이름을 올렸고, 지난해와 올해 2년 연속 1위에 GC녹십자택센(진통제 부문), 경동나비엔(청정환기시스템 부문), 일동후디스 하이문(단

백질 보충제 부문), 한일시멘트(친환경시멘트 부문), 현대오일뱅크(주유소 부문)가 선정됐다.

올해 역시 부문별 첫 1위의 영광을 안은 기업들이 많았다. 유한양행 아름다운주방세계(친환경 주방세계 부문), KCC(친환경 페인트 부문), KG케미칼 녹스-K(요소수 부문), 유한건강생활 백수오(갱년기개선 부문), 웰빙푸드 자담치킨(웰빙치킨 부문)이 그 주인공들이다.
◇2022년 소비자웰빙환경만족지수…전년 대비 3.48점 하락

‘2022년 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’는 65.71점으로 지난해보다 3.48점 하락했으며, 최근 4년간 가장 낮은 지수를 기록했다.

차원별 조사에서는 고객충족성(66.54점)이 가장 높았고, 건강기능성(65.31점), 사용안전성(64.63점), 사회적책임(63.97점), 환경친화성(62.85점) 순으로 나타났다. 상품 산업군(群)에서는 갱년기개선(74.48점), 음식물처리기(71.42점), 서비스 산업군에서는 친환경식품전문점(70.12점), 종합병원(70.07점)의 만족도가 높았다.

기고

“웰빙 라이프 위한 국가·기업차원의 노력 필요”

건강과 생명뿐만 아니라 모든 분야에 심각한 타격을 초래한 코로나19가 서서히 가라앉고 있다. 이제는 팬데믹 상황이 완전히 종료된 후 경제·산업 및 일상 생활에 다가가 변화에 대비해야 할 때이다. 특히, 개인에게는 웰빙 라이프를 누리기 위한 지혜가 더욱더 필요한 시점이다.

산업 발전에 따른 경제적 풍요와 사회적 성공을 강조하던 시기를 지나, 건강하고 안전한 삶을 영위하고자 하는 인간의 욕구를 폭넓게 ‘웰빙(Well-being)’이라 칭한다. 이 익숙한 용어는 초기에 신체적인 건강을 강조했으나 현재는 몸과 정신의 건강뿐만 아니라 풍요롭고 아름다운 생(生)을 살아가는 삶의 방식과 문화로 이해되고 있다.

웰빙을 이루기 위한 개인의 노력은 극히 제한적일 수 있다. 도시를 떠나 산속에 터를 잡는 것, 도심 속 자투리땅에 텃밭을 가꾸는 것 등이 웰빙 범주에 든다고 하는 사람도 있다. 그러나 이는 극히 일부의 사람만이 선택할 수 있는 웰빙 라이프의 한 부분일 뿐이다.

보편적인 웰빙 라이프를 이루기 위한

요건은 무엇일까? 가장 넓은 범위의 요소는 우리 생활 터전을 에워싸고 있는 환경일 것이다. 이는 국가 차원의 영역으로 환경오염 최소화 및 산업체의 안전성을 확보하는 것이다. 정부기관, 전문가 그룹 및 산업체의 노력으로 지속가능한 기술 개발이 필요하다. 우리나라는 선진국 대열에 들어서며 ▲안전한 수돗물 보급 ▲하수관거의 확충 ▲산업체의 오염물 배출에 대한 철저한 규제 등으로 환경오염 문제는 어느 정도 해결하고 있다고 볼 수 있다. 여전히 부족한 문제는 산업체의 안전을 확보하고 산업 재해를 없애는 문제이다.

진정한 웰빙 라이프를 이루기 위해 두 번째로 중요한 기관은 기업체이다. 현재 기업들은 기능성·편리성 및 낮은 가격에만 초점을 맞추던 시기는 지났다는 것에 공감대를 형성하고 있다. 일단 개인에 터를 잡는 것, 도심 속 자투리땅에 텃밭을 가꾸는 것 등이 웰빙 범주에 든다는 것은 물론, 수명이 다한 후에도 재활용 등으로 폐기 처분에 따른 환경오염을 최소화하도록 디자인되고 있다.

최종 소비자는 어느 제품과 서비스를

선택해야 할지 고민에 빠진다. 일반 소비자가 제품의 ▲기능성 ▲안전성 ▲편리성 ▲친(親)건강성 ▲친환경성 등을 철저히 따져본다는 것은 결코 쉽지 않다. 인터넷에 산재한 부정확한 정보로 인해 혼란만 더할 수 있다.

한국표준협회와 연세대학교 환경과학기술연구소는 웰빙 제품 및 서비스의 기준을 과학적이고 체계적으로 설정하고자 ‘소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’를 개발해 2004년부터 발표하고 있다. 최종 소비자에게는 객관적인 소비선택의 기준을 제시하며, 기업에는 환경친화적이고 안전한 웰빙 상품 및 서비스 개발에 필요한 자료를 제공하고 있다.

앞으로 평가에 더욱더 많은 기업이 참여해 소비자웰빙환경만족지수가 우리나라에서 생산되는 모든 제품과 서비스의 기준으로 자리매김하길 소망한다. 또한, 소비자들은 평가 결과를 참고해 올바르게 선택할 수 있기를 기대한다.

정형근 연세대 환경에너지공학부 교수
·연세대 환경과학기술연구소 소장



한일시멘트의 행복한 술래잡기

더 깨끗한 환경. 더 나은 기술.
더 좋은 미래를 목표로 하는
행복한 술래잡기.
한일시멘트의 끝없는 열정은
오늘도 계속됩니다.

Change and Innovation with
ESG 2030

2022 소비자웰빙환경만족지수
친환경 시멘트 부문 2년 연속 1위

‘키친핏’으로 냉장고 시장의 새 트렌드 주도

냉장고 부문 삼성전자

BESPOKE 냉장고

삼성전자의 ‘비스포크 냉장고’가 한국표준협회 주최 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 냉장고 부문에서 연속 3년 정상에 올랐다.

원하는 제품 타입과 패널을 선택할 수 있는 비스포크 냉장고는 최근 주방 가구에 맞춘 빌트인 스타일까지 구현하며 냉장고 시장의 새로운 트렌드로 자리 잡았다.

삼성전자는 소비자들에게 가족 수, 식습관, 라이프스타일, 주방 형태 등에 따라 최적의 조합을 제공하기 위해 1도어에서 4도어까지 총 11개의 비스포크 라인업을 운영한다. 지난해 플랫(Flat)하고 슬림한 디자인, 도어 내부에 탑재된 정수기로 디자인과 실용성을 두루 갖춘 4도어 신제품을 새롭게 선보였다. 4도어의 경우 ‘패밀리허브’가 적용된 모델도 포함됐다. 올해는 1도어 와인 냉장고가 새롭게 추가됐다.



삼성전자의 ‘비스포크 냉장고’는 최근 주방 가구에 맞춘 ‘키친핏’으로 빌트인 스타일을 구현함과 동시에, 지속적으로 패널 색상과 소재를 확대하고 있다.

주방과 거실의 경계가 사라지는 최근 인테리어 트렌드에 적합한 ‘키친핏(Kitchen Fit·주방가구에 꼭 맞는 사이즈)’ 타입은 마치 빌트인 가전과 같은 효과를 준다. 우리나라 주방가구의 평균적인 깊이를 감안해 냉장고가 돌출되지 않도록 깊이를 700mm 이하로 설계했다. 높이도 1853mm로 통일해 일체감 있는 디자인을 완성할 수 있다.

출시 이후 지속적으로 패널의 색상과 소재를 확대하고 있는 점도 눈에 띈다. 비스포크 냉장고 4도어는 올해의 테마색상인 ‘이브닝 코랄’과 ‘모닝 블루’를 포함해 총 19가지 종류의 패널을 기본 옵션으로 제공한다. 소비자가 19종 외에 ‘나만의 컬러’를 원하는 경우에는 360개 색상으로 구성된 ‘프리즘 컬러’에서 원하는 색을 지정해 주문할 수 있다.

감성조경 구현… 친환경 스마트 웰빙 홈 공급

아파트 부문 포스코건설(더샵)

THE SHARP

포스코건설이 한국표준협회 주최 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 아파트 부문에서 3년 연속 정상을 차지했다. 2002년 3월 아파트 브랜드 ‘더샵’을 선보인 이후, 포스코건설은 입주주민의 건강과 생활의 편의성 증진을 위한 아파트 설계 및 ‘친환경 스마트 Well-bing 홈’ 공급을 해왔다.

포스코건설은 2019년 업계 최초로 주택 분야의 스마트기술 브랜드인 ‘아이큐텍(AiQ TECH)’을 론칭했다. 입주주민의 행동과 라이프스타일을 연구하고, 첨단 기술을 통해 스스로 이해하고 학습하며 입주주민의 삶을 이해하는 스마트 기술들이 적용됐다.

또 포스코건설은 건축물의 단열성능 극대화를 통해 에너지 소모를 최소화하고 있다. 친환경자재 사용, 친환경 설계를 통해 에너지 효율이 우수한 친환경 주거공간을 제공한다.



‘Greenlife with The Sharp’이라는 모토를 가진 포스코건설의 ‘더샵’은 지구의 내일까지 생각하며 그린라이프를 만들어 가는 아파트 브랜드이다.

입주민의 쾌적한 주거환경을 실현하기 위해, 시간이 지날수록 가치가 상승하는 ‘감성조경’도 구현했다. 입주주민의 지친 몸과 마음을 치유해주는 복합 문화공원인 ‘더샵 힐링파크(Healing Park)’와 단지 중심에 있는 넓은 잔디광장인 ‘더샵 필드’, 자연 그대로를 재현한 조경 폭포와 실개천, 꽃과 식물로 연출한 ‘힐링 산책로’ 등이 대표적인 예로 꼽힌다.

또한 삶의 재충전과 정서적 안정이 가능한 ‘더샵 팜가든(FarmGarden)’, 이색적인 숲 속 휴식공간인 ‘캠핑가든(Camping Garden)’, 반려견을 위한 ‘펫가든(PetGarden)’은 일상의 단조움을 특별하게 해준다. 이 밖에도 ‘더샵’ 브랜드만의 독특한 아이디어가 담겨 있는 ‘수공간 조경 클러스터(키즈풀+맘스카페)’는 이웃 단지들로부터 부러움의 대상이다.

‘블루클린’ 통해 깨끗·안전한 주유소 운영

주유소 부문 현대오일뱅크

Hyundai Oilbank

현대오일뱅크가 주유소 환경개선 활동인 ‘블루클린’으로 한국표준협회 주최 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 주유소 부문에서 2년 연속 1위에 올랐다. 지난해 주유소 부문이 신설된 이후 2연패(連覇)의 영광을 안았다.

‘블루클린’은 현대오일뱅크의 상징색인 ‘블루’와 깨끗함을 의미하는 ‘클린’을 합친 말이다. 안전하고 깨끗한 객장 환경을 바탕으로 수준 높은 서비스를 제공하기 위한 현대오일뱅크만의 주유소 환경개선 활동이다.

현대오일뱅크는 지난 2020년 3월 전담조직인 ‘블루클린사무국’을 신설하고 ▲객장환경 개선 활동 ▲임직원 및 주유소 운영인 교육 ▲사내 전문가 양성 ▲블루클린 매뉴얼 제작 등 깨끗하고 안전한 주유소를 만들기 위한 활동을 지속하고 있다.

올해는 ‘안전’에 중점을 둔 활동을



현대오일뱅크는 주유소 환경개선 활동 ‘블루클린’을 통해 안전하고 깨끗한 객장을 만들고, 수준 높은 서비스를 제공하기 위해 최선을 다하고 있다.

진행 중이다. 주유소 운영인들이 주요 시설물을 직접 점검하고 안전사고를 예방할 수 있게 시설물 점검 프로세스를 제작하고 교육한다. 또한 주유소에서 발생할 수 있는 사고 사례에 대해 유형별 예방 활동을 안내한다. 계단 미끄럼 방지 테이프 부착, 위험물 표시 스티커 및 차량 유도선 시인성(視認性) 개선 등 안전 관련 지원도 강화한다.

또한 현대오일뱅크는 소비자에게 편

안하고 기분 좋은 경험을 제공하기 위해 다양한 서비스 강화 프로그램도 진행 중이다. 현대오일뱅크는 서비스 컨설턴트 조직을 운영하고 있다. 서비스 컨설턴트 직원들은 전국 주유소를 찾다니며 주유원 친절교육, 객장 환경관리 교육, 마케팅 컨설팅 등을 전담한다. 현대오일뱅크 보너스카드 앱을 통해 방문자가 직접 주유소 서비스를 평가하는 ‘주유소 서비스 모니터링’도 실시하고 있다.

6개 은행과 지급보증계약… 상조 납입금 보호

장례서비스 부문 The-K에다함상조

The-K에다함상조

The-K에다함상조(이하 에다함)가 한국표준협회 주최 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 장례서비스 부문에서 7년 연속 1위를 달성했다.

에다함은 국내 유일의 교직원 복지기관인 한국교직원공제회가 업계 최대 자본금 500억원을 전액 출자해 설립한 상조회사이다. ‘페이백(Pay-back) 시스템’ ‘부당행위보호시스템’ ‘상조납입금 안전책임시스템’ ‘전국 직영 운영 시스템’ 등으로 합리적이고 투명한 서비스를 제공하고 있다. 특히 이용자의 납입금을 철저히 보호하기 위해 업계 최대인 6개 은행(신한·하나·우리·전북·Sh수협·SC제일)과 지급보증계약을 체결했다. 한국교직원공제회의 연대지급보증까지 2중 안전망을 구축하고 있다.

에다함은 국내 장례산업 발전을 도모할 인재들을 육성하기 위해 전국 5개 대학의 장례 관련 학과에 정기적으로 장학



The-K에다함상조는 이용자의 납입금을 보호하기 위한 2중 안전망을 갖추고, 소비자중심경영과 사회공헌에 힘쓰며 신뢰를 쌓아오고 있다.

금을 지급해왔다. 지난해 12월에는 공정거래위원회로부터 소비자중심경영활동과 윤리경영을 인정받아 소비자중심경영(CCM) 인증을 4회째 획득했다. 최근에는 소비자들의 다양한 니즈(needs)를 충족하기 위한 가전결합상품 ‘더함 1호’를 출시해 눈길을 끈다.

에다함은 상조(相助)의 기본 정신 ‘서로 돕다’의 정신을 충실히 따른다. 복지사의 사각지대에 있는 입양기관의 어린

생명들과 잠재 빈곤층(노인 1인 가구, 차상위 계층 등)들에게 직접적인 도움을 주기 위해 ‘성가정 입양원’과 무료진료 자선의료기관인 ‘요셉의원’에 기부금을 전달해 의료서비스 확대 및 개선에 도움을 주고 있다. 이 밖에도 저소득 조손(祖孫)가정에 장례를 무상으로 지원하고, 대한소방공제회를 통해 순직 소방관들 유가족들에게도 위로금을 전달하고 있다.

정리=이예은 객원기자



2022 소비자웰빙환경만족지수
숙취해소음료부문
18년 연속 1위

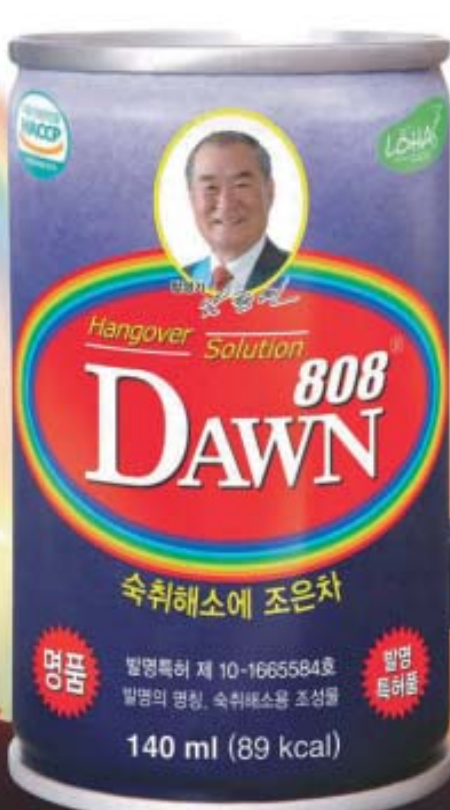
숙취해소에 정말 좋은

여명808®

www.glami.com



세계 발명왕
남궁현
제43회 발명의 날 금탑산업훈장 수훈



숙취해소에 조은차





발명특허기업
주식회사 **그래미**

소비자 상담전화 **080-4073-808**
가까운 지사, 약국, 편의점, 대형할인마트에서 구입하실 수 있습니다.

과다한 음주는 건강을 해칩니다.

2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI) 1위 기업

아름다운 삶이 밝은 햇살처럼 스며들다

밝은 햇살처럼 우리의 삶이 아름답도록
소비자웰빙환경만족지수 1위 기업이 행복한 내일을 만들어갑니다.

황금나비상 18년 연속



제43회 발명의 날
금탑산업훈장 수훈
발명자 **양종현**

숙취해소음료 | 주식회사 그레이미

16년 연속

137 Years of CHEJUNGWON 1885-2022

제중원 137주년



세브란스 SEVERANCE

종합병원 | 세브란스병원

15년 연속

뉴질랜드 산양유로 만든
일동후디스 산양유아식



산양분유·산양유아식 | 일동후디스㈜

14년 연속



E-커머스 | 십일번가 주식회사

12년 연속

SAMSUNG

BESPOKE 김치냉장고

김치냉장고 | 삼성전자㈜

11년 연속



렌터카 | SK렌터카㈜

10년 연속

김용기씨 도전왕

ZEN 비스포크



가정용도자기식기 | ㈜ZEN한국

7년 연속



장례서비스 | The-K메다함상조㈜

7년 연속

PARIS BAGUETTE



BOULANGERIE

베이커리 | ㈜파리크라상

5년 연속

Emons



가정용가구 | ㈜에몬스가구

4년 연속

경동나비엔

온수매트 | ㈜경동나비엔

4년 연속



두유 | 삼육식품

3년 연속

비맥스

종합영양제 | GC녹십자

3년 연속

KCC 창호

창호재 | ㈜KCC

3년 연속



주방용밀폐용기 | ㈜락앤락

3년 연속

SAMSUNG

BESPOKE 냉장고

냉장고 | 삼성전자㈜

3년 연속

THE SHARP

아파트 | ㈜포스코건설

3년 연속

건강검진기관

KMI한국의학연구소

건강검진전문센터 | (주)한국의학연구소

2년 연속

탁센

진통제 | GC녹십자

2년 연속

경동나비엔

창정환기시스템 | ㈜경동나비엔

2년 연속

프리미엄 산양유 단백질
일동후디스 하이콜 프로틴멜런스



단백질 보충제 | 일동후디스㈜

2년 연속



한일시멘트

친환경시멘트 | 한일시멘트(주)

2년 연속

Hyundai Oilbank

주유소 | 현대오일뱅크(주)

2년 연속

KCC 페인트

친환경페인트 | ㈜KCC

KG 케미칼

요소수 | KG케미칼(주)

에스트리션
유한백수오

경년개, 특수유한한
달이 없습니다.
아름다운
공복처럼 맛있게!



갱년기개선 | (주)유한건강생활

유한양행

친환경 주방세제 | (주)유한양행

자담치킨

웰빙치킨 | 주식회사 웰빙푸드

소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)

한국표준협회와 연세대학교가 소비자들이 이용하는 상품 및 서비스의 웰빙 정도를
웰빙측정지수인 HESSS 모델, 즉 건강성(Health), 환경성(Environment), 안전성
(Safety), 충족성(Satisfaction), 사회성(Social Responsibility)의 5개 차원을 통해
해당 부문별 웰빙 기능 만족도 1위를 선정하는 평가 제도(Since 2004)

**2022 KS-WEI 1위 기업에게
QR 찍고 축하 메시지를 보내주세요**

• 참여하신분들께 추첨을 통해 소정의 선물을 드립니다.



주최: KSA 한국표준협회



연세대학교 환경과학기술연구소

후원:



조선일보

* 이 광고는 수상기업의 광고 협찬 비용으로 제작하였습니다.