



자원순환형 친환경 생산시스템 구축 4회 연속 녹색기업·ESG경영도 박차

친환경시멘트 부문



한일시멘트가 한국표준협회가 주최한 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 친환경시멘트 부문에서 2년 연속 1위를 차지했다.

올해로 창립 60주년을 맞은 한일시멘트는 포틀랜드 시멘트를 비롯해 시멘트 2차 제품인 레미탈, 레미콘을 생산하는 기초 건설소재 분야의 최고 기업이다. 한일시멘트는 ‘환경’을 경영의 핵심 요소로 인식하고 친환경적인 제품 생산, 순환자원 재활용, 에너지의 효율적 사용 등을 통해 이산화탄소 저감 및 녹색성장을 위해 노력해왔다. 지난 3월에는 본격적으로 ESG(환경·사회·지배구조) 경영을 선언하며 글로벌 기준으로 환경과 사회공헌 등에서 비전을 수립하고 있다.

한일시멘트는 시멘트 생산공장인 단양 공장에 순환자원·연료 사용과 시멘트 소성로 폐열을 이용한 폐열발전설비의 대체에너지로 사용하는 친환경 시스템을 구축했다. 포항공장과 평택공장에서 생산하고 있는 고로슬래그시멘트는 제철소에서 부산물로 발생하는 고로슬래그를 활용한 대표적인 자원순환형 친환경 제품이다. 이런 노력으로 2011년부터 4회 연속 시멘트업계 최초이자 제조업에서는 이례적으로 환경부가 지정하는 녹색기업에 선정되기도 했다.

지난 5월에는 단양공장에서 생산된 1종 포틀랜드 시멘트가 업계 최초로 ‘환경성적표지’ 인증을 획득했다. 드라이 모르타르 제품인

레미탈 3개 품목과 레미콘 9개 규격에 대해서도 저탄소 제품 및 환경성적표지 인증을 보유하고 있다. 한일시멘트 제품으로 시공하면 녹색 건축물로 인증받는 데 가점이 주어진다.

또 한일시멘트는 중간소음을 줄여주는 ‘고강도 바닥용 레미탈 FS150’과 기존 타일시멘트 대비 약 80%의 분진을 저감할 수 있는 ‘타일접착용 모르타르 폴리팩스 1000/2000’을 선보였다. 건설현장 근로자 고령화에 따른 근골격계 질환 예방·안전을 위해 기존 40kg 포장 제품을 개선해 ‘25kg 프리미엄 미장용 레미탈’도 출시했다.

소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI) 친환경시멘트 부문 1위 기업인 한일시멘트는 다양한 사회공헌 활동도 하고 있다. 2011년 행복을 함께 만들고 나누자는 의미로 봉사단 ‘WITH’를 창단해 매월 정기적으로 수도권 지역 어르신을 위한 배식 봉사활동을 하고 있다. 또 단양 공장 기계설비 관련 직원들이 자체적으로 ‘황소봉사회’를 조직해 지역 주민들의 농기계 수리는 물론 수도 및 보일러 배관 등 집수리 봉사를 하고 있다. 특히 한일시멘트가 지원하고 있는 우덕재단은 매년 230여 명에게 졸업 때까지 장학금 전액을 지급하고 있다.

이 재단은 1983년 한일시멘트 창업주인 우덕 허재경 선대 회장이 설립한 이후 4800명이 넘는 학생에게 장학금 300여억원을 지원했다. 한일시멘트 관계자는 “앞으로도 ESG 경영 체계를 더욱 확고히 해 친환경 제품은 물론 중간소음, 비산먼지 등 사회 문제 해결을 위한 제품 개발에도 최선의 노력을 다하겠다”며 “사회공헌 활동이 변함없이 이어지고 확대될 수 있도록 다양한 공익사업에 대한 관심과 지원도 아끼지 않을 것”이라고 말했다.

건강·환경성 등 5개 평가 7만2800명 소비자 조사 소비자웰빙환경만족지수는

올해로 19회째를 맞은 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)는 한국표준협회와 연세대 환경과학기술연구소가 2004년 공동 개발했다. 상품과 서비스에 대한 소비자의 웰빙 만족도를 보여주는 국내 유일한 평가 지표로 건강성(Health), 환경성(Environment), 안전성(Safety), 충족성(Satisfaction), 사회성(Social Responsibility) 5개 차원의 HESSS 평가 모델을 통해 웰빙 만족도 1위 기업(브랜드)을 매년 발표한다.

KS-WEI는 삶의 질 향상에 도움이 되는 웰빙 제품과 서비스를 대상으로 소비자 인식을 조사한다. 소비자에게는 객관적인 웰빙환경지수 정보와 소비 선택 기준을 제시하고, 기업에는 웰빙 상품 개발에 유용한 정보로 활용되고 있다. 올해 KS-WEI는 111개 상품군(9개 서비스 포함), 364개 기업(브랜드)을 선정하고, 7만2800명의 소비자를 대상으로 전문 조사기관을 통해 지난 3~5월 조사를 했다.

2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI) 1위 기업 및 가치공로상 수상자

NO	부문	기업명	수상자
1	가치공로상	세브란스병원	하중원 병원장
2		ZEN한국	김성수 회장
NO	조사부문	기업명	연속년수
1	숙취해소음료	그레미(여명808)	18
2	종합병원	세브란스병원	16
3	산양분유	산양유아식	15
4	E-커머스	11번가	14
5	김치냉장고	삼성전자	12
6	렌터카	SK렌터카	11
7	가정용도자기식기	ZEN한국	10
8	장례서비스	The-K에다함상조	7
9	베이커리	파리크라상(파리바게뜨)	7
10	가정용가구	에몬스가구	5
11	온수매트	경동나비엔(바엔온수매트)	4
12	두유	삼육식품(삼육두유)	4
13	종합영양제	GC녹십자(비맥스)	3
14	냉장고	삼성전자	3
15	창호제	KCC(KCC 창호)	3
16	주방용밀폐용기	락앤락	3
17	아파트	포스코건설(더샵)	3
18	건강검진전문센터	한국의학연구소	3
19	진통제	GC녹십자(탁센)	2
20	환경관리시스템	경동나비엔	2
21	단백질 보충제	일동후디스(하이문)	2
22	친환경시멘트	한일시멘트	2
23	주유소	현대오일뱅크	2
24	친환경 주방세제	유한양행(아름다운 주방세제)	1
25	친환경페인트	KCC(KCC 페인트)	1
26	요수소	KG케미칼(녹스-K)	1
27	경년기개선	유한건강생활(백수오)	1
28	웰빙치킨	웰빙푸드(자담치킨)	1



천연 식물성 원료로 매년 업그레이드 숙취해소음료 부문서 18년 연속 1위

숙취해소음료 부문



숙취해소음료 브랜드인 여명808이 한국표준협회가 주최한 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 숙취해소음료 부문 1위를 18년 연속 달성했다.

여명808을 발명한 주식회사 그레미의 남종현 회장은 “그레미는 인류에게 건강하고 풍요로운 삶을 제공하고자 천연 식물성 원료를 기반으로 한 수많은 웰빙 제품을 발명하고 있는 발명특허 전문 기업”이라고 소개했다. 그러면서 “기원전 4000년 전부터 치료약으로 사용한 차(茶)에 대한 연구를 통해 ‘생명을 주는 발명차’라는 신개념으로 숙취는 물론 고지혈증, 아토피, 화상치료, 호흡기 바이러스, 암 치료까지 다양한 분야의 ‘생명을 주는 발명차’를 개발·발명하고 있다”고 설명했다.

남 회장은 끝없는 여명 사람으로 매년 새로운 방식으로 제품을 업그레이드하고 있다. 20대 젊은 층부터 장년층까지 폭넓은 고객을 맛과 제품의 우수성으로 사로잡고 있다. 여명808은 코로나19 팬데믹이 끝난 지금, 다시 찾아온 일상의 애주가에게도 숙취해소음료 전통의 강자로 여전히 1위 자리를 지키고 있다.

1998년 출시 이후 25년간 꾸준히 사랑받아온 여명808은 세계 최초로 발명된 숙취해소용 천연차로 출시 때부터 뛰어난 효능으로 언론과 소비자에게 주목받아온 제품이다. 지금까지 숙취해소음료의 선두 브랜드로 확고하게 자리매김한 비결이다. 여명808이 오랫동안 소비자에게 사랑받은 이유는 바로 효능이

며 여명808을 발명한 남 회장의 끝없는 ‘여명 사랑’이 이뤄낸 결과다. 술의 끝판왕으로 알려진 애주가 남 회장은 1996년 발명 당시부터 지금까지 매일 여명808을 마시며 연구하고 있으며, 생산할 때마다 계속 직접 제품을 검사하며 완제품을 만들고 있다.

그레미는 ‘음식으로 고치지 못하는 질병은 의사도 고치지 못한다’는 신념으로 천연 식물성 원료를 집중 연구한 결과 ‘생명을 주는 천연차’라는 완벽한 웰빙 건강차 발명에 독보적인 기술력을 확보했다. 이런 연구 결과에 의해 업그레이드된 2022 여명808은 건강에 좋은 천연 식물성 원료와 우수한 발명기술 그리고 식품안전관리인증(HACCP)을 받은 최첨단 친환경 시스템을 통해 생산하는 완벽한 웰빙 제품으로, 소비자의 숙취는 물론 건강에도 도움을 준다.

여명808은 1998년 출시된 숙취해소음료 전통의 강자로 25년여가 지난 지금은 당시 소비자였던 아버지가 대학생이 된 아들에게 권하고 챙겨주는 아버지만의 숙취해소 노하우로 전수되고 있다. 출시 당시 ‘마케팅의 힘은 제품력’이라는 확신으로 광고보다는 거리 시음을 통해 소비자가 직접 제품의 우수성을 체험하게 하는 체험 마케팅을 주력으로 실시했다. 여명808은 매년 해변 행사, 대학 오리엔테이션 행사 등 다양한 종류의 체험 마케팅을 대학생 직장인 등 20대를 대상으로 지금까지 해오고 있다.

코로나19로 모임이 없어지고 거리에 인적이 드문 시기에는 대학생들의 창의력 증진과 브랜드 홍보를 위해 대학생 광고공모전을 진행하면서 MZ세대(밀레니얼+Z세대)에 친숙하고 가까운 브랜드로 자리 잡았다.

posco
포스코건설

다샵에 산다는 건
자구의 내일까지 생각한다는 것

친환경 자재부터 자연을 담아낸 주거공간, 스마트 생활 시스템까지
다샵이 우리의 미래를 위한 그린라이프를 만들어갑니다

GREEN LIFE
WITH
THE SHARP



THE SHARP



With POSCO

*포스코건설은 탄소발생을 줄인 친환경 시멘트를 사용하고 있습니다

가치공로상 **안심·선별진료소 운영 ... 코로나 극복 앞장****하중원 세브란스병원장**

하중원 세브란스병원장이 한국표준협회가 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)'의 가치공로상 수상자로 뽑혔다. 가치공로상은 ESG(환경·사회·지배구조) 경영과 사회 공헌에 앞장선 최고경영자에게 주는 상이다.

하 병원장은 "코로나19 극복을 위해 최전선에서 애써준 의료진 여러분과 각자 자리에서 최선을 다해준 모든 직원에게 영광을 돌린다"고 말했다.

세브란스병원은 소외된 이웃에 대한 의료 지원과 함께 코로나19 등 국가적 위기 상황에서 국민의 건강과 안전을 지키기 위해 노력해왔다. 코로나19 현장에 의료진을 파견하며 세브란스의 의료 서비스를 나누고 내부적으로 안심진료소와 선별진료소를 설치해 운영했다.



2020년 가을에는 안심진료소와 선별진료소의 실내화 공사를 통해 검사자들이 안전하게 검사받을 수 있는 환경을 조성했다. 거동이 불편

한 검사자와 소아 환자를 위한 별도 공간을 마련하고 위킹스루 검사도 도입해 검사의 신속성과 안전성을 높였다.

세브란스병원은 평소에도 환자 중심 정책을 다양하게 적용하는 것으로 잘 알려져 있다. 국내 처음으로 '환자 경험'을 병원 경영에 도입한 게 좋은 예다. 환자 경험을 환자 치료 수준, 의료의 질, 안전 등 제반 분야에 접목하고 환자 중심으로 재편해 병원을 방문한 환자와 보호자에게 새로운 경험을 제공한다는 평가를 받고 있다.

혁신적인 정보기술(IT)을 접목한 미래형 의료 서비스도 대대적으로 확대하고 있다. 무인 도착 확인키오스크를 도입해 대기시간을 줄이고 환자들이 진료에 앞서 필요한 자료를 사전에 입력할 수 있는 시스템을 구축한 게 대표적이다.

하 병원장은 "환자 경험을 병원 정책에 적극 반영함으로써 더 나은 의료 서비스와 가치를 제공해 환자들로부터 신뢰받는 세브란스병원을 만들겠다"고 밝혔다.

유한양행·KCC·KG케미칼 등 첫 1위 영예**강명수 한국표준협회장**

한국표준협회(회장 강명수·사진)가 24일 서울 소공동 롯데호텔에서 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI) 1위 기업 인증수여식'을 연다. 이번 인증수여식에서는 그레미의 여명808(숙취해소음료 부문)이 황금나비상을 수상한다. 황금나비상은 5년 이상 1위에 오른 브랜드 중 지속적으로 웰빙 기능을 개선하고 소비자 평가가 높은 상품 및 서비스에 주어진다. 아울러 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI) 가치공로상 2회 수상자로는 하중원 세브란스병원 병원장, 김성수 ZEN한국 회장 등이 선정됐다.

이날 인증수여식에는 1위에 오른 28개 상품 및 서비스 부문 관계자들이 참석한다. 그레미 여명808(숙취해소음료 부문)이 18년 연속 1위에 올랐다. 세브란스병원(종합병원 부문)이 16년 연속 1위, 일동후디스(산양분유·산양유아식 부문)가 15년 연속 1위, 11번가(e-커머스)가 14



년 연속 1위, 삼성전자(감지냉장고 부문)가 12년 연속 1위에 각각 이름을 올렸다.

SK렌터카(렌터카 부문)는 11년 연속, ZEN한국(가정용 도자기 식기 부문)은 10년 연속 정상을 지켰다. The-K에다함상조(장례서비스 부문)와 파리크라상 파리바게뜨(베이커리 부문)가 7년 연속 1위를 차지했다. 에몬스가구(가정용 가구 부문)가 5년 연속 1위에, 경동나비엔(온수매트 부문)과 삼육식품의 삼육두유(두유 부문)가 4년 연속 1위로 뽑혔다.

3년 연속 1위를 차지한 기업과 브랜드는 GC녹십자의 비맥스(종합영양제 부문), 삼성전자(냉장고 부문), KCC(창호재 부문), 락앤락(주방용 밀폐용기 부문), 포스코건설의 더샵(아파트 부문), 한국의학연구소(건강검진전문센터 부문)다. GC녹십자의 탁센(진통제 부문), 경동나비

엔(정정환기시스템 부문), 일동후디스의 하이문(단백질보충제 부문), 한일시멘트(친환경시멘트 부문), 현대오일뱅크(주유소 부문)가 작년에 이어 2년 연속 1위를 차지했다.

올해는 부문별로 처음 1위 영광을 안은 기업이 많았다. 유한양행의 아름다운 주방세제(친환경주방세제 부문), KCC(친환경페인트 부문), KG케미칼의 녹스-K(요소수 부문), 유한건강생활의 백수오(갱년기 개선 부문), 웰빙푸드의 자담치킨(웰빙치킨 부문)이 그 주인공이다.

2022년 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)는 65.71점으로 전년 대비 3.48점 하락했다. 최근 4년간 가장 낮은 수준이다.

차원별 소비자웰빙환경만족지수는 '고객충족성'(66.54점)이 가장 높고 이어 '건강기능성'(65.31점), '사용안전성'(64.63점), '사회적책임'(63.97점), '환경친화성'(62.85점) 순으로 나타났다. 차원별 소비자웰빙환경만족지수는 전년 대비 모든 차원이 하락했다.

정형근 연세대 환경에너지공학부 교수/연세대 환경과학기술연구소 소장

“기업과 국민, 웰빙 라이프 위한 지혜 짜내야”

산업 발전에 따른 경제적 풍요와 사회적 성공을 강조하는 시기를 지나, 건강하고 안전한 삶을 영위하고자 하는 인간의 욕구를 폭넓게 웰빙(Well-being)이라고 칭하는 시대다.

이 용어는 초기에 신체적인 건강을 강조했으나 현재는 몸과 정신 건강뿐만 아니라 풍요롭고 아름다운 삶을 살아가는 삶의 방식과 문화로 이해되고 있다고 할 수 있다.

그렇다면 보편적인 웰빙 라이프를 이루기 위한 요건은 무엇일까. 가장 넓은 범위의 요소는 생활 터전을 에워싸고 있는 생활 환경일 것이다. 이는 국가 차원의 영역으로 환경오염 문제의 최소화 및 산업체의 안전성을 확보하는 것으로, 정부기관, 전문가 그룹 및 산업체 노력으로 지속 가능한 기술개발이 필요한 분야다. 우리나라는 선진국 대열에 들어 서며 안전한 수도물 보급, 산업체의 오염물 배출 규제 등으로 환경오염 문제는 어느 정도 해결하고 있다고 판단한다. 여전히 부족한 문제는 산

업체의 안전을 확보하고 산업 재해를 없애는 문제다.

웰빙 라이프를 이루기 위해 2차적으로 담당해야 하는 기관은 제품을 생산하고 서비스를 제공하는 기업체의 몫이다. 현재 우리나라는 기업이 기능성과 편리성 및 낮은 가격에만 초점을 맞추던 시기는 지났다고 생각한다. 최근 들어 같은 기능을 하지만 개인의 욕구에 맞는 맞춤형 제품의 등장이 좋은 예다. 이런 제품은 사용 시 안전성을 확보하는 것은 물론 제품 수명이 다한 후에 재활용 및 리사이클 및 폐기 처분에 따른 환경오염을 최소화하도록 디자인되고 있다.

제품을 소비할 때 어느 제품과 서비스를 선택해야 할지 고민해보지 않은 사람은 없을 것이다. 내가 선택한 제품의 기능성, 안전성, 편리성, 친환경성 및 친환경성 등을 철저히 따져본다는 것은 일반 사람에게는 쉽지 않을 수 있다.

이런 점을 고려해 한국표준협회와



연세대 환경과학기술연구소는 웰빙 제품 및 서비스의 기준을 과학적이고 체계적으로 설정하고자 소비자웰빙환경만

족지수(KS-WEI: Korean Standard Well-Being & Environment Index)를 개발했다. 최종 소비자에게는 객관적인 웰빙환경지수 정보와 소비선택의 기준을 제공하고 있으며, 제품을 생산하는 기업과 서비스 제공 기업에는 환경친화적이고 안전한 웰빙 상품 개발에 필요한 자료 및 소비자를 충족시킬 수 있는 서비스 자료를 제공하고 있다.

이번 KS-WEI 평가에서 부문별 1위로 선정돼 인증서를 받는 기업체 관계자들에게 축하의 말씀을 드린다. 앞으로 더 많은 기업이 인증에 참여해 KS-WEI가 우리나라에서 생산되는 모든 제품과 서비스의 기준으로 자리매김하길 바란다.

가치공로상 **식기 제조 전과정 친환경 도입 ... 위생 강화****친환경도자기 ZEN****김성수 ZEN한국 회장**

김성수 ZEN한국 회장(사진)이 한국표준협회가 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)'의 가치공로상 수상자로 선정됐다. 가치공로상은 ESG(환경·사회·지배구조) 경영과 사회 공헌에 앞장선 최고경영자에게 수여하는 상이다.

김 회장은 엔지니어 출신 최고경영자로 모든 사람이 건강하고 안전하게 도자기 식기를 사용할 수 있기를 바라는 마음으로 혁신을 거듭했다는 평가다. 납 검출이 거의 없는 100% 무연 유약을 개발해 디자인 무연 안료 사용 기술을 축적했다. 흡수성이 큰 내열 자기는 세제 및 음식 오염원을 내뿜는 단점을 개선해 흡수율을 제로화하고 강도 및 위생성을 크게 강화한 무균열 내열 자기를 선보였다.

ZEN한국은 원료 선택부터 식기 제조까지 모든 과정에서 친환경에 중점



을 두고 있다. 중금속 및 유해 물질이 없는 원부자재를 사용하는 것은 물론 총 14일11시간 걸리는 생산 공정은 에너지 절감을 위해 과감한 개선을 이뤄냈다. 원료 분쇄 공정 개선을 통해서 연간 전기 사용량을 약 9% 절감했고 가마 소성 공정을 개선해 연간 가스 사용량도 약 10% 줄였다.

위생성을 강화한 것도 강점으로 꼽힌다. 섭씨 1250도 고온에서 3회 이상 소성해 물을 흡수하지 않을 뿐 아니라 음식물 접촉으로 인한 냄새 및 색상 배임 등 제품 변화 없이 장기간 쓸 수

있다. 원적외선이 90% 이상 방출돼 인체에도 좋은 친환경 웰빙 도자기라는 평가다. 열 안전성도 높아 오븐 및 전자레인지에서 사용 가능하고 식기세척기에서도 쓸 수 있다.

김 회장은 “남이 아닌 내 가족이 사용하는 안전하고 건강한 식기를 만들고자 새로운 공법과 신기술 개발에 매진한 결과 의미 있는 상을 받게 됐다”며 “앞으로도 끊임없는 기술 개발을 통해 건강한 생각으로 건강한 제품을 만들도록 노력하겠다”고 말했다.

**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



음성·카톡으로 조명 등 조절... 스마트 주거 구현

아파트 부문

THE SHARP 포스코건설이 한국표준협회가 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 아파트 부문에서 지난해 이어 3년 연속 1위를 수상했다. 포스코건설은 2002년 아파트 브랜드 '더샵'을 선보인 이후 주민 건강과 생활 편의를 위한 설계 기술을 꾸준히 개발해왔다.

2019년 업계 최초로 주택 분야 스마트 기술 브랜드 '아이큐텍'을 내놔다. 이 브랜드는 세 가지 기술을 구현했다. 먼저 음성과 카카오톡을 통해 조명·난방·환기 등이 가능한 '아이큐편리' 기술이다. 고객 생활 패턴을 반영해 외출 시간대 교통 상황을 알려 주기도 한다. '아이큐 안전'은 단지 내 CCTV를 스마트폰 앱을 통해 확인할 수 있는 '우리아이 안심 지킴이', 승강기 이상 현상을 자동 감지해 경비실에 상황을 전송하는 기술 등으로 이뤄졌다. '아이큐 헬스'는 단지와 가구 내 미세먼지 등 공기질을 분석해 농도에



따라 청정환기시스템을 자동으로 작동한다.

포스코건설은 친환경 시공을 선도하고 있다. 건축물 통합정보관리기술(BIM)을 기반으로 건축물 에너지 분석 시스템을 개발해 현장에 적용했다. 이를 통해 국내 건설사 중 가장 많은 17건의 미국 친환경건축물 인증(LEED) 실적을 따냈다.

가구 에너지 사용 가이드를 제공해 입주민의 에너지 절약에 도와주는 서비스도 제공하고 있다. 월패드에서 시간, 월별, 연도별 에너지 사용량을 확인

할 수 있고 가구간 비교도 가능하다.

포스코건설은 입주민의 쾌적한 주거환경을 보장하는 이른바 '감성 조정'을 추구하고 있다. 복합 문화공원인 더샵 힐링파크, 단지 중심에 있는 잔디광장 더샵 필드, 자연 그대로를 재현한 조형 폭포와 실개천, 꽃과 식물로 연출한 힐링 산책로 등이다. 반려동물을 위한 '뽀개든'도 제공한다. 특히 아이들을 위한 '키즈폴'과 임마들을 위한 '맘스카페'가 어우러진 수공간 조경이 입주민들로부터 호평받고 있다.

'블루클린' 활동으로 주유소 안전·환경 개선

주유소 부문



현대오일뱅크가 지난해 이어 2년 연속 한국표준협회가 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 주유소 부문 1위에 올랐다. 지난해 주유소 부문이 신설된 뒤 2년 연속 1위를 지켰다.

현대오일뱅크는 주유소 환경개선 사업인 '블루클린'을 벌여온 점을 높게 평가받았다. 블루클린은 현대오일뱅크의 상징색인 블루와 깨끗함을 의미하는 클린의 합성어다. 깨끗한 환경에서 수준 높은 서비스를 제공하겠다는 주유소 인프라 개선 사업이다.

현대오일뱅크는 2020년 3월 전담조직인 블루클린 사무국을 신설했다. 객장 환경 개선 활동, 임직원 및 주유소 운영자 교육, 사내 전문가 양성, 블루클린 매뉴얼 제작 등 깨끗하고 안전한 주유소를 만들기 위한 활동을 확대하고 있다.

블루클린 사업 3년째를 맞는 올해엔 '안전'에 중점을 두고 있다. 주유소 운영자들이 주요 시설물 상태를 직접



점검하고 안전사고를 방지할 수 있게 교육하고 있다. 주유소에서 발생할 수 있는 사고 유형별 예방 노하우를 미리 알려준다. 차량 유도선이 잘 보이게 개선하는 법 등도 안내하고 있다. 현대오일뱅크 관계자는 "지난 3년간 블루클린 활동으로 주유소 객장 환경이 많이 개선됐다"며 "안전과 환경이 최우선이란 기본 방침 아래 고객 만족을 높이는 데 최선을 다하겠다"고 말했다.

현대오일뱅크는 고객에게 편안한 경험을 주기 위해 다양한 프로그램을 도입했다. 서비스 현장 교육을 전담하

는 전담 컨설턴트 조직을 운영하고 있다. 서비스 컨설턴트 직원들은 전국 주유소를 찾아다니며 주유원 친절교육, 객장 환경관리 교육, 마케팅 교육 등을 한다. 보너스카드 앱을 통해 고객이 직접 주유소를 평가하는 '주유소 서비스 모니터링'도 하고 있다.

1964년 11월 국내 최초 민간 정유사 '극동석유공업'으로 설립된 현대오일뱅크는 2002년 현재 사명으로 변경됐다. 2010년 현대중공업 계열로 편입됐고, 2020년엔 SK네트웍스 주유소 300여 곳 영업권을 인수했다.

증명서 모바일 발급, 지방 환자 MRI 당일 검사

종합병원 부문



세브란스병원은 한국표준협회에서 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 종합병원 부문 1위를 16년 연속 지키고 있다.

세브란스병원은 1885년 한국 최초 근대식 병원인 관혜원에서 시작해 138년간 국내 의료계를 선도해왔다. 코로나19 팬데믹에 맞서 현장 의료진 파견, 생활치료센터 운영, 사회 필수 인력 대상 백신 접종 지원, 위중증 환자 등을 위한 약 100개의 전용 병상 운영 등 최전선에서 코로나 극복을 위해 노력했다.

종합병원의 고질적 문제로 지적되는 검사 대기시간을 패스트 트랙 구축을 통해 해소했다는 평가다. 여러 번 방문해야 하는 컴퓨터단층촬영(CT)과 자기공명영상(MRI) 검사를 지방 환자의 경우 당일 검사가 가능하도록 개선한 것이 대표적이다. 협력병원 네트워크를 강화해 지역 거점 병원과의



네트워크도 지속적으로 늘리고 있다. 세브란스병원은 환자 편의를 높이기 위해 각종 증명서를 모바일로 발급받을 수 있는 비대면 서류발급 서비스를 14종으로 확대했다. My세브란스 앱은 진료예약 기능을 확대하고, 실손보험 청구서비스 기능을 고도화했다.

세브란스병원은 강남세브란스병원, 용인세브란스병원 간 협진이 가능한 경영시스템도 구축하고 있다. 데이터 기반 임상 프로세스와 자원 관리가 가능한 대시보드를 도입하고, 병동 고위험 환자 안전 모니터링 시스템

을 구축해 디지털 기반 환자 안전 체계를 수립하는 중이다.

국내 최초로 도입하는 '중입자 암치료기'는 내년 초 오픈을 목표로 성능 테스트를 하고 있다. 이 치료기는 기존 방사선 기기보다 2~3배 높은 확률로 난치 암을 치료할 수 있을 것으로 기대된다. 하중원 세브란스병원장은 "국민들이 믿고 찾아올 수 있는 병원, 데이터 기반으로 미래 의학을 선도하는 병원이 될 것"이라며 "차별화된 환자 중심 시스템으로 새로운 의료 서비스 모델을 만들어가겠다"고 말했다.

'색상·타입 등 마음대로'... 빌트인 트렌드 선도

냉장고 부문

BESPOKE 냉장고

삼성전자는 한국표준협회에서 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 냉장고 부문 1위를 3년 연속 달성했다.

삼성전자의 비스포크 냉장고는 취향에 맞춰 원하는 제품 타입과 패널을 선택할 수 있는 모듈형 냉장고다. 주방 가구에 맞춘 빌트인 스타일을 구현해 냉장고 시장의 새로운 트렌드로 자리 잡았다.

가족 수, 식습관, 주방 형태 등에 따라 1도어에서 4도어까지 총 11개 라인업을 선보였다. 4도어 프리스탠딩, 4도어 키친핏, 1도어 와인냉장고, 3도어 감자냉장고 등이다.

최근 슬립한 디자인과 함께 도어 내부에 정수기를 탑재한 4도어 신제품을 새롭게 선보였다. 테마 색상인 '이브닝 코랄' '모닝 블루' 등 총 19가지 색상 패널을 기본 옵션으로 제공한다. 이 색상 외 '나만의 컬러'를 원하는 경우 360개 색상으로 구성된 '프리즘 컬러' 목록에서 색상을 지정해 주문할 수 있다.



삼성전자는 이처럼 다양한 색상의 냉장고를 신속하게 공급하기 위해 '프리즘 360 컬러 클러링'이란 기술을 개발했다. 잉크를 사전에 조색할 필요 없이 디지털 방식으로 조합해 고객 맞

춤형 패널을 빠르게 찍어내는 기술이다. 디지털 프린팅 기술을 접목해 색상 품질이 우수하다는 평가다.

대표 모델인 4도어 프리스탠딩 타입엔 '오토필 정수기' '오토 듀얼 아이스 메이커' 두 가지 기능이 있다. 오토필 정수기는 남·비소·수은 등 중금속과 비스페놀A, 미세플라스틱 등 83개 항목에 대해 세계보건기구(WHO), 미국 국가표준협회 관련 기관으로부터 안전성을 인증받았다. 오토 듀얼 아이스 메이커는 음료에 맞게 큐브 아이스, 위스키볼 아이스 두 가지 종류의 얼음을 제공한다.

와인, 열대과일, 과일·채소, 육류·생선 등 모드를 선택할 수 있는 멀티 팬트리엔 해동 기능을 새로 추가했다. 냉동 상태 고기의 육즙 손실을 최소화하면서 빠르게 해동할 수 있다. 우측 하단 '맛쫄보관실'엔 영하 23도부터 영상 4도까지 온도 대역에서 7단계로 온도 설정이 가능하다.

이재승 삼성전자 생활가전사업부 사장은 "앞으로도 소비자들에게 새로운 가치를 전달할 수 있도록 더 고민하고 노력하겠다"고 말했다.



2022 소비자웰빙환경만족지수
숙취해소음료부문
18년 연속 1위

KS-WEI

숙취해소에 정말 좋은

여명808®

세계 발명왕
남정현
제43회 발명의 날 금탑산업훈장 수훈

발명특허 제 10-1665584호
발명의 명칭, 숙취해소용 조성물
140 ml (89 kcal)



www.glami.com

소비자 상담전화 080-4073-808

가까운 지사, 약국, 편의점, 대형할인마트에서 구입하실 수 있습니다.

과다한 음주는 건강을 해칩니다.

고객 납입금 지급보증, 장례학과 지원 인재육성

장례서비스 부문

더케이 한국교직원공제회
The-K에다함상조

The-K에다함상조가 한국표준협회에서 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 장례서비스 부문에서 7년 연속 1위에 올랐다.

The-K에다함상조는 한국교직원공제회가 업계 최대 자본금 500억원을 전액 출자에 설립한 상조회사다. '패시백 시스템', '부담행위 보호시스템', '상조 납입금 안전책임시스템', '전국 직영 운영 시스템' 등을 통해 합리적이고 투명한 상조 서비스를 제공하고 있다. 고객의 납입금을 보호하기 위해 업계 최대인 6개 시중은행과 지급보증계약을 체결하고, 한국교직원공제회의 연대지급보증까지 2중 안전망을 구축했다.

The-K에다함상조는 장례 산업 발전을 위한 인재 육성에도 공을 들이고 있다. 전국 5개 대학의 장례 관련 학과에 정기적으로 장학금을 수여하는 게 좋은 예다. 또 장례 관련 학과 졸업생과 국가자격증인 장례지도사 자격증



을 취득한 인재들을 정규직으로 채용하고 있다. 이를 통해 전국 9개 지부직 영점의 모든 장례 절차에서 높은 품질의 서비스를 제공하고 있다.

The-K에다함상조는 사회공헌활동 및 'CSV(공유가치 창출)' 프로세스를 구축해 지역사회의 복지 개선에도 힘을 쏟고 있다. 복지 사각지대에 놓인 입양기관의 영유아 및 어린이와 노인 1인 가구, 차상위 계층 등 잠재적 빈곤층들에게 직접적인 도움을 주기 위해 '성가정입양원'과 무료 진료 자선의료기관인 '요셉의원'에 기부금을 전달한

게 그 일환이다.

The-K에다함상조는 한국교직원공제회와 함께 전국 초·중·고등학교장의 추천을 받은 저소득 조손가정에 장례 서비스를 무상으로 지원하고, 대한소방공제회를 통해 순직소방관들의 유가족들에게 위로금을 전달하는 등 사회공헌활동을 활발히 펼치고 있다.

'사랑[愛]다함' 기부금도 운영한다. 이 기부금은 온라인 가임 고객의 첫 납입금 10%와 매월 임직원 급여의 1000원 미만 자투리 금액을 모아 적립하고 있다.

업계 첫 로하스 인증... 30여개국에 도자기 수출

가정용도자기식기 부문

친환경도자기 ZIEN

젠한국이 한국표준협회에서 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 가정용도자기식기 부문에서 10년 연속 1위에 올랐다.

젠한국은 세계 30여 개국에 도자기를 수출하는 프리미엄 테이블웨어 기업이다. 1991년 국내 자본과 기술력으로 인도네시아에 최첨단 도자기 공장을 설립한 이후 현재 국내 직원 100명, 인도네시아 수출 전용 공장 직원 600여 명을 채용하고 있다. 연간 도자기 제품 생산량은 1500만 개에 달한다.

이 업체는 2009년 도자기 업계 최초로 한국표준협회의 LOHAS(로하스) 인증을 획득해 현재까지 유지하고 있으며, 10년 연속 대한민국 제품혁신상을 수상해 명예의 전당에 헌정되기도 했다.

젠 한국의 대표 제품은 '비스포크 스타일'이다. 이 제품은 파스텔 톤 색상 조합 패턴이 특징이다. 선과 면을



통해 규칙적이고 모던한 느낌을 자아내는 몬드리안 패턴에 네 가지 파스텔 톤의 색상을 사용해 생기 있고 품격 있는 주방 분위기를 연출한다.

비스포크 스타일의 도자기 라면기는 안에 눈금 표시가 있어 입맛에 따라 물의 양을 조절하기 편리하다. 뚜껑도 포함된 덕분에 촉촉한 요리를 안전하게 조리할 수 있다. 비스포크 스타일의 동행 도자기 밀폐용기는 음식을 오래도록 신선하게 보관할 수 있게 한다. 부피가 큰 채소나 다양한 반찬류를 담아서 사용하기 편리하다. 비

스포크 스타일 생생용기는 산소 차단을 위한 4면 결착 도자기 밀폐용기로 운반이 편리하고 음식 포장 용기로도 사용할 수 있다.

젠 한국 비스포크 스타일 제품은 1250도의 고온에서 3회 이상 소성해 균열이 없으며, 수분이 흡수되지 않아 세제가 남거나 세균 번식의 위험이 거의 없다. 내열성 또한 우수하며 뛰어난 열 보존성도 장점이다. 이 제품은 친환경 천연 소재와 무연 유약을 사용해 소비자의 중금속과 환경호르몬 걱정도 덜어줬다.

친환경 최고등급 '숲으로' 페인트

친환경페인트 부문

KCC 페인트

KCC가 한국표준협회에서 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 친환경페인트 부문에서 1위에 올랐다. KCC는 2020년 소재에 상관없이 어디에나 칠할 수 있는 '숲으로 올인원'을 선보인 데 이어 이듬해 항바이러스 도료인 '숲으로 바이오'를 출시하는 등 환경경 고기능성 도료 시장을 선도하고 있다.

KCC의 친환경 페인트 브랜드 '숲으로'는 휘발성유기화합물 함량을 관련 규정에 따라 최소화한 도료로 일반 유성도료와 비교하면 냄새가 거의 없는 게 특징이다. 숲으로 바이오는 한국환경산업기술원에서 '환경표지 인증서'를 획득했다. 숲으로 올인원은 한국공기청정협회의 친환경 건축자재 인증(HB마크)의 최우수 등급인 클로버 다섯 개를 받았다.

숲으로의 최고급 인테리어용 마감 페인트 '숲으로 홈앤웰빙'은 대한아도협회와 아도피 안심 마크를 획득



했다. 이 제품은 다양한 기능을 지닌 고급형 수성 도료로 페인트가 굳은 이후 균열을 방지하고, 표면 오염 시 오염 물질을 쉽게 닦아낼 수 있는 게 장점이다. 또 항균성이 우수하고 곰팡이가 거의 생기지 않으며 냄새가 적은 것도 특징이다.

코로나 사태 이후 셀프 인테리어에 대한 수요가 증가하면서 친환경 페인트를 찾는 소비자도 늘어나는 추세다. KCC 관계자는 "숲으로 관련 제품의 HB인증 획득을 확대해 친환경 시장을 선도할 것"이라고 말했다.

속면 돕는 나비엔 온수매트

온수매트 부문

경동나비엔

경동나비엔이 한국표준협회에서 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 온수매트 부문에서 4년 연속 1위에 올랐다. 경동나비엔은 1988년 아시아 최초로 친환경 고효율 '콘덴싱 보일러'를 선보였다. 한국 고유의 온돌 문화에 친환경 고효율 난방 기술을 접목해 국내 난방 기술 발전을 이끌어왔다는 평가다.

경동나비엔은 2015년 난방 기술을 집약시킨 프리미엄 온수매트 '나비엔 온수매트'를 선보였다. 이 제품은 단순한 난방 보조기기를 넘어 쾌적한 수면 환경을 위한 속면 가전으로 소비자 호응을 끌어냈다. 특히 속면을 돕는 대표적인 기능인 '수면모드'는 이용자의 수면 중 체온 변화를 고려해 단계적으로 최적의 온도를 구현하는 게 특징이다. 수면모드는 온수매트 가동 후 30분 동안 포근하게 잠들 수 있도록 설정 온도를 유지하고, 이후 깊은 속면을 위해 단계적으



로 온도를 낮춘다. 기상 1시간 전부터는 온수매트의 온도를 올려 최적의 기상 환경을 제공한다.

'맞춤 예약' 모드는 사용자의 수면 패턴에 따라 30분 단위로 온도를 설정할 수 있는 기능으로 자신만의 속면 온도 흐름을 조정할 수 있다. 슬립형, 쿠션형 등 본인의 생활 패턴에 따라 매트를 선택할 수 있는 것도 장점이다.

경동나비엔은 단국대와의 공동 연구를 통해 실내 온도와 피부에 닿는 속면 온도의 연관성을 확인했다. 실험 결과 보일러 21도, 온수매트 35도 운전 시 수면 만족도는 보일러만 23도로 가동했을 때보다 약 7% 높게 나타났다. 난방비 역시 약 20% 절감할 수 있는 것으로 조사됐다.

친환경 택배박스로 환경보호

E-커머스 부문

11

11번가가 한국표준협회에서 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' E-커머스 부문에서 14년 연속 1위에 올랐다.

11번가는 지난해 일부 직배송 상품을 대상으로 100% 재활용할 수 있는 친환경 소재로 제작한 '친환경 택배박스'를 도입했다. 또 비닐 소재 테이프 대신 '종이테이프'를, 비닐 완충재 대신 재활용 가능한 '종이 완충재'를 사용하는 등 환경 보호를 위한 노력을 이어왔다.

지난해 3월에는 E-커머스 업계 최초로 비닐 포장재가 없는 무라벨 생수 '울스탠다드 샘물'을 출시하기도 했다. 환경을 위해 페트병에 부착된 라벨을 없애 비닐 폐기물 배출량을 줄이고 페트병 재활용 효율을 높인 제품이다. 비닐 라벨을 제거하는 작업이 필요 없어 페트병 분리배출도 이 전보다 편리해졌다.

고객과 함께 친환경 가치를 실천하



는 '11번가와 그린 Green(그린)' 프로모션도 매달 하고 있다. 환경보호에 대한 인식 개선을 위해 진행되는 행사로, 다양한 환경 상식을 제공하고 고객이 직접 참여하는 환경 캠페인과 이벤트 등을 다채롭게 실시하고 있다.

11번가는 소비를 통해 사회적 가치를 실현하는 '착한 소비' 문화 확산에도 힘쓰고 있다. 11번가는 2013년부터 판매자, 소비자와 함께하는 사회공헌 프로그램 '희망소핑'도 운영하고 있다. 11번가 판매자가 희망소핑 상품으로 등록된 제품을 소비자가 구매하면 자동으로 '희망후원금'이 적립되는 방식이다. 후원금은 희망소핑 캠페인을 통해 사회에 환원된다. 현재 누적 후원금은 68억원에 이른다.

건강
가능식품
식품안전관리인증

산양유 단백질에
정상적인 면역기능 아연까지!

근육 뼈 건강을 위한 식약처 기능성인정 건강기능식품

내 몸을 위한 단백질 건강습관 하루 한 컵 하이문!

- 근육건강을 위한 단백질 밸런스(동물성·식물성=6:4)
- 정상적인 면역기능을 위한 아연
- 뼈 건강을 위한 칼슘, 비타민D
- 장건강, 배변을 위한 프리바이오틱스
- 활발한 신진대사를 위한 비타민

하이문 프로틴밸런스

지금 전화하시면 근육건강에 좋은 일이 생깁니다

02.2049.2238

ILDONG 일동후디스

소비자 웰빙지수 1위!
(2021년 한국표준협회 선정)

하이문 프로틴밸런스

Normal Immune Function
정상적인 면역기능

Magnesium
신경과 근육 기능 유지에 필요한 마그네슘

Bone Health
뼈 건강을 위한 칼슘, 비타민D의 이상적 배합

Prebiotics
유산균 먹이 프리바이오틱스, 프리락토올리고당

Balanced Protein
소화를 고려한 균형 단백질 설계

건강기능식품 99% 이상 국내 생산 제품

· 제조 및 판매: 일동후디스(주) · 유통기한 확인하여 식품안전에 유의하세요 · 본 제품은 질병의 예방 및 치료를 위한 의약품이 아닌 건강기능식품입니다

공기청정과 청정환기 동시에 ... 쾌적한 실내 유지

청정환기시스템 부문

KG 경동나비엔

경동나비엔이 한국표준협회에서 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 청정환기시스템 부문에서 2년 연속 1위를 차지했다.

나비엔 청정환기시스템은 공기청정과 청정환기 기능을 동시에 갖춘 것이 가장 큰 특징으로, 최근 환기의 중요성이 강조됨에 따라 소비자에게 관심을 받고 있다. 공기청정 기능으로 생활공간을 항상 쾌적하게 유지하며, 청정환기 기능으로 내부의 오염된 공기는 밖으로 내보내고 외부의 새로운 공기를 안으로 들여온다. 외부 공기 유입 시 필터시스템을 통해 미세먼지와 같은 오염물질을 깨끗하게 거른 후 맑은 공기를 안으로 들여온다. 이산화탄소, 라돈, 휘발성 유기화합물 등 환기로만 해결할 수 있는 유해물질은 밖으로 배출해 실내공기를 항상 깨끗하게 유지한다.

경동나비엔은 가장 많은 유해물질



이 발생하는 주방은 물론 집 안 전체의 공기질까지 관리하는 '나비엔 청정환기시스템 키친플러스'로 또 한 번 혁신을 선도했다. 키친플러스는 3차원(3D) 에어후드를 연동해 후드의 양 옆면과 전면 총 세 방향에서 에어커튼을 형성하는 것이 특징이다. 에어커튼이 요리 시 발생하는 오염물질이 확산하는 것을 막고 동시에 주방집중급기를 위한 특허 덕트가 작동해 차단·배출·

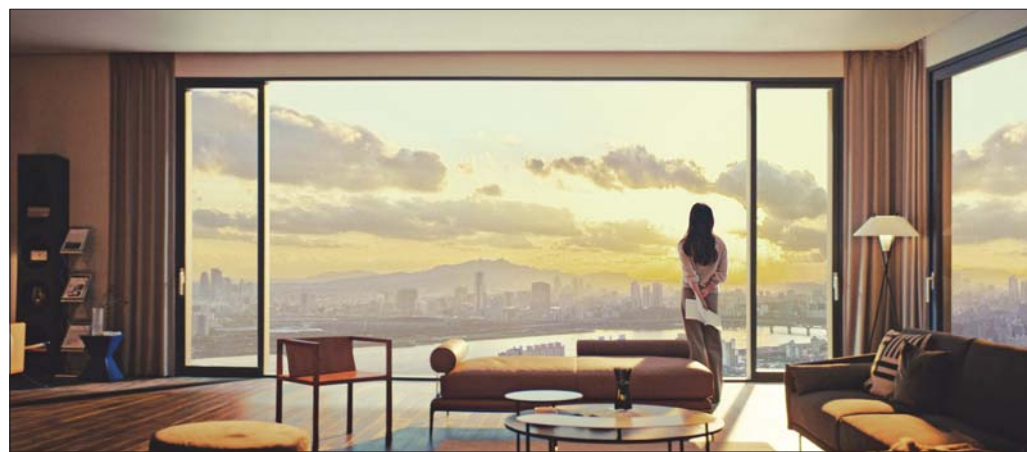
급기를 함께 진행하며 요리할 때 발생하는 오염물질을 효과적으로 관리한다.

김시환 경동나비엔 마케팅본부장은 "경동나비엔은 '기업을 통한 사회 공헌'이라는 기업 이념 아래 소비자의 삶과 환경에 기여하는 친환경 기술과 제품을 꾸준히 선보였다"며 "앞으로도 다양한 제품을 통해 우리가 살아가는 환경과 고객의 삶을 생각하는 기업으로 늘 함께할 것"이라고 말했다.

밀폐·단열 등 뛰어난 고품격 창호 '클렌체' 선보여

창호재 부문

KCC 창호



KCC가 한국표준협회에서 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 창호재 부문에서 3년 연속 1위에 올랐다.

KCC는 재건축·재개발 및 고급 신축 단지 등 프리미엄 창호 시장을 공략하기 위해 하이엔드(high-end) 창호 브랜드 'Klenze(클렌체)'를 선보였다. KCC 창호는 수많은 시뮬레이션을 통해 만들어진 기술력으로 완벽함을 추구하는 밀폐 효과와 높은 단열 성능은 물론 뛰어난 수밀성을 자랑한다. 심플하고 품격 있는 디자인도 특징이다.

KCC의 패시브하우스 창호인 Klenze M500은 패럴렐&슬라이딩(P/S) 타입의 독일식 시스템 단창 제품이다. 다중기밀구조의 프로파일 설계와 삼중유리 적용으로 냉난방 효율을 극대화했으며 외부 알루미늄 캡 및 내부 투톤 컬러 조합으로 고급스러운 디자인을 연출했다.

특히 '소프트 클로징 멤버'를 적용해 창문을 부드럽게 닫을 수 있도록 했으며 독일 지게니아(SIEGENIA) 특수 하드웨어를 적용해 방범 기능을 확보하고 야간에 환기가 가능하도록 하는 등 사용자의 편의성과 안전성을

향상시켰다. 이 제품은 단창임에도 열관류율에서 이중창과 동등한 수준의 성능을 자랑한다.

정몽진 KCC 회장은 "KCC 창호는 창호의 핵심 5대 성능인 내풍압성, 수밀성, 단열성, 기밀성, 방음성이 우수해 건축물의 에너지 소비 효율을 높이는 등 제로에너지 건축 문화를 선도했으며 고단열·고기능성 창호에 대한 고객 니즈를 충족시켜 왔다"며 "세계 시장을 선도하는 고부가가치 제품 개발에 기업 역량을 집중해 글로벌 첨단 화학기업으로 성장해 나가겠다"고 수상 소감을 밝혔다.

국내 최초 '스마트 검진 시스템'

건강검진전문센터 부문

KMI 한국의학연구소

KMI한국의학연구소가 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 건강검진전문센터 부문 3년 연속 1위에 올랐다.

KMI는 1985년 설립 이후 질병의 조기 발견을 위한 건강검진사업, 의학 분야의 조사연구사업, 질병 예방을 위한 사업과 더불어 취약계층을 위한 사회공헌사업을 활발히 펼치고 있다. KMI는 전국 7개 지역에서 건강검진센터를 운영하며 37년간 국내 종합검진 대중화에 앞장서 왔다.

KMI는 선도적 건강검진 서비스 제공에 박차를 가하고 있다. 최근 구축한 국내 최초의 '스마트 검진시스템(KICS)'은 종이와 필름, 차트와 대기시간이 필요 없는 서비스 환경을 구현한다. 수검자들은 더욱 빠르고 효율적으로 건강검진을 받을 수 있다. KICS는 KMI 전국 검진센터(서울 광화문·여의도·강남, 수원, 대구,



부산, 광주)에서 서비스 중이다.

KMI는 전국 검진센터 확장 및 리뉴얼을 지속적으로 진행함과 동시에 조기진단이 중요한 질환의 신규 검사를 적극 도입하는 등 수검자의 선택 폭을 넓히고 검사 편의성을 높이기 위해 노력하고 있다. KMI는 서귀포 지역의 의료 접근성을 제고하고 지역 내 의료 격차를 해소하기 위해 하반기 제주 검진센터 개소를 확정하는 등 의료서비스 강화에도 주력하고 있다.

KMI는 나눔과 상생을 실천하는 사회공헌사업도 지속 강화하고 있다. 보건의료복지 사각지대에 놓인 취약계층을 위한 무료 검진, 은둔환자의 치료와 사회활동 지원, 연탄나눔 등을 지속적으로 실시하고 있다.

효능·안전성 모두 잡은 '백수오'

갱년기개선 부문

유한백수오

유한건강생활은 한국표준협회가 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 갱년기개선 부문에서 1위에 올랐다.

유한건강생활은 유한양행에서 만든 프리미엄 헬스케어 전문회사다. 유한건강생활의 '에스트리션 유한 백수오' 제품은 갱년기 여성 건강 관리를 위해 탄생한 제품이다. 주원료인 백수오 등 복합 추출물은 여성 건강에 도움을 주는 기능성 원료다. 한국 식품의약품안전처와 미국 식품의약국(FDA), 캐나다 보건부, 유럽 식품의약청 등에서 원료 안전성을 인정받았다.

갱년기 증상은 나이가 들어감에 따라 여성호르몬이 감소하며 생기는 신체·정신적 변화를 일컫는다. 부족한 여성호르몬을 신체에 직접 채워주는 여성 호르몬 요법과 식물성 에스트로겐을 보충해주는 요법 등이 있지만 유방암, 자궁암, 난소암 등 여성 질환을



일으킬 수 있다는 것이 밝혀졌다. 유럽에서는 식물성 에스트로겐을 내분비계 교란 물질로 정의하기도 했다.

이에 비해 백수오는 에스트로겐과 유사한 효과를 내면서도 여성질환을 일으킬 우려가 없다. 국내외 연구논문을 통해 에스트로겐에 민감한 자궁근종, 유방암 등 여성 질환 환자도 안심하고 섭취할 수 있다는 사실이 검증됐다.

유한건강생활은 백수오 원료에 대한 효능 및 안전성을 검증하기 위해 노력하고 있다. 과거 '가짜 백수오 사태'로 인해 생긴 불신을 해소하기 위해 백수오 유전자 검사 및 기능성분검사, 중금속검사, 잔류농약검사 등 총 30단계에 걸친 검증을 거쳐 제품을 출시하고 있다.

다양한 식재료 '맞춤보관' 가능

김치냉장고 부문

BESPOKE 김치플러스

삼성전자의 김치플러스가 한국표준협회에서 주최한 '2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 김치냉장고 부문 12년 연속 1위에 올랐다.

김치플러스는 삼성전자가 2017년 처음 선보인 김치냉장고다. 다양한 종류의 김치뿐만 아니라 식재료를 보관할 수 있다. 2019년부터는 비스포크 디자인을 적용해 큰 인기를 얻고 있다.

수납 공간이 넉넉한 프리스탠딩 타입부터 별도의 공사 없이 주방 가구에 딱 맞춘 키친핏 타입까지 포함돼 선택의 폭을 넓혔다. 제품 전장과 선반에는 메탈 소재를, 상칸 후면에는 블랙 글라스 소재를 채택했다. 공간에 깊이감과 고급스러운 느낌을 더했다.

김치플러스에는 설정한 온도에서 벗어나지 않고 아삭한 김치 맛을 만들어주는 '초정온 메탈쿨링' 기술을



적용했다. 김치 종류에 따라 온도 조절이 가능한 김치보관모드는 김치냉장고 시장을 선도해 왔다.

올해 출시한 신제품은 다양한 식재료를 소비자의 라이프스타일에 맞춰 신선하게 보관할 수 있는 '비스포크 인사이드' 솔루션을 한층 강화했다. 와인, 간편식 등 용도에 따라 적정 온도를 설정할 수 있는 제품 하칸의 변온실에 '멀티 트레이'를 추가해 식재료를 더욱 편리하게 보관할 수 있다.(해당 모델 RQ42A94L2AP) 육류·생선뿐만 아니라 보관이 까다로운 뿌리채소와 열대과일 등 다양한 식재료를 맞춤 보관할 수 있다.



KS-WEI
소비자웰빙환경만족지수
5년 연속 1위

Emons

요즘 감성 요즘 공간, 에몬스



www.emons.co.kr | @emons_furniture | 1800-9966

차종 전부 친환경차 전환... 2040년엔 ‘탄소 제로’

렌터카 부문



SK렌터카가 한국표준협회에서 주최한 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 렌터카 부문에서 11년 연속 1위를 지켰다. 탄소 배출을 줄이고 기후 위기에 대응하기 위한 친환경 전 기차 비즈니스를 적극 확장하는 등 끊임없는 변화 및 혁신을 위한 노력을 인정받았다는 평가다.

SK렌터카는 2040년 ‘넷 제로(Net Zero)’ 달성을 목표로, 2030년까지 보유 차종을 전부 친환경차로 전환한다는 계획이다. 친환경 전기차 전환에 대한 의지를 표명하기 위해 지난해 3월 환경부의 ‘한국형 무공해차 전환 100(K-EV100)’에 참여했으며 같은 해 11월에는 글로벌 이니셔티브 캠페인 ‘EV100’에도 가입했다.

친환경 모빌리티 시장을 선점하기 위한 투자도 활발하게 이어가고 있다. 지난해 2월 창사 이후 최초로 980억원 규모의 녹색 채권을 발행하는 등 총



1700억원을 투자해 2021년 한 해 동안 5000여 대의 전기차를 구매한 게 좋은 예다.

제주 지역에는 국내 최대 규모의 전기차 전용 단지를 조성한다. 제주에 8300평 규모의 전기차 전용 렌탈 센터와 전기차 생태계의 인프라 조성을 위해 총 406억원을 투자하고, 기존 보유 차량 약 3000대는 2025년까지 100% 전기차로 전환한다는 목표를 세웠다. 이를 위해 작년 4월 한국전력과 업무 협약을 체결하고 2025년까지 7200kW

급 충전 설비를 구축하기로 했다. 올해 하반기에는 서귀포에 1000평 규모로 충전과 휴식을 위한 복합 문화공간을 조성해 고객이 렌터카 이용 중 휴식을 취하고 전기차 충전 서비스를 이용할 수 있도록 할 계획이다.

SK렌터카는 전기차 관련 상품을 지속적으로 늘려 나가고 있다. 현재 현대차 아이오닉 5, 기아 EV6, 테슬라 모델3·모델Y 등 국내외 대표 전기차 모델 라인업의 렌탈 상품을 선보이고 있다.

일회용 칼 줄이기 캠페인 등 친환경 앞장서

베이커리 부문



파리바게뜨가 한국표준협회 주최 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 베이커리 부문에서 7년 연속 1위에 올랐다.

파리바게뜨는 1988년 첫 매장을 연 이후 국내에서 생소한 프랑스풍 베이커리 문화를 소개하고 발전시키며 베이커리 시장을 선도해 왔다. 최근엔 ESG(환경·사회·지배구조) 경영을 펼치며 신뢰받는 기업으로 인정받기 위해 노력하고 있다.

파리바게뜨는 ESG 경영 일환으로 ‘일회용 칼 줄이기’ 캠페인을 전 매장으로 확대했다. 지난해 말부터 케이크 구매 시 제공하는 일회용 플라스틱 칼을 요청 고객에 한해서만 제공하는 캠페인을 직접점에서 시범 시행했다. 이 캠페인은 가맹점주와 소비자의 공감을 얻어 전국 3400여 개 직영·가맹점으로 확대됐다. 대상 품목도 일반 케이크뿐 아니라 롤케이크, 파운드케



이크, 파이류 등 모든 제품군으로 늘렸다. 파리바게뜨는 이를 통해 플라스틱 사용량을 연간 약 110t 이상 줄일 수 있을 것으로 예상했다.

이번 캠페인은 소비자 주도로 시작됐다는 점에서 의미가 있다는 평가다. 지난해 11월 일부 소비자들 케이크에 동봉된 일회용 칼을 모아 고객센터로 보내는 ‘빵 칼 아웃’ 캠페인을 SNS상에서 진행한 게 시작이었다.

파리바게뜨의 커피 브랜드 ‘카페 아다지오 시그니처’는 레인포레스트 얼

라이언스(RA) 커피를 사용하고 있다. RA는 노동환경뿐 아니라 노동자들의 주거환경까지 엄격한 규정으로 관리하는 농장에만 부여하는 인증마크다. 파리바게뜨는 현재 68%가량의 원두를 RA 인증 원두로 사용하고 있다. 내년엔 90%까지 이 비율을 늘릴 계획이다.

이 밖에도 파리바게뜨는 플라스틱 컵에 잉크를 사용하면 재활용이 어렵다는 점을 고려해 잉크 로고를 일절 사용하지 않고 양각 로고로 대체했다.

천연성분으로 만든 고급 세제

친환경 주방세제 부문



유한양행이 ‘아름다운 주방세제’로 한국표준협회에서 주최한 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 친환경 주방세제 부문에서 1위에 올랐다.

아름다운 주방세제는 쌀, 흑미 배아 추출물 등 천연성분으로 제조한 주방세제로 주방은 물론 생활과 환경까지 생각하는 유한양행의 프리미엄 주방세제 브랜드다. 이 브랜드의 제품은 친환경 인증뿐만 아니라 피부비자극 인증 등을 통해 안전성을 확보했다.

유한양행은 ESG(환경·사회·지배구조) 경영의 일환으로 아름다운 주방세제를 출시했다. 유한양행의 ESG 경영은 96년을 이어온 창업정신과 맞닿아 있다는 게 회사 측 설명이다. 창업주인 유일한 박사는 1926년 ‘건강한 국민만이 잃어버린 주권을 되찾을 수 있다’는 신념으로 국민건강



강과 기술 인재 양성을 위해 제약기업 유한양행을 창립했다. 이후 유한양행은 소유와 경영의 분리, 전문경영인을 통한 투명한 지배구조 유지, 창업 이후 꾸준히 화합의 분위기를 이어온 노사관계 등 ESG 경영을 적극적으로 실천했다.

주요 생산기지인 충북 청원 오창공장은 환경경영체계 구축과 친환경 설비 투자 등을 통해 환경개선에 기여한 공로를 인정받아 정부의 녹색기업 인증을 받았다. 오창공장은 사업장 내 위험 요소를 예방하기 위해 안전보건경영시스템도 구축했다. 이런 노력을 통해 제약회사 최초로 무재해 16배수(22년간 산업재해 미발생)를 달성했다.

파우치 두유 40년 점유율 1위

두유 부문



삼육식품이 ‘삼육두유’로 한국표준협회에서 주최한 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 두유 부문에서 4년 연속 1위에 올랐다.

삼육식품은 1984년 콩을 원료로 한 파우치 형태의 ‘삼육두유’를 처음 출시했다. 이후 40년 가까이 파우치 두유 시장 점유율 1위를 지켜왔다. 2000년대 초에는 ‘검은참깨두유’, ‘검은콩두유’, ‘검은콩칼슘두유’를 출시해 국내 두유 시장에서 블랙 두유 열풍을 이끌었다. 웰빙 트렌드를 반영한 ‘검은콩 호두와 아몬드’, ‘미숫가루 두유’, ‘고구마, 호박에게 바나나’ 등도 소비자들에게 사랑받은 이 회사의 대표 두유 제품이다.

삼육식품은 국내 22개 총판과 300여 개의 대리점망을 보유했다. 미국, 베트남, 중국 등 총 25개국으로도 두유 제품을 수출하고 있다. 삼육식품은 ‘인류에게 건강과 사랑을 전하겠다’는



회사 설립 이념을 실천하기 위해 지금까지 수익금 전액을 인재 양성을 위한 다양한 교육사업과 의료사업, 선교사업 등 비영리사업에 투자해온 것으로 알려졌다.

삼육식품은 채식 기반의 제품을 제공하기 위해 다양한 하위 브랜드를 출시하는 등 사업 다각화에도 공을 들이고 있다. 조미김 전문 제조 브랜드 ‘삼육김’부터 채식라면, 콩렌 등 식물성 원재료로 만든 가정간편식 브랜드 ‘삼육그린푸드’, 아몬드유 및 오트 음료 등 두유가 아닌 식물성 기반 음료 브랜드 ‘삼육그린플래닛’, 환자용 균형영양식 등의 특수용도식 브랜드 ‘삼육케어’ 총 4종의 브랜드를 출시했다.

삼육식품 관계자는 “두유 전문 제조기업에서 글로벌 건강기능식품 회사로 도약하겠다”고 밝혔다.

고영양에 소화도 쉬운 산양유

산양분유·산양유아식 부문



일동후디스가 한국표준협회에서 주최한 ‘2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 산양분유·산양유아식 부문에서 15년 연속 1위에 올랐다.

일동후디스는 차별화된 품질을 바탕으로 지난 50년간 유아식 기업에서 국내 대표 종합식품기업으로 성장했다. 일동후디스는 젖소 분유밖에 없던 국내 분유시장에 2003년 국내 최초로 프리미엄 산양 분유를 선보였다.

후디스는 세계 최초로 산양분유를 개발해 20여 개국에 수출하고 있는 뉴질랜드기업 데어리고트와 손잡고 현지에서 직접 산양유 제품을 생산하고 있다. 후디스의 산양유 제품은 오메가3 지방산, 비타민A, 비타민D, CLA와 같은 불포화 지방산, 항산화 성분 등 산양유 고유의 영양성분을 풍부하게 함유한 게 특징이다.

산양유는 일반 우유 대비 소화 흡



수력이 우수해 우유 단백질에 민감한 영유아가 편안하게 섭취할 수 있다. 산양유는 소화를 방해하는 우유 단백질인 a1-카제인이 거의 없으며, β-락토글로불린이 상대적으로 적고, 모유에 풍부한 A2B-카제인 단백질로 구성됐다. 또 지방 입자가 미세할 뿐만 아니라 MCT(중쇄중성지방)가 일반 우유보다 풍부하고, 모유 지방산 구조와 동일한 2-SN 팔미트산 함량이 높아 소화능력이 약하고 민감해도 편하게 먹을 수 있다. 모유와 동일한 유즙분비 방식으로 뉴클레오타이드, 시알산, CLA가 풍부하고, 장내 유익균의 증식을 돕는 올리고당이 우유의 약 10배 이상 함유된 것도 장점으로 꼽힌다.



프리미엄 초강도자기 밀폐용기

ZEN 비스포크

www.zenhankook.com



KS-WEI 1위
소비자웰빙환경만족지수

가정용도자기식기부문

10년연속 1위 선정

ZEN 한국 비스포크는 4면 결착의 우수한 밀폐력으로 내용물이 밖으로 새지 않으며, 음식물을 보관해도 냄새나 색이 배어들지 않아 장기간 신선하게 보관할 수 있습니다.

1. 우수한 밀폐력으로 장기간 신선도 유지!
2. 김치는 물론 야채 및 발효음식 보관도 OK!
3. 고순도로 정제한 천연광물만 사용
4. 원적외선 방출로 음식 맛을 UP!

친·환·경 도자기

ZEN **젠한국**

2022 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI) 1위 기업

아름다운 삶이 밝은 햇살처럼 스며들다

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

18년 연속
황금나비상
제43회 발명의 날
금탑산업훈장 수훈
발명가 남정희
숙취해소음료 | 주식회사 그래미

16년 연속
137 Years of CHEJUNGWON 1885-2022
제중원137주년
세브란스
SEVERANCE
종합병원 | 세브란스병원

15년 연속
뉴질랜드 산양유로 만든
일동후디스 산양유아식
산양분유 산양유아식 | 일동후디스(주)

14년 연속
11D
E-커머스 | 십일번가 주식회사

12년 연속
SAMSUNG
BESPOKE 김치플러스
김치냉장고 | 삼성전자(주)

11년 연속
SK 렌터카
렌터카 | SK렌터카(주)

10년 연속
감성가득 모던한
ZEN 비스포크
가정용자기식기 | (주)ZEN한국

7년 연속
6계다함
장례서비스 | The-K에다함상조(주)

7년 연속
PARIS BAGUETTE
BOULANGERIE
베이커리 | (주)파리크라상

5년 연속
Emons
가정용가구 | (주)에몬스가구

4년 연속
경동나비엔
온수매트 | (주)경동나비엔

4년 연속
삼육두유
두유 | 삼육식품

3년 연속
비맥스
종합영양제 | GC녹십자

3년 연속
KCC 창호
창호재 | (주)KCC

3년 연속
주방용밀폐용기
주방용밀폐용기 | (주)락앤락

3년 연속
SAMSUNG
BESPOKE 냉장고
냉장고 | 삼성전자(주)

3년 연속
THE SHARP
아파트 | (주)포스코건설

3년 연속
건강검진기관
KMI한국의학연구소
건강검진전문센터 | (제)한국의학연구소

2년 연속
탁센
진통제 | GC녹십자

2년 연속
경동나비엔
청정환기시스템 | (주)경동나비엔

2년 연속
프리미엄 산양유 단핵질
일동후디스 하이클 프로틴밸런스
단백질 보충제 | 일동후디스(주)

2년 연속
한일시멘트
친환경시멘트 | 한일시멘트(주)

2년 연속
Hyundai Oilbank
주유소 | 현대오일뱅크(주)

2년 연속
KCC 페인트
친환경페인트 | (주)KCC

KG 케미칼
요소수 | KG케미칼(주)

에스트리션
유한백수오
갱년기 개선 | (주)유한건강생활

유한양행
친환경 주방세제 | (주)유한양행

웰빙자담치킨
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 척도(Since 2004)
2022 KS-WEI 1위 기업에게
QR 찍고 축하 메시지를 보내주세요
* 참여하신분들께 추천을 통해 소정의 선물을 드립니다.

주최: KSA 한국표준협회

연세대학교 환경과학기술연구소

후원: ChosunMedia 조선일보

※ 이 광고는 수상기업의 광고 협찬 비용으로 제작되었습니다.