소비자웰빙환경만족지수

세브란스병원 제공

진정한 환자 중심 의료 서비스를 제공하는 세브란스병원은 1885년 우리나라 최초의 근대식 의료기관인 제중원에서 출발해 140여 년간 대한민국 의료 발전을 이끌어왔다.

국내 최초로 '중입자암치료기' 도입
첨단 치료 기술로 미래형 병원 선도

종합병원 부문 세브란스병원

세브란스병원이 한국표준협회 주최 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 종합병원 부문에서 19년 연속 1위를 달성했다.

세브란스병원은 1885년 우리나라 최초의 근대식 의료기관인 제중원에서 출발한 이후, 140년 넘게 대한민국 의료 발전을 이끌어왔다. '국민 건강 증진'을 사명으로 1993년 국내 첫 '환자 권리장전'도 선포했다. 2007년에는 국내 최초 국제의료기관평가(JCI) 인증 획득으로 의료기관의 전문성과 신뢰성을 높여왔다.

특히 2012년에는 국내 병원 최초로 '환자경험(Patient Experience)' 개념을 도입했다. 이는 치료뿐 아니라 응대·시설 이용 등 병원 전반에서 환자 중심 서비스를 체계화한 것이다. 이처럼 세브란스는 의료의 전 과정을 환자 입장에서 재구성하며 진정한 '환자 중심' 구현에 힘써 왔다.

◇디지털 전환으로 환자 접근성 높여

인공지능(AI) 기술의 도입과 디지털 전환도 적극적으로 추진 중이다. 진료 대기 시간 단축과 병원 내 편의성 향상을 위해 'My세브란스' 모바일 앱 기능 또한 고도화했다. AI 기반 음성봇 '세라봇'으로 진료 예약과 일정 안내를 자동화해 환자의 접근성을 높이고 있다.

환자 만족도 향상은 세브란스병원이 핵심 가치로 삼고 지속해서 추진 중인 과제다. 입원·외래·응급실 등 전 부문에 걸쳐 환자 만족도 상시 조사 시스템을 운영한다. 대표적인 프로그램으로는 △입원 환자들의 수면 질을 높이기 위한 '꿀잠 프로젝트' △환자가 궁금한 점을 남기면 의료진이 답변해 주는 '회진 질문 게시판' 등이 있다.

세브란스병원은 이처럼 환자의 목소리에 귀 기울이며 환자 중심의 진정성 있는 의료 서비스를 제공하는 데 힘쓰고 있다.

◇첨단 치료 기술로 미래형 병원 선도

세브란스병원은 중증 및 난치성 질환 치료의 새 지평을 열기 위해 첨단 의료기술 도입에도 앞장서고 있다. 2023년 국내 최초로 중입자암치료기를 도입했다. 이를 전립선암 치료에 적용한 데 이어 췌장암과 간암 등 다양한 암종으로 확대해 나가고 있다.

중입자 치료는 기존 방사선 치료에 비해 2~3배 높은 효과를 보인다. 주변 조직 손상과 부작용이 적은 게 특징이다. 특히 회전형 중입자치료기 가동으로 정밀한 치료가 가능해지면서 치료 성과도 한층 더 좋아질 것으로 기대된다.

이와 함께 디지털 헬스케어 분야에서도 괄목할 만한 발전을 이루고 있다. 최신 정보통신(IT) 기술을 적용한 차세대 의료영상저장시스템(PACS)을 구축하고, AI·3D 프린팅 기술로 정밀의학의 토대를 마련했다. 이강영 세브란스병원장은 "세브란스병원은 환자를 최우선 가치로 삼고, 믿을 수 있는 의료 환경과 고품질의 진료 서비스로 국민이 가장 신뢰하는 병원이 되겠다"고 말했다. 이예은 객원기자

KS-WEI 1위 소비자웰빙환경만족지수

소비자 7만 명 대상
100개 제품군, 350개 브랜드
웰빙 만족도 조사

2025 KS-WEI는…

올해 22회째를 맞은 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)는 국내 유일의 웰빙(Wellbeing·삶의 질을 중시하는 생활 방식) 만족도 평가 지표다. 소비자 삶의 질에 긍정적인 영향을 미치는 제품과 서비스 수준을 매년 종합적으로 측정하고 있다.

KS-WEI는 2004년 한국표준협회와 연세대학교 환경과학기술연구소가 공동 개발한 지표이다. △건강기능성(Health) △환경친화성(Environment) △사용안전성(Safety) △고객충족성(Satisfaction) △사회적책임(Social Responsibility) 등 5개 부문의 'HESSS 평가모델'을 기반으로 운영된다. 이 모델은 단순한 제품·서비스 품질이나 만족도를 넘어 현대 소비자들이 중요하게 여기는 사회적 가치와 환경, 안전성까지 포함한 웰니스(Wellness·지속적으로 건강한 삶을 관리하고 추구) 전반에 대한 인식을 반영하고 있다.

KS-WEI는 대한민국 소비자들의 가치지향적 선택을 보여주는 기준이자, 기업의 지속 가능 경영 수준을 평가하는 사회적 척도로 자리잡았다. 평가 지수는 매년 웰빙 관련 제품과 서비스를 대상으로, 실제 소비 경험이 있는 고객 평가로 산출된다.

2025년 KS-WEI 조사는 웰빙 기능성과 시장 조사 결과를 종합해 1차로 100개 제품군(13개 서비스 부문 포함)과 350개 기업(브랜드)을 후보로 압축했다. 2차로 해당 제품과 서비스를 이용해 본 소비자 7만 명을 대상으로 지난 4~5월 전문 기관을 통해 조사해, 100개 부문 72개 기업(100개 브랜드)을 최종 선정했다.

문미영 객원기자

2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI) 1위 기업

	조사 부문	기업명	연속 연수
1	숙취해소음료	그래미(여명808)	21
2	종합병원	세브란스병원	19
3	산양분유·산양유아식	일동후디스 (후디스 프리미엄 산양분유·산양유아식)	18
4	주방용밀폐용기	락앤락	16회
5	김치냉장고	삼성전자	15
6	렌터카	SK렌터카	14
7	가정용도자기식기	ZEN한국	13
8	장례서비스	The-K예다함(예다함)	10
9	가정용가구	에몬스가구	8
10	두유	삼육식품(삼육두유)	7
11	창호재	KCC(KCC창호)	6
12	냉장고	삼성전자	6
13	건강검진전문센터	한국의학연구소	6
14	진통제	GC녹십자(탁센)	5
15	환기청정기	경동나비엔(나비엔 환기청정기)	5
16	단백질 보충제	일동후디스(하이뮨)	5
17	친환경페인트	KCC(KCC페인트)	4
18	요소수	KG케미칼(녹스케이)	4
19	스파클링워터	일화(초정탄산수)	4
20	천장재	KCC(KCC천장재)	1

그래미 제공

그래미의 '여명808'은 임상시험과 동물실험으로 효능을 입증한 제품으로, 1998년 출시 이후 전 국민의 숙취해소 음료로 사랑받고 있다.

MZ세대도 찾는 '숙취해소 음료 1위'
천연재료로 매년 효능 업그레이드

숙취해소음료 부문 그래미

그래미의 '여명808'이 한국표준협회 주최 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 숙취해소음료 부문에서 21년 연속 1위를 달성했다.

세계 최초의 발명특허 숙취해소용 천연차 여명808은 1998년 첫 선을 보인 이후 27년간 꾸준히 사랑받고 있다. 출시 초기부터 뛰어난 효능으로 언론과 소비자에게 주목받았으며, 현재까지 숙취해소 음료 대표 브랜드로 자리매김하고 있다.

◇임상으로 입증된 효능… 27년간 소비자 신뢰 얻다

특히 여명808은 제품 출시 전후로, 당시 업계에서는 드물게 임상시험과 동물실험으로 효능을 입증했다. 여명808이 오랫동안 소비자에게 사랑받아 온 이유는 바로 효능이다. 이는 여명808을 발명한 남종현 그래미 회장의 끝없는 '여명사랑'이 만들어낸 결과다. 여명808은 천연재료를 이용해 매년 새로운 방식으로 업그레이드되고 있다. '술을 짊어지고는 못 가도 마시고는 간다'고 할 정도의 애주가로 알려진 남 회장은 1996년 발명 당시부터 현재까지 매일 여명808을 직접 마시며 연구하고 있다.

그래미는 '음식으로 고치지 못하는 질병은 의사도 못 고친다'는 신념으로 천연 식물성 원료를 집중 연구했다. 새롭게 업그레이드된 2025 여명808은 천연 식물성 원료와 우수한 발명 기술, 그리고 해썹(HACCP·식품안전관리인증기준) 인증을 받은 최첨단 친환경 시스템으로 생산되는 웰빙 제품이다. 여명808 성분을 강화한 '여명1004'는 숙취를 단 한 방에 해결한다. 가정과 가족을 위해, 또 생계를 위해 어쩔 수 없이 술자리에 가야하는 대한민국 가장들의 숙취해소를 돕는 '천사(1004)' 역할을 할 것으로 기대된다.

◇MZ세대와 접점 확대… 브랜드 전통 계승

올해 출시 27년이 된 여명808은 초기 소비자였던 아버지가 대학생 아들에게 권하고 챙겨주는 '숙취해소' 노하우로 전수되고 있다. 출시 당시 '마케팅의 힘은 제품력'이라는 확신으로 광고보다 거리 시음 마케팅 등에 주력했다. 이를 통해 소비자가 직접 제품의 우수성을 체험하고 느끼게 했다.

매년 △해변 행사 △대학 오리엔테이션 등 다양한 종류의 체험 마케팅으로 20대 대학생·직장인과의 접점을 넓히고 있다. 대학생 대상 광고 공모전도 열어 MZ세대(1980년대 초~2000년대 초 출생)에게 한층 친숙하고 가까운 브랜드로 자리 잡았다.

한편, 그래미는 현재 웰니스융복합단지를 조성하고 있다. 어린이 아토피 환자들을 무료로 치료하고 많은 사람이 건강을 되찾는 최적의 공간으로 활용할 방침이다. 남 회장은 "여명808을 꾸준히 아끼고 사랑해주신 모든 소비자 여러분께 감사드린다"며 "그래미가 제공하는 '생명의 천연차'와 함께 더욱 건강한 삶을 누리시길 바란다"고 말했다. 정진영 객원기자

제1금융권 6개 은행과 지급보증계약 체결… 업계 최다

장례서비스 부문 The-K예다함

The-K예다함(예다함)이 한국표준협회 주최 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 장례서비스 부문에서 10년 연속 1위를 달성했다.

예다함은 2009년 한국교직원공제회가 업계 최대 자본금 500억원을 전액 출자해 설립한 상조 전문 기업이다. '예다함의 기준이 상조의 기준'이라는 슬로건 아래, 합리적이면서도 차별화된 상조 서비스를 제공해왔다. 예다함은 업계 최다인 제1금융권 6개 은행(신한·하나·우리·전북·Sh수협·SC제일은행)과 '지급보증계약'을 체결했다. 한국교직원공제회의 '연대지급보증제' 까지 더해 이중 안전망을 구축하고 있다. 소비자 납입금을 철저히 보호하는 '상조 납입금 안전책임 시스템' 이다.

또한 예다함은 순수 장례 서비스에 집중하기 위해 △전국 직영 의전 서비스망 △부당 행위 보호 시스템 △품질 보증 시스템 △일부 금액을 환급하거나 되돌려주는 페이백(Pay-back) 시스템 등 제도화된 고품질 서비스를 운영하고 있다. 소비자 중심의 서비스와 윤리적 경영 활동을 인정받아 공정거래위원회의 소비자중심경영(CCM) 인증도 5회 연속 획득했다.

The-K예다함 제공
The-K예다함은 소비자 납입금에 대한 철저한 보호 시스템과 고품질 서비스, 다양한 생활밀착형 혜택을 제공하고 있다.

예다함은 가입 고객 대상으로 호텔·리조트 할인, 제휴 카드, 의료 혜택 등 생활밀착형 멤버십 서비스를 제공한다. 최근에는 고객 만족도 제고를 위해 다양한 기업과의 업무 제휴도 확대하고 있다. 지역 장례식장과의 추가 제휴로 고객 혜택은 한층 강화됐다. 올해는 한국교직원공제회의 출자회사인 The-K 교직원나라가 운영하는 온라인 쇼핑몰 '더케이몰' 의 멤버십 활성화를 위한 업무 협약도 체결했다. 그 밖에도 '홀리데이 인 광주 호텔' 과의 신규 협약으로 숙박 할인 혜택을 제공한다. 예다함은 앞으로도 고객의 삶 전반에서 차별화된 서비스를 선보이기 위해 지속적으로 노력할 계획이다. 이예은 객원기자

환경표지 인증, 아토피 안심마크… 친환경·건강 모두 갖춰

창호재 부문 KCC창호

KCC창호가 한국표준협회 주최 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 창호재 부문에서 6년 연속 1위를 달성했다.

KCC창호는 우수한 △단열성 △방음성 △기밀(氣密·공기가 통하지 못하는 상태)성 △수밀(水密·물이 통하지 못하는 상태)성 △내풍압(耐風壓·바람의 압력을 견디는 상태)성으로 소비자에게 쾌적하고 조용한 주거 환경을 제공한다. 건축물의 용도 및 구조에 따라 내창·발코니창·시스템창 등 다양한 제품군을 갖추고 있으며 세련된 디자인으로 공간에 품격을 더한다.

특히 자연 채광을 극대화해 실내를 화사하게 연출하고, 뛰어난 단열 성능으로 사계절 내내 쾌적한 실내 온도도 유지할 수 있다. 고성능 기밀재와 다양한 두께의 유리를 활용해 외부 소음 차단 효과 또한 탁월하다. 제품군은 환경표지 인증과 아토피 안심마크를 획득해 건강과 친환경 성까지 갖췄다. KCC 하이엔드(High-End·최고 성능) 창호 제품인 클렌체(Klenze) M700은 수평 밀착형 슬라이딩 개폐 방식인 P/S(Parallel & Sliding) 시스템을 적용해 창 모서리 4면(상하좌우)이 완전히 밀착된다. 여기에 최대 사중유리로 우수한 단열 및 기밀 성능을 확보했다.

KCC창호 제공
KCC창호는 단열성·방음성·기밀성·수밀성·내풍압성 등이 우수하며 고급스러운 디자인까지 겸비해 소비자에게 사랑받고 있다.

KCC창호 관계자는 "KCC는 엄격한 심사 기준을 종합적으로 평가해 우수 대리점을 인증하는 '이맥스 클럽(e-MAX Club)' 을 지속적으로 확대하고 있다"고 말했다. 또한 "실무 중심의 대리점 교육을 강화하며 품질 경영에 힘써 소비자 신뢰도 또한 더욱 높아지고 있다"라며 "앞으로도 KCC창호는 삶의 질을 높이는 공간 창출에 기여할 수 있도록 연구·개발에 매진하겠다"고 강조했다.

정진영 객원기자

20개 부문 1위에 선정된 기업들, 오늘 인증수여식

한국표준협회(회장 문동민)는 18일 서울 소공동 롯데호텔에서 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI) 1위 기업 인증수여식' 을 개최한다. 올해 1위에 선정된 20개 제품 및 서비스 부문 기업들이 참석해 수상의 기쁨을 나눈다.

평점 65.53… 작년 대비 1.10 하락
여명808, 21년 연속 1위 '대기록'

그래미 '여명808' 은 KS-WEI 조사 이래 최초로 '21년 연속 숙취해소음료 부문 1위' 에 선정됐다. 세브란스병원(종합병원 부문)은 19년 연속, 일동후디스(산양분유·산양유아식 부문)는 18년 연속, 삼성전자(김치냉장고 부문)는 15년 연속 1위를 기록했다.

SK렌터카(렌터카 부문)는 14년 연속, ZEN한국(가정용도자기식기 부문)은 13년 연속 1위를 차지했다. The-K예다함(장례서비스 부문)은 10년 연속, 에몬스가구(가정용가구 부문)는 8년 연속, 삼육식품 '삼육두유' (두유 부문)는 7년 연속 정상에 올라 각 기업의 가치를 입증했다.

6년 연속 1위를 기록한 기업은 △삼성전자(냉장고 부문) △KCC(창호재 부문) △락앤락(주방용밀폐용기 부문) △한국의학연구소(건강검진전문센터 부문) 등이다.

한국표준협회 제공
문동민 한국표준협회 회장.

또한 △경동나비엔(환기청정기 부문) △GC녹십자 '탁센' (진통제 부문) △일동후디스 '하이뮨' (단백질 보충제 부문)은 지난해에 이어 올해도 5년 연속 금자탑을 쌓았다. △KCC(친환경페인트 부문) △KG케미칼 '녹스케이' (요소수 부문) △일화 '초정탄산수' (스파클링워터 부문)는 4년 연속 이름을 올렸다. KCC(천장재 부문)는 올해 KS-WEI 조사에서 처음 영예를 안았다.

2025년 KS-WEI 조사 결과, 전체 평균 점수는 65.53점으로 전년 대비 1.10점 하락했다. 제품 부문은 전년보다 0.32점 낮아진 65.52점, 서비스 부문은 0.18점 하락한 65.56점으로 나타났다. 소비자 눈높이에 부응하기 위한 기업들의 지속적인 노력이 요구되는 시점이다.

전반적인 점수 하락에도 불구하고 전체 100개 조사 부문 중 63개 부문에서는 지난해와 동일한 기업이 1위를 지켜 꾸준한 소비자 신뢰를 입증했다.

평가 항목별로는 고객충족성이 66.31점으로 가장 높았다. 이어 건강기능성(65.53점), 사용안전성(64.87점), 사회적책임(63.95점), 환경친화성(63.20점) 순으로 집계됐다.

문미영 객원기자

기고

웰빙요구에 부응한 제품·서비스… 소비자가 알아준다

선진국 대열에 진입한 우리나라에서도 '삶의 질' 이슈가 점점 더 부각되고 있다. 국민의 '웰빙(Well-being)' 실현에는 제품과 서비스를 생산·공급하는 산업체 역할이 매우 중요하다. 이에 따라 이러한 성과를 객관적이고 합리적으로 평가 및 수치화하는 작업의 필요성 또한 커지고 있다.

산업 부문별 웰빙 만족도 1위를 선정하기 위한 정량 평가는 지난 2004년, 한국표준협회와 연세대학교 환경과학기술연구소의 '웰빅스(WELBIX: Well-being Index)' 개발로 시작됐다. 초창기 웰빅스는 산업 분야의 환경성과 사회적 책임을 평가하기 위한 기준으로 사용됐다. 이후 소비자 요구를 지속적으로 반영하며, 지금은 '대한민국 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI: Korean Standard Well-being & Environment Index)' 로 발전해왔다.

KS-WEI는 웰빙 만족도를 측정하기 위한 'HESSS' 모델을 기반으로 한다. 이 모델은 건강기능성(Health)·환경친화성(Environment)·사용안전성(Safety)·고객충족성(Satisfaction)·사회적책임(Social Responsibility) 등 다섯 가지 차원에서 제품과 서비스의 품질을 종합적으로 평가한다.

그런데 올해 KS-WEI는 최근 10년간 가장 낮은 평균 점수를 기록했다. 복잡한 정치·경제 상황이 반영된 결과일 수 있다. 과거에도 지수 하락은 주로 산업 체계의 전환기와 맞물려 나타났다. 이번 역시 다양한 해석이 가능하다. 특히 주목할 점은 신규 뷰티가전을 제외한 기존 19개 웰빙 제품 중 냉난방기기 부문에서만 KS-WEI 점수가 상승했다는 사실이다. 이는 기후변화 가속화에 소비자 관심이 집중됐고 관련 산업체들도 이에 대응해 지속적인 품질 개선에 나섰음을 보여준다. 건축자재·의약품·의류 등 산업 전반에서 이미 체감되고 있는 아열대 기후에 대응하기 위한 웰빙 제품 개발과 품질 향상이 더욱 중요해지고 있다는 방증이다.

9개 웰빙 서비스 부문 중에서는 렌탈 서비스와 문화·레저 서비스 부문의 KS-WEI 하락이 두드러졌다. 이는 최근 2~3년 사이 급격히 확산된 인공지능(AI) 기반 서비스 앱에 익숙해진 소비자 기대 수준이 전반적으로 높아졌기 때문이다.

산업 체계는 자연환경 변화와 문명의 진보에 발맞춰 끊임없이 진화해야 한다. 인간의 욕구는 언제나 사회의 공급 능력을 한발 앞선다. 이 같은 격변의 시대에도 KS-WEI 평균을 지켜준 부문별 1위 기업 관계자들에게 감사드린다. 더불어 KS-WEI 지표 역시 시대에 맞춰 과감히 혁신하겠다는 각오를 다진다.

해를 거듭할수록 성숙해지는 날카로운 소비자 시선이 우리 산업과 평가 기준을 지켜보고 있다.

김성헌·연세대학교 환경에너지공학부 교수
연세환경과학기술연구소 소장

좌우 4㎜ 간격만 있으면 빌트인처럼 딱 맞는 AI 냉장고

냉장고 부문 삼성전자

Bespoke AI 냉장고

삼성전자 제공

삼성전자는 냉장고 장 좌우에 4mm 간격만 있어도 빌트인처럼 빈틈없이 딱 맞게 설치할 수 있는 '비스포크 AI 키친핏 맥스' 냉장고를 출시해 주목받고 있다.

삼성전자가 한국표준협회 주최 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 냉장고 부문에서 6년 연속 1위를 차지했다.

삼성전자는 비스포크(Bespoke) 냉장고에 혁신적인 인공지능(AI) 기능과 '키친핏 맥스(Max)' 디자인을 적용해 주목받고 있다. 이 제품은 기존 냉장고장에 좌우 4mm 간격만 확보하면 빌트인처럼 빈틈없이 설치할 수 있다. 냉장고 문도 90도 이상 넓게 열 수 있어 개방성과 사용 편의성이 뛰어나다. 앞서 삼성전자는 지난 2019년 비스포크 냉장고를 출시하며 국내 가정의 평균 가구장 크기에 맞춰 깊이를 700mm 이하로 설계한 '키친핏' 개념을 도입한 바 있다.

이번 비스포크 '키친핏 맥스' 신제품 전 라인업에는 단열재 두께를 최소화한 새로운 기술이 적용됐다. 단열재 두께는 기존 키친핏 냉장고 대비 3분의 1 수준인 8mm에 불과하다. 이에 따라 음료나 소스류 등을 보관하는 냉장고 문 안쪽 수납 공간을 약 22% 더 넓게 활용할 수 있다.

특히 '비스포크 AI 하이브리드 키친핏 맥스' 모델에는 9형(인치) 터치스크린도 탑재돼 다양한 AI 기능을 직관적으로 사용할 수 있다. △날씨·일정·식단 추천 등 사용자 맞춤 정보를 제공하는 '데일리보드(Daily Board)' △식품을 넣고 뺄 때 식품 종류를 자동 인식해 푸드 리스트를 생성하는 'AI 비전 인사이드(AI Vision Inside)' △AI 음성비서 '빅스비(Bixby)' △집안 기기 정보를 3차원 지도로 시각화해 연결 기기 상태를 한눈에 파악하고 제어할 수 있는 3D '맵뷰(Map View)' 등의 첨단 기능도 지원된다.

정진영 객원기자

'스마트 2.0' 기술로 원하는 페인트 색, AI가 5분內 구현

친환경페인트(건축) 부문 KCC

KCC페인트

KCC의 수성 페인트 브랜드 '숲으로'가 한국표준협회 주최 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 친환경페인트(건축) 부문에서 4년 연속 1위에 선정됐다. '숲으로'는 엄격한 휘발성유기화합물(VOCs) 기준을 충족하고 환경표지 인증도 취득한 폭넓은 제품군으로 주거시설·병원·교육시설 등 다양한 공간에 사용되고 있다.

KCC는 친환경성과 기술력을 겸비한 제품군으로 친환경 도료 시장 흐름을 주도하고 있다. 최근 출시된 '숲으로메탈릭'은 수용성 금속 질감 페인트로 금속의 세련된 광택과 질감을 친환경적으로 구현하며 고급 인테리어 시장에서 주목받고 있다. '숲으로프라임쉴드'는 콘크리트 중성화 방지 기능을 갖춘 수성 도료로 건축물의 구조적 수명을 연장하고 유지보수 비용 절감에도 기여하고 있다.

KCC 제공

KCC는 '숲으로메탈릭', '숲으로프라임쉴드' 등 친환경성과 기술력을 겸비한 제품군으로 친환경 도료 시장을 주도하고 있다.

KCC는 최근 인공지능(AI) 기반 색상 설계 시스템 'KCC 스마트 2.0'을 상용화하며 도료 업계의 디지털 전환도 선도하고 있다. 'KCC 스마트 2.0'은 색상 데이터와 AI 기술을 결합해 소비자 맞춤형 색상 배합을 5분 이내에 구현할 수 있다. 고객의 다양한 취향을 충족시키는 동시에 소량 다품종 생산 환경에서 품질과 납기 경쟁력까지 높이는 핵심 기술로 주목받고 있다. 이 시스템의 측색(測色·색상 측정) 기능을 활용하면 이미 조색된 페인트도 다시 활용할 수 있다. 기존 제품의 활용도는 높이고 불필요한 폐기물은 줄여 환경 부담도 완화할 수 있다.

KCC는 끊임없는 기술 혁신으로 대리점 경쟁력뿐만 아니라 고객 만족도까지 높이며 지속가능한 성장을 이어가고 있다.

문미영 객원기자

균열·세균 번식 우려 없는 안전 보관용기… 30國에 수출

가정용도자기식기 부문 ZEN한국

ZEN 젠한국

ZEN한국 제공

ZEN한국의 대표 제품 ZEN 도자기 비빔밥 보관용기는 비빔밥류의 보관과 재가열에 최적화돼 편리할 뿐 아니라, 건강과 환경에도 이롭다.

ZEN한국이 한국표준협회 주최 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 가정용도자기식기 부문에서 13년 연속 1위를 차지했다.

글로벌 명품 도자기 선도기업 ZEN한국은 세계 30여 개국에 도자기를 생산·수출하는 프리미엄 테이블웨어 기업이다.

ZEN한국은 1991년 한국 자본과 기술력으로 인도네시아에 세계 최첨단 도자기 공장을 설립했다. 50여 년간 축적된 기술력으로 2009년 도자기업계 최초로 로하스(LOHAS/환경·사회·건강·윤리를 고려한 소비 지향) 인증을 획득했으며 현재까지 유지하고 있다. 또한 10년 연속 대한민국 제품혁신상 수상으로 '명예의 전당'에 이름을 올렸다. ZEN한국의 인도네시아 수출 전용 공장은 ISO(국제표준화기구) 및 KS 인증을 모두 획득해 전 세계에서 기술력과 품질을 높이 평가받고 있다.

대표 제품으로 ZEN 도자기 비빔밥 보관용기(냉동·냉장 겸용)가 있다. 한 끼를 더 건강하고 맛있게, 그리고 지속 가능하게 즐기려는 소비자 니즈를 반영해 개발된 제품이다. 비빔밥을 담은 후 '딸깍' 닫아 냉장고나 냉동고에 간편하게 보관할 수 있는 도자기 대용량 밥 용기다. 다양한 재료와 양념이 혼합되는 비빔밥류 보관과 재가열에 최적화된 깊이와 대용량으로 만들어졌다.

다회용 도자기 소재로 제작돼 일회용품 사용을 줄일 수 있으며 환경 보호에도 기여한다. 냉장·냉동 보관 후에도 뚜껑을 열지 않고 전자레인지에 바로 가열할 수 있어 편리하다. 특히 냉동 후 데워 먹을 경우, '저항성 전분' 함량이 증가해 건강에도 긍정적인 영향을 준다. 뚜껑에는 4방향으로 설계된 4개의 히든 스팀홀이 장착돼 뚜껑을 열지 않고 전자레인지에 약 3분간 해동하면 마치 갓 비빈 비빔밥처럼 촉촉한 식감을 되살릴 수 있다.

또한 고온에서 3회 이상 구운 고강도 도자기 재질로 만들어져 균열이 없고 수분도 흡수되지 않아 세균 번식 우려 없이 위생적으로 사용할 수 있다.

이예은 객원기자

품질·환경경영시스템 인증 모두 받은 프리미엄 가구

가정용가구 부문 에몬스가구

Emons 에몬스

에몬스가구(에몬스)가 한국표준협회 주최 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 가정용가구 부문에서 8년 연속 1위를 달성했다.

1979년 설립된 에몬스는 46년간 '미래형 디자인 창조', '자연을 생각하는 기업', '제일주의 추구'라는 기업 이념 아래 국내 가구 산업을 이끌어왔다. 가정용 가구를 비롯해 △온라인 전용 가구 △아파트 빌트인 가구 △사무용 가구 △인테리어 등 다양한 영역에서 대한민국 대표 종합가구 브랜드로 자리매김하고 있다. 에몬스는 올해 트렌드 키워드로 '타임리스 컴포트(Timeless Comfort)'를 제시했다. 시간이 지나도 변치 않는 편안함과 고급스러움을 추구하겠다는 뜻을 담았다.

에몬스는 가정용 가구 업계 최초로 '굿디자인 국무총리상'을 받았으며 24년 연속 우수디자인(GD)에도 선정됐다.

에몬스가구 제공

에몬스는 1979년 설립 이래 '미래형 디자인 창조', '자연을 생각하는 기업', '제일주의 추구'라는 기업 이념으로 다양한 가구 영역에서 대한민국을 대표하고 있다.

국제기능올림픽대회에 5회 연속 출전해 금메달 6개, 은메달 3개, 동메달 1개, 우수상 4개를 목에 걸며 대통령상 수훈의 영광까지 안았다.

또한 '품질이 곧 경쟁력'이라는 경영 방침 아래 전 제품에 E0 등급(포름알데히드 방출량이 가장 낮은 수준)의 친환경 자재만 사용하고 있다. 그 결과 ISO(국제표준화기구) 9001 품질경영시스템 인증과 ISO 14001 환경경영시스템 인증을 모두 획득했다.

김경수 대표이사는 "에몬스는 '미래형 디자인 창조', '자연을 생각하는 기업', '제일주의 추구'라는 기업 이념으로 고객의 삶을 더욱 풍요롭고 편안하게 만드는 가구를 만들어 왔다"며 "앞으로도 주거 공간의 본질적 가치인 '휴식'과 '웰빙'을 깊이 있게 실현하기 위해 지속적으로 노력하겠다"고 말했다.

정진영 객원기자

소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)
한국표준협회와 연세대학교가 소비자들이 이용하는 제품 및 서비스의 웰빙 정도를 웰빙 측정지수인 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)
2025 KS-WEI
소비자웰빙환경만족지수
1위 기업

주최 : KSA 한국표준협회 연세대학교 환경과학기술연구소 후원 : ChosunMedia 조선일보