



세대는 바뀌어도
여명808로 숙취 잡는다

숙취해소음료 부문

여명808®

그래미(회장 남종현)의 숙취해소음료 브랜드 '여명808'이 한국표준협회가 주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 숙취해소음료 부문에서 21년 연속 1위를 달성했다.

세계 최초 숙취 관련 발명특허품인 여명808은 '건강해진 사회와 나를 통해 행복한 가정과 건강한 대한민국을 선도한다'라는 슬로건 아래 숙취 해소 뿐만 아니라 건강한 삶을 제공하는 브랜드로 자리 잡았다.

1998년 출시 이후 27년간 꾸준히 사랑받은
 여성808은 출시 때부터 제품 선전에도 소비
 자에게 주목받았다. 제복 차림에 동종
 교통차 하차 장면 일상사진, 동물사진 등을
 통해 호의감을 얻었다. 예주가 없던 일반 남
 성도 그해 1월에는 1996년 여성808을 발매했
 때부터 지금까지 매년 여성808을 다시며 연구하
 다. 매일 생산할 때마다 직접 제품을 감시하
 면서 품질을 관리하고 있다. 그레인은 '여성8
 08'이 지니 못하는 의사와 달리 웃어든다는
 신념으로 천천히 신제품 원료를 집중적으로
 개발했다. '성형'을 지니는 천천히는 헬스장 건강
 프로그램에 기꺼이도 확보하고 있다. 이런 연구
 결과 개선된 '2020 여성808'은 건강에 좋은
 신 식품을 원료와 우수한 발효공정을 적용

다. 해썹(HAPPC) 인증을 받은 친환경 시스템을 통해 생산된다. 원료부터 생산까지 완벽한 웰빙 제품으로 소비자 건강에도 도움을 주는 제품으로 재탄생했다고 회사 측은 설명했다.

‘여명1004’는 여명808의 효능을 배가시켜 속
취의 복합적인 증상을 빠르게 완화시켜준다. 속
취를 단 한 방에 해결하는 제품이다. 가정을 위
해, 가족을 위해, 생계를 위해 어쩔 수 없이 마셔
야 하는 이를 위해 탄생한 발명품이다.

여명808은 1998년 현재 왕기도씨의 힘은 제물규이라는 학선으로 삼고 나머지 우물이나 소바지에 채다 갔다. 직접 제물규 우물을 채취하게 되는 방식으로 여명808은 대해 해변 변화, 대하 오리엔테이션 행사가 다양한 종류의 채취 대회를 진행하고 있다. 올해에는 전국적 대개성 오리엔테이션 행사에서 대규모 수를 프로모션 진행하고 있다. 건강한 생활과 브랜을 제공하기 위한 대개성 채취도 진행했다. 그밖에는 건강을 꿈꾸는 모든 이들을 치유하는 웰니스요양법강좌도 조신하고 있다. 어린이와 어른이 한자들로 무료로 채취 받고 많은 사람이 치유를 통해 건강한 삶을 받는 최적의 공간에서 제공할 계획이다. 대개성 강제는 "건강한 삶을 통한 생활의 재미"가 아니라 천연 식물요리를 이용한 천연치료를 발명하게 된 이유"라니 "수치"는 물론, 고지혈증, 아토피, 화상치료, 관절염, 호흡기 바이러스, 암 치료까지 다양한 분야의 생활을 주는 차를 개발함으로써 고대인의 삶이다. 김현우

소비자웰빙환경만족지수

건강·환경·안전성... 소비자 7만명 조사

올해 22회째인 '소비자웰빙환경만족지수(KS-WED)'는 매년 소비자 삶의 질에 긍정적인 영향을 미치는 제품과 서비스 수준을 종합적으로 측정한다. 한국표준협회와 연세대학교 환경과학기술연구소가 2004년 공동 개발했다.

건강과 녹색(Health), 환경친화성(Environment), 사용안전성(Safety), 고객 만족도(Satisfaction), 사회적책임(Social Responsibility) 등 5가지 부문으로 구성된 HESSS 평가모형을 도입하도록 평가한다. 이 평가모델은 단순 품질이나 만족도를 넘어 소비자가 중요하게 여기는 사회적 가치와 환경, 안전성 등을 포함해 웰니스에 대한 소비자의 종합적 인식을 반영한다. 2025 소비자행동변화지수에서는 시장 조사 등을 통해 100개 제품군(13개 서비스 포함), 350개 기업(15개)을 선정해, 해당 제품과 서비스를 이용한 경험이 있는 7만명의 소비자 대상으로 전문 조사 업체가 4~5월 조사했다.

2025 소비자웰빙환경만족지수
(KS-WEI) 1위 기업

No	조사부문	기업명	연속년수
1	수취배달요금	가미이(연세병원)	21
2	종합형식비	세한건설(신원)	19
3	산정업무	일환투어스(리)	18
4	주방장비관리	영동맥스(리)	16회
5	감사내역부	S&S인터지	15
6	컨테이너	상진엔지니어링	14
7	가중통신기기기타	ZEN한국(리)	13
8	창출제형비	KCC(한국화물)	10
9	가정용가구	애로직공(성일목욕)	7
10	두유	국경식품(삼육목욕)	7
11	창출제형비	KCC(KC(창호))	6
12	냉장고	성안전자(재)	6
13	간접간접지문면비	한국외국어대(재)	6
14	친환경제	GW(광주) (혁신)	5
15	기술개발기	영희-비버(리)	5
16	비행표준비	경인비행(리)	5
17	친환경페인트	KCC (KCC인민)	4
18	요소수	KCC(한국화학)	4
19	스피클링워터	일화 (초음파조각)	4
20	전장제	KCC(한국화학)	1



KCC창호, 소비자웰빙환경만족지수
창호재 부문 6년 연속 1위

창호재 부문



KCC창호(대표 정재훈)가 한국표준협회가 주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 창호재 부문에서 6년 연속 1위를 달성했다.

KCC는 뛰어난 성능과 고급스러운 디자인으로 소비자의 삶에 편안함과 품격을 주고 있다고 설명했다. KCC 제품은 창호의 핵심 성능인 단열성, 방음성, 기밀성, 수밀성, 내풍압성이 우수하다는 평가다. 건축물에 필요한 성능 및 구조에 따라 내창, 발코니창, 시스템 창 등을 다양하게 제공한다. 최신 건축 트렌드도 반영했다.

높은 기술력을 바탕으로 설계된 창조 시스템은 여러 채용을 불러일으킨 분위기를 사회에 만든다. 뛰어난 단일 성능으로 겨울에는 따뜻하고 여름에는 시원한 물건을 유 지한다. 우수한 기밀재를 사용해 통기량도 최소화한다. 밀폐성도 우수하고, 다양한 두께의 유리를 적용해 최적의 소음도 효과적 으로 차단한다. 조용하고 쾌적한 실내 분위기 를 제공할 수 있는 비결이다. 환경표지인증, 아토피 안심마크 등도 획득했다. 환경성 과 개발하는 등 안전한 실내 생활을 위한 주거 환경을 조성해 소비자 삶의 질을 높

이는 공간을 창출하고 있다.

KCC의 700kg 창고 제품인 '슬라이딩 (Klenze) M700'은 2면 밀착형 슬라이딩 개폐 방식(Parallel & Sliding) 시스템 방식으로 작동한다. 창 모서리의 상하조리 4면이 완전히 밀착된다. 창 최대 사용 두께 2cm를 통해 유리 2면과 열거와 열거를 확보 받았다. 깔끔한 실내 공간 연출을 위해 도어 바를 슬림하게 설계했다. 유리 난간대 적용도 가능하다. 크로징을 닫힐 수 있도록 설계된 '소프트 클로징 댐퍼(Soft Closing Damper)'를 적용해 자연스레 닫히고 매끄럽게 열리고 닫힌다. 손쉽게 창기 기능도 제공한다. 야간 환기가 가능한 하드웨어도 적용하는 등 사용자의 안전성과 창호의 기능성까지 고려했다.

KCC는 2023년 7월 서울 서초동 사옥에 '더 클렌제 갤러리(The Klenze Gallery)' 서초, 작년 5월 '더 클렌제 갤러리 부산'을 각각 열고 클렌제와 KCC는 업무협을 넓혀나가고 있다. KCC 관계자는 "KCC는 엄격한 신기술을 총합적으로 평가해 우수한 대리점을 인증하는 '이맥스 클렌제-mAX 클렌제'도 지속적으로 확대하고 있다"며 "실용 중심의 대리점 교육을 강화하는 등 제품 경험에 힘을 쏟을 수 있지 신리를 높이고 있다"고 설명했다. 이어 "공자로도 KCC가 소비자 삶의 질을 높이는 공간을 창출하기 위해 끊임없이 연구개발에 매진할 것"이라고 덧붙였다. 김원기 기자



가정용도자기식기 부문
13년 연속 1위

비비고 / 얼리고 / 데우고
비빔밥도 냉동보관ZEN 천·황·경 도자기 **젠한국**

본사직영점 : 오창 FACTORY OUTLET (043) 240-9900 / 서울본점(02) 572-0955-6 / 청주본점(043) 223-7500
대전본점(042)632-6800 LA FACTORY OUTLET 625-581-0580 ZENHANKOOK AMERICA 626-581-0580
E-mail : zenamerica@zenhankook.com www.zenhankook.com 고객센터(02) 626-581-1040

소비자 눈높이 높아져 ... 여명808, 21년 연속 1위

문동민 회장

오늘 1위 기업 인증서역시
세브란스병원 19년 연속 선두
63개 부문 기업들 1위 유지

한국표준협회(회장 문동민·사진)는 18일 서울 송파동 롯데호텔에서 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI) 1위 기업 인증서'를 수여했다. 이날 행사에서 1위에 선정된 19개 제품 및 서비스 부문이 참여할 예정이다. 특히 그레미 여명808(숙취해소음료 부문)은 조사를 시작한 이래 최초로 21년 연속 1위에 선정됐다.

세브란스병원(종합병원 부문)이 19년 연속 1위, 일동후디스(산양분유·산양유아식 부문)가 18년 연속 1위, 삼성전자(김치냉장고 부문)가 15년 연속 1위에 이름을 올렸다. SK렌터카(렌터카 부문)가 14년 연속 1위



ZEN한국(가정용도자기식기 부문)이 13년 연속 1위를 차지했다. The-K에다함(장례서비스 부문)은 10년 연속 1위에 올랐으며, 에온스가구(가정용가구 부문)가 8년 연속 1위, 삼육식품의 삼육두유(두유 부문)는 7년 연속 1위에 선정됐다.

6년 연속 1위는 삼성전자(냉장고 부문), KCC(창조재 부문), 락앤락(주방용 밀폐용기 부문), 한국과학기술연구원(건강검진센터 부문)가 차지했다. 작년 이어 올해 5년 연속 1위를 차지한 기업에는 경동나비엔(환기정기기 부문), GC녹십자의 탁센(진통제 부문), 일동후디스의 하이온(단백질 보충제 부문) 등이 이름을 올렸다. KCC(친환경페인트 부문)와 KO제비칼의 녹스케이(요소수 부문)는 작년 이어 올해 4년 연속 1위에 선정됐다. 아울러 올해 KS-

WEI 첫 1위의 영광은 KCC(천장재 부문)에 돌아갔다.

올해 KS-WEI 조사결과에 따르면 전체 평균 점수는 65.53점을 기록했다. 이는 전년 대비 1.10점 하락한 수치다. 제품부문은 전년보다 0.32점 하락한 65.52점을 기록했고, 서비스부문은 0.18점 감소한 65.66점으로 조사됐다. 소비자의 눈높이에 부응하기 위한 지속적인 노력이 요구되는 시점이다.

전반적인 점수하락에도 불구하고 100개 부문 중 63개 부문에서 지난해와 동일한 기업이 1위를 유지했다. 상당수 기업들은 꾸준한 소비자 신뢰를 얻고 있는 것으로 나타났다. 평가항목별 점수를 보면 '고객충족성'이 66.31점을 기록해 가장 높았다. 이어 '건강기능성'(65.53점), '사회안전성'(64.87점), '사회적책임'(63.95점), '환경친화성'(63.20점) 등 순으로 나타났다.

김동현 기자

“산업체계 격변의 시대 ... 웰빙 가치 더 중요”

김성현 연세대 교수

어느덧 선진국 대열로 발돋움하고 있는 우리나라에서 ‘삶의 질’이라는 가치가 보다 더 중요시되고 있다. ‘웰빙(Well-being)’ 개념을 우리 국민들은 행복도, 정부 입장에서 사회 수준의 선진화 척도 중 하나로 삼을 정도다. 웰빙을 뒷받침하는 데 있어 제품과 서비스를 생산·공급하는 산업체의 역할은 매우 중요하고, 그 성과를 객관적이고 합리적으로 평가하고 수치화하는 작업이 필요하다.

산업 부문별 웰빙 만족도 1위를 선정하기 위한 ‘정량 평가’는 한국표준협회와 연세대 환경과학기술연구소의 협력 아래 2004년에 웰빅스(WELBIX-Well Being Index)라는 이름으로 태동했다. 최초의 웰빅스는 산업 분야의 환경과 사회적 책임을 평가하기 위한 것인데, 이후 소비자들의 요구를 지속적으로 반영해 ‘대한민국 소비자웰빙환경만족



지수(KS-WEI: Korean Standard Well-being & Environment Index)’로 발전시켰다.

KS-WEI는 웰빙 만족도 측정모델인 HESSS를 사용한다. 건강기능성(Health), 환경친화성(Environment), 사용안전성(Safety), 고객충족성(Satisfaction), 사회적 책임(Social Responsibility) 등 5개 차원으로 제품과 서비스 품질에 접근하는 것이다. 전국 5대 도시와 수도권에 거주하는 전국 대상으로 설문조사를 실시하는데, 그 표본 크기는 7만(브랜즈별 200 표본 조사)을 넘는다.

올해 KS-WEI는 최근 10년간 중 가장 낮은 점수를 기록했다. 국내외적으로 어지러운 정치·경제 상황이 반영됐을 수 있고, 과거 저수익 감소가 주로 산업체계가 변화하는 시점과 맞물려 일어났

함에 비추보면 설명이 가능하다.

신규 뷰티가전을 제외한 기존 19개 웰빙 제품 중 냉난방기 부문에서만 KS-WEI가 상승했다. 이는 기후변화가 가속되는 최근 상황에서 소비자의 관심과 이를 개량한 관련 산업체들의 개선 노력이 꾸준했음을 미루어 짐작할 수 있다. 건축 자재, 약 관련 제품, 의류 등 산업 전반에서 이미 다가온 이열대 기후에 맞춘 웰빙 제품 개발과 품질 개선에 집중할 필요가 있음을 암시하는 대목이다.

9개 웰빙 서비스 부문에서는 렌탈 서비스와 문화·레저 서비스 부문의 KS-WEI 감소가 두드러졌다. 제작년부터 급격하게 발전하고 있는 인공지능(AI)에 익숙한 소비자들의 눈높이 수준이 높아졌다는 진단이다.

산업 체계는 변화하는 자연 환경과 발전하는 인류 문명에 발맞춰 계속 진화했다. 인간의 욕구는 거의 언제나 사회가 제공하는 공급 수준을 앞지르기 때문이다.

연세환경과학기술연구소장

“에다함이 상조의 기준” ... 지급 보증 이중 안전망 구축, 장례 의전 누적 12만건 넘었다

장례서비스 부문

The-K 에다함

“The-K에다함(에다함, 대표이사 김도한)이 한국표준협회에서 주최하는 ‘2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 장례서비스 부문 10년 연속 1위를 달성했다. 에다함은 2009년 한국고직원공제회가 업계 최대 자본금 500억원을 건의 출자에 설립한 상호회사다. ‘에다함의 기준이 상조의 기준’이라는 슬로건 아래 합리적이면서도 차별화된 상호 서비스를 제공하고 있다.

◆The-바른, The-다른 대한민국 상조의 기준점
에다함은 업계 최다인 제1금융권 6개 은행(신한, 하나, 우리, 전북, 신한, SC제일)과 ‘지급보증계약’을 체결했다. 또 한국고직원공제회의 ‘연대지급보증제’를 통해 이중의 안전망을 구축, 고객들의 납입금을 철저하게 보호하는 ‘상조 납입금 안전책임 시스템’을 갖추고 있다. 2020년 모바일 다이렉트(간편가입) 상호 상품을 출시했고, 2022년 누적 판매 100만 건을 넘었다. 올해 들어 장례 의전 누적 건수 12만 건을 돌파했다.

에다함은 순수 장례 서비스에 집중하기 위해 ‘전국 지역 의전서비스망’, ‘부당 행위 보호 시스템’, ‘품질 보증 시스템’, ‘페이백(Pay-back) 시스

템’ 등 제도화된 고품질 서비스를 제공해 소비자들의 신뢰와 만족을 동시에 얻고 있다. 소비자 중심의 서비스와 윤리적 경영 활동을 인정받아 공정거래위원회로부터 소비자중심경영(CCM) 인증을 5회째 지속 획득했다.

◆고객 감동을 위한 차별화된 멤버십
에다함은 가입 고객 대상으로 호텔·리조트 할인 제휴 서비스와 제휴 카드 및 의료 혜택 등 생활 밀착형 멤버십 서비스를 제공하고 있다. 최근에는 고객 만족도 향상을 위해 다양한 기업과의 업무 제휴를 확대해 혜택 범위를 넓혀가고 있다. 각 지역 장례식장과 추가 제휴를 통해 고객 혜택을 한층 강화했다. 올해 들어선 고객 원나라가 운영하는 온라인 쇼핑몰 ‘더케이몰’의 멤버십 합성화를 위한 업무 협약도 체결했다. 이 밖에 ‘올리데이 인 광주 호텔’과의 신규 협약을 통해 숙박 할인 혜택을 제공하는 등 고객과의 삶 전반을 아우르는 차별화된 서비스를 선보이기 위해 노력하고 있다.

◆함께 나누는 행복 ‘사랑(愛)다함’ 프로젝트
에다함은 사회취약계층의 복지 환경 개선을 위해 2016년 ‘사랑(愛)다함’을 출범했다. 에다함 전차량과 채널로 가입한 고객의 초회 납입금 10%와 매월 입직원 급여의 1000원 미만 금액, 그리고 자체 기부금 예산을 추가해 ‘사랑(愛)다함’ 기부금을 조성하고 있다. 모금된 금액과 기부처는 에다함 홈페이지를 통해 투명하게 공개



하고 있다.

그 밖에도 에다함은 무료 진료 자선의료기관인 ‘요생의원’과 국내 입원 진료 기관인 ‘성가정

양원에 기부금을 전달하며, 복지 사각지대에 놓인 장애 빈곤층과 입양 아동에게 도움을 손길

에다함은 고객의 마지막 여정이 아름답게 빛나길 바라는 마음을 담아 ‘윤슬’ 상품도 출시해 운영 중이다. ‘윤슬’은 “햇빛이나 달빛에 비쳐 반짝이는 잔물결”이라는 뜻의 순우리말로, 고인의 마지막 길이 윤슬처럼 아름답게 빛나길 바라는 마음을 담았다. 에다함 윤슬은 합리적인 핵심 품목을 엄선해 구성된 장례 상품이다. 실속형부터 준프리미엄형, 프리미엄형까지 다양한 구성으로 소비자 선택의 폭을 넓혔다. 지난해 3월 출시된 윤슬 시리즈는 우수한 품질과 실용성을 인정받으며, 소비자들의 긍정적인 반응을 얻고 있다.

김도한 더케이에다함㈜ 대표이사는 “KS-WEI에서 The-K에다함이 10년 연속 1위에 선정된 것에 대해 깊은 감사와 큰 보람을 느낀다”며 “에다함은 설립 이래 투명하고 정직한 경영을 바탕으로 신뢰받는 상호회사의 모범이 되기 위해 끊임없이 노력해 왔다”고 소감을 밝혔다. 또한 이번 수상은 소비자들이 보내주시는 진심 어린 신뢰와 응원의 결실이라 생각돼 그 의미가 더욱 값지고 뜻깊다고 덧붙였다. 이어 김 대표이사는 “에다함은 올해도 ‘The-바른, The-다른, 대한민국 상조의 기준점’이라는 비전을 바탕으로 합리적이고 품격 있는 서비스로 소비자 중심의 상호문화를 선도하며, 장례 업계의 리더 브랜드로서 올바른 장례문화를 이끌어 가겠다”고 포부를 전했다. 김동현 기자

세계 판매 기준
대한민국 1위
국가대표 페인트 KCC 페인트

2024년 Coatings World Journal 선정 (글로벌 매출 기준)



환자 중심의 웰빙 의료서비스 제공 ... 세브란스병원, 미래 의료 선도한다

종합병원 부문



세브란스병원(병원장 이강영)이 한국표준협회에서 주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 종합병원 부문 19년 연속 1위를 달성했다.

세브란스병원은 1885년 우리나라 최초의 근대식 의료기관인 제중원에서 출발해 141년간 대한민국 의료의 발전을 이끌어왔다. 국민 건강 증진이라는 사명을 바탕으로 1993년 국내 최초로 '환자 권리장전'을 선포했고, 2007년 국내 최초로 국제의료기관평가(JCI) 인증을 받는 등 '진료의 전문화'를 실현하며 환자 중심의 웰빙 의료 서비스 제공을 위해 노력하고 있다.

◆환자 중심 서비스 협력
세브란스병원은 2012년 국내 병원 최초

로 '환자경험' 개념을 도입했다. 치료뿐만 아니라 응대, 시설 이용 등 병원 전반의 환자 중심 서비스를 체계화했다. 이를 통해 세브란스는 의료의 전 과정을 환자 입장에서 재구성하며 진정한 의미의 환자 중심 의료로 구현해왔다.

세브란스병원은 인공지능(AI) 기술 도입, 디지털 전환도 적극적으로 추진하고 있다. 진료 대기 시간을 단축하고, 병원 내 편의성 향상을 위해 'My세브란스 모바일 앱' 기능을 고도화했다. 재활 등 비(非)약 약 검사 일정 확인 서비스도 도입했다. AI 기반 음성봇 '세라넷'을 적극 활용해 진료 예약 및 일정 안내를 자동화했다.

환자의 만족도를 높이는 것은 세브란스병원이 핵심 가치로 삼고 지속해서 추진하고 있는 과제다. 입원, 외래, 응급실 등 전 부문에 걸쳐 환자 만족도 상시 조사 시스템을 운영하고, 실시간 피드백을 통해 병원 운영을 개선하고 있다. 실시간으로 내원객의 만족 및 불편사항을 수렴하고 보완책을 마련해 환자의 만족



도를 향상하기 위해 노력하고 있다. 입원환자들의 수면의 질 개선을 위해 귀마개와 수면 안대 등으로 수면을 돕는 '꿈 잠 프로젝트'가 대표적이다.

환자가 궁금했던 점을 기록해 해의료진과의 적극적인 소통창구로 이용하는 '회진 질문 게시판'도 환자들 사이에

술을 선도적으로 도입하고 있다. 2023년 국내 최초로 중입자암치료기를 도입하며, 전립선암 치료에 적용한 데 이어 폐암과 간암 등 다양한 암종으로 치료 범위를 확대해 나가고 있다. 중입자 치료는 기존 방사선 치료에 비해 2-3배 높은 치료 효과를 나타내면서도 주변 조직 손상과 부작용이 적은 것이 특징이다.

특히 최전향 중입자치료기의 가동으로 정밀한 치료 가능해져, 치료 성과의 질이 한층 더 향상될 것으로 병원 측은 기대하고 있다.

이와 함께 디지털 헬스케어 분야에서도 괄목할 만한 발전을 이루고 있다. 바이오 데이터에 기반한 적절한 치료 방침을 찾기 위해 최신 정보기술(IT)을 적용한 차세대 의료영상저장시스템(PACS)으로 전환했다. AI 및 3차원(3D) 프린팅 기술을 진료에 접목하며 정밀의학의 토대를 마련하고 있다.

디지털 치료기기(DTX) 통합 플랫폼

인 '커넥트-DTX'를 통해 관련 생태계를 구축하며, 미래형 디지털 의료기관으로의 도약을 준비 중이다. 환자는 디지털 치료기기에 실시간으로 개인 상태를 입력하고 그에 따른 맞춤형 처방을 받으므로써 병원과 편리하게 소통할 수 있다.

이강영 세브란스병원장은 "이번 수상은 '하나님의 사랑'으로 인류를 질병으로부터 자유롭게 한다는 사명을 바탕으로 국민이 신뢰할 수 있는 최고 의료 환경을 만들고자 쏟아낸 노력과 열정을 국민이 알아준 결과"라며 "세브란스병원은 환자를 최우선 가치로 삼고 믿을 수 있는 의료 환경과 고품질의 진료 서비스를 제공해 국민이 가장 신뢰하는 병원이 되겠다"고 밝혔다.

이어 "1885년 광혜원제중원으로 시작된 141년의 역사를 기반으로 환자 중심의 웰빙 의료문화로 선도해 국민이 가장 사랑하고 신뢰할 수 있는 병원으로 자리잡기 위해 최선을 다하겠다"고 전했다.

한경재 기자

액상캡슐로 효과 빠른 진통제 '탁센 시리즈'

진통제 부문



GC녹십자(대표이사 허은철)의 '탁센 시리즈'가 한국표준협회에서 주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 진통제 부문 5년 연속 1위를 달성했다.

진통제는 만성적인 두통과 통증을 호소하는 현대인의 삶의 질이나 회사에서 구비해두는 상비약으로 자리잡았다. 진통제를 복용하는 소비자가 많은 만큼, 통증을 완화하기에 적합한 제품을 선택하는 것이 더욱 중요해졌다. 많은 진통제들이 소비자의 수요에 맞춰 제형과 성분을 다각화하고 있다.

GC녹십자의 탁센 시리즈는 비스테로이드성 소염진통제(NSAID)로 진통 및 소염 작용에 탁월한 효과를 보인다. 특히 나프록센, 이부프로펜, 덱사부프로펜, 아세트아미노펜 등 다양한 성분의 제품 라인업을 구축하고 있어 복용자는 증상에 맞는 제품을 선택할 수 있다. 또한 연질캡슐 특허 제조 공법으로 만들어져 체내 흡수율이 높아 효과



를 빨리 확인할 수 있다. 액상형이라 복용이 편하고 빠르게 녹아 정제형의 단점인 속 쓰림이 적다.

탁센 시리즈는 총 5가지 제품으로 구성돼 있다. 5년 연속 판매 1위(아이큐비다 2019~2023 판매액·비스테로이드성 소염진통제(M01A) 시장 기준)를 달성한 대표 제품 '탁센'은 나프록센을 주성분으로 하며, 진통 및 소염 효과가 오래 지속되는 것이 특징이다. 3제 복합 여성용 소염진통제 '탁센

레이디'는 소염, 진통 작용을 하는 이부프로펜과 함께 몸의 붓기 완화에 도움을 주는 파마블, 재산 효과가 있는 산화마그네슘이 함유돼 있다. 월경 때 동반되는 붓기, 속쓰림 등의 증상을 효과적으로 개선해준다. 탁센과 탁센레이디는 최근 30캡슐 대용량 제품도 나왔다. 두통, 생리통, 근육통에 최대 6일간 복용이 가능하고, 휴대하기 간편한 크기로 출시됐다. 제산제가 포함되어 있어 속기 격정없이 안전하게 보관할 수 있다.

이부프로펜의 함량을 높여 해열 진통작용을 강화한 '탁센400이부프로펜', 이부프로펜의 활성 부분만 분리한 덱사부프로펜을 주성분으로 하는 '탁센덱시', 두통, 감기, 발열에 효과적인 해열 진통제인 '탁센아세트아미노펜'도 탁센 시리즈의 제품들이다.

허은철 GC녹십자 대표이사는 "수많은 약사님과 소비자로부터 받은 관심과 성원에 보답하는 마음으로, 앞으로 지속적인 연구개발 투자와 신약 개발을 통해 누구나 질병으로 고통받지 않고 행복한 삶을 누릴 수 있는 사회를 만들도록 노력하겠다"고 밝혔다.

한경재 기자

'평생 건강관리 파트너' KMI한국의학연구소

건강검진전문센터 부문



KMI한국의학연구소(이사장 이광배)가 한국표준협회에서 주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 건강검진센터 부문 6년 연속 1위를 달성했다.

KMI한국의학연구소는 1985년 설립된 건강검진 전문기관으로 질병의 조기 발견을 통한 국민건강 증진과 수검자 편의 향상을 위한 선도적 건강검진 서비스 제공에 박차를 가하고 있다.

지난 2021년 성공적으로 구축한 국내 최초 '지능형 건강검진시스템(KICS)'을 통해 수검자들이 더욱 빠르고 효율적으로 건강검진을 받을 수 있게 됐다. 올해에는 전국 8개 센터(광화문, 여의도, 강남, 수원, 대구, 부산, 광주, 제주) 가운데 하나인 평화문검진센터를 평화문네거리로 확장 이전했다.

또한 내시경 인공지능(AI) 솔루션과 디지털 병리 솔루션 등 최첨단 기술을 연이어 도입하면서 의료 서비스 품질을 한 단계 높였다. 전국 검진센터를 지속적으로 확장 및 개선했고, 동시에 조기 진단이 중요한 질환의 신규 검사도 적



극 도입하고 있다.

이러한 최첨단 시스템을 바탕으로 KMI한국의학연구소의 지난해 기준 연간 수검자 수는 140만명을 돌파했다. 매년 상임수의 중증질환을 조기발견해 작년 기준 수검자 암 조기발견 건수는 4000여 건에 육박한다.

KMI한국의학연구소는 나눔과 상생을 실천하는 사회공헌사업도 강화하고 있다. 의료복지 사각지대에 놓인 취약계층을 위한 무료검진과 치과 의료비 지원, 연탄나눔 등을 꾸준히 펼치고 있다. 연구 지원사업과 건강검진 캠페인도 지속적으로 진행했다. 연세의료원과 난치성 대장증후군을 공동연구하고, 대한민국의학한림원과 학술 콘텐트 공동개발에 착수했다. 지난해 기준 사회공헌사업 누적

기부금액은 180억원에 달한다.

KMI한국의학연구소는 사회적 가치 실현을 'KMI 비전 2030'의 핵심전략 중 하나로 정했다. 미래지향적 의학 연구 역량 강화, 지역활력형 사회공헌활동 고도화, 사회적 가치를 반영한 재단 운영 등을 주요 실천 과제로 제시하는 등 다양한 사회공헌사업을 추진 중이다.

이광배 KMI한국의학연구소 이사장은 "40년간 국내 종합검진의 대중화에 앞장서 온 우리 기관이 2025년 건강검진 전문센터 부문 조사자 시작된 이래 6년 연속 1위에 올라 뜻깊다"며 "앞으로도 국민의 건강 지키며 사회적 역할과 책임을 다하는 '평생 건강관리 파트너'이자 'K-건강검진을 선도하는 기관'이 되도록 더욱 힘쓰겠다"고 밝혔다.

한경재 기자

소비자웰빙환경만족지수

KS-WEI 1위
소비자웰빙환경만족지수

숙취해소음료 부문
21년 연속 1위

www.glami.com

언제나 참 좋은

여명808®

세계 발명왕

발명왕

제43회 발명의 날 금탑산업훈장 수훈

발명특허 제 10-1665584호

140 ml (89 kcal)

발명특허 제 10-1665584호

140 ml (89 kcal)

발명특허 제 10-1665584호

140 ml (89 kcal)

소비자 상담전화 080-4073-808

가까운 지사, 약국, 편의점, 대형마트 등에서 구입하실 수 있습니다.

과다한 음주는 건강을 해칩니다.

비비고, 담고, 열리고, 데우고 ... 비빔밥 보관도 건강하고 간편하게 ~ 냉장·냉동 모두 만족

가정용도자기식기 부문

한·홍·경 도자기

ZEN 젠한국

“ZEN한국(회장 김성수)은 지난 50여 년 동안 축적한 기술력과 디자인 역량으로 건강과 환경을 함께 생각하는 프리미엄 도자기 기업으로 자리매김했다. 앞으로도 기술 혁신과 차별화된 제품 개발을 통해 소비자의 신뢰에 보답할 것이다.”

ZEN한국이 한국표준협회에서 주최하는 ‘2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 가정용도자기식기 부문 13년 연속 1위를 달성했다. 김성수 ZEN한국 회장은 수상 소감을 통해 “끊임없는 기술 개발을 통해 세계 최고의 품질 유지하는 물론 새로운 공법을 도입해 도자기 산기술을 선도하겠다”고 밝혔다.

◆글로벌 제품 ‘인기’

ZEN한국은 현재 한국을 비롯해 영국, 독일, 뉴질랜드 등 세계 각지에서 업선

된 천연 원료를 수입해 제품을 생산하며, 납 성분이 전혀 없는 무연유약을 사용해 아이부터 어른까지 모든 연령층이 안심하고 사용할 수 있는 친환경 도자기를 공급하고 있다.

ZEN한국은 50여 년의 기술력과 디자인 노하우를 바탕으로 글로벌 프리미엄 도자기 시장을 선도하는 기업으로 성장하고 있다. 34년 전 인도네시아에 해외 수출 전용 도자기 공장을 설립하면서 본격적인 글로벌 도자기의 기틀을 마련했다. 1996년 정식 법인으로 설립된 뒤 인체에 무해한 무연유약을 적용해 소비자들의 건강과 환경을 동시에 생각하는 제품을 꾸준히 선보이고 있다. ZEN한국은 ‘사람을 생각하는’ 가치관과 이를 기반으로 유지해 온 오랜 역사는 국내외 소비자들이 신뢰하고 구매할 수 있는 배경이 된다.

ZEN한국은 단순히 기본적인 테이블 웨어에 만족하지 않고 도자기 식판, 칸막이 도시간, 이류식 용기, 냉장·냉동 밥보관 용기 등 현대인의 다양한 라이프



스타일에 맞춘 기능성 제품을 지속적으로 개발하고 있다. 최근에는 환경과 건강을 동시에 생각하는 현대 소비자의 트렌드를 반영한 ‘도자기 비빔밥 보관용기’를 출시해 인기를 끌었다. 이 용기는 냉장·냉동 보관한 음식을 뚜껑을 열지 않고 바로 전자레인지에 데울 수 있어

실용성이 뛰어난 제품이다.

주목할 점은 냉동 후 재가열 과정에서 생성되는 ‘저항성 전분’이 건강에 유익하다는 점이다. 저항성 전분은 소화 속도를 늦춰 혈당 상승을 억제하고 장 건강을 증진시키는 역할을 해 최근 웰빙 트렌드와 맞물려 큰 관심을 받고 있다. 김 회장은

“ZEN한국은 도자기 비빔밥 보관용기는 건강하고 맛있는 식사를 추구하면서도 환경을 생각하는 소비자의 요구에 맞춘 제품”이라며 “대용량이며 위생적으로 우수해 다양한 연령대의 가족 모두가 안심하고 사용할 수 있다”고 강조했다.

◆해외에서도 인정받는 품질

ZEN한국은 제품을 국내 뿐 아니라 해외에서도 기술력과 품질을 인정받고 있다. 1991년 한국 자본과 기술력으로 인도네시아에 세계 최첨단 도자기 생산 공장을 세우고, 프리미엄 포슬린 생산을 시작한 것이 대표적인 예다. ZEN한국 인도네시아 수출 전용 공장은 ISO와 KS 인증을 획득하며 세계적인 품질력을 인정 받았다.

현재 전 세계 30여 개국에 ‘젠(ZEN)’과 ‘세인트 제임스(Saint James)’ 브랜드 제품을 수출하고 있다. 해외 소비자를 역시 ZEN한국 제품의 기술력과 품질에 주목하고 있다.

이 회사는 2009년 도자기 업계 최초

로 ‘LOHAS 인증’을 획득한 뒤 이를 꾸준히 유지하며 대한민국 제품혁신상을 10년 연속 수상해 명예의 전당에도 올랐다. 또한 소비자만족 부문에서도 뛰어난 성과를 보였다. 2025 소비자웰빙환경만족지수 가정용도자기식기 부문에서 13년 연속 1위에 선정되는 쾌거도 이뤘다. 아울러 2015년 국가품질대상 명품창출 부문에서 대통령상을 수상하며 명실상부한 프리미엄 브랜드로 인정 받았다.

김 회장은 “앞으로도 기술 개발과 품질 혁신을 통해 글로벌 명품 도자기를 위한 위치를 확고히 하려고 한다”며 “ZEN한국은 앞으로도 고객의 건강하고 행복한 라이프스타일을 위한 기술 개발과 친환경 제품 보급에 더욱 박차를 가할 계획”이라고 강조했다. 이어 “지금까지 ZEN한국은 도자기 산업의 새로운 패러다임을 열었다”며 “단순한 식기류를 넘어 건강하고 지속 가능한 생활문화를 선도하는 기업으로 나아가겠다”고 밝혔다. 이혜인 기자

빌트인처럼 빈틈 없이 설치하는 ‘키친핏 맥스’

냉장고 부문

Bespoke AI 냉장고

삼성전자(DA사업부장(부사장) 김철기)가 한국표준협회에서 주최하는 ‘2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 냉장고 부문 6년 연속 1위를 차지했다.

삼성전자는 최근 인공지능(AI) 기능과 디자인, 실용성을 강화한 ‘비스포크 AI 키친핏 맥스’ 냉장고 신제품을 선보였다. 새롭게 적용된 ‘키친핏 맥스(Max)’ 디자인은 좌우 4mm의 간격만 있으면 마치 빌트인처럼 빈틈 없이 설치할 수 있고, 냉장고 문도 90도 이상 활짝 열 수 있다. 삼성전자는 2019년 국내 주방 가구장 규격에 맞춘 ‘키친핏’ 냉장고를 처음 선보였으며, 이번 신제품은 단열재 두께를 8mm까지 줄인 혁신 기술로 문 안쪽 수납 공간을 약 22% 더 확보해 활용성을 높였다. 최대 640ℓ까지 수납이 가능한 4도어 모델은 기존 대비 최대 25ℓ 더 넓은 저장공간을 제공한다. 넉넉한 내부 용량을 중요시하는 소비자들에게 좋은 선택지를 제공한다.



올해 라인업은 총 19종으로 구성됐다. 핵심 모델인 ‘비스포크 AI 하이브리드 키친핏 맥스’는 9열 터치스크린과 AI 기반 기능을 대거 탑재했다. ‘데일리보드(Daily Board)’는 날씨·일정·식단 추천 정보를 제공하며, ‘AI 비전 인사이드’는 신선 식품 37종을 자동 인식해 푸드 리스트를 생성해준다. ‘AI 푸드 매니저’는 가공식품도 자동 등록하며 최대 50종까지 인식 가능하다.

이 외에도 음성서버 ‘비스비’, 가전 제어용 3D ‘맵뷰(Map View)’, 삼성 TV 플러스·유튜브·스포티파이 앱을 통한 엔터테인먼트 기능도 지원한다.

주방일을 하는 시간이 지루하지 않도록 한 아이디어가 돋보인다는 평가를 받는다.

냉각 기술도 발전했다. 삼성전자가 국내 최초로 적용한 ‘AI 하이브리드 쿨링’은 강력한 냉각이 필요한 상황에서 컴프레서와 펌터이 반도체 소자가 함께 작동하는 기능이다. 이에 따라 최적의 냉각과 에너지 효율을 동시에 구현할 수 있다. 삼성전자 관계자는 “공간 효율성, AI 기술, 사용자 경험을 모두 고려한 이번 냉장고는 스마트한 주방의 새로운 기준이 될 것”이라고 말했다. 이혜인 기자

식물성 웰빙 푸드의 새로운 기준을 제시하다

두유 부문

삼육식품 Sahn Yook

www.sahnYook.co.kr

삼육식품(사장 전광진)이 한국표준협회에서 주최하는 ‘2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)’ 두유 부문에서 1위의 영예를 안았다. 식물성 웰빙푸드 선도 기업으로서의 위상을 다시금 입증했다는 평가를 받는다.

1982년 설립된 삼육식품은 ‘온 누리에 건강을’이라는 창립 이념 아래 43년간 건강하고 안전한 식품 개발에 힘써왔다. 1984년 국내 최초 파우처형 ‘삼육두유’를 출시하며 간편하고 건강한 두유 문화를 연 삼육식품은 연간 4억 5000만개 이상 판매했다. 미국, 베트남, 중국, 중동 등 28개국에 수출되는 국내 1위 두유 수출 브랜드로 자리잡고 있다. FDA 등록과 HALAL 인증을 비롯한 글로벌 품질 인증을 통해 해외 시장에서도 신뢰를 얻고 있다.

삼육식품은 ‘검은콩두유’, ‘검은콩 호두와 아몬드’, ‘프로틴 식이섬유’ 등 웰빙 트렌드를 반영한 기능성 두유 제품을 지속적으로 선보이며, 건강과 맛



을 모두 만족시키는 제품으로 소비자들의 꾸준한 사랑을 받고 있다. 또한 ISO22000, FSSC22000, HACCP 등 국제 수준의 품질관리 시스템을 구축해 안전한 식품을 제공하고 있다.

최근 삼육식품은 변화하는 식생활 트렌드에 맞춰 조미김 브랜드 ‘삼육김’, 식물성 간편식 ‘삼육그린푸드’, 식물성 음료 ‘삼육그린플레이’, 특수용도식 ‘삼육케어’ 등 4개 하위 브랜드를 론칭하며 두유를 넘어 다양한 식물성 웰빙 푸드 시장으로 영역을 확장하고 있다.

삼육식품은 수익 전액을 장학·의료·선교 활동에 환원하며 ESG 경영에도 앞장

서고 있으며, 포스트 코로나 시대에도 미래 식품 시장을 선도하는 글로벌 웰빙 식품 기업으로의 도약을 준비 중이다.

전 사장은 “이번 수상은 소비자들의 신뢰와 임직원들의 헌신 덕분”이라며 “지속 가능한 환경과 건강한 식문화를 위한 책임을 다할 것”이라고 말했다. 이어 “빠르게 변화하는 웰빙 트렌드와 고령화 사회의 흐름 속에서 삼육식품은 더욱 정교한 품질관리와 소비자 맞춤형 제품 개발에 앞장설 계획”이라며 “지속 가능한 환경을 위해 친환경 패키징과 ESG 경영 강화에도 최선을 다하고 있다”고 설명했다. 이혜인 기자

대한민국 대표 종합가구 브랜드 에몬스... 감성적 디자인·실용적 기능 돋보여

가정용가구 부문

에몬스

에몬스가구(대표 이사·최경 김경수)가 한국표준협회 회에서 주최하는 '2025 소비자웰빙전략주간'(KS-VIEW) 기성용가 1979년 4월 8일 생년월일을 맞아 46주년을 맞은 국산 지면가 브랜드로, 마케팅 전략가 최경수 지면을 개화하는 '지면', 제1주 지면가라는 핵심시장을 바탕으로 오렌지 시대를 국산 지면의 변화를 주도해왔다.

◆ 소비자 취향에 따라 맞춤형 콘텐츠 전략 에몬스는 지면가 중심이 아닌 환경을 제품 개발과 소비자 전면에 반영하고 있다. 최근 주시공간의 디지털화와 개인화 흐름이 확산되면서 회사는 '타임리스 가구' 포트(Timeless Company)라는 가구를 소개하며 감성적이고 편안한 실용적 가치를 결합한 제품들을 선보이고 있다.

주력 제품 중 하나인 메타리프는 사용자 특성, 세팅에 맞춘 독자적 시스템과 다양한 빌드의 롬 패키지를 적용해 개인별 성능과 수명 관리에 따른 조정이 가능하고 능률도 설계했다. 이러한 사용자 맞춤 전략은 각 제품 별 아니라 심리 안정감까지 고려해 만든 바이다.

에몬스는 오라파리 시장을 중심으로 축적된 기존 유통망 외에도 온라인과 홈쇼핑, 백화점 외출을 확대해온다. 소비자 접근성 강화에 중점을 두었다. 코로나-비엔나 오라파리 개조한 상형에 세라핀 전류가 구인한 별다른 운영과, 고객 문의에 대응하는 별도 인선 시스템을 정비하는 등 대고객이 높았다는 평가가

MZ세대는 중심으로 한 젊은 소비자층을 타겟으로 한 감각적 디자인 제품도 잇따라 출시되고 있다. 최근에는 아바트 빌트인 가습기와 사무용 가구 등 전문 영역으로 포트폴리오를 확장하고 있다. 단순한 가구 판매를 넘어 대서 나이가 높은 전 세대의 활용성도 부가해줄 계획



제품 설계 방향이 눈에 띈다.

◆디자인·기능성·지속가능성 3박자 갖춰
에몬스는 오랜 시간 디자인 부문에서 강
점을 보여온 브랜드다. 가정용가구 분야
최초로 '굿디자인(GD) 국무총리상'을 수

상한 것을 비롯해, 24년 연속 GD 우수디자인에 선정되는 등 디자인 부문에서 경쟁력을 지속적으로 인정받았다.

기능적인 측면에서는 국제기능올림픽대회 5회 연속 출전, 누적 메달 수 금

메달 6개, 은메달 3개, 동메달 1개, 우수 상 4개를 기록하는 등 생산 기술과 환경 경쟁력에서도 성과를 이어가고 있다. 이 같은 기록은 제품의 내구성과 품질이 일정 수준 이상에서 안정적으로 유지되고 있다는 점에서 주목할 만하다.

한편 친환경재 사용과 ESG 경영 실천도 비교적 일찍부터 추진해왔다. 에온스는 전 제품에 E0등급의 저포름알데히드 재료를 적용하고 있으며, ISO 9001(품질경영)과 ISO 14001(환경경영) 인증도 보유하고 있다. 이러한 관리 체계는 친환경 소비에 민감한 소비자층의 신뢰 형성에 긍정적인 영향을 준 것으로 보인다.

◆고객 신뢰 기반 - 장기 성과로 이어져
이번 KS-WEI 1위 수상 외에 에몬스는 한국품질만족지수(KS-QEI) 가정용 가구 부문에서 13년 연속 1위를 차지하며, 꾸준한 소비자 만족도를 입증해왔다. 두 지수 모두 이용 경험이 있는 소비자 및 전문가의 직접 평가를 반영한 점에서 기업 내부의 주장보다 객관적인 신

외도 지표로 평가된다.

김경수 애플은 대표이사직은 ‘단순한 각 부서 제책을 넘어 조직의 생활 전반을 구성하는 공간’을 디자인하는 데 바탕을 뒀다. 애플은 “디자인, 품질, 서비스”라는 3대 축에서 일관적 가치를 유지하려고 노력한 결과, 소비자들의 신뢰가 강적으로 이어지고 있다”고 말했다. 이어 “살의 신비로워 되는 공간이 판매와도 연결해야 한다는 애플의 생각은 예전부터 중요해졌다.”는 “알고도 변화하는 주거 트렌드”에 맞춰 보다 유연하고, 실질적 인거가 담긴 제품과 서비스를 지혜를 서고했었다.”고 밝혔다. 또한 시설가치를 중요하게 여기는 시대, 주거 공간의 본질과 가치에 대해 충실한 제품으로 개발의 신념을 이어갈 것이라고 덧붙였다. 애플은 삼성과 함께 ESG 경영 강화, 스마트 가전 시장 확대, 디지털 전환 강화 등 다양한 전략을 통해 브랜드 정체성을 명확히 하는 동시에 글로벌 진출도 모색할 계획이라고 밝혔다. 이현기 기자

사용자 경험에 맞춰 편의성·보관 효율 다 잡았다

김치냉장고 부문

Bespoke AI 김치플러스



삼성전자(DA사업부장(부사장) 김철기)가 한국표준협회에서 주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 김치냉장고 부문 15년 연속 1위를 달성했다.

삼성전자는 프리미엄 김치냉장고 '비스포크 AI 김치냉장고'를 통해 사용자 정의 맛의식과 채소로 만든 효소를 모두 잡았다는 평가를 받고 있다. 인공지능(AI) 기반의 'AI 정온' 기능은 냉장고에 사용 패턴을 분석해 적절한 시점에 제상을 수행할뿐만 아니라 온도 변화를 최소화하고, 내부 환경에 정온 기능과 함께 안정적인 온도 조절을 제공한다.

김치 저장의 핵심인 김치 냉매 환산 문제를 해결하기 위한 '냉매 개질기 김치모'도 새롭게 적용됐다. 이산화탄소 농도 변화에 따라 자동으로 개질되는 가스 밸브와 흡수 필터 구조로 설계된 김치 냉매가 외부로 퍼지는 것을 효과적으로 억제한다.

‘맞춤 속성실’ 기능은 김치 중숙, 완숙은 물론 육류 해동, 과일 숙

성, 빵 반죽 발효까지 다섯 가지 보관 모드를 지원하며, 김치 외 다양한 식재료에도 세밀한 관리가 가능하도록 했다. 또 삼성의 '스마트싱스(SmartThings)' 앱을 활용한 '스캔킵' 기능을 통해 김치 바코드를 스캔하면 제품 종류에 맞춘 보관 모드를 자동 설정할 수 있다.

이 외에도 쌀이나 과일 등 총 500여 가지 식품을 최대 24개 보관 모드로 관리할 수 있는 '식재료 맞춤 보관', 도어를 자동으로 열어주는 '오토 오픈 도어', 냉장과 조명 밝기를 조절할 수 있는 '제플 라이팅' 등 다양한 기능이

추가됐다.

제품은 리얼 스테인리스, 글래스 화이트, 에센셜 베이직 등 총 97가지 패블 섀시로 출시되며, 프리스탠딩형(990x583x81)과 키친캐브(420x420x420) 등 4종 소보자의 주방 환경에 따라 선택할 수 있다. 출고가는 사양에 따라 233만~416만 원이다. 김철기 삼성전자 DA 사업부장(왼쪽)은 “올해 삼성전자는 비스포크 AI 가전을 통해 진정한 ‘AI 홈’을 구현하겠다는 비전을 제시했다”며 “앞으로도 사용자 삶의 질을 높이는 방향으로 지속적인 기술 혁신을 이바지하겠다”고 밝혔다. 이윤철 기자

밀폐용기 절대 강자... 레드닷 디자인 어워드 수상

주방용밀폐용기 부문

LocknLock



락앤락(대표 이영상)이 한국표준협회에서 주최하는 '2025 소비자웰빙환경 만족지수(KS-WEI)' 주방용밀폐용기 부문 16회 1위를 달성했다.

글로벌 생활용품 기업 랭크라는 올해로 16번째 KS-WEI 수상이라는 기록을 세우며 장기간 소비자 신뢰를 유지하고 있는 것으로 나타났다. 소비자 웰빙향진과 지속가능성 한국표준협회가 매년 발표하는 지표로, 소비자가 직접 제품의 건강성, 환경성, 안전성, 충족성, 사회적 책임 등을 평가한다. 2025년 조사는 총 350개 기업(브랜드)을 대상으로 진행됐다.

락앤락은 1998년 4면 결착 밀폐용기를 처음 선보인 이후, 밀폐력과 안전성을 높인 제품을 지속적으로 개발해 왔다. 국내 시장에서 입지를 다지는 동시

최근 주목받고 있는 제품은 '프레쉬

울트라타itan이다. 몸체 뿐 아니라 뚜껑과 클립까지 전부 트라이탄 소재로 제작돼 충격에 강하고 냄새 배임이 적은 것이 특징이다. '40A Free' 인증을 받은 이 소재는 영하 40도부터 영상 110도까지 견디며, 전자레인지와 식기세척기 사용이 가능하다. 제품은 260ml부터 3500ml까지 총 7종으로 구성돼 있다. 모듈 구조를 채택해 냉고와 수납 효율성도 높았다.

이 제품은 '2025 레드닷 디자인 어워드'에서 쿼웨어 디자인 부문 본상(Winner)을 수상하기도 했다. 라엔락 측은 기능성과 심미성을 동시에 평가

받은 점에서 의미 있는 수상이라고 설명했다.

락앤락은 주요 제품군 외에도 이류시 전용 '리플릿'과, 냉동 보관에 최적화된 '프리저'와, 전자레인지 사용에 적합한 '바로 향기' 등 사용자 목적에 따른 다양한 밀폐용기를 선보이고 있다. 최근 소비자가 라이프스타일 변화에 맞춰 아웃도어 생활을 즐긴다고 강화하고 있기, 락앤락 관계자는 "정기적으로 소비자의 신뢰를 유지해 온 장기 책임감을 느낀다"며 "앞으로도 소재, 사용성, 공기·향을 더욱 생생한 전반을 고려한 제품 개발에 힘을 기울이"라고 밝혔다.

이소현 기자

이소현 기자

The-K 예다함  **KS-WEI 1 위**
한국교직원공제회 100% 출자 회사

상조, 그 하나에 집중한다는 건
 변치 않는 가치를 본다는 것

예다함을 보면
 상조의 기준이 보입니다.
 상조는 예다함

한국교직원공제회 100% 출자 회사



예다함



상담 및 문의 **1566-6644**
www.yedaham.co.kr

AI 기반 색상 설계 시스템 'KCC Smart 2.0'으로 조색 혁신 선도

친환경페인트 부문



KCC(대표 장재훈)가 한국표준협회에서 주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 친환경페인트 부문 4년 연속 1위를 달성했다. KCC의 대표 수성 페인트 브랜드 '썬으로'는 엄격한 휘발성유기화합물(VOCs) 기준을 충족하고, 환경표지인증을 획득한 폭넓은 제품군을 바탕으로 주거시설, 병원, 교육시설 등 다양한 공간에서 사용되고 있다.

◆기술 혁신으로 브랜드 파워 이어가
KCC는 건축도로 시장의 다변화된 수요에 맞춰 신제품 개발에 박차를 가하고 있다. 최근 출시된 '썬으로메탈릭'은 수용성 메탈릭 질감 페인트로 금속 특유의 세련된 광택과 질감을 친환경적으로

로 구현하며, 고급 인테리어 시장에서 주목받고 있다. 또 하나의 주목할 제품인 '썬으로프라이실드'는 콘크리트 중성화 방지 성능을 갖춘 수성 도료로, 건축물의 구조적 수명을 연장하고 유지보수 비용 절감에 기여한다.

KCC페인트는 친환경성과 기술력을 겸비한 제품군을 지속적으로 확장하며, 친환경 도로 시장의 패러다임을 주도하고 있다. 이러한 지속적인 품질 개선 노력으로 '썬으로'는 이번 수상 외에도 한국산업의 브랜드파워(K-BP) 7년 연속 1위, 한국품질만족지수(KS-QE) 수상도로 부문 10년 연속 1위를 기록하며 명예의 전당에 이름을 올렸다.

◆AI융해5분만에 맞춤형 구현

최근 인공지능(AI) 기반 색상 설계 시스템인 KCC Smart 2.0을 상용화하며 도로 업계의 디지털 전환을 선도하고 있다. 이 시스템은 색상 데이터와 AI 기술을 결합해 소비자 맞춤형 색상 배합을 단 5분 이내 구현할 수 있어 빠르고 정



확한 대응이 가능하다. 기존에는 색상 코드가 없는 색을 페인트로 구현하기 위해 평균 2-3일이 소요됐지만 'KCC Smart 2.0'을 활용하면 AI 측색기를 통해 즉석에서 색상을 측정하고 최적의 색상 배합 데이터를 도출해 5분 만에 일

하는 색상을 구현할 수 있다. 이는 고객의 다양한 취향을 충족시키는 동시에 소량 다품종 생산 환경에서 품질과 납기 경쟁력을 높이는 핵심 기술로 주목받고 있다.

또한 'KCC Smart 2.0'의 측색 기능은

활용하면 이미 조색된 페인트도 다시 활용할 수 있어 기존 페인트의 활용도를 높이고, 불필요한 폐기물을 줄여 환경 부담을 완화하는 데 기여할 수 있다. KCC는 이러한 기술 혁신을 통해 대리점 경쟁력을 강화하고, 고객 만족도를 높이며, 지속 가능한 성장을 이룩해 예정이다.

◆자율주행 로봇용 바닥재·스마트로봇
KCC는 주거 공간을 넘어 산업 분야에서도 축적된 기술력을 바탕으로 제품군을 확대하며, 도로 산업의 새로운 기준을 만들어가고 있다. KCC는 뛰어난 품질 경쟁력을 산업현장으로 확장하며 스마트 물류 환경에 특화된 도로 솔루션을 선보이고 있다. 국제물류산업대전에서 페인트 메이커로는 유일하게 참가한 KCC는 자율주행 물류로봇(AGV/AMR) 전용 바닥재 4종과 AI 기반 자동 도장 로봇 스마트캔버스를 공개해 주목을 받았다.

스마트 E, T, C, H로 구성된 바닥재는 고하중 주행, 반복 마찰, 정전기 등

에 강한 내구성과 기능성을 갖춰 물류 자동화 설비의 안정적 운영은 물론 장비 보호와 작업자의 안전 확보에도 기여한다. 스마트캔버스는 라이더 기반 자율주행 기능과 정밀 도장 기술을 결합해 도장 효율성과 품질, 작업 안전성을 높인 차세대 솔루션으로 평가받고 있다.

장재훈 KCC 대표는 "KCC 건축용 수성도료는 환경표지인증, HBMARK, 최우수 등급 등을 획득해 제품 경쟁력과 신뢰도를 인정받고 있다"며 "KCC 제품은 건축물의 품질을 높이고 차별화된 가치를 구현하는 데 기여하고 있다"고 말했다. 이어 "환경부담을 줄일 수 있는 수성페인트를 지속적으로 확대해 나가는 동시에 'KCC Smart 2.0'과 같은 AI 기반 조색 기술로 대리점과 소비자 만족도를 더욱 높이고 있다"며 "고객 목소리를 통해 친환경 기술과 품질 경쟁력을 갖춘 더 좋은 제품을 선보일 수 있도록 최선을 다하겠다"고 덧붙였다. 염대원 기자

경동나비엔, 차별화된 실내 공기질 관리 솔루션 제공

환기청정기 부문



경동나비엔(영업마케팅 총괄임원 김용범)이 한국표준협회에서 주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 환기청정기 부문 5년 연속 1위를 달성했다.

경동나비엔의 환기청정기는 환기와 공기청정을 동시에 구현하는 제품으로, 실내의 묵은 공기를 외부로 배출하고, 청정 필터를 가진 깨끗한 공기를 공급한다. 미세먼지가 물론, 기존 공기청정기로 제거하기 어려운 이산화탄소, 라돈, 휘발성 유기화합물(VOCs)까지 제거해 공기청정기의 한계를 넘어서는 평가를 받는다.

주방기기과 환기청정기를 연동해 요리 시 발생하는 매연까지 통합적으로 관리해 온 가족의 건강을 위한 새로운 기준으로 자리잡았다.

요리가 시작되면 3D 에어슈터가 에어 커튼을 형성해 유해물질의 확산을 차단하고, 동시에 환기청정기가 자동 작동해 오염물질들을 외부로 배출하면서



를 분청하며, 환기청정기와와 시너지를 강화하고 보다 쾌적한 생활환경 조성을 위해 힘쓰고 있다.

공간 활용과 경제성 측면에서도 차별화된다. 한정된 용량의 공기청정기는 여러 대 구비 시 경제적 부담을 가중시키고, 공간을 많이 차지한다.

반면 환기청정기는 천장 내부에 설치된 덕트(공기 통로)로 공기가 출입해 공간을 전혀 차지하지 않는다. 24시간 내내 작동해도 한 달 전기료가 최대 1만원 수준에 불과하다.

실내 공기를 정화한다.

창문을 열지 않고도 환기가 가능해 미세먼지가 심하거나 날씨가 굳은 날에도 자유롭게 사용할 수 있다.

공기청정기 모드, 요리모드, 숙면모드, 바이패스 모드 등 다양한 상황에 맞춤형 기능도 제공한다.

최근 주방기기 브랜드 '나비엔 맥'이

사용 환경에 제약이 없는 점도 일반 공기청정기와 비교된다. 공기청정기는 요리할 때나 가슴가게 가동할 때 사용이 제한된다. 요리매연이나 수분 입자가 공기청정기 필터에 흡착돼 제품 수명을 단축시키기 때문이다. 환기청정기는 이러한 상황에서 자유롭게 사용할 수 있어 활용도가 높다.

염대원 기자

22년간 국내 시장 선도한 일동후디스

산양분유·산양유아식 부문



일동후디스(회장 이금기)가 한국표준협회에서 주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 산양분유·산양유아식 부문 18년 연속 1위를 수상했다.

최소 분유 밖에 없던 국내 분유 시장에 일동후디스는 2003년 국내 최초로 산양분유를 선보였다. 출시 당시 큰 주목을 받았던 후디스 산양유아식은 22년이 지난 지금까지도 최고급 분유 명성을 이어가고 있다.

후디스 산양유아식이 부동의 1위를 지켜온 비결은 뉴질랜드의 신선한 산양 원유로 직접 만든 산양분유라는 점이다. 뉴질랜드의 깨끗한 자연환경에서 키운 산양유로 만들어 오메가3 지방산, 비타민A, 비타민D, CLA와 같은 불포화 지방산, 항산화 성분 등 산양유 고유의 영양성분을 풍부하게 함유하고 있다. 제조과정 역시 최소화해 소화 흡수가 잘되고 영양 및 기능 성분이 풍부한 산양유의 영양적 가치를 그대로 담았다.

산양유는 일반 우유 대비 소화 흡수



입자가 미세할 뿐만 아니라 MCT(중쇄중성지방)가 우유보다 풍부하고, 모유 지방산 구조와 동일한 2-SN 팔미트산 함량이 높아 소화능력이 뛰어나고, 민감해도 편하게 먹을 수 있다.

또한 모유와 동일한 유즙 분비 방식으로 만들어져 뉴클레오타이드, 시알산, CLA, MFGM, 타우린 등이 천연 상태로 함유돼 있으며, 장내 유익균의 증식을 돕는 올리고당은 일반 우유보다 10배 이상 많아 아기의 원활한 장 활동을 돕는다.

후디스 산양유아식은 세계 최초로 산양분유를 개발한 뉴질랜드 기업 데어리크로프트의 축적된 노하우를 바탕으로 한 제품에서 직접 제품을 생산하고 있다. 데어리크로프트는 산양분유의 세계 표준 기업으로서 유럽식품안전국(EFSA)의 까다로운 인증 조건을 통과했으며, 현재 전 세계 20여 개국에 수출하고 있다.

염대원 기자

모든 공간 모든 순간, 에몬스

소비자웰빙환경만족지수 8년 연속 1위

약 7만 6천여명의 제품 이용 경험이 있는 소비자 조사에서
가정용가구 부문 1위 기업에 선정 되었습니다.

Emons

상단·문의 1800-9966 | www.emons.co.kr

환경까지 생각한 천장재, 소비자 신뢰로 이어져

천장재 부문

KCC 천장재

KCC(대표 정재훈)가 한국표준협회에서 주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 천장재 부문 1위를 달성했다. 실내 공간의 품질이 곧 건축물의 품격을 좌우하면서 KCC는 공간의 목적과 특성에 맞춘 프리미엄 천장재 솔루션을 통해 차별화된 가치를 제언했다.

대표 제품인 흡음 천장재 '마이론'은 미세탈출(암먼)을 주 원료로 하여 탁월한 흡음 성능을 갖춘 제품으로 병원, 학교, 공공기관, 프리미엄 오피스 등 정숙한 환경이 요구되는 공간에서 널리 활용되고 있다. 노출 천장용 모듈형 제품 '마이론 스카이'는 구조 변경 없이도 간편하게 설치할 수 있어 카페, 도서관, 공유오피스 등 디자인 감성도 높고 동시에 필요한 공간에서 주목받고 있다.

'석고텍스PLUS'는 깔끔한 마감 품



집과 뛰어난 시공성, 세련된 외관을 두루 갖춘 석고 천장재다. 지난해 대규모 제품까지 새롭게 출시하며, 기존 대비 약 2.5배 확장된 패널 규격을 적용해 시공 효율성과 시각적 완성도를 크게 향상시켰다. 도트 무늬와 고백색 컬러는 모던한 인테리어와 조화를 이루며 학교, 상가, 병원, 공공시설 등 다양한 공간으로 발위를 넓혀가고 있다.

KCC천장재는 제품의 성능 뿐 아니라 지속가능성을 추구하고, 건강한 실내환경을 조성하는 데에 앞장서고 있

다. 마이론은 환경표지인증, FILK인증, HB마크 등을 획득했고, 석고텍스PLUS는 환경성적표지(저탄소)인증, HB마크 및 대한아토피협회 추천 제품으로도 선정됐다. 정재훈 KCC 대표는 "KCC 제품을 선택한 기업과 소비자들을 만족시키기 위해 끊임없이 연구하고 실행해 온 성과"라며 "앞으로도 천장재 고유의 가능성을 높이고 보다 독특하고 매력적인 천장을 만들어 갈 수 있도록 끊임없이 연구하겠다"고 말했다.

한경매기자

산양유 단백질이 함유된 '하이문 프로틴 밸런스'

단백질 보충제 부문

ILDONG 일동후디스

일동후디스(회장 이금기)가 한국표준협회에서 주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 단백질보충제 부문 5년 연속 1위를 달성했다.

일동후디스가 50년간 축적한 노하우와 기술력을 바탕으로 선보인 프리미엄 단백질 보충제 '하이문 프로틴 밸런스'는 국내 단백질 보충제 시장에서 독보적인 1위를 유지하고 있다. 하이문은 단백질 소화를 고려해 동물성과 식물성 단백질을 6대 4 비율로 균형있게 배합했으며, 아연·칼슘·마그네슘·비타민 B6·비타민 D·판토텐산 등 다양한 기능성 영양소를 포함한다. 여기에 장건강을 적정하는 중장년층이 만족하고 섭취할 수 있도록 배변 건강 기능성 프리바이오티스 프락토도올리고당도 더했다.

일동후디스의 하이문은 식사만으로는 부족한 단백질과 필수 영양소를 간



편하게 보충할 수 있어 식사 내용은 물론 간편한 영양 간식으로도 활용도가 높다. 분말 스틱부터 RTD(Ready-To-Drink 즉석음료) 음료, 바타입 등 다양한 제품 라인업을 보유하고 있다. 분말 스틱형 제품은 일동후디스만의 FB과

립 공법을 적용해 찬물에도 잘 녹아 물이나 우유에 간편하게 타서 마실 수 있다. 휴대성과 섭취 편의성을 모두 갖춘 제품이다.

음료 제품군으로는 고단백 균형 영양 음료 '하이문 음료', 125ml 소용량으로 배와 근육 건강을 챙길 수 있는 '하이문 마시는 프로틴 밸런스' 한 팩당 20g 고단백을 섭취할 수 있는 '하이문 액티브' 6종, 단백질 31g을 함유한 '하이문 액티브 다크초콜'이 있다. 최근 새로(수설) 트랜스에 맞춰 '하이문 액티브' 제품도 '하이문 액티브'와 '하이문 액티브 다크초콜' 2종

을 새롭게 출시했다. 바타입 제품으로 산양유 단백질 7g까지 단백질을 12g(달걀 2개 분량) 담은 고단백 에너지바 '하이문 액티브바' 간편하게 한입에 먹을 수 있는 '하이문 프로틴 밸런스 단백질 바'가 있다. 염다연기자

고객의 사랑으로 요소수 시장 점유율 확장

요소수 부문

KG 케미칼

주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 요소수 부문 4년 연속 1위를 달성했다.

녹스케이는 정품 요소수만을 고집하며, 고객 신뢰를 구축해온 대표 친환경 제품이다. 2012년 KG케미칼이 차량용 요소수 사업에 진출한 이후 국내 최초로 독일자동차산업협회(VDA) 심사원이 직접 방한해 부여한 애드블루(AdBlue) 인증을 획득하며 기술력과 품질 경쟁력을 입증했다. 이후 현재까지 해당 인증을 유지하며, 글로벌 기준에 부합하는 요소수 제품을 꾸준히 생산하고 있다.

다젤 차량에서 발생하는 질소산화물(NOx) 등의 오염물질을 저감하는 데 필수적인 요소수는 대기오염 저감



과 환경 보호 측면에서 핵심적인 역할을 한다.

녹스케이 요소수는 엔진에서 발생하는 배기가스를 정화시키기 위해 마친 분무기처럼 요소수를 분사해 유해 물질을 크게 줄이며 보다 깨끗한 공기를 제공하는 데 기여하고 있다.

KG케미칼은 이번 1위 수상에 배경으로 '2025 경기국제 보트쇼'와 '2025 캠퍼&피크닉페어' 등 다양한 고객 체험 행사에 참여해 소비자와의 소통

을 각인시키는 데 중요한 계기가 됐다.

현재 전국 1000여 개의 주유소에는 녹스케이 요소수 전용 주입기가 설치돼 있어 버스 및 트럭을 운행하는 운전자들이 손쉽게 요소수를 보충할 수 있다.

이마트를 포함한 오프라인 대형마트와 온라인 쇼핑몰에서도 10리터 박스형 제품이 판매되고 있어 승용 및 승합차 운전자들도 편리하게 구매·사용이 가능하다. 이예민 기자

'타고PAY·BUY·PLAN'으로 업계 혁신 주도

렌터카 부문

SK 렌터카

주최하는 '2025 소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)' 렌터카 부문 14년 연속 1위를 달성했다.

SK렌터카는 최근 '타고(TAGO)' 시리즈'라는 이름의 맞춤형 장기 렌터카 상품을 통해 시장의 고정관념을 깨고 있다는 평가를 받는다.

실제 주행거리에 따라 요금을 정산하거나, 중고차를 장기 시승해본 뒤 구매 여부를 결정할 수 있는 상품 등이 있다. 따라 출시되며 렌터카 서비스의 경계가 점차 넓어지고 있다.

대표적인 사례인 '타고페이(TAGO PAY)'는 실제 주행한 거리만큼 렌털료를 지불하는 방식으로, 기존의 정액제 렌털 모델과 다른 접근을 시도한 상품이다. 연간 주행거리가 적은 고객, 세컨



드카 수요자에게 유리하다.

'타고바이(TAGO BUY)'는 중고차 구매에 앞서 장기간 렌털을 통해 차량 상태와 주행 경험을 직접 확인할 수 있는 상품이다. 최대 12개월의 체임 기간이 제공되며, 정비 이력 공개 등 구매 판단을 돕는 정보도 함께 제공된다. 이는 중고차 거래에서 중요한 '신뢰'를 제도화한 모델로 평가된다.

최근 출시된 '타고플랜(TAGO PLAN)'은 고정적인 렌털료 체계를

벗어나 고객이 자신의 소득 흐름이나 재정 상황에 맞춰 렌털료 납부 구조를 직접 설계할 수 있도록 한 점이 특징이다.

'런타임 옵션'은 초기 부담을 줄이고 점차 납입액을 늘리는 방식, '스마트 옵션'은 반대로 초기 납입을 높이고 이후 비용을 줄이는 구조다.

업계에서는 이러한 SK렌터카의 접근을 기존 렌터카 서비스의 틀을 확장한 사례로 보고 있다. 이소현 기자

KMI 한국의학연구소

KMI 한국의학연구소

건강한 내일을 위해

K-건강검진

KMI

KMI 캐릭터 '크미'



소비자웰빙환경만족지수(KS-WEI)

한국표준협회와 연세대학교가 소비자들이 이용하는 제품 및 서비스의 웰빙 정도를 웰빙
 측정지수인 HESS5 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

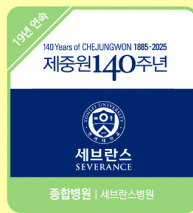
KS-WEI



KS-WEI 1위
 소비자웰빙환경만족지수



숙취해소음료 | 주식회사 그레이미



종합병원 | 세브란스병원



신앙보유-신앙유아식 | 일동후디스㈜



주방용 밀폐용기 | ㈜락앤락



김치냉장고 | 삼성전자㈜



렌터카 | SK렌터카㈜



가정용도자기식기 | ㈜ZEN한국



장례서비스 | 다케이(에다함)㈜



가정용가구 | ㈜에몬스가구



두유 | 삼육식품



창호재 | ㈜KCC



냉장고 | 삼성전자㈜



건강검진전문센터 | (재)한국의학연구소



환기청정기 | ㈜경동나비엔



단백질보충제 | 일동후디스㈜



진통제 | GC녹십자



친환경페인트 | ㈜KCC



요소수 | KG케이칼㈜



천장재 | ㈜KCC

※ 이 광고는 수상기업의 광고 합찬 비용으로 제작되었습니다.

주최 : KSA 한국표준협회



연세대학교 환경과학기술연구소

후원 :



조선일보