

엠게임의 삼색(三色) 이웃사랑

클. ㈜엠게임 기업홍보팀

기업이 성장하면 할수록 기업의 이익뿐만 아니라 사회 환원에 대해 고민하게 된다. 단순히 기업의 사회적 책임뿐만이 아니라 직원 개개인의 기부 욕구를 해결하고 자원 봉사의 기회를 부여하는 것에 대해서 고려하는 것도 중요하다. 인터넷게임포털 '엠게임(www.mgame.com, 대표 권이형)'은 사회 공헌에 대한 전 직원의 뜻을 모아 매년 새로운 활동을 펼치고 있다.

◆ 좋은 파트너와 함께하는 사랑 나눔

백지장도 맞들면 낫듯이 사회공헌도 좋은 파트너가 있기에 더욱 빛이 나는 경우가 있다. 엠게임은 SK와이번스의 간판타자 국민우의 수 이진영 선수와 2008시즌 수퍼루키 김광현 선수를 홍보대사로 임명하고, 이진영 선수의 안타 기록 시, 김광현 선수가 삼진을 잡을 때마다 일정 금액을 '사랑의 적립금'이란 이름으로 적립하여 도움이 필요한 이웃들에게 전달하고 있다. 이미 수해지역에 쌀보내기 등 다양한 활동을 펼치고 있다.

또한, 집안 형편으로 꿈을 펼치지 못하는 야구 꿈나무를 선정하여 '유소년 야구 꿈나무 후원금'을 지급하고 SK와이번스와 야구 장학생을 선발하여 지속적으로 야구 용품을 지원하고 있다.

◆ 게이머와 함께 이웃 사랑 전파

엠게임의 웹보드 브랜드인 '쌍뽕'은 '컬트엔터테인먼트'와 제휴로 우리의 이웃 사랑을 전파하고 있다. 게이머가 '쌍뽕' 게임 플레이를 하면 쌍유가 생기는데, 게이머는 '행복채널 쌍유' 내에 있는 기부 공간인 '나눔ZONE'에 기부할 수 있다. 이 쌍유들을 모아 지난 겨울에는 사회복지공동모금회와 이벤트를 진행, 모인 금액 전부를 중병으로 고생하고 청소년 2명에게 지급하기도 했다. 조만간 '쌍유'에서는 어려운 환경의 아이들이 모여 공부하는 '공부방'에 '컴퓨터 보내기 운동'도 계획 중이다.

한편 올해부터는 굿네이버스와 함께 엠게임 포털 회원을 대상으로 매달 도움이 필요한 이웃을 선정하여 소개해 게이머와 함께 이웃 사랑



을 전파하고 있다. 앞으로도 게이머들과 함께 할 수 있는 다양한 방법을 모색해서 더불어 행복한 세상을 만드는 것이 엠게임의 목표이다.

◆ 직원이 함께해서 좋은 사랑 실천

엠게임은 전 직원이 참여하는 사랑 실천에도 적극적으로, 가장 먼저 엠게임의 선봉장인 임원들이 나서서 솔선수범 중이다. 엠게임 임원 8명은 해외빈곤국 아동과 결연, 매달 일정금액을 기부하고 있다. 아이들의 생일이나 명절 때는 편지와 선물도 보내 물질 이상의 마음도 함께 전달하기도 한다.

사내 인트라넷을 통하여 매월 불우이웃 사연을 소개하고 기부금을 모금, 직원들이 모은 기부금에 회사도 같은 금액을 기부하는 '매칭 펀드'도 실시하고 있다. 엠게임 직원의 뜻에 따라 직원들이 모여 이웃들을 직접 찾아가 그들과 함께 즐거운 시간도 보내고, 시설 정비 등의 지원을 하여 나눔의 즐거움을 누릴 계획도 실시할 예정이다. 한편 엠게임 임직원 사회공헌 활동은 회사와 함께하는 기부 외에 개인적으로 기부하고 싶은 직원들을 위해 기부단체 후원의 길도 열어놓고 자유롭게 실천할 수 있도록 배려하고 있다.

누구나 할 수 있지만, 아무나 못하는 나눔. 엠게임은 회사차원의 실천은 물론 방법을 몰라 나눔을 실천 못하는 사람들에게 정보를 전달하고 기회를 부여하고 있다. 앞으로도 엠게임은 부족한 이웃들에게 언제든 찾아갈 준비 중이다.

대기업 10곳 중 7곳, 사회적 책임(CSR) 담당 조직 설치

소비자들의 사회적 의식 수준이 높아지면서 기업을 평가할 때 해당 기업이 얼마나 사회적 책임을 다하고 있는지를 지켜보는 눈이 많아졌다. 값싸고 품질 좋은 제품을 만들어내는 기업에서 한발 더 나아가 환경보호나 사회공헌에 관심을 가지는 기업만이 소비자들로부터 존경과 사랑을 받게 된 것이다.

단순히 돈을 많이 버는 데 그치지 않고 환경, 윤리와 같은 사회적 책임(CSR·Corporate Social Responsibility)에 관심을 갖는 기업이 늘고 있다.

미국 포천지가 매년 발표하는 '미국에서 가장 존경받는 기업' 선정의 8개 기준 중 하나가 '기업의 사회적 책임' 일 정도로 이젠 CSR은 새로운 경영 패러다임으로 자리 잡고 있다. 미국 영국 프랑스 등 선진국에서는 CSR은 물론 CSR 활동을 잘하는 기업에 투자하는 사회적 책임투자(SRI·Social Responsible Investment)도 확대되는 추세다.

국내에서도 CSR을 기업 경영의 주요 화두로 놓는 대기업들이 늘어나고 있고, SRI 펀드도 속속 선보이고 있다.

◆전경련 '사회적 책임(CSR) 추진조직' 가이드라인 제시

최근 발표된 전경련 조사 보고서(국내외 CSR 추진조직의 운영현황과 시사점)에 따르면 85개 응답 회원사 중 60개 사(70.6%)가 윤리, 준법, 상생협력, 환경, 사회공헌 등 CSR을 추진하는 실무조직을 두고 있으며, 이중 40개 사(47.1%)가 'CSR 관련 위원회'를 운영하고 있는 것으로 나타났다. 위원회를 운영하는 40개 사 중 24개 사가 윤리위원회를 설치하여 윤리경영의 정책방향과 계획을 수립하여 임직원 교육 및 내부통제 시스템을 가동하고 있으며, 11개 사는 윤리경영 뿐만 아니라 환경, 상생협력, 공정경쟁, 사회공헌 등 CSR의 전 분야를 포괄하는 CSR위원회를 운영하고 있는 것으로 조사됐다. 한편, 4개 사는 사회공헌위원회를, 1개 사는 환경위원회를 설치·운영 중인 것으로 나타났다. 전경련 양세영 사회협력본부장은 "CSR은 장기적으로 기업의 경영성과에 기여할 수 있도록 전략적, 체계적으

로 추진되어야 하며, 이를 위해 기업들이 CSR의 전 분야를 전사적으로 관리·통제하는 컨트롤 타워를 설치함으로써 각 분야별로 시행되는 CSR활동의 시너지 효과를 제고할 필요가 있다"고 지적했다. 이에 전경련은 기업들이 종합적으로 CSR의 정책방향과 계획을 수립하고 정기적으로 성과를 점검하는 CSR위원회를 설치할 것을 제안했다. 전경련은 CSR위원회 설치 방안으로 '이사회 내 소위원회' 형태와 'CEO 직속 위원회' 형태를 제시하고, '이사회 내 소위원회'는 대내외 대표성과 상징성을 확보할 수 있는 반면, 'CEO 직속 위원회'는 신속한 의사결정과 집행이 가능하다는 특성이 있는 만큼 각 사가 여건과 상황을 감안하여 선택하여 도입할 것을 제안했다. 'CSR 관련 조직'이 없는 기업은 신규로 설치하는 것이 필요하나, 이미 윤리위원회, 사회공헌위원회 등 'CSR 관련 위원회'를 운영 중인 기업은 기능을 확대·재편하는 것이 현실적인 방안이 될 수 있다고 밝혔다. 또한 위원회 설치와 함께 위원회의 운영을 지원하고, 부서별로 추진되는 CSR업무를 총괄조정하며, 추진실적을 점검하여 위원회에 보고하는 기능을 하는 CSR 실무 집행조직을 위원회 산하에 둘 것을 제안했다.

1) 조사대상: '07년 매출액 상위 200대 기업 중 전경련 회원사로 가입된 기업 139개 사, 이중 85개 사 응답(응답률 61.2%)

