

기업의 사회적 책임은 선택이 아닌 필수

지속적 성장을 위한 기업 사회공헌이 전략이 되고 있습니다.
회원사에서 쉽게 참여할 수 있는 사회공헌프로그램을 소개해 드립니다.

I 보건복지부



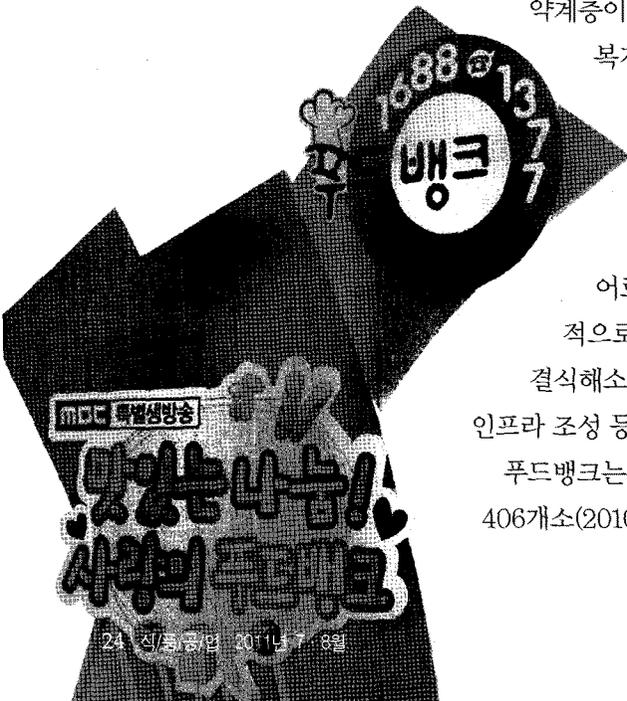
기부식품제공사업(푸드뱅크) 란?

한국사회 빈곤층을 위한 대책은 어제, 오늘 일이 아니다. 증가하는 빈곤계층의 결식문제를 완화하기 위해 푸드뱅크를 소개하고자 한다.

외환위기 이후 구조조정에 의한 비자발적 실업 증가로 사회의 취약계층이 증가하면서 급증하는 저소득층 보호를 위하여 보건복지부에서 100대 국정과제로 선정하여 우리나라에 푸드뱅크 사업이 도입되었다.

시행된 지는 올해로 14년째를 맞고 있는 푸드뱅크사업은 식품제조·유통기업과 개인으로부터 여유식품 등을 기부 받아 결식아동, 홀로 사는 어르신, 재가 장애인 등 저소득빈곤계층에 식품과 일상적으로 생필품을 전달하는 '식품나눔제도'로서 저소득층 결식해소 등 민간 사회안전망 역할을 수행하기 위해 푸드뱅크 인프라 조성 등 나눔문화의 확산을 추진하고 있다.

푸드뱅크는 사회복지분야 물적자원 전달체계로서 전국적으로 총 406개소(2010년 기준으로 전국 1개소, 광역 16개소, 기초푸드뱅크



277개소, 기초푸드마켓 112개소)가 설치·운영되고 있으며, 올해도 푸드마켓 12개소이상 추가개소 준비를 진행하고 있다.

푸드뱅크란, 2010년 작년 기준으로 6,000여개소의 식품 등 유통도소매·제조기업 및 개인으로부터 712억원 상당의 식품을 기부받아 매일 22여만명의 소년·소녀가정, 독거어르신, 재가장애인,

다문화가정 등 저소득 빈곤계층에게 식품을 전달하여 우리사회의 결식계층 완화에 기여하고 있다.

즉, '푸드뱅크'는 기부식품 특성에 따라 거동이 불편한 어려운 이웃에게 전달해주는 복지서비스이며, '푸드마켓'은 편의점 형태의 매장에 어려운 이웃이 직접 방문하여 필요한 식품 등을 선택하는 이용자 친화형 복지서비스라고 할 수 있다.

또한 대국민 식품나눔 문화확산을 위해 지역사회 주민과 유통기업 중심으로 대형마트,



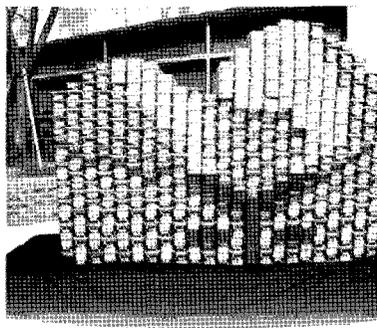
대단위 아파트, 종교시설, 재래시장 등에 '식·생필품 기부함' 350개를 설치·운영하여 가정에 보관중인 여유식품 또는 '1+1 추가증정상품' 등을 누구나 손쉽게 기부할 수 있도록 사업을 펼쳐 나가고 있다.

푸드뱅크 사업은 푸드마켓 설치 등 인프라 확충, 사업 투명성 강화, 기부처 발굴 확대, 홍보 강화, 중앙물류센터 운영 내실화 등을 2011년 세부과제로 정하여 식품기부기업과 푸드뱅크 관계자 간담회 및 식품기부 촉진 전국단위 홍보사업, 그리고 푸드뱅크 식품나눔전국대회(유공자 표창 등)를 통해 푸드뱅크사업을 지역사회 특성에 맞게 활성화할 수 있는 여건을 마련하고 있다.

뿐만 아니라 대전지역에 기부식품중앙물류센터를 운영하여 전국 각 지역에 적재적소로 기부식품 등을 안배하여 효율적으로 지원하고 있다

식품제조·유통기업 누구나 참여할 수 있으며, 푸드뱅크 기부자의 자격조건은 없으며, 푸드뱅크에 식·생필품 기부 등 파트너십을 통해 나눔문화에 동참하고자 하는 대량의 기부식품 문의전화는 02-713-1377, 일부 소량의 기부식품 문의전화는 1688-1377로 전화주시면, 푸드뱅크사업에 대한 상세 안내와 함께 사업확인을 할 수 있다. 뿐만 아니라 전국푸드뱅크 홈페이지 www.foodbank1377.org 에서도 푸드뱅크 사업에 관한 다양한 정보와 기부



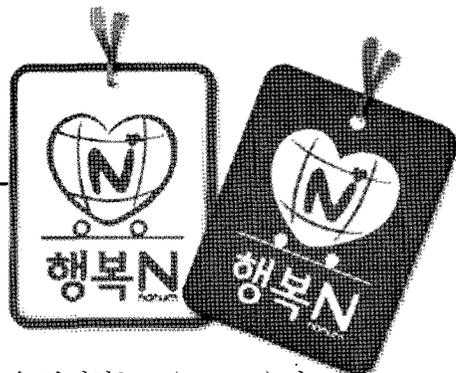


식품 등의 이용현황을 기부자 등 대국민에게 실시간 투명하게 공개하고 있다. 게다가 푸드뱅크의 기부자가 되시면 법인 및 개인 기부자는 법인세법 및 소득세법에 의거 법정기부금으로 푸드뱅크 운영주체에 따라 100%~15%범위내에서 세제혜택을 받는다.



행복나눔N 캠페인이란?

“기업과 소비자의 행복한 동행”
행복나눔 N 캠페인



‘행복나눔 N’ 캠페인은 기업이 자사의 제품 및 서비스에 나눔을 상징하는 N(Nanum) 마크를 활용(제품 부착, 홍보 활용 등)하여 그 수익의 일부분을 공익활동에 지원하고, 민·관이 협력하여 공익연계마케팅(CRM : Cause Related Marketing)을 펼침으로서 일반 국민들의 참여를 이끌어내는 범사회적 사회공헌 캠페인입니다.

□ ‘행복나눔 N’ 캠페인에 참여하시면...

- 기업이 수익의 일부를 사회공헌 활동에 사용하고 있다는 것을 일반 국민들에게 알리는 N마크를 제품 및 서비스, 홍보·마케팅 활동에 무상으로 활용하실 수 있습니다.
- 개별 기업이 펼치는 사회공헌 활동에 대한 공익성과 신뢰성을 보건복지부가 협력하여 대국민 홍보합니다.



POLICY

- 또한 사회공헌 활동 영역, 적합한 파트너 기관 선정, 민·관 협력, 언론 홍보 등 귀사의 사회 공헌 활동을 지원합니다.

□ '행복나눔 N' 캠페인은 기업의 판매 및 홍보 활동을 공익과 연결하여 기업에게 이유 있고 즐거운 사회공헌과 마케팅 기회를 제공합니다.

□ 따뜻한 제품, 착한 제품, 소비자와 함께 나누는 기업으로 소통하시고자 하신다면, 보건복지부와 한국사회복지협의회가 지원하겠습니다.

- 참여문의 : 한국사회복지협의회 사회공헌정보센터(T. 02-2077-3958)

주최 : 한국사회복지협의회 주관 : 사회공헌정보센터

후원 : 보건복지부, 중앙일보, NHN, SK커뮤니케이션즈, 서울메트로



〈푸드뱅크 관련 참고자료〉

I. 기부식품제공사업 개요

□ 목적

- 저소득 취약계층의 결식문제 완화를 위해 식품기부 활성화 추진
 - 이를 위해 기부식품 제공사업 인프라 확충 및 다양한 식품제조·유통기업 발굴 추진
- 기부품목 확대에 대비한 다양한 식품·생활용품 기부기업 발굴 및 식품·생활용품 기부문화 확산을 위한 홍보강화

□ 추진경과

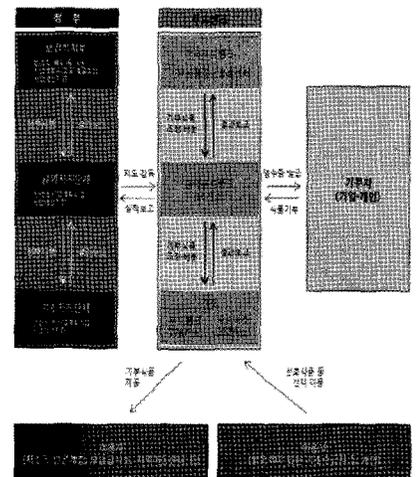
- '98년 IMF 외환위기에 따라 급증한 저소득층의 결식문제 완화를 위해 실시
- '00년 한국사회복지협의회를 전국푸드뱅크로 지정(보건복지부)
- '06년 '식품기부 활성화에 관한 법률' 제정 공포
- '09년 금융위기로 인해 인프라 구축사업 추진(104억 사업규모 대폭 확충)
 - '09년 신규 푸드마켓(48개), 식품기부함(350개), 중앙물류센터(1개소) 설치
- '10년 신규 푸드마켓 25개소 설치(인프라구축사업 계속, 국비 45억원)
 - ※ 전국 406개소 설치운영('10년 12월 현재, 푸드뱅크 294, 푸드마켓 112, 기부식품 물류센터 4개소)

□ 관련법령 : 식품기부 활성화에 관한 법률

□ 사업수행기관 : 한국사회복지협의회(푸드뱅크사업부)

□ 기부식품제공사업 체계

- 보건복지부
 - 제도 개선, 정책개발, 전국푸드뱅크(한국사회복지협의회) 지원
- 자치단체 : 관할 지역의 광역·기초 푸드뱅크, 푸드마켓 지원
- 전국푸드뱅크(한국사회복지협의회 위탁 운영)
 - 전국단위의 홍보, 대형 식품기부처 발굴, 중앙물류센터 운영, 기부식품 이용자의 보험가입 및 관리, 푸드뱅크 종사자 교육
- 광역·기초푸드뱅크
 - 전국푸드뱅크의 중앙물류센터에서 배분받은 기부식품을 소와계층에 전달
 - 지역 식품기업 등 기부처 발굴, 지역 기부식품네트워크 구축



II. 기부식품제공사업 운영현황

□ 연도별 운영현황

〈식품기부량 및 이용자 추이〉

	'98	'01	'04	'07	'09	'10
식품기부량(억원)	28	163	315	414	557	712
이용자수(천명)	17	31	57	113	211	228

□ 지역별 · 운영주체별 현황

〈설치지역별〉

구분	계	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
계	406	61	25	18	27	17	14	9	66	20	22	29	20	27	24	22	5
푸드뱅크	294	30	18	11	12	15	8	7	53	19	19	21	15	24	20	18	4
푸드마켓	112	31	7	7	15	2	6	2	13	1	3	8	5	3	4	4	1

□ 기탁자 및 이용자 현황

〈식품이용자 유형〉

구분	계	결식아동	독거노인	장애인	소년·소녀 가장	편모·편부 가정	저소득 가정	기타
2003	25,551	728	9,286	2,592	1,021	1,667	8,384	1,873
2004	56,579	1,141	20,443	5,228	1,673	2,859	21,345	3,890
2005	76,374	2,280	27,993	7,092	1,933	3,602	27,120	6,354
2006	95,411	3,542	33,843	8,805	2,180	4,581	34,620	7,840
2007	112,863	3,956	39,391	10,158	2,269	5,008	42,537	9,544
2008	135,305	5,904	49,626	11,293	2,539	5,885	47,535	12,523
2009	210,787	8,120	70,950	14,847	11,236	13,874	71,736	20,024
2010	228,037	8,784	76,756	16,062	12,156	15,009	77,607	21,663