

“아동결식 제로 한뚝” 행복얼라이언스 회원사 100곳 돌파

(0)

최태원 SK회장 제안 사회공헌연합 지금까지 2만여명에 100만끼 제공 전국 226개 지자체와 협력 목표

행복얼라이언스가 100개 회원사를 돌파했다. 최태원 SK그룹 회장도 함께 성장을 축하했다.

행복얼라이언스는 17일 서울 한남동 블루스퀘어에서 '2020년 행복얼라이언스 데이'를 개최했다고 18일 밝혔다.

행복얼라이언스는 최 회장이 처음 제안해 시작된 사회 공헌 연합체다. 아이들이 행복하게 성장할 수 있는 '아동 안전망'으로 결식 아동을 위한 '행복두끼 프로젝트'와 '행복상자' 기부를 꾸준히 이어오고 있다.

참여사는 처음 14개에서 100개로 늘었다. 금융과 법률, 사회적기업 등 다양한 분야에서 도움을 결정했다. 그동안 아동 2만여명에 100만끼를 제공했



지난 17일 서울 한남동 블루스퀘어에서 열린 '2020 행복얼라이언스 데이(DAY)'에서 최태원 SK 회장(맨앞줄 왼쪽 두번째)과 회원사 관계자 등이 협약서를 들고 기념촬영을 하고 있다. /SK

며, 앞으로 전국 226개 지자체와 협력을 목표로 하고 있다.

이날 행사에는 최 회장과 관계자, 유엔세계식량계획(WFP) 임형준 한국사

무소장과 지자체장 등이 참석해 그동안의 성과를 축하했다.

최 회장은 개회사에서 “많은 사회문제 중에서도 아이들이 영양 불균형에

놓이는 문제를 먼저 해결할 필요가 있다고 생각했다”며 “기업과 사회가 힘을 합쳐 하나의 문제를 완전히 해결하는 사례를 만들고, 이를 통해 다른 사회문제들도 풀 수 있는 실마리를 만들고자 했다”고 출범배경을 설명했다.

이어서 “행복얼라이언스를 통해 아무리 큰 기업이라도 혼자서는 해결할 수 없지만 정부, 지자체, 시민 등 여럿이 힘을 모으니 길이 열린다는 것을 확인할 수 있었다”며 “우리의 협력이 아이들을 위한 결실로 이어질 것으로 기대한다”고 말했다.

임형준 WFP 한국사무소장은 주제 강연에서 “WFP와 행복얼라이언스는 결식 제로(0)라는 같은 목표를 갖고 있다”며 “행복얼라이언스의 촘촘한 협력 시스템이 좋은 사례가 되어 진정한 결식 제로를 만들고 세계적으로 뻗어나갈 길 기대한다”고 발표했다.

임병택 경기시흥시장과 김홍장 충남

당진시장은 공공과 민간의 유기적인 협력 사례를, 홍보대사 배우 이연희 씨는 ‘시민의 작은 움직임이 만드는 큰 물결’이라는 주제 발표를 진행했다. 회원사인 포스코와 딜리버리히어로, 법무법인 지평도 전문 역량을 활용한 활동과 계획을 공유했다.

아울러 100번째 회원사가 된 한국바스프는 기존 회원사들과 협력과 활발한 활동을 약속했다. 더 많은 외국계 기업이 동참하길 바란다고 소망하기도 했다.

행복얼라이언스는 앞으로 해외로도 활동을 확대한다.

오는 23일 중국 하이난성에서 SK와 중국 공익단체 광화기금회가 결성한 해외 러닝 얼라이언스를 출범하며 현지 학습환경 개선과 빈곤지역 교육격차 해소 등을 목표로 활동을 이어나갈 예정이다.

/김재웅 기자 juk@metroseoul.co.kr



이금희 아나운서(왼쪽부터), 김동신 현대자동차그룹 사회문화팀 책임매니저, 남경아 서울시50플러스재단 본부장, 신철호 ㈜상상우리 대표가 ‘굿잡 5060’ 온라인 성과공유회에서 토크쇼를 진행하고 있다.

‘굿잡 5060’ 참가자 65% 재취업 성공

현대차그룹 사회공헌 사업 신중년 일자리 창출 모범사례 지속가능한 상용직 일자리

50~60대의 재취업을 돕는 현대자동차그룹의 사회공헌 사업 ‘굿잡 5060’ 참가자 64.7%가 재취업에 성공한 것으로 나타났다.

현대차그룹의 사회공헌 사업이 신중년 일자리 창출에 모범사례로 주목받고 있다.

18일 현대차그룹에 따르면 ‘굿잡 5060’은 50~60대 신중년의 일자리 문제를 해결하기 위해 기업(현대차그룹)과 정부(고용노동부), 공공기관(서울시50플러스재단), 사회적기업(㈜상상우리) 등 민·관·사회적기업이 협력해 만든 일자리 창출 사업이다. 2018년 7월 출범했다.

굿잡 5060은 출범 이래 지원자 1909명 중 심사를 거쳐 참가자 414명을 선발했다. 참가자들은 평균 나이 55.2세로, 평균 23.9년의 경력을 보유한 은퇴 인력들이었다. 이중 지난 9월까지 신중년 268명이 취업에 성공, 취업률 64.7%라는 성과를 달성했다.

전문성과 경력을 활용해 저임금의 단기적인 일자리가 아닌 4대 보험이 보장되는 상용직 일자리를 중심으로 지속 가능한 일자리를 창출했다는 측면에서 의미가 크다는 것이 현대차그룹 측의 설명이다.

굿잡 5060 참가자들은 ▲경영·회계·사무 35% ▲영업·판매 13% ▲금융·보험 10% ▲정보·통신 9.2% ▲사업·관리 7.5% ▲기타 25.3% 등의 분야에서 업무 전문성을 쌓아온 우수 인재들로, 기존 업무 전문성에 더해 굿잡 5060의 핵심 역량 강화 교육, 멘토링, 취업상담 등의 활동에 참여하며 다양한 업무역량을 추가로 확보했다.

한편 UN의 지속가능발전 목표에 기반한 사회적 성과 평가를 기준으로 ‘굿잡 5060’ 사업을 분석한 결과, 3년간 투입한 예산의 4.7배에 이르는 41억원의 사회적 가치를 창출한 것으로 나타났다.

굿잡 5060은 2022년까지 총 5년 동안 신중년 1000명에게 교육을 제공하고, 500명의 재취업을 성공적으로 돕는다는 계획이다.

/양성운 기자 ysw@

카카오가 준비하는 내일은?

가전·가구·청소도 구독... 카톡이 지갑 대체

화장품·식품 정기배송 등 영역 확대 내년 상반기 새 콘텐츠 구독 플랫폼 카톡서 신분증·자격증·증명서 보관

카카오가 구독 경제 사업에 뛰어든다.

기존에 복잡했던 가전·가구 렌탈 절차를 간소화하고, 창작자와 이용자 간 소통을 지원하는 새 콘텐츠 구독 플랫폼을 내년 상반기 중 선보인다.

여민수·조수용 카카오 공동대표는 연례 개발자 행사 ‘이프 카카오 2020’이 열리는 첫날인 18일 ‘카카오가 준비하는 더 나은 내일’이라는 주제로 기자간담회를 열고 출시를 앞둔 새로운 서비스들을 공개했다.

◆“구독 경제가 전 세계 트렌드”...카톡으로 편리하게

우선 카카오톡 채널을 기반으로 ‘상품 구독’ 서비스를 19일부터 시작한다. 사용자는 렌탈과 정기배송 등으로 원하는 상품을 구독할 수 있다. 회원가입부터 신용 조회, 전자 서명 및 계약, 결제에 이르는 모든 과정이 몇 번의 클릭으로 간편하게 처리된다.

위니아에이드의 담채 김치냉장고를 시작으로 바디프렌드 안마의자, 한샘 매트리스 등을 제품을 순차적으로 선보일 예정이다. 향후 카카오톡은 가전, 가구뿐 아니라 화장품과 식품의 정기배송이나 청소 용역까지 영역을 확대할 방침이다.

여민수 공동대표는 “최근 몇 년 간 전 세계적인 트렌드가 소유 경제에서 공유 경제, 구독 경제로 계속 변화하고 있다”며 “가트너 리포트에 따르면, 2023년이 되면 직접 제품을 판매하는 기업 중 75%가 구독형 서비스를 제공하게 될 것이라고 한다”고 구독 경제의 중요성을 강조했다.

또한 카카오톡은 콘텐츠 구독 플랫폼을 내년 상반기 중 새롭게 내놓을 예정이



카카오 조수용(왼쪽), 여민수 공동대표.

/카카오

다. PC와 모바일을 통해 이용할 수 있으며, 뉴스, 음원, 게시글, 동영상 등 다양한 콘텐츠가 담긴다. 이용자 누구나 콘텐츠를 발행하고, 큐레이션하는 편집자가 될 수 있고, 자유롭게 자신의 관심사에 맞는 콘텐츠를 선택해 구독할 수 있다. 포털 다음의 뉴스 서비스는 그대로 유지된다. 콘텐츠를 발행하고 구독하는 과정에서 후원금이나 월 정액 요금을 주고받도록 하는 유료 구독모델도 도입할 예정이다.

◆“나중엔 카톡이 실물 지갑 완전히 대체할 수 있을 것”

카카오톡은 신분증, 자격증, 증명서를 카카오톡에서 보관하고 관리할 수 있는 ‘지갑’ 서비스를 연내에 출시한다. 스마트폰만 있으면 본인 증명 가능해질 것으로 보인다.

카카오톡 지갑에는 코로나19 감염 및 확산 방지를 위해 도입된 전자출입명부인 QR체크인, 지난 9월 과학기술정보통신부 ICT 규제 샌드박스 허가를 획득한 모바일 운전면허증이 순차적으로 담긴다. 연세대학교 모바일 학생증, 산업인력공단의 국가기술자격증도 추가된다. 카카오톡은 각종 단체, 재단, 기업, 교육기관 등과 추가 파트너십을 체결해 활용성을 점차 높여나갈 계획이다.

카카오톡은 위·변조 및 부인방지를 위해 발급 정보를 블록체인에 기록하는 등 최고 수준의 보안 기술을 적용한다는 방침이다.

◆“홈페이지나 앱 없어도 톡 채널에서 사업하세요”

카카오톡은 이용자와 브랜드를 이어주는 카카오톡 채널 개편에 나선다. 연내 개편을 통해 별도의 홈페이지나 앱이 없는 사업자도 카카오톡만 있으면 소비자를 쉽게 만나고 성장할 수 있도록 도울 예정이다.

파트너들은 예약, 구독, 배달, 티켓 예매 등 목적에 따라 템플릿을 자유롭게 선택할 수 있으며, 기존에 보유한 웹사이트, SNS 채널 등이 있다면 채널 흡에 연동시킬 수도 있다.

◆멜론 ‘트랙제로’ 신설...아티스트와 팬 만나는 공간

아티스트와 팬이 소통할 수 있는 공간도 신설된다. 카카오톡은 멜론 ‘트랙제로’를 통해 창작 생태계 조성에 나선다. 트랙제로는 창작자의 0번째 트랙, 비하인드 트랙이라는 의미로, 아티스트가 미발매곡이나 다양한 음악적 시도를 자유롭게 업로드해 팬들에게 선보이는 공간이다.

/구서윤 기자 yuni2514@