



“온라인 주문하고  
매장가서 받아요”  
픽업서비스 강화  
L1



Life

CJ제일제당  
K-스트리트 푸드로  
글로벌 시장 공략  
L2



# 실종아동 찾고, 수익금 기부... “차곡차곡 희망 모아요”

## 살맛나는 세상 이야기 ESG 경영시대

### 푸드올로지

건강기능식품 전문 브랜드 푸드올로지가 브랜드 개성을 담아 사회공헌활동 ‘Give U’ 캠페인을 펼쳐 눈길을 끌고 있다.

지난해 처음 시작한 ‘Give U’ 캠페인은 정기적인 나눔을 실천하고 이웃에 희망을 더하는 푸드올로지의 캠페인이다. 특히 소비자들과 가깝게 소통할 수 있는 D2C 기업이라는 점을 살렸다. 취약계층을 위한 실질적인 후원 활동까지 나서며 지역사회 내 ‘선한 영향력을 전하는 기업’을 목표로 활동을 이어가고 있다.

푸드올로지에 따르면 이 회사의 ESG 활동은 고객 접점 기반 나눔활동을 기획하고 해당 활동들은 일회성이 아닌 꾸준히 이어갈 수 있도록 지속가능성을 갖춘 것이 특징이다.

### 소비자와 가까운 D2C 장점 살려 일회성 아닌 정기적인 나눔 실천 실종아동·장애인 찾기 캠페인 진행 택배상자 활용, 실종자 전국에 알려

‘실종아동 및 장애인 찾기 캠페인’은 지난해 8월부터 아동권리보장원과 함께 진행 중인 사회공헌 활동이다.

경찰청에 따르면 18세 미만 아동, 지적·자폐성·정신장애, 치매 환자에 대한 실종 신고 건수는 2019년 4만2390건, 2020년 3만8496건, 2021년 4만1122건이다. 지난 5년간 아동, 장애인, 치매 환자에 대한 실종 신고 접수 건수를 합치면 총 55만4514건으로 아직 찾지 못한 실종아동은 32명, 장애인 42명, 치매 환자 32명이다.

장기 실종자의 가족들은 수년이 흘러도 계속해서 실종자를 찾으며 일상을 견디는데, 최근에는 과학기술의 발전으로 DNA와 미디어 제보 등을 통해 수십 년 만에 가족 상봉이 이루어지기도 한다.

푸드올로지는 매년 3만 건가량의 아동 및 장애인 실종 신고가 접수된다는 사실에 안타까움을 느끼고 실종자 가족에게 실질적인 도움이 될 만한 활동을 모색했다.

아동권리보장원과 함께 진행 하는 ‘택배 상자’를 활용한 캠페인은 실종자의 인적사항을 널리 알리는 활동이다. 고객에게 배송되는 택배 상자 외측에 ‘실종자 라벨’을 부착하는 방식으로 진행된다. 택배 상자는 고객들이 일상 속 자주 접할 수 있어 더 오랫동안 기억에 남는 것은 물론, 전국 각지로 유통되면서 해당 캠페인을 더 널리 알릴 수 있을 것이라 아이디어에서 비롯됐다.



- 1 아동권리보장원과 함께 진행 중인 ‘실종아동 및 장애인 찾기 캠페인’의 모습. 고객이 받는 택배 상자에 실종자들의 인적사항이 담긴 라벨을 붙였다.
- 2 지난해 10월 푸드올로지가 미혼한부모가정의 건강한 성장을 위해 진행한 기부금 전달식.
- 3 전달한 기부금은 미혼한부모 가정 아이들의 먹거리가 돼 비용부담을 줄이는 데 쓰였다.

/어젯트, 푸드올로지



/유투이미지

실종자라벨에는 아동권리보장원으로부터 제공받은 실종자의 인적 사항과 실종 당시 모습 등이 담겨 있으며, 보다 많은 실종자가 잃어버린 가족을 찾을 수 있도록 분기별로 라벨을 교체하며 활동을 이어가고 있다.

제품 수익금 일부를 기부하고 주변 이웃과 나누는 활동도 이어가고 있다. 지난 4월부터 비타민 함유 제품 ‘헤이! 구미’와 ‘헤이! 비타’를 판매한 수익금의 7%를 적립해 한국백혈병어린이재단에 기부하고 있다. 기부금은 소아암 아동을 돕기 위해 한국백혈병어린이재단이 전개하는 ‘애들아, 학교 가자’ 캠페인의 재원으로 사용된다.

‘애들아, 학교 가자’ 캠페인은 소아암 아동의 치료비 지원뿐만 아니라 학습 지원, 심리 상담 등 원활한 학교생활 적응을 위한 프로그램으로 구성돼 현실적인 도움은 물론 정서적인 측면까지 후원한다.

### 취약계층 살피며 복지 사각지대 줄여 한국백혈병어린이재단에 수익금 기부 한부모가정 영유아 이유식 지원사업

경제적·정서적 측면까지 고려한 프로그램으로, 소아암 아이들의 즐거운 학교생활을 응원한다. 일회성 기부가 아닌 장기적인 정기 기부 활동으로 간접적으로는 푸드올로지의 고객들도 소비를 통한 기부활동에 참여하는 셈이 된다. 푸드올로지는 기부를 촉진하고자 인기 유튜브 채널 ‘오디지(ODG)’와도 협업해 ‘헤이!’ 제품들을 내놓고 기부 활동 과정도 공개하고 있다.

지역사회 취약계층도 세심하게 살피며 복지 사각지대를 줄이는데 집중하고 있다. 지난해 10월에는 사회복지법인 홀트아동복지회에 미혼한부모가정의 건강한 성장을 위한 기부금 1000만 원을 전달했다. 푸드올로지는 미혼한부모의 자립 역량을 강화하고 아이들의 올바른 성장을 도모해 보다 안정적인 삶을 꾸려나갈 수 있는 발판을 마련해 주고자 후원 중이다. 기부금은 영·유아 이유식 지원 사업에 사용됐으며, 아이들에게는 균형 잡힌 식단을 지원하고 부모에게는 부담을 덜어줌으로써 자녀와의 교감, 취업, 학업 등에 집중할 기회를 제공했다.

푸드올로지 관계자는 “푸드올로지의 Give U 캠페인은 ‘동반성장’을 핵심 가치로 두고 이웃들에게 실질적으로 도움이 될 수 있는 사회공헌활동을 고민하고 실천 중이다”라며 “올해도 고객들에게 받은 사랑을 사회에 환원하며 긍정적인 영향력을 전파하는 데 노력하겠다”고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

## 바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲1위에 1승 주고받은 한화, 이번엔 2·3위와 격돌  
▲김시우, PGA AT&T 바이런 벨슨서 아쉬운 준우승 /사진 뉴스스

▲잇단 강원 지진에...전문가들 “더 강한 지진 가능성도”  
▲‘벌써 6승’...NC 페디·LG 플러트코, 다승왕 경쟁 ‘후끈’



▲고진영, LPGA 파운더스컵 연장전서 역전 우승...통산 15승 달성  
▲UFC 여자 파이터 김지연, 5연패 수렁 /사진 뉴스스