



한화 김동선
아워홈 회장
매출 3600억 목표
L1

metro[®]

Life

삼성바이오
송도 제3캠퍼스
조성 계획
L2



유기전 보호하고, 지역과 공존까지 함께 만드는 생명존중의 길

이마트는 유기동물 보호와 입양 활성화를 위해 꾸준한 상생 활동을 이어오고 있다. 기업의 사회적인 책임을 다하기 위해 단발적인 봉사 활동에 그치지 않고 실질적인 해결책을 모색하는 모델을 제시하고 있다는 점에서 의미가 크다. 수년째 유기동물을 위한 활동을 이어오는 가운데, 이마트는 단순히 브랜드들과 함께하는 것에 그치지 않고 시민들도 동참하며 모두가 함께하는 상생을 그려 나가고 있다.



/유토이미지

살맛나는 세상 이야기 ESG 경영시대

이마트

◆단순 기부 넘어 '가족' 찾아주는 여정

이마트의 반려동물 전문 브랜드 '몰리스(Molly's)'가 보여주는 행보는 유통업계의 일반적인 기업의 사회적 책임(CSR)활동과는 다르다. 단순히 물품을 전달하고 사진을 찍는 보여주기식 행사가 아니다. 유기동물 문제의 근본적인 해결책인 입양과 인식 개선에 초점을 맞춰 해결에 중심을 두고 운영하기 때문이다.

올해 4월 이마트는 파트너사인 하림펫푸드와 의기투합해 '더리얼이 몰리스와 함께 가족을 찾습니다'라는 입양 캠페인을 전개하며 새로운 입양 문화를 선도했다. 지난해 국내 유기동물 입양 비율이 감소 추세를 보이는 등 가족 찾기가 점점 어려워지는 현실 속에서 이마트는 오프라인 매장이라는 강력한 플랫폼을 활용했다.

스타필드 수원과 고양 등 주요 몰리스 매장에는 유기견과 유기묘의 사진이 담긴 등신대가 고객을 맞이했다. 쇼핑을 하러 온 고객들이 자연스럽게 유기동물의 사연을 접하고, 등신대에 부착된 QR코드를 통해 입양 신청까지 할 수 있는 '원스톱 연결 고리'를 만든 것이다. 이는 유기동물에 대한 심리적 장벽을 낮추고, 접근성을 획기적으로 높은 시도로 평가받는다.

주목할 점은 입양 절차의 진정성이다. 무분별한 입양과 파양의 악순환을 끊기 위해 신청서 심사, 전화 인터뷰, 봉사활동 참여, 대면 상담 등 간간하고 신중한 검증 과정을 도입했다. 대신 이 과정을 통과해 새 가족이 된 이들에게는 과격적인 지원을 아끼지 않는다. 하림펫푸드는 1년간 먹일 수 있는 프리미엄 사료와 간식을, 몰리스는 제후 병원과 미용실 할인 혜택을 제공하며 입양 가정의 경제적 부담을 덜어준다. 이는 "끝까지 책임진다"는 반려 문화의 본질을 기업이 앞장서서 실천하는 모범 사례다.

◆밥그릇 채우는 따뜻한 연대

입양 캠페인이 미래를 위한 투자라면, 지속적인 사료 기부와 봉사활동은 당장 도움이 절실한 유기동물들의 현재를 지키는 활동이다. 이마트와 하림펫푸드는 동물보호단체 '코리안독스'와 손잡고 꾸준히 온정을 나누고 있다.

2023년 12월과 지난해 12월 흑한기를 앞두고 사료 2톤을 쾌척해 보호소의 월동 준비를 도운 데 이어 최근에는 3000만원 상당의 사료를

반려동물 브랜드 '몰리스' 동물보호 앞장 하림펫푸드와 '유기동물 입양 캠페인' 파양 악순환 끊기 위해 검증과정 거쳐 유기동물 새 가족에 사료 제공 등 지원

3년간 유기동물 보호소 찾아 봉사활동 반려동물과 시민안전 지키는 캠페인도 단발성 이벤트 아닌 지속적인 동행 약속

추가로 기부하며 지원 사격에 나섰다. 단순한 물품 전달에 그치지 않았다. 이마트와 하림펫푸드 임직원 40여 명은 직접 팔을 걷어붙이고 현장을 찾았다.

'레인보우 쉼터'를 찾은 임직원들은 팟방울을 흘리며 견사를 청소하고 낙후된 시설을 정비했다. 좁은 케이지가 세상의 전부였던 유기견들과 산책을 하며 교감을 나누는 시간도 가졌다. 임직원들이 흘린 팟방울은 기업의 진심을 증명하는 가장 확실한 증거였다. 몰리스 관계자는 이러한 활동에 대해 "단발성 이벤트가 아닌, 문제 해결을 위한 실질적인 방법을 모색하는 과정"이라며 지속적인 동행을 약속했다.

◆"산책하며 동네 지켜요"

이마트의 상생은 동물권을 넘어 시민 사회의 안전으로까지 확장된다. 지난 8월 서울경찰청과 함께 시작한 '당신을 위한 폴(몰)리스라인' 캠페인은 '반려인 1000만 시대'의 특성을 포착한 아이디어다.

이마트는 매일 동네 구석구석을 산책하는 반려인들이야말로 최고의 시민 순찰대가 될 수 있다는 점에 주목했다. 경찰을 뜻하는 '폴리스(Police)'와 브랜드명 '몰리스(Molly's)'를 합쳐 만든 워트 있는 캠페인 명칭 아래, 시민들이 자연스럽게 범죄 예방 활동에 참여하도록 유도했다.

서울 지역 26개 이마트 점포에서는 112 신고 등 치안 활동 동참을 서약한 시민들에게 빛 반사 재질의 '폴리스라인' 미니 키링과 야광 슈즈 참 1만5000개를 배포했다. 이 굿즈들은 야간 산책 시 반려인과 반려동물의 안전을 지켜주는 동시에, 이들이 '우리 동네 지킴이'임을 알리는 표시가 된다. 녹색어머니회와 반려견 순찰대원들에게도 전달된 이 작은 키링은 어두운 골목길을 밝히는 등불이자 범죄를 감시하는 안전의 눈 역할을 톡톡히 하고 있다.

이마트손천식 컴플라이언스담당 전무는 이



이마트 몰리스와 하림펫푸드 임직원들이 지난달 14일 경기도 용인에 있는 유기동물 보호소를 방문해 사료를 기부하고 봉사활동을 한 뒤 기념촬영을 하고 있다.



이마트 몰리스가 하림펫푸드와 함께 유기동물 입양 캠페인을 전개했다.



이마트 몰리스가 지난 8월 서울경찰청과 함께 '당신을 위한 폴(몰)리스라인' 캠페인을 시작했다. /이마트

를 두고 "경찰의 안전 강화 노력과 기업의 사회적 책임이 결합된 의미 있는 협업으로 지역 사회에 긍정적인 안전 문화를 확산시키는 계기가 되길 기대한다"고 말했다.

◆'진정성' 있는 발걸음

이마트가 보여주는 일련의 활동들은 유통 기업이 가진 인프라와 영향력을 사회에 어떻게 환원해야 하는지를 잘 보여주는 교과서와 같다. 고객 접점인 매장은 입양 홍보관이 되고,

베스트셀러 상품은 유기견의 일용할 양식이 되며, 지역 거점 점포는 시민 안전의 전초기지가 된다.

몰리스의 활동에 이마트 박재형 패션&리빙 담당은 "유기동물 문제를 해결하고 도움을 주기 위한 다양한 활동을 지속적으로 진행해 나갈 예정"이라고 밝힌 가운데 이마트는 우리 사회에 '생명 존중'과 '공동체 의식'이라는 화두를 던지고 있다. /손종욱 기자 handbell@metroseoul.co.kr

메트로 한줄뉴스



▲한국 탁구, 세계청소년선수권서 은메달 1개·동메달 6개 획득
▲미국 매체, 김하성 FA 타자 8위 평가... "주전 유격수로 보는 구단 있을 것" /사진 뉴시스

▲'황희찬 결장' 올버햄튼 EPL 6연패·개막 13경기 무승 최하위
▲프로야구 삼성, MLB 경력 있는 우완 투수 매닝 영입

▲'노벨문학상'의 힘... '소년이 온다' 2년 연속 올해 베스트셀러 1위
▲좁은 지역 단위 기후까지 읽는다... 기상청, 500m 격자 기후자료 개방