



치킨업계
빅모델 전면예
내수·해외 총력전
L1



Life

K-뷰티
생산·유통까지
수출 넘어 현지화
L2



기부 넘어 '경험' 선물... 게임 콘텐츠, 사회의 온기 되다



넥슨게임즈

기업 경영에서 지속가능성을 달성하기 위한 3가지 핵심 요소인 환경·사회적책임· 지배구조 개선(ESG)은 이제 기업의 사회공헌 활동을 넘어 기업의 철학과 경쟁력을 보여주는 기준이 되고 있다. 게임회사는 어떤 시각으로 ESG에 접근하고 있을까.

넥슨게임즈는 그 답을 '게임회사다운 ESG'에서 찾았다. 단순히 기부금을 전달하거나 일회성 봉사활동을 하는 것이 아니라 게임 개발 경험과 지식재산권(IP), 인직원과 이용자의 참여를 사회적 가치로 연결하는 방식이다. '게임을 만드는 회사가 가장 잘하는 일을 사회와 연결하는 것'이 넥슨게임즈 ESG의 핵심 철학이다.

최근 기업들의 ESG는 '얼마를 기부했는가'보다 '기업의 전문성을 어떻게 사회와 연결했는가'를 더 중요하게 평가받는다. 넥슨게임즈 역시 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)를 각각의 활동으로 나누기보다 하나의 문화로 정착시키는 데 초점을 맞추고 있다.

◆ESG는 임직원의 작은 실천에서 시작했다
넥슨게임즈 ESG는 거창한 프로젝트보다 일상 속 실천에서 출발했다.

'2024년 세계 환경의 날'을 맞아 진행한 '일상 속 탄소발자국 저감 캠페인'은 불필요한 메일 삭제, 텀블러 사용, 장바구니 이용 등 생활 속 탄소저감 실천을 독려하는 프로그램이었다. 200여 명의 임직원이 참여했고, 회사는 캠페인 인증 댓글 1건당 일정 금액을 적립해 환경재단에 총 500만 원을 기부했다. 환경 보호를 일상 속 행동으로 연결한 사례다.

같은 해에는 소아암·백혈병 어린이를 위한 헌혈증 기증 캠페인도 진행했다. 임직원들이 자발적으로 모은 헌혈증 153장을 한국백혈병 어린이재단에 전달했고, 회사도 치료비 1000만 원을 함께 기부하며 생명 나눔 문화 확산에 힘을 보탰다.

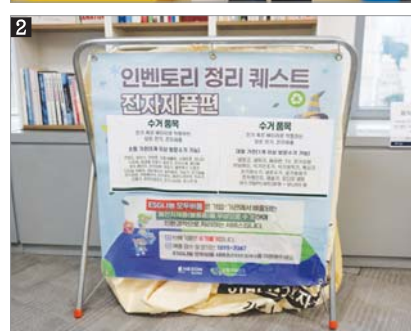
환경 실천도 이어졌다. 지난해에는 '인벤토리 정리 퀘스트: 전자제품 편' 캠페인을 통해 임직원들의 폐전기·전자제품 1.5톤 이상을 수거해 친환경적으로 재활용하고, 자원순환 수익금을 초록우산에 기부했다. 사무실과 가정에서 발생하는 전자폐기물까지 ESG 실천으로 연결한 것이다.

넥슨게임즈 관계자는 "ESG는 특정 부서가 추진하는 이벤트가 아니라 임직원 모두가 자연스럽게 참여하는 문화가 되어야 한다"며 "생활 속 작은 실천이 사회적 가치로 이어질 수 있도록 다양한 프로그램을 확대하고 있다"고 말했다.

◆게임 IP도 사회공헌의 플랫폼이 되다

넥슨게임즈는 게임회사만이 할 수 있는 ESG에도 주목했다.

대표적인 사례가 '블루 아카이브' IP를 활



1 넥슨게임즈가 '블루 아카이브' IP를 연계한 헌혈 장려 캠페인을 펼쳤다.
2 폐전기 전자제품 수거 캠페인 '인벤토리 정리 퀘스트 전자제품편'.
3 넥슨게임즈가 영케어러를 위한 임직원 기부캠페인으로 조성된 기부금 1028만원을 초록우산에 전달했다. 왼쪽부터 신정원 초록우산 본부장과 이영호 넥슨게임즈 ESG TF 실장.
4 지난 2월 넥슨게임즈의 FPS 게임 '서든어택'은 독립유공자 후손 가정을 위한 주거 환경 개선 사업을 마무리하며 헌정식을 진행했다. /넥슨게임즈

환경의 날 맞아 생활 속 탄소저감 실천
소아암 어린이에 헌혈증·치료비 기부
폐전자제품 재활용... 자원순환 앞장

굿즈 수익금으로 주거환경 개선활동
게임 IP 활용한 사회적 가치 창출 눈길

영케어러 지원사업 '위드영 프로젝트'
경제적 지원 정서 회복, 경험 기회까지
일일 명예사원 체험... 꿈·가능성 선물

용한 헌혈 장려 캠페인이다. 대한적십자사와 협업해 헌혈 참여 인증 이벤트와 오프라인 헌혈 독려 프로그램을 진행하고, 재난구호 테마 굿즈를 제작해 판매 수익금 전액을 기부했다. 개발진의 참여와 이용자의 자발적인 참여를 결합하면서 게임 IP가 사회적 가치를 만들 어낼 수 있다는 가능성을 보여줬다.

올해 2월에는 '서든어택' 서비스 20주년을 기념해 마련한 굿즈 판매 수익금 5200만 원을 한국해비타트를 통해 독립유공자 후손 주거 환경 개선 사업에 기부했다. 노후 주택의 에너지 효율을 높이고 생활환경을 개선하는데 사용되며 게임 이용자의 참여가 사회공헌으로 이어지는 선순환 구조를 만들었다.

지난해에는 수원 장애인복지시설 '에벤에셀의집'에 자사 소유 토지를 기증하며 장애 아동·청소년을 위한 안정적인 생활 환경 조성

에도 힘을 보탰다.

게임이 콘텐츠를 넘어 사회와 연결되는 플랫폼이 될 수 있다는 점을 보여준 사례들이다.

◆기부보다 오래 남는 것은 '경험'

넥슨게임즈 ESG를 대표하는 활동은 넥슨재단, 초록우산과 함께 추진하는 영케어러 지원 사업 '위드영(With Young) 프로젝트'다.

영케어러는 장애나 질병, 고령 등의 이유로 가족을 돌보며 또래보다 일찍 돌봄의 책임을 떠안은 아동·청소년·청년이다. 넥슨게임즈는 이들에게 경제적 지원뿐 아니라 미래를 꿈꿀 수 있는 경험을 제공하는 데 집중했다.

회사는 프로젝트 시작과 함께 1억 원을 기부하고 초록우산과 함께 맞춤형 돌봄 부담 경감 프로그램을 운영했다. 이어 임직원들이 자발적으로 참여한 연말 기부 캠페인을 통해 1028만 원을 추가로 모아 영케어러들에게 연말 선물을 전달했다.

지원은 여기서 끝나지 않았다. '위드영 겨울방학 힐링캠프'를 열어 영케어러들이 판교 사옥에서 일일 명예사원이 되어 게임 개발과 사운드, 모션캡처 등을 직접 체험하도록 했다. 아트테라피와 레크리에이션, 놀이공원 체험 등 정서 회복 프로그램도 함께 운영하며 돌봄 부담을 덜어주는 것을 넘어 자신감을 회복하는 시간까지 마련했다.

〈메트로경제신문〉과의 인터뷰에서 이영호 넥슨게임즈 ESG TF장은 "얼마를 지원했느냐보다 무엇을 남길 수 있을지를 먼저 고민했다"며 "아이들에게 시간을 돌려주고 싶었다"고 말했다.

그는 "게임회사에는 개발자뿐 아니라 기획, 아트, 사운드, 운영 등 다양한 직무가 있다"며 "아이들이 '나도 이런 일을 할 수 있겠다'라는 가능성을 발견하는 것이 무엇보다 중요했다"고 설명했다.

◆ESG는 '기업다움'에서 완성된다

넥슨게임즈 ESG를 관통하는 키워드는 '기업다움'이다.

환경 캠페인은 임직원의 일상을 바꾸고, 게임 IP는 이용자의 참여를 사회공헌으로 연결한다. 영케어러 지원은 게임 개발 경험을 통해 미래를 꿈꾸게 하고, 헌혈과 기부는 회사 안의 문화를 사회로 확장한다. 각각의 활동은 서로 다른 프로젝트처럼 보이지만 결국 '게임 회사가 가장 잘하는 것으로 사회에 기여한다'는 하나의 철학으로 이어진다.

ESG는 더 이상 기부금 규모만으로 평가받는 시대가 아니다. 기업이 가장 잘하는 것으로 사회에 어떤 변화를 만들었는지가 더 중요해지고 있다.

게임은 사람들에게 즐거움을 주는 콘텐츠다. 넥슨게임즈는 그 즐거움을 게임 안에만 머물게 하지 않았다. 게임을 만드는 경험과 사람, 이용자의 참여를 사회와 연결하며 ESG를 기업 문화로 확장하고 있다. 그것이 넥슨게임즈가 만들어가는 '게임회사다운 ESG'의 모습이다.

/최빛나 기자 vitna@metroseoul.co.kr



메트로 한줄뉴스



▲체육공단, 유아·어린이 안전관리 우수 체육시설 모집...총 165개소 선정
▲K리그1 전북, 고등생 김예건과 정식 프로 계약...구단 최초 /사진 뉴스스

▲LG 제치고 '전반기 1위' 삼성, 후반기 선두 수성 나선다
▲'별들의 잔치'인데...MLB 올스타전에 오타니·저지 등 스타들 대거 불참

▲남자 주니어 핸드볼, 아시아선수권 위해 13일 중국 출국
▲"모두 웃는데 혼자만 침묵"...25세로 떠난 남아공 축구선수 모습 재조명