

시니어 노동자를 위한 CJ대한통운과 유한킴벌리의 CSV 사례 비교 분석

최재원*, 박수진*, 유맹*, 전순영**

*한국교통대학교 융합경영전공 학사과정

**한국교통대학교 융합경영전공 교수

e-mail: *martens9690@gmail.com, **syjun@ut.ac.kr

A Comparative Analysis of CSV Cases between CJ Logistics and Yuhan Kimberly for the Senior Labor

JaeWon Choi*, SuJin Park*, Meng Liu*, Soonyoung Jun**

*4th Grade in the Dept. of Convergence Management,

Korea National University of Transportation

**Professor in Dept. of Convergence Management,

Korea National University of Transportation

요약

본 논문에서는 기업의 공유가치창출(CSV)에 대한 유한킴벌리, CJ대한통운의 사업 모델을 분석하고 이를 통한 최적의 CSV 모델을 제안하고자 한다. 유한킴벌리의 사회 공헌 사업 중 '액티브 시니어'와 CJ대한통운의 '실버택배' 사례를 분석하여 각각 사업 현황 및 사업 성과를 분석하여 CSV 방안을 제안하였다. 서론에는 현 상황의 문제점과 두 기업이 어떤 사업을 하는지 논문을 진행하게 된 배경으로 진행하였다. 이어서 CJ대한통운의 '실버택배' 사업의 현황과 성과를 분석하고 3장은 유한킴벌리의 '액티브 시니어' 및 골든 프렌즈 사업 현황과 성과를 분석하였다. 4장에는 각 기업의 장, 단점을 분석하여 고령층 커뮤니티 생성과 두 기업의 협업을 통한 이익 창출을 제안한다.

1. 서론

한국의 고령화 속도는 세계에서 유례를 찾아보기 힘들 정도로 빠르다. 통계청 자료에 따르면 2018년 고령사회(14%) 진입 후 2026년 초고령 사회(20%)에 진입할 것으로 전망된다. 노인은 근로가능연령을 지난 인구층이고, 청장년기의 노동을 통해 노후준비를 한 다음 은퇴해 노후를 편히 쉬고자 하는 욕구가 강한 집단이다.

유한킴벌리는 현재 사회적 인식을 '고령자'가 아닌 '액티브 시니어'로 전환하기 위해 캠페인을 진행하고 있다. 실제로 액티브 시니어 용품을 제작 및 판매하고 있으며 골든 프렌즈라는 매장을 통해 오프라인 판매도 지속하고 있다.

CJ대한통운은 CJ의 나눔 철학을 바탕으로 아파트 단지, 전통시장 등의 거점을 중심으로 시니어들이 전동카트, 자전거와 같은 친환경 장비를 통해 배송하고 있다. CJ대한통운 '실버택배'사업 활성화를 통해 시니어 세대에 양질의 일자리를 제공할 계획이다.

이러한 기업들의 사례를 보아, 단순히 일자리 창출에만 국한되어 있는 기업의 반응에 변화가 필요해 보인다. 우리는 두 기업의 사례를 분석하고 연구하여 CSV 모델을 제안할 것이다.

2. CJ대한통운 시니어 사업 분석

2.1 시니어 사업 현황

CJ대한통운은 그룹의 CSV(Creating Shared Value)경영을 위하여 창조경영, 상생경영, 나눔경영을 실천하여 사회문제 해결에 기여하고 있다. CJ대한통운의 '실버택배'사업은 노인 일자리 창출과 동시에 회사의 배송 서비스 향상을 통해 기업과 사회가 동반성장할 수 있는 사업 모델이다.

실버택배는 택배차량이 아파트 단지까지 물량을 싣고 오면 노인들이 친환경 전동카트를 이용해 각 가정까지 배송하는 운영 체계를 가지고 있다. 만 60세 이상의 시니어 배송원이 친환경 전동카트를 이용해 인근 지역에 배송하는 형태로 운영되는 이 사업은 기사 한 명이 하루 평균 200여 명의 고객을 방문하는 기존 택배와 달리 실버택배는 같은 고객 수를 4~5명의 시니어가 나눠 맡는다. CJ대한통운은 시니어의 체력 부담을 고려해 기사 한 사람이 배송 거점을 중심으로 반경 1~2km 구역만 책임지도록 했다. 시니어 기사는 본인이 배송한 택배 수량에 해당하는 수수료를 급여로 받는다.



[그림 1] CJ대한통운 실버택배

2.2 시니어 사업 성과분석

실버택배는 현재 전국 170여 곳에서 1400명 이상의 시니어 기사가 실버택배 사업에 참여함으로써 노인 일자리를 창출하여 사회문제 해결에 기여하고 있다. 이에 대해 소외 계층의 경제적 자립과 사회적 편견 해소에 앞장선다는 평가를 받고 있다. 실버세대의 경제적 안정은 물론 건강증진, 사회생활 참여 등의 가치를 구현하고 있어 대내외적으로 많은 주목을 받고 있다.

실버택배는 세계적인 모범 사례로 UN 공식 홈페이지에 등재됐다. UN은 “CJ대한통운 실버택배가 노인 일자리 문제 개선에 큰 도움을 준다”라며 ‘SDGs 이니셔티브(Initiative)’ 우수 사례로 선정하고 UN 홈페이지에 소개했다. 또한 UN 경제사회이사회 특별협의 지위 기구인 UN 지원 SDGs협회는 2019년 10월 발표한 ‘UN 지속 가능개발 목표경영지수(SDGBI)’에서 CJ대한통운을 1위 그룹에 편입했다(CJ대한통운 공식 홈페이지, 2019).

3. 유한킴벌리 시니어 사업분석

3.1 시니어 사업 현황

유한킴벌리는 시니어 비즈니스 육성을 통하여 고령화 문제 해결 기여와 시니어 비즈니스 기회를 창출에 중점을 두고 다양한 CSV 활동을 펼치고 있다. 유한킴벌리의 ‘액티브 시니어’ 캠페인은 고령화 문제 해결 과정에서 시니어 사업의 새로운 기회를 찾는 공유가치창출 경영의 일환으로 추진되고 있다. 액티브 시니어의 핵심은 시니어에 대한 사회적 인식을 ‘고령자에서 액티브 시니어로 전환’하기 위한 노력이다(유한킴벌리 공식 홈페이지, 2014).

유한킴벌리는 서울 종로, 경기 안산에 이어서 대구시에 골

든프렌즈 3호점을 오픈하였다. 골든프렌즈는 액티브 시니어의 건강하고 활동적인 생활을 위해 유한킴벌리에서 공급하는 전문 생활용품 브랜드이다. 주로 패션과 뷰티, 건강, 편의용품으로 구성되어 있다.

최근에는 거동이 어려우신 어르신들이 상시 착용하는 요양시설용 돌봄 제품인 ‘디펜드 골든프렌즈’기저귀를 출시했다. 기존 시장에 나와있는 제품들은 착용이 불편하였고, 이것은 제때 갈지 못하여 거동이 불편한 어르신들의 불편함을 초래했다. 디펜드 골든 프렌즈 기저귀는 이러한 단점을 보완한 제품이다(유한킴벌리 공식블로그, 2017). 골든 프렌즈의 대부분의 직원들은 시니어 사원들이며, 홈페이지 전화주문 역시 시니어 사원이 관리하고 있다. 이 부분은 시니어들의 일자리 창출에도 도움이 된다.



[그림 2] 유한킴벌리 골든프렌즈

유한킴벌리는 시니어 일자리 창출을 위한 활동을 이어가고 있으며, 현재 38개의 시니어 소기업 육성과 88명의 시니어케어매니저 육성 등 7백 개 이상의 시니어 일자리를 창출하고 있다.

3.2 시니어 사업 성과분석

사회적인 성과는 액티브 시니어 캠페인 등을 통해 시니어에 대한 인식을 전환시킴으로써 생산 가능인구를 확대시키고, 근본적인 고령화 문제를 모색하고 해결하였다. 시니어 사업과 소기업 육성에 있어 38개의 시니어 비즈니스 소기업 육성과 함께 700개 이상의 시니어 일자리 창출, 시니어케어매니저 육성을 통한 165개 시설, 누적 210,380명에 대한 치매예방/위생교육 제공 등의 성과를 이뤄왔다. 경제적인 성과는 시니어 사업을 통해 신규 비즈니스 영역을 확보하였고, 시니어 산업 생태계 육성을 통해 국내 시니어 산업의 규모를 확대시켜 매출 신장을 이뤄왔다.

4. 장단점 분석 및 제안

4.1 기업별 시니어 사업의 장단점

4.1.1 CJ대한통운

실버택배의 경우 노인인구의 일자리를 창출하고, 회사의 배송 서비스를 향상하여 기업과 사회가 동반성장할 수 있는 장점을 가지고 있지만, 배송원들이 배송한 택배 수량에 따라 수수료를 급여로 받기 때문에 과욕으로 인한 어르신들의 건강이 염려되며, 수익의 안정성 또한 낮다.

실버택배 배송원 건강지원 사업은 배송원들의 노인성 질환을 예방하고 치료하여 건강한 삶을 유지할 수 있도록 긍정적인 역할을 하지만, 조건에 따라 서비스 비용이 차등적이고, 검진 항목이 제한되는 등 어르신들의 입장에서 까다로운 조건을 알고 활용할 수 있을지 염려된다.

4.1.2 유한킴벌리

액티브 시니어 전용 용품을 개발하고 오프라인 판매를 하면서 기업에 대한 긍정적인 이미지를 가져오고, 고령층의 일자리를 창출하고, 매출에도 적지 않은 이익을 가져온다는 장점이 있지만, 거동이 불편한 노인이 직접 방문하지 못한다는 점과 최근 코로나19로 인한 오프라인 매장의 수익이 급격하게 낮아졌다는 단점이 있다. 온라인 판매 같은 경우 인터넷을 다루기 어려워하는 어르신들이 많다는 점도 생각해 보아야 할 점이다.

4.1.3 장단점 분석

아래 [표1]을 보면 두 기업 모두 일자리 창출이라는 공통점이 있지만, CJ대한통운 같은 경우에는 이익 증대가 되지 않고 있고, 유한킴벌리 같은 경우에는 거동이 불편한 노인에 대한 서비스가 없는 상황이다.

[표1] CJ대한통운과 유한킴벌리 시니어 사업 장단점 분석

	CJ대한통운	유한킴벌리
장점	<ul style="list-style-type: none"> 노인 일자리 창출 배송 서비스 향상 기업과 사회 동반성장 	<ul style="list-style-type: none"> 기업의 긍정적 이미지 각인 노인 일자리 창출 기업 이익 증대
단점	<ul style="list-style-type: none"> 배송한 택배 수량에 따라 수수료를 급여로 받음 	<ul style="list-style-type: none"> 거동이 불편한 사람 방문 불가 노인들의 부족한 인터넷 사용

4.2 CSV방안 제안 및 기대효과

첫 번째 제안으로는 실버택배 배송원들과 배송 지역 내의

연배가 비슷한 주민과의 커뮤니티 활성화이다. 이 경우, 실버택배 배송원들은 주민들과 서로의 안부를 물어보는 교류를 통해 일에 대한 애착이 생길 것이며, 주민들은 동년배의 모습을 보고 자신도 할 수 있는 일이 있다는 의식을 심어줄 수 있을 것으로 기대된다.

CJ대한통운과 유한킴벌리와 협업을 맺어 정기적으로 유한킴벌리의 시니어 제품을 구매하는 소비자에게 배송비를 할인해 주는 혜택을 제공하는 것이다. 이로 인해 두 기업은 협업을 맺기 전보다 고객의 이탈을 예방할 수 있어 수요를 안정화할 수 있을 것으로 기대된다.

5. 결론

국내 기업의 공유가치 창출 활동이 날로 진화하고 있다. 기존 사회적 책임 활동에 한계를 느낀 국내 기업들이 CSV 개념을 적극적으로 받아들인 결과, 실질적인 성과가 나타나고 있다. 이는 기업의 지속 가능한 경영과 기업 이미지에 긍정적인 효과를 주고 있다.

이에 본 논문은 CJ대한통운과 유한킴벌리의 CSV 시니어 사업 모델을 분석하고 새로운 CSV 사업 모델을 제시하고 있다. 고령층에 상호 관심을 위한 커뮤니티 활성화와 두 기업의 고객 이탈을 방지하고 이익 또한 가져올 수 있는 두 기업의 협업을 통하여 새로운 CSV 방안을 제안하였다.

단순한 일자리 창출만이 아닌 시니어 층에 대한 복지, 기업의 이익까지 증대함으로써 두 기업의 이익과 더불어 고령층에 복지 분야에 도움이 될 수 있다고 판단하여 제안하였다. 앞으로 더 심각해질 고령화 문제에 대하여 기업과 함께 문제를 해결할 수 있는 방안을 모색한다면 고령화 문제에 대해 미리 대비할 수 있을 것으로 기대한다.

참고문헌

- [1] CJ대한통운 공식 홈페이지, “CJ대한통운 실버택배, ‘지역사회공헌인정 기업’으로 선정”
https://www.cjlogistics.com/ko/newsroom/news/NR_0000582
- [2]http://economychosun.com/client/news/view.php?boardName=C24&t_num=13609007
- [3]<https://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=2018120501002913>
- [4]유한킴벌리 공식 홈페이지, “액티브시니어 사회적 공감 형성 액티브시니어 캠페인”
- [5]유한킴벌리 공식블로그, “할머니 생신 선물은 디펜드하세요!”