

새로운 세상을 만드는 평범한 사람들의 특별한 이야기

2014 소셜벤처 우수사례집





새로운 세상을 만드는 평범한 사람들의 특별한 이야기

2014 소셜벤처 우수사례집



한국사회적기업진흥원
Korea Social Enterprise Promotion Agency

CONTENTS ✨



8



20

28



142



168

1. 소셜벤처 경연대회 소개

소셜벤처란?	6
소셜경연대회 개요	7
역대 소셜벤처 경연대회 (2009~2013)	8

2. 2014 소셜벤처 경연대회

2014 소셜벤처 경연대회	20
2014 수상팀 미니 인터뷰	28

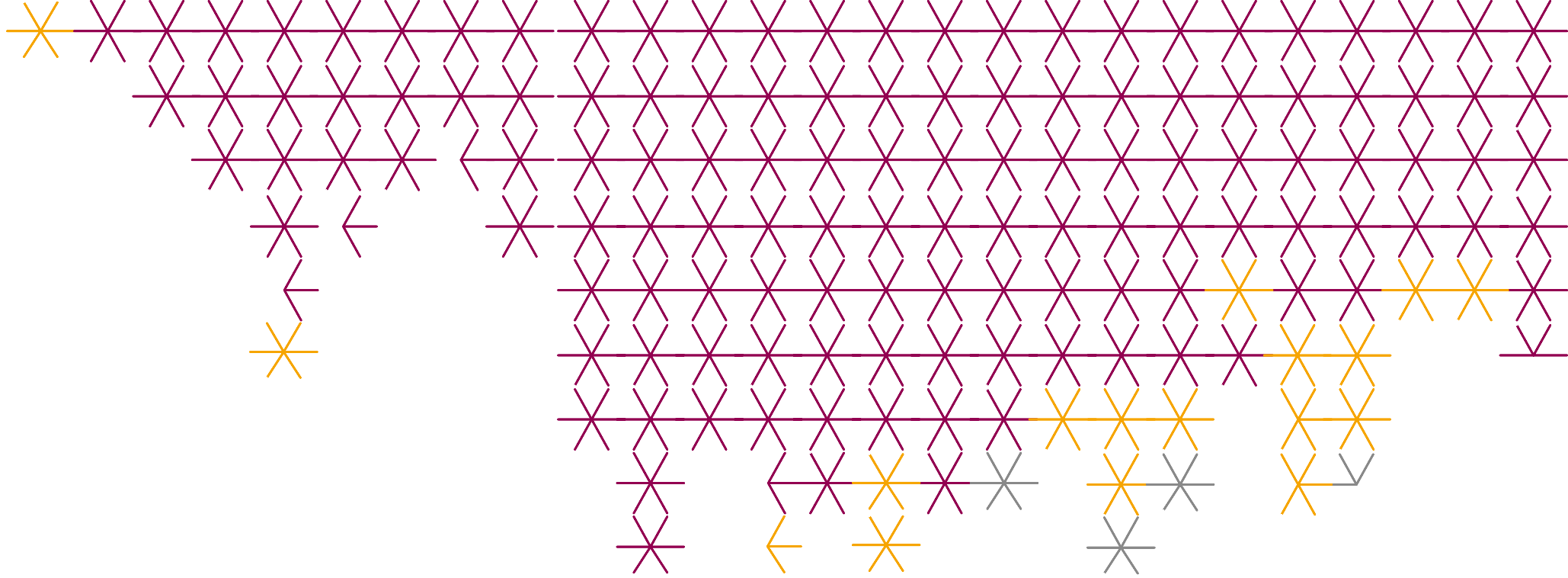
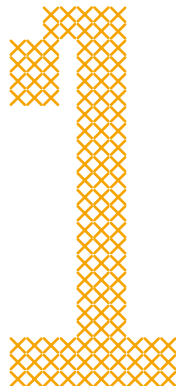
3. 우수 입상자 인터뷰

Touch4Good	46
헤드플로	54
공감만세	62
담쟁이	70
아울러	78
알공	86
모모파트너즈	94
푸드앤저스티스 지니스테이블	102
예술생성소 풀	110
같이 연구점	118
이랑	126
리얼 씨리얼	134
기프트리	142
어반비즈 서울	150
황혼의 길손	158

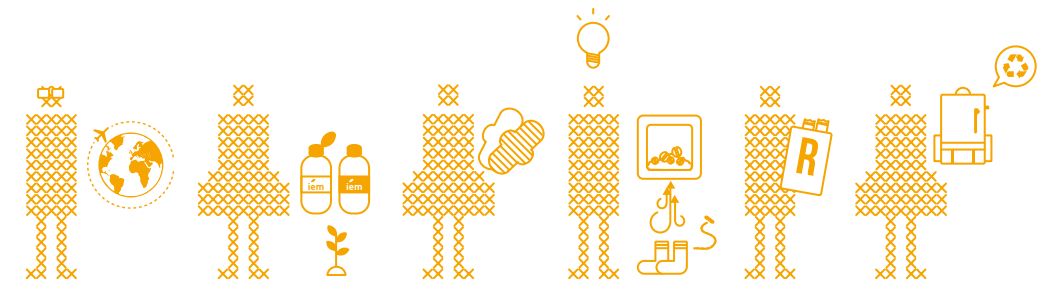
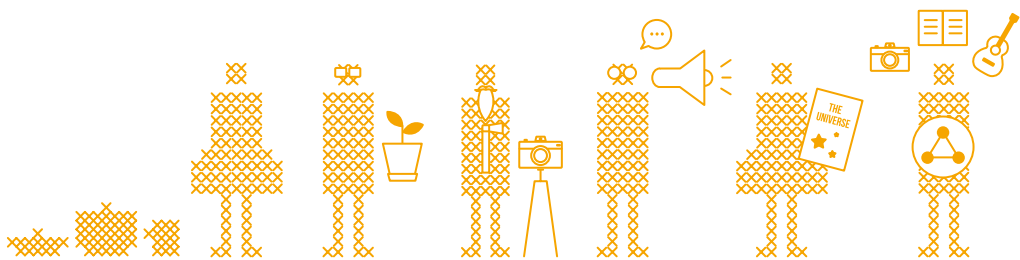
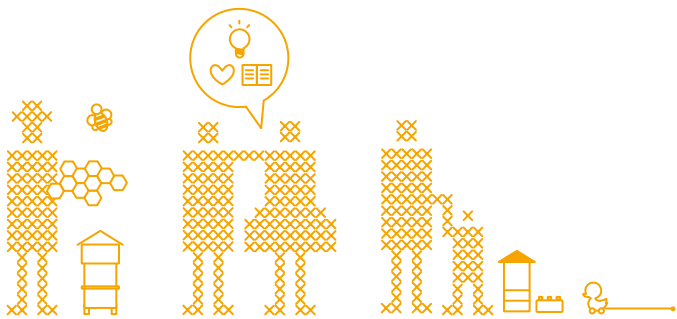
4. 한국사회적기업진흥원 소개

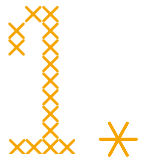
한국사회적기업진흥원 소개	168
한국사회적기업진흥원 사업안내	170

새로운 세상을 만드는
평범한 사람들의
특별한 이야기



소셜벤처 경험대회의 소개





× 소셜벤처란?

창의적이고 도전적인 벤처 정신으로 사회문제의 솔루션을 제공하는 혁신적인 기업 모델

일반 벤처(Venture)	소셜 벤처(Social Venture)
개인 또는 소수의 기업가가 기술 혁신 아이디어를 사업화하기 위해 설립한 신생기업	개인 또는 소수의 기업가가 사회문제를 해결 할 혁신적인 아이디어를 사업화하기 위해 설립한 신생기업
높은 위험 부담을 감수하지만 성공할 경우 높은 기대 이익 예상	높은 위험 부담을 감수하지만 성공할 경우 높은 사회적 가치 와 기대 이익 예상
모험적 사업에 도전하는 왕성한 기업가 정신을 가진 기업가에 의해 주도	사회적 목적을 지속 가능하게 할 모범적 사업에 도전 하는 창의적 기업가 정신을 가진 기업가에 의해 주도
전통적 기업의 대안 모델 (지식 정보화 시대에 적합한 네트워크형 기업으로서, 수평적 관계를 중시, 투자 중심의 자금조달, 투명경영의 특성 보유)	전통적 사회복지 와 대안기업의 새로운 경영 모델로서의 소셜벤처 (벤처기업의 운영 원리와 취약계층과 사회문제에 대한 이해 를 바탕으로 하는 미래 기업)

외국의 소셜벤처는?

도전을 두려워하지 않는 벤처 정신에 사회문제의 솔루션을 담은 '소셜벤처'. 우리나라보다 그 역사가 깊고 분야 역시 다양한 외국의 소셜벤처로는 진료, 수술방식의 대량화 및 표준화로 비용을 최소화하는 아라빈드 안과 병원, 한 켤레의 신발을 구매하면 다른 한 켤레를 개발도상국의 아이에게 기부하는 탐스 슈즈, 할리우드 여배우로 알려진 제시카 알바가 설립한 무독성 유아용품을 판매하는 어니스트 컴퍼니 등이 있다.

소셜벤처란 기술, 경영 혁신 등 모험적인 방법으로 기업을 경영하여 사회적 가치를 추구하는 기업 모델로서, 기존 벤처 기업의 도전적인 기업 형태에 사회적 가치를 추구하는 기업 형태를 결합한 조직이다. 일반기업이 해결하지 못하는 세분된 사회문제를 혁신을 통해 해결하고자 하는 도전적 기업으로서 정부 주도하에 육성 및 지원되어 사회적경제, 사회적기업 생태계의 한 영역으로 자리 잡았다.

사회적기업과 목적 및 운영원리는 유사하지만, 정부 인증을 받아야 하는 사회적기업과 달리 소셜벤처는 인증제도에 의한 설립 기준에 구애받지 않으며 다양한 방식과 형태를 통해 더욱 창의적이고 도전적으로 사업을 운영할 수 있다. 정부와 민간은 예비 사회적기업가 발굴 지원 및 각종 경연대회 개최를 통해 소셜벤처 창업을 장려하고 있으며 특별히 청년층의 창업과 일반 벤처 퇴직자의 소셜벤처 전환이 돋보인다.

×× 소셜벤처 경연대회 개요

1. 주최/주관

고용노동부, 한국사회적기업진흥원

2. 사업목적

- 1) 사회적기업에 대한 이해와 관심 증진을 통한 인식 확산 및 대국민 차원의 공감대 형성
- 2) 소셜벤처 아이디어 발굴 및 사업화 지원을 통한 혁신적인 사회적기업 모델 확산

3. 참가자격

소셜벤처에 대한 아이디어와 사업화 계획이 있거나 평소 사회적기업에 관심이 많은 개인 또는 단체

4. 대회 연혁

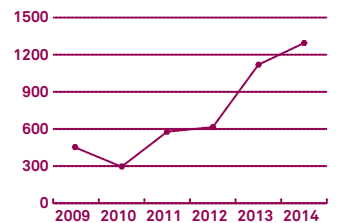
2009년부터 2014년까지 총 6회 열린 소셜벤처 경연대회는 국내 최대 규모의 창업 경진대회로 매년 참가자 수가 증가하는 추이를 보이며 현재까지 총 4,349팀의 참가를 이끌어 냈다. 연도 및 권역별 참가자 수는 아래와 같다.

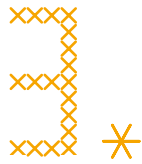
구분	2009	2010	2011	2012	2013	2014
서울·강원 권역	156	79	178	183	430	574
경기·인천 권역	110	56	142	127	279	206
대전·충청 권역	50	37	58	62	120	147
광주·전라·제주 권역	2	36	83	86	100	81
대구·경북 권역	49	41	61	90	93	114
부산·울산·경남 권역	60	46	56	67	97	172
합계	448	295	578	615	1,119	1,294
총합계	4,349					

소셜벤처 경연대회의 주춧돌

소셜벤처 경연대회는 2009년부터 벌써 6회째 진행되어온 국내 최대 규모의 사회적기업 아이디어 경진대회다. 2014년 대회는 특별히 KOICA 한국국제협력단, SK 행복나눔재단, 우리은행, 딜로이트 안진회계법인의 후원을 받았다.

연도별 참가자 수





역대 소셜벤처 경연대회 (2009~2013)

2009

제1회 대회였던 2009년 소셜벤처 경연대회는 처음 시행되었음에도 불구하고 우수한 소셜벤처 팀이 대거 참석하였다. 창업 부문과 아이디어 부문으로 나뉜 2009년 소셜벤처 경연대회의 참가팀은 총 448개로 부문별로 7팀의 수상 팀이 나왔다. 창업부문 대상 수상자인 '공부의 신'은 수상 이후 각종 강연 및 교양 프로에 출연하여 소셜벤처에 대한 대중들의 이해도를 높였다.

공부의 신

교육봉사 동아리에서 시작한 공부의 신은 학생들에게 교육 멘토링을 제공하는 소셜벤처이다. 대학생 멘토와 중고생 멘티를 이어주는 공신의 회원 수는 약 30만 명으로 멘토의 수만 해도 천 명이 넘는다. 강성태 대표가 대학생 시절 형편이 어려운 학생을 대상으로 진행한 멘토링에서 시작한 공부의 신의 원래 뜻은 '공부를 신나게'로 공신을 통해 청소년들의 자신의 꿈을 이룰 수 있길 바라고 있다.



1. 창업 부문(7팀)

시상	팀명	사업내용
대상	공부의 신	공교육에서 소외되는 저소득층 학생에게 온라인 및 오프라인 멘토링 제공
최우수상	오르그닷	봉제노동자의 디자인 파워를 활용, 청년디자이너 실업 해소
최우수상	Touch4Good	폐 현수막 등을 재활용한 패션잡화 제작·판매 후 환경 개선을 위해 수익 환원
우수상	에코팜므	이주여성들의 치유, 자립을 위해 문화색을 살린 수공예품을 제작·판매
우수상	Good Start	정신질환을 가진 아동을 대상으로 개별화된 상담, 교육서비스 등 제공
우수상	(주)착한여행	현지의 경제·문화·환경을 존중하며 체험해 보는 친환경 대안여행 창조
우수상	도시로컬푸드	음식물 쓰레기를 퇴비화시켜 친환경 채소를 재배할 수 있는 선순환 도시로컬푸드 시스템 구축



2. 아이디어 부문(7팀)

시상	팀명	사업내용
대상	한울	기부투자자들의 기부금 및 포인트를 예비사회적기업에 연결·지원하는 사회적 증권거래소
최우수상	반디플러스	교육 혜택이 낮은 저소득층 초등학생을 위한 대학생 봉사자들의 영어연극 교육
최우수상	Happy新思	기부자편기를 통한 기부금으로 취약계층에 일자리 제공
우수상	Tra_Inn	장애인에게 여행프로그램을 제공하여 관광 및 체험활동 제공
우수상	MOSAIC	한국의 독특한 자연문화가 남아 있는 농촌 지역 농가를 리뉴얼하여 다양한 인종이 모이는 게스트하우스로 활용
우수상	유앤아이	고비용·저효율의 결혼문화에서 소외되는 저소득층을 대상으로 하는 결혼식 기획
우수상	네트웍스	전남의 관광자원을 상품화하여 지역사회 발전에 기여

2010

청년 창업 부문, 일반 창업 부문, 아이디어 부문으로 나뉜 2010년 소셜벤처 경연 대회에는 295개 팀이 참여하여 전체 참가팀 중 20팀이 수상의 기쁨을 맛보았다. 청년창업 부문 대상을 받은 '딜라이트'는 소셜벤처 경연대회를 계기로 사업을 확장한 결과 동북아시아 최초로 B corporation 인증을 획득하였으며 이를 통해 세계 시장에서도 통하는 우수한 소셜벤처로서의 가능성을 인정받았다.

딜라이트

경제적 어려움으로 인해 난청 문제를 해결할 수 없는 사람들을 위한 사회공헌 활동을 펼치는 딜라이트는 정부에서 기초생활보장 수급자 청각 장애인에게 지급하는 보장구보조금과 같은 금액에 저가형 보청기를 제공한다. 그뿐만 아니라 전국 동일 가격, 동일 서비스를 추구하며 보상판매, 무상 AS 등의 서비스를 지원하고 다양한 소리나눔 활동으로 난청 예방에 앞장서고 있다.

1. 청년 창업 부문(10팀)

시상	팀명	사업내용
대상	딜라이트	온라인 기반의 유통망 간소화와 부가기능 제거를 통해 저렴한 보청기 보급
최우수상	시지온	LIVE RE 개발, 보급
최우수상	헤드플로	청각 장애인을 위한 교육프로그램 개발, 보급
우수상	공감만세	친환경 공정여행 기획
우수상	소셜라이츠	재소자,유기권,사회구성원모두가공존하기위한프로그램기획
우수상	이로운넷&포옹	사회적기업-지역 소기업을 지원하며 사회적 생산자 확대
장려상	담쟁이	기념, 축하와 함께 전달할 수 있는 저비용 고 감동 선물 기획
장려상	우리마을	GEP 녹화매트 개발, 판매
장려상	한마루	경력단절여성들에게 전문적인 창업교육기회 제공
장려상	Jump Students	방과 후 교육 및 건강관리 프로그램 기획



2. 일반 창업 부문(5팀)

시상	팀명	사업내용
대상	커즈스퀘어	위치기반 간접기부 애플리케이션 제공
최우수상	투표함닷컴	투표참여를 목표로 하는 다양한 캠페인 진행
우수상	유스바람개비	청소년 전용 창의 카페와 탈학교 청소년 대안 학습공간 마련
장려상	분도 축복을 전하는 사람들	'주유소'를 지역복지 공간으로 제공
장려상	품앗이살화환	쌀 화환을 아이টে으로 사회적 가치 창출

3. 아이디어 부문(5팀)

시상	팀명	사업내용
대상	리틀빅맘스	10대 미혼모가 참여하는 시간·월급제 보육 서비스 기획
최우수상	태화강	환경친화적 공공 자전거 사업
우수상	임파서블에듀	보이지 않는 세계를 언어와 예술로 묘사하는 새로운 교육방법 제시
장려상	조선영	국내외 여성 배낭여행객을 위한 숙박서비스, 관광서비스 제공
장려상	PI	병원 안 학교 개설

1. 일반 아이디어 부문 (25팀)

시상	팀명	사업내용
대상	설리반의 목소리	오디오북과 시각장애인 맞춤형 애플리케이션 개발
최우수상	아올러	'사람도서관'을 통해 고통받는 이들에게 삶의 동기 부여
최우수상	탈환1기	유통기한이 임박한 식품의 효과적인 소비 촉진
우수상	포베어	절약한 에너지에 따라 환경보존에 기부할 수 있는 앱제작
우수상	모려	조기비가루와 아교를 배합하여 제조한 친환경 도자기인형 판매
우수상	뉴폼	버려진 가구를 재활용할 수 있는 가구 사업
우수상	인천 인터랙트	비주류 체육인의 재사회화 및 저소득층 스포츠 기회제공을 통한 사회적 환원 증진
우수상	1016	학생들이 직접 만드는 신문 제작
장려상	사이	버려지는 자투리 원단을 활용한 업사이클링 상품 개발
장려상	마이크마이어스	취약계층을 보호하고, 사회적 법률 서비스 비용 인하
장려상	착한엄마들	SNS 기반의 착한 기업을 위한 마케팅 추진
장려상	the way	이동보육시설 퇴소자에게 교육 및 일자리 제공
장려상	두엄법칙	분뇨찌꺼기의 퇴비화, 농산물의 지역 소비화
장려상	플로잉	보유물건들을 필요한 사람에게 보내주는 모델
장려상	Dream art	소셜커머스로 공연예술단체의 수익을 보장하고 소비자관계망 구축
입선	iMeme	앱을 통해 사회서비스 정보를 찾는 시스템 향후 신청/결제 시스템 추진
입선	ALGORIDEA	다양한 교육 콘텐츠와 화상 과외를 오픈마켓 형식으로 제공하여 차별받지 않는 교육환경 조성
입선	꿈틀(강화꿈작목반)	대학생들에게 꿈을 향해 접근할 기회 제공
입선	레인보우	폐품을 안정적으로 적재하고 운반하는 제품 개발
입선	에이컴퍼니	전단의 양을 줄여 환경 친화적 컨설팅 서비스 제공
입선	samplehouse	패션산업 Manager 양성, 취약계층 일자리 창출
입선	오병이어	지역 소매업자들이 경쟁력을 키울 수 있는 모델
입선	HOPE	암 환자와 가족에게 종합적인 지원서비스를 병원내 HOPE 센터를 통하여 제공하는 사업모델
입선	희망 MSO	저소득층에게 제공할 수 있는 치과 진료 서비스 모델 제시
입선	우주결혼	우리가 주인이 되는 결혼을 지향하는 대안적인 결혼문화 제시

설리반의 목소리

설리반의 목소리는 스마트폰을 이용해 시각장애인을 위한 오디오북을 제작하고 이를 보급하여 시각장애인의 정보 격차로 발생하는 사회적 격차 문제를 해결하는 회사이다. 설리반의 목소리 오디오북 소프트웨어는 오디오북 제작 시스템을 넘어 유통 및 제작 과정에서 생겨나는 저작권 관리기능까지 담당하며, 대만, 태국 등 아시아 개발도상국까지 사업을 확장하고자 한다.



2011

2011년 열린 제3회 소셜벤처 경연대회는 일반아이디어 부문과 청소년아이디어 부문으로 나뉘어 578개 팀의 참여를 이끌어 냈다. 전체 참가팀 중 43개 팀이 입상 하였으며, 사회적기업가 발굴을 위한 정부의 지원이 다각화됨에 따라 사회적기업가 육성사업이 함께 연계하여 진행되었다. 그 결과 일반 아이디어 부문 대상을 차지한 '설리반의 목소리'를 비롯한 8개 팀이 사회적기업가 육성사업에 참여하여 아이디어에서만 그치는 것이 아닌 수상아이템의 현실적 사업화를 도모하였다.

2011년 소셜벤처 전국대회



2. 청소년 아이디어 부문 (18팀)

시상	팀명	사업내용
대상	Blank For Two	디자인을 통해 사회적 문제에 대한 대중의 인식 변화 추구
최우수상	다울누리	결혼 이주여성과 함께하는 외국어 전화 회화 사업
최우수상	(주)수선해	중고 문제집이나 참고서 등을 학교 내에서 저렴하게 사고 팔
우수상	CK	청소년들이 타인과의 협력을 통해 성장할 수 있는 기반 설립
우수상	씨밀레	지역 어르신을 통한 아침밥 배달 서비스
우수상	마이무	할머니들의 음식과 레시피를 개발하여 도시의 식당에 판매
우수상	신짜오 동남아	베트남 전통 샌드위치 다문화가정 여성들이 만들어 판매
우수상	Exciting	사회적 약자들을 위한 다양한 스마트폰 애플리케이션 개발
장려상	시나브로	티셔츠 제작을 통한 미혼모 아기용품 지원
장려상	Glue	국내 거주 외국인에게 도움을 줄 수 있는 잡지 발간
장려상	참비	사용 후 버려지는 폐 현수막으로 우산 제작
장려상	한콘디자인	중소기업 및 비영리단체 기업BI, CI 제작
장려상	I'M	교육낙후지역 학생을 위한 학생들의 자발적 교육강좌
장려상	화담	카페활동을 통한 미혼모 취업알선 및 사회적응 프로그램 운영
장려상	Hi SE	고등학생 주도의 저소득층 자녀학습지원 사업
장려상	김민기	장애인을 위한 발명을 상품화, 지식재산권 창출, 사업화
장려상	환생	재활용품을 활용하여 에코 파우치 등을 제작 및 교육, 판매
장려상	세르파	시각장애인을 위한 원격 길 안내 서비스

2012

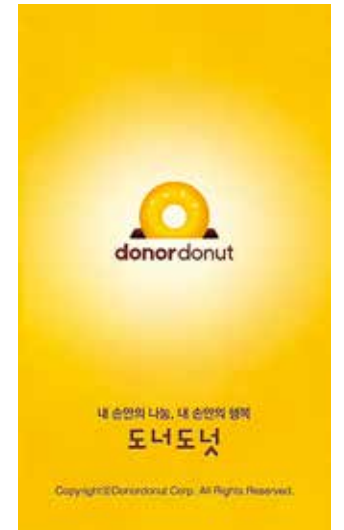
615팀이 참여한 제4회 2012 소셜벤처 경연대회는 일반 아이디어, 청소년 아이디어 부문으로 나누어 진행되었다. 수상팀은 일반 아이디어 부문 18팀, 청소년 아이디어 부문 12팀 총 30팀으로 일반 아이디어 부문 대상은 도너도넛이, 청소년 부문 대상은 MCBC가 차지하였다. 특별히 MCBC는 소셜벤처 경연대회를 계기로 본격적인 사업을 추진하여 소셜벤처에 대한 청소년들의 높은 의지와 가능성을 확인시켜 주었다.

1. 일반 아이디어 부문 (18팀)

시상	팀명	사업내용
대상	도너도넛	스마트폰을 이용한 쉽고 재미있는 소셜 기부 플랫폼
최우수상	꿈꾸는 학교	청소년이 영화제작을 통해 스스로 소통하는 법을 깨달음
최우수상	Heron edu	새 시대의 패러다임에 맞는 어린이 꿈 교육 플랫폼
우수상	모모파트너즈	송진코딩 기술로 전통 한지와 커피 찌꺼기를 결합한 제품
우수상	스페이스와칭	나의 작은 습관 변화로 타인을 돕는 실천의 달인 플랫폼
우수상	다행	작은 출판사와 한국 콘텐츠 산업 세우기
우수상	Seed the world	포장 상자를 노트로 재조립하여 필요한 아이들에게 선물
우수상	ICU	청각 장애인을 위한 자막 제공 플랫폼
장려상	포르투	기부, 홍보, 판매가 투명하게 이루어지는 플랫폼
장려상	르네상스 문화 교류단	유럽과 미술작품 교류를 통하여 미대생들에게 기회 제공
장려상	지역문화 살리기 운동본부	지역의 전래 이야기를 자료화하여 지역 어린이 교육
장려상	모두의 구두방	구두 수선공들의 재능나눔을 통해 신속한 서비스 제공
장려상	SANARAE	자원봉사 보조기기의 제작 및 유통
장려상	Make your body	운동 소외계층을 위한 운동공간과 프로그램 제공
장려상	잡담	비어 있는 도시공간을 먹거리와 교육의 장소로 되살리기
장려상	Genie's table	유기농 공급, 텃밭 교육 등으로 먹거리 양극화 해소
장려상	Raywash	오픈소스 태양광 세탁기로 지역사회 발전
장려상	두영주	이혼여성에게는 일자리, 백모 고객에게는 염색서비스 제공

도너도넛

기부를 뜻하는 donor와 간식 donut의 합성어인 도너도넛은 각자의 이야기가 담긴 물품을 기부하거나 다른 사람이 기부한 물품을 저렴하게 구매할 수 있는 애플리케이션이다. 판매금은 기부한 주체가 지정한 단체로 자동 후원되며 물건을 구매하며 주고받은 메시지로 사람들과 소통하는 것은 물론 사회 구성원의 다양한 모습도 만날 수 있다.



MCBC

수지절단 사고에 대비하여 응급 키트를 만드는 MCBC는 2012년 대회 이후 Finger 119라는 팀으로 새롭게 거듭났다. 청소년의 아이디어가 실제 사업으로 이어진 예로 Finger 119는 3기 사회적기업가 육성사업 우수팀으로 선정되는 등 안정적으로 사업을 추진해 나가고 있다.

2. 청소년 아이디어 부문 (12팀)

시상	팀명	사업내용
대상	MCBC	절단사고 시 신속, 정확하게 대응하기 위한 응급 키트 제작
최우수상	SSEDA	청소년의 재능기부로 만들어진 저렴한 문제집 제작
최우수상	Edufactory 한뫼	친환경 침구류 제작과 우리말 교육을 결합
우수상	DirectDialect	외국인을 위한 방언사전 및 앱 제작
우수상	꺼지지 않는 연탄	휴대폰 정액 요금제의 남은 요금을 기부하는 앱
우수상	온새미로	커피 찌꺼기로 피부부터 환경, 생명까지 살리기
우수상	BOGO	티셔츠 구매 시 다른 하나는 제3세계에 기부
장려상	Paper Girls	버려지는 교과서를 종이 화분으로 재탄생
장려상	담넘어	다양한 문화 프로그램과 휴식처, 품의 발견을 제공
장려상	WE	교육적 요소와 재미 요소를 포함하는 신개념 체험시설
장려상	ESC	에너지를 절약하기 위한 제품개발 및 솔루션
장려상	Teen's League	사회적협동조합 팀즈



2013

2012년 소셜벤처 경연대회의 만족도 조사와 전문가 간담회 의견을 반영한 제5회 2013 소셜벤처 경연대회는 창업 부문과 글로벌 부문이 신설되어 청소년 아이디어 부문, 일반 아이디어 부문, 창업 부문, 글로벌 부문 등 총 4개 부문으로 진행되었다. 대회에 앞서 청년층을 비롯한 대중이 쉽고 자연스럽게 소셜벤처에 대한 관심을 가질 수 있도록 전국 주요 거점 지역에서 5회에 걸친 강연과 토크 콘서트를 진행한 결과 역대 최고 수준인 총 1,119팀의 참가를 이끌어 냈다. 더욱 치열해진 2013 소셜벤처 경연대회의 수상팀은 각 부문별 10팀씩 총 40팀으로 비크, 최게바라 기획사, 바이람, 커피팩토리가 각각 청소년 아이디어, 일반 아이디어, 글로벌, 창업 부문 대상을 차지하였다.

1. 청소년 아이디어 부문 (10팀)

시상	팀명	사업내용
대상	비크	버려지는 폐가구로 스피커 제조하여 문화 소외계층에게 오디오시스템을 지원
최우수상	효자효녀	주부 전용의 쉽고 편한 아르바이트 사이트를 통해 중년 여성의 사회참여 기회 확대
최우수상	소원(Social Wants)	노인들이 이야기를 바탕으로 스토리텔링북 제작 및 공급
우수상	올해피코리아	버려지는 이면지를 모아 포스트잇을 만들고 이를 통한 장애인 고용창출
우수상	같이쓰자 품!	여행의 공유경제 실현이 가능한 청소년 대안공간 카페
우수상	Be yourself	학생들이 직접 만드는 입학사정관제 비교과 인터넷 강의 사이트
장려상	두마리 토끼	토론 문화 확산을 통해 교육격차와 소통 부재 문제 해결
장려상	WINs	자동차에 사용하는 오일 클리너 디바이스를 고철과 여과지로 분리하여 환경오염 예방
장려상	우물 밖 청개구리	학교 밖 청소년들이 직접 음식을 판매한 수익을 공동 목적을 위한 배움에 재투자
장려상	또 하나의 가족	중소기업 및 소상공인의 상권 형성과 활성화를 위한 포인트 적립 시스템

비크

비크는 버려지는 폐가구로 스피커를 제조하여 문화 소외계층에게 오디오 시스템을 지원하는 팀이다. 오랜 시간 건조된 목재일수록 좋은 울림통이 되기 때문에 원목 폐가구의 효율적인 업사이클링을 유도할 수 있다. 또한, 지역사회에 버려진 폐가구를 통해 얻은 이익을 지역사회 소외계층에게 돌려주어 선순환적 이익을 창출하고자 한다.

최계바라 기획사

합리적인 비용으로 개성 있는 소규모 결혼식을 이끌어가는 최계바라 기획사는 결혼 예식에 필요한 촬영 및 케이터링 부분을 사회적 기업에 위탁하여 사회적기업에게는 새로운 매출을 제공하고 전국의 유휴 공간을 발굴하여 웨딩장소로 활용하고자 한다. 이를 통해 참되고 매력적인 새로운 결혼식 문화를 이끌어가는 것이 목표이다.



2. 일반 아이디어 부문(10팀)

시상	팀명	사업내용
대상	최계바라 기획사	합리적인 비용으로 개성 있게 연출하는 소규모 결혼식
최우수상	행복배달	사회적 약자계층을 고용하여 무인 택배사서함 구성
최우수상	예술생성소 플	예술을 통한 낙후 주거지역 어린이 놀이환경 개선 프로젝트
우수상	P&S	위치기반 앱을 통해 현지민이 지역의 가치 있는 공간을 발굴 및 소개하여 지역경제 활성화
우수상	소통	수화를 이미지화한 이모티콘 제작 및 배포
우수상	꿈박스	꿈에 무지한 청소년과 꿈을 기부하고자 하는 어른을 이 어주는 폐쇄형 SNS 공간
장려상	있다	한국의 이주민들이 직접 자신의 고향을 소개할 수 있는 공정여행 기획 프로그램
장려상	우리	도시농업을 활용한 푸드뱅크 형태로 사회 선순환 구조 구성
장려상	해피스토리	24시간 개방형 실버 어린이집을 통한 일자리 창출 및 맞벌이 부부 고충 해결
장려상	S.E.R.A	영세 예술가에게 페컨테이너를 활용하여 창작 및 전시공간 제공



3. 글로벌 부문(10팀)

시상	팀명	사업내용
대상	바이맘	기능성 실내 보온 막을 설치하여 추위에 노출된 취약계층에게 편의 제공
최우수상	W	태양광 램프 지원사업을 통한 보급과 저개발국가 학교로의 기부시스템을 결합한 교육용 태양광 램프 키트 보급
최우수상	모퉁이 화원	동남아 현지 식물(시트로넬라)을 활용한 모기 기피제 생산 기술보급
우수상	Aloha	다문화 가정의 엄마와 자녀를 위한 독서보조 기기 보급
우수상	Finger 119	손가락 절단 전용 응급 키트 개발, 제조, 판매
우수상	꼬마라꼬마레이	EQ 방문교사를 양성하여 일자리 문제 해결 및 캄보디아 아동의 교육 기회 확대
장려상	TELLA	스마트폰 채팅 앱을 통한 영어 라이팅 첨삭 서비스 제공
장려상	황혼의 길손	IT기반 노인 동영상 평생학습을 노인 전용 수익 모델 제시
장려상	Giving Habit	'미리내 운동'을 통해 누구나 나눔을 실천할 수 있는 기반 조성
장려상	셋째 돼지	네팔, 몽골의 버려진 폐지와 밀가루 풀(회반죽) 등을 이용한 종이 벽돌 생산

바이맘

겨울철 에너지 빈곤가구에 기능성 실내 보온 막을 설치해주는 바이맘은 엄마의 마음으로 취약계층을 돌본다. 생산과정에서 취약계층을 참여시켜 안정적인 일자리를 제공하는 것은 물론 실내 기능성 보온막을 통해 지구 온난화의 주범인 이산화탄소 배출을 억제하고 취약계층 가구의 에너지 고정비용을 낮춘다.



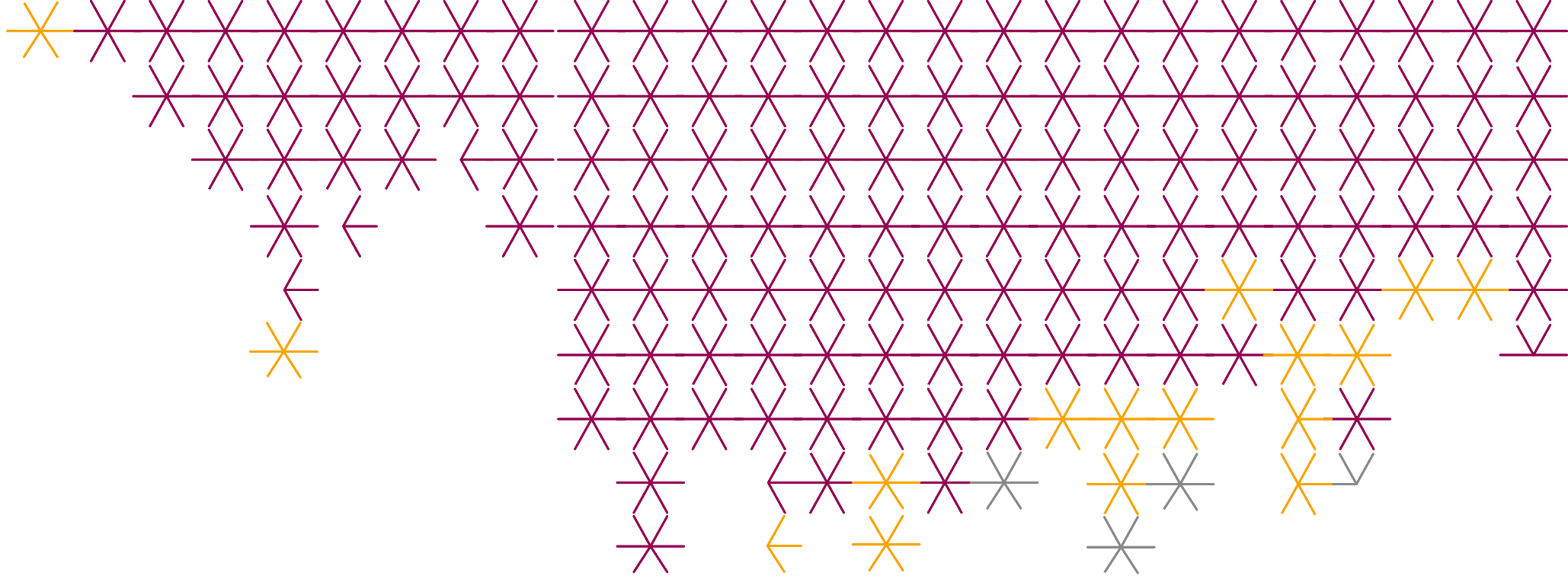
4. 창업부문(10팀)

시상	팀명	사업내용
대상	커피팩토리	쓰레기로 버려지는 커피 찌꺼기를 회수하여 발열성이 높은 커피 탄으로 가공한 후, 인체에 무해한 연료로 공급
최우수상	이랑	교육기회 취약아동의 발달부터 성인이 된 후 독립까지 지원해 줄 수 있는 공간 만들기
최우수상	같이 연구점	고유식물의 이야기, 만남, 키움을 지원하는 한국고유식물연구소 설립
우수상	리얼씨리얼	건강한 먹거리의 중요성을 알리고 국내 빈곤 아동의 결식문제의 사회적 환기에 집중
우수상	Giftrii	나, 지구, 이웃을 위한 특별한 선물, Giftrii 면 생리대
우수상	어반비즈서울	환경을 생각하는 꿀벌 도시를 만들기 위한 도시 양봉프로젝트
장려상	Project Y&K	점자 스마트폰과, 화상상담서비스, T-컨시어지 서비스를 제공을 통한 시각장애인의 삶의 질 개선
장려상	팀플	대학생들과 기업 및 사회의 다양한 프로젝트를 연결하는 프로젝트 크라우드소싱 플랫폼
장려상	맘이랜서	워킹 맘과 구직 맘이 서로 돕는 오픈마켓형 능력거래 플랫폼
장려상	스마일샘	학교폭력예방교육을 통한 안전한 학교환경 조성

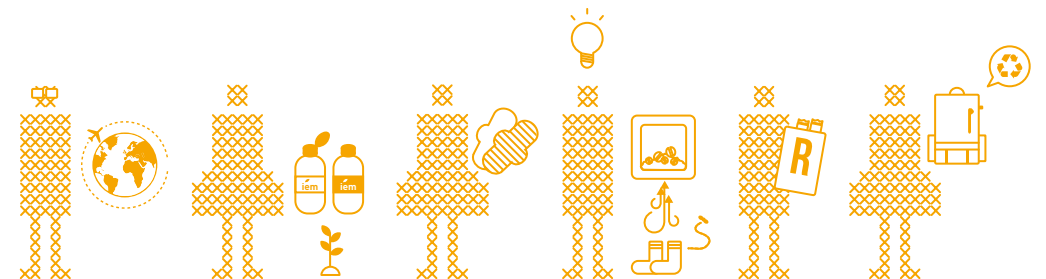
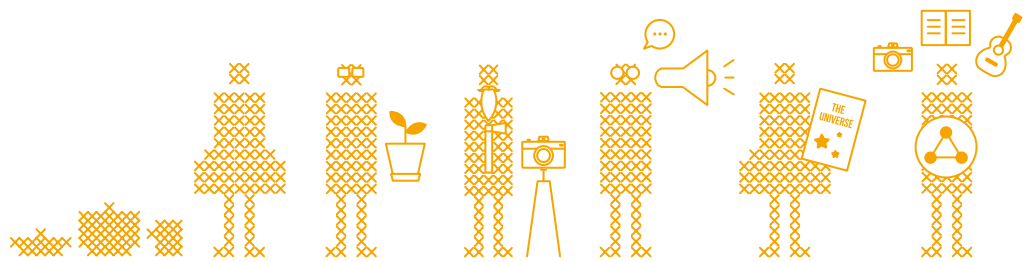
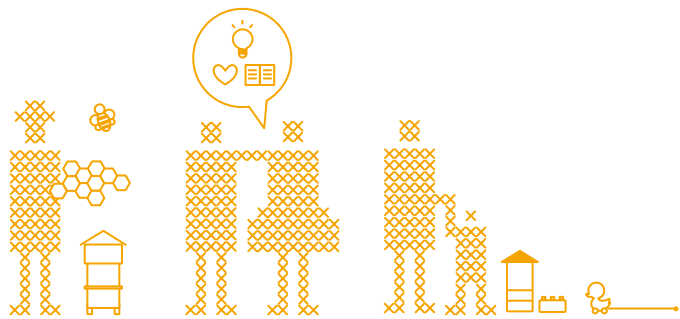
커피팩토리

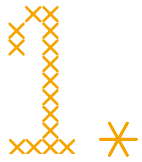
커피팩토리는 탄소 성분이 많은 커피 찌꺼기를 회수하여 이를 발열성이 높은 커피탄으로 가공한 후 인체에 무해한 연료로 공급하는 회사이다. 환경을 보호하는 것은 커피 찌꺼기의 배출 및 처리비용을 절감할 수 있으며 커피 찌꺼기의 공급 과정에서 저소득층 어르신을 고용하여 이들에게 안정적인 일자리를 제공하고자 한다.





2014 소셜벤처 경연대회





2014 소셜벤처 경연대회

2014년 소셜벤처 경연대회



1. 모집부분

구분	청소년 아이디어	일반 아이디어	창업	글로벌-성장
대상	소셜벤처 아이디어를 가지고 있는 17~19세 청소년	소셜벤처 아이디어를 가지고 있는 자	소셜벤처아이디어를 가지고 있고 사회적 기업 창업의지가 있는 자	글로벌 진출 등 시장 확장 및 발전 가능성을 가지고 있는 소셜벤처사업(계획)을 가지고 있는 자
비고	<ul style="list-style-type: none"> 중학생의 경우, 고등학교 1인을 반드시 팀원으로 포함 지도교사 1인과 참가팀 구성 권장 	기 사업화된 아이디어 제외	기 창업자 제외	<ul style="list-style-type: none"> 미창업자 참여 가능 기 창업자의 경우, 창업 3년 이내

2. 포상 및 특징

- 1) 예선 심사 통과자 : 아이디어 구체화 및 사업화를 위한 기본멘토링 제공
- 2) 권역 대회 통과자 : 아이디어 구체화 및 사업화를 위한 심화멘토링 제공
창업부문에 한하여 향후 사회적기업가 육성사업 예비사전선발권 부여
- 3) 전국대회 입상자

구분	청소년 아이디어	일반 아이디어	창업	글로벌-성장
대상 (1팀)	장관상 및 상금 300만원 (지도교사의 소속 학교에 장학금 100만원)	장관상 및 상금 1,000만원	장관상 및 상금 2,000만원	장관상 및 상금 1,000만원
최우수상 (2팀)	장관상 및 상금 각 150만원	장관상 및 상금 각 500만원	장관상 및 상금 각 1000만원	장관상 및 상금 각 500만원
우수상 (3팀)	진흥원장상 및 상금 각 100만원	진흥원장상 및 상금 각 300만원	진흥원장상 및 상금 각 500만원	진흥원장상 및 상금 각 300만원
장려상 (6팀)	진흥원장상 및 상금 각 50만원	진흥원장상 및 상금 각 100만원	진흥원장상 및 상금 각 200만원	진흥원장상 및 상금 각 100만원

3. 심사방법 및 심사 기준

1) 심사방법

- 1) 예선심사: 서면심사(권역대회 진출자 선정)
- 2) 권역대회: 대면심사(전국대회 진출자 및 차년도 사회적기업가 육성사업 예비사전선발자 선정)
- 3) 전국대회: 최종 제안서 제출 후 종합심사(최종 입상팀 선정)
- 4) 창업부문 사전선발 확정 심사: 최종 제안서 제출 후 서면심사(차년도 사회적기업가 육성사업 사전선발 최종 확정)

2) 심사기준

- 1) 청소년 아이디어 부문: 소셜벤처로서의 자질(20점), 추진역량(30점), 참신성(30점), 기대효과(20점)
- 2) 일반 아이디어 부문: 소셜벤처로서의 자질(20점), 실현가능성(30점), 참신성(30점), 기대효과(20점)
- 3) 창업 아이디어 부문: 소셜벤처로서의 자질(20점), 실현가능성(30점), 참신성(30점), 기대효과(20점)
- 4) 글로벌-성장 아이디어 부문: 소셜벤처로서의 자질(30점), 실현가능성(30점), 참신성(20점), 기대효과(20점)

4. 대회 진행방식 및 추진 일정

2014. 5. 29 - 8. 4 1) 참가자 접수 전국 6개 지역 소셜벤처 캠퍼스 투어 및 설명회 개최	2014. 8월 중 2) 예선심사 서면심사 실시	2014. 8 - 9월 3) 기본 멘토링 진행 아이디어 구체화 및 사업화를 위한 기본 교육
2014. 9 - 11월 5) 심화멘토링, 멘토링 캠프 진행 아이디어 구체화 및 사업화를 위한 1:1 대면 멘토링 및 1박2일 캠프	2014. 9월 중 4) 권역대회 개최 4개 권역별 대면심사 실시, 창업부문의 경우 차년도 사회적기업가 육성사업 예비사전선발 심사병행	

2014 소셜벤처경연대회 참가자 접수

최초 5월 29일부터 7월 23일까지로 예정되어 있던 2014 소셜벤처 경연대회의 모집은 대회의 뜨거운 열기를 반영하여 열흘가량 늘어나 8월 4일 마무리 되었다. 그 결과 역대 소셜벤처 경연대회 중 가장 많은 수인 1,294팀의 참가를 이끌어 냈으며 이들은 어느 때보다도 뜨거운 경쟁을 펼쳤다.

2014. 11. 3 6) 전국대회 개최 전국대회 진출자 대상 종합심사 및 시상	2014. 11 - 12월 7) 대회평가 및 사업연계지원 성과보고서 발간 및 네트워크 행사 개최, 자원연계 등 사후관리 지원
---	--

소셜벤처 캠퍼스 투어

본격적인 대회 시기에 앞서 2014년 6월 5일부터 7월 7일까지 여섯 차례에 걸쳐 서울, 경기, 대전, 전주, 대구, 부산 등지에서 청년들과 14명의 소셜벤처 대표들이 만나는 자리가 마련되었다. 삶의 방향을 찾지 못하고 방황하는 청년들에게 14명의 대표는 남들과는 조금과 다른 길을 택한 자신들의 이야기를 전해주며 그들의 도전을 이끌어 냈다.



1) 2014 소셜벤처 경연대회 참가자 모집 (2014.5.29-8.4)

2014년, 국내 최대 규모의 사회적기업 아이디어 경진 대회인 소셜벤처 경연대회의 6번째 막이 올랐다. 총상금 1억 5천만 원과 고용노동부장관상, 한국사회적기업진흥원장상, 후원기업 특별상을 비롯해 해외 소셜벤처 탐방권과 사회적기업가 육성사업 연계를 통한 사업화 지원까지. 어느해보다 다양한 특전이 마련된 제6회 2014년 소셜벤처 경연대회는 사회적기업가 토크 콘서트 형식으로 진행된 전국 소셜벤처 캠퍼스 투어로 본격적인 문을 열었다.



2) 예선심사 실시 (2014. 8월 중)

2014년 8월 4일로 2014 소셜벤처 경연대회의 참가 신청이 마감 되었다. 역대 최대 인원인 1,294팀이 참가한 2014 소셜벤처 경연대회는 소셜벤처 경연대회의 역사를 다시 한 번 새로 쓰는 동시에 본 대회에 대한 사회적인 관심이 얼마나 높은지 확인하는 시간이 되었다. 전체 참가 팀 1,294팀은 서울-강원 권, 경기-인천 권, 충청-전라-제주 권, 경상 권 이하 4개 권역으로 나눠져 통합심사를 진행하였으며 그 결과 청소년 65팀, 일반 81팀, 창업 183팀, 글로벌-성장 부문 72팀 이하 총 401팀이 예선심사를 통과하였다.

3) 기본 멘토링 진행 (2014. 8월-9월)

1) 권역별 통합 기본 멘토링

소셜 비즈니스 모델링, 사회적기업가 정신 함양, 입상팀 사례 등 2014 소셜



벤처 경연대회 참가자를 위한 다채로운 프로그램이 운영된 권역별 통합 기본 멘토링은 서울-강원 권역을 시작으로 충청-전라-제주, 경상권으로 이어져 참가자들의 성공적인 대회 준비를 도왔다.

2) 청소년 멘토링

나이는 어리지만 소셜벤처에 대한 열정은 그 누구 못지않은 청소년들을 위한 청소년 멘토링. 특별히 이번 청소년 멘토링 과정은 기존에 참가하지 못한 일부 인원을 위해 2회에 걸쳐 진행되어 청소년들의 실질적인 대회 준비를 도왔다.



4) 권역대회 개최(2014. 9월 중)

9월 16일 경상권 권역 대회를 시작으로 치열한 경쟁이 벌어진 권역 대회 현장. 긴장한 표정을 감출 수 없던 참가자들의 표정을 뒤로하고 이제 전국 대회로 가는 티켓을 거머쥔 팀은 총 82팀으로 그 중 청소년 부문이 20팀, 일반 부문 21팀, 창업 부문 20팀, 글로벌-성장부문이 21팀이었다.

일시	권역	장소
9월 16일	경상 권 권역 대회	경북대학교
9월 18일	경기-인천 권역 대회	제물포스마트타운
9월 23일	충청-전라-제주 권역 대회	광주 NGO 시민재단
9월 25일	서울-강원 권역 대회	D.CAMP



5) 심화멘토링, 멘토링캠프 진행 (2014. 9월-11월)

① 멘토링 캠프 1박 2일 (10/15-16)

10월 15일부터 16일까지 1박2일 동안 충주 컨벤션 리조트에서 펼쳐진 2014 소셜벤처 경연대회 멘토링 캠프. 전국 각지에서 열 일을 마다하고 모인 본선대회 진출자들은 수많은 이야기꽃을 피우며 자신들의 사업 아이템을 가다듬었다. 이후에도 10월의 마지막 토요일 전국대회 진출자들 대상으로 PT 자료 제작 및 스피칭 교육이 열려 이들의 전국대회 준비에 박차를 가했다.



② 심화 멘토링

전국대회 진출자를 대상으로 열린 심화 멘토링 과정에서는 각 팀의 아이디어 구체화 및 사고화 지원을 위한 전문가 대면 멘토링이 진행되었으며 PT 자료 제작 및 스피칭 교육을 통해 전국대회 마지막 준비에 박차를 가했다.

③ 청소년 멘토링 현장

10월 18일 2014 소셜벤처 경연대회를 준비하는 청소년들이 모였다. 놀러가고 싶은 마음도 잠시 접어두고 대회를 위해 다시 한 번 구슬땀을 흘린 아이들. 모든 청년들이 전국대회에서 원하는 결과를 얻기위해 열정적으로 멘토링에 임했다.



6) 전국대회 개최 (2014. 11.3)

2014년 11월 3일, 드디어 지난 5개월간 이어진 소셜벤처 경연대회의 피날레를 장식할 전국대회가 열렸다. 2014 소셜벤처 경연대회 전국대회는 COEX 오디토리움과 컨퍼런스룸에서 열려 높아진 소셜벤처 경연대회의 위상을 다시금 확인시켜 주었으며 사회적기업가 육성사업 페스티벌과 함께 이틀간 사회적경제 분야의 가장 큰 축제로 자리매김하였다. 지난 5월 참가자 모집을 시작으로 약 6개월간 진행된 소셜벤처 경연대회 전국대회에 진출한 팀은 총 82팀. 이들은 대회 당일 오전 청소년 아이디어, 일반 아이디어, 창업, 글로벌-성장 부문으로 나뉘어 각 발표 5분, 질의응답 7분의 시간을 통해 마지막 발표를 이어나갔다.



오후에는 고용노동부 이기권 장관과 함께하는 소셜벤처 토크 콘서트가 열렸다. 소셜벤처 경연대회를 준비하는 청년 및 다양한 계층이 모여 함께 소셜벤처의 미래에 대해 자유롭게 이야기하는 시간을 가졌다. 뿐만 아니라 사회적기업 창업팀 중 15개 상품 제조 창업팀이 함께하는 품평회 자리를 마련하여 역대 소셜벤처 수상자 및 기존 사회적기업들이 함께 모여 의견을 공유하는 동시에 판로 개척을 돕는 시간을 가졌다.



사회적기업 창업팀 품평회



이어진 대망의 2014 소셜벤처 경연대회 시상식에서 전국대회라는 최대 관문을 통과한 팀은 총 48팀으로 부문별로 대상 1팀, 최우수상 2팀, 우수상 3팀, 장려상 6팀, 각 12팀이 수상의 기쁨을 맛봤다. 이 외에도 SK 행복나눔재단 SK 혁신상, 우리은행 우리참희망상, 딜로이트 안진회계법인 As one상, KOICA 개발벤처상 등 후원기관 특별상 9점을 비롯해 해외 소셜벤처 및 국제개발협력 현장 기획조사권이 주어졌으며 총 상금은 1억 5천만 원이었다. 시상에는 지난 소셜벤처 경연대회 수상자이자 이제는 중견 사회적 기업가로서 안정적으로 사업을 이끌고 있는 공부의 신 강성태 대표와 시지온 김미균 대표, 바이맘 김민욱 대표 등이 함께하여 자리를 빛내주었으며 이들은 선배 사회적 기업가답게 상을 받지 못한 팀에게 전하는 격려의 말도 잊지 않았다. 특히 심사위원의 말에 상처받지 말고 이를 응원의 메시지로 생각하라며 참가 팀의 멋진 도전에 어울리는 성공이 앞날에 있길 바란다는 말을 더했다.



약, 1000대 1의 경쟁률을 뚫고 소셜벤처 경연대회에서 부문별 대상을 차지한 팀은 총 4팀이었다. 청소년 아이디어 부문에서는 마켓 인 스킨을 통해 교내 플라마켓 문화를 선도해 가는 양정 앙트십 해적단이 대상을 차지했으며 일반 아이디어 부문에서는 식당 자원봉사를 통해 기초생활수급자 대학생에게 식권을 지급하고 새로운 교내 봉사 문화를 만들어가는 십시일밥이 대상을 차지했다. 창업부문의 경우 전통휠체어의 장애물 극복능력을 높여주는 스마트 발판을 개발하는 ENABLE팀이 대상을 차지했으며 글로벌-성장 부문에서는 기능성 게임을 통해 학교 폭력 등을 예방하는 비전웍스가 대상을 받았다.



1) 2014 소셜벤처 경연대회 수상팀

구분	청소년 아이디어	일반 아이디어	창업	글로벌-성장
대상	양정 앙트십 해적단	십시일밥	ENABLE	비전웍스
최우수상	PAClub	서인식	라운	NAMULEAF
최우수상	갑론을박	경기광주힐링 협동조합	Vet장이들	Simile
우수상	짜투리나무 그리고	학교안학교	경사	플레이플래닛
우수상	우아한바느질	한국 푸드트럭 협동조합	농사편드	실버스타
우수상	키위브러쉬	암을 이기는 사람들	M-nol(엠-놀)	협동조합 온리
장려상	세잎클로버	MINORTO WINNER	E.T.D	Project CSL
장려상	독도팩토리	솔깃	두리함께 투어헬프	노리컬
장려상	FSG	소셜통	지음	리나시타
장려상	수상한 경리팀	우리식구	EV Care	C3코리아
장려상	와랑	소울 플레이스	Sound Scaper	MORE THAN
장려상	With Weed	브레인	어린이글노래 놀이폴단지	로하

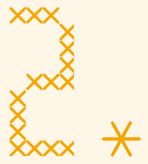
7) 대회 평가 및 사업 연계 지원 (2014.11월 ~)

대회가 끝나고 선후배 및 동료 소셜벤처 간에 소통을 주고받을 수 있는 다양한 행사가 마련되었다. 먼저 11월 14일 DDP에서는 전국대회 수상자 네트워크 행사가 열려 2014년 수상자를 중심으로 역대 수상자가 모여 각자의 사업을 소개하는 시간을 가졌다. 이후 12월에는 애프터파티를 열어 소셜벤처 경연대회에서 대상을 받은 6명의 대표를 초대하여 사람도서관 행사를 진행했다.

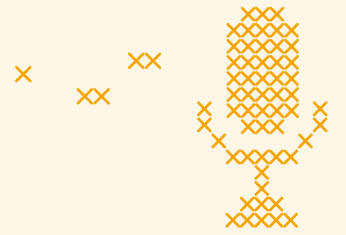


애프터파티 포스터





2014 수상팀 미니 인터뷰



청소년 아이디어 부문



대상
양정 앙트십 해적단 / 정윤지
'교내 플라마켓 활성화'

양정 앙트십 해적단을 소개해주세요.
양정 앙트십 해적단은 교내 플라마켓 문화를 선도해가는 팀입니다. 자신이 입었던 옷이나 물건 등을 사고팔면서 자원을 선순환하고 서로 소통하며 학생들 안에 경제적 관념을 잡아가도록 도와줍니다. 2014년 한 해 동안 총 3번의 플라마켓이 열렸으며, 참가비를 받아 판매자를 모집한 후 수익은 판매자가 가져가는 형식입니다.

팀 이름은 무슨 뜻인가요?
저희는 모두 양정 여자고등학교 학생들이네요, 학교에서 앙트십 수업을 들었던 학생들이 모여서 팀을 만들었습니다. 앙트십(entship)이 배(ship)를 연상시킨다고 지도 선생님께서 붙여주신 이름입니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
대상을 받으면서 학교에서 정식 동아리가 된 만큼, 앞으로 양정 앙트십 해적단이란 이름의 동아리를 운영하며 꾸준히 마켓 인 스쿨 플라마켓을 열어가 예정입니다.



최우수상
PAClub / 김지후
'소외 지역 교내방송 장비 지원 시스템 마련'

PA Club을 소개해주세요.
PA Club은 방송 장비가 열악한 소외지역 학교를 대상으로 교내 방송 장비 등을 지원해주는 팀입니다. 종소리나 교내 안내 방송, 듣기 평가 등 방송 장비는 학교생활에 꼭 필요한 시설이지만 많은 예산이 드는 관계로 제대로 관리되지 않는 경우가 많습니다. 그래서 PA Club은 컴퓨터를 이용해 저렴하게 이용할 수 있는 프로그램을 개발 및 보급 중입니다.

학생들이 직접 프로그램을 개발하는 데 문제는 없었나요?
PA Club이 방송부 학생들로 구성된 만큼 큰 어려움은 없습니다. 필요한 부분은 실제 기술자 분에게 도움을 받았습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
팀원들의 관심사가 서로 비슷한 만큼 재학 중은 물론 대학 진학 후에도 사업을 계속 해서 추진하고자 합니다.



최우수상
갭론을박 / 이환인
'채팅 애플리케이션을 통한 학교폭력예방'

갭론을박을 소개해주세요.
갭론을박은 학교폭력 예방 애플리케이션을 개발하는 팀입니다. 라온제나라는 랜덤 채팅과 라온하제라는 마니또 프로그램을 통해 가해자, 피해자, 방관자가 함께 소통할 수 있는 장을 열어줍니다.

처음에 어떻게 아이디어를 얻으셨나요?
학교폭력이 발생했을 때 대다수의 학생들이 방관자의 태도를 취하는 이유는 남의 일이라고 생각하거나 보복을 당하는 게 두려워서 라고 합니다. 갭론을박은 이를 극복하기 위해 익명성을 보장하면서 서로 친밀해지는 방법을 찾고자 라온제나라와 라온하제를 개발했습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
시험판을 통해 교내에서 두 학급을 기준으로 50명 정도에게 프로그램을 돌려본 결과 긍정적 반응이 대부분이었으며 앞으로 버그를 잡는 등 프로그램을 안정화해 나갈 예정입니다.



우수상
짜투리나무 그리고 / 홍석주
'자투리 나무를 활용한 소품 제작'

짜투리나무 그리고를 소개해주세요.
짜투리나무 그리고는 목공사나 인테리어 공사 시 남는 나무 자투리를 활용하여 업사이클링 소품을 만들어 판매하는 팀입니다. 이를 통해 나무와 자연환경을 보호하고 수익금은 교육 지원 사업에 보태고 있습니다.

자투리 나무는 어디서 구하나요?
저희의 사업을 알고 근처 목공소에서 남은 재료를 모아주시기도 하고 실제 공장장에서 주워오는 경우도 있습니다. 무료로 제공받기 때문에 재료비가 거의 들지 않는 편입니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
학생들이 직접 창업팀으로 활동하는 방안을 알아보고 있습니다. 이를 위한 장소와 공구 마련 등을 고민하고 있으며 현재 활동 중인 동구청소년자연수련관과 연계하여 사업을 확장하고자 합니다.



우수상
우아한 바느질 / 정하늘
'수세미 방식 제작을 통한 일자리 제공'

우아한 바느질을 소개해주세요.
우아한 바느질은 수세미로 욕창을 예방할 수 있는 방식을 만드는 팀입니다. 이 과정에서 노인이나 장애인이 참여할 수 있도록 하여 이들에게 일자리를 제공하고 수세미 방식을 판매하여 수익을 창출합니다.

방식 제작 과정은 어떻게 되나요?
먼저는 농가에서 수세미를 대량으로 구매합니다. 이를 통해 농가 소득 증대를 돕고 수세미 껍질을 벗겨서 말린 다음 건수세미를 이용해 방식을 제작합니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
현재는 교내에서만 판매 중인 수세미 판매 시장을 확대하여 요양원이나 병원에 홍보를 통해 납품할 예정입니다. 가격대는 순면은 15,000원, 일반 원단은 7,000원에서 10,000원 사이입니다.



우수상
키위브러쉬 / 이의석
'일상 속 사회문제 인식방안 마련'

키위브러쉬를 소개해주세요.
키위브러쉬는 사람들이 일상생활 속에서 사회적 문제를 인식할 수 있도록 도와주는 팀입니다. SNS를 통해 콘텐츠를 제공하거나 가방이나 머그컵 등의 상품에 사회적 문구나 사회적 문제를 담은 삽화를 그려 판매합니다. 이를 통해 사람들이 일상 속에서 사회적 문제에 대한 고민을 이어나갈 수 있도록 돕고자 합니다.

키위브러쉬 상품에 담긴 사회문제엔 어떤 것이 있나요?
키위새가 소방관의 장비를 물고 있는 그림을 머그컵 등에 그려 넣어 소방관의 국가직 전환 및 처우 개선에 대한 사람들의 관심을 이끌어 내고자 했습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
우선은 키위브러쉬 동아리를 유지하면서 사업을 추진하고 이후 다른 프로젝트도 진행할 예정입니다.

청소년 아이디어 부문



장려상
세인트클로버 / 이지예
‘핸드폰 테마 제작을 통해 교내 장학금 지급’

세인트클로버에 대해 소개해주세요.
세인트클로버는 교내 풍경을 소재로 핸드폰 테마를 제작하는 팀입니다. 다운로드 횟수에 따라 교내 장학금을 지급하고 있으며 메모지나 스티커 등의 팬시류를 제작하여 수익을 냅니다. 적은 금액이더라도 동료 학생들에게 저희 힘으로 도움을 주고 싶습니다.

세인트클로버의 뜻은 무엇인가요?
네잎클로버가 행운이라면 세인트클로버는 행복을 의미합니다. 저희는 적은 행운보다 많은 행복을 주는 팀이 되고 싶습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
세인트클로버는 작년에도 소셜벤처 경연대회에 출전했던 팀입니다. 당시에는 아쉽게도 수상하지 못했는데, 그 때의 경험을 발판 삼아 좀 더 꼼꼼하게 대회를 준비한 결과 이번엔 좋은 성적을 거둘 수 있었습니다. 앞으로도 교내 동아리 형태로 계속해서 사업을 운영할 예정입니다.



장려상
독도팩토리 / 여정민
‘독도의 원래 주인 강치 되살리기 운동’

독도팩토리를 소개해주세요.
독도팩토리는 원래 독도에 살던 강치라는 생물을 살리기 위한 여러 프로젝트를 운영 중입니다. 일본이 역사를 왜곡하는 모습을 보면서 우리 땅 독도를 지키기 위한 노력의 하나로 프로젝트를 시작했습니다. 일본인의 남획으로 인해 멸종된 강치를 보호하기 위하여 강치 캐릭터 상품을 제작하고 수익금을 강치를 복원하는 일에 사용하고 있습니다. 팔찌, 목걸이, 타투 스티커 제작 등 전문 디자이너를 통해 상품을 제작하고 있으며 이를 통해 독도와 강치에 대한 국민의 관심을 일으키고자 합니다.

팀원은 몇 명 인가요?
10명이 함께 했습니다. 그래서 KTX비 등 교통비가 많이 들어서 상금으로 이를 충당할 예정입니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
캐릭터 상품 판매 확대와 함께 교내 동아리 활동을 이어가고자 합니다.



장려상
FSG / 김제형
‘미혼모의 경제적 지원을 위한 친환경 기저귀 생산’

FSG를 소개해주세요?
FSG는 사회적약자층에 해당하는 미혼모를 위해 친환경 기저귀를 제작하는 팀입니다. 보통 화학섬유를 사용하는 일반 기저귀와 달리 FSG는 옥수수에서 추출한 섬유와 양배추 지시약을 이용해 아기 피부에 무해한 친환경 기저귀를 만드는 아이디어를 냈습니다.

FSG의 뜻은 무엇인가요?
FSG는 Friendly Social Generation의 약자로 사회적 문제 및 사회적기업에 친근하게 다가간다는 뜻을 담고 있습니다. 평소 사회적 문제에 관심이 많은 친구들이 모여 함께 팀을 구성했습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
서로 학교 학생들이 사회적 문제 해결을 위해 모인 팀이라 우선은 학업에 매진하고 성인이 된 후 사업을 추진해볼 계획입니다. 상금의 경우 기부를 통해 사회에 재환원할 예정입니다.



장려상
수상한 경리팀(루팡) / 최진이
‘지역 소상공인을 위한 청소년 컨설팅 및 마케팅 홍보’

수상한 경리팀을 소개해주세요.
수상한 경리팀은 소상공인을 대상으로 경리 업무를 보조하여 청소년 일자리를 마련하는 사업 아이디어로 시작한 팀입니다. 전문 세무사 사무실에 조언을 구한 결과 소상공인과 청소년이 도움을 주고받을 수 있는 시간대와 내용이 다르다는 것을 깨닫고 현재는 소상공인을 위해 컨설팅과 홍보 마케팅을 제공하는 사업을 준비 중입니다.

주로 어떤 업종을 대상으로 서비스를 제공하시나요?
청소년이 많이 이용하는 분식집이나 PC방 등을 청소년 관련 업종 소상공인을 대상으로 주 이용객인 청소년의 관점에서 컨설팅과 홍보 전략을 제시하고자 합니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
수상한경리팀은 앞으로 부족한 점을 보완해 루팡이라는 이름으로 활동할 계획입니다. 도둑이라는 선입견을 깬 착한 도둑 루팡처럼 청소년이라고 해서 이런 사업을 못하는 게 아니라 잘 보여주려고 합니다.



장려상
와랑 / 한새봄
‘청소년의 밤길 친구 그루킹’

와랑을 소개해주세요.
와랑은 청소년이 야간자율학습이나 학원이 끝나고 늦은 시간 밤길을 혼자 걸어 다녀 범죄의 표적이 되지 않도록 같이 걸어갈 사람을 모아주는 팀입니다. 위치기반 서비스를 통해 그루킹이란 이름의 애플리케이션을 개발하여 사는 지역과 귀가시간을 공유합니다. 그루킹은 여러명(group)이 함께 걷는다(walking)는 뜻으로 어른들에게 카풀이 있다면 청소년에게는 그루킹이 있습니다.

실제로 아이디어를 시험한 결과는 어땠나요?
기존에 개발된 SNS를 통해 반 친구들을 대상으로 시험해봤으며 그 결과 처음엔 어색했지만 혼자 오는 것보다 훨씬 든든하게 밤길을 걸을 수 있었다는 반응이 나왔습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
아직 학생이다 보니 애플리케이션을 실제로 개발하는 데는 어려움이 있을 것 같고 같은 아이디어로 추진할 수 있는 다른 사업을 구상 중입니다.



장려상
With Weed / 최인정
‘산약초를 매개로 시골과 도시를 연결짓는 카페’

with weed를 소개해주세요.
with weed는 산약초를 매개로 시골과 도시를 연결짓는 카페를 운영하는 사업입니다. 시골에서 어르신들이 재배한 산약초를 통해 효소를 만드는 체험 프로그램을 운영하고 산약초에 대한 지식이 있는 어르신들 카페에 고용할 예정입니다. 손님들 자기 몸에 적합한 산약초를 선택해서 효소를 담고 그 카페에 보관할 수 있습니다.

효소를 만드는 과정은 어떻게 되나요?
팀원 중 대안학교를 다니는 친구가 직접 만들어 본 결과, 과정에 따라 제작하고 자 연속성 시키면 되기 때문에 크게 어렵지 않습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
대회에 나간 아이템은 모의 경영까지 마친 상태로 우선은 동아리 형태를 유지하며 다양한 시도를 해볼 예정입니다. 전국 규모의 대회라는 점에서 소셜벤처 경연대회가 부담되기도 했으나 좋은 경험이 되었습니다. 이번 기회를 통해 사회적기업을 처음 접해봤는데 앞으로 진로 선택에 영향을 받을 것 같습니다.

일반 아이디어 부문

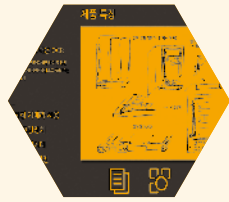


대상
밥시일밥 / 이호영 대표
 ‘기초생활수급 가구 대학생의 밥값 문제 해결’

밥시일밥을 소개해주세요.
 밥시일밥은 대학생이 공강 시간을 활용하여 식당에서 봉사활동을 하면 식권을 지급하는 시스템을 운영합니다. 해당 식권은 기초생활보장 수급자 대학생에게 전달되며 이를 통해 생활고에 치여 공부는 물론 기본적인 생활권을 보장받지 못하는 기초생활보장 수급자 대학생을 돕고 캠퍼스 내 새로운 봉사문화를 선도하고자 합니다.

대상을 받은 소감은 어떠신가요?
 처음엔 얼떨떨 했으나 큰 상을 받은 만큼 대회를 통해 얻은 공신력과 상금을 사회를 위한 힘으로 전환해야 한다는 강한 의무감과 기쁨이 공존합니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
 현재는 한양대 중심으로 운영되고 있는 밥시일밥을 순차적으로 확대해 나갈 계획입니다. 전문대를 포함한 전국의 300여개 대학에 밥시일밥 하나씩이 자리 잡는 게 목표로 이를 통해 연간 35억 원의 식권을 기초생활보장 수급자 대학생에게 전달하고자 합니다.



최우수상
넥스트 이노베이션 / 서인식
 ‘시각장애인용 휴대용 광학문자판독기’

넥스트 이노베이션을 소개해주세요.
 넥스트 이노베이션은 시각장애인의 독서를 도와주는 휴대용 도서문자 판독기를 제작하고 있습니다. 카메라로 도서나 문서를 촬영하여 그 안에 있는 문자를 판독하고 이를 시각장애인에게 소리로 들려주는 기계를 만드는 것입니다. 넥스트 이노베이션은 제가 경영하는 회사 이름으로 소셜벤처 경연대회는 개인 팀으로 출전하였습니다.

어떤 사회문제를 바탕으로 시작하셨나요?
 국내 시각장애인을 위한 일반 도서의 점자 도서나 음성도서 전환율이 0.1%에 불과합니다. 그 결과 시각장애인은 책을 읽고 싶어도 읽을 수 없으며 정보 격차가 발생했습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
 내년 시제품 개발과 함께 먼저 해외 전 사회에 나갈 예정입니다. 이를 바탕으로 2016년에는 국내 보급을 목표로 하고 있으며 생산된 제품을 먼저 맹인학교나 복지관에 기증하는 형태로 활용할 예정입니다.



최우수상
경기광주힐링협동조합 / 최윤행
 ‘휠체어 수리 등 장애인과 비장애인이 함께하는 협동조합’

경기광주힐링협동조합을 소개해주세요.
 경기광주힐링협동조합은 장애인과 비장애인이 함께하는 협동조합입니다. 휠체어 수리를 바탕으로 장애인 교육 및 장애인용 쇼핑물 운영 등 장애인을 위한 다양한 사업을 추진합니다.

어떤 사회문제를 바탕으로 시작하셨나요?
 보통 휠체어의 경우 대부분 판매업체나 제조업체 등에 수리를 문의하는 편이나 비용도 많이 들고 빠른 서비스를 받기 어렵습니다. 그래서 경기광주힐링협동조합은 전국 콜센터망을 구축하고 긴급상황에 대비해 최대한 빠른 수리 서비스를 제공하고자 합니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
 장애인 휠체어 수리 외에도 장애용품 판매나 쇼핑물 운영, 장애인에 대한 교육 강연 사업 등을 통한 여러 수익 사업을 계획하고 있습니다. 이를 통해 장애인의 재능을 두루두루 활용하고 지역 안에서 장애인이 많이 참여하는 공간을 만들어 가고자 합니다.



우수상
학교안학교 / 이태경
 ‘청소녀에게 성장 기회를 제공하는 학교 안 또 하나의 학교’

학교안 학교를 소개해주세요.
 학교안 학교는 학생들의 성장을 돕는 학교 안의 또 다른 학교입니다. 그 예로 창작 학교와 체인지 메이커 학교가 있으며 창작 학교의 경우 다큐멘터리 만들기, 나만의 책 만들기 등의 과목을 통해 학생들의 다양한 욕구를 충족시킵니다. 체인지 메이커 학교는 학교는 학생들이 자기 일과업을 찾아갈 수 있도록 성장시키는 학교로 학생들이 직접 결정하고 책임을 지는 기회를 제공합니다.

특별히 사업을 시작하신 계기가 있나요?
 제가 교사로 근무하는 만큼 ‘지식은 고정된 것이 아니고 가르치는 것도 지식의 전달이 아니며 학생들이 지식을 만들어 내고 취해야 한다’는 잘 메타 박사의 말을 바탕으로 학생들이 바르게 성장하려면 독립적으로 의사결정하고 세상에 나가서 배우고 행동할 수 있는 기회를 줘야 한다고 생각했습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
 현재 약 500회 정도 타학교 선생님을 대상으로 교사 연수를 진행하였으며 이를 바탕으로 2015년에는 더 많은 학교에서 학교안 학교 플랫폼을 운영하고자 합니다.



우수상
한국 푸드트릭 협동조합 / 배영기
 ‘케이터링 서비스를 통한 푸드트릭 사업자의 합법적 영업지원’

한국 푸드트릭 협동조합을 소개해주세요.
 한국 푸드트릭 협동조합은 불법으로 장사할 수밖에 없는 푸드트릭을 이용하여 케이터링 서비스를 제공하는 회사입니다. 젊은 사람을 타겟으로 실외 위주의 케이터링 서비스를 운영하여 가격 경쟁성을 확보하고 이를 통해 푸드트릭 사업자에게 안정적인 사업 수익을 제공하고자 합니다.

기존 푸드트릭 운영에는 어떤 문제점이 있었나요?
 그동안 불법으로 운영되었던 푸드트릭이 지난 2014년 3월 합법화 되었습니다. 하지만 개정된 법은 푸드트릭의 영업가능 구역을 제한하여 실제 영업은 불가능한 것이나 마찬가지인 상태로 위생관리 기준 같은 후속조치도 마련되지 않았습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
 2014년 안으로 협동조합을 설립하고 시설 위생관리업체 중 공신력 있는 곳을 찾아서 관리를 받은 후 깨끗한 푸드트릭을 소비자에게 연결하고자 합니다. 또 2015년 2월까지 온라인 플랫폼을 완성시켜 이후 오프라인과 온라인 마케팅을 통해 브랜드를 홍보할 예정입니다.



우수상
암을 이기는 사람들 / 김현우
 ‘암환자의 건강관리를 위한 온라인 플랫폼’

암을 이기는 사람들을 소개해주세요.
 암을 이기는 사람들은 온라인 플랫폼을 통해 암환자들에게 올바른 투병정보를 전해주는 회사입니다. 그 안에서 암 환자들끼리 커뮤니티를 만들어서 투병생활에 동기를 부여하며 암환자에게 필요한 식품이나 물건 판매를 중개합니다.

사업을 시작하신 계기는 어떻게 되나요?
 5년 정도 개인적으로 인도적 차원에서 자택을 이용해 대형병원 근처에서 요양시설을 운영하며 가까이서 암환자들을 만나며 사업을 구상했습니다. 암환자들이 올바른 정보를 얻고 서로 교류하는 시간을 통해 투병생활을 이겨 나가길 바랍니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
 사회적기업가 육성사업과 함께 본격적으로 온라인과 오프라인에서 암환자를 위한 요양 시설을 운영할 계획입니다.

일반 아이디어 부문



장려상
MINOR TO WINNER / 김하람
‘신진 작가를 위한 공사장 펜스 갤러리화’

MINOR TO WINNER를 소개해주세요.
MINOR TO WINNER는 현재 사회적이 업가 육성사업을 통해 팀 이름처럼 minor에 해당하는 사람에게 주목하여 이들을 winner로 만들기 위한 다양한 사업을 추진하고 있습니다. 이번 소셜벤처 경연대회에서는 신진 예술 작가를 minor로 보고 대형 공사장 펜스를 공공 디자인 주요 거점으로 새롭게 인식하여 이를 통해 그들의 작품을 전시하는 프로젝트를 구상했습니다. 이를 통해 신진 작가의 경제적 어려움을 해소하고 공공 디자인의 새로운 장을 열어가고자 합니다.

팀원은 몇 명인가요?
총 6명으로 각각 브랜드 개발과 관리 등을 담당하고 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
대형 펜스 갤러리의 경우 기업 CSR로 풀어야 하는 비즈니스 구조입니다. 이를 위해 기업과 영업하는 단계부터 시작하고자 합니다.



장려상
솔깃 / 신재윤
‘청소년이 지은 노랫말로 만든 솔깃한 이야기가 깃든 노래’

솔깃을 소개해주세요?
솔깃은 청소년의 사연을 바탕으로 음악 만드는 단체입니다. 현재 20명의 대학생이 5개 팀으로 나뉘어 지역아동센터 아이들과 함께 활동하고 있습니다.

창업과정은 어떻게 되나요?
작곡의 경우 전문 기술이나 지식이 필요하기 때문에 재능기부형태로 대학생이나 전문 뮤지션이 담당하고 청소년과는 작사나 멜로디 작업까지 함께합니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
솔깃의 앨범 수익으로 청소년들을 돕고 청소년들 안에 솔깃이 하나의 문화로 자리 잡으면 좋겠습니다. 장기적으로는 청소년과 대학생 두 활동 주체가 함께 성장해가며 음악 활동을 이어나가는 것을 목표로 하고 있습니다. 또 이번 상금을 통해 그동안 앨범 제작비가 많이 들어 마련하지 못했던 믹서 등의 음악장비를 구매하여 솔깃의 지속적 활동기반을 다지고자 합니다.



장려상
소셜통 / 주광진
‘사회를 이롭게 하는 정보 공유 플랫폼’

소셜통을 소개해주세요.
소셜통은 사회적경제와 관련하여 사회를 이롭게 하는 소식을 공유하는 정보소통 플랫폼입니다. 정보공유를 통한 사회문제 해결을 미션으로 삼고 있으며 대한민국을 넘어 세계적인 소식 통 및 사회혁신 아카데미를 구축하고자 합니다. 이를 바탕으로 구인·구직에 어려움을 겪는 사회적 경제 주체들의 어려움을 해소하는 서비스를 운영 중입니다.

대회에 출전한 아이디어는 무엇이었나요?
구인·구직에 어려움을 겪는 사회적 경제 주체들의 어려움을 해소하기 위해 다대다 버전의 소셜채용파티와 한 명의 구직자에 초점을 맞춘 소셜 잡매칭을 제안했습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
우선은 생존이고요. 대회 상금을 바탕으로 현재 운영 중인 배타 서비스를 확장해 시장성을 확보해나가는 등 서비스 개발에 박차를 가할 예정입니다. 사회를 이롭게 하는 소식을 필요한 사람에게 잘 전달하여 정보공유를 통해 사회문제를 해결하고 이로운 세상을 만들고 싶습니다.



장려상
우리식구 / 조현우
‘가족 간 소통문제를 해결하는 가족문화 개선 프로그램’

우리식구를 간단히 소개해주시겠어요?
우리식구는 가족 간의 원활한 소통을 도와주는 퍼실리테이팅 콘텐츠를 제공합니다. 식사하면서 게임 등을 통해 소통을 유도하는 ‘마음밥상 프로젝트’와 퍼실리테이터가 없어도 소통을 할 수 있도록 톨킷을 활용한 방법 두 가지를 운영 중입니다.

실제 사업은 어떤 모습으로 운영되나요?
사전 신청을 받은 가족을 대상으로 설문조사 등을 실시하여 가족 유형에 맞게 프로그램을 설계하고 일부 식당과 제휴를 맺어 식사를 하면서 마음밥상 프로젝트 게임을 이용할 수 있도록 도와줍니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
2014년 말까지 법인을 세우고 마음밥상 프로젝트를 진행할 수 있는 제휴 식당을 2015년 초 200개까지 늘릴 계획입니다. 이를 통해 500가족 이상이 우리식구를 통해 소통할 기회를 마련하고자 합니다.



장려상
소울 플레이스 / 한태규
‘뮤지션의 자립 및 카페 공간 등의 브랜드’

소울플레이스를 소개해주세요.
소울플레이스는 뮤지션의 자립을 위해 뮤지션이 소비자들과 가까이 만날 수 있는 공간이나 카페 등의 공간에서 열리는 공연을 기획하는 회사입니다. 카페 등과 제휴를 맺어 공연을 기획하고 애플리케이션을 통해 소비자에게 어떤 공연이 열리는지 전달하여 이들이 공연에 참여할 수 있도록 돕고자 합니다. 저는 브랜딩 컨설팅을 통해 공연이 열리는 카페에 브랜드를 만들어 주고 있으며 함께하는 팀원은 뮤지션으로 직접 공연을 진행합니다.

공연에 필요한 비용은 어느 정도인가요?
약 500만원으로 앞으로 최대한 공연을 많이 열어 고객층의 니즈를 파악하고 실제 사업 운영에 필요한 자금을 가능하여 이를 시스템화 할 예정입니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
사회적이업가 육성사업과 함께 본격적으로 사업을 시작하여 애플리케이션 개발에 들어가자 합니다. 현재는 흥대 인근의 레이블 중 함께 할 수 있는 곳을 찾아 이들을 인터뷰하고 포트폴리오화 시키는 작업을 진행 중입니다.



장려상
브레인 / 한유미
‘스토리 가구와 폐목재 큐브를 활용한 가구 제작’

브레인을 소개해주세요.
브레인은 사람들이 가지고 있는 자신만의 이야기나 역사나 문화 같은 스토리를 담은 가구를 제작하는 회사입니다. 그 예로 돌아가신 할머니와의 추억이 담긴 가마솥 식탁, 독도의 의미를 되새길 수 있는 독도 테이블 등이 있습니다. 개인이 이야기를 갖고 의뢰를 하면 그에 맞는 맞춤형 가구를 하고 이를 실제 제품으로 판매합니다.

상품 가격대는 어떻게 되나요?
고객의 스토리와 가구재질에 따라 몇 십만 원에서 몇 백만원까지 다양합니다. 독도 테이블은 46만 원, 가마솥 식탁은 200만 원입니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?
브레인은 단순한 가구 제작을 넘어 스토리 기획사가 되는 것이 최종 목표입니다. 사람들의 공감을 이끌어 내는 이야기를 상품 안에 담아 판매하고자 하며 이야기와 관련된 구직 사이트도 운영할 예정입니다.

창업 부문



대상
ENABLE / 강덕호

‘스마트 발판을 통한 전동 휠체어의 장애를 극복 지원’

ENABLE을 소개해주세요.

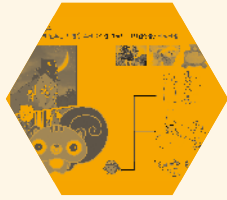
ENABLE은 현재 전동 휠체어형 스마트폰 충전기를 판매 중인 회사로 장애인 극복형 전동 휠체어를 위한 스마트 발판을 개발 중입니다. 이를 통해 기존의 전동 휠체어로 이용이 힘들었던 턱이나 간격을 통과할 수 있도록 돕고자 합니다. 전동휠체어 이용자의 80%가 기초생활보장 수급자라는 점을 고려하여 대여 식으로 발판을 제공하는 사업 모델을 구상 중입니다.

제품 생산은 어느 단계에 와 있나요?

현재 스마트 발판은 3차 시제품까지 나온 상태로 자체 원천기술 확보를 위해 생산공장과 협의를 통해 원천기술 개발을 진행하고 있습니다. 내년 혹은 내후년까지 완제품을 런칭하는 것이 목표입니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

앞으로 10년 안에 매출 1,000억 원을 달성하는 기업이 되어 이익을 더 많은 좋은 일에 투자하여 사회에 환원하고자 합니다. 국내에서는 무조건 1등, 해외에서도 전동 휠체어로는 최고의 회사가 되고 싶습니다.



최우수상
라온 / 최은영

‘멸종위기동물 캐릭터 및 재활용 소재를 활용한 애견 디자인 상품’

라온을 소개해주세요.

라온은 만화라는 문화콘텐츠를 중심으로 애견 디자인 상품을 판매하는 회사입니다. 디자인 상품은 페 현수막이나 폐가죽 등 버려지는 자재를 통하여 제작되며 이 과정에서 소외계층 어르신이나 장애우를 고용하여 함께 하고자 합니다. 또 멸종위기종을 소재로 만화를 제작하여 환경과 애견문화가 함께 발전할 수 있도록 캠페인 등의 활동을 함께 진행할 예정입니다.

실제 판매된 상품에 대한 반응은 어땠나요?

유통업자는 물론 소비자들 모두 디자인과 제품이 지닌 의미적인 측면에서 상당히 만족하였습니다. 폐현수막이나 폐가죽을 사용했다는 사실에 대해서도 큰 거부감이 없었으며 오히려 가격대를 낮출 수 있기 때문에 더 좋아하는 경우도 있었습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

라온은 단순히 물건을 제조하는 회사가 아니라 이야기를 판매하는 회사가 되고 싶습니다. 라온 상품을 구매하는 사람들이 환경 보호에 동참하여 함께 움직이는 문화 운동을 만들어가고자 합니다.



최우수상
Vet장이들 / 김은정

‘유기견 보호 및 인도 조치 애플리케이션 개발’

Vet 장이들을 소개해주세요.

수의사와 수의학생으로 이뤄진 Vet 장이들은 유기견 문제를 해결하기 위한 앱을 개발하는 팀입니다. 실제로 길에서 유기견을 만나는 경우는 많으나 어떻게 신고해야 하는지 아는 사람은 거의 없다는 점에 착안하여 앱 서비스를 통해 사진을 찍어 업로드하면 바로 가까운 보호소로 연결해주어 유기견을 포획할 수 있도록 돕습니다. 신고자는 이후 유기견이 어디로 갔고 어떻게 관리되는지 모니터링 할 수 있으며 보호소에서 노인 관리사분들이 유기견 양육과 보육을 담당합니다.

팀원은 몇 명인가요?

총 9명으로 창업동아리로 시작했습니다. 앞으로 유한회사나 협동조합 형태로 앱 개발과 함께 본격적으로 사업을 추진할 예정입니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

현재 기본적인 서비스가 가능한 앱은 완성 단계로 점차 앱을 발전시켜나갈 예정입니다. Vet 장이들 구성원이 수의사와 수의생인만큼 앱을 통해 반려동물을 키우는 데 필요한 전문 지식을 전달하고자 합니다.



우수상
경사 / 김기영

‘경로당과 노인 인력을 활용한 돌봄 서비스’

경사를 소개해주세요.

경사는 경로당 유휴공간을 활용하여 틈새 시간대에 돌봄 서비스를 제공하는 팀입니다. 전문 보육교사와 함께 어르신들을 보조 인력으로 활용합니다.

기존 보육 및 경로 서비스의 어떤 점을 활용하셨나요?

법적으로 아동 보육시간은 12시간이지만 대부분의 기관은 5시에 문을 닫는 경우가 많습니다. 그래서 6시에 퇴근하시는 어머니들의 경우 아이 시간을 위해 따로 아이 돌보미를 고용하는 등의 번거로움을 겪습니다. 또 경로당 역시 3시면 문을 닫고 어르신들은 일자리 사업을 통해 폐지 줍기 등을 하시고 합니다. 경사는 이 둘을 적극적으로 매칭하여 서로에게 도움이 되는 서비스를 제공하고 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

경로당을 거점으로 어르신과 아이들이 하나의 마을 안에서 모두 안전할 수 있는 공동체 돌봄을 제공하고 있습니다. 앞으로 사회적기업가 육성사업에 참여하여 이를 본격적으로 사업화 해 나갈 생각입니다.



우수상
농사펀드 / 김승연

농사펀딩을 통한 농부와의 동행

농사펀드를 소개해주세요.

농사 펀드는 크라우드 펀딩 방식을 통해 농부가 빚을 지지 않고 영농자금을 마련할 수 있도록 도와주는 회사입니다. 실제 펀드처럼 농사가 잘되면 소비자가 이득을 더 볼 수 있고 잘 안 되더라도 손실을 농부 혼자 지는 것이 아닌 소비자가 1/n으로 나누는 것이 특징입니다. 특별히 소비자가 직접 농부를 만날 수 있도록 농부와의 식사라는 테마를 통해 한 달에 한 번 정도 직접 농부가 생산한 농산물을 통해 요리하고 음식을 나누며 교제하는 자리를 만들고자 합니다.

함께하는 농부는 어떻게 모집하나요?

한국농어촌사회연구소 같은 NGO나 중간 지원 조직, 쌈지농부 같은 곳에서 농부를 추천 받기도 하며 개인 농부도 함께 참여할 수 있는 사이트를 마련했습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

연말까지 총 8개의 농산품 품목을 사이트에 펀딩 형태로 공개할 예정입니다. 현재는 7개가 오픈된 상태로 품목은 된장, 딸기, 쌀, 매실 등입니다. 농부만 농사를 짓는 것이 아니라 소비자가 그들을 격려하고 응원하는 문화를 만들어 가고 싶습니다.



우수상
M-nol(엠-놀) / 조규희

‘청소년을 위한 복합 문화 놀이 공간’

M-nol을 소개해주세요.

M-nol은 청소년을 위한 복합 놀이 공간을 조성하는 회사입니다. 청소년들이 성인 위주로 설계된 PC방이나 노래방을 전전하지 않고 편의점에서 서서 음식을 먹는 대신 잠깐이라도 들러서 마음 편하게 쉬고 갈 수 있는 공간을 만들고자 합니다. 학생들이 쉽게 접근할 수 있도록 학교와 근처에 자리 잡고자 하며 그 안에 노래방 음악시설을 갖추고 식사를 할 수 있는 공간을 마련하고자 합니다.

M-nol의 뜻은 무엇인가요?

M-nol은 음악(Music) 놀(no)이터라는 뜻에서 출발한 이름으로 복합(Multi)이라는 뜻도 담고 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

투자자를 모집하여 직영점을 오픈한 후 이를 프랜차이즈 사업으로 확장할 계획입니다. 우선은 청주 지역에 10개 점을 목표로 전국적으로 확산하여 100개 점을 오픈하고자 합니다. 청주 지역 기관 및 청소년 단체와 논의 후 시장조사를 거쳐 6월 정도 첫 M-nol을 오픈할 예정입니다.

창업 부문



장려상

E.T.D/김호식

‘스마트폰 앱을 활용한 하이패스 단말기 등록’

E.T.D를 소개해주세요.

E.T.D는 스마트폰에서 하이패스 단말기 기능 사용이 바로 가능하도록 만드는 시스템입니다. 현재 유료 앱 개발 중이며 한국도로공사와 제휴를 맺어 사업을 진행할 계획입니다.

기존 하이패스 단말기 등록과정은 어떻게 되나요?

인터넷을 통해 본인 인증을 거쳐 하이패스 단말기를 등록한 후 은행에서 후불카드를 개설해야 하는 등 무척 복잡합니다. 반면에 E.T.D 앱을 활용하면 10분에서 15분 사이에서 바로 서비스를 이용할 수 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

2015년 6월 중 앱스토어에 E.T.D 앱을 출시할 예정입니다. 앱 예상 가격은 1,000 원으로 2015년 15억 매출 예상하고 있습니다. 한국도로공사를 이용하는 인원의 10%인 50만 명 정도가 E.T.D 서비스를 이용할 것으로 예상합니다. 글로벌 기업으로서 실리콘 벨리에 가서 펀딩을 받는 게 저희 목표입니다. 40억 정도 펀딩을 받아서 글로벌 기업으로 성장하고 싶습니다.



장려상

두리함께 투어헬프 / 김명한

‘민간이 주도하는 제주도 힐링 여행 프로그램’

두리함께 투어캠프를 소개해주세요.

두리함께 투어헬프는 관광 약자를 위한 민간 주도의 여행사입니다. 관이 주도하는 것이 아닌 민간이 주체가 되었다는 점이 두리함께 투어헬프의 특징이며 제주도에 장애인에 대한 힐링 여행 프로그램을 운영합니다.

구체적인 여행 프로그램은 어떻게 되나요?

시각장애인을 위한 보타 투어, 청각 장애인을 위한 듣다 투어, 휠체어 장애인을 위한 휠체어 여행, 장애인 보호자를 위한 치유여행 등 편견을 깨는 다양한 여행 프로그램이 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

내년 1월 창업과 함께 사회적기업가 육성 사업을 신청하여 본격적으로 사업을 펼쳐 나갈 계획입니다. 궁극적으로는 관광 수혜자로서 머물러 있던 장애인층을 하나의 소비자층으로 끌어올려 관광을 통한 가치를 실현하고 장애인 개별 관광을 활성화 하는 것이 목표입니다.



장려상

지움 / 유정진

‘미니 베를을 활용한 커뮤니티 형성과 정서 안정 교육’

지움을 소개해주세요.

지움은 미니 베를을 통해 정서 안정 교육을 하는 팀입니다. 미니 베를 키트를 통해 사람들의 정서적인 부분을 공유하고 이를 노인 치매 예방, 어린이 ADHD 치료나 우울증 예방에 활용하고자 합니다.

미니 베를을 통해서 어떤 제품을 만들 수 있나요?

베를을 통해 원단 자체를 짤 수 있는 만큼 원단이 필요한 모든 제품을 다 만들 수 있습니다. 간단하게는 파우치부터 가방까지 생산 가능성은 무궁무진합니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

지움은 IT 기기에 중독된 현대인들을 디톡스 하는 프로그램으로서 미니 베를을 통해 사람들이 일상에서 자기를 치유하는 방법을 모색하도록 돕고자 합니다. 전통문화로 치부되어 소외되었던 베를이 현대에 맞는 친숙한 제품으로 거듭날 수 있도록 현재 미니 베를 키트를 제작 중입니다. 시제품 제작까지 완료된 단계로 미니베를 상용화 단계를 앞두고 있습니다.



장려상

EV Care / 안미림

‘의료보험혜택에 부족함 없는 사회를 위하여’

EV care를 소개해주세요.

EV care는 누구나(EVery) 어떤 상황에도(EVen) 언제라도(EVer) 의료나 보험 혜택에서 부족함이 없는 사회를 만들고자 합니다. 기존의 복잡한 보험 청구 방식에서 벗어나 병원 내 설치된 EV Care 통합 단말기를 통해 간단히 One-stop으로 보험료를 청구할 수 있는 솔루션을 제공합니다. 민간보험금 청구 간편화를 시작으로, 의료와 보험서비스의 편리한 이용을 이어 주는 역할을 하고자 합니다.

기존 보험금 청구 서비스에는 어떤 문제가 있나요?

거쳐야 하는 단계와 기관이 많은 관계로 상당히 복잡합니다. 또 이 과정에서 실수나 누락이 있을 경우 첫 단계로 다시 돌아가야 하는 번거로움이 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

현재 비즈니스 협력, 소프트웨어 개발, 디자인 및 UX 등으로 나누어 사업을 진행하고 있습니다. 내년 3월 소프트웨어 개발이 완료되면, 한 달 간 시험설치 병원에서 베타 테스트를 거쳐, 5개 병원에 총 10대 단말을 설치하는 것이 1차 목표입니다. 이후, 우리나라 총 332개 3차 종합병원으로의 확장을 계획하고 있습니다.



장려상

Sound Scaper / 허지원

‘가상 정원 앱을 통한 도심 정원 확산 사업’

Sound Scaper를 소개해주세요.

Sound Scaper는 도심 속에 정원을 만드는 팀입니다. 자연의 소리를 듣는 소리정원 앱을 통해 먼저 사람들에게 자연의 소리를 활용한 정원문화의 가치를 이해시키고 가상정원을 가꾸며 정원요소를 체험하게 만든 후 최종적으로 도시에 정원을 만드는 사업을 추진합니다. 앱을 통해 정원문화를 이해하고 이를 즐기는 과정을 통해 도심 속에 진짜 정원을 만들어 갑니다.

팀 이름은 무슨 뜻인가요?

우리가 흔히 소리로 알고 있는 sound의 다른 뜻인 온전한, 건강한 이란 의미를 살려 자연의 소리를 듣고 정신 건강을 이롭게 한다는 뜻입니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

내년 2월 사회적기업가 육성사업에 참여할 예정입니다. 이를 통해 소셜벤처 경연대회에서 수상한 Sound Scaper의 아이디어를 바탕으로 본격적으로 사업을 추진하고자 합니다.



장려상

어린이글노래놀이꽃단지/이종일

‘어린이가 쓴 글에 노래라는 날개를 달다’

꽃단지를 소개해주세요.

꽃단지는 어린이들이 직접 자기의 말로 노래를 만들어서 부르도록 하는 프로그램입니다. 현재 ‘표현놀이센터’로 이름을 바꾸려고 계획 중입니다. 지금까지의 동요는 어른들이 만들어서 그 안에 아이들의 생활이 하나도 녹아있지 않았습니. 꽃단지는 아이들 자신이 노래의 주인공이 될 수 있도록 동요를 아이들에게 돌려주는 역할을 합니다.

사업은 어떻게 홍보하시나요?

최근에 제가 ‘우리아이 놀이대장 만들기’라는 책을 출간했습니다. 꽃단지 사업의 홍보물이 될 수 있는 만큼 책을 구매해 주위 사람들에게 나눠주려고 합니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

방송사 펀딩을 통해 폐지되었던 동요제를 부활시키고 협동조합 형태를 통해 전국 각 지역에 꽃단지의 시스템이 필요한 곳에 매뉴얼을 제공해주고자 합니다. 최근에는 대구 시민의료생협에서 운영하는 신경정신과와 함께 표현놀이센터를 운영하고 있는 데요, 이를 통해 꽃단지의 프로그램을 아이를 넘어 치매 어르신이나 발달장애아동에게도 제공하고자 합니다.

글로벌-성장 부문



대상
비전웍스 / 김이안
‘기능성 게임을 통한 사회문제 해결’

비전웍스를 소개해주세요?

비전웍스는 게임화라는 방법론으로 사회 문제를 해결하는 기업입니다. 게임화는 능동적으로 사회 문제를 인식하고 참여하도록 만드는 방법론으로 학교 폭력, 청소년 범죄, 공공 문제 등의 사회문제를 해결하기 위한 행동을 유도합니다. 기능성 게임 개발과 이를 통한 교육을 주 비즈니스로 삼고 있습니다.

시장에서 반응은 어떤가요?

현재 비전웍스의 콘텐츠는 이미 상용화된 상태로 영리 시장에서 경쟁 중입니다. 최근 근거리임상, 문화체육관광부 장관상 등 많은 상을 받으며 대외적으로 실력을 인정받고 있습니다. 신생 개발사임에도 불구하고 기존 업체와 비교했을 때 빠른 속도로 성장하고 있으며 앞으로도 충분한 가능성이 있다고 봅니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

사회문제를 해결하는 소셜 엔터테인먼트로서 5년 이내 아시아에서 가장 큰 사회적 제를 해결하는 개발사가 되고 싶습니다.



최우수상
NAMULEAF / 이인구
‘열대나뭇잎으로 만드는 일회용기’

NAMULEAF을 소개해주세요.

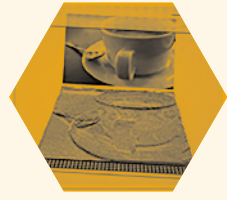
NAMULEAF(나뭇잎)은 캄보디아에서 버려지는 낙엽을 이용해 일회용기를 제작하는 회사입니다. 현재 국내에서 시제품 및 기계 등의 설비를 제작하고 있으며 이후 캄보디아에서 본격적으로 사업을 운영할 예정입니다.

기존 일회용기와 NAMULEAF 상품의 차이점은 무엇인가요?

일반 플라스틱 일회용기가 환경에 좋지 않은 것은 물론 종이 접시 역시 250개를 생산하기 위해 소나무 한 그루를 벌목해야 하는 문제점이 있습니다. 이 과정에서 각종 화학처리 과정을 거치기 때문에 이산화탄소가 많이 발생하며 환경에 여러 악영향을 미치게 됩니다. 반면에 열대나뭇잎으로 만드는 NAMULEAF의 친환경 일회용기는 꾸준히 생산할 경우 연간 14,400그루의 나무를 심는 효과를 볼 수 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

2015년 3분기까지 월 백만 개를 생산할 계획입니다. 예상 가격대는 개당 380원 정도로 조만간 기계 제작을 완료하고 캄보디아에서 사업을 운영하고자 합니다.



최우수상
Simile / 이동현
‘시각장애인용 태블릿 PC 개발’

Simile를 소개해주세요.

Simile는 시각장애인을 위한 핀 디스플레이를 개발하고 있습니다. 태블릿 PC나 스마트폰 화면에 점자 같은 핀이 올라오게 하여 시각장애인이 이를 통해 그림, 도형, 수식 같은 여러 정보를 읽어낼 수 있도록 만들었습니다.

Simile 뜻은 무엇인가요?

Simile(씨밀레)는 영원한 친구라는 뜻의 이탈리아어입니다. 시각 장애인을 도와주는 친구가 되겠다는 뜻을 내포하고 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

조만간 서울대 공원 식물원과 수원 KT&G 부지를 활용한 시각장애인과 일반인을 위한 체험 공간이 문을 엽니다. 현재는 Simile 제품은 시제품 제작까지 마무리된 단계로 하드웨어와 소프트웨어 제어 기술을 보완하여 내후년까지 제품개발을 완료할 예정입니다. 또 탄소 나노튜브라는 신소재를 활용한 Simile 제품이 사용되는 특허 기술을 국제 특허로 등록할 예정입니다.



우수상
플레이플래닛 / 서선미
‘여행자와 지역을 잇는 소셜트립 플랫폼’

플레이플래닛을 소개해주세요.

플레이플래닛은 여행자(people)와 지역(people)을 연결하고 서로가 서로의 이야기를 공유하는 소셜트립 플랫폼입니다. 국내에서 현지인이 개발한 여행상품을 선택할 수 있도록 도와주고 현지인 가이드와 여행자를 연결시켜 줍니다. 현지인은 직접 호스트가 되어 지역의 경험과 열정을 나눠주며 여행자는 현지인 친구와 함께 여행하며 살아있는 경험을 가질 수 있습니다.

플레이플래닛은 누구와 함께 하나요?

플레이플래닛은 약 100개 정도의 아시아 지역의 투어 가이드와 함께 하고 있습니다. 그 중 70%가 현지 사회적기업 소속 투어가이드이며 플레이플래닛에서 제공하는 서비스 전체 가이드 중 현지인 비율은 95%에 달합니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

최대한 데이터를 많이 모으는 데 집중하고 있습니다. 실질적으로 아시아 사회적기업의 경우 개인이 프리랜서로 활동해서 먹고 살아야 하는 경우가 많기 때문에 개별 호스트가 여행자를 보다 많이 만날 수 있는 마켓 채널이 되고 싶습니다.



우수상
실버스타 / 박진홍 대표
‘100% 재활용이 가능한 한지 물티슈’

실버스타를 소개해주세요.

실버스타는 한지 물티슈를 생산하는 회사입니다. 닳나무를 심는 과정부터 시작해서 한지 가공, 물티슈 생산에 이르기까지 1, 2, 3차 산업을 모두 아우르는 6차산업을 운영합니다.

한지 물티슈의 장점은 무엇인가요?

일반 물티슈는 부직포나 화학 섬유로 만들어지기 때문에 사용 후 버리면 썩지 않아 쓰레기 발생의 주범이 됩니다. 반면에 한지 물티슈는 천연 펄프로 만들어져서 사용 후 버리면 100% 재활용할 수 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

수출을 통해 한류와 전통문화 한지 등을 외국에 많이 알리고 싶습니다. 특히 어린 복지에 이익을 재투자하여 일자리를 창출하고자 합니다. 프리미엄 시장 공략을 목표로 3년 안에 매출 5억 달성을 목표로 삼았으나 생각보다 시장 진입이 쉽지 않아서 좀 더 세밀한 접근이 필요할 것 같습니다. 현재는 마케팅에 주력하고 있습니다.



우수상
협동조합 온리 / 김명진
‘종이정원 업사이클링 씨앗 수제카드 생산’

협동조합온리를 소개해주세요.

협동조합 온리는 전주의 옛말인 ‘온고을’의 되살림이란 뜻을 지닌 협동조합입니다. 지역을 되살리기 위해 지역폐자원을 창조적으로 재활용하는 업사이클링 제조업을 운영하고 있습니다. 첫 번째 품목으로는 파쇄종이를 지역 주민과 함께 전통 한지제작 방식으로 만드는 ‘종이정원-Upcycling씨앗수제카드’가 있습니다.

마케팅 전략은 어떻게 되나요?

최근 협동조합 온리는 전주 한옥마을로 실험 매장 겸 직영 매장을 확장 이전 하였습니다. 이곳에서 실험적 판매를 통해 소비자의 반응과 동향을 파악하여 이를 바 이럴 마케팅(viral marketing)으로 연결하고자 합니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

신생 제조 기업만큼 새로운 시설 구축과 매출확대를 가장 큰 목표로 삼고 있습니다. 중장기적으로는 ‘환경마크’와 나라장터 진입, 수출시장 개척 등이 목표이며 사회적기업 인증을 목표로 종이정원 모델을 전국적으로 확산하고자 합니다.

글로벌-성장 부문



장려상

Project CSL / 조은정

'캄보디아 여성의 자립을 위한 랜턴 보급'

Project CSL을 소개해주세요.

Project CSL은 전기가 공급되지 않은 캄보디아 일부 지역에 솔라 랜턴을 보급하는 사업을 운영합니다. 솔라 랜턴은 지역 주민의 자유로운 저녁 시간 활동을 돕는 동시에 충전하는 번거로움 없이 이용할 수 있어 비용을 절감할 수 있습니다. 최저가로 솔라 랜턴을 공급받아 캄보디아 여성에게 지급하고 있으며 마을 주민은 마이크로크레딧 형태로 상품을 구매할 수 있습니다. 솔라 랜턴을 관리하는 여성에게는 솔라 레이디 활동비를 지급하고 이들의 경제적 자립을 돕습니다.

특히 솔라랜턴 레이디가 솔라랜턴을 관리하는 이유가 있나요?

여성들은 모성애가 있는만큼 책임감이 강한 편입니다. 특별히 개발도상국에서 여성들이 경제적 자립을 이뤘을 경우 앞으로 가정과 자녀에게 미치는 영향력이 크다고 봤습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요? 지속해서 솔라랜턴을 보급하는 동시에 이를 캄보디아를 넘어 인근 다른 국가까지 확대하고 다른 NGO와의 연결망을 구축해 나갈 계획입니다.



장려상

노리컬 / 송화영

'어린이를 위한 전통문화 콘텐츠 융합 공연'

노리컬을 소개해주세요.

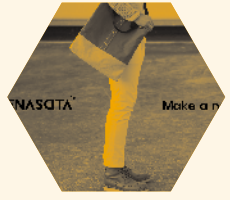
노리컬은 '놀이'와 '뮤지컬'의 합성어로 전통과 우리문화를 기반으로 유아 및 어린이를 대상으로 문화예술 교육 콘텐츠를 기획, 제작, 교육, 공연하는 기업입니다. 노리컬의 공연은 만 2세부터 관람이 가능한 흥미 있는 전래놀이 국악 뮤지컬로 유아들이 좋아하는 전래동화를 중심으로 소리량의 창작 국악 동요와 사라져 가는 전래 놀이, 골목 놀이가 한데 어우러진 전통콘텐츠 융합 공연입니다.

관객 반응은 어떤가요?

어린이 관객 함께 작품을 만들어갈 수 있다는 점에서 창의성과 사회성을 기를 수 있는 통합예술교육으로 부모님과 전문가로부터 높은 평가를 받고 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

예술 인재와 여성들이 행복할 수 있는 기업을 만들고 발전시키는 것이 목표입니다. 좀 더 즐겁게 많은 사람이 즐길 수 있는 콘텐츠를 만들어 우리나라를 대표할 수 있는 전통을 기반으로 하는 문화예술 교육 콘텐츠 기업으로 성장하고 싶습니다.



장려상

리나시타 / 배상윤

'현 의류를 활용한 재활용 가방 제작'

리나시타를 소개해주세요.

리나시타는 헌 옷이나 가치가 없어진 의류를 재활용하여 업사이클링을 통해 가방 등의 제품을 만드는 회사입니다. 패스트 패션으로 인해 급증한 의류 쓰레기를 재활용하는 방법을 모색하는 과정에서 사업을 시작하게 되었으며 봉제 능력은 있으나 영업 능력이 부족한 경제적 취약계층을 고용하여 그들과 함께하고 있습니다. 이들이 일감이 없어서 문을 닫지 않도록 적극적으로 노력 중입니다.

리나시타 이름의 뜻은 무엇인가요?

리나시타(RENASCITA)는 다시(RE)라는 뜻과 재생, 부활을 의미하는 고대 이탈리아어 Rinascita의 합성어로 쓸모 없어진 의류에 새로운 가치를 불어넣어 이들을 부활시킨다는 의미를 담고 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

사회적기업을 시작한 이상 매출을 높이고 향후 예비 사회적기업으로 지정받는 걸 목표로 삼고 있습니다. 우선 내년 매출은 2억 정도 예상하고 있으며 앞으로 취약계층 고용 수를 점점 늘려가고자 합니다. 또 다가오는 1월 말 현재 리나시타 홈페이지를 정비하여 새로 오픈할 예정입니다.



장려상

(주)C3코리아 / 진무두

'친환경 스팀 세차 사업을 통한 취약계층 일자리 제공'

C3코리아를 소개해주세요.

C3코리아는 친환경 스팀세차와 유리막 코팅 사업을 통해 취약계층을 위한 안정된 일터를 만드는 소셜 프랜차이즈입니다. 현재 강남구 개포동에서 실제 매장을 운영 중이며 쉼터 노숙인 중 재활 의지가 있는 사람을 선별하여 채용을 진행하고 있습니다.

C3코리아 이름의 뜻은 무엇인가요?

세차(cleaning), 코팅(coating), 실내 탈취와 선팅(care)에서 따온 이름입니다. 자동차 내·외장을 모두 관리하고 살핀다는 뜻을 담고 있습니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

현재 C3코리아에서 진행 중인 사업이 확립되면 사업장 하나에 6명의 취약계층을 고용할 수 있습니다. 이를 확장하여 더 많은 고용을 창출하고 협동조합이나 마을기업 등의 방식을 통해 사업의 안정성을 확보해 나갈 계획입니다.



장려상

MORE THAN / 최이현

'폐자동차 절대 폐기물을 통한 가방 및 액세서리 제작'

MORE THAN을 소개해주세요.

MORE THAN은 폐자동차에서 나오는 폐기물로 가방이나 액세서리를 만들어서 판매하는 회사입니다. 일반적으로 폐자동차는 고철류 80% 정도만 재활용 되고 폐브릭이나 가죽 등의 내장재는 대부분 매립쓰레기로 분류되어 버려집니다. 하지만 자동차 내장재는 추위와 더위, 습기 등을 모두 버릴 수 있는 버리기엔 아까운 상당한 고급 소재로 MORE THAN은 이를 활용합니다.

MORE THAN 상품에는 어떤 특징이 있나요?

MORE THAN은 에코백 등을 제작하는 것이 아닌 2,30만원 대의 고급 가죽 가방 등을 생산합니다. 상품의 질적인 측면에 있어서 시중 제품에 비해 충분히 경쟁력이 있다고 생각합니다.

향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

more than은 폐차장이 존재하는 모든 나라에 사업 아이템을 오픈 소스로 공유하고자 합니다. 특별히 개발도상국에서 새로운 일자리를 창출할 수 있길 기대하며 전체 시장을 500억 규모로 잡고 그중 1%를 목표로 삼았습니다.



장려상

로하 / 김경문

'디지털 추모공간 포털 사이트 구현'

로하를 소개해주세요.

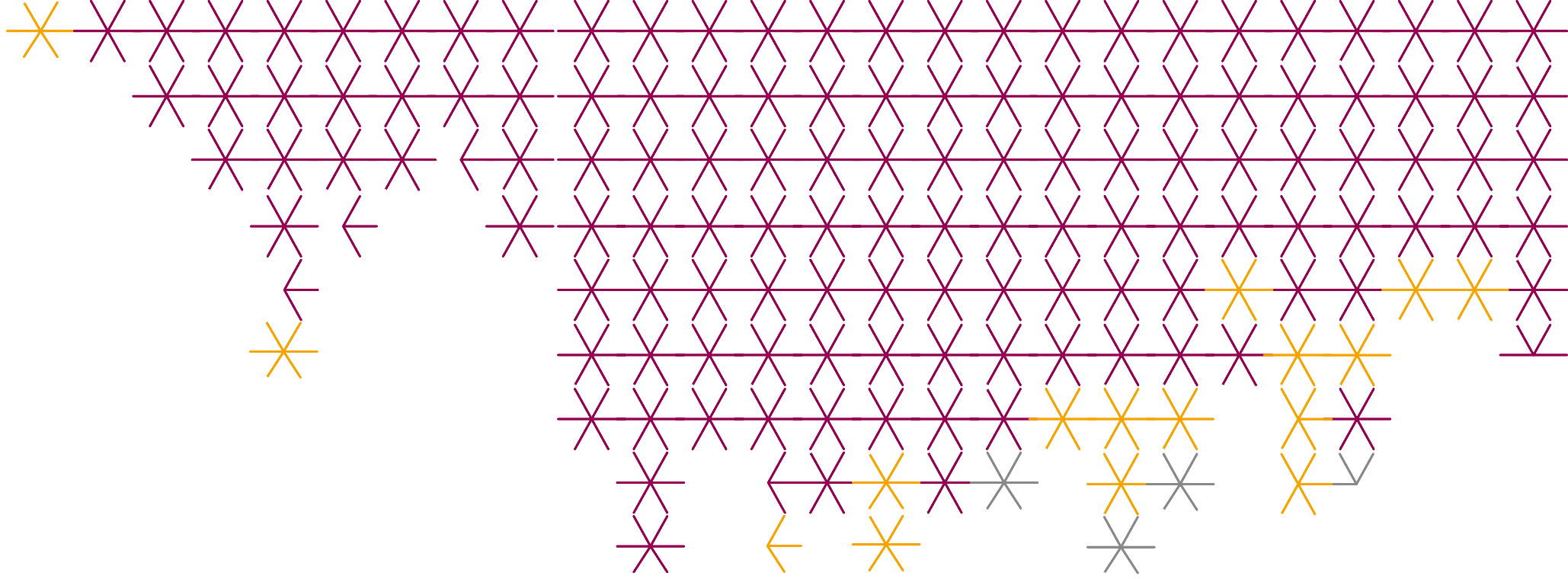
로하는 일종의 죽은 사람을 위한 페이스북입니다. 고인이 생전에 남긴 사진이나 메시지, 스토리 등을 영상이나 웹 사이트 형태로 제작하여 지인이나 가족 등에게 보내주는 서비스입니다. 일종의 자서전을 만드는 것으로 상조업체와 함께 움직이고 있습니다. 현재 이용자는 5,60대 남성분이 가장 많은 편으로 서비스 이용 가격대는 50만원 선입니다.

로하 이름의 뜻은 무엇인가요?

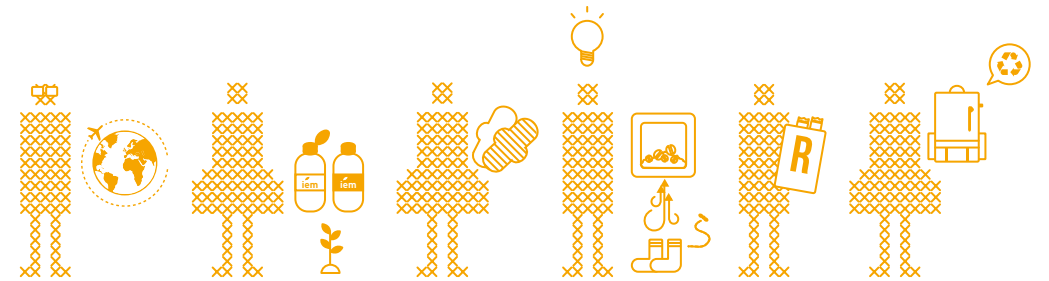
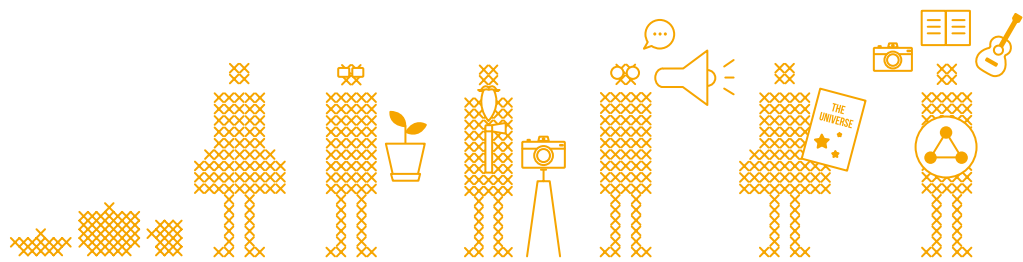
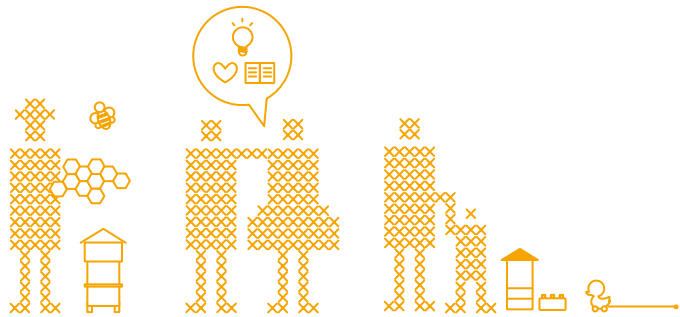
ROHA는 Road to Heaven의 약자로 대한민국 1호 디지털 유산 관리기업인 로하의 사업 내용과 특성을 담고 있는 이름입니다.

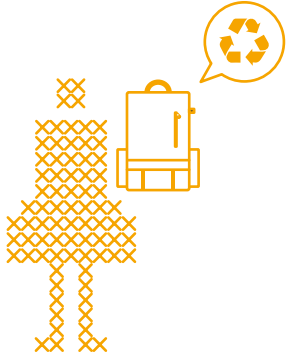
향후 사업 계획이나 목표는 무엇인가요?

현재 로하의 글로벌 버전을 개발 중입니다. 최소 2년 안에 외국 시장에 진출하여 입력 및 결제 프로세스를 정립하여 사용자 수를 100만 명 단위로 올리고자 합니다.



유니버설 디자인





“버려지는 자원의 가치를 찾아서”

Touch4Good
박미현 대표

XXX

2008년, 3개월 단기 프로젝트로 시작된 기업 사회적기업 육성법이 생긴 해가 2007년이니까, 2008년 터치포굿이 출발했을 때는 아직 '사회적기업이란 무엇인가?'라는 주제로 설전이 한창이었다 당시에는 사회적 인식도 부족했고, 롤모델이라 할 수 있는 기업도 부족했다. 그때 박미현 대표를 비롯한 몇 명의 당찬 청년들이 사회적기업에 대해 고민하기 시작했고, 그 결과로 3개월짜리 단기 프로젝트를 시작했다. 그것이 터치포굿의 첫걸음이었다.

안녕하세요. 터치포굿, 너무 유명하지만 그래도 사업소개는 부탁드립니다!
기본적으로는 버려지는 자원들의 가치를 찾아서 사람들에게 전달하는 일을 하는 회사예요. 처음에는 버려지는 자원에 디자인이나 아이디어를 더해서 세상에 하나뿐인 패션 제품으로 만들어 일반 소비자가 구매할 수 있도록 하는 '업사이클링'으로 터치포굿을 시작하게 되었어요. 지금은 지속적으로 폐기물을 만들어낼 수밖에 없는 구조를 가진 기업이나 기관들과 함께 폐기물을 다시 책임질 수 있도록 하는 캠페인을 기획하는 일과, 도시형 환경교육까지 세 가지 사업을 하고 있어요.

B2B 사업도 시작하신 거군요. 조금 더 자세히 설명해 주신다면요?
일반적인 업사이클링 패션사업이 A가 만든 쓰레기를 가공해서 B에게 파는 거라면, 터치포굿의 B2B 사업은 A가 만든 쓰레기를 가공해서 다시 A가 사용할 수 있도록 만들어주는 일이에요. 예를 들면, 우체국에서 1년 동안 현수막을 무척 많이 사용하는데 그 현수막을 재활용하여 우체국을 찾아온 고객을 위한 기념품이나 자체상품을 만들어 주는 거죠. 그리고 우체국 봉사단과 함께 도시의 제비에 대한 프로젝트도 하고 있어요.



처음 터치포굿이 나타났을 때, 드디어 우리나라에도 이런 기업이 생겼다고 다들 반겼다. 현수막을 재활용하여 패션 제품을 만들고, '폐현수막이 사라져 없어지고 싶은 회사!'라는 메시지도 신선했다. 하지만 터치포굿은 사라지지 않았다. 폐현수막이 여전히 사라지지 않았다는 우스갯소리도 할 수 있지만, 사실 터치포굿이 해야 할 일이 시간이 갈수록 많아졌기 때문이기도 하다.

2014 우체국공익재단 업사이클링 캠페인 공모전

제비에 대한 인식 변화를 도모하고, 우체국과 제비의 상징성, 환경오염에 대한 경고 및 우체국의 공익활동에 대한 표현 등을 주제로 터치포굿과 우체국공익재단이 함께 진행했다.

2009년 소셜벤처 경연대회에서 최우수상을 수상하셨어요. 회사는 2008년에 만들어진 거죠?

2008년에 3개월짜리 프로젝트로 터치포굿이 시작되었어요. 대학 졸업하기 전에 친구들과 사회에 뭐라도 하나 해보자고 시작한 거예요. 그런데 하다 보니 까 프로젝트로 끝낼 수 있는 게 아니었던 거죠. 정말 고생 많이 했는데, 이 고생을 조금 더 할 수 있을 것 같다는 생각이 들었어요. 그래서 회사로 전환하게 되었죠. 회사로 전환하는 시점에 소셜벤처 경연대회가 있었던 거고요.

당시에는 사회적기업이라는 것이 지금처럼 알려지지 않았어요. 그런데 어떻게 사회적기업에 관심을 갖게 되신 건가요?

저는 정치를 전공하고, 비영리단체에서 일하고 있었어요. 그래서 사회적가치를 추구하는 일에 관점은 있었어요. '어떻게 하면 내 삶과 이런 활동을 연결할 수 있을까?' 하면서요. 그리고 경영학을 전공한 친구가 있는데, 그 친구는 기업이 수익만을 추구하는 것은 뭔가 아닌 것 같다는 생각을 가지고 있었고요. 그런 사람들이 모여서 '사회적기업이 대체 무엇인가?'에 대한 고민을 참 많이 했던 것 같아요. 당시 인증 사회적기업이 22개 있었는데, 전부 홈페이지도 없고. 그래서 나름 공부를 했어요. 그러다가 저희 나름의 사회적기업에 대한 정의를 내리고, "우리도 한 번 해보자!" 한 거죠. 정부에서 정한 사회적기업의 정의와는 많이 달랐지만요. (웃음) 그렇게 3개월짜리 프로젝트가 시작된 거예요.

그때 스스로 세운 정의는 어떤 거예요?

'어떤 사회 문제를 해결하기 위해서 기업이라는 형태로 혁신적인 방법을 통해 해결하는 곳'이라고 정리해 봤어요. 사회적기업이 필요한가에 대한 고민도 참 많이 했는데, 사회문제라는 것을 단기간에 해결할 수 있다면 사회문제가 되지 않았을테니 해결할 주체가 필요하다고 생각했죠. 정부는 덩치가 너무 크고, 시민단체는 조금 힘이 약한데 반해 기업은 스스로 힘을 가지고, 어떤 사안에 대해 유연하게 대처할 수 있기 때문에 사회문제를 해결하는 데 적격이라고 생각했고, 그래서 사회적기업이 필요하다고 생각했어요.

한국의 프라이탁이 아니라, Just Touch4Good!

터치포굿의 이야기를 인터넷에서 조금만 뒤지다 보면, '한국의 프라이탁, 터치포굿'이라는 제목의 글들을 심심치 않게 찾아볼 수 있다. 버려지는 방수포로 패션 제품을 제작하는 프라이탁과, 버려지는 현수막으로 패션제품을 만드는 터치포굿. 사실 겉모습만으로 프라이탁과 터치포굿을 동일 선상에 놓는 것은 어쩌면 실례일지도 모른다. 추구하는 가치는 분명히 다르기 때문이다.

터치포굿 이야기를 하면 프라이탁 이야기를 안 할 수 없는데요, 한국의 프라이탁이라는 별칭에 대해서는 어떻게 생각하세요?

별로 마음에 안 들어요. (웃음) 왜 그렇게 불리는지 알고는 있지만요. 터치포굿이 장기적으로는 글로벌 진출도 해야 하는데, '한국의 프라이탁'이라는 별칭이 사실 크게 도움이 되지는 않죠. 냉정하게 말해 업사이클링 분야의 이미지를 프



라이탁이 선점했다면, 그 다음 단계는 터치포굿이 선점해야 하기도 하고요. 사실 외국의 업사이클과 터치포굿의 업사이클에는 차이가 있어요. 외국의 업사이클은 기능 위주죠. 방수되는 가방이 필요하니까 방수포로 가방을 만들었잖아요. 디자인이야 기본적인 거고. 저희의 업사이클은 의미 중심으로 가야 한다고 생각해요. 예를 들면 선거 때 사용했던 현수막으로 만드는 '후보에 대한 이미지를 담고 있는 한정판', '우체국의 상징인 제비가 들어간 업사이클 캠페인 제품'처럼 간단하게, 프라이탁은 기능적인 면으로 1등 하라고 하고, 우리는 이렇게 스토리가 있고 의미 있는 영역에서 1등하고 싶어요. 새로운 영역을 만들어 가고 싶어요.

업사이클 시장은 계속 커지는데, 한국에는 여전히 터치포굿만한 브랜드가 없는 것 같아요.

그렇진 않을 거예요. 단지 사회적기업 중에 몇 팀 없으니까 그런 거겠죠. (웃음) 저희랑 리블랭크, 아름다운가게 정도 아닐까요? 사실 아주 많아요. 2012년, 13년에 업사이클링 브랜드가 참 많이 생겨나서 지금은 한 30개 정도 있고, 올해 창업한 팀도 20개 정도 있는 걸로 알고 있어요. 그들을 보면 굉장히 제품이 다양하고 가격대도 다양해요. 가까운 시일 내에 더욱 다양한 기업들이 나타날 거예요.

점점 많아지는 브랜드 사이에서, 터치포굿의 매력은 뭐라고 보세요?

그건 소비자들이 알고 계실까요?(웃음) 다른 회사들이 디자인 중심으로 브랜드를 전개해왔다면, 저희는 표준화를 통한 품질 중심으로 브랜드를 전개해왔

리블랭크(RE BLANK)

리블랭크는 버려지고 낭비되는 폐자원을 업사이클링을 통하여 새생명을 부여함으로써 새로운 감성과 가치를 만들고 실천하는 문화, 예술 분야 사회적기업(2009년 제 55호)이다. 사회적 취약계층들이 참여하는 지역 자활공동체와 협력하여 일자리를 지원함으로써 제품생산과정에서 '일 나눔'을 실천하고 있다.



어요. 사업에 대한 투자도 생산이나 장비쪽으로 투자를 많이 했고요. 솔직히 디자인만 놓고 보면 다른 곳보다 엄청 훌륭하진 않거든요. 대신 제작이나 품질, 생산력 등은 경쟁력이 있죠. 현수막을 가장 잘 세탁할 수 있는 세탁기 설비를 저희가 직접 만들었어요. 앞으로 생산량이 더욱 늘어날 수 있겠죠.

최근에 슬로건이 바뀌었어요. “컬러풀 그린 파트너”라고요.

컬러풀 그린 파트너(Colorful Green Partner), 터치포굿이 제안하는 컬러풀 그린 솔루션(Colorful Green Solution)이에요.

어떤 의미인가요?

5년 차 회사가 되면서 어떻게 회사를 이끌어나가야 할 것인가에 대해서 회의 를 여러 번 했어요. 지난해 신사업도 많이 해봤고요. 그러다가 그런 사업들을 연말에 정리하고, 솔루션으로 집중하게 된 거예요. 패션 브랜드는 내년에 새롭게 다시 런칭할 거예요.

그 솔루션이라는 것은 처음에 말씀해주셨던 기업 등에서 버려지는 산업 폐기 물에 관한 작업을 의미하나요?

그렇죠. 저희는 그런걸 산업수반폐기물이라고 불러요. 기업을 운영하게 되면 어쩔 수 없이 발생하는 것들이요. 예를 들어 마라톤 대회를 한번 하면 종이컵 등이 몇십만 개 단위로 나와요. 국제 육상 연맹 등에서 줄이라고 말한다고 해서 갑자기 선수들이 텀블러 들고 뭘 순 없잖아요. 앞으로 더 혁신적인 방법들이 나 올 거라고 생각하지만, 그때까지는 어쩔 수 없이 버려지는 것들이 있어요. 그래서 그런 것들을 수거하는 문제, 그리고 결과물을 캠페인으로 이어가는 방법에 대해서 협의하고 있어요.

어쨌든 터치포굿은 소셜벤처로서 상당히 선두주자잖아요. 지금 소셜벤처의 흐름은 어떻게 보세요?

사실 많이 좋아졌죠. 이틀테면, 사회적기업이나 소셜벤처를 설명해야 하는 일 이 많이 줄었어요. 예전에 그걸 설명하다가 그만둔 친구도 있어요. (웃음) 그런 불필요한 노력이 사라지니까 좋은 일인 거죠. 하지만 사회적기업이 무엇인지 명확하게 알지 못하는 분들이 너무 많이 늘어나고 있는 건 아닐까 하는 걱정도 해요. 조금 더 정확하게 말하자면, 좋은 의도를 가지고 사회적 경제로 진입하려 는 사람들에게 너무 좁은 시야를 제공하고 있는 것 아닌가 하는 생각이 들어요. 다양한 주체들이 들어와서 다양한 목소리를 낼 수 있어야 하니까요. 다양한 팀 들이 많이 생겨나고는 있지만, 아직 부족한 느낌도 들고요. 또 아쉬운 점은, 사 회적기업을 마치 별개의 산업처럼 대하는 태도예요. 사회적기업은 따로 떨어 진 시장이 아닌데도요.

사회적기업의 가치에 절대적인 기준은 없다

사회적기업이 추구하는 사회적가치에 절대적인 기준은 없다. 문제를 바라보 는 기업가가 판단할 부분이기 때문이다. 그래서 박미현 대표는 사업과 대회를 확실히 구분하라고 조언했다. 어차피 사회의 문제를 해결하겠다고 마음먹었 다면, 심사위원들의 평가에 연연하지 말아야 한다고 말이다. 동시에 이것도 당 부했다. 어쨌든 대회에 나갔으니, 수상하기 위해 최선의 노력을 다하라는 것.

터치포굿에게 소셜벤처 경연대회는 어떤 의미인가요?

뭘랄까, 스스로를 증명하기에 굉장히 좋은 기회였어요. 저는 사회적기업 이전 에 다양한 형태의 조직에서 일을 경험했기 때문에, 사회적기업이라는 것에 더 욱 매력을 느꼈고요. 또 하나는, 정말 힘들었던 기억도 있어요. 이미 사업을 시작 한 뒤 참여했던 대회였기 때문에, 여섯 시까지 일하고 밤새 대회 준비하고 그랬 어요. 그런데 그것이 대회에서는 강점으로 작용했죠. 증명이 가능했으니까요. 만약에 저희가 실행하지 않은 상태에서 대회에 나갔다면 마인드가 다르지 않 았을까 하는 생각도 하곤 해요.

1회 대회이기 때문에 힘드셨던 점도 있었을 것 같아요.

당시에는 소셜벤처 경연대회를 제외하고는 사회적기업 지원 정책이 그렇게 많지 않았어요. 그래서 살아남는 것 자체가 어려웠죠. 좋았던 점도 물론 있어 요. 당시에는 이렇게 사회적기업이나 소셜벤처에 대한 관심이 높지 않았기 때 문에, 불필요한 연쟁을 피할 수 있었어요. 지금처럼 소셜 임팩트가 어땠고, 이 런 이야기를 하는 사람도 많지 않았죠. 그래서 더욱 흔들리지 않고 집중할 수 있었고요. 지금처럼 무언가 개념적으로 굳어지지도 않은 상태였고요. 많은 대 회가 있지만, 대회도 궁합이 있다고 생각해요. 저희가 수상할 수 있었던 것도 운이 좋았다고 할 수 있죠. 터치포굿의 가치를 조금 더 높게 평가해주신 심사위 원들이 있었기 때문에 수상을 한 거죠. 사회적기업이나 소셜벤처에 절대적인 개념은 없으니까 누구의 아이디어가 더 좋고, 누구의 아이디어가 더욱 가치 있 는 것인지는 쉽게 판단할 수 없거든요.



소셜벤처 경연대회에 참가하는 청년들에게 해주고 싶은 말이 있다면요?

대회에 참가하는 목적을 명확하게 할 필요가 있죠. 특히 어른들은 참가에 의의를 두라는 말씀도 가끔 하시는데. (웃음) 그런 거 아니잖아요. 대회는 수상을 위해 가는 거고요. 최선을 다해야죠. 할 수 있는 건 다 해야 하는 거고요. 전략적으로 잘 공략해야죠. 물론 한계도 있어요. 사업과 대회는 다르죠. 사업을 할 때는 1부터 100까지 모두 생각을 해야 한다면, 대회는 그 100개 중에 가장 매력적인 3개를 어떻게 선별할지 전략적으로 고민해야 한다는 거예요. 누구는 100개를 보여주려다 실패하고, 누구는 잘못된 3개를 보여줘서 실패하죠. 더해서 하고 싶은 말은, 대회에서 떨어졌다고 '내 아이디어가 가치가 없구나'라고 생각하지 말라는 거예요. 사업은 100개를 평가받는 거지, 대회를 위해 보여줬던 3개로 평가받는 게 아니거든요. 만약에 그렇게 포기할 생각이면 아예 하지 않는 게 좋겠죠. 대회가 어떤 결과로 끝났든 오기를 가지고 진행할 수 있는 사람들이 많이 참여해야 하는 거죠.

지금까지의 성과와 미래에 관해서 이야기를 하자면요?

회사가 지금 방향전환을 하는 시기인 것 같아요. 업사이클링이란 개념도 국내에 터치포곳이 처음 소개했는데, 정부에서 많이 사용하시죠. (웃음) 어쨌든 업사이클링이란 것을 통해 버려지는 자원을 재활용할 수 있고, 그게 쓸만하다고 소비자 인식을 바꾸는 데까지는 조금이나마 왔다고 생각해요. 예전에는 재활용했다고 하면 안사고 그랬는데, 요새는 업사이클링을 먼저 찾으시는 소비자도 있으니까요. 그런 부분에 기여를 조금 했다고 생각하고요. 앞으로는 기업이 기관에서 만들어내는 폐기물 등을 숨길 것이 아니라 드러내고, 대안을 찾고,

추가적인 가치를 만들어내는 문화를 만들어가고 싶어요. 그게 지금 터치포곳이 가장 주력하고 있는 부분이고, 상당히 재미있는 작업이에요. 그런 것들을 정착시켜 나가는 것이 목표죠. 아시안게임 때도 그랬고, 앞으로 평창올림픽까지 폐기물을 처리해보고 싶고요. 앞으로 올림픽 자문까지 꿈꿔요. (웃음)

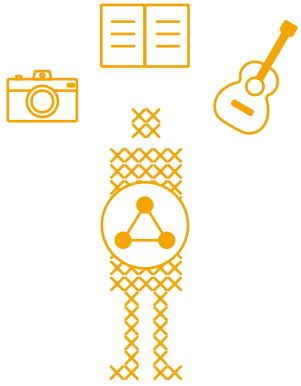
개인적인 목표는요?

제가 여기저기 정말 관심이 많아요. 다양한 문제들을 프로젝트 형식으로라도 다루어보고 싶어요. 해보고 싶은 건 정말 많은데 터치포곳이 할 일은 아니라서 안 하고 있는 것들이 많거든요. 그런 거 하고 싶어요. 사람들이 사회문제에 관한 뉴스를 보고도 잊어버리는데, 작은 프로젝트들을 통해서 작은 움직임이라도, 사회문제 해결에 계속 참여하게 하고 싶어요. 이게 제 개인적인 소셜 미션이에요. 터치포곳도 그렇고요. 제가 살면서 혼자서 얼마나 큰 일을 하겠어요. 누군가 제가 하는 일에 영향을 받아서 더 큰일을 해낼 수 있으면 좋을 것 같아요. 언제 죽을지도 모르는데! (웃음)

대풍년 프로젝트

박미현 대표를 포함한 카이스트 경영대학원 학생들이 모여 만든 프로젝트. 대풍년은 기상이변과 풍년으로 농작물 판매에 어려움이 있을때에만 돌아오는 풍년 리미티드 에디션. 2014년 제 1차 프로젝트는 양파즙으로, 이 상기후로 생산량이 급증해 가격이 폭락하면서 어려움에 처한 전남 무안의 양파 농가를 돕기 위해 기획됐고, 예상치의 그 배가 넘게 팔렸다.





“일과 삶의 주인은 사람, 사람의 시작은 교육이다”

헤드플로 전하상 대표

XXX

평범하지만 특별한, 대학생의 이야기

헤드플로의 이야기를 하려면, 히스토리부터 시작하는 게 맞다. 헤드플로는 캐시플로, 즉 현금흐름이 아닌 사람의 흐름이 기업을 판단하는 중요한 요소라는 생각으로 만든 이름이다. 그리고 그 이름을 처음 만들었을 때, 전하상 대표의 나이는 스물셋이었다. 어떤 배경과 경험, 생각이 그와 헤드플로를 지금까지 이끌어 온 걸까. 참고로 그는 도시지역학을 전공한 유학생이었고, 청각장애를 가지고 있다.

대표님, 반갑습니다. 일단 헤드플로가 어떤 기업인지 알기 전에, 어떻게 시작한 곳인지부터 들어봐야 할 것 같아요.

헤드플로를 시작한 것은 2008년 경제 위기 때의 상황 때문이었습니다. 원래 방향에 인턴십을 하려고 했는데 취소 되었어요. 계획이 취소되니 당황했죠. 친구랑 학교 캠퍼스를 정처 없이 돌아다니다가 공대 건물에 들어가게 됐는데, 공대생들이 만들어 놓은 경주용 자동차가 있더라고요. 그때 이 친구들은 할 일이 없어도 자동차도 만들 수 있는데 저나 경제학과였던 친구는 할 수 있는 게 없다는 게 참 충격이었어요. 그리고 생각난 게 ‘우리의 문제를 직접적으로 해결해야겠다’는 거였죠. 당시 제가 처했던 문제는 진로에 관한 기회가 공정하게 주어지지 않는다는 거였어요. 개인의 배경이나 기업 상황에 따라서 기회가 한정적으로 주어지는 거예요. 그래서 커리어가 공정한 채널을 만들어야겠다고 생각해서 헤드플로를 만들게 되었습니다.

처음부터 사회적기업을 알고 시작하신 건 아니었네요?

몰랐죠. 하지만 문제가 굉장히 심각하다는 건 분명히 알고 있었어요. 가정환경이나 기회에 따라서 커리어가 너무 달라질 수밖에 없는 거예요. 고등학교 때부터 인맥을 통해 외국계 기업이나 로펌에서 인턴을 해본 친구는 일을 해보니까 이게 재밌는지 아닌지, 나랑 맞는지 안 맞는지를 알 수 있는데 그렇지 않은 경



소셜벤처를 투자 대상으로 보기 시작하면서, 어떤 벤처가 투자할 만한지에 관한 이슈도 주목받고 있다. 전문가들은 먼저 '기업가'를 보고, 아이템보다는 조직의 화합과 위기 대처 능력을 유심히 본다고 입을 모아 말한다. 헤드플로를 보며 왜 그 전문가들의 코멘트가 자주 떠올랐을까. 2010년, 소셜벤처 경연대회에서 최우수상의 영광을 거머쥔 헤드플로는 지금도 묵묵히, 하지만 역동적으로 처음의 미션을 따라가고 있다.



우가 현실에 너무 많은 거예요. 로스쿨 가려고 10년, 20년 달리다가 막상 변호사가 되면 이 길이 내 길이 아니라고 느끼게 되는 그런 거요. 이런 게 불균형이라고 생각했어요. 커리어 기회가 공정하다면 기업도 그 수혜자입니다. 안 맞는 사람은 1, 2년 있다가 나갈 텐데 그 비용이 어마어마하거든요.

Any person, any study

전하상 대표가 재학했던 코넬대학의 설립자 에스라 코넬(Ezra Cornell)이 남긴 설립이념으로, 'I would found an Institution where any person could find instruction in any study(누구나 어떤 학문에서든 방향을 찾을 수 있는 대학을 설립하고 싶다).'라는 말에서 유래되었다.

커리어 불균형에 대한 고민이 헤드플로의 비즈니스로 어떻게 이어진 건가요?

그때 결정적으로 깨달은 건, 커리어가 공정해지기 위해서는 교육부터 바로잡혀야 한다는 거였어요. 미국 대학에 엔트리 포인트(entry point, 시작점) 프로그램이라는 게 있었는데, 구글이나 NASA, IBM 같은 곳과 파트너십을 맺어서 장애 학생들의 인턴십으로 연결해주는 거예요. 반면 한국의 상황을 보니 다수의 장애 학생들이 교육권 보장에 관한 운동을 하고 있더라고요. 인턴십은 커녕 원하는 수업도 제대로 듣지 못하는 상황인 거예요. 비단 장애뿐만 아니라 학력이나 경제적 여건 등에 따라서도 교육의 불평등이 발생하고 있었죠. 우리가 추구했던 건 배경에 관계없이 유니버설하게 자기가 하고 싶은 일을 하고 배우고 싶은 걸 배울 수 있게 하자는 거였어요. 그게 헤드플로의 미션이고요. 재학했던 학교의 설립이념이었던 'Any person, any study'라는 말이 제게 너무 와 닿기도 했어요.

결국, 교육의 문제를 해결하기 위해 헤드플로가 탄생한 것이군요.

그렇죠. 그런데 우리나라 교육비가 너무 비싸잖아요. 입시도 획일화되어 있고요. 저는 정말 높은 수준의 교육을 비용부담 없이 누구나 배울 수 있어야 한다고 생각했어요. 그 방법에 대해 고민하던 시기가 2010년이었는데, 그때 청강했던 MBA 관리회계수업이 현재의 비즈니스를 하게 된 직접적인 계기였어요.

교수님이 과거에 일했거나 현재 하고 있는 일과 관련해서 처한 문제를 관리회계를 통해 어떻게 풀 것인지를 과제로 내 주셨어요. 당시 제가 들었던 심리학 수업이 세계에서 가장 큰 수업이었는데요. 1,300명이 한꺼번에 수업을 들었거든요. 자리도 지정적이었는데 제 자리에서는 교수님이 보이지도 않는 거예요. 학비를 그렇게 많이 내는데도요. 오히려 교수님을 가장 가까이서 보는 건 유튜브를 통해서였어요. 심지어 못 알아듣는 게 있어도 실제 수업과 달리 되감기가 가능했죠. 어차피 일방적인 지식 전달을 위한 강의라면 유튜브가 더 낫겠더라고요. 또 제가 생각하는 정말 좋은 교육은 강의를 반이고 나머지 반은 서로의 생각이나 의견을 나누는 토론이나 프로젝트거든요. 그것도 다양한 사람들과 함께요. 그렇게 생각하고 보니, 이미 조금씩 세계적인 석학들의 강의를 오픈되고 있으니 그걸 강의로 듣고 논의는 로컬에서 정말 좋은 사람들과 같이 하면 되겠다 싶은 거예요. 다만 그때는 아직 본격적으로 나설만한 때는 아니었어요.

필요한 건 모두 직접 경험하고, 만들고, 익힌다

소셜벤처 헤드플로의 특·장점은 원하는 모든 걸 스스로 배울 수 있는 학습능력이 높다는 것이다. 그리고 배움을 위한 어떤 경험도 서슴지 않는다. 실제로 헤드플로는 스스로 솔루션이라고 생각했던 바를 확인하기 위해 직접 경험하고 흡수하길 망설이지 않았다. 그 결과 흡사 진공청소기와 같은 흡수력으로, 오늘의 오픈컬리지를 만들 수 있게 되었다.

헤드플로가 설립된 건 2008년이라고 알고 있는데, 그간 많은 일들이 있었겠네요.

결국은 제가 발견한 걸 더 많은 사람들과 공유할 방법이 뭘까가 고민이었어요. 방법은 강의와 토론이었지만, 2010년에 바로 할 순 없었어요. 그 첫 번째 이유

는, 세계적인 강의들이 엄청 공개될거란 확신은 있었지만 그때는 이제 막 새로운 이야기가 시작되었을 뿐이지 아직 그만큼은 준비가 안 됐어요. 두 번째는 내가 직접적으로 만들 수 있는 게 없었어요. 아무리 제 분야로 전공을 공부해도 실행할 수 있는 기술력이 없었거든요. 그래도 장기적으로 보면 오픈코스가 엄청 늘어날거라 생각하고 때를 기다린 거죠.

소셜벤처랩

헤드플로가 진행하는 사회적기업가 양성 프로그램

때를 기다리는 동안 어떤 일을 하셨나요?

첫번째는 자체적으로 기술력 갖추었어요. 오픈소스로 배우면서요. 그리고 교육을 실행하기 위해 가장 중요한 건 현장에서 실행하는 경험이라고 생각해서 정말 다양한 교육을 했죠. 소셜벤처랩도 있었고 청각장애와 관련한 프로그램도 했어요. 사회변화를 만들기 위해서는 생태계를 만들어야 한다고 보았고, 그러려면 다양한 사람들이 모이는 커뮤니티를 직접 키워야한다고 생각했어요. 어쨌든 적절한 타이밍이 올 때까지 최대한 많이 경험하려고 노력했어요.

MOOC(Massive Open Online Course)

웹 서비스를 기반으로 이루어지는 상호참여성, 거대규모의 교육을 의미한다. 비디오나 유인물, 문제집이 보충 자료가 되는 기존의 수업들과는 달리, 온라인 공개수업은 인터넷 토론 게시판을 중심으로 학생과 교수, 그리고 조교들 사이의 커뮤니티를 만들어 수업을 진행하는 것이 특징이다. 온라인 공개수업은 원격교육이 진화한 형태이다.

그러면 그때는 언제였나요? 그때부터 시작한 게 지금의 오픈컬리지인가요?

2013년 12월 25일이 그때였어요. 그때부터 한 달 동안 준비해서 2014년 1월에 오픈컬리지를 만들었죠. 타이밍이 왔다는 확신이 든 첫 번째 이유는 MOOC 나 edX처럼 세계적인 명문 대학의 강의를 공개할 뿐 아니라, 속제나 시험도 똑 같이 하고 수료증도 받을 수 있는 곳이 활성화 되었어요. 무엇보다 과연 이 방법으로 사람들이 잘 배울 수 있을지에 관한 의문점이 있었는데, 첫 번째 학생이 성공적이었어요. 그게 저랑 팀원들이었어요. 아무도 공대간 적 없는데 오픈코스로 소프트웨어를 배웠거든요. 우리가 원하는 걸 다 갖출 수 있게 된 거죠. 비용을 낮추려면 우리가 기술력이 있어야 했거든요. 그래서 한 달 준비하고 시작했어요.

오픈컬리지는 어떤 곳인가요?

하이브리드 모델이라고 부르는데요. 하나는 오픈코스와 로컬 디스커션 프로젝트고 두번째로 다양한 분들이 각자 자기 전문분야를 가르치기도 해요. 멤버가 350명일 때, 한 명당 하나씩만 해도 349개를 배우는 거예요. 모든 사람들이 적극적인 건 아니지만 소프트웨어 개발자, 디자이너, 선생님 등 다양한 분들이 계시다 보니 풍성한 배움이 가능하죠. MOOC를 활용한 수업도 하고, 멤버들이 직접 만들어 재능기부 형태로 함께 배우기도 합니다. 학교가 단과학교처럼 나뉘어 있어요. 시범 기간이기는 한데, 예를 들어 오픈컬리지MBA라고 부르는 지속가능한경영학과가 있고요. 기술(코딩 등)과 디자인을 다루는 다빈치학교, 인문학교 등, 기존에 소셜벤처랩이었던 체인지메이커(베타) 등 다양해요.

멤버십 비용이 주 수입원일 텐데, 매출 실적은 어떻게 평가하시나요?

오픈컬리지 등록금은 일반적으로 1년에 72만 원, 대학생은 2년에 72만 원으로 규정되어 있어요. 주요 매출이긴 한데 임대료를 감안하면 수익률이 좋은 편은 아니에요. 서울 공간이 워낙 비싸기도 하니까요. 원래 제주도부터 시작했어요. 오픈팩토리 제주라고 공공도서관에서 팝업방식으로 시작했거든요. 저



는 공공 공간 유휴 공간이 모두 교육의 공간이 될 수 있다고 생각하는데, 그중에 도서관이 최고라고 생각해요. 사람들이 같이 어울리고 떠들면서 같이 공부하는데 이만한 데가 없죠. 관공서랑 협력하고 싶은데 쉽지는 않아요. 다만 어디서든 이런 교육을 구현할 수 있는 시스템이 갖춰져서 여러 학교들이 생기고 누구든지 오픈컬리지 만들 수 있다면 한국, 그리고 세계 자체가 하나의 학교가 될 거라고 봐요. 그리고 그게 결국 커리어 채널까지 이어지리라 생각해요.

결국 교육이 직업적인 부분까지 연결되도록 하시려는 거군요.

헤드플로의 슬로건이 '미치도록 행복한 배움과 인생'이고, 미션은 '유니버설한 행복'이거든요. 이게 가능하려면 커리어를 잘 찾아 가고 경제적으로도 성공하는 사례가 만들어져야 해요. 그래서 궁극적으로는 오픈커리어를 준비하고 있어요. 지금은 정말 스펙으로 취업하잖아요. 그런데 재밌게도 구직자가 회사에 대해서는 물어볼 수는 없는 구조잖아요. 그러면 서로 적합하게 매치가 될 수 없어요. 오픈컬리지에서 공부하고 다음 스텝으로 오픈커리어를 통해 하고 싶은 일을 찾거나 창업을 하도록 이끌고 싶어요. 작년에 더 라이브러리라는 프로젝트를 했는데 사람책 도서관이에요. 앞으로는 커리어 차원에서 사람책을 해보고 싶어요. 내가 변호사가 아닌데 이게 맞는지 아닌지 알 수 있도록, 다양한 커리어에 대해 고민도 하고 경험도 해보도록 연결고리를 만드는 거예요.

존경심을 가지고 함께 하는 사람들

전하상 대표는 혼자서만 대표로 나서는 것을 부자연스럽게 여긴다. 실제로 조직 내에서는 그에게 대표라고 부르는 커녕, '하상아'라고 부르며 친구처럼 대



하는 분위기가 조성되어 있다. 그는 모두와 함께 만들어 온, 모두의 열정이 쌓인 곳에서 존경하는 사람들과 함께 일하고 있다. 어떤 높은 목표를 향해 경주마처럼 앞만 보고 가는 것이 아니라, 좋은 사람들과 함께 충실히 미션에 따라 하루하루를 즐겁게 보내는 것이 그의 기쁨이자 맞는 길을 가고 있다는 증거인 것이다.

여태까지 일해오시면서 가장 큰 성과가 무엇이라 생각하시나요?

존경하는 분들과 가까워진 게 가장 큰 성과예요. 지금 같이 일하는 팀이 구성되기까지 정말 시행착오가 많았거든요. 가끔 밥 먹으면서도 신기해요. 오픈컬리지 멤버들 중에서도 좋은 분들을 정말 많이 만났어요. 사람 만나고 소통하는 걸 너무 좋아하는데 어릴 때부터 잘 할 수 없었거든요. 그런 경험을 하는 게 가장 큰 성과고 행복한 것 같아요.

멘토가 있다면요?

저는 존경하는 인물이 이 안에 다 있어요. 영향력 있는 사람은 많지만 저랑 같이 지내본 건 아니잖아요. 반면 같이 일하는 분들 중에 정말 대단한 분들이 많아요. 다 훌륭하신데, 특히 제일 존경하는 분 중 한 분은 공동대표이기도 한 이동엽 디자이너입니다. 일한지는 4년 되었고 원래 디자인을 전공 하셨는데 정말 부지런해요. 한 번도 틀어지는 걸 본 적이 없어요. 전 게으른데(웃음). 또 한 번도 건축이나 인테리어 공부 해본 적 없는데 오픈컬리지 브랜드 아이덴티티 만드는 작업을 다 이분이 하셨어요. 소프트웨어 개발도 엄청 잘하세요. 디자인도 깊이 있고요. 우리는 사실 대표 1인 체제가 아니에요. 인터뷰 하다보면 대표만 기억되니까 굉장히 조심스러워요. 제가 확신하는 건 현재 직원 8명 각자의

역할을 보면 하나하나 저보다 잘하는 게 분명히 뚜렷하게 다 있다는 거예요. 올바른 가치관을 가지고 계신 분도 많고요 저에게는 이런 분들이 멘토입니다. 이분들에게 반하지 않으면 이렇게 같이 일하기 어렵죠.

헤드플로가 꿈꾸는 미래는 어떤 건가요?

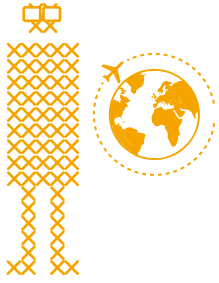
헤드플로가 하고 안 하고를 떠나서, 분명히 교육비가 이렇게 터무니 없이 비싼 시대는 끝날 거라고 생각해요. 우리가 열심히 하든 안 하든 교육비용 자체는 0에 가까워질 거라고 생각해요. 단지 그곳에 우리가 있을 뿐이에요. 오픈컬리지도 그것에 도움이 되면 좋겠다고 생각하고요. 일도 직업도 과에 맞춰가거나 직업 자체가 목표가 되는 게 아니라, 사람중심의 교육과 커리어가 만들어질 거라고 생각해요. “아버지 때는 교육받을 때도 돈을 냈단다.”라고 말할 수 있는 때가 올 거라고 봐요(웃음).

후배 사회적기업이나 소셜벤처에게 한 마디 해주신다면요?

오픈컬리지 오세요(웃음). 진심으로요. 오픈컬리지에 사회적기업가들이 많았으면 좋겠어요. 이곳은 사회 구성원의 샘플 그대로면서도 좋은 분들이 정말 많거든요. 오시면 자연스럽게 신뢰를 쌓아가고 좋은 관계도 만들 수 있어요. 사랑, 시, 인문예 관한 공부를 하면서 즐거움도 얻을 수 있고요. 코딩도 하고 경영학도 공부하고 홍보도 하면서 이곳에서 함께 배우면서 해나가면 정말 좋을 거예요.

오픈컬리지

헤드플로가 운영하는 교육 플랫폼. 주소는 서울특별시 서초구 방배1동 908-21 www.opencollege.kr



“사람과 지역, 지구와의 공감여행”

공감만세 고두환 대표

XXX

누구의 간섭도 받지 않는 여행을 통해 세상의 변화를 꿈꾸다
여행을 떠나고 싶어지는 계절이 있다. 겨울이 꼭 그렇다. 그래서 여행을 계획한다. 우리는 ‘여기를 갔다가, 저기를 가고, 거기에 가자’고 말한다. 우리가 가볍게 말하는 여행의 문장 속에 사람은 거의 없다. 공감만세는 사람과의 관계에 주목하고, 지역을 품은 따뜻한 여행사다. 2010년 소셜벤처 경연대회에서 우수상을 수상하며 사업에 탄력이 붙었다. 그리고 지난해, 13억 원의 매출을 달성했다.

안녕하세요! 사업 소개 먼저 부탁드립니다.

공감만세는 공정여행을 주요 사업으로 하는 사회적기업이에요. 국내랑 해외에서 공정여행을 진행하고 있고요. 요새는 여행을 접목한 형태의 문화나 예술 교육을 지역에서 창업한 사람들과 함께 교육하는 인큐베이팅을 통해 그들의 창업을 지원하는 일을 합니다. 또 원래 공정여행의 일환으로 진행되던 것들을 분리시켜 국제개발 활동도 하고 있습니다.

국제개발도 하시는 건가요?

원래 조직이 창립되었을 때부터 하고 있었어요. 얼마 전에 사업을 따로 떼어내서 하고 있습니다. 공감만세 인터내셔널이라고 해요. 근대사회의 과학적 사고와 시장 중심적 자본주의는 오히려 불평등한 만남과 거래를 만들어 내고 있거든요. 지역, 국가 간의 빈부격차나 생태환경 파괴 등이 그 예죠. 공감만세 인터내셔널은 현재의 한계를 뛰어넘어 공정한 교류와 관계를 꿈꾸고, 대안을 탐색하여 실천하고자 합니다. 구체적으로는 빈곤과 교육 여건 개선을 위한 대안개발, 공정여행을 통한 마을 만들기, 공정한 개발협력 등의 일들을 하고 있어요.

공정여행이란 것을 언제 접하셨고, 어떻게 사업으로 연결하셨나요?

제가 대학을 4학년 1학기까지 다니고, 군대에 갔어요. 그 이후에는 대학을 안 갔어요. 군에서 제대하고 해외에서 기자생활을 했었는데, 그때 사회에 대한 문



여행과 관광은 비슷하면서도 이질적이다. 내가 살던 곳을 떠나 다른 곳에 간다는 것은 비슷하다. 새로운 경치를 보고, 새로운 감상을 하는 동일한 경험을 겪을 수도 있다. 그렇다면 여행과 관광의 차이는 뭘까. 굳이 구분하자면, 여행은 '사람이 있는 것', 관광은 '볼거리가 있는 것이다.'

제 해결이나 변화, 혁신점들을 다른 나라들은 독특한 방식으로 풀고 있었어요. 당시 갔었던 나라들이 독일, 태국, 필리핀 이런 곳이었고 다양한 방식들을 통해서 문제를 해결하고 싶을 때, 해외사례를 통해 공정여행을 본 거죠.

그런 나라들에서 공정여행에 관한 어떤 영감을 얻으신 건가요?

네. 예를 들어 태국 같은 경우에는 대학에서 공정여행을 가르치는 연구 과정을 듣게 되었어요. 독일과 필리핀도 마찬가지였어요. 대부분 지역의 현안이나 문제들이 있잖아요. 대다수의 국가가 겪는 문제는 비슷하거든요. 지방재정의 취약성이라든가 국가권력 자체에 대한 전반적인 문제처럼 여러 사람들이 사회에 대한 어떤 현안이나 내용에 대해서 잘 참여하지 않고, 잘 바뀌내지 못하는 그런 것들이죠. 여행은 어쨌든 지방재정도 충분히 만들어줄 수 있는 방법 중 하나고. 중앙의 어떤 권력으로부터 구매받지 않거든요. 여행 자체를 준비하는 사람이 되었던 여행을 하는 사람이 되었던, 여행이란 것은 어떤 특수한 행위를 하는 것보다는 부담스럽지 않거든요. 그런 사례들로 활용되는 것들을 많이 보았죠.

그럼 그런 여행으로 실제로 지역에 변화가 일어난 경우가 있나요?

제3 세계는 다국적 자본이 들어오는 것들을 규제하고 싶은 욕구가 굉장히 커요. 규제를 시행하는 것보다는 자기를 전통가옥에서 전통주민들과 상권을 만드는 게 훨씬 더 임팩트가 큰 거죠. 그런 것들의 대체 효과들이 있었고 관련한 사례들이 생겨나고 있었어요. 만약에 10년 전, 15년 전에 누군가가 제게 와서, “야 우리 제주도에 가서 100km 정도 걷고 올래?” 이랬으면 나한테 미쳤다고 했을거예요. (웃음) 그런데 지금은 그걸 걷고 온다는 게 행위가 되고 상품이 되는 거잖아요. 제주 올레길처럼 걷는 곳을 중심으로 많은 형태의 비즈니스 모델이 생길 수 있는 거니까요. 그런 식으로 여행이라는 것도 모습이 바뀌고 있어요.

그렇게 외국을 다녀오시고 한국에 돌아왔을 때는, 시각이 많이 달라졌을 것 같아요. 당시 한국의 여행문화를 어떻게 보셨나요?

여행문화는 패키지가 많았죠. 교육 쪽에서는 일상적으로 아이들이 여행을 하고 있었고요. 수학여행이나 체험학습 등의 이름으로 많이 하고 있었어요. 하지만 그런 방식의 여행은 시간이 지나면 지날수록 불만이 내재되어 가요. 단편적으로 숫자만 놓고 봐도, 추가비용 내는 것, 옵션에 대한 강압, 여행에 갔을 때 내가 주체성이 없으니까 가이드가 원하는 대로 끌려다니는 것 등 때문이죠. 즉 우리가 흔히 알고 있는 패키지에 대한 그런 불만들이 있었어요. 새로운 여행이 필요하다는 생각들이 당시 업계에는 전반적으로 인식되던 시기였어요. 다른 나라들도 그런 패키지여행을 하다가 업계가 망하는 시점이었으니까요. 한국도 그런 시기가 오고 있다고 봤었죠.

할 수 있는 일을 하고 나면, 오랫동안 버티면 된다
공감만세의 첫 시작이 순탄했다고는 할 수 없다. 당시의 대형 여행사들과 달리 소규모 자본으로 시작한 청년 기업이었다고, 사회적기업이었다. 게다가 공정여행

올레길

소설가이자 언론인, 아쇼카 펠로우인 서명숙 씨의 제창으로 걷기 좋은 길을 선정하여 지정한 걷기 여행 코스이다. 2012년 11월 24일 제주해녀박물관~종달바당을 잇는 21코스의 개장으로 제주도를 한바퀴 연결하는 올레코스가 완전히 연결되었다. 총연장 약 420km의 길이다.



상품을 판매했다. 사회적기업도 잘 모르는 시기에 공정여행을 사람들이 이해하기도 어려웠다. 하지만 그것이 옳은 길이라 믿었고, 그렇게 끈기있게 버텼다.

그래도 공정여행이란 것은 한국에서는 낯선 문화, 개념이었는데 초기에 어려움은 없었나요?

우리가 잡지를 만들면, 광고를 안 받고 잡지를 만드는 게 이상적이잖아요. 광고를 받는 것이 판매가에 대한 대중의 동의가 안 되는 것도 있고, 잡지를 통해서 광고를 하고자 하는 사람들의 욕구가 섞여 있으니까요. 만약 잡지 가격이 10만 원인데, 그 가격에 대중이 동의한다면, 잡지를 10만 원에 팔겠죠. 여기도 똑같은 것 같아요. 기존의 잡지 가격 자체가 저평가되어있는 것과 마찬가지로 여행에 대한 가격도 너무 저평가되어 있었어요. 기존의 여행사에 대한 수익이라는 게 옵션 선택이나 추가비용 선택이 아니면 수익이 없는 구조였어요. 그러다 보니 공정여행을 하면 일반적으로 수익을 창출하는 여행사들의 논리와 맞지 않아요. 기존의 질서나 자본, 지역에 대해 고민을 하게 되니까요. 그러다 보면 전반적으로 가격이 올라가요. 그런데 그건 대중의 동의가 되어 있지 않은 거거든요. 그렇게 작고 경험 없는 회사의 상품이 비싼 것에 대한 불만들이 물론 있었죠. 공정여행도 사람들이 모르는 방식인데, 그걸 담아내는 조직이 사회적기업이니까 둘 다 모르는 거잖아요. (웃음) 처음에는 대중들에게 신뢰감도 확보되지 않았었죠.

그럼 그걸 극복하기 위해서 공감만세가 택한 방법은 뭐였나요?

특별한 방법이 있는 것 같진 않아요. 시간이 걸리는 일이라는 것을 인정했어요. 단번에 바뀌지는 않으니까요. 지금 말했던 것들도 현재 진행형의 일들이예요. 시도가 중요하다고 생각해요. 사회적기업도 국가 정책 중에 하나고, 지난 몇 년 동안의 미디어 매체를 통해 공정여행이란 것이 많이 노출되었음에도 아직 낯설잖아요. 오랫동안 버티면서 해나가는 것이 중요한 것 같아요.



공감만세를 다녀온 여행자들의 후기 중에, 기억에 남는 것이 있으세요?

저희 홈페이지에 가면, '당신에게 공정여행이란'이라는 코너가 있어요. 그곳에 있는 사연들이 기억에 남는 사연들이죠. 몇 가지만 이야기해드리면, 2012년 5월에 필리핀 공정여행에 참가한 여행자의 수기예요. 현지 코디네이터들이 너무 친절했고, 함께 차를 타고 길에 내려주면서 헤어짐을 아쉬워하고. 그런 모습들에서 신뢰감이 생겼다는 후기가 있었어요. 더 많은 후기가 있는데, 모두 기억이 나지는 않네요. (웃음)

대표님이 생각하는 공정여행이란 무엇인가요?

사람과 만나고 지역에 도움이 되는 여행, 그리고 배우고 성장하는 과정에 힐링과 정신적 힘이 있는 여행이라고 하면 괜찮을 거 같아요. 사실 공정여행은 여행의 정의에 대해서 고민하기보다는, 여행의 방법에 대해서 고민하는 거죠. 여행의 목적은 사람마다 다르니까요. 저는 세상의 변화라든가 사람들의 관계망에 대해서 관심이 많은 사람이었어요. 그것을 어떻게 하는가에 대한 방법이 여행이라고 생각했었고요.

지역에 도움이 되는 여행, 많이 들어봤지만, 여전히 혼란스러운 부분은 있어요.

저희는 그걸 지역기반 관광이라고 불러요. 예컨대 우리나라에 한 해 들어오는 해외 관광객이 1,200만 명이예요. 그중에 많은 수가 서울로 갈거고요. 그런데 서울 시민들의 삶은 나아졌나요? 체감하기가 어렵죠. 공정여행은 결국 사회의 구조를 변화시키는 데 초점이 있습니다. 지역민 고유의 사회문화를 배우고, 지역민이 운영하는 숙소나 서비스를 이용하게 하고, 궁극적으로는 지역의 지자체가 이것을 통해 세수를 거둬들이고, 지자체의 고유사업을 할 수 있도록 도와주는 행위를 하는 거죠. 공감만세의 의미 있는 여행 프로그램으로 부탄이 있는

데요. 부탄은 굉장히 가난한 나라예요. GDP가 2천 불 밖에 안되는 나라인데, 여행 관세가 높습디다. 여행하는 사람의 돈의 1/3을 강제로 징수한 다음에 부탄 국민의 무상 교육과 무상의료를 제공하는 데 씁니다. 관광수입으로 그런 일들을 하는 거죠. 우리는 1,200만 명이나 관광객이 들어오는 나라인데, 우리는 그것에 대한 수혜를 받고 있다고 생각하지 않죠.

오기 전에 찾아본 대표님 강연에서, 지역의 자립, 자주, 자존을 이야기하신 적이 있는데요.

맞아요. 지역이 울곧게 서는 세 가지 요건은 자립, 자주, 자존이라고 생각해요. 이런 것을 통해 지역이 울곧게 설 수 있다고 생각하고, 이것이 공감만세가 가지고 있는 목적 중 하나입니다. 제가 생각했을 때, 여행은 사람들이 본연 그대로 살아가되, 상호 간의 교류와 사는 것을 풍부하게 만드는 데 훌륭한 방법이라고 생각해요. 이런 것들이 조금 전에 말한 지역기반관광이라고 하죠. '관계'라는 것보다 사람들이 즐겁고 소중한 형태의 놀이방식이나 살아가는 방식을 저는 본적이 없습니다.

공감만세의 수익은 여행 수수료로 발생하는 것인가요?

여행 총액에서 공감만세의 수수료가 있어요. 교육사업의 경우에는 기획 및 인건비가 포함되어 있고요.

지속가능한 여행을 위해, 여전히 순항 중

공감만세는 지속가능한 여행을 위해 할 수 있는 모든 것을 한다고 해도 과언이 아니다. 여행 중 발생한 탄소만큼 나무를 심고, 여행지의 대중교통을 이용한다. 공감만세의 그러한 생각을 더욱 확고하게 해준 것은 바로 소셜벤처 경연대

지역의 대중교통을 이용하자!

지역기반관광의 대표적인 방법. 예를들어 필리핀으로 여행가면, 자동차를 렌트하는 대신 지역의 대중교통수단인 지프니 등을 이용한다.





회. 소셜벤처 경연대회는 공감만세에게 초기자금을 마련해 준 중요한 대회이자, 사업모델을 검증할 확실한 기회였다.

공정여행을 하는 것 자체로도 의미가 있지만, 공감만세가 추가로 사회공헌 등을 위해 노력하는 것이 있나요?

저희 여행 이용자 중 10%에게 여행을 무료로 보내주는 일을 합니다. 여행을 갈 수 없는 빈곤 아동이나 빈곤지역의 사람들에게 제공하죠. 특별히 사회공헌이라고 칭한다기보다는, 어떻게 하면 보다 지속가능한 여행을 만들 수 있을지 고민해요. 저희는 여행과정에서 배출한 탄소치 만큼의 나무를 심거나, 여행 중간에 환경단체와 함께 숲을 가꾸는 일도 합니다. 예컨대 서울에서 공정여행 할 때는 환경단체와 서울숲을 가꾸는 일을 했었고, 적도의 필리핀과 여행을 할 때에는 UN 관련 단체들과 적도에 나무 심는 일을 했었죠.

2010년에 소셜벤처 경연대회에서 우수상을 받으셨는데, 그때를 회상하신다면요.

너무 정신이 없어서, 특별히 기억에 남지는 않았던 것 같아요. 기억에 남는 것은 안철수 씨의 강연이었죠. 벤처기업 중 3년간 생존율을 1천 개 중 1개로 보는데, 사회적기업은 그보다 더 어려울 것이다. 여러분들은 정말 어려운 일을 하고 있는 거라고요. 장기하와 얼굴들이 공연했던 것도 기억에 남네요. (웃음) 개인적으로는 긴장도 하고 그래서, 정신없었던 것 같아요. (웃음)

공감만세에게 소셜벤처 경연대회는 어떤 의미가 있는 대회일까요?

일단 공감만세가 성장할 수 있는 기반이자 씨앗이 된 대회라고 할 수 있겠죠. 상금도 회사를 위해서 잘 썼고요.

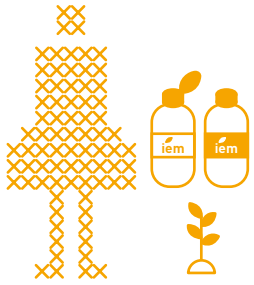
소셜벤처 경연대회를 준비하는 친구들에게 해주고 싶으신 말이 있나요?

일단 치열하게 고민하는 것이 필요해요. 내가 생각한 아이디어가 정말 괜찮은지, 의미가 있는 프로젝트인지 고민도 해봐야 하고요. 스스로를 돌아보는 시간도 필요하고요. 내가 얼마나 '소셜'한지 치열하게 고민하고, 내가 얼마나 '벤처' 정신에 입각하는지를 냉정하게 돌아봐야 할 것 같아요.

장기하와 얼굴들

2010년 소셜벤처 경연대회에서 축하무대를 꾸며준 장기하와 얼굴들. 책상위까지 올라가며 경연대회장을 콘서트장으로 바꿔놓았다는 소문이 있다.





“자립을 위해 서로 도와가며 벽을 오르는, **담쟁이**”

담쟁이 최연심 대표

XXX

장애인 고용을 위한 담쟁이의 시작

담쟁이는 ‘천사들의 집’이라는 장애인 직업재활시설에서 시작한 사회적기업이다. 단순한 체험을 넘어 장애인에게 더욱 안정적인 일자리를 제공하기 위해 사업을 시작한 담쟁이는 아이템을 찾는 과정에서도 무엇보다 장애인의 입가에 번지는 미소에 가장 큰 비중을 두었다.

안녕하세요 최연심 대표님. 먼저 담쟁이를 소개해주시겠어요?

담쟁이는 ‘천사들의 집’이라는 장애인 직업재활 시설에서 출발한 사회적기업입니다. 현재 EM으로 불리는 미생물 활성액을 이용한 음식물 발효제, 흙공, 탈취제 등을 제조 및 판매하고 있으며 장애인 직업 재활 프로그램을 비롯해 일반인 대상의 다양한 교육 프로그램을 운영 중입니다.

처음 어떻게 사업을 시작하셨나요?

담쟁이의 전신인 ‘천사들의 집’의 경우 장애인 친구들이 3박 4일 혹은 4박 5일 단위로 자립 체험을 하는 체험형 장애인 직업재활시설이었어요. 1년에 300~400명 정도의 학생들이 학교별, 학년별로 입소하여 체험 학습을 진행했는데 항상 단일성 프로그램으로 끝난다는 점이 아쉬웠습니다. 사실 장애인 친구나 부모님, 선생님이 꿈은 장애인에게 가장 필요한 요소는 자립이에요. 자립하려면 무엇보다 직업이 있어야 하는데 생각보다 장애인 친구들이 일할 수 있는 자리가 많지 않아요. 그래서 늘 고민이었는데 마침 2007년 무렵 정부 주도로 사회적기업이 생겨나면서 장애인을 비롯한 취약계층에게 일자리를 제공하는 취지로 사업을 시작했습니다.

일자리에 대한 수요가 있고 그에 대한 공급처를 마련하신 셈이네요. 사실 말이야 쉽지 사업을 운영하기 만만치 않으셨을 것 같아요.

우선 목표를 설정하고 어떻게 할 것인가에 대해 끊임없이 고민하다 보면 답이



‘지속 가능한 일자리 제공을 통해 취약 계층을 노동시장으로 통합하고 보람되고 좋은 일자리를 확대하는 것’ 국내 사회적기업의 첫 번째 의의이다. 사회적기업 생태계를 두고 지나치게 일자리 창출에 혈안이 된 것 아니냐는 사람도 있지만 담쟁이를 보고 난다면 우리 모두 사회적기업이란 이래야 함을 완전히 부정할 수는 없을 것이다.



토분

흙을 빚어서 800도 이상의 고온에서 초벌구이한 화분. 매끈하게 유약을 바른 화분과 달리 표면에 미세한 구멍이 그대로 유지되어 통기성이 매우 좋으며 뿌리에게 신선한 공기를 줄 수 있다는 점에서 장점이 있다. 또한 안에 담긴 식물이 죽거나 토분이 깨지면 흙으로 그대로 돌아갈 수 있으니 환경에도 이득이 된다.

EM(Effective Micro-organisms)

EM은 유용한 미생물이란 뜻으로 일반적으로 효모, 유산균, 누룩균, 광합성 세균, 방선균 등 80여 종의 미생물들이 있다. 약취 제거, 수질 정화, 금속과 식품의 산화방지, 남은 음식물 발효 등에 탁월한 효과가 있으며 이러한 미생물들은 항산화 작용 혹은 생리 활성물질을 생성하여 부패를 억제하는 역할을 한다.

나옵니다. (웃음) 방법은 그것 밖에 없어요. 물론 현재 EM을 활용한 사업을 시작하기까진 많은 시행착오가 있었지요. 처음엔 원예사업을 생각하고 지금 담쟁이 공간인 하우스를 마련했어요. 장애인 친구들이 무엇을 할 때 가장 즐거워하는지 봤더니 꽃을 만지면 눈이 반짝반짝 빛나더라고요. 그래서 토분을 만들고 그 안에 작은 식물을 심어서 판매하는 상품을 만들었습니다. 하지만 아쉽게도 매출이 거의 나지 않았어요. 이익이 아니라 1년 매출이 100만 원이 채 안 되었으니 도저히 사업을 유지할 수 없었죠. 뭔가 대안을 마련해야 하는데 담쟁이가 사회기업인만큼 누구에게나 이익이 되는 공익사업을 해야 한다고 생각했어요. 그래서 가장 중요한 사람을 살리자에서 출발한 생각이 환경을 살리자로 이어졌고 당시 집에서 만들어 사용하던 EM을 활용한 사업을 구상하게 되었습니다.

EM에 대해 이야기 많이 들어봤지만 정확한 정보는 없는 것 같아요. 담쟁이만의 EM 상품에 대해 한 번 소개해주세요요?

EM 자체는 누가 발명했다기 보단 일본의 한 교수가 발견한 80여 종의 좋은 미생물이예요. 담쟁이에서는 이런 미생물 활성액을 이용한 음식물 발효제, 흙공, 탈취제 등을 제조 및 판매하고 있어요. EM이 가장 탁월한 분야가 바로 냄새제거로, 탈취제의 경우 밀폐된 공간에서 30분 만에 암모니아 냄새를 제거할 수 있다는 게 시험시험성적서로 확인 되었습니다. 특히 흙공의 경우 썩은 하천을 정화하는 기능이 있어요. 하천은 물이 흐르기 때문에 용액을 넣으면 그대로 흘러 버리지만 황토에 활성액을 섞어 빚은 흙공을 놔두면 천천히 물에 녹으면서 하천을 정화합니다. 또 흙공은 특정한 모양이 아니어도 괜찮아서 장애인 친구들이 만들기에 좋고요.

EM 상품군 판매 외에도 담쟁이에서 운영 중인 다른 사업이 있나요?

약 7대 3의 비율로 EM 사업과 함께 교육 프로그램을 운영하고 있어요. 교육

프로그램의 경우 장애인 직업 재활을 중심으로 유치원이나 가족 단위의 다양한 체험 프로그램이 있습니다. 토분이나 명함 꽃이, 작은 소품 등 흙으로 만드는 건 다 하고 있다고 보시면 돼요. 지난해에도 유치원 친구들 60명이 와서 도자기 소품 만들기 체험을 하고 갔습니다. 또 근처에 있는 담쟁이 밭에서 땅콩이나 고구마 등의 농작물을 재배하고 수확하는 체험 프로그램을 운영합니다.

서로 도와가며 말없이 벽을 오르는 담쟁이처럼

사회적기업 담쟁이는 모두가 서로 도와가며 말없이 벽을 오르는 식물 담쟁이를 생각하며 기업명을 담쟁이로 지었다. 일터 안에서 직원 모두가 행복하게 일하는 세상을 꿈꾸는 담쟁이는 구성원 한 명 한 명이 전에 경험할 수 없었던 자기계발을 이루고 있다는 점에서 분명 살아있는 공동체이다.

무척 다양한 사업을 진행 중이시네요.담쟁이의 인원 구성은 어떻게 되나요?

현재 총인원은 9명으로 그중 장애인 친구가 4명, 다문화 가정 여성이 1명, 55세 이상 고령자 2명, 일반 직원이 2명입니다.

담쟁이의 사회적 가치 추구가 뚜렷한 만큼 다들 어떻게 만나셨지도 궁금해요.

우선 일반 직원의 경우 대부분 사회복지사 출신입니다. 특별히 알고 지낸 사이는 아니었고 구직 광고를 통해 만났어요. (웃음) 장애인 친구들이라면 저희가 보는 기준은 딱 하나, 일할 의욕만 있으면 됩니다. 그중에서도 특히 부모님이 계시지 않거나 챙겨주는 사람이 없는 친구일수록 우선 선발하고 있어요.

사실 대표님께서 나이가 있으신 편인데 젊은 시절 어떤 분이 셧기에 지금 이렇게 담쟁이를 이끌고 계시는지 궁금하네요.

저는 원래 결혼하고 젊은 시절 내내 사업을 했어요. 그런데 우리 가족을 위해서만 돈을 번다는 게 참 재미가 없더라고요. 그래서 50이 넘으면 나는 내가 하고 싶은 일을 하면서 살겠다고 다짐하고 다시 공부해서 사회복지사 자격증을 땀습니다. 그러다 특수학교 선생님들을 알게 되고 자연스럽게 장애인 친구들의 사정을 알면서 이 길로 들어섰습니다. 사실 담쟁이는 제가 하고 싶은 놀이터나 마찬가지로예요. (웃음) 제가 지닌 능력과 생각을 나누면서 살고 있습니다. 지금 제 나이에 아침에 눈 뜨면 갈 곳 있으니 행복하고 일할 수 있으니 더 감사하고. 직원들이 자기 일을 알아서 철저히 잘해주니까 정말 고맙고요. 저의 가장 큰 자랑거리라면 저보다 담쟁이를 더 사랑하는 우리 직원들이예요. 저는 그저 직원들이 스스로 뭔가를 할 수 있도록 뒷바라지할 뿐입니다. 담쟁이가 문을 연 장애인 자립을 위해서였지만 지금 보면 직원들 한 명 한 명이 담쟁이를 발판으로 자기 계발을 이루고 있어요.

직원분들 이야기도 들어보고 싶은데요, 자랑 좀 해주세요.

우선 교육 프로그램을 총괄하고 계시는 우리 부장님의 경우 원래 흙 같은 거만 질 줄 몰랐어요. (웃음) 다 하다 보니가 된 거지. 어느 날인가 어디서 보고 와서 그대로 만들어 내는데 지금은 흙으로 인형까지 만들 수 있어요. 도자기 천재예요.

그룹홈 (group home)

담쟁이에서 근무 중인 장애인 직원의 경우 사무실 옆에 그룹 홈이라 불리는 곳에서 네 명이 함께 생활하고 있다. 그룹홈은 장애인도 일반인들이 살고 있는 통합된 지역사회에서 일반 생활을 하는 것이 당연하다는 철학에 근거한 주거 형태로 영구적 또는 일시적인 지역사회 중심의 거주지이다. 주로 일반인들이 살고 있는 지역사회 내에 있는 보통 주택에서 소수의 장애인들이 공동으로 생활하는 형식으로 운영된다.



담쟁이의 재주, 나의 재주

담쟁이의 숨은 재주꾼 이옥환 부장님. 평범한 가정주부에서 사회복지사를 거쳐 담쟁이에서 새로운 삶을 시작한 그녀는 자신 안에 숨겨져 있던 도자기라는 새로운 재주를 발견했다. 원하는 표정의 다양한 도자기 인형을 만들어내는 것은 물론 발레리나 인형의 경우 옷까지 직접 만들어 입혔다고.

극본에 맞춰서 거기 나오는 등장인물을 마리오네트 인형으로 만들고 의상까지 지어서 입혔어요. 다른 단체와 같이 인형극을 하기도 했어요. 김우철 총무는 담쟁이에서 가장 고급 인력이에요. 회계를 비롯해 여러 가지 행정 업무를 담당하고 있고요. 실은 김우철 총무는 현재 다른 일반 회사에 다니면서 무보수로 담쟁이 일을 도와주고 있어요. 소셜벤처 경연대회에 나간 것도 김우철 총무와 지금은 그만둔 다른 젊은 직원들이었고요.

담쟁이, 소셜벤처 경연대회로 싹을 틔우다

수익이 아닌 1년 매출이 연 100만 원이던 시절. 이대로 사업을 접어야 하는 건가 했을 때 기회는 소셜벤처 경연대회라는 이름으로 다시금 담쟁이를 찾아왔다. 우여곡절 끝에 서울에서 열린 전국대회까지 올라갔지만, 담쟁이는 별다른 수상 자체를 기대하지 않았다. 하지만 그대로 돌아선 담쟁이에게 걸려온 전화 한 통은 담쟁이에게 새로운 문을 열어주었고 그렇게 그들은 벌써 4년 차 정식 사회적기업이 되었다.

총무님께서 담쟁이 대표로 소셜벤처 경연대회에 출전하신 이유가 있나요?

최연심 대표 : 젊은 사람이 나가야지 할머니들이 어딜 나가요. (웃음) 자꾸 나가서 경험도 하고 그래야지.

김우철 총무 : 사실 소셜벤처 경연대회에 나갈 당시 매출이 거의 나지 않다 보니 담쟁이 사정이 무척 어려웠어요. 그래서 뭔가 길이 없을까 계속 찾아보다 우연히 소셜벤처 경연대회를 알게 되었습니다. 사업계획서 작성하는 것도 처음이었고 어딘가 어설프는데 많은 조언을 받으면서 대회를 준비했습니다. 어떻게 보면 능력보다는 운이 좋았던 것 같아요. 당시 소셜벤처 경연대회에 나간 아

이템은 현재 토분에 담아서 판매 중인 화분이었어요. 저비용 고가치 선물이란 슬로건을 걸고 장애인과 비장애인이 서로 안아주는 모습을 형상화했습니다. 사실 다른 쟁쟁한 팀에 비하면 저희는 당연히 떨어질 거로 생각했는데 심사위원분께서 담쟁이 상품의 의미를 좋게 봐주신 것 같아요. 지금도 기억이 나는 게 그냥 일반 기업 하지 왜 굳이 사회적기업을 하냐고 물으시더라고요. 그래서 뭐라고 답을 했느냐면, 사회적기업은 경제적 가치보다 사회적 가치를 더 크게 보는 곳이지 않냐고 인생 살아가는 데 있어서 그게 더 중요하다고 생각한다고 말했습니다.

대회 당시 부산 경남지역 1위를 차지하고 전국대회에 올라가셨습니다. 어떠셨나요?

김우철 총무 : 웃지 못할 사연이 하나 있습니다. 전국 대회 날 서울을 올라가려고 보니 담쟁이 순서가 2번째인 겁니다. 새벽에 밤 기차 타고서 올라가서 정신 없이 발표했죠. 주위 다른 팀을 보니까 어찌나 말도 잘하고 대단한 사람들만 모였는지. 그대로 우리는 안 되겠다 싶어서 점심 먹고 그냥 고속버스 타고 다시 내려왔습니다. (웃음) 부산 사무실에서도 젊은 사람들이 다 올라가 버리니 행정처리 할 사람이 없어서 자꾸 연락이 오고요. 우리는 최선을 다했으니까 빨리 가서 일이나 하자고 간 거죠. 그렇게 대구 정도 왔는데 갑자기 전화가 온 거예요. 담쟁이가 장려상을 타서 장관님이 수상하셔야 하는데 어디 갔냐고. 아이고. (웃음)

생각지도 않은 상이었지만 정말 기쁘셨을 것 같아요.

말도 못하죠. 4년 전에 이런 아이템으로 상을 탄 것 자체가 고무적이예요. 당시 담쟁이가 상금으로 2천만 원이란 거금을 받았습니다. 만약 그때 그 돈이 아



니었다면 지금 담쟁이도 없었을 겁니다. 덕분에 지금 도자기 굽는 가마도 사고 EM 배양기도 구매할 수 있었어요. 또 당시에 사무실도 없던 시절이라 상금으로 사무실도 마련했습니다. 정말 담쟁이를 위해서 소셜벤처 경연대회가 열린 것 마냥 상금이 제대로 사업 기초 자금 역할을 했습니다. 많이 힘들었던 시절이라 그저 소식만으로도 담쟁이에 큰 힘이 되었어요.

소셜벤처 경연대회 수상이 단순히 물질적인 도움 외에도 담쟁이에게 큰 기회가 되었을 것 같아요.

김우철 총무: 제 개인적으로는 담쟁이와 함께한 시간 자체가 일머리도 배우고 성격이 밝아지는 데 큰 몫을 했어요. 사실 저는 내성적인 편이라서 사람들 앞에서 걸 두려워하는 데 소셜벤처 경연대회를 준비하면서 처음 보는 사람들 앞에서 발표도 해봤고요. 정말 처음 멘토분들을 만나면서 대회를 준비할 때는 담쟁이가 다른 팀에 비해 PT 능력 같은 것도 부족해서 포기해야 하나 많이 고민했어요. 그래도 계속해서 밀고 나간 덕에 좋은 결과를 봤고 대표님 밑에서 일하면서 전체적인 삶에 대한 자신감이 많이 생겼습니다.

어딘가 아름답고 이상적이라고 하지 않을 수 없는 모습들이네요. 이를 바탕으로 소셜벤처 경연대회를 준비하는 후배들에게 한 말씀 해주시겠어요?

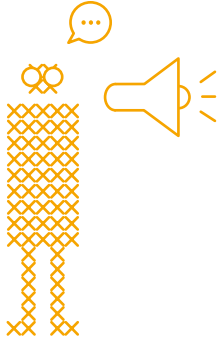
포기하지 않으면 됩니다. 계속 어떻게 하지? 무엇을 하지? 고민하다 보면 답이 나오게 되어 있어요. 자꾸 방법을 찾아야 해요. 특히 사회적기업 같은 경우는 얼마나 지원을 많이 해줍니까. 정부에서 챙겨주려고 하는 데도 받으려 하지 않으면 되겠어요? 또 지원을 받는 만큼 배로 노력해야 하고요.

마지막으로 앞으로 담쟁이 계획은 어떻게 되나요?

목표는 오직 '자립'. 이것 하나뿐이에요. 2015년 8월이 되면 담쟁이가 정부에서 받는 모든 임금 지원이 끝이 납니다. 이제 담쟁이가 온전히 자립할 시기가 오는 거죠. 일단 기업이 자립해야 장애인 친구들도 자립하지 않겠어요? 현재로서는 모든 목표를 거기에 맞추고 가고 있습니다. 한번 시작한 이상 끝을 봐야지 중간에 그만두면 얼마나 창피합니까. 저는 이게 가장 큰 숙제고 자존심이 걸린 문제라고 봐요. 제 개인적인 소원이 있다면 우리 직원들한테 보너스 한번 주고 싶어요. 예전에 비하면 많이 나아지긴 했지만 그래도 아직 담쟁이 형편이 어렵다 보니 매달 월급 나갈 때면 참 힘듭니다. 작은 급여도 날짜를 맞추기 힘들데 많이 주지도 못하니 그게 항상 미안하고 마음이 아파요. 올해 11월에 담쟁이가 좀 더 넓은 곳으로 이사를 합니다. 담쟁이 배움터라고 해서 매장도 마련했고 교육장에 작지만 공장도 지었어요. 그래도 우리로서는 엄청나게 큰 거랍니다. (웃음) 담쟁이와 함께하는 사람이 업그레이드되는 것 담쟁이의 사회적가치는 거기에 있어요. 정말 즐겁게 일하는 거 그게 우리 목표입니다.

담쟁이의 꾸준한 발걸음

2007년 장애인 지역사회 재활시설 '천사들의 집'을 시작으로 2009년 사단 법인 담쟁이로 첫 발을 내딛은 후 담쟁이는 사회적기업으로서의 행보를 꾸준히 이어왔다. 2010년 8월 부산시 예비사회적기업으로 선정된 후 2012년 4월 사회적기업 인증을 받기까지. 당당하게 부산 지역 167개 사회적기업 가운데 최고자리에 올라와 있는 담쟁이는 여기서 멈추지 않고 아무런 지원 없이도 온전한 자립을 이뤄내는 사회적기업이 되기를 꿈꾼다.



“성공이 아닌 성장에 초점을 맞추는 **사람도서관, 아울러**”

아울러
박성익 대표

XXX

성공이 아닌 우리의 성장 이야기

강연이 일방적인 지식 전달과 설명 위주의 ‘성공’ 이야기라면 사람도서관은 사람의 ‘성장’ 이야기에 주목한다. 남들이 주목할만한 성과를 내지 못하고 후대에 기억될 이름 석 자가 아니어도 어려움을 딛고 일어난 성장 과정이 있다면 누구나 사람책이 될 수 있다. 그들의 진솔한 이야기는 우리를 열린 소통의 장으로 이끌고 거기서 오는 울림은 오래도록 지속된다.

아울러는 어떤 곳인가요?

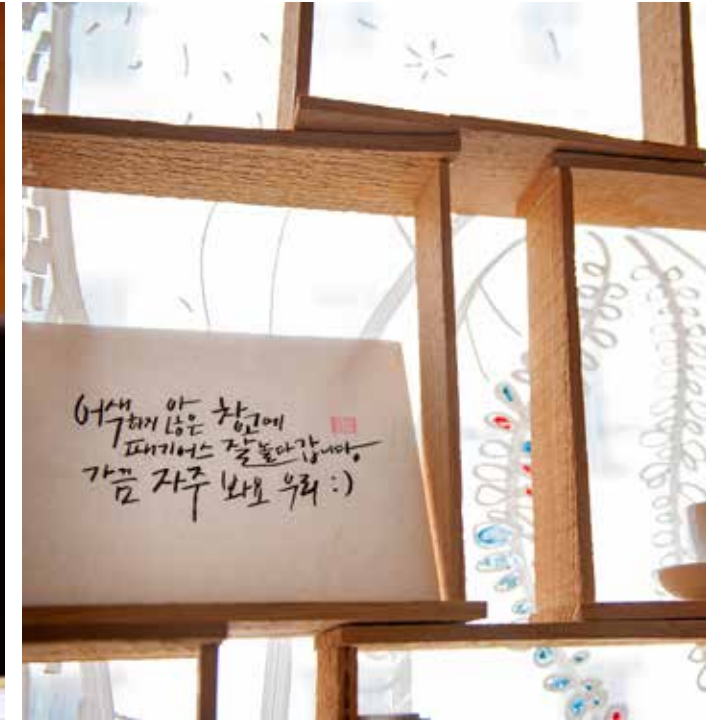
아울러는 한 사람이 직접 책이 되어서 자기 삶의 이야기를 들려주는 사람도서관을 운영하고 있습니다. 사람도서관은 덴마크에서 처음 시작해 현재 70여 개국에서 운영 중인 프로그램으로 아울러에서는 2011년 4월 1일 처음 문을 열었습니다. 강연이 일방적인 지식 전달과 설명 위주의 ‘성공’ 이야기라면, 사람도서관은 ‘성장’ 과정에 주목합니다. 유명인사가 아닌 주변 일반인의 이야기를 듣고 그들과 공감하면서 사람 책을 읽어가는 겁니다.

사실 사람도서관이란 개념 자체가 일반 사람들에게겐 낯선 편인데요, 좀 더 자세히 설명해주시겠어요?

사람도서관에는 책이 되어서 자신의 이야기를 육성으로 들려주는 ‘사람책’과 사람책을 읽는 ‘구독자’가 존재합니다. 도서관에서 책을 빌려 읽는 것처럼, 사람책을 빌려서 3명~5명 정도의 구독자가 함께 사람책을 읽는 방식입니다. 초기에는 책 제목, 머리말, 목차 등을 게시판에 공지하고 사람들이 찾아오는 형태였다면 현재는 사전 인터뷰를 통해 사람책 작업을 거친 후 살면서 이와 비슷한 경험을 했던 사람을 만나게 해주는 방식을 취하고 있습니다. 아울러는 이 과정에서 의뢰가 들어오면 각 사람의 인생사에 따라 그와 유사한 경험을 했던 사람책을 이어주는 사서 역할을 하고 있어요.



‘사람이 온다는 건 실은 어마어마한 일이다. 한 사람의 일생이 오기 때문이다.’ 한 사람을 만나는 일. 그리고 그 안에 담긴 이야기에 귀 기울이는 일. 우리는 모두 누군가에게 책이 되기에 충분한 존재들이다.



사람도서관 (Human Library)

책 대신 사람을 빌려주는 사람도서관, 휴먼 라이브러리의 발상지는 덴마크이다. 주로 편견의 대상이 되거나 사회적 소수자인 장애인, 노숙자, 동성연애자, 이주 노동자, 특수 종교인, 비만인, 여성 소방관 등이 사람책이 되어 대출자를 기다리고 있다. 우리나라에서는 2009년 국회도서관에서 '리빙 라이브러리'라는 이름으로 처음 시행했으며 이후 널리 확산되어 소통을 통해 편견과 고정관념을 없애는 데 중요한 역할을 수행하고 있다.

특히 사람도서관을 운영하면서 기억에 남는 이야기가 있으신가요?

맨 처음 중학교에서 사람도서관을 운영했을 때 이야기를 해드릴게요. 10회기 수업 중 마지막 회에 한 여학생이 울면서 자기 이야기를 꺼냈어요. 이 친구는 가정 학대 때문에 탈모가 와서 모자를 쓰고 다니는 친구였는데 상담 시간에도 자기 아픔에 대해서 말해본 적이 없었다고 해요. 그런데 사람책으로 왔던 한 여성분 이야기를 듣더니 이 사람이라면 내가 무슨 이야기를 해도 들어줄 수 있을 것 같다고 하더라고요.

어떤 사람책을 읽었길래 여학생이 그런 반응을 보였는지 궁금하네요.

사람책이었던 분의 경우 여성칼럼니스트였습니다. 이 분은 아들을 무척 바라던 집에서 딸로 태어나 어렸을 때부터 할머니에게 낯 태어나지 말았어야 한다는 말을 자주 들으셨다고 해요. 자기 존재를 부정당하는 괴로운 유년시절을 지나며 자기도 모르게 소수자의 아픔을 보면 외면할 수 없게 되었고 글을 통해 목소리를 내어 그들의 입장을 대변하는 일을 하게 된 거죠. 신기한 건 사람책 작업을 통해 이 분도 자기가 왜 이런 직업을 갖게 되었는지 알게 되었단 점이에요. 처음에 이 분께 왜 기자라는 직업을 갖게 되었냐고 물었더니 단지 글 쓰는 게 좋고 대학시절 기자 활동이 즐거웠기 때문이라고만 답하셨어요. 그래서 이번엔 왜 글 쓰는 게 좋냐고 물으며 계속해서 이유를 찾아 삶을 거슬러 올라가 보니 거기에 어린 시절의 경험이 자리잡고 있었습니다. 이런 식으로 사람도서관을 통해 마음 놓고 소통할 수 있는 장을 만드는 것만으로도 서로에게 큰 힘이

된다고 봐요. 특히 청소년의 경우 가르치려고 하면 듣지 않는 경향이 있기 때문에 유명인의 성공 이야기보다 주변 사람의 성장 이야기에 공감하는 경우가 더 많더라고요. 앞으로는 여기서 한발 더 나아가 사람도서관의 초점을 청소년 교육에 맞추려고 합니다.

아픔이 더 이상 아픔으로 끝나지 않기를

아울러의 박성의 대표가 꿈꾸는 궁극적인 사람도서관의 모양은 가족 사람책이다. 부모는 자녀에게 자신의 10대, 20대 시절에 대해 들려주고 자녀는 학교 생활과 고민에 대해 털어놓는 가족 사람책은 어쩌면 너무도 당연한 일이어야 하지만 일반 가정에서 좀처럼 볼 수 없는 모습이다. 비록 낯설고 어색할지라도 서로의 아픔에 대한 주고받는 시간을 조금씩 늘려갈 때 우리에게 아픔은 하나의 빛나는 훈장이 될 것이다.

청소년에게 초점을 맞춘 사람도서관은 어떤 모양인가요?

청소년과 학부모를 주 대상으로 하는 사람도서관 작업인데요, 청소년이 사람책이 되는 경우, 학부모를 독자로 삼고 몇몇 친구를 모아서 요즘 청소년의 고민이나 학교에서 생활하는 모습을 전달합니다. 좀 더 직설적으로 '나 우리 엄마 이래서 싫어요.' 같은 이야기들이요. (웃음) 진행하고 나면 돌아오는 부모님들 반응이 거의 비슷합니다. 우리 아이가 이래서 내 말을 안 들었구나 하는 분도 계시고 한 번도 본인 자녀 이야기는 이런 식으로 들어본 적이 없으면서 오늘 집



에 돌아가면 아이랑 꼭 이야기를 나눠봐야겠다고 말씀하곤 하세요.

사실 청소년 입장에서 부모님과 털어놓고 이야기를 한다는 게 쉽진 않을 것 같아요.

맞습니다. 그래서 제가 직접 부모님들을 만나며 학부모가 사람책이 되는 작업도 함께하고 있어요. 아이는 부모에게 학교생활 이야기를 들려주고 부모는 자신의 10대, 20대 모습을 아이에게 들려줄 수 있도록요. 사실 우리 부모님도 모두 사람이다 보니 실수를 하거나 잘못하는 경우도 있습니다만, 자녀 입장에서 는 자신이 어느 정도 성장한 후의 부모님만 기억하고 그분들을 절대적인 존재로 생각하게 됩니다. 또 보통 부모님들 패턴을 보면 자기 트라우마와 결핍을 아이에게 전이시키는 경우가 많아요. 자식만큼은 편하게 잘 살았으면 좋겠다는 바람이 공부와 직결되다 보니 성적이 잘 나오지 않거나 좋은 대학에 가지 못하면 인생이 끝난다고까지 생각하시기도 하고요. 한편으로 자녀 입장에서 는 부모님 이야기를 들으며 내 부모님이 자신에게 왜 그렇게 하셨는지 이해할 수 있어요. 저 역시 사람책 작업을 통해 제 부모님의 이야기를 들은 후 많이 울기도 하고 부모님을 더 깊게 이해할 수 있게 되었답니다.

자녀에게도 부모님에게도 꼭 필요한 시간이 될 것 같아요. 하지만 현실에서는 좀처럼 보기 힘든 모습인데요, 이유가 뭐라고 생각하시나요?

서로를 너무 모르는 게 문제라고 생각합니다. 대한민국에서 가장 안 되는 것 중 하나가 자기 잘못과 아픔을 이야기하는 일이라고 생각해요. 이런 걸 드러내면 내가 깡이라고 생각하니까요. 아까 사람도서관은 성장이야기에 초점을 맞춘다고 말씀드렸는데 성장이야기란 결국 자기 아픔에 대해 말하는 일입니다. 저는 사람도서관을 통해서 서로가 아픔의 이야기를 주고받을 기회를 많이 만들

고 싶어요. 아울러의 소셜미션 역시 여기에 착안하여 '청소년의 실패를 용인하지 않는 사회를 극복하자'로 정했구요. 우리 사회는 한 번 실패했을 때 더는 재기할 기회를 주지 않고 낙인을 찍어버리는 경우가 많은 것 같아요. 특히 청소년기에 수능 성적이나 대학이란 이름으로 실패에 대한 낙인이 가장 뿌리 깊게 자리 잡았구요.

이런 문제를 극복할 방법은 무엇이 있을까요?

서로에 대한 이해가 1단계라고 생각합니다. 사건을 바라볼 수 있는 관점을 다양하게 만들어주고 싶어요. 이것도 답이 되고 저것도 답이 될 수 있도록요. 보통 사람들이 치열해지는 이유는 답이 하나라고 생각하기 때문이에요. 저 역시 다양한 사람을 만나면서 내부에 세상을 바라보는 여러 관점이 생겼고 그 덕분에 제 아픔을 다양하게 볼 수 있었습니다. 물론 아픔은 여전히 그대로 존재하지만, 예전에는 아픔이 아픔에서 끝났다면 이제는 아픔을 아무렇지 않게 볼 수 있게 된 것이죠.

당신의 아픔이 무엇이든 아울러 만큼은 당신을 믿고 지지합니다.

본인 자신도 이젠 사람장사가 아닌가 싶었을 만큼 사람들의 이야기를 통해 사업한다는 게 영 내키지 않았던 박성익 대표. 하지만 사람책의 가치를 제대로 알고 그 이야기를 통해 삶에 새로운 희망을 얻을 수 있는 사람이 한 명이라도 있다면 아울러의 모든 노력은 분명 물질적인 가치 이상의 충분한 의미를 지닐 것이다. 당신이 누구든 또 어떤 아픔이 있든 아울러만큼은 분명한 당신의 편이 되어줄 것을 약속한다.

이야기를 들을수록 대표님 개인이 지나온 여정이 궁금해지네요.

저는 어렸을 때 몸이 아파서 여러 번 죽음의 문턱에 가까이 갔던 체험이 있어요. 그래서인지 초등학교 때부터 애늬는이 적 발상을 했던 것 같아요. 왜 살아야 하는가 같은 철학적 선문답을 던지곤 했는데 이런 고민을 가족이나 학교 선생님과는 나눌 수 없었습니다. 그때부터 혼자 책 읽고 여행하면서 스승님을 찾아다녔는데, 책도 인도철학서, 사서삼경 이런 고전만 읽었어요. (웃음) 그러다 대학에 진학하고 성인이 되어서 인도 공동체에서 생활하며 세계 여러 친구를 만나는 과정에서 힐링이 되는 체험을 했어요. 서로 진심 어린 이야기를 나누며 진정한 소통을 하는 데서 오는 힘을 받은 거죠. 노숙자, 교수, 대학원생 등등 국적과 나이, 직업을 불문하고 사람들을 만나며 그들의 이야기를 듣는 과정을 통해 제 안에 세상을 보는 시야가 넓어졌고 자연스럽게 제 개인의 아픔을 극복할 수 있었습니다.

현대 사회에서 우리가 잃어버린 소중한 가치를 되찾으신 거네요. 하지만 사람도서관이 쉽게 사업화를 할 수 있는 아이템은 아니었을 것 같아요.

사실 처음엔 사람도서관을 비영리 쪽으로 운영할 생각이었습니다. 그러다 주위에서 권유를 받고 소셜벤처 대회에 나가긴 했는데 이걸 계속 해야 하나 말아야 하나 대회 기간 내내 고민했어요. 사람을 빌려주고 돈을 받자니 이게 무슨

인도 오로빌 공동체

인도 오로빌(Auroville) 공동체는 종교와 인종과 성별과 문화와 국가 등등 그 모든 것을 넘어 인류의 조화를 추구하는 곳이다. 40여 개국 약 2천 명이 모인 실험의 장이자 새로운 것이 연구되고 시도되는 곳으로 식사시간 레스토랑에 가서 테이블에 앉아 대화를 시작하면 적어도 최소 5개국 이상의 사람들이 둘러앉아 다양한 이야기를 나누기 시작한다.

사람장사도 아니고. (웃음) 고민의 고민 끝에 제가 내린 결론은 '사람도서관을 통해 이야기를 전하되 가치와 의미를 충분히 전달하면 돈을 받아도 문제가 없다' 였습니다. 또 비영리는 우리는 좋은 취지로 일하니 후원을 해달라는 막연함이 있다면 사회적기업은 힘들긴 해도 더 많은 대중과 함께할 수 있는 형태라고 생각했습니다. 가장 중요한 사회적 변화를 대중에게 보여줄 수도 있고 그게 수익으로 연결된다는 점도 많이 와 닿았고요.

초기 사회적기업으로서 현재까지 운영해오신 것만으로도 대단하단 생각이 드네요. 힘들진 않으셨나요?

많은 문제가 있었죠. 지금도 위기고 언제나 위기입니다. 사회적기업을 운영하다 보면 사람들 간의 갈등도 많고 싸우기도 하고 멀어지기도 하고 변했다는 이야기를 듣기도 하는 것 같아요. 저는 솔직히 앞으로 위기는 더 많아질 거라고 봐요. 사람책 작업을 하다 보면 학생보다 어른들에게 인생 얘기를 꺼내는 것도 듣는 것도 힘듭니다. 생각보다 자존감이 낮은 경우가 많아서 회복을 위한 사전교육도 필요하고요. 그 과정에서 부정적인 피드백이 많이 나오는 편이에요. 내가 그 이야기를 왜 하느냐, 남의 이야기는 왜 들려야 하느냐, 억지로 감정 쥐어짜는 것 아니냐, 그 시절에 다 힘들었던 것 아니냐 등등 회의주의적인 문제가 제일 큰 것 같습니다.

만화 원피스

일본 만화계 역사상 최고의 인기 만화 중 하나인 원피스. 아올러 박성의 대표는 다소 독특하게도 자신의 롤 모델로 만화 원피스의 주인공 루피를 꼽았다. 어떤 역경 속에서도 굴하지 않고 모험과 도전을 이어가가는 점이 마음에 들었다고.

어려움에 대처하는 대표님의 극복방법이 있으신가요?

제 힐링 루트는 세 가지가 있는데요, 사람, 산책, 독서입니다. 이 세 가지의 공통점은 상황을 다양하게 바라볼 수 있는 원동력이 되어준다는 거예요. 사람들을 만나면서 그들의 이야기를 듣는 과정을 통해 제 초심을 돌아봅니다. 산책은 조용히 생각을 가다듬게 해준다는 점에서 상당한 힐링 효과를 볼 수 있어요. 또 고전책이나 만화책 원피스 등을 펼쳐봐요. (웃음) 어떻게 보면 현실 도피적으로 보일 수도 있지만 상황을 다시 바라보는 여유를 준다는 점에서 답이 될 수 있다고 생각해요. 위기감이 생기면 보통 사람은 긴장하게 되고 그러면 시야가 좁아져요. 진흙탕에 빠졌다는 생각도 들고요. 그래서 저는 다이어리에 '심각해지면 지는 것이다'고 써두기도 했어요. 그렇다고 해서 진지하지 않은 건 아니에요. 심각이 부정적으로 보거나 하나의 관점으로 보는 일이라면 진지는 여유를 갖고 다양하게 해석하는 겁니다. 제 안에 사람도서관이 갖는 가치가 분명하므로 꾸준히 사업을 이끌어갈 수 있는 것 같아요.

사람도서관이 전하는 궁극적 메시지가 뭐라고 생각하시나요?

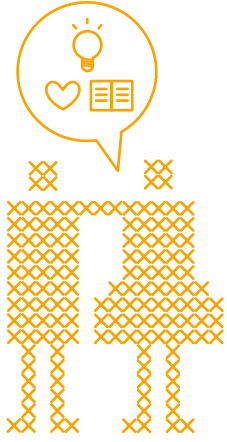
예전에 장애인 친구 한 명이 사람책이 되어서 자신의 아픔 얘기를 통해 장애에 대한 편견과 오해를 깨고 싶다고 찾아왔는데 솔직히 막막하더라고요. 다른 이유 때문이 아니라 사람들의 반응 때문에 이 친구에게 또 다른 상처를 주게 되진 않을까 싶어서 걱정이 앞섰습니다. 그런데 '앞으로 이 친구가 마주하게 될 오해와 편견이 사라지지 않는 이상 이 친구는 자기 아픔을 드러낼 수 없는 건가?' 같은 질문을 던져보고 '사람책을 떠나서 이 친구에게 해줄 수 있는 것은 무엇일까?' 를 고민하다 보니 누가 뭐라고 하든 아올러 만큼은 당신을 믿고 지지한



다는 걸 보여줘야겠다는 결론을 내렸어요. 이 친구에게도 우리만큼 너를 믿고 지지해주겠다고 말하고 용기를 내어 함께 사람책 활동을 시작했습니다. 그랬는데 정말 기대 이상의 반응이 나왔어요. 구독자들이 피드백을 주는데 '안됐지만 대단해요' 라고 말하는 측은지심의 피드백 아니라 '나라면 저렇게 못했을 것 같아요. 정말 멋져요.' 같은 인정과 이해의 피드백을 주는 겁니다. 이 친구는 현재 사람책 베스트셀러로 활동 중이예요. 앞으로도 이런 경우를 계속 만들어가고 싶습니다. 즉, 심적으로 힘들어 하는 사람이 아픔을 극복한 사람들을 만나 이야기 나눌 수 있는 장을 만들어 가는 겁니다. 그렇다면 그분들에게도 아픔이 훈장이 될 수 있는 기회가 오는 게 아닐까요?

사람도서관이 지닌 힘이 충분히 느껴지네요. 마지막으로 소셜벤처 경연대회를 준비하는 후배들에게 한 말씀 해주시겠어요?

이거 왜 하세요? (웃음) 자신이 사업하려고 하는 이유가 뭔지 다시 한 번 자신에게 물어보셨으면 좋겠어요. 항상 저는 사람도서관의 최대 수혜자는 아올러가 되어야 한다고 말합니다. 구독자를 위한 게 된다면 우리는 수단일 뿐이고 그러면 언젠가 지지게 되어 있어요. 이 일을 통해 내가 성장한다는 느낌이 들고 삶이 윤택해지는 즐거움을 누릴 수 있어야 해요. 내가 이 일을 왜 하는가에 대한 이유를 찾으면 힘든 동시에 즐거워집니다. 그렇게 된다면 결과와 상관없이 대회가 자기 자신을 이해하는 기회가 되지 않을까요?



“아이들을 위한 일, 아이들을 위한 용기”

알공 강병규 대표

XXX

아이들이 즐거워하자 성적은 자연스럽게 올랐다

알공은 2011년 소셜벤처 경연대회에서 입선하며 시작을 알렸다. 당시 출전했던 아이템은 ‘튜튜’이라는 온라인 교육 서비스다. 서비스가 무기한 연기되고, 비즈니스 모델을 오프라인 모델로 변형하면서 학부모를 대상으로 상담도 진행했다. 당시 사회적기업이라는 개념이 익숙지 않아 어려움이 있었지만, 결과적으로는 아이도 즐거워했다. 즐거운 분위기 속에 자연스럽게 아이들의 성적도 올라 부모님들도 즐거웠다.

알공은 어떤 기업인가요? 명쾌하게 정리한다면요?

저희 알공은 현재 용기학교라는 프로젝트를 진행하고 있어요. 그전에는 에듀라운지라는 프로젝트도 있었어요. 결국, 저희 알공은 다양한 교육프로젝트를 진행하는 곳이에요. 저는 배움에 대한 즐거움을 청소년들이 느꼈으면 좋겠다고 생각해서, 알공을 “배움에 대한 즐거움을 느낄 수 있는 교육을 제공하는 기업”이라고 이야기하고 싶어요.

소셜벤처 경연대회 참가 당시와 지금은 사업이나 아이템이 많이 달라졌나요?

소셜벤처 경연대회에 참가할 때와 지금은 많이 달라졌어요. 당시에는 온라인 교육에 관심이 많았고, 한국에서도 어떤 기술적인 측면이 많이 들어가 있는 온라인 교육 모델이 가능하겠다 싶었어요. 그게 청소년 교육이었으면 좋겠다고 생각했구요. 온라인 교육을 위한 화상 카메라도 일반적인 게 아니라 약간 곡선으로 꺾여져 있는 카메라였죠. 그런 것들을 개발할 능력이 없어서 외주를 줘서 개발을 진행해야 했는데, 그걸 모두 구현하기에는 비용이 너무 많이 드니까 스타트업으로서 불가능한 일이었죠. 그래서 오프라인으로 무언가를 해보자고 방향을 전환했습니다.

우리나라 청소년들이 행복한 것 같으냐고 묻는다면, 뭐라고 대답할 수 있을까. 국내 청소년들의 실태를 보여주는 몇 가지 부정적인 지표들은 불편하기까지 하다. 그 지표들을 나아지게 할 순 없을까? 강병규 대표는 조금만 노력하면, 아이들을 지금보다 훨씬 행복하게 해줄 수 있다고 생각했다. 아이들을 행복하게 해주겠다는 용기를 냈다.



오프라인으로 전환한 뒤에는 어떻게 사업을 진행해가셨나요?

도서관이나 독서실, 문화센터 등에 빈 공간이 많더라고요. 성남시에 있는 그런 공간들을 돌아다니면서 사장님들을 설득하고 다녔어요. 그런데 관심이 없더라고요. “넌 누구냐?” 이러시는 거죠. (웃음) 그때 당시만 해도 소셜벤처나 사회적기업이 많이 알려지지 않았거든요. 안 되겠다 싶어서 직접 해야겠다고 마음 먹었어요. 어떻게 공간을 구성해야 할까 고민하고 있었는데 청소년들이 카페에서 커피 하나 시켜놓고 여러 명이 공부를 열심히 하더라고요. 그럴만하더라고요. 독서실은 함께 공부하기도 어렵고, 또 청소년 문화센터 같은 곳은 정작 청소년들은 잘 이용하지 않았으니까요.

왜 청소년들이 청소년 문화센터를 잘 이용하지 않았을까요?

바빠서 그럴 수도 있었다고 생각해요. 학원도 참 많이 다니고...(웃음) 그런데, 그 공간이 청소년들에게 매력적일 이유가 없더라고요. 청소년들이 생각하기에 멋지지 않다는 생각이 있었겠죠. 공공기관에 간다는 느낌이 강했을 거예요. 취약계층 아이들 역시 마찬가지였을 거고요. 그래서 청소년들이 좀 더 열린 공간에서 어울릴 수 있는 카페 같은 분위기를 했으면 좋겠다고 생각해서 만든 것이 현재의 공간인 거예요.

이 공간은 어떻게 마련하신 건가요?

개인적인 자금으로 구한 거예요. 어렵게 공간을 마련해서 아이들하고 2년간 지냈어요. 지내는 동안 온라인 교육프로그램도 아이들 대상으로 잠깐잠깐 했었는데, 아무리 온라인 교육이 뛰어나도 사람과 사람이 직접 만나서 소통하는 걸 뛰어넘을 수가 없다는 걸 느꼈어요. 그래서 후에 에듀라운지를 진행할 때 모토가 ‘쉽과 배움이 있는 장소’였어요.

‘쉽과 배움이 있는 장소’의 뜻을 조금 더 설명해주실 수 있나요?

청소년들을 행복하게 해주어야겠다는 생각을 참 많이 했어요. 취약계층 아이들은 다른 아이들에 비해서 배움이 너무 떨어졌어요. 게임중독도 많았고요. 반대로 취약계층이 아닌 친구들은 학원을 너무 많이 다녀서 스트레스 때문에 우울하고요. 물론 그렇게 청소년들을 행복하게 해주기 위해서는 기업이 유지될 수 있도록 수익도 필요했고, 부모님들이 원하는 실질적인 공부도 병행할 필요가 있었어요. 모든 것을 함께 진행했죠. 같이 놀기도 하고, 진로체험도 같이 하고, 캠프도 했어요. 이 상가 전체에서 런닝맨같은 프로그램도 진행하고요. 아이들이 너무 좋아했어요. 반대로 부모님들하고 많이 부딪혔죠. 이게 공부하는 거냐 노는 거냐 하고요. 그런데 결론적으로 아이들 성적이 많이 올랐어요. 제일 좋았던 건 아이들이 많이 밝아졌어요. 취약계층 아이들은 축 쳐져 있고 힘도 없고 그랬는데, 아이들이 명랑해졌죠. 일반 아이들도 너무나 밝아졌고. 그러면서 자동으로 대회에 있었던 온라인에 대한 집착은 사라졌어요.

많은 변화 있었지만, 중심은 변하지 않아

알공은 많은 변화가 있었다. 대회 당시와 180도 달라졌다 해도 과언이 아니다.



일단 법인명부터 알고리디에서 알공으로 바뀌었다. 다만 변하지 않은 가치가 있다면, 처음부터 지금까지 청소년들이 더 행복한 삶을 살 수 있도록 노력하는 것, 더 따뜻한 삶을 살 수 있도록 이끄는 것이다.

부모님들 시각에서는 어떤 ‘변형된 학원’느낌인가요?

그랬을지도 모르죠. 나중에는 그거보다 뭔가 더 하다는 생각을 하셨었고요. 일단 가장 큰 차이점은 같이 ‘생활’을 해요. 일종의 ‘방과 후 학교’라고 해야 할까요? 어느 정도였느냐면, 아이들이 신나서 서로 이 공간에 빨리 오려고 그랬어요. 거의 10시까지 같이 생활했어요. 밥도 먹고, 놀기도 하고, 공부도 하고. 주말에는 스포츠도 하고요. 심지어 같이 장도 보고. 저는 제2의 학교였다고 생각해요. 그런데 그것도 2년이 지나니까 한계에 부딪히더라고요.

기업으로서의 한계 같은 것인가요?

그렇죠. 이런 일을 진행하기 위해서는 많은 코치가 필요한데, 금전적인 부분이 나 체력적인 부분에서 다들 많이 지쳤어요. ‘사업모델이 또 바뀌어야 할 시기가 왔구나’라고 생각했죠. 또 B2C 모델은 홍보도 많이 해야 하고. 소비자들의 컴플레인도 처리해야 하고. 새로운 부모님들이 익숙하지 않을 때는 설득도 해야 하고. 이런 것들이 상당히 소모적이고 작은 사회적기업이 감당하기엔 쉬운 일 아니었어요. 그래서 새로운 프로젝트를 시작하자고 한 것이 용기학교 인 거죠.

용기학교는 에듀라운지와 어떤 점이 가장 크게 다르죠?

용기학교는 디자인 싱킹을 이용해서 ‘삶을 다시 디자인하자.’는 것이 모토예요. 일반적인 과목, 그러니까 영어, 수학 이런 것들은 다 뺐어요. 그래서 모집도 매



용기학교

용기학교는 '맞는 장소(Place)'에 '맞는 사람들(People)'이 모여 하고 싶은 일들을 하다보면, 꿈꾸던 것이 현실이 되는 '맞는 때(Time)'가 온다는 생각으로 만들어가는 알공의 대표 커뮤니티 프로젝트다.

번 해야 하긴 하죠. 이런 디자인씽킹에 특화된 콘텐츠로 교육해서 B2B로도 전파하고, B2C에도 전파할 계획이에요.

용기학교는 그림 에듀라운지에서 했던 생활을 같이한다거나 그런 것들도 유지가 되나요?

아쉽게도 그런 건 없어요. 저는 이 프로젝트를 양경숙 선생님에게 많이 맡겼어요. 예전에 헤드플로에서 일하실 때부터 디자인씽킹이란 것을 많이 공부하셨고 잘 알고 계시거든요. 성인을 대상으로 하고, 용기학교라는 프로젝트 속에 다양한 클래스를 마련하여 교육하고, 교육을 받은 성인들이 모여서 청소년들에게 다시 교육을 해주는 구조로 가고자 하는데 아직 거기까지는 못 갔어요. 점차 그쪽으로 변화시켜 나가야죠. 일단은 청소년 교육부터 시작해요. 교육 프로그램을 조금 이야기하자면, 다양한 용기에 관해서 이야기하고 함께 진행해요. 예를 들어 말할 수 있는 용기, 그럴 수 있는 용기, 쓸 수 있는 용기, 만들 수 있는 용기 등이요.

클래스에 오는 친구들은 보통 어떤 친구들인가요?

취약계층 친구들과 일반 가정의 친구들을 모두 섞어서 해요. 사실 아이들끼리 어울리지 못할까 봐 걱정했는데, 그런 건 어른들이 우려하는 부분이고 아이들은 그런 거 없어요. 다만 사회공헌 차원에서 진행되는 수업은 취약계층 친구들로만 구성되어있죠.

그럼 알공의 수익은 이런 교육의 수업료로 발생하는 건가요?

취약계층 아이들을 제외한 일반 학생들 경우에 수업료를 냅니다. 싼 편이에요. 고학력 친구도 있고, 예전 에듀라운지 시절에는 생활도 같이했으니까요. 학부모님이 보시기에는 이 정도까지 하는데, 수업료가 너무 싸다고 느끼셨던 분들도 계셨어요.

자신의 행복했던 경험을 아이들도 느끼길 바라

보통 사회문제를 해결하고자 하는 사회적기업가들은 자신의 삶에서 불편했던 일들, 문제라고 인식되었던 일을 해결하고자 한다. 하지만 강병규 대표는 자신의 행복했던 경험을 아이들도 느꼈으면 하는 '행복한' 바람에서 시작했다. '조금만 도와줘도 이렇게 행복한 아이들인데...'라고 말끝을 흐리는 강병규 대표의 눈빛에서 따뜻함을 넘어 어떤 결심까지 보인다.

대표님께서 의과학도 전공하시고, 공부를 오래 하신 편이잖아요. 그래서 교육에 대해 특별히 관심을 기울였던 건 아닐까요?

꼭 그런 건 아니에요. 몇 번 말한 적은 있는데, 다른 사회적기업처럼 저희가 소셜미션이 특출하거나 그러진 않아요. 저는 단순하게 아이들과 노는 게 너무 재밌었어요. 요즘 아이들이 너무 불행하지 않나, 라는 생각을 많이 해요. 조금만 도와줘도 이렇게 충분히 기쁠 수 있는 아이들인데도요. 도와주고 싶다는 생각이 많이 들었어요. 그게 꼭 소셜미션이나 이런 건 아니었던 것 같아요.

대표님은 우리나라 교육의 문제점이 뭐라고 생각하세요? 혹은 청소년들이 겪고 있는 심각한 문제라든지?

다들 아시는 뻔한 교육제도죠. 아무리 창의성을 강조하고 창의력 프로그램 같은 것을 실제로 아이들에게 해도, 결국은 수능이라는 좁은 구멍을 통과하기 위해 교과과정에 맞춰갈 수밖에 없는 거거든요. 청소년들의 창의력을 계발하고자 시작되었던 많은 프로그램의 취지가 바래지는 거죠. 모르겠어요. 쉽게 바뀔 수 있는 문제라고 생각하진 않아요. 저는 단지 그런 과정에서 아이들이 조금 더 지지치 않고 행복하게 살았으면 좋겠다고 생각해요. 저는 지금도 중학교를 설립하는 게 꿈이에요.

중학교를 설립하고 싶다고 특별히 결심하신 계기가 있나요?

중학교가 참 애매한 시기예요. 사춘기이기도 하고, 말도 참 안 들을 때고....(웃음) 수익적인 측면에서도 초등학교는 아이들의 가능성을 보고 학부모님들이 돈을 많이 쓰시죠. 고등학교는 급박하니까 돈을 쓰시고요. 그런데 중학교 시장은 정말 애매해요. 그래서 중학교 시장을 기업들이 많이 꺼립니다. 그런데 저희는 2년 동안 중학생들만 받았어요. 가끔 초등학교나 고등학교가 있었지만, 99% 중학생이었어요. 가장 중요한 시기예요. 그때 본인의 갈 길도 찾을 수 있고, 공부에 대한 배움의 즐거움도 느낄 수 있고, 어느 정도 생각할 수 있는 사고력도 생기고 있는 시기잖아요.

대표님의 중학교 시절은 어땠나요?

저는 부모님 잘 만나서, 운 좋게 미국에 있었어요. 그냥 시골 풀밭에서 뛰어놀면서 자랐죠. 동물들도 있었고요. 미국은 수업이 딱 끝나면 기숙사든 뭐든 문을 잠가요. 밖에서 놀아야 해요. 어떻게든 밖에서 지내야 했어요. 그래서 친구들과 운동도 하고 그랬는데, 한국에서는 그러질 못한다는 게 참 아쉬운 것 같아요.

ㅋㅋ박차

매주 화요일 열리는 청소년 심야식당, 거리와 카페에서 밥과 차를 만나는 학교밖청소년 아웃리치, 태평제일교회, 교육 사회적기업, 청소년상담복지센터가 협업 프로젝트로 만드는 마을 안전망이다. 알공, 오마이컴퍼니 등이 참여했다.





중학생 시기를 미국에서 보내고, 한국에 오셔서 우리 아이들을 보셨을 때 느낌은 어떠셨어요?

저는 대학원까지 미국에서 마쳤는데, 한국에 와서 아이들을 봤을 때 조금 안타까웠어요. 제가 관심이 있는 부분은 딱 두 가지예요. 청소년 교육과 의료. 한국에서 어떤 사회적기업가의 강의를 듣고 사회적기업에 관심이 생겼고, 제가 해보기로 결심했어요. 그래서 관심 있었던 분야로 도전하고자 했는데 의료 쪽은 스케일이 커서 사회적기업으로는 아직 힘들겠다 싶어서, 청소년 교육에 뛰어 들었죠. 제가 경험했던 것들을 아이들에게 간접적으로나마 느끼게 해주고 싶었어요. 실제로 여기서 진행했던 많은 일들이 미국에서 겪었던 일들을 아이들에게 얘기해준 거였어요.

소셜벤처 경연대회는 어떠셨어요?

소셜벤처 경연대회는 제게는 불씨 같은 존재였어요. 최초의 아이디어를 실행하고 진행할 수 있도록 도와주는 존재요. 물론 그다음은 어떻게 될지는 모르죠. 사업이라는 게 생각한 대로 모두 가지는 않으니까. (웃음)

멘토링의 기억을 더듬어보신다면요?

멘토링이 참 좋았죠. 몇 박으로 합숙도 하고요. 상당히 들뜬 기분으로 갔다 왔던 기억이 나요. 훌륭한 멘토들께서 멘토링을 잘 진행해 주셨었지만, 결국 본인인 사람이 알아서 하는 것이라는 생각이 참 많이 들어요. 아무리 좋은 길로 인도해 줘도, 본인이 어디에 꽂히면 안 들리잖아요. 저도 마찬가지였고요.

소셜벤처 경연대회를 준비하고 있는 친구들에게 해주고 싶은 말이 있다면요?

일단, 그런 대회에 도전해 봐야겠다는 생각을 하는 것 자체가 정말 대단한 것

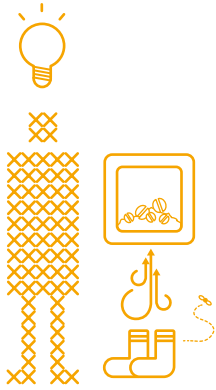
같아요. 그런데 무엇보다도 그런 문제의식을 생각하게 된 것인지 명확히 알아야 할 것 같아요. 단순히 정부지원을 바라다면, 소셜벤처 경연대회보다 더 나은 지원을 주는 정부 사업은 많아요. 그런 점을 생각해봐야 할 것 같아요. 그럼에도 불구하고 사회적기업을 해야겠다면, 그냥 좀 단순하게 갔으면 좋겠다는 생각이 들어요. 제가 사회적기업에 빠지게 된 계기도, 기업이나 경영이라는 것은 모두가 행복해야 한다는 생각이었어요. 모든 이해관계자가 행복한 기업. 그게 바로 제가 꿈꾸던 경영이자 사회적기업이라는 생각도 들어요. 저는 모든 기업들이 그런 마인드를 가지고 있다면 굳이 사회적기업 타이틀은 필요 없다고 생각해요.

앞으로의 알공은 어떤 모습일까요?

알공은, 용기학교 프로젝트를 더 개발해서 학교 형태로 가고 싶어요. 지금 학교와 맞지 않는 아이들을 위한 특별한 학교로요. 당연히 이 공간은 부족하겠죠. 운동장도 있어야 하고요. 돈도 많이 들겠죠(웃음). 그게 알공의 목표라면, 그러기 위해서 돈을 많이 버는 게 개인적인 목표예요.

대표님 말씀대로 하면, 그 용기학교가 약간의 대안학교? 그렇게 구성될 수도 있겠네요.

네. 저는 그 바람이 있어요. 계속 대안학교를 하려고 노력하고, 많이 알아보기도 했는데, 성남시 교육청에서는 현재는 정식으로 인가받은 대안학교가 한 군데도 없다고 하더라고요. 기존에 알고 있던 학교들도 대안학교가 아니기도 했고요. 절차가 너무 복잡하더라고요. 그냥 내가 돈 빨리 벌어서 땅 사고 건물 사야겠다고 생각하고 있어요. (웃음)



“모모와 파트너 하실래요?”

모모파트너즈 김경호 대표

XXX

시작은 커피 찌꺼기, 그 이후는 예측 불가능!

김경호 대표는 자신을 자유로운 영혼이라 했다. 호기심도 자유롭다. 바라보는 모든 것에서 아이디어를 ‘추출’해낸다. 2012년 소셜벤처 경연대회에서 우수상을 받은 ‘송진코팅 기술로 만든 한지와 커피박(커피 찌꺼기)를 이용한 제습제’부터 ‘떡식빵’까지 모모파트너즈의 무궁무진한 아이디어에 관해서 이야기를 들었다.

어떻게 사업을 시작하게 되셨어요?

제가 좀 자유로운 영혼이라고 해야 할까요? 기존에 일하던 곳에서 적응을 잘하는 편은 아니었어요. 그만두는 경우가 많았고요. 일자리가 많이 바뀌다 보니 기존 회사들이 가지고 있는 시스템에 대해서 고민도 많이 했어요. 예를 들어, ‘출퇴근 시간이 이렇게 막히는데 왜 회사까지 왔다 갔다 해야 하지?’ 라는 생각부터 ‘너무 즐린데 계속 책상 앞에 붙어 있어야 하나?’ 뭐 이런 생각들을 하곤 했어요. 어차피 즐리면 작업이 안되거든요. 그러다가 ‘그냥 내가 회사를 만들자’라는 생각으로 시작했어요. 이왕 회사를 만들기로 했으면, 좀 더 세상에 도움이 되는 일을 해야 하지 않겠냐는 생각도 함께 하게 된 거죠.

그렇게 고민한 끝에 커피 찌꺼기를 재활용하는 걸 발견하셨나요?

커피박에 대한 문제점을 가지고는 있었지만, 기술적으로 개발된 것은 송진코팅 한지가 먼저였어요. 취미생활로 커피를 계속 내리고 있었기 때문에 커피박을 어떻게 처리할지에 대한 고민이 많았죠. 집에 계속 쌓여만 가니까요. 나머지 쓰레기는 바로바로 분리배출 하니까 그렇게 오래 보관할 필요가 없어요. 20ℓ 짜리 쓰레기봉투를 커피박으로 채우려면 한두 달이 걸리는데 그때 안에서 커피박이 썩어요. 그래서 ‘이걸 어떻게 하면 좋을까?’ 하면서 커피박에 대한 재활용 방법들을 인터넷에서 찾아봤어요. 입욕제로도 쓰고 탈취제로도 쓰더라고요. 그런데 불편한 점이 참 많았어요. 가루도 날리고, 담아놓은 티백이 터지기도 하고.

협업이라는 게, 얼마나 어려운 일인지는 해본 사람만이 안다. 그런데 몇 년째 협업을 기본으로 기업을 운영하고 있는 소셜벤처 경연대회 수상팀이 있다. 수많은 아이디어를 바탕으로 끊임없이 파트너를 만들고, 함께 성장해가는 모모파트너즈다. 인터뷰 내내 모모파트너즈의 끝없는 아이디어의 원천은 어디일까 찾아내고자 했지만 실패했다. 그냥 모모파트너즈니까, 그런 것 같다.





그래서 '이걸 좀 편하게 쓸 수 있는 방법을 찾아야겠다.'고 생각했어요. 그때 송진코팅한 한지를 티백처럼 만들어서 담으면 되겠다는 생각을 했습니다. 그런데 아무리 견고하게 담아도 가루가 빠져나오는 거예요. 그때 고체 모형 형태라면 되겠다고 생각해서 각종 기술을 접목하기 시작했어요. 그러면서 아이디어가 견고해지기 시작한 거죠.

커피박이 이렇게!

원료배합기술과 프레스 압력 및 온도제어기술이 합쳐져 탄생한 커피박 열압축 성형기술

커피박 아이템을 구체화하는 과정에서 어려움은 없으셨나요?

일단 기술에 대한 어려움이 가장 컸어요. 어찌 되었든 제품 자체에 저희가 추구하는 목적이 숨어있어야 하니까 제품이 제대로 나와줘야 하거든요. 실제로 화학에 대한 이해도 있어야 하고, 그걸 응용할 수 있는 기술도 있어야 했어요. 제조에 대한 기술도 수반되어야 했고요. 그런데 어느 하나 가지고 있는 게 없었어요. 그래서 제가 할 수 없는 부분들을 협력업체를 통해 꾸리기까지의 어려움이 많았죠.

기술적인 어려움은 협력업체를 구해서 해결했다 하더라도, 열 압축을 해야겠다는 생각이 있어야 협력업체를 구할 텐데, 그런 생각은 어떻게 할 수 있었나요?

사실 물건을 모형화시킬 수 있는 기술이 몇 개 안 됩니다. 모형화한다는 건 결국 금형으로 찍어내는 방법이거든요. 그 방식이 프레스 방식이었기 때문에 쉽게 찾아낼 수 있었어요. 다만 무조건 압축하고 열을 가한다고 모형이 나오는 건 아니거든요. 적절한 배합과 비율을 알고, 그다음 적절한 열과 압력을 어떻게 가하느냐가 관건이었던 거죠.

모모파트너즈의 다양한 제품들에 관해서 소개를 해주세요.

아이디어 제품들을 많이 내고 있어요. 커피박을 이용한 제품이 많고요. 저희는 커피 찌꺼기라는 이름 대신 '커피박'이라고 부릅니다. 더 이상 쓰레기의 개념으로 바라보지 말고 하나의 자원으로 바라보자는 뜻이 담겨있어요. 그 커피박으로 만들어진 첫 번째 제품은 커피 타일이고, 두 번째가 커피 탈취 제습제예요. 세 번째 지금 개발 중인 커피펠렛이 있습니다. 나무원료 대신 커피를 태워서 사용할 수 있는 과정까지 나왔어요. 커피박을 이용한 제품과 송진코팅 된 한지제품이 있고, 다이어트 밥그릇이 있고 식품 쪽으로는 떡과 빵이 합쳐져 있는 '떡식빵'을 다른 기업과 공동으로 개발하고 있습니다.

모모는 스스로 다짐하며 현실에 안주하지 않는다

김경호 대표는 모모파트너즈를 '파트너십으로 새로운 사업들을 계속 만들어가는 회사'라고 정의했다. 그러면서 자신과의 약속을 지키기 위해 사회적가치를 끝없이 추구했다. 제품 자체에 사회적인 가치를 품을 수 있도록 기획단계부터 고민에 고민을 거듭한 것이다. 소셜벤처 경연대회도 초심을 잃지 않기 위해 하나의 방법으로만 참가했다. 그 결과 우수상까지 수상했고, 스스로에게도 충분한 자극이 된 동시에, 사회적기업으로서의 가치를 지켜야겠다고 다짐하는 계기도 됐다.

소셜벤처 경연대회에 출전하실 때보다 사업이 정말 많이 확장된 것 같은데, 모모 파트너즈를 한 줄로 소개한다면 이제 어떤 회사라고 소개해야 할까요?

모모 파트너즈는 정말 '모' '모' 파트너즈예요. 아무개 모, 아무개 모와 같은 누구와도 파트너십을 이룰 수 있는 동료가 되고자 하는 회사예요. 그 외에도 여러 가지 뜻이 있어요. 모모라는 책이 있는데, 그 책의 주인공처럼 누군가에게 정말 좋은 사람이 되고 싶다는 의미가 있어요. 모모파트너즈를 굳이 정의하자면, '파트너십으로 새로운 사업들을 계속 만들어가는 회사'라고 설명하면 맞을 거 같네요.

소셜벤처 경연대회에 커피 제습제, 커피 탈취제라는 아이템을 가지고 출전하셨을 때 심사위원들의 반응은 어땠나요?

왜 나왔느냐고 하더라고요. 그냥 사업하라고 하시면서, 사업기획서 내용도 충분히 시장성도 있고, 자금력도 있고 시장성도 있고, 기술도 다 개발이 완료되어있는 상태니까 '왜 소셜벤처 경연대회를 나왔느냐'는 것이 가장 많이 받은 질문이었어요.

그 질문에 대한 답은 어떻게 하셨나요?

그에 대한 대답은 지금도 마찬가지예요. 저희는 지금도 비슷한 질문을 받아요. 모모파트너즈는 지금 예비 사회적기업이에요. 물론 예비 사회적기업 타이틀을 놓아줘도 된다고 생각해요. 하지만 이걸 저에 대한 약속이에요. 예비 사회적기업에 속해 있으면 적어도 우리가 지켜야 할 부분이 있잖아요. 예비 사회적기업이면 예비 사회적기업 답게 사회적 목적실현을 해야 하거든요. 그건 외부에

커피탈취제습제

앞의 열압축 성형기술을 이용하여 모모파트너즈가 개발한 제품. 이 제품으로 스위스 업체와 32만 유로의 판권 및 기술이전을 완료하였다.



서의 감시망이기도 하고, 저 스스로 설정한 감시망이기도 해요. 초심을 잃지 않기 위한 부분이지요. 나 자신에 대한 실험이었어요. 이게 정말 어느 누가봐도 정말 사회적목적 실현을 하고 있는 아이디어로서 사람들이 봐줄 수 있는지 그걸 한번 확인해 보고 싶었어요. 또 소셜벤처 경연대회에서 수상한다면 제가 지켜 나가야 하는 또 하나의 족쇄를 채워 넣는 일이라고 생각했습니다.

커피박 제습제 판매율은 꾸준히 유지되고 있나요?

많이 팔긴 했는데, 아직 일반소비자를 대상으로 시중에 판매하진 못하고 있어요. 커피 옆에 사은품처럼 붙여서 나가는 걸로 모 기업이랑 공동 프로모션으로 진행하고 CF까지 찍었는데 문제가 생겼어요. 우리나라 폐기물관리법에 의하면 커피박은 폐기물이기 때문에 법적인 문제가 생겨날 수 있다고 해서 중단이 됐어요. 사실 커피 전문점에서 커피박 나누어주는 것도 위법이에요. 물론 납품한 돈이야 받았지만, 저희는 돈보다는 저희 제품이 전국적으로 뿌려진다는 사실이 더 중요했거든요. 사람들이 커피박을 단순한 커피 찌꺼기가 아닌 하나의 자원으로 인식할 수 있도록 완전히 바꿔놓을 수 있겠다고 생각해서 시작한 프로젝트였고 그래서 규제 완화 위원회 쪽에 많은 행동을 했습니다. 그랬더니 올 7 월쯤에 비리관리법에 의해 처리될 수 있다는 긍정적인 답변도 받은 상태예요.

모모파트너즈의 커피박 관련 사업이 잘되면 우리나라에서 버려지는 커피박들의 수가 확 줄어들 수도 있겠구나 하는 생각도 들어요.

그렇죠. 저희와 함께 프로젝트를 진행했던 회사가 만들어내는 커피박이 11만 톤이에요. 우리나라에서 32만 톤을 만들어내니까, 3분의 1 이상을 한 회사에서 만들어내는 거죠. 그럼 그것만 잘 활용하면 우리나라 커피박의 33% 이상이 없어지는 거죠. 실제로 저희는 지난해 315톤의 커피박을 재활용했어요.

대표님의 그런 아이디어의 원천은 어딘가요?

잠을 잠자기 전에 이상한(?) 생각들을 많이 해요. 또 일상생활하면서 이런 것들 있으면 좋겠네, 이런 것들 해결되면 좋겠네 하는 생각들도 하게 되고요. 사실 아이디어는 어디에나 있어요. 사업가와 일반인의 차이를 굳이 두자면, 행동하느냐 안 하느냐입니다. 아이디어가 있어도 실현해보고자 움직이는 사람과 생각으로만 그치는 사람. 그 차이인 것 같아요. 처음에는 저도 어려웠죠. 그런데 하나 해보니까 괜찮더라고요. 그다음에는 아, 이걸 이렇게 만들면 되겠다, 싶은 거죠. 저희가 컨설팅 사업을 하고 있고 했지만, 실제로는 시제품 제작을 도와주는 측면이 강합니다. 이런저런 아이디어가 있다면, 그걸 이렇게 만들어보면 되겠네요, 하고 조언하는 거죠. 같이 제품도 만들어보고요. 그렇게 지난해 매출이 13억 정도 되었네요.

창업은 외로워... 소셜벤처 경연대회는 창업자들에게 큰 응원
창업자는 외롭다. 이제 시작하는 창업이라면 더욱 그렇다. 내 꿈과 함께해 줄 동료들을 만나는 것도 처음에는 요원한 일이다. 김경호 대표에게 그런 시기가 왔을 때, 소셜벤처 경연대회는 그에게 큰 버팀목이 되었다. 그곳에 가면 자신과 비

다이어트 도우미 스텝볼 (Step Bowl)

모모파트너즈가 개발한 다이어트 아이디어 상품. 정충적인 식사량 조절은 물론, 식욕억제, 포만감, 섭취속도 감소 등을 유발하여 다이어트를 돕는다.



슷한 사람들을 만날 수 있었다. 더 나은 세상을 만들어보겠다는 꿈을 꾸는 사람, 누군가를 돕고자 하는 사람, 좋은 제품을 만들고자 하는 사람이 많았기에 그에게 대회는 좋은 기억뿐이다. 그래서 소셜벤처 경연대회와 관련된 일이라면 무엇이든 마다하지 않는다고, 김경호 대표는 말했다.

소셜벤처 경연대회에 출전하면서 얻은 가장 큰 성과는 뭘까요?

많은 걸 얻었지만, 가장 중요했던 건 저와 비슷한 꿈을 꾸고 있는 친구들과 만났다는 거예요. 창업하면 외롭거든요. 진짜 외로워요. 근데 나와 비슷한 고민을 하는 사람이 저기 다 모여있다니... 아까 말한 모모라는 책의 모모는 '경청'을 통해서 많은 사람들의 고민을 해결해 줘요. 소셜벤처 경연대회에 나가서 제가 하는 말을 공감해주고 경청해주는 사람들을 만난 거예요. 그것도 제가 가장 힘들 때요.

지금 사업을 하고 계시는데, 주변에서는 많이 응원해주고 계시나요?

사업이라는 게, 위험성도 크기 때문에 주변에서도 많이 만류하기도 하죠. 하지만 그 두려움보다 더 큰 무언가가 있었기 때문에 사업을 지속할 수 있는 것 같아요. 저는 그게 욕심이라고 생각하거든요. 강의할 때도 이런 이야기를 참 많이 하는데, 저는 어떤 희망보다는 제 욕심이 가장 컸던 것 같아요. 당연히 처음에 사업한다고 하면 주변에서 말리고 하는데, 그런 욕심 때문에 주변의 만류를 뿌리칠 수 있었던 것 같아요. 내가 하고 싶은 거니까.

소셜벤처 경연대회에 출전한 지도 벌써 2년이 됐잖아요. 아직도 그 느낌이 생생한가요?

생생하죠. 제가 소셜벤처 입상하신 분들 멘토링 하러 가거든요. 멘토링 하러 갈





때마다 아직도 가슴이 두근거려요. 처음 대회 준비할 때 느낌도 많이 나고. 그때 받았던 위로 같은 걸 많이 느껴요. 창업하기 전에 고민했었던 얘기들을 계속 주고받으면서 그 안에서 뭔가 새로운 대안 같은 걸 찾아내면 위로를 많이 받아요. 사업을 진행하면서 잊었던 초반의 마음들도 다시 새록새록 생겨나죠.

떡식빵

모모파트너즈가 심혈을 기울여 연구중인 회심의 아이디어 식품. 떡만큼 촉촉하고 식빵만큼 고소한 식품이다.



소셜벤처 경연대회를 준비하는 후배들에게 조언을 해주신다면요?

제가 주변인이자면, 이성적으로는 하지 말라고 얘기하고 싶고요. (웃음) 조금 더 고민하고 준비했으면 좋겠다는 생각이 들어요. 하지만 이성을 버리고 나의 두근거리는 가슴으로 이야기하자면 그냥 했으면 좋겠어요. 무엇이든 행동해야 나오는 거라 생각해요. 꿈이 있다면 꿈을 향해 일단 움직여보는 거죠. 그 안에서 답이 나오는 경우들이 많거든요. 근데 움직이지 않는 사람은 자꾸 생각 안에서만 움직여요. 거기서 벗어날 수가 없어요. 하지만 실제 움직인다는 것은 어찌 되었든 다른 사람과 부딪힐 수도 있고, 어떤 현실과 부딪힐 수도 있어요. 그러면 문제가 무엇인지 정확히 판단할 수 있기 때문에 그걸 풀어나가는 방법들을 찾아가면서 조금씩 성장해 나가는 거죠. 자기 목표에 조금씩 가까워지는 거예요. 누구도 완벽하게 준비해서 움직이는 사람들은 없을 겁니다. 부족할 수도 있고 모자를 수도 있어요. 하지만 그건 움직이면서 채워나갈 수 있다고 생각해요. 움직이지 않으면 채워나가는 것마저도 못하기 때문에.... 행동하고 움직이면 좋겠습니다.

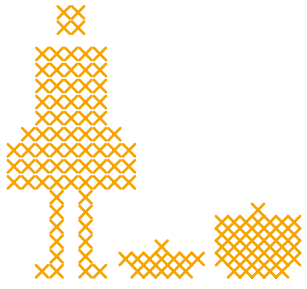
소셜벤처 경연대회에 출전하셨을 때 모모파트너즈가 추구했던 사회적 가치와 지금 모모파트너즈의 사회적 가치에는 변화가 있을까요?

변화는 없는 것 같아요. 당시 저희 목표는 하나였어요. 커피박은 더 이상 버려

지지 않는 하나의 자원으로 만들겠다. 물론 제가 생각했던 것만큼의 파급력은 아직 없지만, 어느 정도 하나의 물결이 되어 많이 나아지고 있어요. 사회적가치는 확장된 것 같아요. 예전에는 커피박만 생각했었는데 지금은 여기에 또 하나의 목적이 생겨났어요. 나와 같은 꿈을 꾸는 청년들이 있다면 도와줄 수 있는... (웃음) 컨설턴트? 멘토? 그건 아직 너무 거창한 거 같고요. 같은 곳을 향해 함께 뛰어가는 동료가 되어주자 여기 조금 더 도움이 될 수 있는 사람이 될 수 있도록 노력하자는 목표가 하나 더 생겨났어요. 실제 그런 활동들을 많이 하고 있고요.

모모파트너즈의 앞으로의 계획과 미래가 궁금해요.

앞으로의 계획이라기보다는.... 제가 새로운 것을 만들기보다 '이 현실을 어떻게 하면 지켜내야 할까?' 같은 생각을 하게 될까 봐 겁이 나요. 제가 그렇게 변할까 봐요. 그러지 않기 위해서 더 많은 파트너를 만날 거고요. 그 파트너들과 계속 같이 성장하는 회사가 될 겁니다. 모모파트너즈는 그렇기 때문에 정말 무한한 가능성을 지닌 회사라고 생각해요.



"생소하지만 당연한 권리, 먹거리 정의를 찾아서"

푸드앤저스티스
지니스테이블
박진희 대표

XXX

당연지만 당연하지 않은 이야기

배고픈 이들을 어떻게 도울 것인가에 대해 우리는 많은 고민을 하고 있지만, 그들이 왜 배고파야 하는가에 대해서 생각을 하자면 한참 머리를 굴리게 된다. 가만히 생각해 보면, 그들이 배고파야 할 이유가 없다. 그런데 여전히 배고픈 사람들은 많고, 그들을 위한 노력은 제자리다. 이유는 간단하다. 먹을 권리에 대해서 진지하게 고민해보지 않았기 때문이다. 단순히 배를 채우는 것을 넘어, 좋은 먹거리를 먹을 수 있는 권리. 푸드앤저스티스 지니스테이블의 박진희 대표는 이런 당연한 이야기를 당연하게 이야기하고 있지만, 먹거리 정의라는 것은 여전히 생소하다.

지니스테이블에 대한 소개를 부탁드립니다.

지니스테이블의 풀네임은 푸드앤저스티스 지니스테이블(이하 지니스테이블)이에요. 우리 회사가 지향하는 게 푸드 저스티스인데, 그냥 푸드 저스티스라고 하면 사람들이 알 수가 없어서요. 먹거리 정의를 실현하는 일을 합니다.

먹거리 정의라는 개념이 약간은 생소해요. 조금 더 구체적으로 설명해주실 수 있나요?

주로 먹거리의 양극화와 먹거리 격차를 해소하기 위한 시스템을 만들어 가는 일을 하고요. 시민들을 만나는 활동이나 저소득층의 좋은 먹거리 접근 요건을 확보해주기 위한 활동을 하고 있어요. 그래서 유기농 식품을 생산 판매하고, 취약계층에게 유기농산물 꾸러미 보내는 일도 하고 있습니다. 시민들에게 먹거리가 정의로워야 한다는 다양한 내용을 알리기 위한 비영리단체의 기금 모금도 진행하고요. 한 달에 한 번씩 소셜다이닝과 대구복지관의 저소득층에 유기농산물을 보내는 일 등 비영리단체들과도 협력하면서 여러 활동을 하고 있어요.



푸드앤저스티스 지니스테이블의 박진희 대표와 이야기를 하다 보면 "일하지 않은 자 먹지도 말라"라는 말이 얼마나 잔인한 말인지 새삼 깨닫게 된다. 혹시나 일하지 않더라도, 우리와 같은 하늘 아래 사는 사람이라면 건강한 음식을 먹을 권리는 충분하다. 2012년 소셜벤처 경연대회에서 장려상을 수상한 박진희 대표는 단지 그 이야기를 하고 싶은 뿐이다.



어떤 이유로 귀농을 결심하셨고, 사업은 또 어떻게 시작하게 되신 건가요?

남편이 어느 날 갑자기 귀농해서 농사짓고 싶다고 해서 같이 내려온 거예요. 내려올 때는 정말 조용하게 살려고 했어요. 농사지으면서 아무 일 안 하고 조용히 살려고 내려왔는데 안 된 거죠. (웃음) 넷째 아이 낳은 후에 농사지으면서 느낀 문제들을 생각하면서 소셜벤처를 만들어야겠다고 생각했습니다.

그러면 지니스테이블의 수익은 직접 생산하신 농산물을 판매하면서 생기는 건가요?

네. 농산물 판매 수익 외에도 교육이나 프로그램을 위탁받아서 진행하고 컨설팅도 해드리고 있어요.

꾸러미 내용물에는 어떤 채소들이 나오나요?

그때그때 달라요. 제철에 나는 채소들인데, 오늘은 고구마, 토란, 유정란, 토종 아욱, 말린 대추 등을 포장하고 왔어요. 택배비 포함해서 25,000원이고, 스폰서 꾸러미의 경우 27,500원이에요. 전국배달이 되고 기본적으로 일주일에 한 번 배달됩니다. 일주일에 두 번 받는 분들도 있고요.

소셜벤처를 만들게 된 계기에 대해서 조금 더 자세히 듣고 싶어요.

꾸러미를 배송하던 어느 날 송장을 보다가 생각했어요. 이런 분 중에는 가난한 분이 없는 건가? 하고요. 물론 개인적으로, 나의 고객으로서는 너무 훌륭한 분들이예요. 소통도 활발하게 해주시고, 열심히 사시는 분들이면서 유기농을 사다 드실 정도의 생각과 경제상황이 되시는 거잖아요. 그런데 제가 이런 경제력

있는 특정한 집단을 위해서 농사를 짓는 건 아니거든요. '왜 가난한 사람들은 유기농을 먹을 수 없는가?'라는 생각이 들었어요. 이걸 바꾸려면 뭘 해야 하는지 고민하기 시작했죠. 그래서 외국의 사례들을 찾아봤는데, 외국에서는 이걸 좋은 먹거리 접근권이라고 부르는 거예요. 외국에서는 소득 불평등에 따른 먹거리 불평등을 해소하기 위해 '푸드저스티스'라는 이름 아래 다양한 접근 활동을 하고 있더라고요.

예를 들면 어떤 활동들이가요?

푸드 바우처를 발행해서 운영하기도 하고 저소득층의 아이들에게 과일, 야채를 공급하는 활동을 정부에서하는 식이에요. 우리 정부는 그런 일들을 민간에 맡겨서 하고 있었어요. 푸드뱅크, 푸드마켓, 도시락지원, 사랑의 도시락, 사회적기업 등이 하나니까요. 그런데 이분들이 하는 건 먹거리를 '지원'해주는 차원인 거지 먹거리를 '보장'해주는 의미에서 일하는 건 아니거든요.

흥미롭네요. 원초적인 질문일 수도 있지만, 많은 송장 중에 경제력이 안 되시는 분들이 없던 이유는 단순히 유기농이 비싸서일까요?

첫 번째는 정보를 취득할 수 없는 거죠. 자기가 유기농을 어디서 구매할 수 있는지에 대한 정보력이 없어요. 정보력은 소득에 따른 격차가 심하잖아요. 그러니까 소득에 따라서 교육도 다르고 정보에 접근하는 것도 달라집니다. 두 번째는 유기농이 비싸다는 인식을 많이 하기 때문이죠. 사실 우리와 직거래하는 건 비싸지 않거든요. 근데 비싸다는 인식이 많아서 자기가 먹을 음식이라고 생각을 안 하시는 거죠. '저건 내가 먹을 음식이 아니야, 저건 돈 있는 사람들이나

먹거리 정의는 나라에도 이롭다.

가난한 사람들에게 식량공급하는 일을 하는 것은 자국의 농부들에게 이롭다. 농부가 생산한게 소비될수 있는 소비처가 생기는 것이 때문이다.



먹는 거야라는 생각을 하는 거죠. 게다가 먹고 싶어도 어디서 어떻게 살지 모르고 2009년만 해도 대형마트에 유기농 품목이 따로 마련되어 있지는 않았어요. 이후에 유기농 코너가 늘어나기 시작한 거죠.

그런 일련의 현상들이 대표님으로 하여금 문제의식을 갖게 한 거군요.

제가 문제의식을 느낄 때는 그런 게 전혀 없었고 먹거리 운동을 하시는 분들도 유기농을 확산시키는 운동, 좋은 소비를 하는 운동을 생각하셨지 먹거리 불평 등을 해소하는 일을 생각하진 않으셨어요.

사람은 먹지 않으면 죽잖아요. 그럼 먹을 수 있도록 해줘야죠 우리가 교육을 받을 권리가 있는 것처럼, 먹는 것도 헌법의 보호를 받을 수 있어야 한다. 이미 몇몇 나라들은 헌법에 먹을 권리를 규정하고 있다. 대한민국은? 아직 규정하고 있지 않다. 채소 꾸러미에 붙은 작은 송장 하나에서 시작된 먹거리 정의에 관한 생각은 과연 어디까지 왔을까?

먹거리 불평등이란 개념이 사실 생소하기는 합니다.

사람은 태어나서 뱃속에 생겼을 때부터 먹지 않으면 죽잖아요. 뱃줄을 통해서 먹어야 하고 태어나면 어떤 형태로든지 음식을 섭취해야 하죠. 그러니까 행복하게 살 권리가 있는 것처럼 먹어야 사는 권리를 타고난 거죠. UN 헌장에서도 인간의 권리 중에 먹을 권리를 밝히고 있고 경제적 문화적 헌장 같은 규약에서도 국가가 식량정책을 통해서 국민의 굶주림을 구제해야 하며, 이것을 권리로 보장해줘야 한다는 내용이 있어요. 이걸 헌법에 명시한 나라도 있고요. 우리나라에도 종교의 자유나 행복추구권 같은 게 명시되어 있잖아요. 마찬가지로 UN에서는 먹을거리와 관련된 인간의 먹거리 기본권을 규정하고 있기 때문에 네덜란드나 프랑스 같은 몇몇 나라들은 헌법에 먹을 권리를 규정해 놓고 있어요. 그런데 우리나라는 먹을 권리를 규정하고 있는 나라는 아닌 거죠.

그렇게 법으로 정해져 있는 나라는 대부분 푸드바우처가 있나요?

푸드바우처가 있거나, 없더라도 저소득층 아동들의 야채 공급 프로그램이 있다가 식량 지원 정책을 명확하게 갖고 있는 등 자국 취약계층의 먹거리를 보장해주기 위한 먹거리 시스템을 갖고 있어요. 우리나라에서는 정부 밀을 50% 할인해 준다든가 결식아동으로 인정되면 도시락을 준다든가, 급식지원 카드를 준다든가 정도의 일을 하고 있습니다.

아까 말씀하신 푸드뱅크 등의 민간 차원의 먹거리 지원으로는 부족하다는 말씀이신가요?

푸드마켓이라고 매장형태도 있는데 전국에 126개소밖에 없어요. 그러면 사실 이용하는 게 거의 불가능한 거죠. 게다가 그건 누가 기부를 해야 줄 수 있고 대체로 유통기한이 임박한 가공식품들을 줘요. 빵, 통조림류, 라면 등이요. 저희가 얘기하고 싶은 건 굶지 않으면 되는 문제가 아니에요. 경제력 있는 분은 늘 좋은 것을 먹잖아요. 자기 건강을 유지할 수 있죠. 근데 경제력이 낮은 분들은 정크푸드처럼 안 좋은 음식을 먹고, 공급받아요. 그러면 배고프진 않더라도 건강 문제를 겪어요. 그래서 삶의 질이 현저히 달라지는 거죠. 예를 들면 가난해도 누구나 교육받을 권리가 있잖아요. 의무교육이라고. 근데 먹을거리는 인간의 가장 기본적인 삶의 조건인데 어째서 먹을거리와 관련해서는 배고프지 않을 정도의 수준이면 된다고 생각하는지 모르겠어요. 오히려 더 적극적으로 건강할 수 있도록 좋은 먹거리를 계속 공급해주면 사회 전반적으로 건강과 관련된 사회비용이 절약되는 것 아닌가요? 한 인간의 건강한 삶, 한 가정의 건강한 삶을 위해서 다른 것들이 제공되는 것처럼 교육, 의료, 먹거리를 국가에서 보장해 주어야 기본적인 인간의 삶을 누릴 수 있다고 생각하는 거죠.

그런 대표님의 생각을 현실화시키기 위해 직접 행동하는 부분이 있다면요?

국제슬로푸드 한국협회와 같이 일하고 있어요. 전국에 23개 지부가 있는 국제조직의 한국지부예요. 오방농이더도 함께 하고 있고요. 또 제가 먹거리 정의로 할 수 있는 다양한 주제를 가지고 한 달에 한 번씩 소셜다이닝을 해요. 그 자리에 좋은 요리사나 농부를 소개드리면서 그분들의 생산품 판매나 요리 철학이 알려지는데 기여하는 일들을 합니다. 예를 들어 시민들이 토종과 관련하여 농사에 관심을 가질 수 있도록요. 토종은 맛 때문에 중요한 건 아니에요. 요새 씨는 다 사야 하거든요. 그런데 구매한 씨를 심어서 작물이 나고 열매를 맺은 후 나온 씨를 다시 심으면 40% 이상은 정상적인 농산물로 성장이 안 됩니다. 종자 회사가 돈을 벌려면 씨를 계속 팔아야 하니까 1세대만 온전하고 2세대는 다 불량이 되도록 만들어져서 나와요. 근데 토종은 심으면 심는 대로 다 나오니 씨를 계속 받아서 농사지을 수 있고 씨를 구매하는 데 쓰는 종자값이 들지 않으니 농사비용이 줄어요. 이런 문제들을 사람들과 함께 얘기하고 있습니다. 그냥 주장만 하면 아무 의미가 없으니 시민들이 이 일과 의미에 동참할 수 있도록 생활 속 먹거리 정의와 관련한 소셜 다이닝을 하는 거지요. 누구나 이런 이야기들을 알 수 있도록요. 선착순 30명을 모집하면 늘 3분의 2 정도는 모르는 분들이 와요. 3분의 1은 아는 분들이고요. 실제로 알거나 페이스북 친구인 분들 외에

바우처(Voucher)

정부가 특정 수혜자에게 교육, 주택, 의료 따위의 복지 서비스 구매에 대하여 직접적으로 비용을 보조해 주기 위하여 지불을 보증하여 내놓은 전표.

오방농이더

2007년부터 서울시 마포구 망원동 지역에서 공동육아 등을 통해서 함께 지역활동을 고민했던 엄마들이 중심이 되어 운영되고 있는 마을 공동체.

30인의 밥상

푸드앤저스티스 지니스테이블, 국제슬로푸드한국협회, 오방놀이터가 공동으로 주최하는 소셜 다이닝 프로그램. 먹거리정의의 고민하는 사람들이 한 달에 한 번 밥을 나누며 실천방안을 모색한다.

는 모르는 분들인데 이분들이 돌아가서 포스팅해주시기도 하죠. 사회적기업 이 사람을 만나려면 물건을 판매해서 만날 수도 있지만, 시민들의 기부금을 가지고 우리의 소셜미션을 알리고 더 많은 사람이 일상에서 소셜미션을 수행할 수 있도록 해주면 된다고 생각해요.

먹거리의 정의 실현과 공급체계를 바꾸는 일, 모두 가능하다
이런 먹거리 정의를 실현하는 일이 현실적으로 가능할 것이냐는 질문에 박진희 대표는 '가능하다'고 답했다. 실제 지니스테이블과 목소리를 함께하는 곳들도 늘어나기 시작했다. 비영리단체부터 공공기관까지. 게다가 그 움직임은 생각보다 빠르다. 소셜벤처 경연대회를 시작으로 지난 몇 년간 꾸준히 이야기하고, 노력하고, 소통해 온 결과다.

와. 그걸 어떻게 다 하시는 건가요? 너무 바쁘지 않으세요?
 바쁘죠. 제가 좀 일을 잘해요(웃음). 속도가 남들보다 훨씬 빨라요. 13년 동안 NGO 일을 해서 되게 실무에 능하다고 해야 하나... 조직, 국제, 상담, 언론홍보, 국정감사 대응 같은 일들을 많이 했어요. 뭔가 자료 찾는 일도 되게 쉽게 하고 노동조합이든 환경단체든 다 네트워크를 구성해서 일하잖아요. 저는 그런 일이 되게 익숙한 편이에요.

소셜벤처 경연대회에도 지금 이야기하신 것과 같은 주제로 출전하신 건가요?
 네. 그때는 유기농산물 이야기를 바탕으로 취약계층에게 유기농산물을 공급할 수 있는 시스템을 만들고, 지속적인 펀딩과 스폰서 모집을 통해 차이를 줄여 나가서 저소득층이 유기농 식품을 공급 받을 수 있는 효과를 증대하겠다는 이야기를 했었어요.

그 먹거리 공급체계를 바꾸는 일이 솔직히 가능할까요? 가능하다면 언제쯤일까요?
 저는 가능하다고 생각해요. 왜냐면 제가 소셜벤처 경연대회 나가고 창업하기 전까지는 준비하는 과정이었고, 실제 창업은 작년 3월에 했어요. 이제 1년 반 막 오래된 회사가 아니잖아요. 근데 이제 저희가 이런 일을 한 뒤에 이 흐름을 같이 하려는 조직들이 빠르게 생겨나고 있어요. 마포구 공무원들을 대상으로 먹거리 정의에 대해서 강의도 했고... 먹거리 정의가 어떤 건지 공무원도 이제 얘기를 듣는 거죠. 그리고 유기농산물을 받으실 취약계층은 공무원들이 선정해 주시기로 했어요. 기존과 다른 시스템이 점점 만들어지는 거죠.

앞으로 소셜벤처 경연대회를 준비할 친구들에게 한마디 해주신다면요?
 규모를 성장시키기 위한 노력보다는 할 수 있는 일을 차분하게 실행하도록 프로세스를 발굴하는 데 주력하면 어떨까 싶어요. 대체로 직원을 몇 명 뽑고 비즈니스 모델을 어떻게 세우고 그런 얘기들을 주로 많이 하시잖아요. 그런 것보다 내가 진짜 이 소셜미션을 수행하기 위한 프로세스를 어떻게 구축할 것인가에 대한 문제를 조금 더 들여다보시는 게 좋을 것 같아요.

앞으로는 지금 하시는 일 꾸준히 계속 하시는 것 말고, 다른 꿈이 혹시 있으실까요?

브라질에 가면 시민식당이라는 식당이 있어요. 거기는 소득에 상관없이 와서 적당한 가격대의 음식을 먹어요. 그런 식당을 만들고 싶어요. 결식아동 급식카드가 있는 친구들은 대체로 다 편의점에 가요. 분식집에 가도 애가 가서 그거 굶으면 눈치 주거든요. 애네들도 와서 밥을 먹고 어르신들도 대학생도 와서 밥을 먹는, 가난한 사람이 오는 그런 식당이 아니라 적정가격대의 식당이면서, 취약계층에게 미리 바우처를 발급해 표시가 나지 않는 식당. 그런 식당을 만드는 게 꿈이에요.





“놀이터에 예술을, 놀이터를 커뮤니티로”

예술생성소 풀 김현정 대표

XXX

예술을 현실에 내리다.

특별한 창조활동을 삶에 구현하는 사람을 우리는 예술가라 부른다. 그리고 그 예술은 우리 삶의 곳곳에 자리한다. 우리가 보는 곳에, 우리가 만지는 곳에, 그리고 우리가 있는 곳에. 청년 예술가들의 생존으로 시작한 예술생성소 풀은, 다양한 예술 프로젝트를 진행하며 탄탄히 입지를 다져가고 있다. 소셜벤처 경연대회에는 ‘놀이터’에 주목했다. 이름하여 ‘낙후 주거지역 어린이 놀이환경 개선 프로젝트’다.

예술생성소 풀은 어떻게 시작하게 되셨어요?

이전 직장에서 함께 일하던 4명이 함께 시작했어요. 단순하게 재밌는 일 하면서 살자고 모였어요. 우리가 예술 전공자이기도 하고, 청년 예술가들이 어려움을 겪고 있으니 청년 예술가들을 위한 무언가를 해보자고 결심했습니다.

잘 다니던 직장도 그만두시고 사업에 뛰어든 건데요.

저희랑 비슷한 일을 하는 곳이면 한데 거기는 정부 예술사업을 많이 하다 보니까 기획자나 대표자분은 따로 계셨어요. 그래서인지 일은 굉장히 열심히 하는 편이었지만 생각보다 만족도가 높지 않았어요. 그러다 각자의 사정에 의해서 그만 두는 시기가 왔습니다. 보통 그런 곳은 1년 단위로 프로젝트가 많이 진행되다 보니 프로젝트가 끝나고 나면, 나가실 분들은 나가시고 또 계속 남아서 다음 프로젝트를 하실 분들은 하는 그런 구조예요. 그러다 ‘아 우리 좀 쉬자’라는 타이밍이 왔고, 한 1년 정도 쉬면서 같이 이야기를 많이 나눴어요. 우리 좀 재밌는 일 하면서 살자. 어차피 큰돈 벌건 아닌데 어디를 가도 큰돈 못 벌지 않느냐. 그럴 바에는 우리 같이 모여서 좀 재밌는 일 좀 해보자고 했어요.

시작은 청년예술가의 문제였네요.

사실 사람들에게 청년예술가의 문제는 그렇게 와 닿지 않아요. 그래서 그런 문



‘예술이 무엇인가?’라고 물으면 대답은 각양 각색이다. 그만큼 예술에 대한 정의는 생산하는 사람, 소비하는 사람 모두에게 다르다. 하지만 양쪽 다 공감하는 것이 있다면, 예술을 우리의 삶과 떼어놓을 수 없다는 사실이다. 예술생성소 풀은 청년 예술가들과의 협업을 통해 예술이란 추상적인 개념을 우리의 현실과 손잡게 한다.



제 인식을 넓히려면 우리가 사회를 위해 어떤 것들을 더 해야 하는지에 대해 고민을 많이 했어요. 저변확대, 특히 예술을 많이 접하지 못하는 소외계층 아이들에게 기부활동을 통해 환원활동을 해보자는 취지가 있죠. 우리 스스로 우선 살아보고, 다음에는 청년예술가랑 같이 파트너십으로 살아보고, 그리고 미래의 예술가가 될 아이들과 함께 살아보자는 개념으로 자생, 공생, 상생의 경영철학으로 사업을 시작하게 됐어요.

예술생성소 풀이 하는 일이 참 많은데, 간단하게 정리해주신다면요?

모인 동기도 그렇지만, 저희는 청년예술가와 파트너십을 해서 활동하는 게 기본 구조예요. 그런 파트너십 사업 안에서 2013년, 2014년도에 많이 진행한 사업 중 하나가 어린이 대상의 사업이었어요. 소셜벤처 경연대회에 아이টে็ม로 나갔던 것도 놀이터라는 공간을 예술적으로 바꾸어 보자는 의미였고요. 어쨌든 저희는 모든 문제를 예술로 해결하는 단체기 때문에 어떤 사업이든 예술이 기본 베이스로 진행돼요.

사실 예술생성소 풀이 해결하고자 하는 청년 예술가들의 문제 자체로도 충분한 아이টে็ม이 될 수 있었는데, 놀이터에 초점을 맞추신 이유는?

기존에 하던 사업으로 대회에 나오면 안 된다는 규정이 있었어요. 두 번째는 청년예술가의 문제가 뭐 그리 시급하냐는 얘길 굉장히 많이 들어요. 사회의 문제를 벤처 방식으로 푸는 것이 소셜벤처라면, 우리가 평소에 가지고 있던 낙후 지역의 놀이터의 문제도 대회의 성격에 잘 부합한다고 생각해서 거기에 포커스를 맞춰서 나가게 되었습니다.

말씀하신 놀이터의 문제를 조금 구체적으로 설명해주신다면요?

처음에는 낙후지역 아이들한테 집중했었어요. 사실 골목골목 아이들이 놀 공간이 거의 없어요. 놀이터 자체도 거의 없고요. 대신 어린이 공원이라는 것이 있는데, 역시나 어린이들은 하나도 없고 시설만 덩그러니 있습니다. 특히 은평구에는 재개발 지구가 굉장히 많은데, 시설도 낙후되어 있고 사람들도 오지 않으니 슬럼화 되고 있더라고요.

왜 아무도 오지 않는 걸까요?

지리적인 문제 때문인지는 모르겠지만, 사실 놀이터가 효용가치가 별로 없는 구조로 되어있어요. 그러다 보니 아이들 입장에서 놀이터는 언니 오빠들이 담배를 피우는 불량스러운 공간이고, 주민들에게도 놀이터는 기피장소가 되어 버린 거죠. 그래서 놀이터 자체를 커뮤니티 공간으로 바꾼다면 좋지 않을까 생각했어요.

어떻게 놀이터를 커뮤니티 공간으로 만드나요?

예를 들어, 어떤 공터를 놀이터로 꾸민다고 했을 때, 산업적인 구조물이 그곳에 들어가기보다는 생태놀이터로 꾸민다면, 어른들께는 일종의 텃밭이 될 수 있어요. 그러면 재개발지역의 수많은 어르신이 소일거리를 하러 나오시고 그 곳은 아이들이 뛰어놀 수 있는 공간이 되는 거죠. 그러면 자연스럽게 커뮤니티가 형성되고 돌봄까지 이뤄질 수 있다고 생각했어요.

현재 놀이터 프로젝트는 어디까지 실행되고 있나요?

저희 혼자만의 힘으로는 아무래도 부족할 것 같아서 아직 본격적으로 실행한 곳 못하고 같은 공간에 있는 미달이 공작단과 함께 협업구상을 하고 있어요. 저희가 어린이 교육사업도 많이 하는 편인데, 놀이터 개선 프로젝트도 그 연장선 상에서 연결지점이 있다고 생각했어요. 내년엔 본격적으로 실행에 옮기면 어느 정도 성과를 낼 수 있지 않을까 생각해요.

커뮤니티를 통한 지역재생을 구상하다.

낙후지역의 커뮤니티를 개선하기 위해 예술생성소 풀은 '놀이터'를 선택했다. 과수원 아름다리나무 아래 평상이 마을 어르신 커뮤니티의 핵심이고, 자연스럽게 가족이 모일 수 있는 곳이 식사시간의 식탁이듯 커뮤니티에는 공간이 필요하다. 그들의 선택이 소셜벤처 경연대회를 통해 어떻게 살고 닦아졌을까.

소셜벤처 경연대회에 나갈 때 풀의 아이디어를 보고 심사위원들은 어떤 반응이었나요?

사회적기업도 일정 부분 영리를 추구해야 하는 기업이었어요. 그러다 보니 수익성에 관련된 질문이 가장 많았던 것 같아요. 이 아이디어가 목적사업이지 비즈니스 모델과 거리가 멀지 않느냐는 지적을 많이 받았는데, 당시에 계획했던 것은 지자체나 관공서에서 놀이터 개선 사업을 따내는 것도 얼마든지 가능하다고 생각했거든요. 그런데 지금 구청에서 놀이터 5곳을 폐쇄할 예정이고,

은평구 재개발지구

2013년 기준, 은평구에서 재개발건축기본계획이 수립된 구역은 총 60지역이며, 그중 추진위 인가를 받은 곳은 절반에 그친다.

미달이 공작단

사회적 가치가 있는 활동을 하는 청년단체를 위해 서울시 청년일자리허브에서 제공하는 공간인 미달이 사무실을 이용하는 단체들. 미달이 방식의 이동식 벽으로 설계되어 선발된 단체들이 상호협약하여 단체별 사무실 크기를 조절하며 각 단체의 활동을 위한 네트워킹과 공동 프로젝트를 진행한다. 예술생성소 풀, 수산업, 참새의상실 등이 속해 있다.



스티브 잡스(Steve Jobs)

이 시대 혁신의 아이콘. 애플(Apple)사에서 내놓은 iMac, iPad, iPhone 등 기기들을 선보일 때 보였던 화려한 키노트 프레젠테이션으로 많은 이들의 이목을 끌었으며, 청바지와 검정색 상의는 지금까지도 그의 상징으로 남아있다.

개선 예정이라는 이야기가 나왔으니까 완전히 말도 안 되는 구조는 아닌 거죠. 멘토링 과정에서는 재개발 구역에 아파트가 들어서는데, 놀이터를 반드시 지어야 하니 그곳과 연합을 해보는 건 어떠냐는 조언도 들었었죠.

그건 오히려 좀 더 상업적이네요.

네. 그건 정말 상업적이고 가능한 비즈니스 모델이긴 하지만, 저희의 포커스는 놀이터 자체를 낙후지역에 많이 만들어서 우범지대가 아닌 아이들이 케어받을 수 있는 마을의 커뮤니티 공간을 만들자는 취지잖아요. 그래서 비즈니스 모델로 치면 취지는 약간 다르죠. 근데 비즈니스 모델로서 수익성을 바라보자 하면 방법이 없는 건 아니라는 생각이 들었죠.

굳이 커뮤니티를 만들고자 하는 의도는 무엇인가요?

보통 부모님과 아파트 단지에 산다면, 이런 이상적인 그림이 있잖아요. 아이와 엄마가 놀이터에 와서 놀고, 엄마가 아이를 봐주고. 하지만 낙후된 지역의 경우는 부모님들이 아이들만큼 잘 돌아다니질 못해요. 주로 낮엔 안 계시거든요. 왜 커뮤니티성을 띄어야 하느냐면, 아이들에게 엄마-아빠의 부재가 있기 때문이에요. 이 아이들은 전혀 돌봄을 받을 수 없는 구조이기 때문에, 저소득층의 아이들은 지역아동센터라는 곳을 가게 되죠. 그래서 놀이터라는 게 커뮤니티 공간이 된다면, 지역 내에 있는 노인분들과 아이들이 서로 돌볼 수 있는 공간이 되는 거죠. 부모는 같이 해줄 수 없는 이 공간 안에서 누가 이 아이들을 돌볼 수 있을까

를 생각해 봤을 때 노인세대가 같이 텃밭을 가꾸면서 아이들과 함께 놀이가 되어 주는 그런 이상적인 구조를 저희가 생각을 했던 거죠.

그런 커뮤니티 공간이 생긴다면, 주민들 사이의 소통도 좋아지고, 공동체로서의 역할도 기대해볼 수 있겠네요.

그렇죠. 놀이터 자체가 어떤 모임 광장의 역할을 하게 될 테니까요. 광장이라는 건 굉장히 많은 기능을 갖고 있잖아요. 모임도 될 수 있고 소통의 공간이나 뭔가 이슈를 나누는 공간이 될 수도 있고요. 어떻게 보면 그 마을 안에 존재하는 광장 같은 개념인 거죠. 그게 규모가 크든 작든 무언가 모여서 뭔가를 할 수 있는 공간.

대회를 진행하면서나 프로젝트를 진행하면서 어려웠던 점이 있으셨다면요?

저희는 소비자와 수혜자가 일치하지 않는 구조 때문에 고민을 많이 했어요. 활동 자체는 청년예술가들이랑 무언가를 같이 활동하는 구조인데, 환원되는 건 이 소외계층 아이들인 거예요. 그러다 멘토링 과정에서 사회환원 모델과 비즈니스 모델은 다르다는 얘기를 들었어요. 그래서 매끄럽지 못한 구조를 개선하기 위해 비즈니스 모델과 사회환원 모델을 아예 분리해 버렸어요.

그러면 조금 더 상품이나 서비스가 명확해졌겠네요.

그래서 저희의 비즈니스 모델은 청년예술가와 파트너십을 해서 상품 등을 판매하는 쪽으로 굳혀졌고, 사회환원 모델이 별도로 생겨요. 활동을 통해 얻어지는 풀의 수익을 여기도 환원하는 구조예요.

소셜벤처대회에 나가셨을 때 발표도 직접 하셨는데, 어떠셨나요?

발표가 참 어렵다는 걸 깨달았죠. (웃음) 발표를 참 많이 하는데도, 할 때마다 어색한 건 여전한 것 같아요. 스티브 잡스가 발표하기 전에 100번을 연습한다고 해서, 저도 100번을 체크하면서 해봤는데도 안 되더라고요. 또 하나 느낀 점은 내 생각이 확고하고, 아이디어에 뭔가 자신감이 있으니 떨리고 부담스러워도 결과가 그렇게 나쁘지 않구나 하는 생각도 들었어요. 생각해보면 솔직함이 가장 중요했던 거 같아요.

소셜벤처 경연대회를 준비하는 후배들에게 해주고 싶은 말이 있다면요?

저희도 그렇게 잘 하고 있지 못해서. (웃음) 어떻게 하면 좋다고 확실히 이야기는 못 해주지만, 아무래도 진정성이 중요한 것 같아요. 결국, 일이라는 게 사람과 사람이 만나서 하는 거잖아요. 정말 '내가 진심으로 이 사회문제에 공감하고 있는가?'라는 질문을 끊임없이 해야 하는 것 같아요. 한 번 더 생각해 보고요. 실제로 수상만을 위해서 대회에 참가하는 경우도 있다고 봐요. 그런데 상을 타는 스킬이 있음에도 불구하고 그 사업을 지속하시는 경우는 별로 없다고 생각해요. 내 아이디어가 크든 작든 아이디어 하나로 정말 한사람이라도 변화시킬 수 있다면, 영향을 끼칠 수 있다면 포부를 가지고 도전해보는 것도 좋을 것 같아요.

예술은 삶을 변화시키는 도구

예술이 무엇인지는 아직도 고민이다. 예술이라는 것은 행하는 사람과 받아들이는 사람 사이에서 끊임없이 재탄생 됐다. 김현정 대표는 예술은 그저 일상이라고 했다. 특별한 자격이 필요한 것도 아니고, 특별한 기술이 필요한 것도 아니다. 누군가의 삶에 감성적으로, 다양한 방법으로 다가갈 수 있다면, 그것이 예술이라 했다. 그래서 우리의 삶이 예술인 거다.

예술생성소 풀이 생각하는 예술이 뭘까요?

저희는 그게 고민이에요. 저희는 예술이 일상이라고 얘기를 하는데 멘토분이 그래도 어렵다고 하시더라고요. 그래서 굳이 말하자면, 예술이라는 건 '삶을 변화시킬 수 있는 도구'라고 생각해요. 예술이 어렵게 어딘가에 특수한 목적을 띄고 가서 '내가 감상하겠다.' '예술적 감성을 충족시키겠다.' 이렇게 억지로 느끼는 것이 아니라 누구나 손쉽게 즐길 수 있으니까 그냥 삶인 거죠. 그래서 일상 예술이라는 단어도 있잖아요. 저희는 예술이라는 게 저희는 사회를 변화시킬 수 있다고 믿거든요. 그래서 거창하거나 딱 우리가 보는 대로 데생 수업을 하고 작품을 꼭 감상하는 식의 그런 예술 형태가 아니라 다양한 방법으로 소비될 수 있고 또 다양한 문제들을 해결할 수 있다고 보는 거죠. 일상 자체가 예술이 되는 사회를 꿈꾼다고 할까요?

실제 얻고 있는 수익은 괜찮으세요?

저희는 작품을 만들든, 상품을 판매하든 소량씩 제작하다 보니까 수익을 내기가 사실 쉽지 않아요. 그래서 지원사업이 맞물려 있는 거고 지원사업의 매출로만 치면 매출이 뭐 그렇게 아예 없는 건 아니거든요. 근데 회사 이윤적인 면에서는 아직 좋은 구조는 아닌 거죠.

향후 예술생성소 풀의 계획을 말씀해주신다면요?

수익이 늘어서 버젓한 사회적기업이 되는 게 목표예요.

그럼 이제 세 분이 같이 계시는 거예요?

이제 한 분은 상주하시진 않고요. 저랑 두 명이 지금 거의 주로 일을 하고 있어요. 그래서 굉장히 벅찬 상황이죠.

그래도 초기 스타트업에서 쉽게 볼 수 있는 팀원들의 교체가 상당히 적은 편이네요.

네, 그리고 그 4명도 사실 지금 교류하면서 같이 일하고 있어요. 각자의 경제적인 면 때문에 각자의 일을 잡아서 하고 있지만 저희가 협업할 때 같이 하는 구조로 되고 있어요.

그럼 내년의 풀은 올해의 풀보다는 모든 면에서 나아지겠네요.

네, 나아질 거라고 생각은 해요. 이제 어떻게 구조를 가지고 끌고 나갈 건지가 문제인 거 같아요. 그래도 올해보단 나아지지 않을까 생각하고 있습니다.

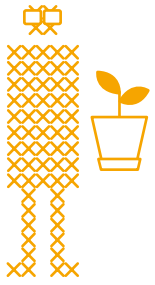
또 다른 바람이 있나요?

막연한 바람이지만, 청년허브처럼 사람들이 만나서 사업을 같이 연계할 수 있는 코워킹 공간이 더 만들어지면 어떨까 하는 생각이 들어요. 물론 쉽지는 않겠죠. 저희가 있는 이 공간은 청년들에게 집중되어있잖아요. 청년들의 일거리를 고민하는 중이라서 그런지 사업연계가 굉장히 많이 되거든요. 그런 면에서 좋은 경험을 하고 사업을 잘하고 있어서 구체적으로 어떤 방법이 될지는 저도 모르지만, 막연한 바람으로 이런 코워킹 공간이 마련된다면 어떨까 싶어요.

청년허브

청년이 동료를 만나 서로 협력하고 즐겁게 일하는 사회를 만들기 위해 서울시와 연세대학교가 협력하여 설립 및 운영하는 기관. 일자리 사업을 비롯해 청년을 위한 다양한 교육 및 프로젝트를 추진한다. 공식 이름은 서울시 청년일자리허브로 서울시 은평구 녹번동 통일로 684. 1동 1층에 자리잡고 있다.





“고유식물의 무궁무진한 가치를 조명하다”

같이연구점 윤준 대표

XXX

고유식물

사전적으로는 특정 지역에서만 자생하는 식물을 의미한다. 우리나라의 고유식물로는 대표적으로 아이리스로 알려진 붓꽃류 또는 비비추 등이 있으나 유럽 등 해외에서 먼저 상용화한 관계로 오히려 역수입되고 있다.

‘연구점’이 ‘연구소’가 되기까지

윤준 대표는 조경 산업 분야에서 13년 정도 일한 베테랑이었다. 그런 그가 고유식물에 주목하고 삶의 방향기를 전환한 데에는 현실에 안주하지 않은 그의 노력이 추진 동력으로 작용했다. 같이연구점이라는 소박한 이름으로 소셜벤처 경연대회에 나갔던 그가 가능성을 인정받고 한국고유식물연구소로 사업을 확장한 데에도 그의 확신과 노력이 큰 몫을 했다.

대표님 안녕하세요, 우선 같이연구점을 소개해주세요.

같이연구점은 소셜벤처 출품을 위한 가상의 팀이었습니다. 창업에 대한 목표를 가지고 시작했던 거예요. 제가 조경 쪽에서 현업을 13년 정도 경험했는데, 그때 한계점으로 느꼈던 걸 하나씩 꺾어보자고 생각했던 것이 출발이 되었습니다. 뜻 맞는 친구들끼리 같이 고민하고 같이 연구해서 같이 먹고살자는 뜻으로 같이연구점이라는 프로젝트를 했어요. 거창한 것 보다 작은, 연구소가 아닌 연구점으로 시작한 겁니다. 그때 첫 프로젝트가 고유식물 보존에 관한 거였어요. 일하면서 조경소재(식물소재)의 고갈을 많이 느꼈거든요. 발굴하기 위해 많이 돌아다녔는데, 그때 고유식물이라는 것을 알게 됐고 이게 굉장한 가치가 크다는 걸 느꼈어요. 그래서 몰입이 됐던 것 같아요. 이 사업의 가능성과 필요성을 검증받기 위해 출품했던 건데, 그 두 가지는 어느 정도 검증을 받았다고 생각했어요. 결국, 이걸로 연구소로 만들어야겠다고 생각해서 연구점을 연구소로 만든 거죠. 한국고유식물연구소(이하 한고연)라고요. 그러니까 같이연구점은 출품했던 팀의 이름이고 한국고유식물연구소는 실질적인 미션을 가지고 시작한 조직이라 보시면 됩니다. 한고연은 주식회사로, 올 2014년 4월 30일에 설립했습니다.

고유식물이라는 개념 자체가 생소한데요. 고유식물은 어떤 가치를 가지고 있나요?



퍽퍽한 사회라지만, 지금이 과거보다 확실히 나은 점도 있다. 그중 하나가 초상권, 저작권과 같이 특정 권리가 법적으로 투명하게 보장되어, 많은 개인과 조직이 보호를 받고 있다는 점이다. 그런데 식물에도 보호권이 있을까? 같이연구점(한국고유식물연구소) 윤준 대표는 그렇다고 말한다. 각 나라에서 자생하는 고유식물 종은 정말로 ‘고유’하며, 그 가치가 어마어마하기 때문이다. 바로 그 가치를 지키는 일이 같이연구점의 일이다.

생물다양성협약(CBD: Convention on Biological Diversity)

기후변화협약, 사막화방지협약과 더불어 리우 3대 환경협약 중 하나다. 인간활동에 의해 생물다양성이 100배 이상 빠르게 감소함에 따라 경제적 피해가 커지고 인류복지가 급감한다는 배경에서 출발한 협약으로 생물다양성 보전, 구성요소의 지속가능한 이용, 생물유전자원의 이용으로부터 발생한 이익의 공평한 공유를 목적으로 한다.



나고야 의정서

생물다양성협약의 세가지 목표 중 '공정한 이익공유'를 달성하기 위한 국제적 규범을 규정하는 것으로 국제적으로 구속력을 가지는 법적 문서다. 나고야 의정서는 지난 2010년 10월 30일 일본 나고야에서 개최되었던 제10차 생물다양성협약 당사국 총회에서 채택되고, 2014년 10월 12일 발효되어 2014년 10월 기준 54개국이 비준하였다. 우리나라는 2011년 9월 서명하였고 아직 비준하지 않았으며, 자원이용국으로 우리나라와 입장이 비슷한 미국과 일본은 비준하지 않았다(일본은 서명을 하였음).

고유식물을 이해하려면 글로벌 이슈와 국내 실정을 알아야 해요. 제가 스토리텔링할 때 많이 하는 얘인데, 크리스마스트리야 어떤 나무인 줄 아세요? 구상나무라는 건데요. 한라산에 자생하는 고유식물이예요. 근데 1900년대 초에 유럽에 반출되었어요. 유럽에서 품종개량을 한 후 대량으로 재배했는데 그게 크리스마스트리로 각광받게 된 거예요. 지금은 우리가 로얄티를 주고 수입해서 쓰고 있어요. 왜냐면 그 나라에 품종보호권이 등록되어 있거든요. 라이선스도 같은 경우입니다. 얼마 전에 강원도 평창에서 생물종다양성협약 당사국 총회를 했어요. 주요 의제 중 하나인 나고야 의정서가 주 이슈인데 앞으로는 자원제공국의 정보이용의 허가를 얻어야 하고 이익을 공유해야 해요. 기존에는 가져가서 품종 등록을 하면 지적 재산권만 인정했는데, 자원 제공한 나라에 이익도 지불해야 하는 거예요. 그만큼 우리가 가진 생물자원의 중요성이 글로벌 이슈로까지 대두되었다고 보시면 됩니다.

한고연의 비즈니스와 생물다양성협약이 밀접하게 연관되어 있겠네요.

그렇죠. 우리나라 입장에서 지금 있는 자원의 리스트를 얼마나 확보하느냐가 중요시되고 있어요. 우리나라는 지형, 기후적 특성상 백두산에서 지리산까지 세 가지 기후 식생대를 가지고 있는데, 큰 하천 같은 게 단절하지 않아서 다 연결되어 있어요. 이걸 고유종이 나타날 가능성이 높다는 걸 의미해요. 실제로 발굴되지 않은 고유종이 굉장히 많고요. 식물이 바이오산업의 근간이 되는 소재라는 것을 감안하면, 우리나라에서도 이걸 기초과학 분야에서 연구하고

비즈니스화 하는 게 가장 중요한 일인 것 같아요.

말씀하신 이슈는 상당 부분 국가적인 노력이 필요하지 않은가요?

국가적으로도 일을 하고 있기는 합니다. 환경부는 주무 부서로서 전체 고유종과 곤충까지 관할해서 데이터베이스를 쌓아가고 있고요. 그 밖에도 농촌진흥청은 식량자원, 산림청은 산림 식물들에 관한 작업들을 하고 있어요. 문제는 보존이나 리스트 용역 사업은 굉장히 많은데, 가치 발굴 사업화가 안 되고 있다는 겁니다. 이 부분은 철저히 민간에서 해야 해요. 시장이 위축되기도 했고 국내 실정상 관할 부서가 이원화되어 있다든가, 품종 등록하는 기간이 길다든가 하는 제도적인 한계도 있거든요. 그래서 육종가 분들이 굉장히 힘들어하세요. 이 현실을 넘어서기 위해 한국고유식물연구소가 생긴 거예요.

그러면 한고연은 어떤 방향성을 가지고 사업하고 계신가요?

저희 사업은 크게 세 가지 맥락으로 진행되는데요. 첫째는 발굴입니다. 산림청이나 환경부에서 고유식물을 부르는 명칭이 각각 다른데요. 우리는 '고유식물'이라는 걸 브랜드화시키려고 해요. 일단 저희가 식물을 분류하는 기준을 가지고 비즈니스로 활용할 수 있는 초기 도입종을 80여 가지 뽑았어요. 어떤 식물은 관상수로, 또 어떤 식물은 조경용으로 쓰일 수 있고 마시는 차나 인테리어 용도로도 쓰일 수 있거든요. 이런 걸 고민하는 작업을 하고 있고요. 두 번째로는 가치 분석인데요. 키움이나 생산에 대한 네트워크를 활용하면서 '이 식물로

육종가들의 어려움

윤준 대표에 따르면, 우리나라에서 고유식물에 관한 품종보호권을 취득하려면 2년 정도가 소요된다. 이는 생산 과정들을 다 검증해야 하기 때문인데, 반면에 유럽은 그 절차가 간소화되어 있어, 한 두달이면 권리를 취득할 수 있다. 때문에, 국내 육종가들이 개발 후 취득을 기다리고 있는 사이 유럽에서는 이미 상품 등록된 유사 식물들이 쏟아져 들어온다.

무언가를 만들자'고 방향성을 잡는 작업이에요. 마지막으로 실제로 제품이나 정원 등을 만드는 거죠. 고유식물을 최종적으로 사람들에게 알릴 수 있도록요.

고유식물이 그렇게 다양하게 쓰일 수 있다는 게 신기한데요. 정말 실용화가 가능한가요?

우리나라의 어딜 가도 잘 지내는, 자생력 강한 식물들이 있어요. 예를 들어 성귀진초라고, 울릉도에서 자란 건데 내륙에 심어도 너무 잘 자라요. 반면, 특정 지역이 아니면 안 되는 종도 있죠. 제가 초기 도입종이라고 말한 건 전자에 해당됩니다. 전국적인 분포가 가능한 것 80여 종을 초기에 모은 거고, 그 외에 400여 종은 고집스러운 특성 때문에 훈련을 좀 받아야 해요.

타미플루(Tamiflu)

오셀타미비어(Oseltamivir)로도 불린다. 스위스의 호프만 라 로슈사가 세계적으로 판매하고 있는 인플루엔자 바이러스에 대한 항바이러스제다. 2009년과 2010년 한국을 비롯해 세계적으로 번졌던 신종플루(인플루엔자 A(H1N1))에 대응하기 위해 수요가 급증했다.

팔각

타미플루의 주원료인 한약으로 팔각회향(star anise)이라 불린다. 중국과 일부 베트남에서만 자라는 약초이다. 향이 아주 강한 약재이지만, 향신료로도 많이 쓰인다.

육종가 개인의 삶부터 세계적 이슈까지 돌보다

2009년, 신종플루가 유행했을 때 함께 도마 위에 올랐던 타미플루의 주원료는 중국과 동남아에서 생산되는 약초인 팔각이었다. 때문에 생산국에서는 팔각 '만'을 대량으로 생산했다. 윤준 대표는 이러한 현상이 글로벌 (제약)기업의 입김을 확대한다고 말한다. 식물 보호권이 없는 국가는 우수한 자원에 대한 권리를 주장할 수 없기 때문이다. 또한, 작물 생산의 획일화는 결국 생물다양성을 위협하게 된다. 한국고유식물연구소가 심포지엄과 캠페인부터 고유식물원 조성에 이르는 광의의 비즈니스 모델을 가지고 있는 이유도 이와 멀리 있지 않다.

한고연에서 실제로 진행하는 사업 부문에는 어떤 것들이 있나요?

우선 심포지엄과 캠페인을 합니다. 2014년에 심포지엄 1회를 했습니다. 캠페인은 사회서비스로, 경로당 같은 복지기관에 무상으로 고유식물을 드려요. 비즈니스적으로는 정원 조성하는 일을 합니다. 부천에 드림파크국화축제라는 행사가 있었어요. 거기에 정원 전문가들을 대상으로 한 콘테스트가 있었는데 그때 고유식물 가지고 정원을 만들었죠. 비즈니스 모델의 궁극적인 목표는 식물원을 만드는 겁니다. 저희가 꿈꾸는 고유식물원은 고유식물을 소재로 사람들에게 생산, 체험이나 교육, 정원을 통한 힐링 프로그램을 제공하는 공간을 말합니다.

심포지엄을 하는 목적은 무엇인가요?

세 가지 목적이 있는데요. 일단 고유식물에 관한 저변확대를 위해서고요. 두 번째는 과제도출이에요. 다양한 분야, 다양한 이해관계자, 다양한 지역 세 가지 필터로 패널을 구성하고 청객을 모으고 있어요. 많은 사람들이 이야기를 하면 우리의 문제점이나 과제 방향 설정이 가능해지거든요. 세 번째는 전문가 네트워킹이에요. 우리가 꾸는 꿈들이 궁극적으로 이루어지려면 가장 중요한 건 사람이거든요. 저의 꿈을 필요로 하는 사람도 있지만 제가 필요한 사람들도 있고요. 이렇게 다양한 네트워킹을 하는 데에 이보다 좋은 게 없더라고요. 우리가 자비로 주축, 주관을 다 하고요. 약간의 후원을 받아 진행하고 있어요.

심포지엄도 자비로 한다면 비용이 들 텐데... 현재 매출은 어떻게 발생하나?



현실적으로는 정원 일을 해왔으니까 정원 디자인 빌드를 해서 매출을 유지하고 있어요. 하지만 궁극적으로는 고유식물로 특성화 정원을 계속 만들어 갈 거예요. 우리가 원하는 고유식물원을 하나씩 늘려나가면서 고객이 필요한 기업 상가나 지자체에 특성화 비즈니스로 고유식물원을 제안할 수도 있죠. 고유식물원을 통해 매출을 올리는 것이 가장 바람직한 방향이라 생각하고 있어요.

한고연이 기술벤처이기도 하다고 들었는데, '기술'이 의미하는 부분은 어떤 건가요?

지식기반의 기술이라고 보시면 되는데요. 총 세 가지입니다. 첫 번째는 24가지 특성요인과 정보 데이터를 가지고 특정 품종을 어떤 기업이 어떻게 활용할 수 있는지, 비즈니스 모델을 만들 수 있도록 가치분석하는 틀이 있습니다. 두 번째는 고유식물 팔레트라는 식물원 디자인 가이드라인이 있어요. 조경이나 다른 용도로 설계될 때 계절별, 모듈별로 표준 샘플 디자인을 어떻게 해야 하는지를 정리한 내용이에요. 이것도 표준을 만든다는 부분에서 기술인 거고요. 세 번째로 고유식물을 농장에서 키울 때를 위한 유지관리 매뉴얼 작업을 하고 있어요. 2014년 10월 기준으로 첫번째 것만 완료되었고요. 2014년 연말까지는 다 완료될 예정입니다. 그러면 식물원도 만들 수 있고 조경하시는 분들은 참고자료로 활용할 수 있어요. 농장하는 분들은 유지관리 매뉴얼을 가지고 농장 만드는 것부터 어떻게 관리할지도 안내받을 수 있고요. 심지어는 위탁서비스까지 할 수 있게 되죠.

설득의 왕, 같이 가치 있는 길을 가다

주변에 있는 사람들을 설득하는 데에 역량의 팔합은 썼다고 느껴질 만큼, 윤준 대표는 창업 전후 많은 사람들을 설득했다. 멘토와 같은 사람들로 부터는 '필요는 한데, 엄청나게 어려워 거다'라는 이야기를 들어야 했고, 아내를 설득하기 위해서도 무진 애를 썼으며, 함께 할 동료들을 설득하는 데만 1년이 걸렸다. 사실 그 설득은 결국 통할 수밖에 없는 것이었다. 자기확신보다 더 강력한 설득의 무기는 없기 때문이다.

드림파크국화축제

수도권매립지관리공사는 매립지를 드림파크라는 품의 공원으로 탈바꿈하여 매년 2회(5월 봄꽃발 개방, 10월 국화축제) 축제를 개최한다. 2014년 개최된 <제11회 드림파크국화축제>는 국내 최대 규모의 국화작품들(대형 토피어리, 국화분재 등)이 전시되었으며, 국화작품 전시대회도 함께 개최되었다. 약 28만평의 녹색바이오단지에서 펼쳐지는 국화와 코스모스 등 대군락의 꽃밭이 많은 관광객들의 발길을 모았다.



미래통장

윤준 대표를 비롯한 사회적기업 대표들이 아내를 설득하는 키워드 중 하나. '현재 통장에서 빠져나가는 것이 미래통장에 저축하는 것'이라는 개념이라고. 덕분에 많은 사모님들이 사회적기업가인 대표님들을 믿고 따라 주었다는 후문이 있다.

창업한다고 하셨을 때 주변 반응은 어땠나요?

작년에 출품하기 전에 업계 선배들이나 교수님 등 멘토들로부터 법인화 제도가 바뀌지 않는 사업이 어려울 거라는 이야기를 많이 들었어요. 경연대회 수상도 하고 육성사업으로 선정되고 나서도 많이 힘들 거라고 하셨죠. 사실 가장 먼저 설득한 건 아내였어요. 아내도 왜 꼭 당신이 사회적기업가를 해야 하냐고 했거든요(웃음). 근데 저는 애들 생기면서 욕심이 생긴 거 같아요. 아들딸이 질문 던질 때마다 하는 일이 저 친구들에게 떳떳하게 이야기할 수 있는, 가치있는 일이면 좋겠다는 욕망이 있었던 거죠. 그래서 아내도 설득했죠. 꼭 하고 싶다고, '갑자기 내가 60세에 하고 싶다고 하면 어떻게 하나, 지금부터 할게' 라고요.

여태까지 어떤 성과들이 있었다고 보세요?

같이 꿈을 꿀 수 있는 친구들이나 힘을 모아주시려는 사람들이 하나씩 늘어나고 있는 것, 그리고 내 입에서만 떠들던 고유식물이 글이나 사람들 입에서 나오는 것들이 저한테는 가장 큰 성과라고 생각해요.

같이 일하시는 분은 몇 분인가요?

저까지 2명이구요. 다른 일을 하면서 같이 하는 친구들이 2명 있어요. 우리 둘은 우리가 누리는 삶을 털어내서 왔어요. 어느 정도 되면 이 친구들도 각자 하고 올 수 있을 텐데 아직은 그런 상황이 안되서요. 2015년엔 자본을 늘일 생각도 있고 투자설명회를 계획하고 있기도 해요. 후속 프로그램에도 도전해볼 생각이구요. 지금 가장 중요한 게 인적자원 확보거든요. 그러기 위해 가장 중요한 게 자본력이니까요. 멤버 설득하는 데 1년 걸렸어요. 2014년 6월에 오고나서 같이 워크숍을 했는데 본인도 깜짝 놀란 거예요. 같이 공부하다보니 될 것 같다

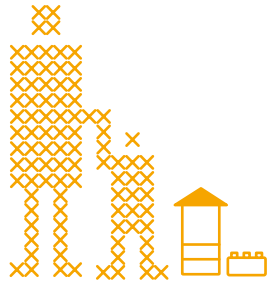
면서요. 망망대해에 뚝뚝 띄워놓고 나선 거라 처음에는 두려움이 컸는데, 지금은 물 반 고기 반인 것 같은 기분이 들어요. 할 게 너무너무 많거든요. 물론 하루하루 굉장히 피곤해요. 제대로 가는 게 맞나 싶기도 하고요. 우리가 하면 만들 수 있겠다는 꿈이 점점 커지고 있는 거죠.

고유식물원에 대해 꿈꾸는 대표님의 비전이 이루어지기까지 얼마나 걸릴 것 같으세요?

5년으로 잡고 있어요. 제가 아는 분 중 국내 실내 동물원을 만든 유일무이한 분이 계세요. 사육사 출신인데, 그분이 고유식물원의 롤모델이 됐어요. 이 분은 투자 유치 받는 데 7년 걸렸대요. 22억을 투자받아서 2013년 부산에 1호점을 냈다고 하더라고요. 현재 2호점을 일산 킨텍스 옆에 짓고 있다고 하고요. 그거 감안하면 좀 빠른 것 같긴 하지만(웃음), 5년으로 봅니다.

훗날 한고연의 비즈니스가 사회에 영향을 주었다면, 어떻게 변해 있을까요?

일단 사람들이 고유식물을 알게 되겠죠. 들에 핀 꽃을 보고도 '저건 우리나라에만 있는 거네', '저거 00종이야' 라고 말할 수 있는 사람들이 많았으면 좋겠어요. 그런 분들이 관심을 가지고 고유식물을 한두 개는 가지고 있으면 좋겠어요. 종 보존에 대한 고민을 안 할 수 있게 되는 게 정말 큰 일이거든요. 또 우리가 가진 자원의 지적 재산권이나 이걸 활용한 비즈니스를 만드는 데 있어서 보호받을 수 있는 프로세스들이 많이 개선되었으면 해요. 이런 부분도 한고연의 역할이라고 생각해요. 제도도 개선되어야죠. 사실 앞의 두 가지가 되면 마지막 이야기는 저절로 될 거라고 봐요.



"가자, 30분 안에 이랑으로!"

이랑
최대희, 채경석
김성일 공동대표

xxx

세상에. 제대로 된 치료시설이 없네
솔직히, 임용고시에 합격해 공립학교 등에서 선생님이로 근무하게 되면 이러
나저러나 제법 안정적인 삶을 살 수 있다. 그런데 이랑의 세 남자는 자신들의
안정적인 삶보다는 아이들의 평탄한 인생을 주목했다. '경제적인 논리로 아이
들을 대하는 시설에서 제대로 아이들을 돌볼 수 있을까?'라는 의문이 들자, 최
대희, 채경석, 김성일 세 남자는 주저 없이 이랑을 설립했다.

안녕하세요. 이랑은 어떻게 시작하게 되셨나요? 또 이랑의 뜻은 뭔가요?
저희 이랑은 세 명 모두 특수교사를 하다가 한계를 많이 느끼고 교육기회에 있
어 취약계층인 아동을 위해서 보다 진실하게 일해보자는 뜻에서 뭉치게 되었
어요. 이랑은 말에서 '고랑'과 반대로 식물이 자라도록 두둑하게 올라온 부분을
의미해요. 이랑에 식물들이 잘 자라듯이 아이들을 잘 키워내서 사회의 건강한
구성원이 될 수 있도록 도와주자는 뜻에서 이랑이라는 이름의 조직을 만들게
되었습니다.

교사 생활이 어떠셨길래 이런 치료실을 생각하신 거예요?
임용고시를 준비하면서 기간제 교사로 치료시설에 근무할 때, 교육이 제대로
이루어지기가 힘들다는 걸 많이 느꼈어요. 아이들이 그냥 앉아있다 집에 가는
것 같은 느낌도 들었고요. 그런 부분에 회의감을 많이 느꼈어요. '우리가 직접
운영해보면 아이들에게 더 좋은 공간과 교육을 제공해줄 수 있지 않을까'하는
생각을 했어요. 기존의 치료실 같은 경우 돈벌이 수단으로 전락한 경우가 많아
서 그런 치료실 말고 제대로 된 아이들을 위한 걸 만들어 보고 싶기도 했어요.

**이랑은 아이들이 학교 대신 올 수 있는 곳인가요? 아니면 방과 후 학교 같은 개
념인가요?**
일종의 사교육 기관이라고 할 수 있겠죠. 특수학급에서는 가르치는 부분이 제



이랑은 찾아가는 길부터 포근했다. 완
주의 작은 시골 길을 따라 꼬불꼬불 들
어가자, 황금빛 들판이 펼쳐지며 이랑
의 보금자리가 나타났다. '이랑 아동발
달 통합지원센터'는 그렇게 자연과 함
께 있었다. 아이들이 마음 놓고 뛰어놀
수 있는 공간을 찾아 헤맸다고. 남자
셋이 의리있게 시작한 이랑은 2013년
소셜벤처 경연대회에서 최우수상을 수
상하며 날아오르기 시작했다.



한되어 있어요. 여기는 치료를 목적으로 하거든요. 발달지원 서비스라고 해서 아이들에게 다양한 자극을 주고 다양한 프로그램을 응용해서 성장과 발달을 돕고 있어요. 사설 교육기관을 운영하고 있지만, 공교육이 우선시 되어야 한다고 생각하고는 있습니다. (웃음)

아까 잠시 말씀해주셨던, 기존 치료실의 문제점에 대해서 조금만 더 자세히 이야기해 주세요.

1년 정도 강화도에 있는 사설 교육기관에서 일하면서 현장을 배웠어요. 그런데 사설 치료기관의 원장들이 특수교육을 전공하지 않은 경우가 많았어요. 리더가 방향을 제시해야 하는데, 출근해서 결재만 하고 가는 거예요. 돈이 잘 들어오는지만 보는 거죠. 그러면 치료사들도 그 원장의 마인드를 따라가게 되어 있어요. 뭘 가르치는지도 제대로 모르는 거죠. 근데 치료사들은 사교육 기관이다 보니 언제 그만두게 될지 모르잖아요. 그러니까 하자는 대로 하는 거고, 또 그런 곳을 찾는 어머니들은 급한 마음에 이용하세요. 경제 논리에 근거해서 절대 손해 보지 않는 운영을 하는 거죠.

기업이네요.

맞아요. 거의 기업이라고 보시면 돼요. 그런 면에서 이랑은 저희가 아는 한 기존의 치료시설에서는 볼 수 없었던 모델이라고 생각해요. 게다가 실제로 젊은 남자가 하는 경우는 없어요. 특수교육을 전공한 사람이 원장을 하면서 치료실을 운영하는 경우도 많지 않거든요.

기본적으로는 수업료로 운영비를 충당하고 계시는 거죠?

그렇죠. 바우처 대상자들은 국가에서 지원을 받고, 바우처가 안되는 분들은 자부담으로 오고 계시고요. 그리고 다른 공모사업을 수주해서 지원금 받은 걸

로 무료로 한두 시간씩 하기도 하고요.

모든 아이들이 함께 배우며 사는 곳

오래 반이 나누어져 있을 것으로 생각했다. 그래야 교육 프로그램을 계획하기도 실제 교육을 진행하는 것도 수월할 테니 말이다. 이랑의 세 남자는, 꼭 나누어 교육할 상황이 아닌 일반적인 상황에서는 모든 아이들을 함께 가르친다. 그러자 놀라운 일이 벌어졌다. 도움을 받는 것에 익숙하여 다른 이들을 돕는 데 서툴다는 생각은 그저 어른들의 생각일 뿐이었다. 아이들은 서로를 돕고 서로를 보듬으며 그렇게 한 걸음 한 걸음 성장해나갔다.

이랑의 프로그램에 대해서 간략하게 소개를 부탁드립니다.

심리운동, 언어치료, 인지치료, 단체 심리운동 등이 있어요. 인지치료는 지금은 특별한 자격증이 없기 때문에 대학교만 졸업해도 할 수가 있어요. 하지만 저희는 특수교육을 전공한 사람이 인지치료를 해야 된다고 생각해요. 아동의 인지적인 부분에 대해서 발달단계별로 연계해서 국어나 수학을 할 수 있을 정도의 수준의 아이이면 교육을 진행할 수 있겠지만, 어린 아동 같은 경우는 정말 손가락으로 퍼즐을 맞추다든가 하는 식의 교육을 하는 거죠. 그 단계에 맞춰서요. 저희 교육의 특별한 점은, 단체 심리운동을 15명 정도의 아이들이 한 공간에서 진행해요. 보통 그러지 않거든요. 초등학교부터 고등학교까지 자폐나 지체장애, 지적장애 등 다양한 장애를 가진 친구들이 함께 수업을 들어요.

그렇게 함께 수업을 듣게 되면 아이들의 반응은 어떤가요?

저희도 아이들의 마음이나 심정을 모두 알 순 없지만, 확실한 건 조금 몸이 덜 불편한 아이가 불편한 아이를 항상 도와요. 충분히 도울 수 있거든요. 일반 아동들한테 도움받는 처지가 아니라 함께 있으면 도움을 줄 수도 있는 거죠. 자기가

이랑 아동발달통합지원센터

전라북도 완주군 봉동읍에 위치한 이랑 아동 발달통합지원센터. 주변은 산과 들로 어우러져 있고, 앞에는 넓은 마당이 펼쳐져 있어 아이들이 뛰어놀아가도 위험하지 않다.

인지치료

어떤 행위에 대한 내담자의 의식적 사고과정, 동기, 행위의 원인에 초점을 맞춘 인지이론 개념을 이용한 치료 방식. 내담자와 협동적으로 역기능적인 사고를 수정하여 정서적 불편감 또는 행동 문제들을 해결해 나가는 치료법을 말한다.

도와주고 싶은데 안 되면 화내는 아이도 있어요. (웃음) 도와주고 싶은데, 더 잘 하는 애가 있으니까 속상해서 우는 경우도 있고요. 아이들이 항상 사회에서 약자의 입장이니까 본인이 뭔가를 해주고 싶은 마음도 있는 거 같아요. 이랑에 와서 자신감이 상승한 아이도 많아요.

이랑에서 치료를 받고 장애 상태가 호전된 경우도 있나요?

네, 있어요. 많아요. 지금 30명 중에 눈에 보일 정도로 많이 좋아졌다고 하는 친구들이 4~5명 됩니다. 보통 학교에서 왕따를 당하거나 해서 자신감이 없던 아이가 있었거든요. 그런데 이랑에 다니면서 너무 많이 좋아지고, 자기도 누군 도와줄 수 있는 걸 알게 되어서 성격 자체가 활발해진 친구들이 많아요. 어머니들도 참 좋아하시고요.

아이들은 이랑으로 어떻게 찾아오나요? 알음알음 오는 경우가 많가요?

그렇죠. 입소문으로 오는 경우가 많아요. 처음에는 선생님이 오시면서 소개로 데려왔는데, 그 이후로는 부모님들 사이에서 '그 아이가 많이 좋아졌는데, 어디서 배웠느냐'는 식으로 알려지기도 하고요. 지난 8월까지 특별한 홍보활동을 해오진 않았는데, 최근에 플랜카드도 걸고 학교에 가서 홍보물도 드리고 그랬어요. 아직 적극적으로 홍보하고 있지는 않아요. 저희끼리 우스갯소리로 '한 명씩 늘어가지, 갑자기 많이 늘면 힘들어!'라는 이야기를 하지만, 그래도 꾸준히 일주일에 한두 명씩은 늘어나는 것 같아요.

부모님들은 어떤 이유에서 이랑에 보내고 싶어 하시나요?

부모님들이 이랑을 편하게 생각하세요. 보통 어머니들이 이야기를 들으러 오신다고 생각하는 경우가 많지만, 사실 부모님들이 하고 싶은 이야기가 더 많거든요. 본인 얘기하면서 눈물도 흘리시고 그래요. 그렇게 시원하게 쏟고 가시면 꼭 다시 내원을 하시더라고요. 다른 곳에 가면 일단 돈 이야기부터 한다는 거예요. 이랑은 그렇지 않고 이야기를 많이 들어주니까 부모님들도 좋아하시는 것 같고, 저희도 기분 좋죠.

이랑에 교육받으러 오는 친구들의 연령대는 어떻게 되나요?

3세부터 18세 이전, 혹은 성인들까지 정부에서 제공하는 바우처 대상자라면 상관없어요. 다만 현재는 초등학생들이 가장 많죠.

이랑의 조직형태는 협동조합인 건가요?

2013년 6월에 협동조합으로 설립되었어요. 저희 셋을 포함한 조합원이 모두 6명이예요. 완주군 우석대 앞에서 장애인을 고용하시는 협동조합 카페를 운영하는 대표님이 자문위원으로 계시고, 저희 대학 후배의 아버님도 조합원으로 계시요. 저희가 물론 지금은 시작도 하고 운영도 하고 있지만 언젠가 욕심이 생길 수도 있고, 그런 걸 미리 방지하고자 조합을 만들 때 그분들께 조합원이 되어달라고 부탁드렸어요. 흔쾌히 받아주셨죠.

바우처

어떤 상품을 구매할 수 있는 증서를 의미한다. 기본적으로 상품권의 개념으로 보면 되지만, 일반 범위를 넘어 노인, 장애인, 산모, 아동 등 사회서비스를 필요로 하는 사람들에게 일종의 이용권을 발급하여 서비스를 받을 수 있도록 하는 사회서비스를 위한 바우처도 있다.



힘들었던 일이나, 보람찼던 일들도 분명히 있었을 텐데요.

여기 공간을 지으면서 참 힘들었죠. 도움을 주신다는 분도 많았는데, 돈이 없었으니까 도와주는 게 도와주는 게 아니더라고요. 아는 사람이 더 무섭다고, 정말 상처 많이 받았어요. 경제적인 부분이 참 힘들었죠. 저희끼리 의견차이가 조금씩 있을 때도 힘들고요. 물론 술 한잔 하면서 풀지만요. (웃음) 제일 보람찬 순간은 전날 밤새고 힘들어도 아침에 아이들이랑 놀 때, 아이들이 진짜 밝게 웃을 때. 그때 '내가 일을 잘 선택했구나. 후회 없다'라고 느껴요. 일할 때도 물론 힘들지만, 여기저기서 '이랑이 참 열심히 하는구나, 잘하는구나'라는 이야기를 들을 때 참 보람차죠.

어차피 할 일이라도, 도전은 매력적이다

소셜벤처 경연대회의 상금을 노리고 도전하는 팀들도 있다. 물론 그런 설익은 팀들을 거르기 위해 심사라는 것이 존재하고, 실제 대부분 걸러진다. 그런데 소셜벤처 경연대회에서 수상의 욕심이 없었던 이랑은 최우수상의 영예를 얻었다. 방법은 단순하다. 이들은 자신들이 해야 할 일을 알고 있었고, 할 수 있는 일을 이야기했을 뿐이다. 그저 순수하게, 진정성 있게.

소셜벤처 경연대회는 어떠셨어요?

사실 소셜벤처 경연대회를 위해 아이디어를 선정한 건 아니었어요. 그래서 소셜벤처 경연대회가 아니어도 이랑은 존재했을 거예요. 어차피 하려고 했던 일이기 때문에 대회를 준비하는 게 조금은 수월했을 수도 있었던 생각이 들어요.

소셜벤처 경연대회가 도움이 많이 되었나요?

정말 도움이 많이 됐죠. 이랑이라는 이름을 알리는데도 큰 도움이 되었고요. 대

회에서 수상하고 나서 완주군청에서도 저희를 많이 인정해주고, 좋게 봐주시고, 지원도 해주셨어요. 군수님도 만났어요. 군청에서는 이랑 하면 알 정도로 정말 도움이 많이 되었어요.

소셜벤처 경연대회 본선 당시 가장 강조하던 메시지는 뭐였나요?

저희가 이야기했던 것 중 가장 강력했다고 생각하는 메시지는 '모든 아이들이 똑같은 권리를 누려야 한다' 였어요. 정확하진 않지만, 헌법에 그런 이야기가 있습니다. 경제논리 때문에, 지리적인 불리함 때문에, 시골에 산다는 이유만으로 왜 시골아이들은 도시아이들이 누리는 권리를 누리지 못하나 하는 논리로 발표를 진행했죠.

상금은 의미 있게 쓰셨나요?

그 상금이 이 건물의 콘크리트로... (웃음)

소셜벤처 경연대회 멘토링은 어떠셨나요?

무척 좋았어요! 특히 저희의 이야기를 다른 이들에게 전달하는 데 보다 효과적인 조언들을 많이 받았던 것 같아요. 그래서 PPT를 기술적으로는 못 만들지언정, 우리가 뭘 하고 싶은지, 무엇을 할건지는 정말 잘 보여줄 수 있었어요. 그런 의미에서 멘토링이 참 좋았고요. 응원도 많이 받았고요.

소셜벤처 경연대회를 준비하는 후배들에게 해주고 싶은 말이 있다면요?

소셜벤처 경연대회가 정말 많은 도움이 되었지만, 저희가 생각하기에 소셜벤처 경연대회는 그저 대회였던 거 같아요. 어떤 뜻이냐면, 심사위원들의 심사나 판단은 판단이고, 우리는 우리의 길을 가는 것이 맞지 않나 하는 거죠. 대회를 위해 아이디어를 준비한다기보다는 우리 뜻대로 가면 대회에서도 좋은 결과가 있을 거예요. 아직도 기억에 남는 심사위원님의 말씀은, '심사는 심사위원들이 하는 거니까 너희들은 너희가 할 수 있는 것을 하면 된다.'는 거였어요. 또, 실패를 두려워하면 안 될 것 같아요. 소신이 있으면서 자신이 믿는 것을 꾸준히 하는 것이 좋아요. 저희 사업계획서 보면 데이터는 정말 기본만 있고 저희의 의지가 강했던 것 같아요. (웃음) 어떤 문제점을 어떻게 해결하겠다는 것만 확실하게 전해줄 수 있다면 도전하고, 상을 받든 안 받든 내가 할 것을 하면 되는 것 같아요.

공동의 좌우명이나 슬로건 같은 게 있을까요?

'두려움을 느끼면서도 절대적인 진리를 찾아라', '초심으로', '겸손하자' 뭐 이 정도가 저희가 가지고 있는 가치관, 혹은 좌우명인 것 같아요. 셋이서 가장 많이 하는 말은 '초심으로'라는 말이지요. 실제로 가장 지키기 어렵기도 하고요. (웃음) 아, 저희 이랑의 슬로건은 '30분 안에 이랑으로'예요.

'30분 안에 이랑으로'요?

네. 저희 같은 마음을 가진 이런 사람들이 각 지역에 있어서 지점을 두는 거예요.

강원도 산골에도 이랑 지점이 있어서, 비록 저희가 직접 근무할 순 없지만 이런 식으로 저희와 비슷한 생각을 하는 사람들이 똑같이 그걸 만들도록요. 전국 어디에 있던 30분 안에 이랑이란 공간을 찾아갈 수 있게 하는 것이 저희의 목표이자 슬로건이에요. 방치된 아이들이 없으면 좋겠다는 거죠.

방금 말씀해 주셨지만, 앞으로 이랑이 나아가야 할 방향 등을 조금 자세하게 말씀해주신다면요?

이랑에 왔던 아이들이 정말 사회에 나갔을 때, 조금이라도 인정받을 수 있게끔, 다른 일반인들하고 차별받지 않고 그렇게 살 수 있게끔 조금이나마 지원해 주는 것이 우리 목표가 아닐까 생각해요. 또한, 이 공간을 더욱 자유롭고, 정말 아이들을 위한 공간으로 크게 키우고 싶은 마음이 있어요. 정말 아이들만을 위한 공간으로요. 직업훈련까지도 할 수 있는 공간도 만들고, 나중에 직업도 다 책임져줄 수 있는 때가 오면 좋겠어요.

앞으로 이랑은 아이들이 성인이 되어서 직업까지 찾을 수 있도록 도와주실 계획이신 건가요?

사실 여기서 치료를 잘하고 교육을 해도 아이들은 갈 곳이 없어요. 직업을 가지기가 참 힘들거든요. 일단 저희는 계속 책임지고 싶어요. 저희가 학생일 때부터 생각했던 것이긴 한데, 사실 우리가 가르치는 이 아이들의 부모님들이 언제까지나 옆에 있을 순 없잖아요. 그래서 저희가 직업을 좀 개발해서 지역이랑 연계하고, 사회적으로 아이들이 나아갈 수 있도록 돕는 것까지 목표로 삼아야 하겠다고 생각하고요. 저희는 할 수 있다고 생각해요. 그게 저희 사업의 궁극적인 목표라고 할 수 있겠죠.





“믿을 수 있는 건강하고 맛있는 음식 리얼 씨리얼”

리얼 씨리얼
김정관 대표

XXX

리얼씨리얼만의 근거 있는 자신감

크리스피 오트밀, 아몬드, 건조 크랜베리 등의 원료를 분쇄하지 않고 통째로 사용하는 리얼바는 합성 첨가물이 전혀 들어가지 않는 건강식품이다. 자체 홈페이지에서 온라인 선주문 형태로만 판매되는 리얼바는 즉시 사람들의 입맛을 사로잡았고 판매량을 늘려가며 매회 매진을 기록하고 있다. 리얼씨리얼은 이처럼 박리다매가 대세인 시장 속에서 합리적인 프리미엄을 얹고 제대로 된 상품을 제공하는 것을 원칙으로 삼는다.

먼저 리얼씨리얼을 간단히 소개해주시겠어요?

건강한 먹거리를 표방하는 리얼씨리얼은 에너지바 형태인 리얼바를 메인 제품으로 한 건강 간식 회사입니다. 크리스피 오트밀, 아몬드, 건조 크랜베리 등의 원료를 분쇄하지 않고 통째로 사용하는 리얼바는 합성첨가물이 전혀 들어가지 않는 건강 식품으로 현재 온라인에서 선주문 형태로 판매 중입니다.

인터넷에서 리얼씨리얼을 찾아보니 맛있다는 평이 지배적이었는데, 사람들의 입맛을 사로잡은 비결은 무엇인가요?

우선 리얼씨리얼의 리얼바는 건조 크랜베리 자체에 들어있는 설탕 외에는 설탕을 사용하지 않고 올리고당을 이용한 저당 제품입니다. 그래서 일반 시리얼 바와 다르게 이빨에 달라붙는 느낌이 덜한 편이라 식감이 좋은 편이에요. 또 유통기한이 짧아서 신선도를 유지할 수 있다는 점도 맛을 높이는 데 한몫하고 있습니다. 기존 에너지바 제품의 경우 유통기한이 1년 정도 인데요, 그러면 아무리 포장을 잘해도 시간이 지나면서 안에서 산화가 일어나 맛이 떨어질 수밖에 없습니다. 만드는 과정에서도 합성 첨가물을 넣는 등 추가 공정을 가할 수밖에 없어요. 반면에 리얼바는 유통기한을 한 달로 잡고 선주문 방식으로 상품을 생산하기 때문에 자체적으로 상품의 질을 관리할 수 있습니다.



시간이 부족한 현대인들의 단골식품인 편의점 음식들. 다양한 먹거리가 보기 좋게 정리되어 있지만 좀처럼 손이 가는 음식은 없고, 먹고 나서는 배가 부르기도 방부제만 남은 느낌마저 든다. 좀 더 안심하고 간편하게 먹을 수 있는 식품은 정말 없을까? 리얼씨리얼은 현대인들의 간편하고 건강한 식사에 대한 갈증을 채우기 위해 태어났다.



리얼바 선주문은 어떻게 이뤄지나요?

리얼바 선주문은 자체 홈페이지를 통해 한 달에 1~2회 정도 열리며 주문 후 생산하는 방식을 취하고 있습니다. 2014년 12월 기준으로 총 11회 열렸고 회마다 매진을 기록하며 그때마다 매출은 거의 50%씩 증가하고 있습니다. 한 번 주문이 열리면 보통 1주일 안에 마감되는 편이에요.

자체 온라인 채널 판매를 고집하시는 이유가 있나요?

가장 큰 이유는 고객과 최대한 가까이 있기 위해서입니다. 외부 채널을 이용할 경우 단기간에 매출을 높일 수 있긴 하지만 피드백이 직접 오지 않고 한 번 돌아서 오기 때문에 고객과 단절되는 경향이 있습니다. 반면에 리얼씨리얼 고객분들은 제품과 관련해서 자주 직접 전화나 메일, 문자 등을 주세요. A4 2장 분량으로 피드백을 보내주는 분도 계시고요. 포털 광고도 한 번 하지 않았지만, 고객분들이 직접 개인 SNS에 홍보해주시고 피드백을 주십니다. 그러다 보니 감사한 마음에 저도 메일을 드리거나 전화를 드리면서 서로 소통을 주고받습니다. 단순히 물건을 사고파는 것보다 이야기를 주고받으면서 관계를 형성하는 게 더 중요하다고 생각하니까요.

온라인으로 구매가 이뤄지는 만큼 건강에 무관심한 소비자라면 맛을 보지 않은 상태에서 선택 결정을 내리기 쉽지 않을 것 같기도 합니다.

리얼씨리얼 가격이 시중 상품보다 저렴한 편은 아니지만, 소비자가 내는 비용 이상으로 가치를 제공한다면 결과적으로 고객의 만족도를 높일 수 있다고 생각합니다. 합리적인 프리미엄을 얹고 제대로 해주는 것이지요. 그래서 리얼씨

리얼은 포장은 물론 배송과정에서도 제품이 파손되거나 흔들리지 않도록 그냥 지나칠 수 있는 디테일을 더 꼼꼼하게 살피는 편입니다. 또 '리얼바가 간다'라는 프로그램을 비롯해 직접 소비자를 만나는 행사나 이벤트를 꾸준히 기획하고 있습니다. 일단 한 번 맛을 보고 나면 만족하는 경우가 대부분이기 때문에 오프라인에서 제가 직접 발로 뛰며 소비자와의 접점을 늘려가려고 해요.

고객이 있는 곳으로 간다
항상 고객에게 배운다고 말하는 김정관 대표는 무엇보다 그들의 목소리를 듣는 일에 적극적이다. 사업운영 역시 처음부터 다 정해놓고 시작하기보다 고객과 직접 만나면서 얻은 지혜들을 적절히 반영하는 편이다.

‘리얼바가 간다’는 어떤 프로그램인가요?

‘리얼바가 간다’는 리얼씨리얼의 이야기와 시식을 결합한 프로그램으로 신청을 받아 제가 직접 고객을 만나러 갑니다. 30회 정도 진행되는 동안 약 500명이 넘게 참가했습니다. 중학교부터 일반 기업과 NGO 단체, 소셜벤처들까지 대상은 다양합니다. 참여자분들을 만나는 과정에서 이들에게 어떻게 상품과 메시지를 전달할지, 무엇이 필요할지, 사회적 가치는 어떻게 구현할지 등을 고민하면서 자연스럽게 프로그램을 만들어가고 있어요. 앞으로는 고객들이 리얼씨리얼을 현장에서 만들어 보는 체험 프로그램까지 마련할 예정이에요.

프로그램을 통해 직접 고객들을 만나보니 어떠신가요?

만나는 사람들이 다양한 만큼 고객들의 다양한 이야기를 직접 들을 수 있다는 점이 사업을 운영하는 데 큰 힘으로 작용하는 것 같습니다. 그에 따라 사업을 다듬어갈 수도 있고요. 실제로 고객을 만나면서 얻은 아이디어를 제품개발에 반영한 경우도 있어요. 보통 여성분들에게 리얼바 완제품 하나를 드리면 배가 부르다고 반 정도 드시고 가방에 넣어 가세요. 하지만 그러다 보면 제품에 이물질이 들어갈 수도 있고 중간에 맛이 변할 수도 있습니다. 이런 문제점을 사전에 방지하기 위해 절반 크기의 제품을 만들어서 행사장 등에서 유용하게 활용하고 있습니다. 생산 과정에서 손이 한 번 더 가기 때문에 비용은 오히려 더 들지만, 여성들이나 아이들에게는 훨씬 좋은 반응을 이끌어 내고 있어요.

대표님께서 고객들을 직접 만나는 일을 정말 좋아하시는 것 같네요.

저는 숫자가 적더라도 대면으로 보는 것을 좋아합니다. 온라인에서 키워드 광고를 통해 고객들에게 판매할 수도 있지만 직접 만나서 이야기를 전하고 왜 건강이 중요한지를 알려주고 싶어요. 사람들에게 무작정 강요하듯이 건강해야 한다고 말하는 대신 긍정적인 의미에서 메시지를 전달하고 싶습니다. 사실 우리가 아무리 건강한 먹거리가 좋다고 말을 해도 돈이 없으면 접근을 못 할 수 있고 학생들의 경우는 아예 관심이 없을 수도 있어요. 중학교를 몇 번 다녀오고서 더 확실히 느낀 건데요, 학생들은 그저 단기간에 맛있는 걸 먹고 싶어 합니다. 그래서 건강을 전면에 내세우기보다는 먼저 맛을 보길 권해드리고 있어요. “맛있게 먹었는데 알고 보니 건강한 음식이네. 또 사 먹어볼까?” 로 이어질 수 있도록요.

리얼바가 간다

리얼바 개발 당시부터 시작된 ‘리얼바가 간다’는 리얼씨리얼의 스토리와 시식이 결합된 프로그램이다. 시작은 개인의 아이디어이었지만 그 과정은 철저히 고객 중심적이어야 한다는 창업자의 소신에서 비롯된 프로그램으로 아름다운재단, 탐스슈즈, 임팩트런, 유중중학교 등 다양한 회사, 단체, 학교를 다녀왔다. 앞으로도 지속적으로 진행 될 예정이며 신청은 이메일로 할 수 있다.



탐스슈즈

소비자가 한 걸레의 운동화를 사면, 한 걸레의 운동화가 신발이 필요한 개발도상국 어린이나 청소년에게 기부되는 탐스슈즈의 코즈 마케팅 전략

일반적인 사회적기업들이 소셜미션을 전면에 내세우는 것과는 조금 다른 모습이에요.

만약 리얼씨리얼이 기부와 관련된 사업이었다면 그랬을 수도 있지요. 하지만 극단적으로 말하자면 먹는 음식을 판매하면서 의무감을 갖고 심각한 얘기를 할 필요는 없다고 봐요. 물론 왜 소셜미션을 전면적으로 강조하지 않느냐고 묻는 사람도 있지만 제 생각은 조금 다릅니다. 소셜미션을 강조한다고 해서 소비자들이 구매를 해주는 것은 아니니까요. 예를 들어 탐스 슈즈의 경우 신발이 예뻐서 구매하는 것이지 사람들이 기부를 생각하면서 사는 건 아니잖아요? 그것처럼 맛있어서 리얼씨리얼을 먹었는데 건강한 음식이란 걸 알고 자연스럽게 소비자들 사이에서 건강한 먹거리에 대한 인식이 퍼져나가면 좋겠습니다. 대신 리얼씨리얼의 경우 사업을 확장해 나가면서 사람들의 소비를 기부로 이룰 수 있는 다양한 캠페인을 추진 중입니다.

리얼씨리얼만의 특별한 캠페인에는 어떤 것들이 있나요?

우선 지난 11월에는 걷는 기부 애플리케이션으로 유명한 빅워크의 걸음을 잇다 페스티벌에 함께 참여했습니다. 리얼씨리얼 제품 구매 시 원하는 고객에 한하여 천 원을 기부할 수 있도록 만들고 기부에 참여한 분들에게는 추가로 리얼바 미니를 선물로 드리는 프로젝트였어요. 최근에는 결식아동을 위한 리얼바 1g 모이기 운동을 추진 중입니다. 인스타그램이나 페이스북, 트위터에 #리얼씨리얼, #리얼먹스타그램 해시태그를 입력한 음식 사진을 공유하면 참여한 음식 숫자에 1g을 곱해 건강한 리얼바를 결식아동에 전달하는 캠페인입니다.

서울에 위치한 지역 아동센터 중 한 곳을 선정하여 함께 할 예정이에요. 이 외에도 평소 감사의 마음을 전하고 싶었던 사람에게 편지와 함께 리얼바를 전하는 리얼 레터 등 다양한 캠페인을 진행하기도 했습니다.

열혈청년, 건강한 먹거리에 눈을 뜨다.

대학에서 호텔경영과 외식경영을 전공한 김정관 대표는 항상 의식주에 관심이 많았다. 20대에는 디자인 티셔츠 관련 소셜벤처를 창업하여 의(衣) 사업을 펼쳤다면 그의 30대는 건강한 먹거리 식(食)이 채우고 있다.

씨리얼바 하나만으로도 상당히 다양한 이야기를 풀어내고 계시네요. 리얼씨리얼 사업을 시작하기 전에는 어떤 일을 하셨나요?

제가 처음 사회적기업 분야에 관심을 가진 건 2007년이었는데요, 사회적기업 육성법이 생기면서 관심을 두는 사람이 늘어났지만 당시만 해도 청년이 하는 사회적기업은 없는 편이었어요. 그러던 중 대학생 때 친구들과 함께 프로보노 활동을 하는 소셜컨설팅그룹 구성원으로 2년 정도 활동했어요. 이 과정에서 초기 사회적기업의 창업 과정에 참여하며 디자인 티셔츠 관련 소셜벤처를 직접 운영하기도 했습니다. 또 기업, 비영리, 사회적경제 영역의 경험을 더 쌓고 자 대형 쇼핑몰에서 MD직을 SK 행복나눔재단에서 행복 도시락의 교육과 홍보직을 담당하기도 했습니다.

여러 방면에서 다양한 활동을 이어나가셨네요. 그 과정에서 특별히 건강한 먹거리에 관심을 두게 되신 계기가 있나요?

아무래도 일이 많다 보니 끼니를 제때 챙겨 먹지 못하면서 개인적으로 건강이 많이 나빠졌어요. 삼시 세끼 편의점 음식만 먹다 보니 소화불량이 왔고 몸도 많이 상했고요. 이대론 안 되겠다는 생각이 들어서 '행복한 밥상'을 비롯해 건강에 관련된 책을 섭렵하면서 채식을 시작했습니다. 채식을 하다 보니 자연스럽게 몸은 좋아졌지만, 막상 건강한 먹거리를 구하려고 보니 식당도 제품도 믿고 살 수 있는 곳이 얼마 없었습니다. 그래서 제가 직접 믿을 수 있는 건강한 먹거리 사업을 해야겠다는 생각이 들었습니다. 씨리얼바의 경우 원래 제가 좋아하는 제품이기도 했고 간편한데다 영양성분이 꽤 찬 고단백질 제품이기 때문에 식사 대용으로 먹을 수도 있어서 사업화하기에 적격이라고 생각했습니다.

대표님께서 몸소 건강한 먹거리의 필요성을 느끼신 만큼 사업을 운영하시는 열정도 대단하신 것 같아요.

저는 일단 한 번 뭔가를 시작하면 제대로 해야 직성이 풀리는 성격이에요. 실제 성격도 예민하고 까다롭기도 하고요. 이런 점들이 사업을 운영하는 데 장점으로 작용한다고 생각합니다. 먹는장사를 하는 만큼 사람들에게 신뢰성을 더해 주려면 당연히 그래야 한다고 봐요. 특히 쇼핑몰 MD로 일하면서 고객의 소리를 가까이에서 들은 결과 어떤 점에서 사람들이 만족하고 실망하는지 잘 알기 때문에 리얼씨리얼은 작은 요소들에 더 신경을 쓰려고 합니다.

리얼레터

소중한 사연을 담아 리얼바와 함께 전달하는 리얼레터





리얼바를 주문하려면?

무료 회원제로 운영되는 리얼씨리얼 사이트에서만 주문할 수 있는 리얼바는 한 달에 한 두번 예약주문 형태를 통해서만 만나볼 수 있다. 회원가입을 하면 메일 혹은 카카오톡으로 예약 주문 알림을 받아볼 수 있으니 관심있는 사람은 우선 회원가입부터 해주면 좋다.

대표님의 그런 면이 소셜벤처 경연대회에서도 좋은 성과로 이어진 것 같네요.
그렇다고 볼 수도 있겠지요. (웃음) 소셜벤처 경연대회를 준비하면서 제가 가장 중요하게 생각한 건 세 가지였어요. 보통 사업 아이디어를 판단할 때도 이 세 가지를 꼭 물어보는 편인데요, '내가 해결하려는 문제는 무엇인가? 왜 지금 풀어야 하는가? 문제에 대한 해결책은 무엇인가?' 같은 질문을 저 자신에게 던져봤습니다. 소셜벤처 경연대회를 준비하는 과정에서 이 세 가지가 자연스럽게 사업에 녹아들었고 사회적경제가 무엇인지, 왜 해야 하는지 등을 정리하는 차원에서도 큰 도움이 되었어요. 또 관계자분들이 외부에 리얼씨리얼을 소개하는 자리를 마련해주셔서 확장된 커뮤니티를 만들어가며 사업에 도움을 받을 수 있었고요. 개인적으로 이런 자리가 더 많아졌으면 하는 바람입니다. 사업에 대한 일방적인 지시사항을 받기보다는 네트워크를 형성하면서 서로 사업을 공유할 수 있는 자리가 만들어지면 좋을 것 같아요.

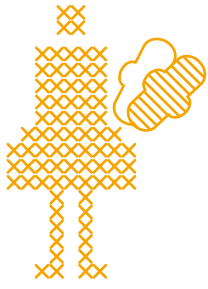
그런 경험을 바탕으로 소셜벤처 경연대회를 준비하는 후배들에게 한 말씀 해주시겠어요?

남의 시선이나 말에 얽매이지 말라는 얘기를 전하고 싶네요. 저는 속된 말로 돌끼(?)를 지닌 친구들이 많아졌으면 좋겠어요. 이루고 싶은 게 있다면 행동으로 보여주면 된다고 생각합니다. 결과를 보여주기 전까지 성공 여부는 누구도 알

지 못해요. 그 과정에서 다양한 목소리가 들리지만 도움이 되는 조언들은 받아들이되 이 사업의 주 고객이 누구인지 항상 생각하고 그들의 목소리와 피드백을 가장 우선시하는 것이 필요하다고 봅니다.

마지막으로 앞으로 리얼씨리얼의 목표는 어떻게 되나요?

모든 스타트업이 그렇듯이 가장 중요한 건 사업의 안정화라고 봐요. 우선은 살아남아야 하니까요. 사업을 세 단계로 나뉘었을 때 지금은 1단계에서 2단계로 넘어가며 자연스럽게 소셜미션을 전달하는 중이라고 볼 수 있어요. 그러다 보면 마지막 3단계에서는 소비자가 리얼바를 구매하면서 자연스럽게 건강을 생각하고 건강한 먹거리에 대한 인식이 사람들 안에 퍼져갈 거라고 생각해요.



“나와 지구를 위한 선물, 기프트리”

기프트리 이지연 대표

XXX

면 생리대, A부터 Z까지

사실 그렇다. 세상의 절반이 여자라면 나머지 반은 남자다. 그러니까 이 이야기는 애초에 반밖에 못 알아듣는 그런 이야기가 될지도 모른다. 하지만 여성의 월경은 출산과 이어지고 개인의 건강은 물론 환경 문제와도 맞닿아있는 만큼 우리는 모두 면 생리대 이야기에 귀 기울일 필요가 있다.

먼저 기프트리 소개 부탁드립니다.

기프트리는 ‘월경은 소중한 생명을 가질수 있는 선물’이라는 뜻으로 선물(gift)와 나(I)의 작은 실천으로 ‘나’가 자신과 이웃, 지구를 위한 선물이 된다는 의미를 담고 있습니다. 월경과 생리대에 대한 고민으로 시작한 기프트리는 나아가 여성의 건강과 아름다운 삶을 위하여 ‘여성의 적극적이고 즐거운 건강 행동 트렌드를 주도한다’는 미션으로 활동 중이며 현재 기프트리 창립의 시발점인 면 생리대를 주력 상품으로 삼고 있습니다.

아무래도 여성이라면 자연스럽게 면 생리대에 한 번쯤은 관심을 가져봤을 것 같아요. 기프트리 상품은 어떤 특징이 있나요?

기프트리 면 생리대는 특허를 보유한 상품으로 트렌디한 디자인에 월경이 갖는 ‘선물’이란 가치를 더했습니다. 기존 면 생리대는 여러 겹의 면을 통으로 박아놓은 일체형이 대부분이기 때문에 세탁 시 완전히 빨리지 않기도 하고 건조 시간이 길어 세균 번식의 위험이 있습니다. 또 스키니진 같은 옷을 입으면 면 생리대의 두께감 때문에 걸로 봤을 때 표시가 나기도 하고요. 기프트리는 오랜 연구 끝에 이런 단점을 보완할 수 있는 특허상품을 개발했습니다. 면 생리대를 피부에 닿는 순면 흡수패드와 속옷과 맞닿는 방수받침으로 분리하여 방수받침 1개에 흡수패드를 교체하여 사용할 수 있도록 만들었어요. 흡수패드는 접이식이기 때문에 두껍지 않아 착용감을 개선할 수 있고 펼쳐서 세탁할 수 있기 때문에 위생적이며 편리합니다. 또 기프트리는 면 생리대가 위생용품을 넘



한 달에 한 번 여성이라면 피할 수 없는 그 날. 법적으로 생리 휴가를 정해줬을 만큼 매달 찾아오는 월경은 여성에 따라서는 일상생활에 지장을 줄 만큼 심각한 경우도 많다. 면 생리대를 개발하고 판매하는 소셜벤처 기프트리는 여기에 당신에게 생명을 주는 월경을 ‘선물’이라는 새로운 가치와 방식으로 전달한다.



어 하나의 디자인 상품으로 자리잡고 소중한 사람에게 예쁘게 선물할 수 있도록 제품 하나하나를 직접 디자인했습니다. 이 중 초경 키트의 경우 첫 월경을 축하하는 선물만큼 많은 공을 들여 패브릭 디자인부터 보관함, 초경가이드 북까지 자체적으로 기획하고 제작했습니다.

정말 상품이 다양하네요. 디자인도 무척 예쁘고요. 하지만 선풍 면 생리대 사용을 시도해보기 쉽지 않을 것 같아요.

대부분의 여성이 면 생리대를 사용해보고 싶어도 막막해지는 경우가 많지만 면 생리대를 한 번이라도 사용해보면 착용감이 좋았고 생각보다 세탁이 훨씬 간단했다는 반응이 대부분이에요. 특히 일회용 생리대의 펄프 느낌에 비해 면 생리대 순면 그대로의 느낌은 여성이라면 누구나 처음 착용하면서부터 알 수 있는 즉각적인 편안함을 줍니다. 또 기프트리는 면 생리대 사용을 뒷받침해주는 외출용 방수백이나 파우치, EM 세탁비누, 세탁물 보관용기, 건조걸이 등을 같이 판매하고 있어 더 손쉽게 면 생리대를 사용할 수 있습니다. 세탁 역시 걱정하시는 것만큼 어렵지 않습니다. 굳이 삶지 않아도 흐르는 찬물에 헹글 때 비누칠을 해서 물에 두세 시간 담가놓은 후 손세탁하거나 세탁기로 헹구면 돼요. 냄새 역시 크게 걱정하지 않으셔도 됩니다. 사실 우리가 일반적으로 생각하는 생리 약취는 일회용 생리대에 포함된 화학물질에 생리혈이 묻으면서 나는 냄새예요.

일반적으로 면 생리대에 사람들이 가진 생각과 분명 다른 부분이 있네요. 특히 냄새의 주범이 일회용 생리대란 사실은 처음 알았어요.

냄새 외에도 일회용 생리대가 가진 문제점은 정말 많습니다. 우선 일회용 생리대는 90% 이상이 화학물질로 되어 있어요. 이 중 고분자 흡수체라는 화학물질의 경우 질에 필요한 수분까지 흡수해버려서 질염이나 질 건조증 등의 문제

를 일으키기도 합니다. 또 대부분의 제품은 비닐 방수층이기 때문에 통풍에 한계가 있고 커버층도 100% 순면이 아닌 펄프라서 피부 트러블을 일으킵니다. 무엇보다 생리대는 한 번 사용하고 나면 젖은 쓰레기로 분리되어 땅에 묻히는데 100년 이상 썩지 않는다고 해요.

일회용 생리대 문제가 이 정도인 줄은 몰랐어요. 대표님은 처음 어떻게 면 생리대에 관심을 두게 되셨나요?

제가 개인적으로 생리통이 무척 심한 편이었습니다. 일상생활에 영향을 받을 정도로 생리통이 심해서 약도 먹어보고 병원도 가보고 온갖 방법을 다 써봤는데 효과가 없더라고요. 그러다 엄마 권유로 면 생리대를 써보게 되었는데 신기하게도 생리통이 거의 사라졌어요. 그렇게 제 몸이 좋아지다 보니 면 생리대에 대해 관심을 갖고 면생리대 만들기 봉사활동을 하면서 일회용 생리대의 안 좋은 점을 구체적으로 알게 되었습니다. 워낙 심각한 문제여서 충격을 받기도 했고 면생리대가 가진 효능을 직접적으로 겪어본 만큼 더 많은 사람에게 면생리대에 대해 알려야겠다는 생각이 들었습니다.

월경은 선물입니다

밥 한 끼 제대로 못 먹고 깨끗한 물 한 잔 구하지 못하는 제3세계 여성들이 맞이하는 월경은 어떤 모습일지 상상해본 적 있는가? 생각만으로도 아득해진다. 실제로 빈민국 오지 여성들은 생리대를 구할 수 없어 바나나 껍질에 진흙을 발라 사용하거나 생리 기간 동안 움막으로 격리되는 경우가 다반사라고 한다. 그뿐만 아니라 사춘기 여자의 경우 생리 문제로 학교에 가지 못해 학업을 포기하는 경우까지 있다고. 기프트리는 이들을 위하여 수익 일부를 제3세계 여성에게 반제품 형태의 면 생리대 DIY 키트 상품을 보내는 일에 재투자하고 있다.

고분자흡수체

아크릴산 중합체나 폴리비닐 알코올 등을 원료로 만든 흡수성이 높은 수지. 자신의 부피의 수백 배에서 1,000배 가까운 물을 흡수한다. 종이 기저귀, 생리대 등 공업용 제품에 사용되며 한 번 흡수하면 재배출을 하지 않는 통제력이 매우 높다.



면생리대 DIY 기부키트

기프트리에서는 상품을 구매할 때마다 면생리대는 5%, 기타 제품은 3%의 기부 포인트를 적립하여 총 포인트가 일정량에 도달했을 때 면생리대 DIY 기부키트를 제3세계 여성에게 선물로 보내고 있다. 이를 통해 면생리대 만들기에 관한 교육 프로그램을 진행하여 가난한 이웃에게 생명의 소중함과 건강을 선물하고 있다.

시작은 대표님 개인 건강 문제였지만 결국은 모든 여성의 문제로도 연결되었네요.

면생리대의 장점을 한국 여성들에게도 꼭 알리고 싶었지만, 동시에 빈민국의 여성들에게도 매우 필요한 물품이라는 것도 알리고 싶었습니다. 실제로 아프리카나 네팔 등 빈민국 오지 여성들은 제대로 된 생리대를 공급받지 못해서 생리 시 걸레나 나무껍질, 진흙 등을 사용한다고 해요. 심지어 일회용 생리대를 빨아서 쓰기도 하고요. 또 생리 자체를 부정한 것으로 여겨서 생리 기간 중 움막에서 생활하거나 학교를 가지 못하는 경우도 많다고 합니다. 제가 이런 사실을 처음 접한 건 고등학교 재학 중 활동한 면생리대를 만들어 해외로 보내는 봉사를 통해서였어요. 당시 빈민국 선교사 분들과 KOICA 봉사단체를 통해 면생리대를 제작하는 방법이 담긴 DIY 키트를 네팔과 아프리카 곳곳으로 전달했는데, 전달 받은 지역에서 생각보다 큰 방향을 일으켰습니다. 빈민국에서 생리대와 관련된 보조 용품이 그만큼 절실했던 거죠. 그렇게 빈민국 여성들을 장기적으로 도울 수 있는 방법과 동시에 많은 사람에게 면생리대의 장점을 알릴 수 있는 방법을 고민하다 보니 고등학교 때부터 소셜벤처 창업을 꿈꾸게 되었습니다.

면생리대 상품을 사업화할 필요를 강하게 느끼셨나 봐요.

네. 생리와 생리대와 관련해서 제가 해결하고 싶었던 국내외 사회문제가 심각해다 악화되고 있어서 정말 하루빨리 사업을 시작하고 싶었어요. 또 제3세계 봉사단원 분들을 통해 면생리대 보급이 필요한 사람이 많다는 이야기를 들으면서 더욱 사업의 필요성을 느꼈고요. 그래서 대학에 입학하자마자 청년창업 1000 프로젝트 지원을 받고 제품 개발을 이어나갔습니다. 그 결과 고등학생 때부터 3년 넘게 개발해 온 제품을 바탕으로 특허도 받고 사회적 경제와

창업에 대한 다양한 견문을 쌓아오는 과정에서 소셜벤처 경연대회를 알고 참가하게 되었습니다.

특별히 소셜벤처 경연대회에 나가야겠다고 결심한 이유가 있으신가요?

무엇보다 기프트리 모델을 검증받고 싶었습니다. 사람들 반응도 무척 궁금했어요. 소비자의 눈으로 봤을 때 기프트리 제품이 어떤지 객관적인 피드백이 필요했어. 또 구매가 기부로 이어질 수 있도록 만든 기프트리의 시스템이 사회적 기업으로서 적합한지도 확인받고 싶었습니다. 여러모로 소셜벤처 경연대회가 마케팅을 비롯해 기프트리 사업 모델을 다듬는 계기가 되리라고 생각했어.

어떻게 보면 자신 있는(?) 상태에서 대회에 출전하신 거라 볼 수도 있을까요?

특허를 받은 상품을 갖고 출전하긴 했지만, 수상은 전혀 예상하지 못한 일이었어요. (웃음) 그래도 대회 당시 첫 OT 때 발표하는 시간이 끝나고 멘토 중 한 분이 오셔서 발표 내용이 인상적이었다며 좀 더 자세히 알려달라고 하신 게 큰 힘이 되었습니다. 한편으론 아직 다 보여드린 상태가 아닌데 나중에 실망하시면 안 되겠다 싶어서 대회를 더 열심히 준비하기도 했어요.

모든 여성의 건강트렌드를 주도하다

기프트리를 이끄는 20대 초반의 이지연 대표와 함께하는 이들은 놀랍게도 또래 친구들이 아닌 어머니뻘의 여성들이다. 하지만 그렇다고 해서 이분들에게 흔히 청년에게 기대하는 열정과 패기가 없는 것은 아니다. 오히려 이 대표보다 더한 강철 체력으로 기프트리를 단단히 받쳐주고 계신다고. 덕분에 다양한 연령대의 여성을 포용할 수 있는 이해력과 정보력을 갖춘 것은 물론 이를 바탕으로 기프트리는 현재 면생리대를 넘어 폐경 이후 여성을 위한 요실금 패드를 개

청년 창업 2030 프로젝트

청년창업 1000 프로젝트는 서울시가 청년들의 창업을 지원하기 위해 만든 프로그램으로 20,30대 청년 1,000팀을 선발해 사발해 사무공간과 매달 일정 금액의 사업자금을 1년간 지원하는 제도이다. 사업계획서만으로도 지원이 가능하며 선발인원이 많고 매달 50만원 이상의 지원금을 받을 수 있는 파격적인 제도로 2014년 기준 6기까지 운영되었다.

발 중이다. 이처럼 우리 어머니 나아가 할머니까지 모든 여성의 건강을 책임지고 건강 트렌드를 주도해 나갈 회사 기프트리의 다음 걸음이 기대된다.

결과적으로 기프트리의 그런 노력이 우수상 수상이라는 성과로 이어졌네요. 여기까지 올 수 있었던 원동력은 뭐라고 생각하시나요?

제가 인복이 정말 많은 것 같아요. 사람이 가장 중요하다고 생각하고 영향력을 많이 받는 편인데 엄마부터 시작해서 팀원이나 주위 다른 분들의 도움이 없었으면 아무것도 못했을 거예요. 제가 부족한 게 많아도 저를 믿고 도와주고 지지해주는 팀원들, 멘토분들, 선생님, 가족, 친구들의 응원과 도움 덕분에 일에 집중할 수 있었고 그게 원동력이 되어 소셜벤처 경연대회 때도 더 열심히 할 수 있었습니다. 결과가 어떻든 나를 믿어주는 사람들이 있는만큼 더 노력해야겠다고 생각했거든요. 특히 엄마는 원래 다른 일을 하고 계셨는데 제가 같이 면생리대 사업을 하자고 해서 그만두고 사업에 동참해주셨어요. 또 팀원으로 계시는 디자이너 선생님도 엄마 지인분이시고요. 사실 저를 제외한 다른 팀원들이 모두 일명 아줌마라고 불리는 4, 50대 여성분들이세요.

대표님께서 젊으셔서 저는 기프트리가 당연히 대학생으로 이뤄진 팀인 줄 알았어요. 팀 소개 한번 해주시겠어요?

기프트리는 총 3명이 주축이 되어 사업을 꾸려가고 있습니다. 우선 원단과 봉제방법을 연구하고 샘플작업부터 제품 생산관리까지 도맡아 해주시는 제품 팀장을 엄마가 맡아주고 계세요. 제품과 기획에 엄마만한 분이 없어서 지금은 다른 일을 줄이시면서까지 기프트리 사업에 동참해주고 계세요. 다른 한분은 디자이너 선생님이신데 50대임에도 불구하고 청년못지 않은 열정과 아이디어로 기획부터 디자인까지 담당해주십니다. 대표인 저는 주로 마케팅과 기획을 담당하고 있습니다.

팀워크는 어떤가요? 대표님 혼자 20대인 게 힘들진 않아요?

힘들기보단 같이 일하면서 오히려 제가 끊임없이 자극을 받아요. 저보다 일도 더 잘하시고 잠도 안 자면서 해야 할 일을 딱딱 찾아서 해내시는 데 다들 힘이 넘치신답니다. 그런 모습을 보면 때론 부끄럽기도 하고 반성도 하게 돼요.

정말 이상적인 조화를 이루셨네요. 앞으로 기프트리의 목표는 어떻게 되나요?

우선 기프트리의 사업적인 측면에서는 생리대를 중심으로 여성 건강 아이템을 확대해 나갈 전망이에요. 현재는 요실금 패드를 제작 중입니다. 한 번은 요실금 전문 의사분께 강의를 들은 적이 있는데요, 문제가 생각보다 심각하더라고요. 우리가 흔한 질병이라고 생각하는 당뇨병이나 관절염보다 사실 요실금을 겪는 분들이 더 많은데 수치스럽다고 생각해서 좀처럼 남에게 이야기하지 못하는 경우가 많다고 해요. 전체 환자 중 40% 정도만 병원에 다닐 정도로요. 그러다 보니 자연스럽게 사회활동을 피하게 되고 가족에게도 말을 못하고 우울증으로 이어진다고 합니다. 게다가 사용 연령층이 50대 이상이다 보니 일회용 제품을 사용하면 피부에도 금방 문제가 생기기 때문에 면 상품에 대한 필요성이 더 큼니다. 현재 목표는 이렇고 앞으로 다양한 경험을 하면서 목표가 조금

요실금

요실금은 자신의 의지와 무관하게 소변을 보게 되는 현상으로, 평균 수명이 연장되면서 노령층이 증가한 결과 그 유병률 역시 높아지고 있다. 요실금의 종류에는 아무 유발 요인 없이 소변이 배출되는 진성 요실금, 기침 등에 의해 복압이 올라갔을 때 발생하는 복압성 요실금, 소변을 보고 싶을 때 소변을 참지 못하는 절박 요실금, 방광에 소변이 가득 차 넘쳐 흘러서 발생하는 일류성 요실금 등이 있다.



씩 수정될 것 같아요. 우선은 초심을 잃지 않고 면 생리대 사업을 성공적으로 성장시키고 싶습니다.

수치상으로 세워둔 목표도 있으신가요?

판매 측면에서는 이제 막 사업을 시작한 단계라 목표 매출을 정해놓진 않았어요. 다만 현재 1%로 추산되는 면 생리대 사용자 비율을 10년 안에 5%까지 올리고 싶습니다. 완전히 바꾸는 게 힘들다면 오버나이트나 팬티라이너 만이라도 면 생리대를 쓰는 식으로 병행해서 사용하기만 해도 큰 차이를 만들 수 있다고 생각해요. 더 나아가서는 백화점이나 대형마트의 일반 생리대 코너에서 기프트리 제품을 만날 수 있을 좋겠어요. 제시카 알바가 공동 운영하는 친환경 기저귀 회사 어니스트 컴퍼니처럼요.

환경도 살리고 여성 건강에도 도움이 되는 데다 제3세계까지 도울 수 있으니 기프트리의 성장이 더욱 기대되네요. 마지막으로 소셜벤처 대회를 준비하는 후배들에게 한 말씀 해주시겠어요?

괴테가 이런 말을 했다고 해요. ‘해야 하는 일, 하고 싶은 일, 할 수 있는 일을 합치는 사람이 가장 행복한 사람이다.’ 제가 대학생으로서 현재 기프트리 사업을 시작한 이유가 이 말과 일치합니다. 제가 해야 하는 일이라 생각했고 할 수 있다고 생각했고 정말 하고 싶었어요. 물론 마냥 즐거울 수만은 없고 가끔 어려운 문제도 생기지만 그때마다 저는 이 말을 다시 들여다봐요. 이 세 가지가 아직 변함이 없고 흔들리지 않는다는 것을 느낄 때 다시 힘을 낼 수 있었어요. 대회를 준비하시는 분들도 소셜벤처 경연대회에 도전하려는 이유가 이 세 가지를 충족하는지 한번 생각해보시면 좋을 것 같네요.

어니스트컴퍼니 (Honest Company)

어니스트 컴퍼니는 친환경 기저귀를 비롯해 유해성분이 전혀 없는 무독성 유아용품을 판매하는 기업이다. 할리우드 유명 배우인 제시카 알바가 결혼과 함께 육아에 관심을 갖게 되며 가능한 아이에게 좋은 것을 취하겠다는 어머니의 마음으로 시작했다. 어니스트 컴퍼니는 수익금의 일부를 통해 어려운 이웃에게 유아용품을 기부하며 독성물질의 사용을 근절하는 캠페인에도 적극적으로 참여하고 있다.



“도시와 자연을 풍요롭게 만드는 도심양봉가 어반비즈서울”

어반비즈 서울 박진 대표

XXX

긴자 양봉 프로젝트

2006년 도쿄 변화가에서 시작한 ‘긴자 양봉 프로젝트’는 도시 양봉이 상당히 활성화 된 곳으로 도쿄의 명물 중 하나이다. 다양한 직종의 사람들이 자원 봉사 형태로 양봉에 동참하고 있으며 꿀 수확은 물론 이를 음식과 화장품, 생활용품 등으로 이용한다. 수익은 긴자의 환경 보호와 무농약 농가 지원 등에 사용되며 아이들을 대상으로 한 환경 교육 역시 활발하게 이뤄진다.

꿀을 위한 벌이 아닌 벌을 위한 꿀

일반 양봉과 달리 어반비즈서울은 꿀이 아닌 꿀벌과 함께 살아가는 환경을 조성하는 데 초점을 맞춘다. 인위적 개입을 최대한 배제하고 양봉의 모든 과정을 벌에게 맡기는 것이다. 양이 적더라도 벌이 먹을 것을 최대한 남기고 벌통 내부에서 자연 숙성된 꿀을 수확하는 것이 어반비즈서울의 원칙이다.

어반비즈서울은 어떤 곳인가요?

어반비즈서울은 이름처럼 서울 곳곳에서 벌을 키우는 도심양봉사업을 운영합니다. 직접 꿀을 수확하는 것은 물론 도시 양봉가 양성 프로그램을 통해 사람들에게 양봉 교육과 체험을 제공하고 그 과정에서 생산된 꿀이나 천연 비누 같은 가공 상품을 함께 제작하거나 판매하고 있습니다.

사실 도심 양봉이란 개념이 일반인들에게는 아직 생소한 개념인 것 같은데요, 위험하진 않나요?

흔히 도시에서 벌을 키운다고 하면 먹을 수 있는 꿀인지, 벌에 쏠이지는 않을지 등 안정성 측면에서 걱정하시는 분들이 많습니다. 하지만 실제로 어반비즈서울에서 수확한 꿀을 서울시 보건환경연구원과 한국양봉협회에서 검사한 결과 적합 판정을 받았고 어반비즈서울을 운영하며 단 한 건의 안전사고도 발생하지 않았을 만큼 안전합니다. 도심 양봉장에서 직접 벌을 키우는 사람 외에는 주위에 벌통이 있다는 것도 모를 정도예요. 영국이나 일본 같은 외국에서는 도심 양봉이 꽤 활성화된 편인데요. 영국 같은 경우엔 도시 양봉장이 3,300여 곳이나 있어요. 일본의 경우엔 긴자 지역을 중심으로 도심 양봉이 관광 상품화되어 있고요. 우리나라로 치면 명동 같은 곳인데 도심 양봉을 통해 수확한 꿀을 고가에 판매하고 수익 중 일부는 긴자 주변에 식물을 심는 데 사용합니다. 도심 양봉이 주변 녹화까지 연계되는 좋은 예라고 볼 수 있지요.



“지구 상에서 꿀벌이 사라진다면 4년 이내에 인간도 사라지게 될 것이다.”
아인슈타인의 의미심장한 발언이 허무맹랑하게 들린다면 당신은 아직 벌을 모른다 말할 수 있다. 도시와 자연 생태계를 살리는 동시에 양봉 부산물을 통해 얻는 경제적 이득과 일자리 창출까지. 도심 양봉이 지닌 가치는 꿀보다 더 달콤하다.



아까시

흔히 아까시이라고 잘못 알고 있는 아까시나무는 원산지가 북미인 낙엽활엽교목이다. 양질의 꿀을 생산할 수 있는 최고의 밀원 식물로 아까시 꽃에서 양봉 농가의 벌꿀 생산량의 80%를 생산한다. 아까시나무는 목재의 무늬가 아름답고 단단해서 고급 가구와 장식용으로 사용되는 우수한 용재로 다른 나무에 비해 활용가치가 높다.

구체적인 양봉 과정은 어떻게 되나요?

원리는 생각보다 간단합니다. 벌의 먹이가 있는 곳 주변에 벌통을 두고 꽃이 피기를 기다렸다가 1주일에 1번 정도 벌통을 관찰하면서 살피면 됩니다. 아까시 같은 봄꽃이 많이 피는 4,5월부터 6,7월 정도에 한 번 꿀을 수확할 수 있어요.

양봉 과정에서 일반 양봉 농가와 어반비즈서울의 차이점은 무엇인가요?

가장 큰 차이는 초점을 어디에 맞추는가입니다. 일반 양봉 농가 같은 경우엔 최대한 빠른 시일에 많은 양의 꿀을 수확하는 게 목적이니 벌에게 설탕을 먹이기도 하고 숙성되지 않은 꿀도 수확합니다. 그러다 보면 수확한 꿀에서 수분을 날리기 위해 열을 가하는 등 후 가공 처리를 하게 되는데요, 사실 꿀과 열은 상극인지라 그다지 품질이 좋은 꿀을 만들 수 없습니다. 반면에 어반비즈서울은 인위적 개입을 최소화하는 친환경 양봉을 위해 노력 중입니다. 농약과 항생제를 일절 사용하지 않는 것은 물론 벌에게 설탕을 먹이지도 않아요. 45일에서 60일 동안 자연스럽게 벌통 내부에서 수분이 날아간 숙성 꿀을 수확하는 게 어반비즈 서울의 목표이자 관리방식입니다. 수확하는 꿀의 양을 최소화하더라도 벌이 먹을 것을 최대한 남겨주는 겁니다. 그래야 벌에게도 도움이 되고 사람이 먹기에도 좋은 꿀을 수확할 수 있으니까요.

어떻게 보면 시장 상품보다 어반비즈서울 꿀의 품질이 높은 편이라고 할 수 있겠네요.

그렇다고 볼 수 있겠죠. (웃음) 하지만 아쉽게도 현재 국내에는 꿀 등급 체계가 없습니다. 사실 전업 양봉가들도 좋은 꿀을 생산하고 싶지만, 농협에서 다 같은

가격에 꿀을 구매하니 현실적으로 손해를 봐가며 좋은 꿀을 생산하기 힘든 실정입니다. 질보다는 양을 늘리는 게 더 이득이 되니까요. 꿀 생산방식이 투명하지 않다 보니 일반 소비자도 굳이 비싼 꿀을 사려고 하지 않고요. 그래서 저는 어반비즈서울을 통해 꿀에 대한 소비자들의 생각을 바꿔나가고 싶습니다. 도시에서 양봉 과정을 직접 본 사람들의 입소문을 통해 꿀에 대한 이해도를 높일 수 있도록요.

얘기를 듣다 보니 어반비즈서울의 꿀맛이 무척 궁금해지는데요, 어디서 구매할 수 있나요?

사실 꿀 수확량이 많지 않다 보니 정기적인 판매는 어렵고 일반 흥보나 기획전 형태로 판매 중입니다. 수요는 꽤 높은 편이지만 아쉽게도 양이 많은 편이 아니라 꾸준한 판매는 어려운 상황입니다. 대신 어반비즈서울은 가공품이나 교육 등 꿀과 벌의 속성을 이용한 부가적인 사업 운영에 초점을 맞추고 있어요. 초기에는 버츠비처럼 꿀을 이용한 천연 비누나 화장품 생산을 목표로 했으나 꿀이 식품이다 보니 음식과 연결 짓는 게 효과가 커서 현재 국내 양조장과 함께 허니 비어를 개발 중입니다. 현재 시중에 유통되는 허니 비어의 경우 사용되는 꿀의 정확한 출처를 알 수 없는데요, 저희는 이런 점들을 보완해서 믿고 먹을 수 있는 허니 비어를 만들고자 합니다.

**어반비즈서울의 가치를 따르는 사람들
꽃에 벌이 날아드는 것처럼 박진 대표가 추구하는 가치에 몰려든 사람들이 있다. 서울에서 부산, 10대부터 70대까지 누구 하나 강요하는 사람 없어도 자발**

버츠비(Burt's Bee)

벌꿀 천연 화장품으로 유명한 버츠비는 1984년 록산느 콰비와 버트 사비츠가 벌집에서 나온 비즈왁스로 양초를 만들어 팔면서 시작되었다. 이후 립밤과 큐티클 크림 등 천연 화장품으로 상품을 확장해 나간 버츠비는 공익광고를 통해 꿀벌 개체수 감소의 심각성을 사람들에게 전하며 벌이 처한 위기를 극복하기 위한 캠페인을 함께 운영 중이다.

도시양봉가 양성 프로그램

농한기인 겨울을 제외하고 어반비즈서울의 도시양봉가 양성 프로그램은 일 년에 세 차례 열린다. 가장 최근 열렸던 6기 도시양봉가 프로그램의 경우 주중 2개반, 주말 2개반으로 나눠 진행되었으며 빠른 속도로 모집이 마감 되었다. 가까운 경기도 인근 주민은 물론 멀리 지방에서 ktx를 타고 올라오는 수강생도 있다고 하니 그 인기를 알 만하다.

적으로 모인 어반비즈서울의 회원들은 박진 대표에게 별만큼이나 중요한 자산이다.

어반비즈서울에서 운영 중인 도심양봉가 양성 프로그램 인기 역시 상당하다고 들었습니다. 프로그램 내용이 어떻게 되나요?

얼마 전 6기 수업을 마친 도심양봉가 양성 프로그램에서는 시기마다 벌을 관리하는 방법이나 여왕벌이 필요할 때는 어떻게 해야 하는지 등 양봉의 기초적인 부분들을 가르칩니다. 주중 반 주말 반으로 나누어 한 기수에 65명 정도를 모집하여 15명 내외로 분반 수업을 진행합니다. 수업 기간은 평균 2개월로 농한기인 겨울을 제외하고 1년에 세 차례 진행합니다. 또 프로그램이 끝나고 어반비즈서울에 회원으로 가입하시는 분들에게는 함께 벌을 키울 수 있는 장소를 제공합니다. 한 기수가 끝나면 30% 정도가 회원으로 가입하는 편이에요.

주로 어떤 분들이 프로그램에 참여하시나요?

연령대부터 사는 지역까지 무척 다양합니다. 현재 최연소 회원은 11세로 매주 부모님과 같이 경남 진해에서 올라와 수업을 듣고 있어요. 가장 멀리서는 부산에서도 오시고요. 영국, 미국, 불가리아 등 외국인들도 있었습니다. 도심 양봉을 하나의 새로운 문화로 생각하고 취미로 접근하시기도 하고, 생각보다 도심 양봉에 대한 사람들의 관심이 높은 편입니다.

혹시 서울 외에 다른 도시에서도 교육 프로그램을 진행할 계획이 있으신가요?

물론입니다. 지방에서 오시는 분들의 필요도 있고요. 내후년 정식 개설을 목표로 현재 준비 중이에요. 중앙 집권적인 방식보다는 어반비즈서울의 플랫폼이 다른 지역에서도 자율적으로 자리를 잡아 가길 바라고 있습니다. 어반비즈부산, 어반비즈대전 이런 식으로요. 이를 위해 하반기에 강사 양성 프로그램을 개설하여 지방에서 강사로 활동할 수 있는 분들을 모집할 예정입니다. 서로 필요한 부분을 도와가며 함께 사업을 키워가고 싶어요.

대표님만큼이나 수강생분들도 도심 양봉에 관심이 높은 편이신 것 같네요.

정말 감사한 부분 중 하나지요. (웃음) 실제로 양봉 외 다른 면에서도 회원들의 자발적인 참여가 높은 편입니다. 내년 봄에 도심 양봉과 어반비즈 서울의 사업에 관한 책을 출판할 예정인데 전문 출판인이신 회원분께서 적극적으로 도와주고 계세요. 홈페이지 역시 회원분이 재능 기부로 만들어주셨고요. 함께하는 팀원 역시 도심양봉가 양성 프로그램을 통해 만나서 함께 사업을 꾸려가고 있어요.

어반비즈서울의 활동반경

오랜 시간 직장 생활과 병행하며 벌을 연구해온 박진 대표에게 소셜벤처 경연 대회는 전문성과 객관성 사이에서 발을 맞추는 기회가 되었다. 서울을 넘어 전국과 아시아 및 세계 곳곳의 주요 도시까지 나아가는 꿈을 꾸는 어반비즈서울의 활동반경은 그들이 키우는 벌이 누비는 세계보다 더 넓어 보인다.



여러모로 대표님께서 어반비즈서울의 사업을 안정적으로 이끌어가고 계신 것 같네요.

저는 정말 벌을 보고 있으면 시간이 어떻게 가는지 모르겠어요. (웃음) 제가 정말 좋아하는 일이라 그런지 하루가 흑 지나갑니다. 벌이 가진 매력이 무궁무진하다 보니 일을 하면 할수록 빠져드는 것 같아요.

처음 양봉에 관심을 두신 계기는 무엇인가요?

저는 평소 농업에 관심이 많은 편이었습니다. 농산물 관련 회사에 다니면서 방송통신대학에서 따로 농업을 공부할 정도로요. 그러다 주말농장에서 작게 토마토를 재배했는데 작물이 생각만큼 예쁘게 맺질 않더라고요. 왜 그런지 알아봤더니 도시에 꿀벌이 부족해서 그렇다는 사실을 알게 되었습니다. 사실 토마토뿐 아니라 우리가 먹는 작물 가운데 절반 이상은 꿀벌에 의해 수분을 맺고 있어요. 그만큼 농작물 재배에 벌이 미치는 영향이 어마어마한 것이죠. 그렇다 보니 꿀벌이 살지 못하면 자연스럽게 인간의 삶 역시 힘들어진다는 사실까지 알게 되었습니다. 심지어 아인슈타인이 지구 상에서 꿀벌이 사라진다면 4년 이내에 인간도 사라진다고 말했을 만큼요. 이렇게 벌의 중요성을 깨닫고 계속 공부하다 보니 제가 직접 도심 양봉을 해보고 싶단 생각이 들었고 자연스럽게 꿀벌의 중요성과 가치를 더 많은 사람과 나누고 싶어 도심 양봉 사업을 시작했습니다.

어반비즈서울의 도심양봉장

어반비즈 서울은 제1호 도심 양봉장인 한강 노들텃밭을 비롯해 은평구 갈현텃밭, 명동 유네스코회관 옥상과 어린이대공원, 서울대학교, 서울연구원, 서대문구청 등지에 약 70개의 벌통을 보유하고 있다. 1년동안 수확하는 꿀의 양은 약 800kg으로 정직하게 재배하여 맛이 좋은 것은 물론 벌에게도 이득이 된 꿀이다.

1호 도심 양봉장은 어떻게 문을 열었나요?

사실 우연한 기회였는데요. 한 도시농업 관련 행사 모임에서 우연히 노들 텃밭 운영위원장님을 만났습니다. 어반비즈서울의 도심 양봉 사업을 설명해 드리고 노들 텃밭에서 도심 양봉을 운영하고 싶다고 말씀드렸더니 흔쾌히 한 번 와 보라고 하시더라고요. 그렇게 1호 도심 양봉장이 문을 열고 한 번 물꼬가 트이니 자연스럽게 갈현 텃밭과도 연락되었습니다. 명동 유네스코 회관에서 먼저 연락이 오기도 했고요. 그렇지 않아도 명동이 서울의 중심인 만큼 정말 들어 오고 싶었던 곳인데 일이 잘 풀린 셈이지요. 그 결과 현재 서울 내 총 11곳에서 도심 양봉장을 운영 중입니다.

소셜벤처 경연대회도 그 과정에서 도전하신 건가요?

네, 어반비즈서울의 모델을 한번 시험해보고 싶었습니다. 다른 사람들이 어떻게 생각할지도 궁금했구요. 2013년 3월 첫 벌통을 설치하고 같은 해 6월에 도심양봉가 1기를 모집해 사업을 운영하면서 소셜벤처 경연대회를 준비했습니다. 사실 당시에는 직장 생활도 병행하고 있었던지라 어떻게 보면 무모할 정도로 무척 바빴습니다. 평일 주말 할 것 없이 제 개인 시간을 다 투자했으니까요. 그래도 대회를 통해 많이 고민하고 성장할 수 있었습니다. 대회를 통해 질문을 받으면서 불필요한 요소들은 걸러내고 사람들이 우리와 다르게 이해할 수 있다는 것을 많이 느꼈습니다. 내부에서 생각한 것과 이를 외부에 전달하는 일은 천지 차이더라고요.

그런 경험을 바탕으로 소셜벤처 경연대회를 준비하는 후배들에게 한 말씀 해주시겠어요?

무작정 뛰어들지 말란 얘기를 전하고 싶네요. 어반비즈서울은 1년 가까이 준비했음에도 불구하고 무척 힘들었습니다. 특히 제 경우는 가정이 있으니 바로 수익이 나와 해서 배로 힘들었고요. 그걸 버틸 자신이 없다면 무작정 뛰어드는 것은 아니라고 봅니다. 차근차근 준비한 후에 도전하는 게 좋을 것 같아요. 특히 상금만을 노리고 도전하는 사람이 있다면 그건 다른 사람에게 피해를 주는 행동이니 참가를 삼가달란 얘기를 꼭 전하고 싶네요.

앞으로 어반비즈서울의 목표는 어떻게 되나요?

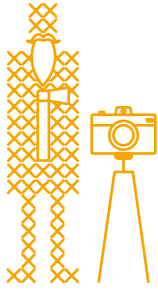
기업적 목표는 무엇보다 시장에서 죽지 않고 살아남는 겁니다. 그러기 위해선 상품을 다양화하고 우리만의 것을 찾는 일이 필요하다고 봐요. 예를 들어 현재는 일반 양봉장에서 사용하는 것과 같은 벌통을 사용하고 있습니다만, 도심 양봉의 특징을 반영한 어반비즈서울만의 벌통을 개발할 계획입니다. 아직 상용화되지는 않았지만, 시험 모델은 이미 나온 상태예요. 이런 식으로 어반비즈서울만의 정체성을 만들어가는 동시에 수치적으로는 3년 안에 도심 양봉장 100곳을 조성하는 게 목표입니다. 내년엔 30곳, 내후년에 50곳 등 이런 식으로 하면 충분히 이뤄질 수 있다고 생각해요. 그러다 보면 10년 안에 회원 만 명을 확보하는 일도 불가능한 일은 아니라고 봅니다. 사업 영역적인 측면에서는 벌을 소재로 한 문화 콘텐츠 개발도 기획 중입니다. 꿀벌의 협동성을 강조해 기업 교



육을 할 수도 있고 어린이를 대상으로 캐릭터와 스토리, 양봉 체험이 어우러진 콘텐츠를 만들 수도 있고요.

꿀벌이 가진 확장성이 상당하네요. 마지막으로 대표님의 개인적인 목표는 무엇인가요?

개인적인 목표라면 도심 양봉가들이 모일 수 있는 세계적인 협회를 만들고 싶어요. 우선은 홍콩, 대만, 일본 등 아시아 끼리 모여서 포럼을 연 후에 권역 별로 확장하여 미국, 유럽과도 함께하는 세계 도심 양봉 협회를 만드는 겁니다. 도심 양봉은 단순히 꿀을 수확하는 데서 끝나는 일이 아니라 결국은 인간이 잘살 수 있는 환경을 만드는 일이라고 봐요. 그래서 어반비즈서울도 수익 일부를 도시에 나무를 심거나 옥상을 녹화하는 일에 재투자하고 있기도 하고요. 이런 운동이 서울에서 전국으로, 아시아와 세계로 확장되어 갈 때 결국은 지구도 온 인류도 건강하게 잘사는 길이 열리는 게 아닐까요?



“노인을 위한 마을은 있다”

황혼의 길손 라영수 대표

XXX

인생은 매 순간이 갈림길이고 선택이지 IMF가 전국을 수렁으로 빠뜨릴 때, 라영수 원장은 선택해야 했다. 새로운 길을 선택하든 지금껏 걸어온 길을 선택하든 험난하기는 마찬가지였다. 그는 주저하지 않고 새로운 길을 택했다. IT라는, 단어만 들어서는 쉽사리 노인을 떠올리기 힘든 분야에 뛰어든 것이다. 그리고 20년 가까이 그 길을 걸어왔다. 머리는 희끗희끗해졌지만, 그는 여전히 현역이고 열정이 넘친다.

황혼의 길손은 어떻게 시작하게 되신 건가요?

사실 시작한 건 아주 오래전이지. 2001년쯤. 그때 이 동네 노인들하고 컴퓨터 공부를 시작했어요. 내가 조금 먼저 배운 게 있기 때문에 동네 주민들을 가르치고 있었어. 2003년에 비영리 민간단체가 됐고. 컴퓨터를 가르쳐준다고 하니 노인들이 엄청나게 많이 모이더라고. 사실 여기는 시청 소유 건물이야. 시청 건물인데 평생 교육장으로 쓰라고 무상임대를 해준 거라고. 거기에 우리는 IT 기반 평생교육원이라는 타이틀을 붙이게 되었지.

어르신들이 무언가를 새로 시작한다는 게 쉬운 일은 아닌데요.

사실 시간은 젊은이나 노인이나 모두에게 귀중하지만, 노인에게 더 귀중하고 절실해. 같은 한 시간을 쓰더라도 젊은이 한 시간보다 늙은이 한 시간이 더 절실하단 말이야. 나는 그 절실함이 어떤 교육의 결과물로 나타나야 한다고 생각했어요. 그래서 생각한 것이, 내가 받은 교육의 결과물을 수익모델과 연결하는 거였어. 그래서 영상을 만들고, 영상을 기반으로 하는 사회적기업을 만들자는 것이었지.

영상을 교육하고, 판매해서 수익을 창출하시는 건가요?

그렇지. 한 달에 백만 원 정도 벌면 노인들에겐 큰돈이에요. 그러면 우리끼리 잘 먹고 잘살 수 있죠. 시간을 들이고 고생을 하면서 만들어낸 작업이지만, 총



2013년 소셜벤처 경연대회에서 장려상을 받은 황혼의 길손은 안산의 작은 마을에 자리 잡고 있다. 인터뷰를 위해 이곳에 도착하자 놀라지 않을 수가 없었다. 걸모습은 동네 여느 집들과 다르지 않았지만, 문을 열고 들어가자 잘 정리된 교육장과 영상용 고급장비들이 눈을 번쩍 뜨게 했다. 그리고 그런 장비를 사용하는 사람이 멋지게 늘어뜨린 백발수염의 노인이라는 사실에 또 놀랐다.



분히 향유하고 즐길만한 권리가 있지. 그렇게 작업을 해 나가다 보니, 나랑 같이 작업하는 노인들이 할 수 있다면 다른 노인들도 할 수 있다는 거거든. 우리는 비록 10여 년이 걸렸지만, 그건 많은 시행착오 때문이었잖아. 그게 지나고 보니까 1년이면 가능하거든. 1년이면 공유할 수 있겠더라고. 알다시피 모든 노인들이 가난하잖아. 모두 생활을 위해 돈이 필요한 사람들이야. 그래서 이걸 모든 노인들하고 공유하자, 그런 생각을 한 거예요.

그렇게 결심하셔도 바로 실행하기가 쉽지는 않으셨을 것 같은데요.

아시다시피 여기 찾아오기도 힘들고, 다 쓰러져가는 건물에... 이게 다 고쳐놔서 그렇지 형편없었어. 이게 전부가 다 고물이야. 다른 곳에서 쓰다 내버린 것들. “책상 있는데 가져가슈.”하고 자원봉사 센터에 연락이 오거든. 그런데 컴퓨터는 최신형이에요. 영상장비니까 비싸고. 그래도 사람 눈이 다 똑같은 게, 노인들도 마찬가지예요. 다 쓰러져가는 건물에 고물장비 가지고 뭘 하겠느냐는 거지. 말을 안 듣는 거야. 나는 이 돈을 나누어주고 싶은데 무슨 돈이 있느냐고 그러기도 하고. 사회통념이라는 게 있잖아요. 우리의 경험을 나누어주려고 해도 잘 안 되는 거예요. 그래서 소셜벤처 경연대회도 나가고 아시아 대회도 나가고 그랬었지.

아시아 대회라면 SVCA(Social Venture Competition Asia) 대회인가요?

그렇지. 그런데 우리나라 사람들은 하나도 안됐어. 변명이지만 영어가 시원찮았고(웃음). 거기까지 굳이 나간 이유가 뭐냐면, 국가나 기관이 자리를 편 거잖아. 내가 쫓아다니면서 이야기를 하면 듣지를 않는데, 거기에 나가서 이야기하면 경청을 해주요. 그걸 노린 거야. 소셜벤처 경연대회도 마찬가지예요. 한두

번 발표하는 게 아니니까. 이야기해 보라니까 얼마나 좋아. 기회를 잡은 거죠. 그전에 소셜임팩트 스토리텔링 대회도 있었지. 거기서 우승하기도 하고. 소셜벤처 경연대회에서 수상한 것도 기쁘지만, 일 년 내내 이야기할 수 있었던 기회가 더 좋았어요. 2013년에, 4월부터 11월까지 계속 했으니까. 나는 목적을 다한 거죠. 소기의 성과도 있었고. 이걸 가지고 한국관광공사에 창조관광사업 공모전이 있었어요. 거기 입상을 했어. 소셜벤처에 나갔던 그 내용으로요. 그래서 관광공사에서 지원금 받아서 사업하고 있어요.

원장님은 원래는 어떤 일을 하시던 분이였어요?

농업학교 했어요. 농사지었었고. 그러다 늙어서 농사를 못 지으니까 컴퓨터를 배워야겠다고 생각했어요. 농사도 내가 싫어서 그만둔 게 아니라, IMF가 터진 거예요. 그렇게 일자리를 잃었는데 뭐라도 해야 하잖아. 뭘 할지 선택을 해야 했던 거지. 그때는 이미 디지털 시대니까, 디지털 세계로 들어가자 해서 컴퓨터를 배웠어요. 대학에 청강생으로 들어갔었지.

그때 배운 게 영상이었나요?

그렇죠. 처음부터 다 배웠어요. 한글부터 캐드까지... 사실 캐드를 먼저 배우려고 했어요. 아이디어가 있어서 특허를 내야 하는데 그림을 못 그리겠는 거야. 시간도 없고. 그래서 캐드를 배웠어요. 내 아이디어를 형상화 해야 하니까. 포토샵도 배우고. 이런 건 기본이죠. 국제 면허도 가지고 있어요.

절실함의 시간, 스스로 개척해 등지를 들다

라영수 원장은 노인들을 위한 무료 교육을 주요 사업으로 진행하면서도, 사회

창조관광사업 공모전

창조관광사업 공모전은 창조관광사업(관광벤처)을 발굴하기 위해 진행되는 공모전이다. 한국관광공사에서 주관하는 창조관광사업(관광벤처)은 기존 관광사업과 연계하여 창조성, 혁신성, 기술성 등을 기반으로 새로운 가치와 시너지를 창출하는 관광형 벤처기업을 육성함으로써 한국관광산업의 경쟁력을 강화하고 관광분야 일자리를 창출하고자 시작된 사업이다. 2014년에 4회째를 맞았다.

캐드(CAD)

컴퓨터 지원 설계(computer-aided design) 또는 캐드(CAD)로 불린다. 제품을 개발하고 최적화하여 설계하는 데 사용되는 소프트웨어로 건축, 자동차, 전자전기, 패션디자인까지 이용되는 분야가 다양하다.

적기업임을 단 한 순간도 잊지 않았다. 꾸준히 수익을 창출하고 있으며, 자신의 경험을 끊임없이 공유했다. '무언가를 배웠으면 반드시 쓸모 있는 결과물을 만들어내야' 노인들의 절실한 시간이 버려지지 않는다고 말하는 눈빛에서 깊은 연륜과 단호함이 느껴진다.

그러면 은빛동지와 은빛미디어, 황혼의 길손은 관계가 어떻게 되는 건가요?

은빛동지는 모기업이고 은빛미디어는 사업단인데, 우리가 분리해놓지 않았기 때문에 혼돈이 좀 있었나 봐요. 황혼의 길손은 소셜벤처 경연대회에 나갔었던 팀명이었는데, 그 이름으로 매년 사진전을 개최합니다.

사진전을 8회까지 했다고 알고 있어요.

올해가 8회였지. 거기서 사진 찍는 사람들은 전부 평소에 사진기도 안 만져본 사람들인데 1년간 공부해서 수요일마다 촬영을 나갑니다. 100점 정도 사진을 추려서 전시회를 매년 개최해요.

그러면 어르신들께서는 카메라 다루는 법부터 사진 편집까지 다 배우시는 건가요?

그게 포토샵이지. 지금 보여주는 리플렛 디자인도 다 우리가 하는 거야. 별거 아니에요.

어르신들 교육을 해주시잖아요. 프로그램을 한 번만 소개해주세요.

이제 초반 교육을 진행하고 있어요. 단계적으로 자신 있으면 올라오는 거지. 다섯 단계의 프로그램이 있어요. 마지막이 동영상인 거지. 프리미어로 만드는 거야. 일주일 내내. 수강료는 없어요.

그럼 운영비는 아까 말씀하신 영상을 판매한 수익으로 충당하시는 건가요?

우리는 사회적기업이잖아요. 돈을 벌어야지. 영상을 판매해서 돈을 벌죠. 홍보 영상 의뢰가 많이 들어오고, 국가기관 그리고 TV 다큐멘터리 요청도 들어와요. 간단한 시청자 코너 같은 것들도 들어오고요.

영상 제작 요청은 많이 들어오나요?

우리는 교육업무가 주 업무잖아요. 사회적기업도, 영상제작 사업도 교육도 하려고 하는 거지. 그런데 교육사업이 워낙 바빠. 우리가 맘 놓고 영상만 제작하면 돈 꽤 벌 거야. 교육 시간을 쪼개서 영상을 만들고 그러는데, 그러면 많이 못 만들어요. 1인당 100만 원 정도 벌도록 조절하고 있어요.

그럼 직원분들이 몇 분이나 있는 건가요?

7명 정도 있네요.

수강생분들은요?

반당 15명에서 20명 정도 있는데, 5개 반이 있으니까 100명 정도 되지. 저 작

은 교실에서 벌써 6천 명 정도가 졸업했어요.

그러면 일급분에서 교육과 영상 일을 병행하시는 건가요?

그렇기도 하고. 강사 포함하면 10명 정도 돼요. 등록된 직원은 7명인 거죠. 바쁩니다. 교육이 참 바빠요. 영상만 하면 참 좋을 텐데. 국가에서 지원이 없어. 노인단체라도 대한노인회에 가입되지 않으면 국가 예산을 받을 수가 없어요. 임의 단체로 지원대상에서 제외되어요. 노인들이 스스로 무언가를 창의적으로 하려고 해도 하기가 힘들어요. 이 건물 2층이 우리 동네 경로당이야. 할머니, 할아버지들이 10시 되면 놀러 오시는데 거기는 지원금이 많이 나와요. 근데 우리는 지원금 같은 게 없어요.

노인들이 자발적으로 경로당 보다 생산적인 일을 하는데도요.

법이 그런 것을 어떻게 해요. 우리가 소셜벤처 경연대회 나갔을 때도 그걸 이해시키는 게 상당히 어려웠어요. 노인들이 뭐 IT 어찌고 하는 거 자체가 생소하니까. 일반적인 사회 통념이 그렇죠. 노인들이 무언가를 한다고 하면 이해하기가 힘든 거죠.

소셜벤처 경연대회에 나가셨을 때 심사위원들이 어떤 질문을 주로 하던가요?

질문이 생각보다 실망스러웠어요. 심사하러 왔으면 사전에 공부를 해야 하잖아. 물론 그분들도 바쁜 사람들일 테니까. 기억에 남는 질문은 딱히 없었어. 발표자가 하고자 하는 취지를 알아들어야 하는데 대부분 못 알아듣는 거야. 심사위원들이 전문가들이니까 자기 나름대로 잘 알아서 듣겠지. 자금조달 하는 사람이고 기술자고 그러니까. 다 다르겠지만, 그래도 전체적인 것을 이해하고 질문해야 하는데, 쓸데없는 질문하고 그래요.



프리미어(Adobe Premiere)

어도비(Adobe)사에서 제공하는 고급 영상 편집 프로그램



특별히 기억에 남는 순간이 있으신가요?

이런 분도 있어요. 자기는 잘 이해했다 이거지. 영감님들 참 훌륭하고. 칭찬을 많이 해주더라고. 내용이 좋다고. 그런 건 기억에 남지요. (웃음) 소셜벤처 경연 대회라는 것이 '아이디어'로 승부를 보는 대회인데, 아이디어만 보고 안 된다고 하는 것이 저는 이해가 안 됐어요. 그래서 아이디어 단계니까 해봐야 한다고 이야기를 했어요. 안 된다는 의견이 50%이면, 가능할 거라는 내 의견도 50%가 맞는 거잖아요. 아무도 해보지 않았으니까. 그렇게 심사위원들을 설득했어요.

발표도 직접 하셨나요? 자료도 직접 준비하시고?

다 내가 했지. 평소에 발표하는 일이 많지는 않으니까 생소하기야 했지만. 사실 정말 어려웠던 것은 멘토링이었지. 우리 사업은 변하는 게 없는데, 멘토들이 바뀌니까 그때그때 요구사항이나 제안사항들이 달라지더라고. 혼란스럽지요. 스스로 생각을 정리하기만 해도 시간이 걸리는데, 컨설턴트의 의견도 재정의 해야 하고. 투박하고 세련되지 않아도, 촌스러워도 내가 하고 싶은 걸 해야겠다고 생각했어요.

'내가 할 수 있으면 다른 영감쟁이도 할 수 있다.'

은빛동지를 찾는 노인들은 다른 이들에게 기대지 않는다. 스스로 은빛동지를 찾아 자존감을 회복하고자 했으며, 여전히 할 수 있다는 자신감이 넘친다. 모든 노인은 행복할 권리가 있다고 말하는 라영수 원장은 국내를 넘어 세계의 노인들과 연대하고, 함께 노인 문제를 해결해 나가고자 한다.

그래도 보는 사람들로 하여금 어필이 되었으니까 수상도 하셨을 텐데요. 어떤 점이 유효했다고 보세요?

우리 문제가 노인 문제잖아요. 그걸 제일 잘 알고, 제일 잘 해결할 수 있는 사람

들이니까. 노인 문제가 이슈이긴 하지만 사실 아무도 명쾌한 대책을 내놓지 않고 있잖아요. 노인 스스로가 해보자는 취지가 많이 공감되었던 것 같아요. 평생 학습을 통해서 노인들에게 일자리를 만들어 주자는 거죠. 소셜벤처 경연대회에서 이야기한 내용은, 우리가 하는 것을 다른 노인들에게 공유해서 모든 노인이 여생을 행복하게 살 권리가 있다고 말했어요. 세계의 노인이 마찬가지죠.

아까 저 교실에서 졸업하신 분들이 6천 명이라고 하셨는데. 그분들은 배우고 나가셔서 어떤 생활을 하시나요.

이 동네에는 다세대 주택이 참 많아요. 컴퓨터 전혀 몰랐던 사람이 한글을 배우려는 '전세 놓습니다.'와 같은 간단한 것부터 하는 거예요. 참 실용적이죠. 그런 걸 추구하는 거예요. 노인들이 공문서를 얼마나 작성하겠어요. 보낼 데도 없는데. (웃음) 노인들에게 소중한 시간을 빼앗았기 때문에, 그만큼 결과물이 나와 줘야 한다고 생각해요. 그래서 막 혼내고 그러니까. 같은 영감들끼리 야단치고 그래요. 그리고 소주 한잔 하면서 미안하다고 이야기도 하고요.

실제로 재취업을 하셨거나 그런 분들도 혹시 있나요?

여기 우리 회사에 취업하기도 하고요. 여기저기 기자도 하고 그러니까. 리포터도 하고. 여기에 사회단체들이 많은데, 이런 영상 만드는데도 많고요. 또 노인들 영정을 찍어주기도 합니다. 노인들 영정 안 만들어놓고 돌아가시면 참 자식들이 당황한다고. 이상한 사진 걸어놓고. 사진관에 가면 상당히 비싸죠. 사진관에 스스로 찍으러 가기도 좀 그렇잖아요. 매년 5백 명씩 무료로 찍어주고 그래요.

원장님은 사업을 운영하시면서 가장 보람찰 때가 언제세요?

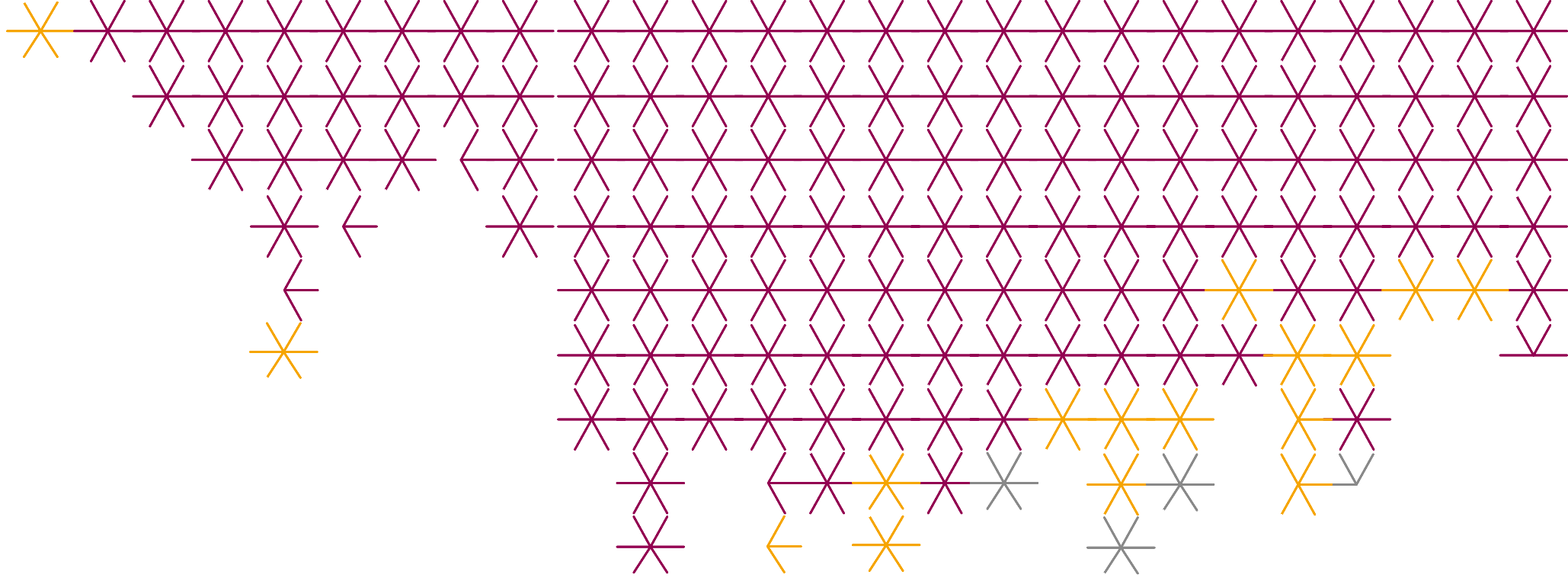
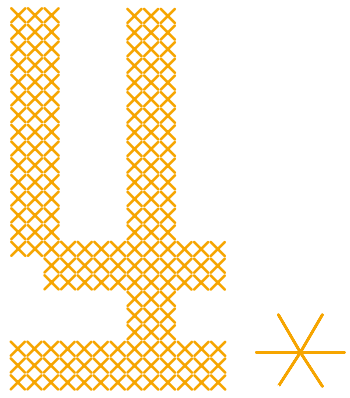
여기서 하는 교육의 결과가 노인들을 변하게 해요. 그런 변화를 우리가 그것을 돕고 있는 것이지. 국가도 못하는 걸 하고 있다고 생각해요. 전 세계에 이런 데가 없어요. 그걸 어떻게 할 수 있는냐 하면, 20차 세계 노인대회를 서울에서 했어요. 그 행사 사진을 찍어달라고 요청이 와서 찍어줬고, UN 노인연구소가 있어요. 그쪽의 어느 박사가, 우리가 평생을 노인학을 연구하고 있는데 실제로 당신들 같은 모델을 처음 봤다고 해요. 경험을 공유해달라는 요청을 많이 하죠. 저희야 우리 이야기 들어준다면 밤새도록 이야기할 수 있거든요. 얼마나 좋아요. 근데 영어로 달라고 하잖아요. 고마워서 10페이지짜리를 영어로 바꾸는데, 10페이지 바꾸니까 며칠 걸리더라고요. (웃음) 그런 상황들을 통해서 전 세계가 우리 같은 모델이 필요하다는 것을 느껴요. 그런데 못하고 있는 것이죠.

마지막으로 원장님이나 은빛미디어처럼 소셜벤처에 도전하려는 친구들이 많고, 앞으로도 원장님과 같은 어른들이 도전할 수도 있는데, 조언을 해주신다면요?

자신이 느낀 문제를 가져가다 끌고 나가겠다는 의지가 중요해요. 절실해야죠. 그래야 그만큼 열정이 솟을 것이고. 절실하다는 것이 차별화가 될 수 있거든요. 환경이 다르니까. 노인 문제는 차별화된 것이고. 글을 잘 쓰고 프레젠테이션을 잘한다고 되는 일이 아니라고 생각해요. 내용이 중요한 거고, 내용의 요체는 나만의 절실함이고. 이게 사회에 도움이 되는 것이 되어야 한다는 거지.

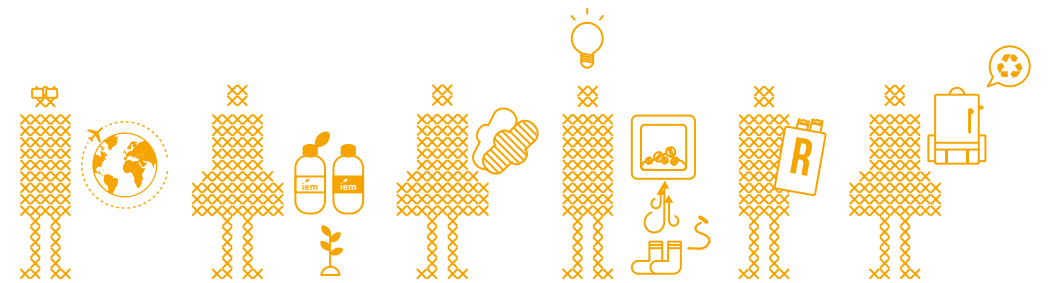
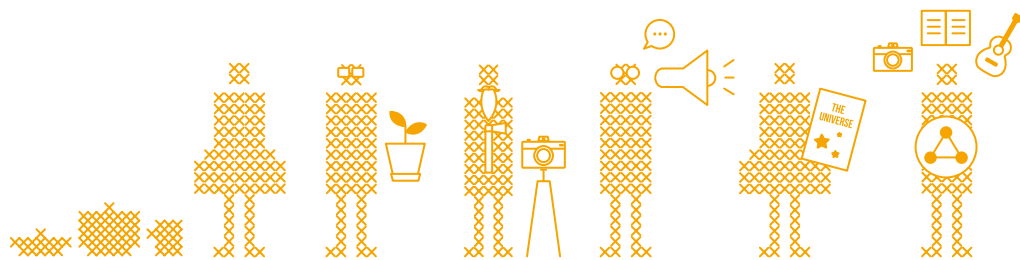
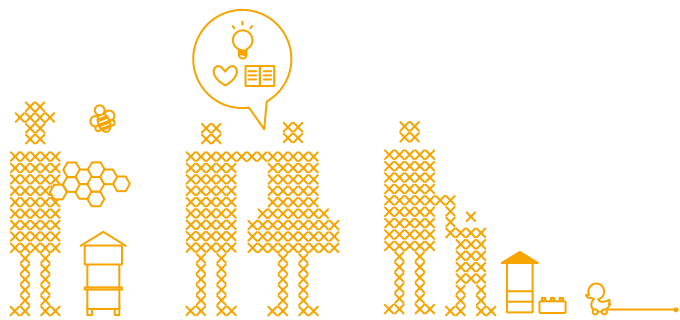
세계 노년학·노인의학대회

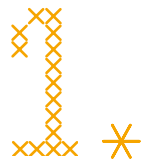
노인과 관련한 국제학술대회다. 국제노년학·노인의학회(IAGG)가 주최하고 (사)한국노인과학술단체연합회가 주관하며 서울시와 보건복지부가 후원한 4년마다 열린다. 지난 2013년 6월에 20차를 맞이한 서울대회에서는 세계 86개국 4000여 명의 전문가들이 참여해 '디지털 고령화'를 주제로 674개 세션에서 3500여 편의 논문을 발표했다.



한국사회적기업진흥원

소개





× 한국사회적기업진흥원 소개

1. 한국사회적기업 진흥원

한국사회적기업진흥원은 사회적기업의 육성 및 진흥에 관한 업무를 효율적으로 수행하기 위한 기관으로 더 많은 기업이 사회에 확고하게 뿌리내릴 수 있도록 아낌없는 지원을 하고 있다. 이를 위해 시민단체, 종교계, 기업 등과 다양한 협력 네트워크를 구성하고 사회적기업이 자생적으로 성장 가능한 생태계를 조성하는 역할을 수행하고 있으며, 사회적기업의 경영역량을 향상시키기 위한 경영 컨설팅 서비스, 사회적기업 시장확대 및 판로개척을 위한 공공시장 확대사업 등의 다양한 사업을 추진한다.

2. 비전과 핵심가치

미션 Mission 지속가능한 사회적기업 육성을 통한 사회통합과 삶의 질 향상

비전 Vision 따뜻한 공동체 행복한 대한민국 사회적기업의 동반자 KOSEA

공유가치 Value



전략목표 Goal

사회적기업 발굴 육성확대	사회적기업 자생력 강화	사회적기업 가치 확산	조직역량 극대화
---------------	--------------	-------------	----------

전략과제 Initiatives

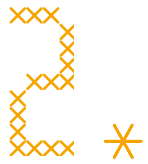
- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 창의적 사회적기업가 발굴 창업 지원 체계 내실화 인증 서비스 품질 향상 협동조합 지원 체계 구축 사회적기업 경영능력 향상 제품 및 마케팅 역량 강화 핵심인재 육성 네트워크 활성화 | <ul style="list-style-type: none"> 성과 모니터링 및 분석체계의 효과적 운영 사회적기업 공감대 확산 사회적기업 통합정보 공유 현장중심 인재육성 협력과 소통의 조직문화 구축 경영 인프라 혁신 |
|--|--|

3. 연혁

날짜	내용
2014	3.17 협동조합본부 신설(4본부 8팀)
2013	7.1~7.5 사회적기업주간 기념행사 개최
	1.2 협동조합팀 신설 (3본부 7팀, 41명)
2012	7.1~7.5 사회적기업주간 기념행사 개최
	4.19 제2대 원장(김재구) 취임
2011	9.9 기반조성본부 신설 (3본부 6팀, 42명)
	7.1 사회적기업 한마당 행사
	2.22 한국사회적기업진흥원 출범식
	2.18 제1회 이사회 개최
	1.24 공공기관의 운영에 관한 법률에 따른 기타공공기관으로 지정
	1.17 창립 직원배치
2010	12.31 한국사회적기업진흥원 설립 (2본부 6팀, 42명)
	12.28 초대 원장(류시문) 취임
	12.9 한국사회적기업진흥원 설립규정 (법 제20조) 시행
	6.8 사회적기업 육성법 개정
2007	1.7 사회적기업 육성법 제정

4. 사회적기업

사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 영업활동을 수행하는 기업. 영리기업과 비영리 조직의 중간 형태로 사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 재화, 서비스의 생산, 판매 등 영업활동을 수행하는 기업이나 조직을 말한다. 사회적기업 육성법에서는 사회적기업을 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업이자, 고용노동부 장관의 인증을 받은 기관으로 정의하고 있다.

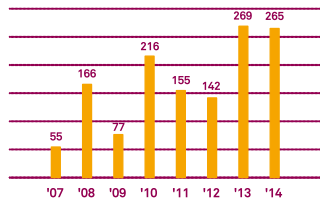


한국사회적기업진흥원 사업안내

사회적기업 발굴육성확대

연도별 현황

2014년 12월 현재 고용노동부에서 인증을 받은 사회적기업은 총 1,251개로 각 사회적기업은 민간이나 정부기관의 힘으로만 해결하기 어려운 여러 사회 문제를 각자의 비즈니스 모델을 통해 해결하고 있다.



1. 사회적기업 발굴육성

1) 사회적기업가 육성사업

혁신적이고 창의적인 사회적기업가 육성을 위해 한국사회적기업진흥원은 창업 준비자를 선별하여 창업공간, 창업자금, 멘토링 등 사회적 목적 실현을 위한 사업화의 전 과정을 지원한다.

① 지원내용

- 창업 공간 제공(창업 활동에 필요한 업무 공간)
- 창업 자금 지원(사업성 평가를 통해 최소 1,000만 원~최대 5,000만 원까지 차등 지원)
- 밀착형 멘토링을 통한 상시 경영 지원 및 창업 지도
- 창업자(팀)의 안정적 성장을 위한 대내외 자원 연계
- 직접 지원 이후 전문 컨설팅 및 교육 등 지속적 성장을 위한 사후관리 프로그램 운영

2) 소셜벤처 경연대회

소셜벤처 경연대회는 사회적기업 저변을 확산하고 우수 사회적기업 모델을 발굴하는 자리로, 창의적인 사회적기업 아이템 개발과 더불어 사회적 가치 실현을 위한 새로운 가능성 모색의 기회를 제공한다.

① 모집부문

- 청소년 아이디어, 창업, 기업 혁신, 글로벌-성장 등 4개 부문

② 추진절차

- 참가자 모집 ▶ 예선 ▶ 권역대회 ▶ 전국대회 ▶ 사후관리 지원

③ 지원내용

- 아이디어 구체화를 위한 역량강화 프로그램 제공
- 사업화 지원을 위한 사회적기업가 육성사업 연계
- 고용노동부장관상 및 한국사회적기업진흥원장상. 총 상금 1억5천만 원
- 후원기관상 및 해외 탐방기회 제공(선진 소셜벤처, 개도국 현지조사)

2. 사회적기업 인증지원

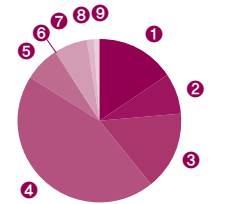
1) 인증지원

한국사회적기업진흥원은 사회적기업 확산 및 활성화를 위해 사회적기업 인증서비스 품질향상 방안을 도출하고 사회적기업 인증 신청기관으로부터 신청서를 접수받아 현장실사를 실시하는 등 공정한 인증심사를 지원한다.

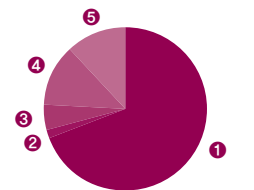
① 사회적기업 인증절차



사회 서비스 분야별 ('14년 12월 현재)



사회적 목적 유형별 ('14년 12월 현재)



3. 협동조합 지원체계 구축

1) 활성화 지원

협동조합 기본교육을 내실화하고 전략적 홍보 추진, 설립·운영 지원 등을 통해 협동조합 가치에 대한 범국민적 인식을 높이는 동시에 협동조합 활성화를 위해 노력한다.

① 협동조합 교육 강화

- 교육 대상별, 수준별 특화된 맞춤형 교육과정 운영으로 협동조합의 역량을 강화하고, 사이버 교육과정 개설로 교육 접근성 향상

② 협동조합 홍보 및 기념행사

- 다양한 매체를 활용한 양질의 홍보 콘텐츠 제공 및 확산
- 협동조합 미래비전 제시를 위한 기념행사 개최 및 지역별 다채로운 주간행사 실시

③ 협동조합 설립·운영 지원

권역별 중간지원기관 운영을 통한 현장 중심의 지원체계 마련



사회적기업 자생력 강화

1. 사회적기업 경영능력 향상

1) 경영 컨설팅 지원

고용노동부 인증 사회적기업과 지역형 예비사회적기업을 대상으로 이들의 자생력과 지속가능성을 높이기 위하여 사회적기업의 설립(인증) 및 운영에 필요한 경영, 세무, 노무, 회계, 법률분야 컨설팅 및 정보제공 등의 경영 컨설팅을 지원한다.

① 성장 수준별 컨설팅

- 창업단계 ▶ 성장단계 ▶ 자립단계로 구분, 기업의 성장수준과 업종특성을 반영한 컨설팅 제공

② 수요자 중심의 컨설팅

- 사회적기업의 자생력 향상과 사회적·재무적 성과 제고를 위한 컨설팅 지원
- 인건비 지원 종료를 앞두고 있거나 종료된 사회적기업을 대상으로 경영개선 및 인사·노무 컨설팅을 제공, 지원 종료에 따른 충격을 완화하고 지속적인 고용을 유지

구분	기초컨설팅		전문컨설팅	
	경영코칭	멘토형	프로젝트형	지속성장형
생애주기별	창업단계	성장단계	성장단계 자립단계	자립단계
내용	인사, 회계, 법무 분야의 경영코칭 (Coaching)을 통해 기업의 기본시스템 구축 지원	선발사회적기업의 경험과 지식에 근거하여 후발 사회적기업의 목표 관리 및 전략 개발 등 경영컨설팅지원	특정 분야(1개)의 경영과제 및 현안 해결	2개분야이상 (노무분야 포함)의 컨설팅 분야 설정, 지속성장에 필요한 다면컨설팅지원
대상	(예비) 사회적기업	(예비) 사회적기업	사회적기업	사회적기업
지원한도	3회, 330만 원 이내	1,000만 원 (예비: 500만 원)	2,000만 원	2,000만 원
5년간 5,000만 원 한도				



2. 제품 및 마케팅 역량강화

1) 판로개척 지원

공공기관 및 일반 소비자들이 사회적기업 생산품 및 관련 정보를 접할 수 있는 온·오프라인 접점을 구축 및 확대를 통해 사회적기업의 실질적인 판로개척을 지원하고 사회적기업 제품 소비를 활성화 함으로써 지속 가능한 성장 토대를 마련한다.

- ① 사회적기업 제품경쟁력 강화 및 마케팅 지원
 - 제품 개선 및 온라인 홍보 마케팅 지원
 - 박람회 개최
- ② 유통채널 확대 지원
 - 공동판매장 조성 및 운영 지원
 - 홈쇼핑, 특별 기획전 등 유통채널 입점 지원
- ③ 사회적기업 박람회
 - (예비)사회적기업 및 소셜벤처 등 총 255개 부스 운영을 통한 다양한 사회적기업 제품 홍보 및 체험기회 제공

2) 공공기관 우선구매

사회적기업 시장확대 및 판로개척을 위해 공공시장 확대사업을 추진하고 사회적기업의 시장개척 역량을 강화하여 사회적기업 상품 소비촉진을 위한 윤리적 소비시장 활성화한다.

- ① 공공구매 활성화
 - 공공구매 지원센터 운영
 - 공공구매 교육 및 워크숍 개최
 - 상품 소개 사이트(www.estore365.kr) 운영



3. 사회적기업 핵심인재 육성

1) 사회적기업가 아카데미

사회적기업의 자립과 지속가능한 성장을 위하여 비전과 자질, 혁신적 아이디어, 경영능력을 갖춘 (예비)사회적기업가 양성 프로그램을 운영한다.

- ① 사회적기업 창업전문과정
 - 시니어, 여성, 청년 등 교육 대상별 특성을 반영한 창업전문과정 운영
- ② 사회적기업 리더과정
 - 사회적기업 관계 강의, 세미나, 국내외 인턴십 연계 프로그램 등 Semi-MBA 수준의 비학위과정(1년) 운영
- ③ 맞춤형 아카데미
 - 사회적기업 실무자 및 일반인 대상 업종·분야별 교육 운영
- ④ 사회적기업 캠프
 - 사회적기업가 정신 및 사회혁신 교육 프로그램 운영을 통해 창의적인 소셜 이노베이터 양성



4. 네트워크 활성화

1) 네트워크 구축 및 활성화

지역내 사회적기업 관련 각계 인사 상호교류의 네트워크 구축을 통해 사회적기업 자생력 제고방안을 마련하고 전국 단위의 효과적인 사회적기업 활성화 운동 전개를 통해 사회적기업에 대한 범국민적 인식 제고 및 사회적기업 활성화를 위해 노력한다.

- ① 사회적기업 네트워크 기반 조성
 - 사회적기업 활성화 전국 네트워크 민관협의체를 통해 중앙·지역별 사회적기업 자원 연계
 - '사회적기업 윤리적 소비 캠페인', '지역 내 네트워크 참여기관과 사회적기업 결연 모델 발굴' 등 지방자치단체, 공공기관, 민간기업과의 공동사업 모델 개발 및 협업을 통해 사회적기업 활성화 운동 진행

② 전문·업종별 협력체계 구축

- 종교계 등 특화된 영역의 사회적기업 발굴 및 인적·물적자원 연계를 통한 지원
- 사회적기업 전라분야 육성을 통한 지속성장 기반 마련을 위하여 업종별 협력네트워크 구축 지원

사회적기업 가치 확산

1. 사회적 공감대 확산

1) 사회적기업 주간행사

매년 7월 1일은 사회적기업의 날이다. 이를 기념하여 한국사회적기업진흥원은 사회적기업가 및 종사자, 종교계, NGO, 지자체, 대기업 등 전국 각계 인사들이 한데 모여 교류할 수 있는 자리를 마련하고 있으며 사회적기업을 지역별로 나누어 찾아가는 설명회, 재능기부를 위한 공모전, 각종 세미나 및 심포지엄 등 사회적기업의 가치를 더 많이 알리고 민관협력을 확대할 수 있는 다양한 행사를 지원한다.



2) 국제협력 지원

전 세계 사회적기업과 지역공동체의 지속가능한 발전을 위한 네트워크를 구축하며 해외 선진 사회적기업 및 유관기관의 정책과 성공사례에 대한 벤치마킹을 위해 국제포럼을 개최하고 해외정책연구연수를 시행하는 등 다양한 국제협력을 지원한다.

3) 1사1사회적기업 캠페인

1사1사회적기업 캠페인은 기업의 사회적기업 파트너십을 위한 연결고리이다. 사회적기업 정보, 매칭, 컨설팅, 홍보지원 등을 통해 우수한 협력사례가 나올 수 있도록 지원한다.

4) 프로보노

경영상 어려움을 겪고 있는 (예비)사회적기업과 전문가 자원봉사활동(Pro Bono)을 연계하여 성공적인 경영활동을 수행할 수 있도록 지원한다.



프로보노(Pro Bono)

프로보노란 '공익을 위하여(pro bono public good)' 라는 뜻의 라틴어 약어로서 주로 전문가가 자신의 전문성을 자발적으로 대가 없이 공공(사회)을 위해 봉사하는 일을 말한다.

5) 사회적기업 및 진흥원 주요사업 홍보

홈페이지 등 온라인 매체를 비롯해 다양한 매체를 활용하여 대국민 인식을 높이고 사회적기업 관련 정보를 제공한다.

① 다양한 홍보 채널을 활용한 사회적기업 홍보

- 주요 신문·방송매체 홍보를 통한 사회적기업의 가치와 역할 전파
- 고객별·매체별 맞춤형 온라인 매체와 웹툰, 사업포스터, 리플릿, 사회적기업매거진 36.5 등 다양한 홍보 인쇄물을 통한 사회적기업 소식 제공, 성공사례 발굴 및 전파
- 사회적기업 토크콘서트 등 생활밀착형 홍보프로그램과 다양한 오프라인 프로모션 진행으로 국민들에게 사회적기업에 대한 긍정적이고 친숙한 이미지 형성



2. 평가 및 모니터링

1) 사회적기업 평가 및 모니터링

사회적기업의 사회적 가치를 측정·평가할 수 있도록 지원하며, 신뢰성 있는 사회적기업 데이터를 확보 및 공개한다.

① 사회적기업 사회적 가치 측정 기본지표

사회적 목적을 실현하는 조직이 창출하는 사회적 성과를 측정·평가하는 지표 개발

② 사업보고서 지원 및 성과분석

사회적기업의 사업보고서 분석을 통해 체계적이고 신뢰성 있는 사회적기업 정보 확보

③ 사회적기업 자율 경영공시

개별 사회적기업의 사회적·경제적 성과공개를 통하여 사회적기업에 대한 공감대 확산

3. 통합정보 공유

1) 정보시스템 구축

사회적기업 관련 정보와 자료를 통합하여 추적, 관리할 수 있는 정보시스템을 구축하여 정보공유를 확대한다.

① 사회적기업 업무지원 기반 구축

- 사회적기업(예비, 부처형 포함) 인증 및 재정지원 정보를 실시간으로 통합 관리
 - 2013년(1차년도): 일자리창출, 사회보험료, 사업개발비 등 직접지원 분야
 - 2014년(2차년도): 컨설팅 등 간접지원 분야



② 국민중심 행정서비스

- 포털사이트 구축을 통해 사회적기업 관련 업무사이트(인증, 재정지원, 컨설팅, 홍보 등) 연계 추진 및 민원업무의 효율성 제고

③ 공공정보 개방 및 연계

- 사회적기업 관련 공공정보를 비즈니스 영역에서 활용할 수 있도록 개방여건 조성
- 사회적기업 인증/재정지원 관련 응용 프로그램을 개발하여 공공데이터포털(www.data.go.kr) 제공



새로운 세상을 만드는 평범한 사람들의 특별한 이야기

2014 소셜벤처 우수사례집

발행인 김재구
발행일 2015년 1월
발행처 한국사회적기업진흥원
(461-721) 경기 성남시 수정구 수정로 157 7,8층

홈페이지 www.socialenterprise.or.kr
www.svhub.net

페이스북 facebook.com/socialcube.kr

전화번호 031-697-7700
팩스 031-697-7853

기획취재 주식회사 베네프
촬영·편집디자인 070-8762-1100

출력·인쇄 낮은문화사
02-2272-5584



2014 소설비엔나 우수사건제



9 788996 996259
ISBN 978-89-969962-5-5

비매품

03320