



맨오브액션
마음걸음
두손컴퍼니
레디앤스타트
빌리지
열정대학
원주로컬푸드
또래마을
토닥토닥

소셜챌린저29

사회적기업 창업 도전기

배꽃떨어지니봄이로다
티트리
H&Crafts 초이
위즈온
21세기디에스
리턴하우스
함굿마을
파머스페이스
바이맘
몸사랑컨디션PRO



21세기 자막단
마인드디자인
블루밍
돌아봄사회복지협동조합
스누마켓
페이스페이스
호오생활예술
아요바
경남햇빛발전협동조합
합천문화살롱





| 더 나은 내일을 위해 도전하는 사회적기업 창업팀들의 이야기

한국사회적기업진흥원 원장 김재구

안녕하십니까? 한국사회적기업진흥원 원장 김재구입니다.

먼저 2012년 「청년 등 사회적기업가 육성사업」을 거쳐 지금 이 순간에도 사회적기업 창업을 위해 부단한 노력을 경주하고 있는 창업팀 모두에게 큰 박수를 보냅니다. 아울러 2기 342개 창업팀 가운데 3회에 걸친 심사를 통해 우수 사례로 선정된 29개 팀에게 축하의 말씀 전합니다.

이 책에 담긴 29개 팀의 이야기는 지난 1년간 ‘사회적 문제 해결’이라는 목표를 향해 사회적기업으로 나아가고 있는 창업팀들의 땀방울의 결실입니다. 무엇이 이들로 하여금 사회적기업 창업이라는 어렵지만 의미 있는 도전으로 이끌었는지, 그리고 담금질 속에서 어떻게 시장을 찾고 사업계획을 수립해나갔는지를 함께 나누고자 합니다. 이를 통해 사회적기업 창업팀들의 뜨거운 열정이 많은 사람에게 전달될 수 있기를 기대합니다.

우리 한국 사회는 새로운 변혁의 시대에 접어들고 있습니다. 2007년 사회적기업육성법 제정에 이어 2012년 협동조합기본법이 제정되면서 사회적경제 부문에 대한 관심이 커지고 있습니다. 더구나 창업보육 조성을 통한 창조경제 활성화라는 시대적 과제 속에서 혁신적인 비즈니스 모델을 통한 사회문제 해결이라는 사회적기업의 가치는 더욱 주목받을 수밖에 없습니다.

아직은 사회적기업이 전체 GDP에서 차지하는 비중이 미미한 수준이지만, 사회적기업은 우리 사회를 변화시키고, 지탱하는 든든한 축으로 성장해나갈 것입니다. 그와 함께 사회적기업 창업팀들도 사회적기업 생태계의 핵심 인력으로 성장하게 될 것입니다.

특히 「청년 등 사회적기업가 육성사업」이 시작된 지, 3년 차에 접어든 올해부터는 “청년”이라는 연령 제한이 없어지면서, 「사회적기업가 육성사업」은 명실상부 우리 사회의 변화와 혁신을 꿈꾸는 모든 이들이 사회적기업으로 성장해갈 수 있는 디딤돌 역할을 수행해나가고 있습니다.

창업 초창기 단계에서 많은 어려움과 난관에 봉착할 때도 있겠지만, 창업팀들의 열정과 도전이 우리 사회를 변화시키는 원동력이라는 점을 잊지 마시고, 힘껏 내일을 향해 나아가길 바랍니다.

마지막으로 바쁜 와중에 흔쾌히 인터뷰에 응해주신 사회적기업 창업팀들과 이분들의 성장을 위해 아낌없는 노력을 다하고 있는 위탁운영기관 관계자분들께도 깊은 감사를 드립니다. 또한 열정과 도전의 스토리를 담아내고자, 지난 뜨거운 여름, 전국을 누볐던 1기 창업팀 주식회사 베네핏 직원 여러분들도 고생 많으셨습니다.

앞으로도 한국사회적기업진흥원은 여러분의 든든한 동반자가 될 것입니다.

감사합니다.

한국사회적기업진흥원 원장 김재구

CONTENTS

CHAPTER_1 [협동조합]	경남햇빛발전협동조합	8
협동은 인간의 욕망이 아니라 필요에 봉사한다	또래마을	18
●	돌아봄사회복지협동조합	28
	원주로컬푸드카페협동조합	38
	위즈온	46
	토닥토닥	54
CHAPTER_2 [제조]	두손컴퍼니	67
이것은 제품이 아니라 사람에 대한 믿음이다	리턴하우스	74
● ●	바이맘	84
	컨디션PRO	94
	파머스페이스	104
	희움 더 클래식	112
CHAPTER_3 [공유]	레디앤스타트	126
소유하지 않아도 괜찮아	빌리지	136
● ● ●	자락당	146
	페어스페이스	156
CHAPTER_4 [문화예술]	21세기자막단	166
예술은 당신이 벗어날 수 없는 어떤 세상이다	맨오브액션	176
● ● ● ●	아요바	184
	호오생활예술	194
CHAPTER_5 [교육]	21세기디에스	206
가르치는 것은 희망을 말하는 것	마음걸음	216
● ● ● ● ●	열정대학	226
	티트리	236

CHAPTER_6 [전통문화]	마인드디자인	247
전통이 미래다	배꽃떨어지니 봄이로다	256
● ● ● ● ● ●	합굿마을문화생산자협동조합	265
	합천문화살롱	276
	H&Craft 초이	284
CHAPTER_7 [부록]	사회적기업가양성	298
알아두면 좋아요	사회적기업가 인증지원	302
● ● ● ● ● ● ●	사회적기업가 지원사업	304
	공공기관 우선구매	306
	판로개척	308
	사회적기업 한마당	310
	프로보노	312
	민간자원연계	314
	국제협력	316
	협동조합지원사업	318
SPECIAL CHAPTER	안형수 멘토 (사단법인 광주NGO시민재단)	122
우수멘토 수기	이우리 멘토(사회연대은행)	202
	최인남 멘토(전라북도경제통상진흥원)	294



CHAPTER_1 [협동조합]
 경남햇빛발전협동조합
 또래마을
 돌아봄사회복지협동조합
 원주로컬푸드카페협동조합
 위즈온
 토닥토닥



: 협동조합을 통해
 사회문제를 해결해 나가는
 우수창업팀 여섯

협 동 은
 인 간 의
 탐 욕 이
 아 니 라
 필 요 에
 봉사 한다

경남햇빛발전협동조합

경남햇빛발전협동조합은 경남도내 공공기관과 민간건물 그리고 학교 옥상에 햇빛발전소를 세움으로써 에너지 절약 및 자립 체제를 실천하고 활기 있는 지역사회를 만들기 위해 만들어졌다. 2012년부터 시행되는 신재생에너지 공급의무화(RPS) 제도를 활용하여, 시민들이 참여하는 조합원 출자방식으로 경남도내 공공시설과 학교 등을 비롯한 건물옥상 지붕에 햇빛발전소를 짓고, 여기서 생산된 전기를 발전 자회사에 판매하여 수익을 창출하는 민관 협치의 에너지전환 사업이다.



공유경제 혹은 사회적기업을 이야기 하는데, 지역을 소중하게 생각하는 사람이 있어야 더 잘되는 겁니다.

경남햇빛발전협동조합

전점석 이사장

안녕하세요, 최우수사례로 선정되신 것 축하드려요. 독자분들께 간단하게 소개 부탁드립니다.

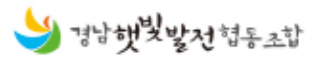
대학교 학번은 71학번이고, 81년부터 2011년까지 31년간 YMCA에서 활동했습니다. 부산 YMCA 부터 시작해서 진주, 창원에서 일하다가 2011년 봄에 정년퇴임 했어요. 창원YMCA에서 2002년부터 2011년까지 근무를 했는데, 근무하면서 YMCA 건물을 3층짜리 자그마한 걸 하나 친환경 건축물로 지었습니다. 공사비가 6, 7억 정도 들었는데, 모금으로 지었어요. 자연 채광, 자연 환기, 자연 절약, 재활용 이런 걸 다 고려해서 지었죠. 완공되고 나니 여기 저기서 건물 견학하러 많이 와서, 건물을 활용하는 교육프로그램으로 기후 변화 교육 센터를 개설하게 됩니다. 예를 들어서 자전거 페달을 돌려서 그 동력으로 노래방 기계를 작동시켜서 노래를 한 곡 한다거나, 옥상에 마련된 태양열 조리 기구에서 라면을 끓여 먹는 다든가. 청소년 에너지 교육 프로그램이다보니 관심을 유발하는 체험이 많았어요. 그게 이제 소문이 나니까 경상남도청, 창원시청 이런데서 본격적으로 기후변화 교육 프로그램을 하자고 제안을 했죠. 그래서 초등학생들 프로그램도 하고, 재미있게 만들었어요. 그렇게 집짓고, 기후변화센터 몇 년 운영하다가 퇴임한 겁니다.

그럼 경남햇빛발전협동조합(이하 조합)에는 어떻게 합류하게 되셨나요?

시민단체, 환경단체도 10년 전 20년 전이랑 비교할 때 상근자들이 굉장히 많이 늘어났기 때문에, 후배들도 많고 하니깐, 좀 쉬어야지 이렇게 생각하고 2011년에 그만뒀지요. 그래서 놀기도 하고 보고 싶은 책도 보고 지냈는데, 작년 초에 지역에서 시민운동하는 후배들이 협동조합 한번 만들어 봅시다, 하고 연락이 왔어요. 그동안은 친환경 건축물, 기후 변화 이쪽을 주로 해 왔기 때문에 협동조합 혹은 사회적경제하고 직접적 연관을 맺은 건 아니지만, 지역사회에서 다 알고 지내는 사람이니까, 양쪽을 각각 알았지. 그래서 협동조합을 사회적기업 육성사업과 연관시켜서 시작해 보자, 해서 작년 봄부터 결합을 했죠. 결국 햇빛발전을 만드는 산파 역할을 사회적기업 육성사업이 한 겁니다. 그게 고맙기도 하고, 지역에서도 좋은 성과로 꼽혀서 보람도 있고.

다양한 협동조합 형태 중에 왜 '햇빛발전' 협동조합을 만드셨나요?

저희는 두 마리 토끼를 쫓아가는 겁니다. 햇빛발전과 협동조합. 경쟁에 의존하는 자본의 위기가



경남햇빛발전협동조합

경남햇빛발전협동조합은 경남지역 도민들이 직접 납부한 출자금으로 햇빛발전소를 짓고 있다. 출자는 최소 1구좌(10만원), 최대 300구좌까지 가능하며 지역 주민끼리 만나 협동조합, 에너지 절약과 재생에너지에 대한 생각과 배움을 나눈다. 모금된 출자금으로 햇빛발전소를 짓고, 생산된 햇빛전기를 한전 자회사에 판매하며, 판매 수익금은 조합원에게 배당하고, 일부를 햇빛기금으로 적립해 햇빛 장학금, 에너지빈곤층 지원 등에 사용한다.



지금 여러 가지로 나타나고 있는데, 그 위기에 대한 대안은 협동조합이라고 보고, 기후 변화 위기 시대의 대안은 햇빛발전이라고 보는 거죠. 두 가지를 결합한 거예요. 다 해보자고. 욕심이라면 욕심이죠. 햇빛발전이라는 것은 신재생에너지중에 하나인 태양광으로 발전을 하는겁니다. 사회적기업은 거레가 이루어져야 되지 않습니까. 그럼 원료가 중요한데 햇빛발전의 원료는 햇빛이예요. 햇빛이란 게 무궁무진 하잖습니까. 그래서 승산 있겠다. 하고 착수했죠. 사 주는 것만 잘 되면 만드는 건 무한하니까요.

준비하시면서 어려웠던 점은 없으셨나요?

창립총회 하고 난 이후, 지자체 공무원들을 설득하기 시작했죠. 근데 처음에는 좀 낯설어하는 분위기가 많았어요. 왜냐면 협동조합으로 햇빛발전을 하는 사례가 없었기 때문에, 사실 작년부터 시작해서 지금 전국 지자체들이 경쟁적으로 태양광 발전을 유치하고 있습니다. 대기업의 협조를 받아서 학교라든가 공공 건물에 태양광 발전 시설을 하려고 하고 있어요. 반가운 일이지요. 요즘 태양광 발전 사업에 뛰어드는 대기업들이 많습니다. 그래서 작년에 창원시, 경상남도, 경남교육청, 이런 데는 대기업과 MOU 체결을 했습니다. 예를 들어서 경상남도 교육청은 도내에 초등학교 34개 학교 옥상을 대기업에 빌려줬죠. 15년 임대차 계약을 맺고, 기업이 거기에 태양광 발전 시설을 설치해서 거기서 생산되는 전기를 한전에 판매하는 거예요. 그렇게 대기업을 통해서 하면 공무원 입장에서 볼 때는 예산도 따로 안 들이고, 공사/운영은 대기업이 알아서 하니깐 좋죠. 전국의 다른 지자체들도 다 그렇게 하고 있고. 그리고 신재생에너지 보급률이 향상되기 때문에 중앙정부로부터 자치단체 연간 평가에서 좋은 점수를 받게 되고. 그런데 협동조합은 생소하니까. 그래서 공무원들을 설득하는데,

그린홈/그린빌리지 사업

중앙정부가 에너지 관리 공단을 통해서 진행하고 있는 사업. 자가사용용 태양광 발전 시설 설치를 원하는 가정 혹은 마을을 신청 받아 심사, 선정 후 설치를 지원해 준다. 60% 정도는 국비, 10%는 시비로 지원해 본인 부담을 30%로 줄여주는 방법으로 신재생에너지 보급을 촉진하고 있다. 발전된 전기는 가정에서 사용하므로 전기요금 절감 효과가 있고, 쓰고 남은 전기는 적립되어 전기 사용량이 발전량보다 많아질 때 사용할 수 있도록 한다.

가장 설득력이 있었던 것은 정부에서 하는 그린홈 사업으로 신재생에너지 보급률은 확대되지만 전기 사용량은 오히려 줄지 않는 실태를 이야기 한 겁니다. 그동안 모든 지자체가 보급률이 중요하다고 봤거든. 근데 그린홈으로 전기를 만들어서 쓰는 집은 전기요금이 안 나오니까 오히려 전기를 더 쓰는 거예요. 그래서 '보급률보다 절약이 먼저다.' 그 다음에 신재생에너지를 이용해야 하는데, 그걸 본인이 참여하고 출자해서 만들면 이게 소중하다는 걸 알기 때문에 절약생활, 재활용 생활로 바뀌는 겁니다. 그래서 시민참여가 기업참여보다 우선적이다. 라고 설득을 했고 공무원들이 인정했죠. 그래서 이제 통영시가 조합하고 MOU를 체결하니까 소문이 많이 난 겁니다.

조합의 사업모델은 어떤 건가요?

저희들의 주력 사업 방향은, 공공건물을 빌려요. 공공 건물이 아무래도 크니까. 그래서 15년간 임대료를 드리고, 태양광 발전 시설을 시공업체로 하여금 설치하도록 하고, 발전된 전기를 100% 한전 자회사에 판매를 하는 거예요. 그러면 신재생에너지 촉진법에 의해서 의무적으로 전기를 사주게 돼 있어요. 우리나라가 향후 2020년까지 몇% CO2를 감축하겠다, 신재생에너지 보급하겠다, 이렇게 국가보고서를 다 냈어요. 그 약속을 안 지키면 페널티가 생기겠죠. 그럼 어떻게 하든 국가에서는 목표치를 달성해야 하는데, 예산을 안 들이고 할 수 있는 방법이 제일 좋지. 그래서 중앙정부에서 RPS제도라는 걸 만듭니다. 그게 의무할당제를 얘기하는데, 한전 자회사가 신재생에너지로 발전된 전기를 15년간 의무적으로 사 주는 제도예요. 우리나라만 있는 건 아니고, 다른 나라도 다 있습니다. 그 제도에 의해서 저희들이 생산한 전기를 판매하는 겁니다. 그러면 설치비는 지원을 안 해주는 대신, 한전 전기요금보다 싸게 사 줍니다. 그래야 지원이 되지. 그걸로 임대료 내고 조합원들에게 배당하고 조합원에게 수익이 돌아가니까 이제 점점 더 많은 사람들이 참여하겠죠. (웃음) 그러면서 자꾸 이게 늘어나는 겁니다. 독일 같은 경우에는 퇴직연금 받아가지고 주식에 투자하지 않고 햇빛 발전조합에 출자금으로 넣는 사람들이 거의 대부분이라고 하죠. 이 쪽은 안전하니까.

그런데 왜 100% 판매하시나요? 쓰고 남은 걸 파는 게 더 좋은 거 아닌가요?

현재는 법이 자가사용용 전기는 발전해서 쓰고 남아도 판매가 안 됩니다. 그래서 산업용으로 생산해서 다 판매합니다. 첫 번째가, 진해종합사회복지관 지붕에 하는데 70kW 규모입니다. 공사를 다 마치고 나면 한 달에 한 300만원 정도 수입이 나리라 보고, 1년이면 3,500만원 정도, 이걸 15년 간 판매하니까 5억 6억 이렇게. 한 7, 8년 되면 설치비는 나오고, 8년 이후에는 파는 대로 남는 거죠. 물론 AS도 하고 그렇긴 하지만 15년 까지 괜찮아요. 보통 수명을 25년 봅니다. 25년이 지났다고 해서 100% 발전되던 게 0%로 떨어지는 건 아니고, 80% 정도로 하향곡선이 완만하게 되는 것 같아요.

지역 주민들이 조합에 대해 많이 알고 계신가요?

창원이 마산 진해하고 행정 통합한 건 아시죠? 지금 1호 발전기의 설치를 진해 쪽에 합니다. 그쪽



통영, 한발 앞서가다.

경남햇빛발전협동조합이 창원시에 연고를 두고 있지만, 가장 먼저 MOU를 체결한 지자체는 통영이다. 차신희 통영 부시장이 경남도청에서 근무할 당시 소통을 많이 했던 것이 쌓여 커뮤니케이션이 빠르게 진행되었다. 창원시 역시 환경수도를 지향하고 있어 협력이 빠르게 진행되었고, 곧바로 뒤이어 MOU를 체결했다. 현재 창원시에서 1호 발전기 설치 공사가 진행되고 있다. 이 때 이후 조합원들의 사기가 많이 높아졌다고.

신재생에너지

공급의무화 제도 (RPS)

일정 규모 이상의 발전사업자에게 총 발전량 중 일정량 이상을 신재생에너지 전력으로 공급토록 의무화하는 제도로써, 미국, 영국, 이태리, 스웨덴 등에서 시행 중인 제도이다. 한국전력의 자회사인 한국수력원자력, 남동발전, 중부발전, 서부발전, 남부발전, 동서발전, 지역난방공사, 수자원공사, SK E&S, 포스코 에너지, GS E&S, GS파워, MPC 울촌전력 등 13개 발전회사를 공급의무자로 지정하고 있다. [출처: 에너지관리공단]

에 설치를 시작하면, 진해에 계시는 분들을 중심으로 조합을 확대해 보려고 합니다. 그 다음 저희가 SNS에서 소문이 나니까 포항이라든가, 대전이었나, 그렇게 관계 없는 지역에서 몇 분 되진 않지만 거두고 싶습니다. 이런 문의가 와요. 홍보를 할 때, 홈페이지를 만드려고 했다가 안 만들고, 홈페이지 형 블로그하고, 페이스북 페이지, 그룹 그걸 연계했어요. 자문위원 팀이 있는데 그렇게 하면 효과 적일 거라고 해서. 그렇게 자꾸 소문이 나니까, 생각지도 못했던 분들까지도 진짜 자발적으로 10만 원, 50만 원 이렇게 보내는 겁니다. 그런 건 거의 기부라고 하면 되지. 아주 고마워요. 그렇게 홍보를 하고 있습니다.

그런데, 햇빛발전협동조합이 다른 지역에도 있나요?

지금 햇빛발전으로 전국에서 제일 앞서나가는 도시가 전북 부안입니다. 부안에 자그마한 등용마을이 제일 앞서나갑니다. 부안은 방폐장 반대 운동으로 사활을 걸었던 곳이에요. 그러니까 핵발전소, 핵폐기물 반대 운동이 태양광 발전 대안 운동으로 바뀐 겁니다. 굉장히 모범적인 모습을 우리한테 보여준 곳이지. 반대 운동을 하면서 보상금 때문에 지역민들이 갈기갈기 분열됐어요. 다 이웃사촌 들인데 막 싸웠죠. 결국 방폐장은 못 들어갔고, 그것을 원하던 사람들은 반대한 사람을 원망하게 되는 겁니다. 그 감정의 골이 오래 갔어요. 그런데 그 다음에 햇빛발전협동조합을 만들어서 운영하 면서 치유의 과정으로 갑니다. 이런 사례가 많은 도시들이 본받아야 될 모델이에요.

평생 수많은 활동을 해 오셨는데, 가장 감사하게 여기신 것은 어떤 건가요?

한마디로 얘기하면 관계. 제가 시민연대운동을 많이 한 편이니까. 여러가지 크고 작은 행사를 주최 주관하기도 하고, 같이 하면서 그 과정에서 공무원, 기업, 단체 활동하는 다양한 사람들을 이미 만나 온 겁니다. 그 다양한 사람 중에 생각이 같은 사람도 있고 다른 사람도 있고. 그렇게 다양한 관계가 형성이 된 게 햇빛발전협동조합을 하는 데에도 큰 밑거름이 됐죠.

관계를 맺고 잘 유지하기가 사실 정말 어렵잖아요.

그렇지. 깨진 쉬운데. (웃음) 관계를 통해서 신뢰가 생기면 좋은데, 반대로 관계를 통해서 '아저 사람 좋긴 좋는데 같이 하긴 좀 그렇다.' 그러면 별로지. 할 수록 그 중심이 두터워져야 되는데, 하다 보면 힘이 때가 있죠. 관계에 대한, 기대에 대한 실망이 생긴다든지. 실망이 생기면 원망도 들고. 특히 행 정하고 일을 해 보면 갑갑할 때 많거든요. 룰이 있으니까요. 근데 그것도 뒤집어서, 공무원이 틀에 안 박혀 있으면 그것도 큰 문제예요. 공무원이 실험정신이 뛰어나다면 세금 많이 갖다버릴거예요. 그러니까 조화롭게 가야죠. 이해가 안 되면 사람이 밉습니다. 근데 좋지는 않아도 이해만 되면, 사람은 안 미운거죠. 사람이 미우면, 속이 안 좋잖아. 찡그리게 되고. (웃음) 본의아니게 그렇게 사는 사람들이 있습니다. 왜냐면 이게 힘들잖아. 밥도 안 되는거 하고, 뭐 걸림돌도 많고... 그럼에도 불구하고 밝은 얼굴이어야 "와, 나도 하고 싶어." 이런 생각을 주변에서 하죠.



부안 등용마을

전라북도 부안군 하서면 장신리 등용마을은 30여가구의 50여명의 주민이 살고 있는 전형적인 농촌마을이다. 2005년부터 '친환경 농업, 재생가능 에너지, 대안 교육'을 주제로 혁신적인 마을공동체를 만들어가고 있다. 특히 주민들이 자발적으로 출자해 전국 최초로 부안시민발전소를 건립해 운영 중에 있다. 부안시민발전소는 3kW급 3대, 5kW급 1대, 10kW 급 3대 등 7대의 햇빛발전기(용량 합계 44kW)를 운영하고 있다. 마을 주민들은 가정용 전기사용량의 70%를 시민발전소를 통해 충당 하고 있다. [출처: 제민일보]

앞으로 조합 운영해 나가시면서 목표가 있다면요?

기획재정부에서는 협동조합을 전국에 수천 개, 서울시는 지금 오천 개 이렇게 얘기를 하고 있어요. 서울시를 협동조합도시로 바꾸자, 이런 꿈을 꾸는 거니까. 그래서 시에 공유경제과라는 부서를 만들고, 도시를 재편하는 겁니다. 주식회사가 판을 치던 지역 경제권을 협동조합이 대신하게끔. 이탈리아 볼로냐라든가, 스페인의 몬드라곤 이런 데는 그 지역 경제의 중심 세력이 주식회사, 대기업, 대자본이 아니고 협동조합입니다. 그리고 캐나다의 퀘벡은 인구가 5백만 명인데 협동조합 조합원이 6백만 명이에요. 한 사람이 여러 조합에 가입해서 먹는 것부터 전기, 은행까지 협동조합으로 다 하는 겁니다. 그래서 서울하고 원주 이런 데는 도시 자체를 협동조합형으로 바꿔놓는 고민까지 하는 거죠. 그러기위한 전 단계로서 필요한 게 지자체 행정을 움직이는 조례예요. 그래서 저희도 창원시와 경상남도에도 조례를 만들자고 제안을 하고 있습니다. 지금 경상남도 내에 65개 협동조합이 있습니다. 굉장히 다양하죠. 그 65개 협동조합이 경남협동조합 협의회 준비 위원회를 만들었고, 도의원들하고 여러 차례 토론을 통해서 조례 조항을 만들고, 공청회 거쳐서 9월에는 조례 통과를 하자, 이렇게 해서 4명의 도의원이 공동 발의를 하기로 했습니다.

창원시도 협동조합 도시로 바뀌어야 해요. 모든 도시가 변해야죠. 경쟁으로는 사람이 피폐해지잖아요. 우리나라에서 공유경제가 제일 잘 된 데가 원주예요. 그쪽에는 장일순 선생이라는 정신적 지주가 있습니다. 그분이 주창한게 죽음이 아니고 살림. 그 철학에 근거해 출발한게 한살림 협동조합. 그래서 오래 전부터 원주에 한살림 협동조합이 있고, 원주의료생활 있고 합니다. 밝음의원에 가 보면 돈에 눈 먼 의사가 아니라는 걸 알 수 있어요. 의사도 환자도 다 조합원들이니까 관계가 다릅니다. 보통 병원은 개인이, 의사가 주인이라 환자를 관리할 대상이라고 생각하는데 조합원이 되면 관계를 맺는 대상이 되는 거죠. 수직이 아닌 수평. 의사 월급이 조합원 돈에서 나오니까 저절로 그렇게 되는 거예요. 그런 관계가 협동조합형 사회인 겁니다.

장일순

대한민국의 사회운동가, 교육자이며 생명운동가이다. 도농 직거래 조직인 한살림을 만들었고 생명운동을 했다. [출처: 위키백과]

원주의료생활

원주의료생활은 올해 5월 창립 10주년을 맞이했다. 현재 의원 한 곳과 한의원 한 곳을 운영하고 있다. 초창기 530가구가 조합원으로 참여했는데, 2012년 4월 기준 조합원이 2,330가구에 이른다. 의료생활은 조합 활동이 활성화하는 분기점을 대략 2,000가구로 잡는다고 한다. 원주의료생활도 지난해부터 흑자를 내기 시작했다. [출처: 시사IN]



끝으로 사회적경제 분야 후배들에게 전하고 싶은 말씀이 있다면요?

다들 실력도 있고, 말도 잘하고, 이런 멋진 사람이 되고 싶어 하죠. 나쁘다고 할 수는 없습니다. 그런데, 멋진 사람이 되고자 하는 것은 좋은데, 그렇다고 해서 그렇지 않은 모습은 나쁘다고 말하면 안되는 거 아니냐고 말하고 싶어요. 굽은 나무가 동네를 지킨다, 라는 속담이 있습니다. 나무가 그렇고, 사람이 그렇고. 지역에 있는 멋진 인재, 실력 있는 인재는 전부 도시로 가요. 서울이 블랙홀입니다. 그런데, 지역을 변화시키려고 하면 지역에서 태어나서 지역에 사는 사람이 있어야 된다는 거죠. 공유경제 사회적경제 얘기 많이 하는데, 자기 지역을 소중하게 생각하는 사람이 있어야 더 잘 되는 겁니다. 잘 빠지는 나무도 중요하지만, 굽은 나무도 그 못지 않게 중요하다는 거지. 근데 지역에 있는 사람은 열등감 가진 사람이 많습니다. 서울 간 사람보다 못 났다고 생각해. 그 생각에서 하는 일이 뭐 뽕족한게 있겠냐는 거지. 그래가지고서는 작품이 안 나오거든. 따라서 굽은 나무가 동네를 지키는 것은 잘 빠진 나무가 서울 가서 궁전에 대들보 되는 것 못지 않게 중요하다, 라고 생각하는 사람들이 지역에 남아야 공유도 되고, 소통도 되고, 사회적경제도 발전하는 겁니다. 자신감과 자긍심에 근거한 도전을 해야 해요.

전기 사용량 ZERO!

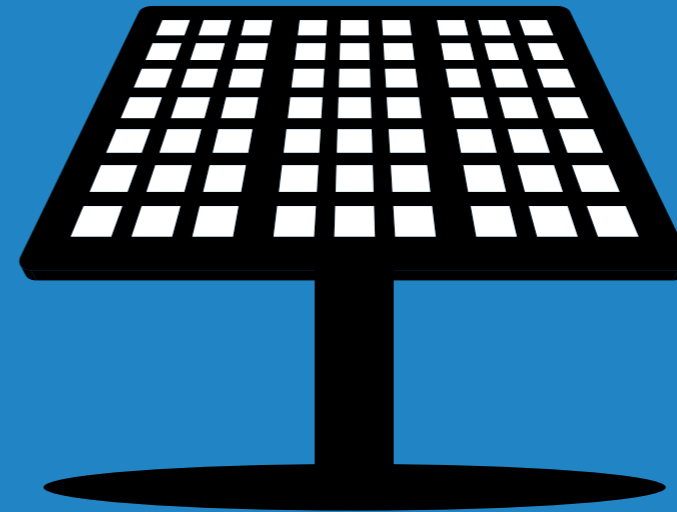
경남햇빛발전협동조합이 육성사업에 선정된 후 가장 먼저 도전한 것은 태양광 발전시설 공사와 효과 검증이었다. 조합원 중 시범가정 한 곳을 선정해 지원금으로 옥상에 3kW용량의 태양광 발전시설을 짓고, 발전량을 확인해 본 것이다. 평소 한 달에 3백kW 정도의 전기를 사용하던 가정이었었는데, 3kW 공사를 한 다음 달부터 고지서에 전기사용량이 '0'으로 적혀 나왔다. 심지어 전기가 남아 그만큼 한전에 적립되고 있다고. 그 가정은 처음에 최소 단위인 10만원(1구좌)을 출자했는데, 몇 달 후 햇빛발전의 효과를 직접 확인하고 다시 찾아와서 50만원을 추가로 출자했다고 한다.

일반정보 & 연혁

상호	경남햇빛발전협동조합
주소	경남 창원시 의창구 창원대학로 20번지 창원대학교 경상대학 21호관 417호
전화	055-261-6230
메일	coop2013@hanmail.net
홈페이지	http://haetbit.kr
기타	facebook.com/suncoop2013

- 2012.03 햇빛발전소 추진을 위한 1, 2차 간담회
- 2012.04 햇빛발전협동조합 사업설명회
- 2012.05 햇빛발전협동조합 추진위원회 참여 캠페인
- 2012.06 햇빛발전협동조합 준비위원회 (~2012.12)
- 2012.08 사무실 개소 / 발기인 대회
- 2012.09 지역시민사회단체 사업설명회 (~2012.11)
진해종합사회복지관 제1호 햇빛발전소 건립 사업허가
- 2012.10 협동조합 시민 공개 강좌
- 2012.11 전국시민햇빛발전협동조합 지역 정책 간담회
- 2013.01 경남햇빛발전협동조합 창립총회
- 2013.05 통영시와 양해각서 체결
- 2013.05 창원시, 수협과 양해각서 체결

숫자로 보는 경남햇빛발전협동조합



- 1 2013년 전기 판매 예상 수입
약 1억 1,500만 원
- 2 출자금 약정 금액
1억 5천만 원
- 3 조합원 현황
142명
- 4 총 언론 노출 횟수
39회
- 5 TV 인터뷰
4회
- 6 2015년까지 설립할
발전소 전체 용량
520kW

또래마을

<아이와 부모가 함께 행복한 교육협동조합 또래마을>은 '아이들이 행복한 공동체 마을학교'를 꿈꾸는 <또래마을>과 동네에서 부모들이 책을 매개로 함께 토론과 만남을 갖는 사랑방 형태의 북카페를 꿈꾸는 <북써클쌩얼>이 만나 설립했다. 아이들이 꿈을 펼쳐 보기도 전에 출세우기식 교육 환경 안에서 사교육으로 지쳐가는 현실에 대한 공통의 문제의식을 갖고, 지역에서 더불어 살며 함께 나누는 공동체 속에서 아이들이 행복하게 자랄 수 있는 환경을 만들고자 한다.

아이와 부모가 함께 행복한 삶이죠. 아이만 있고 내가 없는 삶도 아니고, 부모나 공교육에 아이가 휩쓸리게 두지도 않고.

아이와 부모가 함께 행복한 교육협동조합 또래마을

양은영 이사장

안녕하세요, 이사장님. 먼저 간단하게 자기소개 부탁드립니다.

<아이와 부모가 함께 행복한 교육협동조합 또래마을> (이하 또래마을) 이사장 양은영이라고 합니다. 지금 초등학교 3학년 딸을 여기 방과후학교에 보내고 있고요. 육성사업 2기에서는 <북써클쌩얼> 팀의 팀원이었어요. 그 당시 취지는 이 동네가 젊은 엄마분들이 많아서, 친구들 몇 명이 함께 북카페를 만들어 보자. 동네 사랑방이면서 책방도 되고, 인문학적인 책이나 프로그램을 나눌 수 있게. 다 같이 제2의 인생을 살아보자, 하는 거였죠. <방과후학교 또래마을>도 2기에 다른 팀이었어요. 여기 교사로 계시는 분들도 다 동갑이거든요. 그래서 동갑내기 동네 친구들이니까, 각자 팀에서 준비하다가 방향이 비슷하다는 걸 알게 됐죠. 협동조합, 마을공동체, 지역 부모 커뮤니티. 그래서 아예 두 팀이 같이 공동 창업을 하자, 해서 또래마을을 시작하게 됐죠.

또래마을에 대해서 좀 더 소개해 주시겠어요?

처음에 학부모들하고 어떤 방향으로 나갈지 얘기하다가, 다들 같은 고민을 하고 있으니까 학부모들이 다 같이 출자금 내고 교육협동조합으로 시작해 보자. 그래서 올 초에 이리로 이사도 하고, 낼 수 있는 공모들을 다 내봤죠. 현재 우리가 가진 돈이 없으니. (웃음) 다행히 이번에 대구 마을 기업으로 선정됐어요. 지금은 아십 명이고 시작할 때는 조합원 열여섯 명이었어요. 대부분 학부모였고, 교사도 있고, 후원인분들도 계시고, 자원봉사하시는 분들도. 그래서 다중이해관계 협동조합으로 조합의 성격을 만들었거든요. 그리고 꼭 출자금 낸 조합원뿐 아니라, 들어와서 아이들한테 재능기부로 수업하시는 분들도 계시고, 외부 후원 조합원도 계시요. 이곳에 아이들 중심으로 하는 작은 도서관, 풀뿌리 단체도 많거든요. 다 같이 연계해서 사업할 수 있기 때문에, 그런 분들은 후원 조합원이 될 수 있는 거죠.

사실 국내에는 교육협동조합의 선례가 없는데, 시작하게 된 계기가 있으세요?

우선은 내 아이를 키우다 보니 뭔가 필요해진 게 제일 먼저였죠. 이런 공교육과 대안교육의 중간 지대에 있는. 저희가 방과후학교 시작한 지 3년째인데, 대부분은 1학년 때 학교 보내고 정말 막막한 부모들이 여기 만들고, 선생님하고, 보내고, 이렇게 된 거였거든요. 1, 2학년들은 학교 다녀오면 정



또래마을

또래마을은 책놀이, 미술놀이, 사계절 생태놀이, 요리놀이, 만들기놀이, 전래놀이, 문화나들이, 역사탐방, 방학캠프, 풍물강습 등 다양한 놀이활동과 문화, 생태 체험활동을 통해 놀이, 학습, 문화, 자연이 통합적으로 어우러지는 교육공동체를 지향한다. 또래마을은 프로그램보다는 '관계중심'으로 운영되며, 다양한 활동들은 월별 계획 속에 잘 어우러질 수 있도록 운영할 계획이다. 이를 통해 지역 의아이들이 자연과 더불어 사는 세상의 가치를 깨닫고 스스로 아름다운 세상을 만들어가는 적극적인 주체, '내 아이'가 아닌 '우리 아이들'로 건강하게 자랄 수 있는 토양이 되고자 한다.



말 많은 시간이 비어요. 그런데 엄마 아빠 다들 직장에 나가시는 아이들은 그 시간 동안 돌봄, 케어의 문제가 생기죠. 그리고 3학년 올라가면 과목에 영어도 막 들어오면서, 어떻게 공부시켜야 하지, 학교에서 어떻게 적응해서 가야 하지, 고민이 정말 많아요. 그렇다고 종류별로 선행 학습하고 학원 뽕뽕이 돌리고 싶진 않는데, 내 아이를 그렇게 키우고 싶지는 않는데. 이런 공교육 안에서 계속 채워지지 않는 부분, 아직 대안교육을 고려하지는 않지만 감당 안 되는 부분들을 우리가 좀 같이 방법을 찾아보자, 교육협동조합 안에서 다 의논을 해보자, 했던 거죠.

지역에 젊은 엄마가 많다고 하셨는데, 이곳으로 많이 모이는 이유가 있나요?

여기가 강북지역 아니면 칠곡지역이라고 하는데, 대구에서 좀 신도시예요. 10년 15년 전, 20평형 대가 대부분인 비슷한 아파트들이 쪽 들어섰거든요. 3, 4인 가구가 쓸 수 있는 크기가 많다 보니 다들 이제 막 애들 키우는 젊은 부모들이죠. 그리고 아파트 단지가 뽕뽕하게 있으니깐 단지마다 초등학교가 하나씩 있다시피 해요. 면적으로는 얼마 안 되는데 한 스무 개, 열다섯 개 정도? 한 학급에 30명도 채 안 되고요. 그리고 산 있고, 앞에 보면 개천도 흐르고, 구역마다 큰 공원들도 많이 있어요. 비슷한 또래의 부모나 아이들도 많고. 그래서 단언컨대 (웃음), 대구 지역에서 아마 초등학생들 키우기에는 가장 객관적으로 좋은 환경일 거예요.

환경이 정말 좋네요. 그럼 비교적 고민하실 일도 적을 것 같은데요.

전에 한창 아이들 자살하고 이런 일이 많았잖아요. 초등학생들, 대구가 제일 많았는데, 그때 저희 지

나는 수다쟁이 엄마다

“아이와 관련된 일을 하면서는 다 수다쟁이 엄마가 되어야 한다고 생각해요. 협동조합을 하는 것도 그렇고. 하다 보면 오해도 생길 수 있지만, 서로 말을 안 하고 머리로만 생각하는 것보다는 서로서로, 아이들하고도 수다를 통해서 해소할 수 있는 부분이 있거든요. 엄마들은 또 그런 과정에서 에너지를 얻는 부분도 있어요. 수다의 에너지.”

역에 세 명이나 있었어요. 저희 이거 만들 무렵이었는데, 그런 것들 보면서 부모들이 누구도 자신하지 못하는 거예요. 왜냐면 대부분 그렇잖아요. 겉으로 보기엔 아무 일도 없었다고 하고, 원래는 그런 애가 아니고, 그럴 이유가 없고. 그럼 모든 문제는 학교에서 생긴 건가, 다 학교 폭력으로 귀결되나, 풀 방법은 없었나. 중요한 건 몰랐다는 거잖아요. 얘기할 데가 없었다는 거죠. 그래서 저희가 구체적 인 그림을 그리면서 그런 얘기를 했어요. 이곳이 울타리가 됐으면 좋겠다. 아이들이 여기서 만나는 게 교사일 수도 있고, 어른 멘토가 될 수도 있고, 친구가 될 수도 있는데, 교육과 사회가 지켜주지 못하고 있는 아이들에게 사회적 안전망이 되어야겠다. 그런 부분을 챙겨나가야 하고, 저희가 아니라도 계속 만들어져야 한다고 생각했죠.

또래마을 시작하시기 전에도 비슷한 일을 하셨나요?

사실은 저도 다른 동네 살다가 이리로 이사 왔어요. 한 십 년 전부터 해서, 풀뿌리 단체나 시민단체들이 작은 마을도서관 같은 것들을 이 지역에 많이 만들었어요. 저도 결혼 전에 시민사회단체 활동을 했거든요. 그래서 예전에 알던 분들도 여기 계시고 해서, 좋아서 왔다 갔다 하다 보니까 살기가 정말 좋은 거예요. 그래서 아이가 1학년 입학할 때 이 동네로 이사를 왔어요. 그때 많은 고민을 했죠. 서울로 갈 것이나. (웃음) 초등학교 들어가면 6년을 있잖아요. 그 전에 정착하는 게 좋겠다. 싶어서. 제가 친정인 서울인데 전혀 다른 대구로 와서 적응하고 한 경험에 있다 보니, 아이는 안 겪게 하고 싶더라고요. 근데 마침 아는 사람들도 있고, 비슷한 생각을 하는 분들이 또래마을을 만들 준비를 하고 계시더라고요. 그래서 또래마을을 믿고 왔죠.

명칭이 <아이와 부모가 함께 행복한 교육협동조합 또래마을>, 제법 긴데 특별한 뜻이 있나요?

1년 동안 애들을 보내면서 다들 느끼는 게, 애들이 여기서 행복한 건 확실하다. 그런데 아이들만 그냥 여기에 보내놓고 부모들은 따로따르면 학교나 가정에서의 고민은 그대로인 거예요. 집에 돌아가서는 말을 안 듣거나, 아니면 아이들이 사춘기가 오거나, 아이들의 기질도 다들 다르고. 그걸 다 부모들이 다시 떠안으면 부모들은 여전히 힘들거든요. 자기들이 행복하지 않으면 애들도 행복하지 않은 거잖아요. 물론 애들 행복한 거 보면 행복하지만, 부모들도 각자의 고민을 끌어안고 있지 말고, 여기서 같이 풀어나가보자. 각자 고민하면 해결도 안 나고, 다들 같은 고민이니까. 총회 때 이렇게 얘기가 돼서, 그럼 이름에 이걸 넣을 거냐 말 거냐, 고민했어요. 이게 해 보니까 상당히 복잡해지더라고요. 사업계획서나, 각종 공모 지원 서류 같은 거 쓸 때마다... (웃음) 그래도 넣자. 아이와 부모가 함께 행복한, 이 가치와 목표를 꼭 담아서 하자. 그래서 그렇게 됐어요.

또래마을 프로그램이 아주 다양하던데, 그중에 한 가지 아이들이 재밌어 하는 것 소개해 주세요.

다 좋아해요. (웃음) 오늘은 미술 프로그램 했는데, 작년까지는 좀 재밌게 참여할 수 있는, 여러 가지 다양한 재료들로 주로 만들기라든지 협동작품 같은 걸 했어요. 올해부터는 3학년들이 생겼는데, 1,

선생님, 아이들과 함께





2학년 하고 또 다른 거 같더라고요. 그래서 올해는 더 다양하게 시도를 해 보려고 해요. 이젤도 샀어요. 아이들도 그런 게 있거든요. 뭔가 갖춰서 하면 뿌듯한. 이번 수업 같은 경우는 목탄으로도 한번 해 봤고, 가을부터는 소묘를 좀 해 보려고요. 저희가 학원은 아니니까 그림을 잘 그리고 못 그리고 이런 것 보다는, 그걸 하는 과정에서 뭔가 몰입하거나, 아이들이 느낄 수 있는 것들을 중요하게 생각하고 준비하고 있어요. 한 달 단위로 회의해서 커리큘럼도 직접 짜고요.

자녀가 어릴수록, 아이한테 집중하다 보면 엄마는 자기 삶이 없게 마련인데, 이렇게 다 같이 키우면 자기 시간, 자기 공간이 생겨서 엄마들이 많이 좋아하실 것 같아요.

이번에 이 공간으로 이사할 때도 그이야기가 있었어요. 다른 거는 모르겠는데, 꼭 우리 공간이 있어야 한다. 그 전에 있던 곳은 촌집이라고, 여기서 조금 떨어진 곳에 마당이 정말 좋고, 바로 옆에 외양간도 있는 공간이었거든요. 그런데 너무 낡은 흙집이어서, 애들 방 크게 하나, 식당, 주방밖에 없고 엄마들이 푹눕어있거나 애를 데리러 가면 있을 데가 없는 거예요. 그래서 조그만 주방 바닥에 쪼그려 앉아서 얘기하고 그랬거든요. 그래서 이번에 마을 기업 지원받으면서 여기서 이사 와서 아이들 공간, 공부방, 이쪽 카페 이렇게 공사도 다 한 건데, 다들 애들 공간은 관심이 없고 (웃음) 이쪽을 카페로 만든다고 하니깐, 우리 공간이 생긴다고 생각하니깐 너무 좋은 거예요. 이제 여기서 엄마들 모임도 많이 만들려 해요.

아이들과 부모님이 함께하는 프로그램이나, 부모님들을 위한 프로그램도 하고 계신가요?

전에 또래마을엔 마당이 있었거든요. 아이들은 여름이나 겨울에 1박 2일, 또래마을캠프 하는 동안 엄마아빠들이 와서 대청소하거나 수리할 곳 있으면 수리하고, 아이들 바비큐도 숯불에 구워 주고,

일기장 마케팅?

또래마을에서는 방학이 되면 특별 프로그램 을 진행한다. 마을 마실이나 물놀이, 놀이동산도 가고 다양한 체험 학습으로 구성되어 있다. 그러다 보니 아이들이 방학숙제로 쓴 일기가 또래마을 이야기로만 가득 찼다고. 작년에는 한 선생님이 일기장을 보고 "또래마을이 뭐니? 가서 어떤 거 해?"하고 직접 여쭙보 시기도 했다. 그래서인지 조금씩 입소문도 나고, 최근에는 친구 따라 입학한 아이도 생겼다고 한다.

그리고 가서 자유로운 하루를 보내는. (웃음) 울여름에 그걸 확대해서, 제대로 캠핑을 한번 해 보자 했는데, 못 했죠. 너무 더웠잖아요. 뭘 할 수 있는 상황이 아니었기 때문에. 일단 가을이나 겨울로 미뤄뒀어요. 부모 모임은 계속 진행하고 있고요. 협동조합 준비하면서 외부 강사 초청해서 감정 표출이나 아이 성교육이나 이런 것들 쪽 강연회를 계속 했는데 아빠들은 잘 안 오시더라고요. 그래서 구체적으로 '아빠학교' 해서, 우리가 아이를 보든지 하고 아빠들을 필참시키는 교육을 꼭 하자, 계획하고 있어요. 아이하고 어떻게 대화하는지, 대화법부터 가르쳐 주는 거기다 경상도잖아요. 경상도 남자들의 그 무뎡뎡함과... 그래도 저희는 다들 그래요. 또래마을 아빠들은 그래도 자상하다고. 그래도 경상도 남자들중에는 애들도 좀 보고 여러 명 케어도 좀 가능하시고 하죠. 그래도 아빠학교 필요합니다. (웃음)

조합원이나 주변 어머님들 반응은 어떠세요? 아이들은 좋아하나요?

일단 저희 같은 경우는, 간절히 원했던 것들이 현실로 이루어진 거예요. 신기하기도 하고. 그리고 이 사 오고 난 다음에는 환경이 좋아지다 보니까 다른 어머님들도 관심을 많이 보내주세요. 최근에 네 명 더 조합에 가입해서 애들 같이 키우고. 애들은 좋아해요. 근데 비교할 게 없으니까 좋은 게 좋은 줄 모르죠. (웃음) 초기 멤버는 대부분 학교 입학하자마자 다닌 아이들이라 원래 다 이런 줄 알고, (웃음) 다른 데 다니다가 늦게 온 애들이 오히려 만족도가 더 높은 거 같아요. 큰 애들은 3학년 올라가면 서 엄마 우리반에 누구는 학원 3개 다닌대, 4개 다닌대, 그런 얘기 이제 조금 하더라고요.

가르칠 것 많다고 주변에서 걱정하시는 분들도 계실 거 같아요.

저희 안에도 물론 있어요. 집집마다 엄마아빠가 다 의견이 일치하는 건 아니니까. 아빠들은 또래마을 언제까지 보낼 건데? 이렇게 얘기하는 분들도 있다고 하고. 저희도 흔들리죠, 매일매일. 교과과정이 바뀌어서 4학년 올라가고 5학년 올라가면 굉장히 어려워졌다고 하거든요. 다른 엄마들 만나면 "애들 좋은 엄마 만나서 행복하네!" 이렇게 얘기를 하긴 하는데, 또 얘기하죠. "올해까지만 보낼 거지? 내년에는 공부시켜야 해. 학원 보내야 된다."

저희도 계속 흔들릴 것 같아요. 공교육도 자꾸 변화하고. 지금은 2~3년 터울이면 교과서 못 물려받아요. 계속 개정되거든요. 일관성도 없고. 그러면 앞으로 계속 나의 아이가 마주칠 문제니까 흔들리겠죠. 그래서 더더욱 나랑 내 아이랑 단둘이 이 공교육의 숲을 막 헤쳐나갈 자신이 없는 거예요. 그런 것들을 같이 모여서 얘기하면 없는 확신도 생기고, 흔들리는 부분도 서로가 잡아줄 수 있고, 뭐가 먼저고 중심인지 서로 깨워주거나 알려주거나 할 수도 있겠죠.

그럼 앞으로 또래마을은 어떤 모습으로 만들어가실 건가요?

저희 대표교사가 얘기했던 게 있어요. 흘러갈 수 있는 곳이면 좋겠다. 왔다가 언제라도 가도 좋고,

내가 가진 한 가지 무기

양은영 이사장은 앞으로 협동조합을 이끌어 갈 자신만의 무기(?)로 친화력을 꼽았다. 사람들이 많이 복잡복잡 대는 데서 함께 이야기 하는 것이 웬지 모르게 좋기도 하고, 살아오면서 누구와도 공감대를 찾아갈 수 있는 능력이 길러지기도 했다고. 이야기를 계속 풀어가면서 공감대를 찾아가는 수다의 에너지는 '아줌마' 모두가 갖고 있기도 하지만, 육아와 교육에 대한 깊고 긴 고민을 함께 풀어나갈 방법을 찾아가는 데에는 그 에너지가 반드시 필요하기에, 앞으로 또래마을의 발걸음에 큰 힘을 더할 것이라 믿고 있다.



다른 곳에 있다가 언제라도 와도 좋고. 애들이 커서 흘러나갈 수도 있고, 학원 가야 하면 갈 수도 있고, 필요하면 대안학교를 갈 수도 있는 거고요. 고여 있고 폐쇄된 곳이 아니라, 열려 있고 흘러가는 곳이면 좋겠다. 엄마들도 그렇죠. 카페 형태의 엄마들 공간이 꼭 필요했던 게, 누구나 자유롭게 올 수 있는 곳이 되고 싶거든요. 아이 키우는 문제는 계속 확장되더라고요. 무상급식도 그런 거잖아요. 사실 육아나 돌봄에서 시작한 부분인데 사회적 문제가 되고, 육아에서 교육으로, 또 대학 입시나 사회적 불평등으로, 문제가 계속 확대되거든요. 그럼 그런 문제를 맞닥뜨렸을 때, 꼭 조합원이거나 애들을 보내지 않더라도 누구나 와서 의논하고, 조언을 구하고, 조금은 대안적이거나 다양한 형태의 교육이 있다는 걸 볼 수 있는, 흘러가는 곳이면 좋겠어요. 이 동네에서 아이 키우는 문제나 교육 문제로 고민하고 있으면 또래마을 가 봐, 거기 엄마들하고 얘기해 봐, 그 카페에 좋은 책들 많더라, 이런 이야기들을 수 있는, 그런 센터 역할을 하는 게 장기적인 목표고 큰 포부죠.

앞으로도 많은 숲을 헤쳐 나가실 텐데, 끝까지 지키고 싶은 가치가 있다면요?

아이와 부모가 함께 행복한 삶이죠. 아이한테 올인해서 내가 없는 삶도 아니고, 나의 형편이나 욕심에 혹은 흔들리는 공교육에 아이가 휩쓸리게 두지도 않고, 앞으로 어느 공간에서, 어떤 사람들과 같이 하게 돼도, 아니면 몇 명만 남게 되더라도, 지금 만난 이 협동조합이 그것만큼은 잃지 않았으면 좋겠고, 아이들과 부모들이 그 가치가 같이 지켰으면 좋겠어요. 그리고 아이를 키우다 보면 누구나 한계에 부딪혀요. 어떤 알파맘, 어떤 슈퍼우먼, 어떤 가족, 어떤 아이도. 가족만으로는, 부모와 아이만

엄마도 행복한 또래마을

엄마 '도' 행복한 협동조합을 위해 또래마을은 다양한 계획을 하고 있다. 직장안 다니는 어머니들은 아이들이 학교 간 오전 시간에 비는 또래마을 공간을 이용해 자연 팍 만들기, 등산, 소묘, 교육 관련 독서 토론 모임 등 다양한 취미 모임을 통해 친목도 다지고, 정보를 공유하며 일상 속의 소소한 육아와 교육 고민을 풀어나가려 한다. 또, 인근 생협과 연계해 아이들과 가족을 위한 건강 먹거리를 함께 고민하고 만들며, 그 모임을 통해 방학기간에는 품앗이로 건강급식도 진행하고 있다.

으로는 해결할 수 없는 문제들이 생깁니다. 그걸 따로 풀지 않았으면 좋겠어요. 마을에서 같이 사는 사람들과 함께 해결해야죠.

끝으로 3기 여러분께 한 마디 부탁드립니다.

지난 정부와 지금 정부의 교육정책은 사람이나 아이가 먼저인 교육정책이라고 생각되지는 않아요. 그러면 여기에 아이를 그냥 던져 놓 순 없는 거잖아요. 사회적기업가분들이든, 저희한테 관심이 있는 분들이든, 모든 분에게 얘기하고 싶어요. 정책적으로 보육, 교육 이렇게 나뉜 단순한 해결책이 아니라, 곳곳에서 종합적인 사회적 안전망들이 만들어져야 해요. 마을 공동체든, 사회적기업이든. 저희가 그 역할을 하기를 꿈꾸지만, 행여 우리가 그걸 못 해낸다고 하더라도. 많은 분이 그런 시도를 했으면 좋겠어요.

10년 후 또래마을은

또래마을은 아이는 크고 부모는 그냥 늙어버리는 것이 아니라, 같이 성장하는 공동체를 만들어 그 성장이 지역을 조금씩 더 좋게 변화시키기를 바란다. "칠곡에 가면 또래마을이 있어, 또래마을이 있어서 살 만한 동네야." 그렇게 믿고 이사도 오고, 전학도 올 수 있는 든든한 울타리가 되는 것이 바로 또래마을의 꿈이다.

일반정보 & 연혁

상호 아이와 부모가 함께 행복한 교육협동조합 또래마을

주소 대구광역시 북구 국우동 617-1번지

전화 -

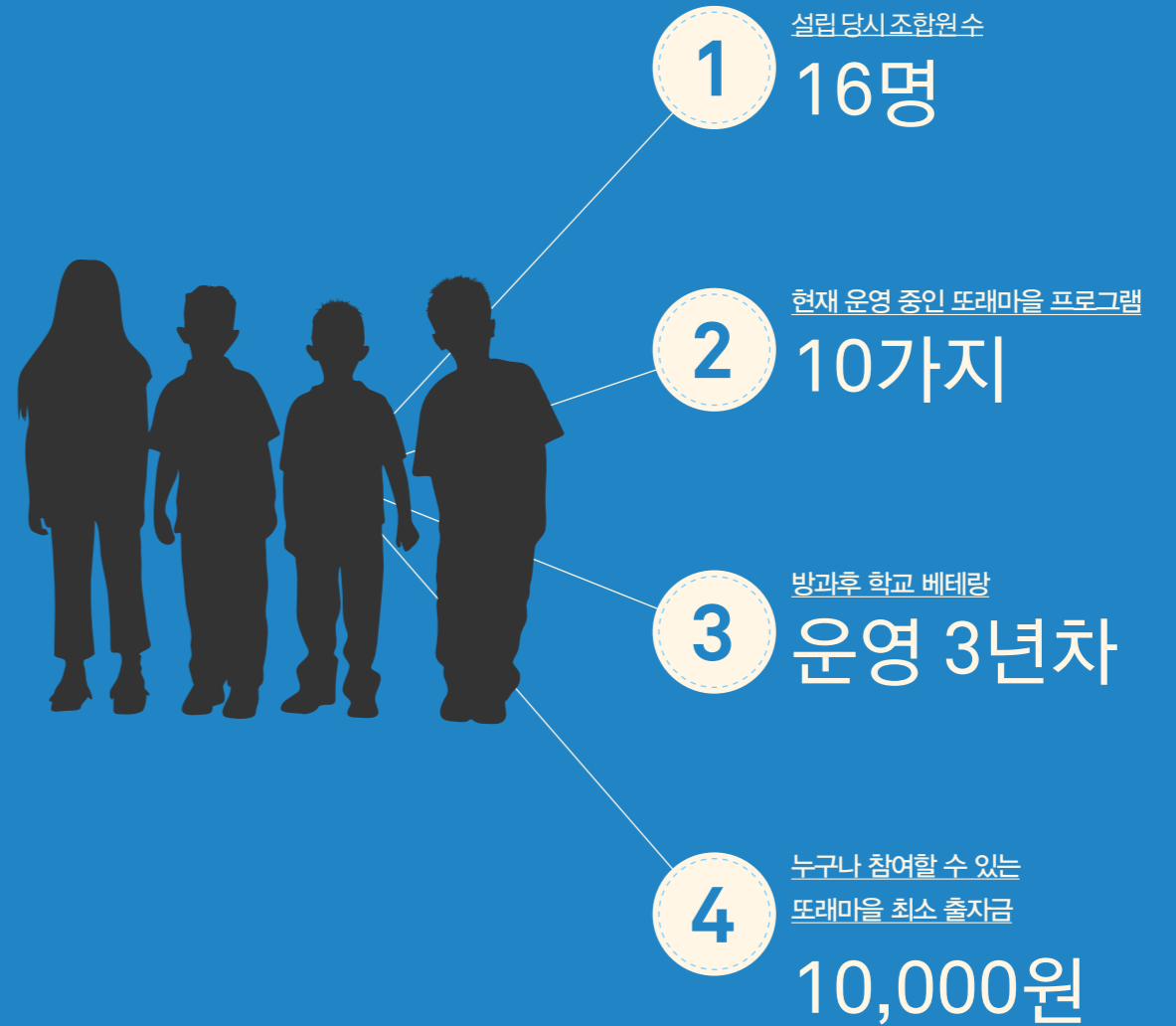
메일 suh9399@hanmail.net

홈페이지 toremaul.net

기타 cafe.daum.net/torefun

- 2011.02 대구북구시민연대, 북구여성회, 지역 내 직장보육시설 디딤 어린이집과 연계하여 방과후 놀이학교 운영 시작
- 2011.04 또래마을 비영리단체 등록, 대안 교육 활동을 중심으로 한 방과후 학교, 마을학교 운영
- 2012.05 사회적기업가 육성사업 2기 <북씨클쌩얼>, <방과후학교 또래마을> 사업 수행
- 2012.11 공동 창업 논의 시작
- 2013.02 <아이와 부모가 함께 행복한 교육협동조합 또래마을> 설립총회
- 2013.03 대구 북구 구암동에 방과후 마을학교와 교육카페 오픈, 대구 북구 마을기업 선정

숫자로 보는 또래마을



돌아봄사회복지협동조합

“돌아봄”은 주위를 돌아보다의 ‘돌봄’의 의미와 홀로 차디찬 겨울의 시간을 보내는 어려운 이들에게 봄이 다시 돌아온다는 ‘희망’의 의미를 담고 있다. <돌아봄사회복지협동조합>은 어려운 이웃을 위한 보편적 사회복지 실현을 목적으로, 일자리 창출과 동시에 수익을 추구하는 사회혁신기업이다.



성공해서 살아남는 게 아니라,
포기하지 않고 살아남으니까 성공하는 거래요.

돌아봄사회복지협동조합

석승익 상무이사 /사무국장

안녕하세요, 먼저 간략한 소개 부탁드립니다.

제 이름은 석승익입니다. 한자로는 이을 승(承)에 덕(德)자를 쓰고 있어요. 저희 아버지께서 지어 주신 이름인데, 이복분이신 아버지는 평양에 땅이 8만평이 있을 정도로 잘 사셨다고 해요. 이후가 사가 기울어져서 가난했던 아버지는 장손인 제가 부자가 되길 바라시는 뜻으로 부자의 대를 이으라는 의미의 이름을 지어주셨어요. 하지만 저는 신용불량자양산 방지, 재기 지원을 위한 ‘신용사회 구현시민연대’라는 시민단체를 운영하며 아버지가 원하시는 삶을 살지 않았어요. 한때는 돈 잘 버는 사장이 되는 것이 제 꿈인 적도 있었지만, 과연 내가 이 땅에 온 목적이 무엇일까 하는 자아 성찰의 시간을 갖게 되면서부터는 돈과는 거리가 먼 삶을 살게된 것 같아요.

<돌아봄사회복지협동조합> (이하 돌아봄) 의 시작이 궁금한데요.

말씀드린 시민단체를 하는 동안 만난 아주머니 한 분이 계신데, 그분은 정말 열심히 사시는데 힘들게 사신다는 느낌을 많이 받았어요. 알고보니 그분은 한부모였죠. 생각해 보니 저도 한부모가정에서 자랐어요. 그분을 보면서 제 아버지의 힘든 점에 대해서도 많이 생각해보게 되었죠. 한부모가정의 어려움은 크게 두가지예요. 아이 양육과 일. 아이 때문에 일을 해야하는데, 아이가 또 일의 장애가 되곤 해요. 그래서 양육도 일도 함께할 수 있는 비즈니스를 찾아봤어요. 봉제회사나 음식과 관련된 일 등등 다양하게 리스트를 만들 수 있었지만 결국 콜센터를 답으로 얻었죠. 콜센터는 큰 전문성이나 경험이 없어도 단기간 교육으로 바로 참여가 가능해요. 여건에 따라서는 파트타임이나 탄력 근무도 가능하죠. 또 직장에서 공동육아공간을 만들게되도 아이들에게는 쾌적한 환경을 제공할 수 있어요. 이런 여성 친화적인 콜센터 사업을 한부모가정과 연관시킬 수 있다고 생각했어요. 게다가 콜센터는 한번 위탁을 받으면 1년 동안 안정적으로 갈 수 있어서 좋거든요.

이전에 운영하셨던 <신용사회구현시민연대> (이하 신구연) 에 대해서도 좀 더 듣고 싶어요.

저는 20대 중반에 사업을 시작했어요. 엄청 잘나가서 친구들이 한달에 버는 걸 반나절에 벌기도 했죠. 주변에는 늘 친구가 많았고, 저도 젊은 패기로 의리를 외쳐되며 친구들 밥사주고, 술사주고, 분유값주고, 기저귀값주면서 친구들을 많이 도왔던 것 같아요. 어른들이 진정한 친구 3명만 있으면



돌아봄사회복지협동조합

돌아봄은 미혼모, 한부모, 경력단절 여성 등 취약계층 육아맘이 협동을 통하여 일과 육아를 해결하고 건강하고 행복한 일터와 가정을 만들어가는 자조복지협동조합으로서 다중 이해관계자들이 민주주의 원칙에 따라 사회적 기업을 만들고 유지, 발전시키는 것을 목적으로 한다.

성공한거라고 말씀하실 때 저는 한 서른 명은 있다고 자부하며 살고있었어요. 그러다가 사업이 완 전 무너졌고, 제 주머니 사정을 비롯해 모든 것이 달라졌어요. 채권자에게 쫓기고 노숙자 생활을 하 기도 했죠. 하지만 그때 주위를 둘러보니 그렇게 저와 함께 의리를 외치던 친구들이 하나도 없더라 고요. 처음에는 정말 죽고싶을정도로 힘들고 원망도 많이 했어요. 그러다 조금 정신차리고 보니 돈 이라는 것에 대해 새롭게 인지하게 됐고, 진짜 제 삶의 목적이 뭔지에 대해 고민하기 시작했어요. 어 دن가 절대존재인 신이 있다면, 날 실패로 만들어내지 않았다면, 이 시간 또한 무언가 사명을 주기 위 한 학습과정이 아닐까 생각하게 되었죠. 제가 그때 죽지 않고 생각한 일들이 맞았나봐요. 결국 채무 자를 위한 시민단체를 만들게 된 거죠. 그들의 상황이 뼈에 사무쳤으니까, 제가 겪은 일들이니까요.

정말 절절하게 활동하셨겠네요. 목적을 많이 이루셨나요?

처음엔 길거리 카드 발급 규제 운동으로 시작했고요, 불법 채권추심을 못 하게 하고, 미국의 채무자 상담기구같은 제도를 제안해서 워크아웃제도를 도입시키는데 일조했죠. 실은 저희가 바라던 방향 에 맞지 않는다는 것을 알게 되고 새롭게 '파산법'을 발전시켰어요. 그 밖에도 연대보증제도 폐지운 동, 신용카드 수수료 인하 운동도 했죠. 당시에 저희 회원이 8만명 정도였어요. 그만큼 많은 사람들 이 신용불량으로 고민하고 있었다는 이야기일수도 있죠. 과거에는 채무자가 되면 전기랑 수도를 끊었는데, 이런 도심지에 사는 사람들에게 전기와 수도를 끊는다는 건 생명을 끊는 것과 같은 무게 감이 있어요. 우리의 노력으로 이제는 채무자에게도 기초 생활은 최소한으로 보장을 하게 되었죠. 사람들은 과거에 시민단체를 하다가 왜 협동조합이니 사회적기업이니 이런 일을 하느냐 하지만, 과거와 지금이 제 입장에서 다르지 않아요. 사회 문제를 운동으로 해결하다가 이제는 비즈니스로 해결하는 수단 정도의 차이겠네요.

그럼 어떤 계기로 사회적기업, 협동조합으로 방향을 바꾸신 건가요?

처음 사회적기업이라는 단어를 들은 건 2003년 쯤이었던거 같아요. 사회적기업이 도입되어야 된 다는 논문과 여론이 있었지만 아직 사회적기업이 수면 위로 나올 시점은 아니었던거 같아요. 저는 다른 의미로 경험하는 계기가 있었는데, 제가 친구연 단체에 대표로 있으면서 채무자 상담과 악덕 채권추심 대응방법을 알려주니까 부채가 있는 가정들이 제가 사는 동네 주변으로 많이 이사를 왔 어요. 우스개소리로 신용불량자촌이 만들어지고 있다고 우리끼리 이야기 할 정도로 늘어나기 시작 했죠. 남편들은 다 출근을 하고나면 결국 채권추심은 아내들의 몫이 된거예요. 집에 있자니 무섭기 도 하고, 남편 아이 다 회사, 학교 보내고 나니 딱히 할 일도 없고 그래서, 제가 있는 사무실로 엄마들 도 출근하다시피 와서 상담하시다가 가시곤 했어요. 어느날은 우리 이려고만 있지말고 뭐라도 좀 해 보자 하시더라고요. 저도 도울 일 있으면 돕겠다고 했더니 어려운건 못하고 우리가 할 수 있는건 음 식 만드는 거니까, 그럼 김밥재료를 만들어서 납품해보면 어떨까 하시더니 엄마들끼리 계란도 지 지고, 나물 삶고, 햄 썰고... 똑딱 시작이 되더라고요.

할 수 있지만 할 수 없어요.

채무자들은 자기 명의로 사업자를 만들 수가 없다. 사업으로 망한 분들은 경험치를 살려서 새로운 사업으로 재기할 수 있을 것 같지만, 실제로는 빛이 먼저 빠져나가 버리기 때문에 시작도 할 수 없다. 사실상 부가세 등이 밀려 서 사업자 등록도 할 수 없다고 한다.

공동체를 경험하다

석승역 상무이사는 <돌아봄>을 시작하기 전 '아마기시 공동체'와 '다일공동체'를 경험하 며 협동조합에 필요한 것들을 배웠다고 한다. 때로는 내 생각이 잘못됐고 다른 사람들 생각 이 맞을 수도 있다는 것을 자연스럽게 이해하며 같이 사는 법과, 공동체 생활을 하며 공동체 안에서 문제를 극복하는 방법이 그 중 가장 큰 배움이었다고.



어려운 시간을 많이 겪으셨는데, 그러면서 변하신 부분은 없는지요.

성격이 많이 변하죠. 처음 시민단체를 시작하기 전에는 사람을 조금 경계했어요. 친구들에 대한 배 신감, 실망감, 분노도 좀 있었어요. 하지만 종교적으로 제 삶의 과정을 이해하면서 그런 부분은 좀 치유가 됐어요. 시민단체생활 10년이 지나고는 제가 싸움닭이 됐구나 느꼈어요. 토론이나 공청회 등을 할 때는 특히 이기기위해 엄청 준비하고 대응하죠. 그러다보니 말그대로 싸움닭 같았어요. 덕 분에 업무적으로는 좋았을지 모르지만, 개인적으로는 회의도 많이 느끼고 좋지 않았던 것 같아요. 지금은 공동체 생활을 하면서 토론이 조금은 자연스러워 졌어요. 아마기시 공동체를 경험하면서 특히 모두가 각자의 목소리를 내지만 화음이 되어가는 것을 경험하면서 나와 다른 남의 의견에 귀 를 기울여보고 함께 조율해가는 법을 배우게 된 것 같아요. 이제 저희 협동조합을 통해 그동안 배워 온 모든 것을 쏟아내 봐야죠.

다른 사람보다 한 가지 더 가지고 계신 재능이 있다면 어떤 건가요?

기다림과 참을성. 이게 제가 가지고 있는 부분이 아닐까 생각해요. 10년 넘도록 시민단체를 운영하 던 하면서 정부나 민간에서 재정지원을 받은 적이 없어요. 주변사람들을 챙기다가 시작된 단체는 주변 인맥을 통해 조금씩 도움을 받는 정도였어요. 모두들 신용에 문제가 있는 분들이라 후원금 보 다는 마음을 더 많이 받았죠. 그렇게 한 3년을 버틴 것 같아요. 실은 너무 힘들어서 단체의 간판을 내 리고 싶었어요. 그러다가 외부조달이 안되면 내부에서 자체 조달이라도 해보자 해서 사업을 시작 했죠. 제가 사업자를 등록 하고, 채무가 많아 사업자등록을 할 수 없는 분들이 각자의 사업단을 만 드는 것이 제가 생각한 그림이었어요. 그 역시 계획대로 되지는 않더군요. 마지막까지 남은 사람은 홈페이지를 만드는 사람이었어요. 이전에 사업을 하다 실패하신 분들인데, 그 분들이 개발 엔지니 어가 되어 홈페이지와 웹 어플을 개발하고 저는 영업과 프로젝트 매니지먼트를 담당했죠. 그렇게 어려운 살림살이를 꾸려 가면서 내게 주어진 사명을 감당하겠다는 일념으로 만 10년을 참고, 인내 를 거듭하며 견뎌왔습니다.

팀원으로서, 이사님을 어떻게 평가하세요?

"이사님을 알고 지낸 건 5년 정도 되는데, 사 는 대로 말한다는 점에서 신뢰 마일리지 가 많 이 쌓여있어요. 그래서 때로는 말도안된다 고 여기는 것에 대해 예스 하고 따라갈 수 있 는 힘을 주죠. 또 이전에 사업들을 하면서 쌓 아온 경험치 덕에 조금 더 체계적으로 일하는 법을 배우게 되는 것 같아요. 때로운 시끄러 울 정도로 자신있는 목소리는 사람들을 리드 하는 원동력이 되곤 해요." 라고 박세정 팀장 은 평가한다. 사진 오른쪽.



스스로 생각하시기에, 조직 안에서 자신의 역할은 무엇인가요?

비즈니스가 망망대해에서 길을 찾는 것이라면, 누군가는 방향을 잡아야 해요. 그게 제가 해야 할 일 인 것 같아요. 어느 순간 누군가는 욕을 먹더라도 결정을 내려야 할 때가 옵니다. 모두 처음 가보는 길이지만 맞든 틀리든 결정을 내려야죠. 처음가는 길이라고 모두 책임을 회피한다면 앞으로 나아 갈 수 없을 겁니다. 하지만 '오늘 뭐 먹을까?', '청소 당번은 누구지?'와 같은 고민은 다른 누군가의 몫 이 될 겁니다. 누가 더 중요한 고민이나 결정을 내린다는 의미는 아니에요. 각자의 역할이나 재능이 있기에 한 조직이 구성되고 서로가 모자람을 채우는 거죠. 저는 싫든 좋든 그런 역할을 갖게 된 것 같아요. 물론 때가 되어 제가 아닌 다른 누군가가 제 역할을 대신하게 된다면 제 역할도 바뀌겠죠.

'(주)나눔의 세상'과의 콜센터 구축 및 운영 MOU 체결에 대해 소개해 주시겠어요?

지금은 위라이커로 회사명이 바뀌었는데, 그 회사 대표로 계신 분이 한때 제가 모셨던 사장님이세요. 중소기업의 상품을 홍보하고 이벤트도 대행하는 비즈니스 모델로 회사를 운영중이시죠. 그 회사가 지금 당장은 콜센터가 필요 없지만 콜센터를 하게 되면 기회를 주겠다 하셔서 말 나온 김에 콜센터 운영 등에 대해서 MOU를 체결 했죠. 언젠가 올 수도, 안올 수도 있는 기회지만 꼭 잡겠다라는 의지 로 한 MOU라고 할 수 있어요. 지금 콜센터를 구축하기 위해 계속 준비하고 있는데, 저희가 협동조 합이니까, 엄마들이 필요로 하는 것을 비즈니스적으로 찾는 게 좋을 것 같아요. 콜센터가 꼭 해야하 는 아이টেম은 아니에요. 미혼모와 한부모, 취약계층 엄마들의 일을 찾는 것이 궁극적인 목적이고, 가 장 적합한 아이টেম이 콜센터라 생각해서 선택과 집중을 하고 있는데, 적합한 다른 것이 생긴다면 그 것을 택하고 대상을 확장할 수도 있죠.

아빠 한부모도 있을텐데, 그분들은 대상에서 빠져있나요?

저희가 한부모분들과 친해지고 싶어서 여러 개의 자조모임에 나가보고 했지만, 지금까지 만난 아

빠 한부모 가정은 딱 한 가정 뿐이었어요. 하지만 최근에 그 모임에 다시 가보니 그나마도 몇 번 나 오다가 안나온다고 하더라고요. 모임의 특성상 대부분이 엄마 곧 아줌마모임이 되기 때문에 남자 인 아빠 한부모의 자리는 크지 않은 것 같아요. 게다가 대부분 아빠 한부모의 경우 양육은 조부모께 맡겨 실질적인 양육자가 아니기 때문에 한부모로서의 역할이 엄마 한부모의 경우보다 적게 인지되 는 것 같아요. 아빠 한부모의 경우는 한부모가 되기 전과 후의 삶이 크게 다르지 않지만, 엄마 한부 모의 경우는 많이 다른 것 같더라고요. 미혼모나 이혼모들은 더욱 그렇죠. 친정에도 잘 안 가고 두 사람만 남게 되는 단절의 시기가 있어요. 당장 먹고 살 걱정도 아빠 한부모보다 심하죠. 아빠 한부모 들은 굳이 커뮤니티에 안 나와도, 아빠의 삶을 사는 경우가 많은 것 같아요. 하지만 저희는 아빠 한 부모이건 엄마 한부모이건 구별하고 싶지는 않습니다.

준비하시는 콜센터는 일반 콜센터와 다른 점이 있나요?

돌아봄의 콜센터는 미혼모, 한부모, 경력단절여성들과 같이 취약계층 육아맘이 대부분입니다. 처 음엔 이들을 고용하지만 나중에 조합원으로 함께 주인이 되는 콜센터를 만들게 되요. 그래서 조합 원들이 일하기 좋은 환경을 만들기 위해 공동육아 방식을 도입해 육아도 해결하게 됩니다. '돌아봄 의 콜센터는 협동조합 방식으로 운영한다.'라는 그저 단순해 보이지만 중요한 원리가 가장 큰 차이 점이겠죠. 최근의 다산콜센터와 같은 노조도, 노동쟁의 활동도 없어요. 조합원은 모두 노동자이면 서 경영자이기도 하니깐요. 아웃소싱을 의뢰한 위탁기업은 엄마들의 일과 육아를 해결해 주는 고 마운 존재이기에 쟁의보다는 보은의 대상이 됩니다. 결국 엄마들은 위탁기업의 긍정적인 내부고객 이 되고, 흥에 겨운 업무로 고객감동에 더욱 가까워지게 되죠. 이 때문에 기업이 돌아봄에 콜센터를 위탁한다면 콜센터는 물론 취약계층에게 일과 육아를 지원하는 CSR결과까지 덩으로 가져가게 됩 니다. 돌아봄은 보은활동의 일환으로 기업의 이미지 상승이나 영업활동에 적극 협조할 각오가 되 어 있으니까요.

기업이 콜센터의 클라이언트인데, CSR 차원에서 아웃소싱을 제공하는 경우도 있나요?

콜센터를 고객을 응대하는 것에 불과하다고 판단하면 대부분의 기업들은 비용으로 보고 비용을 줄 이려고 하겠죠. 하지만 미국의 자포스는 콜센터의 혁신을 통해 크게 성장한 기업으로, 콜센터를 통 한 고객감동 실천을 훌륭한 마케팅 도구로 인지 했습니다. 자포스와는 다른 방식이 되겠지만 콜센 터를 통해 취약계층에게 일자리를 나눠주고 공동육아가 가능하게 도와준다는 CSR 활동은 입소문 을 통해 기업에게 긍정적 영향을 미칠 것입니다. 기업은 콜센터 업무를 해결하면서 좋은 이미지를 동시에 얻고, 혼자서 돈도 벌고 육아도 해결해야 하는 한부모엄마들은 일과 육아를 동시에 해결함 으로서 공유가치를 창출한다는 사실입니다. 이는 입으로만 외치던 협력과 상생의 모델을 제시해 '악어와 악어새가 어떻게 공존하는지와 같은 좋은 사례를 만들어 낸다는 것입니다. 콜센터는 감정 노동이기 때문에 상당원 이직도 많고, 모집도 늘 많아요. 그래서 매출의 10%를 재고용 비용으로 부



아이조아 힐링투어

한부모가족의 건강한 삶을 위한 발동움으로, 한부모와 자녀의 유대감 증진을 물론 한부모 가족 간의 긴밀한 커뮤니티 조성을 위해 계획 된 여행 프로그램이다. 여행을 통해 아이와 엄마가 서로의 마음을 알고, 여행갈 땐 서먹 서먹하지만 돌아올 때는 손잡고 돌아오기를 희망하며 준비한 프로그램. 현재까지 3회 진 행했고, 앞으로도 계속 진행할 예정이다.

담해야 하죠. 하지만 돌아봄은 협동조합 방식으로 운영하는 것이기 때문에 이직이 없으니 재고용을 위한 10%의 비용을 조합내 아이를 위한 비용으로 쓸 수 있어 기업의 부담도 없어요.

지난 1년간 사회적기업가 육성사업은 어떠셨어요?

지난 1년은요, 저희가 수없이 깨지고 또 부서지면서 새롭게 다듬어지는 시간이었어요. 사회현대는 행은 창업팀들이 모여서 사업 내용을 프레젠테이션 하고 서로 피드백을 통해 사업의 방향을 고민하거나 프레젠테이션도 매끄럽게 잡아주자는 의도로 '인큐베이팅 네트워크'이라고 해서 '인네킹'이라는 입주기업모임을 만들었어요. 하지만 피드백은 처음부터 비판적이었어요. 성장하자는 거죠. 비판으로 서로 발전하고 약도 발라주자는 뭐 그런 거였죠. 돌아봄은 당시 위노베이션이란 창업팀으로 활동했는데 곧 말할 팀으로 유명했고, 엄청 깨지고 부서졌죠. 우리에게만 특히 비판적인 피드백이 쏟아졌어요. 그 즈음에 벤처기업협회에서도 공부 하고 있었어요. 거기서 50개팀이 PT를 했는데, 정말 다들 부정적인 피드백만 받았어요. 다섯 팀만 긍정적인 피드백을 받았는데 그중 한팀이 저희였죠. 정말 기뻐했는데, 그리고 일주일 뒤 우리 인큐베이팅 센터에서 같은 발표를 했고, 여기서 또 엄청 까였어요. 어쩌면 그래서 오히려 더 공부하면서 성장했다고 생각해요.

그런 시련에서 벗어난 터닝포인트가 있었나요?

H-온드림 예선탈락이 의외의 터닝포인트가 된 것 같아요. 은근히 입상을 기대하다가 예선탈락하 고나니 한동안은 마음이 많이 아프더라고요. 모두들 그랬어요. 엄청 기대하다가 꺾이고나니 다들 힘이 쪼옥 빠져서 있었죠. 근데 다들 서로의 마음을 아니까 오히려 서로의 마음을 위로하게 되더라고요. 전화위복이죠. 덕분에 우리는 더욱 더 뭉치고 서로를 토닥여줄 수 있는 관계가 된 것 같아요. 저희가 한 번에 붙었으면, 거봐! 결국 되는 거잖아 라는 식의 자만심이 늘어나지 않았을까요.

앞으로 돌아봄의 모든 것이 바뀐다 해도 포기할 수 없는 하나의 가치가 있으신지.

쉬운 길은 아니지만 인내하는 것, 여럿이 함께 한다는 공동체 정신인 것 같아요. 회초리 하나는 부러 뜨려도 여러 개는 못 부러뜨리는 것처럼, 함께 하는 공동체로서의 협동이 중요하다고 생각해요. 그리고 그게 전체 조건이 되어야만, 협동조합이 성공할 수 있잖아요. 강요된 관계가 아니라 서로가 서로를 인정하면서 함께하는 '따로 또 같이'의 정신. 여러 일을 겪으며 제가 얻은 건 혼자서 아무것도 할 수 없다는 거죠. 그래서 함께 협동하는 공동체가 필요하다고 봅니다.

마지막으로, 3기 육성팀 그리고 독자들에게 한 마디 부탁드립니다.

성공해서 살아남는 게 아니라, 포기하지 않고 살아남으니까 성공하는 거래요. 그런 의미에서 전 성공했다고 봐요. 저는 아직까지 살아남았고, 살아있기에 적어도 지금까지는 성공한 거죠. 포기하지 마세요. 포기는 가장 빨리 실패하는 가장 확실한 방법입니다.



일반정보 & 연혁

상호 돌아봄사회복지협동조합

주소 서울특별시 성북구 장위동 돌곶이로 40길

전화 02-929-9991

메일 ace@dorabom.net

홈페이지 dorabom.net

기타 -

- 2012.02 사회적기업가 육성사업팀 '위노베이션' 구성
- 2012.04 성북구 사회적기업 인큐베이팅센터 입주
- 2012.05 「청년 등 사회적기업가 육성사업」 사업수행계약 체결
- 2012.11 '(주)나눔의세상' MOU 체결
- 2012.11 '영락모자원', '동광모자원' MOU 체결
- 2012.11 '서울한부모회' MOU 체결
- 2013.01 '영락모자원과 함께하는 치즈체험 소풍' 개최
- 2013.03 「서울특별시 부모커뮤니티 활성화 지원사업」 '아이조아 힐링투어' 선정
- 2013.04 '돌아봄사회복지협동조합' 사업자 등록
- 2013.05 포스코와 함께하는 「다문화&취약계층여성 사회적기업 육성사업」 선정
- 2013.05 '제1회 아이조아 힐링투어 - 힐링 딸기체험' 개최
- 2013.06 한국전력공사와 함께하는 「협동조합 비즈니스 발굴·지원 사업」 선정
- 2013.07 [표창장] 김영배 성북구청장 감사패 수여
- 2013.07 2012년 사회적기업가 육성사업 우수창업팀 선정
- 2013.08 '동북권한부모가족지원센터' MOU 체결
- 2013.08 '제2회 아이조아 힐링투어 - 힐링 농촌/물놀이체험' 개최
- 2013.09 스마트웹콜(SWC) 전문상담사 양성과정 1기 개강

숫자로보는 돌아봄사회복지협동조합



원주로컬푸드 카페협동조합

원주로컬푸드카페협동조합은 지역민과 함께하는 로컬푸드 운동을 통해 밥 한 사발에 우주를 담은 사람들이다. 쌀 한 톨을 위한 바람과 햇살과 물과 흙, 그리고 땀방울. 이 우주 속에서 '만든 자'는 '먹는 자'의 생명을 만들고 '먹는 자'는 '만든 자'의 생활을 만든다. 이 들은 밥이 만드는 순환고리 속 건강한 공동체를 꿈꾼다.



서로 아무런 관계도 없는 사람들끼리 모여서 무언가를 나누고 함께한다는 게 저는 우주적인 사건이라 생각해요.

원주로컬푸드카페협동조합

안진구 이사장

식사 대접 감사합니다. 배부르게 먹었습니다. 메뉴 소개 부탁드립니다.

지금 드신 것은 컵밥이라는 메뉴 중에 제육덮밥이고요. 조리과정까지 말으면 사업성이 떨어진다고 해서 지금은 우리 자매기업인 원주푸드협동조합에서 조리된 소스를 공급받아서 사용하고 있어요. 쌀이나 채소 등의 모든 재료는 우리 원주 지역의 사회적경제 단체나 생협에서 구매해요.

맛에 대한 고객들의 반응은 어떤가요?

건강 식단을 내세우다 보니까 인공조미료가 덜 들어가서 호불호가 분명하게 갈려요. 싱거우니까 중량도 적다고 느끼시더라고요. 그냥 지나가다가 밥이나 먹을까, 하고 들른 고객들은 건강한 맛을 좀 어색하게 생각하셔요. 사회적경제를 아끼는 윤리적 소비자들 반응은 참 좋아요.

원주가 협동조합의 메카라고 해서 기대를 많이 하고 왔습니다.

원주는 전통적으로 지역 경제 조직 간에 협업정신이 뿌리 깊게 있죠. 한살림도 여기에서 시작했어요. 노인 생협, 문화협동조합 등등 다양한 영역에 협동조합이 있어요. 그렇지만 규모로 보면 '메카'라는 말도 부끄러워요. 상대적으로 잘한다는 칭찬이라고 생각해요. 원주가 잘한다기보다는 다른 지역 사회적경제의 뿌리가 그만큼 약하다는 것의 반증 아닐까요.

이사장님은 원주가 고향이신가요?

아니요. 저는 원주 사람이 아니에요. 2005년도에 왔는데 그전에는 원주에 한 번도 와본 적이 없었어요. 놀러 갈 때 고속도로로 지나가는 정도. (웃음) 사회생활을 좀 하고 나이가 드니까 문득 서울을 떠나고 싶다는 생각이 들었어요. 한창 귀농이 유행이던 때에 저도 좀 더 공동체 지향적이고 환경적 인 삶을 생각하다가 원주로 오게 됐죠. 여기 와서는 한살림에서 근무했어요.

서울에서도 사회적경제와 관련된 일을 하셨나요?

원래는 회계사였어요. 요즘도 회계 일을 좀 보고는 있어요. 협동조합이나 사회적기업에서 필요할



원주로컬푸드카페협동조합

원주로컬푸드카페협동조합은 원주, 황성 등 가까운 지역 내에서 생산한 안전한 먹거리를 지역 내에서 소비하는 로컬푸드 운동의 하나로 만들어진 다중이해관계자협동조합이다. 카페와 밥집을 겸하는 로컬푸드카페 '한그릇'을 운영 중이다

협동조합의 메카 원주

1960년대 중반부터 협동조합 운동이 시작된 원주에는 노인, 교육, 의료, 문화 등 다양한 분야의 협동조합이 상호 협력관계 위에서 움직이고 있다. 연간 5천여 명이 협동조합 탐방을 위해 원주를 방문한다.



때 일을 하는데 요즘은 그걸 프로보노라고 불러주시더라고요. 처음에는 멋모르고 귀농의 꿈만으로 내려와서 우연하게 사회적경제 쪽에 들어오게 됐죠.

원주로컬푸드카페협동조합의 첫 시작에 대해서 듣고 싶습니다.

처음엔 원주 내의 사회적경제 단체들 모임에서 시작했어요. 우리나라 로컬푸드 운동은 보통 공공 급식으로만 진행되어왔어요. 사업성이 보장되어야 하니까, 결국, 지자체나 거버넌스에 의해서 인위적으로 만들어진 거니까, 한계를 많이 느꼈어요. '운동'이라는 말이 들어가면 추상적인 생각이 많아져요. 가치나 이념에 대한 말은 많은데 그럼 어떻게 할 건데? 하면 답이 없죠. 그게 싫어서 실제로 뭘 좀 해보자, 하고 지역주민과 함께할 수 있는 로컬푸드 운동을 논의했어요. 원재료를 바로 공급하는 건 아직 감당이 안 되고 카페나 밥집의 방식으로는 가능하지 않겠느냐, 하면서 시작됐죠.

출자자를 모으던 과정은 어땠나요?

창업팀 과정에서 사업보고 형식으로 사업설명회를 두 차례 정도 했어요. 그때 관심을 보여주신 분들로 연이 달았죠. 그렇다고 아예 생판 모르는 사람들은 아니고 이 네트워크 안에서 모이다 보니까 단체들과 직간접적으로 인연이 있던 사람들이 주 조합원이예요. 나머지는 생산자 단체들이예요. 이 음식 소스를 제공해주는 원주푸드협동조합도 출자를 했고요. 저희는 사회적협동조합이 아닌 다중 이해관계자협동조합이에요. 정관 상으로는 생산자, 직원, 후원자, 직원은 지금 한 명 있는데 6개월 근무를 한 후에 가능하다는 조항이 있어서 아직 직원 조합원은 없어요.

로컬푸드 운동

지역 내에서 생산된 먹거리를 지역 내에서 소비하기 위한 노력이다. 생산자와 소비자 간의 거리를 단축해 유통가를 줄이며 신선하게 안전한 식품을 확보할 수 있다.

조합원들의 참여도는 어떤가요?

조합원들이 의식은 높는데 활동력이 없어요. (웃음) 시간 여유가 있는 사람들이 많이 모여야 하는데 대부분 사회적경제 활동가들이라서 항상 어디에서 일을 하고 있어요. 지금은 어떻게 해야 활동력이 있는 조합원을 유입시킬 수 있을까 생각 중이에요. 우리 가게를 방문하고 이용해주시는 고객 중에서 조합원이 생기면 좋겠어요. 직접 이용을 하시다가 어떻게 도울 방법이 없을까, 하는 생각에서 시작하는 방식이 이상적이죠.

현재 다른 협동조합과의 함께 진행 중인 프로젝트는 없나요?

우리 협동조합을 만든 거 자체가 그런 프로젝트의 일환이라고 말할 수 있어요. 네트워크에서 공식적으로 컨소시엄을 내세운 건 아니지만, 그 모임 안에서 논의가 시작됐으니까요. 지금은 저희가 하나의 독립된 조직으로 네트워크 내에서 어떤 협업을 하기에는 역량이 부족해요.

그렇다면 역량을 더 키운 후에 하고 싶은 프로젝트 계획은 어떤 것이 있나요?

나중에 색다른 분야의 협동조합과 연합해서 새로운 무언가를 만들어보고 싶은 생각이 있어요. 먹을거리와 볼거리가 융합된다든지. 환경연합과 함께하는, 혹은 노인협동조합과 함께하는, 이런 식으로요. 출자도 같이 하고요. 서로 보완하면서 시너지가 날 수 있는 사업 활동들을 해보면 이 좁은 지역에서 그나마 활동의 양도 질도 확장시킬 수 있지 않을까 생각하고 있죠.

지금은 점포가 여기 하나인데요, 앞으로 확장 계획은 어떻게 되나요?

협동조합은 사업규모를 무작정 늘려서는 절대로 대기업을 못 이겨요. 핵심은 '복합체'에 있어요. 협동조합의 협동조합이라든지 2차 협동조합들을 많이 만들어야죠. 이 협동조합이 자리를 잡으면 다른 걸 또 만들어야 해요. 각기 독립적인 구조로요. 그들이 사업연계를 해서 사업적인 다양성도 만들고 규모도 만드는 거죠. 큰 게 하나 있는 것보다는 작은 게 여러 개 있는 것이 더 좋지요. 그런 점에서 보면 오히려 규모를 줄여야 해요. 협동조합은 인적결합조직이기 때문에 한계가 있을 수밖에 없어요. 민주주의에서도 절반은 참여 안 하잖아요. 규모가 작을수록 인적 결합도가 올라가기 때문에 사업을 유지할 수 있는 범위 내에서 최대한 규모를 줄이는 게 핵심이에요.

조합을 이끌어 가면서 가장 힘든 점은 무엇인가요?

사업 경험이 없다 보니까 사업 설계할 때가 참 어려웠어요. 그럴 줄 몰랐어요. 이게 책상물림으로는 안 되더라고요. 오랫동안 같이 일한 동료가 떠나는 것도 참 힘들어요. 다들 머릿속으로는 이 일이 참 아름다운 것으로 생각하고 다가오지만, 막상 들어오면 현실은 다르죠. 그래서 지금 인력이 많이 부족해요. 심지어 서류작업까지도 제가 다 해요. (웃음) 체계적인 관리나 고객 수요 조사도 좀 하고 싶고 아이디어는 많은데, 사람이 없어서 못하고 있어요.

원주로컬푸드카페협동조합의 현재 목표는 무엇인가요?

일반적인 협동조합의 모습을 갖추는 거죠. 조합원을 늘리고, 조합원 교육을 통해서 역량을 신장시키고, 아직은 부족한 부분도 많고 할 일도 많아요. 지금보다 더 협동조합으로서의 형태를 갖추어야죠.

꿈꾸는 청사진이 있나요?

지역상권의 50%를 장악하고 싶어요. 꼭 우리 협동조합이 아니더라도 우리와 같은 협동조합들이 50% 정도는 확보해야 진짜 원주가 협동조합의 메카라고 할 수 있을 것 같아요. 일상에서 가까운 작은 점포들이 많이 생기는 거죠. 내가 매일 가는 미용실이 협동조합이고, 거기서 일하는 사람들이 다 같은 조합원이고, 우리끼리도 원주에 있는 점포의 반이 협동조합이 되는 그날까지, 라고 말하면서 일해요. 저희는 그 안에서 이바지하고 싶어요.

조합을 이끌어가는 과정에서 가장 우선으로 치는 원칙이 있다면 무엇인가요?

협동조합이라면 세계적으로 협동조합들이 만들어둔 공동의 가치를 지켜야죠. 협동조합의 7원칙이요. 사람들이 그걸 마치 사문화된 헌법처럼 여기는 게 안타까워요. 아무리 협동조합을 공부해봐도 그 7원칙만 잘 지키면 잘 된 협동조합이 돼요. 물론 그 원칙들이 추상적이니까 우리 기업, 우리 지역에 맞게 재해석할 필요는 있겠지만, 기본적으로 우리의 기준이 되어야 한다고 생각해요. 여기가 계에도 협동조합 7원칙을 적어두고 싶었는데 고객들이 낯설어 할거라고 다들 만류를 해서. (웃음) 초심으로 돌아가는 게 그런 거라고 봐요.

사업하시는 과정에서의 원동력은 무엇인가요?

원주의 협동조합들이 우리 자랑거리죠. 처음부터 여러 단체의 도움으로 시작했고 지금도 사업의 기반이에요. 우리를 받쳐주고 있는 이 단체들이 없었다면 우리 못해요. 지역 내 협동조합들의 존재 자체가 우리가 가진 최고의 자원이예요. 그리고 협동조합은 결국 사람으로 이루어지잖아요. 사람이 기반이 된 협동조합은 사람들 사이에서 힘을 얻어요. 여기 어느 한 사람도 개인의 이익을 위해서 움직이는 사람이 없어요. 그런 점이 저를 움직이게, 견디게 하는 것 같아요. 우리 조합 사람들이 서로 가치를 나눌 수 있는 공간으로 남기고 싶어요.

마지막으로 독자들에게 하고 싶은 말이 있다면요?

어떤 분들이 이걸 볼지는 모르겠지만요. 사람들이 모여서 무언가를 한다는 건 참 힘든 일이에요. 그렇지만 분명히 아름다운 일이지요. 서로 아무런 관계도 없는 사람들이 모여서 무언가를 나누고 함께 한다는 게 저는 우주적인 사건이라고 생각해요. 우리가 그런 일을 만들어내고 있다는 거죠. 요즘 사람들은 스쳐 지나가는 인연이 너무 많아서 그런 소중함을 잊고 살아가지만 이렇게 가치를 나누고 함께 일하고 고민하고 즐거워하는 일에 우주적인 가치가 있다는 걸 알아주었으면 좋겠어요.

밥 한 사발 속에 우주가 있다.

젓은 사람의 몸에서 나는 곡식이요, 곡식은 천지에서 나는 젓이라네. 한국의 협동조합 운동은 동학 2대 교주, 해월 최시형의 ‘밥 사상’을 기반으로 한 생산자와 소비자의 연대의식 속에서 시작했다.



협동조합의 7원칙

- ① 자발적 공개적인 조합원제도
- ② 조합원에 의한 민주적 운영
- ③ 조합원의 경제적 참여
- ④ 자율과 독립
- ⑤ 교육, 연수 및 정보제공의 촉진
- ⑥ 협동조합간의 협동
- ⑦ 지역사회에 대한 기여

일반정보 & 연혁

상호 원주로컬푸드카페협동조합

주소 강원도 원주시 원일로 56-1 1층

전화 070-4643-8100

메일 admin@wjfccoop.naveroffice.com

홈페이지 -

기타 -

- 2012.07. 현 중앙동 217-1번지 임대
- 2012.08. 준비모임 시작(원주한살림, 맛두레, 햇살나눔, 원주생협)
- 2013.02. 발기인 6명(단체3/개인 3)으로 창립총회
- 2013.03. 다중이해관계자협동조합 신고 및 법인 설립
- 2013.04. 점포 인테리어 및 영업준비
- 2013.05. 오픈식 및 영업시작

숫자로 보는 원주로컬푸드카페협동조합



위즈온

위즈온은 그 어떤 곳보다도 일관적인 사업목표와 솔루션을 가지고 있는 조직이다. IT 벤처의 관점에서는 특유의 '신속한 개발-사업 성공' 구조가 아닌, 장애인의 IT 생활환경을 점진적으로 변화시킨다는 특수성을 지니고 있기도 하다. 차별 없는 세상에 대한 꿈을 온라인에서 실현할 사람들. 자신의 문제인, 소셜미션에 대한 진정성으로 푹푹 뭉친 위즈온이 그들이다.



차별 없는 온라인 세상, 스스로의 문제를 해결하는 기업. 이것이 위즈온의 존재가치입니다.

위즈온

오영진 대표

위즈온이 제공하는 서비스가 구체적으로 어떤 건가요?

일단 모든 사람들이 정보를 취득하는 데 있어 어려움을 느끼지 않도록 하는 것이 서비스의 목적입니다. 구체적으로 홈페이지를 제작할 때 웹접근성 표준안을 맞추는 작업을 하는데요. 시각장애인을 위해 모든 이미지(그림파일)에 설명 문구를 넣어줘야 하고, 마우스를 사용 못 하는 지체장애인을 위해 키보드만으로 홈페이지 이용이 가능하도록 하는 등 지켜야 할 규약들이 많아요. 예컨대 홈페이지에 달력 기능을 하나 추가할 경우에도 우리는 웹접근성을 준수하기 위해 일반 프로그램 소스들을 가져다 쓰지 않고 직접 설계와 프로그램 개발까지 진행해요. 이런 부분 때문에 일반 홈페이지보다 작업량이 많아지죠. 시간도 1.5배 정도 더 걸리고요.

장애가 있는 분들에게 웹접근성은 얼마나 중요한가요? 실제적인 예를 들어주신다면요?

웹접근성을 지키지 않는다면, 시각장애인의 경우 리더기라는 소프트웨어가 설명글을 읽어주지 않아 홈페이지 이용이 완전히 불가능합니다. 중증 지체장애인의 경우 손으로 정교하게 마우스를 사용하기 어려운 경우가 많거든요. 그래서 키보드만으로도 사용할 수 있도록 해야 합니다. 이러한 점에서 웹접근성을 지키지 않는다면 정보격차를 넘어 장애인들은 정보습득 자체를 하지 못하기 때문에 차별 없는 온라인 사회를 위해서는 웹접근성 표준안을 맞추는 일이 반드시 필요합니다.

작업 하나하나가 굉장히 의미 있겠는데요. 보람을 많이 느끼시겠어요.

웹접근성이 지켜진 홈페이지가 하나하나 오픈할 때 보람을 느껴요. 웹접근성 대중화에 한 발씩 내딛는 느낌을 받거든요. 장애인을 고용하고 나아가 사회활동이 가능하도록 교육시키고 개선해 나가는 부분에서도 보람을 느낍니다.

다른 직원분들은 어떻게 함께하게 되었나요?

알음알음으로 사람을 구하게 되는 경우가 많아요. 장애를 가진 분들 비율이 70% 정도 되고요. 어떤 분은 직장을 다니시다가 우리 회사에서 일하시기 위해 다른 지방에서 대전으로 거주지를 옮기신 분도 계세요.



위즈온

위즈온은 장애인들도 온라인에서 정보를 얻는 데에 어려움이 없도록 홈페이지와 애플리케이션을 연구, 개발하는 대전형 예비사회적기업이다. 지난 2013년 5월에 "위즈온협동조합"으로 전환했다. 취약계층을 다수 고용하여 당사자 스스로의 문제를 해결한다는 모토를 가지고 있으며 취약계층의 안정적인 일자리, 온라인 정보접근성 향상, 웹접근성 표준안 대중화를 소셜미션으로 한다.

조직을 협동조합 형태로 만들어 가신다고 들었습니다.

네, 이것과 관련해서 직원들이 함께 동의한 부분이 있는데요, 월급이 높지 않은 대신 복리후생을 높은 수준으로 발전시켜나가는 거예요. 높은 봉급 대신 의료비 지원을 안정적으로 한다거나, 가능하다면 나중에 회사에 수영장을 만든다거나 하는 것도 생각해 볼 수 있겠죠?

대표님은 언제부터 몸이 불편하셨나요? 근이영양증은 어떤 병인가요?

근이영양증의 자세한 증상은 사실 저도 잘 모르지만, 어느 시점부터 근육세포가 점차 파괴되고 악화되는 병이에요. 초등학교 때 다른 아이들처럼 빨리 뛰는 게 어려웠었고, 중학교 때부터 휠체어를 타기 시작했어요. 중학생 때 저와 같은 장애를 가진 친구의 증세가 악화되어서 하늘로 보냈었는데요. 그때 근이영양증의 평균수명이 20대 초반이라는 것을 알게 되면서 큰 충격을 받았던 것 같아요. 그나마 결론을 내리고 극복한 것은 “누구나 죽는 것 자명한 것이고, 죽음을 두려워하기보다 현재의 삶을 즐겁고 행복하게 사는 것이 더 중요하다”는 생각이었어요. 그게 나중에 사회적기업을 만들겠다는 생각으로 이어지기도 했어요. 지금도 장애를 가졌지만, 제 생활에 일부로 자리 잡고 있어서 그런지 그렇게 대수롭지 않게 생활하고 있어요.

어렸을 때 성격은 어떠셨어요?

소극적이었어요. 사회성이 뛰어난 편은 아니었어요. 중학교 때부터 특수학교에 다녔는데, 기숙사에서 생활해서 외부와의 커뮤니케이션이 더 단절되었어요. 그러다 보니 나중에 대학 가는 것에 대해 아버지가 심하게 반대를 하셨어요. 바깥세상은 장애인이 헤쳐나가기에는 험하다고 생각을 하신 것 같아요. 그래서 아버지가 반대하실 때마다 강하게 몇번을 반복해서 설득했죠. 잘 지낼 수 있다고 하고 싶은 것 하게 해달라고 강하게 얘기했죠. 그러면 어렵게, 어렵게 허락을 해주시다가도 또 며칠 지나면 반대하시고 그랬어요. 그 과정을 좀 오래 겪었어요. 결국, 대학을 갔죠. 막상 가서는 분위기가 예상했던 낯선 분위기가 아니라 오히려 적응을 잘 한 편이었어요.

원래 컴퓨터나 소프트웨어에 관심이 있으셨나요?

원래부터 관심 있는 건 아니었어요. 오히려 어렸을 때는 글 쓰는 것에 관심이 많았어요. 책도 엄청 많이 읽었고요. 그러다 조금 더 시간이 지나고 나서 현실적으로 생각하게 되었던 것 같아요. 글을 쓰는 일로는 먹고사는 것이 너무 어렵고 힘들 것 같은 막연한 생각도 들었고요. 지금 생각해보면 제게 딱 맞는 직업을 선택하지 않았나 싶어요.

대학 때 전공 공부는 어땠나요?

대학 때 웹디자인 쪽을 전공했는데, 학점이 4.38이었어요.

한국형 웹 콘텐츠 접근성 지침 2.0

위즈온이 따르고 있는 웹 접근성 지침. 텍스트 아닌 콘텐츠의 인식, 키보드만으로 운용 가능, 반응시간 조절 가능 등의 세부항목을 바탕으로 장애인, 노인 등 정보 취약계층의 웹 콘텐츠 접근성을 향상시키기 위한 기술적 규격을 포함하고 있다.



와, 그렇게 높은 학점 은치 않은데요.

애초에 비장애인 친구들을 이기기는 어렵다고 생각했어요. 그래서 어떤 과목이든 과제를 내 주면 남들 하나 낼 때 저는 항상 두 개씩 냈어요. 어떤 홈페이지를 만들라고 하면 서로 다른 스타일로 두 가지를 제출하는 식이었던 거죠. 그런 부분을 보고 교수님들이 좋게 평가해주셨던 것 같아요. 제 입장에서 일단 집단 반대를 무릅쓰고 입학한 대학이기에 열심히 해야 했고요. 장애인이 일반직장에 취직하려면 일반인들보다 더욱 전문성을 갖춰야 한다고 생각했어요. 일단 장애인은 회사에 들어가는 것 자체가 힘들거든요.

구체적으로 어떤 점들이 있나요?

일단 장애인은 일반회사에 들어가서 일을 하는 것 자체가 굉장히 어려워요. 면접 기회조차 주지 않는 경우가 대부분이니까요. 면접이 가능하다고 해도 저의 경우는 실제로 매일 휠체어를 타고 그 회사에 다닐 수 있을지, 회사건물에 진입할 때의 모든 경로를 파악해야 했어요. 엘리베이터가 있어도 계단을 이용해야만 탑승할 수 있는 경우도 있고, 지하 주차장을 통해서만 건물로의 진입이 가능하기도 하거든요. 심지어는 화장실까지 확인을 해야 해요. 무엇보다도 IT 계열의 회사의 경우 1~3년 내에 문을 닫는 경우가 허다해서 이직률이 높아요. 그러면 또다시 직장을 찾아야 하는 어려움도 있고요. 전반적으로 취업장벽이 너무 높습니다.

그럼에도 어느 정도는 직장생활을 하다가 창업을 하신 건데, 주변에서 우려하는 목소리가 있었을 것 같아요.



다마스

출장이 많은 오영진 대표가 이동할 때 탑승하는 차로, 뒷부분 일부를 개조했다. 간혹 덩고 비좁은 것이 안타깝지만, 고마운 운송수단이라고.



일반인들도 성공하기 힘들다는 사업을 장애인에게 해쳐나가기에는 무리일거라는 말들도 많았고, 인생에서 쉬운 길을 두고 왜 굳이 어려운 길로 가느냐는 등 반대 의견들이 많았어요. 하지만, 장애의 특성상 시간이 길지 않잖아요. 무언가 공익적인 일도 해보고 싶었고, 특별히 저의 문제를 스스로 해결하고 싶다는 이야기로 설득에 많은 시간을 들였던 것 같아요. 막상 사업을 하다 보니 감내해야 할 것들이 너무 많아요. 하지만 역시 “스스로의 문제를 해결하고, 행복한 조직을 만들어 간다”는 꿈을 가지고 나아가는 게 큰 동력이라고 생각해요.

롤모델이 있다면 누구인지요?

롤모델 하면 위인 같은 사람을 떠올리게 마련인데, 사실 저는 위인전을 별로 좋아하지 않았어요. 훌륭한 업적은 조명되지만 그걸 이루기까지의 과정을 충분히 알기가 어렵거든요. 저는 주로 제가 일하거나 활동하는 반경에서 제가 부족한 점을 잘하고 있는 사람을 보면 그 사람을 그 부분의 멘토로 삼는 것 같아요. 예를 들어 이전 직장에서 함께 일하던 선배님 한 분은 커뮤니케이션 능력이 매우 뛰어나셨거든요. 말을 조리 있게 잘하셨는데, 그 부분을 닮기 위해 노력했던 기억이 있어요. 요즘은 위즈온이라는 기업에 내가 가지고 있는 소셜미션의 진정성에 대해 고민을 많이해요. 사회적기업의 기업적 특성도 중요하지만, 사회적인 측면의 고민도 더 많이 필요한 것 같아요. 그래서 요즘은 오히려 시민단체에서 활발하게 활동하시는 분들을 마음속 롤모델로 삼고 있어요.

여자 사원이 한 분이시던데요.

맞아요. 모두 감사하는 마음으로 함께 하고 있습니다. (웃음)

사무실 분위기는 어떤가요? 어려운 부분은 없으신지요?

함께 당사자의 문제를 함께 해결한다는 점에 대해 자부심을 가지고 업무를 진행해서 그런지 가족 같은 분위기 같아요. 다들 유쾌한 분위기 조성을 하는 편이고요. 그래서 화합이 더욱 잘되는 것 같아

뷰티풀 펠로우

오영진 대표가 도전하고 있는 지원사업 이름 다운가게의 사회혁신기업가 지원사업으로 다양한 분야에서 혁신적인 사업 아이디어로 사회문제를 해결하는 사회혁신기업가들을 지원하는 사업이다. 흔히 '한국의 아쇼카 펠로우'라 불린다.

요. 다만, 월급날이 되면 피가 마르는 때가 있었어요. (웃음) 이거 말고도 다양한 커뮤니케이션 이슈가 있어요. 지금은 많이 나아졌지만, 내부 조합원들이 사회적기업가정신이나 협동조합의 의미에 대해 정확하게 이해하지 못한 채 사업을 진행하다 보니, 의견 충돌이 나는 경우가 있거든요. 그래서 이런 부분을 개선하기 위한 노력을 꾸준히 하고 있습니다.

일하면서 가장 불편할 때는 언제인가요?

일단 업무의 대부분이 출장이 많은 편이라 중증장애인의 몸으로서는 이동에 대한 부분이 가장 힘들 것 같아요. 차량 탑승시에도 도움을 받아야 하고, 출장지에 엘리베이터가 없어서 직원분이 안고 올라가는 경우도 있거든요.

사회적기업 섹터에서 장애인은 주로 고용을 당하는(피고용인) 입장입니다. 그래서 오영진 대표님은 더욱 특별한 것 같아요. 비슷한 입장에서 기업가를 꿈꾸는 분들에게 조언을 해주신다면요?

일단 불편한 부분이 있는 분이 사업을 한다는 건, 그 자체로 너무나 강렬한 열망과 절박함을 가지고 계시다고 볼 수 있다고 볼 수 있는 것 같아요. 그래서 사실 제가 어떤 조언을 해 줄 입장이 아니죠. 그럼에도 불구하고 이야기를 한다면, 결국 '행복'을 생각하게 되는 것 같아요. 행복을 위해서 하시는 걸 힘 있게 계속 붙들고 계시라는 거요.

5년 후에 위즈온, 아니면 대표님에 대해 크게 보도된다면, 어떤 내용이 조명되면 좋을까요?

5년 후라고 단정짓기 보다는요, 일단 제 장애가 점점 악화되는 병이기 때문에 나중에는 업무를 볼 수 없는 상황이 올 거라 예상을 하고 있어요. 그때 은퇴하면서 구성원들과 함께 조직을 만들어 나가는 역할을 훌륭하게 소화해냈다는 기사가 나왔으면 좋겠습니다. 저는 그때까지 열심히 기반을 만들고 계획했던 대로 사업을 안정적으로 이끌어가고 싶어요.

일반정보 & 연혁

상호 위즈온협동조합

주소 대전시 중구 선화동 50-2번지 창성빌딩 102호

전화 042-825-5078

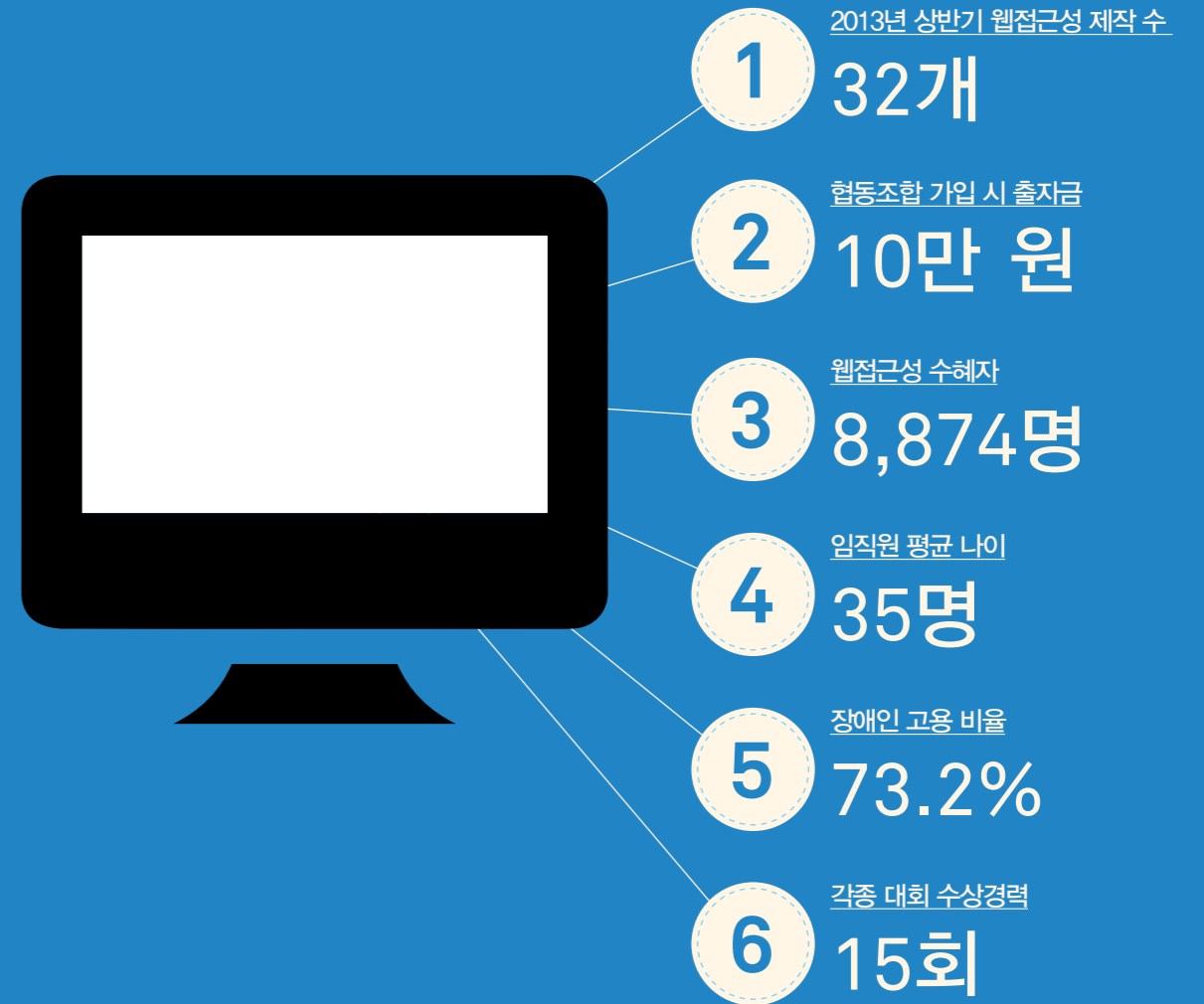
메일 wezon@wezon.co.kr

홈페이지 wezon.co.kr

기타 -

- 2012. 5. 2012년 사회적기업가 육성사업
- 2012. 10. 스마트&오픈거버먼트 대회(스마트 나눔앱 개발) 장려상
- 2012. 11. 대전광역시 재능 나눔 POOL 위원 위촉
- 2013. 3. 대전 예비사회적기업 지정
- 2013. 3. 2013년 H-온드림 오디션 혁신상 수상
- 2013. 3. 전국 창업대회 2위 수상
- 2013. 3. (예비)사회적기업 일자리창출사업 지원약정
- 2013. 5. “위즈온협동조합” 전환
- 2013. 6. 1사 1 사회적기업 결연(소프트아이텍)

숫자로 보는 위즈온



토닥토닥

토닥토닥 협동조합은 심리상담이라는 도구를 통해 상처받은 사람들을 다독여 주고, 소외계층을 돌보며, 젊은이들에게 확고한 비전과 희망을 선물함으로써 서로서로 마음을 돌보는 지역 밀착형 협동조합을 추구한다. '카페'라는 공간을 통해 사람들이 일상 속에서 심리상담을 받으며 마음의 돌봄을 받을 수 있고, 나아가 전 생애를 통해 필요할 때마다 상담을 제공 받으며 건강한 삶을 영위해 나갈 수 있도록 돕고자 한다.



서로가 서로의 마음밭을 돌볼 수 있는 사회, 사람들의 삶에 변화를 줄 수 있는 삶을 만들어가고 싶어요.

토닥토닥

이영희 대표

안녕하세요, 대표님. 우선 자기소개 간단하게 부탁드립니다.

사람들의 마음밭을 돌보는 심리상담 협동조합 토닥토닥의 대표 이영희입니다. 저희는 지역 생태계 안에서 지역민들이 서로가 서로의 마음을 돌볼 수 있는 생태를 구축하는 게 목적이예요. 현재 많은 대구, 경북 시민들이 오셔서 마음의 돌봄을 받고 치유를 받고 있습니다. 제가 여기서 어떤 역할을 할 수 있다는 게 참 감사하고, 정말 행복한 하루하루를 보내고 있습니다.

토닥토닥에 대해서 좀 더 자세히 설명해 주시겠어요?

토닥토닥의 핵심은 값싸고 질 높은 상담을 사람들에게 제공해서 심리 상담의 문턱을 낮추는 거예요. 다른 지역이나 타 기관에서 근무하면서 느낀 게, 사람들이 상담을 받고는 싶어하는데, 또 받으면 굉장히 좋아하는데, 받기까지의 발걸음이 너무 무겁고 멀더라고요. 그래서 왜 그런 걸까를 고민했고, 그 결과를 바탕으로 만든 공간이 여기예요. 제가 대구에서 거의 평생 살았는데, 흔히 고담시 대구라고 하잖아요. 굉장히 사고도 많고 청소년 자살률도 제일 높고. 그래서 더 이런 게 필요하지 않나, 하는 생각이 들었어요. 사실은 이젠 서울에서 하면 대박 아이템이라는 분도 아주 많았어요. 왜 하필 가장 무뚝뚝하고 자기 얘기 안 꺼내는 대구에서 하나는 말씀도 많았는데, 사람들이 또 그만큼 마음 속에 있는 얘기를 털어놓을 곳이 없었기 때문에 더 절실한 거 같아요. 다행히 많은 사람이 찾아 주시고 많은 위로를 받고 계신 거 같아요.

심리상담 협동조합은 아무래도 좀 생소한데요.

사실 상담사들은 석사까지 마쳤지만 일할 곳이 없고 내담자들은 상담받을 곳이 별로 없어요. 그래서 무엇보다 상담사 처우 개선이라든가, 맘편히 상담에 집중할 수 있는 그런 공간이 빨리 펼쳐져야 한다고 생각을 했어요. 그래서 바리스타 2명과 상담사 2명, 4명이 출자해서 직원 협동조합을 만들고, 상담 카페를 만들어서 맘 놓고 상담을 할 수 있는 공간을 만들었죠. 그리고 또 한 가지가, 센터에서 받는 상담도 물론 중요하지만, 우리는 기본적으로 서로의 마음을 돌보는 것을 너무 경시하고 있어요. 그래서 앞으로 기획하고 있는 모델이 지역민들끼리 내담자 협동조합을 만드는 거예요. 그 안에서 집단 심리 상담을 할 수도 있고, 상담으로 도움을 받은 분들은 일정 부분 도네이션을 해서 저소득



토닥토닥

토닥토닥은 지역주민 대상으로 문턱을 낮춘 값싸고 질 높은 심리상담을 제공하고, 지역 청소년을 위한 전문화된 집단 심리상담 프로그램으로 교육적 기여를 하며, 지역 12개 대학의 학생들에게 멘토 스쿨을 통해 확고한 비전과 삶의 안내자 역할을 하는 동시에, 지역의 미혼모를 대상으로 바리스타 교육을 시행해 자립의 길을 마련하는 것을 미션으로 삼는다.



총이나 상담 받을 기회가 없는 사람들에게 무료로 상담을 제공할 수 있도록 하는 거죠. 무엇보다 사람들이 서로서 돌보기 위한 조직, 성장하는 과정에서도 이익보다 가치가 항상 우선하는 사업이 되려면 협동조합이 가장 좋은 모델이라고 생각했어요.

일반적인 상담 센터를 만드실 수도 있을 텐데, 카페로 만드신 게 특이해요.

예전에 정신과에서 실습 근무할 때 굉장히 기억에 남는 내담자가 있었어요. 평범한 20대 후반 여자 분이었는데, 소개팅을 나갔다가 남자에게 퐁퐁하다고 심한 욕설을 들었대요. 근데 제가 기억하기로 그 분이 전혀 퐁퐁하지 않았어요. 그 남자의 시각이 이상했던 거죠. 하지만 그 분은 그 한 마디가 엄청난 정신적 데미지로 오면서 정신 이상이 온 거예요. 사실 그 한 마디가 그 사람을 그렇게 만들었다고 생각하지는 않아요. 그동안 어떤 어려움이 계속 쌓이고 쌓였겠죠. 그렇다면 저 사람이 평소에 마음을 좀 돌보고 스트레스를 해소할 수 있었다면 과연 이런 일이 생겼을까, 하는 생각을 하게 된 거예요. 정신과 폐쇄병동에 가면 원래부터 정신이 이상한 분들이 계속 거라 생각을 하는데, 전혀 아니거든요. 다들 사회에서 자기 역할을 다 하시던 평범한 사람들이었어요. 그런데 이 분들이 왜 평소에 마음을 치유받지 못하고 이렇게밖에 될 수 없었을까, 하는 생각이 많이 들었죠. 그래서 대구 중심가에 가서 설문조사를 했어요. 왜 상담을 안 받고, 얼마만 상담을 받고, 어디서 받고 싶나. 그렇게 6개월 동안 자료를 모은 게 가격은 2만5천 원에서 3만5천 원, 공간은 카페면 제일 좋을 거 같다. 이 데이터를 바탕으로 모델을 만들었거든요. 그래서 사실 저는 어느 정도 확신이 있었어요. 일반 시민이나 고객들이 원하는, 니즈에 가장 부합한 사업 아이템이었기 때문에. 실제로 처음부터 많은 분이 찾아주셨고요.

그럼 어떤 계기로 상담사라는 길을 걷게 되셨나요?

곧 서울에서도 만나요

토닥토닥은 지금 대구 지역에만 2개 지점이 운영되고 있지만, 곧 서울에서도 만날 수 있을 전망이다. 서울에서 마을 공동체를 준비하고 있는 팀 중에 심리상담 쪽에 관심있는 분들이 토닥토닥과 많은 만남을 가지면서 서울 쪽에도 지점을 오픈하기로 합의가 되어 준비 중이라고. 조만간 구체적인 그림이 나올 것 같다고 하니, 서울 시민들도 기대해 볼적이다. 위 사진은 2호점.

원래 꿈은 상담사가 아니었어요. 중학교 일학년 때, 사람들의 삶에 변화를 줄 수 있는 매개체가 되는 것을 제 삶의 목적으로 잡았어요. 그리고 거기에 맞는 직업을 그다음으로 찾게 됐죠. 그래서 저는 어린이 TV 프로그램 PD가 되는 게 꿈이었어요. 건강함을 가지고 성장하는 사람이 세상을 바꿀 수 있다고 항상 생각했거든요. 그런데 제가 어렸을 때 봤던 어린이 프로는 항상 예쁘고 뽀얗고 착한 애들만 나왔어요. 물론 어른들의 잘못이겠지만, 그런 방송들이 너무 세상과 동떨어지고, 외모지상주의 같은 것들을 조장하고 있다고 생각했어요. 못생긴 애도 나오고, 성격이 더러운 애도 나오고, 장애인도 나오고, 혼혈아도 나와서 다 같이 어울려 노는 방송을 만든다면 사회에 왜 차별이 있겠냐는 생각이 들었죠. 아이들은 보는 것들을 그대로 인지하잖아요. 그래서 마스크 쪽을 전공했죠. 그리고 극동방송국에서 외주 프로그램 피디랑 작가도 하면서 방송의 꿈을 키웠어요. 여러 가지 인턴 활동도 하고요. 근데 결과적으로, 제가 원하는 방송은 현실적으로 만들 수 없는 구조라는 걸 알게 됐죠. 그 때 굉장히 좌절할 뻔했는데, 다시 삶의 목적으로 돌아갔죠. 사람들의 삶을 바꾸려면 내가 뭘 할 수 있을까. 그러다 '내가 한 사람 한 사람을 만나자' 라는 생각이 들었어요. 그때 마침 상담을 복수 전공하고 있을 때였거든요. 그래서 결심을 하고, 상담 쪽으로 매진하게 된 거죠.

전환이 드라마틱한데요. 방송 쪽이 사실 워낙 매력적인 직업이잖아요.

사실 방송 쪽을 포기하기로 했을 때 코바코 장학생으로 해서 광고 쪽에 진출할 좋은 기회들이 있었어요. 제가 사실 공모전에서 입상을 굉장히 많이 했거든요. 거의 40번 넘게. 처음엔 전공 중에 광고 수업을 듣게 됐는데, 교수님이 공모전에 입상하면 A+고 못 하면 F라고 하셔서 시작했어요. 아무리 해도 입상이 안 돼서 거의 포기하려는 차에, 학기가 끝나기 직전에 13번 만에 입상이 된 거예요. 그렇게 해 보니까 또 자신감이 불더라고요. 그래서 계속 도전했더니 이번엔 한 10번 만에 한 번, 다음에는 7번 만에, 5번 만에, 그렇게 하다 보니까 어느덧 40번 넘게 입상을 했죠. 그제 한... 2년 정도. 그 당시엔 공모전에 미쳤다고 할 수 있을 정도로 열심히 했어요. 근데 이 이야기를 하면 사람들이 제가 수십 몇 번 입상한 거에 굉장한 의미를 부여해요. 그런데 사실 저는 도전했던 횟수가 훨씬 의미가 있어요. 제가 480번 정도 도전했거든요. 어떤 사람이라도 480번 중에서 10번 이상은 다 입상할 수 있다고 생각해요. 그런 면에서 저는 실력이 뛰어난 사람은 전혀 아니었다고 생각해요. 근데 도전을 많이 했던 사람인 건 분명한 거 같아요.

480번이요? 와, 그렇게 미쳐있다가 한순간에 멈추기가 쉽지 않잖아요.

그 당시는 사실 스펙도 쌓이고, 상금도 많이 받고, 자존감도 높아지고, 그런 것들이 좋았어요. 그런데 나중에 내가 무엇을 쫓고 있나, 하는 생각이 들었죠. 다시 그 삶의 목적으로 가더라고요. 지금 내가 광고를 할 게 아닌데, 하는 생각이 드니까 자연스럽게, 그때부터는 더이상 공모전을 안 하고 상담사 쪽으로 확실하게 턴을 하게 된 거죠.

코바코 KOBACO

한국방송광고진흥공사. 광고판매대행, 방송 광고 균형발전 및 방송광고산업 활성화 등을 위하여 2012년 5월 기존의 한국방송광고공사를 폐지하고 설립된 대한민국 방송통신위원회 소관의 특수법인이다. (위키백과) 광고계 진출을 준비하는 사람들이 가장 손꼽는 광고교육원과 광고도서관 등의 교육기관도 운영하고 있다.

정말 인생의 중심이 명확하신 거 같아요. 많은 사람이 흘러가는 대로 살기도 하잖아요.

저는 삶의 목적에 부합하는 삶을 사는 사람이 행복하다고 생각하거든요. 어떤 위기와 갈등이 있어도 중심이 있으면 흔들리지 않는 것 같아요. 그런 면에서는 저는 '사람들을 변화시키는 일'이 평생 계속 제 중심을 잡아주는 가치라고 생각해요.

처음에 토닥토닥 소개해 주실 때 사람들의 마음밭을 돌본다, 이렇게 말씀을 해 주셨어요. 마음밭이라는 표현이 예쁘기도 하고 독특하기도 한데, 어떤 의미인가요?

밭이라는 게, 땅의 상태가 건강하면 가뭄이 와도 홍수가 와도 작물들이 견딜 수 있는 힘을 준다고 하더라고요. 그런 것처럼, 사람들도 늘 위기와 상처와 힘든 것들이 공존하잖아요. 근데 그 마음밭이 평소 잘 돌봐져 있고 건강하면 충분히 그런 위기를 이겨낼 수 있는데, 그게 건강하지 않은 상태로 제대로 돌봄이 안 돼 있으면 순식간에 무너지는 걸 보게 되더라고요.

마음에 큰 위기가 왔을 때 상담을 받는 것보다는 평상시에 돌보는 게 중요하다는 말씀이네요.

그렇죠. 그래서 저희 토닥토닥이 다른 상담 센터와 다른 특징이, 예방 차원의 상담이 이뤄지고 있다는 거예요. 큰 문제가 있어서 오시는 분들도 있지만 특별한 문제 없이 자기의 마음을 점검하고, 마치 한 달에 한 두 번씩 우리가 외식하고 신체에 보양하는 것처럼, 마음에 보양하러 오시는 분도 많아요. 저도 상담사지만, 한 달에 두 번씩 반드시 상담을 받고 있어요. 왜냐면 제가 심리적으로 건강해야 다른 사람을 상담할 수 있다고 생각하기 때문에.

상담 프로그램이 다양한데, 커플 상담이 눈에 띄네요. 연인, 부부, 부모자식 다 포함된다고 안내되어 있던데, 커플 상담을 하시는 이유가 따로 있나요?

실제로 관계에 대한 문제가 가정을 파괴하고, 사람에게 상처를 안겨 주는 경우가 제일 많아요. 그래서 관계 중심 상담이 필수적이라고 생각했고요. 실제로 상담 오셔서 가장 도움 많이 받는 분야가 커플 상담인 거 같아요. 모든 연인, 또 가족이 그렇듯이 항상 문제가 발생하곤 하는데, 가장 좋은 것은 문제가 발생하기 전에 서로 알고 이해하는 거겠죠. 저희가 신혼부부를 위한 프로그램도 있어요. 대구의 워딩회사들과 제휴를 맺어서, 신혼부부들이 결혼 전에 상담을 받을 수 있고, 그를 통해서 서로 이해하고 결혼할 수 있게끔. 너무나너무 좋아하시죠. 아 진짜 모르고 결혼했으면 큰일 날 뻔했다, 이러시면서. 무엇보다도 강조하는 게, 치료보다 예방이 확실하거든요.

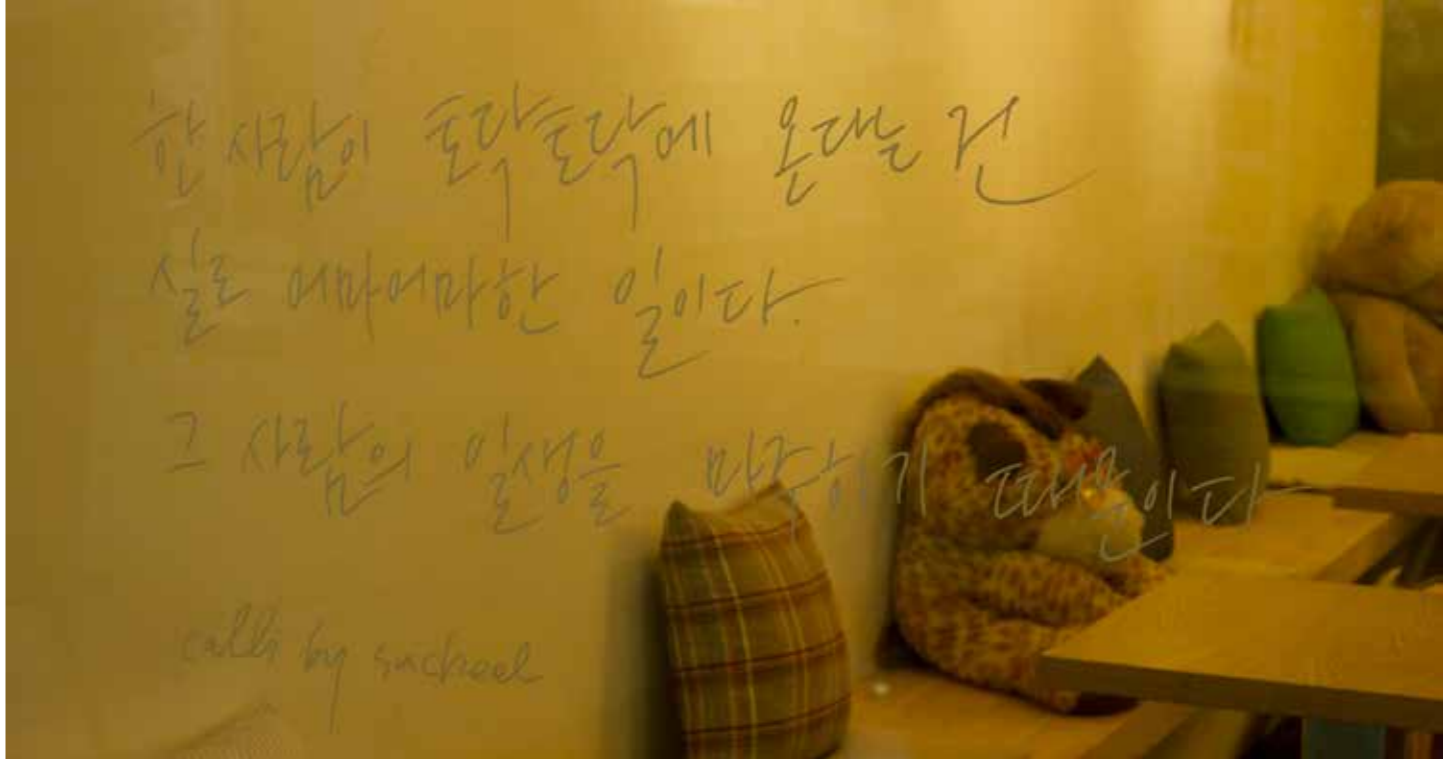
청소년 상담 프로그램이나 멘토링도 많이 진행하고 계시죠.

예. 제가 대구를 정말 사랑하는데, 대구 사람들은 표정들이 다 보면 별로 안 밝으세요. 다른 지역이 보면 사람들이 여유도 있고 표정도 밝으시거든요. 그래서 그게 좀 안타깝고, 특히 청소년들이 너무 안타깝죠. 그래서 청소년들을 대상으로 활동을 많이 하게 돼요. 지역 청소년들을 위한 외부



두드림 멘토스쿨

‘공부해서 남 주자’라는 생각으로, 이영희 대표가 자신의 공모전, 인턴 경험들을 학생들에게 전해주기 위해 기획한 프로그램. 기회가 풍부한 서울 대학생들에 비해 지방대생들은 모의 면접 한 번 받기도 쉽지 않다. 이런 지역간의 불균형을 해소하기 위해서 갖고 있는 재능을 최대한 나누고자 진행하고 있다. 성과를 인정받아 2011년도 고용노동부 취업지원관련 멘토링 우수사례에 선정되었다. 두드림 멘토스쿨을 기획한 계기를 묻자 이대표는 이렇게 말했다. “심리상담을 열 번 백 번 해도 취업이 안 돼서 우울증이 있는 사람은 방법이 없어요. 취업을 시켜주는 게 제일이더라고요.”



집단 상담 프로그램들도 운영하고 있어요. 사진치료학교라든가, 연극치료학교, 푸드치료 같은 새로운 개념의 집단 상담을 도입한 건데, 아주 큰 호응을 얻고 있어요. 그리고 저희 활동을 보시고 칠곡교육청에서 연락을 주셔서 칠곡교육청 협약 상담 기관으로 지정됐어요. 그래서 함께 여러 가지 프로젝트를 진행하고 있기도 하고요. 그런 부분은 참 감사한 일이지요. 그 이후로 상담에 굉장히 공신력이 생겼거든요.

앞으로도 토닥토닥이 성공할 수밖에 없는 이유를 꼽는다면, 어떤 게 있을까요?

일단 기본적으로 불안을 다루는 사업은 지속가능성이 가장 큰 힘이라고 들은 적이 있어요. 병원, 건강의 불안이고, 학원, 학생들 성적의 불안이죠. 상담이라는 영역도 마찬가지라고 생각해요. 저희는 가치에 중심을 두고 시작했지만, 이걸 사업적인 면에서 봤을 때 사람이 살아갈 때 항상 상담이 필요하기 때문에 경제 불황과도 무관하고요, 대기업으로부터도 자유롭다고 생각해요. 대기업이 상담하는 데는 세계 어느 곳에도 없거든요. 그 지속가능성이 저희의 가장 큰 강점이죠. 그리고 노하우를 절대 무시할 수 없다고 생각하는데, 저희가 지금까지 쌓아온 노하우가 많이 있거든요. 상담을 전공한 분들이 저희를 방문하셨을 때 가장 많이 하신 얘기가 이거였어요. 나도 이거 생각했는데, 나도 이런 거 하고 싶었는데. 근데 아직 아무도 하지 않으셨거든요. 그래서 저희가 가지고 있는 추진력과 가치가 저희의 가장 큰 성장 동력이라고 생각해요. 앞으로 저희에게 투자하신다면, 이 부분에서 큰 보람을 얻으실 거라고 생각하고요.

앞으로 활동하시면서 이것만큼은 꼭 지키고 싶은 게 있으신지.

저는 평생 상담을 하는 상담사가 되고 싶어요. 저는 초등학교, 중학교, 고등학교, 방과후 학교를 다 나가고 있어요. 대학교도 강의를 나가고 있고요. 그렇게 하는 이유는, 계속 현장에서 학생들과 부

매일매일 한 사람의 일생을 마주하며

“누군가가 토닥토닥에 온다는 게 실로 어마어마한 일이다. 한 사람의 일생을 마주하기 때문이다.” 토닥토닥의 한 벽면에 적힌 문장이다. 어느 시의 한 구절을 인용한 것인데, 구성원 모두가 마음에 새기고 있다. 내담자 중에는 실제로 자살을 시도하고 오는 사람들도 많기 때문에, 한 사람을 죽이고 살릴 수 있는 일이라고 생각해 하루하루 굉장히 행복하지만 떨리고 두려운 마음으로 임하고 있다. 그래서 매일매일이 치열하고, 기적의 연속이라고. 이런 일을 육성사업을 통해서 시작할 수 있어 감사하다. 그동안의 기본적인 컨설팅이나 안정적인 지원이 없었더라면 지금의 성과는 사실 쉽지 않았을 것이기에.



뒹치고, 마주하고, 호흡하는 게 아이들을 알고 이해할 수 있는 최선이라고 생각하거든요. 학자로서 연구하고 가르치는 것도 물론 중요하지만, 저는 상담사의 본연은 내담자를 마주하는 거라고 생각해요. 그래서 아무리 바빠져도 상담을 가장 우선순위에 두거든요. 항상 상담하는 상담사로 살고 싶다는 게 저의 바람이에요.

끝으로, 3기 분들께 한 마디 전해주세요.

HOW를 고민하는 사람들이 되지 않았으면 좋겠어요. 어떻게 사업을 하고, 어떻게 돈을 벌고, 어떻게 가치를 추구할까를 생각하지 말고, WHY를 고민하셨으면 좋겠어요. 왜 내가 이걸 해야 하나를 고민하면 그다음은 알아서 해결된다고 생각하거든요. 저희가 '어떻게 하면 사람들이 올까'가 아니라 '왜 상담을 안 받으려고 할까'를 고민했던 것처럼, WHY를 고민하고 준비하시면 충분히 성공할 수 있다고 생각해요. 저도 성공하려고 노력하는 과정에 있지만, 항상 '왜'라는 걸 묻고, 그 이유에 대해서 합당한 가치를 도출할 수 있으면 저는 어떤 사업, 어떤 일든 의미를 찾을 수 있다고 생각해요.

나는 전신거울이다

"제가 생각하는 상담은 그 사람을 전신 거울에 비춰주는 거라고 생각해요. 자기의 전체를 보고, 평소 안 보려고 외면했던 부분을 격려해주면서 보게 하는 거죠. 문제를 직시하는 것도 중요하지만 진짜 자기를 다 보게 될 때 자기 안의 새로운 가능성을 발견 하는 것 같아요. 나도 참 관찮은 사람이었네, 나도 이런 면이 있었구나. 이런 장점을 보면서, 문제에 집중하다보면 가능성을 놓치는 경우가 많거든요. 그래서 저는 저를 '한 사람이 자신을 마주 볼 수 있는 거울이다' 라고 표현하고 싶어요."

가장 뿌듯했던 순간

역시 내담자들이 변하는 모습을 볼 때 가장 뿌듯하다. 기억에 남는 내담자로, 자살을 시도해서 죽음의 문턱까지 갔다 왔지만 지금은 삶에 대한 희망을 갖고 스스로가 도움을 주는 삶을 살고자 변화를 꾀하고 계신 분이 있다. 또 중학교 때 왕따를 심하게 당해서 사회 생활을 못 할 상황이었던 친구가 1년이 넘게 상담을 받은 후 학교에 다시 나가고, 수학여행장기자랑에 혼자 나가서 무대에 섰던 경우도 있었다. "선생님 저 이제는 상담을 안 해도 잘 살아갈 수 있겠죠, 라고 말을 하는데 정말 마음이 좋더라고요. 진짜 감동이었어요."



일반정보 & 연혁

상호 토닥토닥협동조합

주소 대구광역시 중구 봉산동 메트로프라자F-123/124호

전화 053-255-1402

메일 dunce202@hanmail.net

홈페이지 cafe.naver.com/todac

기타 facebook.com/todactodac.coop

- 2012.05 2012년 사회적기업가 육성사업 선정
- 2012.07 토닥토닥 협동조합 반월당점(1호점) 오픈
- 2012.08 토닥토닥 칠곡교육지원청 지정 협력 상담기관 선정
- 2012.08 경일대학교 심리학과 실습기관 선정
- 2012.09 한동대학교 상담심리학부 실습기관 선정
- 2012.09 토닥토닥 영남대점(2호점) 오픈
- 2013.03 현대차 정몽구 재단 제2기 H-온드림 펠로우 선정
- 2013.05 토닥토닥 협동조합 법인등록 완료
- 2013.07 제1회 협동조합주간행사 박람회 대구 대표 협동조합으로 참여
- 2013.07 KDB 대우증권 청년 사회적기업 성장프로젝트 최종 사업단 선정
- 2013.10 대구시 지정 예비 사회적기업

숫자로 보는 토닥토닥



CHAPTER_2 [제조]

두손컴퍼니

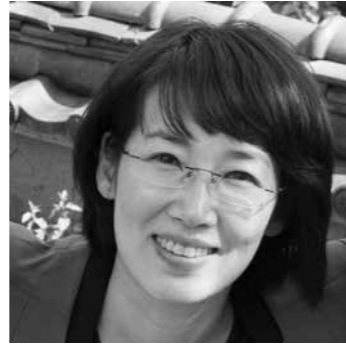
리턴하우스

바이맘

컨디션PRO

파머스페이스

희움더클래식



: 상품에 자신의 신념과
가치를 부여하여
더 나은 세상을 창조하는
여섯명의 사회적기업가

이 것은
제품이
아닌
사람에
대한
믿음이다

두손컴퍼니

두손컴퍼니는 재생 재료를 사용하고 분리 수거가 쉬운 재생재료 종이 옷걸이를 제작하여 저소득층의 지속가능한 일거리를 창출하고, 재활용이 힘든 기존 철제 옷걸이를 대체하여 환경 문제 해결에 이바지한다. 다양한 디자인 제품을 개발하여 꾸준히 일거리를 제공하는 것이 차기 목표이며, 사회 각 계각층 구성원들의 전문 분야를 융합한 형태로 제품을 다변화하고 비즈니스 모델도 끊임없이 확장해 나가고자 한다.



다른 사람들에게 희망이 되는 일을 하고 싶어요.
모호한 희망이 아니라, 진짜 현실적인 희망이요.

두손컴퍼니

박찬재 대표

안녕하세요, 대표님과 두손컴퍼니에 대해 간략히 소개 부탁드립니다.

두손컴퍼니 대표 박찬재이고요, 올해 27살이고, 창업한 지는 한 1년 정도 됐어요. 저희는 일단 옷걸이 만드는 회사고요, 기본적으로 홈리스 분들의 일거리를 창출하는, 일자리가 아닌 일거리를 창출하는 일들을 하고 있습니다.

일자리가 아니라 일거리를 창출한다는 게 어떤 뜻이죠?

처음에 시작할 때는 좀 건방지게, 일자리라는 표현을 썼는데요, 저희가 아직 홈리스분들을 정규 고용하고 있는 형태는 아니고, 일거리가 있을 때 시설을 통해서 그때 그때 갖다 드리는 형식이거든요. 그래서 일자리보다는 일거리라고 표현하고 있어요.

그러면 옷걸이를 계속 생산하시는 게 아닌가요?

음, 이게 광고 모델이에요. 그래서 광고 수주를 받으면 생산을 하고 있어요. 그리고 그 밖에 옷걸이로 미술 심리 치료 교육 같은 프로젝트도 진행하고 있고, 헌 옷 기부 캠페인이나 자체 캠페인 같은 프로젝트도 하고 있어요.

다양한 홈리스 재활 모델이 있겠지만, 옷걸이는 흔히 떠올릴 수 있는 아이템은 아닌 것 같아요.

흔히들, 옷걸이 사업이 먼저 있고 홈리스분들을 참여시킨 게 아니냐고 많이 물어보시거든요. 근데 그게 아니라, 홈리스분들 일거리를 어떻게 창출할까에 대해 한 1년 정도 연구를 했어요. 그래서 세 가지 정도를 고려했다가 아이디어 단계에서 실패하고, 제대로 시작을 한 게 이 옷걸이 사업이에요. 일단 쉽게 참여하실 수 있고, 여기에 광고를 입히게 되면 부가가치 때문에 수익 창출이 가능해서 선택하게 됐죠.

시도하셨던 다른 세 아이템도 궁금한데요.

처음에는 서울역사안에 헌책방을 만들어 보려고 했어요. 거기 유동 인구가 하루에만 한 10만 명 정도가 돼요. 그러면 다니면서 사지 않을까, 생각해서 서울역장도 찾아가고 했죠. 그런데 승인이 안 나



두손컴퍼니

두손컴퍼니는 옷걸이를 통한 광고 플랫폼 사업이라는 새로운 시도를 통해 기존에 없었던 홈리스들의 일거리를 창출하고, 그 과정에서 다양한 교육 프로그램을 병행하여 궁극적으로 홈리스들이 조금이나마 사회 재진출에 도움을 얻을 수 있도록 하는 것을 목표로 하고 있다.



서 실패했어요. 두 번째는 폐휴대폰에서 금속 물질을 채취하는 사업을 한번 해 보려고 했어요. 그게 도시 광산이라는 사업인데, 그런 분리수거 사업 자체가 정부의 허가를 받아야 되는 사업이더라고요. 그래서 법적인 문제 때문에 안 됐고. 가구 업사이클도 고려해 봤어요. 그 경우는 기본적으로 고숙련의 기술이 필요하다 보니까 홀리스분들이 누구냐 참여하실 수 있는 모델이 아니더라고요. 그래서 세 개 다 사업화는 못했죠.

홀리스 일거리 연구를 많이 하신 거 같아요. 전부 혼자 고민하신 건가요?

인액터스라는 경영 학회가 있는데 거기서 한 선배가 좋은 아이디어를 내 주면서 시작됐죠. 처음에는 '두손'이라는 프로젝트로 론칭을 해서 '일거리를 만들자'는 소셜 미션으로 뭉쳐서 시작했어요. 그렇게 한 1년 정도 진행하다가, 가능성을 보고 창업을 결심하고, 지금까지도 1년을 했죠.

아직 대학생이신데, 주변 사람들보다 일찍 사회에 눈 뜨게 된 계기가 있나요?

원래는 제 꿈이, 나이가 들면 사회에 도서관을 기증하는 거였어요. 근데 꿈이 생각해 보니까, 지금 할 수 있는 좋은 일을 그때까지 유보하는 거라는 생각이 들더라고요. 그리고 인액터스 활동을 하면서, 내가 지금 아무것도 없어도 이런 것들을 당장 할 수가 있구나, 라는 걸 발견하고 좀 희열을 느꼈던 거 같아요.

홀리스 문제에는 어떻게 관심 두게 되셨나요?

살면서 한 번씩 눈에 꽂히는 순간이 있었어요. 저는 그때였던 거 같아요. 어느 날 밤에 서울역을 지나가는 데, 광장에 한 백 분 정도 한 줄로 주무시고 계시는데 용역 업체 사람들이 쫓아내는 장면을 봤어요. 그걸 직접 보니까 저분들이 어떤 분들인지 궁금해지는 거예요. 그래서 다음날 바로 막걸리

한 가지 더 선물받고

태어난 게 있다면

"저는 인복이 많은 거 같아요. 저는 엄청 스마트하거나, 집안이 좋거나 이런 스타일이 아니기 때문에, 주변 사람들이 항상 많이 필요해요. 지금까지 정말 좋은 사람들, 도와주려는 사람들, 똑똑한 사람들을 많이 만나서, 살아가는 중이에요. 제가 관상을 좋아하거든요. 근데 제가 여기 콧방울이 넓잖아요. 이게 사람 붙는 운이라고... (웃음)"

두 병을 사 들고 밤에 찾아갔어요. 일주일 정도를 그렇게 가서 얘기해 봤는데, 사실 그전에는 노숙인들은 다들 게으를 거라고 생각했거든요. 근데 제가 놀랐던 장면이, 한 분이 동료들에게 오전 원자리를 자랑하면서 오시는 거예요. 하루 종일 폐지 수거를 해서 오전 원을 벌었다고. 그게 너무 인상 깊었어요. 다 게으를 거라고 생각했는데, 이게 편견이라는 거를 알게 되니까. 실제 통계가 있는데, 70%의 홀리스분들이 자활에 대한 의지가 있다고 해요. 실제로 구직 활동을 해서 이미 직업을 갖고 계신 분들도 있어요. 단지 집이 없으신 거죠. 자활하려는 의지가 있는 분들이 많지만, 기회가 아직 없는 거예요. 그걸 보고 이분들을 위해서 내가 할 수 있는 게 뭐가 있을까, 해서 시작을 한 거죠.

대표님 학교 다닐 때 어떠셨나요?

사실 특별히 다이내믹한 스토리는 없었던 거 같아요. (웃음) 근데 기본적으로 모험심은 아주 강했어요. 남들이 안 하고 이런 거 많이 좋아하거든요. 그리고 대학에 들어오자마자 알바를 닥치는 대로 했어요. 냉면집 알바도 하고, 농구장 마파라고 있거든요. 휴식 타임에 나가서 경기장 바닥 닦는 그런 것도 했고, 백화점 카드 영업, 다람쥐 훈련. 백화점 카드 영업은 스물한 살 때 했는데, 진짜 너무 힘들었어요. 아 영업이 이렇게 힘든 거구나, 세상의 무서움을 알게 됐죠. 과학관에서 아이들 가르치는 것도 해 봤고, 전화 영업도 했고, 다양하게 했던 거 같아요.

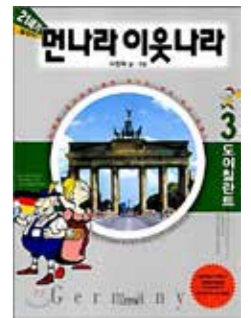
도래보다 경험의 스펙트럼이 정말 넓으신데, 그 안에서 많은 사람을 만나면서 뭔가 느낀 점이 있을 것 같아요.

종종 느끼는 건데, 저희가 가치라고 생각하는 것을 있잖아요, 행복일 수도 있고, 재산일 수도 있고, 그리고 걱정거리도요. 그런 것들은 다 상대적인 것 같아요. 홀리스분들을 만나도, 기업 담당자를 만나도, 돈이 0자가 하나 더 있고 없고의 차이, 걱정거리는 다 비슷비슷한 거 같더라고요. 자식 걱정, 건강 걱정, 이런 건 다들 있잖아요. 그리고 진짜 신기한 게, 사업하면서 정말 많은 분을 만나서 조언을 듣는데, 홀리스분들을 만나서 얘기를 들어도 다 똑같은 조언을 해주세요. 사람이 더 많이 배우고, 더 많이 가지면 더 훌륭할 것이다, 더 뛰어날 것이다 생각하지만, 그것도 편견이더라고요.

내 안의 편견과 계속 마주하셨네요. 일 년간 두손컴퍼니 하시면서 이거 하길 정말 잘했다, 느꼈던 순간 있으세요?

처음에 준비를 길게 했잖아요. 그리고 나서 옷걸이 사업을 선택하고, 금형을 뜨고, 첫 작업 했던 날이 있어요. 제가 머릿속에서만 상상했던 게 진짜 현실에서, 그분들이 제가 만든 걸로 일을 하고 계신 거예요. 그 장면을 보는데, 너무 짜릿했어요. 진짜... 뭐 미성년자 아니시니까, 오르기즘을 느꼈어요, 진짜. 너무 짜릿했고, 내가 정말 이 길로 가야겠다는, 확신을 하게 됐죠.

상상이 현실로, 그게 바로 사업의 매력이군요.



계산보다 행동

"제가 독어독문학과인데, 왜 독어독문학과를 선택했는지 말씀드리면 저에 대해 감이 오실 것 같아요. 제가 되게 행동파예요. 독문과 오게 된 것도, 어릴 때 집에 <먼나라 이웃나라> 있잖아요. 그게 도이칠란트 편밖에 없었어요. 엄마가 만화책을 다 못 보게 하셔서 만화를 그것만 본 거예요. 맨날, 몇 번에 걸쳐서. 그러다 보니 줄곧 나는 뭔가 독일에 관련된 일을 하지 않을까? 생각해서 과 선택할 때도 그냥 그렇게 한 거거든요."

사업이라는 게, 제가 생각한 대로 만들어지잖아요, 그게 정말 재밌어요. 조직 안에 있거나 하면 굉장히 힘든 일인데, 원갈 만들고 싶다, 해서 사람들을 만나고, 의견을 구하고, 생산하고, 결국에는 하나 하나 제가 상상했던 것들이 이루어지잖아요. 그럼 진짜 재미있는 거 같아요. 예술이랑 비슷해요. 진짜 창조적인 일이라구요, 아주 많은 상상력이 필요하고, 구체적으로 상상할 수 있는 능력만 갖춰지면 사업가 기질이 있다고 볼 수 있는 거 같아요.

구체적으로 상상하더라도, 실제 행동으로 옮길 때 겁이 나기도 하고, 상황이나 환경도 많이 신경 쓰이잖아요. 그런 건 어떻게 돌파하세요?

저는 기본적으로 성향이, 행동 철학도 그렇고, '행동하는 사람이 무조건 이긴다' 예요. 보면, 모든 걸 다 계산하고, 모든 게 완벽하게 세팅이 됐을 때 시작하는 사람들이 있어요. 근데 저는 달리면서 생각을 하거든요. 그게 정말 중요한 거 같아요. 그런 게 있더라고요, 아무리 좋은 생각이 떠올라도 72시간 이내에 실행을 안 하면 할 확률이 0.1% 미만이라고. 정말 좋다고 생각해서 나중에 할 것 같은데, 안 한대요. 저 같은 경우는 바로바로 하는 스타일이예요.

주변에서 된다, 안 된다, 맞다, 틀리다, 이야기가 많지 않나요?

저는 그건... 신경 잘 안 써요. 물론 스트레스는 받죠. 왜냐하면, 사업이라는 게 상대방을 논리적으로 설득해야만 가능한 거거든요. 내부인들을 설득해야 팀을 운영하고, 그다음에 외부인들을 설득해야 하는 거니까, 합리적인 논리는 있어야죠. 준비하면서 여러 가지 구상하는 동안 진짜 비판도 많이 받고 그랬지만, 근데 좀 덜 생각하면 되는 거 같아요. 안 될 것 같은 것도 막상 하면 되는 게 굉장히 많더라고요. 제가 계산적이고, 나중에 집을 몇 년 안에 사야 하고, 이런 생각을 했다면 이 길을 안 왔을 수도 있었겠죠. 제가 진짜 가치가 있다고 생각을 하고, 이 일에 대해서 믿기 때문에 행동으로 옮긴 거지, 만약에 계산을 했다면 못 왔을 것 같아요. 더 큰 게 뒤에 있다고 믿는 거죠.

더 큰 가치요? 어떤 가치가 있다고 믿으시나요?

다른 사람들에게 희망을 주는 일을 하고 싶거든요. 지금까지는 미약하지만, 그게 앞으로 제가 만들어 나갈 가치죠. 우선 첫 번째는, 이런 길을 쉽게 못 오잖아요, 큰 돈 벌기가 힘든 일이기 때문에. 근데 만약에 이 길에서 성공했다 하면 후배들에게 희망이 될 수 있을 거 같고요. 두 번째는 저희 일의 목적 자체가 저소득층 분들의 자활이예요. 만약 거기까지 가게 된다면, 그 대상자들에게 희망을 드릴 수 있겠죠.

고비가 왔을 때 넘어져서 멈추지 않으려면 그렇게 툭툭 털고 다시 올라오는 힘이 필요한 것 같아요. 대표님은 마지막까지 포기할 수 없는 것이 있으신가요?

세 개 있어요. 셋 다 포기 못 하는 가치예요. 첫 번째가 희망. 꼭 홈리스 아니더라도 사람의 희망이 되

다이소에 가면

마음 찡해지는 남자

사업 초기에는 원가를 낮추기 위해 플라스틱 공장에 가서 5원이라도 깎으려고 애썼다고 한다. 처음에는 홈리스 분들만 생각해서 이익을 많이 내려고 했는데, 시간이 지나며 전 공정에 참여하는 모든 사람이 한 명 한 명 다 중요하다라는 생각을 하게 되었다고. 그래서 요새는 다른 관계자들과도 관계를 잘 가져가려고 노력하고 있다. "예전엔 몰랐어요. 요새 다이소 같은데 가면 별의 별게 다 있잖아요. 보면 막 애착이 들어요. 마음이 찡해져요. 이거만 들고 운송하고 포장하고 팔기까지 얼마나 많은 사람들이 일했을까. 다 사람이 하는 일이니깐요. 제조업을 하니까 이런 관점이 생기더라고요. (웃음)"

박찬재 대표가 꼽은

두손컴퍼니의 세가지

성공 포인트

- ① 종이옷걸이로 홈리스 자활 사업을 하는 세계 유일의 기업
- ② 사회적 미션과 이루고자 하는 가치가 명확하다.
- ③ 도전 정신이 투철하고 두려움이 없다.



는 거요. 구체적으로 하면, 저소득층 분들의 자활에 솔루션을 만드는 거, 이게 제가 시작한 일이고, 두 번째가 돈이죠. 돈 중요하게 생각해요. 첫 번째 가치랑 좀 상충할 수도 있는데, 당연히 첫 번째가 먼저겠죠. 하지만 돈이 없으면 누군가를 돕는다는 건 자본주의 사회에서 말이 안 된다고 생각해요. 두 손을 기업 형태로 운영하고 있는 이유도 그거거든요. 현실적인 힘이 있어야 하기 때문에 돈도 중요하게 생각해요. 그리고 세 번째가 가족, 이건 개인적인 가치예요. 저는 가난을 없애는 건 불가능하다고 생각해요. 가난이라는 개념 자체가 상대적인 거잖아요. 백만장자도 억만장자 앞에서는 가난할 수 있는 거니까. 하지만 가난한 사람들이 희망이 없는 거, 사회가 그런 식으로 가난한 사람들을 방치하는 건 진짜 문제라고 생각해요. 대신 모호한 희망이 아니라 좀 현실적인 희망이어야죠. 사회에서 그냥 잘 된다, 잘 될 거야, 조장하는 희망들도 있잖아요. 일방적인 그런 희망이 아니라 현실적인 희망, 진짜 일어날 수 있다는 희망을 가질 수 있어야 한다고 생각해요. 그런 것들을 사실 국가에서 다 하기는 좀 무리고, 4섹터에서 할 수 있지 않을까요. 그게 바로 저의 미션이예요. 종이옷걸이는 제 첫 번째 사업이고, 중요하지 않아요. 이건 다음 단계로 넘어가기 위한 하나의 조약돌이고, 앞으로는 교육, 기술, 제조품, 서비스, 다양하게 사업을 계속 펼쳐보고 싶어요.

두손컴퍼니의 다양한 옷걸이 광고

- ① 두손컴퍼니
- ② 링크사업단 (연두)
- ③ 링크사업단 (하늘)
- ④ 링크사업단 (하양)
- ⑤ 삼성생명 웰스 지점
- ⑥ 에뛰드 하우스
- ⑦ 위제너레이션 캠페인
- ⑧ LG생활건강
- ⑨ 성균관대 SIFE

일반정보 & 연혁

상호 (주)두손컴퍼니

주소 서울특별시 성동구 성수동 2가 277-40 104호

전화 070-7622-9899

메일 cjaepark@dohands.com

홈페이지 dohands.com

기타 -

- 2011.08 Do손 론칭
- 2011.11 홈리스 문화축제 참여 / NCCK파트너십 체결
- 2011.12 친환경 광고 플랫폼 사업화
- 2012.01 노숙인 쉼터 '소중한 사람들' 파트너십 체결
- 2012.04 사회적기업진흥원 지원 확정 / KT&G상상드림 공모전 당선
- 2012.06 삼성생명 지점 광고 수주 및 배포
- 2012.07 SK행복나눔재단 Social Entrepreneurship Award 수상
- 2012.09 위제너레이션 1차 소셜펀딩 진행
- 2012.10 성균관대학교 링크사업단 광고 수주 및 배포
- 2012.11 LG생활건강 한입세제 광고 수주 및 배포
- 2013.02 에뛰드하우스 광고 수주 및 배포 / Do손 헌옷수거캠페인 완료
- 2013.03 KBS1 아름다운사람들, '희망옷걸이' 방영

숫자로 보는 두손컴퍼니



2012년 기준 전국 노숙인 수
1 13,262명

서울 시내
배포 게스트 하우스(납품처)
2 140개

총 언론 노출 횟수
3 15회

친환경 종이 옷걸이 호감도
4 81%

종이옷걸이 1개가 견디는 하중
5 7.5kg

옷걸이 신상품 제작에 참여한 인원
6 60명

리턴하우스

벽화, 공공미술에 대한 고민이 일상적인 물건 재사용에 대한 관심이 되고, 어르신들의 복지가 있는 고물상으로 확장되기까지. 이제 출발선상에서 한 발 내딛은 리턴하우스에서는 환경과 복지에 초점을 맞춘, 다양하고 호기심어린 시도들이 끊임없이 진행되고 있다.



단순한 자원의 순환을 넘어 복지가 있는 순환 고물상을 꿈꿉니다.

리턴하우스 주식회사

황글월 대표

리턴하우스는 어떤 일을 하나요?

저희는 기본적으로 리폼 제품을 제작하는 회사예요. 리폼을 통해서 가구나 미닫이문 여닫이문 같은 것들을 재활용합니다. 광주 동구 쪽에 보면 주인은 있는데 버려진 집들이 많이 있어요. 그런 곳에서 낡은 문짝 등을 주워다가, 색깔 칠하고 입혀서 다시 문으로 재활용할 수 있게 만드는 식이에요.

그럼 리폼을 해서 되파나요?

되파는 것도 있고 기부하는 것도 있어요. 광주에 재능기부센터가 있어요. 센터에 가면 온갖 사람들이 기부를 하거든요. 거기랑 협약을 해서 저희가 할 수 있는 리폼, 아니면 벽화를 그려준다든가 미술 치료, 미술수업을 진행해요. 그 외에 먹고 살기 위해 발주도 많이 받고요(웃음).

다양한 일들을 하시네요.

저는 사실 지금 대학생이에요. 제가 지난 2009년, 대학교 1학년 때부터 벽화나 공공미술 일을 시작했어요. 방과 후나 주말에 벽화 작업을 하고요. 마을만들기나 공공미술에 관심을 갖고 일하다 보니, 벽화를 그리고 설치하고 이런 걸로는 좀 부족하다는 생각이 들었어요. 근본적인 문제 해결을 위해 선 대형쓰레기 문제가 해결되어야 한다고 생각해서 작년에 사회적기업가 육성사업에 지원하게 되었죠.

그럼 주로 하시는 건 기존에 하셨던 벽화인가요?

네, 벽화를 주로 많이 하고요. '골목 컬러 프로젝트'라는 걸 맡아서 했거든요. 원래는 어두웠던 골목에 색깔을 입혀줌으로써 공간 리폼 같은 걸 하는 거예요.

왜 공공미술에 관심을 가지신 거예요?

제가 미술을 전공합니다. 그러면 아르바이트로 할 수 있는 게 공공미술밖에 없거든요. 사실 대부분 일회성에 그치는데 저는 좀 더 관심이 가더라고요. 왜냐면 공공미술의 특성 자체가요, 그리는 나 혼자 행복한 일이 아니고 모두가 예술가의 마음으로 행복하게 작업을 하거든요. 어떻게 보면 봉사죠.



리턴하우스

리턴하우스는 리폼을 통해 공유의 다른 방법을 제시하는 광주의 예비사회적기업이다. 버려질 수 있는 생활용품의 처리비용을 줄이는 한편, 새롭게 태어나는 상품에 가치를 부여한다. 최근에는 단순 리폼을 넘어 뿐만 아니라 노인을 위한 복지가 있는 순환복지 고물상을 계획 중에 있다.



그래서 처음 관심을 가졌고요. 환경미화를 넘어서 대형쓰레기 문제를 해결할 수 있고 나의 전공을 좀 더 살릴 수 있는 게 리폼. 자원 재활용하는 것이라는 생각을 해서 리턴하우스까지 오게 되었어요.

벽화 작업은 지역사회, 그리고 시나 구 등 공공기관과도 커뮤니케이션을 할 텐데요. 어떤 과정을 거쳐 치시나요?

저희가 원래 여기(동구) 있던 건 아니에요. 다른 동네에 있었어요. 그곳 동사무소에선 더 유기적인 관계를 유지했죠. 종종 인사도 가고요. 그러다가 사무실을 옮기고 나서 여기 골목에도 벽화작업을 하면 좋겠다 싶으면 사업계획서를 제출해요. 요즘 광주는 마을 가꾸기에 관심이 많아서 허락해 주시는 편이거든요. 재료비 살짝 지원해주시고요. 인건비는 거의 안 받고 진행해요. 이런 경우는 거의 수익으로 볼 순 없죠.

수익사업으로 하긴 어렵겠네요. 수익사업은 리폼 관련한 부분인가요?

네, 리폼도 있고, 기념품이나 스카프 같은 것을 납품해요. 이걸 이주여성분들을 고용해서 같이 제작해요. 수익사업은 책자를 만든다고 발주가 들어오면 그거 디자인을 맡아서 그쪽으로 수익을 내고 있어요. 간간히 시각디자인 쪽으로 CI, BI도 만들고요. 기념품 제작을 많이 하죠. 부채 같은 것도 캘리그래피해서 납품하면 1,000개 2,000개씩 하거든요. 그런 부분에서 수익이 맞춰지니 사업을 지속할 수 있죠.

결혼이주여성과 함께

리턴하우스는 결혼이주여성을 직원으로 고용하여 함께 일하고 있다. 중국에서 13년 전에 시집을 온, 딸 둘을 키우는 주부다. 한국에 온 후 첫 직장이 리턴하우스인 그녀는, 첫 월급에도 많이 기뻐하시고 작은 일에도 항상 재밌어하신다고. 캘리그래피 등 재주가 많아서 제품생산에 크게 기여하신다고 한다.

교육사업은 어떻게 진행되는지 궁금해요.

임동이라는 곳에서 했어요. 임동이 생활환경이 아주 좋은 편은 아니거든요. 주5일이 수업 시행되면서 방치되는 아이들을 모아서 교육하는 거예요. 지역아동센터나 학교에서요. 옷걸이 만들기 같은 실습도 하고, 미술 수업같이 해요. 이때 쓰는 재료는 광주 창업팀 중에서 가구일 하시는 창업팀에서 얻어오고요. 친환경 목재 가구를 가지고 하셔서 안 쓰는 자투리를 저희가 활용하죠.

하시는 게 워낙 다양해서, 대표님의 동기가 좀 더 궁금해지네요.

제가 처음에는 이런 부분에 전혀 관심이 없었어요. 미대 다니다 보면 수학교 경영도 전혀 모르잖아요. 근데 공공미술을 하던 시절에, 제가 밤늦게까지 작업을 했어요. 셔터 내린 후에도 계속 작업을 하니까요. 어느 날 새벽 두세시 정도에 집에 가는데, 그 시각에 폐지를 줍는 할아버지를 봤어요. 할아버지가 뒤에 할머니를 태우고 가시는데, 그 할아버지가 할머니한테 어머니라고 부르시는 거예요. 그걸 보고 제가 너무 가슴이 아파서 우유를 한두 개 사서 갔는데 그 할아버지가 저한테 인사를 90도로 계속 하시면서, 자기가 못 받았던 복 받으라고 그렇게 하신 일이 한 번 있었어요. 그다음부터 저는 그게 자꾸 생각이 나더라고, 그래서 그분들과 더 관련이 있는 일을 해보고 싶다는 생각을 했습니다.

폐지 주우시는 어르신들에 대한 부분을 해결하고 싶다?

H-온드림 오디션에 나갈 때는 고물상으로 나갔어요. 왜냐하면 그건 정확하게 지원이 더 있어야 가능한 일이거든요. 제가 사업을 조금 더 확대해 나가면서는 이런 쪽으로 나가려고 해요. 복지가 있는 고물상을 하는 거요. 원래 이걸로 시작했었고, 앞으로도 나가려고 하는 것도 순환복지 고물상이예요.

순환복지 고물상에 대해 더 설명해주신다면요?

이 이야기를 하기 위해 아까 했던 이야기를 마저 하죠. 그 할아버지께 달걀이랑 우유, 소시지 이런 걸 3만 원어치쯤 더 사드렸어요. 그랬더니 할아버지가 자기가 일주일 동안 벌어도 못 버는 돈인데 이렇게 써도 되느냐고 말씀하시는 거예요. 그래서 제가 생각을 한 게, 고물 주우시는 할머니 할아버지는 매일 쉬지도 못하시면서 위험한 데서 일을 하시잖아요. 그런데 어차피 아파트 재활용은 고물상들이 정해져 있거든요. 저희가 아파트를 하나 정해서 몇 동 몇 호는 이 할아버지가 전담하는 거예요. 할아버지는 종일 주워봐야 2,3천 원인데 그 집에서 일주일 동안 모은 것을 할아버지가 담당해서 가지고 오시면 저희가 금전적인 거나 물질적으로 교환해드리고 저희는 이걸 모아서 한꺼번에 파는 거죠. 그러면 하루는 할아버지 할머니들이 쉬실 수 있는 날이 되고요. 그런 복지가 있는 고물상을 하고 싶어요. 고물상에 들어오는 물건중에 팔 수 없는 물건들도 있어요. 그럼 그건 리폼 프로그램에 나가는 거죠. 기존 리턴하우스에 할아버지 할머니에 대한 복지만 더해진 거라고 보면 돼요.



H-온드림 오디션

현대차그룹과 현대정몽구재단이 주관하는 소셜벤처 경연대회 중 하나. 1년간 사회적기업 육성사업에 참가한 사회적기업에 참가 자격이 주어진다. 아쉽게도 본선까지만 진출했던 리턴하우스는 이후 사업계획을 탄탄하게 하기 위한 자금을 많이 받았다고.

기존 고물상 쪽과도 이야기해 보셨나요?

고물상이 엄청 부자들이세요. 이 주변 고물상에 가봤는데, 한 분기 이익이 4억 정도 된다고 하더라 고요. 시내에서 하는 건 1인 기업이라 생각하시면 되고, 도시 밖에서 하는 건 중소기업, 서울에서 하는 건 대기업이라 생각하시면 돼요. 서울에서 한꺼번에 싹 걷어가는 시스템이에요. 돈이 너무 도는 사업이고 고물상 체계가 점점 큰 규모로 갈수록 남기니까, 막상 할아버지 할머니가 받는 비용은 적은 거예요. 그래서 저희가 한꺼번에 모아서 넘길 수 있도록 하는 걸, 유통과정을 줄일 수 있는 걸 추구하는 거예요. 노인들이 가져오면 가격 후려치지 말고 보상을 잘 해드려야죠. 제가 만난 고물상 관계자 분은 제가 여자인데다 어린 것이 이런 일들을 하기에 유리할수도, 불리할수도 있다고 하시더라고요.

다른 구성원들은 언제 어떻게 오시게 되었어요?

원래 저랑 같이했던 초등학교 때 친구들이 있었어요. 각각 조정, 토목 전공인 친구들이에요. 한 명은 직원으로 일하고 있어요. 같이 시작을 해서 1년동안은 재밌게 했어요. 근데 법인 내고 사업하겠다 하니 부담스러워하고. 제안했을 때 흔쾌히 받아들여진 않았어요. 그래서 한 명은 일주일에 한두 번 정도 출근하고요. 현재 계산 분들은 자원 사업하면서 채용한 거예요. 디자인 업무 분담해주시는 분, 사무보조 해주시는 분 계세요. 캘리그라피 작업도 도와주시고요.

고용하면서 본격적으로 경영자의 느낌을 받게 되었을 것 같아요.

전혀 몰라서 힘든 부분이 많이 있죠. 돈이 많으면 법인 관련된 것들은 법무사 통하면 되는데 비용 차이가 크게 나서요. 이사회 회의 인증 받고 구청, 등기소도 알아서 다 가거든요. 인건비 사업도 초반에는 포기할까 했는데 아깝기도 하고 필요로 하는 사람도 분명 있을 테니까 포기 안 했죠. 주소도 바뀌었고 정관도 바뀌었는데 아직까진 법무사 도움을 받은 적 없어요. 대표인 제가 항상 어린 편이라 말 전달이 잘 안 되요. 직원들도 저보다 항상 나이가 많으셔서, 의사소통이 좀 어려운 부분이 있죠. 서류 작업이나 사람 만나는 것도 몇 번 보면 잘할 수 있는데 처음에는 좀 어려운 부분이 있어요.

길진 않아도 사업을 하면서 '내가 이런 사업을 하는 데 이런 성격이 참 잘 맞는 것 같다'하는 게 있다면요?

마음이 여린 편이에요. 슬픈 상황을 마음으로 깊이 받아들이기 때문에 악덕 고용주가 되지 않을 자신이 있어요(웃음). 사업을 하다 보니 처음 시작할 때보다는 돈 욕심이 많이 생겼어요. 그래도 다른 사람들보다는 욕심을 덜 부리지 않을까 하는 생각이 있어요. 처음에는 정말 돈 필요 없었거든요. 법인을 세우려고 하는데 자본이 없는 거예요. 그때부터 열심히 돈 벌어야겠구나 생각했죠(웃음). 저희가 없다면 직원들도 문제가 되니까. 중요한 것 같아요, 지금은. 그래도 악덕 고용주가 되지 않을 거예요.

사회적기업가 자매

네 자매 중 장녀인 황금월 대표의 셋째 동생이 육성사업팀으로 선정되어 사회적기업을 하고 있다. 의상학과인 동생은 의류 리폼 사업을 하고 있다고. 나이는 21세. 이 자매들 심상치 않다.



대표님은 사업하면서 가장 보람을 느꼈던 순간이 언제예요?

이럴 때. 우수창업팀 될 때, 보람 느끼죠. 잘하고 있는 건지 불안하기도 한데, 이렇게 좋은 기회로 선정되고 누군가 저희에 대해 조금씩 더 알아가 주고 있을 때 보람을 느껴요. 작년 11월에도 서울에서 청년 사회적기업 페스티벌 했거든요. 그 당시는 아직 창업을 안 했을 때였는데요, 부스를 해서 나갔었어요. 근데 그 이후에 대기업인 모 건설회사에서 1억 5천만 원 규모의 큰 벽화를 문의하는 거예요. 작업 자체가 너무 크고 저희에게 수지가 안 맞아서 진행하지는 못했지만, 그런 기회가 올 수 있는 게 신기하더라고요.

리턴하우스의 궁극적인 비전이나 목표는 뭔가요? 사회적기업을 흔히 없어지기 위해 존재하는 기업이라고들 하잖아요?

일단은 환경적인 부분이 크죠. 그리고 나라에서 할 수 없는 복지 사업을 저희가 맡아서 하는 거요. 차상위계층이라고 해서, 거기 못 들어가는 사람들이 엄청 많은데 주로 노인들이 그렇거든요. 부양받지 못하는데 자식이 있으니 차상위계층에는 못 들어가고, 그런 분들이 계속 폐휴지 주우며 돌아다니셔요. 그런 건 나라에서 제도적으로 챙겨주기가 어렵잖아요. 그 부분을 저희가 캐치해서 도와드리는 게 가장 큰 목표입니다. 작게 돕더라도 지속가능한 방법으로 하고 싶어요.

경제적 가치를 아주 중시하는 이해관계자나 조직도 있잖아요. 예컨대 사회적기업이 돈을 많이 벌면 그만큼 사회적 임팩트도 커지는 거 아니냐 하는 거죠.

육성사업 시작할 때 저 돈 500원쯤 있었어요(웃음). 그때만 해도 그런 이야기에 별로 동의를 안 했어요. 내가 좀 덜 쓰고 더 나눠주면 그게 더 파급효과가 있지 않나 했는데, 사업을 하다 보니 대부분 도와줘야 할 분들은 돈이 없는 분들이예요. 그래서 우리도 기업으로서 금전적인 부분이 뒷받침되어

어머니를 기쁘게 해드리고 있어요.

원래 꿈이 화가였던 딸이 사업하는 걸 어머니께서 어떻게 생각하시냐는 질문에 대한 대답. 황금월 대표는 "좋아하시죠. 사실 아무것도 안 바라고 저를 키우셨는데 제가 뭔가 하고 있으니까. 엄마 입장에서선 용돈 안주셔도 되니까 좋아하시는 것 같아요."라 말하며 웃었다.



야 사회적인 가치도 창출할 수 있겠다 싶더라고요. 사회적 가치만 있다면 사실 또 다른 누군가에게 도움을 받아야 하는 거잖아요. 결국은 금전적으로 어느 정도 뒷받침이 되어야 한다고 생각해요.

5년 후에 리턴하우스가 뉴스에 보도된다면 그게 어떤 내용이길 바라세요?

'잔고 500원에서 연 매출 100억!' 이렇게?(웃음) 돈도 많이 벌고, 좋은 일도 많이 하고. 5년 뒤에도 사회적기업이었으면 좋겠어요. 인증 기간 지나고 나서도 사회적기업을 명함에 담을 수 있는 기업이었으면 해요.

위임장

황금월 대표가 안 써도 되는 것. 말인즉슨, 어린 황 대표를 직원으로 본 세무서 직원이 서류발급을 위해 (문지도 않고) 위임장을 쓰게 한 적이 있었던 것이다. 처음이라 그 사실을 몰라 15분 동안 열심히 작성한 황 대표는 많이 당황했다며 당사를 화상했다.

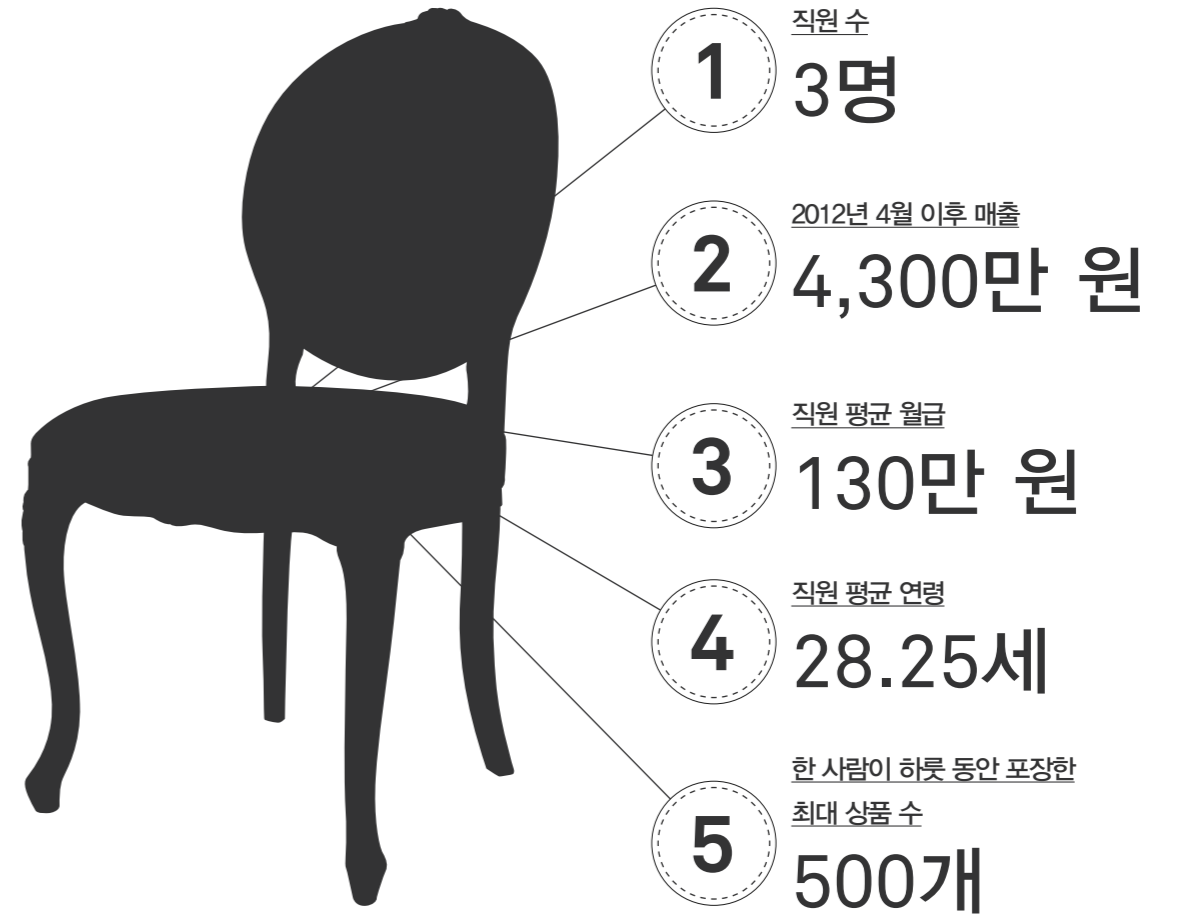


일반정보 & 연혁

상호	리턴하우스 주식회사
주소	광주광역시 동구 194-1 대인동 3층
전화	062-432-9947
메일	returnhouse@naver.com
홈페이지	-
기타	facebook.com/returnhouse

- 2012. 05. 2012 사회적기업가 육성사업 창업팀으로 선정
- 2012. 05. 임동지역아동센터, 남구문화센터 등 교육 시작
- 2012. 05. 예술의거리 아트마켓 등 행사 참여 시작
- 2012. 09. 기업사회공헌 지역아동센터 환경개선, 벽화 등 공간리폼 진행 착수
- 2013. 04. 리턴하우스 주식회사 설립
- 2013. 04. 예비사회적기업 지정
- 2013. 08. 한국사회적기업진흥원 사회적기업 우수창업팀 선발

숫자로 보는 리턴하우스



바이맘

바이맘에는 에너지 빈곤 문제의 해결을 비롯한 여러 사회적 가치들이 담겨 있다. 장애인, 새터민 등 취약계층과 함께 일하며 이들이 더 큰 꿈을 꿀 수 있게 돕고, 단순한 시장 개척을 넘어 새로운 가치 창출의 거점 마련을 위한 해외 진출도 준비하고 있다. 이들은 적정한 기술과 적정한 수요가 만나는 비즈니스 플랫폼을 꿈꾸며 발전을 거듭하고 있다.



추위, 에너지 빈곤 문제의 해결을 넘어 사회적기업이 아닌 기업의 모델이 되고 싶어요.

바이맘

김민욱 대표

몽골에 막 다녀오셨는데요. 어떤 일로 가신 건가요?

미스크(mysc)의 김정태 이사님과 국제개발 컨설팅의 김아론 박사님, 그리고 저희가 같이 몽골에서 디자인씽킹 워크숍을 진행했습니다. 몽골 현지인들을 스무 분 정도 초청해서 가장 심각한 문제인 겨울철 석탄 난방, 즉, 환경이 오염되고, 폐 등 건강에 문제가 생기는 부분을 어떻게 해결할 수 있을지 3일 동안 워크숍을 진행했는데, 그분들이 답을 가지고 계시더라고요. 몇 분께 저희 텐트를 설치해서 체험하게 해드리고, 개선할 부분에 대해서 피드백을 직접 받는 기회를 가졌어요.

굉장히 좋은 기회였네요.

그랬죠. 너무 행복했어요. 정말 한 달에 소득이 20~30만원 밖에 안되는 분들이 '추위의 문제를 해결할 수 있다면 나는 50만 원이라도 내고 사겠다'라고 하는데, 돈이 문제가 아니라 정말 그 눈빛에서 간절함을 봤어요. 손자가 태어났는데, 이 아이들을 어떻게 하면 따뜻하게 해줄 수 있을까에 대해서 고민하는 할머니들의 얼굴에서 나타나는 그런 간절함이에요. 코피온에서 자활 교육으로 봉제 교육을 하시더라고요. 그래서 일정 부분들은 우리가 키트(kit)를 만들어서 원자재를 공급하고 거기서 재봉할 수 있는 부분들을 모델로 구축해서 가져갈 수 있겠다는 부분들도 논의되었어요.

새터민도 고용하는 걸로 알고 있는데, 그분들은 어떤 일을 하는 건가요?

지금 한 명을 고용했어요. 이소사라는 친구인데, 입사하고 나서 '우리는 한국인'이라는 MBC 프로에도 출연했을 정도로 유명한 친구입니다. 우리는 이 친구를 구매관리 쪽으로 고용했어요. 교육을 병행하면서 원단이나 부자재 구매관리나 생산관리 같은 것들을 맡도록 하고 있습니다.

제조업이다 보니 업무가 생산 파트에 치우치지 않을까 했는데, 아닌 것 같군요.

새터민 친구들이 북한에서 진짜 목숨 걸고 내려오거든요. 휴전선 건너서 내려온 친구도 있고요, 근데 이 친구들이 직업을 구하는 게 정말 힘들어요. 서울은 정보 공유가 되기도 하는데 부산은 정보가 전혀 없어요. 이소사라는 친구가 부산에 있는 새터민 친구들 중에서 가장 성장 가능성이 큰 친구예요. 어마어마한 자신감과 열정을 가지고, 회사에 제일 먼저 출근해서 제일 늦게 퇴근하는 친구거든요.



(주)바이맘

'사람을 향한 적정기술의 유통'의 미션과 함께 시작된 (주)바이맘은 세계 에너지 빈곤의 문제를 해결하기 위해 설립된 예비사회적기업이자 벤처기업이다. 이들은 어머니의 지혜로부터 착안한 실내보온막(룸텐트)을 제조하고 지원함으로써 겨울철 에너지 빈곤의 문제를 효율적이고 경제적으로 해결할 수 있도록 돕는다.



이 친구를 통해 지방에 있는 새터민 청년들의 모델을 만들어 주는 거죠. '할 수 있다. 너희들도. 그냥 편의점만 찾지 마라' 하는거예요. 그러면서 우리가 구조적인 기회를 제공하는 비전을 가지고 있는 거죠. 실제로 이 스물한 살인 이 친구가 모델이 되고 있어요. 제가 이 친구 주변 친구들과도 친하게 든요. 기업이 커갈수록 더 많은 친구들을 수용할 수 있어야겠죠.

회사가 그만큼 커지려면 매출도 있어야 할 텐데, 바이맘은 워낙 요즘 떠오르는 기업이라 수입 측면에서도 안정적인 것 같은데요. 투자 건도 그렇고요.

지금은 미래에셋의 투자를 받았어요. 모태펀드로 조성된 사회적기업펀드로부터요. 2억 투자를 받으면서 자금 문제는 조금 해결이 되었어요. 작년에는 저희도 정말 현금흐름이 안 좋았거든요. 제조업을 하다 보니 물건을 사고 만들고 판매해서 돈이 들어오기까지 이게 안 맞으면 힘들어요. 작년에 적자를 8천만 원 봤어요. 매출을 나름 올렸는데도요. 그래서 올 4월까지 너무 힘들었는데 H-온드림 오디션에서 대상을 타서 그 후에 정말 좋은 기회들이 많이 생기더라고요. 투자도 받고, 좋은 분들도 많이 모셨어요. 발주도 많이 들어오고 있어요. 올해 발주 들어온 것만 해도 수익 원 이상입니다.

주로 기업에서 사서 기부하는 방식인가요?

기존 기업들은 연말 되면 연탄을 나눠주거나 전기장판을 나눠주고, 정부는 난방유를 제공하거나 난방비를 지원하거나 하잖아요. 그 대안으로 우리가 들어간 거예요. 기업 사회공헌의 연탄 같은 경우는 주고 나면 그 다음 날 누가 줬는지 모르잖아요. 그런데 저희 텐트에는 그 기증한 기업의 슬로건이 들어가는 거예요. 몇 년 정도는 잘 때마다 누가 줬다는 걸, 심지어 놀러 온 사람도 알 수 있죠. 이렇게 공익마케팅적인 부분을 극대화할 수 있으니까, 기업에서도 많이 연락이 오고요. 지자체들도 이 문제를 해결하기 위해서 정말 애쓰거든요. 한정된 예산으로 난방비나 난방유를 지급하면 다음에 또 줘야 하는 건데, 저희 텐트는 내구연한이 5년 이상이라 잘만 관리하면 지속적으로 사용할 수 있는 장점이 있죠. 작년엔 시장님들로부터도 연락이 많이 왔었어요.

타고난 사업가 기질로

등록금을 해결한 스물 한 살

김 대표가 스물 한 살일때, 지하철 판매상을 을 보며 생각했다. '저 아저씨 저렇게 하면 안 되는데. 내가 한 번 팔아봐야겠다.' 그가 전략적으로 선택한 지하철 판매 아이템은 휴대용 티슈. 230원짜리 티슈를 천 원에 팔았는데 10분 만에 완판했다고. 당시 일주일의 경험으로 김 대표는 한 학기 등록금을 해결했다.

긍정적인 에너지가 유독 많이 느껴집니다. 직장을 다니셨다고 하셨는데 어떤 일을 하셨나요?

예전에 4, 5년 정도 기업 신용평가회사에서 일했어요. 그러다 2007년도에 저한테 기회가 왔어요. 그때 개성공단에 들어가는 업체들을 다 저희가 평가했거든요. 그때 '문이 열리는구나, 비즈니스가 열리는구나' 하는 생각을 했죠. 개성공단에 진출하는 기업들을 심사하면서 담당자들에게 이야기 하고 '어떻게 진행할거냐'하는 부분들을 알아냈어요. 자연스럽게 습득하게 된 거죠(웃음). 그러면서 그때 꿈을 가졌어요. '내가 나중에 사업을 해서 개성공단에 들어갈 거다' 하는 꿈이었죠. 어떻게 들어가는지에 대한 대략의 길들을 그 때 배웠으니까. 그리고 그때 만났던 중소기업 대표 분들의 성공 스토리가 너무나 흥미진진하고 피가 끓는 거예요. 그러면서 살아있는 경영, 열정에 대해서 많이 배운 것 같아요.

일반 사람들이, 특히 젊은 사람일수록 북한이나 통일에 관심을 가지기가 힘든데 어떻게 관심을 쏟게 되신거예요? 개성공단 때문만은 아닐 것 같은데요.

글쎄요. 제가 대학 다닐 때 학생활동 같은 걸 한 건 아니었거든요. 지금 한국을 살아가는 청년으로서 어떤 생각을 가지고 살아야 할까를 고민하다 보니, 그냥 '나만 밥 먹고 잘 살아서는 안되겠다'하는 생각이 들었어요. 우리나라가 마지막 분단국가인데, 민족과 통일을 위해서 내가 할 수 있는 게 뭐가 있을까 생각하다가, 남한에는 3만 명의 새터민이 있잖아요. 그 분들과 친구가 되는 것이 내가 할 수 있는 최선의 통일이겠다라고 생각한 거죠. 저희 교회에 300명 정도 규모의 새터민 예배가 있거든요. 30명 정도가 청년이고. 그 친구들과 만나다 보니 제가 할 수 있는 일이, "부산외대보다는 한국 외대가 학교가 좋아." 이런 이야기들 해주는 거. 친구가 되어주는 게 필요하더라고요. '아, 이거구나' 했죠. 그러다 보니 친해지고 우리 회사에 입사한 청년까지 생긴 거예요. 이제 같이 꿈을 꿀 수 있게 된 거죠. 그렇게 꿈을 꾸면서 한 단계씩 준비하다 보니 비슷한 마인드를 가지고 있는 좋은 사람들을 예기치 못하게 만나기도 해요.

처음엔 바이맘의 아이디어만 가지고 '우와' 했는데 들어보니 훨씬 거시적인 시각이 있는 것 같네요. 사람을 키워내는 쪽으로 굉장히 집중하시는 것 같고요. 대표님이 어떤 사람인지도 궁금한데요.

저는 사회적기업가가 제 천직이라는 확신을 하게 된 계기가 있어요. 20대 때, 아버지께서 아프셨어요. 뇌종양 수술을 하시면서 시각장애 1급이 되셨거든요. 그 상황에서 어머니께서는 유방암 수술을 받으셨어요. 누나는 일찍 시집가고 할아버지, 어머니, 아버지, 저 이렇게 사는데 할아버지는 넘어지셔서 계속 누워계셔야 하는 상황이었죠. 그래서 아버지는 서울, 어머니와 할아버지는 부산 병원에 모시면서 3년 동안 휴학하고 아르바이트를 했어요. 이때 기초생활보호대상자로 들어가게 되었죠. 장애가 있는 아버지를 모시는 가족이 되었고요. 제가 사회적기업가가 되고 나서 보니까 사회 취약 계층이 기초생활보호대상자, 장애인, 새터민 이런 분들인 거예요. 정말 천직이라고 확신을 하는 건, 저는 누구보다 그 사람들의 마음을 이해하거든요. 제가 정말 능력 있는 엘리트 CEO라서 그 사람들



실내보온막 마미룸

실내보온막 '마미룸'은 난방공간을 최소화함으로써 온기를 잡아주는 것이 기본적인 원리로, 전기장판의 난방만으로 방안 온도가 7도 까지 상승한다. 소재로 초경량 다온자켓에 활용되는 고어텍스를 사용한다.

쌍코피

김민욱 대표가 20대 초반이던 시절, 병환이 있으신 부모님과 조부모님을 병원에 모시기 위해 그는 하루 동안 아르바이트, 회사 출근, 학원 선생님의 세 가지 일을 해야 했다. 잠은 하루에 세 시간씩 잤다. 어느 날 배개가 축축해서 보니 쌍코피가 흐르고 있었다고. 5분씩 쪼개어 살던 그때의 경험은 오늘의 김 대표를 만든 값진 훈련의 시간이었다고 말한다.

을 채용해주는 게 아니라, 내가 그 사람이거나 주변인거죠. 그래서 저는 '사회 취약계층'을 볼 때 정말 취약계층으로 보지 않아요. 저보다 훨씬 훌륭한 사람이 될 수 있다는 가능성을 저 자신을 보면 알 수 있으니까요. 항상 그새터민 친구한테도 얘기하거든요. "네가 15년 후에 내 나이가 되면, 나와는 비교할 수 없는 훨씬 훌륭한 위대한 일을 하고 있을 거다"라고요.

회사 이야기로 돌아가죠. 새터민 친구도 있다고 하셨는데, 다른 직원들은 어떤 분들인지 궁금해요.

총 10명이고요. 우선 저랑 같이 회사를 설립했다고 할 만한 장진권 본부장님은요, 기계공학을 전공 하셨고 교회에서는 저랑 친구처럼 지내는 분인데요. 부산에선 대기업에 속하는 회사에서 일을 많이 하고 계셨는데, 제가 설득했죠. 또 한 분은 공부를 많이하신 분이예요. 스탠포드에서 메디컬리서치 공부하고, 국제보건기구에서 근무하셨어요. 7,8년 전에 얼굴만 알았던 분인데 SNS를 통해서 비즈니스에 관한 정보를 주고받게 되었거든요. 그 후에 만나게 되었는데, 북한에 대해 이야기 하시면서 눈물을 흘리시더라고요. 자기가 공부를 하고 아프리카에서 일하고 한 것이 통일 이후에 섬기기 위해서라면서요. '와, 뭐 이런 분이 다 있지' 했죠. 저의 사명감은 저리 가라고(웃음). 그렇게 같이 하게 된 분이고요.

저희 디자이너는 몽골에서 2년 반 동안 봉사활동하고 온 분인데, 디자인 경력이 몽골에서의 2년 반이예요. 제일 추운 데잖아요. 그래서 채용했어요. 이번에 같이 갔을 때도 이 친구 때문에 우리가 훨씬 풍성해졌죠. 또 해병대 하사 출신의, 장석훈 전략기획팀장이 있는데 8km를 쉬지 않고 수영할 수 있는 카리스마 있는 친구예요. 동시에 영화 시나리오도 써요. 감성을 가진 친구죠. 제품 디자이너하는 친구도 이번에 들어왔는데 아주 똑똑(?)가.(웃음) 어쨌든, 한번 하면 미치는 게 있는 친구예요.

그리고 자폐 3급을 가진 친구가 있어요. 다섯 살 때부터 저랑 알고 지낸 교회 친구예요. 이 친구가 장애인 회사에 다녔는데, 점심 시간이 15분이었다는 거예요. 약덕이죠. 너무 마음이 아팠어요. 결국, 이 친구가 회사를 나왔어요. 그래서 우리가 제품 포장 아르바이트를 시켰거든요. 근데 남들보다 세 배를 잘하는 거야. 와, 이런 인재가 있었나 하고 바로 채용했죠. 그리고 대기업에서 은퇴하신 분이 저희 맨 처음 사업을 시작할 때 지분을 해주셨어요. 그분은 고문 역할을 해주시고요. 재무팀 신입 여 직원은 학부 때부터 사회적기업 관련 활동을 했던 친구예요.

다들 강점도 명확하고 스토리가 있으시네요.

사람들과 같이하면서 너무 감사한 게, 대기업에서는 스펙 밖에 못 보잖아요. 저희는 스토리를 볼 수 있으니까 정말 숨어있는 보석들을 많이, 싼 값에(웃음).. 물론 회사가 커지면, 우리의 것이니까 분명히 제시하죠. 나는 사회적기업가이기 때문에 때돈을 벌 수 없지만, 당신들은 부자로 만들어주겠다! 확신을 가지고 얘기할 수 있는 거죠. 나보다 더 좋은 집에 살게 해주고 나보다 더 좋은 차를 타게 해



주겠다. 내 옆에 붙어있어라. 이러면 목숨 거는 거지(웃음). 사회적기업이 잘하면 일반 벤처보다 더 성공할 가능성이 크다는 것을 전 느끼고 있거든요. 직원들이 전부 사회적기업가의 꿈을 가지고 있지는 않을 수도 있기 때문에 사회적기업가의 비전을 가지고 있는 친구들에게는 진짜 목숨 걸고 해보라고 하는 거예요.

세 명으로 시작했다고 하셨는데, 힘들었던 시기에 추억의 일화가 있다면요?

기억에 남는 에피소드는 경기도청과 일을 함께 했을 때예요. 지자체의 경우 첫해에는 샘플링을 해서 효과가 입증되면 그 다음에 예산을 잡는 식으로 많이 들어갔거든요. 그래서 경기도청이랑 안산, 군포, 화성 쪽에 약 스무 가정을 뽑아서 텐트 샘플링 작업을 저희가 직접 했어요. 그렇게 화성에 갔는데, 영하 15도에서 아무 난방 없이 거의 사나흘 동안 아무것도 드시지 못한 90대 할아버지가 누워계셨어요. 저희가 빨리 먹을 거랑 물을 사다 드리고 방을 좀 청소해드리고 전기장판 작은 걸 사드리고, 텐트를 설치해 드렸거든요. 약국 가서 약도 타고고요. 그러니 조금씩 회복되는 거예요. 생각에 그때 우리가 안 갔으면 이 할아버지가 일주일 가까이 지속된 한파 속에서 과연 계셨을까 하는 거죠. 그렇게 일하고 부산까지 운전해서 오는데, 같이 간 본부장님이 신종플루에 걸렸어요. 2주 동안 병원에 입원하게 되었죠. 다른 사람 살리고 본인이 거의 생사의 고비를 넘겼어요. 산재처리는 안해 주겠다 했어요. (웃음)

본인만의 시간이 있다면? 어떤 식으로 마인드컨트롤을 하시나요?

저 자체가 스트레스를 잘 안 받는 편이예요. 제가 20대 때 그런 힘든 일들을 겪고 나니까 세상에 힘든 게 별로 없어진 것 같아요. 솔직히 한번도 제가 회사를 경영해 본 적이 없고 직원들은 4월부터 지

언제까지 설탕물 파실 겁니까?

스티브 잡스가 팍시몰라 CEO를 스카우트할 때 했던 말. 김민욱 대표는 함께 회사를 설립한 장진권 본부장을 설득하기 위해 이 말을 빌렸다고 한다. "당신 언제까지 설탕물 타고 있을거냐, 나랑 같이 세상을 바꿔보지 않겠느냐해서 그분이 사표 던지고 나왔어요".



금까지 2~3명에서 10명으로 늘어났거든요. 그래서 때로는 커뮤니케이션의 문제일 수도 있지만, 직원들을 리드를 하면서 감정적으로 힘들 때가 있는데 감정을 선택하는 훈련들을 하는 것 같아요. 그 순간순간 스스로 해결해버리는 거죠. 그렇게 안 하면 제가 힘드니까. 저는 새벽기도를 통해서 저만의 시간을 가져요. 매일 나가진 못하지만 기도하는 시간을 통해 인사이트를 어마어마하게 받죠.

그러면 팀원들은 어떤 식으로 케어해 주시나요?

우리 회사 실평수가 14명 정도 되는데 10명, 11명 정도 들어가거든요. 굉장히 좋아요. 회의실이 없어요. 그래서 복도를 한 바퀴 돌면 한 3분 정도, 두 바퀴를 돌면 5~6분 정도 걸려요. 일하다가 번쩍 번쩍 떠오르는 친구가 있으면 이야기 좀 하자 해서 불러서 두 바퀴 정도 돌죠. 돌면서 서로 이야기하고, 개인적인 문제가 있으면 고민상담도 하면서, 이 친구들의 비전과 꿈이 뭔지 항상 커뮤니케이션하는 거죠. 제가 던져주는 게 아니라, 스스로 답을 알고 있거든요. 거기에 더 에너지를 쏟을 수 있도록 위로해줄 때도 있고, 때로는 강력하게 정신을 차리게 해 줄 때도 있고. 그런 커뮤니케이션이 굉장히 깊게 들어가는 것 같아요. 업무 외적인 부분에서요. 업무는 각자 중간책임자들이 있기 때문에 알아서 진행하되, 개인적인 부분들은 제가 풀어주는 거죠.

그런 주기가 얼마나 돼요?

한 명당 일주일에 한두 번 정도씩 하는 것 같아요.

굉장히 부지런하시네요.

지금은 초창기니까 가능한 것 같아요. 소규모이기도 하고, 목숨 걸고 뼈를 문을 각오로 할 타이밍이

니까 에너지도 필요하고 두 번 정도 이야기를 하고 자리에 돌아가면 얼굴이 달라져요. 개인적인 생각인가(웃음). 어쨌든 그래서 바이맘의 비전과 개인의 비전이 다른데, 이 친구가 지금의 하는 일이 두 가지를 다 이룰 수 있는 동기부여를 시켜주는 거죠. 이 일이 나의 비전도 이루지만, 바이맘의 비전도 이룬다 하는 것. 제가 요즘 HR이 너무 재밌어요. 자리 배치를 어떻게 하느냐도 굉장히 중요하더라고요. 누구 옆에 누구를 붙여놓느냐 하는 거요. 그런 놀이를 하고 있어요. 그걸 통해서 스스로 힐링 같은 것도 하고요.

5년쯤 흘러서 바이맘 특집기사가 나온다면, 어떤 식의 기사가 나오면 좋을까요?

지난 5월에 B.LAUNCH(비런치) 행사에 초청을 받아서 갔거든요. 그때 문화체육관광부 장관님의 말씀을 들었는데요. "기존 원천기술에 대한 개발은 다 끝났다. 지금은 기술로 비즈니스를 하는 시대가 아니라, 당신들의 가슴으로 비즈니스를 하는 시대다." 라는 말을 듣고 '아, 이거구나' 했어요. 저희가 기술을 완전히 개발하는 능력은 안되거든요. 그렇지만 그 기술을 가진 사람에게 가서 "당신의 그 기술을 이렇게 쓰자, 그래서 세상을 따뜻하게 만들어보자." 하는 건 우리가 할 수 있거든요. 그건 진짜 자신 있거든요. 돈도 없지만, 그 돈으로 우리가 잘 먹고 잘사는 걸 넘어서서 지역에 있는 사람들의 문제를 한 번 해결해보자는 거예요. 정말 초등학생도 생각할 수 있는 간단한 아이디어에서 바이맘이 여기까지 왔는데, 우리가 꿈꾸는 것은 그 어마어마한 원천기술들을 종합해서 필요한 곳에 적정한수요를 가지고 비즈니스를 할 수 있는 플랫폼이 되는 것이예요.

더 깊게 보신다면요?

정말 하고 싶은 건, 사회적기업의 모델이 되는 것이 아니라 기업의 모델이 되는 거예요. 기업이 돈을 많이 벌어서 CSR 활동을 하는 게 아니라, '당신들이 행복하게 뭐냐' 하는 행복의 기준을 제시해 주고, 사회적기업의 모델을 넘어서서 가치를 만들면서 행복하게 살 수 있다는 걸 제시하는 거예요. 청년들도 스펙이 아닌 스토리를 가지도록요. 제가 그렇거든요. 저는 스펙은 정말, 저희 집사람도 제 학점을 몰라요(웃음). 그게 중요한 게 아니라 청년들도 스토리를 가지고 한번 세상을 바꾸겠다는 열정을 가지면, 뜻이 있는 곳에 길이 있다는 것에 대한 증거가 되어주고 싶어요. 그래서 부산에서 지금 꿈꾸고 있는 게 소셜벤처를 엑셀러레이팅 할 수 있는 뜻있는 기관들을 전문가들을 모아서 협업해서 할 수 있도록, 그렇게 해서 좋은 비즈니스 모델을 만들고 투자하는 것. 저희가 경험해봤으니까 연결도 해주고 그런 쪽에 관한 공유도 하고, 그런 문화들이 일어날 수 있도록 하고 싶어요.

바이맘이 한다면 충분히 가능할 듯한데요.

해주고 싶어요. 얼마든지 할 수 있어요. 후배도 동료들도 할 수 있고요.

일반정보 & 연혁

상호 (주)바이맘

주소 부산시 해운대구 센텀 동로 57 부산디자인센터 606호

전화 051-759-5090

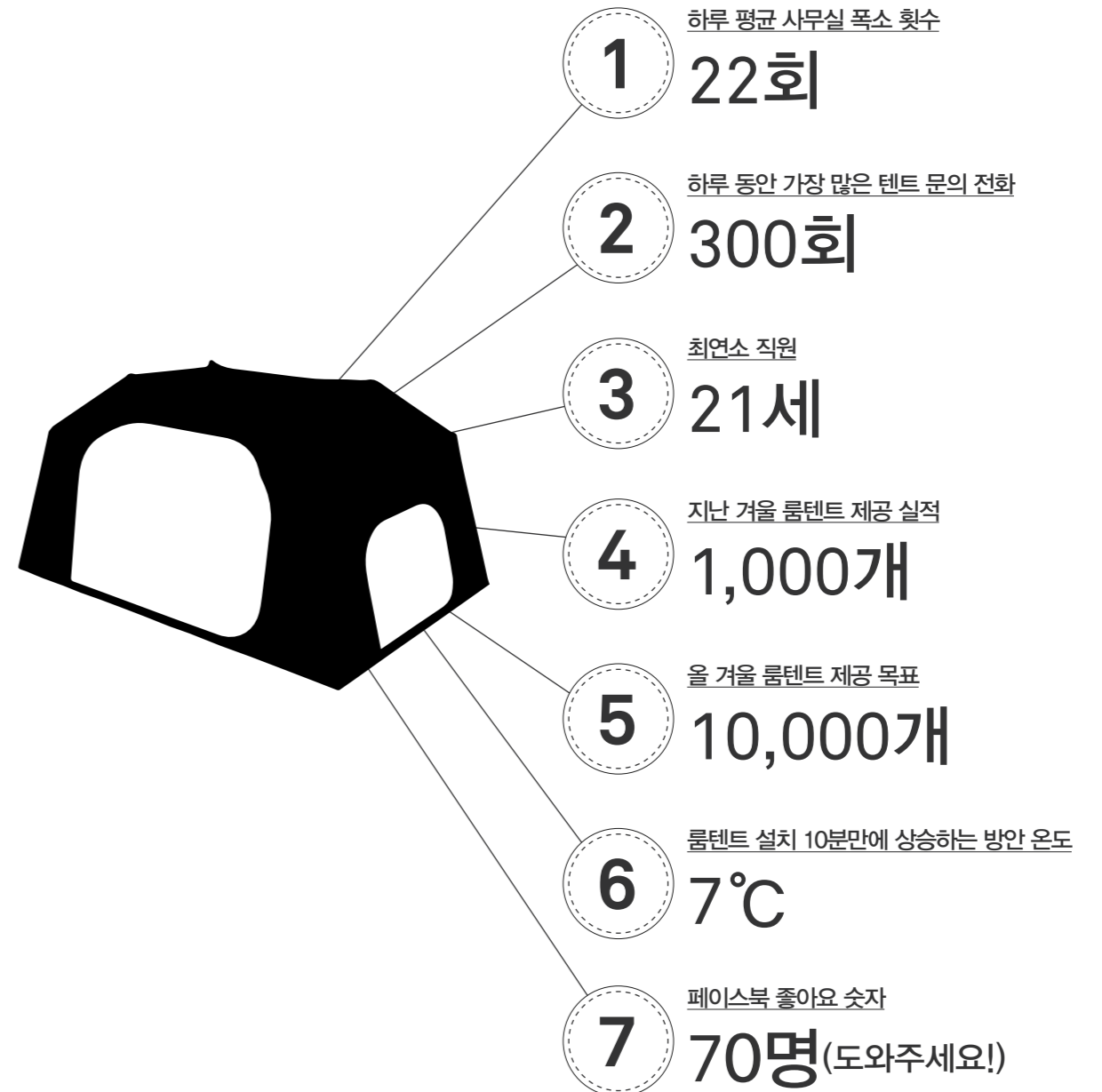
메일 bymom2012@naver.com

홈페이지 bymom.org

기타 facebook.com/hellobymom

- 2012.05 한국사회적기업진흥원 '청년등 사회적기업가 육성사업' 선정
- 2012.05 (주)바이맘 설립
- 2012.08 제1회 정주영 창업경진대회 우수상 수상
- 2012.09 부산형 예비사회적기업 지정
- 2012.10 실내보온막 '마미룸' 디자인 완성
- 2012.12 전국 11개 지자체 시범설치 시작
- 2013.03 청년 사회적기업가 전국대회 H-온드림오디션 대상 수상
- 2013.06 환경형예비사회적기업인증(환경부인증)
- 2013.07 벤처기업 인증

숫자로 보는 바이맘



몸사랑컨디션PRO

컨디션PRO는 사람의 바른 자세를 일깨우고 건강을 되찾아오기 위해 뭉친 기업이다. 편할 대로 살아가는 세상은 제대로 앉는 법도, 제대로 서는 법도 있었다. 이들은 사람에게 바른 자세를 찾아주기 위한 장대한 프로젝트를 시작했다. 그 시작은 인생의 3분의 1을 차지한다는 조용한 시간, 바로 잠이다.



제조업은 돈이 아닌, 뜨거운 열정과 끝임 없는 연구로 성장하는 것이라 생각해요.

(주)몸사랑컨디션PRO

손남영 대표

컨디션PRO에게는 안녕하세요, 보다 이게 더 어울리는 인사말인 것 같습니다. 대표님, 오늘 컨디션은 좋은가요?

아주 좋습니다. 온잠베개를 베고 자니까요!(웃음) 온잠베개는 자는 동안 척추를 세워주고 숙면을 취할 수 있도록 도와주기 때문에 온잠베개를 사용하시면 항상 좋은 컨디션을 유지할 수 있어요.

컨디션PRO의 대표상품 '온잠'을 소개해주세요.

온잠은 척추교정 기능을 갖춘 베개입니다. 의학, 한의학, 역학, 생리학, 카이로프랙틱 등 다양한 영역의 전문가들이 모여서 연구한 끝에 만들어졌어요. 베개의 제1의 기능은 잠을 잘 자도록 하는 거지요. 온잠은 편안한 수면을 제공하는 동시에 척추를 교정시켜요. 몸에서 가장 중요한 근원은 목, 경추라고 하는 곳에 있는데요. 이 베개가 우리 목을 가장 이상적인 C자 모양을 유지하게 해줍니다. 척추는 다 연결되어 있어서 목의 각을 잡아주면 유기적으로 자세가 곧아져요. 척추를 바로 세워 몸의 원리대로 사용하면 건강은 자연히 좋아지죠.

몸이 만들어진 방법이라는 게 무엇인가요?

사람의 몸에는 만들어진 원리가 있어요. 서양인, 동양인, 어른, 아이, 남과 여를 막론하고 조금 모양새가 다를 뿐 구조는 다 같아요. 그 몸의 원리를 거슬러서 몸을 쓰니까 체형이 바뀌고 몸 안의 장기 자리가 달라지고 건강이 망가져요. 따라서 몸의 원리를 제대로 알고 우리 몸을 잘 사용한다면 건강을 지킬 수 있어요.

건강이라는 것이 어쩌면 추상적인 개념일 수도 있는데, 컨디션PRO는 '건강'에 과학적이고 전문적으로 다가가는 것 같습니다.

맞아요. 전 더 많은 사람들이 더 건강해 질 수 있는 제품을 개발하고자 현재는 대학원에서 운동역학을 전공하고 있어, 과학적인 연구와 제품개발에 많은 도움이 되고 있어요. 사람들은 좋은 걸 먹고 운동을 많이 하면 건강하다고 생각해요. 물론 그것도 중요하지만, 더 근본적인 몸의 원리를 이해해야 해요. 열심히 강연회를 다니면서 바른 자세로 앉는 법, 바른 자세로 걷는 법, 바른 자세로 자는 법을



컨디션PRO

(주)몸사랑컨디션PRO는 사단법인 몸사랑의 산하 사업단에서 지난 9월 주식회사로 새롭게 출발하여 힐링케어 베개를 개발하고 보급하여 국민들의 건강한 수면 문화 정착에 힘쓰고 있는 예비사회적기업이다.

2년간의 끊임없는 연구 끝에 개발된 힐링케어베개 온잠이 이미 출시되었고, 최근에 보급형 베개와 장애인용, 영유아용 베개 등 다양한 베개 개발에 힘쓰고 있다. 그리고 베개 3개가 판매될 때 1개의 베개를 취약계층에게 기부하는 '3for1' 시스템을 경영하고 있다.

가르치고 있습니다. 사람들은 태어나서 한 번도 바른 자세라는 것이 무엇인지 배운 적도 없고, 그런 게 있는 줄도 모르거나 잘못된 상식으로 자세를 더 망치는 일도 있지요.

사람의 건강에 관심을 뒤 석사과정까지 들어서고 컨디션PRO를 창업하게 된 계기가 궁금합니다.

제가 건강을 잃었던 경험이 있어요. 출산 후 모유 수유를 하면 보통 한쪽으로만 먹이게 되는데요, 그래서 갈빗대를 비롯한 골격계가 한쪽 방향으로 틀어지면서 몸에 불균형이 오게 되었어요. 그로 인해 호흡의 답답함과 현기증이 생기면서, 날이 갈수록 건강상태가 악화되었어요. 그러던 중에 제가 다니던 교회로 프로바디 트레이너들이 봉사를 왔었고 그때 10분간 치료를 받고 틀어졌던 제 몸이 바로 세워지면서 숨이 제대로 쉬어지고 현기증도 사라지는 놀라운 경험을 하게 되었죠.

그때가 사단법인 몸사랑과의 첫 만남인가요?

네. 그 트레이너분들이 사단법인 몸사랑에서 나온 봉사자들이었고 그중에 사단법인 몸사랑 김의숙 원장님도 계셨어요. 그분과 그 계기로 처음 만나서 지금까지 이리됐죠. 제가 너무 큰 도움을 받았으니까 이걸 다른 사람한테도 주고 싶더라고요. 트레이너 교육을 받고서는 자원봉사를 다녔어요. 국내 이곳저곳, 외국도 다녔고요. 외국인과 말이 안 통해도 뻘뻘어진 곳 딱 짚으면 이야, 해요. 또 풀 어주면 웃어요. 사람 몸은 정말 다 똑같아요.

봉사로 시작한 일이 사회적기업이 된 건 어떤 계기가 있었나요?

봉사하면서 한계를 많이 느껴요. 트레이너 한 명이 하루에 다섯 명 이상 돌보기가 어려워요. 마음을 안 열면 몸이 안 풀려요. 그냥 치료만 하는 게 아니라 사람과 사람이 만나는 일이라서 에너지가 많이 소모돼요. 더 많은 사람한테 건강을 주고 싶는데 저희가 아무리 뛰어도 안되더라고요. 그때 우리가 직접 만나지 않고 사람들이 각자 생활 속에서 해결할 수는 없을까, 하는 고민이 시작됐어요. 그렇게 고민하다 보니 자연스럽게 제품을 만들게 되었고, 이익을 위한 출발이 아니었으니 사회적 가치를 추구하는 사회적기업이 된 것 같아요.

그 생활 속 아이템이 베개?

네. 척추의 핵심은 경추예요. 목의 각도를 딱 잡아주기만 하면 척추 문제는 거진 해결이거든요. 그 목과 관련해서 모든 사람이 다 사용하는 물건은 뭐지? 하고 고민을 하다 보니까 답은 베개였어요. 그렇게 아이템이 선정됐고 인체공학적으로 연구해서 제품이 나왔죠. 자세교정 서비스를 대량생산한 거예요. 저희를 못 만나는 사람도 전화 한 통이면, 클릭 한 번이면 베개를 구매할 수 있어요. 우리는 보급이 최우선 과제이기 때문에 외국 특허도 다 냈습니다.

개발 과정에 대해서 듣고 싶습니다.

척추측만증

척추측만증으로 2012년 한 해 동안 병원을 찾은 환자입원 및 외래는 무려 11만 명이다. [출처: 건강보험심사평가원]



정말 힘들었죠. 처음에는 나무로 만들어서 틀을 잡고 그다음에는 소재 연구를 하면서 메모리폼, 라텍스 이것저것 다 가져와서 깔고 다듬고, 가루가 막 날리니까 동네 놀이터에서 신문지 깔아두고 작업을 하기도 했어요. 제가 학부에서 제품디자인을 전공해서 디자인도 직접 했어요. 목의 각도를 살리려고 시작한 제품개발이었으니까 그 각이 정말 중요했어요. 1mm도 용납할 수 없는 그 세밀한 각도를 맞추느라 거의 100여 명의 임상시험을 거쳤죠. 한 사람, 한 사람의 피드백을 받아 조정했는데, 피드백 과정에서 각도가 조금만 틀어져도 테스터들이 불편을 호소하는 걸 보고서 경추가, 또 척추가 정말 중요하다는 걸 확신했어요.

단가가 좀 세다는 의견들이 많던데 어떻게 생각하세요?

베개의 기능을 더 했고, 기능을 연구하는 것에 투자를 아끼지 않았습니다. 어떤 가능성을 가진 다른 베개와 견주어도 뒤지지 않을 정도의 기술력을 가지고 있습니다.

소비자가 이 제품의 가치를 알도록 하는 홍보도 중요하다는 생각이 듭니다. 홍보 활동은 어떻게 진행 중인가요?

최대한 많은 강의를 하려고 하고 최대한 많은 박람회에도 참여하고 있어요. 지난 2년은 되도록 많은 고객을 만나면서 우리 자신이 우리 제품에 확신을 하는 검증 단계였어요. 이제는 기본적인 제품 불량 경우를 제외하고는 그 외의 고객 불만 사례가 전혀 없어요. 이제는 제품에 우리 스스로 확신을 해도 될 때라고 생각해서 홍보에 힘쓰고 있죠. 와신상담의 2년을 보내고 이제는 날개를 달고 싶어요.

윤장

컨디션PRO의 치열한 연구 끝에 탄생한 척추 건강 자세교정 베개. 국내는 물론이고 일본, 중국, 미국 등 국외 등지에서도 특허를 취득했다.

제품소개

- ① 기저면을 최대화하여 체압을 분산한다. 혈액순환을 도와 뇌를 휴식하게 한다.
- ② 이마보다 턱의 위치를 약간 더 높게 하여 기도를 충분히 확보하며 관절 및 골격계를 바로 잡는다.
- ③ 누운 상태에서 어깨가 살짝 떠있도록 받쳐주어 몸의 긴장감을 없앤다.



판로개척도 활발하게 진행 중이라고 들었습니다.

요즘 산후조리원과 요양보호사관리센터 쪽으로 판로를 뚫는 중이에요. 산모들이 출산 중에 골반과 관절의 벌어짐이 심해요. 출산 후 골반은 자연수축을 하지만 이 과정에서 완전히 수축되지 못하여 출산 후유증에 시달리기도 하고요. 골반과 관절을 포함한 골격계는 척추를 중심으로 움직이기 때문에 척추를 세워주는 온잠이 꼭 필요하다고 생각했거든요.

뿌듯했던 고객사례는 없었나요?

있지요. 우리 김현중 과장이 처음엔 우리 고객이었어요. 길랑-바레 증후군 때문에 휠체어에 기대어 전신마비로 몸을 가누지 못하는 상태였어요. 프로바디테라피와 기부 받은 온잠베개를 꾸준히 사용하면서 점점 상태가 호전되었고 결국 휠체어에 기대는 것이 아니라 앉기 시작했죠. 나중에는 점점 팔과 다리에 힘이 들어가기 시작하더니 결국 일어서고 걷게 되었구요. 이제는 일상생활에 크게 무리가 없을 정도로 건강을 되찾아서, 지금은 (주)몸사랑컨디션PRO에서 저희와 함께 열심히 일하고 있어요. (웃음)

다음 개발 목표는 무엇인가요?

일단 베개를 다각화할 예정이에요. 영유아·청소년·기내용 등 다양한 요구가 있으니까요. 또 소비자들이 가격에 대한 부담을 느끼는 것 같아서 보급형을 만들기로 했어요. 크기를 약간 줄이는 방향으로 현재 가격의 절반까지 내릴 예정입니다. 5,6개월 안에 제품이 나올 겁니다. 이 기능에 이 가격이면 굉장히 저렴하지만, 소비자와의 공감도 중요하다고 생각해요. 일단 당장 이번 12월까지 장애인용 온잠 개발을 위한 사업비를 받았기 때문에 이쪽에 몰두할 계획입니다.

김현중 과장

길랑-바레 증후군(지체장애 5급)을 앓아 휠체어에 의존해 살아가던 그는 컨디션PRO의 치료와 온잠베개 지원으로 세상에 새 발걸음을 내디뎠다. 건강을 찾은 후엔 컨디션PRO에 입사했다.

장애인용 제품은 각기 장애 양상이 달라서 제작이 참 까다로운 걸로 알고 있는데요, 맞춤형으로 제작되나요?

장애인은 장애유형이 다양하기 때문에 장애인용 제품을 맞춤형으로 제작되는 것이 가장 바람직하겠지만, 저희는 현재 1차적으로 경증, 경중증, 중증의 3단계로 구분하여 제품화하는데 목적을 두고 제품개발에 주력하고 있어요. 앞으로 사업의 규모가 더 커지게 되면 장애인을 위한 맞춤형 건강 제품 개발에도 주력할 계획이에요.

베개 외의 다른 제품은 개발 계획이 없으신가요?

장시간 앉아 있어도 척추가 편안한 의자, 카시트, 방석, 장애인을 위한 휠체어 등받이 등 척추건강을 지켜줄 수 있는 다양한 건강 제품들을 개발할 계획을 가지고 있어요.

사업을 이끌어가는 중에 결코 버릴 수 없는 원칙이 있다면 무엇인가요?

사람이죠. 누군가가 세계 '이 세상에서 가장 귀한 것이 무엇이라 생각하는가?'라고 물으면 저는 주저하지 않고, 이 세상에서 가장 귀한 것은 사람입니다'라고 대답해요. 저는 '사람'을 위하는 것을 가장 큰 원칙으로 삼고 있기도 하고요.

내가 이것만큼은 최고다, 하고 자랑 한번 해주세요.

전문성? 누구 못지 않게 몸의 원리를 잘 안다고 생각해요. 그렇기 때문에 세상 모든 사람들이 아프지 않고, 건강할 수 있도록 돕는데 가장 필요한 제품을 연구·개발 한다는 것에 대한 자신감과 자부심이 있습니다.

제조업을 하는 사회적기업으로서 시작하는 후배들에게 조언 한마디 해주세요.

제조업은 어려워요. 하지만 사회적 기업으로서의 본질과 가치를 놓치지 않고 한걸음씩 나아가다 보면 분명히 도움의 손길이 와요. 이를테면 투자자. 돈이 있어야만 할 수 있는 건 아니라고 생각해요. 꼭 공장이 있어야 하는 것도 아니에요. 돈이 없으니까 못해, 하고 애초에 시작도 없는 사람은 없었으면 좋겠어요. 부딪히고 움직여야 해요. 가만히 생각만 하면 아무도 모르죠. 제조업은 돈으로 하는 게 아니라 치열한 연구와 열정으로 하는 거라고 말해주고 싶어요.

최근에 이룬 성과가 있다면 무엇이 있나요?

2013년 7월 장애인용 베개라는 아이টে으로 사업개발비 지원사업에 사업선정이 되었어요. 관계전문가분들의 심사를 거쳐 큰 사업비를 지원받게 된거죠. 이런 지원이 무엇보다도 감사한 것은 하루라도 잠을 깨지 않고 숙면을 취하고 싶은 '평범하지만 너무나 소중한' 장애인들의 소원을 위해 베개



개발을 시작할 수 있게 되었다는 거예요. 2014년 1월에 출시 예정인데 2013년 남은 시간에 최선을 다 해봐야죠.

컨디션PRO의 청사진은 어떤 모습인가요?

‘노벨평화상을 받을 만큼 전세계인의 건강을 위해 큰 역할을 하는 기업’. (웃음) 그런 큰 상을 받을 만큼 전세계인의 건강에 가장 이바지하는 기업이 되고 싶어요.

컨디션PRO에게 사회적기업은 어떤 의미인가요?

마음에 드는 참 좋은 옷을 입었다는 생각이 듭니다. 사람들의 건강을 돕는 제품들을 통해 소비자의 건강을 돌보고, 베개 기부를 통해 취약계층의 건강도 돌볼 수 있고 일자리를 제공하여 사회적 가치 까지 추구하며 마음껏 일할 수 있는, 저에겐 아주 편하고 일하기 좋은 옷이라 생각해요.

건강을 선물하는 기업을 꿈꾼다

이 일을 시작하면서 그녀의 건강도 삶의 모습도 확연히 달라졌다는 그녀는 베개가 아니라 건강을 선물하는 기업을 꿈꾼다.



일반정보 & 연혁

상호 주식회사몸사랑컨디션PRO

주소 부산 북구 만덕3동 910-5

전화 051-341-5521

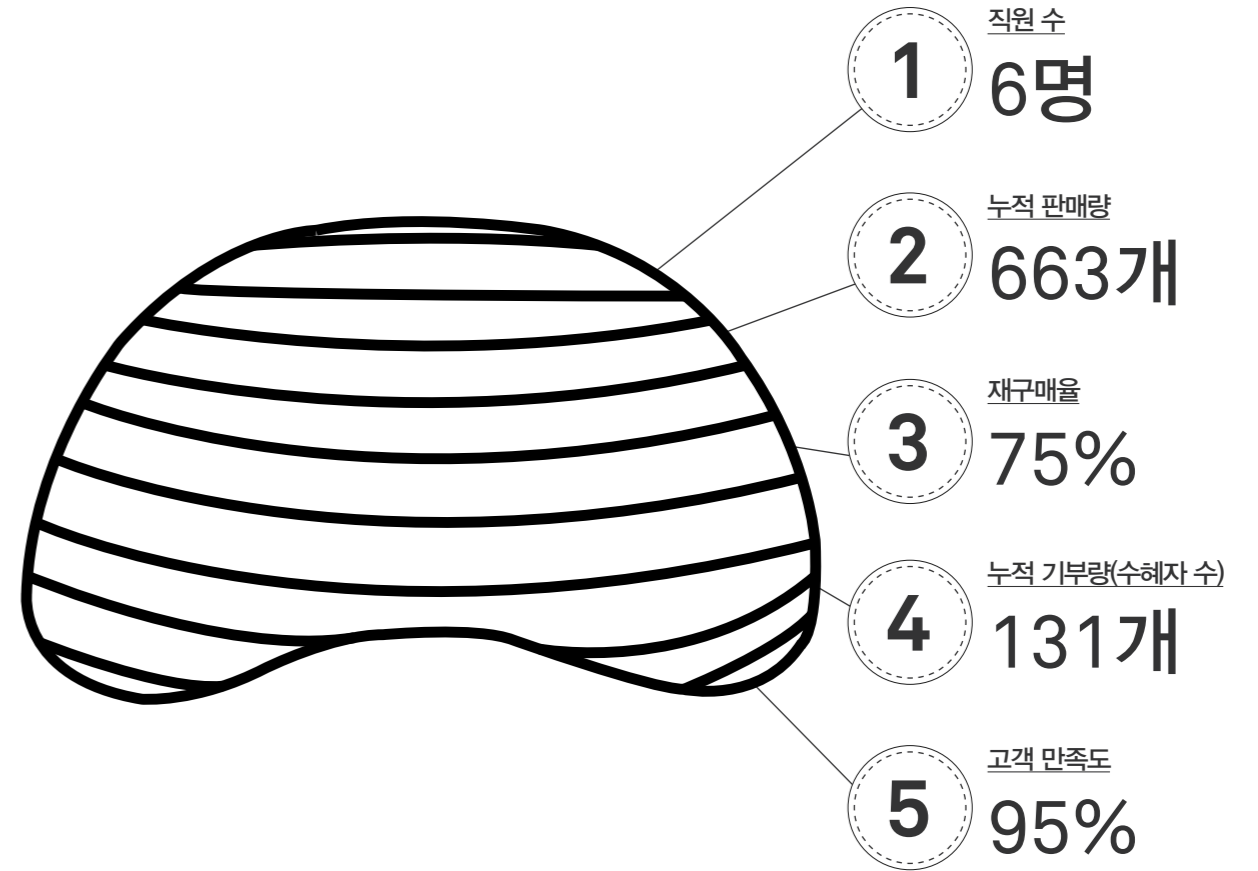
메일 conditionpro@naver.com

홈페이지 condition-pro.com

기타 blog.naver.com/conditionpro

- 2012. 06. 기능성베개 발명특허 출원
 사) 몸사랑 컨디션PRO 사업단 출범
- 2012. 07. 척추건강베개 '온잠' 출시
- 2012. 10. 한국운동역학회 국제학술대회 논문 발표 '기능성 건강베개의 생체역학적 연구'
- 2013. 04. 부산광역시 예비사회적기업 지정
- 2013. 09. 주식회사 몸사랑컨디션PRO 설립 (9월 11일)

숫자로 보는 (주)몸사랑컨디션PRO



파머스페이스

파머스페이스는 '못난이 농산물'과 함께 농가에는 공정하고 마땅한 수익을, 가정에는 만족스러운 건강을 선물한다. 알찬 영양분으로 건강에 좋은 것도 여전하고, 맛도 단연 일품이건만 그저 못생겼다는 이유만으로 버려지는 못난이 농산물. 파머스페이스는 이미 운 오리 새끼들에게서 가능성을 발견했다.



아무리 못나도, 좋은 과일이면 모두 알아보더라고요.
못난이 과일이라는 우리의 기반은 절대 흔들지 않을 거예요.

파머스페이스

서호정 대표

부산에서 가장 젊은 곳(부산대 앞)에 자리를 잡고 있어서 그런지 카페가 아주 성황이네요.

인기가 스타트업에게는 부담이기도 해요. 지금 저희는 시행착오를 겪어나가는 중인데 지켜보는 눈이 너무 많아요. 작은 실수도 수정할 틈 없이 무섭게 피드백이 들어와요. 하지만 그 무서운 피드백 덕분에 저흰 더 빠르고 치열하게 성장하고 있습니다. 양날의 칼 같아요.

청년이 농업에 관심을 두는 건 흔한 일이 아니라는 생각이 드는데요, 특별한 계기라도 있나요?

부모님께서 주말마다 교외에 있는 자그마한 텃밭에 농사를 지으셨는데, 어릴 적에 주말마다 거기 끌려다녔어요. 억지로 가서 일을 도우면서 시작했지만 자연스럽게 농사와 가까워졌어요. 게다가 직접 심고 기른 농산물을 먹으며 자라서 그런지 먹거리에 대한 생각이 좀 예민합니다.

대학 시절엔 사회복지를 전공하셨다고 들었습니다.

사회복지를 전공하고 사회복지사로 일도 했어요. 당시 홍보와 모금 담당이었는데 모금에도 스토리텔링이 필요하겠다는 생각이 들어서 혼자 책으로 마케팅을 공부할 정도로 열정적이었죠.

경영으로 방향을 바꾼 이유는 무엇인가요?

기업 쪽에 기부금 모금을 하러 갔는데 설득만 한 달이 걸렸어요. 기업 쪽 관계자는 경영학을 공부한 사람인데 저는 경영을 전혀 몰랐죠. 스토리텔링은 효과가 없었어요. 기업에서는 이웃집 할머니가 얼마나 힘든지보다는 기부금이 어디에서 어떻게 효율적으로 쓰이는지, 어떤 사회적 임팩트를 불러오는지, 어떤 기업 이미지 제고를 불러올지를 묻더라고요. 전혀 생각지 못한 부분이었어요. 이 사람들과 얘기하려면 저도 눈높이를 맞춰야겠다고 생각했습니다. 그 후론 경영대학원에 진학했죠.

결과적으로는 사회복지와 경영, 두 전공을 융합하신 거네요?

네. 이왕이면 제가 배운 전공을 합치면 어떨까 싶었어요. 예전부터 관심 갖고 있던 사회문제에 대한 해결방안도 제시하고, 이익도 내보고, 고용도 창출하는 것. 그걸 설명하자면 사회적기업인데 그걸 만들어보자, 했죠. 학교 후배와 함께 아이디어를 다듬어서 '사회적기업가 육성사업'에 공모했고 저



파머스페이스

파머스페이스는 못생겨서 버림받은 '못난이 농산물'과 함께 농가에는 공정하고 마땅한 수익을, 가정에는 만족스러운 건강을 선물하는 사회적기업이다. 못난이 농산물을 산지직송 온라인 쇼핑몰에서 판매하면서 기획적인 농산물 유통구조를 바로 잡고, 대학가 앞에 있는 번듯한 카페와 함께 못난이 농산물에 대한 소비자의 색안경도 벗겨나가고 있다. 최근엔 신선한 제철과일을 다양하게 담아 가정으로 묶음 배송하는 서비스, '네이처박스'를 론칭했다. 위 로고는 파머스페이스의 인기 카페, '얼매가 맛있다'의 로고.



희가 선정되면서부터 본격적으로 시작했습니다.

모두가 험값에 사고팔던 못난이 농산물에서 어떻게 가능성을 발견하셨나요?

농업 분야에서 유통구조를 바로잡고 싶었고 본격적으로 시장분석을 했습니다. 아무리 찾아도 저희가 비집고 들어갈 구멍이 없었어요. 유기농, 친환경, 뭐든지 대기업에서 다 들어와 있더라고요. 그러다 보니 못난이 농산물까지 간 거죠. 알맹이가 딱 차지 않은 포도를 '혈맹이 포도'라고 부르는데 상품가치가 없어서 농가에서는 처치곤란이에요. 하지만 맛은 똑같아요. 저런 그 못난이 과일을 틈새 시장이라고 생각했습니다.

못난이 과일, 그 가치의 재발견이 파머스페이스에서 처음 시작된 건 아닌데요, 다른 팀과의 차이점은 무엇인가요?

네, 저희가 처음은 아니었어요. 소셜섹터에서도 몇 팀이 이미 못난이 과일에 관련한 사업을 진행했어요. 그 팀들은 사업화를 못했던 모양이에요. 직접 해보고 나서 드는 생각은 역시 '자본력'이 문제예요. 못난이 과일은 가공이 안 들어가면 이득이 날 수가 없어요. 시장에서 값을 너무 안쳐주니까. 하지만 이걸로 주스를 만들어버리면 원래 이 토마토가, 혹은 사과가 어떻게 생겼는지 상관없죠. 가공시설, 예를 들면 카페를 차릴 자본의 문제입니다. 저희도 이번에 투자 못 받았으면 힘들었을 거예요. 이 세상에 좋은 아이디어는 많아요. 그걸 넘어와야죠.

파머스페이스가 취급하는 못난이 과일의 기준은 무엇인가요?

모양이 이상하거나 크기가 작은 과일이 못난이 과일입니다. 소비자들의 못난이 과일에 대한 인식이 썩 좋지는 않습니다. 하지만 저희가 생각하는 못난이는 절대로 맛있지도 않고 벌레가 먹은 나쁜 과일도 아닙니다. 다만, 좀 다르게 생겼을 뿐이죠.

품질 관리는 어떤 식으로 이루어지나요?

배송료나 저장 문제로 저희는 농가에서 가정으로 직배송하는 방법을 쓰는데요. 그러다 보니 농민을 믿고 맡기는 수밖에 없어요. 농가에 못난이 과일의 샘플을 보여 드리면서 설명해 드리죠. 어떤 게 먹음직한 못난이 과일인지는 누구보다 농민이 더 잘 알아요. 게다가 과일 박스에 어느 지역의 누구 농장에서 생산된 거라고 찍혀나가기 때문에 다들 책임감 갖고 잘 선별해주십니다. 간혹 고객 불만 사례가 생기면 저희가 직접 찾아가서 새 제품으로 바꿔 드리고, 불량품 들고 바로 농장으로 가죠. 그런 일이 두 번 이상 반복되면 그 농가와는 단호하게 거래를 끊습니다.

생산 농가를 확보하실 때에 농가의 첫 반응은 어땠나요?

처음엔 아주 냉랭했죠. '발떼기'라는 말 들어보셨어요? 농산물은 박스 단위로 사고파는 게 아니에



요. 발 단위로 거래가 이루어지고 그게 현금 수백만 원 짜리 선지급이에요. 저희는 돈이 없으니까 후지급으로 해주시면 안 되냐고 부탁을 했어요. 전국을 다 돌았는데 아무도 안 해줬어요. (웃음) 그러다가 우연히 언론에 보도가 한 번 됐는데, 보도된 신문을 들고가니까 반응이 좀 달랐어요. 그렇게 조금씩 기회를 잡았죠.

처음엔 트럭 과일장사부터 시작했다고 들었습니다.

네. 돈이 필요하니까 과일 떼어다가 트럭에 싣고 팔러 다녔어요. 못난이 과일 홍보도 하고. 진짜 바빴죠. 처음엔 돈도 안 되고 힘들다가 하루는 못난이 과일 중에서도 유기농 못난이를 판매한 적이 있었어요. 그때 반응이 딱 왔어요. 어머니들은 유기농, 무농약 과일 비싼 거 다 아는데 가격이 확 저렴하니까 바리바리 싸가더라고요. 아무리 못난이여도 좋은 과일이면 통한다는 걸 그때 알았죠.

공모전 수상 이력이 눈에 띄던데요, 어떤 부분에서 도움이 되었나요?

처음 시작이 공모전이었던 만큼 여기저기 열심히 도전했어요. 그 중 '사회적기업가 해외연수 아이디어 공모전'은 저희에게 추진력을 주었지요. 일본에 '메케몬 히로바'라는 못난이 농산물 직판장이 있는데 그곳이 저희 롤모델이었거든요. 그 공모전을 통해서 일본 '메케몬 히로바'도 직접 둘러봤고 점장 인터뷰도 했어요. 소비자의 접근성을 위해서는 직판장에 카페를 접목해야겠다는 아이디어도 일본 연수 중에 얻었습니다.

일단 부딪혀 난관을 뚫어가는 스타일 같습니다. 벽에 부딪힌 적은 없나요?

처음엔 엄청 기세등등했어요. 공모전도 다 되고 돈도 타고 '우리 정말 잘났는갑다', 했지요. (웃음) 그러다가 '정주영 창업 경진대회'에 부산 대표로 참가했어요. 일반창업자들 사이에서 사회적기업 아이디어로 본선까지 간 거예요. 본선 합숙경연 때에 창업팀들이 서로한테 날 선 공격을 퍼붓는데, 정말 전쟁이었어요. 거기에서 명이 들고 피가 깨지면서 자신이 초라해지더라고요.

서호정 대표(좌)

그의 사람 좋은 웃음에서 건강한 고집이 엿보였다. 그의 꿈은 소비자의 착한 소비로 농가를 살리고 농가의 못난이 과일로 소비자 건강을 살리는, 도심속 과수원을 만드는 것이다.



그때 받았던 가장 정곡을 찌른 공격은 무엇이었나요?

첫 번째는 못난이 과일에 대한 소비자의 인식이 문제였어요. 그 인식을 어떻게 개선할지가 가장 큰 걸림돌이었죠. 대대적으로 광고를 내거나 사식이라도 해야 하는데 그런 자금이 없지요. 아니면 유명인사들 연결해서 영상 콘텐츠라도 찍어 돌려야 하는데 그것도 쉽지 않아요. 두 번째는 대기업이 이 분야로 사업 확장하면 어떻게 막을 것인지에 대한 문제였어요. 여긴 진입 장벽이 아예 없으니까.

지금 그 해답이 있나요?

100%는 아니예요. 대기업 문제는 지금도 답 없어요. 돈을 이길 수는 없어요. 또 대기업이 가진 브랜드 파워는 더더욱 이길 수 없죠. 하지만 인식 문제는 소비자 눈앞에서 가공을 거치는 방식으로 일정 부분 답을 내고 있어요. 가격 경쟁력도 있고 철저히 맛있는 과일을 고르면서 차츰 신뢰를 쌓고 있죠.

투자자는 어떤 경로로 만나게 되셨나요?

공모전 하면서 심사위원분들을 통해서 만났어요. 개인 투자자를 연결해주셔서 한 달에 두세 번씩 서울을 오르내렸죠. 가서 PT하고 설명해 드리고. 그러다가 좋은 투자자를 만나게 됐습니다.

사업을 이끌어오면서 가장 힘든 점은 무엇인가요?

사람이 가장 힘들고 사람이 가장 귀해요. 원년 멤버는 몇 명 더 있었는데, 힘들어서 혹은 돈이 안돼서 하나 둘 빠져나갔어요. 그러면 마음도 괴롭고, 인력이 하나 줄어든 만큼 남은 사람들은 더 빠르게 뛰어야 하니까 힘에 부치죠. 그렇다고 나 믿고 따라와, 라는 말 못해요. 각자 인생이 있으니까. 초기 멤버는 지금 세 명밖에 없어요.

열매가 맛있다

파머스페이스의 과일 카페. 부산의 젊은이들이 줄을 서서 찾을 만큼 호황이다. 부산대 앞 카페 중 매출로는 TOP3 안에 들어 대형 프랜차이즈와 어깨를 나란히 하고 있다. 사진은 열매가 맛있다의 내부 모습.

못난이 농산물

맛과 품질은 일반 상품과 같지만, 판매를 위한 선별 과정에서 기형이거나 크기가 유독 작아서 버려지는 규격 외 농산물을 말한다. 이 B급 농산물은 할값에 출하되어 잼, 과즙 등으로 가공된다

남은 세 명은 어떤 힘으로 자리를 지켰다고 생각하세요?

남은 게 아니죠. 한 달, 두 달, 조금씩 연장해왔을 뿐이에요. 사실 저희는 작년 연말에 해산하기로 했었어요. 앞이 안 보이니까. 제가 연말이 돼서 '나갈 사람은 나가고, 우리 2개월만 더 해보자.' 하고 설득을 했던 건데 그 2개월 사이에 투자가 들어왔어요. 조금만, 조금만, 하면서 버티던 것이 터진 거죠. 그래서 남은 동료가 더 귀하고, 제가 동료한테 더 잘해야죠.

앞이 안 보이는 길을 걸기란 쉬운 일이 아닌데요, 두렵진 않았나요?

우린 젊으니까 1,2년 정도는 투자해볼 가치가 있다고 생각했어요. 평생 살면서 그 한두 해는 성공하든 실패하든 아주 크게 남을 것 같더라고요. 저희는 성공할 것을 기대하고 시작한 게 아니라 실패를 각오하면서 시작했어요. 오기도 생겼고요. 열심히 뛰다 보니까 길이 열리더라고요.

사업 확장 계획은 없으신가요?

올해 안으로 2호점 내고 싶어요. 가게 못 내면 계약서라도... 지금은 관공서 쪽으로 알아보는 중이고 2호점을 시작하게 되면 직영사업으로 갈 거예요. 그 문제로 투자자도 계속 찾고 있고요.

기업가로서의 원칙이 있다면 무엇인가요?

초심, 뭐 이런 건 아니고. 처음 뿌리는 잊으면 안 되는 것 같아요. 우리가 시작한 못난이 과일이라는 그 기반은 흔들지 않을 거예요. 뿌리는 건들지 않고 그게 자라서 자기가 뻗어가지 여기저기 씨 뿌리면 안 돼요. 다른 나무를 키우는 때부터 제 브랜드는 달라지겠죠.

내가 이것만큼은 최고다, 자부할 수 있는 자랑거리가 있다면 무엇인가요?

인복. 저희 정말 단기간에 숨 가쁘게 여기까지 왔어요. 작년 3월에 처음 시작해서 작년 9월에 주식회사 설립하고 올 3월에 이 카페 열었어요. 전국적으로 이렇게 짧은 기간에 이런 매출 만든 팀 없어요. 혼자서는 절대로 이렇게 못 하죠. 지금까지 끌어온 것도, 앞으로 끌어갈 것도 동료 덕분이에요. 어딜 가든 제 자랑거리는 '우리 애들'이에요.

한국에서 사회적기업을 한다는 것, 절대 쉽지는 않습니다. 그 길을 걷는 원동력은 어디에 있나요?

재미 아닐까요. 다른 건 다 제치고 재미가 없으면 저는 안 할 거예요. 재밌으니까 여기저기 뛰어다니고 성과가 나는 것 같아요. 경영학은 무(無)에서 유(有)를 만들어요. 학교에서 배운 이론으로 직접 하나하나 만들어가는 게 정말 재밌어요. 저는 동료에게도 '일하자'가 아니라 항상 '놀자!'고 말해요.



열매 주스

'열매가 맛있다'에서는 재료를 갈지 않고즙을 내 과일주스를 만든다. 설탕과 시럽은 단 한 방울도 들어가지 않고 말 그대로 '100% 생과일'로만 승부를 보기에 아무 과일이나 쓸 수 없었다.

일반정보 & 연혁

상호 파머스페이스(주)

주소 부산 금정구 장전동 (609-390) 420-25

전화 070-4154-1042

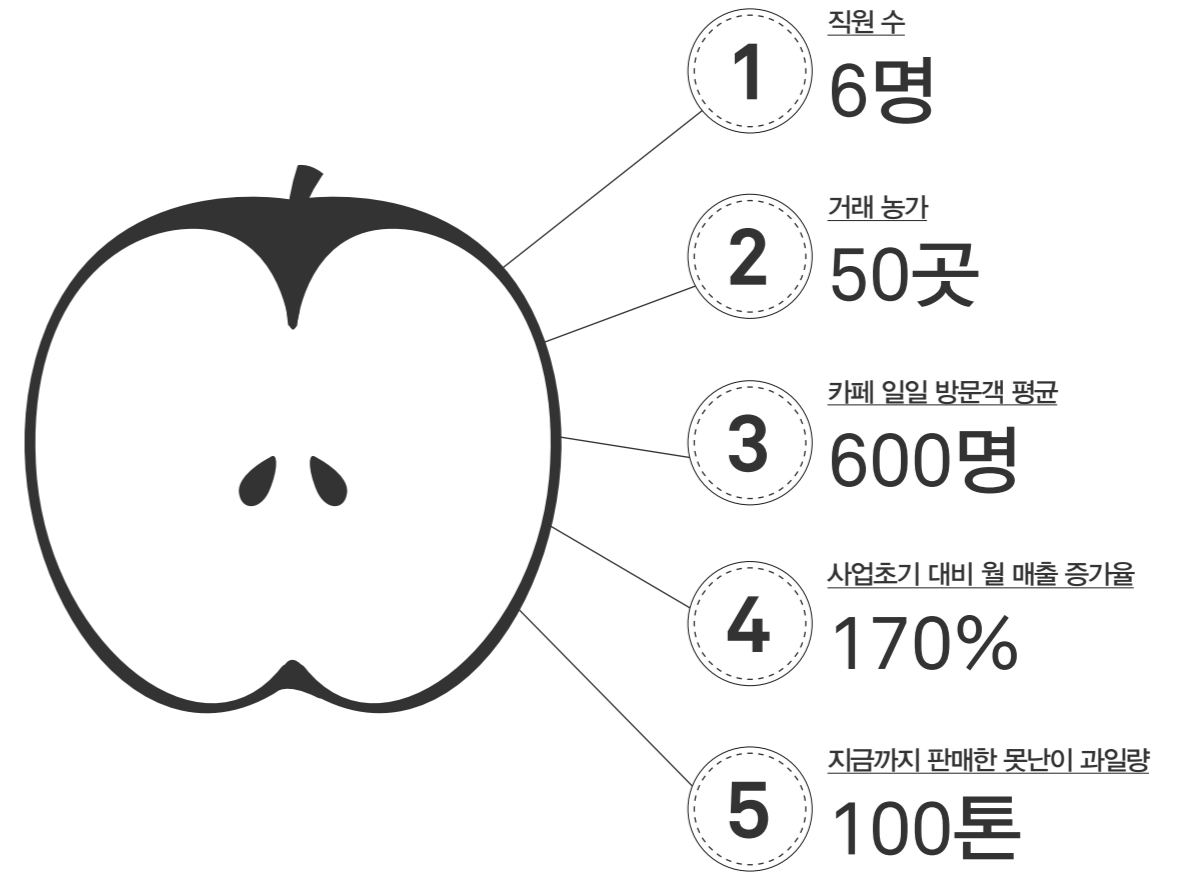
메일 seo450@naver.com

홈페이지 fspace.co.kr

기타 blog.daum.net/fruitisdelicious

- 2012. 04. 청년창업팀 파머스페이스 결성
- 2012. 05. 사회적기업가 육성사업 선정
- 2012. 06. 사회적기업가 해외연수 아이디어공모전 선정
- 2012. 07. (주)파머스페이스 법인 설립
- 2012. 08. 제1회 정주영창업경진대회 부산대표 참가
- 2013. 02. 친환경 과일카페 '열매가 맛있다' 오픈
- 2013. 04. 부산광역시 예비사회적기업 지정(제2013-16호)

숫자로 보는 파머스페이스



희움 더 클래식

<희움 더 클래식>은 '위안부' 할머니들께서
 원예심리치료 과정을 통해 꽃을 눌러 만드신
 미술 작품을 모티브로 패션/디자인 상품을 제작
 하고 있다. 할머니들의 미술 작품을 재해석한
 디자인을 통해 역사속으로 잊혀질 수 있는
 여성들의 이야기를 우리 세대에 전달하려 한다.



사실 일본군 '위안부' 문제는 할머니들만의 문제가 아니라 전 세계 여성인권의 문제라고 생각합니다.

희움 더 클래식

윤홍조 대표

대학때부터 다양한 활동을 하셨다고 들었어요. 어떻게 시작하게 되셨는지요?

군대 전역 후 복학한 뒤 이런 저런 학회나 취업설명회 등을 다녀봤는데, 저랑은 안 맞는 것 같았어요. 그렇게 고민하다가 사이프 팀원을 모집한다는 걸 봤죠. 그래서 설명회를 갔는데, 할머니들을 위한 이런 프로젝트가 있다는 것을 알게 되었고, 참여하게 됐죠. 당시 진행하던 프로젝트가 경기도 광주 나눔의 집에 방문하신 방문객들을 위해 수제비누 프로그램을 개발해서, 하나 기부하고 하나가 저가는 프로그램이었어요. 그때 즈음에 재정적으로 열악한 NGO가 눈에 들어왔어요. '정신대 할머니와 함께하는 시민모임'이라고 대구에 소재한 곳인데, 그렇게 프로젝트를 시작하게 되었어요.

대학때 활동에 아쉬움이 많이 있었나봐요.

주도적으로 하지 못했어요. 그렇게 아쉬운 감정이 생기면서 머릿속으로 문득 어떤 생각이 스쳐갔어요. '이 브랜드 잘 만들면 할머니들이 영원히 잊혀지지 않겠구나.' 이 문제의 핵심은, 외국인들이 더 잘 알아야 하는 문제라고 생각했어요. 어떻게 하면 해외에 있는 사람들이 알게 할까. 실제로 팔지 같은 경우도 국내에서는 이게 "위안부" 할머니들을 위한 거니까 사람들이 사거든요. 하지만 해외에서는 그게 좀 힘들거라고 생각했어요. 할머니들 얘기 자체를 모르니까요. 우리처럼 공감대 형성이 안되어있으니까. 그래서 '상품을 잘 만들고 그 안에 스토리를 녹여내자. 사람들이 자연스럽게 알게 하자.'라는 생각을 하면서 서브 브랜드를 만들고 확장하면서 창업팀을 꾸리게 된 거예요.

사회적기업가 육성사업은 어떤 계기로 지원하게 되셨어요?

일단 생산자금이 필요하기도 했죠. 그때 매출이 크지 않았으니까요. 3천만 원에서 4천만 원 정도. 이걸 어떻게 하면 더 자금을 확보하고 사업체처럼 만들 수 있을까 고민하다가 지원하게 되었어요.

육성사업이 실제 도움이 많이 됐나요?

정말 많이 됐죠. 자금은 물론이고, 창업지원금은 사업 초반에 여러 가지 시도하다가 많이 썼어요. 무엇보다 사회연대은행 안에 있었다는 게 많은 도움이 됐죠. 멘토링도 좋았고, 지금 상표 등록과 상품 론칭을 올해 3월에 했는데, 사회연대은행에 함께 있었던 '오마이컴퍼니'에서 크라우드 펀딩 진행하



희움 더 클래식

<희움 더 클래식>은 '위안부' 할머니들께서
 원예심리치료 과정을 통해 꽃을 눌러 만드신
 미술 작품을 모티브로 패션/디자인 상품을
 제작하고 있다. 최근 남성 아이돌 그룹 '비스
 트'의 앙요섭 군이 희움 더 클래식의 의식 팔
 찌를 차고 TV에 등장하며 '개념돌'로 등극한
 바 있다. '위안부' 할머니들의 작품을 모티브
 로 한 디자인 제품들을 통해 일본군 '위안부'
 문제 및 세계 여성의 문제를 우리 세대에 전
 달하려 한다.

면서 상품 론칭이 가능하게 됐거든요.

기억나는 멘토링이 있나요?

일단 기댈곳이 있다는 게 좋았어요. 네트워크를 형성하는 데 가장 많은 도움을 받았어요. 대지를 위한 바느질 이경재 대표, 예코준컴퍼니 이준서 대표님 등을 만나 노하우를 많이 전수받을 수 있었고. 실제 멘토분들이 패션을 전공하신 분들이 아니기 때문에 한계가 있을 수 있을 것 같지만, 그것 때문에 더 많이 신경써주시면서 다양한 분들을 소개해주신 것 같아요.

사회적기업가 육성사업 창업팀을 공공이 보다 보면, 생각보다 제조업이 많지 않아요. 제조업을 하면서 어려운 점이 있다면요?

많아요. 처음에는 스카프를 만들어봤어요. 정말 힘들더라고요. 그래서 발상의 전환을 했어요. 저희는 '콘텐츠 중개업'이라는 확실한 포지션을 가지고, 제조는 최소화 하려고 해요. 제조업에서 가장 어려운 게 품질관리인데, 저희가 다른 업체들과 콜라보레이션을 자주 하려는 이유도, 이미 제조업에 품질관리가 가능한 수 있는 브랜드이기 때문이에요. 저희는 콘텐츠를 제공하고, 저희의 콘텐츠를 바탕으로 상품을 제조하고 판매해서 수수료를 남기는 방식을 택해요. 이러한 경우 리스크가 줄어들 수 있다고 판단했거든요. 좋은 인쇄소 찾아 발품도 많이 팔고... 정말 제조업은 쉽지 않아요.

사업적인 부분 말고, 개인적으로 힘든 부분은 없나요?

최근에 체력적으로 좀 힘들었어요. 정신적으로는... 할머니들이 돌아가실 때마다 마음이 답답해서 힘들어요. 시간이 없다는 생각도 들고. 제가 이 사업을 시작하게 된 것도 나름의 '부채의식' 때문이거든요. 처음에 대학에서 프로젝트를 시작했을 때쯤, 주말 통해서 하루 할머니들을 보러 갔어요. 그때 정말 충격적이었어요. 역사관에 위안소를 똑같이 만들어놓은 것도 놀랐어요. 말로만 듣던 이야기들이 제게 사실로 다가온 순간이었죠. 그리고 할머니들을 보았는데, 우리 할머니랑 똑같은 할머니였어요. 동정의 시각으로만 바라보고 있다는 게 충격적이었어요. 그래서 더 열심히 해야겠다고 생각을 했죠. 막상 활동을 끝낼 때가 오니까 아무것도 변한 게 없더라고요. 그래서 사업화를 결정하게 된 거고요.

할머니들은 주로 어떤 화제로 어떤 이야기를 하시나요?

할머니들께서 '젊은이들이 공부를 열심히 해야한다. 그래야 다시 이런일이 일어나지 않는다.' 이런 말씀 하시는데 그게 정말 잔해요. 이용수 할머니께서 대구에 계신데, 만나보러 가면 목소리도 하이톤이시고 열정적이시고... '위안부' 외적인 이야기도 많이 나누는데 너무 재밌어요. 요새 정말 존경스러운 할머니는 수요집회 나오시는 김복동 할머니인데, 마이크잡고 말씀하시는데 한마디 한마디 큰 울림이 있어요. 목소리도 굉장히 나긋나긋하시고... 굉장히 멋있어요. 정말 멋있어요.

SIFE

SIFE(Students In Free Enterprise)는 1975년 미국 리더십 연구소가 설립하여 대학생들이 지역사회를 긍정적으로 변화시키고 사회적 책임감을 갖춘 차세대 비즈니스 리더로 성장하기 위해 기업 및 대학교와 협력하는 글로벌 비영리단체이다. 2012년 사명을 인액터스(Enactus; ENtrepreneurs in ACTION to US)로 변경하였다. 현재 전 세계적으로 39개국 2,000여 대학 57,000명 이상의 학생들이 SIFE의 멤버로 활동 중이며 대한민국에서는 2005년 처음 시작되어 현재까지 30개 대학교, 약 2000명의 대학생들이 SIFE에 참여하고 있다.



학생들의 문제의식에 대해서는 어떻게 생각하세요?

학생들도 잘 알고 있어요. 블루밍 프로젝트 학생들이 희움 서포터즈 이런것도 하고 설문조사도 하거든요. 오히려 언론에서 더 왜곡하지 않나 싶기도 해요. 최근 화제가 되고 있는 일부 극우 사이트들이 문제지요. 대부분 의식있는 학생들이 많아요. 심지어 초등학생들도요. 제가 판단한 더 큰 문제는 사람들이 어렸을 때부터 일본에 대해서 배타적이고, 맹목적인 비난을 하는 경우가 있어요. 일본에서도 이런 문제 해결을 위해 도와주시는 소수가 계시거든요. 그런분들까지도 매도되는 건 참 안타까워요. 일본 청소년들은 죄가 없어요. 모를 뿐이죠. 물론 우경화 정책 등 일본정부가 잘못하고 있는 부분도 있지만, 일본 청소년들은 이런 일이 있었다는 거 알면 충격받고, 미안하다고 말해요.

일본 청소년들을 직접 만나보신건가요?

권윤덕 작가님이라고, '꽃할머니'라는 동화책 만드신 분이예요. 일본에서 그걸 출판하려고 모니터링 목적으로 일본 청소년들에게 읽어줬는데, 일본 학생들이 굉장히 충격받고 놀랐고, 미안하고 했다고 하시더라고요. 그리고 나서 권작가님이 우리나라 청소년들에게 똑같이 읽어주셨거든요. 그리고 학생들에게 질문하셨대요. "이거 일본애들한테 읽어줬는데 애들이 뭐라고 했을 거 같아?" 그때 대부분 나온 대답이 "자기들이 안그랬다고 할 것 같아요"라고... 이미 일본에 대한 너무 안좋은 감정이 깔려있고 그게 의식적이건 무의식적이건 반영되고 있는 것 같아서 걱정이 돼요. 그런 문제들이 좀 보이면 안타까워요.

할머니들에게 70% 수익이 돌아간다고 들었는데, 어떤방식으로 돌아가나요?

운영비를 제외하고 순이익의 70%가 돌아가게 되고요. 희움 제품 같은 경우는 저희가 운영하는

희움? 희움 더 클래식?

대학생때 활동하던 브랜드가 '희움'이고, 학교를 나와 '희움 더 클래식'을 만들었다. 사회적기업가 육성사업을 지원할 당시 팀 이름을 '블루밍'으로 했는데, 덕분에 법인 이름도 '블루밍 패션'이 되었다고.



게 아니라 '정신대 할머니와 함께하는 시민모임'에서 아예 판매를 전담해주고 있는데, 상품기획만 블루밍 프로젝트 학생들이 해주는 거고요. 거기 수익금 전액은 할머니 복지운동이랑 역사관 건립 기금으로 쓰입니다. 저희는 기업이다보니 기업을 유지할 수 있는 금액을 유보를 하고, 나머지를 드려서 그부분이 역사관 건립에 쓰일 수 있도록 하지요.

할머니들에게 직접적인 수익이 돌아가기도 하나요?

안타깝게도 압화하시는 할머니 두분 모두 돌아가셨어요. 이렇게 힘이 빠질때가 있어요. '할머니 살 아계실 때 시작했으면 더 좋았을 텐데'라는 생각도 많이 들고요. 2010년에 돌아가셨는데, 그때는 압화같은 작품이 있는 줄도 몰랐어요. 상품 나온거 보면 뿌듯하고 훈훈한데, 아... 할머니가 안계셔요. 그래서 초조함이 조금 남아있기도 합니다.

그럼 이제 새로운 압화작품을 만들 수는 없나요?

객관적으로 더 이상 만들수는 없어요. 이걸 정말 예술적 재능이 필요하거든요. 압화 작품 중에 '과리'라고, 할머니 작품을 이용해서 상품을 만든 게 있어요. 저희가 크게 만들어서 색톤만 조금 바꾸고, 글씨만 쓴거거든요. 그 작품을 보면 사람들이 댓글에 바스키아 작품 같다고 많이 좋아하세요.

대표님은 본인이 어떤 사람인 것 같으세요?

언젠가 어느 행사에서 한번 저를 정의해본 적이 있어요. 그때 저를 항해사로 정의했어요. 함께하고 싶은 항해사. '저 사람이랑 일해보고 싶다.' 이런거? 방향성을 제시해주고 싶어요. 사업도 하나의 긴 항해잖아요.

제품 구매층은요?

팔찌의 경우 1020세대와 주부들이 주로 구매층을 이룬다. 희움 더 클래식은 '불쌍한 사람들'이라는 할머니들에 대한 이미지를 바꾸어 보고자 '할머니도 작가다'라는 컨셉으로 행사와 이벤트도 많이 진행한다고. 그래서인지 최근 론칭한 제품은 2030세대까지 구매층이 확대되었다고 한다.

희움을 운영해가면서 모든게 변하더라도 꼭 지키고 싶은 것이 있다면?

할머니들의 이야기를 알리는 것. 그게 꼭 상품일 필요는 없어요. 잡지가 되어도 되고, 새로운 공연컨텐츠가 되어도 됩니다. 할머니들의 이야기를 알려서 공감대를 형성하는 저희의 소셜미션은 절대 바뀌면 안되겠조. 두 가지 목표가 있어요. 첫째는 이 문제가 잊혀지지 않도록 하는 것. 둘째는 모르는 사람이 알게 하는 것. 두개는 절대 바꿀 수 없조.

좀 예민한 질문일 수도 있는데, 할머니들이 다 돌아가시면 어떡하죠?

그래서 할머니들께 보여드릴 수 있는 남은 시간이 최대 3-4년이라고 생각했어요. 그거보다 짧을 수도 있어요. 하지만 샤넬이나 컨버스는 사람들이 미치도록 열광하는 브랜드잖아요. 창업자는 이미 없지만, 영속가능한 브랜드가 되었어요. 희움도 그렇게 되는 게 목표예요. 할머니들은 돌아가셨지만 평생 할머니들의 오마주로 사람들이 이 브랜드를 구매하면서 기억할 수 있도록요. 물론 할머니 돌아가시기 전에 이 브랜드가 문제해결에 기여를 한다면 정말 너무 좋겠조. 사실 이 문제는 할머니들만의 문제가 아니라 전 세계, 여성인권의 문제라고 이야기해야 해요.

관련해서, 사업을 확장할 아이템이 있나요?

아프리카의 어느 지역에서는 전쟁뿐만 아니라 생계를 위해 아버지랑 삼촌들이 딸을 성매매지역에 내보낸다고 하더라고요. 그녀들은 타의에 의해 끌려가는 거죠. 성폭력이나 다름 없조. 그런 애들을 탈출시켜주는 NGO가 있어요. 그래서 저희는 이번 하반기에 그러한 일을 하는 NGO랑 연결점을 찾아서 희움 제품 판매 이익의 몇 %는 지금처럼 할머니들에게 가고, 미래 세대를 위해 몇 %는 그런 NGO에게 전달하려 해요. 거기서도 심리치료 콘텐츠를 만들 수 있어요. 그 친구들도 꽃으로 다양한 콘텐츠 만들 수 있거든요. 그게 저희의 또 다른 사업의 콘텐츠가 될 거예요. 그렇게 연결지어가려고 해요. 이렇게 사업이 지속되어야 할머니들이 돌아가셔도 브랜드가 영속가능하죠.

경영자로서, 대표님이 가진 탁월한 능력을 하나를 꼽으라면 될까요?

일을 벌이는거? 감사한게, 인복이 많은 것 같아요. 주변에서 많이 도와주시고. 지금 중요한 역할을 하고 있는 디자이너도 졸업하고 원래 다른 디자인회사 알아보고 있었는데, 디자이너의 친구분이 PD지망생이예요. 그래서 우리 팀에 인터뷰 왔었어요. 숙제하러요. (웃음) 그때 디자이너 필요하시면 소개해주겠다고 해서 소개받았는데, 지금까지 함께하고 있어요. 그래서 최근 깨닫게 된 건, 인복이랑 인복이 같이 오는 것 같아요.

팀원들은 대표님의 생각과 가치에 모두 동의하고 있나요?

물론 가치에는 모두 동의하죠. 하지만 일을 벌이는 걸 저는 능력이라 생각하고 팀원들은 나쁜 버릇이라 생각하는 차이는 있어요. (웃음)



사회적기업가 육성사업을 하지 않았더라도 이런 길을 걸었을까요?

꼭 이계 아니라도, 뭔가 하지 않았을까 싶어요.

지금 생활에 만족하세요?

저는 무척 만족해요. 8월 12일날 우리가 대대적으로 상품을 론칭했는데요, 판매 추이를 봤을 때 제 계산대로라면 10월 말쯤에는 자립이 가능할 것 같아요. 경제적으로 풍족하진 않지만 그렇다고 너무 힘들다거나 하는 상황은 아니에요. 물론 최근 자취방을 빼긴 했는데. (웃음) 집이 수원인데 통근을 하니까 그게 좀 힘들죠.

같은 청년 창업팀에게 하고 싶은 말이 있나요?

저는 일을 벌리고 정리를 못하는 단점이 있어요. 그게 큰 조직에서 일을 안 해봐서 그런 걸 수도 있겠다는 생각을 해요. 그런 곳은 프로세스가 딱 잡혀있잖아요. 저희 이번 전년도 너무 어렵게 했거든요. 프로세스가 명확히 잡혀있지 않아서. '큰 조직에서 업무를 경험하고 창업에 뛰어들면 더 잘할 수 있지 않을까?'하는 생각을 했어요. 더 많은 경험을 쌓고 배워보고, 지금 분위기가 청년 창업을 굉장히 권장하는 분위기인데, 좀 배우고 오는 것도 좋은 것 같아요.

앞으로 계획을 좀 알려주세요.

내년 3월 즈음에 전시 공연을 백화점에서 팝업스토어랑 동일하게 열 생각이예요. 기획전이 끝나고 나서 그 제품들 가지고 해외 진출 하려고 해요. 그게 박람회라 됐건 서비스가 됐건. 바로 진행하게

어머니, 아 어머니!

아버지는 아들을 사업가로서 인정해 주시고 많은 도움을 주려 하신다. 하지만 어머니는 아직도 우리 아들이 언젠가는 멋진 양복을 입고 멋진 회사에서 일할 거라는 조금 헛된(?) 희망을 품고 계신다고 윤홍조 대표는 웃으며 말했다.

될 것 같아요. 그래서 3년 안에 어떻게든 큰 브랜드가 되고자 해요. 그래야 공감대 형성도 빠르게 될 것 같고요. 그거 말고는 머릿속에 아직 없어요. 1기 창업팀 중 '콘삭스'와 곧 콜라보레이션도 계획하고 있고요. 페이퍼 북도 국내는 시장이 좀 작는데 해외는 크거든요. DIY를 많이 하니까 유명 페이스 북 페이지는 팬이 몇 백만명 있는 곳도 있고요. 그런 쪽이랑 연결해서 IT쪽도 건드리려고 해요. 페이퍼 북에 QR코드를 심어서 스캐닝 했을 때 스마트폰 테마랑 커버 화면으로 갈 수 있는 패턴 몇 개를 주는 식으로 스토리를 전달하거나 최근 유행했던 커스텀메이드 같이 자기 신발 만들고 그런거요.

마지막으로, 하고 싶은 말씀 있으세요?

비스트의 양요섭씨가 팔찌를 해줘서, 다음 날 이틀동안 엄청나게 많은 양이 팔렸어요. 덕분에 다른 것도 잘 팔리고요. 아이들의 힘이 이런 거구나 싶었죠. 그런데 그 다음 날 뉴스에서, 어느 국회의원이 회의시간에 우리도 이 팔찌를 구매 했다. 이런 색깔도 이쁘네 뭐 이런 장면이 보도가 됐어요. 그 때 충격 받은 게 아이진 저 사람들이 할 일이 아닌데. 내가 초중고때 배운 국회의원 역할은 입법을 하고 정책을 입안하는 사람들인데, 어떻게 팔찌 하나 구매하는 거 가지고 끝났다고 생각하는건지. 좀 화가나더라고요. 본인들의 역할을 좀 인지해 줬으면 좋겠어요. 물론 사안이 이것만 있는 건 아닐 테고, 바쁘시겠지만 국가적으로 할 수 있는 부분이 분명히 있을텐데 하는 아쉬움이 많이 들었어요. 이 문제에 대해 어떤 확실한 대안이 없어서 아쉬워요. 이 말을 꼭 하고 싶어요.

데코레이션 페이퍼 북

'위안부' 할머니의 심리치료 활동을 통해 만들어진 미술작품 '압화'를 모티브로 만들어진 페이퍼 북. 좋은 품질의 친환경 종이와 고급스러운 플라워 패턴, 할머니들의 짧은 스토리가 함축된 희움 더 클래식스 상품이다.

일반정보 & 연혁

상호 유한책임회사블루밍패션

주소 서울 성북구 종암동 79~90 (136-863) 80-84층

전화 070-8828-2557

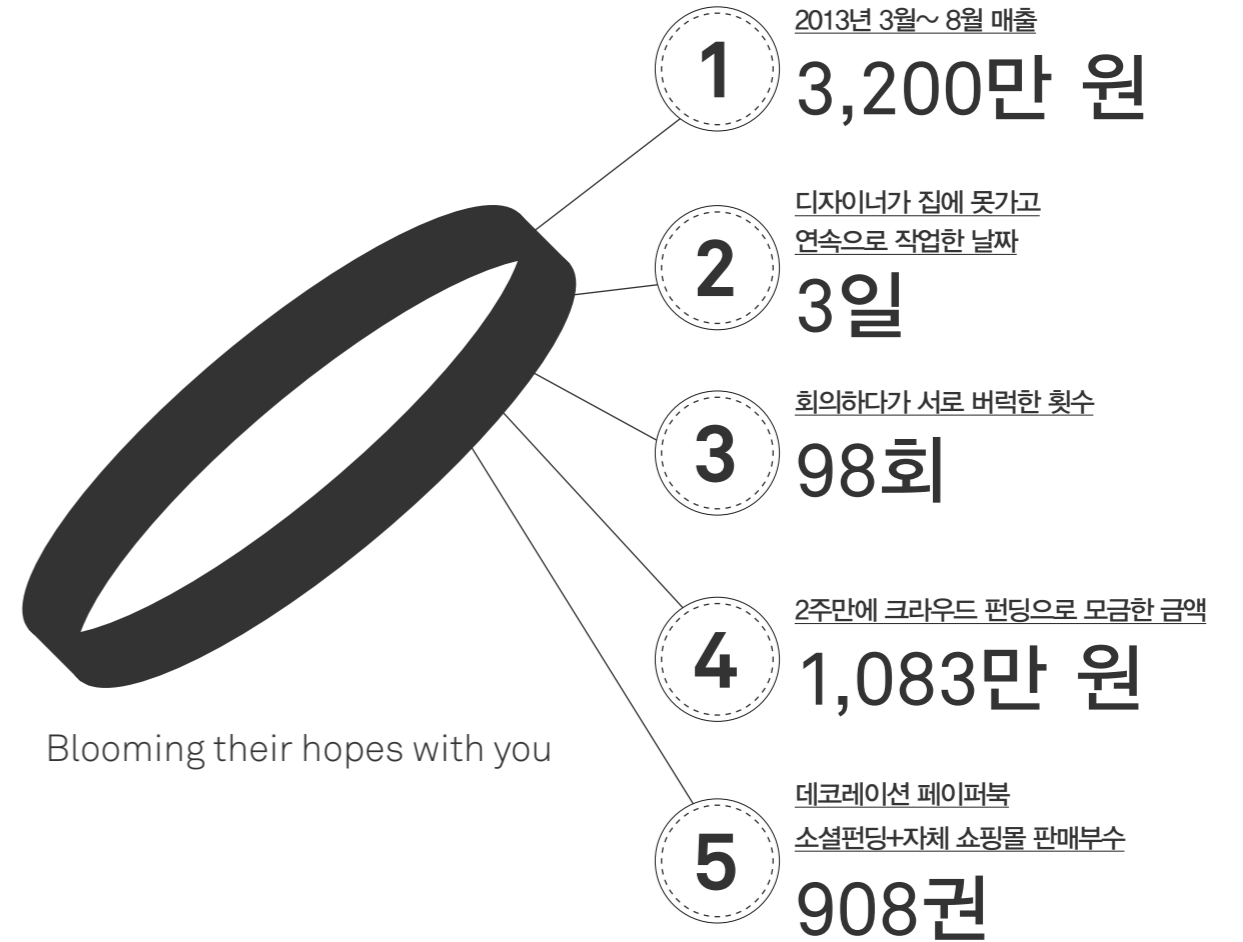
메일 bloomingllc@gmail.com

홈페이지 heeumclassic.com

기타 <http://blog.naver.com/heeumclassic>

- 2009. 08. 고려대학교 SIFE에서 디자인(人) 프로젝트 런칭
- 2011. 11. 프로젝트 이름 변경 '디자인(人) → 블루밍'
- 2012. 03. 의식팔찌 런칭
- 2012. 05. 브랜드 '희움' 런칭
- 2012. 08. 브랜드 확장 및 창업 → 서브 브랜드 '희움 더 클래식' 런칭 / 희움과 협력적 운영
- 2012. 10. 법인 및 사업자 등록 (유한책임회사 블루밍패션)
- 2013. 03. 부토니에, 스카프 등의 다양한 아이템 개발 시도 / H-온드림 2기 펠로우 선정
 상품라인 확장(데코레이션 페이퍼 북 2종, 콜라보레이션 아이템 3종 등)
- 2013. 08 8.15 전시/공연 '소녀의 꽃, 함께 피우다' 주최

숫자로 보는 희움 더 클래식



우수멘토 수기

동료 창업팀은 최고의 멘토다

안형수 멘토 / (사)광주NGO시민재단



멘토라는 단어가 주는 무게감 때문에 '우수 멘토'로 통보를 받았을 때 한편 부끄럽고 고민이었습니다. 나의 멘토링이 창업팀에게 긍정적 울림을 주었는가. 그리고 과연 내가 그들의 삶에 대해 책임을 다했는가하는 점입니다. 그래서 저는 창업팀에게 부채의식이 갖고 있습니다.

1년이라는 시간이 주마등처럼 흘러갔고 또 어느새 새 창업팀과 섞여있는 자신을 발견하면서 지나온 시간을 관성적으로 대한 것은 아닌가 생각합니다. 창업이 아이템이 아무리 훌륭해도 시장과 맞지 않으면 실패하고 아이디어가 조금 부족해도 마케팅으로 결과를 만들어내는 경우가 있습니다. 혹자는 사전적의미의 '창업'이 나라를 세울 때 쓰는 말이라며 곧 창업이라는 것이 나라를 세울 만큼 준비와 역량이 필요한 것으로 비유하기도 합니다. 본 사업에 뛰어든 창업팀들은 창업에 대한 기술적 측면 뿐만 아니라 사회적기업가라는 공익적이면서 윤리경영마인드까지 지녀야 하니 부담이 클 것입니다.

창업팀과의 첫 만남은 서류였습니다. 국민의 세금이니 자금의 지출에 최소한의 윤리적 장치인 증빙이 창업팀에게는 벽이었습니다. 사회생활 경험이 없는 20대 창업팀들에게는 더욱 그러했습니다. 사진을 찍고 계획서를 첨부하고 영수증과 거래내역서에, 어쩌면 처음 접하는 복잡한 서식하기에 여러 창업팀에게 각각 같은 상황이 여러번씩 반복하면 원치 않는 상황이 발생합니다. 이런 일이 있었습니다. 증빙서류에 대해 보완해달라는 대화도중에 창업팀이 사업을 그만두겠다는 말을 했습니다. 멘토도 인간인지라 여러 창업팀들에게 똑같은 상황이 여러 차례 반복되면 자

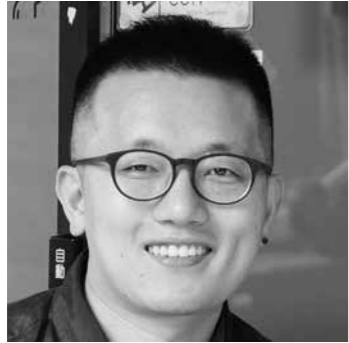
연스레 감정이 드러납니다. 울먹이는 목소리로 포기하겠다는 말을 들었을 때 순간 '아차!'했습니다. 저의 잘못이었습니다. 돈을 벌겠다는 사람들이 아니라 돈보다 사회적 문제를 해결하겠다는 착한 의지 하나로 온 사람들이 내 실수로 포기해야 한다는 사실이, 그리고 관료적 태도와 관성에 젖어 사람보다 사업만 보고 있는 저를 보았습니다. 이 일은 창업팀을 어떤 태도로 멘토링을 해야 할지 방향을 잡은 계기였습니다.

어차피 서류는 시행착오이며 이해보다는 숙달이 필요한 일입니다. 창업을 위한 회사설립은 인터넷으로 3일이면 가능합니다. 그저 그런 돈을 벌기 위한 창업이라면 우리의 현실은 소모적일 것입니다. 우리는 전지구적이고 사회적인 문제해결이라는 미션을 갖고 착한 창업을 통해 착한 세상을 꿈꾸는 사람들입니다. 우리의 목표는 창업이라는 과정, 그 너머에 있다는 걸 느꼈습니다.

그 '너머'는 혼자서는 어렵습니다. 그래서 사업 초기 매주 화요일마다 제가 맡았던 창업팀 7팀과 조모임을 가졌습니다. 조모임을 통해 서류도 검토하고 진행상황도 체크했습니다. 처음에는 딱딱하게 일방적으로 전달하고 서류를 점검하는 형태였지만 시간이 흐를수록 조모임 과정에서 일어나는 사소한 감정의 교류들이 창업팀끼리 보이지 않는 끈을 강하게 연결시켜준 것 같습니다. 서류 작성이나 사업 진행과정에서 겪는 어려움들을 멘토를 통해서가 아닌 창업팀끼리 이야기를 나누고 스스로 해결하는 일들이 많아졌습니다. 사업중반에 접어들자 창업팀들끼리 친목모임도 찾아지고 매주 하던 조모임도 격주로 바뀌서 진행하게 됐습니다. 사업영역은 다르지만 창업자의 처지를 가장 잘 이해하고 현장의 어려움을 잘 아는 같은 처지이기 때문에 조모임은 활달했습니다. 멘토가 주관하지 않은 모임이 만들어지고 동료애가 트면서 창업과 예비사회적기업 진출로 자연스럽게 이뤄졌습니다. 7개 팀 모두가 창업을 했고 이 가운데 5개 팀이 2013년 광주시에비사회적기업으로 지정받았습니다. 사업이 종료된 이후에도 끈끈한 우애를 기반으로 자체적인 조모임이 이어지고 있습니다.

현실적으로 위탁운영기관에 소속된 사람으로, 관리기관으로부터 평가를 잘 받고 싶은 마음이 있습니다. 조금해 하지 마시기 바랍니다. 눈앞에 떨어진 사업상의 문제보다 그 '너머'에 있는, 이 사업에 뛰어든 '열의'가 가고자하는 비전을 보라고 권하고 싶습니다. 그 비전은 혼자 가기보다는 여러분과 같은 길에 서있는 주변의 동료 창업팀들과 함께 가기를 권합니다. 잘 나가는 팀, 될성부른 팀만 보고 하는 멘토링은 결국 그 안에서 우순순위를 따지게 되는 결과를 부릅니다. 잘하건 못하건 창업팀들이 각각이 아니라 함께 하고 있다는 것을 알려주고 부대끼게 하는 것이 멘토의 역할이 아닌가 생각해봅니다.

창업팀여러분, 여러분이 지금 하는 고민은 여러분 모두가 하는 고민입니다. 동료는 최고의 멘토입니다. 그런 의미에서 자주 만나고 부대끼는 기회를 놓치지 마십시오. 여러분의 착한도전이 착한결과로 이어지기를 기원합니다.



CHAPTER_3 [공유]
레디앤스타트
빌리지
자락당
페어스페이스

: 물건, 공간, 경험 등을
공유하여 무엇도 낭비되지 않는
선순환 구조를 만드려는
사회적기업들



소유하지 않아도 괜찮아

레디앤스타트

“사람과 사람을 연결하여 도전하는 청년의 시작을 돕는다.”

레디앤스타트(Ready&Start)는 경제적인 여건에 관계없이 목표와 열정이 있는 청년, 그리고 경험과 지혜를 갖춘 사회 선배와의 연결을 통해 청년이 멋지게 도전을 시작할 수 있는 세상을 만듭니다.



당신은 이미 누군가의 꿈입니다.
청년이 도전을 이어나갈 수 있도록 함께해 주세요.

레디앤스타트

조운진 대표

어떻게 시작하게 되셨는지요?

대학교 4학년 때 친구 중기와 같이 치킨이랑 맥주를 먹으면서 얘기를 하기 시작해요. 너 나중에 뭐 될래? 그렇게 취업 이야기를 하다가 생각해보니 너무 답답한 거예요. 주위에 실제로 학자금 대출 받은 친구들은 계속 아르바이트를 하고, 돈 있는 애들은 때 되면 비행기 티켓을 끊어요. 단순하게 생각해봐도 이런 경제적 격차가 글로벌 인재를 원하는 최근 기업 취업에 영향을 미치고, 취업에 양극화가 이루어 질 수밖에 없는 현상들을 보면서 잘못됐다라는 생각이 들었어요. '돈과 상관없이 동등하게 도전할 수 있는 환경을 만들고 싶다.'라는 생각을 하게 된 거죠. 그땐 우리가 아무것도 없었으니 까 3년 정도 일해서 각각 3천씩, 일년에 천만 원씩 벌어서 나오기로 했고, 그렇게 3년이 지나고 나서 일을 하기 시작한거죠.

약속이 지켜졌네요. 처음 시작하셨을 때 느낌이 남달랐을 것 같아요.

그 약속 때문에 더 열심히 준비할 수 있었던 것 같아요. 사실 저희가 진짜 잘할 수 있는 건 상품과 서비스 판매예요. 그걸 하면은 우리 경쟁력이 있다고 생각하거든요. 그런데 우리는 장점을 다 버리고 맨땅에 헤딩했던 거죠. 그래서 가끔씩 내가 미쳤나하는 생각도 했어요. 그런데 이게 우리가 안 하면 누가 할 것인가라는 생각이 들더라고요. 우리가 해야겠다. 그렇게 시간이 지날수록 모하게 사명감이 생기기 시작했어요.

약속을 지키기 위해 취업을 했어야 했잖아요. 취업한 회사 생활은 어떠셨어요?

저는 B2B 비즈니스를 하는 해외에 소재한 기업에 해외영업 파트로 가고 싶었어요. 하지만 당시에 세계 금융위기가 터지면서 상황이 어렵게 되었죠. 결국 국내에 소재한 기업으로 취업을 했죠. 내가 부족하다면 경험 쌓고 다시 내가 가고 싶은 곳에 도전하면 되니까요. 다만 직무는 포기하지 말자는 신념이 있었어요. 해외영업 자체를 너무 하고 싶었기 때문에 이것만은 타협하지 않았거든요. 서울 양재동에 있는 모 벤처회사에 취직을 했어요. 한 달 정도 워킹업하고 미친듯이 일하기 시작했어요. 왜 드라마보면 열혈청년같이 사는 거 있잖아요. 그걸 진짜 해보고 싶었어요. 밤을 꼴딱새고 딱 씻고 나가서 자리에 앉아있고. 그렇게 한달 지나니까 사장님이 집을 해주셨어요. 일찍 퇴근하는 날은 운



레디앤스타트

“사람과 사람을 연결하여 도전하는 청년의 시작을 돕는다.”

- ① Asia No.1 Online Mentoring Platform 구축 (2015)
- ② 대한민국 청년 10%에게 최고의 직업멘토링 서비스 제공 (2015)
- ③ 진정으로 청년을 위한 멘토 1천 명 발굴 (2014)

레디앤스타트는 위 미션과 세가지 비전을 기반으로 '청년의 기회가 선순환 하는 세상'을 꿈꾼다. 최근 서울시 공영기업으로 선정되는 등 승승장구하고 있다.

동하고 집에 들어가서 계속 공부하고, 야근하는 날은 죽어라고 일했어요. 우연한 기회에 증개무역 같은 것을 혼자서 처음 해봤고, 그때 회사에 매출 1억을 만들었어요. 그렇게 1년 정도 열심히 하고 사장님한테 그만둔다고 했죠. 더 이상 배울게 없다고 생각했어요. 왜냐면 그 회사의 비즈니스 모델을 제가 만들고 있었거든요. 그래서 사장님께서도 잡지 못하셨고. 이후 이직한 반도체 기업에서는 해외영업과 신규수주 업무를 담당하며 2년간 더 근무하게 되었죠.

취업할 당시 대표님의 주변 환경적인 문제는 어떠셨어요?

환경이 안 좋았다고 할 수 있었죠. 저는 어렸을 때부터 제가 의사결정을 하면서 살아왔거든요. 집이 한번 어려워지고 나니 주변을 돌아보게 되더라고요. 제가 무언가를 물어볼 사람이 없는 거예요. 아 버지께서 일찍 돌아가시고, 생계를 위해 어머니께서 집에서 떨어져서 사시기 시작한 거예요. 이후 혼자 도전하기 시작한 거죠. 미리 좀 알았더라면 생각했던 게 뭐냐면 '아, 내가 관심있는 분야를 알려줄 수 있는 그런 사람이 있었다면 어땠을까?'하는 생각을 했어요. 방향을 무척 많이 했고, 그때의 나는 뭘 해야 될지 몰랐던 사람인데. 그러다 하나를 결정하면, 그다음에 방향을 잡기가 너무 어려운 거예요. 어떻게 정보를 얻어야 할지 막막했죠. 그때 만약에 제게 조언해줄 수 있는 형이나 누나 혹은 삼촌 같은 분만 있었다라도 좀 체계적으로 접근할 수 있지 않았을까요?

그래도 해외 영업이라는 해보고 싶은 직무는 분명하셨어요. 본인이 뭘 하고 싶은지 모르는 친구들도 굉장히 많다고 생각하거든요.

제 생각에 그건 개인의 문제가 아니라 사회 시스템에 대한 문제라고 생각해요. 우리가 어릴 때부터 꿈이 제한될 수밖에 없는 교육을 받으니까요. 우리는 공부를 해야 하는데 안타깝게도 공부를 왜 하는지 모르죠. 거기서 뒤쳐지면 완전 도태된 느낌이 들거든요. 우리는 그렇게 살아왔어요. 학창시절을 그렇게 보내고 대학을 들어왔는데 거기서는 자꾸 선택하라고 강요하기 시작하는 거예요. 그런데 선택할 줄 알아야지. 대학에 들어와서 뭘 해야 할지 모르겠다는 친구들이 무척 많아요. 저희가 지원해줬던 친구 중 하나는 서울에 있는 명문 대학교를 다니고 3개 국어를 할 줄 알아요. 모국어를 포함하면 4개 국어를 하는 건데, 저를 찾아와서 뭘 해야 될지 모르겠다고 하더라고요. 그 친구는 각종 장학재단에서 지원받는 아주 우수한 친구예요. 하지만 그런 친구가 와서 지금 갈피를 못 잡고 있어요. 진로를 이제 설정하려 해요. 그 친구에게 4개 국어가 지금 큰 의미가 없었던 거예요. '이거 해라, 저거 해라' 이런 이야기를 듣고 살아왔고, 또 꾸준히는 해온 거예요. 근데 막상 뭘가 선택을 해야 하는 순간이 오니까 이걸 본인이 원하던 길이 아니었던 거죠. 그런 친구들이 많아요.

그런 친구들 보면 무슨 말씀해주세요?

처음부터 생각하라고 하죠. 네가 정말로 원하는 게 무엇이나 하는 이야기들. 저는 그런 원론적인 이야기를 별로 좋아하지는 않아요. 직접 뛰라고 해요. 한 예로, 식품영양학과를 나온 친구가 있는데,



벽화를 통한 아웃도어 멘토링

'벽화를 통한 아웃도어 멘토링' 사업은 사회 선배(멘토)와 대학생(멘티)이 참여하는 벽화 그리기 사업으로, 문화예술 활동을 통해 멘토와 멘티가 서로를 이해하여 지속적·효과적인 온라인 멘토링 참여를 유도하는 사업이다.



그 친구는 지방에 취업하고 싶지 않대요. 그리고 공장이란 공간을 굉장히 불결하게 생각하고 있다고요. 사실 공장은 폐수처리시설 같은 곳이 아니면 굉장히 깨끗한 곳이기도요. 그래서 다녀와보라고 했어요. 그래서 그 친구가 이전에 있는 맥주공장을 다녀와요. 그리고는 생각이 바뀌었어요. "저 갈 수 있을 것 같아요."라고 말했어요. 이렇게 어느 순간 우리도 모르게 스스로 틀을 짜는 거예요. 그 틀을 벗어나면 죽을 것처럼 그렇게 살고 있어요. 그런 생각을 안 가지고 있는 사람들을 모아서 필요한 사람들에게 메시지를 줄 수 있다면 그들을 꺾 수 있지 않을까하고 생각하게 된 거죠.

'책 교환 전국투어 캠페인'을 통해 그러한 청년들의 요구를 확인하셨다고요.

그때는 진짜 대학생들이 필요한 걸 물어보러 다녔던 거예요. 그래서 서울, 경기, 인천, 광주, 부산 일대를 책 100권 싸들고 돌아다녔어요. 거기서 실제 설문조사를 진행했는데, 대학생들이 학자금보다 더 원하는 게 사람이더라고요. '왜 사람인가?'에 대해서 더 조사해보니까 자신이 원하는 삶을 살고 있는 누군가가 정말 어떤 업무를 하고, 어떻게 살아가는지를 궁금해 하는 거죠. 실제 대학 취업지원센터에 가보면 조금 아쉬워요. 예를 들어 은행원이 되고 싶다는 학생에게 무엇을 이야기 해주면 좋을까요? 취업지원센터에서 상담해주시는 선생님도 교직원의 직무 노하우가 상당 하시죠. 하지만 은행원의 직무에 대해서는 잘 아시지는 못해요. 주로 '자소서'는 이렇게 써봐' 혹은 '면접은 이렇게 준비해봐' 수준으로 그치게 되는 것이죠. 최근에는 대학 취업지원센터가 이러한 상황을 인식하고 선배/기관/기업 등의 연계를 추진하고 있지만, 일부 대학을 제외하고는 역부족인 상황이에요.

멘토링 쪽은 부족한 면이 많다고 느끼셨군요.

현황조사를 많이 해보고 직접 참여도 해봤어요. 그때 느낀 게 선배들이 자신의 경험담을 이야기할

멘토를 찾아 떠나는 여행

마치 여행 준비하듯, 청년 스스로가 계획을 세워 6주간 진로 탐험을 떠나는 프로그램. 각 분야에 있는 전/현직 사회 선배들을 만나보면서 본인의 도전 목표를 설정하고 적극적인 삶의 의지를 길러주기 위한 직업/직무 찾기 프로그램이다.



수 있는 채널이 없다는 거였어요. 요즘엔 취업할 때 고생을 많이 해서 그런지 자신의 경험이나 노하우를 알려주고 싶어하는 사람들 굉장히 많아요. 또 회사 다니면서 과장급, 차장급 정도 되면 10년 이상 근무하신 분들이라고 할 수 있는데, 그분들은 일에 파묻혀 있어요. 회사가면 매일 깨지고, 피곤하고. 자기 존재감이 무척 떨어져있다고요. 사실, 이 사람들이 하는 일을 남들한테 이야기해주게 되면 느낌이 완전 달라져요. 무슨 이야기냐면, 내가 회사에서 그렇게 고생하면서 반복적으로 하고 있는 그 일이 누군가에게는 꿈이라는 거죠.

혹시 대표적인 멘토링 사례가 있을까요?

단적인 예로, 두바이에 있는 에미레이츠 항공 퍼스트클래스 승무원이 있어요. 지금 저희 멘토단 중에 한 분이신데, 한 학생이 그분에게 항공사 승무원이 되고 싶은데 무엇을 갖춰야되는지, 일할 때 어떤 점이 힘든지. 이렇게 두 가지 정도 질문을 해왔거든요. 그랬더니 멘토님이 답변을 주셨어요. 요약해서 말씀드릴게요. 사실 항공사 승무원은 거의 24시간을 눈 뜨고 있어야 하는 직업이에요. 이륙 전 미팅부터 비행 시간, 착륙 후 뒷정리 까지 업무 시간이 우리가 생각하는 것 이상이거든요. 결국 그러한 일을 버릴 수 있는 체력이 있느냐가 중요한 거죠. 우리가 일반적으로 승무원이 되려면 필요하다고 생각하는 조건과 조금 다르죠. 영어는 필수인 거고요. 그뿐만 아니라, “저는 어느 나라를 가더라도 저는 다시 두바이로 옵니다. 그 외로움 아시나요?” 멘토가, 자신의 일에서 가장 힘든 점은 외로움이라고 말해주는 거죠. 그 다음으로 일반적인 스펙, 그리고 어떤 걸 갖춰야되는지를 알려주고, 이런 부분에 대해서 준비가 되어있으신가요? 하고자 하는 의지가 있으신가요?라고 조언을 주시죠. 근데 그걸 받은 멘티가 감동을 해서 이제 저희한테 메시지를 보냈어요. 저도 꼭 나중에 성장해서 멘토님 같은 멘토가 되겠다고요.

책 교환 전국투어 캠페인

대한민국의 청년들이 진정 무엇을 고민하고 어떤 도움을 필요로 하는지 알아보기 위해 2012년 2월부터 전국 5개 도시를 돌며 진행한 캠페인. 그들은 청년들이 진정으로 원하는 건 '사람'이라는 것을 본 캠페인을 통해 알 수 있었다. 또한, 이 캠페인을 통해 '우리가 진정으로 원하는 세상은 어떤 모습일까'에 대해 깊이 고민하게 되는 계기가 되었다고.

사업가로서 자신의 강점이 있다면요?

‘하면 된다’라는 생각을 강하게 가지고 있는 것 같아요. 긍정적인 생각을 많이 가지고 있는 편이죠. 저는 잘 모르고, 주변사람들이 그렇게 이야기들 해주세요. 저는 살면서 안 된다라는 거 보다 “이렇게 하면 되지 않을까?”라는 생각을 무척 많이 했어요. 그런 식으로 지금도 계속 살아가고 있는 것 같아요. 제 좌우명이 있어요. ‘일체유심조’예요. 이제 모든 것은 네 마음먹기 달렸다. 원효대사 해골물. 고등학교 윤리시간 선생님이 해 주신 말인데 살다보니 이게 진짜 맞더라고요. 집에 액자에 걸어 놓았어요.

사회적기업가 육성사업에 참여한 지난 1년간 어떠셨어요?

사업모델이 열 번 정도는 바뀐 것 같아요. ‘청년을 지원하겠다.’는 거 하나 가지고, 어떤 방법으로 청년을 지원할 것인가를 계속 고민했어요. 인적자본투자부터 시작해서 나중에는 키바(KIVA) 모델까지 다 분석했었죠. (웃음) 지금 이 사업은 사실 12월에 스타트 한 거예요. 이제 10개월 차에 접어든 거죠. 그 전에 많은 변화가 있었고, 계속 사무실에 박혀있었어요. 과연 우리가 뭘 할 것인가? 우리가 청년들을 도울 수 있을까? 이런 질문부터 시작해서요. 결국 취업컨설팅 업체의 거품을 한번 꺼트려보자 하는 취지로 취업지원프로젝트를 중간에 만들었죠. 육성사업 자체는. 이런 생각을 가진 사람들을 한 곳에 모을 수 있게 해준 게 참 좋았던 것 같아요. 나만 이런 생각하는 게 아니구나. 뭔가 도전하고 뭔가 바꿔보자는 의지들이 다른 사람들도 분명 있구나. 그렇게 서로 으쌰으쌰할 수 있는 느낌이 참 좋아요.

결과적으로 봤을 때 어떠세요? 새롭게 창업을 하신 게 잘한 것 같나요?

잘 한 것 같아요. 멘토를 거의 120명 정도 모았는데요, 직접 만난 분은 60명 정도 됩니다. 사실 당장 인사를 드려야 하는데. (웃음) 회사를 다녔으면 직급에 제한이 되게 많잖아요. 사원이면 다른 회사 사장님 못 만나요. 그런데 저는 그냥 청년이잖아요. 아무 것도 없이, 타이틀도 없이. 그런데 국내에서 알아주는 변호사님들이 절 도와주시며 멘토로 참여해주시고. 방송국 아나운서 분들 만나고 그러는 거예요. 하지만 내가 만약 그냥 회사나 다녔으면 만날 수 있었을까? 그렇게 저희의 생각에 동의해주고 참여해주시는 분들이 분명히 있다는 걸 알았거든요. 사실 가장 좋은 것은 좋은 사람들을 만난 거죠.

다음 1년은 어떻게요?

가장 큰 고민은 이걸 유료화 할 것인가, 무료화 할 것인가? 유료화를 하면 어떻게 할 것이고, 무료화 하면 우리가 어떤 모델로 갈 것인가예요. 지금은 저희 나름대로 테스트를 거치는 기간이에요. 멘토들도 지난 번 직무 멘토링 때는 멘토들이 직접 참여한다기 보다 특강 형식으로 이루어졌는데, 이제는 학생들과 직접 매칭도 하려 하고, 벽화 등의 이벤트도 진행하며 실제 유대감을 형성시키는 등 지

일체유심조(一切唯心造)

모든 것은 오로지 마음이 지어내는 것임을 뜻하는 불교용어. 조윤진 대표의 좌우명이다. 일체유심조를 마음 속에 새긴 어느 날, 액자 장수가 일체유심조가 멋들어지게 써진 액자를 팔러 왔는데 그때 손에 넣어 방에 걸어두었다고. 물론 액자는 사지 않았다고 한다.



속 가능한 직업 멘토링을 할 수 있는 환경도 만들어보려 해요. 네트워킹 측면에서도 멘토와 멘티가 잘 만날 수 있는 매개체가 뭘까 고민하고 있고요. 소셜멘토링 이다 사이트도 아주 중요한 부분이죠.

결국은 일부라도 유료화를 해야하지 않을까요?

지속가능성이라는 것이 제일 중요하니까요. 필요하다면 할 수 있겠죠. 저희 같은 멘토링 시스템은 아직 없어요. 직업 관련해서 뭔가 멘토링을 할 수 있고, 멘토에 대한 개념을 좀 낮추고 소통할 수 있는 창구 역할을 하는 것이 중요하겠죠.

레디엔스타트가 마지막까지 꼭 지키고 싶은 가치는 무엇이 있을까요?

저희가 꼭 하고 싶은 건 청년의 기회가 선 순환되는 구조를 만들고 싶어요. 무슨 얘기나하면, 돈 없다고 기회를 갖지 못하는 환경이 아니라, 꿈과 희망 그리고 도전하고자 하는 의지와 목표가 있다면 그것만 가지고도 충분히 도전해볼 수 있는 환경을 만들고 싶어요. 그래서 그 친구가 잘 되어서 멘토가 되고 또 다른 청년을 돕고, 그 청년이 또 다른 청년을 돕고, 이렇게 순환구조를 만들고 싶어요.

독자들에게 하고 싶은 말이 있으세요? 후배들도 괜찮구요.

지금 청년들이 가진 문제에 관심을 가지고 그걸 어떻게 해결할 것인가에 대해 머리를 맞대고 함께 고민해볼 수 있는 장이 많았으면 좋겠어요. 단순히 취약계층을 위하는 게 아니라 진짜 뭔가 꿈을 펼치고 정말 자기가 하고 싶은 게 있으면 정말 적극적으로 밀어줄 수 있고 독려할 수 있는 사회 분위기를 만들어야 해요. 여러분은 그런 생각을 해보신 적이 있는지, 만약 있으시다면 그걸 정말 제대로 만들어볼 생각이 있는지 묻고 싶어요. 우리 레디엔스타트가 그런 역할을 할 수 있도록 앞장서서 열심히 노력해보겠다는 말을 하고 싶네요.

5년 전의 약속

레디엔스타트의 공동 창업자인 전중기 부대표(오른쪽). 5년 전 약속의 주인공이다. 경제적 어려움으로 꿈을 포기하는 청년들이 포기하지 않고 도전을 이어나갈 수 있는 '생태계'를 만들고자 하는 두 사람의 의지가 지금의 레디엔스타트를 만들었다.

소셜 멘토링 이다

"언제 어디서나 함께하는 온라인 직업 멘토링 서비스" 우리 주변에 있는 사회선배들이 멘토가 되어 청년의 미래에 대한 도전을 함께하여 실질적인 조언과 격려를 제공하는 서로를 이어주는 열린 공간이다.

일반정보 & 연혁

상호 (주) 레디앤스타트

주소 서울시양천구 신정동 322-11 해누리타운 8층

전화 070-8753-1200

메일 hello@ittda.co.kr

홈페이지 www.ittda.co.kr

기타 ittda.blog.me (블로그), facebook.com/readystart (페이스북)

- 2012. 02 책 교환 전국투어 캠페인 진행
- 2012. 05 사회적기업가 육성사업 선정 (한국사회적기업진흥원)
- 2012. 10 (주) 레디앤스타트 법인 설립
- 2012. 12 온라인 멘토링 서비스 실시
- 2013. 01 서울시 청년 정책 제안 (서울특별시)
- 2013. 03 휴먼네트워크 멘토링 협력기관 선정 (보건복지부)
- 2013. 05 청소년 자립지원 운영기관 선정 (함께일하는재단)
SBS 희망TV 공동모금 캠페인 기금 운영
- 2013. 05 국립 강원대학교와 산학협력 체결
- 2013. 07 Light a lamp 특성화고교 지원사업 온라인 멘토링 지원 (교육부, 함께일하는재단)
- 2013. 07 KDB 대우증권 청년사회적기업 Jump up 프로젝트 선정
(KDB 대우증권, 사회적기업경기재단)
- 2013. 8 서울시 공유기업 선정 (서울특별시)

숫자로 보는 레디앤스타트



- 1 책 교환 전국투어 캠페인
참여 학생 수
약 1,000명
- 2 교환된 책
600여 권
- 3 활동하고 있는 청년 멘토 수
123명
- 4 회사 설립을 위해 두 친구가
각각 모은 돈
3,000만 원



빌리지

빌리지는 공유경제를 기반으로한 P2P 공유 플랫폼으로, '빌리다, 빌려주다'의 어근과 마을을 뜻하는 영어단어 빌리지(village)를 합쳐 만들어진 이름이다. 이웃의 물건을 서로 빌리고, 빌려쓰며 공동체를 회복해가자는 뜻을 담고 있으며 '세상 가장 안전하고 편리한 공유 의장'이 되고자 한다.

소비 자체가 환경적으로 문제가 될 수 있겠다고 생각했어요.
공유가 대안이 될 수 있겠다 싶었죠.

빌리지

권혜진 대표

빌리지 소개를 부탁드립니다.

빌리지(billiji)는 빌리다, 빌려주다, 마을을 뜻하는 영어 빌리지(village)가 합쳐진 말이에요. 개인들이 자주 사용하지 않는 물품들을 서로 빌리고 빌려줄 수 있도록 웹사이트와 모바일 어플리케이션을 기반으로 한 플랫폼 서비스를 제공하고 있어요. 또, 지역 기반이나 취미별로 사람들을 웹사이트 내 '빌리지'로 모아서 공유 활동을 보다 안전하고 편리하게 할 수 있는 서비스를 제공하고 있습니다.

어떻게 시작하게 되신 거예요?

처음에 사회적기업가 육성사업 지원했을 때에는 친환경 소비촉진 플랫폼을 만들고자 했어요. 사람들이 친환경 생활을 인식하면서 하고자 하는 의지도 늘어났는데, 실상은 값도 비싸고 정보도 없는 괴리가 발생하고 있다고 판단했거든요. 그런데 친구 중에 텀블러를 모으는 친구가 있어요. 텀블러는 보통 대표적인 친환경 제품으로 인식하잖아요. 그런데 과연 친환경 제품을 디자인별로 모으기만 하고 사용하지 않는 게 과연 친환경적인가라는 의문이 생겼어요. '차라리 종이컵을 쓰는 게 낫겠다' 싶었던 거죠. 가치적인 생각에 부딪힌 거예요.

사놓고 사용하지 않으면 종이컵보다 친환경적이지 않아요?

그렇죠. 조금 더 환경적으로 깊게 들어가보면 에코백 같은 경우도 마찬가지죠. 면을 생산할 때 제조 공정에서 굉장히 많은 환경오염이 있다고 하더라고요. 그렇게 곰곰이 고민하다 보니, '소비'라는 자체가 환경적으로 문제가 될 수도 있겠다는 생각을 했어요. 어떻게 해야 하나 하다가 '위제너레이션'이라는 책을 보게 됐죠. 그때 '아이거다. 자원을 한번 돌려 써보자. 순환해 보자'라고 생각이 기울었고, 공유경제쪽에 많은 관심을 가지게 되었어요.

친환경 이슈도 그렇고, 평소 소셜 미디어쪽에 관심이 많으셨나봐요.

처음에는 사회적기업을 전혀 몰랐어요. 진로고민을 하고 있었는데, 친구가 1기로 활동하던 '소시지 팩토리'라는 단체를 소개 받고 5기를 맡으면서 시작하게 되었어요. 그때부터 쪽 하고 있어요. 육성사업도 처음 지원했을 때 팀 이름도 '소시지 팩토리'였어요.



빌리지

빌리지는 자신이 쓰지 않는 물건을 등록하고, 필요시 검색을 통해 다른 사용자의 물건을 빌릴 수 있도록 하는 웹사이트와 어플리케이션 서비스를 제공한다. 사용하지 않는 물건을 빌리고 빌려주며 사회적 비용을 절감하고, 버려질 날만 기다리던 물건들을 순환시켜 환경적 가치를 창출한다. 또한, 공유를 통해 이웃과의 신뢰 회복, 공동체 회복을 기대하고 있다.



빌리지의 개인적/환경적/사회적 가치

개인적 가치	환경적 가치	사회적 가치
공유하는 만족감 금전적 절감 효과 부가적인 소득 창출 효과	유한한 자원의 효율적 활용 산업폐기물에 의한 환경오염 방지 버려지는 자원 절약	사회 전반 비용 감소 사회적 신뢰의 증가 공유를 통한 공동체 회복

자원을 공유하는 것이 친환경 상품을 만드는 것 보다 훨씬 친환경적이라고 생각하신 거군요.

그렇죠. 예를 들어 각 집마다 전동드릴을 가지고 있는데, 전동드릴은 한 사람이 일생을 살면서 30분을 채 안쓴다고 해요. 굳이 갖고 있을 필요가 없는 거죠. 100집 중에 한 집만 가지고 있더라도 모든 사람이 쓸 수 있도록 하는 시스템이 나머지 99개를 아낄 수 있는 방법이라고 생각했어요.

전동드릴은 남자의 로망인데.

사람마다 다르죠. (웃음) 그런 로망을 가진 분이 동네에 한 분 있으면 마을 사람들이 같이 쓸 수 있는 거죠. 사실 전동드릴이 필요한 게 아니라 전동드릴로 뚫을 구멍이 필요한 거잖아요. 그걸 위해 전동드릴을 가지고 있는 거죠. 텐트 같이 1년에 많이 써봐야 두세 번 쓰는 물건도 마찬가지고요.

사회적기업가 육성사업에 지원하게 된 특별한 동기가 있었나요?

처음에 딜라이프나 터치포굿과 같은 모범사례들이 너무 멋지게 보였어요. 내가 좋아하면서 평생 할 수 있겠다 싶었죠. 좋은 일 하면서 돈도 벌 수 있다는 거. 보람찬 일을 할 수 있다는 매력을 느낀 거죠. 소시지팩토리 취지도 어떻게 청년들에게 사회적기업을 알릴 수 있느냐 하는 방안을 연구하는 단체였거든요. 그래서 '나도 내가 영감을 얻었던 것처럼 모범적인 사례를 만들어서 사람들에게 많이 퍼트려야겠다.'는 생각을 가지고 지원하게 된 거죠.

빌리지 사이트 이용이 굉장히 단순해요. 실제로도 잘 활성화되고 있나요?

현재 회원수가 약 900명 정도 됩니다. 아직 많은 숫자는 아니지요. 최근에는 어플리케이션도 출시했어요. 현재 베타테스트 기간이고요. 오류도 많이 고치고, 새로운 기능도 추가하고 있어요. 조금 더 안정화 되면, 이제 본격적으로 마케팅을 시도해보려고 해요.

소시지 팩토리

'넥스터'라는 사회의 지속가능성을 끌어오는 기업가 정신을 실현하기 위해 모인 대학생 그룹이 희망제작소와 함께 설립한 단체. 사회적기업에 대한 인식을 확산(Society)시키는 지식(知)의 장이자, 착한 기업가를 양성하는 작업장(Factory)이란 뜻을 담고 있다.

사이트에서 궁금한 점이 있는 게, 서비스 이용료가 너무 싸지 않나요?

그런 피드백이 많이 했어요. 가격에 대한 가이드라인을 제시해주려고 생각하고 있어요. 지식쇼핑 등과 같은 사이트와 연계를 해서 일반 시세라든지, 중고물품 시세 등을 비교할 수 있게 가이드라인을 제시할 생각이예요.

수익 모델은 어떻게 되는건가요?

수익 모델을 4개 정도 기획하고 있어요. 단계별로 시행이 가능할 것 같아요. 첫째로, 사람들이 많이 모이면 광고가 있을 수 있겠죠. 초반에 잠깐 언급한 '빌리지 서비스'요. '빌리지 서비스'는 지역별이나 취미별로 회원들을 묶을 수가 있는데, 그러면 타겟 마케팅이 가능하지요. 만약 고려대 학생들만 있는 커뮤니티 안에서 광고하게 되면 좀 더 타겟팅 된 광고가 가능하잖아요. 두번째는 기업 입점료를 구상하고 있어요. 기존의 렌탈하고 있던 분들에게 유통/마케팅 통로를 하나 더 제공해 드리면서 입점 수수료를 받는 거죠. 세번째는 기업들에게 트라이벌타이징(Tryvertising)의 창구가 될 수 있을 거고요. 네번째는 멤버십 제도로 유료 회원에게는 물품의 신뢰도나 보험적인 부분에서 추가적인 서비스를 제공하려고 하는 거죠.

대표님은 공유와 렌탈의 차이가 있다고 생각하시나요?

공유경제라는 단어가 생기고, 활성화 된지가 얼마 안 됐잖아요. 우리가 시작할때만해도 이런 단어는 쉽게 찾아 볼 수 없었고요. 물론 예전부터 있긴 했어요. 품앗이라든지. 외환위기 때 아나바다 운동도 공유경제라 할 수 있고요. 하지만 지금 공유라는 개념이 더 주목받고 활발하게 일어날 수 있는 건 SNS나 스마트폰 덕분 아닐까요? 공유가 지속적으로 활발하게 이루어질 수 있는 기반이 된 거죠. 공유가 예전에는 신뢰도의 문제로 아는 사람들끼리만 할 수 있는 것이었다면, 현재는 SNS를 통해서도 어느정도 신뢰도를 검증할 수 있는 부분이 생긴 거라 봐요. 공유가 활발하게 이루어질 수 있는 네트워크도 구축할 수 있고요. 스마트폰을 이용해서 공유해준 내 물건이 어딴지 인터넷을 통해 바로 확인하는 등, 언제 어디서나 이용할 수 있도록 되었으니까요.



서울시 공유기업이란?

공유도시를 선언한 서울이 공유의 가치를 깨닫고 생활에 공유를 담을 수 있도록 서울시에 서 지정한 관련 단체 및 기업. 선정 기업에겐 '공유도시 서울 BI' 사용권 부여 및 홍보, 서울 사·자치구와의 협업, 제도개선 등 행정 지원, 공유촉진사업비 신청 자격 등이 부여된다.

공유경제에 관한 우려 중 하나는 양날의 검이 될 수 있지 않을까, 하는 거예요. 공유하는 물건을 생산하는 '최초 생산자'들에게는 불리한 개념이 아닐까요?

저희도 처음엔 그런 고민을 했어요. 하지만 산업이라는 건 시대마다 바뀌는데, 그런 산업 트렌드의 변화가 일어나는 동안 충분히 다른 산업에 있던 사람들은 변화할 수 있는 시간을 갖고, 그들도 오히려 새로운 사업이나 서비스를 창출할 수 있을거예요. 이미 BMW와 같은 세계적인 기업도 공유경제 서비스를 제공하고 있죠. 시간적인 여유가 충분할 거라 보고요. 우려하시는 만큼 산업이나 경제 파탄이 일어나지 않을거라 봐요. (웃음) 산업을 보호할 수 있는 정책들도 많이 생겨나야 하겠죠. 그래야 공유경제도 더 활성화될 테고요. 현재 공유에 대한 법이 없어요. 불법이 아니라 '무법'인 경우가 많은거죠. 대표 공유기업인 에어비엔비 같이 법적으로 애매한 경우도 많아요. 얼마 전 방을 빌려준 뉴욕 시민이 벌금을 물은 판정도 있었고요. 정책이나 법 쪽도 많이 바뀌어야 시장이 고루 성장할 수 있겠죠.

빌리지에게 사회적기업가 육성사업이 얼마나 도움이 되었나요?

일단 자금적으로 지원이 되니까 시작할 수 있었죠. 네트워킹이나 연계 부분이 가장 좋았어요. 기관에서 지원해준 교육도 굉장히 좋았고. 특히 이슈사항 같은 것들을 그때 그때 교육해줄 때 참 좋았어요.

발표도 많이 하셨을 텐데, 기억나는 심사나 질문 같은 것 없나요?

매출과 관련된 질문이 많았죠. 실제 피드백이 도움이 되기도 하고요. 고민스러운 부분이 많았죠. 우리가 처음에 수수료를 거의 안 받으려 했던 이유는 장벽 때문이었어요. 물론 수수료를 받더라도 많이 받진 않겠지만, 굳이 수수료라는 장벽을 만들어 사람들이 이용하기 꺼려지게끔 하는 게 싫어서 안받았는데 수익모델이 약하다는 피드백만 돌아왔죠.

빌리지 오프라인 매장은 생각없으신가요?

나중에 오프라인 거점을 생각하고 있긴 해요. 물건을 빌리고 빌려줄 때 시간과 장소를 약속해야 하잖아요. 그런 공간이요. 지하철역 사물함이나, 상권이 좀 작은 곳에 오프라인 거점을 설치해서 물건을 맡기고 쉽게 빌려갈 수 있도록 하고 싶어요. '빌리지 매장'을 만들어서 중앙집결식으로 할 순 있겠지만 아직까진 계획에 없어요.

사업 모델에서 가장 중요한 게 공동체 회복이라고 보이는데요.

맞아요. 아파트 단지 같은 경우도 옆집에 누가 사는지도 모르고. 그러니까 필요한 물건을 매개로 인사를 한 번 하게 되면 아는 사람 되는 거고. 점점 그런 사람이 늘어나면 회복한 아파트가 되겠죠.



에어비엔비가 불법?

에어비엔비는 비어있는 집이나 개인의 공간을 여행자들에게 공유할 수 있도록 하는 숙박 공유 플랫폼이다. 얼마 전 뉴욕 법원은 에어비엔비를 이용해 방을 빌려주고 수익을 얻은 뉴욕시민에게 불법 호텔 운영 혐의로 2,400달러의 벌금을 판결했다. 하지만 이 판결이 에어비엔비를 불법으로 정의한 것은 아니다. 이처럼, 공유경제에 대한 법규는 오히려 '무법'인 경우가 많다. 한국도 예외는 아니다.



어떤 팀원들과 함께하고 있나요?

처음에 육성사업 들어왔을 땐, 아홉 명이었어요. 소시지팩토리였으니까. (웃음) 지금은 핵심 멤버만 남아서 저까지 3명이예요. 인턴으로 개발자, 디자이너, 영상하시는 분들이 함께하고 있고요.

대표라는 직책에 후회하거나 어려웠던 점은 없으세요?

잘 맞는 것 같아요. 팀원 모두 각자 서로 역할이 잘 분배되어 돌아가는 것 같고요. 사람 만나고 이야기하는 걸 워낙 좋아하니까요. 말은 잘못해도... (웃음)

주변에서 대표님을 어떤 사람이라고 생각하는 것 같은가요?

사람들이 긍정적이라고 말해주세요. 무한 긍정? 사람을 편하게 해준다고 해요. 막상 스스로는 특별하지 않고 평범하다고 생각하지만요.

사업가로서의 자신을 평가한다면요?

경영에 있어서는 아직 미숙한 부분이 많죠. 하지만 누구든지 그 사람만의 스타일이 있는 거잖아요. 어떤 부분에 있어서는 내 스타일대로 잘 하고 있다고 생각해요. 앞으로 개선할 점이 많지만... (웃음) 딱딱하고 눈치보고 그런 회사를 만들고 싶진 않아요. 팀원들과 잘 어울리고, 조금 더 자유롭게. 저는 모든 이야기를 수용할 수 있고, 함께 공유할 수 있다고 생각하니까요.

어떤 의사결정을 할 때 신중한 편인가요?



참이슬 아파트

경기도 시흥에 위치한 참이슬 아파트. 현재 빌리지 타운에서 가장 큰 규모를 자랑한다. 공유된 물건 역시 상당히 실용적인 물건들 뿐. 낚시세트, 구명조끼, 튀김기, 아이스박스 등이 대부분이다. 권혜진 대표가 참이슬 아파트 부녀회장과 친하다는 소문이 있다.



저는 확! 하는 성격인 것 같아요. 약간 지르는 스타일인데, 팀원들이 브레이크를 잘 걸어줘요. 그때 부터 모든 이야기를 수용하고, 경청하는 거죠.

지금까지 잘하고 있는 것 같으세요?

아직 잘하고 있진 않은 것 같아요. 이제 시작했으니까, 열심히 할 때죠.

사회적기업가 MBA과정을 수강하고 있는데, 실제 비즈니스에 도움이 되나요?

마케팅 사례에서 빌리지 케이스로 토론을 하기도 하고, 교수님 조언도 받아서 팀원들과 개선점을 찾기도 하고요. 실제적인 도움이 되네요. 수업에서도 예전에 겪었던 문제점들이나 상황들을 이론적으로 배우게 되기도 하고요. "아 그때 그게 이런 연관성이 있었구나."하는 식으로요.

지면을 빌어 특별히 하고 싶으신 말 있다면요?

빌리지 많이 이용해주세요. 다운로드 고고!(웃음)

후배들에게 해주고 싶은 말 있으세요?

해보면서 느낀 건, 진짜 버티는 게 중요해요. 비록 어느 부분에서 실패를 했다고 해도 그건 실패가 아니라 다른 쪽에 분명한 밑거름이 되어 분명히 꽃을 피우게 하거든요. 그걸 잊지 말고 실패가 실패가 아니라는 걸 알았으면 좋겠어요. 성공의 단계로 생각하고 많이 버텨주셨으면 좋겠어요.

KAIST 사회적기업가 MBA

SK그룹이 지원하는 세계 최초 사회적기업가 MBA이다. 2년 전일제로 운영되는 전문 석사 과정으로, 사회적기업가의 창업역량을 극대화 할 수 있는 커리큘럼이 구성되어 있다. 권혜진 대표의 말에 의하면 실제로 도움이 많이 되는 편.



일반정보 & 연혁

상호 (주) 빌리지

주소 서울시 동대문구 회기로 87 KAIST 경영대학 7호관 7416호

전화 070-8236-3742

메일 info@billiji.com

홈페이지 billiji.com

기타 facebook.com/billijishare

- 2012. 05. “사회적기업가 육성사업” 2기 선정
- 2012. 08. (주)그린아워캠퍼스 법인설립
- 2012. 11. 한국대학생재능포럼 주관 “으랏차차 페스티벌!” 참여
- 2012. 11. 한국사회적기업진흥원 주관 “일파만파 청년 등 사회적기업가 페스티벌” 참여
- 2013. 02. (주)커피밀플러스와 업무협약 체결
- 2013. 03. KAIST SK 사회적기업가 센터 입주기업 선정
- 2013. 04. 서울시 공유기업 인증
- 2013. 04. www.billiji.com 웹사이트(베타) 오픈
- 2013. 04. (주)빌리지로 상호 변경
- 2013. 05. 한화 친환경 사회적기업 지원사업 선정
- 2013. 06. 빌리지 모바일 어플리케이션(베타) 오픈
- 2013. 08. 스마트클라우드쇼 2013

숫자로 보는 빌리지



자락당

합리적인 소비에 관한 이슈가 적잖게 회자되면서, 이미 만들어진 것들을 재순환시키는 시도들이 일상에 가까워지고 있다. (주)자락당은 '중고 재사용'이라는 자연스러운 시대적 흐름 속의 사회적기업으로서 중고문화의 가치를 새롭게 디자인하며 시스템을 갖춘 중고 매장들을 확장해나가고자 한다.



세상 모든 것은 중고입니다.
문제는 얼마나 멋진 방법으로 순환시키느냐죠.

자락당

김성경 대표

(주)자락당은 어떤 곳인가요?

이름 자체에 의미가 담겨있어요. 스스로 [자自], 즐거울 [락樂], 집 [당堂] 자의 의미로 쓰고 있고요. 슬로건은 '즐겁되 이름자'예요. 제가 가지고 있는 사회적기업에 대한 가치도 담겨있는 거고요. 사회적기업에 대한 의미도 사람마다, 사회마다 다르잖아요. 그런데 제가 생각했을 땐 각각의 구성원들이 생각했을 때 사회적으로 의미가 있다면 그게 사회적기업이라고 봐요. 그때 그 구성원들이 즐겁되 이로운 게 가장 핵심적인 요소라고 생각을 해서 이름을 자락당이라고 지은 거고요. 큰 개념이 예요. 지금은 마켓을 운영하고 있지만, 최종적으로는 그런 의미를 둔 활동들을 지원하고 교육하는 것이 자락당의 비전입니다.

가장 대표적으로 화자되고 있는 '스누마켓'의 이름이 바뀌었던데요.

원래 서울대학교에서 시작해서 SNU market이었어요. 사실 이름에 대한 공격을 이겨내면서 2년을 버텼었는데 이번에 서울대학교 매장 협상을 하면서 오히려 학교 쪽에서 SNU를 쓰지 말아달라, 라고 해서 이참에 기회라고 생각하고 이름을 마켓인유(MARKET in U)로 바꿨어요. 'U'라는 것에 당신(you), 우리(us), 유니온(union), 유니버스(universe), 유니버시티(university) 이런 중의적인 의미를 담았어요. 앞으로는 공덕 늘장 매장을 시작으로 마켓인유로 활동을 해요. 스누마켓은 이제 역사가 된 거고요.

그럼 마켓인유는 어떤 역사를 가지고 있나요?

스누마켓은 2010년, 제가 대학생 때 이런 공간과 문화가 있었으면 좋겠다 싶어서, 돗자리 하나 들고 안쓰는 물건들 가지고 나가서 장을 펼쳤어요. 혼자있기 좀 민망하니까 전단지 만들어서 지나가던 사람들 주고 현수막도 만들고 했더니 사람들이 모이더라고요. 그래서 판이 좀 커지기 시작한 거고요. 졸업할 때가 되니 같이 해주는 사람도 많아졌고, 이벤트성으로 끝날 게 아니라 사업화해보자고 생각하게 되어서 해서 이렇게 된 거예요. 자연스럽게 흘러온 거죠.

사업화되고 진행이 되려면, 분명 비용이 들어가는 측면이 존재하잖아요. 그런 것들을 어떻게 충당

자락당 - 스스로 즐거움을 찾는 사람들의 모임



(주)자락당

'스누마켓'으로 더 잘 알려진 (주)자락당은 대학의 중고 문화마켓을 기획하고 운영하여 합리적인 소비 문화를 실현하고 다양한 문화적 기반을 마련하고자 2011년 4월, 서울대에서 첫장을 열었다. 예비 사회적기업으로서 단순한 시장이 아닌, 독특한 컨셉과 문화로 재미를 더하여 중고문화에 관한 인식 개선에 기여하고자 한다.



하나요?

지금 저희가 저 포함해서 세 명이거든요. 불과 3개월 전까지만 해도 두 명이 했어요. 저랑 지금 함께 일하는 박현진 이사님이랑요. 근데 초창기에는 돈이 없으니까, 아시다시피 작년에 청년 창업팀에 들어갔었고, 세상 사회적기업 콘테스트같은 곳에 참가해서 상금 탄 것들을 모아놓았고요. 그리고 개인적으로 이사님도 그렇고 저도 부업을 하거든요. 일해서 차곡차곡 모았죠. 왜냐면 시드머니가 있어야 하니까. 그렇게 2천만 원 정도 모아서 시작한 거예요.

부업으로는 어떤 일을 하셨어요?

일단 저는 장사를 되게 오래 했어요. 어렸을 때부터 오토바이 장사를 했고, 지금도 이동통신 사업도 하고 있고 숙박업도 하고 있거든요.

어렸을 때 뭘 하셨어요?

이거 약간 흑역사인데. (웃음) 제가 언론에 공개되거나 이럴 때는 항상 '폭주족 출신 서울대생' 이렇게 소개가 되어요. 중고등학교 때 오토바이에 완전 환장하고 살았던 적이 있어서 PD수첩에도 나왔거든요(웃음). 이런 역사 때문에 예전에 대학을 입학하고 난 후에 책이 나온 게 있었거든요. 근데 그 책의 캐치프레이즈가 '폭주족, 서울대 가다'였어요. 어쨌든 제가 할 줄 아는 게 그때 당시 오토바이 밖에 없으니까 고등학교 졸업하자마자 장사를 했던 거죠. 어렸을 때부터 그래서 계속 장사하고, 흥대갑판 장사하고. 이게 제가 가지고 있는 경험이에요.

로맨틱 가이

"무척 사랑하는 사람이 있는데, 그 사람과 평생 함께 할 수 있는 모든 준비를 마치고 복귀하고 싶다." 한 달간의 시간이 당신에게만 주어진다면 무엇을 하고 싶은지에 대한 질문의 답변이다. 예상하지 못한 질문에 당황한 에디터. 곧 당황은 감동과 부러움으로 변했다고.

그러면 장사하시면서 지금 사업에 도움이 되는, 획득한 기술 같은 것이나 요령이 있나요?

그런 건 없어요. 어떤 기술이 생겼다고 얘기할 순 없고요. 다만 어느 순간부터 '뭘 해도 먹고살 수는 있겠다.' 하는 자신감은 생긴 것 같아요. 호떡을 팔아도 나는 먹고는 살 수 있겠다, 하는 게 있기 때문에 아직은 이렇다 할 이익이 없는 마켓을 운영하면서도 버틸 수 있는 것 같아요. 장사하면서 쌓인 내공인 거죠.

어떻게 중고마켓을 하게 되신 건가요?

원래 어렸을 때부터 친구들 옷같은 것에 거리낌이 없었어요. 그래서 항상 친구들이 유행지나고 안입는 옷들 나한테 주면 내가 다 입고 다니고, 외국에 가셔도 항상 돌아다니는 데가 벼룩시장이고. 관심 있는 쪽이 항상 이거다 보니 자연스럽게 한국에서도 내가 이런 걸 만들어보고 싶다 하는 생각이 들었던 것 같아요. 찾아보니 우리나라엔 아직 그런 핑키하고 재밌는 중고마켓이 없더라고요. 그래서 그걸 만들어보고 싶었어요.

중고를 왜 좋아하시나요?

좋잖아요. 제 생각에 모든 물건은 중고가 됩니다. 그런 물건엔 사람들의 스토리가 담겨있고, 그 사람이 어떤 사람인지를 느끼게 해 줄 수 있는 것들이 다 담겨있는데, 저는 그런 느낌이 좋아요. 물건에서 어느 정도 때가 묻은 느낌? 개인적으로는 그래서 좋아했던 것 같아요. 그리고 마켓을 열게 된 직접적인 계기는, 제가 군대를 코이카로 다녀왔거든요, 소리랑카로. 거기 있는 동안에 '하루에 그렇게 많은 것이 필요하지 않구나' 하는 것을 깨닫고, 한국에 돌아가게 되면 하고 싶은 걸 하되 의미 있는 걸 하자는 마음으로 왔어요. 그래서 돌아오자마자 연 게 이마켓이었어요. 그게 2011년 4월이었죠.

2년이 지났네요. 그 기간 동안 어떤 터닝포인트라고 할만한 지점이 있었나요?

그런 건 없었어요. 다만 코이카에서 저를 관리했던 분이 계셨어요. 그분이 한국에 돌아와서 제가 이런 활동을 하는 걸 보고 동참해 주셨어요. 그분이 박현진 이사님입니다. 그렇게 같이 해주는 사람이 생기니까 이걸 중간에 안할 수가 없거든요. 그래서 무슨 시장성이나 이런 거 생각해 본적도 없고. 같이 하는 사람이 있는데 해야죠. '일단 공간을 구합시다!' 해서 구하고 돌이 멍하게 앉아 있다가, 그래도 뭐라도 해야 하지 않겠나 하다가 이렇게 된 거예요. 그렇게 같이 해주는 사람이 생기다 보니까 멈출 수 없게 된 거죠. 그러니까 버틸 수 있는 거고.

마켓은 어떤 방식으로 진행되나요?

두 가지로 나누어요. 하나는 3년째 계속 해오고 있는 야외마켓. 두 번째는 저희가 사업화하는 매장. 야외마켓 같은 경우에는 문화를 만드는 게 가장 핵심이에요. 그때그때 정기적으로 대학 축제나 야외에서 뭔가를 하는 장소에서 사람들을 모아서 마켓을 기획하게 하고 참여시켜서 스스로 열어보게

그렇게 살아서 뭐 될래?

김 대표를 서울대에 입성시킨 한마디. 소꿉친 구였던 동네 누나가 대학생이 되어 당시 오토바이 장사를 하던 김 대표를 비꼰 것. 그 말을 듣고 오기가 생긴 김 대표는 '누나보다 좋은 대학에 가겠다'는 일념 하나로 사수를 감행, 서울대 체육교육과에 입학하게 된다. 지금 누나와는? 둘도 없는 절친이라고.

하는거죠. 그러면서 경험들을 공유하고 물건들도 공유하면서 문화를 확장시키는거고요. 지금 5기까지 운영진이 진행되었고요. 마켓에 물건을 팔러오는 셀러들도 있고. 이렇게 야외마켓을 정기적으로 진행하고요. 이런 명분을 가지고 대학교나 기회가 있을 때마다 매장을 내는거예요. 저희는 실질적으로 매장이 확보될수록 수익이 나오. 매장 안에서는 사람들이 물건을 사고팔고 바꾸고 위탁까지 맡기는 형태가 되고요. 그렇게 거래가 이루어질 때마다 거래금액의 2%씩 누적됩니다.

운영진들이 직접 기획 운영한다 하셨는데, 그 문화를 어떻게 정의하나요?

일단 참여, 그리고 공유요. 스스로 참여해서 마켓을 기획한다는 것도 막연하잖아요. 사람들이 모이면 '마켓을 한번 해봐라, 기존에는 이런 게 있었는데.' 하며 거리를 던져주는 거죠. 그럼 대학생들이 호기심을 가지고 이번엔 이런 것도 해보고 저런 것도 팔아보고 하면서 자기들만의 마켓을 기획해요. 그 기획을 한 마켓에 공지를 하면 셀러들이 와서 참여하고. 그렇게 하나의 장을 여는 게 참여하고 참여하면서 물건과 이야기를 공유하는 거죠.

캠퍼스 안에 있었을 때에는 학생이 주요 고객이었나요?

생각보다 그렇지 않아요. 서울대에서 마켓을 열면 항상 학생보다 교직원들이 더 이용하세요. 일반적으로 그런 편이고요.

매장을 낸 건 결국 대학생보다 타겟을 넓은 건데, 교직원들이 이용하는 걸 보고 일반인들에게도 통하겠구나 생각하셨겠어요.

대신 중요하게 생각하는 것이 컨셉을 잡아주는 거예요. 컨셉을 안 잡아주면 완전 도매기 시장 중고마켓밖에 안되거든요. 그래서 항상 평기하고 젊은 느낌으로 잡아하려고 세팅을 해놓죠.

그리고 보니 '아름다운가게'가 생각나네요.

아름다운가게가 놓치고 있는 부분이 있어요. 기부를 받다 보니까 물건 자체가 사람들에게 자존감을 못 주거든요. 여길 이용하는 게 '이건 되게 똑똑한 소비고, 여기 가면 괜찮은 패셔너블한 물건이 있어'하는 느낌을 안 주거든요. 그래서 저희는 항상 컨셉을 맞추는 거예요.

컨셉 정하고 기부보다 매입을 선호하는 게 이용자에게 자존감을 주는 거군요.

그렇죠. 저희는 기부를 선호하지 않는 이유가, '쓸만한 물건 줘라. 보상 주겠다'하는 거예요. 이래서 더 활발하게 거래를 일으켜보자는 거죠. 온라인을 선호하지 않는 이유는, 기존 중고시장을 보면 불신이 많아요. 이걸 공동체까지 끌어오는 이유가, 공동체 안에서의 거래여야 믿을 수 있고 서로가 마음을 열어놓고 거래를 할 수 있더라고요.

MARKET in U

캠퍼스 내에서 중고 문화의 인식을 변화시켜온 '마켓인유 (舊 스누마켓)'는 하늘들씩 생기는 대학 밖 매장에서 진짜 시장의 기능을 실험하고 있다. (주)자락당은 그 뜻처럼 스스로 '즐겁되 이로운' 조직이 되고, 사회적으로도 '즐겁되 이로운' 활동들을 지원, 교육하고자 위기청소년 자활 교육과 같은 새로운 시도 또한 준비하고 있다.



옷 같은 것도 선별하는 기준이 있나요?

저희만의 기준이 있는 것 같아요. 남들이 따라 할 수 없는 노하우이자 강점인데, 3년 동안 야외마켓을 운영하다 보니 물건에 대한 가치 평균치를 내드려요. 이걸 얼마에 팔리겠다 하는 게 나오거든요. 저희가 바이어 역할을 하는 거죠. 그거에 대해 파는 분이 오케이를 하면 그 자리에서 그 가격의 35%를 현금으로 가져가거나 50%만큼의 중고 물건으로 가져가거나, 아니면 나는 죽어도 3~4만 원에 팔고 싶다고 하면 그 가격에 위탁을 맡기고 30%의 수수료를 내는 거죠.

그렇게 나오는 가격에 대해 중고인 것치고 비싸다는 이야기는 없나요?

있죠. 어떤 분들은 너무 물건 좋다하기도 하고. 그래서 우리만의 컨셉과 기준이 있어야 한다는 거예요. 사람들은 그냥 따라와 주거든요.

매장 안을 보니 새 제품도 조금 있는 것 같은데요.

한 컨테이너에는 수공예 제품들과 사회적기업 제품들, 그리고 일부 공유제품들. 그리고 다른 컨테이너 전체는 중고물품을 사고팔고 하는 곳이에요. 70%는 중고, 20%는 수공예 작가, 10%는 사회적기업 작품들로 이뤄져요. 수공예는 액세서리나 휴대폰 케이스같은 걸 수공예로 만드시는 분들께 선반 공간을 대여해 드리는 거예요. 파실 수 있도록, 이렇게 해야하는 이유가 중고지만 패셔너블하다는 느낌을 주려면 컨셉을 맞춰줘야 하거든요. 교묘하게 녹이는 게 저희가 원하는 바예요. 중고를 중고처럼 느끼지 못하게 하는 것.



위기청소년을 위한 교육컨텐츠도 구상하신다고 들었습니다.

지금은 마켓에 집중하고 있지만, 더 큰 개념의 자락당에 의미를 둔 이유가 그거예요. 나중에는 즐겁고 재미있는 활동을 지원해주고 싶어요. 그 일환으로 지금 집중하는 것 중 하나가 자활, 자생이 필요한 청소년들이예요. 어렸을 때 한번의 실수로 구치소에 가게 된 경우나, 미혼모 여학생들 같은 친구들이 다시 사회에 나올 수 있도록 돕는 거죠. 현재 '새날을여는청소년쉼터'라는 단체가 있는데 미혼모 또는 문제아 학생들이 지내는 곳이에요. 이들이 수공예를 배워서 여기서 판매를 하게끔, 그래서 그 친구들이 시장을 경험하고 자생하는 기회를 주고, 더 나아가서는 교육까지 해보려고 준비하고 있어요. 마켓에서 활동할 수 있는 교육도 포함돼요.

직접 고용 생각도 있으신건가요?

직접 할 의지가 있는 친구들은 고용할 생각도 있죠. 저희를 통해서 그런 친구들이 기회를 좀 더 찾고 싶으면 마련해주고 싶은 게 바람이에요.

전반적으로 대표님으로부터 어떤 독심이 느껴져요. 평소 성격이 어떠신지요?

저도 사람인지라 항상 흔들려요. 그런데 흔들려봤자 주변이 더 흔들린다는 거. 내가 이걸 하다가 저걸 하고 흔들리면 부모님이나 내 가족이 바라봤을때도 불안할 테니까요. 이럴 거라면 내가 스스로

늘장

공덕역 1번 출구 근처, 마켓인유(MARKET in U)의 주황색 컨테이너가 눈에 띄는 장터가 있다. 경의선 폐선용지에 구성된 '늘장'이다. 사회적 경제를 지향하는 상설장터로, 지난 2013년 9월 6일 공식 개장했다.

는 흔들려도 그런 모습을 보이지 말자고 마음먹었더니, 사람들도 그대로 가져다주고요. 제가 애초부터 독심이 있어서 그런 건 아니예요. 항상 흔들리지만 그럴 필요가 없다는 걸 깨달았어요.

그러면 진짜 위기의 순간이 있을 때 포기할 수 없는 가치는 어떤 건가요?

일단 사람은 놓치면 안 되는 것 같아요. 나를 믿고 함께 해주는 사람에게 내가 말한 게 있으면 말한 걸 지켜야지, 말한 걸 지키지 못하는 순간 문제가 생기는 것 같아요. 생각한 대로 말하고 말한 대로 행하되 그게 안 될 것 같다고 하면 솔직하게 얘기하고. 이런 과정이 반복되는 것 같아요. 사람에 대한 약속, 그 약속은 지켜줘야죠.

같이 일하는 팀원이 들으면 뿌듯해하시겠어요.

아. 근데, 약속한 게 없어서(웃음).

가까운 미래에 고용할 생각은 없나요?

하고 싶어요. 평생 가지고 가고 싶거든요. 제가 이 일을 하는 이유는 '내 업'을 만들어보고 싶어서예요. 남이 만들어놓은 업에 종사하기보다 내가 시작한 거니까. 평생 할 것이기 때문에 엑시트 전략 이런 것 없고(웃음). 정말로 잘 만들어가고 싶은 거? 그게 다예요. 그래서 사람 고용에 있어서도 몇 명 더 고용하면 치고나갈 수 있어 이런 것보다는 상황에 맞게 하고 싶어요. 누군가의 젊음을 훼손하면 안 되잖아요. 보상이 분명히 주어져야 하는데, 그걸 못 주는 상황에서 비전과 꿈만 가지고 데리고 싶지는 않아요. 사실 지금 무척 뻘뻘하거든요. 그래도 보상을 해줄 수 있을 때 하자는 게 누님과 제가 합의한 거예요.

가장 보람있는 순간은 언제였나요?

대학생들과 사람들이 마켓에 참여하고, 자기 자신의 블로그 또는 카페에 마켓 소감을 올리는 내용들을 보면 굉장히 뿌듯해요. 왜냐하면 사람들이 마켓에 나와서 자신의 물건에 대한 가치를 다시 한번 생각해보기도 하고, 그 안에서 만난 사람들과 이야기와 물건을 공유하는 것들을 기록해 놓은 거 보면 굉장히 보람된 일이거든요.

마지막으로 독자들에게 하고 싶은 말 있으신가요?

세상의 모든 것은 중고입니다. 결국에는 이 세상은 계속 새로운 걸 만들어낼 순 없으니 만들어진 것으로 재순환을 해야 하잖아요. 그랬을 때 먼저 생각나는 곳이 있으면 저희가 되었으면 좋겠어요. 사람들이 뭔가를 사려고 했을 때 세컨핸드(secondhand)를 먼저 생각했으면, 굳이 저희가 아니더라도요. 세컨핸드 먼저 찾고 그 후에 새 것을 찾는 문화가 확산되면 좋겠습니다.

새날을여는청소년쉼터

1998년에 감리교 여성지도자들이 가출 청소년들을 보호하고 교육하기 위해 설립한 곳이다. 2004년 9월에 성매매방지법이 시행된 이후부터는 성매매 피해 청소년들을 단기간동 안 보호함으로써 정서적 안정과 위기조절에 도움을 주어 유해환경으로의 재유입을 방지하는 데에 목적을 두고 있다.

일반정보 & 연혁

상호 (주)자락당

주소 서울시마포구마포동 236-1 덕성빌딩 107호

전화 070-4645-7715

메일 play@snumarket.com

홈페이지 www.snumarket.com

기타 facebook.com/snumarket, blog.naver.com/snumarket

- 2012.05 2012 사회적기업가 육성사업 창업팀으로 선정
- 2012.06 제6회 세상 사회적기업 콘테스트 3위 입상(주최:SK행복나눔재단)
- 2012.07 2012 아시아 소셜 벤처대회 1차 합격 / 스누마켓 1기 대학생 서포터즈 10명 모집 및 활동
- 2012.10 서울대학교 축제와 함께하는 스누마켓 홍보행사 진행
- 2012.11 나누는 삶, 함께하는 경제 사회적기업 박람회 참여 (주최:서울시)
- 2012.12 스누마켓 실험매장 운영 1개월 / 스누마켓 2기 대학생 서포터즈 7명 모집 및 활동
- 2013.01 (주)자락당 법인 설립
- 2013.02 대학생 중고문화파티 진행 (장소:가톨릭 청년문화회관 / 78명 참여)
- 2013.03 KIST 사회적기업 인큐베이팅 센터 입주 / 스누마켓 3기 대학생 서포터즈 32명 모집 및 활동 중
- 2013.04 성공회대학교 중고문화마켓 1회 진행 / 상수동 주말마켓 1회 진행
- 2013.05 2013 지구촌 나눔한마당 참석 (주최:서울특별시) / 예비사회적기업 인증
한화 친환경사회적기업 지원사업 선정
- 2013.06 신도림 디큐브시티 광장 '즐거운 장터' 문화행사 전담진행

숫자로 보는 자락당



페어스페이스

페어스페이스는 공간 기부 캠페인을 통해 공유 공간을 확보하고, 공간 공급자와 수요자를 연결하는 플랫폼으로 손쉽게 정보를 공유하고 공간을 효율적으로 사용할 수 있게 하는 공간기부 네트워크 시스템을 구축하고 있으며, 앞으로는 공간을 공유하는 생태계를 조성하고자 한다.



공간을 나눈다는 건, 한 사람의 스토리를 나누는 것입니다.
공간은 결국 관계를 담고, 소통하는 도구가 되기 때문이죠.

페어스페이스

구민근 대표

안녕하세요, 대표님. 먼저 간단하게 자기소개 부탁드립니다.

이름은 구민근인데, 닉네임은 공기남, 공간을 기부하는 남자입니다. 의식주 중에 '의'하고 '식'은 나라에서 좀 보장해 주잖아요. 근데 '주'에 대한 보장은 전혀 없어요. 그래서 최소한의 공간을 사용할 수 있는 권리를 제공하는 게 분명 이루어져야 하지 않을까, 생각하게 됐어요. 그게 누군가에겐 꿈을 시작하는 기본일 수도 있는 거거든요. 그래서 공간 기부 캠페인에 대해 얘기를 하면서 페어스페이스 시작하게 됐어요.

페어스페이스의 사업에 대해서 조금 더 설명해주시겠어요?

페어스페이스는 최소한의 공간을 사용할 수 있는 권리를 만드는 게 가장 우선이고요, 그걸 지속적으로 하기 위해서 비영리 모델이 하나 있고, 영리 모델이 하나 있어요. 비영리는 무상으로 공간을 제공하는 거고, 영리는 저희가 이번에 서울시 공유기업 인증이 됐어요. 그래서 공유경제의 형태로 공간을 저렴하게 많은 사람들에게 공급해주고, 공급자는 그걸 가지고 제2의 수익을 올릴 수 있게 만드는 거죠. 두 개의 모델이 같이 돌아가는 거예요.

그럼 기부 받은 공간을 무료로 제공하거나, 공유 공간을 소개해 주는 건가요?

저희가 맨 처음엔 공간만 제공했어요. 예를 들어서 어떤 공간을 몇 시부터 몇 시까지 무료로 쓰게끔 기부하면 연결만 해 주고, 돈을 지급할 수 있으면 지급하세요, 이런 거였고. 지금은 월 하나면, 공간을 가지고 컨설팅을 많이 해요. 공간 안에 콘텐츠를 담아서 행사를 하는 거예요. 아니면 아예 유닛 프로젝트에 저희도 들어가서 같이 해요. 그래서 이 사람이 좀 잘 만들게 되면 저희를 통해 공유받는데 뿐만 아니라 다른 데 가서도 그걸 할 수 있게끔.

대학원에서 건축을 전공하셨는데, 학부는 어떤 걸 전공하셨나요?

학부는 인테리어, 공간환경디자인이요. 그걸 전공하게 된 게, 그 때 <러브하우스> 라는 프로그램이 있었어요. 상업적이라는 말도 있었지만, 저는 그걸 보고 뭘 느꼈냐면, 집이라는 공간 때문에 사람이 그렇게 막 기뻐서 웃을 수 있고, 슬퍼서 울 수 있다는 거에 크게 인사이트를 얻었어요. 한 사람의 삶



페어스페이스

인간은 누구나 공간을 사용할 권리가 있으며, 효율적인 공간 사용으로 사회적 비용을 절약할 수 있다고 믿는 페어스페이스는 사용자에 게 최소한의 공간 사용에 대한 권리를 제공하여 자립의 길을 모색하는 동시에, 사용 밀도가 낮은 공간을 찾아 활용도를 높임으로써 활용 면적 및 시간 대비 효율성을 극대화하고자 한다.



을 긍정적으로 만들어줄 수 있는 공간이 있고, 최악의 상태까지 떨어지게 할 수 있는 공간도 있다는 거죠. 공간을 디자인하는게 단순히 돈을 버는 일이 아니고, 좋은 공간을 만들어서 누군가의 삶을 바꿀 수 있다는 걸 보고, 왠지 몸 속에서 따뜻함을 느꼈죠.

대표님이 생각하는 좋은 공간이란 어떤건가요?

이건 정말 개인적인 생각이예요. 저는 각각 다른 많은 사람들의 이야기를 담을 수 있어야 좋은 공간이라고 생각해요. 하나의 공간에 많은 사람들의 이야기들이 레이어 별로 쌓여 있는 거죠. 에어비앤비라든지 코자자, 카우치서핑 같은 게 공간을 세어링하면서 수익을 내잖아요. 그게 단순히 수익 때문에 하는 거 같지만, 사실 공간이라는 도구를 가지고 커뮤니케이션하는 방법이거든요. 어릴 때 기억나세요? 친구 집에서 놀다가 하루 자게 되면, 친구 방에 있는 가지고 있는 장난감, 액세서리부터, 앨범 다 보여 주고 얘기하잖아요. 공간을 공유한다는 건 그 사람의 스토리를 알게 되는 거예요. 그렇게 커뮤니케이션 하는 거죠. 이런게 많이 될 수록 좋지 않을까 싶어요.

그런데 점점 우리 사회의 공간은 개인적인 형태로 바뀌어 가고 있지 않나요?

그렇죠. 옛날 한옥을 보게 되면, 방은 아주 개인적인 공간인데 앞에 있는 마당이란 공간은 복합적이죠. 개인의 공간이지만, 마을에서 추수한 작물을 말리거나, 잔치를 하거나 하는 상황이 되면 그 공간에 대한 벽이 허물어지면서 공동의 공간으로 바뀌어요. 개인의 공간도 있고, 개인과 공공이 왔다갔다 할 수 있는 공간도 있는 거죠. 근데 지금은 전부 개인의 공간이죠. 아파트 단지 내부의 큰 공간도 그 단지가 가지고 있는 개인 공간이 되어 버려서 외부인에 배타적이예요. 이게 생활에 계속 박혀서 경계에 대한 인식이 심해지면 사람들은 타인을 이해할 필요가 없어져요. 그래서

공유공간으로, 욕심입니다.

페어스페이스가 우선적으로 눈도장을 찍어둔 공유공간 후보는 공공 공간. 시청이나 구청은 이미 개방되어 있긴 하지만 사용이 쉽지 않다. 그래서 앞으로 공간 매니저를 양성해 참여어있는 공공 공간의 사용과 관리를 쉽게 하면서 실버 일자리 창출에도 기여하는 것이 목표. 민간의 공간에서는 웨딩홀이나 대기업 건물 강당, 로비 같은 공간들이 공간 기부와 공간 공유에 많이 참여하기를 희망하고 있다.

아파트에서 생활하는 애들하고, 주택이나 다세대에 살면서 공공 공간인 골목길에서 생활하는 애들하고는 많이 다른 거예요. 저는 골목길에서 자랐거든요. 그럼 그 공간을 이용하는 사람들이 제가 누구 집 아들인지 아니까, 행동을 조심하게 돼요. 장난은 칠 수 있지만 담배를 피우거나 나쁜 일은 못했죠. 사람들과 관계맺는 법도 배워가고. 근데 지금 도시 내에는 그런 공공 공간이 없잖아요. 그러니까 애들이 어른을 때릴 수도 있는 거죠. 저는 공간 공유가 궁극적으로는 이런 커뮤니티의 기반이 될 수 있는 공공 공간을 늘리고, 사람들의 관계를 회복하는 데 도움을 줄 수 있다고 봐요.

공간에 대해 정말 많이 고민하고 계시고, 또 그만큼 많이 빠져계신 것 같은데, '공간이 대표님 인생에 처음 등장한 순간은 언제인가요?'

어릴 때 아버지가 할아버지에 대한 이야기를 많이 해 주셨어요. 할아버지가 목수는 아니셨는데, 집을 직접 지으셨어요. 예전에 그 집에서 살았거든요. 기억자 형태고 두 칸짜리였는데 그걸 보면서 할아버지가 이걸 만들었던 말이야? 그럼 나도 그런 DNA가 있지 않을까, 약간 막연하게 그렇게 생각했어요. 그리고 아버지께서 부산에서 음식점을 하시는 데, 1년에 한 번 12월 31일에 딱하고 따뜻한 커피, 차를 준비해서 저희 가족, 제 친구들이랑 같이 근처 용두산 공원에 들고가서 해님이 보여 오시는 분들한테 무상으로 나눠주셨어요. 처음에는 어떤 거창한 계획은 아니었는데, 2~300분 정도가 딱이랑 커피를 받고 가시면서 서로 새해 복 많이 받으시라고 인사도 하시는 걸 보는 게 왠지 좋더라고요. 그걸 몇 년동안 본 거예요. 처음엔 이거 돈도 안 되는 건데 왜 하시지, 생각했는데 보면서 어떤 따뜻해짐을 많이 느꼈어요. 그런 기억들이 있다 보니까, 나도 공간을 가지고 좋은 일도 해보고 싶다는 느낌이 들어서 그쪽으로 많이 넘어온 거죠.

보통 건축이나 인테리어를 전공하면 건축 사무소 같은 곳에서 일하지 않나요?

네. 건축 사무소에 가거나 디자이너가 되서 건축 공간을 꾸미는 거 위주죠. 원래 저도 그런 사무실에서 일을 했는데, 2009년인가 10년에 '소셜 디자인'이란 개념을 접하면서 내가 가지고 있는 재능을 다른 방법으로 쓸 수 있을 거라는 생각을 했던 거예요. 보통 건축이나 디자인은 소위 '가진 사람'을 위한 서비스를 제공해 주는 거거든요. 돈이 없는 사람들은 벽지 하나도 자기 취향대로 바르고 살 수가 없어요. 그래서 그건 아닌 것 같다. 보통 사람들하고 같이, 제가 해줄 수 있는 걸 해보고 싶었죠. 그 때 조사를 하면서 에어비앤비를 보고 이게 수익 모델도 될 수 있겠다. 좋은 일도 하고 돈도 벌 수 있는 모델이 되지 않을까, 생각해서 방향을 돌리게 된 거죠.

대학교에서 강의도 하신다고 들었어요.

네. 오늘 다음 학기 강의계획서 내고 왔는데, 공유공간에 대한 수업을 할 거예요. 어떤 내용이나면 1m*1m*1m의 공간을 실제로 만들어 보는 모델 작업을 할 거예요. 그걸 예를 들어서, 홀리스를 위한 집이어도 괜찮고, 어린이를 위한 놀이터도 괜찮고, 아니면 저층에 있는 주택을 위한 창고도 괜찮

한 평 공원

도시연대에서 진행하는 마을 재생 프로젝트. 구민근 대표가 가장 큰 도움을 받은 분으로 꼽은 경기대 건축대학원 이영범 교수가 이끌고 있다. 마을의 쓰지 않는 작은 공터에 공원을 만드는 프로젝트인데, 핵심은 결과물이 아니라 과정에 있다. 부지를 선정한 후 마을에 찾아가 공터를 청소하면서 마을 주민들을 만나고, 한 평 공원 아이디어를 물으면 그것을 계기로 소원했던 주민들이 공터에 나와 서로 의견을 이야기하면서 소통하고, 자연스레 마을에 대한 관심을 갖게 된다. 그 프로젝트를 통해 구 대표는 공간에 대한 고민도 새로이 하게 되고, 공간이 절대적 가치나 결과물보다는 하나의 도구로 기능해야 한다는 생각을 다지게 되었다고 한다.



고요. 만약 그게 잘 만들어지면 바로 시제품 형태로 판매할 수 있을만큼 발전시킬 기회를 학생들한테도 주려고 해요. 제가 대학원 마쳤을 때 '대학원까지 끝났는데 지금부터 또 다시 일을 찾아야하는 건가?' 하는 생각을 많이 했거든요. 그래서 제 학생들은 학기마다 스스로 모델을 만들어서 제출해서 피드백도 받고, 그게 바로 비즈니스, 제품으로 이어졌으면 좋겠어요.

페어스페이스 기업 활동 소개 중에 공간재활용, 공간생산, 공간판매라는 말은 어떤 의미인가요?

재활용은 기존에 쓰지 않는 공간을 다른 용도로 활용하는 거고, 공간 판매는 공유 경제 형태로 공간을 저렴한 비용으로 이용할 수 있게 하는 거고요. 공간 생산은, 지금 준비하는 것 중에 '소셜 스페이스'라는 게 있어요. 쉽게 말하면 모바일 스페이스인데 텐트 형태든, 박스 형태든 뭔가 만들어서 어딘가에 던져두면 그게 서비스를 제공하는 거예요. 예를 들어서 벤치가 될 수도 있고, 급할 때 핸드폰 충전할 수 있는 박스도 괜찮고, 어린이들이 놀 수 있는 놀이터가 될 수도 있죠. 공터나 대강당, 노는 공간이 있으면 거기가 어디든 이 모바일 스페이스를 던져 놓으면 용도가 생기면서 누구나 사용할 수 있는 거예요. 사용하지 않을 땐 접어 놓거나 다른 곳으로 옮겨 놓고요. 옮길 수 있는 공간인데 그게 사회서비스 기능을 담고 있는 거죠.

정말 새로운 개념이네요. 대표님은 그럼 공간을 매개로 그리는 미래가 있나요?

미래까지 그럴 역량은 되지 않지만 꿈꾸는 게 뭐냐면, 공간은 결국은 도구거든요. 그러니까 공간이 있으면, '내가 이 공간을 가지고 있다'보다 '내가 이 도구를 가지고 뭘 할 건가'가 중요하다는 거죠. 시설이 아주 훌륭하지만 소유해서 나 혼자 사용하는 것 보다는, 시설은 좀 소박하더라도, 작은 평상하나라도 그 공간을 세어해서 누구나 들어와서 쉴 수 있고 같이 얘기할 수 있고, 그 스토리에 대한 스킴십이 많아지면 더 좋을 것 같아요. 누구나 사용할 수 있는 도구가 되는 공간, 커뮤니케이션 할 수 있는 열린 공간이 많아지는 걸 꿈꾸죠. 쉽진 않겠지만, 그런 게 많아져야 도시 자체가 좀 촘촘해지고 풍부해지지 않을까 생각해요.

소셜 디자이너를 꿈꾸는 공기남

공간으로 시작했지만 나중에는 소셜 디자이너가 되고 싶어요. 처음에는 공간 기부를 위해 움직이다가 사회적 가치를 쫓다보니 청소년에 대한 일도 하고 있잖아요. 이렇게 계속 사회적 가치를 사람들과 나누고 확산시킬 수 있다면 공간을 기부하는 공기남, 청소년 문제를 해결하는 캠페이너, 그리고 나중에 정말 큰 일을 할 수 있는 소셜 디자이너까지 될 수 있겠죠. 그래서 나중에 제가 결혼해서 아들딸이 생기면 우리 아버지는 소셜 디자이너인데요, 라고 말할 수 있게 되면 진짜 행복하겠죠.

10년 후 페어스페이스는

"공간을 위한 베이스 존이 되어 있겠죠. 누구나 공간이 필요하면 페어스페이스에 문의하면 되겠네, 이렇게 되면 정말 행복하지 않을까요? 공간 기부 캠페인도 잘하고, 공유공간 운영도 잘 해서 내 공간을 공유하고 싶을 땐 저희에게 먼저 문의하고, 누구나 저희에게 오면 필요한 공간을 찾아 쓸 수 있는 곳이 되면 좋겠어요."

앞으로 더 많은 분들이 공간 공유에 참여하길 원하실 텐데, 페어스페이스와 함께 하면 좋은 이유를 말씀해 주세요.

저희 슬로건이 '소유의 공간에서 공유의 공간으로' 거든요. 저희의 캠페인은 두 마리 토끼를 다 잡는 거예요. 저렴하게 공간을 공급해서 수익도 만들 수 있고, 사회적 가치도 만들 수 있는 거죠. 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 이루시고 싶다면, 저희와 함께 기존에 가지고 있는 소유의 공간을 공유의 공간으로 사용하셨으면 좋겠어요.

마지막까지 페어스페이스, 혹은 대표님 개인이 지키고 싶은 한 가지가 있다면.

정말 어려운 상황이 되더라도 공간 기부 캠페인을 통해서 최소한의 공간을 사용할 수 있는 권리를 제공하는 건 반드시 하고 싶어요. 비주류 작가분들이나 대학생들, 창업하시는 분들같이 공간이 필요하시면 비용 지불이 어려운 분들이 많거든요. 그런 분들을 위해서 최소한의 공간을 쓸 수 있도록 무상으로 공간을 제공하는 것. 이걸 반드시 해야될 거 같아요. 이걸 안하면 페어스페이스가 보통 중개업하고 다를 이유가 없겠죠. 비영리만으로는 지속할 수 없으니까 공유경제 모델로 수익도 추구하는 건데, 이 두 가지가 균형 잃지 않고 같이 돌아가도록 하는 게 놓치고 싶지 않은 마지막 하나죠.

끝으로 3기분들께 들쭉구로 한마디, 해주고 싶은 말씀 있으세요?

저는 사업의 '사' 자가 '죽을 사' 자라고 생각하거든요. 그래서 정말 목숨 걸고 해야되지 않을까. 진정성 있게. 그냥 뭐 어디 창업해서 얼마 준대, 그런 생각으로 할 거면 아예 하지도 말고, 그 3천만 원 받아간다고 해서 훌륭한 게 아니고, 그게 공짜도 아니예요. 이 젊은 날에 1년이란 자기 시간을 지불한 거예요. 그래서 정말 죽을 각오하고 목숨 걸고 진짜 진정성 있게 했으면 좋겠어요. 그만큼 쉬운 게 아니기 때문에.

소셜 잼 (Social Jam)

청소년을 위한 공유공간을 고민하다 시작된 프로젝트. 사회적기업, 비영리 섹터의 실제 활동가들이 청소년들과 어울려 이야기도 들려주고, 서로 교류하는 행사다. 처음에는 공간 자체를 디자인 하려 했지만 빈 공간만 열어서 아이들이 알아서 놀 것이라는 의견이 많아 시작해 보았는데, 상상 이상의 호응을 얻어 지속적으로 발전시키려 하고 있다.

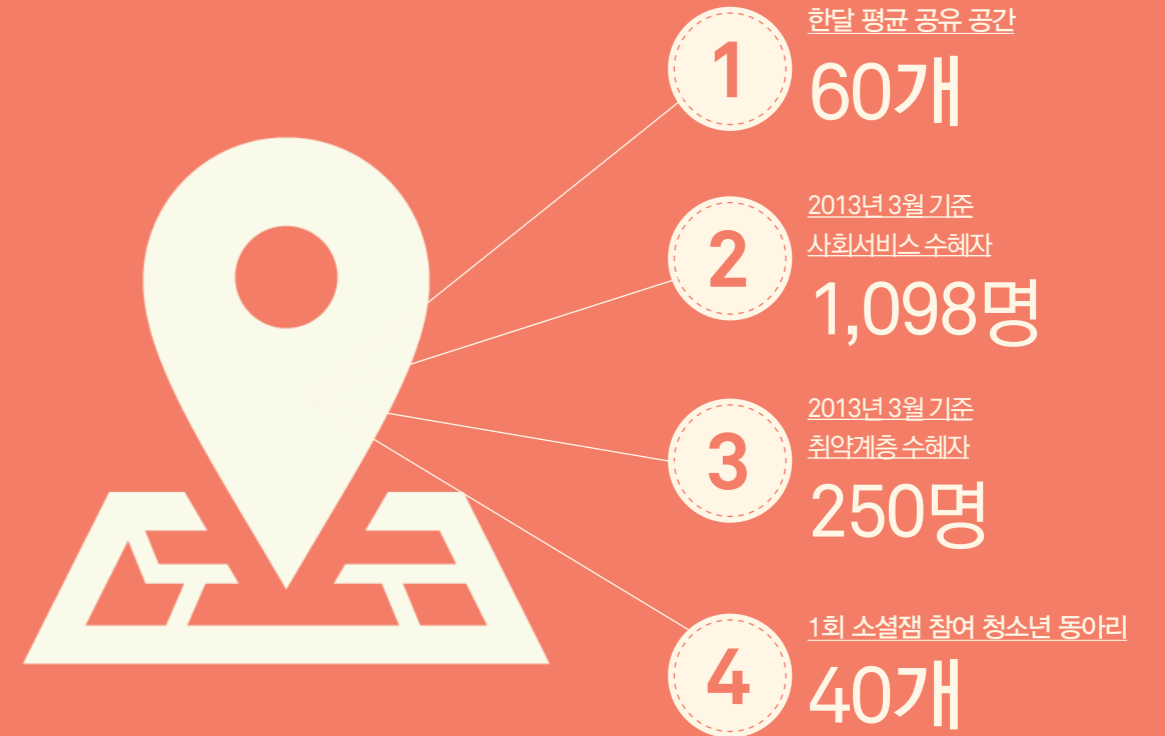
성북문화재단과 손을 잡고 공간을 마련해 2013년 7월 첫 번째 소셜 잼을 열었을 때 서울은 물론 강원도, 부산에서까지 40여 개의 청소년 동아리들이 모여들었다. 사회적경제에 관심이 많은 청소년들, 우리 학교 밖에선 어떤 일이 일어나고 있는지 궁금한 청소년들이 모두 모여 서로 네트워킹 하고, 그 안에서 새로운 것들을 만들 수 있는 장으로 키우려고 한다. 단순한 청소년 행사 차원에 머무르지 않고, 미래의 소셜 캠페이너 플로 만들어가는 것이 꿈이다.

일반정보 & 연혁

상호	페어스페이스
주소	서울 관악구 남부순환로 1427 3층
전화	070-4365-8388
메일	fairspace9@naver.com
홈페이지	fairspace.co.kr
기타	facebook.com/00fairspace

- 2012.05 오프라인 공간 공유 캠페인 실시 (청계천)
- 2012.07 페이스북 스페이스 플랫폼 운영
- 2012.09 공간 기부 캠페인 설명회 (하자센터, 서울시장 참여)
- 2012.10 <시민참여 한마당> 참여 및 공간 기부 캠페인
- 2012.11 <사회적기업박람회> 참여 및 발표
- 2013 디자인이 서울을 위해서 무엇을 할 수 있을까 / 공유 경제 공동 프로젝트 진행
- 2013 국제 멘토링 컨퍼런스 판(PAN) 참여 및 멘토(공간 디자인)
- 2013 서울시 공유기업 선정 및 서울시 홍보지원(도시의 민간 유희공간)

숫자로 보는 페어스페이스





CHAPTER_4 [문화예술]
 21세기자막단
 맨오브액션
 아요바
 호오생활예술



: 문화예술에 대한 열정과 재능으로
 세상을 환히 비추는
 사회적기업가들

예 술 은
 당 신 이
 벗 어 날
 수 없 는
 어 떤
 세 상 이 다

21세기자막단

21세기자막단은 2000년부터 영화제를 운영했던 기술자막팀 출신 스태프들이 모여 만든 회사다. 7년 이상의 경력자들로 팀이 구성되어 있어, 영화자막 제작 및 영화제 운영에 있어서 탁월한 역량을 지녔다. '많은 일자리'보다 '좋은 일자리'를 이야기하는 기업, 21세기자막단을 만났다.



영화제를 경험하면서 느꼈던 현장의 문제들을 사회적기업으로 해결할 수 있을거라고 생각해요.

21세기자막단

김빈 대표

안녕하세요. 간단하게 회사 소개 먼저 부탁드립니다.

21세기자막단은 2000년부터 영화제를 운영했던 기술자막팀 출신 스태프들이 모여 만든 회사로 2012년 청년 등 사회적기업육성사업에 선발되면서 기업으로 출발했어요. 청년들과 좋은 일 자리를 만들고, 관객들에게 다양한 영화를 보급하는 것을 목표로 꾸준히 노력하고 있습니다.

21세기자막단이 추구하는 가치는 영화 제작 업계의 비정규직 일자리 문제와 관객과의 소통 중, 어느 쪽에 무게가 실려있다고 할 수 있나요?

이 문제는, 사회적기업의 사회적 가치와 비즈니스적 가치처럼 떨어질 수 없는 거라고 생각해요. 또 하나, 창업을 할 때 중요하게 생각한 것 중 하나가 단순히 '많은 일 자리를 만들자'보다 '좋은 일 자리를 만들어보자'였어요. 이 문제를 해결하는 데 중요한 키워드가 소통이죠. 자막을 만드는 것, 사람들을 찾아가는 것. 이런 소통의 과정을 통해서 좋은 일 자리를 만들고자 하는 것이죠.

21세기자막단이 말하는 소통의 의미가 궁금합니다.

아무리 좋은 영화가 있어도 나랑 다른 언어라면 한계가 있어요. 또, 아무리 좋은 영화가 있어도 그걸 볼 수 없는 상황에 놓인 사람이 있을 수 있고요. 이런 상황에서 좋은 영화도 의미가 없거든요. 그래서 좋은 작품들과 모든 사람들을 소통할 수 있도록, 중간에서 이어주는 것이 자막과 상영회 같은 활동이라고 생각해요. 21세기자막단은 그러한 소통을 돕는 역할을 하는 거죠.

주로 어느 영화의 자막 작업을 진행하시나요?

외국영화를 국내에 소개할 때, 우리나라의 좋은 작품들이 해외로 나갈 때, 배리어프리 영화제처럼 그림만 보고 이해할 수 없는 장애인분들을 위한 자막 등을 주로 작업해요. 하지만 영화자막 뿐 아니라 교육용 자막이나 강연 자막 등을 작업하기도 합니다. 예를 들면, 테드에 들어가는 자막같은 것들을 포함해 영상 자막과 관련된 대부분의 작업을 소화해요.

자막 작업은 어떻게 시작하게 되셨어요?



21세기자막단 (21世紀自摸壇)

청년들에게는 '좋은' 일자리 창출을, 관객들에게는 다양한 영화를 보급하는 것을 목표로 활동중이다. 모두 7년 이상의 경력자들로 팀이 구성되어 있어 자막 제작과 영화제 운영에 있어서는 탁월한 역량을 발휘한다.

배리어프리 영화제

배리어프리(barrier free)의 사전적 의미는 '고령자나 장애인들도 살기 좋은 사회를 만들기 위해 물리적·제도적 장벽을 허물자는 운동'이다. [출처: 두산백과] 배리어프리 운동을 가장 쉽게 만날 수 있는 곳은 다름 아닌 영화제다. 영화에 청각 장애인을 위한 음성 해설 가이드, 시각 장애인들을 위한 점자 전단, 음성자막 등을 배치하여 장애인들의 영화 관람을 돕는다.

영화를 참 좋아해서 많이 보러 다녔어요. 영화도 만들고 싶어했고. 그러다가 영화제에 자연스럽게 관객으로 참여했죠. 그때 모 영화잡지에서 자원활동을 뽑는 다는 걸 알았어요. 그래서 자원활동을 신청했고, 다큐멘터리 영화제에 처음으로 자막팀에서 일을 하게 되었어요. 자막팀이 좋았던 게, 영화제를 만드는 많은 팀중에 모든 영화를 보는 게 자막팀이예요. 홍보팀은 홍보에 집중하지 영화를 볼 기회가 적어요. 상영관지기 역시 관객들을 안내하는 역할에 집중하고요. 그런데 자막팀은 영화를 보면서 자막을 만들고, 극장 안에서 영화를 상영 하는 일을 하기 때문에 저랑 잘 맞았어요. 그렇게 자연스럽게 영화를 보면서 자막을 만드니까 오래할 수 있었겠죠. 그때 영화제에서 만난 분이 부천영화제 팀장님이어서 부천영화제에서도 자막작업을 이어갈 수 있었어요.

사회적기업 육성사업 지원할 때, 팀의 사회적가치에 대해서 물어보잖아요. 그때 답변을 어떻게 하셨어요?

지금과 같아요. 영화를 꿈꾸는 청년들의 좋은 일자리를 만들겠다고요. 대부분 일자리에 관한 이슈는 취약계층이나 다수의 일자리 창출에 집중되어 있지요. 그래서 '몇 명까지 고용할 수 있을 것 같은데?' '이게 일자리 창출과 무슨 상관이 있나?' 하는 등의 질문도 많이 받았어요. 그때도 우직하게 '많은 일자리가 아니라 좋은 일자리'라고 이야기했죠. (웃음)

1년 동안 사회적기업가 육성사업에 참여해보니 어떠세요?

큰 도움이 되었죠. 번역만 하는 회사들은 꽤 많이 있거든요. 하지만 21세기자막단처럼 영화제에서 상영도 하고 자막도 제작하는 팀은 아직 없어요. 원래 영화제에서 작업을 하다가 '회사를 만들어보자'하고 친구가 하는 사무실 빈 자리에 앉아서 1년 정도를 프리랜서로 활동했어요. 결국 자리를 비워줘야 하는 상황이 왔고, 사무실이 없이 집에서 '이제 어떻게 하지?' 그랬거든요. 그때쯤 사회적기업가 육성사업에 지원했어요. 안정적으로 일을 할 수 있는 공간이 있다는 게 가장 좋았죠. 지난 해 부천영화제 참여할 당시 직원이 네 명 정도였다가 이후에 늘어서 10명 정도가 됐어요. 10명 정도 작업할 수 있는 공간이 많지 않거든요. 사회적기업가 육성사업이 아니었다면 프로젝트를 할 수 없었을 거예요.

사회적가치에 대한 고민과 실제 현실 기업 경영과의 비율이 잘 유지되는지?

사회적가치를 누가 어떻게 측정하느냐에 따라 다르지만, 일단 '좋은 일자리'를 창출한다는 저희의 사회적 가치는 잘 유지되는 것 같아요. 반면 비즈니스적 측면에서는 약간 주춤했다고 생각해요. 작년에는 들어오는 일들을 갑자기 인원을 늘려서라도 처리하기도 했거든요. 보통 영화제 할 때와 마찬가지로 단기간에 팀을 꾸려서 진행하는 식으로, 단기간에 업무를 처리하는 방식은 늘 해오던 방법이기에 잘 할 수 있었어요. 하지만 우리가 장기간으로, 긴 호흡으로 회사를 이끌어본 적이 없잖아요. 물론 힘들게 일하니 프로젝트 완수는 가능했죠. 그래서 작년에 매출은 많이 올릴 수 있었



는데, 결국 많이 지지더라고요. 항상 야근이고. 전에 회사가 되기 전에는 영화제 기간동안 밤새 일하고 한 달 동안 완전히 쉬고 그랬는데, 회사가 되니 그런거 없이 몇 달 동안 일이 계속 들어오는 거죠. 두 달 동안 프로젝트 하나 끝내고, 그 다음 두 달을 또 그렇게, 그 다음 석 달을 또 그렇게. 팀원들이 일하는데 많이 힘들었죠. 그래서 팀원들이 모여서 어떻게 일할 것인가를 이야기했어요. 그래서 올해는 매출이 조금 떨어지는 것을 감안하고 좀 더 나은 일자리를 만들어보자 했어요. 큰 프로젝트 몇 개를 거절하기도 하고. 당연히 매출 면에서 조금 주춤하긴 했지만, 내부적으로는 팀원들이 좀 더 뭉쳐서 다른 무언가도 해보겠다 하는 여유가 생겼어요.

활력상영회는 잘 되고 있죠?

꾸준히 하고 있어요. 처음에는 일주일에 한 번 했었고, 올 상반기부터 한 달에 두번으로 바뀌었어요. 신기하게도 동네 주민보다 외지에 계신 분들이 많이 오세요. 파주, 춘천에서 오시기도 하고요. 사실 우리의 목표는 동네 주민들이 많이 찾게 만드는 건데, 동네 주민들은 가끔 오세요. (웃음)

활력상영회는 21세기자막단에게 어떤 의미가 있나요?

저희는 일반적인 멀티플렉스 영화관에서 상영하지 않는 다른 관점을 가진 영화들을 보면서 많은 것을 배웠어요. 거기서 저희의 생각에도 많은 변화가 일어나기도 하고요. 특히 '환경영화제'는 21세기자막단에 가장 많은 영향을 미쳤다고 생각해요. 그래서 저희도 가장 꾸준히 선택하는 주제이기도 하고요. 사실 어떤 영화를 선택하느냐는 자신의 의지인데, 일반 영화관에서 접할 수 없는 작품을 접한 사람과 아닌 사람은 선택의 범위가 달라지고, 출발점도 달라진다고 생각해요. 꼭 가난한 아이들이 아니어도, 부모가 일을 하느라 바쁘단가, 부모가 문화생활에 대한 관심이 적은 아이들은 이런 걸 접할 기회가 없으니까요. 장애인이어야 하고, 소득이 얼마이어야 하는 취약계층, 혹은 주변에 영화관이 없는 지역에 사는 사람들만이 문화소외계층이 아니죠. 꼭 아이들이 아니어도 문화생활을

루프탑 활력상영회

독립, 환경 영화 등 쉽게 찾아보기 어려운 작품들을 재미있는 문화 행사 및 워크숍과 함께 광진청년사회적기업지원센터 옥상에서 매달 1,3주 토요일에 소개하는 상영회다.

선택할 여지가 없는 사람들도 문화소외계층이라 생각해요. 이런 영화제를 평소에 찾아오기 쉬운 공간에서 정해놓고 꾸준히 하면, 지나가다 한번 들르고, 여기 가서 놀까? 하고 와서 영화 보는거죠. 그러다가 우리처럼 어떤 인식이냐 생각의 변화를 겪게 되는 사건들을, 사람들을 만들고 싶었어요. 물론 활력상영회가 수익을 얻고자 시작한 일은 아니지만, 여기서 발전된 형태의 새로운 모델을 만들어 낼 수도 있다고 생각해요. 아직 21세기자막단의 대부분의 수익은 자막 작업이에요.

찾아가는 활력상영회에 대해서도 설명 부탁드립니다.

찾아가는 활력상영회는 주제를 대상에 맞춰가는 상영회예요. 대상이 정해지면 그분들이 하시는 활동이나 관심사에 맞는 독립영화나 환경영화를 선택해 가는거죠. 사례를 들자면, 첫번째 활력상영회는 벌교에 위치한 낙성초등학교였어요. '갯벌야 갯벌야'라는 단편 애니메이션을 가지고 갔죠. 초등학교를 대상으로 가는 거니까요. 낙성초등학교는 주변에 갯벌이 있어서, 영화에서 등장하는 장면들을 보면서 아이들이 망둥어나 팥둥어나, 사투리도 영화 주인공보다 자기가 더 잘한다고 따라한다거나 그래요. 대상이 아이들일 땐, 쉽게 접근하게 하려고 애니메이션을 많이 상영하곤 합니다.

찾아가는 활력상영회를 사회적기업가 육성사업 창업팀 대상으로 한다면 어떤 영화를 상영하고 싶으세요?

요새 국제개발 하는 팀들이 많이 있는 것 같아요. 그래서 저는 올해 환경영화제에서 상영했던 '라페아, 솔라마마'라는 영화를 추천하고 싶어요. 서울환경영화제에서 상영했던 영화인데, 영화를 보고 자신의 사업을 돌아볼 수 있을 거예요. 1년동안 저도 사업을 하면서 느낀 건데, 좋은 거 같으니까 가져가서 그사람들한테도 좋을거야 라는 판단은 제대로된 해결방법이 아닌거죠. 그런 문제들을 근본적으로 어떻게 해결해야 할 것인가, 혹은 어떤 관점을 가져야 할 것인가 하는 부분에 대해서 많은 생각을 하게 해주는 영화거든요.

예전에는 어떤 일을 하셨어요?

멀티플렉스 영화관이 처음 생겼을 때, 거기서 아르바이트 했어요. (웃음) 꽤 오래 했죠. 창업하기 전까지 자막일만 했어요.

다른 분야를 접해보지 못한게 아쉽진 않으세요?

그때 영화만 보지 말고 좀 더 다른 걸 하면서 놀걸 하는 생각은 있죠. 하지만 크게 아쉽다거나 하진 않아요. 영화제 하면서 좋았던 부분은, 시간이 많았어요. 생계 유지는 힘들어도. (웃음) 영화제가 보통 봄부터 가을까지만 있으니까요. 겨울엔 없어요. 부산국제영화제를 마지막으로 큰 영화제는 모두 끝나거든요. 그래서 12월부터 2월까지의 일이 많지 않아요. 그렇기 때문에 고용이 더 불안정한 부분도 있겠죠.



찾아가는 활력상영회

'언제, 어디서나 만나는 다양한 영화'라는 컨셉으로 문화소외계층 및 문화시설이 부족한 지역을 직접 방문하여 상영한다. 마을회관에서 어르신들과, 교실에서 아이들과 눈높이에 맞는 작품을 볼 수 있다. 또한 '가족의 건강한 삶을 걱정하는 엄마들'이나 '대체에너지에 관심 있는 사람들의 모임'처럼 특정 주제를 위한 상영회가 가능하다. 사진은 올해 초 진행했던 팽택 와락편.



본인이 직접 영화관의 현장에서 비정규직 등과 같은 문제를 느끼셨나봐요.

그렇죠. 그런 생각이 없었다면 자막단을 안했을 것 같아요. 오로지 그 이유때문이었다고 해도 과하지 않죠. 그리고, 팀원으로서 자막만 만들 때는 새 영화를 가지고 어떻게 영화를 만들지, 내가 만든 자막을 보면서 내가 만든 영화를 트는 것처럼 관객들의 반응을 살피고 소통하는 그런 재밌는 그런 부분이 있었거든요. 그런데 팀장이 되었을 때 그런 재미가 없어졌고, 그때 영화제를 그만할까 생각했어요. 그만두려 하니 같이 일하던 친구들이나 그만두고 나간 친구들이 생각났고, 그 친구들이 그 만들 수밖에 없었던 상황들이 생각났어요. 그들이 처해있던 환경을 개선할 수 있다면 친구들이 그 만두지 않고도 역량을 꾸준히 발휘할 수 있겠다라는 생각이 들더라고요.

영화제 자막팀을 비롯한 영화 작 현장의 불안정한 일자리에 대해 조금 더 이야기해주시면 좋을 것 같아요.

제 경험에 비추어 이야기하자면, 영화제에서도 근무환경은 계속 안 좋아지고 있어요. 임금이 오르지 않고, 단기계약직이기도 하고요. 전에는 영화제 스태프 대우를 받았는데 지금은 단기 용역이나 당일 아르바이트처럼 대접받는다고 해요. 전반적으로 사람에 대한 대우를 제대로 해주지 않는 부분이 있어서 그런 거라고 생각해요. 고가의 장비는 당연히 사야한다고 생각하지만 능력있는 경력자에게 돈을 많이 주는 건 '왜 그래야 하는데?'라고 생각하는 거죠. 10만원 자막과 100만원짜리 자막

21세기자막단이 육성사업 창업팀에게 추천하는 영화 '라페아, 솔라마마'

Rafea: Solar Mamas

10회 서울환경영화제 상영작. 베두인족 남성의 두 번째 아내인 라페아는 인근 대학에서 수업을 듣고 있다. 그 대학에서는 빈곤 지역 출신의 교육받지 못한 중년 여성들에게 태양광 에너지 관련 직업훈련을 제공한다. 누구나 손쉽게 설치기술과 납땜을 배울 수 있는 이곳에서 기술을 익힌 라페아는 직접 태양광 전등을 설치하며 가난에서 벗어날 수 있다는 희망을 키운다. [사진/영화정보 출처: 네이버영화]

이 다들 수밖에 없다는 걸 인정하지 않는거죠. '네가 하는 일은 누구나 할 수 있어'라고 생각하니까요. 영화제 환경에도 문제가 많아요. 예를 들면 사무국장이나 집행위원급의 높은 분들이 영화제에서 일하던 사람이 아니라 영화판에서 이름있는 유명한 누군가나 지역 공무원이 온다거나 하는 일이 생기거든요. 그러면 그 사람들은 사실 행사를 잘 치렀다고 보이는 게 중요하지 영화제 안의 사소한 퀄리티에 대해서 중요하게 생각하지 않아요. 그러다보니 그 안에서 일하는 사람들의 환경은 고려될 수 없는거죠.

당시에 해결하려는 노력은 해보셨어요?

저희도 당시에 그런 노력들을 하려고 했어요. 그래서 계약서도 먼저 쓰게 하고, 경력 있으면 10만원이라도 더 받게 하는 등 여러 가지 노력이에요. 그런 역할을 팀장급의 사람들이 매년 꾸준히 해줘야 하는데, 계속 버티기 어려우니 다른 곳에 취직을 하러 가버리는 거예요. 이런 인식을 갖기까지 시간이 걸리는데, 그 이후에 온 사람들은 이런 걸 보고 배울 기회도 없이 그냥 팀장이 되어버리거든요. 자신이 그만큼 대접을 받아야 한다는 걸 모르는 상태니까 후배들은 더 챙기기 어려워지는 거예요. 약순환이죠. 그래서 점점 더 그런 환경들이 어려워지는 거라 생각해요.

대표님이 사업을 하면서 절대 바꿀 수 없는 가치는?

즐겁게 일하는 거. 그게 중요해요. 함께 일하는 사람들, 앞으로 함께 할 사람들도 즐겁게. 물론 함께 일하다가 문제가 생길 수도 있어요. 그렇지만 그것조차도 제가 즐겁지 않으면 못하거든요. 그런 어떤 문제들을 해결해내고 다음 단계가 되었을 때, 그것 또한 함께 공유할 수 있는 즐거움이라고 생각해요.

혹시 독자들에게 하고 싶은 말 있으세요?

한 사람이나 한 회사가 모든 문제를 해결할 순 없어요. 그래서 함께 모이고 일을 하는 거고요. 저희는 좋은 일자리의 창출을 좋은 방법으로 해결하려는 노력을 계속 할 테니, 보시는 분들이 많은 도움을 주시면 좋겠어요. 많은 분들이 저희에게 관심을 갖고 지켜봐주시는 것도 굉장이 큰 도움이 됩니다. 응원해주세요.



일반정보 & 연혁

상호	21세기자막단
주소	서울특별시 광진구 독성로 36길 9, 5층 (자양동)
전화	02-454-1895
메일	21productions@21stcentury.co.kr
홈페이지	21stcentury.co.kr
기타	facebook.com/21cproduction(페이스북), @21cproduction (트위터)

- 2011.10 『에비사회적기업 창업지원사업, 선정-주관 경기도중소기업청
- 2012.05 제9회 서울환경영화제 자막제작, 『청년등사회적기업가육성사업, 선정-주관 한국사회적기업진흥원
- 2012.07 제16회 부천국제판타스틱영화제 자막제작 및 운영 <태양광 택시로 세계일주를> (2010, 독일) 중국어자막 제작
- 2012.08 제6회 시네마디지털서울 자막제작 및 운영 <1999, 면회> (2012, 한국) 영어자막 제작 지원
- 2012.09 제4회 DMZ국제다큐멘터리영화제 자막제작 및 운영/ 제6회 여성인권영화제 자막제작 및 교육
- 2012.11 제10회 아시아나국제단편영화제 자막제작 및 운영 <트레이드오브이노센츠> (2012, 미국) 한글자막 제작 및 상영, VIP시사회 진행
- 2011.12 <찾아가는 활력상영회>낙성초등학교 전교생 30여명과 함께 (위치: 전라남도 별교) 활력상영회, 활력워크숍 사업운영 시작
- 2013.01 <찾아가는 활력상영회>심리치유센터 와락 (위치: 경기도 평택) <풍경> (2013, 한국) 한글, 영어자막 제작
- 2013.02 <찾아가는 활력상영회>월드비전 후원 어린이를 위한 상영회 (위치: 인도 빌라스푸르) / 2013 H-온드림 오디션 <도전상> 수상 독립영화 <나무의 오후> 영어자막 제작 지원
- 2013.03 <찾아가는 활력상영회> '위안부' 피해자 할머니들의 쉼터 나눔의 집 (위치: 경기도 광주)
- 2013.04 <찾아가는 활력상영회> 장애인 재활 작업장 희망나무 (위치: 서울 광진구)
- 2013.05 제10회 서울환경영화제 자막제작 및 운영 / 꿈지락 주말문화여행 운영 (2013년 11월 종료 예정) / <찾아가는 활력상영회> / 광진시민연대 도시농부학교 (위치: 서울 광진구)
- 2013.06 (재)서울문화재단 「2013년 서울문화기업 우수사업모델 육성지원사업」 <찾아가는 활력상영회> / 핑크로더와 함께 하는 송도 상영회 (위치: 부산 송도해수욕장)
- 2013.07 제17회 서울국제만화애니메이션페스티벌 자막제작 및 운영
- 2013.08 <찾아가는 활력상영회> 다문화이주민 극장 쉼터 북 (위치: 서울 영등포구)
- 2013.09 국립현대미술관 퐁피두센터 미디어소장품 특별전 진행 중 / CGV인도네시아영화제/ <찾아가는 활력상영회> 지구촌공생회, 환경단체 Nurture Nepal과 함께 하는 네팔 상영회 (위치: 네팔 카트만두) / 동물보호소 생명공감과 함께 하는 상영회 (위치: 일산 장항동)

숫자로 보는 21세기자막단



가끔씩만?
 그 방법 괜찮네요.
 사랑보다 더 큰
 고통이 있나요?
 네 잘못이 아니야.
 인생은 네가 본
 영화와는 달라.
 인생이 훨씬 힘들지.
 당신은 나를 더 나은
 사람이 되고 싶게 해요.

- 1 **7명** 직원 수
- 2 **350편** 연 평균 자막 제작 편수
- 3 **380명** 활력상영회 참여 관객
- 4 **6마리** 활력상영회에 참여한 동물 관객
- 5 **7년** 평균 자막제작 경력
- 6 **9,000만 원** 2013년 9월 현재 매출



맨오브액션

맨오브액션 Man of Action은 “사진 한장이 세상을 바꿀 수 있는” 시작이 될 수 있을 것이라는 생각에서 출발했다. 사진과 동영상으로 지구촌 어려운 지역의 사정을 알리고, 이들의 진솔한 삶의 모습을 담은 사진을 활용하여 모든 사람들이 공감하며 소통할 수 있는 상품(도서, 출판 및 팬시제품)을 개발해 이익을 창출하며, 그 이익을 다시 그들에게 돌려줌으로써 지구촌 어려운 지역의 문제를 함께 해결해 나가는 사회적기업을 목표로 하고 있다.

애들 서른일곱까지밖에 못 산다는데 해야 돼 말아야 돼?
그러면 해야해요. 성공이나 실패는 별로 중요하지 않아요.

맨오브액션

박재광 대표

안녕하세요, 일단 대표님 자기소개를 짧막하게 부탁드립니다.

저는 맨오브액션 대표고, 전직 광고TVCF 제작감독, 현재는 사진작가, 영상물, 사진이런 걸 제작하고, 작년에 업종 하나 추가해서 출판사까지, 요렇게 하고 있어요. 사람이 태어나서 모두가 출발선이 같지는 않잖아요. 근데 제 마인드는 뭐냐면, 사람이 어느 정도 성장할 때까지, 출발선 정도까지는 좀 같게 해주자, 나머지는 능력대로 알아서. 그것마저도 안되는 사람들은 너무 불행하지 않나, 하는 생각이 있어요.

맨오브액션을 간략하게 소개해 주신다면

맨오브액션, 이게 원래 WHO 수장이셨던 고 이종욱 박사님의 별명이에요. 이종욱 박사님은 제가 광고 현업에 있을 때 <다이내믹 코리아>라는 광고를 진행하면서, 김연아, 박태환 편 다음에 공모를 하면서 찾아냈던 분이예요. 근데 그 광고는 소관 부처가 없어서 안 하게 됐죠. 그래서 그거를 잘 숨겨 놨다가, 회사명으로 쓴 거예요. (웃음) 행동하는 사람이라는 의미가 있어요. 이게 참 재밌는 게, 이종욱 박사님이 에이즈 퇴치나, 제3세계에 뭔가 해 줄 수 있는 걸 하셨잖아요. 회사명이 이러다 보니까, 의도하진 않았지만 그렇게 따라가게 되더라고요.

광고감독으로 오래 일하셨나요?

대학 졸업하기 전에도 일했으니까, 정확히 말하면 제대하고 나서 98년부터는 광고에 있었다고 보시면 되죠. 2008년도까지. 중간에 유학 기간이 있었는데, 그 기간을 빼도 거의 10년 가까이 되네요. 임봉하고서, 소위 광고쟁이가 해 볼 수 있는 건 다 해보고서 끝낸 거죠. 그래서 후회가 없어요.

일반 스튜디오 하시면서 물품이나 재능을 기부하실 수도 있을 텐데 굳이 사회적기업을 시작하게 된 계기가 있으세요?

사진이라는 매개체가 전달력도 높고 큰 걸 이야기하기 좋은데, 사람들이 이걸로 자기 배를 채울 생각은 많이 하는데 다른 생각은 잘 안 하더라고요. 일단 사회적기업 개념은 김동호 목사님(열매나눔재단 대표이사)이 꼭 이야기하셨고, 사실 처음에는 모델이나 연기자 지망생들하고 소상공인을



모두가 함께 하는 사회, 사회적 목적기업
MAN OF ACTION

맨오브액션

2011년 아프리카 말라위를 방문했을 때 만난 어린이들의 평균 수명이 37세라는 것에 놀라 그들을 도울 방법을 찾고자 시작한 맨오브액션. 저개발국 지원 사업을 목표로 하며, 홍보가 필요한 문화예술인 및 사회적기업을 위한 사진 및 동영상 제작, 아프리카와 아시아 저개발 국가들의 삶을 알리는 <37+@> 사진전, 학교로 찾아가는 전시회, 틱케이스 업서 제작/판매, 포토북 다이어리 출판/판매 등의 사업을 진행하고 있다. 2013년 3월 캄보디아와 베트남 현장 조사를 진행하였으며, 5월부터는 <37+@ 희망씨앗프로젝트>로 네 팔에서 현재 활동하고 있는 NGO 와 함께 신발 및 기타 필요한 물품을 지원하는 사업을 진행하고 있다.

역어서 CF나 사진 같은 홍보물을 제작하는 게 사업 모델이었어요. 거기서 수익이 나면 환원 차원에 서 아프리카와 아시아 친구들을 돕겠다, 이런 계획이었는데, 하다 보니 사회적 환원 부분이 오히려 사업이 된 거죠.

그럼 열매나눔재단을 먼저 접하셨던 거네요.

사실 그것도 조금 재밌었던 게, 청어람 빌딩이 옛날에 서울예술대학 예술관 건물 강의실 자리였어요. 유학 다녀와서 어느날 굉장히 기분이 안 좋은 일이 있어서 무심코 왔거든요. 근데 학교 자리가 교회로 바뀌어 있더라고요. 그 때 김동호 목사님 설교를 우연히 처음 들었는데 어, 이런 사람이 다 있어? 하는 생각이 (웃음) 학교 오면 뭔가 에너지 같은 걸 좀 받을 수 있지 않을까... 그런 것 때문에 왔었는데 우연찮게, 좀 선물 같은 거였어요.

아프리카에는 어떻게 관심을 두게 되셨나요?

우연히 말라위에 가게 되었는데, 정말 아무것도 없는 거예요. 좀 잘 산다는 데 가야 우물 정도 있고, 전기는 아예 없고. 카메라만 갖다 대면 아이들이 구름떼처럼 와서 좋아하더라고요. 근데 가기 전에 유엔보고서 같은 걸로 공부를 좀 했더니 거기 평균 수명이 37세라는 거예요. 애들 너무 예쁜데, 30년 후면 못 보는 거야? 이런 생각을 하니 너무 좀... 그 사람들 입장에서 저는 뭐 다산 사람인 거죠. 그래서 적어도 기본적인 건 좀 도와줄 수 있지 않을까 해서 신발 보내기를 계획하면서, 전시회도 하고 다른 여러 가지 일을 하기 시작한 거죠. 사진책도 팔고.

여러 가지 도와줄 수 있는 게 많은데, 신발이 그들에게 특별히 도움이 되나요?

신발은 사실 제가 처음 생각한 건 아니예요. 신미식 작가라는 사람이 있었어요. 이분은 마다가스카르에 꽃혀서 거기 사진 찍고, 전시회하고 작품 팔아서 거기에 신발을 보내시더라고요. 그분의 얘기는 그거였죠. 애들 신발만 신겨줘도 평균 3~4년 더 산다. 그래서 저도 단순한 생각으로 그러면 신발이 괜찮지 않을까, 그렇게 시작을 했어요. 그런데 지금 발전해 가는 걸 보면 단순히 신발뿐만 아니라 필요한 모든 것으로 확장될 것 같아요. 궁극적으로 이 사람들의 삶을 바꾸려면 최종 목표는 교육사업 같은 게 될 수도 있고요. 신발은 비상 대책이고, 단계적으로 올라가는 중이라고 생각하시면 됩니다. 최종 목표는 자립입니다.

사진 전시회도 그분들에게 도움이 되나요?

뭐라고 해야 하나... 갔다 오니 그냥 그런 거죠, 책임감? 가서 뭔가를 좀 보고 온 사람으로서 알려야겠다는 사명감 같은 거. 뭘 도와주자, 뭘 해서 주자는 사실 그다음이었던 거 같고.

사진으로 책이랑 엽서를 만드신다고요.

故 이종욱 박사

세계 보건 기구 사무총장을 지낸 대한민국의 의학자이며 국제 기관 단체인이다. 2003년 7월 21일, 한국인으로는 처음으로 국제 기구의 수장으로 당선되었다. 재임 기간 중 결핵과 예방접종으로 예방이 가능한 어린이 질병, 조류 독감, 에이즈 퇴치에 힘썼다. 23년간 세계 보건 기구에서 활동하면서 서태평양 지역의 소아마비 박멸을 주도했으며, Global Drug Facility를 발족시켜 많은 사람들이 결핵 치료약을 얻을 수 있게 했다.

향년 62세 별세. [출처: 위키백과]



신발을 선택하기까지

박재광 대표가 처음 계획했던 일은 다니던 교회에서 아프리카 사진 작품을 판매해서 마련한 비용으로 구충제를 보내는 것이었다. 하지만 교회에 선교비가 남아 있어 하루만에 해결돼 버렸다고. 그 다음에는 모기장을 보내려고 했는데 SNS를 통해 역시 하루 만에 많은 기증자가 나타나 버렸다고 한다. 두 번의 실패(?) 끝에 선택한 아이템이 바로 신발이었다.



엽서는, 이거 한번 보시고요. (웃음) 책은 근데 잘 만든 건 아니고 약간 밀어붙이기? 이걸 만들어야 뭔가 할 수 있겠다는 것 때문에. 지금은 캄보디아편 사진책 구상하고 있어요. 그다음에 <희망 자전거 프로젝트>라고 베트남의 상대적으로 빈곤한 친구들한테 자전거 주는 프로젝트도 하고 있어요. 2013년 9월 24일에 전달했습니다. 이 책도, 왜 직장인이 10만 원, 20만 원 기부하기는 어렵잖아요. 대신에 이런 책을 사서 나도 좋은 데 활용하고, 그 돈이 여기 담긴 사람들 도와주고, 이런 건 괜찮잖아요. 착한 소비를 이끌어낸다고 해야 하나? 그런 것도 플랜 중의 하나였죠. 작년에 전시회를 통해서 엽서랑 작품 팔아서 자금을 마련했고, 그 다음에 책 만들어서 좀 팔았고. 그래서 그걸로 베트남하고 캄보디아로 움직였고, 다시 상품 만들어 팔아서 자전거 기부하고. 그런 식이에요.

이 나라에서 콘텐츠를 만들어서 그 수익으로 다른 나라를 돕고, 거기서 또 콘텐츠를 만들어와서 또 다른 나라로, 이렇게 계속 늘어나는 거네요.

네, 원래 그거예요. A라는 지역에서 콘텐츠를 뽑아서 B를 도와주고, B에서 C를 도와주고. 신발을 전달하러 가든 실사를 가든 일단 제가 나가면 사진 콘텐츠는 만들어오니까. 그 콘텐츠 갖고 작가는 엽서부터 다 만들어낼 수 있거든요. 원래는 말라위 쪽으로 바로 지원하려고 했는데, 여건이 여의치 않아서 말라위는 다음에 하고 지금은 베트남부터 개발하고, 네팔 개발하고, 이런 식으로 가고 있어요.

직원을 고용하셨다가 독립시켰다고 들었어요.

네, 그 친구들이 인턴이었어요. 사실은 협업을 하고 싶어서 두 친구를 키웠거든요. 한 친구는 사진 쪽에 사업자 등록 내게 도와주고, 한 친구는 영상 편집하고 디자인 쪽으로. 협업하는 소상공인들의 매출 이런 거하고 좀 관련이 있고, 우리가야는 사회적기업하고 약간 차이가 있어요.

37+@

맨오브액션에서 진행하는 프로젝트 브랜드이자, 설립한 출판사 이름. '37'은 사업 시작 당시 말라위 국민의 평균 수명이었다. (지금은 점점 개선되고 있다고 한다.) 맨오브액션 프로젝트를 통해 그 숫자가 점점 커질 수 있기를 희망하며 <37+@>로 이름을 지었다고.



그냥 한 회사에서 같이 일하실 수도 있는데 굳이 협업하고 싶으셨던 이유가 있나요?

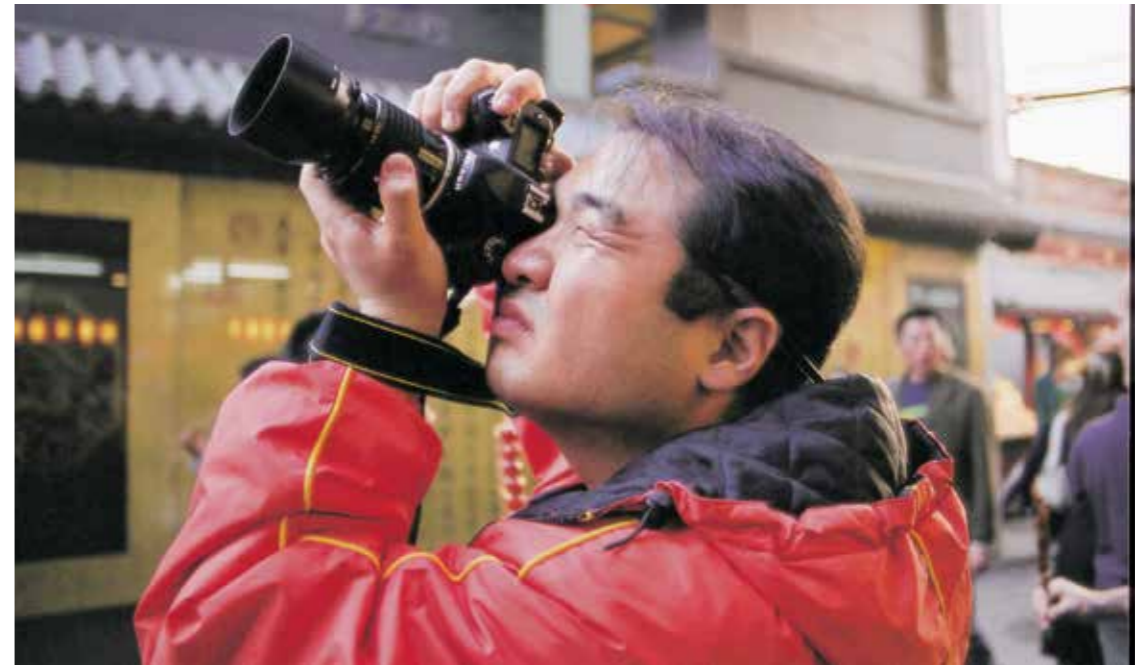
같이 먹고 사는 세상이지. 재밌는 게, 독식하려 하면 내가 못 먹고, 나누려고 하면 내 몫을 다 먹더라고요. 내가 가져야 할 권리를 가져가면서도 공생할 수 있는, 그런 체계가 만들어지는 거죠. 이왕 같이 일할 거면 동등한 입장에서 했으면 좋겠다는 생각을 했어요. 내가 지시하는 입장보다는 수평적인 구조에서 의사결정을 좀 자유롭게, 같이 가고 싶었어요. 그러면 똑같은 조건으로 만들어주는 게 낫지 않을까... 그런 생각을 한 거죠.

앞으로도 누군가가 합류했다가, 협업을 위해서 독립을 원한다면 도와주실 생각이 있으세요?

계속 도와주고 있어요, 몇 팀은. 자생적 모델을 만들어보려고. 제가 하는 일 자체가 도움도 받아야 하고 도와주기도 해야 하는데, 그런 계통들이 셀처럼 퍼져있으면 작업하기가 편해요. 그러다가 필요할 때 뭉치고. 그리고 작년에 굉장히 재밌었던 게, 그 인턴이었던 친구가 독립한 다음에 물고 온 일도 있었어요. 나한테 좀 같이 하자고. (웃음)

그럼 생태계를 만들고 싶으신 거네요.

얘기하니까 그러네요. 그리고 오히려 무게 잡고 있는 것도 별로 어울리지도 않고. (웃음) 근데 그러기에는 좋은 사람들 만나기가 쉽지 않더라고요. 믿고 함께 할 수 있는 사람들이 없다는 게 현재 사회적기업계의 분위기예요. 제가 사회 경험을 해서 그런지 모르겠는데, 저기는 좀 이상한데... 그런 느낌이거나 악용되는 사례들이 있어서 안타까워요. 그런 걸 막아보고 공생할 수 있는 판을 만들자는 거죠. 그리고 제가 누구한테 뭘 가르쳐 주더라도 그 사람이 스스로 노력하고 시간을 들여야 돼요. 그러다 보면 저도 트레이닝 되고요. 또 각자의 재능이나 능력은 다르니까, 같이 성장하면 좋죠.



앞으로 계속 같이하실 분들도 만나실 거고 투자를 받으실 수도 있을 텐데, 그런 분들께 맨오브액션을 어필하신다면?

이렇게 답변을 드려야 할 것 같아요. 이게 실패할 수도 있고 성공할 수도 있어요. 근데 성공 실패는 두 번째고, 해야 되나 하지 말아야 되냐의 문제인 거 같아요. 그리고 아마 더디게 성공할 거예요, 만약에 성공한다고 해도. 그래서 투자를 하시려면 일단은 투자하고 기다려야 돼요, 이거는. 다시 말해서 이걸 굉장히 천천히, 오래 갈 수 있는 프로젝트인거죠. 세상을 바꿀 수 있다는 확신에서. 애들 37세밖에 못 산다는데 해야 돼 말아야 돼, 그럼 해야 돼요. 성공이나 실패는 별로 중요하지 않아요.

그렇다면, 대표님이 앞으로 마지막까지 꼭 지키고 싶은 가치는 어떤 것인가요?

함께 살자는 거죠. 사람이 능력이 좀 부족할 수도 있고, 잘 날 수도 있고, 그로 인해 분명 서로 다른 삶을 살겠지만, 그렇다고 가장 기본적인 것을 건드리면 안 된다고 봐요. 사람의 생명이나, 그 사람이 꿈꿔야 할 가치 같은 것들. 기본이라는 게 얼마큼 될진 모르지만, 기본적인 꿈을 풀 수 있는 틀은 만들어주자. 그다음의 능력은 자기가 알아서 해야겠죠. 출발선은 지켜주자. 이런 거예요.

이제 마지막 질문인데요, 대표님은 대표님 본인을 뭐라고 규정하시나요?

글쎄요, 멀티플레이어 같은데요. 이것저것, 잡다하게. 아, 조율자라고 하는 게 나을 거 같아요. 뭔가 조정하고 조율하고 이런 걸 좀 잘 했던 거 같아요. 세상을 조율하는 힘, 힘이라기보다는 그런 가치를 갖고 있는 사람?

용감하게 시작한

젊은이들에게

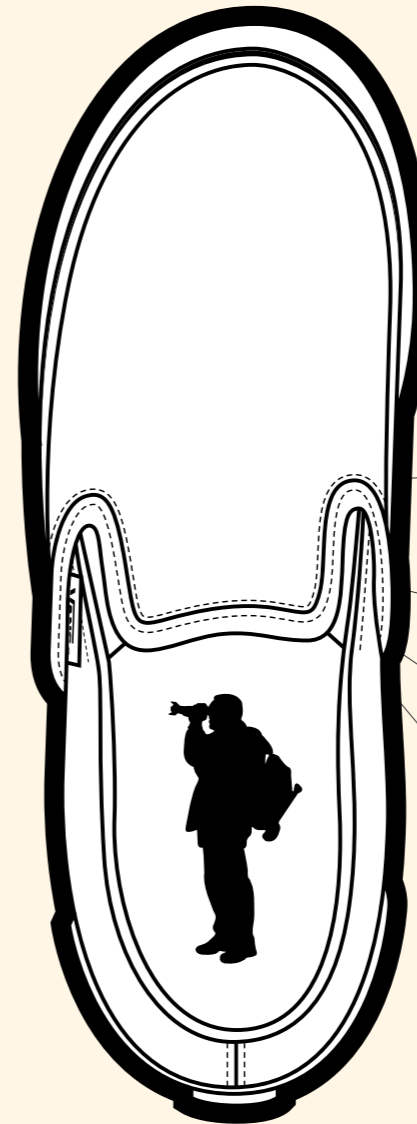
제가 보기에, 어른들 얘기 중에 90%는 잔소리고, 10% 정도는 들을만한 거 같아요. 찾아보면 과거에도 미친짓한 사람들 많거든요 (웃음) 그런 사람들 중에 참고할 만한 걸 가려내는 거예요. 어차피 아이디이라는 거 자체는 베끼는 거거든요. 하늘 아래 새로운 건 없어요. 대신 51% 베끼지 말고 49% 베껴야죠.

일반정보 & 연혁

상호	맨오브액션
주소	서울 중구 남산동2가(100-042) 19-8 청어람빌딩
전화	070-7569-3960 / 010-3088-1750
메일	manofaction1@naver.com
홈페이지	www.manofaction.co.kr
기타	facebook.com/37plusalpha

- 2011. 11. UN Millennium Village Project Africa Malawi Gumulira 촬영
- 2012. 05. 열매나눔재단 2012 청년등 사회적기업가 육성사업 창업팀 선정
- 2012. 06. 맨오브액션(Man of Action) 사업자등록
- 2012. 08. <37+@ 희망신발프로젝트> 1차 사진전 및 토크이벤트 미니엽서 발매 (천사갤러리)
- 2012. 09. <37+@ 희망신발프로젝트> 찾아가는 사진전 (하남고등학교)
- 2012. 09. <37+@ 희망신발프로젝트> 2차 사진전 (청어람 갤러리)
- 2012. 12. 포토북 다이어리 "37+@" 출간
- 2012. 01. 네팔 차드완 지역 <One People International> 과 지원대상 MOU 체결
- 2012. 03. 베트남 빈농 / 캄보디아 프놈펜 지역 현장 실사
- 2013. 02. 열매나눔재단 사회적기업가 육성사업 최종 성과보고대회 최우수팀(1위)
- 2013. 04. <37+@ 캄보디아> 도서 및 상품 기획
- 2013. 05. 네팔 차드완 지역 <37+@ 희망씨앗프로젝트> 기획
- 2013. 09. <37+@ 희망자전거프로젝트> 베트남 빈농2동 지역 청소년들에게 자전거 30대 기증
- 2013. 12. 네팔 차드완 지역 <37+@ 희망씨앗프로젝트> 실행 (예정)

숫자로 보는 맨오브액션



- 1 1년 간 총 매출액
4,356만 원
- 2 설립 계기가 된 말라위 평균수명
37세
- 3 37+@ 희망전시회
3회
- 4 MOU 추진 현황
5개국
- 5 베트남에 기증한 자전거
30대
- 6 고용 후 창업 지원한 직원
2명

아요바

아요바는 광고, 필름, 모션그래픽스, 3D 애니메이션, 프로젝션 맵핑, 인터랙티브 디자인 등 메시지 전달과 관련한 모든 미디어 콘텐츠디자인을 사업영역으로 하고 있으며, 미디어의 힘으로 보다 나은 사회를 위한 선순환 구조를 만들고자 한다.



실력으로 사회적가치를 실현하는 착한 기업, 젊은 마인드를 잃지 않는 기업을 만들고 싶어요.

아요바

도지만·전희제·이상현 공동대표

안녕하세요. 세 분이 모두 와 주셨네요. 먼저 자기소개 부탁드립니다.

전희제 저희는 아요바고요, 대학 동기 친구 세 명이 회사를 창업했고, 졸업하자마자 사회적기업가 육성사업에 지원해서 지금까지 하고 있어요. 1년 조금 넘었네요. 아직까지 살아있습니다. 제 이름은 전희제, 멀티미디어 인터랙티브 디자인 전공이에요. 영상 촬영, 편집 하고 있고, 서비스 디자인 쪽도 조금씩 하고 있습니다.

이상현 회사에서 맡고 있는 건 다 비슷한데요, 저도 기본적으로 영상 만드는 일 같이 하고 있고, 서비스 디자인 하고 있어요.

도지만 명함에 아트 디렉터로 써 있거든요(웃음). 저는 촬영보다는 그래픽 컨셉 작업들 위주로 담당하고 있고, 재무 쪽도 담당하고 있어요.

세 분 다 멀티미디어 인터랙티브 디자인 전공이신거죠? 조금 생소한 분야인데요.

이상현 멀티미디어는 간단히 쉽게 말하면 영상이에요. 음향, 시각, 여러 가지로 내용을 전달하는 거고, 그 전달 과정에서 단순히 일방향으로 전달하는 게 아니라 상호 작용을 요구하는 분야가 인터랙티브고요.

도지만 웹 쪽도 포함시켜서 상호 작용 하는 방법으로 간다든지, 아니면 UX나 UI 이런 쪽도 다 포함해서 인터랙티브 디자인이라고 해요.

그럼 서비스 디자인은 어떤 건가요?

이상현 사실 인큐베이팅을 시작할 때 처음 컨셉은 영상만 가지고 있었어요. 사회적인 이슈 같은 것들에 대해서 알리는 영상 콘텐츠를 만들면 의미가 있겠다, 라는 생각으로 결정을 했는데 막상 사업으로 접근해 보니까 수익 모델이...(웃음) 그래서 새로운 분야도 공부를 해 봐야겠구나 싶었죠. 마침 디자인재단에서 인큐베이팅 받던 팀들한테 교육 기회가 있었어요. 업계의 트렌드를 많이 다루다



아요바

아요바는 바른 가치를 추구하는 기업들의 제품과 서비스를 미디어 콘텐츠를 활용해 효과적으로 알림으로써 올바른 기업활동과 소비 활동을 돕는다. 동시에 기업에 브랜드 이미지 상승을 위한 사회적 책임 역할 수행 모델을 제시하고, 마케팅 홍보를 위한 미디어 콘텐츠를 제작, 공급하여 기업 발전 및 공공성의 상승 작용을 이끌어 낸다.

서비스 디자인

고객이 서비스를 통해 경험하게 되는 모든 유·무형의 요소(사람, 사물, 행동, 감성, 공간, 커뮤니케이션, 도식 등) 및 모든 경로(프로세스, 시스템, 인터랙션, 감성로드맵 등)에 대해 고객 중심의 맥락적인 리서치 방법을 활용하여 이해관계자간에 잠재된 요구를 포착하고 이것을 창의적이고 다학제적·협력적인 디자인 방법을 통해 실제화함으로써 고객 및 서비스 제공자에게 효과·효율적이며 매력적인 서비스 경험을 향상시키는 방법 및 분야를 의미한다. [출처: 서비스디자인 협의회]

보니까 서비스 디자인 관련 프로그램이 많았거든요. 거기에서 접하고 사용자 관점의 문제 해결 방법 디자인이 앞으로 필요하겠구나, 배워 보자, 했죠.

도지만 어떻게 보면 키보드 자판 위치 같은 걸 사용자가 쓰기 편하게 하는 것도 디자인이지만, 그 필요와 해결책을 사고하는 과정 자체도 디자인으로 볼 수 있어요. 디자인의 범위를 어디까지 보느냐가 문제죠.

전희제 서비스 디자인이 광범위한 분야라서, 재단에서도 서비스 디자인 방법론을 가지고 사회적 문제를 해결하는 데 조금 도움이 되지 않을까 해서 기획했던 것 같아요. 예를 들어, 한 마을에 어떤 사회적 문제가 있는데, 그걸 그냥 주먹구구식으로 아이디어 내서 막 해결하려는게 아니라 체계적으로 프로세스를 통해서, 이런 걸 하려고 처음에 그 교육을 진행을 하게 됐던 거죠.

아요바, 이름이 재밌는데 무슨 뜻인가요?

전희제 제가 남아공에 어학연수 겸 여행으로 한 9개월 있으면서 접하게 된 말인데, 이게 감탄사예요. 좋다, 반갑다, 그런 뜻인데, 약간 '올레' 하고 누앙스가 비슷해요. 이게 또 약간 의미가 있는게, 이 말이 어디서 시작됐냐면, 소웨토라고 빈민가가 있어요. <디스트릭트9>이라는 영화 보셨어요, 혹시? 거기서 시작된 말이에요. 그런데 어떤 분들은 '여기 봐' 이런 걸로 생각하시기도 하시더라고요. (웃음)

사실 아무리 친해도 동업이 쉽지는 않은데, 어떻게 의기투합하셨어요?

이상현 공통점은 그거였던 거 같아요. 남 일하고 싶지 않았던, 자기 일 하고 싶었던. 디자이너들은 그런 경향이 많이 있잖아요.

도지만 전 개인적으로 프리랜서나 그냥 제 작업 같은 거 하고 싶었는데 상현이가 한 번 해보자, 해서 합류하게 됐어요. 근데 저희가 세 명이 성향이 많이 달라요. 어떻게 보면 그래서 보완할 수 있는 부분이 많지 않나 싶어요. 그래서 같이 가야 하고, 같이 갈 수 있고.

그럼 이렇게 다모으신 주동자는 누군가요?

전희제 처음엔 제가... 전에 같이 회사를 만들자고 하긴 했어요. 근데 확실하게 계기가 된 거는 사회적기업가육성사업의 공지라고 해야 되나, 그걸 접하고 나서 이 방향으로 가면 되겠다, 라고 한거죠.

그럼 원래 사회적기업에 관심이 많으셨나요?

전희제 사실 사회적기업 자체를 아예 몰랐어요. 저는 문화재단, 지역의 장인들 관련된 영상, 그런 걸

디스트릭트 9

어느 날 남아공 상공에 외계인들이 불시착한 후, 요하네스버그 인근 외계인 수용구역 '디스트릭트 9'에 임시 수용된 채 28년 동안 인간의 통제를 받게 된다. '디스트릭트 9'이 외계인들로 인해 무법지대로 변해버리자 관리국은 그곳을 강제 철거하기로 결정하고 프로젝트를 추진하던 중 사건이 벌어진다. SF의 형식을 빌어 남아공의 인종 차별 정책과 현실을 담은 영화. 소웨토는 영화 속 외계인 수용구역의 실제 모델이다.



만들고 싶다는 생각이 계속 있었어요. 수제화 장인이거나, 국내 그런 장인들 정말 많은데 사라져 가는 추세잖아요. 근데 그런 방향하고 개인적으로는 일단 잘 맞다고 생각했어요.

디자인 전공 하셨으면 취직을 하실 수도 있잖아요. 요즘은 정말 많은 곳에서 디자이너를 필요로 하니 까요.

이상현 저는 사실 1년 먼저 졸업하고 취직을 했는데, 사회적으로 디자인에 대해서는 그런 인식이 강한 거 같아요. 그냥 외형을 예쁘게 꾸미고, 신속하게 많이, 프로세스의 끝단에 마침표를 다다닥 찍어주는 그런. 디자인의 범위 계기가 아까 나왔지만 어느 정도 범위를 크게 가져와야 되는데, 다른 사람이 기획한 일을 별로 파악도 안 된 상태에서 기계적으로 일하는 부분이 좀 안 맞았던 거 같아요. 그래서 더 내가 처음부터 끝까지 프로세스를 가져갈 수 있으면 좋겠다, 대단한 규모의 일이 아니라도 작은 거라도 그렇게 한번 시작해 보면 어떨까, 이런 얘기를 좀 했어요. 그러던 차에 좋은 기회가 있어가지고 본격적으로 이렇게 시작했죠. 나름 의미가 있는 일을 하면 보람도 있고, 디자이너로서 뭔가 사회적으로 좋은 영향을 줄 수 있겠구나, 그럼 좋겠다, 싶었어요.

전희제 저는... 인턴을 여기저기서 했는데, 진짜 여기 글 뭐 넣어 주고 여기 그림 뭐 넣어 달라, ppt에 다 써서 주는 데도 있어요. 그럼 그냥 그거만 보고 하는 거죠. 근데 그건 단순한 기계에 불과하니까. 또 사실 한국에서 대부분의 디자이너들 처우가 별로 좋지 못해요. 작년인가? 한국디자인진흥원에서 나온 통계 보면 디자이너들 급여가 평균적으로 100만원이 안 된대요. 근무환경도 굉장히 열악하고.

분사를 꿈꾸는 기업

이들은 회사가 정말 잘 돼서 규모가 커지면, 각자가 그리는 이상과 꿈을 실현할 방법으로 분사를 꿈꾸고 있다. 공연과 같이 관객과 직접 소통하는 영상, 가상현실 엔터테인먼트, 세상의 버라이어티함을 경험할 수 있는 콘텐츠까지 구상하는 분야도 다양하다. 단순한 기업을 넘어 그룹(?)으로의 성장을 꿈꾸는 이들의 야망이 멋지다.



디자인은 굉장히 특수한 지식인데, 사회적 인식이나 환경이 많이 안타깝네요.

이상현 사실 디자이너가 특수한 기술이나 어떤 감각을 가지고 있는 건 사실인데, 그게 단순히 감각이나 기술로만 표현되면 제 값어치를 못 한다고 생각해요. 그냥 감각으로만 하면 아트고, 그냥 기술만 있으면 그건 공장이고. 그런 측면에서 봤을 때 요즘 서비스 디자인이라든가 사용자 분석이 디자인 업계에서 떠오르는 것도, 전체 맥락을 알고 공감을 한 다음에 거기에 대해서 생각을 가지고 디자인을 하는 프로세스라서 더 각광을 받고 붐이 일고 있는 게 아닐까 싶어요.

세 분 어린 시절에 어떠셨는지 궁금해요. 어떻게 디자인 시작하게 되셨는지도요.

도지만 원래는 그림을 되게 못 그렸고, 제일 싫어하던 거였어요. 성적도 제일 안 좋고. 저는 원래 음악 쪽, 노래하는 거 좋아했고, 나중에 대학도, 일도 그런 쪽으로 하고 싶었어요. 근데 부모님이 반대를... (웃음) 부모님이 다 운동을 하셨거든요. 근데 자기가 제일 좋아하는 걸 직업으로 가지면 나중에 힘들 수 있다, 나중에 취미 생활로 충분히 할 수 있다. 하시면서 어머니가 미술을 대안으로... 그래서 미술을 처음 하게 됐다가, 나중에 좋아하게 돼서 전공을 하게 됐죠. 생각해 보면 자기가 얼마나 관심을 가지고 보느냐에 따라서 자기 재능도 보이고 안 보이고 차이가 있는 거 같아요.

이상현 저는 꼬맹이때 공부를 못 했던 거 같아요. (웃음) 근데 중학교 땀가? 저는 게임 좋아하고 그냥 그림 그리는 거 좋아했고, 그러다 보니까 자연스럽게 부모님이 너는 그렇게 해서 그냥 인문계 갈꺼니, 하셔서, 아닙니다. 저는 그림을 하겠습니다. 했죠. 근데 제가 미고나 예고를 간게 아니라 공고를 갔습니다 (웃음). 가까운 공고에 디자인과가 있었거든요. 거기선 포괄적으로 배운 거 같아요. 시각디자인 하고 제품디자인, 일반적인 디자인 이론 가르치는 것도 있었고. 아무래도 고등학교 과정도 다

아요바의 은인

가장 큰 도움을 받은 분으로 세 대표는 주저 없이 디자인재단에서 진행했던 '커뮤니티 서비스 디자인 스쿨' 프로그램을 운영한 디맨드 컨설팅그룹 김광순 대표님을 꼽았다. 인큐베이팅 과정에서 참여했던 교육 프로그램인데, 거기서 메인으로 강의를 진행하셨던 분이다. 세 대표의 초롱초롱한 눈빛이 마음에 드셨는지, 인큐베이팅 기간이 끝나 사무실을 옮겨야 할 시기가 되었을 때 강남에 위치한 사무실을 세어할 수 있도록 도와주셨다고 한다.

하면서 하기 때문에 심도있게 다루진 못했지만 그래도 재미있었어요.

전희제 저는 꿈 이야기를 한 번... (웃음). 어릴 때, 보통 남자애들이 많이 생각할 수도 있는데 모험가가 꿈이었어요. 어릴 때 <인디애나 존스> 굉장히 좋아하던 영화였고, 플로피 디스크로 게임도 있었어요. 근데 지금도 그런 거 같아요. 디자인을 하지만, 생각해 보면 지금 하는 것도 일종의 모험이다, 생각해요. 특성상 위험을 즐기는 그런 게 좀 있는 거 같아요. 안정된 걸 안 좋아하고 변화를 좋아하는, 그런게 있는 거 같아요.

세 분이 정말 서로 다르시네요 (웃음). 그럼 혹시 일하면서 많이 싸우지 않으세요?

전희제 많이 싸우죠. (웃음) 하지만 금방 화해하고, 사업에 관련된 중요한 사안에 대해서는 진지하게 임합니다.

가장 기억에 남는 에피소드 한 가지 말씀해주세요.

도지만 육성사업 3기 들어 왔을 때 같이 전시를 나갔어요. 저희는 그냥 전시 부스 같이 준비하고, 공동 책자 같은 거 놔 두고 있었는데, 옆에 중소기업 부스 사장님이 영상 만들 줄 아느냐, 갑자기 제의를 주셔서 갑자기 일을 하게 됐는데 그게 생각보다 액수가 컸어요.

앞으로 사업하다가 혹시 어려워지더라도, 마지막까지 꼭 지키고 싶은 것이 있다면 어떤 건가요?

전희제 이거 하면서 사회적기업에 대해 공부도 많이 하고, 사회적기업가 경영자 과정. 뭐 그런 수업도 들었어요. 들으면서 과연 이 사회적기업이라는 형태가 우리 아요바에게 맞는 것인가, 고민도 많이 하게 됐고요. 전 제도적인 사회적기업보다는, 운영 잘 해서, 자립할 수 있는 좋은 회사를 만들고 싶어요. 4대보험이나 급여, 기본적인 거부터 제대로 하면서 착한 기업을 만드는 거. 그리고 일하는데 있어서도 진정성 갖고, 다르게 하고 싶어요. 모르겠어요, 어떤 기업이든 간에 사회적 가치를 잘 수행하면 그게 뭐 사회적기업 아닐까요? 프라이탁 같은 경우는 사회적기업 아니거든요. 근데 저희는 그냥 그렇게 좋은 거 같아요.

이상현 네, 저도 이 부분 동의해요. 그리고 하나 더, 끈대가 되지 말자. 저희가 아직은 젊기 때문에 좀 수익이 안 돼도 가치를 쫓아서 조금 더 노력할 수가 있지만 나중에 정말로 몇 년이 지나면 더 심각하게 될 수도 있는 건데, 정말로 그렇게 닦했을 때도 젊은 마인드를 유지해야죠. 열심히 해서 회사가 더 잘 돼서 그런 걱정이 안 할 수 있게도 하고, 이런 마인드도 유지해 나가는 거요.

태어날 때 남들보다 더 받은 것, 덜 받은 것 하나씩 있으신가요?

전희제 저희가 같이 얘기한 게 있어요. 받고 태어난 게 뭐 있고 안 받고 태어난 게 뭐 있느냐, 그런 거



없다. 태어나서 자기가 만들어가는 거지, 그렇게 얘기했어요. 모르겠어요. 어려운 집안에 태어났더라도 자기가 개척해서 만들어 나가면 되고, 그런 경험이 오히려 도움이 될 수도 있는 거고요. 굉장히 부잣집에서 태어나도 상처 안고 안 좋게 살 수도 있잖아요.

도지만 네, 필요한 부분은 만들어가면 되죠. 저도 덜 받은 건 없는 거 같고요, 더 받았다고 얘기 해야 하나... 제 동생 같은 경우는 선천적으로 병이 있어요. 그런 사람들 있잖아요. 그 사람들 보다는 더 받았다고 생각하면 더 받은 거고, 보통이라고 생각하면 보통인 건데, 뭐든 그래도 몸으로 할 수 있는 게 있으니까요.

마지막으로, 자신을 어떤 사람이라고 표현하고 싶으신지.

도지만 사람이 살면서 다 겪게 되는 상황들이나 하는 것들이 사실 역설적인 거 같아요. 제 내면에도 긍정적인 모습도 있고, 좀 부정적인 모습도 있고, 그림을 그리는 나의 모습이 있고, 반면에 철학 같은 걸 공부하기 좋아하는 내가 있고 이런 여러가지들 가지고 살아가면서 하나로 정의되지 않고 역설적이지만, 그 안에서 변증법적으로 뭔가 좀 만들어 나가는 사람인 것 같아요.

이상현 전 다른 뭐가 되기보다는, 누구한테 가도 그냥 '제가 이상현입니다' 라고 말할 수 있는 사람이 되고 싶어요. 그런 자신감이었던가 당당함이라던가 내 색깔이라던가 이런 걸 갖춘.

전희제 저는 이제 영어로 하자면, 리스크 테이커(risk-taker)? 제가 알기로는 이게 모험가라는 뜻이 있을 거예요. 전 리스크 테이커.

동료 사회적기업가들에게 한마디

이상현 대표는 함께 달리고 있는 동료 사회적 기업들에게 건네는 한 마디에 솔직하게, "돈 벌시다." 라고 말했다. 좋은 일에만 너무 치중하다 살아남지 못한다면 결국엔 추구했던 사회적 가치마저 모두 놓치는 것 아니냐며, 사회적기업은 봉사단체가 아니라 기업이고, 돈을 버는 과정에서 가치를 창출해야 한다는 이야기를 멘토들로부터도 많이 들었다고 한다.



일반정보 & 연혁

상호	아요바
주소	인천시 부평구 십정동 409-27 2층
전화	070-7530-7740
메일	love@ayoba.tv, peace@ayoba.tv, jm@ayoba.tv
홈페이지	ayoba.tv
기타	facebook.com/ayobadesign

- 2012.05 2012 사회적기업가 육성사업 선정
- 2012.07 아요바 설립
- 2012.08 한국사회적기업진흥원 윤리적소비 캠페인 영상제작
- 2012.10 2012 저탄소녹색성장박람회 참가(COEX) / 친환경기업 정일기계 3D애니메이션 제작
열린옷장+리걸리블론드 2012청춘희망캠페인 영상제작
- 2012.11 48시간국제영화제 서울 Panopticon상영(MEGABOX)
- 2013.01 MAGO테마파크 컨셉디자인 제작
- 2013.02 친환경조경보조용품 'HOO'홍보영상 제작
- 2013.03 염리동 가압장 리뉴얼 '소금나루'서비스 컨셉도출 및 제안 / 강북삼성병원 서비스개선 데이터 분석
- 2013.06 국방디자인로드맵개발 서비스디자인 참여 / 연극 '마이맘' 공연영상제작
- 2013.07 친환경먹거리 생산농가 '소담산방' 홍보영상 제작 / 강북삼성병원 의료서비스혁신 프로젝트 진행참여
- 2013.08 designDIVE 친환경생활편 홍보영상제작
- 2013.09 실명예방재단 Eye Love Concert 공연 영상 제작

숫자로 보는 아요바



호오생활예술

호오생활예술은 디자이너 부부가 '착한 디자인'을 하기 위해 설립한 디자인 회사다. 이들은 디자인을 '생활예술'이라 정의하고 살아가는 삶의 단면들 속에서 예술을 만나기를 꿈꾼다. 호오생활예술이 우리 삶에 스며낸 디자인은 오늘도 세상을 더 따뜻하게 만들고 있으며 내일도 역시 그럴 것이다.



집 가는 골목이나 시장통에서도 예술을 만났으면 좋겠어요.
그게 세상을 바꾸는 디자인이라고 생각합니다.

호오생활예술

김종석 대표 / 장유진 디렉터

뜨개질에서 연상되어서 그런지 호오생활예술의 '호오'가 추운 날 손 녹이는 입김의 '호오~'인 줄 알았어요.

많이들 그렇게 생각하세요.(웃음) 저희 회사명은 저희 친구들 모임 이름에서 따왔어요. 어떤 주제에 대한 좋고 싫음(호오好惡)을 이야기하던 가벼운 모임이었어요. 그렇게 말로만 나누던 것들을 저희가 직접 고쳐보는 방향으로 생각이 바뀌면서 좋을 호오에 즐거울 오娛로 바뀌었어요. 세상에는 '좋은데 즐겁지 않은 것'도 많고, '즐거운데 좋지 않은 것'도 많잖아요. '좋으면서도 즐거운 일'을해보자는 뜻이에요.

'생활예술'은 무엇인가요?

디자인을 저희 나름 풀어낸 개념이에요. 디자인이 생활 속에서 만들어지는 작은 예술활동이라고 생각해요. 예술을 사람들은 참 거창하게 생각하는데 그렇지 않아요. 이 목도리를 뜨는 것도 예술이죠. 누군가의 생각이 담긴 모든 표현물이 다 예술일 수 있어요. 우리 생활 속 소소한 모든 것을 예술이라고 생각했으면 좋겠어요. 그런 것에서 나오는 만족감이나 재미가 개인의 삶을, 또 우리의 삶을 풍부하게 하고 그게 모두가 행복하게 살게 되는 방향이라고 생각해요. 그게 저희가 세상을 보는 방향이에요.

호오생활예술을 창업하게 된 계기는 무엇인가요?

디자인은 일이 참 수동적이에요. 클라이언트한테 일을 받고, 작업하고, 피드백 받고, 수정하고. 그런 일에 대해서 스트레스가 쌓였던 것 같아요. 나는 디자인을 하는 사람이고 디자인이 주체가 되어서 더 좋은 방향으로 쓰였으면 좋겠다는 생각을 항상 하고 있었어요. 나누는 디자인, 착한 디자인을 하고 싶다는 생각에 재작년에 저희 부부가 각자 다니던 회사를 나와서 독립했구요.

호오생활예술은 어떤 디자인 작업들을 하고 계신가요?

브랜드 디자인·웹 디자인·인테리어 디자인 등 전반적인 디자인 작업을 하는데, 우리와 함께 성장해 나갈 수 있는, 함께 성장하고 싶은 회사들을 대상으로는 요율을 따로 적용해서 진행하고 있어요.



호오생활예술

디자인이 좀 더 세상을 위해 쓰이기를 바라는 이들은 디자인 취약계층에게 특별요율로 브랜드 디자인, 웹 디자인, 인테리어 디자인 등 각종 디자인 서비스를 제공하고 있으며 동시에 소외된 이웃을 위한 공익성 캠페인을 진행한다. 현재는 홀몸 어르신을 위해 목도리를 만들어 전달하는 참여형 기부 캠페인 '따뜻한 손'을 진행하고 있다.



‘함께 성장하고 싶은 회사’는 어떤 건가요?

경력 단절 여성, 젊은 청년 창업가, 사회적기업가, 자활공동체 창업가 등등이 있어요. 그분들은 디자인 취약계층이라고 할 수 있을 만큼 디자인 서비스가 굉장히 필요해요. 예를 들어서 자활공동체에서 직업교육을 수료하고 독립하실 때에 실제로 일을 할 수 있는 모든 시스템을 만들어 드리는 거예요. 자전거 정비 기술을 배워서 자전거 가게를 차리신다고 하면 가게의 이름을 짓고 간판, 명함, 유니폼 등등을 다 기획, 디자인해요. 요율을 적용해서 가격을 낮게 받는 대신에 저희 목소리를 더 당당하게 내고 일을 하죠.

목소리를 당당하게 낸다는 건 어떤 의미인가요?

저희가 주체적으로 움직이는 거죠. 이거 고쳐주세요, 하는 고객의 요구가 와도 그냥 고쳐드리지 않아요. 저희 디자인의 의도를 이해시켜 드려요. 예를 들면, 얼마 전에 자전거 가게 브랜드 개발을 했었는데요. 그분들은 영어로 된 멋있고 번듯한 이름을 원하셨어요. 바이크 스테이션, 뭐 그런 거요. (웃음) 하지만 그분들 자신도 이해 못 하는 영어 간판은 소용이 없다고 생각했어요. 저희가 제안한 이름은 ‘우리동네자전거포’였어요. 처음에는 멋지지 않다고 싫어하셨는데 이유를 들으시고는 굉장히 만족해하셨고, 거기에 맞는 그래픽과 타입으로 간판, 가게 디자인, 유니폼 등등을 디자인 해드렸죠.

호오생활예술을 중심으로 디자이너 네트워크를 형성하는 중이라 들었습니다.

따뜻한 손

‘따뜻한 손’ 캠페인은 참여자가 목도리 키트를 구매해서 뜨개질로 직접 목도리를 만들고 호오생활예술에게 보내, 홀몸 어르신들에게 전달하는 참여형 기부 캠페인이다.

지인들을 중심으로 저희와 뜻을 같이하는 디자이너들을 포섭하고 있어요. 학창시절엔 다들 그렇겠지만, 저희는 아직도 디자인이 세상을 바꿀 수 있다고 생각해요. 세상 물정 다 아는 서른 중반의 나이를 먹고도 여전히 그런 꿈을 꾸고, 우리의 이야기에 눈빛을 빛내주는 친구들이 있어요. 그사람들을 저희가 완벽히 고용하는 시스템은 힘들고요. 그들이 작업 하나 혹은 미팅 한 번, 조연 한 마디를 받더라도 그들이 꿈꿨던 ‘세상을 바꾸는 디자이너’의 위치를 찾아주고 싶어요.

캠페인 ‘따뜻한 손도 세상을 바꾸는 디자인의 일환인가?’

네. 우연히 니트 디자이너분 명함디자인을 맡아서 하게 됐는데 그때 뜨개질에 매력을 느끼고 같이 일을 좀 만들어보고 싶다는 생각을 하면서 ‘따뜻한 손’ 캠페인이 시작됐어요. 항상 공익적인 디자인을 하고 싶었고 뜨개질에는 ‘손으로 직접 만든 따뜻함’이 있으니까 우리 뜻과 잘 어울린다고 생각했어요. 다양한 소외계층 중에서 가장 관심이 시급한 대상이 어르신들이라고 판단됐고 어르신들에게 딱 필요한 목도리를 뜨개로 만드는 참여형 기부 캠페인을 기획했어요. 니트 디자이너분께 저희 생각을 말씀드리고 함께 목도리를 디자인했죠.

호오생활예술의 목도리에는 어떤 디자인적 요소가 들어갔나요?

짤고 가벼운 목도리를 만들고 싶었어요. 어르신들을 보면 겨울에 난방을 못 하셔서 추우니까 목에 손수건이나 수건을 감고 계세요. 목도리가 없어서가 아니라, 그거 한 채로 세수도 해야 하고 식사도 하셔야 하거든요. 무지막지게 따뜻한 목도리가 아니라 안 추운 목도리면 되는 거죠. 그걸 고고서 어르신들 목도리는 컴팩트해야한다고 생각했어요. 저희 목도리는 굉장히 작고 가벼워요. 니트 디자이너께서 초보자, 중급자, 숙련자용으로 여밈, 너음, 두름 세 가지 도안을 개발해주셨어요.

참여형 기부 캠페인은 사실 번거롭고 어렵습니다. 참여형 기부를 선택한 이유가 있나요?

저희 목표는 목도리를 많이 팔고 많이 전달하는 것이 아니라 ‘관심’에 있었어요. 관심이 해결의 씨앗이고 관심이 있으면 무엇이 문제인지, 어떻게 해결할지도 나오니까요. 자선냄비에 2만 원 넣는 게 더 맘 편하고 쉽죠. 목도리 만드는 거 굉장히 번거로워요. 하지만 이걸 직접 떠서 호오생활예술을 통해서 어르신께 전달했고 저희에게서 어느 동네에 어느 노인분에게 전달했다는 이야기를 듣거나 혹은 직접 전달할 때에 동행까지 했다면, 그 관심은 훨씬 더 오래가고 깊어질 거예요. 동정이 아니라 애정하게 되죠.

캠페인 중에 특별히 기억에 남는 일화가 있나요?

목도리를 보내주실 때 저희가 그안에 카드를 함께 적도록 하는데요. 어느 여학생이 보낸 카드에 ‘이거 누가 떠줬느냐고 물으면 손녀딸이 떠줬다고 하세요!’라고 적혀 있는 걸 봤어요. 그 마음이 정말정말 예뻐서 그날 저희 둘 다 온종일 따뜻했어요.



조수연 니트 디자이너

조수연 니트 디자이너가 개발한 세가지 목도리(여밈, 너음, 두름) 도안은 뜨개질 애호가들 사이에서 지난 겨울내 이슈였다. 좋은 의도 이전에 좋은 디자인을 하고 싶었던 김종석 대표의 목표는 이루어진 셈이다.



손녀딸이 떠줬다고

말해주세요!

‘할머니! 할아버지! 이 목도리 하시고 추운 겨울 따뜻하게 나세요! 누가 목도리 해줬냐고 묻는다면 예쁜 손녀가 나를 위해서 정성 들여 짜다고 말씀해주세요! 사랑합니다!’ 라고 적힌 부산에 사는 문지은양의 따뜻한 손편지.

세대 갈등 해소에도 큰 몫을 할 것 같다는 생각이 듭니다.

정말 그랬으면 좋겠어요. 우리도 그렇지만 아마 이거 참여한 사람들은 동네 어르신들이 달리 보일 거예요. 어르신들도 '젊은 사람들이 바쁜데 이걸 만들어줬다.'라는 점에서 굉장히 좋아하세요. 정말 좋아하세요. 이걸 목도리 하나보다 더 커다란 가치를 가지는 것 같아요. 우리 세대 간에 보면 알게 모르게 적대심이 좀 있잖아요. 젊은 것들이 말이야, 노인네들은 말이야, 그런 적대감을 줄일 수 있을 거라고 생각해요. 그거면 충분해요.

따뜻한손 캠페인의 시즌2를 준비 중이라고 들었습니다. 무엇이 달라졌나요?

조금 더 도안이 쉬워졌고 키트 하나에 목도리가 두 개 나와요. 하나는 어르신께 보내드리고 하나는 각자 소중한 사람에게 선물하면 좋겠다 싶어서 그렇게 구성했어요. 색도 다양해졌어요. 시즌1 때 어르신들께 직접 전달을 하면서 목에 둘러드려보니, 화사한 색이 훨씬 더 어울려요. 어르신들이라 서 진중한 색이 어울린다는 생각에 어두운 톤을 많이 썼는데 오히려 화사하고 튀는 색이 더 어울리고 인기도 있어요. 이번에는 시즌1 때의 그런 피드백을 받아서 수정했죠.

이런 말 하기 이상하지만 기부하기 아까울 만큼 목도리가 참 예뻐요.

저희도 100개 팔면 50개만 돌아왔으면 좋겠다고 생각했어요. 아무렇게나 만들고 싶지 않았고 내 아이나 내 부모님에게도 만들어 주고 싶다, 하는 생각이 드는 목도리를 만들고 싶었어요. 기부하려고 물건을 만들었지만 내가 가지고 싶은 만큼 좋은 제품을 만들어야, 사회적기업이고 좋은 의도인 걸 떠나서 경쟁력을 가진다고 생각해요. 실제로 다 만들었는데 꼭 그쪽으로 보내야 하느냐, 주변에 누구 드리면 안 되느냐, 묻는 분들도 계시는데 저희는 그렇게 하라고 말씀드려요. 이걸 저희가 받아서 전달하는 건 하나의 선택지일 뿐이고 처음 구매하실 때에 소외된 노인들에 대한 관심이 생겼다면 그 후에 누구에게 전달되던 의미가 있다고 봐요.

최근에 호오생활예술이 이뤄낸 성과가 있다면 무엇인가요?

하루하루가 모두 성과예요. 이 캠페인이 계속 이어지는 것이 저희 목표예요. 이 캠페인은 수익이 나지 않아요. 여기서 나온 수익은 이거 운영하는 데에 쓰이는 정도예요. 이게 지속적으로 돌아갔으면 좋겠고 하루하루 이어지고 있으니까 저희에게는 하루하루가 성공이죠.

요즘 가장 집중하고 있는 목표는 무엇인가요?

이제 10월부터 시작될 '따뜻한손' 캠페인 시즌2 준비가 한창이에요. 시즌1은 베타테스트의 성격이 강했고 이번이 본격적으로 시작되는 거니까 기대가 커요. 또 2014년도 여름에 진행할 '따뜻한 손' 캠페인 여름 버전을 준비해야죠. 여름에 쓸 수 있는 아이템으로 역시 직접 만들어서 전달하는 참여형 기부가 될 예정이에요.



호오생활예술의 가장 큰 장점은 무엇인가요?

포용력이라고 할까요. 저희는 호기심도 많고 일을 벌이는 걸 좋아해요. 항상 다른 팀들을 보면서 저 사람들과 우리가 뭘 함께 만들어볼 수 있을까, 어떤 프로젝트가 나올 수 있을까, 고민해요. 육성사업에 참여하는 팀들을 보면 하나하나 보석 같은데요, 저희는 그걸 하나로 꿰 수 있을 것 같아요. 저희가 들어가서 목걸이도 만들고 팔찌도 만들 수 있을 것 같아요.

호오생활예술이 꿈꾸는 디자이너는 어떤 모습인가요?

저는 작은 디자인을 하고 싶어요. 번듯한 회사의 명함, 간판이 아니라 저기 시장 골목 제일 끝에 있는 정육점 간판을 디자인하고 싶어요. 길 하나를 사이에 두고 한쪽은 개발안 된 시장통이고요, 반대 쪽은 뼈가뻐뻐한 건물들이 들어서 있어요. 이 골목에도 디자인의 혜택이 가면 좋겠고 그걸 줄 수 있는 자리에 제가 있으면 좋겠어요. 제가 작은 일을 계속해서, 사람들이 집 가는 골목이나 시장통에서도 예술을 만났으면 좋겠고, 그게 세상을 바꾸는 디자인이라고 생각해요.

부부의 동업

생활이 곧 업무라고 말하는 김종석 장유진 부부는 '굉장히 유연한 의사결정구조'를 장점으로 꼽았다. 밥 먹다가도 갑자기 회의가 시작되는 일도 다반사.

일반정보 & 연혁

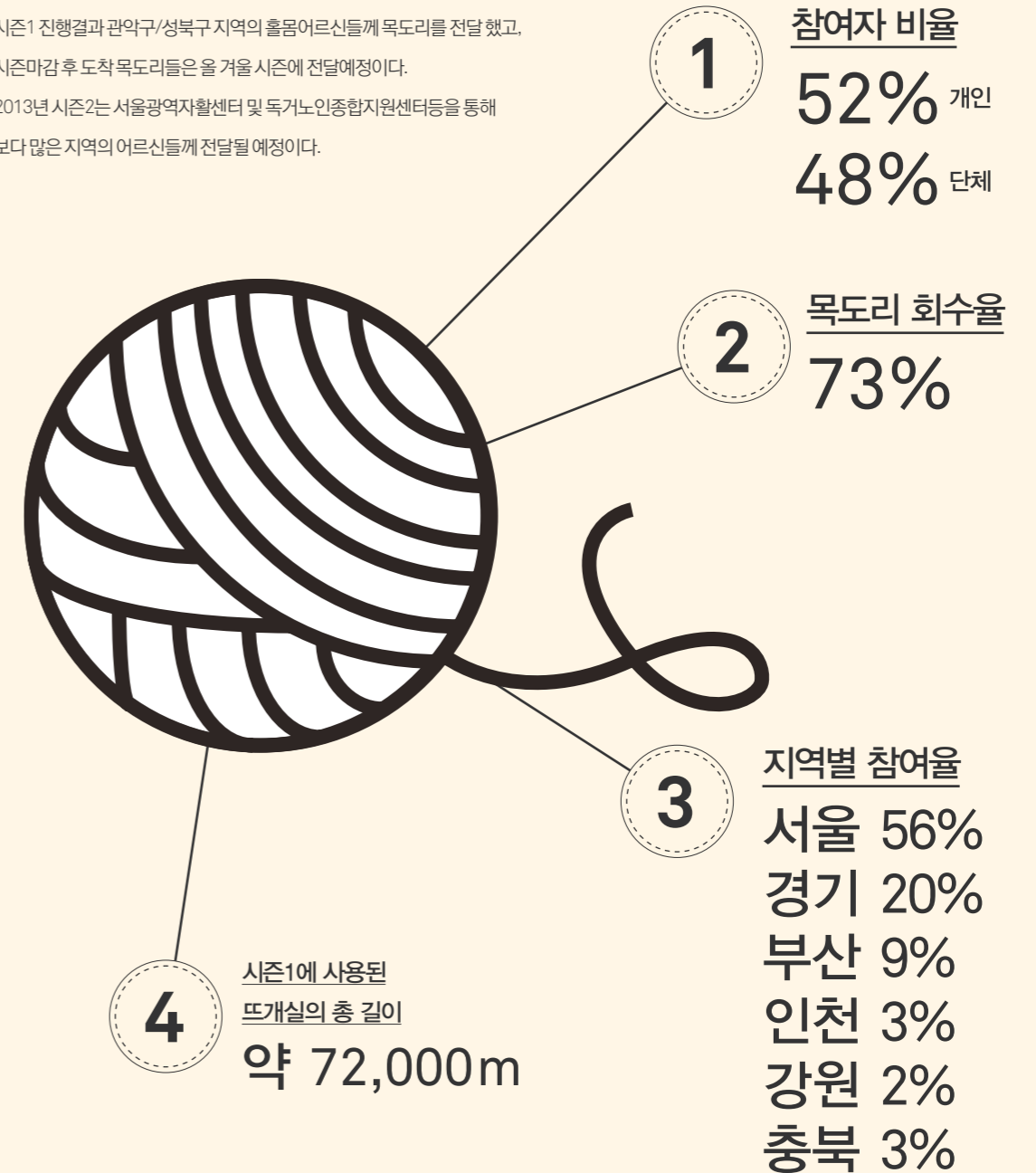
상호	호오생활예술
주소	서울시 성동구 상원4길 6-1,6층
전화	070-8260-5900
메일	master@hola.or.kr
홈페이지	www.hola.or.kr
기타	facebook.com/warmhands2012

- 2012.05 한국사회적기업진흥원주최, 청년등 사회적기업가 육성사업 선정
- 2012.11 목도리 나눔 캠페인 '따뜻한손' 론칭
- 2013.01 (사)한국손뜨개협회 업무협약 체결
- 2013.02 현대정몽구재단 H온드림 혁신상 수상
- 2013.06 서울광역자활센터 업무협약 체결 _ 자전거/청소/간병/물류 사업단 브랜드 디자인 개발
- 2013.07 2012 사회적기업가 육성사업 우수사례 선정
- 2013.09 신나는조합 주최, '사회적기업 우수 비즈니스모델' 선정

숫자로 보는 호오생활예술

목도리 전달

시즌1 진행결과 관악구/성북구 지역의 홀몸어르신들께 목도리를 전달 했고, 시즌마감 후 도착목도리들은 올 겨울 시즌에 전달예정이다.
2013년 시즌2는 서울광역자활센터 및 독거노인종합지원센터등을 통해 보다 많은 지역의 어르신들께 전달될 예정이다.



우수멘토 수기

누가 누군가의 멘토가 될 수 있을까?

이우리 멘토 / 사회연대은행



활동비 정산하는 날.

창업팀을 기다린다.

약속한 시간이 한참 지났는데도 연락이 없다.

전화를 건다.

창업팀이 왔다.

서류를 보니 엉망이다.

마음을 가다듬고 하나하나 조목조목 다시 설명한다.

이렇게 몇 번을 반복한다.

마음에 썩 들지는 않지만, 어느 정도 선에서 눈을 감는다.

창업팀을 돌려보낸다.

오늘 하루가 저물어간다.

이렇게 반복된 하루하루로 지난 일 년을 보낸 것 같다. 뒤돌아보면 별거 아니었는데 왜 그렇게 분주하고 바빴는지 모르겠다. 그리고 우수멘토로 선정된 지금은 지난날들이 꽤 무겁게 느껴진다.

‘내가 누구의 멘토였나?’, ‘그들에게 무엇을 해주긴 했나?’

답이 없는 질문들이 머릿속을 복잡하게 만든다.

눈을 감고 창업팀들을 하나하나 생각해본다.

사무실이 생겨 좋으며 선정되자마자 집을 한 보따리 챙겨온 부지런한 창업팀, 팀원 전원이 매일매일 출근했던 성실한 창업팀, 어리지만 자기가 살고 있는 지역을 그 누구보다 사랑했던 기특한 창업팀, 창업하지 말라는 수많은 조언을 이겨내고 창업 후 대기업 지원까지 성공한 끈기 있는 창업팀, 우정으로 푹푹 뭉쳐 역대 매출을 올린 고액연봉 창업팀, 잊혀가는 역사를 패션으로 승화시킨 푹푹한 창업팀, 우리나라를 넘어 세계를 바라보고 소셜 미션을 달성해가는 글로벌 창업 팀... 그리고 그 안에서 그들과 함께 지내며 행복해하던 나.

나를 웃고 울게 하던 창업팀들을 한 명 한 명 떠올려보니 나도 모르게 입가에 미소가 번진다. 그러나 바쁘단 핑계로 오랫동안 보지 못한 탓인지 자식을 품에서 떠나보낸 어미의 마음처럼 마음 한쪽이 허하기도 한 것 같다.

우린 친구였다. 멘토-멘티가 아닌, 그저 서로 믿고 마음이 통하는 대화를 나눌 수 있는 사이였다. 그리고 때때론 나에게 뜨거운 사명감과 무한한 자긍심을 갖게 해준 그들이 나의 멘토이기도 하였다. 이것이야말로 우리에게 주어진 역할이었고 우리는 각자의 역할을 훌륭하게 해낸 것이라 생각한다.

새삼스레 그들이 고맙다. 전문적인 지식이나 뛰어난 능력은 부족했지만 늘 내 옆에 와 시시콜콜 한 이야기를 하며 마음을 털어놓아 주었던 창업팀들. 나를 편한 친구처럼 생각해준 그들의 마음에 이 기회를 빌려 고맙다고 전하고 싶다.

함께 앉아 재잘대던 테이블을 보니 창업팀들이 보고 싶다.

전화라도 걸어 잔소리 한가득 해줘야겠다.

가르치는
것은
희망을
말하는 것



CHAPTER_5 [교육]
21세기디에스
마음걸음
열정대학
티트리



: 교육을 통해
문제를 예방하고 해결해 나가는
사회적기업가들.



21세기디에스

(주)21세기디에스는 신체활동 프로그램 개발과 보급에 목적을 둔 광주광역시 지정 예비 사회적기업이다. 신체활동의 증대를 통해 전 연령대의 사람들이 자신감을 갖게 하고, 나아가 사회적 문제를 예방하도록 도우며 삶의 행복도를 증진시킨다는 목표를 가지고 있다.



신체활동을 잘 하는 아이들은 쉽게 소외되지 않아요. 그렇다면, 모두가 잘할 수 있는 환경을 만들면 되죠.

21세기디에스

여향구 대표

안녕하세요. 회사 소개를 먼저 간단하게 부탁드립니다.

저희는 신체활동 프로그램을 개발해서 보급하는 일을 합니다. 여기에 의미를 더하자면, 아시다시피 학교 다닐 때 운동 잘하는 친구는 대부분 왕따 당하는 친구가 없죠. 그런 취지에서 시작한 거예요. 저 또한 어렸을 때 운동을 했기 때문에 항상 남들보다 앞에 있었고 자신감도 있었거든요. 한편으론 그런 친구들이 항상 앞서 가고 남도 잘 생각하고 합니다. 특히 아직도 많이 대두되고 있는 왕따 부분들이 자연스럽게 해결될 가능성을 봤어요. 그런 취지에서 이 일을 시작했죠. 근데 처음엔 그것보다 내 전공을 살려서 교육사업을 해보자는 마음으로 시작했어요. 원래는 고등학교 교사를 할까 했는데 안 됐거든요.

체육교육을 전공하셨죠?

네, 체육교육 전공했어요. 선생님 할 수는 있었는데, 금전적인 부분 때문에 포기했어요. 그래서 자기 관심분야로 가지는 생각으로 유아 쪽하고, 또 유아 부분이 실버나 장애인 쪽하고도 맞아 떨어지더라고요. 그쪽으로, 어떻게 보면 경제적인 부분을 해결하기 위해서 오래도록 해왔는데, 하다 보니 한편으론 왕따가 계속 대두되었고요. 왕따 문제 해결을 위해서 학교에서는 같이 할 수 있는 거, 활동하고 도와주는 그런 신체활동 프로그램들을 많이 요구하더라고요. 그래서 '여기에서 더 나아가보자. 이런 프로그램들을 좀 더 체계적으로 해서 해야 되겠다' 생각하게 된 거예요. 그렇게 21세기드림스타트를 시작했죠. 그전에는 사회적가치가 아주 부각되지는 않는 일반 개인사업자였어요.

신체활동 교육 사업 자체는 언제 처음 시작하신 건가요?

대학 졸업하고 시작했으니, 18년 정도 되었어요. 제가 처음에 이 일을 했을 때, 좀 남들이 의아하게 생각했어요. 아이들 흑시 때리는 것 아니냐 하고요(웃음). 설립할 당시엔 제가 막동이였어요. 선배들과 7명 정도가 프로그램을 만들어보자 해서 시작했죠. 그때는 남자가 유치원에 어린이집에 가서 교사를 한다는 자체가 생소했어요. 지금이야 많이 인기 있는데. 그래서 처음에 회원들은 주로 아는 분들, 제일 오픈마인드였던 게 성당 쪽이었어요. 일반 개인들은 사기치는 줄 알고 경계했거든요. 그래서 성당에 가서 저희가 이런 단체고, 이런 프로그램 개발해서 하려고 하는데, 한 번 봐달라고요. 그



21세기디에스

(주)21세기디에스가 기획하고 진행하는 신체활동 프로그램은 시작부터 끝까지 무척이나 섬세하게 디자인되어 있다. 선한 의도를 보다 잘 발현할 수 있도록 지난 2012년 사회적기업으로 전환한 이들은, 지금, 간접적이지만 확실한 수단을 통해 왕따나 잠재적인 소외문제를 해결해나가고 있다.



때부터 진행되기 시작했어요. 광주, 전남 쪽 성당도 다 찾아가고요. 한 곳이 잘되니까 연결해 주시더라고요. 어떤 수녀님은 연결점이 있는 유치원도 연계해주시고요. 그때부터 회원 수가 늘어난 거죠. 물론 굴곡도 있었지만요.

실제로 진행하는 프로그램은 어떤 것들이 있나요?

여름에 캠프 같은 것 하잖아요. 캠프는 한 달 이상 하기 때문에, 시설을 잡아놓고 거기에 맞는 프로그램을 입소식부터 퇴소식까지 완전히 준비해요. 지금은 크고 좋은 공간에서 물놀이하고 캠프파이어 한번 하고 빠져나오는데, 저희는 프로그램을 처음부터 끝까지 다 만들었어요. 연계된 절차를 밟아야만 캠프장에 들어올 수 있게끔, 여러 테마를 만들었죠. 평생 기억에 남을만한 정말 괜찮은 프로그램으로 만들었어요. 캠프파이어장은 가더라도 앞에서 오전에 점심 때 활동했던 부분들을 기억하고 아이들이 거기에 대해 행동을 해야지만 캠프장에 들어올 수 있게끔 하죠. 그리고 6, 7세 정도라도 캠프파이어만 하는 게 아니라 그 전에 한 시간 정도 조별로 쿠폰을 주고 거기서 활동을 하는 거예요. 선생님 없이 자기들끼리 회의를 하는 거죠. 다 놀았으니 배고프다, 저기 가면 떡볶이도 있더라 하면 쿠폰 하나 주고 떡볶이를 먹는 거죠. 그럼 또 쿠폰 다섯 장 정도 줘서 그걸로 한 시간 동안 활동하고 그 활동이 또 캠프파이어까지 이어지는 식이죠.

방과후 교실은 어떻게 진행되나요?

보통 원의 본 수업이 2시 반에서 3시 반 사이에 다 끝나요. 그 후에 방과후 교실을 한타임 한다고 하면, 아이들이 학원 대신 원에 그대로 남아있고 외부 특강 강사가 가서 아이들을 가르치는 거죠. 그냥 체육이 아니라 특정 종목, 줄넘기 같은 경우는 '키 크기' 프로그램으로 유아에 맞게 만들어서 해요. 축구도 2002년도 월드컵 이후로 계속 활성화됐어요. 다만 선수를 기르는 게 아니라 놀이 식으로 가르치는 거죠.

매년 12월에는 축구 대회를 해요. 보통 30개 정도 팀이 참가해요. 월드컵처럼 예선전도 하고 토너먼트로 결승까지 하죠. 12분씩 게임을 하고요. 이걸 한 지 12년이 되었어요. 신체활동 프로그램을 하면서, 무언가를 돌려주자 하는 마음에서 시작한 거거든요. 우수한 아이들 중에 지금 실제 선수 생활하는 친구들도 있어요. 제가 볼 때는 곧 국가대표 나올 것 같아요. 전남 드래곤즈에서 지금 고등학교 과정 밟고 있으니까요. 그런 게 보람이죠. 가르치는 애들이 몇 만 명이지만 그중에 한두 명 특출나게 잘하는 애들이 잘 클 수 있도록 계속 연계도 해줘요.

교육대상(회원)의 범위는 어떻게 되나요?

유치원, 어린이집, 초등학교, 돌봄교실, 노인정 등입니다. 노인정이나 장애인 시설 같은 곳에는 재능기부를 하고 있고요, 회원으로 관리하면서 수입을 창출하는 곳은 유치원, 어린이집, 또는 초등학교, 돌봄교실이 되는 거죠.

신체적으로 활동이 원활하지 않은 경우도 있으면, 어느 정도까지 활동을 같이하시는지요?

60~70대 어르신들은 많이 안 아프신 경우는 유아 6, 7세 프로그램을 적용을 시키면 딱 맞아요. 그 다음 70대 이상 되시는 분들은 5세나 4세 수준으로 맞추고요. 요가나 체조, 댄스도 들어가 있고 상 상하는 모든 체육이 다 들어가 있어요. 한번도 접해보지 못한 프로그램도 많이 해요.

왕따 문제의 해결에 대한 부분은 예방적 관점에서 생각하시는 건지, 아니면 실제로 왕따를 겪는 친구들과 직접 교류를 하시는 건지 궁금해요.

왕따에 대해 생각하게 된 건요. 4년 전에 유아교육진흥원에서 전국에 배포할 신체활동 프로그램 책을 만드는 일을 위탁받았어요. 그래서 종목 몇 가지를 선정해서 촬영을 하려고 오후에 한 원을 찾아가서, 7세반 친구들을 만났어요. 제가 그 중 한 명에게 "이 줄넘기 선생님이라랑 같이 한번 해볼래?" 했더니, 다른 애들이 "쟤는 그런 거 못해요. 달리기도 못하고요. 축구도 못하고요." 이러는 거예요. 말 그대로 따돌리는 거죠. 미워하더라고요. 실제로 보니 애가 신체적으로 많이 약했죠. 게임을 하면 항상 지고요. 계속 무시당하는 거예요. 그래서 안 되겠다. 이 프로그램을 통해서 재한테 희망을 줘야겠다. 지금 왕따를 당하고 있는데, '애를 해야 되겠다' 해서 너는 꼭 해야 된다 해서 그 아이를 포함해서 8명 정도를 뽑았어요. 줄넘기 같은 경우는 반복 운동을 해서, 어느 단계까지 올라가면 그다음부터는 백 개도 할 수 있어요. 체력하고 지구력만 늘리면 되거든요. 그래서 다른 애들 모르게 이 아이에게만 한 시간씩 투자를 더 했죠. 보름 정도 하니까 수준이 올라가서 다른 애들과 같이 하는데, 애가 먼저 터득을 하는 거예요.

그러니까 그때부터 아이들이 좋아하는 거예요. "우와" 하면서, 자꾸 옆에 가서 줄 서려고 하고, 잘한다며 가르쳐달라고 하고. 그러니 사기가 엄청나게 올라가는 거죠. 그래서 '신체활동 잘하는 친구들



SSU

해난구조대(Ship Salvage Unit), 대한민국 해군의 특수 잠수부대로 여항구 대표가 몸담았던 부대다. 여대표는 이곳에서 290여 명의 피해자가 발생한 1992년의 서해페리호(여객선) 사건이나 성수대교 붕괴 때 물속에 투입되어 사람들을 말 그대로 '구했다'.



이 이렇게 대우를 받고, 또래 집단에서도 앞서 갈 수 있구나, 다 인정을 해주는구나'하는 걸 깨달았죠. 공부를 잘할 수도 있지만, 역시 아이들 세계에서는 "재는 정말 축구 잘해" 이런 거, 누가 무시하겠어요?

와. 그리고 보니 운동을 잘하는 아이들은 항상 자신감 있었던 것 같아요.

네, 그래서 이런 활동들을 통해서 약한 친구들을 꼬집어내야겠구나 생각했던 거예요. 지금도 저희가 신체활동 수업을 20명, 25명 규모로 하면, 제가 선생님들한테 그래요. "누가 가장 소극적인가. 그것부터 찾아내라"라고요. 시범을 보이더라도 그 친구를 불러내는 거예요. "한번 해봐라. 선생님이 도와줄게" 하는 거죠. 그리고 한 3주 후에 또 시키는 거예요. 그럼 애들이 '저 친구가 뭔가 잘하니까 선생님이 앞에 나오라고 하는구나' 하죠. 신체활동이 아이들이 좋아하는 것도 있지만, 이것 통해서 그런 아이들에게 기회를 주고, 자신감을 주니까 옆에 친구들도 '아, 개 잘하지. 우리 체육선생님이 인정한 애인데' 이런 식으로 다가가는 거예요. 그렇게 내가 왕따 없는 세상을 만들기 위해서는 좋은 신체활동 프로그램을 제공해서 아이들한테 자신감을 줘야 되겠다고 생각하게 된 거예요.

예를 들어주신다면요?

어린이들이 하는 건데요. 표현놀이라고 해요. 예를 들어, 평균대 위 10m 정도를 지나갈 때, 아이들의 상상을 꼬집어내는 거예요. 여기는 악어가 사는 늪지대다. 늪지대에 징검다리를 한번 만들어보자. 높은 다리를 만들어보기도 하고, 평균대도 한 번 놓아보고. 아니면 매트를 깔아놓고, 여기는 강이다. 또 뭐가 있을까? 계속 물어보고 아이들이 상상하는 것을 넣는 거예요. 그런 이야기를 한 5분 정도하다가 악어가 나올 것 같은 음악을 살짝 틀어주고 늪지대라고 하면서 유도를 조금씩 해요. 그럼 아이들 스스로 "아나콘다도 있을 것 같아요. 공룡이 있을 것 같아요"해요. 그러면서 지나가는 거

라면

여향구 대표가 어렸을 적 처음 운동을 시작한 계기. 어렵게 살던 초등학교 시절에, 기계체조부가 되면 간식으로 라면을 준다는 이야기를 들은 여 대표는 당시 3학년이었음에도 불구하고(5, 6학년만 선발했다고 함) 그곳에 찾아갔다고. 2학기쯤 본격적으로 합류하게 되었고 그 이후 축구부 등 운동을 지속하면서 체력을 다지게 되었다고.

예요. 그럼 자기들도 악어는 미세한 소리에도 금방 반응을 한다. 소리 안 내고 지나가야 한다. 그러면 진짜 조용히 지나가는 거예요. 균형을 잡고. 그런 상상을 하면서 10m를 가니까 온몸과 정신을 다 쏟아서 땀에 흠뻑 젖죠. 이러면 머릿속에 선명하게 남아요. 악어 소리가 진짜 나면 악어 역할 한 아이가 엉덩이를 물려고 달려들고, 도망가고. 실제로 6, 7살, 5살 애들이 악어한테 물리면 진짜로 울고(웃음). 이런 프로그램을 하는 데는 없어요. 저희가 이런 동작놀이 식의 프로그램을 많이 만들었죠. 그래서 대학교 유아교육과 강의 초청을 받기도 해요.

사회적기업이라는 걸 어떻게 발견하셨는지, 그리고 이게 비즈니스랑도 맞는 면이 있는 연결지점을 어떻게 찾게 되셨는지도 궁금합니다.

일단 사회적기업은, 어느 선배분이 미리 하고 계셨어요. 그쪽은 예비 끝나고 지금 사회적기업으로 인증된 단체인데, 그 형님 이야기를 들었죠. "너 가끔 복지관 같은 곳 가서 아이들하고 놀아주지 않냐. 그리고 노인정에 가서도 이렇게 해주지 않냐. 조금 더 체계적으로 해봐라. 이런 게 있다" 하시더라고. 그리고 지원도 받을 수 있다니까. 지원받는 것도 좋잖아요? 이것 통해서 기존에 해왔던 걸 하나에서 두 개, 세 개까지도 늘려 갈 수도 있고요. 내가 하던 부분들 중 좀 더 사회에 환원할 수 있는 부분들이 있다는 걸 알게 되어서 선택했어요. 결국 기존에 한 것보다 조금 더 업그레이드해서 작년 12월에 법인을 만든 거예요.

사회적기업이라고 하면 경제적 가치뿐만 아니라 사회적 가치도 많이 어필을 해야 하는데요. 비즈니스 관점에서요. 사회적 가치를 어필할 부분이 어느 지점인가요?

복지관 쪽하고 초등학교 돌봄교실 쪽이요. 돌봄교실이 거의 반 이상은 방치예요. 학교에서 프로그램이 없어서요. 그런 친구들한테 신체활동으로 자신감을 주기 위해서 프로그램을 제공하는 거예요. 그 다음에 가장 많이 대두되는 게 노인정이에요. 작은 복지관이나 노인정은 프로그램이 없어요. 그냥 어르신들끼리 모여서 본인들끼리 이야기하고, 누가 가지고 온 고구마 같이 먹고, 이게 다예요. 근데 저희가 기존에 했던 이런 프로그램들을 가지고 가서 "저희가 해드릴게요" 이렇게 못하거든요. 구청 통해서 저희가 이런 프로그램 있으니까 어르신들한테 주기적으로 찾아뵙고 프로그램을 하겠다고 하죠. 지금은 좀 밀려 있어요. 저희가 본 수업도 해야 되니까. 그래도 그 일정을 빼서 한 달에 두 번 정도 찾아뵙고 하는 거죠. 혼자 가도 프로그램은 진행하는 데, 여러 명이 가요. 가서 몇 명은 할머니 안마하고 있으라고 하고요(웃음).

애초에 사회적기업을 생각하고 하신 건 아니실 텐데, 왜 하시게 되신 거예요?

사실 어르신들이 많이 외로우셔요. 개인이 모든 걸 돌봐줄 수 있으면 정말 좋은데, 사실 재정이나 시간 없이 모든 걸 해줄 순 없잖아요. 그래서 1차적인 목표는 지원받으면서 하면 빨리, 많이 할 수 있겠구나. 그런 부분도 있었고, 이제 1년 되어가면서 조금씩은 변하죠. 부분적인 재정지원은 없더라



도 가능한 하겠구나. 근데 저는 가능한데, 또 팀원들을 이끌고 가야 하니까. 그런 한계가 있죠. 아무리 자기가 신이 나더라도 결혼하고 다 처자식이 있는데 “공짜로 해” 할 수는 없잖아요. 근무시간 내에 하는 건 어차피 월급이 나가니까(웃음) 다 해요. 일정만 제가 잡고 팀원들이 노인정에 프로그램 선정해서 가서 기부해요. 그런 부분들은 팀원들이 움직여주죠. 그래도, 사무실 차 주죠. 장비는 줘야 할 거 아닙니까. 찾아가는데 음료수라도 사야 하고요. 그런 부분들이 이걸 통해서 하는 게, 훨씬 더 힘이 실린다고요? 구청에도 접수나 문의하려면 복잡하고 경계도 많잖아요. 사회적이었는데, 이렇게 하고자 한다고 하면, “아 그러세요? 그럼 오세요” 이렇게 되죠. 접수하거나 일하는 데에 있어서 접근하기가 훨씬 수월해요.

지금 조직 인원은 얼마나 되나요?

열 명입니다. 인건비 지원은 다섯 명 받고 있고요.

이분들은 어떻게 다 들어오시게 된 거예요? 모두 다 선생님인가요? 아니면 재무같은 쪽을 맡으시는 분들도 따로 고용하시는 건지요?

제가 다해요. 재정도요. 여자 선생님 한 분이 재정 일을 어느 정도 맡고 계신데, 수업도 하죠. 대부분 교수님의 추천이랑 면접을 통해서 선발했어요. 체육이나 유아교육 전공하신 분들이 대부분이죠.

조직이 함께한 역사가 긴 편인데, 자랑을 해주신다면요?

광주에도 저희처럼 하는 곳이 몇 군데 있어요. 근데 제가 알기에는 자기 건물 있는 곳은 저희밖에 없어요. 3년 전에는 컨테이너 박스에 있었어요. 덥고 고생스럽잖아요. 그때 제가 직원들한테 한 말이 “그래도 이 쪽일 하면서 최고의 사무실에서 근무할 수 있게 만들어 주겠다”였어요. 그리고 진짜 인맥

필드하기

여향구 대표를 스포츠인으로 만들어줄 수 있었던(?) 운동 종목. 중3때 선수를 모집하여 지원하고 싶었으나, 1, 2학년에게만 자격이 주어져 안타깝게 기회를 놓쳤다. 그때 운동부가 된 후배들은 고등학교 때부터 전국 대회를 휩쓸고, 이후 국가대표가 되어 올림픽에도 출전했다. 여 대표는 '그때 기회를 잡았다면 지금쯤 태릉에서 수석코치는 하고 있지 않을까' 생각한다.

을 총동원해서 돈을 모았어요. 그렇게 땅 사고 건물 올리고 했죠. 건물 완공이 멀 되었는데도 직원들이 좋다고 집도 다 옮겨서 부랴부랴 들어왔어요. 자취생들이 꽤 돼요. 여기는 취사가 가능하니까 자주 밥까지 먹고 가고, 다음날 일정이 이른 시간에 있으면 자기도 하고 그래요. 어쨌든, 내가 직원들한테 했던 약속을 지켰다는 거? 지금도 여러 비전을 제시하죠. 비전 제시는 하는데, 국가에서 안 막으면 사실 좋은 환경에서 더 좋은 대우로 좋은 프로그램을 더 많은 사람들에게 보급도 하고 돈도 벌고 할 수 있을 건데, 지금 그게 조금 아쉬워요.

지금은 회사가 어떤 단계에 있는 것 같다고 생각을 하시는지, 그리고 미래를 생각했을 때의 비전이나 목표는 어떤 것인지 이야기해주시다면요?

저는 그것보다는 국가에서 좀 도와줬으면 좋겠어요. 한 예로 지금은 특성화 프로그램들을 오전에 할 수 없게 되어 있어요. 과외비 과다 지출의 명목으로요. 오전에 찾아가서 수업을 못 하기 때문에 수입 자체가 많이 떨어지는 현실이에요. 다른 일을 하는 데에도 지장이 많겠죠. 다른 프로그램을 찾아내야 하는데 한순간에 문을 닫아버리면 찾아낸다는 것 자체가 좀 어렵습니다. 몇몇 아는 원장님들이 신체활동만큼은 국가에서 풀어줘야 된다고, 아이들 건강, 비만, 왕따는 그렇게 문제 삼으면서 왜 이걸 못하게 하는지 모르겠다고 하시죠. 교육청에 민원을 넣어라 하시기도 하지만, 그렇게 해결되면 백 번이고 천 번이고 넣겠죠. 근데 그렇게 따지면 영어, 과학 등 기초 과목 중요한데, 이렇게 나오고. 다 어디에다 자를 대느냐에 따라서 다르잖아요.

이 문제가 해결될 방법은 없을까요?

지금은 돌파구들을 찾아내기 위해서 관련 일을 하는 사람들과 전국 세미나를 개최하려고 수소문하고 있어요. 10여 년 전에는 전국에 이런 일을 하는 사람들과 교류를 했거든요. 울산, 서울, 전북, 제주, 광주 이렇게 1년에 한 번 정도 만나서 세미나도 하고 앞으로 나아갈 방향도 논의했어요. 지금은 어느 정도 분야에서 자리를 잡았기 때문에 이런 게 없었죠. 근데 올해 더 심해진 상황을 보니, 만나서 단체 활동을 좀 해야 하지 않을까 싶어요. 근데 결론적으로 이 일을 하시는 분들은 다 재밌어라 해요. 본인들이 즐기니까요. 그러니 함께 이야기를 해보면 더 좋은 게 나올 수도 있을 것 같아요.



진격의 사훈

[성실, 행복]

누가해도 할일이면 내가하자!

언제해도 할일이면 지금하자!

내가지금 할일이면 더잘하자!

여향구 대표의 생활신조였던 문구가 현재는 반강제(?) 사훈이 되었다.

일반정보 & 연혁

상호 21세기디에스

주소 광주광역시 광산구 수완로 10번길-24 201호

전화 062 - 961 - 6999

메일 0129yhk@daum.net

홈페이지 21cds.co.kr

기타 -

- 2012.12 (주)21세기디에스 설립
- 2013.01 광산구노인복지관과 사회서비스 공급계약
- 2013.01 금부 특수 어린이집과 건강한 삶을 추구하는 신체활동 문화교실 사회서비스 공급체결
- 2013.01 송우초등학교와 신체활동 프로그램 재능기부 공급계약
- 2013.01 조선이공대학교와 영유아 신체활동 지도법 재능기부 계약체결
- 2013.04 광주광역시 예비 사회적기업 지정
- 2013.08 사회적기업진흥원 사회적기업가 육성사업 우수사례 선발

숫자로 보는 21세기디에스



마음걸음

예술을 통한 관계 중심의 평화로운 교실을 꿈꾸는 마음걸음은, 학교폭력 예방과 대처를 위해 연극을 통한 감성 예방 교육과 치유 활동을 진행한다. 이들은 마치 최전방에 투입된 군인처럼 매일 아이들을 만나고 그 삶의 여러 단면을 매만지고 있다.



사람을 소중하게 여길 줄 아는 사람들이 중요합니다.
아이들 사이에서도, 어느 조직에서든지요.

마음걸음

이금석 대표

마음걸음은 어떤 일을 하는 곳인가요?

예술치리나 예방교육을 통해 아이들 만나는 일이 저희의 주된 일입니다. 소그룹 단위로는 연극과 같은 예술적 매개물들을 가지고 만나고 있고요. 학교나 단체에서의 폭력 예방 교육이나, 캠프를 기획하고 진행합니다.

작년 즈음엔 학교폭력 대처에 관한 캠페인도 많이 했는데요, 마음걸음은 아이들에게 어떤 메시지를 전달하나요?

까놓고 얘기를 해요. 너희도 알고 우리도 알지, 신고해도 해결 안 될때가 많이 있다는 거 우리도 다 알고 있다고요. 근데 너희가 도움을 요청하지 않으면 그 피해가 지속된다. 대신 신고를 하거나 도움을 청할 곳을 잘 판단해야 한다고, 솔직한 이야기를 하는 거죠. 그러면 애들이, 어른들이 학교에 와서 거짓말 안 하는 것만으로도 '그래 어른들은 관찮은 사람들이지'라고 생각할 수 있잖아요. 일부 예방교육 하시는 분들이 "어른들을 믿어. 너희들 생각하고 달라. 다 해결돼." 라고 많이 얘기를 하셔요. 근데 그게 애들한테 안 먹히는 거죠. 애들은 이미 다 알고 있으니까.

여기서 진행하는 예방교육은 연극치리나 예술치리와는 다른 방식인지요?

예방교육이 두 가지가 있는데요. 치료와는 조금 다르지만 연극을 하긴 해요. 아이들에게 피해자의 모습을 정확히 보여주기 위해서예요. 요즘 아이들이 공감력이 많이 떨어져요. 그리고 중요한게, 자기의 분노가 뭔지, 내가 애들을 때리는 데 무슨 감정 때문에 때리는지 인식이 잘 안돼요. 저희가 하는 건 두 가지인데, 연극을 통해서 그 피해 학생의 심정을 좀 간접적으로 알 수 있게. 사실 피해 아이들이나 누구든 자기 속마음 잘 안 드러내잖아요. 피해 아이들이 아무도 없을 때, 혼자 있을 때 어떤 모습일지 보라고 하는 거예요. 굉장히 처절하게 보이기도 하고 그러면 아이들이 '아, 피해 학생이 정말 저래?'하고 집중하는 거죠. 저도 중학교 1학년 때, 학교폭력의 피해를 당한 사실이 있었어요. 수업 중간에 이 이야기를 하면 아이들이 더 신뢰를 해요. 두 번째 예방교육은, 직접적인 학교 폭력 예방이라기보다는, 사람의 소중함에 초점을 맞춰요. 상대방을 느낄 수 있는 훈련을 해요. 상대방이 슬플 땐 어떤 상황인지, 화낼 때는 어떤 모습인지. 학교에서는 더욱욱 정말 친한 친구들 아니면 자기



마음걸음

'사회의 많은 문제가 결국 가장 약한 아이들의 폭력 현상으로 나타나는 것이다.'라는 더 큰 개념에서의 문제해결을 위해 마음걸음은 학교폭력의 가해 학생을 위한 교육도 진행한다. 이 과정에서 연극인들의 자립과 활동을 지원하는 모델을 가지고 있다.



속마음을 잘 드러내지도 않고 감정표현을 거의 안 하니깐, 자꾸 보여주는 거죠.

예방교육을 진행할 때, 연극배우들도 함께한다고 들었습니다.

아시다시피 연극은 수익내기가 쉽지 않은 분야예요. 연극배우가 월평균 100만 원 이상 번다면 정말로 대단한 일이거든요. 작년에 몇 분들을 모시고 한 번 해봤는데, 되게 좋아하세요. 왜냐면 당장 자신에게 수익이 생기니까. 그리고 오전에만 하거든요. 오전에 하고 나서 낮에는 연극 연습 가시고 공연하시면 되니 딱 좋은 구조예요. 다만 문제는, 학교라는 곳은 시간이 정해져 있고 시간 약속이 굉장히 중요하잖아요. 늦게 오시면 곤란해지죠.

사소한데 중요한 문제네요.

우리한테는 너무나 절실해요. 5분 늦으면 저희에 대한 신뢰가 확 떨어지니까요. 실제로 교육 펄크 내시는 분들도 더러 계셨고요. 그러다 진짜 부지런하셔서 같이 할 수 있는 분으로 판단된다고 하면 지속적으로 하는 교육에 모셔보는 거죠. 9월에 송파구청에서 교육협력가분들과 상의해서 시범적으로 한 12회정도 예방교육을 진행하게 되었거든요. 이때 연극인 한 분을 모셔서 되도록 끝까지 마치고, 그것을 모델로 한번 만들어보고 지속하고 싶어요. 연극인들 진짜 힘들어하거든요.

조직원들이 어느 정도 규모로 있는지도 궁금하고요. 기본적인 수입은 어떻게 확보가 되는지요.

일단 현재 조직원은 세 명이에요. 저하고 치료사 한 분, 그리고 기획해주는 한 분. 그 외에 수업하시는 분들은 외부 강사분들이시고요. 협동조합이 맞다고 생각했던 게, 지금 구조로는 수익 내는 것

마음걸음의 목적

- ① 문화예술을 통한 평화로운 교실 만들기
- ② 학교폭력 피해자-가해자 가족 상담 및 치유
- ③ 학교폭력 예방 및 치유 관련 일자리 창출 및 제공
- ④ 아동보호공동체 모델 개발

에 한계가 있어요. 지금은 학교 수업이나 예방교육이 있으면 그 일부를 선생님께 드려요. 근데 요즘 얘기 나오는 것 보면 방과후학교 교사 수수료가 거의 50~60%인 곳이 생각보다 너무 많더라고요. 그러면 일반 회사처럼 월급제로 갈 것인가를 고민하는 거죠. 협동조합 형태로 가면 수수료는 없어요. 대신, 소수 인원이 활동을 하면서 겨울방학에 범죄청소년들 데려다가 열 명이든 백 명이든, 조합 안에서 기부금이 모이면 그 예산으로 캠프를 연다든지 하는 거죠. 우리 스스로를 회사로 들어오게끔 하지 말자는 생각으로, 모델을 하나씩 세우고 있어요. 우리 쪽으로 수업이 들어오면 나눠주되, 다른 분들도 수업이 들어오면 수익이 일정치 않은 분에게 넘겨주거나 할 수 있는 구조로요. 그러면 학교 상담실에서 근무하시는 상담 선생님의 평균 급여 정도의 수입은 가능할 거라 예상하고 있어요.

실제 교육에 대한 반응은 어떤가요?

6학년 애들을 교육을 해봤는데, 애들이 뭔가 좀 답답한데 뚫린 거죠. 자기 감정표현도 해보고 자기 지금 되게 힘든 상황이구나 하는 걸 알아차리게 해주니까요. 학교 선생님들한테 연락이 와요. 교육 끝나고 아이들이 전반적으로 뭔가가 분위기가 달라졌다. 예술치료 프로그램을 유별난 애들을 데리고 좀 해달라 하는 식의 구조가 돌아가요. 학교에서 애들이 그렇게 영향을 받는 걸 보니 수익상 15만 원 받아야 할 때도, 학교 측에 "15만 원 안 받으면 못 갈 것 같습니다"라고 이야기를 못하는 거죠. 왜냐면 당장 애들이 급하니까.

기존의 방과후학교에 대해서는 어떻게 생각하시는지 궁금해요.

대부분 너무 가능 위주로 가는 게 아닌가 싶어요. 그 수업을 통해서 배우는 것도 중요한데, 그거보다는 강사가 아이들과 관계 맺는 것도 가르쳐주고 수업 중에 감정도 서로 나눌 수 있고, 느낌도 서로 나눌 수 있고. 그래서 애들이 무뎠던 부분을 자꾸 자극시켜 주는 수업을 가야 되지 않느냐. 그렇게 되면 연극, 미술도 들어갈 수 있고, 멘토도 들어갈 수 있고. 교육 중심이 아니고 관계 중심으로 가는 거죠. 관계에 대해서 아이들이 좀 익숙해지고 상대방에 대해서도 인식하게 되는 거고, 저 사람 지금 무슨 생각을 하는구나, 마음이 지금 어떻게나 정도만 느낄 수 있게라도 분위기를 만드는 거죠. 제일 중요한 게 선생님과의 협조예요. 수업을 진행해보니까 이 아이들은 어떤 특징이 있는지, 정보를 드릴 수 있거든요.

대표님이 사회적기업과 사회적 가치에 대해 관심 갖게 된 계기는 뭔가요?

원래 제가 너무 힘들어서 그랬어요. 교육하고 아이들 만나는 일이 불안정하거든요. 겨울엔 학교들이 문을 닫잖아요. 일이 없는 거예요. 여름, 가을에 많이 수업을 해놓아야 겨울을 잘 버틸 수 있고. 그러다 2011년 12월에 이게 지속가능할지, 앞으로 어떻게 해야 할지 고민하게 된 거죠. 그런데 열매 나눔재단을 누가 알려줬어요. 처음엔 사회적기업이 뭔지 몰랐어요. 알고 나서 제가 할 줄 아는 게 연극이니까, 이전에 학교폭력 예방교육을 연극을 통해서 같이 하고 있었거든요. 그런데 아이팀이 중



요하다고 나와 있더라고요. 그럼 내가 하는 게 아이템이 되겠구나. 좀 희소가치가 있으니까. 그럼 아이템 이거 넣고, 이렇게 하면 아이들이 실질적으로 괜찮아지니까, 하면 되겠다 했죠. 자연스럽게 접하게 된 거예요.

서로 필요가 잘 맞았네요.

사실 저는 운이 좋았어요. 왜냐하면, 사건사고가 재작년, 작년에 많았고 그만큼 사회적으로도 많이 이슈가 되었거든요. 본래 연극뿐만 아니라 학교폭력 쪽에서 일을 했었기 때문에, 마침 그때 그 아이템을 가지고 넣었던 게 시기적으로 잘 맞았어요.

공감능력 저하같은, 폭력에 관련된 문제는 빨리 개선되는 문제가 아니라 수요는 항상 많을 것 같다는 생각이 드는데요.

이게 교육계뿐만 아니라 사회 여러 문제가 결국은 제일 약한 곳인 애들에게서 터지는 거예요. 학교 폭력으로. 이게 해결이 안 되면 이제 학교폭력 말고 다른 걸로 터지는 거예요. 가장 연약한 지반으로. 그러니까 이런 문제가 생길 때마다, 일부만 해결하고 보여주기 식의 일들만 키워오면 안 되죠. 사실 지금 학교폭력 관련된 예산 싹 모아서 정말 그 교육 전반에 변화를 줄 수 있는 시도를 하는게, 사실 저는 좋다고 봐요. 히딩크때처럼 붐 일어나되요 정말로(웃음). 지금은 교육계에 해도 안될거라는 편견이나 좌절감 이런 게 좀 있는 거 같아요.

학교폭력의 피해자였던 적이 있었다고 했는데, 많이 힘들셨어요.

중학교 1학년 때요. 힘들었죠. 그때 당시에는 폭력으로 인지하지 못했던 것 같아요. 어른이 되어서

열매나눔재단

마음걸음을 인큐베이팅하는 중간지원조직. '빈곤을 넘어 자립으로'라는 슬로건을 내걸고 국내외에서 사회적기업(가) 지원, 지역개발 등의 일을 수행한다.

야 인지하고 힘들게 치유의 과정을 거쳤죠. 힘들었지만 지금부터 만들어 가면 되는 거니까. 애들한테도 그렇게 얘기해요. 피해당한 거 그렇게 쉽게 잊혀지지 않을 거다. 근데 그런 걸 잊었다고 생각하지 말자. 선생님도 그것이 폭력이었다는 걸 커서 알게 되었고 치유하기 시작했다. 힘내자. 이런 말이 애들한테 가슴에 들어가지나 봐요. 다행히. 거짓말이 아니니까. 애들하고 소통하려면 솔직해야 해요. 너무 잘 알거든요. 우리 고객들은 무서워요. (웃음)

그러면 어떻게 연극을 해야겠다는 생각을 하시게 된 거예요?

교회에서 성극 같은 거 하잖아요. 거기서 처음 연극무대 위에 서봤는데, 재밌는 거예요. 그리고 다 잊을 수 있거든요. 집중하니까. 대학 가서 영어연극동아리를 들어갔었어요. 제 대학생활에 공부는 별로 없고 온갖 아르바이트랑 학교에서는 오로지 연극동아리에만 집중했죠. 그러다 보니 이거 하고 나면 사람들이 괜찮다고 이야기하는데 한번 해볼까 해서 다시 학교에 들어갔죠.

결국, 직접 연극을 하진 않으셨고요.

공부는 최종적으로 연극 쪽으로 했지만 졸업하고 나서는 교육 연구 쪽으로 갔죠. 왜냐면, 당시 선배들은 돈도 백도 없으면 대학로 가서 열심히 배우생활 하는 게 성공의 지름길이라고 했어요. 근데 그런 결정을 하기에는, 저는 연극에 좀 덜 미쳐있었거든요. 진짜 미친 친구들은 굶지만 재밌거든, 힘들지만 좋거든요. 그냥 받아들이는 거죠. 저같이 두려움 있는 친구들은 '야, 이거 굶어 죽겠다' 싫어서 길이 조금씩 달라지는 거고요. 근데 또 다른 쪽으로 간 친구들 마음속에 본능적으로 다시 돌아가고 싶은 마음이 있어요. 쉽지 않지만, 저도 본능 때문에 어떻게든 연극과 관련된 일을 계속 하는 거죠.

5년쯤 후에 마음걸음이 신문에 보도된다면 어떻게 소개되길 바라세요?

'사람을 소중하게 여길 줄 아는 사람들의 모임', 이렇게만 소개되어도 좋을 것 같아요. 지금 꿈 꾸는 게 그런 거예요. 약간 이상적이긴 한데요. 어떤 조직이든 불만이 있을 수 있고, 상황은 늘 변하죠. 근데 모인 사람들끼리는 그냥 그것 자체를 그때그때 서로 끌어안고 소통할 수 있었으면 좋겠어요.

현재 조직은 어떤 단계라고 보시나요?

캠프 진행같이 사업적인 부분은 체계화해서 일로서가 아닌, 같이 함께 가는 사람 입장에서 만들어 보려고 하고 있습니다. 시작 단계예요. 그리고 공감해주시는 분들이 생기기 시작했어요. 곧 만날 분은 영국에서 베이커리 분야를 배우신 분인데, 의미 있는 일을 하시고 싶다고 하셨어요. 함께 하게 된다면 아이들 대상으로 베이커리를 한다든지. 다문화에 관심 있는 분도 계시니까. 그분은 다문화 쪽 연결해서 하실 수 있는 부분도 있을 것 같고요. 사실 다문화도 학교폭력에 상당히 중요한 문제거든요. 이렇게 사람에 관심 있는 분들이 술술 모이기 시작하고 있어요. 일단 수입은 작년하고 같지만요. (웃음)



스님 아닙니다

무용치료 수업을 듣던 중 '거추장스러운 걸 다 없애고 싶다'는 생각이 들어서 총동적으로 머리를 민 이금석 대표. 머리를 만지게 해주면 아이들이 그렇게 좋아한다고.

일반정보 & 연혁

상호	마음걸음
주소	서울특별시 동작구 흑석동 169-34 흑석동 주민센터 1층 사회적경제 지원센터
전화	02-6012-9971
메일	relax777@hanmail.net
홈페이지	준비중
기타	-

- 2012. 07. 교육부 2012년 학교폭력예방을 위한 학교현장 컨설팅 참가
- 2012. 07. 서울지방경찰청 범죄예방경진대회 심사위원 참가
- 2012. 08. sbs와 어린이재단, From A가 함께 하는 드림오케스트라 캠프 총진행
- 2012. 09. 와부고등학교 또래상담반/통합반 합동공연 착한아이컴플렉스 "하안그림자" 연출
- 2012. 10 여성가족부 주최 제주교육청 학교폭력예방 힐링캠프 총기획 및 진행
- 2012. 12 EBS다큐프라임 특별기획 "학교폭력" 방송 촬영
- 2013. 01. 주최-경기도교육청 주관-학가협 학교폭력피해가족을 위한 캠프 총진행
- 2013. 03. 현대차정몽구재단 H-온드림 비전상 수상 및 펠로우 선정
- 2013. 04. 법무부 범죄예방위원회 인천지부 학교폭력예방교육
- 2013. 09. 현재 상시활동 연극을 통한 학교폭력예방교육 "친구야 미안해!" 및 예술치유

*송파구청 학교폭력예방교육 위탁업체 선정 실시중

숫자로 보는 마음걸음



- 1 2012년 9월 이후 총매출
약 4천 5백만 원
- 2 2012년 9월 이후 교육 횟수
151회
- 3 객원멤버 연극인
2명
- 4 편의점에서 아이들에게 털린 횟수
32회
- 5 피해 학생 부채 대신 갚아 준 금액
42,500원
- 6 예방교육 후 아이들이 머리 만진 횟수
130여 회

열정대학

토익 영단어는 줄줄 외면서, 정작 저가 '하고 싶은 일'은 모르는 오늘날의 20대를 위해 개교한 열정대학은 '하고 싶은 일'을 과목으로 만들어주는 1년제 진로교육 프로그램을 운영한다. 기존 대학의 장점을 인정하면서 부족한 부분을 채우겠다며 스스로 '공존 학교'라고 부른다. 푸르다 못해 검게 그늘이 짙어진 우리의 청춘(靑春)은 열정대학에서 제 색을 찾고 있다.



열정대학은 어디에도 없고, 어디에나 있죠.
우리 학생들에게는 세상이 학교거든요.

열정대학

유덕수 대표

공존학교라는 표현이 인상 깊습니다. 자세한 설명 부탁드립니다.

열정대학은 '대안학교 아니냐?'는 질문을 많이 받아요. 대안은 어떤 것을 대신하는 거죠. 기존의 것을 비판하고 그거 말고 이거 해라, 하는 뜻이 담겨 있어요. 하지만 저희는 기존 대학의 장점을 충분히 인정해요. 저희는 그 안의 부족한 부분을 파악해서 그걸 보완해주는 역할을 하고 싶어요. '공존'이 사전적 의미로 '서로 도와 함께 존재한다'라는 뜻이에요. 기존 대학과 서로 도와서 함께 존재하는 학교가 되자는 의미에서 이름을 붙였습니다.

열정대학이 생각하는 기존 대학의 장단점은 어떤 것인가요?

진짜 대학은 학생들에게 깊이를 주죠. 열정대학은 깊이가 없는 것은 사실이에요. 하지만 전 여러 가지 음식을 맛보는 것도 중요하다고 생각해요. 자기가 무얼 좋아하는지도, 무엇을 평생을 살아가야 하는지도 모르는 학생들에게 깊이를 요구하는 건 앞뒤가 안 맞는 일이지요. 열정대학에서 6개월 정도 진로교육활동을 함께 하다 보면 각자 씨앗이 발견돼요.

'자기 계발' 혹은 '진로교육'은 요즘의 큰 대세입니다. 열정대학만의 차별점은 무엇인가요?

지금의 자기 계발은 자기 계발이 아니에요. '자기'는 없고 '계발'만 있죠. 그러다 보니 모두가 똑같아져요. 하지만 자기를 찾으면 길은 다 달라지게 되어 있어요. 여덟 명의 졸업예정자들이 처음 열정대학에 들어왔을 때에는 꿈이 하나같이 대기업 취직이었어요. 그 여덟 명의 꿈이 각각 달라요.

학생이 하고 싶다면 몽땅 과목으로 만들어준다면, 가능한 일인가요?

네, 맞습니다. 만들어 준다고보다는 직접 만든다는 게 더 맞는 표현이에요. '하고 싶은 일'을 과목으로 만든다는 건 생각대로 범위가 너무 넓어요. 그 많은 걸 학교가 어떻게 감당하느냐, 열정대학에서는 학생들이 직접 본인의 과목을 만들어요. 물론 학교에서 만들어준 과목도 있고요.

예를 들자면 어떤 전공이 개설되나요?

여행사진학과, 웰빙학과, 거리의 철학과 등등. 아주 다양해요. 두 명이상이 붙어야 전공으로 개설되



열정대학

왜 사는가? 혹은 '나는 누구인가?'라는 생소한 강의명의 필수과목을 가진 이 독특한 대학에서는 학생들이 직접 학과를 개설한다. 하늘의 별을 볼 줄 아는 여유를 가르치고, 텃밭의 생명력을 가르치는 열정대학은 종이 몇 장의 지식이 아니라 열정과 용기가 진정 학생들의 평생을 지탱할 힘이라고 믿는다.



는데 한 명뿐이라서 개설에 실패한 학과 중에서도 재밌는 것들이 많았어요. 가장 아까웠던 과는 막 걸리학과. (웃음) 전 열정대학 안에 공룡발자국학과 정도는 나와줘야 한다고 생각해요. 아직은 많이 부족하죠. 이렇게 말하면 어떻게 들을지 모르겠지만 전 학생들한테 '섹스학과' 하나 만들어보라고 말할 정도예요. 열정대학이니까 가능한 일이에요.

파격적이네요. 학생들은 그 파격적인 학교 방침에 잘 적응하는 편인가요?

여기는 누군가가 재미있는 걸 꺼내놓으면 '그거 재밌겠다!' 하면서 다 달려붙어요. 여기저기서 재밌는 일을 꾸미고 직접 만들어내요. 다른 학생들은 영어 점수나 취업 걱정으로 하루하루를 보낼 테지만 여기 아이들은 하고 싶은 것을 두고서 재고 따지지 않아요. 뭐든지 다 해요.

열정대학의 역할, 또 유덕수 대표의 역할은 무엇인가요?

우리의 역할은 많지 않아요. 넓은 운동장에 아이들을 풀어놓고 마음껏 뛰어놀아도 좋다고, 그래도 된다고 말해주는 것. 뒤에서 든든하게 지키고 서서 바라봐주는 것. 그게 제 역할인 것 같아요. 다만, 아이들은 운동장 한가운데서 뭘 해야 할지도 모르기 때문에 물꼬를 터주는 거죠. 그다음부터는 알아서 움직이더라고요.

졸업생이 아직 하나도 없다고 들었습니다.

이번 11월에 첫 졸업식을 할 예정인데 졸업예정자가 여덟명뿐이에요. 그중에는 열정대학을 2년 넘게 다닌 학생도 있어요. 재수강 하면서. (웃음) 졸업이 어려워도 너무 어려웠나 봐요.

열정대학 전공 개설을 위한

다섯가지 규칙

- ①관련된 책을 읽을 것 ②토의할 것 ③전문가를 인터뷰할 것 ④관련 프로젝트를 진행할 것 ⑤그 프로젝트가 세상을 더 따뜻하게 만들도록 할 것.

이번이 13기였다고 들었는데 첫 졸업식? 중도포기자가 많았나요?

이건 정규교육과정 아니니까 내일이라도 당장 그만둘 수 있어요. 1기 학생들은 도중에 다 나갔어요. (웃음) 저는 학교가 들어가기 쉽고 나가기 어려워야 한다고 생각해요. 반면에 너무 많은 걸 요구하면 학생들은 많이 떨어져 나가죠. 지금은 그 균형을 찾는 시기예요. 배우의 양을 줄이지 않으면서 어떻게 다 소화하게 시킬까 고민 중이에요. 2년이 넘는 시간 동안 계속 고민해왔고 이번 졸업생은 겨우 여덟 명이지만 점점 고학년이 늘어나고 있어요.

고민의 해답은 무엇이었나요?

아주 복합적이예요. 열정대학의 고학년 학생들이 멋지게 사는 모습을 보여주려고요. 특강도 늘렸어요. 사회에서 각자 관심 있는 분야에서 성공한 사람들의 좋은 이야기를 자주 들으면 힘이 실리죠. 그리고 우리의 교육방침이 옳다는 걸 끊임없이 강조해요. 겁먹지 말라고, 너는 우리와 함께 잘 해내고 있다고 세뇌라고나 할까요. (웃음)

스펙도 영어성적도 안보고 학생을 뽑는다면, 어떤 학생들을 선발하세요?

성실과 진실. 한 가지 일에 대해서 몰두해본 적 있는지, 어떤 노력을 해왔는지, 많은 질문을 던져요. 그 대답을 통해서 자기를 위한 여정에 가까이 참여할 학생들을 가려내죠. 우린 서로 어느 학교에 다니는지도 잘 몰라요. SNS를 하다가 우연히 알게 되면 깜짝깜짝 놀라요. 아직 부족하다고 생각했던 학생인데 알고 보니 대한민국 최고 대학에 다니고 있던 경우도 있었어요. 저희가 그런 걸 중요하게 생각하지 않아서 그런지 이제 학생들도 서로 묻지 않더라고요.

졸업장에 직접 서명을?

열정대학 학생들은 졸업식에서 '세상에 나가 내 꿈대로 살아갈 것'을 선언하고 졸업장에 직접 서명을 한다. 그 선언과 서명의 무게는 실로 엄청난.

대표님의 20대는 어땠나요?

CEO가 되겠다는 꿈 하나에 미쳐서 살았어요. 대학도 벤처중소기업학과로 진학했고 입학하자마자 창업동아리 활동도 했어요. 창업대회에 나가서 상도 탔고요, 경영경제 세미나에 가서 사장님들 명함 수집하는 게 취미였어요. (웃음) 그러다 정말로 유학원을 창업했죠. CEO만 바라본 외길 인생으로 20대를 다 보내고 나이 서른이 됐을 즈음에는 일이 잘 풀려서 돈도 꽤 벌었어요. 그런데 기분이 그냥 그렇더라고요. 그 행복이 일주일도 못 가고 없어졌어요. 어? 뭐지? 내가 10년간 CEO가 되기 위해서 그렇게 노력해왔는데 지금 무슨 일이 벌어지고 있는 거지? 그런 느낌.

뒤늦게 온 사춘기인가요?

그렇죠. 누군가는 제가 덜 벌어서 그렇다고 말씀하시는데, (웃음) 저는 돈을 더 벌어도 똑같은 거라는 생각이 강하게 들었어요. 목표를 잃고 나니까 일도 손에 안 잡히고, 그제야 생각해본 건데 저는 저를 잘 모르더라고요. 기껏해야 유학원 대표, 무슨 대학교 졸업, 2남 1녀 중 장남. 그럼 그 대학 안 나왔으면, 그 회사가 없으면, 유덕수는 없는 거냐? 그건 아니잖아요. 저는 컵테기만 알고 있었어요. 그러다가 우연히 구본형 변화경영연구소장님이 운영하는 '나를 찾아 떠나는 여행' 워크샵에 참여했는데, 거기서 처음으로 저를 봤어요. 전 요즘도 제가 서른 살에 다시 태어났다고 말해요.

서른 살에 처음 만난 진짜 '유덕수'는 어떤 꿈을 꾸고 있었나요?

직업적으로 보면 20대 자기 개발전문가가 되고 싶었어요. 구 소장은 처음에는 밥 굶고 살 일이라면서 추천하지 않으셨어요. 그런데 워크숍에 다녀와서도 계속 그게 생각이 나더라고요. 그래도 돈이 안 된다니까 유학원 사업을 이어가면서 인터넷에 '20대 자기 개발 관심가'라는 이름으로 블로그를 만들었어요. 나한테 고민상담을 하면 점심을 사주겠다고. (웃음)

신기한 제안이네요. 정말 상담 메일이 왔나요?

네. 메일이 하나 왔는데 문제는 움푹달싹할 수 없는 어려운 형편 이야기에 아무런 이야기를 해줄 수가 없는 거예요. 그래도 나름 고민을 해서 정성껏 답장을 보냈는데 며칠 후에 또 답장이 왔어요. 마지막 문장에 '덕수씨 때문에 오늘 하루가 너무 따뜻해졌습니다.'라고 적혀 있는데 따뜻하다는 말이 그렇게 좋은 말인지 그때 알았어요. 심장은 쿵쿵쿵 요동을 치고 기분이 날아갈 것 같았어요. 그때 이렇게 가슴이 터질 것 같은 기분으로 매일매일을 살고 싶다는 생각이 들었어요. 접어뒀던 꿈을 결국 꺼냈죠. 아내도 그런 제 뜻에 쉽게 동의해줬고요.

열정대학의 처음은 어땠나요?

처음에 한 학년(3개월) 등록금이 4만 원이었어요. 그때 재학생이 50명 정도였으니까 3개월에 200만 원. 한 달에 70만 원도 안돼요. 말도 안되죠. 등록금을 올리는 건 시간이 오래 걸릴 것 같고. 배운

안철수 연구소.com

20대 초반의 유덕수 대표는 CEO 안철수를 만나기 위해 '안철수연구소.com'이라는 한글도메인을 먼저 구매했고 귀여운 인질극을 벌였다. 도메인을 넘길 테니 한 시간만 만나 달라고.



거라고는 경영뿐이니 계획은 잘 세웠죠. 전국 확장 계획을 팽팽하게 세워서 구 소장님께 보여 드렸는데 소장이 그리시더라고요. "50명이 변하면 학교가 되지만, 50명이 변하지 않으면 난 아무것도 못해. 지금 학생들한테 올 힘을 다해, 덕수야." 그 후로는 1년간 아무것도 안하고 콘텐츠에 집중했어요.

아무리 내실이 중요해도 경제적인 부분에서 상당히 힘들었을 것 같습니다.

작년 5월에 사회적기업가 육성사업 2기와 아름다운가게의 뷰티폴 펠로우에 선정되면서 많은 도움을 받았어요. 그거 두 가지가 되기 전에는 너무 힘들었죠. 자금적으로 이어갈 수가 없으니까. 너무 절실했어요. 잘 때 선정되는 꿈도 꾸고 그랬어요. (웃음) 적절한 발돋움이었죠.

열정대학의 운영 철칙은 무엇인가요?

구글이 오랫동안 검색서비스에 집중했듯이, 또 카카오가 메신저 서비스에 집중했듯이 우리도 그렇게 내공을 쌓고 싶어요. 어느 투자자와 미팅을 하는데 그분이 제 설명을 들으시더니 '나는 유 대표가 참 안타깝다. 나는 사회적기업가에게 투자를 하려는데 유 대표는 자꾸 선생이 되려 한다.'고 하시더라고요. 하지만 전 느리게 가되 제대로 가고 싶어요. 이것이 틀린 방법이라고 생각하지 않아요. 본질에 집중하다 보면 기회가 분명히 와요.

개인의 변화에 힘쓰는 것보다 우리네 교육 시스템 자체의 혁신을 가져오는 것이 더 근본적인 해결책이 아닐까요?

가끔은 정말 무력해짐을 느낄 때도 있어요. 하지만 내가 한 사람도 바꾸어내지 못하는데 무슨 교육

슈퍼맨?

선생님과 기업가, 두 갈래 길 앞에서 끊임없이 갈등 중이었던 그의 고민은 경망이었을까. 서로 섞이지 않을 것만 같은 그 두 가지의 역할을 그는 모두 해내는 중이었다.



시스템을 바꾸고 무슨 세상을 바꾸겠어요. 처음에는 물론 대중을, 세상을 이야기하면서 커다랗게 시작했지만, 대중을 위한 것 이전에는 개인에 대한 사랑이 바탕에 있어야 한다고 생각해요. 자꾸 커다란 이야기만 하면 되레 시끄러운 빈 수레가 될 수도 있다는 생각이예요.

스스로 평가를 하자면 본인은 몇 점짜리 선생님인가요?

전보다는 자신감이 좀 생겼다. 한, 70점? 너무 많이 주냐? (웃음) 사실은 오히려 제가 많이 배워요. 예전에 어떤 학생 꿈이 목동이었거든요. 처음에 들을 때는 21세기에 목동? 하면서 하하 웃었는데 그렇게 웃고 나서 정말 반성했어요. 저도 모르게 직업에 귀천을 두고 있었구나. 싫었어요. 그런데 가만 상상을 해보니깐 그 친구가 나이 사십쯤 먹고서 강원도에 넓은 초원에서 가축을 키우는 모습이 그려지는데, 너무 멋있을 것 같더라고요.

앞으로 열정대학의 목표는 무엇인가요?

일단 올해 목표는 홈페이지를 구축하는 거예요. 지금은 포털사이트 내의 클럽에서 움직였는데 이제 벗어나야죠. 홈페이지가 생기면 그때부터는 확장력이 대폭 늘어날 거예요. 밀도 있는 전국화도

가장 좋은 스승이란

유 대표는 가장 좋은 스승은 존재 자체로 가르침이어야 한다는 구분형 변화경영연구소장의 말을 항상 되새기며 움직인다고 말했다.

가능하지 않을까요? 작은 동네 구멍가게에서 시작해서 입소문을 타고 손님이 줄을 서더니 나중에 프랜차이즈 제안이 들어오는, 그런 모습을 보여 드리고 싶어요. 좀 더 장기적으로 보면, 은퇴자들을 위한 열정대학을 만들 생각도 있어요. 시니어들과 20대 학생들과 만나면 어마어마한 일들이 일어날 것 같아요.

열정대학 총장님답게 열정 수치가 보통이 아닙니다. 대체 그 근원은 어딘가요?

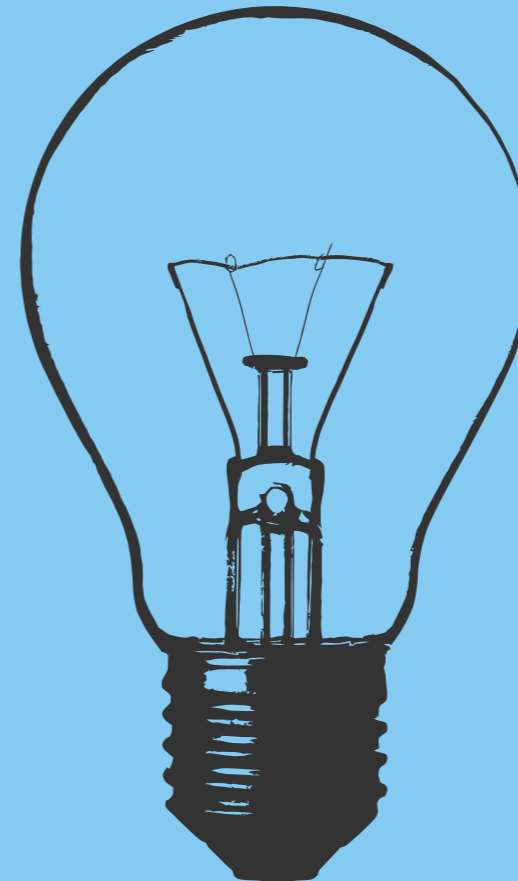
재미가 있어야죠. 열정의 사전적 의미는 '어떤 일에 애정을 갖고 최선을 다하는 것' 이래요. 모든 일이 아니라 '어떤 일'이죠. 우리 모든 것에 애정을 갖고 최선을 다할 수는 없어요. 내가 하고 싶은 일에 타오를 수 있다는 거죠. 마음의 소리를 따라가면 거기에서 열정이 나와요. 누구에게나 열정의 씨앗은 있어요. 우리나라 학생들에게 열정이 없는 게 아니라 그저 그 '어떤 일'을 못 찾은 거라고 생각해요. 그걸 찾아주는 학교를 만들고 싶어요.

일반정보 & 연혁

상호	열정대학
주소	서울특별시 양천구 신정동 322-11 해누리타운 8층
전화	02-322-5309
메일	info@passioncollege.com
홈페이지	passioncollege.com
기타	facebook.com/passioncollege

- 2012. 05. 한국 사회적기업진흥원 '사회적기업가 육성사업' 선정
아름다운가게 '뷰티풀펠로우' 유덕수 대표 선정
- 2012. 09. 열정대학 주식회사 설립
- 2012. 11. 열정 2대학 오픈(재학생 200명 돌파)
입학 지원자 450명 돌파(입학 경쟁률 5:1 이상)
- 2012. 12. 제7회 SK세상 사회적기업 콘테스트 1위 선정
- 2013. 06. 서울시 청년일자리허브와 사업협력 협약 체결
- 2013. 07. 열정대학 클럽 회원 수 16,000명 돌파

숫자로 보는 열정대학



- 1 직원수
2명
- 2 누적입학생수
798명
- 3 현 재학생수
223명(13기)
- 4 졸업생수
8명 (예정)
- 5 대학 내 누적 학과 수
87개
- 6 2012년 9월부터 현재까지 영업매출
약 7천 7십만 원

티트리

개발활동 전문강사 양성을 통해 소외계층(탈학교청소년, 장애아동부모, 경력단절여성)의 사회적 자존감 회복과 경제적 자존감 회복을 돕는다. 그녀는 인터뷰 내내 열정적이었다. 행동한다, 고로 존재한다. 손혜선 대표를 나타낼 수 있는 가장 강렬한 한문장이다.



무언가를 갈망하면서, 아무것도 하지 않으면 곤란해요. 넘어지고 무릎 깨지면서, 그렇게 답을 찾아야죠.

티트리

손혜선 대표

사업소개부터 간략하게 들어봤으면 좋겠어요.

저희는 문화강좌 체험을 주로 진행하고, 강좌를 진행할 강사도 양성을 하고 있습니다. 문화강좌를 통해서 만들어진 여러가지 제품 중에 상품성이 있는 건 제조해서 판매하고 있어요. 크게 교육과 교육의 한파트인 강사양성, 제품 판매라고 요약할 수 있겠네요.

티트리라는 이름을 처음 들으면, 꼭 카페 같아요.

허브 이름이에요. 라벤더, 로즈마리처럼. 그런데 차(TEA)나 카페와 연결지어서 많이 생각하시더라고요. 티트리는 독성이 없는 허브예요. 그런 의미를 두고 있어요. 제 별명도 티트리쌤이에요.

강사 양성과정은 주로 경력단절여성, 혹은 장애인 부모를 대상으로 하나요?

열 분 중에 두분은 학업중단 청소년, 그리고 다섯 분은 장애인을 자녀로 둔 부모, 나머지는 경력단절 여성을 포함한 일반 여성들이예요. 일반인과 소외계층 분들의 비율이 7:3정도 되네요.

티트리를 어떻게 알고 찾아오시나요?

제가 장애인 복지관 혹은 보호시설, 문화센터 등에서 강의를 해요. 제 강의를 들으신 분들이 소개시켜주시거나, 직접 하고 싶다고 오시는 분들이 있어요. 또는 근처에 있는 청소년 관련 단체에서 이런 친구들이 있는데 강의 한번 해달라는 등, 보통 알음알음 수강신청을 하거나 강의를 들으러 오시죠.

강좌를 나가시는 문화센터는 어떤 곳인가요?

지자체에서 운영하는 곳들이 많아요. 문화센터, 근로자종합복지관, 종합복지관, 요양센터, 중고등학교, 일반 기업체 이런 식으로 다양하게 있어요. 지금은 조금 바빠서 정규강의 말고 특강 형태로 하고 있어요. 그래도 학교는 계속 나가고 있고요.

강의 주제는 보통 뭐가요?

장애인 어머니들을 대상으로 한 강사 양성 과정은 자아 치료 과정이자 취미 과정이에요. 하루 한 시



(주)티트리

경기도형 예비 사회적기업.
개발활동 전문강사 양성을 통해 소외계층(탈학교청소년, 장애아동부모, 경력단절여성)의 사회적 자존감 회복과 경제적 자존감 회복을 돕는다.



간 정도 수업하면서 어머니들과 함께 정말 신나게 웃고, 또 왔으면 좋겠다 하는 그런 '맛있는 강좌'예요. 일반인 대상으로 하는 강좌는 아이들 학교 보내고 여유있는 시간에 배우는 분들을 위한 문화 강좌가 있고요. 주제는 다양하죠. 문화센터에서 하는 취미 교양 강좌도 하고, 청소년 대상으로 학교에서 하는 강의도 있고요.

들으신 분들이 계속 찾아온다는 이야기를 들으니, 강의가 재미있나 봐요.

강좌라고 해서, 제가 알고 있는 걸 알려 드린다고 생각하지 않아요. 모르는 걸 내가 배워온다고 생각하죠. 그래서 항상 귀 기울이게 됩니다. 수강생이 학교나 사회에서 속상한 일들이 있었다면, 저는 계속 물어봐요. “그래서요?” “그래서 어떻게 됐어?” “내가 머리채 잡고 올게!” 이렇게 웃으면서요. 자기 이야기에 호응해주면 기쁘잖아요. 데면데면 앉아서 이야기만 하면 사람들도 서로 머쓱하지만, 무언가를 만들어가면서 수다를 떨면, “그거 넣으시면 돼요. 근데 아까 어떻게 되었다고요? 그 남편을 가만히 뒀어요? 아 너무 많이 넣으셨네.” 이런식으로 자연스럽게 대화가 이어져요. 수강생 자신이 주가 되고, 무엇을 만든다는 것이 부가 되는거죠. 제 강의의 장점은 제가 배운다고 생각하고 자신들의 이야기에 귀 기울이니까 다른 강의보다 공감대 형성도 쉽고, 재미있으신가 봐요.

강의는 어떻게 시작하게 되신 거예요?

TV에 항상 나오는 이야기 있잖아요. ‘우리 아이에게 문제가 있어서 그것을 해결하려고 노력하다가 자연스럽게 하게 되었다.’ 이런거요. 우리 아이가 심한 아토피였어요. 병원에서도 너무 심하다고 안 좋은 말도 많이 들었고요. 너무 충격받았죠. 그래서 자연요법으로 먹는 음식과 몸에 바르는 걸 모두 친



친환경 생활제 개발 제조 판매

모스탐모스바이액

NO 인공색소, 인공향료, 인공방부제, 파라벤, 디에틸톨루아미드, 페메트린으로 100% 식물추출물과 식품첨가물로 만든 모스탐모스바이액은 어른, 아이 구별 없이 야외활동 시 모기나 벌레가 자주 나타나는 장소에서 몸에 뿌려주는 안전한 모기피피제입니다.

환경으로 해보자했죠. 누가 살을 많이 빼면 주변에서 물어보듯이, 제가 했던 방법들을 통해 우리 아이가 좋아지니까 주변에서 물어봐요. 특히 바르는 화장품 종류들. 간단하니까 관심도 많이 가져주시고요. 만드는 법 알려달라고. (웃음) 그렇게 알려주다가 이 일을 하게 되었네요. 조금 더 알려지면 서 더 많은 곳에서 강의하게 됐고요.

그럼 아이에게 처음 화장품을 만들어서 발라주신 건 어떻게 배우신 건가요?

친환경은 원래 관심이 많았어요. 그러던 중에 현재 국회의원인 최민희 의원의 ‘수수팔떡’이라는 아토피 관련 정보공유 사이트가 있는데, 거기에 추천한 방법을 사용했어요. 우리 아이를 위해 제일 먼저 만들어본 건 올리브 오일에 감잎차를 섞어서 만드는 화장품이에요. 효과가 너무 좋더라고요. 어느 정도나면, ‘사람들이 왜 아토피로 고민할까?’라고 생각할 정도로요. 물론 그런 고민은 잠시뿐 이긴 했지만... (웃음)

강의에 참여하시는 장애인 자녀를 둔 부모님들은 어떤 특징이 있나요?

아니요. 다들 많이 따뜻한 분이세요. 표현이 조금 다르실 뿐...

그런 어머니들께서 대표님을 어떤 사람으로 이야기해주나요?

마음이 여리다는 소리를 들어요. (웃음) 혹은 그 에너지가 너무 부럽다고 말한다거나. 서로 이야기 하면서 조금씩 소통하고, 공감하고 그래요. 저처럼 강사 활동 하고 싶다는 분도 있었고, 실제로 그렇게 된 분들도 있죠.

주변의 평가를 빼고 본인이 본인 스스로는 어떤 사람인 것 같으세요?

한 줄로 요약하자면, ‘행동한다. 고로 존재한다.’고 할 수 있을 것 같아요. 뉴스 사회면에 나쁜 일이 생기면 전화도 가끔 합니다. 항의도 자주 하고, ‘나도 그 의견에 반대한다.’ 혹은 ‘동의한다.’ 이런 식의 의사표현도 잘해요. 창문 밖에서 소리나면 창문 열고 누구야! 이러기도 하고요. 주변 상황에 민감한 편인 것 같아요. 내가 직접 체험, 경험한 지식과 정보의 가치를 크게 생각해요. 또 제가 바뀌지 않고 세상이 바뀌길 바라지 않아요. 주변 환경에 늘 민감하게 관심 갖고 있어요.

주변 상황에 민감한 성향이 주변 사람의 문제나 아픔과 공감하는데 도움이 되는 게 아닐까요?

MBTI 심리유형 검사라고 있는데, 거기서 결과가 말씀하신 것처럼 나오기도 했어요. 물입을 좀 잘하기도 하고요. 특히 장애우 어머니들 이야기 들으면 몰입하게 되더라고요. 그땐 다른 이야기도 잘 들리지 않는 것 같고요. 상상력도 풍부해요. 상상하는대로 이루어진 적이 많았던 것 같아요.

티트리는 상상하신대로 되고 있나요?

어떤 부분은 상상한 것보다 커졌고, 어떤 부분은 안된 것도 많죠. 징크스 같아요. 어떤 하나만 갈망 하면 반대로 되더라고요.

관련된 에피소드 하나만 이야기해 주세요.

육성사업 처음에 선정하기 전에 할 때 공통교육 들잖아요. 1기 창업팀들이 이런저런 이야기 해줬거든요. 그때 "아 나도 내년 이맘때 저 자리 앉아있었으면 좋겠다"라고 생각했는데 진짜 그렇게 됐어요. 또 한번은 '아 어디 가서 강연하고 싶다' 했는데 정말 거기서 강연하기도 했고요. 안된 건 '대출 꼭 받았으면 좋겠다.' 했는데 안됐어요. (웃음)

그런 상상들이 이루어지려면 노력이 있어야 한다고 생각하는데요.

맞아요. 저는 힘들다고, 어떻게 하냐고 말로만 한탄하고, 무언갈 갈망하면서 아무 행동도 하지 않는 사람들이 제일 싫어요. 인터넷으로 자전거 배우는 사람들 있잖아요. 자전거는 넘어지고, 무릎 까지고 그렇게 배워야죠. 저 역시 모르면 정말 가서 물어보고, 이렇게 하세요 하면 그렇게 해보기도 하고, 어떻게든 답을 찾아내려 했어요.

사회적기업가 육성사업 2기 활동은 어떠셨어요?

과분했죠. 행운이라고 생각해요. 육성사업 전에 저는 그냥 티트리 손혜선이었는데 그런 나를 가능성을 보고 뽑아줬잖아요. 자금도 지원해주고, 교육도 받고요. 육성사업 기간 중에 예비 사회적기업 인증을 받았는데, 육성사업 아니었으면 꿈도 못 꿨을 거예요.

티트리의 사회적 가치에 대해 어떤 고민이 있으셨어요?

티트리는 2005년부터 이 자리에 계속 있었어요. 단지 제가 마음속에 가지고 있는 사회적 가치에 대한 어떤 덩어리가 있다면, 사회적기업을 하기 위해 그 덩어리의 각을 딱 맞춰야 한다는 생각이 많이 들더라고요. 저는 스스로 손두부라고 생각하는데, 판두부를 만들라고 하니까 처음엔 접으려고 했죠. 사회적 미션이 무엇이나 물어보시는 분들도 많고 고민하는 분들도 진짜 많은데, 저는 그런 고민은 좀 적었던 것 같아요. 원래 하던 일을 육성사업을 통해 정리하는 느낌이었어요.

수익이 잘 나는 편인가요?

월 300~400정도? 평균적으로 이렇네요. 최근 모기 기피제 상품을 출시했는데, 아름다운가게에 입점할 예정이에요. 준비가 약간 늦어서 제품이 늦게 나왔네요. 이번 기회에는 사람들 반응을 좀 살펴보고, 내년 시즌에 전폭적으로 준비해보자고 이야기하고 있는 상태예요. 지금 세금계산서 발행 단계까지 왔어요.



티트리를 하면서 꼭 지키고 싶은 가치가 있으신가요?

'나한테 흔한 게 누구에게는 평생 경험해본 적이 없는 것일 수 있다.' 라는 생각을 가지고 있어요. 내가 서비스를 제공하는데, 제공자가 이 서비스를 10번 받았는지 처음 받았는지 알 수가 없잖아요. 저는 누구에게나 이 사람이 내가 제공하는 서비스를 처음 받는다는 마음가짐을 가지고 있어요. 늘 초심을 유지하려 하고요. 물론 그게 어려운 건 알고 있지만요.

앞으로 티트리는 어떻게 변해가게 되나.

이번에 GSVC 지원했어요. 예선통과 했어요. (웃음) 작년에는 안타깝게 본선에서 떨어졌어요. 이런 대회를 계기로 제가 무언가 해주고 싶은 분들이 많은데, 그분들에게 더 많은 것들을 줄 수 있는 계기가 되었으면 좋겠어요.

개인적으로는요?

다이어트? 농담이고요. (웃음) 지혜로운 사람이 되고 싶어요. 내가 부족해 살면서 많은 문제가 생기는데, 지식 가지고는 안되는 게 있더라고요. 지혜로운 사람이 되면 상대방도 나도, 티트리도 상처받지 않고 그 문제를 해결할 수 있는 그런 지혜를 가진 사람이 되고 싶어요. 누가 무슨 일이 생겼을 때 내게 의견을 물을 수 있도록요.

왜 그렇게 긴장하셨어요?

폭풍같은 친화력의 손혜선 대표도 H-온드림 본선 발표 때 그렇게 긴장했다는 후문. 발표 팀 중 유일하게 심사위원들에게 질문을 받지 못했다는 후문. 과연 결과는 어땠을까? 티트리는 당당하게 런칭부문 '혁신상'을 거머 쥐었다.

GSVC

(Global Social Venture Competition)

GSVC는 사회적 기업이 전세계적으로 성공적으로 성장하도록 돕기 위해 설립되었으며, 매년 'business plan competition'을 통해 새로운 사회적기업의 질적 성장을 지원한다. 또한 GSVC는 전 세계 경영대학원(MBA School)과 경영대학원 학생들과의 네트워크를 통해 사회적 기업의 리더로 성장 가능한 인력풀을 증가시키고 그들을 교육하고 있다.

일반정보 & 연혁

상호 (주)티트리

주소 경기도 군포시 산본동 1140 동원프라자 502호

전화 031-393-2883

메일 teatree2013@naver.com

홈페이지 t-tree.kr

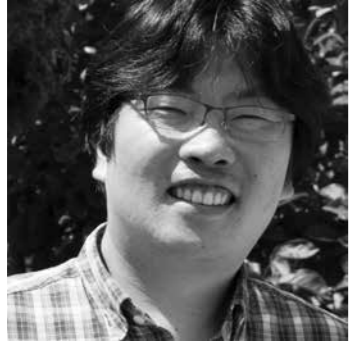
기타 -

- 2005년 티트리 명칭사용 개인사업자 문화센터 출강
- 2005년 KBS, CBS 티트리 활동 집중 조명
- 2005년~현재 초·중·고등학교 개발활동 강사양성
- 2010년 한국직업능력개발원 천연비누 민간자격증 발급 지위획득
- 2011년 사회적기업 발굴아카데미 3위선정
- 2012년 (주)티트리로 법인화 완료 / 청년등 사회적기업가 육성사업선정
경기도지정 예비사회적기업 지정
- 2013년 현대차 정몽구재단 H-온드림 혁신상 수상 / 사회적기업경기재단 MOU체결
학교폭력 통합 지원 네트워크 힐링넷 MOU체결
한국사회적기업 진흥원 우수 사업팀 선정
아름다운가게 스토어 36.5입점
군포시 경력단절 여성 전문직업교육 운영

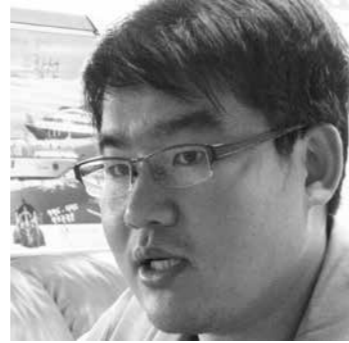
숫자로 보는 티트리



- 1 직원수
3명
- 2 2013 상반기 매출액
2,500만 원
- 3 2013 상반기 취약계층 수혜인원
427명
- 4 체험행사 횟수
36회
- 5 수상 경력
2회
H-온드림 혁신상
전략기획 마스터 과정 장려상 (사회적기업경기재단)
- 6 2013년 상반기 매출액 6월까지
2천 500만 원



:온고지신(溫故知新).
지역과 전통문화에서
새로운 콘텐츠를 창조하고
미래를 창조해가는
사회적기업가들



CHAPTER_6 [전통문화]
마인드디자인
배꽃떨어지니 봄이로다
합굿마을
합천문화살롱
H&Crafts 초이

전 통 이

미 래 다

마인드디자인

(주)마인드디자인은 잊혀지거나 소외되고 있는 전통문화를 더 많은 이들이 쉽고 재미있게 즐길 수 있도록 창조적인 문화콘텐츠를 만들고 알리는 청년사회혁신기업이다. 전통문양과 색감을 담아 의류, 액세서리 등 실용적인 제품들을 개발하여 판매하기도 한다. 이를 통해 문화적 자긍심 확립, 다양한 전통문화 콘텐츠 확산, 진정한 한류 문화발현의 가치를 실현하고자 노력하고 있다.



전통문화로 즐길 수 있는 게 정말 많거든요. 매력적인 콘텐츠로 새로운 축제와 유행을 만들어가고 싶어요.

마인드디자인

김민지 대표

일단 어떤 회사고, 어떤 일을 하시는지 이야기해주세요.

마인드디자인은 한국전통문화를 사람들이 좀 더 쉽고 재미있게 즐기기 위한 대중화된 콘텐츠를 만드는 회사고요. 주로 하는 일은 박람회나 행사 기획, 디자인 기획과 상품개발입니다. 영상이나 책 등의 콘텐츠는 협력업체와 함께 기획하고 진행하기도 하죠. 정말 많은 일을 하고 있죠? (웃음)

정말 다양한 일을 하시네요.

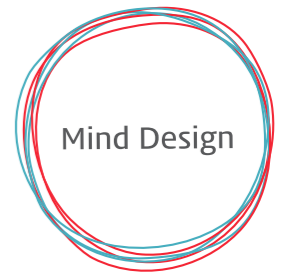
상품이랑 디자인으로 시작해서 행사와 박람회까지 확장되었어요. 사실 대중에게 친숙하게 다가갈 수 있는 콘텐츠를 파악하기 위해 여러 시도를 하는 중이에요. 문화콘텐츠사업은 정말 막연하잖아요. 현재 문화 사업을 주도하는 음악이나 공연 사업으로 터뜨리는 것도 있지만, 결국 산업을 육성해야 하거든요. 그러한 과정을 한 단계씩 알아가고 있지요. 나중에 머나먼 날에 이런 개발 사례들이 생기면 이 노하우를 제3세계에 전수하는 게 저희의 사업 비전입니다.

사람들에게 다가가기 위한 콘텐츠 하나를 예로 들어주신다면요?

저희가 전통문화 쪽에서 처음으로 진행한 것이 '칠석데이파티'예요. 우리나라에 젊은이들이 발렌타인데이, 크리스마스처럼 자발적으로 즐기는 한국 고유 명절이 드물거든요. 일본 사람들은 졸업식에 기모노를 입고 가는 문화가 있어요. 반면, 우리는 한복이 정말 빠르게 사라지는 전통문화지요. 젊은 사람들이 발렌타인데이를 챙기는 것처럼 우리나라 고유의 날을 챙기는 것이 하나 필요하다. 이슈가 필요하겠다는 생각이었어요. 그래서 칠석데이(젊은이들이 칠월칠석의 민속을 즐기는 날) 행사를 2년째 진행해 오고 있어요. 삼국유사에 보면 칠월칠석 밤에는 젊은 남녀가 탐이 있는 절 앞마당에서 놀다가 눈이 맞으면 커플이 되는 민속이 기록에 남아 있거든요.

칠석데이파티, 흥미로운데요.

궁극적인 목표는 칠석데이의 축제화입니다. 연등축제나 토마토축제처럼 서울 도심 안에서, 혹은 지방 곳곳에서 자발적으로 진행되는 축제로 만들고 명절화해야겠다는 거죠. 처음에는 외래문화가 가장 성행한 곳, 서울 이태원에서 가장 큰 클럽을 빌려서 진행했었어요.



(주)마인드디자인

소중한 문화를 디자인 기획하는 문화콘텐츠 기업. (주)마인드디자인. 법인설립 1년을 향해 가는 (주)마인드디자인은 지금 체력을 키우고 있다. '전통문화를 지키는 인식을 확산시키는' 꿈을 위해 구성원 각각의 역량을 기르고, 자금 확보도 소홀히 하지 않는다. 짧게는 10년, 길게는 20~30년을 내다본다는 이들이 이끌어갈 우리 전통문화의 인상이 사뭇 기대된다.



어떤 식으로 진행되나요? 파티같이?

전체 컨셉은 달 밝은 밤에 청춘남녀가 만나는 파티로 삼국유사에 나오는 칠석과 똑같지만, 장소와 시대만 달라진 겁니다. 클럽 라운지 중앙에 얼음으로 석가탑을 세워 놓고, 거기서 자연스럽게 춤을 추는 거예요. DJ 음악에 맞춰서 즐기다 보면 정오에 한국무용수가 직녀 역할로 걸어오죠. MC스나 이퍼가 견우 역할로 저벅저벅 걸어오면서 랩을 하고 합동공연을 해요. 이렇게 파티의 분위기는 최고조에 다다릅니다. 파티에 참여하는 참가자는 자신의 작을 찾을 수 있도록 소품이 주어지는데, 여자들에게 덩기를, 남자들에게 부채를 주고, 연락처를 적어 교환하는 겁니다. 이번 년도 칠석(8월 13일)에는 파티 말고 좀 더 집중력 있는 프로그램으로 해 보았는데, 결혼적령기 남녀 20명을 모아놓고 단체 미팅을 했어요. 반응 정말 최고였죠. 참가자들이 오랜만에 따뜻한 마음을 느끼면서 만남을 가질 수 있어서 좋았다고 하더라고요. 다섯 커플이나 탄생했고, 지금도 만남을 가지고 있대요. 진행하는 우리도 너무 뿌듯했습니다.

홈페이지에 보니 예쁜 목걸이나 팔찌도 있던데요.

제가 디자인전공이라 상품개발과 판매를 계속하고 있었어요. 한국전통문양이 많이 있지만 그중에서도 가장 특이한 문양은 단청문양이라고 생각해요. 티베트나 동남아 국가에서 비슷한 문양을 찾을 수 있어서 그 특이한 문양은 우리나라에만 있거든요. 일본이나 중국에선 찾을 수 없는 문양이라서 더욱더 가치가 있다고 생각합니다. 작년부터 저희가 단청문양을 연구하는 사람들과 문양을 연구하고, 그 문양을 손수건이랑 가방 등의 상품으로 개발하기 시작했어요. 조만간 그 연구팀의 결과가 나와요. 이렇게 전통문양상품을 다양한 방법으로 개발하고 있습니다.

전통문화의 대중화, 구체적인 목표는 어떤 게 있으신가요?

저는 남산에 자물쇠가 매일 몇십 개씩 걸리는 것처럼 서울 안국동 중심의 종로 일대를 다양한 전통 문화 축제의 장으로 만들고 싶어요. 칠석이 조금 이슈화되기 시작하면, 한복 파티 같은 것도 해보고 싶어요. 한복 대여해주고, 머리도 올려보고 하면서 우리 문화가 '고루하다.'는 편견을 넘어, '좋다', '편하다'는 것을 함께 느끼고 싶어요. 그래서 우리 다음 세대 정도에는 한복을 입거나 전통을 접하는 일이 자연스럽게 되면 좋겠어요. 장소는 아직 협의 중이지만 일단 내년에는 종로 쪽 궁 일대에서 소원 적어비는 이벤트와 왕궁 혼례 체험, 커플 미팅 등 다양한 일들을 진행해보려고 계획하고 있어요. 내년에 안되면 또 도전해보고 해서 10년 목표로 천천히 하죠 뭐. (웃음)

10년이요?

전 20년에서 30년까지 보고 있어요. 훌륭한 일을 해내신 분들은 오랜 시간 그 일을 위해 애쓰셨더라고요. 한국문화와 제3세계 문화 지키는 이 사업이 쉽게 될 리 없잖아요. 많은 시간을 들여야지요. 별수 있나요(웃음). 그런데 요즘 드는 생각이 사업 필수조건이 돈이라는 것이 생각이 들더라고요. 자본주의 안에서 문화사업을 성공시키려면 어떻게 해야 하나 생각하다가 사업에 기반이 되는 시장을 구축하는 것이 중요한 과제라는 생각을 했어요.

아, 그래서 불교 분야에서 사업을 하시는 건가요?

저는 불교 신자도 아니었고, 불교에 대해 잘 몰랐어요. 하지만 직감적으로 전통문화와 불교는 밀접한 관계임을 알았죠. 그래서 불교미술 전공을 선택한 거예요. 어느 나라던 종교와 철학은 문화예술의 기반이 돼요. 한국 문화재의 80~90%가 불교와 관련된 문화재고, 우리나라의 역사에서 불교는 1,700년을 넘게 차지하고 있어요. 결국, 우리나라의 문화 정체성은 불교와 많은 연관이 있다고 생각했어요. 종교라는 이유로 개발이 미비한 불교 시장은 말 그대로 블루오션이었고요. 그래서 마인드디자인이 처음으로 서게 될 시장을 불교 분야로 선택하게 된 거죠.

불교미술도 공부하셨다고 들었는데요. 사업화에 도움이 되셨겠네요.

저는 디자인 공부를 마치고 불교미술을 전공으로 편입해서 공부를 했어요. 근데 전통적이고 불교적인 것을 대중화시키지 못하는 거예요. 우연히 불상을 단순하게 그려서 목걸이로 만들어 졸업작품전에 소품으로 냈어요. 그런데 이게 10세트가 팔린 거예요. 그때는 제가 작가니까 비싸게 팔았는데도요. 불교미술에 대한 지식을 더 넓히고자 대학원을 다닐 때에는 이 주얼리로 용돈 벌이를 했죠. 개인전도 했고요. 사업 시작할 때도 이 주얼리를 먼저 팔기 시작했어요. 불교 시장에 대한 정립은 그 이후에 이루어진 거고 처음에는 할 수 있는 것, 잘하는 것으로 사업해가 쉽게 무너지지 않을 것이라는 생각을 했어요. 그래서 기존에 개인적으로 판매하던 주얼리를 조계사 일대에 납품하는 것으로 사업을 시작했죠. 생각보다 잘팔렸어요. 그런데 주얼리가 비싸니까 고객들이 많은 양을

칠석DAY파티

칠석DAY파티란 이 시대의 한국의 젊은이들이 칠석의 스토리를 모티브로 한국 전통의 콘텐츠를 즐기는 날이다. 마인드디자인은 애뜻한 사랑의 스토리를 담은 칠석DAY가 발렌타인데이와 버금가는 한국의 대표적인 축제의 날로 자리잡을 수 있도록 칠석DAY파티를 매년 진행하려 한다.





사지 않는 거예요. 그래서 주얼리를 대량생산 방식으로 만들어 하여 액세서리로 납품하기 시작했고, 이렇게 1차년도에 1억 원의 매출을 이끌어냈어요. 주얼리와 액세서리로만요. 그러던 중 언제 매출이 가장 높은지 분석을 하기 시작했어요. 큰 행사할 때 가장 많이 나가더라고요. 그래서 생각했죠. 행사를 기획하는 사업을 하면 더 많은 매출을 올릴 수 있겠구나. 우리 자본 규모는 자연스럽게 확장 되겠구나. 그래서 행사기획으로 사업분야를 확대하게 되었죠. 그런데 진짜 운이 좋게도 불교박람회라는, 불교계에서 가장 큰 행사를 맡게 되었어요. 불교박람회는 1년에 한 번씩 불교와 전통산업 관련된 업체들을 한자리에 모아서 비즈니스와 네트워크 교류를 할 수 있는 장을 만드는 거거든요. 영업도 기획도 1년 동안 열심히 미쳤다 싶을 정도로 했어요. 불교계 많은 분이 도와주시고, 밀어주시고... 그래서 결국 3억 규모의 첫 행사를 성대하게 치를 수 있었습니다. (웃음)

듣다 보니 행사 대행이 궁극적인 목적은 아니신 것 같아요.

궁극적으로는 전통문화의 확장을 위해서는 유행이나 산업화 같은 어떤 흐름을 만들고 싶습니다. 그런데 우리는 아직 어려워. 젊은 사람들이 모여 사업하려면 역량 강화가 가장 필요하니까, 그런 차원에서 행사를 하나씩 맡아서 하고 있어요. 저희의 첫 공략시장인 불교시장은 3년에서 5년 정도 시간이 지나야 뭐하나 잘할 수 있지 않을까 생각해요. 우리의 비전은 자본주의에서 문화를 지키는 방법이 연구되면, 제3세계나 이제 막 개발이 되려는 지역에 본연의 모습으로 살아가면서 돈도 버는 방법을 알려주고 싶었어요. 이것을 '제3세계 문화구호활동'이라고 해요. 우리는. 그런 역량을 쌓기 위해선 우리나라에서 10년~15년 정도는 노력해서 문화기획이나 문화산업 쪽에서 대가가 되어야 하지 않나 싶어서 기초부터 다지고 있습니다.

철저하게 체력을 키우고 계신 거네요. 장기적인 비전을 위해서.

인간문화재

인간문화재는 김민지 대표의 어렸을 적 꿈이다. 초등학교 2학년 때 부여 박물관에서 본 백제금동대향로에 매료되어 인간문화재가 되기로 결심했다고. 전통문화는 손스러운 것이 아니고 마땅히 지켜나가야 하는, 즐길 수 있는 것이라는 신념은 이때부터 시작되고 있었던 것 같다.

그래서 직원들은 벅차다고 생각하다가도 우리 비전을 이야기하면 스스로 알아서 '난 오래가야 해, 오래 가야 해'라고 해요.(웃음). 그리고 기업 문화도 그런 부분에서 아주 신중하게 생각하고 결정하죠. 긴 호흡을 해야 하니까.

전통문화에 대한 대표님의 특별한 시각은 어떤 배경에서 나온건가요?

특별한 건 없는 것 같고요, 어렸을 때부터 전통문화를 좋아했어요. 그러다가 우연히 인도에 봉사활동을 갔어요. 마인드디자인 발기인들은 그곳에서 만난 친구들로 구성되었죠. 법륜스님께서 지도하시는 정토회라는 곳에서 간 봉사활동이었는데, 스님 강연에서 "자기 자신을 모르면, 사회를 바꿀 수도 없고, 좋은 에너지를 낼 수도 없다. 자기 자신을 인정해야 다른 문화들을 수용할 수 있다." 이런 이야기를 하시는 거예요. 그때 뭔가 전율이 있었어요. '우리의 것을 지키고, 그 힘으로 누군가를 돕고 싶다.'는 생각을 하게 되었죠. 더불어 '내 것을 싫어할 순 있지만, 내 것을 모르고 다른 것을 받아들이는 것과 알고 수용하는 것은 엄청난 차이가 있다. 그게 민족의 주체성, 자부심과 연결되어 있을 것이다. 그래서 전통문화를 지켜야 한다.' 하는 생각이 들었어요.

그러면, 전통의 가치를 추구하던 마인드디자인이 사회적 기업이 된 직접적인 계기는 무엇인가요?

2009년 아버지 사업이 부도가 났어요. 아버지가 도피생활을 시작하셨고, 개인전을 준비하던 제가 2,000만 원의 빚을 지게 되고, 집에선 가장이 되면서 결국 엄청난 무게감을 견디지 못했죠. 어떻게든 도망치고 싶었어요. 자연스럽게 인도에 가고 싶다는 생각을 할 때 '백일출가'라는 프로그램을 알게 되었어요. 그때 직업이 7개였는데, 3일 만에 모든 것을 정리하고 백일출가를 가게 되었죠. 백일출가를 가는데 '내가 이렇게 많은 것을 쥐고 있었으니 힘들었지. 모든 것은 내가 선택했던 것이었구나. 삶의 무게가 욕심만큼 느껴지는구나.'라고 깨닫게 되었어요. 그리고 백일동안 정말 편안하게 지내며 명상과 수행을 배웠죠. 그리고 앞으로 어떻게 살아야 하나 고민을 많이 하게 되었어요. '괴로움 이 없는 사람, 자유로운 사람이 되어 이웃과 세상에 잘 쓰인다' 이게 백일출가의 핵심이었거든요. 나도 그런 삶을 살아야겠다. 를 다짐하게 되었죠.

그러다 사회적기업이란 개념을 접하게 된 건가요?

네, 그래서 고민하다가 우연히 사회적기업 설명을 듣게 됐어요. 내가 가진 재능이 있으면 나만을 위해서 쓰는 게 아니라, 같이 살기 위해서 좋은 에너지를 전달해 주기 위해서 쓰는 것이 좋겠다는 생각이 든 거예요. 나오자마자, 2010년 10월에 희망별동대에서 접수를 시작해서 썼는데 그게 되고. 거기서 씨앗기금으로 첫 상품을 만들고 납품하게 되었죠. 그렇게 사회적기업을 만들게 된 거죠. 처음에 사업모델은 정말 무모했어요. 한국 전통문화와 제3세계 문화, 그리고 마인드디자인. 이렇게 3자가 서로의 전통문화를 지켜주는 구조였죠. 이 모델에는 과정이 없잖아요. 그래서 사업을 진행하면서 수정하고 또 해보고 하고 있어요.

기업의 대표이자 그룹의 리더이신데, 어떤 타입의 리더이신지요? 직원 하나하나를 언니처럼 챙겨 주는 타입이실 것 같긴 해요.

네, 그런 식이에요. 그런데 중요한 결정은 거의 제가 안 해요. 직원들은 제가 하는 줄 알겠지만 사실 직원들에게 던지죠. 리더는 결정권자잖아요. 작은 결정은 제가 많이 해주는데, 중요한 결정은 회의 를 열고, 만장일치로 결정해요. 대출을 받아야 한다거나 공동대표를 선출한다거나 이런 것들이죠.

'이것만은 꼭 지키다' 하는 것이 있나요?

제가 항상 강조하는 게 있어요. 리더가 되려면 '그 사람보다 더 그 사람을 알아야 한다.' 더 정확하게 봐야 하고, 그 사람이 자신을 사랑하는 것보다 더 그 사람을 사랑해야 한다고요. 이런 때가 있어요. 직원이 일을 너무 열심히 해서 지쳤는데, 자기는 모르는 거예요. 그러면 전 쉬라고 하거든요. 근데 안 쉬겠대요. 할 수 있다고. 그럼 저는 옛날에 "네가 지쳐서 이런 상황, 이런 일들이 있었어, 근데 나는 너를 사랑하니까 네가 최악의 상황에 가는 게 싫어. 그니까 너는 쉬어"라고 하는 거죠. 그 사람에 대해서 자신보다 더 고민해주고, 그 사람이 자기를 사랑하는 것보다 더 그 사람을 사랑 해주면 그 관계 는 오래가는 것 같아요.

그런 관계가 쉬운 게 아닐 텐데요. 시간도 많이 필요할 것 같고.

저는 다양한 경험을 통해 나, 가정 그리고 사회의 행복이 연결되어 있는 것이 진리라고 생각해요. 사회적인 기업은 고난이 많은 길이에요. 돈도 벌면서 좋은 일을 하겠다는 것은 엄청난 욕심이잖아요. 구성원들이 행복하지 않으면 행복한 에너지를 낼 수 없는 것이 세상 이치예요. 우리끼리 좋은 에너지를 공유하려면 이 관계를 지속시키는 기업과 조직문화가 중요하지요. 그래서 마인드디자인은 사업 모델의 개발뿐만 아니라, 조직문화에 대한 고민을 6개월에 한 번씩 워크샵에서 모든 구성원들이 모여 고민하고 변화해 나갑니다. 우리가 만든 규칙을 스스로 지키고 반성하는 것이지요.

그래도 일이 많이 힘들면 지칠 때도 있을 것 같은데요.

이번에 이런 일이 있었어요. 6개월 동안 박람회 때문에 일이 엄청 많았죠. 그리고 자금위기를 극복 하기 위해 큰 행사를 하나 더 치르게 되었어요. 직원들은 그동안 거의 잠 못 자면서 일했으니 얼마나 지쳤겠어요. 그래서 엄청 미안해서 회사 들어갈 때 힘들 직원들 걱정이 되어 빵을 사서 사무실에 갔더니, 직원들은 자기들끼리 웃으면서 일하고 있는 거예요. 그때 알았어요. 처음에 조직 문화 만들 때 반대가 심하고 시간도 오래 걸려서, 이렇게 느리게 가도 되는 건가 회의감도 있었는데 이 문화라는 것은 이렇게 어려울 때 발현되는구나 했죠. 저 정말 그 때 우리 직원들에게 감동 받았어요.

만일 5년 후에 마인드디자인이 주요한 매체에 보도된다면 어떤 부분에 방점이 찍히면 좋을까요?

'한국 문화를 제대로 알리는 기업, 기업 문화가 훌륭한 기업'이라고 찍히면 좋겠습니다. 우리 슬로건

대중공사(大衆公事)

조직 구성원 대부분이 함께 수행(명상)하던 친구들이다. 그 때문인지 회의 때 싸우는 경우는 거의 없다고. '대중공사'는 승가 교유의 의결구조이자, 마인드디자인 구성원들이 스스로 정한 약속이다. '일회용품 사용하지 않는다', '부드럽게 웃으며 이야기 합니다.', '중이를 아껴줍니다.' 등과 같은 수칙에 대한 자기 스스로의 평가를 주간업무 때마다 공유 하고 마음나누기 시간을 갖는다고 한다.



이 '진정한 한류의 가치를 창조하는 기업'이거든요. 한류라고 할 만한 것들이 강남스타일만은 아니잖아요. 진짜 우리의 것, 한류라는 큰 흐름 속에서 진짜 한국의 알짜배기 문화를 사업화해서 확장시키고 싶어요. 그런 의미에서 칠석데이와 같은 전통문화를 축제화, 명절화도 들어있는 거고요. 상품 쪽에서도 전통문양을 활용한 명품브랜드를 만들어서 세계시장에 진출하고 싶어요. '모든 문화는 가치있다, 우리는 서로를 응원한다, 나는 꿈꾸는 실천가다.' 마인드디자인의 세가지 진심이 이뤄지면 좋겠습니다.

생각하는 구슬

마인드디자인은 전통의 고유한 아름다움을 현대적으로 해석한, 활용성이 뛰어난 상품을 개발하고 있다. 생각하는 구슬은 한국문화재 중 70%를 차지하는 불교문화재의 아름다움을 현대적으로 디자인한 상품 중 하나다.

일반정보 & 연혁

상호 (주)마인드디자인

주소 서울특별시 중구 장충동 2가 186-2 우리함께빌딩 3층 303호

전화 02-2331-2011

메일 yousun@withmd.com

홈페이지 withmdshop.com

기타 withmd.com (블로그)

2010. 10 희망제작소 청년사회적기업 인큐베이팅 사업 '희망별동대' 2기

2011. 04 개인사업자 'MIM' 창업

2012. 05 (사)씨즈 청년등사회적기업 육성사업 선정

2012. 08 2012 칠석데이 클럽파티 기획 및 실행(문화재청 협력)

2012. 10 (주)마인드디자인 법인 설립

2012. 11 불교문화상품 'SUM' 출시

2013. 02 단청손수건 상품 개발, 판매 시작

2013. 03 H-온드림 론칭부문 "비전상" 수상

2013. 03 2013 불교박람회 기획 및 실행

2013. 06 문화재청 예비사회적기업 지정

2013. 08 2013 칠석데이파티 진행

숫자로 보는 마인드디자인



- 1 2013년 상반기 매출
4억6천만 원
- 2 패기로 시작한 박람회 규모
3억
- 3 주간업무 회의시간
3시간
- 4 회사 하루 식비
0원(도시락)
- 5 하루 간식비
2만 원

배꽃떨어지니 봄이로다

배꽃떨어지니 봄이로다(이하 배꽃봄)는 한국 전통 음악의 앞길을 닦는 청년들이다. 우리의 한국음악계가 앓고 있는 총체적인 병을 진단하고 맞춤 처방전을 내놓는다. 호기로운 이들의 꿈은 우리의 음악으로 우리 모두가 신명나게 놀 수 있는 커다랗고 튼튼한 판을 만드는 것이다. 우리는 그저 열심히 놀 준비만 하면 그만이다.



사회적기업이라는 이름 안에 갇히고 싶지 않아요. 좀 더 생명력 있게, 많은 일들을 하는 회사가 되고 싶습니다.

배꽃떨어지니 봄이로다

이우성 대표

배꽃떨어지니 봄이로다(이하 배꽃봄). 참 시적인 회사 이름이에요.

배꽃은 사실 봄이 끝날 때 떨어지는 꽃이에요. 여름을 알리는 꽃이죠. 우리 한국음악이 부흥기를 지나서 이미 떨어진 배꽃처럼 여겨지지만, 다시 봄을 그리고 르네상스를 맞이해보자는 의미예요.

국악 전공자로서 한국음악이 떨어진 배꽃 같다고 느낀 이유는 무엇이었나요?

3년 전에 한창 공연도 열심히 하고 안산 시립국악단에서 단원 생활도 좀 하던 때였는데요. 문득 든 생각이 저는 국악 참 재밌는데, 우리만 재밌더라고요. 전통이라는 말은 참 좋은 말인데 그 안에서 나오지 못하게 만들어요. 안에 있는 사람도 밖에 있는 사람도 전통이라는 벽을 서로 쌓는 거죠. 문화라는 건 고여 있는 물이 아니라 흐름에 따라서 변해왔고 우리가 전통이라고 부르는 것들도 시대가 변하고 변하면서 바뀌어온 것들인데, 자꾸 가두고 있어요. 우리는 전통을 가만히 들여다보기만 할 뿐이지, 발전을 위한 접근 방식은 없었다고 봐요.

국악계에서는 그런 상황을 탈피하고자 하는 움직임이 없었나요?

한국음악 전공자들 안에서도 물론 으쌰으쌰하는 움직임은 있는데 제 욕심에는 못 미쳤어요. 무엇보다 실질적인 구심점이 없어서 추진력이 강하지도 않고요. 그런 생각이 들면서 그때 하고 있던 일들을 일단 다 그만뒀어요. 지금 우리 소속밴드인 '엑스(AUX)'라는 팀에서만 음악 활동을 하면서 1년 정도는 그냥 생각을 많이 했어요.

1년이라는 시간을 거쳐서 결론지은 생각은 무엇이었나요?

결론을 지었다고 말하기는 어려워요. 지금도 많이 두루뭉술해요. 1년 즈음 지냈을 때 아버지가 '사회적기업가 육성사업'에 대해서 권유하셔서 시작하게 됐죠. 처음에는 교육 콘텐츠를 만들기 시작했어요. 지금의 국악 교육시스템은 굉장히 1차원적이에요. 양도 너무 적고요. 악기 하나 배우고 노래 하나 배우는 게 아니라 통합적인 한국음악, 한국의 정서를 가르치고 싶었어요. 그래서 기획했던 것이 가무악(노래, 춤, 연주)이 합쳐진 극 형식의 교육 콘텐츠였어요. 유아극부터 시작해서 교육용 공연 콘텐츠를 만들었는데 저희 역시 1차원적인 생각이었죠.



배꽃떨어지니 봄이로다

배꽃떨어지니 봄이로다는 한국 전통음악을 바탕으로 한 다양한 문화사업을 펼치고 있다. 콘텐츠 제작 및 보급 사업, 교육 사업뿐 아니라 전통음악에 대한 대화의 장을 만들고 국악기 시장의 유통 구조를 개선하는 등 한국 전통음악의 저변을 넓히고 단단히 만드는 일에 힘쓰고 있다. 국내 최대 한국 전통음악 관련 커뮤니티가 될 이들의 웹사이트는 2014년 1월에 열릴 예정이다.



고차원으로 넘어간 문제의식은 어떤 것이었나요?

교육 콘텐츠를 아무리 잘 만들어도 이걸 위한 기반이나 연결고리가 없어요. 국악 관련한 커뮤니티도 하나 없고 악기도 규격화 되어 있지 않아서 보급형이 나오기 어렵죠. 그러니까 일반인들은 당연히 다가오기 어렵고요. 여기엔 통합적인 솔루션이 없으면 아무리 좋은 콘텐츠를 만들고 또 가지고 있어도 아무것도 할 수 없겠구나 생각했어요. 그래서 우리가 직접 그 중심점이 되도록 기반 사업을 준비하고 있습니다.

구체적으로 그 기반 사업이 무엇인가요?

우선 국악 커뮤니티 사이트를 만들려고 해요. 서로 정보를 교환하고 이야기는 나눌 수 있는 놀이터. 요즘 사람들은 사람들 간에 소통을 하면서 많은 정보를 얻잖아요. 보통은 자생적으로 커뮤니티가 생기는데 여기에는 그런 플랫폼이 하나도 없어요. 이번에 지원금도 받았고 플랫폼 만들 여력이 되니까 우리가 만들고 싶은 거죠. 국악 자료, 영상, 교육 콘텐츠, 좋은 볼거리, 뭐든지 모아두고 서로 나누는 놀이터를 만들고 싶어요. 공공재적인 커뮤니티가 될 거예요. 12월에 오픈베타 좀 해보고 내년 1월쯤에 론칭 예정이에요.

콘텐츠를 모으다는 것은 보통 일이 아닌데요, 배꽃봄이 생각하는 전략은 무엇인가요?

누구나 콘텐츠를 올릴 수 있도록 다 개방형으로 만들 거예요. 그 콘텐츠들은 배꽃봄이 가져가는 게 아니라 이 사이트 이용자들이 함께 공유하는 거예요. 누가 판소리 강좌를 하나 하고 싶다. 하면 게시판 하나를 내어줄 수도 있고, 영상 기술이 없다 하면 우리가 영상도 찍어주면서 최대한 지원할 거예요. 국악 영상에 관심이 많은 조정래 영화감독 같은 분들이 이쪽으로 대거 유입되고 있어요. 그런 분

번듯한 기업이 되고 싶어요

이우성 대표는 낫살 좋게 웃으면서도 분명한 기업가의 야심을 드러냈다. 번듯한 '기업'이 되고 싶다고 말할 때에는 그 눈빛에서 꾸준한 의지가 보였다.

들을 다 흡수해서 엮어내는 플랫폼을 만들고 싶어요. 나중에는 협동조합으로 운영할 생각도 있어요. 악기 쇼핑몰도 약간의 검수만 거치고 유통비용 없이 오픈마켓으로 운영되고요.

제조 쪽으로도 사업이 진행 중이라고 들었습니다.

네. 악기 소품 사업을 시작하는 중이에요. 국악 시장은 규모가 작아서 니즈가 있는데도 제품이 나오질 않아요. 천오백만 원 짜리 가야금을 담는 가방은 가장 비싼 게 오만 원 짜리 예요. 얇은 누빔 조금 들어간 수준으로 굉장히 열악하고 합리적이지도 않아요. 그런 부분을 개선해서 진짜 괜찮은 소품을 만들고 싶어요.

악기를 직접 제작할 계획은 없나요?

지금은 소품으로 시작하지만 결국에는 악기도 다룰 거예요. 국악기는 다 수제품이라 객관적이지 않아요. 전공자들이 봐도 어떤 악기가 좋은 악기인지 판단이 어려울 만큼요. 그저 희소성 때문에 악기가 가격이 너무 높아진단든지, 악기에 소모부품이 있고 그걸 갈아줘야 하는데 매번 그 형태가 달라져서 연주자가 어려움을 겪는단든지, 그런 불편함들이 한계치에 온 것 같아요. 서양악기처럼 규격화하고 싶어요. 규격화되어서 저가형 악기가 만들어지고 우리 홈페이지를 통해서 보급도 쉬워지고 교육 콘텐츠도 내고 교보재도 발간하면 연주법까지도 일관적으로 정리될 거라고 생각해요.

콘텐츠 제작도 계속되고 있나요?

그럼요. 교육 콘텐츠도 계속 만들고 있고 저희 소속밴드인 엑스도 활발하게 활동 중이고요. 매출의 절반을 엑스가 담당하고 있을 정도예요. 10월에는 국립극장에서 춘향전을 재창조한 뮤지컬콘서트 형식의 단독공연도 있어서 한창 준비 중이에요.

엑스의 결성 계기가 궁금합니다.

음악이 좋고 가장 잘할 수 있는 일이라 업으로 삼았는데 막상 돈을 위해서 음악을 하니까 지치더라고요. 스트레스도 많고요. 그때는 지치고 지친 저만의 창구가 필요했어요. 그때 최순호 실장을 중심으로 지인들, 그리고 평소 눈여겨보던 아티스트들을 모아서 결성했어요.

엑스의 음악은 어떻게 설명할 수 있을까요?

글쎄요. 시대에 맞는, 누구나 함께 즐길 수 있는 음악을 하고 싶어요. 그래서 엑스에는 국악 하는 친구들만 모인 게 아니라 베이스 기타, 기타 등등이 있었어요. 음악을 하기 위해 모인 팀일 뿐이고 그게 국악인지 아닌지가 중요한 게 아니예요. 장르도 아주 다(多)장르예요. 록도 있고 팝도 있고요. 댄스곡, 무거운 곡. 그때그때 하고 싶은 거 다 해요. 한국음악에 뿌리를 두고 다른 장르를 흡수해서 우리 식대로 풀어내는 음악이라고 생각하면 될 것 같아요.

그게 전부 희석비라니!

2010년 <21세기 한국음악 프로젝트>에서 대상을 차지한 엑스는 상금으로 천오백만 원을 받았다. 필요한 컴퓨터 한 대 사고 남은 돈은 몽땅 1년 희석값으로 쓰였다. 이것이 배꽃봄이 밝히는 가족 같은 분위기의 비결. 물론 2011년도의 일이고, 지금은 그렇게 먹지 못한다고 이우성 대표는 웃으며 말했다.



교육, 공연, 홈페이지 제작, 소품 제조까지 사업 범위가 넓는데, 어떤 청사진을 꿈꾸고 계신가요?

범위가 넓어서 머리가 터질 것 같아요. (웃음) 저희는 꿈이 커요. 한국 전통문화를 기반으로 한 복합적 문화예술 기업이 되고 싶어요. 저희는 이 분야에 오래 있다 보니까 비즈니스에서는 약할지 몰라도 문제점에 대한 생각, 방향성에 대한 확신은 정말 강해요. 거기에 좋은 연출가를 알고, 좋은 연주자를 알고, 좋은 악기장인을 알고, 그 모든 네트워크를 조율할 줄 아는 것. 그게 결국 기획력인데요. 저희는 그런 자신감이 있어요.

국악판을 새로 짜겠다는 배꽃봄의 의지는 정말 파격적인데요, 국악계 인사들의 반응은 어떤가요?

욕 많이 먹을 각오하고 시작했어요. 전통음악에서는 다르다는 걸 인정하지 않아요. 클래식도 그렇잖아요. 어느 예술가가 자기 세계를 만들기 시작하면 '그게 아니다.'라고 말해요. 영상 콘텐츠의 경우 예전에는 규칙이 있고 아주 무거웠는데, 우리는 재밌게 세련되게 할 거예요. 우리는 이제 다르다는 걸 인정할 줄 아는 시대를 살아가고 있고, 국악계도 그렇게 물어갈 줄 알아야 한다고 생각해요. 지금 국악계의 판도를 잡고 계신 선생님들하고도 소통하고 설득하고 싶어요. 세월이 지나면 좋은 합의점을 만날 수 있을 것 같아요.

경험이 없는 예술가의 창업, 처음에는 험난했을 것 같습니다.

정말 아무것도 모르고 시작했어요. 서류 작성하는 것도 하나도 몰라서 매번 한 번에 통과하는 일이 없었죠. 누구나 겪는 일일 것 같아요. 그걸 1년 정도 겪고 나니까 이제는 훨씬 수월하고 편하게 하고

역스(AUX)

다른 장르를 입력하여 자신만의 스타일의 음악으로 출력한다는 뜻으로, 배꽃봄 소속의 월드뮤직밴드다.

있어요. 아직도 어렵지만, 작년보다는 훨씬 나아졌어요. (웃음)

사업을 이끌어 가면서 가장 힘든 점은 무엇인가요?

아직 없어요. 아직 힘들 때는 아니라고 생각해요. 우리가 가고자 하는 목표가 이루어질 것을 상상하면 아직은 재미있게 할 수 있어요. 아직 지칠 때는 아니에요. 예술인들은 항상 가난했기 때문에 금전적인 것도 이미 적응이 되어 있어서. (웃음) 재미있게 일하고 있어요.

최근에 이룬 가장 보람찬 성과는 무엇이 있었나요?

저희 플랫폼을 중심으로 한 네트워크 구축 작업이 최근에 거의 끝났어요. 처음에는 정말 두근두근 하면서 다가갔거든요. 이쪽이 파벌도 워낙 심하고 이미 활동을 활발하게 하고 계신 분들인데 우리가 이런 뜻을 가지고 당신과 함께 일을 하고 싶다. 했을 때 우리 이야기를 들어줄까? 하는 의구심이 있었죠. 그런데 실패 한 번 없이 다 성공했어요. 뜻이 통한 거죠. 특히 (조)정래 형은 정말 귀한 국악 자료들을 자비로 수집하셨고, 그런 자료는 밖에 내주기가 정말 쉬운 게 아닌데 거리낌 없이 '같이 하자.' 하셨어요. 그런 마음마음이 참 고마웠어요. 예전에는 그런 게 없었거든요. 그냥 나 혼자 할래, 하는 생각이 강했는데 세상이 바뀌었구나, 하고 새삼 느꼈어요.

어떤 사회적기업이 되고 싶나요?

사회적기업을 지원한 지 꽤 됐고 실제로 양은 어마어마하게 늘어났지만, 실제로 기업이라고 부를 만큼 자생력 있는 사회적기업은 없다고 생각해요. 연주하는 사람들에게 월급 줄 수 있게 고용창출하는 것에서 끝나는 게 파다하고 그마저도 지원이 끝나면 안녕~ 하죠. 그런 안 좋은 사이클을 반복하고 싶지 않아요. 저희는 정말 '기업'이 되고 싶어요. 사회적기업이라는 이름 안에 갇히고 싶지도 않고 주어진 미션만 생각하는 게 아니라 좀 더 생명력 있게, 가능한 한 많은 일을 만들어내는 회사가 되고 싶어요.

마지막으로 하고 싶은 말은?

우리나라에서는 '전통'이 나와는 상관없는 무언가로 치부되곤 하는데요. 이건 우리가 모두 결코 버릴 수 없는 뿌리라는 걸 이야기하고 싶어요. 우리나라는 고유의 문화적 자산이 참 많은 나라예요. 그것이 현 세대와 맞물려 있지 못하고 따로 떨어져서, 마치 필요없는 자식 같은 취급을 받는 게 너무 안타까워요. 그 자식을 잘 키워서 훌륭한 인물로 만들 수도 있는데 너무 방관해요. 요즘 들어서 밥도 많이 먹고 운동도 시키고, 하는 것 같은데 그래도 힘을 받지 못하고 있어요. 저희가 전통과 대중 사이에 쌓인 높은 벽을 조금 낮추고 다리를 놓을 테니까, 많은 사람이 배꽃봄을 통해서 우리 전통에 관심을 두고 더 높은 장벽으로 진입할 수 있었으면 좋겠어요.

배꽃봄이 생각하는

국악의 매력은?

이우성 대표는 한국음악의 매력은 여백의 미에 있다고 말했다. 모두 채우지 않음으로써 완성되는 묘한 매력이 있다고.



이우성 대표와 최순호 실장

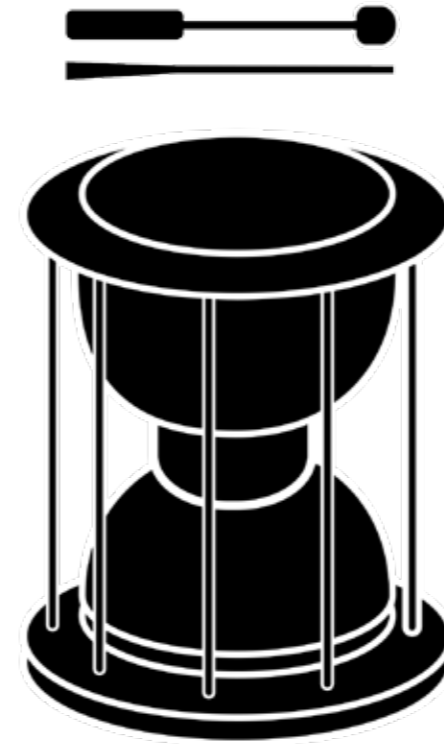
최순호 실장은 밴드 역스를 만들었고 현재는 배꽃봄 내에서 기획영역을 맡고 있다.

일반정보 & 연혁

상호	배꽃떨어지니 봄이로다
주소	서울특별시서초구양재1동 (137-131) 20-30태양빌딩 지하1층
전화	070-4123-9422
메일	spring.lws@gmail.com
홈페이지	준비중
기타	준비중

- 2012. 05. 사회적기업가 육성사업 선정
- 2012. 05. AUX 1st 미니앨범 '외부입력' 발매
- 2012. 09. 한미수교 130주년 기념 '한미문화축전' 워싱턴 케네디센터 콘서트
- 2012. 11. 한국문화예술위원회 공연예술창작지원 기금사업 선정(2천만원)
- 2013. 03 한국문화예술회관연합회 문예회관프로그램 우수공연 선정
- 2013. 04. 현대자동차 정몽구재단 H-온드림 2013펠로우 선정
- 2013. 10. AUX 이색판소리 프로젝트 그 첫번째 '춘향난봉가' 국립극장 하늘극장공연
(10월 20일 예정)

숫자로 보는 배꽃떨어지니 봄이로다



- 1 직원수
3명
- 2 작년 대비 연매출 성장률
260%
- 3 국내외 공연 횟수
약 80회
- 4 1년치 회식비
1천 5백만 원
- 5 배꽃봄과 함께하는 파트너수
약 140곳
(협력사 10곳, 국악 공연팀 20곳, 국악 관련 종사자 100여명)

합굿마을문화생산자 협동조합

전통연희와 향토 공동체 문화를 지켜오던 이들이 모여 '합굿마을 문화 생산자 협동조합' (이하 합굿마을) 을 출범했다. 합굿마을은 2013년 전라북도 지정 예비 사회적기업으로서 다양한 타악 공연, 전통문화 콘텐츠 상품 생산, 지역 문화 자원 발굴 개발을 통해 문화일자리 창출, 도시/사회문제 대안 제시, 창작실험 기회부여 등 사회적 미션을 수행해 가고자 한다.



공연자도 행복하고 관객도 행복할 수 있는,
누구나 함께 즐길 수 있는 공연을 만들고 싶어요.

합굿마을문화생산자협동조합

김여명 대표

안녕하세요. 먼저 합굿마을에 대해 간략히 설명 부탁드립니다.

합굿마을은 2012년에 전주 지역에서 전통 타악 하던 친구들이 모여가지고 공연팀을 좀 키워 보자, 해서 시작했어요. 사회적기업가 육성사업에 선정된 것도 자극이 됐죠. 저희 주력 공연 중 하나인 용기놀이는 전국에서 거의 유일한 퍼포먼스예요.

사회적기업이 요즘 대세이긴 하지만, 공연팀으로서 사회적기업이 된다는 건 낯설게 느껴져요.

공연은 점포가 없어서 특수하지만, 사실 다른 서비스 기업과 별반 차이가 없어요. 그런데 공연팀이 사회적기업이 되면 장점은, 팀에 참여해서 출연하고 연출하는 예술인들, 연주자들의 수입이 안정된다는 거죠. 우리나라 대부분의 프로덕션은 월급을 주지 않아요. 회당 페이로 받는 거지. 회당 8만원, 몇 년 이상 되면 10만원, 이렇게. 고정급을 주진 않아요.

일반 공연팀은 그런 식으로 운영 되면 출연자들 이동도 많겠네요.

그렇죠. 그리고 이분들이 소속감도 떨어지죠. 특히 공연은 제작해서 알려질 때까지 매출이 거의 없어요. 짧게는 3개월, 길게는 1년. 잘 만들면 알려져서 팔리긴 하는데 그 때까지 기다리는 기간이 길죠. 그럴 때나 매출이 적어서 회사가 힘들 때 공연자들도 같이 좀 더 노력을 한다든지 그런 부분이 저희는 사회적기업으로 하면서 있었죠.

소개하시면서 말씀하신 용기놀이는 전주 지역 전통 놀이인가요?

그렇죠. 농악이나 연희에서 기를 쓰는 거는 전국적인 현상인데, 기 퍼포먼스 자체가 중심이 되는 공연은 이쪽 이외에서는 본 적이 없어요. 다른 사례를 보니까 예전에는 전북 지역 일대에 마을마다 용기놀이가 있었던 거 같아요. 그런데 그걸 다른 데는 의례나, 마을 상징기로만 썼는데 여기는 연희할 때 마을 대표 기들이 앞에 나와서 휘두르면서 서로 부르트리거나 넘어트리든 싸움을 해요. 그러면서 기놀이가 발달했던 거 같아요.

기놀이 영상을 봤는데 관객분들이 신기해하면서 환호도 하고 좋아하시더라고요.

합굿마을

합굿마을

합굿마을은 5-6인조로 구성되어 진행되는 전통 타악 공연 <사물놀이> 전통 타악, 개인 놀이와 함께 거대한 깃발로 장쾌한 퍼포먼스를 진행하는 연희 공연 <화룡> 모듬북의 전통 타악과 다양한 퍼커션 리듬을 흥겹게 즐길 수 있는 4-5인조 공연 <질주> 등의 공연 프로그램과 함께 사회 문제 해결을 위한 문화 예술 프로그램을 개발하고 있으며 특히 '지역 문화 활성화', '원도심 공동화', '문화 사각 계층 및 지역해소' 문제 해결을 위해 노력하고 있다.



반응이 좋죠. 그게 영상이나 사진으로 볼 때 아주 현란한 기술은 아니예요. 서커스나 광대놀이, 저글링 같은 거에 비하면. 근데 장점이, 관객 대상이라는 거예요. 그러니까 기가 관객 머리를 스친다든지, 장난을 걸면 관객이 공연에 빨려 들어가는 거예요. 다른 공연은 아무리 화려해도 나는 관객, 이 건 공연. 이렇게 나누어 있지만, 기로 장난을 치면 관객이 공연 안으로 편입되니까 더 신나고 더 재밌어하는 거죠. 공연에 몰입하게 되고.

우리나라는 공연 예술, 게다가 전통 공연 하시는 분들은 먹고살기 힘들 거라는 예상 많이들 하시는 데, 함굿마을은 잘 되시는 것 같아요.

그게, 저희는 장르에 대한 고집이 별로 없어요. 이걸로 문화재를 받아야 겠다든지, 이런 생각이 없어요. 풍물은 풍물대로 재미가 있고, 기놀이는 기놀이대로, 모듬북이나 서양음악도 그 나름대로 재미가 있으니까 그때그때 필요한 공연을 재밌게 잘 하면 된다고 생각을 하거든요. 그리고 잘 알고 있죠, 팔리지 않는 공연을 한다는 게 어떤 건지. 그런 얘기를 한 적이 있어요. 좋아하는 공연 고집하는 사람이 주변에 있긴 한데, 직송한 이야기지만, 그건 직업이라기보다는 취미인 거 같아요. 그걸로 밥벌이를 하는 걸 프로라고 하잖아요. 그분이 잘해요, 고집도 있고, 인정도 받고. 근데 밥벌이를 못 해. 그러면 차라리 직장 다니면서 여가 시간에 자기가 지키던 거 지키면 되잖아요.

공연 예술도 하나의 직업으로서 가치를 해야 한다고 생각하시는 건가요?

그럼요. 단원들은 저보다 더 여러 가지 시도해 보고 싶은 욕구가 있어요. 그런데 그 중엔 아무리 포



전주 관객은 솔직해

공연을 보거나 할 때 전주 사람들은 아는 사이라도 입바른 소리는 별로 안 한다. 서울 사람들은 재미가 없어도 '재밌게 잘 봤어요' 라고 해 주지만, 전주에선 사람들이 재밌어하고 박수 쳐주면 정말로 재밌는 거라고.

장을 잘해도 사람들이 볼 거 같지 않은 것도 있죠. 저는 그런 것도 필요하다고 봐요. 그런 가능성을 자꾸 꺼내줘야 일반 공연할 때도 잘 풀리고, 그 나름대로 가치도 있고. 그래서 저희는 실험적인, 장르 간의 결합 같은 건 일단 우리끼리 해 보고 있어요. 해 보다가 구체적인 상이 잡히면 그때 공연으로 만들면 되니까요. 공연자 중에 무속굿을 계속 하고 싶어하는 사람도 있어요. 누구한테 배우러 간다고도 하는데, 그럼 해라, 대신에 우리 어디 축제에서 모듬북 공연 해야 하나까 빠지지 말고 가자, 해요. 꼭 예술, 사업 둘 중의 하나만 고집할 필요는 없다고 봐요.

관객과 소통하는 부분을 중요하게 생각하시는 거 같아요. 우리만 알고, 우리만 새로운 것보다는 관객이 이해하고, 좋아하는 공연이 좋은 공연이다, 이렇게요.

관객은 공연의 완성도를 측정할 수 있는 미터라고 봐요. 잘 만들어진 공연은 아무리 자기가 관심 없는 장르더라도 어설픈 공연은 아니라는 걸 관객들이 다 알거든요. 박수가 적거나 조는 사람이 있을 수는 있지만 나올 때 욕을 한다든지, 저 따위 공연을... 이런 말은 나오지 않아요. 그래서 질을 측정하는 미터라고 볼 수 있는 거죠.

블로그에 야채 악기 수업이 소개되어 있어요. 어떤 건지 소개해 주시겠어요?

'야채가 또로롱' 이요. 작년 요맘때죠. 인터넷에서 우연히 영상을 보고 한 번 우리끼리 만들어봤는데 소리가 괜찮더라구요. 그래서 단원이 방과후 수업하는 학교 중에 한 군데에 가서 아이들처럼 같이 해 봤죠. 반응이 엄청 좋더라고요. (웃음) 지금은 지역아동센터에서 문광부 바우처 사업으로 하고 있어요. 아니면 가끔 학교에 복지교사가 있는 학교가 있잖아요. 거기서 복지 선생님들이 어떻게 어렵게 예산 만드셔서 하기도 하고, 수업 하다보면 음악을 따로 안 배운 애들인데도 자기들끼리 노래 부르면서 뭐 만들어요. 딱딱 비트 때리기 좋은 노래들, 산토끼 같은 거 알아서 찾아서 부르고, 공연 짜기도 해요. 여기서 니가 이거 해야지 하면서, 정말 신기해요.

1년 동안 하시면서 함굿마을로 뭉치길 정말 잘했다, 했던 순간은 언제였나요?

공연하다 보면 어쩔 수 없이 다른 팀하고 비교당할 때가 있어요. 저희 연배나, 아니면 위아래로 3~4년? 예전부터 알고 지냈던 단체들이라든지. 그러면 아무래도 스트레스를 받죠. 관계자들은 '누가 잘하나 보자' 그런 식으로 오기도 해요. 그런데 그럴 때마다 잘했죠. 관객들한테도 좋은 소리 듣고. 아무래도 이게 협동조합이니까 모두가 같이 얼굴이고 대표나 다름없어서 더 책임감 갖고 하는 거 같아요. 만약에 그걸 저 혼자 한다고 했으면 불가능했죠.

단순히 대표와 공연팀이 아니라 협동조합이기 때문에 더 좋은 결과가 나온 면도 있는 거네요?

그럼요. 처음에 대표할 때 좀 민망하기도 했어요. 안 하려고도 했고. 근데 협동조합이다 보니까 어쩔든 의결권은 모두 다 똑같이 있고, 대표 자리는 김여명이 잘하는 일 하는 거다, 대표도 그냥 업무의



야채가 또로롱

함굿마을은 지역아동센터에서 야채 악기 수업을 진행하고 있다. 당근, 파프리카, 무 등으로 피리나 오카리나, 북 등을 아이들이 직접 만들고 연주해보는 수업이다. 유튜브에서 우연히 발견한 비엔나 베지터블 오케스트라의 영상에서 아이디어를 얻어 개발했다. 따로 가르쳐 주지 않아도 스스로 밴드를 만들어 연주를 짜기도 하는 등 반응은 아주 뜨겁다고 한다. 가끔은 연주하다가 악기를 먹어버리는 아이들이 있기도 하다고.

하나. 공연은 공연 단장 김형태라고 있거든요, 김형태가 잘하는 거 하는거고. 그렇게 인식을 하더라고요. 처음엔 말 한 마디도 굉장히 조심했어요.

그게 어떻게 보면 좋은 것 같아요. 모두가 자기 역할을 해야 되는 구조잖아요.

물론 속상해서 토라지는 경우가 있어요, 셋 다. 그래도 안 한다는 말은 안 하죠. 다들 몇 번 다른 단체 같은 데서 활동하다 실패한 경험이 있기 때문에. 순간적으로 화가 날 때도 있지만 잠깐 나가서 담배 한 대 피우고 생각해보면 같이하니깐 그래도 이 짧은 기간에 이만큼 가는 거지, 이걸 따로따로 하려고 했으면 아마 1년을 했어도 지금도 기반 닦고 영업 준비하는 일에 매몰되지 않았을까 싶어요. 그래서 화가 나더라도 그 상황 지나면 잊어버려요. 나이가 있기 때문에 재미로 모인 건 아니니까.

그럼 대표로서 전체를 끌고 가는 데 좀 힘들다, 느꼈던 때도 있었나요?

있죠. 직책상 제가 대표긴 하지만 최초에 같이 했던 네 명이 다 같이 대표라고 보는 게 맞거든요. 그러다 보니까 전에 상업적인 회사에서 공연할 때는 납득할 수 없는 일도 벌어져요. 거기는 대부분 돈과 계약관계로 이뤄지거든요. 그러면 "이렇게 가면 공연이 팔릴 거 같아, 이런 방향으로 연출해 줘." 하면 되는데 여기는 다 같은 조합원이기 때문에 그게 안 되는 거예요. 서로의 생각을 조율하는 게 좀 더 힘들죠.

그럼 맨 어떤 식으로 조율해 나가셨나요?

처음에는 답 나올 때까지 서로 계속 얘기했어요. 몇 시간이고, 몇 일이고. 지금은 서로 많이 맞춰졌지만, 오랫동안 아는 사이기 때문에 그게 가능하지 않을까 싶어요. 잘 모르는 사이에 그렇게 했으면 벌써 깨졌죠. 그리고 네 명 중에 한 분은 저희보다 연배가 훨씬 높으신 분인데 그분이 포용력이 좋세요. 나머지 두 명은 저랑 대학 친구들인데 오래됐죠. 벌써 20년 가까이 친구사이니까요.

이런저런 성공도, 실패도 해 보셨다고 했는데, 가장 큰 실패가 어떤 거였나요?

서울에서 정말 좋은 조건의 소극장을 위탁 운영을 하고 있었어요. 제가 결합하기 전부터 몇 년 동안 한 공연을 쪽 해 오고 있었는데 어느 날 갑자기 위탁 연장이 안 됐어요. 그래서 급하게 외부 공연장을 잡았는데, 일단 올리고 봐야 한다는 생각이 앞서서 막 했다가 몇 년 동안 했던 공연을 한 달 보름 만에 내렸어요. 나름대로 좋은 조건에 맞춰서 대관해서 올렸는데, 그 전에는 공연 올리면 아무리 실패해도 기본적으로 나오는 매출액이 있었잖아요. 그래서 환경이 다른 데에 갔을 때 이게 어떻게 될지를 너무 쉽게 생각한거죠. 비슷하겠거나. 접근성이라든지, 주변 환경이라든지, 홍보라든지, 그런 걸 무시하고 일단 올려야 된다는 압박감으로. 잘못했죠. 급하게 하면 안 되겠다는 생각을 했어요. 급하면 안 되겠다.

타악공연 '질주'

국악 타악을 기반으로 현대적 리듬을 결합한 타악공연. 엷모리 장단, 무속 장단, 휘모리 장단과 보사노바, 다르부카 연주 방식을 조화시킨 모듬북 공연이 진행된다. 전반적인 느낌은 우리나라 풍물 리듬과 비슷하지만, 리듬 변화가 다채롭고 빠르게 진행되어 관객의 반응이 좋다.



회사를 운영하면서 이것만큼은 절대 포기하지 말아야겠다, 하는 거 있으세요?

공연의 질이죠. 그건 이제 곧 출연자들의 질인데, 저희가 아무리 힘들어도 원가를 깎기 위해서 공연의 질에 해가 되는 행동을 할순 없죠. 그러면 차라리 이 일을 접는 게 낫죠.

비장한 말인데요. 그럼 공연의 질을 지키기 위해 특별히 하는 노력이 있나요?

아직까지 자주는 못하지만, 작년부터 두어 달에 한 번씩은 다른 공연을 가서 봐요. 장르 구별 없이 완성도가 기대되거나, 기대할 만한 게 있다고 하면 시간 내서 보고 와요. 유명세 있는 팀이나, 예를 들어서 광대라는 연희팀이 아주 유명한데 거기 걸 보기도 했고, 작년에는 장예모가 만든 흥동이라는 발레를 한 적이 있었어요. 장르는 다르지만 장예모라는 명감독이 공연 어떻게 하는지 너무 궁금해서 가서 보기도 했어요.

이 분야에서 같이 가는 동료, 혹은 앞으로 그런 걸 해보려고 하는 후배 공연자들, 기획자들에게 먼저 해보니 이렇더라, 한 마디 해주고 싶은 말씀 있으세요?

너무 대단한 걸 하려고 하지 말고, 일단 당장 시도해볼 수 있는 거를 시도하는 게 쌓이면서 대단한 작품이 나온다고 생각해요. 머릿속으로만 대단한 걸 찾지 말고 작게 작게 시도를 많이 해보시라고. 저희도 항상 하는 말이에요.

사실 완성을 보여주는 것보다, 작은 시도가 더욱 용기를 필요로 하지 않나요?

스스로 나는 평범한 사람이란 걸 인정을 해야해요. 특히 장르에 파묻힐수록 그런 거 같아요. 예를 들면 대중음악도 하드록이나 장르성이 되게 강한 힙합이나, 전통연희도 어떤 특정 단체는 자기가 음

용기놀이 '화룡'

크고 화려한 기술이를 중심으로 풍물패의 연주, 개인 놀이를 현대적 거리 퍼레이드로 재창작한 공연. 높이 6m, 가로세로 3m, 4.5m인 대단히 큰 깃발 2~4 개를 사용한다. 전통 연희 중 기를 상징으로 쓰는 공연들은 있지만, 기 퍼포먼스가 중심이 되는 공연은 우리나라에서는 거의 유일하다고. 총 높이 10m 이상이면 거리, 야외 공연장, 실내 공연장 어디서든 별다른 장비 없이 관객과 함께하는 연출이 가능하다.





악적으로 우수하다. 그런데 사람들이 인정을 안 해준다는 식으로 돼 버리면 너무 대단한 걸 하려고 하는 거죠. 근데 그런 친구들이 스스로 음악적으로 평범하다는 걸 인정을 하면 그때부터는 좀 달라 지죠. 제가 평범함을 얘기 하는 건, 뭔가 자기 몸을 통해 배출된 게 반복되고 수정되면서 좋은 게 나 오는 거지, 스님이 도를 터득하는 게 젊은 시절부터 오랫동안 수도가 쌓이니까 어느 정도 그거를 터 득한 거지 나 원래 천재요 하면서 면벽수도 5분하고 하진 않잖아요. 그리고 세상에 한 200년에 한 번씩 나오는 게 천재데 자기가 천재일 확률이 그다지 높지가 않아요. (웃음)

혹시 내가 이거 하나만큼은 남보다 더 타고난 것 같다, 하는 거 있으세요?

음... 인간관계 폭이 넓지 않은데, 늘 필요한 사람들이 항상 주변에 나타났어요. 모든 게 다 망해서 접었을 때도, 합굿마을 할 때도 초기 네 명이 처음부터 같이 했던 게 아니에요. 각자 따로 공연하거 나, 아예 직업이 달랐는데 전주에서 뭔가 해봐야겠다, 할 때 우연히 다들 모였어요. 그리고 그때 심 영배 선생님이 많이 이끌어주셨죠.

대표님은 자신을 어떻게 생각하시는지 궁금해요.

글쎄요... 후배가 저한테 한 말이 있는데, 제가 5% 부족한 사기꾼 같다고 (웃음) 5%만 넘어가면 사 기꾼인데, 묘하게 사기꾼은 아니라는 거죠. 그 말이 그거 같아요. 사람들을 모으고 설득해서 뭔가 일 을 추진하는, 판을 만드는 사람. 예전에는 그걸 감당 못해서 제가 실수한 적도 있고 한데, 이제는 감당할 수 있는 한도를 알죠.

말씀을 꼭 들어보니까 '사람'이 남네요. 일을 할 때도 사람을 모아서 하고, 공연을 해도 보는 사람이 있어야 한다고 하셨고, 고비가 있을 때도 사람들과 함께 해결하고.

에피소드 없었나요?

기놀이할 때 바지는 얇은 민복을 입지만, 항상 허리부터 깃대 받침을 끈으로 타이트하게 묶는다. 한 기수가 관객들이 유독 자기를 본 다고 굉장히 좋아하다가 나중에 끝나고 풀어 보니 바지가...

공연을 하기 때문에 더 그런 거 같아요. 다른 일은 기계나 시설이 매출의 중요 부분을 차지하는데 저 희는 매출 전부가 사람에서 나오잖아요. 그리고 일을 하다 보면 크게 작게 여러 번 어려운 상황이 와 요. 그걸 혼자 감당할 수 있는 사람이 과연 얼마나 될까요. 물론 강인한 정신력으로 감당할 수도 있 지만, 너무 힘들잖아요. 좋은 일도, 뭔가 성과가 생겼을 때 혼자 화장실에서 깔깔대는 것보다는, 이 번에 우리 장기 공연 계약했어, 하고 다 같이 기뻐하는 게 의미가 배가되잖아요.

앞으로는 어떤 걸 해보고 싶으신가요?

솔직히 말씀드리면, 미래에 대한 큰 계획보다는 저희가 만든 지 얼마 안 됐기 때문에 당장 한 달, 한 달 생각하고 움직이고 있고요, 비교적 장기적인 건 2주에 한 번씩 공연에 관련된 토론을 계속 해요. 거기서는 자유롭게 이런 거 한번 해 보고 싶다, 의견 내고 그중에 가장 돈이 안 들 만한 거 (웃음) 몇 개를 골라내죠. 거기서 이야기 나온 공연들이 지금 서너 개 있는데 그런 걸 순차적으로 쉬지 않고 관 객들한테 선보일 수 있게 하는 게 목표죠.

미래의 투자자, 관계자에게 한마디 하신다면요?

저희 주력 공연중에 하나인 기놀이는 전국에서 거의 유일한 퍼포먼스예요. 아직은 전라북도 외 지 역에서는 인지도가 낮지만, 이런 공연이 있다는 걸 타지에서 알면 공연 수요는 대단히 높아질거라 생각합니다. 앞으로도 많이 지켜봐주세요.



일반정보 & 연혁

상호 합굿마을문화생산자협동조합

주소 전주시완산구 계룡산길50(삼천동3가)

전화 063-236-1577

메일 gisplay@naver.com

홈페이지 gisplay.blog.me/

기타 facebook.com/dragonperformance01

- 2012.02 합굿마을문화생산자협동조합 설립
- 2012.05 한국 사회적기업진흥원 「청년 등 사회적기업가 육성지원」선정
- 2012.07 악기를 들고와 함께 놀자 주최 -전주문화재단
- 2012.09 전북비엔날레 개막 초청공연
- 2012.09 전통문화전수사업 진행 - 전주생명과학고등학교
- 2012.11 전래놀이체험 '도담도담 놀이터' 진행 - 2개교
- 2012.12 찾아가는 음악체험 프로그램 '야채가또로롱'- 전북문화바우처
- 2013.01 예술캠프 공동기획 - 문화체육관광부
- 2013.01 협동조합사업경진대회 수상(3등) - 전라북도경제통상진흥원
- 2013.01 2013지역특성화 문화예술교육 지원사업 선정 - 전북문화예술교육지원센터
- 2013.03 H-온드림 본선진출
- 2013.03 예비 사회적기업 지정
- 2013.08 한국 사회적기업진흥원 사회적기업가 육성사업 우수사례 선발

숫자로 보는 합굿마을문화생산자협동조합



- ① 창립멤버수
4명
- ② 주요멤버의 친분
20년
- ③ 공연에 사용하는 깃발 높이
6m
- ④ 2013 상반기 공연 횟수
28회
- ⑤ 2013 상반기 매출
4,385만 원

합천문화살롱

합천문화살롱은 합천을 떠날수 없는 자들이, 이왕 사는거 흥미진진하게 문화도 향유하고 즐기면서 살자는 의미에서 만들어진 공유공간이다. 누구나 와서 이야기의 주인공이 될 수 있고, 누구나 한번쯤 가보고 싶은 공간. 합천을 가야만 즐길수 있고, 합천에만 있는 독특한 공간적 매력이다. 합천문화살롱은 합천의 보수적인 전통문화, 고집스런 텃세, 사투리, 먹거리, 볼거리, 합천 청년의 새로운 도전 등 많은 것을 보여주고 싶은 공간이다. 이동훈 대표는 말한다.



지역 안에 살면서 관심을 두고 지켜보지 않으면
악순환의 고리를 영원히 끊을 수 없어요.

합천문화살롱

이동훈 대표

안녕하세요. 합천문화살롱에 대해서 간단하게 소개해 주시겠어요?

합천마을카페라고 보시면 될 것 같습니다. 카페같은 운영을 목표로 하고 있어요. 아직은 비상설공간으로 운영하고 있어요. 45평 중에 3분의 1은 교육장, 3분의 2는 카페로 운영될 예정이에요. 카페를 테마로 조금 더 합천스럽게 운영하는 거죠. 그래서 이름도 합천문화살롱이고요. 합천문화살롱은 합천에 와야만 볼 수 있어요. 누군가가 왜 합천을 가야하느냐고 물었을때, '합천문화살롱이 있기 때문이다'라고 말할 수 있을 거예요.

합천문화살롱 전신인 여·통·소 기획단과 원래 하시던 여행사는 어떤 연관이 있나요?

여·통·소 기획단(현 합천문화살롱)을 시작한 배경을 먼저 설명해야 할 것 같아요. 가족회사인 해인고속관광이라는 법인회사에서 제가 7년정도 근무를 했어요. 그런데 그동안 합천 인구가 20만에서 지금 5만까지 줄어든거예요. 모두 서울로 가버린거죠. 이 회사는 합천 사람들을 대상으로 국내 여행을 시켜주거나 해외 여행을 시켜주는 일을 하는데, 합천 지역 사람들의 생활이 너무 불편한거예요. 소득 수준도 높지 않아요. 그래서 이 넓은 합천 지역을 어떻게 해야 하나 고민하다가, 우리가 기존에 가지고 있는 자원, 예를 들면 버스, 여행 사업, 여행 면허, 이런 것들을 가지고 어떻게 지역에 이바지할 수 있을까를 고민했고요, 결국 합천을 대상으로 공정 여행 상품을 개발해보자 해서 시작하게 된 거예요. 그렇게 2년을 고민했는데, 답을 못 내렸어요. 여러가지 지역의 테마 여행이라든지 교육여행 등을 시도했는데 번번히 실패하고, 사회적기업가 육성사업에 동참하게 되었던 거죠.

합천 지역발전에 먼저 고민이 있었던 거군요.

지역발전에 내가 잘할 수 있는 여행이란 테마를 넣은거죠. 후배가 사회적기업가 육성사업을 추천해줬어요. 선배도 지역사회를 고민하고 있으니 도전해보라고요. 제가 도전에 있어서는 고민을 많이 안하기 때문에 일단 해보자란 생각을 했죠. "경상도 스타일로 못 먹어도 고"인거죠. 사회적기업이나 사회적 가치에 대한 명확한 개념은 부족했고요.

결과적으로 육성사업 참여를 잘했다고 생각하세요?



합천문화살롱

합천 지역 문화의 메카. 합천을 찾는 여행자와 지역주민들의 만남의 광장이다. 합천문화살롱은 합천을 떠날수 없는 자들이, 이왕 사는거 흥미진진하게, 문화도 향유하고 즐기면서 살자는 의미에서 만들어진 공유공간이다. 누구나 와서 이야기의 주인공이 될 수 있고, 누구나 한번쯤 가보고 싶은 공간이 되고자 한다. 전신이었던 '여·통·소 기획단(여행을 통해 소통한다)'이 거점공간을 확보하면서 합천문화살롱으로 다시 태어났다.

지금은 잘했다고 생각해요. 힘든 시간이었는데. 해병대의 지옥주를 갔다는 느낌이랄까요. 정말 다양한 실패 사례를 1년 동안 혹독하게 공부했어요. 1년 동안 평생 실패할 걸 다한 것 같아요. 저희가 창원대학교 관할이거든요. 서울에서도 합천이 멀지만, 창원대학교에서도 합천은 가장 번두리에 있다고 할 수 있어요. 창원대학교 멘토분들도 아마 전혀 예상치 못했던 일격을 받은 느낌이었겠죠. 합천에서 신청할 줄은 몰랐을 거예요. 그때 어필했던 게 합천에 살면서 서울티를 내지 않겠다는 거였고요.

그게 정확하게 어떤 뜻인가요?

합천을 서울처럼 만들지 않겠다는 이야기죠. 합천이란 지역은 무언가 돈으로 계산할 수 있는 지역이 아니에요. 저는 합천에서 태어나서 32년을 살면서, 합천을 지킨 기간이 27년인데 합천을 가장 잘 안다는 자신감으로 내가 지역에서 고민했던 여행 사업을 좀 해보겠다는 거죠. 예를 들면 합천에서 농사를 많이 지으니까 짚공예를 해보겠다는 거요. 물론 지금은 바뀌었어요. (웃음) 당시에는 짚공예를 통한 마을 여행을 진행해보겠다고 아이템을 제안하는 식이었어요.

공정여행에 대해 잠깐 말씀해주셨는데, 합천 공정여행이 일반적인 공정여행보다 특별한 점은요?

합천에서 공정여행이라고 한다면, 제가, 그러니까 지역 원주민이 여행사를 하고 있으니 원주민의 네트워크를 통해서 여행을 기획하는 거죠. 보통 코스가 정해져 있거든요. 합천에 가고 싶는데, 나는 이번에 코스를 많이 도는 것보다 캠핑을 하면서 쉬고 싶다고 하면 캠핑을 위주로 한 맞춤형 코스를 설계해주는 식이죠. 그게 제가 가진 장점인거죠. 그렇게 소규모로 진행되는 거지.

본래 그렇게 시작한 여·통·소 기획단을 합천문화살롱으로 바뀌게 된 계기는 뭔가요?

일단 거점공간을 확보하게 되었고요. 여·통·소 기획단은 여행자를 유치하기 위한 것이었다면 합천문화살롱은 여행자들이 오랜시간 체류하며 다양한 프로그램을 경험할 수 있는 문화살롱으로 다시 태어났다고 보시면 됩니다. 작년에 여·통·소는 여행자들과 합천을 연결해주는 역할만 했거든요.

스마트폰 대학은 합천문화살롱의 프로그램 중 하나인가요?

합천 스마트폰 대학은 합천문화살롱의 다양한 콘텐츠 중의 하나죠. 이걸 바탕으로 지역의 네트워크를 만드는 작업인 거죠. 페이스북이나 카카오톡스토리를 쓰고 싶어도 못 쓰는 어른신들이 많아요. 그런 분들에게 활용법을 알려드리면서 우리와의 네트워크를 만들어가는 거죠. 이 네트워크 속에는 베틀농사 하시는 분도 있고, 포도 농사 하시는 분도 있죠. 모두 차후에 여행상품의 자원이 될 수 있는 거죠. 스마트폰 교육의 결과로 그분들이 자신들의 일상을 이야기 하면서 자연스럽게 노출될 수도 있겠죠.

공정여행

공정여행(Fair Travel)은 공정무역(Fair Trade)에서 따 온 개념으로서 생산자와 소비자가 대등한 관계를 맺는 공정무역과 같이 여행자와 여행 대상국의 국민이 평등한 관계를 맺는 여행을 뜻한다. 여행자의 윤리적 책무를 강조하는 "책임여행(Responsible Tourism)", "윤리적 여행(Ethical Tourism)" 등과 맥락을 같이한다. [출처: 위키백과]



합천문화살롱의 일련의 프로그램을 진행하면서 어떤 생각들이 들던가요?

많이 힘들죠. 지역에서 크게 지지를 받는 모델도 아니고, 한번은, "합천은 스마트폰 대학" 그걸 왜 하느냐, 비전이 있느냐, 당장 돈이 되느냐?" 이런 소리를 들었어요. 이런 관점에서 봤을 땐 당연히 하면 안 되는 사업이죠. 합천이 인구도 적고 청년도 없고 교통도 불편하고, 도대체 뭐가 되겠어요. 사실 우리가 시도하는 모델들은 당장의 성과가 나올 수 있는 모델들이 아니라서 많이 힘들죠. 그렇지만 어떤 사명감 때문에 포기할 수가 없어요. 나까지 합천을 포기하면 더 이상 아무도 도전하지 않는 암흑천지가 될 것 같은 느낌이랄까요.

합천에 대한 사명감이요?

저는 고향이 합천이잖아요. 제가 만약에 합천을 버리고 상경해버리면, 그 고향은 우리 부모님 세대가 모두 밭게 됩니다. 베이비붐 세대들이 고통받는 현장을 저는 시골에서 다 보고 있거든요. 그런 현상들을 보고 있자니 이 지역을 나라도 알리지 않으면, 내가 살았던 고향이 없어지는 거예요. 그래서 이 합천이란 지역을 사명감을 가지고, 지금 당장 돈이 안되더라도 분명한 비즈니스 모델은 가져가는 거죠. 2-3년 후에는 분명 성과가 날 거다, 대박 나서 언론사에서 혹은 주변에서 엄지손가락을 지켜 세울 것이라는 믿음, 지역을 사수하겠다는 사명감인거죠. 합천에는 희로애락이 다 있어요. 왜 그렇게 사명감이 끌어오르는지는 모르겠는데, 갈수록 커져요. 제가 왜 도시로 가야하냐는 거죠. 합천에서 성공하고 나가야죠.

베이비붐 세대들이 고통받는 현상이라는 건 어떤 말씀인가요?

자식들이 지역에서, 합천에서 수익모델을 창출해내고 열심히 돈을 벌어서 살아가야 하는데, 돈을 벌러 서울로 올라가는 거예요. 거기서 돈 벌어서 부모님을 드리죠. 처음에는 드려요. 1년이 지나면

합천은 스마트폰 대학

'합천지역 마을단위 여행 상품개발 프로젝트'의 일환으로 진행된 지역민 대상 스마트폰 강의. 스마트폰의 활용법과 SNS 활용법을 교육함으로써 마을단위 '스마트폰+페이스북 홍보 채널'을 구축하여 지역 주민 네트워크의 강화를 꾀한다.



회사 월급이 잘 안나온다. 집이 이사를 했다. 돈이 모자르다는 식으로 소홀해지는 거죠. 내 눈에 당장 부모님이 안보이니깐요. 어머니가 밥을 어떻게 드시는지 몰라요. 두세 달에 한 번 와서 보면 고기 반찬 있으니까 '아 우리 어머니 고기반찬 드시는구나.' 하죠. 그런데 자식들 가면 물에 밥을 말아 드시는 거죠. 이런 모습의 원인은 저 같은 젊은 청년들이 지역을 모두 떠났기 때문이에요. 그 젊은이들의 빈자리는 아무도 대신해줄 수 없어요. 만약 시골에 젊은 사람들이 있으면 부모님들이 농사 짓지 않아도 되잖아요. 그런데 젊은이들이 없으니까 할머니들이 텃밭에서 일하고, 병 나는 거죠. 계속 일하다 병이 커지고, 병원가야 하는데 차편이 부족하고. 이런 문제들이 연쇄적으로 작용하다 보니 지역이 계속 쇠퇴하고 활력을 잃고 힘들어지는 거예요. 악순환이죠. 지역 안에 살면서 관심을 두고 지켜보지 않으면 이런 악순환의 구조를 모르죠.

합천문화살롱의 롤모델이 있나요?

청년허브 혹은 하자센터라고 할 수 있어요. 청년허브와 하자센터의 자발적인 참여 때문이죠. 판 깔아줄 테니까 해봐라. 그럴 때 우르르 와서 자발적인 참여가 이루어지는 모습이죠. 하고 싶은 자들에 의해서 자발적으로 어떤 일이 발생하는 것. 허름한 공간이 새롭게 태어나는 모습. 청년허브와 하자센터는 거점화된 느낌이 강하잖아요. 그래서 합천문화살롱도 그렇게 되려고 하고, 될 수 있지 않을까 합니다. 합천에서 무언가를 벌일 때, 소통하고 싶을 때 머물 수 있는 공간인 거죠.

대표님이 생각하는 소통이란 무엇인가요?

얼마 전 문화살롱이 활성화가 생각만큼 안되면서 답답할 때가 있었어요. 살롱도 혼자 챙기고, 아기

청년허브(서울시 청년일자리허브)

서울시 청년일자리허브. 연세대학교와 서울시가 협력하여 만든 청년 노동/일/자활/삶의 플랫폼이다. 은평구에 위치한 청년일자리허브는 청년들이 하고 싶은 일을 찾아내고 동료들과 함께 즐겁게 일하며, 지속가능한 사회를 꿈꾸는 곳으로, 다양한 학습, 자활 활동, 네트워킹 모임등을 만들어내고 있다.

도 돌 있으니까 생계를 위해 여행사 일도 열심히 했고요. 집에서는 아기들도 좀 봐야 하고. (웃음) 그러다보니 살롱 업무가 진도가 안 나가는 거죠. 무언가 하지는 않고 고민만 하고 있으니 답이 안 나오지. 그래서 텅 빈 살롱에 한 시간 동안 지그시 앉아있었어요. 그랬더니 눈앞에 그림이 사악 그려지더라고. 그때 생각했어요. '아 이게 진정한 소통이 아닐까.' 예전에 소통이라 하면 사람과 사람간의, 마음과 마음을 터놓는 것만이 소통이라 생각했거든요. 여행오시는 분들도 지역사람을 만나서 소통하는 것이 소통의 핵심이 아니라, 지역에 와서 의자 하나 톱 놓고 지역사람들 오가는 모습만 봐도 그게 소통이 될 수 있겠구나라고 생각하게 된 거죠. 합천에서의 소통은 관찰로부터 시작되는 거다. 그렇게 정의를 해봤어요.

대표님 본인을 정의하신다면요?

'나는 시골을 지키는 집사다.' (웃음) 합천이라는 외롭고 슬픈 시골을 지키는 집사. 합천의 실상을 정확하게 이야기해주는 것이 저라는 사람을 이해하는 데 도움이 되겠죠. '왜 저사람이 저기 앉아서 떠나지 못하는가.'라는 것이 이해가 되지 않을까요? 저는 합천을 꾸며내지 않고 이야기하기 때문에 슬프게 받아들이는 사람도 있고, 도전의식을 가지고 보는 사람도 있어요. 제 이야기를 듣고 시골 프로젝트 할 때는 합천 가서 해야겠다고 말하는 분도 있고요.

합천은 혼자 오면 참 좋을 것 같아요.

합천 땅 크기가 서울의 1.6배예요. 전국의 군단위에서는 두번째로 크죠. 합천의 실크로드를 달려보면 신호도 몇 개 없어요. 그렇게 자동차로 신호도 안받고 달리는 데 한 시간이 넘게 걸려요. 말씀하신 대로 혼자 와서 완행버스 타고 천천히 돌아보면 참 좋아요. 장도 많이 열리는 데 서울 흥대앞 느낌이 물씬 나요. 흥대의 모습에서 젊은이들 빼고 할머니 할아버지로 대체하고 생각하면 됩니다. (웃음)

대표님이 마지막까지 지키고 싶은 가치가 무엇인가요?

합천을 지키는 거죠. 단순히 지키는 게 중요한 게 아니라, 합천에 공전을 만들어서 지켜야죠. 사람들이 한번쯤은 가보고 싶은 도시, 할매들이 무언가를 재미나게 하고 있는 도시. 청년과 노인과 다문화가 재미나게 만들어가는 도시 합천. 그런 공전을 만들어서 지켜가고 싶어요.

합천문화살롱의 미래 모습을 좀 설명해 주시면 좋겠어요.

여행자들이 합천 여행에 대해서 일차적인 궁금증을 해결할 수 있는 공간이었으면 좋겠어요. 요새 블로그들도 상업적이라고 의심 받고 믿지 못하잖아요. 하지만 누군가 합천 여행을 왔을 때 "합천에서는 합천문화살롱에 가면 궁금한 것들이 모두 해결된다더라."라고 생각날 수 있었으면 좋겠네요. 여행 오는 사람이라면 누구나 가볍게 들를 수 있는 곳. 그리고, 합천에서 살아가는 사람들의 문제도 해결해줄 수 있는 거점이 되길 바랍니다.

일반정보 & 연혁

상호	합천문화살롱
주소	경상남도 합천군 합천읍 대야로 883
전화	055-934-2224
메일	ldh@naver.com
홈페이지	-
기타	facebook.com/Hctsalon

- 2011.02 합천군파워트위터 모임
합천군파워트위터 모임 출범
- 2012.05 사회적기업가 육성사업 선정 “여.통.소기획단”으로 개명
- 2013.06 합천문화살롱으로 확장출범
(합천은 스마트폰대학과 여.통.소기획단 활동 통합)

숫자로 보는 합천문화살롱



- 1 합천인구수
51,096명
- 2 이동훈 대표가
합천을 떠나있던 시간
5년
- 3 합천문화살롱 넓이
45평
- 4 합천땅크기
서울의 1.6배
- 5 합천을 위해 사비로 떠난
일본 및 완주 탐방
200만 원

H&Crafts 초이

H&Crafts 초이는 나전체험공방이다. 할머니의 자개장에서나 겨우 접할 수 있었던 나전을 공예 체험 패키지를 통해 소개하고 있는 이들은 자개의 영롱한 빛깔이 대중적으로 또 보편적으로 사랑받는 날을 꿈꾼다. H&Crafts 초이를 통해 만난 나전은 더는 낯설거나 어색하지 않다.



나전칠기가 보편화 되어서 모두가 나전에 대한 추억을 하나쯤은 가지고 있었으면 좋겠어요.

H&Crafts 초이

최을선 대표

안녕하세요. H&Crafts 초이에 대해서 간단하게 소개 부탁드립니다.

H&Crafts 초이는 나전체험공방이에요. 평소 쉽게 접할 수 없었던 나전공예를 생활용품인 거울, 머리핀, 시계 등에 접목하여 공예 체험 패키지를 서비스하고 있어요. 다양한 사람들을 대상으로 곳곳에서 공예 체험 워크숍을 활발히 진행하면서, 전통나전이 대중적으로 또 보편적으로 사랑받는 날을 꿈꾸고 있습니다. 문화 격차 해소를 위해 아동보호센터 등에서 재능기부 활동도 꾸준히 이어오고있고요.

나전은 할머니 댁에서만 보던 촌스러운 가구라고만 생각했는데 지금보니 색이 참 영롱하네요.

그쵸. 참 예쁘죠? 괜히 전통이 아니예요. 어디에 내놓아도 그 가치가 빛나요. 처음에는 다들 나전에 대해서 잘 모르니까 촌스럽다고 말씀하시는데 익숙해질수록 점점 이 빛이 보이니까요. 이 동네 아이들은 자개로 된 머리끈, 머리띠를 하고 자개 핸드폰 고리 걸고 다녀요.

나전 체험 패키지에 대해서 조금 더 자세히 소개해주세요.

저희는 일반인들이 나전을 직접 체험하면서 나전의 매력에 빠질 수 있도록 나전공예 체험 패키지를 만들고있어요. 이렇게 진짜 자개로 하는 나전체험 프로그램은 H&Crafts 초이가 유일해요. 저희가 직접 고안하고 제작한 패키지입니다. 이곳 스토어에서 워크숍을 진행하고, 박물관이나 체험마을에 납품도 하고요, 학교 진로 적성 체험 프로그램에 외부 강의를 나가기도 하죠. 최근에 한국관광공사에서 관광기념품 인증을 받아서 유통망 확장이 더 쉬워질 것 같아요.

공예의 과정이 많이 간소화된 것 같습니다.

나전칠기 작품이 하나 만들어지려면 아주 섬세하고 긴 과정을 거쳐야해요. 칠하고 말리고 벗겨내고 그걸 반복하고. 나중엔 옷칠까지 해야하지만 저희는 그 많은 과정 중에서 조개로 문양 꾸미기 과정만 발췌해서 상품화한거예요. 많이 간소화 시켰죠. 작품을 하나 만든다기보다는 나전에 대해 친근함을 느끼도록하고 접근성을 높이는 방향으로 기획했어요.

H&Crafts 초이

H&Crafts 초이는 평소 쉽게 접할 수 없었던 나전공예를 생활용품인 거울, 머리핀, 시계 등에 접목한 공예 체험 패키지를 제공한다. 이들은 다양한 사람들을 대상으로 곳곳에서 공예 체험 워크숍을 활발히 진행하고 있으며, 문화격차해소를 위해 아동보호센터 등에서 재능기부 활동도 꾸준히 이어오고 있다.

나전칠기

목제품 표면에 얇게 간조개껍데기를 붙여 꾸미는 우리 전통 칠공예를 말한다. 우리 고유어로는 자개라고 부른다.

패키지 상품이 겨울부터 시계까지 실생활에서 쓰는 물건들로 이루어졌네요.

보통 이런 문화체험 프로그램에 참여해서 무언가를 만들고나면 집에 가서 쓸 일이 없잖아요. 장식 품 달랑 하나 만들어서 집에 가지고 가면 버릴 수도 없고. 처음에 패키지 기획할 때부터 직접 쓸 수 있도록 하자, 하고 시작했어요. 또 직접 만든 공예품을 실생활에서 사용해야 더 애착을 가질 것 같더라고요.

대표님과 나전공예와의 첫만남은 어땠나요?

처음에는 그냥 취미였어요. 친언니가 나전장 정명채 선생님의 전수생이예요. 대학에서 강의도 하고 작품도 하는 나전 전문가를 언니로 두고 있으니까 자연스럽게 나전을 접했죠. 매년 빛깔 좋은 자개가 나올 때마다 몇천 장씩 구매해서 모아들 만큼 나전공예 애호가예요.

취미로 시작했던 나전공예로 창업을 하게된 계기가 궁금합니다.

일본에 여행을 갔다가 모든 관광지가 체험마을로 꾸며져서 관광객들이 전통문화에 참여하는 걸 봤어요. 우리는 왜 이렇게 없을까 생각했어요. 우리도, 나전도, 못할 이유가 없니까요. 수확학원을 운영하다가 그만두고서 몇 년간 아이를 길렀는데, 아이도 꽤 컸고 일을 다시 시작할까 말까 고민하던 차였어요. 그러던 중에 언니가 '사회적기업가 육성사업'에 대해서 제안을 하기에 도전을 결심했어요.

경력단절여성으로서의 창업을 하셨는데, 가장 큰 변화는 무엇인가요?

이름이 생겼어요. 전에는 정환이 엄마로만 살았는데 이제는 최을선 대표님이 됐죠. 저는 여전히 한 아이의 엄마로서의 역할을 다 하고 있고 생활이 엄청 바뀐 것도 아니고 아직은 수익이 엄청 나오는 것도 아니지만, 이름이 생겼다는 건 엄청난 에너지를 주더라고요.

나전 제품은 보통 가격이 비싸다고 알고 있는데, H&Crafts 초이의 체험 프로그램 가격은요?

한 패키지에 만이천 원 선이예요. 원래는 고가가 맞아요. 그런데 저희는 직접 자개를 자르는 기술도 있고 자개 비축량도 상당한데다가 지원금도 받고있으니까 단가를 낮출 수 있었어요. 비싸다는 인식이 강해서 생각도 안하다가 들어와서 보시고는 생각보다 훨씬 저렴한 가격대에 놀라시더라고요.

지원이 중단된 후에는 단가를 올려야 하나요?

그런 상황은 막으려고 노력 중이예요. 이 체험 사업은 최대한 많은 사람들에게 경험을 주고 문화격차를 해소하는 걸 목표로 하다보니까 단가를 올릴 수가 없어요. 이걸로 수익을 내기는 어렵죠. 그래서 자개를 이용한 명함집이나 거울같은 판촉물 제조사업을 병행하고 있어요. 그 쪽에서 수익을 발생시켜서 사업을 이어갈 생각이예요.



체험자들 반응은 어떤가요?

나전을 접하기가 워낙 어려우니까 굉장히 신기해하세요. 지난주까지만 해도 방학이라서 아이들이 하루에 3시간씩 있다가 갔어요. 아이들이 참 좋아해요. 집중력있게 잘 하더라고요. 외국인 대상으로 워크샵을 진행한 적도 있는데 쉽게 잘 따라해요.

체험수준에서 발전한 경우는요? 수익이 창출되었다거나 전시를 했다거나.

있죠. 스토어에 자주 오셔서 워크샵에 참여하시던 한 주부님이 있는데 실력이 참 좋으셨어요. 그분도 경력단절여성이었는데, 제가 일을 그만두고 살림을 하다가 창업을 한만큼 그 분에게도 기회를 드리고 싶었어요. 그래서 이번에 재료비를 저희가 지원하면서 관광 기념품 공모전에 응모를 하셨는데 입상은 못하셨어요. 다음 번에는 아마 의미있는 결과가 있지 않을까 생각해요. 그분이 실력이 워낙 좋으셔서 외부수업 나갈 때에 보조강사로 채용을 하려고 논의 중이예요.

나전 전문가들의 반응은 어떤가요?

전수자들의 반응은 그다지 긍정적이지 않아요. 나전으로 머리핀 만드는거 보면 우스울 수도 있어요. 그분들은 나전으로 예술을 하는 사람들이고 철학을 가지고 작업을 하실테지만 저는 사실 그런 거 없어요. 전문가도 아니고요. 다만 나전을 아끼고 많은 사람들에게 알리고 싶은 사람이예요. 제 역할은 깊다기보다는 넓죠. 나전의 명맥을 이어가고 의미있는 작품을 만드는 건 훌륭한 선생님들이 하실 역할이고, 저는 대중에게 나전의 매력에 대해 알리는 것까지예요. 아마 진짜 전수자라면 이런 아이디어를 생각하기도 힘들 거예요.

아이들이 참 좋아해요

올해 일곱살 변상영 어린이는 매일 H&Crafts 초이 공방에서 나전공예를 배운다. 작은 손을 꼼지락거리며 예쁜 빛깔을 내는 작은 개껍질에 집중하고있다.



언니의 제안으로

최을선 대표는 나전공예 전수생으로 활동 중 인 언니 최은영씨의 제안으로 나전공예 체험 사업을 시작하게됐다.

사람들에게 나전을 알리는 과정에서 가장 뿌듯할 때는 언제가요?

나전이 별로라고 말하던 사람들이 이 빛깔을 보면서 예쁘다고 할 때요. 우리나라 사람들은 전통을 저평가하는 버릇이 있어요. 요즘 아이들은 단청을 보고 촌스럽다고 말하더라고요. 이 일을 하면서 저는 전통이 정말 촌스러운 것이 아니라 그저 사람들에게 익숙하지 않았을 뿐이라는 걸 더 확신하게 됐어요. 여기에 참여했던 아이들은 다 나전이 예쁘대요. 명절에 조부모님 댁에 가면 '이건 전복으로 만든 색팩고, 이건 진주패예요.' 하면서 어른들과 이야기를 나눈다네요. 촌스러운 가구가 가족들 대화의 중심에 있었다고 하니까 의지가 불끈 솟았어요.

지금까지 사업을 이끌어오시면서 가장 힘들었던 때는 언제인가요?

아직은 없어요. 큰 수익이 나지 않아도 적자는 안나고요, 찾아오는 고객들이 나전을 좋아해주시니까 아직은 재미있어요. 집에서 살림을 오래 하면 바깥 공기만 맡아도 좋을 때가 있어요. (웃음) 일곱 살 밖에 안된 우리 아이도 엄마가 일하는 걸 뿌듯해하고 좋아해요.

사업을 이끄는 중에 가장 중요한 가치는 무엇인가요?

자기만족인 것 같아요. 제가 행복해야 남도 행복하게 만들 수 있다고 생각해요. 제가 어느 순간 이 일을 재미나 흥미가 아니라 돈으로만 보고 움직인다면 절대로 지금처럼 후하게 운영 못해요. 지금은 사람들이 나전을 더 많이 알아줬으면 좋겠다는 순수한 마음으로 일을 하니까 저 스스로도 행복하고, 지나가는 분들에게 무료로 체험해보도록 권유할 정도로 여유가 생겨요. 그런 마음이 유지되었으면 좋겠어요.

한참 일을 쉬다가 다시 사회로 재진출을 하는 그 떨리는 발걸음에 원동력은 무엇이었나요?

신랑의 지원. 정부의 지원. 그리고 사명감. 신랑이 반대없이 쿨하게 응원해줬어요. 정부에서 주신 지원금과 멘토링도 엄청난 도움이 됐죠. 맨 바닥에서 시작하라고 했다면 못했을 거예요. 나라에서도 날 이렇게 밀어주는데 해볼만 하다고 생각했어요. 그러다 보니까 사명감도 생기더라고요. 솔직히 처음에는 사회적기업이 뭔지 잘 모르고 시작했어요. 육성사업을 통해 교육받으면서 사회적기업이 얼마나 필요한지도 알게 됐고 책임감도 생겼어요.

앞으로의 목표는 무엇인가요?

최대한 납품하는 거래처를 늘리고 다른 지역 박람회에도 열심히 참여할 거예요. 지금은 사람들이 나전의 가치와 매력을 알 수 있도록 만드는 게 최우선이에요. 나전의 매력을 이해하고 나면 더 좋은 재료를 써서 더 제대로 된 나전공예를 할 수 있는 패키지를 만들어도 소비자들은 살 거예요. 하지만 지금은 소비자에게 아무런 정보가 없으니까 힘들죠. 많은 사람들을 나전으로 끌어당길 수 있도록 노력할 거예요. 제품 수도 늘릴 예정이고요.

양식 전복은 안돼요

종종 공방에 나오는 어린이들이 집에서 먹고 남은 전복 껍질을 가져다준다고. 안타깝게도 양식 전복은 자개 재료로 쓸 수 없다.



간단히 완성!

간단한 매뉴얼을 따라가다보면 어느새 영롱히 반짝이는 나전공예품이 완성된다.



H&Crafts 초이가 원하는 청사진이 있다면 무엇인가요?

지금 이곳과 같은 나전 공방이 전국 곳곳에 있었으면 좋겠어요. 그 정도가 되면 지금 우리가 도자기를 접하는 것만큼 흔하고 쉽게 나전을 만날 수 있을 거예요. 예전에는 도자기 겉면에 그림을 그려서 무늬를 만드는 공정만 참여했는데, 점점 물레 돌리는 것부터 가마에 구워서 유약을 바르는 것까지 체험할 수 있는 공정이 늘어나고 있어요. 요즘은 일반인이 도자기를 처음부터 끝까지 만들어보는 것이 그리 어려운 일이 아니죠. 도자기가 그만큼 우리 생활 속에 들어왔다는 얘기에요. 나전도 그렇게 보편화가 되어서 모두가 나전에 대한 추억을 하나쯤은 가지고 있었으면 좋겠어요.

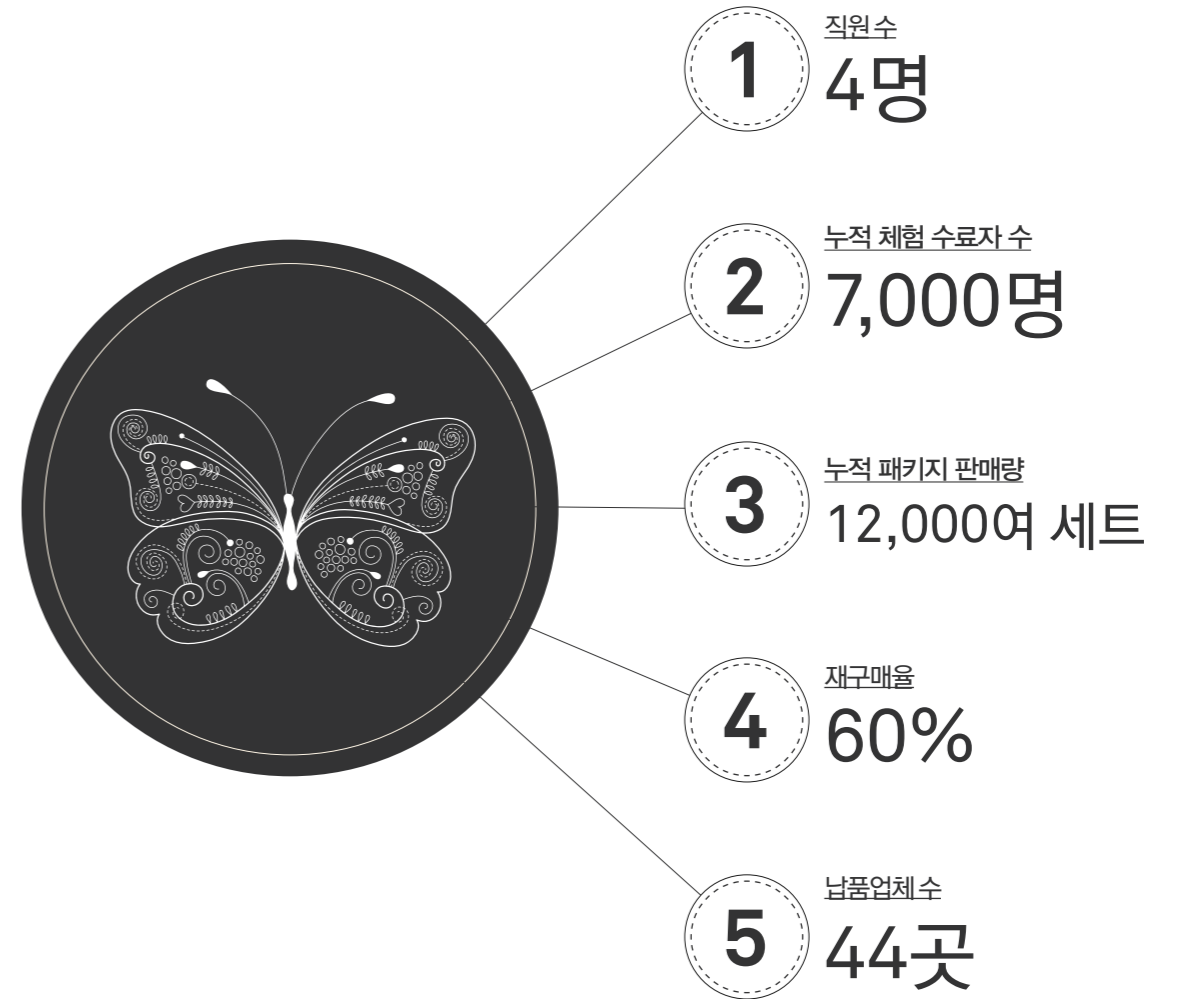


일반정보 & 연혁

상호	H&Crafts 초이
주소	충북 청주시 흥덕구 두꺼비로 60번길 11-13(산남동)
전화	043-297-5725
메일	mikisunny@hanmail.net
홈페이지	choiart.co.kr
기타	-

- 2012.05 사회적기업진흥원 '사회적기업가 육성사업' 선정
- 2012.06 나전공예체험공방 '초이' 오픈
- 2012.07 나전공예체험 교육 시작
- 2013.02 법인 전환
- 2013.05 제3회 창조관광사업(관광벤처) 공모전 입선
- 2013.06 문화재형 예비 사회적기업 지정
- 2013.07 충북 관광기념품공모전 동상
- 2013.09 대한민국 관광기념품공모전 장려상

숫자로 보는 H&Crafts 초이



우수멘토 후기

멘토 이야기

최인남 멘토 / 전라북도경제통상진흥원



우수멘토의 이야기는 아니고 멘토 역할을 하는 한 사람의 짧은 이야기입니다.

우수멘토로 선정되었다는 소식을 듣고 제일 먼저 든 생각은 부끄럽다는 것입니다. 한편으론 고생 많이 했는데 누군가 알아주는 것은 고마운 일 아닌가 하는 생각이었지만, 역시 부끄러움이 더욱 컸습니다. 2011년 여름 매니저를 시작해서 3년째 많은 소중한 인연들과 웃음과 한숨 때로는 눈물까지 뒤섞인 “사회적기업가양성”이라는 이야기를 써가고 있습니다.

가끔 스스로 사회적기업가(팀)의 입장이 되었을 때 너는 “얼마나 잘할 수 있어?”라는 질문을 해봅니다. 결론은 그리 녹록지 않을 것이라는 생각이 듭니다. 누군가의 길을 인도하고, 바로잡아주는 역할을 하는 것이 매니저와 멘토의 일이지만, 많은 부분에서 부족하기 때문에 제가 할 수 있는 일은 많이 들어주고 사회적기업가(팀)입장에서 위탁기관과 진흥원을 성도(?)하는 일도 마다 하지 않았던 것 같습니다.

처음 마주했던 1기 팀에게는 지금도 미안하고, 아쉬웠던 기억이 있습니다. 회계기준에 관한 해석을 잘못해서 환수했던 두 개 팀이 있었습니다. 시민단체에서 영농조합법인에서 여러 가지 역할을 해보고 사회적기업도 직접 만들어본적이 있었지만, 국비를 활용한 증빙자료를 만드는 일에 아마추어 였던 저는 창업팀의 사업비 환수라는 문제가, 창업팀의 진정성을 잘 알고 있던 만큼에게는 여러 가지로 미안하고 죄스러운 것이었습니다.

수 많은 인연들이 있었지만, 아쉬웠던 이야기가 가슴에 가장 많이 남아있습니다.

좋았던 기억 중 몇 가지를 들춰 보면 밤새워서 사업입찰을 고민했던 창업팀이 일이 잘 성사되어 예비지정을 받았던 것, 1기와 2기에서 예비지정이 되고, 사업을 안정화한 기업들이 현재 3기에게 도움을 주고, 동기부여를 시켜줄 수 있는 인연이 된 것, 처음엔 사회적가치에 관한 어렵풋함에서 구체적인 내용을 만들어가는 팀들을 볼 수 있는 귀한 시간들이 있습니다.

여전히 부족하고 수 많은 부분을 사회적기업가(팀)에게 느끼고, 배우고 있습니다.

분명한 것은 사람 속에서 사회적가치의 소중함과 역할을 깨달을 수 있고, 우리가 하고 있는 사업은 ‘사회적기업가’를 육성하는 일이다라는 것입니다. 일반 중소기업을 부흥하고 육성하는일도 소중하지만, 우리가 하는 일은 사회적 가치를 실현하는 기업을 만드는 사회적기업가를 육성하는 사업이라는 것입니다.

사회적가치의 정의가 여러 가지로 해석될 수 있겠지만, 그 가치의 원칙적인 교육과 사례 그리고 기업 경영의 요령과 수익적 모델을 제시하기엔 사업기간이 턱없이 부족하다고 생각합니다. 사업 기간내에 법인을 구성하고, 행정증빙자료에 의해서 모든 사업비를 집행하는 것이 경험이 턱없이 부족한 사회적기업가(팀)에게 가혹하게 느껴질 정도로 어려움이 있다는 것을 많은 부분에서 느끼고 있습니다.

주어진 여건속에서 사업을 이행해야 하겠지만, 그런 상황이 사회적기업가(팀)과의 시간을 많이 갖게 하고 소중한 인연들을 만들어가는 계기가 되기도 하지만, 그래도 상황이 조금 더 나아졌으면 하는 생각을 해봅니다.

우리 사회적기업가(팀)에게 “결정은 수많은 조건과 경우의 수를 생각하되 일단 결정되면 노도(怒濤)가 되어라”는 말을 자주합니다. 저에게도 사회적기업가(팀)에게도 하는 조언일 것입니다. 저 또한 많은 부분이 부족해서 지금도 여전히 고민하고 배우고 있습니다. 앞으로도 사회적기업가(팀)과 고생 정말 많이 하는 진흥원 실무자들과 많은 관계자들과 부딪히며, 토론하며, 논의하며 배우겠습니다.

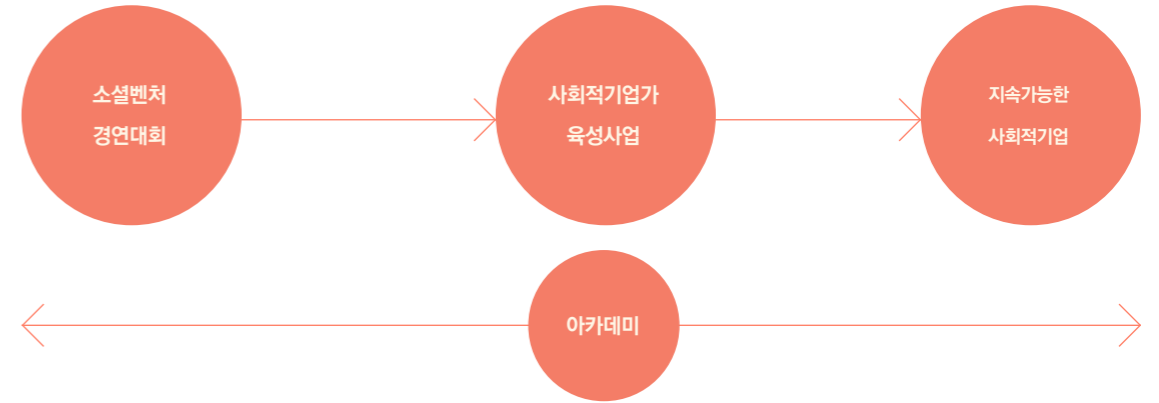
잘 만들었으면 좋겠습니다. 대한민국의 사회적경제의 기틀과 소중한 가치들의 모범을….

알 아 두 면

중 아 요

: [부록]

한국사회적기업진흥원은
사회적기업 지원을 넘어
사회적경제 생태계 발전을 위한
노력들을 계속 하고 있습니다.



1. 사회적기업가 양성

소셜벤처경연대회

사회적기업을 준비하는 기업가, 단체등에 대하여 인증을 받기 위한 절차 안내와 요건 상담, 신청서 접수, 처리 등의 제반절차를 지원합니다.

• **주최**

고용노동부, 한국사회적기업진흥원

• **참가자격**

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

• **참가 분야 및 범위**

교육, 보건, 사회복지, 환경, 문화, 예술, 관광, 운동, 보육, 산림 보전 및 관리, 간병, 가사지원등의 분야에서 사회적목적을 추구하면서 영업활동을 수행할 수 있는 사회적기업 사업화 아이템

구분	청소년 아이디어	일반 아이디어	창업부문	글로벌 부문
대상	소셜벤처아이디어를 가지고 있는 17세~19세 고등학생 또는 그에 상응하는 자격을 갖춘 개인 및 단체	소셜벤처아이디어를 가지고 있는 개인 및 단체	소셜벤처아이디어를 가지고 있고 사회적기업 창업의지가 있는 개인 및 단체	글로벌 단위의 사회문제에 대한 소셜벤처아이디어를 가지고 있고 해외 진출 계획을 가지고 있는 개인 및 단체
비고	지도교사 1인과 참가팀 구성 권장	기사업화된 아이디어 제외	기창업자 제외	기창업자의 경우, 창업 3년 이내

대회 진행 방식 및 추진 일정 / 포상 및 특전은 홈페이지 참조 http://www.socialenterprise.or.kr/foundation/training_scontest_intro.do

사회적기업가 육성사업

1. 사업내용

- 사회적기업가로서의 자질과 창업 의지를 가진 이들을 대상으로 사회적 목적 실현부터 사업화까지 사회적기업 창업의 전과정을 지원하여, 혁신적이고 창의적인 사회적기업가 양성

2. 신청자격

- 창의적인 사회적기업 창업아이디어를 보유하고 창업을 준비하는 자로, 사회적기업가로서의 활동의지가 있는 사람(팀)

사회적기업가(팀) 지원방법

- 사회적기업가 육성사업 사회적기업가(팀) 지원: 매년 초 한국사회적기업진흥원 홈페이지에서 모집공고 확인
- 소셜벤처경연대회 창업부문 지원 → 권역별 심사 합격자 대상 차년도 사회적기업가 육성사업 우선선발권 부여

3. 지원내용

1) 창업 공간 제공

- 사회적기업가(팀)에게 창업에 필요한 업무 공간을 제공함으로써 창조적이고 발전적인 사업을 추진 할 수 있도록 지원

2) 창업비용

- 활동비: 시장 정보 획득, 문헌구입비, 회의비, 여비, 공공요금 등
- 교육 및 컨설팅비: 외부 전문가 및 전문가관에서 실시하는 교육이나 컨설팅에 소모되는 비용
- 사업화개발비: 사업추진을 위한 홍보, 시제품을 제작하는데 소요되는 실소요 비용

3) 멘토링 서비스

- 멘토를 통해 소셜미션 확립, 사업 경영, 창업 자문 등의 지원과 전문가(기관)와의 연계 등 창업과정에 대한 상시적 지원

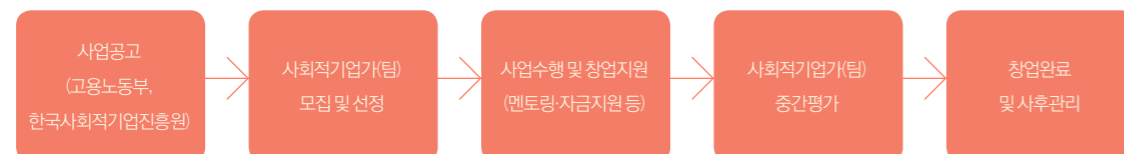
4) 네트워크 지원

- 사회적기업으로 성장할 수 있도록 민간기관과 공공부문의 다양한 주체와의 연계 지원

5) 사후관리 지원

- 사업 종료 이후, 홍보·네트워크·자원연계·교육 및 컨설팅 프로그램 등을 통한 지속적인 사회적기업가(팀)의 성장 지원

4. 추진절차



아카데미

목적

- (예비) 사회적기업가 및 실무자의 역량 강화와 사회적기업의 저변 확대 도모
- 사회적기업의 자립과 지속가능한 성장을 위하여 비전과 자질, 혁신적 아이디어, 경영능력을 갖춘 사회적기업가 양성

교육과정 소개

1) 사회적기업 창업전문과정

- 시니어 분야, 여성분야, 소셜벤처분야, 특성화고교분야, 일반창업분야 등 교육대상별로 구분하여 특화된 사회적기업 창업교육의 실시를 통한 수료생의 실질적 창업지원 * 동 과정 수료생에게는 "사회적기업가육성사업" 참여시 가점 부여

2) 사회적기업리더과정

- 사회적기업 관련 강의와 국내외 인턴십을 연계한 semi-석사학위과정(1년)
- 대학원생 및 사회적기업가, 지원 인력을 대상으로 사회적기업 관련 강의, 세미나, 국내외 비영리기관 및 사회적기업, 사회적기업 지원기관 등의 인턴십 제공
- 전국의 대학 중 3개 대학을 선발하여 2013년 2학기부터 운영 예정

3) 사회적기업 캠프

- 대학생 및 청년층이 사회적 이슈와 비즈니스 모델을 결합해서 문제를 해결해나가는 형식의 캠프
- 2012년도에 실시된 제 1회 캠프는 1박 2일동안 진행되었으며, 110여명이 참석
- 2013년도의 경우 10~11월 사이 개최 예정

4) 사회적기업 대표자교육과정

- (예비)사회적기업 대표 대상으로 소셜미션 제고 및 경영능력 향상을 위한 상호 토론 및 워크숍, 체험형 학습 기회 제공
- 소셜미션, 문제해결능력, 리더십 및 갈등관리 등 사회적기업 대표로서 역량 강화 도모

5) 맞춤형 아카데미능력, 리더십 및 갈등관리 등 사회적기업 대표로서 역량 강화 도모

- 사회적기업 실무자 및 일반인 대상으로 업종별·분야별 특수성을 반영한 실무교육과정 운영
- 교육신청(개인 및 기관)과 교육제공(개인 및 기관)을 진흥원이 매칭하고 교육과정 직접 운영

6) 사이버 교육과정

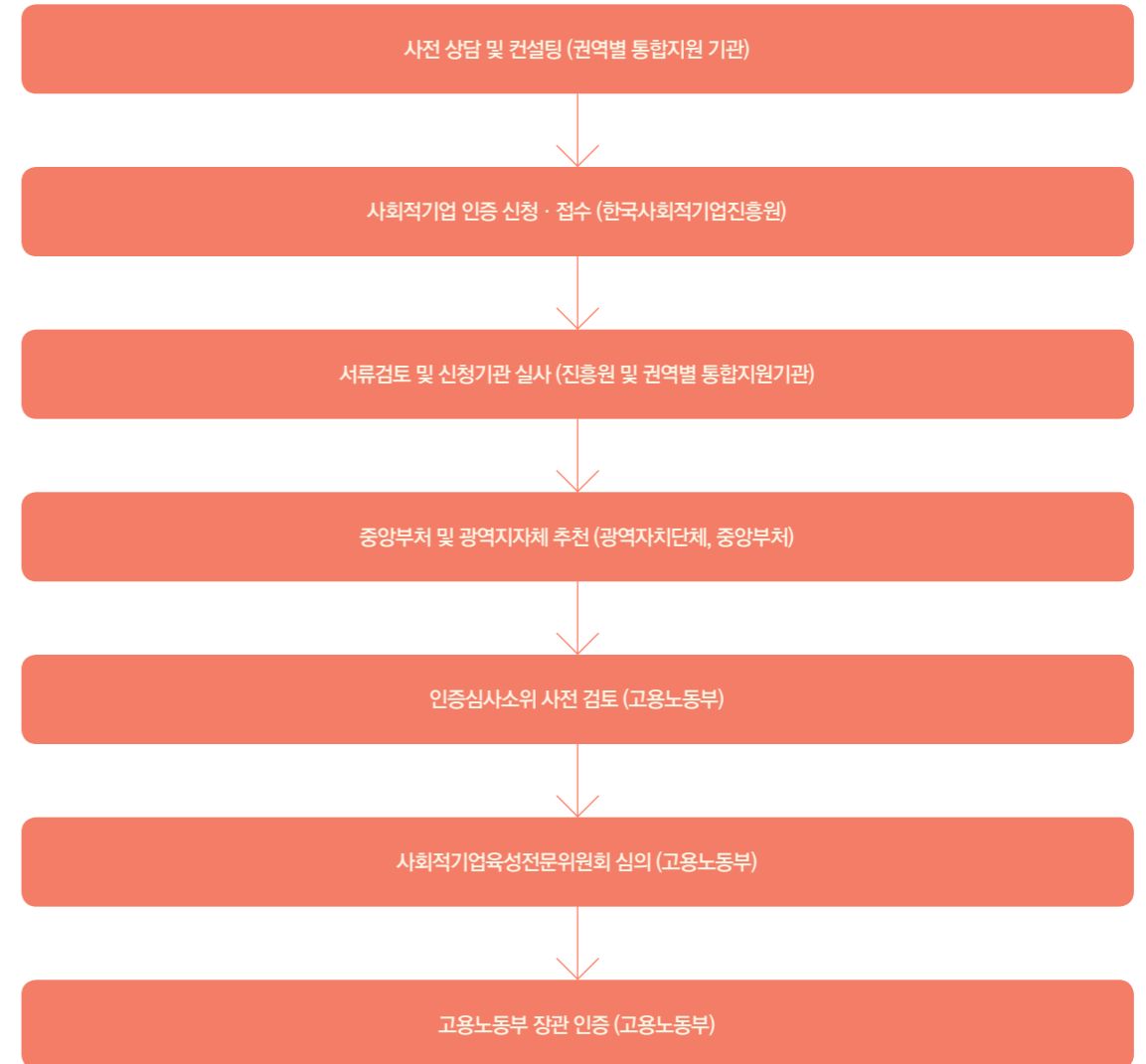
- 사회적기업진흥원 e-러닝센터 <http://edu.socialenterprise.or.kr> : 사회적기업의 이해와 관련된 '사회적기업 기본과정 개설(무료 수강/고용노동부 제작)
- 사회적기업 실무와 관련한 "사회적기업 실무기초과정" 개설(무료 수강/한국사회적기업진흥원 제작)

2. 사회적기업가 인증지원

사회적기업가 인증지원

사회적기업을 준비하는 기업가, 단체등에 대하여 인증을 받기 위한 절차 안내와 요건 상담, 신청서 접수, 처리 등의 제반절차를 지원합니다.

사회적기업 인증 절차



3. 사회적기업 지원사업

경영컨설팅 지원

(예비)사회적기업의 경영역량을 향상시키기 위하여 경영컨설팅 서비스를 제공합니다.

지원대상

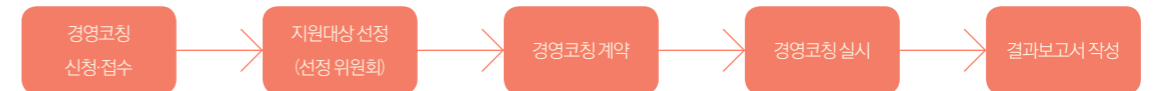
예비사회적기업 및 사회적기업

◎ 예비사회적기업은 기초컨설팅과 멘토형 전문컨설팅만 신청 가능

지원내용

1. 기초 컨설팅: 경영코칭을 통해 인사·노무·회계 등 기업의 기본시스템 구축 지원

기초컨설팅 (경영 코칭)	
인사·노무	임금대장, 근로기준법 및 취업규칙 준수여부, 근로계약서 관리지원 등 노무관리
회계·세무	회계 관리 관련 지도, 사업현황 분석 등 관련 회계 코칭
법률·법무	계약서 작성, 계약체결, 지적재산권 등 법률·법무에 관한 애로사항 해소를 위한 코칭



[지원한도] 최대 300만원 이내에서 지원 (예비사회적기업은 기초컨설팅과 멘토형 전문컨설팅만 신청 가능)

2. 전문 컨설팅: 경영과제 해결 및 자립가능성 제고를 위한 맞춤형 컨설팅

전문컨설팅	
멘토형	선발 사회적기업가의 경험과 지식에 근거하여 후발 (예비) 사회적기업(수진기업)의 목표관리 및 전략적 경영 전반을 컨설팅하여 결과를 성취할 수 있는 방향 제시
프로젝트형	회계, 마케팅, 노무, 법무, 경영전략 등 전략적으로 발전시켜야 할 특정 현안에 대해 집중적이고 전문적인 컨설팅 제공
지속성장형	일자리 사업이 종료되었거나 1년 이내 종료(사업공고시점)가 예정된 사회적기업을 대상으로 지속성장에 필요한 복수영역의 다면 전문가 컨설팅 제공

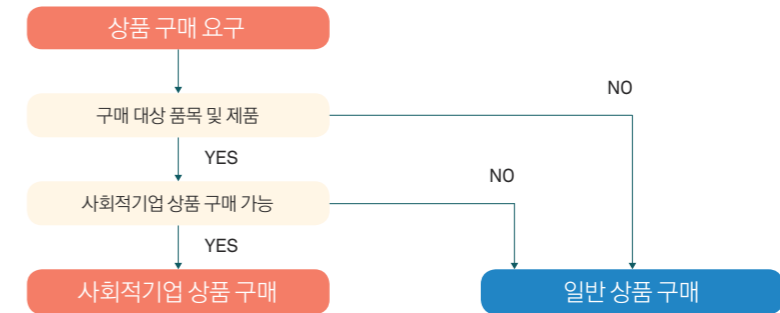


4. 공공기관 우선구매

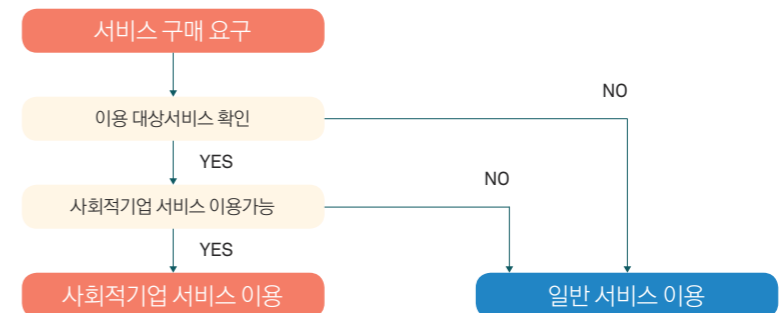
사업내용

사회적기업 시장확대 및 판로 개척을 위해 공공시장 확대사업을 추진하고, 사회적기업의 시장 개척역량을 강화하여, 사회적기업 상품 소비 촉진을 위한 윤리적 소비 시장 진작 및 홍보

상품구매의 경우



서비스 이용의 경우



공공구매 지원센터 소개

공공구매 지원센터 운영 (1566-5365)

설립목적

사회적기업 재화 및 서비스의 공공구매 통합지원 / 전국 대표번호(1566-5365) 서비스 제공을 통해 공공구매 제도 안내 및 상담

- ▶ 온-오프라인을 통한 사회적기업 제품 정보 제공기반을 마련함으로써 사회적기업 제품에 대한 접근성·구매 편의성 제고.
- ▶ 공공시장의 사회적기업 제품 우선구매 기초 환경 조성

5. 판로개척

목적

- 공공기관 및 일반 소비자들이 사회적기업 생산품 및 관련 정보를 접할 수 있는 온·오프라인 접점 구축 및 확대
- 사회적기업 생산품의 대국민 인지도 및 인식을 제고
- 사회적기업 생산품의 실제적인 판로개척을 지원하고 사회적기업 제품소비를 활성화 함으로써 사회적기업의 지속가능한 성장토대 마련

사업내용

분야	세부내용
공동판매장 조성	오프라인 매장을 통한 사회적기업 상품 판매 및 시장 확대 • 복합매장(2개소) 및 스텝숍(4개소) 운영지원 • 신규 복합매장(6개소) 스텝숍(7개소) 조성 (예정) 사회적기업 상품 체험단 및 서포터즈 운영
공공기관 우선구매	공공기관 우선구매 제도 홍보 강화 및 구매편의 제고 • 상품정보 DB관리 • 공공구매 워크숍 개최
모바일 웹 개발	이용 환경 및 니즈 분석을 통한 모바일 웹 개발로 e-스토어 36.5 보완 및 저변 확대 • 일반 소비자 맞춤형 모바일 e-스토어 36.5(모바일 웹) 개발 및 보급
TV홈쇼핑 방송 편성지원	TV홈쇼핑 방송 통해 "스타(선도) 사회적기업 상품" 개발 및 이를 통한 사회적기업 제품 브랜딩 • 스타(선도) 사회적기업 상품 선정 및 상품 준비 • 스타상품, 패키징 상품 활용한 TV판매 방송 편성
사회적기업 박람회	진흥원 내외 관련 사업 연계 통한 다채로운 프로그램 기획 • 사회적기업 한마당, 컨설팅, 공공구매 워크숍 등 관련 사업 연계와 (잠재)소비자, 유통전문가의 참여 확대를 통한 판로 지원에 실질적인 도움이 될 수 있는 박람회 개최

매년 7월 1일은 사회적기업의 날입니다. 사회적기업의 날을 기념하며 사회적기업가 및 종사자, 종교계, NGO, 지자체, 대기업 등 전국 각계 인사들이 일반국민과 한데 모여 교류할 수 있는 자리가 바로 사회적기업 한마당입니다. 사회적기업이 준비한 공연, 음악회, 시민참여 마당 등 다채로운 행사가 열리고 사회적기업 UCC, 사진전, 홍보관, 체험관 등을 운영합니다. 보다 많은 사람들과 사회적 가치 실현 필요성을 공유하고 사회적기업을 적극 알리는 계기를 마련하고자 합니다.

6. 사회적기업 한마당

따뜻한 대한민국
사회적기업이 선포합니다

2013 사회적기업 박람회
2013. 7. 1일 ~ 7. 3(일) 잠원 컨벤스

2013 사회적기업 박람회 일 시 2013. 7. 1일 10:00 ~ 17:00 (휴무) 일 소 잠원 컨벤스 잠원시가지 2층 개막 및 폐막 7월 1일 18:00 주최처 - 사회적기업진흥원(www.soci.com) 전담 홍보·세팅 - 중소기업진흥기금 및 민간 출연금 전액 후원 - 후원기관 등 후원처는 별도 - 사회적기업 사회적기업가 센터 - 참여기업 후원처 등 후원처는 별도	사회적기업가 국제포럼 일 시 2013. 7. 1일 10:00 ~ 17:00 일 소 중소기업진흥기금 소공동점(www.soci.com) 주 최 사회적기업진흥원(www.soci.com) 전담 세팅 후원처 - 사회적기업가 가치 실현을 위한 민간 후원처 - 사회적기업진흥기금 후원 후원처 별도 후원	소셜벤처 토크콘서트 일 시 2013. 7. 1일 10:00 ~ 17:00 일 소 잠원 컨벤스 잠원시가지 2층 주최처 - 사회적기업진흥원(www.soci.com) 전담 세팅 후원처 - 사회적기업가 가치 실현을 위한 민간 후원처 - 사회적기업진흥기금 후원 후원처 별도 후원	문화예술 페스티벌 일 시 2013. 7. 1일 10:00 ~ 17:00 일 소 잠원 컨벤스 잠원시가지 2층 주최처 - 사회적기업진흥원(www.soci.com) 전담 세팅 후원처 - 사회적기업진흥기금 후원 후원처 별도 후원
--	---	--	--

주최 | 후원 |

7. 프로보노

경영상 어려움을 겪고 있는 (예비)사회적기업의 수요를 발굴하고, 이들을 전문자원봉사자와 연계하여 성공적인 경영지원을 제공할 수 있도록 효율적으로 관리 운영함으로써 건전한 사회적기업 육성의 정책 수단

프로보노의 의미

프로보노(Pro Bono)란 '공익을 위하여 pro bono publico : for the public good 라는 뜻의 라틴어의 약어로서 주로 전문가가 자신의 전문성을 자발적이고 대가 없이 공공(사회)를 위해 봉사(public service)하는 일을 표현

프로보노의 종류

경영자문 및 멘토링

- 경영전략, 마케팅, 재무, 디자인, IT, 기술 등 다양한 분야에 걸쳐 무료 경영자문을 제공할 수 있음
- 일대일 또는 그룹미팅 형태로 진행 (비밀 보장 원칙)
- 단순한 조언에 그치는 것이 아니라 자신의 네트워크를 활용하여 문제 해결을 적극 돕기도 함
- 직접 대면, 전화, 이메일 등으로 이루어짐

교육 및 워크숍, 세미나:

- 자신의 경험과 노하우를 교육 및 워크숍 형태로 제공하거나 관련 워크숍/세미나 강사로 참여
- 창업에 대한 사례, 비즈니스, 영업, 사업계획, 재무관리 등의 교육 외 다른 사람과의 네트워크 기회 제공

온라인 자문

- 시간상의 제약 없이 즉각적인 지도나 직접적 관계를 원하지 않는 경우에 활용됨

파견근무

- 일정기간 동안 사회적기업에 근무

프로보노 절차



신청요건 및 방법

- **신청요건:** 사회적기업, 예비사회적기업, 사회적기업을 개발하려는 개인·비영리 단체
- **문의전화:** 031-697-7842

8. 민간자원 연계: 1사1사회적기업 캠페인

기업과 사회적기업의 연결고리: 1사 1사회적기업 캠페인

- 한국사회적기업진흥원의 1사 1사회적기업 캠페인은 기업의 사회적기업 파트너십을 지원합니다.
- 사회적기업에 대한 다양한 정보와 매칭 및 컨설팅을 제공하여 협력 사례가 널리 알려질 수 있도록 우수 사례를 관리하고 홍보합니다.
- 1사 1사회적기업 캠페인을 통하여 기업은 공유가치창출을 위한 사회공헌 활동을 전략적으로 수행할 수 있습니다.
- 기업이 사회적기업 파트너십 모델 수립 프로세스에 따라 전략을 수립할 수 있도록 지원합니다.



1사 1사회적기업 캠페인은

- 기업의 사회적기업 파트너십을 위한 연결고리입니다.
- 사회적기업 정보, 매칭, 컨설팅, 홍보 지원등을 통해 우수한 협력 사례가 나올 수 있도록 지원합니다.



사회적기업에 대한 정보 제공 · 매칭

기업은 사회적기업에 대한 정보가 부족합니다. 1사 1사회적기업 캠페인은 기업의 업종, 규모, 사회공헌 사업 현황 등을 고려하여 기업이 실제 의사결정에 활용할 수 있도록 최적화된 사회적기업 정보를 제공하고 매칭을 지원합니다.



사회적기업 연계형 사회공헌 프로그램 설계를 위한 컨설팅

사회적기업 연계형 사회공헌 프로그램을 고민하는 기업에게 사회공헌 전략과 프로그램에 대한 컨설팅을 제공합니다. 구매 및 판로지원, 프로보노, 사업연계, 투자 및 자금지원, 직접 설립 및 운영 등 다양한 협력 모델에 따라 사회적기업과 원원하는 사회공헌 프로그램을 설계할 수 있습니다.



사례 관리 및 홍보

1사 1사회적기업 캠페인 참여 기업의 협력 사례는 한국사회적기업진흥원 홈페이지 및 SNS, 간행물, 우수사례집, 연례 컨퍼런스 등을 통해 우수 사례로 홍보됩니다. 또한 여러 언론 보도매체를 통한 우수 사례 홍보를 지원합니다.

8. 국제협력

국제포럼: SELF ASIA (Social Enterprise Leaders Fourm in Asia)



- 지속적인 아시아 사회적경제 조성관련 정보교류를 위한 플랫폼 구축
- 아시아 지역 사회적기업과 지역공동체의 지속가능성 발전전략관련 아젠다 확립을 위한 네트워크 구축

아시아 사회적경제 관련 공통 이슈 파악과 지역실천전략(지역재생사례) 및 아시아연대 방안 등 지식 공유 및 역량 강화, 아시아 사회적기업 리더 간 네트워크 구축을 위한 대화의 장을 제공

해외 선진 사회적기업 · 유관기업 정책연구연수

- 아시아 및 유럽 유관기관 정책연구연수를 통한 제도 발전 토대 확립
- 선진 유관기관간 네트워킹 구축 및 선진사례 벤치마킹

선진 유관기관 현지 방문 등 정책 연수 통한 생태계조성 성공사례 발굴

- 사회적기업 육성 및 지원을 위한 구체적 방안 및 우리나라 적용방안 모색
- 사회적기업 생태계 활성화를 위한 정책 및 지원제도 등 발굴

협동조합형 사회적기업 육성 및 지원을 위한 해외 선진사례 벤치마킹

- 사회적기업 육성 및 지원을 위한 구체적 방안 및 우리나라 적용방안 모색
- 사회적기업 생태계 활성화를 위한 정책 및 지원제도 등 발굴

9. 협동조합 지원사업

협동조합 교육 및 홍보

협동조합 설립희망자, 설립된 협동조합의 임원 등 내부관계자, 협동조합 지원인력 등에 대한 교육을 진행하고 있으며, '협동조합의 날' 기념행사 개최 등 대국민 인식 제고를 위한 홍보를 통해 기본법 시행 초기 협동조합 분위기 조성에 주력하고 있습니다.

사회적협동조합 설립인가 지원

설립인가 신청서에 대한 소관부처의 검토지원 요청을 통해 사회적협동조합 설립인가와 관련된 제반사항을 지원합니다.



❖ 설립희망자는 권역별 지원기관에서 협동조합 및 사회적협동조합 설립을 위한 상담과 지원을 받을 수 있음

소셜챌린저29

사회적기업 창업 도전기

발행인 김재구

발행일 2013년 10월 4일

발행처 한국사회적기업진흥원
(461-721)
경기 성남시 수정구 수정로 157 7,8층

홈페이지 www.socialenterprise.or.kr

페이스북 facebook.com/socialcube.kr

전화번호 031-697-7700

팩 스 031-697-7853

기획취재 주식회사 베네피트

촬영·편집 070-8762-1100

디자인

출력·인쇄 낮은문화사
02-2272-5584
