사회적기업가 육성사업 3기
우수사례집

소셜챌린저 30

Social Challenger 30


열린


소울오브아프리카


러브시니어


자이엔트


제너럴피트니스


핑거119


무빙아트웍스


함께걷는발달연구소


상상우리


에이유디
사회적협동조합


아시안허브


더교육협동조합

한국사회적기업진흥원
Korea Social Enterprise Promotion Agency



더 나은 내일을 위해 도전하는 사회적기업 창업팀의 이야기

한국사회적기업진흥원장
김재구

안녕하십니까? 한국사회적기업진흥원 원장 김재구입니다.

2011년부터 한국사회적기업진흥원에서는 사회혁신을 지향하는 창의적인 사회적기업을 육성하고자 사회적기업가 육성사업을 추진하고 있습니다. 이 사업을 통해 현재 1,400여개의 창업팀이 육성되었고, 이들은 이제 사회혁신을 추구하는 문화를 만들어 내고 있습니다.

사회적기업에 대한 열정이 있는 청년들의 도전으로 시작된 이 사업은 점차 그 영역을 확대하여 우리사회의 변화를 선도하고 있습니다. 뜻을 함께 하는 사람들이 모여 새로운 시각으로 사회적기업의 발전방향을 모색하고 있기 때문입니다.

물론, 그 과정은 쉽지 않았습니다. 하지만, 창업팀의 노력과 도전이 사회변화에 큰 의미가 있음을 확신하였기에 우리 진흥원은 창업자금, 멘토링, 창업공간, 사후관리 등 이들의 특성을 반영한 맞춤형 창업지원을 하고 있습니다.

이 책은 바로 이들의 발자취에 관한 이야기 입니다. 350여개의 2013년 사회적기업가 육성사업 창업팀 중 3차에 걸친 엄중한 심사를 통해 우수 사례로 선정된 30개 창업팀의 이야기입니다.

작지만 의미 있는 출발에서 시작하여 사회문제를 인식하고 해결하는 과정을 담았습니다. 350여개 창업팀의 이야기는 모두 담을 수 없었지만, 우리 사회 문제에 대해 직접 고민하고 사회문제를 창의적으로 해결하려는 이들에게 모두 박수를 보냅니다.

충분하지 않은 사업자금과 부족한 사업 노하우 등의 이유로 뜻대로 사업이 진행되지 않기도 하였을 것입니다. 하지만 그 어려움 속에서도 창업팀은 '어떻게' 사회문제를 해결할 것인가에 대한 해답을 찾기위해, 끊임없이 고민하였습니다. 이들의 사회문제에 대한 혁신적이고 창의적인 접근을 위한 노력이 있기에 사회적기업 더 나아가 우리사회의 미래는 밝다고 생각합니다. 확실한 목적을 지닌 많은 이들이 함께 고민한다면 더 나은 방향으로 변화가 가능하기 때문입니다.

마지막으로 바쁜 일정에도 불구하고 흔쾌히 취재에 협조하여 주신 사회적기업 창업팀들과 이들을 위해 지원을 아끼지 않으신 위탁운영기관 관계자분들께도 깊은 감사를 드립니다. 또한, 지금 이 순간에도 사회적기업가의 길을 묵묵히 가고 있는 모든 분들께 격려와 박수를 보냅니다.

앞으로도 한국사회적기업진흥원은 사회적기업가 육성을 위해 정성과 힘을 기울여 사회적기업이 활성화될 수 있는 생태계를 조성해 나갈 것입니다. 감사합니다.

한국사회적기업진흥원장 **김재구**

CONTENTS

사회적기업가 육성사업 3기 우수 30팀









용어 설명 6
사회적기업가 육성사업 소개 8
소셜챌린저30, 이렇게 구성되어 있습니다 10

새로운 시각을 지닌 사람들

창의공작소 16
알로하아이디어스 26
힐링브러쉬 36
Finger119 46
열린책장 56
나눔인 68
소셜핸디아트 78
재주도좋아 88

문제 해결로(路)를 개척하는 사람들

SUNLAB 100
열린 110
쏘울오브아프리카 120
우리동네사람들 130
케이앤아츠 140
자이엔트 152
이풀약초협동조합 162

그늘진 곳에 손을 내미는 사람들

상상우리 174
더클린산업 184
제너럴피트니스 194
러브시니어 204
함께걷는발달연구소 214

길터여행협동조합 226
춤추는 헬렌켈러 236
아시안허브 248

함께 웃고 함께 우는 사람들

이피큡 260
청주마실 270
이팝나무 280
무빙아트웍스 290
섬나들이 300
에이유디 사회적협동조합 310
더교육협동조합 320

스타 사회적기업가 8팀

더뉴히어로즈(콘삭스) 332
두손컴퍼니 338
리움 344
블루밍 350
빅워크 356
에이컴퍼니 362
오마이컴퍼니 368
토닥토닥협동조합 374

스타사회적기업가가 말한다!
'무엇이든 물어보세요' 380









용어설명

사회적기업

1. 사회적기업이란 영리기업과 비영리기업의 중간 형태로, 사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 재화·서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업(조직)을 말한다.
2. 사회적기업 육성법 에서는 사회적기업을 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 고용노동부 장관의 인증을 받은 기관으로 정의하고 있다.
3. 영리기업이 주주나 소유자를 위해 이윤을 추구하는 것과는 달리, 사회적기업은 사회서비스를 제공하고 취약계층에게 일자리를 창출하는 등 사회적 목적을 조직의 주된 목적으로 추구한다는 점에서 차이가 있다.

예비 사회적기업

1. **지역형 예비사회적기업:** 사회적목적 실현, 영업활동을 통한 수익창출 등 사회적기업 인증을 위한 최소한의 법적 요건을 갖추고 있으나 수익구조 등 일부 요건을 충족하지 못하고 있는 기관을 지방자치단체장이 지정하여 장차 요건을 보완하는 등 향후 사회적기업 인증이 가능한 기관을 말한다.
2. **부처형 예비사회적기업:** 사회적목적 실현, 영업활동을 통한 수익창출 등 사회적기업 인증을 위한 최소한의 요건을 갖추고 있는 기관으로서, 중앙부처장이 지정하여 장차 요건을 보완하는 등 사회적기업 인증을 목적으로 하는 기관을 말한다.

소셜 벤처

창의적이고 도전적인 벤처 정신으로 사회문제의 솔루션을 제공하는 혁신적인 기업 모델

1. 개인 또는 소수의 기업가가 사회문제를 해결할 혁신적인 아이디어를 해결하기 위해 설립한 신생기업
2. 높은 위험 부담을 감수하지만 성공할 경우 높은 사회적 가치와 기대 이익 예상
3. 사회적 목적을 지속가능하게 할 모험적 사업에 도전하는 창의적 기업가 정신을 가진 기업가에 의해 주도
4. 전통적 사회복지와 대안 기업의 새로운 경영모델로서의 소셜벤처(벤처기업의 운영 원리와 취약계층과 사회문제에 대한 이해를 바탕으로 하는 미래 기업)

소셜벤처 경연대회

1. **주최/주관** 고용노동부, 한국사회적기업진흥원
2. **사업목적** 1) 사회적기업에 대한 이해와 관심 증진을 통한 인식 확산 및 대국민 차원의 공감대 형성
   2) 소셜벤처 아이디어 발굴 및 사업화 지원을 통한 혁신적인 사회적기업 모델 확산
3. **참가자격** 소셜벤처에 대한 아이디어와 사업화 계획이 있거나 평소 사회적기업에 관심이 많은 개인 또는 단체

협동조합

1. 재화 또는 용역의 구매 · 생산 · 판매 · 제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역사회에 공헌하는 사업조직 (협동조합기본법 제2조 제1호)
2. 공동으로 소유되고 민주적으로 운영되는 사업체를 통하여 공통의 경제적, 사회적, 문화적 필요와 욕구를 충족시키고자 하는 사람들이 자발적으로 결성한 자율적인 조직 (국제협동조합연맹(ICA))
3. 이용자가 소유하고 이용자가 통제하며 이용규모를 기준으로 이익을 배분하는 사업체(미국 농무성(USDA))

사회적 협동조합

사회적협동조합이란 협동조합 중 지역주민들의 권익·복리 증진 등과 관련된 사업을 수행하거나, 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 영리를 목적으로 하지 아니하는 협동조합을 말한다.

마을기업

마을 기업은 지역공동체에 산재해 있는 각종 향토, 문화, 자연자원 같은 특화자원을 이용해서 안정적인 소득과 일자리를 창출하는 마을단위 기업을 말한다.

로컬푸드

로컬푸드(local food)란 장거리 운송을 거치지 않은 지역 농산물로, 최근 잘 먹고 건강하게 사는 법에 대한 사람들의 관심이 높아지면서 유기농 등과 함께 하나의 음식 트랜드로 자리매김 하였다.

취약계층

소득기준에 의해 사회서비스 구매능력이 부족한 저소득층과 노동시장 여건상 취업하기 어려운 취업취약계층을 말한다. 가구 월 평균소득이 전국 가구 월 평균소득의 100분의 60 이하이거나, 55세 이상의 고령자, 장애인, 실업기간 6개월 이상의 장기실업자, 신용불량자, 노숙자 등이 이에 속한다.

대안학교

제도교육의 한계를 인식하고 학습자 중심의 자율적인 프로그램을 운영하여 공교육의 문제점을 보완하는 종래의 학교 교육과는 다른 학교를 말한다. 대안학교는 크게 학력을 인정해주는 인가형 학교와 비인가형 학교로 나눌 수 있으며 학교마다 서로 다른 철학적 배경을 가지고 있다. 소규모로 운영되는 경우가 많으며 개별 학교마다 제각각의 특성을 지니고 있어 학생과 학부모의 교육에 대한 기호에 따라 선택할 수 있다.

사회적기업가 육성사업을 소개합니다

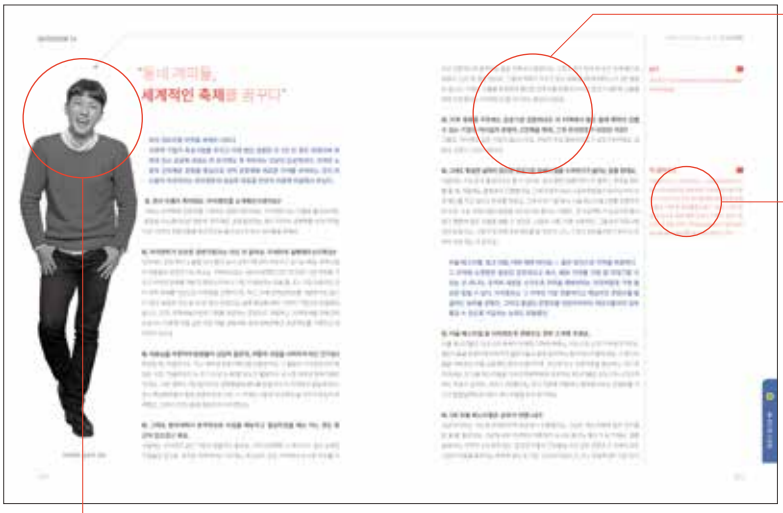
사업내용	사회적기업가로서의 자질과 창업 의지를 가진 이들을 대상으로 사회적 목적 실현부터 사업화까지 사회적기업 창업의 전과정을 지원한다.
신청자격	창의적인 사회적기업 창업아이디어를 보유하고 창업을 준비하는 자로, 사회적기업가로서의 활동의지가 있는 사람(팀)
사회적기업가(팀) 지원방법	**1) 사회적기업가 육성사업 사회적기업가(팀) 지원** 매년 초 한국사회적기업진흥원 홈페이지에서에서 모집공고 확인 **2) 소셜벤처경연대회 창업부문 지원** 권역별 심사 합격자 대상 차년도 사회적기업가 육성사업 우선선발권 부여
지원내용	**1) 창업 공간 제공** 사회적기업가(팀)에게 창업에 필요한 업무 공간을 제공함으로써 창조적이고 발전적인 사업을 추진할 수 있도록 지원 **2) 창업자금 지원(최소 2,000만원 ~ 최대 4,000만원)** ▪ 활동비: 시장 정보 획득, 문헌구입비, 회의비, 여비, 공공요금 등 ▪ 교육 및 컨설팅비: 외부 전문가 및 전문기관에서 실시하는 교육이나 컨설팅에 소모되는 비용 ▪ 사업화개발비: 사업추진을 위한 홍보, 시제품을 제작하는데 사용되는 실소요 비용 **3) 멘토링 지원** 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) 사후관리지원** 사업 종료 이후, 홍보 네트워크 자원연계 교육 및 컨설팅 프로그램 등을 통한 지속적인 사회적기업가(팀)의 성장 지원

추진 절차 ①사업공고 (고용노동부, 한국사회적기업진흥원) ②사회적기업가(팀) 모집 및 선정 ③사업수행 및 창업지원 (멘토링 자금지원 등) ④사회적기업가(팀) 중간평가 ⑤창업완료 및 사후관리

2014년 사회적기업가 육성사업 위탁기관 현황

신청지역	기관명	대표주소	연락처	메일주소
서울/강원	사회연대은행	서울특별시 성북구 월계로 36길 27, 1층	02-2280-3311	iconos@bss.or.kr
	사회적기업지원네트워크	서울특별시 관악구 남부순환로 1427, 2층, 3층	070-4365-8390	sobic@sesnet.or.kr
	씨즈	서울특별시 서초구 사평대로55 심산기념문화센터 2층 서초창의허브	02-355-7910	se2013@theseeds.asia
	열매나눔재단	서울특별시 중구 남산동 2가 19-8 열매나눔빌딩 202호	02-2665-0046	june515@hanmail.net
	함께일하는재단	서울시 양천구 신정동 해누리타운 8층	070-4469-1300	wt.sovic@gmail.com
	상지대학교 산학협력단	강원도 원주시 상지대길 83(우산동) 한방의료기기진흥센터 1층 행정실	033-738-7953	ysnr00@naver.com
경기/인천	사회적기업희망재단	경기도 수원시 장안구 장안로 92, 태범빌딩 2층, 4층	070-4322-1994	jasaim@sefund.or.kr
	인천정보산업진흥원	인천광역시 남구 도화동 592-5 아이티타워 3층 301호	032-250-2181	joy@inis.or.kr
대전/충청	(사)퍼스트경영기술연구원	충북 청주시 상당구 교서로 2(영동 4층)	070-4404-9979	cms0305@hanmail.net
	(사)충남사회경제네트워크	충남 아산시 신창면 순천향로 22 공과대학 1층 9130호	070-4632-2290	urissal3@gmail.com
	풀뿌리사람들	대전광역시 중구 대흥로 10번길 9번	070-8767-2964	3829924@gmail.com
광주/전라/제주	광주대학교 산학협력단	광주광역시 남구 효덕로 277 행정관 7층 사회적기업창업상담실	062-670-2794	incu@socialcenter.kr
	광주NGO시민재단	광주광역시 서구 상무번영로 57 KT텔레캅호남본부 3,4층	062-381-1134	incu@socialcenter.kr
	전북경제통상진흥원	전북 전주시 덕진구 팔과정로 164, 본관 1,2,3,5층	063-711-2015	hun4931@jbba.kr
	제주사회적기업경영연구원	제주도 제주시 서광로 20길 3,4층	064-721-1988	jujueb@naver.com
대구/경북	대구대학교 산학협력단	경북 경산시 진량읍 대구대로 201 산학협력단 1214호	053-850-4778	lacfdu@hanmail.net
	시간과공간연구소	대구광역시 중구 북성로 1가 74	070-7862-0907	dgserc@hanmail.net
부산/울산/경남	부산디자인센터	부산광역시 해운대구 센텀동로 57, 3층	051-790-1043	ly099@dcb.or.kr
	사회적기업연구원	부산광역시 해운대구 재송동 367-1 현대오일뱅크 2층	070-4135-0275	sk1213@rise.or.kr
	울산대학교 산학협력단	울산광역시 남구 대학로 93, 22호관 303호	052-259-1326	su2934@ulsan.ac.kr
	창원대학교 산학협력단	경남 창원시 의창구 창원대학로 20, 21호관 401호	055-213-2931	youthse@daum.net
특화	서울디자인재단 (디자인/패션)	서울특별시 종로구 율곡로 283 서울	02-3705-0019	ezhye@seouldesign.or.kr
	부천문화재단 (문화/예술)	경기도 부천시 원미구 장말로 107, 복사골문화센터 4층 문화사업팀	032-320-6333	enter@bcf.or.kr
	안동대학교 산학협력단 (커뮤니티비즈니스 농촌형)	경북 안동시 경동로 1375, 공동실험실습관 산학단 403호	054-820-6656	pilkoo@anu.ac.kr

소셜챌린저 30
이렇게 구성되어 있습니다.



대담 인터뷰

긴 육성사업 기간을 끝내고 자리잡은 창업팀 대표님들의 솔직한 이야기를 들어볼 수 있습니다. 과연 사회적기업가들은 어떤 생각을 하면서 기업을 꾸려가고 있을까요?

날개글

인터뷰를 이해하는 데 필요한 정보들이 추가적으로 삽입되어 있습니다. 생소한 단어나 각 창업팀의 에피소드가 짧은 문장으로 정리되어 있어요!

대표자

우수 창업팀의 대표님 사진이 멋지게 들어가 있습니다. 모두 인상이 너무 좋으세요. 가치있는 일을 하면 얼굴도 좋아지나봐요.



사회문제에 대처하는 그들의 자세

우수창업팀의 소셜 미션 및 비즈니스 모델을 분석한 페이지입니다. 지금 우리 사회에 어떤 문제가 있는지, 창업팀은 그 문제를 어떻게 분석했는지, 그래서 어떤 방법으로 접근하였으며, 어떤 전략으로 문제를 해결하려 하는지 를 낱낱히 분석했습니다. (문제-분석-접근-수단-전략) 우수 창업팀을 이해하는 데 도움이 되실 거예요!

H-온드림 오디션



H-온드림 오디션이란?

현대자동차그룹, 현대차 정몽구 재단이 주최하는 H-온드림 오디션은 사회문제의 혁신적, 창의적 해결 아이디어를 가진 청년 사회적기업가의 발굴과 육성을 통해 청년들의 새로운 고용 창출에 기여하고 지속가능한 사회적기업 생태계를 만들어 가는 자리이다. 사회문제의 혁신적 해결을 위한 창의적인 아이디어를 가진 사회적기업가의 성장에 필요한 재정 및 경영 등을 지원하고 있다. 2012년부터 시작된 H- 온드림 오디션은 총 90팀의 펠로우를 배출하였으며 (2014년 9월 기준) 지금까지 온드림 펠로가 창출한 일자리는 약 463개 이상으로 발생한 매출의 합은 65억원이 넘는다.



H-온드림 수상팀

사회적기업가 육성사업팀의 큰 잔치! 현대자동차에서 주최하는 H-온드림 오디션의 수상팀은 따로 표시를 해두었습니다. 오디션에서 잠재 가능성을 인정 받은 만큼, 눈여겨 봐주세요!

JUMP-UP 프로젝트



JUMP-UP 프로젝트란?

청년창업 활성화와 사회적기업의 지속적인 성장을 지원하기 위해 사회적기업 경기재단, 한국사회적기업진흥원이 함께 2012년부터 진행해 온 KDB대우증권의 사회공헌 프로젝트. 2개 이상 기업의 컨소시엄 사업단 형태로 참여가능하다. 사회적기업가 육성사업 중 법인기업 및 (예비)사회적기업으로의 진입의지가 있는 기업이 반드시 컨소시엄 기업 중 한 곳으로 포함되어야 한다. JUMP-UP 프로젝트에 선정되면 취약계층 대상의 사업을 직접 진행할 수 있는 사업비를 지원해 준다. 사회적기업가 육성사업팀에게는 또 한번 발돋움 할 수 있는 좋은 기회다.



점프업 프로젝트 참여기업 & 소개

점프업 프로젝트는 2개 이상의 사회적 경제 기업이 만나 진행한 프로젝트입니다. 이번 사회적기업가 육성사업 3기 우수창업팀들 중에도 참여 기업이 있는데요, 따로 페이지를 만들어 내용을 공유합니다!

사회적기업의 협업이란?

두개의 기업이 만나 협업을 하기란 쉬운일이 아닙니다. 점프업 프로젝트 기간 동안 어떤 일이 있었는지, 간단히 이야기를 나누어 봤습니다.

스타 사회적기업가 발굴 프로젝트



스타 사회적기업가란?

한국사회적기업진흥원이 주관하고 우리은행이 후원하는 스타 사회적기업가 발굴 프로젝트는 스타트업 단계 사회적기업의 지속가능한 토대 구축을 위해 기존 창업팀 중 우수한 사회적기업가를 선정하여 육성하는 제도다. 이를 통해 사회적기업가 정신을 전파하고 건강한 사회적기업 생태계를 만드는 것이 목표이며 선정된 사업팀은 우리은행의 후원 아래 프로젝트 선정 기업당 최대 1,200만 원 이내 지원을 받을 수 있다. 사업화 아이템의 제품화, 품질 개선 및 홍보 등을 위한 사업비 지원 외에도, 성장단계별 맞춤형 멘토링 교육, 창업자의 경영역량을 향상시키기 위한 컨설팅이 제공되며 사회적기업 정책매장 우선입점 등의 판로지원을 받을 수 있다.

스타 사회적기업가와의 대화

육성사업을 하면서 어려웠던 점, 미래를 계획하는 데 걱정이 되는 부분들, 걱정하지마세요!
스타 사회적기업가가 답해드립니다!





나눔인

SUNLAB

더클린산업

섬나들이

우리동네사람들

이피큡

이팝나무

이플약초협동조합

청주마실



소셜핸디아트

춤추는 헬렌켈러



창의공작소

케이앤아츠



열린책장



힐링브러쉬



알로하아이디어스

길터여행협동조합



재주도좋아

새로운 시각을 지닌 사람들

01

현재 우리가 사회문제라고 정의하는 것들은 대부분 한때 아무도 중요하게 여기지 않던 것이었습니다. 장례 문화는 의식에 지나지 않는다고 생각했고, 선물은 주는 데에만 의의가 있다고 생각해 왔습니다. 하지만 사회가 복잡해지면서 문제로 치부되지 않았던 일들이 문제로 대두하기 시작했습니다.

'새로운 시각을 지닌 사람들'은 이러한 문제를 바라보면서 다른 시각으로 새로운 해결 방법을 모색하는 사회적기업가들을 말합니다. 이 사회적기업가들은 더 나은 사회를 위해서 중요했지만 중요하게 여기지 않았던 것에 집중했습니다. 발전적으로 생각하고 새로운 시야로 세상을 바라볼 때 해결해야 할 문제들이 보인다는 걸 알고 있었기 때문입니다.

열린

소울오브아프리카

러브시니어

자이엔트

제너럴피트니스


핑거119

무빙아트웍스

함께걷는발달연구소

상상우리

에이유디
사회적협동조합

아시안허브

더교육협동조합



01

창의공작소
송미숙 대표

‘육각형은 변과 각이 여섯 개고 한 내각은 120도’. 우리가 배운 육각형의 전부다. 이렇게 배운 건 수학시험 점수를 몇 점 높여준 것 말고는 학습자와 특별한 관계가 없는 공부였다. 창의공작소는 이러한 단편적인 공부법에 새 패러다임을 제시한다. 이들이 꿀벌의 집과 함께 설명하는 육각형에는 도형도, 과학도, 생명의 존엄함도, 자연 생태계도 담겨 있다. 이처럼 창의공작소는 아이들이 하는 어떤 공부에도 창의적인 사고를 더할 수 있도록 다양한 형태로 아이들을 돕고 있다.



"생태에 기반한 창의교육을 실현하다"



창의공작소 송미숙 대표

이렇게도 공부할 수 있다니

창의공작소 사무실에 들어서서 마주친 교구들, 그리고 이들이 제공하는 교육 콘텐츠는 배움에 새로운 패러다임을 주기에 충분했다. 적어도 학생 개개인에게는 말이다. 모두가 이러한 형태의 교육을 받았다면, 수십 년을 지켜오던 학교의 억지스러운 훈계나 규칙은 필요하지 않았을지도 모른다.

Q. 창의공작소를 소개해 주세요.

창의공작소는 창의적인 콘텐츠를 만들어 보급하는 교육 기업입니다. '생태와 협동으로 지속가능한 발전에 공헌하는 기업'이라는 소셜미션을 가지고 있는데요. 거창한 소셜미션 밑에서 우리가 하는 일을 쉽게 이야기하면 생태에 기반한 창의교육 컨텐츠를 만들어 보급하는 거예요. 저희가 특허 낸 교구들이 몇 가지 있는데요. 분수를 쉽게 하게 해 준다거나, 아이들이나 노인에게 촉각인지를 주는 기능 블록 등입니다. 사실 교구들만 보면 사고력이나 수학 생각이 나니까 많은 분들이 수학을 중심으로 교육하는 기업이라고 생각하세요. 하지만 수학을 '잘' 하는 것이지 수학만 하는 건 아니고요. 전반적으로 창의성과 관련된 융합 콘텐츠를 만들어요. '생태 수학'이라는 키워드는 어디에도 없는데, 식물이나 동물, 곤충이라는 주제를 가지고 수학을 해석하는 콘텐츠를 만드는 거예요. 또 저는 특허청 발명강사인데요. 에코창의성이라고 해서 에코와 환경, 재사용을 창의성의 영역으로 가져와서 아이들이나 선생님들, 성인들과 수업하기도 합니다.

Q. 생태교육, 에코창의성이라는 개념들이 통섭적이라는 생각이 드는데요. 구체적인 예를 하나만 들어주시겠어요?

저희가 지난 8월 11~12일에 성북구에 있는 50여 명의 초등학생 3, 4학년과 함께 이틀 동안 캠프를 했어요. 거기서 '꿀벌 육각형의 비밀'이라는 주제로 수업을 했는데요. 육각형은 수학적인 개념이고 꿀벌은 생태 곤충이잖아요. 그러면 처음에 꿀벌이라는 곤충 이야기도 하지만 육각형 형태의 꿀벌집이 수학적으로 효율성이 높거든요. 그걸 같이 설명해주는 거예요. 그리고 나서 실제로 실험도 해요. 비누 거품 실험으로 육각형이 만들어지는 과정을 만들어 봅니다. 결국, 생태와 수학, 실험과 관찰이 분절된 것이 아니라는 것을 보여주는 거죠. 수업 과정에서 선생님은 아이들의 생각을 끌어내고, 관찰하게 하고, 오감을 활용하게 도와요. 그룹 내에서 협동하게 하는 시스템을 가지고 아이들이 발표도 하게 해요. 그러면 아이들이 꼭 자기 이야기가 정답이 아니더라도 다른 친구의 이야기를 들으며 느끼는 점도 생기고, 스스로 생각도 다시 정리해볼 수 있죠.

자연을 사랑하고 아껴야 한다는 당위적인 이야기가 아니라 실험을 통해서 '아, 꿀벌이 똑똑하구나, 꿀벌이 없어지면 인간도 살 수 없구나'라는 걸 보여주는 거예요. 자연친화, 환경, 오염을 다 떼놓고 이야기하면 내 생활과는 상관없는 이야기거든요. 하지만 내가 필요한 공부를 하면서도 환경적인 게 녹아들게 해요. 아이들의 언어로 가져가는 것이 생태교육의 다른 키워드가 아닐까 생각해요.

Q. 와. 신기하네요. 어른인 지금 들어도 흥미로운데요.

수학이나 창의성, 발명 같은 것들을 보면 사실 인간의 많은 부분이 자연으로부터 차용되어 온 게 많아요. 철학적 사고 속에서 너무 인간중심적으로 사고하다 보니 자연을 지배해야 한다는 생각이 강해졌을 뿐이죠. 다시 자연으로 되돌아가고 슬로에듀의 지향을 가지고 있을 때 자연으로부터 배울 수 있는 것들이 많다고 생각해요.

Q. 그간 계속 교육 분야에서 일하셨나요?

비영리단체 4년을 했고요. 공동대표인 한상직 대표는 성미산에서 7년 간 대안 교육 쪽에서 일하셨어요. 저도 성미산에 2년 반 동안 일했고 그 외에도 발명강사, 체험학습 강사 등으로 공교육과 사교육을 넘나들면서 다양한 교육을 시도했었죠. 정교사는 아니었지만 교육에 대한 고민을 15년 했어요. 그러면서 교육에서 우리가 할 수 있는 것을 고민하다가 오늘의 창의공작소가 있는 거예요.

Q. 사회적 경제 영역에는 어떻게 들어오셨나요?

2012년에 1기 위키서울에서 교육협동조합으로 우수상을 받았어요. 그 후 2013년에 사회적기업가 육성사업의 사회연대은행 창업팀으로 보육을 받게 된 겁니다. 창업은 2013년 10월에 했지만 그 전부터 교육에 관한 콘텐츠는 꾸준히 쌓아왔어요. 그리고 2014년 6월에 환경형 예비사회적기업으로 지정받게 됐어요.

공교육을 바꾸어야 한국 교육이 바뀐다
대안교육이 모티브가 되었을 수는 있지만, 창의공작소는 그 교육대상을 특정 교육 수혜층에게 한정하지 않는다. 오히려 사각지대가 가장 넓고 눈에 띄는 공교육에서 대상을 찾는다. '규모의 교육'을 통한, 더 효과적인 변화를 꿈꾸기 때문이다.

Q. 대표님은 기존 교육의 한계를 어떻게 보셨나요?

가장 크게는 어쨌든 아직도 유지되는 입시교육에 대한 고민이 크죠. 입시가 바뀌지 않으면 공교육이든 사교육이든 대안교육이든 크게 변하기가 어려우니까요. 나도 대안교육 교사로 있었고 아이들도 대안학교를 다녔음에도 불구하고 입시 시점이 되면 고민이 됩니다. 우리나라는 OECD 국가 중 수학, 과학 성취도는 가장 높은데 흥미는 하위에 있거든요. 그건 결국 입시제도가 바뀌지 않으면 바뀌지 않는 것이라고 생각해요.

Q. 기본 교육 대상이 공교육 수혜자가 대상인가요?

네. 제가 학원에서도 12년을 일했었어요. 두루 넘나들었죠. 여러 교육기관에서 일하면

성미산 마을

서울 성산동 해발 66m 성미산 일대에 1000여명의 주민이 거주하는 마을. 1994년 지역 주민들이 공동육아를 시작하면서 교육, 주거, 문화 등 모든 분야에서 공동 생활을 하는 공동체촌으로 발전했다.

위키서울

'위키서울'은 서울 시민의 참여와 협력에 기반한 문제 해결형 사회적 경제 조직 활성화를 목표로 2012년 시작되었다. 이 대회를 통해 1,024개 시민 아이디어가 위키서울 홈페이지 (www.wikiseoul.com)에 등록되었고, 심사를 통해 청소년 문제, 청년 주거, 재래시장 활성화 방안 등 43개 시민 의제가 선정되었다. 크라우드 펀딩 및 프로젝트 실행 과정을 거쳐 열린옷장, 비영리IT 지원센터, 오늘공작소, 커피큐브 등 총 9개 최종 우수팀이 선발되어 활발한 활동을 이어 가고 있다.



서 느끼는 건 완벽한 기관은 없다는 거예요. 대안학교에도 장단점 있어요. 공교육에도 장단점이 있고요. 그런데 문제는 다수들이 공교육에 있다는 겁니다. 우리는 공교육이 정상화될 수 있도록 교육 사회적기업으로서 공헌할 수 있는 부분을 하고 싶고, 해야 한다고 생각하는 거예요.

Q. 그러면 주로 학생들을 어디서 만나시나요? 방과후학교인가요?

방과후학교는 잘 안 가려고 해요. 방과후학교가 포화상태거든요. 정말 많은 조직들이 방과후학교를 잠식했거든요. 심지어 빨간펜과 SK 행복나눔재단의 행복한 학교까지요. 그리고 그 시장 자체가 그렇게 많은 교육비를 주지 않아요. 수익성에서도 아쉬운 부분이 있는 거죠. 그리고 특별활동 선생님이 마음에 들지 않으면 지속되기가 어려워요. 우리는 단지 고용된 강사이기 때문에 아무리 경력이 좋아도 안 되면 안 되는 거죠. 실제로 2년 전쯤 아이들에게 3만 원의 방과후 비용을 받고 서울 창의력 올림피아드 세계대회 미국에 다녀왔어요. 근데 다녀온 후 복귀가 안 됐어요. 거기 숟가락을 하나 더 얹어놓는 게 크게 의미가 없는 것 같아요. 다 하고 있는데 후발주자로 들어가면 더 힘들거 아니에요. 저는 사회적기업은 계속 새로운 시장을 창출하지 않으면 지속가능하지 않다고 생각해요. 그래서 다른 틈새 개발에 주력하고자 해요. 올해는 구에서 운영하는 민간교육 콘텐츠 사업을 했어요. 성북구 지역 초등학교 3~5학년을 중심으로 에코창의수업을 진행했고, 5학년을 대상으로는 생태 수학을 교육했습니다.

Q. 구와 함께 사업하시기도 하는군요.

성북구에 민간 콘텐츠 공모사업이 있었어요. 선정되면 학교에서 교사들이 교육내용을

보고 선택해서 매칭되는 거예요. 제가 들어간 학교는 융합인재교육(STEAM)을 지향하는 편이에요. 사실 이게 교과부 지침이거든요. 미국에서 유행하고 있는 건데, 창의공작소도 창의력과 기초과학 같은 걸 통합하기를 지향하거든요. 강사와 보조강사가 정규 수업시간에도 들어가서 에코창의성을 기반으로 한 수업을 진행했어요.

융합인재교육(STEAM)

과학기술에 대한 흥미와 이해를 높이고 과학기술 기반의 융합적 사고와 문제해결력을 배양하는 교육. STEAM 교육은 과학(Science), 기술(Technology), 공학(Engineering), 예술(Art), 수학(Mathematics) 분야의 지식과 개념을 종합적으로 이해하여 실생활에 적용할 수 있는 능력을 기르도록 하는 것을 목표로 한다.

Q. 크게 교구와 교육 사업으로 나뉘는 것 같은데, 교구 사업은 어떻게 진행되고 있나요?

처음에는 교구 만들기에 몰입했는데, 사업비와 시간이 너무 많이 들었어요. 현재 몇몇 교구는 특허를 받고 시청 다누리 매장 등에 비치되어 있는데요. 일단 그 상태에서 멈추고 있습니다. 전체 역량의 2/3 정도는 직접 교육을 실행하는 데에 쏟아붓고 있어요. 멘토링 해주신 분도 웬만한 교구는 다 나와 있으니 다 할 필요는 없다고 하셨어요. 우리 콘텐츠와 연관시켜서 몇 가지만 특화 개발하는 것이 좋겠다고요. 교구도 차차 다시 진행해야죠. 대신 지금 하고 있는 생태수학, 에코콘텐츠, 달팽이학교 등을 체계화시키고 나중엔 어머니들을 만나기 위한 수업도 시작할 거예요.

Q. 교육을 오랫동안 해 오셨는데, 언제 가장 보람을 느끼시는지 궁금해요.

5년 전에 화곡초등학교에 교육청 저소득층 지원사업으로 3~5학년 15명을 데리고 1년간 발명 수업을 한 적이 있어요. 대부분 할머니랑 사는 아이들, 결손가정 아이들이었죠. 집에 가면 엄마도 없고, 전반적으로 자신감이 없어요. 학업성취도 수준도 낮은 편이고요. 그 아이들이 1년 수업하면서 변화한 걸 본 게 큰 희망이었어요. 사실 인간은 누구나 창의력을 타고나요. 환경이나 자극에 따라서 얼마든지 길러질 수 있거든요. 학교에서 그림자처럼 앉아있던 아이들이 자유로운 환경에서 애정 어린 이야기를 해주니까 나중에는 노트도 가져오고 자기 이야기도 하더라고요. 후에 졸업한 아이 중 한 명으로부터 전화가 왔어요. 중학교에 발명수업이 생겼다고요. 선행학습을 한 셈인 거죠. 그러니 더욱 자신감이 생기고 학교 가는 게 기다려지는 거예요. 교육이라는 건 환경적인 요인이 많아요. 개천에서 용 나지 않는 건 삶의 질, 경제력이 교육을 지배하고 있는 구조가 강화되는 게 사실이기 때문이에요. 제가 그때 화곡초등학교에서 경험한 것만 생각하더라도 교육사회적기업으로서 할 일이 반드시 있다는 거죠.

교육기업 대표의 기업가 정신

보통 교육분야, 문화분야의 사회적기업은 제조나 기술 기반의 사회적기업에 비해 상대적으로 혁신성과 비즈니스적 지향이 떨어진다는 평가를 받는다. 하지만 송미숙 대표는 그 어떤 조직보다도 '시장'의 평가를 중시한다. 교육 '소비자'를 만족시키는 일이야말로 아이들의 교육 효과를 가장 직접적으로 높이는 동시에 창의공작소의 지속가능성을 담보하는 길이기 때문이다.

Q. 대표님께서 교육 분야에 지속적인 관심을 가지게 된 이유가 무엇인가요?

계기는 제 아이들이에요. 지금은 다 커서 스무 살이 넘었는데요. 10여 년 전에 제 아이가 질문을 많이 하던 친구인데, 그 때문에 학교 선생님이 이상한 아이로 치부하셨어요. 그때부터 교육을 끊임없이 고민했던 것 같아요. 초등학교를 졸업한 이후에는 성미산

서울 e-품앗이

서울시내 각 지역에서 통용되는 공동체화폐 '문'을 통해 회원들이 품과 물품을 거래할 수 있는 교환 제도

대안학교를 가게 되었고 결국 검정고시도 치렀죠. 그 과정에서 끊임없이 부모로, 선생님으로, 제삼자로 교육을 바라보게 되었어요. 예를 들어 대안학교가 좋게 평가되는 부분도 많지만, 여기는 아이들의 수가 너무 적어요. 사춘기 때 또래집단이 너무 적으면 내 마음에 맞는 친구가 없을 수도 있거든요. 또 자유롭기 때문에 체계가 완전히 잡히지 않아서 부모의 불안이 있을 수도 있고요. 돈을 많이 내야 하는 경우도 있죠. 다시 되돌아와서 생각할 때 제겐 교육이 화두였고 제 아이들은 다양한 교육의 산물이었기 때문에 내가 살아있는 동안 교육의 문제가 너무나 중요한 기제라고 생각했어요.

Q. 총 세 분이 함께 일한다고 하셨는데, 공동대표 외에 다른 한 분은 어떤 일을 하시나요?

그분은 이곳(성북구)에 오래 사셨던 분이에요. 보통 교육하시는 분들이 지역과는 일하려고 하지 않으시는데요. 저희는 지역과의 연결이 중요하다고 봅니다. 이 분은 지역과 연결하는 매개역할을 해 주세요. 지금은 이런 일들을 하면서 서울 e-품앗이 성북구 센터에서 장터도 하고 계세요. 이것도 아이들에게 교육이고 생태에 맞닿아 있는 부분이라고 봅니다. 물건 순환도 결국 경제적 생태이기 때문이죠.



Q. 비영리 조직으로 시작하셨다고 들었습니다. 사회적기업이 되고자 하는 특별한 이유가 있으셨는지요?

본래 교육공동체 '생각실험'이라는 비영리 민간단체였어요. 그 법인형태로 2년 전에 한국과학창의재단에서 수학 극장이라는 융합형 콘텐츠로 2천5백만 원의 공모를 받기도 했고, '에코랑 놀자'라는 주부 교육 콘텐츠도 만들었었죠. 당시엔 비영리단체라는 옷이 굉장히 유용했어요. 그런데 안정성, 지속가능성이 떨어지는 아쉬움이 있었어요. 후원회비가 100% 걷히지 않는다든지. 공모도 될 때가 있는가 하면 안 될 때도 있거든요. 내가 하고 싶은 걸 하는 게 지속가능하지 않더라고요. 우리가 의미있게 할 수 있는 걸 지속가능하게 하는 법인형태를 고민했어요. 협동조합이나 기업의 형태 사이에서 많이 고민했었죠.

Q. 유한책임회사는 어떤 특징이 있는 법인인가요?

말하자면 협동조합이나 기업의 중간에 있는 법인 형태예요. 직원 3명이 1인 1표를 가지고 일하고 있죠. 지금의 과도기를 받아들이려는 의지로 택한 형태고요. 어떤 분들은 예비사회적기업을 받으면 지분투자권이 줄어서 펀딩이나 투자 유치가 어렵다는 말을 하면서 일부러 안 받는 곳도 있대요. 우리는 일단 정석으로 갈 생각입니다. 유한책임회사라는 형태도 몇 년 동안 가져갈 거고요. 3년 후쯤 사회적기업 인증을 준비할 때, 법인형태에 대해 다시 고민해볼 수 있을 것 같아요.

유한책임회사
(Limited Liability Company)

회사의 주주들이 채권자에 대하여 자기의 투자액의 한도 내에서 법적인 책임을 부담하는 회사를 말한다. 파트너십에 주식회사의 장점을 보완해서 만들어진 회사의 형태다.

Q. 이제 설립한 지 1년이 되셨는데요. 현재까지의 성과를 말씀해주신다면요?

일단 예비사회적기업으로 인증되었어요. 앞으로 나아갈 수 있다는 것을 인정받아서 뛸 듯이 기뻤죠. 다음 단계로 나가는 정석을 마련해두었다고 생각하고요. 성북구 사회적 경제 한마당에서 소셜 비즈니스 프리젠테이션을 했는데 거기서 4위를 한 것도 성과였고요. 우리은행에서 후원을 받아 캠프를 1월에 한 번, 8월에 한 번 했어요. 그런 교육콘텐츠가 축적되어가는 게 성과입니다. 소비자 피드백을 얻어 꿀벌 창의캠프는 앞으로 유료화할 생각이에요. 한편 생태수학과 에코콘텐츠, 창의성 콘텐츠들이 독특하고 비전이 있다는 소비자들의 반응 또한 기분 좋은 성과로 볼 수 있을 것 같아요.

Q. 창의공작소가 어떤 기업이 되길 꿈꾸시나요?

간단하게 말해 교육사회적기업으로서 필요한 곳 좋은 곳, 도움이 되는 곳이라는 정체성을 갖고 싶습니다. 학생이든 학부모든 노인이든 우리의 교육 소비자들로부터요. 정석으로 소비자에게 평가받고 싶어요.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(청소년)

일률적인 교과과정 안에서 어린이, 청소년들의 창의적인 사고가 제한되고 있다.

현재 공교육과 사교육이 견고해진 기반에는 바뀌지 않는 입시제도가 있다. 대학을 가기 위한 교육은 학생들, 교사들의 창의적인 사고를 제한하고 나아가 효과적인 인성교육이나 생태교육 학습도 어렵게 만든다.

분석 Analysis

문제 풀이 및 시험 위주의 교육방식으로는 사고의 확장에 한계가 있다.

정답이 있는 문화, 한 과목만 집중적으로 파고드는 교육이 학생들의 생각에 한계를 만든다. 따라서 제한된 사고를 열어주는 교육이 필요하다. 이는 단순히 창의적인 사람을 위한 것만은 아니다. 개인의 인격과 동기부여, 학업성취도와도 관계되는 일이다.

접근 Approach



생태교육과 교과과정을 결합하다 .

통섭적인 교육으로 흥미와 동기를 유발할 수 있도록 수학, 과학 등 교과과정에 자연의 요소 등을 결합한다.

창의공작소

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

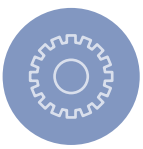

상품

서비스(교육)

'꿀벌 육각형의 비밀'과 같은 콘텐츠를 통해 꿀벌 생태계에 대한 이해와 수학에 대한 지식을 자연스럽게 습득할 수 있도록 유도한다. 단순히 육각형의 대한 이야기를 넘어 벌집이 육각형으로 생긴 이유를 분석해보고, 육각형 모형을 만드는 실험을 함으로써 지식습득과 더불어 자연 속의 나를 상상해보는 기회를 가질 수 있다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

공유채널

창의공작소의 송미숙 대표는 공교육과 사교육, 대안교육까지 넘나들며 12년간 교육분야에 몸담은 베테랑이다. 이러한 경험을 바탕으로 송 대표가 결국 타겟으로 잡은 건 기존 공교육 시장이다. 창의공작소의 생태수학, 에코창의성과 같은 교육이 공교육을 통해 효과적으로 확산된다면 많은 학생들이 보다 빠른 시일 내에 생태에 기반을 둔 콘텐츠, 창의적인 교육을 받을 수 있을 것이다. 특히 방과 후 학교보다는 시나 구 단위와 함께 일함으로써 공적 검증을 통한 안전하고 빠른 확산을 기대할 수 있다.



02

알로하아이디어스
김지영 대표

사실 가만히 생각해보면, 우리의 삶이 바뀌었다고 피부로 느끼는 순간은 어떤 물건이 탄생했을 때였다. 컴퓨터도 그랬고, 스마트폰도 그랬다. 혁신적이라 불리는 제품들은 어느 순간 우리의 생활을 바꾸어 놓았다. 그렇게 손가락만 움직이면 며칠 뒤 집으로 TV가 배달되는 시대가 됐다. 하지만 우리 주변에는 여전히 생활이 바뀌지 않는 이들이 존재한다. 그런 이들을 위한 제품을 고민하는 회사가 있다. 사람의 삶과 가까이 맞닿아 있는 제품을 새롭게 디자인하고 융합하여 전 세계인의 삶을 개선하고 가치 있는 사회를 만들어나가겠다는, 알로하아이디어스다.

“이야기, 사랑, 따뜻함을 담뿍담은 따뜻한 기업”



알로하아이디어스 김지영 대표

Q. 다른 회사에서 느끼기 힘든 화사한 분위기가 있어요.

제가 전 직장에서 너무 삭막한 분위기를 싫어하기도 했고요. 서로 조금씩 부족해도 함께 모여 무언가 만들어내는 그런 회사를 만들어가고 있어요. 실제로 저희는 서로를 롤로(LOLO)라고 불러요. 하와이 말로 ‘바보’라는 뜻이거든요. 저는 롤로 J이고요. 저기는 롤로희, 롤로비, 롤로진…. (웃음)

Q. 한번에 네 분을 인터뷰하는 게 흔치는 않은 일이에요. 팀원 분들도 소개 한 번 해주세요.

김주희 홍보이사 저는 홍보를 맡고 있어요. 적지 않은 나이라서 시작하기가 쉽지는 않았어요. 원래 대표님과 아는 사이였는데, 옆에서 대표님을 보고 대단하다고 생각했어요. 용기 있고, 추진력 있다고 생각했고요. 처음에는 힘들어하는 대표님과 함께 미팅 다니고 그랬는데, 점점 빠져들었어요. 자연스럽게.

박꽃비 디자이너 졸업을 앞둔 학생이에요. 건축공학을 전공했는데, 저랑 안 맞는 것 같아서 전공을 살리지는 않았어요. 그러다 우연히 대표님을 만나게 되었는데, 아무래도 스타트업에서 일하다 보니까 많은 경험을 할 수 있어서 인턴으로 즐겁게 일하고 있어요.

김동진 홍보매니저 알로하아이디어스의 청일점 김동진입니다. 신방과 출신으로 휴학 중이고요. 대표님께 많이 배우며 일하고 있습니다.

Q. 롤로 넷이서 만들어가고 있는 알로하아이디어스는 어떤 회사인가요?

‘작은 관심에서 시작되는 최선’이라는 슬로건을 가지고 있는 알로하아이디어스는 사람의 삶과 가까이 맞닿아 있는 ‘Product’를 새롭게 디자인하고 융합하며 다양한 시도를 하는 회사예요. ‘제품으로 삶의 질을 높여보자’라는 좋은 취지를 가진 회사를 만들어보고 싶어서 창업에 도전하게 되었어요. 현재는 다문화 가정 등 ‘독서 배려계층’을 위한 제품 ‘담뿍이’를 만들고 있습니다.

Q.‘독서 배려계층’이라고 하셨는데, 그에 관해 대표님이 느끼셨던 경험이 있으셨나요?

제가 교육회사였던 전 직장에서 했던 일들이 혁신 제품을 개발하는 일이었어요. 당시 혁신전담그룹에 있으면서 영유아 교육용 제품을 개발하는 역할을 했었죠. 당시 1년 동안 공부하고 시장조사하고. 그래서 ‘스토리빔’이라는, 아이들이 밤에 책을 볼 수 있도록 동화책을 애니메이션으로 처리하고 그걸 밤에 틀어 놓으면 은은하게 성우가 책도 읽어주고. 그런 제품이었는데 그게 1년 매출이 거의 400억 정도가 떴던 거예요. 대한민

국 히트상품으로 선정도 되었었고요. 그때 그런 생각이 들었어요. 내가 지금 만들고 있는 이 제품이, 꼭 일반인들이 아니어도 반드시 필요한 사람들이 있을 텐데… 하는 생각이요. 예를 들면 다문화 가정이나, 조부모로 이루어진 가정, 새터민 가정, 청각장애 부모를 둔 아이들은 어린 시절에 동화책을 읽을 수 있는 환경이나 시간이 상대적으로 굉장히 적다는 것을 알게 되었어요. 아이들이 어린 시절에 공유해야 할 엄마와의 친밀한 시간이라든지, 동화책을 읽으면서 상상의 세계로 빠진다든지 하는 시간이 너무 없는 거죠. 어린 시절의 그러한 경험들이 없으면 성인이 되어서도 좋지 않은 영향을 미친다는 연구결과들도 있었고요.

Q. 그래서 사회적기업에 관심을 두게 되신 건가요?

사실 이전 회사에서도 제가 제안을 해서 좋은 일들을 했어요. 제가 회사에 '우리가 이렇게 성공한 제품을 사회에 환원하자'고 제안했었거든요. 그래서 실제로 다문화가정이나 소아암 환자복지회 등에 기증하기 시작했는데, 다문화 가정에서 반응이 아주 좋았어요. 왜냐면 한국말로 아이에게 책을 읽어주기가 힘드니까요. 하지만 그 제품이 30만원이나 하는 고가의 상품이었기 때문에 영리를 추구하는 기업에서는 이 사업을 지속하기가 힘들겠다는 생각이 들었죠. 그래서 소셜벤쳐, 사회적기업에 관심을 두게 되었고요. 이미 해외에서는 소외계층을 위한 제품들이 많이 발달하여 있고, 나와 있더라고요. 그래서 조금 생소하긴 하지만 만들어볼 만한 가치가 있겠다고 생각했어요.

Q. 그렇게 탄생한 알로하아이디어스의 첫 제품이 '담뿍'이군요.

사랑도 담뿍 담고, 동화책도 담뿍 담자는 뜻으로 태어난 제품이 '담뿍'이에요. 담다 할 때 담과 책을 의미하는 BOOK이 합쳐져서 만들어진 이름이기도 하고요.

Q. 담뿍이에 대해 자세히 소개해주세요.

담뿍이는 이야기, 사랑, 따뜻함을 담뿍담뿍 담은 음성 책이에요. 삼각형의 녹음 스티커를 담뿍이의 센서 부분에 대면 담뿍이가 책을 읽어주는 거예요. 간단한 구조예요. (웃음) 다만 기존의 독서 보조기기와의 차별점은 누구나 책을 읽어줄 수 있게끔 녹음 스티커를 제공해드린다는 거죠. 그래서 누구나 녹음하고, 누구나 아이에게 책을 읽어줄 수 있어요.

Q. 담뿍이와 스티커가 셋트로 구성이 되어있는 것인가요?

담뿍이와 함께 스티커 100개가 구성상품이에요. 스티커 하나에 책이 한 권이 들어가죠. 예를 들어 다문화 가정이라면, 해외에 계신 할머니 할아버지가 그 나라의 전래동화를 읽어주실 수도 있고, 아이가 듣고 싶어하는 목소리가 있다면 녹음해서 책을 읽어줄 수 있는 방식이에요. 책이 한 권이라도 엄마 목소리로 듣고 싶을 때가 있고, 아빠 목소리로 듣고 싶을 때도 있잖아요. 기존의 책을 읽어주는 독서 보조기기의 경우는 성우들이 읽어주는 획일적인 목소리를 들어요. 저희는 그건 아니라고 생각했어요. 목소리에는 진짜 사랑이 담겨있어야 하는 건데….

새터민 가정
(2011년까지 집계된 새터민 현황)

23,000명

새터민은 조선민주주의인민공화국에서 이탈하여 대한민국으로 망명한 주민을 가리킨다. 북한이탈주민은 대한민국 법률상 용어로, 조선민주주의인민공화국에 주소 · 직계가족 · 배우자 · 직장 등을 두고 있는 사람으로서 조선민주주의인민공화국을 벗어난 후 대한민국 이외의 국적을 취득하지 않은 사람을 뜻한다. 다른 말로는 북한이탈주민 또는 탈북자(脫北者), 탈북민(脫北民)이라 한다. 2011년까지 총 2만3천명을 돌파했다고 통일부가 밝혔다.



다문화 가정

다문화 가정 또는 다문화 가족은 서로 다른 국적과 문화의 남녀가 국제결혼을 통해 이룬 가정이나 그런 사람들이 포함된 가정을 널리 의미하는 말이다.

Q. 다문화 가정에 초점을 맞추어 담뿍이를 개발하신 건가요?

사실 다문화 가정에 초점을 맞췄던 이유는 다문화 가정, 해외이주여성은 장애인이 아님에도 한국어에 적응이 안 되었다는 이유로 아이에게 책을 읽어주기가 힘들기 때문이에요. 실제 다문화 가정의 자녀들도 엄마로부터 한국어를 제대로 습득하지 못하기 때문에 초등학교 들어가서도 학교 수업을 따라가기가 너무 어렵고, 중학교 고등학교 진학률에도 영향을 많이 미친다고 하더라고요. 그런 연구결과들을 보면 담뿍이를 통해 아이들의 어휘력 발달에도 도움을 줄 수 있을 것 같고요. 다문화가정 아이들은 보통 독서 배려계층이라고 봐요.

Q. 아이들과 마찬가지로 다문화가정 여성들의 어휘력 발달에도 도움이 될 것 같아요.

그렇죠. 다문화가정 어머니들도 언어교육이 필요하시죠. 다문화가정의 여성이 한국에 오면, 결혼과 출산 사이의 과정이 굉장히 짧아요. 보통 나이 많은 남편을 만나서 결혼하고, 바로 아이 낳아서 키우면 한국생활도 제대로 못 한 상태에서 육아 스트레스에, 문화충격 등 여러 가지 어려운 상황에서 아이를 키워야 하거든요. 그럴 때 담뿍이가 좋은 역할을 해줄 수 있을 것이라 기대해요. 지금 저희가 진행하고 있는 목소리 재능기부 활동의 콘텐츠가 전래동화예요. 전래동화는 그 나라에 녹아있는 문화의 엑기스라는 표현을 하거든요. 단군신화라든지 선녀와 나무꾼 이런 이야기는 우리는 알고 있지만, 다문화가정 엄마한테는 들을 수가 없잖아요. 그런 한국의 전래동화들을 엄마와 아이가 함께 들으면서 엄마도 배우고 아이도 자연스럽게 배울 수 있는 시간을 제공해주고

싶어요. 엄마와 아이가 동화책을 함께 공유하면서 단순히 지식만 제공하는 것이 아니라 끈끈한 유대감을 만들어 주는 시간이기도 하고요.

Q. 실제 인터뷰나 테스트도 진행하셨나요?

시험 테스트를 진행했는데, 생각보다 만족도가 너무 높았어요. 기억나는 에피소드 중 하나가 아이가 아팠을 때 병원에 갔더니 의사가 '열이 펄펄 났어요?'라고 물어보더래요. 다문화가정 여성들은 '펄펄'과 같은 의성어, 의태어에 취약하거든요. 그런데 동화책 안에는 이런 의성어나 의태어가 굉장히 많이 살아있어요. 동화책을 통해 그런 것들에 익숙해 지면서 엄마들도 많이 배우고 만족감도 높았다고 말씀해주시더라고요.

Q. 담뿍이는 시중에 판매된다면 가격이 얼마쯤 할까요?

보통 10만 원대 중반 정도 생각하고 있어요. 담뿍이 개발 과정에서 H-온드림에 선정되어 개발비를 일부 지원받은 덕분에 다문화 가정을 대상으로는 특별 패키지를 구성하여 판매하고 있습니다.

Q. 다문화가정에서는 담뿍이의 활용도가 높을 것 같은데, 일반가정에서도 효용성이 있을까요?

일반 가정에서도 보면, 아이들이 엄마한테 책을 읽어달라고 해요. 그런데 가끔 귀찮아하는 엄마들이 계세요. 아이들은 읽는 내내 '왜?', '이건 왜?' 이런식으로 질문을 계속 하거든요. 다 읽고 나면 한 번 더 읽어달라고 하기도 하고요. 그러면 엄마들이 귀찮아서 스마트폰으로 만화를 틀어줘요. '또봇 틀어줄게. 또봇 봐' 하면서요. 그렇게 아이들이 스마트폰을 붙들고 있는 거예요. 저희는 아이들에게 그런 디지털 제품보다 아날로그 제품의 감성을 보여주고 싶었어요. 사실 요새 책 읽어주는 어플도 많아요. 하지만 아이에게 스마트폰을 주면서 '이게 책 읽어주는 앱이니까 이거 한번 써보렴.' 했을때, 그 아이들이 책을 읽어주는 앱을 쓸지, 또봇을 볼지 생각해보면…. (웃음)

변신자동차 또봇

또봇은 영실업과 레트로봇이 제작한 3D 로봇 애니메이션으로, 또봇들의 활약상과 그의 파일럿들의 성장 이야기를 다루고 있으며 유아 및 어린이들에게 폭발적인 사랑을 받고 있다. 2014년 11월 현재 16기까지 나왔다.

Q. 담뿍이가 다문화 가정뿐만 아니라 장애인분들께도 유용할 것 같아요.

그럼요. 특히 시각장애인분들에게 유용하죠. 부모님이 시각장애인이라고 해서 아이도 시각장애를 가지는 건 아니거든요.

혁신이란 생각의 전환

알로하아이디어스는 혁신을 거창하게 이야기하지 않았다. 우리의 생활 속에서 관심을 조금만 가진다면 새로운 것이 나타날 수 있다고 생각했다. 지나치게 디지털적으로 치우치는 것을 경계하며, 아날로그적 생활과 감성을 적절히 조화하고자 했다.

Q. 보통 혁신제품 하면 스마트폰 같은 첨단기술을 떠올리는데, 알로하아이디어스에서 생각하는 특별한 혁신제품의 정의가 있으세요?

알로하아이디어스의 슬로건이 '작은 관심에서 시작된 최선' 이예요. 아직 내부에 엔지

니어도 없어요. 하지만 기존에 나와 있는 좋은 기술들을 조금만 섞으면 새로운 뭔가가 나타날 수 있다고 생각해요. 기획의 차이가 아닐까요? 혁신이라고 해서 정말 기술혁신이라기보다 기존 기술의 콘셉트를 바꾸고, 융합해서 생각해보는 작업을 통해 새로운 것을 만들어내는 것이 저희의 역할이라고 생각하고, 그런 것이 혁신이라고 생각해요.

Q. 담뿍이 굉장히 좋은 제품인데, 아쉬운 부분이나 고민이 있을까요?

담뿍이가 제품 자체에 사회적 가치를 담고 있다고 좋게 봐주시는 분들이 많은데, 반대로 '그래서 오히려 애매하다'고 보시는 분들도 가끔 계세요. 그런 게 고민이죠. 사실 돈을 벌기 위한 목적이었으면 이걸 홈쇼핑용으로 판매하고, 일반용으로 팔지 굳이 수많은 다문화가정을 인터뷰하는 작업을 할 이유가 없거든요. 그런 고민은 앞으로 인터뷰 등을 통해서 더 많은 분과 공감할 수 있도록 노력해야겠지요.

알로하의 보이스버킷챌린지!

'담뿍'이는 가장 감성적인 디지털 제품으로 기획된만큼, 연관하여 진행하는 프로젝트도 감성적이다. 최근 알로하아이디어스는 '목소리'를 전달하는 'VOICE BUCKET CHALLENGE PROJECT'를 기획하였다. 첫 스타트로 연말 연시 서울에 있는 다문화 가정 20곳과 다문화 도서관을 10곳 선정하여 담뿍이에 유명인사가 읽어준 동화책을 담고, 도서와 패키징하여 전달할 예정이다. 현재 목소리 기부한 참여자는 김현욱 아나운서, 김용준 성우, 누테라보이스 유준호씨 등이 있다. 알로하아이디어스는 이 프로젝트를 기업의 임직원 봉사활동으로 연계할 계획이며, 이를 통해 기업의 CSR 영역을 Voluntainment(Volunteer+Entertainment)라는 영역으로 확장시키고자 한다.

Q. 사회적기업가 육성사업은 어떠셨어요? 많은 도움이 되셨나요?

그럼요. 일단 적지 않은 지원금을 받았고…. 실제로 얼마 전에 영국을 방문한 적이 있었는데, 거기는 사회적인 분위기가 사회적기업에 잘 맞추어져 있는 느낌이었고, 지자체에서 키워주는 네트워킹이나 지원시스템이 잘 갖추어져 있었거든요. 우리나라와 비교해보기도 했는데, 사회적기업가 육성사업이 그런 역할을 잘 해주고 있는 것 같아요. 멘토님들도 정말 잘해주셨고요. 저희 멘토님들이나 1, 2기 선배들 없었으면 중간에 프로젝트 엎어졌을 수도 있어요. 대표로서 누구나 느끼는 그런 힘든 감정들을 창업보육 센터에 있는 분들과 함께 이겨냈어요. 육성사업에 선정된 이후 여러 가지로 운이 좋았어요. 감사하다고 말씀드리고 싶어요. 물론 행정적인 부분은 처음하다 보니 어려운 점도 많았지만요. (웃음)

Q. 소셜벤처 경연대회도 나가셨었네요?

소셜벤처 경연대회도 무척 좋은 경험이었어요. 굉장히 빠듯하게 준비했던 대회였거든요. 당시에는 시제품도 없었고, 근데 뜻밖에 그 대회를 준비하면서 사업이 굉장히 많이 다듬어졌어요. 그 대회가 아니었으면 아직도 어떤 형태 없이 일을 했을 수도 있고요. 사회적 경제영역에서 갖추어야 할 것들을 갖춰가면서 진짜 엑기스만 몇 달 과정으로 뽑아낼 수 있었던 대회이기도 했고요. '이래서 대회가 중요하구나'하는 생각도 들었었고요. 그때 한편으로는 대회에 너무 치중하는 거 아닌가 하는 회의도 들고 했었는데 지나고 보니 하길 잘했단 생각이 들어요.

Q. 이제 제품을 발매하려는 시점이라 수익이 일정치 않을 텐데, 어떻게 생활하고 계세요?

그 부분이 제일 아쉽죠. 11월에 판매가 되면 매출이 발생하니까 그때부터는 월급도 받고 할 수 있겠죠. 지금은 하나의 목표를 놓고 그때까지만 버티자는 마음으로 팀원들이 함께 해주니까 버틸 수 있고요. 가끔 강연을 나가거나 비어있는 집을 공유하기도 하면서 그렇게 지내고 있어요.



Q. 주변 분들이 응원 많이 해주시나요?

사실 저는 굉장히 안정적인 직장과 연봉을 그만두고 나왔어요. 왜냐면 너무 이 일이 하고 싶었거든요. 다행히 주변에서 믿어주는 분들이 많아서 창업하는 데 많은 도움이 되었던 것 같아요. 어떤 직장을 다녀도 그만두는 날이 올 텐데, 저는 그걸 미리 준비한다고 생각해요. 비슷한 일을 한번 했고, 이 감이 떨어지기 전에 창업을 해보고 싶었고요. 창업이라는 게 실패를 하건 성공을 하건 사람이 살면서 죽기 전에 한번 해봐야 하는 경험인 것 같아요. 물론 성공하면 좋겠지만요. (웃음)

Q. 알로하아이디어스의 가까운 목표와 장기적인 미래를 이야기해주신다면요?

먼저 제품이 잘 나오는 게 중요하겠죠. 제품을 팔아서 어느 정도 매출이 발생하면 내년에는 예비 사회적기업에 도전해보려고 해요. 목표는 손익분기점을 넘기는 것이고요. 지난 추석 전에 동경 기프트쇼를 다녀왔는데, 반응이 괜찮았어요. 국내보다 해외에서 반응이 좋았으면 하는 생각도 있고요. 장기적으로는 알로하아이디어스가 제품의 질과 사회적 가치를 적절하게 조화시켜 사업을 이끌어나가는 대표적인 회사가 되었으면 하는 욕심이 있어요.

담뿍이가 애플과 어깨를 나란히!

지난 10월 두바이에서 열린 GITEX IT WEEK에 담뿍이가 다녀왔다. 구글, 마이크로 소프트, 애플 등 쟁쟁한 기업들이 신제품과 서비스를 론칭하는 자리에서 '담뿍이'도 상당한 인기를 끌었다. 세계 각국 바이어들의 관심을 끌었지만, 특히 다산국인 중동 바이어들에게 담뿍이의 인기는 기대 이상이다. 당장 자녀에게 사주고 싶다는 바이어도 줄을 이었다고.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(다문화)

다문화 가정의 아이들은 유아시절 동일한 독서환경에서 자라지 못한다.

다문화 여성을 엄마로 둔 아이들은 유아시절 엄마로부터 한국어를 제대로 습득하지 못하기 때문에 초등학교 진학 시 교과 과정을 따라가기 벅찬 경우가 있으며, 이는 중고등학교 진학률에도 영향을 미친다. 또한 어린시절 엄마와 함께 책을 읽는 경험은 아이에게 심리적, 정신적으로 긍정적인 영향을 미치나 다문화 가정 아이들은 그러한 시간이 부재하다.

분석 Analysis

다문화 여성은 결혼과 출산 사이의 과정이 짧으며, 사회에 적응하기 전 경제활동에 투입되어 아이와 함께할 시간이 부족하다.

다시 말해 한국문화 및 사회에 적응하기 전에 육아를 시작하며 육아, 문화 충격 등 다양한 스트레스 요소를 겪는다. 이로 인해 다문화 여성의 한국어 습득 역시 더딘 경향을 보인다.

접근 Approach



획일적인 성우들의 목소리를 따뜻한 가족의 목소리로 대체하다.

알로하아이디어스는 한국어에 익숙하지 않은 다문화 가정 여성들이 친근한 목소리와 함께 아이와 책 읽는 시간을 가질 수 있도록 했다. 기존 독서 보조기기의 성우들이 읽어주는 획일적인 목소리를 가족의 목소리로 대체하고자 했다.

알로하아이디어스

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

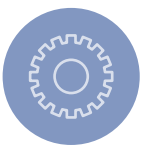

상품

상품(독서보조기기)

가족의 목소리로 책을 읽어줄 수 있는 수단으로 독서 보조기기 '담뿍이'를 개발하였다. 독서보조기기 안의 콘텐츠는 쉬운 한국어로 된 전래동화이며, 가족들이 직접 녹음할 수 있다. 한국 전래동화는 한국의 문화 및 언어를 포함하고 있어 아이와 다문화 가정 여성의 언어습득에 큰 도움이 된다.

전략 Strategy


생산


운영


전달


확장

개인화(Personalization)

다문화 가정에 상품을 판매하며, 각 가족들의 목소리를 들을 수 있도록 녹음기능을 추가하였다. 성우가 책을 읽어주는 획일적인 상품이 아니라 가족들의 목소리를 녹음하여 아이들이 들을 수 있도록 했다. 이것은 상품이 아이에게 커스터마이징 되는 것으로 다문화 가정 엄마와 아이가 보다 친밀한 유대감을 형성하며 함께 배울 수 있도록 설계하였다.

03

힐링브러쉬
김요셉 대표

'자본주의의 꽃'이라고도 불리는 광고는 우리가 상상하는 것 이상의 영향력을 지녔다. 카피라이터 출신의 프랑스 작가이자 영화감독인 프레데릭 베그베데는 그의 책 9,900원에서 주인공의 입을 빌려 이렇게 말했다. "광고계가 세계인을 상대로 제3차 세계대전을 벌였으며, 누구도 깨닫지 못하는 사이에 지구 상의 모든 국가가 패하고, 광고계가 유일한 승리자로 군림하고 있다.' 저 프랑스 영화감독의 말이 과장되어 보일 수 있지만, 이처럼 현대사회에서 광고가 가진 영향력을 부정하기는 어렵다. 이런 광고의 영향력을 몸소 깨닫고, 이를 통해 더 나은 세상을 만들어 보고자 노력하는 기업이 있다. 바로 사회적 경제 유일의 종합광고대행사, 힐링브러쉬다.





힐링브러쉬 김요셉 대표

"크리에이티브로 세상을 치료하다"

아이고, 보람차다. 정말 보람차다.
"좋은 일 하면서 돈도 벌면, 인생이 참 보람차겠다 싶었어요." 김요셉 대표가 힐링브러쉬를 시작하게 된 이유는 이처럼 지극히 간단하고 명료했다. 하지만 동기가 단순히 '좋은 의도'였다고 해서, 사업까지 단순할 리 없다. 힐링브러쉬의 시작부터 제작한 광고 이야기, 앞으로의 비전까지 크리에이티브로 세상을 치유하기까지의 여정을 인터뷰에 담았다.

Q. 독자분들에게 회사 소개 먼저 부탁드릴게요.
힐링브러쉬는 '사회적 경제 영역의 종합광고 대행사'입니다. 옥외광고, 영상광고, 지면광고, 온/오프라인 캠페인 등 일반적인 광고회사와 같은 업무를 사회적 경제 영역에서 진행하고 있습니다.

Q. 처음에 보고 너무 놀랐어요. 일반적인 광고기획사의 작품과 견주어도 전혀 손색이 없다고 생각했거든요.
쑥스럽지만, 벌써 3번째 창업이에요. 광고회사만 3번이죠. 그렇게 광고에 대한 열정도 있었고요. 사실 사회적기업에 민간기업 수준의 광고를 제공하고자 하는 마음이 가장 컸어요. 저희 프로젝트 결과물의 질적인 측면에서 이야기하자면, 함께 일하시는 분이 대기업 광고를 수주받아 작업하시던 분이라서 일반적으로 매체에서 보던 느낌이 나는 게 아닐까 싶어요.

Q. 3번이나 광고회사를 창업하실 정도면, 광고에 대한 열정이 남다르신 것 같은데 사회적 경제 분야에서 광고를 해봐야겠다고 결심한 계기가 있으세요?
예전에 했던 위안부 소녀상 광고가 진로를 결정하는 데 큰 역할을 했다고 생각해요. 당시 친구와 사비를 털어서 안국역에 위안부 소녀상 관련 광고를 냈어요. 위안부 평화비 소녀상이 울고 있는 사진에 '일본은 사죄하라'라고 메시지를 던졌어요. 그랬더니 그게 이슈가 되더라고요. 사실 이슈를 만들려고 그 광고를 제작한 건 아니었는데…. (웃음) 그때 백수였거든요. 그냥 좋은 일을 하고 싶었어요. 라디오에 위안부 할머니들 이야기가 나오는 걸 무심결에 듣고, 이쪽으로 광고 하나 만들어봐야겠다고 생각했어요. "이거 하고 취업하자!"라는 마음으로.

Q. 그런데 그게 화제가 된 거군요?
네. 정말 그럴 줄 몰랐죠. 포털사이트 메인에도 나오고, 언론사에서도 여러 차례 이슈

가 되기도 했어요. 그런데 사람들의 반응을 보니 무척 보람차더라고요. 좋은 일 했다는 소리도 많이 들었어요. 그때 광고가 가진 힘을 몸소 느꼈다고 할까요? '사회문제를 이슈화시키고, 해결하는데 광고가 큰 힘이 되겠구나'하고 느낀 거죠. 그때부터 사회공헌, 공익광고 쪽으로 광고를 제작하자고 결심했어요. 이런 일 하면서 돈도 벌면 참 보람차겠다 싶었죠.

Q. 원래 사회적 경제 쪽에 관심이 많으셨어요?

사회적기업이라는 개념은 이후에 알게 되었어요. 위안부 소녀상 광고처럼 '공익광고'나 '기업의 사회공헌 프로젝트' 위주로 광고를 진행하려고 했어요. 그 두 가지를 하자고 정해놓고 이것저것 고민하다 보니, 사회적기업의 방향과 힐링브러쉬의 사업방향에 교집합이 어느 정도 있다는 걸 발견했어요. 그렇게 사회적기업이란 것을 알게 되었고, 사회적 경제영역에 대해 관심을 두게 된 거죠.

Q. 그렇게 사회적 경제 영역에서 활동하시면, 주로 일을 의뢰하시는 광고주는 어떤 분들이세요?

저희 광고주분들은 아동보호 전문기관, 보건복지부 등 공익 및 공공기관 분들이 주를 이루세요. 서울시민햇빛발전협동조합 같은 사회적 경제 영역의 조직들도 많고요. 실제로 작업한 결과물을 보면, 대기업 보다는 비영리 단체 및 사회적 경제 쪽 조직과 작업을 많이 해왔어요. 대기업 사회공헌 프로젝트 광고도 저희가 하면 좋겠지만, 아직은 인연이 없는 것 같아요. (웃음)

Q. 사회적 경제 영역의 조직들은 아직 영세한 곳이 많은데요, 힐링브러쉬의 광고 단가를 공개해주실 수 있나요?

광고라는 게, 기획이나 제작량에 따라서 많이 달라지긴 하는데 보통 사회적 경제 영역의 조직에는 시장가의 반값 정도에 진행하고 있어요. 사실 더 해주고 싶지만 그렇게 하지는 못하고요. 회사도 운영을 해야 하니까요. 그리고 기획 이외의 부분은 협력업체에 작업을 많이 주기 때문에, 사실 할인도 한계가 있을 수밖에 없죠. 일종의 재능기부 개념으로 최소한의 재료비는 받고 있습니다.

Q. 힐링브러쉬와 기존 광고기획사와 가장 큰 차별점이, 사회공헌 전문 광고기획이라고 봐도 될까요?

그렇죠. 공익적인 광고만 제작한다는 것이 원칙입니다. 게임회사 등에서도 의뢰가 오기도 했는데, 솔직하게 '그건 저희 분야가 아닙니다.' 라고 말씀드렸어요. 일관성이 있어야 한다고 생각해요. 거기서 차별성이 나온다고 생각하고요. 사실 힐링브러쉬는 광고대행사 중에서는 영세한 편이죠. 저희처럼 영세한 회사에서 이것저것 다 하면, 오히려 눈에 안 띌 거라 생각해요. 동네 식당에 비유하자면, 파스타도 팔고 김밥도 파는 그런 식당보다 소머리국밥 하나만 파는 그런 식당이 되고 싶어요. 그러기 위해 사회공헌 광고의 전문성도 더욱 키우고 해야겠죠.

프레데릭 베그베데
(Frédéric Beigbeder)

프레데릭 베그베데(1965~)는 파리 근교의 부르주아 가정에서 태어나 프랑스 명문 정치전문대학에서 정치학을 전공했다. 25세 때 처녀작 '방탕한 한 젊은 남자의 기억'을 발표하면서부터 두각을 나타내며 문학계뿐만 아니라 광고, 방송 등 다양한 분야에서 재능을 발휘했다. 문학비평가와 보도기자로 활동하기도 한 그는 유명한 광고대행사 영&루비캠에서 5년간 카피라이터로 일했고, 이때의 경험을 바탕으로 쓴 책이 유명한 '9990원'이다.

서울시민햇빛발전협동조합

서울시민햇빛발전협동조합은 에너지자원 고갈, 기후변화 시대에 대비하여 서울지역에서 에너지 절약 자립체제를 실천하고 협동과 평화의 협동사회경제를 실현하기 위해 지속가능한 재생에너지 발전소를 확대해 나감으로써 우애와 환대의 마을공동체를 복원하는 것을 목적으로 한다. (출처: 서울시민햇빛발전협동조합 정관, http://solarcoop.kr)



Q. 광고계에도, 사회공헌에도, 사회적 경제 영역에도 트렌드라는 것이 있을 텐데요. 그 부분을 따라잡기 위해 노력하는 부분이 있으시다면요?

사회적 경제 영역이나 사회공헌에 대해서 책을 펴놓고 따로 공부할 수 있는 시간은 아무래도 부족하죠. 다만 저희가 사회공헌 전문 광고기획이다 보니, 실제 업무를 하면서 현장에서 배우게 되는 지식이 더 많아요. 그렇게 실전에서 감각을 유지하는 거죠. 학습을 위한 학습보다, 경험을 통한 학습을 한다고 하는 게 맞는 것 같아요.

iF Design Award

독일의 마케팅 컨설팅회사인 International Forum Design사가 수여하는 상. 미국의 IDEA, 독일의 레드도트 디자인 어워드(reddot design award)와 더불어 디자인 어워드 가운데 가장 공신력을 인정받고 있으며 1953년부터 독일의 하노버에서 실시해 오고 있다.

공익광고 위주…. 독일 iF Design Award Winner 등 수상 경력 다채로워

지나치게 눈물샘을 자극하는 흔한 공익광고보다, 위트와 반전이 있는 힐링브러쉬 광고는 국제대회에서 더욱 빛을 발했다. 김요셉 대표가 꾸준히 공익광고에 대한 관심을 가져오며 발전시켜온 광고인으로서의 능력일 테다. 2011년 대한민국 국제공익광고제 문화부장관상을 시작으로 2013년 독일 iF Design Award 등에서 수상하며 능력을 인정받았고, 현재 뉴욕 Cresta International Advertising Awards에서 최종리스트로 선정되며 결과를 기다리고 있다.

Q. 국제대회에서 수상하기까지 많은 작품을 제작하셨을 것 같아요.

몇 개나 했는지 정확하게 세어보진 않았어요. 엎어진 것도 많죠. 사실 힐링브러쉬라는 이름을 달고 제작한 건 몇 개 되지 않아요. 작년 12월에 법인을 설립했으니까요. 현재 홈페이지에 있는 포트폴리오보다 몇 개 더 있는 정도죠. 물론 그 전에 개인사업자로 사업을 할 때도 힐링브러쉬라는 이름을 가지고 있었고, 같은 사업적 목표를 가지고 있긴 했지만요.

Q. 이렇게 좋은 광고를 만들고, 수상까지 하셨지만 사실 공익광고라는 것이 그 결과를 측정하기가 쉽지는 않을 것 같아요.

그렇죠. 공익광고 같은 경우에는 판매하는 제품이 아니니까요. 조금 더 정확하게 말하

자면 전달하려는 가치를 보다 많은 사람에게 보여주는 것이 중요한 거죠. 하지만 굳이 수치적인 측면으로 성과를 측정하자면, 영상 같은 경우에는 보통 바이럴이 얼마나 되느냐가 척도가 되곤 합니다. SNS의 좋아요나 리트윗 등도 해당하고요. 일례로 아동학대예방 광고 같은 경우 페이스북에서 좋아요가 3만 정도 되었더니, 도달한 사람이 100만 명 정도가 되더라고요. 그러면 기사도 되고, 광고주분들께서도 '기대했던 것 이상이다.'라는 칭찬을 해주기도 하시죠. 조금 더 구체적인 성과라고 한다면, 서울시민햇빛발전협동조합 같은 경우, 광고하고 나서 문의전화와 조합원 수가 3~4배 정도 늘었다고 해요.

Q. 그렇게 많은 프로젝트를 진행하는 동안 에피소드가 있다면요?

유기견 입양광고를 재능 기부한 적이 있었어요. 강아지 모양 헬륨가스 풍선을 만들었어요. 크기가 중형차 정도 되는 아주 큰 풍선이에요. 이걸 공중에 띄우는 것을 허가 받는 것도 상당히 힘들었어요. 15m 정도 띄워서 어디서 봐도 잘 보이게 하고 싶었거든요. 그런데 풍선제작업체에서 이거 보조선 달아야 한다고 했는데, 그러면 느낌 안 산다고 저희가 보조선 안 달았거든요. 근데 터졌어요. (웃음) 아이고.

Q. 참 많은 일을 해오셨는데, 이쯤에서 스스로를 평가해본다면요?

지금까지는 그럭저럭 해오고 있는 것 같아요. 포트폴리오를 보고 찾아와주시는 분들도 많고요. 처음부터 지금까지 쭉 공익광고라는 진정성 하나 보고 달려왔어요. 정말 감사하게도 많은 분이 관심을 가지고 찾아주시는데, 최근에 새로 시작한 갤러리로라는 프로젝트 때문에 아쉽게도 일을 조금씩 못 받고 있어요. 사실 일을 받을 수 없는 상황인데 수익은 안 생기는 상황? 과도기라고도 할 수 있겠죠.

정자동의 힐링브러쉬, 창업팀 힐링브러쉬

최근 힐링브러쉬는 본업인 광고기획 외에도 다양한 방법으로 지역사회에 녹아들어 갈 수 있는 방법을 찾고 있다. 최근 공개한 갤러리로가 대표적인 프로젝트다. 갤러리로는 성남시의 낡은 지하도를 갤러리로 개선하여 지역상인들의 광고를 게시할 수 있도록 변형한 것이다. 힐링브러쉬로서는 고정적인 수입을, 성남시에는 지하도의 리모델링을, 주변 상인에게는 싼값에 매장을 홍보할 수 있는 수단이 생긴 셈이다.

갤러리로(GalleryRo)

갤러리로는 도심의 유휴공간이자, 어둡고 침침한 지하보도라는 공간을 갤러리 형태의 지역상권 및 지역 이벤트를 홍보하는 공간으로 탈바꿈하는 프로젝트이다. 사업주는 물론, 개인, 공연 및 이벤트 또는 비영리단체의 공익을 위한 광고 목적 등으로 갤러리를 이용할 수 있다.

Q. 아무래도 광고 사업의 특성상, 광고주가 없으면 일이 없는 구조일 텐데 일을 그렇게 못 받으시면 어떻게 버텨나가시는지 궁금하네요.

광고주가 없는 경우, 쉽게 말해 일이 없을 때가 있죠. 어떻게 없을 수 있겠어요. 사실 그럴 때를 대비해서 매체사업을 시작했습니다. 항상 광고를 게재하기 위해서는 매체비를 내야 했는데, 우리가 그런 매체를 가지고 있다면, 광고 수주가 안 들어와도 어느정도는 버티는 힘이 될 수 있지 않을까 싶었어요. 그래서 '갤러리로(Gallery RO)'라는 이름으로 분당구 정자동의 지하도를 리모델링 했습니다. 일은 잘 들어오는데 갤러리로 때문에…. (웃음)



평화비: 1992년 1월 8일부터 일본대사관 앞에서 열린 일본군 '위안부' 문제해결을 위한 수요시위가 2011년 12월 14일 1000번째를 맞이함에 그 숭고한 정신과 역사를 잇고자 이 평화비를 세우다.

Q. 갤러리로의 대해 조금만 더 자세히 설명해주세요.

일반적인 지하도를 갤러리로 바꾼 거예요. 세 가지 이유 정도가 있습니다. 어두컴컴한 지하도를 조금 더 화사하게 바꿔보고 싶었고, 지역 상권의 광고가 들어감으로서 지역 상권을 조금 더 활성화시켜보자는 의도가 있고요. 저희의 고정적인 수입이 될 수 있겠다는 생각이 있었던 거죠. 미술관 콘셉트를 유지하면서, 그 안에 그림 대신에 광고 이미지를 넣는 것이죠.

Q. 구청하고는 어떻게 협의가 된 건가요? 또 시민들의 반응은요?

구청에 임대료를 내고 공간을 1년간 임대받은 거죠. 기간에 비하면 저렴한 비용으로요. 원래 여기가 어두컴컴하고 지저분한 공간이었는데 갤러리처럼 바뀌니까 시민들은 좋아하시고요. 학생들도 전에는 무섭다고 했었는데, 이제 밝아서 좋다고 해요. 동네 빵집 등을 운영하는 분들은 전단이나 현수막 같은 거 안 하고 감각 있게 광고할 수 있어서 좋다고 하세요. 개시한 지 2주 정도 되었는데, 요새 조금씩 광고가 들어오고 있어요. 인터뷰 끝나고도 하나 계약하러 가야 해요. (웃음) 정리하자면, 광고라는 콘텐츠를 통해서 지역을 디자인하고, 지역 상권을 활성화 시키는 동시에 국가 예산으로 관리되던 지하도를 저희의 자체 예산으로 돌아가게 하는 선순환 구조를 만들고자 합니다. 지금 이벤트 기간이라…. 저렴하니까 주변 상인분들 어서 오셨으면 좋겠어요.

Q. 기존의 광고제작 사업이랑, 갤러리로랑 두 개를 동시에 운영하려면 굉장히 바쁘실 것 같아요.

갤러리로도 시작하는 데까지 고생 많았고요. 부분적으로 재공사도 했고…. 힘들었어요. 사실 두 가지 사업을 두 명이 모두 처리하기에는 힘든 부분이 없지는 않죠.

Q. 김세라 공동대표님과의 역할분담은 어떻게 이루어지나요?

저는 기획서나 각종 서류처리, 영상작업 등을 담당하고 있고, 김세라 대표님은 시각디자인 쪽으로 많이 작업해주고 계세요. 하지만 대부분 함께 처리한다고 보는 게 맞습니다. 특히 광고 기획 및 내용에 대한 회의는 반드시 함께하고 있습니다. 성격도 잘 맞는 것 같고요.

Q. 사회적기업가 육성사업은 어떠셨어요?

대단히 많은 도움이 되었죠. 사업비도 사업비지만, 멘토 분들이 편하게 일할 수 있도록 많이 도와주셨어요. 광고주도 소개해주시고 그러셨죠. 모두 수주하지 못해서 죄송한 마음이 있지만요.

Q. 처음에 육성사업 선발심사 할 때 심사위원분들께 어떻게 호소하셨어요?

그때 저희가 보여줬던 것은, 사회적 경제 기업들의 부족한 마케팅 역량이었어요. 사회적 경제의 많은 대표님이 비영리 섹터 출신 분들이세요. 그 분들 중 많은 분이 사회적 가치나 목표 등은 굉장히 훌륭하고 확실한 분들이 많았지만, 수익창출에 대한 부분은 부족했다고 당시에는 판단했었어요. 그래서 힐링브러쉬가 그런 부분에 보탬이 되고 싶다고 이야기했는데 많이 동의해주시더라고요. 또, 그런 역할을 할 때 실제로 경쟁력이 있어야 하는데 저희는 이미 실행한 프로젝트가 제법 있었기 때문에 그 부분을 효과적으로 보여드릴 수 있었던 것 같아요.

Q. 혹시 사회적기업가 육성사업에 지원하는 친구들에게 해주고 싶은 말 있으세요?

음…. 준비를 조금 많이 하면 좋을 것 같아요. 준비한 다음에 시작하지 않아도 괜찮아요. 저는 철저하게 준비하고 시작하는 게 좋다고 생각하는 편이에요. 물론 쉽지만은 않겠지만요. 부모님께서는 안정된 직장을 원하시겠지만, 그런 건 조금 나중에 찾고 도전해보는 것도 좋을 것 같아요. 결혼하기 전까지? (웃음)

Q. 앞으로 힐링브러쉬는 어떤 모습으로 변화해 나갈까요?

일단 현재 진행 중인 갤러리로가 안정되는 것이 목표예요. 그러면서 지역 상권도 활성화되고, 힐링브러쉬에도 이익이 생기고, 지하도도 깨끗해지고. 그러면 좋겠어요. 이런 게 요새 말하는 창조경제가 아닐까 싶기도 하고요. (웃음) 그래서 다시 광고 수주도 받고, 일자리도 창출하고 싶습니다.

힐링브러쉬?

힐링브러쉬라는 이름은 두가지 뜻이 있다. 크리에이티브로 세상을 치유하고자 하는 의미를 가지고 있기도 하며, 동시에 유명한 이미지 편집 툴인 포토샵의 유용한 도구(원하는 부분의 이미지를 자동으로 보정해준다!) 이름이다.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



문화

사회적 경제 영역의 기업들이 광고 및 마케팅에 취약점을 보인다.

사회적 경제 영역의 많은 기업들이 좋은 가치를 가지고 성실하게 운영하고 있음에도 제대로 된 광고 및 마케팅 전략이 없어 좋은 의도로 시행하는 일들이 널리 퍼지지 못하는 경우가 많다.

분석 Analysis

사회적 경제 기업 중 일부를 제외하면 광고의 필요성을 못느끼는 경우가 있으며, 광고가 필요하다 하더라도 예산부족으로 포기하는 경우가 있다.

따라서 힐링브러쉬는 공익광고 및 사회적 경제 영역의 광고를 전문 대행함으로써 파급력 있는 사회적가치를 가진 사회적기업들이 서비스 및 제품 홍보를 포기하지 않고 좋은 가치가 더 널리 퍼질 수 있도록 돕는 역할이 필요하다 판단하였다.

접근 Approach



사회적기업들이 가지고 있는 '좋은 의도'에 크리에이티브를 더하다.

힐링브러쉬는 자신들이 가진 광고인으로서의 역량을 십분 활용하여 사회적 기업이 가진 선한 가치를 극대화 하고자 했다.

힐링브러쉬

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

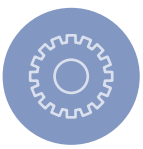

상품

상품(광고 기획 및 제작)

업무 자체는 기존의 광고 대행사와 다르지 않다. 클라이언트의 일을 받고, 기획 및 제작을 담당한다. 다만 사회적 경제및 사회적 경제 기업에 대한 이해를 바탕으로 광고를 제작하고 있으며, 사회적 경제 기업에 한하여 재능기부 형태의 서비스를 제공하고 있다.

전략 Strategy


생산


운영


전달


확장

저가전략

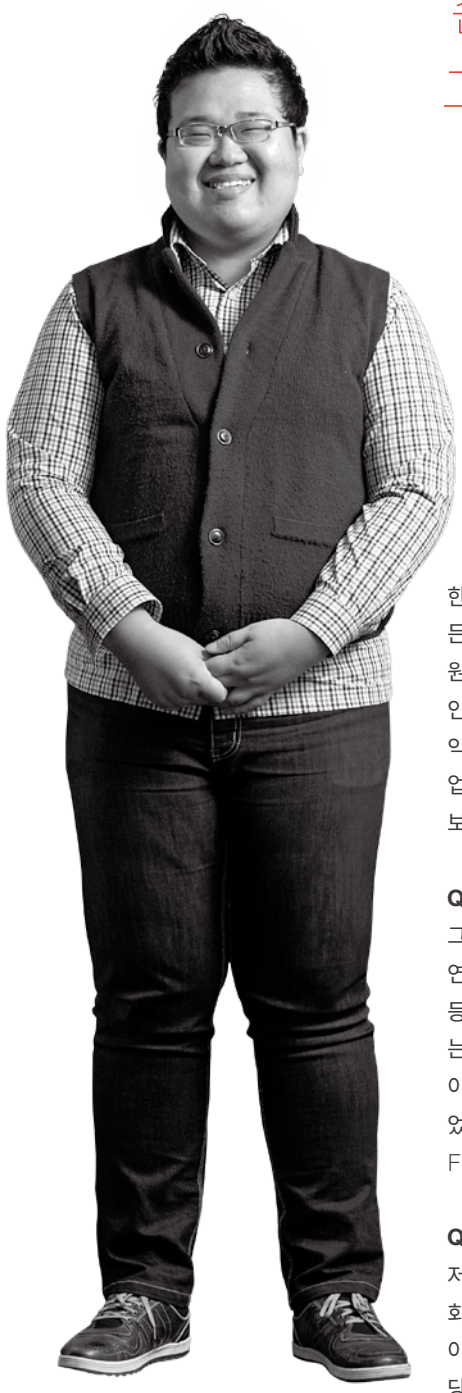
사회적 경제 기업의 재정상태를 고려하여, 사회적 경제 분야의 클라이언트들에게는 시장가격의 반값, 그러니까 광고 제작에 필요한 최소한의 예산으로 광고를 기획/집행하고 있다. 이러한 전략은 사회적 경제 기업의 접근성을 높이고 포트폴리오로 삼을 수 있으며, 장기적으로 기업CSR 광고 등의 집행으로 이어질 수 있다.

04

Finger119
이재욱 대표

행복한 삶을 살아가는 데 있어서 가장 필수적인 요소 중 하나는 '온전한 몸'이다. 반대로 멀쩡했던 몸에 생긴 결함이 주는 좌절감은 감히 상상하기조차 어렵다. Finger119는 불의의 사고로 손가락이 절단되었을 때의 성급한 대처로 몸을 영원히 잃지 않을 수 있도록 구급 키트를 제공하고자 한다. 이들이 지키는 것은 단순한 손가락을 넘어, 개인과 가족의 행복한 삶이다.





Finger119 이재욱 대표

"손가락, 그리고 삶을 구하는 **응급키트**"

청소년의 아이디어가 사업이 되다

Finger119는 실제로 손가락이 없는 근로자들의 모습을 봐온 청소년의 마음과 머리에서 시작되었다. 상황을 발견하고, 조사하고, 해결책을 생각해 많은 사람의 인정을 받기까지. 이 대표는 기특하다는 말이 부족한 이 청소년의 꿈에 날개를 달아 함께 날아주고 싶었다.

Q. 안녕하세요, Finger119에 대한 간단한 소개 부탁 드립니다.

Finger119는 절단사고를 위한 응급 키트를 만드는 회사입니다. 안산에 사는 사람들이면 손가락이 절단된 사람을 최소 한 번이라도 볼 거예요. 안산에서 가장 유명한 게 반월공단, 시화공단인데 여기서 일하시는 분들에게 절단 사고가 자주 발생하거든요. 그런 환경에서 자라다 보니 '절단사고가 왜 생기지?'라는 의문을 품게 됐는데, 그 원인 중 하나가 절단사고에 대한 응급 키트가 없는 점이라는 걸 알게 됐습니다. 원초적인 원인이죠. 그래서 응급 키트를 만들기 시작한 곳이 Finger119입니다. 그리고 그 수익으로 청소년들을 위한 일을 하고자 합니다. 이곳이 사실 청소년으로부터 시작한 기업이거든요. 지금은 대학생인 팀원이 있었기 때문에 그 아이템이 나온 거예요. 사실 저보다 그 친구가 더 유명합니다(웃음).

Q. 청소년으로부터 시작되었다고 하셨는데, 대표님과는 어떤 연결점이 있는 건가요?

그 청소년은 이혜연이라는 팀원이고요. Finger119는 그 친구가 2012 소셜벤처 경연대회 청소년 부문에서 대상을 받은 아이템이에요. 경안고에 다녔던 친구인데, 그 고등학교의 교사이셨던 선생님이 제 지인이었고, 그분이 지금은 기술개발을 하고 계시는 조성용 공동대표님이십니다. 학교를 그만두시고 작업하고 계세요. 친구들이 학생이라는 신분으로 창업하기가 어려워 난관을 맞고 있을 때 조성용 대표님께서 지인이었던 제게 도움을 요청하셨고요. 2012년 11월에 직접 창업 전선에 나서게 된 겁니다. Finger119가 법인 설립된 때는 그로부터 1년 후인 2013년 11월이었어요.

Q. 사업을 시작하시는 것이 쉬운 결정은 아닌데, 뭔가 좋은 느낌이 있으셨나 봅니다.

저는 원래 청소년과 관련된 일을 많이 했었어요. 청소년들이랑 같이 활동하는 거나 사회봉사를 워낙 좋아해서 지역 아동센터에서 3년 정도 봉사활동도 했었고요. 그래서 같이 하자고 하셨던 거예요. Finger119는 사실 아이디어가 대상을 받아서 그렇지, 막상 당시에 제가 봤을 때는 프로토타입도 없었고 서류상으로 구상된 게 전부였어요. 사업성 같은 건 그때의 저도 확신할 수 없었죠. 그래서 교수님을 여섯 분 찾아뵈었어요. 그

랬더니 어떤 분은 바로 사업계획서를 쓰자고 하셨고, 어떤 분은 가능성이 반반이라고 하셨죠. 그래도 70% 정도가 긍정적이었어요. 저도 점점 가능성이 있겠다 싶어서 하겠다고 했죠.

Q. 현재 진행된 사업 단계는 어느 정도인가요?

여러 시행착오를 거쳐 왔습니다. 계속 만들고 부수고 또 만들고요. 현재는 4차 판매형 디자인이 완성되었고 금형 설계까지 완료되었습니다. 이제 금형 제작과 의료기기 인증만 되면 시판이 가능한 단계예요. 작년까지는 안산 경안고에 창업 동아리를 만들어서 멘토링 형태로 일주일에 한 번씩 서포트 역할을 했었는데, 응급 키트 제작에 힘을 많이 쏟아야 해서, 올해는 잠정 중단하고 이걸 진행하고 있어요. 아마 내년이나 내후년 되어야 청소년 문제에 대해 접근할 수 있을 것 같아요. 우선으로는 본연의 사회적 문제 해결, 응급 키트 만드는 것에 집중하고 있습니다.

Q. 현재 Finger119가 응급 키트 제작 외에 진행하는 다른 사업분야도 있나요?

아직 다른 특별한 활동을 하지는 않습니다. 하던 창업동아리 활동도 그만두고 제품 제작에 몰입하고 있으니까요. 사실 제품이 완성된 상황도 아닌데 우수팀이 되어서 뭐라고 인터뷰를 해야 할지 고민을 많이 했어요(웃음). 다만, 이혜연 팀원이 사회적기업의 청소년 부문에서는 처음으로 가장 많이 알려진 친구입니다. 강연도 많이 나갔고요. 그래서 좋은 평가를 받은 게 아닌가 싶어요. 소셜벤처 경연대회 청소년 부문에서 대상도 받고 그다음 해에는 사회적기업가 육성사업 지원을 받기 시작했으니까요. 같은 해에 소셜벤처 경연대회 글로벌 부문(현재 글로벌 성장 부문)에서 우수상도 받았습니다. SVCA(Social Venture Competition Asia)에서도 수상을 했고요. 사실 아이디어만으로 거기까지 간 게 좋기도 한데, 그래서 유의미한 실적을 거뒀다고 보기엔 아직 어려운 것 같아요.

Q. 부담되시기도 하겠어요.

사실 엄청 부담이 큽니다. 제품 특성상 일반 제품이 아닌 의료기기로 제작해야 하는지 지난 2014년 5월에 알았는데요. 의료기기는 만들기가 정말 너무 복잡하거든요. 신청하고 심사받고 인증받는 절차가 굉장히 까다로워요. 심사 서류도 복잡한 데다 임상시험도 해야 하고, 제품을 완성해도 판매하려면 판매 허가를 받아야 해요. 기술문서심사, GMP 등을 따고 시판을 해야 의료기기로서 정식으로 인정을 받죠. 그 절차를 거치지 않으면 문제가 커집니다. 그래서 우리는 오히려 더 활동을 안 했어요. 아직 뭐가 안됐는데 많은 관심을 주셔서요.

Q. 제품 제작 기한을 언제로 잡고 계신가요?

Finger 119가 거쳐야 하는 모든 심사가 완료됐을 때를 감안해서 2015년 6월로 잡고 있습니다. 완벽하게 아무 문제가 없다면 2015년 3, 4월쯤 제작 완료가 가능할 것으로 보고요.

소셜벤처경연대회

창의적이고 도전적인 벤처 정신으로 사회문제의 솔루션을 제공하는 혁신적인 기업 모델을 발굴하는 대회. 2009년 제1회를 시작으로 2014년 현재 6회까지 개최되었다. 사회적기업에 대한 이해와 관심 증진을 통한 인식 확산 및 대국민 차원의 공감대를 형성하는 것은 물론, 소셜벤처 아이디어 발굴 및 사회적기업화 지원을 통한 혁신적인 사회적기업 모델을 확산하는 데 그 목적을 두고 있다.

SVCA (Social Venture Competition Asia)

GSVC(Global Social venture Competition)의 아시아 지역 예선 대회. 홍콩, 대만, 일본, 한국이 참여한다.

GMP (Good Manufacturing Practice)

안정성과 유효성을 품질면에서 보증하는 기본조건으로서의 우수의약품의 제조•관리의 기준

Finger119가 정말 필요할까, 누가 살까, 정말 살까?
문득 의문이 들었다. 너무 소수만을 위한 것 아닐까. 한국경제(2013)에 따르면, 시화공단에서 일하는 공장 근로자 수만 11만 명이 넘는다. 또한, 손가락이 잘려 재활서비스를 받는 사람들 12만 명 중 원직 미복귀자가 7만 5천여 명(61%)에 이른다(KBS, 2014.1.11). 의문 자체가 틀렸다. 그게 누구든, 몇 명이든, 삶 전체가 뒤흔들리는 일을 막기 위해 Finger119는 존재하는 것이었다.

Q. Finger119 응급키트는 어떻게 구성되어 있나요?
간단합니다. 절단된 손가락을 넣을 수 있는 보관함, 절단된 손을 압박 지혈할 수 있는 지혈 키트. 이 두 가지예요. 통이 가장 중요한데, 열면 바로 냉매가 작동할 수 있는 장치가 있어요. 바로 차갑게 보관해서 병원에 갈 수 있도록 하는 키트예요. 장기 이식용 보관함과 비슷한 형태라고 보시면 됩니다.

냉매 원리

액체가 기체로 기화하는 과정에서 열을 흡수하면서 주변 온도가 급격히 떨어지며 시원해지는 냉동의 기본원리를 이용한 것으로 냉매란 냉동 사이클의 작동유체로서 저온의 물체에서 열을 빼앗아 고온의 물체에 열을 운반해 주는 매체를 통틀어 말한다.

Q. 냉매를 이용하여 차갑게 보관해가는 것이 중요하군요.
네. 냉매 원리 자체는 고등학교 때 배우는 거예요. 차갑게 만들어서 병원에 가는 목표를 위한 아주 간단한 원리입니다. 절단 사고가 나면 응급처치를 할 줄 모른다는 것이 가장 큰 문제거든요. 우유나 식초, 심지어는 소주에 절단된 손가락을 담아 가는 경우도 있고 심지어 아이들이 사고가 나면 어머니들이 입에 넣어서 가져가는 일도 있어요. 굉장히 위험한 방법이에요. 우선 차갑게 만들고 세균번식을 막아야 해요. 손가락이 절단됨과 동시에 바로 괴사가 진행되거든요. 이게 진행되면 수술하기도 힘들고, 하더라도 문제가 생깁니다. 그러니 최대한 빨리 병원에 가야 해요. 사실 병원 상황도 좋지는 않은 것이, 수지접합전문의가 의료업계에서는 3D라고 해요. 대부분 사람들은 손가락 하나 붙이는 데 얼마나 걸리겠어 하시는데, 꼬박 8시간을 수술해야 하고 일반 전문의도 4시간 동안은 수술을 해야 하거든요. 그만큼 고되요. 게다가 국내에 수지접합 전문의가 50~80명뿐이라는 얘기도 있어요. 병원도 점점 줄어드는 추세고요. 지금은 괜찮아도 10~20년 후에는 병원이나 인력이 없어서 절단사고를 더 빠르게 해결하지 못할 수도 있어요. 그만큼 신속한 사후 대처가 더 중요해지는 겁니다.

연간 손가락 절단 사고 발생 수

8,000건

우리나라에서 1년 동안 손이나 손가락 절단 사고가 발생하는 공식적인 어림 횟수

Q. 여러모로 절단 사고에 대한 대처가 참 열악한 상황이네요. 그런데 실제로 손이나 손가락 절단 사고가 정말 잦은가요?
산업안전관리공단 안산지청에서 받은 자료상으로는 우리나라에서 1년에 6,000~8,000건 정도 일어난다고 해요. 사업자들이 신고하지 않은 경우까지 추산하면 한 해 2만 건 정도 발생한다고 봐요. 금형이나 프레스 일하시는 분들, 나이 든 분들은 한 번씩은 사고를 당한다고 보면 돼요. 사고에는 주로 전도(잘림), 협착(눌림)이 있는데 전도 사고 중 80%가 손 또는 손가락 사고라고 할 정도로 비율이 굉장히 높아요. 절단 사고자분들을 상지절단 장애인이라고 하는데, 그분들은 사고를 수치라고 생각하세요. 절단 사고를 겪으면 자아개념이 파괴됩니다. 자살하는 분들도 계시고, 딛고 일어서서 잘 지내는 분들도 계세요. 자살도 큰 문제지만, 가장 일상적인 사회적 문제가 이분들이 원래 직장에 복귀를 못 한다는 거예요. 원직 복귀를 못 하면 가정이 파괴 될 수 있죠.

Q. 사업타겟은 기본적으로 B2B(Business-to-business)일 것 같아요.

그렇습니다. 여태까지 투자했고 앞으로 투자할 것을 봤을 때, 제품 가격은 개당 30~50만 원까지 될 거 같아요. 원래 저가형으로 만들고 싶었는데, 의료기기를 만들어야 하는 지금 입장에서는 그럴 수가 없어요. 다만 현재 개발 중인 제품의 성과가 좋다면 후에 영세한 기업이나 저개발국가를 위한 저가형 모델을 개발 및 시판할 예정입니다.

Q. 학교나 공기업 같이 자본력이나 명분이 있는 곳은 구매할 것 같은데, 가격이 높다면 공장 사장님들이 구매하실까요? Finger119가 정말 필요한 곳은 임금도 제대로 못 주는 영세한 사업체일 것 같아요.

우리도 그 부분에 대한 고민을 계속 했어요. 하지만 저희가 초기라 비용 나가는 부분은 어쩔 수 없더라고요. 대신 여러 전략을 생각해 봤어요. 탐스슈즈 1+1 같이 대기업에서 구매하면 영세한 기업에 한두 개 정도를 사회공헌 형태로 기증하는 방법도 있었고요. 나중에 어느 정도 수익이 생기고 투자도 받으면 그때는 저가형 모델도 만들고 싶다는 생각도 있어요. 중국이나 인도, 아프리카에서도 절단 사고가 발생하는데 그쪽에도 공급되려면 가격을 맞춰줘야 하니까요. 마지막으로, 우리나라 산업이 원청, 하청으로 나누어져 있잖아요. 그런데 우리나라 법상에서는 하청에서 일어난 사고에 대한 비용은 원청에서 지급하게 되어 있어요(산업안전보건법 제29조). 실제로 D 건설사 같은 경우, 하청업체에서 사고가 났는데 소송 들어가서 비용을 지급한 판례도 있었고요. 그런 부분을 이용한다면 일반 원청인 기업에서 구매하도록 마케팅할 수도 있을 것 같아요. 이게 현재로써는 가장 유력한 것 같아요. 판례에서는 한 건(명)에 1,500만 원이었는데 차라리 그 비용을 안전장치 설치로 대체함으로써 비용을 줄이고 심리적인 경각심도 줄 수 있을 것 같아요.

탐스슈즈 1+1

소비자가 한 켤레의 운동화를 사면, 한 켤레의 운동화가 신발이 필요한 개발도상국 어린이나 청소년에게 기부되는 탐스슈즈의 코즈마케팅 전략







시작도 청소년, 종착도 청소년
이 대표와 Finger119 멤버들의 종착역은 응급 키트 너머에 있다. '청소년'을 키워드로 모인 네 명이 궁극적으로 함께하고자 하는 일 역시 청소년에 방점이 찍혀 있는 것이다. 청소년 동아리처럼 풋풋하고 애정이 넘치는 이곳의 분위기는 지금, 그리고 앞으로의 Finger119를 이끄는 동력이다.

Q. 어떻게 보면 대표님에게는 이 사업이 우연히 찾아온 기회인데요. 원래 대표님이 꿈꾸던 삶과 현재의 삶이 얼마나 일치하나요?
원래 취업을 하고 싶었어요(웃음). 사회공헌 분야에서 일하고 싶었어요. 하지만 무엇보다도 청소년과 함께 하는 게 가장 좋았고, 지금도 기회만 된다면 더 적극적으로 하고 싶어요. 원래 안산 경안고등학교에서 TFTA(Tree Frog Think & Act)라는 이름으로 활동하려고 창업경영동아리를 만들었었어요. '청개구리처럼 생각하고 행동하자', 즉 다른 사람과 다르게 생각하고 행동하자는 의미의 청소년 모임이죠. Finger119를 통해 나중에 수익이 많이 생기면, 10년 비전으로 청소년 재단을 만들고자 해요. Finger119 팀원들도 처음에 이걸 하자는 것에 의견을 모았었어요.

Q. 현재 함께하는 분들을 소개해 주세요.
저와 조성용 공동대표님, 이혜연 친구, 그리고 김도형이라는 친구가 있어요. 김도형 친구도 조성용 대표님의 제자고 지금 대학생이에요. 원래 옆에서 도와줬던 친구인데 창



업 쪽에 관심이 있다며 배워보고 싶다고 해서 같이 하게 됐죠. 역할도 비교적 나누어져 있는 편이에요. 조 대표님은 기술개발을 전담하고 계시고, 이혜연 친구는 전반적인 일을 하면서 홍보 역할을 해요. 여러 곳에서 많이들 관심 가져주시거든요. 요즘은 시장조사도 하고 있어요. 김도형 친구는 카이스트 기계공학 쪽에서 공부하는데, 제품의 기술적인 부분에 대한 이론적인 보조를 해요. 저는 전반적인 관리와 대외업무를 하고요. 지원사업 공모 등 서류 작업이 많아요. 저희는 구성원이 정말 특별해요. 학생도 있고, 투잡하는 분도 있고요. 팀원들과는 일주일에 한 번 모여요.

Q. Finger119의 장기적인 목표는 무엇인가요?

저희는 우선 1년 안으로 절단사고 응급 키트로 매출을 내는 게 목표고요. 5년 안으로 글로벌 기업으로 성장시키는 목표도 있습니다. Finger119의 매출을 통한 장기 목표는 10년으로 잡고 있어요. 청소년들을 위한 재단을 만들고 싶어요. 사업이 성공적으로 진행되어서 뭔가 더 할 수 있는 여력이 생기면 청소년들을 위한 일들을 하고 싶어요. 청소년들이 갈만한 곳이 없거든요. 우리 사무실 겸 빌딩을 지어서 청소년들이 편하게 와서 공부하고 노는 센터를 만들고 싶어요. 토즈같은 느낌으로요. 짧게 보면 사무실이지만 길게 보면 센터를 짓는 거죠. 그곳에서 청소년들과 다양한 일들을 도모할 수 있는, 가족 같은 분위기의 기업을 만들고 싶어요. 꼭 Finger119가 아닌 다른 사업을 할 수도 있고요. 그때는 원래 우리가 만들었던 TFTA의 이름으로 활동하고 싶습니다.

모임 공간 토즈

토즈는 워크샵, 프레젠테이션, 회의 등의 공적인 만남에서부터 동호회 모임, 그룹 스터디, 단순한 친목 도모까지 여러가지 모임을 할 수 있는 신 개념 모임 공간이다. 2001년 문을 연 이후 22개 지점이 운영 중이며 꿈을 가진 사람들이 마땅히 갈 곳 없는 우리나라 현실 속에서 다양한 꿈과 자신만의 가치를 위해 노력하는 사람들에게 최적의 온오프라인 환경을 제공하고 있다.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



건강

연간 8,000건 이상의 손가락 절단 사고가 발생하며, 사고 피해자의 원직 미복귀율이 61%에 달한다.

반월공단, 시화공단과 같은 공업단지의 근로자들은 전도(잘림), 협착(눌림) 등의 사고에 항상 노출되어 있다. 사고를 예방할 수 있는 뚜렷한 방책이 없고, 사고 후 제대로 치료받지 못할 경우 평생 장애를 가지고 살게 된다.

분석 Analysis

사고현장에서 적절한 조처를 하면 손가락 봉합이 가능하나, 시설 및 지식 부족으로 봉합률이 떨어진다.

손가락이 절단되는 경우 가장 중요한 것은 괴사하지 않도록 깨끗하게, 차갑게 보관해야 하는 것이다. 그래야 병원에 가더라도 신경까지 연결하는 수술이 가능하다. 그러나 현실은 응급처치에 대한 잘못된 정보도 많을뿐더러, 알고 있다고 해도 현장에 마땅한 도구가 없어 제대로 된 처치를 하기가 어렵다.

접근 Approach



병원의 응급조치 서비스를 사고현장으로 이동하다.

병원의 전문화된 응급조치 방법을 소형화, 경량화하여 사고현장으로 가져온다. 이를 통해 최소한의 노력으로 절단된 신체 부위를 안전하게 병원 수술실까지 가져갈 수 있다.

Finger119

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

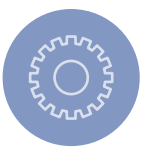

상품

상품(응급의료키트)

Finger119의 응급처치 키트는 잘린 신체 부위를 차갑게 보관할 수 있는 냉매와 이를 운반할 수 있는 통으로 구성되어 있다. 특별한 매뉴얼이 필요 없을 정도로 구성과 사용방법이 간단하며, 응급 키트의 존재만으로 작업 시 경각심을 줄 수 있는 효과도 있다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

노프릴 (No Frill)

Finger119의 응급 키트는 본래 병원에서 장기이식 수술을 할 때 장기를 차갑게 보관하는 원리에 착안하여 고안되었다. 간편하면서도 누구나 쉽게 사용할 수 있어야 하는 특징이 중요하므로, 핵심 기능만 남긴 채 최소한의 용도에 맞게 간소화하였다. 응급 키트가 있는 곳에서는 사고를 당하게 되더라도 적절한 응급조치로 더욱 큰 사고를 막을 수 있다. 이는 단지 손가락이 아닌, 개인과 그 가족의 삶을 살리는 일이다.





05

열린책장
강화평 대표

책의 확장성이 어디까지냐고 묻는다면, 무한대라고 말해야 맞다.
책을 읽고 난 후의 사람은 사고와 생각이 무한히 발전하기 때문이다.
하지만 그 확장성 조차도 접근성이 전제되어 있지 않다면 무용지물이다.
내가 원하는 책이 근거리의 도서관에 있을 거라는 확신, 모두가 읽어보곤
엄지를 치켜들었다던 그 책이 궁금해질 때 구해 읽어볼 수 있을 거란
확신이 필요하다. 물론 그 접근성은, 비장애인뿐만 아니라 장애인에게도
같아야 한다. 그래야 책 속에 든 지식이 의미가 있다. 열린책장은,
책이 모두에게 동일하게 전달되어야 한다고 믿는다. 열린책장 안에서
책은 확장된 개념을 갖고, 모든 이들에게 지식과 경험, 문화를 전달한다.

“청각장애인을 위한 **소셜벤처**”



열린책장 강화평 대표

Q. 열린책장. 어감이 참 좋은 회사 이름이에요. 독자들께 소개를 부탁드릴게요.

열린책장은 정보 소외계층인 청각 장애인들에게 그들의 언어인 “수화”로 콘텐츠를 제작하여 현재 제공되는 수화콘텐츠 부족에 대한 문제를 해결하고 각 분야의 다양한 정보를 습득할 수 있도록 돕고자 하는 기업입니다. 현재 스마트수화(수화영상도서)를 비롯한 여러 가지 정보제공 콘텐츠를 생산 중이며 헬렌켈러 작은도서관 및 시각, 청각 장애인들을 위한 배리어프리 디지털도서관을 운영하고 있어요.

Q. 어떻게 사업을 시작하게 되셨어요?

어느 날, 우리 사회에 있는 기업들의 모습을 보다가 문득 그런 생각이 들었어요. ‘내가 여태껏 본 기업의 모습 중, 제대로 된 기업이라고 말할 수 있는 것은 사회적기업이구나!’ 라고요. 그때 사회적기업에 대한 책을 많이 읽었어요. 그렇게 사회적기업이란 것을 알아가다가 2013년에 사회적기업가 육성사업이라는 좋은 기회가 있어 시작하게 된 겁니다.

Q. 처음 육성사업에 참여하실 때의 비즈니스 모델은 지금과는 조금 달랐죠?

달랐죠. 처음에는 취약계층에게 책을 나눠주고자 했어요. 책과 교육을 나눠주자. 그렇게 시작했는데, 6개월 정도 멘토링을 받으면서 생각이 많이 바뀌었죠. 그때 가장 많이 한 생각이 ‘이 사업이 대체 누구를 위한 사업인가?’ 하는 생각이 들더라고요. 무언가 보여주기 위해 이 일을 하고 있다는 생각도 들었고요. 인증사진 같은 증빙을 계속 남겨야 하고….

Q. 그렇게 고민하던 와중에 지금 사업 모델을 찾게 되신 건가요?

맞아요. 그때 책 나눔을 하면서 만났던 분 중에 농아인 분들이 있었어요. 그분들은 소리가 없는 세계에서 살고 있어요. 한국어의 문해율이 부족한 분들이죠. 왜냐면 수화가 제1 언어이고, 한국어가 제2 언어이기 때문이에요. 우리와는 다르죠. 그분들이 한국어를 보는 것은 저희가 영어를 보는 것과 같아요. 그러면 모르는 사람들은 물어요. 그분들은 문맹이냐고요. 문맹이라기보다는 정확한 의미 파악이 안 되는 거죠. 예를 들면 결혼은 언제 하느냐는 농담으로 ‘국수 언제 먹여줄꺼냐’ 라고 묻는다면 그분들은 ‘내일 먹을래?’라고 답변을 하세요. 그런 식인 거죠.

Q. 이런 부분은 일반적으로는 알 수가 없는 부분이네요.

실제로 설문조사를 해봐도 시간이 너무 오래 걸려요. 그러다 보면 대충 표시하게 되

죠. 저희가 진행했던 설문조사가 5~10분이면 완료할 수 있는 질문들이었는데, 수화통역사 선생님들이 도와주셨음에도 1시간 이상 걸렸어요. 또한, 농아인에 대해 우리가 몰랐던 사실 중 하나는 우리가 모두 알고 있는 '금도끼 은도끼'나 '흥부와 놀부' 같은 전래 동화도 '안다'가 60%, '모른다'가 40%가 나와요.

Q. 전래동화에 관한 설문은 어린아이들을 대상으로 진행하신 건가요?

아녜요. 10대 후반부터 50대까지였어요. 실질적으로 광역시 같은 대도시 말고, 시골로 내려가거나 활동을 안 하시는 분들까지 포함한 실질적인 통계를 보면 알고 있는 비율이 30%쯤 될 겁니다. 이게 충격적이죠.

Q. 이런 동화는 몇 살 때 보나요? 보통 책을 읽는다 하면 4~5살부터 아닌가요?

물론 사람에 따라 다르긴 하지만, 어머니들은 태교라고 하시면서 뱃속에 있을 때부터 읽어주시는 분들도 있으시죠. 우리가 3~4살, 혹은 그 이전부터 그런 동화들을 보고 유년기를 보낸다면, 농아인 분들은 대개 12세 전후로 이런 이야기들을 알게 됩니다. 초등학교 이전에는 배울 수 있는 환경이 없는 거예요. 초등학교 들어가서 수화와 한국어를 함께 배우다 보니 혼란이 생기는 거죠. 모국어가 자리 잡아야 제 2 언어가 생기는 건데…. 심지어는 장애인분들 중에 부모가 된 다음에 자녀에게 읽어주기 위해서 20, 30대에 동화를 처음 접한 분도 계셨어요. 그때부터' 왜 이런 상황이 되었을까?'에 대한 고민을 많이 했어요. 단순해요. 그냥 그들이 이해할 수 있는 콘텐츠가 많지 않았어요. 만화책도 한글을 알아야 내용을 이해할 수 있죠. 이분들에게 필요한 것이 무엇일까 고민하다가 '수화영상도서'를 만들어서 테스트해봤어요. 만족도가 굉장히 높았죠. 하지만 차이는 있었어요. 수화통역사분들을 통하면 내용을 전달할 수 있고, 하루에도 몇 편씩 만들 수는 있었어요. 하지만 농아인들의 문화가 있는데, 그대로 전달하는 것이 필요했어요. 그래서 농아인분들 중에 수화를 가장 재미있게 하는 분에게 동화책을 읽어달라고 하고, 이야기를 꾸며서 수화 연구를 해달라고 부탁해서 시작하게 된 거죠. 그 이후로 이 부분을 주 사업으로 해야겠다고 다짐했어요. '청각장애인을 위한 콘텐츠를 제작하는 소셜벤처'가 되겠다고요.

누가 영상과 도서를 구분하는가?
보통 영상과 책은 구분된다. 정확히 말하자면 영상과 책을 구분한다. 열린책장은 책의 의미를 더 넓게 가지고, 영상과 책의 틈새를 없애고자 했다. 농인의 손짓으로 책을 곱씹으며 온전히 내용을 전달하고자 했다. 열린책장의 '수화영상도서'는 그렇게 탄생했고, 진화 중이다.

Q. 그렇게 나온 결과물들이 '영상도서'인가요?

맞아요. 수화를 제1 언어로 사용하는 청각장애인들이 활자로 된 정보와 지식을 더욱 쉽게 이해할 수 있도록 도서의 내용을 수화로 번역하여 이야기 하는 것을 촬영하고 그것을 편집하여 제작한 영상물을 의미해요. '수화영상도서' 라고 불러요.

문해율

문해(文解) 또는 문자 해득(文字解得)은 문자를 읽고 쓸 수 있는 능력 (말하기, 듣기, 읽기, 쓰기와 같은 언어의 모든 영역)을 말한다.

배리어프리(Barrier Free)

고령자나 장애인들도 살기 좋은 사회를 만들기 위해 물리적•제도적 장벽을 허물자는 운동이다. 1974년 국제연합 장애인생활환경전문가회의에서 '장벽 없는 건축 설계(barrier free design)'에 관한 보고서가 나오면서 건축학 분야에서 사용되기 시작하였다.

한국농아인협회

농아인의 재활 및 자립을 도모하고 완전한 사회 참여와 실현을 목적으로 1946년에 만들어진 단체. 농아인 계몽사업, 능력개발사업, 생활안정사업, 권익옹호사업 등 농아인들을 위한 수많은 사업을 진행하고 있다.

Q. 영상이 산뜻해요. 수화를 모르는 제가 봐도 어느 정도 이해가 가고요.

처음에는 재밌게 찍자고 해서 옷을 구했어요. 그러고 나니 머리가 이상하더라고요. 그래서 댕기머리 가발을 구했어요. 메이크업도 필요하다고 해서 전문가에게 도움도 받고요. 그런데 이렇게 이것저것 꾸미다 보니까 본질을 놓쳤어요. 수화가 보이지 않는 거예요. 수화가 재밌고, 잘 전달하도록 만들어져야 하는데 너무 비주얼만 생각해버린 거죠. 그래서 '모두 내려놓고 수화를 잘 만들자'는 콘셉트로 다시 시작했어요.

Q. 그럼 이런 수화영상도서는 어디서 볼 수 있나요?

도서관에서 보면 되죠. 그런데 농아인 도서관은 없어요. 그래서 열린책장이 만들었어요. '헬렌켈러 작은도서관'이라고 이름 붙였어요. 도서관으로 등록도 되어 있어요. 전국에 농아인 도서관이 5개가 있어요. 보통 복지관 안에 작게 등록신고만 되어있죠. 또, 현재 홈페이지가 어느 정도 완성이 되어서 런칭되기 전이에요. 다른 지역에서는 홈페이지를 통해서 보실 수 있으시죠.

Q. 위즈온 협동조합과 점프업 프로젝트도 함께 하셨는데요.

원래 그런 프로젝트와 상관 없이 함께 하고 싶었는데, 마침 좋은 기회가 있어서 함께 하자고 제안했어요. 영상도서관을 함께 만들자고요. '일단 해주세요!'라고 질러놓고요. (웃음) 청각장애인들에게 제일 필요한 것이 수화로 된 콘텐츠이고, 이것을 찾아볼 공간이 필요하다고 이야기하면서 점프업 프로젝트에 함께 나가보자고 제안했어요. 위즈온하고 소셜 미션이 비슷한 부분이 있기 때문에 협업이 시너지가 날것이라고 판단했기 때문이에요.

Q. 현재의 서비스가 시행되기 전에도, 열린책장의 핵심 아이템은 '책'이었어요. 대표님이 생각하시는 책이란 무엇일까요?

음…. 지식과 정보에 가장 쉽고 저렴하게 접근할 수 있으며, 체계적으로 정리된 것? 그런 개념이 확장된 것이 영상도서라고 볼 수 있죠. 청각장애를 가진 어린아이들하고 이





야기해봤을 때 꿈이 없다는 이야기를 많이 합니다. 장애가 있는 아이들도 꿈꿀 수 있고, 비장애인이 받는 정보만큼 그들도 동일하게 받을 수 있도록 해야겠단 생각을 참 많이 해요. 우리나라에서도 헬렌켈러같은 위대한 사람이 나올 수 있도록 해야겠다는 생각이 들고요. 열린책장이 하는 이런 일들이 작게나마 누군가에게 시작점이 될 수 있다면 좋겠어요.

Q. 그렇게 열린책장이 시작을 하고 많이 알려져서, 경쟁사들이 나타난다면 어떨까요?
좋은 거죠! 같은 사회문제에 더 창의적이고 좋은 방법으로 접근한다면 저희가 배우면 되는 거죠. 그렇게 사회 문제가 해결될 수 있다면 그때 열린책장은 다른 사회문제를 찾아서 가는 거죠. 사회 문제를 해결하는 데 경쟁적인 관계는 아닌 것 같아요. 굳이 말하자면 선의의 경쟁이겠죠?

Q. 영상 도서 말고, 열린책장이 최근에 관심이 있는 분야가 있나요?
요새는 뉴스가 참 눈에 들어와요. 뉴스에 수화 통역사가 오른쪽 아래에서 수화를 해주시잖아요. 아래쪽에 작게 나오지요. 그런데 이 수화통역이 작게 나온다는 건 비장애인에게 마치 음량을 잔뜩 줄여놓은 것과 같아요. 그런데 음량은 키울 수라도 있지, 이건 확대할 수도 없거든요. 또, 수화통역사분들이 놓치는 것들이 있거든요. 다르게 들려요. 게다가 보통 장애인을 위한 뉴스는 장애인 소식만 보여주거든요. 장애인들도 정치, 사회, 스포츠 등 모든 것에 관심이 있어요. 그런데 장애인 뉴스에는 왜 장애인만 나오는지…. 그래서 우리끼리 뉴스를 만들어봤어요.

Q. 확실히 수화통역사분의 화면이 크네요. 내용도 일반적이고요.
저희끼리 베타로 만든 거예요. 이름은 '일견(見) 뉴스'로 생각하고 있어요. 3번 정도 테스트해보고, 저희 사이트에 올릴 수 있도록 해야죠.

Q. 영상작업은 직접 하시는 건가요?
팀원 한 명과 저랑 둘이서 하고 있어요. 이렇게 만들어야겠다는 필요성이 인지되었고, 사람들과 이야기를 나누어 보니 좋더라고요. 대전 시청자미디어센터에서도 내년에 사업을 함께 구상해보자는 이야기가 나오고 있고요. 농아인협회에서도 내년도에 이걸 가지고 무언가 진행해보면 좋겠다는 이야기가 나오고 있어요. 지역 방송국에서 뉴스를 전달받아서 콘텐츠를 만들 수 있겠다는 생각도 들고요. 이런 방송용 콘텐츠를 파는 것이 수익의 일부가 될 수 있을 거라 예상하고 있어요.

Q. 수익을 말씀해주셔서 그런데, 지금 열린책장은 어떻게 운영되고 있는 건가요?
자막제작 등으로 버는 수입도 있고요. 지원금도 있고, 가끔 강의도 하고요. 아직은 모아놓은 돈을 쓰고 있어요. 투자의 시기라고 생각하고요. 하지만 지역방송제작 등의 업무가 들어오고 있고 수화 뉴스 등이 런칭된다면 곧 수익적으로도 자리 잡을 수 있을 것 같아요. 처음에는 돈 어떻게 버느냐고 물어보면 대답을 못 했는데, 열심히 하다 보니 길이 보이더라고요.

수화가 제 1언어라고?

수화는 손짓이나 제스처에 의한 시각적 통로를 통하여 의사소통을 하는 청각장애인들의 일차적 언어양식이다. 영어로는 사인 랭귀지(sign language)라고 한다.

‘농인이 농인에게’…. 완벽한 이해가 있어야 완벽한 전달이 가능해

강화평 대표는 특유의 활기찬 성격과 열정으로 문제를 발굴하고, 해결해나가고 있다. ‘농인이 농인에게’ 전달하지 않으면 오류 없는 완벽한 전달은 불가능함을 깨달았다. 수화도 배우고 있다. 비즈니스적으로 필요해서가 아니라 그들을 더욱 더 이해하기 위해서다. 앞으로 할 일도 태산이다. 듣다 보면 ‘이걸 언제 다 하나’ 싶다. 그래도 하나하나 놓치지 않고 나아가는 발걸음 속에 성과도 보인다. 최근 점프업 프로젝트 평가 대회에서 최우수상도 받았다. 꾸준히 노력한 결과다.

수화통역사

농아인과 청인에게 통역에 대해 안내하고, 수화통역사를 소개한다. 화자 옆에 서서 음성통역(농아인의 수어를 보고 음성으로 통역)과 수화통역(청인의 음성언어를 수화로 통역)을 사용하여 농아인과 청인의 대화를 통역한다. 농아인과의 많은 대화를 통해 농아인 특유의 관용적 표현을 익힌다. 국가공인 민간자격으로, 만 19세 이상이면 누구나 수화통역사에 도전할 수 있다.

Q. 대표님이 비장애인임에도 장애인을 이해하는 정도가 남다르신 것 같아요. 원래는 어떤 일을 하셨어요?

온라인 교육 업체에서 일했어요. 그중에 뜻깊었던 일이 사회복지사 과정을 콘텐츠로 만들었던 거예요. 5, 6년 정도 일하면서 청각장애인을 위한 콘텐츠를 만들었어요. 그때는 만족하고, 무척 뿌듯했는데 통역만 가지고는 안 되겠더라고요. 들을 수 있는 사람의 이야기를 농인이 완벽하게 이해하고, 그걸 농인에게 전달했을 때 오류가 없다는 걸 알았어요. 그때 제가 가진 생각이 바뀌었어요. 예를 들어 한국문화에 대한 이야기를 한국사람이 듣고, 영어로 미국인에게 이야기해줘도, 여전히 미국인 입장에서는 낯설 거예요. 한국에 살아보기도 하고 교육도 받은 미국인이 미국인에게 그들의 언어로 전달해야 오류가 적어져요. 누구 중심으로 이야기하느냐의 차이인 거죠. 그때 이런 생각을 하면서 이렇게 우리가 느낀 것을 진짜 콘텐츠로 만들어야겠다고 생각했어요.

Q. 수화도 배우고 계시죠? 어느 정도 수준이세요?

제가 언어감각이 좀 떨어져서…. (웃음) 옹알이 수준이에요. 저와 함께 시작한 친구들은 훨씬 잘하는데. 같이 있으면 의사소통은 하는 정도예요. 사랑과 애정이 참 중요한 것 같아요. 처음에는 근처에 가서 쭈뼛쭈뼛 서 있고 그랬어요. 답답했죠. 제 의사표현을 못 하니까 종이랑 연필이 없으면 불안하고, 휴대폰이 없으면 불안하고.

Q. 대표님 굉장히 활기차세요. 열정이 막 느껴져요.

열정도 많고, 그래서 벌이는 일도 많고…. (웃음) 원래는 말을 잘 못 했어요. 예전에 프로게이머 생활을 잠깐 했었는데 그때 인터뷰하고 그러면 단답식으로 대답하고 그랬어요. 학생 때는 왕따 없애기, 군대에서는 금연운동, 폭력 근절 이런 캠페인을 지속적으로 진행하긴 했죠.

Q. 열린책장의 목표는 무엇인가요?

개인적인 목표와 회사의 목표가 동일한 부분이 있는데…. 직원들에게 안정적인 일자리를 제공하고 급여도 많이 주는 좋은 대표가 되는 것이 개인적인 목표고요. 사람들을 변화시킬 수 있는 모습을 계속 보이고, 꿈꾸는 것들을 하나하나 이뤄가는 사람으로 보였으면 좋겠어요. 이야기했던 것들을 하나하나 실현해 나가면서 진짜 사회적기업가가 되는 것이고요. 열린책장의 목표라면 콘텐츠를 꾸준히 만들 수 있고, 일을 더 받아서 직원분들을 늘려가고 싶어요. 농아인들의 문화가 젖어있는 회사로 만들고 싶어요. 회

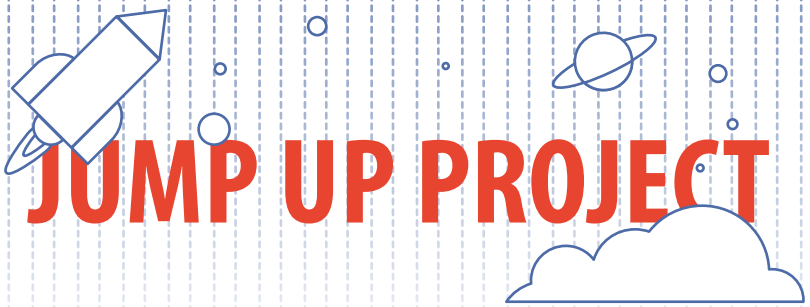
사의 의사소통 기반을 수화로 하는 건 어떨까 하는 생각도 하고요. 장애인이 미래를 꿈꿀 수 있고, 장애인과 비장애인이 함께 일하고 소통장애가 없는, 농인들의 감성을 열어주는 행복한 회사가 되는 게 꿈이고, 그렇게 하려고 노력하고 있어요.

Q. 대표님의 의지나, 비즈니스 모델을 보면 별로 걱정되지는 않네요.
제가 흔들리지 않고, 직원들과 함께 하나하나 발전시켜 나가다 보면 혁신이 일어날 거라 봐요. 수화뉴스가 있다! 여기서 끝나는 것이 아니라 그 안에서 문제점을 또 찾고, 개선해 나가고. 그렇게 우리가 할 수 있는 것이 무엇일까를 찾고, 한 걸음 한 걸음 나아가는 것이 우리 회사가 꿈꾸는 거죠.

Q. 말씀 잘 들었어요. 혹시, 이 자리를 빌려 하고 싶은 말 있으세요?
결혼합니다. 함께 일하고 있는 예비신부에게 사랑한다고 말하고 싶어요. (웃음) 사랑한다!







열린책장& 위즈온 협동조합

WHAT IS JUMP-UP PROJECT?

청년창업 활성화와 사회적기업의 지속적인 성장을 지원하기 위해 사회적기업경기재단, 한국사회적기업진흥원과 함께 2012년부터 진행해온 KDB대우증권의 사회공헌 프로젝트. 2개 이상 기업의 컨소시엄 사업단 형태로 참여 가능하다. 사회적기업가 육성사업 중 법인기업 및 (예비)사회적기업으로의 진입의지가 있는 기업이 반드시 컨소시엄 기업 중 한 곳으로 포함되어야 한다. JUMP-UP 프로젝트에 선정되면 취약계층 대상의 사업을 직접 진행할 수 있는 사업비를 지원해준다. 사회적기업가 육성사업팀에게는 또 한번 발돋움 할 수 있는 좋은 기회다.

"배리어프리(Barrier Free), 청각장애인을 위한 디지털도서관 구축"

열린책장은 점프업 프로젝트 컨소시엄 기관으로 '위즈온 협동조합'과 함께했다. 위즈온 협동조합은 대전지역에서 취약계층 일자리, 온라인 정보접근성 향상 등을 소셜미션으로 가지고 있는 대표적인 예비사회적기업이다. 두 팀이 합작하여 만든 사업단의 이름은 '배리어프리(Barrier Free)'로, 장애인을 위한 디지털 도서관 구축, 수화영상도서 제작 등을 진행했다. 장애인에 대한 이해와 공감이 그 누구보다 뛰어난 두 팀이 만나 훌륭하게 프로젝트를 수행하였으며, 심사위원으로부터 가장 많은 호응을 얻었다.

Q. '위즈온 협동조합'과 함께한 JUMP-UP 프로젝트에서 업무 분담은 어떻게 되었나요?

사회적기업가 육성사업 선배 창업팀과 함께해서 영광이었어요. 위즈온은 2기 출신인데, 기술적인 면에서 굉장히 많은 도움을 받았습니다. 청각장애인을 위한 콘텐츠를 열린책장이 기획하고, 그것을 구현하기 위한 기술적인 부분들을 위즈온 협동조합에서 담당했어요.

Q. 프로젝트를 진행하던 중 기억에 남는 에피소드가 있나요?

제가 어려운 요구를 하기도 했어요. 이런거 안되겠냐며. (웃음) 실제로 기술적으로 어렵다고 판단되는 기획들도 있었죠. 예를 들어 유튜브 뷰어를 따로 만들자는 제안이었어요. 하지만 함께 머리를 맞대고 고민하고, 자료조사한 결과 구현 가능한 소스들을 어렵게 찾았고, 시행착오를 통해 개발에 성공했어요. 그리고 테스트를 통해 완벽해졌죠.

Q. 열린책장에게 위즈온 협동조합은 어떤 기업이었나요?

사실 점프업 프로젝트와 상관없이 위즈온 협동조합에 함께 일하자고 제안하러 갔었어요. 무턱대고 청각장애인에게 필요한 수화로 된 콘텐츠를 자유롭게 볼 수 있는 사이트 및 뷰어가 필요하다고 만들어달라고 했죠. (웃음) 그러던 중 점프업 프로젝트에 함께 나가보자고 하셨고, 그걸 계기로 프로젝트가 조금 확대됐어요. 열린책장과 위즈온 협동조합은 소셜미션에 유사한 부분이 많기 때문에 협업하기 굉장히 좋았어요. 서로 도와가면서 마음도 잘 맞았고요. 특히 이번 프로젝트 뿐만 아니라 2기 사회적기업가 육성사업 창업팀 선배로서 많은 것을 보고 배울 수 있어서 너무 감사한 파트너였습니다.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(장애인)

농인들이 접근할 수 있는 도서 및 정보에 한계가 있다.

전국에 농인들을 위한 제대로 된 도서관은 5군데 밖에 없으며, 그 외에는 복지관에 작게 설치된 책장 등이 전부다. 또한 장애인을 위한 뉴스 등에서는 일반적인 뉴스보다 장애인 활동 소식 등을 주로 보여주는 현실이다. 장애인도 비장애인과 마찬가지로 사회/문화/경제 등 일반적인 정보도 필요하지만, 현실은 그렇지 않으며 그러한 정보에 접근하는데 많은 제약이 있다.

분석 Analysis

청각장애인을 배려한 접근 환경 및 전문 콘텐츠가 부족하다.

그 이유는 장애인들이 제약없이 정보를 열람할 수 있는 채널이 부족하기 때문이다. 청각장애인을 위한 도서관이 부족하며, TV에서 정보를 얻는 방법 역시 자막 및 수화통역사에 의존하고 있다. 하지만 자막 및 수화통역사도 의미를 전달하는 데 한계가 있다. 비장애인은 농아인의 문화를 100% 이해하기 어렵기 때문이다.

접근 Approach



청각장애인들을 위한 콘텐츠를 청각 장애인과 연결하다.

열린책장은 홈페이지 및 동영상 스트리밍 사이트, 수화전문 뉴스를 청각장애인에게 공급·연결함으로써, 청각장애인들이 지식 및 콘텐츠를 습득하는데 장애를 없애고자 한다.

열린책장

수단 Method



콘텐츠(영상)

청각 장애 및 언어장애를 가진 농아인을 대상으로 수화 영상 도서 및 수화뉴스를 제작 및 배포하였다. 농아인이 농아인에게 전달할 때 가장 완벽하게 콘텐츠를 전달할 수 있다고 판단하여 수화 영상도서에 등장하는 수화자도 농인으로 캐스팅 하였으며, 수화 뉴스의 경우 영상 콘텐츠를 지역 방송국과 제휴하여 보급할 예정이다.

전략 Strategy



매스미디어(Mass Media) & 온라인 스트리밍

첫째, 온라인 스트리밍 채널을 이용하여 청각장애인들이 능동적으로 콘텐츠에 접근할 수 있는 채널을 유지하였다. 둘째, 지역 방송국과 제휴하여 자막 제작 및 수화 뉴스 등을 제작, 수익을 창출하며 청각장애인을 위한 콘텐츠를 보다 효과적으로 전달하는 전략을 채택하였다.

06

나눔인
이병식 대표

'법과 죽음 앞에 만인이 평등하다'는 말도 어느샌가 낯설어 지는 시대다. 얼마 전 숨진 어느 독거노인의 뉴스가 보는 이들의 심금을 울렸다. 자신의 시신을 수습하러 온 이들에게 식사라도 한 끼 하라며 적은 돈을 남기고는 목숨을 끊었다. 그는 자신의 장례비로 100여만 원을 남겼다. 하지만 장례조차 치르지 못하는 경우가 허다하다. 나눔인 이병식 대표는 힘든 세상, 가시는 길까지 외로우면 안 된다는 생각에 70만 원 장례 의전 서비스를 시작했다.







나눔인 이병식 대표

"상조문화의 새로운 기준이 되다"

Q. 장례문화를 선도하는 기업, 나눔인. 어떻게 시작하게 되셨나요?

이제 11월이 되었으니, 장례 쪽에서 일한 지 10년째가 되네요. 돈이 많거나 적거나 고인에게 들어가는 장례비용이 차이가 없다는 게 문제가 되는 세상이에요. 돈이 있는 사람들은 여유가 있으니까 상관없지만, 없는 사람들 같은 경우에는 돈 걱정을 먼저 하세요. 비용이 얼마나 나오나에 대한 관심이 많으신 거죠. 한 두 푼도 아니고 그 돈을 어떻게 만들 것인가…. 어떤 분들은 카드결제 하시는 분들도 있고, 카드도 없는 분들도 있죠. 사실 이런 이유로 기초생활보장 수급자 분들은 장례조차 치르지 못하는 경우가 종종 있고…. 그런 이유로 이미 70만 원 장례 의전 서비스를 진행하고 있었어요. 거의 실비만 받는 거죠. 그러던 중에 사회적기업가 육성사업을 알고, 참여하게 되었어요.

Q. 안타깝네요. 가시는 길까지 돈 걱정을 해야 하다니….

우리나라는 특이하게도 장례나 결혼 문화가 거품이 심해요. 원가 대비 10배 이상의 소비자가격이 형성됩니다. 어쨌든 고인 가시는 길에 예는 갖춰야 하는데, 경제적인 부담을 최소화하는 방법이 없을지 지속해서 고민해 왔어요.

Q. 나눔 인이 제공하고 있는 서비스는 어떤 것들이 있나요?

일반적인 장례의전서비스와 취약계층을 위한 70만 원 장례 의전 서비스가 있고, 노인분들을 위한 '인생회고록' 서비스도 제공하고 있어요. 계획은 있지만, 아직 시행하지 않고 있는 서비스로는 자연장지 서비스, 사후체험관 서비스 등이 있습니다.

Q. 취약계층을 위한 장례의전서비스를 70만 원에 맞춰놓은 이유가 있나요?

정부에서 기초생활보장 수급자에게 장례비를 줍니다. 75만 원까지요. 그래서 거기에 맞췄어요.

Q. 장례를 치를 때 돈이 많이 드는 이유가 무엇인가요? 거품이라고도 말씀하셨는데요.

보통 평균 장례를 치를 때, 음식까지 하면 1,200~1,300만 원 정도 나옵니다. 수의, 음식, 식장 대관료 등등…. 거품이 끼는 이유는, 우리나라에서는 사람들이 장례를 약간 꺼리는 경향이 있어요. 무언가 '어두운 것'으로 생각하죠. 그러다 보니 장례업계에 종사하는 사람들을 음지에 있는 사람들이라고 생각하기도 하고요. 예를 들어 우리가 마트에서 어떤 물건을 사면, 특히 공산품의 경우에는 다 똑같죠. 원가도 비슷하고. 가격을 뻥튀기할 수가 없거든요. 그런데 장례는 돌아다녀 봐도 몰라요. 정보가 없어요. 게다가 장례는 평생에 한 두 번밖에 안 치르는 희귀성도 있고요. 그런 식으로 가격이 오르고 거

품이 끼는 거죠. 용품비만 천만 원씩 나오기도 하고 그래요. 관도, 수의도…. 뭘 고르냐에 따라서 가격이 천차만별인 거예요.

Q. 보통 장례의 경우 조의금으로 지불하는 경우도 많은데, 소외계층분들은 찾아오시는 손님들도 적고 그러면….

그렇죠. 저희는 시중의 수의 가격보다 3~40% 저렴하게 판매하고 있어요. 그래도 수익이 나거든요. 그런데 보통 일반적인 장례용품들은 거의 10배 이상은 뛴다고 보시면 되죠. 정말 비싸요.

외로움은 삶을 포기하게 해…. 노인 우울증 및 고독사를 예방하기 위한 나눔인의 다양한 활동

나눔인은 인생회고록 서비스 및 사후체험관 운영을 계획하여 노인 우울증 및 고독사를 예방하려 한다. 사업의 특성상 비즈니스모델에 대한 고민보다는, 어렵고 소외된 이웃들에게 나눔인의 서비스를 더욱 알리고자 홍보에 집중할 수 있었다고 한다. 공중파에 광고도 하고 구청을 찾아가기도 했다.

Q. 아무래도 장례사업이다 보니 영업을 직접 하기가 어려우실 것 같아요.

제가 몸담고 있던 상조회사의 의전 업무를 거의 고정으로 대행해주는 방식으로 이익을 얻고 있어요. 우리가 알고 있는 상조회사들도 영업문의가 따로 있고, 의전 업체가 따로 있거든요. 쉽게 말해 위탁을 하는 구조인 거죠. 그래서 사실 초기 창업팀들이 겪는 비즈니스 모델에 대한 고민은 크게 없는 편이에요. 독거노인이나 취약계층을 위한 70만 원 장례 서비스를 어떻게 하면 더 많이 홍보할 수 있을까, 그런 것들을 고민합니다.

Q. 더 많은 서비스를 제공하기 위한 좋은 방법이 있던가요?

전북 SBS, KBS, MBC 등 공중파에 광고도 냈었고…. 일단 익산시에 가서 이야기를 해봤지요. '내가 화장 수의를 공짜로 주겠다. 그러니까 독거노인 분들 돌아가시면 연락만 달라. 우리가 가져다주겠다. 라고 말하면서 70만 원 장례 서비스도 안내하고 그랬어요. 그런데 익산시 입장에서는 업체와 소비자를 직접 연결해주는 것이 안 되는 거죠. 공무원이 업체를 지정해서 일을 줄 수는 없으니까요. 그래서 가능한 방법은 희망나눔센터 쪽에 수의를 주면 그쪽에서 다시 수의를 익산시에 준대요. 그러면 익산시에서 그걸 받아서 동사무소에 가져다 놓고, 필요한 사람만 가져가게 한다는 거예요. 아니 그러면 의미가 없잖아요. 그래서 차라리 노인 복지관이나 사회복지관에 가져다 드리겠다고 한 거죠.

Q. 인생회고록 서비스에 대해서 조금만 더 이야기해주세요.

그냥 할머니들을 찾아가서 이런저런 이야기 하죠. 이야기하다 보면 공감 가는 이야기도 하고. 대놓고 할머니 준비하셔야죠? 그럴 순 없잖아요. 마음의 문을 닫아버리면 답이 없거든요. 독거노인 자살이 생각보다 많아요. 노인 우울증에 자살하는 거예요. 고독사…. 저는 사실 옛날에는 이해가 안 갔어요. "연세 있으신 분들이 왜 자살을 하실까?"

나눔70

나눔인에서 제공하고 있는 취약계층을 위한 장례의 전서비스. 정부에서 제공하는 취약계층 장례비인 75만 원에 맞춘 나눔인의 대표 프로그램.

인생회고록 서비스

부모님의 삶의 발자취를 들어보고 인생역정 등을 확인하고 자녀들에게 부탁하고자 하는 의미에서 제작하는 나눔인의 무료 서비스. 내용을 취재한 후, 부모님이 돌아가시면 자녀에게 회고록을 전달하는 방식으로 이루어 진다.



그런데 우울증인 거죠. 외로우니까. 자신의 이야기를 들어줄 사람이 없는 거예요. 사실 돈 많은 분은 인생 회고록 같은 거 종종 하시기도 하잖아요. 그런 회고록 같은 거 의외로 단가가 비싸거든요. 그런데 그걸 일반적인 분들도 할 수 있게 하면 어떻겠냐는 거죠. 인터뷰하면서 어르신들 말씀 들어드리고, 영상 찍고 그런 거죠.

Q. 노인 우울증 및 고독사 예방에도 효과가 있을 것 같아요.

그런 문제들을 조금이나마 극복해보고자 해요. 대화할 수 있는 상대가 되어주면 좋겠다는 거. 저희가 실제로 집에 방문하거나 병원으로 찾아가거나, 그렇게 어르신들 만나고 있어요. 그럼 처음에는 "에이 뭘 그런 걸 말해~"라고 하시다가 조금 이야기를 듣기 시작하면, 이제 당신이 살아왔던 이야기부터 며느리, 아들, 자식들에게 서운했던 이야기들 막 하세요. 저희는 그걸 정리해서 책자를 미리 만들어놔요. 그 뒤에 자식들에게, 지인들에게 유언장처럼 그런 것들을 드리기도 하고요.

Q. 내용이 워낙 확실하다 보니까 별다른 질문들은 안 받으셨을 것 같아요.

사실 비즈니스 모델은 워낙 명확하니까, 별다른 질문을 받거나 하진 않았어요. 소셜 미션도 잘 정리되어 있다고 생각했는데, 멘토링을 하면서 소셜미션이 약하지 않나 하는 조언을 많이 들었어요. 명확한 비즈니스 모델과 비교하면, 소셜 미션이 좀 약하다는 평가였죠.

Q. 그러면 그 후에 소셜미션을 보완하기 위해 발전된 사업들이 있는 건가요?

그 이후로 했던 것이 사후체험사업이고요. 그것도 벌써 일 년 넘게 준비를 하고 있어요. 강사분들도 다 준비되어 있고요. 원래는 전주 월드컵 경기장에 자리가 빈다고 거기

를 구하려고 했어요. 그런데 임대료가 너무 비싸서 안 되었죠. 적당한 임대료를 생각했었는데…. 저희가 생각했던 적당한 임대료와 그쪽이 생각한 임대료가 달랐던 거죠. (웃음) 강사들은 4~5명 준비되어 있습니다. 체험연구소 쪽과 협업해서요. 사실 될지 안 될지 모르겠어요. 우리는 이렇게 하면 동마다 아동보호센터들이 있잖아요. 이쪽과 연계를 해서 무료로 체험하게 해준다거나 하는데 우리가 거기를 임대하다 보면 다른 수익을 창출해야 하니까 그게 좀 안 맞는 것 같아서 망설이고 있어요.

Q. 사후체험관 서비스가 어떻게 소셜미션에 부합하는 사업인지 설명을 부탁해도 될까요?

초등학생 이상부터 5~60대까지 가능해요. 자신의 인생을 되돌아보는 계기가 되는 거죠. 지난해 키워드가 힐링이었어요. 자신의 삶을 돌아보는 계기를 만들어주는 거예요. 많은 사람이 우울증이 생기는데, 그 이유를 찾을 수 있어요. 미래가 불분명해서 그렇거든요. '웰다잉'이라는 키워드도 있었고요. 저희 팀원들이 관련 교육도 모두 이수했었고. 그런 체험 같은 경우 원래 5시간 정도 해요. 아동복지센터 같은 곳에서 오는 친구들은 무료로 시작해서 기업체나 학교 등으로 확장하여 수익 모델을 창출하고, 아동복지센터 친구들은 지속해서 무상으로 진행할 수 있게끔 하는 프로그램을 연구했었죠.

합리적 의전비용 적용

나눔인은 매월 납입하는 선불식 상조회사 방식이 아닌, 유족이 필요한 서비스만 이용할 수 있는 저비용, 고품격, 선택형 장례의전 서비스를 제공한다.

한국의 장례문화도 변할 것…. 장례문화의 합리적인 소비, 나눔인이 선도하고 싶어

나눔인은 한국의 장례문화를 선도하는 기업이 되고자 한다. 지나치게 부풀어 있는 가격을 안정시키고, 합리적인 소비가 가능한 시장을 만들고자 한다. 그러한 투명한 과정을 통해 장례문화가 음지에서 양지로, 어두운 것이 아니라 우리 삶의 자연스러운 일부로 자리 잡게 하고자 한다.

Q. 앞으로 우리나라의 장례 문화가 어떻게 바뀔 거라고 보세요?

현재 서울에서 장례를 치르면 2천만 원 정도가 들어가요. 그런데 점점 단순화될 거라고 봐요. 일본이 사례가 될 수 있을 것 같아요. 일본이 그래요. 점점 손님들을 받지 않고, 돌아가시면 다음날 발인을 하고 그래요. 가족들끼리 조촐하게 고인을 추모하는 거죠. 우리나라도 점점 그렇게 바뀔 수 있다고 봅니다.

Q. 현재 예비 사회적기업이신데, 인증 사회적기업도 생각해보셨어요?

솔직히 아직 고민 중이에요. 불필요한 게 많다는 생각도 들고요. 저는 솔직히 사회적기업 인증을 받든, 안 받든 지금 하는 일은 변함없이 꾸준히 할 거예요. 정부 지원을 받고자 시작한 일이 아니고, 원래 하던 일인데 조금 더 많이 알릴 수 있을까 해서 육성사업도 예비 사회적기업도 도전한 거거든요.

Q. 나눔인이 왜 우수사례에 뽑혔다고 생각하세요?

운이 좋았어요. 예비 사회적기업이 된 것도 운이 좋았고. 멘토분들이 많이 도와주신 거 아닌가…. 하는 생각도 들고요. (웃음) 전라북도에서도 장례를 서비스로 하는 사회적기업이 많지 않으니까 그런 건가요?

Q. 팀원들과 협동조합까지 생각해보셨다고요.

팀원들과의 호흡이 워낙 좋아요. 사회적협동조합으로 등록도 고려했었는데, 생각보다 까다로워서 지금은 보류하고 있는 상태지만요. 신청은 이미 해놓은 상태긴 해요. 다만 협동조합되면 우려스러운 점이 있잖아요. 지금 있는 사람들끼리는 호흡이 맞으니까 상관없는데, 돈이 될 것 같아서 달려드는 사람이 있을까봐 걱정돼요. 그러면 제가 생각했던 대로 사업이 흘러가지 않을 수 있잖아요. 그렇게 되면 협동조합을 할 필요가 없거든요.

Q. 육성사업 기간에 기억에 남는 멘토링 있으세요?

사회적 가치에 대한 고민을 함께했죠. 더욱 잘 정리가 되었어요. 비즈니스 모델이야 확실하고, 또 전문분야다 보니까 아무래도 멘토링이 덜할 수밖에 없었지만, 사회적기업이나 사회적 경제에 대한 개념들, 사회적 가치에 대한 확신 이런 것들을 멘토링을 많이 해주셨어요. 그게 참 도움이 많이 되었어요.

장례비용이 대체 얼마길래?

우리나라의 표준 장례비용은 1071만 원이다. 수도권 장례비용은 1500만 원에서부터 2000만 원까지. 수의 및 식사 비용, 장례식장 대관료, 상조 서비스 등이 대부분을 차지한다. 슬픔에 잠긴 유가족들이 경황이 없고, 바가지로 의심되어도 고인이 가시는 길에 반발하는 것은 예의가 아니라고 생각하기 때문에 울며 겨자먹기로 지불하는 경우가 허다하다고.

Q. 멘토링 받으시면서 사회적기업가라는 게 무엇일까 고민해보신 적 있으세요?

글쎄요. 저는 굉장히 단순하게 생각했어요. 내가 먹고 살만큼 최소한으로 가지면, 나머지는 제가 가지고 있을 필요가 없다는 생각이 많이 들었어요. 사회에 환원하는 거죠. 특히 저는 장례를 하니까 죽음에 대한 고민을 많이 하죠. 제가 제 딸에게, 그런 말을 해요. "내가 죽으면 내가 가진 재산 얼마 되지도 않지만, 그거 사회에 환원할 거다." 그랬더니 딸이 난리가 났어요. (웃음) 물론 제가 노력해서 번 돈이고, 자식에게 얼마 정도는 줘야 하겠지만, 그 이상을 제가 가져서 뭐합니까. 저승을 갈 때 그 돈을 들고갈 수 있는 것도 아니고요. 비참하게 살지 않을 정도만 벌고 사회에 환원하는 것이 맞는 것 아니겠느냐 생각을 많이 해요.

Q. 육성사업 후배들에게 하고 싶은 말이 있으시다면요?

기본적으로 경험이 항상 중요하잖아요. 이제 막 시작하는 젊은 사람들은 그것에 대한 감이 떨어질 수밖에 없고요. 그럴 때 조언을 주라고 멘토가 있는 거잖아요. 그런데 나이가 3~40대가 되면, 자기 생각이 강해져서 다른 사람 말이 귀에 잘 안 들어와요. 그래서 제가 해주고 싶은 말은 "귀를 열어라."는 거죠. 또 하나, 아무리 사회적기업이라고 하지만 사업이잖아요. 정확히 수익이 날 수 있는 것을 고민해야죠. 사회적기업이라는 것이 참 어려워요. 그렇다고 너무 수익만 추구하면 안 되겠지만, 사회적기업을 하시려는 많은 분들이 수익보다는 사회적 가치 부분에 중점을 많이 두세요. 저는 사회적기업 육성팀 하면서 느낀 게 딱 그거였어요. "아, 돈 벌어야지. 벌어서 써야지." 그리고 이건 농담반이지만, 멘토 말도 잘 들어야 서류 잘 챙겨줘요. 가장 기본적으로. 서류 챙기는 게 일이니까. (웃음)

Q. 국내에 장래문화를 선도해가는 회사가 될 수 있을까요?

그렇게 하려고 하고, 그렇게 되었으면 좋겠어요. 70만 원 장례의전서비스도 그렇지만, 합리적인 소비를 유도할 수 있도록 하는 것이 제일 중요해요. 현재 장례문화에서의 소

비는 합리적인 소비가 아니라 바가지예요. 이런 거품을 없애는 데 일조하고 싶어요. 그것을 계속 하기 위해서 노력할 거예요. 나눔인이 대한민국에서는 열심히 해도 티도 안 날 수 있어요. 그런데 전라북도 내에서는 티 좀 내야죠. 내가 가르쳤던 직원들, 그다음에 나랑 연관된 사람들에게도 그런 이야기를 계속 하는 거예요. 저는 제가 죽었을 때, 저희 딸을 보고 와주는 것이 아니라 제 생각이 나서 사람들이 찾아와주고, "네 아버지 정말 좋은 분이셨다.", "참 괜찮은 사람이었어" 이런 식으로 제 이야기를 할 수 있는 그런 삶을 살아야겠다고 다짐해요. 어느 업종이나 비슷하겠지만, 특히 장례 이쪽은 나쁜 마음을 가지고 장사하는 분들도 많거든요. 저는 직원들에게 계속 "적어도 사람이 살면서 추잡한 걸로 돈을 벌고 그러지 말자."고 말해요. 계속 그렇게 노력은 할 거예요. 합리적으로 소비하게끔 유도하고, 숨기는 거 없이 모두 드러내야 사람들이 장례가 음지가 아니고 양지라고 생각하겠죠. 그게 곧 장례문화의 발전이니까요.



사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(취약계층)

장례 시장의 거품 현상으로 취약계층들이 장례를 치르기 부담스럽다.

1,500-2,000만 원의 장례식 비용은 취약계층이 쉽게 접근하기 힘든 가격이다. 싼 가격에 제대로 된 장례를 치를 수 있는 곳이 부족하다.

분석 Analysis

장례시장의 거품 현상은 가격에 대한 비교 및 합리적인 소비가 불가능하기 때문이다.

장례의 경우 일생에 한 두번 뿐인 희귀한 이벤트이며, 유족들이 경황이 없어 장례를 진행해줄 업체를 비교하여 선택하기 힘들다. 또한 장례식에서 비용 문제에 예민한 것은 고인에 대한 예의가 아니라는 인식으로 높게 책정된 가격에도 크게 저항감을 갖고 있지 않다.

접근 Approach





장례식의 거품을 줄이다.

나눔인은 고인을 추모하는 데 필요한 최소한의 것들만 수행하여 장례 비용의 거품을 줄이고자 한다.

나눔인

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

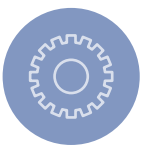

상품

서비스(장례 의전 서비스)

나눔인은 기초생활보장수급자에게 지급되는 장례비용 75만 원을 중심으로, 그에 맞춘 장례 의전 서비스를 제공한다. 또한 독거노인의 고독사를 방지하기 위한 회고록 등을 제작하는 서비스를 독거노인에게 제공하고 있다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

노프릴(No Frill)

장례의 외관을 꾸미는 데 드는 비용을 최소화하고, 반드시 필요한 물품들만 염가에 제공하도록 설계하였다. 이는 기존 장례식 대비 5%도 안되는 비용으로, 취약계층이 장례 서비스를 받을 수 있도록 하는 전략이다.



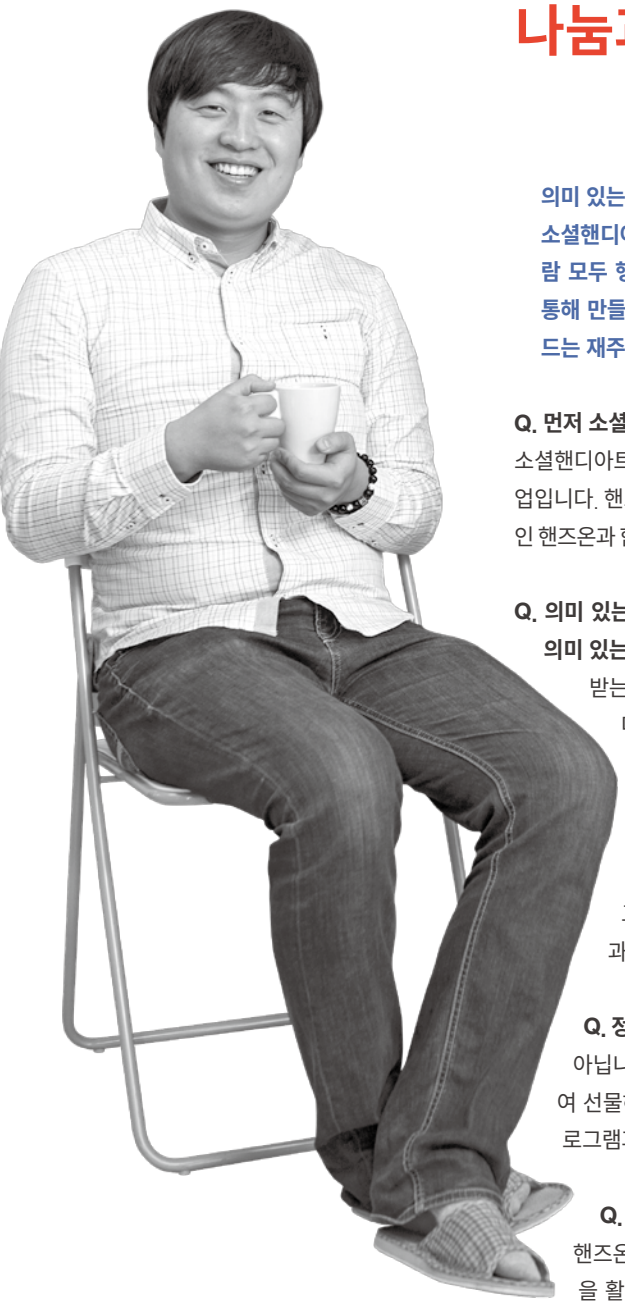
07

소셜핸디아트
최진석 대표

이기주의가 만연한 세상이다. 갖은 속임수는 당연한 일이고 사람들은 어떻게든 더 가지려 애를 쓴다. 소셜핸디아트는 이러한 사회문제 해결을 위한 실마리가 봉사와 선물에 있다고 본다. 나의 시간을 들여서 남을 돕고 내가 가진 것을 사람들과 나눌 때 나눔과 공유의 가치가 확산되어 인간미 넘치는 따뜻한 세상이 된다고 생각하기 때문이다.



“따뜻한 선물로 확산하는 나눔과 공유의 가치”



소셜핸디아트 최진석 대표

의미 있는 선물로 전하는 따뜻한 마음
소셜핸디아트는 이름처럼 손으로 직접 만드는 상품을 통해 주는 사람과 받는 사람 모두 행복한 선물을 만드는 회사이다. 기업의 사회공헌 활동이나 자원봉사를 통해 만들어지는 따뜻한 선물은 받는 사람뿐 아니라 만드는 사람 역시 즐겁게 만드는 재주가 있다.

Q. 먼저 소셜핸디아트를 소개해주시겠어요?
소셜핸디아트는 기부와 선물의 개념을 새롭게 정립하여 따뜻한 선물을 확산하는 기업입니다. 핸드 메이드 상품을 통하여 의미 있는 선물을 전달하고 자원봉사 프로그램인 핸즈온과 함께 기업 사회공헌 활동에 필요한 기부 키트를 제작 납품 하고 있습니다.

Q. 의미 있는 선물이라고 하니 다소 추상적인 개념 같네요. 대표님께서 정의하시는 의미 있는 선물은 어떤 선물인가요?
받는 사람과 주는 사람 모두 행복한 선물이라고 생각합니다. 소셜핸디아트의 대표 상품인 ‘시들지 않는 꽃’의 경우 주위 친구 이야기를 통해 아이디어를 얻었어요. 요즘 젊은 사람들은 부모님을 오랜만에 뵙는 경우가 많다 보니 어버이날 선물한 카네이션 생화가 시드는 것만 봐도 부모님께서 마음 아파하시더라고요. 그래서 한 번 선물하고 버려지는 꽃이 아닌 시들지 않는 꽃을 만들자고 생각했습니다. 일본에서 판매 중인 상품을 참고로 저희 직원이 직접 기술을 배워 소셜핸디아트만의 상품을 제작한 결과 작년에 꽤 높은 판매 성과를 냈답니다.

Q. 정말 시드는 게 아까울 정도로 예쁜 꽃이네요. 꽃도 기부하시는 건가요?
아닙니다. 꽃은 작년에 소비자들을 대상으로 한 주력 상품으로 개인이 구매하여 선물하는 방식입니다. 기부 영역의 경우는 B2B로, ‘핸즈온’이란 자원봉사 프로그램과 함께 키트를 제작하여 판매하고 있어요.

Q. 핸즈온 프로그램에 대해 좀 더 설명해주시겠어요?
핸즈온은 미국에서 시작한 자원봉사 프로그램으로 바쁜 현대인이 자투리 시간을 활용하여 봉사에 참여할 기회를 제공합니다. 에코백이나 머그컵, 줄넘기, 방향제 등 다양한 상품을 자원봉사자가 직접 만들어 필요한 곳에 기부하는 방식이에요. 한 번의 봉사로도 의미 있는 활동이 되기 때문에 각종 봉사 기관 및 단체를

비롯하여 기업에서 사회 공헌 활동으로 자주 활용합니다. 소셜핸디아트는 이 과정에서 상품 제작에 필요한 모든 재료를 마련하여 키트로 만들어 기업 측에 제공하는 역할을 담당하고 있어요. 예를 들어 에코백을 하나 만든다고 하면 가방과 물감 등 필요한 재료가 8개에서 10개 가까이 됩니다. 기업 입장에서는 이런 재료를 일일이 구매하기 번거로운 측면이 있다 보니 저희 쪽에서 포장 시스템까지 함께 기획하여 기업에 제안합니다.

Q. 기부와 봉사 간의 접점이 잘 맞아 떨어졌네요.

그렇죠. 기업 입장에서는 사회공헌 활동도 하나의 마케팅이다 보니 다양한 프로그램을 통해 색다른 기부 문화를 만들고 싶어하는 곳이 많아요. 하지만 기업 내 사회 공헌 담당자는 일반 회사에 입사한 것이지 사회복지사가 아니다 보니 경우 자원봉사나 기관 연계 부분이 미흡한 편입니다. 이 때문에 기부와 봉사가 이뤄지는 구조를 이해하고 관계자와도 친분이 있는 저희가 중간 다리 역할을 하면서 사회공헌 활동에 대한 가이드라인을 잡아주거나 봉사 프로그램을 기획하기도 합니다. 단가만 맞으면 대부분 저희 의견에 따라주세요.

Q. 소셜핸디아트의 프로그램이 기존 기부 문화와 차별점이 있다면 무엇일까요?

그간 기업의 기부 내용을 보면 단순히 쌀이나 돈이 대부분입니다. 수혜자를 생각하기보다 규정상 의무를 다하는 느낌이 강하죠. 반면에 저희는 먼저 기부를 받는 수혜자의 특성을 고려하여 키트 상품을 결정하고 그다음에 기부자, 즉 만드는 사람의 특징을 파악합니다. 받는 사람에게 유용하고 만드는 사람이 즐거워야 또 기부하고 싶다는 생각이 들 테니까요. 만들기 쉽다는 점도 소셜핸디아트 키트 상품의 큰 특징입니다. 손재주가 부족한 남자 직원이나 청소년도 쉽게 만들 수 있도록 저희 쪽에서 미리 사전 작업을 하고 보내드려요. 특히 기업체의 경우 각자 채워야 하는 의무 봉사 시간이 있기 때문에 다른 봉사보다 쉽게 참여할 수 있고 재밌는 저희 프로그램을 많이 선호하는 편이세요.

Q. 특별히 기억에 남는 키트 상품이 있으신가요?

한 번은 S사 직원들과 함께 부산 지역 아동센터에 들어가는 머그컵을 만든 적이 있어요. 직원들이 직접 컵 표면에 메시지를 담아 전달했는데 다들 서툴다 보니 불량품이 꽤 나왔습니다. 그래서 손해를 보더라도 많은 양을 폐기하고 상품을 다시 만들었답니다. 만드는 사람 입장에서는 기부지만 받는 사람에게는 선물이니 상품 질이 어느 정도 나와야 하니까요. 비록 회사 차원에서는 손해였지만 컵에 적힌 희망적 메시지를 보면서 저희도 힘을 낼 수 있었습니다. 인생 선배로서 들려주는 따뜻한 얘기 같기도 하고요. 밤을 새워가며 포장 작업까지 마무리하느라 몸은 힘들었지만, 우리가 하는 일이 의미가 있단 생각에 새롭게 의지를 다질 수 있는 시간이었어요.

소셜핸디아트의 필요충분조건, 봉사활동
막연히 남을 돕고 싶다는 마음에서 시작한 봉사 활동에 대한 최진석 대표의 열정

핸즈온 코리아(HandsOn KOREA)

현대인의 라이프 스타일에 맞춘 자원봉사 프로그램을 실행하는 핸즈온네트워크(HandsOn Network)의 한국본부인 핸즈온 코리아를 소개하고 핸즈온 프로젝트를 보급 및 확산을 위한 커뮤니티이다. 핸즈온은 미국에서 시작하여 현재는 세계 각국에서 활발하게 실행하고 있는 자원봉사 프로그램으로 한국에서는 (사)한국자원봉사문화에서 핸즈온 코리아 본부를 맡고 있다.

머그컵

소셜핸디아트에서 핸즈온 봉사를 통해 제작한 머그컵 선물. 머그컵 표면에 직접 메시지를 담아 지역아동센터에 전달했다.



은 한 번 불이 붙으니 식을 줄 몰랐다. 총 봉사 시간이 1,000시간이 넘을 정도로 온갖 봉사 활동을 도맡아 했으니 말이다. 내가 더 가지려 하지 않기 때문에 싸움과 갈등이 일어날 일이 없다는 봉사 활동 현장은 이후 자연스럽게 소셜핸디아트의 시작점이자 최 대표가 함께 사업을 꾸려가는 동료를 만난 곳이 되었다.

Q. 이야기를 들어볼수록 능력이 많이 필요한 사업 같아요. 소셜핸디아트 인력 구성은 어떻게 되나요?

핵심 인원은 저를 포함해 세 명으로 셋 다 대학생 때 봉사 활동하면서 만나 선후배 사이입니다. 그중 김지혜 실장이 웬만한 건 직접 다 만들 정도로 손재주가 좋아요. 외부적으로는 제가 대표지만 내부에서는 이 친구가 실세예요. (웃음) 저희는 사람 뽑는 기준도 특이합니다. 똑똑하고 스펙 좋은 사람보다 멍청하더라도 착한 사람이 좋아요. 봉사활동 시간 보고 사람을 뽑을 정도로요. 실제로 지금 모인 세 명도 각자 봉사 시간이 1,000시간이 넘어서 시장상도 받았답니다. 봉사 활동을 기반으로 만난 덕분에 서로 부딪치는 일도 별로 없어요. 응집력이 좋다고나 할까요? 신뢰 기반이 있는 상태에서 서로 이해하다 보니 상황이 힘들어도 깨지지 않고 사업을 끌고 나갈 수 있습니다.

청만아세

청년이 만드는 아름다운 세상이란 뜻의 청만아세는 최진석 대표가 만든 신개념 봉사활동 단체이다. 형식적인 봉사활동에서 벗어나 도움의 손길 필요한 곳곳에서 청년이 직접 기획한 봉사활동을 펼친다. 얼마 전 7기를 모집했다고 하니 관심있는 부산지역 대학생들은 앞으로의 활동소식에 주목해보면 좋을 듯.

Q. 여러 면에서 소셜핸디아트는 봉사와 유대가 깊은 회사네요.

소셜핸디아트의 시작 자체가 비영리 단체였어요. '청년이 만드는 아름다운 세상'(이하 청만아세)이란 봉사 단체로 현재도 소셜핸디아트와 함께 상호 보완적으로 운영 중입니다. 소셜핸디아트에서 인력이 필요하면 청만아세 봉사자가 도와주고 청만아세에서 재정적으로 필요한 부분을 소셜핸디아트 수익으로 채우는 식으로요. 소셜핸디아트와 별개로 청만아세에서는 아동 청소년 교육을 비롯해 문화관광형 시장 활성화 사업 등 다양한 활동을 하고 있습니다. 기존의 봉사활동과는 다른 색다른 봉사활동을 통해 이름 그대로 청년들과 함께 아름다운 사회를 가꿔 나가고자 합니다.



Q. 대표님께서는 언제부터 봉사 활동에 관심이 많으셨나요?

본격적으로 시작한 건 군대에서 휴가 나오면서 부터였어요. 군대 안에 있으면 별별 생각이 다 들잖아요. 삶에 대한 고민이 이어지는 중에 남에게 도움을 줘야겠단 막연한 생각으로 시작했습니다. 그렇게 봉사를 시작했는데 봉사하는 곳과 일상이 서로 다른 세상 같더라고요. 봉사자 중에는 아흔이 넘은 할머니도 계시고 링거를 맞으면서까지 남을 돕는 분도 계세요. 남에게 베풀려고 왔기 때문에 시간이 촉박하지 않아요. 내가 더 얻으려 하지 않으니 싸움과 갈등이 일어날 일도 없고요. 그렇게 봉사 활동 현장의 이상적인 모습에 빠져서 온갖 봉사란 봉사는 다 해본 것 같아요. 아동이나 어르신 관련 봉사부터 각종 행사 보조나 해외봉사 등 이젠 어딜 가도 신선한 봉사가 없을 정도예요.

Q. 봉사에 상당한 매력을 느끼셨나 봐요.

제가 원래 좀 잡다한 것에 관심이 많아요. 원래 꿈이 없는 사람일수록 하고 싶은 게 많잖아요. (웃음) 그래서인지 학교에서도 전공을 세 개 했어요. 영어와 사회복지를 복수전공하면서 교직 이수까지 했습니다. 교생 실습을 꼭 나가고 싶었거든요. 아이들에게 관심이 많기도 했고 알고 지내는 센터나 보육원 친구들도 많았어요. 누구보다 사랑이 필요한 친구들인데 기관에서는 이해하고 품어주기보다 행정적으로 관리하고 통제하는 게 안타깝더라고요. 그러다 보니 아이들 안에 상처도 많고요. 그래서 이 친구들과 교직에서 배운 것을 토대로 정서 멘토링 과정을 만들어 진행하기도 했습니다.

자립심을 갖고 사회에 기여할 수 있는 가장 완벽한 방법

오랜 기간 비영리 단체에 몸담아온 최진석 대표가 본 사회적기업의 가장 큰 매력은 자립심이었다. 사회적기업을 남의 돈으로 남의 일을 하는 것이 아닌 우리 힘으로 우리가 옳다고 생각하는 일을 하면서 사회에 이바지하는 가장 완벽한 방법이라 본 것이다.



반송시장을 살리자

문화관광형시장 육성사업은 전통시장을 지역의 역사와 문화, 특산품 등과 연계하거나 시장의 고유한 특성을 발굴•개발하여 국내외 관광객이 장보기와 함께 관광을 즐길 수 있는 공간으로 육성하는 사업이다. 최진석 대표가 공동 운영 중인 봉사단체 청만아세에서는 문화관광형 시장 활성화 사업의 일환으로 부산 반송시장 살리기 운동을 진행하고 있으며 대표적인 예로 플프마켓이 있다. 플프마켓은 플리마켓(벼룩시장), 프리마켓의 합성어로 반송시장을 전국 최초로 청년 대학생이 기획한 문화복합시장으로 만들어 지역에 새로운 활기를 불어넣고 있다.





Q. 어떤 면에서는 해오신 일이 사회복지사와도 닮아 보이네요.

그렇다고 볼 수 있죠. 한때는 사회복지사가 꿈이기도 했으니까요. 그런데 봉사를 하면서 주변 사회복지사를 보면 볼수록 근무 패턴이나 가치관이 저와 맞지 않더라고요. 보통 사회복지사 일을 한 지 5년 정도 지나면 권태기가 옵니다. 나라에서 돈을 받으니까 늘 똑같은 사업만 하는 거예요. 이 무렵에는 이런 사업, 저 무렵에는 저런 사업 이런 식으로 다 정해져 있어요. 구조 자체가 바뀔 수 없다 보니 결국 남의 돈으로 남의 일을 할 수 밖에 없는 직업이란 생각이 들었습니다. 비영리 단체도 마찬가지고요. 문제는 자립심인데 이걸 어떻게 해결할지 고민이었어요.

‘봉사, 어디까지 해봤니?’

3,000시간

소셜핸디아트 핵심인력 세 명이 그동안 활동한 총 봉사 시간은? 한 사람 당 1,000시간씩 무려 3,000시간이 넘는다. 온갖 봉사란 봉사는 다해봤다 말하는 그들은 여기서 멈추지 않고 직접 봉사단체와 사회적기업을 창업하기에 이르렀으니 300 용사라도 그 열정을 따라갈 수 없어 보인다.

Q. 그 과정의 연장선에서 사회적기업을 시작하신 건가요?

네. 마침 부산 발전 연구원에서 계신 박사님께서 사회적기업을 해보는 게 어떻겠냐고 추천해주셨어요. 그때부터 사회적기업에 대해 공부하며 알아봤습니다. 보니까 이거면 자립심을 갖고 우리가 옳다고 생각하는 일을 하면서 사회에 기여할 수 있겠더라고요. 그래서 대학생 신분으로 무작정 사업에 뛰어들었습니다. 어찌 보면 철없이 의지만 강했던지라 안 될 수도 있다고 생각했는데 감사하게 예비 사회적기업까지 왔네요. 사실 지정서를 받았을 때도 그렇고 지금도 실감은 안 나요.

Q. 본격적으로 사회적기업을 시작하니 어떠신가요? 비영리 단체에 있을 때와 많이 다른가요?

가치관 적인 측면에서는 거의 같다고 볼 수 있어요. 제가 하던 봉사활동이 마음에 들지 않아서 버린 게 아니라 더 효과적으로 하기 위해 전략이나 수단을 바꾼 것이니까요. 사회적기업을 통해 복지사로 일하거나 NGO에서 일할 때 부족한 자립심을 키우고 가치관을 유지해나가는 거죠. 그래서 청만아세와 소셜핸디아트를 동시에 운영할 수 있기도 하고요.

Q. 그렇다면 비영리 단체와 사회적기업 두 가지를 동시에 운영하기 때문에 갖는 장점은 뭐라고 보시나요?

아무래도 청년을 많이 알고 있으니 앞으로 이들에게 사회적기업을 좀 더 가까이에서 소개해줄 수 있다고 봅니다. 청만아세를 통해 대학생을 만나다 보면 취업 문제도 심각하고 생각보다 창업에 대한 두려움을 가진 학생들이 많아요. 이런 친구들에게 동아리를 통해 사회적 경제를 알리면서 도움을 줄 수 있지 않을까 싶습니다. 그러다 보면 부산 지역에도 사회적기업에 관심을 가진 청년들이 늘어나고 창업을 하는 사람도, 지원체계도 점점 확산되지 않을까요?

Q. 마지막으로 소셜핸디아트의 목표는 어떻게 되나요?

저희는 대박은 꿈꾸지 않습니다. (웃음) 사실 소셜핸디아트를 운영하면서 포기를 천 번도 넘게 한 것 같아요. 그래도 그때마다 일어날 수 있었던 힘은 의리를 지켜주는 동료들과 봉사에서 오는 기쁨에 있다고 봅니다. 요즘 사회를 보면 이기주의 문화가 팽배한 것 같아요. 이대로 가면 정말 심각한 문제가 초래되지 않을까 싶을 정도로요. 소셜핸디아트는 비록 작은 몸짓이지만 이런 것들을 완화하고 싶어요. '나눔과 공유의 가치를 알자'가 저희 좌우명입니다. 또 아직 구체적인 계획은 없지만, 국제 자원봉사 페스티벌을 열고 싶어요. 봉사나 기부를 잘하는 기업이나 단체가 와서 자기들이 어떻게 봉사하는지 보여주는 겁니다. 세계에서 선 순환 되는 좋은 사례를 직접 보고 체험한 후에 돌아가서는 토론과 연구도 하고요. 이것만으로도 사람들이 자원봉사에 관심을 가질 수 있다고 봐요. 너무 추상적인가요? 하지만 내년 한국자원봉사 페스티벌을 시작으로 언젠가는 분명히 국제 자원 페스티벌까지 커질 날이 올 겁니다. 분명히요. (웃음)



사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



문화

인간의 이기심 때문에 사회가 점점 각박해지고 서로 더 갖기위해 싸우다 보니 수많은 사회문제가 나타난다.

서로 나누고 배려하고 함께하는 삶을 잃은 현대인들은 어떻게든 더 가지기 위해 갖은 속임수를 쓰는 것은 물론 타인의 아픔과 슬픔에 동감하지 못한다. 그 결과 사회는 점점 각박해지며 세상은 삭막하고 희망을 찾기 힘든 곳이 된다.

분석 Analysis

경쟁 사회 속에서 누군가를 도울 기회가 거의 없다.

기업의 경우 사회공헌활동의 일환으로 진행 중인 봉사활동이 있으나 이는 수혜자를 고려하지 않은 채 단순히 물질만 지원하는 일방적인 봉사나 기부인 경우가 많다. 그 결과 명목 상인 봉사만 남아 봉사활동이 갖는 온전한 의미를 느끼지 못하며 수혜자 역시 필요한 부분의 도움을 얻지 못한다는 문제가 발생한다.

접근 Approach



기업의 봉사활동 시간과 필요물품 기부활동을 연결하다.

소셜핸디아트에서는 기업이 할당된 봉사활동시간을 이용하여 각종 복지기관 및 지역 아동센터에 필요한 물품을 제공할 수 있도록 돕는다. 봉사 제공 기관과 수혜 단체를 연결하는 다리 역할을 담당하며 그 과정에서 필요한 준비물을 마련하고 사전 가공과 배송까지 책임지는 등 전체적인 설계를 담당한다.

소셜핸디아트

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인


상품

상품(기부물건 키트)

소셜핸디아트는 물건이 필요한 NGO와 봉사활동 시간이 필요한 기업을 연결하는 다리 역할을 담당한다. 소셜핸디아트에서 제공하는 키트 상품은 약 300개에 달하며 그 중 대표적인 것으로는 머그컵, 파우치, 에코백 등이 있다. 각 제품을 만드는 데 필요한 재료의 구입 및 선작업과 배송 역시 소셜핸디아트가 키트 상품과 함께 제공하는 서비스이다 .

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

인 카인드(친절자산)

소셜핸디아트는 기부물건 생산에 필요한 노동력을 자원봉사자를 통해 활용하고 있다. 이를 통해 양쪽의 필요를 채우는 것은 물론 이기적인 세상 속에서 봉사와 나눔의 미학을 강조한다. 의미있는 선물이 중요하다고 보는 소셜핸디아트는 기부와 선물을 연결하여 사람의 손으로 만든 제품 안에 서로를 생각하는 마음을 담는다. 이를 통해 사람들이 배려와 나눔의 가치를 되새기길 바라며 봉사활동이 모두에게 익숙한 하나의 문화로서 사회전체로 확산되길 꿈꾼다.



08

재주도좋아
조원희 대표

여전히 우리에게 제주도는 낭만과 사랑이 가득한 신비로운 곳이다. 비록 그 안의 사람들이 어떤 삶을 사는지, 제주도의 바다는 어떠한지 모를지라도, 우리는 제주도를 동경한다. '재주도좋아'도 제주를 동경해 제주로 날아온 다섯 청년이 만든 기업이다. 모두가 동경하는 제주도의 푸른 바다와 지역주민의 삶을 그들의 '재주'로 한층 더 풍성하게 채워가고 있다. 센스있는 네이밍부터, 호기심 가득 자아내는 그들의 프로젝트까지 그들의 행보를 보고 있자면 궁금해서 물어보지 않고는 참을 수가 없다.


beachcombing
재주도좋아
JAE_JUDOJOA

“제주 바다를 소비의 대상이 아닌 지켜야 할 대상으로”

재주도좋아 조원희 대표



Q. 안녕하세요. 재주도좋아는 어떤 팀인가요?

원희 재주도좋아는 제주도가 좋아 내려와 한수풀 해녀학교를 통해 만난 5인으로 구성되어 있습니다. 만난 장소가 암시하듯, 다들 호기심이 많고 진취적인 성향을 가지고 있어요. 재주도좋아는 제주를 찾는 모든 사람이 제주 바다를 소비의 대상이 아닌 아끼고 지켜야 할 대상으로 인지하도록 비치코밍을 비롯한 다양한 사업을 진행하고 있어요.

Q. 블로그에 카테고리가 반짝반짝 지구상회, 초록초록 풍년상회예요. 공간 이름이 참 예뻐요.

원희 바다에 가면 생활에 관련된 모든 쓰레기가 있어요. 정말 온갖 것들이 있거든요. 연결연결해서 보니까 결국에는 먹는 걸 공부하게 되더라고요. 먹는 거 공부하니까 농사로 연결되고, 농사를 공부하니까 씨앗으로 연결되고, 씨앗을 공부하다 보니까 토종 씨앗에까지 연결되었어요. (웃음) 그렇게 토종 씨앗을 공부하다가 사람들이 토종 씨앗을 많이 알았으면 좋겠다는 생각이 들어서 텃밭이 있는 공간을 마련하고 직접 농사도 지어보고, 커뮤니티 공간 등으로 활용하자고 했어요. 그래서 풍년상회를 시작하게 되었죠. 브루스가 그리던 습작 중에 웹툰이 있어요. 풍년상회라고. 청년들이 농사를 짓고 그런 게 있었어요. 풍년상회 이름은 거기서 따온 거예요.

Q. 모두 제주도 분들이신가요? 재주도좋아라는 팀은 어떻게 꾸려지게 된 거지요?

브루스 저 빼고는 모두 육지에서 왔어요. 저는 제주도가 고향이고요. 승환이는 부산, 윤아는 강원도, 로사는 인천, 원희는 울산. 모두 한수풀 해녀학교 5기생들이에요. 비치코밍은 딱히 누가 먼저 하자고 제안했던 건 아니었어요. 해녀학교 가면 잠수를 배우잖아요. 물질하면서 무언가를 잡아오는 것이 해녀의 역할인데, 그게 생각보다 굉장히 어려운 일이예요. 어쨌든 무언가 목표로 정하고 그걸 따러 들어가야 하는데, 어느 날 어떤 친구가 망사리에 캔, 플라스틱, 이것저것 주워오는 거예요. 그게 상당히 괜찮아 보였어요. (웃음) 그런데 사람들이 점점 따라 하기 시작했어요. 그렇게 수업이 끝나면 자연스럽게 쓰레기 주워서 나오고 그랬어요. 거창하게 쓰레기 줍자고 해서 시작한 건 아니었죠. 어쨌든 그렇게 해녀학교를 졸업하고 이제 이 친구들이 아쉬운 마음에 육지에 올라가기 전에 우도 여행을 갔어요. 우도에서 물질하면서 쓰레기도 좀 주워볼까 했었죠. 그런데 30분도 안 돼서 열 포대가 가득 찬 거예요. 정도가 너무 심각한 거죠. 그렇게 심각함을 느끼니까, 줍는 것에서 그치지 말고 이걸로 뭔가를 해보기로 했어요. 그게 재주도좋아라는 팀을 결성하게 된 계기가 된 것 같아요.

Q. 바다에서 흘러온 쓰레기로 무언가 할 수 있는 팀을 만들어보자?

브루스 원희는 유리공예를 전공한 친구라서 주워온 유리조각들을 녹여 반지나 목걸이, 귀걸이 등을 제작하고 있어요. 처음에는 막연하게 뭔가를 만들어볼까 했는데, 유리병으로 만들어진 작품들이 너무 예쁜 거예요. 둥글둥글하고. 깨져있는 유리조각을 녹였더니 보석처럼 나온 거죠. 이것을 조금 더 체계적으로 만들어 보려면 팀이 꾸려져야 했죠. 그렇게 다섯 명이 만나서 사업을 진행하게 된 거예요. 팀을 이루었기에 육성사업에 도전할 수 있었고요. 그래서 지금까지 각자 재주를 살려서 지내고 있어요. 원희의 유리공예를 비롯해 승환이는 영상, 윤아는 디자인, 로사는 경리와 사무적인 일들을 맡아주고 있고, 저는 일러스트나 목공 쪽에 관심이 있어서 그쪽으로 진행하고 있어요.

Q. 그렇게 쓰레기를 줍는 것을 비치코밍이라고 하나요? 약간 생소한 단어인 것 같아요.

로사 비치코밍은 저희가 만든 단어가 아니라, 이미 있는 개념이에요. 본래 난파선에서 떠내려온 통조림을 줍는, 생계에 관련된 단어였지만 지금은 좀 더 넓어졌어요. 기호에 따라서 조개껍데기, 액세서리, 유리병…. 가끔 금속탐지기 가지고 해변 돌아다니시는 분들도 있잖아요. (웃음) 그런 다양한 행위들을 비치코밍이라고 해요. 그런 걸 하는 사람들을 비치코머라고 하고요.

비치코밍

바다 위를 부유하다 해안선과 조류의 방향에 따라 표류하다 해변에 닿게 된 물건들을 줍는 행위를 뜻한다. 이러한 행위를 하는 이들을 가르켜 '비치코머'라고 부르며, 이들은 해안 침식, 투기와 오염 등의 감시 역할까지 하여 정부기관이나 환경단체와 협력해 훌륭한 바다지킴이 역할을 하기도 한다.

Q. 바다와 쓰레기, 거기에 예술가들이 함께하는 건가요?

윤아 처음에는 비치코밍이란 개념을 가지고 바다를 좋아하는 사람들과 바다에서 만나고, 그 사람들이 이 바다가 좋다는 마음이 들도록 재미있게 무언가를 하고자 했어요. 그래야 바다를 깨끗하게 하고 싶다는 마음도 들잖아요. '그럼 어떡하면 좋을까?'를 고민하기 시작한 거죠. 그러다 작년에 주변의 예술가 친구들을 불러 모았어요. 그래서 바다에 가서 노래를 만드는 워크숍이든, 춤을 추는 워크숍이든 바다에서 무언가를 했어요. 바다에서 쓰레기를 주워오면 거기서 소리를 찾고, 악기를 만드는 워크숍을 하면서 저희도 비치코밍이라는 개념을 공부하고, 사람들에게도 알리고. 그렇게 본격적으로 시작했어요. 올해는 이제 전문적으로 레지던시를 운영하면서 예술작가들도 공식적으로 공모사업을 통해 받으려고 하고 있어요.

제주를 사랑하게 된 다섯 청년…. 문화예술로 지역을 품다

비치코밍을 통해 바다를 사랑하는 사람들과의 소통에 이어, 지역 주민과의 소통에도 발 벗고 나섰다. 재주도좋아는 지역에서 자신들이 해야 하는 일이 무엇인지 끊임없이 고민하고 있다. 그러한 고민과 바람들을 다양하고 새로운 방식으로 풀어내는 것 또한 그들의 몫. 일방향적인 문화예술서비스에서 벗어나, 서로가 서로에게 배우며 삶을 함께하기를 소망한다.

Q. 바라던 바다 말고도 많은 프로그램들을 진행하고 계시죠?

원희 크게는 꿈다락과 바라던 바다, 승환이 잇샤? 정도로 분류할 수 있을 것 같아요. 그 안에 많은 세부 프로젝트가 있어요. 꿈다락은 아이들을 대상으로 악기제작 선생님인 루니와 재주도좋아가 함께 매주 토요일마다 봄학기부터 진행하고 있어요. 그 다음 '바

망사리

해녀들이 바다에 녀 가 채취한 해물(海物) 따위 를 담아 두는, 그물 로 된 그릇



빙떡

빙떡은 대한민국 제주지방의 전통 음식으로, 메밀가루를 반죽하여 돼지비계로 지진 전에 무채를 넣고 말아 만든 떡이다. 제주 내에서도 지역에 따라 역마다 '멍석떡', '홀아방떡' 또는 '홀애비떡', '전기떡' (쟁기떡) 혹은 '전기'로 다르게 불린다. 빙떡은 만드는 방법이 복잡하지 않아 단시간에 비용을 적게 들여 많은 양을 만들어 낼 수 있는 떡이다. 현대에 들어서는 크기가 한 입 또는 두 입으로 줄었고, 속에 무채 외에 육류나 당근을 사용하기도 한다.





라던바다'랑 '승환이 잇샤?'라는 큰 카테고리로 나누어지는데, 바라던바다는 재주도좋아가 바다에서 하고 싶은 이야기들을 펼치는 프로젝트예요. 바라던바다 카테고리 안에 '일주일제주바다레지던스'라는 이름으로 예술가들을 공모해서 비치코밍을 해요. 올해는 바다 쓰레기중에 유리가 주요 소재였기 때문에, 국내 유리작가들과 함께 유리 조형전을 진행했었고요. 이번 바라던바다 주제는 '금속' 이예요. 제주에 사는 사람들이 해변에서 쓰레기들을 주우면, 그 많은 바다 쓰레기 중에 왜 이걸 주웠는지, 어디서 주웠는지 등을 간단하게 적어서 쓰레기랑 동봉해 서울에 있는 금속 주얼리 작가들에게 보내요. 그럼 작가들이 가공해서 쓰레기를 보석으로 만드는 프로젝트예요. 11월에 전시가 열릴 거고요. 곧 지난 1년 동안 했던 내용을 담은 영상이 12월 27일 영상제에서 상영될 거예요.

Q. 바라던 바다 안에도 작은 프로젝트들이 많네요. 승환이 잇샤는 어떤 프로젝트인가요?

승환 '승환이 잇샤?'는 "승환이 있어?"의 제주도 언어예요. 해녀학교 다닐 때 학교 근처에 집을 얻어서 생활했는데, 주변 어른들이 노크 같은 거 없이 "승환이 잇샤~?"이러시면서 들어오세요. 그 말에서 시작된 거예요. 이런 일이 도시에서 일어났다면 불쾌했을 일이거든요. 그런데 그 행위가 '나는 너를 걱정하고 있다.' '아픈 덴 없니' '하는 일은 잘 되니' 등과 같은 여러 가지 의미를 뜻한다고 생각해요. 도시에서 일어나지 않는 일이죠. 그래서 제목이 '승환이 잇샤?'가 되었어요. 프로젝트들을 구체적으로 말씀드리면, 우



리는 예술가들이고 이 마을에 들어왔잖아요. 문화예술을 하는 젊은이들이 마을에 들어와서 비치코밍인가 뭔가 한다는데, 그걸 여기 주민들이 좀 더 이해하기 쉬운 언어로 풀어주고, 공유하는 것 역시 중요하다고 생각해서 '승환이 잇샤?'가 나오게 된 거죠. 마을 주민들이 우리가 하는일에 대해서 어려움 없이 다가왔으면 좋겠다고 생각해서 그런거예요.

Q. 그럼 승환이 잇샤도 '바라던 바다'처럼 세부 프로그램이 있겠군요!

원희 '승환이 잇샤'는 예술 이외에 우리가 알고 싶은 것들에 대해서 알아봐요. '간간이 간식 만들어 먹기' 이런 프로젝트가 대표적이죠. 이번 주에 계속 운영되고 있는데, 근처에 사는 팔순 되신 할머님과 부녀회장님을 초청해서 제주도식 간식인 쉰다리, 빙떡을 같이 만들어 먹었어요. 또, '바다 보이는 집 사글세 연 50만 원에 빌려 살기' 와 같은 의식주에 관련된 프로그램들을 운영하고 있어요. 이런 건 부동산 정보에 없는 내용이거든요. '기름없이 사는 법'이라고 해서 난로 만들기 워크숍도 있고, 동네 의사선생님 모셔서 '예술가가 아프지 않고 사는 법' 등을 진행해요. 이런 것들이 '승환이 잇샤?'의 전반적인 프로그램이에요. 보통 문화단체들이 지역에 들어오면 일방적으로 문화예술에 대해서 주민들에게 이야기하잖아요. 그런 거 말고, 지역주민들이 가진 지식을 우리가 배우면서, 주민들이 '내가 너희에게 뭔가를 가르쳐줄 수 있다'는 느낌이 들도록 프로그램을 구성하려고 해요. 그러면 저희가 하는 행동을 주민들이 좀 더 예쁘게 봐주는 것 같아요. 관심도 많이 가져주시고. 그런 뜻에서 시작된 프로그램들인 거죠.

쉰다리

제주특별자치도 제주에서 쌀밥, 보리밥이나 또는 약간 쉬기 시작한 밥에 누룩을 넣어 발효시킨 저농도 알콜 음료.





한수풀해녀학교

한수풀 해녀학교는 해녀가 되고자 하는 자를 모집하여 일정기간 동안 해녀로서의 소양과 기술을 습득 연마하여 직업으로서 뿐만아니라 사라져가는 제주만의 독특한 해녀문화를 이해함으로써 해녀문화를 계정하고 발전시켜 나가기 위한 교육 과정을 운영한다. 또한 정의 교육과정을 이수한 자에게는 해녀 수료증을 수여한다.

Q. 와, 프로젝트 정말 많네요. 그 많은 프로그램을 다섯 분이 모두 진행하시는 건가요?

승환 기계처럼 일했어요. (웃음) 근데 저희가 주변 사람들에게 뻔뻔하게 잘 도와달라고 해요. 친구들에게도 그렇고 도움 많이 받았어요.

Q. 그런 괜찮은 프로그램이 대부분 무료이던데, 이유가 있나요?

원희 일단, 하고자 하는 사람이 있는데 그 사람들이 유료라는 이유로 소외되면 안 되잖아요. 그래서 무료로 했어요. 하지만 저희가 운영비를 모두 부담하면서 무료로 진행할 수는 없고. 그래서 재단 기금 같은 것들을 일부 지원받아서 무료로 진행할 수 있도록 설계하고 있죠. 물론 수익을 만들어내는 일이랑 함께 가면 가장 좋겠죠. 하지만 저희는 당장 수익을 내는 것보다는 저희가 하는 일들이 더 잘 알려지고 재주도좋아라는 기업이 어떤 목적을 가지고 활동하고 있다는 것이 좀 쌓였으면 하는 바람이에요. 예를 들어 비치코밍이란 것도 더 많은 사람에게 알려졌으면 했고요. 실제로 올해 같은 경우는 그런 일들 위주로 진행해왔죠.

Q. 그러면 수익은 어디서 창출하고 있는 건가요?

브루스 사실 처음에는 네 명 모두 작업하던 사람들이라 그런지, 우리가 궁금한 거, 우리가 만나고 싶은 사람, 우리가 하고 싶은 일들을 할 수 있는 장소, 구조, 시스템 같은 게 만들어지면 좋겠다는 생각이 더 컸어요. 그래서 공간을 원했었고, 어쨌든 공간이 만들어졌으니까 이제 우리가 궁금한 것, 우리가 만나고 싶은 사람 위주로 프로젝트를 진행했었죠. 시작했을 때는 그랬는데 이제 다들 생계가 중요해지는 나이가 되어 버렸어요. 저도 올해 결혼을 했고 여기 로사도 내년에 결혼하고. 승환이도 결혼해야 하고. 예전에는 순수하게 재밌는 일만 하자였는데 이제 그게 바뀐 거죠. 현재는 교육프로그램이랑 상품 판매로 수익을 올리고 있어요. 운이 좋아서 지원 프로그램에도 많이 선정되었

었고요. 상품을 지속해서 납품하는 거래처가 있긴 하지만 큰돈이 되는 건 아니라서…. (웃음) 앞으로의 큰 숙제죠.

모두가 공평하게 행복하길 바라…. 내년에는 일에 파묻히지 않으리
우리가 하는 모든 일에는 추구하는 가치가 있기 마련이다. 하지만 일의 종류를 막론하고 공통으로 추구되는 최고의 가치는 역시 '행복'이다. 나는 행복한가? 라는 질문은 여전히 우리 자신을 돌아보게 한다. 재주도좋아는 올해 많은 시행착오와 함께 무언가를 꾸준히 준비하고 실행해왔다. 내년에는, 더 재미있는 일들을 만들어가면서 '모두가 공평하게 행복할 수 있는' 한 해가 되길 소망한다.

Q. 생활은 어떠세요. 행복하세요?

승환 사는 건 아주 행복해요. 재밌어요. 최근 화두는 '행복하냐?' 이거인 것 같아요. 아까 브루스 형하고 차 안에서 이야기 한 건데, '다섯 명이 모두 공평하게 행복해야 하지 않겠느냐.' 이런 이야기 했어요. 어느 한 명이 돋보이는 게 아니라 저희 다섯 명이 다 열심히 해서 다 잘되는 재주도좋아였으면 좋겠다는 거죠. 재능이야 다들 있으니까. (웃음) 너무 사업적으로만 진행하지 말고 재미나게 뭔가를 만들어가면서 처음에 하고자 했던 것들을 더 해보고 싶어요. 그런 희망 사항을 올해는 정리하는 시기였다면, 내년부터는 구체적으로 진행할 것 같아요.

Q. 육성사업을 마치신 소감은 어떠세요?

원희 지난 3월에 법인등록을 했어요. 아직은 세금도 착실하게 잘 내고 있어요. (웃음) 하지만 보완해야 하는 부분도 있죠. 어쨌든 이 회사가 계속 굴러가려면 자금이 돌아야 하고. 단지, 우리에게 어울리는 방식으로 그 돈을 만들어냈으면 좋겠어요. 심사 같은 거 가면 꼭 "지난달 매출이 얼마예요?"라고 물어봐요. 고민이죠. 아무리 좋은 뜻을 가지고 일을 하고 있지만, 육성사업이라는 게 사회적기업으로서 운영되기를 권고하는 건데. 수익에 대한 고민은 계속 하고 있어요.

Q. 후배들에게 해주고 싶은 말이 있다면요?

할 수 있을 때 하고 싶은 거 하라고 말하고 싶어요. (웃음) 하고 싶은 게 있다는 건 엄청나게 다행스러운 거라고 생각해요. 없어서 문제지. 예전에 부모님 세대야 하고 싶어도 못하고, 못 해주는 시대였지만요. "네가 하고 싶은 게 뭐니?" 라고 물어보면 대답 못 하는 친구들이 있어요. 그게 더 안타까워요. 다른 친구들도 뭔가가 하고 싶어서 일을 진행하게 되면 정말 열정을 갖고 하는 데까지는 해봤으면 좋겠어요. 누가 하길래 "나도 해볼까?" 이런 게 아니라 내가 정말 독특하게, 어떤 사례들을 바탕으로 뭔가를 해보겠다고 한다면 응원해주고 싶어요.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



문화

제주도 환경을 소비의 대상으로 바라보면서 환경파괴가 일어난다.

최근 제주도에 대한 관심이 늘어나면서 관광객 유입과 관광지 개발로 인해 제주도의 환경이 파괴되고 있다. 표류해 온 해변의 쓰레기와 생활 쓰레기들이 늘어나면서 제주도의 생태가 안 좋아지고 있다.

분석 Analysis

인류의 생활로 인해 발생하는 다양한 쓰레기가 불규칙하게 해변을 더럽히고 있다.

쓰레기는 인간이 생활하면서 어쩔 수 없이 발생하게 된다. 생산차원에서 문제를 해결 해 나갈 수 있으면 좋겠지만, 재주도좋아에서는 자연을 파괴하는 쓰레기에 대한 인식개선이 더욱 필요하다고 보고 있다.

접근 Approach



쓰레기를 사람을 통해 줄이다.

쓰레기를 만든 주체도 사람이고, 쓰레기를 없앨 수 있는 주체도 결국 사람이다. 재주도좋아는 각종 워크숍을 통해 비치코밍에 대한 인식을 넓히고 제주 바다를 소비의 대상에서 보호해야 할 대상으로 가꿔가고 있다.

재주도좋아

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인


상품

문화(문화예술활동)

빈집프로젝트를 통해 얻게 된 '반짝반짝 지구상회'와 지역사회 및 해변을 무대로 공연, 유리공예 등 다양한 활동을 펼쳐나가고 있다. 이는 비치코밍을 전파하기 위한 수단인 동시에 지역주민에게 스며들기 위한 그들의 방식이다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

인카인드(친절자산)

재주도좋아에서는 캠페인과 문화활동, 워크숍을 통해 선의를 가진 사람들을 참여시킨다. 그로 인해 영향력을 확대하며, 참여한 사람들이 캠페인을 통해 쓰레기를 직접 줍는 경험을 하고, 쓰레기를 활용해 무언가를 만드는 과정에서 쓰레기라는 주제에 대해서 다시 한 번 생각하도록 한다.

나눔인



SUNLAB

더클린산업

섬나들이



우리동네사람들

이피큡

이팜나무



이풀약초협동조합

청주마실

소셜핸디아트

춤추는 헬렌켈러

창의공작소



케이앤아츠

열린책장

힐링브러쉬

알로하아이디어스

길터여행협동조합

재주도좋아

문제 해결로(路)를 개척하는 사람들

02

어떤 문제는 통상적으로 해결하는 방식이 정해져 있습니다. 하지만 복잡한 요소가 촘촘히 엮인 사회 문제는 단순한 방법으로 해결하기 어려운 경우가 더 많습니다. 이러한 문제들을 해결하기 위해서는 눈에 보이지 않는 틀에서 벗어나 새로운 길을 개척해야 합니다.

'문제 해결로(路)를 개척하는 사람들'은 같은 문제를 조금 다른 방법으로 해결하고자 노력한 사회적기업가들을 말합니다. 달걀은 둥글기 때문에 세울 수 없다고 말하는 사람들에게 콜럼버스가 달걀 끝을 깨뜨려 세워 보인 것처럼, 이들은 남들이 생각하지 못한 방식과 논리로 문제의 새로운 해결 통로를 만들어가고 있습니다.



열린



소울오브아프리카

러브시니어



자이엔트

제너럴피트니스

핑거119

무빙아트웍스

함께걷는발달연구소

상상우리

에이유디
사회적협동조합

아시안허브

더교육협동조합



09

SUNLAB
현승헌 공동대표

바야흐로 재생의 시대다. 무분별하게 개발되었던 도시도 재생되고, 소통과 유대가 단절된 마을도 공동체라는 이름으로 조금씩 새로 태어나고 있다. SUNLAB은 이러한 재생에 기여하고 있는 소셜벤처다. 다른 점이 있다면 이들의 출발점은 어떤 외롭고 가난한 한 두 사람의 삶터부터 재생해 왔다는 사실, 그리고 효율적이고 지속적인 재생을 위한 자원들을 갖추어가고 있다는 점이다.





SUNLAB 현승헌 공동대표

"건축가의 사회적 역할을 고민하다"

고민에 고민을 거쳐 시작된 여정
창업하기까지의 여정을 이야기하며 현승헌 대표는 '고민'이라는 말을 마흔 번쯤은 언급했다. 건축가로서의 역할과 사회문제에 대한 사유가 많았다는 방증이다. 삶의 중요한 줄기였던 고민들이 크고 작은 결심과 행동을 낳아 시작된 것이 바로 SUNLAB이다. 창업이라는 커다란 액션으로 한 걸음 진보한 그의 고민과 그 해결은 지금도 진행 중이다.

Q. 현승헌 대표님, 반갑습니다. 우선 SUNLAB을 소개해 주세요.
저희는 건축가들이 모인 집단이고요. 건축가들이 어떤 사회적 역할을 해야 하는지 고민하며 시작한 소셜벤처입니다. 현재 사회에 필요한 건축가의 역할은 상대적으로 열악한 사람들의 주거 문제에 닿아 있다고 생각하고 이를 위한 서비스를 하고 있습니다.

Q. 구체적으로 SUNLAB에서는 어떤 일들을 하고 있나요?
현재 세 가지의 건축 서비스를 진행하고 있는데요. 첫 번째는 노후 주거지역 재생을 위한 커뮤니티 기반의 지역재생 프로젝트가 있습니다. 주민들과의 긴밀한 연결 관계를 기반으로 한 건축 서비스를 하고 있고요. 두 번째는, 제가 2006년부터 개인적으로 어려운 분들의 집수리 자원봉사 활동을 했었는데, 그때 한계를 많이 느꼈어요. 사실 이 부분을 해결하고자 시작한 게 SUNLAB이었고요. 취약계층의 집수리 작업을 좀 더 적극적으로, 효율적으로 하기 위해 노력하고 있어요. 건축가와 지역주민들, 자원봉사자들도 같이 참여해서 최대한 비용을 절감해가는 형태의 취약계층 지원 서비스가 있고요. 세 번째로, 취약계층 지원이 수익으로 직결되지 않다 보니 비용 절감이 중요했어요. 특별히 자재비를 절감하기 위해 폐자재나 재활용 자재를 사용하는 일을 하고 있습니다. 세 가지 서비스가 서로 개념적으로도 업무적으로도 많이 얽혀 있습니다.

Q. 사업은 언제부터 본격적으로 시작하셨나요?
법인을 설립한 건 2013년 6월이었고요. 처음에 시작하게 된 계기는 2012년에 서울시 사회적 경제 아이디어 대회에 참가하면서 시작됐어요. 그전에는 지금의 공동대표인 성철휘 대표님과 같은 건축 사무실에 다녔었는데요. '건축가가 할 수 있는 사회적 역할'에 관해 함께 1년 정도 세미나를 진행했고요. 그 결과를 만들어 보고자 대회에 참여했고, 우수 아이디어로 뽑히면서 사업화된 것입니다. 후속 교육과 워크샵을 받던 중 고민 끝에 퇴사를 결심하고 본격적으로 도전하게 된 거예요. 사실 처음 결과물 제출할 때까지는 창업 프로그램인지도 몰랐습니다(웃음).

Q. 한 아이디어가 직장을 그만두게 하는 사업이 될 정도라니, 정말 큰 의미였던 것 같습니다.

개인적인 이야기를 드려야 할 것 같아요. 건축가의 사회적 역할이라는, 의미만 있어 보이는(웃음) 말씀을 드렸는데요. 건축을 해야겠다고 마음먹고 대학에서 공부하면서도 이걸로 먹고 살 수 있을까 하는 고민이 있었습니다. 이게 정말 재밌는, 내가 원하는 일인지를 고민했죠. 생각해보니 제가 건축을 재밌어하고 원하는 이유는, 어떤 작품을 만든다는 개념보다는 내가 고민하는 작업들이 누군가에게 의미 있는 결과가 된다는 부분이었던 것 같아요. 내가 커뮤니케이션을 통해서 남의 것을 만들어 주는 것, 그런 개념이 좋았습니다.

Q. 그래서 대표님이 꿈꾸었던 건축을 하게 되셨나요?

사실 사회에 나와보니 그렇게 되진 않더라고요. 돈 있는 사람의 사업을 키워주거나 돈을 더 벌 수 있도록 하는 작업, 정말 대한민국 1% 계층의 취향을 맞춰주는 경우가 대부분이었어요. 그 시점에 졸업을 하면서 취약계층을 위한 집수리 봉사활동을 같이 하게 됐는데요. 개인적으로 두 트랙으로 진행되는 일이 너무 상이했던 거죠. 한쪽은 돈 요만큼이 없어서 아무것도 못 하고, 한쪽은 계속 취향 따라 바꿔가면서 모든 걸 다 할 수 있는 현실이었거든요. 이게 당연한 일은 아니라는 생각을 했고, 그게 결국 세미나로 이어진 거예요. 꼭 이걸 한 번에 바꾸지 못하더라도 이렇게 고민하는 게 의미 있을 거라는 생각을 했습니다. 이게 아니라면 제가 하는 작업들이 생계유지 말고 무슨 의미가 있나 싶었달까요. 그래서 저는 꼭 사회적 경제 쪽에 들어오지 않았더라도 뭔가 다른 일들을 했을 것 같아요.

서울시 사회적 경제 아이디어 대회

위키서울이라고도 불린다. 사회적 경제의 방식으로 생활 속 크고 작은 문제를 해결하는 아이디어 대회다. 서울 시민의 참여와 협력에 기반한 문제해결형 사회적 경제 조직 활성화를 목표로 2012년 시작되었으며, 대회를 통해 1,024개 시민 아이디어가 위키서울 홈페이지 (www.wikiseoul.com)를 통해 등록되었고, 심사를 거쳐 43개 시민의제가 선정되었다(2014년 홈페이지 자료 기준).

규모의 변화를 위한 체계 만들기

자원봉사에서 느낀 한계로부터 시작한 만큼, SUNLAB은 일회성이나 비전문성을 극복할 수 있는 주거환경 개선 전략에 주력한다. 허름한 집을 '가능하면' 수리하고, '우연히' 남는 폐자재를 활용하여 고치는 것이 아닌, 매뉴얼화 하고 효율적인 체계를 만들고자 하는 것이다. 사업을 넘어 문화가 퍼지길 꿈꾸는 SUNLAB의 바람은 이들의 사업 곳곳에 스며들어 있다.

Q. 지역재생 프로젝트 사업은 구체적으로 어떻게 진행되나요?

지역재생의 개념으로 보면 문제에 접근하는 방식이 두 가지입니다. 하나는 서울시가 추진하는 마을 만들기와 같은 공공사업 상에서 저희가 할 수 있는 역할들을 진행하는 것이고요. 또 다른 하나는 SUNLAB이 상주하고 있는 관악구나 동작구에서 지역 공동체와 같이 지역재생 프로젝트를 진행하는 것인데요. 사실 SUNLAB을 시작하기 전에 자원봉사 활동을 했던 곳이 동작, 관악 지역에서 활동하는 해뜨는집이라는 자원봉사 단체였습니다. 그곳을 기반으로 여기 관악에 거점을 잡고 활동해 왔습니다. 열악한 환경의 사람들이 많은 곳 중 하나거든요. 기존에 지역과 적극적으로 스킨십을 해오며 친밀한 관계를 유지해온 것을 기반으로 시작해서 매월 두세 가구씩 집수리를 진행하고 있습니다.

해뜨는집

(사)열린사회시민연합에서 진행하는 소외계층 무료 집수리 사업. 자원봉사를 통해 집수리를 진행하며, 관악/동작 지역을 관할한다.

Q. 서울시의 마을 만들기 사업에서는 구체적으로 어떤 일을 함께하시는 건가요?

최근 2, 3년 전부터 뉴타운의 방식이 바뀌어서 뉴타운이 해제 되는 추세이기도 하잖아요. 대신 그 지역에 마을 만들기 프로젝트가 들어가서 물리적 환경과 지역 공동체를 만들어 주고 거리 환경을 개선하는 일을 하게 되죠. 그 부분에 건축물도 포함되는 거고요. 저희는 그런 작업에 어떤 것이 필요한지 주민과 커뮤케이션하는 거예요. 도시계획업체, 마을만들기 업체와 콜라보레이션으로 진행하고요. 마을만들기 업체에서 마을 환경에 관한 커뮤니케이션을 하면 저희는 건축물에 관한 커뮤니케이션을 통해 계획하고 정리해드립니다. 폐가 등을 활용해서 주민 공동시설을 만들거나, 지역에 필요한 임대주택의 수요가 있다면 빈 땅의 매입 등을 통해서 할 수 있도록 계획해주는 작업들을 합니다.

성북동 동네목수

장수마을 대안개발 연구회에서 노후주택 개보수를 중점으로 운영하는 성북구 소재 마을기업

Q. 자체적으로 시행하는 지역재생 프로젝트 사업은 비용이 필요한 일 아닌가요?

그렇죠. 하지만 이 부분은 하나의 틀을 만들어 놓을 때까지는 비즈니스라기보다는 활동이나 목표를 위한 작업이라고 봅니다. 자원봉사의 확장판이라고 보면 됩니다. 자원봉사자라는 틀이 건축분야에 활용될 때, 어떤 식으로 활용할 수 있는지, 그 프레임을 만드는 일에 초점을 맞추고 있습니다. 일회적으로 되면 하고 아니면 마는 게 아니라, 전문가와 결합해서 어떤 식으로 활용될 수 있는지 과정을 만들어 놓고 싶은 거예요. 이런 말씀을 드리면 성북동 동네목수 같이 작은 지역에 초점을 맞추는 게 좋지 않냐는 말씀을 많이 하세요. 하나의 샘플을 만드는 것도 의미가 있겠지만 우리는 방식이나 타입을 만들고 싶은 것입니다. 이게 할 만 하다면, 우리 외에 다른 건축가들도 차용할 수 있도록요.





Q. 폐자재를 활용하여 주거개선을 하는 사업은 어떤 내용인가요?

이건 처음부터 가지고 있던 아이템은 아니었습니다. 원래 작업할 때 폐자재를 조금씩 활용하는 부분이 있었는데, 세스넷과 얘기하다가 사업화의 가능성을 보고 발전시키게 되었습니다. 자재가 버려지는 양이 방대하거든요. 지금은 100%는 아니지만 취약계층 지원 사업할 때 활용합니다. 이 부분도 그다음 스텝은 시스템화, 매뉴얼 작업인데요. 비용을 많이 들이지 않는 게 중요해요. 생산하는 것보다 비용이 더 들면 사업성이 없는 거니까요. 그래서 몇 가지 아이템을 현장에서 선정하고 그게 버려지는 상황에서 어떻게 활용할지에 관한 로드맵, 시스템을 만드는 작업들을 하고 있습니다.

Q. 어떻게 보면 완전히 새로운 시도인데 어려움은 없으세요?

사실 폐자재 프로젝트를 위해 가장 필요한 게 창고였습니다. 일단 자재를 보관할 장소가 있어야 어떻게 쓸지 연구할 수 있으니까요. 현재는 천막 쳐 놓고 임시로 하고 있는 상태입니다. 구와 이야기가 잘 되었다가도 두 번이나 취소되고 어려움이 많습니다. 다행히 1년은 버틸 수 있는 지원금이 있어서 연구개발 할 동안이라도 자체 임대로 대체하고 그 안에 사업성을 확보하고자 합니다. 올해 내로 대상지를 선정하려고요. 창고를 전시매장처럼 꾸밀 생각도 하고 있습니다. 시장을 창출하기 위한 플랫폼의 역할을 하는 곳으로 만들고 싶습니다.

빨리 가려면 혼자, 멀리 가려면 같이
업무에 지친 대부분의 직장인들은 주말 동안 부지런히 힐링하며 새 한 주를 살아갈 힘을 얻는다. 하지만 SUNLAB의 구성원들은 스트레스가 과하면 함께 놀러가거나 긴 휴가를 떠난다. 어쩌면 적은 인원이 치열하게 일하는 스타트업으로서 자연스러운 선택인지도 모른다. 멀리 보고 함께 가고자 하는 SUNLAB의 마음은 이렇듯 어려운 이웃을 넘어 함께하는 멤버들, 심지어는 한국의 건축가들에게까지 닿아있다.

Q. 준비 중인 새로운 프로젝트도 있나요?

지금 사실 초기 단계이긴 한데요. 저도 옛날에 고시원에서 살았었는데, 지금은 로스쿨이나 행정고시 선발제가 생기면서 고시원 공실률이 30~40%나 됐어요. 그래서 고시원들이 저렴한 주거시설로 변화하거나, 관리 안 되는 곳은 외국인 노동자들이 사는 곳이 되곤 해요. 저렴한 주거지역이 되면서 분위기가 달라지는 것입니다. 지역 정체성이 사라지고요. 그 부분을 어떻게 개선할지에 대해 고시촌을 타겟으로 드림아카이브(Dream archieve)라는 이름의 고시원 재생 프로젝트를 준비하고 있어요. 고시생들은 사라졌지만, 똑같이 목표나 꿈을 위해 정진하는 곳이라는 정체성을 살리기 위한 프로젝트고요. 살기도 하고 스터디를 하는 등 모이는 기능을 결합하는 방식으로 하려고 합니다. 꿈, 목표를 향해 달려가는 단계에 살 수 있는 공간이라는 컨셉입니다. 자본이 많이 필요한 일입니다. 사업계획서 가지고 여기저기 제안도 해보고 있어요. 조금 더 구체화 해야 할 것 같아요.

세스넷(SESNET)

(사)사회적기업지원네트워크라고도 불리며, 사회적기업의 창업과 성장을 돕는 비영리 사단법인이다. 2014년 현재 사회적기업가 육성사업의 위탁운영기관이기도 하다.

Q. 사업을 진행하면서 어떤 때에 가장 힘드신가요? 극복 방법은 어떤 건가요?

정신적인 부분과 육체적인 힘겨움이 함께 올 때 가장 힘든 것 같아요. 사업 특성상 안정된 베이스를 가지고 있지 않기 때문에 스스로 아무것도 하지 않으면 정말 아무것도 없는 거거든요. 일을 어떻게 할지 계속 구상해야 하고, 그 와중에 구성원들끼리 의견이 안 맞는 게 지속되면 제일 힘들죠. 그런데 그렇게 힘들면 저희는 놀러 가요(웃음). 워크샵을 가거나 휴가를 가거나 해요. 사실 힘든 건 그 순간의 상황이 많이 좌우하니까요.

사우스 마운틴 이야기

존 애이브램스 저. 미국 북동부의 작은 섬에 있는 조그만 건축 회사 '사우스 마운틴'의 이야기를 담은 책이다. 사우스 마운틴은 서른 명의 직원 중 열여섯 명이 오너이고, 직원을 뽑을 때는 5년 뒤 오너가 될 만한 사람을 뽑는 회사다. 고객과의 계약서는 3쪽이면 충분하고, 새 집을 지으면 '건물 사용서'를 제공하기도 하며, 지역의 미래에 대해 지역사람들과 함께 그림을 그리는 특별한 조직의 스토리가 담겨 있다.

Q. 내부적으로 조직을 어떻게 꾸려나가시는지도 궁금합니다.

대표 두 명과 직원 두 명으로 현재 네다섯 명 정도가 함께하고 있습니다. 성철휘 대표님과 저는 엄마와 아빠처럼 역할을 분담하고 있어요. 내부적으로 직원들이나 세세한 부분을 챙기는 역할은 성 대표님이 해 주시고, 저는 대외적인 부분을 많이 맡아 합니다. 조직 구성의 경우, 사실 시작할 때에는 무조건 파트너십으로, 직원 개념 없이 가자고 논의했었어요. 지금도 직원들이 파트너로 올라오고 더 수평적인 조직이 되길 지향하고 있습니다. '사우스 마운틴 이야기'라는 책에 나오는 작은 건축회사가 롤모델인데요. 조그만 섬에 있는 회사인데 30명의 임직원 중 16명이 사장이거든요. 그렇게 모든 직원과 오너가 동등한 조직을 꿈꾸고 있습니다.

Q. SUNLAB의 향후 목표는 무엇인가요?

기본적으로는 저희가 하는 작업 하나하나가 상대방에게 너무 중요한 일이기 때문에, 이걸 잘 진행해드리는 게 제일 중요합니다. 이것이 사회적 평판이랑 관련되는 것이라 생각해요. 그렇게 되어서 건축가들 사이에서 우리와 같은 생각을 하는 사람이 많이 늘었으면 좋겠습니다. 사람이 많아지면 그런 사람을 만나 협업할 수 있는 가능성도 높아지니까요. 건축가의 사회적 역할을 고민하고 약자를 위한 건축을 하는 일이 건축을 하는 하나의 방법으로 자리매김하면 좋겠습니다.



사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



주거

노후된 주거시설에 거주하는 취약계층의 삶의 질이 지속적으로 하락한다.

SUNLAB이 위치한 관악구는 낙후된 주거 환경에서 생활하는 사람들이 많은 편이다. 삶의 가장 기초적인 공간인 집의 열악함으로 인해 거주자들은 기초적인 삶의 질을 확보하기가 어렵다.

분석 Analysis

시스템의 부재로 집수리 자원활동의 효율성이 높아지지 않는다.

현승헌 대표는 수 년 전부터 집수리 자원봉사를 통해 취약계층 거주시설 개선에 힘써왔으나, 단편적이거나 거의 존재하지 않는 자원봉사 시스템으로 인한 효율성의 한계를 느꼈다. 또한, 큰 자본이 투입되기 어려운 특성상, 비용절감의 문제도 절실했다.

접근 Approach



자원봉사자, 지역주민, 폐자재와 건축가를 연결하다.

선의를 가지고 있는 자원봉사자와 건축가를 연결하여 시간과 노동력을 확보하고, 지역주민과 건축가를 연결하여 커뮤니티 기반의 작업을 할 수 있다. 또한, 폐자재와 건축가를 연결하여 부담이 큰 자재의 비용을 대폭 낮출 수 있다.

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인


상품

서비스(거주지 수리 서비스)

SUNLAB은 일반 집수리가 아닌, 더 효율적인 형태의 수리 시스템을 도입했다. 우선 폐자재와 자원봉사자를 활용하여 지속가능성을 담보했다. 더불어 지역주민 커뮤니티를 활용하여 구성한 자원봉사자 풀을 통해 지역 정보를 습득할 수 있는데, 이를 통해 불필요한 커뮤니케이션 등 작업의 방해 요소를 줄일 수 있다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

운영 - 적정운영(Appropriate Operation)

SUNLAB은 집수리라는 활동에 필요한 여러 가지 요소들을 적정하게 운영하여 지속가능성을 확보한 데에 혁신의 핵심이 있다. 무리한 인력이나 추가 예산을 들이지 않고 보유한 자원 한도 내에서 가장 효율적이면서도 시행착오를 최소화하는 집수리 활동을 할 수 있기 때문이다. SUNLAB의 시스템과 프레임이 더욱 견고하게 자리 잡을 때, 열악한 주거환경에서 지내는 사람들은 공장에서 과자를 찍어내는 것처럼 빠르게 삶의 질을 개선할 수 있다. 삶의 질 개선을 '대량생산'하는 것이다.



10

열린
이현석 대표

사회적기업을 '사회 문제'로부터 시작하는 조직이라고 한다면, 이보다 더 분명하고 구체적인 사회 문제로부터 시작한 사회적기업도 찾기 어려울 것이다. 2012년 초, 강진의 한 전문대학이 문을 닫았다. 누구나 용납할 수 있는 일은 아니었다. 당시 교수였던 이현석 대표와 동료들은 학생과 교수들을 지킬 수는 없었지만, 학교 자체는 지킬 수 있었다. 많은 이들이 기대와 꿈을 두고 간 그곳에 이들은 새로운 활력을 불어넣고자 한다.


C018
THE NORTH FACE
AIR



열린 이현석 대표

"체험활동을 통해 지역의 가능성을 연다"

힘겨운 싸움의 끝에 열린 기업

5년 전만 해도 이현석 대표는 스스로 기업 대표가 되리라고는 생각지 않았을 것이다. 그는 전남 강진의 한 전문대학에서 학생들을 가르치던 교수였다. 안타깝게도, 학교 설립자의 끝없는 탐욕은 수많은 개인의 삶과 학교의 향방을 모조리 흩뜨려 놓았다. 학교는 아무도 출입하지 않는 곳이 되었지만, 황폐해진 그곳에서 이현석 대표는 조금씩 새로운 씨앗을 뿌리기로 했다. 씨앗의 이름은 다시 한 번, '교육'이다.

Q. 반갑습니다, 대표님. 우선 열린에 대한 간단한 소개 부탁 드립니다.

열린 2012년에 폐교된 성화대학의 새로운 활용 방안을 마련하고자 만든 회사입니다. 고등교육 기관으로서 교육에 사용되었던 기자재들을 청소년들이 체험활동이나 직업교육 등으로 활용할 수 있도록 콘텐츠를 만들고 교육하고 있습니다. 법인은 2013년 8월에 설립되었어요.

Q. 대학이 폐교되었다고 하셨는데, 어떤 사연이 있던 건가요?

아마 2011~2012년쯤 뉴스를 통해 들으신 분도 계실 거예요. 성화대학은 1998년에 개교한 전문대학교입니다. 저는 그곳에서 학생들을 가르쳤어요. 소방안전관리과 교수였지요. 성화대학은 조리학과, 미용학과 등 그 당시에 전문대에 없었던 학과들을 내세우며 개교했고, 그래서 나름대로 히트를(?) 했어요. 입학생 320명으로 시작한 것이 몇 년 사이에 2천여 명까지 늘었고, 주말엔 서울로 통학버스가 다닐 정도였으니까요.

Q. 그러던 학교에 무슨 일이 일어났나요?

김대중 정권이 되면서 정부가 대학들로부터 특성화 제안을 받아 우수한 학교에 국가 지원금을 몰아 주겠다는 방침을 세웠어요. 그때 우리가 전문대학 중 유일하게 항공 전문학교로 키워보겠다는 제안을 했고, 2004년부터 5년간 100억 원의 국가 지원금을 받게 됐어요. 문제는 그때부터였죠. 학교 설립자가 개인적인 이익을 위해 학생들 등록금뿐만 아니라 국고에도 손을 대는 거예요. 2007년에 교과부 감찰에서 적발되었죠. 사실 횡령에 관한 일들을 말하자면 끝도 없어요. 국고 횡령금 환수 증명도 허위였고, 법인이 기숙사를 학교에 파는 방법을 써서 수십억 원을 더 꿀꺽했어요.

Q. 그런 일이 있었다니. 반발 세력이 있었겠죠?

교수가 90여 명 되었는데, 저를 비롯해 모난 분들이 설립자에게 계속 얘기했죠. 이렇

게 학교 운영해선 안 된다, 사립학교이긴 하지만 수많은 사람의 직장이다, 학생들도 양질의 교육을 받고 나가야 학교가 점점 큰다고요. 설립자 입장에서는 맘에 안 들죠. 활동하는 분들을 해고하기도 했어요. 저도 세 번 해고 당했고요. 법원에 가봤자 법적으론 해고 사유가 안 되니 복직하고, 또 핑계 잡아서 자르기를 반복했어요. 우리가 원했던 건 그저 학교를 정상화하고 민주적으로, 정당하게 운영해 달라는 것이었는데 말이에요. 그러다 문제가 터진 게, 결국 설립자가 2011년에 학교 문을 닫겠다, 대신 학교 재산을 자기가 갖도록 해달라는 제안에 교과부가 오케이를 한 거죠. 학교가 문을 닫으면 학교 재산은 청산 법인으로 넘어가요. 그러면 결국 재산 소유자가 청산인이 됩니다. 학교 재산을 감정평가 받았는데 가치가 250억이에요. 학생들 등록금으로 운영됐고 학교를 짓는다는 말에 지역민들이 땅을 무상으로 내놓으시기도 했는데, 아무리 사립학교지만 이 사람에게 재산권을 주는 거 아닌 거예요. 그래서 법적인 평가를 요청했는데 다행히 법원에서 우리 손을 들어주었습니다. 법원에서 광주고등법원 변호사님을 청산인으로 앉혀주신 거죠. 재산처분을 공정하게 해달라고요.

Q. 학교의 법적 소유권이 청산인에게 넘어가면서 학교 일부 공간을 활용할 수 있게 되신 건가요?

네. 그때가 2011년 1월이었어요. 저까지 세 명 정도가 청산인을 돕는 법인에서 1년 정도 일을 했어요. 그러면서 청산인을 설득했죠. 학교 문을 닫고 있는 것보다 공익적으로 활용되는 게 좋지 않겠냐, 지자체에서 인수하는 게 좋지 않겠냐고요. 청산인도 문제가 되지 않겠다고 했어요. 전라남도에 제안을 했는데, 전 도지사님이 긍정적으로 생각해주셨어요. 하지만 예산 투자해서 제대로 활용 못 하고 놀리면 그것도 문제잖아요. 결국, 우리에게 학교 안의 기자재들을 활용할 수 있게 해주면 청소년들 상대로 체험활동을 진행하고 수익 낼 수 있는 모델을 보여드리겠다고 했어요. 그게 열린을 만든 배경입니다. 사회적기업은 우연한 기회에 알게 되어서 육성사업에 지원해서 지금까지 끌고 왔죠. 지금은 도지사님이 바뀌어서 이야기를 처음부터 다시 해야 해요. 도에서도 부담스럽기는 마찬가지인 것 같아요. 50%라고 해도 100억 이상이잖아요. 용도를 확정을 해야 하는데 답을 내기 어려운 거죠. 어쨌든 열린은 힘겨운 싸움을 뒤로하고 학교를 활용해서 새로운 가치를 창출하기 위한 활동을 하고 있습니다.

지역을 열고 마음을 여는 곳, '열린'
가장 눈에 띄는 열린의 프로그램은 경비행기 탑승 체험이다. 보기만 해도 가슴이 탁 트이는 광활한 활주로와 낮은 상공에서 자유를 느끼게 하는 체험은 남녀노소를 불문하고 모두가 좋아할 만한 레포츠이기 때문이다. 이 대표는 이곳을 필두로 앞으로 성화대학에서 진행하는 각종 체험활동을 늘려가고 싶다고 말했다. '열린' 공간을 통해 청소년들에게는 알찬 배움의 시간을 제공하고, 지역주민들에게는 힘닿는 대로 마음의 빚을 보상하고 싶다고.

Q. 열린의 구체적인 교육사업 영역은 어떻게 되나요?

'열린항공체험스쿨'이라는 항공(경비행기) 체험활동 프로그램이 있고요. 성화대학의

성화대학

전라남도 강진에 있던 사립 전문대학. 1997년 1월 학교법인 세림학원이 성화전문대학으로 설립 인가를 받아 같은 해 3월 개교한 전문대학으로 1998년 성화대학으로 교명을 변경했다. 인근의 삼호공단 및 대불공단과 연계한 지역적 특성을 살려 산학연계를 통한 중견 직업 전문인 양성을 목표로 삼았으나, 비리와 경영난으로 인해 2012년 폐교되었다.

청산인

법률용어로, 해산한 법인의 청산 사무를 맡아서 처리하는 사람을 의미한다. (출처: 국립국어원)

F1 경기장

국제자동차연맹(FIA)이 만든 전 세계 자동차 레이스를 총괄하는 모터스포츠 룰에 따라 시행한 첫 번째 공식 월드챔피언십인 F1 경기가 열리는 경기장. 국내에는 전라남도 영암에 위치한 영암 F1 카트경기장이 유일하게 국제규모 대회 개최가 가능한 설비를 갖췄다.

자원을 이용한 항공기 탑승체험과 연계하여 F1 경기장에 방문하는 등 이색 체험을 제공하기도 합니다. 또, 이곳이 농촌이라 마을별 커뮤니티가 많이 있거든요. 마을의 자원을 끌어와서 학생들의 체험학습 때 농촌체험과 연계하려고 해요. 대학을 지역 내 하나의 열린 공간으로 조성 하려고 하고 있어요.

Q. 그래서 이름이 '열린'이군요.

네. 아주 단순해요. 학교는 닫았지만, 성화대학의 '열린' 공간을 만들고 싶었거든요. 사람들은 촌스럽다고 하는데(웃음) 우리에겐 의미 있는 이름이에요.

Q. 다음 카페를 보니 열린투어라는 말이 있어서 여행사라는 인상도 받았습니다.

요즘에는 단체에서 많이 오세요. 경상도나 충청도에서도 오시죠. 그러면 1박 2일로 행사를 진행하거든요. 버스부터 잠자리까지 전체적으로 위탁을 받는 경우도 있는데, 재우고 먹이는 걸 원활하게 하려다 보니 여행 종목이 필요하더라고요. 여행업이 추가되고 나서는 일반 여행사에서 다소 꺼리는 어르신들 소풍도 진행하고 있어요. 처음에는 별 의도 없이 여행사니까 한 건데, 마음에 드셨던지 계속 연결돼서 모레도 강진 노인회관 분들 모시고 여수에 가기로 했어요. 성화대학이 강진 지역의 유일한 학교였는데, 너무 안 좋게 문을 닫았기 때문에 지역민들에게도 빚이 있는 느낌이에요. 그 때문에 부탁이 들어오면 조금 희생하더라도 뭐라도 더 해드리려고 해요.

Q. 체험활동이나 여행 프로그램을 제공하시지만, 프로젝트 영역에 제한을 두진 않으시네요.

네. 영역은 자연스럽게 그렇게 됐고요. 주로 청소년들 대상이라 될 수 있으면 뭐라도 하나 배워갈 수 있도록 프로그램을 짜니까 좋아하시더라고요. 청소년 영역에서는 여성



가족부에서 '청소년 수련활동 인증'을 강진에서 우리가 처음으로 받았어요. 애들을 보내는 학교 입장에서는 필요하거든요. 세월호 참사 이후에 강화된 부분이죠. 전남에서 이 인증이 있는 기관은 대부분 청소년 수련원 같은 곳이라, 나름대로 우리는 경쟁력이 있다고 봐요.

Q. 일반적인 여행이나 프로젝트를 하시는 게 수익성에 확실히 도움이 되는지요?
사실 이 사업은 밑천이 전혀 필요 없어요. 경비행기 체험의 경우는 정식 인증을 받으면서 학생 한 명당 2만 원씩 받기로 했거든요. 매출이 발생하면 그대로 우리 수입이에요. 1회 방문에 30~40명 정도는 오고, 일주일에 1, 2팀씩 오거든요. 학교에 홍보를 많이 하고 있고, 내년 계획을 세울 때 추가하겠다고 한 학교가 상당히 많아요. 기본적으로 성화대학 안에 있는 기자재를 활용한 항공체험 프로그램은 어느 정도 정리가 되어 있어요. 여기 같은 건물 3층부터가 물리치료과, 응급구조과 등이 있는 보건계열이거든요. 그 기자재들이 다 들어있어요. 이런 걸 다 정리해서 체험장처럼 만들까 해요. 아래쪽에는 건축이나 토목과가 있으니 또 하나 만들고. 이렇게 늘여가다 보면 학교 자체가 체험학습을 여러 종류별로 할 수 있는 거점기관이 되지 않을까 싶어요.

성화대학의 비행교육장

성화대학의 항공교육장은 활주로, 계류장을 비롯해 10대 이하의 2인승, 4인승 경비행기를 보유하고 있다. 활주로를 이륙해 하늘로 오르면 시야에 사면으로 목포, 무안, 영암 지역이 보인다.

Q. 열린에서 가장 주목되는 부분은 아무래도 경비행기 체험 같아요.
비행교육장이 워낙 훌륭한 자원이라 운영을 하겠다고 계속 운은 띄워 놨었어요. 전국적으로 이만한 시설이 없거든요. 체험 만족도도 아주 좋아요. 아이들은 막 뒤집어지려고 하고(웃음) 부모님도 좋아하시고요. 대학의 장기적인 입장에서도 여기를 따로 매각하기보다 살아있어야 나중에 학교를 욕심내는 사람들이 있지 않을까 싶어요. 비행장에서 경비행기 면허증을 따고 싶은 사람들에게 교육을 제공하기도 해요. 3개월에 450만 원 과정으로요. 다만 이 부분은 시장이 작아요. 서울 근처에 이런 시설이 있었으면 난리가 났을 텐데(웃음).

Q. 그런데 비행기는 사고 위험에 대한 우려가 클 거 같은데요.
2006년부터 비행기를 띄우며 학생들을 가르쳤는데 그때부터 지금까지 3만 건 정도 띄우는 동안 잔사고도 없었어요. 그리고 경비행기 자체에 낙하산이 있어요. 만약 완전히 떨어지는 상황이 되면 낙하산을 펴고 천천히 내려올 수 있어요.

Q. 사업 매출규모는 어느 정도 되시나요?
작년 8월부터 2014년 4월까지 1억 정도 됐었어요.

Q. 1년 차 치고 1억이면 큰 규모 아닌가요?
지출의 상당 부분이 비행장으로 많이 빠져요. 비행장의 인건비나 부품비, 보험비 등 소소한 것도 몇십몇백 단위로 가버리니까요. 체험비행 하는 숫자가 정기적으로 확보 된다면 그래도 운영할만해요. 15분 체험에 6만 원쯤 받거든요. 적은 돈은 아니라서, 그게 모이면 어느 정도 유지하겠는데… 아직 안정적이진 않아요. 이제 1년 좀 넘었는데 어떻게 보면 지금 위기기도 해요.

강진, 그리고 성화대학

본래 성화대학의 설립자는 지역 출신의 어르신이었다. 학교를 만들던 도중 그가 사망했고 당시 건설업자였던 문제의 오너에게 학교가 넘어가게 되었다. 인구 4만 여명의 작은 도시인 강진에 소재했던 성화대학은 군내에서 가장 큰 조직이기도 했다.

Q. 이런 사업들을 통해서 실현하고자 하는 목표가 궁금합니다.

지역과 함께 이 공간, 아이템, 거기서 나는 수익도 같이 나눌 수 있게 되면 좋겠습니다. 학교 오면서 근방 가게들을 보면 엉망이 됐어요. 학교 때문에 투자하신 분들도 많을 텐데, 조금씩이라도 돌려 드리고 싶어요. 하도 시끄럽게 문을 닫아서 학교가 문을 닫아도 지역 분들이 안타까워하시지 않았어요. 아이고 시원하다, 하셨겠지만 속으로는 가슴 아프셨겠죠. 그런 거 다 부채라고 생각하고, 능력이 되면 지역민들에게 갚아드리는 게 맞겠다고 생각해요. 처음에는 성화대학에 관련된 일 한다고 하니까 더 안 좋게 보셨었어요. 그래도 관광버스 자꾸 왔다 갔다 하고 애들도 밥 먹으러 데리고 가곤 하니 동네분들이 조금씩 마음을 열어주세요.

특별한 역사, 특별한 조직, 특별한 미래

이현석 대표는 지난 이야기를 쉽고 가볍게 하지 못했다. 그만큼 길고 지난한 싸움은 그와 동료들을 지치게 하기에 충분했을 것이다. 하지만 그만큼 새로 딛고 일어난 열린에는 무궁무진한 저력이 있다. 어벤저스와 같은 멤버십과 강하고도 분명한 목표, 그리고 지역이라는 든든한 자원까지. 이제 조금씩 더 힘을 내는 일만 남았다. 고단한 처음을 함께한 그들에게 앞으로도 뚫지 못할 역경은 없다.

Q. 전남 지역 최초로 H-온드림 오디션 펠로우가 되셨다고 들었습니다. 어떤 부분에서 좋은 평가를 받으셨는지요?

학교에 관한 이슈를 기억하셨던 분이 많았어요. 어떻게 됐는지도 궁금해하셨고, 어쨌든 공익적으로 재생을 해보겠다는 취지에 공감을 많이 해주신 것 같아요.

Q. 교육체험 프로그램에 관해서는 어떤 코멘트를 들으셨는지요?

사실 그런 아이템은 저희보다 좋은 데가 훨씬 많잖아요. 아이템이 좋아서 받은 건 아닌 거 같아요. 심사위원분들도 걱정하시는 거예요. 열린이 대안을 마련하겠다고 사업하는데, 누가 매각하면 끝나는 거 아니냐고요. 그러면 저는 늘, 정말 이 학교와 지역을 잘 이해하는 분이 매입해서 잘 쓰시겠다 하면 그건 우리가 처음 회사를 만든 미션과 같다고 생각한다고 말해요. 좋은 주인을 만나게끔 노력을 최대한 하겠다고 하죠. 더불어 우리 사업의 취지를 이해해주신 분이 매입하겠다고 하면 사업을 더 잘 키워갈 수도 있지 않을까 막연히 기대하기도 하고요. 쉽지는 않겠지만요.

Q. 현재 조직 구성은 어떻게 되나요?

저까지 총 6명인데, 4분은 전 성화대학 교수님들이세요. 저와 함께 활동했던 분들이고 제 뜻을 이해해 주셔서 같이 하고 있고요. 한 분은 회계 일 보시고, 항공과 교수님 두 분은 직접 행사 운영하시고요. 한 분은 홍보, 마케팅을 담당하세요. 잘해 드려야 하는데, 아직은 참아주시고 잘 도와주셔서 여기까지 왔네요. 각각 항공과, 체육과, 경호학과, 항공정비과 교수님들이셨어요. 분야별 전문가들이라는 게 강점이죠. 그래서 일이 굉장히 빨리 진행돼요. 인증 문제나 체험활동장의 안전자격증 확보도 굉장히 까다로운데, 교원자격증이 있으니까 얼른 기준 맞추고 어렵지 않게 처리할 수 있었습니다.





보잉 727

(왼쪽 사진) 항공 특성화대학이었던 성화대학 교정에는 약 200여 명이 탑승할 수 있는 대형 비행기인 보잉 727이 자리하고 있다. 실제로 운행되었던 이 특별한 시설을 통해 여객기의 내부뿐만 아니라 조종실까지 샅샅이 살펴보며 체험학습을 할수 있다.

Q. 지금 조직에 가장 필요한 역량은 무엇인가요?

제일 약한 게, 온라인으로 하는 거예요. 카페 관리나 페이스북 같은 거요. 저도 나름대로 페이스북을 하려고는 하는데 그걸 잡고 있는 시간이 아까운 거예요(웃음). 시간이 오래 걸리기도 하고요. 다들 기본적으로 40대 중반이니까 IT 관련 쪽으로는 약해요. 온라인 쪽 트렌드를 쉽게 설명해줄 수 있는 젊은 친구가 한 명만 있었으면 좋겠어요. 여러 친구들이 자기가 제격이라고 하는데, 오라 하면 안 와요(웃음). 숙소도 제공해줄 수 있는데.

Q. 마지막 질문입니다. 학교가 어려울 때 90%의 다른 동료들의 만류에도 끝까지 싸우신 이유, 지금도 이렇게 학교와 지역을 위해 애쓰시는 이유가 무엇인가요? 애정이 정말 각별하신 것 같아서요.

학교가 어려운 시기에 제가 가장 용납 못 했던 건, 잘못된 운영의 피해가 고스란히 학생들에게 간다는 거였어요. 아이들이 등록금을 얼마 내는지 아는데, 여기저기 구경시켜주고 싶은데 예산은 없고, 말 그대로 분필 하나만 주고 수업시간 채우라는 거였거든요. 그 당시에 미쳤느냐는 소리도 들었는데, 정말 학생들 때문에 미쳤다고 했어요. 당시는 내 제자들밖에 생각을 안 했어요. 동료 교수들에게도 학생들만 생각하면 답이 나오니까 나를 생각하지 말고 학생들만 보면서 얘기하자고 했었죠. 거기에 대해선 지금도 후회하지 않습니다.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(지역사회)

비리, 횡령 문제로 폐교된 대학의 공간과 자원들이 활용되지 못하며 지역사회 경제가 쇠퇴하였다.

전남 강진에 위치한 성화대학이 설립자의 횡령 사건으로 고초를 겪다 결국 폐교되었다. 수많은 학생들과 교수, 임직원, 그리고 지역주민들까지 그 피해를 고스란히 떠안아야 했다. 특히 지역에 남겨져 있는 주민들은 삶의 터전에서 큰 피해를 보았다.

분석 Analysis

활용 가능함에도 불구하고 닫힌 학교의 자원들이 쓰이지 않고 있다.

다행히 학교의 재산권을 청산인이 행사할 수 있게 되면서 폐교된 학교를 활용할 수 있게 되었으나, 쓰이지 않고 있었다. 이에 따라 지역사회 상권은 나아질 기미를 보이지 않았다.

접근 Approach



항공과의 자원을 재사용하여 체험 및 교육 서비스를 제공한다.

열린의 이현석 대표는 성화대학에 그대로 남아 있는 공간과 각종 기자재를 재사용하면 지역사회와 함께 살아갈 수 있는 기반을 만들 수 있다고 생각하였다.

열린

수단 Method



의식주



문화



서비스



온라인



상품

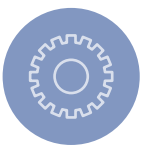
서비스(교육, 체험)

열린은 기존에 사용했던 경비행기 활주로, 항공 시뮬레이터, 실제 비행기 모형 등 학교의 자원을 활용하여 각종 교육 및 체험활동을 진행한다. 또한, 경비행기 활주로에서의 자격증 과정 교육을 통한 부수입을 기대하고 있다.

전략 Strategy



생산



운영



이동



확장

업사이클(Upcycle)

열린은 기존의 인프라, 인력, 제품 등의 자원을 재활용하여 새로운 서비스를 제공하는 업사이클 전략을 활용하고 있다. 활주로와 시뮬레이터, 비행기 등을 활용하는 체험학습은 일반적인 어린이 직업체험 공간보다 더 생생한 직업체험을 할 수 있게 해 준다. 향후 항공과뿐만 아니라 보건계열 등 다른 전공 기자재들도 사용할 수 있게 되면 옛 성화대학은 하나의 직업체험 복합체로 역할 할 수도 있다.



11

쏘울오브아프리카
이영주 대표

막연한 추측으로 우리에게 질병과 가난이 가득한 황폐한 땅으로 회자되는 아프리카. Soul of Africa(이하 SoA)는 여전히 흑백일 뿐인 사람들의 관념 속 아프리카에 색을 불어넣는 사회적기업이다. 역량 있는 아프리카 작가를 국내에 소개하는 동시에 다양한 파생 상품을 만드는 그들은 무엇보다 아프리카에 대한 사람들의 인식을 바꾸고자 한다. 그림을 통해 처음 만나는 아프리카의 영혼은 분명 당신의 생각보다 훨씬 선명한 색으로 가득할 테니 기대하시라.





쏘울오브아브리카 이영주 대표

"아프리카의 영혼을 그림으로 만나다"

아프리카의 영혼을 그림으로 만나다
유럽이나 일본에는 이미 상당히 알려진 편이지만 국내에 아프리카 회화 작품을 소개한 것은 SoA가 처음이다. 국제 통상, 전시 기획, 디자인을 전공한 세 친구가 삼박자를 맞춰가며 운영하는 SoA는 바라보는 시야가 넓은 만큼 사업 영역 역시 다양하다.

Q. 먼저 SoA를 간단히 소개해주시겠어요?
SoA는 아프리카의 능력 있는 작가들과 함께하고 있습니다. 기존 NGO가 불쌍한 사람을 도와준다는 인도주의적 차원에서 아프리카에 접근했다면 SoA는 예술성이 뛰어남에도 불구하고 시장이 없어서 제대로 능력을 발휘하지 못하는 예술인을 발굴하고 있어요. 아프리카 작가의 회화 작품을 국내에 소개 및 판매하는 동시에 파생 상품도 제작 판매합니다. 현재 탄자니아와 케냐 등 동아프리카 작가 위주로 작업하고 있으며 협력 반경을 넓혀가는 중입니다.

Q. 아프리카와 회화 작품이라니, 아프리카에 대한 일반적인 이미지와 다소 이질적인 것 같아요.
아무래도 국내에선 아직 아프리카 하면 가난과 질병을 먼저 떠올리는 편이지요. 가난하기 때문에 삶의 질이 떨어지고 문화를 향유하기 어려운 지역이라고 생각하니까요. 하지만 유럽에는 꽤 오래전부터 아프리카 회화 작품이 소개되었고 UN이나 네덜란드 대사관에서 후원을 받을 정도로 유명한 작가 연합도 있어요. 아직 아시아까지 크게 퍼지진 않았지만 일본 시장도 활성화된 편입니다. 국내에는 SoA가 처음 들여왔어요.

Q. 국내에 처음 아프리카 회화 작품을 소개하셨다니, 평소 아프리카에 관심이 많으셨나요?
제가 기존에 직장을 다니며 하던 업무가 역량은 있지만 판매 전략이 부족해서 세계 시장에 진출하지 못하는 아프리카 상품에 브랜드를 만들어 주는 일이었습니다. 처음 프로젝트를 진행할 때만 해도 저 역시 아프리카에 대해 별다른 지식이 없는 편이었지만 2년 정도 프로젝트를 진행하다 보니 이 개념을 사업화 해야겠다는 생각이 들었어요. 적당한 상품을 찾고 있었는데 음식이나 와인 등의 상품은 개인이 감당할 수 있는 규모가 아니더라고요. 반면에 예술 작품의 경우 개인 간의 깊은 관계가 중요하므로 가능성이 있겠단 생각이 들었습니다. 대기업이 침투하기도 힘들고요. 그래서 비즈니스 모델을 만들고 육성사업을 통해 본격적으로 SoA를 시작하게 되었습니다.

Q. 회화 작품을 선별하려면 그림을 보는 눈이 필요할 것 같아요.

그렇죠. 아무래도 저는 미술을 전공하지 않았기 때문에 그림을 보는 눈이 뛰어나진 않아요. 그래서 본격적으로 사업을 시작하기에 앞서 디자인을 전공한 친구와 같이 아프리카에 갔더니 이 친구는 확실히 작품을 볼 줄 알더라고요. 어떤 그림이 작품성이 있고 한국에서 반응이 좋을지요. 지금은 전시 기획을 공부한 친구까지 세 명이 함께 SoA를 꾸려가고 있습니다.

Q. SoA 내에서 세 분의 역할 분담은 어떻게 되나요?

저는 주로 작가들의 이야기 수집과 관계 구축을 담당하고 다른 친구들은 작품 선택과 전시, 디자인 상품 제작 등을 다룹니다. 셋 다 전공이 다르다 보니 일명 아다리가 맞는다고 하죠. (웃음) 바라보는 시야가 넓어지니 사업을 좀 더 다방면으로 풀어갈 수 있어요.

Q. 현재 SoA 사업 영역은 어디까지인가요?

일차적으로는 아프리카에서 직접 공수해 온 회화작품을 판매합니다. 올해 9월 연희동에 SoA 갤러리가 처음 문을 열었어요. 그동안은 단발적으로 전시회를 열어 작품을 판매하는 식이었습니다. 사람은 많이 모였지만 작품을 다시 보고 싶어도 올 수 있는 공간이 없어 아쉬웠는데 이제는 갤러리에서 바로 작품을 구매할 수 있습니다. 갤러리 외에도 몇몇 카페와 협약을 맺어 위탁 판매를 진행 중입니다. 카페 입장에서는 인테리어 소품도 되고 노는 벽을 통해 돈을 벌 수 있으니 좋고 저희 쪽에서는 큐레이터 고용비나 공간 사용료를 줄일 수 있으니 서로 윈윈(win-win)하는거죠. 회화 작품을 바탕으로 제작한 파생 상품 역시 판매 중입니다. 아프리카 사람들이 손으로 그리는 건 잘하지만 아직 디자인 역량은 부족해서 파생 상품은 국내에서 만들고 있어요. SoA에서 직접 제작하는 건 엽서나 다이어리 같은 지류나 쿠션, 파우치 무릎 담요 등 패브릭 상품이 있고요. 서브 라이센스 제도를 도입하여 다른 업체와 함께 가방을 제작하기도 했답니다.

Q. 서브 라이센스 제도에 대해 한 번 설명해주시겠어요?

서브 라이센스는 타 회사에게 이미지 저작권을 양도해 주는 제도입니다. 아프리카 작가들의 작품을 사용하고 싶을 때 그들과 직접 계약을 맺는 게 아니라 쏘울오브아프리카와 저작권 계약을 진행할 수 있도록 하는 거죠. 일종의 다리 역할을 하는 겁니다. 작가들 입장에선 그림 외 부수입이 생겨서 좋고 저희 쪽에서도 직접 생산하기 힘든 다양한 상품을 만들 수 있다는 장점이 있습니다. 사실 유럽에 처음 아프리카 회화 작품이 소개될 때는 저작권 개념이 없었어요. 마음대로 가져다 쓰는 식이었죠. 저희는 구체적인 저작권 계약을 통해 아프리카 작가들에게 확실한 권리를 찾아주려고 합니다.

잃어버린 권리를 찾아서

아프리카에 대한 NGO의 인도주의적 접근 방식의 한계는 그들을 일방적인 수혜자로 만든다는 점이다. 같은 돈으로 빵을 산다면 더 많은 사람에게 나눠줄 수 있겠지만 한 번 먹고 나면 끝나는 도움이 아니라 아프리카 사람들의 자기 계발까지 유도하는 것이 SoA의 목표이다.

SoA 갤러리

서울 서대문구 연희동 125-3번지 쏘울오브아프리카 (서대문구 연희11라길 37-7)



서브 라이센스 (Sublicense)

서브 라이센스랑 특허권 양도제도로 기술제휴제약에 있어서 실시권을 허락받은 측이 부여받은 권한의 범위 내에서 제3자에게 실시권을 허락하는 것을 말한다.

팅가팅가 협동조합

탄자니아의 유명 예술인 협동조합. 에드워드 팅가팅가로부터 시작한 팅가팅가 협동조합은 그가 세상을 떠난 이후 가족 및 제작들이 모여 맥을 이어오고 있다. 현재 팅가팅가 협동조합에는 100명의 작가가 소속되어 활발한 활동을 이어오고 있으며 아프리카 동물을 활용한 표현 기법이 유명하다. 오른쪽 상단에 위치한 패브릭 제품이 바로 팅가팅가 협동조합의 그림으로 만들어 졌다.

Q. 아프리카 작가들의 권리를 위해 상당한 노력을 기울이고 계시다는 생각이 드네요. 하지만 한편으로 아프리카 내에서도 소수에 해당하는 예술가에게만 혜택이 돌아가는 건 아닐까 싶기도 합니다.

그런 비판의 목소리가 있는 것도 사실입니다. 하지만 NGO 사업의 경우 불특정 다수에게 혜택을 주기 때문에 오히려 그 사람들의 의지를 박약하게 만드는 면도 있어요. 수혜를 받는 사람이 자기 계발을 할 수 있도록 만들어야 하는데 오히려 구걸에 익숙해지도록 하는 것이죠. 항상 동전을 던져주는 사람이 있는 건 아니니까요. 국제 개발 사업을 하면서 제 안에 일회성에 그치는 물리적인 도움을 주는 게 과연 중장기적으로 바람직한가란 의문이 들었기 때문에 SoA 사업을 고안한 측면도 있습니다. 작가들 중 단지 먹고 살기 위해 목적도 없이 그림을 그리는 사람도 많아요. 그런 사람들에게 단순히 빨리 많이 그리는 것보다 정교하게 자신만의 그림을 그릴 때 높은 가격에 그림을 팔 수 있다는 걸 알려주고 싶습니다. 실제로 저희와 계약을 맺은 다른 작가를 보고 자극을 받아서 자기를 계발하고 삶의 동기를 찾아가는 경우도 있고요. 이런 모습을 볼 때 저희 역시 감명을 받고 사업에 대한 자부심도 생깁니다.

Q. 그렇다면 금전적인 측면에선 어떤가요?

작가 입장에서 한 번에 큰돈을 버는 기회이긴 하지만 한 번 그림을 그리는데 시간이 오래 걸리다 보니 엄청나게 크다고 할 순 없어요. 가끔 그림을 구매하고 다음번에 가보면 넉넉해진 게 아니라 오히려 더 가난해진 경우도 있어요. 특히 탄자니아 같은 경우엔 교육 수준이 낮다 보니 돈을 저금하거나 통장을 개설한다는 인식 자체가 없어서 술 먹고 놀다가 돈을 다 날리는 겁니다. 좋은 일 했다고 뿌듯하게 돌아왔는데 오히려 미안해질 정도로요. 개선의 여지가 있는 사람도 있지만, 경우에 따라서 교육부터 해야겠단 생각이 듭니다.

Q. 현지 소통에는 어려움이 없으세요?

케냐 작가들의 경우 교육 수준이 높다 보니 영어로 원활한 의사소통이 가능합니다. 반면 탄자니아에서는 주로 모국어인 스와힐리어를 구사해요. 저희는 스와힐리어를 못하니까 중간에 연결해주시는 분과 함께 작업하는 편입니다.

Q. 중간 단체가 있는 건가요?

단체는 아니고 현지에서 작가들과 긴밀히 일하는 체코 분이 계세요. 10년 전에 유럽에서 SoA와 비슷한 사업을 하시다가 그림을 알리는 것만큼이나 작가 교육의 필요성을 느끼고 현재는 아프리카에서 작가들과 함께 거주하십니다. 저희도 이 분과 함께 현지인을 대상으로 저작권 교육을 하고 있어요. 우리나라 뽀로로 사례를 알려주면서 캐릭터의 힘이 무엇인지, 어떤 상업적 가치가 있는지 설명해줍니다. 함부로 계약서에 서명하면 안 된다고도 알려주고요. 책상 위에 돈만 올려놓으면 계약서도 제대로 읽어보지 않고 서명하는 경우도 빈번하니까요. 저희도 계약하러 간 입장이지만 계약 전에 조항을 자세히 살펴보고 맞지 않을 경우엔 협의하라고 알려줍니다.





Q. SoA의 이런 노력에 대한 현지 반응은 어떤가요?

이 사람들은 왜 이런 얘기를 하나 의아해하는 경우도 있고 충분한 이야기를 통해 저희 취지에 공감하는 작가들도 있어요. 처음엔 어떻게 작가를 섭외하나 막막했는데 지금은 함께하는 사람들이 거의 300명 가까이 되는 걸 보면 저희의 노력이 현지에서 좋은 반향을 일으키고 있단 증거가 아닐까 싶어요.

Q. 생각보다 많은 작가들과 함께하고 계시네요. 그 중 첫 번째로 연을 맺은 작가는 누구인가요?

여행 삼아 처음 케냐를 방문했을 때 Go-Down 아트센터에서 만난 찰스(Charles Ngatia)란 작가예요. 우연찮게 센터를 방문하고 이야기를 나누게 되었는데 이 사람이 살아온 삶이 순탄치 않더라고요. 부모에게 버림받고 거리를 떠돌아다니며 플라스틱을 주워 파는 소년이었다고 해요. 그러다 NGO에서 거리 소년들을 모아 연극을 하는 프로젝트에 참여했는데 자긴 심지어 연기도 못 하더래요. 자신이 정말 쓸모없는 인간처럼 느껴진 그때 우연히 무대 배경을 맡아 그리면서 그림에 재능이 있다는 걸 깨달았다고 합니다. 이후 독학으로 미술을 공부하면서 끊임없이 자기 포트폴리오를 보낸 끝에 Go-Down 아트센터에 들어간 겁니다. Go-Down 아트센터는 여러 문화 예술 비영리 재단을 비롯 네덜란드 대사관 후원 및 UN 산하기관 등에서 합작으로 펀딩하여 만들어진 단체인데요. 아프리카 내에서도 미대를 졸업한 작가들이 많이 모이는 곳이라 뚫고 들어가기 쉽지 않았을 텐데 정말 대단한 거죠. 그렇게 찰스로 한 번 물꼬가 트이니 그 다음부터는 릴레이 형식으로 서로 자기 친구를 소개해주고 각자 화풍을 알려주면서 정보를 공유해줬어요. 먼저 저희 쪽에 포트폴리오를 보내면서 연락을 주는 경우도 있고요.

Go-Down 아트센터

케냐 나이로비 산업지대에 위치한 고-다운 아트센터는 포드 재단, 네덜란드 대사관을 비롯하여 여러 비영리 단체가 합작하여 건립한 곳이다. 현재 USAID, EU 등이 프로젝트 후원자로 있으며 개개인의 스토리를 바탕으로 이를 표현하는 넓은 문화 예술 범위와 다양한 활동장르를 가진 많은 작가들이 활동 중이다.





아프리카를 넘어 캐리비안까지
SoA의 정신은 단순히 아프리카에만 국한되지 않고 중남미나 동남아 등 다른 지역으로 퍼져나갈 수 있다. 그뿐만 아니라 국내 예술가와 협업을 통해 시장을 키우는 꿈까지 품고 있다. 보다 많은 사람이 다양한 문화 예술을 자유롭게 누릴 수 있도록 SoA는 오늘도 걸음을 멈추지 않는다.

Q. 앞으로 어디까지 사업을 확장하고 싶으세요?
일단 아프리카 내 국가를 최대한 확장할 생각이에요. 같은 아프리카라 해도 50개국이 넘고 문화나 언어가 다르다 보니 각자 지닌 화풍도 다르답니다. 아프리카에서 확실한 자리를 잡으면 다음엔 남미에 진출해서 소울 오브 캐리비안 이란 이름을 짓고 그 쪽 작가도 아우를 수 있으면 좋겠어요. SoA를 중심으로 개도국 작가들을 모아 영역을 넓혀 가는 거죠.

Q. 국내에서 만나볼 수 있는 미술 작품이 무척 다양해지겠네요.
한편으론 국내 작가와 아프리카 작가 간의 협업도 진행해보고 싶어요. 사실 저희가 아프리카 작품을 들여오다 보니 국내에서 미술이나 문화 예술 하시는 분들은 기분 나빠하시는 경우도 있더라고요. 국내 작가들도 힘든데 외국 작가까지 와서 시장이 좁아진다고 생각하니까요. 하지만 판을 어떻게 꾸려가느냐의 문제이지 경계할 일은 아니라고 봐요. 시장에 국내 작가만 있으면 신선도가 떨어질 수 있고 아프리카 작가들만 있다면 상대적으로 가치가 낮아 보일 수도 있는데 협업을 통해 전시를 진행하면 훨씬 풍성해지지 않을까요? 사람들의 관심을 불러일으킬 수 있는 소지를 잘 만들면 훨씬 더 큰

시장에서 놀 수 있을 겁니다.

Q. 아프리카 예술가만 돕는 것이 아니라 국내 문화 예술 생태계에도 활력을 불어넣는다면 사회적기업으로서 SoA가 갖는 가치도 더 높아지겠죠?

그런 의미에서 꼭 문화 예술 쪽이 아니더라도 다른 사회적기업과 함께 하는 방법도 알아보고 있습니다. 사실 처음 육성사업을 준비하면서 가장 많이 받은 질문이 왜 아프리카까지 도와줘야 하느냐는 것이었어요. 보통의 다른 사회적기업들은 국내 사회문제를 근거로 활동을 시작하니까요. 비슷한 질문이 끝도 없이 이어지는데 사업을 하면 안 되는 건가 싶은 생각마저 들더라고요. 하지만 SoA 안에 사회적 가치가 녹아있는 것은 분명하기 때문에 확신을 갖고 사업을 추진한 결과 지금까지 올 수 있었습니다. 저희가 출발점에 서 있었다면 요즘은 그래도 한국국제협력단(KOICA)과 맞물려 글로벌 사회적기업 쪽으로도 방향이 넓어진 것 같습니다.

Q. 육성사업 시작 과정에서 어려움이 있었기에 멘토링을 통해 더 많은 도움을 받으셨을 것 같아요.

맞아요. 처음에는 멘토 멘티 관계가 부담스럽기도 했지만, 멘토들을 중심으로 관계망도 형성되고 직접 SNS에 홍보도 해주시니 정말 큰 도움이 되었습니다. 특히 저희는 사업 특성상 외국 출장도 가야 하니 외부 투자를 받으라는 조언 덕분에 KDB 나눔재단의 후원으로 세 번의 아프리카 출장 기회를 얻을 수 있었습니다. 그중 두 번은 저희가 직접 아프리카를 방문했고 한 번은 한국으로 아프리카 작가를 초청했어요. 케냐 작가 마이클 소이와 북수단의 야시르 알리가 와서 DDP에서 라이브 페인팅을 선보이며 초청전을 열기도 했습니다. 연희동에 갤러리를 열 수 있던 것도 H-온드림 펠로로 선정된 덕분이고요. 여러 모로 저희 혼자 힘으론 올 수 없는 길이었습니다.

Q. 마지막으로 현재 SoA가 어떤 단계에 와 있고 앞으로 목표는 어떻게 되나요?

아직 걸음마 단계예요. 2년 전 처음 비즈니스 모델을 만들 때 막연히 몇 년 후 SoA만의 공간 만들고 싶단 생각을 했었는데 그 차례로는 가고 있는 것 같아요. 사실 지금 같아선 아프리카만 해도 버겁다는 생각이 들지만 그래도 작가 나라를 점점 늘려가고 싶어요. 아까 말했듯이 쏘울 오브 캐리비안 까지도요. 더 많은 작품을 통해 다양한 문화를 아울러서 소비자가 원하는 가격대에 취향에 맞는 작품을 고를 수 있게 하는 게 회사 차원의 목표입니다. 궁극적으로는 아프리카에 대한 인식도 개선하고요. 개도국 하면 질병만 떠오르는 게 아니라 이 사람들도 어디에 내놔도 밀리지 않는 역량이 있는 사람이란 걸 인정해주면 좋겠습니다.

KDB 나눔재단 프로젝트

The 나눔 Project는 KDB금융그룹의 KDB나눔재단이 주최한 글로벌 창업아이템 발굴 지원프로그램으로 SoA는 6개의 참가팀과 함께 8개월간 사업을 수행한 결과 최종 선발 1팀 으로 선정되어 The Pioneer상과 함께 해외 현지방문 지원금을 받았다.

마이클 소이 (Michael Soi)

화가인 동시에 문화 비평가이자 지식인인 마이클 소이는 섹슈얼 코드가 담긴 그만의 일러스트 작품으로 유명하다. 아프리카 여성을 대상으로 중국인이 저지르는 성적 만행을 담아내는 그의 그림은 아프리카 내 선진국의 횡포에 대하여 동시에 아프리카 국민에게 외치는 목소리이다.

야시르 알리 (Yassir Ali)

북수단 누비아 문화 특유의 색감과 문양을 사용한 야시르 알리의 그림은 다양한 종교와 문화가 융합된 아프리카의 단면을 보여준다. 누비아는 수단의 북부, 이집트의 남부에 위치한 지역으로 이슬람 문화와 이집트 고대 문명이 어우러져 있다.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



문화

사람들 인식 속에 아프리카 지역은 수혜자 국가일 뿐이라는 편견이 존재한다.

일반 사람들의 머릿속에 아프리카는 질병과 가난의 땅으로 그들은 문화를 향유하기 힘든 미개인이라는 인식이 강하다. 그 결과 이들을 일방적인 수혜자로 보며 아프리카인을 한 인간으로 존중하기 보다는 도움을 받아야만 하는 수동적인 존재로 국한하는 경향이 있다.

분석 Analysis

아프리카 지역에 뛰어난 문화를 비롯해 매력적인 요소들이 많으나, 발견되거나 거래되지 않고 있다.

아프리카 회화작품은 강렬한 색채와 특유의 화풍으로 인해 오래전부터 유럽 및 일본 등지에서 인기를 끌어 왔다. 하지만 아프리카 작가의 권리를 제대로 존중하지 않은 일방적인 계약이 주를 이루는 경우가 많았다. 국내에서는 아직까지 아프리카 회화시장이 개척되지 않은 상태로 아프리카에 대한 인식 역시 좋은 편이 아니다.

접근 Approach



결합하다 나누다 대체하다 뒤집다 연결하다

재사용하다 줄이다 더하다 **이동하다** 복사하다

아프리카의 미술 작품들을 한국으로 이동하다.

소울오브아프리카는 아프리카 회화 작품을 한국으로 직접 들여오는 일을 한다. 그림 작품을 가져오는 것은 물론 아프리카 작가의 작품을 모티브로 한 상품을 제작하여 그들의 정신을 국내에서 함께 나눈다.

쏘울오브아프리카

수단 Method



문화(그림)

소울오브아프리카는 자체 상시 전시 갤러리를 통해 다양한 회화 작품을 판매하는 동시에 이를 이용한 다양한 파생상품을 제작한다. 자체 제작 외에도 저작권 거래를 통해 수익을 창출하며 아프리카 작가에게도 정당한 대가를 지불한다. 이를 통해 아프리카 작가에게 저작권 개념을 교육할 수 있으며 자기계발 유도 효과도 볼 수 있다.

전략 Strategy



라이센싱(Licensing)

소울오브아프리카는 아프리카 작가를 대상으로 저작권 교육을 실시한다. 이들에게 합당한 가격을 주고 그림을 구매하는 것은 물론 서브 라이센싱 제도를 통해 그림을 그리지 않더라도 부가 수익을 낼 수 있음을 가르친다. 그 결과 아프리카 작가들의 자기계발 의지를 높일 수 있으며 단순히 이들의 물질적 필요만 채워주는 것이 아니라 진정한 삶의 질을 높이는 방법에 대한 산 교육을 제공한다.



12

우리동네 사람들
조정훈 대표

언제부터 우리 사회에서 집은 사는(live) 곳이 아닌 사는(buy) 것이 되었을까? 소유의 개념으로 변한 집에서 사람들은 소통하는 법을 잃어가고, 안락함을 제공해야할 집은 있어도 문제 없어도 문제인 애물단지로 전락했다. 뿌리 깊은 주거 문제 해결을 위해 저마다 목소리를 높이는 가운데 떠오르는 대안이 있으니 바로 공유주택이다. 그중 인천 검암 지역에 자리 잡은 '우리 동네 사람들'(이하 우동사)에는 단순히 집을 공유하는 것을 넘어 삶의 가치관을 함께하는 사람들이 모였다.





우리동네사람들 조정훈 대표

“안심되는 실험 공동체 룰루랄라 우동사”

우동사에 사는 우리들의 이야기
나와 너의 경계없이 ‘우리’라는 끈끈한 공동체 의식이 흐르는 우리 동네 사람들. 가족, 친구, 연인 그 누구와 살아도 싸움이 난다는데 별다른 갈등 없이 3년을 지낸 우동사를 지탱하는 힘은 무엇일까. 그들의 이야기가 궁금하다.

Q. 먼저 ‘우리 동네 사람들’(이하 우동사)에 대해 간단히 소개해주시겠어요?
우동사는 2011년 5월 귀촌을 꿈꾸던 6명의 청년이 만든 주거 공동체입니다. 2011년 9월 인천 검암 지역에 제1호 우동사를 마련한 후 현재 3호까지 확장하여 20명의 사람이 모여 함께 살고 있어요. 우동사 한 채에 방이 세 개 있고 한 방에 두 명씩 살아요. 보통 부부 방, 남자 방, 여자 방으로 나뉘어 있고 현재는 한두 달 정도 머무는 손님도 함께 살고 있습니다.

Q. 특별히 공동주거에 관심이 생긴 계기가 있나요?
학교에 다니고 직장 생활을 하는 동안 항상 어떻게 살아야 할지에 대한 갈증이 있었어요. 잘 살고 싶고 행복하고 싶은데 내 삶은 불안한 것 같고 어떻게 하면 좋을지 모르겠더라고요. 사람들은 돈을 많이 벌라고 하는데 무엇으로 돈을 많이 벌어야 할지, 돈을 많이 번다고 행복할 지도 의문이었어요. 그래도 20대 중반까지는 저도 남들처럼 돈을 많이 버는 걸 목표로 살았습니다. 당시 투자 회사에 다니고 있었는데 휴가도 반납하고 주식투자에 몰두할 정도로요. 그러다 우연히 인터넷에서 정토회 법륜 스님의 글을 보고 이거다 싶은 생각이 들었습니다. 이후 2009년 불교 대학에 입학하고 정토회 활동을 하면서 인생이 크게 바뀌었습니다. 세상에서 말하는 방식에서 벗어나 진짜 잘 사는 방법을 찾아간 거죠. 자연스럽게 비슷한 뜻을 가진 사람들이 모였고 같이 살면서 귀촌을 준비하는 게 어떻냐는 의견이 나와 인천 검암에 집을 얻고 첫 우동사를 마련했어요.

Q. 그렇다면 우동사 멤버들 모두 정토회 불교 신자인가요?
그렇진 않아요. 창립 멤버 6명은 정토회를 중심으로 모인 사이였고 그 중 저와 제 아내를 포함해 4명이 커플이었어요. 그러다 두 번째 커플이 결혼을 하면서 부부 방이 필요했어요. 마침 옆집이 빈 상태라 2호 우동사를 얻어 부부 방을 만들고 나머지 방에 들어올 사람을 모집했어요. 2호 우동사까지는 지인 중심으로 모였고 3호는 공개 모집을 했습니다. 모인 사람들 개개인의 상황은 다 다르지만 우동사라는 마을 공동체를 통해 우리 사회가 주는 불안감에서 벗어나 안심하고 살 수 있는 관계를 만드는 것을 공통 목표

로 삼고 있습니다. 여기서 우동사의 모토 '안심되는 실험 공동체 룰루랄라 우동사'가 나왔습니다.

Q. 안심이라는 익숙한 단어가 목표가 되니 무척 낯설게 느껴지네요.

안심은 물질적인 조건일 수도 있고 정신적인 것일 수도 있습니다. 실험 공동체란 안심되는 상태를 위해 현실에 안주하지 말고 공동체라는 방식을 통해 끊임없이 실험을 해보자는 뜻입니다. 혼자보다는 같이 할 때 더 쉽게 잘할 수 있으니까요. 룰루랄라는 그 과정에서 정신 상태를 가볍고 즐겁게 하자는 뜻에서 붙인 이름입니다. 우동사가 고민하는 문제는 '어떻게 하면 돈을 많이 벌 것인가?'가 아닌 '어떻게 하면 돈을 적게 쓸 것인가?' 입니다. 소비를 줄이면서도 삶의 질을 높이는 방법을 연구하고 실험하고 있어요. 흔히 소비가 줄어들면 삶의 질이 떨어진다고 생각하는데 그렇지 않습니다. 공동 주거를 통해 물건을 공유하고 서로 재능을 나누다 보면 자연스럽게 소비가 줄어요. 내 물건을 공유할 때 더 많은 것을 누릴 수 있다는 것을 체험하면 내가 좋으면 남도 좋다는 사실이 자연스럽게 확장됩니다. 이런 식으로 사람들의 관계가 좋아지니 자연스럽게 삶의 질도 향상되고요.

Q. 취지는 좋지만 모르는 사람과 함께 살다 보면 갈등이 일어날 수도 있을 것 같아요.

쉽지는 않지만 그렇게 어려운 문제도 아니에요. 흔히 가족과 살아도 싸우고 친구와 살아도 싸우게 되는데 어떻게 모르는 사람과 함께 사느냐고 묻는 분들이 많아요. 하지만 왜 싸우는지 들여다보면 거기에 이유가 있습니다. 규칙도 그 중 하나 입니다. 규칙을 만들게 되면 관계가 탓하는 자와 질책받는 자로 나뉘고 이 과정에서 쉽게 다툼이 일어납니다. 더 편하게 살기 위해 만든 규칙이 어느 순간 다른 사람을 공격하는 하나의 수단이 되는 겁니다. 그래서 우동사는 최대한 규칙을 만들지 않고 있어요.

Q. 규칙이 없다면 어떻게 공동체를 운영하나요?

집안일을 예로 들어볼게요. 규칙을 정하게 되면 청소나 빨래를 하지 않은 사람에 대해서 문제를 제기하게 됩니다. 집안일을 맡은 사람이 하기 싫어서 안 했을 수도 있지만, 사정이 생겨서 못했을 수도 있는데 말이지요. 사실 모두가 깨끗한 상태를 원하기 때문에 청소를 싫어하는 사람은 없습니다. 다만 자기 스타일 대로 할 뿐이에요. 누구는 미뤄놓고 한 번에 하는 것을 좋아하고 다른 사람은 그때그때 하는 것을 좋아하기도 하고요. 우동사에서는 이런 개인의 특징을 최대한 살리면서 그때그때 하고 싶은 사람이 일합니다. 어떤 사람이 나는 빨래를 세 번 연속했으니 그만 하고 싶다고 말하면 하지 말라고 합니다. 하기 싫으면 안 해도 돼요. 아무도 하라고 강요하지 않아요. 빨래가 쌓이다 보면 깨끗한 옷이 필요한 다른 사람이 하게 됩니다. 나는 그동안 받은 게 많으니까 내가 하겠다는 사람도 있고요. 누군가 나에게 잘해주면 보답하고 싶은 게 일반적인 사람의 마음 아닌가요? 우동사에서는 내가 수혜를 입으니 다른 사람에게 잘해주고 싶은 마음이 선순환됩니다. 물론 이상적인 상태가 항상 이어지는 건 아닙니다. 그렇다고 집에 먼지가 굴러다니는 정도가 된 적도 없어요. 아예 규칙이 없는 건 아니지만, 이런 식으로 3년째 유지하고 있습니다.

인천 검암

서울에서 인천공항 가는 길목에 위치한 인천 검암 지역은 공항철도로 홍대입구역까지 25분 밖에 걸리지 않을 정도로 서울과 가깝다.

정토회

종교와 사회운동 두 가지 측면을 다 가지고 있는 정토회는 '모두가 함께 행복한 세상을 실현하기 위한 일에 참여함으로써 사회뿐만 아니라 자기 자신의 행복과 자유가 실현된다'는 원리에 입각하여 일하고 수행한다. 이처럼일과 수행이 하나된 삶을 사는 사람들로 구성된 공동체 역시 정토회로 수련뿐 아니라 국제구호, 환경, 복지 활동 등 다양한 사회활동에 참여하고 있다.

커뮤니티 펍 0.4km

지난 10월 초 문을 연 커뮤니티 펍 0.4km는 우동사에서 공동으로 운영하는 술집이다. 커뮤니티 펍 0.4km는 이름 그대로 우동사에서 400m 떨어진 곳에 위치했으며 꼭 우동사 식구가 아니더라도 편안한 마음으로 가볍게 들러 맛있는 맥주 한 잔 기울이며 자신의 이야기를 나눌 수 광장이자 집 같은 공간이다.



집을 넘어 삶을 나누는 사람들

언젠가부터 집에서 잠만 자고 나가기 바쁜 것은 비단 베드 타운(bed town)에 사는 이들만이 아니다. 1인 가구는 물론이고 식구가 있는 사람도 서로 얼굴보기 힘든 세상이건만 우동사에서는 매일 무슨 이야기들을 그리 나누는 걸까?

Q. 우동사 멤버들은 서로 간에 두터운 신뢰 기반이 있나 보네요.

아무래도 서로 대화를 많이 하다 보니 가능한 것 같아요. 우동사가 2호까지 있을 때는 12명이 1주일에 1번씩 모여 회의를 했습니다. 우동사 회의의 가장 큰 핵심은 나눔이에요. 일주일 동안 살면서 어땠는지 여러 가지 좋았던 점이나 불만에 대해 돌아가면서 가볍게 이야기하는 겁니다. 그러다 보면 자연스럽게 요즘 저 사람이 무슨 생각을 하고 사는지 어떤 어려움이 있는지 알 수 있어요. 전투적이거나 방어적이 될 수 있는 이야기도 다 같이 모인 자리에서 얘기하다 보면 자연스럽게 풀립니다. 그러다 3호 집이 생기면서 사람이 많아지니 한 번 모이기도 어렵고 자리도 부족하고 한 번 나누는 데 시간이 너무 오래 걸리더라고요. 그래서 요즘은 각 집마다 3개월 임기로 소리통이라는 대표를 뽑아서 각 안건에 대해 집별로 회의를 합니다. 대신 한 달에 한 번 다 같이 모여서 밥을 해 먹는 우동사의 밤이란 시간을 갖습니다. 멤버 중 최근에 일본 출장을 갔다 온 사람이 있다면 내용 발표도 하면서요.

Q. 가장 민감하다고 할 수 있는 금전적인 부분은 어떤가요?

전세로 시작한 우동사는 현재 모두 구매한 상태입니다. 약 6억 정도 들었어요. 이걸 16명으로 나눠서 1인당 출자금을 3600만 원으로 고정했습니다. 사실 이 돈을 다 낸 사람은 몇 명 되지 않아요. 출자금을 내지 못한 사람들은 매달 월세 개념으로 이자를 냅니다.



우동사 이름으로도 은행에 이자를 내고 있고요. 이 외엔 매달 1인당 4만 원씩 지급하는 주민세와 생활비가 있어요. 우동사 전체가 사는 데 필요한 한 달 생활비는 식비, 수도 요금, 가스 요금 등 다 합쳐서 180만 원 정도입니다. 이걸 1인 당으로 나눠서 평균 10만 원의 생활비를 냅니다. 생활비 역시 모두 똑같이 10만 원을 내는 것은 아니고 각자 자기가 내고 싶은 만큼 내고 있어요. 가장 적게 내는 사람은 6만 원, 많이 내는 사람은 16만 원 정도예요.

Q. 내고 싶은 만큼 내면 아무래도 무임승차자가 생기지 않나요?

물론 문제가 없던 건 아니에요. 처음에는 각자 형편에 따라서 소득의 10%를 생활비로 내자는 규정이 있었어요. 그런데 많이 버는 사람은 많이 내고 적게 버는 사람은 적게 내는 게 과연 공평한가 싶더라고요. 공평이 측정할 수 있는 개념인지 의문도 들고요. 집에서 밥을 두 끼 먹는 사람은 얼마 세 끼 먹는 사람은 얼마 이런 식으로 가다 보면 나중에는 집에 있는 시간을 재야 하고 짐을 얼마만큼 보관하고 있는지까지 따져야 합니다. 과연 수치화를 통해 이룬 공평이 우리가 처음 같이 산 이유였을까 생각해보면 아닌데 말이지요. 그래서 우동사에서는 내가 낼 수 있는 만큼 혹은 내고 싶은 만큼 내는 게 가장 좋은 방법이란 결론을 내렸습니다. 처음 내고 싶은 만큼 내자고 했더니 생활비에 필요한 만큼 돈이 안 모였어요. 그래서 낼 수 있는 사람은 더 내자고 했는데 그래도 부족하더라고요. 세 번째 논의 후 지금은 충분한 생활비가 모이고 있습니다. 앞으로 이 방식이 불편하다는 사람이 있거나 다니던 직장을 그만두는 사람이 생기면 다시 조율할 예정입니다.

Q. 우동사에 다니시는 분들은 보통 어떤 일을 하시나요?

무척 다양합니다만 지금 우동사 멤버 중 정규직으로 기업에 다니는 사람은 20명 중 3명 밖에 되지 않습니다. 나머지는 비정규직이거나 활동가이고 백수인 사람도 있어요. 그래서 집 활용도도 비교적 높은 편이라고 볼 수 있지요. 보통 사람들에게 집이 짐을 보관하고 밤에 잠을 자는 공간이라면 우동사는 쉬는 공간인 동시에 사무 공간입니다. 매일 저녁 맥주 파티가 열리는 놀이 공간이자 교류 공간이기도 하고요.

Q. 여가 외에도 우동사 멤버들끼리 함께 하는 활동이 있나요?

검암 내에서는 걸어서 5번 거리에 작은 텃밭을 가꾸고 있고요. 강화도에서 쌀농사를 짓고 있습니다. 밭은 매일 가야 하지만 논은 일 년에 몇 번만 가면 되기 때문에 생각보다 손이 많이 가지 않아요. 또 요새 시골에 일손이 모자르니 기계가 들어가지 못하는 논은 비워두는 경우가 많아요. 우동사도 그런 산 속에 위치한 빈 논을 얻었습니다. 1,500 평 정도 되는데 올해는 우동사 입주민 외에도 공개모집을 통해 30명 넘는 사람이 모여서 같이 농사를 지었습니다. 직접 손으로 모내기 했고 수확도 낫으로 할 예정이에요. 올해는 가뭄이 심해서 수확량이 많이 줄 것 같긴 합니다만 수확을 하면 총 1.5 톤 정도 나오지 않을까 싶어요. 이 정도면 같이 농사지은 사람들과 나누고도 우동사 식구들 1년 먹기엔 충분한 양이거든요. 그러고서 남는 양은 일부 판매를 해볼까 생각 중이기도 합니다.

카페오공

서울시 서초구에 위치한 50명의 출자자로 이루어진 협동조합형 카페인 카페오공은 우동사와 뗄레야 뗄 수 없는 사이이다. 카페오공의 주인장 중 약 8명이 우동사에 살고 있으니 말이다. 이렇듯 카페오공은 우동사 사람들의 직장인 동시에 또 다른 활동공간이다.

계랄라

우동사의 계란 자급, 남은 음식물의 내부 처리, 닭똥의 텃밭 퇴비화'라는 3대 목표를 품고 처음 우동사 옥상에 자리를 잡은 암탉은 총 8마리. 그 중 여름 더위로 4마리가 먼저 세상을 떠나고 지난 10월을 기준으로 계릴라 닭들이 낳은 계란은 자그치 마치 115개이다. 참고로 계랄라에서 나온 계란은 '음란'이라고 불리며 주로 성인들에게 인기가 많다는 후문이.

Q. 이런 식으로 자급자족하는 부분이 또 있나요?

현재 우동사 옥상에서 닭을 키우고 있습니다. 암탉을 8마리 데려왔는데 안타깝게도 여름 더위에 4마리가 죽었어요. 암탉 한 마리가 하루 평균 2개 정도 알을 낳는데요. 20명이 먹기엔 조금 부족한 양입니다. 대신 닭이 음식물 쓰레기를 처리해준다는 장점이 있어요. 닭 외에도 주방에 있는 지렁이 화분을 통해 음식물 쓰레기를 처리합니다. 특히 여름에 과일 껍질은 정말 처리하기 곤란하잖아요. 그럴 때 일부는 지렁이 화분에 주고 나머진 닭장에 주면 문제없답니다.

Q. 어딘가 비현실적인 동시에 유토피아 같네요. 우동사에 살고 싶어하는 분들이 무척 많을 것 같아요.

들어오고 싶어 하는 사람은 있지만, 지금은 모든 집이 꽉 찬 상태라서 더 받을 수 없어요. 결원이 생기거나 4호 집을 만들 수 있는 여건이 되면 그때 모집할 예정입니다. 사실 우동사를 바라고 우동사 내에 들어오는 건 조금 위험합니다. 우동사를 고정적인 형태로 보고 오면 실망하게 되어있어요. 다른 기업이나 단체도 마찬가지고요. 내가 우동사에 들어가면 나에 의해 우동사의 분위기가 바뀌니까요. 혜택을 입으려고 들어오면 서로 어려워집니다. 우동사 멤버든 아니든 사람들과 같이 뭔가를 하고 싶은 사람이 와서 에너지를 불어넣으면 다른 사람이 보기에 좋은 곳이 된다고 생각해요. 결국, 자기 삶을 어떻게 살지 고민하는 사람들이 모여서 인생의 문제를 풀어가는 것이니까요. 실제로 꼭 우동사에 살지 않아도 검암 지역으로 이사 온 친구들도 몇 명 있어요. 모두가 우동사에 살 수는 없지만 검암 지역을 기반으로 100명 정도 모인 하나의 마을 공동체를 형성하고 싶습니다. 꼭 수치상으로 꼭 100명이 아니더라도 많은 사람이 모여서 하나의 마을을 기반으로 일자리를 만들고 삶이 안정되면 이런저런 시도들을 해볼 수 있지 않을까요?

애즈원 커뮤니티
(As-One Community)

일본 미에현 스즈카시에 위치한 애즈원 커뮤니티는 2011년부터 12년째 운영 중인 주거 공동체로 사람 간의 관계를 중시한다. 애즈원 커뮤니티는 우동사의 선배 격으로 실제로 두 단체 사이에서는 일종의 교환 학생처럼 교환 주거가 이뤄지기도 한다.

사회적기업? 사회적 기여!
우동사는 일반적인 사회적기업과 달리 제품을 생산하거나 서비스를 제공하지 않지만, 그들이 가진 소셜 미션은 명확하다. 소비를 줄이면서 삶의 질을 높여가는 것이다. 특별히 주거와 관계의 안정을 이뤄낸 우동사는 자신들의 방식이 청년 문제를 해결하는 실마리가 될 수 있다고 확신한다.

Q. 사회적기업으로서 우동사의 가치도 여기에 있다고 볼 수 있을까요?

그렇습니다. 비록 우동사는 다른 일반적인 사회적기업처럼 제품을 생산하거나 서비스를 제공하진 않지만 저희가 가진 소셜 미션은 명확합니다. 기업이 수익을 높이기 위해 소셜 미션을 내세우는 게 아니라 소셜 미션을 위해 기업이라는 방식을 사용하는 것처럼 우동사 역시 소셜 미션을 풀어내는 하나의 방식이 될 수 있지요. 다만 기업처럼 수익을 높여가면서 지속하는 게 아니라 비용을 줄여가는 방식으로요. 우동사 모델이 많이 알려지고 이렇게 살면 편하고 좋다는 인식이 퍼지면 다른 지역에서도 우동사 같은 곳이 생기리라고 봅니다. 문화는 애쓰지 않아도 자연스럽게 전파되는 것처럼 우동사가 가진 사회적 가치가 다른 지역으로 퍼져나가면 좋겠어요. 그래서 우동사의 다음 단계

는 4호, 5호 집을 만드는 게 아니라 우동사처럼 사는 전 세계 사람들과 네트워크를 형성하는 일이라고 생각합니다.

Q. 그렇다면 육성사업은 우동사가 지닌 소셜 미션을 확장하는 데 어떤 도움이 되었나요?

비용과 정보 측면에서 많은 도움을 받았어요. 일종의 디딤돌 역할을 해줬다고 볼 수 있지요. 우동사의 경우 육성사업을 계기로 새로 사업을 시작한 건 아니지만 흐름을 이어나가는 데 큰 도움을 받았습니다. 육성사업 과정에서 3호 우동사가 생겼고 전세였던 집을 구매할 수 있었으니까요.

Q. 마지막으로 우동사를 통한 궁극적인 지향점이 궁금합니다.

대한민국은 세계적으로 놓고 보면 살기 좋은 나라이지만 좁게 놓고 보면 살기 어려운 나라에요. 특히 청년 세대는 더 살기 어렵지요. 특별히 주거와 관계 문제가 심각하다고 봅니다. 이를 해결하기 위해 정부를 바꾸자, 돈을 많이 벌자 등의 이야기가 나오지만 그런다고 해결할 수 있을까 싶어요. 저는 우동사를 통해서 다른 방법도 있다는 걸 시험해보고 싶습니다. 일단은 소비를 줄이면서 삶의 만족도를 높이는 방법을 찾고 있습니다. 소비를 줄인다는 건 많은 의미를 담고 있어요. 전 지구적으로는 자원을 아낄 수 있고 돈을 덜 벌어도 되니까 개인의 시간이 늘어나요. 그럼 자신의 능력을 남을 돌보는 일이나 예술적 분야에 쏟을 수 있고요. 이미 우동사에는 예술적 역량을 펼치는 사람들이 생겨나고 제3 세계로 구호 활동을 나가는 사람도 있어요. 삶의 질을 높이면서 지속 가능한 삶을 사는 것이지요. 앞으로 10년 정도는 우동사처럼 주거 비용을 많이 들이지 않고 편안한 곳에서 돈을 벌 수 있는 토대를 만드는 데 에너지를 쏟고 싶어요. 좀 더 많은 사람이 그렇게 살 수 있도록 기초를 다지고 저도 그런 방향으로 살고 싶습니다.



사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



주거

소비중심의 생활패턴 및 주거비용 문제로 인해 생활 속 불안이 증가한다.

소득과 소비가 증가될 때만 행복한 삶을 살 수 있다는 자본주의 사회 속 사람들의 생각은 삶을 피폐하게 만든다. 뿐만 아니라 사람을 무한경쟁 속에 가두어 편안하고 안심할 수 있는 삶을 불가능하게 만든다.

분석 Analysis

삶을 유지하는데 불필요한 소비가 많다.

자본주의 사회 속 황금만능주의 사상으로 인해 돈을 더 많이 벌어야만 행복해질 수 있다는 인식이 가득 차 있다. 그 결과 사람들은 무한경쟁 속에 놓이며 이로 인한 관계의 단절과 소통의 부재로 인해 안심과는 거리가 먼 삶을 살게 된다.

접근 Approach



소비를 줄이다.

우리동네사람들은 공동주거를 통해 소비를 줄이면서도 삶의 질을 높일 수 있는 방법을 모색한다. 십시일반과 상부상조의 정신으로 서로를 도울 때 사람들의 관계가 좋아지는 것은 물론 경제적 이득도 볼 수 있다.

우리동네사람들

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인


상품

서비스(협동조합)

우리동네사람들은 인천 검암에 있는 쉐어하우스로 약 20명의 사람이 3곳의 집에 모여 함께 살고 있다. 공동주거는 무엇보다 주거비용 절감이라는 장점이 있으며 조합원 공동출자로 만들어진 카페와 주점을 함께 운영하여 경제적 필요를 채운다. 또한 주말농장을 통해 쌀을 비롯한 식물을 재배하는 것은 물론 옥상에서 닭을 키우는 등 생활에 필요한 식품의 자급자족을 모색한다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

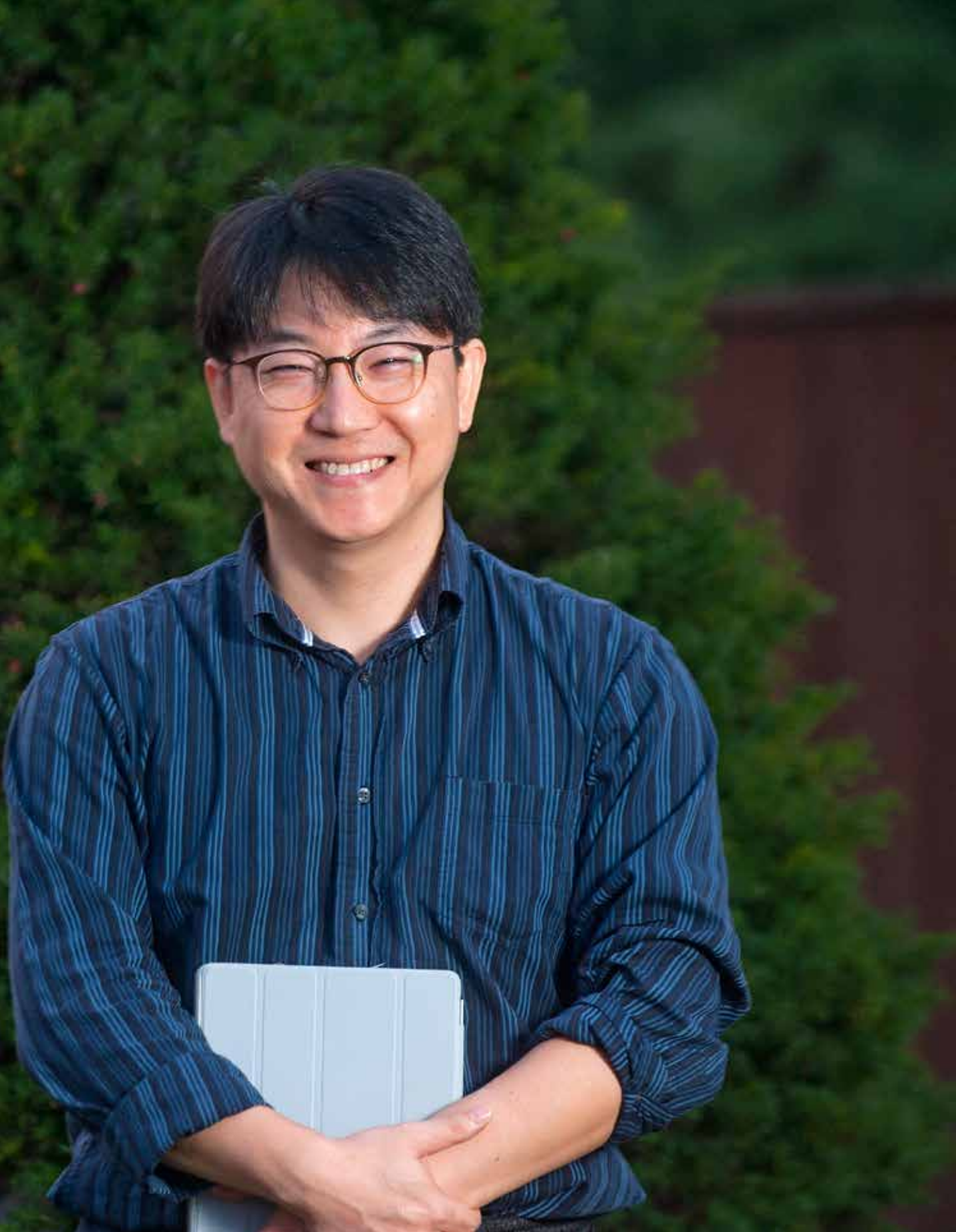
생태계(Ecosystem)

우리동네사람들은 주거, 여가, 식생활 및 기타 생활 전반의 필요한 부분들을 협동조합 형태로 해결한다. 소비를 줄이면서 함께하는 활동을 통해 삶의 질을 높이는 것은 물론 함께하는 사람들과 삶의 가치관을 공유한다. 의식주 전반에 있어서 힘을 합칠 때 비용은 적게 들고 사람들의 만족도는 올라가며 소속감은 강해진다. 그 결과 자본주의가 파괴한 삶의 본질을 회복하고 자신들의 역량을 남을 돕는 일에 좀 더 발휘할 수 있으며, 결과적으로 사회 전체를 이롭게 만든다.

13

케이앤아츠
김기범 대표

김기범 대표는 사업을 시작하기 전 퓨전국악 콘텐츠 회사에서 오랫동안 근무했다. 하지만 지나친 노출 의상 등 수익을 위해 상업화되어가는 시장의 추세에 퓨전국악의 한계를 느끼고, 자신이 보았던 아름다운 전통 유산을 더 많은 사람과 공유하고자 케이앤아츠를 시작했다. 뜨거운 햇살, 언덕을 넘어설 때 나타났던 아름다운 후원, 그리고 그곳에서 흘러나오는 우리의 전통음악은 상상만 해도 눈이 감길 정도다.





케이앤아츠 김기범 대표

"한국의 전통유산을 알리는 가장 완벽한 방법"

Q. 케이앤아츠 소개를 먼저 부탁드릴게요.

케이앤아츠는 '전통유산의 사회적 경제 가치 창출'을 목표로 한국의 역사와 전통, 전통유산, 문화재 등을 사람들에게 어떠한 방식으로 소개할 것인가를 고민하는 전통문화콘텐츠 제작사입니다. 우리나라에 많은 전통 유산들, 대표적으로 훈민정음, 이순신 장군님 이야기, 춘향전 등을 영상에 담아서 공연콘텐츠와 함께 관객들을 찾아가고 있어요.

Q. 예전에 대중음악 회사에서 근무하셨던 것으로 알고 있는데, 국악콘텐츠는 어떻게 처음 접하게 되셨나요?

첫 직장이 우리나라에서 가장 큰 엔터테인먼트 회사였지요. 거기서 HOT, SES, 보아 등 5년 정도 음반 기획일을 배우고, 이후로는 드라마 OST를 만드는 드라마 제작사에 들어가서 겨울연가, 여름 향기 등의 드라마 OST를 홍보하고 만드는 일을 3년 정도 했습니다. 그러다가 우연한 기회에 국악 콘텐츠를 접하게 되었어요. 바로 전에 다니던 직장이 퓨전국악 콘텐츠를 만드는 회사였는데, 거기서 4년 반 정도 책임자로 있으면서 음반을 만들었습니다. 그런데 그렇게 일하다 보니 겉으로 보던 국악콘텐츠와 실제 소비되는 것과는 많은 차이가 있었죠. 그래서 '아, 내가 하고 싶은 국악콘텐츠를 직접 만들어봐야겠다.' 하면서 독립하고, 사업을 시작하게 된 거죠.

Q. 조금 전에 말씀해 주셨듯이, 전통 유산이 관객을 찾아간다는 점이 인상적이에요.

그때 사업을 하기 위해 회사를 그만두었을 때, 국립 국악원에서 진행하는 교육 프로그램을 수강한 적이 있었어요. 제가 국악 전공자가 아니라 국악에 대한 지식이나 노하우가 많이 부족했었고요. 그 커리큘럼 중에 창덕궁을 견학하는 프로그램이 있었어요. 함께 수강하던 수강생들과 창덕궁을 견학하다가 어느 언덕을 딱 넘었는데, 눈앞에 후원이 펼쳐지는 거예요. 아주 아름답더라고요. 그때 '아, 저기서 국악 공연을 펼치면 얼마나 좋을까?'하는 생각을 했어요. 특별히 무대랄 건 없지만, 호수도 있고, 건물도 멋지고 하니까요. 그런데 그 순간, 여기서 공연을 하면 대체 누가 보러올 것인가? 라는 의문이 생기더라고요. 외국인들이야 호기심에 올 수 있겠지만, 가뜩이나 국악에 대한 소비가 없는 국내시장에서 한국사람들이 여기까지 와서 볼까? 아니거든요. 그래서 그때 생각했어요. '내가 이 현장을 사람들에게 가져가야겠다.'고요.

Q. 그럼 케이앤아츠가 초점을 맞추고 있는 대상은 국내 소비자들인가요?

사실 케이앤아츠의 주요 대상은 우리나라에서 열리는 '국제행사에 참가하는 외국인들'이예요. 마이스(MICE) 산업이라고 하죠. 우리나라에서 열리는 포럼이나, 세미나나 학

회 등이요. 국제 비즈니스를 다니는 분들 정도면 그 나라에서는 어느 정도 오피니언 리더 역할을 하시는 분이라고 생각하거든요. 그분들에게 한국의 역사를 영어 버전, 중국어 버전 등으로 나라별로 따로 보여드려요. 그런 사람들이 공연을 보고 각자 나라로 돌아갔을 때는 일반인들보다 훨씬 파급효과가 크다고 생각하는 거죠.

Q. 마이스 산업에서 케이앤아츠 이전에도 많은 전통문화 공연이 있지 않았나요?

네, 맞습니다. 부채춤이나 사물놀이, 판소리 이런 거죠. 사실 부채춤도 쭉 보다 보면 외국인들 입장에선 비슷하고요. 판소리는 알아듣지도 못하죠. 그래서 업그레이드가 된 것이 퓨전국악이었어요. 우리나라 국악기로 외국 음악을 들려주는 거죠. 5년 전부터 마이스 공연시장에서 퓨전국악이 굉장히 많이 퍼져 있었어요. 이전에 다녔던 퓨전국악 회사도 일반적인 퓨전국악 공연을 많이 다녔었고요. 그런데 이렇게 행사 중간에 보여주는 공연이라는 것이 길어야 10분~15분인데, 겨우 이 정도로 한국의 전통문화를 보여주는 것인가? 라는 의문이 들었어요. 그래서 '이왕 보여줄 거면 제대로 보여주자'는 생각을 하게 된 거죠. 우리나라의 예쁜 궁궐 모습들, 전통모습들, 문화재들을 영상에 담아서 사람들에게 보여주는 거죠. 그렇게 다큐멘터리만 보여주면 지루하니까 공연 콘텐츠를 섞은 것이고요.

사회적기업을 먼저 고민하다

많은 창업팀이 사업을 진행하는 과정에서 사회적기업가 육성사업이라는 좋은 사업을 알게 되어 지원한 경우가 많았다. 하지만 김기범 대표는 사회적기업 육성사업이 있다는 것을 미리 알았다고 고백했다. 소셜벤처 경연대회 서울권역 입상 경력까지 있다. 이쯤 되면 사회적 가치에 대한 고민도 끝없이 했을 것이 분명했다.

Q. 사회적기업가 육성사업을 준비하면서, 어떤 고민이 가장 많으셨어요?

아무래도 사회적 가치 부분이죠. 하지만 우리나라 사회적기업이 일자리 창출에 신경 쓰는 만큼, 국악분야에도 일자리 문제가 심각하거든요. 사실 취업문제야 여느 대학생이나 마찬가지로 힘들지만, 국악분야 같은 경우는 대부분 학생이 중학교 때부터 전공하고 올라와요. 국악고 나오고 예고 나오는 식으로요. 일반 대학생들이 4년에서 6년 정도를 전공했다고 하면, 국악 하는 친구들은 대학까지 전공을 10년 정도 하게 되는 거잖아요. 똑같이 전공을 포기한다고 하면, 이쪽이 사회적 비용이 더 큰 거죠. 그래서 우리 사업을 하면서 국악 전공자들을 단원으로 흡수하면서 정규직/비정규직 일자리를 제공하고 있어요. 이제 예비 사회적기업이 되면 더욱 안정적으로 일자리를 창출할 수 있겠죠.

Q. 한국의 전통문화를 알리는 것만으로는 사회적 가치가 부족했다고 판단하신 거군요.

맞아요. 처음에는 조금 약했어요. 그래서 앞서 말한 일자리 창출 외에도 청소년 교육과 문화 소외계층을 위한 공연 제작 등을 진행해요. 청소년들에게 역사교육을 하는데, 그것이 일방적인 강의가 아니라 케이앤아츠의 공연이 역사교육이 되는 형식이에요. 예를 들면 훈민정음에 대한 다큐멘터리를 보여주고, 실제 역사학자가 강의하고, 공연을

창덕궁 후원

한국정원의 특징인 자연 순응의 원리와 바깥의 경치를 정원 안으로 끌어오는 차경에 능하고 비례적 건축공간의 미가 절정을 이루는 비밀의 정원이다. 다른 궁궐의 조성체계와는 다르게 격자형의 배치체계를 지향하고 자연 지세를 따라 서에서 동으로 파격적인 배치가 돋보이며 가장 아름다운 경관을 지닌 궁궐이기도 하다. 일제강점기에는 비원이라 부르기도 하였다.

마이스(MICE) 산업

MICE는 회의(Meeting), 포상관광(Incentives), 컨벤션(Convention), 이벤트와 전시(Events & Exhibition)의 머리글자를 딴 것이다. 국제회의를 뜻하는 '컨벤션'이 회의나 포상 관광, 각종 전시•박람회 등 복합적인 산업의 의미로 해석되면서 생겨난 개념이다. '비즈니스 관광(BT)'이라고도 한다.

보여줘요. 이렇게 한 세트가 되는 거예요. 80분 정도 되는 프로그램인데, 학생들이 강연만 듣는 것보다는 훨씬 재미있어하고 신기해해요. 반응이 굉장히 좋죠. 케이앤아츠의 소셜미션을 정리해 보자면, 첫째 국악 예술인의 일자리 창출, 둘째 청소년을 대상으로 하는 올바른 역사교육, 세 번째는 소외계층과 함께하는 공연 제작이라고 할 수 있어요.

Q. 문화 소외계층을 위한 공연 제작은 어떤 것인가요?

보통 공연단체가 쉽게 할 수 있는 사회공헌이 소외계층에게 공연을 보여주는 거예요. 하지만 저희는 그걸 조금 더 발전시켜서 소외계층분들이 공연을 함께할 방안을 연구했고, 첫 번째로 제작한 공연이 바로 '세종과 지화, 춤을 추다'라는 공연이에요.

세종대왕에게 정말 시각 장애가?

세종대왕에게 시각장애가 있었다는 사실은 조선왕조실록의 일부분인 '세종장헌대왕실록'에서 찾아볼 수 있다. 우리가 흔이 이야기하는 세종실록이다. 도승지 조서강(趙瑞康) 등이 문안드리니 임금이 말하기를, '내가 두 눈이 흐릿하고 깔깔하며 아파, 봄부터는 음침하고 어두운 곳은 지팡이가 아니고는 걷기에 어려웠다. 온천에서 목욕한 뒤에도 효험을 보지 못하였더니, 어젯밤에 이르러서는 본초(本草)의 잔 주석(註釋)을 펴놓고 보았는데도 또한 볼 만하였다.' (국역세종실록 23/04/04/경오)

Q. 같은 육성사업팀인 '춤추는 헬렌켈러'팀과 협업하신 그 사업인가요?

맞아요. 실제 시각장애인들이 저희와 함께 공연하는 거예요. 대략적인 설명을 해드리자면, 실제 세종대왕도 시각장애가 있으셨어요. 한글을 반포하실 땐 앞을 거의 못 보셨다고 해요. 그러면서도 당시 천민계층이었던 시각장애인들을 궁궐로 불러 벼슬을 내리셨다고 해요. 사실 당시로써는 상상도 할 수 없는 인사정책이었거든요. 저희는 그런 내용을 한 시간짜리 다큐멘터리로 만들고, 노래도 만들고, 시각장애인분들이 실제로 춤을 추시는 공연 콘텐츠로 만든 거지요.

Q. 춤추는 헬렌켈러와 함께한 점프업 프로젝트를 진행하셨는데 소개를 부탁드려요.

아시다시피 KDB대우증권에서 주최하고, 사회적기업 희망재단이 주관한 프로젝트예요. 특별한 것은 사회적 경제 조직이 두 군데 이상 협업을 통해 하나의 프로젝트를 완성해야 하는 지원사업이에요. 이 사업을 보았을 때, 이걸 어느 팀이랑 할 수 있을까 고민하고 있던 찰나에 춤추는 헬렌켈러 쪽에서 먼저 연락이 왔어요. 그렇게 춤추는 헬렌켈러와 케이앤아츠의 교집합을 찾다 보니 역사에 대한 교육과 시각장애인에 대한 역사공연교육 등을 고민하던 중에 세종대왕과 지화의 이야기가 발견된 거죠.

Q. 시각장애인분들이시면 연습하는 데도 많은 노력이 필요했을 것 같아요.

아무래도 그렇죠. 시각장애인분들이시니까 처음에는 많이 부딪히고, 넘어지고…. 힘들었어요. 시간이 오래 걸렸지요.

비단 2집 작업, 해외진출 사업까지…. 큰 흐름 속 다양한 사업들 펼쳐

...이 음반이 괜찮게 느껴지는 이유가 또 있다. 이들의 이름 옆에는 '한국의 보물을 노래하다'라는 캐치프레이즈가 함께한다. 수록곡들은 이순신 장군, 훈민정음, 춘향전, 아리랑 등 우리나라의 위인, 문화유산을 소재로 만들어졌다. 가사가 있는 노래라고 해도 소재로 삼은 유물을 직접 언급하지 않으며, 연주곡은 해설을 확인해야 어떤 구상을 했는지 비로소 가늠할 수 있지

만, 우리 문화를 선전하겠다는 지향은 그 자체로 값지다. 유튜브 페이지를 통해 수록곡들을 영어, 중국어, 러시아어 등으로 소개하는 모습은 친절함을 넘어 뜻깊기까지 하다. 동영상들은 자기들의 노래 홍보가 주목적이 아니라 곡의 감이 된 문물을 설명하는 것이 우선이다. 실로 멋스러운 태도다…. 한동윤(한국대중음악상 선정위원)

Q. 케이앤아츠의 기본적인 수입은 공연 및 음반을 통한 수입인가요?

그렇죠. 앨범도 직접 판매하고 있고요. 사회적기업가 육성사업에 선정되면서 지원받은 자금으로 비단 1집을 만들었어요. 네이버 뮤직에서 2014 상반기 우수앨범 다섯 장을 뽑았는데, 영광스럽게도 거기 뽑혔습니다. 이 상은 보통 인기 위주로 뽑는 방송국 상들과는 다르게 작품성 위주로 뽑는 상이에요. 비단 1집은 제가 가지고 있는 경험을 총동원해서 정성 들여 만든 앨범이에요. 자신있게 드릴 수 있어요. 지금은 2집을 준비하고 있고요.

Q. 혹시 2집의 콘셉트를 여쭤봐도 될까요?

전부 말씀드릴 순 없지만, 한옥과 한식, 한국의 '효' 문화 등을 주제로 한 음악이 들어갈 것 같아요.



GYB프로젝트

대한무역투자진흥공사(KOTRA)에서 주관하는 청년지원 프로그램이다. 국내 및 현지의 청년 인력을 선발·매칭하여 현지 창업기회 발굴, 기업 신규 비즈니스 모델 개발, 개도국의 사회적기업 창업 인큐베이팅을 거쳐 글로벌 비즈니스로 양성하는 사업이다.

Q. 현재 몇 명의 팀원과 함께하고 있나요?

현재 팀원은 저를 포함해서 5명이에요. 저희가 최근에 'GYB 프로젝트'라고, KOTRA에서 주관한 소셜벤처 해외진출 지원사업에 선정되어서, 그중 두 분은 베트남 하노이로 6개월간 파견을 가실 계획입니다. 저희의 공연 콘텐츠를 기본으로 해서, 베트남에서 인기 있는 케이팝 음악을 국악으로 리메이크해서 가는 거예요. 그래서 현지 베트남 청소년들로 케이팝 안무팀을 만들고 현장에서 함께 공연할 겁니다.

Q. 요새 바쁘시죠? 업무가 많으신 것 같아요.

지난 4월에 너무 안타까운 일이 있었잖아요. 추모 물결 속에 그때 많은 행사 공연들이 취소되곤 했었어요. 그때 취소된 행사들이 얼마 전부터 많이 몰리고 있어서 조금 정신이 없어요. 요새는 지역별로 지역이 내세우는 문화들을 저희 공연 포맷에 담으려고 하고 있습니다. 대표적으로 경북 영천 같은 경우, 조선통신사와 그 사람들을 위한 마상재라고 하는 지역 콘텐츠가 있는데요, 그 두 가지가 경북 영천의 특화된 문화콘텐츠로 자리 잡았더라고요. 이번에 축제가 열리는데, 저희가 거기서 마상재와 조선통신사를 주제로 영상을 만들고, 거기에 맞는 음악을 함께 얹어서 현지 주민들이나 그곳을 찾은 외국인들에게 공연을 보여드리고자 합니다. 지역 특화 콘텐츠로 만들어진 국악공연인 거죠.

마상재

달리는 말 위에서 여러 가지 기예를 부리던 무예. 격구처럼 말타는 기술을 닦기 위한 군사훈련 종목이기도 했으며, 흔히 말놀음·곡마·말광대라고 불렀다. 이것을 우리 나라에서 언제부터 행하였는지는 확실히 알 수 없으나, 1362년 7월에 이성계가 원군과 싸울 때 적장이 찌르는 창을 다음에 설명하는 마상재의 다섯번째 동작으로 피했다고 하므로, 고려 때 이를 행했을 것이라고 짐작된다.

Q. 오늘 인터뷰를 진행하고 보니, 케이앤아츠가 단순히 퓨전국악 공연을 하는 기업은 아니었네요.

맞아요. 사실 저희 케이앤아츠를 국악을 현대화하고, 대중화하는 그런 기업으로 보시는 분이 매우 많아요. 보이는 모습이 공연단체니까요. 하지만 처음에 회사 소개할 때도 말했듯이 저희는 한국의 역사나 전통, 전통유산, 문화재 등을 어떤 방식으로 소개할지를 항상 고민하는 회사예요. 국악 콘텐츠라고 하는 것은 그 목표를 수행하는 방법이지요. 전통유산들로 전시할 수도 있고요. 가능성은 낮지만, 그룹사운드를 만들 수도 있겠죠. 하지만 제가 지금 잘할 수 있는 것이 퓨전국악 공연이고, 잘 만들 수 있는 것이 퓨전국악 콘텐츠이기 때문에 지금의 사업모델을 진행하고 있는 거죠. 저희의 진짜 목적은 '한국의 역사나 전통에 어떤 방법으로 상품성을 입혀서 사람들에게 전달할 것인가'가 저희의 진짜 목표인 거죠. 좋은 음악, 좋은 공연은 너무나 당연한 얘기고요. (웃음)

Q. 케이앤아츠의 앞으로 계획이 궁금해요.

첫 번째는 해외진출입니다. 아까 말씀드렸던 것처럼, KOTRA 지원사업인 'GYB (Global Young Businessman) 프로젝트'를 통해 저희 콘텐츠를 사회적 경제 모델로 개발하여 동남아시아부터 시작해 나갈 계획입니다. 그 다음 중국, 미국, 유럽 등의 순서로 제가 보유한 해외 네트워크를 통해 '퓨전국악 콘텐츠 수출'이 아닌 '전통유산 콘텐츠 수출'이라는 목표를 이루고 싶습니다. 어떻게 보면 국내 활동보다 더 중요한 의미를 가진다고 볼 수 있죠. 둘째는 디지털 콘텐츠 개발이 있어요. 현재 주요 판매상품이 공연이기 때문에, 시간적 공간적인 제약이 있잖아요. 그래서 저희의 공연을 그런 제약이 없는 디지털 콘텐츠로 상품화시키고 싶어요. 간단하게 생각할 수 있는 건 공연실황

이 담긴 DVD인데, DVD는 잘 안 보잖아요. 그래서 최근에는 USB에 담아서 판매할까 생각하고 있습니다. 외국인들이 우리나라에 와서 많이 사가는 물건들을 보니 미니 자개장, 태극선(부채) 등을 많이 사가더라고요. 태극선의 손잡이 밑 부분을 USB로 만들어서, 케이앤아츠의 공연이 담겨 있는 메모리를 넣는 거죠. 또한, 외국에서 우리나라로 들어오시는 손님들이 비행기에서 한국에 대한 정보를 익히고 들어올 수 있도록 기내 VOD 서비스를 준비할 생각이고요. 이런 디지털 콘텐츠는 시간, 공간적 제약이 없으므로 장기적으로 케이앤아츠의 안정적인 수입원이 되지 않을까 싶어요. 그런 차원에서도 디지털 콘텐츠 개발은 필수적인 것 같아요. 장기적으로는 우리나라의 전통유산, 문화재들이 외국에 더 많이 알려지는 것이죠. 저희가 우스갯소리로 '오바마 대통령이 애국가 4절을 외울 때까지 노력하자'는 이야기를 하거든요. (웃음)

Q. 대표님의 개인적인 목표도 여쭤봐도 되나요?

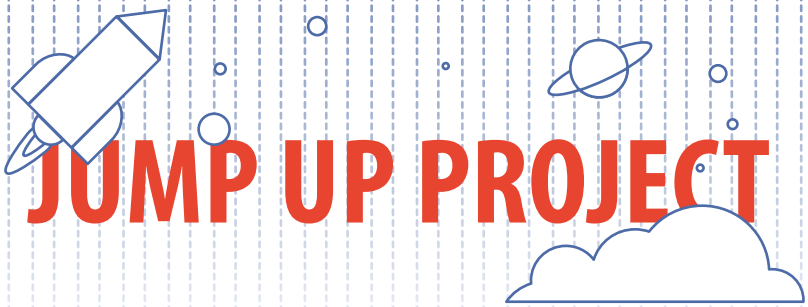
인간 김기범으로서의 목표는…. (웃음) 야구를 좀 더 잘하는 거예요. 야구를 굉장히 좋아하고, 사회인 야구를 하는데 요새 통 바빠서 연습도 못 나가고 경기도 못 나가고 있어요. 변화구도 조금 더 잘 던졌으면 좋겠고요.

VOD

전화선, 동축케이블, 광섬유 등을 통해 영화와 같은 영상, 음성, 정보 등을 시청자가 원하는 시간에 원하는 내용의 프로그램을 전송, 재생해주는 '주문형 비디오 시스템'을 말한다. '영상정보 실시간 제공서비스'라고도 한다. 각 방송사 인터넷 사이트에 접속해 VOD 서비스를 이용해 텔레비전을 시청하는 젊은 층이 크게 늘었다.







춤추는 헬렌켈러 & 케이앤아츠

"세종과 지화, 춤을 추다"

WHAT IS JUMP-UP PROJECT?

청년창업 활성화와 사회적기업의 지속적인 성장을 지원하기 위해 사회적기업경기재단, 한국사회적기업진흥원과 함께 2012년부터 진행해온 KDB대우증권의 사회공헌 프로젝트. 2개 이상 기업의 컨소시엄 사업단 형태로 참여 가능하다. 사회적기업가 육성사업 중 법인기업 및 (예비)사회적기업으로의 진입의지가 있는 기업이 반드시 컨소시엄 기업 중 한 곳으로 포함되어야 한다. JUMP-UP 프로젝트에 선정되면 취약계층 대상의 사업을 직접 진행할 수 있는 사업비를 지원해준다. 사회적기업가 육성사업팀에게는 또 한번 발돋움 할 수 있는 좋은 기회다.

사회적기업가 육성사업 3기 창업팀인 '케이앤아츠'와 '춤추는 헬렌켈러'의 컨소시엄으로 탄생한 JUMP-UP 프로젝트 사업팀. '세종과 지화, 춤을 추다'는 JUMP-UP 참여당시 팀명이자, 사업명이다. 세종대왕이 훈민정음 반포 당시 앞을 거의 볼 수 없었다는 역사적 사실에 착안하여 제작되었다. 케이앤아츠의 국악공연 및 히스토레텔링 역량과 춤추는 헬렌켈러의 '명상무'가 합쳐진 공연 콘텐츠로 JUMP-UP 프로젝트 성과발표회에서 심사위원들애게 가장 뜨거운 호응과 박수갈채를 받았다.

Q. '춤추는 헬렌켈러'와 함께한 JUMP-UP 프로젝트에서의 업무분담은 어떻게 되었나요?

케이앤아츠와 춤추는 헬렌켈러가 각각 추구하고 있는 가치의 교집합을 찾는 것부터 시작이었어요. 그래서 케이앤아츠의 시각장애인에 대한 역사교육과 춤추는 헬렌켈러의 명상무를 합쳐 공연콘텐츠를 만들기로 했어요. 춤추는 헬렌켈러와 케이앤아츠는 모두 공연단체니까요. 케이앤아츠는 영상작업이나 음악작업 및 세종과 지화의 스토리개발을 담당했고, 춤추는 헬렌켈러는 공연 전반의 안무를 담당했습니다.

Q. '춤추는 헬렌켈러'와 함께 작업해보신 소감은요?

'춤추는 헬렌켈러'와의 협업은 케이앤아츠 입장에서는 정말 새로운 경험이었죠. 물론 쉽지는 않았어요. 안무 동선을 짜는 일부터 어려웠죠. 하지만 공연을 두번, 세번 거치면서 콘텐츠를 업그레이드 해나가고, 연주자와 안무가가 1:1로 만나는 등의 꼭지를 추가해가며 완성도를 높여갔어요. 쉽지 않았지만, 그만큼 의미도 컸어요. 이런 협업을 처음으로 시도한다는 것 자체에 의의가 있었고요.

Q. 케이앤아츠에게 춤추는 헬렌켈러는 어떤 기업이었나요?

케이앤아츠는 사실 지속가능성에 조금 더 방점을 찍고 있다면, 춤추는 헬렌켈러는 소셜미션에 조금 더 무게를 두고 있는 느낌을 받았어요. 대표님의 독특한 관점도 인상적이었고요. 사실 장애인에게 공연을 보여주는 방식은 굉장히 흔한 방식이지만, '춤추는 헬렌켈러'처럼 장애인들이 직접 공연을 제작하는 생산자 입장으로 참여하는 경우는 많이 보지 못했거든요. 정말 흥미로웠고 놀라웠습니다. 프로젝트를 함께 할 수 있어서, 정말 반가웠고 고마운 파트너였어요.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



문화

상업화된 퓨전 국악 및 국악 전공자의 일자리가 부족하다.

지나친 노출 의상 등 수익을 위해 상업화된 퓨전국악시장의 한계를 느꼈으며, 단순한 공연만으로는 한국의 전통유산을 알릴 수 없다고 판단하였다. 또한 국악전공자들의 획일화된 진로 및 부족한 일자리 문제도 해결해야 할 문제이다.

분석 Analysis

단순한 공연만으로는 문화와 역사를 이해할 수 없다.

케이앤아츠는 짧은 공연시간에 진행되는 국악공연, 사물놀이, 부채춤 등은 한국 전통유산의 극히 일부만 보여주는 것이라 판단하였다. 또한 보다 근본적으로 한국 전통유산을 알리기 위해서는 한국의 역사, 건축 등 다양한 문화적 요소들이 종합적으로 어우러져야 한다고 보았다.

접근 Approach



결합하다 나누다 대체하다 뒤집다 연결하다

재사용하다 줄이다 더하다 이동하다 복사하다

역사, 건축, 국악 등의 한국 전통 유산을 음악과 공연에 연결시키다.

케이앤아츠는 한국의 전통유산을 콘텐츠화 하여 한국의 역사, 지리, 음식, 음악 등을 하나의 공연에 연결시켜 보다 입체적으로 한국의 전통문화를 이해할 수 있도록 돕고자 한다.

케이앤아츠

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

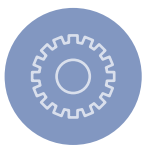

상품

문화(음악, 공연)

현재 케이앤아츠는 공연을 통해 한국의 전통 유산을 알리고 있다. 국제 행사 중 공연 콘텐츠로, 청소년 대상 역사교육의 콘텐츠로 활용되고 있다. 다만 케이앤아츠의 소셜 미션은 공연이 아니라 '한국의 전통유산'을 알리는 것이기 때문에 앞으로는 공연 외 또 다른 방법이 채택될 수 있다.

전략 Strategy


생산


운영


전달


확장

원소스멀티유즈 (One Source Multi Use)

현재 국악, 즉 한국의 전통음악을 중심으로 한 다양한 콘텐츠를 다양한 형태로 제작, 판매, 홍보하고 있다. 케이앤아츠가 제작한 그룹 '비단'의 음악은 음원, 공연 DVD/USB, 청소년 역사교육, 국제 행사 공연 등 다양한 형태로 변형·제작되어 판매되고 있다.



14

자이엔트
김성묵 대표

지역의 특색을 품은 콘텐츠를 만들어낸다는 것이 말은 쉽지만 어디서부터 어떻게 해야 할지 막막하기 마련이다. 자칫 잘못하면 뻔한 콘텐츠가 되기 쉽기 때문이다. 하지만 자이엔트는 그들이 속해있는 지역에서 완벽한 공감대를 만들어내며 지역에 스며들어 가는 데 성공했다. 이제 그들에게 남은 건 지역을 기반으로 한 콘텐츠를 세계로 알리는 것 뿐이다.



“동네 개미들, **세계적인 축제**를 꿈꾸다”



자이엔트 김성묵 대표

마치 개미처럼 지역을 세계로 나르다
사회적기업가 육성사업을 마치고 이제 법인을 설립한 지 1년 반 정도 되었다며 멋쩍게 웃는 김성묵 대표는 딱 보기에도 똑 부러지는 인상이 인상적이다. 지역이 소중히 간직해온 문화를 중심으로 지역 공동체에 새로운 가치를 부여하는 것이 자신들의 미션이라는 자이엔트의 김성묵 대표를 천안의 지중해 마을에서 만났다.

Q. 회사 이름이 특이해요. 자이엔트를 소개해주시겠어요?
저희는 지역특화 콘텐츠를 기획하는 문화기획사예요. 자이엔트라는 이름을 풀어보자면, 글로컬 이노베이티브 앤트의 약자예요. 글로컬이라는 말이 지역의 세계화를 이야기하잖아요. 지역의 콘텐츠들을 혁신적으로 풀어내고자 하는 개미들을 뜻해요.

Q. 자이엔트가 단순한 공연기획사는 아닌 것 같아요. 자세하게 설명해주신다면요?
아무래도 공연 쪽이 노출할 것이 많다 보니 공연기획사의 이미지가 있기는 해요. 주력 사업이 대중음악 공연이기도 하고요. 구체적으로는 내부의 ICT(IT, CT, 미디어) 사업 역량을 가지고 지역의 문화를 개발 및 발전시키거나 기획, 컨설팅하는 일을 합니다. 가장 대표적인 것이 지역 축제를 대상으로 마케팅을 진행하기도 하고, 자체 문화 콘텐츠를 개발하기도 합니다. 법인 설립한 지는 일 년 반 정도 되었고요, 올해 충남형 예비 사회적기업으로 지정받았습니다. 또한, 문화예술인에게 기회를 제공하는 콘텐츠도 개발하고, 지역 재생을 위해 (원) 도심이나 지중해 마을 같은 작은 마을 공동체와 함께 문화콘텐츠 프로젝트를 기획하고 제작하고 있어요.

Q. 대표님을 비롯하여 팀원들이 상당히 젊은데, 어떻게 사업을 시작하게 되신 건가요?
학생일 때, ‘덕클라우드 ’라는 대학생 문화기획단을 만들었어요. 그 활동이 자이엔트까지 확장된 거죠. ‘덕클라우드’는 한 기수당 5~60명 정도가 활동하는 순수한 대학생 문화기획단이에요. 그때 ‘캠퍼스 개더링’이라는 문화통합브랜드를 만들어서 이 지역에서 활동해 왔고, 당시 핵심 멤버들과 함께 창업하게 된 거죠. 이 지역은 서울과 비교하면 놀 거리가 확실히 부족했고, 그래서 자연스럽게 창업까지 이어졌어요.

Q. 그래도 동아리에서 본격적으로 사업을 해보자고 결심하셨을 때는 어느 정도 확신이 있으셨나 봐요.
서울에는 자이엔트 같은 기업이 많을지도 몰라요. 마이크임팩트나 메이커스 같은 유명한 기업들도 있고요. 하지만 지역에서는 아무래도 희소성이 있죠. 지역에서 순수한

의도를 가지고 전문적으로 움직이는 젊은 기획사가 없었어요. 그리고 여기 천안 및 인근 지역에만 대학생이 11만 명 정도 있어요. 그중에 저희가 가지고 있는 대학생 데이터베이스가 3만 명 정도 됩니다. 저희는 그들을 만족하게 할만한 콘텐츠를 분명히 가지고 있었기 때문에 그들을 위한 프로젝트는 자이엔트로 올 것이라는 확신이 있었죠.

Q. 지역 축제를 주관하는 공공기관 입장에서도 이 지역에서 젊은 층에 매력이 있을 수 있는 기업이 어디일까 분명히 고민했을 텐데, 그게 자이엔트가 되었던 거죠?
그렇죠. 자이엔트 같은 기업이 없으니까요. 저희의 주요 클라이언트가 공공기관이에요. 보령시, 천안시, 아산시 등이요.

Q. 그래도 확실한 실력이 없으면 공공기관 측에서 일을 수주하기가 쉽지는 않을 텐데요.
처음에는 사실 운이 좋았다고도 할 수 있어요. 앞서 말한 덕클라우드가 캠퍼스 개더링 파티를 할 때, 처음에는 클럽에서 진행했어요. 그때 우연히 아산시 공무원분들이 찾아오셔서 이런 행사를 하고 싶다고 문의를 하셨죠. 그때 이야기가 잘 돼서, 아울 페스티벌 1회를 진행하게 된 거죠. 사실 그래서 법인 설립을 서두르기도 했고요. 어쨌든, 첫 프로젝트가 공공기관 행사였기 때문에 많은 것들을 배울 수 있었죠. 사업비 사용, 각종 서류처리, 그들과의 커뮤니케이션 등등이요. 그렇게 첫 번째 프로젝트를 잘 치르고 나니, 그것이 포트폴리오가 되어서 인연이 계속 닿는 것 같아요.

아울 페스티벌, 광고 대첩, 비바 해변 라이딩…. 젊은 감각으로 지역을 재생하다
그 지역에 오랫동안 살았던 토박이라고 해서, 해당 지역을 가장 잘 이야기할 수 있는 건 아니다. 오히려 새로운 시각으로 지역을 재해석하는 것이야말로 가장 필요한 일일 수 있다. 자이엔트는 그 지역의 가장 전통적이고 핵심적인 콘텐츠를 발굴하는 능력을 갖췄다. 그리고 발굴된 콘텐츠를 어린아이부터 어르신들까지 모두 즐길 수 있도록 가공하는 능력도 탁월했다.

Q. 아울 페스티벌 등 자이엔트의 콘텐츠도 한번 소개해 주세요.
아울 페스티벌은 아산시의 특색이 반영된 지역축제예요. 아산시의 시조가 부엉이거든요. 젊은이들을 부엉이에 비유하여 젊은이들과 함께 참여하는 음악 페스티벌이에요. 그 페스티벌을 대학생과 마을 공동체와 함께 만들어가며, 아산에 있는 관광자원을 홍보하는 것이 목적이에요. 이 아울 페스티벌을 아산지역에 특화된 세계적인 페스티벌로 성장시켜 나가고자 하는 목표가 있어요. 이번이 2회째인데, 여기 지중해 마을에서 할로윈이라는 콘셉트를 가지고 힙합일렉트로닉댄스 페스티벌을 준비 중이에요.

Q. 1회 아울 페스티벌은 성과가 어땠나요?
성공적이었죠. 지난해 온양온천역 광장에서 진행했어요. 사실은 페스티벌에 젊은 친구들만 올 줄 알았어요. 그런데 4세 아이부터 어른까지 오셔서 즐기는 행사가 된 거예요. 정말 놀랐어요. 어쩐지 수도권에 있는 '힙'한친구들의 전유물일 것만 같은 콘텐츠가 지역의 모든 시민의 마음을 움직이는 축제의 장이 된 거죠. 인상적이었던 건, 어느 초

ICT
정보통신기술 (Information & Communication Technology)

덕 클라우드
덕클라우드 도너테인먼트는 "'오리(DUCK)의 소란스런(LOUD)'을 표현하며 "지역에 이슈를 만들어 나가자!"라고 2012년 4월 창단한 대학생 문화기획단. 대학생 문화통합브랜드 '캠퍼스게더링'을 중심으로 특화 문화 콘텐츠 기획과 문화기술(CT) 연구를 하며 기부(Donation)과 놀이문화(Entertainment)를 동시에 실현하고 있다.

마데온

본명 Hugo Pierre Leclercq. 1994년 5월 30일 생. 프랑스의 일렉트로 하우스 프로듀서이자 DJ로, 자신의 유투브 채널에 공개한 런치패드 매쉬업 Pop Culture가 큰 반향을 불러일으키며, M4SONIC과 더불어 런치패드를 이용한 매쉬업 비디오의 확산에 영향을 주었다.

등학생이 미친 듯이 춤을 추고 있길래 신기해서 다가가서 이야기를 나누어봤어요. 그랬더니 그 친구는 한국의 '마데온'이 되는 게 꿈이더라고요. 미디어의 발달로 이런 음악들을 누구나 볼 수 있게 되었지만, 실제로 이 지역에 그런 콘텐츠가 없었던 거예요.

Q. 아무래도 초등학생이 클럽에 갈 수도 없었을 테니까요.

그래서 아버지랑 할아버지랑 함께 왔더라고요. 맨 앞에서 아버지랑 춤을 추고 있었어요. 신기한 경험이었죠. '원래 이런 콘텐츠를 즐기던 사람들이었나? 아닌 거 같은데?' 그런 생각도 들고. 어떤 할아버지께서는 막걸리 한잔 하시고 신나게 춤추시더라고요.

Q. 그런 장면을 보면, 기획자 입장에서는 카타르시스가 엄청날 것 같아요.

맞아요. 지금 생각해도 기대 이상이었어요. 젊은이들은 기본이고, 외국인 노동자, 어르신들까지 함께 즐기는 모습이 정말 굉장했어요. 오히려 젊은이들만 왔으면 '아 행사 잘 됐네.' 끝났을지도 모르죠. 그때 우리나라 사람들이 음악을 듣는 수준이 높아졌다는 생각도 했었고, 이렇게 술을 먹지 않고도 모든 세대가 춤추며 놀 수 있는 공연문화가 자리잡을 수 있겠구나 하는 생각을 했어요. 올해도 참 기대가 됩니다.

Q. 1회도 성공적이었지만, 2회도 성공적이어야 하잖아요. 지금까지의 진행상황을 평가해보시면요?

1회에는 부족한 게 많았어요. 하드웨어적인 문제도 있었고, 기획 측면에서도 부족한 부분이 있었죠. 그때는 하나하나 몸으로 부딪혀가면서 배웠으니까요. 작년에 비하면 올해는 관련 지식도 많이 늘었고, 연출적인 부분도 더욱 세련되게 꾸밀 수 있을 것 같아요. 전반적으로 발전된, 전문적인 행사가 되지 않을까 싶습니다. 현장 분위기가 정말 기대돼요.

Q. 아까 하신 말씀 중에, '마을 공동체와 함께 만들어가는 축제'라는 것이 구체적으로 의미하는 바가 있나요?

기획사에서 준비한 공연을 단순히 관람하러 가는 일방향적인 콘텐츠는 무의미하다고 생각해요. 축제라는 것은 공감과 소통이 주를 이뤄야 한다고 생각해요. 축제가 열리는 장소, 그 지역, 축제와 관계된 모든 이해관계자와 얼마나 소통이 되느냐가 중요한 게 아닐까요? 예를 들어, 연출적인 부분을 함께 고민할 수도 있고, 교통통제나 소음문제, 축제가 열리는 지역 상인들과의 관계 등을 어떻게 재미있게 풀어가야 하는가에 대한 고민을 많이 하게 되죠. 또한, 축제를 열게 되면 발생하게 될 크고 작은 문제들이 있는데 그런 문제들이 아예 발생하지 않도록 지역 주민들과 사전에 협의도 잘 마쳐야 하고요. 지역에도 좋고, 자이엔트에도 좋은 윈-윈 콘텐츠를 만들려면 무엇보다 소통과 공감이란 것이 중요한 역할을 하는 것 같아요.

Q. 지역주민 모두가 자이엔트의 의도를 이해하고 공감해주면 좋겠지만, 실제로는 그렇지 않잖아요. 그러면 설득과정도 분명히 필요할 텐데요.

가장 어려운 부분이기도 하죠. 소통과 공감을 추구하지만 사실 모든 사람이 100% 만

족하는 행사는 있을 수 없잖아요. 하지만 그렇다고 해서 최선의 노력을 다하지 않는다면, 그게 정말 문제인 거죠. 그래서 주민들도 일일이 찾아뵙고, 지역 상인분들과도 적극적으로 소통하고요. 주민분들께서 가장 우려하시는 청소년들의 탈선을 막기 위한 캠페인도 함께 하고 있고요. 실제 행사 날 발생할 문제에 대해서 현장대처 매뉴얼도 준비가 되어야 하겠죠. 그렇게 모든 대책을 준비하고, 최선의 노력을 다했음에도 법적인 책임을 물어야 하는 상황이 오면, 대표로서 당연히 책임져야겠죠. 실제로 타 축제를 보면, 소음공해법 등으로 책임을 물은 사례도 있고요. 그런 각오 없이 이런 행사를 만들 수 없지 않을까요?

Q. 그렇게 노력하시는 만큼 동네 주민들에게 유명인사가 되실 것 같아요.

이제 한두 번 찾아뵈었어요. 더 자주 소통할 수 있도록 해야죠. 지금까지는 반응이 괜찮아요. 지중해 마을이 많이 알려지지 않은 상황에서 이런 축제를 개최하게 되니까 홍보가 되기도 하니까요. 다들 좋아해 주시죠. 다만 지속해서 진솔한 이야기를 나눌 수 있도록 해야겠죠. 마을공동체 대표님과는 지속해서 상의하고 있고요. 축젯날 지역주민들께서 많이 참여해주시기를 바라요.

Q. 이야기를 나누다 보니까, 대표님 성격이 강단 있고 똑 부러지는 느낌이 있네요. 사업가로서 본인의 성격에 관해 이야기를 조금 해주신다면요?

추진력 있다는 소리는 주변에서 많이 들어요. (웃음) 이런 제 성격이 의사결정에 효율성은 있지만, 많은 의견을 포용할 수 없는 것 같고요. 장점이자 단점이겠죠. 사실 조금 냉정한 면도 있고요. 평소에는 팀원들에게도 편안하게 대하지만, 업무의 마감 등 무언가 프로패셔널함을 보여줘야 할 때는 확실히 하려고 하는 편이에요. 팀원들에게 이렇

비바 해변 라이딩

보령머드축제 성공을 기원하는 의미에서 열린 해변 라이딩 프로젝트. 지난 해 대천역 - 대천해수욕장 - 무창포해수욕장에 이르는 코스로 설계되었으며, 관광해설, 머드 핸드프린팅, 논뚜렁 라이딩 등이 주요 프로그램을 이뤘다.







아산 광고대첩

전국의 예비 광고인 및 (대)학생을 대상으로 아산시 정책실명제 시안들 중 선정된 정책을 1개를 선택하여 1분 광고 영상을 제작하는 공모전 프로그램. 순수 아마추어를 대상으로 하는 공모전으로 전문 광고인 및 업체는 참여할 수 없다. 지난해 '아산광고대첩'은 온양온천 재래시장을 배경으로 나눔 문화 확산을 주제로 한 순천향대 '숙자TV'팀의 '진정한 나눔' 작품이 대상을 받았다.

게 말해요. '실패해도 좋지만, 일을 대하는 태도는 프로패셔널해야 한다'고요. 최선을 다하지 않는다든가, 할 수 있는데 하지 않는다든가 하는 것들이요. 그럴 때 특히 직설적이고 냉정하게 조언하는 편이에요. 그럼에도 팀원들이 저를 많이 믿어줘서 너무 고맙죠.

Q. 팀원들은 대표님에 대해서 어떤 이야기들을 해주시나요?

믿음이 간다는 말을 많이 해줘요. 너무 감사하죠. 근데 요새는 안 그런 것 같다고…. 힘들어서 그런가? (웃음) 제가 스스로도 이야기할 수 있는 건, 나름대로 진정성 있다고 생각해요. 팀원들에게 말할 때도 진심을 담아서 이야기해요.

멘토를 괴롭히는 자이엔트

단언컨대 자이엔트는 사회적기업가 육성사업의 혜택을 가장 잘 이용한 팀일 것이다. 사회적기업가 육성사업의 가장 핵심적인 부분이라 할 수 있는 멘토링을 절묘하게 이용했다. 철저히 스스로를 돌아본 후 멘토에게 던지는 질문은 그 어느 때보다 정확한 피드백을 가능하게 하기 때문이다.

Q. 육성사업에 참여하시게 된 계기는 무엇이었나요?

저희는 자본금이 한 푼도 없었기 때문에, 도움을 줄 수 있는 창업 프로그램이 필요했어요. 다양한 프로그램을 봤는데, 사회적기업가 육성사업이 가장 잘 맞는다고 판단했어요.

자이엔트가 하고 있는 모델이 지역사회 공헌에도 의미가 있다고 생각했고요. 특히 수익금 일부를 기부하고, 문화예술인들에게 공연기회를 제공하고자 하는 마음도 있었는데, 그게 사회적기업가 육성사업과 잘 맞아떨어진 것 같아요. 그래서 사업계획서를 만들고 도전하게 된 거죠. 그때 이미 사업을 꾸리기 위해 많은 준비가 되어 있었기 때문에 사업계획서를 쓰는 게 어렵진 않았어요. 그 전에 충남 창업경진대회에서 대상도 탔었어요. 제조나 IT 쪽에 집중된 벤처산업계에서 지식콘텐츠 산업으로 대상을 탔기 때문에 사업성이 있다는 확신도 있었고요.

Q. 육성사업 과정에서 멘토 분들과는 어떤 이야기를 주로 나누셨나요?

칭찬도 듣고, 지적도 많이 받았어요. (웃음) 그런데 그게 자극이 되었죠. 저희는 질문을 참 많이 했던 것 같아요. 사회적 미션이나, 비즈니스 모델 등 대부분 분야에서요. 다만 저희는 '우리 문제점을 알려주세요.'라고 하기보다 저희에 대해 스스로 고민해보고 '저희는 이게 문제인 것 같은데, 혹시 해결할 수 있을까요?'라는 식으로 정확하게 질문했어요. 그런 과정에서 정확한 피드백이 오갔었고요. 질문을 할 때도 공부해서 하고 그랬어요. 멘토님들을 아주 힘들게 했었죠. (웃음)

Q. 멘토들에게 그렇게 질문할 수 있는 것도 자이엔트의 사업이 중심이 확실히 잡혀 있었기 때문일까요?

사업계획서에 중심이 분명히 있었다고 생각해요. 사람들이 자이엔트에 대해서 '문화콘텐츠 기획사라는 건 알겠는데, 이벤트 업체랑 뭐가 다른 거야?'라고 궁금해할 때, 백마디 구차한 말보다 행동으로 보여주자는 생각을 많이 했어요. 사업하는 데 있어서 초기 창업자들은 아직 아웃풋이 없어서 자신이 없을 수 있지만, 저희는 자신 있었어요. 하나하나 만들어가면 될 것이라는 믿음이 있었고요. 그렇게 큰 틀은 유지하면서 경험부족에서 나오는 문제점들을 집중적으로 멘토링 받았던 거죠.

Q. 누구보다 육성사업을 잘 이해하고, 활용하셨던 것 같아요. 그 경험을 바탕으로 후배들에게 조언을 해주신다면요?

육성사업이든, 사회적기업이든 뭐든 결심했다면 끝까지 해봤으면 좋겠어요. 실패는 결과지 과정이 아니거든요. 저도 사업하면서 적자도 많이 봤고…. 요새도 가끔 적자 기록하고 그래요. 그런데 그게 어디서 자꾸 메꿔져요. 그게 포기하지 않고 내가 맡은 일을 진정성 있게 수행해가고, 중심을 잡고 흔들리지 않기 때문에 만회할 기회가 생기는 것 같거든요. 저도 물론 성공이라고 말하려면 멀었지만, 창업하려는 많은 분이 자신에 대한 회의감이나 사업아이템에 대한 불안감, 수익성 등을 이유로 포기하시지만, 솔직히 돈을 벌고자 한다면 무엇을 하든 벌 수는 있다. 그러니까 매출에 겁먹기보다는 내가 하고 싶은 일을 하면서, 정말 창업이라는 걸 해서 끝까지 가보자 하는 마음으로 노력하면 안 되는 거 없다고 보는 거죠. 물론 운도 중요하겠지만요. (웃음)

충남창업경진대회

충청남도 내 벤처창업과 대학의 창업활동을 활성화하고 우수 기술 또는 아이디어를 보유한 창업동아리 및 창업보육센터의 우수기업을 발굴, 육성하기 위한 대회. 아이템의 참신성, 아이디어의 충실성, 사업성 및 사업실현의지 등을 고려해 수상자를 가리며, 충남 4대 전략사업(자동차부품, 농축산바이오, 첨단문화, 디스플레이분야)에 연관된 사업 아이템은 유리한 고지를 선점할 수 있다.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



문화

천안 지역의 대학생들이 즐길만한 문화가 없다.

천안 지역사회는 10만 명 이상의 대학생이 거주 및 통학하고 있음에도 수도권에 비해 즐길거리가 부족하다. 또한 지역의 문화콘텐츠 부재로 인해 지역에서 활동하고 있는 문화예술인들 역시 일거리가 부족한 현상이 지속적으로 나타나고 있다. 이러한 지역 콘텐츠의 부재는 지역재생사업시 대표 콘텐츠 부재로 나타나기도 한다.

분석 Analysis

지역 고유의 특색이 있음에도, 그것이 효과적으로 사용되지 못했다.

자이엔트는 지역만의 특별한 문화가 존재함에도 그것이 각종 축제나 행사 등에 효과적으로 활용되지 못하고 있음을 인지하였다. 아산시의 시조가 부엉이, 보령 머드 축제 등과 같은 콘텐츠가 있지만 단순한 일회성 축제로 끝나는 경우가 많았다.

접근 Approach



결합하다 나누다 대체하다 뒤집다 연결하다



재사용하다 줄이다 더하다 이동하다 복사하다

지역의 마스코트 및 특산물, 시조 등을 지역을 대표하는 콘텐츠를 지속적으로 발굴, 재사용하고 있다.

자이엔트는 지역에서 존재하지 않았던 콘텐츠를 새롭게 창조해내는 것이 아니라, 지역에 이미 존재하고 있는 특색에 창의성을 더해 재해석, 재사용 하였다.

자이엔트

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

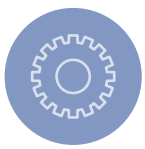

상품

문화(음악, 공연)

자이엔트는 해당 지역에서 가장 많은 수요를 차지하는 대학생들을 타겟으로, 그들이 즐길 수 있고 좋아할 수 있는 문화를 만들고자 했다. 공연이라는 수단에 해당 지역의 특징을 더해 지역을 더욱 부각시키며, 나아가 지역재생과 마을 공동체와의 소통까지 기대하고 있다.

전략 Strategy


생산


운영


전달


확장

현지화(Localization)

자이엔트는 지역 특화상품을 활용하여 콘서트, 축제 등의 문화콘텐츠를 만들어 냈다. 또한 기획 및 실행과정에서 지역 주민들과의 적극적인 소통으로 축제를 100% 지역의 문화, 여건, 상황에 따라 유연하게 변형, 기획하였다.

15

이풀약초 협동조합
노봉래 대표

오미자, 구기자, 맥문동, 당귀, 황기… 이름만 들어도 머리가 아프고 혀끝에선 벌써 씁쓸한 맛이 감도는가? 그렇다면 당신은 아직 약초에 대해 반밖에 모른다 말할 수 있다. 우리 몸에 이로운 풀 약초는 절대 어렵고 낯설기만한 식물이 아니다. 이풀약초협동조합은 알게 모르게 모두 한 번씩 먹어봤을 약초를 좀 더 편하고 믿음직한 방법으로 제공한다. 한 손에 테이크아웃 커피 잔을 들고 다니는 사람들이 더는 낯설지 않은 것처럼 약초 역시 이제 모두가 즐기는 식음료로 자리 잡아갈 것이다.





이풀약초협동조합 노봉래 대표

“우리 몸에 이로운 풀, **약초의 가치**를 전하다”

정직한 생산과 건강한 소비를 잇다

전국적으로 웰빙 열풍이 불면서 덩달아 약초에 대한 관심 역시 뜨거워졌지만, 약초 생산자들의 사정은 크게 나아지지 않았다. 오히려 저가 수입품과의 경쟁에서 밀려 손해를 보기 일쑤였고 정직하게 생산한 약초에 제값을 쳐주는 시장은 없었다. 이풀약초협동조합은 약초 산업의 이런 뿌리 깊은 문제를 해결하기 위해 사업을 시작하였다. 소규모 약초 농부의 정직한 생산활동과 소비자의 건강한 소비를 잇는 다리 역할을 자청하고 나선 것이다.

Q. 안녕하세요 노봉래 이사장님, 문정희 상임이사님. 이풀약초협동조합은 어떤 곳인가요?

이풀약초협동조합은 약초의 이로움에 가치를 더하는 기업입니다. 소규모 약초농부의 정직한 생산활동을 돕고 이를 건강한 소비와 연결하는 다리 역할을 하고 있습니다. 약초의 생산관리 및 판매를 비롯해 약초 학교를 운영 중이며 약초가 대중에게 좀 더 친근하게 다가갈 수 있도록 약초의 교육, 유통, 생산관리가 선순환되는 구조를 만드는 것이 목표입니다.

Q. 일반 대중에게 약초 하면 막연히 쓴 풀의 이미지가 강한 것 같아요. 보통 어떤 풀을 약초라고 하나요?

흔히 약초라고 하면 사람들은 산에서 산삼을 캐는 모습을 많이 떠올리는데요, 약초는 가까운 일상생활 속에서 차나 음식에서 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 나도 모르는 새 약초를 먹고 있는 경우도 많고요. 예를 들어 여름에 자주 마시는 오미자차의 오미자도 약초이고 아파트 화단에서 난초처럼 자라는 보라색 꽃대를 가진 맥문동의 뿌리도 약초입니다. 사찰음식이나 건강식 재료로도 많이 사용되는 편이에요.

Q. 두 분께서 처음 약초에 관심을 둔 계기가 궁금하네요.

이풀약초협동조합을 시작하기 전에 저희는 둘 다 한국생약협회에서 10년 이상 근무했습니다. 처음부터 약초에 관심이 있던 것은 아니지만 약용작물 생산자 단체에서 일을 하면서 누구보다 가까이에서 농업의 현실을 봐왔습니다. 덕분에 재배 농부의 사정과 기존 시장의 모순성을 알 수 있었고 새로운 시장을 개척할 필요성을 느꼈어요. 그 결과 오랫동안 망설이다 더 늦기 전에 시작하자는 생각으로 용기를 내어 생산자와 소비자가 조합원으로 참여하는 이풀약초협동조합을 설립했습니다.

Q. 안정적인 직장에서 나와 새로 사업을 시작하실 정도면 필요성을 많이 느끼셨나 봐요.
조직 안에 있으면 지켜야 하는 틀이 있고 비영리 단체는 특히 활동성 측면에서 한계가 있을 수밖에 없습니다. 생약협회에서 저희가 역점을 두고 한 일은 일종의 친환경 인증처럼 약초재배 농가에 GAP라는 농산물 우수관리인증 심사를 해주는 것이었어요. GAP 인증을 받으려면 기존 재배법보다 손도 많이 가고 비용도 많이 들다 보니 생산 원가가 올라갈 수밖에 없습니다. 하지만 시장에서는 농약을 치고 생산한 약초보다 겉보기에 좋지 않으니 오히려 하품으로 취급되어 제값을 못 받는 거예요. 그러다 보니 재배자가 정직하게 생산하고 싶어도 당장 소득이 필요하니 손해를 보면서 농사를 이어나갈 수 없지요. 이런 모순성을 보면서 시장에서 좋은 약초를 제값에 평가해주지 않는다면 우리가 직접 그 시장을 만들어보자고 생각했습니다.

Q. 그렇다면 약초 판매가 이풀약초협동조합의 주 사업인가요?
이풀약초협동조합의 사업영역은 크게 세 가지로 볼 수 있는데요. 정직한 생산 기반을 바탕으로 약초와 소비자를 연결하는 거점 역할을 하는 것이 첫 번째입니다. 그러기 위해선 무엇보다 정직한 생산기반이 우선되어야 한다고 생각해서 생산자조합원 자격을 다소 까다롭게 두고 있는 편입니다. 최소한 친환경이나 GAP 인증농법으로 약초를 재배하는 농가만 저희 이풀약초협동조합에 조합원으로 가입할 수 있어요. 현재 생산자조합원은 총 10명으로 강원도, 경북, 충청남북도 등 전국의 주요 약초 재배지에서 한 명씩 있는 셈입니다. 두 번째로는 소비자에게 약초의 이용법과 효능에 대해 알려주는 약초 학교를 운영 중입니다. 약초 학교 수강생이 이풀약초협동조합의 충성도 높은 고객으로 이어져, 이를 통해 약초 소비 인프라를 확충하는 게 목적입니다. 마지막으로 기존의 약초에 가치를 더한 새로운 상품을 기획하여 공급합니다. 약초가 일반 대중에게 좀 더 가까이 다가갈 수 있도록 세 가지 영역이 서로 맞물려서 돌아간다고 보시면 됩니다.

약초에 새로운 가치를 더하다
흰 수염이 길게 늘어진 할아버지가 홀로 지키고 있는 퀴퀴한 뒷골목의 가게. 우리가 흔히 약초상점을 생각했을 때 떠올리는 이미지이다. 이풀약초협동조합은 이런 고정관념을 깨고 투명하고 쉽게 이용할 수 있는 약초 소비문화 확산을 위해 힘쓰고 있다. 이를 위해 일반인을 대상으로 약초의 효능과 활용에 대한 교육을 제공하는 것은 물론 약초의 가치를 높이는 다양한 상품을 보급 중이다.

Q. 일반 대중이 약초에 쉽게 접근하지 이유는 뭐라고 생각하시나요?
편리성과 신뢰성 문제를 들 수 있을 것 같아요. 약초가 몸에 좋고 다양한 식재료로 사용되는 것은 사실이지만 끓이는 등 가공과정을 거쳐야 하고 보통은 이용법을 잘 모르니까요. 또 원산지가 어디인지, 생산과정이 어떤지에 대해 의문을 가질 수 있습니다. 이를 해결하기 위해 이풀약초협동조합은 약초의 종류나 생활 속 효능, 이용법 등에 대해 교육하는 약초 학교를 운영하고 새로운 약초 판매 패키지를 만들어 판매합니다.

사단법인 한국생약협회
한국생약협회는 생약생산 농가의 소득증대와 생약의 수량과 품질향상에 기여할 목적으로 1969년 7월 10일 설립된 대한민국 농림수산식품부 소관의 사단법인이다. 외국산 한약재의 영향으로 인해 생산성 저조와 멸종 위기에 처한 우리 생약인을 돕고 고품질 생약 재배와 유통기능을 수행한다.

농산물우수관리인증 GAP(Good Agricultural Practices)
안전하고 위생적인 농축산물 공급을 위해 생산자 및 관리자가 지켜야 하는 생산 및 취급 과정에서의 위해요소 차단 규범을 의미한다. 환경에 대한 위해요인을 최소화하고, 소비자에게 안전한 식품을 제공하기 위하여 농축산물의 재배, 수확, 수확 후 처리, 저장과정중의 화학제 중금속 미생물에 대한 관리 및 관리사항을 소비자가 알 수 있게 하는 체계이다.



당귀(當歸)

대표적인 약용 식물인 당귀는 뿌리와 잎에서 퍼지는 은은한 한약냄새가 일품이다. 건강 쌈 채소로 잎을 많이 이용하며 연한 당귀 잎을 뜯어 상추쌈을 먹을 때 곁들이면 색다른 향을 맛볼 수 있다.

Q. 약초 학교부터 좀 더 자세하게 설명해주시겠어요?

약초 학교 수강생의 경우 식구들 건강을 챙기겠다는 생각으로 오신 주부나 퇴직을 앞두고 귀농이나 귀촌을 염두에 두고 오시는 4, 50대 분들이 가장 많습니다. 사찰음식이나 자연식 등 건강한 먹거리에 관심 많은 젊은 층이 오는 경우도 종종 있고요. 처음에는 약초 재배산지를 직접 방문하는 하루 과정으로 시작했다가 수강생 반응이 좋아 지금은 12주 과정으로 운영 중입니다. 약초를 직접 차로 만들어 보거나 효소를 이용해 차나 술 등 발효 음료를 만들기도 하고 약초 재배 현장을 방문하는 체험학습 시간도 갖습니다.

Q. 이풀협동조합만의 약초 판매 패키지도 궁금하네요.

기존 제기동 시장에서 판매하는 약초 양은 500g에서 600g 정도로 일반 소비자가 가볍게 접하기엔 양이 조금 많은 편입니다. 그래서 저희는 소량의 약초를 투명한 포장에 담아 소비자가 부담없이 이용할 수 있도록 만들었습니다. 뒷면엔 간단한 약초의 효능과 사용법에 대해 적어 소비자의 이해를 도왔고요. 기존 약초 상품에 비해 포장이 깔끔하고 눈에 띄다 보니 젊은 층이나 외국인이 관심을 많이 갖는 편입니다. 선물용으로 사가는 경우도 많고요. 약초는 대부분 한 가지만 먹기보다는 두세개를 묶어 궁합을 맞춰 먹는 경우가 많기 때문에 세트 상품 판매도 구상 중입니다. 또 연말에는 약초로 만든 티백 상품을 출시할 예정입니다. 네다섯 가지의 약초를 브랜딩하여 넣은 티백 상품을 세 종류 정도 만든 상태로 디자인과 패키지 단계를 남겨두고 있어요. 약초를 단순히 한약 원료로만 보는 것이 아니라 식음료로도 얼마든지 사용할 수 있다는 것을 알려주기 위해 한 걸음씩 나가고 있습니다.

Q. 이 많은 일을 두 분이 다 하시다니 역량이 대단하시네요.

아무래도 단순한 아이디어 차원에서 시작한 게 아니라 생약협회에 있으면서 약초 산업을 오래 봐왔다는 게 큰 힘으로 작용한 것 같습니다. 실제 현실과 문제점을 정확히 파악하고 문제해결을 위해 출발했기 때문에 사업의 뿌리 역시 남보다 더 깊고요. 또 연구소나 학계 등 약초 관련 분야에서 모르는 사람이 없을 정도의 전문가 네트워크를 갖췄다는 점이 이풀의 강점 중 하나가 아닌가 싶습니다.

Q. 반면에 사업을 운영하시면서 가장 힘든 건 어떤 부분인가요?

약초 학교 운영이나 생산관리의 경우 협회에서 하던 일의 연장 선상이기 때문에 협동조합 형태를 통해 오히려 더 탄력성 있게 사업을 추진하고 있는 셈입니다. 하지만 판매 및 유통의 경우 처음 해보는 일이라 그런지 생각만큼 간단하지 않더라고요. 한번은 대형할인점에 입점할 기회가 생겼는데 막상 납품을 하려고 보니 단가가 안 맞는 겁니다. 기존 할인점에 있는 상품과 가격대를 맞추려면 농부들의 수매가를 낮춰야 하는데 그건 이풀약초협동조합이 처음 사업을 시작한 목적과 어긋나는 일이니까요. 그래서 일단은 시간이 조금 걸리더라도 사회적 경제 박람회나 장터가 열리면 최대한 참가하여 고객을 직접 만나는 방식으로 전략을 바꿨습니다. 더디더라도 이풀만의 고객을 한명 한명 늘려가기로 한 것이지요.

황기(黃芪)

약성이 온화하고 맛이 단 황기는 쉽게 피로하고 힘이 약하며 땀을 많이 흘리는 사람에게 현저한 효능을 나타낸다. 예로부터 인삼 대용으로 많이 써왔으며 닭에 넣고 같이 달여 먹으면 식은땀을 흘리지 않고 체력이 증강된다고 한다.

Q. 직접 판매자를 볼 수 있다는 점에서 소비자의 신뢰도가 무척 높을 것 같습니다만, 매번 행사에 참여한다는 게 말처럼 쉽진 않을 것 같아요.

그렇죠. 보통 행사가 주말에 열리기 때문에 주중에 사무적인 업무에 행사 준비까지 더해지면 정신이 없어요. 그러고서 주말에는 행사장에 나가 있으면 정말 1주일이 쉬는 날 없이 돌아가더라고요. 어떤 날은 너무 피곤하고 지쳐서 쓰러질 것 같다가도 가끔 조합원 분에게 격려 전화라도 오면 다시 힘이 나곤 합니다. 한편으론 우리 사업이 이만큼 컸구나 싶기도 하고요. 둘이서 시작해 여기까지 왔는데 이제는 정말 도와줄 사람이 필요하다는 걸 절감하고 있어요.

맥문동(麥門冬)

맥문동은 백합목 백합과의 여러해살이풀이다. 한국·타이완·일본 등에 분포하며 산지의 나무 그늘에서 자란다. 3~4월이 수확기로 맥문동의 덩이뿌리를 말리면 반투명한 담황색이 되는데, 기침과 가래를 멎게하거나 폐장의 기능을 돕고 기력을 돋우는데 뛰어난 효과가 있다고 알려져 있다.

건강한 약초 소비문화를 위해 마음과 뜻과 힘을 모으다

노봉래 이사장과 문정희 상임이사의 협업 아래 쉼 없이 달려온 결과 이풀약초협동조합은 올해 예비 사회적기업 지정을 받았다. 사업의 확장을 위해선 마음과 뜻을 모을 수 있는 사람이 절실하지만 사회적기업의 특성상 함께 할 사람을 찾는 게 그리 쉬워 보이지만은 않는다. 약초가 대중에게 더 가까이 다가갈 수 있도록 이풀에 힘을 더해줄 사람이 필요하다.

Q. 특별히 찾는 인재상이 있으신가요?

원하는 인재상을 읊는 것 자체가 배부른 소리 같아요. (웃음) 사실 협동조합 운영하면서 가장 많이 부딪친 문제가 사람이었어요. 조합원 사이의 관계도 그렇고 외부 사람을 우리 사람으로 만들기도 쉽지 않고요. 능력을 떠나서 이풀약초협동조합이 가져가고자 하는 가치와 비전에 공감하고 함께하는 마음이 중요한 것 같습니다. 특히 사회적기





업은 비즈니스 형태 자체가 일반 기업과 다르기 때문에 이 부분에 대한 구직자의 이해가 필요하다고 봅니다. 구직자 입장에서는 당연히 급여도 좋고 편한 환경에서 일하고 싶겠지만 스타트업이나 사회적기업에서는 그런 여건을 갖추기 쉽지 않으니까요. 사실 이번에 예비사회적기업으로 지정을 받으면서 서울시 일자리 지원사업을 통해 인력을 2명 배정받았습니다만, 이풀약초협동조합에 적합한 인재를 찾기 쉽지 않네요.

타겟층의 차별화

이풀약초협동조합에서 판매하는 약초의 양은 약 150g 정도이다. 평소 시장에서 약초를 구매하는 주부층이 보기엔 적은 양이지만 약초에 선뜻 접근하지 못했던 젊은 층에게는 반가운 소식으로 시장 반응 역시 1인 가구나 젊은 사람들에게 무척 뜨거운 편이다.

Q. 그래도 예비사회적기업으로 지정을 받으실 정도면 육성사업기간 동안 부지런히 달려오셨나봐요.

다행히도 여러 조건이 운 좋게 잘 맞물렸습니다. 사실 처음에는 사회적기업 자체를 모르고 온전히 저희 힘으로 시작하려고 했어요. 그러다 우연히 육성사업을 알고 사무공간과 사업비를 지원받아 큰 힘을 얻었습니다. 막막하던 찰나에 용기를 내서 사업을 추진할 수 있는 배경이 되었다고나 할까요? 또 육성사업과 비슷한 시기에 한국전력공사에서 주관하는 협동조합 비지니스 모델 발굴 공모사업에 선정되어 사업추진에 시너지 효과가 났습니다. 신기한 건 저희 때부터 육성사업 대표자 연령제한이 풀렸고 한전 사업 역시 올해부터는 대부대출로 바뀌었다고 해요. 정말 운이 좋았다고 할 수 있죠. 육성사업이 끝나고 서울 디자인 재단에서 나와야 했을 때도 한전 지원사업 중간관리 단체인 함께일하는재단 덕분에 이 곳 해누리타운에 자리를 잡을 수 있었어요. 이 두 가지 지원이 없었다면 여기까지 못 오지 않았을까 싶네요.

Q. 정말 천금 같은 기회들이었네요. 앞으로 이풀약초협동조합의 목표는 어떻게 되나요?

우선은 내년 상반기를 목표로 오프라인에 이풀약초협동조합만의 공간을 만들고자 합



니다. 가칭이지만 이로운 공방이란 이름도 정해뒀어요. 이풀약초협동조합의 상품을 진열하고 판매하는 것은 물론 약초차 만들기 체험 등 소그룹 단위 프로그램도 운영할 수 있는 공간으로 만들어 나갈 생각이에요. 동시에 생협이나 한살림 매장 등에 입점하는 길도 알아보는 중입니다. 반가운 소식이 하나 있다면, 얼마 전 쌈지농부에서 운영하는 롯데백화점 강남점에 위치한 '농부로부터' 에서 상품을 납품해달라는 제안을 받고 한 달 사이에 벌써 3차 납품까지 했습니다. 궁극적으로 저희 이풀약초협동조합이 약초문화와 산업 전체를 보면서 새로운 시장을 만들어 가는 회사가 되고 싶습니다.

Q. 마지막으로 이풀약초협동조합이 바라는 미래의 약초 문화는 어떤 모습인가요?

우리가 사과가 몸에 좋다는 건 알지만, 꼭 건강해지기 위해 사과를 먹는 건 아니잖아요? 커피를 마실 때도 어떤 효과를 기대하기 보다는 그 자체가 하나의 기호식품인 것처럼요. 저는 약초도 얼마든지 이런 식으로 접근할 수 있다고 봐요. 효능을 바라고 먹는 게 아니라 약초가 일상생활에서 얼마든지 쉽게 접할 수 있는 기호식품 중 하나로 자리잡길 바라요. 가격도 일반 커피 전문점 한 잔 값이면 살 수 있어요. 이걸 약초가 지닌 효능과 비교하면 절대 비싼 가격이 아니지요. 그러기 위해선 약초와 일반 대중 사이의 거리를 좁히는 게 관건일 것 같아요. 오죽하면 이풀약초협동조합 이름에서 약초라는 단어를 뺄 생각까지 해봤을 정도라니까요? 약초라는 단어만으로도 거리감을 느끼니 오히려 틀을 만드는 것 같아서요. 이풀협동조합. 아니면 이로운 풀 협동조합. 어때요? 약초와 좀 더 가까워지셨나요?

외국인의 관심은?

이풀약초협동조합의 패키지 상품에 관심있는 건 내국인만이 아니다. 국적을 불문한 다양한 외국인 역시 예쁜 패키지에 이끌려 이풀약초협동조합을 찾는다. 특히 가장 인기가 많은 상품은 오미자로 베리류를 좋아하는 외국인이 보기에 붉은 열매가 무척 예뻐보인 모양이다.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



문화

약초 생산자들이 제 값을 받고 거래 하지 못한다.

기존 약초시장에서 정직하게 약초를 재배하는 농부들은 겉으로 보기에 상품이 좋아 보이지 않는다는 이유로 중국 저가품에 비해 제대로 된 값을 받지 못하는 경우가 많다. 반면에 소비자 입장에서는 관련 지식이 부족하여 믿고 살 수 있는 약초가 없어 활발한 소비를 할 수 없다.

분석 Analysis

판매자의 전문성 부족과 구매자의 약초 지식 부족으로 인해 약초가 제대로 된 평가를 받지 못한다.

기존 약초 시장은 원산지나 재배법에 있어서 신뢰성이 떨어진다는 큰 단점이 있다. 전문적 지식이 부족한 소비자는 겉으로만 보고 약초를 판단할 수 없기 때문에 저가 수입산 약초에 속아 넘어가는 경우가 많으며 이 때문에 소비자는 더욱 약초 구매를 꺼리게 된다. 정직하게 약초를 생산하는 농부 역시 당장의 수익을 얻을 수 없으므로 생산을 이어나가기 힘들어 진다.

접근 Approach



접근성이 낮은 약초를 믿을 수 있는 상품으로 대체하다.

이풀약초협동조합은 사람들이 약초를 소비하지 못하는 이유를 크게 신뢰성과 편리성 부족으로 봤다. 이에 소비자가 신뢰할 수 있는 약초를 재료로 새로운 패키지를 제작하여 정직성을 보장하고 편의성을 높이고자 한다.

이풀약초협동조합

수단 Method



상품(패키지상품)

이풀약초협동조합에서는 약초에 대한 일반 소비자의 접근성을 높이기 위해 약초패키지 상품을 제작하는 것은 물론, 티백 등을 활용하여 약초 소비문화를 만들어가고자 한다. 상품 제조에 사용되는 약초는 믿을 수 있는 재배자가 정직하게 생산한 상품으로 최상의 품질을 자랑한다. 그 결과 소비자의 만족도도 높아지고 전체적인 약초 소비시장도 키울 수 있다.

전략 Strategy



노프릴(No Frill)

이풀약초협동조합은 일반 소비자가 보다 손쉽게 약초를 접할 수 있도록 이에 필요한 모든 부가적인 과정을 대신 수행한다. 생약협회에서 인증을 받은 믿을 수 있는 생산자와의 거래를 통해 품질 높은 약초를 제공받고 소비자가 약초를 손쉽게 사용할 수 있는 패키지 및 티백 상품을 제작하여 신뢰성 및 편의성을 높인다. 이 외에도 약초에 관심 있는 일반 시민을 대상으로 약초에 대한 전문 교육을 펼치는 것은 물론 이풀약초협동조합ㅈ만의 공간을 만들어 이를 약초 소비문화의 거점으로 삼고자 한다.

나눔인

SUNLAB



더클린산업

섬나들이

우리동네사람들

이피큡

이팝나무

이플약초협동조합

청주마실

소셜핸디아트



춤추는 헬렌켈러

창의공작소

케이앤아츠

열린책장

힐링브러쉬

알로하아이디어스



길터여행협동조합

재주도좋아

그늘진 곳에 손을 내미는 사람들

03

어느 사회에나 그늘진 곳은 있습니다. 그곳에는 좀처럼 하이라이트를 받지 못하는 사람들 또한 존재합니다. 외국인, 장애인, 노인과 같은 제2의 이름을 가진 이들은 사회의 무대뿐만 아니라 자신의 삶에서도 주인공이 되지 못합니다.

'그늘진 곳에 손을 내미는 사람들'은 이러한 소외계층에 불을 밝히기 위해 노력하는 사회적기업가들을 말합니다. 이 사회적기업가들은 한국인, 비장애인, 경제활동 인구와 같은 단어 이면에 숨은 이들에게 손을 내밉니다. 사회라는 무대 위에서 한 걸음 물러난 이들을 다시 무대로 들이는 일, 사회적기업가가 먼저 시작합니다.

열린

소울오브아프리카



러브시니어

자이엔트



제너럴피트니스

핑거119

무빙아트웍스



함께걷는발달연구소



상상우리

에이유디
사회적협동조합



아시안허브

더교육협동조합



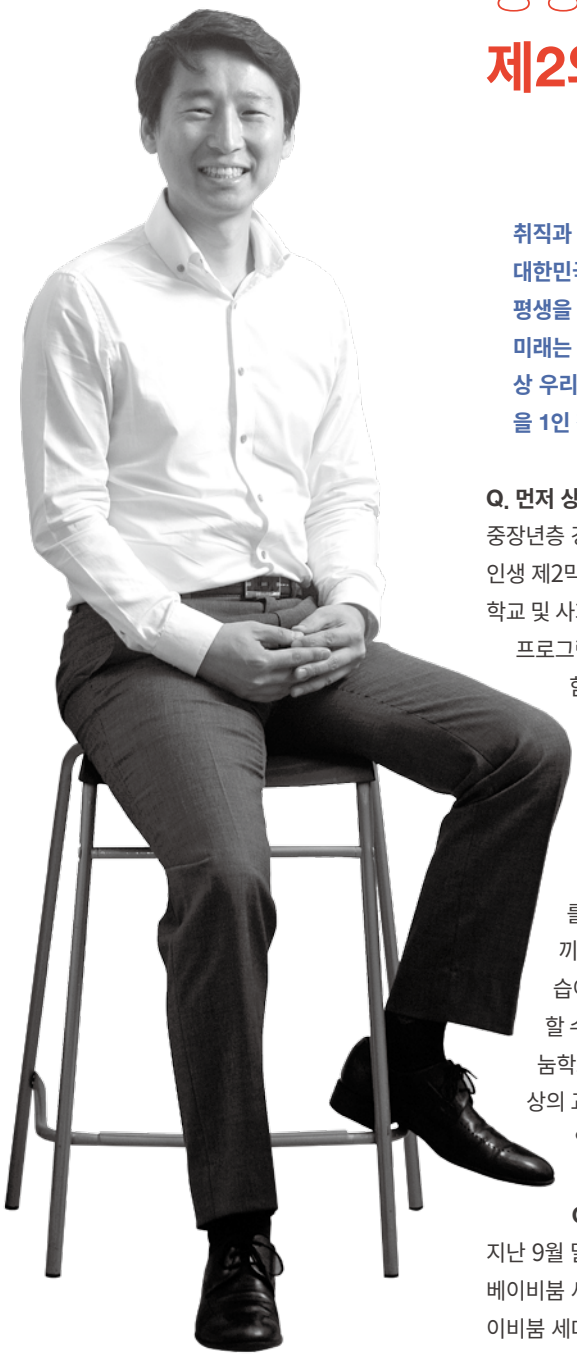


16

상상우리
신철호 대표

주식회사 상상우리의 이름은 서로 돕는다는 뜻의 사자성어 상부상조에서 왔다. 힘을 모아 서로서로 도울 때 답을 찾을 수 있다고 믿는 것이다. 특별히 그들이 주목한 곳은 베이비붐 세대의 퇴직으로 인한 문제였다. 사람의 기대 수명은 점점 늘어나 100세 시대가 왔다는데, 그 절반인 40, 50대에 은퇴 전선에 서게 된 이들을 위한 해결책을 상상우리는 무엇으로 봤을까?

“중장년층의 행복한 제2의 인생 설계 동반자”



상상우리 신철호 대표

취직과 창업을 넘어선 창직으로
대한민국의 전체 인구 중 약 14.6%를 차지하는 700만 명의 베이비붐 세대들. 일평생을 누구보다 열심히 살면서 앞만 보고 달려왔건만 은퇴 전선 앞에 선 그들의 미래는 암울하기만 한다. 이러한 베이비붐 세대의 행복한 제2막 설계를 위해 상상 우리가 나섰다. 누구도 넘볼 수 없는 자신만의 경력을 간직한 그들 한 명 한 명을 1인 창직기업으로 거듭날 가능성의 존재로 본 것이다.

Q. 먼저 상상우리를 간단히 소개해주시겠어요?

중장년층 경력나눔 학교라는 이름으로 시작한 상상우리는 베이비붐 세대들의 행복한 인생 제2막 설계를 위한 회사입니다. 퇴직을 앞둔 이들이 자신의 경력을 나눌 수 있는 학교 및 사회적기업을 만들어보자는 취지에서 시작되었으며 현재 퇴직자를 위한 교육 프로그램, 컨설팅과 멘토링 등의 사업을 진행하고 있습니다. 도움이 필요한 분들과 함께 새로운 인생을 살 방법을 적극적으로 함께 만들어가고자 합니다.

Q. 베이비붐 세대의 문제가 사회 전반적으로 많은 쟁점이 되는 것 같습니다. 특별히 이분들을 위한 교육 및 서비스 사업을 시작하신 이유가 있나요?

현재 베이비붐 세대를 보면 모두가 무척 열심히 사신 분들이에요. 좋은 학교를 나와서 좋은 회사에 다니고 있지만, 퇴직 후 인생에 대해서는 막막함을 느끼고 여러 가지가 불명확하고 보장되어 있지 않은 상황 속에서 힘들어하는 모습이 무척 안타까웠습니다. 그래서 어떻게 하면 이분들 인생에서 새로운 일을 할 수 있도록 만들 수 있을까 고민하다 자신이 가진 경력을 나눌 수 있는 경력 나눔학교를 만들어보잔 생각을 했어요. 이를 바탕으로 상상우리 사업을 퇴직자 대상의 교육과, 사회적기업의 컨설팅 및 멘토링, 상상캔버스 운영 세 분야로 나눠 운영 중입니다.

Q. 퇴직자 대상의 교육은 어떤 내용인가요?

지난 9월 말 고용노동부와 기획재정부, 보건복지부, 중소기업청 등 여러 기관이 모여 베이비붐 세대의 문제 해결을 위한 장년 고용대책을 마련하였습니다. 주요 내용은 베이비붐 세대가 퇴직하기 전부터 교육을 받을 수 있도록 만들자는 내용이었어요. 이를 위해 50세 이상부터 제공하던 교육 연령을 45세로 낮추고 상당한 예산을 투여하여 전직지원 서비스를 비롯한 여러 교육 프로그램을 마련하였습니다. 상상 우리도 여기에

동참하여 용산구청 같은 공공기관이나 일반 기업과 연계하여 퇴직 후 인생에 대한 교육을 실시하고 있습니다. 취미생활을 확장할 수 있는 여러 교양강좌를 비롯해 사회적 경제 영역 안에서 자신의 경력을 살려 사업을 할 수 있도록 1인 창조기업이 되는 길을 권하고 있습니다. 또 여러 회사와 협약을 맺어 베이비붐 세대의 재취업 연계를 돕고 관련 기관이나 전문가들을 소개해줍니다. 특히 프랜차이즈 창업이나 자영업은 최대한 배제하고 자신의 것을 지켜 최소한의 자금을 투자하여 자신만의 콘텐츠를 만들도록 돕습니다.

Q. 교육을 진행하다 보면 공통으로 느끼는 점이 있을 것 같아요.

아무래도 은퇴 전에 소위 잘 나가셨던 분일수록 퇴직 후 새로운 사업에 도전했다가 실패하고 상처를 받는 일이 많으신 것 같아요. 그래도 내가 한때는 임원이었다는 생각만 믿고 계시다가 가진 걸 날리시는 분들도 봤고요. 퇴직 전에는 내가 뭐라도 할 수 있겠지란 생각에 기대만 하고 있다가 막상 퇴직하고 1년만 지나도 자신감이 많이 부족해지는 모습을 봅니다. 결국은 교육 시기에 대한 문제이기도 한데요, 퇴직 전에 미리 준비할 수 있는 최적의 때를 놓치는 게 안타깝습니다.

Q. 사회적기업을 대상으로 진행하는 멘토링 사업은 어떤 모습인가요?

앞서 베이비붐 세대의 제2의 인생설계 방편으로 사회적기업을 통한 창직을 권해드린다고 했는데요, 멘토링 사업은 이 과정의 심화작업이라고 볼 수 있습니다. 실제로 저희 교육을 듣고 가정주부였던 분이 사회적기업을 창업한 경우가 있습니다. 사업의 초기 단계에서 사회적기업가에 대한 교육도 해드리고 이런저런 조언을 하면서 방향성에 대해 함께 논의하는 시간을 가졌어요. 그 결과 작년에 상상우리에서 멘토팅을 제공한 팀 중 3팀이 현재 4기 육성사업팀으로 일하고 있고요, 소셜벤처 경연대회에서도 4팀이 권역별 심사까지 진출했습니다.

Q. 특별히 멘토링 기관으로서 상상우리가 갖는 강점은 뭐라고 생각하시나요?

대표인 저나 핵심 인재인 문하나 팀장의 경우 중소기업의 경영을 진단 및 자문해주는 경영지도사 컨설턴트 자격증을 보유하고 있습니다. 취득하기 무척 까다로운 자격증으로 스펙적인 측면에서 저희의 강점이 된다고 봅니다. 또 상상우리가 사회적기업이자 다른 기관을 통해 멘토링을 받으면서 사업을 운영하기 때문에 새로 사업을 시작하는 분들에게 어떤 도움을 주면 좋을지 명확히 알고 필요한 서비스를 제공할 수 있어요. 저희가 겪은 시행착오가 이분들의 앞길을 밝혀주는 가로등 역할을 한다고나 할까요?

Q. 여기 상상캔버스는 어떤 공간인가요?

상상캔버스는 초기엔 시니어 멤버십 제도로 운영하는 코 워킹 스페이스를 염두에 두고 만들어졌습니다. 그런데 시니어 분들이 코 워킹(co-working)이란 개념 자체를 무척 생소해하셔서 현재는 멤버십 제도 대신 대관 사업 위주로 운영하고 있어요. 접이문을 이용해 교육 공간, 네트워킹 공간, 일반 카페 공간까지 다양하게 목적에 따라 이용할 수 있습니다.

창직(Job Creation)

창직이란 본인의 적성과 능력에 맞게 창의적 아이템을 가지고 새로운 직업이나 직무를 만들어내는 창조적 활동을 말한다. 기존의 직업을 자신에 맞게 재구성하거나 누구도 생각지 못한 새로운 직업을 만들 수 있다.



코워킹 스페이스
(co-working space)

코 워킹 스페이스는 '같이 모여서 함께 일한다' 라는 뜻의 코 워킹을 넘어 개인이나 전문지식을 가지고 있는 사람들이 공간을 공유하는 개념을 말한다. 이처럼 상상캔버스는 지식과 노하우 및 새로운 업무형태를 공유하는 공간이다.

Q. 주로 어떤 목적으로 사용되는 비율이 가장 높은가요?

외부 행사 대관이 주를 이루는 편입니다. 특히 초기에는 사회적기업진흥원에서 행사가 있을 때 저희 공간을 많이 이용해주셨어요. 그 덕분에 사회적기업들이 상상 우리를 중심으로 모여 자연스럽게 네트워크를 형성할 수 있었습니다. 최근에는 일반 기업이나 단체에서도 각자 목적에 따라 다양하게 빌리는 편이에요. 하루종일 빌리는 경우도 있지만 2시간 단위로 이런저런 행사가 잡혀있습니다. 또 상상우리에서 자체적으로 진행하는 토크 콘서트나 인생 2막 설계하기 등 퇴직자를 위한 교육 역시 상상캔버스에서 열려요.

Q. 상상우리 토크 콘서트의 자세한 내용이 궁금하네요.

토크콘서트는 올해까지 약 8회 정도 열렸고요, 전문 강사를 초빙하여 간단한 교육을 들은 후 강사 분과 제가 함께 테이블 앞에 앉아서 참석자분들이 포스트잇에 써서 제출한 질문에 답을 해드립니다. 콘서트의 주요 주제는 사회공헌, 1인 창조기업 만들기, 재취업하기, 정부정책 활용하여 인생 2막 만들기, 정신건강 관련 부분 등 다양한 내용이 있습니다. 또 참석자끼리도 서로 자유롭게 얘기를 나누며 궁금증을 풀어가는 등 쌍방향식 대화를 통해 네트워크도 형성합니다.

사회적기업계의 제니퍼 소프트를 꿈꾸다

용산구에 위치한 상상우리의 사무실 겸 교육공간 상상캔버스는 사회적기업하면 으레 떠오르는 이미지와 정반대의 공간이다. 아침 열시 사무실에 출근한 상상우리 직원은 각자 자기가 원하는 자리에 앉아 상상캔버스 카페에서 주문한 음료와 함께 하루 업무를 시작한다. 빛 좋은 날 탁 트인 유리창 밖으로 남산이 보이면 그대로 노트북을 들고 나서기도 하며 저녁 시간 야근의 끝에 찌뿌둥한 어깨 근육을 풀어주고 싶을 때면 건물 내 피트니스 센터를 무료로 이용할 수 있다.

제니퍼 소프트(JenniferSoft)

파주 헤이리예술마을 내에 위치한 제니퍼소프트는 2005년 설립된 국산 소프트웨어 벤처기업이다. 높은 복지수준과 자율적인 업무환경으로 인해 한국판 구글, 꿈의 직장이라 불린다. 함께 만들어 나가는 건강한 기업문화를 통해 '건강한 노동과 근사한 삶'의 실천을 목표로 한다.

Q. 상당히 여러 가지 사업을 유기적으로 진행 중이시네요. 상상우리 구성인원은 어떻게 되나요?

현재 직원은 총 여섯 명으로 상상캔버스 운영을 담당하시는 매니저님과 교육 기획 및 운영을 비롯하여 사업 모델 관련 업무를 담당하시는 분들이 있습니다. 이 중 남성분 한 분은 현재 육아휴직 중인 상태라 대표인 저를 빼고는 다 여성분이에요.

Q. 사실 사회적기업은 적은 인원으로 사업을 운영해야 하는 만큼 업무 부담이 큰 편인데요, 상상우리의 경우는 어떤가요?

저희도 비슷합니다. 다만 저희의 바람이 있다면 사회적기업계의 제니퍼 소프트를 지향한다는 점이에요. 상상캔버스 공간을 얻기 전에는 정해진 근무시간도 없었어요. 카페와 식당을 돌아다니며 회의를 진행하고 업무를 보기도 했고요. 지금도 사무실에서 일하다 날씨가 좋다 싶으면 다 같이 남산에 나가서 외근할 때도 있습니다. 물론 야근하느라 정신없는 날이 대부분이긴 하지만요. (웃음)

Q. 대표님과 문하나 팀장님은 어떻게 함께 일을 시작하셨나요?

처음 만난 건 경영지도사 강의에서였어요. 저는 강사였고 문하나 팀장은 수강생이었습니다. 당시 문 팀장은 대학교 마지막 학기를 다니면서 컨설팅 회사에서 인턴으로 근무하고 저녁엔 경영지도사 수업을 듣고 있었어요. 경영지도사 시험은 1, 2차로 나뉘는데 1차에서만 경쟁률이 10대 1 정도 되는 어려운 시험이에요. 2차도 만만치 않고요. 그런데 시험에서 최종합격했다고 연락이 왔더라고요. 그래서 같이 밥도 먹고 얘기도 하다가 상상우리를 함께 운영해보자고 제안했죠.

경영지도사 (Certified Management Consultant)

경영지도사는 기업의 경영문제를 종합 진단, 지도하는 국가 자격 경영 컨설턴트로 기업의 인사, 조직, 노무, 사무, 재무, 회계, 생산, 유통, 마케팅, 수출입 등 업무를 조사, 분석 후 평가해 지도, 자문, 상담 등의 법적 기능을 수행한다. 국내에서 경영지도사는 컨설팅 분야의 유일한 자격증이라 할 수 있으며 이에 준하는 것으로는 미국의 MBA를 꼽는다.

Q. 제안을 받았을 때 어떠셨나요? 흔쾌히 받아들이셨나요?

문하나 팀장 사실 처음 이야기를 들었을 땐 사회적기업 쪽에 관심도 적고 아는 것도 얼마 없는 편이었어요. 기업 CSR 분야에는 관심을 기울이고 있었지만, 인사 쪽으로 생각했을 뿐 사회적기업 자체를 아는 건 아니었습니다. 그러다 대표님께서 제안해주셔서 같이 교육도 듣고 저도 개인적으로 조사를 하다 보니 점점 이쪽에 흥미가 생기더라고요. 저와 나이 차이도 얼마 나지 않는 사람들이 사회를 바꾸는 일에 자신을 던지고 창업을 한다는 게 멋있어 보이기도 했습니다. 그래서 나도 이 중 한 사람이 되고 싶다는 마음에 같이 참여하기로 마음을 먹었어요.

Q. 상당한 인재를 손쉽게(?) 얻은 편이시네요. 그만큼 대표님께 사람을 끄는 능력이 있는 것이기도 하고요.

상상우리를 시작하기 전에 일했던 분야가 영업이기도 했고 개인적으로 제일 중요한 게 인간관계라고 생각합니다. 고객과 인간적으로 친해지면서 내가 손해를 보더라도 관계를 유지해나갔더니 나중엔 결국 다 돌아오더라고요. 10년 동안 컨설팅 쪽에서 근무하면서 얻은 일종의 비결이기도 하고요.

상상우리 안의 상부상조

한 회사 안에서도 유독 같이 발을 맞춰 일하는 경우가 많은 신철호 대표와 문하나 팀장. 신철호 대표가 큰 그림을 보면서 가까운 손해를 감수하고 간다면 김하나 팀장은 반대로 신 대표가 놓치는 것들을 하나하나 체크해주는 역할을 담당한다. 또 상상우리에서는 직원들 간의 격없는 대화를 통해 일반 기업에서 말하기 어려운 부분도 주고 받으며 열린 소통을 하고 있다고.

성공과 사회문제 해결 두 마리 토끼를 잡다

대학생 시절 전국 창업 연합 동아리 전체 회장직을 맡으며 성공한 벤처기업가를 두루 만난 뒤 신철호 대표는 20대에 바로 창업하기 보다는 직장생활을 경험할 필요가 있다는 결론을 내렸다. 자신의 선택대로 10년간의 외국계 회사 생활을 마치고 사회적기업을 창업한 그는 이제 이렇게 말한다. 20대에 한 번 창업을 해보고 망해도 봤다가 직장 생활을 경험한 후 다시 한 번 창업해도 괜찮을 것 같다고.

Q. 상상우리를 창업하기까지 대표님께서 지나오신 과정이 점점 궁금해지네요.

제가 대학생 때 전국에 창업동아리가 120개 학교에 걸쳐 약 200개 정도가 있었어요. 전체 회원만 12,000명 정도였습니다. 그때 한국창업대학생연합회라는 전체 연합 동아리가 있었는데 제가 전국 회장이었습니다. 청년으로서 창업에 대해 많이 공부하고 벤처기업 신화를 이룬 사람들을 만나보면서 당시에 제가 내린 결론은 청년 시절에 바로 창업을 하는 건 한계가 있다는 거였습니다. 그래서 회사 생활을 어느 정도 경험한 후에 창업을 해야겠단 계획을 세우고 외국계 회사에 입사했어요. 그렇게 10년 정도 근무한 후에 처음 세운 계획에 따라 회사에 사표를 내고 육성사업을 받으면서 상상우리를 창업했습니다. 사실 사표는 일찍 냈지만, 국내에서 해당 업무를 할 수 있는 사람이 저밖에 없는지라 인수인계 처리가 늦어져 육성사업 기간 중 낮에는 파트타임 형태로 예전 회사에 출근하고 저녁이면 상상우리 업무를 보기도 했습니다. 올해부터는 본격적으로 상상우리에 집중하고 있고요.

Q. 어떻게 보면 안정적인 직장에서 편하게 근무하실 수도 있었을 텐데 두렵지 않으셨나요?

이미 오랜 시간 고민하고 계획해온 문제이기 때문에 망설임은 없었어요. 부인도 제가 언젠간 그만두리라는 사실을 알았고요. 경제적으로는 예전 월급보다 훨씬 적은 수준밖에 받지 못하기 때문에 주위에서는 괜찮겠냐고 많이 물어보지만 저는 초반에는 힘들어도 돈 말고 다른 것으로 채워갈 수 있다고 봅니다. 애초에 돈을 벌기 위해 시작한 사업이 아니기도 하고요. 청년 시절 창업을 준비하고 회사생활을 하면서 제가 고민하던 사업의 형태가 사회적기업이란 것을 확실히 알게 되었기 때문에 예전 직장을 망설이지 않고 내려놓을 수 있었습니다.

Q. 오랜 기간 고민해오신 만큼 사회적기업에 대한 대표님의 견해가 궁금하네요.

우선 우리나라의 경우 사회적기업의 시작 자체가 정부 주도로 이뤄지다 보니 조금 오





해하는 부분이 있어요. 사회적기업을 일반 기업과 달리 어려운 사람을 돕는 곳으로 보기 때문에 일자리를 창출하거나 복지 관련 단체를 돕는 것만이 사회적기업의 몫이라고 보는 겁니다. 물론 이런 부분도 필요하지만 성공 역시 놓치면 안 된다고 봐요. 그래서 저를 비롯한 다른 젊은 창업가에게 꼭 성공해서 두 마리 토끼를 다 잡는 회사가 되는 모습을 보여주자고 말하고 싶어요.

Q. 마지막으로 상상우리의 목표에 대해 들려주시겠어요?

앞으로 상상우리는 매 1년마다 사업계획서를 새로 짜려고 합니다. 1년 단위로 사업을 돌아보면서 잘한 것, 잘못한 것을 돌아보고 새로운 목표를 세우는 것이죠. 우선 내년부터는 퇴직자를 넘어 제 또래나 청년 중에서도 제2의 인생을 살기 원하는 사람들을 위한 교육을 확충하고자 합니다. 컨설팅과 멘토링 역시 좀 더 적극적으로 운영하고 상상캔버스가 사회적 경제 영역 내에서 사람들이 모이는 허브 역할을 할 수 있도록 홍보에 전력을 기울일 예정입니다. 상상우리를 거친 퇴직자나 회사가 기존과 다른 인생을 살 수 있도록 도움을 주는, 일종의 솔루션을 제공하는 적극적인 방법을 함께 만들어가는 회사가 되고 싶습니다.

서울인생이모작지원센터

베이비부머를 포함한 인생이모작세대를 위해 서울시에서 마련한 중간지원조직. 인생이모작세대란 은퇴를 하였거나, 은퇴 전후 노인복지 수혜영역에 포함되기 전까지의 세대를 말하며 서울인생이모작지원센터는 이들에게 종합적이고 체계적인 지원과 안내를 하여 노년층 삶의 질을 높이기 위해 설립되었다.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(노인)

경력직 시니어들이 다양한 경험을 갖고 있으나 사회에서 활용되지 못한다.

베이비붐 세대는 은퇴를 앞두고 마땅히 할 일을 찾지 못해 어려움을 겪고 있으며 그 결과 삶의 질이 떨어지고 사회 전반적으로 실업률이 높아지는 사회문제가 발생한다.

분석 Analysis

시니어 세대가 경험을 사회에 활용할 수 있는 교육 및 창업의 기회가 부족하다.

베이비붐을 비롯한 시니어 세대는 삶을 살면서 얻은 경험과 지식이 많지만 은퇴 전선에 섰을 때 이를 적절하게 활용할 수 있는 방법을 알지 못한다. 무엇보다 이들에게 바른 정보를 제공하는 기관이나 단체가 없으며 교육을 받지 못한 이들은 삶에 자신감을 잃고 사회에 적응하지 못한다.

접근 Approach



창업교육을 시니어 세대와 결합하다.

상상우리는 베이비붐 세대를 대상으로 은퇴 후 제2의 인생설계에 대한 교육을 제공한다. 특별히 경험과 지식을 활용한 창직을 권하고 있으며 사회적기업 형태를 통해 경제활동을 이어나갈 수 있도록 필요한 멘토링 및 컨설팅을 서비스를 제공한다.

상상우리

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

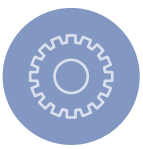

상품

서비스(공간, 교육)

상상우리는 베이비부머 세대를 대상으로 교육이 이뤄질 수 있는 공간인 상상캔버스를 운영 중이다. 일반 카페인 동시에 교육 공간 및 사무실로 활용할 수 있는 상상캔버스는 서울역 근처에 자리 잡고 있어 교통이 편리하며 사회적기업계 모임의 허브로서도 기능한다. 인재 풀을 활용해 창업 교육을 비롯한 시니어 교육 서비스를 제공하는 것은 물론 기존 사회적기업의 멘토링 서비스 역시 담당하고 있다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

큐레이션

상상우리는 베이비붐으로 대표되는 시니어 세대에게 필요한 교육을 제공하기 위해 다양한 서비스를 운영 중이다. 토크콘서트 형식을 통해 궁금증을 해소해주거나 전문 강사를 초빙하여 시니어 세대에게 필요한 강의를 제공한다. 또한 일반 프랜차이즈 창업 대신 자신의 경험과 지식을 활용한 사회적기업 창직을 권유하며 이에 필요한 멘토링 및 컨설팅 서비스를 제공하여 이들의 원활한 제2의 인생설계를 돕고 궁극적으로 삶의 질 향상을 이끌고자 한다.





17

더클린산업
황미경 대표

환경분야 사회적기업이야 많고 많다. 특히 청소분야는 사회적기업 뿐만 아니라 일반 영리기업에서도 많다. 이쯤 되면 업체의 경쟁력은 얼마나 차별성을 두느냐에 달렸다. 더 클린산업은 흔한 분야에서 흔하지 않은 강점을 지녔다. 청소용역에 건물관리까지 접목했다. 청결에 안전을 더했다는 이야기다. 요즘같이 안전이 습관적으로 입에 오르내리는 세상에서 더 클린산업은 그야말로 일거양득의 역량을 지녔다. 군산 지역의 몇 안 되는 업체라는 지리적인 입지도 더 클린산업에 경쟁력을 불어넣어 주고 있다.

“고용창출을 넘어, **청소와 안전** 두마리 토끼를 잡다”



더클린산업 황미경 대표와
남편인 김춘식 영업부장

Q. 안녕하세요! 회사소개 먼저 부탁드릴게요

더 클린산업을 이해하기 쉽도록 한 줄로 요약하자면, 건물종합관리 서비스를 제공하는 기업이라고 보시면 될 것 같아요. 처음에는 청소 전문 업체로 시작하려 했지만, 청소서비스를 제공하는 기업은 이미 많다고 생각했고, 경쟁력이 부족하다고 판단했어요. 그래서 창업 당시 내부적으로 가지고 있던 전기설비나 소방설비 등의 전문성이 필요한 기능을 청소사업과 함께 서비스하기로 했어요. 일반적으로 할 수 없는 전문적인 일을 서비스하고자 한 거죠. 단순한 청소가 아닌 ‘유지’할 수 있는 일들을 하는 거예요. 지난해 5월에 주식회사 법인을 내고, 6월에 실제 사업을 시작했어요.

Q. 영업부장님이 원래 어떤 일을 하시던 분인데 그런 기술이 있으신 건가요?

이전 직장에서 전기설비 있는 공장이나, 아파트 관리를 하는 계통에서 일하셨어요. 그래서 전기자격증, 소방 관련 자격증, 설비관련자격증 등을 보유하고 있어요. 저는 아이들에게 컴퓨터 가르치는 일을 조금 했었고, 기타 사무실 행정업무 등을 하다가 남편이 사업한다길래 합류했죠.

Q. 직장생활을 하다가 사업을 하기가 쉽지는 않으셨을 텐데요. 게다가 부부가 함께요.

‘이렇게 하면 되지 않을까?’하는 막연한 생각이 있었어요. 사실 긴가민가했죠. 이쪽 계통으로 경험을 많이 쌓아온 남편이 먼저 사업을 제안했어요. 유통업이나 제조업 같은 경우는 초기자금이 많이 들어가는 사업이지만, 이 사업은 꼭 그렇진 않으니 작게라도 시작할 수 있다고 판단했죠.

Q. 청소용역업체는 상당히 많잖아요. 그런데 더 클린산업처럼 종합건물관리 서비스를 제공하는 기업이 또 있을까요?

전국적으로는 있을 수도 있겠죠. 그런데 청소부터 시작해 전기설비, 소방까지 한번에 관리되는 업체가 군산에는 없는 것 같아요. 아직까지는요. (웃음)

Q. 작게 시작할 수 있다고는 하셨지만, 건물 청소를 두 분이서 모두 할 수는 없잖아요?

처음에는 남자직원까지 한 분 더 해서 세 명이 시작했어요. 세 명 인건비도 겨우 나올까 말까 했었죠. (웃음) 그러다 아파트 청소를 맡게 되면서 고용할 수 있게 되었어요. 남편이 워낙 서글서글해서 영업이 잘 됐죠. 그렇게 고객을 하나하나 늘려오다 보니 35명

까지 고용할 수 있게 되었네요. 그중에 68%가 고용 취약계층 어르신들이고요.

Q. 고용하시는 어르신들은 연령대가 보통 어떻게 되시나요?
보통 55세~60세 정도예요. 가장 젊은 분이 40대 내외예요. 대부분 청소 업무 쪽에서 근무하고 계세요. 아파트의 경우에는 최대 여섯 명까지 청소 업무를 진행하시고요. 빌딩이나 원룸 같은 경우는 몇분이서 돌면서 근무하고 계세요.

Q. 그래도 어르신들이 청소하시는 게 쉽지는 않을 텐데요.
그렇죠. 청소는 힘들어요. '청소일 어떠세요?'라고 물어보면 다들 힘들다고 하시고요. 하지만 본인이 일을 하면서 얻을 수 있는 것도 있으니까 참 재미있게 할 수 있다고 하시더라고요. 긍정적으로 일을 찾아서 하시는 분들도 있고요.

Q. 더 클린산업과 한번 인연을 맺게 되면 오랫동안 근무하시는 편인가요?
확실히 성격이 적극적이고 활동적이신 분들이 오래 하시더라고요. 1년 넘게 근무하시는 분들도 10분이 넘고요. 짧게는 한 달, 두 달도 있으신 분들도 있죠.

면접도 보실 거잖아요. 그럴 때 어르신들의 어떤 점을 주로 보세요?
'이분이 어떤 마음으로 일하러 나오셨는가' 에 대해 많은 이야기를 나누는 편이에요. 실제로 용돈 몇 푼 벌겠다고 나오시는 분들은 오래 일을 못 하시더라고요. 그보다, '내 일이 갖고 싶어서' 나오시는 분들이 건물주와의 관계도 좋으시고 일도 오래 하세요. 내가 일을 하면 아프지도 않고, 너무 심심하지도 않고, 건강 삼아, 운동 삼아 나와서 일한다고 생각하시는 분들이요. 그렇게 어떤 자긍심 같은 게 있으신 분들을 찾아요. 일에 자존감도 있으시고, 이게 창피스러운 청소일이 아니라 '내 직업이다.'라는 정신을 가지신 분들이 일도 훨씬 잘 해주시고 사람과의 관계도 좋으신 것 같아요. 그런 걸 주로 보죠.

Q. 청소방법 교육도 따로 하시나요?
다들 주부님들이시고 살림도 많이 해보셔서, 처음에는 잘 모르시지만, 시간이 조금만 지나면 굉장히 잘하세요. 적응을 금방 하시죠. 물론 잘 모르시면 사전설명 등을 포함한 교육을 합니다. 저희가 함께 들어가서 청소를 같이 하기도 하고요. 근데 워낙 살림이나 청소에는 베테랑들이시라서…. (웃음)

부부가 함께…. 서로를 이해하는 생활 속에 경쟁력도 자연스레 상승
황미경 대표를 인터뷰 하던 중, 영업담당이자 황미경 대표의 남편인 김춘식 영업부장이 업무를 마치고 돌아왔다. 사업을 함께 시작한 만큼, 자연스레 인터뷰에 합류했다. 서로를 이해하는 마음 속에 업무 효율은 자연스레 상승하고, 상승된 업무 효율은 거래처의 만족으로 돌아왔다.

Q. 함께 일해보니 어떠세요?
김춘식 영업부장 좋지요. 일을 이해해 주니까요. 어쨌든 청소용역 서비스라는 것이 거

전기설비

전기설비(電氣設備, elctric engineering and construction)란 일반적으로 설계와 건설로 이루어지는 전기 사용 시설(electric facilities)을 통칭하는 말이다. 이는 다시 조명설비, 전열설비, 전동력설비, 송·배전설비 및 발전설비와 같이 그 사용설비의 성격에 따라 구분할 수 있다.



래처를 얻기 위해서는 공격적으로 영업을 진행해야 하는 부분도 있고, 지속해서 만나서 건물주들을 설득해야 하는 과정이 필요하기 때문에 시간을 많이 투자해야 하는 편이에요. 저희 회사에 대한 신뢰를 얻기 위해서는 시간이 필요하니까요. 그런 부분을 이해해주니까 저는 맘 편하게 일에 집중할 수 있고요. 여러모로 내조를 참 잘해줘서 고맙지요. 뭐 금술이야 워낙 좋았으니. (웃음)

황미경 대표 제가 주부로만 있거나 다른 일을 하고 있었더라면, 남편이 하는 일에 대해 공감대가 부족할 수 있었을지도 몰라요. 하지만 함께 일을 하니까 '이 사람이 오늘 그 일 때문에 정말 피곤했겠구나', '그 일이 신경쓰이겠구나' 를 느낄 수 있고, 이해할 수 있으니까 그런 점이 참 좋아요. 물론 단점도 있어요. 대화 대부분이 일에 관한 것이라는 거죠. 저희 아이가 엄마 아빠 일 이야기 좀 그만하라고…. (웃음)

Q. 거래처, 그러니까 건물주분들의 만족도는 어떤가요?

청소라는 게, 생각보다 잘 안 돼요. '내 건물 내가 잘 관리하면 되겠지' 이게 쉽지가 않거든요. 그런데 저희 같은 전문업체가 들어가서 관리를 하게 되면 우선 광택도 나고, 향도 나고. 사람들이 왔을 때 그 상쾌한 기분이 있거든요. 만족도가 굉장히 높지요. 어떤 건물주분께서는 '관리비가 잘 안 걷혀서 청소를 좀 쉬어야겠다.' 말씀하셨는데, 1~2주만에 바로 전화가 다시 와요. 안 되겠다고. (웃음) 비용을 조금 들여서라도 청소를 해야겠다고 하시더라고요.

Q. 전기나 소방설비 관리 서비스도 건물주들이 상당히 만족해할 것 같아요.

큰 빌딩 등은 건물관리만 하는 직원이 있기도 하지만, 3~4층 높이의 작은 건물들을 관

리하시는 건물주분들은 전기나 소방설비에 대한 지식이 없으세요. 전기선은 어떻게 처리해야 하는지, 소방신고는 어떻게 해야 하는지요. 그런 것들을 모르고 놓치면 어느 순간 과태료를 물어야 한다거나, 안전에 문제가 생긴다거나 할 수 있거든요. 특히 최근에 안전에 관련된 법들이 강화되면서 관리의 필요성이 강조되기도 하고요. 실제로 당장 관리비용이 들어가는 것이 아까울 수도 있지만, 장기적으로 안전사고의 발생률을 줄이고, 갑작스레 공공기관의 실사나 세입자가 들어왔을 때 필요한 조건에 맞추어져 있는 건물이 되는 거죠. 그런 부분에서 상당히 만족스러워하시죠. 확실히 이런 부분이 다른 청소업체와 확연히 구분되는 차별점인 것 같아요.

Q. 건물주 입장에서는 상당히 편리하겠네요. 매출도 무난히 발생할 것 같은데, 어떠세요?

지난해 법인 설립하고 6월부터 12월까지 매출이 6천 정도였습니다. 올해 목표매출이 4억 원인데, 달성할 수 있을 것 같아요. (웃음) 물론 초기 진입금이라는 게 있으니까. 실제 매출과 비교하면 순이익은 적어요. 아직은 진입금을 부담하고 있다고 보고 있어요. 장비도 많이 투입했고, 인력 운영 부분에서도 타 업체들보다 서비스의 질을 많이 따지고 있기 때문에 더 많은 사람을 투입하고, 더 많은 시간을 할애하는 편이에요. 순간순간 벌어들이는 비용보다, 거래처 하나하나에 공을 들여 장기적인 거래처로 삼고 싶은 생각이 있어요.

Q. 혹시 영업하시는 데 예비 사회적기업이라는 타이틀이 도움되기도 하나요?

거래처에 따라 도움이 되기도 하죠. 하지만 그걸 전제로 영업하진 않아요. '우리는 사회적기업이니까…'라는 것보다는 실력으로, 결과물로 평가를 받아야 한다고 생각하고요.

고용 취약계층 고용을 넘어…. 안전의 가치를 추구

2014년의 키워드는 단연코 '안전'이다. 더클린산업은 고용 취약계층의 고용뿐만 아니라, 생활안전에도 관심을 쏟고 있다. 정기적인 점검을 통해 사고를 미리 방지하고, 더 안정적인 삶을 영위할 수 있도록 돕는다. 사회적기업가 육성사업을 통해 성장한 더 클린산업은 그 혜택을 주변의 안전 취약계층에게 돌려주려 한다.

Q. 고용 취약계층의 어르신 고용을 주된 소셜 미션으로 추구하고 계시는 건가요?

그렇진 않아요. 고용 취약계층 어르신들의 고용창출은 그 일부일 뿐이고요. 저희는 지역의 아동센터 같은 곳에 무료 안전점검 등을 시행하고 있어요. 아무래도 아이들이 많다 보면 선생님들이 안전 부분에 대한 것들을 간과하고 지나치시는 경우가 있어요. 특히 불이 났을 때 소방설비가 제대로 갖추어지지 않은 건물이라면, 큰 사고로 이어질 수 있으니까요. 저희가 최소의 비용으로 화재를 감지할 수 있는 설비를 갖춰드린다든지, 생활안전예방 차원에서 아이들이 위험에 노출될 수 있는 요소들을 알려드리고 조처를 하도록 점검하고 있어요. 재능기부 형식으로 꾸준히 하고 있습니다. 지난해부터 시작해서 현재는 스무 군데 정도 안전점검을 꾸준히 해오고 있어요.

더클린산업의 빠른 성장세

4,500만원

법인을 설립한지 이제 1년 6개월 남짓 되었지만, 더클린산업은 쑥쑥 성장하고 있다. 안전관리라는 차별성과 성실한 고객관리가 가져온 쾌거. 육성사업을 마친 팀이 이정도 월매출을 내기란 정말 쉽지 않은 일이다.

Q. 육성사업에 참여해보시니까 어떠셨어요?

저희는 육성사업이 아니더라도, 이렇게 사업을 운영할 생각이 있었기 때문에 준비하고 있었는데, 그때 사회적기업가 육성사업이란 것을 알게 되었어요. 그런데 저희가 추구하는 방향이 마침 사회적기업가 육성사업과 잘 맞아 떨어지더라고요. 지원 자금도 굉장히 유용하게 잘 썼고요. 청소는 소모품이 많아서 비용이 많이 드는데, 그걸 구매하는 초기비용으로도 충분했었고요. 서울을 오가며 진행된 교육비용 지원 등도 유용했죠. 그런 것들이 없었다면 훨씬 힘들었을 것 같아요. 충실하게 1년 정도 내실을 다지는 기회가 없었을 수도 있죠.

Q. 육성사업 참여하기 위해 발표를 하거나 심사를 할 때, 심사위원들이 더 클린산업에 대해서 가장 많이 물어보던 것이 무엇이던가요?

아무래도 차별성이었죠. 그리고 환경, 청소 부분의 사회적기업하고의 시장 충돌 등이요. 그런 질문에 지속해서 답해가는 과정에서 사업의 방향도 확실히 잡히고, 나름대로 경쟁력도 좋아졌다고 생각해요. 그런 심사나 피드백 등의 과정이 없었다면 이렇게 성장하기는 쉽지 않았을 것 같아요. 그 과정에서 시설관리나 에어컨 청소, 소방설비 점검 등의 기존의 사회적기업이 하지 않았던 영역까지 정리할 수 있었고요. 육성사업을 준비하면서 지금의 사업모델이 완성되었다고 볼 수 있을 것 같아요.

사실은 티가 난다.

김춘식 영업부장은 웃으면서 멘토링 비화를 공개했다. "고민 안하고 사업계획서 써가니까 티가 나더라고요. (웃음) 멘토 분들께 정말 많은 도움을 받았어요. 잔소리도 많이 들었지요."

Q. 1년간의 멘토링은 어떠셨나요?

물론 멘토 분들께서 설비나 전문영역에서의 조언은 해주실 수 없었지만, 더 클린산업이 무엇을 고민해야 하고, 비즈니스적 가치와 사회적 가치를 어떻게 창출해 나가야 하는지에 대해 그때그때 고민을 던져주시니까 정말 많은 도움이 되었죠. 멘토들이 문제를 던져주고 그걸 저희가 해결해 나가고. 사업계획서 보완도 참 많이 했고…. (웃음) 가끔 쑥스럽기도 했지만, 그런 훈련들이 매우 많은 도움이 되었죠.

Q. 사회적기업 육성사업을 준비하는 후배들에게 해주고 싶은 말이 있다면요?

어렵게 생각할 필요는 없는 것 같아요. 고민하고 안절부절못하고 주저했던 과정도, 시간이 지나고 문제를 하나하나 해결해 나가면서 개선이 되는 것 같아요. 저희도 시작할 땐 지금과 같은 사업모델이 아니었지만 멘토 분들과 함께 고민하고 해결해 나가면서 사업이 점차 체계화되고, 구체적으로 발전하게 되더라고요. 너무 어려워하지 말고, 하나하나 해보는 게 좋은 것 같아요.

Q. 앞으로 더 클린산업을 어떻게 발전시켜 나가고 싶으세요?

요새는 청소하는 데 필요한 소모성 자재들은 인터넷으로 구매를 많이 해요. 그런데 청소 업무의 경우에는 현장에서 바로 필요한 경우가 있거든요. 그런데 군산에 업체가 하나밖에 없어요. 소비자 가격도 매장이 인터넷 제품보다 훨씬 비싸고요. 그래서 한군데 정도는 더 있어도 되겠다는 생각을 했어요. 저렴한 가격에 청소용품을 판매하는 매장을 운영하는 거죠. 이 계획을 '무균지대'라는 군산의 또 다른 환경 분야 사회적기업과 협력하고 있습니다. 11월 정도면 시작할 수 있을 것 같고, 내년 2월 전에는 창고형 매

장에 물품을 갖추고 본격적으로 영업을 시작해보려고 해요.

Q. 사회적기업끼리의 협업이네요.

앞으로 군산 안에서는 협동조합 형태로 가고자 하는 계획도 있습니다. 청소업체들의 협동조합을 만들어서, 군산 안에서 우리의 역할이나, 우리가 취약계층에게 무엇을 해 줄 수 있는가에 대한 고민을 해 나갈 것 같고요. 함께 할 수 있는 일은 공유하고, 같은 생각을 하고 있는 분들과는 협업하는 게 맞는다고 생각해요. 장기적으로도 그게 좋을 것 같고요.

사회적기업 '무균지대'

무균지대(대표 김은희)는 군산지역자활센터 자활근로사업인 청소사업단으로 2009년 시작하여 2010년 예비사회적기업으로 지정됐으며, 2013년 3월 사업적기업으로 인증을 받았다. 사회복지시설과 공공시설, 교육시설 등 전문청소, 소독 등을 시행하여 깨끗한 환경을 조성하고 있으며, 저소득층의 안정적인 일자리를 창출하는 사회적기업이다.



사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



주거

고용취약계층 문제 및 생활안전문제가 증가하고 있다.

여전히 노인인구의 고용문제는 심각한 문제로 인식되고 있으며, 해결해야 할 문제로 자리잡고 있다. 또한 최근 안전에 대한 인식이 날로 높아짐에도 불구하고 우리 생활 속 안전은 무분별한 상태로 방치되고 있다.

분석 Analysis

생활안전 문제는 사전 점검을 통해 예방할 수 있으나 제대로 시행되지 않고 있다.

많은 건물주들이 건물 내/외부 청결상태에는 신경을 쓰고 있으나 소방설비나 전기설비 등의 안전은 청결 문제에 비해 소홀하다. 또한 건물뿐만 아니라 아동안전에 대해서도 전문 역량의 부족으로 점검상태가 미흡하다.

접근 Approach



고용창출과 안전문제를 동시에 해결할 수 있도록 비즈니스를 결합하다.

건물을 관리하는 입장에서 청소는 필수 불가결한 요소이다. 따라처 반드시 해야하는 건물 내/외부 청소 시 안전설비 점검을 동시에 시행하는 것으로 시간과 비용까지 절감하고자 했다.

더클린산업

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

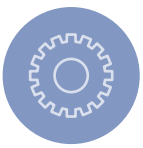

상품

서비스(청소, 설비관리 용역)

더클린산업은 청소용역 수주시 건물주를 설득하여 안전설비 점검까지 진행하게 하였다. 고용취약계층 문제는 청소용역을 통해 해결하고자 하였으며, 안전문제는 관리자가 직접 청소 업무시간에 파견되어 관리하고 있다.

전략 Strategy


생산


운영


전달


확장

수직적 통합

더클린산업은 건물의 운영에 필요한 설비, 안전, 청소 용역 서비스를 일괄적으로 통합하여 제공하고 있으며, 차후 청소 소모품 자재사업까지 런칭할 계획이다. 이는 건물관리에 관한 원스톱서비스로서 건물주에게는 편의를 제공하며, 더클린산업에게는 타 업체와의 차별성으로 작용하고 있다.



18

제너럴피트니스
윤성영 대표

"아직도 뚱뚱하고 못생기셨나요? 이제 못생기기만 하세요."
연일 자극적인 문구와 사진으로 몸짱을 강요하는 피트니스 센터 광고는
보는 사람으로 하여금 눈살을 찌푸리게 만들기 일쑤이다. 헌데 여기
피트니스라는 이름을 달고 나타난 사회적기업이 있으니 바로 운동
소외 계층을 위한 맞춤형 운동 공간 제너럴피트니스이다.
운동 소외 계층이란 누구이며 그들의 고충은 무엇이기에 이런 공간이
만들어졌는지, 부산시 연제구에 위치한 이 곳이 궁금하다.





제너럴피트니스 윤성영 대표

“소통과 공감을 나누는 **맞춤형 운동 문화** 공간”

내 몸에 맞춘 운동 매뉴얼

제너럴피트니스의 윤성영 대표는 컴퓨터를 사용하거나 업무를 볼 때뿐만 아니라 가방 하나를 메더라도 우리 몸에 맞는 매뉴얼이 필요하다고 주장한다. 척추 모형과 각종 의학 서적으로 가득한 그의 사무실은 이러한 주장을 입증하는 듯, 전문적인 상담을 받을 수 있을 것 같은 분위기를 자아냈다.

Q. 만나서 반갑습니다 윤성영 대표님. 제너럴피트니스는 어떤 곳인가요?

제너럴피트니스는 제너럴이 갖는 일반, 보편의 뜻을 피트니스라는 운동에 확장 적용한 공간입니다. 예쁜 몸 만들기에 치중된 일반 피트니스 센터와 달리 운동 소외 계층이 마음 놓고 운동할 수 있는 환경을 제공하기 위해 만들어졌습니다.

Q. 운동 소외 계층이란 다소 낯선 개념 같아요.

운동 소외 계층이란 장애인을 포함하여 신체적, 정신적인 문제로 인해 운동에 참여하기 어려운 분들을 말합니다. 흔히 운동은 마음만 먹으면 할 수 있는 것 아니냐고 생각하시는 분들이 많습니다. 하지만 누군가에게는 정말 간절한 것일 수 있습니다. 조금만 눈을 돌려봐도 대부분의 운동시설이나 프로그램이 일반인에게 맞춰져 있는 것을 알 수 있어요. 특별히 5년 정도 병원에서 물리 치료사로 근무하면서 운동을 하고 싶어도 어찌할 바를 모르는 분들을 많이 만나게 되었습니다. 재활 운동을 받으시는 분들의 경우 일정 기간이 지나면 병원에서 가정으로 복귀해야 하는데 이용할 수 있는 마땅한 운동시설이 없어요. 일반 헬스장에 가면 오지 말라하고 의료 시스템에서는 더 이상 할 게 없다고 말하니까요. 누구보다 가까이서 그 분들의 고충을 보고 듣다 보니 이걸 사업적으로 풀어내야 할 필요성을 느꼈습니다.

Q. 구체적인 사업 영역은 어떻게 되나요?

크게 운동 사업, 교육 사업, 문화 사업 세 분야로 나눌 수 있습니다. 운동 사업의 경우 장애인이나 재활 운동이 필요한 분, 척추측만이 있는 청소년 등 직접 센터를 방문해서 1대1로 한 시간씩 맞춤형 운동 수업을 받는 회원들이 있습니다. 장애나 질병이 없는 주부, 직장인, 어르신 분들도 찾아오십니다. 교육 사업은 제가 밖으로 나가서 장애인 복지관이나 대안 학교와 연계해 제공하는 수업입니다. 마지막으로 문화 사업은 일종의 음악 치료 과정인데요, 제가 가진 작은 달란트 중 하나인 음악을 통해 운동 소외 계층 분들의 마음을 만져주는 겁니다.

Q. 상당히 다양한 측면으로 운동에 접근하시는 것 같습니다. 운동 수업은 내용이 어떻게 되나요?

센터 수업의 경우 회원들마다 운동하는 이유도 처한 상황도 다르기 때문에 상담을 통해 수업 방향을 잡아갑니다. 척추측만증이 있는 학생의 경우 자세 교정 위주로 수업을 진행하고 일반 성인은 각 직업군에 따른 운동 방법을 지도합니다. 예를 들어 선생님은 판서를 많이 하기 때문에 야구 선수 만큼이나 반복 동작을 많이 한다고 볼 수 있어요. 공장 컨베이어 벨트에서 스크류 작업을 하시는 분도 그렇고요. 예전에 한의사 분이 오신 적 있는데 늘 앉아있고 같은 동작으로 침을 놓다 보니 허리가 아프다고 하셔서 요통 치료 위주로 운동을 지도해드렸습니다. 특별히 요즘엔 악기를 연주하는 분들에게 관심 갖고 있어요. 고도의 집중력을 발휘해서 장시간 같은 동작을 반복하다 보니 근육이 뭉쳐있는 경우가 많거든요. 이런 식으로 각 사람의 이야기를 듣고 거기에 맞는 운동을 제공합니다.

Q. 외래 교육 사업의 경우도 비슷한가요?

운동 프로그램을 받는 분에게 맞춘 수업을 제공한다는 면에서는 공통점이 있습니다. 외래 수업은 대부분 보건소 관련 사업으로 의뢰가 들어와요. 어머님을 위한 운동, 어르신을 위한 운동 같은 식으로요. 구청과도 연계하여 낙상 예방 과정 및 지도자 양성 프로그램을 진행하고 있고요. 또 대안 학교에서 체육 수업을 진행하기도 합니다. 대안 학교 학생들의 경우 음악이나 미술 수업은 특화된 반면에 체육 수업은 탁구 같은 실내 활동이 많더라고요. 장애가 있는 친구들도 있다 보니 자세 교정과 균형 잡기 위주로 수업을 진행합니다. 특히 시각 장애아동의 경우 시각적인 피드백을 받을 수 없기 때문에 스스로 바른 자세를 잡기 힘들어요. 지적하는 부모님이나 선생님도 정확한 바른 자세를 모르는 건 마찬가지고요. 이런 상황에서 자세 교정과 함께 균형 운동을 통해 몸이 바른 자세를 기억할 수 있도록 도와줍니다.

Q. 전반적으로 바른 자세에 관한 지도를 많이 하시는 편이네요.

바른 자세로 앉는 건 무척 중요한 일입니다. 독일의 경우 1970년대부터 자세의 중요성을 깨닫고 학생들을 대상으로 바른 자세 교정 운동을 시작했어요. 학생들이 자라서 산업 발전을 위해 일해야 하는데 아프면 안되니까요. 반면에 우리나라는 초등학교부터 고등학교까지 한 번도 올바른 자세에 대한 교육을 받지 못하는 경우가 대부분입니다. 요즘 학생들 사이에 척추측만증이 많이 생기는 이유도 이 때문이라고 봐요. 처음에는 공교육 기관에 들어가서 수업을 진행하고 싶었지만 벽도 높고 진입하기 쉽지 않아서 우선 대안 학교 위주로 수업 진행 중입니다.

마음의 문을 여는 음악의 힘

음악이 사람의 마음을 움직이는 도구라 믿고 있는 윤성영 대표는 병원에서 물리치료사로 근무할 때부터 매주 윤 선생의 음악 교실을 운영했다고 한다. 사람의 마음을 여는 방법에는 여러 가지가 있지만 자신에게는 음악이라는 달란트가 있어 기쁘다고 말하는 윤 대표는 생업을 통한 사회 공헌 활동도 게을리 하지 않는다.

척추측만증

척추측만증(척추옆굽음증)은 척추가 옆으로 굽어 있는 형태 자체를 나타낸 병명이다. 척추옆굽음증 내에는 여러 가지 원인이 있는데 그중에서 가장 흔한 것은 청소년이 성장기에 원인을 알 수 없이 척추가 옆으로 굽는 것으로, 이를 '청소년기 특발성 척추옆굽음증'이라 한다.

의자로 교정하는 바른 자세?

바른 자세 교육을 강조하는 윤성영 대표에게 시중에 나와 있는 교정 의자에 대한 의견을 물었다. 돌아온 답은 어딘가에 기대서 바른 자세를 잡는 것은 근육을 약하게 만들어 결과적으로 좋지 않다는 사실. 왼손잡이를 오른손잡이로 바꾸기 위해선 다분한 노력이 필요한 것처럼 좋은 자세 역시 능동적인 태도가 가장 중요하다.



나의 노래를 통해

윤성영 대표는 실제 인터뷰 중 기타를 가져와 취재팀에게 직접 자작곡을 들려줄 만큼 음악에 대한 사랑과 조예가 깊다. 따뜻한 노랫말과 부드러운 선율에 담긴 그의 목소리가 몸이 불편한 사람들에게는 얼마나 더 큰 울림으로 다가갔을지 직접 보지 않아도 미루어 짐작할 수 있었다.

Q. 운동과 음악이 함께 가는 문화 사업 역시 제너럴피트니스만이 갖는 특징이라고 볼 수 있을 것 같아요.

물리 치료사로 근무할 당시 운동을 가르쳐 드리고 싶어도 환자 분들의 마음 문을 열기가 무척 힘들었어요. 신체적으로 불편하다 보니 심리적으로도 외톨이가 되고 몸도 마음도 경직된 경우가 많았거든요. 그럴 때 기타를 치면서 노래를 불러드리면 어르신들의 경우 무척 좋아하시면서 자연스럽게 박수 치면서 손이라도 움직이시더라고요. 이런 식으로 음악을 통해 운동에 대한 동기를 유발했습니다. 또 병원에 가면 실제로 의사를 만나는 시간은 5분에서 10분을 넘지 않다 보니 환자들이 자기 얘기를 털어놓을 시간이 없습니다. 저는 1시간 가까이 개인 상담을 해드리면서 노래도 불러드리니 찾아오시는 분들이 자연스럽게 본인 얘기를 털어놓으세요. 서로가 더 깊게 이해하고 운동에 참여하는 목적을 정확하게 알아가는 과정에서 적극적으로 운동 및 재활 과정이 이뤄지는 겁니다.

Q. 그 중 소개해주실 만한 사연 있으신가요?

한 번은 뇌졸중을 앓았던 50대 아주머니 분을 상담한 적이 있습니다. 운동을 하면서 기타로 노래를 불러드렸는데 내가 언제 이런 노래를 들어보겠냐며 살아온 과정을 쭉 말씀해 주시더라고요. 결혼하신 얘기며 투병 과정 전체와 마음에 입은 상처와 아픔까지요. 10년 전 뇌졸중이 오고 2, 3년 정도 병원에 계시다가 나머지 7, 8년은 혼자 집에 계셨다고 해요. 후유증으로 다리를 절뚝거리셨는데 밖에 나가면 동네 아이들이 놀리기도 하고 가족들 사이에서도 나름의 상처가 있으셨나 봐요. 운동을 통해 뭘 원하시냐

고 여쭤 보니 시댁에서 욕 안 먹고 설거지 할 수 있는 정도로만 몸이 회복되면 좋겠다시는 겁니다. 환자 분의 이야기를 듣고서 혼자 힘으로 설 수 있고 팔을 쓰는 운동을 위주로 지도한 결과 지금은 자신감도 많이 회복되고 제법 편하게 몸을 쓰시게 되었습니다.

Q. 운동 수업을 통한 사회 공헌 활동도 하신다고 들었습니다.

개인적인 소명이자 저 자신과의 약속인데요, 사회 환원 차원에서 보호 시설에 있는 지적 장애아동에게 무료로 균형 수업을 제공합니다. 지적 장애아동의 경우 일반 아이들에 비해 동기 유발이 부족한 편이기 때문에 밸런스 도구를 이용해 균형이 없는 곳에 서게 하면서 억지로라도 근육을 활성화 시킬 필요가 있어요. 아이들의 관심이나 참여도 단순히 태권도를 배울 때 보다 훨씬 높은 편이에요. 아쉽게도 요즘에는 사업이 너무 바빠서 전보다 자주 찾아가진 못하는 편입니다.

Q. 이 외에도 함께하는 단체는 어떤 곳이 있나요?

예전부터 부산 한부모 가족 센터와 연을 맺고 여러 수업을 진행해왔습니다. 처음 몇 회 무료로 수업을 제공해드렸더니 반응이 좋았는지 센터 쪽에서 직접 펀딩을 통해 수업료를 주셨어요. 이런 모습을 보면 얼마나 감사하고 뿌듯한지 모르겠습니다. 복지관 같은 경우에도 처음 몇 회 무료로 수업을 제공하고 이후에는 유료로 전환하는 편입니다. 전체적으로 수업을 받으시는 분들이 좋다는 걸 느끼니까 자연스럽게 향후에 제안이 들어오는 것 같아요.

멘탈 마사지

음악을 통해 사람들의 마음을 만져준다는 뜻에서 윤성영 대표가 지은 제너럴피트니스의 연말 공연 이름. 제너럴피트니스 회원과 지역민을 초청해 직장인 기타 동아리와 함께 멋진 공연을 선보인다.

"꿈을 밀고 나가는 힘은 이성이 아니라 희망이며 두뇌가 아니라 심장이다"
윤성영 대표는 1인 기업이라고도 할 수 있을 만큼 제너럴피트니스 사업의 대부분을 혼자 감당하고 있다. 그렇다 보니 때로는 개인 역량의 한계에 부딪치고 지치기





도 한다. 하지만 자신의 전문 지식을 통해 도움 받는 사람들의 모습을 볼 때마다 사업의 방향성에 대해 다시금 확신을 갖게 된다는 그는 오늘도 힘찬 발걸음을 멈추지 않는다.

스왓(SWOT) 분석

모든 사업과 마케팅의 기본이 되는 스왓분석은 strengths (장점), weaknesses (단점), opportunities (기회) ,threats (위협) 의 첫 글자들을 따서 만들어진 이름이다.

Q. 여러 면들을 봤을 때, 대표님이 단순한 물리 치료사가 아니라 사회적기업가로서 자질을 지니신 것 같아요.

그렇게 봐주시면 저야 감사하지요. 사실 사업 초반만 해도 직장과 병행 하면서 주위 사람 아무에게도 말을 안 했답니다. 저 혼자만 품고 있던 생각이었는데 우연한 기회에 사회적기업가 설명회를 듣고 소셜벤처 대회에 참가하게 되었어요. 난생 처음 인터넷 검색해가며 스왓 분석이 뭔지 찾아보고 사업 계획서를 작성했습니다. 제가 가진 아이디어가 부산 지부에서 통과하고 전국 대회에 나가면서 1박 캠프를 가게 되었는데 그 때까지도 병원에 말을 안하고 휴가를 내서 갔으니까요. 그러다 2013년 3기 육성사업에 참가하면서 일을 그만두고 본격적으로 제너럴 피트니스 사업에 집중하고 있습니다.

Q. 특별히 사업을 도와주는 분이 계시나요?

현재는 거의 모든 면을 저 혼자 진행하고 있습니다. 기획 면에서는 같은 물리 치료사인 아내가 함께 해주고요. 주위 동료들과 함께하고 싶어도 그 분들 입장에선 의료 시스템이란 버젓한 직장이 있으니 선뜻 같이 사업 하자고 말하기 어려워요. 늘 확장성에 대해 고민은 하고 있습니다. 지금은 제가 외부 수업을 가면 센터 문을 닫아야 하니까 여러가지로 아쉬운 점이 많지요. 회원들이 많아지고 센터가 조금 더 북적거리면 제 비전을 이해해주는 직원을 모집할 예정입니다.

Q. 확장성 측면에서 많은 공감이 갑니다. 서울에도 제너럴피트니스 같은 곳이 있다면 좋을텐데요.

그런 의미에서 앞으로 제너럴피트니스에게 남은 과제는 시스템이라고 봅니다. 주위 분들도 많은 조언을 해주시는데요, 제가 사회적기업가라고 하기엔 기업가적인 측면에서 조금 부족한 것 같아요. 벤처의 장점은 행동력인데 모든 걸 혼자 하다 보니 부담이 되기도 하고 조심스러운 감이 많습니다. 아이디어와 기획은 좋은데 실천이 따라가지 못하는 것 같아요. 앞으로 육성사업을 통해 멘토 분들에게 조언도 받고 교육에 참가하면서 부족한 점들을 메꿔가려고 합니다.

Q. 그렇다면 힘든 순간에도 불구하고 사업을 이어나갈 수 있는 원동력은 무엇일까요?

마음가짐의 문제인 것 같아요. 2년 전 막연하게 혼자 속으로 꿈꿔왔던 공간이 제너럴피트니스를 통해 지금 현실화 되었는데 왜 이렇게 힘들까 자문하면서 제 자신을 토닥이는 편입니다. 작년에 작은 사무실을 얻어서 공간을 확장해 나오자는 생각이 있었기 때문에 올해 4월 현재 공간을 얻을 수 있던 것처럼 새로운 꿈을 꿔보기도 합니다.

Q. 마지막으로 미래의 제너럴피트니스는 어떤 모습일까요?

혹시 우리나라 카페에서 휠체어 탄 분들이 일반인처럼 커피 마시면서 공부하는 모습

을 본 적 있으신가요? 아니면 헬스장에서 장애우 분들이 런닝 머신을 타시는 모습은요? 저는 제너럴피트니스를 통해서 신체가 불편한 분들이 사회적 차별과 편견 없이 마음 편하게 활동할 수 있는 공간을 만들어 가고 싶습니다. 5년 안에 1, 2층 건물을 하나 얻을 생각이에요. 1층에서는 문화 공연도 하고 일반 카페처럼 휠체어를 탄 사람들이 커피를 마시면서 공부할 수 있는 공간을 만들고 싶어요. 2층에서는 현재 제너럴피트니스가 하고 있는 것처럼 재활 운동과 관련해서 그룹 운동을 진행할 예정이에요. 이런 곳을 구청이나 지자체에 있는 공간을 활용해서 지역별로 확장해가고 싶습니다.



사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(장애인)

장애인의 체육활동을 도와주는 기관이나 전문인력이 부족하다.

누구보다 운동이 꼭 필요한 장애인이나 노인, 환자, 장애아동 등은 운동 공간을 비롯해 이들을 지도해줄 전문 인력의 부재로 인해 운동에서 소외된다. 그 결과 이들은 계속해서 집에만 머물게 되며 운동 소외 계층으로 남아 몸은 물론 마음마저 상처를 입게 된다.

분석 Analysis

장애인이 이용할 수 있는 체육전문 활동 기관이 없다.

기존의 비장애인 중심으로 설계된 피트니스 센터에는 장애인이 활용할 수 있는 시설이 부족하며 사회적 편견으로 인해 이들을 받아주지 않는다. 장애인 시설의 경우 대기 인원이 많아 실질적 사용이 불가능한 것은 물론 제공되는 재활치료 운동 역시 각 사람의 필요를 반영하지 못한 획일적이고 단순한 지시 사항이 주를 이룬다. 심지어 장애인 복지관에서 운영하는 운동 프로그램 역시 비장애인 중심으로 이루어지는 경우가 대부분이며 장애인을 받아주지 않는 경우도 있다.

접근 Approach



기존 헬스 시설과 운동소외계층을 결합하다.

제너럴 피트니스는 전문 헬스 시설에 물리치료사로 오랜 기간 근무한 대표가 가진 지식을 결합한 신개념 운동공간이다. 평소 자신에게 맞는 운동을 할 수 없었던 장애인, 척추측만증 환자, 노인 등 누구나 이용할 수 있으며 대부분의 수업은 1대1로 이뤄진다.

제너럴피트니스

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

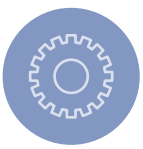

상품

서비스(공간)

제너럴 피트니스는 재활치료에 특화된 공간으로 이에 필요한 전문 장비를 갖추고 있다. 장애 종류에 따른 재활치료를 받을 수 있는 것은 물론, 장애 진단을 받지 않았지만 일반 피트니스 센터 사용에 어려움을 느끼는 주부나 노인도 이용 가능하다. 이외에도 척추측만증 청소년이나 장애아동 역시 자신에게 필요한 맞춤형 운동 서비스를 제공 받을 수 있다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

개인화(Personalize)

제너럴 피트니스는 각 사람에게 맞춘 1대1 맞춤형 운동 서비스를 제공한다. 사람은 모두 몸의 생김새가 다르며 하는 일에 따라 많이 사용하는 근육 역시 다르다. 이에 제너럴 피트니스는 단순한 예쁜 몸 만들기를 넘어 각자의 필요에 맞는 운동을 제공하여 각자 필요한 운동을 할 수 있도록 돕는다. 여기에는 장애인은 물론 노인이나 청소년, 주부 등 평소 운동을 마음껏 할 수 없는 모든 계층이 포함된다.



19

러브시니어
이인옥 대표

은퇴 후, 우울하고 외로운 중년에게 가장 필요한 것은 무엇일까.
러브시니어의 이인옥 대표는 '살아있다는 느낌'이라고 생각했다.
사람과 삶에 대한 애정, 특별히 시니어를 향한 이 대표의 마음은 난생
처음 도전하는 창업의 길로 스스로를 인도했다. 러브시니어는 특별한
공간과 교육 활동을 통해 노년에도, 청년에도 낄 수 없는 시니어들이
혼자서도 놀 수 있는 방법, 삶의 가치를 재발견하는 법을 나누고자 한다.



“애매한 중년을 위한 확실한 공간, 러브시니어”



러브시니어 이인옥 대표

갈 곳 없는 중년에 주목하다

인터뷰를 위해 러브시니어가 운영하고 있는 여수의 ‘사과나무’ 카페에 들어서자, 좀처럼 듣기 어려운 조지 베이커 셀렉션(George Baker Selection)의 ‘I’ve been away too long’이 흘러나왔다. 추억의 다방 커피부터 환절기 감기를 뚝 떼어버릴 것 같은, 직접 곤 대추차까지. 들어선 지 10초 만에 집에 계신 부모님이 생각났다.

Q. 러브시니어를 소개해주세요.

러브시니어를 직역하자면 ‘중년 사랑’이죠. 러브시니어는 여수시에서 이제 갓 은퇴한, 50대 이상의 베이비붐 세대 세대들을 위해 시니어 복합문화 공간과 서비스를 제공합니다. 교양 교육을 통해 시니어에게 자기계발의 기회를 주는 동시에, 추억과 향수를 느끼며 그 세대가 모여 소통할 수 있는 아지트인 ‘사과나무’ 카페를 운영하고 있습니다. 2013년 7월에 법인을 설립했고, 카페는 같은 해 11월에 오픈했어요.

Q. 왜 노인도 아니고 청년도 아닌, ‘시니어’인가요? 그들만의 특성은 어떤 건가요?

시니어는 실버 전 세대인 베이비붐 세대, 즉 50세 이상의 중년을 가리키는 말이에요. 차라리 노인 세대는 경로당도 가고 노인복지관도 가는데 시니어는 갈 데가 없어요. 더군다나 여기는 시골이라, 고작 가는 곳이 산이에요. 또, 시니어 세대는 그 부모님 세대처럼 자식에게 모두 주고 희생하는 세대가 아니고 자기 삶을 살려는 사람들이에요. 그러니 그 이상의 노인과 섞일 수 없는 부류인 거죠. 그 사람들의 아지트를 만드는 게 내 꿈이었어요.

Q. 말씀하시는 특성을 보면 주로 아버지들이 더 소외되실 것 같아요.

네, 엄마들은 비교적 갈 곳이 많은 사람들이에요. 오히려 직장생활이 끝나버린, 동시에 액티브한 시니어들은 “할 일이 없을까요?”, “이제 나는 뭐할까요?” 하시죠. 준비되지 않은 노후였던 거예요. 우울하고 가정에 있으면서도 소외된 것 같고요. 현실은 60에 정년퇴직을 한다고 해도 다시 60을 살아야 하는데 말이에요.

Q. 혹시 말씀하시는 아지트가 소외된 아버지를 가정으로부터 더욱 분리하는 건 아닐까요?

그렇지 않아요. 이 세대는 남성상, 여성상이 너무도 뚜렷한 세대였어요. 더욱이 일만 했던 세대죠. 그래서 더 이런 곳이 필요한 거예요. 예를 들어 음식 만드는 법을 배우면

집 안에서도 할 수 있잖아요. 아버지가 평생 안 해보던 전을 만들어서 손주들에게 줄 수 있다는 거, 사람이 살아있다는 느낌을 주는 거예요. 그야말로 '일상생활하는 방법'을 가르쳐주는 거죠. 교양학습으로서요.

Q. 카페 이름을 '사과나무'라고 지은 이유는 뭔가요?

일단 쉽게 볼 수 있는 카페 이름이 전부 영어잖아요. 나도 무슨 뜻인지 모르겠는데 나이 드신 분들이 보면 얼마나 화가 나겠어요(웃음). 그리고 지구에 종말이 오더라도 심겠다는 한 그루의 나무가 바로 사과나무이기도 하고요. 전에 TV에서 95세 할아버지에게 후회되는 걸 물었더니, 당신이 75세에 '이 나이에 뭘 배워서 뭐해'라고 생각했던 걸 후회하신다는 거예요. 105세에는 후회하지 않으려고 영어공부를 하신다고요. 보통은 그 나이쯤 되시면 아무것도 안 하는 것이 돈을 버는 거라고 하시잖아요. 그런 마음이 아닌, 할아버지와 같은 마음이 사과나무라고 지은 마음과 일맥상통한다고 보시면 됩니다.

사과나무 카페의 메뉴

중년에 초점을 맞춘 사과나무 카페에는 일반 카페 메뉴뿐만 아니라 직접 곤 대추차, 다방커피 등 중년의 입맛과 취향을 사로잡을 메뉴들도 준비되어 있다.

혼자 놀 수 있는 방법을 터득하는 것이 중년의 과제

러브시니어의 사업영역은 두 가지로 나누어져 있다. 중년 세대가 부담 없이 드나들 수 있는 공간이 사과나무라면, 일상을 더 잘 살 수 있도록 돕고 북돋는 것이 '사과나무 문화교실'인 것이다. 나이가 들수록 혼자 노는 방법을 터득하는 것이 가장 중요한 과업이며, 그 동력으로 100세 시대를 살아갈 수 있다고 믿는 이 대표다.

Q. 러브시니어의 교육 프로그램은 어떻게 진행되는 건가요?

처음에는 생산적이고 문화적인 아지트를 만들고자 유료로 시니어스쿨을 만들었는데, 쉽지 않았어요. 생산적이고 전문적인 부분을 교육하려고 하니, 세대 특성과 좀 맞지 않더라고요. 공무원이나 직장생활을 하던 분들이라 그런지 어울리는 게 자연스럽지 않았고, '진행되는 것 보고 잘하면 내가 가겠다' 하는 식의 관망하는 태도가 있었달까요.

Q. 그럼 프로그램에 변화가 있었겠네요.

네, 지금은 기존의 시니어 스쿨보다는 '사과나무 문화교실'이라는 취미교실 위주에요. 서예교실, 노래교실, 바둑교실, 한글교실, 친구 만들기라는 이름의 상담교실, 사람책과 같은 단편 프로그램들을 운영하고 있어요. 각 교실당 1주에 1회씩, 각 반은 5명에서 20명까지 다양하고요. 비용은 준비물비 외엔 전혀 없습니다. 강사분들이 반은 재능기부로 함께해 주고 계십니다.

Q. 시니어 분들의 지속가능한 노후 대비를 위해 직업교육도 진행하시나요?

준비 중입니다. 사실 직업까지는 아니고 돈을 버는 취미의 관점으로 보고 있습니다. 톨 페인팅(Tole-painting) 아시나요? 나무나 금속, 천 등에 그림을 그리는 공예 기법인데요. 그걸 수업시간에 하려고 했습니다. 시니어 분들이 작업을 하시면 그걸 전시해서 팔려고 했었어요. 정교한 기술을 필요로 하는 게 아니거든요. 만들어서 여기저기서 전시해서 팔아서, 큰 금액이 아니더라도 사람들에게 수익을 창출해주고 싶었어요. 작은 콩나물시루에 콩나물을 키워볼까도 고민하고 있고요.

톨 페인팅(Tole-painting)

주석이나 나무로 된 가구에 칠하는 장식적인 페인팅. 16세기~17세기경 유럽의 귀족이나 상류계급 사람들의 가구, 또는 함석재 주방용품을 장식하기 위해 그림을 그려 넣는 것에서 시작되었다.

액티브 시니어

은퇴를 앞둔 베이비부머 세대를 중심으로 연륜과 경력 뿐만 아니라 튼튼한 경제력까지 갖춘 새로운 소비계층을 말한다. 미국 시카고대 심리학 교수인 버니스 뉴가튼이 처음 사용한 용어로 미국 경제의 주축인 베이비부머 세대가 은퇴를 앞두고 가족중심의 소비패턴이 자기계발, 패션, 미용 등 자기중심으로 변화하는 것을 포착하며 만들어낸 용어다. 2014년 기준 액티브 시니어는 전체 고령인구의 27%를 차지하는 것으로 나타났으며 이들의 규모는 시간이 지날수록 더 확장될 예정이다.



Q. 사과나무 카페도 교육과 같은 취지에서 운영되는 것 같아요.

네. 생산적이고 문화적인 아지트를 만들고자 사과나무 문화교실이 생겼는데, 다른 한편으로 이들의 추억을 되돌려줄 수 있는, 향수를 느낄 수 있는 곳을 만들고 싶었어요. 요즘은 노인들도 다방에 가는 게 아니라 스타벅스에 가거든요. 더 고급스러운 문화를 향유하고 싶은 욕구가 있는 거예요. 그래서 메뉴도 구닥다리가 아닌, 사람들의 입맛에 맞는 것들로 구성하고요. 아지트라는 말이 잘 와 닿지 않았었는데, 하다 보니까 정말 아침밥 먹고 오고, 오면 친구 만나고, 일 있으면 가는 식으로 일상생활의 근거지라는 생각이 들더라고요. 그런 사람들을 보면 참 잘 산다는 생각이 듭니다.

Q. 카페에 대한 반응은 어떤지 궁금해요.

잘 이용해주시는 분들도 많아요. 한편으로는 카페에 바둑판이나 체스, 보드게임 등 놀 수 있는 도구들을 갖다놓았는데 이용하기를 불편해하시는 경우도 있더라고요. 나이 드신 분들은 자기가 와서 공간 분위기에 폐를 끼친다고 생각하시는 것 같아요. 이 분위기가 노인과 맞지 않는다고 느끼시는 거죠. 어지르면 안 될 것 같고 시끄럽게 하면 안 될 것 같은 분위기인 거예요. 그런 면에서 조금 더 손을 봐야 해요. 조명은 더 컴컴하고 의자는 더 푹신해야 하지 않을까 싶어요. 시니어들이 한 달에 한 번 노래자랑도 하고 시낭송회, 전시도 할 수 있는 공간, 어느 정도 문화를 향유할 수 있는 중년을 위한 공간을 만들고 싶은겁니다. 이곳에 드나드는 일이 자존감을 높이도록요. 평상시에는 카페와



교육공간을 겸하는 이 공간을 대여해주기도 합니다. 동아리 활동을 하는 대학생 모임부터 지난 연말엔 조그마한 어린이 집에서 발표회도 했어요. 주변에 이런 식으로 공간을 대여하는 곳이 우리 외에는 없어요.

가장 강력한 힘, 뿌리 깊은 애정

복지관에서도 일을 했었던 이 대표는 관심사가 왜 나이 드신 분들이냐는 물음에 그저 그들이 가장 편하고, 귀엽고, 함께 있으면 마음이 즐겁다고 대답했다. 이보다 더 강력한 애정이 있을까. 문득 여수의 시니어들은 참 운이 좋겠다는 생각이 들었다. 참고로 아이들이나 청소년들은 좀 무서워하신다고.

Q. 현재 구성원은 어떻게 되나요?

일단 회사 설립할 때 같이 사회복지 했던 동료나 친구, 선배들이 자본금을 투자해 주셨어요. 운영은 제가 하고요. 몇 개월 전까지는 아들과 함께했었습니다. 지금은 일하는 사람들이 모두 55세 이상이에요. 젊은 친구 한 사람만 다문화 이주 여성이고요. 직원분들은 대부분 경력단절 여성분들이라, 너무 재밌다고 빨리 아침이 왔으면 좋겠대요.

Q. 현재 조직적으로 어떤 역량이나 인력이 필요하다고 보시는지요?

시니어라는 타겟이 분명하잖아요. 이분들에 대한 열정과 비전을 지닌 협조자가 있었

오늘의 러브시니어가 있기까지

러브시니어는 이인옥 대표와 러브시니어의 사업취지를 신뢰하는 그녀의 사회복지 업무 시절의 동료와 선배들의 자본금 투자로 시작했다. 바리스타 자격증이 있었던 아들도 카페 설립에 큰 도움을 주었다. 대표로 활동했던 아들 정병석씨는 사업 대상인 시니어들과의 소통에 상대적으로 어머니가 유리한 것을 깨닫고 어머니께 대표직을 양도했다.

시니어 카페

여수에 사과나무 카페가 있다면 서울에는 '시니어 카페'가 있다. 서울시 강남구 논현동에 위치한 '시니어 카페'는 고령자 친화형 전문 카페로 보건복지부, 강남구청, 민간 기업이 참여한 고령자 친화형 전문기업이다. 북 카페, IT 카페와 연계하여 노인들의 문화교류와 소통을 위한 문화공간으로 이용되고 있으며 노인들의 일자리 창출에 효과적이다.

으면 좋겠어요. 직원들이 자기 일은 열심히 해 주시지만, 그냥 내 얼굴만 쳐다보고 있는 게 아니라, 시니어의 문제들에 대해 함께 고민하는 동료가 있었으면 좋겠어요. 시니어 문화공간에 대한 비전이 있는 사람은 제게 연락해주세요(웃음).

Q. 가장 보람을 느꼈던 때는 언제인가요?

40명 정도가 참여하는 와인 교실을 한 적이 있었어요. 와인 매니아 선생님을 모시고 와인에 대한 기초 강의 2강을 했어요. 그 2시간 수업을 하려고 화이트, 레드 와인 잔을 50세트씩 샀어요. 수업 후 와인파티를 했는데 하고 나니 굉장히 스스로 고급스러워진 느낌이었어요. 내가 하이클래스인 거 같은 느낌(웃음), 그런 자긍심이 들었어요. 이 같은 시간을 통해 그런 자긍심을 갖게 해주고 싶은 거예요. 앞으로도 기회가 닿는대로 그런 걸 더 하고 싶어요.

Q. 사회적기업가 육성사업을 해보니 어떠셨나요?

중간 점검이 가능한 점이 좋았어요. 육성사업을 하다 보니 매달 처리해야 하는 게 있잖아요. 멘토로부터 이거 했으니까 다음 스텝에 대한 안내를 받고, 다소 억지로 따라가듯이 하다 보니 정말 다 됐어요. 육성사업이 없었다면 오픈 못 했을지도 몰라요. 하지만 좀 더 크고 확실한 정보를 얻지 못한 부분은 아쉬워요. 저는 사회적기업가로서 정보를 얻을 수 있는 게 현실적으로는 사이트밖에 없거든요. 시니어 교육이나 문화센터 시니어 카페 등 해서 검색해보고 가보고 하는 게 다죠.

Q. 향후 목표를 이야기해 주신다면요?

저는 시니어 복합문화공간이라는 목표가 너무 뚜렷하게 그려져요. 늘 상상이 돼요. 옛날 나이트클럽(?)같이 좀 어수선하면서도 생동감이 있는 분위기요. 완전히 밝진 않지만, 전혀 불편하지 않은 그런 곳이죠. 가면 살아있는 그런 느낌을 얻는, 그런 분위기가



뚜렷이 상상되고 재미있는 일들이 기대됩니다.

Q. 개인적인 목표도 말씀해주세요.

러브시니어를 정상궤도에 올리는 거예요. 직원들에게 최저임금 이상의 급여도 주고 임대료도 나오는 수준으로 끌어올리는 거요. 그 이상의 개인적인 목표라면 저도 어차피 시니어니까 노인에 관련된 사업도 하고 싶어요. 보건소에의 치매노인지원센터와 연계해서 증상이 경미한 치매 환자들에게도 지원교육 프로그램을 하고 싶어요. 그래서 그 상태가 조금이라도 더 유지될 수 있도록 하고 싶어요. 주간보호센터처럼 건강할 때 노인들이 사과나무에 모이고, 상태가 나빠지면 또 모이는 공간이 생겨서 친구 형태를 유지할 수 있도록 하면 좋겠어요. 고상하게 박사과정을 꿈꾼다는 말은 안 하고 싶어요(웃음).

사과나무 카페를 방문하고 싶다면

러브시니어에서 운영하는 사과나무 카페가 궁금하다면 다음 주소로 찾아가면 된다. 전라남도 여수시 학동 77-10



사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(노인)

은퇴한 시니어 세대들이 가정과 사회에서 소속감을 못 느끼고 방황한다.

장년층도 아니고 노년층도 아닌 그 어디쯤. 갓 은퇴하여 어디서 어떻게 여가를 보낼지, 심지어 어떻게 일상생활을 해야 할지도 모르는 중년의 아버지들이 갈 곳을 잃은 채 산으로만 향하고 있다.

분석 Analysis

복덕방, 다방 등 전통적인 시니어 세대의 모임 공간이 사라지면서 중년의 몸과 마음이 향할 곳이 없다.

문제는 이들이 마음 편하게 갈 수 있는 곳이 감쪽같이 사라졌다는 것이다. 젊은이들이 가는 카페에 가기에도 불편하고 노인정에 갈 수도 없다. 따라서 무엇보다도 먼저 중년층이 편하게 쉬고 사람들과 어울릴 수 있는 플랫폼이 필요하다.

접근 Approach



단편적인 여가 시간을 다양한 경험을 할 수 있는 시간으로 대체하다.

러브시니어는 지역사회에 카페 및 교육공간을 열어 중년층의 지루하고 단편적인 여가 시간을 보다 풍요로운 시간으로 대체한다.

러브시니어

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

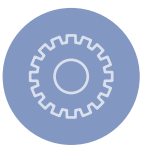

상품

서비스(공간)

러브시니어는 중년들이 삶을 풍성하게 보내도록, 아니면 그저 마음 편히 쉬다 갈 수 있도록 '사과나무'라는 카페를 열었다. 시니어에 맞춘 메뉴와 인테리어부터 와인 교육, 서예 교육 등 문화교육을 제공하여 일상생활을 보다 풍성하게 영위할 수 있도록 돕는다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

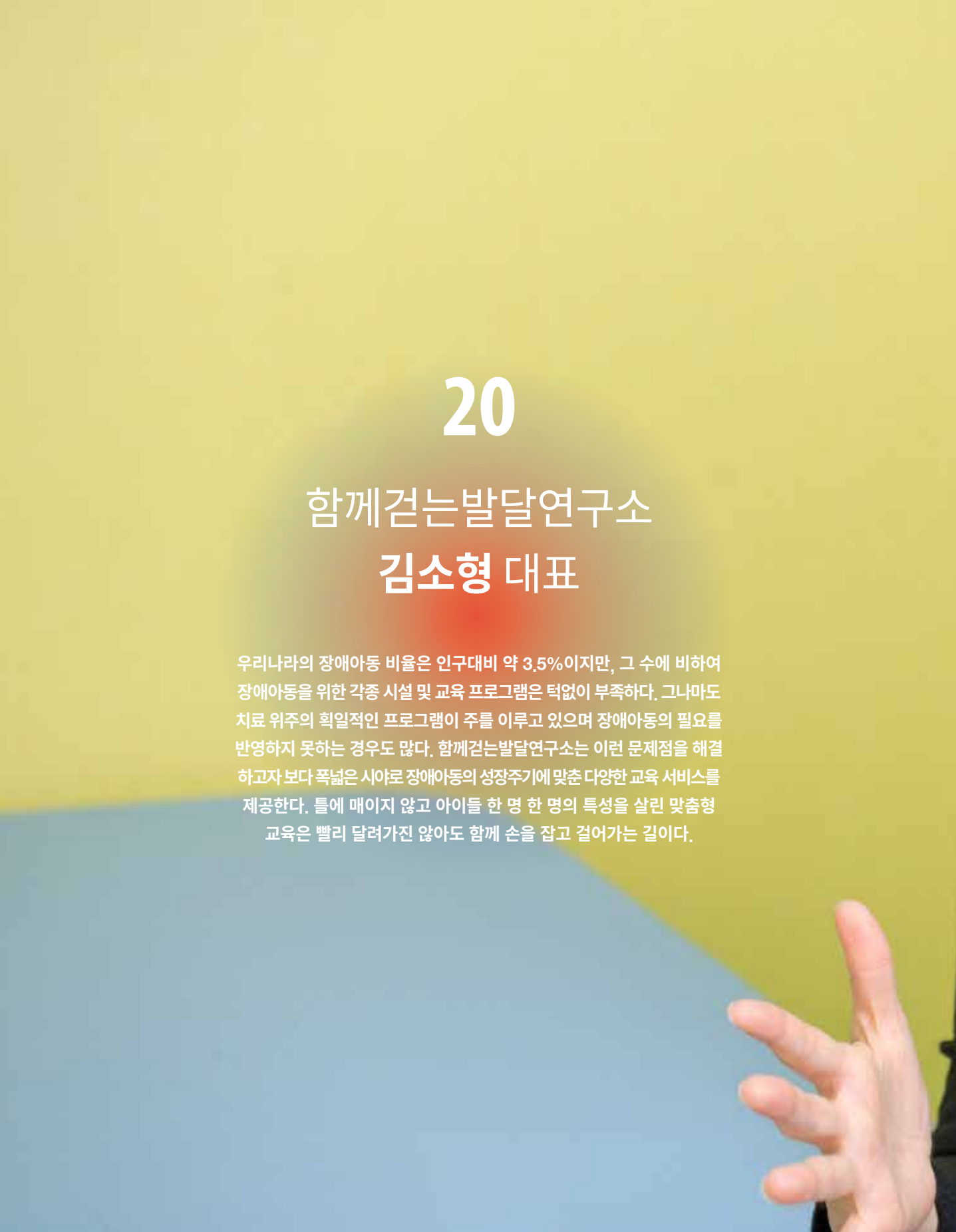
사용자 경험 디자인(User Experience Design)

러브시니어의 '사과나무'는 누구나 쉽게 드나들 수 있도록 편안하게 디자인되어 있으며, 향후 더욱 중년층의 취향에 더 초점을 맞추어 개선하고자 한다. 이에 따라 삶의 흥미가 필요한 중년층 소비자들이 자연스럽게 드나들 수 있도록 유도할 계획이다. 카페에는 단순한 에스프레소 음료를 넘어 직접 곤 대추차, 다방 커피 등 중년층의 입맛에 맞는 메뉴들을 선보이기도 한다.

20

함께걷는발달연구소
김소형 대표

우리나라의 장애아동 비율은 인구대비 약 3.5%이지만, 그 수에 비하여 장애아동을 위한 각종 시설 및 교육 프로그램은 턱없이 부족하다. 그나마도 치료 위주의 획일적인 프로그램이 주를 이루고 있으며 장애아동의 필요를 반영하지 못하는 경우도 많다. 함께걷는발달연구소는 이런 문제점을 해결하고자 보다 폭넓은 시야로 장애아동의 성장주기에 맞춘 다양한 교육 서비스를 제공한다. 틀에 매이지 않고 아이들 한 명 한 명의 특성을 살린 맞춤형 교육은 빨리 달려가진 않아도 함께 손을 잡고 걸어가는 길이다.







함께걷는발달연구소 김소형 대표

"한 손에는 **아이의 손**을, 다른 한 손에는 **엄마의 손**을"

아이의 성장주기에 따른 맞춤형 교육
소아 치료사로 병원에서 11년 가까이 근무한 김소형 대표는 세 살 때 처음 만난 아이가 중학생이 되기까지 누구보다 가까이에서 긴 시간 동안 장애아동을 지켜봐 왔다. 아이들은 자라가며 저마다 다양한 고민을 지니지만 병원에서는 그들을 환자로만 볼 뿐이었다. 여기에 아쉬움을 느낀 김 대표는 병원을 나와 직접 아이들의 성장 주기에 따른 맞춤형 교육 기관을 마련하였다.

Q. 먼저 함께걷는발달연구소를 간단히 소개해주시겠어요?
함께걷는발달연구소는 발달장애아동을 위주로 장애아동의 성장주기에 맞춰 다양한 프로그램을 제공하는 곳입니다. 진단을 받지 않았더라도 장애가 있을 수 있는 아이를 미리 평가하고 각자에게 필요한 맞춤형 프로그램을 제공하거나 타 기관과 연계해주고 있어요. 또 장애아동을 양육하는 부모님의 마음을 돌보는 다양한 심리 프로그램을 제공합니다. 이름 그대로 한 손에는 장애아동을, 다른 한 손에는 장애아동 부모님의 손을 잡고 함께 걸어가는 발달연구소예요.

Q. 이름만으로도 사업의 이미지가 잘 그려지네요. 처음 어떻게 사업을 시작하셨나요?
연구소를 하기 전에 저는 10년 정도 물리치료사로 일했습니다. 소아 치료사로 병원에 11년 차까지 있다 보니 처음 만날 때 세 살이었던 아이가 어느새 중학생이 되어 있더라고요. 시간이 지나면서 장애아동이나 부모의 고민은 더 이상 신체적인 부분이 아니라 학교는 어떻게 할지 사회생활은 어떻게 하나 등 더 다양하게 바뀌어요. 하지만 병원에서는 여전히 장애아동을 환자로만 보고 신체적인 치료 측면에서만 접근한다는 점에서 괴리감이 왔습니다. 이 아이들을 언제까지나 환자로만 볼 수는 없는데 병원에서는 약을 먹이거나 주사를 놔주거나 치료적 운동밖에 안 하는 거예요. 그래서 제가 직접 치료와 스포츠를 겸하여 맞춤형 교육을 제공하는 사업을 해보자는 생각을 했습니다.

Q. 병원보다 더 넓은 관점에서 장애아동에게 접근한다고 볼 수 있겠네요.
그렇죠. 장애아동은 무조건 치료를 받아야 하는 아픈 사람이 아니에요. 이들도 자기가 하고 싶은 즐거운 놀이를 하면서 충분히 바뀔 가능성이 있다고 생각해요. 실제로 스포츠 프로그램을 운영하면서 아이들이 성장하는 모습도 봤고요. 함께걷는발달 연구소에서는 아이들을 한 단계에만 놓고 보는 게 아니라 성장주기에 따라서 각자 특성에 맞는 교육을 제공합니다.

Q. 그럼 현재 사업은 교육 프로그램 위주로 진행하시는 건가요?

교육 프로그램과 함께 지능검사 등 초기 진단 평가도 진행하고 있어요. 실제로 장애아동 부모님을 만나보면 아이가 어렸을 때 문제가 있다는 것은 알았지만, 막상 병원을 가기엔 벽이 있었다고 해요. 그러다 보니 진단도 늦게 받고 치료도 늦어져서 후회하는 모습을 많이 봤어요. 그래서 저희 연구소에서는 의학적 진단이 아니더라도 직접 아이를 보고 문제점을 찾아서 미리 필요한 교육을 받을 수 있도록 안내해드리는 역할도 합니다. 가격도 병원보다 저렴하고요. 병원은 진단절차 때문에 검사비가 한 번에 15만 원을 호가하지만, 저희 연구소에서는 60% 정도 저렴한 가격에 검사를 받을 수 있어요. 전문성 측면에서는 병원과 같고요.

Q. 장애 유형이 무척 다양한데 그중에서 특별히 초점을 맞추신 분야가 있나요?

처음 시작은 신체가 불편한 지체 장애아동이었어요. 지금은 지체 장애아동 외에도 지적 장애나 자폐 등 다양한 장애를 지닌 아동들이 와서 각자 자신에게 필요한 맞춤형 프로그램을 제공 받습니다. 또 장애 진단을 받지 않았더라도 일반 아이들과 섞이기 어려운 경계선에 있는 아이들을 위한 교육도 제공하고요.

Q. 부모님 입장에선 함께걷는발달연구소가 무척 반가운 곳일 것 같아요.

아무래도 저희 연구소에 오면 선생님이 우리 아이를 위하여 무언가를 해준다는 느낌을 더 강하게 받으시는 것 같아요. 그러다 보니 자연스럽게 유대관계가 형성되고요. 프로그램을 짜놓고 거기에 아이를 맞추기보다는 아이의 성향을 고려하고 성장 과정에 따라 필요한 프로그램을 제공하는 방식입니다. 학교에 들어갈 준비를 해야 하니 이런 교육은 조금 줄이고 저런 교육을 늘려보자는 제안도 하고요.

Q. 맞춤형 교육을 제공한다는 점이 함께걷는발달연구소에 어떤 강점으로 작용한다고 보시나요?

어떤 조직에 속해있으면 그 조직의 매뉴얼을 따라갈 수밖에 없어요. 틀을 벗어나면 안되니까요. 반면에 저희는 저희가 좋다고 생각하는 것, 필요한 교육을 그때그때 제공할 수 있습니다. 한 번은 이런 일이 있었어요. 저희 연구소에 앞이 안 보이는 시각 장애아동이 한 명 있는데 어느 날 동생이 따라온 거에요. 형이 무슨 수업을 받는지 궁금하니까 들어오고 싶어 하길래 그 날 한 번 같이 수업을 해보자고 제안했습니다. 안대로 동생 눈을 가리고 형이 얼마나 불편한지를 느껴보도록 했어요. 40분 정도 수업을 진행하는데 그 사이에 세 번이나 안대를 뜯었다 붙였다 하더라고요. 높은 곳에서 뛰어내리는 연습을 시켰는데 형은 하는 반면 동생은 못하더라고요. 이런 경험을 통해서 막연히 형이 불편하니까 네가 도와야 한다고 말하는 게 아니라 실제로 동생이 형의 어려움을 체험하고 이해하도록 하는 겁니다. 아마 다른 기관이었다면 절대 있을 수 없는 일이었을 거에요. 들어오지도 못하니까요. 지금도 방학이면 한 번씩 형이랑 동생이 같이 오는데 그때마다 시기적절하게 같이 할 수 있는 프로그램을 제시합니다. 아이 중심으로 가니 어머니도 좋아하시고요.

발달장애

발달장애(Developmental Disability)는 정신이나 신체적인 발달에서 나이만큼 발달하지 않은 상태를 말한다. 일반적으로 지적장애, 뇌성마비, 자폐증, 유전 장애, 염색체 장애, 다운 증후군, 전반적 발달장애 등으로 분류한다.

장애아동을 위한 맞춤식 수업

함께걷는발달연구소에서는 장애아동 개개인을 위한 맞춤형 수업을 제공한다.





'함께걷는발달연구소에서 열린 엄마와 아이가 함께하는 케이크 만들기 수업'

한 손에는 장애아동의 손을 다른 한 손에는 어머니의 손을

기존 장애아동기관의 초점이 장애아동에 맞춰져 있었다면 함께걷는발달연구소는 한 손에는 장애아동의 손을, 다른 한 손에는 장애아동 어머니의 손을 잡고 걸어간다. 누구보다 가까이에서 장애아동을 바라보며 남들에게 말 못할 사연을 간직한 그들을 위해 같은 어머니 된 입장에서 장애아동의 어머니를 위로하는 것이다. 이처럼 다양한 힐링 프로그램을 통해 어머니들의 마음을 만지고 나아가 아버지까지 함께 참여하는 가족 프로그램을 만들기 위해 함께걷는발달연구소는 오늘도 새로운 걸음을 내딛고 있다.

Q. 아이를 중심으로 대표님께서 바라보시는 시야가 넓다는 생각이 드네요.

제가 조금 잡학적인 분야에 관심이 많아요. (웃음) 소아 치료사로 일하면서 특수 교육으로 석사 과정을 밟았고 지금은 박사 과정으로 특수체육을 공부하고 있습니다. 제가 치료사이면서 동시에 교육과 연결해보고 운동을 고민하다 보니 이런 공간에서는 무엇을 해야 하는지, 주어진 상황에서 내가 할 수 있는 것은 뭔지 자꾸 보이더라고요. 어머니들도 이런 점을 아시니까 서로 통하는 분들이 계속해서 저희 연구소를 찾아주시고요.

Q. 그 연장선 상에서 장애아동 어머니를 위한 프로그램을 마련하신 거라고 볼 수 있을까요?

그런 셈이지요. 병원에 있다 보면 한 아이를 2, 3년씩 오래 보는 경우가 많다 보니 시간이 지날수록 어머니들께서 속마음 얘기를 많이 해오세요. 가끔은 상담도 하고 자유롭게 이야기를 나누다 보면 이 분들 안에 뭔가 쌓인 게 보이는데 그걸 풀 수 있는 곳이 마땅히 없는 게 안타까웠어요. 저도 부모 입장에서 아이를 돌보다 보니 그 마음에 더 공감



이 가고요. 그래서 아이를 위한 프로그램도 좋지만, 어머니를 위한 힐링 프로그램을 통해 심리적으로 맺힌 걸 풀어낼 기회를 마련하면 좋겠단 생각이 들었습니다.

Q. 구체적으로 어떤 과정이 있나요?

어머니 개인을 위한 프로그램으로는 요가 교실이 열리기도 하고 아이와 함께 케이크 만들기 수업 등을 진행합니다. 그때마다 전문 강사를 초빙해서 신청을 받아 참가자를 모집해요.

Q. 어머니들 반응은 어떤가요?

사실 이게 저희 예상과 조금 달랐던 부분인데요, 저희는 어머니들 호응도가 엄청 좋을 줄 알았어요. 그런데 생각보다 크게 좋아하시지 않더라고요. 다들 일정이 있으니 시간을 맞추기도 쉽지 않고 또 생업이나 다른 자녀가 있는 분들도 있다 보니까 생각만큼 응집력이 있진 않았어요. 하지만 분명 필요한 부분이란 점에선 확신하고 있습니다. 앞으로 더 다양한 시도를 해볼 생각이에요.

Q. 특별히 그려두신 그림이 있으신가요?

최종 목표는 가족 프로그램 만들기예요. 장애아동 한 명을 위한 것이 아니라 어머니, 아버지 다른 식구 등 점점 범위를 넓혀서 온 가족이 함께하는 교육 및 체험 활동을 제공하고 싶어요. 이건 저희 연구소 혼자 힘으로 할 수 없는 부분이기 때문에 주위에 다른 기관과 연계를 통하여 나갈 생각입니다. 일회성 행사로 끝낼 부분이 아니라 장기적 프로젝트로 가야 한다고 봐요. 그러기 위해선 인력 풀을 활용하여 양질의 프로그램을 마련하는 게 관건이고요. 교육 기관끼리 모여 협동조합을 만드는 것도 하나의 방법으로 보고 있어요. 유치원이나 어린이집과 협약을 맺어서 초기 평가 서비스를 제공하거나 취약 계층 아이를 대상으로 교육 기회를 제공하는 식으로요. 또 음악치료나 미술치료를 접목하고 체육 활동을 활용하는 등 방식은 다양합니다.

Q. 함께걷는발달연구소는 이름처럼 다른 기관과도 함께 걸어가는 느낌이네요.

저희 연구소 혼자 다 할 수 있는 것은 아니니까요. 전문가들이 계속 모여야 한다고 생각해요. 함께걷는발달연구소 안에도 선생님마다 경력과 특징이 다르므로 서로 강점을 살려서 운영합니다. 저는 병원에서 근무했지만, 복지관에서 물리치료사로 일하셨던 선생님의 경우 복지관 특징을 살려서 아이에게 다양한 프로그램을 제시하고 현재 복지와 직업재활 쪽으로 공부도 하고 계세요. 아이들을 돌보는 동시에 나중에 아이들이 성장했을 때 먹고 살 기회를 찾는 것에 대한 고민도 함께하는 거죠.

출산 휴가

함께걷는발달연구소는 현재 우연찮게도 근무하는 선생님 모두가 갓난아이와도 함께하는 발달 연구소가 되었다. 지난 9월 첫 아이를 낳은 김소형 대표를 시작으로 임신 중인 선생님이 벌써 둘이나 되니 말이다. 출산과 육아로 인해 여성의 사회생활이 쉽지않음을 누구보다 잘 알고 있는 김소형 대표는 여성 근로자의 어려움을 헤아리고 믿을 수 있는 안전하고 편안한 일자리를 제공하고자 한다.

지나온 길, 나아갈 길

김소형 대표가 뱃속에 첫 아이를 품은 상태로 1년 동안 누구보다 열심히 달려온 결과 3기 육성사업이 끝난 함께걷는발달연구소는 현재 예비 사회적기업으로 인증을 받은 상태이다. 만삭의 몸으로 힘 있게 사업을 추진한 것은 물론 출산 휴가 중 인터뷰를 위해 한 달여 만에 다시 연구소에 나온 김소형 대표의 눈은 여전히

일에 대한 열정으로 반짝이고 있었다. 그 눈빛만으로도 그녀가 앞으로 얼마나 힘 있게 나아갈지 어림짐작할 수 있었다.

한국문화예술교육원

함께걷는발달연구소와 같은 경상남도 창원시에 소재한 한국문화예술교육원은 음악치료를 중심으로 장애인 오케스트라를 구성하여 운영 중이다. 특별히 두 팀은 KDB 대우증권에서 운영하는 'JUMP-UP 프로젝트'를 통해 '함께 걷는 예능교실'을 운영하기도 했다.

Q. 사회적기업 중에도 함께 하는 기관이 있으신가요?

지금 저희 연구소 바로 옆 건물에 장애인을 대상으로 음악치료를 제공하는 사회적기업이 있어요. 저희는 어린아이들에 초점을 맞추고 있다면 여기는 고등학생부터 성인을 대상으로 오케스트라를 편성해서 운영 중이에요. 악기를 배우는 건 물론 무대에 올라가는 경험을 통해 자존감을 키우는 기회도 되는 셈이죠. 아무래도 장애아동은 엄마 품에만 있기 쉬우니까요. 이쪽에서 음악 외 다른 부분에 대한 평가가 필요하면 저희 연구소에 의뢰해서 검사를 받고 저희도 돌보던 아이들이 성장하면 이쪽 프로그램을 권해보는 등 서로 연계가 잘 되어 있습니다. 사실 그쪽 대표님과 제가 특수교육 석사 과정에서 만난 친구사이기도 해요. 친구가 먼저 육성사업 2기를 통해 사회적기업을 시작하는 걸 보고 저도 뛰어들게 되었어요.

Q. 물리적으로도 심리적으로도 가까운 곳에 비슷한 분야의 사회적기업이 있다는 점이 시작 선에서 남다른 영향을 미쳤을 것 같아요.

아무래도 초기 과정을 가까이에서 볼 수 있다는 점에서 도움도 받고 참고도 할 수 있었던 것 같아요. 밖에서만 바라보면 환상 같은 게 있을 수 있는데 너무 쉽게 생각하지 않길 바라는 마음에서 친구가 힘들고 어려운 부분도 많이 이야기해준 까닭에 객관성을 가지고 활동할 수 있었습니다.

Q. 시작부터 무장하고 들어가신 셈이네요. 실제로 육성사업을 받아보시니 어떠셨어요? 예상만큼 힘드셨나요?

다른 것보다 행정적인 문제 때문에 고생을 좀 하지 않았나 싶어요. 아이들 돌보면서 사업하는 것도 힘든데 서류 작성에 치이다 보니 행정처리를 위해 살고 있다는 생각마저 들 정도로요. 기관별로 맞춰서 이중으로 작성해야 하는 문제도 있고 형식을 지켜야 한다는 게 힘들었어요. 그래도 지나고 보니 한 번 제대로 하고 나니까 이후 다른 지원 사업을 신청할 때 훨씬 편하더라고요. 저희처럼 작은 회사에서 이런 절차를 다 배우기 쉽지 않은데 행정적 기반을 잡았다는 점에서 큰 경험을 했다고 생각합니다.

Q. 전반적인 육성사업 경험을 바탕으로 제안하고 싶은 점 있으신가요?

개인적으로 1년이라는 사업 기간이 다소 짧은 감이 있지 않나 싶어요. 1년이라고 해도 실제로 시작하는 건 5월 무렵이니 거의 6, 7개월만 하는 셈이기도 하고요. 2년이 너무 길다면 기간을 1년 반 정도로 잡고 사업을 차분하게 이어나갈 수 있으면 좋겠습니다. 육성사업이 끝난 후에도 지속적인 사후 관리를 통해 커뮤니케이션을 이어나가고 싶고요. 마음 맞는 대표들끼리 모여서 가끔 이야기를 나누긴 하지만 지방은 아무래도 서울만큼 기관이나 업체들이 모여있진 않은 편이에요. 다른 지역 대표와도 만나서 이야기를 나누다 보면 궁금증을 해소하게 되는 경우가 있는데 이런 게 실질적인 교육이 아닐까 싶습니다.

Q. 마지막으로 함께걷는발달연구소는 앞으로 어떤 방향으로 나갈 생각이신가요?

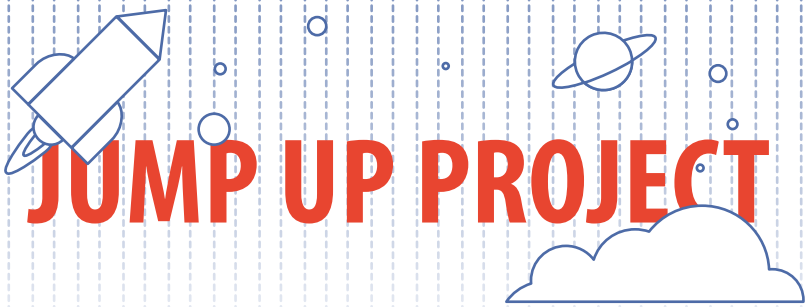
우선 여유를 갖고 직원들과 함께 사회적기업에 대한 공부를 해야 한다고 봐요. 계속 말씀드렸듯이 다른 전문인력과의 관계를 다지고 프로그램을 짜는 것도 남은 몫이고요. 사업적 초점 역시 아이들에게 맞출지 취약계층 서비스 제공으로 갈지 아니면 어머니들 대상의 힐링 사업을 중점적으로 할지 등 계속 고민해야 할 것 같습니다. 가장 큰 그림이라면 장애아동을 위한 스포츠 사업을 펼치고 싶어요. 실제로 일반인 중 평소 수영이나 헬스 등 스포츠를 즐기는 비율이 48%이지만 장애인의 경우 스포츠 참여율이 7~8%밖에 되지 않아요. 외국과 비교하면 우리나라가 개선해나가야 할 부분이라고 생각합니다. 그래서 저희 목표는 2호 연구소를 내는 것이 아니라 좀 더 탁 트인 공간에서 아이들이 자유롭게 뛰어놀며 다양한 활동을 할 수 있는 공간을 마련하는 거예요.

서류작성의 끝을 보다

육성사업 동안 김소형 대표에게 가장 힘들었던 건 다름 아닌 각종 서류작성이었다. 상위기관별로 양식도 모두 달라서 당시엔 머리가 아팠지만 이젠 어떤 서류를 작성하더라도 자신이 있다.







함께걷는발달연구소& 한국문화예술교육원

“함께 걷는 예능교실”

WHAT IS JUMP-UP PROJECT?

청년창업 활성화와 사회적기업의 지속적인 성장을 지원하기 위해 사회적기업 경기재단, 한국사회적기업진흥원과 함께 2012년부터 진행해온 KDB대우증권의 사회공헌 프로젝트. 2개 이상 기업의 컨소시엄 사업단 형태로 참여 가능하다. 사회적기업가 육성사업 중 법인기업 및 (예비)사회적기업으로의 진입의지가 있는 기업이 반드시 컨소시엄 기업 중 한 곳으로 포함되어야 한다. JUMP-UP 프로젝트에 선정되면 취약계층 대상의 사업을 직접 진행할 수 있는 사업비를 지원해준다. 사회적기업가 육성사업팀에게는 또 한번 발돋움 할 수 있는 좋은 기회다.

‘함께 걷는 예능교실’은 경상남도 창원에 소재한 두 장애아동 기관이 뜻을 모아 만든 JUMP-UP 프로젝트 사업팀이다. 발달 장애아동에게 체육 활동을 제공하는 ‘함께걷는발달연구소’와 장애인 오케스트라를 운영하는 ‘한국문화예술교육원’이 체육과 음악이라는 서로의 재능을 살려 시도한 이번 사업은 6명의 장애아동으로 구성된 유아 앙상블팀인 ‘리틀 앙상블’ 운영이었다. ‘리틀 앙상블’ 팀은 다가오는 연말 생애 첫 공연을 앞두고 있으며 앞으로도 계속해서 활동을 넓혀갈 계획이다.

Q. 함께걷는발달연구소와 ‘한국문화예술교육원’은 서로 어떻게 알게 되셨나요 ?

한국문화예술교육원과 저희 함께걷는발달연구소는 좀 각별한 사이라고 말할 수 있어요. 같은 창원시에 소재한 사회적기업인 것은 물론 둘 다 장애인을 대상으로 교육을 펼치니까요. 평소 같이 활동을 하고 싶어도 서로 시간적 경제적 여유가 부족했는데 마침 ‘JUMP-UP 프로젝트’ 관련 메일을 받고서 제가 먼저 한국문화예술교육원 대표님께 제안을 했습니다.

Q. ‘함께 걷는 예능교실’ 프로젝트가 서로 어떤 시간이었다고 생각하시나요?

서로의 강점을 살리는 동시에 부족함을 채우는 시간이었습니다. 함께걷는발달연구소가 초등학생 이하 장애아동을 중심으로 체육 활동 위주의 프로그램을 제공하는 반면 한국문화예술교육원은 음악치료를 중심으로 고등학생 이상으로 구성된 오케스트라를 운영해왔습니다. 함께걷는발달연구소 입장에서는 체육활동 외에 음악치료라는 서비스를 제공할 수 있어서 좋았고 한국문화예술연구원에게는 미취학 아동부터 초등학생까지 대상층을 확대할 수 있는 기회가 되었습니다.

Q. ‘함께 걷는 예능교실’을 운영하면서 어떤 점이 가장 인상적이셨나요?

우선 행정적인 면에서 자율권이 많이 주어진 점이 좋았습니다. 특별히 미취학 아동과 초등학교 저학년생으로 구성된 유아 앙상블팀인 ‘리틀 앙상블’을 운영한 게 가장 큰 성과로 장애아동은 물론 부모님의 만족도가 무척 높았습니다. 프로젝트가 끝난 후 받은 후속지원금은 다가오는 연말 공연 비용으로 사용할 예정입니다. 아이들의 생애 첫 공연이 모두에게 어떤 기억으로 남을지 벌써 기대되네요.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(장애인)

장애아동의 실질적 필요를 채워주는 전문 기관이 없다.

장애아동을 다루는 대표적인 기관인 병원에서는 아동을 환자로만 보고 약물치료 이외에 적합한 교육 및 서비스를 제공하지 못한다. 그 결과 장애아동은 온전한 사회 구성원으로서 활동할 수 없으며 장애아동과 부모의 필요를 채워주는 기관을 어디에서도 찾을 수 없다.

분석 Analysis

장애아동의 경우 연령이 올라감에도 불구하고 시기에 맞는 적절한 교육을 받을 수 없다.

병원에는 교육과 관련된 시설 및 인력이 없으며 학부모 역시 교육과 관련된 지식이 충분하지 않기 때문이다. 뿐만 아니라 장애아동이 마음껏 뛰어놀며 체육 활동을 즐길 수 있는 공간과 기관이 없어, 장애아동은 사회에서 도태되고 온전한 구성원으로 기능하지 못한다. 이러한 장애아동을 가장 가까이에서 돌보는 부모의 경우 다양한 고민이 있으나 마음을 털어놓을 곳이 없다.

접근 Approach



학교와 병원의 기능을 이동하다.

함께걷는발달연구소는 기존 병원과 학교에서 제공해야 할 서비스를 대신 제공하는 곳으로 병원과 학교의 기능을 이동한 공간이다. 병원과 복지기관에서 실무를 경험한 전문인력을 초빙하여 교육 서비스를 제공하는 것은 물론 필요 시 타 기관과 연계하여 아동과 부모의 필요를 채워준다.

함께걷는발달연구소

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

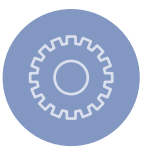

상품

서비스(교육)

함께걷는발달연구소에서는 신체를 활용한 체육중심의 교육을 제공한다. 특별히 생애발달주기 및 개인의 특성에 따른 특화된 교육 서비스 제공하며 전문 진단 서비스를 병원보다 저렴한 가격에 제공하여 장애아동 부모의 서비스 진입 장벽을 낮춘다. 뿐만 아니라 장애아동 부모를 위한 힐링 프로그램을 통해 부모의 스트레스를 완화하여 원만한 가정생활을 돕는다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

개인화(Personalize)

함께걷는발달연구소는 장애아동의 생애주기 및 각 특성에 맞춘 맞춤형 교육 커리큘럼을 제공한다. 예를 들어 초등학교 입학을 앞둔 학생의 경우 체육 활동을 통해 관계 형성 훈련을 제공하고 시각 장애인에게는 균형 잡기 운동법을 교육한다. 이를 위해 각 분야 전문가를 초빙하여 교육을 실시하며 필요 시 해당 기관과 연계해준다. 부모 힐링 프로그램은 부모와 자녀가 함께하는 만들기 시간 및 개인 교육 프로그램으로 구성되며 이를 통해 어머니들은 그동안 쌓인 마음의 짐을 내려놓고 스트레스를 풀 수 있다.



21

길터여행협동조합
강상헌 대표

길이 곧 교실이고, 자연이 스승이며, 마을 주민들이 친구가 되는 그런 학교를 꿈꾸어 본 적이 있는가? 20대가 되어 배낭여행을 해야 경험할까 말까 한 일들을 수업으로 하는 아이들의 미래는 과연 어떨까. 길터여행협동조합은 길배움터 학교의 아이들만을 건강하게 길러내는 것뿐만 아니라, 한국 청소년들의 여행 문화에도 적극 힘쓰고자 한다. 그게 곧 건강한 미래를 만드는 일이기 때문이다.





길터여행협동조합 강상헌 대표

“길에서, 여행에서 **삶을 배우다**”

삶과 여정의 베이스캠프

원주의 조용한 마을에 자리 잡은 길터여행협동조합의 사무실이자 길배움터 학교의 첫인상은 친근한 서당 같았다. 겨울의 한기를 따뜻하게 덮어줄 방구들부터 한 켠에 마련된 주방, 어른들이 읽다 기증하고 간 책 꾸러미까지, 따뜻한 공간의 조건을 두루 갖추었기 때문이다. 그런데 곧 자전거 수업을 다녀온 아이들이 들어서자, 공간은 삶이라는 모험의 베이스캠프 같았다. 아이들에게는 온 마을이 교실이었고, 배움은 어디에나 있었다.

Q. 길터여행협동조합을 간단히 소개해 주세요.

길터여행협동조합은 여행협동조합이자 여행사입니다. 다만 일반 여행사처럼 여행상품을 파는 게 아니고 청소년의 성장을 돕는 여행을 기획하고 진행하고 있어요. 조합 안에 길배움터라는 대안학교가 속해 있고요. 여행사업팀에서는 일반 청소년을 대상으로 하는 여행을 기획하고 진행합니다. 학교는 2012년에 1년 동안 준비해서 2013년 3월 1일에 창립했고, 조합은 2013년 12월에 설립되었습니다. 저는 현재 길배움터 학교 대표로 활동하고 있습니다.

Q. 여행은 어떤 과정으로 이루어지나요?

여행 전에는 사전모임을 통해 여행지에 대한 사전 교육을 하고, 끝나고 나서는 여행에서 느꼈던 점을 공유하고요. 학부모님께는 여행이 끝나고 아이들이 어떻게 지냈고, 어떻게 변화했는지를 나눕니다. 짧아서 변화 폭이 큰 건 아니지만 지켜보았던 점들을 나누는 시간을 가져요. 여행 한 번 갔다 와서 큰 변화가 있다기보다는, 교육의 연장인 거죠. 사실 교육이라는 말도 거창하고, 성장을 도와주는 시간이라고 생각하고 있어요.

Q. 모든 교육이 다 여행을 통해서만 이루어지나요?

여행이 주된 테마이기 때문에, 1년에 두 번 정도는 2주에서 4주 정도 긴 여행을 가요. 2박 3일 정도의 짧은 여행도 자주 가고요. 여행을 가지 않을 때에는 중국어나 영어 같은 언어교육도 하고 난타나 리코더, 목공, 도예, 사진과 같은 예술교육도 해요. 농구 같은 체육수업도 하고요. 오늘은 자전거 수업이 있는 날이었어요.

Q. 주종목이 자전거인 특별한 이유가 있나요?

좋잖아요. 일단 아이들이 자기 힘으로 멀리까지 갈 수 있게 하는 게 가장 큰 장점인 것 같아요. 학교를 처음 만들 때도 마을학교 개념으로 생각했어요. 원주 곳곳에 배울 수 있

는 곳이 많거든요. 지금도 체육은 원주대에 가서 하고 매주 금요일 마다는 지역 도서관에 가서 종일 책 보고, 도예 수업은 저 마을에 있는 도예하우스로 가요. 걸어가려면 왔다 갔다 하는 시간이 너무 오래 걸리죠. 하지만 자전거를 이용할 수 있으면 이동할 수 있는 범위가 굉장히 넓어져요. 여행도 마찬가지고요. 인천-부산도 걸어가려면 20일은 잡아야 할 거예요. 자전거로는 6박 7일이면 되죠. 한 번 다녀오면 뿌듯함이나 성취감도 굉장하거든요. 여러모로 봤을 때 자전거 아주 적절한 도구입니다. 자전거로 고갯길을 오를 때는 힘들지만 내려올 땐 신이 나잖아요. 도보는 올라갈 때도 내려갈 때도 힘든데(웃음).

Q. 안전에 대한 우려는 없나요?

자전거 여행이라고 하면 위험성에 대해 걱정을 하시는데요. 지금까지 크고 작은 사고는 물론 있었죠. 가장 컸던 게 팔뼈에 금이 간 경우였고, 그거 말고는 다쳐서 까진 거 정도지, 큰 건 없었어요. 사실 자전거로 여행하면 언제든 위험성은 있어요. 우리의 최선은 안전한 곳으로 가는 거예요. 인천에서 부산 종주할 때도 4대강 길 따라 자전거 도로로 갔어요. 거의 80% 이상은 자전거 전용도로로 안전하게 갔죠. 안전교육이나 응급처치와 같은 부분도 마련이 되어 있고요. 아이들이 평소에 자전거를 많이 타고 다녀서 안전장비도 잘 점검하는 편이에요.

4대강 길

'4대강 자전거길'이라고 불리며, 이명박 정부가 4대강 정비 사업과 함께 발표한 한강, 낙동강, 금강, 영산강 등에 설치된 자전거길이다.

Q. 일반 여행은 어른도 대상으로 하시나요?

네. 이번 겨울에 캄보디아로 자전거 여행을 할 계획인데요. 프놈펜에서 시엠립까지 7박 8일간 자전거 타고 가는 거예요. 여기에 어른 10명 청소년 10명을 예정하고 있어요. 앞으로도 청소년뿐만 아니라 어른들도 자전거 동호회를 만들어서 같이 하는 방식으로 고려 중입니다.

다 같은 여행은 아니다.

"사실 삶에서 중요한 것은 여행길에서 다 배울 수 있어요. 나에 대한 존귀함, 상대방에 대한 배려, 감사할 줄 아는 것 등 수없이 많죠. 여행하다 보면 고마운 사람이 너무 많다는 걸 알게 되거든요". 강상헌 대표의 이야기를 듣다 보면, 문득 여행에도 정답이 존재할 수 있겠다는 생각이 든다. 그 특별한 여행 이야기가 더욱 궁금하다.

Q. 길터여행협동조합은 어떻게 시작하게 되셨나요?

길터여행협동조합의 신세균 사무국장님과 저는 대안학교에서 근무를 했었습니다. 그곳에서 일하다 보니 아이들이 여행을 통해 성장하는 바, 변화되는 바가 많다는 것을 느꼈습니다. 그래서 길배움터라는 대안학교를 먼저 세우고 여행 중심의 교육을 추진하게 되었습니다. 그러다가 아무래도 대안학교에 다니는 아이들은 소수이다 보니 이런 여행을 보다 많은 청소년들에게 같이 했으면 좋겠다는 생각이 들어서 여행 협동조합을 창립한 것이죠. 우리가 많이 하는 여행 형태가 자전거 여행인데요. 아이들을 데리고 인천에서 부산까지 국토 종주를 한다든지, DMZ 종주를 하는 식의 성장 여행을 진행하고 있습니다.

Q. 대표님께서 말씀하시는 성장은 어떤 의미인가요?

학교에 있는 아이들은 현재 6명이고, 중2부터 고1까지 있어요. 이 시기의 아이들은 한창 신체적으로도, 정신적으로도 급격하게 성장해 나갈 때라서 이때 환경적인 부분에서 상처를 받기도 하고, 아예 무기력하게 게임에 빠져서 지내기도 하죠. 책에서 지식을 배우는 것도 중요하지만, 이 시기에는 아이들이 잘 성장할 수 있는 기초체력을 키우는 것이 중요하다고 봐요. 이건 공부한다고 나오는 게 아니고 생활에서 나오는 거예요. 낯선 공간에 자기가 던져졌을 때 어떻게 행동하는가 하는 부분 같은 거죠. 힘든 여행들이 많은데, 자전거 종주나 백두대간 도보 종주, 15kg씩 되는 배낭 메고 지리산에서 추풍령까지 17박 18일 동안 산만 타는 게 정말 쉬운 일이 아니잖아요. 그러면 애들끼리 싸우고 토라지고 풀어지고 해요. 나중에는 자신에 대한 힘든 얘기도 상처도 자기들끼리나 같이 간 길잡이 선생님께 말하고요. 그러면서 아이들이 자란다고 봅니다. 이런 것들이 쌓여서 저력 같은 게 생긴다고 생각해요.

Q. 교육 비용 부담이 있을 수 있겠어요.

아무래도 부모님 호주머니에서 나오는 수밖에 없으니까요. 사실 협동조합 세운 건 학교에 재정을 지원하기 위한 측면도 있어요. 그러면 아이들 학비를 좀 낮출 수 있을 테니까요. 소수의 학생으로 꾸려가려고 하니 보통 중고등학교보다 등록금이 많아요. 이런 걸 줄이려고 후원행사를 기획하기도 하고 프로젝트를 따려고 지원하기도 해요. 아, 대신 우리는 호텔에서 자본 적이 없어요(웃음). 여행 가면 마을회관이나 텐트에서 자니까요. 애들은 마을회관이나 텐트에서 자면서 밥 지어먹고 지내는 걸 좋아해요.

Q. 제 개인 경험으로도 그렇지만, 여행이라는 게 정말 터닝포인트가 되는 것 같아요.

한 녀석은 제주도를 갔다가 벌떼를 만났는데, 다들 자전거를 버리고 도망가고 자전거를 가져오지 못하니까 용감하게 가서 자전거를 가져오는 거예요. 그걸 보고 애들이 '너 남들 도와주는 일 잘하는구나', '남 도와주는 일 하면 좋겠다'고 하더라고요. 자기도 그런 부분에서 인식이 생기고. 그래서 자기 소방관 하겠다며 준비하는 아이도 있어요. 여행하면서 자기의 진로를 생각하고 만나게 된 거죠. 여행이라는 것이 그런 다양한 경험들을 만나게 해주는 배움터예요.

Q. 그런 경험을 1년에 몇번이나 하면 정말 삶이 어떨지 가늠이 안되네요.

요즘 아이들이 게임이나 스마트폰 등으로 정서적으로 참 팍팍한 환경에서 지냅니다. 대안학교는 특히 아이들이 관계 맺기를 어려워하는 친구들도 있고요. 여행의 경험들을 했을 때 바로 아이들에게 극적으로 드러나지는 않지만 입학할 때랑 지금 보면 '참 많이 컸다' 하는 느낌을 받게 됩니다. 화를 막 내고 부딪치기도 했던 애들이 여행을 다니면서 많이 부드러워진 걸 보면 여행의 역할이 컸다는 생각이 들죠.

Q. 그럴 때에는 정말 보람 있으시겠어요.

좋죠. 그래서 하는 거죠. 학교가 3년 과정이라 우리 아이들이야 꾸준히 하고 지속적으로 체크가 되고요. 일반 학교 학생들도 4박 5일 다녀와서 돌아보기 해보면 이러저러한



점이 달라졌다는 걸 듣게 됩니다. 많이 가려먹던 애가 잘 먹더라, 말수 없던 자녀가 여행에 관해 얘기 많이 하더라, 애들도 수학여행보다 훨씬 재밌었다고 하는 얘기들 하는 것 보면 보람 있죠. 당장 돈은 안 남아도요(웃음).

모두의 여행을 새롭게
좋은 건 다 같이 나누는 법. 길터여행협동조합은 길배움터에서의 성장 여행이 더 좋은 여행을 꿈꾸는 누구나의 여행이 되길 꿈꾸고 있다. 개별 여행부터 수학여행과 같은 큰 규모의 여행까지, 길터여행협동조합이 이끄는 여행은 진정한 배움과 성장의 통로가 될 것이다.

Q. 조직의 구성원은 어떻게 이루어져 있나요?
상근으로 일하는 사람이 저와 사무국장님, 그리고 행정 업무를 담당해 주시는 분 이렇게 셋이고요. 5명의 인솔자분들이 설립 때부터 함께했어요. 대부분 조합원이십니다. 우리는 이사장님도 여행 인솔을 많이 하십니다. 처음에는 아무 관계 없는 학부모였는데, 애들을 학교로 보내고 나서 점점 발을 들이다가…. (웃음) 이렇게 학부모가 조합원인 경우도 많아요. 우리는 혼합형 협동조합이라, 소비자도 생산자도 직원도 조합원이 될 수 있어요. 협동조합의 틀에 맞게 이사회는 한 두 달에 한 번씩 하고 총회는 1년에 한 번 합니다.

Q. 여행사업팀에서는 어떤 수익사업을 하나요?
일단 길배움터 학교 여행도 여행사업팀에서 기획합니다. 이와 별개로 수학여행이나





동네방네

춘천의 구도심지역에서 발생하고 있는 관광객 감소, 상권붕괴, 유휴공간 증가 등의 문제를 지역의 다양한 인적, 물적 자원의 활용하여 해결하고자 하는 청년 사회적기업

커뮤니티 워크

차별화된 농촌체험 프로그램을 개발, 운영하여 지역의 역량과 경쟁력을 강화하고자 하는 강원도형 예비 사회적기업

체험학습 쪽을 전부터 기획하고 있었는데 얼마 전에 한 중간지원 조직으로부터 통해도 교육청과 함께 프로그램을 만들어보자는 제안이 와서 준비하고 있어요. 바라는 거였어요. 일반 학교 수학여행을 재미 없게 가지 말고 소수로, 한 반이 가는 거죠. 또 한 반에서도 인솔자가 되는대로 두 그룹으로 나누어서 정말 소수로 가는 거예요. 보통 여행할 때 15명 미만으로 산을 타거나 자전거를 타는 게 재밌어요. 50명, 100명은 통제할 수 없으니까요. 요즘은 세콤이 수학여행 간 아이들을 통제한다고 해요. 사실상 수학여행이 아니죠. 통제의 연속이니까요. 애들은 그런 데 가서라도 숨통 트이고 싶은데 사실 수백 명이면 어렵잖아요. 저 때만 해도 버스 타고 사진 찍고 돌아오는 게 전부였어요. 여행으로서 나에게 성장이 되는 부분은 전혀 없었거든요. 세월호를 계기로 해서 교육청에서도 다수가 한꺼번에 움직이는 여행이 대신 이런 쪽으로 변화의 방향을 찾으려고도 하는 것 같아요. 어쨌든 그 프로젝트는 '도내 관광벨트'와 같은 타이틀로 도 교육청과 도내 사회적기업들, 우리랑 동네방네, 커뮤니티 워크 이렇게 원주, 춘천, 강릉에 여행하는 사회적기업들이 같이 만들어보려고 해요. 11월 초에 기획단 회의를 해요. 준비해서 잘 되면 내년부터 가시적인 결과가 나올 수 있을 것 같아요. 지금까지는 우리도 개인 모집을 했는데, 이게 쉽지는 않아서요. 학교나 교육청에 연계되어서 하는 게 좋죠. 좋은 기회인 것 같아요.

Q. 협동조합 간의 협동 활동도 있는지요?

우선 아주 활발하진 않지만, 원주 협동사회경제네트워크에는 소속되어 있습니다. 우리가 청소년 성장 여행을 하지만 일반적인 여행상품도 판매하거나 항공권 발권 대행을 하는 일을 기획하고 있어요. 그러면 이 부분이 안정적인 수입이 될 수 있을 거라고 생각해요. 목적사업으로만 지속 가능하기가 힘들다면, 협동사회 안에서 해외에 나가

는 일도 많을테니 이 부분에서 그런 역할을 해보자고 얘기하고 있어요. 여행분야의 협동조합으로서 원주 쪽으로 오는 인바운드, 아웃바운드도 할 수 있도록 하고자 해요. 아, 신용밝은신협이라고 계좌로 신협을 이용하고 있는 부분도 포함될 수 있겠네요.

Q. 이곳을 거치는 아이들이 어떤 사람이 되길 바라시나요?

지금 행복한 삶을 사는 게 가장 중요한 거 같아요. 미래의 내 삶을 저당 잡히지 않고 지금 길배움터에 다니는 하루하루가 행복한 시간이 되면 좋겠다 하는 게 가장 중요해요. 목표를 뒤로 미루지 않고 지금 행복한 삶을 사는 거요. 훈련을 거쳐 멋진 사람이 된다는 의미가 아니라, 그 순간에 의미를 찾고 행복하면 됩니다. 어떤 학생이 어느 날 자기는 오르막길이 좋다고, 그 힘든 길을 올라가면 살아있다는 느낌이 든다고 하더라고요. 엄청 놀랐죠. 이런 순간의 의미들을 찾아갔으면 좋겠습니다.

Q. 사회적기업가 육성사업 과정을 마친 소감을 말씀해 주신다면요?

도움이 많이 되었어요. 여행사를 고민하다가 육성사업을 통해 본격적으로 꼴을 갖추게 된 거거든요. 육성사업을 마무리하는 단계에서 법인이 설립되었어요. 기업이라는 것을 처음에 어떻게 할지에 대한 맛을 보도록 도와주셨어요. 회계도 대충해서 되는 게 아니라는 것도 알게 되었고요(웃음).

Q. 지금 길터여행협동조합에게 가장 필요한 건 무엇인가요?

무엇보다도 여행을 기획하고 진행할 수 있는 인력이 필요합니다. 4~5분이 계시기는 하지만 항상 같이 있는 건 아니기 때문에 여행이 우리 생각과 다르게 갈 수도 있고, 사무국장님이 답사나 여행도 모두 전담해서 하시거든요. 기획하고 진행도 계속할 수 있는 사람이 필요해요.

Q. 사회적기업을 준비하는 후배들에게 하고 싶은 말이 있으시다면요?

사실 우리도 아기라..(웃음) 무엇을 할 때 행복하냐를 아는 게 가장 중요한 거 같아요. 사회적기업은 한다고 해서 바로 성공하는 것도 아니고, 지원도 자기가 원하는 만큼 되는 게 아니니까요. 사회적기업 지원의 바람을 타고 하는 것도 있지만, 지원 자체에도 한계가 있고요. 내가 이걸 할 때 정말 행복한가를 생각해보는 게 중요한 것 같습니다.

원주 협동사회경제네트워크

협동조합의 도시라 불리는 강원도 원주시는 1960년대부터 의료, 노인, 육아, 일자리 등 다양한 분야에서 협동조합이 운영되고 있다. 원주협동사회경제네트워크는 2003년 '대안사회를 위한 새로운 기획'을 주제로 원주지역 8개 협동조합 단체가 모여 '원주협동조합운동협ㄴ의회'를 결성한 것이 그 시작으로 현재 협동조합과 사회적기업, 공동체 운동기관, 농민생산자 단체, 마을공동체 등 원주지역 23개 사회적 경제 조직이 조합원으로 가입해 있다. 상부상조의 협동정신과 생명존중 사상을 바탕으로 협동사회경제운동을 활성화하고 상호 긴밀한 연대를 통해 협동과 자치 및 자립의 지역사회 건설, 자연과 인간이 상생하는 생명공동체를 만들어가는 것이 원주협동사회경제네트워크의 목적이다.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(청소년)

많은 청소년들이 공부 외의 경험을 할 기회가 부족하여 삶의 다양성이 결여된 채로 성장한다.

이 시대를 사는 일반적인 청소년에게 주어지는 특별한 활동은 그다지 많지 않다. 인생에서 감수성이 가장 예민한 시기에 가장 다양하고 알찬 것들을 흡수해야 하지만, 가장 폐쇄적인 일상을 보낸다.

분석 Analysis

청소년들이 다양한 경험을 하기에는 공교육 시스템에 한계가 있다.

현재의 교육 체제에서 공교육 기관이 제공하는 활동만으로 다양한 경험을 채우기는 불가능하다. 따라서 더욱 적극적인 대안으로서의 교육형태가 필요하다. 더불어 다양한 경험을 제공할 수 있는 커리큘럼도 필요하다.

접근 Approach



교육의 장소를 학교에서 길로 이동하다.

길터여행협동조합은 조합 안 대안학교(길배움터 학교)를 설립하여 매일 똑같은 방식으로, 네모난 교실에서 이루어지던 교육을 길로 이동시킨다.

길터여행 협동조합

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

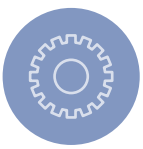

상품

서비스(교육)

길터여행협동조합 안의 길배움터 학교는 협동조합 모델의 대안학교다. 여행을 중심으로 교육이 이루어진다는 특징이 있는데, 2~4주 정도의 장기 여행을 1년에 두 번, 2박 3일 수준의 단기 여행을 한 달에 한 번 이상 진행한다. 길터여행협동조합은 혼합형 협동조합으로 조합원인 학부모들도 자녀들의 자유로운 커리큘럼 설계에 참여할 수 있는 특징도 가진다.

전략 Strategy


생산

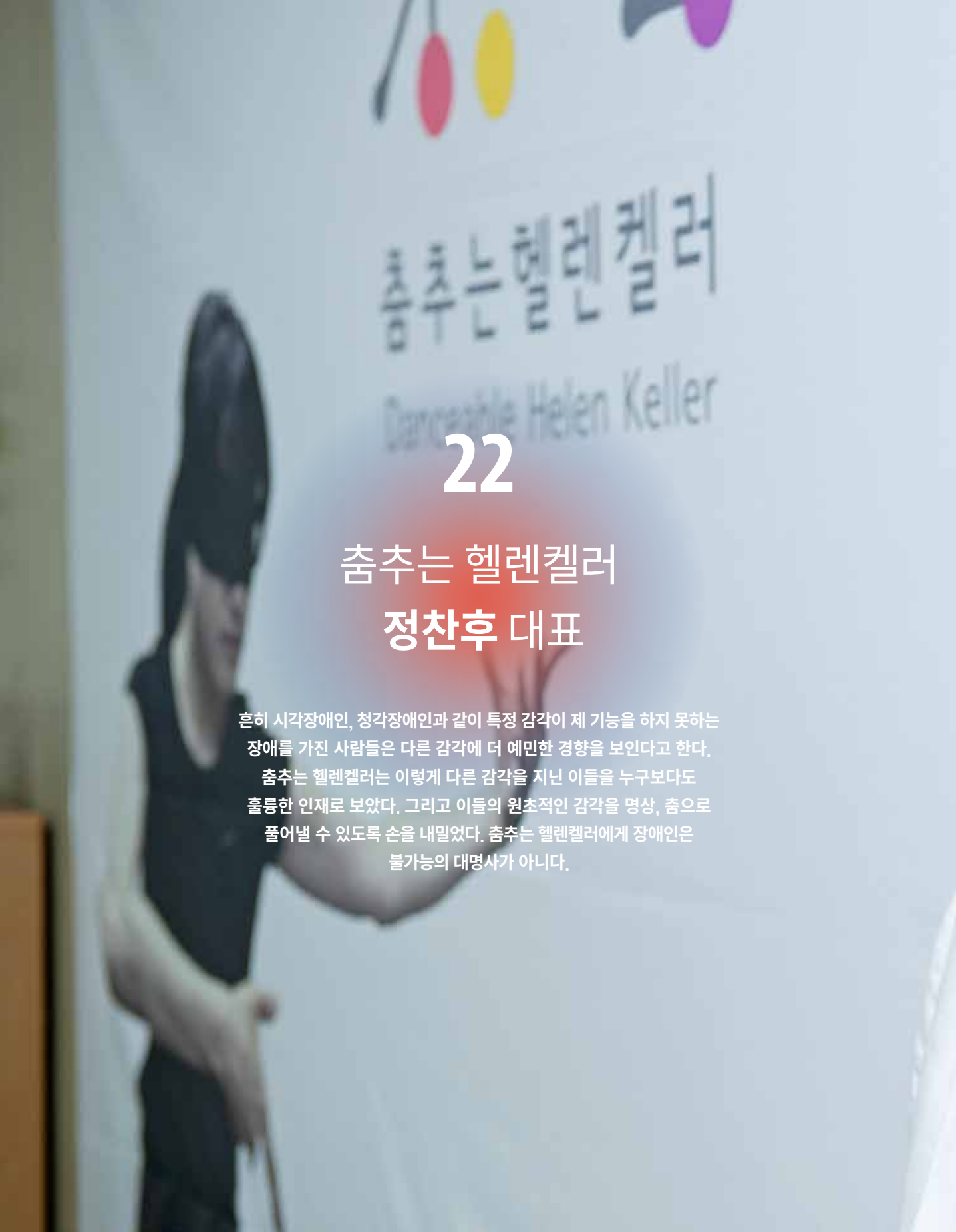

운영


이동


확장

극대화

기존 교육은 수업 중심으로 체험활동의 기회가 극소수지만 길터여행협동조합은 여행을 주요 교육 커리큘럼으로 배치하여 다양한 경험을 제공한다. 쉽고 편한 여행이 아니다. 자전거 종주나 백두대간 도보 종주, 15kg씩 되는 배낭을 메고 지리산에서 추풍령까지 17박 18일 동안 산만 타는 게 이들의 여행이다. 여행을 통해 학생들은 단순한 경험 쌓기를 넘어 자신을 발견하고 함께 성장할 수 있다. 여행 커리큘럼의 극대화가 삶의 지혜의 극대화로 이어지는 것이다.



22

춤추는 헬렌켈러
정찬후 대표

흔히 시각장애인, 청각장애인과 같이 특정 감각이 제 기능을 하지 못하는 장애를 가진 사람들은 다른 감각에 더 예민한 경향을 보인다고 한다. 춤추는 헬렌켈러는 이렇게 다른 감각을 지닌 이들을 누구보다도 훌륭한 인재로 보았다. 그리고 이들의 원초적인 감각을 명상, 춤으로 풀어낼 수 있도록 손을 내밀었다. 춤추는 헬렌켈러에게 장애인은 불가능의 대명사가 아니다.



“시각장애인,
마음의 문을 활짝 열다”

스스로를 극복한 힘으로 예비사회적기업이 되기까지
정찬후 대표는 어려서부터 청년기에 이를 때까지 장애인의 가족으로 살았다. 바람 잘 날 없던 하루하루가 쌓여 그의 삶은 한없이 비관적이었다. 그런 그를 변하게 한 것이 그를 지금까지 이끌어 온 호흡명상이다. 지난 2013년 7월, 그는 22년간 단련해 온 내공과 노하우를 집약하여 더 많은 사람, 더 커다란 임팩트를 향한 도전을 시작했다.



춤추는 헬렌켈러 정찬후 대표

Q. 안녕하세요. 춤추는 헬렌켈러에 관한 간단한 소개 부탁드립니다.
춤추는 헬렌켈러는 시각장애인분들에게 춤을 가르치는 예비사회적기업입니다. 어떻게 춤을 추느냐가 핵심인데요. 우리는 명상을 통해서 깊이 자기 내면에서 터져나오는 흐름으로 춤을 춥니다. ‘숨결을 타고 흐르는 마음의 몸짓’이라고 표현해요. 깊이 호흡을 하면 내면에서 기와 혈의 순환을 느낄 수 있게 되거든요. 시각장애인으로 시작했지만, 나중에는 청각, 언어장애, 지체, 자폐, 정신질환까지도 확대하려고 합니다.

Q. 명상을 통해 춤을 터뜨려낸다고 말씀하셨고, 장애인들이 이걸 할 수 있다고 하셨는데요. 어떻게 이게 가능한가요?
호흡을 통해서 차분하게 자신의 뇌파를 알파파(명상파) 상태로 가지고 가면 감지할 수 있는 세계가 있어요. 예로 제가 앉아서 수련한 이야기를 말씀드리죠. 밤 11시 반에 명상에 들어갔어요. 완전히 몰입해서 몸 상태를 잊었는데 갑자기 어디선가 두 가지 소리가 들리는 거예요. 천둥소리와 파도가 왔다가 나가는, 완전한 자연계 소리였어요. 이게 어디서 나는 소리인지 가만히 들어보니, 저의 엄지, 검지 사이에 흐르는 혈이 흐르는 게 부딪쳐서 나는 소리가 천둥소리였어요. 그리고 파도소리는 제 안에서 나는 숨소리였죠. 의식을 깨고 보니 다음 날 아침 7시쯤 되어 있더라고요. 8시간 가까이 명상 상태에 있었던 거죠. 그런 경험을 하니 인간이 소우주라는 걸 확연하게 느낄 수 있었어요. 자연계에 똑같이 나는 소리가 내 안에 있구나 하고요.

Q. 내면에 집중하니 다른 세계가 보였다는 말씀이시군요.
그렇죠. 우리가 ‘볼 수 있어요. 내 안은’이라는 표현을 쓰거든요. 시각장애인이 안 보이는 게 아니고 안을 보는 거라고요. 완전히 패러다임을 바꾸는 거죠. 보통 눈을 뜬 사람들은 밖을 보기 위해서 시선을 쓰는데, 시각장애인은 안을 더 잘 볼 수 있기 때문에 가능한 세계가 많아요. 문학 평론을 한다든지, 손끝으로 기혈의 순환을 진맥한다든지, 이 외에도 무궁무진해요. 시각장애인들을 실제로 겪어보면 내적 감각이 굉장히 탁월하게

올라와 있어요. 사람이 옆에서 잠깐 얘기하거나 체온, 체취 같은 것만 느껴도 이들은 금방 알아봅니다. 사람의 특성이나 심리상태를 금방 파악해요. 상담 공부하면 정말 잘하겠다 싶더라고요. 저의 경험을 통해 그 현상을 발견한 후에 공연하면서 만난 시각장애인 보호자를 통해 이 생각을 정립하게 됐어요.

Q. 대표님께서는 원래 명상을 자주 즐기는 분이신가요? 아니면 취미로 하셨던 건가요?
저희 집안에 장애인이 있었어요. 고모님이 반벙어리이셨거든요. 지능이 유아적이고 본능에 충실하셨죠. 소통은 잘 안 되고 괴성이 집안에 가득하다 보니 삶에 대한 저의 태도가 굉장히 염세적이고 비관적이었어요. 하루도 바람 잘 날없는 장애인 가족으로서 느끼는 삶의 회의가 컸죠. 15년간 완전히 가까이에 붙어서 살았고, 23세에 돌아가실 때까지도 장애인 가족으로 살았으니까요. 가난과 장애, 무지, 비교, 무시 이런 것들이 삶에 가득 차 있었어요. 그러다 살 길을 찾고자 단전호흡, 석문호흡을 만나게 됐어요. 그 때부터 호흡명상을 시작한 게 지금까지 만으로 22년 되었습니다.

Q. 이 분야에서는 엄청난 스승님이시겠네요.
지금 저와 함께 수련하신 분들이 4천 명 정도고요. 수만 명이 거쳐 갔죠.

Q. 그런데 사회적기업이나 사회적 경제가 본업의 관점에서는 좀 낯선 섹터잖아요. 어떻게 사회적기업가 육성사업에 함께하게 되신 건가요?
명상하면서 내적으로 들어가면 나누고 상부상조하는 것에 대해서는 마음이 일어날 수밖에 없어요. 더불어 생의 가치와 존재를 알려주는 어마어마한 내적 세계가 있는데 왜 이게 효율적으로 세상에 널리 퍼지지 않는지에 대한 의문도 있었고요. 그러다 2009년에 우연히 희망제작소를 알게 되었고 이런저런 정보를 얻게 됐어요. 시간이 지나면서 사회적기업이라는 게 있다는 것도 알게 된 거죠. 2012년에 우연히 SGS 사회적기업 아카데미에서 하는 사회적기업 강의에 두 달 동안 참가하게 됐는데, 수료식을 할 때 1등 상을 받은 거예요. 사회적기업 쪽에서도 가치 있다는 인정을 받은 거죠. 결국, 2013년에 육성사업에 들어가게 됐어요. 육성사업에 들어온 후부터는 정말 태풍 속에 있었던 것 같아요. 이제 1년이 좀 넘었는데, 그동안의 머뭇거림이 무색할 만큼 눈코 뜰 새 없이 바빴어요. 환경이 생기면서 쉴새 없이 몰아친 거죠.

시각장애인, 춤의 원형을 보여주다
춤추는 헬렌켈러에서 교육을 받은 시각장애인들의 무대는 아이패드의 작은 프레임을 통해 보아도 그 장엄함과 힘이 느껴졌다. 자연스러우면서도 가볍지 않은 몸놀림과 서로 묘하게 어우러지는 동작들. '춤의 원형'이라고도 불리는 호흡명상은 이렇게 하는 사람에게도, 보는 사람에게도 어떤 새로운 기운을 선사하고 있었다.

Q. 이제 구체적으로 춤추는 헬렌켈러에서 하는 사업을 소개해 주세요.
일단 시각장애인들에게 명상무 춤을 가르칩니다. 공연도 직접 진행합니다. 이분들을 가르칠 수 있는 강사들를 양성하기도 하고요. 그 외에 명상을 보편화할 수 있는 애플리케

석문호흡
석문호흡이란 단전호흡의 일종으로서 호흡수련을 통해 기운을 모아 몸과 마음을 건강하게 하고 궁극적으로 도를 이룰 수 있는 수련법을 말한다.

희망제작소
대한민국의 재단법인으로 2006년 박원순 변호사(현 서울특별시장)를 중심으로 한 시민, 시민사회 활동가, 사회 각 분야의 전문가들이 출범시켰다. 당시 '21세기 新실학운동'이라는 슬로건을 내걸고 창립한 희망제작소는 한국사회의 크고 작은 의제들에 대해 정책적 대안을 연구하고 실천하는 독립 민간연구소로 시민 참여를 바탕으로 한 지역과 현장 중심의 실용적인 연구를 지향한다.

SGS 사회적기업 아카데미
창조적기업가정신과 사회적기업의 경영전략 등을 포함한 총 15개 교과목을 바탕으로 최대 5,000만 원 이내의 창업융자금 지원이 이뤄진 교육지원프로그램

이션을 만들기도 하고, 각종 장애인 관련 조직과 연계하여 공연봉사를 하기도 합니다. 얼마 전에는 케이앤아츠라는 사회적기업과 함께 콜라보레이션으로 공연을 했었어요.

Q. 장애인분들 중에는 시각장애인만 가르치시나요? 실제로 무대에 오르기도 하셨는지요?

본래 시각장애인들만 가르쳤는데, 너무 영역이 좁아서 지체장애인이나 노약자, 소외계층에게도 명상을 지도했습니다. 무대에 오른 건 아직 시각장애인분들 뿐이고요. 이게 가장 큰일이에요. 시각장애인들이 무대에 올라 춤을 춘다는 것은 전 세계적으로 사례를 찾아보기가 힘듭니다. 전 세계 3억 이상의 시각장애인분들에게 춤을 춘다는 건 거의 금단의 영역이거든요. 저는 3~5년 후에 가능할 거라고 예상했거든요. 그런데 불과 1년이 안 되어서 무대에 올렸어요. 오디션을 봤거든요. 기본적으로 무대에 올라가는 걸 좋아하고, 자기를 드러내고 싶어하는 분들을 찾고 그분들을 훈련해서 무대 위로 올린 거죠.

Q. 동작을 모두가 똑같이 따라 하나요? 아니면 완전히 자유롭게 하는 것인지요?

섞여 있어요. 배우고 맞추는 동작이 30%, 개인의 즉흥무가 70% 이상 됩니다. 사실 춤에 대한 부분은 직접 해봐야 가장 잘 설명이 됩니다. 세계적인 발레리나 한 분이 호흡명상 춤을 보시고 어떻게 저런 몸짓이 가능할 수 있느냐고, 상당히 높은 관심을 보인 경우도 있었어요. 무대 공연을 전문으로 하시는 분들도 입이 안 다물어지는 거죠. 지극히 자연스러운 상태에서 춤의 원형을 보여주고 있는 것이기 때문이에요. 알만한 분들은 눈물도 흘리시고요.



Q. 교육 대상이 전국에 흩어져 있을 텐데, 어떻게 교육을 하시나요?
지금 호흡명상 교육받으시는 분이 전국에 10분 가까이 계시는데요. 수도권에 3, 4분 계시고요. 전국적으로 제가 명상하는 센터 지점이 60개 정도 됩니다. 각 지점에서 교육을 받으시는 거예요.

Q. 시각장애인분들을 교육할 때, 특별히 다른 점이 있나요?
우리는 있는데 지역에서는 일반 명상을 가르쳐요. 사실 눈만 안 보였을 뿐이지 호흡을 하는 건 대동소이 하거든요. 다만 무대 위에 세울 때는 명상무를 해야 하니까. 일정한 포맷이나 끌어내는 방식을 맞춰야죠.

Q. 그러면 춤추는 헬렌켈러에서 가르치는 프로그램은 어떻게 구성되어 있나요?
프로그램은 숙면 테라피(Essential), 바른 자세 교정(Advanced), 호흡명상(Main), 힐링 모션(Theraphist), 댄싱 플로우 워크샵(Artist). 이렇게 다섯 단계로 구성되어 있어요. 핵심은 중력과 부력을 어떻게 받아들이고 터뜨려 내는가에 있습니다. 일반 무용이나 춤 하시는 분들에게도 탁월한 방법이에요. 실제로 8년 동안 수백 명을 가르치면서 노하우를 축적해두었거든요.

춤추는 헬렌켈러의 특화 프로그램

춤추는 헬렌켈러의 특화 프로그램은 총 다섯 단계로 구성되어 있다. 깊은 하복부 호흡을 유도하여 숙면을 취하게 하는 숙면 테라피, 신체를 가장 효율적으로 사용할 수 있도록 하는 바른자세 교정, 석문호흡과 명인명상을 통해 내면의 무궁한 잠재력을 일깨우는 호흡명상, 음악과 자유로운 몸짓으로 심신에 내재된 아픔과 고통을 털어내는 힐링모션 코스워크, 숨결을 타고 흐르는 마음의 몸짓인 현무를 통해 무대에 오를 명인예술가로 거듭나는 댄싱 플로우 워크샵이 그것이다.

Q. 강사 양성도 하신다고 들었습니다.
강사 양성하는 부분으로 수익을 많이 냅니다. 강사분들은 준비가 됐는데 시각장애인들은 소수죠. 현재 여섯 분이 계시는데, 전국 4천여 명 중 뜻있으신 분들을 통해 각 지역에 이걸 복제한다면 임팩트도 더 커지지 않을까 기대하고 있습니다.

Q. 봉사활동과 애플리케이션 제작에 관한 내용도 설명해 주세요.
봉사는 그저 우리가 할 수 있는 걸 계속 하는 거예요. 문화예술 경진대회가 있으면 가서 재능기부도 하고 'Able in disable', 즉 불능의 능이라는 개념을 확산시키는 겁니다. 지체장애인이나 취약계층분들을 만나 명상을 통한 몸짓을 하게 하고 결국엔 그걸 무대 위로 올리고자 하죠. 애플리케이션은 어떻게 하면 있는 명상의 시간을 자기 내면을 바라보는 기회의 가치로 환산시킬 수 있을지에 관한 고민에서 출발했어요. 빅워크처럼 명상 1분에 1원씩 기부되게 하는 시스템으로 제작 중입니다. 앱 이름은 '보라감자'로 할 예정인데요. '눈을 감자, 나를 보라'라는 뜻입니다. 장애인, 비장애인 누구든지 할 수 있어요. 자연계의 물소리, 또는 새벽 4시에 하버드대 도서관에서 책장 넘기는 소리 등을 들으면서 명상할 수 있는 프로그램입니다. 건강이나 보건 관련 기업에 B2B 사업으로 제안해 볼 생각입니다.

내면의 에너지로 불가능의 패러다임을 바꾸다
명상을 하는 사람들이 만드는 조직문화를 상상해본 적이 있는가. 상상 그대로다. 이들은 조직적으로 명상을 한다. 바꾸어 말하면, 이들에겐 어떤 어려움도 극복할 힘이 이미 장착되어 있다. 그리고 그 저력으로 앞으로 40년간 불능의 패러다임을 바꾸는 큰 그림을 그리고자 한다.



Q. 함께 하는 분들은 몇 명이나 되나요?
저까지 일곱 명 정도가 함께 일합니다. 무용수 한 분, 홍보팀장, 교육팀장, 회계담당, 영업 인턴십, 사무국장, 그리고 저까지요.

Q. 팀워크는 어떤가요?
아주 좋습니다. 가족처럼 똘똘 뭉쳐있죠. 사실 서로 전혀 몰랐는데, 명상을 통해 나를 찾고 이걸 다른 사람과 나누고 싶다고 생각하게 된 분들이 모인 거예요. 대화도 많이 하지만 힘들 때마다 우리는 주로 차를 마시고 명상을 해요. 정말 당혹스러운 상황이 오면 자기 마음을 넓히는, 큰 사람으로 만드는 계기로 삼아요. 좋으면 좋고 힘들면 성장하는 과정이라 여기니 이래저래 남는 장사죠(웃음).

Q. 같이 일하는 분 중에 시각장애인도 계신가요?
공연하는 분들 중 시각장애인도 서너 분 계셨어요. 원래 더 많았었는데 활동이 부담되거나 두려우면 숨어버리시더라고요. '나 못하겠어요', '그동안 감사했어요' 하는 카톡만 보내놓고 사라지는 경우엔 굉장히 당혹스러워요. 어려운 부분이죠. 그래도 직원들이 당황해 하면 저는 '그들이 우리를 더 많이 신뢰하고 시험하는 것'이라고 말해요. 불안하고 무서운 마음을 우리한테 더 편하게 드러내는 거라고요. 30분만 안대로 눈 가리고 생활해 보면 그 공포나 불안이나 힘겨움이 어떨 거 같냐고도 얘기해요. 우리가 도저히 이해 못 하는 것만큼 이해해야 한다고요.

Q. 춤추는 헬렌켈러가 보완해야 할 점이 있다면 무엇인가요?
전사적인 마케팅 마인드가 필요합니다. 프로젝트 하나를 하면 SNS를 통해 미친 듯이

알려야 하는데 그게 잘 안 됩니다. 기본적으로 눈을 감는 사람들이라(웃음) 일이 생기면 내적으로 들어가 버려요. 차분히 자기를 가라앉힌 후 스스로 문제를 해결하고 나와요. 활동력이 겉으로 드러나진 않죠. 대신 차 마시고 눈 감고 숨결을 고르고 자연의 소리를 듣죠. 근데 그러면 사업이 어렵잖아요. 딜레마죠. 예전에는 저도 더 내향적이었는데 사업하면서 많이 얘기하고 있거든요. 보완할 점은 전사적 마케팅 마인드와 액션인 것 같아요. 참고로 우리 홍보팀장님이 제일 조용하십니다(웃음).

Q. 사회적기업 후배들에게 한 마디 해주신다면요?

사회적기업은 사회적(social)이라는 데서 답을 찾아야겠더라고요. 실제로 작은 기업의 대표님이나 일하는 분들의 성향들은 자기들 가치에 침잠이 된 경우도 많은 거 같아요. 저희처럼요(웃음). 공감, 소통 능력이 상대적으로 떨어지는 거 같아요. 생산성을 중요시 하는 영역에 있는 분들이 자본을 투자해 주시면서 그런 역량을 잘 불어넣어 주시면 사회적기업에 있는 분들이 실력발휘를 잘 해주시지 않을까요? 사회적기업가도 자성, 자각하고 자행할 수 있어야 해요. 이번에 일자리 창출 사업에 한 명을 신청했는데요. 심사위원분이 나름대로 잘 되어가고 있는데 왜 한 명밖에 안 했느냐고 하시더라고요. 저는 지금 상황에 한 명이 딱 수지에 맞는다고 했죠. 알고 보니, 몇몇 분들은 일단 최대한 받으려고 하세요. 저는 이런 게 낯설거든요. 조금 가치 있는 일을 한다고 많이 얻으려고 하는 건 참 민망한 일 같아요. 눈에 불을 켜고 찾아야 하는 건 돈이 아니라, 가치 있는 조직이나 인물들이 아닐까요? 그러면 살 길이 많이 열릴 거 같은데, 대회나 지원금 자체에 너무 관심을 쏟으면 본질적인 의미가 퇴색되는 것 같아요.

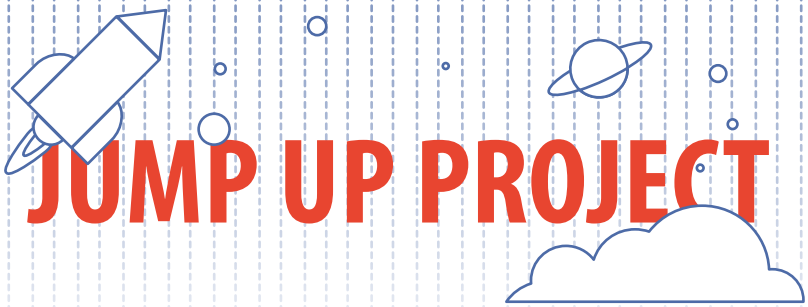
Q. 마지막으로, 춤추는 헬렌켈러의 꿈이 궁금합니다.

사실 주변에서 돈은 얼마나 버느냐고 자꾸 물으세요. 저는 꼭 사회적기업으로 잘 나가지 않더라도 40년 비전을 가지고 이 사업을 끌어가려고 해요. 지금까지 40년 동안 불쌍하다, 불능한 사람(disabled people)이라는 식의 장애인에 대한 패러다임은 바뀌지 않았어요. 앞으로 또 다른 40년이면 그 패러다임이 바뀔 수도 있지 않을까요? 이 사업이 장애인과 장애인 가족으로서 사는 고통과 힘겨움을 이겨낼 코드가 되길 꿈꾸고 있어요. 추후에는 시각장애인뿐만 아니라 청각, 언어, 자폐, 지체, 정신질환, 그리고 힘든 삶을 사는 현대인까지 다 포괄하고자 해요. 내 안에 집중하면 자기가 장애라고 생각했던 게 오히려 힘이 된다는 것을 보여주고 싶어요. 아시아의 남자 헬렌켈러라고 불리는 실로암 시각장애인 복지관의 김선태 목사님이 관현맹인전통예술단의 공연을 격려하러 오셔서 하시는 말씀이 "시각장애인의 위대함을 보여줍시다!"였어요. 나는 할 수 있다고만 얘기했는데(웃음). 한국에 29만 명 정도의 시각장애인이 있다고 해요. 이들의 가족까지 어림잡아 100~120만 명 정도가 장애를 다른 방식으로 바라보고 이겨낼 수 있다면 어떤 세상이 올지 기대하게 됩니다. 물론 시간은 걸리겠죠. 하지만 어차피 평생 할 거니까, 결국 그 게임은 내가 이기는 게임일 거라고 생각해요.

관현맹인전통예술단

조선시대 궁중음악기관에서 연주를 하던 맹인악단을 재현하기 위해 문화체육관광부의 지원을 받아 2011년 3월 창단돼 실로암시각장애인복지관에서 운영하고 있는 전통예술단이다. 2014년 현재 100회 이상의 공연을 해 왔으며 지난 2014년 5월에는 미국 카네기홀에서 공연하기도 했다.


춤추는헬렌켈러
Danceable Helen Kelle



춤추는 헬렌켈러 & 케이앤아츠

"세종과 지화, 춤을 추다"

WHAT IS JUMP-UP PROJECT?

청년창업 활성화와 사회적기업의 지속적인 성장을 지원하기 위해 사회적기업경기재단, 한국사회적기업진흥원과 함께 2012년부터 진행해온 KDB대우증권의 사회공헌 프로젝트. 2개 이상 기업의 컨소시엄 사업단 형태로 참여 가능하다. 사회적기업가 육성사업 중 법인기업 및 (예비)사회적기업으로의 진입의지가 있는 기업이 반드시 컨소시엄 기업 중 한 곳으로 포함되어야 한다. JUMP-UP 프로젝트에 선정되면 취약계층 대상의 사업을 직접 진행할 수 있는 사업비를 지원해준다. 사회적기업가 육성사업팀에게는 또 한번 발돋움 할 수 있는 좋은 기회다.

사회적기업가 육성사업 3기 창업팀인 '춤추는 헬렌켈러'와 '케이앤아츠'의 컨소시엄으로 탄생한 JUMP-UP 프로젝트 사업팀. '세종과 지화, 춤을 추다'는 JUMP-UP 참여당시 팀명이자, 사업명이다. 세종대왕이 훈민정음 반포 당시 앞을 거의 볼 수 없었다는 역사적 사실에 착안하여 제작되었다. 케이앤아츠의 국악공연 및 히스토리텔링 역량과 춤추는 헬렌켈러의 '명상무'가 합쳐진 공연 콘텐츠로 JUMP-UP 프로젝트 성과발표회에서 심사위원들애게 가장 뜨거운 호응과 박수갈채를 받았다.

Q. JUMP-UP 프로젝트를 마친 소감 한 말씀 해주세요.

2013년 하반기부터 2014년 10월까지 세종과 지화 공연을 다섯 차례 진행 했는데요. 일단 저는 JUMP-UP 프로젝트 자체가 탁월하다고 생각합니다. 단순한 지원이 아니고 어떻게 하면 사회적기업들이 생산성을 가지고 세상에 안착될 수 있을까를 심사숙고해서 만드신 것 같거든요. 그래서 우리도 좋은 결과를 낼 수 있었다고 봅니다. 케이앤아츠의 음악과 우리의 시각장애인 명상무가 결합하면서 가속이 붙고 시너지가 커진 거죠.

Q. '케이앤아츠'와 함께한 JUMP-UP 프로젝트에서의 업무분담은 어떻게 되었나요?

춤추는 헬렌켈러는 공연 전체의 안무를 총괄했습니다. '세종과 지화 춤을 추다'를 위해 시각장애인을 대상으로 오디션도 했었어요. 케이앤아츠는 비단팀과 더불어 세종과 지화 콘텐츠를 구성하고 음악과 영상도 제작해 주셨습니다. 콜라보레이션이 잘 맞았던 것 같아요. 케이앤아츠는 한국의 역사와 보물을 노래하니까 좋고, 장애인 정책에 대한 내용이니 우리에게도 좋았죠.

Q. 춤추는 헬렌켈러에게 케이앤아츠는 어떤 기업이었나요?

저희에게 케이앤아츠는 적절한 팀이 없을까 하고 한참을 찾다가 기적처럼 매칭이 된 팀입니다. 케이앤아츠가 주는 인상은 섬세하고 치밀하신 분들이라는 거예요. 저희와 달리 실제적인 자금 운용이나 원가대비 생산성을 끄집어내는데 있어서 아주 탁월하시더라고요. 우리는 명상을 하는 사람들이라 눈 감고 내면으로 들어가는 기질인데 말이에요. 현실적인 부분이 몸에 딱 배어 있으신 분이라 판단이나 결정이 섬세하고 치밀하셨어요. 속도감도 있고요. 옆에 있기만해도 아주 많은 걸 배울 수 있었어요.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(장애인)

장애인과 그 가족이 삶의 동기를 찾기가 어렵다.

비장애인에게는 아무 불편함이 없는 사회이지만, 장애인들에게 한국 사회는 장애물의 연속이다. 장애인에 대한 편견도 개선되지 않거니와 장애인의 잠재력을 기대하지도 않는 사회적 풍토로 인해 장애인 개인의 삶이 주목받지 못하고, 이에 장애를 가진 사람들은 비교적 삶에 동기부여를 하기가 어렵다. 이에 따른 가족들의 물질적, 정서적 부담도 간과할 수 없다.

분석 Analysis

장애인에게 숨겨진 재능이 있으나 발견되지 않고, 발현될 기회도 부족하다.

시각장애인의 경우, 시각 능력이 떨어지는 반면 촉각, 청각, 후각 등이 비교적 더 발달하게 된다고 알려진 바 있다. 그러나 사회적 무관심 등으로 이러한 특징을 조명받는 경우는 드물다. 하지만 이 특출난 감각은 장애인에게 비장애인보다도 더 뛰어난 역량을 선사할지도 모른다.

접근 Approach



장애인들의 감정이나 발달된 감각을 명상무(춤)로 대체하다.

춤추는 헬렌켈러는 장애인이 지닌, 내면으로 집중하는 힘과 뛰어난 오감을 명상할 수 있는 역량으로 대체한다. 이를 통해 내면에서 터져 나오는, 춤의 원형이 되는 명상무를 할 수 있도록 교육하고 훈련한다. 또한, 이들을 무대에 올려 공연자로서의 자긍심을 갖도록 한다.

춤추는 헬렌켈러

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

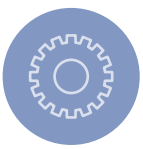

상품

문화(명상무)

춤추는 헬렌켈러는 명상 훈련을 통해 깊은 내면 세계를 가진 장애인들의 감정 및 감각을 표출시킬 수 있도록 유도하여 감동을 유발한다. 30%가량의 집단 군무와 70%가량의 개인 명상무 비율을 유지하여 흥미의 요소와 예술적 요소를 동시에 끌어올린다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

공유채널(Shared Channel)

춤추는 헬렌켈러는 전국에 명상센터 네트워크를 보유하고 있다. 따라서 어디에 시각장애인이 있든 높은 교육 접근성이 보장된다. 향후 청각장애, 지체장애, 정신질환 등 훈련생의 영역을 넓힌 후에도 효율적인 교육 확산이 가능하다. 스스로 무대에 오르는 경험을 통해 자신감을 얻은 장애인의 달라진 삶은 또 다른 이름의 사회적 임팩트라 할 수 있다. 다른 삶의 증거가 될 수 있는 이들의 도전적인 발걸음에 춤추는 헬렌켈러가 함께 하고 있다.

23

아시안허브
최진희 대표

가장 작고 친밀한 사회인 가정에서부터 가장 크게 다름을 느끼는 사람들.
바로 결혼이주여성들이다. 아시안허브는 한국 결혼이주여성들의
마음에 자리한 낯선 땅에서의 생경함과 언어소통의 불편함을, 원래
그 자리에 있어야 할 존중과 주체성으로 조용히 바꾸어 놓고 있다.



"아시아 여성들의 더 나은 삶을 위해"



아시안허브 최진희 대표

아시안허브, 재미와 열정의 종착역

본래 최진희 대표는 홍보를 담당하는 대기업 사원이었다. 우연히 겸하게 된 사회공헌 사업은 그녀로 하여금 참다운 직무의 즐거움을 느끼게 했고, 이는 더 큰 보람을 찾아 나가게 하는 원동력이 되었다. 누구보다도 탄탄한 최 대표의 실무능력 또한 바로 그때부터 촘촘히 쌓여온 것이다.

Q. 안녕하세요. 우선 아시안허브를 소개해 주세요.

아시안허브는 결혼이주여성을 교육해서 일자리를 창출하는 기업입니다. 요즘 결혼이주여성을 위한 교육 프로그램이나 공간이 많은데요. 대부분 이분들을 제대로 이해하고 교육하기보다는, 보편적이고 일반적인 교육을 해서 누락되는 요소가 많아요. 아시안허브는 이러한 점들을 보완해 맞춤형 교육을 하고 있습니다. 2013년 6월에 창립 되었어요. 아시안허브의 첫 프로젝트는 캄보디아 언어문화연구소였습니다. 캄보디아에 대한 비전을 갖고 시작한 것이거든요. 캄보디아는 다른 아시아 국가보다 학력 수준이나 경제적 수준이 낮은 편이라 똑같이 한국어를 가르쳐도 학생들이 더 어려워합니다. 그래서 맞춤형 교육이 필요했던 것이고요. 지금은 미얀마, 라오스, 베트남 등 다양한 국가들을 포괄하고 있지만, 처음에는 캄보디아에 초점을 많이 맞췄었어요.

Q. 먼저 결혼이주여성과 다문화 가정에 관심을 가지신 계기가 가장 궁금한데요. 대표님께서 NGO나 시민단체 출신이 아니라고 들었는데, 어떤 계기로 오늘의 아시안허브가 있게 된 것인지 궁금합니다.

본래 크라운제과와 삼성의 홍보실에 있었습니다. 10년 가까이 홍보팀에서 일하다가 코이카(KOICA, 한국국제협력단)를 통해서 캄보디아에 가게 되었어요. 캄보디아에서 2년 반 정도 있다가 다시 기업에서 일했고 그러다가 아시안허브를 시작하게 됐어요.

Q. 캄보디아에 가게 된 계기는 무엇인가요?

삼성에서 홍보 담당자로 근무할 당시 사회공헌 분야와 겸직을 했어요. 1990년대만 해도 사회공헌팀에 사회복지사들이 있는 게 아니라 홍보 담당자가 겸직하는 경우가 많았거든요. 자연스레 사회공헌에 관심을 두게 되었죠. 현장에서 무언가를 한다는 측면에서 홍보보다는 사회공헌 활동을 할 때가 더 재미있었어요. 사회공헌을 자연스럽게 홍보로 연결시켜서 삼성 내에서 상도 많이 받았어요. 그 즈음 코이카를 알게 되었고요. 이후 회사를 그만두고 고향에서 조금 쉬려고 했는데, 쉬면서 하려고 했던 방송작가 일이 엄청 빡빡했어요. 그래서 코이카를 통해 해외로 가기로 빠르게 마음을 먹고 떠났죠.

Q. 코이카로 활동하려면 특기가 있어야 하는 걸로 알고 있습니다.

한국어 교사 자격증이 있어서 갈 수 있었습니다. 앙코르와트가 있는 캄보디아 씨엠립으로 가게 되었어요. 2003년에 앙코르 와트가 유명해지면서 캄보디아에 갑자기 한국인 관광객이 늘어났는데 한국어를 할 수 있는 현지 가이드가 부족했거든요. 한국어 공부에 목마른 학생들이 몰려들었죠. 2년 동안 가르치고 왔는데 당시 가르친 학생들이 지금도 캄보디아 내에서 한국어를 제일 잘하는 친구들입니다. 네이버 카페를 만들어서 배낭 여행객들에게 제가 한국어를 가르친 가이드 학생들을 소개하기도 했어요. 벌써 10년 넘게 운영 중이고 2만 명 이상이 카페를 방문해서 캄보디아 여행에 도움을 얻었죠.

Q. 캄보디아에서의 경험이 아시안허브의 탄생에 가장 큰 영향을 미친 것이군요.

그렇다고 볼 수 있죠. 제가 한국으로 돌아온 2007년은 마침 한국에 캄보디아 결혼이민자가 급증한 시기였어요. 귀국 후 바로 취직해서 회사를 다니고 있었는데, 봉천 YWCA에서 캄보디아어가 가능한 한국어 강사가 필요하다는 연락이 왔어요. 당시 한국으로 온 캄보디아 사람들은 영어도 한국어도 모르는 상태였거든요. 결국, 봉사활동으로 기초반을 운영하게 되었죠. 아시안허브의 초창기에 채용한 직원 중 그 때 가르친 학생도 있어요. 고맙게도 일터에서 제가 하는 활동을 적극적으로 지원해 주셨지만, 일과 봉사활동을 병행하는 게 힘들고 복잡했어요. 게다가 38살이라는 늦은 나이에 결혼을 하기도 하고, 여러모로 과부하가 걸린 상태였죠. 그러던 어느 날 관악구청에서 하는 사회적기업 설명회 우연히 가게 되었어요. 당시 센터장님을 보고 사회적기업을 하고 싶다는 생각이 강하게 들었습니다. 회사에 그만두겠다고 말했더니 단순히 일을 하고 싶다는 마음으로 그만둔다는 건 말이 안 된다고 하시더라고요. 그러던 중 육성사업에 선정되었습니다. 타이밍들이 신기하게 잘 맞았죠(웃음). 본격적으로 회사를 시작한 건 육성사업에 선정된 후였습니다.

문어발이라고 다 나쁜 건 아니야
허브라는 이름 때문일까. 아시안허브는 다양한 사업을 하고 있다. 살펴보면 어느 하나 중요하지 않은 것이 없다. 한국사람들은 당연하게 누리고 있는 것들이기 때문이다. 다양한 만큼 많은 일들은 네 명의 아시안허브 식구들과 함께 많은 프리랜서와 자원봉사자들이 함께하고 있다.

Q. 창립 이후, 현재까지(2014년 9월) 사업영역이 얼마나 갖춰졌나요?

현재 진행 중인 사업영역은 다문화사업부, 통번역사업부, 콘텐츠개발사업부 세 가지입니다. 콘텐츠사업부에서는 출판과 신문 사업을 하는데요. '글로벌 다문화 신문'이라는 인터넷 신문을 발간하고 다문화 서적을 위주로 한 출판사업도 진행합니다. 동영상 콘텐츠도 개발하고요. 현재 가장 활성화되어 있고 수입을 내는 부서는 통번역사업부입니다. 해외 창업을 나가는 분들에게 언어 강좌를 제공하는 사업부인데요. 선교사분들이나 중소기업체, 봉사활동 동아리 학생들이 주로 교육을 받습니다. 다문화사업부의 경우 다문화 축제와 같은 각종 프로그램을 진행해요. 에코 디자인실을 운영하여 폐

한국국제협력단
(KOICA: Korea International Cooperation Agency)

한국국제협력단 코이카는 정부차원의 대외무상협력사업을 전담 실시하는 기관으로서 우리나라와 개발도상국가과의 우호협력관계 및 상호교류를 증진하고 해당 국가들의 경제사회 발전을 지원함으로써 국제개발협력을 증진하는 것으로 목적으로 삼고 있다. 이를 위해 국내초청연수, 전문가파견, 해외봉사단파견, 개발조사, 인프라건축, NGO지원, 재난복구지원, 국제기구협력사업 등 다양한 형태의 사업을 실시하고 있으며 1991년 4월 정부출연기관으로 설립되었다.

글로벌 다문화 신문

아시안허브가 운영하는 다문화 인터넷 뉴스로 다문화 사회, 한국생활, 다문화 정책 등 다문화에 관한 이슈 전반을 다루고 있다.
http://multiculturenews.com/

현수막을 이용한 휴지 케이스 등 재활용품을 생산하는 일도 하고 있어요. 언어능력에 따라서 선호하거나 적합한 부서가 조금씩 다르죠.

Q. 사업영역을 보면 인력이 많이 필요하실 것 같아요.

정직원은 현재 네 명이고요. 프리랜서분들, 봉사자분들과 함께 일하고 있어요. 미디어나 출판 분야는 대표인 제가 총괄지휘를 합니다. 예전 기업에서 홍보팀장으로 근무했을 때, 출판과 미디어를 모두 담당했었거든요. 디자인은 외주로 맡기거나 프리랜서 분들과 협업해요. 에코 디자인실은 직원 중 패션 디자인을 전공한 친구가 담당합니다. 통번역도 캄보디아어는 직원이 담당해주시고, 그 외에는 프리랜서들과 함께 일합니다.

Q. 아이를 키우기 위해서라도 결혼이주여성들에겐 언어 학습이 우선순위겠어요.

네. 언어교육과 관련한 활동을 더 포괄적으로 하기 위해 아시아언어문화연구소라는 비영리조직을 만들었는데요. 결혼이주여성은 엄마로서 한국어가 약하다 보니 아이들에게 책도 읽어주지 못하고 숫자 공부도 함께 해주지 못해요. 이곳에서는 봉사단이 여성들에게 한국 언어와 문화를 전달해서 엄마가 그 일을 할 수 있도록 돕습니다. 인력이 많이 필요한 일이라 문화지원단이라는 봉사활동으로 운영하고 있어요. 결혼이주여성을 위한 교육은 무료로 하고 있습니다. 마을사업의 일환으로 하기도 하고, 한국어 교육은 회사에서 투자해서 하고 있어요. 사실 수익이 많이 나오진 않으니까요. 그래도 마이너스가 된 적은 한 번도 없습니다(웃음).

Q. 이주여성들이 통번역을 하려면 기본 스킬이 필요할 텐데, 이와 관련한 교육은 어떻게 하시나요?

처음에는 집단으로 교육을 했었는데 잘되지 않아서 각 사람에 맞추어 개별교육을 합니다. 트레이닝 기간을 오래 두는 편이고요. 오랫동안 같이 일한 통번역 책임연구원인 비상근 직원이 있습니다. 이 분은 토요일만 강의를 나오고 통번역은 개별적으로 하고 있어요.









Q. 반대로 한국 사람들에게 다문화 교육을 진행하시기도 하는 것 같아요.

현재 아시안허브에서 초등학교 강의도 나갑니다. 주말에 다문화 아이들이나 일반 아이들을 모집해서 다문화 체험 프로그램을 진행해요. 아이들이 수업시간을 통해 다문화를 자연스럽게 받아들일 수 있도록, 우리 반에 다문화 가정 아이가 있어도 선입견을 품지 않도록요. 초등학생 프로그램의 경우 관악구에서 지역 울타리 공모사업 사업비를 받아서 초등학생을 모집하고 토요수업을 진행합니다. 이 외에도 작은 공모사업들을 하고 있어요.

Q. 학생들 반응은 어떤가요?

교육은 '글로벌 리더 양성과정'이라는 이름으로 무료 진행하는데요. 요즘에는 복지학교도 많고 무료 프로그램도 참 많아요. 그렇다 보니 참여율이 조금 낮아졌죠. 작년에는 선착순 20명을 모집해서 금방 마감이 되었었는데 올해는 인원이 미달 되어서 원래 4~6학년 대상이던 것을 3학년까지로 늘렸어요. 학생들이 자발적으로 지원하기보다는 부모님의 권유로 하는 경우가 많아요.

Q. 캄보디아 아이들을 위한 동화책 출판사업도 하신다고 들었습니다.

네. 소셜벤처 경연대회에서 수상한 내용이 '꼬마라꼬마레이'라고 이 동화책 사업이에요. 사실 아직 동화책 출판까지는 안 되었고요. 공모도 했었는데 결혼이주여성이 직접 쓴 책을 내려다 보니 너무 늦어지더라고요. 그래서 출판 분야에서는 언어 책이나 한국인이 쓴 에세이집을 먼저 내고 있습니다. 책 '춤추는 파랑새'의 경우 100권 이상 판매되었습니다. 개별적으로 출판 의뢰를 하는 경우도 있는데, 출판물이 있으면 수익의

꼬마라꼬마레이

꼬마라꼬마레이는 캄보디아어로 '소년 소녀'라는 뜻이다. 결혼이주여성들이 한국의 동화책을 모국어로 번역하고 이를 모국의 현지 어린이들에게 보급하는 사업으로 아시안허브가 2013 소셜벤처 경연대회에 출전한 팀 이름이다. 이 프로젝트로 아시안허브는 우수상을 수상했다.

10%를 기부하는 원칙을 세워서 지켜가고 있습니다.

Q. 폐 현수막으로 만든 에코디자인 제품 판매 통로는 어떻게 되나요?
대량 주문이 들어오는 경우가 있어요. 요즘에는 사회적기업 부스가 많아서 '세상의 모든 시장' 같은 곳에서도 판매합니다. 개인 SNS를 통해서도 주문이 들어오고요.

사람을 위한 일, 기초부터 탄탄하게
최진희 대표가 가장 큰 성과로 꼽는 것은 바로 사람이다. 테레사 수녀도 말하지 않았던가. 한 번에 한 명의 사람에게 온 힘을 다할 수 있다고. 한국의 땅에 심긴 씨앗이 아름다운 꽃으로 피어날 수 있도록 최 대표는 조용하게, 묵묵하게 힘 있는 변화를 일으키고 있다.

Q. 사회적기업가 육성사업 최우수상, 소셜벤처경연대회 우수상, 세스넷에서도 좋은 평가를 받는 아시안허브, 많은 기대를 받고 계신 것 같은데요.
학교다닐 때 보면 뭔가 잘하는 특기생이 있는 반면, 그냥 모범생이 있잖아요. 저희는 단순한 모범생 같은 느낌이에요(웃음). 그래서 상을 받은 것 같아요.

Q. 스스로 그렇게 평가하시는 이유는 뭔가요?
제 기본 성향이 그렇습니다. 출근 시간만 해도 보통 요즘 사회적기업들 보면 늦게 출근하는 편인데 저는 대기업에서 근무하던 게 몸에 배어 있어서 8시나 8시 반이면 출근합니다. 오랜 시간 일하고 규칙적으로 사는 습관이 있어요. 행사를 하더라도 100명 정도가 기본이라고 생각하고 로고나 현판 제작 같은 것도 금방 잘하는 편이에요. 다른 기업 경험이 없는 젊은 사람들에 비해 적극적으로 따라가니 세스넷이 좋아해 주시는 것 같아요. 그러다 보니 사업 틀도 잡혀가는 것 같고요. 아직은 신생기업이고 잘 모를 때니까 특별하게 잘하고 있는 건 없지만, 모범적으로 가고 있습니다. 시간이 지나다 보면 특기생이 빛을 발할 때가 와요. 우리는 확 잘된다기보다는 이런 식으로 꾸준히 갈 것 같아요.

Q. 모범생 이상을 하기 위해 필요한 게 있다면 무엇일까요?
끼가 필요하다고 봐요. 기업을 운영하는 일도 그렇고 여러가지에서요. 지인인 대구 ODS 다문화교육연구소 이나현 대표님 같은 경우에는 영업력이 뛰어나세요. 작은 도서관 사업도 많이 하시고 책도 400만 원대로 만들어서 관공서에만 거래하는 등 크게 사업을 하세요. 저는 그런 영업력이나 배포가 없는 것 같아요. 그런 점이 보완되면 좋겠습니다. 회사가 즐거우면서 성장 폭도 크고, 복지도 좋아지고, 급여도 올라가면 좋잖아요.

ODS 다문화교육연구소

대구광역시에 위치한 예비사회적기업으로 평생교육과 여성의 일자리 창출이라는 목적 아래 이주여성이 우리 한국 사회 안에서 교육인으로 자립할 수 있는 기회를 제공한다. 이를 통해 이주여성이 세계문화지도사가 되어 다문화와 함께 성장하기를 꿈꾸는 교육전문기관이다.

Q. 반면에 이런 부분은 내가 자신 있다고 생각하시는 점은 무엇인가요?
저는 뭔가를 하면서 포기하지 않아요. 현재 출판업도 하고 인터넷 신문도 운영 중인데, 인터넷 다문화 신문기자를 12명 뽑았어요. 그들이 아직 기사를 써보지 않았지만 기다려줄 수 있어요. 그 공백을 제가 채워 넣으면서 사람들을 기다려주는 겁니다.



Q. 회사 창립 이후 오늘까지의 가장 큰 성과가 무엇이라고 생각하시나요?

오랜 시간 꾸준히 함께 일하는 결혼이주여성이 생긴 점입니다. 창립 멤버 4명 중 2명이 결혼이주여성인데, 이들이 지금까지 함께 하고 있다는 점이 가장 큰 성과예요. 현재 남양주에서 프리랜서로 캄보디아어 강의하면서 동영상 강의를 찍는 결혼이주여성이 있어요. 2기 자원활동가로 지원했던 분인데, 당시에는 메일도 보낼 줄 모르고 이력서도 처음 써본 분이었죠. 그분께 저희가 노트북도 한 대 사드리고 지원했습니다. 지금은 한국어로 캄보디아어를 교육하고 카페에 글도 올리고 강의도 참 잘해요. 이 친구가 가장 크게 발전한 경우입니다. 이 친구는 캄보디아에서는 결혼식을 올렸지만 한국에서는 결혼식을 못했습니다. 그래서 회사 창립 1주년 때 결혼식을 해줬어요. 앞으로도 창립 기념일마다 결혼식을 해주려고 해요. 저희는 사람이 워낙 중요한 조직이다보니 사람의 성장이 가장 큰 성과가 되는 것 같아요.

Q. 사회적기업은 없어지기 위한 조직이라는 말이 있는데요. 아시안허브가 없어지는 시점이 온다면 세상이 어떻게 바뀌어 있길 원하시나요?

지금은 굳이 다문화라고 말을 하는데 그때는 다문화가 자연스러워지겠죠. 우리가 지금 단일민족이라고 자랑스러워 하지만 그걸 말하고 다니지 않는 것처럼 다문화가 익숙해지는 시대가 오지 않을까요? 사실 '다문화'는 미국식 표현입니다. 유럽에서는 '상호문화'라고 하는데, 저는 이 표현이 더 멋져 보여요. 쌍방향 다문화라고 말하듯이 서로의 문화에 대해 이해해야 합니다. 해외여행도 많이 다니는 만큼 다른 나라, 다른 문화에 대해서 적극적으로 관심을 갖게 되면 오픈 마인드가 되지 않을까 싶어요. 지금은 여행은 여행대로 가면서 한국 것만 고집하잖아요. 김치를 가져간다거나 한국에 온 외국인 관광객에게 한국 것을 강조하지요. 이런 사고가 자연스럽게 바뀌지 않을까 싶습니다.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(다문화)

결혼이주여성들의 한국 생활 적응이 어렵다.

한류 드라마에서 보던 한국을 꿈꾸며 이주 결혼을 한 여성들. 이들의 삶은 녹록지 않다. 가정에서부터 의사소통의 힘겨움으로 소외되고, 좋은 일자리를 얻는 것은 하늘의 별 따기다. 여성으로서, 사람으로서의 인권이 유린당하는 경우도 있다.

분석 Analysis

한국어 의사소통 문제 및 문화차이로 인해 결혼이주여성들의 삶의 질이 전반적으로 하락하고 있다.

한국에서의 삶이 힘든 가장 큰 이유는 한국어 의사소통의 어려움 때문이다. 언어 소통은 일상생활이나 육아에도 큰 영향을 미친다. 각종 복지기관 등에서 교육을 진행하기도 하나 출신 나라나 지역별로 습득능력에 차이가 있다.

접근 Approach



결혼이주여성들과 한국 문화, 생활 사이의 거리를 줄이다.

결혼이주여성들이 한국에서 잘 적응하여 살 수 있도록 한국사회의 여러 일상적인 요소들과 결혼이주여성의 거리를 줄인다.

아시안허브

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

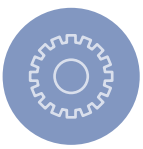

상품

서비스(플랫폼)

아시안허브에서는 결혼이주여성을 위한 기초 언어교육을 비롯하여 맞춤형 언어교육을 시행한다. 언어 습득력이 뛰어난 고급인력은 아시안허브에서 통번역사로 일하기도 한다. 또한, 결혼이주여성의 자녀들이 한국어에 더욱 친숙해질 수 있도록 자원봉사를 통한 교육을 제공한다. 이외에도 다문화를 소재로 한 인터넷 신문을 발간하여 한국의 결혼이주여성들이 한국에서의 일상을 잘 살아낼 수 있는 요소들을 발전시키고 있다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

개인화(Personalization)

결혼이주여성에게 언어를 교육하거나, 일자리 서비스를 제공할 경우 결혼이주여성 개개인에 맞춘 수준별 서비스를 제공하여 서비스 품질을 향상한다. 예를 들어 일자리의 경우 통번역이 가능한 한국어 유창자는 그에 맞는 업무를 함께 하고, 아직 언어가 서투른 결혼이주여성에게는 업사이클을 활용한 에코 상품을 만드는 일을 함께한다. 두 경우 모두 여성이 사회적인 생활을 하게 되는 측면에서는 동일하게 긍정적인 의미가 있다.

나눔인

SUNLAB

더클린산업



섬나들이

우리동네사람들



이피큡



이팝나무

이플약초협동조합



청주마실

소셜핸디아트

춤추는 헬렌켈러

창의공작소

케이앤아츠

열린책장

힐링브러쉬

알로하아이디어스

길터여행협동조합

재주도좋아

함께 웃고 함께 우는 사람들

04

사회 문제로 인해 고통받는 사람들에게 필요한 건 당장 문제를 해결할 슈퍼맨이 아닙니다. 오히려 문제의 해결은 개인의 마음을 가장 잘 공감해 주는 것으로부터 시작될 수 있습니다. 공감에서 시작하는 방법이 가장 핵심에 가까이 닿을 수 있으며, 가장 지속가능하기 때문입니다.

'함께 웃고 함께 우는 사람들'은 고통받는 이들의 손을 잡고 함께 해결책을 모색하는 사회적기업가들을 말합니다. 이들은 지금도 우리의 삶 속에서 일어나는 작은 문제들부터 해결하며 작지만 큰 변화를 만들어 가고 있습니다.

열린

소울오브아프리카

러브시니어

자이엔트

제너럴피트니스

핑거119



무빙아트웍스

함께걷는발달연구소

상상우리



에이유디
사회적협동조합

아시안허브



더교육협동조합

24

이피큡
김이준수 대표

"당신이 먹은 것이 무엇인지 말하면 당신이 어떤 사람인지 말해주겠다."
프랑스의 미식가 브리야 사바랭의 말이다. 이 시대를 사는 대부분의
젊은이들은 이 물음에 대답을 피하는 쪽을 택할 것이다. 간편하고
빠르게 먹을 수 있는 음식에 익숙해진 현대인으로서 특별히 좋은 사람
이라는 평가를 받긴 어려울테니 말이다. 적정기업 이피큡은 이러한
현대의 식생활, 먹거리 이슈에 태클을 걸고자 한다. 단순한 윤리적 소비를
넘어, 먹거리 생산자에서 소비자에 이르는 모든 스펙트럼을 들여다 보면서
말이다. 브리야 사바랭의 말처럼, 식품의 문제는 곧 우리 삶의 질을
아우르는 문제이기 때문이다.



"**먹거리**를 통해 **삶의 깊이**를 들여다보기"



이피큡 김이준수 대표

식품 정의와 공정무역으로 기업하다

공정무역이 어색하지 않게 회자되기 시작한 건 불과 3년도 되지 않는다. 그것은 지난 10년 간 공정무역을 알리고자 노력한 조직의 땀과 열정이 낳은 산물이다. 이피큡은 공정무역을 넘어, 식품 정의라는 개념에 도전한다. 쓰레기를 버릴 때 분리수거하듯, 가급적 텀블러를 사용하듯 사람들이 자신의 먹거리에 대해 관심을 가지도록, 식품에 관한 습관이 개선되도록 이피큡의 상품과 서비스로 돕고자 한다.

Q. 적정기업 이피큡(ep coop)은 어떤 곳인가요?

저희는 공정무역 커피와 초콜릿을 중심으로 먹거리와 관련한 여러 활동을 하는 노동자협동조합입니다. 누구나 건강하고 안전한 먹거리에 대한 동등한 권리가 있다는 '식품 정의(Food justice)'와 공정무역이 우리 조직의 화두입니다.

Q. 식품 정의라는 개념이 생소한데요. 화두로 삼는 내용을 조금 더 구체적으로 설명해 주신다면요?

다른 말로 먹거리 공정성이라고 표현하기도 하는데요. 먹거리가 생존과 직결된 거잖아요. 그런데 지금의 먹거리는 하나의 복합적인 체제 속에서 소비자에게 주어지는 경우가 많아요. 대기업들이 생산부터 유통까지 장악하는 경우가 많으니까요. 이 과정에서 소외되는 건 생산자고, 소비자들도 마트에서 가볍게 소비하는 게 습관 되면서 내 먹거리가 어디서 어떻게 오는지 모르게 되죠. 이런 부분에서 생산자와 소비자를 가깝게 해주고 싶어요. 공정무역에 관한 다른 원칙도 여럿 있지만, 일단 생산자들을 알아야 해요. 더 나아가 공급 시스템 안에 있는 사람들 다 같이 잘 살아보자는 취지를 가지고 있어요.

Q. 공정무역과 식품 정의 즉, 좋은 먹거리의 공정한 접근권을 위해 어떤 일을 하시나요?

먹거리의 철학을 공유하기 위해 커피, 초콜릿을 중심으로 강연이나 세미나도 열고요. 그 외에도 포럼, 커뮤니티 키친, 소셜 다이닝 등 다양한 활동을 합니다. 공정무역에 대한 강연이나 교육을 나가기도 하고요. 한편, 작년부터 사회적 경제 안에서 다양한 행사를 기획, 진행하기도 합니다. 협동조합 콘서트나 마을공동체 관한 토크 콘서트도 했었거든요. 그 안에서도 결국 관계를 만들어 간다는 건 공정무역과 일맥상통 하다고 봅니다. 커피 한잔 하자고 할 때 숨겨져 있는 함의가 있잖아요. 당신과 시간을 보내고 싶다든지, 친해지고 싶다든지요. 결국 이런 게 관계라는 키워드 속에 얘기가 되듯 사회적 경제 행사를 통해서도 이 영역에 있는 많은 기업들과 시민들을 연결해줄 수 있는 접점을 마련하고 네트워크를 만들어가고 있는 겁니다. 사실 돈 벌기 위해 하는 거예요(웃음).

Q. 공정무역 커피를 로스팅해서 판매하기도 하시나요?

네. 저희가 직접 로스팅 하고 매장이나 개인들에게 공급해요. B2B나 B2C로요. 커피 교육, 케이터링 행사 통해서도 꾸준히 알리고 있죠. 공정무역이 많이 알려졌다고는 하는데 사람들이 의외로 많이 안 마셔요.

Q. 초콜릿도 같은 방식으로 알리고 계신가요?

같은 방식인데 현재 초콜릿은 공정무역 비중이 너무 작아서 아직까지는 아주 소량이에요. 풀어야 할 숙제죠.

Q. 사업분야가 많으신 것 같아요.

가능한 한 커피에 집중하고 싶어요. 사회적 경제 영역에서 행사하는 건 수익성을 위한 거지만 하다 보면 도움이 되는 부분도 있어요. 많은 사람들과 네트워킹할 수 있는 기회도 되고요. 행사의 기획자라는 것 자체로 어느 정도 신뢰하고 좋게 봐주시는 효과가 있더라고요. 다만 일이 고되요. 우리의 메인은 커피와 초콜릿인데 어쨌거나 핵심은 아니니까요.

적정기업이 말하는 지속가능성

이피큡 앞에는 '적정기업'이라는 수식어가 붙는다. 적정기업이라는 개념은 처음이라 그 뜻을 물었다. 김이준수 대표는 그야말로 적정(appropriate)하게 노동하고 적정한 이윤을 얻는 것을 의미한다고 한다. 그 외에도 적정한 즐거움과 적정한 시행착오를 모두 취하고 싶다니, 참으로 적정치 않은 욕심이 담겼다. 하지만 모른다. 이피큡이 과하지 않고 적정하게, 뚝심있게 길을 헤쳐가는 것이야말로 현재와 앞으로를 지속가능하게 하는 최고의 전략일지도 모른다.

Q. 식품 정의에 관한 교육이나 워크샵은 어떻게 진행하고 계시나요?

커리큘럼을 만들어서 맛 콘서트나 맛 칼럼니스트 과정을 진행합니다. 삶과 먹을거리 협동조합 '끼니'라는 곳과 함께 기획하고 진행해요. 먹거리 관련 사회학자, 맛 칼럼니스트, 식객 스토리 작가, 식도락 관련 연구자 등 먹거리와 관련한 철학을 공유하는 사람들끼리 만든 협동조합이거든요. 끼니와 같이 맛 콘서트나 맛 칼럼니스트 과정을 비롯해 먹거리 관련 다양한 포럼이나 세미나를 기획하고 프로그램을 제공합니다. 교육과 더불어서 커뮤니티 키친으로 직접 요리도 같이 해보고, 만들어진 걸로 소셜 다이닝도 합니다. 다 잘 먹자는 취지에서 하는 것이고요. 마포구 서교동에 수운잡방이라는 커피공방이 있습니다. 저희가 생두 로스팅도 하고 모임공간으로 활용하는 곳인데, 교육이나 워크샵도 그곳에서 주로 진행하고 있어요.

Q. 맛 칼럼니스트 과정이나 맛 콘서트 등 식품 정의에 관한 프로그램을 거쳐 간 사람들이 얼마나 되나요?

2013년에는 맛 콘서트만 했었는데, 참가 인원은 500명 내외로 보고 있고요. 맛 칼럼니스트 과정은 올해부터 해서 3기째 하고 있어요. 200명 정도 함께 하신 것 같아요.

식품 정의(Food Justice)

누구든지 건강하고 좋은 음식에 접근할 권리가 있다고 믿고 이를 실천하는 것

삶과 먹을거리 협동조합 '끼니'

맛 관련 전문가들이 모여 만든 협동조합. 2013년 10월에 만들었으며 "맛으로 세상을 읽겠다"라는 포부 아래 조합원들이 모여 직접 강의를 연다. 글쓰는 요리사 박찬일, 요리연구가 김경애씨 등이 소속되어 있으며, '한국음식문화 최근 100년의 충격', '계절과 지역을 잃어버린 밥상' 등의 강의를 진행한다.

식객 (食客)

각종 음식과 요리 대결을 주제로 한 만화가 허영만 화백의 작품. 총 27권의 단행본이 나왔으며, 동일한 내용을 바탕으로 드라마와 영화로도 제작되었을만큼 인기가 높다.

Q. 어떤 분들이 주로 오시는지 궁금해요.

먹거리에 관한 기본적인 인식이나 철학을 같이 하는 사람들이 오십니다. 사실 요즘은 먹을 거리가 너무 풍성해지다 보니 그 중요성이나 소중함을 간과하게 되거든요. 먹거리가 왜 중요한지, 먹거리가 어떤 체계 속에서 유통되고 결국 내 손에 오는지에 대해 알 필요가 있다고 생각해요. 식품 유통체계 전반에 대해서도 포괄적으로 인식해야 하는 거죠. 먹거리의 중요성을 설파하는 분들이나 꾸준히 관심 가지고 계신 분들이 오세요. 특히 젊었을 때에는 크게 관심두지 않다가, 40대에 도달하면 넘어가면 먹거리에 관한 관심이 급증하는 경향도 있는 것 같아요. 맛 칼럼니스트 과정의 경우는 10주 과정에 55만 원의 수강료가 있는데도 항상 매진될 정도로 반응이 좋은 편입니다.

Q. 이피큡의 매출 규모를 알 수 있을까요?

작년 8월에 협동조합으로 설립된 이후 매출은 올해까지 2억 원 가량 되는데요. 남는 돈은 없습니다. (웃음) 그래서 축적해 놓은 것도 없고요. '오대수'에 가깝다고 보시면 됩니다. 오늘 하루 대충 수습하며 살자!(웃음) 앞으로도 매출이 폭발적으로 늘거나 수익이 급격하게 향상할 것으로 전망하진 않습니다. 저희가 하고 있는 분야 자체가 경제학적으로 생산성이 높거나 부가가치를 크게 창출할 수 있진 않거든요. 그저 묵묵히 걸을 뿐이죠. 커피가 주는 위안으로 버티는 셈이라고나 할까요. 뭐 푸념인데요. 제가 지금 느끼는 문제는 너무 많은 노동을 하고 있다는 것이죠. 자기착취적 노동인데요. 스타트업이니까, 시작한지 얼마 안 됐으니까, 이런 말을 듣는 건 위로도 되지 않고 오히려 그런 것이 당연하다고 여겨지는 사회가 얼마나 일에 중독돼 있는지 보여주는 것 같아서 씁쓸하기도 합니다. 가만 보면, '일 중독의 나라' 같아요.

해피브릿지 협동조합

외식프랜차이즈로 시작하여 전국의 400여 개의 가맹점과 직영점을 확보하고 있는 협동조합. 직영 제조 및 직영물류를 운영하며 지속적인 교육 및 브랜드, 성장지원 등을 아끼지 않고 고객과 함께 동행하는 견고한 프랜차이즈 시스템을 구축하고 있다.

Q. 향후 이피큡에서 추진하는 사업이 있나요?

해피브릿지 협동조합을 혹시 아시나요? 외식 프랜차이즈를 하는 노동자 협동조합이에요. 국수나무라는 브랜드로 유명하죠. 연 매출이 350~400억 되는 아주 큰 조직이고, 주식회사에서 협동조합으로 전환했어요. 해피브릿지가 조만간 HBCC라는 외식 창업센터를 오픈합니다. 겉으로 보기엔 요리학원인데 외식 관련 창업자들을 위한 인큐베이팅도 해주고 협동조합 관련한 여러 교육도 진행해요. 저기서 이피큡이 카페반을 맡게 되었어요. 우리도 노동자협동조합이거든요. 일종의 협동조합 간 협동으로 보고 있습니다. 이렇게 협동조합이든 사회적 경제 영역이든 좋은 조직들과 같이 할 수 있는 지점들을 늘 모색하고 있어요. 연대하고 협동하는 것이 꼭 필요하고, 또 그렇게 해야만 가능한 일들이 있다고 보기 때문입니다.

Q. 앞으로 이피큡이 지속가능한 지점까지 가려면 어느 정도의 퍼포먼스를 내야 한다고 보시나요?

육성사업 지원할 때 목표했던 건데요. 소셜 프랜차이즈 플랫폼으로의 역할을 기대하고 있어요. 기존 프랜차이즈와 같은 형태라기보다는 먹거리나 카페에 대한 전문성, 노동에 대한 가치, 협력 연대할 수 있는 지점들을 공유할 수 있는 장을 만들고 싶어요. 프랜차이즈끼리는 단순하게 공동구매부터 레시피도 공유하고 크게는 공정무역 산지를



공동개발할 수도 있어요. 카페가 위치한 각 지역의 특성을 살리면서 카페 안팎에서의 느슨한 연대체를 이룰 수 있는 플랫폼을 만들고 싶어요. 작년도 마을공동체 사업에 참여하는 주체들과 '마을카페 네트워크'를 해보자는 얘기도 있었는데 본격적인 추진은 현실에 치여 하지 못한 실정입니다. 지금은 아름다운 커피 쪽에서도 소셜 프랜차이즈 이야기를 하셔서 협력할 방안이 있을까 고민하고 있는 상황이에요. 아직은 우리가 힘도 미력하고 소셜 프랜차이즈 담론을 어떻게 만들어 나갈 수 있을지에 대한 고민도 필요한 시기인 거 같아요. 카페 슬로비도 소셜 프랜차이즈를 얘기하는데, 주제는 같아도 방향성은 다 다르거든요.

사회적 경제를 택한다는 것은 삶의 방향을 택하는 일

김이준수 대표는 기자생활 10년이라는 특별한 이력을 가지고 있다. 저널리스트가 아닌 타이피스트의 삶에 결국 지속가능성을 느끼지 못하고 떠나온 곳이 커피, 그리고 공정무역이었다. 사업가라기보다는 차라리 철학자 같았던 그와의 인터뷰가 무게 있었던 것은 일상과 삶에 대한 고민이 고스란히 일에 연결되었기 때문일 것이다. 그것도 아주 적극적으로.

Q. 이피쿱의 궁극적인 목표는 무엇인가요?

목표치는 없어요. 다만 하고 있는 활동들 꾸준히 할 뿐이죠. 제 개인적인 입장으로, 그저 우리는 이렇게 살겠다 하고 사는 거예요. 쿠바처럼 도시농업 자체가 모든 먹거리를 전반적으로 지배하지 않고서는 가능하지 않아요. 자본과 대기업에 종속된 사회에서 사소한 움직임들이 여기저기서 모여 더디게라도 바뀐다면 좋은 거죠. 실패의 연속일 거라고 봐요. 다만 더 낫게 실패하는 방법들을 각자의 삶의 가치들을 맞춰가면서 지내는 거죠. 되면 좋고 안 되면 말고. 우리 스탠스를 유지하면서 꾸준히 가길 바라는 거죠.

HBCC

해피브릿지에서 오픈하는 HB외식창업센터 요리학원. HBCC는 외식창업컨설팅과 요리아카데미 기능을 동시에 갖춘 교육기관으로서 외식 아이템 맞춤창업은 물론 창업자의 인생 가치 맞춤형 교육을 지향한다.

이피큡의 ep란?

ep는 에스프레소(espresso), 환경친화적인 상품(eco-friendly products)의 줄임말이면서 앞으로 질적으로 확장된 이야기(extended playing)를 지속적으로 선보이겠다는 이피큡의 의지를 표현한다. 또한, 이피큡과 함께 하는 이들을 위해 '벨 에포크(belle époque 아름다운 시절)'를 선사하고 싶은 마음도 담았다.

Q. 지금 함께 일하시는 분들을 소개해 주세요.

총 다섯 명 중 네 명이 공정무역 커피 사회적기업에서 일했던 동료였습니다. 같은 회사여도 서로 다른 지점에서 매니저 등으로 일했었기 때문에 계속 붙어있었던 건 아니었어요. 저희는 협동조합 기본법이 발효되기 전부터 협동조합을 해보자는 이야기를 했었어요. 그 회사에서는 추구하는 게 잘 맞지 않아서 결국 우리끼리 뭉쳐서 가산디지털단지에서 공정무역 카페를 운영했었어요. 계약 기간 끝나고 나서 홍대에서 커피공방을 하면서 여러 활동을 시작하게 됐고요. 협동조합으로는 작년 8월에 만들었어요.

Q. 조직적으로 지금 가장 필요한 역량이나 자원이 있다면요?

자본이 제일 부족해요. 현재 로스팅 공장을 만들고는 있어요. 공간은 있는데 로스팅 기계가 고가라 공동으로 구매하고 운용할 만한 파트너를 모색해서 협의 중이에요. 필요한 기계가 7, 8천만 원 정도 하거든요. 커피가 한국에서는 워낙 레드오션이라 그 이후에도 더 열심히 해야죠.

Q. 창업하시기 전에 기자생활을 하신 걸로 알고 있어요.

누군가가 '이 사회에 건강하게 썩어들어가라'는 말을 해 주셨어요. 제 삶의 계시 같은 말이죠. 그 말이 내가 어떻게 살 것인가랑 연관되는 것 같아요. 기자를 하다가 이 섹터로 들어온 것도 사회적기업이 좋아서라기보다는 어떻게 살지를 고민하다가 사회적 경제 영역이라면 건강하게 썩어들어갈 수 있겠다고 판단했기 때문이에요.

Q. 굳이 커피를 선택하신 것도 특별한 이유가 있으신가요?

뭔가 만드는 일도 하고 싶었어요. 마침 공정무역과 커피를 접하면서 발을 들여놓게 된 거죠. 커피는 평생 업으로 가져갈 것 같아요. 커피는 죽을 때까지 만들 수 있으니까요. 회사와 관계없이도 커피를 한 건 스스로 뿌듯하게 생각해요. 죽을 때까지 내가 좋아하는 사람들에게 커피 한 잔 내줄 수 있으니까요. 사실 평생 협동조합을 하겠다거나 사회적 경제 영역에 뼈를 묻겠다는 건 없어요. 사회에서 건강하게 썩어들어갈 수 있으면, 초야에 들어가더라도 그렇게 살고 싶습니다.

Q. 사회적기업을 시작하려는 후배들에게 조언 한 마디 해주신다면요?

힘드니까 하지 말라고 하고 싶어요(웃음). 굳이 할 거라면 끊임없이 실패하고 다음번엔 더 낫게 실패하라고 말하고 싶어요. 저는 사실 실패를 상정하고 가야 한다고 봐요. 실패가 용인되지 않는 사회라 한 번 실패하면 낙오할 거 같고 루저가 될 거 같아도 결국 또 괜찮아지더라고요. 세상은 쉽게 바뀌지 않을 거라고 생각해요. 근데 바꾸고자 하는 세상을 너무 크게 범주화할 필요는 없고 작은 단위, 심지어 개인으로 시작해도 좋을 것 같아요. 사회적 경제 영역을 택하는 것 자체가 개인 삶의 자세와 연관되어 있다고 보거든요. 내가 어떻게 살아야겠다는 것, 사는 문제에 직결된다는 말이죠. 그 안에서 자기가 가진 태도나 철학이 어떻게든 지속가능하면 좋겠지만, 실패할 수 있다는 것도 염두해 두고 더 낫게 실패할 수 있는 방향을 고민하시면 좋겠습니다.

JUMP UP PROJECT

이피큡& (사)여성이만드는일과미래

"달달한 희망 공장"

WHAT IS JUMP-UP PROJECT?

청년창업 활성화와 사회적기업의 지속적인 성장을 지원하기 위해 사회적기업경기재단, 한국사회적기업진흥원과 함께 2012년부터 진행해온 KDB대우증권의 사회공헌 프로젝트. 2개 이상 기업의 컨소시엄 사업단 형태로 참여할 수 있다. 사회적기업가 육성사업 중 법인기업 및 (예비)사회적기업으로의 진입 의지가 있는 기업이 반드시 컨소시엄 기업 중 한 곳으로 포함되어야 한다. JUMP-UP 프로젝트에 선정되면 취약계층 대상의 사업을 직접 진행할 수 있는 사업비를 지원해준다. 사회적기업가 육성사업팀에게는 또 한 번 발돋움 할 좋은 기회다.

사회적기업가 육성사업 3기 창업팀인 '적정기업 이피큡', 그리고 (사)여성이만드는일과미래가 손을 맞잡았다. '달달한 희망 공장'은 경력단절 여성들에게 수제 초콜릿 제작을 교육하여 일자리 창출까지 연결될 수 있도록 하는 꿈의 프로젝트다. 이피큡은 초콜릿 제작을 위한 전문 교육을, (사)여성이만드는일과미래는 직업교육과 일자리를 필요로 하는 경력단절 여성을 연결하는 역할을 맡았다.

Q. (사)여성이만드는일과미래는 어떤 조직인가요?

(사)여성이만드는일과미래(이하 여성미래)는 기본적으로 여성의 경제활동 능력과 리더십 개발을 하기 위해 다양한 활동을 하는 조직입니다. 일자리가 필요한 여성들에게 직업훈련을 해서 일자리를 지원하기도 하고요. 여성들이 사회에서 경제활동권을 쥐고 잘 살아갈 수 있도록 다양한 정책도 연구하고 실태조사도 벌이고 있습니다.

Q. (사)여성이만드는일과미래와는 어떤 인연으로 함께하게 되셨나요?

이피큡이 사회적기업가 지원사업 3기 창업팀이었는데요. 여성미래의 김인선 대표님이 저희의 멘토셨습니다. 사회적 경제 섹터에서 대모와 같은 분이시거든요. 당시에 저희를 좋게 봐주셨었는데, 그 인연이 지금까지 이어지고 있어요. 한편 이피큡은 초콜릿 공방과 교육을 본격화하려는 계획이 있었습니다. 그래서 저희가 초콜릿 제작 관련한 교육을 제공할 테니 경력단절 여성들을 연결해 주실 수 있느냐고 요청을 했었습니다.

Q. 교육은 어떤 식으로 진행되었나요?

이피큡에 쇼콜라티에가 한 분 계세요. 그분을 중심으로 이피큡에서 커리큘럼을 짰고요. 여성미래에서 선정해서 연결해 주신 경력단절 여성 여덟 분 정도가 교육에 참여하셨습니다. 총 다섯 차례에 걸쳐 수제 초콜릿을 제작하는 교육을 진행했습니다.

Q. JUMP-UP 지원사업을 마친 소감을 말씀해 주신다면요?

아직 초콜릿 공방은 더 작업이 필요한 상황입니다. 그래서 초콜릿 제작 교육에 그치긴 했지만, 저희 이피큡이 사회적 약자에도 관심을 가지고 있는 만큼 앞으로도 이런 교육을 지속하고 싶습니다.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



문화

먹거리와 관련된 다양한 문제가 발생하고 있으나 인식 부족으로 인해 무분별한 소비가 지속되고 있다.

소비자 편의에 맞춘 대량 생산, 원스톱 생산, 유통, 판매 체계가 보편화 되면서 간편하고 빠르게 먹을 수 있는 음식을 찾는 소비자들이 더욱 늘었다. 하지만 이는 가장 낮은 단계의 생산자를 못 본 척하는 일이며, 생산 시스템과 의식 있는 소비는 자신의 건강을 위해서라도 생각해봐야 할 일이다.

분석 Analysis

생산자나 유통 과정 등을 생각하지 못하게 하는 대기업 중심의 식문화가 현대인들의 식습관과 생활방식을 지배하고 있다.

현대인의 식생활이 대기업에 종속된 가장 큰 이유는 그야말로 시간적, 심리적 여유가 없기 때문이다. 이들에게 시간을 제공할 수 없는 이상, 다른 방식으로 마음 속에 자극을 줄 필요가 있다.

접근 Approach



시민들을 먹거리 이슈와 결합하다.

바른 먹거리에 관한 이슈는 사람들이 크게 주목하지 않는 분야다. 하지만 이 피쿱은 커피와 초콜릿, 소셜다이닝 등 상대적으로 친근하게 다가갈 수 있는 기제들을 통해 일반 시민과 먹거리 이슈를 만나게(결합) 해 주고자 한다.

이피큡

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

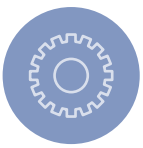

상품

서비스(교육)

적정기업 이피큡은 먹거리에 관련한 교육, 세미나, 포럼 등을 통해 사람들이 먹거리에 대해서 다시 한 번 생각할 수 있도록 한다. 특히 소비자인 '나'부터 생산자인 누군가까지의 관계를 그리며 공정무역 커피, 초콜릿을 알리기도 하고 직접 로스팅한 원두를 판매하기도 한다. 즉 대안식품 판매 교육을 통해 먹거리에 대해 돌아보게 한다.

전략 Strategy


생산

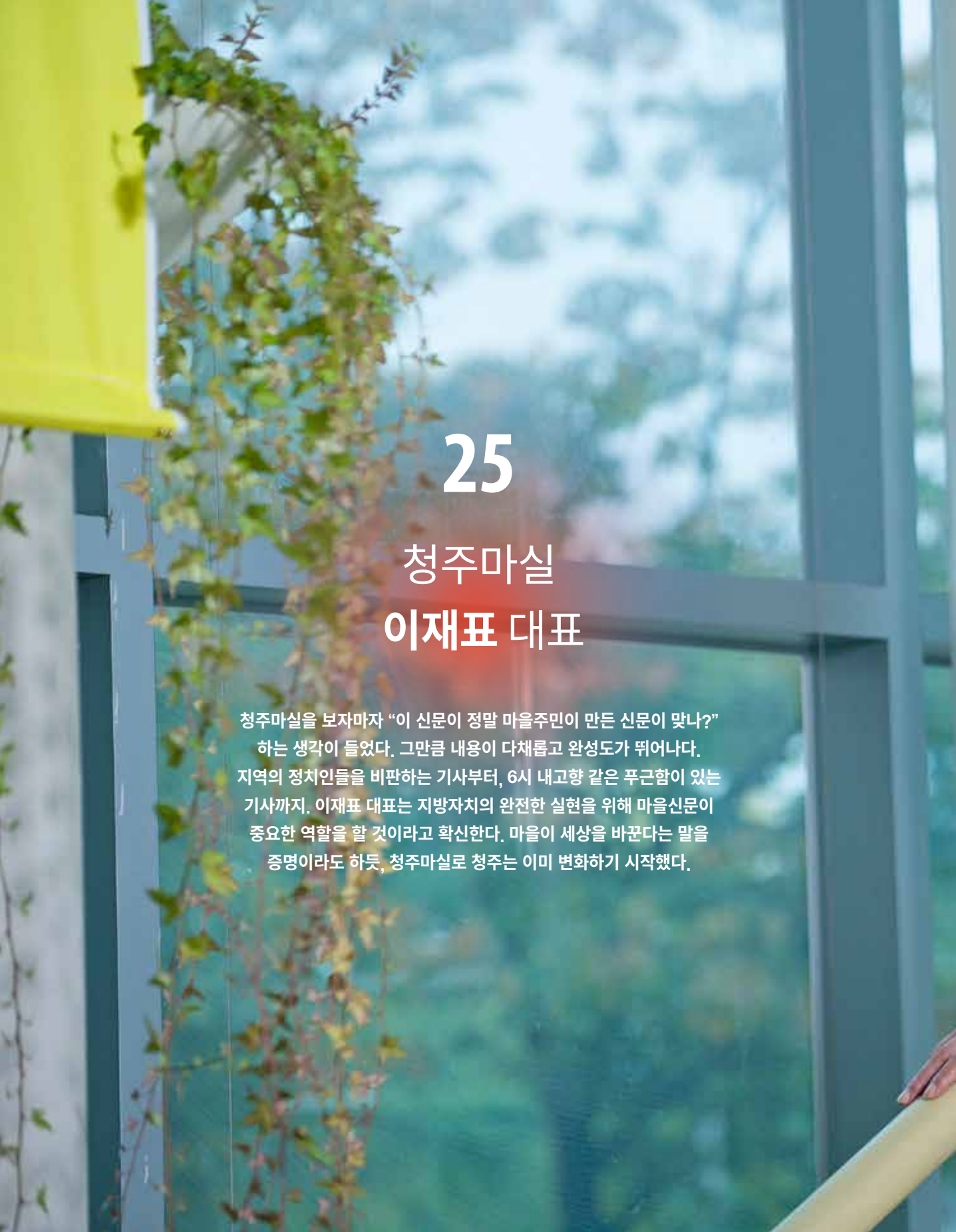

운영


이동


확장

큐레이션

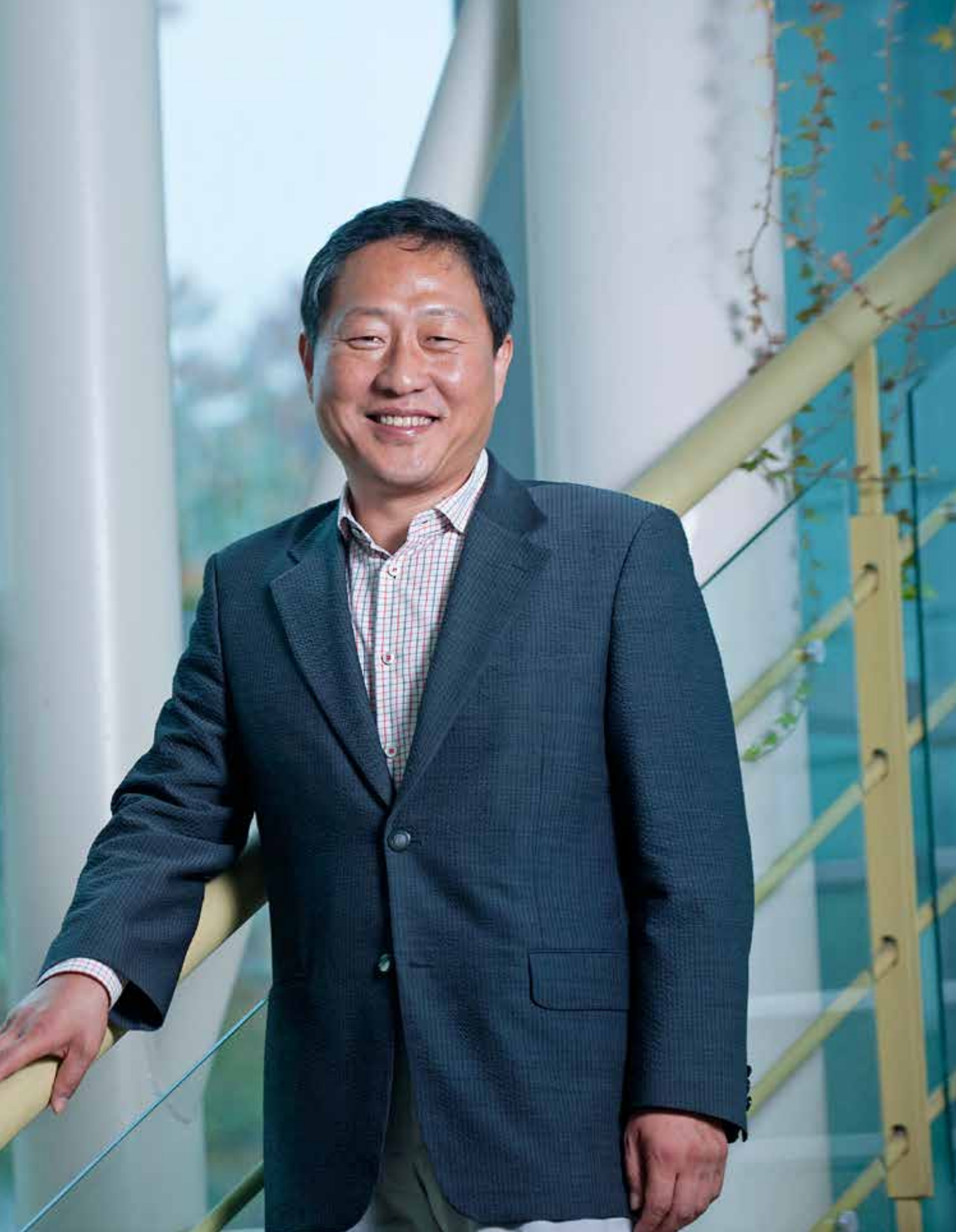
삶과 먹을거리 협동조합 '끼니'를 비롯한 식문화 전문가들을 기획과정부터 참여시켜, 교육에서 제공하는 콘텐츠들을 전문적이고 깊이 있는 콘텐츠로 큐레이팅한다. 또한, 커뮤니티 키친, 소셜다이닝을 통해 직접 먹거리를 만들어보는 시간도 가지는데, 좋은 먹거리에 대해 다시 한 번 생각해볼 수 있게 함으로써 개인의 삶에서도 먹거리를 바른 프레임으로 걸러낼 수 있도록 돕는다.



25

청주마실
이재표 대표

청주마실을 보자마자 “이 신문이 정말 마을주민이 만든 신문이 맞나?” 하는 생각이 들었다. 그만큼 내용이 다채롭고 완성도가 뛰어나다. 지역의 정치인들을 비판하는 기사부터, 6시 내고향 같은 푸근함이 있는 기사까지. 이재표 대표는 지방자치의 완전한 실현을 위해 마을신문이 중요한 역할을 할 것이라고 확신한다. 마을이 세상을 바꾼다는 말을 증명이라도 하듯, 청주마실로 청주는 이미 변화하기 시작했다.





청주마실 이재표 대표

"동네사람들이 잘 돼야 살 수 있는 신문"

Q. 청주마실의 소개를 부탁드릴게요.

청주마실은 하나의 마을 신문이면서, 마을마다 동네신문을 만들 수 있는 생태계를 조성할 수 있도록 지원하는 마을신문네트워크예요. 사업의 비즈니스 모델은 계속 진화가 되어서 처음보다 많이 발전했어요. 처음 시작할 때의 구상 이상으로 진화되었죠.

Q. 청주마실을 어떻게 시작하게 되신 건가요?

제가 지금 19년째 기자생활을 하고 있어요. 불교방송이 첫 직장이었어요. 그러다 2003년에 그만두고 2년 정도 제가 혼자서 1인 미디어를 했었어요. 혼자서 마을 신문을 만들었던 거죠. 청주시 상당구 금천동이란 동네에서 했는데, 결과가 안 좋았어요. 실패를 했고 2005년도부터 작년 4월까지는 청주에 있는 '충청리뷰'라는 시사 주간지에서 일했습니다. 그 일을 하면서 고민을 하기 시작한 거예요. 어쨌든 종이신문은 사양산업이잖아요. 중앙에 있는 유력한 일간지든 지역신문이든 유가 부수가 줄고 있고…. 그래서 과연 구매할 사람이 없는 상품을 계속 만들어야 하는지 고민을 하면서 무료신문에 대한 생각을 하게 되었어요. 당시 회사 차원에서 고민을 하다가 '마을신문을 한번 네트워크화 해보자!' 한 거죠. 그래서 작년 4월에 사회적기업가 육성사업을 지원하게 되었고, 올해 5월에 회사를 만들었고 7월에 신문을 창간했어요.

Q. 첫 직장인 불교방송을 그만두시고 시도하셨던 1인 미디어는 왜 실패하셨다고 보시나요?

1인 미디어가 마을신문이었는데요. 사실 마을에 관심 있는 사람이 없거든요. 사실 그렇잖아요. 왜냐면 집이 잠자는 단위로 변해가면서, 예전에 농사지으면서 먹고살 때처럼 주거하고 생활이 일치하는 게 아니란 말이죠. 그러다 보니까 동네에 대한 관심이 줄고, 그러면 광고시장도 작아지게 되는 거죠. 그러면 비용문제가 발생해요. 아무리 작은 신문이라도 편집하는 사람이 필요하고, 기자도 필요하고, 광고영업도 해야 하는데 그 문제는 마을 단위별로 해결할 수가 없었던 거죠. 그런 문제점들을 해결하기 위해 편집이나 시민기자 교육 등을 연대하면 어떨까 하는 생각을 하면서 출발한 거예요. 마을신문을 가능케 하기 위한 그런 역할을 만들어보고자 하는 거죠.

Q. 기존에 그런 역할을 하는 지역 미디어가 없었나요?

청주에도 지역신문이 6개 정도 있었어요. 하지만 차별성이 없죠. 보도자료 등에 의존하다 보니 비슷한 내용을 다뤄요. 또 지역신문들은 공공기관의 광고가 수입의 가장 중요한 부분을 차지해요. 그러다 보니 충북에서 발행되는 신문인데 보통 충남, 대전까지

모두 커버해요. 사실 청주사람들은 옆에 있는 시, 군 소식에 별 관심이 없는데, 그 소중한 지면에 충남, 홍성, 보령, 예산…. 다 나온다는 거죠. 지면의 낭비라고 생각이 들었죠.

Q. 그럼 청주마실이 기존의 지역신문들과 차별화되는 점은 무엇인가요?

첫 번째로는 마을단위에서 생산되는 뉴스 같은 경우 오히려 틈새가 될 수 있다는 생각을 했어요. 두 번째는 협동조합형태를 가지고 동네마다 신문을 창간할 수 있도록 저희가 행정적 지원을 할 예정이에요. 예를 들어 A란 동네에서 장사하시는 자영업자들 50명이 모여서 협동조합 방식으로 신문을 창간하고, 한 달에 한 2만 원정도 조합원 비를 내면 그 신문에 그 조합원 페이지를 만들어서 그사람들 광고를 양면에 걸쳐 약 80개를 정도 싣는 거죠. 그러니까 1회 광고에 만 원 정도를 내는 거예요. 그러면 신문 제작에 필요한 기본 비용은 나옵니다. 그러면 그걸 가지고 저희는 광고영업을 하죠. 우리 회사가 그 회사의 지면을 무상임대해서 광고주가 선택과 집중할 수 있도록 도와주는 거예요.

Q. 그런 매체의 시작이 청주마실인가요?

네 청주마실이고, 두 번째는 성화, 개신, 중림동이란 동네예요. 성화동 개신동 중림동 이렇게 3개의 동네가 행정상으로 한 개 동네에요. 주민센터가 1개 있죠. 그 동네에서 저희가 지금 첫 번째 네트워크가 될 신문을 만들고 있어요. 다른 동네에서도 지금 신문을 만들려고 준비하고 있어요. 충주에 충주고을 신문이라고, 거기가 저희 첫 번째 계약사예요. 그래서 아까 말한 시민기자 교육을 해주고, 두 번째는 기사공유를 해요. 꼭 그 특정 동이 아니더라도 다른 동에도 실을 수 있는 내용을 공유하는 거죠. 파충류 이야기나, 천문학 이야기 같은 것들이요. 그런 걸 함께 공유하는 거죠. 그래서 기사를 공유하고 편집을 대행하고, 장기적으론 배포까지 대행해주는 시스템으로 가려고 해요. 배포도 길에 뿌리지 않고 '가가호호' 아파트 우편함에 투입하는 방식과 거점배포를 합니다. 은행이나 대형점포, 병원 등이요.

Q. 이 시민들 거점공간에다가 청주마실을 갖다 놓으시면 시민들이 많이 가져 가시나요?

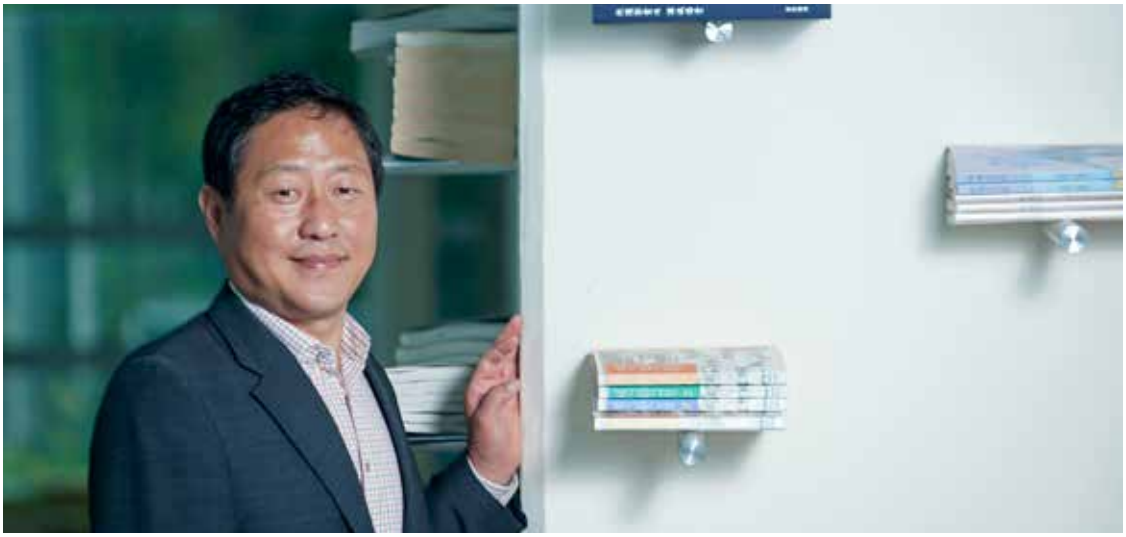
배포의 문제가 사실 굉장히 중요해요. 제가 옛날에 실패했을 때도 결국 배포의 실패였거든요. 무가 신문의 장점은 배포방식과 범위를 편하게 조절할 수가 있다는 거예요. 현재 저희가 7천 부에서 만 부 정도를 만들어요. 부수를 저희가 조정해요. 최저 7천부, 최대 만 부까지 왔다 갔다 하거든요. 지방선거 땐 만 부를 뿌렸고. 그리고 예컨대 광고주가 원한다고 하면 광고주가 원하는 지역에 더 뿌릴수도 있고요. 저희가 구상하고 있는 건 청주 7만 부거든요. 청주에만 7만 부라고 한다면 어디서든 노출이 될 정도의 부수예요. 그러면 이제 자영업 하시는 분들이 선택과 집중을 해서 광고를 내실 수 있는 거죠. 7만 부에 모두 광고할 수도 있는 거고, 동네의 조그만 분식집이라면 근처 동네만 할 수도 있는 거고요.

작은 도서관 이야기부터 등교길 안정상태까지…. 시민기자 실력도 날로 쑥쑥

신문에 동네 사람들 사진이 나오면, 제일 먼저 찾는 것은 '내 얼굴'이다. 그 후 옆집 아저씨를 찾아본다. 이렇듯 내 삶에 가까운 이야기가 신문이 되어 나온다는 것

충청리뷰

정통 시사주간지로 지역 현안에 대한 심층 취재 보도를 해온 '충청리뷰'는 부당한 권력과 불의에 굴하지 않는 편집태도로 고난을 자주 겪게 된다. 1993년 9월 法禍, 그 깊은 상처 라는 제하의 검찰 비판 기사가 그 대표적 사례다.



은 큰 즐거움이다. 이렇게 주민의 이야기들을 가감없이 발굴하는 장본인은 바로 청주마실의 원동력, 시민기자들이다.

Q. 시민분들이 직접 기사도 쓰시는 걸로 알고 있는데, 아까 말씀하신 시민기자 교육을 통해 시민기자를 양성하시는 건가요?
양성한다기보다는, 자발적으로 참여를 유도해요. 다만 청주마실은 저희 직영 신문이기 때문에, 참여하시는 시민들에게 틈틈이 교육해요. 저희랑 네트워크를 맺게 되는 신문사들은 커리큘럼이 있고요. 초보적인 것부터 심층인터뷰까지 교육하죠.

Q. 그러면 대표님의 역할은 어디까지인가요? 교육부터 편집까지 모두 담당하시나요?
사실 아직은 제가 많은 일을 하고 있는데, 앞으로 제가 기사 쓰는 것은 지양하려 하고, 네트워크를 맺게 될 신문들의 컨설팅이나 시민기자 교육 쪽으로 더 해야 할 것 같아요.

Q. 청주마실에 참여하는 시민기자 분들은 주로 어떤 기사를 쓰시나요?
시민분들이 쓰는 기사는 사실은 우리 생활이나 느끼는 것들 동네 소소한 부분을 많이 쓰시고 계시고요. 청주는 아파트마다 작은 도서관이 잘 되어있어요. 그래서 주로 그런 얘기들이 많아요. 작은 도서관 프로그램, 학교에서 일어나는 이야기, 동네 상가들 이야기요. 프렌차이즈 빵집이 아닌, 동네 빵집 이야기나 근처 학교의 등굣길 주변 안전상태, 지역 축제 등등이죠.

Q. 글 쓰는 데 자격이 있나요?
자격은 없어요. 홈페이지에 참여방법이 자세하게 안내되어 있습니다. 중학생이 쓰기도 하고요. 정말 잘 쓰는 중학생 친구들은 어른들보다도 나아요.

Q. 혹시, 시민기자들에게 원고료도 지급되나요?

원고료는 있는데 아직 많이 못 드렸어요. (웃음) 보통 이런 건 이제 시민들이 쓰시면은 본인 글이 신문에 실렸다는 것만으로도 굉장히 좋아하시는 분들이 있죠. 한 1년 만에 시민기자 분들 실력이 정말 많이 늘었어요.

Q. 시민기자 분들은 꾸준히 활동하시는 편인가요?

한번 쓰고 못 쓰시는 분들도 있고, 꾸준히 쓰는 사람도 있죠. 어제 성화개신중림동 주민 중에서 편집책임자를 임명했어요. 가장 열심히 하시는 분이 편집책임자가 되셨어요. 자발적으로 시작하신 분인데…. 물론 마감이 2주에 한 번씩 있기 때문에 많이 힘들어 하기도 하지만 재미도 있고, 자신이 쓴 글이 남들에게 보이는 것에 대해서 느껴지는 보람도 있으신 것 같고요.

Q. 광고도 잘 들어와야 원고료도 많이 드릴 수 있을 텐데….

사실 동네광고이거나 아니면 인맥에 의한 광고밖에 안 되는 상황이죠. 우리가 만약에 마을신문 네트워크를 4~7개 정도를 만들게 되면 큰 광고도 저희가 타겟마케팅을 해서 유치할 수 있겠다는 확신은 있어요. 예를 들면 아파트 분양광고 같은 거죠.

Q. 현재 청주마실의 수익은 광고가 유일한 건가요?

그렇죠. 지원금을 제외하면 광고가 유일하고, 지금 상황이 여유롭진 않아요. H-온드림 오디션에서도 심사위원들이 사업으로 성공할 거란 확신보다는, 잘됐으면 좋겠다는 말을 해주시고…. (웃음)

기자에서 경영자로서 대반전…. 청주마실이 가져올 변화도 기대되는 이유

사회적기업가 육성사업을 통해 이재표 대표는 많은 것을 느꼈다. 사회적 가치와 비즈니스 모델을 끊임없이 점검 받았고, 자신이 나아가야 할 길을 지속해서 체크할 수 있었다. 그러한 과정에 자신도 많이 변했다고. '마을이 세계를 구한다'는 말을 항상 가슴에 품고, 청주마실로 인해 '풀뿌리 지방자치'에 대한 주민들의 관심이 고조되기를 기대한다.

Q. 대표님은 기자 시절에 어떤 기자셨나요?

제가 절 평가하기 좀 그런데. (웃음) 저는 방송기자를 9년 했었고, 나머지는 신문기자를 했었는데, 평탄치 않던 기자 생활을 했죠. 대단히 많은 언론중재와 또 그에 못지 않은 고소라든가. (웃음) 제가 정치기자를 오래 했고요. 사실 지금 제가 하는 마을신문과 제가 살아왔던 기자로서의 캐릭터는 교집합이 거의 없어요. 한가지 이슈를 2년 넘게 추적해서 보도한 적도 있었고…. 고위 공무원들의 부정부패나 이런 것들도 많이 취재했었고요. 하여간 그런 쪽으로 주로 썼어요.

Q. 예전에 기자생활이나, 편집국장으로서 활동하실 때와는 다르게, 지금은 회사의 대표잖아요. 그때와는 또 느낌이 다르실 것 같아요.

올해는 '아름다운 화요일'

청주마실은 지역의 활동도 모두 주민자치라고 이야기한다. 지난해부터 지역의 아파트에 있는 새마을부녀회와 아름다운가게는 재활용품을 수거하여 '아름다운 수요일'이라는 장터를 열었다. 올해부터는 화요일로 요일을 옮긴다. 장터에서 열린 수익금은 임대아파트 체납관리에 쓰였고, 올해는 난방비에 쓰인다고.



청주마실 기자되는 법

1. 청주마실 홈페이지에 회원가입을 합니다.
2. 청주마실에서 검토를 거쳐 시민기자로 승인을 해드립니다.
3. 승인이 나면 '마이홈' 메뉴를 통해 '기사쓰기'를 클릭하여 기사를 올립니다.
4. 기사를 작성한 뒤 확인을 누르면 기사형태를 확인할 수 있습니다.
5. 첨부할 사진이 있는 경우 '관련사진 올리기'를 통해 이미지를 올립니다.
6. 모든 절차가 끝난 후 승인신청을 누르면 편집자가 기사를 볼 수 있습니다.
7. 시민기자가 올린 기사는 교열을 거쳐 편집국장이 승인 시 메인화면에 노출되며, 명예훼손 등 법적 분쟁의 소지가 있는 기사는 공개하지 않을 수도 있습니다.



사실 기자라는 직업이 누구한테 부탁할 일이 없는 직업이잖아요. 쭉 그렇게 살아왔기 때문에…. 경영에 대해서는 너무 몰랐죠. 기업 운영하다 보면 아쉬운 소릴 해야 하잖아요. 광고 받을 때도 그렇고…. 저랑 안 맞아요. (웃음) 그런 어려움이 있는데 변신하려고 노력하고 있습니다. 편집하는 날에는 가끔 스트레스도 받죠. 전문 기자들이 쓰는 건 아니니까, 제목부터 시작해서 손을 보기 시작하는데, 만족스럽게 하려면 한도 끝도 없고…. 적당히 하자니 또 그것도 스트레스고. 아이고.

Q. 사회적기업가 육성사업을 돌이켜보면 어떠세요?

사회적기업가 육성사업이 굉장히 좋은 제도 같아요. 사실 청주마실은 이제 완성 중인 거거든요. 만약 청주마실이 제 개인적인 창업이었다면 고민이 많았겠죠. 육성사업 같은 제도들을 통해 사회적 미션이 뭔지 더 생각하게 하는 것 같고, 사업적으로도 성공해야 하는 이유도 계속해서 점검받는, 그런 담금질하는 과정 자체가 너무 소중하다고 생각하거든요. 그런 것들을 예비 사회적기업 심사를 받으면서 깨달았어요. 지난 2년 동안의 오디션과 평가들이 다 의미 있는 시간이었구나. 그리고 '여전히 우리는 미완이다. 계속해서 무언가를 고민하고 변화하는 과정들을 지금도 가져가야 하는구나!' 하는 생각들을 하게 해줘요. 그래서 저는 사람들 만나면 육성사업 한번 도전해보라는 이야기를 많이 해요.

Q. 예비 사회적기업으로서 청주마실이 추구하는 사회적 가치가 있다면요?

청주마실이 추구하고 있는 가치는 '지방자치 활성화'예요. 그 방법이 뭐냐면 주민들의



자치에 대한 관심을 끌어 올리는 거예요. 그 첫 시작으로 지난 지방선거 때 시민, 시의원, 도의원을 모아서 토론회를 했어요. 또 선거가 끝난 다음 시의원 당선자, 도의원 당선자, 시장 당선자, 교육감 당선자, 도지사 당선자를 모두 시민들이 인터뷰해서 지방자치에 대해 시민들이 보다 관심을 가질 수 있도록 노력했어요. 그 지방자치가 안 되는 이유도 사실 몰라서 그런 거잖아요. 우리 구에 어떤 의원이 나오는지 사실 모르는데 청주마실을 통해서 주민들이 우리 구에 어떤 인물이 나오고 누가 어떤 일을 했고 이런걸 더 많이 알 수 있었으면 좋겠어요. 지방자치 활성화, 풀뿌리 자치 활성화에 대한 부분과 광고를 통한 자영업에 대한 응원들도 할 수 있는 거죠. 하나 더 있다면, 대안 미디어로서 특색 없는 지역 언론들 속에서 부수와 지방자치에 대한 이슈 선정 두 가지로 영향력을 확보하는 거죠.

Q. 청주마실이 큰 변화를 가져올 수 있을까요?

큰 것을 바꾸기란 어렵고, 어쩌면 불가능할 수도 있고, 시간도 오래 걸리잖아요. 근데 작은 걸 바꾸는 것은 재미도 있고 속도도 낼 수 있다고 생각해요. '마을이 세계를 구한다'는 말이 있듯이요.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



교육

지방자치제도에도 불구하고, 본질적인 의미에서 지방자치가 일어나지 않고 있다.

시민들이 참여하고, 설계하고, 활동하는 과정의 지방자치제가 이루어져야 지역에서 발생하는 다양한 문제를 해결 할 수 있으나, 법적 제도에도 불구하고, 표면적으로 이루어지고 있다.

분석 Analysis

풀뿌리 정신에 입각한 지방자치가 시민들의 인식 부족 및 참여 저조로 일어나지 않기 때문이다.

시민들의 경우 자신들이 어떠한 영향력을 끼칠 수 있는지, 지방자치제도가 무엇인지, 풀뿌리 정신이 어떤 것인지에 대해서 인식이 부족하다. 청주마실은 이러한 인식을 근본적으로 개선할 수 있는 방법을 찾아 해결하려 한다.

접근 Approach



지역사회 이슈와 시민들을 결합하다.

청주마실이라는 지역 신문을 통해 시민들을 지역사회 이슈에 깊게 결합함으로써 풀뿌리 민주주의를 경험할 수 있도록 하였다.

청주마실

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인


상품

문화(신문제작)

신문은 지역사회의 이슈를 이해하는 데 가장 좋은 수단이다. 지역사회의 이슈를 다루는 지역 신문 '청주마실'을 제작하며, 시민들이 직접 기자로 참여하는 방법을 택했다. 그로 인해 시민들이 직접적으로 지역 현안에 관심을 가지게 되며, 보다 깊숙히 지역사회에 결합할 수 있도록 한다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

프랜차이즈

7만 부라는 청주시내 최다 발행부수를 기반으로 하며, 신문을 발행하는 노하우를 지속적으로 다른 지역사회에 전파한다. 그로 인해 더 많은 사람들이 해당 지역사회에 관심을 갖도록 유도한다. 그렇게 형성된 네트워크는 협동조합 형태로 결합하여 더욱 규모있는 변화를 가져오게 된다.



26

이팝나무
김영순, 유영순 공동대표

좀처럼 사라지지 않는 학교폭력의 원인은 무엇일까? 이팝나무는 그 해답을 부모와 가정, 소통과 공감으로 꼽았다. 인터뷰하는 내내 뿜어져 나오는 에너지에 계속 놀랐다. 어디선가 누구에게 무슨 일이 생기면 당장에라도 걱정스러운 표정으로 달려올 것만 같다. 아이들을 생각하는 마음도 같고, 학교 폭력을 해결하고자 하는 마음도 같고, 심지어 이름까지 같은(!) 이팝나무의 김영순, 유영순 공동대표를 만났다.



"학교폭력,
엄마의 마음으로 보듬다."



이팝나무 김영순, 유영순 대표

학교폭력을 경험한 엄마들, 뭉치다.
엄마들이 뭉쳤다. 누군가는 학교폭력 피해자의 어머니이기도 했고, 누군가는 가해자의 어머니이기도 했다. 또 가해자이자 피해자인 아이의 어머니도 있었다. 모두가 아픔을 함께하며, 학교폭력을 해결하고자 진심으로 아이들과 만나기 시작했다. 엄마들이 바뀌어야 한다는 것도, 각자의 아픔을 통해 알았다. 그래서 그녀들은 손을 잡고, 이팝나무를 키우기 시작했다.

Q. 안녕하세요. 이팝나무는 어떤 기업인가요?
저희는 학교폭력의 경험이 있는 엄마들이 모여서, 학교폭력 예방활동과 각종 치유활동을 하는 기업이에요. 엄마들끼리 모여서, 어떻게 하면 엄마들의 마음을 아이들에게 전달할 수 있을까를 고민하다가 상담에 대한 봉사활동을 해보자는 결심을 했어요. 그렇게 학교에 가서 상담을 진행하다 보니 아이들에게 엄마가, 부모가 얼마나 소중한 존재인지를 느낀 거죠. 학교폭력의 가해자의 아이들은 부모님의 사랑을 못 받은 경우가 많아요. 그래서 이런 문제들을 우리가 해결해 보자고 생각했어요.

Q. 엄마들이 상담사로 나선거네요. 혹시 상담하는데 자격은 필요 없나요?
상담사로서의 자격이 필요하죠. 2011년부터 상담을 하기 시작하면서, 자격증도 동시에 공부하기 시작했어요. 심리상담사, 학교폭력상담사 같은 자격증이죠. 그런 공부를 꾸준히 해오다가 사회적기업 육성사업이 있다는 것을 알게 되었고 지원하게 되었어요. 그러다 우연히 사단법인 포스트 경영연구원의 정명숙 본부장님을 만났는데, 저희가 하는 일이 의미 있고 가치 있는 일이라는 것을 알게 되었어요. 그래서 사회적기업 육성사업에 도전해보라는 권유를 받아서 시작하게 되었죠.

Q. 두 분은 어떻게 만나신 거예요? 원래 아시던 분이었나요?
서로 안 지는 꽤 오래됐어요. 20년 정도 됐죠. 둘이 교육에 대한 관심이 상당했어요. 늘 나누는 대화가 교육에 관한 주제예요. '엄마들이 바뀌어야 한다.' 이런 이야기를 많이 하죠. 저희가 아이를 키우는 부모 입장이다 보니까 많은 경험이 있잖아요. 실제로 우리 아이들이 학교폭력의 피해자도 되어봤고, 가해자도 되어보았어요. 그러다 보니까 서로 통하는 게 많았죠.

Q. 이팝나무에서 근무하시는 어머니들은 어떤 분들인가요?

상담은 특히 자격요건을 상당히 필요로 해요. 저희 기관에 있는 강사분은 고학력 경력 단절 여성들이 많아요. 그런 분들이 상담사 자격증 공부도 많이 하시고, 실제 강의를 하기도 하시고요. 그리고 저희 기관에 드나드는 분들 중에 3분의 2 이상은 자녀의 학교폭력을 경험하신 분들이에요. 저희는 엄마의 마음을 아이들에게 전달하고 싶은 것도 있지만, 아이들이 힐링을 받고 싶을 때, 치유받고 싶을 때 좋은 공간을 제공해주고 싶기도 했어요. 지금까지 기존의 청소년 상담센터는 너무 열악하거든요.

Q. 청소년 상담센터요?

네네. 물론 모든 청소년 상담센터가 그러지는 않지만, 일부 청소년 상담센터는 너무 열악한 거예요. 그런데 나중에 알고 보니, 지원받으려고 일부러 시설도 안 좋은 상태로 유지하고 그런다고 하더라고요. 저희는 그러지 말자고 다짐했어요.

Q. 그런데 학교에서도 학교폭력에 대한 상담을 해주잖아요. 그들의 상담이 어딘가 부족함이 있으니까 이팝나무가 필요하겠구나 하고 생각하셨을 것 같아요.

학교에서는 선생님과 아이들이 연결되어 있기 때문에 아이들이 선생님에게 속마음을 모두 털어놓지 못해요.

'훈육'이 아니라 '공감'을 해야해요.
그녀들은 시대가 지나면서 많은 선생님이 구시대적인 사고를 탈피했다 하지만, 학교폭력에 대한 태도만큼은 크게 달라지지 않았다고 설명한다. 아이를 '공감'의 대상으로 보기보다는 가르쳐야 할 '훈육'의 대상으로 인식하는 것이 대표적인 예다. '훈육'이 아니라 '공감'이라며 그녀들은 목소리를 높인다.

Q. 연결되어 있다는 게 어떤 의미인가요?

여전히 예전 방식을 고수하고 있는 것이죠. '웬만하면 은폐하자'는 의식도 여전히 존재하고 있고요. 또한, "네가 이해해라", "너 왜 그랬니", "네가 참아라." 이런 식의 상담인 것이죠. 실제로는 초등학교는 전담 상담사가 없고, 중학교에 있는 상담사들은 지쳐있어요. 그러니까 대부분 하는 일들이 서류작업으로 끝나기도 하고요. 그래서 선생님들께서 저희에게 많이 의뢰하시고, 문의도 하세요. 이러이러한 일이 일어났는데, 어떻게 해야 하는지. 그런데 선생님들은 학교폭력이 일어난 사건만 봐요. 사실, 문제는 가정에 있을 확률이 높거든요. 저희는 가정에서부터 아이를 봐요. 보통 8~90%는 가정에 문제가 있어요.

Q. 학교폭력의 근본적인 문제를 찾는 거네요.

또한, 학교의 상담은 공감보다는 훈육이죠. 보통 가해자 위주로 상담을 진행해요. 온종일 교육도 하고, 108배도 시키고. 막 그래요. 그런데 지친 아이들이 저희에게 오거든요. 그런데 아이들은 자신을 알아주길 바랄 뿐이에요. 자신이 왜 그런 일들을 했는지 들어주길 바라요. 그런 부분들이 학교에서는 모두 이뤄지지 못하죠.

이팝나무

이팝나무의 꽃말은 영원한 사랑, 자기성취다. (주)이팝나무의 사명이기도 한 이팝나무는 본래 물푸레나무과에 속하는 잎지는 넓은잎 큰키나무이다. 한국•타이•중국•일본 등지에 분포하며 이암나무•뻣나무라고도 한다. 이 이팝나무가 회사명으로 정해지게 된 이유가 바로 꽃말 때문이다.

학교폭력

학교 내 • 외에서 학생을 대상으로 발생한 상해, 폭력, 감금, 협박, 약취 • 유인, 명예훼손 • 모욕, 공갈, 강요 • 강제적 심부름 및 성폭력, 따돌림, 사이버 따돌림, 정보통신망을 이용한 음란폭력 정보 등에 의하여 신체•정신 또는 재산상의 피해를 주는 행동 모두를 말한다. 불량식품, 성폭력, 가정폭력과 함께 정부에서 지정한 4대악에 속한다.



프레디저 진로설계+카드세트

이팝나무는 프레디저 진단 프로그램을 교육 프로그램에 이용하고 있다. 프레디저 진단은 프레디저 카드를 이용하여 아이에게 근본적인 꿈을 갖게 하며, 흥미에 기반을 두고 개인의 장점, 스트레스, 무의식과 시간의 흐름까지 설명하는 심도 깊은 진단 프로그램이다. 중.고등학교와 대학교의 진로상담실과 취업지원실에서 활용할 수 있으며, 성인 대상의 대기업 경력전환 교육이나 스트레스 관리, 리더십 교육 등 여러 분야에 활용이 가능한 진단 프로그램이다. 저자는 지수근.

Q. 그에 반해 이팝나무는 체계화된 프로그램이 준비된 것인가요?

그렇죠. 저희는 체계적인 프로그램을 통한 상담과 심리치유를 진행하고 있어요. 학부모 교육도 동시에 진행하고 있고요. '틴 스피릿 진로학습 코칭'이라고 중학교와 고등학교 학생들을 대상으로 진행해요. 한 학교의 한 학년 집단상담을 진행하는 거예요. 중요한 건 아이들의 자존감 향상인 거죠. 공부 잘하는 아이들은 90점 받아도 엄마들이 "100점 맞은 애는 몇 명인데?" 하고 되묻잖아요. 아이들은 거기서 상처를 받아요. 처음엔 아이들이 마음의 문을 열지 않다가 미술 치료 등이 병행되고 나면, 아이가 어렸을 때 부모로부터 받은 상처 같은 것들이 다 드러나요. 그런 부분을 찾아주고, 자신을 감싸고 있는 그림자들을 벗겨내는 작업인 거죠. 긍정언어를 이용한 프로그램도 있어요. 서로 긍정적인 면을 찾아서 칭찬해주죠. 지금까지는 욕설이나 비아냥 등으로 아이들이 대화했다면, 칭찬으로 대화하게 되는거죠.

Q. 학부모 교육 코치형부모되기 프로그램은 학부모들만 따로 모아서 진행하는 건가요?

네. 부모가 바뀌기 전에 아이는 절대 바뀌지 않아요.

Q. 보통 학교폭력의 가해자가 되는 친구들은 가정에 어떤 문제가 있나요?

아무래도, 맞벌이 부부인데 가정형편이 어려운 친구들이 학교폭력에 많이 노출되는 것 같아요. 아이를 너무 무관심하게 내버려둬도 문제가 되고요. 그 예로 어느 어머니가 계셨는데, 너무 힘들고 어렵게 살아오신 거예요. 그래서 아이를 너무 자유롭게 풀어주신 거죠. 문제는 그 어머니가 아무 기준 없이 아이를 풀어주기만 했어요. 아이가 담배를 피우는데, 친구들을 집에 데려와서 담배를 피워도 아무 말 하지 않으시는 거죠. 엄마가 아이를 어떻게 보살펴야 하는지 잘 모르는 거예요. 그런 취약계층 친구들이나, 엄마들도 저희 기관에서는 무료로 상담받으실 수 있어요. 언제든지 오라고. 엄마들도 마찬가

지예요. 아이들만 상담한다고 절대 나아지지 않아요. 엄마 한 명이 바뀔 때마다 적어도 몇 명의 아이가 행복해진다는 거죠. 부모가 바뀌어야 해요.

Q. 그렇게 학교폭력의 예방을 위한 활동을 많이 하시는데, 아이들이 바뀌고 있다는 것을 확인하는 방법이 있나요?

아이들을 항상 지켜보고 있는 것이 아니니 직접 측정할 수 있는 부분은 사실 아녜요. 다만 교육을 갔던 학교의 선생님들을 통해 간접적으로 측정하고 있지요. 선생님들은 아이들과 항상 맞닿아 있으니까 아이들의 변화도 피부로 느낄 수 있거든요. 저희는 그런 선생님들이 저희에게 주시는 피드백으로 판단하곤 해요. 아주 좋았다거나, 아이들의 눈빛이 달라졌다거나 하는 식의 피드백을 많이 주세요. 또 하나는, 이팝나무에 오는 문의나 초청이 늘었다는 거? 교직원들 앞에서 직무연설도 여러 번 했고, 초청도 계속 오고 있고요. 프로그램 문의나 강의 문의가 지속적으로 들어오고 있어요.

이팝의 교육프로그램

이팝나무의 청소년을 위한 프로그램은 '사회성 증진', '자기 성장', '성 가치 집단 프로그램', '분노 조절 집단 프로그램'을 포함하여 총 7개의 프로그램으로 이루어져 있다. 또한 학부모와 상담자를 위한 교육 프로그램도 마련되어 있으니, 학생 뿐만 아니라 선생님, 부모님에게도 유용하다.

사회적기업가 육성사업이 '엄마'들을 '경영인'으로 바꾸다

학교폭력을 해결하겠다고 막연히 뛰어든 사업이지만, 어느새 직원은 여섯 명으로 늘었다. 번듯한 사무실도 확보했다. 사회적기업가 육성사업은 그런 '엄마'들을 '경영인'으로 바꾸어 준, 이팝나무에는 너무나도 고마운 제도라고 입을 모았다. 이들은 앞으로 어떻게 이팝나무를 꾸려가려는 것일까.

Q. 어머니들끼리 모여서 만든 작은 회사가 잘 자리 잡고 있네요.

직원이 6 명이에요. 저희 둘을 포함해서. 현재는 법인 형태가 주식회사고요. 얼마 전 퇴직하신 교장 선생님도 2분이나 이팝나무로 오셔서 근무하실 거고요.

Q. 그럼 현재 이팝나무의 수익은 자격증과정 및 전문훈련과정 등 수강료를 통해서 발생하는 건가요?

아무래도 그렇죠. 수강료를 받아서 강사분들 수업료를 드려요. 그 외에 지역 공공기관의 사업을 수주 받아서 사업하기도 하고요. 최근 청주시의 학교폭력 예방활동 단체로 선정되었어요. 사실 민간자격증 사업을 길게 보고 있지는 않아요. 평생교육원 설립과 아동센터 운영, 이 두 가지를 길게 보고 있습니다.

Q. 육성사업 멘토링 때 이팝나무는 어떤 점이 장단점으로 평가받았나요?

아무래도 수익구조가 약하다는 지적을 많이 받기도 했고요. 다만 강점으로 비쳤던 부분은 경력단절 여성의 일자리 창출과 엄마의 마음으로 아이들을 돌본다는 메시지. 그게 가장 마음을 움직였던 것 같아요.

이팝나무의 학교폭력 예방교육

지금까지 이팝나무의 학교폭력 예방교육을 받은 학생은 청주시 21개학교 200개 학급을 통한 3,800명이며 학부모 교육 역시 250명에게 제공하였다.

Q. 육성사업 과정에서 어려웠던 점은 없으셨어요?

아무래도 사업계획서 쓰고 이런 문서 작업이 참 힘들었어요. 발표도 힘들었고. 멘토분께서 정말 많이 도와주셔서 할 수 있었던 것 같아요. 사실 이팝나무가 지금 이렇게까지 되리라고는 저희도 예상 못 한 부분이었어요. 그런데 멘토님이 계속 용기를 주셨어요.

'엄마들이 움직여야 하고, 사회적기업으로서 충분히 경쟁력 있는 사업이다.'라고요. 사회적기업가 육성사업 최고의 시스템이 멘토제가 아닐까 싶어요. 이런 기회를 빌려 다시 한 번 감사한다고 전하고 싶어요. (웃음)

이팝의 빠른 성장세

4,000만원

작년 7월 법인설립을 한 이후부터 그 해 연말까지 이팝나무의 매출

Q. 가장 인상 깊었던 조언이 있었다면요?

저희가 처음 사업을 하다 보니까 주먹구구식으로 진행할 때가 많았어요. 그때마다 '이제 여러분들은 경영인이다. 경영인의 마인드로 늘 준비해서 진행하도록 하시고, 절차 반드시 지키시라. 그래야 이팝나무가 몇 년 뒤에도 존재할 수 있다.' 이런 식으로 필요할 때마다 조언해주셨어요. 사회적 미션이나 비즈니스 모델에 대해서도 많은 조언을 해주셨고. 덕분에 엄마들이 귀가 열렸죠. 아직 많이 부족하지만요.

Q. 이팝나무의 미래는 어떤 모습일까요?

이팝나무의 목표는 가해자 위주의 학교폭력예방교육에서 탈피해 가해자, 피해자 부모들의 상담교육을 통한 건전한 청소년 육성이에요. 청소년들이 바르게 성장하기 위해 가장 중요한 것은 부모, 학교예요. 그런데 그것을 사회에서 신경 써주지 않으면 안 되거든요. "한 아이를 키우려면 온 마을이 필요하다"는 말이 있잖아요. 저희 그거 정말 동의하고요. 그런 학교와 가정, 사회 사이에서 저희가 가장 큰 끈을 연결한다고 생각해요. 앞으로는 대안학교도 운영해보고 싶은 큰 꿈이 있어요. 학교폭력예방에서 선도적이고 모범적인 기관이 되었으면 좋겠어요. 머지않은 미래가 될 수도 있겠고요. 교장 선생님까지 역임하신 분을 영입한 것도 학교 운영에 대한 비법 등을 전수받을 수 있지 않을까 하는 기대감도 있었고요.

Q. 사회적기업가 육성사업에 참여하고 있거나, 참여하고자 하는 후배들에게는 어떤 말을 해주고 싶으세요?

사회적기업가 육성사업이 좋은 제도인 건 맞아요. 그런데 멘토링 기관이나 정부에서 다 해주는 거 아니잖아요. 본인들이 반드시 준비해야 할 시간도 필요할 것이고요. 요새 젊은 친구들이야 워낙 똑똑하니까…. (웃음) 조금 더 지혜롭게, 인간적으로 사회적기업을 만들어 나갔으면 좋겠어요.


이팔나우

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



교육

여전히 학교폭력은 줄어들지 않고 있다.

학교폭력으로 인해 학생들의 학업성취 저하와 삶의 질 하락은 물론이고, 심지어 목숨까지 잃는 심각한 상태가 지속되고 있다. 하지만 학교는 여전히 낡은 방식으로 아이들을 돌보고 있으며, 가정에서도 아이들에게 적절한 상담을 해주지 못하고 있다. 이러한 문제는 학교폭력을 경험한 학생의 향후 진로 문제에까지 영향을 미치고 있다.

분석 Analysis

학교폭력의 근본적인 원인은 부모와 가정에 있다.

이팝나무는 수많은 상담을 통해 학교폭력의 가해자와 피해자 모두 좋지 않은 가정환경으로부터 출발하는 경우가 많다고 판단하였다. 아이를 너무 방치하는 경우, 아이를 너무 억압하는 경우 모두 청소년기 학교폭력의 원인이 될 수 있음을 파악하고, 부모가 변해야 아이도 변하고 학교도 변한다고 판단하였다.

접근 Approach



학생 대상 교육 및 학부모 대상 교육을 병행한다.

이팝나무는 한 쪽만 치유해서는 학교폭력 문제를 해결할 수 없다고 판단하였으며, 부모와 학생을 동시에 교육할 수 있는 상담공간 및 프로그램을 개설하여 운영하고자 하였다.

이팝나무

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

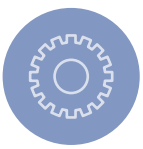

상품

서비스(교육 프로그램)

상담 및 교육 서비스를 제공하며 강사양성을 통한 교육서비스의 확대를 노린다. 또한 일반적인 청소년 쉼터의 열악한 환경대신, 잘 정비된 상담실 및 교육실, 사무실을 제공하여 학생들이 보다 원활하게 상담받을 수 있도록 돕는다.

전략 Strategy


생산


운영


전달


확장

개인화(Personalization)

학교폭력을 가장 잘 이해할 수 있는 주체끼리 연결하여 서비스의 만족도 및 질을 향상시킨다. 상담은 개인/집단을 대상으로 이루어지지만, 부모 및 전문상담사 과정은 개별로 진행한다. 이팝나무는 엄마 한명이 바뀔때 수많은 학교폭력이 해결될 수 있다고 한단하여 끊임없이 부모들의 인식을 바꾸기 위해 노력한다.



27

무빙아트웍스
박우영 대표

200개가 넘는 갤러리가 문을 열고 있는 서울에 비해 30개 남짓한 대구의 갤러리를 방문하는 사람은 하루에 기껏해야 20명을 넘지 않는다. 찾아오는 사람 하나 없이 그림만 홀로 벽에 걸려있는 게 안타까웠던 무빙아트웍스의 박우영 대표는 이에 직접 그림을 들고 거리로 나가기로 했다. 대구 경북지역을 중심으로 활동하는 제1호 문화예술 협동조합인 무빙아트웍스는 오늘도 이렇게 말한다.
"당신이 예술을 사랑한다면, 우리는 만나야 합니다."





무빙아트웍스 박우영 대표

“젊은 예술가와 지역민을 잇는 **예술형 오작교**”

지역민과 젊은 작가를 잇는 예술형 오작교
움직이는 예술품이란 뜻의 무빙아트웍스는 지역의 젊은 예술가들이 모여 만든 사회적 협동조합이다. 좀 더 많은 사람에게 그림을 보여주기 위해 밖으로 나온 무빙아트웍스는 무빙 갤러리라는 야외 전시를 통해 직접 사람들을 만나러 간다. 이를 통해 지역의 젊은 예술가의 작품 활동을 돕고 이들을 일반 시민과 연결해주는 오작교 역할을 담당하는 것이다.

Q. 먼저 무빙아트웍스를 간단히 소개해주시겠어요?
무빙아트웍스는 지역 젊은 예술가들의 지속적인 작품 활동을 돕는 동시에 지역민이 문화예술에 쉽고 재밌게 다가갈 기회를 제공하는 사회적 협동조합입니다. 일반 시민 및 예술 소외계층과 젊은 예술가를 이어주는 오작교 역할을 담당하고 있으며 지역을 기반으로 예술의 대중화를 위한 다양한 인식변화 활동을 추진 중입니다. 대표적인 예로 찾아가는 야외 전시인 무빙 갤러리가 있습니다.

Q.보통 미술품 전시라고 하면 조용한 실내 갤러리를 떠올리는 게 일반적인데요, 야외 전시를 시작하신 이유가 있나요?
가장 큰 이유라고 한다면 좀 더 많은 사람에게 그림을 보여주기 위해서입니다. 저는 대학에서 한국화를 전공했는데요, 보통 대학생이 학교에서 교내전이나 졸업 전시를 하면 전시장 복도에서 다과를 차려놓고 박수 한 번 치는 게 끝입니다. 좀 더 많은 사람에게 보여주기 위해 그린 그림인데 아무도 보고 있지 않는 전시를 하더라고요. 일반 갤러리 역시 찾아오는 사람이 거의 없는 건 마찬가지고요. 그저 그림을 그리고 벽에 걸었다는 사실에 만족해야 하는 건지 누구를 위한 전시인가란 생각이 들었습니다. 그래서 사람들이 그림을 보러오지 않는다면 직접 그림을 들고 나가서 보여주자고 생각했어요.

Q.무빙아트웍스란 이름 역시 그런 아이디어에서 나왔다고 볼 수 있겠네요. 처음 사업을 시작하신 건 언제인가요?
처음 활동을 시작한 건 아프(YAFF)란 동아리를 통해서였어요. 사람이 많이 모이는 곳에 전시를 하는 등 지금의 무빙아트웍스와 거의 비슷한 형태로 대학생 때부터 거의 6년 가까이 활동했습니다. 그러다 마침 사회적기업가육성사업을 알게 되었고 아무것도 모르는 상태에서 덜컥 신청하게 되었죠. 당시만 해도 사업을 할 생각은 전혀 없었는데 육성사업에 선정되면서 무빙아트웍스란 이름으로 본격적인 활동을 시작했습니다. 덕분에 지원비를 받아 사업 규모도 확장하고 여러 가지 다양한 시도를 해보고 있습니다.

Q.그렇다면 무빙아트웍스는 예술가로 이뤄진 협동조합인가요?

꼭 그렇진 않습니다. 그림을 그리는 작가가 아니더라도 무빙아트웍스의 뜻에 동의하는 사람이라면 얼마든지 조합원으로 참여하여 함께 활동할 수 있어요. 현재 약 30명의 조합원 중 작가군이 20명, 비 작가군이 10명 정도 됩니다. 특별히 저희가 협동조합 형태를 취한 이유가 있다면 무빙아트웍스 활동 전체가 함께하는 예술가를 위한 일이기 때문이에요. 비 작가군으로 계시는 조합원분들 역시 이 취지에 동감하고 마케팅 및 사업 운영 측면에서 무빙아트웍스를 도와주고 계십니다.

모두가 즐기는 문화예술을 위하여

기존 미술 시장이 예술 작품을 일부 상류층의 전유물로 국한했다면 무빙아트웍스는 이를 다시 일반 대중의 품으로 돌려주는 길을 걷고 있다. 무빙아트웍스를 통해 예술을 잘 모르는 일반 시민도 가족 단위로 얼마든지 편안하게 미술 작품을 관람할 수 있는 것은 물론 음악공연이나 체험부스 등 다양한 활동을 함께 즐길 수 있다. 또 저렴한 가격에 예술 작품을 빌려줌으로써 소유와 투자의 개념을 넘어 예술을 누릴 수 있는 법을 선사한다.

Q.사업 영역은 어떻게 나눌 수 있나요?

크게 세 가지 형태의 전시 사업이 있어요. 첫째는 말씀드렸던 것처럼 무빙 갤러리란 이름의 찾아가는 야외전시이고요, 둘째는 지금 인터뷰를 하는 여기 실내 갤러리에서 상시로 이뤄지는 기획전시예요. 마지막으로 가정이나 사무실, 병원 등에 주기적으로 그림을 전시하는 대여 사업이 있습니다. 여기에 더해서 야외 전시를 하나의 콘텐츠에 담아서 판매하는 콘텐츠 사업과 프로젝트 기획 사업, 예술 교육 사업 등을 추진 중입니다.

Q.무척 흥미로워 보이는 분야들이네요. 좀 더 구체적으로 설명해주시겠어요?

우선 대표 수익사업이라고 할 수 있는 콘텐츠 사업의 경우 저희가 자체적으로 진행했던 야외 전시에서 시작되었어요. 한번은 원래 저희가 자주 하던 방식으로 야외에서 전시하고 있었는데 지나가던 분께서 혹시 전시 프로그램 자체를 판매하느냐고 물으시더라고요. 그 후로 공공기관이나 기업과 함께 야외전시에 음악공연, 체험부스 등을 묶어서 하나의 콘텐츠로 만들어 제공하고 있습니다.

Q.야외 전시에 대한 사람들 반응은 어떤가요? 많이 모이는 편인가요?

하루에 평균 100명, 많게는 200명까지 관람객이 오는 편이에요. 아이들과 함께 가족 단위로 나와서 즐기시는 경우가 많고 외국인은 야외전시 문화에 익숙해서인지 전시 중인 작품을 구매하시는 경우도 있어요. 예술을 어렵다고 생각했던 사람들도 부담 없이 가벼운 마음으로 전시를 즐길 수 있기 때문에 반응이 좋은 편입니다. 그림을 보다가 마음에 들면 사진을 찍어가시는 경우도 있고요. 또 전시 중에 해당 작품을 그린 작가가 옆에 있기 때문에 직접 작품을 설명해준다는 장점이 있습니다. 그래서 작품에 대해 관람객과 작가가 자유롭게 이야기를 나눌 수 있다는 점이 서로에게 좋은 경험으로 작용하는 것 같습니다.

YAFF(Young Artist Art Festival)

야프는 박우영 대표가 대학생 시절 만든 동아리로 예술형 사회적협동조합 무빙아트웍스의 전신이다. 아무도 보러오지 않는 교내전에 만족하는 대신 대구 경북지역 내에서 사람들이 많이 모이는 곳을 찾아 야외전시를 여는 등의 활동을 주로 이어 나갔다.

비작가군 조합원

직접 그림을 그리는 작가가 아니라라고 해서 무빙아트웍스의 조합원으로 활동할 수 없는 것은 아니다. 한 집안의 가장으로서 무빙갤러리가 일반 전시회보다 아이들이 예술에 손쉽게 다가갈 수 있는 방법이라 판단한 서정훈 본부장의 경우 기존에 담당하던 마케팅 업무에 새로운 가지를 더해 무빙아트웍스의 조합원으로 활동하게 되었다. 작가 조합원이 캔버스 위에 그림을 그린다면 비 작가군 조합원은 무빙아트웍스라는 전체 그림판을 어떻게 그려나갈지 고민한다고 말한 그는 인터뷰에도 함께 참여했을만큼 무빙아트웍스의 사업 및전반적인 방향에 대해 깊은 관심을 기울이고 있다.





병원에서 그림 대여를?

무빙아트웍스의 대여 서비스를 이용하는 주 고객은 다름 아닌 병원이다. 아픈 사람이 하루에 100명 가까이 찾아오는 병원은 많은 사람에게 그림을 보여줄 수 있다는 점에서 무빙아트웍스의 뜻과 부합하며 병원 입장에서는 인테리어 효과를 볼 수 있다는 장점이 있다.

Q.대여 사업은 어떤가요? 기존 미술 시장과 다른 무빙아트웍스만의 특징이 있나요?

기존 미술 작품 대여 업체의 경우 서양의 명화를 모작한 그림을 대여하는 경우가 대부분이라면 무빙아트웍스에서는 지역 작가의 작품을 대상으로 짧게는 한 달, 길게는 계절별로 대여해드립니다. 보통 미술 작품을 사고 싶어도 어떤 그림이 좋은지 잘 모르고 비싸다는 인식 때문에 망설이는 경우가 많으신데요, 집안 분위기를 바꾸고 싶어하는 주부나 신혼부부가 많이 이용하길 기대하고 있습니다. 현재는 병원 쪽에서 많이 이용하는 편이고요. 대여비는 해당 작가에게 일정 부분 직접 돌아가는 구조로 후에는 그림을 대여한 분들을 무빙아트웍스의 후원자로 모시고 실내 전시나 무빙 갤러리에 초대하는 등 지속적인 교류를 이어나가고 있어요.

Q.여러모로 기존에 사람들이 예술에 대해 갖고 있던 선입관을 깨주는 활동을 하고 계시네요. 대표님께서 보시는 기존 미술 시장의 문제점은 무엇인가요?

미술작품을 하나의 예술품이 아닌 상업적 가치로만 판단한다는 점이 가장 큰 문제가 아닐까 싶습니다. 그러다 보니 작가로 성공하기 위해선 소위 상류층 사람들에게 그림을 파는 수밖에 없더라고요. 그렇게 해야지만 이름값이 올라가고 작가로서 활동할 수 있는 구조를 보면서 많은 회의감을 느꼈습니다. 심지어 어떤 이야기도 있었냐면, 앞으로는 은행에 저금하지 말고 그 돈으로 작품을 사라는 겁니다. 미술작품은 한 번 사고 나면 절대 가격이 내려가는 일이 없으므로 몇 년 후 되팔 때 은행 이자보다 그 돈이 더 크다는 거예요. 이런 식으로 돈을 벌기 위해 미술작품을 구매하는 사람이 있다 보니 여러 가지 불미스러운 사건이 일어나기도 하고 일반 대중 안에 미술은 나와 상관없는 상류층의 전유물이란 생각이 자리 잡게 되고요.



Q.어떤 면에서 보면 무빙아트웍스는 기존 미술 시장과 반대 길을 걷고 있는 셈이네요.
네 그렇습니다. 어떻게 보면 기존 갤러리나 미술 시장이 굉장히 싫어할 일이기도 하고요. 하지만 작가 입장에서 생각해보면 꼭 필요한 일입니다. 그림을 그린 이유 자체가 좀 더 많은 사람에게 보여주기 위한 것이지 소수 평론가나 컬렉터를 위해 그린 게 아니니까요.

지역에 생기를 불어넣는 문화예술
무빙아트웍스 협동조합의 박우영 대표는 막연히 서울을 동경하는 젊은 예술가들에게 다음과 같이 말한다. '서울에 가면 성공을 하는 것이 아니라 경쟁을 할 뿐이다.' 다양화보다는 획일화의 도시인 서울을 목표로 삼기보다는 각자 지역에서 특색을 살린 활동을 이어나간다면, 지방에서도 문화예술 활동을 이어나가는 방법은 충분히 존재한다.

Q.지역을 강조하는 것도 무빙아트웍스만의 또 다른 특징이 아닐까 싶은데요.
아무래도 지방은 서울보다 문화 예술을 즐길 기회 자체가 적어요. 갤러리 숫자만 해도 서울은 200개가 넘지만 대구는 30개에 불과합니다. 또 전시회를 간다고 해도 일부 유명 대형 전에만 사람이 몰릴 뿐이지 작은 상업 갤러리의 경우 하루 10명도 채 방문하지 않는 경우가 많습니다. 그러다 보니 그림을 그리는 사람들 머릿속에서도 성공을 하려면 서울에 가야 한다는 막연한 강박감이 자리 잡고 있어요. 특히 대학생들의 경우 백이면 백 서울에 가겠다고 말합니다. 그렇지만 막상 서울에 가서 무얼 할 거냐고 물으면 답을 못해요. 여기에 대한 명확한 답이 없이 마냥 동경하는 마음으로 서울을 가기 때문

무빙아트웍스 실내 갤러리

지난 10월 새롭게 문을 연 무빙아트웍스의 새로운 보금자리는 대구시 중구에 자리잡고 있다. 임대료가 저렴하다는 점도 한 몫 했지만 대구 안에서도 침체된 중구 지역이 무빙아트웍스를 통해서 살아날 수 있기를 바라며 힘차게 문을 연 실내 갤러리의 세부 주소는 다음과 같다. 무빙아트웍스 전시장: 대구시 중구 동인동3가 322-5번지

세월호 프로젝트

지난 4월 제주 바다에 가닿지 못한 배 한 척이 있었다. 아이들의 넋을 기리자는 뜻에서 열린 세월호 프로젝트는 배가 무사히 제주도에 도착했다면 관광지 곳곳에서 수학여행을 즐겼을 아이들의 모습을 캔버스 천에 그려넣는 일이었다. 섭지코지, 이중섭 거리 등을 지나 마지막으로 제주시청에 도달한 프로젝트 팀은 촛불집회에 모인 사람들에게 펜을 넘겨주었고 아이들의 웃는 모습을 그려넣는 것으로 작품을 완성하였다.



대형전으로만 몰리는 사람들

박우영 대표는 최근 대구에서 열린 쿠사마 야요이 전을 보고 깜짝 놀랐다고 한다. 이토록 많은 사람이 대구미술관에 모인 모습을 처음 봤기 때문이다. 대형전을 통해서라도 미술을 접할 수 있는 기회를 늘린다면 좋겠지만 그래도 너무 한쪽으로만 편중되는 경향이 있는 것 같아서 어쩐찌 씁쓸한 마음을 감출 수 없었다고.

에 다시 내려오는 경우도 많습니다. 답은 서울에 있는 것이 아니므로 저는 지방에 부족한 게 있다면 여기서 메꾸고 만들어 나가는 작업도 중요하다고 봅니다.

Q.그렇다면 무빙아트웍스의 활동은 대구 지역에 국한되는 건가요?

꼭 그렇진 않습니다. 지금은 대구 경북 지역을 중심으로 활동하고 있지만, 저희의 플랫폼을 가지고 얼마든지 다른 지역에서도 활동할 수 있다고 생각합니다. 예를 들어 무빙갤러리를 수원에서 진행한다고 하면 수원 지역에 거주하는 작가들의 작품을 전시하는 방식으로요. 이런 식으로 울산, 포항, 광주 등 대한민국 곳곳에서 문화예술 소외계층이 좀 더 미술과 가까워지는 시간을 만들어주고 싶습니다.

Q.혹시 다른 지역과 함께 추진하신 프로젝트가 있으신가요?

한 번은 문화관광형 시장 만들기 사업의 목적으로 전국의 재래시장 중 몇 곳을 선정하여 시장 상인에게 예술 작품을 보여주고 전시회로 관광객을 유입하는 프로젝트를 진행한 적 있습니다. 당시 안동 구시장에서 열린 무빙 갤러리의 경우 안동 지역과 대구•경북 지역 작가가 함께 참여했어요.

Q.전통시장과 갤러리라니 언뜻 보기엔 서로 거리가 멀어 보이는데요, 프로젝트는 성공적이었나요?

저희가 프로젝트를 위해 안동 구시장을 거의 9번 정도 방문했는데요, 시장 상인 중에 프로젝트를 진행할 때마다 욕을 하시던 할머니가 한 분 계셨어요. 자기는 장사를 해야 하는데 그림을 봐봤자 무슨 소용이 있느냐면서 이런다고 관광객이 좋아하겠느냐고 쓴소리를 하시더라고요. 6번째까지 와서 매번 그러시던 분이 딱 7번째에 오시더니 무빙갤러리에서 저희 그림도 보고 체험관에서 페이스 페인팅도 받으셨습니다. 그러더니 저에게 오셔서 자기 평생에 이런 경험은 처음이라고 고맙다고 말씀하시는 겁니다. 사실 그동안 참 많이 힘들었는데 그때 할머니 말씀을 듣고 이게 힘들어도 꼭 해야 하는 일이란 걸 느꼈습니다. 이 할머니처럼 전국적으로 보면 일평생 예술에 대해 한 번도 재미를 못 느끼고 사는 분이 많으실 테니까요. 시골 분교에 다니는 어린아이들도 그렇고 이런 예술 소외계층이 한 번이라도 예술을 통해 즐거운 경험을 하길 바라는 마음으로 버티고 있습니다.

Q.앞으로 무빙아트웍스의 목표는 어떻게 되나요?

우선 큰 성공이나 대박을 바라진 않습니다. (웃음) 무빙아트웍스의 여러 활동을 유지하면서 5년 정도 후에는 지금보다 좀 더 번듯한 장소에서 예술가와 지역민이 함께 모이고 어울릴 수 있는 복합예술공간을 만들고 싶습니다. 작가가 상주하지 않더라도 사람들이 자유롭게 모여서 얘기하고 소통할 수 있는 공간으로요. 그곳이 대구의 젊은 예술가들이 모이는 공간이 되었으면 하는 바람입니다. 또 무엇보다 무빙아트웍스의 여러 활동을 통해 젊은 작가나 대학생이 서울만을 바라는 것이 아니라 지방에서도 충분히 예술활동을 할 수 있다는 생각을 가지면 좋겠어요. 무빙아트웍스 사업을 통해 그들이 기회를 잡을 수 있다면 더 바랄 게 없고요. 그렇게 된다면 대구 미술 시장 자체가 새

롭게 변하지 않을까요? 자연스럽게 지방에 대한 예술인의 인식도, 지방민의 예술에 대한 인식도 변할 거라고 봅니다.

Q.지역과 예술에 대한 대표님의 애정이 대단하시네요. 마지막으로 이렇게 사업을 이끌고 가실 수 있는 대표님의 장점은 뭐라고 보시나요?

장점이요? 글쎄요, 한 번도 생각해본 적이 없어서 바로 떠오르지 않네요. (웃음) 그래도 하나 꼽자면 이런 쪽으로 사업하는 사람이 얼마 없다는 게 제 장점이 되지 않을까 싶네요. 있어도 쉽게 포기하는 경우가 많고요. 그나마 다른 사람들에 비해 조금 긴 시간 사업을 추진하면서 나름의 비결을 지니고 어떤 방향으로 사업을 이끌고 나가야 하는지 알고 있는 것 같아요. 하고자 하는 일에 대한 고집이 세다는 점, 여기에 제 장점이 있지 않을까요? 물론 고집이 세다는 게 때로는 단점이 되어서 주위 사람을 힘들게 만들기도 하지만요. (웃음)

문화관광형 시장

문화관광형시장 육성사업은 전통시장을 지역의 역사와 문화, 특산품 등과 연계하거나 시장의 고유한 특성을 발굴•개발하여 국내외 관광객이 장보기와 함께 관광을 즐길 수 있는 공간으로 육성하는 사업이다. 안동 구시장은 2013년 문화관광형시장으로 선정되었으며 하회마을과 도산서원 등 안동의 풍부한 관광자원과 병산서원과 길안의 만휴정 등 천혜의 자연경관을 갖추고 있고 안동찜닭특화골목이 조성돼 있어 문화관광형 시장으로서 최적의 조건을 가지고 있다.



사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



문화

지역사회에서 예술에 대한 접근성이 낮아 충분한 문화 생활을 즐기지 못한다.

지방의 경우 서울에 비해 물리적 조건 상 문화예술을 즐길 수 있는 기회가 부족하다. 이 때문에 지방 예술인 역시 작품활동을 이어나갈 수 있는 기회가 상대적으로 부족하며 서울에만 모든 것이 몰려 경쟁이 심화되는 경향이 있다.

분석 Analysis

갤러리 등 예술공간에 대한 장벽으로 일반인들이 접근하기 어렵다.

일반 시민들에게 미술작품을 비롯한 문화예술은 경제적 상류층의 전유물로 인식되어 접근 가격이 높고 어려운 것이란 편견이 존재한다. 그 결과 실제로 지방 갤러리를 찾는 사람은 거의 없으며 금전적인 이유를 떠나서라도 지역 예술인은 좌절을 맛보는 경우가 많다. 이렇듯 예술인은 활동을 접어가지만 예술소외계층은 여전히 문화예술을 즐기지 못하는 악순환이 반복된다.

접근 Approach



갤러리를 야외로 이동하다.

무빙아트웍스는 야외전시를 통해 전시공간과 문화 활동서비스를 제공하는 공간을 실내에서 야외로 이동하였다. 일반 시민은 이제 갤러리를 직접 찾지 않아도 예술활동을 즐길 수 있으며 작가 역시 대중과의 접점이 늘어난다는 장점을 맛볼 수 있다.

무빙아트웍스

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

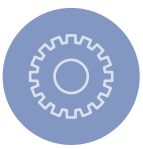

상품

문화(야외 전시회)

무빙아트웍스는 지역 예술인과 지역민을 잇는 예술형 오작교 역할을 담당한다. 야외 전시를 통해 갤러리의 작품을 시민들이 많이 활동하는 공원이나 시내 중심가, 시장 등에 배치하여 이들이 자연스럽게 문화예술을 경험할 수 있도록 돕는 것이다. 전시 외에도 음악공연이나 페이스페인팅, 다양한 체험활동과의 결합을 통해 보다 적극적인 경험을 선사하여 예술과 대중의 거리를 좁힌다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

서비스화(Servicizing)

무빙아트웍스는 갤러리로 찾아와야만 볼 수 있었던 예술품을 야외전시회를 통해 일반 시민에게 공개하고 체험활동을 비롯한 다양한 서비스를 제공한다. 가족, 친구, 연인 단위로 시민들은 보다 폭넓은 문화예술을 체험할 수 있으며 이를 통해 어렵고 멀게만 느꼈던 예술을 삶 속에서 가까이 만날 수 있다. 작가는 자신의 그림을 더 많은 사람에게 보여주고 보다 가까이에서 이들과 소통할 수 있다는 점에서 작품활동을 이어나갈 힘을 얻는다.

28

섬나들이
박노희 대표

장봉도는 인천광역시 옹진군에서 배를 타고 30분 정도 들어가야 만날 수 있다. 그곳에서 지역로컬푸드 카페를 운영하는 섬나들이를 찾아갔다. 로컬푸드 카페를 기반으로 지역의 일자리를 창출하고, 주변을 활기차게 하고자 장봉도 주민들이 야심 차게 시작한 예비 사회적기업이다. 섬나들이가 장봉도에 내려오는 인어의 전설만큼 장봉도에 긍정적인 변화를 가져올 수 있을까?



“로컬푸드 카페에서 지역경제를 생각하다”



섬나들이 박노희 대표

Q. 섬나들이는 어떤 곳인가요?

인천 옹진군 장봉도에서 운영하고 있는 지역로컬푸드 카페예요. 주로 지역 특산물을 판매하면서 전시장도 함께 마련해 놓았어요. 동시에 봄, 여름, 가을에는 체험 위주의 아이들 교육을 하고 있어요. 봄에는 농사체험, 갯벌체험, 공예체험 등을 진행해서 아이들이 팔찌, 시계 등을 만드는 프로그램을 운영하고 있지요.

Q. 섬나들이 카페 공간을 이용해서 아이들 교육이 진행되나요?

카페 안에서 교육을 진행하는 것은 아니고, 체험학습이니까 외부에서 진행되는데, 보통 장봉도에 놀러 오신 관광객분들이 교육을 많이 신청하세요. 펜션에 놀러 오셨다가, 아이들을 체험교육에 맡기고 어른들끼리 시간을 보내기도 하시고요. 여기는 낚시나 갯벌 등 어른들이 시간을 보낼만한 일들은 많은데 아이들이 시간을 보낼만한 놀 거리가 없거든요. 그래서 체험 프로그램을 진행하면 아이들이 참 좋아하죠.

Q. 아까 말씀하신 특산물 발송은 제철꾸러미 발송 같은 것인가요?

지역 특성상 꾸러미는 조금 힘들어요. 꾸러미에 들어가는, 단기적으로 길러서 먹을 수 있는 농산물보다는 감자나 고구마 같은 장기적으로 기르고 수확하는 농산물들을 주로 판매하고 있어요. 그 외에는 수산물들을 판매하죠. 김이나 굴 같은 것들을 발송해요. 장봉도는 특이하게도 농어촌이 동시에 이루어지는 지역이다 보니까 가능한 일이죠.

Q. 섬나들이를 하시기 전에도 장봉도 주민이셨어요?

1999년에 결혼하면서 장봉도로 오게 되었어요. 처음 왔을 때는 선착장에서 매표소를 운영했었어요. 꽤 오랫동안 했었지요. 매표소는 13년 정도 운영했었고요.

Q. 매표소가 나름 안정적인 수익이 있었을 텐데…. 사회적기업을 해봐야겠다고 결심하신 건 언제인가요?

2년 전인가? 지역에서 마을 기업을 장려하고, 강의 같은 것들을 꽤 많이 진행했었어요. 그때 서류처리나 이런 것들을 조금 도와드렸었죠. 함께 교육도 다니고, 출장도 다니고 그랬어요. 그렇게 따라다니면서 교육을 듣다 보니, “어? 내가 생각하는 것도 기업이 될 수 있겠구나” 하는 생각을 하게 되었어요. 그래서 교육을 조금 더 받아보기도 했고요. 그래서 사회적기업으로 한발 더 나아가야겠다는 생각을 했었죠.

Q. 지금 섬나들이는 법인인가요?

네. 법인이에요. 이사들을 비롯해 팀원들 대부분이 초등학교 학부모님들이시고요. 엄마들이죠. 쉽지는 않았죠. 지금도 고생하고 있어요. (웃음) 섬나들이가 법인으로 등록된 것이 올해 6월이에요. 올해 참 힘들었어요. 아시다시피 4월에 안 좋은 일도 있었고요…. 섬나들이의 수익 구조가 특산물 판매와 체험교육인데, 체험교육이 많이 줄었어요. 다만 마을기업에 참여했던 경험이 있었기 때문에, 사업계획서 등을 작성하는데 조금 수월한 면은 있었어요. 당시 진행했던 마을 기업과 현재 섬나들이가 진행하는 사업이 유사한 면도 있었고요.

Q. 대표님을 비롯해 학부모들이 사업을 운영하기가 쉽지는 않았을 것 같아요. 어떠셨어요?

쉽지는 않았죠. 지금도 고생하고 있어요. (웃음) 섬나들이가 법인으로 등록된 것이 올해 6월이다. 올해 참 힘들었어요. 아시다시피 4월에 안 좋은 일도 있었고요…. 섬나들이의 수익 구조가 특산물 판매와 체험교육인데, 체험교육이 많이 줄었어요. 다만 마을기업에 참여했던 경험이 있었기 때문에, 사업계획서 등을 작성하는데 조금 수월한 면은 있었어요. 당시 진행했던 마을 기업과 현재 섬나들이가 진행하는 사업이 유사한 면도 있었고요.

장봉도 인어의 전설

장봉도 앞바다에는 연평, 대청과 함께 조선 3대 어장으로 꼽히는 날가지라는 어장이 있는데 먼 옛날 이곳에서 그물질을 하던 어부의 그물에 인어가 걸려들어 이를 측은히 여긴 어부는 인어를 아무 말 없이 놓아줬다. 이후 날가지 어장에서는 그물을 칠 때마다 그물 가득 물고기들이 올라와 주민들이 이 전설을 기리며 인어상을 세웠다고 한다.

마을 기업으로 시작해 법인까지…. 끊임없는 고민의 여정

섬나들이의 모델은 장봉도에서 추진했던 마을 기업의 발전된 형태다. 특산물을 판매하고, 로컬푸드 카페를 운영한다. 섬에서 농사를 짓던 엄마들이 모여 기업을 시작하니 시작부터 좌충우돌 시행착오가 많았다. 어려울 때마다 도움을 주었던 건 바로 사회적기업가 육성사업의 멘토링 시스템. 많은 어려움을 극복해 현재에 이르기까지 박노희 대표의 고민을 들어봤다.

로컬푸드

로컬푸드(Local Food)란 장거리 운송을 거치지 않은 지역 농산물로, 최근 잘 먹고 건강하게 사는 법에 대한 사람들의 관심이 높아지면서 유기농 등과 함께 하나의 음식 트렌드로 자리매김하였다.

Q. 그때도 체험교육 같은 것을 진행했었나요?

예전에 마을 기업에 참여했을 때 거기서 농사체험이나 팜스테이 그룹이라고 해서, 민박집을 운영하시는 분들이나 농사짓는 분들이 그룹을 이루고 있어요. 그래서 장봉도에 놀러 오시는 손님들이 해보고 싶었던 것들을 예약하기도 하고 그랬죠. 그때는 꽤 많이 왔었어요. 1톤 트럭으로 두세 번씩 이동했었어야 하니까요. 자매결연 맺었던 초등학교에서도 매번 왔었고요. 사실 거기에 많은 매출을 기대하고 있긴 했어요. 하지만 세월호 사고 이후로 정말 발길이 뜸해진 거죠.

Q. 사회적기업가 육성사업을 마치신 소감은 어떠세요?

재미있죠. 특히 새로운 사람을 만날 수 있다는 것도 육성사업의 매력인 것 같아요. 섬에만 있으면 어울릴 수 없었던 분들하고 알게 된 것도 그렇고, 교육과 워크숍 모두 재미있었어요. 지금도 연락하면서 잘 지내고 있고요. 주부들은 특히 그렇잖아요. 가끔 가정을 두고 1박 2일 워크숍 가고 이러면 완전 신이 나니까…. 많이 배우기도 하고요. 여기 장봉도에 있으면 제가 젊은 축에 속하거든요. 그런데 육성사업 모임만 가면 나이가 뒤에

마을기업

마을기업은 마을 주민이 주도적으로 지역의 각종 자원을 활용하여 안정적 소득 및 일자리를 창출하는 마을단위의 기업을 말한다. 마을기업은 민법상 법인, 상법상 회사 등 법인체여야 하며, 지역주민 공동체 구성, 재정건정성, 안정적 일자리 창출가능성 등의 요건이 갖추어지면 행정안전부로부터 인증받을 수 있다.





서 두세 번째…. (웃음) 벌써 사회문제에 관심을 가지고 활동하는 젊은 친구들도 많구나. 하는 것을 느끼고요.

Q. 멘토링은 어떠셨어요?

일반적인 기업 컨설팅과는 확실히 다르다는 게 느껴지죠. 아무래도 영리기업이 아니다 보니 사회적 가치와 재무적 가치를 동시에 추구해야 하는 면이 있었고요. 다만 발표에 대한 부담감은 아무리 해도 사라지지 않더라고요. (웃음) 처음에는 비즈니스 모델이니, 사회적 가치니 이런 용어들조차 생소했었는데 1년 정도 지속적인 멘토링을 받다 보니까 많이 익숙해지기도 했고요.

Q. 가장 많이 조언받은 부분이 있다면요?

사업 내용으로 지적을 받지는 않았던 것 같아요. 다만 어떻게 부가가치를 높일 것인지에 대한 의견이 분분했어요. 섬나들이가 상품 패키지를 조금 더 잘해서, 더 나은 가격을 받을 수 있었으면 좋겠다는 의견도 멘토들과 나누었었고요. 그런데 그런 의견이 제 생각과는 조금 차이가 있었죠. 뭐랄까, 너무 바가지 아닌가? 하는 생각이 들었어요. (웃음) 물론 상품의 가치를 높이는 건 중요해요. 어떻게 브랜딩하고 어떻게 패키지 하느냐에 따라 1만 원짜리가 3만 원이 될 수도 있으니까요. 그런데 저는 그게 아직도 이해가 잘 안 되긴 해요. 1만 원 짜리를 왜 3만 원에 파느냐? 그런 생각들이 있는 거죠.

Q. 많은 육성사업 참가팀들이 사회적 가치와 재무적 가치 사이에서 고민을 많이 해요.

저희는 그런 부분에서는 문제가 없었던 것 같아요. 우리가 여기 장봉도에 어떻게 하면



보다 도움이 될 수 있을까 하는 생각으로부터 출발하기 때문에, 지역을 위해 무언가 한다는 생각으로 육성사업을 꾸리다 보니 심사나 발표에서도 어려움은 없었어요. 다만 서류와 현실의 차이는 분명히 있는 것이니까. (웃음)

Q. 사업을 진행하기 전과 후, 대표님의 생각이 달라진 점이 있다면요?

저희는 큰 꿈을 가지고 시작한 건 아니었어요. 아까도 말했듯, 여기 장봉도에 도움이 될만한 일을 찾고, 그 속에서 여기 엄마들이 조금 더 생계에 보탬이 되도록, 일자리를 조금 더 창출해보고자 시작한 사업이었으니까요. 하지만 실제로 예상했던 것만큼 수익이 나질 않으니까 고생하고 있긴 하죠. 생각이 달라졌다기보다는, 예상이 빗나간 거예요. 사실 조금이라도 상품을 판매할 수 있는 판로가 늘어날지도 모른다는 기대감이 있었으니까요.

Q. 육성사업에 참여하시면서 받았던 지원금은 알차게 쓰셨어요?

처음이다 보니까 시행착오가 있었어요. 시제품을 개발하는 데 더 많은 공을 들였어야 했다는 생각이 조금 들어요. 그리고 홍보를 해야 했는데, 조금 더 잘 보이고 싶고 하니까 홈페이지도 만들게 되고, 패키지도 조금 더 신경을 쓰게 되고 그렇더라고요. 카페 운영하는데도 제법 많이 들어갔고….

Q. 지금 함께하고 있는 팀원들과는 문제없나요?

같이 활동하고 있어요. 물론 개인적인 사정으로 육성사업을 시작할 때 함께 했던 분들 중 생업으로 돌아가신 분도 있지만요. 다들 버섯농장이라든지, 시골에서 하는 농사일들을

섬나들이 공예체험

지역 내 자원을 이용한 조개 및 소라 모양의 우드마커스에 마카펜으로 색을 칠한 후 조개팔찌나 장식용 걸이 등을 만드는 시간으로, 자신만의 작은 소품을 만들 수 있다. 4계절 내내 체험이 가능하며 참여가능 인원은 최소 10명에서 최대 20명으로 소요 시간은 1시간 내외이다. 체험비용은 5,000원이며 우드마커스 시계 등의 체험은 별도 상담이 필요하다.

다들 하고 있으니까 아무래도 동시에 두 가지 일을 하기가 힘든 부분이 있었을 거예요. 농사일이 생각보다 할 일도 많고 그렇잖아요. 처음에는 팀원들이 돌아가면서 잘 운영하면 생업과 섬나들이 두 마리 토끼를 동시에 잡을 수 있을 거라 기대했는데, 생각보다 시간이 많이 들어가죠. 교육도 많이 가야 하니까 육지로 많이 나가야 하고. 1주일에 두세 번은 나가는 거예요. 그래서 시간이 지날수록 참여도가 떨어지는 부분이 있어서 아쉬움이 있죠. 지금은 핵심멤버 3명이서 운영을 하고, 틈틈이 함께 활동하고 있어요.

Q. 섬나들이가 우수사례로 뽑힌 이유는 뭐라고 생각하세요?

사업 계획이나 육성사업 진행과정에서 나름 착실하게 진행해서 그런 거 아닐까요? (웃음) 지금은 육성기간이 끝나고 실제 사업에 돌입해서 매출을 내고 그래야 하는 시점이니까요. 적절한 시기에 법인설립도 완료되었고, 예비 사회적기업도 받았어요. 작은 활동이긴 하지만, 저희의 주요 모델인 체험학습을 근처 장애 재활원에 꾸준히 재능 기부하고 있어요. 그런 부분도 어느 정도 반영이 된 거 아닐까 해요.

힘들어도 아이들이 웃는 모습을 보면 마음이 따뜻해져….
도시의 자연과 함께하는 시간이 많아졌으면
장봉도는 그야말로 수도권 인근에서 만날 수 있는 가장 다채로운 섬이다. 제법 큰 장봉도 덕분에 벼농사와 밭농사, 수산물 양식까지 농어촌에 관련된 모든 것을 경험할 수 있다. 박노희 대표는 더 많은 아이가 자연과 함께 뛰어놀 수 있기를 기대한다. 집 앞에 텃밭이 없어도, 멀리 가지 않아도 언제나 장봉도에서 로컬푸드와 함께 자연을 만날 수 있으니, 회색 도시에 지친 아이들의 휴식처로 제격이다.

Q. 아이들 체험학습 프로그램도 직접 짜시잖아요. 그때 중점적으로 고려하신다거나 신경쓰는 부분이 있나요?

장봉도에서만 할 수 있는 게 무엇이 있을까를 많이 고민해요. 공예 체험 같은 것에 여기 특산물을 넣어서 어떤 상품을 만들 수 있도록 프로그램을 짠다든가 하죠. 삽화를 이용하기도 하고요. 그리고 아이들이 자연과 함께 어울릴 수 있는 프로그램이 되도록 많은 노력을 기울이고 있어요. 아이들이 자연에 대해서 잘 몰라요. 심지어는 돌을 가지고 돌에 색칠하는 것도, 돌 모양이 모두 다른 것을 보면서 신기해할 정도니까…. (웃음) 색칠하는 것 자체도 스케치북에 색칠하는 것과는 느낌이 완전히 다르잖아요. 감자나 고구마를 뽑는 것도 도시에서는 해볼 수 없는 일이니까요. 뽑아서 바로 쪄먹기도 하고 그러죠.

Q. 아이들이 신기해하거나 즐거워하면 무척 보람차시겠어요.

아이들이 자연과 자연스럽게 친해질 수 있도록 도와줘야죠. 시내에, 도시에 아무리 근처에 텃밭이 있다고는 하지만 실제 논밭에 나오는 것과는 그래도 차이가 분명히 있거든요. 게다가 텃밭이 없는 집도 많고. 특히 고구마 캐는 거 참 좋아해요. 흙 만지고, 펄 만지고…. 흙이나 펄이 몸에 묻으면, 처음엔 싫어하다가도 조금만 지나면 뒹구는 게 아이들인데. (웃음)

Q. 장봉도에서 자연과 함께…. 생각만 해도 마음이 편안해지는 것 같아요. 장봉도 자랑 한번 해주세요.

말로 표현하기가 좀 힘들어요. 뭐랄까, 여유가 넘친다고 할까요? 시간에 쫓기고 그런 게 없죠. 물론 젊은이들은 바쁘게 살아보고 싶기도 하고 그러니까 안 맞을 수도 있겠지만, 아무 생각 없이 온종일 있을 때는 그렇게 마음이 편할 수가 없어요. 누가 뭐 하라고 하는 것도 없고, 재촉할 일도 없고. 자급자족해도 충분히 먹고 살 수 있는 곳이기도 하고. 여기서는 돈이 많아도 쓸데가 없어요. (웃음) 단 로컬푸드 카페로서 안정적으로 자리를 잡아야죠. 섬나들이 같은 모습을 가지고 있는 사회적기업이 생각보다 많지는 않으니까요. 다른 곳도 많이 견학을 가봤는데, 특산물 등을 파는 곳은 의외로 많지 않고…. 여기 카페에 오셔서 어떻게 만드는지, 얼마만큼 정성 들여 만드는지도 잘 전달하고 싶어요. 그러기 위해서는 장봉도 안에서도 잘 되어야 하겠죠. 많이 홍보하고 알리고 싶어요.

Q. 앞으로 육성사업을 시작할 후배들에게 한마디 하신다면요?

많이 알아보고 시작했으면 좋겠어요. 시행착오를 조금이라도 줄이는 게 안정적으로 사업을 이어나갈 수 있는 발판이 되지 않을까 생각해요. 사회적기업가 육성사업이라는 것이, 사회적기업을 하고자 하는 사람들을 장려하고, 도움을 주자는 목적에서 만들어진 것이니까 잘 이용하기를 바라고요. (웃음)



사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(지역사회)

지역사회 농어촌에 부가적인 수입원이 부족하다.

장봉도 지역에서 농수산물 생산은 활발하게 일어나나, 추가적인 수입원이 부족하여 직업도 다양하지 못하고, 문화적 다양성도 떨어진다.

분석 Analysis

농어촌 생산 활동 자체가 관광 상품이 될 수 있음에도 불구하고 활용되지 않고 있다.

아름다운 해변을 갖고 있어서 많은 관광객이 찾아오지만, 그 외에 즐길 거리는 부족한 편이다. 농수산물을 생산하는 과정 자체가 체험관광 거리가 될 수 있으나 활용되지 못하고 있었다.

접근 Approach



농수산물 생산 활동을 부가적 수입원으로 재사용하다.

기존에 있던 농수산업의 현장과 사람들을 활용하여 관광자원을 개발한다.

섬나들이

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인


상품

서비스(공간, 체험)

섬나들이는 관광객 대상의 로컬푸드 카페를 운영한다. 로컬푸드 카페를 거점으로 사업을 진행 중이다. 관광객들이 쉽게 접근할 수 있는 카페를 운영하고, 이 카페를 통해 관광객들이 체험관광 서비스를 받을 수 있도록 하고 있다.

전략 Strategy


생산

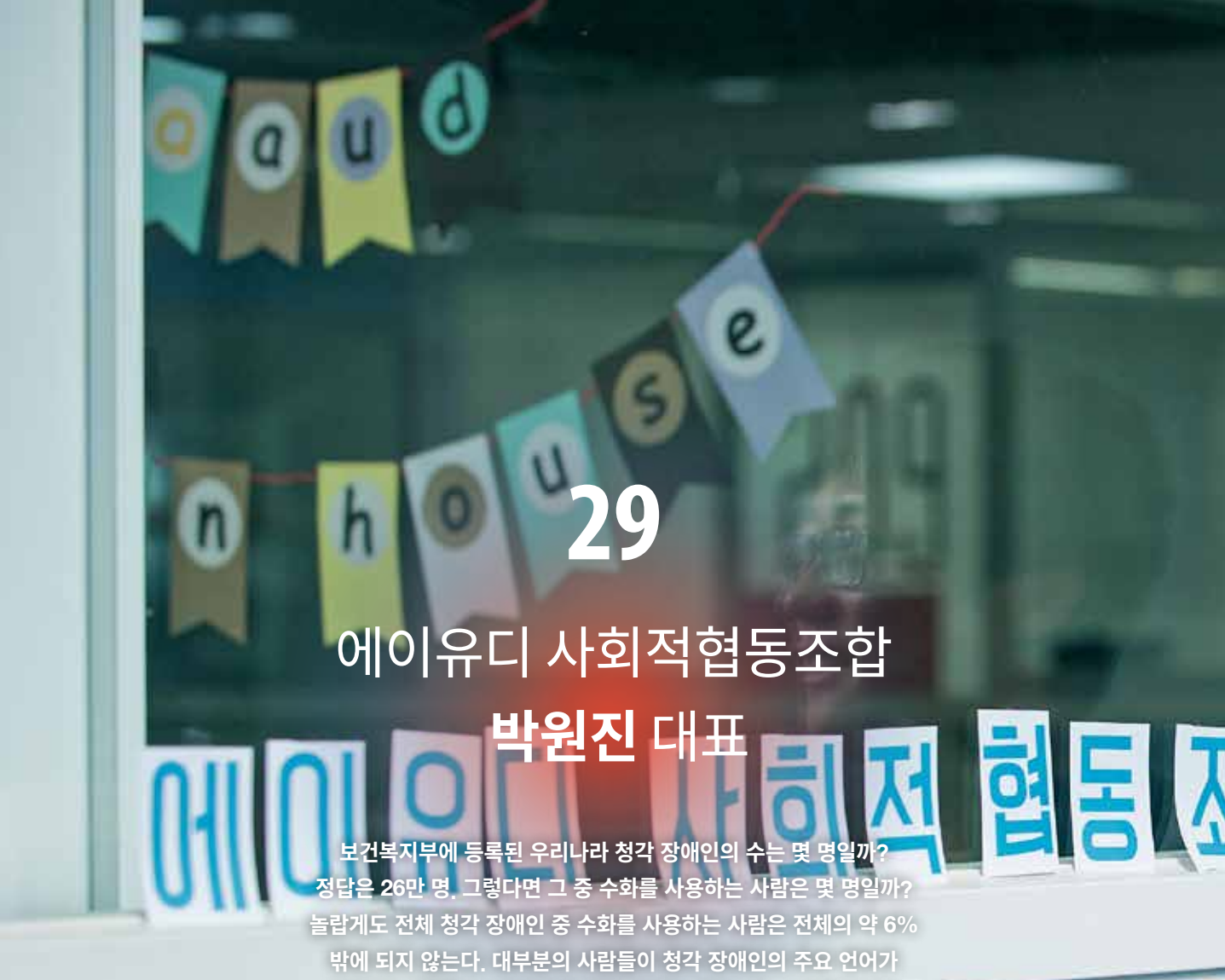

운영


이동


확장

아웃소싱(Outsourcing)

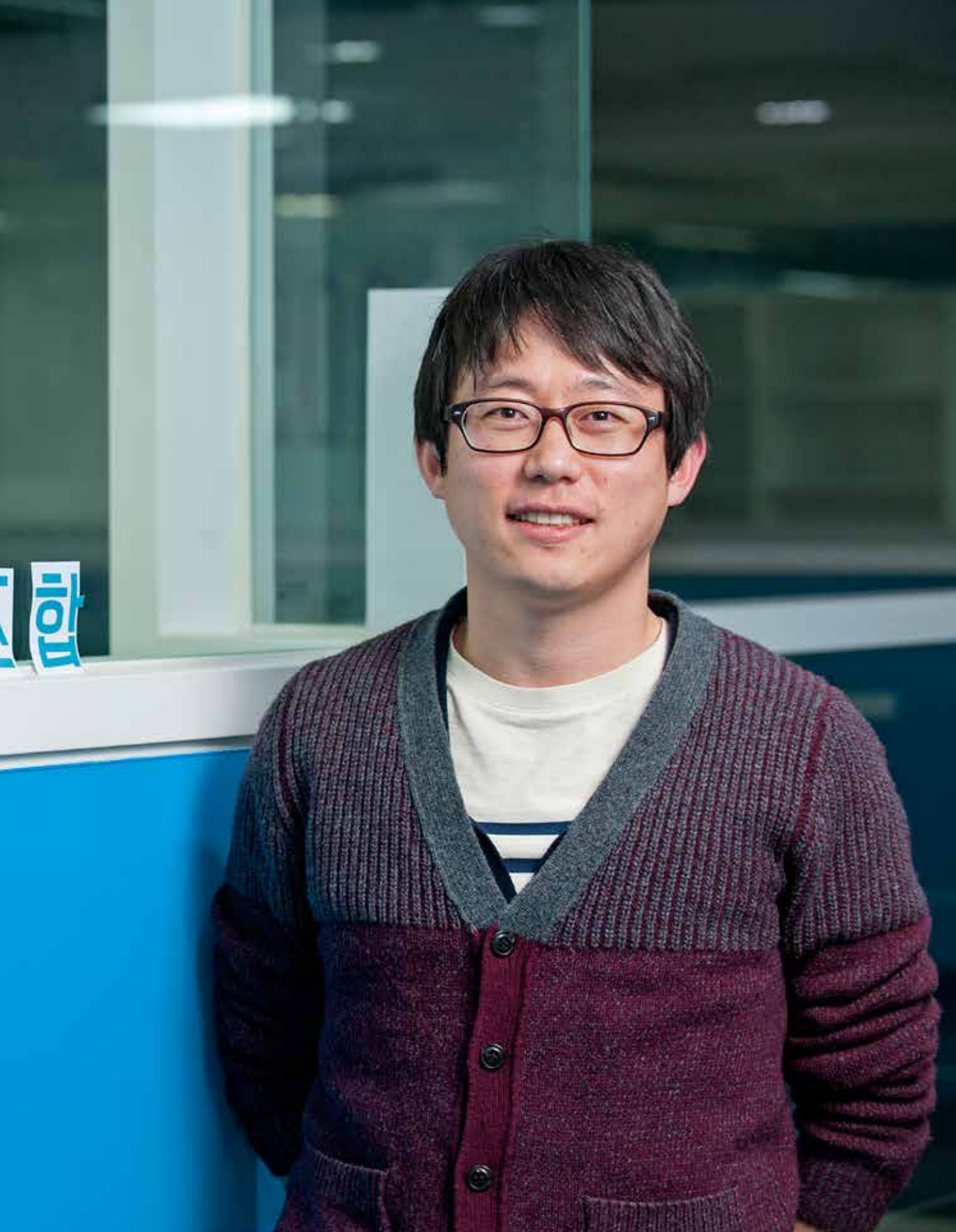
체험관광에 필요한 체험 현장 및 현장 가이드를 지역의 주민들과 연계하여 운영하고 있다. 주민 대부분이 장봉도에서 농업 및 어업을 하고 있고, 감자 및 고구마, 포도 등 아이들이 좋아하고 재미를 느낄 수 있는 농산물이 많다. 이를 통해 일자리를 창출하고 지역 경제를 활성화시킨다는 전략이다.



29

에이유디 사회적협동조합
박원진 대표

보건복지부에 등록된 우리나라 청각 장애인의 수는 몇 명일까? 정답은 26만 명. 그렇다면 그 중 수화를 사용하는 사람은 몇 명일까? 놀랍게도 전체 청각 장애인 중 수화를 사용하는 사람은 전체의 약 6% 밖에 되지 않는다. 대부분의 사람들이 청각 장애인의 주요 언어가 수화라고 생각하는 것에 반해 청각 장애인 중에서도 수화를 모르는 비율이 상당한 것이다. 게다가 일반인 중에서 수화를 모르는 비율은 더 높을 수밖에 없으니 청각 장애인의 의사소통에서 겪는 어려움은 생각보다 심각한 문제이다. 에이유디 사회적협동조합은 청각 장애인의 원활한 의사소통을 돕고자 설립된 사회적기업으로 실시간 자막 제공 서비스인 쉐어타이핑을 비롯해 다양한 사업을 추진 중이다.





에이유디 사회적협동조합 박원진 대표

"모두를 위한 청각의 보편적 설계"

청각의 보편적 설계

에이유디(aud) 사회적협동조합은 Auditory Universal Design의 약자로 청각의 보편적 설계란 뜻을 지니고 있다. 에이유디의 대표 서비스인 쉐어타이핑은 장애인과 비장애인 모두 편리하게 사용할 수 있는 실시간 자막 제공 플랫폼으로 모든 사람의 원활한 의사소통을 돕는다. 마치 몸이 불편한 사람을 위해 만들어졌지만, 일반인에게도 유용한 엘리베이터처럼 말이다.

Q. 안녕하세요 박원진 대표님, 에이유디 사회적협동조합 소개 부탁드릴게요.

먼저 에이유디 사회적협동조합의 뜻을 알려드릴게요. 에이유디(aud)는 Auditory Universal Design의 약자입니다. 유니버셜 디자인은 모든 사람이 편하고 안전하게 이용할 수 있는 제품이나 건축, 서비스 등의 설계를 말하며 대표적인 예로 엘리베이터를 들 수 있어요. 처음 만들어진 건 몸이 불편한 사람을 위해서였지만 노인이나 임산부, 어린이를 비롯해 일반인도 편리하게 이용할 수 있는 제품이 엘리베이터입니다. 이처럼 에이유디는 청각의 보편적 설계를 위하여 누구나 듣는 데 지장이 없는 환경을 만들어 가는 다양한 사업을 추진합니다.

Q. 대표적인 예로 무엇이 있나요?

모바일 실시간 자막 서비스를 제공하는 쉐어타이핑이 있습니다. 대형 강의나 포럼, 학교 및 교회 등 앞에서 말하는 사람의 이야기를 속기사나 자원봉사자가 실시간으로 기록하면 청중이 이를 자신의 스마트폰이나 테블릿을 통해 자막으로 받아볼 수 있는 서비스입니다. 쉐어타이핑 어플리케이션을 다운받아 무료로 이용 가능하며 에이유디는 쉐어타이핑 서비스가 필요한 단체 및 모임에 속기사나 자원봉사자를 연결해주는 역할을 합니다.

Q. 특별히 자막 서비스를 선택하신 이유가 있나요?

그 질문에 답하기 전에 제가 질문 하나 드릴게요. 청각 장애인의 주요 언어가 뭐라고 생각하시나요? 대부분의 사람은 수화라고 생각합니다. 하지만 보건복지부에 등록된 청각장애인 26만 명 중 수화를 사용하는 사람은 전체의 약 6% 밖에 되지 않아요. 이 수가 적다고 할 순 없지만, 청각 장애인 중에도 수화를 잘 모르는 사람이 많은 편입니다. 반면에 글자의 경우 한글을 배운 사람이라면 누구나 볼 수 있기 때문에 자막을 이용하면 더 많은 사람이 도움을 받을 수 있습니다. 청각 장애인, 수화 사용자, 비장애인 까지요.

Q. 처음 아이디어를 얻으신 곳이 궁금하네요.

기존 강연이나 대학교 강의를 가면 노트북 대필 제도라는 게 있습니다. 청각 장애인이 강의를 들으면 노트북 대필자가 옆에 앉아 앞에서 말하는 내용을 타자로 쳐주는 겁니다. 이 방법의 경우 몇 가지 불편한 점이 있습니다. 먼저 반드시 대필자 옆에 앉아야 하고 대필자 양옆 두 사람까지만 도움을 받을 수 있어요. 에이유디의 쉐어타이핑은 이러한 문제점을 개선하여 개인 스마트폰이나 태블릿 pc를 통해 자막을 제공받는 방법을 개발한 것입니다.

Q. 쉐어타이핑의 서비스를 받으려면 누군가 타자를 쳐줄 사람이 필요하겠군요?

그렇습니다. 여기에는 두 가지 방법이 있는데요, 전문 속기사를 고용하여 강연장 등으로 파견을 보내거나 자원봉사자를 이용하는 방법이 있습니다. 동시통역이나 수화통역처럼 일종의 문자통역이라고 보시면 됩니다. 속기사의 경우 자판을 몇 개만 눌러도 안녕하세요가 입력되는 등 특수 자판을 이용하는 전문인이에요. 꼭 저희 측으로로 자원봉사자나 전문속기사를 요청하지 않아도 자체적으로 타자 칠 사람을 정하고 이용하셔도 됩니다.

Q. 주로 어디에서 쉐어타이핑을 이용하나요?

각종 강연이나 포럼, 세미나 등 대규모 행사장을 비롯해 교회, 회의실 등에서 이용합니다. 사실 청각 장애인이 가장 어려워하는 일 중 하나가 포럼이나 세미나에 참여하는 일입니다. 대부분 음성언어 중심으로 행사가 진행되기 때문에 내용을 온전히 듣기가 쉽지 않아요. 꼭 청각 장애인이 아니더라도 노인이나 일반인 역시 쉐어타이핑을 유용하게 쓸 수 있습니다. 예를 들어 강연을 듣다 내용을 놓친 경우 자막을 이용해 앞부분을 다시 살펴볼 수 있고 질의응답을 주고받는 시간이라면 앞사람의 질문이 뭐였는지 확인할 수 있습니다. 이처럼 일반인도 자막 서비스를 통해 다른 사람이 하는 말을 좀 더 명확하게 이해할 수 있지요. 무료 플랫폼인 만큼 얼마든지 원하는 용도에 맞게 활용하면 됩니다.

Q. 그렇다면 수익은 어떻게 내나요?

강연이나 세미나를 주최하는 단체 측에서 저희 쪽에 의뢰하면 라이센스 비용과 속기사의 인건비를 받습니다. 아무래도 청각 장애인이 직접 비용을 부담하긴 어려우니까요. 첫 수익은 저희 사무실이 입주해 있는 아스피린 센터에서 열린 창업 관련 프로그램이었습니다. 6명이 청각 장애인이 참석하여 총 8주 과정의 수업을 들었습니다. 사실 에이유디 사회적협동조합은 비영리 법인으로 저희 사업 자체가 수익을 올릴 수 있는 구조는 아닙니다. 돈 보다는 의사소통하는 데 있어서 청각 장애인의 어려움을 해결하는 게 가장 큰 목표입니다.

특수학교 교사, 사회적기업가로 거듭나다

어렸을 적 고열을 앓고 난 뒤 청각 장애를 갖게 된 에이유디 사회적협동조합의 박원진 대표는 원래 특수학교 선생님이었다. 사립학교에서 공립학교로 이직을 위해

유니버설 디자인(universal design)

보편적 설계란 뜻의 유니버설 디자인은 장애의 유무나 연령 등에 관계없이 모든 사람들이 제품, 건축, 환경, 서비스 등을 보다 편하고 안전하게 이용할 수 있도록 설계하는 것을 말하며 모두를 위한 설계(Design for All)라고도 한다.

쉐어타이핑(Sharetyping)

소리를 잘 들을 수 없는 사람들의 바람에서 시작된 쉐어타이핑은 사람과 함께 어울려 소통하는 플랫폼이다. 쉐어타이핑은 학교, 교회, 포럼 그리고 세미나 등 다양한 상황에서 소리로 전달되는 정보를 시각적인 자막으로 볼 수 있게 해주는 역할을 하며 청각장애인의 의사소통을 도와준다.





아스피린센터

노원구 북부지방법원 신관동에 문을 연 아스피린센터는 차세대 사회문제해결형 벤처창업센터이다. 차세대 문제에 대해 자유롭게 이야기할 수 있는 공간인 동시에 이를 해결하기 위해 국민 모두가 아이디어를 공유할 수 있는 곳이다. 차세대 문제에 대한 각 분야 전문가들이 소견을 나누는 것은 물론 스타트업과 대기업의 협업 및 후원을 연결해주기도 한다.

임용 고시를 준비하던 중 우연히 알게 된 사회적기업이란 단어는 그에게 깊은 울림으로 다가왔고 이후 운명처럼 그의 삶을 바꿔 놓았다. 소셜벤처 경연대회 우수상 수상을 시작으로 3기 사회적기업가 육성사업 우수팀 선정을 넘어 H -온드림 대상까지. 에이유디는 말 그대로 승승장구하며 달려왔다.

Q. 쉐어타이핑은 그동안 무심하게 지나쳐온 청각 장애인의 어려움을 잘 파악한 사례 같습니다. 어떻게 처음 사업을 시작하셨나요?

사실 저는 초등교과목 특수학교 선생님이었습니다. 제주도의 사립학교에서 근무하다 공립학교로 옮기기 위해 임용 고시를 준비 중이었어요. 2012년도였는데 참 공부에 집중이 안 되더라고요. 그때 마침 제가 평소에 청각 장애인 교육에 관심이 많을 걸 아는 아내가 헤드플로라는 사회적기업을 알려줬습니다. 사회적기업이 뭔가 싶어서 인터넷에 검색을 했더니 한국사회적기업진흥원 홈페이지가 나오더라고요. 거의 정독하다시피 홈페이지에 실린 내용을 읽어가는데 제 눈에 소셜벤처 경연대회 배너창이 들어왔습니다. 보는 순간 이거다 싶더라고요. 그렇게 소셜벤처 대회 참가를 시작으로 사회적기업가의 길을 걷게 되었습니다.

Q. 정말 우연한 계기라고도 볼 수 있네요. 아내분께서 반대하지 않으셨나요?

당연히 처음엔 반대했죠. 헤드플로가 청각 장애 관련 교육을 해서 소개한 것인데 대회에 나가라고 한 건 아니었으니까요. 그래도 제가 정말 하고 싶어하니까 결국엔 저를 믿고 따라줬습니다. 단 대회에서 탈락하면 다시 임용 공부에 매진한다는 조건으로요. (웃

음) 다행히도 소셜벤처 대회에서 우수상을 비롯해 3개의 상을 받았고 자연스럽게 3기 육성사업에 참가하여 여기까지 왔네요.

Q. 사실 에이유디 협동조합하면 H-온드림 얘기를 하지 않을 수 없는데요, 그 어렵다는 대상을 받으셨습니다.

H-온드림에 대해서는 감사하고 또 감사하죠. 15팀 안에 들어가는 게 목표였는데 대상을 받을 줄은 정말 꿈에도 몰랐어요. 대회 날 발표용으로 가져간 노트북이 제 순서 직전에 고장이 났어요. 안 그래도 잔뜩 긴장한 상태였는데 기왕지사 이렇게 된 거 마음을 비우자는 생각으로 발표를 이어나갔습니다. 그렇게 수상자 발표 시간이 되고 제일 먼저 불렸으면 좋겠다고 생각하고 있는데 아무리 지나가도 에이유디를 안 부르는 거예요. 3등만이라도 되면 좋겠다 했는데 지나가고 2등에서도 이름이 불리지 않자 난 여기까지구나 싶었습니다. 포기한 순간 사회자가 대망의 1등 에이유디를 불렀는데 난리가 났죠. 팀원들과 다 같이 얼싸 안고 좋아했답니다.

Q. 정말 다시 들어도 극적인 순간이네요. 에이유디가 이렇게 승승장구하는 비결이 어디에 있다고 생각하시나요?

저희 조합원을 비롯해 주변에서 도와주는 분들 덕분이라고 생각해요. 주위에 좋은 사람이 많다는 게 저의 유일한 강점이자 감사한 점이라고 생각합니다. 힘들고 지칠 때 도와주는 분들도 이분들이에요. 에이유디 사회적협동조합에는 현재 총 6명의 조합원이 있는데요, 각자 자기 분야에서 전문가이십니다. 먼저 제 아내의 경우 저와 같이 특수학교 선생님이었는데 현재 본부장 역할을 맡아 사업을 도와주고 있습니다. 종교기관과 국제 봉사단체를 비롯해 비영리 기관이나 다른 사회적기업에서 프로보노 활동을 하셨던 분도 있고요. 다 같이 지혜를 모으다 보니 길이 열리는 것 같아요.

사람들 입술에 글자가 뜬다면?
에이유디 사회적협동조합의 출발점은 어렸을 적 박원진 대표가 품은 친구 입술에 글자가 뜨면 좋겠다는 꿈이었다. 구글 글래스와 스마트 워치, 투명 스크린 등 다양한 IT 기기를 통해 그의 꿈은 이제 거의 실현 단계에 와 있으며 동시에 여러 청각 장애인에게도 새로운 길을 열어주는 출발점이 될 것이다.

Q. 앞으로 에이유디는 어떤 방향으로 나갈 예정인가요?

청각 장애인의 사회문제 해결 및 사회혁신을 목표로 여러 가지 다양한 사업을 계획 중이에요. 우선 필담을 통해 영어를 배우는 프로그램을 준비 중에 있어요. 쉐어타이핑을 이용한 문자 통역 서비스의 경우 IT를 기반으로 자막 서비스를 구글 글래스나 스마트 워치, 투명 스크린 등 여러 기기로 확장하고자 합니다. 우선 올해 안으로 구글 글래스를 두 개 정도 들여와서 프로토 타입을 만들어볼 예정입니다. 기술이 발전되면 나중엔 글자가 화면 옆에 뜨는게 아니라 가운데로 나와서 사람 얼굴과 함께 볼 수도 있고 점점 좋아질 거라고 봐요. 사실 청각장애인에게 가장 좋은 방법은 사람 얼굴과 글자를 같이 보는 일이거든요.



휴대폰으로 구현한 자막 서비스

사용자가 실제로 쉐어타이핑 플랫폼을 통해 자막 서비스를 이용하고 있다. 필요에 따라 글씨 크기 조정이 가능하며 청각장애인이나 비장애인 누구나 용도에 맞춰 무료로 이용할 수 있다.

구글 글래스(Google Glass)

구글 글래스는 구글이 '프로젝트 글래스'(Project Glass)라는 연구개발 프로젝트로 개발 중인 헤드 마운티드 디스플레이(HMD)가 장착된 착용 컴퓨터로서, 대량 판매 시장에 유비쿼터스 컴퓨터를 판매하는 임무를 포함한다.구글 글래스는 스마트폰과 같은 손을 쓰지 않는 형태로 정보를 보여주므로 자연 언어 음성 명령을 통해 인터넷과 상호작용할 수 있다.





Q. 문자 통역 서비스 외에도 청각 장애인을 돕는 다른 기술이 있나요?

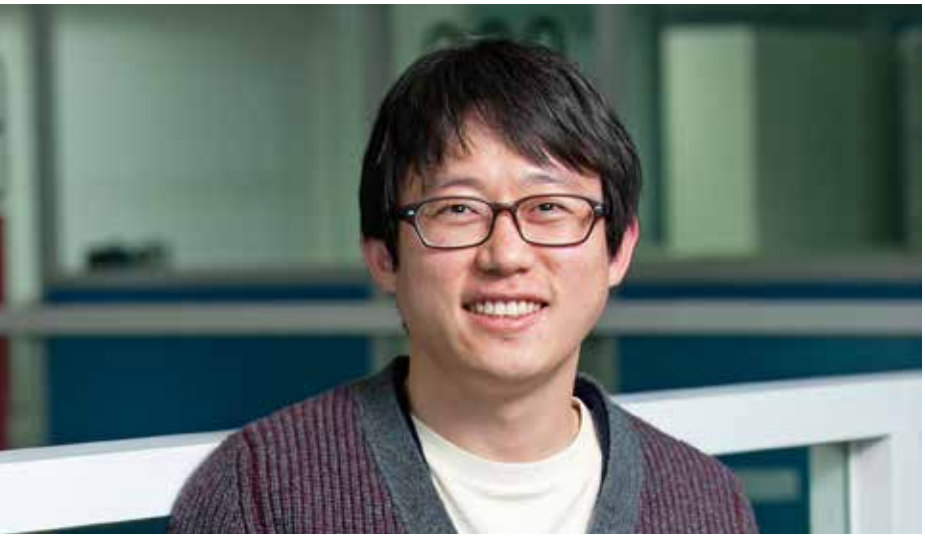
외국의 경우 음성인식을 통한 청각 장애인을 돕는 사업이 활성화된 것으로 알고 있어요. 에이유디 역시 음성인식을 이용해 특허를 하나 출원한 상태입니다. 현재 스마트폰 음성인식의 경우 가까이에서 말할 때만 인식할 수 있다는 단점이 있어요. 주변에 소음이 있거나 거리가 멀면 인식이 불가능하죠. 이런 점을 개선하여 만든 게 FM 음성인식 시스템입니다. 일종의 FM 마이크인데요, 말하는 사람이 아무리 멀리 있어도 통신기와 수신기를 통해 주파수를 주고받아 음성인식이 가능하게 하는 겁니다. 음성인식 서비스의 경우 속도가 느린 편이고요, 지금까진 쉐어타이핑이 가장 빠르고 정확도도 높습니다.

Q. 이 모든 아이디어가 다 대표님 머릿속에서 나오신 건가요?

아무래도 실생활 속에서 제가 청각 장애인으로 살아가면서 느낀 어려움을 극복하려다 보니 여러 가지 방법을 찾아보게 되는 것 같아요. 또 특수학교 교사로 근무하면서 청각 장애 학생을 돕고 싶단 마음이 강하게 들었고요. 청각 장애 학생의 경우 공교육뿐 아니라 사교육을 받지 못하기 때문에 교육에서 소외되는 경우가 많습니다. 이들을 위한 의미 있는 교육 프로그램도 운영해보고 싶어요. 특히 청각장애인 중 돈이 없는 소외계층을 대상으로 이들이 대학생이 될 때까지만이라도 에이유디가 이들을 키워나갈 수 있는 일을 하고 싶습니다.

Q. 어린 학생들에게도 관심이 많으신 모양이네요.

여러 가지로 저에게 각별한 존재들이죠. 특히 아이를 위한 보청기 사업을 추진하고 싶은 마음도 있습니다. 해부학적으로 보면 어릴 때는 청각을 비롯해 시각, 미각, 후각, 촉각 등 모든 발달이 형성되는 시기로 어렸을 때 소리를 듣지 못한 아이는 커서 아무리 보청



기를 껴도 들리지 않습니다. 성인 중 보청기 효과가 없는 사람이 많은 이유가 이 때문이에요. 이 시기를 놓치면 안에서 새로운 소리 형성이 어려워서 어릴 때라도 좋은 보청기를 끼고 조기에 청능 훈련을 할 필요가 있다고 봅니다. 이름있는 보청기는 그만큼 이름값을 하는 데 아무래도 가격이 만만치 않다 보니까 상태가 좋은 중고 보청기나 다양한 방법과 아이디어를 도입하는 건 어떨까 생각하고 있어요.

Q. 마지막으로 현 시점에서 대표님께서 자신을 돌아보면 어떠신가요?

저에게 청각 장애가 있다는 걸 처음 안 건 다섯 살 때였어요. 말이 늦어서 왜 그런가 봤더니 어렸을 때 고열을 앓은 후로 청각 장애가 온 것 같아요. 그러다 한번은 5학년 때 학급 반장을 맡아서 학급회의를 진행한 적이 있습니다. 평소 친구나 선생님과 1대1로 대화할 때는 별다른 어려움을 느끼지 못했는데 학급 전체를 대상으로 말하려니 친구들이 무슨 말을 하는지 모르겠더라고요. 여기서 말하고 저기서 말하는 데 하나도 알아들을 수 없었어요. 그때 처음 친구들 입술에 글자가 뜨면 좋겠다고 생각했습니다. 현재 에이유디의 사업은 모두 이 꿈에서 출발했다고 볼 수 있어요. 앞으로도 에이유디는 의사소통 문제를 비롯한 청각 장애인의 사회적 문제 해결을 위해 달려갈 겁니다. 제가 많은 사람의 도움을 받으며 살아왔듯이 저도 다른 사람을, 특히 청각 장애인을 돕는 사람이 되고 싶어요. 예전에는 교사를 통해서였다면 지금은 사회적기업가로서요.

사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(장애인)

청각장애인들이 강연이나 세미나를 이용하기 어려워서 지적 접근성에 차별이 존재한다.

청각장애인들은 소리를 직접적으로 들을 수 없기 때문에 보청기와 같은 보조기구를 착용한다고 해도 1대다수로 진행되는 세미나나 강연 포럼 등의 참석이 어렵다. 그 결과 정보 이용에 차별성이 생기며 일상 속에서도 원활한 의사소통이 어렵다는 문제가 있다.

분석 Analysis

비장애인은 인식하지 못하는 의사소통에서 청각장애인이 겪는 불편함이 존재한다.

청각장애인 중 수화를 언어로 사용하는 비율은 약 6%로 청각장애인이 가장 차별 없이 정보에 접근할 수 있는 방법은 다름 아닌 글자을 이용하는 것이다. 강연 시 이를 활용하여 대필자가 발표자의 이야기를 노트북에 적어 청각장애인에게 보여주는 방법이 있으나 보편화하기 힘들다는 단점이 있다. 때문에 강연 및 세미나를 통해 지식을 제공받는 것은 청각장애인들에게 거의 불가능한 일이나 마찬가지다.

접근 Approach



음성정보를 텍스트정보로 대체하다.

에이유디 사회적협동조합은 자막제공 서비스를 통하여 음성정보를 텍스트 정보로 대체한다. 전문 속기사나 자원봉사자가 에이유디 쉐어타이핑 프로그램을 이용해 사람들의 말을 적으면 청각장애인은 이를 스마트폰이나 태블릿 PC를 통해 자막형태로 받아볼 수 있다.

에이유디사회적협동조합

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

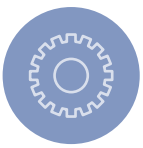

상품

온라인(모바일 앱)

에이유디 사회적협동조합이 개발한 쉐어타이핑은 속기사나 자원봉사자가 강연내용을 받아 적으면 모바일 앱에서 이를 자막으로 볼 수 있는 시스템이다. 청각장애인이나 비 장애인 모두 필요에 따라 자유롭게 이용할 수 있으며 청각장애인의 원활한 정보 습득을 돕는 것은 물론 서로 간에 활발한 의사소통을 도울 수 있다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

오픈소스(Open Source)

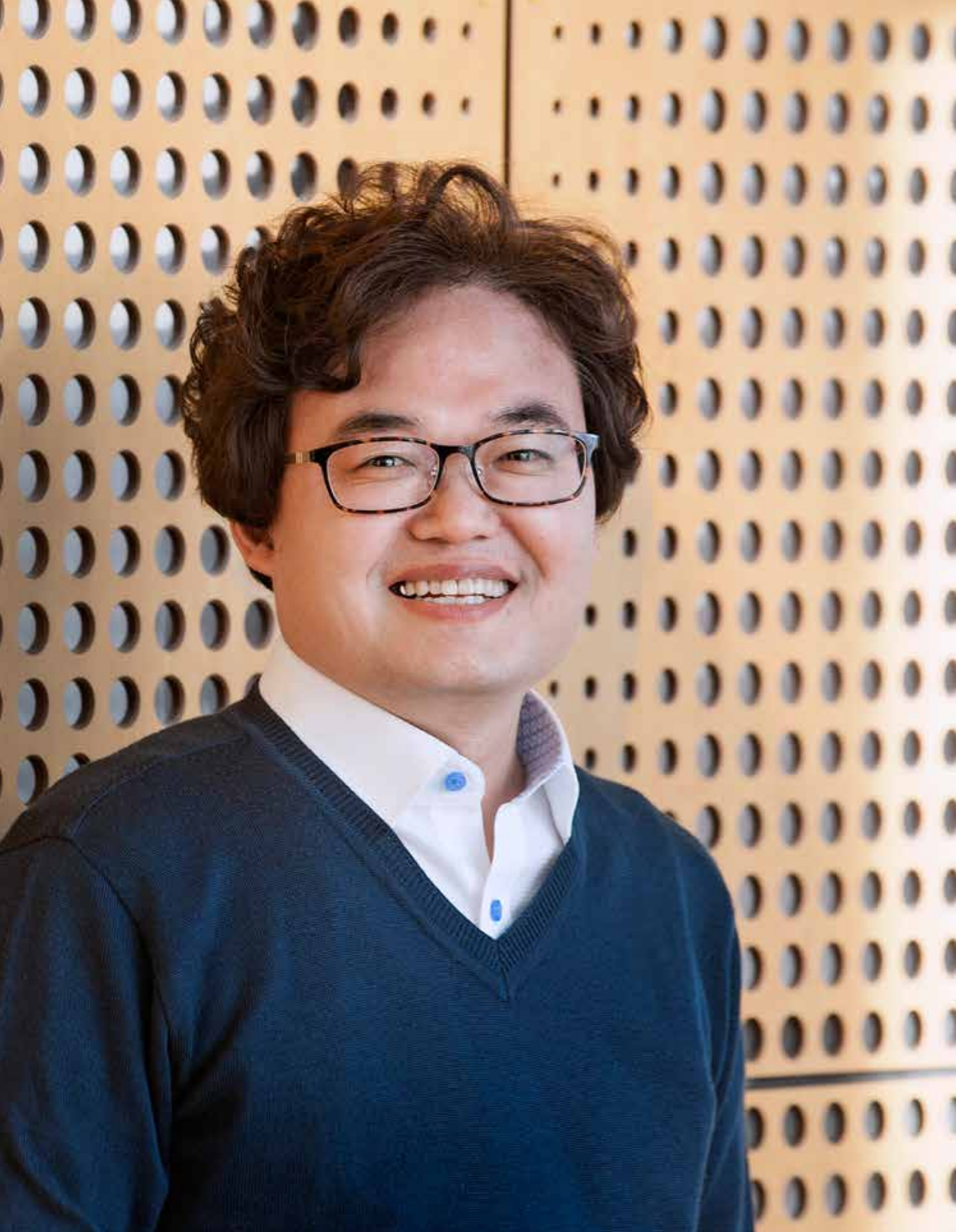
에이유디 사회적협동조합은 신 개념 의사소통 플랫폼인 쉐어타이핑을 무료로 배포하여 누구나 활용할 수 있도록 만들었다. 취지에 공감하는 단체나 기관의 경우 강연 개최 시 에이유디 사회적협동조합에 라이센스 비용을 지불하도록 설계하였으며 속기사나 전문 자원봉사자를 요청하면 에이유디 사회적협동조합에서 필요한 인력을 연결해준다. 이처럼 쉐어타이핑은 장애인과 비장애인, 개인과 단체 여러 조건과 상황에 관계없이 보편적 의사소통을 이루는 도구이자 서비스로서 기능한다.



30

더교육협동조합
정철 대표

사람이 사람답게 살아가는 데 있어서 교육만큼 중요한 게 있을까. 모두에게 보편적인 동시에 특별해야 하는 교육이지만 공교육인 학교 교육만으로는 완전하지 못하고 기형적인 사교육 시장은 대한민국 사회의 뿌리 깊은 문제로 자리 잡았다. 더교육협동조합은 이런 상황 속에서 고질적인 교육 문제를 해결하는 새로운 대안으로 떠오르고 있다.



“방학처럼 즐거운 방과 후 학교, 더교육협동조합”



더교육협동조합 정철 대표

더 좋은 교육, 더 나은 교육
중고등학교 교사를 거쳐 대학교수에 이르기까지 더교육협동조합의 정철 대표는 오랜 기간 교육계에 몸담아왔다. 그토록 오랜 시간 많은 학생을 가르쳐왔음에도 불구하고 정 대표의 눈에는 여전히 보완해야 할 교육계의 문제점이 들어왔다. 대한민국 사회에서 선망받는 직업인 교수라는 직함을 달고 편히 연구에 전념해도 될 텐데 협동조합 형태의 사회적기업을 설립한 이유는 무엇일지 정 대표가 몸담고 있는 대구대학교 캠퍼스 안에서 그를 만나 보았다.

Q. 반갑습니다 정철 대표님. 먼저 더교육협동조합을 소개해주시겠어요?
더교육협동조합은 더 좋은 교육, 더 나은 교육을 위하여 체험 프로그램 및 방과 후 학교를 통해 기존 학교 교육을 보완하는 교육 공동체입니다. 자연의 소중함과 환경의 중요성을 이해하는 숲 체험 및 환경 교육과 과학 문화 교육, 역사 교육 등 다양한 창의 인성 프로그램을 운영 중이에요. 특별히 고학력 청년층 인재를 활용하여 그들의 취업 역량 강화를 돕고 이를 통해 지속 가능한 교육의 발전에 기여하고자 합니다.

Q. 요즘 교육 협동조합이 점점 늘어나는 추세인데요, 더교육협동조합의 시작은 어떻게 되나요?
첫 시작은 한국대학사회봉사협의회에서 주관한 대학생 봉사활동 공모사업이었어요. 당시 저는 교수 신분으로 2년간 학과 학생들과 함께 지역 아동센터에 교육을 나가는 프로그램 개발에 참여했습니다. 교육을 진행하다 보니 자연스럽게 사업을 확장해 학교 교육에 체험이나 환경 교육을 보강하면 좋겠단 생각이 들더라고요. 그러던 찰나 마침 대구대학교에 사회적기업 지원센터가 생기면서 3기 사회적기업가 육성사업 모집 공고를 보고 동료 교수 및 박사 과정 학생과 함께 협동조합을 설립했습니다.

Q. 교수직과 함께 사회적기업을 운영하기 만만치 않으셨을 텐데요. 선뜻 교육사업에 뛰어드신 계기가 있나요?
저는 올해로 13년째 대구대학교 사범대에서 환경교육과 교수로 재직 중입니다. 특별히 앞으로 교사가 될 친구들을 지도하다 보니 공교육을 바라보는 마음이 남달라지더라고요. 교수가 되기 전에는 저 역시 중고등학교에서 과학 교사로 7년 정도 근무했습니다. 이렇듯 제가 직접 학교 선생님인 동시에 교사를 양성하는 교수이다 보니 공교육에서 보완하면 좋을 점이 많이 보였습니다. 현장에서 중고등학생을 가르칠 때 가장 아쉬웠던 점 중 하나가 지식 전달 위주의 수업을 할 수밖에 없단 거였어요. 가르쳐야 할

내용은 많고 시간은 부족하니까요. 특별히 과학 과목의 경우 학생들이 흥미를 느끼려면 체험이나 실험 위주로 수업을 진행해야 하는데 학교에서 주도적으로 진행하기엔 비용이나 안전 문제도 부담되고요. 또 교수의 눈으로 보면 사범대학 졸업생들은 늘어가는데 교사가 될 수 있는 유일한 길인 임용 고시의 문은 너무 좁다는 점이 안타까웠어요. 결국 이게 다 사회 문제인 셈인데, 제가 갖춘 능력과 자원 안에서 최대한 문제를 해결해보자는 생각이 들었습니다.

Q. 전반적으로 대표님께서 교수이기도 하시다는 점이 많은 영향을 미쳤을 것 같아요.
아무래도 도움을 많이 받았지요. 제가 지도하는 학생을 비롯해 주위 다른 교수님들과 힘을 모으기 쉬웠다는 점이 가장 감사한 일이었어요. 제가 인생을 나쁘게 살진 않았는지 별다른 자료도 없이 찾아가서 창업을 해보자 권했는데 선뜻 동의해 주시더라고요. 사업에 직접 참여하진 않아도 출자금도 기꺼이 내주시고 이사로 나서주신 분들도 있습니다.

Q. 그럼 현재 더교육협동조합은 어떤 형태로 운영되나요? 구성 인원은요?
교수님이 주도적으로 학생들과 함께 자기 전문 분야에서 양질의 프로그램을 만들면 조합원이 강사로 나서서 교육을 진행하는 형식입니다. 이사로 있으면서 프로그램 개발에 참여하는 교수가 7명 있고 직접 교육을 나가는 근로자는 총 5명이에요. 초기에는 4학년이나 졸업생 중에서 미 취업생을 조합원으로 구성하여 강사를 양성했고 지금은 자체 상주 근로자 1명과 일자리 창출 사업을 통해 취약 계층 3명, 일반 취업자 1명을 배정받아 운영하고 있습니다.

방학처럼 즐거운 방과 후 학교
더교육협동조합의 원래 이름은 방학이었다. 듣는 것만으로도 모든 학생의 마음을 설레게 하는 단어인 방학에 숨은 뜻은 바로 방학처럼 즐거운 방과 후 학교이다. 교육계에 종사하시는 대표님 사모님께서 직접 지어주신 이름이지만 아쉽게도 영문 이름을 고려하는 과정에서 예상치 못한 장애물을 만나 탈락했다고. 하지만 더교육협동조합의 프로그램은 원래 이름에 담긴것 만큼 자칫하면 무관심할 수 있는 과목들에 대한 흥미를 끌기 충분하다.

Q. 전문 인력이 개발에 참여하는 만큼 양질의 프로그램을 운영할 수 있겠네요. 비슷한 측면에서 더교육협동조합 프로그램의 큰 특징은 뭐라고 생각하시나요?
무엇보다 국어, 영어, 수학 등 주요 과목 위주로 학교 공부의 연장선인 기존 방과 후 프로그램에서 벗어나 자연체험이나 환경 교육에 대한 프로그램을 운영한다는 점이에요. 사회적기업 형태로 만든 교육 프로그램인 만큼 비교과 활동 위주로 아이들이 직접 과학 실험을 하고 자연 안에서 흙을 손으로 만지고 뛰어놀면서 무언가를 배워갈 수 있도록 하는 겁니다. 수업 내용으로는 일반 학교에서 다루기 힘든 환경, 과학 중심의 환경캠프, 생활과학 탐구, 환경 및 과학 동아리, 지속가능발전교육 동아리 지원사업 등이 있습니다.

대구대학교

대구대학교는 대한민국의 경상북도 경산시 진량읍과 대구광역시 남구 대명동에 자리하고 있는 사립 대학로, 개교1956년 이래 "사랑•빛•자유의 건학정신"과, "만인복지의 실현이라는 교육이념을 바탕"으로 "인성과 전문지식, 창의력을 겸비한 인재를 양성"하기 위해 최선을 다하고 있다. 현재 대구대학교는 13개 단과대학과 3개 독립학부, 일반 대학원 및 6개 특수대학원을 보유하고 있으며, 약 20,000여명의 학생이 재학하고 있다.캠퍼스의 넓이는 약 100만평 정도이다.

함께한 학교

22개

2014년 한 해 더교육협동조합은 22개 의 학교와 함께했다. 그 중 초등학교는 19곳으로 가장 많은 수를 차지했으며 중학교과 고등학교가 각각 2곳, 1곳이었다.

슈링클스(shrinkles)

신기한 마법종이 슈링클스는 오븐에 넣으면 면적은 1/7로 줄어들고 두께는 7배 두꺼워지는 교육용 완구로 열쇠고리 및 다양한 액세서리를 만드는 데 사용된다. 유럽 각국 및 일본에서 인기리에 판매 중이며 국내에도 최근 도입되어 가정 및 여러 교육 현장에서 폭넓게 활용 가능하다.

Q. 구체적인 프로그램 구성과 내용도 궁금하네요. 소개해주실 수 있나요?

보통 수업은 10차 시로 이뤄져 있어요. 한 번에 2, 3차 시씩 3, 4일간 교육을 진행합니다. 일주일에 네 번을 가는 학교도 있고 일주일에 한 번씩 4회를 가는 경우도 있고요. 이런 식으로 올해 22개 학교에 강사를 파견하여 방과 후 수업을 진행했습니다. 캠프 형태의 체험 프로그램도 따로 있고요. 수업 내용을 살펴보면 먼저 과학 교육의 경우 기후 리더교실이라는 프로그램이 있습니다. 제가 질문 하나 드려 볼게요. 날씨와 기후의 차이가 뭐라고 생각하시나요? (웃음) 보통 사람들은 날씨와 기후가 같은 게 아니냐고 답해요. 정확히 말하자면 날씨는 그 날 하루의 대기상태이고 기후는 30년간 누적된 날씨의 평균치에요. 이 내용을 모둠별로 초콜렛을 가지고 이야기 나누며 배워본답니다. 이 외에도 태양광 자동차를 만들기나 슈링클스 열쇠고리 만들기 등 다양한 체험활동을 진행합니다.

Q. 이야기만 들어도 정말 과학에 대한 흥미가 절로 생길 것 같아요. 학생들 반응은 어떤가요?

아무래도 좋아할 수밖에 없죠. 만족도도 높은 편이고요. 최근에는 학생과 학부모가 함께 하는 일일캠프를 대구대학교 캠퍼스에서 진행한 적이 있어요. 안전하게 맘껏 뛰어놀 수 있는 공간이 제공되니 아이들만 좋아하는 게 아니라 부모님들도 무척 만족하셨답니다. 참가한 학부모님 중 학교 선생님도 있으셨는데 돌아가서 자기 학교에도 이 프로그램을 소개해야겠다고 하실 정도로요. 이런 식으로 소문이 나면 사업 확장이 순차롭게 이뤄지지 않을까 싶습니다.

Q. 그럼 다른 지역으로 진출하고 싶은 생각도 있으신가요?

그건 아닙니다. 우선은 대구 경북 지역에 집중하고 싶어요. 대구 시내나 대구대학교가 위치한 경산 외에도 예천이나 봉화, 문경 등 주위 지역에 소외된 학교를 위주로 프로그램을 진행할 생각입니다. 교육 사업을 통해 수익을 내면 이에 못지않게 사회공헌도 뒤따라야 한다고 생각해요. 사실 소외지역 같은 경우엔 아무리 나라에서 지원해준다고





해도 부족할 수밖에 없어요. 또 지역 아동센터도 무료로 교육 키트를 제공한다고 해도 선뜻 받으려고 하지 않아요. 센터 선생님이 활용법을 모르기 때문에 키트만 보내면 소용이 없으니까요. 때문에 대구대학교 청년 자원을 활용하여 조합원을 파견해 교육 서비스를 제공하고자 합니다.

Q. 교육의 수혜자 범위를 점차 확대해나가시는 거군요.

장애 학생을 대상으로 한 프로그램도 진행 중입니다. 사실 대구대학교 건학 이념이 사랑, 빛, 자유로 특수교육이 강화된 학교입니다. 부속학교 같은 개념으로 몇몇 특수학교와 협력을 맺고 있어요. 올해는 지적 장애를 가진 4개 초중고 학교 학생들과 함께 수업을 진행했고 앞으로는 청각 장애나 시각 장애 학생을 대상으로 맞춤식 프로그램도 운영할 예정입니다.

Q. 장애 학생을 대상으로 수업을 해보면 일반 학생과 또 다른 면이 있을 것 같아요.

조합원 중에 특수교육 전공 근로자도 있어서 수업 진행 자체에는 큰 무리는 없었어요. 놀라운 건 장애 학생들이 일반 아이들 못지않게 배우고자 하는 의지가 상당하다는 점이에요. 흔히 장애 학생에 대해 갖는 편견과는 반대이죠. 사실 저는 일반 학생과 장애 학생을 구분해서 교육하는 것 자체가 잘못되었다고도 생각합니다. 초중고별로 개별적인 차이는 있지만, 교육에 참여하는 모습을 보면 다른 학생들 못지 않을 정도예요. 이런 의미에서 더교육협동조합의 미션인 모두가 함께하는 교육 공동체 만들기가 나왔다고 볼 수 있어요.

Q. 모두가 함께한다는 말이 무척 따뜻하게 다가오네요.

더교육협동조합은 단순히 교육만 제공하는 곳이 아니라 배려와 나눔을 실천하고 꿈을 찾기 위한 교육을 제공하는 공동체가 되고 싶어요. 특히 저는 어렸을 때 시골에서 맘껏 뛰놀면서 자랐는데요, 이런 점이 생활에 있어서 정서적으로 안정감도 주고 상당한 도움이 되었어요. 요즘 학생들을 보면 이런 점을 누리지 못하는 게 안타까워요. 부족하지만 더교육협동조합을 통해서 이런 면을 보완해가고 싶네요. 특히 제가 대구대학교 구성원이기 때문에 사용할 수 있는 넓은 대학 부지를 최대한 활용해보려 해요. 자연체험 1박 2일 캠프를 여는 식으로요.

지역아동센터

5개

더교육협동조합과 함께하고 있는 지역아동센터는 총 5개 기관이다. 현재까지 15회 수업을 진행했으며 앞으로 더욱 확대해 나갈 전망이다.

대학교수에서 사회적기업가로, 사회적기업가에서 대학교수로

대학교수로서 사회적기업을 시작한 정철 대표는 올해부터 대학에서 사회적기업 관련 교양과목을 가르치고 있다. 전국적으로 사회적기업에 대한 열기가 뜨거워지면서 대학 안에서도 사회적기업 교육에 대한 수요가 생겼고 마침 더 교육 협동조합을 운영 중이던 정철 대표가 과목을 담당하게 된 것이다. 도전 정신이 필요한 사회적기업과 청년들의 열정이 맞아 떨어진 만큼 정철 교수의 열정적인 강의를 통해 앞으로 대구대학교 안에서 역량있는 사회적기업가들이 더 많이 나오길 기대해본다.

교육수혜자

465명

2014년 한해 더교육협동조합만의 특별한 교육을 수혜 받은 인원은 총 465명이다. 일반학생이 407명, 장애학생이 43명이며 아이들과 함께한 학부모도 15명이나 된다.

Q. 대학 안에 계시다는 점이 교육 측면에서는 여러 가지로 이점으로 작용하네요. 사회적기업가로서는 어떠신가요?

사실 처음 시작할 때도 많이 망설였지만, 중간에도 해야 하나 말아야 하나 고민 많이 했습니다. 교수로서 담당한 연구 교육도 있으니까요. 다행히도 육성사업을 통해 많은 도움을 받는 덕에 여기까지 오지 않았나 싶습니다. 예비 사회적기업 지정받는 과정에서도 물심양면으로 도와주셨고요. 멘토링 기간이 끝나고도 여러 가지 서비스를 지원해주셨어요. 아무래도 제가 사업가로서는 벤처 정신 같은 게 부족하지 않나 싶은데 이런 면에서 가장 큰 도움을 받은 셈이에요. 사실 우연하게 제가 사회적기업 운영과 교수직을 겸하게 되면서 올해부터 학교에서 사회적기업 관련 교양과목 강의를 맡게 되었습니다. 15주차 수업인데 이 중 7주는 7분의 사회적기업가를 모셔서 특강을 진행합니다. 가르치는 동시에 저도 배우면서 수업을 이끌고 있어요.

Q. 사회적기업 관련 교양수업을 진행하신다니 무척 흥미롭네요. 학생들 반응은 어떤가요?

교양 수업이다 보니 학년도 전공도 무척 다양한데요, 사회적기업은 아니더라도 창업에 관심 있는 학생들이 많더라고요. 실패해도 지원금을 받을 수 있으니 도전할만한 가치가 있다고 생각하는 것 같아요. 사실 창업이라는 게 어떻게 보면 젊음의 때에 할 수 있는 의미 있는 도전이잖아요. 요즘 대학생을 보면 가장 아쉬운 점이 도전 정신이 부족하단 거에요. 뭐든지 시도해보면 좋을 텐데 과제라는 이름이 붙지 않는 이상 좀처럼 나서는 경우가 없답니다. 그래도 의무적으로라도 공모전 같은 데 나가게 하면 돌아오는





반응은 힘은 들었지만 좋았다고들 합니다. 저는 대학이 이런 기회를 제공할 필요도 있다고 생각해요.

Q. 그런 의미에서 현재 학생들과 함께 사회적기업을 운영하신다고도 볼 수 있을까요?
그렇다고도 볼 수 있어요. 개인적으로 더교육협동조합이 예비 사회적기업을 넘어 사회적기업 1단계에 도달하면 저는 대표에서 물러날 생각입니다. 대학 규정상으로도 교수가 사회적기업 대표를 5년 이상 할 수 없고요. 저희 근로자 중에서 열심히 하는 친구에게 물려주고 저는 이사로 남아 더교육협동조합을 후원하고 싶어요. 이사 자리에서 프로그램을 개발하며 자료도 공유해주고 조언하는 역할을 담당할 생각입니다.

Q. 마지막으로 사회적기업가로서 대표님이 꾸시는 꿈 이야기가 듣고 싶네요.
글쎄요. 거창한 목표는 없어요. 지역에 유익한 방과 후 프로그램을 제공하는 게 소박한 꿈입니다. 지역 소외 계층 아이들에게는 좋은 교육을 제공하고 근로자에게는 좋은 복지를 제공하는 것. 조금 크게 보면 지역 일반 학생과 장애학생, 학부형, 일반 시민까지 누구나 좋은 교육을 받을 수 있는 공동체를 구성하는 게 목표입니다. 말씀드렸다시피 그래서 저희 이름이 더교육협동조합 아니겠어요? 공동체라는 게 거창한 기관이 아니라 누구나 함께 한다는 점에서 그 의미가 참 좋은 것 같아요. 지금 당장 달성하긴 어렵겠지만, 점진적으로 나갈 수 있지 않을까 싶습니다.

2015년 매출 목표액

7,500만원

3명의 창업멤버로 시작하여 5명을 고용하기까지 2014년 한 해간 누구보다 열심히 달려온 더교육협동조합. 조합원에게 적어도 최저임금 이상의 보상을 지급하고 싶다는 정철 대표가 세운 2015년 더교육협동조합의 매출 목표액은 7,500만원이다.



사회문제에 대처하는 그들의 자세

문제 Problem



인구(청소년)

자연체험활동 부족으로 환경에 대한 학생들의 이해가 부족하다.

국영수 위주의 교육과정 아래에서 학생들은 공교육을 통해 자연이나 환경을 체험할 수 있는 기회를 거의 제공받지 못한다. 그 결과 교육으로 인한 효과 및 장점을 누릴 수 없으며 해당 교과목에 대한 흥미마저 잃게 된다.

분석 Analysis

체험활동 및 자연 과학에 대한 교육이 부족하나 공교육에서는 이를 제공하기 힘들다.

현재 공교육에서 이루어지고 있는 방과 후 교육은 대부분 평소 학교 수업의 연장인 국영수 위주로 이루어지고 있다. 반면에 자연이나 과학 등 체험활동이 필요한 교과목은 이론 위주로 수업을 할 수 밖에 없어 해당 과목에 대한 학생들의 흥미가 떨어지며 전체적으로 균형 잡힌 교육을 받을 수 없다. 한편 임용이라는 좁은 문으로 인해 양질의 재원인 사범대 학생들은 일자리를 얻지 못하는 경우가 많다.

접근 Approach



교실을 자연 현장으로 이동하다.

더교육협동조합은 일반 학교에서 체험활동 위주의 수업을 진행할 수 없는 이유를 안정성과 비용부담으로 보고 이를 방과 후 학교 수업을 통해 해결하고자 한다. 교실에서 벗어난 체험활동 위주의 수업은 아이들에게 새로운 경험을 선사하는 동시에 해당 교사 양육이라는 일자리를 창출할 수 있다.

더교육협동조합

수단 Method


의식주


문화


서비스


온라인

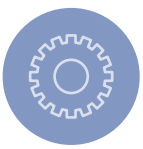

상품

서비스(방과 후 교육)

더교육협동조합의 교육 프로그램은 대학 교수를 주축으로 만들어진 커리큘럼으로 양질의 교육 서비스를 제공할 수 있다. 또한 지역사회의 자연현장을 중심으로 체험을 제공하여 교육 소외계층에게 필요한 서비스를 제공한다는 장점이 있으며 사범대학교 졸업생 자원을 활용하여 일자리를 창출할 수 있다.

전략 Strategy


생산


운영


이동


확장

현지화(Localization)

더교육협동조합은 대구대학교 부지를 비롯해 대구 경산지역의 자연과 인재를 활용하여 교육서비스를 제공한다. 이를 통해 지역민의 일자리를 창출할 수 있으며 지역 야동에게 양질의 교육 프로그램을 제공하여 교육 기회 불평등을 해소할 수 있다.



스타 사회적기업가 8팀

더뉴히어로즈(콘삭스)
두손컴퍼니
리움
블루밍
빅워크
에이컴퍼니
오마이컴퍼니
토닥토닥협동조합

스타 사회적기업가 발굴 프로젝트란?

한국사회적기업진흥원이 주관하고 우리은행이 후원하는 스타 사회적기업가 발굴 프로젝트는 스타트업 단계 사회적기업의 지속가능한 토대 구축을 위해 기존 창업팀 중 우수한 사회적기업가를 선정하여 육성하는 제도다. 이를 통해 사회적기업가 정신을 전파하고 건강한 사회적기업 생태계를 만드는 것이 목표이며 선정된 사업팀은 우리은행의 후원 아래 프로젝트 선정 기업당 최대 1,200만 원 이내 지원을 받을 수 있다. 사업화 아이템의 제품화, 품질 개선 및 홍보 등을 위한 사업비 지원 외에도, 성장단계별 맞춤형 멘토링 교육, 창업자의 경영역량을 향상시키기 위한 컨설팅이 제공되며 사회적기업 정책매장 우선입점 등의 판로지원을 받을 수 있다.






01

더뉴히어로즈(콘삭스) **이태성** 대표



누군가는 여전히 '먹을 거 가지고 장난 친다'고 여길지도 모른다. 하지만 장난으로 하기에는 한국에서 옥수수 섬유로 양말을 만들어내는 게 여간 어려운 일이 아니다. 2, 3년 전 옥수수 양말이라는 이색적인 타이틀과 함께 나타난 콘삭스는 특유의 환경적 가치와 나눔의 연결고리로 여러 사람의 마음에 자리 잡았다. 앞으로도 더뉴히어로즈는 다양한 수단을 통해 사람들에게 새로운 삶의 방식을 제안하고 싶다.

“다른 삶의 방식을 이야기 하는 곳”

콘삭스, 다들 아시죠?
신다가 버릴 때 땅에 묻으면 썩는 양말. 콘삭스는 단 한 문장만으로도 그 특징이 완벽하게 설명되는 양말이다. 양말 회사로 기억되던 콘삭스, 아니 더뉴히어로즈는 어느새 단순한 옥수수 양말 이상의 의미를 찾고 있다. 디자인 콜라보레이션은 예삿일이고, 양말로 완전히 다른 아이템을 만들어 내기도 한다. 상아색 햇병아리 같은 양말을 보던 게 엊그젠데. 그간 참 알차게 성장했다.

국제옥수수재단

‘슈퍼옥수수개발’을 통한 과학적이고 체계적인 공동농업연구를 바탕으로 세계 식량문제를 해결하고자 1998년 설립된 국제구호개발기구다.

Q. 안녕하세요. 우선 콘삭스(Cornsox)에 대해 소개해 주세요.
이름에서도 알 수 있듯이 콘(corn), 삭스(socks) 즉 옥수수 양말입니다. 아시다시피 옥수수로 만든 양말은 폐기할 때 땅에 묻으면 1년 안에 생분해 되어서 일반 양말과 달리 환경오염을 줄일 수 있어요. 소재인 옥수수가 식품이기 때문에 사회적 책임의 관점으로 부르키나파소에서 25개의 농가를 선정하여 옥수수 농장을 만드는 사업을 지원하고 있기도 합니다. 국제옥수수재단과 함께 종자를 제공하고, 관개시설도 보수하고, 농업 교육도 제공해요. 사실 콘삭스가 회사 이름은 아닙니다. 회사에서 런칭한 브랜드 중 하나죠.

Q. 원래 회사 이름은 더뉴히어로즈죠?
네, 좀 부끄럽네요(웃음).

Q. 기업 더뉴히어로즈의 미션은 무엇인가요?
사실 미션에 대해 요즘들어 많이 고민하고 있습니다. 본래 더뉴히어로즈는 법인으로만 두고 콘삭스로 알려져 왔는데, 이제는 더 큰 이야기를 하고 싶거든요. 전체적으로 볼 때 더뉴히어로즈는 새로운 삶의 방식을 비롯해 기존에 없던 것들을 전달하고자 하는 회사입니다. 사실 저희가 최근에 음반 사업도 하게 됐어요. 그동안 콘삭스 제품으로만 우리의 가치나 하고 싶은 이야기들을 전달했었는데, 잘 들여다보지 않으면 사람들이 잘 모르더라고요. 메시지를 더 재밌고 가볍게 전달할 수 있는 방법을 강구하다가 알고 지내는 홍대의 밴드들에 콘삭스 음반을 만들자고 제안했어요. 콘삭스의 메시지를 컴필레이션 음반 형태로 제작한 음악으로 전달하고 싶다고요. 그랬더니 아예 레이블을 인수하라고 하더라고요(웃음). 결국, 인수해서 ‘퍼블릭스’라는 레이블을 만들었어요. 생뚱맞을 수 있지만, 양말을 통해, 음악을 통해, 또 다른 무언가를 통해 우리가 생각하는 새로운, 더 나은 삶의 방식을 사람들에게 제안하고 싶어요. 더 구체적인 정립이 필요하긴 하지만요.





마리몬드(Marymond)

스타사회적기업인 블루밍(대표 윤홍조)의 브랜드. '위안부' 할머니가 남긴 압화 작품을 바탕으로 다양한 디자인 상품을 제작하고 판매한다.

Q. 인터뷰에서는 편의상 콘삭스라고 부를게요. 기업 구조나 사업분야가 독특한 것 같아요.

다른 회사들 보면 정체성을 설정하고 시작하잖아요. 콘삭스는 처음 시작이 그렇지 않았어요. 처음부터 환경이나 빈곤을 생각하지 않았었어요. 비즈니스 모델을 만들면서 문제점이 발생했고 그 과정에서 미션들이 정립된 거죠.

Q. 굉장히 유연한 조직 같아요.

그런 것 같아요. 마리몬드(Marymond)와 콜라보레이션도 하고 양말로 인형 만들기 사업도 하는 걸 보면요.

Q. 인형 만들기 사업은 어떤 건가요?

2014년 3, 4월부터 시작한 사업인데요. 어느 날, 팀장님이 구멍 난 콘삭스 양말로 팀원들 성격에 맞는 인형을 만들어 주는 거예요. 사업 아이템이 될만하다고 생각하고 있었는데, 마침 월드쉐어라는 NGO에서 같이 할만한 사업을 요청하셨어요. 보니까 내전이 있거나 자연재해가 심한 곳은 아이들에게 '자기 것'이 없더라고요. 그래서 아이들에게 생애 첫 친구를 만들어주는 캠페인을 해보자고 했어요. 양말로 만든 인형으로요. MDG 분야 중에 식량, 의료, 교육 식수 네 가지 캐릭터로 인형 만들기 키트를 만들었어요. 모자뜨기 캠페인이랑 비슷하다고 보면 돼요. 한 키트로 인형 두 개를 만들 수 있어요. 인형 솜 안에는 아프리카에서 심을 수 있는 옥수수 씨앗이 박혀 있어요. 해진 인형을

땅에 묻으면 내 친구가 옥수수로 환생하는 거죠. 콘삭스 매출에 큰 도움을 주고 있어요.

Q. 마리몬드와는 어떻게 같이 하게 되신 건가요?

마리몬드에서 먼저 연락이 왔어요. 위안부 할머니께서 만드신 압화 콘텐츠가 있으니 양말로 같이 의미를 담으면 좋겠다고요. 흔쾌히 하자고 했죠. 작년에 시작해서 올해 두 번째 시즌까지 나갔어요. 콘삭스는 기존의 유통망이 있어서 판매실적도 괜찮았어요. 성인용은 나온 지 한 달 만에 완판되기도 했고요.

편집샵(편집매장)

특정 아이템에 관한 모든 브랜드를 갖춰놓은 매장이나, 모든 종류의 패션 아이템으로 구성해 놓은 매장을 말한다. 멀티 브랜드로 구성된 편집매장이 최근 몇년 사이 인기를 더해가고 있으며, 멀티샵, 셀렉트샵, 컨셉스토어로도 불린다.

Q. 유통망이 넓게 분포되어 있나 봐요.

에이랜드(ALAND)나 스파이시컬러, 텐바이텐, 1300K, 핫트랙스 등 편집샵을 비롯한 각종 온라인 매장에 들어가 있어요. 그런데 현재 브랜드 리뉴얼 작업을 하고 있어서 오프라인 쪽은 빼둔 상태에요. 롯데마트 80개 매장에 입점해 있기도 해요. 기본 유통은 젊은 층이 많은 편집샵이나 대형마트 쪽으로 되고 있습니다.

옥수수 양말, 진화하다

2014년 겨울, 콘삭스는 완전히 새로운 브랜드를 선보일 예정이다. 약하다고 지적받은 내구성은 혼방으로 강화했고, 친근한 듯 독특한 디자인에도 소비자의 니즈를 더 담았다. 일찌감치 대형마트에서도 대중들과의 친밀함을 드러내고 있다. 단순히 옥수수로 만든 양말이라 특별한 게 아닌, 한국 이름을 달고 나가도 손색없는 프리미엄으로 만들고자 한다.

Q. 사실 양말이 유행을 타고 소비자가 민감하게 선택하는 아이템 중 하나인데, 그간 어떤 피드백을 받고 어떻게 변해 왔는지 궁금합니다.

2012년 초겨울 즈음에 제품이 처음 나왔어요. 그때는 일단 만드는 게 중요했지, 트렌드나 소비자 니즈에 관한 고려가 없었어요. 나름대로 콘삭스의 컨셉과 디자인을 잘 맞추어 런칭했어요. 목표한 만큼의 콘삭스의 아이덴티티를 보여줄 수 있었는데 사실 그 후에 고민이 있었어요. 컬러가 너무 화려하다, 시중에 있는 것과 다르다, 소비자의 니즈를 못 맞춘 것 같다는 이야기를 많이 들었거든요. 이번에는 그래서 소비자의 니즈와 우리가 하고 싶은 걸 절충해서 준비하고 있어요.

Q. 저도 신어본 적이 있는데, 아쉽게도 구멍이 빨리 나더라고요. 아까웠는데, 옥수수의 한계인가 싶었어요.

한계 맞아요. 내구성이 약한 문제는 옥수수 섬유 70%와 최고급 면인 코마사 30%로 혼방해서 어느 정도 보완했습니다. 근데 이 과정이 정말 쉽지 않아요. 사실 옥수수 방적사 섬유를 생산하는 곳이 전국에서 우리밖에 없어요. 옥수수 섬유라는 시장이 없어져 버렸었거든요. 그러다 보니 비용도 정말 많이 들고 공장에서도 무시해요. 한 번 바꾸려고 할 때마다 엄청 빌고(웃음) 어렵죠. 그래도 부족한 점은 보완했습니다.

Q. 현재까지의 매출 규모를 여쭤봐도 될까요?

2012년에 첫 매출이 발생했는데 10월부터 12월까지 2,800만 원 정도 되었고요. 두 번째 해였던 2013년은 주춤 했어요. 컨셉 잡고 제품 개발하는 데 몰두하느라 제대로 매출이 제대로 나오지 못했죠. 1억 원 정도였고요. 2014년은 10월까지 추산했을 때 대략 2억 5천만 원 정도 된 것 같아요.

Q. 스타사회적기업가 발굴 프로젝트에서는 어떤 활동을 하셨나요? 활동을 평가해 주신다면요?

스타사회적기업가 프로그램은 멘토링을 통해서 기업 내부적으로 필요한 도움을 얻는 프로그램이었어요. 저희가 멘토로 지정한 분은 브랜드앤컴퍼니라는, 국내에서는 손꼽히는 브랜딩 회사의 이사님이었는데요. 그분께 브랜딩 매뉴얼 도움을 많이 받았어요. 덕분에 연말에 새로운 브랜드가 나올 거고요. 한 번은 벤처 쪽에서 일하시는 데모데이의 부사장님이 오셨는데 사회적 경제 쪽에서 벗어난 시각과 현실적인 이야기를 많이 들을 수 있어 좋았어요. 저희가 할 때에는 대표들에게 활동비 월 100만 원을 지원하기도 했는데 가뭄에 단비 같은 존재였죠. 자기 월급 안 가져가는 대표들도 많거든요. 그게 끊겨서 아쉽고 외롭지만(웃음). 프로젝트 자체는 필요한 사업이라는 생각이 들어요. 근데 '스타'라는 말은 빼면 안 될까요(웃음). 기업보다는 대표로 여덟 명을 뽑은 거라 책임감이 느껴져요. 성장에 대한 압박도 있고요. 그래서 이번에 콘삭스로 미국 농무부 친환경 제품 인증을 받았어요. 한국무역협회에서 주는 K 플러스 제도라고 메이드인코리아로서 우수하게 수출할 수 있는 인증도 받았고요. 사실 사회적기업 제품 중에 수출을 하거나 제대로 해외 인증을 받는 경우는 드물잖아요. 스타사회적기업으로서 나름 본보기로 남아야겠다는 생각에 이것저것 더 하게 되는 것 같아요.

형님의 이유 있는 성장통

어엿한 4년 차 사회적기업이지만, 이태성 대표는 사춘기 소년처럼 조직의 성장통을 경험하고 있다. 해결할 사회문제를 정해놓고 시작하기보다는, 비즈니스 모델을 만들어 가면서 사회적 가치를 정립해 온 조직이 바로 그가 만든 기업이기 때문이다. 분명한 건, 이 대표에게 '사회적'이라는 말이 중요하지 않아 보인다는 것이다. 그에게 기업은 사회적 가치와 깍지 손을 끼고 있는 존재다. 콘삭스, 그리고 더뉴히어로즈의 미래를 쉽사리 예측할 수 없지만 기대할 수밖에 없는 이유 또한 이 때문이다.

Q. 조직 멤버들 구성은 어떻게 되나요?

저까지 총 다섯 명인데요. 생산관리 한 분, 디자인 한 분, 사업기획 부문 담당하시는 이사님 한 분 계시고요. 입사한 지 아직 얼마 안 된 매니저 한 분 계세요. 이사님은 육성사업 1기 멘토셨어요. 개인적으로 부탁해서 이사로 모신 거예요. 콘삭스에 대해 잘 아시죠.

Q. 콘삭스만의 특별한 조직문화를 소개해 주신다면요?

자유로운 분위기를 원해서 우선 출근 시간을 정해 놓지 않아요. 디자이너 친구는 몸이 안 좋아서 2개월간 유급 휴가를 쓴 적도 있어요. 사실 소셜벤처는 급여가 그렇게 높지 않잖아요. 다른 식으로라도 잘 보상해주고 싶어요. 아, 생일에는 큰 걸 해줘요. 갖고 싶

KOREAN MADE

K 플러스 제도

K 플러스 제도는 무역협회가 인정하는 프리미엄급 한국제품(소비재) 인증으로 국내 중소기업의 해외거래선 발굴과 마케팅 활동에 기여하고 있다. K 플러스 마크는 예로부터 정성을 다하여 만든 제품에 붉은색의 낙관을 찍는 한국의 전통문화를 상징화하였으며 한국의 제품이 전 세계인의 삶을 윤택하게 만드는 동반자 역할을 할 것임을 의미한다.





어하던 걸 선물로 주죠. 한 친구는 스쿠터 갖고 싶다 해서 생일에 선물해줬고, 맥북이나 아이패드도 사 준 적 있어요. 2개월에 한 번씩 같이 공연을 보러 가기도 해요.

Q. 와. 최고의 조직문화 같아요(웃음). 그러면 현 단계에서 필요한 역량은 무엇이라고 보세요?

안타깝게 생각하는 건데, 분명 오랜 시간 함께 일했는데 대표로서 보는 미래상이나 비전이 사실 공유가 잘 안 되는 거 같아요. 닥친 일들을 하다 보면 뒷전으로 밀릴 수도 있긴 하지만…. 저는 사실 저를 비판할 수 있는 사람을 원하는데 이사님 외엔 그런 친구들이 없었어요. 얼마 전에 CSV에 대한 이야기를 했는데 이걸 알고 있는 친구가 별로 없는 것에도 많이 놀랐습니다. 사회적 경제 영역에서 일하는 만큼 이쪽에 관심을 가져주면 좋겠고, 앞으로 오게 될 사람도 그런 큰 그림을 그릴 수 있는 사람이면 좋겠어요.

Q. 사회적기업을 만들고 싶은 후배에게 한 마디 전해주신다면요?

얼마 전에 4기팀을 비롯해서 사회적기업을 하고 싶다는 분들을 여럿 만났어요. 이야기해보니, 왜 하고 싶은지에 대한 물음이 사실 없었어요. 사회적기업 이슈가 확산 되고 지원 규모도 많으니 기회를 발굴하는 것 같아요. 나는 이런 능력이 있는데 지원해주니 끼워 맞추는 듯했죠. 저는 사회적기업을 하기 전에 기업이 왜 존재해야 하는지를 많이 생각했으면 좋겠어요. 사실 에디슨도 처음부터 돈을 벌기 위해 전구를 만든 건 아니잖아요. 전화기도 소통을 좀 더 원활하게 하려고 만든 것일 테고요. 기업이 존재하는 이유는 사실 그거잖아요. 이런 의미를 생각해보는 게 비즈니스 하는데 좋지 않을까요? 스스로가 생각하는 기업의 형태를 많이 고민해보면 좋을 것 같아요. 저 또한 아직 우리 조직에 대해 고민을 하고 있어요.

CSV(Creating Shared Value)

기업이 수익 창출 이후에 사회공헌 활동을 하는 것이 아니라, 기업 활동 자체가 사회적 가치를 창출하는 동시에 경제적 수익을 추구하는 방향으로 나아가는 것을 말한다. 기업의 비즈니스 기회와 지역사회의 니즈가 만나는 곳에서 사회적 가치를 창출하며 이를 통해 경제적, 사회적 이익을 모두 추구한다는 점에서 CSR보다 한 단 계 진화한 개념이다.

02

두손컴퍼니 **박찬재** 대표



노숙인(露宿人). 한자를 그대로 풀어 쓴다면 거리에서 이슬을 맞으며 잠을 자고 생활하는 사람이 되겠다. 대부분의 시민은 지하차도 한 켠에 박스를 깔고 잠을 청하는 이들을 마주하면 눈살을 찌푸리며 고개를 돌리기 마련이건만 이들을 위해 자신의 삶을 던진 사람이 있었으니 바로 두손컴퍼니의 박찬재 대표이다. 평범한 대학생이던 박 대표가 일부러 박스를 들고 거리에 나가 노숙인과 함께 잠을 청하기까지, 그를 움직인 건 무엇이었을까?

“일거리 창출을 통해 홈리스의 자활을 돕다”

홈리스를 위해 펼친 두 손으로 일하다
두손컴퍼니는 종이옷걸이를 통한 마케팅 플랫폼 사업으로 기존에 없던 새로운 시도를 통해 홈리스의 일거리를 창출하는 회사이다. 최대한 안정적이고 꾸준한 일거리를 위해 종이옷걸이 형태를 다양화하는 것은 물론 컵홀더까지 제작하는 등 두손컴퍼니는 오늘도 홈리스가 직접 손으로 할 수 있는 일감을 찾아서 부지런히 움직이고 있다.

Q.안녕하세요 박찬재 대표님. 두손컴퍼니 소개 먼저 부탁드릴게요.
두손컴퍼니는 디자인 제품 생산을 통해 홈리스 분들에게 일거리를 드리는 회사입니다. 주 상품은 기존의 철제 옷걸이를 친환경 소재로 대체한 종이 옷걸이로 종이 지면을 마켓팅 플랫폼으로 활용하여 이윤을 창출합니다. 옷걸이 생산 과정에서 직접 홈리스 분들이 참여하시는 형태로 이분들에게 안정적인 일자리와 수익을 보장해드리는 것이 목표입니다. 궁극적으로는 자활에 성공할 수 있도록 돕는 것이죠.

Q. 두손컴퍼니하면 종이 옷걸이라는 이미지가 확실한 편인데요, 1년 새 상품이 더 다양해진 것 같아요.
최근 두손 컴퍼니에서 밀고 있는 상품은 캐릭터 이미지 종이 옷걸이입니다. 유치원이나 어린이집을 타겟으로 아이들이 스스로 옷을 거는 법을 익힐 수 있도록 교육하는 데 사용하고 있어요. 평소 아이들에게 인기가 많은 만화 속 캐릭터를 이용하다 보니 부모님들의 반응도 좋고 후기도 많이 올라오는 편입니다. 사실 예전에 연예인 얼굴을 새긴 옷걸이를 만들었던 적이 있는데요, 일부 팬 중에서 높은 가격을 주고라도 구매하겠다는 분이 계셨어요. 하지만 판권 문제 때문에 실질적인 판매로 이어지진 못했습니다. 여기에서 아이디어를 얻어 이번엔 월트 디즈니사에서 정식 판권을 취득해 겨울왕국 상품을 만들었습니다. 현재 옷걸이 앞면에는 캐릭터를 뒷면에는 기업 로고를 인쇄하는 방식으로 B2B 형태 판촉물로 판매 중입니다.

Q. 종이 옷걸이를 넘어 상품군을 확장할 계획도 있으신가요?
최근에는 종이 옷걸이와 함께 컵 홀더 제품을 만들고 있습니다. 의류회사인 유니클로와 함께 남은 청바지 밑단을 활용하여 만든 제품 및 전통문양 중 하나인 해치가 들어간 제품이 있어요. 두손컴퍼니가 사업의 목적이 홈리스 분들에게 자활의지를 심어주고 일자리를 창출하기 위한 것인만큼 앞으로도 다양한 제품라인을 만들어 갈 예정입니다.



컵 홀더
두손컴퍼니의 새로운 상품군인 컵홀더 제품. 예로부터 화재를 막는 물의 신수를 상징하는 해치와 남대문을 형상화하여 하여 넣었다. 은행노란색, 단청빨간색 등 서울시를 상징하는 6가지 색으로 구성한 것이 특징이다.

Q. 현재 두손컴퍼니와 함께하는 홈리스분들의 규모는 어느 정도인가요? 이분들의 임금은요?

올해 기준으로 60명가량의 노숙인을 고용했습니다. 주문이 꾸준하게 있는 게 아니다 보니 일이 없을 때도 있어요. 그럴 때는 쇼핑백 조립작업을 해서 최대한 일감을 드리려고 합니다. 임금 같은 경우 적어도 최저 시급 이상으로 드리려고 해요. 옷걸이 같은 경우 단순 작업이다 보니 개당 100원씩 드리고 있어요. 예전 제품은 손이 많이 가는 편이라 하루 시급이 5,000원 정도였다면 요즘은 간단한 망치질만 하면 되는지라 그것보단 더 올라갔습니다.

Q. 서울 시내에만 해도 노숙인분들이 굉장히 많을 텐데요, 특별히 함께할 노숙인을 뽑는 기준이 있나요?

저희가 내세우는 유일한 기준이 있다면 성실함이에요. 적어도 작업 중에는 술을 마시지 않는 분이어야 합니다. 그렇다고 해서 저희가 직접 노숙인을 뽑는 것은 아니고 사단법인 서울노숙인시설협회에서 서울 내 쉼터 곳곳에 일감을 분배해주는 형식입니다. 각 쉼터 안에서 일할 노숙인 분을 선정해주시고요.

홈리스(Homeless)

노숙인은 말 그대로 일정한 숙소가 없어 거리에서 잠을 자는 사람을 의미한다. 하지만 국제연합(UN)은 노숙인을 '집이 없는 사람과 옥외나 단기보호시설 또는 여인숙 등에서 잠을 자는 사람', '집이 있으나 UN의 기준에 충족되지 않는 집에서 사는 사람', '안정된 거주권과 직업과 교육, 건강관리가 충족되지 않은 사람'까지 포함한 개념으로 정의한다. 좀 더 명확한 표기를 위해 본문에서는 거리 노숙인과 시설 노숙인을 포함해 홈리스란 명칭으로 표기하고자 한다.

홈리스는 직업이 아닌 상태

우리가 흔히 거리 노숙자와 같은 단어라 생각하는 홈리스는 거리 노숙인과 쉼터 거주민, 주거취약계층, 차상위계층 등을 모두 아우르는 상위 개념으로 실제로 전체 홈리스 중 70% 이상은 거리가 아닌 쉼터에 거주하며 사회화 과정을 준비 중이다. 노숙인은 게으를 것이란 막연한 추측과 다르게 이들은 대부분 누구보다 일에 대한 열정을 갖고 밤낮없이 땀 흘려 일하는 사람들이다.

Q. 두손컴퍼니가 단순한 봉사단체가 아니라 기업인만큼, 노숙인분과 일하시는 게 쉽지만은 않을 것 같아요.

물론 캐릭터 옷걸이 상품의 경우 불량률이 30% 가까이 되어서 원가만 몇백만 원어치 손해를 본 부분도 있지만 기본적으로는 노숙인 분들 모두가 자기 일처럼 열심히 해주세요. 그래도 확실하게 깨달은 게 있다면 작업 중엔 정말 술을 마시면 안된다는 점 정도랄까요? 한 번은 꽤 오래 같이 근무하면서 친해진 형님 같은 분이 계셨는데 작업 중에 술을 한 병 사오라고 하시더라고요. 약간 친분이 있는 사이였기 때문에 별일 없겠지 생각하고서 술을 사왔는데 소주 한 병을 단숨에 비워버리시더니 완전히 취하신 겁니다. 결국은 주변에서 작업하는 다른 사람까지 힘들게 하는 상황이 와서 밤에 다시 쉼터로 모셔다 드렸습니다.

Q. 대표님께서 보시기에 홈리스분들 간에 어떤 공통점이 있나요?

한 가지 짚고 넘어가야 할 게 홈리스는 그 사람의 상태를 말하는 것이지 직업은 아니에요. 사회화 중간에 잠깐 머무는 상태라고 보시면 됩니다. 그래서 꾸준히 계속 일하시는 분이 있는 건 아니고 상황이 계속 바뀌어요. 한 분 한 분의 성격이나 처한 환경도 각양각색이고요. 흔히 홈리스 하면 사람들은 거리 노숙인만 떠올리는 경향이 있는데 실제



홈리스 중 70% 이상은 센터에서 자활을 준비하는 분들입니다. 여기에 주거 취약계층이나 차상위 계층까지 포함하면 그 수가 훨씬 많아져요. 우리가 보는 노숙인은 극히 일부로 빙산의 일각인 셈입니다. 술 먹고 누워있는 분도 있지만, 자활의 의지를 갖고 노력하는 분도 있기 때문에 노숙인은 이렇다고 편견을 갖고 단정 지을 수 없는 부분이 있어요.

Q. 그렇다면 대표님께서 만나본 노숙인 중에서 특히 인상적인 분이 있으신가요?
개인적으로 홈리스 센터에서 봉사하다가 만난 40대 초반 여성 노숙인이 한 분 계세요. 어느 날 이분께서 말씀하시길 검정고시를 보고 싶다고 공부를 가르쳐달라고 하시더라고요. 그래서 친구들과 과목을 나눠서 개인 과외를 해드렸습니다. 원래 사업을 하시다 형편이 힘들어져 센터에 들어오게 되셨는데 대학교에 가고 싶어 하시더라고요. 왜 그런가 물어봤더니 자기가 노숙인 생활을 하면서 복지를 받는 입장이 되어보니 직접 복지사가 되어 다른 사람을 돕고 싶다고 말씀하시는 겁니다. 기존 복지사들이 수혜자가 아니므로 놓치고 있는 부분을 메꿀 수 있도록요.

Q. 홈리스 문제 해결의 실마리가 엿보이는 이야기네요. 오랜 시간 노숙인과 함께 일하시는 입장에서 봤을 때 구조적으로 어떤 부분을 개선할 필요가 있다고 보시나요?
무척 복합적인 문제기 때문에 자본주의의 폐해를 탓할 수만은 없지만 큰 구조 안에서 봤을 때 홈리스분들이 할 만한 일이 마땅히 없습니다. 지금으로써는 간단한 조립작업이 전부인데 좀 더 다양한 기회를 만들어 나갈 필요가 있다고 봅니다. 또 현재 노숙인분들의 경우 일자리를 얻으면 복지 지원금을 받을 수 없어요. 비단 홈리스 뿐 아니라 몸이 불편한 환자들도요. 일자리가 고정적으로 쭉 가는 게 아니기 때문에 일을 하고 싶어도 지원금이 끊기면 당장 생활이 힘들어서 일을 할 수 없는 겁니다. 무척 안타까운 부분입니다.

홈리스 비율

보건복지부 자료에 의하면 2009년 9월 기준 노숙인은 총 4,531명(남 4,288명, 여 243명)으로 나타났다. 이 중 쉼터노숙인은 3,243명, 거리노숙인은 1,288명의 분포를 보인다.





여성 노숙인

노숙인의 거주 환경이 좋지 못한 것은 누구나 아는 사실이지만 그 중 여성 노숙인이 거하는 환경은 더욱 심각하다. 특히 거리 여성 노숙인의 경우 폭력 등에 노출될 위험이 높기 때문에 최악의 조건에 놓여있다고도 볼 수 있다. 가정폭력 등으로 인해 집이 있어도 들어가지 못하고 센터에 머무는 분들도 많다고 하니 이 분들의 안타까운 사연을 하나하나 이야기하자면 끝이 없다.

Q. 처음 사업을 시작할 때 많은 소외 계층 중 특별히 노숙인에 초점을 맞추신 이유가 있나요?

통계적으로 일 년에 운명하시는 홈리스 분이 300명 정도 된다고 해요. 여기엔 여러 가지 이유가 있겠지만, 나이가 많기 때문이기도 하고 객사하는 분도 많다고 합니다. 이런 점들로 미루어 보아 노숙인 문제는 생명과 직결되기 때문에 가장 도움이 절실한 사람이라고 생각했습니다. 두손컴퍼니 사업이 커지면 자연스럽게 도움을 받는 분 역시 확장될 거라고 봅니다. 사실 우리 같은 사회적기업도 불쌍한 측면이 있고요. (웃음)

남들이 보지 못한 세상을 보다

어느 날 우연히 서울역 광장에서 쫓겨나는 거리 노숙인을 마주한 후로 박찬재 대표는 뭔가에 홀린 것 마냥 몸과 머리가 시키는 것을 따라 홈리스의 자활에 온 힘을 쏟고 있다. 가난을 없앨 수는 없지만, 일자리를 통해 기회의 가난을 완화하고 싶다는 그의 꿈이 투영된 두손컴퍼니는 매출이 높아지면 자연스럽게 홈리스를 도와줄 수 있는 구조를 지녔다는 점에서 사회적기업의 정석이라 말할 수 있다.

Q. 말씀하신 대로 사회적기업들의 상황 역시 좋다고만 할 수는 없습니다. 두손컴퍼니는 어느 단계라고 보시나요?

아직 초창기예요. 더 치고 올라가야 하는데 매출 규모 같은 부분이 아직 약한 편입니다. 두손컴퍼니의 경우 수익구조 자체가 환원에 초점이 맞춰져 있다 보니 일반 벤처기업처럼 투자금을 받기 힘든 측면이 있어요. 그래도 아이디어 단계였던 상태에서 스타 사회적기업가로 선정되며 주목도 많이 받고 지원금도 받으면서 회사 운영에 도움을 얻어 지금까지 올 수 있었습니다.

Q. 앞으로 어떤 부분에 대한 보완이 더 필요하다고 생각하시나요?

일단 전략적인 측면에서 보자면 제품라인과 유통사를 확장할 필요가 있다고 봅니다. 특히 두손컴퍼니는 아직 대표 제품이 하나 밖에 없는 만큼 다른 소셜벤처 제품 중 괜찮은 것을 선별하여 협업하는 방식도 고려 중이에요. 무엇보다 가장 중요한 건 생존할 수 있는 역량을 만들어가는 것. 탄탄해지는 일이라고 봐요. 단기적으로는 내년 상반기까지 누적 옷걸이 30만 개 생산을 목표로 잡고 있어요. 좀 더 멀리 본다면 일과 교육이 함께 이루어지는 일종의 자활 프로세스를 만들고 싶어요. 기초교육에 초점을 맞춘 홈리스를 위한 검정고시 대비 학교도 세우고요.

Q. 노숙인에 대한 대표님의 진심 어린 애정과 소명이 느껴지네요.

사실 저도 3년 전만 해도 제가 이런 일을 하고 있을 줄 전혀 예상하지 못했어요. 사업에 뜻을 둔 적도 없고 홈리스에 대해서도 크게 관심 있는 편이 아니었으니까요. 3년 전 서울역에서 노숙인이 쫓겨나는 모습을 본 순간 말 그대로 꽂혔다고 할 수밖에요. 사람들은 두손컴퍼니가 처음부터 종이옷걸이로 시작한 줄 알지만, 이것 역시 1년 동안 아이템을 발굴하여 얻어낸 결과예요. 게다가 현재 캐릭터 옷걸이라니 정말 상상도 못 했던 일이고요. 그래서 오히려 앞으로 두손컴퍼니에게 뭐가 있을지 스스로 기대되기도 합니다. 두손컴퍼니를 넘어 제 개인적인 꿈이랄 것 같으면 가난을 없애고 싶어요. 하지만 이건 제가 할 수 없는 일이지요. 그래서 생각한 게 기회의 가난을 완화하는 방법을 모색하는 겁니다. 가난은 상대적인 문제기 때문에 없앨 수는 없지만, 일자리를 통해 출발선을 조정하고자 합니다.

Q.마지막으로 사회적기업을 꿈꾸는 미래의 후배들에게 한 말씀 해주시겠어요?

먼저 현실과 이상의 차이 속에서 균형을 얼마나 잘 잡아가는 지가 관건이라고 봅니다. 시작부터 큰 그림을 그리고 가면 어깨가 무겁습니다. 어느 정도는 이 과정을 즐기면서 가는 게 지치지 않고 가는 지름길이에요. 다음으로 올해 저도 느낀 건데요, 남들과 비교하면 안 됩니다. 같이 창업한 다른 팀과 비교할 수도 있고 취직한 친구가 좋아 보일 수도 있지만 이쪽으로 들어온 이상 남들과 비교하지 말고 장기적으로 보고 그 과정을 즐기세요. 한 유명 회사 창업자가 이런 말을 했다고 합니다. 사업이란 플랫폼에서 기차를 기다리는 것과 같다고요. 기다리다가 안 오나 보다 하고 돌아가는 사람도 있지만, 마침내 기다리던 기차를 타게 된다면 남들이 못 본 세상을 볼 수 있어요. 당장 힘들더라도 내실을 다지는 과정이라 생각하고 견뎌내시길 바랍니다.

두손이 종이 옷걸이를 만나기까지

홈리스에게 일거리를 제공하기 위해 박찬재 대표가 처음 눈길을 돌린건 도서관 사업이었다. 서울역 한켠 빈공간에 헌책방을 만들고 노숙인을 고용하고 싶다는 생각을 서울역장을 만나 여러번 제안했으나 전혀 관심이 없으셨다고. 이후 폐가구 업사이클링과 폐휴대폰에서 나오는 금속물질을 판매하는 작업 역시 고려해봤으나 법 문제로 인해 접어야 했다.

03

리움
이동훈 대표



미국의 그레이스톤 베이커리는 "빵을 만들기 위해 고용하는 것이 아닌, 고용하기 위해 빵을 만드는 기업"이라는 슬로건을 외친다. 이 말은 국내 사회적기업을 대표하는 설명으로도 많이 쓰였다. 리움은 그러한 설명을 가장 충실하게 이행하고 있는 국내의 대표적인 예비 사회적기업이다. 고령자나 장애인에게 일자리를 줄 수 있다면, 지구 상 어딘가에 힘들어하는 아이들을 도울 수만 있다면 어떤 제품이든 상관없다는 리움의 이동훈 대표를 만났다.

“제품 이면의 사회적가치에 집중하다”

Q. 스타 사회적기업 리움, 어떤 곳인가요?

리움은 사람이 살아가는 시간과 공간에서 발생하는 여러 사회적 문제를 제품과 디자인으로 해결하려는 사회적 모임이에요. 특별히 아동, 노인, 재활용 관련한 제품을 만들기 위해 노력하고 있습니다. 저희 리움은 제품과 제품 이면에 있는 비전이 달라요. 첫째, 제품 자체가 사회적인 가치가 있는 제품이길 바라고요. 둘째, 리움의 제품을 통해서 고령자분이나 장애인분들이 일거리가 계속 꾸준히 있었으면 하는 것이에요. 둘 중에는 후자 쪽에 더 큰 의미를 두고 있습니다. 고령자나 장애인분들에게 지속해서 일거리만 줄 수 있다면 어떤 제품이든 상관없다고 생각해요. 어쨌든 저희가 사회적기업으로서 기업을 영위해 나가고 있기 때문에 기업을 영위하는 모습이나 제품이 일반기업하고 같으면 차별성이 떨어진다고 할까요? 그래서 제품도 가능하면 사회적 가치를 품고 있는 제품을 만드려고 노력합니다.

Q. 리움은 뜻이 뭔가요?

원래 리움 할 때 앞에 ‘리(RE)’는 여러 가지 의미가 있어요. ‘다시 사용하는’, ‘다시 시작하는’ 이런 의미가 있고, ‘움’은 공간적인 의미로 움막 같은 공간이 되고 싶다는 의미가 있습니다. 또한 ‘새싹이 움트다’라는 표현처럼 다시 시작하는 그런 공간을 뜻해요. 새롭게 시작하는 새싹처럼 계속 끊임없이 생각하고 생산하고, 고령자분들이 다시 시작할 수 있고 그런 의미로 지었습니다.

Q. 현재 리움의 사업이 아동, 노인, 재활용 부분으로 사업을 크게 나누고 있는데, 분야별로 자세히 설명을 부탁드릴게요.

재활용 부분은 2011년 당시만 해도 재활용플라스틱, 재생플라스틱을 활용해서 제품을 만드는 기업이 많이 없었어요. 그래서 저희가 재활용플라스틱을 활용해서 소비자들이 좋아할 만한 제품을 만들어 팔면 재활용률을 늘릴 수 있지 않을까 해서 시작했어요. 아동 관련 사업은, 지금 필리핀이나 라오스, 동남아시아, 아프리카 쪽 5~10살 아이들은 학습도구로 노트같은 것들을 공급받거든요. 근데 문제는 이 아이들에게 노트란 어떤 기록을 위한 도구라기보다는 단어습득, 단순한 산수 문제 같은 반복 학습 위주의 목적으로 노트가 사용되고 있는거예요. 노트를 줘도 그 친구들 에게는 사실상 일회용일 뿐인 거죠. 그래서 저희가 예전에 가지고 놀던 썼다지웠다 하는 장난감 칠판 같은 것들은 배터리가 필요하지도 않아서 반복 학습을 하기에 아주 좋아요. 쓰고 지우고, 또 쓰면 되니까요. 리움의 수익금 일부로 그런 학습도구를 만들어서 보내주고 있어요. 노인 분야 사업은, 고령친화제품을 만드는 사업을 해요. 분실방지 시계 같은 중, 장년층

프리노트(FREE NOTE)

플라스틱으로 만들어진 틀 안에 철가루가 있고 그 플라스틱 위로 자석펜이 움직일 때마다 그 철가루가 궤적이 되어 글씨로 혹은 그림으로 그려지는 효과가 있는 교육용품.



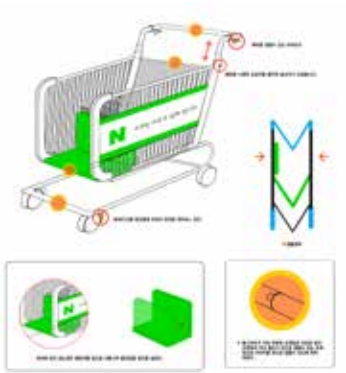
을 겨냥한 제품도 있고요. 아침에 나올 때 스마트폰이나 열쇠, 지갑, 가방 같은걸 자주 놓고 오잖아요. 그래서 일정거리가 벗어나면 진동, 알람 등으로 알려줘서 소지품 분실 방지를 하는 거죠.

Q. 아동 사업은 수익사업이 아닌 건가요?

네. 아동부분 사업과 노인부분 사업은 지금 현재로는 지원사업에 가까워요. 노인들을 위한 제품을 구체적으로 말씀드리면 노인들을 위한 카트형 보행기를 구상하고 있어요.

카트형 보행기

리움이 내년부터 보급하려고 하는 저소득 고령자들을 위한 카트형 보행기. 10명 중 7-8명은 일해야만 살아갈 수 있는 우리나라 현실을 수용하되 그 가운데 파지나 쓰레기를 주울 수 밖에 없는 고령자들을 위한 제품이다. 현재는 리움 수익금 중 일부로 제작/보급 예정이다.



Q. 카트형 보행기는 뭔가요?

어느 날인가 신문을 보니 우리나라 노인 10명 중에 7명이 일해야만 먹고 살 수 있더라고요. 근데 그 분들 하시는 일이 대부분 파지줍는 거예요. 보시면 아시겠지만 손수레 아니면 조그만 아이들용 보행기 가지고 다니시거든요. 엄청나게 불편한데도 그걸 감수하고 다니세요. 그래서 저희가 마트에서 쓰는 카트를 나눠서 짐도 실을 수 있고 앉아서 쉴 수도 있게끔 디자인해놓은 게 있어요. 실 제작비가 12~13만 원정도 들더라구요. 조금이나마 판매수익금이 남으면 조금씩 할머니 할아버지들께 보급하려고 해요. 직접 돈을 드릴 순 없지만, 돈벌이를 하실 때 조금이나마 수월하게 해드리려고 준비하고 있습니다.

Q. 보통은 노인분들이 그런 일은 하지 않으셨으면 좋겠다고 생각하잖아요. 보기에도 안쓰럽고….

아, 물론 안 하셨으면 좋겠죠. 근데 그분들을 꾸준히 지속해서 도와드릴 순 없어요. 현실적으로 돈도 모자라고 인력도 부족하잖아요. 최소한이라도, 조금이라도 손쉽게 일하게 해드리는 방안을 모색을 하는 게 현실적이죠.

사회적기업이 꼭 달라야 하나요?
사회적기업이라면 어딘가 달라야 한다는 생각, 누구나 하고 있지 않을까? 우리는 언제부터 그런 생각을 했던 것일까? 이동훈 대표는 사회적기업의 제품이 일반 기업의 제품과 반드시 달라야 한다는 생각이 없다고 말했다. 오히려 잘 팔리는 제품을 만들어 일자리를 창출하는 것이 더 중요하다는 것. 그것이 더 중요하다고 말했다.

Q. 사회적기업 제품이라고 해서 더 가치를 추구할 필요는 없다는 철학이 있으신 것 같아요.

네. 지금도 변함이 없고요. 사회적기업관련해서 일하시는 매니저분들께서 저희 제품을 보시고는 이게 일반기업 제품이랑 뭐가 다르냐고 물어보세요. 그런데 사회적기업 제품이라고 꼭 일반기업이랑 다를 필요는 없거든요. 2년 지원을 받을 때까지는 이용하다가 정작 지원금이 끊기면 내쫓아야 되는 게 현실인데. 혹시나 제품에 사회적가치가 부족하다 하더라도, 그런 분들의 일자리를 창출해주는 제품을 만든다면 오히려 더욱 사회적인 거라고 생각해요.





Q. 보통 한 3~4년 이상 넘어가면 데스밸리라고 하는데 그런 힘든 점은 없으세요?
지금도 힘들어요. 매년 힘들고, 힘든 게 거의 일상이어서 감흥도 없어요. 단지 좋은 건 여전히 물질적으로나 몸은 힘들지만 제품 생산할 때 최초 기획하고, 어떤 제품을 만들었을 때 소비자들이 좋아할까? 이런 제품을 만들면 조금 더 고용을 많이 할 수 있지 않을까? 하는 생각을 하면 굉장히 재미있어요. 사실 그 재미 때문에 제품을 만들어 내는 일을 하는 거 같아요. 그러다 제품이 생각보다 덜 팔리고 그러면 힘이 빠지긴 하지만요. (웃음)

Q. 제품 기획하실 때 대표님이 가장 중시하는 부분은 무엇인가요?
처음은 무조건 잘 팔릴 수 있는 제품부터 먼저 생각해요. 그러면서도 시장이 형성되어 있고, 리움만이 만들 수 있는 제품을 생각해요. 리움의 기술을 가지되, 차별화가 있는 제품을 기획하죠. 일반시장 중에서도 틈새를 노릴 수 있는 제품을 기획하고 있어요. 너무 직접적인 포화시장은 단가싸움밖에 되질 않는데, 그 단가를 이겨낼 여력이 없죠. 가령 USB만 해도 큰 회사들이 굉장히 많은데, 그 회사들하고는 가격경쟁에서 우위를 점할 수가 없어요. 아이디어 제품이나 디자인 제품 쪽에 많이 치중 하는 편이죠. 같은 포화시장이어도 일반 소비자들이 오래 쓸 수있는 제품들, 그러면서 재미난 제품들 쪽으로 치중하고 있어요.

Q. 그럼 리움의 첫 제품은 어떤 제품이었나요?
첫 제품은 디자인 제품이었어요. 폐플라스틱 활용한 USB였어요. 100% 폐플라스틱 활용. 똑같은 USB 제품이긴 한데 제일 많이 나가는 게 홍보용이거든요. 그래서 홍보용으로 쓰이는 게 제일 많고, 리포트 제출할 때 끼워서 사용할 수도 있고 스마트폰 거치해서 볼 수도 있는 그런 디자인으로 시작했던 거죠. 전자제품 안에 복잡한 회로구성이

더블잭USB

리움의 첫 제품.기존 USB처럼 PC에서 사용이 가능하며 스마트폰으로도 자료를 이용할때 별다른 젠더없이 바로 옮길 수 있어 최상의 편리함을 제공한다. 또한 PC에서만 이용하던 영화, 음악, 사진, 문서등을 선 없이 스마트폰으로 옮겨 이용할 수 있다.





필요한 제품은 아니었죠. 그렇게 디자인 쪽으로 시작했다가 조금씩 회로가 들어가는 제품으로 가고 있죠. 그래서 지금은 블루투스4.0 기반으로 하는 제품들을 만들어요. 조금씩 단계가 있었어요. 처음엔 회로설계 없는 디자인제품, 그러다가 단순한 회로제품이 하나 더 들어갔고, 회로가 조금 더 구성되는 복잡한 제품들까지 조금씩 발전해온 거죠.

확고한 철학만이 사회적가치를 지속하게 해

이동훈 대표는 기업가로서의 확고한 철학이 있어야 사회적 가치도 지속 가능하다고 믿는다. "자신이 운동을 하고 있는지, 계몽활동을 하고 있는지, 기업을 운영하고 있는지 어느 정도 선을 그어서 생각했으면 좋겠어요. 돈벌이를 하고 나서도 충분히 캠페인 할 수 있고 운동도 할 수 있거든요."

Q. 스타 사회적기업가로서, 사회적기업을 시작하는 분들에게 해주고 싶은 말 있으세요?

저는 제 경험상을 예로 들면 좌충우돌하는 시간을 많이 줄였으면 좋겠어요. 객관적인 자료, 정량적인것 없이 주관적인 예측도 하지 않았으면 좋겠고요. 기업임을 잊어버리고 사회적 가치 등 정성적인 부분에만 지나치게 치중하는 후배들을 보면 가끔 도대체 기업을 하려는 건지, 캠페인을 하려는건지, 운동을 하려는 것인지 잘 모르겠어요. 구분을 잘 못 하시더라고요. 일단 기업이라고 하면 사회적 가치를 품으면서도 돈벌이가 되는 서비스가 제일 중요하잖아요. 그러기 위해서는 일반 소비자들도 공감할 수 있는 재미있는 아이템이어야 하고요. 또 시장이 너무 형성되어 있지 않으면 돈벌이가 안된다고 봐요. 새로운 분야를 개척하겠다는 건 참 좋은 이야기이긴 하지만 '얼마 안 가서 쓰러지겠구나' 이렇게 느껴요. 형성되지 않은 시장에서 시장도 읽어야 하고 제품이나 서비스도 만들어야 해요. 그건 제가 생각할 땐 거의 불가능에 가까워요. 새로운 시장을 개척하

기보다는 일반 돈벌이가 될 수 있는 시장에 들어가서 '나는 지금 기업을 운영하고 있다'는 생각을 항상 가지는 것을 1순위로 생각했으면 좋겠어요. 물론 시장을 개척한다면 사회적인 이슈가 돼서 다른 사람한테 회자 될 수는 있겠지만, 돈벌이가 되지 않으면 결국엔 문 닫아야 되거든요.

Q. 실제로 멘토링을 한 적이 있으세요? 찾아오는 분들이라던가?

아니요. 그냥 조언 정도는 해준 적 있는데 멘토링까진 아니에요. 얼마 전에 3기 어떤 팀이 연락이 왔더라고요. 재활용 플라스틱 관련해서 만들어보고 싶다고 혹시 조언을 구할 수 있느냐고 연락이 와서 그때 이야기 해준 것 밖에 없어요. 그런데 그렇게 물으러 오는 분들이 맞다고 생각해요. 선배 기업들에게 자신의 비즈니스와 비슷한 게 있으면 계속 물어보면서, 비결을 빨리 취득하면 그 사람은 거의 1년 가까이 줄이는 거잖아요. 저는 제가 넘어진 곳에서 누군가 또 넘어질 필요는 없다고 생각해요. 선배 기업이나 유사 동종업체에 가서 자주 묻고 조언 구하는 게 아주 좋다고 생각하는데, 별로 하지 않으시더라고요.

Q. 대표님은 본인의 성격이나, 기질이 어떻다고 생각하세요?

저 성격이 참 급해요. 그래서 팀장님이나 부장님이 많이 제어를 해주시는데도 불구하고 엄청나게 급하죠. 급한 성격이 좋은 점 하나는 위기에 봉착했을 때 저돌적인거? (웃음) 어떻게든 문제를 해결하기 위해서 바쁘게 뛰어다녀요. 그런 부분은 지금까지 그래도 위기가 있을 때마다 좋았던 거 같아요. 다만 성격이 너무 급하다 보니 양날의 검처럼 조금은 보완하고 수정해서 내보내도 되는데, 설익은 제품들을 일찍 내보낸 적이 있죠.

Q. 리움이라는 회사가 앞으로 어떻게 성장해 갈 것인지 계획에 대해 말씀해주세요.

우리나라는 이제 시간이 지날 수록 고령화 사회가 돼서 앞으로는 수출제품도 노인이 없으면 생산을 못 하는 때가 올 거예요 분명히. 좀 서글픈 현실이긴 하지만 그때에도 저희 리움이 수출효자 기업으로 남고 싶고요. 고령자분들, 장애인분들이 일할 때 정말 구글 같은 회사처럼 누구나 재미있게 일할 수 있는 기업이 됐으면 좋겠어요. 고령자분들이 와서 일한다는 느낌이 아니라 보람을 찾고 쉬고 간다는 느낌, 일거리가 있고 그 돈을 가지고 내가 쓸 수 있고 언제든지 일자리가 있어서 리움에 오면 힐링이 되는 느낌을 받는다면 좋겠어요. 한번 고용이 되면 본인이 나가기를 원하지 않는 이상 한평생 고용이 유지되어서 쭉 생활할 수 있는 그런 기업이 되고 싶어요. 나중에 회사가 더 커지면 계속 분사도 해주고 싶어요. 부분별로요. 조그마한 중소기업처럼 남아서 가족회사처럼 계속 유지가 되었으면 좋겠어요. 하나의 큰 리움이긴 하지만 작게 작게 재미있고 행복하게 일할 수 있는 그런 기업이요.

시간이 지날 수록 리움이 필요해!

통계청이 지난해 발표한 2013년 총인구에서 65세 이상 고령자가 차지하는 비율은 12.2%로 1970년 3.1%에서 지속적으로 증가하여 2030년 24.3%, 2050년 37.4% 수준에 이를 것으로 전망하고 있다.

04

블루밍
윤홍조 대표



우리나라 국민이라면 누구나 가슴이 뜨거워지지 않을 수 없는 단어 '위안부'. 사실 위안부라는 단어는 일본군에게 위안을 준다는 의미로 할머니들이 위안부 활동에 자발적으로 참여했다는 의미를 담고 있다. 때문에 올바른 표기법은 일본군 '위안부' 피해자로, 범죄주체인 일본군을 명시하고 '위안부'라는 단어를 역사적 용어로 표현해야 한다. 이렇듯 역사적 사실을 바로 알고 기억할 때 할머니의 존귀함을 회복하는 일이 시작된다고 보는 블루밍은 자신의 브랜드 마리몬드를 통해 일상의 물건 안에 우리가 잊어서는 안 될 '위안부' 할머니들의 이야기를 담았다.

“I marymond you”

우리들의 영원한 예술가 할머니
마리몬드는 패션회사 블루밍의 대표 브랜드로 일본군 ‘위안부’ 피해자였던 故 심달연 할머니 (1927 ~ 2010)와 故 김순악 할머니 (1928~2010)가 남긴 압화 작품을 디자인 원천으로 삼는다. 비록 두 할머니는 돌아가셨지만, 할머니들이 남긴 압화 작품을 일상 속 예술품으로 승화시키는 마리몬드의 작업을 통해 할머니들은 우리 안에 영원히 예술가로 기억될 것이다.

희움(Heeum)

희움은 일본군 ‘위안부’ 문제 해결을 위해 노력하는 ‘(사)정신대 할머니와 함께하는 시민모임’의 브랜드이다. 할머니들의 압화 작품을 응용한 제품을 만들어 좀 더 많은 사람들이 일본군 ‘위안부’ 문제를 일상 속에서 접하고 해결에 참여할 수 있도록 도우며 그 안에 여성인권과 평화를 추구하는 마음을 담았다.

Q. 안녕하세요 윤홍조 대표님, 블루밍 소개 먼저 부탁드릴게요.
블루밍은 디자인 상품과 콘텐츠를 통해 사람의 존귀함과 존엄함을 회복하는 회사입니다. 그 첫 번째 동반자가 ‘위안부’ 피해자 할머니로 할머니께서 심리치료 목적으로 만든 압화 작품을 패턴 혹은 콘텐츠로 만들어 판매하고 있습니다. 가능한 할머니들의 이야기를 널리 알리고 그분들을 피해자로만 보는 것이 아니라 인권 노동가이자 예술가라는 사실을 전달하고자 합니다.

Q. 사실 대중에겐 블루밍보다 마리몬드나 희움이란 이름이 더 익숙할 것 같은데요, 관계를 한 번 설명해주시겠어요?
대학생 시절 처음 위안부 할머니를 위해 기획했던 프로젝트 이름이 블루밍이었어요. 희움은 당시 같이 참여한 NGO 소속 브랜드로 팔찌와 에코백 등을 함께 만들었습니다. 그러다 학교를 졸업하고 한 번 제대로 사업을 해봐야겠단 생각에 블루밍 패션이란 이름으로 창업을 했어요. 그 안에 있는 브랜드의 이름이 마리몬드입니다. 마리몬드는 나비와 아몬드 나무의 꽃이 합쳐진 이름으로 새 생명과 회복을 상징합니다. 모든 사람은 꽃처럼 아름답고 소중한 존재라는 믿음에서 출발하여 못다 핀 꽃으로 비유되는 ‘위안부’ 할머니들의 존엄성을 회복하기 위한 여러 사업을 추진 중이에요.

마리몬드(Marymond)

마리몬드는 마리포사(Mariposa)의 마리(mary)와 아몬드(Almond)의 몬드(mond)가 합쳐진 이름이다. 마리포사는 라틴어와 스페인어로 ‘나비’를 뜻하며 성경과 고흐의 그림에 나오는 아몬드 나무는 새 생명과 회복을 상징한다.

Q. 마리몬드 상품은 뜻도 좋지만, 디자인이 예뻐서 시중에서 인기가 많은 편입니다. 주로 어떤 제품을 판매하시나요?
우선 마리몬드에서 다양한 상품을 판매하는 이유는 그 안에 할머니의 이야기를 담아 전하기 위해서입니다. 이를 위해 뜻이 맞는 업체들과 협력 방식을 통해 상품을 판매하고 있어요. 대표적으로는 의류, 핸드폰 케이스, 에코백, 머그컵, 양말, 지류 상품 등이 있습니다. 사실 제조업을 운영하려면 모든 공정을 다 끼고 있어야 단가를 내릴 수 있는데 저희가 모든 걸 다루기엔 시간도 많이 들고 현실적인 제약이 있습니다. 그래서 몇 번 시행착오를 거친 후 저희가 직접 상품을 제작하는 것보다 이미 시장에서 자리를 잡은 제조업체와 함께 일하는 게 더 좋은 효과를 볼 수 있다는 결론을 내리고 기존 업체들과 함께하고 있습니다.





Q. 보통 사업 추진 과정은 어떻게 되나요? 협력사를 선택하는 마리몬드만의 기준이 있나요?

가장 중요한 건 이 사업을 왜 하는지에 대한 분명한 이유가 있는가입니다. 단순한 상품 판매보다는 이 일을 통해 할머니를 작가로 소개할 수 있는지 또 해당 업체의 생각과 마리몬드의 생각 간에 공통점이 있거나 합쳤을 때 시너지 효과가 날 수 있다고 생각하는 곳과 함께 일하는 편입니다. 사업 초기에는 저희 쪽에서 이런저런 업체에 연락을 드렸는데 최근엔 타 업체에서 먼저 같이 일해보고 싶다고 연락이 옵니다. 저희 쪽에서 할머니 압화 작품으로 만든 패턴이나 디자인 시안을 보내드리면 각 업체에서 그것에 맞게 상품을 제작해주세요.

Q. 사실 압화작품을 만드신 할머니 두 분은 모두 돌아가신 상태이기 때문에 더는 새로운 그림이 나올 수 없는데요, 이 점이 사업을 운영하는 데 영향을 미치진 않으시나요?

먼저 사업적으로 본다면 작품 수가 더 늘어날 수 없다는 게 문제가 되진 않는다고 봅니다. 오히려 작품 수가 적기 때문에 희소성도 생기고 좀 더 다양한 방법으로 활용할 수 있어요. 똑같은 패턴이라도 디자이너 마다 성향이 다르므로 각기 다른 작품을 만들어 내기도 합니다. 마치 비틀스 노래를 어느 밴드가 편곡하느냐에 따라 느낌이 다른 것처럼요.

우리는 할머니들의 영원한 팬클럽

흔히 사람들은 마리몬드를 위안부 할머니를 돕는 브랜드로 알고 있다. 하지만 마리몬드를 만든 블루밍 패션의 윤홍조 대표는 자신들은 오히려 할머니에게 더 많은 것을 받는 회사라 말한다. 마치 아이돌 팬클럽이 자신이 좋아하는 가수를 위해 자체적으로 광고를 내는 것처럼 마리몬드 역시 자신들이 존경하고 사랑하는 할머니를 대변하는 활동을 이어나가는 것이다.

Q. 말씀하신 대로 '위안부' 피해자 할머니들께서 점점 돌아가고 계시는 사실이 무척 안타깝습니다. 실제로 블루밍은 수익금 중 상당 부분을 '위안부' 할머니를 위한 일에 기부하시는 걸로 알고 있어요.

초기에는 운영비를 제외한 수익의 70%를 일본군 위안부 역사관 건립이나 할머니를 위한 다양한 활동을 위해 기부해왔습니다. 작년에 2억 5천가량 정도 기부를 한 상태고 올 상반기에도 수익금 중 일부를 전달해드렸어요. 우선 대구에 건립 중인 '위안부' 역사관의 경우 올 12월 완공 예정이에요. 역사관의 경우 물리적 거리가 멀면 찾아가기 힘들기 때문에 최대한 많은 지역에 건립할 필요가 있어요. 현재 경기도 광주에 할머니 쉼터와 함께 역사관이 하나 있고 '위안부' 할머니를 돕는 여러 단체마다 각 지역에 기념관을 건립하기 위해 노력 중이에요.

일본군 '위안부' 역사관

일본군 '위안부' 역사관은 일본의 전쟁범죄 행위를 고발하고 피해자 할머니들의 명예를 회복하는 역사교육의장으로 1998년 8월 14일 개관하였다. 국내외 일본군 '위안부' 피해자들의 증언은 물론 일본이 부인하고 있는 역사적 사실을 명확하게 알 수 있도록 관련자료를 공개하고 있다.
주 소 : (464-840) 경기도 광주군 퇴촌면 원당리 65번지

Q. 기부 활동 외에도 할머니를 위해 하고 계신 활동이 있나요?

금전적인 기부 외적인 측면으로는 블루밍 직원들이 매주 돌아가면서 2명씩 수요시위에 참석하고 있어요. 저희가 처음 참여한 게 1,000회 시위였는데 2014년 11월 19일을 기준으로 1,153회 시위까지 열렸습니다. 시위에 처음 참여했을 때만 해도 시민 운동적 성격이 강해서 일반 시민 중 참석하기 부담스러워 하시는 분들이 많았어요. 그런 점이 안타까워서 매주 시위 참석 후기를 사진과 함께 블로그에 올려 수요시위를 알리고 그곳에서 받은 감동을 나누고 있습니다. 그 결과 수요시위를 검색해서 저희 블로그에 들어오시는 분도 많고 댓글로 수요시위에 어떻게 참여하면 되는지 물어보시는 분들도 있어요.

수요시위

매주 수요일 낮 12시 정각에 일본대사관 앞 평화로에서 열리는 일본군 '위안부' 문제 해결을 위한 정기 시위. 일본군 '위안부' 문제에 대한 진상규명과 책임이행 등 문제해결과 이를 통한 피해자들의 명예와 인권 회복을 요구하며 1992년 1월 8일 처음 열렸다. 사전 신청 없이 시위에 참가하고 싶은 사람은 누구나 시간에 맞춰 오면 참석할 수 있으며 수요시위 현장에서 단체 참가 방명록 작성과 자유발언 순서 참여 신청이 가능하다.

Q. 꽤 오랜 시간 꾸준하게 활동해오고 계시네요. 사업과 운동을 함께 한다는 게 쉽지 않은 일일 텐데요.

물론 지칠 때도 있지만, 저희의 행보를 응원하고 격려해주시는 분들이 있어서 힘이 납니다. 무엇보다 소소한 변화들이 눈으로 보일 때 가장 행복한 것 같아요. 할머니들과 어떻게 함께할 수 있을지 몰랐는데 마리몬드라는 하나의 채널을 통해 의미 있는 일에 동참할 수 있어서 감사하다는 말을 들을 때 정말 저희도 고맙더라고요. 또 한국정신대문제대책협의회 같은 큰 단체에서 저희를 운동 후배로 인식해주는 것도 하나의 원동력이 되는 것 같아요. 여러 사안에 대해 논의할 거리가 있으면 저희 의견도 물어봐 주시고요. 실제로 올 초에 정대협 관계자분들과 함께 해외에 거주하시는 '위안부' 피해자 할머니를 만나뵙기 위해 중국을 방문한 적 있어요. 외국에 거주하시는 할머니들의 경우 법적으로 국가에서 나오는 보조금을 받을 수 없어서 생활이 어려우신 분들이 많다고 해요. 그래서 직접 만나뵙고 여러 물품 및 생활비를 전해드렸습니다. 앞으로도 이렇게 해외에 거주하시는 할머니들을 위한 도움의 손길도 이어나갈 생각입니다.

Q. 의식변화란 것이 어떻게 보면 작지만 가장 의미 있는 활동이 아닐까 싶습니다. 사람들 머릿속에 마리몬드가 어떤 브랜드로 자리 잡길 바라시나요?

혹시 지하철 역사에 한쪽에 일부 팬들이 좋아하는 아이돌 가수를 위해 대신 광고를 해준 모습 본 적 있으신가요? 그것처럼 마리몬드는 일종의 '위안부' 할머니들을 위한 팬

클럽 회장이라고 보시면 돼요. 마리몬드의 모든 사업은 우리가 존경하고 사랑하는 분들을 대변하기 위한 활동인 셈이고요. 사업 초기만 해도 어떻게든 할머니 이야기를 많이 알리는 것에 초점을 맞췄다면 작년 말부터는 저희 안에서 왜 우리가 할머니를 돕는 브랜드라고 인식되어야 하느냐는 의문이 들었어요. 생각해보면 저희가 할머니를 돕는 게 아니라 오히려 할머니께서 인생의 가르침을 비롯해 더 많은 것을 저희에게 주고 계시니까요. 그래서 현재는 우리는 할머니들의 팬클럽 회장이란 관점을 갖고 사업을 운영 중입니다.

모든 인간은 존엄하다

모든 사람이 지닌 존엄성을 회복을 위해 마리몬드가 손을 잡은 첫 번째 파트너는 '위안부' 할머니였다. 애플리케이션을 통해 '위안부' 할머니의 이야기를 국내를 넘어 해외까지 전하는 동시에 두 번째로 마리몬드가 손을 잡은 파트너는 바로 집 안에 계신 각자의 어머니이다.

Q. 마리몬드가 운영하는 사업 중 가장 초점을 맞추고 계신 분야는 어디인가요?

현재 개발 중인 애플리케이션 사업이에요. 일종의 메시지 전달 앱인데요, 할머니들의 압화 작품으로 만든 패턴을 선택하고 그 위에 메시지를 적어 주위 사람에게 보내는 겁니다. 메시지를 받고 패턴에 숨겨진 이야기가 궁금하다면 링크를 클릭해서 할머니들의 이야기를 영상으로 볼 수 있도록 만들고 있어요. 국내뿐 아니라 해외 사람들과도 메시지를 주고받을 수 있기 때문에 자연스럽게 할머니들의 이야기가 널리 전해지지 않을까 싶습니다. 메시지를 가장 많이 보낸 사람은 한 달 단위로 통계를 내서 마리몬드 상품을 선물로 주기도 하고요. 어플 자체가 하나의 굿 미디어로 기능하는 겁니다.





Q. 그런 의미에서 앞으로 마리몬드는 어떤 꿈을 꾸고 있나요?

우선 마리몬드의 첫 번째 동반자인 '위안부' 할머니를 위한 사업으로는 해외에 마리몬드만의 매장을 만드는 게 목표입니다. 마치 샤넬이나 캔버스 매장을 방문하면 한쪽 벽에 창업자 사진이 걸려있는 것처럼 저희는 할머니들의 사진을 걸어놓고 마리몬드가 이분들로부터 시작되었다는 걸 보여주고 싶어요. 어디를 가도 할머니 이야기를 접하고 이분들을 예술가이자 인권 운동가로서 존경할 수 있도록요. 또 마리몬드의 두 번째 단계로 집안에 계신 어머니들의 가치를 재조명하는 일을 해보고 싶어요.

Q. 특별히 어머니들의 이야기에 주목하신 이유가 있나요?

보통 아버지들은 밖에서 사회생활을 하시다 보니 각자 직업이나 직급 등으로 인정을 받으시지만, 어머니의 가사노동과 삶의 지혜는 화폐로 교환되지 않는다는 이유로 평가 절하되는 게 안타까웠어요. 그래서 어머니들도 각자 삶의 영역에서 커리어우먼이란 컨셉을 갖고 이분들만의 강점을 이끌어내는 작업을 추진하고자 합니다. 실제로 한 번은 주말에 핸드 메이드 박람회를 방문했었는데요, 여기서 가장 인기 많은 상품 중 하나가 장이나 쨈 등 어머니들만의 비결이 들어간 직접 만든 음식이었어요. 여기에서 아이디어를 얻어 어머니들을 하나의 휴먼 브랜드로 보고 직접 만드신 상품에 스토리를 입히고 패키지를 더하는 작업을 통해 이분들을 판매자로 등록시킬 생각이에요.

Q. 처음에 말씀하신 블루밍의 컨셉과 잘 맞아 떨어지는 사업이네요. 마지막으로 이 모든 사업을 이끌어나가실 수 있는 대표님의 장점이 뭐라고 생각하시나요?

앞뒤를 재지 않는다는 게 게 장점이자 단점이라고 볼 수 있을 것 같아요. 빠른 속도로 다양한 사업을 추진하면서 안 되면 접고 되는 건 밀면서 지금까지 달려왔다고 생각해요. 물론 중간에 구멍 난 부분이 있었지만, 팀원들이 메꿔준 덕분에 여기까지 왔네요. (웃음)

한국정신대문제대책협의회 (약칭 정대협)

한국정신대문제대책협의회의 약칭 정대협은 1990년 11월 16일 37개 여성•시민•종교•학생 단체들이 만든 연합단체로 일본군위안부에 대한 진실 규명과 어렵게 사는 일본군위안부 생존자들을 지원하기 위해 만들어졌다. 매주 수요일 주한 일본대사관 앞에서 열리는 수요시위를 주관하며 '일본군위안부의 진상을 규명할 것, 전쟁 범죄를 인정할 것, 공식 사죄할 것, 전범자를 처벌할 것, 추모비와 사료관을 건립할 것, 피해자들에게 배상할 것, 역사교과서에 기록할 것'의 7대 요구사항을 바탕으로 로비, 압력 활동, 증언 집회, 시위 등을 전개하고 있다.

05

빅워크
한완희 대표



한국조세연구원에 따르면 한국은 GDP 중 기부금이 차지하는 비율이 0.53%로 2.3%를 기록하며 1위를 차지한 미국에 비해 현저히 낮은 모습을 보였다. 단순한 수치 자료만 가지고 왈가왈부할 수 있는 문제는 아니지만 '성공의 완성은 나눔'이라는 워렌 버핏의 말을 기억해 본다면 기부에 대한 진지한 고민은 우리 모두가 나눠야 할 문제이다. 이런 면에서 걸으면 기부가 되는 애플리케이션 빅워크는 한국의 기부 문화에 새로운 바람을 일으키기 충분하다.

“일상의 가치를 혁신하는 가장 큰 걸음 빅워크”

걸음과 기부를 잇다

걷기만 해도 기부가 된다고? 빅워크 이야기를 들은 대부분의 사람 입에서 가장 먼저 나오는 말이다. 걷는 기부 빅워크 애플리케이션은 아마 세상에서 가장 쉽게 기부를 할 수 있는 방법일 것이다. 하지만 그렇다고 해서 기부에 담긴 가치가 달라지는 것은 아니다. 빅워크 앱을 통해 추상적인 기부 문화를 가시적으로 만드는 것은 물론 오프라인 걷기 캠페인이나 캐릭터들이 이들을 충분히 뒷받침하고 있기 때문이다.

Q. 먼저 빅워크에 대해 간단한 소개 부탁드릴게요.

빅워크는 2011년 6월 ‘일상의 가치를 혁신하자’는 미션 아래 시작한 기업입니다. 누구나 쉽게 기부에 참여할 방법을 고민하다 걷는 기부란 아이디어에 착안하였고 그 결과 현재의 빅워크 애플리케이션을 개발하였습니다. 스마트폰에서 빅워크 앱을 키고 걸으면 GPS로 거리를 측정하여 100m당 10원이 적립되는 방식으로 모인 기부금은 주로 걷지 못하는 아이들의 치료비나 휠체어, 재활 기기 구매에 사용됩니다. 빅워크 앱을 중심으로 오프라인 걷기 캠페인이나 캐릭터 제품 판매 등 다양한 프로젝트를 추진 중이며 궁극적으로 사람들이 사회문제에 관심을 두도록 돕고 그들의 변화를 이끌어내는 것이 목표입니다.

GPS
(Global Positioning System)

GPS는 GPS 위성에서 보내는 신호를 수신해 사용자의 현재 위치를 계산하는 위성항법시스템으로 항공기, 선박, 자동차 등의 내비게이션장치에 주로 쓰인다. 최근에는 스마트폰, 태블릿 PC등에서도 많이 활용되는 추세로 빅워크 애플리케이션 작동 원리의 중심이기도 하다.

Q. 사실 걷기만 해도 기부가 된다는 게 언뜻 보기엔 잘 이해되지 않는 것 같아요.

우선 기부금의 원천은 앱에 노출되는 기업의 광고비입니다. 기업 입장에서는 사회공헌 활동의 하나로 기부금을 지급하고 기부금은 NGO 단체를 통해 도움이 필요한 곳으로 직접 전달됩니다. 참여하는 사람 입장에서는 빅워크 앱을 켜놓기만 해도 기부 활동에 쉽게 동참할 수 있고 자신의 건강 상태를 점검하는 것은 물론 걷기 자체가 지닌 유익도 누릴 수 있으니 일거양득이라고 할 수 있죠.

Q. 그렇다면 빅워크 회사 자체는 어떻게 수익을 내나요?

빅워크의 주 수익은 기업에서 지급하는 애플리케이션 사용료로 계속해서 참여하는 기업을 늘려가며 그들의 사회공헌을 이끌고 있습니다. 전체 수익 중 애플리케이션 사용료가 차지하는 비율이 약 90%이고 페이퍼 토이를 비롯한 빅워크 앱 캐릭터 상품 판매비가 나머지를 차지하는 편입니다. 현재까지 빅워크 앱 누적 다운로드수는 약 42만 건이며 총 기부금액은 9억 3천만 원입니다.



한강 하트 코스

한강 하트 코스 모양이 하트처럼 생겼다고 해서 붙여진 이름으로 한강에서 출발해 안양천, 학의천, 양재천, 탄천을 따라 한 바퀴 돌아서 다시 원점으로 돌아오는 코스다. 전체 길이는 약 75km로 달리기로 완주하는 데 다섯 시간 정도 걸린다.

Q. 전반적으로 빅워크 애플리케이션이 중심에 있다고 볼 수 있겠네요.

그렇습니다. 애플리케이션을 가운데 두고 오프라인 걷기 캠페인, 페이퍼 토이를 비롯한 캐릭터 상품 등이 이를 뒷받침 해주는 구조예요. 특히 분기별로 진행하는 드림워크 페스티벌은 빅워크 앱을 키고 릴레이로 걷는 행사로 지난 11월 8일 다섯 번째 열렸습니다. 200명 정도 모여서 한강 하트코스를 같이 걷는 동안 그 안에서 이야기도 나누고 다양한 이벤트에도 참여할 수 있어요. 코스를 완성하면 모인 기부금액을 바탕으로 장애아동에게 후원이 돌아가며 빅워크 입장에서는 애플리케이션을 위한 일종의 시장조사 자리가 됩니다.

Q. 처음 걷기와 기부를 연결한 과정은 어떻게 되나요?

좀 더 많은 사람이 편하고 쉽게 기부에 동참할 수 있도록 만들고 싶었습니다. 일상 속에서 자연스럽게 기부가 이뤄질 수 있도록 의식주와 같은 기본적인 것과 기부를 연결하는 방법을 고민하다 문득 걷기가 떠올랐어요. 그대로 누운 자리에서 일어나 프로그램 개발자인 형에게 전화를 걸어서 스마트폰을 활용해 걸음과 기부를 연결짓는 게 가능한지 물어봤습니다. 그랬더니 GPS를 사용하면 얼마든지 할 수 있다고 하더라고요. 이거다 싶어서 그때부터 본격적으로 애플리케이션 개발과 함께 사업을 시작했습니다.

Q. 하지만 우리나라에서 기부 문화는 아직 활성화된 편이 아닌데요, 그 이유는 뭐라고 보시나요?

아무래도 기부 효과에 대한 인지가 약하다 보니 머리로는 알아도 행동으로 움직이지 않는 것 같아요. 또 기부금이 어떻게 사용되는지 용도에 대한 투명성이 확보되지 않다

보니까 망설이는 분도 많고요. 그래서 저희는 기부문화를 비롯해 틀 자체를 바꿔야 한다고 생각합니다. 현재 활동 중인 NGO 단체들을 보면 대부분 왜 기부를 해야 하는지에 대한 이유가 명확하지 않다 보니 단순히 돈을 달라고 외치는 것이나 마찬가지라고 봐요. 빅워크는 이런 점을 개선하고 캠페인이나 다양한 제품을 통해 좀 더 재밌고 의미 있는 기부 문화를 만들어 가고 싶습니다.

인식 변화는 사회문제 해결의 시발점

신개념 기부 문화를 선도하고 있는 빅워크는 사회적기업으로서도 벤처기업으로서도 상당한 성공을 이루며 연일 언론에 소개되고 있다. 하지만 빅워크의 목표는 단순히 기부 금액을 늘리는 것이 아닌 기부에 동참하는 사람들이 기부를 해야 하는 이유에 대해 고민하고 사회 문제에 관심을 두는 것이다. 인식 변화가 일어날 때 각자가 변화의 시발점이 될 수 있다고 믿는 빅워크는 선행과 기부만을 강조하는 회사가 아니었다.

Q. 기부에 대한 대표님의 철학이 확고하신 것 같네요. 사업에 뛰어드신 계기는 어떻게 되나요?

저는 원래 디자이너였어요. 좀 더 거슬러 올라가자면 중학생 무렵부터 휴먼다큐나 자연다큐를 보는 게 취미였습니다. 그러면서 자연스럽게 세상에 관심이 많아진 것 같아요. 대한민국이라는 테두리를 벗어나서 왜 아프리카에는 기근이나 질병이 사라지지 않을까 등 사회 문제에 대해 눈을 뜨고 계속해서 고민하다 보니 디자인도 유니버셜 디자인 쪽으로 고민하게 되었습니다. 그런데 인간을 위한 가장 좋은 기술이자 도구로 기능해야 할 디자인이 상업주의에 이용만 당하는 것 같더라고요. 무조건 예뻐야 하는, 심미성만 강조하는 디자인 판국을 보면서 실망도 많이 하고 원래 디자인이 갖는 목적을 잃어버린 지금의 디자인은 디자인이 아니란 생각마저 들었습니다. 그러면서 제 안에 계속 질문을 던졌죠. 현재의 안정적인 직장과 월급에 만족하면서 편하게 살 것인가 아니면 당장은 조금 힘들더라도 내가 스스로 가치 있다고 생각하는 일을 해 볼 것인가. 그때 후자를 선택한 결과가 지금의 빅워크인 셈입니다.

Q. 기부가 사회문제를 해결할 수 있는 하나의 해결책이 될 수 있다고 보신 건가요?

단순히 기부 자체가 해결책이 된다기보다는 사람들에게 왜 기부를 해야 하는지, 기부를 통해 어떤 효과를 볼 수 있는지 알려주고 인식변화를 통해 사회 문제에 관심을 갖게 하는 게 빅워크가 할 일이라고 봤습니다. 그런 측면에서 빅워크 앱은 사람들이 좀 더 쉽게 사회문제에 접근할 수 있도록 도와주는 도구인 셈이고요. 빅워크가 어떤 사회 문제를 해결하기보다는 사람들 각자가 문제점을 느끼면서 사회 변화의 시발점이 되길 바라는 겁니다 .

Q. 대표님께서 보시는 사회문제는 어떤 것들이 있나요?

딱 하나로 정의 내리긴 어렵지만 어떤 면에서 인간 자체가 사회 문제라고 봐요. 최근 5년간 지구 상에서 개체 수가 증가한 건 인간 밖에 없습니다. 그 결과 자연환경 파괴를



제 5회 드림워크 페스티벌 포스터 (11.8 개최)

비롯해 온갖 사회문제의 주범이 되었지요. 그렇다고 해서 인간이 사라질 수는 없는 노릇이고 자연과 같이 공존할 수 있는 방향을 찾아야 한다고 생각합니다. 사회적기업이 해야 할 일도 여기에 있다고 봅니다. 단순한 일자리 창출을 넘어서 좀 더 근본적인 것에 대해 고민하고 접근할 필요가 있어요.

Q. 그런 의미에서 요즘 사회적기업의 문제는 뭐라고 생각하시나요?

벤처 정신이 부족한 것 같습니다. 사회 문제 해결을 위해 성과를 떠나서 다양한 시도를 많이 해야 할 사람들이 지원금을 받아 사업하다 보니 오히려 공무원적인 사고방식을 답보하는 것 같아요. 진흥원이 오랜 기간 고군분투 중인 것은 사실이지만 중간 지원조직을 보면 여러 가지로 답답한 면도 있고요. 신생팀을 이끌어 주는 역할을 담당하는 멘토라는 사람도 이름만 멘토이지 결국은 행정지원 인력에 지나지 않는다는 생각도 듭니다.

Q. 빅워크가 사회적기업으로서 어느 정도 입지가 굳건한 만큼 해줄 수 있는 쓴소리가 아닐까 싶습니다. 대표님 자신이 빅워크를 보기엔 어떠신가요?

사실 빅워크가 언론에 많이 노출되고 사람들 입소문을 타면서 조금 거품이 들어간 게 있어요. 어떻게 보면 이미지 메이킹을 잘한 것일 수도 있지만, 저희 의지와는 다르게 매체나 기관이 빅워크를 부풀려 준 점도 많습니다. 그게 싫다 좋다를 떠나서 빅워크의 실체와 다른 부분이 있기 때문에 분명히 말하고 넘어갈 필요성을 느꼈습니다. 특히 작년에 내부적으로 갈등을 해결하는 과정에서 몇몇 사람들이 회사를 떠났다가 다시 돌아오기도 했어요. 아무것도 모르는 사람들이 모여서 시도와 실패를 거듭하며 여기까지 왔고 작은 경험을 통해서 계속 배워가는 과정이라고 생각합니다. 비록 빅워크가 어떤 사회 운동을 하는 단체는 아니지만, 저희를 통해 사람들이 조금씩이라도 변하는 데서 오는 보람이 있어요. 일종의 사명감도 느끼고요. 시야가 넓어지면서 예전에 못 보던 것도 보이고 해야 할 일이 점점 더 많아지고 있다고 생각합니다.

게임화(Gamification)

게임화는 게임이 아닌 애플리케이션의 사용을 권장하기 위해 애플리케이션에 게임 플레이 기법을 적용하는 것을 뜻한다.이를 통해 개발자는 사용자가 애플리케이션에서 바라는 행동을 하도록 유도할 수 있다.

빅워크 2.0이 간다

빅워크의 목표를 묻는 말에 한완희 대표는 자신 있게 1조 기부, 1조 매출이라 답했다. 본인 자신도 허황된 소리로 들릴 수 있단 이야기를 덧붙였지만 꿈에 대한 그의 진정성을 고려한다면 불가능한 일처럼 보이지만은 않는다. 그 꿈에 다가가는 첫걸음이 될 빅워크 앱 2.0이 12월 출시 예정이라고 하니 기대하시라.

Q. 앞으로 빅워크의 계획은 어떻게 되나요?

다가오는 12월 빅워크 앱 2.0이 공개될 예정입니다. 걸으면 기부가 되는 구조 자체는 유지하면서 앱 자체의 기능이나 해석이 달라질 것 같아요. 기존에는 기업이 있는 상태에서 개인이 참여하는 방식이었다면 개인이 적은 돈이라도 직접 기부할 수 있도록 만들 예정입니다. 또 현재는 걸은 양에 대한 칼로리 정도만 알려준다면 건강 관련 기능 및 정보도 추가하고 레벨업을 하거나 포인트로 앱일 꾸미는 등 게임적 요소를 가미할 계획입니다. 그뿐만 아니라 빅워크 앱을 중심으로 여행 프로그램을 개발하는 방향도 고

려 중이에요. 간단하게는 자기 동네나 서울의 서촌 등을 여행하는 식으로요.

Q. 좀 더 멀리 세워둔 목표는요?

굉장히 허황된 소리로 들릴 수도 있는데요, 1조 기부 1조 매출입니다. 1조 기부를 먼저 달성하고 매출과 발걸음을 맞춰서 그 비율을 지켜보려고 해요. 가끔 주위 사람들은 저희더러 기부하지 않았더라면 돈을 훨씬 많이 벌었을 거라고 말하기도 하는데요, 기부하지 않는다면 빅워크의 존재 이유도 없어요. 그래서 더더욱 두 가지를 동시에 잘 지키면서 성장해가고자 합니다. 최종적으로는 기업과 함께 학교와 테마파크를 운영하고 싶어요.

Q. 대표님이 말씀하신 목표가 다 이뤄질 때면 빅워크가 어마어마하게 큰 회사가 되어 있겠어요.

아무래도 그렇겠죠? 현재 빅워크에서 정립한 십계명이 제대로 지켜진다면 규모가 커진다고 해도 얼마든지 빅워크의 정신이 이어질 수 있다고 생각해요. 빅워크에 들어오는 사람 역시 여기에 동의하는 사람이 들어와야 하고요. 기업의 철학과 비전이라는 것이 단순히 사이트 메인화면에 쓰여있는 말로 끝나는 게 아니라 진실로 기업에서 일하는 정신의 바탕이 되어서 하나의 철학이 되어야 한다고 생각합니다. 앞으로 3년에서 5년 정도 확실하게 잘 쌓아가면 충분히 직원 모두가 동의할 수 있는 가치가 자리 잡지 않을까요?



06

에이컴퍼니 **정지연** 대표



예로부터 미술은 상류층의 전유물 같은 존재였다. 하지만 그보다 더 오래전부터, 그림을 좋아하고 그림을 업으로 삼는 건 개인의 자유였다. 에이컴퍼니는 세상에 다채로운 시각적 자극을 주는 작가와, 작품의 한 조각이라도 더 진실하게 향유하고 싶은 감상자들을 잇는 징검다리다. 아주 튼튼하고 똑똑한 다리 말이다.

“당찬 신진작가와 수줍은 소비자의 든든한 징검다리”

영국에서도 감탄한 아트페어의 주인공!
지난 2014년 7월, 사회적 경제 섹터를 다소간에 떠들썩하게 했던 행사가 있었으니 에이컴퍼니의 브리즈 아트페어다. 단 3일의 행사에 2천여 명이 방문했고, 트렌디하게 꾸며진 전시장 안에서는 신진 무명 예술가들의 작품이 활발히 거래되었다. 브리즈 아트페어는 단순히 성공적인 행사를 넘어, 지치고 가물어가던 미술계에 내린 시원한 단비 같았다. 그 주인공인 에이컴퍼니의 이야기도 궁금하지 않을 수 없다.

Q. 안녕하세요. 우선 에이컴퍼니를 간단히 소개해 주세요.
에이컴퍼니는 2011년에 설립된, 미술 작품을 유통함으로써 예술가들의 창착 환경을 개선하고자 하는 회사고요. 브리즈 아트페어(Breeze Artfair)와 미나리하우스 등의 사업을 하고 있습니다.

Q. 예전에 예술작품으로 휴대폰 액세서리 등을 판매하셨던 것으로 알고 있습니다.
네. 아트 상품을 만들어 판매하는 사업도 했었어요. 아이폰4 스티커를 비롯해 몇 가지를 했었는데, 성공적이지는 않아서 지금은 기관이나 기업을 대상으로만 판매하고 있어요.

Q. 일단 아트페어에 대해서 여쭈어 보고 싶은데요. 지난 7월에 개최된 브리즈 아트페어가 성공적으로 진행 되었다고 들었습니다.
브리즈 아트페어는 2012년에 1회를 했었고, 성과는 괜찮았는데 펀딩이 없이는 어려워서 펀딩을 계속 찾다가 올해 2회로 하게 되었는데요. 회사 창업하고 판매한 작품 전부보다 더 많이 팔았어요(웃음). 250점 중 3분의 1이 팔렸어요. 총 83점이었고, 작품 가로 1억이 넘는 규모를 판매했죠. 미술 시장에서도 꽤 이례적인 일이었어요. 지난 8월에 런던에 견학을 갔었는데, 그때 만난 영국의 미술 디렉터들도 놀라워하시더라고요. 신진작가의 작품이 잘 거래되지 않는 건 영국도 마찬가지이기 때문이죠.

Q. 성공 요인이 뭐라고 생각하세요?
요인은 복합적이라고 봅니다. 일단 아트페어를 부담없이 오실 수 있도록 만들었어요. 가격 상한제를 두어 한 작품당 가격을 500만 원 이하로 맞추었고요. 때문에 태어나서 처음 미술품을 팔거나 사는 분들도 종종 있었어요. 미술품에 대해 부담스럽게 생각했던 사람들도 저기서는 왠지 나도 살 수 있겠다, 하는 생각이 드신 거죠. 구경만 하면 30

브리즈 아트페어(Breeze Artfair)
에이컴퍼니가 진행하는 아트마켓으로, 누구나 쉽고 편리하게 신진 예술가의 작품을 향유하고 구입할 수 있는 장이다. 작품 구입의 장벽을 낮추기 위해 가격 상한제와 10개월 무이자 카드 할부를 시행하는 등 기존 미술시장에서는 볼 수 없는 파격적인 특징을 갖추고 있다. 2012년 1회를 거쳐 지난 2014년 7월 18~20일, 3일에 걸쳐 성공리에 진행 되었다.





분만 보고 가지만, 자기도 살 수 있다고 생각하면 서너 시간씩 보시거든요. 전반적인 재방문율도 높았어요.

1/3 이상 팔렸어요!

83/250

아트페어에서 판매된 작품 수/전시한 작품 수

Q. 많은 거래가 이루어졌다고 하셨는데, 재미있는 에피소드 하나만 얘기해 주세요.
하루는 어떤 여성분이 작품을 구매하시려고 한참을 고민하시다가 다음 날엔 아예 남편을 데려오셔서 계속 보고 계셨어요. 우리는 원칙적으로 작가들이 다 행사장에 나와 있어요. 자기 작품 근처에 나와 있는 게 원칙이에요. 누구 작품이 팔리든 서로 응원하고요. 여성분은 본인이 최종 결정을 했을 때 작가 옆에 있는지 몰랐는데, "이걸로 할게요."라고 하는 순간, 갑자기 작가가 소리를 지르면서 방방 뛰는 거예요. 자기 작품 태어나서 처음 팔렸다고. 그걸 보더니 사는 사람도 나 처음 사는 거라고 방방 뛰고 같이 좋아하시는 모습이 엄청난 감동이었어요. 게다가 작품을 구입하신 분들께는 집집마다 배송을 하고 직접 설치해 드려요. 작품은 일반 제품과 달라서, 작가나 관계자가 고객과 일대일로 이야기할 수있는 기회를 가질 수 있거든요. 이런 식으로 새로운 관계가 형성되는 걸 보는 과정이 정말 인상적이죠.

Q. 에이컴퍼니에서 다루는 예술작품은 그림에 한정되어 있나요?
사진, 패션, 디자인 등 특별한 제한을 두지 않고 다 포함해요. 다만 사진이나 디자인, 공예는 클라이언트가 있는 경우가 많은데, 의뢰를 받은 건 순수예술이 아니라고 판단해서 제한을 둡니다. 작업 자체는 상당히 다양해요. 섬유와 패션, 미술 전공을 결합한 작가가 천으로 책을 만드는 경우도 있었고요. 도자기로 일회용품을 만든 분도 계셨어요.

예술가와의 협업을 넘어 라이프스타일의 안내자로
예상했든 예기치 않았든, 작가와 함께하는 에이컴퍼니의 사업은 꾸준히 새로운

가치를 만들어 내고 있다. 단순히 작품을 판매해 주고 수수료를 받는 관계를 넘어 '예술가로서 어떻게 살아갈지'를 함께 고민하는 동반자로 역할하고 있기 때문이다. 예술, 예술가에 대한 복지가 항상 뒷전이 되는 우리나라에서 이제 움트는 새싹 예술가들을 위한, 이보다 든든한 조력자도 없을 것이다.

Q. 미나리하우스에 대해 소개해주세요. 작가가 게스트하우스의 호스트인 동시에, 작업실로 그 공간을 쓰도록 하는 프로젝트라고 들었습니다.

사무실만 있고 우리 공간이 없다 보니 늘 공간에 대한 갈증이 있었어요. 게다가 작가들은 작업실 문제가 심각하죠. 작품 전시, 판매를 위해 갤러리를 열기에는 차별성도 없고 월세도 비싸서 색다른 걸 생각하다가 고안했어요. 말씀하신 대로 이상적인 건 예술가가 여기서 작업도 하고 하우스키핑도 돕는 구조였어요. 근데 그러기엔 규모가 너무 작더라고요. 그리고 예술가들이 자기 작업만 열심히 해도 여러 사람들과 만나고 소통할 수 있어요. 작가들 또한 자극을 받아야 영감을 받고요. 젊은 예술가들에겐 세상을 알고 소통하는 게 필요하잖아요. 그래서 사람들을 만나는 작업실로 역할을 살짝 틀었죠. 우리는 전시하고요. 숙박을 하는 이유는 해외 여행자들에게도 우리나라 아티스트를 소개하고 싶었기 때문이에요.

미나리하우스

여행자를 위한 게스트하우스와 하우스 갤러리를 결합한, 주민이 함께 어울릴 수 있는 복합문화공간. 2014년 10월 기준 지하철 혜화 역에서 도보로 7분 거리에 있으며, 냉난방 시설과 무료 Wi-Fi 인터넷을 갖춘 객실을 보유하고 있다.

Q. 미나리하우스가 대학로에 자리 잡고 있지요?

네. 이곳이 처음엔 엄청 허름했어요. 여기를 주말에 개방하다 보니 자연스럽게 동네 사람들이 오고. 그러다 보니 주민과의 호흡이 되면서 마을기업이 되고, 숙박을 한다고 하니 공유기업 모델로 봐주시는 분들도 계시고(웃음). 덕분에 우리도 작가들도 좀 더 사람들을 생각하게 되었어요. 미나리가 마을 사람들에게 무슨 기여를 할 수 있을까를 고민하게 된 거죠. 그러면서 자연스럽게 우리의 의식이 전환되기도 하는 것 같아요.

Q. 각 사업분야가 매출에 어떤 영향을 끼치나요?

미나리하우스는 아직 마이너스예요. 하지만 그 이상으로 얻는 가치가 있다고 판단해서 본격적으로 더 키워갈 생각입니다. 브리즈 아트페어는 앞으로 더 잘 될 것 같.. 그랬으면 좋겠어요(웃음). 아트 컨설팅은 서울문화재단 공공미술 프로젝트를 같이 하는 경우나 기업에서 공간에 관한 수요가 오면 진행하는 건데요. 쉽게 말해 기업 건물에 걸어둘 작품을 추천해달라든지 하는 식이에요. 컨설팅 쪽에서 수익이 많이 나는 편이죠. 주어진 일을 충실히 하다 보니 의뢰가 오는 것 같아요. 전반적으로 이제 다시 막 시작하는 단계예요. 미술 쪽은 워낙 고객이 쌓여가는 분야라 해가 갈수록 올라는 가는데 더디거든요. 10년은 더 쌓아야 하지 않을까요?

Q. 에이컴퍼니가 사람들에게, 사회에 어떤 역할을 하길 원하시나요?

사람들이 처음 그림을 살 때 어디서 사야 할지 전혀 몰라요. 에이컴퍼니를 통한 작품 구매가 아직 미미하지만, 여기서는 믿고 살 수 있다는 인식을 주고 싶어요. 또 요즘은 예술가의 사회적 역할을 화두로 삼고 있어요. 사람들은 자기가 좋아서 예술을 하는 건데 왜 지원해야 하느냐고 하지만 사실 그렇지 않아요. 우리나라 청년으로서 이걸 하고 싶

어 졸업을 했으면 기회는 주어져야 한다고 봐요. 꼭 스타 작가가 아니더라도, 작업하면서 행복하게 예술가로 살아갈 방법이 다양하거든요. 그 방법을 제시하고 싶어요.

셉테드(CPTED, 범죄환경예방설계)

CPTED는 Crime Prevention Through Environmental Design의 약자로, 범죄를 예방하는 환경적 설계를 의미한다. 도시건축적, 사회문화적 요소를 종합적으로 고려하는 설계로 감시, 접근통제, 공동체 강화를 기본 원리로 한다. 대표적인 사례로 서울 마포구 염리동의 소금길 프로젝트가 있다.

Q. 예술가가 작업을 하면서 지속가능하게 살아갈 방법이 다양하다고요? 어떤 방법인가요?

그중 하나가 예술가의 사회 참여적인 부분인데요. 에이컴퍼니는 사회의 모든 문제 해결에 예술가를 투입할 수 있다고 봐요. 예술가가 정신병원이나 지역재생 프로그램도 함께할 수 있고, 요리사랑 만날 수도 있어요. 작가들은 사회 곳곳에 스며들면 어떤 방식으로든 행복하게 자기 일을 하면서 살 수 있어요. 예술가들의 사회성이 높아지면 더 많은 것들을 할 수 있고요. 이를 위해 정책제안이든 뭐든 힘을 실어 주는 게 사회적기업가의 책임이라고도 생각해요. 회사 차원에서는 셉테드(CPTED, 범죄예방환경설계)와 관련한 연구를 같이 하자는 제의도 받고 있어요.

'무엇'에서 '어떻게'로, 주변에서 본질로 벼는 익을수록 고개를 숙인다. 창업 5년차를 앞둔 정 대표는 시간이 지나고 사업이 커질수록 더욱 본질에 가까워지려 한다. 그게 예술가의 삶을 위한 중심이든, 사람과 조직을 향한 가장 순수한 마음이든. 또 다른 5년 후, 에이컴퍼니는 어떤 존재가 되어 있을까.

Q. 대표님은 어떻게 에이컴퍼니를 창업하게 되셨나요?

사실 전공이 예술 쪽은 아니에요. 지방에 살았기 때문에 미술전시를 볼 일도 거의 없었고요. 대학 때부터 감상자로서 미술을 좋아했죠. 2006년은 (거품이긴 했지만) 미술 시장이 호황이었는데, 당시 저는 증권 관련 방송일을 했었어요. 미술품 투자 관련 뉴스를 많이 접하게 됐는데 누구는 블루칩 작가, 누구는 옐로칩이라고 하는 게 주식시장과 똑같았죠. 나는 감상만 했는데 미술도 시장이라는 게 있고 사고 팔 수 있다는 게 너무 신기하고 흥미로웠어요. 미술 시장에 관련된 책도 찾아 읽다 보니 이쪽에서 일해보고 싶은 생각이 들더군요.

Q. 그래서 하시던 일을 그만두게 되셨군요.

고민하던 시점에 한 젊은 컨설팅 회사에서 국내외 미술 시장 리서치 업무를 하게 됐어요. 딱 좋은 기회였죠. 회사를 통해 경영학적 지식도 주워들을 수 있었고, 세미나나 포럼, 경매 등 현장도 많이 다닐 수 있었어요. 본격적으로 사업을 시작하면 제가 실무를 하려고 했는데, 2008년 즈음 미술 시장의 거품이 꺼지기 시작해서 결국 시작을 못 했어요. 게다가 1년 넘게 조사한 결과가 미술 시장은 결국 돈 벌기 힘들다는 거였죠(웃음). 그렇다고 기존 시장의 방법대로 가자니 쿨하지가 않아서 그냥 놓으려고도 했었는데, 이미 저는 그때 미술 시장에 너무 매료된 거예요. 한편, 리서치하면서 만났던 작가들을 인터뷰해서 아티스트 팬클럽이라는 카페를 만들어 한 달에 한 번씩 소개했었어요. 호응이 좋았죠. 뭔지는 모르겠지만 신진 작가들을 위한 일을 하고 싶다는 생각을 했어요. 인터뷰하면서도 지원과 응원이 필요하다고 많이 느꼈고요. 결국, 컨설팅 회사 일은 그



만두고 제가 하고 싶은 걸 하게 됐어요. 그렇게 아티스트 팬클럽으로 2010년에 씨즈체인지메이커로 사회적기업으로서의 행보가 시작된 거예요.

Q. 사업을 꾸려온 지 벌써 5년차가 다 되어가시는데요. 그간 형성된 대표님만의 경영 철학이 궁금합니다.

거창한 철학은 없어요. 다만 신뢰가 중요하다고 생각해요. 그러려면 우리가 먼저 행복하고 일도 제대로 해야해요. 창업 초창기엔 회사에 대한 생각은 없었어요. '어떤 방식으로 일을 해야 하지?'는 생각하지 않고, '어떤 아이템이 사회적 가치가 높지?'만 생각했죠. 저도 준비가 안 되어 있었어요. 카이스트 사회적기업가 MBA를 다니게 된 것도 큰 고민 없이 조직을 운영한다는 것에 대한 두려움과 책임감 때문이었어요. 빨리 성장하는 것보다는 제대로 해야한다고 생각했죠.

Q. 후배 사회적기업가들을 위한 조언을 해주신다면요?

사회적기업이 취약계층에게 뭔가를 주는 거라고 생각하는 분들이 많은 거 같아요. 제게 사회적기업은 윈-윈하는 거예요. 직원, 예술가, 구매자 등 각 이해관계자가 같이 조금씩 더 좋은 방향으로 가도록 하는 게 사회적기업의 역할이라고 봐요. 간단히 너도 좋고 나도 좋은 거죠. "당분간은 경제적인 가치만 생각하려고요."라고 말하는 친구들이 있는데요. 그걸 분리하는 게 위험한 것 같아요. 사회적기업을 거창하게 생각하고 미션과 현실을 분리해서 되려 부담을 가지고 가치를 말하기보다는, 사회를 걱정하며 상식적으로 살아가는 게 중요하다고 봅니다. 오히려 분리해야 할 것은 일과 삶이죠.

카이스트(KAIST) 사회적기업가 MBA

사회 문제를 해결하는 동시에 수익을 창출할 수 있는 혁신적 소셜벤처 창업 및 경영 역량을 갖춘 인재 양성을 목표로 2013년 SK와 카이스트가 공동으로 개설한 2년 전일제 경영전문 석사과정이다.

07

오마이컴퍼니 **성진경** 대표



뭉치면 살고 흩어지면 죽는다. 다르게 말해 흩어지면 크게 의미 없는 것들이 뭉침으로서 어마어마한 효과를 낼 수 있다. 오마이컴퍼니는 작지만 많은 사람들의 힘을 믿는다. 그리고 사람들의 응원을 모을 수 있도록 플랫폼을 제공한다. 필요한 곳에 돈이 흐르게 하는 오마이컴퍼니와 흐를 자원을 제공하는 크라우드(crowd)는 지금 우리가 서 있는 사회를 조금씩 바꾸어 나가고 있다.

“더 나은 사회를 위한 크라우드 펀딩”

10만 국민에게 기억의 메시지를 남기다
전국민에게 충격과 아픔의 기억으로 남은 4월 16일, 오마이컴퍼니는 그들이 할 수 있는 일을 찾았다. 이날을 잊지 않을 수 있는 팔찌를 만들어 최대한 많은 이들과 나눈 것이다. 오마이컴퍼니에게 크라우드 펀딩 플랫폼은 그런 의미다. 필요한 곳에 관심이 가게 하고, 필요한 프로젝트에 돈이 흐르게 하는 것이다.

Q. 오마이컴퍼니에 대해 간단히 소개해 주세요.
오마이컴퍼니는 사회적 경제 조직들을 위한 크라우드 펀딩 플랫폼을 운영하고 있습니다. 저희 웹사이트에 사회적기업, 사회적기업 창업팀, 협동조합과 같은 조직의 프로젝트를 올리고 크라우드 펀딩을 통해 프로젝트가 실제로 진행될 수 있도록 돕는 일을 하죠. 저희는 크라우드 펀딩 플랫폼이 그냥 인터넷 사업이 아닌, 사회적 금융의 역할을 한다고 보고 있습니다. 일반적으로는 수익률이 높은 곳으로 돈이 가는데, 저희는 플랫폼을 통해 작게나마 돈이 정말 필요한 곳, 사회를 긍정적으로 변화시킬 수 있는 곳으로 갈 수 있도록 채널 역할을 하고자 노력하고 있습니다.

Q. 오마이컴퍼니는 언제부터 시작되었나요?
2011년도에 1기 육성사업 창업팀으로 시작했고요. 플랫폼 사이트는 2012년 5월에 열었습니다. 지금까지 120여 건의 프로젝트가 저희 사이트를 통해 소개되었어요. 그 중 80% 정도가 사회적 경제 조직들의 프로젝트입니다. 법인 설립은 2012년 9월에 했어요. 그러면서 예비사회적기업, 혁신형사회적기업이 되었고, 현재는 사회적기업 인증을 준비하고 있습니다.

Q. 사회적기업이라는 타이틀이 사업에 도움이 되실 것 같아요.
맞아요. 초창기엔 크라우드 펀딩을 모르는 분들이 많았고 사업경력이 얼마 없었기 때문에 프로젝트를 제안하면 대부업체라고 오해하시기도 했어요(웃음). 혁신형사회적기업 타이틀을 달기 시작하면서 일정 부분의 공신력을 확보하게 된 게 사실입니다. 펀딩에 참여하는 분들에게도 더 믿음을 줄 수 있었죠.

Q. 120여 건의 프로젝트를 진행했다고 하셨는데요. 가장 성공적이었던 프로젝트는 무엇인가요?
금액 측면에서 가장 성과가 좋았던 건 희움(블루밍)에서 했던 위안부 역사관 건립을 위한 펀딩 프로젝트였어요. 리워드로 맨투맨 티셔츠를 보냈죠. 창업 이후 2014년 9월까

크라우드펀딩(crowd funding)
‘대중으로부터 자금을 모은다.’는 뜻으로 소셜미디어나 인터넷 등의 매체를 활용해 자금을 모으는 투자 방식을 말한다. 대표적인 예로 자금이 없는 예술가나 사회활동가 등이 자신의 창작 프로젝트나 사회공익프로젝트를 인터넷에 공개하고 익명의 다수에게 투자를 받는 경우를 들 수 있다. 목표액과 모금기간이 정해져 있고, 기간 내에 목표액을 달성하지 못하면 후원금이 전달되지 않기 때문에 창작자는 물론 후원자들도 적극 나서 프로젝트 홍보를 돕는다. 투자자 입장에서는 수만 원 내지 수십만 원 등 적은 금액으로 투자할 수 있기 때문에 부담이 없다.

나눌수록 좋은 것

100,000개

오마이컴퍼니에서 기획제작한 '세월호 나눔팔찌'가 나누어진 수

지 펀딩 누적 금액이 총 6억3천만 원 정도인데요. 이 중 1억7천만 원 정도의 자금이 희움 프로젝트에서 모였어요. 단일 규모로는 제일 컸죠. 참여 인원 수가 제일 많았던 건 세월호 나눔팔찌 캠페인이었어요. 2만6천 명이 참가해 주셨고, 총 10만 개의 팔찌를 제작하여 나눠드릴 수 있었지요.

Q. 곳곳에 이 나눔팔찌를 한 분들이 보이는데요. 세월호 나눔팔찌 프로젝트는 어떻게 시작된 프로젝트인가요?

지인인 성공회의 김현호 신부님께서 세월호 사건을 계속 기억하고 잊지 않는 것이 중요할 거 같다며 팔찌를 제작해서 기억할 수 있도록 하면 어떻겠냐는 제안을 주셨어요. 처음에는 뜻있는 분들의 후원으로 제작했고, 신청하는 분들에게 무료로 나눠 드렸어요. 반응이 무척 좋았죠. 그래서 2차에서는 펀딩 페이지를 열어 자금을 모았어요. 그 수익금으로 팔찌를 다시 제작해서 참여자분들, 신청자분들과 나누었어요. 단원고의 생존 학생들이 팔찌를 차고 다니면서 알려지게 된 부분도 큽니다. 생존자 가족분으로부터 팔찌를 나누고 싶다는 연락을 받았거든요. 조심스러운 부분도 있고, 팔찌를 판매하는 방식은 아니라고 생각해서 나눔을 위한 후원금을 모집의 형태로 진행했던 겁니다. 내년 1주기 때까지는 꾸준히 진행할 계획이에요. 더불어 전국 10개 지역의 사회적기업이나 사회적기업이 운영하는 카페와 연계해서 신청자가 직접 찾아갈 수도 있도록 했어요. 그렇게 나눔처를 지정한 것도 반응이 좋았어요. 귀찮은 일일수도 있는데 카페에서도 흔쾌히 동참해 주시기도 했고, 그 덕에 1,000~2,000개의 팔찌를 나눈 카페들도 알려질 수 있게 됐죠. 앞으로도 세월호 나눔팔찌를 나눌 때에는 지역거점을 활용할 생각입니다.

Q. 수익사업이라기보단 오마이컴퍼니의 사회공헌 사업이었군요.

네. 오히려 덕분에 저희가 많이 알려지기도 해서 감사하게 생각하고 있습니다.

힘든 시기에 찾아온 새로운 기회

플랫폼 사업은 처음도 끝도 얼마나 많은 사람들이 모이느냐가 관건이다. 하지만 너도나도 온라인 상에 새로운 공간을 끊임없이 만드는 무한 경쟁 속에서 이는 결코 쉬운 일이 아니다. 오마이컴퍼니도 그 어려움에 봉착했다. 그리고 그때 발견한 새로운 비즈니스는 기존 사업의 안정적인 확장판이 되었다.

Q. 크라우드 펀딩 프로젝트를 선정하여 업로드하는 특별한 기준이 있으신가요?

일단 어떤 조직에서 저희에게 신청을 하시면, 저희가 찾아가서 프로젝트 계획을 함께 조율합니다. 프로젝트가 매력적이고 간결하면서도 사람들의 공감을 얻어내는 게 중요합니다. 거기에 초점을 맞추는데 그건 업체마다 편차가 있어요. 다른 한편으로는 크라우드 펀딩이 기부와는 달라서 참여자들에게 리워드가 가잖아요. 이 리워드 설계에 대해 많은 논의를 해요. 이 회사를 지지해주시는 열성 지지자분들께는 아낌없이 드려야 하거든요. 정리하자면 기부 성격이 강한 프로젝트는 공감대를 일으키는 방법으로, 그렇지 않은 경우는 리워드의 매력을 높여서 홍보합니다.



Q. 오마이컴퍼니에서 플랫폼 이외의 사업도 진행하고 계신가요?

교육, 컨설팅 사업도 진행하고 있어요. 작년 10월경에 처음으로 자체 주관으로 사회적 기업 창업팀 크라우드 펀딩 대회를 했었는데요. 8개 창업팀을 선발해서 영상을 제작해 주고 크라우드 펀딩에 참여하도록 했었죠. 반응이 좋아 이후에 중간조직과 연계해서 이런 형태의 대회들을 많이 하게 됐어요. 그때 필요한 게 교육과 컨설팅입니다. 크라우드 펀딩은 프로젝트를 제안하는 사람이 직접 자금과 지지자를 모아야 하기때문에, 이에 관한 교육이 필요하거든요. 매력적인 프로젝트를 만들기 위한 컨설팅도 필요하고요. 예로 동그라미재단에서 키운 일곱 개의 로컬챌린지 창업팀들을 대상으로 프로그램을 진행하고 있고요. 교육도 진행하고 개별적으로 업체를 만나 컨설팅하고, 펀딩한 후 자금 지원까지 함께하고 있죠.

Q. 플랫폼 사업과 교육, 컨설팅 분야가 무관하지 않네요.

네. 플랫폼을 생각할 때에도 중요한 사업인 것 같아요. 사실 좋은 프로젝트를 발굴하는 것도 어렵거든요. 처음에는 일일이 찾아다니거나 지인을 통해서 진행했었어요. 교육, 컨설팅 사업은 중간조직을 연결해서 하니까 한꺼번에 많은 프로젝트를 발굴할 수 있고 컨설팅을 통해 다듬어서 런칭할 수 있어서 저희는 발굴에 대한 부담이 많이 줄죠. 사업을 수행하면서 비용을 받으니 훨씬 더 좋고요. 본래는 수수료 기반의 수익구조였다가 올해에는 매출 상에서 교육, 컨설팅 비중이 많이 높아졌어요.

Q. 매출규모를 여쭤봐도 될까요?

2012년은 9월에 설립되었는데 500만 원 정도의 손실이 있었고요. 2013년에는 5천만 원 정도의 손실이 있었어요. 매출은 3천5백만 원 정도였고요. 올해에는 매출이 1억

동그라미재단

구 안철수재단으로, '모두에게 기회를'이라는 미션 아래 누구에게나 공평한 기회가 주어질 수 있도록 '기회와 나눔의 네트워크'의 역할을 하는 것을 목표로 하는 민간재단이다. 기존의 시스템에서 변화되기 어려운 부분, 지원사업이 잘 이뤄지지 않는 부분에 주로 초점을 맞춰 사업을 진행하고 있다. 2014년 현재 교육지원사업, 창업지원사업 등 2개의 지원사업과 나눔문화 활성화를 위한 1개의 온라인 플랫폼을 운영하고 있다.





4천만 원 정도 됩니다. 플랫폼 수수료와 용역 매출을 합산해서요.

Q. 올해에 좋아져서 정말 다행이네요. 그럼 앞으로도 교육, 컨설팅이 강화될까요?
올해는 교육, 컨설팅에 주력했지만, 내년에는 플랫폼의 역할을 다시 강화할 예정이에요. 북펀딩이라는 걸 준비하고 있는데요. 포털 사이트의 책 코너에서 7명의 작가가 신작을 연재하면 마지막 달 즈음에 책 발간을 위한 크라우드 펀딩을 하는 거예요. 작가 사인이 담긴 책을 리워드로 준다든지 하는 부분을 구상하고 있어요. 또 소셜렉쳐라고 유명한 교수님들이 재능기부 형태로 제공한 강의를 테마 별로 10개 강좌로 설정해서 펀딩을 하고, 수익금은 학교 밖 청소년들의 책 읽기 수업에 쓰이게 하는 프로젝트도 준비 중이에요. 기대하셔도 좋아요.

돈이 되는 곳이 아닌, 돈이 필요한 곳으로
법인 설립 3년차로 접어들면서 오마이컴퍼니는 적잖은 경험을 쌓아왔다. 사업 전략은 물론 구성원도 크게 바뀌었고, 조직을 운영하는 성 대표의 인사이트 또한 한 단계 업그레이드 되었다. 단 하나 꼭 그대로인 건, 처음이나 지금이나 돈이 필요한 곳에 돈이 흐르게 한다는 오마이컴퍼니의 사명이다.

Q. 대표님은 창업 전에 어떤 일을 하셨었나요?
증권회사에서 애널리스트로 10년 정도 근무를 했었습니다. 주식시장에서 전망 좋은 상품을 추천하는 일을 했죠. 그러다 어느 순간 사회에 의미 있는 일을 하고 싶어졌어요. 사실 주류 주식시장은 돈이 많아야 돈을 벌 수 있는 곳이에요. 어떤 일을 하는지가 아닌, 수익성이 회사의 가장 중요한 판단 기준이죠. 경제 양극화의 주범이에요. 저는

돈이 되는 곳이 아니라 돈이 필요한 곳에 돈이 흘러가게 해야 한다고 생각했어요. 그래서 2011년부터 성공회대 사회적기업가 과정을 밟으며 준비했습니다. 당시만 해도 주변에서 용감하다고 해서 칭찬인 줄 알았어요(웃음). 무모하다는 의미가 담겼다는 걸 나중에야 깨달았죠.

Q. 회사를 운영해 오시면서 어떤 때, 어떤 면이 가장 힘드셨어요?

2년 차였던 2013년이 가장 힘들었어요. 기반이 없는 상태에서 회사를 유지해야 하는데, 비용이 계속 들어가니까요. 프로젝트 발굴도 힘들고 투자자들을 구하기도 어려웠죠. 작년 9월까지는 정말 사막 위에 플랫폼을 지은 듯이 막막하다는 느낌이 컸어요. 다행히도 10월에 크라우드 펀딩 창업팀 대회를 하고 11월에 희움 펀딩을 진행하면서 살 길이 열린 거죠. 회원도 많이 늘고요.

Q. 오마이컴퍼니의 멤버는 어떻게 구성되어 있나요?

상근하는 직원이 일곱 명입니다. PM이 세 분이고요. 금융연구 쪽 실장님이 한 분 계시고요. 이분이 교육, 컨설팅을 맡아주세요. 그리고 한송이 이사님이 플랫폼을 운영해주시고, 나머지 한 분은 아까 말한 농사펀드에 들어가 계세요. 개발자와 디자이너는 비상근으로 일하고 계시고요. 한송이 이사는 창업팀 때부터 같이 했었고, 대학 때 알게 된 오랜 인연입니다. 나머지 인원은 올해 3월에 처음 실시한 공채로 채용했어요. 너무 훌륭한 분들이 지원을 해주셔서, 본래 한 명 뽑으려고 했었는데 네 명이나 뽑았죠.

Q. 3, 4년 차 기업의 대표님들은 조직에 대한 고민도 많으신 것 같아요.

아는 사람들끼리 창업을 했었는데 구성원이 많이 바뀌었어요. 올해에 처음으로 공채를 통해 채용한 계기도, 알음알음해서 같이 일했는데 잘 맞지 않는 경우가 있었기 때문이에요. 1월에 새로 왔던 친구도 일은 열심히 했는데 3개월쯤에 다른 조직에서 오퍼가 왔다고 가더라고요. 하고 싶은 걸 한다니 잡을 수는 없죠. 그리고 나서 생각해보니 이 친구랑 정말 일만 열심히 한 거예요. 이렇게 하면 안 되겠다 싶더라고요. 일하는 게 즐거운 걸 넘어서, 같이 있는 게 즐겁고 행복해야 하는 것 같아요. 그래서 신입사원 분들 데리고 제주도로 2박 3일로 워크숍을 다녀왔는데 반응이 되게 좋았어요. 여행도 하고 사회적기업도 만나고 사업도 구상하면서 알찬 시간을 보냈죠. 분기마다 영월, 정선, 태백, 춘천도 다녀왔고요. 내년에는 연해주로 가서 해외로 고려인 정착촌인 바리의 꿈도 방문해 볼 생각입니다.

Q. 오마이컴퍼니가 사회적으로, 그리고 사람들에게 어떤 의미로 남길 원하시나요?

꿈이 있는 사람들이 그걸 못하는 이유가 돈 때문이라고 말할 때, '그럼 오마이컴퍼니에 가봐'라고 얘기할 수 있는 기업이 되면 좋겠어요. 무엇보다도 우리 사회를 더 좋은 사회로 만들고 싶은 사람들이 돈 때문에 그걸 못 하는 일은 없었으면 좋겠습니다. 정말 돈이 필요한 곳에 돈이 흐르게 하는 길잡이가 되고 싶어요.

바리의 꿈

바리데기 신화 속 바리공주의 이름을 따서 만들어진 바리의 꿈은 러시아 연해주 동북아평화기금 고려인 정착지원 사업과 함께한다. 동아시아에서 가장 청정한 땅인 연해주 생산지에 고려인 생산자 협동조합을, 한국에서는 건강한 먹거리를 지향하는 소비자 협동조합을 만들어가고 있으며 NON-GMO 유기농 제품만 생산하고 공급한다.

08

토닥토닥협동조합
이영희 대표



토닥토닥 협동조합의 이영희 대표는 사람의 마음을 하나의 밭으로 본다. 아무리 좋은 씨앗을 심더라도 밭이 좋지 않으면 싹을 틔우고 꽃을 피울 수 없기 때문이다. 유독 우울증을 비롯한 각종 정신 질환으로 고통받는 사람들이 많은 현시대에 상담을 통해 사람의 마음 밭을 돌보는 작업은 한 사람을 살리는 일이다.

“사람의 마음밭을 돌보는 심리상담 협동조합”

누구에게나 상담이 필요하다

심리상담 카페 토닥토닥은 상담의 문턱을 낮추기 위해 이영희 대표가 직접 설문조사를 통해 개발한 새로운 형식의 상담소이다. 보다 저렴한 가격에 편안한 마음으로 자기 마음을 털어놓게 하자 돌아온 사람들의 반응은 뜨거웠다. 덕분에 이영희 대표는 자신이 품었던 생각을 다시 한 번 확신할 수 있었다. ‘누구에게나 상담이 필요하다.’

Q. 안녕하세요 이영희 대표님, 먼저 토닥토닥을 간단히 소개해주시겠어요?

토닥토닥은 사람의 마음 밭을 돌보는 심리상담 협동조합입니다. ‘누구에게나 상담이 필요하다’는 슬로건 아래 현재 대구 경북지역 2곳에 토닥토닥 심리상담 카페를 운영하고 있어요. 마음에 짐이 있는 사람이라면 누구나 토닥토닥을 찾아와 자신의 이야기를 털어놓고 위로와 희망을 받아 가길 바랍니다.

Q. 누구에게나 상담이 필요하다는 건 무슨 의미인가요?

최근에 방송인 김제동 씨가 티비에서 자기가 살면서 가장 잘한 일은 연예인이 된 것도 아니고 무언가 다른 일을 한 게 아니라 상담을 받은 거란 말씀을 하셨어요. 그만큼 상담을 통해 자기를 돌아보는 시간이 필요하고 도움이 된다는 말이죠. 실제로 상담사인 저도 지금까지 100회 이상 다른 상담사에게 상담을 받았습니다. 상담은 자기 자신을 알아간다는 점에서 무척 의미 있는 시간이에요. 특히 요즘처럼 사람들 간에 관계가 무너지고 자기 얘길 털어놓을 곳이 없는 상황에선 더 더욱 요. 실제로 정신병동을 가보면 선천적 정신 질환자보다 문제를 쌓아두다가 악화되서 입원하시는 경우가 더 많아요. 이런 분들에게 상담이 예방책으로 작용할 수 있다고 보기 때문에 보다 많은 분에게 상담을 권해드리는 편입니다.

Q. 일반 사람들에게 상담이 어떤 역할을 한다고 보시나요?

상담은 일종의 자기 자신을 비추는 거울이에요. 대부분의 사람은 거울 속에서 자기가 보고 싶은 부분만 보려는 경향이 있습니다. 보고 싶지 않은 면들에 대해선 외면해버리는 것이죠. 하지만 그런 자세를 고수한다면 문제를 해결할 수 없어요. 그래서 상담사는 사람을 불편하게 만드는 직업이라고 봅니다. 감추고 싶은 문제를 꺼내어 보여주는 역할을 하니까요.

Q. 어딘가 사람들이 일반적으로 상담에 대해 가진 이미지와 다른 면이 있네요.

저는 처음 상담을 받은 사람이 집에 가서 두 다리 뻗고 잔다면 상담을 헛받았다고 생

토닥토닥은 어디에?

토닥토닥 협동조합은 각각 대구시 반월당과 경산시 영남대 앞에 자리잡고 있다.
1호점: 대구광역시 중구 봉산동 메트로프라자 16Gate F-123/124호
2호점:경북 경산시 압량면 부적리 387-8번지

상담받는 상담사

100번

일반적으로 다른 사람에게 상담을 받지 않는 다른 상담사에 비해 이영희 대표는 본인이 직접 100회 이상 다른 사람에게 상담을 받았다. 지금도 주기적으로 상담을 받는 이 대표의 이런 모습은 상담은 계속 이어져야 한다는 그의 주장을 뒷받침 하는 동시에 내담자의 이야기를 잘 들어주기 위해 자신을 충전하는 시간이 된다.



각해요. 자기 성장을 한다는 건 두렵고 낯선 일입니다. 그 과정을 지나지 않으면 문제를 해결할 수 없어요. 단 거울 속에서 문제만 보는 것이 아니라 가능성에 주목해야 합니다. 이 과정에서 상담사는 사람들을 격려하여 문제를 직면하고 가능성을 붙잡도록 돕는 역할을 하는 것이고요. 저는 상담사들에게 우리가 의사보다 더 중요한 사람이라고 말합니다. 암 선고를 받고 자살하는 사람은 없지만, 상담을 잘못 받고 뛰어내리는 사람은 있으니까요. 어떤 면에서 암보다 우울증이 더 무서운 병이라고 볼 수 있어요.

Q. 말씀하신 대로 우울증이 하나의 심각한 사회문제가 되고 있는 것 같아요. 이유가 뭐라고 생각하시나요?

딱 하나로 단정 지어 말하긴 어렵지만 결국은 관계의 문제라고 생각해요. 요즘 사람들을 보면 자기 자신에 대한 이해가 부족한 경우가 많아요. 예를 들어 남자친구를 만났을 때 자기도 모르게 짜증이 나는 경우가 있잖아요. 남자친구는 왜 짜증이 났느냐고 물어보는데 자기도 이유를 몰라요. 하지만 본인이 모르면 그건 아무도 모르는 일이에요. 자기 욕구와 감정을 모르다 보니까 상대와 관계도 어려워지고 또 다른 문제도 발생하는 겁니다. 그래서 저는 상담을 통해 자기감정을 이해하고 욕구와 갈망을 찾아 원하는 대로 행동할 수 있도록 도와줘요. 이 과정이 이뤄지면 대부분 자기 삶에 만족할 수 있습니다. 자연스럽게 관계 문제도 해결되고요.

Q. 이야기를 듣다 보니 저도 한 번 상담을 받아보고 싶어지네요. 하지만 아직 일반 대중이 상담에 접근하기엔 거리감이 있는 게 사실인 것 같아요.

토닥토닥이 카페 형태를 취한 이유가 바로 그 거리감을 줄이기 위해서입니다. 상담은 누구에게나 필요한 일인데 막상 주위 사람에게 상담을 받겠느냐고 물어보면 망설이는 경우가 많아요. 그래서 어떻게 하면 상담을 받을 것 같으냐고 설문조사를 했더니 카페 같은 공간에서 2, 3만 원대의 가격이면 좋겠다고 말하더라고요. 이 두 가지 조건을 반

영하여 문을 연 곳이 바로 토닥토닥 협동조합으로 누구나 편하게 상담을 받을 수 있도록 문턱을 낮춘 공간이라고 볼 수 있어요.

서로가 서로의 마음 밭을 돌보는 생태계
한 달에 한 번 정도는 자신을 위해 투자한다는 기분으로 맛있는 음식을 사거나 좋은 옷을 사 입듯이 이영희 대표는 내면에도 투자가 필요하다고 말한다. 혹자는 지나치게 상담에 의존하는 것 아니냐는 우려의 목소리를 내지만 이 대표의 생각은 다르다. 상담은 계속해서 이어져야 하고 그렇기 때문에 자신에게만 머무는 것이 아닌 주위 사람들, 공동체, 지역과 함께 나갈 필요가 있다.

Q. 그렇게 문을 열어보니 사람들 반응이 어땠나요?
거의 폭발적이었다고 할 수 있죠. 작년 한 해만 토닥토닥에서 상담을 받으신 분이 5천 명이 넘습니다. 특히 한 번 상담을 받으시면 주위에 적극적으로 권해주시고 30회에서 50회까지 재방문율이 높은 편입니다. 실제로 한 달에 제가 직접 하는 상담 횟수만 250회 정도로 새로운 내담자는 거의 받지 못하고 한 번 상담을 받으려면 2주 씩 기다려야 해요.

Q. 물건으로 치면 놀라울 정도의 충성도와 재구매율을 보인다고 할 수 있겠네요. 한편으론 지나치게 상담에 의존하는 게 아닐까 싶기도 하고요.
아까 저도 100번 이상 상담을 받았다고 말씀드렸던 것처럼 저는 상담이 한 번으로 끝나는 과정이 아니라 평생 이어지는 게 중요하다고 생각합니다. 마치 한 달에 한 두 번 밖에서 맛있는 음식을 사 먹으면서 몸보신을 하는 것처럼 정신력도 보강할 필요가 있다고 봐요. 일종의 자기 점검시간으로 볼 수도 있고요. 청소년기에 학업에 관한 상담을 받았다면 대학생 때는 진로와 취업에 관해서, 결혼하면 부부상담을 받고 자녀를 낳으면 부모의 역할과 자녀 교육에 대해 상담을 받는 식으로요. 상담 종류 역시 1대1로 이야기를 나누는 상담만 있는 게 아니라 드라마 치료나 음악치료, 미술치료 등 다양한 치료 기법을 도입하고 집단으로 상담을 진행하기도 합니다.

사이코 드라마 (psychodrama)
심리치료, 교육, 예방, 발달을 목적으로 즉흥극을 활용하는 상담기법이다. 일정한 대본없이 등장인물인 환자에게 어떤 역과 상황을 주어 그가 생각나는 대로 연기를 하게 하여 그의 억압된 감정과 갈등을 표출하게 하는 것으로 적응 장애를 고치는 방법으로 사용된다. 이 과정에서 역할 연기를 통해 자신이 상대역을 하고 상대방이 자신의 역할을 하는 식으로 역할을 교환할 경우 타인이 자기를 보는 것처럼 객관적으로 자신을 볼 수 있어 통찰이 쉬워진다.

Q. 다양한 상담 중 대표님께서 가장 초점을 맞추고 계신 분야는 어디인가요?
앞으로는 집단 상담을 더 확장해 나갈 예정이에요. 다양한 그룹을 만드는 작업을 해보고 싶어요. 예를 들어 남자에게 상처받은 여성들의 모임을 만들 수도 있고, 4, 50대 어머니들끼리 모여서 자기 자신을 찾는 시간을 갖는 식으로요. 집단 상담의 경우 서로 관계 맺기에 약한 사람이란 것을 내비치고 시작하기 때문에 이 안에서 좀 더 쉽게 관계 훈련을 할 수 있어요. 사실 대인관계로 어려움을 겪는 사람은 상담사와 아무리 많은 이야기를 나누더라도 밖에 나가서 관계를 맺기 어려울 수 있거든요. 그럴 때 나와 비슷한 상처를 지닌 사람들끼리 만나 서로 이해하고 품어준다면 훨씬 더 좋은 효과를 볼 수 있습니다. 궁극적으로는 대구 경북 지역 안에서 지역민이 서로가 서로의 마음을 돌보는 생태계를 만드는 게 목표입니다. 나아가서 상담 후원 체계도 마련하고요. 상담 후원체계는 일종의 상담 기부라고 볼 수 있는데요, 내가 상담을 통해 도움을 받고 삶이 변화되었

다면 여기에 대한 감사함으로 다른 사람도 상담을 받을 수 있도록 후원해주는 겁니다.

영남대 앞 하루 유동인구

50,000명

영남대 앞 하루 유동인구는 몇 명일까? 서울을 제외한 타 지방에 비해 유독 많은 대학이 자리잡은 대구경북 지역은 그만큼 대학생이 많이 거주하는 곳이기도 하다. 영남대 앞을 지나는 하루 유동인구만 5만명에 카페만 40개가 넘는다고 하니 더 이상의 자세한 설명은 생략해도 좋겠다.

Q. 혹시 다른 단체와 함께 운영하는 상담 프로그램도 있나요?

많죠. 가장 최근에는 지난 7월부터 9월까지 동그라미재단과 함께 두드림 멘토스쿨이란 이름으로 지방대 기 살리기 프로젝트를 진행했습니다. 혹시 서울 지역에 전문대를 포함해 대학교가 몇 개 있는지 아시나요? 여기 대구 경북지역에는 약 17개 정도 있습니다. 부산 지역이 채 10개도 안 되니 지방치고 어마어마하게 많은 숫자에요. 그런데 지방 청년은 수도권 청년과 비교하면 기회 측면에서 여러 가지로 소외를 받는 경우가 많아요. 진로나 취업에서도 무방비 상태이고요. 이런 학생들을 대상으로 취업 및 창업을 사회적 경제와 관련하여 교육을 했습니다. 또 대구 지역에 위치한 청소년 관련 사회적기업과 모여서 현실적이고 냉정한 진로 캠프를 진행한 적도 있습니다. 특히 돈에 대한 이야기를 많이 해줬어요. 실제 아파트값이 얼마인지, 한 달 생활비가 얼마 필요한지 등 세상의 냉정함을 알려줬다고도 볼 수 있죠. 그랬더니 학생들이 이제 왜 공부를 하고 돈을 벌어야 하는지 명확히 알겠다고 하더라고요. (웃음)

100세 시대에 가장 걸맞은 직업, 상담사
사람들에게 선한 영향력을 행사하는 사람이 되고 싶다는 꿈을 꽤 어렸을 때부터 꿔왔다는 이영희 대표. 어린이 방송 PD가 되어 현실을 왜곡하는 프로그램을 뜯어고치고 싶었지만, 구조상 불가능하다는 것을 깨닫곤 직접 한 사람 한 사람을 만나는 쪽으로 방향을 바꾸었다. 이를 위한 가장 효과적인 방법을 상담으로 보고 상담사의 길을 걸은 결과, 그는 지금 자신의 직업에 그 누구보다 만족하고 있다.

Q. 단순한 상담사를 넘어 멘토로서도 대표님의 역량이 대단하시네요.

아마 제20대의 다양한 경험 덕분이 아닐까 싶어요. 사실 저는 각종 공모전에서 입상만 50번 가까이 했습니다. 정말 할 수 있는 공모전이란 공모전은 다 도전해본 것 같아요. 동시에 실패도 정말 많이 했어요. 도전 자체를 500번 가깝게 했으니까요. (웃음) 그 과정에서 깨달은 게 있다면 저 자신이 엄청나게 뛰어난 사람은 아니란 점이었어요. 하지만 적어도 나는 실패나 도전을 두려워하지 않는 사람이란 사실을 배웠죠. 공모전 외에도 일반 회사와 방송국 등에서 실무 경험을 쌓기도 했고 군대도 공군 장교로 갔다 왔습니다. 이런 다양한 경험이 사람을 이해하는 폭을 넓혀주고 결국은 상담을 통해서 다른 사람을 도울 수 있는 기반이 되었다고 봅니다.

Q. 그렇다면 상담을 직업으로 삼아야겠다고 생각한 건 언제셨나요?

사실 원래 제 꿈은 방송국 PD였어요. 중학생 무렵 어린이 방송을 보는 데 온통 예쁘고 착한 아이들만 나오더라고요. 현실과 다르게 말이죠. 조금 뚱뚱하고 못생기고 성격 나쁜 애도 있어야 할 텐데 현실을 반영하지 않은 왜곡된 방송을 보면서 애들이 뭘 배울 수 있을까 싶더라고요. 그래서 제가 직접 어린이 방송을 제작하여 이런 점들을 다 뜯어고치고 싶었습니다만 방송 구조상 불가능하겠더라고요. 그렇다면 어떤 일을 통해서 사람들을 변화시키고 선한 영향력을 줄 수 있을까 고민해봤더니 가장 좋은 건 한 사람 한

사람을 직접 만나는 일이란 결론에 도달했습니다. 그래서 신문방송과 함께 심리학을 복수 전공하고 전문 상담사의 길을 걷게 되었네요.

Q. 동시에 사회적 협동조합을 통해 심리 상담 카페를 시작하신 이유가 있나요?
토닥토닥 협동조합이 시작한 목적이 사회적 경제 영역과 맞닿는 부분이 있다고 봤습니다. 사회적기업에 대한 깊은 이해가 있는 건 아니었지만 여러 가지로 협동조합 형태가 토닥토닥이 뜻을 모으기에 유리한 면이 많다고 생각했어요.

Q. 사회적기업가로서 대표님 자신과 토닥토닥 협동조합을 바라보면 어떠신가요?
사실 부끄럽기도 한 부분인데요, 협동조합 측면에서만 보면 저희보다 잘하고 계신 분들이 훨씬 많은 것 같습니다. 아직 부족한 부분이 많아요. 그래도 상담분야 사회적기업으로서는 잘하고 있지 않나 싶습니다. 수익도 안정적으로 내고 있는 편이고요. 저 자신을 보자면 사회적기업가보단 상담사로서 정체성이 더 강하다고 봅니다. 사실 주위에서 대표라는 사람이 사업을 해야지 직접 상담을 하고 있으면 어떻게 하느냐 말씀도 많이 하세요. 하지만 제 입장에선 직접 상담을 하지 않으면서 다른 일을 하는 건 의미가 없다고 봐요. 만약 둘 중 하나를 골라야 한다면 상담사로서 직접 사람들을 만나는 걸 택할 정도로요.

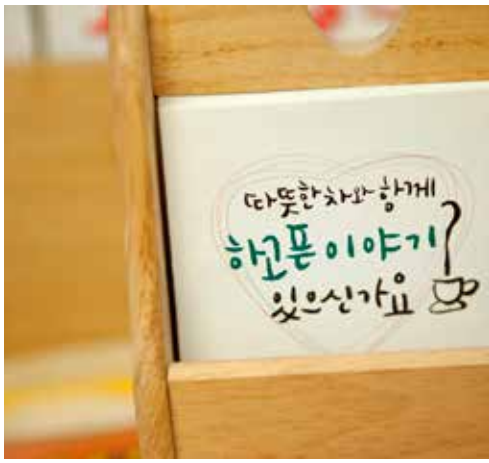
Q. 대표님을 보면 상담사란 직업에 대한 만족도가 무척 높으신 것 같아요.
맞아요. 저는 진심으로 상담사가 세상에서 제일 행복한 직업이라고 생각합니다. 돈을 벌면서 다른 사람에게 고맙다는 이야기를 들을 수 있고 제 자신도 보람을 느낄 수 있는 직업이 세상에 그렇게 많지 않으니까요. 또 나이가 들수록 경력이 인정되니 어찌 보면 100세 시대에 가장 걸맞은 직업이 아닐까 싶습니다. (웃음)

공모전의 달인

48회

20대 시절의 이영희 대표는 어떤 사람이었을까? 대학에서 신문방송학과 심리학을 복수전공한 것은 물론 삼성, 조선일보, 극동방송국 등 수많은 곳에서 실전 직무 경험을 쌓은 이영희 대표가 이 화려한 스펙을 갖고 토닥토닥을 시작한 것은 29살이었다니, 20대 시절 하루에 4시간 이상 자본 적 없다는 그의 말에 절로 수긍이 간다.





무엇이든 물어보세요.

성장에 대한 압박이 커요. 마음가짐을 어떻게 해야 할까요?

빨리 성장하는 것보다는 제대로 하는 게 중요해요. '어떤 방식으로 일을 해야 하지?'는 생각하지 않고, '어떤 아이템이 사회적 가치가 높지?'만 생각하다보면, 나중에 반드시 고민하게 되는 때가 옵니다. 창업 초창기라도 회사 자체에 대한 생각을 같이 가지고 가시길 권합니다.

사회적 가치와 경제적 가치를 다 가져가고 싶은데, 현실적인 문제로 고민하게 됩니다. 지속가능성을 위해 기간을 두고 경제적인 쪽에 집중하는 것에 대해 어떻게 생각하세요?

사회적기업이 취약계층에게 뭔가를 해주는 거라고 생각하는 분들이 아직 많은 거 같아요. 사회적기업은 윈-윈하는 거예요. 각 이해관계자가 다 같이 조금씩 더 좋은 방향으로 가도록 하는 게 사회적기업의 역할이라고 봐요. 간단히 너도 좋고 나도 좋고 인거죠. "당분간은 경제적인 가치만 생각하려고요."라고 말하는 친구들이 있는데요. 사회적 가치와 경제적 가치를 분리하는 게 위험한 것 같아요. 사회적기업을 거창하게 생각하고 미션과 현실을 분리해서 되려 부담을 가지고 가치를 말하기보다는, 사회를 걱정하며 상식적으로 살아가는 게 중요하다고 봅니다.

조직원들과 끈끈하게 지내는 방법 없을까요?

영국에 있는 협동조합이 조직의 심장은 식당이라고 말한 적이 있는데요. 돌아가면서 점심 요리를 해서 같이 먹어보세요. 당번을 정하고 당번은 자기가 하고싶은 요리를 하는 거예요. 그러면 커뮤니케이션 하기도 좋고 자연스러운 관계가 만들어집니다. 보상을 많이 하면 상관 없지만(웃음) 일만 열심히 하는 것보다는 이런 식의 자리를 만드는 게 직원 만족도를 높이는 것 같아요.

사회적기업을 하고 싶은데요. 조언 한 마디만 해 주세요.

요즘 사회적기업을 하고 싶다는 분들을 만나면, 왜 하고 싶은지에 대한 물음이 없어요. 사회적기업 이슈가 확산되고 지원 규모도 많으니 기회를 발굴하는 것 같아요. '나는 이런 능력이 있는데 지원해주니 해보자' 라고요. 사회적기업을 하기 전에 기업이 왜 존재해야 하는지를 많이 생각했으면 좋겠어요. 사실 에디슨도 처음부터 돈을 벌기 위해 전구를 만든 건 아니잖아요. 전화기도 소통을 좀 더 원활하게 하려고 만든 것일 테고요. 기업이 존재하는 이유는 사실 그거잖아요. 이런 걸 생각해보는 게 비즈니스를 하는 데에 좋지 않을까요?



어쩐지 혼자 창업하기가 두려워요. 혼자 창업하신 선배님들이 부러워요.

개인적으로 처음 사업을 시작할 때 공동창업을 권하는 편입니다. 둘 다 정답이 아니니까 성향이 다를 수록 좋다고 봐요. 한 명은 앞으로 나가고 한 명은 잡아 당기면서 중간에 합의가 이뤄지는 게 가장 좋은 경우가 아닐까 싶어요. 대표들이 외롭다는 말을 자주 하는 편인데 그럴 때 공동 대표라면 서로 공감할 수 있어 도움이 되지 않을까요? 서로 갈라서는 경우도 많지만 그게 당연하다고 봅니다. 초기 3년은 공동창업한 후 나중에 각자 갈 길 가는 게 자연스러운 것 같아요. 그러다 중간 관리자나 다른 멤버가 도와주면서 성장할 수도 있고요.

사람이 들고 나는데 있어서 불안함이 있어요. 사람이 많아져도 불안, 없어도 불안…. 어떻게 해야 할까요?

기업의 미션과 비전이 제대로 정립되어 있으면 누가 들어오든 이걸 바탕으로 일하면서 잘 쌓아갈 수 있다고 봅니다. 우선은 여기에 동의하는 사람이 들어오는 게 중요하고 일방적으로 어떤 미션을 세우는 것이 아니라 합의를 통해서 하나의 철학을 만들어가야 한다고 생각해요. 그렇게만 된다면 기업이 아무리 커져도 충분히 운영해나갈 수 있다고 봐요.

사회적기업 인증이 정말 중요한가요?

사회적기업 인증이중요한 게 아니라 소셜미션이 있는지 중요합니다. 오히려 사회적기업이라는 기준에 맞추면 테두리 안에 기대어 사는 게으른 사람이 될까 두려운 부분도 있지요.

부모님께서 창업하는 것을 극구 말리시는데…. 어떡하죠?

부모님들은 당연히 걱정이 많으세요. 하지만 부모님을 믿게 할 정도가 되어야 사업이 가능하다고 봅니다. 그 정도도 못하면서 사업하겠다고 우기는 건 고집 아닐까요? 부모님이 자랑스러워할 만큼. 그걸 목표로 삼으세요.



발 행 인 김재구
발 행 일 2014년 12월
발 행 처 한국사회적기업진흥원
(461-721)
경기 성남시 수정구 수정로 157 7,8층
홈페이지 www.socialenterprise.or.kr
www.svhub.net
페이스북 facebook.com/socialcube.kr
전화번호 031-697-7700
팩 스 031-697-7853

기획취재
촬영·편집
디자인
주식회사 베네핏
070-8762-1100

출 력 · 인 쇄
낮은문화사
02-2272-5584

*본 책자의 내용은 무단으로 전제할 수 없으며, 책자의 내용 및 활용에 관한 문의는
한국사회적기업진흥원으로 연락주시기 바랍니다.



나눔인



SUNLAB



더클린산업



섬나들이



우리동네사람들



이피큡

Social Challenger 30



이팝나무



이풀약초협동조합



청주마실



소셜핸디아트



춤추는 헬렌켈러



창의공작소



케이앤아츠



열린책장



힐링브러쉬



알로하아이디어스



길터여행협동조합



재주도좋아

비매품
03320
9 788996 996248
ISBN 978-89-969962-4-8