

한 손에 잡히는 사회적기업

A GUIDE TO SOCIAL ENTERPRISE 2018



한국사회적기업진흥원

CONTENTS

사회적기업 인증 현황 4

PART.01 사회적기업 개요

1. 사회적기업 이해	7
2. 사회적기업 연혁	8
3. 사회적기업 현황 및 통계 수치	10
4. 다양한 사회적경제 조직의 비교	12
info 사회적기업에 대한 오해와 진실	15

PART.02 사회적기업 인증

1. 인증이 필요한 이유	17
2. 인증 요건	17
3. 인증 절차	20
info 사회적기업 권역별 통합지원 기관	22

PART. 03 사회적기업 지원

1. 사회적기업 지원 개요	24
info '18년 사회적기업 정부 지원 한 눈에 보기	25
2. 정부 지원 부문	26
info '18년 「사회적기업가 육성사업」 창업지원기관 현황	34
3. 민간 지원 부문	35
4. 임팩트 투자 부문	38

PART. 04 사회적기업 유형

1. 일자리 제공형	41
2. 사회서비스 제공형	43
3. 혼합형	45
4. 지역사회공헌형	47
5. 기타형	49

PART. 05 사회적기업 우수사례

세어하우스 우주	52
뉴시니어라이프	60
농사펀드 (소셜벤처)	68
행복나눔마트협동조합	76
세진플러스	84
아시아공정무역네트워크	92
사회적협동조합 드림위드앙상블	100
민들레의료복지사회적협동조합	108
유스바람개비	116
에이컴퍼니	124

사회적기업 현황(2017. 12.)

2017년 12월까지 55차에 걸쳐



현재 **1,877** 개소 활동중

지역별 현황(개소)

서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	세종
324	91	65	111	99	50	68	316	105	84	91	118	94	123	85	43	10

설립경로별 현황

*설립경로 중복포함

예비사회적기업	자활기업	마을기업	장애인 직업장	농어촌공동체회사	사회적협동조합	기타
1,193*	173	39	142	9	188	454*

조직형태별 현황

비영리						영리		
민법상법인	비영리 민간단체	사회복지법인	영농(어) 조합법인	사회적 협동조합	기타법인 및 단체	상법상 회사	농(어)업 회사법인	협동조합
259 (13.8%)	93 (4.9%)	79 (4.2%)	86 (4.6%)	70 (3.7%)	3 (0.2%)	1,113 (59.3%)	56 (3.0%)	118 (6.3%)

사회적목적 실현 유형별 현황

일자리 제공형	사회서비스제공형	지역사회공헌형	혼합형	기타형
1,287(68.6%)	117(6.2%)	90(4.8%)	177(9.4%)	206(11.0%)

서비스 분야별 현황

문화, 예술	형소	환경	교육	사회복지	간병, 가사지원	관광, 운동	보육	보건	문화재	산림보전 및 관리	고용	기타
222 (11.8%)	191 (10.2%)	113 (6.0%)	153 (8.1%)	107 (5.7%)	95 (5.1%)	45 (2.4%)	13 (0.7%)	14 (0.7%)	8 (0.4%)	7 (0.4%)	5 (0.3%)	904 (48.2%)

예비사회적기업 현황 (2017. 12.)



현재 **1,193** 개소 활동중

부처형 예비사회적기업 현황

(2017년 12월 말 기준)

구분	농림축산식품부	문화재청	보건복지부	산림청	여성가족부	통일부	환경부	고용노동부	계
2017년	3	8	13	42	18	9	14	185	292

사회적목적 실현 유형

구분	지역사회공헌형	사회서비스제공형	일자리제공형	혼합형	기타형	계
지정수	30	12	21	3	226	292

지역별 현황

구분	서울	경기	인천	강원	광주	충북	충남	전북	전남	경북	부산	대전	대구	경남	제주	울산	계
지정수	122	36	4	13	12	9	16	14	11	4	17	8	6	7	5	8	292

조직형태

구분	민법상 법인	상법상 회사	비영리 민간단체	협동조합	사회적 협동조합	소비자생활협동조합	영농(어) 조합법인	농(어)업 회사법인	계
지정수	6	214	3	27	14	1	11	16	292

지역형 예비사회적기업 현황

구분	강원도	경기도	경상남도	경상북도	광주광역시	대구광역시	대전광역시	부산광역시	서울특별시
2017년	69	123	50	96	24	49	28	55	157
	세종특별자치시	울산광역시	인천광역시	전라남도	전라북도	제주특별자치도	충청남도	충청북도	전체
	7	30	48	38	44	19	29	35	901

PART. 01 사회적기업 개요

- 1. 사회적기업 이해
- 2. 사회적기업 연혁
- 3. 사회적기업 현황 및 통계 수치
- 4. 다양한 사회적경제 조직의 비교
- 5. 사회적기업에 대한 오해와 진실

1. 사회적기업 이해

1) 넓은 의미의 사회적기업

영리기업과 비영리조직의 중간 형태로 사회적목적을 우선적으로 추구하면서 재화·서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업·조직

(출처: 한국사회적기업진흥원 홈페이지)

Check Point 조금 더 쉽게 사회적기업 이해하기

“사회문제 해결을 우선시하는 이윤 창출 기업”이라고 이해하셔도 좋습니다. 지금 여러분이 생각하는 우리 사회의 문제는 무엇이 있나요? 여러분이 지금 떠올린 그 문제를 해결하려고 적극적으로 활동하는 기업이 있다면 “사회적기업”일 가능성이 높습니다.

2) 사회적기업의 법적 정의

취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 법에 따라 인증을 받은 자

(출처: 「사회적기업 육성법」 제2조제1항)

Check Point 고용노동부 장관의 인증을 받은 회사만 “사회적기업”인가요?

사회적기업을 직관적으로 이해할 때 넓은 의미로 이해해도 충분합니다. 다만 공식적으로 “사회적기업”이라는 명칭을 사용하려면, 고용노동부 장관의 인증을 받아야 합니다. 법적으로 정해진 사회적기업의 정의에 부합하지 않는 기업이 무분별하게 명칭을 사용하는 데서 오는 혼란을 방지하기 위함입니다. (「사회적기업 육성법」 제19조: 사회적기업이 아닌 자는 사회적기업 또는 이와 유사한 명칭을 사용하지는 아니 된다.)

Check Point ② “사회적기업”과 “예비사회적기업”의 차이는 무엇인가요?

“사회적기업”과 “예비사회적기업”의 결정적인 차이는 바로 “어느 기관(장)으로부터 승인을 받았는가?”라고 할 수 있습니다. 고용노동부 장관이 “인증”하는 기업은 “사회적기업”, 지방자치단체장이나 정부부처의 장이 “지정”하는 기업은 “예비사회적기업”이라 부릅니다.

2. 사회적기업 연혁

년도	내용
1990년대 초반	· 생산자 협동조합 등 지역주민 운동 등장
1997년	· 외환위기부터 적극적으로 논의된 사회적기업 1997년 외환위기를 시작으로 우리나라에서도 사회적기업에 대해 적극적인 관심을 두기 시작했습니다. 정부는 실업-빈곤 문제를 해결하기 위해 공공근로 및 자활, 사회적일자리 창출사업 등을 진행했습니다. 그러나 시민사회에서는 이러한 사업을 통해 창출하는 고용의 수준이 낮고, 지속가능하지 못하다는 비판이 제기되었습니다. (출처: 전국실업극복 단체인대 외, 2005)
	Check Point 초반, 일자리 창출로 주목받은 국내 사회적기업 국내 사회적기업은 "일자리 창출"이라는 핵심 목표를 중심으로 성장해왔습니다만, 최근 더욱 다양한 사회문제에 관심을 기울이며 성장하고 있습니다.
1990년대 후반	· 정부 「국민기초생활보장법」 제정 등 빈곤대책 강화 · 시민사회단체 설립 및 빈곤 극복 사업에 적극 참여
2003년 이후	· 노동부(고용노동부의 당시 명칭) 사회적일자리 창출사업 · 비영리민간단체가 사업 주체로 참여
2004년 이후	· 사회적일자리 사업의 한계점 노출 · 사회적기업 논의 시작
2005년	· 「사회적기업 설립 및 육성에 관한 법률안」 발의
2007년	· 「 사회적기업 육성법 」의 제정 외환위기 이후 시간이 지날수록 노동 정책에서 사회적기업은 중요한 쟁점이 되어갑니다. 그 결과 노동부는 시민사회와 자활정책연구 모임과 같은 일부 연구자들이 제안했던 사회적기업의 설립과 법적 지원에 대한 필요성을 적극적으로 검토하게 되며, 정부는 2007년 1월 「사회적기업 육성법」을 공포하고, 7월부터 시행했습니다.
	Check Point 외국의 법제화 현황은 어떤가요? · 국내에서 「사회적기업 육성법」이 공포되던 2007년의 유럽은 이미 "사회적 협동조합(이탈리아)", "사회적 목적 기업(벨기에)", "사회연대 협동조합(포르투갈)", "사회적 목적 협동조합(스페인)", "집단지 이익 협동조합(프랑스)", "지역사회이익 기업(영국)" 등 법제화가 진행되어 있었습니다.

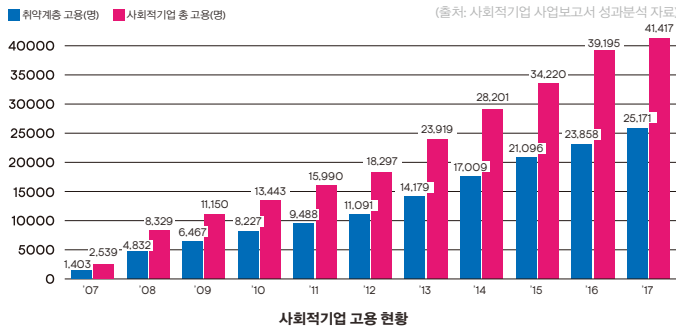
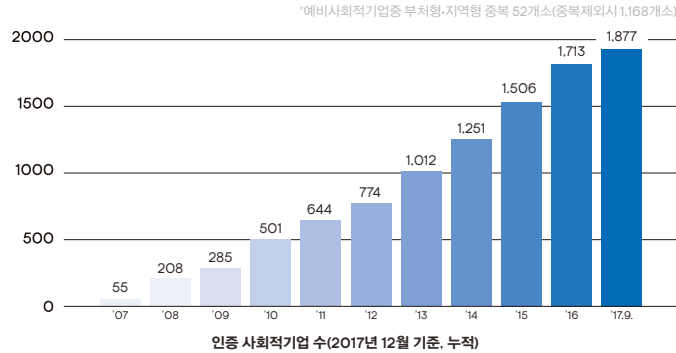
년도	내용
2008년	· 사회적기업 육성 5개년 기본 계획 시행 사회적일자리 사업을 사회적기업 육성을 위한 징검다리로서 (예비)사회적기업 일자리 창출사업으로 전환
2010년	· 사회적기업에 대한 간접지원방식(사업개발비) 확대 「사회적기업 육성법」 개정(취약계층 범위 확대, 한국사회적기업진흥원 설립근거 추가) 풀뿌리형 사회적기업 육성을 지역 시장 친화적 체계로 전환 결정 · 한국사회적기업진흥원 설립
2011년	· 지역형 예비사회적기업 지정제 실시
2012년	· 부처형 예비사회적기업 지정제 실시
2013년	· 제2차 사회적기업 육성 기본계획 시행
2016년	· 고용노동부 예비사회적기업 지정제도 신설
2017년	· 사회적기업 사업개발비 지원 대상 확대 사회적기업 이외의 다양한 사회적경제기업까지 사업개발비 지원이 가능하도록 재정 지원사업 지침 개정 ※ 사회적경제기업: 사회적기업, 예비사회적기업, 사회적협동조합, 마을기업 및 자활기업

3. 사회적기업 현황 및 통계 수치

1) 사회적기업의 양적·질적 성장

2007년 55개의 기업 인증을 시작으로 2017년 12월 기준 1,877개의 기업이 고용노동부 장관의 인증을 받아 활동 중입니다. 늘어나는 사회서비스 수요와 고용문제 해결 대안으로 사회적기업의 역할에 대한 기대가 높아지면서, 최근 사회적기업은 양적 성장을 넘어 자생력을 바탕으로 한 질적 성장 및 다양한 서비스 수요에 부응하고 있습니다.

※ 다양한 분야에서 새로운 유형의 사회적기업 모델을 적극 발굴하여 일자리 창출과 사회적 가치 추구
 ※ 유사사업간 행정·지원체계의 기능적 연계 및 부처협업을 통해 사회적 경제조직의 활성화 도모 추진

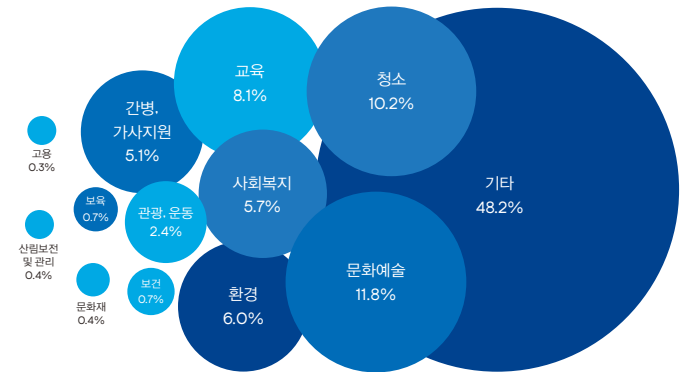


Check Point 실제 일자리 창출은 많이 이루어졌나요?

2007년 2,539명의 고용을 시작으로 2017년 12월 기준 사회적기업 근로자는 39,485명에 달하며 이중 취약계층 근로자는 23,755명입니다. 이는 사회적기업이 우리나라의 일자리 창출에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 동시에 취약계층에게도 양질의 근로 환경을 제공하고 있음을 알 수 있는 통계입니다.

2) 더욱 다양한 사회문제를 다루는 사회적기업

시간이 지날수록 사회문제는 세분되고 이를 해결해가는 과정에서 기존 고용 창출 외 다양한 사회적 가치(사회서비스 제공, 환경 문제 해결, 제3세계 문제 해결 등)를 창출하는 일이 많아졌습니다. 취약계층 일자리 창출로 대표되던 사회적기업의 소셜 미션은 이제 일일이 열거하기 어려울 만큼 다양해졌습니다.



문화, 예술	청소	환경	교육	사회복지	간병, 가사지원	관광, 운동	보육	보건	문화재	선원보전 및 관리	고용	기타
222 (11.8%)	191 (10.2%)	113 (6.0%)	153 (8.1%)	107 (5.7%)	95 (5.1%)	45 (2.4%)	13 (0.7%)	14 (0.7%)	8 (0.4%)	7 (0.4%)	5 (0.3%)	904 (48.2%)

사회적기업 사회서비스 분야 (2017년 12월 기준)

4. 다양한 사회적경제 조직의 비교

1) 사회적경제 내 다양한 조직 유형

년도	내용
사회적기업	취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 법에 따라 인증을 받은 자 (출처: 「사회적기업 육성법」 제2조제1항)
예비사회적기업	사회적 목적 실현, 영업활동을 통한 수익창출 등 사회적기업 인증을 위한 최소한의 법적 요건을 갖추고 있으나 수익구조 등 일부 요건을 충족하지 못하고 있는 기업을 지방자치단체장이 지정하여 장차 요건을 보완하는 등 향후 사회적기업 인증이 가능한 기업
협동조합	재화 또는 용역의 구매·생산·판매·제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역사회에 공헌하고자 하는 사업조직 (출처: 「협동조합 기본법」 제2조제1항)
사회적협동조합	지역주민들의 권익·복리 증진과 관련된 사업을 수행하거나 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 영리를 목적으로 하지 아니하는 협동조합 (출처: 협동조합 기본법 제2조제3호)
마을기업	지역 주민이 각종 지역 자원을 활용한 수익사업을 통해 공동의 지역 문제를 해결하고, 소득 및 일자리를 창출하여 지역공동체 이익을 효과적으로 실현하기 위해 설립·운영하는 마을 단위의 기업
자활기업	지역자활센터의 자활근로사업을 통해 습득된 기술을 바탕으로 1인 혹은 2인 이상의 수급자 또는 저소득층 주민들이 생산자협동조합이나 공동사업자 형태로 운영되는 기업 (출처: 국민기초생활보장법)
소셜벤처	개인 또는 소수의 기업가가 사회문제를 해결할 혁신적인 아이디어를 상업화하기 위해 설립한 신생기업

2) 사회적기업과 예비사회적기업의 비교

예비사회적기업은 사회적기업의 이전 단계라고 볼 수 있습니다. 사회적기업이 추구하고자 하는 사회적 목적을 실현하며 기업 활동을 수행하고 있으나, 몇 가지 인증 요건을 충족하지 못해 현재 사회적기업 인증을 받지 못하는 기업을 육성·지원하여 향후 사회적기업으로 전환할 수 있도록 돕는 제도입니다. 사회적기업과 예비사회적기업의 가장 큰 차이점은 “사회적기업 인증 요건을 모두 충족하고 있는가”로 이해할 수 있습니다.

Check Point 사회적기업과 예비사회적기업 비교

	사회적기업(인증)	지역형·부처형 예비사회적기업(지정)
법령	「사회적기업 육성법」	·자치단체 조례 및 규칙 ·예비사회적기업 지정 지침
요건	① 조직 형태 민법상 법인·조합, 상법상 회사, 또는 비영리 민간단체 등 ② 유급근로자를 고용하여 영업활동을 수행할 것 (6개월 이상) ③ 사회적 목적 실현 (취약계층 고용·사회 서비스 제공 등) ④ 이해관계자가 참여하는 의사결정 구조 ⑤ 영업활동을 통한 수입 (매출액이 노무비의 50% 이상) ⑥ 정관·규약 등을 갖출 것 ⑦ 배분 가능한 이윤의 2/3 이상 사회적 목적을 위해 재투자(상법상 회사 등의 경우)	① 조직 형태 민법상 법인·조합, 상법상 회사, 또는 비영리 민간단체 등 ② 유급근로자를 고용하여 영업활동을 수행할 것 (3개월 이상) ③ 사회적 목적 실현 (취약계층 고용·사회 서비스 제공 등) ④ ⑤ ⑥ 정관·규약 등을 갖출 것 ⑦ 배분 가능한 이윤의 2/3 이상 사회적 목적을 위해 재투자(상법상 회사 등의 경우)

3) 사회적기업과 소셜벤처 비교

사회적기업과 소셜벤처의 목적 및 운영 원리는 유사합니다. 소셜벤처는 높은 위험-높은 수익이라는 벤처기업의 특성과 사회문제 해결이라는 사회적기업의 특성을 동시에 가져 성공시 높은 사회적 가치와 기대 이익을 창출할 수 있는 특성이 있습니다. 반면, 사회적기업은 인증제도를 통해 고용, 수입구조 등에 대해 검증을 거쳐 기업 구조에 있어 보다 안정되었다 할 수 있습니다. 또한 인증 이후 정부의 다양한 직·간접적 지원을 통해 기업 안정성은 한층 더 강화될 수 있습니다.

Check Point 사회적기업과 소셜벤처 비교

	사회적기업	소셜벤처
목적	· 사회 문제 해결	· 사회 문제 해결
인증 여부	· 「사회적기업 육성법」 등에 근거. · 고용노동부 장관의 인증 필요	· 인증 불필요
지원 여부	· 사회적기업 운영에 필요한 직·간접적 지원을 정부에서 제공 · 고용노동부 인증을 통한 공신력의 확보 · 인건비 및 세제 지원 등 재정 지원	· 정부 및 민간에서 소셜벤처 경영 대회, 네트워크 행사 등의 간접적 지원 · 임팩트 투자 확대 및 정보 제공 (사회적경제 활성화 방안)

사회적기업에 대한 오해와 진실

Q 사회적기업은 자선 단체인가요?

A 취약계층 대상 사업이나 사회서비스 확대 등 공공의 이익을 도모한다는 점에서 유사한 점이 있지만, 자선단체와 사회적기업의 가장 큰 차이점은 어떠한 방식으로 지속가능성을 유지하느냐에 있습니다. 자선단체는 수익을 위한 비즈니스를 주요 활동으로 여기지 않고, 정부 보조금이나 기부금, 모금, 프로그램 계약 등으로 단체를 운영하지만, 사회적기업은 재화나 서비스를 제공하는 등, 수익을 창출하여 지속가능성을 영위합니다.

Q 사회공헌을 많이 하는 회사를 사회적기업이라 볼 수는 없나요?

A 영리기업 중에서도 사회공헌활동을 훌륭히 수행하는 기업들이 있습니다. 하지만 “영리 활동을 하며 사회에 공헌(환원)하는 것”과, “기업의 존재 목적이 사회문제 해결”인 것에는 차이가 있습니다. 이는 「사회적기업 육성법」에 근거, 정관 및 규약 구비 항목에 잘 나타나 있습니다. 사회적기업의 경우 정관에 존재 목적이 “주주 이익의 극대화”가 아닌 “사회문제의 해결”이라고 명시되어 있어야 합니다. 또한, 「사회적기업 육성법」 제19조에 근거, 고용노동부장관의 “인증”을 받지 않은 기업은 사회적기업이라 명명할 수 없습니다.

Q 사회적기업은 특정 가치관을 지닌 기업인가요?

A 사회적기업에 대한 이해가 널리 알려지지 않았던 「사회적기업 육성법」 시행 초기, 사회적기업 활동의 단면만을 보고 특정 가치관을 지닌 기업이라 오해하는 경우도 있었습니다. 하지만 사회적기업은 어떤 이념이나 가치관을 따르는 기업이 아닌 “인간중심”의 기업 활동을 하는 기업입니다. 2016년 캐나다 몬트리올에서 개최된 GSEF2016(Global Social Economy Forum 2016)에서 EU관계자는 “사회적경제는 이념이 아니라 현실”이라는 주제로 발제하며, 유럽사회의 다양한 문제를 사회적경제를 통해 해결하고자 여러가지 제안을 하기도 했습니다.

Q 사회적기업은 이윤 발생시 취약계층 고용 및 사회공헌을 무조건 하여야 하나요?

A 사회적기업은 회계연도별로 이윤 발생 시, 이윤의 2/3이상을 사회적목적을 위해서 사용하여야 합니다. 그리고 회사의 해산 및 정산 시에도 배분 가능한 잔여재산이 있는 경우 잔여재산의 2/3이상을 다른 사회적기업 또는 공익적 기금 등에 기부를 하여야 합니다. 여기서 ‘사회적 목적을 위한 재투자’란 근로자의 근로조건 개선, 사업 확장 등을 위한 시설 투자 등도 포함합니다. 회사의 이익잉여금을 1/3 이상 배분하지 않고 우리 회사의 사회적 목적 활동을 위해 재투자하는 것이라고 이해하면 됩니다.

PART. 02

사회적기업 인증

- 1. 사회적기업 인증이 필요한 이유
- 2. 인증 요건
- 3. 인증 절차
- 4. 사회적기업 권역별 통합지원기관

1. 인증이 필요한 이유

사회적기업 인증은 다음과 같은 이유로 꼭 필요합니다. 첫째, 국민과 사회로부터 사회적기업에 대한 신뢰를 확보하고, 둘째, 경영 등에 있어 최소한의 요건을 갖추게 함으로써 장기적인 자립이 가능토록 기반을 조성하며, 셋째, 인증받은 사회적기업에 대한 재정·세제·경영·판로 등을 지원하여 육성하고, 넷째, 부적절한 사회적기업의 출현을 방지하는 데 있습니다.

2. 인증 요건

사회적기업 인증을 받기 위해서는 아래 7가지 요건을 충족해야 합니다.

① 조직형태

민법에 따른 법인·조합, 상법에 따른 회사, 특별법에 따라 설립된 법인 또는 비영리민간단체 등 대통령령으로 정한 조직형태를 갖출 것

Check Point 사회적기업 인증을 신청할 수 있는 조직형태

사회적기업으로 인증받기 위해서는 반드시 법률(「사회적기업 육성법」 제8조 및 동법 시행령 제8조)에서 규정한 독립된 조직형태를 갖추어야 합니다. 따라서 주식회사, 협동조합, 비영리민간단체, 사회복지법인 등 법률에서 규정한 조직형태를 갖추고 있으면 사회적기업 인증을 받을 수 있습니다.

- 「민법」에 따른 법인·조합(사단법인, 재단법인)
- 「상법」에 따른 회사(주식·유한·합자·합명·유한책임회사)·합자조합
- 「특별법」에 따른 법인·비영리민간단체 등

- ① 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」 제2조에 따른 공익법인
- ② 「비영리민간단체 지원법」 제2조에 따른 비영리민간단체
- ③ 「사회복지사업법」 제2조제3호에 따른 사회복지법인
- ④ 「소비자생활협동조합법」 제2조에 따른 소비자생활협동조합
- ⑤ 「협동조합 기본법」 제2조에 따른 (사회적)협동조합, (사회적)협동조합연합회
- ⑥ 그 밖에 다른 법률에 따른 법인 또는 비영리단체(영농·영어조합법인, 농업·어업회사법인, 개별법에 따른 협동조합 등)

② 유급근로자 고용

유급근로자를 고용하여 재화와 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 할 것

Check Point 유급근로자를 고용한다는 것은 구체적으로 어떤 의미인가요?

사회적기업에서 "유급근로자"란, 고용형태(정규직, 계약직 등)와 상관없이 "고용보험"에 가입된 근로자를 말합니다. 특히, 사회적기업 인증 신청 기업은 신청 월 직전 6개월 동안 평균 1명 이상의 유급근로자를 고용해야 하며 사회적 목적의 실현 유형 중 일자리 제공형은 평균 5명 이상을 고용해야 합니다.

③ 사회적 목적의 실현

취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적의 실현을 조직의 주된 목적으로 할 것

Check Point 가장 중요한 사회적기업의 인증 요건 "사회적 목적의 실현"

기업이 "사회적기업 인증"을 받는 데 가장 중요하게 심사되는 부분입니다. 사회적 목적 실현에 따라 사회적기업은 다섯 가지 유형으로 분류됩니다. 인증 신청 기업은 다섯 가지 유형 중 자신의 사회적 가치에 따라 하나를 선택해야 합니다. 신청 전월 기준 6개월의 실적을 확인하게 됩니다. 실적 증명 방법은 유형별로 차이가 있으므로 적합한 방법을 통해 증빙하여야 합니다.

④ 이해관계자가 참여하는 의사결정 구조

서비스 수혜자, 근로자 등 이해관계자가 참여하는 의사결정 구조를 갖출 것

Check Point 이해관계자의 범위는 어디까지인가요?

영리기업은 주주와 대표자 등 지분 소유자가 의사결정을 하는 데 반해, 사회적기업은 지분 소유자, 근로자 대표, 서비스 수혜자 대표, 지역 관계자, 외부 전문가, 후원자, 연계기업 등 기업 활동에 이해관계가 있는 다양한 주체가 참여하는 민주적인 의사결정 구조를 갖춰야 합니다. 정관이나 운영 규정에 이와 관련한 내용을 명시하여 의사결정 구조의 근거를 마련하고 이에 따른 실질적인 회의체가 운영되어야 합니다.

⑤ 영업활동을 통한 수입

영업활동을 통하여 얻는 수입이 노무비의 50%이상일 것

Check Point "노무비의 50% 이상"을 자세히 설명해주세요.

사회적기업으로 인증받기 위해서는 유급근로자를 고용하여 최소 6개월 이상의 영업활동이 있어야 하는 유급근로자 고용 요건이 있습니다. 만약 이 유급근로자의 지난 6개월 급여가 1,000만 원이라면 지난 6개월간 영업활동을 통해 얻은 수입이 500만 원 이상이어야 합니다.

⑥ 정관의 필수사항

「사회적기업 육성법」 제9조에 따른 사항을 적은 정관이나 규약 등을 갖출 것

Check Point 「사회적기업 육성법」 제9조 및 동법 시행령 제11조

사회적기업으로 인증받으려는 자는 다음 각 호의 사항을 적은 정관이나 규약 등을 갖추어야 한다.

1. 목적
2. 사업내용
3. 명칭
4. 주된 사무소의 소재지
5. 기관 및 지배구조의 형태와 운영방식 및 중요 사항의 의사결정 방식
6. 수익배분 및 재투자에 관한 사항
7. 출자 및 용자에 관한 사항
8. 종사자의 구성 및 임면에 관한 사항
9. 해산 및 청산에 관한 사항
10. 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항

⑦ 이윤의 사회적 목적 사용

회계연도별로 배분 가능한 이윤이 발생한 경우에는 이윤의 3분의 2 이상을 사회적 목적을 위하여 사용할 것 (「상법」 상 회사·합자조합 등)

Check Point "사회적 목적"의 기준은 정확히 무엇인가요?

사회적 목적의 범위에는 근로자의 근로조건 개선, 지역사회 기부 등 사회공헌사업, 고용 확대를 위한 시설투자 등이 포함됩니다. 예를 들어, 저소득층 아이들에게 좋은 품질의 영양을 공급하고 지역 여성들의 일자리를 창출하기 위해 요거트를 판매하는 회사가 더 많은 아이에게 요거트를 공급하기 위해 배분 가능한 이윤의 3분의 2 이상을 신축 공장에 투자하는 등의 행위가 그 예입니다.

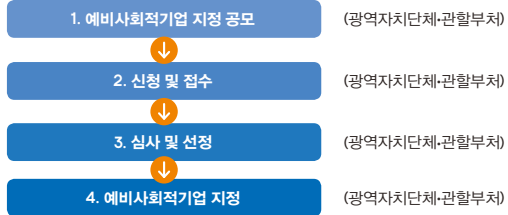
3. 인증 절차

사회적기업 인증은 인증 신청 기업이 「사회적기업 육성법」 등에 따라 사회적기업으로서 갖추어야 할 인증 요건과 특성 및 기준에 부합하는지를 검토·심사하여 적합하다고 판단되는 경우 사회적기업으로 인증받게 됩니다. 사회적기업 인증은 연중 상시 접수제로 운영됩니다. 심사는 격월로 실시하는 것을 원칙으로 하되, 신청 건수에 따라 탄력적으로 개최합니다.

Check Point 사회적기업 인증 절차



Check Point 예비사회적기업 지정 절차



Check Point 고용노동부 지정 예비사회적기업을 소개합니다.

2016년 9월부터 시행된 고용노동부 예비사회적기업 지정제는 한국사회적기업진흥원 사회적기업가 육성사업 참여팀을 대상으로 합니다. 육성사업 최종 평가 등을 고려하여 연 6회(씩수 달 심사 원칙, 신청건수에 따라 변동 가능) 예비사회적기업으로 지정하는 제도입니다. 창업팀이 한국사회적기업진흥원에 추천신청을 하면, 한국사회적기업진흥원이 서류 검토, 실사 등의 심의를 통해 고용노동부에 최종 추천하여 심사를 통해 고용노동부 예비사회적기업으로 지정하는 제도입니다. 특히 현재 예비사회적기업 지정기간(3년)이 끝나지 않은 지역형 예비사회적기업 및 타 부처형 예비사회적기업도 고용노동부 예비사회적기업에 중복 지정이 가능합니다.

Check Point 부처형 예비사회적기업을 소개합니다.

각 부처별 특성에 맞는 예비사회적기업 모델을 발굴·육성하여, 복지, 환경, 문화, 여성·가족·청소년, 산림, 북한 이탈 주민 등 부처별 전략 분야를 중심으로 취약계층의 일자리 창출 및 지역 주민의 삶의 질 향상을 도모하기 위하여 중앙행정기관장이 지정한 예비사회적기업입니다.

사회적기업 권역별 통합지원기관

지역	지원기관명	주소	전화번호	이메일
서울	(사)한국마이크로크레디트 신나는조합	서울특별시 서대문구 통일로 107-39, 200(충청로 2가, 본관)	02-365-0330	joyfulunion@naver.com
경기	사회적협동조합 사람과세상	경기도 수원시 장안구 경수대로 1020번길 7, 세진빌딩 4층	070-4763-0130	pns@pns.or.kr
인천	(사)홍익경제연구소	인천광역시 남구 경인로 480, 3층 (주안동)	032-446-9491	hongikse@daum.net
강원	(사)강원도사회적경제 지원센터	강원도 원주시 호저로 47 B109	033-749-3905	gwcs0524@naver.com
대구	(사)커뮤니티와경제	대구광역시 중구 국제보살로 489 유창빌딩 5층(동산동 11-4번지)	053-956-5001	ucsr@hanmail.net
경북	(사)지역과소셜비즈	경상북도 경산시 삼봉로 27 경북테크 노파크 글로벌벤처동 5층 2502호	053-956-5002	se@sebiz.or.kr
부산	(사)사회적기업연구원	부산광역시 금정구 중앙대로 1883 현대빌딩 4층	051-517-0266	info@rise.or.kr
울산	사회적협동조합 울산 사회적경제지원센터	울산광역시 중구 신기8길 7, 2층	052-267-6176	ulsan@sescoop.or.kr
경남	모두의경제 사회적협동조합	경상남도 창원시 의창구 태복산로 27번길 30	055-266-7970	moducoop@naver.com
광주	사회적협동조합 살림	광주광역시 서구 상무중앙로 43 BYC빌딩 7층	062-383-1136	ses@social.center.kr
전북	(사)전북사회적경제포럼	전라북도 전주시 완산구 새터로 122-11(엠펙스빌딩 301호)	063-251-3388	masterjse@gmail.com
전남	(사)휴먼네트워크상생나무	전라남도 무안군 삼함읍 오룡3길 2, 3층	061-282-9588	sstreetree@naver.com
제주	(사)제주사회적경제 네트워크	제주특별자치도 제주시 중앙로 165 제주교공복지플러스센터 1층	064-726-4843	jejusen2015@hanmail.com
대전· 세종	사회적경제연구원 사회적협동조합	대전광역시 중구 보문로 293 (선화동, 3층)	042-223-9914	c-cmail@hanmail.net
충북	(사)사람과경제	충청북도 청주시 흥덕구 사운로 226(운천동, 5층)	043-222-9001	cbse@hanmail.net
충남	(사)충남사회적경제네트워크	충청남도 아산시 배방읍 호서로 79번 길 20 호서벤처밸리 203호	041-415-2012	cnse1212@gamil.com

PART. 03

사회적기업 지원

1. 사회적기업 지원 개요
2. 정부 지원 부문
3. 민간 지원 부문
4. 임팩트 투자 부문

1. 사회적기업 지원 개요

사회적기업의 자생력 강화와 생태계 조성을 위해 정부는 사회적기업을 대상으로 다양한 지원을 제공합니다. 본 책에서는 “정부 지원 부문”과 한국사회적기업진흥원과 민간이 연계하여 조성된 “민간 지원 부문”으로 정리하였습니다.

Check Point 사회적기업 지원이 왜 필요한가요?

국내의 사회적기업 생태계는 비교적 역사가 짧습니다. 2007년 「사회적기업 육성법」이 시행된 이후 약 10년 정도밖에 되지 않은 것이지요. 하나의 산업 생태계가 자리 잡기 위해서는 법률적, 제도적 지원이 필수적입니다. 우리는 “사회적기업 지원”의 개념을 단일 기업의 생존을 위해 물질적 지원을 한다는 개념보다 사회적경제 생태계가 건강하게 자리 잡기 위한 비용이라고 이해해야 합니다.

Check Point 법률상의 사회적기업 지원내용

- ① 사회적기업의 설립 및 운영에 필요한 경영·기술·세무·노무·회계 등의 분야에 대한 전문적인 자문 및 정보 제공 등
- ② 사회적기업의 설립·운영에 필요한 전문인력의 육성, 사회적기업 근로자의 능력향상을 위한 교육훈련
- ③ 사회적기업의 설립 또는 운영에 필요한 부지구입비·시설비 등을 지원·용자
- ④ 사회적기업이 생산하는 재화나 서비스의 우선구매
- ⑤ 국세 및 지방세의 감면과 보험료 지원
- ⑥ 사회적기업의 운영에 필요한 인건비, 운영경비, 자문비용 등 재정지원

Check Point 예비/인증 여부에 따른 지원의 종류

구분	사업명	사회적기업	예비사회적기업
직접 지원	일자리 창출사업	○	○
	전문인력 인건비 지원사업	○	○
간접 지원	사업개발비	○	○
	경영컨설팅	○	○
	세제 지원	○	X
	사회보험료 지원	○	X
	용자 지원	○	○
	공공기관 우선구매	○	X

'18년 사회적기업 정부 지원 한 눈에 보기

구분	지원 목록	지원 내용	상세
아이디어 발굴 및 사업화 지원	소셜벤처 대학 동아리 지원 사업	- 대학 내 6인 이상으로 구성된 동아리 - 150만 원 상당의 활동비 지원 및 멘토링 제공	26p
	소셜벤처 아이디어 경연대회	- 총 2억 원의 상금, 사회적기업가 육성사업 연계 지원	
	사회적기업가 육성사업	- 창업 준비팀 및 창업 1년 미만 기업 (사업 공고일 기준) - 창업공간, 창업자금, 멘토링, 네트워킹, 사후지원 등	
	사회적기업 성장지원센터 (소셜캠퍼스 온)	- 사회적기업가 육성사업 창업팀 및 창업 초기 사회적경제기업 - 창업공간 제공, 상시 상담, 교육, 자원 연계, 협업 지원 등	
사회적기업 및 예비사회적기업	일자리 창출 사업	- 신규 고용에 소요되는 인건비의 일부를 지원 (최저임금수준 인건비 및 4대 사회보험료 일부)	28p
	전문인력 인건비 지원 사업	- 전문인력 고용시 인건비 지원(사회적기업 당 3명) - 사회적기업은 기업당 2명(단, 유급근로자 50인 이상 기업은 3명), 예비사회적기업은 기업당 1명	28p
	사업개발비	- R&D, 마케팅, 브랜딩 등 경쟁력 사업비 지원 (사회적기업 연 1억 원 이내, 예비사회적기업 연 5천만 원 이내, 단, 18년부터 사회적경제기업 전제로 지원 대상 확대)	29p
	경영컨설팅	- 전문컨설팅 기관으로부터의 기술지원 및 컨설팅 비용 지원	29p
기타	세제지원	- 소득세, 법인세, 취득세, 등록세, 재산세 감면 - 인증 사회적기업만 가능*	30p
	사회보험료 지원	- 4년 간 4대 사회보험료 일부 지원 - 인증 사회적기업만 가능*	30p
	공공기관 우선구매	- 공공기관에서 제품을 구매하여 사회적기업에 보호된 시장을 제공 - 인증 사회적기업만 가능*	31p
	판로지원	- 공동판매점(store 36.5) 상품 입점 및 운영 - 국내·외 박람회 및 온·오프라인 유통채널 입점 지원 - 상품 진단 및 개선 지원	32p
기타	금융 지원	- 사회적기업에 대한 주요 정책자금으로 소액자금 대출, 중소기업 정책자금, 사회적기업 나눔보증, 사회적기업 전용 특별보증 등 지원	32p
	한국사회적기업진흥원 민간지원 연계 프로그램	- 공공-민간의 연계기반 조성, 참여기업 발굴 등	35p
기타	용자지원	- 다양한 용자제도를 연계, 지원	33p
	네트워킹	- 사회적경제 관련 교육 및 사회적경제 네트워크 확장	
기타	프로보노 지원	- 다양한 분야 전문가들의 경영 자문 또는 지역사회 협력 연계	

*'17년 12월 기준으로 향후 변경될 수 있습니다.

2. 정부 지원 부문

1) 아이디어 발굴 및 사업화 지원

① 소셜벤처 대학 동아리 지원 사업

소셜벤처 문화 확산 및 인식제고를 위해 관련 프로젝트 실행 및 학습 등의 활동을 지원하는 사업입니다. 대학 내 5인 이상으로 구성된 동아리라면 본 사업에 참여할 수 있으며 활동비 지원, 멘토링 및 네트워킹 프로그램 등 다양한 지원을 받을 수 있습니다.

② 소셜벤처 아이디어 경연대회

소셜벤처 및 사회적기업에 대한 이해와 관심 증진을 위해 다양하고 혁신적인 사회적기업 모델을 발굴하는 대회입니다. 대회를 통해 발굴된 우수한 아이디어는 사회적기업 창업지원과정인 사회적기업가 육성사업으로의 연계를 지원합니다. 소셜벤처 아이디어 경연대회는 청소년, 대학생, 일반창업, 글로벌 등 4개 부문으로 나누어 대회가 진행되며, 2017년까지 총 9회가 진행되었습니다.

③ 사회적기업가 육성사업

사회적기업가로서의 자질과 창업에 대한 열정을 가진 이들을 발굴하여 사회적 목적 실현부터 사업화까지 사회적기업 창업의 전 과정을 지원하는 사업입니다. 2011년을 시작으로 지금까지 활발한 활동을 이어오며 국내·외 사회문제 해결과 사회적기업 생태계 조성에 큰 역할을 하고 있습니다. 매년 말 모집하여 1년 간 창업공간, 창업자금, 멘토링, 네트워킹 프로그램 등 다양한 지원을 제공하고 있습니다.

④ 사회적기업 성장지원센터(소셜캠퍼스 온)

사회적기업 성장지원센터(소셜캠퍼스 온)은 사회적기업가 육성사업 창업팀 및 사회적경제기업 등 초기 창업기업의 성장을 지원하기 위해 조성된 사회적경제

통합지원센터입니다. 매년 1~2월 중 입주기업을 모집하여 평가에 따라 최대 2년까지 창업공간, 상시 상담, 교육, 자원 연계 등 다양한 성장지원 프로그램을 제공하고 있습니다. 또한, 일반인 대상 사회적기업 관련 창업 강좌를 운영하는 등 지역 내 사회적경제 활성화 거점 역할을 하고 있습니다. 현재 서울, 부산, 전북 센터를 운영하고 있으며, 2019년까지 전국에 6개소를 추가 조성할 예정입니다.

Check Point 사회적기업 성장지원센터(소셜캠퍼스 온) 위치 및 연락처

지역	주소	전화번호
서울	서울특별시 성동구 성수동 2가 280-38 아인빌딩 8층-9층	02-467-2510
부산	부산광역시 수영구 수영로 688 국민연금공단 남부산지사 5층-6층	051-753-2501
전북	전라북도 전주시 완산구 효자로 174 DNB 빌딩 5층-6층	063-223-2503

2) 사회적기업 및 예비사회적기업 지원

① 일자리 창출 사업

사회적기업과 예비사회적기업을 대상으로 “사회적기업”의 수익구조 창출·확대 지원을 통한 자생력 확보를 위해 신규 고용에 소요되는 인건비의 일부를 지원하는 사업입니다. 사회적기업은 수익 창출 가능성, 참여 근로자 고용유지 및 지속가능성 등을 중심으로 심사 후 지원을 받게 되며, 예비사회적기업은 인증 가능성 및 사업의 지속가능성 등을 중심으로 심사 후 지원 여부가 결정됩니다. 지원 여부가 결정되면 최저임금 수준의 인건비와 사업주 부담 4대 사회보험료의 일부(인건비의 9%)를 지원받게 됩니다.

Check Point 인건비 지원 기간은 어떻게 되나요?

예비사회적기업은 최대 2년, 사회적기업은 최대 3년간 지원받을 수 있습니다. 예비사회적기업을 거쳐 사회적기업 인증을 받는다고 가정할 때, 최대 5년까지 인건비 지원을 받을 수 있습니다.

② 전문인력 인건비 지원사업

사회적기업의 경영 역량 강화와 지속적인 경영혁신을 위해 전략기획, 마케팅 등 사업 운영에 필요한 전문인력을 고용할 경우 인건비를 지원합니다. 사회적기업은 기업당 2명의 인건비를 지원하고, (단, 유급근로자 50인 이상 기업은 3명) 예비사회적기업은 기업당 1명의 인건비를 지원합니다. 월200만원(또는 250만원)을 한도로 인건비 일부를 지원하되, 연도별로 차등을 두어 일정 부분을 기업이 부담하도록 하고 있습니다.

Check Point 지원대상이 되는 전문인력의 자격은 무엇인가요?

- ① 기획, 인사·노무, 영업, 마케팅·홍보, 교육·훈련, 회계·재무, 법무 등 기업 경영에 필요한 특정 분야의 업무에 3년 이상 종사한 자(단순 경리·서무는 제외)
- ② (단, 문화·예술·디자인·영상관련, 무역, 정보·통신·컴퓨터, MD(상품기획) 분야는 2년 이상 종사자)
※ 해당분야 경력은 최근 10년 이내 경력만을 산정
- ③ 국가기술자격법상 기술사, 기능장 등의 자격증을 소지하거나, 기사·산업 기사·기능사 자격증 혹은 개별법상 국가 자격증을 소지하고 해당 분야에서 2년 이상 근무한 자
- ④ 항목 “①” 각 분야 및 경제·경영학 관련 석·박사 학위 소지자

③ 사업개발비

사회적기업이 지속적이고 안정적으로 수익구조를 갖추고 자립기반을 구축할 수 있도록 브랜드(로고)·기술개발 등 R&D 비용, 시장진입 및 판로개척을 위한 홍보·마케팅, 제품의 성능 및 품질개선 비용 등 경상적인 사업비를 지원합니다. 지원대상으로 선정되면 사회적기업은 연 1억 원 이내, 예비사회적기업은 연 5천만 원 이내의 지원을 받을 수 있습니다. 로고 개발, 시제품 제작, 제품의 성능 및 품질개선 비용, 신규사업 진출 및 전략적 사업모델 발굴 비용 등 다방면으로 활용 가능합니다.

※18년도부터 ‘사회적경제기업’ 전체로 사업개발비 지원 대상 확대.
(사회적경제기업이란 ‘사회적기업’, ‘예비사회적기업’, ‘사회적협동조합’, ‘마을기업’ 및 ‘자활기업’)

④ 경영컨설팅

사회적기업의 생산성 향상 및 경쟁력 강화를 통해 지속가능한 기업으로써 자립 경영할 수 있도록 전문 컨설팅 기관으로부터 회계, 시장개척, 홍보 등 경영 전반에 대한 기술지원과 경영마인드를 제고할 수 있는 컨설팅 비용을 지원하는 사업입니다. 사회적기업의 성장 수준에 맞게 “초기→성장→자립”의 3단계로 구분하여 단계별 컨설팅을 제공합니다.

Check Point 사회적기업을 컨설팅하는 기관은 어떤 기관들인가요?

- ① 기술·세무·노무·회계 분야 또는 홍보, 마케팅, 디자인, 제품생산, 정보통신, 유통 등에 대한 전문적 인·자문 등을 할 수 있는 인적·기술적 능력을 갖춘 법인
- ② 상근 컨설턴트를 3인 이상 보유한 경영컨설팅 회사
- ③ 대학의 부설 연구기관
- ④ 사회적기업이나 사회적일자리 창출사업에 참여하는 비영리단체·법인에 대한 지원 실적이 1년 이상 인 민간단체
- ⑤ 「공공기관 운영에 관한 법률」 제4조의 규정에 따라 공공기관으로 지정된 기관
- ⑥ 특정 분야에 전문성을 확보하여 컨설팅을 수행할 수 있는 사회적기업 또는 연구기관

⑤ 세제 지원

사회적기업에 대하여 소득세, 법인세, 취득세, 등록세, 재산세를 감면해줍니다. 먼저 소득세와 법인세는 3년간 100%, 향후 2년 50%를 감면해줍니다. 또 취득세와 등록세는 50%를, 재산세는 25%를 감면해줍니다.

※인출 후 5년이 되는 날이 속하는 과세연도까지 발생 소득이 없는 경우 5년이 되는 날이 속하는 과세연도까지 100% 감면 + 그 후 2년간 50% 감면

Check Point 왜 사회적기업에 세제 지원 혜택을 제공하나요?

사회적기업은 국가나 지방자치단체가 수행해야 하는 취약계층에 대한 일자리 제공이나 사회서비스 공급 등의 기능과 역할을 대행 또는 보완하는 성격을 갖고 있어, 정부 재정의 안정적인 운용에 도움이 되기 때문입니다.

⑥ 사회보험료 지원

사회적기업 사업주가 부담하는 4대 사회보험료(의료보험, 국민연금, 산재보험, 고용보험)의 일부를 4년간 지원합니다. 사회보험료는 제한사항에 해당사항이 없을 경우 구비서류를 갖추어 신청하면 특별한 심사절차 없이 지원받을 수 있습니다.

Check Point 제한사항은 무엇인가요?

- ① 정부부처나 자치단체로부터 인건비 또는 사회보험료의 일부·전부를 지원받는 기업
 - ※ 정부지원금과 관계없이 사업주와 근로자 간 근로계약을 통하여 임금이 결정되는 바우처 제공 기관, 장기요양보험 기관은 중복지원이라 볼 수 없음
- ② 사회적기업 인증 취소된 기업
- ③ 사회보험료를 지원받기 위해 근로자 허위 고용 등 허위, 기타 부정한 방법으로 사회보험료 지원금을 받았거나 받고자 한 기업
 - ※ 부정수급 기업은 처분일로부터 향후 1년간 지원 제한 및 부정수급한 사회보험료 지원금 전액 회수

⑦ 공공기관 우선구매

사회적기업 제품 우선구매제도는 공공기관이 사회적기업 제품(재화 및 서비스)을 우선구매하도록 법적으로 제도화한 것입니다. 공공기관에서 구매하고자 하는 품목 중 사회적기업의 제품이 있는 경우, 사회적기업 상품을 먼저 고려해 구매하도록 독려함으로써 사회적기업의 자생력을 높여주는데 목적이 있습니다. 이러한 공공기관 우선구매제도는 사회적기업 육성법 제12조에 근거하고 있습니다.

Check Point 사회적기업 육성법 제 12조(공공기관의 우선구매) ①항

「중소기업제품 구매 촉진 및 판로지원에 관한 법률」제2조 제2호에 따른 공공기관의 장(이하 "공공기관의 장"이라 한다)은 사회적기업이 생산하는 재화나 서비스(이하 "사회적기업제품"이라 한다)의 우선구매를 촉진하여야 한다.

또한 사회적기업 육성법에 따라 공공기관은 매년 초 해당연도 사회적기업 제품 구매 계획과 전년도 사회적기업 제품 구매실적을 고용노동부에 제출할 의무가 있으며, 고용노동부는 매년 이를 공공하게 되어 있습니다. 공공기관 우선구매 제도는 사회적기업의 발전과 성장을 응원하는 국가차원의 든든한 안전망 역할을 하고 있습니다.

Check Point 공공기관에서 사회적기업 제품을 구매하는 예시는 무엇인가요?

공공기관에서 주로 구매하는 사회적기업 제품 품목으로는 기념품, 도시락, 청소, 인쇄, 사무용품, 문화 공연, 각종 체험 등이 있습니다.

⑧ 판로 지원

한국사회적기업진흥원에서는 사회적경제기업의 지속가능한 성장을 위하여 다양한 판로지원 프로그램을 제공하고 있습니다. 시장성있는 상품을 발굴·관리하는 상품 DB 구축, 상품 자체의 경쟁력을 제고하기 위한 진단·개선을 지원하는 상품경쟁력 강화 지원, TV홈쇼핑·백화점 및 온라인 유통채널 등 국내외 판로개척을 지원하는 유통채널 진출 확대 지원, 전국 66개의(17년 12월 기준) 공동판매장(store 36.5) 운영 지원 등을 추진하고 있습니다.

Check Point	판로지원 프로그램 세부내용
상품 DB 구축	<ul style="list-style-type: none"> 유통채널에 입점할 수 있는 시장성 있는 상품 발굴 및 DB 관리 각종 판로지원 프로그램 및 유통채널에 연계할 수 있도록 상품 DB 체계 고도화 상품 DB 활용을 통한 판로확대 지원 및 유망상품 육성
상품경쟁력 강화지원	<ul style="list-style-type: none"> (기본역량강화 지원) 시장 진입에 필요한 기본역량 강화교육, 바이어 상담회 등으로 1:1 혹은 그룹 상담 기회 제공 (맞춤형 상품개선) 시장성 조사, 마케팅 전략 코칭, 상품개선에 필요한 비용 지원 등
상품홍보 및 유통채널 진출 강화	<ul style="list-style-type: none"> TV 홈쇼핑, 백화점, 특별전 개최 등 국내외 유통채널 진출 지원 상품 브랜드 및 홍보 콘텐츠 개발·확산 사회적경제 박람회 개최(지원)
공동판매장(store 36.5) 운영 지원	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 판매장(66개소, 17년 12월 기준) 운영 지원 판매장 모니터링 및 운영 자문, 수발주 및 리뉴얼 지원 우수 상품 발굴 및 입점 확대

⑨ 금융 지원

사회적기업에 대한 주요 정책자금으로 소액자금 대출(서민금융진흥원), 중소기업 정책자금(중소기업진흥공단), 사회적기업 나눔보증(신용보증기금), 사회적기업 전용 특별보증(지역신용보증재단) 등이 있습니다. 정책자금 신청은 각 기관의 홈페이지 및 유선을 통해 가능합니다. 이 외에도 한국사회적기업진흥원에서는 사회적경제기업의 자금조달 기회 다각화를 위해 사회적경제기업 크라우드펀딩을 운영하고 있습니다.

Check Point	금융 지원 세부 내용
소액자금 대출제도	<p>서민금융 진흥원</p> <ul style="list-style-type: none"> 제도권 금융기관에서 자금조달이 곤란하나, 발전가능성이 높은 사회적기업 발굴 및 융자지원 www.kinfa.or.kr / Tel. 1397 *2018년 중 사업계획 업데이트 예정
중소기업 정책자금	<p>중소기업 진흥공단</p> <ul style="list-style-type: none"> 중소기업에 해당되는 사회적기업과 중소기업에 대하여 제도권 금융기관보다 저리의 대출방식으로 사업화 자금 등 지원 www.sbc.or.kr / Tel. 1357
사회적기업 나눔보증	<p>신용보증기금</p> <ul style="list-style-type: none"> 사회적기업을 위한 정책성 특례보증을 통해 고용문제 해소 등 사회적경제 활성화 지원 www.kodit.co.kr / Tel. 1588-6565
사회적기업 전용 특별보증	<p>지역신용 보증재단</p> <ul style="list-style-type: none"> 사회적기업에 특화된 전용 보증지원을 통해 취약계층에게 사회 서비스 제공 및 일자리 창출 지원 www.koreg.or.kr / Tel. 1588-7365

⑩ 용자 지원

사회적기업의 설립 운영에 필요한 부지 구입비·시설비 등을 지원·용자하거나 국·공유지 임대 등을 지원합니다. 사회적기업에 대한 용자는 중소기업정책자금, 미소금융 등 타 부처 용자제도를 활용하여 지원합니다. 타 부처 용자제도는 사업별로 모두 신청 기준이 다르므로 신청 시 자격과 용자 조건을 꼼꼼히 확인한 후 신청해야 합니다.

⑪ 사회적경제 관련 교육 및 사회적경제 네트워크 확장

한국사회적기업진흥원은 사회적경제 생태계의 저변을 확대하기 위해 양질의 창업 전·후 교육을 진행하고 있습니다. 세무·노무 등 기업을 운영하는 데 필요한 법률 상식 및 투자 유치, 기업 운영 노하우 공유까지 다양합니다.

⑫ 프로보노 지원

다양한 분야의 전문가들이 (예비)사회적기업의 경영 자문 또는 지역사회 협력을 연계할 수 있도록 지원합니다.

*재능기부뱅크를 통해 (예비)사회적기업과 전문가 그룹의 연계를 지원하고 있습니다.

'18년 「사회적기업가 육성사업」 창업지원기관 현황

지역	지원기관명	주소	전화번호
서울·인천·경기	(사)피피엘	서울특별시 강서구 공평대로 535, 503호	02-3789-0023
	(사)한국사회적기업 중앙협의회 공제사업단	서울특별시 서대문구 수색로 43, 사회적경제 마을센터 2층	070-5099-1673
	(재)함께일하는재단	서울특별시 양천구 목동동로 81, 해누리타운 8층	02-330-0724
	사회연대은행 (사)함께만드는 세상	서울특별시 성북구 안암로 145, 고려대학교 신학관 6층 LG소셜캠퍼스	02-2274-9637
	(사)홍익경제연구소	인천광역시 남구 경인로 480, 3층	032-446-9491
	사회적협동조합 사람과세상	경기도 수원시 장안구 경수대로 1020번길 7, 2층	070-4763-0130
서울·인천·경기(IT특화)	에스이인파워 사회적협동조합	서울특별시 구로구 신도림로 13길 51	070-5057-3620
서울·인천·경기(글로벌)	사회복지법인 열매나눔재단	서울특별시 중구 퇴계로 20길 37 302호	02-2665-0718
강원·대전·충청	(사)강원도사회적경제지원센터	강원도 원주시 호저로 47, B109	033-749-3950
	사회적협동조합 세상만사	대전광역시 중구 대흥로 10번길 9, 2층	042-222-0906
	(사)충남사회경제네트워크	충청남도 아산시 배방면 호서로 79번길 20 호서벤처밸리 2층 203호	041-415-2012
대구·경북	(사)충북시민재단	충청북도 청주시 흥덕구 흥덕로 159, 2층	043-221-0311
	(사)공동체디자인연구소	대구광역시 중구 북성로 102, 2층	053-957-5556
	대구대학교 산학협력단	경상북도 경산시 진량읍 대구대로 201, 대구대학교 경산캠퍼스 생명환경대학 2호관 2403호	053-850-4779
부산·울산·경남	부산가톨릭대학교 산학협력단	부산광역시 금정구 오륜대로 57, 산학협력관 122호	051-510-0941
	(사)사회적기업연구원	부산광역시 금정구 중앙대로 1883, 2층	051-504-0275
	사회적협동조합 울산사회적경제지원센터	울산광역시 중구 신기 8길 7, 2층	052-267-6176
	모두의경제 사회적협동조합	경상남도 창원시 성산구 단정로 9, 803호	055-266-7970
광주·전라·제주	사회적협동조합 살림	광주광역시 서구 삼우중앙로 43, 7층	062-383-4747
	광주대학교 산학협력단	광주광역시 남구 효덕로 277, 광주대학교 인성관 3층 사회적기업사업단	062-670-2794
	(사)휴먼네트워크 상생나무	전라남도 무안군 삼향읍 오룡3길 2, 3층	061-281-0201
	전라북도경제통상진흥원	전라북도 전주시 덕진구 팔과정로 164, 5층 사회적경제팀	063-711-2110
여성	제주사회적경제네트워크	제주특별자치도 제주시 중안로 165, 1층	064-724-4843
	(사)여성이만드는일과미래	서울특별시 마포구 성미산로 160, 5층	02-761-1800
귀산촌 산림	(사)한국마이크로크레딧 신나는조합	서울특별시 서대문구 통일로 107-39, 사조빌딩 2층	02-365-0330
도시재생	(사)퍼스트경영기술연구원	충청북도 청주시 상당구 교서로 2, 4층	043-266-9979
디자인·제조	(재)부산디자인센터	부산광역시 해운대구 빈어로 120, 해운대기술교육원 2층 203호	051-745-3203

3. 민간 지원 부문

1) 한국사회적기업진흥원의 민간자원 연계

한국사회적기업진흥원은 공공·민간기업의 사회공헌자원을 사회적기업에 효과적으로 연계하여 사회적기업의 성장 및 역량 강화를 지원하고 있습니다. 사회적기업과 공공·민간 기업의 연계기반조성, 사회적기업 지원 참여기업의 발굴, 분야별 사회적기업 지원모델 기획, 프로보노 모집 및 매칭 등을 골자로 하고 있으며 2017년까지 약 21개의 민간기업 연계 프로그램이 완료되었거나 현재 진행되고 있습니다.

Check Point 대기업·금융기관 CSR협력 사업 운영 성과('17년 기준)

연번	협력기관명	사업명
1	스타벅스커피 코리아	'재능기부 카페 사업' 협력 프로그램 진행
2	롯데마트	'청년식당 창업 프로젝트'
3	롯데마트	'재능 골나루 육성 프로젝트'
4	SK그룹	'사회성과인센티브 지원사업'
5	SK행복나눔재단	'2017 행복 알라이언스'
6	신세계 I&C	'영업관리 ERP 프로그램 무료지원'
7	현대백화점 그룹	'사회적기업 패서니스타 지원사업'
8	KB국민은행	'KB국민은행 사회적혁신 프로젝트'
9	KB국민은행	'KB국민은행 다문화 인식개선 교육 프로그램'
10	KDB나눔재단	'KDB나눔재단 사회적기업 지원사업'
11	KT희망나눔재단	'사회변화를 위한 혁신적인 아이디어 및 프로그램 제안 공모전'
12	KT희망나눔재단	'IT, 아동교육 서비스 기업 육성사업'
13	KT희망나눔재단	'KT Chamber Orchestra 사회적기업 무료대여 및 스태프지원'
14	CJ주식회사	'자존감 증진을 위한 영화, 영상제작 교육 프로그램 기획 운영 및 강사 양성'
15	한국IBM	'창업팀, 사회적기업 대상 IT교육 운영'
16	신세계 I&C	'IT기술을 활용한 사회적기업 지원사업'
17	GS홀쇼핑	'영상, 미디어 사업 운영 사회적기업 육성사업'
18	우리은행	'17년 사회적기업 지원사업'
19	LG전자-LG화학	'LG소셜캠퍼스 지원사업'
20	LG전자-LG화학	'소셜벤처 아이디어 경연대회 상금 지원'
21	현대자동차그룹	'H-온드림 사회적기업 창업오디션'

2) 대표적인 민간 지원 프로그램

① H-온드림 사회적기업 창업오디션

H-온드림 사회적기업 창업 오디션은 현대자동차그룹과 현대차 정몽구 재단이 주최하고 고용노동부, 한국사회적기업진흥원, 한국사회적기업중앙협의회가 후원하는 사회적경제 최대의 지원사업입니다. 사회문제의 혁신적 해결을 위한 청년 등의 창의적인 아이디어와 사회적기업가 정신의 발휘를 통해 지속가능한 사회적기업들이 확대되는 건강한 생태계 구축을 위해 사회적기업가 육성사업 창업팀을 대상으로 매년 진행되고 있습니다. 2017년까지 총 6회의 H-온드림 오디션이 열렸으며 총 175팀의 H-온드림 펠로가 선정되어 활동 중입니다.



② KDB 사회적기업 지원사업 『고용인프라 확충을 위한 사회적기업 지원사업』

(예비)사회적기업이 자생력과 지속가능성을 유지하면서 사회적 목적을 실현할 수 있도록 KDB나눔재단이 지원·추진하는 사업입니다. 일자리 창출을 목적으로 하는 7개 내외의 (예비)사회적기업을 선발하며, 활동기간 동안 최대 3,000만 원 이내의 사업비 및 경영개선 자금을 지원받을 수 있습니다. 또한 전문가 멘토링 및 네트워킹 등 사후관리에 참여할 수 있습니다.

③ LG소셜캠퍼스

‘옴은 미래’를 만들어가는 LG전자와 LG화학의 사회적경제 통합지원 플랫폼입니다. 금융지원, 공간지원, 성장지원, 인재 육성 등 크게 4가지 분야를 지원합니다. 2016년까지 친환경 사회적기업 대상으로 금융지원만 진행하였으나, 2017년부터 지원 분야를 확대하였습니다. 혁신적이고 공익적인 친환경 분야 사회적기업을 대상으로 금융지원(최대 5,000만 원, 대출은 최대 1억 원까지 지원)을 포함, 사업 안정화를 위한 공간 지원, 사회적경제 인재 육성, 사업의 질을 향상시킬 수 있는 성장지원 사업을 진행하고 있습니다.



④ 사회성과인센티브(SPC: Social Progress Credit)

사회적기업의 사회적 성과에 준하여 인센티브를 부여함으로써 사회적기업의 혁신 동기를 유발하고, 이를 바탕으로 건실한 사회적기업의 성장과 생태계 활성화를 이루는 선순환 구조 구축 프로젝트입니다. SK, 한국사회적기업진흥원, 한국사회적기업중앙협의회, 한국사회투자, 사회적기업 연구원으로 구성된 “사회성과인센티브 추진단”에서 프로젝트를 추진하고 있으며 인증 여부와 법인 형태에 관계없이 다양한 사회적경제 조직의 참여를 권장하고 있습니다. 명확한 사회적 미션과 사회문제 해결에 대한 안목을 갖추고, 성장·확장 가능한 혁신적인 사회문제 해결 솔루션을 가지고 있다면 누구나 참여할 수 있습니다.

4. 임팩트 투자 부문

① HGI(HG Initiative)

HGI는 우리 사회가 당면하고 있는 많은 문제들을 지속가능하고 혁신적인 비즈니스 아이디어로 풀어내고자 하는 임팩트 비즈니스 회사로서, '가치 기반의 삶'을 중시하며 다양한 소셜벤처를 돕고 있습니다. 다양성, 포용성, 웰빙이라는 3가지 핵심가치를 중심으로 다양한 소셜벤처에 투자를 진행하고 있습니다. 대표적으로 소너 방앗간, 마리몬드, 두손컴퍼니, 트리플래닛 등에 투자하였습니다.

② SOPOONG

2008년 설립된 대표적인 임팩트 투자사이자 전문적인 소셜벤처 인큐베이터입니다. 기술, 전문성을 기반으로 규모와 성장을 만들며 빠르게 사회문제를 해결할 수 있는 소셜벤처를 선발하고, 즉시 투자를 진행합니다. 연 2회 프로그램을 운영하며 투자 결정시 집중 프로그램을 진행하여 투자사의 비즈니스 모델이 안착될 수 있도록 돕습니다. 소카, 텀블벅, 스페이스 클라우드 등 다양한 소셜벤처의 시작을 함께했으며 지금까지 투자한 기업의 총 가치는 4.201억 원을 상회합니다.

③ 카이스트청년창업투자지주

카이스트청년창업투자지주는 우리 사회가 당면한 다양한 문제를 해결하고자 하는 혁신적인 아이디어와 기술을 가진 기업을 지원하고 있습니다. 설립초기의 기업이 안정적으로 성장할 수 있도록 초기 자금을 투자하고 있으며, 동시에 육성 프로그램도 운영하고 있습니다. 특히, KAIST를 중심으로 외부 협력기관 등 다양한 채널을 통하여 혁신적인 사업모델과 사업화 역량을 갖춘 청년 기업을 발굴하고 있습니다. 지금까지 000간, 연금술사, 호갱노노 등 다양한 기업에 투자하였습니다.

④ D3Jubilee

넘어진 자들이 일어설 수 있는 발판을 뜻하는 D3Jubilee는 국내·외에서 사회적으로 크고 중요한 문제를 해결하고 격차를 줄이는 기술기반의 혁신 기업을 발굴합니다. 특히 뛰어난 사용자 경험과 성장성 있는 비즈니스 모델을 만드는 창업가들을 주목하고 있습니다. 세부적인 테마를 설정하고 해결하고자 하는 기업에 집중 투자하며, ICT/데이터 등을 다루는 기업 역시 주요 투자 대상입니다. 지금까지 Law&Company, 피플펀드, 프렌트립, 트래블러스맵 등에 투자하였습니다.

⑤ 크레비스파트너스

크레비스는 혁신적인 기술과 사업으로 사회가 가진 문제를 해결하는 임팩트 벤처 그룹입니다. '발굴'과 '통합'이라는 두가지 가치를 중심으로 소셜벤처에 접근하여 가능성을 발굴하는 일에 몰두하고 있습니다. 초기 창업 단계에 투자하고 함께 사업을 실행하기도 합니다. 또한 초기 기업이 어려움을 겪을 수 있는 경영 관리, 마케팅, 브랜딩, 커뮤니케이션 등 전문적인 서비스를 함께 제공하고 업무 공간과 주거 공간도 지원하고 있습니다. 대표적인 투자 기업으로 트리플래닛, 도너스, 인스파이어.디 등이 있습니다.

⑥ 행복나눔재단

행복나눔재단은 성장 가능성을 지닌 사회적기업 및 소셜벤처를 발굴하고 기업의 성장 단계에 적합한 맞춤형 육성을 통하여 각 기업의 사업 역량 확대와 성장의 기초를 다집니다. 경제적 가치와 사회적 가치를 모두 고려한 임팩트 투자를 통하여 사회적기업 생태계 활성화를 촉진하며, 사회적기업 및 이해관계자와의 네트워킹 연계를 통하여 사회적경제 생태계의 확장을 지원하고 있습니다. 지금까지 작은영화관사회적협동조합, 세진플러스, 위누 등에 투자를 진행하였습니다.

PART. 04

사회적기업 유형

- 1. 일자리 제공형
- 2. 사회서비스 제공형
- 3. 혼합형
- 4. 지역사회 공헌형
- 5. 기타형

1. 일자리 제공형

1) 개요

“일자리 제공형” 사회적기업은 취약계층에게 양질의 일자리를 제공하여 노동시장에 통합시키는 유형입니다. 전체 근로자 중 취약계층 근로자 비율이 50%(’18.12.31.까지는 30%)가 되어야 인증받을 수 있습니다.

Check Point 취약계층은 어떻게 정의하나요?

“취약계층”은 자신에게 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매하는 데 어려움이 있거나 노동시장의 통상적인 조건에서 취업이 곤란한 계층을 이야기합니다. 취약계층으로는 저소득층, 고령자, 장애인, 경력단절여성, 장기실업자, 북한이탈주민, 한부모 자녀, 결혼이민자, 범죄구조 피해자 등이 있습니다.

*위 취약계층을 포함하여 조손가정, 외국인근로자, 금융채무불이행자 및 저신용자, 학교폭력피해자, 학교박청소년 등을 포함하여 탄력적으로 인정

2) 국내·외 대표사례

국내 우리는 고용하기 위해 쿠키를 만듭니다 “워캔센터”

“우리는 쿠키를 만들기 위하여 장애인을 고용하는 것이 아니라 장애인을 고용하기 위해 쿠키를 만듭니다.” 경기도의 쿠키 공장에 새겨진 문구입니다. 워캔센터는 일할 수 있는 장애인들에게 직업을 주고 근무할 수 있는 환경을 제공하여 장애인의 자립과 재활을 돕고 있습니다.

2007년 사회적기업으로 인증받은 워캔센터는 중증 장애인들에게 전인적인 재활서비스를 제공하여 하나의 인격체로 성장할 수 있도록 하는 동시에 경제적 기반을 제공하여 생산적인 시민으로 자립생활을 영위할 수 있도록 하고 있습니다.

이후로도 꾸준히 사업을 지속해왔으며, 위캔 쿠키 판매를 넘어 위캔 카페를 오픈하고, 제약회사와의 연계고용 계약을 체결하는 등 장애인 일자리 창출을 위해 다방면으로 노력하고 있습니다.

국외 사람도 물건도 다시 살 기회를, “Spring Back Recycling”

스프링 백 리사이클링(Spring Back Recycling) 프로젝트는 2010년 3월 시작되었습니다. 미국 벨몬트(Belmont) 대학의 인액터스(Enactus)팀은 지역사회 내 노숙자와 출소자들의 사회적 문제에 주목하였습니다. 지역의 노숙자와 출소자들은 삶의 변화가 필요하지만 기회가 부족하여, 혹은 할 줄 아는 것이 없어서 다시 새로운 삶을 되찾는 데 어려움을 겪고 있었습니다. 이를 해결하기 위해 인액터스팀은 매트리스 재활용 사업에 대한 비즈니스 계획과 운영전략을 세웠습니다. 쓰레기 매립지에 버려지는 폐 매트리스를 구성하는 부속물의 85%가 다시 사용가능하다는 점에 착안한 재활용 사업이었죠. 그 후 이들은 노숙자와 출소자들을 관리하는 단체와 파트너십을 체결하여 그들의 협력을 이끌어 냈습니다. 출소자와 노숙자 출신의 노동자들은 매트리스들을 분해하는 기술을 배우고 그 부품들을 재활용하여 새로운 가치를 창출하는 시스템을 배웁니다. 인액터스팀이 할 수 있는 일은 그들이 가진 기술로 그들 스스로가 자립할 수 있도록 돕는 것이 전부였습니다. 물고기를 주는 것이 아니라 물고기를 잡는 방법을 가르쳐 준 것이죠.

스프링 백 리사이클링 프로젝트로 현재까지 약 10,000개 이상의 매트리스가 분해되었습니다. 이로써 매립지에 있던 전체 쓰레기의 250톤을 줄일 수 있었으며 34만 파운드에 달하는 금속, 고무, 솜 등이 다시 사용되었습니다. 폐 매트릭스가 재활용 되지 않고 태워졌다면 발생했을 유해 물질도 크게 줄일 수 있었습니다.

무엇보다 스프링 백 리사이클링 프로젝트는 사회에서 동떨어져 살아가던 노숙

자와 출소자들에게 일자리를 제공하고, 그들의 삶 자체를 변화 시켰다는 의미가 있습니다. 그들은 더 이상 텐트에서 살지 않아도 됩니다. 그들은 그들이 배운 기술로 안정적인 직업과 수입을 얻게 되었습니다. 누군가는 대학에 진학하여 배움을 이어갔고 더 나은 미래를 꿈꾸게 되었습니다. 그들은 이제 사회의 일원이 되어 진정한 자립을 이루게 되었습니다. 지금 스프링 백 리사이클링은 폐 매트리스의 운명을 바꾼 것처럼, 한사람 한사람의 삶도 변화시키고 있습니다.

2. 사회서비스 제공형

1) 개요

“사회서비스 제공형”은 취약계층에게 사회서비스를 제공하는 형태를 의미합니다. 인증받기 위해서는 전체 서비스의 수혜자 중 취약계층 비율이 50%(‘18.12.31.까지는 30%)가 되어야 합니다.

Check Point “사회서비스”란 무엇인가?

“사회서비스”란 개인 또는 사회 전체의 복지 증진 및 삶의 질을 높이기 위한 교육, 보건, 사회복지, 환경 및 문화분야 등의 서비스를 의미합니다.

*위 사회서비스 외에 개인 또는 사회 전체의 복지증진 및 삶의 질 제고를 위해 사회적으로 제공되는 서비스에 해당할 경우 탄력적으로 인정

2) 국내·외 대표사례

국내 누구나 균등한 교육의 기회를, “티치포울산사회적협동조합”

티치포울산사회적협동조합은 교육부가 선정한 대학주도 방과후학교 사회적기업입니다. 울산 농어촌과 도심 교육취약지역에 우수한 청년강사를 육성 파견하여 교육격차를 해소하고 좋은 일자리를 창출하고 있습니다.

티치포울산사회적협동조합은 2012년, 교육과학기술부가 방과후학교 수업의 질을 높이기 위해 공모한 '대학주도형 방과후학교 (예비)사회적기업 육성사업'에 응모하여 선정된 것으로 시작했습니다. 2013년 첫 해에 10개교였던 방과후학교가 2014년에 18개교, 2015년에는 23개교로 늘었습니다. 2016년에는 다소 줄어 16개교를 운영했습니다. 매출은 첫해인 2013년에는 9억 원, 이듬해인 2014년에는 18억 원으로 두 배 늘었으며 2015년에는 30억을 달성하며 안정적인 기반을 마련하였습니다.

티치포울산사회적협동조합은 우수한 강사진과, 그 강사들에 대한 교육과 관리 시스템을 구축하며 방과후학교 교육의 질을 대폭 향상 시켰습니다. 특히 강사 연수 프로그램인 강사아카데미는 타 업체의 방과후학교 강사들도 참여할 정도로 인기가 좋습니다. 티치포울산사회적협동조합은 향후 다양한 협동조합과의 연대를 통해 함께 세상을 변화시켜가고자 합니다.

국외 자전거 한 대로 바꾸는 사람들의 삶, “Bicycle Against Poverty”

우간다의 시골마을에서 나고 자란 청년 무암비(Muyambi)는 어린 시절 말라리아에 걸려 생사를 넘나들던 중 다행히 이웃의 자전거를 빌려 도심의 병원에서 치료를 받고 목숨을 구했습니다. 극심한 빈곤으로 자동차는커녕 자전거조차 가질 수 없는 사람이 대다수인 지역에서, 그는 어린 시절부터 마을 사람들이 병원에 갈 수 없어 말라리아로 죽어나가거나, 깨끗한 물을 먹지 못해 병에 걸리는 상황을 자주 목격했습니다. 자신은 운 좋게 목숨을 구했지만, 더 좋은 자원에 대한 접근성이 거의 없다는 문제의식은 그의 머리를 떠나지 않았습니다.

그는 어린 시절의 경험을 살려 '자전거'로 문제해결 방안을 찾아냈습니다. 자전거만 있으면 몇 시간 동안이나 걸어갈 거리를 상당히 단축할 수 있고, 그렇게만 된다면 좋은 학교, 병원, 시장 등 더 좋은 자원이 있는 곳의 접근성 역시 높아질 거라는 자연스럽고 당연한 논리였습니다. 가난에 맞서는 자전거(Bicycle

Against Poverty, 이하 BAP)는 그렇게 탄생했습니다.

BAP는 우간다 북부 외곽의 골루(Gulu)에 본부를 차리고, 임대 후 구매(Lease-to-own) 시스템을 통해 자전거를 살 여력이 되지 않는 우간다 사람들을 위해 1년 간 월 단위로 비용을 지급할 수 있도록 했습니다. 무암비는 이를 통해 우간다 사람들의 '접근성'을 확보하고자 노력했습니다. 자전거를 통해 교육, 의료, 깨끗한 물, 시장이라는 네가지의 접근성을 확보하자 인근 지역 주민의 삶은 나아지기 시작했습니다. BAP는 2009년부터 활동을 시작해 지금까지 1,800대의 자전거를 배포했습니다. 현재 BAP의 서비스에 영향을 받는 사람은 약 9,000명 정도입니다. 이들의 연 평균 수익은 35% 증가했고, 의사와 환자가 만나는 빈도 역시 40%정도 증가했습니다. BAP는 앞으로 우간다 외에 동아프리카 다른 지역으로도 확장할 계획을 가지고 있습니다.

3. 혼합형

1) 개요

“혼합형”은 취약계층에게 일자리와 사회서비스를 동시에 제공하는 유형입니다. 해당 유형으로 인증받기 위해서는 전체 근로자와 전체 서비스 수혜자 중 취약계층 비율이 각 30%(18.12.31.까지는 20%)가 되어야 합니다.

2) 국내·외 대표사례

국내 양질의 사회서비스와 품위있는 일자리를, “다솨이재단”

다솨이재단은 양질의 사회서비스와 품위있는 일자리 기회를 제공하여 사회적 약자의 삶의 질 개선에 기여하는 사회적기업입니다. 교보생명보험과 함께일하는재단이 중·장년층 경력단절여성을 중심으로 한 '다솨이 간병봉사단'을 기획

한 것에서 시작되어 2007년 '다솜이재단'으로 명칭을 바꾸고 사회적기업으로 인증 받았습니다.

취업이 어려운 실직여성가장에게 일자리를 제공함으로써 이들의 경제적 자립을 지원하고 있으며, 의료사각지대에 놓인 취약계층에게 유·무료 간병 서비스를 제공하여 그들의 삶의 질 향상에 기여하고 있습니다. 또한 사회적기업 최초 지속가능경영보고서 발간, SROI연구사업참여, 사회적기업 경영공시 등을 통해 이해관계자를 포함한 대국민을 대상으로 국내 사회적기업 1호로서의 책임 있는 활동을 지속해오고 있습니다.

국외 **헌 옷가지와 가전제품로 지역 발전과 일자리를, “군제이(Goonji)”**

군제이의 대표인 안수 굽타는 대학에서 저널리즘과 경제학을 공부했습니다. 그는 어느 날 길을 걷던 중 시체를 수거하는 일을 하는 사람을 만났습니다. 그 사람은 옷과 이불이 없어서 겨울을 따뜻하게 보낼 수 없었고, 그의 딸은 아버지가 수거해온 시체를 덮고 겨울을 난다는 충격적인 이야기를 듣습니다. 이를 계기로 안수 굽타는 버려지는 옷을 모아 가난한 이들에게 공급하는 재활용 유통 사회적기업 '군제이'를 설립합니다.

군제이는 헌 옷가지와 가전제품을 모아 시골을 발전시키는 일을 하며 시작하였습니다. 군제이의 다섯가지 핵심 사업 중 VASTRA-SAMMAN 사업은 도시에서 충분히 이용되지 못하고 낭비되는 옷이나 자원들을 모아 인도 곳곳의 농촌 지역으로 나누는 프로젝트입니다. 단순한 자선을 넘어 인도의 발전 과정에서 중요한 기여를 하고 있습니다.

인도의 재난이나 재해를 대비해 활동하는 RAHAT(Relief efforts for disaster hit people)는, 재난재해 발생시 즉각적인 원조를 펼치고 있습니다. 또한 빈곤한 마을 여성들이 생리기간 동안 깨끗하지 못한 옷을 입는데, 군제이는 모아진

옷들로부터 깨끗한 생리대를 만들어 빈곤한 시골이나 빈민가 여성들에게 나누어주기도 합니다. 이렇게 군제이는 기부받은 의료 소재를 활용하여 농촌지역의 고용을 창출하고, 농촌 마을 단위의 생산 규모를 조직하여 낙후한 시골 지역을 개발하기도 합니다. 주민들은 생산에 참여하며 일자리를 얻습니다.

4. 지역사회공헌형

1) 개요

“지역사회 공헌형”으로 인증을 받기 위해서는 첫째, 지역의 인적·물적 자원을 활용하여 지역 주민의 소득과 일자리를 늘림으로써 지역사회에 공헌하거나, 둘째, 지역의 빈곤·소외·범죄 등 사회문제를 해결하거나, 셋째, 지역의 사회적 목적을 추구하는 조직을 지원해야 합니다. 세 가지 중 하나를 만족하면 “지역사회 공헌형”으로 인증을 받을 수 있는 요건을 갖추게 됩니다.

Check Point “지역사회 공헌형” 유형이 필수적으로 고려해야 하는 것은 무엇인가요?

“지역사회 공헌형”은 지역의 현안이 무엇인지 정확하게 파악하는 것이 중요합니다. 지역의 문제를 사회적기업의 비즈니스로 어떻게 풀어갈 것인지 명확하게 제시할 수 있어야 합니다. 또한, 취약계층 고용 창출이나 취약계층 대상 서비스가 필수 요건으로 포함되어 있지 않은 만큼, 사업이 지역사회에 미칠 수 있는 긍정적인 영향을 제시하여야 합니다.

2) 국내·외 대표사례

국내 **주민들이 만들어낸 한국의 산토리니, “감천문화마을주민협의회”**

1950년대 6.25피난민의 힘겨운 삶의 터전으로 시작된 감천문화마을은 현재에 이르기까지 민족현대사의 한 단면과 흔적인 부산의 역사를 그대로 간직하

고 있는 곳입니다. 산자락을 따라 질서정연하게 늘어난 계단식 집단 주거 형태는 독특한 풍경을 만들어내며 한국의 마추픽추, 한국의 산토리니라고 불리고 있습니다. 감천의 이런 특색과 역사적 가치를 살리기 위해 지역 예술인들과 마을 주민들이 모여 시작한 「마을미술 프로젝트」가 감천문화마을 만들기 사업의 디딤돌이 되었습니다. 2015년에는 140만여명이 방문하는 부산의 명소가 되었습니다.

감천문화마을주민협의회는 보존과 지역재생이라는 두가지 키워드를 중심으로 생활 문화에 창조적인 예술의 옷을 입혀 감천문화마을이 생활 친화적인 마을로 거듭나도록 노력하고 있습니다. 또한 '주민이 살기 좋은 마을', '방문객에 친절한 마을', '주민 스스로 지속하는 마을'의 3가지 목표를 가지고 한국의 대표 브랜드로 거듭나기 위한 지역 공동체로서의 노력도 계속될 예정입니다.

국외 리퍼제품을 통해 사람들의 소비 습관을 바꾸는 쇼핑몰, “ReTuna”

쇼핑몰이 차고 넘치는 시대입니다. 각종 대형 마트, 옷가게, 또 온라인 쇼핑몰까지 다양한 마케팅으로 소비자의 눈과 귀를 사로잡아 지갑을 열게 만듭니다. 하지만 이렇게 무작정 사게 된 물건들은 주인을 잃고 쓰레기장 신세로 전락하기도 합니다. 많은 물건들의 엄청난 폐기 비용은 그만큼 환경에도 큰 부담으로 작용합니다. 스웨덴 동남부의 도시 에스킬스투나에서 활동하는 환경운동가들은 사람들의 소비습관을 이처럼 바꾸기 위해 지난 2015년 세계 최초로 리퍼비쉬제품(Refurbish), 업사이클 제품 등만 판매하는 복합 쇼핑몰을 열었습니다. 바로 ReTuna Återbruksgalleria(이하 ReTuna)입니다. 일상에 필요한 대부분의 제품을 판매함에도 불구하고 모두 리퍼비쉬 제품입니다.

ReTuna 내의 모든 식당은 지역사회와의 공생 발전을 위해 지역에서 생산되는 유기농 재료만을 사용합니다. 지역 사람들의 중고 물품에 대한 거부감을 줄이고 현재의 과도한 소비 습관을 개선하는 데 도움을 주고자 합니다. 지역 주민들

의 반응 또한 호의적이어서 매일 6~700명의 손님이 매장을 다녀간다고 합니다. 한편, 지역 주민을 대상으로 교육 공간도 만들어 디자인, 재활용, 재사용이라는 주제로 강의를 열기도 합니다.

5. 기타형

1) 개요

단순히 취약계층 고용이나 사회서비스 제공 등을 정량적으로 판단하기 어려운 사업모델을 가지고 있는 경우 “기타형”으로 분류할 수 있습니다. “기타형”의 경우 폭넓게 사회적기업을 육성하고 지원하기 위한 유형이라고 할 수 있습니다.

2) 국내·외 대표사례

국내 넓은 극장이 어느새 어르신들의 사랑방으로, “추억을파는극장”

종로에 위치한 낙원상가 4층은 어르신들에게 이미 유명한 공간입니다. 서울의 대표 극장이었던 허리우드 극장입니다. 멀티플렉스 상영관의 등장과 함께 쇠락의 길을 걸었지만, 문화사업가 김은주 대표는 당시 이 극장을 인수하여 실버영화관, ‘추억을 파는 극장’으로 탈바꿈 시켰습니다.

이제 영화관으로 나들이 오는 어르신들이 많이 늘었습니다. 55세 이상의 어르신들의 영화관람 비용은 2,000원입니다. 자막은 어르신들에 맞게 조금 더 키워놓았습니다. 손님을 맞이하는 영화관 직원도 모두 어르신들입니다. 평균연령 70대입니다. 어르신들의 이용에 귀를 기울이고 개선해나가니 어르신들이 믿고 이용할 수 있는 저렴한 식당도 만들어졌습니다. 또한 여자끼리 갈 수 있는 공간을 만들어달라는 요청에 ‘실버 미용실’도 생겼습니다.

고령화 시대에 접어든 한국 사회에서 실버 영화관과 같은 어르신들을 위한 공간은 어르신들의 삶의 질 향상에도 직·간접적으로 기여하고 있습니다. 추억을 파는 극장의 실버 영화관은 어르신들의 추억을 어루만지는 따뜻한 공간으로, 어르신들을 위한 사회적기업으로 꾸준히 운영하고 있습니다.

국외 **카메라로 노숙인의 새 삶을 여는 비영리단체. “카페 아트(Cafe Art)”**

2016년 7월, 영국 런던 세인트폴 대성당 앞으로 105명의 노숙인들이 모여들었습니다. 이들의 손에 들린 것은 후지(Fuji) 일회용 카메라. 노숙인들이 런던 시내 곳곳을 누비며 담은 '나의 런던(My London)' 컬렉션은 벌써 수년째 대중들의 마음을 사로잡고 있습니다. '나의 런던' 프로젝트는 영국의 비영리단체, 카페 아트가 처음 시작한 프로젝트입니다. 노숙인들에게 카메라를 주고 도시의 모습을 찍게 한 후, 전시회를 열고 우수작을 선정해 달력을 만듭니다. 수익금은 전부 노숙인에게 돌아갑니다.

프로젝트에 참여하는 노숙인들 중에는 카메라를 만져본 사람도 있고, 처음만져보는 사람도 있습니다. 카페 아트는 이들을 위해 유구한 역사를 가진 영국사진협회 회원들 중 자원봉사자를 받아 전문적인 트레이닝과 멘토링을 진행하기도 합니다. 이 프로젝트는 이미 시드니, 부다페스트, 뉴올리언스, 상파울루로 확대됐습니다.

이 프로젝트의 목표는 하나입니다. 노숙인들이 취업 시장으로 뛰어들거나, 집을 구하거나, 사회 속으로 다시 진입하거나, 잠재된 능력을 발견할 수 있도록 자신감을 주는 것입니다. 실제로 카페 아트가 2012년부터 이 프로젝트를 진행해오던 동안 많은 노숙인들이 자존감을 회복하고 사회로 나갈 용기를 얻었다고 합니다. 심지어 몇몇 노숙인들은 예술가로서의 새로운 삶을 시작하기도 했습니다.

PART. 05


사회적기업

우수사례

1. 세어하우스 우주
2. 뉴시니어라이프
3. 농사펀드(소셜벤처)
4. 행복나눔마트협동조합
5. 세진플러스
6. 아시아공정무역네트워크
7. 사회적협동조합 드림위드양상블
8. 민들레의료복지사회적협동조합
9. 유스바람개비
10. 에이컴퍼니

*본 인터뷰는 2017년 5월에 진행되었습니다.

셰어하우스 우주

-  **주요사업** 청년 주택 임대
-  **인증년도** 2015년
-  **홈페이지** www.woozoo.kr
-  **전화번호** 02-2018-3700

THE KEYWORDS

셰어하우스

거실과 주방 등 공용 공간을 공유하는 주거 형태로 공유를 통해 청년 주거 문제를 해결한다.

우주인

우주는 입주 청년을 '우주인'으로 명명하며, 다양한 모임을 통해 사회 경험과 커뮤니티 확장을 돕는다.

라이프스타일

우주는 물리적 집을 넘어 집 보관, 청소 대행, 어학원 제휴 등 삶 전반을 돌보는 맞춤형 생활 서비스를 제공한다.





2030 청년에게 '서울살이'란?

부산에서 올라와 서울에 첫 직장을 구한 A군(28). 직장 생활도 정신 없는데 아 직은 낯선 서울에 적응하기도 쉽지 않다. 급한 대로 고시원을 구하긴 했지만, 높지 않은 월급 탓에 보증금을 마련할 길이 막막하다.

대학 입학 후 2년 동안 기숙사에 머물렀던 B양(23). 계약 기간이 끝나 다른 장소를 알아봐야 하지만, 여자 혼자 지낼 곳을 찾자니 안전 문제가 신경쓰인다. 친구들과 함께 지냈던 터라 자취할 생각을 하니 괜스레 쓸쓸하기도 하다.

부모님 품을 벗어나 드디어 자취를 결심한 C군(30). 간신히 보증금은 마련했는데, 매달 나가는 돈을 헤아려보니 만만치 않다. 세탁기, 냉장고 등을 모두 구매할 수도 없고 풀옵션 집을 구하더라도 가구와 생활집기까지 다 새로 살 수는 없는 노릇이다.

'공유'로 주거 문제 해결의 실마리를 찾다

이리 보고 저리 보아도 쉽게 답이 나오지 않는 2030 청년의 주거. 그 복잡다난한 문제에 '공유'라는 해결책을 제시한 이들이 있다. 바로 국내 최대 규모의 셰어하우스 기업 WOOZOO(우주)다.

예를 들어 청년 4명이 각자 보증금도 없이 월세 30만 원으로 방을 구한다면 작은 원룸 밖에 선택지가 없다. 하지만 이들이 모여 120만 원 월셋집을 구한다면? 제대로 된 거실과 부엌을 갖춘 집을 구할 수 있는 건 물론 생활비도 1/n 할 수 있다. 이러한 주거 형태는 이미 일본과 유럽 등에서는 익숙한 생활 방식으로 아파트나 빌라 등에 여러 명이 함께 사는 모양을 띤다. 거실이나 부엌, 욕실 등 공용 공간은 함께 이용하고 방은 1-3명이 나눠 사용하는 게 특징이다.

여기에 더해 우주는 경제적 기반이 약한 청년층의 특성을 고려해 보증금을 100만 원대로 낮췄다. 치안 문제를 고려해 교통이 편리하고 안전한 지역을 중심으로 서비스를 제공하며 보안 장비 등도 갖추고 있다. 가구, 가전, 생활집기 등의 풀옵션 서비스를 제공하는 것은 물론, 서울 곳곳에 위치한 덕분에 생활권 선택의 폭도 넓다.





개인의 취향, 라이프스타일까지 고려한 셰어하우스

한편 우주는 입주 청년을 '우주인'으로 명명하여 하나의 개성을 부여한다. 1년에 2회 이상 정기적인 모임을 가지며 다양한 사회 경험과 관계망 확장까지 돕는다. 최근에는 우주인을 위한 맞춤형 생활 서비스도 시작했다. 짐 보관 서비스, 청소 서비스, 의식주와 관련된 다양한 브랜드와의 제휴를 통해 할인 혜택을 제공한다. 단순히 물리적 주거 문제를 해결한 것을 넘어 청년들의 삶 전반의 문제를 살피는 라이프스타일 서비스로 나아간 것이다.

덕분에 셰어하우스 우주는 서울 시내 총 66개 지점을 보유하고, 국내 셰어하우스 기업 중 최대 규모를 자랑한다. 누적 입주 신청자 수는 약 7천 명, 재계약률은 평균 75%로 높은 인기를 누리고 있다. 올해 하반기까지 우주는 100개의 셰어하우스로 확장할 예정이며, 건물 전체를 셰어하우스로 운영하는 등 건축적인 면에서도 다양한 시도를 하고자 한다.

주위의 친구, 동료의 문제를 눈여겨보고 청년의 힘으로 청년 문제를 해결한 셰어하우스 우주. 어쩌면 그들이 계속해서 성장하고 발전하는 원동력 역시 젊음과 청년의 관점에서 바라보고 사고하는 데서 오는지도 모른다. 언제나 청년들의 삶을 돌보는 그들을 응원한다.

셰어하우스 우주의 3대 목표

- 01 주요 광역시를 중심으로 셰어하우스 우주 운영 지역 확대
- 02 다양한 건축적 형태의 셰어하우스 설립
- 03 다양한 입주민 부가서비스 확장

숫자로 보는 셰어하우스 우주



(출처: 셰어하우스 우주 인터뷰)

청년 주거 걱정 없는 사회... 우주가 만들어 볼게요

세어하우스 우주 김정현 대표

- 국내 세어하우스 문화의 중심에 있는 우주의 창업 계기가 궁금하다.

저가형 보청기 딜라이트의 성공 이후 청년의 문제를 해결하는 사회적기업을 창업해 보자는 생각이 있었다. 등록금을 비롯한 다양한 청년 이슈 중 주거 문제가 눈에 들어왔다. 학비는 그래도 장학금 제도가 있는데, 주거는 선택지가 없었다. 사회초년생도 마찬가지였다. 월급을 받아도 집세를 내고 나면 남는 게 거의 없더라. 당시 기업 형태로 운영하는 세어하우스는 없던 상태라 한번 도전해보자고 결심했다.

- 주로 어떤 서비스들이 있나?

우주는 보통 풀옵션 서비스를 제공한다. 그렇다 보니 기존에 자취를 하던 사람은 짐을 처리하지 못 하는 경우가 생기더라. 그래서 짐을 보관해주는 서비스와 제휴를 하게 되었다. 우주에 거주하는 사람에게는 특별 할인을 제공하는 식이다. 이런 식으로 거주민의 고민을 함께 해결하려다 보니 더 많은 것들이 눈에 들어왔다. 그 결과 지금은 젊은 층이 선호하는 학원이나 병원, 식당 서비스 등과도 제휴를 맺고 있다. 이외에 와이파이, 정기청소, 방역 서비스 등은 기본으로 제공 중이다.

- 한편 요즘 세어하우스 브랜드가 점점 많아지고 있다. 이에 대한 우주의 전략은 무엇인가?

세어하우스 역시 경쟁 업체가 생기는 게 좋은 현상이라고 생각한다. 시장이 커진다는 뜻이고 사회 전체적으로 좋다면 긍정적으로 볼 부분이다. 관련해 우주는 최대한 규모를 빨리 늘리는 방법을 취하려고 한다. 입주민의 선택지를 넓히는 거다. 이 지점이 마음에 들지 않는다면, 다른 지점을 바로 보여줘서 시간 낭비를 줄여주고자 한다. 이사를 가더라도 우주 안에서 이사를 갈 수 있도록 하는 게 목표다. 제휴 서비스를 확장하는 것도 우주만의 매력일 될 수 있다고 본다. 우리는 입주민이 원하는 것을 계속해서 묻고 그에 대한 방안을 마련해가고자 한다.

- 마지막으로 앞으로 우주의 계획을 들려달라.

현재 우주는 서울에서만 운영 중이다. 수도권 등으로 확대 요청이 정말 많은데 내년부터는 범위를 확대해보고자 한다. 수도권과 주요 광역시를 중심으로 시작할 예정이다. 향후에는 세어하우스의 건축 형태도 다양화 하고싶다. 아파트나 빌라, 다가구 주택을 개조한 것은 물론 건물 자체를 세어하우스로 만들고 싶은 마음도 있다. 이처럼 다양한 시도를 통해 재미있는 세어하우스 문화를 만들고 싶다.



뉴시니어 라이프

-  **주요사업** 실버 패션 모델 사업
-  **인증년도** 2011년
-  **홈페이지** www.newseniorelife.co.kr
-  **전화번호** 02-912-8942

THE KEYWORDS

시니어모델

인생의 황혼기를 맞은 시니어들이 패션을 통해 당당한 모습을 되찾게 한다. 모델 활동을 통해 노년기의 자아 실현과 함께 치매와 우울증 등의 질병예방 효과도 거둔다.

패션디자인

시니어의 체형에 맞춘 패션을 선보임으로써 노년의 건강한 아름다움을 전한다.

문화활동

시니어들이 공연, 영화 관람 등 기존의 수동적인 문화 체험에서 벗어나, 모델로서 능동적으로 참여할 수 있는 문화활동의 전형을 제시한다.



시니어



뉴시니어라이프
NEWSENIORLIFE



한국에서 100세 시대 맞기, 축복일까 재앙일까?

한국의 노인 빈곤율은 48.8%. OECD 국가 중 압도적 1위다. 노인 자살률 또한 만만치 않다. 인구 10만 명 당 80명으로 이 부분 역시 OECD 1위다. 노인의 삶을 나타내는 지표들이 어두운 가운데 이들이 할 수 있는 일과 문화생활 또한 마땅치 않다. 일자리는 저임금 노동에 국한돼 있고 문화생활은 영화 감상 등 수동적인 활동이 대부분이다. 이 같은 상황에서, 노인이 돌봄의 대상이기보다 '나 자신'으로堂堂하게 살 기회가 있을까?



노인의 자기표현 수단으로 발견한 '패션'

뉴시니어라이프 구하주 대표는 패션 디자이너로 활동하던 당시, 자신이 만든 옷에 50~60대 고객층이 불만족스러워하는 모습을 보게 됐다. 고객들의 몸이 늘어감에 따라 체형이 바뀌면서 옷이 안 맞게 된 것. 이후 그는 노화를 대하는 노인 심리 및 노인 체형의 문제를 고민하기 시작했다. 나아가 구 대표는 노인 중에서도 더 젊게 사는 이들의 비결까지 알고 싶었다. 그가 발견한 비결은 바로 자기 표현. 그 표현의 중심에는 옷이 있었다.



우연한 기회에 구 대표는 자신이 디자인한 옷을 입고 직접 패션쇼에 나간 적이 있다. 이때 무대 위에 올라 포즈를 취하면서, 그는 패션쇼가 노인에게 생기를 불어넣을 표현 수단임을 확신했다. “우리는 많은 문화생활을 하지만 보고 즐기고 박수를 치는 데서 그쳐요. 돌아서면 쓸쓸하고 소외되는 느낌을 받죠. 노인들은 패션쇼를 통해 직접 자신을 표현하면서 성취감을 느낄 수 있어요. 꺼져가던 삶의 열정도 되살아나고요.”

나이 들 그 자체로堂堂하게! 모델활동으로 되찾은 삶의 열정

뉴시니어라이프가 노인문제의 해법으로 제시한 시니어 모델 프로그램은 전례를 찾기 힘든 시도다. 하지만 뉴시니어라이프는 새로운 길을 개척하며 노인문제 해결의 유의미한 성과를 거뒀다. 작은 키, 보통의 외모였던 노인이 워킹훈련을 거쳐 자세와 걸음걸이를 바로잡았다. 체형이 교정될 수록 오프숄더 셔츠나 하이힐 등 모델들이 도전하는 패션도 다양해졌다. 이처럼 시니어 모델들은堂堂한 모습으로 무대에 섰다. 삶의 열정을 되찾아 시니어 모델들의 일상에서도 변화가 생겼다. 우울증을 앓던 한 노인은 활기찬 모습을 되찾고 가족과의 관계가 개선되기도 했다. 치매와 우울증, 자살예방 등 노인이 겪는 다양한 문제가 모델 활동을 통해 해소됐다.



노년의 꿈과 열정 갖고 '더 넓은 세상으로'

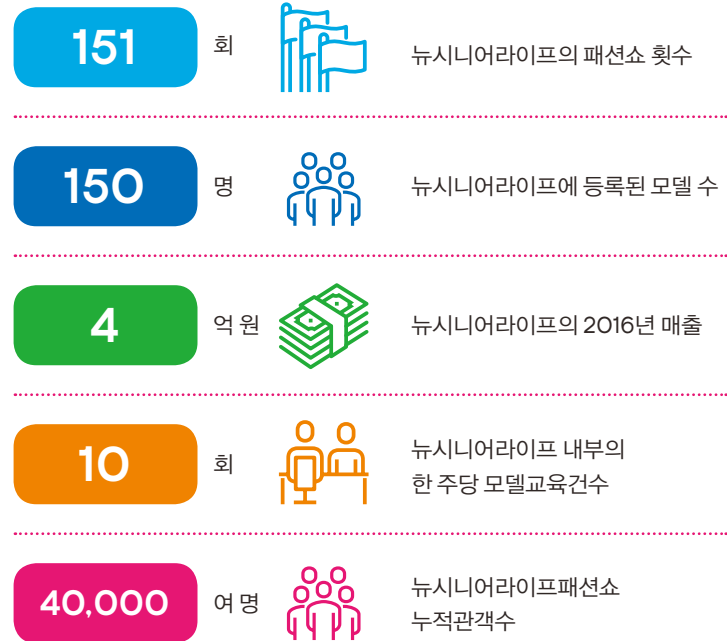
이제 뉴시니어라이프는 시니어 모델들의 활동분야를 넓혀가려 한다. 시니어 모델의 역동적 무대워킹을 선보이는 '페스티벌 패션쇼', 한국 궁중의상의 화려함을 표현하는 '궁중의상 이벤트', 시니어 모델 활동에 관심 있는 사람들을 위한 '모델 체험 프로그램'도 마련돼 있다. 2017년 7월 23일에는 샌프란시스코에서 열린 제21차 IAGG(세계노년학·노인의학회) 학술대회의 개막공연으로 뉴시니어라이프의 무대가 펼쳐졌다. 시니어 문화예술 프로그램의 새 전형을 만들었다는 점에서 학회의 주목을 받은 것. 앞으로도 뉴시니어라이프는 한국의 시니어들이 가진 가능성을 무대 위에서 마음껏 선보일 예정이다.

“노인들의 마음에는 못다 한 꿈에 대한 열정이 가득하죠. 이 분들의 열정을 개발해 사회적으로 보람 있는 일을 꾸준히 하도록 해야 합니다.”

뉴시니어라이프의 3대 목표

- 01 고품격 시니어 일자리 창출
- 02 노인성 질환(치매, 우울증, 관절질환 등) 예방 및 극복
- 03 전 세계에 밝고 당당한 시니어문화 확산

숫자로 보는 뉴시니어라이프



(출처: 뉴시니어라이프)

인생 황혼기에 패션으로 ‘당당한 노년’을 맞이하다

뉴시니어라이프 구하주 대표



- 시니어 패션을 통해 노인문제를 해결해나가는 방식이 신선하다. 패션디자이너로서 노인문제에 접근하게 된 이유는 무엇인가?

20년 전 패션디자이너로 활동할 때 5.60대 고객분들이 있었다. 이분들이 언젠가부터 행복하지 않은 표정을 짓곤 하더라. 나이 들고 몸이 변하면서 옷이 몸에 안 맞았던 거다. 디자이너 입장에서는 고객분들에게 만족을 주지 못한다는 게 고민이었다. 이후 시니어에 대해 구체적으로 공부하게 되면서 그분들의 체형에 맞춘 옷을 생각하게 됐다. 더불어 동년배인데도 더 젊게 사는 분과 더 늙게 사는 분의 차이를 고려하기 시작했다. 노후를 점게 보내는 분들에게는 문화활동을 하면서 즐겁게 자신을 드러낼 수단이 중요하더라. 옷은 자기를 표현하는 가장 큰 무기다. 옷이 노인들의 자기 표현 수단이 될 수 있다고 생각해서 시니어 모델들을 모아 활동하게 됐다.

- 노인들의 자신감을 회복하는 데 ‘패션’이 어떤 역할을 했냐고 보나?

나이들에 대한 공포, 죽음에 대한 두려움이 노인성 질환의 시작이다. 이는 예방이 꼭 필요한 부분이다. ‘패션’이 이런 두려움을 극복하는 역할을 해준다고 생각했다. 보통 나이가 들어 할 수 있는 문화활동을 보자. 공연 관람 및 영화감상 등 보고 즐기고 박수를 보내는 활동이 대부분이다. 돌아서면 더 쓸쓸하고 소외된 느낌이 든다. 이런 분들에게는 직접 체험하고 표현하는 활동을 하며 성취감과 즐거움을 느껴야 한다. 그래야 꺼져가는 삶의 열정을 살릴 수 있다.

- 시니어모델들 활동의 성과를 꼽는다면?

4년에 한 번씩 하는 세계노년학회가 있다. 2017년은 미국 샌프란시스코에서 열렸는데, 우리가 학회 행사의 오프닝 무대에 오르게 됐다. 무대를 본 학회 참석자들에게서 한국의 시니어모델과 그 패션이 훌륭하다는 찬사를 들었다. 또한, 한국관광공사에서 중국이나 중동을 대상으로 한 ‘예비 창조관광 프로그램’으로 꼽히기도 했다.

- 뉴시니어라이프가 지향하는 미래의 모습은 무엇인가?

우리나라의 노인들이 가진 건강한 아름다움, 여기에 한국의 전통의상에 담긴 아름다움까지 보여주는 것이다. 노인들이 그간 못다 한 꿈을 펼칠 수 있도록, 시니어 모델 활동을 개발해서 앞으로 사회에 정말 보람있는 대열에 이분들을 세우고 싶다. 나아가 사회에 가치 있는 일을 꾸준히 하는 시니어들을 대우하는 분위기도 만들어가고 싶다. 이런 분들이 선두에 서서 시니어 문화를 혁신하고 새로운 문화를 만들어가면서 정수 사회의 본보기가 돼야 한다고 생각한다.

농사펀드

-  **주요사업** 농산물 크라우드펀딩
 **홈페이지** www.farmingfund.co.kr
 **전화번호** 1600-3418

THE KEYWORDS

크라우드 펀딩

농사펀드는 농부가 빚 없이 농사를 지을 수 있도록 크라우드 펀딩을 통해 영농자금을 미리 지원한다.

농부의 철학

농사펀드는 정직하고 건강하게 농사를 짓고 싶은 농부의 철학을 존중하며 이를 콘텐츠에 담아 소비자에게 전달한다.

신뢰

농사펀드는, 소비자는 농부를 응원하고 농부는 소비자를 생각해 건강한 농사를 실천하는 신뢰 기반의 선순환을 만들어 가는 소셜벤처다.



기타





“내가 먹는 이 음식은 어디서 왔을까?”

언제부턴가 우리 사회에는 ‘먹거리’에 대한 불안이 자리 잡았다. 원산지를 알 수 없는 농산물과 유통기한을 속인 제품들, 유전자 변형 농산물(GMO)에 대한 공포까지. 개인이 아무리 노력한다 해도 통제할 수 없는 부분이 있기에 안전한 밥상과의 거리는 더욱 멀게 느껴지기도 한다. 한편 괴롭기는 농부도 마찬가지. 농약이나 화학비료를 사용하지 않고 건강하게 농산물을 기르고 싶지만, 시장에서는 모양이 예쁘지 않다는 이유로 제대로 된 가격을 받지 못한다. 결국, 1년 내내 수고한 농부에게 돌아오는 건 고스란히 빚으로 남은 영농자금뿐이다. 거대 유통구조와 시장의 가격 놀음 속에서 속만 썩일 뿐이다.

농부에게 투자하고 믿을 수 있는 먹거리로 돌려받는다

농사펀드는 크라우드 펀딩 방식을 통해 이러한 문제를 한 방에 해결한 소셜벤처다. 소비자는 농사펀드 플랫폼을 통해 농부의 농사 계획을 보고 미리 펀딩을 진행한다. 농부는 덕분에 빚 없이 농사를 지을 수 있고 정직하게 생산한 먹거리로 소비자에게 보답한다.



농부 입장에서는 생산 후 판매 고민을 하지 않아도 돼서 좋고 소비자는 농사가 지어지는 과정을 확인할 수 있어 더욱 안심할 수 있다. 또한, 중간 유통비가 없는 덕에 시중가 대비 약 20% 저렴한 가격에 구매 가능하다. 수확 후 가장 맛있는 시기에, 제철 음식을 맛보는 즐거움은 덤이다.

현재 농사펀드에는 각종 제철 과일과 양파, 감자, 마늘, 옥수수 등 실제 작물은 물론 이를 가공한 수제 청, 참기름, 식초 등도 마련되어 있다. 풀 먹고 자란 한우, 무항생제 삼겹살, 싱싱한 뽕소라, 명품 옥골비 등도 인기. 수제 요거트와 맛있는 육포도 빼놓으면 섭섭하다. 주식부터 간식까지, 식탁에 오르는 웬만한 제품은 다 만나볼 수 있는 셈이다.

땅을 사랑하는 농부, 그들의 철학

농사펀드 제품의 재구매율은 약 40%. 10명 중 4명이 한 달 내로 다른 농산물에 또 투자한다. 이처럼 충성고객 비율이 높은 이유는 아무래도 한 번 맛보면 반할 수밖에 없는 상품의 품질 때문. 농사펀드 사이트에 올라온 농부의 철학 등을 읽다 보면 절로 감동이 될 정도다.

한 예로 자연순환재배농법으로 포도 식초를 만드는 실미원 신순규 농부는 땅을 비옥하게 만드는 데만 10년을 투자했다. 화학비료, 제초제, 살충제 등을 일절 쓰지 않는 것은 물론 농사의 기본은 '물'이라는 생각에 건강한 흙으로 형성된 웅덩이에 5년 동안 빗물을 받아 수생 식물과 미꾸라지로 물을 정화해 농업용수로 사용한다.

더 많은 농부의 건강한 생산을 응원합니다

하지만 농사펀드에서 판매하는 모든 제품이 유기농 작물인 것은 아니다. 언뜻 의아하게 느껴질 수도 있지만, 그 안에는 더 큰 그림을 그리는 농사펀드의 의도가 숨어 있다.

“농부들이 가장 힘들어하는 시기가 보통 일반 농사에서 친환경으로 넘어가는 2, 3년이에요. 일반 농사를 짓다가 친환경으로 전환하면 작물 크기가 작거나 양이 덜 나와요. 그런데 인증서가 없으니 제대로 된 값을 받을 수 없죠. 그 시기를 버티지 못하면 친환경 농부가 될 수 없는 구조인데, 자금 순환 등이 쉽지 않다 보니 중간에 포기하는 분이 많아요.”

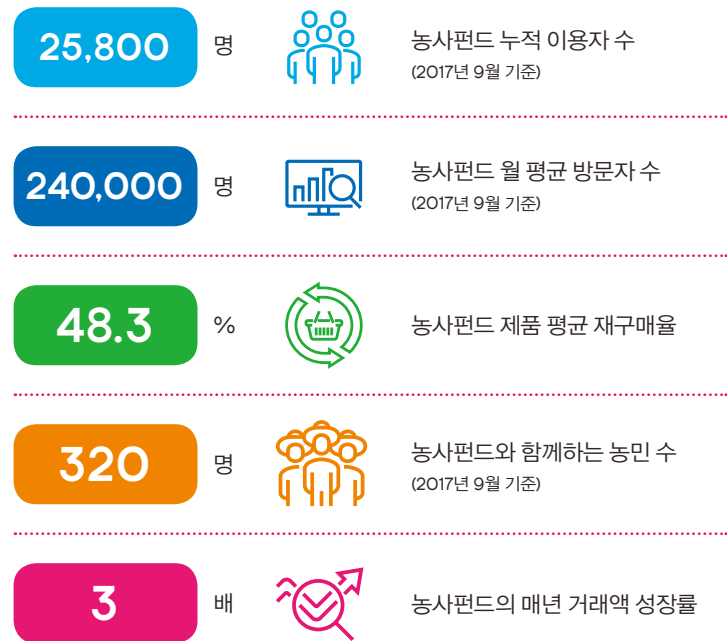
농사펀드 박종범 대표는 바로 이 점에 착안, 유기 농산물로만 품목을 제한하지 않는다. 친환경 농업 전환 시기의 든든한 버팀목이 되어 더 많은 농부가 안전하고 건강하게 농사를 짓도록 돕는 것이다.

최근에는 사이트 내에 일부 상품의 상시 구매가 가능한 '농편상회' 코너까지 마련한 농사펀드. 농사펀드가 전하는 안전하고 건강한 먹거리의 확장 방법은 생각보다 간단하다. 백문이 불여일견, “일단 한 번 잡춰봐!”

농사펀드의 3대 목표

- 01 25,000명의 농부와 25만명의 도시민 연결
- 02 농협을 대체하는 기업으로 성장
- 03 농촌과 도시를 연결하는 농촌기획자 2,000명 육성

숫자로 보는 농사펀드



(출처: 농사펀드 인터뷰)



농부들의 문제는 결국 내 밥상, 그리고 나의 문제

농사펀드 박종범 대표

- 농사펀드의 시작 계기가 궁금하다.

농촌과 관련된 일을 2003년부터 시작했다. 농민들이 공통적으로 토로하는 고충은 '빛 없이 농사짓고 싶다'는 것이었다. 대부분 빛을 쬐서 농사를 시작하고 수확물을 판매해서 그 빛을 갚는다. 둘째는 죽기 전에 '판매 걱정 없이 철학대로 농사를 짓고 싶다'는 의견이었다. 지금은 철학이 아니라 팔리는 상품을 만든다. 이 모든 것이 결국 안전한 밥상의 문제로 이어지더라. 그렇다면 이걸 농부의 문제가 아니라 내 문제라는 생각이 들었다. 때마침 해외의 크라우드 펀딩 사례를 보고 이를 농촌에 적용해보자는 생각에 농사펀드를 시작했다.

- 농사펀드는 '농부에게 투자하고 믿을 수 있는 먹거리로 돌려받는'다는 슬로건을 내세운다.

이러한 방식이 위의 문제를 해결하는 데 도움이 되고 있나?

농부들은 대부분 돈을 빌려서 농사를 짓기 때문에 그동안 현금이 없다. 계획적인 생활을 할 수도 없고 핸드폰비도 못 내는 경우도 있다. 그런데 영농자금을 먼저 제공하면, 이런 문제를 해결할 수 있다. 더욱 중요한 건 농부에게 누군가 나를 응원하는 사람이 있다는 메시지를 주는 거다. 한편 소비자 입장에서는 투자했기 때문에 농부에게 관심이 생길 수밖에 없다. 농사가 잘 되길 바라고 응원하게 된다. 이렇게 농부와 소비자가 서로를 인지하다 보니 관계가 생긴다. 농사펀드는 이 지점을 무척 중요하게 생각한다.

- 신뢰를 기반으로 움직이는 만큼 소비자 반응은 어떨지도 궁금하다.

한 번은 날씨가 안 좋아서 배송이 늦어진 적이 있다. 다른 쇼핑몰 같으면 항의를 하거나 환불을 요청할 텐데, 어떤 고객이 홈페이지에 이런 글을 남겨주셨다. 늦어진다 한들 농부의 기다림만 하겠느냐며, 자신은 관찮으니 너무 신경 쓰지 말고 농사를 지어달라고 하셨다. 이런 이야기는 농부에 대한 기본적인 신뢰가 없으면 나올 수 없다. 그런 반응으로 보면 소비자들이 단순히 물건을 사는 개념으로 접근하는 건 아니라는 생각이 든다. 그래서인지 재구매율이 높다.

- 앞으로 농사펀드의 계획을 들려달라.

2017년 하반기에 청년 농촌 에디터 육성사업을 진행할 계획이다. 에디터 교육을 받은 친구들이 지역에 내려가 숨은 농부를 발굴하고 콘텐츠화하여 소비자에게 소개하는 거다. 일자리 문제도 해결하고 먹거리 안정성 문제를 같이 풀어갈 계획이다. 궁극적으로는 농업이 하는 일을 다 대체하고 싶다. P2P 대출도 도입하고 금융부터 농민들의 복지, 교육 문제까지 해결하고 싶다. 농민이 더 행복한 세상을 만드는 게 꿈이다.

행복나눔마트 협동조합

-  **주요사업** 직원협동조합 마트 운영
-  **인증년도** 2014년
-  **홈페이지** www.nanummartjeju.kr
-  **전화번호** 064-743-2486

THE KEYWORDS

좋은 일자리

유통·서비스업 종사자들의 근무 조건 개선을 목표로 전 직원 정규직 고용 등을 통해 좋은 일자리, 안정적인 일 자리를 만드는 데 힘쓰고 있다.

지역 경제

제주도 특산물과 제주지역 작가들이 만든 생활·문화상품을 파는 온라인 쇼핑몰, 로컬푸드 레스토랑 운영 등을 통해 지역경제 활성화에 기여한다.

공동체

수익금 일부를 도내 시민단체, 복지관, 자활센터 등 지역사회에 환원함으로써 건강한 공동체를 꾸려간다.



주거 및
지역활성화



우리나라 대표 여행지 제주도, 지역 주민들은 과연 살 만할까?

봄이면 유채꽃이 만발하고 여름엔 푸른빛 수국이, 가을엔 갈대로 뒤덮인 오름에 겨울이면 눈 덮인 한라산이 우리를 반기는 곳. 제주도는 우리나라 대표 관광지로서 사시사철 매력을 뽐내며 해마다 수많은 여행자를 맞이하고 있다. 하지만 지역 주민들에게도 과연 제주도는 천국 같을까?

통계청에 따르면 제주도는 1인당 지역 내 총생산, 총소득 모두 전국에서 하위권에 머물러있다. 산업군은 서비스업이 가장 많은데, 저임금과 장시간노동, 고용불안정은 제주도 내 서비스업계의 고질적 병폐로 손꼽혀왔다. 지역경제를 약화시키고 나아가 공동체까지 무너뜨리는 문제들, 어떻게 해결할 수 있을까?



공동체 회복은 '사람'에 주목할 때 시작된다

제주도의 행복나눔마트협동조합은 전국 '최초'의 마트직원협동조합으로 직원들이 출자금을 모아 함께 마트를 소유하고 관리하고 있다. 이들은 안정적인 일자리 창출을 주요 미션으로, 전 직원 정규직 고용을 기본으로 한다. 최소한 같은 회사에서 같은 일을 하면서도 비정규직이라고 차별적인 대우를 받거나, 언제 잘릴지 모르는 두려움에 시달릴 일은 없는 것이다.

이들은 마트 내 직원들의 삶의 질을 향상하는 것에서 시작해 이제 지역경제 활성화에도 나서고 있다. 로컬푸드를 사용하는 한식 뷔페 '섬채'를 통해서도 지역 내 농수축산물의 유통을 활발히 한다. 또 '베리제주'라는 온라인 쇼핑몰에서는 제주에서 만드는 디자인문화상품, 먹거리 등을 판매해 제주도에서 활동하는 소규모 사업자나 개인 창작자가 쉽게 판로를 개척할 수 있도록 돕는다.

이 외에도 전 지점 운영 수익의 3분의 2를 제주도 내 다양한 단체와 기관에 후원하면서 나눔을 실천하기도 한다. 제주도에서 사업을 꾸려가는 회사인 만큼 지역사회에 도움을 주는 것이 마땅한 책임이며, 건강한 공동체는 곧 그 지역을 지탱하는 힘이 된다는 믿음이 있어서다.





상생하는 문화, 지역경제도 쑥쑥!

이들이 제시하는 '상생형 솔루션'은 함께 일하는 구성원의 삶의 질을 높였을 뿐 아니라, 지역경제에도 효과적으로 보탬이 되고 있다. 2013년 1호점 오픈 당시 총 20명에서 시작한 행복나눔마트는 개점 4년 만에 현재 6개 지점으로 확장해, 50여 명의 직원이 모두 정규직으로 일하고 있다. 로컬푸드를 사용하는 한 식피cue 섬채는 월 1억여 원의 매출을 올리며 매일 일정 규모 이상의 식재료를 사용하여 제주도 내 농가에 안정적인 매출을 보장해주고 있다. 온라인 쇼핑몰 베리제주 역시 '추자도 멜론', '감귤과즙', '부향순 전복죽' 등 히트상품을 꾸준히 만드는 중이다. 최근에는 청년들의 노동권 침해가 심각한 편의점의 새로운 모델을 만들기 위해 독립편의점 '콘콕'을 오픈했다. 또 베리제주 역시 제주도의 창작자들이 안정적인 작업을 할 수 있는 구조를 만들기 위한 '뽕큐베리제주'(가제)라는 프로젝트를 기획 중이다. 창작품 기획과 홍보를 지원하고, 완성된 작업물은 베리제주를 비롯한 다양한 온·오프라인 채널 및 크라우드 펀딩을 통해 선보일 예정이다. 수익금의 일부는 취약계층 등 지역사회에 환원된다.

행복나눔마트협동조합의 성공은 지역 활성화가 단순히 돈을 더 많이 버는 게 아니라, 사람과 사람이 조화롭게 공존하는 건강한 공동체를 만드는 데서 시작했기 때문에 가능했을 것이다. 지역에 활기를 불어넣는 이들의 도전, 앞으로도 계속되길 응원한다.

행복나눔마트협동조합의 3대 목표

- 01** 2년 내 행복나눔마트협동조합 전 지점 흑자전환
- 02** 3년 내 직원의 3분의 2 이상 조합원 가입
- 03** 5년 내 지역 공동체 연대기금 조성

숫자로 보는 행복나눔마트협동조합

6	곳		현재 운영 중인 행복나눔마트 협동조합 지점 수
50	명		2016년 이후 꾸준히 유지된 정직원 수
66	%		조합의 수익 중 지역사회에 환원하는 비율
2019	년		사회적기업 관련 지원이 중단되는 해로, 조합의 자립 원년
100	억원		목표 연매출액이자 전 지점 흑자 전환시 도달할 수 있는 꿈의 숫자

(출처: 행복나눔마트협동조합 인터뷰)



공동체 회복을 통해 ‘주민’이 살기 좋은 제주를 만들다

행복나눔마트협동조합 이경수 이사장

- 행복나눔마트협동조합은 어떻게 시작하게 되었나?

2013년 지역 내에 다양한 경제공동체 설립을 통해 지역 경제를 발전시키고 공동체성을 회복하자는데 뜻을 함께한 이들이 모여 사단법인 행복나눔제주공동체를 설립했다. 첫 번째 사업으로 시작하게 된 것이 행복나눔마트 노형점이다. 기존의 마트를 인수하고, 기존 직원들이 조합원으로 가입하는 방식을 통해 전국 최초의 직원 협동조합 마트를 오픈했다. 그 후 서비스업 종사자들의 노동환경과 근무 조건을 개선하는 것을 제의 미션으로 설정하고 지금까지 사업을 이어오고 있다.

- 전 직원을 정규직으로 고용한다는 모델이 유행, 서비스업계에서는 정말 흔치 않은 일이라 대단하게 느껴진다. 하지만 인건비 증가로 인한 경영의 어려움도 예상되는데, 실제로 어떤가?

실제로 무척 어렵다. 하지만 이 원칙이 무너지면 우리 조합의 뿌리가 흔들리는 것이라 다양한 방법을 통해 보완하며 버티나가고 있다. 이 모든 조건 속에서 ‘망하지 않고 살아남는 것’, 또 그렇게 해서 ‘이렇게 운영해도 망하지 않는다는 것을 보여주는 것’이 내부적 미션이기도 하다. 현재로서는 사회적기업에 지원되는 인건비가 큰 도움이 되고 있지만, 이것도 한시적인 것이라 자구책 마련이 시급하다. 결국은 매출을 확대하는 것만이 답일 것이다.

- 사회공헌 사업도 정말 활발하게 하고 있다. 어떤 주기로, 어떤 활동들을 하고 계시는지 소개 부탁드립니다.

제주도 내 30여 개 정도의 기관 및 시설, 시민 단체 등과 협약을 통해 매달 일정 금액을 후원하고 있다. 주로 상품권으로 지급하여 시설 운영에 필요한 공산품이나 부식을 마트에서 구입할 수 있게 하는데, 그 규모가 2017년 기준으로 일 년에 8천만 원 정도 된다. 또 한 해에 두 번, 설과 추석에는 사단법인 행복나눔제주공동체를 통해 지역 내 어려운 이웃 180여 가구에 ‘행복나눔 꾸러미’라는 생필품 박스를 전달하고, 설에는 아름다운가게에 1,004만 원을 기부하여 ‘아름다운 나눔보따리’ 사업에 쓰도록 하고 있다.

- 행복나눔마트협동조합이 꿈꾸는 미래는 어떤 모습인지 궁금하다.

자본이 아닌 사람의 가치가 더 중요한 사회, 나 혼자가 아닌 우리 모두가 행복한 사회를 만들어 가고 싶다. 익숙한 구호이지만 실현과 실천은 절대로 쉽지 않다. 하지만 누군가 끈질기게 외치며 버티다 보면, 주위에서도 조금씩 조금씩 변화가 일어나지 않을까 기대한다. 물론 우리가 변치 않고 살아남는 것이 가장 중요하다.

세진플러스

-  **주요사업** 의류 제조, 봉제기기 도소매 등
-  **인증년도** 2015년
-  **홈페이지** www.sejinplus.co.kr
-  **전화번호** 02-909-6222

THE KEYWORDS

자투리원단

봉제공장에서 버려지는 수많은 자투리원단을 이용해 친환경 건축자재인 '플러스넬'을 만들었다.

자원 순환

'플러스넬'은 쓸모를 다한 이후에도 그대로 다시 녹여 재사용할 수 있다. 반영구적인 사용이 가능해 자원순환에 기여한다.

장애인

세진플러스는 장애인 고용과 직무 재활 교육을 통해 장애인의 경제적, 사회적 자립을 돕고있다.



에너지·환경
자원순환

의류 폐기물이 급증하고 있다

최신 유행 트렌드를 반영해 빠르게 옷을 유통하는 패스트패션이 등장하면서 사람들은 철마다 옷을 사고 버리기를 반복한다. 생각해보자. 의류의 대량 생산과 과도한 소비 과정에서 발생하는 쓰레기의 양은 과연 얼마나 될까. 하나의 큰 천에서 옷을 재단하고 남은 자투리 원단, 또 철 지나 버려지는 옷까지.

환경부의 발표에 따르면 하루에 발생하는 의류 폐기물은 2008년 162톤에서 2014년 214톤으로 약 30% 이상 증가했다. 연간으로 따지면 7만 5천 톤에 이른다. 이를 소각하고 폐기하는데 드는 비용도 문제지만, 옷을 태우며 나오는 악성 유해물질이 공기로 퍼지면서 환경에도 악영향을 끼치고 있다.



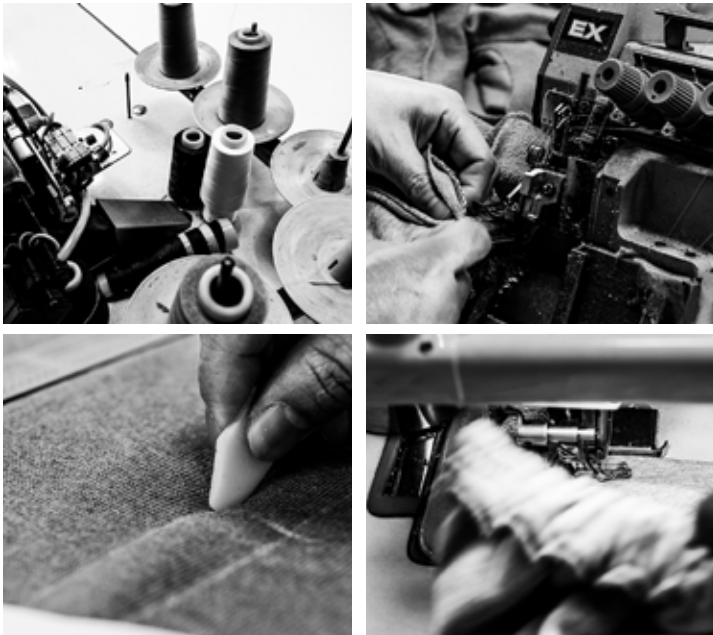
버려지는 옷으로 친환경 건축자재를 만든다!

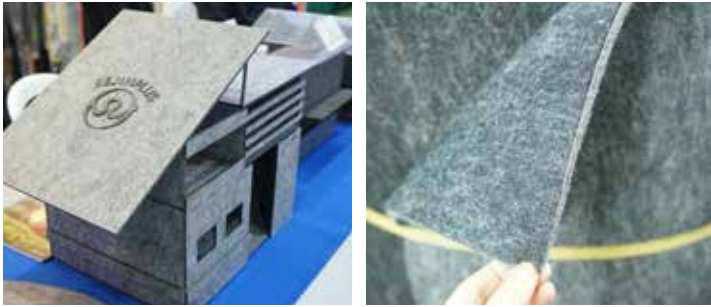
봉제 공장만 30년을 운영해 온 세진플러스의 박준영 대표는 누구보다 섬유에 대한 지식이 해박하다. 그는 단순히 원단을 재사용하는 것을 넘어서, 끊임없이 자원을 재활용할 수 있는 새로운 물건을 만들기 위해 고심했다. 그렇게 개발한 것이 바로 '플러스넬'이라 이름 붙인 패널이다.

플러스넬의 장점은 다양하다. 섬유로 만들었기 때문에 높은 곳에서 떨어트려도 절대 깨지지 않는다. 그래서 지진이 나도 시멘트처럼 부서지지 않아 건물 내 장재로 사용할 경우 피해가 적다. 게다가 접착제를 전혀 사용하지 않기 때문에 인체에 안 좋은 영향을 미치는 폼알데하이드 방출이 없어 친환경적이다. 이 외에도 섬유의 흡수성을 이용해 흡음재 등으로도 활용할 수 있다. 사용이 끝나면 다시 녹여 패널을 만들 수 있어서 반영구적으로 쓸 수 있다.

섬유 전문가의 시선에서 본 새로운 문제 해결법

어떻게 이게 가능했을까? 현재 전체 섬유 생산량의 70% 이상을 차지하고 있는 것은 바로 화학섬유다. 화학섬유는 폴리에스터, 나일론 같은 소재로 고온에 녹이면 섬유끼리 붙는 성질을 가지고 있다. 면, 마와 같은 천연섬유와 화학섬유의 자투리 원단을 모아 잘게 부숴 부직포 형태로 만든 후, 이를 2년간 직





접 개발한 프레스에 넣고 수차례의 열접착 방식을 거치면 패널이 만들어진다. 화학섬유와 천연섬유를 어떤 비율로 섞느냐, 몇 번의 압축을 거치느냐에 따라 1mm~2.5cm 사이의 두께로 다양하게 제작이 가능하다.

높은 활용도에 환경 문제 해결까지, 세계의 주목을 받는 '플러스넬'

세진플러스의 이 독보적인 기술력을 먼저 알아본 곳은 영국 케임브리지 대학의 산업지속가능성센터다. 이들은 스리랑카의 섬유 폐기물 문제를 해결하는 방법을 찾다 '플러스넬'을 발견했고, 한국과 스리랑카를 오가며 플랜트 수출을 논의하고 있다. 이제 막 개발을 마친 플러스넬의 첫 시공은 어린이대공원의 '맘껏 놀이터'에서 진행됐다. SK SUNNY 대학생자원봉사단과 함께 기획한 프로젝트다. 플러스넬의 폭신한 물성은 아이들이 놀면서 다치지 않도록 도와준다. 최근에는 청계천 벤치 등 보수작업에도 플러스넬을 시공했다. 이들은 자원순환과 환경을 대표하는 기업답게 앞으로는 같은 화학 성질을 가진 폐기물 등을 이용한 자원 개발도 준비 중이다. 버려지는 것을 다시 재사용하는 것을 넘어서, 섬유의 성질에 주목하고 지속가능한 형태의 새로운 자원으로 만들어 낸 세진플러스. 우리나라를 넘어 세계 곳곳에 만연한 의류 폐기물 문제를 해결할 수 있는 해결사가 되어주길 기대해본다.

세진플러스의 3대 목표

- 01 2년 내 신축 공장 설립
- 02 장애인 100명 고용
- 03 건축용 내외장지 공공시장 10% 점유

숫자로 보는 세진플러스



(출처: 세진플러스 인터뷰)



효과적인 재활용으로 의류 폐기물 'ZERO'에 도전한다

세진플러스 박준영 대표

- 세진플러스는 어떻게 시작되었는지 소개 부탁드립니다.

둘째 딸 세진이가 태어나면서 인생의 전환점을 맞게 됐다. 지적장애를 가진 세진이가 앞으로 살아갈 세상을 생각하니 눈앞이 캄캄해지더라. 그래서 2년 동안 기존에 있던 장애인보호작업장, 장애인직업재활시설을 수없이 돌아다녔던 적이 있다. 하지만, 지적장애인들은 기존에 정립된 제도 안에서 정해진 일만 하고 정해진 복지만 누려야 하는 삶을 살고 있다고 느꼈다. 지적장애인도 보통 사람들처럼 본인이 원하는 삶을 선택하여 살 수 있도록 도와주고 싶은 마음에 내가 제일 잘 할 수 있는 봉제 사업으로 장애인을 채용해야겠다는 생각이 들어 '세진플러스'를 시작하게 됐다.

- '플러스넬'을 만들게 된 계기가 궁금하다.

세진플러스는 장애인과 비장애인이 함께 융합하면서 즐겁게 일할 수 있는 회사를 만들기 위해 시작했다. 그래서 직원이 잘하고 좋아하는 것은 무엇인지, 반대로 못하고 싫어하는 일은 무엇인지를 오랫동안 지켜보고, 개개인의 역량과 특성에 맞는 직무를 찾아주는 데 집중했다. 그런데 봉제 산업이 하향산업에 접어들면서 새로운 동력이 필요했다. 아이디어를 얻기 위해 다양한 영역의 사람들을 만났다. 그러다 눈에 들어온 게 우리 공장에서 버려지는 수많은 자투리 원단들이었다. 환경문제도 해결하는 동시에 섬유를 분류해서 패널을 제작하는 데 장애인들이 기능공으로 참여할 수 있겠다는 생각이 들었다.

- 플러스넬이 활용도가 높아 보이는데, 현재까지 시공된 곳들은 어디인가?

플러스넬은 어린이대공원 망كات놀이터에서 첫 시공을 진행했다. 원자재가 섬유기 때문에 프레스 공정 진행 여부에 따라 폭신평신히게 만들 수가 있다. 또 물에 달아도 잘 색지 않는 성질이 있어 청계8가수변 벤치에도 시공을 했고, 2017년 9월에 개관한 국내 최대 업사이클링 문화공간인 '서울재활용플라자'에 벤치에도 플러스넬이 사용됐다.

- 마지막 질문이다. 세진플러스는 앞으로 어떤 사회를 만들어가고 싶은가?

일단 우리가 개발한 플러스넬을 좀 더 상용화시키면서 다른 기업들과도 협업할 수 있는 기회가 더 많이 생겨나면 좋겠다. 우리뿐만이 아니라 다른 사람들도 동참해줘야 좋은 영향력이 더 크게 많이 퍼질 수 있을 것 같다. 큰 그림을 그려보자면, 우리 사회가 장애인도 자기계발을 하고 꿈을 꾸는 자립 가능한 삶을 살 수 있는 곳이 되었으면 좋겠다. 이를 위해 우리는 장애인 100명 이상 수용 가능한 근로, 주거, 복지 등이 결합된 장애인 공동체 마을 설립을 목표로 하고 있다.

아시아 공정무역 네트워크

-  **주요사업** 공정무역 제품 유통 및 판매
-  **인증년도** 2015년
-  **홈페이지** www.asiafairtrade.net
-  **전화번호** 070-4465-3340

THE KEYWORDS

공정무역

공정무역은 평등하고 정의로운 관계를 추구하는 파트너십으로 세계적인 빈부격차를 해결하는 방안이다.

윤리적 소비

아시아공정무역네트워크는 '윤리적 소비는 투표보다 강하다'는 믿음을 바탕으로 더 나은 세상을 위해 행동한다.

실패

아시아공정무역네트워크는 실패를 두려워하지 않고 도전하며 이를 통해 성장하는 조직을 꿈꾼다.





“왜 세계의 절반은 굶주리는가?”

2015년 기준, 전 세계에서 굶주림으로 고통받는 아이들은 약 7억 9천 5백만 명, 하루 1달러 미만으로 생활하는 절대 빈곤자의 수는 약 12억 명에 달한다. 그들은 주로 동남아, 아프리카, 라틴 아메리카 등 남반구에 거주하는 농민으로 벗어날 수 없는 가난의 굴레에 갇혀 있다.

그 이유는 하나. 북반구로 대변되는 유럽과 미국의 대형 식품 가공기업이 낮은 가격에 농산물을 구매해 어마어마한 차익을 남기는 불공정 거래를 자행하기 때문이다. 끝난 줄로만 알았던 식민지배는 교묘하게 그 이름을 바꿨을 뿐, 현재진행형이나 마찬가지다.



평등하고 정의로운 관계를 추구하는 파트너십, 공정무역

그러나 21세기는 20세기와 분명히 다르다. 세계 경제는 갈수록 양극화되는 불평등 문제를 해결하기 위해 ‘공정무역(Fair Trade)’이란 대안을 제시했다. 공정무역은 문자 그대로 생산자와 소비자 사이의 공정한 거래를 말한다. 생산자와 소비자 간의 직거래를 통해 적절한 구매 대금을 지급하며 이를 통해 생산자의 경제적 자립을 지원한다.

아시아공정무역네트워크(이하 아공네)는 이러한 공정무역의 개념을 실천하는 국내 대표 주자다. 농산물의 급격한 가격 변동에 무방비로 노출된 농민들에게 최소 가격을 보장하며 물품 가격에 10~20%의 비용을 더한 지역공동체 발전 기금을 추가로 지급한다. 해당 기금은 유기농법 도입, 마을 내 학교 건설, 공동우물 건립 등에 사용되어 생산자의 성장과 삶의 질 향상을 돕는다.

아공네는 2015년 기준 베트남, 필리핀, 중국 등 저개발국 생산자 약 1,350명과 거래를 진행 중이며 국내 최초로 캐슈넛, 계피, 카카오닙스, 건망고, 건파인애플 등의 제품을 선보였다. 그 과정에서 신뢰를 기반으로 한 거래를 추구하는 것은 물론 품질 면에서 타 브랜드와 비교할 수 없는 우수한 품질을 자랑한다.



믿고 먹는 아공네의 건강하고 안전한 식품

이러한 결과는 때로 시장에서 즉각적인 고객 반응으로 나타나기도 한다. 임신 성 당뇨가 심했던 한 고객은 초콜릿이 너무 먹고 싶었지만, 그럴 수 없어 우울증 까지 왔다고 한다. 그러던 중 아공네에서 판매하는 공정무역 마루 초콜릿을 만났고 신기하게도 아무런 부작용 없이 섭취할 수 있었다. 아공네의 공정무역 마루 초콜릿은, 포화 지방 함량이 높은 팜유가 아니라 향산화 성분이 가득한 카카오, 카카오 버터, 설탕만으로 만든 '진짜' 초콜릿이었기 때문이었다. 제조 과정 등의 정직성은 다른 제품군도 마찬가지. 방부제, 인공색소, 착색제 등 약 20가지 이상의 인공합성물을 첨가해 색노란 색과 단맛을 강조한 기타 건망고 브랜드와 달리 아공네 건망고는 조금의 첨가물도 없이 가장 달콤하다고 소문난 카라바오 망고만을 담았다.

아시아공정무역네트워크 이강백 대표는 '윤리적 소비는 투표보다 강하다'고 말한다. 투표는 기껏해야 3년에 한 번 정도 있을 뿐이지만, 소비는 일상적인 활동이기 때문이다. 이제 성장만을 추구하는 시대는 끝났다. 세계 시민으로서 시장을 바라보는 눈을 키우고 내가 구매한 음식, 물건, 서비스가 어디서 왔는지 생각해야 한다. 우리의 선택은 지구 반대편의 한 나라, 마을, 가정, 개인의 삶을 바꾸는 촉매제가 될 수 있다.

아시아공정무역네트워크의 3대 목표

- 01 더 많이 실패하고 도전하며 새로운 영역을 개척하는 조직
- 02 공정무역 운동을 이끄는 조직으로 물류, 캠페인, 상품 등 다양한 영역의 혁신 추구
- 03 재밌는 이야기를 만들고 새로운 네트워크를 연결하여 세상에 영감을 주는 조직

숫자로 보는 아시아공정무역네트워크

- 5 개  견과류, 견과일, 커피, 초콜릿, 기타 제품 등 아공네 제품군 수
- 115 곳  아공네 제품을 만날 수 있는 오프라인 판매처
- 30 곳  아공네 제품을 만날 수 있는 온라인 판매처
- 118 톤  아공네 캐슈넛, 계피, 망고 제품의 누적 판매량 (2017년 11월 기준, 누적)
- 5,562 가구  필리핀, 베트남, 코스타리카 등 아공네와 함께 하는 생산자 농가 수 (2017년 11월 기준)

(출처: 아시아공정무역네트워크 인터뷰)



같이 잘 살자, 윤리적 소비로 세상을 바꾸다!

아시아공정무역네트워크 이강백 대표

- 아시아공정무역네트워크(이하 아공네)는 공정무역을 어떻게 정의하고 있나?

공정무역은 더 나은 세상을 만드는 행동이다. 현재 세계적으로 부의 불평등 문제가 심각하다. 약 12억 명의 절대 빈곤자가 있는데 그중 절반 이상이 저개발국 농민이다. 이들이 주로 생산하는 게 카카오, 커피, 바나나 등이다. 이 상품을 북반구로 대표되는 선진국이 제대로 된 가격을 지급하지 않고 구매하며 어마어마한 이익을 누린다. 이 때문에 농민은 일해도 가난할 수밖에 없고 빈곤의 순환고리를 끊을 수 없는 상황에 놓인다.

공정무역은 그 고리를 끊는 활동으로 소비를 통해 영향력을 행사할 수 있다. 투표는 몇 년에 한 번 일어난다면, 소비는 일상에서 매일 일어난다. 그래서 아공네는 '윤리적 소비가 투표보다 강하다'는 신념을 바탕으로 시스템을 바꾸는 소비를 추구한다.

- 아공네 제품은 품질이 우수하다고 알려져 있다. 시중 다른 제품과 차이를 비교해준다면?

아공네에서 다루는 제품들은 대부분 프리미엄급이다. 보통 다국적 대기업에서는 인건비를 줄이기 위해 비행기로 농약을 뿌리고 대량으로 재배한다. 반면에 공정무역은 지역의 농부와 함께 하며 농약이나 비료 없이 직접 손으로 재배한다. 또 시중 제품은 인공적인 첨가물을 많이 넣는데, 아공네 제품은 일절 첨가물이 들어가지 않은 건강하고 안전한 먹거리다.

- 제품의 판로는 어떻게 되는지도 궁금하다.


생협 등을 통한 오프라인에서 판매되는 부분이 많다. 온라인에서도 직영 몰이나 마켓컬리 등에서 반응이 좋은 편이다. 이외에도 다양한 마켓에 나간다. 판매 자체는 많지 않더라도 아공네 브랜드를 알리기 위해 활동 중이다. 마켓 등에서 아공네를 알고 온라인 구매로 이어지는 경우도 있다.

- 궁극적으로 아공네가 만들고 싶은 세상에 대해 들려준다면?

모든 민주주의는 직장 문 앞에서 멈춘다고 한다. 회장이 사장을 나무라면 사장은 전무를, 전무는 상무를, 상무는 부장을, 부장은 과장을 잡는 게 우리나라 직장 문화다. 이를 넘어 서로에 대한 존중과 배려를 바탕으로 자유로운 테이블 민주주의가 언제나 작동해야 한다. 사회적기업과 협동조합 등 사회적 경제가 이 일을 할 수 있다고 본다. 아공네도 이를 위해 노력 중이다. 또 공정무역이라는 도구를 통해 사람들이 글로벌 경제 사슬에 대해 문제 의식을 느끼고 실천하는 일을 돕고자 한다.



사회적 협동조합 드림위드 앙상블

 **주요사업** 장애인 음악교육

 **인증년도** 2016년

 **홈페이지** www.dreamwith.or.kr

 **전화번호** 031-718-5458

THE KEYWORDS

발달장애인

드림위드앙상블의 단원은 음악교육을 받은 발달 장애인들이다. 음악은 이들의 치유 수단이자 자립 수단으로 중요한 역할을 한다.

클라리넷 앙상블

단원들의 전공은 모두 클라리넷이다. 클라리넷 전문 앙상블로서 연주실력에 대한 자부심도 상당하다.

협동조합

드림위드앙상블은 1인 1표제로 의사결정을 하는 협동조합 형태로 운영된다. 구성원 각자가 동일한 권리를 갖고 앙상블 운영에 참여한다.



발달 장애인 자녀들의 자립, 가능할까?

보통 장애아를 둔 엄마들은 자신의 소원이 “아이보다 하루 더 사는 것”이라 말하는 경우가 많다. 자신의 도움 없이 장애 때문에 혼자 살아갈 아이를 염려하는 마음에서다. 발달 장애인을 자녀로 둔 엄마의 사정도 크게 다르지 않다.

발달 장애를 갖고 있다고 해서 언제까지 부모 품에 머물 순 없다. 독립은 경제활동의 가능 여부와 연결되는데, 발달 장애인의 자립 문제는 여기서부터 난관에 부딪힌다. 2016년 장애인 실태조사 기준에 따르면 발달 장애인의 취업 비중은 20.7%. 그나마 취업 가능한 업종은 단순 반복 업무에 국한된다. 게다가 발달 장애인들의 월 수입은 평균 38만원에 불과하다.

음악에 대한 열정, 장애를 넘다

발달 장애인들이 비장애인처럼 자신의 전공을 살려 직업을 정할 수 있다면, 그 전공으로 4대보험을 적용받는 정규직이 된다면 어떨까? 이 같은 가능성을 실현하고자 위해 클라리넷 동호회 소속 발달 장애인의 어머니들이 자녀들을 전문 연주자로 키우기 위해 땀 흘렸다. 국내 최초의 발달 장애인 클라리넷 앙상블인 드림위드앙상블의 시작이었다.

보통 발달 장애인의 음악교육은 ‘전문성’보다 ‘치료교육’ 혹은 ‘재활’이 주 목적이다. 하지만 드림위드앙상블 단원들은 프로 못지 않는 연습 양을 소화하며 ‘소음이 화음 되기까지’ 실력을 키웠다. 이때 좋아하는 분야에 높은 집중력을 보이는 발달 장애인들의 특성이 빛을 발했다. 서울의 한 발달 장애 오케스트라에서 클라리넷 파트로 만난 단원들과 지도자선생님은 지난 2015년 3월 클라리넷 앙상블로 독립했다. 이어 2015년 성남시 사회적경제지원센터 창업 공모사업에 선정돼 8개월간의 멘토링 후 사회적협동조합으로 설립 인가를 받아 본격적인 활동을 시작했다.

클라리넷 앙상블 활동이 변화시킨 단원들의 삶

정기적으로 출근할 직장이 있다는 것, 자신의 음악적 재능으로 직업활동을 한다는 사실은 단원들의 삶을 긍정적으로 변화시켰다. 실제로 한 단원의 어머니는 드림위드앙상블을 통해 20년 가까이 쏟아부은 음악에 대한 열정을 보답받을 수 있었다며 기뻐했다. 음악에 대한 자녀의 재능을 일찍부터 발견하고 교육 시킨 것도 바로 어머니였다. 미래가 보장되지 않는다는 생각에 주변 반응은 부정적이었다. 하지만 어머니는 이 길만이 자녀가 행복할 수 있다는 일념으로 교육을 멈추지 않았다.





그때의 노력은 이제 드림위드앙상블 단원으로서 활동하면서 결실을 맺었다. 연주활동 덕에 조금씩 수익이 생긴 데다가, 앙상블 활동이 TV를 통해 알려지면 서 주변 사람들의 시선도 긍정적으로 변했다.

장애를 넘어서는 '희망의 메시지' 전할 때까지

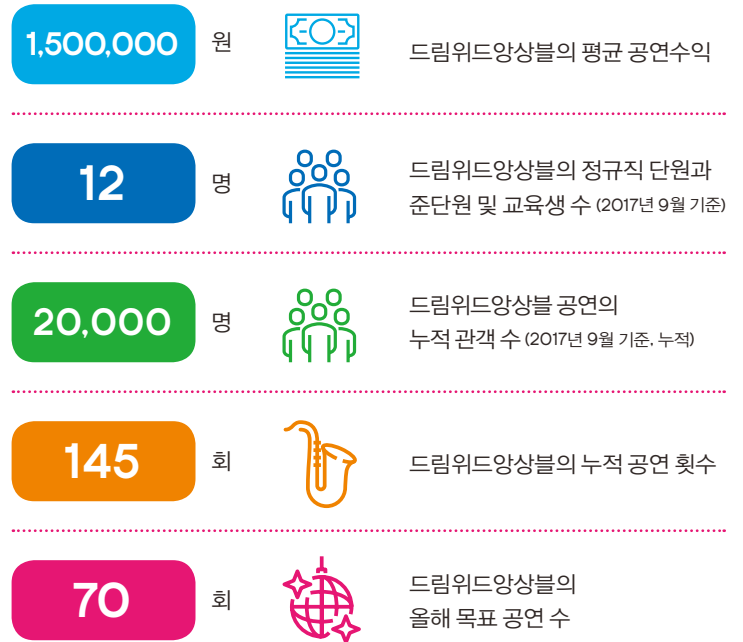
드림위드앙상블이 반드시 이루고 싶어하는 꿈이 있다. 바로 미국 카네기홀에서 시각 장애인 뮤지션인 스티비 원더와 한 무대에서 'Sir Duke' 합주 공연을 하는 것이다.

리처드 용재 오닐과의 클라리넷 앙상블과 폴 포츠와의 공연 등 큰 무대를 여럿 거처며 실력을 갈고 닦아온 그들이다. 그간의 무대에서 쌓은 자신감을 바탕으로, 단원들은 스티비 원더와 한 무대에 서서 장애를 넘어서는 희망의 메시지를 전하려 한다. 음악에 대한 열정은 장애마저 넘어서는 감동을 준다. 음악과 함께 하는 드림위드앙상블의 미래는 어디까지 나아갈 수 있을까? 세상과 당당하게 마주할 드림위드앙상블의 아름다운 하모니는 계속된다.

드림위드앙상블의 3대 목표

- 01 카네기홀 공연 등 해외 진출
- 02 발달장애 연주자 정규직 20명 이상 고용
- 03 발달장애 연주자 공동생활가정 등의 공동체 지향

숫자로 보는 드림위드앙상블



(출처: 드림위드앙상블 인터뷰)



발달 장애 전문 연주자의 ‘꿈의 앙상블’

드림위드앙상블 이옥주 이사장

- 앙상블을 협동조합 형태로 운영하는 이유는 무엇인가?

사회적 서비스를 제공한다는 점에서 일반 영리기업과 다르다고 생각해서다. 조합원 누구나 목소리를 낼 수 있고, 중요 사항이 있으면 회의를 붙여서 모두의 동의 하에 결정하게 된다. 처음에는 서로 간에 많은 이해가 필요했지만 시행착오를 겪으면서 구성원에 대한 이해도가 높아졌다. 다만 협동조합이면서도 기업 형태를 띠고 있기 때문에 운영 면에서 구성원 중 누군가가 이사장 등의 직함을 맡아 역할을 해내는 부분이 있다.

- 드림위드앙상블이 발달 장애인의 자립모델로 적절하다고 보는지?

보통 직업인으로서 발달 장애인의 정년을 40세로 본다. 하지만 예술가는 특별히 정년이 있는 분야가 아니다. 게다가 드림위드앙상블 단원들의 입장에서 보면 지난 10년간 쌓은 역량을 이제 풀어나가고 있다고 봐야 한다. 예술에 기반한 창작 모델로서 '이제부터 시작'이라는 비전이 있다. 단원들은 매일 출근하면서 사회생활을 해냄과 동시에 연습을 통해 능력을 개발해나가고 있다.

- 드림위드앙상블 활동을 통한 보람을 꼽자면?

단원들은 말로 표현을 잘 못 해도 자신의 연주가 청중에게 인정받는 건 안다. 청중이 의례적으로 박수를 치는지 진심으로 기뻐하는지의 차이점은 구분할 수 있으니까. 무대에서 내려오면 자폐의 옷을 입는 친구들이, 무대 위에서는 본인도 생각할 수 없는 에너지가 나온다는 걸 느낀다. 또한, 연주자로 자립하는 과정에서 자존감이 커지고 가족과의 관계가 회복되기도 한다. 단원들의 부모 입장에서는 내 아이를 위해 시작했던 일이 점차 더 많은 발달 장애인의 꿈이 되어간다는 걸 깨닫고 있다. 세상에 선한 영향력을 미치는 존재가 되어간다는 보람은 매우 크다.

- 음악을 통해 드림위드앙상블이 바라는 미래는 어떤 모습일까?

지금은 우리가 클라리넷 앙상블로만 활동하고 있다. 이것만으로는 한계가 있어서 타악 앙상블을 추가하거나 다른 팀과의 콜라보 등을 염두에 두고 있다. 앙상블 영역을 확대하는 게 필요하다. 이를 통해 더 많은 발달 장애인 친구들이 자신의 개성을 표현할 수 있으면 좋겠다. 더 넓은 영역에서 직업의 길을 열어주고 싶다.



민들레 의료복지 사회적 협동조합

-  **주요사업** 지역사회 보건의료 서비스
-  **인증년도** 2007년
-  **홈페이지** www.mindlle.org
-  **전화번호** 042-638-9042



THE KEYWORDS

주민자치의료기관

민들레의료복지사회적협동조합은 주민들이 협동조합 형태로 의료기관을 공동으로 소유하고, 의료인과 협동하여 운영에 참여하고 이용하는 주민자치 의료기관이다.

지역사회건강주치의

주민들의 참여와 소통, 신뢰를 바탕으로 하는 적정진료와 주민들이 주체가 되어 질병예방, 생활습관개선, 지역사회돌봄 활동을 진행한다.

의료복지 통합돌봄

주민들의 참여와 지역사회의 다양한 자원을 연계하여 공동체의 건강한 삶을 위한 의료복지지역의 통합적인 서로돌봄체계를 구축하기 위해 노력한다.



건강의 의미가 달라지다

정말 100세 시대가 머지않았다. WHO에 따르면, 2030년 한국 여성의 기대 수명은 90.82살에 달해 OECD 회원국 중에서 유일하게 90세가 넘는다고 예측된다. 한국 남성 또한 84.07살로 세계 1위다. 곧 우리나라는 세계 최장수 국가가 된다. 이는 100세 시대가 되면 심각한 병에 걸려 갑자기 죽음을 맞는 일이 점점 줄어들라는 뜻이기도 하다. 그렇기에 '얼마나 건강을 잘 관리하는가'가 삶의 질을 결정하는 중요한 요소가 된다.

건강을 관리하기 위해서는 무엇보다 의사의 역할이 필수적이다. 하지만 지금까지 우리는 건강이라고 하면 그저 '질병이 없는 상태'라고 생각했고, 병이 있어야만 의사를 찾아갔다. 또 의사에게 쉽게 다가가기 어려운 탓에 이상한 증세가 있어도 '별일 아니겠지'라고 여기기도 했다. 게다가 현재 의료시스템은 환자가 찾아가 의사의 치료를 받는 일방적 관계가 대부분이다. '5분 진료'라는 말이 있을 정도로 의사와 환자가 만나는 시간은 짧지만 하다.

'환자' 중심의 의료를 실현하다

민들레의료복지사회적협동조합(이하 민들레)은 지역주민과 의료·복지 종사자가 협동하여 의료, 돌봄, 예방 사업을 통해 마을마다 건강생활공동체를 만들어가는 사회적협동조합이자 사회적기업이다. 지역 사회 안에서 환자와 의사가 이웃이 되어 언제든지 만날 수 있는 관계를 구축하여 '건강' 문제를 해결하는 것이다. 함께 건강과 삶을 이야기하고 고민하는 신뢰 공동체, 바로 '환자' 중심 의료의 실현이다.

민들레는 의사 6명을 포함한 다수의 영양보호사가 조합원으로 활동하고 있다. 민들레 조합원들은 적정진료와 가족주치의를 지향하는 1차 의료기관(의원, 한의원, 치과, 건강검진센터, 가정간호센터, 스포츠의학센터)과 지역의 필요한 사회서비스를 제공하는 사회복지기관(재가장기요양기관, 심리상담센터)등 건강과 관련한 거의 모든 의료기관을 민들레를 통해 이용할 수 있다.

지역주민 누구나 민들레에 가입할 수 있고, 진료도 받을 수 있다. 또 '5분 진료'가 아니라 언제라도 찾아갈 수 있는 이웃처럼 의사를 만날 수 있다. 반대로 조합에 속한 의사가 환자의 집으로 직접 찾아가 진료하기도 한다. 환자 또한 손님이자 이웃으로서 의사를 대하고 친절하게 맞이하곤 한다.





건강 공동체 가치를 구현하고자 하는 노력

현재 민들레는 3,554세대가 함께 하고 있다. 조합원을 '개인'자격이 아니라 '세대', 즉 가족 단위로 받는 이유도 민들레 안에서 건강 공동체로 나아가려는 바람이 담겨 있다. 가족 중에서 한 사람만 아파도 가족 모두가 아픈 것처럼 집 안에는 슬픔으로 가득 찬다. 그렇기에 민들레는 가족 중 한 명만 조합에 가입하더라도 가족 모두를 민들레 안으로 받아들여, 개인이 아니라 가족을 치료한다는 뜻으로 운영하고 있다. 또 민들레 조합원 가족들은 산악회, 마라톤, 옥상텃밭 등과 같은 건강반(소모임)이나 건강리더양성과정과 같은 건강교육, 거리검진과 어린이집 건강주치의 사업과 같은 보건예방활동 등을 통해 단순히 대안적 의료기관을 넘어, 민들레가 진정한 건강공동체가 될 수 있도록 노력하고 있다.

수익성만을 따졌다면 지금과 같은 민들레의 모습은 없었을 것이다. 이러한 민들레의 '환자' 중심 의료시스템은 조금이라도 가까이 환자에게 다가가 의료의 사회적 가치를 실현하려는 노력이자 의지라고 할 수 있다. 그리고 그 바탕에는 건강 공동체에 대한 염원이 담겨 있다. 한편, 현재 민들레는 주민참여건강증진센터 사업을 새롭게 추진하고 있다. 주민참여건강증진센터는 지역 건강 허브 같은 역할을 하며, 바우처, 요양서비스 등 복잡한 의료지원제도를 지역민이 좀 더 잘 활용할 수 있도록 도울 예정이다.

민들레의료복지사회적협동조합의 3대 목표

- 01 지역사회 건강주치의 역할
- 02 주민이 주체가 되는 의료복지통합 돌봄모델 구축
- 03 민들레의료복지사회적협동조합의 노인요양·돌봄 기관 설립

숫자로 보는 민들레의료복지사회적협동조합

300	명		민들레의료복지사회적협동조합 설립 발기인 수
15	년		2002년에 설립된 후 15년차에 들어선 민들레
8	개		민들레 내 의료시설 수 (의원, 한의원, 치과, 건강검진센터, 노인복지센터, 가정간호센터, 심리상담실 등)
3,588	세대		민들레의료복지사회적협동조합의 조합원 세대수 (2017년 10월 기준)
1,423,225,071	원		민들레의료복지사회적협동조합의 출자금현황 (2017년 10월 기준)

(출처: 민들레의료복지사회적협동조합 인터뷰)

환자 중심의 의료를 실현하는 사회적협동조합

민들레의료복지사회적협동조합 나준식 이사장



- 민들레의료복지사회적협동조합(이하 민들레)가 어떻게 시작되었는지 궁금하다.

2000년대 초반 의약분업 사태와 관련이 있다. 당시 의약분업 정책에 반대하는 의사들이 파업을 벌이면서 의료 대란이 일어났다. 그때 나는 공중보건의로 근무하는 동시에 한밭레츠라는 지역 공동체에서 활동하고 있었는데, 함께 일하는 분들이 내게 우리나라 의료시스템에 대한 질문을 많이 했다. 많은 분들이 '왜 의사들이 저렇게 반대할까' 궁금해하셨다. 의료에 대해 이야기를 나누면서 그동안 우리나라의 의료가 시민들의 삶과 상당히 떨어져 있다는 것을 깨달았다. 지금까지 많은 의사와 환자는 단지 서비스를 주고 받았을 뿐이었다. 그래서 의료인과 주민이 모두에게 이익이 되고 함께 건강한 삶을 목표로 나아가는 협동조합을 만들게 되었다.

- 조합원에게는 어떤 혜택이 있나?

우선 의료복지사회적협동조합의 주인으로서 조합과 병원의 운영과정에서 이사회, 대의원회, 위원회 등을 통해 참여하고 권리를 행사할 수 있다는 점이 중요하다. 민들레는 조합원이 의료기관의 운영주체가 되어 건강한 삶을 지속할 수 있는 환경을 함께 만들어간다. 거동이 불편한 어르신들의 경우 의사가 환자에게 찾아가는 왕진도 자주 이뤄진다. 예방접종 등 비급여 대상 항목의 경우 조합원은 20% 정도 저렴한 가격으로 진료를 받는다. 참고로, 조합원이 아니더라도 누구나 민들레 의사의 진료는 받을 수 있다. 더불어 건강리더교육 프로그램과 지역주민 돌봄 봉사활동에 참여할 수 있고, 옥상텃밭모임, 등산모임, 운동모임, 건강공부모임, 노래모임 등 여러 가지 건강 관련 소모임 활동에 함께하면서 활기찬 삶을 나눌 수 있다.

- 진료뿐 아니라 다양한 활동이 많다. 민들레의 지속 가능성은 어디에서 나오나?

아무래도 수익성에는 제한이 있다. 돈을 벌기 위해 하루에 100명 진료하는 걸 200명으로 늘릴 수 없다. 그렇기 때문에 신뢰를 더욱 쌓으려고 노력한다. 단순히 질병을 치료하는 의료기관으로서의 역할을 넘어, 지역사회 건강문제와 의료복지 돌봄 문제를 실질적으로 개선하는 지역사회 주치의로서 역할을 확장해나가고 있다.

- 마지막으로 민들레의 최종적인 목표를 알려달라.

지금 우리 사회에서 '과연 행복하게 죽음을 맞이할 수 있을까?' 고민해본다. 민들레는 지역 공동체 안에서 누구나 행복한 여생을 보낼 수 있는 사회를 만들고자 한다. 조금이라도 아프면 부담없이 의사를 찾아가 상담도 나누고, 주민들끼리 만나 건강 체조도 하고, 주위에 어려운 사정에 처한 사람은 없나 관심을 주는 공동체 사회를 꿈꾼다. 차근차근 노력하겠다.

유스바람개비

-  **주요사업** 대안학교, 카페 운영
-  **인증년도** 2012년
-  **홈페이지** www.youthw.net
-  **전화번호** 031-751-4965

THE KEYWORDS

소셜진로교육

소년들이 사회적경제 사례를 거울삼아 '사회적기업가 정신'을 배우는 소셜 진로교육을 진행하며, 사회적기업가, 체인지메이커로 성장할 수 있도록 돕는다.

원스톱 시스템

학교 밖 청소년들이 자연스럽게 사회로 나갈 수 있도록 유스바람개비는 '발굴-교육-자립'이라는 원스톱 시스템을 지원한다.

청소년의 디딤돌

유스바람개비는 사회적가치를 청소년이 배우고 경험할 수 있도록 돕는 디딤돌이다.





자유학기제? 시간 때우기?

지난 2015년, 정부는 자유학기제를 전면 도입했다. 이는 중학생들이 한 학기 동안 시험 부담에서 벗어나 학교 밖 체험 활동을 통해 적극적으로 진로 탐색을 유도하는 교과과정이다. 12년의 교과과정 동안 오로지 대학 입학만을 위해 내달리는 우리 교육 현실에 비추보면 자유학기제의 소중함은 특별할 수밖에 없다.

하지만 좋은 취지에도 불구하고 부족한 교육 인프라와 체험 교육의 기회 부족으로 인해 시간만 보낸다는 비판까지 나오는 실정이다. 만약 학교가 자유학기제에 대해 신경쓰지 않으면 학생들은 방치되고 만다. 게다가 점점 심해지는 경제 양극화는 교육 환경에도 반영되어 교육 격차라는 또 다른 문제를 낳고 있다. 이는 진로 탐색의 양극화로 이어질 수밖에 없다.

현장에서 보고 배우는 '소셜진로교육'

유스바람개비는 학생들이 직접 체험하는 진로교육을 통해 스스로 꿈을 찾을 수 있도록 도와주는 사회적기업이다. '소셜진로교육'이라는 학교 맞춤형 직접 체험 진로교육 콘텐츠를 개발해 학생들이 직접 현장에서 사람과 사회를 이해하면서, 또 그 안에서 자신의 관심 분야를 발견하도록 디딤돌을 제공한다.



'소셜진로교육'은 단순히 직접 체험을 제공하는 데 그치지 않는다. 천편일률적인 진로교육에서 한걸음 더 나아가 사회 문제를 해결하는 사회적기업가정신을 접목시킨다. 학생들이 더 나은 세상을 만드는 사회적기업가들과 현장을 둘러보면서 자연스럽게 사회적가치에 대해 배울 수 있도록 돕는 것이다.

사회적기업가정신을 배우다

유스바람개비는 2013년부터 올해까지 10,000여 명의 청소년에게 '소셜진로교육'을 진행했다. 학생들은 사회적기업현장 탐방, 진로캠프, 공정여행 등 직접 사회적기업가를 만나 소셜미션과 비즈니스모델, 소셜임팩트를 경험하면서 스스로 사회를 변화시킬 수 있다는 자신감을 가지게 된다. 학생들의 꿈과 희망이 더 나은 세상의 위한 노력으로 이어지는 것, 이보다 더 좋은 진로교육은 없을 것이다.

"프로그래머가 꿈인 중학생 친구가 있었어요. 그 친구가 취약계층에게 도시락을 제공하는 사회적기업 '행복도시락'에서 직접체험교육을 받고 나서 꿈이 달라졌대요. 그냥 '프로그래머'가 아니라 '더 나은 세상을 만드는 프로그래머'가 되겠다고 하더군요. 소셜진로교육이 청소년에게 사회적 가치를 가르치고 있다고 생각합니다."



유스바람개비는 경기도 17개 학교에서 사회적기업가 아카데미를 열어 청소년들이 소셜벤처를 모의창업 하도록 지원하고 있다. 학생들은 소셜벤처를 운영하면서 자신이 생활하는 공간인 학교 내의 문제를 직접 해결하기도 한다. 한편, 유스바람개비는 효과적인 진로교육을 위해 수많은 사회적기업가 사례를 담은 모의창업 툴킷인 '소셜드림(Social Dream) 보드게임'을 만들어 전국의 학교 및 청소년 기관에 보급하고 있다.

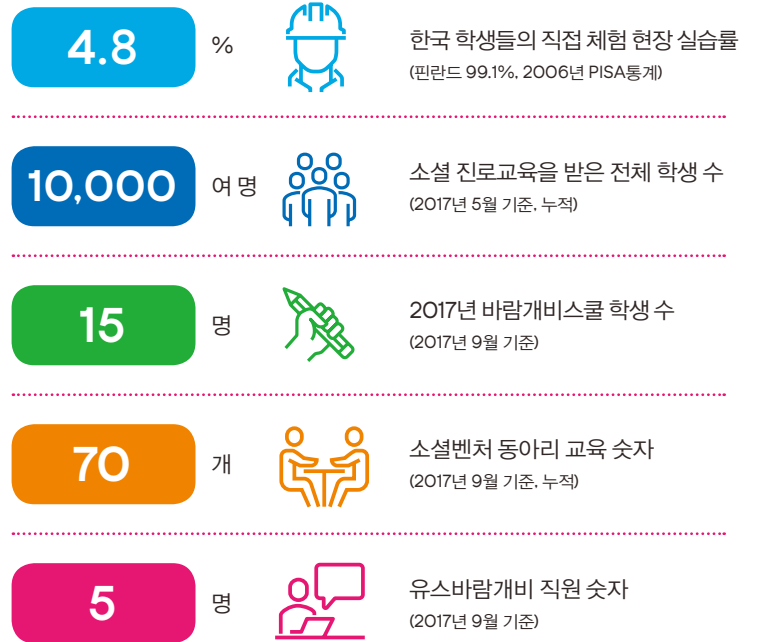
학교 밖 청소년을 위한 원스톱 시스템

유스바람개비는 학교 밖 청소년에게도 관심을 기울인다. 전국에서 6만여 명, 성남지역도 매년 1천여 명의 학생들이 학교를 그만두고 있다. 유스바람개비는 이들을 만나기 위해 청소년카페 '소리울'과 심야식당 '크크밥차'을 열어 학교 밖 청소년들이 자연스럽게 찾아오게 했다. 또 학교 밖 청소년을 위한 징검다리 학교인 '바람개비스쿨'을 운영하며 그들이 사회에서 멀어지지 않도록 도왔다. 더불어 유스바람개비는 학교 밖 청소년의 '발굴과 교육, 자립'이라는 문제를 지역사회 안에서 원스톱으로 해결하기 위해 사회성과연계채권 'SIB(Social Impact Bond)'를 준비하고 있다. 장기적으로 학교 밖 청소년에게 안정적인 일 자리를 제공하면서, 진로설계를 돕는 멘토링 전문기관으로 나아가갈 예정이다. 청소년들에게 세상을 직접 보여주고 더 나은 미래에 대한 꿈을 키울 수 있도록 이끄는 유스바람개비. 청소년을 위한, 청소년에 의한, 청소년의 진로교육을 만들어 가는 유스바람개비를 응원한다.

유스바람개비의 3대 목표

- 01 학교 현장 및 청소년 교육기관에 '소셜 진로교육' 표준화
- 02 학부모, 선생님 등을 위한 사회적경제 교육 진행
- 03 학교 밖 청소년의 '발굴-교육-자립'을 위한 SIB 추진

숫자로 보는 유스바람개비



(출처: 유스바람개비 인터뷰)

청소년을 위한, 청소년에 의한, 청소년의 진로교육

유스바람개비 김정삼 대표

- 유스바람개비가 만들어진 계기는 무엇인가?

그동안 청소년 지도사로서 많은 청소년들에게 삶의 다양한 스펙트럼을 보여주고 끊임없이 청소년 스스로 자신의 진로를 개척할 수 있도록 돕는 프로그램을 만들어왔다. 활동을 하면서 학교 선생님들에게 청소년들이 학교 밖에서 진로체험할 장소가 없다는 하소연을 자주 들었다. 기업 방문조차 어려운 게 현재의 진로교육 상황이다. 이러한 청소년 진로교육의 문제를 해결하고자 유스바람개비를 만들어 자신의 일터를 개방하는 사회적기업 협동조합을 발굴해 학교와 매칭하는 일을 시작하게 되었다.

- 직접 체험 교육에 대해서 구체적으로 설명해달라.

학생은 직접 현장에서 사람과 사회를 경험하는 과정에서 자신의 관심 영역을 발견했을 때, 비로소 진로를 결정한다. 학교에서 진행하고 있는 진로교육은 간접체험이 대부분이다. 유스바람개비는 학생들에게 경험의 기회를 열어주려 노력한다. 학생들이 사회적기업 '행복도시락'에 찾아가 창업계기, 소셜미션을 배우면서 '사회적가치가 어떻게 확산되는가'를 직접 느끼면 일부러 가르치지 않아도 사회적가치의 매력에 빠져 사회적기업가가 되고 싶어 한다.

- 학교 밖 청소년을 위한 활동에는 무엇이 있나?

'바람개비스쿨'이라는 도시형 대안학교를 운영하고 있다. 학교 밖이라고 해서 배움이 끝난 것이 아니다. 자발적으로 학교를 나온 친구도 있고, 여러 가지 이유로 학교에서 떠밀려 나온 친구도 있지만, 청소년이라면 누구나 청소년 시기에 누려야 할 많은 활동들이 계속되어야 한다. 바람개비스쿨은 이들에게 생활, 학습, 진로를 멘토링하는 활동을 한다. 또 보다 많은 분야에서 관심을 가질 수 있도록 동기를 부여하기 위해 창업체험, 멘토와의 만남, 무에 배우기, 보컬 활동 등 맞춤형 교육과정을 운영하고 있다. 청소년 스스로 디딤 힘을 키워 자신의 길을 찾아갈 수 있도록 도와주는 '징검다리 학교'다.

- 마지막으로 앞으로 포부를 말해 달라

소셜진로교육은 사람과 사회를 변화시키는 교육이다. 청소년도 자신의 생활과 학교, 지역사회를 변화시키는 활동을 하면서 창의적인 역량을 개발하고, 비진학 청소년도 사회적인 일자리를 통해 행복한 진로설계를 할 수 있는 지역사회 여건을 만들고자 한다.



에이컴퍼니

-  **주요사업** 미술 관련 기획 및 판매 서비스
-  **인증년도** 2013년
-  **홈페이지** www.acompany.asia
-  **전화번호** 070-8656-3303

THE KEYWORDS

예술가

에이컴퍼니의 사업목적은 신진 예술가들의 자립기반을 확보하는 것이다.

유통

예술가의 자립 문제는 왜곡된 미술 시장 구조와 연결된다. 에이컴퍼니는 예술가들의 작품이 미술 시장에 진입할 수 있는 여러 방식을 고민한다.

아트페어

에이컴퍼니는 신진 예술가들의 작품을 알리는 색다른 전시회인 '브리즈 아트페어'를 4회째 운영 중이다.



문화예술





사회로 나온 신진 예술 작가들 “웰컴 투 헬조선”

한국 미술계에서 신진 작가들이 처한 환경은 척박함 그 자체다. 작품 판매수익의 불평등한 분배 구조, 신진 작가가 넘기에 터무니없이 높은 미술시장의 진입 장벽 등 여러 문제가 산적해 있다.

문화체육관광부의 조사에 따르면 미술인들의 정당한 계약 체결은 15%에 불과하다. 여기에 창작 활동을 위해 다른 직업과 겸해서 일하는 작가들의 비율은 49%에 달한다. 신진 작가들의 창작환경 개선, 어디서부터 시작해야 할까?

에이컴퍼니가 만든 미술 유통구조의 새로운 모습

정지연 대표는 미술시장의 불합리한 관행을 개선하기 위해 신진 작가들의 작품 유통을 활성화하는 비즈니스를 구상했다. 미술 분야의 새로운 시장구조를 만드는 사회적기업 에이컴퍼니의 시작이었다. 여러 시도 끝에 에이컴퍼니가 야심차게 선보인 프로그램은 ‘브리즈 아트페어’. 신진 작가들과 관람자가 전시회 현장에서 직접 소통하는 방식의 독특한 운영으로 많은 주목을 받았다. 2012년부터 2016년까지 누적 판매 작품 수 308점, 관객 수 8,800명, 매출은 약 4억 원에 달하는 성과를 거뒀다.



작가들이 호스트로 머무는 화실인 ‘미나리하우스’ 또한 에이컴퍼니의 대표 프로젝트로 자리매김했다. 미나리하우스는 신진 작가와 계약을 맺는 ‘멤버십 아티스트’ 제도를 운영하는데, 멤버십을 맺은 작가 중 한 사람을 선발해 작업실을 무료로 제공한다. 그림에 관심이 있는 이들은 미나리하우스를 찾아와 멤버십 작가들의 작품을 아카이빙한 ‘포트폴리오 라이브러리’에서 마음에 드는 그림을 살펴볼 수 있다.

사회문제 해결에 나선 예술가들의 색다른 시도

에이컴퍼니는 지난 2016년부터 서울형 뉴딜일자리 사업의 일환으로 ‘우리가 게 전담예술가’ 프로젝트를 진행 중이다. 예술가와 사회의 접점을 만들어 신진 작가들의 성장 발판을 마련하려는 새로운 시도다. 이 프로그램에서는 점포 운영을 활성화하려는 점포주와 작가가 1:1 관계로 매칭된다. 작가는 점포주와 지속적으로 대화를 나누거나 가게 내부를 관찰하면서 점포 운영 활성화에 대한 아이디어를 낸다.

작가들의 사고방식이 자유분방하다 보니, 전혀 생각지 못한 방식의 제안이 나오기도 한다. 점포주는 벽화 등의 그림작업을 기대했는데 작가는 창문의 위치나 가게 벽면의 메인 컬러를 바꾸자고 제안하는 식이다. 예술가들의 이 같은 제



안이 실제 가게 활성화로 이어지다 보니 점포주들의 만족도가 높다. 사업이 끝난 후에도 점포주가 작가들의 작업을 추가적으로 요청하기도 한다.

예술계의 새로운 시도, 이제는 '참신함'에 '지속성'을 더할 때

브리즈아트페어와 미나리하우스 등 에이컴퍼니의 대표 프로젝트들은 미술계의 유의미한 성과로 자리 잡았다. 이제는 그간의 시도에 내실을 더해 예술계의 새로운 전통을 구축할 때다.

에이컴퍼니는 2017년 하반기 런칭을 목표로 다양한 예술 콘텐츠를 고객과 연결하는 온라인 플랫폼 개발을 추진 중이다. 작품 유통 외에, 온라인 공간에서 에이컴퍼니의 다양한 활동을 소개하는 콘텐츠를 제작해 공유할 계획도 있다. 미술작품의 유통 방식에서 색다른 방식을 보여준 에이컴퍼니. 이 한 기업이 미술시장에 가져온 변화는 결코 작지 않다. 동네 구멍가게의 명함, 재미난 모습의 가게 간판 등 에이컴퍼니의 비즈니스로 예술과 대중이 가까워질 미래상이 기대되는 이유다.

에이컴퍼니의 3대 목표

- 01 연 매출 13억 달성
- 02 온라인 미술 시장 진입
- 03 글로벌 아트 프로젝트 진행 및 네트워크 확장

숫자로 보는 에이컴퍼니

- 700 여명  에이컴퍼니 관련 프로젝트 참여작가 (2017년 9월 기준, 누적)
- 31 개소  '우리가게 전담예술가'의 2016년 참여 점포 수
- 13 억 원  에이컴퍼니 2017년 매출 목표
- 500 여명  에이컴퍼니에서 작품을 산 누적 소비자 수 (2017년 9월 기준, 누적)
- 4 명  에이컴퍼니의 메인 프로그램인 브리즈 아트페어 진행 횟수 (2017년 9월 기준, 누적)

(출처: 에이컴퍼니 인터뷰)



신진 예술가와 대중, 그 사이에 징검다리를 놓다

에이컴퍼니 정지연 대표

- 에이컴퍼니 사업을 시작할 때 해결하고 싶었던 문제는 무엇인가?

처음에는 예술가들의 창작 환경이라는 광범위한 주제로 접근했다. 여기서 창작 환경이란 경제 뿐만 아니라 정서적, 제도적 문제 또한 포함한다. 예술가가 돈만 잘 번다고 되는 게 아니라 자신의 작품을 인정받는 분위기가 돼야 하는 거다. 하지만 한국에서는 예술가들의 성장을 위한 프로그램이 없고, 미술대학을 졸업하면 먹고 살길이 막막하다. 그런 부분을 문제로 인식하고 사업을 시작했다. 단순히 작가들의 작품을 많이 팔게 하는 게 아니라 미술을 대하는 사람들의 인식을 바꾸는 문제까지 해결하고 싶었다.

- 예술가의 삶을 넘어 예술가를 대하는 사람들의 인식까지 바꾸는 건 근본적 변화가 필요한 부분 같다. 이에 대한 답을 찾아가는 에이컴퍼니만의 방식이 있다면?

그림 구매를 대중화시키기 위한 브리즈 아트페어, 신진 예술가들의 레지던시 역할을 하는 미나리하우스 같은 접근이 있다. 최근에는 예술가들을 사회와 많이 만나게 해야겠다는 생각을 하고 있다. 신진 예술가들에게 전시 기회를 확대하는 방법도 있지만, 예술가의 작품 한 개보다 예술가라는 사람 그 자체에 집중하게 한다. 이 같은 생각의 일환으로 시작한 프로그램이 '우리에게 전담 예술가'다. 예술가들을 가게 점포와 매칭해주는 방식인데 해당 점포의 특성을 파악해 예술가의 관점에서 그 가게의 문제를 해결해준다.

- 해를 거듭하며 에이컴퍼니의 간판 사업으로 성장한 '브리즈 아트페어'를 평가한다면?

브리즈 아트페어를 처음 시작할 때 작가가 직접 전시장에 나갈 수 있는 형태의 아트페어를 생각했다. 작가들이 현장에 나가는 건 브리즈 아트페어의 의무사항이었다. 여기에 경력과 나이에 상관없이 평등하게 전시 기회가 주어진 게 신선했던 것 같다. 브리즈 아트페어는 작가들의 작품을 팔 기회가 됨과 동시에 자기 팬을 직접 만날 계기도 됐다. 이 같은 차별점을 유지하면서 판매 면에서도 성과를 거뒀다. 브리즈 아트페어에 대한 성장은 계속 고민하고 있는데, 규모를 키우는 것보다는 질적인 성장을 고려하고 있다.

- 에이컴퍼니의 향후 목표는 무엇인가?

앞으로도 브리즈 아트페어와 미나리 하우스를 성공적으로 운영하는 게 목표다. 프로젝트성이 아닌 100년 이상 갈 수 있는 그런 행사로 말이다. 지금은 널리 확산되지 않았지만 앞으로 몇십 년 후에는 사람들 사이에서 그림 한 점을 사는 게 보편화할 수 있게 계속 브랜딩해나갈 예정이다. 동네 구멍가게에도 예술가의 손길을 엿볼 수 있는, 일상의 소소한 것들에 예술이 스며들면 좋겠다.

한 손에 잡히는 사회적기업 2018

발행일	2017년 11월 22일 (1쇄) 2018년 1월 30일 (2쇄)
발행처	한국사회적기업진흥원(13292) 경기도 성남시 수정구 수정로 157(태평 2동 3440) 7.8층
발행인	오광성 (한국사회적기업진흥원장)
연락처	Tel. 031-697-7700 Fax. 031-697-7853 www.socialenterprise.or.kr
취재·디자인	주식회사 베네핏 070-8762-1100

*이 책자의 내용은 무단으로 전재할 수 없습니다.

책자의 내용과 활용에 관한 문의는 한국사회적기업진흥원으로 해주시기 바랍니다.