다른 꿈 세상을 만드는 평범한 사람들의 특별한 이야기

2013 소셜벤처 사례집

행복을 건네는 벤처
두 발로 우뚝 선 그대의 발자국
우리의 내일을 응원합니다

꿈꾸고,
창조하고,
날개 달다!

다르지만 같은 꿈
세상을 바꾸는 신나는 상상
더 나은 내일을 위하여

한국사회적기업진흥원

따뜻한 세상을 만드는 평범한 사람들의 특별한 이야기

2013 소셜벤처 사례집

따뜻한 세상을 만드는
평범한 사람들의
특별한 이야기

CONTENTS

01 행복을 건네는 벤처 — 소셜벤처 소개

‘소셜벤처(social venture)’란? 006
소셜벤처 사례 007
1. 국내 소셜벤처 007
2. 해외 소셜벤처 008

02 꿈꾸고, 창조하고, 날개 달다! — 소셜벤처 경연대회 소개

1. 소셜벤처 경연대회 개요 012
목적 012
추진 방향 012
대회 연혁 012

2. 역대 소셜벤처 경연대회(2009 ~ 2012) 013
2009년 소셜벤처 경연대회 013
2010년 소셜벤처 경연대회 015
2011년 소셜벤처 경연대회 017
2012년 소셜벤처 경연대회 020
역대 소셜벤처 경연대회 입상팀 현황 022

3. 2013년 소셜벤처 경연대회 023
소셜벤처 캠퍼스투어 024
소셜벤처 토크콘서트 025
참가자 접수 결과 026
예선심사 027
예선 통과자 대상 오리엔테이션 028
역량강화프로그램 029
창업 부문 권역별 심사 032
본선심사 032
프레젠테이션 교육 032
결선대회 033
아시아 소셜벤처 대회 034
네트워크 행사 035
2013 소셜벤처 경연대회 입상자 소개 036

2013
소셜벤처 사례집

03 다르지만 같은 꿈 — 2013년도 수상자 인터뷰

청소년 아이디어 부문 대상, 비크 050
일반 아이디어 부문 대상, 최게바라 기획사 058
글로벌 부문 대상, 바이맘 068
창업 부문 대상, 커피팩토리 076
아시아 대회 우승, 티트리 086

04 두 발로 우뚝 선 그대의 발자국 — 역대 소셜벤처 소개

공부의 신, 강성태 대표 096
오르그닷, 김방호 대표 104
시지온, 김미균 대표 112
딜라이트, 김정현 대표 122

05 세상을 바꾸는 신나는 상상 — 멘토들의 이야기

전충훈 국장(대구사회연구소) 132
강민수 국장(한국협동조합연구소) 135
김철환 소장(적정마케팅연구소) 136

06 더 나은 내일을 위하여 — 사회적기업 소개 140

07 우리의 내일을 응원합니다 — 한국사회적기업진흥원 사업 소개 144

2013
소셜벤처
사례집

Chapter

1

행복을 건네는 벤처 Social Venture

소셜벤처 소개

‘소셜벤처(social venture)’ 란?

소셜벤처 사례

1. 국내 소셜벤처
2. 해외 소셜벤처

‘소셜벤처 (social venture)’란?

기술, 경영 혁신 등 모험적인 방법으로 기업을 경영하면서 사회적 가치와 경제적 이익을 동시에 추구하는 기업 모델을 말합니다. 즉, ‘기존 벤처 기업의 도전적인 기업 형태에 사회적 가치를 추구하는 기업 형태를 결합한 조직’이라고 할 수 있습니다.

Venture	Social Venture
개인 또는 소수의 기업가가 혁신적인 아이디어를 상업화하기 위해 설립한 신생기업	개인 또는 소수의 기업가가 사회문제를 해결할 혁신적인 아이디어를 상업화하기 위해 설립한 신생기업
높은 위험 부담을 감수하지만 성공할 경우 높은 기대 이익 예상	높은 위험 부담을 감수하지만 성공할 경우 높은 기대 이익 예상
모험적 사업에 도전하는 왕성한 기업가 정신을 가진 기업가에 의해 주도	사회적 목적을 지속가능하게 할 모범적 사업에 도전하는 창의적 기업가 정신을 가진 기업가에 의해 주도
전통적 기업의 대안 모델 (지식정보화 시대에 적합한 네트워크형 기업으로서, 수평적 관계 중시, 투자 중심의 자금조달, 투명 경영의 특성 보유)	전통적 사회복지와 대안 기업의 새로운 경영 모델로서의 소셜벤처(벤처기업의 운영원리와 취약계층과 사회문제에 대한 이해를 바탕으로 하는 미래 기업)

벤처 정신에
사회문제의 솔루션을 담는 ‘소셜벤처’
Social Venture

‘소셜벤처’란?

국내에서는 정부가 사회적기업 육성법을 제정함으로써, 사회적 목적을 달성하기 위하여 영업(이윤추구) 활동을 영위하는 사회적기업을 인증하고 있습니다.

정부육성 주도 하의 인증 제도를 기반으로 하는 한국사회의 소셜벤처는 일반기업은 물론 사회적기업이 해결하지 못하는 세분화된 사회문제를 문제해결 방식의 혁신을 통해 해결하고자 하는 도전적 기업으로서 사회적경제, 사회적기업 생태계의 한 영역으로 자리 잡을 수 있도록 육성·지원된다.

소셜벤처와 사회적기업의 목적과 운영원리는 유사하지만, 정부의 인증을 받아야 하는 사회적기업에 비해 소셜벤처는 사회적기업 인증제도에 의한 설립 기준에 구애 받지 않고 다양한 방식과 형태를 통해 더욱 도전적이며 창의적으로 사업화할 수 있다는 장점이 있습니다. 국내에서는 정부와 민간의 예비사회적기업가 발굴 지원 및 각종 경연대회 개최를 통해 소셜벤처 창업을 장려하고 있습니다. 특히, 청년층의 소셜벤처 창업이 돋보이며 중소기업 또는 퇴직자의 소셜벤처 전환 등도 유력한 흐름으로 형성되고 있습니다.

소셜벤처 사례

트래블러스맵

1. 국내 소셜벤처

국내 여행 부문 1호 사회적기업인 트래블러스맵은 지역경제를 살리는 여행, 자연을 보호하는 여행, 문화를 존중하는 여행을 꿈꾸는 공정여행이라는 새로운 장르를 개척한 대표적인 관광 소셜벤처입니다. 이들은 ① 여행경비가 지역경제로 환원되도록 지역 커뮤니티와 협업하고, ② 환경에 미치는 영향을 최소화하고, 환경을 보호할 수 있는 여행을 기획·진행하며, ③ 지역민이 관광에 주체적으로 참여하도록 돕고 협력하여 지역 문화와 깊이 만날 수 있는 여행을 진행합니다. 이 세 가지 미션 외에도, 글로벌 서비스를 제공하는 지속가능한 아시아 관광시장의 선도적 기업을 목표로 활동 중입니다.



트리플래닛

트리플래닛은 모바일과 웹 게임으로 나무를 키우면 실제 숲을 만들어 주는 나무 심는 소셜벤처로서 44만 명 이상의 사용자가 트리플래닛의 게임 속에서 70만 그루 이상의 나무를 심었으며, 현재까지 전세계 4개국에 11개의 숲을 조성하여 26만 그루의 실제 나무를 심었습니다. 최근에는 스타의 팬클럽이 모금을 통해 숲을 조성하는 ‘스타숲’ 사업에도 진출하여 2NE1숲, 신화숲 등을 조성하여 팬클럽의 기부문화를 선도하고 있습니다.



대지를 위한 바느질

국내 최초의 친환경 웨딩 전문 업체인 '대지를 위한 바느질'은 옥수수 전분으로 만든 드레스를 시작으로 뿌리가 있는 부케, 친환경 청첩장 등 친환경, 윤리적 생산을 통해 고비용 저효율의 우리나라 결혼문화 전반을 조금씩 개선해 나가고 있는 소셜벤처입니다.
뿐만 아니라 친환경 유아용품, 친환경 생활용품 분야 등에도 사업을 확장해 나가고 있는 대지를 위한 바느질은 2010년 Cartier Women's Initiative Awards 세계 여성사업가 15인 후보에 선정되기도 했습니다.



2. 해외 소셜벤처

아라빈드 안과병원

1976년, 인도의 가난한 사람들이 제때 치료를 받지 못해 실명하는 현실을 본 고빈다파 벤카다스와미(G.Venkataswamy) 박사는 '피할 수 있는 실명은 막겠다'는 사명을 가지고 아라빈드 안과 병원을 설립하였습니다.
아라빈드 안과병원은 진료, 수술방식의 대량화 및 표준화로 비용을 최소화하는 '맥도날드식 경영방식'을 실현하는 인도의 소셜벤처입니다. 아라빈드 안과병원의 성공은 효율적인 시스템만 구축한다면 저렴한 가격으로 질 높은 서비스를 제공할 수 있다는 교훈을 주었습니다.



탐스 슈즈

미국의 블레이크 마이코스키(Blake Mycoskie)는 여행 중, 신발조차 신을 수 없이 가난해 맨발로 다녀야 했던 어린아이들과의 만남을 계기로 "내일을 위한 신발(Shoes for Tomorrow)"이라는 슬로건을 가진 탐스(TOMS)를 설립했습니다. 창립당시부터 신발 한 켤레를 구매할 때마다 동시에 아프리카의 아이들에게 한 켤레씩 기부되는 'One for One' 시스템으로 현재 51개국의 아이들에게 지역의 지형과 특성에 따라 필요로 하는 신발을 기부하고 있습니다. 그 밖에도 일 대 일 기부를 확대하여 시력을 잃은 사람들에게 안경 TOMS Eyewear를 나누어 주는 사업, 신발 없는 하루 보내기 등의 캠페인 진행을 통한 착한 소비의 성공적 사례를 보여 주고 있습니다.



어니스트 컴퍼니

할리우드 여배우로 알려진 제시카 알바가 설립한 소셜벤처로, 친환경 기저귀를 비롯해 유해성분이 전혀 없는 무독성 유아용품을 판매하는 기업으로 '안방까지 찾아가는 서비스'를 통해 성공을 거두었습니다. 어려운 이웃에게 유아용품을 기부하는 비영리 단체에 수익금 일부를 기부하고 친환경 제품인 그들의 제품을 내세워 독성물질의 사용을 근절하자는 캠페인에도 참여하고 있습니다. 어니스트 컴퍼니는 창립 8개월 만에 환경운동연합의 자외선차단제 가이드 포함, 〈권위 있는 육아 친환경상〉, 『포춘』지 선정 '가장 영향력 있는 사업가 10인' 등에 선정되며 미대륙을 대표하는 사회적기업으로 성장 중입니다.



2013
소셜벤처
사례집

Chapter

2

꿈꾸고,
창조하고,
날개 달다!

Social Venture

소셜벤처 경연대회 소개

소셜벤처 경연대회 개요

역대 소셜벤처 경연대회(2009~2012)

2013년 소셜벤처 경연대회

1. 소셜벤처 경연대회 개요

세상을 바꾸고 싶은 이들의 용감한 도전, 소셜벤처 경연대회. 고용노동부 장관은 "사회적기업가는 사회문제를 발견하고 또 이를 혁신적으로 해결하는 변화의 창조자이며, 사회적기업이야말로 시장과 공공의 가치를 접목하는 사회적 경제(Social Economy)의 든든한 주춧돌"이라고 하면서, 참가자들에게 미래의 사회적기업가로서 꿈과 포부를 가질 것을 당부했다.

목 적

- 소셜벤처에 대한 이해와 관심 증진을 통한 인식 확산 및 대국민 차원의 공감대 형성
- 소셜벤처 아이디어 발굴 및 사회적기업화 지원을 통한 혁신적인 사회적기업 모델 확산

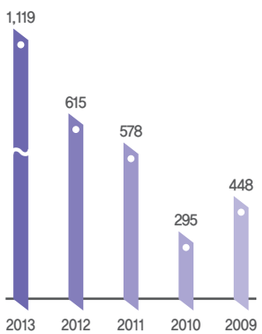
추진 방향

- 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 소셜벤처 아이디어가 사업화 단계로 이어질 수 있도록 실질적으로 지원
- 창의적인 아이디어를 가진 청소년층 및 일반인의 전국적인 소셜벤처 붐 조성과 혁신적인 사회적기업 모델 발굴, 육성

대회 연혁

- 2009년부터 2013년까지 고용노동부 주최
- 2011년부터 한국사회적기업진흥원 주관으로 개최
- 2009년 대회부터 2013년 대회까지 총 3,055팀이 참가하고 있으며, 매년 참가자 수 증가

국내 최대 규모의 창업 경진대회



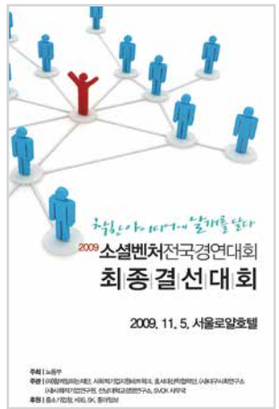
구 분	2013	2012	2011	2010	2009
서울·강원권역	430	183	178	79	156
경기·인천권역	279	127	142	56	110
대전·충청권역	120	62	58	37	50
대구·경북권역	93	90	61	41	49
광주·전라·제주권역	100	86	83	36	23
부산·울산·경남권역	97	67	56	46	60
합 계	1,119(182%)	615(16%)	578(196%)	295(134%)	448
총합계	3,055팀				

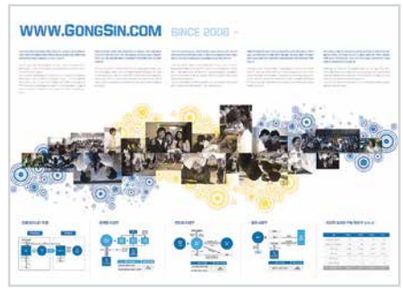
- 매년 40여 팀을 선정하여 포상하고 있으며, 주요 입상 팀으로는 2009년 창업부문 대상 '공부의 신', 2010년 청년창업 부문 대상 '딜라이트', 2011년 일반 부문 대상 '설리반의 목소리', 2012년 일반 부문 대상 '도너도넛', 2013년 창업 부문 대상 '커피팩토리' 등이 있음

2. 역대 소셜벤처 경연대회(2009~2012)

2-1. 2009년 소셜벤처 경연대회

제 1회 대회인 2009년 소셜벤처 경연대회는 창업 부문과 아이디어 부문으로 진행되었으며 448개 팀이 참여하였습니다. 처음 시행된 대회임에도 불구하고 우수한 소셜벤처들이 대거 참여하여 대회의 질을 높였습니다. 특히, 대상 수상자인 '공부의 신'은 수상 이후 각종 강연뿐 아니라 드라마, 예능, 교양프로 등에도 출연하며 대중에게 소셜벤처의 저변을 넓히고 이해도를 높이는 데 큰 역할을 하였습니다. 그 외에도 대회에서 입상한 터치포굿, 오르그닷, 착한여행 등은 정부에서 인증하는 사회적기업 인증을 받는 등 2009년 대회의 높은 수준을 충분히 가늠할 수 있었습니다.











창업 부문(7팀)

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

***Touch4Good**

일회용 현수막, 광고판 등의 소각, 매립의 대안을 제시하는 회사. 업사이클링을 통해 생활 속 친환경 제품, 세상에 단 하나뿐인 패션잡화를 제작하여 판매한 수익금으로 환경재해로 고통받는 이웃을 돕는 사회적기업이다. 버려지는 것들을 솜씨 있게, 좋은 제품을 만들고 좋은 가치를 담아 사람들의 마음에 닿고자 한다는 터치포굿은 현재도 활발히 사회를 위하는 사업을 진행 중이다.

2010

아이디어 부문

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

***반디플러스**

반디플러스는 반딧불들이 모여서 세상을 밝게 비춘다고 해서 만들어진 이름으로 저소득층 아이들과 다문화 가정 아이들에게 대학생 자원봉사자들이 영어를 가르치고 소외계층과 함께 새로운 문화를 만들어가는 대학생 '예비 사회적기업'이다. 이들의 비즈니스 모델은 자원봉사로 대학생들을 모아 저소득층 아이들에게 한 학기에 한 주씩 영어를 가르쳐주고 학기말에는 그 아이들을 모아 연극을 진행하는 식으로 이루어진다.

2-2. 2010년 소셜벤처 경연대회

2010년 소셜벤처 경연대회는 청년창업 부문, 일반창업 부문, 아이디어 부문으로 진행되었으며 295개 팀이 참가하였습니다. 전체 참가팀 중 20개 팀이 수상의 영광을 누렸으며, 특히 청년창업 부문 대상 수상 팀인 '딜라이트'는 이 대회를 계기로 적극적으로 사업을 확장하여 동북아시아 최초로 B-corp* 인증을 획득함으로써 글로벌 소셜벤처로서의 가능성을 확인하였습니다.



2010









***B-corp**

me에서 we로, 주주의 이익이 아닌 환경·직원·사회·소비자 모두의 이익을 추구하는 기업 형태다. B-corp는 600명이 넘는 재계·학계 인사들이 협력하여 만들어진 엄격한 'B 임팩트 평가 시스템' 기준을 통과한 기업에게만 발급되는 글로벌 인증제도로, 인증 이후에는 국제적으로 공신력을 가지게 된다.

청년창업 부문(10팀)

***헤드플로**
사람들의 배움을 통한 지속적인 성장과 행복을 응원하는 헤드플로. 더 많은 사람들이 삶에서 다양한 배움을 통해, 자신의 행복을 찾을 수 있도록 돕는 것을 미션으로 한다. 긍정심리학에서 좋아하는 일에 몰두 할 때 마치 하늘을 자유롭게 날아가는 느낌의 최고의 상태를 일 는 'flow'에서 착안. 모두가 행복하게 일하는 동시에 더 많은 사람들에게 "미치도록 행복한 배움과 인생"을 가능케 하려는 의지로 똘똘 뭉쳤다. 이들은 사회적기업 컨설팅과 청각장애 교육에 힘을 쏟는다.

시상	팀명	사업내용
대상	**딜라이트**	온라인 기반의 유통망 간소화와 부가기능 제거를 통해 저렴한 보청기 보급
최우수상	**시지온**	LIVE RE 개발, 보급
최우수상	**헤드플로***	청각장애인을 위한 교육프로그램 개발, 보급
우수상	**공감만세**	친환경 공정여행 기획
우수상	**소셜라이츠**	재소자, 유기견, 사회구성원 모두가 공존하기 위한 프로그램 기획
우수상	**이로운넷&포옹**	사회적기업–지역소기업을 지원하며 사회적 생산자 확대
장려상	**담쟁이**	기념, 축하와 함께 전달할 수 있는 저비용 고감동 선물 기획
장려상	**우리마을**	GEP 녹화매트 개발, 판매
장려상	**한마루**	경력단절여성들에게 전문적인 창업교육기회 제공
장려상	**Jump Students**	방과 후 교육 및 건강관리 프로그램 기획

일반창업 부문(5팀)

시상	팀명	사업내용
대상	**커즈스퀘어**	위치기반 간접기부 어플리케이션 제공
최우수상	**투표함닷컴**	투표참여를 목표로 하는 다양한 캠페인 진행
우수상	**유스바람개비**	청소년 전용 창의 카페와 탈학교 청소년 대안 학습공간 마련
장려상	**분도 축복을 전하는 사람들**	'주유소'를 지역복지 공간으로 제공
장려상	**품앗이쌀화환**	쌀화환을 아이템으로 사회적 가치 창출

아이디어 부문(5팀)

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

2010

2–3. 2011년 소셜벤처 경연대회

사회적기업 정책 수행기관인 한국사회적기업진흥원에서 주관하여 추진한 대회인 2011년 소셜벤처 경연대회는 일반 아이디어 부문 및 청소년 아이디어 부문으로 진행되었으며 578개 팀이 참여했습니다. 사회적기업가 발굴을 위한 정부의 지원이 다각화됨에 따라서 사회적기업가 육성사업 또한 함께 연계하여 진행되었습니다. 전체 참가팀 중 43개 팀이 입상했고, 그 중 시각장애인을 위한 맞춤형 어플리케이션 개발 아이템으로 대상을 차지한 '설리반의 목소리'를 비롯한 8개 팀이 사회적기업가 육성사업에 참여하여 사업화를 진행했습니다.









2011

일반 아이디어 부문(25팀)

*** 아울러**
사람도서관은 'LIVING LIBRARY'라는 이름으로 덴마크에서 시작한 프로그램이다. 사람에게는 누구든 자신만의 가치 있는 이야기가 있다 라는 믿음으로 사람도서관에 참여한 사람책의 이야기를 독자에게 나누는 프로그램을 진행한다. 본인이 살아온 삶의 이야기를 들려주는 사람인 사람책이 자신의 경험을 바탕으로 소수의 사람들과 함께 둘러앉아 이야기를 나누는 프로그램으로 고통받는 이들에게 새로운 삶의 동기를 부여하고자 한다.





2011

시상	팀명	사업내용
대상	**설리반의 목소리**	사람들의 자발적 협업으로 만들어지는 오디오북과 시각장애인 맞춤형 어플리케이션 개발
최우수상	**아울러***	다양한 사람들과 소통하며 '사람도서관'을 통해 고통받는 이들에게 새로운 삶의 동기 부여
최우수상	**탈환1기**	유통기한이 임박한 식품의 효과적인 소비 촉진을 위한 비즈니스 모델
우수상	**포베어**	절약한 에너지량에 따라 환경보존사업에 기부할 수 있도록 하는 어플리케이션 제작
우수상	**모려**	산업폐기물인 굴 패각을 자원화한 패각분말과 아교를 배합하여 제조한 친환경 도자기 인형 판매
우수상	**뉴폼**	버려진 가구를 재활용할 수 있는 가구 사업
우수상	**인천 인터렉트**	비주류 체육인의 재사회화 및 저소득층 스포츠 기회 제공을 통한 사회적 환원 증진
우수상	**1016**	학생들이 직접 만드는 신문 제작
장려상	**Dream art**	공동구매형 소셜커머스를 적용하여 공연예술단체의 수익을 보장하고 소비자 관계망 구축
장려상	**사이**	버려지는 자투리 원단을 활용한 업사이클링 상품 개발을 통해 취약계층의 일자리 창출
장려상	**마크마이어스**	취약계층을 보호하고, 사회적 법률 서비스 비용 인하
장려상	**착한엄마들**	SNS기반의 엄마들의 착한 기업을 위한 마케팅 추진
장려상	**the way**	아동보육시설 퇴소자에게 교육 및 일자리 제공, 정형신발을 제작해 장애인에게 제공
장려상	**두엄법칙**	분뇨슬러지의 퇴비화, 농산물의 지역 소비화
장려상	**플로잉**	보유물건들을 필요한 사람에게 보내주는 모델
입선	**iMeme**	어플을 통해 사회서비스 정보를 찾는 시스템 향후 신청/결제 시스템 추진
입선	**ALGORIDEA**	다양한 교육 컨텐츠와 화상과외를 오픈마켓 형식으로 제공하여 차별받지 않는 교육환경 조성
입선	**꿈틀 (강화꿈작목반)**	대학생들에게 꿈을 향해 접근할 수 있는 기회 제공
입선	**레인보우**	폐품을 안정적으로 적재하고 운반하는 제품 개발
입선	**에이컴퍼니**	공동 프로모션을 통하여 개별적으로 제작되는 전단지의 양을 줄여 환경 친화적 컨설팅 서비스 제공
입선	**samplehouse**	패션산업 Manager 양성, 취약계층 일자리 창출
입선	**오병이어**	지역 소매업자들이 경쟁력을 키울 수 있는 모델
입선	**HOPE**	암 환자 및 가족에게 종합적인 지원서비스를 병원 내 HOPE 센터를 통하여 제공하는 사업모델
입선	**희망 MSO**	저소득층에게 제공할 수 있는 치과진료 서비스 모델 제시
입선	**우주결혼**	우리가 주인이 되는 결혼을 지향하는 대안적인 결혼문화 제시

청소년 아이디어 부문(18팀)





2011

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

2-4. 2012년 소셜벤처 경연대회

2012년 소셜벤처 경연대회는 일반 아이디어, 청소년 아이디어 부문으로 진행되었고, 615팀이 참여했습니다. 쉽고 재미있는 기부 플랫폼 아이템을 선보인 도너도넛이 일반 아이디어 부문 대상을 차지하였으며, 절단사고 대응 응급키트 개발 아이템을 선보인 MCBC가 청소년 부문 대상을 차지하였습니다. 특히, MCBC는 사업을 계속 추진해 나가는 모습을 보이며 소셜벤처에 대한 청소년들의 높은 의지와 가능성을 확인시켜 주고 있습니다.











2012

일반 아이디어 부문(18팀)

*도너도넛
도너도넛은 기부를 뜻하는 'donor'와 달콤하고 든든한 간식 'donut'의 합성어다. 각자의 이야기가 담긴 물품을 기부하거나 다른 유저가 기부한 물품을 저렴하게 구입할 수 있다. 발생된 판매 금액은 기부한 주체가 지정한 단체로 자동 후원되며, 물건을 구입하며 주고받은 메시지로 좋은 사람들과 친구가 될 수도, 그동안 몰랐던 사회 구석구석의 다양한 모습들을 만날 수 도 있다. 도너도넛은 최신 스마트폰에 덮여 차갑게 식어가는 이 시대에 탄생한, 따뜻한 심장을 가진 어플리케이션이다.



시상	팀명	사업내용
대상	**도너도넛***	스마트폰을 이용한 쉽고 재미있는 소셜기부 플랫폼
최우수상	**꿈꾸는 학교**	청소년이 영화제작을 통해 스스로 소통하는 법을 깨달음
최우수상	**Heron edu**	새 시대의 패러다임에 맞는 어린이 꿈교육 플랫폼
우수상	**김경호**	송진코팅 기술로 전통한지와 커피찌꺼기를 결합한 제습제
우수상	**스페이스와칭**	나의 작은 습관 변화로 타인을 돕는 실천의 달인 플랫폼
우수상	**다행**	작은 출판사와 한국 콘텐츠 산업 세우기
우수상	**Seed the world**	포장상자를 노트로 재조립하여 필요한 아이들에게 선물
우수상	**ICU**	청각장애인을 위한 자막 제공 플랫폼
장려상	**포르투**	기부, 홍보, 판매가 투명하게 이루어지는 플랫폼
장려상	**르네상스 문화교류단**	유럽과 미술작품 교류를 통하여 미대생들에게 기회 제공
장려상	**지역문화 살리기 운동본부**	지역의 전래 이야기를 자료화하여 지역어린이 교육
장려상	**모두의 구둣방**	구두 수선공들의 재능나눔을 통해 신속한 서비스 제공
장려상	**SANARAE**	자원봉사 보조기기의 제작 및 유통
장려상	**Make your body**	운동소외계층을 위한 운동공간과 프로그램 제공
장려상	**잡담**	비어 있는 도시공간을 먹거리와 교육의 장소로 되살리기
장려상	**Genie's table**	유기농 공급, 텃밭 교육 등으로 먹거리 양극화 해소
장려상	**Raywash**	오픈소스 태양광 세탁기로 지역사회 발전
장려상	**두영주**	이혼여성에게는 일자리, 백모 고객에게는 염색서비스 제공

청소년 아이디어 부문

시상	팀명	사업내용
대상	**MCBC**	절단사고 시 신속, 정확하게 대응하기 위한 응급키트 제작
최우수상	**SSEDA**	청소년의 재능기부로 만들어진 저렴한 문제집 제작
최우수상	**Edufactory 한땀**	친환경 침구류 제작과 우리말 교육을 결합
우수상	**DirectDialect**	외국인을 위한 방언사전 및 어플 제작
우수상	**꺼지지 않는 연탄**	휴대폰 정액 요금제의 남은 요금을 기부하는 어플
우수상	**온새미로**	커피찌꺼기로 피부부터 환경, 생명까지 살리기
우수상	**BOGO**	티셔츠 구매 시 다른 하나는 제 3세계에 기부
장려상	**Paper Girls**	버려지는 교과서를 종이화분으로 재탄생
장려상	**담넘어**	다양한 문화 프로그램과 휴식처, 꿈의 발견을 제공
장려상	**WE**	교육적 요소와 재미 요소를 포함하는 신개념 체험시설
장려상	**ESC**	에너지를 절약하기 위한 제품개발 및 솔루션
장려상	**Teen's League**	사회적협동조합 틴즈

2012

2–5. 역대 소셜벤처 경연대회 입상팀 현황

다음 입상팀들은 21개의 (예비)사회적기업 및 15개의 사회적기업가 육성사업 창업팀으로 연계되어 혁신적 사회적기업 모델로 활동하고 있습니다.

역대 소셜벤처 경연대회 입상팀의 창업연계 사례

2009 2012

구 분		팀 명
사회적기업 (9개 팀)	2009년	오르그닷(최우수상), 터치포굿(최우수상), 우리동네(우수상), 착한여행(우수상)
	2010년	담쟁이(장려상), 유스바람개비(우수상), 공감만세(우수상), 분도축복을전하는사람들(장려상), 헤드플로(최우수상)
예비 사회적기업 (12개 팀)	2009년	공부의 신(대상), 그린플러스연합(우수상)
	2010년	시지온(최우수상), 딜라이트(대상), 한마루(장려상), 이로운넷(우수상), 한국운동발달연구소(장려상)
	2011년	에이컴퍼니(입선), 뉴폼(우수상), ALGORIDEA(입선), 꿈틀(입선)
	2012년	모모파트너즈(우수상)
사회적기업가 육성사업 (15개 팀)	2010년	임파서블에듀(우수상)
	2011년	설리반의 목소리(대상), 아울러(최우수상), DreamArt(장려상), 플로잉(장려상), 뉴폼(우수상), iMeme(입선), ALGORIDEA(입선), HOPE(입선)
	2012년	도너도넛(대상), MCBC(청소년 부문 대상), Addonation(우수상), 위즈탑(최우수상), AUD(우수상), 주식회사 제너럴 피트니스(장려상)

3. 2013 소셜벤처 경연대회



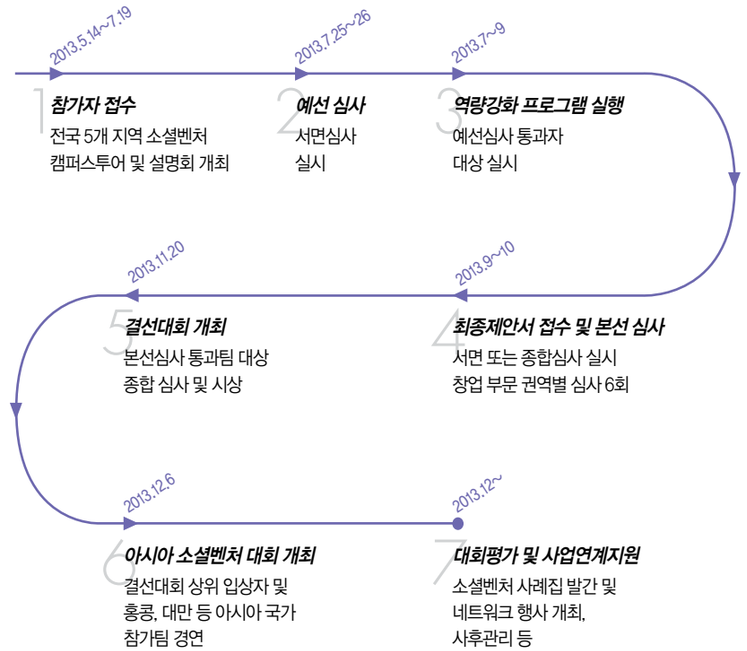
2013 소셜벤처 경연대회는 소셜 스타트업을 위한 하이 퀄리티의 액셀레이션 프로그램을 제공함으로써 협력을 통한 소셜벤처인의 진화를 꿈꾼다. 일방향의 가르침이 아닌 멘토-멘티의 소통과 멘티-멘티의 협업, 위탁기관 간의 협력을 통한 대한민국 소셜벤처인, 소셜벤처의 진화를 목표로 한다.

2013 소셜벤처 경연대회는 청소년 아이디어 부문, 일반 아이디어 부문, 창업 부문, 글로벌 부문 등 총 4개 부문으로 진행되었습니다. 기 진행된 소셜벤처 경연대회 만족도 조사 및 전문가 간담회의 의견을 반영하여 창업 부문과 글로벌 부문이 신설되었습니다.

구 분	청소년 아이디어 부문	일반 아이디어 부문	창업 부문	글로벌 부문
대상	소셜벤처 아이디어를 가지고 있는 17세~19세 고등학생 또는 그에 상응하는 자격을 갖춘 개인 및 단체	소셜벤처 아이디어를 가지고 있는 개인 및 단체(기 사업화된 아이디어 제외)	소셜벤처 아이디어를 가지고 있고 사회적기업 창업 의지가 있는 개인 및 단체(기 창업자 제외)	소셜벤처 아이디어를 가지고 있고 해외진출 계획을 가지고 있는 개인 및 단체(창업 3년 이내)
부문별 목표	청소년층의 소셜벤처 저변 확대 및 예비 소셜벤처 꿈나무 육성	일반층의 소셜벤처 저변 확대 및 참신한 소셜벤처 아이디어 발굴	예비 사회적기업가 발굴 및 사회적기업 창업의 등용문 마련	국내 소셜벤처들의 해외진출 지원

2013 소셜벤처 경연대회 추진과정

2013



3-1. 소셜벤처 캠퍼스투어

소셜벤처 및 사회적기업 문화 확산이 이루어질 수 있는 계기를 마련하기 위해 소셜벤처 캠퍼스투어를 진행했습니다. 기존 소셜벤처를 접하지 못했던 청년층을 비롯한 대중들이 보다 쉽고 자연스럽게 소셜벤처에 대한 관심을 가질 수 있도록 전국 주요 거점 지역 5개 대학교에서 5회에 걸쳐 강연과 토크콘서트 형식으로 진행되었습니다. 각 행사마다 소셜벤처를 대표하는 소셜벤처 대표들과 꿈과 희망의 메시지를 전달하고자 청년멘토들이 함께하였으며, 약 1,000여 명이 본 행사에 참여하여 소셜벤처가 지향하는 사회적 가치와 희망의 메시지를 공유할 수 있는 유익한 시간이었습니다.



일 시	지 역	장 소
2013.05.14(화)	대구 – 경북	경북대학교 효석홀
2013.05.16(목)	부산 – 울산 – 경남	부산대학교 본관 대회의실
2013.05.24(금)	광주 – 전라	조선대학교 서석홀
2013.05.29(수)	대전 – 충청	충남대학교 백마홀
2013.05.31(금)	수도권	경희대학교 오비스홀

경북대학교(2013.5.14)

소셜벤처 연사: 김가영(국대에프앤비, 국대 떡볶이 이사, 지리산친환경농산물유통 대표)
청년멘토 연사: 오봉구(봉구스 밥버거 대표)



부산대학교(2013.5.16)

소셜벤처 연사: 김정현(딜라이트 대표이사)
청년멘토 연사: 유수연(유스타잉글리쉬 어학원 원장)



조선대학교(2013.5.24)

소셜벤처 연사: 정지연(에이컴퍼니 대표)
청년멘토 연사: 정성한(쇼비티 대표)



충남대학교(2013.5.29)

소셜벤처 연사: 조재호(베네핏 대표)
청년멘토 연사: 이영석(총각네 야채가게 대표)



경희대학교(2013.5.31)

소셜벤처 연사: 강성태(공부의 신 대표)
청년멘토 연사: 김수영(드림파노라마 대표)



2013

3-2. 소셜벤처 토크콘서트

매년 7월 1일은 사회적기업의 날입니다. 7월 1일부터 7월 5일까지 5일간 진행된 2013년 사회적기업주간행사는 사회적기업 박람회, 국제포럼, 문화예술 페스티벌 등 사회적기업의 가치를 전달할 수 있는 프로그램들로 이루어졌습니다. 소셜벤처 캠퍼스투어에 대한 폭발적인 관심과 참여에 힘입어 사회적기업주간행사에서도 소셜벤처들을 만나볼 수 있는 2013 소셜벤처 토크콘서트가 개최되

었습니다. 이 날 토크콘서트에는 〈온오프믹스〉 양준철 대표, 〈대지를 위한 바느질〉 이경재 대표, 〈마이크임팩트〉 한동헌 대표가 참여했습니다. 이들을 만나기 위해 250여 명의 관객들이 참여하여 2시간 동안 열띤 이야기를 나누었습니다.



소셜벤처 연사: 이경재(대지를 위한 바느질 대표), **한동헌**(마이크임팩트 CEO)
청년멘토 연사: 양준철(온오프믹스 대표)



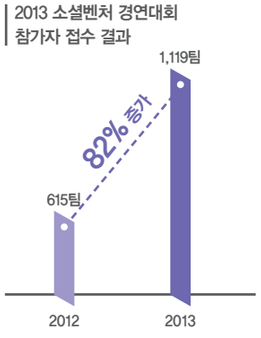
3-3. 참가자 접수 결과(2013.5.14~7.19)

약 두 달간 진행된 접수기간 동안 전국 단위의 홍보가 진행되었습니다. 오프라인 상으로는 소셜벤처 캠퍼스투어를 비롯해 전국의 고등학교, 대학교, 지자체, 사회적기업 및 관련기관을 대상으로 협조 요청과 더불어 찾아가는 설명회*를 개최했고, 온라인으로는 사회적경제 및 창업 커뮤니티, SNS 등을 통해 다양한 홍보 활동을 추진하였습니다.

그러한 노력의 결과로 2013 소셜벤처 경연대회는 역대 최고 수준인 총 1,119팀이 참가하는 성과를 달성했습니다. 이는 전년 대비(615팀) 약 82% 증가한 수치로 사회적경제와 사회적기업에 대한 국민들의 높아진 관심을 확인할 수 있었습니다.

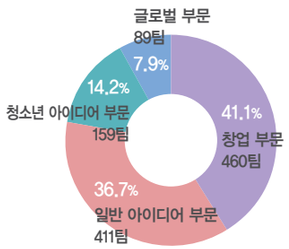
***찾아가는 설명회**
사회적경제 및 창업 인큐베이팅 관련 교육, 행사, 모임 등 참가 가능성이 높은 타깃에 대하여 직접 방문 및 설명회 개최 등 대회 참여에 적극 독려하는 활동을 활발히 진행하고 있다.

2013 소셜벤처 경연대회
참가자 접수 결과





2013 소셜벤처 경연대회
참가자 접수 결과

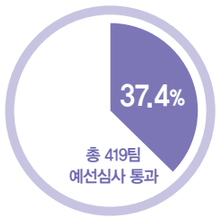


구분	청소년 아이디어	일반 아이디어	창업	글로벌	합계
	접수	접수	접수	접수	접수
서울	28	167	181	48	424
경기	30	71	109	19	229
인천	9	20	17	4	50
강원	3	1	2	0	6
대전	13	8	18	1	40
충북	5	13	22	0	40
충남	3	19	17	1	40
대구	22	29	18	1	70
경북	10	7	5	1	23
부산	3	14	31	4	52
울산	5	9	7	1	22
경남	5	9	8	1	23
광주	7	24	8	5	44
전남	2	4	3	0	9
전북	14	10	7	2	33
제주	0	6	7	1	14
합계	159	411	460	89	1,119

3-4. 예선심사

접수된 1,119개의 참가팀을 대상으로 사회적기업가, 학계 및 소셜벤처 전문가 등 30인의 심사위원단을 구성하여 서면 심사를 진행(7.25~7.26)했습니다. 열띤 심사를 통해 1,119팀 중 총 419팀이 예선심사를 통과했습니다.(창업 부문의 경우, 차년도 사회적기업가 육성사업 사전선발 기회를 부여하기 위해서 타 부문보다 많은 팀을 선발했습니다.)







(단위: 팀수)

청소년 아이디어	일반 아이디어	창업	글로벌	합계
51	60	255	53	419

2013

3-5. 예선 통과자 대상 오리엔테이션(2013.8.2)

예선을 통과한 419팀을 대상으로 향후 일정 수립 및 멘토링 계획, 사회적기업 및 소셜벤처에 대한 이해를 돕기 위해 서울 고용청에서 오리엔테이션을 진행했습니다. 오전, 오후 2회에 걸쳐 진행된 오리엔테이션에는 장대비가 쏟아지는 궂은 날씨에도 불구하고 전국에서 200여 명이 참석해 주었습니다. 대회 안내와 더불어 에이컴퍼니 정지연 대표와 시지온 김미균 대표가 선배 소셜벤처로서 후배 소셜벤처들에게 진심어린 이야기를 많이 해 주었습니다.





3-6. 역량강화프로그램(8월~9월)

예선을 통과한 419팀을 대상으로 참가팀의 역량강화를 위한 맞춤형 멘토링을 진행하였습니다. 멘토링은 각 부문별로 멘토링캠프, 기본·심화멘토링으로 구성되었습니다.



부문	역량강화프로그램
청소년 아이디어	사회적기업 체험 프로그램, 모의경영프로젝트
일반 아이디어	기본 + 심화 그룹멘토링(권역별 순회), 모의경영프로젝트 워크숍
창업	기본 + 심화 그룹멘토링(권역별 순회), 멘토링캠프
글로벌	기본 + 심화 그룹멘토링(권역별 순회), 멘토링 워크숍

기본멘토링

2013년 8월12일(월)부터 8월21일(수)까지 예선통과팀을 대상으로 권역별 순회 강의 및 온라인 교육을 통한 멘토링이 진행되었습니다.
기본멘토링은 많은 이들이 참여할 수 있도록 권역별 순회 방식으로 진행되었으며 소셜크리에이션, 소셜마케팅, 소셜플래닝 등을 학습하는 시간을 가졌습니다.

주요내용: 각 팀별 아이디어 소개, 소셜미션, 소셜크레에이션, 소셜마케팅, 소셜플래닝 등





일시	대상지역	장소
2013.8.12	서울, 강원, 경기, 인천	한국과학기술회관
2013.8.13	서울, 강원, 경기, 인천	한국과학기술회관
2013.8.14	서울, 강원	한국과학기술회관
2013.8.16	대구, 경북, 울산	대구사회연구소
2013.8.17	부산, 경남	부산디자인센터
2013.8.18	광주, 전북, 전남	광주NGO센터
2013.8.19	제주	제주사회적기업경영연구원
2013.8.21	대전, 충북, 충남	충북NGO센터

심화멘토링

권역별로 진행된 심화 멘토링은 기본 멘토링으로 다져진 토대 위에 참가자와 멘토의 1:1 맞춤형 멘토링을 통해 아이디어를 구체화하고 완성도를 높이는 데 기여하였습니다.





일시	대상지역	장소
2013.8.28	서울, 강원	신촌 TOZ 본점
2013.8.29	서울, 강원	신촌 TOZ 본점
2013.8.30	경기, 인천	신촌 TOZ 본점
2013.9.2	대전, 충청	신촌 TOZ 본점, 풀뿌리시민센터, 대전사회적기업가 인큐베이팅센터, 참여자치시민연대
2013.9.2	광주, 전라	광주NGO센터
2013.9.3	부산, 대구, 울산, 경상	부산디자인센터

멘토링캠프

멘토링캠프 및 워크숍은 각 부문별로 별도 개최되었으며, 다양한 프로그램을 통한 역량강화뿐만 아니라 전국에서 모인 참가자들을 만날 수 있는 소중한 시간이었습니다.



멘토링캠프에서 진행된 프로그램은 사회적기업에 대한 기본적인 이해를 돕는 것과 동시에 아이디어에 대한 발전이 이루어지는 것은 물론, 다양한 종류의 사회적기업을 방문하고 체험하는 프로그램과 현장의 사회적기업가의 목소리를 듣는 것으로 직·간접적인 배움이 캠프를 통해서 이루어질 수 있도록 하였다. 특히 비장애인으로서, 혹은 익숙하지 않은 상황 속의 관계를 체험해보는 '어둠속의 대화'가 가장 호평을 받았으며, 이 외에도 뮤지컬, 5.5.5. 스피치 등으로 다채롭게 구성되었다.

청소년 멘토링캠프

2013년 8월7일(수)부터 8월9일(금)까지 청소년 아이디어 부문 예선통과 51팀을 대상으로 서울시 소재 사회적기업 및 강화도 로얄유스호스텔에서 진행되었습니다.
사회적기업 체험(두비컴 '사랑한다면 춤을 춰라' 관람, 엔비전스 '어둠속의 대화' 체험, 카페슬로비 및 오요리 등), 사회적기업가와의 만남과 팀별 이해관계맵 그리기 등의 프로그램으로 구성되었습니다.



일반 아이디어 부문 멘토링 워크숍

2013년 8월 31일(금)부터 9월 1일(토)까지 일반 아이디어 부문 예선을 통과한 60팀을 대상으로 국제청소년센터(서울)에서 진행되었습니다.
1:1 심화멘토링, 소셜미션 및 STP 설계*, 오픈스페이스 테크놀로지, 상호 교류 등으로 구성되었습니다.



글로벌 부문 멘토링 워크숍

2013년 8월 31일(금)부터 9월 1일(토)까지 글로벌 부문 예선을 통과한 53팀을 대상으로 국제청소년센터(서울)에서 진행되었습니다.

*STP 설계
마케팅 전략 중 하나로 Segmentation, Targeting, Positioning의 약어. 시장을 쪼개고, 타깃을 정하고, 회사의 기본 이미지를 어떻게 자리매김하느냐의 문제를 다루는 것으로, 시장 확보와 제품 브랜드 구축을 위한 시장세분화 전략이다.

1:1 심화멘토링, 소셜미션 및 STP 설계*, 오픈스페이스 테크놀로지, 상호 교류 등으로 구성되었습니다.



창업 부문 멘토링캠프

2013년 8월 26일(월)부터 8월 27일(화)까지 창업 부문 예선을 통과한 255팀을 대상으로 근로복지공단 인재개발원(충북)에서 진행되었습니다.
바른생활, 슬기로운생활, 즐거운생활 등 탐구생활 파트를 나누고, 참가팀들이 할 파트를 선택하여 진행하는 방식으로 이뤄졌습니다.





2013



◀ 소셜벤처 멘토 특강

1. 사업계획 편: 소셜벤처 사업계획 수립부터 계획서 작성까지
정상훈 멘토(희망제작소 사회적경제센터의 센터장)

2. 창업사례 편: 소셜벤처 도전에서 창업까지
김정현 멘토('딜라이트' 대표)



◀ 탐구생활 워크숍

Part1_ **바른생활**(소셜벤처 이노베이션툴킷 워크숍)
Part2_ **슬기로운생활**(비즈니스모델 캔버스 + 비즈니스컨설팅)
Part3_ **즐거운생활**(네트워크와 상호멘토링)





3-7. 창업 부문 권역별 심사

역량강화 프로그램 이후에 진행된 창업 부문 권역별 심사는 2014년 사회적기업가 육성사업에 참여할 적격팀을 선발하는 심사였습니다.(심사위원 총 41인 참여) 총 6회에 걸쳐 대면심사가 진행되었으며 이 심사를 통해 사전선발을 확정한 참가팀들은 경연대회에 참가한 아이디어를 직접 사업화할 수 있는 소중한 지원을 받게 되었습니다.

권역	일정	장소
서울	2013.9.24(화) 09:30 ~ 18:00	청년창업플러스센터(서울시 용산구 소재)
서울, 경기	2013.9.25(수) 09:30 ~ 18:00	함께일하는재단(서울시 마포구 소재)
서울, 경기	2013.9.26(목) 09:30 ~ 18:00	심산기념문화센터(서울시 서초구 소재)
경기, 인천, 강원, 제주	2013.9.27(금) 09:30 ~ 18:00	심산기념문화센터(서울시 서초구 소재)
대전, 충청, 광주, 전라	2013.10.1(화) 09:30 ~ 18:00	풀뿌리사람들(대전시 중구 소재)
부산, 울산, 경남, 대구, 경북	2013.10.2(수) 09:30 ~ 18:00	부산 YWCA 센터(부산시 진구 소재)

3-8. 본선심사

최종제안서 접수(9.2 ~ 9.13) 종료 후 사회적기업가, 학계 및 소셜벤처 전문가 등 20인의 심사위원단을 구성하여 서면 심사를 진행(10.7 ~ 10.11)했습니다. 본선심사를 통해 결선대회에 진출할 40팀을 선정했습니다.



3-9. 프레젠테이션 교육

결선 대회 진출자를 대상으로 결선대회 당일 본인의 아이디어를 최대한 잘 표현할 수 있도록 프레젠테이션 교육을 2회에 걸쳐 진행했습니다.



3-10. 결선대회

2013년 11월 20일, 서울대학교 글로벌 공학센터 컨벤션플라자에서 결선에 진출한 40팀의 최종경연이 있었습니다. 예선대회부터 총 1,119팀이 참가하여 어느 해보다 뜨거운 관심과 열기로 진행된 2013 소셜벤처 경연대회는 예선심사 – 역량강화프로그램 – 심화멘토링, 멘토링캠프, 대면심사, PT 멘토링 과정을 통해 혁신적인 아이디어를 구체화하고 현실적인 비지니스모델을 만들어 나가는 과정을 함께 했습니다.

결선에 진출한 청소년, 아이디어, 창업, 글로벌 4개 부문의 40개 팀은 프리젠테이션 그리고 심사위원들과의 질의응답을 통해 그동안의 노력과 앞으로의 꿈을 펼쳐 보였습니다. 특히 2013년은 소셜벤처 경연대회 사전설명회 및 캠퍼스투어부터 본선 경연까지, 많은 분들의 참여로 어느 때보다도 소셜벤처와 사회적경제에 대한 관심이 높았다는 걸 알 수 있었습니다.









지난 대회 수상자이자, 성공적인 사회적기업으로 성장하고 있는 소셜벤처와의 만남과 체험 행사 등 다양한 부대행사도 마련된 결선대회는 소셜벤처들의 유쾌한 축제의 장이었습니다.

그 어느 해보다 다양하고 우수한 모델들이 참여했던 금년 대회는 버려지는 폐가구로 스피커를 제조하여 문화소외 계층에게 오디오시스템을 지원하고자 했던 청소년 아이디어 부문 비크, 합리적인 비용으로 개성있는 결혼식을 진행함으로써 한국의 결혼문화를 개선하고자 한 일반 아이디어 부문 최게바라 기획사, 기능성 실내 보온막 제조·보급을 통해 에너지 불평 등을 개선하고자 한 글로벌 부문 바이맘, 커피찌꺼기를 업싸이클링하여 사회환경 비용을 낮추고 경제적 가치를 창출하고자 한 창업 부문 커피팩토리 등 총 40팀의 수상으로 마무리되었습니다.

3-11. 아시아 소셜벤처 대회

아시아 소셜벤처 대회는 12월6일(금), 경희대학교 오비스홀에서 개최되었습니다. 2010년부터 시작된 아시아 소셜벤처 대회는 글로벌 소셜벤처 대회의 아시아 지역 파트너로서 홍콩, 대만, 일본 등 우수한 소셜벤처 인재들을 발굴해 왔습니다. 특히 1회 대회에는 한국의 'Tree Planet'팀이 최초로 글로벌 소셜벤처 대회에서 수상하며 그 가치를 인정받았습니다. 결선대회 상위권 입상 팀들과 홍콩, 대만 등 아시아 국가 대표 팀이 참가한 이번 아시아 소셜벤처 대회는 한국의 '티트리'팀의 우승으로 마무리되었습니다.





*GSVC(Global Socail Venture Competition)
1999년부터 시작된 세계적 사회적기업 대회. 매년 4월 버클리에서 열리며, 세계 각국의 예선대회를 통과한 참가자들은 그곳에서 입상을 위한 치열한 경쟁을 펼치게 된다. 각 관문마다 대회 참여자들은 자신의 사회적기업이 갖고 있는 사회적, 재무적, 환경적인 가치를 통해 사회혁신의 의지를 보여야 한다.

2등상은 재취업을 통해 전과자들의 사회복귀를 돕는 프로그램을 기획한 타이완의 'Redeem'팀이 수상하였고, 3등상은 수지절단사고를 입은 환자들을 위한 응급키트를 개발한 'Finger 119'팀(이재욱 대표 – 한국)과 사진기술교육을 통해 소외계층 여성들의 경제적 자립을 돕겠다는 'Lenastional'(홍콩)팀이 각각 수상했습니다. 이번 아시아 경연 1등팀에게는 상금 1,000만 원, 2등에게는 500만 원과 함께 내년 왕중왕을 가리는 글로벌 소셜벤처 대회(GSVC*) 진출권이 부여됐고, 3등에게는 각각 250만 원의 상금이 주어졌습니다.
2013년 아시아 대회에 출전한 소셜벤처들은 크게 환경보호, 노인에 대한 이해, 사회적 약자에 대한 배려 등 3가지의 특징을 가지고 있었습니다.

아시아 소셜벤처 대회(SVCA: Social Venture Competition Asia)는 아시아(한국, 대만, 일본, 홍콩)의 대학(원)생과 사회인들을 대상으로 사회적 가치와 재무적 가치를 동시에 추구하는 소셜벤처 대회다. 국제 소셜벤처 대회인 GSYC(Global Social Venture Competition)의 동아시아 지역파트너 대회이자 예선대회로, 소셜벤처에 대한 인식을 보급하며 아시아의 대학생 및 사회인들의 소셜벤처 창업을 고취시키기 위한 육성대회다.

우선, 네팔과 몽고에 버려진 폐지와 식물성 풀을 이용해 종이벽돌을 만들어 그 기술로 집을 짓겠다는 'Third little pig'(공감협동조합 – 한국), 학생과 학부모가 동참하는 현장감 넘치는 음식물쓰레기 줄이기 교육프로그램을 선보인 'The Leftovers'(홍콩), 보온·방풍효과를 높인 실내텐트로 에너지 빈곤층을 돕고 CO_2 발생을 줄이겠다는 '바이맘'(한국) 등에서 환경보호를 우선으로 하는 모습을 볼 수 있었습니다.
또, 은퇴자들에게 비디오제작 기술을 가르쳐 주고 함께 제작한 프로그램을 판매해 수익을 올리고 있는 '황혼의 길손'(은빛둥지 – 한국), 노인의 신체적 특성을 체험해보는 시뮬레이션(Eldpathy – 홍콩)을 제작해 노인에 대한 이해를 높이는 사업 등도 눈에 띄었습니다.
다문화가정의 소통에 도움을 줄 독서보조기기(Aloha – 한국), 아프리카인들의 경제적 자립을 돕기 위한 영어 스마트폰 채팅앱(Tella – 한국) 등이 소개되며 사회적 약자에 대한 배려를 우선하는 소셜 아이템들도 있었습니다.
각각 사업 내용은 달랐지만 그들이 추구하는 이상은 결국 더 나은 사회에 대한 고민 아래에 있음을 느낄 수 있던 대회였습니다.

3-12. 네트워크 행사

2013년 대회 입상팀 및 대회 추진 관련 관계기관 담당자, 기 대회 입상팀 간 상호교류를 위한 네트워크 행사가 개최되었습니다. 마주 본 서로의 모습에 어색하기도 하였지만, 서로의 아이디어와 사업을 공유함으로써 소셜벤처의 기치 아래 앞으로도 함께할 것임을 확인할 수 있는 시간이었습니다.





3-13. 2013 소셜벤처 경연대회 입상자 소개

청소년 아이디어 부문



대상 **비크_ 대표 박성호**

"소셜벤처를 통해 비효율적인 사회적 문제를 해결하고 사회적 가치를 창출하고 싶습니다."

아이템 개요: 버려지는 폐가구로 스피커 제조, 문화소외계층에게 오디오시스템을 지원함으로써 가치 창출
사 업 목 표: 버려져가는 폐가구의 재활용 및 음악소외계층의 접근
주 요 내 용: 폐가구의 목재로 만든 울림통을 사용한 스피커 제작
기 대 효 과: 나라 전체의 폐가구 업 사이클링을 유도 / 지역사회에서 버려진 폐가구를 통해 얻은 수익을 지역사회의 소외계층들에게 베풀 수 있는 선 순환적 이윤 창출



최우수상 **효자효녀_ 대표 이은영**

"항상 저희에게 헌신해 주시는 부모님의 짐을 줄여드리려는 자식의 마음으로 준비한 사업입니다."

아이템 개요: 주부전용의 쉽고 편한 아르바이트 사이트
사 업 목 표: 중년 여성의 사회참여 기회 확대
주 요 내 용: 어머니를 위한 사이트. 어머니들의 실력을 발휘할 수 있는 카테고리를 중심으로 구성
기 대 효 과: 중년여성의 사회참여도를 높여 어머니들의 자아실현 가능
청소년기에 반드시 필요한 부모님과의 시간을 확보해주어 화목한 가정환경 조성



최우수상 **소원(Social Wants)_ 대표 김상필**

"사회적기업 동아리로서 항상 관심을 가지고 있습니다. 참가한 소원 동아리 12명 친구들 모두 노력한 만큼 좋은 결과가 있기를 바랍니다."

아이템 개요: 노인들의 이야기를 듣고 난 후, 책으로 만들어 판매하여 일자리 제공을 가능하게 만드는 스토리텔링 사업
사 업 목 표: 노년층 대상 일자리 제공 및 그들의 문화 공유
주 요 내 용: 노인들의 이야기를 바탕으로 스토리텔링북 제작 및 공급
기 대 효 과: 노년층의 사회생활 참여 유도를 통한 긍정적 자아 형성
문화상품 개발을 통한 세대간 문화 공유 및 관광 활성화



우수상 **올해피 코리아_ 대표 최예지**

"장애인들의 일자리 창출에 노력하고 장애인 학교 안에 포스트잇을 만드는 소셜벤처 학교기업을 육성하고 지원하겠습니다!"

아이템 개요: 학교에서 버려지는 이면지를 모아 포스트잇을 만들고 장애인을 교육하여 직접 제작
사 업 목 표: 버려지는 이면지의 활용 및 장애인 고용 창출
주 요 내 용: 버려지는 이면지를 모아 포스트잇을 만듦. 인근 장애인 학교의 장애인들을 채용해 제작방법을 교육, 추후 디자인 교육 실시, 식당 메뉴 종이 등으로 제품 종류 확산
기 대 효 과: 이면지들의 재활용으로 사회적 비용의 절감에 기여
포스트잇을 사용함으로써 우리 주위에 어려운 장애인들에게 일자리를 제공해 줄 수 있으며 장애인들의 재활치료에 도움을 줄 수 있음

청소년 아이디어 부문



우수상 **같이쓰자 쫌!_ 대표 임은희**

"소셜벤처 대회는 우리에게 가능성이었습니다. '될까?'라는 의심을 우리도 할 수 있다! 라는 가능성으로 우리의 몸과 마음의 키를 키워 줬습니다."

아이템 개요: 여행의 공유경제 실현이 가능한 청소년 대안공간 카페
사 업 목 표: 여행용품의 공유경제 실현
주 요 내 용: 일 년에 몇 번 사용하지 않는 여행용품을 공유하여 품목을 대여해 주고 청소년 여행 지원 사업으로 사회공헌활동을 하는 카페 조성
기 대 효 과: 여행용품의 대여 문화 확산과 대여를 통해 여행자들에게 필요한 여행정보, 도서, 여행클럽, 여행사 등과 연결하여 네트워크 형성



우수상 **Be yourself_ 대표 강예인**

"Be Yourself는 'Co-Mentoring Co-Learning' 교육 공유경제 플랫폼을 지향합니다."

아이템 개요: 학생들이 직접 만드는 입학사정관제 비교과 인강사이트
사 업 목 표: 입학사정관제 비교과 부분의 과도한 사교육 시장 근절과 정보격차로 인한 교육 불평등 사회문제를 해결
주 요 내 용: 선배들이 자신들의 경험과 콘텐츠를 공개하고 촬영한 영상을 플랫폼에 올려 많은 후배들이 공유
기 대 효 과: 정보접근이 어려운 지방 학생들에게 폭넓은 선택의 기회 제공
진로 선택의 고민이 있는 학생들이 분야를 선택할 수 있음



장려상 **두마리 토끼_ 대표 류승광**

"우리의 아이디어를 실현화시키겠습니다!"

아이템 개요: 교육적 격차 문제, 소통 부재를 토론문화 확산을 통해 해결
사 업 목 표: 토론 봉사활동을 통해 소통의 부재 문제와 지역적 교육 격차 문제를 해결하고 토론문화의 확산에 기여
주 요 내 용: 토론을 위한 재능기부 봉사활동
기 대 효 과: 학생들의 봉사활동 다원화, 평등한 교육적 기회 확대 / 토론문화의 확산



장려상 **WINs_ 대표 박찬웅**

"미래의 새로운 아이디어를 가지고 창업하여 사회적으로 도움이 되는 기업으로 성장시키고 싶습니다."

아이템 개요: 기존의 자동차에 사용하는 오일크리너 디바이스를 개조하여 환경을 지키고 수익을 올리는 아이디어
사 업 목 표: 자동차에 사용하는 오일 크리너를 고철과 여과지로 분리하여 환경오염을 줄임
주 요 내 용: 고철로 분리처리 할 수 있는 '오일 크리너 디바이스'
기 대 효 과: 환경오염을 방지하는 동시에 자원의 재활용이 가능
분류된 고철을 재판매하여 수익 창출

청소년 아이디어 부문



장려상 우물 밖 청개구리_ 대표 허일정

"수상 목적보다는 저희의 아이디어가 더욱 많은 청소년들에게 희망이 되길 바라는 마음으로 참가했습니다."

아이템 개요: 학교 밖 청소년들이 직접 길거리로 나가서 음식을 판매해 수익 창출, 공동 목적을 위한 배움에 재투자
사 업 목 표: 학교 밖 청소년들을 향한 부정적 편견 인식 개선
주 요 내 용: 직접 음식을 개발하고 만드는 food cart를 통해 자신감 회복, 사회성 되찾음.
기 대 효 과: 학교 밖 청소년들의 자신감과 사회성의 회복
포차에서 얻은 수익을 공동의 배움을 위해 재투자. 보장받지 못하던 학교 밖 청소년들의 교육권을 스스로 찾아가 배움의 즐거움을 알게 함



장려상 또 하나의 가족_ 대표 최호은

"저희의 노력이 지역 상권에 종사하는 많은 소상공업 종사자 분들께 실질적인 도움이 될 수 있도록 최선을 다하겠습니다!"

아이템 개요: 중소기업 및 소상공인의 상권 형성과 활성화를 위한 포인트 적립 시스템
사 업 목 표: 자영업자와 소비자 모두가 이익이 될 수 있는 소셜포인트 제도
주 요 내 용: 스마트폰을 이용해 지역, 동네상권을 중심으로 한 통합 포인트 시스템
기 대 효 과: 가맹점주가 직접적인 매출을 올리는 구조가 되어 플러스 효과를 기대할 수 있음.
소비자 역시 "버리는" 포인트가 생겨나지 않아 실질적인 가계 절감 효과를 얻을 수 있음

일반 아이디어 부문



대상 최게바라 기획사_ 대표 최윤현

"이 대회를 통해 나온 아이디어가 실제 실행으로 이어져서 대한민국 결혼 문화에 새로운 획을 그었으면 좋겠습니다."

아이템 개요: 참되고 매력적인 새로운 결혼식의 시작
사 업 목 표: For small / But distinctive / With reasonable price의 3가지 핵심가치를 지향
주 요 내 용: 소규모 결혼식을 합리적 비용으로 개성 있게 연출하여 합리적이고 개성 있는 소규모 결혼식의 붐을 조성
기 대 효 과: 결혼 예식 프로그램에 필요한 촬영 케이터링 부분들을 사회적기업에 아웃소싱하여 사회적기업들의 새로운 매출 채널을 제공 / 소규모 결혼식의 대중화 및 전국의 유휴공간을 발굴하여 웨딩장소로 활용



최우수상 행복배달_ 대표 최원재

"행복배달 서비스를 통한 사회 불신문제 해소, 기사들의 사회적 지위를 보장 등을 실현하겠습니다."

아이템 개요: 시간과 비용의 절감 및 택배기사들에 대한 신뢰보장이 가능한 무인택배사서함전용 배송서비스
사 업 목 표: 이주노동자, 새터민 등 사회적 약자 계층이 쉽게 일할 수 있는 무인 택배사서함 구성
주 요 내 용: 무인택배사서함 기반의 배송서비스를 전담하는 특별한 배송서비스 및 이를 수행하는 배송기사들로 구성
기 대 효 과: 안전한 택배서비스를 제공하며, 이는 택배기사의 직업적 자부심 고취로 연결
새로운 배송서비스 시장 창조



최우수상 예술생성소 폴(주)_ 대표 김현정

"예술이 평범한 일상 속으로 스며들어 삶의 곳곳을 치유할 수 있는 도구가 될 수 있도록 노력하겠습니다."

아이템 개요: 예술을 통한 낙후주거지역 어린이 놀이환경 개선 프로젝트
사 업 목 표: 지역아동센터, 낙후주거지역에 건강한 놀이 환경을 조성
주 요 내 용: 청년예술가들을 통해 예술의 즐거움을 통한 아이들의 상상력을 자극, 건강한 성장발달을 돕는 놀이터
기 대 효 과: 낙후지역아동 문화복지의 실현 / 청년예술가의 고용 창출



우수상 P&S_ 대표 양화니

"소셜벤처 대회를 즐겁게 즐기겠습니다."

아이템 개요: 어플의 사진, 댓글이 SNS와 연결되어 실시간 홍보, 위치기반 어플로 그 지역에 가면 자동적으로 표시되어 가보고 싶도록 유도
사 업 목 표: 현지의 토박이들이 아는 지역의 색다른 공간들을 소개하고 그 가치를 함께 공유
주 요 내 용: 지역의 가치 있는 공간을 발굴하여 사람들에게 소개하고 어플을 활용하여 현지 문화를 체험하는 온라인 게임의 형태
기 대 효 과: 지역에 여행객의 발길이 닿아 지속적인 수익을 창출, 지역 경제 활성화
현지의 가이드 양성으로 일자리 제공



우수상 **소통_ 대표 강세영**

"쉽게 참여 가능한 스마트시대에서 그들끼리의 소통이 아니라 전체와도 소통할 수 있도록 작은(小) 통로 역할을 하고 싶습니다."

아이템 개요: 수화를 이미지화한 이모티콘 배포로 소셜 환경에서 사용할 수 있도록 지원
사 업 목 표: 청각장애인의 문자언어를 대처할 의사소통 능력 향상 및 웹 참여 기회 증대
주 요 내 용: 수화를 이미지화한 이모티콘 제작 및 배포
기 대 효 과: 청각장애인의 사회적 인식개선, 사회일원으로 청각장애인의 자부심 증진
이모티콘으로 이미지화 작업 시 청각장애인을 고용하여 일자리 창출



우수상 **꿈박스_ 대표 김진우**

"당신의 일상이 되어버린 그저 그러한 '삶'이 지금 누군가가 간절히 원하는 '꿈'일지 모릅니다."

아이템 개요: 온라인공간을 통해 누구나 쉽게 꿈을 기부하고 기부 받을 수 있는
새로운 꿈★기부 플랫폼
사 업 목 표: 꿈에 무지한 청소년과 꿈을 기부하고자 하는 어른을 이어주는 폐쇄형 SNS공간
주 요 내 용: 온라인공간을 통해 누구나 쉽게 꿈을 기부하고 기부 받을 수 있는 새로운 꿈 기부 플랫폼
기 대 효 과: 꿈과 관련된 정보를 얻기 위한 사회적비용의 절감 / 직업에 대한 자부심과 만족도를 고취



장려상 **잇다_ 대표 이정훈**

"가치를 제대로 평가받지 못한 이주민들이 한국사회의 구성원으로서 더불어 살아갈 사회를 만들고 싶습니다."

아이템 개요: 한국의 이주민들이 직접 자신의 고향을 소개할 수 있는 공정여행 기획 플랫폼을
개발 – 이주민이 만드는 고향여행 프로그램
사 업 목 표: 한국 내 135개국 출신 이주민들이 직접 자신의 고향을 소개할 수 있는 공정여행
기획 플랫폼을 개발
주 요 내 용: 베트남계 이주민들과 함께 만드는 고향여행 프로그램, 베트남계 이주민이
동포들에게 직접 한국을 소개하는 한국 여행프로그램을 운영
기 대 효 과: 이주민들의 사회활동 활성화 및 편견 불식과 경제적 지위 향상
지역 중심 이주민과 원주민 간의 커뮤니티를 통해 지역문화에 다양성 결합



장려상 **우리_ 대표 김승재**

"노동력을 가지고 있는 사회적 약자를 도울 방법을 모색했습니다. 혁신을 주도하는 우리 모두가 행복한 기업을 만들겠습니다."

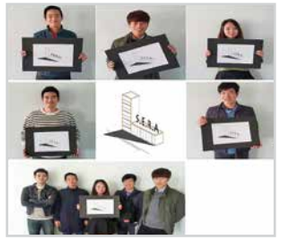
아이템 개요: 버려지는 한약재·커피찌꺼기 재활용으로 음식물 쓰레기 절감
사 업 목 표: 도시농업을 활용한 푸드뱅크 형성으로 사회 선순환 구조 구성
주 요 내 용: 노인 및 장애인들, 사회약자들이 도시농업을 활용하여, 재배한 식자재를 중심으로
샐러드 및 스프를 제조하여 판매
기 대 효 과: 소외계층(노인, 사회약자, 외국인가정)에게 돌아가는 실질적인 혜택(현금, 음식)과
잉여 인력 활용 / 버려지는 한약재·커피 찌꺼기 재활용으로 음식물 쓰레기 절감



장려상 **해피 스토리_ 대표 안형주**

"가장 바보 같지만 가장 가치 있는 인생을 살고 싶습니다!"

아이템 개요: 급히 아이를 맡길 수 있는 24시간 개방 실버어린이집
사 업 목 표: 60세 이상 노인의 일자리 창출 및 맞벌이 부부의 고충 해결
주 요 내 용: 24시간 개방형 실버 어린이집을 만들어 언제든 이용이 가능
기 대 효 과: 육아보육에 대한 사회적 문제부담 경감
노인일자리를 창출하여 사회구성원으로써 기반을 마련



장려상 **S.E.R.A_ 대표 이진혁**

"대회 슬로건처럼 평범한 대학생들이 모여 꿈을 펼칠 기회도 갖지 못하는 현실을 바꿔보고자 이 자리까지 오게 되었습니다."

아이템 개요: 영세 예술가들에게 창작 및 전시공간 제공, 폐컨테이너를 활용한
랜드마크적 건물 건축
사 업 목 표: 주위의 재능 있는 예술가(지망생)들이 겪고 있는 경제적·환경적 여건의 부재로 인해
꿈을 포기하는 현실을 개선
주 요 내 용: 작업 및 전시 공간을 제공하는 회사를 창업하여 입주예술가들을 위한 전시회 및
공연 등을 정기적으로 개최
기 대 효 과: 문화·예술가들의 창작 전시 공간을 제공, 무명 예술인들의 여건 제공 및 문화의
다양성 확보 / 폐컨테이너를 이용한 잉여자원의 재활용, 낙후지역의 발전을 통한
구도심지역의 연계발전의 효과



대상 바이맘_ 대표 김민욱

"세상을 따뜻하게 만들겠습니다!"

아이템 개요: 보온, 방풍, 방오 기능을 갖춘 초경량 고밀도 Nylon 소재를 사용한 실내난방 텐트
사 업 목 표: 기후변화로 인한 겨울철 에너지 빈곤의 문제를 난방공간을 줄여 에너지요구량을 최소화
주 요 내 용: 기능성 실내 보온막을 설치하여 추위에 노출되어 있는 취약계층에게 편의 제공
기 대 효 과: 겨울철 에너지빈곤가구의 추위에 대한 문제해결뿐만 아니라 생산과정에서 취약계층의 직접적인 참여로 안정적인 일자리를 제공해 자립 지원
실내기능성 보온막을 사용하는 것은 지구온난화 주범인 CO_2 배출을 억제하면서 동시에 취약계층 가구의 에너지고정비용을 낮출 수 있어 간접적인 소득 보전효과 발생



최우수상 W_ 대표 신기용

"제3세계를 밝히고자 하는 대한민국 청년으로서의 사명을 품고 꿈을 향해 도전하겠습니다."

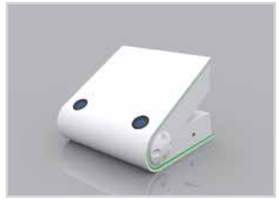
아이템 개요: 동일제품을 병렬연결하여 필요에 따라 광량 또는 사용시간을 늘려 사용할 수 있는 병렬연결식 모듈형 태양광램프
사 업 목 표: 태양광램프 지원사업을 통한 보급과 저개발국가 학교로의 기부시스템을 결합한 교육용 태양광램프 키트를 보급
주 요 내 용: 동일한 제품을 기계식 조립으로 무한히 병렬연결하여 광량 또는 사용시간을 늘려 사용할 수 있는 병렬연결식 모듈형 태양광램프
기 대 효 과: 실내에서의 등유램프 사용으로 인한 폐결핵 등 호흡기 질환, 화상, 화재 등의 문제를 해소 / 매번 등유를 구입하기 위해 평균 월수입의 5~30%를 지출해야 하는 연료비용과 이를 위해 매우 긴 거리를 걸어서 이동해야 하는 시간을 절약할 수 있어 가계생산성에 기여 / 지구 대기오염방지 기여 및 선진국에서의 교육용 키트 판매로 태양광전지와 병렬연결에 대한 이해뿐만 아니라 적정기술과 저개발국가에 대한 이해도를 높이고 기부에 대한 친밀도를 향상시켜 세계시민의식을 고취



최우수상 모퉁이 화원_ 대표 손혜선

"생선을 잡아 주는 사람이 아닌 생선 잡는 방법을 혁신하는 티트리가 되고자 합니다."

아이템 개요: 동남아시아 현지 식물을 활용한 모기기피제 생산 교육 및 제조 기술 보급
사 업 목 표: 동남아 현지 식물(시트로넬라)을 활용한 모기기피제 생산 기술보급
주 요 내 용: 뛰어난 효과와 품질을 자랑하는 현지 재배 식물이용 현지 노동력으로, 현지 추출된 제품을 '티트리'에 납품
기 대 효 과: 동남아말라리아 예방으로 사망자 감소
제조/판매/수익창출 이 모두 현지에서 이루어져 실질적이고 빠른 현지주민의 경제 활성화 기여



우수상 Aloha_ 대표 김지영

"The best for the least라는 미션을 바탕으로 사회적 가치 실현을 최우선으로 할 것입니다."

아이템 개요: 다문화 가정을 위한 독서 보조기기
사 업 목 표: 다문화 가정의 부모 및 자녀의 교육 격차 해소
주 요 내 용: 전 세계적으로 생겨나는 다문화 가정의 엄마와 자녀를 위한 독서보조 기기 보급
기 대 효 과: 다문화 가정의 언어, 문화적 어려움 완화 / 글로벌 사업 전개 시 필요한 콘텐츠 소싱, 번역, 나레이션 등을 결혼 이주여성 모국과 한국의 문화교류 역할 수행토록 지원하여 고용 창출 효과 기대

우수상 Finger119_ 대표 이재욱

"보다 많은 사람들이 안전에 대해 고민할 수 있기를 바라며, 수지절단 사고뿐 아니라 안전한 근로환경을 만드는 초석이 되길 희망합니다."

아이템 개요: 수지절단사고를 위한 전용 키트
사 업 목 표: 국내, 외 손가락 절단 전용 응급키트의 부재를 해결
주 요 내 용: 손가락 절단 전용 응급키트 개발, 제조, 판매, 손가락이 절단된 어린이 노동자에게 'Robohand' 기증
기 대 효 과: 수지손상 환자의 우울이나 외상 관련 코동 등과 같은 심리적인 문제, 직업변경으로 인한 사회경제적 문제, 외모로 인한 자아개념 및 결혼문제에 대한 문제점 해결.
저온보관을 하였을 경우 상온에 보관하였을 경우보다 훨씬 긴 시간동안 손가락이 보관되며 수술 가능성 제고



우수상 꼬마라꼬마레이_ 대표 최진희

"결혼이민자들의 행복을 위해 그녀들의 나라를 행복하게 만들어 주고 싶습니다."

아이템 개요: 캄보디아 아동교육 (EQ방문교사 양성)
사 업 목 표: 대졸 취업준비생들의 일자리 문제 해결 및 캄보디아 아동의 교육 기회 확대
주 요 내 용: 대졸 미취업자들을 대상으로 꼬마놀이지도사를 공개모집, 집합교육 후 그들이 아이들에게 감성 및 언어교육 제공
기 대 효 과: 국내 – 결혼이민자 일자리 창출, 결혼이민자들이 자국을 위한 일을 하면서 만족도 상승, 한국문화 전파 / 국외 – 출판 기술력 전수 및 출판시장 활성화, 아동교육 시장 형성, 방문교사 직업군 등장으로 청년 실업 해소, 전 국민 약 30% 문맹 퇴치

장려상 TELLA_ 대표 송한얼

"Change Africa by African"

아이템 개요: 스마트폰 채팅 앱을 통한 영어 라이팅 첨삭 서비스 제공
사 업 목 표: 쌍방향 영어 첨삭 프로그램으로 공급자와 수요자 모두 만족할 수 있는 시스템
주 요 내 용: 어플을 통한 영어 첨삭 서비스
기 대 효 과: 전문직 일자리 제공을 통해 1차 산업이 주된 우간다 내의 산업 생태계 내 3차 산업 구축 / 우간다의 영어 관련 산업의 선구자로서의 역할을 수행하여 궁극적으로 아프리카 내 외국 자본 유입 증가

글로벌 부문



장려상 황혼의 길손_ 대표 라영수

"1단계 사업으로 우리는 행복한 여생을 즐길 수 있지만 이제 세계 모든 노인을 위하여 14년간의 전리품을 공유하고자 합니다."

아이템 개요: IT기반노인동영상평생학습이 노인수익모델로 직결
사 업 목 표: 개발한 〈노인변화 모델〉을 전국 및 전 세계 노인들과 공유
주 요 내 용: TV콘텐츠 제작 배포, virtual system을 이용한 〈보통 사람들의 멀티미디어 자서전〉, 〈세계관광기념물〉 사업으로 노인들에게 일자리 제공
기 대 효 과: 노인전용 수익모델을 제시하며, 지극히 제한되었던 노인 일자리 사업의 새로운 지평을 개척. 노인다운 건강한 지역사회를 구축함에 일조
노인들의 자립 단위체(shop)가 연대하여 독립적인 세계노인연대를 구성하여 세계평화 유지와 인류의 무궁한 발전에 기틀을 조성



장려상 Giving Habit_ 대표 김준호

"미리내 운동을 글로벌로 전파하고 네트워크를 통한 글로벌 커머스로의 토대를 마련하고자 합니다."

아이템 개요: 누군가를 위해 내것을 미리냄으로서 서로간의 신뢰를 회복하는 미리내 운동
사 업 목 표: '미리내 운동'으로 누구나 나눔을 실천할 수 있는 기반 조성
주 요 내 용: 미리내 가게로 형성된 네트워크를 이용해 비즈니스를 할 수 있는 '신뢰기반의 소셜 비즈니스 플랫폼'
기 대 효 과: '미리내 가게' 중심의 새로운 마케팅 플랫폼을 통해 '미리내 가게 네트워크' 기반의 새로운 유통채널 구축으로 공생적 나눔과 소비가 함께 구현
소비와 나눔, 그리고 사회적 가치가 실현되는 새로운 소비 패러다임 쉬프트(Paradigm Shift)



장려상 셋째 돼지_ 대표 이병욱

"패시브 하우스를 도입해 친환경적이면서도 최소한의 냉난방으로 적정한 실내온도를 유지할 수 있게 설계된 주택을 건설하겠습니다."

아이템 개요: 네팔, 몽골의 버려진 폐지와 밀가루 풀(몰탈) 등을 이용한 종이벽돌 생산
사 업 목 표: 한국 건축 방식의 하나인 밀가루나 찹쌀을 활용한 풀을 접목시켜, 제3세계 및 저개발 국가에 종이벽돌을 생산
주 요 내 용: 현지 식물 등, 밀 등의 점도 높은 식물을 풀을 쑤어 식물, 쌀, 밀가루 등의 전분질에서 빼낸 접합체로 종이 벽돌에 먹여 폐지와 밀가루 풀(몰탈)을 이용한 종이벽돌 생산
기 대 효 과: 친환경 성분으로 건설된 건축 내의 적정 기술로써의 보급이 가능하며 가볍고 단열성능이 좋아 값싼 건축재로 활용 가능
현지에서 수급가능한 원자재 활용으로 인한 활성화 유도

창업 부문



대상 커피팩토리_ 대표 나용훈

"커피찌꺼기, 폐휴지 등을 업사이클링하여 사회 환경비용을 낮추고 경제적 가치를 창출하고자 합니다."

아이템 개요: 쓰레기로 버려지는 커피찌꺼기를 회수하여 발열성이 높은 커피탄으로 가공한 후, 인체에 무해한 연료로 공급
사 업 목 표: 도시에서 버려지는 커피찌꺼기의 재활용
주 요 내 용: 도시에서 쓰레기로 버려지는 커피찌꺼기를 회수하여 인체에 무해하고 발열성이 높은 커피탄으로 가공 후, 캠핑용, 구이용 연료로 공급
기 대 효 과: 환경보건취약계층인 어린이, 여성, 노약자의 건강위해성 저감(연간 250억 원, 자체추산) 효과 / 국내 커피찌꺼기 전량 수거 시, 커피찌꺼기의 배출 및 처리비용(연간 781억 원)과 사회적비용(연간 1,385억 원) 절감 / 국내 커피찌꺼기 전량 커피탄 연료 전환 시, 연간 3,180억 원의 시장가치 장출 가능



최우수상 이랑_ 대표 최대희

"아이들의 꿈도, 나눔의 마음도, 희망의 믿음도, 이랑에서 키우겠습니다."

아이템 개요: 교육기회취약아동의 발달부터 성인이 된 후 독립까지 지원해 줄 수 있는 공간 만들기
사 업 목 표: 다양한 치료, 교육, 상담 사회공헌프로그램으로 가족붕괴 예방
주 요 내 용: 완주군의 198명의 장애아동과, 50여 명의 발달지연아동, 서비스사각지대 아동 200여 명, 다문화 가족 1638명. 그들을 위한 이랑아동발달통합지원센터를 건립
기 대 효 과: 장애인고용의 촉진 및 장애인구의 지속적인 지원 가능
취약계층의 가정붕괴 위험성 감소 및 농촌지역내 복지수준 향상



최우수상 같이 연구점_ 대표 윤 준

"개인적 삶의 가치를 높이고, 공동 선의 추구로 사회적 변화를 위해 도전하고 싶습니다."

아이템 개요: 고유식물의 이야기, 만남, 키움을 지원하는 한국고유식물연구소 설립
사 업 목 표: 고유식물 보호 및 확대
주 요 내 용: 고유식물 보호 및 확대를 위한 정보 제공, 직접 생산 및 유통네트워크, 기술표준화(생산, 관리), 교육 및 위탁서비스, 특화 비즈니스 개발
기 대 효 과: 고유식물 보전 및 개체수의 증가(150만 개체) / 고유식물의 정보 접근성 제고(회원수 10,000명) / 농가 소득(300억 규모) 및 고용 창출(1,050인)



우수상 착한 시리얼_ 대표 김정관

"늘 고객을 통해 배우며 적용하고 성장하는 착한 시리얼이 되겠습니다."

아이템 개요: 건강먹거리의 중요성과 빈곤아동의 결식문제 사회적 환기에 집중하는 소셜벤처
사 업 목 표: 건강한 먹거리의 중요성을 알리고 국내 빈곤아동의 결식문제의 사회적 환기에 집중
주 요 내 용: 친환경 유기농 원료를 사용, 구매 대상에 따른 가격차별화 실시, 모바일 기반의 맞춤 주문 시스템
기 대 효 과: 건강한 먹거리의 중요성에 대한 사회적 환기와 결식아동의 건강한 성장 지원 가능
시장 규모 및 식품의 온라인 유통 거래 비중을 고려하여 연 24억 매출 예상

우수상 Giftrii_ 대표 이지연

"한 사람의 작은 실천들이 모이면 큰 변화를 일으킬 수 있다는 것을 Giftrii만의 스토리로 보여 드리겠습니다."

아이템 개요: 나, 지구, 이웃을 위한 특별한 선물, Giftrii 면 생리대
사 업 목 표: 면생리대 제품 자체의 혁신적 개발
주 요 내 용: 면생리대 제품의 선물 컨셉 디자인, 친환경 실천, 제품관련 특허 및 디자인 등록
기 대 효 과: 일회용생리대로 인한 피부질환, 불임, 유산, 자궁암, 생리통 감소, 비위생적인 환경에 있는 빈민국 여성들에게 기부는 착한 소비로 이어지며 월경에 대한 의식 개선, 소비자의 생리대 지출 부담 감소, 국내 이주 여성 일자리 창출



우수상 어반 비즈 서울_ 대표 박 진

"더 많은 사람들에게 꿀벌과 도시환경에 대한 중요성을 알리고, 꿀벌의 경제적 가능성을 확인하고 싶습니다!!"

아이템 개요: 환경을 생각하는 꿀벌도시를 만들기 위한 도시양봉프로젝트
사 업 목 표: 도시양봉을 통해 환경과 생태적 가치를 알리는 다양한 활동 진행
주 요 내 용: 도시양봉으로 다양한 문화/커뮤니티 활동들을 함께 진행하면서 문화와 환경, 도시농업의 허브 역할을 수행
기 대 효 과: 도시양봉 확산을 통한 꿀벌의 가치 보존, 자연적 수분활동을 통한 도시농업 효율성 증가, 밀원 수 조성을 통한 도시경관 조성, 로컬푸드 개념 확립, 고용창출 등 여러 방면에서 사회적 효과 발생
양봉 생산물의 가공과 문화콘텐츠 제작, 커뮤니티 운영 등으로 농업의 6차 산업화 (1차/2차/3차 동시 진행) 실현



장려상 Project Y&K_ 대표 김연태

"시각장애인들과 대화를 나누면서 반드시 해결해야 할 과제라는 생각이 들었습니다. 누군가 해야 한다면 나라는 마음으로 계속해서 나아가겠습니다."

아이템 개요: 시각장애인의 활동을 도와주는 점자스마트폰과, 화상상담서비스, T-컨시어지 서비스를 제공으로 시각장애인의 삶의 질 개선
사 업 목 표: 시각장애인을 위한 점자디스플레이
주 요 내 용: 시각장애인을 위한 점자디스플레이 탑재 스마트폰으로서 인터넷검색, 메신저 활용, 점자사진 촬영, 음성/점자 내비게이션, 글자 촬영 시 점자번역 등의 다양한 기능을 지원하는 제품개발
기 대 효 과: 시각장애인의 활동력 증가로 인한 합계소득 1,230억 원 증가
장애인 생활보조금으로 지출되는 예산의 절감 및 발생소득 123억 원

장려상 팀플_ 대표 고태경

"우리의 대학생들과 젊은 청년들에게 자신이 가지고 있는 무한한 잠재력과 적성을 발견할 수 있는 기회를 제공하고 싶었습니다."

아이템 개요: 대학생들에게 적성의 발견을 위한 실제적인 경험을 제공하는 사회의 프로젝트를 연결
사 업 목 표: 기업이나 사회의 프로젝트를 접하기 어려운 학생들이 열린 기회를 얻을 수 있는 환경 조성
주 요 내 용: 대학생들에게 기업과 사회의 다양한 프로젝트를 연결하는 웹/모바일 기반 '프로젝트 크라우드소싱 플랫폼'
기 대 효 과: 자발적으로 연간 5만 명의 대학생이 1만 개의 팀을 구성하여 프로젝트에 도전함으로써, 사회에 협업의 가치를 확산시키고, 기업과 사회가 원하는 직무역량의 개발의 기회 제공
연간 5천 명의 대학생 유저에게 약 57억 원(810명, 1년 등록금)의 프로젝트 보상을 지급, 프로젝트 수행 1인당 연간 113만 원의 금전적 보상으로 청년층의 경제적인 문제해결에 기여

장려상 맘이랜서_ 대표 김현숙

"맘이랜서와 함께 맘잡고(Mom Job Go) 고고고!"

아이템 개요: 워킹맘과 구직맘이 서로 돕는 오픈마켓형 능력거래 플랫폼
사 업 목 표: 구직맘과 워킹맘이 서로의 needs를 충족할 수 있는 플랫폼 개발
주 요 내 용: 구직맘은 자신만의 사업공간을 개설하고 프로필, 서비스 활동 계획 내용을 공유하고 상품 포스팅. 워킹맘은 구직맘 Pool을 통해 원하는 인물과 서비스를 찾아 비용을 지불하고 오프라인을 통해 육아, 교육, 가사 문제를 해결
기 대 효 과: 여성인력의 사회활동지원(경력단절예방, 취업기회확대)
거래수수료, 광고 기반 수익 창출 및 재무 지속성 확보
자녀교육의 균형(과열 사교육 완화, 자녀 안전!, 정서 발달!)



장려상 스마일샘_ 대표 문오권

"아이들이 행복한 사회가 희망 있는 사회라 생각합니다. 우리 아이들에게 많은 관심과 격려 부탁드립니다. 스마일♡"

아이템 개요: 학교폭력예방교육을 통한 안전한 학교환경을 조성하는데 기여
사 업 목 표: 행복한 교실, 안전한 학교와 행복한 사회공동체 실현
주 요 내 용: 전문적인 학교폭력예방교육기관, 경력단절 전문 인력고용으로 일자리창출 및 강사료수입
기 대 효 과: 표준교육자료의 개발·보급을 통한 양질의 교육으로 효과의 극대화
학교부적응학생 및 학교 밖 청소년의 학교 복귀사업지원
학생사랑 지역협의회 구성 지원 등 행복한 사회공동체지원

2013
소셜벤처
사례집

Chapter

3

다르지만
같은 꿈

2013년도 수상자 인터뷰

Social Venture

청소년 아이디어 부문 대상_ 비크

일반 아이디어 부문 대상_ 최게바라 기획사

글로벌 부문 대상_ 바이맘

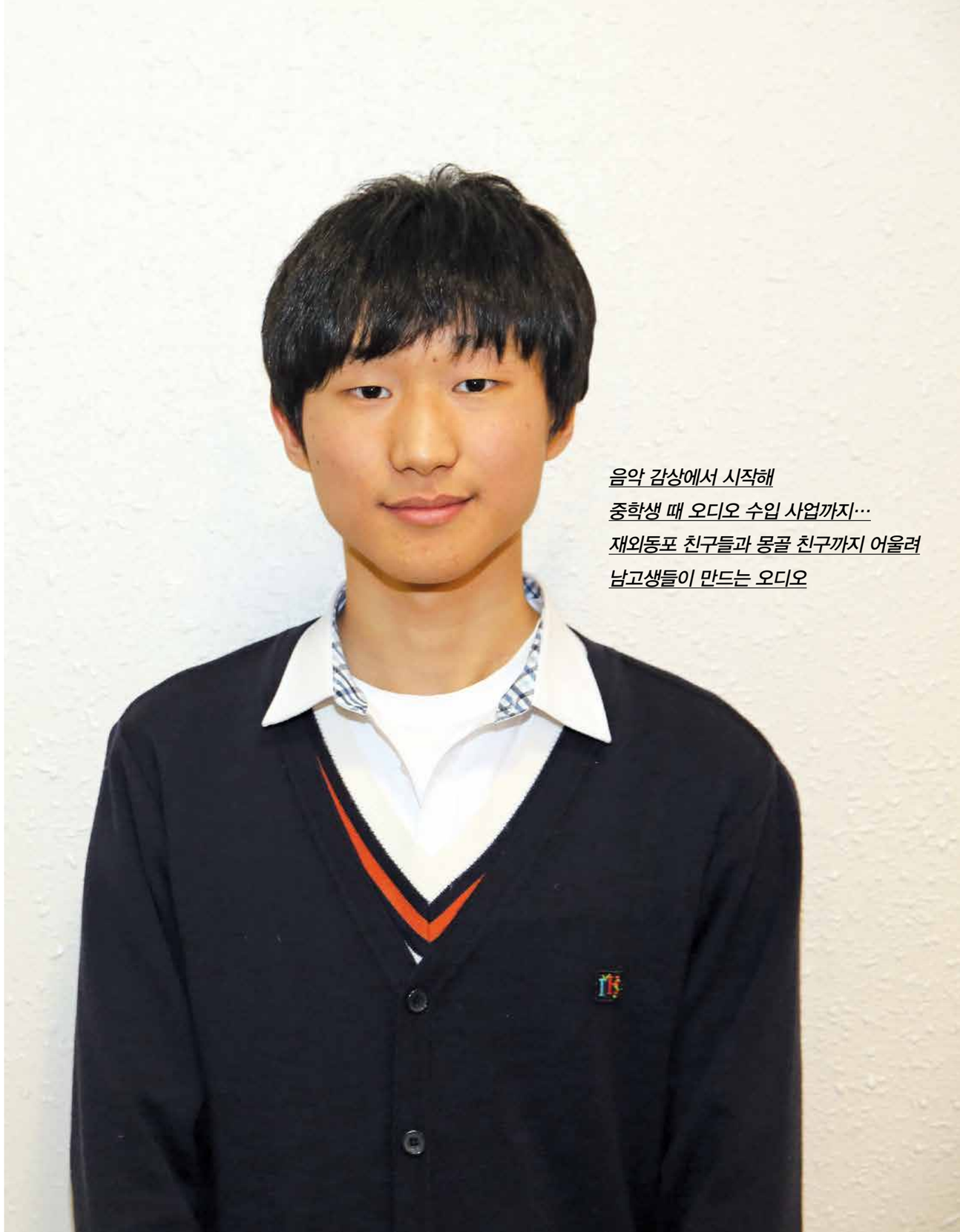
창업 부문 대상_ 커피팩토리

아시아 대회 우승_ 티트리

‘한국의 JBL’을 꿈꾸는 BE CREATIVE!

청소년 아이디어 부문 대상 | 비크_ 박성호 대표

‘플레인지 유닛’, ‘로체스터대 음성음악공학’, ‘폐가구 목재의 사회적, 경제적 가치의 평가’ 등의 단어가 굉장히 생소하다.
무엇을 위한 단어들일까 궁금증을 가지고 2013 소셜벤처 경연대회 청소년 대상을 차지한 비크의 대표를 만났다.
음성음악공학과 스피커란 기계적 표현의 언어들에서 느껴지는 수상자 비크 대표의 모습은 상상했던 것과 매우 달랐다.
여느 고등학생들과 다르지 않게 단정한 교복차림을 한, 수줍지만 당찬 박성호 군을 만났다.



음악 감상에서 시작해
중학생 때 오디오 수입 사업까지…
재외동포 친구들과 몽골 친구까지 어울려
남고생들이 만드는 오디오



늦었지만 수상을 축하합니다. 짧은 수상 소감을 들어볼 수 있을까요?
감사합니다. 여러모로 포기하지 않고 함께해 준 '비크'의 친구들에게 고마워요. 특별히 이번 소셜벤처 경연대회에 참여하면서 멘토가 되어 주신 이태성 대표님께 감사한 마음을 갖고 있어요. 사실 제 스스로도 이 아이디어에 대한 믿음이나 자신감이 없었는데도 항상 응원해 주시며 많은 지도를 해 주셨거든요.

소셜 아이템을 생각하게 된 동기는요?
중학교 시절부터 오디오 시스템에 관심이 많았어요. 거창하게 처음부터 오디오 시스템에 관심이 많았다는 것보다는 음악 듣기를 좋아했던 것이 시작이었어요. 심지어 중학생 신분에 오디오에 미쳐서 오디오 수입 사업을 하기도 했었죠. 그렇게 시작된 오디오에 대한 관심이 고등학교까지 이어졌고요. 고등학교 입학과 동시에 오디오와 관련한 동아리를 창설하게 되었고, 기존에 있는 기술과 제 관심분야였던 오디오가 접목된 무언가를 시도해 보고 싶다는 생각에서 지금의 '비크'가 탄생하게 되었어요.

중학생이 오디오 수입을요? 자금이 많이 필요할 텐데요?
음악 감상하기를 좋아하다 보니 자연스럽게 오디오에 대한 욕심이 생기더라고요. 좋은 오디오는 굉장히 비싸잖아요. 이 비싼 오디오를 내가 수입해 보면 어떨까하는 호기심에 시작했었어요. 물론 자본금부터 여러 가지 뒷받침은 부모님의 도움을 받았죠. 중국에서 앰프 수입을 해 보려고 현지 업체와 여러 차례 접촉을 시도해 본 적도 있었어요. 여러 가지 문제점들이 생겨서 접어버렸지만요.

아이템 진행을 함께한 구성원을 소개해 주세요.
현재 비크의 멤버들은 저를 포함하여 모두 10명이에요. 8명은 모두 같은 학교에 재학 중이고 한 친구만 다른 학교에 다니고 있어요. 이 친구들이 없었다면 지금의 비크도, 소셜벤처 경연대회의 수상 영광도 없었을 거예요. 참, '비크' 멤버들 중에는 외국인 친구들도 있어요. 몽골에서 온 친구도 있고요. 다만 아쉬운 점이라면 모두 남자 멤버라는 거죠. 여학생들은 우리 동아리에 가입을 잘 안 해요. 아무래도 나무를 만지고 기계를 다루는 일이라 그렇겠죠? (웃음)



오랜 시간 건조된 목재일수록 좋은 울림통, 폐가구야말로 스피커 울림통에 최적.

와! 외국인 친구들도요? 언어 소통은 어떻게 하나요?
두 친구는 재외동포이고, 몽골 친구도 한국말이 능숙해서 전혀 문제없어요. 대화는 당연히 한국말로 합니다. (웃음)

아이템을 생각하고, 그 생각을 사업화하는 데까지는 기간이 얼마나 걸렸나요?
순수하게 폐가구를 이용한 스피커 아이템을 생각한 건 3~4월 경이였어요. 소셜벤처 경연대회를 위한 멘토링을 받는 과정에서 이 아이템으로 결정하게 되었고요.

아이템을 추진하면서 어려운 점은 어떤 것이었죠? 포기하고 싶었던 적은 없었나요?
가장 어려웠던 건 폐가구를 모으는 일이었어요. 폐가구에 쓰이는 나무의 종류는 다양한데, 스피커를 만드는 데 필요한 나무는 원목이다 보니 쉽지 않았죠. 굉장한 시간을 필요로 했어요. 하지만 포기하겠단 생각은 안 했어요. 다행히 폐가구를 수거하는 업체의 사장님께서 도움을 많이 주셨어요. 처음엔 소통의 어려움도 있었죠. 전화로 원하는 목재를 요청드리고 그 목재를 받아봤는데 제가 원하는 소재가 아니었던 거예요. 하지만 지금은 폐가구를 구하는 데엔 전혀 문제가 없어요.

아직은 학생이잖아요? 힘들었을 텐데 '때려치고 공부나 하자!'는 생각은 안 해봤어요?
부끄럽지만, 사실 공부를 좋아하는 학생은 아니라서요. 이 일이 얼마나 즐거운데요. 포기하고 싶다는 생각은 해 본 적 없어요. 저한텐 이 일이 공부보다 쉬울지 모르겠어요. (웃음)

소셜 아이템 실현에 도움이 된 여건, 혹은 지인이 있다면요?
가장 큰 도움을 주신 분은 담임선생님이세요. 담임선생님께서 벤처 동아리담당이기도 하세요. 앞서 말씀드렸던 폐가구 수거업체 사장님도 제 사업에 도움을 주시는 핵심적인 분이시죠.

'비크'? 사명이 재미있습니다, 어떤 의미가 있나요?
녹색 창에 검색해 보시면 스페인의 한 지방도시이름이라고 나올 거예요. 프랑스의 한 제조업체로 나온다고도 하더라고요. 하지만 저희 '비크'는 더 멋진 의미를 담고 있어요. 'be creative'의 약자로 '비크'예요. 친구들은 'Visual shock'의 약자라고 농담 삼아 놀리기도 해요. 절대 'Visual shock' 아닙니다. 'be creative' 예요. 'be creative'!

과거 스테레오 도입 당시 음향시장에 붐이 일었던 적이 있다. 그 때에 비해 지금의 오디오 시장은 많이 축소되었다 해도 과언이 아니다. 비싼 오디오, 프리미엄이 붙은 오디오만 마니아층에서 인기를 끄는 정도. 우리나라 최대의 레코드 매장도 줄지어 폐업했다니 상황이 짐작된다. 이에 비크는 사람에 대한 신뢰와 유대로 오디오 시장에 나선 것이다.

폐가구로 만들 수 있는 게 스피커 말고도 다양할 텐데… 굳이 스피커를 제작하게 된 이유가 있다면요?

물론 폐가구를 재활용하여 만들 수 있는 아이템들은 많아요. 하지만 그만큼 버려지는 것도 많죠. 폐가구를 이용하여 스피커를 만들면 순수하게 원목재를 최대한 많이 활용할 수 있다는 장점이 있어요.

또 가구에 사용된 목재들은 오랫동안 잘 건조된 것들이잖아요? 스피커 울림통은 목재의 건조도에 따라 소리의 질이 달라지기 때문에 폐가구가 최적일 수 있죠. 실제로 스피커의 울림통은 오랜 시간 건조된 목재일수록 좋은 소리를 내는 것으로 알려져 있어요.

신분이 학생이다 보니, 부모님 걱정도 이만저만이 아니실 텐데요?

전혀요. 물론 학생으로서 지켜야할 본분은 지키면서 하라며 응원해 주세요. 어릴 적부터 호기심에 도전한 사업에도 아무런 반대 없이 묵묵히 지켜봐 주시고, 물질적으로도 지원해 주셨어요. 점차 발전하는 모습으로 결과물을 보여 드릴 수 있어 다행이에요. 지금까지 여러 가지 사업을 시도하면서 예상치 못한 문제에 부딪힐 때마다 고충이 많았어요. 그러면서 포기하지 않으면 방법이 생긴다는 것을 알았죠. 그 뒤에 언제나 부모님께서 든든한 지원군으로 계셔 주셨고, 항상 감사하게 생각해요.

든든한 지원군인 부모님과 포기하지 않는 열정이 따뜻한 세상을 만드는 비크의 힘.

여러 사업을 시도했다고요? 오디오 수입 말고 또 있었나요?

많이 말아먹었어요.(웃음) 올 초에는 청소년들의 용돈관리를 위한 시스템을 고안했었어요. 특허출원까지 갔다가 결국은 안타깝게도 실패했지만요.

'비크'의 아이템을 소개해 주세요.

앞서도 말씀드렸지만, 지역사회 곳곳에서 버려지는 폐가구를 이용하여 스피커를 제작하는 사업이에요. 좋은 음질을 구현하기 위해 스피커 내부에 '풀 레인지 스피커 유닛'* 장치를 장착했고요. 저렴한 비용으로 제작한 스피커_오디오 시스템이 우리 주변의 이웃과 문화소외계층을 위해 쓰이도록 할 계획이에요.

*풀 레인지 스피커 유닛(Full Range Speaker Unit)
스피커로 전 재생 대역을 커버하는 스피커를 말한다. 저음역에서 고음역까지 한 대로 재생하는 전대역형 스피커로 저음에서 고음까지 자연스러운 소리를 얻을 수 있다.
〈참고: 오디어 용어사전〉

'비크' 아이템의 향후 발전 방향은요?

지금은 동아리에서 시작했지만, 이 아이템을 사업으로 확장해 보고 싶어요. 폐가구를 활용한 스피커 제작사업이 현실성이 있는지가 관건이겠죠. 이 아이템으로 개개인을 대상으로 한 시장사업을 하기엔 한계가 있으니, 공공부문을 통해 판매를 한다면 가능성이 있을 것 같아요. 아무래도 대량으로 판매되어야 하는 이유도 있고요. 각각의 지방자치단체가 원하는 적합한 제품을 생산하는 시장진입은 어렵겠지만, 나라장터를 통한 판매는 가능할 것 같아 고민 중입니다. 어쨌든 지속 가능한 사업이 될 수 있도록 노력해야겠죠.

**"제가 바라는 미래요?
기업의 문제를 들여다보고, 그 문제를 해결할 수 있는 역할의 구심점에 있고 싶어요."**

벤처 경연대회 수상소식에 주변 친구들의 반응은 어땠나요?

많이 축하해 줬어요. 하지만 처음 시작했을 땐 정반대의 반응들이었죠. 우스운 이야기지만 친구들이 초반에는 '네가 무슨 벤처냐?', '폐가구로 스피커를 만든다고?'라며 무시했었으니까요. 동아리를 만들었을 때도 그랬고요. 고등학교 동아리의 대부분이 경제나 사회 문제를 다루는 토론 동아리가 주를 이루잖아요. 뭐, 지금은 전세역전이지만.

곧 고3 수험생의 길에 진입하는데 대학 진학 계획은요?

산업공학과에 진학하고 싶어요. 기업 내의 문제를 해결할 수 있는 효율적 시스템을 설계하는 역할을 하고 싶어요. 주변에서는 많은 반대를 하세요. '기업경영도 아니고, 이공계도 아니고 이도저도 아니다.'라는 생각들을 하시니까요. 하지만 기업의 문제를 들여다보고, 그 문제를 해결할 수 있는 역할의 인재는 꼭 필요하다고 생각해요. 저는 그 구심점에 있고 싶어요.





추후 창업을 하고 기업의 CEO가 된다면 어떤 CEO가 되길 원하죠?

기업 경영을 잘하는 CEO와 같은 거창한 인재상보다는 사회가 효율적으로 굴러갈 수 있도록 만드는 CEO가 되고 싶어요. 사회를 들여다보면 공공조달 면에서 굉장히 비효율적인 시스템으로 돌아가고 있다는 생각이 들어요. 공급부족과 운영, 경영관리에서 오는 부재들이 사회문제로 대두되고 있기도 하잖아요. 국가입장에서도 낭비되고 있는 재원이 많고요. 산업공학과에 진학하고 싶다는 생각이 드는 이유 중 하나에요. 효율적 사회, 기업의 효율적 운영을 위한 시스템을 구축하는 것이 무엇보다 중요하지 않을까요?

오디오 시스템, 스피커를 문화소외계층에게 무료로 배포하고 싶단 이유는 무엇인가요?

중학교 시절부터 한 요양병원에 봉사활동을 다니고 있어요. 항상 그곳에 가면 연세가 많으신 어르신들이 누워 계세요. 일요일이 되면 항상 어르신들이 보시는 프로그램이 딱 하나 있어요. '전국노래자랑'이에요. 다른 프로들은 즐기기 힘드신 것 같았어요. 그래서 생각했죠. 어르신들께 일주일에 한 번 하는 전국노래자랑 뿐만 아니라 늘 즐겁게 들으실 수 있는 무언가가 있으면 좋겠다고요. 그것이 바로 '비크'가 탄생시킨 스피커예요. 비단 요양원의 어르신들뿐만 아니라 우리 주변의 많은 문화소외계층과도 나누고 싶어요.

창업을 꿈꾸는 친구들에게 하고 싶은 이야기가 있다면요?

무엇보다 사회의 문제점들을 확인하고 알아 가는 게 필요하다고 생각해요. 그래서 저는 매일 뉴스를 보려고 해요. 문제를 발견하고 사회를 볼 수 있다면 창업이 어려운 일만은 아닐 것 같아요.

마지막으로 나는 어떤 사람인가요? 꿈은요?

전 부끄러움이 많은 편이에요. 사실 스피커를 만든다고는 하지만 음향엔지니어 분야의 소질은 없어요. 60~70년대까지 스테레오가 도입되면서 음향시장에 붐이 일었던 적이 있어요. 그리고 지금은 비싼 오디오만이 시장에서 판을 치고 있고요. 전 JBL* 기업을 동경해요. 끝이 아름답지는 않았지만 JBL의 음향산업에 대한 기여도는 절대 무시할 수 없거든요. 유치할 수 있지만 한국의 JBL이 되고 싶습니다. 지켜봐 주세요, 감사합니다. ◆

*JBL
미국 캘리포니아 주 노스리지 시에 있는 최고급 음향, 오디오 전문 회사로 세계 최대의 오디오 기업인 하만 인터네셔널의 계열사.
〈출처: 위키백과〉

효율적 사회, 효율적 기업 운영을 꿈꾸는 수줍음 많지만 당찬 고교생.

**요양병원에 봉사활동을 다니며, 어르신들을 즐겁게 해드리고 싶다는 생각에서 출발한 비크는 버려지는 폐가구를 활용한 스피커를 제작하여 소외계층에 전한다. 어르신들은 물론 문화소외계층들의 삶이 '전국노래자랑'처럼 늘 즐겁기를 바라는 따뜻한 마음으로 지금의 비크를 이끌었다.
어린 학생들의 동아리에서 출발했지만 스피커와 음향시장 전반에 대한 깊은 관심과 전문적인 지식으로 무장한 비크의 미래가 밝다.**

다양한 생각과 도전으로 '최게바라'가 되다

일반 아이디어 부문 대상 | 최게바라 기획사_ 최윤현 대표

회사 모토가 '어제 상상하고 오늘 기획하며 내일 실행한다'이다.
상상한 것은 어떻게든 실현해내고 말겠다는 최윤현 대표.
하지만 그는 스스로 잘난 사람이 아니라 겁 많고 소심한 평범한 사람이라고 얘기한다.
책을 내고 싶으면 집에 있는 프린터로 양면 출력을 해서 내고, 노트북이 필요하면 '에코 최게바라'를 이용해
환경을 생각해 안 쓰는 노트북은 내게 달라고 거침없이 말하는 젊은 기업가.
돈에 제약받지 않고, 그렇기 때문에 더 다양한 아이디어를 현실화시킬 수 있는,
그야말로 하고 싶은 대로 자기 삶을 찾아가는 그를 만났다.





최게바라는 어떤 일을 하는 회사인가요?

다양한 행사들을 기획하고 있어요. 얼마 전에 이런 소개를 한 적이 있어요. 대한민국 사회에 존재하는 다양한 기쁨과 슬픔, 아픔과 상처의 모습들을 행사 기획을 통해 담아내고 싶다고요.

때마다 저만의 콘텐츠로 제가 하고 싶은 것들을 기획해요. 토크쇼나 웅변, 가요제 등등이 있어요. 아직은 가능성을 찾아보고 싶은 단계라서 어떤 비전이 있다고는 확실하게 말씀 못 드리겠어요. 다만 대한민국 사회와, 그 사회를 구성하는 사람들의 마음과 마음을 연결하고 싶은 것 뿐이에요. 무슨 말인지 잘 이해 안 되실 거예요. 저도 이해가 안 되는데요. (웃음)

사업하는 데까지 기간은 얼마나 걸렸나요?

올 1월에(2013년) 처음 제 개인행사를 갖게 됐어요. 출판기념회. 제가 여행을 다녀와서 집에 있는 프린터로 얇은 책자를 만들었는데요, 페이스북을 통해 판매했더니 신기하게 팔리더라고요. 이런 걸 책이라고 만들어서 팔았더니 팔리는 것도 신기한데 출판기념회까지 하면 얼마나 재미있을까 싶었어요. 그래서 했는데 백여 명이 넘는 사람들이 왔어요. 정말 말도 안 되게.

그 경험을 겪고 나니 그동안 하고 싶었던 토크쇼를 해보자 싶더라고요. '최게바라 토크쇼'요. 페이스북에 최게바라 기획사를 만들고, 세 달 동안 장난 반 진심 반으로 활동했어요. 하다 보니 내가 이런 것에 흥미를 많이 느끼고 정말 재밌어 하는구나 하는 걸 느꼈죠. 5월에 아예 이 쪽으로 나가야겠다는 결심을 했어요.

꿈을 꾸고, 도전하는 청춘들의 이야기를 담아내는 최게바라 기획사는 어설픈 청춘들이 어설픈 공간에 모여 시시하지 않은 이야기들을 풀어내는 것을 돕는다. 끊임없이 생각하고 상상하며 도전하는 최게바라는 교양 있는 척보다는 있는 그대로의 젊음을 드러낼 수 있는 무대를 기획하려는, 청춘을 대변하는 얼굴이다.

책을 내셨다고요?

남미 여행 갔다 온 거는 2년 전에 냈고요, 그 사이에 총 3권의 책을 냈어요. 출판기념회를 했던 마지막 책은 동남아 여행 책이에요. 졸업하고 나서 떠난 여행이었거든요.

당연히 제대로 만든 건 아녜요. 출판사도 없고요. 출력도 집에서 양면복사로 하고, 그런 식이었죠. 뭔가 비틀고 싶기도 했고요. 비틀고 싶다는 게 기득권에 대한 반발 같은 건 아녜요. 단지 제가 너무 하고 싶은데 할 수 없는 입장이고, 그렇지만 어떻게든 하고 싶어서 방법을 생각해 낸 거죠. 그렇다고 정식으로 책을 낼 생각은 없어요. 지금은 이렇게 까부는 게 좋은 것 같고, 갖춰지지 않은 지금 상태에서 정식 책을 낸다면 배탈 날 것 같아요.

회사의 구성원은 어떻게 되나요?

저와 두 명의 친구들이 함께하고 있어요. 아, 다섯 명이네요. 프리랜서로 활동하고 있는 디자이너도 있고요. 기획은 제가 다 해요. 최게바라 모토가 "어제 상상하고 오늘 기획하며 내일 실행한다."예요. 실제로 이틀 만에 행사를 만드는 건 아니지만, 상상한 것은 어떻게든 실현해 내자는 의지를 표현한 거죠.

최게바라는 우리 사회에 존재하는 다양한 기쁨과 슬픔, 아픔과 상처의 모습들을 담아내어 사회와 사람들의 마음과 마음을 연결하는 회사.





최게바라는 실제 쿠바 혁명가 체게바라와 어떤 관계가 있나요?

최게바라는 원래 회사 이름이 아니었어요. 예전부터 제 별명이었는데 제가 그 별명을 좋아해서 회사 이름으로 가져온 거예요. 별명은 친구가 지어줬어요. 제가 남미 쪽을 좋아해 여행도 다녀오고 했는데 그 친구가 대한민국 안에서 다양한 생각을 하고 도전적인 일을 하는 인물이 되거라. 그런 뜻으로 지어준 거예요. 제가 최씨니까 최게바라가 된 거죠.

최게바라는 기획사라고 하셨잖아요, 실제 기획한 프로젝트에는 어떤 것이 있나요?

대표적으로 최게바라 불꽃쇼라는 게 있어요. 토크콘서트예요. 유명하고 성공한 사람들을 섭외해서 그 사람들의 화려한 성공담을 듣는 게 아니라, 평범한 이삼십대 친구들의 꿈과 도전을 나누는 형식이예요. 자신의 꿈을 위해 치열하게 도전하는 이야기를 공유하고, 거기에서 자극을 받는다면 성공이라고 생각해요.

또 웅변대회도 했는데요. 주변에 말하고 싶어 하는 사람이 은근히 많더라고요. 하지만 어떤 사람이 자기 얘기를 많은 사람들에게 할 기회가 자주 있는 건 아니잖아요. 그래서 그 소통의 기회를 만들어 주기 위해 무대를 제공하는 거죠. 대

상은 정해진 건 없고 누구나 참여할 수 있어요. 다만 주제를 정해 주기도 하죠. 지난 기획 때 주제는 연애였어요. 그 안에 소주제로 '나는 연애 찬성한다', '나는 반대한다', '나는 연애하고 싶다' 이렇게 세 가지를 만들고 각자 주제를 골라 5분간 얘길 하는 거였어요. 관객의 호응을 가장 많이 받은 사람에게 상금 10만 원을 주고요.

유명한 책 '아프니까 청춘이다'를 카피해 '아프리카 청춘이다' 라는 행사도 했었어요. 아프리카 친구들이 한국에 와서 참여했고, 노래와 토크가 함께한 행사였어요. 물론 저희 행사 때문에 한국에 방문한 게 아니라 다른 일들로 온 김에 저희 행사를 함께 하게 된 거였죠. 그러다 보니 비용도 얼마 안 들어요.

연예기획사도 하고 있는데요. 가수 '일기예보'를 어떤 행사에서 만나 함께 하게 됐어요. 마침 기획사 없이 활동하고 계셨고, 만난 행사에서 친해지고 뜻이 잘 통하다 보니 그렇게 된 거죠.

그러니까 최게바라는 행사기획과 연예기획을 함께하는, 둘 다 제대로 못하고 있는 회사입니다. (웃음)

가장 기억에 남는 프로젝트가 있다면?

저번 주에 한 남북청년 토크쇼2에서 끝나고 사람들끼리 인사를 했는데 새터민 청년들이 먼저 연락처를 주면서 연락처를 달라고 하더라고요. 더 얘기하고 싶다고. 그때 어떤 사회적 책임감을 느끼기도 했어요.

또 저번 달 불꽃쇼에서는 어떤 분이 뒷풀이가 있냐고 물으셔서 없다고 답했어요. 본인이 한턱 쏘고 싶다고 하시더라고요. 행사 취지나 그런 것들이 마음에 드셨나 봐요. 그래서 없던 뒷풀이가 만들어졌어요. 행사 정리를 하고 제가 늦게 그 자리에 참석을 했는데 스무 명이 넘는 친구들이 아주 재밌게 뒷풀이를 하고 있었어요. 예상치 못한 그런 자리도 신기한데 그 뒷풀이를 마련해 주신 분이 본인이 운영하는 회사 사무실 한 켠을 제공해 주시기도 했어요. 덕분에 명동 금싸라기 땅에 있는 사무실을 제가 쓰고 있어요. 이렇게 예상치도 못한 만남과 일들을 겪게 되는 것이 뿌듯하고 기분이 좋아요.

또, 제가 서울에 있다 보니 주로 서울지역에서 행사를 하게 되는데 신기하게도 한 번은 대구에 있는 학교에서 저희 행사를 보고 하고 싶다며 똑같은 형태의 행사를 진행하더라고요. 학생들 반응도 좋았고요. 그런 걸 보면 뿌듯해요. 제가 좋아하고 실현하는 일들이 저만의 것이 아니라 모두가 할 수 있는 것이란 생각이 들거든요.

회사를 만들고 어려운 점은 없었어요?

다 어렵죠. 최게바라를 하다 보니 저만의 몇 가지 철학들이 생기기 시작하더라고요. 그 철학에 맞는 사업을 하면서도 수익을 내는 방법을 생각해야 하는데 쉽지는 않죠. 사실 어려운 건 아녜요. 단지 고민인 거죠. 저 스스로가 없는 환경에서 뭔가를 만들어내는 걸 잘 하는 것 같아요. 하도 없을 때 하다 보니까 어떻게든지 해내는 거죠. 돈에 제약받지 않고. 저는 퀄리티도 그다지 신경 쓰지 않거든요. 그럼 할 수 없을 것 같아요. 현수막이 떨어지면 관객한테 붙여달라고 할 때도 있어요. 쉽게 말해 삼류, 혹은 저품격 행사예요. 사람들 역시 퀄리티는 별로 기대하지 않고 오세요. 퀄리티보다는 핵심적인 메시지에 중점을 두고, 사람들 역시 그걸 봐 주고 호응해 주는 것 같아요. 물론, 지금은 깜냥이 안 돼서 그런 것도 있지만. 계속 꾸준히 하다 보면 더 좋은 방식으로 길이 열릴 거라고 믿어요.

무엇보다도 제가 좋아서 하는 일이라는 게 중요해요. 그리고 기획을 하다 보면 같은 생각을 하고 계셨던 분들이 많이 연락을 주세요. 덕분에 친구도 여럿 생기고 도움도 받고 있죠. 감사한 일이죠.







아프니까 청춘이다를 패러디한 아프리카 청춘이다. 아프리카 청년 공연팀 SAM과 한국의 청춘들이 모여 회복과 희망을 노래하는 이 행사는 국제 NGO 팀앤팀과 함께했다. 노래와 이야기로 아프리카를 이해하고 소통하는 '불꽃청춘'들의 행사였다.



삼류, 저품격행사를 콘셉트로 퀄리티보다는 메시지를 알리려고 노력하며 돈에 제약받지 않는 행사를 추구하는 최게바라.

어떤 분들이 계시나요? 고마운 분들의 얘기를 몇 가지 해 주신다면요?

5.18을 기념해서 광주로 여행을 떠났어요. 5.18민주화운동에 대해 저도 알고 싶었고, 친구들 역시 알길 바랬고요. 몇 명을 모아서 여행을 떠나는데 사실 차 렌트값도 밥값도, 숙소도 없었죠. 선배님들한테 제가 지갑 좀 열어달라고 부탁을 드렸는데 5일 만에 50만 원이 모였어요. 그 덕분에 경비를 해결하고, 담양에 있던 지인 분께서 숙소를 제공해 주셨어요. 고마운 일이었죠.

또 페이스북에 '에코 최게바라'라는 식으로 노트북 남는 거 있으면 버리지 말고 나에게 달라. 이렇게 올렸어요. 구걸하는 게 아니다. 환경을 생각하는 마음이다. 그랬죠. 정말 춘천에서 누가 노트북을 주시더라고요. 안 쓰는 거 있다고.

한 번은 투자자를 모집한다는 글도 올렸는데, 어떤 분이 정말 50만 원을 보내 주셨어요. 그걸로 2만 원짜리 제품을 만들어 판매를 했고, 수익을 내서 그 분께 60만 원을 돌려드렸어요. 아직도 연락을 하고 지내는 분인데 얼굴은 몰라요.

페이스북에서 주로 도움을 많이 받아요. 페북 친구가 3,000명 정도 되는데 위와 같은 도움뿐만 아니라 좋은 아이디어를 제안해 주시는 분도 많아요.

이번 경연대회 아이템을 소개해 주세요. 어떻게 그런 아이템을 생각하게 되셨나요?

결혼식으로 참여했어요. 일반 결혼식 비용이 엄청나잖아요. 거기에서 아이디어를 얻어 소셜벤처 경연대회에 참가하게 된 건데, 실제로 대회 중간에 연락을 받고 저희가 결혼식을 기획하기도 했어요. 저희한텐 너무 쉬운 기획이었는데 사람들한텐 오히려 더 특별한 경험이 되었다 하더라고요.

결혼식에 축의금에 대한 압박이나 부담 같은 게 이상했어요. 결혼하는 쪽에서는 축의금을 받아야 하고, 내는 입장에서는 또 낸 만큼 뭔가 받아가길 기대하게 되잖아요. 가령 축의금을 꽤 많이 냈는데 갈비탕 한 그릇이 나오면 기분이 나쁠 수



도 있고요. 그런 것들이 은근히 중요하다는 사실이 이해가 안 됐어요. 축하하고 축하받는 자리여야 하는데 말이죠.
그래서 저렴한 비용의 결혼식을 생각하게 된 거죠. 저희가 기획한 결혼식이 총 비용 400만 원 안에서 해결이 되거든요. 그러다 보니 축의금도 받지 않았어요. 그 정도 금액은 특별한 날 자기가 사랑하는 사람들을 위해 충분히 쓸 수 있다는 거였죠.
특별한 건 없었어요. 일반 공간을 마련하거나 건물을 따로 짓는 게 아니라, 카페를 이용했으니까요. 카페가 의외로 훌륭한 결혼식 장소가 될 수 있어요. 무엇보다도 인테리어에 신경을 많이 쓰니까요. 삼청동에 있는 카페를 빌렸는데 '이렇게 좋은 곳이 있나' 싶을 정도로 인테리어가 훌륭한 곳이었어요. 대관비가 30만 원밖에 안하더라고요. 이미 훌륭해서 꽃장식 같은 것도 필요 없었죠. 식사는 일인당 만 원에 제공이 됐고, 그곳에서 토크콘서트도 했어요.

아주 흥미로운 결혼식이네요. 향후 발전 방향은 어떤가요?

사실 저희는 최게바라 결혼식이 젊은 친구들에게만 끌릴 것이라고 생각했어요. 그런데 얼마 전에 자기 언니 결혼식을 의뢰해 주신 분이 계세요. 언니가 40세가 넘으셨고 휠체어를 사용할 만큼 몸이 불편한 분이셨죠.
우리가 만든 기획이 우리 사회가 케어하고 있지 못하는 부분에서 유익하게 사용될 수가 있구나 하는 생각에 아주 뿌듯했어요. 아까 말씀드렸듯이 제가 갖고 있는 철학에 맞는 사업을 하면서도 수익을 내는 방법을 생각하는 게 쉽진 않아요. 수익을 낼 수 있는 모델이 꼭 저와 맞는 게 아니니까요. 하지만 결혼식 사업은 제가 생각하고 바라보는 사회 모습의 연장선에 있기 때문에 진지하게 고민해 보고 있어요. 2014년엔 좀 더 구체적인 비즈니스 모델이 나올 것 같아요.

"우리 사회가 미처 케어하지 못한 부분에서 유익하게 사용될 수 있다는 사실이 뿌듯하죠."

사업 모티브들은 어디서 얻나요? 특별히 전문적으로 하려는 분야가 있나요?

세 가지 정도를 중요하게 생각해요. 신문을 많이 보고, 책을 많이 보고, 사람들을 만나죠. 그런데서 영감을 얻어요. 사회와, 그 사회를 살아가는 사람들 그 두 가지가 제가 바라보는 중점적인 것이에요. 신문을 보면 새터민 친구들이 탈북을 했다가, 탈남을 하는 경우도 있어요. 적응을 못하고 다시 떠나는 거죠. 그때 마침 새터민 친구들을 만났어요. 그 친구들이 원하는 것에 관심을 가지다 보니 행사까지 추진하게 된 거죠.
그렇지만 제가 흥미를 느껴야 하는 게 우선이긴 해요. 어떤 특정 주제를 만들고 그 주제로 기획을 하는 것이 아니고, 그때그때 제가 끌리는 것에 따라 기획을 해요. 그 주제가 광범위하죠. 그래서 전문성은 없어요. (웃음) 우선은 재밌고 편한 형태로 사람들에게 다가가려 하고 있어요. 다가간 후에 함께 행사에 참여하면서 진정한 메시지를 주고받을 수 있다고 생각해요.

최게바라의 재무상황을 여쭤봐도 될까요?

돈은 연예기획사에서 조금 벌고 있어요. 아무래도 행사가 있으니까 일정액 이상은 늘 버는 것 같아요. 가끔 강연이 들어오기도 하고요. 50에서 많게는 100만 원 정도는 버는 것 같아요. 굶어죽진 않을 것 같아서 버틸 자신은 있는데, 제 생각엔 제가 기획한 여러 아이템 중에 돈을 벌 수 있는 사업이 나올 것 같기도 해요.

남북청년토크를 통해 사람들의 마음 속에 진한 울림을 줄 수 있다고 말하는 최게바라에서 일을 벌였다. 이야기에서 시작한 행사가 파티 형태의 만남으로 발전한 것. 남북의 청년들이 모여 신나게 먹고 마시고 즐기는, 거창할 것 없는 행사지만 2014년 대한민국을 살아가는 청춘들이 만들어가는 작은 통일이라고 최게바라는 이야기한다.

앞으로 어떤 기획을 할 예정이 있으신지 조금만 힌트를 주실 수 있나요?

대표적인 게 있어요. 남북청년토크예요. 불꽃쇼에 왔던 새터민 친구가 얘기해줬어요. 탈북이나 북한체제 비난 같은 어려운 것에 대해서만 새터민 친구들에게 흥미를 갖는 것 같더라고요. 그런 어려운 일만 있는 게 아니라 그 친구들도 재미난 소재가 있잖아요. 사업이나 연애같은 것 말이죠. 그 친구 얘기를 통해 그런 토크콘서트를 4월에 열기도 했어요. 영국 비비씨, 중앙일보 등에서 취재를 해 가기도 했고요. 토크콘서트가 있던 그 당시가 남북대치가 굉장히 심할 때였거든요. 진짜 전쟁날 것 같은 분위기에서 이 애들은 밝게 웃고 떠드니까, 그게 희망으로 보였

던 것 같아요. 그래서 취재를 온 거였죠. 저 역시 그런 가능성 때문에 계속하고 싶단 생각이 들어서 일곱달만에 2회 행사를 열기도 했어요. 내년엔 분기별로 하고 싶어요. 또, 토크를 넘어서 만남이 이어지기도 바라기 때문에 행사 전 달에는 같이 파티도 할 생각이에요. 같이 요리를 해 먹고, 노래를 부르고 하면서요. 그리고 다음 주부터 하게 되는 게, '한잔'이라는 행사예요. 남북청년이 매달마다 모여 같이 술을 마시는 거죠. 이것 역시 취지는 같아요.

최게바라가 소셜벤처로서 어떤 사회적 기여를 하고 있나요?

결혼식 기획은 충분히 소셜 아이템이라고 생각하지만 사실 최게바라가 소셜벤처라고 생각하진 않아요.

하지만 최게바라는 분명 더 나은 사회를 지향하고 있어요. 앞으로도 그렇게 만들어 나갈 거고요. 그런 점에서 두 가지 면을 생각하고 있어요.

대한민국엔 자기 삶이 아닌 사회나 가족이 원하는 삶을 사는 사람이 많은 것 같아요. 저는 어릴 때부터 부모님께서 저 하고 싶은 대로 하게 해 주셨거든요. 제가 이런 일을 하는 것에 대해서도 부모님이 반대하거나 하진 않으세요. 그런데 이런 얘길 하면 좋은 부모님이 있다고 감탄하기도 해요. 제 나이가 스물아홉인데, 스물아홉 먹은 다 큰 아들이 하고 싶은 대로 하게 해 주는 부모님을 부러워하는 사회인거죠.

저는 일부러 더 과장해서 하고 싶은 것을 찾아 행동하기도 해요. 잘난 사람이 아니라 똑같이 겁 많고 소심한 저 같은 사람이 자기 삶을 찾아가는 걸 보면서 다른 사람들이 자극 받길 바라는 면도 있거든요. 나중에 돌이켜 봤을 때 '내'가 없는 삶을 느낀다면 얼마나 허무하겠어요.

다른 하나는 사회 속에 존재하는 기쁨과 슬픔, 상처와 아픔 같은 것들을 행사기획에 잘 녹여내 사람들에게 전달하고 싶어요. 사회를 바라보는 시선, 사회를 어떻게 바라보아야 할까 같은 고민거리를 던져주기도 하면서요.

그렇게 두 가지예요. 사회를 어떻게 바라보아야 할까. 난 어떻게 살아야 할까. 그런 고민거리를 던져주고, 좀 더 나은 사회를 지향하는 것? 그게 사회적으로 도움이 될 수도 있겠지만 '소셜벤처'라든가 '사회적기업'으로 확실하게 구분되고 싶지는 않아요.

앞으로의 목표가 있다면요?

목표를 정해놓진 않았어요. 다만 어떻게 살고 싶다는 생각은 있죠. 무슨 얘기냐면 70세가 됐을 때 뭘 하고 있어야지 하는 생각은 없지만, 70세의 저는 69세에 하고 싶어 했던 걸 하고 있으면 좋겠다는 거예요. 결과보다는 과정이 중요한 삶을 살고 싶어요.

"더 나은 삶을 위해 '내'가 주체가 되는 삶, 그리고 '내'가 살아가는 사회의 희로애락을 전달하고 싶어요."

최게바라 기획사에서는 다양한 행사들을 기획, 진행하고 있다. 즐겁게 활동하고 재미나게 배우기 위해 만든 최게바라 워크샵도 그 중 하나. 다양한 프로그램을 통해 무한한 잠재력과 가능성을 발견하는 것을 목표로 기획되었다. 나 자신을 그대로 드러내고, 일단 즐거워야 한다는 최게바라의 모습이 묻어나는 행사다.



"일흔 살에 뭘 하고 싶냐고요? 예순 아홉에 하고 싶다고 생각한 일을 할 거예요."

또 회사의 목표라면 계속 말씀드렸듯이 대한민국 사회와 그 사회 속에 존재하는 여러 가지 감정들과 상처나 아픔 같은 것을 잘 담아내 공유하고 싶은 거예요. 일단은 제가 재미있어야 하겠죠.

경연대회에서 느낀 것이라든지 경연대회를 준비하는 청년들에게 하고 싶은 말이 있다면요?

경연대회의 시간이 꽤 길어서 그 부분이 조금 힘들긴 했어요. 물론 더 큰 장점이 있었죠. 아이디어를 가지고 그 아이템을 사업화하려는 사람들이 모인 곳이잖아요. 그런 기운만으로도 자극이 되고 거기서 영감을 얻는 경험을 할 수 있었어요. 고마움을 느끼기도 하죠. 우리 사회를 위해 뭔가를 만들려는 사람들. 그 사람들이 모인 곳이니까요.

이런 대회는 계속 필요하다는 생각이 들어요. 사업자본 역시 필요하고, 대회참여 후 인터뷰나 기사가 나오니까 언론 홍보 효과도 볼 수 있고. 거기서 탄력을 받아 더 나아갈 수 있다는 이득이 있죠. 분명 얻어가는 게 많을 것 같아요. ◆

내가 열심히 하면 할수록 많은 사람이 행복해하는 사업

글로벌 부문 대상 | 바이맘_ 김민욱 대표

인터뷰 내내 자신감과 웃음을 잃지 않았던 바이맘 김민욱 대표는
따뜻함이 온몸에서 배어나오는 젊은 사업가였다.
소셜벤처라는 의미에 걸맞는 아이템과 같이 사업을 하는 동료들은 더 인간적인
그의 이야기를 들어본다.



바이맘은 by mom
어머님의 생활 속 아이디어에서
얻은 "방 속의 방"

사업을 시작하신 계기는?

본 사업에 대한 아이템을 주신 분은 저희 어머님이세요. 어느 날 조카들이 집에 와서 자게 됐는데 어머님께서 이불원단을 모기장 형태로 만들어 조카들을 재우셨어요. 그랬더니 조카들이 이불도 안 덮고 따뜻하게 잘 자는 거예요. 또, 거제도에서 춥게 지내는 어머님 친구분들이 계세요. 어머님이 그 분들께 모기장 형태의 방을 망으로 만들어 선물하시더라고요. 그런데 그 동네에 독거노인분들이 100가구 정도 되세요. 그 분들이 그 모기장 같은 방을 보시고 연락을 주신 거죠. 너무 마음에 든다고, 더 만들어서 보내 달라고요. 그 당시 제가 사회적기업에 관심이 많아 사업 아이템을 찾고 있었는데, 눈이 번쩍 띄었죠. 이거다! 그렇게 어머님의 아이디어를 빌려 시작하게 됐어요. 그래서 '바이맘'입니다. (웃음) 사회적기업 육성 사업에 선정되면서 더욱 힘을 싣게 됐고 바로 그 달 법인을 설립하여 사업을 시작하게 됐어요. 그때가 2012년 5월이었어요.

사업을 같이 하는 구성원들을 좀 소개해 주세요.

전체 열두 명의 식구가 있는데요. 한 명 한 명 모두 스토리가 있는 분들이에요. 같이 사업을 시작한 코파운더는 기계공학을 전공하고 개발 쪽을 담당하고 있어요. 제가 같이 사업 해보자고 꼬셔서 (웃음) 직장 사표내고 같이 하는 중인데, 고생 많이 하고 있죠. (웃음)

또, 새터민 친구가 있어요. 젊은 친구인데 열정이 아주 강한 친구죠. 그리고 제가 다섯 살 때부터 알게 된 동생이 있는데 자폐증을 앓고 있어요. 박스를 접는 속도가 일반인의 2배를 능가하는 기술을 가지고 있죠. 또, 우리 디자이너는 몽골에서

BY MOM We're made by Mom's Heart

20대부터 60대까지, 장애우와 새터민까지 다양한 사람들이 따뜻한 기술을 위해 뭉친 바이맘은 에너지 빈곤층 그리고 사회의 소외된 사람들을 위해 존재한다. 추위에 잠 못 드는 딸과 손녀를 위한 어머니의 아이디어에서 시작해 이제는 마음을 울리는 스토리가 있는 삶을 전한다. 세상을 따뜻하게 하고자 하는 마음으로 바이맘은 에너지 빈곤 문제를 해결하기 위해 항상 열려 있다고 말한다.





직장 사표 내고 함께해 준 창업 친구와 열정 넘치는 새터민 친구, 자폐증 앓는 아는 동생과 친구 아버지, 몽골 자원봉사를 했던 여인과 세계 보전기구 연구원을 했던 페북 친구가 모인 개성 넘치는 열혈 식구들.

2년간 자원봉사를 한 이력을 가지고 있어요. 여자인데 게르에서 생활하면서 자원봉사 활동을 했대요. 그리고 60대 개발자 한 분이 계신데요. 이 분은 제 친구의 아버지세요. 제가 이 사업을 한다는 말을 친구에게 했더니, 자기 아버지가 국내 텐트 제조회사에서 근무하시다 정년퇴임하시고 편안한 노후 생활을 하고 계신다고 하더라고요. 알고 보니 국내 텐트 업계에서 전설적인 인물로 알려진 분이셨어요. 그래서 모셔오기 위해 직접 찾아뵙고 간곡한 부탁을 드려 현재 함께 해 주시고 계십니다. 그리고 페이스북 친구였던 분도 계신데, 이 분은 저희 사업에 관심을 갖고 좋은 취지로 사업을 하고 있다는 사실을 아시고 함께 하고 계세요. 세계보전기구 연구원이셨고, 4천 명이나 되는 공장 총책임자로 계셨던 분이세요.

제조업이라서 생산 비용이 많이 들 텐데요, 자금 조달하는데 어려움은 없으세요?

초창기에는 부산시 자활센터에 일을 맡겼어요. 자활센터에 일이 끊기면 안 되니까 멋모르고 일을 만들어서 계속 생산을 하도록 했었죠. 그러다 보니 재고가 1억 5천만 원 정도 쌓였습니다. 어렵게 어렵게 자금을 조달하고 넘긴 시절이 있었는데요. 최근에 고용노동부 모태펀드를 통해서 투자를 받았어요. 또 현대차 에이치온드림에서도 투자를 받았고요. LG전자에선 친환경 예비 사회적기업 지원 사업으로 연구개발비 1억 원을 지원받는 등등 도움을 많이 받아 지금은 부채를 정리했어요. 그리고 특허라든지, 연구개발이라든지 하는 벤처기업으로써의 핵심적 부분에 집중할 수 있게 되었죠.

제품개발이 중요할 텐데 어떤 식으로 이루어지나요?

전국에 있는 에너지 빈곤가구 천 가구 이상을 직접 갔습니다. 경기도 화성에서 거제도에 이르기까지 각 집을 직접 방문해서 보기도 하고 생활도 해보면서 아이디어를 냈죠. 가구마다 특성이 다양하기 때문에 제품에 기능을 넣기 위해서는 공통되는 요구사항을 도출할 필요가 있었던 거죠. 한 예로 식구가 많고 비좁은 집에는 늘이거나 줄이거나 하기 쉬운 가변형 텐트를 개발하기로 했어요.

바이맘 텐트의 기능이나 효능을 소개해 주세요.

에너지 빈곤 가구를 방문해 조사를 해보니 대부분 전기장판을 이용하여 난방을 해결하고 있더라고요. 그래서 전기장판을 전기파가 가장 약한 정도로 켜고 텐트 안 온도와 밖의 온도를 비교해 보니 10도 차이가 나는 것을 확인할 수 있었어요. 이 실험은 한국섬유개발연구원의 인공기후실에서 테스트해 본 결과입니다. 바이맘 텐트는 원단을 공기는 통하고 열은 잡아 주는 기능, 즉 통기성과 단열성이 모두 있는 원단으로, 디자인은 어르신들이 쉽게 설치할 수 있는 디자인으로 개발하여 가격대비 고효율을 낼 수 있도록 하고 있어요. 사람의 몸에서 나는 열











이 사실 굉장히 높아요. 이 열이 밖으로 빠져나가지 않도록 잡아 주는 기능을 텐트가 해 주는 거죠. 저희 회사 식구들도 바이맘 텐트를 이용해 난방비를 반으로 줄이고 있어요(웃음).

바이맘 텐트는 소비자를 생각하고 따뜻함을 전하는 바이맘의 마음.

텐트의 디자인이나 기능은 다른 일반 텐트와 다르나요?

완전히 달라요. 디자인과 콘셉트가 '방 안'에 어울려야 하고요. 어르신들이 쉽게 설치할 수 있도록 초점을 맞추고 있습니다. 기능 또한 단열, 따뜻하되 답답하지 않게 기술을 개발하고 있습니다.

요새 아웃도어 제품이 많이 생산되면서 경쟁이 치열할 것 같은데요?

맞아요. 아웃도어 시장이 어마어마합니다. 하지만 국내 아웃도어 제품의 1, 2, 3위는 중국에서 생산을 하고 들여오는 체제예요. OEM 방식으로 제작하기 때문에 실질적으로는 브랜드가 달라도 제작은 한 회사에서 하고 있는 실정입니다. 각 브랜드는 제품 기획 개발만 하고 제조는 다른 업체에서 하는 방식인거죠. 여기서 제품생산을 하시던 분이 저희가 모셔 온 연구개발책임자이기 때문에 충분히 경쟁할 수 있는 기술을 보유하고 있다고 보아도 과언이 아니에요.
또한 아웃도어 브랜드 제품은 워낙 고가여서 최소 70만 원 이상 하거든요. 하지만 저희 제품은 10만 원 정도하기 때문에 시장자체가 다르다고 보는 편이 맞을 것 같네요. 굳이 경쟁 상대를 고려하자면 야외 낚시용 텐트 업체들을 생각할 수 있겠는데요. 이 제품들은 야외에서 쓰던 제품이다 보니 결로 현상 같은 문제점이 발생하여 이 제품을 쓰셨던 소비자들도 다시 저희 바이맘을 찾으시더라고요. 네이버에서 실내텐트를 검색하면 연관검색어 1위를 오랫동안 했었죠. 지금은 조금 내려오기는 했습니다만.

실내보온막 '룸텐트'의 다른 이름은 방안방(room in room)이다. 난방을 제대로 하지 못하는 에너지 빈곤층을 위한 실내용 외풍차단 텐트 제품이다. 보온성과 쾌적성을 가장 우선적으로 고려한 이 텐트를 설치하면 텐트 안팎의 온도차가 약 4도라고. 지금에 이르기까지 한편의 성장드라마를 이끌어낸 바이맘의 룸텐트는 사람들에게 포근한 잠자리를 선물한다.



바이맘 제품을 필요로 하는 저소득층이 많을 텐데 혹시 그분들을 위한 지원이나 혜택이 있나요?

저희 제품을 가장 필요로 하는 분들일수록 구매력이 가장 약한 분들이거든요. 그래서 정부, 지자체, 기업의 CSR로부터 도움을 많이 받고 있습니다. 오늘도 현대엠코의 후원을 통해서 서울에 있는 쪽방촌에 600개를 지원했어요. 정부나 지자체, 기업 CSR에서도 매년 취약계층에 지원을 하고 있고요. 저희 텐트는 내구연한이 5~10년 정도 되기 때문에 7만 원 정도의 비용으로 5~10년의 난방비를 절약할 수 있으니 비용 면에서 유리한 편이에요. 추운 겨울을 따뜻하게 보낼 수 있어서 좋고요.

사업 실현에 도움이 되었거나 도움을 주신 분들이 있으면 말씀해 주세요.

한국사회적기업진흥원. 진심입니다. 형식적으로 드리는 말씀이 아니고요. 사회적기업육성사업을 통해서 모든 것에 몰입할 수 있었던 계기가 되었어요. 1년간의 육성사업 이후에도 진흥원으로부터 끊임없는 조언과 자문, 지원을 받을 수 있어서 회사가 어려울 때는 힘이 되고 난관을 극복할 수 있었던 해결책이 되었습니다.
지인분들 중에서는 현대차그룹, LG전자 등 기업이 많은 도움을 주셨어요. 현대엠코 같은 경우, 이번에 쪽방촌 사업을 함께 하면서 더 효과적이고 도움 되는 텐트 공급을 위해 함께 토론하고 연구하다 보니 CSR 담당자와는 형 동생처럼 지내는 사이가 되었습니다.

사업을 추진하면서 어려웠던 점이나 포기하고 싶다고 느꼈던 때가 있나요?

지난 겨울에 저희가 1,000개 정도 판매를 했어요. 생산은 2,300개 정도 했고요. 재고가 많이 남아 어려웠습니다. 저희가 자활센터를 통해서 생산을 하는데, 저희가 생산을 하지 않으면 자활센터가 쉴 수밖에 없는 구조에요. 우리가 더 열심히 뛰어서라도 생산을 계속할 수 있게 해야만 했습니다. 그런데 겨울이 다 지나도록 재고를 처리하지 못하고, 원단 업체 등 협력업체로부터는 계속 결제요청을 받았어요. 사회적기업으로서 자부심을 갖고 사업을 했는데, 대금결제 전화만 하루에 다섯 통 이상 받다 보니 지금 내가 뭐하는 건가 하는 회의가 많이 들었어요. 그러다 어느 순간에는 현실을 인식하고 여유롭게 대처하는 자세가 나오더라고요. 일을 더 열심히 했죠. 친구와 같이 하루 15곳 이상 방문하여 텐트를 설치하고 전



화를 하루 300통 이상 받은 적도 있었고요. 같이 일하는 친구가 신종플루로 입원하는 바람에 혼자 두 명 몫을 해야 하는 상황이 발생하기도 했었죠. 하지만 열심히 하는 것이 알려졌는지 대기업에서 도와주기도 하고 경연대회 수상으로 더 알려져 투자도 받게 됐어요. 지금은 지자체에서 연락이 많이 와서 매출이 많이 늘었습니다. 박원순 서울시장님도 만나 뵙고 쪽방촌에 공급하는 제품설명을 드리기도 했고요. 찾아가서 판매를 하는 것과 연락 받고 판매를 하는 것이 기분이 다르더라고요. 겨울이 지나면 봄부터는 어떻게 살아가야 할지 막막했는데 오히려 봄부터 일이 풀려서 안도의 한숨을 쉬게 되었습니다.

현재 매출이나 기업 재무 현황은 어떤가요?

지난 겨울에는 7천 6백만 원 정도 했고요. 올해는 7억 정도 예상하고 있습니다. 현재 이베이나 아마존을 통해서 캐나다, 영국 등으로 해외 배송도 많이 이루어지고 있어요. 내년부터는 조금씩 해외시장까지 넓혀 보려고 노력하고 있습니다. B2B를 기본으로 점차 B2C로도 마케팅 활동을 하고 있어요. 어르신들뿐만 아니라 아이가 있는 가정에서도 많이 선호하고 있거든요.

참, 저희 직원 가운데 새터민 친구가 있는데 열다섯에 한국에 와서 지금은 스물한 살이 되었어요. 이 친구한테 북한의 난방 사정을 물어보니, 북한은 산에서 땔감을 해 와서 난방을 하기 때문에 산에 나무가 없어지고, 그러다 보니 여름에는 홍수문제를 일으키는 악순환이 반복된다고 하더라고요. 그래서 바이맘 텐트가 필요한 곳은 북한이구나라는 생각을 많이 했습니다. 이 친구는 어릴 때 남으로 와서 어려운 경제사정으로 공사판을 전전하다 보니 초등학교밖에 못 나왔어요. 스스로가 무식하다는 말을 자주 했지만, 독학으로 중·고등학교를 마치고 내

지난 겨울, 2,300개 생산하고 1,000개 판매 불과, 포기 딛고 일어서니 해외시장 보여, 올해는 7억 예상.

후년쯤에는 대학 입학에 도전하려고 하는 중입니다. 나중에 통일이 되면 현지 사정도 잘 알던 이런 친구들이 북한으로 다시 가서 성공할 수 있지 않을까 기대하고 있어요.

진정성으로 기술 모아 개성공단 입주라는 목표를 향해 거침없이 달린다.

앞으로의 목표는요?

그동안에는 추운 겨울에 난방을 어떻게 효과적으로 할 것인가에 역점을 두고 사업을 했거든요. 현장을 다니면서 많은 사람을 만나다보니 난방뿐만 아니라 여름에 냉방을 효과적으로 할 수 있는 방안을 마련해 달라는 요청을 많이 받아요. 그래서 생각해 낸 아이디어인데, 0.8평이라는 최소한의 공간만 냉방을 했을 경우 선풍기를 트는 전력만으로 초소형 에어컨을 가동하는 방법이 있을 것 같더라고요. 개개의 기술로는 비즈니스가 될 수 없지만 기술들이 결합하면 사업이 될 수 있는 여지가 많이 있다고 생각해요. 부산시에서 해외 진출을 하려는 사회적기업에 시에서 가지고 있는 여러 가지 기술을 주고 싶다는 연락을 받고 미팅을 갖기도 했습니다. 우리가 진정성을 가지고 문제해결을 위해 달릴 때 기술들이 모이겠구나라는 생각을 많이 했어요.

또 한 가지 소망이 있다면, 베를린 장벽이 무너지면서 베를린 장벽의 돌조각이 기념품으로 판매되며 상징성을 띄기도 했었잖아요. 지구상 마지막 분단국가인 한국에서 분단을 해결할 수 있는 통로인 개성공단을 부각해 평화의 상징으로 바꿔 보고 싶습니다. 바이맘 텐트에 개성공단 제작 제품이라는 평화적 가치를 부여한다면 의미가 있지 않을까요? 개성공단 입주가 그 한 가지 소망입니다. 이탈리아에서는 개성공단에 있는 봉제공장이 세계적인 경쟁력을 갖추고 있다고 평가하기도 하거든요.

겨울의 혁신을 잇다

에너지 빈곤 문제는 비단 겨울에만 해당하는 것이 아니다. 이제는 여름의 에너지 문제도 심각한 문제다. 여름이 되면 전력난 문제가 끊임없이 보도될 정도다. 이에 김민욱 대표는 적정기술을 활용하여 적은 전기 소비로 시원한 실내온도를 유지할 수 있는 룸텐트를 개발 중이라 말한다. 아직 바이맘의 갈 길이 멀다.

〈참고: 루트임팩트〉

소셜벤처를 준비하는 분들에게 하고 싶은 말이 있으시다면?

바이맘이 수상한 부문은 글로벌 부문이었습니다. 경연대회를 준비하면서 해외시장을 분석하고 실제적으로 우리가 부족한 부분을 채우기 위해 노력했던 일들이 사업에 많은 도움이 되었습니다. 대회를 준비하는 과정이었지만 그게 저희 비즈니스에 많은 도움이 될 기초자료가 된 거죠. 수상 여부를 떠나 대회 준비과정자체를 사업을 업그레이드시키는 계기로 삼는다면 더 의미가 있지 않을까 생각합니다.

소셜벤처가 매력적인 것은 내가 열심히 하면 할수록 많은 사람이 행복해하는 사업이거든요. 현장에서 할아버지 할머니가 따뜻함에 고마워하는 모습을 보면 사업을 넘어서 어떤 사명감이 느껴집니다. 이런 에너지가 힘든 고비를 넘어서게 해주는 원동력이 되어 주는 것 같아요. 이 매력적인 사업에 청년들뿐만 아니라 많은 사람들이 함께 했으면 좋겠습니다. ◆

환경과 보건을 생각한 '커피탄'으로 발암물질 원료의 '성형탄'을 잡는다

창업 부문 대상 | 커피팩토리_ 나용훈 대표

소비되고 버려지는 것에 대한 깊은 관찰은 아니었다. 다만 소비 안에서 조금 더 유익하고 효과적으로 소비할 수 있는 방법에서 그의 도전이 시작되었다고 볼 수 있을 것이다.
이제 한 걸음 내딛었다. 앞으로 그가 내딛어야 할 걸음은 수천 걸음, 아니 수만 걸음보다 더 많을 것이다.
한 걸음 내딛을 때마다 그가 만들어 갈 이야기에 대하여 귀를 기울일 수 있다면 좋겠다.
커피 향보다 더 진한 향과 진한 도전정신을 가진 나용훈 대표를 만나 본다.



비싼 고기, 좋은 육질의 고기를 선택하면서 왜 그 고기를 굽는 연료는 선택하지 않는가.

먼저, 창업 부문에서 대상을 수상하신 것을 축하드립니다. 소감 한 말씀 해 주세요.

감사합니다. 사실 대회가 끝난 후에 '내 아이템이 과연 대상감인가?'하고 생각해 보았습니다. 곰곰이 생각해 봤는데 아무래도 창업 부문이다보니 창업 가능성에 높은 점수를 주신 것 같아요. 사실 제 아이템은 고도의 기술력을 요하는 사업이거든요. 그러다 보니 여타 사업들에 비해 가시적인 성과들보다는 '하나의 제품으로서 판매되었을 때 사회적으로 얼마나 영향을 줄 수 있는가'에 대한 평가에서 높은 점수를 받은 것 같아요. 물론 실현가능성에 대한 배점이 가장 높았겠지만요.

어떠한 아이템으로 수상하셨는지 소개해 주세요.

간단하게 말씀드리면 커피찌꺼기를 가공해서 커피탄으로 만드는 사업이에요. 요즘은 다들 커피를 좋아하시는 것 같아요. 저 또한 커피를 참 좋아하고요. 그런데 커피를 만들고 난 뒤 남는 커피찌꺼기에 대해선 진지하게 생각해 본 적이 없는 것 같더라고요. 당연히 버려지는 것으로만 인식할 뿐이죠. 그렇다고 커피찌꺼기가 버려지는 것 때문에 구상한 아이템은 아녜요. 어느 날 아내와 고기를 먹다가 고민하게 된 거예요. 우리는 비싼 고기, 좋은 육질의 고기를 선택해 먹으면서 왜 그 고기를 굽는 연료에 대해선 고민하지 않을까 생각하게 됐어요. 고기에 대한 선택권은 있으면서 연료에 대한 선택권은 없었던 거죠.

대부분 국내 직화구이 음식점에서 소비되고 있는 성형탄은 동남아시아에서 손질해 수입된 것들이에요. 대부분 성분이 발암물질로 뒤범벅되어 있어요. 결국 우리는 발암물질로 코팅된 고기를 먹는 것과 다름없다고 봐야겠죠. 현재 우리나라 인구 중 500만이 캠핑인구라고 해요. 캠핑하면 바비큐 파티가 빠질 수 없잖아요. 캠핑 바비큐에서도 성형탄이 어김없이 소비되고 있어요. 건강한 성인뿐 아니라 어린이, 여성 등 모든 사람이 먹는 고기가 이런 연료로 구워지고 있다는 생각에서 커피탄을 생각하게 됐습니다.

커피팩토리는 쓰레기로 버려지고 있는 커피찌꺼기에 주목했다. 커피찌꺼기에는 탄소 성분이 많아 재생에너지로 가능할 것이란 생각이 결국 커피탄으로 연결되었다. 우리나라는 커피 수요가 높아 커피찌꺼기의 안정적인 공급이 가능하다는 것도 장점이다. 현재 커피팩토리에서는 커피찌꺼기의 분말과 솔잎, 황토 등의 건강기능성 물질을 적정히 배합해서 만드는 제조기술을 개발 중이다.



환경부하의 원인이 될 수 있는 커피찌꺼기로 환경을 생각하는 것, 커피팩토리가 전하는 발상의 전환.

재생에너지
에너지고갈문제에 대처하기 위한 대체에너지를 구성하는 요소로, 화석원료와 원자력을 대체할 수 있는 무공해 에너지를 말한다. 현재 환경과 인체에 해를 입히지 않으면서도 장기간에 걸쳐 대량으로 사용할 수 있는 재생에너지 개발이 활발하다.
〈출처: 두산백과〉

커피찌꺼기를 이용한 발열 커피탄이라는 아이템을 생각하게 된 동기는 어떻게 되나요?

6월쯤인가 우연히 신문기사를 보게 됐어요. 바이오 기네스북의 일종이었는데 커피찌꺼기를 연료로 사용한 자동차가 1등을 했다는 거예요. 고체를 태우는 방법이 아니라, 기체로 전환하여 연소시킨 방식의 에너지라는 게 신선했어요. 시속 100킬로미터 이상의 출력을 보여줌으로써 충분히 자동차 동력이 될 가능성을 지녔다는 걸 입증한 사례였어요. 바로 거기서 아이템의 소스를 얻었죠. 전공이 환경공학이다 보니 기술 에너지에 대한 지식도 있었고요. 커피찌꺼기는 그냥 버려져요. 업소에서 사용되고 버려지는 커피찌꺼기들은 쓰레기봉투에 담아 처리해야하지만 완벽하지 않잖아요. 땅속에 매립되고 나면 토양오염과 부지 포화라는 문제를 만들 수 있죠. 그 안에서 메탄가스와 온실가스가 배출될 수 있고요. 그렇다고 싱크대로 버려진다면 수질오염을 야기시키겠죠. 환경부하의 원인이 될 수도 있어요. 물속 미생물에게도 독성 물질이 될 수밖에 없죠. 이런 점들을 포인트로 두고 생각했어요.

사업을 함께 진행하는 구성원 소개를 해 주세요.

현재 저를 포함하여 3명이 일을 하고 있어요. 제가 총괄기획과 연구개발을 책임지고 있고요.
또 다른 2명의 구성원들은 각각 제품 디자인 개발과 홍보 마케팅을 나누어 맡고 있어요. 커피탄 개발도 제조업에 속하는 건데, 주변 지인들께서 '좋은 제품은 잘 팔린다'라는 착각을 버리라고 하시더라고요. 그 말에 적극 공감해요. 디자인과 마케팅 역시 제품 개발 시작부터 함께 가는 게 좋을 것 같다는 생각에 디자인과 홍보 분야를 전문적으로 나누어 진행하고 있어요.

구성원들을 모으기까지 힘들지는 않으셨나요?

아이템은 기발하지만 사업 실현 가능성에 대한 설득력을 갖는 것이 가장 힘들었어요. 개발과정의 커피탄을 직접 태워 보여 주는 실험을 하면서 데이터 측면에서도 꿈이 아닌 실제 구현 가능성이 있음을 보여 주려고 노력했죠. 페이퍼 작업은 말할 것도 없고요. 결국 설득하는 데 성공했으니 다행입니다. (웃음)

연구 개발면에서 인력이 더 필요하지는 않으세요? 현재 구성원들로는 힘들 것 같은데요.

물론입니다. 커피탄 개발을 위한 연구개발 전문인력이 더 필요하긴 해요.
현재 함께하고 있는 구성원들은 팀으로서 제가 간과하거나 생각하지 못했던 부분을 깨워 주고 있어요. 이 점 또한 무시할 수 없는 큰 힘이죠. 스타트업에서 가장 중요한 것이 멤버들이잖아요. 서로 공유하는 부분에서 수많은 토론과 커뮤니케이션이 필요할 거예요. 현재는 각자의 직업이 있어서 개개인의 영역 안에서 도움을 주고 있어요.

사업화 과정은 어느 정도까지 진행되었나요?

2013년 3월부터 제품 개발에 대한 고민을 시작했고 11월, 대회에 참여하면서 본격적으로 박차를 가하고 있습니다. 이미 10월에 프로토타입(proto type)의 제품 개발을 완료했어요. 제품은 보통 시제품과 완제품 타입으로 나뉘어요. 완제품이 대량생산이 가능한 제품이라면 프로토타입은 대량생산 전, 그 기능이 가능한가를 보여 주는 기본적인 프로세스 중 하나예요. 시제품은 누군가가 사용할 수 있을 만큼을 보여 주는 것이고요. 현재는 프로토타입의 제품을 발전시키는 과정에 있고, 빠르면 2014년 2월에서 늦으면 8월쯤 시제품 제작이 완료될 예정입니다.





사업을 추진하면서 어려운 점은 어떤 것이 있었을까요?

모든 스타트업에서 중요한 것은 자본금과 인력인 것 같아요. 돈이 있다고 모든 문제를 해결할 수 있는 것도 아니고, 개념과 아이디어가 있다 해도 돈이 없으면 추진하기 어렵죠.
제가 이번 경연대회에 참여했던 목적은, 우선 내가 가진 아이디어가 남에게 인정받을 만한 것인지 판단하고 싶었어요. 또한 같은 관심사를 가진 다른 인력에게 우리 회사를 알릴 수 있을 만한 기회가 될 거라는 생각도 있었고요.
또, 저희 사업이 제조업에 속하다보니 초기 개발비가 많이 필요해요. 재료인 커피찌꺼기야 부담이 적지만, 만들고 테스트하고 개발하는 과정에서 드는 비용이 만만치 않죠.
앞으로 시제품이 나오고 더 발전할 때까지 많은 비용과 인력이 필요할 것 같아요. 그런 점이 어렵지 않을까 합니다.

커피찌꺼기라고 하는 연료의 형태는 어떻게 되는 것인가?

커피탄이라고 명명은 했는데요, 두 가지 형태의 제품이 가능합니다. 하나는 소비될 때 나오는 커피찌꺼기. 하나는 커피가 생산될 때, 즉 커피나무에서 열매까지 가는 동안 발생하는 부산물인 바이오매스(biomass). 이렇게 두 가지 형태가 되겠죠. 커피탄의 재료는 이 두 가지 모두가 될 수 있어요. 제가 먼저 접근하려고 하는 형태는, 아무래도 우리나라가 커피 수입국이기 때문에 원두 커피를 추출하고 난 커피찌꺼기, 그 고형분이 될 수 있겠죠.
우리나라에서 커피탄이 좋은 사업 모델이 될 수 있다면 커피를 소비하는 모든 대도시국가에서도 가능한 사업이라는 것을 증명할 수 있겠죠.

커피찌꺼기를 새로운 연료로 개발한 예가 종종 들려오고 있다. 미국대학의 연구진은 커피찌꺼기의 구성성분을 이용해서 저렴하고 친환경적인 바이오디젤을 만들었으며 영국의 엔지니어들은 커피찌꺼기로 만든 연료를 이용한 자동차로 시속 최고 125km의 기록을 세워 기네스북에 이름을 올렸다. 이로써 커피찌꺼기가 폐기물 이상의 가치를 가지는 녹색 에너지원이 될 수 있다는 가능성이 열린 것이다.

커피찌꺼기를 모으는 과정이 제품개발보다 더 어렵지 않을까 하는 우려가 드는데요.

우리나라도 커피 소비량이 높지만 현재 중국과 일본은 소비량이 더 높아요. 특히 가까운 나라 일본은 우리보다 2~3배 높다고 해요. 유럽에서는 북유럽 지역이 커피 소비량이 높고요. 찌꺼기의 양은 문제가 되지 않을 것 같아요. 문제는 이 소비된 커피찌꺼기를 어떻게 한데 모으느냐겠죠. 대회에서도 많은 멘토들이 걱정하신 부분이고요. 그 방법으로 저는 폐휴지를 모으시는 어르신들을 생각했어요. 이 분들의 노동력을 확보할 수 있다면 충분히 승산이 있다고 봐요. 커피찌꺼기 수거에 인력비용을 지불하고 지역적으로 활동하시는 어르신들에게 일자리 제공을 하는 거죠. 꺼피찌꺼기를 모으는 데 비용을 지불하는 것이 하나의 비용지출로 보일 수 있지만 이는 사회적 가치를 실현할 수 있는 모델로서 완성된다고 말씀드리고 싶어요. 폐지 수거 어르신들께서는 하루 10시간 이상의 노동에 비하여 5천~8천 원 정도의 금액을 받으세요. 굉장히 고된 노동이지요. 운반 수단은 동력 없는 리어카로 움직이시니 더 힘드실 거예요. 이미 전 지역에 있는 폐지 수거 인력을 적절히 활용한다면 하루 4시간의 적은 시간으로 충분한 수익을 보장해 드릴 수 있다고 보거든요. 일거양득이 될 것 같은데요.

아이템의 실현에 도움이 된 여건이나 지인이 있다면요?

옆에서 가장 큰 도움이 되었던 건 아내와 가족들이죠. 아이템 실현 배경은 이전에 몸담았던 직장에서부터였어요. 기후변화와 관련한 NPO 재단에서 일을 했는데요, 전 세계 정상들이 모여 기후변화를 논하는 자리가 있었어요. 덴마크 코펜하겐에서 열린 당사국 총회에 옵저버(observer)로서 참여할 수 있는 기회를 얻었어요. 당시 회의에서 대부분 국가들의 고민거리가 에너지 문제였죠. 그때의 경험이 커피탄 개발에 도움이 됐어요. 우리나라 국민들은 에너지 고갈에 대한 고민이 부족하지 않나 싶어요. 에너지 고갈의 문제는 생각보다 훨씬 심각하고, 또한 인간의 생존에 직결되는 문제인데 말이죠.

커피 없이는 못 살겠다는 사람들이 많다. 커피가 하나의 문화이자 생활로 다가오는 지금, 한국의 커피 시장 규모는 4조 원이 넘는다. 커피 원두 수입량이 늘어날수록 커피찌꺼기도 늘어나고 있다. 한 해 버려지는 커피찌꺼기 양만 27만이라고. 국내의 커피찌꺼기 전량을 수거할 경우 연간 배출, 처리비용 781억 원과 사회적 비용 1385억 원, 연간 920억 원에 달하는 수입 성형탄을 대체할 수 있는 기대효과가 있다.

사업의 향후 발전 방향은 어떤가요?

커피탄 개발은 커피 소비량이 높은 국가와 커피 생산국에 대한 접근으로 시도할 거예요. 이번 주에는 세계에서 커피 생산량이 높은 베트남에 글로벌 네트워크 구축을 하러 출장을 가요. 커피의 공정무역 거래가 고용의 측면에서 접근했다면 커



“향후 발전 방향이요?
삶의 질을 발전시킬 수 있는, 결국에는 사람으로 귀결되는 사업이 제 지향점입니다.”

피탄은 삶의 질을 발전시킬 만한 사업일 거예요. 그러기 위해서 첫째로 커피탄을 잘 만들어야겠죠. 누구를 위해 잘 만드는 것이냐고 물으신다면 그 마지막 목적은 사람으로 귀결되어야 한다고 생각해요. 경제적 매출로 사업을 가늠해 본다면 연매출을 따지게 되겠지만 사회적기업으로서 접근한다면 얼마나 많은 이들에게 혜택을 줄 수 있는가를, 그 혜택의 수치를 정량화시킬 수 있을 만큼의 가치를 발전시킬 생각입니다.

커피팩토리가 소셜벤처로서 어떤 사회적 기여를 할 수 있다고 생각하시나요?

사회적 미션을 말씀드린다면, 이미 말씀드렸다시피 저소득 어르신 일자리 창출을 꼽을 수 있겠죠. 본질적인 사회적 미션, 본연의 가치추구로써는 환경문제와 보건문제 해결입니다.
중국발 스모그로 많은 사람들이 피해를 입었잖아요. 단순히 마스크로만은 해결될 수 없는 문제였죠. 천식과 알레르기, 호흡기나 심장이 안 좋은 분들은 사망까지 갈 수 있을 만큼 심각성이 아주 높은 문제였어요. 사람뿐만 아니라 반도체 생산 같은 산업분야에서도 치명적인 문제였죠. 최근 제 입장에서 반가운 뉴스가 있었는데요. 음식점들을 대상으로 숯불구이에서 나오는 연기에 제재를 가하겠다는 환경부 정책발표가 있었어요. 초미세먼지의 원인 중 하나가 음식점에서 사용되는 성형탄이라고도 하니까요. 그 다음 뉴스에서는 캠핑을 간 가족이 추위를 피하기 위해 성형탄을 피우고 잠들었다가 아버지가 사망했다는 소식을 보도했었습니다. 그만큼 유해성분이 많다는 얘기겠죠. 환경보건, 에너지 문제에 대한 고민을 다시 한 번 해봐야 하지 않을까, 커피탄이 그 해결에 도움이 되지 않을까 생각합니다.

환경·보건문제의 해결뿐만 아니라 일자리 제공까지. 일거양득의 사회적 기여를 추구하는 커피팩토리.

대표님 개인의 목표나 커피팩토리의 목표를 말씀해 주신다면요?

단기적으로는 코어웍을 위한 네트워크를 구축하기인 것 같아요. 이미 커피찌꺼기로 사업을 하는 분들이 계세요. 버섯을 재배한다거나 지렁이를 키워 분변토를 만드는 사업도 있고, 방향제와 방습제를 만들기도 해요. 저는 연료를 만드는 거고요. 이런 사업들이 커피찌꺼기의 재생이라는 공통점으로 네트워크를 형성한다면 좋은 결과를 낼 수 있지 않을까 생각해요. 다른 분들은 아무래도 질적인 측면으로 접근을 하고 계시고 저는 연료라는 점에서 양적인 측면으로 접근을 하죠. 충분히 협업 네트워크가 가능하고 그 안에서 더 많은 부가가치를 창출해 낼 수 있다고 생각합니다.
중장기적으로 본다면, 아직 이름을 지은 건 아닌데 착한기술연구소 같은 형태의 업-사이클링을 공학적, 과학적으로 접근하는 조직을 만들고 싶다는 게 개인적인 목표예요. 커피탄 사업이 첫 단추가 되지 않을까 생각하고 있습니다.



소셜벤처 경연대회에서 기억에 남을 만한 에피소드가 혹시 있으신가요?

이 이야기가 에피소드가 될지는 모르겠지만 가장 먼저 떠오르는 게 1박2일 캠프였어요. 본선 통과자를 대상으로 한 캠프였는데 거기서 에너지 사업에 대한 고민을 하고 있는 룸메이트를 만나게 됐죠. 태양광 사업의 보급화가 그 친구가 고민하는 문제였어요. 사업 영역이 다르긴 하지만 사회적 미션을 어떻게 수립하고 실행하고 접근할 것이냐에 대한 고민을 공유할 수 있었죠. 저에겐 아주 소중한 시간이었어요.

제 사업 아이템에 대해서 주변 지인들이 '참 좋은 아이디어다. 근데 왜 네가 하려고 해?'라고 묻곤 했거든요. 저에겐 그런 질문들이 너무 낯설었어요. 내가 정말 하고 싶어 하는 일에 대해 '왜 네가?'라고 묻는 거니까요. 하지만 캠프에서 만난 룸메이트 친구와는 이 부분에서 서로 공감할 수 있었어요. 새벽 4시까지 밤을 새가며 토론을 하던 그 시간들이 그렇게 즐거울 수 없었어요.

"'좋은 사업이기 때문에' 뛰어들기보다는 자신이 추구하는 가치와 미션을 스스로와 상대방에게 설득할 수 있을 때 시작하세요."

소셜벤처 경연대회에 참가하면서 개선했으면 하는 점이나 좋은 점이 있었다면 말씀해 주시겠어요?

경연대회에서 아쉬운 점만 말씀드리자면요. 전 개인적으로 서비스업과 제조업에 대한 전문적 분류와 그에 따른 접근이 필요하다고 생각합니다. 커피팩토리는 이번 경연대회가 첫 출전이었고, 물론 이 대회를 통해 사회적기업에 대해 잘 알아 갈 수 있었어요.

하지만 인큐베이팅 시간이 지나면 지날수록 참가팀들을 업종별로 나누어 심화시킬 수 있었다면 더 좋지 않았을까 하는 생각이 들었습니다. 어느 단계까지는 공통된 인큐베이팅 시스템이 필요할 수 있겠지만, 어느 단계를 넘어서면 업종별로 다른 고민에 부딪히는 게 사실이니까요.

"사업을 생각한다면 사회적 미션에 대한 구체적인 고민이 내가 하고 싶은 일로 이어져야…."

앞으로 소셜벤처 경연대회에 참가하려는 분들에게 해 주실 말씀은 없으신가요?

사업을 하고자 하는 모든 사람들에게 적용될 사항이겠지만, 자신이 추구하는 가치와 미션이 확실해야 해요. 스스로 내가 하고자 하는 일이 무엇인지 구체적으로 고민해 본 후에, 스스로에게 설명할 수 있고 상대방을 설득할 수 있어야만 가능한 일이 아닐까 싶어요. 깊은 고민과 성찰이 없다면 실제 사업단계에서 마찰이나 부작용이 당연히 일어날 수밖에 없죠.

사회적기업은 특히 보통기업보다 더 많은 에너지가 필요해요. 일반 기업은 경제적 미션만 해결하면 되겠지만 사회적기업은 경제적 미션과 사회적 미션 두 가지를 동시에 해결해야 하니까요. 우리가 살고 있는 사회의 시스템은 대부분이 개량화되고 정량화하기 편하도록 만들어져 있어요. 반대로 사회적 가치는 정량화하기 힘든 게 너무 많죠. 쉬운 말로 하자면 '좋은 게 좋은 것'이라고나 할까요. '좋은 사업이기 때문에 하려고 한다'는 건 너무 애매모호해요. 그 속에 더 깊이 파고 들어가서 내가 이 좋은 사업을 하려고 할 때 내가 예상하는 문제점, 또 예상치 못한 문제에 부딪혔을 때를 생각해야 하죠. 그런 문제들을 어떻게 극복할 것이냐에 대한 깊은 고민이 있어야 할 거예요. 물론 저 스스로에게 해당되는 얘기이기도 합니다. 사회적 미션이 명확하지 않다면 사업 진행이 당연히 어려워지겠죠.

'무엇보다도 좋은 제품'으로 '유해물질을 발생시키는 제품'을 바꿔보겠다는 욕심이 바탕이 되는 커피팩토리의 가능성.

커피팩토리 사업에 대해 실직적인 전망을 해본다면요?

공식적인 통계치는 없지만 개인적으로 산림청이나 환경부 자료로 시장 조사를 했을 때, 우리나라 성형탄 시장은 약 2천 억 정도 되는 것 같아요. 달리 말하면 저에게 2천억의 시장이 열려 있다고 볼 수 있지 않을까요? 미세먼지를 유발하는 음식점들을 대상으로 한 정부의 규제가 특정 산업을 제재하거나 지원하기 위함은 아니겠지만 무엇보다 국민의 삶을 보장하기 위해 시작했다는 것을 고려했을 때, 시장성에 대한 큰 고민은 없어요. '무엇보다도 좋은 제품'으로써 '유해물질을 발생시키는 제품'을 바꿔 보겠다는 욕심이 있으니까요. ◆

독성이 없는 친환경 회사 ‘티트리’

솜씨 좋은 동네 가정주부가
백 명이 넘는 선생님을
탄생시키다



아시아 대회 우승 | 티트리_ 손혜선 대표

세상 무엇보다 강한 게 어머니 아닐까. 아이가 아팠고, 아이를 위해 친환경 제품을 만들기 시작했다.
내 아이를 위해 내딛은 걸음이 사업으로 번졌다. 물론 그녀의 솜씨가 좋았던 탓도 있었겠지만,
솜씨만으로 백여 명의 강사를 길러 내는 일은 만만치 않았을 것이다. 동네 공방에서 법인기업이 될 때까지의 7년이란
시간만으로도 그 내공이 조심스레 짐작이 간다. 걷지 않고 뛰지 않고 깨지지 않고서는 자전거를 탈 수 없듯 온갖 시행착오를 거쳐
먹을 수 있는 모기기피제를 만드는 데까지 왔다. 거절할 줄 모르고 홍보할 줄 몰랐던 탓에 아직은 수익보다 손실이 많지만
그녀의 이야기를 듣고 있자면 왠지 막막하지도 않다. 막막하기는커녕 이 사람의 생각이, 이 사업이,
우리 사회 속에 얼마나 멋지게 번져 나갈까 기대가 커진다.

사업을 시작하게 된 계기가 어떻게 되시나요?

저희 아이가 친환경 제품을 써야 할 만큼 몸이 안 좋았어요. 그래서 먹는 것도 친환경으로 하고, 바르는 것도 친환경 제품으로 직접 만들어 쓰기 시작했는데 그게 주변에 알려지면서 전문 강사까지 활동하게 된 거예요. 그러다 보니 프로그램의 다양화가 필요하게 됐고, 주로 문화센터, 개발활동, 문화체험을 중심으로 하는 형태의 교육서비스를 진행하게 된 거죠. 저 역시 현재 강사로 활동하고 있어요. 오늘도 수업을 하고 왔고요.

티트리는 어떤 회사인가요?

티트리는 허브 이름이에요. 라벤더, 로즈마리처럼. 티트리는 독성이 없는 허브이고, 회사 '티트리' 역시 그 뜻을 가지고 있죠.

저희는 문화강좌 체험을 주로 진행하고, 강좌를 진행할 강사도 양성하고 있어요. 문화강좌를 통해서 만들어진 여러 제품 중에 상품성이 있는 건 제조해서 판매하고 있고요. 크게 교육과 교육의 한 파트인 강사 양성, 제품 판매를 한다고 말씀드릴 수 있겠죠. 물론 친환경 제품을요.

회사는 군포에 있어요. 교육장은 군포를 포함해서 산본, 의왕, 과천, 서울에 대학로, 또 멀게는 충청도에도 있습니다.

티트리는 개발활동 전문강사 양성을 통해 소외계층(탈학교청소년, 장애아동부모, 경력단절여성)에게 새로운 삶의 기회를 제공하여 사회적 자존감 회복과 경제적 자존감 회복을 돕는 예비사회적기업.

"친환경 모기기피제는 먹을 수 있지만 드시면 안 됩니다."



티트리에서는 장애아동 어머니들에게는 강사 양성과정을, 학업중단 청소년들에게 새로운 교육의 기회를, 경력단절 여성에게는 전문 인력으로서의 발판을 마련할 수 있는 강의를 진행하고 있다. 지친 일상에서의 에너지 충전을 제공하는 티트리의 활동은 잠시나마 신나게 웃으며 새로운 삶으로 나아갈 수 있게 하는 '맛있는 강좌'라 할 수 있다.





아무래도 오랫동안 수업을 진행해 왔고 그러다 보니 학교에서도 강사를 소개해 달라는 문의 전화를 많이 받아요. 그럼 알맞은 강사분과 연결해 드리기도 하죠. 교육을 이수하신 분들이 백여 명 되거든요. 이분들은 이미 다양한 분야에서 강사로 활동하고 계세요. 올 봄에는 한 관공서와 연계해 20명의 경력단절 여성들이 개발활동 전문가양성과정을 통해 교육을 받았는데 그 중 70%가 전문 강사로서 중·고등학교 강의를 하고 계십니다.

참, 강사 소개를 통한 이익 창출은 없어요. 보통 교육사업을 통해 이익을 창출하고 있습니다.

직원은 어떻게 되죠?

정직원은 총 두 분이세요. 그때그때 바뀌는 객원 직원분은 세 분 정도 되시고요. 그 외에 강사로 활동하고 계신 분은 수십 분이죠.

사업 아이템을 생각해서 사업화 하는 데까지 걸린 기간을 알고 싶어요.

2003~4년만 해도 동네에서 솜씨 좋은 가정주부로만 있다가 2005년에 공방을 차렸어요. 공방에서 조금씩 교육도 하고 판매도 하기 시작했고, 2012년 법인을 설립해 본격적으로 사업을 진행하게 된 거죠.

사업을 하면서 어려운 점은 없으셨어요? 포기하고 싶었던 적은요?

이런 질문을 받을 때마다 말씀드리는 에피소드가 있어요. 그때, 마음에 정말 많은 상처를 받았었어요. 좋은 의도로 경력단절여성을 위한 무상교육을 한 적이 있었어요. 그런데 교육을 받으시는 분들 중 한 분이 제가 국가나 기업에서 돈을 받고 교육을 하면서 무상으로 교육하는 것처럼 한다며 인터넷에 글을 올리신 거예요. 사실을 밝히려다 보니 결국 법적 소송까지 가게 됐는데, 결국엔 그 분이 사과를 하셨죠. 어쩌면 그 분이 자기에게 관심을 달라는 제스쳐를 보였던 것 같기도 해요. 그 덕에 전 상처를 많이 받았지만요. 좋은 뜻으로 시작한 일이 얼마든지 왜곡될 수 있구나 하는 생각을 하게 됐죠. 하지만 사회적기업가 육성사업을 통해 다시 일어설 수 있었어요.

사업을 하면서 도움이 된 여건이라든가 지인이 있다면요?

실명을 말씀드려도 되나요? (웃음) 무엇보다도 제 가능성을 알아주시고 희망을 불어넣어 주셨던 사회적기업 희망재단 김성래 팀장님이세요. 정말 많이 도와주셨어요. 제가 무슨 부탁을 해도 제 눈높이에 맞춰서 첨삭지도를 해 주시고, 과제를 내주실 때도 관심을 갖고 지도해 주셨던 분이세요. 물론 다른 분들도 많지만 특별히 그 분을 꼽고 싶어요.



또, 교육생 중에는 김장철에 김장김치를 갖다 주는 분도 계세요. 다른 수강생들 몰래 첫 수확한 단감이라며 살짝 건네주는 분도 계시고요. 또, 사회적기업 희망재단의 지원과 응원이 정말 큰 도움이 되었답니다.

아시아 소셜벤처 대회에서 대상을 받으셨어요. 대상수상의 영광을 가져다준 아이템을 소개해 주시죠.

모기기피제입니다. 현지 식물을 이용한 모기기피제인데요. 동남아지역 현지 식물을 이용해서 그 지역 주민들이 제품을 생산하여 관광객에게 판매하기도 하고 직접 사용할 수도 있게 하려고 해요. 물론 국내에는 다양한 기능을 추가하여 판매할 예정이고요. 의약외품인증도 받았어요. 직접 제조가 가능한 지역에 OEM 방식으로 주문하여 제조할 예정입니다.

저희가 개발한 모기기피제는 먹을 수 있는 제품이지만 물론 드시면 안 돼요. 제가 심사위원분들 앞에서 먹는 모습을 보여 드렸더니 그러한 행위가 소비자로 하여금 오해를 불러일으킬 수 있다고 하시더라고요. 제가 강조하고 싶었던 것은 그만큼 친환경 요소로 만든 제품이란 거예요.

친환경 제품으로 어머니의 마음을 전하는 회사, 티트리.

모기기피제는 티트리의 주된 사업과는 조금 거리가 있지 않나요?

저희가 주로 하는 교육서비스 안에 포함된 프로그램이었어요. 여름에는 모기기피제, 겨울에는 립밤 등의 제품을 제작하는 프로그램이었죠. 이 중에서 시장 경쟁력을 가진 제품이 모기기피제였던 거예요. 사실 그동안 교육서비스를 하면서는 사업마인드가 부족했던 것 같아요. 교육서비스를 운영하는 게 우리 회사의 주 사업인데, 거꾸로 조금 인기 있는 개인 강사가 되어 사업을 운영했던 것 같기도 해요. 교육서비스 사업을 지속적으로 잘 운영하고 싶고, 그러기 위해서는 이 사업을 지속시켜 줄 경제력을 가진 제품이 필요하다고 느꼈어요. 그게 '모기기피제'였죠.

"운영비를 제외한 수익금은 소외 계층 여성 자립 지원과 필리핀 말라리아 예방 사업에 사용돼요. 필리핀에서 재배되는 허브 '시트로넬라'*를 공정무역 형태로 티트리가 수입하고, 이를 모기기피제로 만들어 국내외 시장에 수출할 계획이에요."

티트리의 매출을 여쭤 봐도 될까요?

현재는 손실이 많아요. 교육프로그램은 일반인 대상으로도 하지만 취약계층에도 해야 하거든요. 일반인이 열 명이면 취약계층에는 두세 명 정도예요. 취약계층에서 계속 강의를 해달라고 하시면 거절을 못하죠. 또, 사업운영을 위해 제품을 개발해 생산했는데 재고가 많이 쌓이기도 하고. 그렇게 발생하는 손실이 많죠.

제품 홍보가 중요할 것 같아요.

처음에는 제품을 생산해 놓으면 소비자들이 알아서 사갈 줄 알았어요. 그런데 그게 아니더라고요. 홍보를 많이 해서 제품이미지를 살려야 판매가 이뤄진다는 걸 알았죠. 그런데 아까 말씀드렸던 에피소드로 인터넷에 악성 댓글이 올라오고 직접 전화, 메시지로 욕을 먹는 일을 겪고 나니, 대인기피증 성향이 조금 생긴 거예요. 홍보가 어려웠죠. 하지만 지금은 괜찮아졌어요. 계속 응원해 주시

*시트로넬라(citronella)
시트로넬라는 열대지방에서 자라는 식물로, 곤충이 싫어하는 향을 지니고 있어 주로 피부에 발라 모기 등 해충의 공격을 막는 데 사용되며 이 외에 방부제, 살균제, 방취제 등으로 사용된다.
〈참고: 시사상식사전〉





마음의 상처를 딛고 일어난 경험으로 티트리의 제품은 안심하고 사용할 수 있다는 믿음을 심어주고자 끊임없이 전진한다.

는 분들 덕분에 지금은 열심히 홍보에 주력하고 있습니다. 블로그, SNS 활동을 하면서요.

사업 전망은 어때요?

현재는 손실이 있지만, 저희가 생산하는 제품에 대해서 좋은 평가를 해 주시는 분들이 많고요. 홍보에도 많은 힘을 기울이고 있기 때문에 내년에는 많이 성장할 것으로 예상하고 있습니다.

앞으로의 목표를 말씀해 주시죠.

이번 수상을 계기로 저희가 생산하는 제품에 대해 많은 관심을 보여 주셔서 무척 감사했어요. 꿈이 있다면, 한국에 진출한 'RUSH'*처럼 티트리 역시 한국의 친환경 핸드메이드 제품으로써 영국 런던에 매장을 열고 싶어요. 또 모든 소비자에게 티트리 제품이라면 안심하고 사용할 수 있다는 확실한 믿음을 심어 주고 싶고요.

또한 저희가 제품을 생산하여 판매하는 목적은 지속적으로 교육 사업을 수행하는 데 있다는 걸 소비자들 역시 누구나 알게 됐으면 좋겠어요. 저희 제품을 사용하시면서 당신들의 제품 사용이 교육 사업에 도움을 주고 있다는 것에 자부심을 갖도록 말이죠.

경연대회를 마친 소감 한마디 해 주세요.

세상 모든 사람이 누군가의 스승이 될 수 있겠구나 라는 생각을 정말 많이 했어요. 저는 생각지도 못한 일들에 대해 많이 생각해 내는 모습들을 보면서 배울 점도 많았고 겸손해야겠구나 느꼈죠. 저 나이에, 저 환경에, 어떻게 이런 생각을 할 수 있지? 하고 많이 놀랐거든요.

기간이 길어서 어려운 점이 있었어요. 아무래도 사업을 계속 운영하면서 경연대회에 참여해야 했으니까요.



"세상 모든 사람은 누군가의 스승이 될 수 있습니다. 사람들에게 많은 것을 배워가면서 겸손해야겠다고 깨달았죠."

*RUSH
1995년 영국에서 탄생한 핸드메이드 화장품 브랜드로 과일, 채소, 에센셜 오일 등 신선한 자연 성분을 주원료로 하는, 화려한 색채와 강렬한 향기를 특징으로 하는 화장품을 출시했다. 신선한, 신록 등의 의미를 지닌 LUSH는 설립초기부터 환경 보호, 동물 실험 반대, 과대 포장 반대 등 사회적 문제 해결에 적극적으로 동참하고 있다.
〈참고: 세계 브랜드 백과사전〉



앞으로 경연대회에 참가하고자 하는 후배들에게 하고 싶은 말이 있다면요?

요즘에는 정보가 넘쳐 나잖아요. 스스로의 경험 없이 쉽게 얻은 정보를 자신이 습득하고 있는 것처럼 착각하는 분들이 많은 것 같아요. 자전거는 직접 타보고 무릎도 깨져 보면서 배워야 하는데, 인터넷에서 자전거 타는 법을 알아내 자신이 직접 탈 수 있는 것처럼 착각하는 거죠. 그런 사람들이 실제로 자전거를 탔을 때 넘어지면 '난 자전거를 탈 줄 아는데 왜 넘어지지?'라고 해요. 걷지 않고 뛰지 않고 깨지지 않고 경험해 보지 않고 자전거를 배우려는 사람들을 보는 것 마냥 답답할 때가 있어요. 넘어지면서 자전거를 배우라고 얘기하고 싶지만 저 역시 잘 모르는 부분이 많으니까요.

경연대회에 참가해 지금까지 오면서 내가 아는 게 전부가 아니구나, 직접 경험해 보지 않고는 모르는 거구나 라는 생각을 많이 하게 됐거든요.

마지막으로 한마디 해 주시죠.

큰 상 주셔서 부끄럽고, 감사합니다. ◆

2013
소셜벤처
사례집

Chapter

4

두 발로 우뚝 선
그대의 발자국

Social Venture

역대 소셜벤처 소개

공부의 신_ 강성태 대표

오르그닷_ 김방호 대표

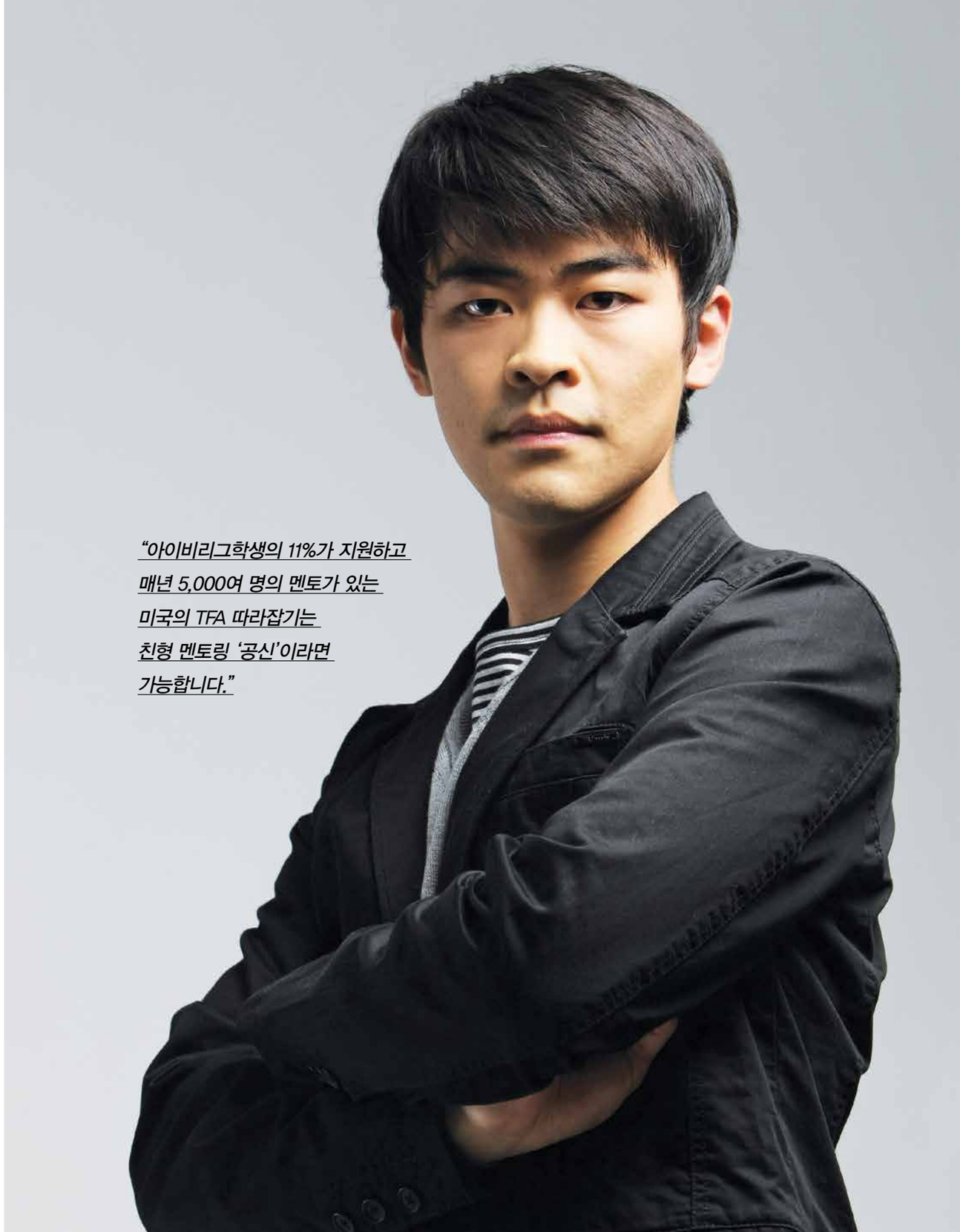
시지온_ 김미균 대표

딜라이트_ 김정현 대표

멘토링하는 소셜벤처

역대 소셜벤처 | 공부의 신_ 강성태 대표

대학생 교육봉사 동아리에서 서울시 우수사회적기업을 만들어 낸 공부의 신 강성태 대표.
자신의 필요에 의해 사교육을 선택하는 것이 아닌 사교육에게 선택당하는 학생들에게, 그리고 향후에는
대학생과 사회인 모두에게까지 멘토링을 경험시켜 주는 것. 이것이 그의 꿈이다. 회원 수가 이미 30만 명을 넘은
공신닷컴을 만들어낸 그의 모습을 보면, 어떤 꿈이라도 실현되지 않는 게 더 어려울 것만 같다.



"아이비리그학생의 11%가 지원하고
매년 5,000여 명의 멘토가 있는
미국의 TFA 따라잡기는
친형 멘토링 '공신'이라면
가능합니다."

공부의 신은 어떤 사업을 하는 회사인가요?

한마디로 멘토링입니다. 멘토링하는 소셜벤처예요. 대학시절 교육봉사 동아리를 만들었어요. 아이들이 공부를 신나게 하길 바란다는 뜻의 '공부를 신나게'를 줄여 공신이란 동아리를 만든 거죠. 저희들 활동이 예능프로로 제작되기도 하고 드라마 공부법 대본을 쓰면서 공부의 신으로 더 알려졌어요.

첫 시작은 저소득층 학생 대상만을 하였지만 지금은 일반 학생들에게도 공신닷컴 사이트, 캠프나 방과 후 교실 등의 멘토링 사업을 하고 있어요.





사업 아이템을 생각하게 된 동기는요 ?

공신은 기업이 아니라 교육봉사 동아리로 시작했어요. 쉽게 야학 같은 것을 떠올리셔도 됩니다. 아이들을 멘토링하면서 삶이 변화되는 수준의 긍정적인 변화를 많이 경험하게 되었어요. 이런 멘토링을 대한민국 모든 학생들에게 해 주고 싶었죠. 그래서 '빈부와 지역에 상관없이 모든 학생들에게 공신 멘토 한 명씩을 만들어 주겠다'는 비전을 이루기 위해 소셜벤처에 도전하게 된 것이 지금의 서울시 우수사회적기업까지 만들어 준 거죠.

아이템을 생각하여 사업화하는 데까지 걸린 기간은 얼마나 되었나요?

사업을 하려고 시작했던 건 아니었어요. 동아리에서 시작하게 됐을 뿐이죠.

동아리는 주체가 없어 일선학교에 방과 후 교실을 운영한다거나 강연회를 진행할 때 제약이 많이 있어요. 동아리의 한계를 느끼다가 공신의 향후 모습을 함께 고민하게 되었고 여러 모습 중에 사회적기업이 공신에게 가장 적합한 형태라는 결론을 내렸습니다. 우연히도 제 자취방 건너에 서울대 사회적기업 연구동아리 위시 창립멤버인 허재형이라는 친구가 살고 있었어요. 이 친구를 통해 사회적기업에 대한 정보들을 접할 수 있었죠.

공신이 사회적기업으로 도전하게 된 데는 TFA라는 미국의 사회적기업 이야기를 빼놓을 수 없어요. 아이비리그 학생의 11%가 지원하는 사회적기업이죠. 매년 5천여 명을 뽑습니다. 한마디로 매년 5천 명의 공신멤버들이 방과 후 교실을 운영한다고 보면 되는 거예요. 미국의 교육뿐 아니라 사회를 바꿔 놓은 기업이에요. 공신이라면 이 일을 할 수 있다고 생각했어요.

공부의 신은 사회적기업으로서 어떠한 활동을 하고 있나요?

오프라인에서는 직접 학생들을 만나서 멘토링합니다. 동아리 시절부터 했던 저소득층 학생들을 위한 친형 멘토링을 계속 이어 나가고 있어요. 고려대학교와 인천대학교 자회사 그리고 SK텔레콤 T스마트러닝에 멘토링 컨텐츠를 공급하기도 해요. 보통은 청소년 자활센터, 지역아동 복지센터의 학생들을 지도하고요. 교육청이나 일선 학교에서 "학습법 습관화" 방과 후 프로그램을 운영하기도 합니다. 시골 지역에도 내려가는데요. 경기도청과 협약을 맺어서 시골 지역 마을 회관에 지내면서 학생들을 가르치고 농촌 봉사도 하는 활동도 하고 있습니다. 일종의 봉사+엠티죠.

온라인은 공신닷컴 사이트와 어플리케이션을 운영하고 있어요. 공신닷컴의 강의와 칼럼 글을 통해 자기 주도 학습법을 전파하고 있습니다. 현재 청소년 권장 사이트로 등재되어 있구요. 오프라인 상의 멘토링을 더 많은 학생들에게 제공해 주기 위해 만든 사이트예요. 멘토링 강의, 자기주도 학습 진단지, 상담 등을 받을 수 있어요.

멘토링 강의의 경우 대학생 멘토들을 대학별, 전공별로 찾아 도움을 받아 볼 수 있죠. 30만 명 정도 되는 회원 중에 멘토링 기능으로 연결된 멘토-멘티가 만 명이 넘는데 앞으로 더 발전시켜 나갈 거예요.

어플리케이션은 마켓에서 공신이라고 검색하면 무료로 다운받을 수 있어요. '손안의 공신멘토'라는 컨셉이죠. 시간, 공간 상의 제약 때문에 멘토링이란게 쉽지 않아요. 이제 대부분의 학생들이 스마트폰을 사용하기에 언제 어디서나 이것을 이용해 쉽게 멘토를 찾고 멘토링을 받을 수 있게 하려고 해요. 현재 앱 이용자가 15만 명 정도가 되는데 더 발전시켜 대한민국 학생들의 필수앱이 되도록 할 생각이에요. 거기에서 얻은 수익으로 저소득층을 위한 1:1 멘토링을 계속 할 겁니다.

빈부와 지역에 상관없이 모든 학생들에게 공신 멘토 한 명씩을 만들어 주는 것을 목표로 하는 공부의 신은 무한한 가능성과 꿈을 이루는 구체적인 방법을 알려 주는 역할을 한다. 공부의 신에서는 멘토링을 받는 멘티와 멘토가 함께 꿈을 꾸는 주체가 된다. 이들은 기숙사 방 한편에서 후배들의 '친형'이 되어주겠다던 처음의 마음으로 진심을 전한다.





동생에게는 자신이 겪은 시행착오를 안겨주기 싫어 시작한, 선생님보단 형으로서 다가가는 친형 멘토링.

*멘토
오디세우스가 트로이전쟁에 참가하면서 아들 텔레마코스를 친구인 멘토르에게 부탁하는데 여기에서 유래된 용어가 바로 '멘토(mentor)'로, 현명하고 성실한 조언자 또는 스승의 뜻을 지닌다. 이것이 요즘에 와서 '멘토링'으로 발전되었고, 이는 업무에 대한 전문지식과 경험을 가진 사람(멘토)이 조직 구성원(멘티)을 일대일로 맡아 지도하고 조언해 실력과 잠재력을 높이는 활동을 말한다.
〈출처: 경제용어사전〉

이런 사회적기업 아이템을 구상하게 된 계기가 있나요?

동아리 시절부터 하던 교육봉사 활동이 큰 계기가 되었죠. 저는 어릴 때 의지도 약하고 공부도 못했어요. 공부를 해도 성적이 안 올랐죠. 학창시절 많이 헤매고 좌절했는데 물어볼 사람도 없고 멘토*도 없었죠. 집안에 대학 나온 사람이 없었어요. 형이 있으면 좋겠다는 생각을 항상 했었죠. 제 동생에게는 저 같은 시행착오를 안겨 주기 싫었어요. 그래서 제가 했던 노하우들을 한 노트에 적기 시작했습니다. 공부법, 문제 접근하는 법, 마음가짐부터 도움 될 만한 것들을 전부 적었죠. 그런데 동생을 도와주려고 만든 이 노트가 제 공부에 큰 도움이 되더라고요. 제 상태와 공부법을 계속해서 점검해 나갈 수 있었고 효율적인 방법들을 알아가기 시작했거든요. 이런 점들이 공신닷컴을 만드는 데 큰 도움이 되었고요.

같은 업종 타 업체와 견주어 공부의 신이 우수하다는 점은 무엇인가요?

저희는 선생님이 아니고 친형 멘토링을 추구해요. 형이나 언니 오빠 입장에서 진심으로 도와주죠. 특히 공부에 있어선 불과 얼마 전까지 같은 수험생이었기에 그들의 마음을 잘 이해하고 최신 정보와 공부법을 잘 알고 있어요. 이것을 바탕으로 강의도 만들고 여러 컨텐츠를 만들어 운영하고 있습니다.

사업을 추진하면서 어려운 점은 어떤 게 있나요? 포기하고 싶었던 적은 없었어요?

아무래도 학생 때 아무 경험도 없이 창업하다 보니 힘들었던 것 같아요. 사교육 업체들에서 공신 이름으로 사업을 벌이는 바람에 소송을 하게 된 적이 있는데 그때가 많이 힘들었던 것 같아요. '공신'이라는 상표를 저희가 갖고 있지만, 너무나도 많은 사교육업체가 '공신'을 사용해 학생들에게 돈을 벌고 있었어요. 강의 사이트를 개설하거나 공신이란 이름의 문제집을 시리즈로 출간하기도 했고요. 지금까지 여러 곳에 자문과 컨설팅을 받았는데, 결국 소송까지 하게 된 거죠.

일반 기업이 아닌 사회적기업으로서 사업을 하는데 장점이나 단점이 있다면요?

특별히 사회적기업이니까 사업이 잘되거나 하는 건 없어요. 오히려 저희는 마이너스 요인이었어요. 사회적기업이면 가난한 아이들이 보는 컨텐츠라 생각하기도 하고 가치가 떨어진다는 인식이 있더라구요. 돈을 왜 받냐는 식으로 묻는 분도 계셨어요.
또, 사회적기업은 역량이 굉장히 분산돼요. 사회적 가치를 만드는 것과 경제적 가치를 만드는 것 둘 다 하려니 죽어나죠. 그냥 벤처로 생존하는 것도 1% 이하의 생존률로 힘든 것인데 좋은 일까지 하면서 하려니 정말 힘든 것이죠. 사회적 가치와 경제적 가치의 충돌 그러니까 이윤추구와 소셜미션 사이에 갈등이 생기는 경우가 많거든요. 소셜미션을 위한 활동이 이윤추구와 배치되는 문제가 발생하

면 의사결정부터 모든 부분이 늦어지고 갈팡질팡했어요.
그리고 구성원들이 사회적기업에 대해 충분히 알고 있지 못하면 거부감이 들 수 있어요. 충분히 소통을 해야 해요. 그런 면에서 저는 좀 많이 부족했던 것 같아요. 아직까지도 대학생들의 사회적기업에 대한 이해가 많이 부족하죠. 당장 닥친 일에 파묻혀서 가장 중요한 소통을 게을리했어요. 지금도 많이 부족한 점이에요. 소통이 중요한 것, 이건 모든 조직이 마찬가지란 생각이 들어요.

사업을 실현하거나 운영하는 데 도움이 된 기관이나 지인이 있나요?

함께 일하는 재단에 입주했었어요. 인큐베이팅 센터였는데 초기에 공간 제공을 받을 수 있어 큰 도움이 됐죠.

공부의 신의 사업 규모를 알고 싶어요. 구성원의 수라든지요.

현재 10명의 정규직원이 있고 멘토는 1,000명이 넘어요. 인도네시아에 멘토가 500여 명 되고요. 저희는 대학생의 열정으로 교육 문제를 개선해 보자는 뜻으로 시작했어요. 교육 문제라면 두 가지가 있는데요. 교육 불평등과 사교육 과열이죠. 저희는 공신닷컴을 통해 자기주도 학습법을 전파하고 있어요.
대학생 공신멤버들이 멘토링뿐만 아니라 자신의 공부법과 조언들을 동영상과 칼럼 컨텐츠로 만들어 공신닷컴 사이트에 올립니다. 2010년 8월까지는 무료로 이런 컨텐츠를 모두 볼 수 있었는데 사이트를 전면 개편하면서 동영상 강의는 유료화됐어요. 하지만 저소득층 학생들은 여전히 사이트를 통해 무료로 볼 수 있어요. 동영상 강의로 발생된 수익으로 사이트를 운영하고 수익의 일부는 강의를 한 대학생들에게 지급해요. 또, 그 수익으로 저소득층 대상 1:1 멘토링 사업이 가능한 거죠.

그동안의 매출 추이와 현재 매출 상황은 어떤가요?

올해까지는 계속 성장했어요. 다만 저희가 비용이 많이 들어요. 멘토링이다보니 많아야 멘토가 멘티와 1:5 이하로 매칭되죠. 수익이 적은 편인데 이것을 개선하는 게 큰 숙제이긴 해요. 앞에서 말씀드린 것처럼 앞으로 온라인과 모바일을 통해서 사업을 최대한 확장해 보려 해요.
현재는 사이트 배너광고에서 얻는 수익이 제일 커요. 강연회를 해서 강연료 수입이 좀 있고요. 공신닷컴 동영상 강의가 유료화되면서 강의 수익이 좀 생겼습니다.

공부의 신은 어떠한 목표를 가지고 있나요? 또 개인적인 목표는요?

저희 비전은 '빈부와 지역에 상관없이 대한민국 모든 학생들에게 멘토 한 명씩을 만들어 준다'예요. 제 꿈이죠. 회사의 비전이자 소셜미션이고요.





자신의 꿈에 대한 진지한 고민은 수단과 방식을 떠나 진정으로 자신의 마음과 만나는 것.

공신을 세계적인 소셜벤처로 만들 거예요. 오십만 명의 저소득층 학생들에게 최고의 동기부여, 학습 컨텐츠를 무료로 제공해서 이들의 인생을 바꿔 주고 싶습니다. 대학생들의 열정을 모아 교육문제를 해결할 거예요.
저희는 학생 입장에서 후배들에게 도움이 될 수 있는 것들을 만들어 내어 활동을 하고, 멘티였던 학생들이 공신이 되어 또 다른 후배들을 위해 노력하겠죠. 공신에 참여하는 학생이 많아질수록 또, 소셜벤처 이름으로 학부모, 학교, 선생님, 학생 등등의 힘을 모을 수만 있다면 우리나라 교육 문제가 많이 개선될 수 있을 거라 믿어요. 많은 학생들이 굉장히 잘못된 방법으로 학원에만 길들여져 공부하고 있잖아요. 엄밀히 말하면 공부라고 하기 힘든 경우가 많죠. 대한민국 모든 학생들이 공신을 통해 제대로 된, 살아 있는 공부법을 배워 갔으면 좋겠어요. 저희는 이 수익으로 소외된 학생들을 위한 멘토링 사업을 전국으로 확대하고 싶어요. 또, 향후엔 중고생뿐 아니라 대학생, 사회인까지도 멘토를 만들어 주고 멘토링을 할 수 있도록 만들고 싶습니다.

소셜벤처 경연대회에 참가하고자 하는 청년들에게 하고 싶은 말이 있다면요?

소셜벤처에 관심이 있다면 소셜벤처 경연대회만큼 좋은 기회는 없는 것 같아요. 저희도 대회를 통해서 많이 배웠고 수상을 통해 '아, 이 사업이 가능하겠구나. 좀 더 잘해 봐야겠다'라는 생각을 갖게 됐거든요. 설령 수상하지 않더라도 많은 네트워크와 정보를 얻을 수 있으니 꼭 참가하셨으면 좋겠어요.
한 가지 중요한 건 뜻이 있어야 할 것 같아요. 공신에게 있어 사회적기업은 수단일 뿐이에요. '모든 학생들에게 공신 멘토 한 명씩을 만들어 준다' 이 꿈을 위해 가장 적합한 형태가 사회적기업이었던 거죠. 어떤 뜻을 가지고 살지 정하고 그것을 실현시키기 위해 어떻게 해야 할 지 고민해 보면 좋을 것 같아요. 청년실업이 많은 이유는 자기가 뭘 하고 싶은지에 대한 고민이 부족해서 그렇지 않을까요? 확고한 목표나 꿈이 있다면 취업이든 창업이든 어떤 방식으로든지 이룰 수 있을 것 같아요. 정말 소중한 꿈이 있다면, 그래서 일에 대한 사랑이 있다면 그게 대기업이 아니더라도 차근 차근 성장시켜 나갈 수 있겠죠. 제가 학생들을 만나 봐도 공부하는 시간은 많지만 이런 고민에 대한 시간은 거의 없거든요.
그리고 소셜벤처 혹은 사회적기업을 떠올릴 때, 아직 적은 임금으로 희생을 해야 하는 직업으로 생각하시는 분이 많아요. 저희만 해도 함께 일할 분을 찾기가 쉽지 않거든요. 젊은이들이 하는 사회적기업 중에 크게 성공하는 기업이 나온다면 인식이 바뀌지 않을까요? ◆

우리는 사회와 자연의 유기적(有機的) 일부

역대 소셜벤처 | 오르그닷_ 김방호 대표

Fashion_Re:nature(패션_리:네이쳐)라는 수식어가 어울리는 착한 기업, 오르그닷 김방호 대표를 만나 보았다.
그의 꿈은 욕심 없지만 원대하다. 그렇지만 겸손하다. 전 세계적으로 지금 환경보호 문제가 화두로 떠오르고 있다
소셜벤처 오르그닷은 '다시 쓰는 가치'와 거대자본 안에서 노동자와 환경을 배려한
'기업의 가치' 실현을 위한 합리적 접근으로 그림을 그려 나가고 있다.



아이템을 생각하게 된 동기는요 ?

어떻게 대답하죠? 수많은 인터뷰를 해 봤지만, 가장 어려운 질문인 것 같네요. 보통 사람들이 사업을 시작하게 된 동기는 대부분 개인의 업무경험 같은 지극히 개인적인 부분이잖아요. 저는 전혀 그렇지 않아서요.
간단히 말씀드리면, 2007년 회사를 그만두면서 고민을 했어요. 보통의 일반 영리기업에서 어떤 큰 의미를 찾기란 힘들잖아요. 시민운동 단체 같은 경우는 다를 수도 있겠지만, 현실적으로 삶의 지속성에 대한 문제가 있지요. 좋은 기업이 되려면 산업생태계에 긍정적인 영향을 미쳐야 하지 않을까하는 생각을 했어요. 환경도 마찬가지고요. 이러한 다양한 생각과 문제 앞에서 찾은 대안이 사회적 기업이었어요.

패션 피플 지역인 압구정 로데오거리에서 오픈하셨죠? 힘든 점이 많았을 것 같은데요?

월세가 비싸고, 손실도 있었어요. 물가가 비싼 지역이지만 그만큼 소비력이 많은 이들이 모이는 지역이기도 해서 시작했는데 지금은 모두 정리한 상태예요. 소비력이 강한 지역에, 오가닉 코튼 같은 친환경 소재라 해서 판매로 이어지는 건 아니에요. 오가닉 코튼과 같은 소재는 환경에 나쁜 영향을 덜 끼친다는 것이지 건강에 좋다고 할 수 있는 건 아니니까요. '친환경 제품이니 구매하세요'라고 하는 것은 '당신은 좋은 사람이니 사세요'라고 하는 것과 같은 것 아닐까요?

지속가능한 패션을 꿈꾸는 6명의 청년들이 모여 창업한 오르그닷은 소비와 향락의 대명사였던 압구정 로데오거리에서 윤리적 패션과 윤리적 라이프스타일을 확산하기 위한 실험으로 시작했다. 전문적인 역량을 통한 좋은 제품과 사회적 책임, 포기하지 않는 도전과 혁신으로 뭉친 오르그닷은 지구와 사람을 행복하게 하는 패션을 꿈꾼다.

오르그닷 사명의 의미는 뭔가요?

오르그닷의 조직원들 대부분이 일명 '.com'(닷컴) 출신 기업인들이에요. 이





오르그닷은 '과연 우리는 잘 입고 있습니까?'라는 질문을 끊임없이 던진다. 윤리적 패션을 지향하는 그린마케팅으로 현재 꾸준한 매출 상승을 보이고 있다.

*B2B(business to business)
인터넷을 기반으로 하는 전자상거래 유형 가운데 하나로, '기업 간 거래' 또는 '기업 간 전자상거래'라고도 한다. 기업들이 온라인상에서 상품을 직거래하여 비용을 절감하고, 시간도 절약할 수 있다는 장점이 있다.
〈참고: 두산백과〉

'.com'(닷컴)에서 포인트를 착안하기도 했어요. 하지만 더 깊은 의미도 가지고 있어요. 세계적 기업 이베이의 창업자 피에르 오미디아르가 설립한 재파운데이션의 그것과 비슷한 맥락으로 보셔도 좋을 것 같아요. 사회는 유기적 연계를 통해 이루어 가고 있어요. 우리 또한 그 사회 안에서 유기적 요소로 존재하고요. 다시 말해, 사회와 자연의 유기적인 일부로써 긍정적인 영향을 미치는 회사가 되자는 의미를 갖고 만들었어요. 유기적이라는 단어는 우리가 식품에서 주로 말하는 '유기농법'과 같은 의미도 있지만 더 넓게 보면 관계를 표현하는 '유기적(有機的)'이란 뜻에 더 가까워요.

아이템을 진행을 함께한 구성원 소개를 해 주시겠어요?

2009년 대학친구들과 함께 뜻을 모아 시작했는데, 이들 중 현재 4명이 남았어요. 오르그닷의 직원은 총 12명입니다. 대부분 영리기업 출신들이에요. 구성원은 생산관리팀과 기획·마케팅팀 두 부류로 나눠 볼 수 있어요. 생산관리팀의 경우는 아무래도 제품군을 생산하는 파트다보니 이미 패션업계에서 10년 이상 종사했던 베테랑들로 구성되어 있어요. 반대로 기획·마케팅팀은 전혀 다른 분야에서 활동하던 인재들이 모여 새로운 사고방식으로 접근하고 있고요.

아이템을 생각하고, 그 생각을 사업화하는 데까지는 기간이 얼마나 걸렸나요?

처음 아이템을 구상하고 창업하기까지는 그리 긴 시간이 걸리지 않았어요. 첫 시작은 B2B*사업이었고요. 본격적으로 가동된 것은 올 2013년에 들어서면서부터였어요.



사업을 하면서 어려운 점은 없었나요? 포기하고 싶었던 적은요?

늘 어렵고 매번 포기할까하고 생각하죠. 농담입니다. (웃음) 사실 사업이라는 것이 이윤 동기만으로는 움직이기 힘들잖아요. 끊임없이 매순간 동기부여가 있어야하는데, 변화라는 녀석은 그리 만만한 녀석이 아니죠. 바로바로 보이는 게 아니기 때문에 참 어려운 일이에요.

플랫폼 사업의 경우 비즈니스 모델로 보일 때는 굉장히 이상적이지만 현실 안에서 보면 매 순간순간, 단계마다 난관에 부딪혔어요. 사업을 구상하면서 디자이너나 봉제공장의 전문 인력들을 만나면 그 현장에서 나름마다 고충이 있어요. 다양한 문제점들의 대안방법을 고안해 나가며 남들이 가지 않은 길을 차분히 검증하며 헤쳐 나가고 있을 뿐이죠.

플랫폼 사업에 대한 이야기를 더 해볼까요?

플랫폼 사업이 아직 안착되었다고 보기는 어려워요. 대외적으로는 친환경 소재를 생산하는 것이 오르그닷의 미션이겠지만 플랫폼 사업의 미션은 국내 봉제공장의 일자리 안정화예요. 사실 일자리 활성화는 장담할 수 없는 부분이지만, 좋은 일자리를 확보해서 안정적인 일자리를 제공하는 것은 가능하겠죠. 끊임없이 봉제사업에 대한 고민을 하지만 명확한 솔루션을 제공할 수는 없는 것 같아요. 충분한 대우를 받아야 하는 장인들이 폭력적인 대우를 받는 것은 아닌가 하는 생각이 들어요. 피상적인 생각들을 현실에서 만나니 점점 더 어려워지는 것 같고요. 예를 들어 이탈리아하면 가죽 장인들이 유명하잖아요? 이탈이아 장인들과 국내 장인들은 처우가 매우 달라요. 어찌 보면 국내는 이탈리아와 같은 명확한 브랜드가 없어서일지도 모르겠어요. 이탈리아하면 '가죽'이잖아요. 국내에서는 이러한 포지션의 믿을만한 공장과 신뢰할 수 있는 인력 창출에 대한 고민이 있죠.

다시 플랫폼 사업으로 돌아와 이야기하면, 플랫폼 사업은 온라인을 통해 국내의 봉제공장 DB를 보여 주고 있어요. 봉제공장 내부의 사진들과 샘플 시안, 작업 공정 등을 영상으로 보여 주는 등 제품 생산 과정을 온전하게 보여 주고 있다는 강점이 있어요. 출판 인쇄 분야는 이미 이러한 플랫폼이 한 곳 정도 있다는 이야기를 들었는데, 사실 패션 분야에서는 아직 전무한 상태라 오르그닷이 첫 시작이라 할 수 있겠네요. 아직은 계속해서 DB구축단계의 과정이라 초보적 단계일 수 있지만 계속해서 보완해 나가고 있어요. 이미 이 플랫폼을 통해 거래가 발생하고 있기도 해요. 디자인과 생산의 타겟은 주로 일본과 미국, EU 국가들이고, 특히 일본과는 현재 활발한 거래가 이루어지고 있어요. 내년에는 독일에서 열리는 패션 브랜드 전시 행사인 BBB(Bread & Butter Berlin)에 진출할 예정이에요. BBB는 독일 캐주얼 시장의 큰손들이 모이는 일종의 박람회인데요, 국내 시장에서의 반응은 검증되었지만 국내만으로는 부족하다는 생각이 들어요. 부족하지만 해외시장의 반응 또한 필요할 것 같아 내년 BBB 박람회 진출에 박차를 가해야 할 것 같아요.

패션플랫폼 Designers & Makers
오르그닷의 패션 플랫폼은 열정적인 패션 브랜드와 국내의 우수한 봉제 생산 기반을 연결하는 것을 사명으로 한다. 패션 플랫폼은 디자이너와 브랜드의 제품 생산의 효율과 신뢰를, 봉제공장에는 안정적인 일감과 생산자 브랜딩 가치를 창출한다. 국내외 디자이너와 봉재공장이 온라인에서 의사소통하고 생산을 관리하는 협력과 혁신의 장으로 건강한 패션 생태계를 만들어 가는 것이 목적이다.



"오르그닷은 대안적인 기업 활동을 통해 환경적 가치, 사회적 가치, 재무적 가치를 동시에 추구합니다."

아프리카 난민 여성 작가를 위한 힐링 치료를 계기로 그들에게서 나온 유니크한 매력이 있는 그림이 티셔츠 프린트를 거쳐 다시 그들에게 기부된다.





"전 세계 살충제 생산량의 1/4가 면화 생산에 사용되요. '면'에 대한 취향을 단번에 바꾸려 들기보다는 대나무와 페트병으로 재탄생한 옷의 장점을 부각하려고 노력합니다."

윤리적 협업 프로젝트 – 아프리카 난민 여성 작가들을 지원하는 친환경 티셔츠 사업이란 어떤 건가요? 설명해 주신다면?

국내에 거주하고 있는 아프리카 출신의 난민들을 위한 프로젝트였어요. 대부분 콩고 출신으로, 난민을 자처하거나, 난민권을 따기 위해 흘러흘러 한국까지 오게 된 여성들이에요. 난민이라고는 하지만 우리나라까지 온 그들은 대부분 고등교육 이상의 지식인들이죠. 이곳까지 오면서 얼마나 많은 정신적, 육신적 고통이 따랐을까요. 그러한 이들을 위한 힐링 치료들 중 하나로 저희 오르그닷이 함께한 프로젝트였어요. 그녀들의 나라가 가지고 있는 전통과 문화 유산 등을 이용하여 이미지를 티셔츠에 얹혀 판매하고, 판매 수익금을 다시 기부하는 순환 사이클을 통해 나름 성공적인 결과를 거둘 수 있었어요. 당시 그들의 예술이 굉장히 유니크한 것들이었고, 매력적으로 다가왔었거든요.

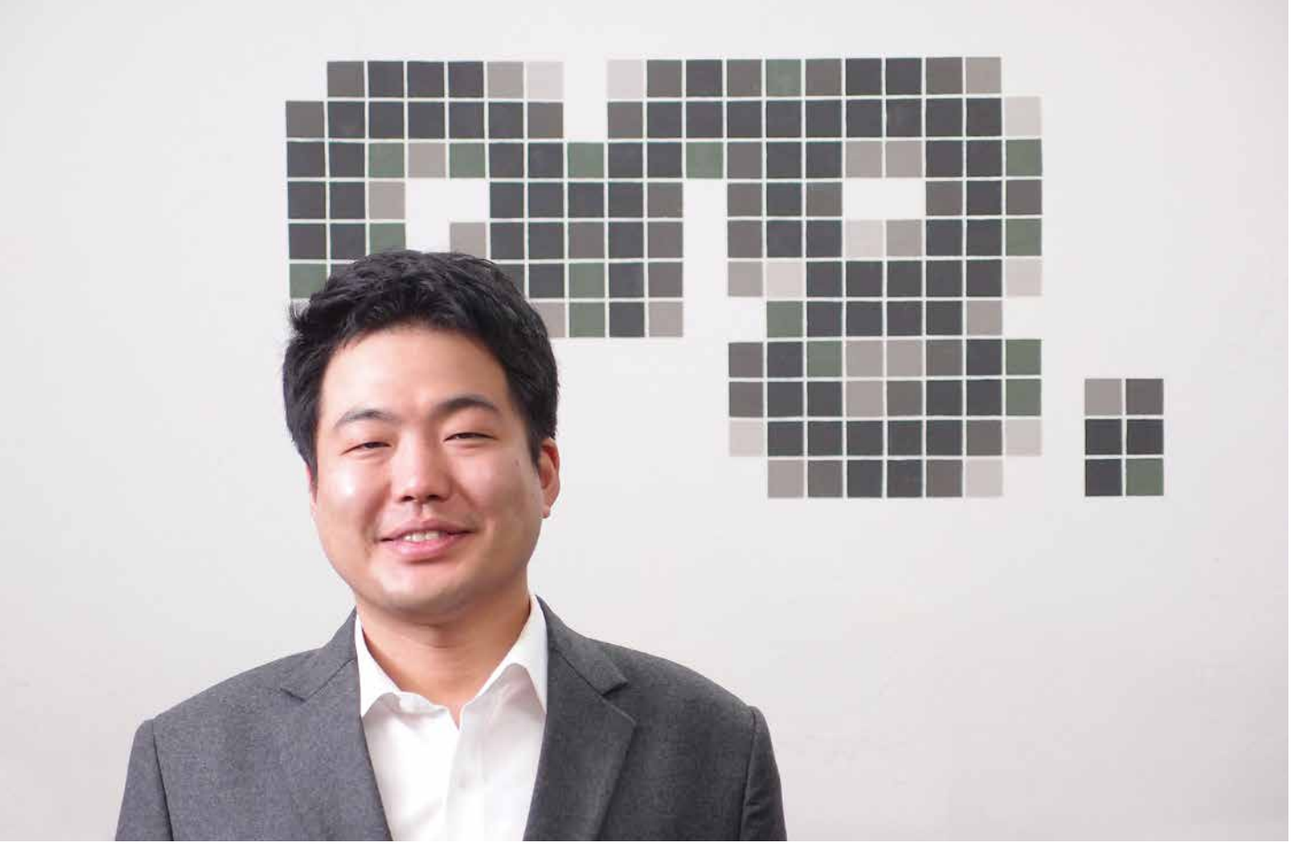
페트병으로 만든 옷이라뇨? 친환경 소재일지는 몰라도 그 질이 걱정 되는데요?

결론만 말씀드리면 재질은 똑같아요. 폴리에스테르와 페트는 소재는 동일하고 형태만 변형된 것이기 때문에 사실 '좋고 나쁨'이 없이 똑같다는 거죠. 페트병으로 재생산된 옷이라고 해서 질적인 것을 따지고 반응하기보다는 신기해하지요. 굉장히 유니크한 아이템이라는 것이 결정적인 거죠. 페트병은 환경적 측면에서 폐기물을 줄였다는 장점이 있잖아요.

기본적으로 폴리에스테르는 석유를 많이 사용할 수밖에 없는 소재지만 재활용을 통해 석유 소비를 줄일 수 있을 뿐만 아니라, 추위에 강하고 방수 기능 또한 가지고 있어요.

그렇다면 친환경 소재의 오가닉 코튼이나 다른 제품군은 어떤가요?

하나의 옷이 탄생해서 소멸되기까지 '환경에 얼마나 많은 영향을 주는가?'에 대한 점이 더 주요한 이슈니까요. 면화는 병충해에 약한 편이라 많은 양의 살충제를 사용할 수밖에 없어요. 전 세계 살충제 생산량의 1/4가 면화생산을 위해 사용되고 있다고 하니 이 얼마나 환경파괴적인 일이겠어요. 반대로 오가닉 코튼은 폐기하면 자연으로 다시 돌아간다는 장점이 있어요. 물론 유기농은 생산까지 사람 손이 많이 간다는 단점도 있기는 하지만요. 그래서 요즘은 대나무를 소재로 한 상품이 더 각광을 받고 있어요. 농약 없이 그냥 내버려 두어도 쑥쑥 자라나니까요. 아직까지 사람들은 면의 질을 더 좋아하지요. 그 취향이 빠르게 변



윤리적 생산과 소비, 자연과 사람의 아름다운 순환을 만들어가는 젊은 회사, 오르그닷.

하지는 않을 거예요. 다만 오가닉 코튼이나 페트병을 '재활용'한다는 점에서 장점을 찾는 거죠.

AFM이라는 젊은 감성의 캐주얼 브랜드 런칭_Apparel for 'M', 소개를 한다면요?

홍보할 수 있는 기회인가요? (웃음) 20대 남성들을 타겟으로 쉬크한 컨셉으로 론칭한 브랜드예요. 다양한 소재와 절개, 배색 등의 디자인이 특징이에요.

사회적기업으로서 최종 목적은요? 어떤 사회적기업가가 되고 싶으세요?

가장 먼저 말씀드렸던 부분인 것 같아요. 봉제 산업 안에서의 고용안정화와 협력 네트워크를 통한 시장의 안정화가 가능하다는 것을 보여 주는 것이 최종 목적인 것 같아요.

오르그닷의 목표는 친환경 소재 생산과 국내 봉제공장의 일자리 안정화.

국내 SPA 브랜드, 글로벌 SPA 등이 대거 등장했잖아요. 힘들진 않으세요? 그들에게 대항할 만한 전략이 있다면요?

대항할 만한 전략은 역시나 플랫폼 사업이겠죠. 그 다음이 유통. 신중하고 꼼꼼한 성격이라 항상 검토에 검토를 거듭하고 있어요. 무작정 유통에 뛰어들기엔 리스크가 크니까요. 무작정 뛰어들 자본능력도 없고요. (웃음)

국내에 SPA 브랜드가 정착하고 성공할 수 있었던 이유는 분명 있어요. 그들의 성공전략을 벤치마킹한 것이 바로 플랫폼 사업이에요. 일종의 아웃소싱 전략이지요. SPA 브랜드는 생산부터 유통 및 마케팅까지 모두 수직 구조 안에서 이루어지고 있잖아요. 글로벌 SPA 브랜드*의 한 사례를 들어볼까요? 그들은 옷걸이에 기계적 시스템을 이용하여 얼마나 많은 이들이 해당 옷걸이의 옷에 대해 관심을 가졌으며 구매까지 이어졌는지를 체크했어요. 소비자의 기호를 철저히 반영한 운영방식이었죠. 히트상품이라고 많이 생산한다거나 하지 않아요. 계속해서 2주 단위로 새로운 제품을 생산하고 재고를 다운시키는 방식이지요. 근래의 이야기가 아녜요. 2008년도 이야기죠. 당시 국내 패션업계는 어땠는지 아세요? 글로벌 SPA 브랜드와 다르게 역행을 하고 있었어요. 이러한 점들을 보고 아이디어를 얻어 시작한 사업이 바로 플랫폼 사업이고요.

거대자본에 의한 시장장악이 아니라 이 생태계에 있는 요소요소의 사람들이 힘을 모아 시작하자는 거예요. 장기적으로는 다양한 브랜드의 소규모 브랜드가 한데 모인 멀티샵 오픈까지 연계하는 것이 대응전략 중 하나이기도 해요. 하루아침에 이룰 수 있는 일은 아니겠죠. 물론 우연한 계기가 있어 급진적인 발전이 될 수도 있겠지만, 욕심내지 않고 천천히 단계를 밟아 나가야지요.

***글로벌 SPA 브랜드**

Speciality store retailer of Private label Apparel brand의 준말로, 자체상표의류를 제조하여 판매하는 전문소매점이란 의미다. 제조사가 정책 결정의 주체가 되어 대량생산 방식을 통해 효율성을 추구하여 제조원가를 낮추고, 유통단계를 축소시켜 저렴한 가격에 빠른 상품 회전을 하는 것을 특징으로 하는, 한마디로 패스트 패션이다.

〈출처: 지식경제용어사전〉

꼭 필요하지만 세상에 없던 제품과 방식을 제안하는 것, 디자인에 감성을 더하는 것이 오르그닷이 추구하는 혁신.

소셜벤처 경연대회가 도움이 된 점이나, 경연대회에 도움이 될 만한 개선점 혹은 바라는 점이 있나요?

재무적인 측면뿐만 아니라 여러모로 도움이 됐어요. 어떤 사업이든 신규 사업은 시드머니가 필요한 거니까요. 발전 가능성이 있는 사업에서 시드머니는 그 발전에 굉장히 중요한 요소에요. 또 비즈니스 모델을 정리하고 보여줄 수 있는 기회를 제공하는 것 또한 굉장한 장점이에요. 실제 비즈니스 관계에서는 대부분 달달한 말이 오가지만 이 자리에서는 비판 받을 수 있으니까요. 그런 점 자체가 발전할 수 있는 기회이자 경험인거죠.

예비 창업가, 혹은 사회적기업을 꿈꾸는 청년들에게 조언을 해주세요.

사회적기업을 일굴 때 중요한 게 열정이라는 말들을 많이 해요. 열정도 물론 필요하지만 그 분야에 대한 경험이 더 중요한 것 같아요. 어느 산업분야나 가지고 있는 문제점이 있어요. 그 분야에서 노동을 하고 경험을 하며 눈으로 본 사람만이 그 문제점을 더 정확히 알고 새로운 것과 결합한 시도를 할 수 있지 않을까요? 말 그대로 자신이 원하는 분야에서 전문성을 쌓고 나면 그만큼 실패 확률이 낮아지고 성공적인 기업을 만들 수 있으니까요. ◆

기술로 만들어진 온라인 세상의 문제를 기술로써 해결하다

역대 소셜벤처 | 시지온_ 김미균 대표

연매출 100억이 넘어도 하루아침에 문을 닫을 수 있는 곳이 IT 업계라는 말이 무섭게 시지온은 탄탄한 성장을 보여 주고 있었다. 그 성장의 중심에는 고통스러울 만큼의 힘겨운 성장통을 겪고 이겨 낸 김미균이 있었기 때문일지도 모른다. 서로에게 사랑한다는 말을 쉽게 너무도 자연스럽고 쉽게 건네는 시지온의 가족들은 그녀를 닮았다. 오늘 그녀의 눈빛에서 일에 대한 열정과 사랑을, 그녀가 던지는 말의 힘을 통해서 시지온을 이끌어 가는 구성원에 대한 애정을 느낄 수 있었다.



"커뮤니케이션은 사람을 행복하게 만들기도 하지만 불행하게 만들기도 하죠."

시지온의 링 마스터, 김미균 대표님, 자기소개 짧게 부탁드려요.

반갑습니다. 시지온의 공동 창업자 김미균입니다. 회사의 다양한 프로젝트들이 원활하게 진행되는 것을 돕는 사람이기도 해요.

시지온 아이템을 생각하게 된 동기가 어떻게 되세요?

사실 온라인 상에서는 악성 댓글뿐만 아니라 사이버 테러에서부터 '신상 털기' 등 다양한 문제점들이 지적되고 있잖아요. 온라인이라는 것은 원래 군사용을 목적으로 만들어졌다가 많은 이들이 사용하면서 보편화된 것이에요. 그렇게 따지고 보면 사이버 세상이 열린지 몇 십 년이 채 안 된 거죠. 오프라인 세상에는 의사도 경찰도 있고, 길거리에는 도로가 있죠. 그 도로의 질서를 유지하기 위한 규칙이나 법이 있고요. 그런데 사이버 세상이라는 이 새로운 문명 속에는 질서를 유지하기 위한 시스템이 전혀 없는 거예요. 무분별한 악성 댓글로 한 사람을 죽음으로 몰아세울 수 있는 세상이죠. 오프라인뿐 아니라 이 사이버 세상에도 질서를 유지하기 위한 시스템이 필요한 거 아닐까하는 생각이 들었어요. 온라인 안에서 우리가 서로 공존하며 살아가기 위한 규칙을 만들자는 생각에서 출발했고, 그 문제를 구체적으로 고민하고 구조화하는 일을 시작하게 됐어요.

그렇다면 시지온 아이템에 대해 좀 더 자세히 소개해 주시죠.

라이브리는 특정 웹 사이트에 회원가입을 하지 않아도 자신이 이용하고 있는 트위터, 페이스북, 미투데이, 싸이월드 등 다양한 SNS 계정만으로 댓글을 남길 수 있는 서비스예요. 내가 남긴 댓글은 자신의 SNS 계정을 통해 친구들과 함께 공유할 수 있어요. 기사가 쉽고 빠르게 확산될 수 있는 장점이죠. 더불어 악성 댓글 비율을 낮추는 효과를 거두고 있어요. 기존의 악성 댓글이 1일 470%였고, 라이브리 서비스를 통해 그 비율이 2.7%로 많이 줄어들었어요. 라이브리는 현재 월 670만 명이 사용하고 있어요. 고객사는 600여 개 정도 되는데, 국내 언론사의 92%를 점유할 정도로 시장 점유율이 높은 편이에요. 인터넷 상에서의 사회적 문제를 해결하기 위하여 기술로 승부한 사업이에요. 선플 캠페인이나 다른 해결 방법들도 있겠지만, 저희는 기술로 만들어진 온라인 세상의 문제들을 기술로써 해결해 나가기 위해 노력하고 있어요.

시지온 아이템 진행을 함께한 구성원 소개도 해 주세요.

지금의 시지온 가족들은 제 입장에서 보면 3번째로 꾸려진 팀이에요. 2010년부터 지금까지 저와 함께하고 있는데, 이들과 함께하면서 나름의 기준이 있었어요. '얼마나 절실한가!', '얼마나 자기 자신에 대하여 알고 있는가!' 자기 자신을 잘 아는 사람들은 겸손해지는 것 같아요. 벼가 익으면 고개를 숙이는 것처럼 말이죠. 무엇이든 배우려 하고, 노력하는 사람들이에요. 나의 강점은 살리고, 부족한 것은 배우고 경험해 보려는 자세를 가졌어요. 요즘은 프로가 되기 위해 정진하는 이들이 흔치 않은 듯해요. 이미 다른 인터뷰에서도 말씀드린 적이 있는 이야기지만, 저는 호된 성장통을 겪었어요. 언론홍보영상학을 전공하면서 아나운서를 꿈꿨는데 치아 교정과정에서 어쩔 수 없이 꿈을 포기해야 했어요. 하늘이 노랗다는 말을 몸소 겪었으니까요. 시지온 가족들은 저만큼이나 성장통을 호되게 겪은 이들이에요. 모두가 특별한 사연을 갖고 있죠. 그러다 보니 그들이 만들어 내는 퍼포먼스는 정말 최고예요. 회사가 잘 성장해 나갈 수 있다는 믿음을 주는 식구들이죠.

사내에는 '소화불량'이라는 스터디 그룹도 있어요. 직원들이 자발적으로 모여 형성된 스터디 그룹인데, 영문 자료를 보고 토론하며 함께 발전적인 정보를 공유해요. 그 외에도 취미활동을 함께 한다거나 연탄 나르기 자원봉사를 나가는 모임도 있고요. 어느 누가 시켜서 하는 일들이 아니라 자발적으로 결성된 모임들이죠. 정말 멋진 가족들 아닌가요? 서로 사랑한다는 말을 주고받으며 일하는 최강의 멤버들이지요.

구성원들의 호된 성장통 스토리가 흥미롭네요. 몇 가지 얘기해 주실 수 있나요?

2009년에 입사한 컨설팅&세일즈 이사님은 어릴 적부터 의사가 되어야 한다는 말씀을 많이 들으셨대요. '넌 가운이 잘 어울리는 사람이야!' 같은 말을 들으며 자란 거죠.(웃음) 의사라는 꿈이 있었지만 생물학과에 진학했고, 그 후 의과대학원 진학을 준비하고 계셨대요. 항상 지나치던 독서실 벽에 어느 날 붙은 마케

cizion

나쁜 댓글에 '착한 소셜'을 담은 시지온은 즐길 줄 아는 벤처회사다. 악플 대신 선플을 유도하는 독특한 플랫폼을 추구하는 시지온에는 벤처답게 젊은 DNA로 가득하다. 이들은 철없는 청춘의 모습 대신 6년차의 내공을 선두로 파격적이거나 자극적인 콘텐츠를 이겨내는 '착한 서비스'를 내세워 승승장구하고 있다.



LiveRe

시지온의 대표 서비스 라이브리는 굳이 언론사 웹페이지에 들어가지 않아도 'SNS 로그인'만으로 온라인 기사 댓글을 달 수 있는 서비스다. 그런데 이 서비스에서는 지인 혹은 제3자와 댓글을 공유해야 등록이 완료된다. 라이브리가 '소셜댓글'로 불리는 이유다. 웬만해서는 '악플'을 달기 힘들고 심지어 어떻게 하면 멋진 댓글을 달 수 있을지 고민하게 만드는 서비스다.

호된 성장통을 겪은 이들, 각자의 사연으로 얽힌 이들이 만드는 특별한 회사.

팅 공모전 포스터를 보고 뭔가 번쩍인 거죠. 자신과 전혀 상관없던 분야가 눈에 들어왔고, 친구들과 공모전에 출전했는데, 결과는 낙방이었지만 그 준비 과정이 너무 즐거웠던 거예요. 살아있다는 느낌을 받았대요. 그 순간 자신이 무엇을 해야 하는지 깨달았다며 저희 회사를 찾아오셨어요. 월급도 필요 없대요. 자길 필요로 하는 사람을 만날 수 있게만 해준다면 뭐든 좋다면서 채용해 달라고 하시는 거예요. 의과대학원 진학을 준비했으니 거의 고시생 수준이었을 텐데 말이죠. 처음엔 사회와 단절된 사람이 아닐까하는 의심도 했어요. 그런데 제가 밟아온 과정과 참 많이 닮았다는 생각이 들더라고요. 결국 시지온에 합류하신 후 홀로 몇 십억을 벌어오셨죠. 지금은 업계에서 유명한 분이세요.

어떤 친구는 매일 새벽 6시, 트위터로 경영진에게 메시지를 보내면서 함께 하게 됐어요. 매일 꾸준히 시지온에 대한 이미지를 생각하고 메시지를 보내 주더라고요. 만나 보니 무역을 전공한 여대생이었어요. 브랜딩&마케터를 하고 싶다던 그 반짝이는 눈을 잊을 수가 없어요. 지금은 시지온의 문화를 설계하고 있어요.

"살아있다는 느낌, 열정으로 반짝이는 눈들이 모여 지금의 시지온을 만들었습니다."

소셜마케터
소셜마케터란 일종의 브랜드 스토리 전문가로 SNS를 활용하여 기업의 사회적 가치를 알리고 이를 통해 기업을 홍보하는 역할을 한다. 상업적 성과에 초점을 맞추는 일반적인 마케팅과는 달리 공공선의 향상(기업의 사회적 가치)에 초점을 맞추는 것이 소셜마케터만의 차이점이다.

창업 초기, 사람을 모을 때는 많이 힘들었을 것 같아요.

대부분 주변의 지인들을 섭외하고 공채를 통해 선발하기도 했어요. 혹은 SNS를 통해 연락을 취해 온 이들을 직접 만나 스카웃하기도 했고요. 주로 친구들이 많은 편이에요. 지인을 선호하는 이유는 절대 일하기 편해서가 아녜요. 오래 본 사람들이고, 그래서 더 그 사람에 대해 깊이 알 수 있기 때문이죠. 나중에 공동 육아를 위한 집을 지어 시지온 식구들과 다 함께 살자고 했을 만큼 오래도록 함께 하고 싶어요. 그럴 이유가 충분하고요.

인재를 구한다는 것은 가장 힘든 일 같아요. 회사를 운영하는데 보통 3요소가 아이템, 돈, 그리고 사람이라고 하는데 저는 그 중 사람이 최고라고 생각해요.

시지온 아이템을 생각하고, 그 아이템을 사업화하는데 까지 걸린 기간은 얼마나 되죠?

3년 정도의 시간이 걸린 것 같아요. 원래 하고자 했던 사업은 On토론이었는데 실패로 돌아갔어요. 3년차에 들어 지금의 사업을 이룰 수 있었어요.

온(On)토론? 처음 듣는 말인데요?

온토론이란 일종의 채팅장 프로그램이에요. 채팅장 안에 일련의 주제를 두고 찬성과 반대 패널, 그리고 사회자가 존재해요. 방청객도 있고요. 채팅장 속의 토론 프로그램이죠. 획기적인 시스템이었지만 사용률이 굉장히 적었어요. 1년 6개월 정도의 시간 동안 준비해서 런칭을 했고, 대회에서 수상을 하기도 했었는데 현실적으로 사용하기엔 무거운 느낌이란 평가도 받았죠. 결국 함께했던 친구들이 모두 떠나고 지금의 공동대표와 저, 이렇게 둘만 남아 있더라고요. 문제 해결을



위해 대학가에서 오프라인 설문과 피켓 질문을 했죠. '온라인의 문제가 무엇이라 생각하는가?'라는 질문이었는데 '온라인 토론은 댓글이다!'란 대답이 돌아오더군요. 기존의 채팅방에서 입력창을 떼어 내 댓글 서비스를 사업화한 것이 대박이 났고, 지금의 시지온이 탄생하게 됐어요. 처음에 모든 걸 다 버리고 심플하게 댓글 서비스만을 공략하자 했을 때, 전 반대했었거든요. 사업이 성공하면서 깨달은 게 있어요. 사람들은 너무 거대한 것만을 바라본다는 거예요. 핵심을 봐야하는데 말이죠. 화살이 너무 무거우면 날아가다가 과녁에 꽂히기도 전에 떨어지지 않겠어요?

"인간이 행복하게 살기 위한 핵심은 결국 커뮤니케이션입니다. 자유롭게 생각을 표현하고, 활발하게 의견을 교환할 때 세상은 더욱 아름답고 행복해집니다."

김미균 대표가 생각하는 커뮤니케이션에 대한 정의를 내린다면요?

제가 생각하는 커뮤니케이션은 조금은 철학적 표현에 가까운 것 같아요. 커뮤니케이션은 세상 모든 것을 창조했다고 생각해요. 원시인들이 주고받은 동물 울음소리조차도 커뮤니케이션이잖아요. 언어가 하나의 사회를 만들고 그 안에서 계급이 형성되죠. 커뮤니케이션이 시작된 역사는 문명의 역사이며, 그 문명은 사람을 더 고도화시키는 존재인 것 같아요. 인간이 존재하는 이유가 뭐라고 생각하세요? 저는 행복하게 살기 위해 존재한다고 생각해요. 그 존재 이유를 구성하는 요소 중 하나가 커뮤니케이션이라 믿고요. 다소 거창해보이나요? (웃음) 커뮤니케이션은 사람을 행복하게 만들기도 하지만, 커뮤니케이션 범람의 시대에 도래하면서 역으로 사람을 불행하게 만들기도 하지요. 불행하게 만드는 커뮤니케이션을 줄여 보자는 목적에서 시지온 라이브리 서비스를 만들게 된 거예요.

"쉽든 어렵든 옳은 판단을 하는 것이 중요해요. 이는 저와 직원들 스스로 터득해 가는 회사를 발전시키는 노하우가 됩니다."



아이템을 추진하면서 어려운 점은 어떤 게 있었나요? 포기하고 싶었던 적이 없었는지요?

전혀요. 포기하고 싶다는 생각은 단 한 번도 하지 않았어요. 앞서 말씀드렸지만 저는 적절한 시기에 치아 교정을 하지 못해서 진로가 바뀐 케이스였어요. 최근 완치 판정을 받고 교정을 시작했더니 주변 지인들이 제가 다시 아나운서의 꿈을 꿀 거란 생각을 하시더라고요. 하지만 지금의 일이 충분히 행복하고 즐겁기 때문에 돌아가고 싶은 생각은 없어요.

아이템 실현에 도움이 된 여건이나 지인이 있다면요?

회사 식구들이에요. 저에게 시지온 직원들은 직원이 아니라 식구예요. 물론 일처리를 하는 데에 올망졸망 편하게 일을 한다는 말은 아녜요. 근태관리나 업무 퍼포먼스 면에서는 그 누구보다 더 철저하게 평가해요. 아닌 것은 정확하게 아니라고 말하는 편이죠. 회사에서 저는 악역입니다. 선택과 결정에서 악역을 자처했어요. 가끔 직원들이 제게 요가를 추천해 주기도 해요. 마음수련을 위해서요. (웃음) 하지만 이런 뒷받침이 있기 때문에 즐겁게 일할 수 있는 거 아닐까요? 악역이긴 하지만 식구들이 절 미워하는 건 아녜요. 절.대.로. (웃음)

시지온 아이템의 향후 발전 방향을 알고 싶어요.

댓글 서비스를 핵심으로 한 커뮤니케이션이 기본이에요. 이미 시지온만의 20개 모듈과 인프라가 구축되어 있어요. 이모티콘과 같은 이미지나 컬러, 별점 투표 등 다양한 모듈을 사용한 서비스를 확장시켜 온라인 속 플레이 그라운드를 만들어 주려고 해요. 현재는 언론사를 중심으로 한 커뮤니케이션을 중점적으로 다루고 있지만 앞으로는 쇼핑이나 영화, 여행 등 다양한 섹터로 확장할 예정이에요. 쇼핑을 예를 들면, 소비자가 더 현명한 구매를 할 수 있도록 신뢰도 있는 댓글 서비스를 해 줄 수 있죠. 국내뿐 아니라 해외 서비스 확장도 진행 중이고요.

글로벌 해외 서비스를 말하면 '엑셀 프라이즈'에 대한 이야기를 빼놓을 수 없을 것 같아요.

아시아 지역은 소비 패턴이 비슷해서 조금 더 용이해요. 일본과 중국은 이미 판매가 시작됐고, 비행기로 1~2시간이면 이동 가능한 거리니까 크게 어려움은 없어요. 그런데 미국 등 북미 시장 진출에는 여러 문제점들이 있어요. 그 중 하나가 현지 네트워크 확장이겠죠. 그래서 선택한 것이 벤처 인큐베이팅 시스템이에요. 일종의 벤처기업 육성 프로젝트인 '엑셀 프라이즈'에 아시아 최초로 시지온이 선정되어 3만 불의 지원금과 함께 워싱턴에 네트워크를 구축할 수 있었어요. 현재는 뉴욕으로 옮겨 현지 오피스가 오픈 준비 중이고요. 아마 2014년부터는 보름씩 뉴욕과 워싱턴을 오가며 일을 진행할 것 같아요. 한 달에 이틀은 비행기 안에서 지낼 것 같아요.

미국 시장에서 경쟁력은 있나요?

동종 업계가 이미 시장을 장악하고 있기는 해요. 현재 1위는 디스커스, 2위는 라이파이어. 두 회사의 경쟁구도가 이뤄져 있죠. 시지온은 미국 시장 3위로 진출할 예정이에요. 그들의 장점은 카피하고 저희만의 강점은 살린다면 경쟁력이 있다고 봅니다.

입사하고 싶은 벤처기업 순위에 든다고 들었어요. 회사의 강점이라면 어떤 게 있죠?

굉장히 많아요. 제가 생각해도 정말 잘 꾸려 나가고 있어요. 자랑이 아니고요. 직원 한 사람 한 사람의 업무 퍼포먼스가 전문성을 띄고 있기도 하고 그만큼 팀워크도 좋고요. 또 시장에 대한 인사이트도 남달라요. 업계 최고 기술력을 보유한 독보적인 사업이기도 하니까요. 시간이 점점 지나에 따라 직원들 스스로 옳은 판단에 대한 노하우를 터득하고 있는 것 같아요. 나쁜 판단과 좋은 판단을 구별하는 게 아니라 쉽든 어렵든 간에 옳은 판단을 한다는 거예요. 어떨 때는 쉬운 일이 옳은 판단이기도 하니까요. 저희는 옳은 판단을 위해 고민하고 소통해요. 그 예로 시지온은 언론사 페이지에 광고 비즈니스를 하고 있어요. 쉽게 생각하면 제약회사 상품이나 성인광고물, 혹은 대출상품을 광고하면 큰 수익을 낼 수 있지만 그런 광고는 취하지 않아요. 보는 이들을 배려하지 않는 거잖아요.



온라인 안에서 공존하며 IT 기술로 사람과 사회, 자연이 소통하는 세상을 만들어가는 회사, 시지온.

그 외에 워크숍과 관련한 이슈도 있던데요?

(웃음) 1년에 4번 정도의 워크숍을 진행해요. 봄, 여름, 가을, 겨울에 한 차례씩 떠나는데 3회는 국내에서 1회는 해외에서 보내요. 말은 워크숍이지만 저희끼리 노느라 정신이 없어요. 열심히 일하고 열심히 놀자 라는 생각으로 떠나는 워크숍이거든요. 해외 워크숍 때문에 입사하고 싶은 벤처기업이라 하기도 하는데 다른 강점과 장점도 봐 주시면 좋겠어요.

CEO로서 개인적인 목표나 꿈이 있다면요?

월급을 많이 줄 수 있는 CEO가 되고 싶어요. 편찮으신 부모님을 모시고 사는 친구들도, 평범한 가정의 친구들까지도 가족 모두가 풍족하게 살아가면 더 좋지 않을까요? 개인적으로는 지금의 이 일을 실컷 즐기고, 다음 다른 일에 도전해야 하는 시기가 왔을 때 너무 좌절하지 않는 사람, 달리 말해 정신력이 강한 사람이 되고 싶다는 바람이 있어요. 또 한 가지 목표가 있다면 제 경험을 함께 공유할 수 있는 사람이 되었으면 하는 거예요. 저는 10대 때 사회생활을 시작하면서부터 많은 경험을 통해 보고 배웠어요. 다른 이들이 경험하기 힘든 영역의 부분까지도 말이죠. 어떻게 보면 일찍 기회가 찾아왔던 거잖아요. 기회가 찾아온 이들에게 그 기회를 잡을 수 있는 방법을 알려 주고 함께 나누고 싶어요. 제 경험의 공유를 통해서 말이죠. 예를 들어 지방은 서울에 비해 지역적 이점을 잘 활용하지 못하잖아요. 교육환경이나 일자리 혜택도 아무래도 조금은 차이가 나죠. 하지만 새로운 아이템만 있다면 창업도 충분히 가능하다는 것을 알려 주고 싶어요. 일찍 기회를 잡을 수 있었던 사람으로서 그 경험을 나누는 재능기부라 할까요?



"사회적기업이 만든 쿠키니까 사달라고 하는 게 아니라, 맛있어서 팔려야 해요. 기업이라면 단 오백 원이라도 스스로 매출을 만들어 내야 합니다."

소셜벤처 경연대회가 사업에 도움이 되셨는지 궁금해요. 또, 좀 더 나은 경연대회를 위해 필요한 개선점, 혹은 경험자로서 바라는 점이 있다면요?

소셜벤처 경연대회는 가능성 있는 벤처를 발굴하는 역할로써 큰 장점을 갖고 있죠. 하지만 한 발 더 나아가 보면 수상여부를 떠나 기업 간의 네트워크가 발생한다는 것이 중요한 것 같아요. 저 또한 딜라이트, 터치포굿, 공부의 신과 같은 벤처 기업들을 친구로 만났으니까요. 지금도 자주 모이는데, 서로 모이면 정말 즐거워요. 콜라보 형식의 코워크(co-work)도 잘 되고 있어요. 대회 상금을 받은 것도 좋았지만, 이들과 네트워크를 형성하고 기회가 된다면 언제든지 함께 해서 시너지 효과를 낼 수 있다는 점이 큰 장점 중에 장점이에요. 경연대회 당시 참가자들의 아이디어를 서로 기억하고 총집합하여 발전시켜 나갈 수 있는 힘을 얻은 거잖아요.

2013년에는 멘토링 타임을 진행했는데, 같은 대회에 참여하고 있으면서도 서로 다른 분야의 기업과 사람들끼리는 전혀 모르고 있더라고요. 예컨대 창업 분야와 글로벌 분야가 함께 커뮤니티를 형성한다거나 플랫폼을 만들어 구인·구직 정보를 공유할 수 있는 시스템을 갖춘다면 좀 더 발전된 소셜벤처 경연대회가 될 수 있지 않을까하는 생각이 들었어요.

예비 창업가, 사회적기업을 꿈꾸는 청년들에게 조언을 해주실 수 있나요?

성공의 기준은 사람마다 다른 것 같아요. 그래서 지금의 시지온과 CEO 김미균을 성공한 벤처기업, 기업가라고 부르는 것이 때로는 부담스럽고 쑥스러워요. 단지 경험자로서 드릴 수 있는 말은 '현실적'이어야 한다는 것이에요. 가장 중요한 팩트(fact)죠. 많은 이들이 사회적기업은 '헝그리 정신'이 기본으로 깔려 있어야 멋있다는 생각을 하는 것 같아요. 하지만 전 이 말에 동의하지 않아요. 아직까지 시지온이 사회적기업이라고 아는 분들은 적어요. 사회적기업도 돈을 벌어야 해요. '환경문제 해결' 등의 사회적 문제 해결의 고리를 찾아냈다면, 그 다음 어떻게 하든 수익을 얻어 내고 지속가능한 사업으로 만들어야 해요. 그렇지 않으면 살아남지 못한다는 생각이에요. 기업이라면 단 오백 원이라도 매출을 만들어 내야 해요. 단순히 '사회적기업은 멋있다' 라고 하는 것은 아니란 의미예요. 장애인이 만든 쿠키를 판다고 맛이 없으면 안 되잖아요. 당연히 맛도 있어야 하는 거죠. ◆

걱정만 한다고 뾰족한 수가 있나요? 계속해서 움직여야죠

역대 소셜벤처 | 딜라이트_ 김정현 대표

세상의 낮은 곳에 있는 작은 이들의 작은 소리도 귀담아 들을 줄 아는 젊은 사회적기업가 CEO 김정현.
어쩌면 그가 꿈꾸는 세상은 모두가 행복의 권리를 누리며 살 수 있는 삶일지도 모른다.
모험을 즐기지 않는다고 말하는 그의 모습을 보면서, 그는 이미 행복한 모험을 떠났을지도 모른다는 생각이 든다.
하고 싶은 일을 해서 감사하고 즐겁다는 그의 행보를 계속해서 지켜보도록 하자.



"사회 기여도요?
딜라이트 창업 전후의 보청기 시장을
비교해 보면 어떨까요?"

딜라이트는 어떤 사업을 하는 회사인가요?

젊은이들이 모여 만든 회사예요. 연세가 많으신 어르신들뿐만 아니라, 앞으로 많은 이들이 겪게 될 난청문제를 해결하기 위해 만들어진 회사라고 할 수 있어요. 난청을 해결할 수 있는 가장 쉬운 방법이 보청기죠. 하지만 시중에 유통되고 있는 보청기들은 대부분 고가에 판매되고 있어 좀 더 낮은 가격에 공급을 하기 위해 직접 생산에서부터 판매까지 유통과정을 간소화시켜 판매하고 있는 기업입니다.

어떻게 아이템을 생각하게 되셨죠?

우연한 기회에서 시작한 분들과는 다른 케이스예요. 대학시절부터 꾸준히 사회적기업에 대한 공부를 하고 있었고 함께 스터디를 하던, 이 분야에 관심이 많던 친구들과 해외의 다양한 사회적기업 사례들을 조사하고 분석하며 시작하게 됐어요. 특히 난청해결을 위한 프로젝트를 진행했던 국내외 사례들을 조사하고, 실패요인에 따른 개선책을 찾기 위해 제품을 직접 개발해 보고 사업 모델을 가다듬어 보며 지금의 딜라이트가 문을 열었습니다.

딜라이트 인원구성은 어떻게 되죠?

초창기 인원들이 지금까지 함께해 온 경우도 있고, 일부는 떠나기도 했어요. 처음 창업 당시에는 저를 포함한 3명이 힘을 모아 시작했어요.

보청기 사업이라면 기술적 부분이 중요할 텐데요?

물론 그렇죠. 창업 당시 저희가 직접 개발한 기술력과 외부의 기술지원을 받아 시작했어요. 그렇다고 내부적으로 누구는 기술 개발, 누군가는 마케팅 등의 역할을 정확하게 나누진 않았어요. 초기 창업한 회사들 대부분이 멀티 플레이어 시스템 아닐까요?

처음부터 기술력을 보유했던 것은 아니고요, 꾸준하게 기술연구개발을 하고 스터디를 통해 시제품을 만들어 보면서 수차례의 제품 검증과정을 겪었습니다.

'듣는 행복'을 주는 기업, 딜라이트 보청기는 사회적기업에 대한 확고한 신념을 가졌다. 이들은 사회적 약자들을 위해 원가절감을 통해 정부 보조금 34만 원으로도 구입할 수 있는 저렴한 보청기를 판매하고 있다. 단순한 원가절감을 통한 이윤 창출이 아니라 진정으로 사회적 약자를 생각하고 대책을 마련하는, 소리로 마음을 전하는 회사다.



B-corp

me에서 we로, 주주의 이익이 아닌 환경·직원·사회·소비자 모두의 이익을 추구하는 기업 형태다. 딜라이트도 이 B-corp 인증을 받음으로써 그 가치를 인정받았다. B-corp는 600명이 넘는 재계·학계 인사들이 협력하여 만들어진 엄격한 'B 임팩트 평가 시스템' 기준을 통과한 기업에게만 발급되는 글로벌 인증제도로, 인증 이후에는 국제적으로 공신력을 가지게 된다.

아이템을 생각하고, 그 생각을 사업화하기까지는 기간이 얼마나 걸렸나요?

1년 6개월 정도요?

아이템을 추진하면서 어려운 점은 없었나요? 포기하고 싶었던 적도 있었을 것 같은데요?

계속해서 문제점들은 생기죠. 어려워요. 하지만 생각하기 나름인 것 같아요. 어렵다고 생각하면 어려운 문제들이겠지만, 지금 생각해보면 회사 상황이 어려울 만큼 위기가 있었던 적도 없었어요. 특별히 어려운 문제가 없었다고 할까요? 오히려 내부 구성원들 간의 의견 조율이 더 힘들다면 힘든 것 같아요.

생산에 따른 자금의 어려움은 없나요?

생산을 위해선 무엇보다 자금 조달이 중요하긴 합니다. 하지만 걱정만 한다고 뾰족한 수가 있나요? (웃음) 계속해서 움직여야죠. 예전에는 대회 상금으로 자금 문제를 해결하기도 했지만요.

돈이 없어 듣지 못하는, 외로운 사람이 없는 세상이라는 말만 걸어둔 채 세 명의 대학생이 모여 며칠 밤을 새어 시작했다는 딜라이트는 처음부터 끝까지 오직 사람밖에 없다고 전한다.



"딜라이트의 로고가 파란색인 이유는 간단합니다. 나이가 들수록 눈에 가장 편한 색이 파란색이기 때문입니다. 우리는 마음을 전합니다."

아이템 실현에 도움이 된 지인이 있다면요?

현실적으로 말씀드리면, 저희를 믿고 투자해 주신 투자가분들이겠죠. 더불어 지금 회사를 이끌고 있는 구성원들 아닐까요? 어릴 적부터 일찍 사회생활을 시작하면서 많은 분들을 알게 되었고, 감사하게도 저를 좋게 봐 주시는 분들이 많기도 해요. 기술적 부분에서는 카이스트의 기술개발 연구원분들께서 도움을 많이 주셨고요. 무엇보다 투자가분들과 회사 식구들이 가장 큰 기여를 해 준 분들이 아닐까 싶어요.

딜라이트가 소셜벤처 사회적기업으로서 사회 기여도에 일조했다고 생각하세요?

딜라이트 창업 전후를 비교하여 보시면 좋지 않을까요? (웃음) 난청 노인들을 위해 정부 보조금 34만 원으로도 구매할 수 있는 보청기를 생산, 제공한다는 것이 딜라이트의 장점이에요. 시장에 유통되고 있는 보청기 가격이 일반적으로 150만 원인 것에 비해 저희 회사 보청기는 정부 보조금만으로도 구입할 수 있어요. 다양한 제품군을 시중제품보다 50% 이상 저렴한 가격에 공급하고 있죠.

국내는 선진국들에 비해 지원이 매우 약한 편이에요. 20~30년 전에 측정된 지원금액으로 물가 상승률이 전혀 고려되지 않은 상황이니까요. 경제 규모에 비



현행 장애인복지법 특례를 근거로 청각장애인은 보청기 구입 시 건강보험 가입자는 27만2천 원까지, 기초생활 수급대상자인 의료급여수급자는 최대 34만 원을 5년에 1번씩 지급받을 수 있다. 그러나 기존 보청기 한 개의 가격이 기능에 따라 최고 400~500만 원에 달해 보조금만으로는 막막한 경우가 많았다고 한다. 딜라이트의 34만 원 보청기는 정부 보조금 34만 원에 대한 고민에서 탄생한 것이다.

해 지원은 매우 약하지만 딜라이트가 그 부족한 부분을 메꾸는 역할을 하고 있다는 생각이 들어요.

보청기 생산을 하려면 자본이 많이 필요하지 않나요?

상대적으로 제조업 분야가 다소 그렇긴 해요. 그래서 더욱 시장성이 확인되고 난 후에야 생산을 넓혀 나가는 과정을 밟아 나갔어요. 그 과정에서 필요한 자본금 충당을 위해 대외적으로는 경연대회에 출전해 상을 받고, 그 상금으로 부담을 줄여 나가기도 했고요. 창업 당시 100% 자부담 출자로 만든 회사라 그만큼 힘든 부분이기도 했거든요. 회사를 꾸려 나가기 위해 일을 해야 하고, 동시에 대회 준비를 해야 하니 많이 힘들기도 했어요. 하지만 대회 수상을 통해 꾸준히 확보한 외부 지원금이 큰 밑거름이 됐어요. 상금으로 5천만 원을 받으면 자부담으로 쏟았을 5천만 원은 또 다른 부분에 투자할 수 있었으니까요. 별개의 이야기일 수도 있지만 이런 지원금은 사업기획을 펼쳐 내고 활용하는 데 많은 도움이 돼요.





100% 국내생산의 34만 원 보청기.

유통 과정을 줄였다고 했는데요, 딜라이트만의 유통시스템에 대해 설명해주세요.

보청기는 제품 특징상 온라인 판매가 어렵다는 단점이 있어요. 남성 맞춤양복처럼 난청 노인분 개개인에 따라 달라지니까요. 하지만 이 부분을 과감히 배제하고 온라인을 통해 처음 판매하기 시작했어요. 수익성을 낮게 잡고 박리다매 시스템으로 판매한 거죠. 온라인 판매 유통으로 초기 비용을 많이 절약할 수 있었고요. 영업점은 무료 AS 서비스를 제공하고, 고객의 니즈에 발맞춰 가격을 낮추고, 보청기 시장 안에서 딜라이트 제품만의 서비스 혜택을 늘려 나가는 구조를 갖췄어요.

간단히 말해 프랜차이즈식의 영업을 깨고 직거래를 통해 마진율을 최대한 낮춰서 고객과 기업이 서로 윈윈할 수 있는 단순화된 유통구조로 운영하고 있다는 겁니다. 2014년부터는 해외로 진출해 딜라이트 제품을 수출할 예정이에요. 수출 대상 국가가 확정된 것은 아니지만 몇몇 국가들에서 요청이 들어오고 있는 상태거든요.

딜라이트 제품이 우수하다는 것은 어떤 점으로 어필할 수 있을까요?

앞서 말씀드린 부분과 같아요. 더 우수한 제품을 만든다기보다는 시중에 유통되고 있는 같은 제품군의 가격을 낮춰서 판매한다는 것이죠. 사실 원자재 가격은 대부분 똑같아요. 단지 원자재의 급에 따라 어떤 금액을 지불하고 샀는가가 문제죠. 저희 회사는 메이저급 회사들보다 고급스런 자재를 구매해서 생산해요. 마진율은 낮지만 사용해 보신 소비자분들은 그 특징을 느끼고 계실 겁니다. 제품의 품질은 타 회사에 뒤지지 않을 만큼의 퀄리티로 높이고 가격은 낮춰서 판매하는

것을 원칙으로 하고 있어요.
또, 대부분의 보청기 회사들은 독일이나 중국에서 생산을 하고 있어요. 저희는 100% 국내 생산을 하죠. 딜라이트만의 기술적 노하우가 저희 회사의 강점 중에 하나예요.

딜라이트 보청기는 저소득층을 위한 판매인 것 같은데요, 별도의 지원이 있나요?
정부지원을 말씀하시는 건가요? 아뇨. 기업 경영차원에서 정부의 보조지원금은 전혀 없어요. 난청환자들을 위한 국가 지원금만 있을 뿐이죠.

현재 매출상황과 재무상황은 어떤가요?
회사 설립은 2009년이지만 법인 설립은 2010년부터예요. 실제적으로 4년 정도 되었어요. 작년 기준 42억의 매출 실적을 냈고요. 올해는 아직 결산이 끝나지 않아 정확하게 말씀드릴 수 없지만 작년보다는 또 성장했어요. 재무상황은 글쎄요. 올해는 다소 주춤한 느낌이 없잖아 있지만 지속적으로 성장하고 있어요. 국내시장의 확장 및 해외진출계획 덕분에 전망이 밝다고 할까요?

관련 자료를 살펴보니까 보청기 사업 이외에도 다양한 사업을 운영하시는 것 같아요?
네. 여러 가지 사업에 참여를 하고 있기는 해요. 대표적으로 2가지 정도가 있는데 모두 혼자 하는 일은 아니고 소속되어 활동하고 있어요. 법인과는 별도로 개인적인 사업이에요.
간단히 소개하면, 중·고등학생들을 대상으로 학원비 없는 미술학원을 운영하고 있고요. 다른 하나는 '우주'라는 쉐어하우스 사업인데 딜라이트의 가족들 몇몇과 함께 만들었어요. 주로 지방에서 올라온 대학생이나 사회 초년생들을 위해 보증금 없이 적은 금액으로 살 수 있는 집을 제공하는 거예요, 여러 명이 함께 기거하지만 고시원이나 하숙집보다 좋은 환경에서 살 수 있다는 강점이 있어요. 현재 10집 정도 운영하고 있는데, 각 주택마다 테마가 있어서 해당 테마에 맞는 멘토를 매칭, 지원해 주고 있기도 해요. 예를 들어 창업가의 집인 경우 창업 전문가를 매칭해 준다거나, 언론가의 집에는 현지에서 활동하는 언론인을 멘토로 매칭해 주는 거죠.

수익 사업은 아닐 것 같네요. 사회적 약자들을 위한 것 같은데요?
수익이 전혀 없는 것은 아니지만 수익보다는 의미에 중점을 뒀어요. 쉐어하우스 사업은 무형의 네트워크 지원 서비스를 포함시킨 강점도 있고요.
업종들이 대부분 연계성은 전혀 없어 보이죠? (웃음) 사실 이런 사업들 대부분 주변 지인들로부터 제안이 들어와서 함께 참여한 경우예요. 수익성이 전혀 없는



"학원비 없는 미술학원, 보증금 없는 쉐어하우스, 수익성과 의미 모두 함께 얻을 수 있어요."

쉐어하우스 우주
최근 급속히 늘어나고 있는 1인 주거형태에 맞추어 새로운 주거문화를 만들기 위해 노력하는 '우주'는 개방성, 공유경제, 지속가능성을 지향한다. 함께 사는 집인 쉐어하우스는 여러 명이 집 한 채를 빌려 방은 각기 사용하고 거실, 주방 등은 함께 쓰는 주거형태를 일컫는다. 삶에서 집이란 주거 이상의 의미다. 우주에서는 사람과 사람이 이어지고 삶을 공유하며 진짜 가족이 되어가는 공간을 제공한다.

것도 아니고, 나름 재미있는 아이템들이잖아요. 정확한 방향성만 있다면 수익성과 의미 모두 함께 얻을 수 있다고 생각해요.

딜라이트의 대표로서 어떤 목표를 갖고 계세요?
개인적으로나 회사 경영자로서 공통된 지향점은 있어요. 다양한 사업에 참여도 하고 운영도 하고 있는데요, 경제적인 문제 때문에 그 권리를 누리지 못하는 사회적 약자들을 위한 일에 관심이 많습니다.

소셜벤처 경험대회를 통해 느끼신 점이나 도움이 된 점이 있다면요?
이 질문엔 대답을 잘해야겠는데요. (웃음) 큰 지원을 해 주셔서 너무 감사했죠. 우선 재무적으로 큰 도움이 되었고, 공신력 있는 기관을 통한 시상이다 보니 대외적으로 기업의 신뢰를 쌓을 수 있어서 무엇보다 좋았어요. 또 경연대회 수상을 통해 내부 구성원들 사이에 동기부여가 되었으니까요.
다만, 아쉬운 점이 있다면, 매해 대회 참여도가 높아지고 있는 만큼 눈에 보일 만큼의 빠른 성장을 보여 주는 회사는 적은 것 같아요. 물론 시간이 필요한 부분이겠지만요. 사실 제가 참여하던 2009~2010년에는 대부분 3~4년 이상을 지속적으로 대회를 준비해 온 팀들이다 보니 업력이 조금은 더 있잖아요. 매출 부분에서도 인지도 면에서도 눈에 보이는 부분이고요. 그래서 민감한 말일 수도 있지만 최근에 참여한 회사들은 그만큼 발전에 대한 부담감이 있지 않을까 하는 생각이 들어요. 지금까지 대회를 잘 운영해 오고 계시지만 대회로서의 역할은 한계가 있는 부분일 수 있다는 개인적인 생각입니다.

본질이 왜곡된 창업이 아니길… 기획과 창업으로 끝나는 사업이 아니라 시행착오를 통한 변화를 만들어 가야….

예비 창업가, 사회적기업을 꿈꾸는 청년들에게 조언 부탁드려요.
제가 조언을 드릴 위치는 아닌 것 같아서 조언보다는, 조금 빨리 현장에 발을 내딛은 사람으로서 말씀드리고 싶어요. 어느 순간 우리 사회에 창업 붐이 일면서 창업이 목표가 아닌 수단으로 전락한다는 생각이 들 때가 있어요. 예를 들어 창업을 해서 투자를 유치하는 게 목표가 된다고 할까요? 컴퓨터로 무언가를 만들어 내는 것이 아니라 단순히 컴퓨터를 구입하는 것이 목적이 되어 버리는 거죠.
본질이 왜곡된 시체사회가 아니었으면 하는 바람이에요. 대기업에 입사하는데 +α가 되기 위한 창업이 아니길 바랍니다. 기획하고 창업하고 끝나는 게 아니라 창업 후, 시행을 통한 변화를 누리는 것이 더 중요하지 않을까요?
긍정적인 말씀을 드리자면, 구속받거나 정해진 틀을 깨고 싶은 분, 큰 성취욕을 느껴보고 싶은 분, 혹은 스스로 자율적인 삶 안에서 성공적인 삶을 꿈꾸시는 분들에겐 창업이 아주 매력적인 일이 되지 않을까 싶어요. ◆

2013
소셜벤처
사례집

Chapter

5

세상을 바꾸는 신나는 상상

Social Venture

멘토들의 이야기

전충훈 국장(대구사회연구소)

강민수 국장(한국협동조합연구소)

김철환 소장(적정마케팅연구소)

세상을 바꾸는 신나는 상상



전 충 훈

- 2013 멘토링수행기관 총괄책임자
- (사)대구사회연구소
  협동경제사업단 전략사업국장

사단법인 대구사회연구소 협동경제사업단에 이어 현재는 지역활성화LAB 마르텔로의 전략사업국장직을 맡고 있으며, 제1회 소셜벤처 대회 참가를 인연으로 소셜벤처 경연대회 총괄책임직을 수행하고 있다. 올해로 4년째 사회적기업가육성에 힘을 쏟고 있는 멘토로서 소셜벤처와 사회적기업, 협동조합에 대한 깊은 이해는 물론, 예술경영, 도시농업 등의 다각적인 분야에서 강의와 저서 집필 등의 활동에도 활발히 참여하고 있다 .

소셜벤처 경연대회는 내 인생의 일부분을 차지한다. 1회 대회 때부터 함께해 왔는데, 1회 대회 때는 참가팀으로, 2회 때는 지역 팀들의 멘토로, 3회부터는 권역별 대회 총괄책임자로, 올해는 멘토링수행기관의 총괄책임자를 맡아 400여 팀을 직접 멘토링했다.

2009년 1회 대회 때 소셜벤처 대회에 참가하면서 가장 기억에 남는 것이 멘토링이다. 소셜벤처 경연대회에 참여한 계기는 2006년으로 거슬러 올라간다. 2006년 당시 모 기관에서 콘텐츠 기획, 개발 일을 하면서 지역의 선후배들과 함께 사회적기업 공부를 했는데, 2008년 6월 기관에서 나오게 됨으로써 본격적으로 사회적경제 영역에서 활동하게 되었다.

그간 공부해 왔던 것과 관계해 왔던 네트워크를 기반으로 우리의 역량을 시험해 보고 싶어서 대회에 뛰어들었는데, 주로 심사와 멘토격으로 일을 해오다가 '멘티'가 되니 새로웠다. 무엇보다 현장에서 직접 발로 뛰고 있는 분들의 이야기를 직접 들을 수 있었던 것은 소셜벤처 경연대회뿐만 아니라 사회적경제 영역에서 활동하는데도 실질적인 도움이 된 것이 사실이다.

"내가 멘토들보다 더 역량이 있는데 무슨 멘토냐."

매년 대회를 거치면서 처음에는 멘토링에 대해 낯설어하고, 거부감이 있는 팀들을 만나곤 한다. 나 또한 '내가 멘토들보다 더 역량이 있는데 무슨 멘토냐'며 건방진 생각을 하기도 했었지만 함께 이야기를 나누며 사업을 정리해 가면서 소셜벤처 대회의 가장 중요한 것이 멘토링이란 것을 깨달았고, 이후 초반부 거부감이 있었던 분들도 멘토링에 적극적으로 참여하는 것을 보면서 멘토링의 중요성을 절감했다.

그럼, 소셜벤처 경연대회에서 멘토링이 왜 중요한가?

소셜벤처 경연대회는 사회적기업의 아이디어를 발굴하는 대회이니만큼 참가팀들의 사회적기업, 사회적경제 등에 대한 이해가 필수적이기 때문이다. 또한 소셜벤처는 '소셜미션에 대한 이해를 바탕으로 한 비즈니스의 전개'로서 일반창업과는 확연히 구분되는 특징이 있으며 사회적기업 창업을 희망하는 사람들의 관문으로서의 역할 수행 및 사회적기업의 지평을 넓히고 있다.

따라서 소셜벤처 대회 참가팀들은 소셜미션, 사회적경제 조직, 사회적경제 등에 대한 이해가 필수적이고 학습을 해야 하는데 참가팀들에게 이를 서비스해 주는 것이 '소셜벤처 멘토링'이다. 1회 대회 때부터 도입된 멘토링은 4회까지 전국대회에 진출한 팀들에게 담임 멘토를 매칭할 수 있도록 지원해 주었고, 3회부터는 멘토링캠프가 도입이 되었다.

함께 꿈을 꾸고 함께 가치를 현실화하는 멘토링캠프에서 '같이'의 가치를 이야기한다.

함께 할 때 더 잘할 수 있는 소셜벤처, 소셜벤처의 가치를 현실화시켜 주는 멘토링캠프

멘토링캠프의 가장 큰 장점은 결선이 되어야 만날 수 있었던 전국의 참가팀들이 교류할 수 있는 기회의 장을 마련해 준 것이다. 소셜벤처는 함께 할 때 더 잘할 수 있으며 사회적기업의 정신과도 일치한다. 가치를 현실화시켜 준 것이 멘토링캠프였다.

2011년 첫 멘토링캠프는 첫 시도였기 때문에 단순 집체교육을 뛰어넘지 못하는 한계가 있었지만 '같은 꿈을 꾸는 많은 동료가 있다'라는 강력한 정서적인 고양과 함께 권역별 격차를 극복할 수 있는 표준 멘토링의 가능성을 보여 줬다.

2012년 멘토링캠프는 협업의 중요성과 참여팀간의 보다 더 깊은 네트워킹을 도모했고, 전국 표준 멘토링의 필요성을 더 느끼게 했다.

올해는 권역별 대회가 없어지고 멘토링의 중요성을 확대하여 1차 예선을 통과한 400팀을 멘토링하는 새로운 실험을 했다.

집체교육, 실습, 피드백의 기본 멘토링과 다수 멘토와 다수 멘티의 집단상담 형식의 심화 멘토링이 주요 프로그램이었다. 글로벌대회 대상을 수상한 바이맘 김민욱 대표는 '멘토링 덕분에 대회의 수준이 높아졌다', 창업 부문 대상팀 커피팩토리 나용훈 대표, 최우수상 윤준 대표 또한 '우리의 사업은 멘토링으로 완성되었다. 거의 멘토들이 만들어준 것이다'라고 평가를 한 것처럼 400팀에게 동일한 디렉션, 동일한 방식을 적용함으로써 권역별, 팀별로 격차가 심했던 지난 대회의 약점을 크게 보완을 했다는 평가를 받고 있다.

특히 소셜미션에 대한 명확한 이해를 바탕으로 크리에이션, 마케팅, 플래닝에 이르는 표준화된 기본 멘토링 과정을 통해 멘티들은 본격적으로 소셜벤처에 입문할 수 있게 되었으며 최고 전문가들의 심화 멘토링으로 자신들의 취약한 부분들을 채워 나갈 수 있었다.

또한 글로벌-아이디어 워크샵은 '팀빌딩-협업' 과정을 체험해 봄으로써 자신의 아이템을 객관적으로 바라볼 수 있는 액션러닝을 경험했고, 10명의 멘토를 순회하는 1:1 대면멘토링을 통해 소셜미션을 강화하고 비즈니스 모델 구축에 가까워

"트로이전쟁 시절의 멘토는 오디세우스의 아버지 역할, 조력자 역할로서 함께 했지만 지금은 상황이 다르다. 지금, 인생의 가장 좋은 멘토는 '경험'이다. 부딪히고 깨지면서 다시 일어서는 출발점을 만드는 것, 그것이 진정한 멘토링이다. 경험을 할 기회를 주고, 좋은 결과에 도달하도록 한 번씩 조언해주고, 지긋이 지켜봐주는 것이 바로 어른들이 해야 할 일이고 멘토라고 불릴 수 있는 순간이다. 소셜벤처 멘토링도 마찬가지다. 그들이 직접 경험한 바를 바탕으로 원하는 방향으로 나아갈 수 있도록 도와야 한다. 멘토링은 '팔기' 위한 수단으로 사용되어서는 안 되는 것이다."

〈참고: 매일신문 전충훈 칼럼〉

현실을 바라보고 새로운 도전을 꿈꾸는 설렘을 공유한다는 것.
나에게도 400개 팀을 멘토링하고 관리하는 전례 없는 도전.

졌다. W팀의 신기용 대표는 '중구난방이었던 사업계획을 정리하고 소셜미션을 명확히 할 수 있는 정말 좋은 기회였다'라는 평가를 내렸다.
최종결선에 오른 팀들을 대상으로 한 프레젠테이션 교육은 결선 팀들의 격차를 확 줄였으며, 매끈한 프레젠테이션이 되는 데 기여를 했다. 프레젠테이션의 본질인 말하기에 초점을 맞춰서 스크립트를 먼저 제작하고 슬라이드를 구성하고, 발표 시뮬레이션까지 이어지는 멘토링은 멘티들에게 큰 호평을 받았다.

다른 자리에서 같은 꿈을 꾸는 사람을 만나는 것, 그들과 함께 이야기를 나누고 세상을 바꿀 무언가를 만들어 간다는 것,

멘토링 시작부터 최종결선 전날까지 이어진 온라인 멘토링은 멘티들의 수준을 끝까지 올리는 데 기여를 했으며, 대회가 종료한 후에도 서비스가 계속되고 있으며 소셜벤처팀간의 네트워크를 공고히 하는데 가교역할을 하고 있다.
한편, 사회적기업가 육성사업 티켓확보까지 못한 멘티들 중 이기수 대표, 김종환 대표는 '비록 수상도 못하고, 티켓도 못 받았지만 멘토링을 통해 현실인식의 수준이 높아졌고 좀 더 학습을 하고 새로운 도전을 해야겠다'는 이야기를 하며 멘토링의 또 다른 가치를 높이 샀다.
올해는 400개 팀을 멘토링하고 관리하는 전례 없는 도전이기 때문에 운영상 다소 미흡한 부분이 있긴 했지만, 전반적으로 만족했고 대회의 수준을 높였다는 평가를 받았다.
다른 자리에서 같은 꿈을 꾸는 사람을 만나는 것, 그들과 함께 이야기를 나누고 세상을 바꿀 무언가를 만들어 간다는 것, 이것이 바로 소셜벤처고, 멘토링이다.
세상을 바꾸는 신 나는 상상, 지속되기를 기원한다. ◆

문제가 발견되었다면 비즈니스도 발견된 것이다



강 민 수

(사)한국협동조합연구소 사무국장

한국협동조합연구소 부소장이자 쿱비즈협동조합의 대표직을 맡고 있다. 공동으로 소유하고 민주적으로 운영되는 사회조직의 가능성을 믿는다는 그는 주로 협동조합 기업의 설립과 성장에 기여하고 있다. 대표적인 경력으로는 해피브릿지 협동조합 전환 컨설팅, 사회적기업 자바르떼 전환 컨설팅, 서울시베이비부머 협동조합 인큐베이팅 등이 있다.

2013 소셜벤처 경연대회에 멘토로 참가하면서 새로운 세상을 만들려는 결코 평범하지 않은 사람들의 도전을 대하게 되었다. 멘토로 참가하면서 숨겨진 고객의 니즈(needs)를 발견하는 사람들의 아이디어에 놀랐다. 평소 내가 생각해 보지 못한 문제를 독특한 시작으로 접근하여 재구성하고 계획하고 해법을 제시하려는 진지한 노력이 빛난 대회였고 그런 대회에 멘토로 참가할 수 있어서 좋았다. 특별히 고등학생 소셜벤처 심사를 하면서는 '와! 아이들이 어떻게 이런 생각을 할 수 있었을까?' 하면서 놀라기도 했다.
또한 소셜벤처 경연대회를 통해 협동조합으로 비즈니스를 하려는 사람들을 많이 만날 수 있어 더 좋았는지도 모르겠다. 협동조합 분야에서는 협동조합의 7원칙에 기초한 비즈니스를 통해 조합원의 필요를 해결하고 협동조합 간의 협동을 통해 지역사회에 기여하는 것으로 사회적 문제를 해결해 간다.

협동조합이 가지고 있는 특징은 조직이 자발적이고, 운영이 민주적이며, 사업활동이 자조적이고, 경영이 자율적이라는 점에서 정부기업과 구별되며 경제활동의 목적이 조합의 이윤 추구에 있지 않고 조합원에게 봉사하는 데 있다는 점에서 주식회사와도 구별된다. 한 걸음 더 나아가 협동조합은 비단 조합원에 대한 봉사 이외에도 정부의 손이 미처 미치지 못하는 분야에서 시장경제의 상도덕 재건과 경제질서 회복에 이바지할 뿐만 아니라 지역사회 발전에도 일익을 담당하고 있다.
〈참고: 한국민족문화대백과〉

사업의 시작은 고객의 문제를 발견하는 것으로부터

보통 비즈니스의 시작은 고객의 문제를 발견하는 것으로부터 시작된다. 그래서 고객의 문제가 발견되면 비즈니스도 발견되었다고 할 수 있다. 사회적경제 분야의 비즈니스 역시 크게 다르지 않다. 우리 사회가 안고 있는 문제로부터 그것을 해결하려는 사람들의 의해서 소셜비즈니스는 시작된다. 물론 소셜비즈니스를 위한 컨셉만 있고 구체적 계획이 부족하여 고객으로부터 가치를 획득하기 어려운 아이디어 수준의 제안도 있었지만 한 번에 비즈니스를 성공적으로 개시할 수는 없다. 아이디어를 찾아 지속적으로 보완하고 수정하여 원석이 다이아몬드가 되듯이 더 많은 노력이 필요하다. 그래서 사회적 문제 해결자가 고객 가치를 찾았다 하더라도 그것이 어떤 식으로 만들어지고 전달되며 사회적 편익을 늘릴 지는 수십만 개의 선택이 있을 수 있다. 자신의 아이디어가 고객에 의해 채택될 때까지 시행하고 고치고 다시 시행하는 반복적인 힘든 과정을 거쳐야 한다. 실패할 수 있다. 그러나 실패는 가벼이 잊고 다시 시작하려는 노력이 중요하다.
더 많은 사회혁신가가 새로운 세상을 만드는 특별한 도전에 더 많이 함께 하기를 기대하며 내년을 기다린다. ◆

실패경험은 무시해도 좋을까



김 철 환

적정마케팅연구소 소장

금강기획, 블로터닷넷을 거쳐 지금은 적정마케팅연구소를 운영하고 있다. 주로 소셜미디어의 비즈니스 활용과 99% 작은 기업을 위한 적정마케팅을 연구, 교육, 집필하고 있으며 블로터닷넷 등의 컬럼리스트로도 활동 중이다. 저서로는 『페이스북 장사의 신』, 『신뢰가 돈이 되는 사람 중심 상거래 혁명 소셜커머스』, 역서로는 『B2B 소셜미디어마케팅』이 있다.

"뭐야, 실패담만 늘어놓고…."

2013년 소셜벤처 경연대회 기본 멘토링 과정이 끝나고 나중에 전해 들은 내 강의에 대한 뒷담화다. 대회에서 '사업 아이디어 창안법'을 주제로 강의를 했었는데, 대회 참가자 한 분이 그런 말을 했다고 한다.

내가 강의에서 전하고자 했던 핵심 메시지는 '고객이 멘토다'라는 교훈이었다. 대회 참가자들이 자문을 구해야 할 사람은 강단에 선 멘토들이 아니라 본인 각자가 염두에 둔 고객들이라는 게 강의의 뼈대였다. 그래야만 아무도 원치 않는 상품과 서비스를 만들어 실패하게 되는 일이 없을 것이라 했다. 너무나도 뻔한 이야기일 수 있었기에, 그 교훈을 얻기 위해 치러야 했던 값비싼 수업, 내 실패담(들!)을 들려 주었다.

나르시스처럼 도취되었던 나 자신의 아이디어는 세상이 원치 않던 상품과 서비스

돌이켜 보면 새로운 사업을 시작하고, 서비스나 제품을 만들 때마다 난 자만에 빠져 있었다. 다른 사람이 알면 금방 베껴 버릴 것이라 걱정할 정도로 아이디어에 대한 확신이 차고 넘쳤다. 그랬기에 아이디어는 철저히 비밀에 부쳤고, 서비스와 상품으로 구체화한 뒤에야 세상에 공개했다.

결과는 박수를 쳐줄 것이라 기대했던 사람들의 무관심과 사업 실패.

사실 그런 과정을 여러 번 거치고도 진짜 실패의 이유를 몰랐었다. 광고나 홍보할 돈이 부족해서? 내가 원하는 대로 상품과 서비스를 만들어 줄 인재가 없어서? 사람들이 무지해 내 아이디어의 가치를 몰라줘서? 난 그저 무관심한 사람들을 원망하고, 열악한 사업 환경을 개탄하기만 했다.

뒤늦게 싸이월드 창업자인 이동형 나우프로필 대표의 강의와 실리콘밸리식 창업 방법론인 린스타트업을 접하고 나서야 진짜 이유를 알 수 있었다. 나의 가장 큰 문제는 나르시스처럼 내 자신의 아이디어에 지나칠 정도로 도취됐다는 데 있었다.

짧은 시간 동안 최소요건제품(시제품)을 만들고 성과를 측정해 다음 제품 개선에 반영하는 것을 반복해 성공 확률을 높이는 경영 방법론의 일종이다. 극심한 불확실성 속에서 효과적으로 제품이나 서비스를 개발하기 위한 개념 및 도구를 제안하는 방식의 프로세스를 통해 낭비를 줄이는 전략이다. 역사적인 기업가들의 전략을 발전시킨 것으로 시장에 대한 잘못된 가정을 최대한 빨리 검증하고 회피한다. 실제 고객과 접촉하는 빈도를 높이므로 자연스러운 피드백이 가능하다.

〈참고: 위키백과〉

실패란 성공으로 가기 위한 계단. 현실을 바라보고 실패의 이유를 깨달을 때 진정한 성공으로 거듭날 수 있음을 이야기한다.

솔직히 고백하자면, 내가 고객이라고 생각하는 사람들은 내가 해결해 주고자 하는 문제를 문제로 느끼지 않고 있었다. 설령 문제라 해도 다른 대안으로 이미 그 문제를 해결하고 있었다. 어쩌면 진짜 고객은 기획 단계에서 고려했던 사람들이 아니라 전혀 다른 사람들일 수도 있었다. 하지만 난 검증 과정을 생략한 채 내 가정이 옳을 것이라 확신하고 일단 상품과 서비스를 만들고 봤다. 그 결과는 세상이 원치 않는 상품과 서비스였고 난 그저 세상이 내 아이디어를 몰라준다고 원망하기만 했던 것이다.

불확실한 성공 이야기, 확실한 실패 이야기. 어디서 교훈을 얻어갈 수 있을까

아무튼 난 내 실패 경험을 통해 배운 교훈을 강의 말미에 설명해 줬다. 어떤 사업도 시행착오를 피할 수 없겠지만, 스타트업은 작은 시행착오마저도 자원을 고갈시켜 버릴 수 있는 만큼 기획 단계에서 철저히 고객 검증을 해 서비스 개시 이후 거치게 될 시행착오의 범위와 기간을 최소화해야 할 것이라 했다.

그런데 어떤 대회 참가자가 내 이야기를 듣고 그런 반응을 보였다고 한다. 아마도 멘토의 권위를 성공 여부에서 찾았기 때문이었을 게다. 이해는 된다.

하지만 생각해보자. 성공이란 게 객관적으로 평가될 수 있는지.

우리는 한때 성공한 기업인이라고 칭송했던 이가 몇 해 지나지 않아 무너져 내리는 사례를 심심찮게 봐 왔다. 성공의 이면에 숨겨져 있던 추악함이 드러나는 일도 있다. 따라서 진짜 성공이라고 말하려면 그 상태가 지속돼야 하고, 그 과정에 진정성이 있어야 할 것이다. 진정성이란, 하는 말이 진실되고 하는 행동이 사회 통념에 반하지 않으면서 말에 일관성을 부여해 줄 때를 가리킨다.

반면, 실패는 분명하다. 실패는 아이디어를 지속해서 펼칠 의지와 그 아이디어를 실현한 상품과 서비스 제공이 중단된 상태이다.

그렇다면, 교훈의 출처로서 실패와 성공 중 어디에 신뢰를 가져야 할까. 불확실한 성공 이야기일까, 확실한 실패 이야기일까. 판단은 여러분 몫이다. ◆

2013
소셜벤처
사례집

Chapter

6

더 나은
내일을 위하여

Social

사회적기업 소개

Venture

더불어 만드는 내일 세상을 따뜻하게 만드는 사회적기업

최근 착한 소비, 기업의 지속가능경영 및 사회공헌활동과 더불어 사회적기업에 대한 관심이 고조되고 있습니다. 2007년 7월 50개에 불과하던 국내 사회적기업은 5년여 동안 빠르게 증가하여 2013년 12월 현재 1,012개소가 활동 중이며, 매출 규모 또한 급증 추세에 있습니다. 단순한 경제적 가치 창출을 넘어 기업 이윤을 지역사회에 환원할 수 있는 사회적기업의 역할과 기능은 앞으로도 꾸준히 확대될 것입니다.

사회적기업 개요

"사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 영업활동을 수행하는 기업"

목표: 사회적 목적을 추구

취약계층에 대한 일자리, 사회서비스 제공 등

수단: 영업활동 수행

수익 창출

사회적기업의 역할

지속가능한 일자리제공	지역사회 활성화	윤리적 시장 확산	사회서비스 확충
취약계층을 노동시장으로 통합하여 보람되고 좋은 일자리 확대	지역사회통합과 사회적 투자확충을 통한 지역경제 발전	기업의 사회공헌과 윤리적 경영문화 확산으로 착한 소비 문화 조성	새로운 공공서비스 수요 충족 및 공공서비스 혁신

사회적기업 일반현황

우리나라에는 13년 12월 현재 고용노동부에서 인증 받은 1,012개의 사회적기업이 활동하고 있습니다. 각 사회적기업들은 민간·정부기관의 힘만으론 해결하기 어려운 여러 사회적 문제들의 틈을 각각의 다양한 특색으로 메우고 있습니다.

지역별 현황

서울	인천	경기	강원	부산	울산	경남	대구	경북	광주	전남	전북	대전	충남	충북	제주	세종
212	55	170	47	61	33	42	44	58	46	41	64	28	38	46	24	3

사회적목적 실현 유형별 현황

일자리제공형	사회서비스제공형	지역사회공헌형	혼합형	기타형
659	60	11	149	133

분야별 현황

환경	문화	사회복지	간병가사	교육	보육	보건	산림보전	기타
160	161	103	71	67	21	11	1	417

사회적기업육성법이 말하는 사회적기업이란?

취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적을 추구하고, 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업을 말합니다.

「사회적기업 육성법」 제 2조

사회적기업의 개념적 범위



사회적기업 종류

우리나라는 사회적 목적에 따라 5개형으로 분류

1. **일자리 제공형:** 조직의 주된 목적이 취약계층에게 일자리를 제공하는 것입니다.
2. **사회서비스 제공형:** 조직의 주된 목적이 취약계층에게 사회서비스를 제공하는 것입니다.
3. **혼합형:** 일자리 제공형 + 사회서비스 제공형의 혼합형으로써 두 가지 유형의 특징을 모두 기대할 수 있습니다.
4. **기타형:** 사회적 목적의 실현여부를 고용비율과 사회서비스 제공비율 등으로 판단하기 곤란한 사회적기업을 말합니다.
5. **지역사회공헌형:** 지역사회 주민의 삶의 질 향상에 기여하는 데 주된 목적이 있습니다.

사회적기업 육성을 통해 지속가능한 경제, 사회통합 구현

지속가능한 일자리제공	지역사회 활성화	사회서비스 확충	윤리적 시장 확산
취약계층을 노동시장으로 통합 보람되고 좋은 일자리 확대	지역사회통합과 사회적 투자확충을 통한 지역경제 발전	새로운 공공서비스 수요 충족 공공서비스 혁신	기업의 사회공헌과 윤리적 경영문화 확산 착한 소비 문화 조성

2013
소셜벤처
사례집

Chapter

7

우리의 내일을
응원합니다

Social

Venture

한국사회적기업진흥원

사업소개

사회적기업의 든든한 동반자 한국사회적기업진흥원



한국사회적기업진흥원 원장

김 재 구

'한국사회적기업진흥원'은 사회적기업의 육성 및 진흥에 관한 업무를 효율적으로 수행하기 위해 사회적기업 육성법 제20조에 의거 2010년 12월에 설립된 고용노동부 산하 공공기관입니다.

사회적기업은 나눔을 실천하며 이 사회에 희망을 심는 새로운 활력소입니다. 진흥원은 이렇게 사회혁신을 실천하는 사회적기업이 더 많아지고 잘 자랄 수 있는 성장 가능한 생태계를 만들기 위해 노력하고 있습니다.

전략과제 (Strategic Task)

- 사회적기업 친화적 문화와 환경 조성
- 창의적 사회적기업가 육성 및 사업모델 발굴
- 사회적기업 인증서비스 및 지속가능성 제고
- 사회적기업 운동 확산 및 가속 지원

사업소개 01 | **사회적기업 발굴 육성 확대**

1. 창의적 사회적기업가 발굴 및 창업지원 체계 내실화

| 사회적기업가 육성사업 |

창업 원스톱 지원

'소셜벤처 문화확산 → 교육 → 체험 → 창업 → 사후관리'의 단계적 사회적기업가 육성 프로젝트 도입

창업 지원체계 내실화

- 사업참여자 확대 및 후속 지원체계 내실화로 효율적이고 지속가능한 창업지원
  ※ 최소 2천~최대 4천만 원 차등지원
- 사업기간이 종료된 창업팀 대상으로 다양한 민간자원 연계 및 간접지원제도(교육·컨설팅·네트워크 연결 등) 강화





| 소셜벤처 경연대회 |

창의적 아이디어 발굴

- 청소년, 일반, 창업, 글로벌 부문으로 소셜벤처 경연대회 모집 부문 확대 및 사후지원 강화
- 발굴된 소셜벤처 아이디어를 사회적기업 창업으로 직접 연결될 수 있도록 교육·멘토링·네트워크 등 지원 (민간기업 자원연계 확대 및 창업자금 지원)
- 전국 주요 권역별 5개 대학에서 사회적기업 인식 확산을 위한 '소셜벤처 토크콘서트 전국 캠퍼스투어' 개최





2. 사회적기업 인증서비스품질 향상

| 인증 지원 |

수요자 중심의 인증지원서비스

- 사회적기업 인증 지원제도 및 절차 개선
- 인증신청기업 대표자의 사회적 공헌도에 대한 평가기준, 일자리제공형 사회적기업의 사회서비스 및 민주적 의사결정 요건 등을 마련하여 인증 심사에 반영
  ※ 2013년 11월 말 기준, 950개 사회적기업 활동 중





3. 협동조합 지원체계 구축

| 협동조합의 활성화 지원 |

교육 및 홍보

- 협동조합 설립희망자, 업무관계자(공무원 등) 대상 맞춤형 교육 진행 및 표준화된 교육교재·교육과정 보급으로 인식 개선과 설립 활성화 유도

- 협동조합 로고·슬로건 대국민 공모전 실시,
  공중파 특집 다큐멘터리 제작·방영(2013년 6월 30일),
  '제1회 협동조합 주간행사'(2013년 7월 5일~6일, COEX) 개최로
  협동조합에 대한 국민적 관심 향상 유도

중간지원기관 구축·운영

- 기 구축된 사회적기업 중간지원기관을 활용하여 거점별 7개 권역에
  협동조합 중간지원기관 운영(2013년 4월~)

사회적협동조합 인가지원

- 사회적협동조합 설립·전환희망자 및 관련부처에 대한 사전상담 및
  검토의견 등 인가지원 서비스 제공





사업소개 02 | **사회적기업 자생력 강화**

1. 사회적기업 경영능력 향상

| 경영컨설팅 지원 |

성장수준별 컨설팅

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

수요자 중심의 컨설팅

- 사회적기업의 자생력 향상과 사회적·재무적 성과 제고를 위한
  컨설팅 지원
- 인건비 지원 종료를 앞두고 있거나, 종료된 사회적기업을 대상으로
  경영개선 및 인사·노무 컨설팅을 제공하여 지원 종료에 따른 충격을 완화하고
  지속적으로 고용을 유지할 수 있도록 지원





2. 사회적기업 제품 및 마케팅 역량 강화

| 판로개척 지원 |

온라인 판로지원

- 사회적기업 제품 소개 및 정보제공이 가능한 온라인 상품소개사이트
  e-store 36.5 구축·운영
- 카탈로그형 상품 소개 전문 홈페이지로 운영 및 TV홈쇼핑 방송을 통해
  사회적기업 상품 유통채널 확대 및 판로연계 지원

오프라인 판로지원

- 사회적기업 제품 공동판매장 조성, 박람회 개최 등
  판로 확대 지원강화
- 자치단체 및 민간과의 협업을 통해 사회적기업 제품의 체험과
  구매가 가능한 복합매장과 숍인숍 조성·운영
- 사회적기업의 제품·서비스와 공공기관 및 일반 소비자를 연결하는
  「사회적기업 박람회」 개최





| 공공기관 우선구매 |

공공구매지원

- 공공구매를 확대하고 우호적인 구매환경을 조성하고자
  제품 상담, 정보제공 등 지원업무 수행을 위한
  공공구매지원센터 설립·운영
  (전국대표번호 1566-5365)





3. 사회적기업 핵심인재 육성 및 네트워크 활성화

| 사회적기업가 아카데미 |

예비창업 전문과정

- 은퇴자, 경력단절여성, 청년구직자 대상 교육대상군별 특성을 반영한 창업전문과정 운영

사회적기업 교육 과목 개설

- 대학에 사회적기업 관련 과목(과정) 개설을 위한 프로젝트 지원
  ※ 2011년~2013년까지 서울대, 성균관대 등 총 14개 대학에 사회적기업 관련 과목 개설

사회적기업 리더 양성

- 사회적기업 관련 강의와 국내외 인턴십 연계 프로그램 운영 등 Semi-MBA 수준의 비학위과정(1년) 운영





| 네크워크 구축사업 |

사회적기업 네트워크 기반 조성

- 사회적기업활성화 전국 네트워크 민관협의체를 통해 중앙·지역별 사회적기업 자원 연계
- 「사회적기업 윤리적 소비 캠페인」, 「지역 내 네트워크 참여기관과 사회적기업 결연 모델 발굴」 등 지방자치단체, 공공기관, 민간기업과의 공동사업 모델 개발·협업을 통한 사회적기업 활성화 운동·확산

전문·업종별 협력체계 구축

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



1. 성과 모니터링 및 분석체계의 효과적인 운영

| 사회적기업 실태조사, 평가 및 모니터링 |

- 사회적기업의 사업보고서 작성·제출을 지원하고 사회적기업 성과에 대한 전문적·체계적인 분석 및 평가를 위한 사회적기업 성과분석 사업

| 사회적기업 자율경영공시 |

사업보고서 작성 지원

- 사업보고서 매뉴얼 제작·보급 및 교육, 사업보고서 검증, 온라인 사업보고서 시스템 시범운영 등
  ※ 사회적기업은 연 2회(4월, 10월) 사업보고서 제출(사회적기업 육성법 제17조)

모니터링

- 사업보고서 분석 등을 통해 사회적·경제적 성과를 분석하여 사회적기업의 지속가능한 경영 지원

자율경영 공시

- 사회적기업의 투명성 강화와 기업 운영의 효율성 제고를 위한 자율경영공시 확대 운영

평가지표 개발

- 사회적기업 등과 같이 사회목적을 추구하는 조직이 창출하는 사회적 성과를 측정·평가하는 지표 개발



2. 사회적기업 공감대 확산

| 사회적기업 주간행사 |

사회적기업을 지역별로 나누어 찾아가는 설명회, 재능기부를 위한 공모전, 각종 세미나 및 심포지움 등 사회적기업의 가치를 더 많이 알리고 민관 협력을 확대할 수 있는 다양한 행사 지원

| 국제협력 지원 |

- (예비)사회적기업 및 소셜벤처 등 총 313개 부스 운영을 통한 다양한 사회적기업 제품 홍보 및 체험 기회 제공

문화예술분야 사회적기업 페스티벌

- 〈한여름 밤의 소셜어페어〉 공연을 통해 일반인들의 사회적기업에 대한 긍정적 인식 확대

아시아 사회적기업 리더 포럼 2013 개최

- 국내외 학계·활동가·전문가 등 500여 명의 사회적기업 리더를 초청하여 아시아 사회적기업의 전망 논의 및 국제네트워크 구축 지원





| 1사1사회적기업 캠페인 |

사회적기업 정보, 매칭, 컨설팅, 홍보지원 등을 통해 우수한 협력 사례가 나올 수 있도록 지원

| 프로보노 |

경영상 어려움을 겪고 있는 (예비)사회적기업의 수요를 발굴하고, 이들을 전문자원봉사자와 연계

| 사회적기업 및 진흥원 주요사업 홍보 |

다양한 매체를 활용한 대국민 인식 제고 활동

협력모델 개발

- 일반기업을 대상으로 사회적기업과 사회공헌 활동을 연계할 수 있는 협력모델 발굴 및 개발 지원

브릿지센터 운영

- 일반기업과 사회적기업의 사업 연계를 지원하는 플랫폼 운영을 통하여 유기적 협력 강화

재능나눔(프로보노) 지원사업 및 내실화

- 전국단위의 프로보노 풀 구축 및 중간지원 조직 지원을 통한 프로보노 활동 내실화 도모



3. 사회적기업 통합정보 공유

사회적기업 관련 정보와 자료를 통합하여 축적, 관리할 수 있는 정보시스템 구축으로 정보 공유 확대 노력

사회적기업 업무지원 기반 구축

- 사회적기업(예비, 부처형 포함) 인증 및 재정지원 정보를 실시간으로 통합 관리
  ※ 2013년(1차년도): 일자리창출, 사회보험료, 사업개발비 등 직접지원 분야
  ※ 2014년(2차년도): 컨설팅 등 간접지원 분야 개발(예정)
- 2013년 10월 현재: 화면·DB 설계 및 프로그램 구현 중
  ※ 2014년 2월부터 시험운영 예정

국민 중심의 행정 서비스 구현

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

공공정보 개방 및 연계 예정

- 사회적기업 관련 공공정보를 비즈니스 영역에서 활용할 수 있도록 개방 여건 조성
- 2014년까지 사회적기업 인증/재정지원 관련 응용프로그램(오픈 API)을 개발하여 공공데이터포털(http://www.data.go.kr)에 제공 예정



따뜻한 세상을 만드는 평범한 사람들의 특별한 이야기

2013 소셜벤처 사례집

발행일 2014년 1월
발행인 김재구
발행처 한국사회적기업진흥원
경기도 성남시 수정구 수정로 157 한화생명빌딩(7, 8층)
전화 031-697-7700
팩스 031-697-7853
홈페이지 www.socialenterprise.or.kr
원고/편집/디자인 (주)이음스토리

따뜻한 세상을 만드는
평범한 사람들의 특별한 이야기

2013 소셜벤처 사례집

