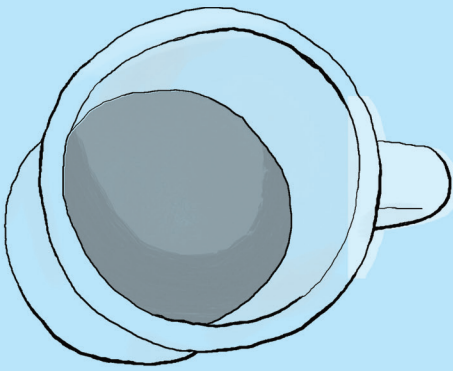




**DO,
DREAM!**

두드림, 사회적기업

 한국사회적기업진흥원
Korea Social Enterprise Promotion Agency

 RISE 사회적기업연구원

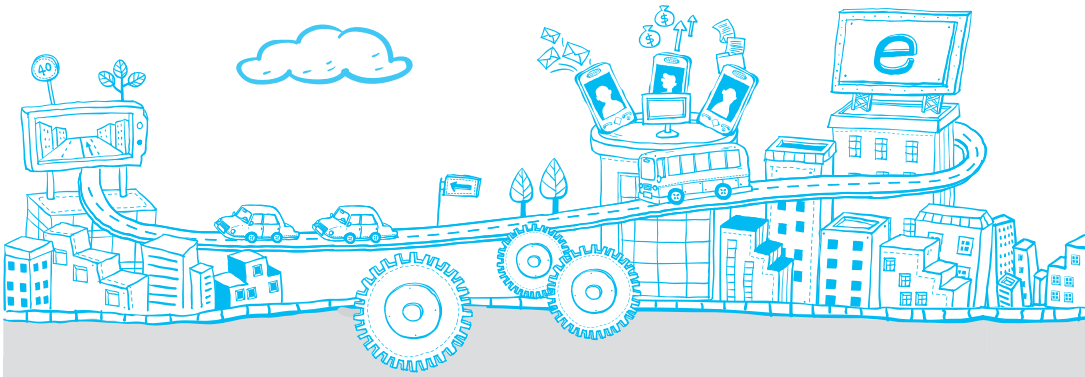
사회적기업이
궁금하다면?

**DO,
DREAM!**

두드림, 사회적기업

 한국사회적기업진흥원
Korea Social Enterprise Promotion Agency

 RISE 사회적기업연구원



두드림 하나
사회적기업의 이해

- 01. 사회적기업의 정의와 의의 006
- 02. 사회적기업의 등장배경 017
- 03. 사회적기업의 인증과 유형 021
- 04. 사회적기업의 현황 026
- 05. 사회적기업의 유사개념 028

두드림 둘
사회적기업 이야기
해외편

- 01. 국가별 사회적기업의 특성 052
 - 영 국 055
 - 독 일 063
 - 캐나다 068
 - 오스트리아 075
 - 스위스 081
 - 아일랜드 089
 - 미 국 098
- 03. 그 밖의 사회적기업 107
 - 홀리스월드컵 108
 - 시네팜 110
 - 저스트비기닝플라워즈 112
 - 허니케어 아프리카 114
 - 비전스프링 116
- 04. 사회적기업가 118
 - 데이비드 위시 118
 - 사라 호로위츠 122
 - 얼 마틴 팰런 125
 - 무하마드 유누스 128
 - 존 우드 132



두드림 셋 사회적기업 이야기 국내편

01. 사회적기업 138

- 이야기꾼의 책공연 138
- YMCA서울아가야 142
- 대전민들레의료생활협동조합 145
- 트래블러스맵 149
- 대지를 위한 바느질 155
- 지리산둘레길 162
- 술라피데 166
- 문화로놀이장 170

02. 예비사회적기업 175

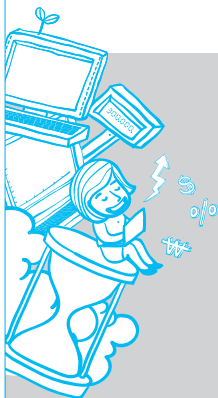
- 돈워리컴퍼니 175
- 시지온 180
- 에이컴퍼니 185
- 에코팜프 189
- 달라이트 194

두드림 넷 한국의 사회적기업 육성정책

우리나라 사회적기업 육성정책 202

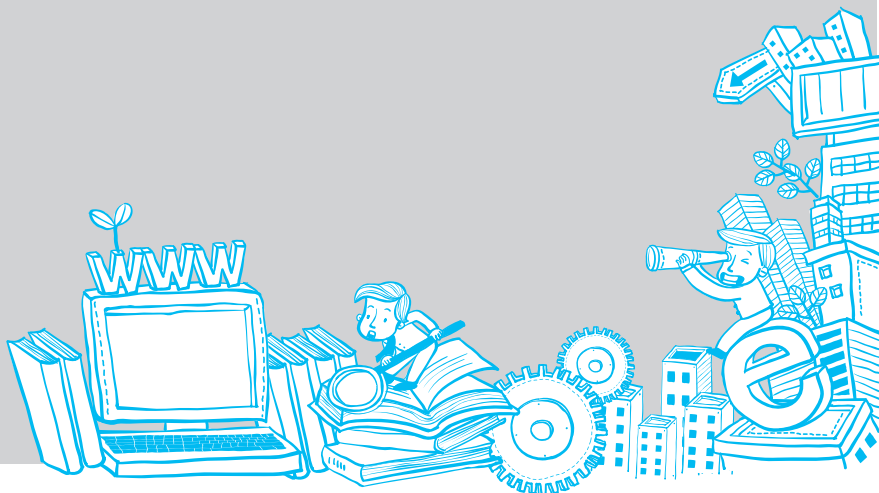
- 01. 직접지원 204
- 02. 간접지원 210
- 03. 육성지원 212





두드림 하나’ 사회적기업의 이해

- 01 사회적기업의 정의와 의미
- 02 사회적기업의 등장배경
- 03 사회적기업의 인증과 유형
- 04 사회적기업의 현황
- 05 사회적기업의 유사개념



01 사회적기업의 정의와 의의

사회적기업의 정의

사회적기업이란 무엇인가? 이 책을 읽는 독자들은 사회적기업에 대하여 들어본 적이 있거나, 이미 사회적기업에 대한 정보를 꽤 가지고 있는 사람들일 것이다. 물론 사회적기업이라는 단어를 처음 접하는 사람들도 있을 것이다. 그동안 사회적기업에 대한 관심은 있었으나, ‘사회적기업이 무엇인가’에 대한 정확한 해답을 찾지 못했다면, 이 책을 통해 사회적기업의 기초적 이해와 관심을 가지게 되기를 바란다.

□ ‘사회적기업’을 떠올렸을 때의 이미지나 느낌을 말해봅시다.

2007년 <사회적기업육성법>이 시행된 지도 올해(2013년) 7년째로 접어들었으며, 2012년 말까지 인증받은 사회적기업은 770개가 넘는다.

그렇다면 우리 국민들은 사회적기업에 대하여 얼마나 알고 있으며, 어떻게 생각하고 있을까? 최근, 사회적기업활성화 전남네트워크와 목포경제정의 실천시민연합이 주민 425명을 대상으로 사회적기업에 대한 인식설문조사를 벌인 결과에서 ‘사회적기업에 대해 들어봤다’는 응답자가 41.4%에 불과하였다. 하지만 응답자 116명을 대상으로 한 ‘사회적기업의 이미지’에 대한 조사에서는 88.8%(103명)가 긍정적인 이미지를 가지고 있다고 답하였으며, 일반기업과 사회적기업의 제품이 유사할 경우 사회적기업 제품을 구매하겠다고

는 비율이 84.5%에 이르렀다. 이는 사회적기업에 대한 인지도를 높이는 노력이 필요함과 동시에, 사회적기업에 대한 국민들의 기대감이 높음을 알 수 있다. 사회적기업 관련 캠페인과 홍보물, 각종 행사, 지원기관 등이 규모면에서 성장하고 있음에도 불구하고 사회적기업에 대한 정확한 이해와 인식이 부족하다는 것은 아쉬운 점이다.

여기서는 사회적기업에 대한 정의와 의의를 최대한 쉽게 소개하여 사회적기업을 처음 접하는 이들이 부담없이, 흥미를 가지고 사회적기업을 이해하도록 돕고자 한다.

이제 본론으로 들어가서, 우리나라의 사회적기업 정의를 살펴보자.

우리나라에서 사회적기업은 비영리조직과 영리기업의 중간 개념으로, **사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 영업활동을 수행하는 기업**이라 정의되고 있다. 구체적으로 사회적 취약계층*에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하며, 취약계층과 지역주민의 삶의 질을 높이기 위한 사회적 목적을 추구함과 동시에 생산·판매·서비스 등 다방면에 걸쳐 영업활동을 수행하는 기업조직을 뜻한다.



사회적 취약계층이란?

자신에게 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매하는데 어려움이 있거나, 노동시장에서 통상적인 조건으로 취업이 특히 곤란한 계층으로 [사회적기업 육성법 시행령 제2조]에 해당하는 사람이다. 여기에는 저소득계층(월 평균 소득이 전국 가구 평균의 60%이하인 경우), 고령자(55세 이상), 장애인, 성매매피해자, 장기실업자(실업기간 1년 이상)가 있다. 이 외에도 한부모가정, 북한이탈주민, 결혼이민자, 노숙자, 가정폭력피해자, 여성가장 등도 포함되며 각 사례별 인정 여부는 세부 법령에 따라 개별적으로 결정된다.

“사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 영업활동을 수행하는 기업”



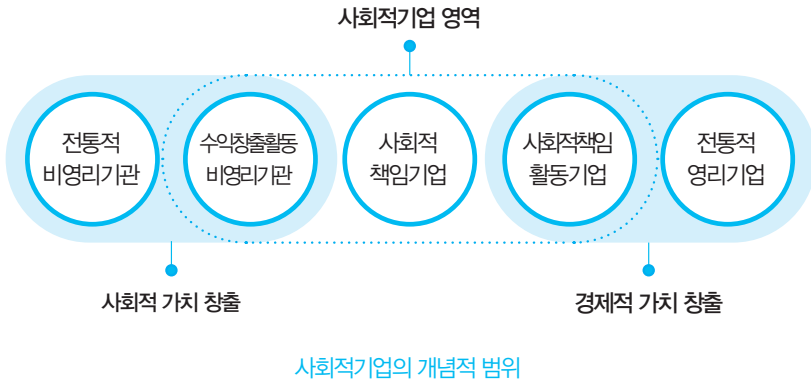
이상의 내용은 사회적기업의 개념적 정의이며, 우리나라의 경우는 사회적 기업을 법률상 규정하고 있는 그 정의는 2007년 제정된〈사회적기업육성법〉에서 찾아볼 수 있다. 〈사회적기업육성법〉 제2조는 사회적기업을 ‘취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역 주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하는 동시에, 재화 및 서비스를 생산하고 판매하는 영업활동을 수행하는 기업’이라 정의하고 있다.

이를 좀 더 쉽게 풀이해보면, 사회적기업이란 소위 ‘착한 기업’이라는 의미를 가진다고 할 수 있다. 경제적 가치 생산을 위하여 사업적 성과를 추구하는 동시에, 사회적 가치 창출을 통해 다양한 주변 이해관계자들로부터 인정과 존경을 받기 때문이다. 다시 말해, 사회적기업은 이윤극대화를 추구하는 전통적인 기업관과 사회적 가치 창출을 목표로 하는 사회·공익적 목적관을 동시에 가진 제3의 경제주체로 볼 수 있다.

사회적기업이 사회적 목적과 경제적 목적을 함께 추구하는 혼합조직이라는 점에는 이견이 없으나 각 국가별 사회·제도적 환경에 따라 비영리 기업, 지역사회 벤처, 사회적 목적 기업 등 조금씩 다르게 불리고 있으며, 사회적 책임을 수행하는 기업에서부터 비영리조직의 수익사업에 이르기까지 사회적

기업의 범주는 폭넓게 나타나고 있다.

다음으로, 다른 나라에서는 사회적기업을 어떻게 정의내리고 있는지 살펴보자.



앞서 말한 바 대로, 사회적기업은 한국을 비롯한 아시아, 미주, 유럽, 아프리카에 이르기까지 전 세계적으로 널리 사용되고 있는 용어이나, 도입시기가 다르고 조직형태 등에 일부 차이를 보이는 등 범 세계적으로 합의된 개념은 없다. 이처럼, 각 나라의 법적·문화적 환경에 따라 사회적기업 개념은 차이를 보이기는 하나, 여러 문헌과 연구자들에 의한 포괄적 의미의 견해도 있다. 이에 따르면, 대부분의 사회적기업은 **수익성과 공공성의 확보, 즉 영리적인 활동을 통한 수익창출을 추구하며 운영과 이윤의 배분에 있어서 사회적 목적 달성을 중요한 기준으로 삼고 있다.**

이러한 기준을 바탕으로 2002년 영국 통상산업부(DIT: Department of Trade and Industry)는 사회적기업을 '**사회적 목표를 우선적으로 추구하는 기업으로, 주주와 소유주를 위한 이윤극대화를 추구하기보다 창출된 수익을 주로 기업 자체 또는 지역사회에 재투자하는 기업**'으로 정의하고 있다.

OECD보고서에서는 사회적기업이란 ‘공공의 이해를 위해 수행되며, 이윤 극대화가 아닌 특정한 사회·경제적 목표 달성을 최종목적으로 하는 기업’이라고 언급하며, ‘사회적 배제와 실업과 같은 문제에 혁신적인 해결책을 제시하는, 공익을 위한 모든 민간활동’이라고 덧붙여 정의하고 있다.

이외에도 유럽의 리서치 네트워크인 EMES*는 EU 15개국의 연구자들로 구성된 프로젝트를 통해 사회적기업에 대한 공통적 기준(경제적 차원 4가지, 사회적 차원 5가지)을 제시하였으며, 이와 함께 각국별 사회적기업의 다양성과 이질성을 확인하는 연구를 진행하였다. 국가별 사회적기업의 특성은 다음 2장에서 알아보고, 우선 세계의 사회적기업에 관한 공통적 기준들을 살펴보자.

□ 우리나라의 사회적기업육성법에 명시된 사회적기업의 법률적 정의를 작성해보세요.

□ 사회적기업의 개념적 범위를 스펙트럼으로 그려보세요.



EMES

유럽의 사회적 경제와 사회적기업에 관한 연구자들로 구성된 권위있는 유럽 네트워크 조직으로, 그들의 최초 연구프로젝트인 “유럽의 사회적기업 태동(The emergence of Social Enterprise in Europe)”을 계기로 주목받고 있다.

www.emes.net

세계 사회적기업의 공통적 기준(EMES제시) ▼

사회적 측면

지역사회 이익 추구

사회적기업의 주된 목적 중 하나는 지역사회 혹은 특정 집단에 봉사하는 것으로 사회적 책임감을 다한다.

사회적기업은 기업의 이익을 얻기 위해 설립된 영리조직이 아니다. 기업활동을 통해 사회에 긍정적인 영향을 미칠 수 있어야 한다.

시민들의 자발적 참여

사회적기업은 자발적이고 역동적인 시민참여의 결과이다.

사회적기업은 사회 문제를 해결하고자 스스로 조직되고, 운영되는 주체적이고 자주적인 집단이다.

자본소유에 기인하지 않는 의사결정구조

자본의 소유구조에 의한 의사결정을 하지 않으며, '1인 1표제' 등을 도입하고 있다.

사회적기업은 '1주 = 1표' 방식이 아닌 '1인 = 1표' 방식으로 대주주가 경영을 좌우하는 법인과사와 구별된다.

다양한 이해관계자들의 의사결정 참여 보장

사회적기업은 고객과 투자자의 참여, 이해관계자 지향의 민주적 경영방식으로 지역차원의 민주주의 확대를 추구한다.

투자자, 경영자 이외 종업원, 지역주민, 소비자, 정부, 언론 등 다양한 이해관계자들이 사회적기업의 경영에 참여할 수 있다.

제한적 이윤분배

강제적으로 이윤배분을 하지 않고 제한적으로 이윤을 분배하며, 이윤 극대화를 추구하지 않는다.

기업활동을 통한 수익은 투자자들에게 일부 배당하기도 하나, 이는 제한적이며, 이익의 대부분을 사회에 환원하거나 재투자한다.(우리나라의 경우, 상법상 법인은 2/3이상을 재투자하도록 법률상 명시하고 있음)

경제적 측면

지속적인 생산활동

사회적이ệp은 비영리기관과 달리 자선활동이나 이익의 재분배만을 목적으로 하지 않으며, 지속가능한 제품의 생산과 서비스 제공에 주력한다. 이는 사회적이업을 지속가능하게 하는 근원이 된다.

사회적이업은 비영리기관과 달리 자선, 봉사활동을 위해 조직되었거나, 기관의 기부금이나 지원금을 단순히 사회에 재분배하는 것만을 목적으로 하지 않으며, 기업으로서 지속가능하기 위해 제품이나 서비스를 생산하고 제공하는 활동에 주력한다. 이로써 외부자원을 통한 제한적인 사회활동이 아니라, 그들 스스로 생산활동을 통해 수익을 창출하고, 이를 바탕으로 그들의 의미있는 사회적 목적을 장기적으로, 자주적으로 펼칠 수 있을 것이다. 즉, 시장에서의 지속적인 생산활동을 통해 지속가능한 기업활동을 할 수 있게 되는 것이다.

높은 수준의 자율성

사회적이업은 자발적으로 조직된다. 일부 공적 보조금에 의존하기도 하지만, 직·간접적으로 공공기관과 여타 기관의 통제를 받지 아니하고, 자신의 입장을 고수하거나 사업을 자유롭게 마무리할 권리를 가진다.

사회적이업은 독립적이고 자주적인 특성을 지닌다. 스스로 사업을 개시하거나 마무리지을 수 있으며, 설립과 폐쇄도 구성원들의 동의로 자유롭게 이루어진다. 또한 일부 보조금이나 지원금을 받는 경우에도, 감사나 보고의 의무를 가질 뿐 일반 기업과 마찬가지로 사업 운영 자체에 대하여 외부의 통제나 간섭을 일체 받지 않는다.

상당한 경제적 위험 감수

사회적이업은 다른 공공기관이나 비영리기관과 달리 경제적 위험을 감수한다. 그들의 재원은 회원들과 근로자의 노력에 좌우되며, 경제활동을 통한 이익으로 운영된다.

사회적이업은 말 그대로 '사회적으로 착한 일을 하는 기업'이다. 위에서 살펴본 두 가지 기준(생산활동, 자율성)에 이어 경제적 성과는 기업의 존속과 직결되는 문제이므로, 절대 간과할 수 없는 주요 기준이 된다. 외부의 지원이나 후원이 일시적인 도움이 될 수는 있으나 사업을 통한 경제 활동 수익을 통해 기업이 존속할 수 있음을 유념해야 할 것이다.

최소한의 유급근로자 고용

사회적이업은 자원봉사자와 유급 인력을 모두 활용하지만, 수행활동과 관련한 최소한의 유급인력을 고용한다.

사회적이업의 활동에 있어 자원봉사자를 적극 활용할 것을 권장하나, 사회적이업의 사회적 목적 중 '팬찮은, 지속가능한' 일자리를 제공하고, 지역경제에 도움이 되고자 하는 측면을 고려해볼 때, 유급근로자 고용도 중요한 사회적이업의 역할이다. 하지만 기업과 근로자 측면에서 장기적이고 안정적인 경영과 근무환경이 매우 중요하므로 중/장기적 조직운영 계획을 통해 유급근로자 고용을 신중히 고려해야한다.

사회적기업의 의의

사회적기업은

- 영리활동으로 얻은 경제적 이익을 지역사회 재건이나 사회적 포용과 같은 사회·환경적 문제 해결에 이용함으로써 사회적 필요를 충족 시키며,
- 윤리적 시장을 확산하고, 기업의 사회적 책임에 대한 기준을 높이며,
- 사회서비스를 기획개발하여 새로운 방식을 개척하며 공공서비스를 개선하고,
- 윤리적 목적과 사업의 성공이 결합될 수 있음을 보여줌으로써 기업 활동의 차원을 높인다.

이상의 내용을 그림으로 나타내면 아래와 같다.



다시 말해, 사회적기업은

- 지속발전가능한 경제활동을 통해 부의 창출에 기여함은 물론,
- 사회적 필요를 충족시켜주고,
- 지역사회를 재건하며,
- 양질의 공공서비스를 제공하고 서비스를 혁신하며,
- 윤리적 시장을 권장하여 지역발전과 혁신에 중심적 역할을 수행한다.

1 지속가능한 경제발전을 통한 부의 창출

사회적기업은 일반 기업과 마찬가지로 경제활동을 통해 수익을 창출한다. 일부 기업은 보조금에 의존하거나 사업초기 수입이 낮은 수준에 머무르기도 하지만, 성숙단계의 사회적기업은 대부분의 수입을 시장에서 창출하려는 목표를 세우고 있다. 사회적기업은 신생기업의 수를 증가시키고, 일반기업에 매력을 느끼지 못한 사람들의 관심을 끌 수 있으며, 특히 사회문제의식이 높고 변화를 갈망하는 청년들의 열망을 충족시킬 수 있는 매력적인 해법이 될 수도 있다.

2 사회적 필요의 충족

사회적기업은 그동안 경제적, 사회적 활동에서 소외되었던 사람들에게 노동시장 참여의 기회를 제공해준다. 취약계층에 대한 일자리 제공은 소득창출을 통해 자립기반을 조성하고 범죄와 반사회적 행위의 감소에도 기여함으로써 사회 안전망을 구축함에 있어 순기능을 담당할 수 있다.

3 지역사회 재건

사회적기업은 지역사회 주민들에게 고용기회를 제공할 뿐만 아니라 주류 경제에 동참하는 고객으로서의 기회도 제공한다. 또한 창조적이고 진취적인 사회적기업가들을 통하여 통합적인 경제활동의 바람을 불러일으키며, 해당지역 내 경제적·사회적 인프라를 향상시켜 주민들이 지역사회에 대해 더 큰 애정을 느끼게 만든다. 더불어, 다른 주류 경제의 기업들을 유인해 지역사회자본 개발을 촉진하고 네트워크를 형성하게 된다. 또한 지역사회를 기반으로 한 사회적기업은 그들의 활동을 통한 이윤과 혜택이 고스란히 지역사회로 되돌아가는 선순환 구조를 이룸으로써 지역경제 활성화에도 도움을 줄 수 있다.

4 양질의 공공서비스 제공 및 서비스 혁신

사회적기업은 기존에 정부가 제공해 온 공공서비스를 기업적인 방식으로 보다 효과적이고 효율적으로 제공할 수 있다. 또한 일반기업처럼 주주 이익의 극대화라는 목표에 얽매이지 않고, 공공서비스를 제공하는 근로자들과 이용자들의 요구를 동시에 충족시킬 수 있다. 공공의 혜택을 추구하는 사명의식과 기업적 활동을 통해 양질의 서비스 제공이 가능한 것이다. 사회적기업은 정부의 영향력이 미치지 못한 공공부문을 민간 영역에서 해결할 수 있는 효과적인 해결책이며, 사회서비스 부문에 대한 분석과 공급계획을 수립하고 시장경쟁력을 도모하는 접근법을 적용함으로써 공공서비스의 질을 향상시키는 데에도 도움을 준다.

5 윤리적 시장의 장려

창조적 자본주의*를 주장하는 빌게이츠(Bill Gates)는 2008년 다보스의 세계경제포럼(WEF: World Economic Forum, 다보스포럼이라고도 함)에서 “기업들이 시장에서 이윤을 추구하는 방식으로 가난한 이들

의 필요를 충족할 수 있는 방안을 찾을 수 있다면 세상의 불평등을 줄이고 지속가능한 발전을 해나갈 수 있을 것”이라 역설한 바 있다.

오늘날 소비자들은 기업이 점차 더 높은 수준의 사회적·환경적 책임을 보여줄 것을 기대하므로 기업은 사회적 책임과 윤리경영에 큰 관심을 기울여야 한다. 최근 대한상공회의소의 ‘윤리적 소비에 대한 소비자 인식’ 조사에서 ‘가격과 품질이 비슷하면 윤리적 가치를 반영한 제품을 구매하겠다’는 응답이 72.9%로 나타났다는 보도자료가 있었다. 영국의 경우, 기업의 사회적 책임에 대한 평판에 근거하여 상품이나 서비스를 구매하겠다는 응답이 1999년 51%에서 2004년 62%로 증가하였다.

상기의 예가 보여주듯이 윤리적 소비 시장이 확대됨에 따라 사회적기업은 사회적 책임과 윤리적 행동에 기인한 시장의 기대에 부응하는 모델이 될 수 있는 것이다.

□ EVES가 제시한 사회적기업의 공통 기준을 경제적 측면과 사회적 측면으로 구분하여 총 9가지로 설명해보세요.

□ 사회적기업의 의의에 대하여 생각해보세요.



창조적 자본주의란?

빌게이츠가 2007년 7월 하버드대학 졸업식 축사에서 언급한 개념으로 돈을 버는 동시에 자선이나 기부활동을 하는 자본주의를 뜻하며, 기업의 봉사를 사회적 책임이 아닌 의무로 끌어올린 개념으로 볼 수 있다.

참고자료

Carlo Borzaga, Jaques Defourny | The Emergence of Social Enterprise, 2004
조영복, 박선화 역 | 영국의 사회적기업 육성계획, 2011

02 사회적기업의 등장배경

자본주의 1.0

- ~ 1930년
- 자유방임의 고전자본주의
- 개인의 이익추구활동 = 사회적 부 증대

자본주의 2.0

- 1930년 ~
- 케인즈의 수정자본주의
- 정부 통제 기능 강화 (인프라 투자 등 적극적인 경기활성과 정책실행 및 복지국가 실현이 주요 목표)

자본주의 3.0

- 1970년 ~
- 신자유주의, 자유시장자본주의
- 시장의 조정 역할 강조 (작은 정부 큰 시장의 시대)

자본주의 4.0

- 2008년 ~
- 민주적 자본주의, 창조적 자본주의
- 시장(민간) - 정부(공공) 양자 간 견제와 균형을 통한 사회 동반성장 추구

자본주의의 역사

사회적기업의 등장배경에 대해 논의하기 앞서, 자본주의 사조의 시대 변화 흐름을 간략히 살펴볼 필요가 있겠다. 자본주의는 마치 생명체처럼 매일 진화하고 있는데, 그 진화의 태동은 18세기 이후 영국과 프랑스를 중심으로 한 산업혁명에서부터 시작되었다. 그렇게 펼쳐진 자본주의의 시대의 도래는 19세기 무렵, 미국과 독일 전역으로 퍼져나가면서 본격화 되었다고 볼 수 있겠다.

영국의 경제학자 아담 스미스(Adam Smith)가 국부론을 저술한 1776년부터 미국의 대공황이 발생한 1930년까지의 시기를 소위 ‘자본주의 1.0’ 시대라 한다. 당대에는, 자유방임주의사상을 기저로 개인의 이익을 추구하는 경제활동이야말로 사회적 부를 증대시키는 수단이라 여겼다. 영국에서 시작된 산업혁명으로 인간의 생활은 유례없이 풍족하고 여유로워졌으며, 편리해졌다. 하지만 풍요의 시대는 얼마 가지 못했고, 계층 간의 상대적 소득격차와 빈곤을 초래하여 갈등을 증폭시키는 자본주의의 역기능이 드러나게 된다.

이후 1931년부터 1979년까지의 시기를 ‘자본주의 2.0’ 시대라 일컫는데, 이 무렵 미국에서는 프랭클린 루스벨트(Franklin Roosevelt)대통령이 대공황을 극복하기 위한 뉴딜정책을 시행하였다. 한편 그 배경에는 영국의 경제학자 케인즈(J.M. Keynes)가 있는데, 그는 정부가 재정지출 등을 통해 시장에 적극적인 가담을 강행해야한다고 주장했다. 자유방임주의가 아닌 소비와 투자, 즉 유효수요를 확보하기 위해서는 정부의 적극적인 개입을 통한 공공지출이 필요하다는 것이다. 그러나 자본주의 경제의 수정 내지 점진적인 개혁을 통해 경제문제를 합리적으로 해결하고 개인의 행복과 사회의 번영이 합치되는 이상의 구현을 꾀하는 복지국가개념을 주창하는 정부주도의 수정자본주의는 1973년 오일쇼크와 스태그플레이션으로 경제상황이 악화되자, 막을 내리게 된다. 1979년 영국의 마가렛 대처(Margaret Thatcher)수상과 1980년 미국의 로널드 레이건(Ronald Reagan)대통령은 다시한번 자유시장혁명을 일으켜 정부의 역할을 축소하는 반면 기업 이윤과 주주의익 극대화를 지향하기 위해서 시장의 역할을 강조하는 신자유주의를 채택하였다.

이 시대에 들어 세계화의 개념이 대중화되면서 활발한 자유무역시대를 맞이하게 되는데, 당시를 ‘자본주의 3.0’ 시대라 칭할 수 있겠다. 그러나 자본주의 3.0시대 역시 30년간의 전성기를 구가하다가, 2008년 금융위기에 이르러 다시한번 새로운 자본주의의 패러다임을 모색하기에 이른다.

이에 수면 위로 떠오르게 된 ‘자본주의 4.0’의 개념은 영국 일간지 더 타임즈(The Times)의 평론가인 아나톨 칼레츠키(Anatole Kaletsky)로부터 처음 제시되었다. 그는 “2008년 9월 15일에 무너진 것은 투자은행이나 금융시스템이 아니라 정치철학과 경제시스템, 세상을 바라보고 살아가는 방식 자체였다”라며, 이전과 같이 정부와 시장을 양 극단에서 바라볼 것이 아니라 공공과 민간이 시장의 복잡성과 불확실성을 함께 해결해나가는 상생과 협력의 혼합경제를 주창하였다.

우리는 이처럼 진화하는 자본주의의 흐름 속에서 사회적기업의 태동을 발견할 수 있다. 앞서 말했듯이, 1970년대 두 차례의 오일쇼크로 인한 세계적인 경기침체와 산업구조의 변화로 범세계적인 실업과 빈곤문제가 심각하게 대두되었다. 이에 대한 해결책으로, 유럽의 비영리 단체들이 국가나 지방정부가 제공하지 못한 사회서비스를 지역주민에게 제공하면서부터 사회적기업의 개념이 등장하기 시작한 것이다. 한편 유럽연합(EU)은 지역을 기반으로 한 협동조합을 중심으로 사회적기업이 발달하였으며, 1980년대 중반부터 높은 실업률·소외계층 증가 등 사회문제의 해결 및 사회통합을 위한 방안으로써 사회적기업을 제도화시키고 정부의 재정적인 지원을 촉구하였다. 미국 역시 1980년대 연방정부의 사회복지 예산 감축에 따라 비영리 기관들이 정부의 재정지원이나 기업의 후원에 의존하는 데 한계가 있어, 안정적인 재원을 확보하기 위한 방편으로 사회적기업이 나타난 것이다.

우리나라의 경우, 1990년대 말 금융외환위기를 겪은 후 실업과 빈곤문제가 중요한 사회문제로 대두되었다. 이에 정부는 급증하는 실업률에 대한 긴급처방의 일환으로 공공근로사업을 전개하였으나 이는 지속적이고 안정적인 일자리를 제공하지 못했다. 이러한 공공근로사업의 한계를 극복하고자 2000년 국민기초생활보장법에 따라 수급자, 차상위계층, 저소득층 등 취약계층에 대한 자활사업이 시작되었으나 이 또한 과거 공공근로의 성격을 크게 벗어나지 못했다.

2003년부터 공공근로는 사회적일자리라는 명칭으로 변경되어, 정부의 각 부처별 사업과 고용노동부를 통한 민간위탁사업으로 나뉘어 운영되기 시작하였다. 사회적일자리는 근로빈곤층의 문제, 고령화 사회로의 진입, 사회서비스 수요의 증가, 고용 없는 성장 시대의 도래 등과 같은 복합적인 사회문제를 해결하기 위한 방안의 하나로 제시된 것이다. 사회적일자리 사업을 통해 그동안 자활사업을 중심으로 시작된 사회적기업에 대한 논의가 민간단체로 확산되기 시작하였으며, 2005년 국회와 고용노동부를 중심으로 사회적기업에 대한 법제화 검토가 본격화된다. 2007년 사회적기업육성법을 시행함에 따라 과거 공공근로사업, 자활사업, 사회적일자리사업으로 이어지던 정부의 고용정책이 사회적기업을 중심으로 새롭게 출발하게 되었다.

이처럼, 자본주의의 진화과정과 경제성장과정에서 발생하는 사회적 문제들을 해소하면서 동시에 지속적인 성장을 이루기 위해서는 경제적 발전과 사회적 가치창출의 두 톱니바퀴가 맞물려 돌아가야 한다. 사회적기업은 효율적인 사회적 가치 창출이라는 시대적 요구로부터 탄생하게 되었다. 다시 말해 자본주의의 발전과정에서 야기되는 사회적 갈등을 해소하여, 시장과 정부의 실패를 시정하고 보완하려는 움직임의 결과물인 것이다. 그런 점에서 사회적기업은 결국 사회서비스의 대안생산체제로서의 기능을 수행한다고 볼 수 있겠다.

□ 자본주의의 시대적 흐름(1.0~4.0)을 정리해보세요.

□ 우리나라에서 사회적기업의 등장 배경의 과정을 정리해봅시다.

참고자료

엄형식 | 한국의 사회적 경제와 사회적기업, 2008

조영복 | 사회적기업, 아름다운경영이야기, 2010

아니톨 칼레츠키, 위선주 역 | 자본주의 4.0, 2011

03 사회적기업의 인증과 유형

사회적기업 인증

우리나라는 사회적기업 인증제를 도입하고 있으며, 사회적기업이 되기 위해서는 사회적기업육성법이 요구하는 7가지 요건들을 모두 갖추어 고용노동부 장관의 인증을 받아야 한다. 여기서는 사회적기업 인증 요건과 절차에 대하여 간단히 살펴보겠다(자세한 사항은 한국사회적기업진흥원 www.socialenterprise.or.kr 참조).

사회적기업 인증요건에는

- 조직형태 (법인조직, 법인 내 사업단)
- 사회적 목적 실현 (취약 계층 고용, 취약계층에 대한 사회서비스 제공)
- 영업활동을 통한 수입(노무비 대비 영업활동을 통한 수입 30%이상)
- 유급근로자 고용 (1인 이상)
- 다양한 이해관계자 참여하는 의사결정구조 (민주적 의사결정구조)
- 정관이나 규약 (10가지 법정 기재사항)
- 사회적 목적을 위한 이윤의 재투자 (상법상 회사의 경우)가 있다.

먼저, 사회적기업 인증심사의 대원칙을 살펴보도록 하자.

2011년까지 사회적기업 인증은 인증 신청 공고기간에만 신청할 수 있었으나, 2011년 7월 1일부터 상시인증제가 도입되었다. 사회적기업 인증을 신청

하고자 하는 자는 권역별 통합지원기관이 개최하는 설명회에 참석하거나 개별상담을 통해 인증 컨설팅을 받아야 하며, 이후 한국사회적기업진흥원으로 인증신청서류를 제출해야 한다. 한국사회적기업진흥원과 권역별 통합지원기관의 형식적 요건 검토 및 현장실사를 마치면, 중앙부처 혹은 광역자치단체의 추천을 받아 한국사회적기업진흥원과 권역별 통합지원기관이 검토보고서를 제출한다. 이를 토대로 인증심사소위원회의 사전심사와 사회적기업 육성전문위원회의 심의를 거치며, 최종적으로 고용노동부장관의 인증을 받게 된다.

사회적기업 인증심사의 대원칙 ▼

조직형태	사회적기업으로 인증받기 위해서는 사회적기업육성법(제8조 1항 1호)이 명시한 바 대로, 기업이 독립된 조직 형태를 갖추어야 한다. 따라서 원칙적으로 조직의 부서나 사업단은 사회적기업으로 인증 받을 수 없다. 하지만 비영리법인·단체의 경우, 조직의 목적달성을 위한 수익사업을 위해 별도의 사업단을 구성하여 신청하는 사례가 있는데, 이 경우 해당 사업단이 인사·회계·의사결정에 있어 모법인과 실질적으로 독립하여 자율적으로 운영되는 것이 객관적으로 확인되는 경우에 한하여 예외적으로 사회적기업 인증을 받을 수 있다.
사회적 목적 실현	사회적기업은 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적 실현을 조직의 주된 목적으로 해야 한다. 이때, 사회적 목적 실현은 단순히 취약계층 고용이나 서비스 제공 비율을 만족시켰다고 인정되는 것이 아니라 법 제8조 1항 3호에 규정된 바와 같이 조직의 '주된 목적'이 사회적 목적을 추구해 온 경우에만 인정된다.
민주적 의사결정 구조	사회적기업은 다양한 이해관계자가 실제로 참여하는 민주적 의사결정 구조를 갖추어야 한다. 이에 대해 공증된 정관, 이사회 및 운영위원회 구성 및 운영현황, 회의록 등을 종합적으로 검토·판단한다.
영업활동 기준	사회적기업 인증을 위해서는 유급근로자를 고용하여 영업활동을 해야 한다. 영업활동은 최소한 6개월 이상 영위해야 하며, 그 수입이 총 노무비 대비 30% 이상이어야 한다.

사회적기업 유형

우리나라의 사회적기업은 인증 신청시, 사회적 목적에 따라 5가지 유형으로 구분하여 인증을 받게 된다. 사회적 목적은 크게 2가지(취약계층을 대상으로 한 ‘일자리 창출’과 ‘공익 서비스’)로 나뉘며, 다시 일자리 제공형, 사회서비스 제공형, 혼합형, 지역사회 공헌형, 기타형으로 분류된다.

1 일자리 제공형

취약계층 고용비율이 50% 이상인 경우

(2013년 30% 이상으로 한시적 완화)

사회적기업은 일반 노동시장에서는 노동력의 시장 경쟁력이 약하여 사용자 또는 고용주로부터 쉽게 선택되지 못하는, 즉 안정적인 근로활동이 어려운 사회적 취약계층에게 직업을 가질 수 있는 기회를 제공해 주는 유형이다. 대상이 되는 ‘취약계층’은 저소득자, 고령자, 장애인, 청년, 경력단절여성, 장기실업자, 탈북이탈주민, 성매매피해자, 가정폭력 피해자, 한부모 자녀, 결혼이민자, 경쟁보호 대상자, 범죄구조 피해자 등이다.

취약계층 고용비율은 6개월 평균이 아닌 매월 취약계층 고용비율을 충족해야 인증가능

2 사회서비스 제공형

사회서비스를 제공받는 취약계층 비율이 50% 이상인 경우

(2013년 30% 이상으로 한시적 완화)

사회적기업의 주된 목적이 취약계층에게 사회서비스(공익서비스)를 제공하는 것으로 이 때의 사회서비스란 개인 또는 사회 전체의 복지증진 및 삶의 질을 높이기 위해 사회적으로 제공되는 서비스를 의미한다.

서비스 제공비율은 해당기간 평균으로 계상하여 30% 이상인 경우 인증가능

3 혼합형

취약계층 고용비율이 30% 이상이고, 사회서비스 제공받는 취약계층 비율이 30% 이상인 경우 (2013년 각각 20% 이상으로 한시적 완화)

사회적기업의 목적이 취약계층에게 일자리와 사회서비스(공익서비스)를 함께 제공하는 것일 경우, 혼합형 사회적기업으로 인증받을 수 있다.

4 지역사회 공헌형

지역의 인적, 물적 자원을 활용하여 지역주민 일자리를 늘리는 것으로 해당 조직 전체 근로자 지역취약계층 고용비율이나 취약계층 서비스 제공비율이 20% 이상인 경우

지역사회 공헌형 사회적기업은 특정 업종이 아니라, 정해진 지역사회를 기반으로 지역경제를 재생하고 선순환 구조를 구축할 수 있는 기업으로 기존의 마을기업이나 농어촌 공동체회사 등이 지역사회 공헌형 사회적기업으로 전환가능하다. 이 유형에서 가장 중요한 점은 지역사회가 갖고 있는 문제점이나 현안을 명확하게 인지하여 의제를 설정하고, 그 해결방법을 제시하는 것이다. 또한 단순 고용이나 서비스 제공이 아닌 지역 사회에 미칠 수 있는 긍정적인 영향을 찾아내야한다.

5 기타형

불특정 다수를 대상으로 사업을 수행하여 취약계층 고용비율, 사회서비스 제공비율 등을 통하여 사회적 목적 실현여부 판단이 곤란한 경우
 사회서비스 제공이 조직의 주된 목적이지만, 환산이 불가능한 경우 기타형 신청 가능
 (예: 환경, 산림보호, 불특정 대상 공연 등)

사회적기업 유형 ▼

사회적 측면	목적	기준
일자리 제공형	취약계층에게 일자리 제공	전체 근로자 중 취약계층의 고용비율이 50% 이상 (2013년 한시적으로 30% 이상)
사회서비스 제공형	취약계층에게 사회서비스 제공	전체 서비스 수혜자 중 사회서비스 를 제공받는 취약계층의 비율이 50% 이상 (2013년 한시적으로 30% 이상)
혼합형	취약계층에게 일자리와 사회서비스 제공	전체 근로자 중 취약계층의 고용 비율과 사회서비스를 제공받는 취약계층의 비율이 각각 30% 이상 (2013년 한시적으로 각각 20% 이상)
지역사회 공헌형	지역사회에 공헌 (2011년 신설)	전체 서비스 수혜자 중 일자리와 사회서비스를 제공받는 취약계층의 비율이 20% 이상
기타형	사회적 목적의 실현여부 판단에 있어 취약계층의 고용비율과 사회 서비스의 제공비율로 판단하기 어려운 경우	사회적기업육성전문위원회에서 결정

□ 사회적기업의 5가지 유형을 구분하고 내용과 기준에 대하여 설명해봅시다.

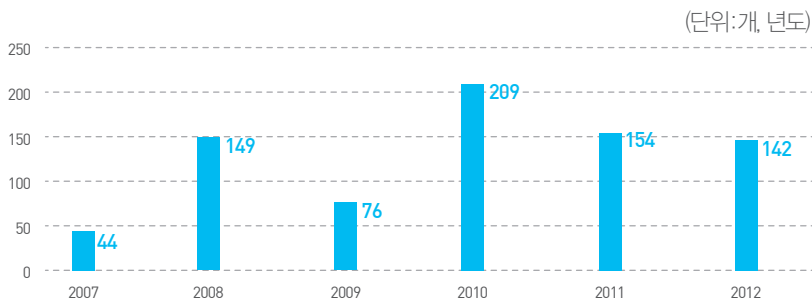
04 사회적기업의 현황

2007년 사회적기업육성법이 제정된 이래, 2012년 12월까지 한국의 사회적기업은 2007년 55개소에서 2012년 12월까지 774개소로 약 14배의 양적인 성장을 해왔다.

고용노동부는 사회적기업육성법 제정 이후, 2007년 (10월, 12월 2차례 인증)을 제외하고, 2011년 7월까지 매년 분기별로 사회적기업을 인증해왔다. 과거 고용노동부와 권역별 통합지원기관 중심으로 이루어지던 사회적기업 인증 업무는 2010년 12월 사회적기업 육성 및 진흥에 관한 업무를 보다 효율적으로 수행하기 위해 “한국사회적기업진흥원(이하, 진흥원)” 이 출범함에 따라 권역별 통합지원기관과 진흥원이 함께 상시 인증제로 진행하고 있다.

인증 사회적기업 추이

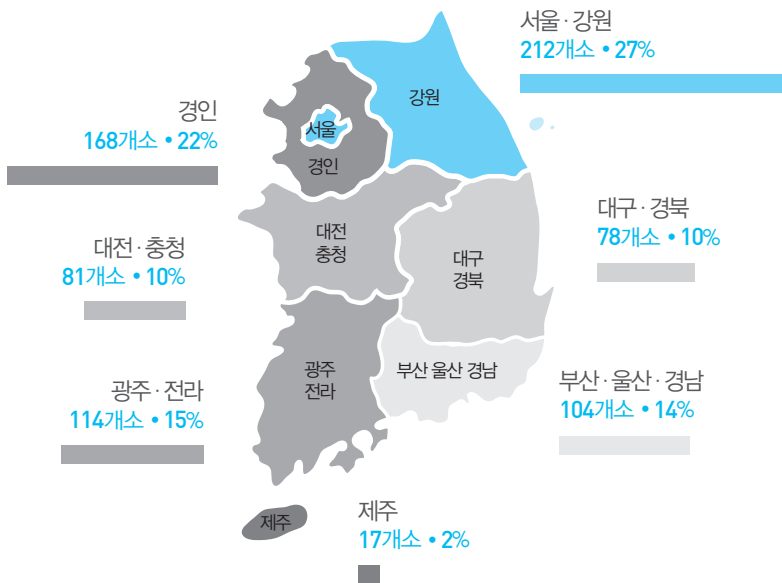
사회적기업의 6년간의 인증 현황 추이는 아래 도표와 같다.



연도별 사회적기업 인증현황

774개 사회적기업을 지역별로 분석한 결과 서울, 경인지역에 편중 분포된 것으로 나타났다. 서울, 경기, 인천에 소재한 사회적기업의 수는 총 342개소로 이는 전체 사회적기업의 44.2%를 차지하고 있다.

이들을 권역별로 재범주화 해보면, 서울·강원권에 212개소로 가장 많이 분포하고 있으며, 다음으로 경인권, 광주·전라권, 부산·울산·경남권, 대구·경북권, 대전·충청권 순이며, 서울·강원권, 경인권이 각각 27%, 24%인 것을 제외하면, 나머지 권역은 10~15% 내외로 비교적 고른 분포를 보이고 있다. 특별자치도인 제주도에서도 17개 기관이 사회적기업으로 인증을 받았다.



인증 사회적기업의 권역별 분포 (2012년 12월 기준)

05 사회적기업의 유사개념

사회적기업을 살펴보기에 앞서, 사회적 경제(Social Economy)를 이해할 필요가 있다. 여기서는 먼저 사회적기업 영역을 포괄하는 사회적 경제 시스템을 살펴보고, 사회적기업 외에 사회적 경제 영역의 주체 중 하나인 마을기업과 최근 주목받고 있는 협동조합에 대하여 간단히 살펴보기로 하겠다.

사회적 경제 : 제3섹터를 넘어 제4섹터로

사회적 경제를 한마디로 정의하기는 어려우나, 수익성만을 추구하는 경제 활동에 호혜와 연대, 민주적 의사결정이 가미된 시민사회의 경제사회활동으로 이해할 수 있겠다. 이는 정부의 전통적인 역할도 아니고, 시장의 역할도 아닌 경제 활동 영역이라는 점에서 보통 ‘제3섹터(the third sector)’, ‘비영리조직(Non-profit organization)’ 이라고도 불린다.

피어스(Pearce, J.)는 다음 그림과 같이 사회적 경제 시스템을 크게 3가지로 구분하였는데, 제1섹터인 민간이윤 지향 경제, 제2섹터인 공공서비스 계획조달 경제, 제3섹터인 자조상호 사회목적 경제가 그것이다.

제1섹터는 시장지향성을 지닌 경제 영역이며, 제2섹터는 계획지향적인 경제영역으로 상업적 거래가 일어나지 않는다. 제3섹터는 민간기업이나 공공기관이 아닌 모든 비영리단체들이 포함되며, 시장이나 정부와 구분되는 대안적인 공동체영역을 지칭하는데, 사회적 경제는 바로 제3섹터 영역을 의미하는 것이다.

민간이윤지향 경제

영세기업
중소기업
대기업
다국적기업

시장경제 거래지향성



자조상호 사회목적 경제

공정무역회사, 상호부조조직
커뮤니티 비즈니스
사회적 회사
자선단체, 자원조직

계획경제 비거래지향성

공공서비스 계획조달 경제

지역의회, 지방자치단체
국가 및 지방정부, 유럽연합, 국제연합

피어스(Pearce, J)의 구분에 따른 경제 시스템

오늘날 사회적 경제는 전통적인 사회적 경제(예 : 협동조합)와 새로운 사회적 경제(예:사회적기업)를 모두 포괄하는 개념으로 사용되고 있다. 전통적인 사회적 경제 조직은 협동조합(소비자 협동조합, 생산자 또는 노동자 협동조합)과 공제조합처럼 단일계층(혹은 단일 이해관계자)으로 이루어진 사회경제 조직이었으나, 오늘날 새로운 사회적 경제 조직은 다중 이해관계자 조직을 포함한다.

이러한 사회적 경제는 협동조합과 관련 기업 · 상호공제조합 · 민간단체를 포함하며, 여기에는 다음의 원칙이 수반되어야 한다.

- 주요 목적 : 이윤창출이 아닌 회원이나 지역사회에 대한 공헌
- 경영의 독립성
- 의사결정과정의 민주성
- 소득분배에 있어 자본보다 인간과 그 노동성에 우선

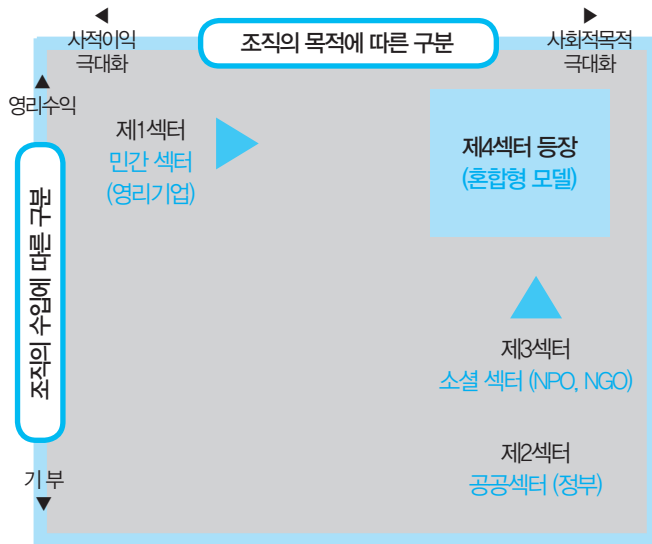
그렇다면, 사회적기업은 정확히 경제 시스템의 어느 영역과 일치하는가? 명쾌한 답이 떠오르지 않는 것이 당연한 일일 것이다. 사회적기업은 위에서 살펴본 경제 섹터들과는 또 다른 섹터를 구축하고 있는데, 이를 제4섹터라 부른다.

제4섹터는 앞에서 살펴 본 3가지 섹터를 넘어 이윤과 공공선을 동시에 추구하는 새로운 영역으로, 오늘날 시장실패를 극복하기 위해서는 기업(제1섹터), 정부(제2섹터), 비영리단체(제3섹터)와 함께 공익과 사익을 통합하는 제4섹터의 역할이 중요하게 대두될 것이다.

2007년 5월 더 타임즈(The Times)는 영리와 비영리로 구분되었던 제2, 3섹터 교차점에서 새로운 관계를 맺고 있는 제4섹터의 등장을 “돈도 벌고 세상도 구하는 비즈니스”라는 제목으로 소개한 바 있다. 이는 종래 공공성 지향의 공통의 목적 아래 구분되었던 제1섹터~제3섹터와는 다른 개념이었다. ‘공공성의 재구성’이라는 커다란 틀 속에서 보다 정교하게 사회적 경제를 들여다보기 시작한 것으로 기존 정부나 기업·자선단체의 운영방식과는 다른 새로운 영역으로 구분할 필요성을 제기한 것이다. 더불어, 이는 사회적기업 뿐만 아니라 공공성을 대폭 강화하려는 영리기업까지도 포함한 ‘사회생태계’, 즉 제4섹터에 대한 공론을 촉발시켰다.

제4섹터에는 사회성에 무게를 둔 유형이 존재하는데, 여기에 사회적기업이 포함되어 있다. 이는 기존의 제3섹터가 제1섹터의 장점을 수용했다고 볼

수 있겠다. 또 다른 유형은 영리기업의 성질은 그대로 유지하면서, 비영리단체의 공공성을 우선하는 특징을 적극 수용한 변종기업이다. 즉 제1섹터가 제3섹터의 장점을 일부 받아들인 것이다. 이상의 제4섹터의 개념을 도식화 하면 아래와 같다.



제4섹터의 개념

- 피어스(Pearce, J)의 경제 시스템의 3측면을 구분해 봅시다.
- 제1섹터~제4섹터를 그림으로 나타내 봅시다.

마을기업

사회적기업과 함께 우리가 주목할 개념은 마을기업과 다음에 살펴볼 협동조합이다. 마을기업과 협동조합은 각 주관부처나 설립요건, 조직형태는 다르지만 사회적 경제 영역을 구성하고 있는 주요 주체로서 사회적기업으로 발전할 가능성을 기대할 수 있기 때문이다.

먼저, 마을기업의 등장배경을 살펴보자.

최근 우리나라는 경제성장 만큼 고용이 늘지 않는 ‘저고용 성장’ 단계에 접어들었다. 또한, 급격한 노령화는 지역 내부에 활력을 저하시키고 있다. 이 두 가지 문제를 해결하기 위한 대안으로 부각되고 있는 것이 커뮤니티 비즈니스(Community Business)로, 그 형태와 내용은 조금씩 다르지만, 영국·일본 등의 선진국에서 일자리창출과 함께 지역경제 활성화를 이루고자 이미 도입한 개념이다.

영국의 경우, Community Business Scotland(CBS)라는 중간 지원조직의 형태인 유한회사에서 커뮤니티 비즈니스가 시작되었다. 영국의 커뮤니티 비즈니스 개념은 “지역 커뮤니티가 주체(설립 및 운영, 소유)가 되어 지역주민의 고용과 지역발전에 초점을 두고 운영하는 사업조직”이다.

일본은 버블경제로 무너진 지역경제 특히 구도심의 재건을 위한 대안으로 커뮤니티 비즈니스 개념을 도입하였다. 일본의 고베도시문제연구소는 커뮤니티 비즈니스를 사업성, 지역성, 혁신성, 시민성, 지역공헌성의 5가지 조건으로 설명한다.

커뮤니티 비즈니스의 조건 (고베도시문제연구소) ▼

사업성	독자적인 사업을 통해 수익을 창출함으로써 자율성을 확보한다.
지역성	일정 지역을 대상으로 사업을 수행한다.
혁신성	사업의 주요 목적은 이익창출 뿐만 아니라 지역사회 문제 해결에 있다.
시민성	고객과 투자자의 참여, 이해관계자 지향의 민주적 경영방식으로 지역차원의 민주주의 확대를 추구한다.
지역 공헌성	수익의 일부를 지역에 환원하거나 지역의 일자리 창출을 위해 재투자한다.

커뮤니티 비즈니스는 ‘지역과 지역 주민의 자발적 참여를 기반으로, 지역 내 인적·물적 자원을 활용하여 일자리 및 소득창출을 통한 지역 발전을 추구하는 기업적 활동’으로 정의내릴 수 있겠다.

커뮤니티 비즈니스는 우리나라의 마을기업과 일맥상통한다. 마을기업이라는 용어는 행정안전부의 정책사업명으로 사용되고 있으며 2010년 “자립형 지역공동체사업”을 시작으로 2011년 “마을기업 지원사업”으로 변경하여 시행 중이다.

마을기업은, “주도적으로* 지역의 각종 자원*을 활용하여 안정적 소득 및 일자리를 창출하는 마을*단위의 기업”으로 이들의 조직형태는 민법상 법인, 상법상 회사 등 법인체, 마을공동체 등 지역단위의 소규모 공동체로 나타난다.



‘주도적’이라는 의미는?

마을주민 출자가 총 사업비의 10% 이상이며, 출자한 주민이 참여하는 의사결정 구조를 이룰 것

‘지역의 각종 자원’이란?

지역의 특성화된 자연자원, 인적자원, 가공제품, 축제 등 유무형의 자원
10년 향토자원 조사를 통해 발굴된 5만 여개의 지역 자원 활용 www.oneclick.or.kr

‘마을’이란?

지리적으로 타 지역과 구분되는 경계로, 지역 내부에 상호이해관계나 정서적 공감대가 형성되어 있는 곳

현재, 행정안전부에서 제시하고 있는 마을기업의 개념과 사업 범주는 다음과 같다.

마을기업 사업의 개념 ▼

사업목표	· 마을단위의 안정적 일자리 창출, 지역공동체 활성화 및 지역발전
사업주체	· 지역주민(지역공동체) · 마을회, NPO 등 지역단위의 소규모 공동체 · 읍, 면, 동 주민센터, 농업기술센터가 관여하는 지역거버넌스 형태의 단체
주요 사업수단	· 사업화가 가능한 지역특화자원 발굴, 활용을 통한 창업
지역성	· 지역공동체를 중심으로 한 지역단위 사업
지원내용	· 시설비, 경영컨설팅 등 사업비 2년간 최대 8천만원 지원 (2년차 지원을 받기 위해 법인형태로 전환 필수)
요건	법인 선정심사기준 · 공동체 구성(주민참여도 및 의사결정 구조) · 지속적 수익창출 가능성 · 재정건전성 (10% 자부담 비율 등) · 안정적 일자리 창출가능성

마을기업 사업의 범주 ▼

지역자원 활용형 공동체사업	지역특산물 · 문화 · 자연자원 활용사업 지역관광, 농촌체험, 전통공예 등 지역특화 아이템 발굴 · 추진 지역자원 및 특화브랜드 개발 · 홍보 등 커뮤니티 마케팅 추진 재래시장 · 상가 활성화사업 구도심 및 전통시장 상가의 수익사업 모형 개발을 통해 해체위기의 지역상권 복원 및 안정적 일자리 창출 공공부문 위탁사업 지역축제, 공원관리, 주민자치센터 프로그램, 학교급식 등을 지역주민 주도의 비즈니스로 확대 활용
친환경 녹색에너지 공동체사업	쓰레기 · 폐기물 처리 및 자원재활용 사업 음식쓰레기, 폐자원(현옷, 폐금속, 폐식용유, 장난감 등) 재활용 등 친환경 녹색사업 자연생태관광 · 자전거활용 등 녹색에너지 실천사업 녹색성장 자연에너지 및 자전거이용 활성화 관련사업 등을 통해 저탄소 녹색성장을 생활속에서 실천할 수 있는 사업
생활지원 복지형 공동체사업	저소득 취약계층 지원사업 기초수급자, 독거노인 등에 대한 복지 · 간병 등 사업 저출산 고령화시대를 맞아 방과 후 아이 돌보미사업 등 다문화가족 지원사업 다문화가족이 직접 주체로서 참여할 수 있는 사업 등

이제 마을기업과 사회적기업을 비교해 보도록 하자.

- 마을기업은 지역 기반으로 사업이 구상되어 운영주체와 수혜대상이 모두 해당지역주민이다. 반면에 **사회적기업**은 지역에 구매받지 아니하고, 특정 집단인 사회적 취약계층을 대상으로 한다.
- 마을기업은 지역 내 문제를 해결하고자 하나, **사회적기업**은 포괄적 범위의 사회적 과제를 해결하고자 한다.

- 마을기업은 공동추진의 협동정신을 근간으로 하여 운영주체와 수익자가 동일하다. 반면에 **사회적기업**은 각 유형별(일자리 제공형, 사회서비스 제공형 등)로 운영주체와 수익자가 분리되기도 한다.
- 마을기업은 지역경제의 경제적 발전과 지역공동체 복원을 지향하며, **사회적기업**은 취약계층에 대한 고용창출 목적이 큰 비중을 차지한다.

정리해보면, 마을기업은 마을 및 지역단위 등 일상생활권역의 주민주체로 운영되는 조직으로 규정할 수 있고, 사회적기업은 보다 광역적인 차원에서 취약계층에 초점을 맞춰 사회서비스를 제공하는 조직으로 규정할 수 있다.

끝으로, 마을기업을 통해 다음의 의의 및 성과를 기대할 수 있겠다.

첫째, 마을기업은 지역문제를 해결하는 근간이 될 수 있다. 일례로 지역의 먹거리가 문제일 경우 농촌과의 직거래를 통해 문제를 해결하며, 전기 등 에너지가 문제일 경우 태양열 에너지를 활용하기 위한 노력 등을 추진한다.

둘째, 마을 활성화의 동력이 된다. 공동출자, 공동참여, 공동의사결정을 통해 지역공동체 회복을 위한 적극적 노력이 성공의 핵심요소로, 지역자원을 활용하고 주민의 전문 기술이 더해져 마을에 활력이 넘치게 된다.

셋째, 고용을 통한 일자리를 창출한다. 마을기업에 참여하는 주민들은 실업자 및 경력단절여성, 고령층이 상당부분을 차지하는데, 일반 채용시장에서 상대적으로 경쟁력이 약한 주민들에게 그들 수준에 맞는 맞춤형 일자리를 제공해주고 있다.

이 외에도 참여자 스스로의 삶의 만족도가 높아져 긍정적인 삶의 질 향상을 가져오며, 직접적인 마을기업 구성원 이외 지역주민들과의 교류가 활발해지고 다양한 네트워크 형성을 통해 마을주민들의 생활 전반이 정서적으로 운

택해진다.

최근, 행정안전부에 따르면 마을기업 사업을 통해 총 5,777개의 일자리를 마련하였으며, 333억원의 소득창출에 기여하였다고 한다. 직접적인 경제적 성과 외에도 지역주민들의 자발적 참여로 지속적인 일자리를 통한 생산적 복지에도 기여하고 있는 점에서 마을기업의 의의를 찾을 수 있다.

협동조합

협동조합은 1844년 영국의 맨체스터(Manchester)지방의 로치데일(Rochdale)에서 직조공들이 공장주와 상인들의 독과점 폭리에 맞서, 1파운드씩 돈을 모아 설탕, 버터, 오트밀을 파는 협동조합을 결성한 사례를 그 효시로 하고 있다.

협동조합은 생산자, 소비자, 소상인이나 일반인들이 경제적 약자의 입장을 극복하기 위해 상부상조의 정신으로 만든 협업체로 영리가 전적인 목적이 아닌 점에서 일반기업과 구분된다. 협동조합의 목적은 경제적인 것뿐만 아니라 조합원 공통의 사회적이고 문화적인 필요를 충족시키는 것이며, 나아가 조합원 모두의 희망을 실현해가는 것이다.

세계협동조합연맹(ICA:International Co-operative Alliance)에 따르면 협동조합은 “공동으로 소유하고 민주적으로 운영하는 사업체를 통해, 공통의 경제·사회·문화적 욕구와 염원을 충족하고자 자발적으로 모인 이들의 결합체”이다.

1995년 세계협동조합이 제시한 협동조합의 7대 원칙을 아래에서 살펴보자.

자발적이고 개방적인 기업 협동조합은 자발적인 조직체로, 조합이 제공하는 서비스를 이용하고 조합원으로서의 의무와 책임을 다하고자 하는 모든 이에 게 성별, 인종, 정치적 견해, 종교의 차별없이 열려있다.

조합원에 의한 민주적 통제 보유지분에 따라 의사결정권이 주어지는 주식회사의 ‘1주1표’와 달리, 협동조합은 조합원마다 동등한 투표권, 즉 ‘1인1표’로 조직을 운영한다.

조합원의 경제적 참여 모든 조합원은 공평하게 협동조합의 자본에 참여하며, 자본을 민주적으로 운용한다. 잉여금은 협동조합 발전을 위해 일부는 배당하지 않고 유보금으로 적립하며, 사용이용실적에 비례한 편익을 제공한다. 그 외 여타 협동조합 활동 지원 등에 배분하기도 한다.

자율과 독립 협동조합은 자율적이고 자조(self-help)적인 조직이다. 즉 다른 조직과 약정을 맺거나 외부에서 자본을 조달할 때 조합원에 의한 민주적 관리가 보장되고, 협동조합의 자율성이 유지되어야 한다.

교육·훈련 및 홍보 협동조합은 조합원, 선출된 임원, 경영자, 직원에 대해 교육과 훈련의 기회를 제공한다.

협동조합 간의 협력 협동조합은 지역, 국가를 넘어 세계적 차원에서 상호 협력함으로써 협동조합 운동의 힘을 강화시키고 조합원에게 효과적으로 봉사한다.

지역사회에 대한 관심 조합원의 동의를 얻어 조합이 속한 지역사회의 지속가능한 발전을 위해 노력한다.

2008년 세계 금융위기 당시 스페인의 3대 기업으로 손꼽히는 ‘몬드라곤 협동조합복합체(MCC: MONDRAGON Corporación Cooperativa)’가 협동조합 간 고용승계 등으로 구조조정없이 위기를 극복한 사례가 주목받으면서 이후 새로운 경제사회 발전의 대안모델로 협동조합이 주목받게 되었다. 국제연합(UN: United Nations)은 협동조합의 경제안정 효과 및 사회통합 기능에 주목하여 각국에 협동조합 활성화를 위한 법령 정비를 권고하는 한편, 2012년을 ‘세계 협동조합의 해’로 선포하기도 하였다.

우리나라는 이제까지 8개 개별법 (농협, 수협 등)만 존재하였으며, 협동조합

에 대한 일반법이 부재하여 협동조합 설립 분야가 제한적이었다. 하지만 2011년 말 <협동조합기본법>을 제정하고 2012년 12월 1일 공식 발효됨에 따라 협동조합을 지향하고 협동조합 방식의 사업운영을 희망함에도 법인격이 없어 애로를 겪어온 단체들이 다양한 형태의 협동조합을 설립 및 운영하게 될 것이다.

우리나라의 <협동조합기본법>은 협동조합의 설립 및 운영에 관한 사항을 전반적으로 규정하고 있으며 기존 특별법 형태의 8개 협동조합법의 일반법으로 볼 수 있고 총칙과 협동조합, 협동조합연합회, 사회적협동조합 등 총 7장 119조로 구성되어 있다.

<협동조합기본법>에서 정의하는 협동조합의 개념은 아래와 같다.

재화 또는 용역의 구매·생산·판매·제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역사회에 공헌하고자 하는 사업조직

(협동조합기본법 제2조)

앞서 살펴본 사회적기업은 고용노동부가, 마을기업은 행정안전부가 주무부처인데 반해, 협동조합의 주무부처는 기획재정부로써 협동조합 정책의 총괄 및 조정 역할을 수행하게 된다. 하지만 ‘사회적협동조합’의 경우에는 각 부처가 소관분야의 설립인가 및 감독 업무를 수행한다. 여기에 일반 협동조합의 신고 수리는 각 시도가 맡는다.

그렇다면 협동조합의 유형에는 어떤 것들이 있을까?

협동조합은 크게 소비자협동조합, 신용협동조합, 생산자협동조합, 노동자협동조합, 사회적협동조합 등으로 분류할 수 있다. 주요 협동조합에 대한 개념을 간단히 살펴보자.

1 소비자협동조합

영국 로치데일 노동자들이 생필품 시장의 독과점 폭리에 맞서 협동조합을 결성한 것이 시초로, 소비자(조합원)에게 믿을 수 있는 상품을 합리적인 가격에 지속적으로 공급하는 것이 목적이며, 한국의 한살림과 아이쿱생협이 여기에 포함된다.

2 신용협동조합

조합원들 간 지역, 직업, 종교 등의 상호 유대를 통해 자금의 조성이나 이용을 도모하는 비영리금융기관으로 공동으로 목돈을 마련할 필요가 있는 조합원들 간 신용으로 자금을 융통할 수 있다. 신용협동조합은 독일에서 시작되었으며, 1980년대 중반 이후, 산업화과정 속에서 상업자본가들에 의한 고리채 문제를 해결함으로서, 영세 독립 소생산자들과 농촌의 소작농들의 경제적 사회적 지위를 향상시키고자 등장하였다.

3 생산자협동조합

영세자영업자가 협력하여 대형기업을 비롯한 영리기업에 맞서기 위해 결성한 것으로 농업협동조합이 대표적이다. 농협은 농산물 가격의 변동에 능동적으로 대응하는 한편, 공동구매로 단가와 마케팅 비용을 낮추는 등 시장교섭력을 강화하고자 공동행동에 나선다.

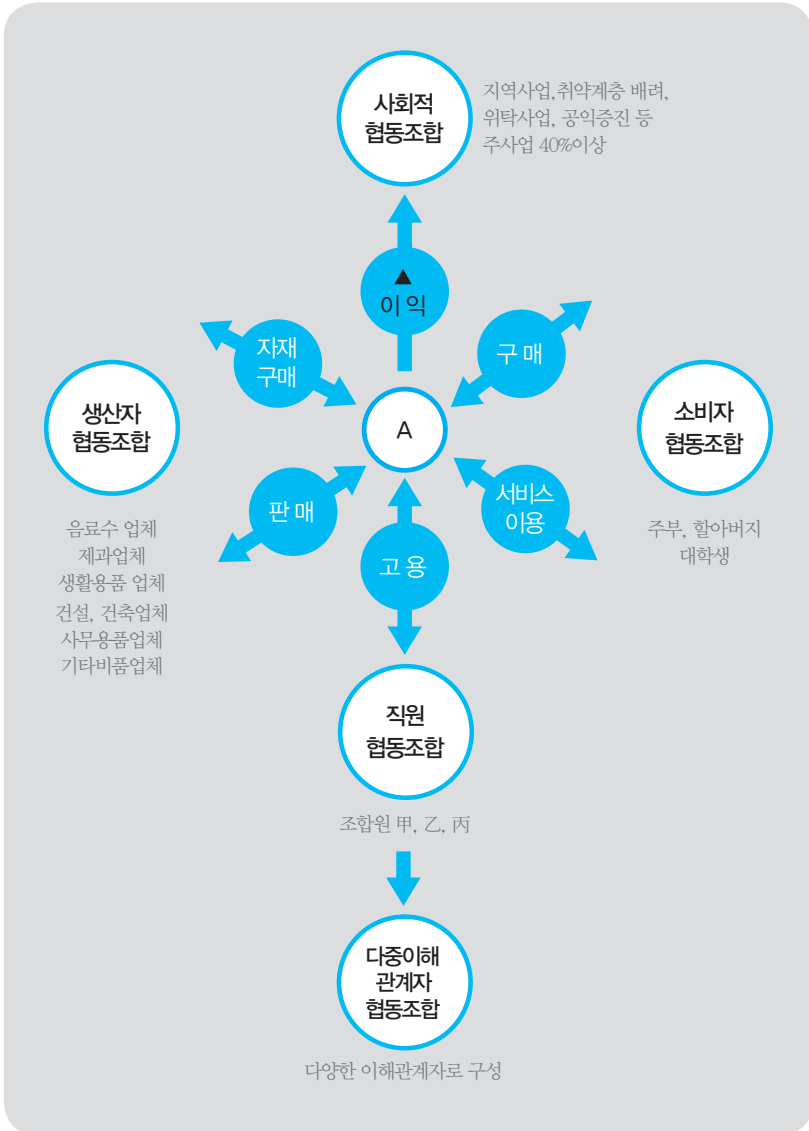
4 노동자협동조합

1990년대 이후 노동자들이 양질의 일자리를 유지하고 급여인상 및 노동환경 개선을 목적으로 노동자협동조합을 결성하였다. 노동자협동조

합은 같은 업종에 종사하는 노동자들로 구성되며, 예를 들어 목수와 석공은 건축협동조합을, 제빵사와 요리사들은 급식협동조합을, 유아교사들은 어린이집협동조합을 설립할 수 있다. 이탈리아 볼로냐의 요리사 등 식당종업원들이 모여 설립한 캄스트(CAMST)가 대표적이다.

5 사회적협동조합

1960년대 이탈리아에서 처음 생겨났으며, 1991년 사회적협동조합법이 제정된 이후 사회서비스 제공이나 취약계층 고용을 목적으로 기존 정부지원만으로 사회복지를 수행하는데 한계를 가진 비영리단체들이 시장에서 경제활동을 할 수 있는 협동조합으로 전환하게 된다.



협동조합의 유형

여기서는 사회적협동조합에 대하여 좀 더 자세히 살펴보기로 한다. 일반 협동조합이 조합원들의 공동의 필요를 충족하는 데 목적이 있는 반면, 사회적협동조합은 지역주민의 권익·복리증진 관련 사업을 수행하거나 취약계층에서 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 비영리 목적을 추구하는 협동조합이다. 때문에, 사회적기업과 가장 유사한 형태의 협동조합 유형으로 볼 수 있다.

우리나라의 협동조합기본법은 협동조합과 사회적협동조합에서 다층구조 법인격을 도입하였다. 사회적협동조합의 경우는 일반 협동조합과 달리 기획재정부나 관계부처로부터 설립 인가를 받아야하며, 공익사업을 40% 이상 수행하고 있음을 증빙해야한다.

협동조합과 사회적협동조합의 비교 ▼

	협동조합	사회적협동조합
법인격	영리법인	비영리법인
설립	시·도지사 신고	기획재정부 및 관계부처 인가
사업	업종 및 분야 제한없음 (금융 및 보험업 제외)	공익사업 40% 이상 수행 지역사회 재생, 주민권익 증진 등 취약계층 사회서비스, 일자리 제공 국가, 지자체 위탁사업 그 밖의 공익증진 사업
법정적립금	잉여금의 10% 이상	잉여금의 30% 이상
배당	배당가능 (이용실적에 따른 배당)	배당금지
청산	정관에 따라 잔여재산 처리	비영리법인 및 국고 등 귀속

사회적협동조합 설립여부는 다음 5가지의 유형별로 사업비 또는 고용비율

40%를 판단기준으로 하여 산정한다.

사회적협동조합의 설립 유형 ▼

유형	정의	주 사업 40% 판단 기준
① 지역사업형	지역사회 공헌 지역자원활용, 농·수·축산물의 생산 및 유통사업, 전통시장 활성화 사업 등 지역 사회서비스 제공 지역민의 생활환경 개선사업, 사회서비스 제공사업 등	사업비 비중 또는 서비스 대상인원, 시간, 횟수(%)
② 취약계층 배려형	취약계층 전국 가구 월평균 소득의 60% 이하, 고령자, 장애인, 결혼이민자, 경력단절 여성, 갱생보호 대상자 등 사회서비스 교육, 보건, 의료, 보육, 예술, 관광, 간병, 문화재보존, 청소 등	취약계층 제공 사회서비스 대상인원, 시간, 횟수 (%) 또는 전체 인건비 중 취약계층 인건비 또는 고용비중 (%)
③ 위탁사업형	국가·지자체의 법률에 규정된 행정기관의 사무 중 일부를 사회적협동조합 명의로 수행	전체 사업비 중 위탁사업비 비중(%)
④ 기타 공익증진형	기타 공익증진사업	사업비 비중 또는 서비스 대상 인원, 시간, 횟수 (%)
⑤ 혼합형	유형 ①+②+③+④ 혼합	①+②+③+④ (%)

이상의 다양한 유형의 협동조합의 설립을 통해 소비자는 맞춤형 물품, 서비스 등을 저렴하고 안정적으로 구매가능하며, 생산자는 소비자협동조합 등과 연계하여 직거래 및 사전계약 재배 등을 통해 안정적이고 높은 수익을 보장받을 수 있다. 근로자의 경우도 직원협동조합의 설립을 통해 고용불안정 문제를 해결하고 임금수준 및 근로환경 향상을 기대할 수 있다. 경제적으로도 창업활성화를 통한 일자리 확대와 유통구조 개선을 통한 물가안정, 경제 위기시 경제적 안정의 효과를 기대할 수 있으며, 사회적으로는 취약계층에게

일자리를 제공하거나 사회서비스를 제공함으로써 복지시스템을 보완하고 일을 통한 복지를 추구할 수 있게 된다.

그렇다면 협동조합의 경쟁력은 어디서 나오는가?

앞서도 말했듯이 협동조합은 조합원들이 종업원이자 곧 고객이다. 가장 충성스러운 고객을 홍보비용을 들이지 않고 확보하고 있는 셈인 것이다. 일반 주식회사의 주주들이 연말에 보유한 주식(자본)에 따라 배당금을 받는 것과 달리, 협동조합은 이용실적에 따라 잉여금을 배당받는 방식을 취한다는 점 또한 강력한 유인책이 될 수 있는 장치로 작용한다.

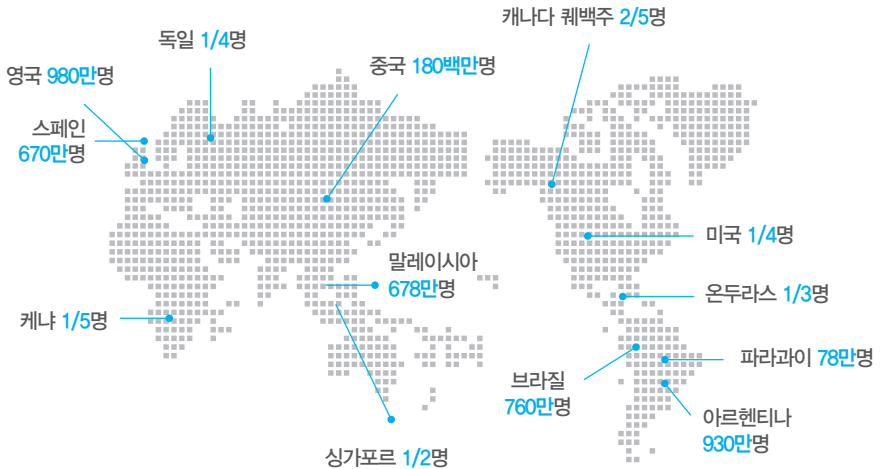
다음으로 협동조합은 ‘원가 경영’을 지향한다. 일반 영리기업은 주주이익의 극대화를 위해 원가에 이윤을 더해 제품가격을 높게 책정하는데 반해, 협동조합은 손해 보지 않는 한도 내에서 적절한 가격에 물건을 공급한다. 협동조합이 비영리기업의 범주에 포함되는 이유도 여기에 있다. 일부 기업들이 과도한 이윤을 일방적으로 가져가거나 사업에 참여하지 않는 일반 투자자(자본 소유자)가 차지하던 부분을 경제적 약자인 다수의 소비자, 생산자에게 평등하게 분배하는 ‘공익적’ 기능을 수행하기 때문이다. 때문에 많은 나라에서 협동조합의 독과점에 대하여 처벌을 면제 또는 완화해주며, 우리나라도 일정 요건의 협동조합 및 사회적 협동조합에 대하여 공정거래법의 적용을 배제하고 있다(협동조합기본법 제13조 의거).

세계협동조합연맹(ICA)에 따르면, 전 세계적으로 10억명 이상의 인구가 협동조합의 조합원으로 참여하고 있다고 한다. 이들 협동조합이 거둔 성과는 고용부문, 국가경제, 인구대비 참여율 등으로 살펴볼 수 있다.

고용창출에 대한 성과로, 프랑스에서는 2만개의 협동조합이 100만개 이상의 일자리를 제공하고 있으며 이는 전체 근로자수의 3.5%에 해당한다. 케

나 인구의 63%는 협동조합에서 생계 수입을 벌어들인데 다시 말해, 25만 명의 케냐인들이 협동조합으로부터 그들의 수입 대부분을 얻고 있다. 미국의 경우도 3만개의 협동조합이 2백만개 이상의 일자리를 제공하고 있다. 이외에도 인도네시아에서는 3만명이 협동조합을 통해 취업의 기회를 얻었다.

다음으로 국가경제에 대한 기여도를 살펴보자. 2007년 보고에 따르면, 덴마크 소비자협동조합은 소매시장점유율의 36.4%를 차지했으며 일본의 경우 식료품 시장점유율의 5.9%에 해당하는 340억달러의 매출을 올렸다. 뉴질랜드에서는 협동조합이 국가총생산(GDP)의 3%를 차지하며, 특히 낙농업의 경우 국내는 물론, 수입의 95%를 담당하고 있다.



세계 협동조합원 규모

실제로 협동조합에 참여하는 조합원들은, 캐나다 퀘벡주의 경우 10명 중 4명꼴로 적어도 하나 이상의 협동조합에 가입해 있으며, 대략 인구의 70%가

조합원이라고 한다. 말레이시아의 경우도 총 인수의 27%인 678만명 이상이 협동조합의 조합원이며, 파라과이는 총인구 대비 18%(약 78만명), 스페인은 15%(670만명)가 조합원이다.

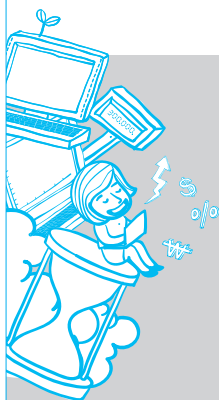
ICA가 조사한 바에 따르면, 개별 조합원수가 가장 많은 나라는 미국으로 3만개 가량의 협동조합에 3억명 가량이 가입해 있다. 다음은 중국으로 1억8천명, 인도가 9천 7백만명, 일본 7천 5백만명, 인도네시아 4천만명 순이다. 미국을 제외한 나머지 상위 4개 국가가 모두 아시아 국가인 점도 흥미롭다.

이처럼 협동조합이 전 세계에 걸쳐, 인구통계학적·경제적 성과에서 상당한 비중을 차지하고 있는 것은 오랜 시간 동안 그 존재가치를 인정받은 증거라 말할 수 있겠다.

참고자료

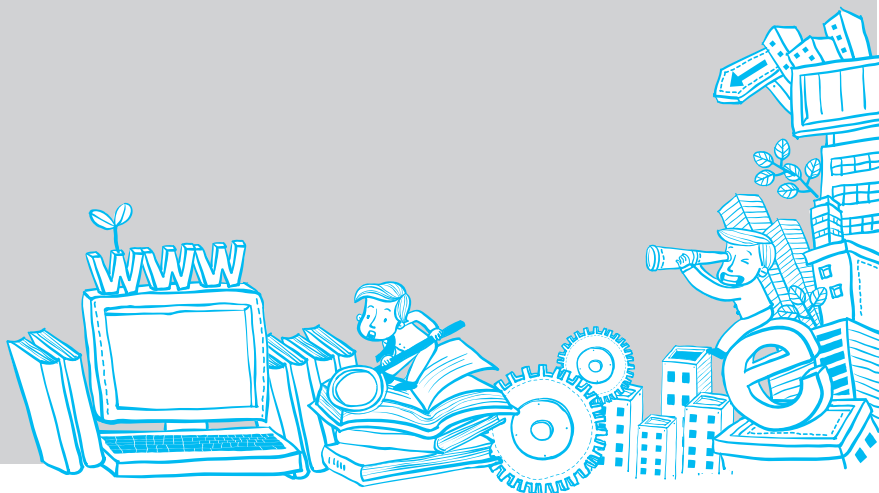
- Pearce, J. | Social Enterprise in Anytown, 2003
 Carlo Borzaga, Jacques Defournay | The Emergence of Social Enterprise, 2004
 이주성, 신승훈 | 미래경제와 사회적기업, 2011
 양준호 | 지역과 경제를 바꾸는 사회적기업, 2011
 유병선 | 보노보혁명, 2011
 제4섹터 네트워크 홈페이지 www.fourthsevtor.net
 양세훈 | 마을기업과 사회적기업의 거버넌스, 2012
 행정안전부 | 2012 마을기업 육성사업 시행지침, 2012
 이삼길(행정안전부 제2차관) | 파이낸셜뉴스 칼럼, 2012.10.28
 강민수 | 사회적 경제와 사회적 협동조합, 도시문제, Vol.47 No.527, 2012
 김현대, 하종란, 차형석 | 협동조합, 참좋은, 2012
 김기섭 | 깨어나라! 협동조합, 2012
 2012 경기도 연합 심포지엄 | 〈한국사회 혁신방향과 사회적 경제 발전전망〉 자료집, 2012
www.ica.coop





두드림 둘' 사회적기업 이야기 해외편

- 01 국가별 사회적기업의 특성
- 02 세계속의 사회적기업
- 03 그 밖의 사회적기업



01 국가별 사회적기업의 특성

지금까지 우리는 사회적기업의 출현배경이 국가와 사회의 특성에 따라 상이하며, 그에 따른 개념도 달리 사용되고 있음을 살펴보았다. 결국 사회적기업을 단 하나의 개념으로 명료하게 정의하기란 사실상 불가능하다는 것이다. 하지만 사회적기업이 범세계적으로 갖는 공통된 기준도 존재한다. 그런 기준에서 볼 때 사회적기업이란, 기업가적 마인드 아래 혁신적인 경영기법, 그리고 사회적 책임감을 동시에 갖추고 일정한 제품과 서비스를 제공하면서 고용을 창출하는 조직이라 할 수 있겠다.

하지만 사회적기업의 국제적인 현황이 체계적으로 연구된 바는 거의 없어, 나라별 비교 분석이 어려운 것은 사실이다. 이러한 상황에서, 상대적으로 미국과 유럽의 사회적기업에 대한 비교 연구는 조금씩 진행되고 있다. 지금까지의 연구 결과 미국은 사회적 경제의 본질을 사회적 선과 시민사회를 위해 봉사하는 비영리조직으로 한정하며, 유럽은 사회적 통합과 혁신에 기여하는 경제 시스템으로 정의하고 있다. 흔히 이러한 미국의 시각은 다소 협의적인 반면, 유럽의 경우 한결 광의적 시각이라 평가 받고 있다. 조지아 주립대학의 켈린(Kerlin, J.A)은 미국과 유럽 사회적기업의 특징을 9가지 분야로 나누어 비교하기도 하였다.

아래의 표에서 보듯이 미국의 사회적기업은 수익창출을 강조하며, 비영리조직의 형태를 갖춘다는 특징이 있다. 수혜 대상에 제한이 있으며, 재단에 의해 전략적 개발이 이루어진다. 학문적으로는 대학의 경영학과 사회과학분야에서 연구되고, 시장경제를 바탕으로 활동하며, 법적 체계는 약한 편이다.

미국·유럽·한국의 사회적기업에 대한 전반적 비교 ▼

항목	미국	유럽	한국
강조점	수익창출	사회적 수혜	수익창출, 사회적수혜
일반적 조직형태	비영리	협회 · 협동조합	비영리 · 영리
주요 관심사	모든 비영리활동	대인서비스	모든 비영리활동
사회적기업 유형	많음	적음	많음
수혜대상	제한적	일반적	일반적(개방적)
전략적 개발	재단	정부, 유럽연합	정부
대학 내 연구분야	경영, 사회과학	사회과학	경영, 사회복지
환경	시장경제	사회적경제	시장경제
법적 체계	부족	미개발 상태이나 개선 중	개발
이윤분배	이윤분배 원천 배제	제한적 이윤분배 (구성원)	극히 제한적 (상법상 회사만 예외적 허용)
지배구조 (의사결정참여)	제한적 참여	구성원 참여 (회원, 조합원)	서비스 수혜자, 근로자 등 다양한 이해관계자 참여

반면 유럽의 사회적기업은 사회적 수혜를 강조하며, 대인서비스에 초점을 둔다. 누구나 수혜자가 될 수 있으며, 유럽연합(EU)에 의해 전략적 개발이 이루어지고 있다. 대학 내 사회과학분야에서 다뤄지는 학문으로, 사회적 경제의 맥락에서 법적 프레임워크가 발달되고 있다.

유럽의 경우 많은 사회적기업들이 협동조합을 중심으로 구성되며, 미국의 경우 NGO가 주축을 이룬다. 유럽의 사회적기업은 이윤배분이 조합원에 대하여 제한적이며, 미국은 원천적으로 이윤배분을 배제한다.

또한 조직의 의사결정 과정에 있어서 미국은 재단 이사회를 중심으로 한 지배구조를 가지고 있으나, 유럽은 조합원을 비롯한 다양한 이해관계자의 참여를 통한 의사결정 구조를 가진다.

조영복(2011)은 켈린(Kerlin, J.A)의 모델에 따라 한국의 사회적기업 육성모델을 비교하였다. 한국의 경우는 미국과 유럽 국가들과 달리 정부의 인증제를 도입하고 있으며, 정부주도로 국가적 차원에서 사회적기업 육성정책이 실현되고 있다. 한국의 사회적기업은 수익창출과 사회적 수혜를 동시에 추구하고, 조직형태 역시 비영리법인과 영리법인(상법상 회사)의 제한이 없으며, 시장경쟁을 기반으로 활동하며 법적체계가 정비되어 있다.

이윤분배와 지배구조에 있어서도 한국의 사회적기업은 미국·유럽과는 다른 특징을 보이는데, 한국은 상법상 회사의 경우 이윤분배가 가능하지만 비영리기관은 제한적이다(상법상 회사의 경우에도, 수익의 2/3이상은 반드시 사회적 재투자해야한다). 한편 사회적기업육성법(제8조)에 따르면, 지배구조는 서비스 수혜자·근로자 등 다양한 이해관계자가 참여하는 의사결정 구조를 가지도록 요구되고 있다.

참고자료

Kerlin, J.A | Social enterprise in the United States and Europe, International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, 17(3), 2006

조영복 역 | 사회적기업 국제비교, 시그마프레스, 2010

조영복 | 한국의 사회적기업 육성모델과 국제비교, 사회적기업연구,4(1) 83-105, 2011

02 세계속의 사회적기업

사회적기업은 국가마다 그 법적 형태가 다르며, 각국의 경제·사회적 환경에 따라 다양한 분야에서 다양한 형태로 존재한다. 지금부터는 영국을 시작으로 독일, 캐나다, 오스트리아, 스위스, 아일랜드, 미국의 사회적기업에 대한 특징을 살펴해보도록 하겠다.



오랜 역사의 사회적기업, 끊임없이 변화하다

영국에는 18세기 말 부터 사회적기업이 존재해 왔으며, 그 형태는 자선단체, 노동조합, 비영리단체 등으로 다양했다. 그리고 이는 빅토리아 시대(1837~1901)에 이르러 크게 발전할 수 있었다. 그렇다면 영국의 사회적기업이 오늘날처럼 성장할 수 있었던 이유는 무엇일까? 그 답은 국민의 경제적 기대치 증가에 비하여 경직된 영국의 시장구조에서 찾을 수 있겠다. 이는 국가체제에 대한 불만족으로 이어졌고, 자연히 적극적인 서비스 향상을 요구하는 움직임에까지 이르게 하였다.(Salamon et al., 2003).

영국 정부는 통상산업부(DTI:Department of Trade and Industry) 내에 사회적기업 전담부서(Social Enterprise Unit)를 두어 사회적기업에 대한 지원을 관리하고 있으며, 2005년 7월 공동체이익회사(CIC:Community Interest Company)* 규정을 만들어 사회적기업에 대한 일정한도의 수익배분원칙, 공공기관에 의한 감독, 각종 보고 의무, 수혜자에 의한 평가 등을 규정

하고 있다.

지금도 영국에서는 사회적기업과 관련된 정책부분과 현장에서 많은 변화가 일어나고 있다. 재정확보를 추구하는 사회적기업들의 경쟁이 증대됨에 따라, 기업 활동의 효율성을 증명할 필요성이 높아졌으며 이에 일반기업의 기업관행을 적용하기 시작한 것이 한 예다. 시장경쟁, 자원부족, 비영리의 상업화를 통한 지속가능성을 추구함에 따라 경쟁력 있는 전략 및 재무관리 중요성이 강조되고, 일반 영리기업들이 사용하는 비즈니스 모델과 도구를 적극적으로 도입하고 있는 실정이다.

한편 정부의 지원이 줄어들면서 영국의 사회적기업들은 장기적인 재정확보에 대한 고민을 하기 시작했고, 자원획득을 위한 경쟁 역시 심화되었다. 이에 따라 영리기업과 사회적기업간 경계는 점차 흐려지고 있다. 정부 및 자선단체의 기부금에 의존하던 방식에서 벗어나, 사업기반의 시장경쟁을 통한 '계약' 문화로 변모하기 시작한 것이다. 더불어, 사회적기업이 상업적으로 경영방식을 수정함에 따라 재정지원자에 대한 책임과 투명성 및 공공에 대한 책임도 높아지고 있다.

영국에는 사회적기업을 지원하는 다양한 단체들이 활동하고 있는데, 파닉스펀드(Phoenix Fund), 소셜 파이낸스(Social Finance Ltd), 채리티 뱅



CIC란?

CIC(Community Interest Company, 공동체이익회사)는 이윤과 자산을 공익을 위해 사용하고자 하는 사회적기업들을 위해 고안된 영국의 신규기업형태이다. 유연성과 확실성을 가진 CIC 창업이 용이하도록 특별구정을 두어 이들 기업의 활동이 지역사회 이익을 위한 것임을 보장하도록 한다. www.dti.gov.uk

크(Charity Bank)등이 사회적기업, 영세기업, 지역개발단체 등에 자금을 지원하고 있으며 Social Firm UK, Community Action Network, Social Enterprise London, Development Trusts Association 등이 사회적기업을 간접지원하고 있다.

2010년 Small Business UK 연례보고서에 따르면 영국에는 현재 6만 8천 개의 사회적기업이 존재한다. 그들이 경제에 미치는 영향력은 적어도 240억 (한화 40조원)파운드로 추산되고 있고, 사회적기업의 종사자는 80만명에 이른다. 영국의 사회적기업은 앞으로도 양적·질적 측면 모두에서 확대될 것으로 보인다.

영국의 사회적기업 네트워크

사회적기업이 성공하기 위한 가장 중요한 2가지 요소를 꼽으라면 안정적 수익을 확보할 수 있는 비즈니스 모델과 사회적기업-사회적기업, 사회적기업-일반기업 간의 네트워크 구축이다. 전자에 대하여는 한국에서도 이미 많은 논의가 오갔고, 여러 방안들이 활발히 모색되고 있지만 상대적으로 네트워크에 관해서는 관심이 덜했다. 하지만 최근에는, 컨소시엄을 이룬 전문가나 특정 단체의 주도로 네트워크를 이루는 초입단계에 서있다.

자금의 압박으로 서비스의 다각화를 추구하기 힘든 한국 사회적기업의 현실에서 같은 사회적 목적을 가지고 있는 사람들끼리의 네트워크는 아주 중요한 의미를 가진다. 시너지효과를 창출할 수 있는 네트워크 고유의 장점을 일찍이 인식한 영국을 포함한 유럽의 선진 국가에서는 이러한 사회적기업 네트워크가 잘 발달해있는 편이다. 이러한 배경을 바탕으로, 지금부터는 Social Enterprise UK(이하, SEUK)의 네트워크 프로그램을 간략히 소개하고자

한다. SEUK의 경우 영국 내 많은 사회적기업들과 연계되어 있는데, 2011년 연례보고서에 따르면 SEUK에 공식 가입한 회원사는 9천개이다.

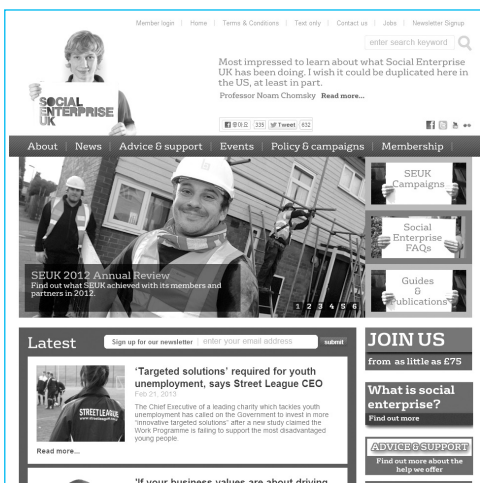
여기에는 사회적기업뿐만 아니라 이들을 지원하고 사회적기업의 비전과 미션에 공감하는 공공기관 및 일반 기업도 포함된다.

특이한 점은, SEUK의 멤버십 가입을 위해서는 기본 75파운드의 연간 회비를 내야한다. 이 비용으로 SEUK는 회원들의 기업을 홍보하고, 워크숍 및 각종 행사를 마련하여 그들이 직접 만나 고민을 나누는 행사를 개최한다. 단순한 네트워킹뿐만 아니라 사회적기업 영역의 활동을 위한 로비와 캠페인을 지원하며, 다양한 연구 및 도서 출판도 한다. 회원으로 등록된 사회적기업이나 사회적기업가에게는 지역·사업 분야에 따른 '멤버십 디렉토리'(membership directory)' 또한 제공한다.

SEUK에서는 전문적인 맞춤형 컨설팅과 조직 운영에 관한 각종 상담 및 교육프로그램도 실시하고 있으며, 회원사 간 거래에 있어서는 약간의 할인 혜

택도 주어진다. 더불어 많은 후원사들을 통해 개별 사회적기업의 소식과 상품, 사회적기업가들에 대한 홍보의 기회도 많이 제공되고 있다.

SEUK은 매년 연례보고서를 통해 그간의 활동 사항들을 구체적으로 제시하고 있다.



2011년 한 해 동안 매월 300건 이상의 유선전화로 사회적기업이 가지고 있는 경영상의 애로사항을 접수하여 해결해주었으며, 매월 100건 이상의 이메일로 사회적기업에 대한 보다 상세한 자문과 정보를 제공해주었다. 또한 200회 정도의 대면 컨설팅을 진행하였으며, SEUK의 이러한 활동들은 Gudian, The Times, The Daily Telegraph, The Daily Expresses 등에 소개되었다. 이들이 발행하는 사회적기업 전문 서적들 중 상위 3개는 만번이 넘는 다운로드를 기록하기도 하였다.

실제로, 회원사들에게 우선적으로 주어지는 각종 혜택 역시 홈페이지를 통해 쉽게 찾아볼 수 있다. 홈페이지에는 사무실 임대나 사회적기업을 위한 특수 보험, IT 시스템, 법률 및 재무 컨설팅 관련 내용이 주기적으로 업데이트되고 있으며, 실제로 전략수립, 지속가능한 성장해법, 가치증대 등의 컨설팅을 제공해준다. 사회적기업가 리더십 개발 교육프로그램을 SEUK에서 운영하기도 하는 Real Partners CIC는 회원사의 경우 15~20%의 할인혜택을 제공하며, 고객관계관리(CRM)관련 업체인 Hyphen8은 파격적인 할인 혜택을, Harris&Harris Accountancy Service CIC의 경우 무료 교육 및 45분간의 컨설팅을 제공하고 있다.



최근, SEUK는 회원사를 위한 배지를 제작하였다. “We’re a Social Enterprise(우리는 사회적기업)”라는 문구가 새겨진 이 배지는 사회적기업이자, 회원으로서 그들의 자격을 나타내고 싶어 하는 많은 회원사들의 요청에 따라 만들어진 것이다. 이로써 회원사들은 사회적기업과 지지자·후원사들에게 스스로의 정체성을 드러내기에 더할 나위 없이 좋은 증표를 얻게 되었다. 배지 신청서에는 아래와 같은 내용이 적혀있었고, 회원사는 이를 동의함과 동시에 직접 서명함으로써 사회적기업으로서의 기본자세를 다시 한 번 상기시킬 수 있었다는 점에서 의미가 깊다 하겠다.

- 우리는 사회적, 환경적 미션을 구속력 있는 문서에 명시하고 있다.
- 우리는 독립적인 사업체로, 시장거래를 통해 우리 수입의 절반 이상을 벌어들인다.
- 우리는 우리의 사회적 미션에 대한 이해에 있어 스스로 통제하고 조절한다.
- 우리는 최소한 이익의 절반 이상을 사회적 목적에 기부 혹은 재투자한다.
- 우리는 우리의 영향력이나 성과, 운영방식에 대하여 투명성을 가진다.

끝으로 SEUK에 속한 사회적기업 2개(London Rebuilding Society, Belu Water Ltd.)를 간략히 소개한다.

영국의 사회적기업 ①

지역사회의 환경을 위한 ‘착한’ 금융기관

London Rebuilding Society

Finance Community Innovation



London Rebuilding Society(이하, LRS)는 런던 지역사회를 위해서 일하는 사회·윤리적 기업들에게 자금을 빌려주는 비영리기관으로서 사회, 혹은 개인 소유 기관의 투자를 바탕으로 운영된다. 대출기관이면서 스스로를 ‘Not for Profit’ 이라 칭하는 이유는 그들이 가지고 있는 다음과 같은 한 가지 원칙 때문이다. “초과 수익은 주주에게 분배하기보다, 사회적기업이나 지역사회를 위해 재투자한다.” 한편 LRS는 영국의 지역발전 금융기관인 CDFA(www.cdfa.org.uk)와 연계하여 많은 사람들이 공동 투자하는 뮤추얼 펀드(mutual fund)를 운용함으로써 투자의 위험성을 줄이고 있다.

또한 이들은 대출서비스 뿐만 아니라 교육 및 훈련에 관한 워크숍 등의 서비스도 제공하고 있다. 더불어 2002년부터 “Investing in London” 라는 이름의 캠페인을 시작하여 LRS 지분을 구매해 런던의 사회·윤리적 기업에 투자하도록 함으로써 자금난에 빠진 런던의 사회적기업을 원조했다. 이러한 활동은 지역 경제 활성화에도 순기능을 담당하여, 주주들의 경제·사회적 투자 수익에도 기여하기까지 1석 3조라 할만하다.

website www.londonrebuilding.com

phone +44.020.7997.7333 fax 020. 7682. 1417

location 7th Floor 45 Moorfields

영국의 사회적기업 ②

윤리적 생수 브랜드

Belu Water Ltd

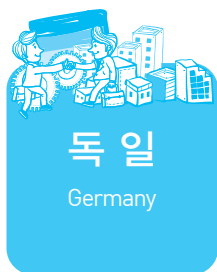
벨루 워터(Belu Water Ltd)의 설립자인 리드 파젯(Reed Paget)은 전 세계 사람들 중 25% 이상이 깨끗한 물을 마시지 못한다는 사실에 주목하고, 그들이 판매하는 생수를 통한 수익을 정수 프로젝트에 전액 기부하기로 하였다.

한편 벨루 워터는 이익의 사회 환원뿐만 아니라 녹색소비제품을 개발하여 기업을 운영하는 환경분야 사회적기업이기도 하다. 또한 세계 최초로 100% 탄소중립생수를 개발·판매하고 있으며, 50% 이상의 재활용 물질로 제작된 유리, 플라스틱 용기를 사용한다. 뿐만 아니라 Ecocap을 개발하여 옥수수전분으로 만든 친환경 병뚜껑을 사용하고 있다. 그 결과 벨루 워터는 2008년 신문사 <Independent>에서 선정한 올해 최고의 사회적기업으로 뽑히는 영예를 안았다. 더불어 세계적인 사회적기업 지원재단인 슈아브(Schwab)으로부터 파트너 기업으로 선정되기도 하였으며, 최근 3년간 30만 파운드의 기금을 마련하여 2만명이 혜택을 받게 되었다.

BELUwebsite www.belu.org email sophiem@belu.org

phone +44.0870.240.6121 fax 0845.337.1994

location 7 Clifford St, London, W1S 2FT



21세기의 독일, 새로운 라인 강의 기적을 꿈꾸다

라인 강의 기적과 함께 완전고용을 꿈꾸던 독일은 통일 이후 지금까지 대량실업 상황에서 벗어나지 못하고 있다. 1990년대 중반 이후 매년, 독일의 실업률은 대략 10%를 상회하고 있으며 이들 가운데 1/3이상은 1년 이상의 장기실업자이다.

하루가 다르게 새로워지는 산업사회는 숙련된 기술자를 찾기 때문에, 비교적 숙련도가 낮은 사람에게는 고용의 기회가 쉽사리 찾아오지 않는다. 특히 장기 실업자들 가운데 저학력의 젊은이들, 노인들, 심신장애가 있거나 건강에 문제가 있는 노동자 등 취약계층 사람들의 낮은 사회 진출 비율은 독일의 핵심적인 사회 문제로 대두되었다.

또한 독일의 경제활동 인구는 연방정부 수립 이후 현재까지 50%선을 크게 넘지 않고 있다. 놀라운 경제성장을 보인 독일에서 이처럼 경제활동 인구가 정체되어 있는 이유는 고용 없는 성장 탓도 있겠지만, 무엇보다 독일이 경제활동을 하지 않아도 최소한의 생계보장이 가능한, 거의 완벽한 형태의 사회보장제도를 갖춘 국가라는데 있다.

한편 독일에서 노동시장과 실업에 대한 사회적 정책들을 담당하는 곳은 독일연방 노동청과 각 주의 지방자치단체이다. 통일 이후 국가 재정이 빠듯해지자 독일의 노동시장 정책들은 근본적인 변화를 꾀하게 된다. 즉 실업자에게 무작정 지원금을 제공하는 것이 아니라, 고용을 창출하는 방향으로 정책을 전환함으로써 장기실업문제를 근본적으로 해결하기 위한 방안을 마련하게 된 것이다. 그 맥락에서, 독일은 노동시장통합을 목표로 가지고 직업교육 프로그램을 운영할 수 있는 비영리단체를 발굴, 지원하는데 이들을 ‘노동통

합 사회적기업(WISE)* 이라 부른다. 여기서 중요한 점은 노동시장 정책의 발전과 노동통합 사회적기업(WISE)의 발전이 서로 연계되어 있다는 것이다.

독일의 많은 사회적기업들은 새로운 고용을 창출하고, 자신의 프로젝트에 참여한 사람들의 자질을 높여서 궁극적으로는 그들이 개방적 노동시장에 고용되게 하는 것을 목표로 가진다. 독일의 사회적기업에는 적어도 186만개의 일자리가 있으며, 이는 독일 노동인구의 6.5%를 차지한다.(Birkhölzer, 2005)

소외계층을 위한 조직, 사회적기업

독일의 사회적기업은 취업의 기회를 제공함으로써, 사회적·경제적 소외계층의 생활의 질을 향상시키는데 기여하고자 한다. 독일의 사회적기업은 여성(사회적기업 72%, 일반기업 43%), 중장년층(사회적기업 52%, 일반기업 42%), 파트타임(사회적기업 40%, 일반기업 20%) 직원들에게 일반기업보다 더 많은 일자리와 교육훈련의 기회를 제공한다. 그러나 독일의 사회적기업에 종사하는 근로자의 비중은 비교적 높음에도 불구하고 이들의 임금 총액은 일반 노동자보다 10% 정도 낮는데, 이는 독일 사회적기업에 근무하면서 높은 임금을 받을 수 있는 기회가 많지 않음을 의미한다.(Birkhölzer, 2005)



WISE(Work Integration Wocial Enterprise)이란?

취약계층을 대상으로 취업 및 훈련의 기회를 제공하는 노동통합 사회적기업이다. 노동통합은 사회로부터 배제되고 있는 취약한 실직자들을 노동을 통해 재통합한다는 의미를 내포하고 있다. 노동통합 사회적기업은 실무경험, 교육훈련, 대인교류 기회를 함께 제공함으로써 소외계층이 노동시장에 참여할 수 있도록 지원하는 것을 주요활동으로 한다. 이 같은 직업능력 향상 훈련은 노동통합 사회적기업의 활동부문에 따라 사회서비스, 건설, 목공, 자원재활용, 공원 및 녹지조성, 요식업 등 다양한 영역에서 이루어지고 있다.

대부분의 독일의 사회적기업 정관에는 공통적으로 다음의 사항들이 포함된다.

- 우리는 가난, 그리고 사회갈등과 싸운다.
- 사회적으로 가치 있고 환경 친화적인 건전한 직장을 조성한다.
- 장기실업자나 사회적 소외계층을 사회에 통합시킨다.
- 지속가능한 지역경제를 발전시킨다.

일자리 창출을 통한 사회적 배제 및 실업문제 해결

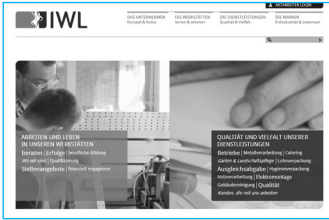
완전 고용을 꿈꾸던 독일에서는 통일 직후인 1990년대부터 동독지역의 경제가 급속히 악화되어왔다. 많은 기업들이 도산하고, 건설한 기업조차도 경쟁력 강화를 위해 감원을 단행함으로써 많은 노동자들이 실업상태에 놓이게 되었다. 독일은 이 문제를 해결하기 위해 여러 실업자 구제책을 실시하였는데, 그 중 대표적인 것이 노동시간 단축을 통한 일자리 확대 조치였다. 그 결과 1997년 12.7%의 실업률이 2000년 8.5% 수준으로 떨어졌으며, 고용률은 4%나 상승하였다. 따라서 이 시기에 사회적기업은 환경·사회·문화적 분야에서 채울 수 없는 욕구들을 지원하여 새로운 일자리를 창출함으로써 당시의 사회적 배제와 실업문제를 해결하는데 매우 중요한 역할을 하였다.

지금부터는 독일의 대표적 사회적기업(IWL, Neue Arbeit)들과 이들이 어떤 사업을 하는지에 대한 간략한 정보를 제공하겠다.

독일의 사회적기업 ①

정신 지체 장애인을 위한 작업장

IWL (Isar-WÜrm-Lech)



IWL은 정신지체 장애인들의 사회복귀를 지원하며, 뮌헨과 근교의 란츠베르크 및 마흐트핑에서 25년 이상 활동중이다. 정신지체 장애가 있는 400명 이상의 직원들

이 목재가공, 금속가공, 전기제품 조립 및 전기케이블 생산, 정원관리 및 조정, 건물청소 등의 다양한 업종에서 활동하고 있다. IWL의 목표는 ① 고객만족, ② 기술혁신, ③ 최대한의 이윤추구, ④ 양적 성장, ⑤ 정신지체 장애인을 위한 다양한 사회복귀훈련에 있다.

IWL에 입사하기 위해서는, 해당 노동청에서 제공하는 신청서를 작성하여 제출해야 한다. 그러면 노동청, 사회복지담당부서 및 연금보험공단의 담당자와 회사대표로 구성된 전문위원회에서 지원자의 신체 장애정도를 고려해 입사여부를 결정하게 된다. 이 과정에서 일시적 장애가 아닌, 근본적이고 지속적 장애인을 우선 고용하고자 한다. IWL에서 제공하는 직업훈련은 기초 작업숙련도를 높이는 훈련이나 작업 기본지식을 교육하는 기본과정과 난이도가 높은 숙련 훈련이나 기계를 직접 다루는 실무과정으로 나뉜다.

website www.wfb-iwl.de email muenchen@wfb-iwl.de phone +49. 089.130797.0 fax 089.1688451 location Werkstätten für Menschen mit Behinderung gemeinn. GmbH Arnulfstr 205/Rückgebäude 80634 München

독일의 사회적기업 ②

새로운 일자리 제공

Neue Arbeit



‘노이에 아르바이트(Neue Arbeit)는’ 는 예방 겔리헤 게젤샤프트 슈투트가르트(Evangelische Gesellschaft Stuttgart)의 자회사로서 장기실업자, 알코올중독이나 마약 중독자 혹은 채무 등의 문제로 고통 받고 있는 사람들의 일자리 창출을 위해 다양한 구제 사업을 수행하는 사회적기업이다.

노이에 아르바이트는 어려운 형편에 처한 이들을 1,000명 이상 고용하고 있으며, 구제 옷가게, 학교 급식, 콜 자전거, 산림보호, 세탁서비스 등 다양한 일자리를 공급하고 있다. 또한 사회 소외계층으로 하여금 실업 보험료를 수동적으로 받는 것보다, 노이에 아르바이트가 제공하는 다양한 노동영역에서 공익을 위한 일을 할 수 있도록 원조함으로써 정규 노동시장에 복귀하여 새로운 인생을 살 수 있게 하는 디딤돌 역할을 한다.

구제 옷가게 (Kleiderhilfe | 클라이더힐페) 한국의 <아름다운 가게>와 그 성격이 유사하다. 유아복에서 침구류, 외출복에서 식탁보까지 세탁 가능한 모든 직물류를 판매하며, 0.5~10유로(한화 700~15,000원)에 양질의 중고 물품을 구입할 수 있다.

학교급식 (Schulessen | 슐에센) 학교는 신뢰할 수 있는 주방 인력을 얻게 되고, 학생들은 질 좋은 식사를 보장받으며, 장기실업 주부들은 새로운 일자리를 얻게 된다. 일석삼조의 다중이익구조인 것이다. 잭스 말 지벤(6 mahl 7)과 코스타리카(Kostarika)라 불리는 구내식당이 대표적이며, 이외에도 다양한 급식업체가 학교와의 협력을 통해 운영 중이다.

website www.neuearbeit.de email info@a24.de

phone +49.0711.27301.0 fax 089.24244.300

location A24 GmbH Aidenbachstr. 36 Rgb. 81379 München



지역사회에 깊숙이 개입해 있는 캐나다의 사회적기업

캐나다의 사회적기업은 사회·경제적 영역에 상관없이 모든 분야의 활동에서 탄탄한 역사를 가지고 있다. 다시 말해, 캐나다는 어떤 조직형태로 어떤 활동을 하든지 간에 사회적 경제, 특히 지역사회를 빼놓고 생각할 수 없다는 말이다. 그만큼 캐나다 사회적기업은 다른 국가들과 달리 지역 사회에 깊숙이 개입해 있다는 특징이 있다.

역사적으로 살펴보면, 1930년부터 1960년까지 노동자 간의 협력은 흔한 일이었다. 이러한 협력은 농경사회에서부터 자연스럽게 이어져 내려온 것으로 현재까지 캐나다의 모든 지역사회에 중요한 역할을 하고 있다. 그런데 이러한 역할들은 산업구조가 고도화되어가면서 농경사회의 영역보다 더 고차원적인 산업분야에서 활성화되기 시작했다. 이처럼 농경사회에서 출발하여 산업이 고도화되고, 이에 맞는 지역 협력단체들이 생겼다는 사실은 한국의 상황과 비슷해 보인다. 하지만 캐나다에서 사회적기업이 예전부터 더 발달하게 될 수 있었던 요인은 바로 지역사회, 지방정부, 중앙정부 간 호혜관계 덕분이다. 한때 높은 실업률과 경제위기로 복지정책 전반이 위기로 몰렸던 캐나다는 공공과 민간 영역의 관계를 변화시켰다. 2004년 이후 부각된 사회적 경제시스템과 사회적기업은 최근 유럽발 재정 위기로 전 세계가 불안한 가운데 나 홀로 성장세를 보이고 있다. 캐나다의 경우, 아래의 정의에서 보듯이 사회적기업의 역할을 단지 일자리 제공이나 사회서비스 제공에 한정하지 않는다, 지역 내 시민주도의 공동체 사업 등 사회통합정책을 지방정부가 적극 지원하며, 중앙정부가 정책적 인프라에 사회적기업을 포함한 사회적 경제의 전략과 비전을 공유하고 있다. 즉, 국가가 사회적 경제의 활성화를 위한 환경

을 조성하고, 지방정부는 지역사회의 공동체 사업을 지원하며, 지역민들의 주도적인 역할과 리더십 발휘와 사회적기업에 대한 적극적인 지지와 참여로 현재 4만개 이상의 사회적기업이 활동하고 있다.

캐나다 정부가 정의하는 사회적기업은 역동적인 비즈니스 모델로서 다음의 특징을 가지고 있다.

- 사회적이고, 환경적이고 문화적인 목표를 가지고 있으며,
- 시장에서 자유 경쟁하며,
- 지역사회 이익을 위해 그 수익을 재투자한다.

수익에 대한 지역사회로의 재투자와 사회적인 목적을 지니고 있다는 특징은 우리나라와 비슷한 반면, 경쟁시장에서 거래되어야 한다는 것을 명시하고 있는 부분은 또 다른 양상을 보여 캐나다의 사회적기업이 자립성을 강조하고 있다는 점을 추측케 한다.

한편, 최근 Enterprise Non Profits(ENP)가 발행한 캐나다의 사회적기업 가이드(The Canadian Social Enterprise Guide)에서는 사회적기업의 종류를 활동 특성에 따라 아래의 3가지 범주로 구분하였다.

- 지역 시장의 욕구를 만족시키기 위한 기업
- 임무와 미션을 수행하는 기업
- 수익창출기업

먼저 지역시장의 욕구를 만족시키기 위한 기업은 훈련과 고용의 기회를 제공한다. 이들은 사회적 약자를 지원할 때 필요한 사회적 비용 때문에 보조금이나 기부금에 일부 의존하기도 한다. 고용이 주요 목적인 이들 사업의 분야

는 레스토랑, 음식 공급, 포장, 세탁, 청소, 조경, 목공·공예 등이다. 이들 기업은 영구적이고 유동적이며, 경쟁력 있는 임금을 제공하는 일자리창출을 목표로 한다.

다음으로 임무와 미션을 수행하는 기업들은 재가보호, 보육서비스 등의 대가로 고객이나 정부기관 등 제3자에게 비용을 받을 수 있다. 이러한 경우 제품이나 서비스를 판매함으로써 조직의 미션과 임무를 수행한다. 이들은 스스로의 전문성이나 보유자원을 활용하여 조직의 미션과 목표를 수행하기 위해 비용을 창출하는 사회적 사업을 펼친다.

끝으로 수익창출기업은 자선적, 비영리적 활동을 돕기 위하여 이익을 창출하는 것이 최우선의 목적이다. 사무실공간이나 장비 등 사용하지 않는 자산을 임대해주거나 노숙자에게 무료 식사를 제공해주는 자선단체가 밤 시간에는 개별 식품가공업체에 주방시설을 대여해주는 것을 대표적 예로 들 수 있겠다. 또는 편의점, 중고품, 병원 매점 운영을 통해 조직의 미션이나 목표 수행과 직접적인 연관이 없음에도 대상 집단에 제공되는 서비스나 편리성을 부가적으로 강화시켜줄 수 있다.

캐나다의 사회적기업과 지역단체들을 구분하기란 쉽지 않으나 제3섹터기관으로 집계되는 곳은 16만 여개가 있고, 관련 종사자들은 1,800만 명이 직간접적으로 고용되어 있으며 연간 750억의 수익을 내는 것으로 나타났다(2006년 정부 발표에서 언급). Canadian Revenue Agency의 통계자료에 따르면 실제로 일반시장에서 영업수익을 벌어들이는 자선단체들은 43,795개였으며 이들은 2002년 총279억 달러의 총이익을 보고했다. 더불어 시장주도형의 자선단체들이 벌어들인 수익은 캐나다 국내 총생산의 2.8%를 넘는 것으로 나타났다. 캐나다의 시장주도형 자선단체들은 다음의 활동을 통해 주요 수익을 벌어들였다.

7,678건	공간과 장비대여
5,363건	교육, 강좌, 세미나, 강연
4,417건	식당서비스, 식사 및 음식 제공
4,061건	도서 및 음반판매
3,645건	쉼터, 방, 주거 제공
2,933건	예술 공연(연극, 콘서트, 전시회)

캐나다 시장주도형 자선단체들의 주요 수익활동

캐나다 주 정부는 사회적기업을 위한 지원을 아끼지 않고 있는데, 2004년 국무총리였던 폴 마틴(Paul Martin)은 사회적기업을 위해 1억5천 캐나다 달러(한화 1,600억원)를 지원하였다. 이 지원금은 캐나다 정부 산하의 고용 및 직업교육 관련 기관에서 집행하였고, 각 지역의 단체들과 협력하여 기금으로써 활용되었다.

캐나다 사회적기업의 가장 큰 특징은 바로 시민들로부터 출발한 비영리기관의 활동이라는 점이다. 또한 서두에서 살펴본 바대로 다른 나라들과 상이한 공공사업의 긴 역사, 정부 지원, 지방정부의 적극적 참여가 특징이라 할 수 있겠다. 캐나다에서는 1800년대 이후 협동조합의 사회적 움직임이 커짐에 따라 사회적 경제가 급성장하게 되었다. 지역사회, 정부, 지방정부는 사회적기업이야말로 사회 개혁을 위한 전망 있는 대안으로 보고 사회통합의 기회를 적극 지원하였다.

지역사회 활성화를 위한 사회적기업 발전 도모

캐나다 중부 대평원지역에 속하는 위니펙(Winnipeg)에서는 지역사회 경제 발전 단체들이 지역사회에 필요한 서비스를 제공하고, 일자리를 창출하며, 지역사회를 활성화시키기 위해 사회적기업의 발전을 돕고 있다.

매년 이코노미스트(Economist) 자매지인 EIU(Economist Intelligence Unit)에서는 세계에서 가장 살기 좋은 도시를 순위로 매기는데 6년 연속으로 한번도 1위 자리를 놓친 적이 없는 도시가 바로 캐나다의 밴쿠버(Vancouver)이다. 다른 조사기관의 결과에서 역시, 밴쿠버는 항상 5위 안에 손꼽히는 도시이다. 이 순위의 기준에는 복지, 인프라, 자연환경 등 다양한 항목들이 반영된다. 겨울이면 수많은 노숙자들이 넘어오는데, 이는 밴쿠버가 그만큼 살기 좋은 도시임을 반증하는 것이다.

한때 강우로 상수원이 오염되어 수돗물을 식수로 사용할 수 없었던 적이 있었는데, 소매점 및 대형마트에서 생수를 찾기가 힘들었다. 놀라운 점은, 이 생수 수요 증가현상이 일반인들의 구매에 의한 것이 아니라 정부가 거리의 노숙인들을 위해 생수를 사들여서 일어난 일이라는 것이다. 지금도 많은 세금이 노숙인들을 위해 쓰이고 있다. 이렇듯 캐나다는 유럽의 어느 국가 못지 않게 사회복지와 경제적 취약계층을 위해 막대한 관심과 자금을 쏟고 있다.

밴쿠버 동쪽 시내를 걷다보면 레스토랑, 카페, 작은 상점, 치과, 식당, 자전거 대여 및 수리점 등과 같은 수 많은 사회적기업을 볼 수 있다. 이들 사회적기업은 지역민들에게 일자리와 서비스를 제공하며, 지역상권을 되살리는데 큰 기여를 하고 있다.

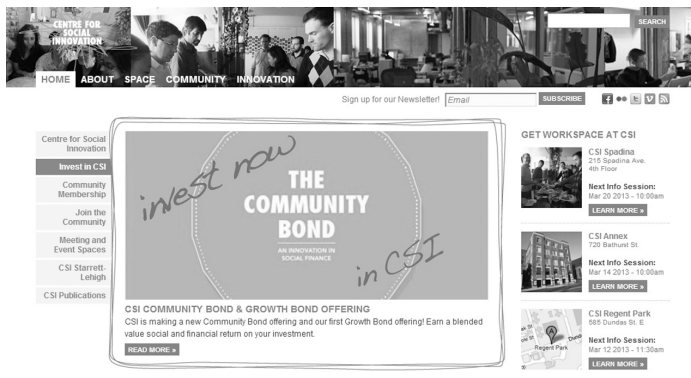
지금부터 캐나다의 사회적기업(Centre for Social Innovation, Health and Home Care Society of BC)에 대하여 살펴보도록 하겠다.

캐나다의 사회적기업 ①

사회 혁신을 꿈꾸는 이들의 통합 공간

Centre for Social Innovation

Centre for social innovation(CSI)은 지역을 기반으로, 아이디어와 사람, 서비스 그리고 전략의 중심역할을 하고 있다. 토론토 다운타운에 18,000평방 피크 규모의 작업공간을 제공하는데, 이를 이용할 수 있는 기관은 사회적 미션을 위한 기업, 개인, 단체 등이다. 이들은 함께 일함으로써 비용을 줄이고 시너지 효과를 창출하며 사회적 이익을 위한 아이디어를 발전시켜나갈 수 있는 것이다. 현재 이 공간을 사용하고 있는 기업들은 인터넷솔루션 업체, 탄소제로배출을 위한 환경기업, 아트 및 디자인업체, 소수민족 및 여성인권단체 등 다양하다. 물리적 장소를 제공함으로써 비용절감과 함께 다양한 분야의 사회적기업 간 네트워크가 저절로 형성되며, 시너지 효과를 낼 수 있다는 점에서 눈여겨볼 만한 사회적기업이다.



website www.socialinnovation.ca email info@socialinnovation.ca
 phone +1.416.979.3939 fax 416.644.0116 - Suite 400
 location 215 Spadina Avenue, Suite 400 Toronto, ON M5T 2C7

캐나다의 사회적기업 ②



고령사회의 든든한 지킴이

Health and Home Care Society of BC

Health and Home Care Society of BC 는 1898년 설립되어, 브리티시컬럼비아 주를 기반으로 지역의 건강관리를 위해 일하는 단체이다. 주요 서비스 대상은 주변의 도움을 받을 수 없는 이들과 노인들이다. 1967년부터 밴쿠버와 리치몬드 전역에 ‘Meals on Wheels’ 라는 프로그램을 펼침으로써 따뜻하고 영양가 있는 식사를 방문제공 하고 있다. 매주 오전 11시부터 오후 1시 사이, 자원봉사자들을 통해 배달되는 식사는 무려 400식이 넘는다. 또한 1996년부터는 아시아인들과 개인 기호를 고려하여 ‘Canada’ s Chinese Meals on Wheels’ 를 운영하여 중국어 가능 자원봉사자까지 보유하고 있다. 1979년 이후로는 노인들의 레크리에이션과 치료목적의 운동 처방인 ‘Adult Day’ 프로그램을 실시하고 있으며, 현재 매주 17여명이 참여하고 있다. 환자나 노인뿐만 아니라 그들을 돌보는 이들의 휴식을 위하여 1996년 캐나다에서 최초로 ‘Overnight Respite’ 라는 프로그램을 도입하여, 휴식이 필요한 간병인들을 위해 24시간 노인 보호서비스도 실시하고 있으며, 수요가 점차 늘어나 현재는 ‘Palliative Respite Care(질병 말기 환자들의 고통완화 치료, 요양 서비스)’ 를 1년 내내 제공한다. 이외에도 번역검사, 건강교육, 직무상 질병 등을 각 가정, 직장, 약국 등을 방문하여 홍보하며, 지역사회 통합 프로그램을 통해 자활을 돕기도 한다.

website www.carebc.ca email info@carebc.ca

phone +1.604.733.6614 fax 604.733.6698

location 204 - 3077 Granville Street Vancouver, BC V6H 3J9



실험적 노동정책의 승전보를 울린다

오스트리아는 인구 821만 여명의 작은 나라이지만 사회복지나 사회보장 등의 측면에서 상당히 진보한 나라로, 1970년대 이후 OECD 국가들 가운데 실업률이 가장 낮은 국가 중 하나였다. 그러나 1980년대에 나타난 고용 없는 성장으로 실업 및 사회적 배제의 문제가 국가적 이슈로 떠오르자 오스트리아의 정부, 특히 노동사회복지부는 장기실업자들을 정규노동시장으로 재통합하기 위해 특별하고도 실험적인 노동정책을 도입하게 된다.

이른바 ‘Aktion 8,000(악치온 8,000, 행동 8,000)’이라 명명된 이 실험은 직업훈련이나 임금에 대하여 정부가 파격적인 지원을 시행함으로써 장기실업자 및 사회 취약계층에게 총 8,000개의 일자리를 창출하기 위한 시도로, 여기에 공공기관이나 비영리단체의 참여도 허용하였다. ‘Aktion 8,000’은 1996년부터 ‘공공통합지원(Gemeinnützige Eingliederungsbeihilfe: GEB)’이라는 새 이름을 달게 되었으며, GEB의 주요 활동 내용은 비영리단체의 일자리 창출에 대하여 정해진 기한(보통 1년) 동안 포상금 형식으로 인건비 및 부대경비의 2/3을 지원해주는 것이었다. 이러한 정책은 현재 노동시장지원기관(Arbeitsmarktservice: AMS)이 담당하고 있는데, 1984년 이후 5만 명 이상의 장기실업자들과 사회 취약계층이 이 정책의 혜택을 받았으며, 결과적으로 당시 오스트리아 내 사회적기업의 성장에도 결정적인 역할을 한 것으로 보인다.

이렇게 탄생된 오스트리아의 사회적기업들은 다음의 두 가지 목표를 추구하고 있다.

첫째, 사회 취약계층이나 장애인을 고용하여 재화와 서비스를 생산·판매함으로써 수익을 창출한다.

둘째, 고용을 통한 사회통합이라는 사회적 과업을 달성함과 동시에 사회 취약계층의 사회·경제적 상황을 개선시킨다.

오스트리아에는 고용을 통한 사회통합 영역에서 주로 다음 두 가지 유형의 사회적기업이 존재 한다.

- Sozialökonomischer Betriebe, SÖB
사회경제적 기업
- Gemeinnützige Beschäftigungsprojekte / gesellschafte, GBP
비영리고용프로젝트 · 회사

1980년부터 1989년까지 사회복지부 장관이었던 알프레드 달링거(Alfred Dallinger)는 새로운 유형의 고용정책들을 적극적으로 장려함으로써 실업자들의 자각증 취득과 사회통합을 위한 긍정적 풍토를 조성하였다. 그 결과 노동시장에서의 실업자나 사회적 배제를 해결하기 위해 1980년대 최초로 사회통합적 기업이 출현했다. 이들은 주로 장기실업자, 장애인, 여성, 청소년, 고령자등 노동시장에서 배제된 사회적 취약계층들이 정규노동시장으로 통합될 수 있도록 돕기 위한 징검다리 즉, 경과적 일자리(transit arbeitspärze)를 제공하는데 그 목적이 있다. 2008년 기준으로 260여개가 활동하고 있는데 이 중 170개는 사회경제적기업(Sozialökonomischer Betriebe, SÖB), 81개는 비영리 고용프로젝트(Gemeinnützige Beschäftigungsprojekte, GBP), 나머지 9개는 특별한 보호가 필요한 사람을 위한 사회통합기업이라는 이름으로 활동하고 있다.

이렇게 탄생된 사회경제적기업(SÖB)과 비영리고용프로젝트 · 회사(GBP)는 다음의 공통점과 차이점을 띄고 있다(Gruber, 2003). 우선 두 유형 모두 대체로 1년 이상의 장기실업자, 지체장애인, 사회적 장애가 있는 청년, 45세

이상의 여성이나 50세 이상의 남성, 가정파괴를 겪은 여성, 노숙자, 알코올 중독자, 미약중독자, 전과자 등 사회 취약계층들을 고용하여 직업훈련과 사회교육훈련을 지원하고 있다. 나아가 이들이 경제활동을 통해 수익을 창출할 수 있도록 도우며, 사회통합에 기여하고 있다는 점이 대표적인 공통점이라 할 수 있겠다.

사회경제적기업과 비영리고용프로젝트·회사의 비교 ▼

	사회경제적기업 (SÖB)	비영리고용 프로젝트·회사 (GBP)
유사점	사회적 도움없이 직업을 구하기 힘든 장기실업자나 장애인 등에게 직업훈련이나 경과적일자리를 통해 정규노동시장으로 통합시키는데 기여	
차이점	주요 활동 분야	
	직물, 목공예, 음식점, 건축, 금속세공, 청소, 폐기물 처리 등	행정·사무업무, 사회 서비스, 환경, 집수리, 관광분야, 예술·문화·연구 등

그러나 사회경제적기업(SÖB)은 그 사업영역이 주로 직물, 목공예, 음식점, 건축, 금속세공, 청소, 폐기물 처리 등에 집중되어있고, 비영리고용프로젝트·회사(GBP)는 정부기관이나 공공기관의 사무 업무, 사회서비스, 수리업무, 예술·문화·연구, 관광사업 등에서 활동한다.

또한 운영자금에 있어서도 사회경제적기업(SÖB)은 재화와 서비스 판매 수익이 40%인 반면 비영리고용프로젝트·회사(GBP)는 25%이며, 노동시장 지원기관(AMS), 유럽사회복지기금(European Social Fund), 주정부, 지방행정기관으로부터 각각 사회경제적기업(SÖB)은 60%, 비영리고용프로젝트·회사(GBP)는 75%를 지원받는 차이를 보이고 있다.

오스트리아에는 장애인고용법의 적용을 받는 ‘장애인보호를 위한 사업장 (sheltered workshop)’ 이외에 사회통합 영역에서 활동하는 조직들에 대한 법률적 규정은 아직 존재하지 않는다. 따라서 사회복지 영역에서 활동하는 오스트리아의 단체들이 EMES 네트워크가 제시한 사회적기업의 9가지 기준을 충족시킬 경우, 넓은 의미의 사회적기업으로 고려되어야 할 것이다.

적극적 노동시장정책으로 고용창출에 기여

오스트리아는 높은 소득수준과 함께 사회복지 관련 지출이 국가 재정의 30%를 차지할 정도로 사회안전망 구축이 완비되어 있다. 2008년 금융위기 당시 유럽연합(EU)의 실업률 평균이 9.2%인 반면, 오스트리아의 실업률은 4.7%로 OECD국가 중 네덜란드 다음으로 낮은 순위였다. 이는 오스트리아 내 사회적 경제가 국가와 시장의 틈새를 메워주고 있는 것과, 수요자 중심의 적극적 노동시장 정책과 유연한 사회경제 시스템 덕분일 것이다.

그루버(Gruber, 2003)에 따르면 2000년 한 해 동안 59개의 사회경제적기업(SÖB)은 1,700개의 일자리를 제공하여 3,888명의 취약계층과 455명의 전문직을 고용하였으며, 120개의 비영리고용프로젝트·회사(GBP)가 1,900개의 일자리를 제공하여 2,720명의 취약계층과 475명의 전문직을 고용하는 성과를 올렸다. 2005년에는 사회적 경제 부문에서 116,400명을 고용하였으며, 이 중 85,570명은 풀타임 정규직이었다. 현재 오스트리아에는 약 260개의 사회통합적 기업이 활동하고 있으며, 이들은 2008년 17,043명의 취약계층에 일자리를 제공하였다.

이들 오스트리아 사회적기업(Café-Restaurant MAX, Wien Work)을 간단히 살펴보자.

오스트리아의 사회적기업 ①

요리를 통해 사람과 사회의
성장을 꿈꾸는 레스토랑

Café-Restaurant MAX



카페 레스토랑 맥스(Café-Restaurant MAX)는 ‘사회적 경제의 고용프로젝트’로 설립된 일종의 사회적기업이다. 노동시장 지원기관인 AMS와 연방사회복지국(Bundessozialamt), 유럽 사회복지기금(Europäischer Sozialfonds)으로부터 70%가량의 사업비를 지원받고 있으며, 나머지 30%는 자생적으로 해결하고 있다.

카페 레스토랑 맥스는 수익창출을 통한 경제적 자립이 최우선 목표이나, 사회적 취약계층을 고용하여 이들이 새로운 삶을 영위할 수 있는 기회를 제공하며, 궁극적으로 정규노동시장에 통합하는 것도 주요 목표이다. 취업대상자는 정신질환자, 장기실업자, 그 외 심리·사회적 취약계층이다. 이곳에는 요리, 서빙, 사무, 청소 등의 분야에 30여명이 고용되어 있으며 요리기술자격증을 취득할 수 있도록 교육을 제공하며, 원할 경우 정규시장에 고용될 수 있도록 중개해준다. 이들을 위해 심리·사회복지 전문가, 취업컨설턴트 등이 상시 근무하고 있으며 이들에게 전문적인 지원 및 상담을 제공한다. 단체 급식 등의 케이터링 및 음식배달, 매장 운영, 경력개발 등이 카페 레스토랑 맥스의 주요 서비스 내용이다.

website www.restaurant-max.at email office@catering-max.at
phone +43.01.512.4713
location Bürogebäude Catamaran Handelskai 348 1020 Wien

오스트리아의 사회적기업 ②

세상과 소통하는
장애인 작업장

Wien Work



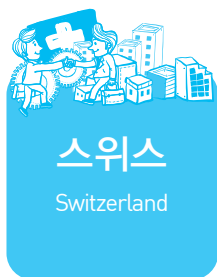
Wien Work achtet auf gemeinsames Agieren.

오스트리아 수도 빈에 위치한 3개의 빈 워크(Wien Work)는 세탁, 목공, 금속가공, 출장요식업의 업무를 수행하는 직업교육기관으로 현재 이곳에는 600명 이상의 직원과 훈련생들이 고용되어 있으며, 이들 중 2/3은 신체적·정신적 장애인이거나, 학습지체아 혹은 장기실업자들이다. 빈 워크의 과제 중 하나는 장애인고용법에 따라 일자리를 창출해내는 것이고, 다른 하나는 직원들과 교육생들에게 다양한 직업교육의 기회를 부여하고, 나아가 일자리를 제공하는 것에 있다. 빈 워크는 2001년부터 자원과 에너지의 효율적인 사용을 위해 노력하며, 매년 노력의 결과인 환경적 성과를 수치화하여 모든 이해관계자들에게 공유해 온 공로를 인정받아 2009년 환경 비즈니스 갈라상(the ÖkoBusiness Gala)을 수상했다. 이에 앞서 2003년~2004년 2년 연속으로 경제이익 훈장을 수여받았으며, 2008년 오스트리아 지속가능성 보고대회에서 2등상을 수상하기도 했다. 4~5년 과정의 직업학교도 존재해, 청년 학습지체 장애인들을 위해 1년에서 2년간의 직업훈련기간을 추가로 제공하기도 한다. 성인 장기실업자들에게는 7개월 과정의 실무훈련 및 전문훈련을 통해서 페인트공, 요리사, 금속가공업자, 목공업자, 세탁업자 등의 직업을 가져 정규 노동시장에 진입할 수 있도록 돕고 있다.

website www.wienwork.at email office@wienwork.at

phone +43.01.985.9166-0 fax 01.985.9166-62

location 1150 Wien, Tannhäuserplatz 2



유연한 노동시장 구조, 사회적기업 진입발판 역할

유럽의 중부내륙에 위치한 아름다운 나라 스위스는 훌륭한 자연경관뿐만 아니라 수준 높은 사회보장제도으로도 유명하다. 또한 빈약한 부존자원과 협소한 국내시장이라는 악조건과 인력부족현상 등 산업발달에 있어서 취약한 환경을 지닌 국가임에도 불구하고 스위스가 지닌 경제적 잠재력은 상당한 수준이다. 이는 스위스의 국제적 이해관계뿐만 아니라, 국가의 산업구조가 고부가가치 분야에 집중되어 있기 때문이기도 하다.

흔히 스위스의 3대 산업이라 하면 시계, 은행, 그리고 관광을 꼽을 수 있다. 이러한 분야에서 스위스는 세계적인 경쟁력을 가진 상품과 서비스로 높은 수익을 올리고 있으며, 그에 따라 투자를 확대함으로써 청년들의 일자리가 원활하게 제공되고 있다. 말 그대로 선순환 구조가 이루어지는 것이다. 2012년 9월 국내 일간지의 보도 자료에 따르면 OECD 주요 회원 20개국을 대상으로 청년일자리 창출 경쟁력 평가를 실시한 결과, 스위스가 ‘정부 규제’를 제외한 전 부문에서 상위권에 오르며 1위를 차지하는 영예를 안았다고 한다. 특히 스위스는 직종 간, 대기업-중소기업 간 차별정도를 평가하는 사회·문화 인프라와 직업교육 경쟁력 분야에서 각각 4.33점으로 1위에 올랐다.

하지만 스위스 역시 1990년대 불황의 여파로 사회보험금 수급만료자(매달 3,500명)와 개인 채무자들이 지속적으로 증가하여, 30만 명의 생활보호대상자, 20만 명의 실업자, 30만 명의 상해보험 수급자(부상, 사고, 질병 등으로 인한 취업 불능자), 20만 명 이상의 근로빈곤가구가 생겨났다. 또한 급속히 진행되는 저출산 고령화 문제로 인해 사회정책적인 관점에서 노동시장의 미

래에 대한 우려가 심각했는데, 이러한 상황은 2000년 초반까지 이어졌다.

그럼에도 불구하고 대규모로 구상된 EU의 이퀄(EQUAL)* 프로젝트에 참여하지 않아, 스위스 내부에는 여타 유럽 국가들과는 달리 사회적기업이라는 개념조차 거의 알려지지 않은 상태였다(Blattmann, 2005). 서유럽에서 사회적기업에 대한 역할과 의미에 대한 완전하고 체계적인 규명이 거의 없는 유일한 국가로, 이에 대한 원전도 인터넷 등을 통해서만 겨우 접할 수 있을 정도다.

앞서 말했듯이 1990년대에 찾아온 불경기 앞에서 스위스 역시 예외는 없었다. 경제는 침체하고 기업들은 비용절감을 위해 생산과 관리부문에서 구조조정을 단행했으며, 노동집약적 생산 공장들은 인근 저임금국가로 공장을 이전함으로써 많은 실업자들이 양산되었는데, 그 중에서도 구조적으로 취약한 여성, 비교적 낮은 학력을 소유한 스위스 거주 외국인들, 경험이 일천하거나 편협한 20-25세의 청년, 혹은 55세 이상의 장년층 및 노인, 일처리 능력이 나 실제 능률면에서 상대적으로 취약한 1년 이상 장기실업자, 정규교육이나 직업교육 미수료자들이 우선순위대상이었다.



EQUAL이란?

노동시장에서 행해지는 모든 형태의 사회적 배제에 대항하기 위해 나타난 새로운 수단들을 후원하는 일종의 사회 안전망 보강 프로그램이다. 유럽사회기금의 지원으로 시행되는 이퀄은 국제적 협력을 통해 근로자와 구직자가 겪는 노동시장에서의 모든 형태의 차별과 불평등을 해소하기 위한 새로운 방법을 실험하고 개발하는 사업이다.

실업자 양산... 사회적기업 인식확대 계기

이러한 상황은 스위스에서도 사회적기업에 대한 담론이 논의되기 시작한 시발점이 되었다. 그 결과 오늘날 스위스에는 사회적기업 이념이 강력하게 유포되기를 바라는 몇몇 대학 및 연구기관이 존재하게 되었다. 이들 기관에서 제기한 정의에 따르면, 사회적기업은 장애인을 고용하는 보호된 작업장과 개방적 노동시장의 중간점에 위치하고, 장기실업자와 장애인 등 사회 취약계층을 최소 30% 이상 고용하여 재화와 서비스를 시장가격으로 판매하며, 국가나 민간단체의 지원 없이 최소 50% 이상의 매출을 독자적으로 창출할 수 있어야 한다.

이를 토대로 스위스 사회적기업은 대체로 다음의 두 가지 방향으로 발전되고 있다. 하나는 연방관청으로부터 상해보험 및 사회보험의 지원을 받는 장애인을 위한 사회적기업이고, 다른 하나는 장기실업자, 실업보험금 수급만료자, 지방자치단체의 생계보조금 지원을 받는 자들을 위한 사회적기업이 바로 그것이다.

스위스의 노동통합 사회적기업(WISE)의 활동영역은 다음과 같다.

- 건물수리 및 리모델링, 건축
- 공공장소나 공원의 유지 및 관리
- 산업용 부품제작 및 조립, 상품 검사
- 직장인을 위한 중식제공 및 특별행사를 위한 출장요리
- 노인 돌봄 서비스
- 가정생활용품 재활용
- 길거리 벽의 낙서 지우기 등 환경 정화
- 개발도상국으로 자전거 수출하기 등

스위스의 노동시장은 여타 서유럽 국가들과 비교해, 불경기 때조차 비교적 낮은 실업률을 기록하였을 정도로 유연함을 갖추고 있다. 아이모 브루네티(Aymo Brunetti)는 스위스의 노동시장을 다음과 같이 설명하고 있다.

- 최저임금제가 없다. 따라서 저임금노동력에 대한 고용이 용이하다.
- 노사임금협상에 대한 노조의 구심점이 약하다.
그래서 임금은 보통 노동생산성에 따라 결정된다.
- 서유럽 대부분의 국가들과 달리 노동력을 고용하거나 해고할 때 제약이 거의 없다.
- 실업보험이 강력하게 구성되어 있다.
- 노동시간에 대한 제약에 없으며, 이에 대해 유연하게 규정되어 있다.
따라서 고용상황을 개선시키는 파트타임 근로관계를 수용하는 것이 가능하다.

탄력적 고용시장, 혁신적 개척으로 뚫는다

사회적기업은 유연한 노동시장 구조를 갖춘 스위스에서야말로 정규노동시장에 당장 진입하기 힘든 모든 취약계층들에게 희망찬 장기전망을 제시할 수 있다. 또 사회적기업이 활성화됨으로써 생계보조금과 상해보험에 지출되는 비용을 줄일 수 있을 뿐만 아니라 새로운 시장을 혁신적으로 개척하는 기업들이 생겨날 수 있다. 이제 스위스에서도 사회적기업에 대한 논의가 본격적으로 시작되고 있는 만큼, 사회적기업이 가져올 순기능이 더욱 기대되는 바이다.

사회적기업에 대한 정부 및 지자체 관심 증대 필요

스위스의 많은 사회적기업들은 독일어권 스위스, 특히 취리히(Zürich)에 집중되어 있으며 프랑스어권 스위스나 이태리어권 스위스에서는 거의 찾아보기 힘들다. 그 이유는 취리히의 사회부담당자인 모니카 슈토커(Monika Stocker)의 사회적기업 육성을 위한 선구자적 역할에서 찾을 수 있다. 이러한 사실은 해당 지자체의 담당부서 및 담당자의 의지와 열정이 사회적기업의 육성과 발전에 미치는 영향이 지대하다는 것을 반증한다.

스위스의 사회적기업은 연방정부나 지자체로부터의 지원을 받기가 쉽지 않으며, 시장에서 50% 이상의 수익을 창출하고 있다. 이는 사회적기업의 규모가 크지 않고, 상해보험과 생계보조금의 영역에서조차 사회적기업 지원에 대한 자체적인 규정이 마련되어 있지 않기 때문이다. 따라서 스위스 사회적기업가들은 정부와 지자체를 대상으로 지속적인 신뢰구축과 설득작업을 적극적으로 펼치고 있다.

OECD 통계에 따르면 2010년 스위스 여성의 평균출산율은 1.48명으로 OECD 평균 출산율인 1.7명에 못 미치는 반면, 2011년도 예상 평균수명은 82.3세로 일본에 이어 2위를 차지하고 있다. 또한 경기침체로 장기실업자 및 청년실업자가 증가하는 시점에서 최근 스위스 사회적기업에 대한 매스컴의 보도와 정부의 사회복지분야 지원확대에 대한 언급 덕분에 비로소 노동통합 영역에서 사회적기업에 대한 관심이 고조되고 있다(Blattmann, 2005).

스위스 사회적기업(Job Factory, LADY's FIRST design hotel)에 대한 간단한 정보를 살펴보도록 하자.

스위스의 사회적기업 ①

청년실업 해결을 위한 직업훈련소

Job Factory

잡팩토리(Job Factory)는 직업교육을 받지 못했거나 일자리가 없는 바젤(Basel)시 및 바젤 주 출신의 청년들에게 일자리와 직업교육의 기회를 제공하여, 이들을 정규노동시장으로 통합시키는 것을 기본 목표로 삼고 있다. 이곳에는 다양한 고객서비스와 제품생산 영역이 존재하며, 전문가로부터 수준 높은 직업교육을 받을 수 있다.



잡팩토리는 청소년 견습생들에게 기본적으로 시간엄수, 품질향상, 한 곳에 오래 머무르기에 대한 훈련을 시킨다. 평균 6개월간의 교육을 이수하면 학위와 자격증을 취득할 수 있으며, 직업훈련을 수료한 뒤에는 정규노동시장에서 적성에 맞는 직업을 구할 수 있도록 정보를 제공하고 추천서를 작성하는 등 후속조치에도 힘쓴다. 2000년 설립 이래, 매년 잡팩토리는 300명의 미취업 청년들에게 인턴십 프로그램을 제공해왔다. 또한 현재 15~25세 사이로 구성된 120명의 청소년과 100여명의 정규사원들이 잡팩토리에서 근무하고 있다. 실업상태의 청년들에게 삶에 대한 긍정적인 사고와 올바른 방향을 제시함으로써 그 명성과 영향력이 스위스 전역으로 확대되어 주목받고 있다. 잡팩토리의 경영자인 로베르트 로스(Robert Roth)는 이러한 선구자적 역할을 인정받아 슈아브 재단(Schwab

Foundation) 으로부터 스위스 최초로 올해의 사회기업가 상을 수상하기도 했다.

잡팩토리에서는 다음의 사업들을 수행하고 있다.

주요사업소개 ▼

스토어 운영	4층의 건물 내에 선물용품점, 뮤직스토어, 헤어숍, 테이크아웃 커피판매점, 의류매장, 바젤과 뮌헨의 멋진 경관이 내려다보이는 레스토랑 입점
인쇄업	디지털 인쇄 및 복사점은 다양한 기업 및 단체들을 대상으로 서비스를 제공
IT	전산정보 및 통신정보 제공
주방용품	다양한 주방가구 제작 및 조립
포장 및 납품 대행	광고물 및 홍보물 포장작업 및 발송 작업과 운송 대행
악기 제작	기타 등 다양한 종류의 현악기 제작 및 수리



website www.jobfactory.ch email info@jobfactory.ch
 phone +41.061.560.0101 fax 604.733.6698
 location Bordeaux-Strasse 5 4053 Basel

스위스의 사회적기업 ②

여성을 위한, 여성에 의한 숙박 서비스 제공

LADY'S FIRST design hotel

1994년 서로 다른 직업을 가진 8명의 여성들이 취리히 호수 중심부에 레이디스 퍼스트 디자인 호텔(LADY'S FIRST design hotel)을 설립하였다. 이 호텔은 여행 중이거나 비즈니스 출장을 위해 취리히를 방문하는 여성들을 위해 지어졌는데, 설립의 일차적 목적은 실업상태의 여성들을 고용함으로써 이들에게 안정적인 일자리를 마련해주기 위함이었다. 따라서 레이디스 퍼스트 전문경영 호텔임과 동시에 노동통합 사회적기업인 것이다. 레이디스 퍼스트 디자인 호텔의 경영 최우선 목표는 경제적 측면에서 호텔의 성공적인 운영이며, 사회적 측면에서 실업여성들을 위해 12개의 파트타임 일자리를 제공함으로써 향후 정규노동시장에 통합될 수 있도록 지원하는데 있다.

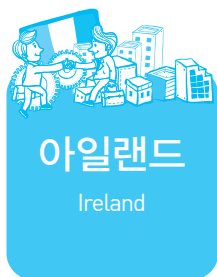
19세기를 연상시키는 우아한 건축양식으로 지어진 레이디스 퍼스트 디자인 호텔은 여성전용으로 설계된 현대적 감각의 호텔로, 최근에는 아래층을 남성에게도 허용하지만 맨 위층은 오직 여성만을 위한 공간으로 유지시켰다. 이곳은 온천욕을 하면서 사우나, 마사지, 메이크업 등의 서비스를 받을 수 있는 공간과 분위기 있는 객실을 갖추고 있다.



website www.ladysfirst.ch email info@ladysfirst.ch

phone +41.044.380.8010 fax 044.380.8020

location Mainaustrasse 24, CH 8008 Zürich



꿈의 국가로 변신한 작은 섬나라

인구 약 458만, 서유럽의 작은 섬나라 아일랜드는 오늘날 전 세계의 부러움을 받고 있는 최고의 지상낙원이다. 하지만 이런 아일랜드도 1990년 초반까지는 저성장 고실업률에서 벗어나지 못한 나라 중 하나였다. 특히 1993년에는 1인당 GDP 성장률이 2%에 머무른 채 실업률이 16%에 육박하였고, 장기실업률은 9%대에 근접했었다. 아일랜드는 이러한 구조적 모순을 해결하기 위해 당시 고질적인 문제로 지적되었던 실업자들을 노동시장에 편입시키고 동시에 지역사회에 사회서비스를 제공하는 방안을 모색했다. 1990년대부터는 사회적 목적을 충족시키기 위해 민간과 공공부문 간에 이루어지는 경제활동으로써의 ‘사회적 경제’라는 용어가 아일랜드의 정책담론에서 본격적으로 사용되기 시작했다.

지역밀착, 생산 활동, 공공서비스의 삼두마차 역할을 하는 사회적기업

아일랜드는 사회적기업에 대한 법적 정의를 채택하지 않았지만, 목적과 활동 내용에 따라 일반기업, 협동조합, 자발적 조직을 사회적기업의 개념에 포함한다. 이들은 주요활동에 따라 아래와 같이 분류된다.

- 지역사회적기업
- 부족한 수요를 위한 사회적기업
- 공공부문과의 협약에 기초한 기업



‘직접고용계획’ 장기실업문제 해결에 큰 효과

이들 사회적 경제 주체들의 역할과 함께 1990년대 아일랜드 정부가 주도적으로 펼쳤던 정책은 국가 차원의 ‘능동적 노동시장 프로그램(Active Labour Market Programmes, 이하, ALMP)’ * 이다. ALMP 시행 결과로 1990년대 중반 이후 아일랜드 실업률은 지속적으로 하락하여 2001년 3.6%를 밑돌게 되었다. (O’Connell, 2000).

특히 ALMP의 세부 내용 중 ‘직접고용계획’은 아일랜드의 사회적기업에 대한 국가 차원의 중요한 지원형태이다. 이는 장기실업문제를 해결하기 위



능동적 노동시장 프로그램(active labour market programmes, ALMP)

- 저학력자, 특히 청소년과 여성에게 제공되는 기초수준의 **일반 훈련**
- 지역별 노동시장 진입을 위해 제공되는 맞춤형 **특수기술 훈련**
- 민간부문에서 근로자의 신규모집이나 자영업 지원을 위한 **고용보조금 지원**
- 공공부문을 비롯, 자발적 조직에서 근로자를 임시 고용할 경우 보조금을 제공하는 **직접 고용계획**

해서 지역사회의 개발을 강조하였으며, 더불어 프로젝트에 참여하는 노동통합 사회적기업들을 지원하는데 중요한 역할을 하였다. ‘지역사회고용(CE: Community Employment), 일자리 창안계획(JI: Job Initiative Scheme), ‘정부 차원의 사회적 경제 프로그램(SEP: National Social Economy Program)이 직접고용계획 프로그램의 구체적 내용이다.

경제협력개발기구(OECD: Organization for Economic Cooperation and Development)의 사회적 지출 관련 자료에 따르면, 아일랜드의 1994년 ~2001년까지 공적 사회적 비용 대비 ALMP 비율은 평균 7.2%이며 이 수치는 유럽연합(EU) 15개국 평균 3.3%보다 2배 이상 높은 것이다.

35세 이상 실업자에 3년 옵션의 일자리 제공

직접고용계획 중에서 ‘지역사회 고용(CE)’은 참여자 수로 봤을 때 아일랜드 내 가장 큰 규모의 직접적 고용조치이다. 이는 21세 이상의 실업자, 노숙자, 독거노인 및 장애인들에게 1년 동안의 일자리를, 35세 이상의 실업자에게는 3년간의 조건부 일자리를 제공하며, 참여자는 1주당 19.5시간의 노동 의무를 가진다. 2001년 ‘지역사회 고용(CE)’ 참여자 수는 32,191명으로, 능동적 노동시장 프로그램(ALMP) 전체 참여자의 38%를 차지했다.

한편 ‘일자리 창안계획(JI)’은 5년 이상의 장기실업자들에게 제공되는 3년 과정의 노동숙련계획이다. ‘일자리 창안계획(JI)’의 근본목적은 참여자들을 주류시장에 고용시키는 것이며, 그 성과 여하에 따라 해당 사업단에 지원금을 제공한다. 2003년 JI에 참여한 사업단은 105개였으며, 참여자는 2,541명이었다.

‘정부 차원의 사회적 경제 프로그램(SEP)’은 장기실업에 대처하고 낙후된 지역사회에 활력을 불어넣기 위한 수단으로 1998년 정부의 사회적 경제 실무 팀에 의해 고안되었다. 지원조건은 3년 이내 시장에서 수익을 창출할 수 있는 위치에 서야할 뿐만 아니라 지역사회 재건에 공헌하고 장기실업자나 소외계층에게 고용기회를 최대한 확대해야 하는 것이다. 이러한 SEP은 두 가지 방법으로 노동통합 사회적기업(WISE)를 직접 지원한다. 먼저, 35세 이상의 장기실업자, 독거노인, 노숙자(18세 이하 포함) 및 장애인에게 일자리를 제공하는 노동통합 사회적기업에 3년간 지원금을 제공한다. 다음으로 사업계획의 개발, 최소한 3인의 근로자 및 1명의 관리자 채용, 간접비 및 설비비, 운영비, 교육훈련비, 회계지원을 한다. 2003년 2월 SEP에는 330개의 노동통합 사회적기업이 있었으며, 330명의 관리자를 포함, 2037명의 근로자가 보조금 지원 혜택을 받았다.

미고용 전과자, 노숙자, 편부모 등 고용 위해 49억 유로 투입

현재 아일랜드에 있는 노동통합 사회적기업은 크게 다음의 3가지 유형으로 분류할 수 있겠다(O'hara, P. and O'shaughnessy, M., 2004).

아일랜드는 과거 1990년대의 경제·사회적 어려움을 슬기롭게 극복하고, 2000년대 이후부터는 유럽연합(EU) 국가들 중에서도 경제성장률과 고용률에서 선두권을 유지하고 있다. 더불어 2007년에는 2013년까지 진행할 새로운 국가개발계획을 발표하였는데, 이 계획은 ‘아일랜드의 변화-모두를 위한 더 나은 삶의 질(Transforming Ireland—A Better Quality of Life for all)’로 명명되었다. 특히 이 내용 속에는 전과자, 노숙자, 편부모, 여성, 장애인 등 취업취약계층에 대한 훈련 서비스와 고용달성을 위한 49억 유로(한화 7조 원) 지원 계획이 담겨져 있다.

아일랜드 사회적기업의 유형 ▼

보호 작업장 sheltered workshop	보호 작업장은 자발적 비영리조직에 의해 운영되며, 지체장애나 학습장애가 있는 장애인들을 위해 교육훈련이나 고용 기회를 제공한다. 반드시 정규 노동시장으로의 진입이 이들의 목표는 아니다. 1997년 당시 약 215개의 보호 작업장에서 일하는 장애인 수는 7,900명에 달했다.
지역개발 노동통합 사회적기업 local development WISE	지역개발 노동통합 사회적기업은 지역사회에 기초한 조직들로서, 사회적 파트너십과 지역개발을 촉진하고 사회적 배제의 지역 문제들을 해결하기 위해 등장하였다. 지역사회에 기초한 사회서비스 제공, 장기실업자 및 독거노인 · 노숙자 · 장애인과 같은 소외계층을 위한 직업훈련 및 노동시장 재통합 기회 창출 등이 구체적 수행내용이다.
사회적 경제 노동통합 사회적기업 social economy WISE	정부 차원의 사회적 경제 프로그램과 직접 연계되어 있다는 점이 사회적 경제 노동통합 사회적기업의 특징이다. 이러한 노동시장통합 사회적기업의 유형은 지역개발 노동통합 사회적기업과도 유사한 목적을 가지면서도, 정부 프로그램에 참여한다는 점에서 구별된다.

아일랜드의 사회적기업 네트워크

사회적기업은 협동조합과 협회와 같은 전통적인 형태에서부터 비공개 유한회사(private limited company)나 주식회사와 같은 비즈니스 모델에 이르기까지 다양한데, 아일랜드를 비롯한 영국 등 북유럽은 상업 경제의 형태를 취한 후자의 경우이며, 중앙 및 동유럽에서는 여전히 NGO나 NPO, 협회, 협동조합, 재단 등이 우세하다.

아일랜드의 경우, 공식적인 사회적기업 등록이나 인증 절차는 없지만, 아일랜드의 중요한 자금원인 사회적 경제프로그램(Social Economy

Programme)의 평가에 따르면 사회적기업의 87%가 보증유한회사(company limited by guarantee)였다.

‘지역을 향한’ 고용과 개발이 성공열쇠

1990년대에 아일랜드를 비롯한 유럽의 공공기관들은 높은 실업률과 공공재정의 위기에 대응하기 위해 적극적 노동정책을 개발하여 실업수당지급에 기초한 수동적 노동정책(passive labor policies)에 의존하기보다 직업훈련, 일자리 보조금 제도 등을 통해 실업자들을 노동시장으로 통합하고자 하였다. 구체적으로 OECD국가들은 20여 년 전부터 ‘지역고용과 경제개발(Local Employment and Economic Development, LEED)’라는 기구를 두고 국가 간 협력과 교류를 통해 지역에 초점을 맞춘 해결책을 고심했으며, 구체적인 사회적기업의 역할에 주목하였다.

아일랜드의 사회적기업에 대한 정부 지원은 지역사회 서비스 제공과 고용 개발에 중점을 두며, 특히 장기실업자와 노동시장 배제 문제를 다룬다. 아일랜드 사회적기업들은 노동시장 내 프로그램을 통해 정부의 재정지원을 받고 있다. 사회적기업에 대한 간접적 재정지원은 노동통합시장의 개념과 연계되어 주로 임금보조금의 형태로 나타난다. 아일랜드 역시 ‘지역사회 고용계획(Community Employment Scheme)’에 따라 장기실업자 고용에 대한 임금보조금을 지급함으로써 보조금을 받는 사람들이 지역사회 및 공익을 목표로 하는 프로젝트에 고용되도록 하고 있다.

아일랜드는 특히 사회적기업과 정부, 지역사회 파트너십을 통한 지역개발의 사례로 OECD의 LEED에서 모범사례로 평가받기도 하였다.

아일랜드 사회적기업(Rehab Recycle, IRD Kiltimagh Ltd.) 사례를 살펴보자.

아일랜드의 사회적기업 ①



자원재순환을 통한 그린 경영 Rehab Recycle

리합리사이클(Rehab Recycle)은 1984년 아일랜드 남부 도시 코크(Cork)에서 설립되었다. 밸리마운트(Valley Mount), 탈라트(Tallaght), 코크(Cork), 갈웨이(Galway) 등의 지역에 폐물 처리시설을 두으로써 아일랜드 재활용산업을 이끌고 있는 리합리사이클의 성장은 아일랜드 사회적기업의 성공신화가 되었다.

리합리사이클은 현재 유리, 캔, 종이나 파지, 폴리스티렌, 전지전자폐기물을 모두 취급하고 있으며, 아일랜드 내 5개 시설에서 매년 10만 톤 이상의 폐기물을 처리하는 재활용 사회적기업이 되었다. 이들이 거두는 경제적 성과도 뛰어나지만, 무엇보다 장애인을 고용함으로써 회사 발전과 동시에 아일랜드의 복리증진을 위해 힘쓰는 면모가 훌륭하다는 평가를 받고 있다. 지금까지 리합리사이클은 ‘정부 임금 보조 계획(WSS)’의 지원을 받아 105명의 장애인을 고용하였다. 또한 설립 이래로 꾸준히 재활용 및 폐기물 관리를 위한 혁신적인 공학·과학 기술개발에도 노력을 기울여왔고, 모든 사업 부문에서 환경기준을 지키며 환경기준 이상을 준수하기 위해 힘쓴 결과, 아일랜드 내의 모든 시설이 ISO 9000을 획득했다.

website www.rehabrecycle.ie email info@rehabrecycle.ie

phone +353.1800.661.551 fax 01.626.0549

location Rehab Building Kylesmore Road Ballyfermot Dublin 10

아일랜드의 사회적기업 ②

재개발 대신 지역 스스로 ‘마을재생’

IRD Kiltimagh Ltd.

1988년, 아일랜드 서부 해안에 위치한 마요(Mayo)지방의 조그만 도시 킬치막(Kiltimagh)에서 인구이동조사가 실시되었다. 그 결과, 지역경제 침체로 인한 고용 기회의 상대적 부재 때문에 17세~25세의 젊은이 중 75%가 이 지역을 떠났다는 사실이 드러났다. 도시 전체는 황폐화되었으며, 노인들의 죽음과 젊은이들의 이주로 인해 인구는 계속 감소되었고, 주민들은 희망을 잃고 자포자기 상태에 이르렀다. 외곽지대에서는 폐허가 되어 버려진 주택과 잡초가 우거진 농가의 토지들을 흔히 볼 수 있었으며, 도심은 건물의 40%이상이 유기된 채 방치되어 있었다.

이 지역의 문제해결을 위하여 1988년 정부 지원 하에 킬치막 지역사회 개발 프로젝트가 조직된 이후, IRD Kiltimagh Ltd.(이하, 킬치막 Ltd.)로 정식 조직체계를 갖추었다. 킬치막 Ltd는 독거노인, 실업자, 고령자, 청년 및 장애인으로 구성된 지역사회 회원들과 대표단에 의해 운영되었으며 이들이 제시한 지역사회 개발을 위한 해결책은 크게 다음과 같다.

- 1) 아일랜드 킬치막에서 자발적으로 촉진된 고용 550명 이상
- 2) 유사 지역의 평균을 포괄하는 인구 성장
- 3) 지역경제 활성화
- 4) 숙박산업시설, 서비스업, 오락시설, 소매 아울렛점 설립
- 5) 킬치막 지역의 청년들을 위한 다양한 취업 및 교육, 체험의 기회 제공

이외에도 비어 있는 학교나 주택, 사무실을 새 단장하여 예술가들의 작업실이나 거주지, 스튜디오로 활용하는 한편, 지역 내 테마별 관광 코스를 개발하고, 거리에 관광정보 표지판을 정비하여 지역주민은 물론 관광객들의 편의 또한 도모하고 있다. 이외에도 각종 문화예술 공연과 이벤트, 축제를 활성화하여 지역 내 양적·질적 성장을 함께 이루어냈다.

킬치마크 Ltd.를 통해 주민 550명이 직장을 가지게 되었으며, 1996년에서 2006년의 기간 동안 인구는 28%의 성장을 기록했다. 또한 약 400명이 직간접적으로 교육훈련을 제공 받았으며, 이들 대부분은 정규직 혹은 파트타임 직장을 얻게 되었다. 공공지원주택(social housing) 34채도 제공되었으며, 경제활동은 1990년~1994년 연간 15.8%에서 1995년~1998년 30.2%까지 증가되었다. 무엇보다 청년들이 지역을 떠나지 않고 자부심을 가지며 미래를 꿈 꿀 수 있게 되었다는 점이 가장 큰 의의라 할 수 있을 것이다. 킬치마크 Ltd.는 지역사회와 공익사업 간의 적극적인 협력으로 괄목할만한 성과를 이루어, 현재 건강하고 번창한 지역사회 유지와 조화 및 평등을 위한 지역사회개발 사례로 주목받고 있다.



website www.ird-kiltimagh.ie email manager@ird-kiltimagh.ie

phone +353.94.938.1494 fax 94.938.1884

location Aiden Street Kiltimagh Co. Mayo Ireland



스스로 움직이는 기회의 땅

세계 제일의 경제대국이면서도 빈부격차와 인종 갈등의 사회문제를 동시에 안고 있는 미국은 기업가 정신을 높이 평가하고 개인의 자산을 강조하는 문화를 가지고 있다. 미국은 사회복지분야에서도 공공·영리·비영리부문이 공존하고 있으나, 상대적으로 비영리부문이 큰 비중을 차지하고 있다.

또한 미국의 경우 특정 계층에 대한 노동소외현상은 심각하지 않으며, 간혹 노동시장에서 배제되는 이들은 대개 노동능력이 부족한 장애인이나 마약 중독자, 출소자 등이다. 비영리조직들이 이들을 지원하기 위해 노력하는 과정에서, 점차 사회적기업으로까지 발전하게 되었다.

사회적기업이란 사회적기업가정신의 산물

미국에서 본격적으로 사회적기업이라는 용어가 거론되기 시작한 것은 1970년대 후반부터다. 경제 불황과 함께 연방정부의 재정지원 예산이 삭감되면서, 경제적 위기에 직면하게 된 비영리조직들은 이에 대응하기 위한 방안을 마련해야만 했다. 그 결과 나타난 것이 ‘사회적기업’의 개념이다. 결과적으로 미국의 비영리조직들은 지속가능성을 확보하기 위하여 새로운 기업가적 정신을 발휘하기 시작했는데, 그 예로 기부를 통한 자금조달에 마케팅 기법을 도입하거나, 시장 수익창출에 있어 영리기업의 경영기법을 도입하는 등의 적극적 대응방식을 채택한 것을 들 수 있겠다.

이와 같이 미국의 사회적기업은 비영리조직의 수익창출활동에 그 기원을

두고 있다. 현재 미국에서 사회적기업이라는 개념은 협동조합, 비영리조직, 상호조직 등을 포함하는 광범위한 의미로 사용되고 있으며, 이들 조직 모두 다른 나라들과 비교했을 때 상업성의 비중이 높다는 특징을 가진다. 또한 최근 유수의 대학들이 사회적 기업가정신을 재단이나 비영리조직과 연계시키면서 ‘사회적기업’이란 사회적기업가정신의 조직적 산물을 의미하는 용어로 폭넓게 사용되고 있다.

미국에서는 이러한 비영리조직들 이외에도 사회적 가치를 창출하는데 기여하는 영리기업들의 활동들 또한 다양하게 나타나고 있다. 이를테면 주마벤처스(Juma Ventures)를 후원하는 ‘벤앤제리(Ben & Jerry's)’라는 아이스크림 회사나 파이어니어 휴먼 인더스트리(Pioneer Human Industry)를 지원하는 ‘보잉사(The Boeing Company)’ 등과 같이 미국에서는 영리기업이 전략적 자선 차원에서 공익적 활동을 수행하는 것을 종종 볼 수 있는데, 이러한 사회공헌활동을 하는 기업들을 사회적기업으로 분류하지는 않지만 사회적기업이 성장하는데 큰 힘이 되고 있는 것은 사실이다. 이처럼 미국에서는 영리기업과 비영리조직의 파트너십을 통한 사회적기업의 발전이라는 통로가 활성화되어 있다.

그 밖에도 미국의 사회적기업의 발전에 적극적인 기여를 한 것은 재단이다. 위에서 언급한 영리기업과 비영리조직의 파트너십은 영리기업과 비영리기업이 개별적으로 접촉하여 지원하는 방식임에 비해, 재단의 방식은 영리기업이 비영리재단을 설립하고, 비영리재단이 다수의 사회적기업과 접촉하면서 지원하는 일대다 방식이라는 점에서 차이가 있다. 1980년대와 1990년대 켈로그 재단(Kellogg Foundation), 카우프만 재단(Kauffman Foundation), 록펠러 재단(Rockefeller Foundation) 등이 사회적기업에 대한 지원을 시행했으며, 이후 REDF(Roberts Enterprise Development Fund)재단이나 아쇼카(Ashoka), 스콜 재단(Skoll Foundation) 등의 경우는

사회적기업의 초기 설립지원 및 사회적기업가육성 등의 지원을 시행하고 있다.

사회적기업에 대한 미국정부의 직접적인 지원은 유럽과 비교해서 상대적으로 크지 않다. 2000년을 기준으로 비영리조직 수입원 중 정부지원은 약 31%에 불과했다. 이는 영국이나 유럽 선진국의 47~48%에 비해 훨씬 낮은 수치이다. 대신, 자선기부금 비중만큼은 유럽 선진국의 2배에 달한다(Toby Johnson & Spear, 2006).

비즈니스 중심의 상업적 성격을 띤 사회적기업

미국의 유명 사회적기업가들이 중심이 되어 2001년 발족한 사회적기업연합(SEA: Social Enterprise Alliance)은 북미 사회적기업들을 대상으로 사회적기업에 대한 정보 지원 및 교육의 허브 역할을 수행하는 미국 내 거의 유일한 사회적기업 회원 조직이다. 2006년 3월 사회적기업연합(SEA)은 사회적기업에 관한 기존의 정의를 확대·변경했다. 즉 ‘비영리기관이 운영하는 상업적 벤처’라는 기존의 정의에서 ‘비영리기관’이라는 용어를 빼고, ‘사회적 미션을 우선적으로 수행하는 영리기관’의 범주를 포함시켜 다음과 같이 새로이 정의한 것이다.

“사회적기업이란 기업적 방식을 사용해서 사회적 혹은 환경적 미션을 최우선적으로 수행하는 일종의 조직 및 벤처이다.”

A social enterprise is an organization or venture that achieves its primary social or environmental mission using business method.

지역개발금융기관을 통한 사회적기업 자금지원 및 지역개발, 지역민 고용 촉진

사회적기업의 활동 중 금융부문에서는 ‘지역개발금융기관(CDFI: Community Development Financial Institution)’이 중요한 역할을 한다. 지역개발금융기관은 소규모 기업과 사회적기업에 대해 자금을 지원함으로써 지역개발을 돕고, 지역민의 고용을 높이는 것을 목적으로 설립된 기관이다. 즉, 지역개발금융기관은 일반적인 금융기관에서 투자나 용자를 받기 어려운 프로젝트에 대하여 투자 및 용자 프로그램을 개발하여 맞춤형 지원서비스를 제공하는 것이다.

1994년 미국 정부는 지역개발금융기관기금을 설립하여 자금을 지원하였으며 1995년에는 지역재투자법(CRA:Community Reinvestment Act)을 개정하여 지역개발금융기관에 대한 대부나 투자가 금융기관의 CRA 활동으로 인정받을 수 있도록 하였다. 이에 따라 영리를 추구하는 지역은행들이 지역개발금융기관에 대부나 투자를 늘렸고, 결과적으로 사회적기업 활동에 긍정적인 영향을 주었다.

다음으로, 미국의 사회적기업(Homeboy Industries, Fist Book) 사례를 살펴보자.

미국의 사회적기업 ①

방황하는 청소년들에게 교육과 취업의 기회를 제공

Homeboy Industries



홈보이 인터스트리즈(Homeboy Industries)는 1988년, 창립자 그레고리 보일(Gregory Bpyle)이 시행한 프로그램인 ‘미래준비를 위한 일자리(Jobs For a Future: JFF)’에서 출발하여 2011년 8월, 비영리조직으로 독립했다.

홈보이 인터스트리즈의 미션은 폭력, 약물, 총기사건 등 최악의 상황에 방치된 청년들과 이전에 갱단이나 비행청소년 집단에 연루된 젊은이들에게 직업알선, 직업훈련 등과 같은 기회와 필요한 교육을 제공함으로써 그들이 어엿한 사회의 일원으로 거듭나도록 지원하고 있다. 매년 1,000명 이상이 이곳을 통해 제2의 진로를 모색하고, 직업을 가지는 성과를 이뤄내고 있다. 이처럼 홈보이 인터스트리즈는 LA지역의 비행청소년 문제 해결에 기여하고 있는 것이다.

홈보이인터스트리즈의 사업은 본사 건물 내에 재 오픈한 홈보이 베이커리, 86석을 가진 레스토랑 운영, 25명의 젊은 여성에게 서비스업 관련 다양한 직업훈련을 제공하는 홈걸 카페 및 케이터링(2004년 26석을 갖춘 레스토랑으로 시작), 의류 표면에 로고를 인쇄하고

자수를 놓는 홈보이 실크스크린, 조정관리 및 건물 유지보수를 하는 홈보이 건물관리, 티셔츠나 머그컵, 여성용 손가방, 마우스패드 등에 홈보이 로고를 새겨 판매하는 홈보이 상품 판매업 등 여러 분야에 걸쳐있다. 2008년 말부터는 매거진을 간행하는 홈보이 출판 사업을 시작하였으며, 고등학교 편입을 위한 교육, 직업훈련 및 알선, 법률서비스, 정신건강상담, 문신제거 등의 무료서비스도 지원하고 있다.

홈보이 인터스트리즈의 사회경제적 효과는 다음과 같다. 비행청소년 중 800여명이 문신을 제거하였으며, 법률 서비스를 받은 경우는 140건, 정신건강상담을 통한 치료는 120명이 제공 받았다. 이외에도 240명이 직업교육훈련에 참여했으며, 400명 이상이 학교에 재등록하거나 이곳에서의 기초교육과정을 받았다. 2012년 추수감사절 주간 에 베이커리에서 1,000개의 파이가 판매되었으며, 매주 카페를 찾는 고객은 2,000명이 넘는다. 17,970벌의 실크스크린 작업을 하였으며, 시청의 매장에서는 매주 600잔의 커피가 판매되고 있다. 이처럼 수많은 사회공헌 활동을 수행하고 경제적 기반까지 쌓은 홈보이 인터스트리즈. 그들이 앞으로 만들어갈 새로운 세상의 모습이 기대된다.



website www.homeboy-industries.org email manager@ird-kiltimagh.ie
 phone +1.323.526.1254 fax 323.526.1257
 location 130 W. BRUNO ST. LOS ANGELES, CA 90012

미국의 사회적기업 ②

책을 통해 세상의 변화를 꿈꾸대

First Book



1992년, 비영리 조직으로 설립된 퍼스트북(First Book)은 미국 사회의 대표적 사회문제 중 하나인 ‘교육 불평등’을 해소하기 위하여 저소득층 아동들에게 책을 제공하는 사회적기업이다. 퍼스트북은 지역사회에 기반을 둔 학습지도나 문맹퇴치 프로그램에 참여하는 아이들에게 지속적으로 책을 제공하고 있다. 이 회사는 “미국 내 저소득 가정 아이들 60%가 읽을 책이 없다”며 책을 통해서 문맹을 퇴치할 수 있다는 점을 강조한다. 따라서 퍼스트북은 취학 전 빈곤아동 돌봄 센터(Head Start Center), 도서관, 무료급식소, 교회, 저소득·고령자를 위한 공영주택단지, 방과 후 학교 등의 지역사회 내 다양한 장소에서 문맹퇴치 프로그램을 실시함과 동시에 교육의 성과를 높일 수 있도록 자체적으로 책을 개발하기도 한다. 또한 서적관리 정보센터를 운영하여 여타 출판사에서 과잉 출판한 서적을 구매하거나 기부(출판사에 세제혜택)를 받기도 하며, 창출사업의 일환으로 저가의 책을 판매하기도 한다.

설립 첫째 퍼스트북이 지역사회 세 곳에 대략 12,000권의 책을 나

누어 준 이래로, 지난 20년간 1억 권의 도서를 제공하였으며, 42,000건의 학습 프로그램을 실시하였다.

이러한 성과의 이면에는 퍼스트북의 후원자이자 파트너사들의 공로도 크다. Random House Children's Books는 퍼스트북의 가장 든든한 후원자로서, 10년 동안 기부해준 도서만도 수백만 권이 넘는다. HaperCollins 역시 퍼스트북과 신뢰를 쌓고 있는 후원자로, 〈Goodnight Moon〉이나 〈If you give a mouse a cookie〉와 같은 재미있는 도서들을 어린이들에게 전달하기 위해 함께 노력하고 있다.

한편 Disney Publishing Worldwide는 2011년, 8백만 권의 새 책을 기부하기도 했다. 그 외 NATIONAL GEOGRAPHIC, Encyclopædia Britannica 등 다수의 유명한 기업들이 퍼스트북의

든든한 후원자이다.



website www.firstbook.org email help@firstbook.org

phone +1.866.732.3669

location First Book 1319 F St NW, Suite 1000, Washington DC 20004

참고자료

조영복 외 | 유럽 사회적기업 부문: 정책과 사례, 시그마프레스, 2010

Salamon, L. M., Sokolowski, S. W., & List, R | Global Civil Society: An Overview, in Social Enterprise Journal, vol. 2, 2003

Birkhöfzer, K., Klein A., Priller, E.; Zimmer, A. | Dritter Sektor, Theorie, Funktionswandel und zivilgesellschaftliche Perspektiven, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2005

조영복, 이나영 역 | 캐나다의 사회적기업 가이드(제2판), 시그마프레스, 2012

Gruber, C. | National Profiles of Work Integration Social Enterprises: Austria, Working Papers Series, no. 03/06, Liège: EMES European Research Network, 2003

Blattmann, Lynn, Geld Verdienen | sozial sein was bedeutet das? Zurich, Zweites Inputreferat, Kadertagung SEB des Sozialdepartements der Stadt Zurich, 2005

MacLachlan, Malcolm, and Michael O'Connell | Cultivating pluralism: psychological, social and cultural perspectives on a changing Ireland, Oak Tree Pr, 2000.

O'Hara, Patricia, and Mary O'Shaughnessy | Work integration social enterprises in Ireland, 4(3), Working Papers Series, 2004.

Johnson, T., & Spear R. | Social Enterprise An International Literature Review, GHK, 2006

www.sozialfirmen.ch

www.ndp.ie

www.se-alliance.org

03 그 밖의 사회적기업

앞서 국가별 사례에서 간략하게 소개했던 기업들을 제외하고도, 전 세계에는 다양한 분야·영역에 걸쳐 수많은 사회적기업이 존재하고 있다. 그 중에서는 이미 국내외에 널리 알려진 유명한 기업들도 있지만, 비교적 잘 알려지지 않은 사회적기업도 있다. 지금부터 소개할 사례들은 후자의 경우에 해당한다. 즉 상대적으로 소개된 바가 적은 사회적기업들과 사회적기업가의 이야기가 될 것이다.

메시나 호날두 같은 스타플레이어는 아니지만 마음만은 누구보다 열정적인 홈리스들의 ‘홈리스월드컵(Homeless World Cup)’, 영화를 테마로 멕시코에서 무료 이동영화관을 운영하는 ‘시네팝(Cinepop)’, 밴쿠버 하계올림픽에서 시상식의 하이라이트인 메달수여와 함께 건네는 꽃다발을 만든 ‘저스트비기닝플라워즈(Just Beginnings Flowers)’, 이외에도 아프리카에서 양봉을 통한 공정무역으로 주민소득을 높이는 ‘허니 케어 아프리카(Honey Care Africa)’, 끝으로 시력을 잃어가는 이들에게 저렴한 가격으로 안경을 공급하여 환한 빛을 찾아주는 ‘비전스프링(VisionSpring)’ 까지……. 사실 이뿐만이 아니다. 지금 이 순간에도 세계 곳곳에서는 함께 행복한 사회를 만들기 위해 노력하는 이들의 활기찬 움직임이 존재한다.

그러면 지금부터, 세상을 바꾸는 착하고 아름다운 사회적기업들을 만나보도록 하자.



홈리스월드컵 HOMELESS WORLD CUP

오늘날, 전 세계에는 10억 명의 홈리스들이 살고 있다

오늘날, 전 세계에는 10억 명을 웃도는 홈리스들이 살아가고 있다. 하지만 그 많은 홈리스들을 보는 우리들의 시선은 대체적으로 차갑거나, 동정어린 눈빛으로 양분되곤 한다. 사실 그들에게 필요한 것은 타인의 가치판단이 아니다. 그것이 위로나 격려라 해도 마찬가지다. 오히려 한 끼의 따뜻한 식사와 편히 몸을 누일 수 있는 쉼터 하나하나가 소중하고, 절박할 것이다. 이러한 전 세계의 홈리스들이 한 자리에 모여 단 며칠만이라도 끼니 걱정 없이 웃고 떠들 수 있는 축제, 그것이 바로 홈리스월드컵*이다.

홈리스월드컵은 2003년 출범 이후로 매년 개최되어 오고 있는 국제적인 축구대회로, 그들 자신의 나라를 대표할 기회를 얻은 홈리스들은 여느 국가 대표와 마찬가지로 가슴에 조국의 국기를 새기고 대회에 출전하게 된다. 제1차 홈리스 월드컵은 2003년 오스트리아의 그라츠에서 18개국의 팀들이 참가한 가운데 개최되었으며, 6년 뒤에 열린 제6차 2008년 멜버른 대회에는 무려 56개국의 팀들이 참가하였다. 현재, 홈리스월드컵은 70여 개국 5만여 명의 노숙자들과 일자리를 잃은 이들이 함께 모이는 규모 있는 국제대회로 자리매



홈리스월드컵이란?

홈리스월드컵을 쉽게 말하자면 '길거리 축구 경기'라 할 수 있겠다. 각 경기는 임시로 설치된 22미터의 길이와 16미터 폭의 경기장에서 전반 7분 후반 7분으로 이루어진다. 한 팀에 골키퍼 포함 4명의 선수가 출전한다.

감하게 되었다. 홈리스월드컵에 참가한 선수 중 73%는 술과 마약으로 얼룩진 삶에서 벗어나 직장을 구하거나, 재활교육에 참여하거나, 가족들과 재결합을 하는 등 이전보다 나은 삶을 맞이하게 되었다. 심지어 어떤 참가자들은 세미프로 축구팀의 코치나 선수로 영입되기도 하였다.



스포츠의 힘을 통해 그들의 삶은 달라졌다. 홈리스월드컵의 목표는 축구를 통해 전 세계 노숙인들이 스스로 설 수 있다는 자신감을 가져 새로운 인생을 찾고, 마침내 ‘홈리스’에서 벗어나게 되는 것이다.

홈리스월드컵을 마친 후 희망을 얻다

2012년 홈리스월드컵 대회는 멕시코의 수도 멕시코시티에서 개최되었으며, 남자부는 칠레, 여자부는 멕시코가 우승을 차지한 가운데, 한국 팀은 10경기 모두에서 패배하며 아쉬운 성과를 거두었다. 그러나 작년과 재작년 각각 프랑스, 브라질에서 열린 대회에서는 3승과 1승씩 소중한 승리를 챙긴바 있다. 물론, 전 세계 노숙인들이 대회 참여과정에서 얻게 되는 성취감과 도전 정신, 공동체 생활, 삶의 변화가 대회의 주요 목표이므로 경기 결과는 크게 중요치 않다. 한국대표팀 뿐 아니라 전 세계의 홈리스월드컵 참가자들이 크고 작은 변화를 통해 성공적으로 사회에 복귀한 것으로 전해지고 있다.

website www.homelessworldcup.org email zakia@homelessworldcup.org
 phone +44.131.225.4994 location 29 Drumsheugh Gardens Edinburgh EH3 7RN Scotland United Kingdom



시네팝 Cinepop

엄마, 이번 주는 우리 마을에 시네팝이 온대요

‘착한 영화사’로 불리는 시네팝이 마을로 찾아오는 매주 금요일과 토요일 저녁시간이 다가오면 멕시코 어린이들은 흥분에 휩싸이기 시작한다. 시네팝은 공원이나 마을회관 등의 공공장소에서 무료로 영화를 상영하고 있는데, 최대 1만 명까지 수용이 가능한 이동식 영화관은 수많은 인파가 몰려들어, 마치 축제를 방불케 할 정도로 그 열기가 뜨겁다.

시네팝은(Cinepop) 2004년 다큐멘터리 영화감독 출신인 에어리얼 실버스텐(Ariel Zylbersztein)에 의해 탄생했다. 전 인구의 90%에 달하는 멕시코인들이 한달에 300달러 이하의 돈을 버는 상황에서 몇 년 사이 급격히 인상된 영화 관람비는 큰 부담으로 다가왔다. 에어리얼 실버스텐은 영화를 접하기 힘든 저소득층에게 무료로 서비스를 제공하고자 힘든 정부의 협력과 기업의 스폰서를 통해 사업을 시작하게 되었다.

시네팝은 기업의 후원으로 운영되는데 중소기업들은 상영 장소 주변에 텐트를 설치하여 제품 판매와 홍보를 하고, 대형기업과 영화사들은 스크린 광고 등을 통한 홍보효과를 노린다. 또한 지방정부와 협력하여 장소, 운반, 안전과 위생관리 등의 지원을 제공받는다. 의료, 교육, 주택, 자선사업 등과 관련한 후원기업들은 관중에게 강연을 제공하여 사회 의식 개선을 위해 노력한다. 이처럼 다양한 주체들의 협력과 후원을 통해 시네팝은 도시나 농촌의 지역민들에게 무료 영화 관람의 기회를 제공할 수 있는 것이다.



사회적 책임에 앞장서다

시네팝을 통한 관중은 일 년에 약 35만 명으로 추산된다. 하지만, 시네팝의 진가는 무료 영화 관람뿐만이 아니다. 이처럼 수많은 사람들이 한 자리에 모이자 시네팝은 멕시코 최대 규모의 소액금융기관인 콤파타

모 은행(Compartamos Banco)과 협력하여 저소득층에게 무담보 대출의 기회도 제공한다. 매 회 약 250명의 개인이나 기업이 대출을 문의하여 일 년 동안 3,600차례 서민금융을 지원한다. 뿐만 아니라 지방 정부와 협력하여 도시나 농촌에 거주하는 소외 계층에게 교육, 기초건강관리, 구강치료, 법률상담 등의 서비스도 제공한다.

더 나은 내일을 위하여

시네팝의 독창적인 모델과 성공 사례는 세계경제포럼(WEF)에서도 소개된 바 있으며 슈아브 재단(Schwab Foundation)에서 수상도 하였다. 놀이문화로서의 영화 제공뿐만 아니라, 소외 계층에게 다양한 서비스를 제공함으로써 삶의 질을 향상시킨다는 시네팝의 두 가지 사업내용은 개발도상국에 있어 더 없이 적합한 사회적기업 모델로 평가되고 있다.

2015년까지 멕시코 내 500만 명의 인구가 영화를 관람토록 하고, 시네팝의 모델을 중국, 인도, 브라질에까지 도입하려 한다는 에어리얼 실버스텐의 포부는 단연 희망차 보인다.

website www.cinepop.com.mx email cinepop@cinpop.com.mx

phone +55.5359.6868 or 5359.2409 fax 5357.1413

location Naucalpan, Mexico (Headquarters)



저스트비기닝플라워즈 Just Beginnings Flowers

이제 다시 시작, Just Beginnings Flowers

한 때 폭력이나 마약 등의 범죄로 수감되었던 여성들에게 변화와 희망을 아낌없이 선사하는 캐나다의 저스트비기닝플라워즈를 소개한다. 저스트비기닝플라워즈는 화훼, 원예 등의 교육프로그램을 제공하여 출소자들이 새로운 삶을 살 수 있도록 도와주고 있다.

저스트비기닝플라워즈의 창업자이자인 준 스트랜드버그(June Strandberg)는 1989년부터 10여 년 동안 버나비(Burnaby) 교도소의 여성 수감자들에게 꽃꽂이 수업을 제공하였다. 그녀는 오랜 기간 동안 꽃꽂이를 통한 재활 교육을 담당해왔는데 2004년 교도소가 문을 닫게 되었다. 재활담당기관에서 꽃꽂이 수업을 계속 해 줄것을 요청해 왔고, 그녀 역시 자신의 능력을 통해 타인에게 새로운 삶을 열어주는 일을 지속하고 싶다는 마음을 가지고 있었다. 그녀는 마침내 자신의 생각을 실천하기 위해 밴쿠버의 써리(Surrey) 지역에 꽃가게이자 교육센터인 저스트비기닝플라워즈를 열게 되었다.

마약, 폭력, 성매매 등으로 감옥에 수감된 여성들에게 미래란 어둠으로 덮여있는 허상과도 같았다. 고통스런 낙인의 흔적만이 자리할 뿐이었다. 저스트비기닝플라워즈는 어린 시절의 잘못으로 평생을 고통스럽게 살게 될 위기에 처했던 이들에게 한 송이 희망의 꽃을 선사하는 사회적기업으로 선입견과 차별이라는 거대한 장벽에 부딪힌 이들에게 꽃꽂이 교육과 실무 경력을 제공하여 화훼 분야의 취업을 지원한다.

밴쿠버 올림픽에서 빛난 영광

저스트비기닝플라워즈가 유명해진 것은 밴쿠버 올림픽을 기점으로 해서부터다. 캐나다에 소재한 저스트비기닝플라워즈는 1800개에 달하는 올림픽 우승 꽃다발을 제작해달라는 정부의 주문을 받았다. 이후 창업자 준 스트랜더버그의 지휘 아래, 18명의 학생들이 26일 간의 작업을 통해 꽃다발을 제작해 내었다. 사회에서 범법자라는 이유로 손가락질을 당하고 절망에 아파하던 그들에게 밴쿠버 올림픽은 메달과 꽃다발을 안고 승리의 환호에 취한 수상자에게 만큼이나 영광스런 순간이었을 것이다.

건강한 사회의 변창을 위하여

스트랜더버그(Strandberg)의 재활 교육을 통해 꽃장식전문가 자격을 취득한 이들은 감옥에서 배출한 제자들 58명, 저스트비기닝플라워즈 수료생 30여명을 포함하여, 현재 백여 명에 달한다. 한 때는 작은 희망도 가지기 힘든 그들이었지만 이제는 엄연히 성장하여 직업을 가지거나 자신만의 꽃가게를 운영하고 가정도 꾸렸다.

“그녀가 어제까지 어떻게 살아왔는지는 제게 중요하지 않습니다. 중요한 것은 그들이 오늘날 어느 길에 서 있느냐는 것입니다. 그들에게 올바른 길과 삶을 열어주는 것이 제가 가진 사명입니다.”

(저스트비기닝플라워즈 창업자, CEO 스트랜버그)

website www.justbeginningsflowers.com email info@justbeginningsflowers.com

phone +1.604.582.8298

location 13686 94A Ave Surrey, BC V3V 1N1, Canada



허니케어 아프리카 Honey Care Africa

아프리카 내에서도 불안정한 치안으로 유명한 케냐. 케냐의 주민들은 늘 내전에 대한 공포로 두려움에 떨고, 뗏속 깊이 드리운 가난과 죽음의 그림자에 매일같이 절망하고 있다. 이러한 사회 환경 탓에 케냐의 농가는 조직성이 결여되고, 정기적으로 농사를 짓지 못해 토지 또한 척박하다. 거기다 농지는 턱없이 부족하며, 자본을 구할 길이 없어 안정적인 판로조차 찾을 수 없는 현실에 주민들은 빈곤만 되풀이할 뿐이다. 국민 46%가 하루 500원으로 생활하는 가난한 나라, 케냐에서 이러한 악순환의 고리를 끊고자 나타난 사회적기업이 있다. 그들의 이름은 바로 허니 케어 아프리카. 이들은 영세 농가의 일정한 소득 창출을 기본 목적으로, 케냐의 환경적 조건과 가장 적합한 벌꿀 생산에 주목했다.



황무지에서 피어나게 된 희망의 벌꿀사업

빕 쿠마르(Vip Kumar)는 케냐인들의 생활고를 타개하기 위한 방안을 찾던 중 케냐의 국토 중 80%

가 양봉에 적합하다는 사실을 알게 되었다. 이 양봉사업은 적절한 기술만 보급된다면 소규모 소자본으로도 누구나 쉽게 시작할 수 있는 것이었다. 2000년, 그는 마을 단위의 지속 가능한 양봉업을 촉진하고 지역 주민들의 안정적인 소득을 보장하고자 ‘허니 케어 아프리카’라는 사회적기업을 설립하였다.

꿀벌이 가져다준 삶의 행복

허니 케어 아프리카는 농민들에게 양봉기술을 교육하고, 필요한 장비를 마련해 줄 뿐만 아니라, 생산된 벌꿀이 원활하게 거래될 수 있도록 판매처를 제공하여 이들에게 안정적인 수익을 가져다주고 있다. 양봉은 노인이나 여성들도 쉽게 참여할 수 있어 일자리를 창출함과 함께 가정 내 안정적인 수입원을 제공함으로써 케냐인들로 하여금 삶의 희망을 열어 준 것이다.

허니 케어 아프리카는 재배농가로부터 벌꿀을 사들여 이를 가공한 후 상점에 판매하고 있는데, 이 과정에서 철저한 현금거래의 원칙을 따른다. 그들이 취급하는 고품질의 벌꿀은 동아프리카 지역 내에서 높은 인지도를 얻고 있으며, 약 10여 년의 세월 만에 허니 케어 아프리카를 최대 벌꿀 생산기업으로 도약할 수 있게 만들었다. 이는 공정무역의 개념과 흡사하며, 생산자와 소비자 모두 공정한 가격과 신뢰를 바탕으로 거래가 이루어져 2005년 아프리카 최고의 중소기업으로 선정될 만큼 빠른 성장세를 이어나가고 있다. 현재 1만여 명세 농가들이 함께 일하고 있으며, 매년 200~350 달러의 추가 소득을 보장함으로써 많은 이들이 극심한 빈곤에서 벗어날 수 있는데 기여하고 있다.

허니 케어 아프리카는 케냐에서의 성공적인 사업 모델을 토대로 열악한 환경에 처한 다른 주변 국가들에도 그 영역을 뻗어나가고 있다. 탄자니아, 우간다 정부 역시 국제원조단체들과 협력하여 마을 단위의 양봉사업을 권장하고 있으며 초기자본이 부족한 주민들에게 소액신용대출제도를 연계해주어, 재정지원과 양봉 교육을 제공하는 등 통합 서비스를 제공하고 있다.

website www.honeycareafrika.com email info@honeycareafrika.com

phone +254.2038.74448 / 50

location P.O. Box 24487-00502 Jamhuri Park Muringa Ave, Nairobi Kenya



비전스프링 VisionSpring

현대인들에게 안경은 친숙한 물건이지만 개발도상국에서는 여전히 고가의 소비재이다. 비전스프링은 개발도상국의 가난한 사람들에게 저렴하게 안경을 보급하여 밝은 세상을 선물하는 사회적기업이다.

시력도 얻고, 일자리도 얻고

검안사였던 조단 카살로우(Jordan Kassalow)는 개발도상국을 방문하여 안질환으로 고통 받는 이들을 치료하고, 안경을 무료로 나눠주는 의료봉사활동에 열정을 쏟고 있다. 하지만 이러한 의료봉사는 게릴라성 활동으로, 한계가 있음을 곧 깨닫게 되었다. 이에 조단 카살로우는 지속적으로 안과 서비스를 제공하고 적시적소에 안경을 보급하기 위해 2001년 비전스프링을 설립하게 되었다.

비전스프링은 현지인들과의 계약을 통해, 창업을 지원하는 동시에 기부금을 조성하고 다른 기업들로부터 파트너십을 맺어 저렴한 안경을 제공한다. 이를 통해 단돈 4달러의 안경을 생산하였으며 인도, 방글라데시, 남아프리카공화국, 엘살바도르, 니카라과 5개국에서 백만 여개의 안경을 판매하게 되었고 9천개의 일자리도 탄생시켰다. 또한 시력의 회복을 통해 노동생산성을 증가시켜 2억 달러가 넘는 사회적 부를 생성할 수 있었다.

‘빠르게 성장하는 사회적기업’ 혁신과 나눔의 미학

비전스프링은 그 가치를 인정받아 세계적인 기금 단체인 스콜 재단과 아스펜 협회, 세계은행으로부터 후원을 받고 있다. 2001년 설립 이후 10년간



급속도로 사업을 신장시키고 사회적인 영향력을 인정받아, 패스트컴퍼니(Fast Company)의 사회적기업가 상(Social Capitalist Awards)을 세 차례 수상하는 등 많은 자리에서 영광을 안으며 존경받는 사회적기업으로 자리매김하게 되었다.



한편 판매와 계약을 통해 벌어들인 수익은 보다 저렴한 안경을 보급하는데 쓰이고 있다. 교육을 통해 사회적기업가를 양성하고, 소비자에 대한 평등한 접근 채널을 제공한 배경에는 봉

사활동의 한계를 정확히 파악했던 조단 카살로우의 사회적기업가 정신이 있었다. 우리에게는 너무도 당연한 도구이지만, 이제껏 그 작은 혜택을 받지 못해 일자리를 잃고, 생활에 불편을 겪던 이들에게 비전스프링은 그야말로 ‘세상을 밝히는 선물’이다.

website www.visionspring.org **email** info@visionspring.org

phone 미국 +1.212.375.2599 인도 +91. 11.47252291

location 본사 322 Eighth Avenue, Suite 201 New York, NY 10001

인도 D-448, First Floor Palam Extension Sector 7, Dwarka New Delhi
110 075 India

엘살바도르 Boulevard de los Heroes, Pasaje Los Angeles, No.14,
San Salvador

04 사회적기업가

체인지 메이커 ①

희망을 연주하는 아름다운 음악가
리틀키즈록(Little Kids Rock)의 창시자
데이비드 위시(David Wish)



미래에 대한 희망은 언제나 현재를 움직이는 원동력이 된다.
좌절과 시련 앞에서도 포기하지 않는 힘이 된다. 희망만 있다면 세상은 반드시 변화한다. 비록 지금은 보잘 것 없어 보일지라도, 희망의 힘을 과소평가하지 말자. 지금도 세상은 희망을 가진 이들로 인해 조금씩 변화하고 있다. 그리고 그들 가운데 음악을 통해 희망을 노래하는 사회적기업가가 있다.

바로 ‘리틀키즈록’의 창시자 데이비드 위시. 지금부터 그가 변화시키고 있는 세상을 만나보자.



안녕하세요. 이렇게 만나 뵈게 되어 반갑습니다. <리틀키즈록>에 대해 잘 알지 못하는 분들을 위해 어떤 곳인지 소개해 주세요.

네, 저도 반갑습니다. 간단히 말해 <리틀키즈록>은 빈곤층 아이들에게 무료로 악기를 나누어 주고 음악 수업을 제공하는 비영리 단체입니다. 제가 가르치던 초등학교 1, 2학년 학생 20명에게 기타를 나눠주고 음악교실을 열었던 것이 그 시작이었죠.



마치 영화 <스쿨오브락>의 내용 같네요.

실제로 많은 분들이 저희를 ‘real’ 스쿨오브락이라고 말씀해주세요.
다만 영화와 다른 점이 있다면 영화에서는 한 학교에서 진행 되는 음악



수업으로 선생님도 한 분, 음악 교실도 하나 뿐이었지만 리틀키즈록의 음악교실은 미국 전역에 확대되어 있고, 수백 명의 정규 음악 선생님들이 1만 명이 넘는 아이들과 록 및 힙합을 연주한다는 것입니다.



어떻게 이런 음악교실을 운영할 생각을 하게 되셨나요?

한국의 경우는 잘은 모르겠지만, 아마 비슷하리라 생각합니다.

미국의 경우, 1990년대 중반 이후부터 교과과정 내의 음악수업이 점차 사라지고 있었습니다. 2003년 어느 조사에 따르면 미국 전역의 초·중·고교 가운데 60%나 되는 학교에서 음악수업을 없애버렸다고 합니다. 이 건 빈곤층의 아이들이 음악을 배울 수 있는 기회를 국가적으로 박탈한 것이나 다름없습니다. 가정형편이나 환경이 좋은 가정에서는 별도의 과외 등을 통해서 음악수업을 받을 수 있지만, 빈곤층 아이들에게는 학교에서 제공하는 음악수업을 제외하고는 악기를 다루거나 심지어 음악을 접할 수 있는 기회조차 많지 않지요.



정말 안타까운 일이군요. 음악 뿐 아니라 미술 등 예술을 경험할 수 있는 기회가 학교 교육이 전부인 아이들이 있었을 텐데 말입니다.

맞습니다. 문제를 발견했다면 비판만 하고 있을 것이 아니라 행동으로 옮겨야 한다고 생각했습니다. 우선 지인들을 찾아다니며 기타를 구하는 것부터 시작했습니다. 그리고 저만의 방식으로 즐거운 음악교실을 열게 되었죠.



방식이라는 건 구체적으로 어떤 것인가요? 왠지 당신이라면 무척 흥미로운 수업을 했을 것 같아요.

그렇게 말해주시고 감사해요. 사실 특별한 건 없어요. 다만 아이들의 시선에 맞춰 수업을 진행하는 게 제일 중요하다고 생각했습니다. 저는 제 교육 방식을 일컬어 ‘스즈키와 롤링스톤스의 만남’이라고 정의해 봤어요. 어린 이용 바이올린 교본 개발자로 유명한 일본인 신이치 스즈키의 교육철학을 바탕으로 하면서, 대중음악을 수업교재로 삼았으니까요.



리틀키즈록을 운영하면서 보람을 느끼는 순간도 많았을 것 같아요. 아이들이 반짝반짝 빛나는 순간을 지켜보는 일만큼 가슴 벅찬 일도 없을 테니까요.

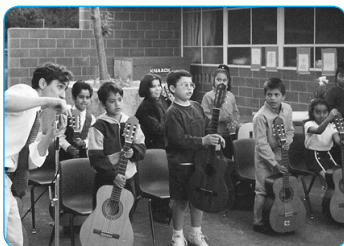
물론이죠. 아이들이 제게 준 기쁨과 놀라움은 세상 무엇과도 바꿀 수 없는 보물입니다. 언젠가 기타코드를 익힌 지 얼마 안 된 아이가 혼자 힘으로 곡을 만들어 연주해준 적이 있어요. 고사리 같은 손으로 만들어낸 기타선율이 어찌나 아름답던지 눈물이 나올 지경이었답니다.



정말 그랬겠어요. 하지만 리틀키즈록이 앞으로도 계속 아이들을 가르치기 위해서는 경제적 문제를 걱정하지 않을 수가 없겠네요. 운영은 어떤 방식으로 하고 계신건가요?

정말 감사하게도 많은 분들이 도움을 주고 계십니다. 사이먼앤 가펩클의 폴 사이먼을 비롯한 카를로스 산타나, 제시 매카트니 등 유명가수와 드래퍼 리처즈 재단 등이 우리의 든든한 후원자입니다. 그리고 미국 전역에 흩어져 있는 수백 명의 자원봉사자 교수님들이야 말로 리틀키즈록의 최대후원자이자 돈으로 환산할 수 없는 우리의 가장 훌륭한 인간 자본이지요.

데이비드 위시는 학교에서 음악교육을 받지 못하는 아이들에 대해 말할 때마다 한숨을 쉬었다. 하지만 그는 포기하지 않겠다고 말한다. 리틀키즈록의 노력과 성과가 사람들의 생각을 바꾸고, 더 많은 사람들이 이에 동참해준다면, 언젠가는 세상이 움직이는 날이 올 것임을 믿기 때문이다. 그날까지 위시와 리틀키즈록은 세상을 향해 음악으로써 대화할 것이다.



체인지 메이커 ②



감동의 리더십으로 비정규직을 이끌다
프리랜서 노동조합(Freelancer Union) 선봉장
사라 호로위츠(Sarah Horowitz)

노동은 그 자체로 신성하며, 직업에 귀천이 없다는 사실은 누구나 잘 알고 있다. 그러나 여전히 사회에는 차이와 차별이 존재한다. ‘정규직’과 ‘비정규직’이라는 차이를 두고, 비정규직 근로자들은 임금과 복지, 세금 등 각종 정책에서 차별을 당하고 있는 것이다. 차별의 불합리성을 깨달았다면 목소리를 낼 수 있어야 하고, 혼자보다는 여럿이 효과적이다. 이를 실천하기 위해 변호사 출신의 노동운동가 사라 호로위츠가 나섰다. 그는 지난 2001년 비정규직 노동자를 위한 ‘프리랜서 노동조합’을 설립하여 노동조합의 새로운 시대를 열어가고 있다.



프리랜서 노동조합은 한국에서도 낯선 개념입니다. 이처럼 비정규직 노동자들을 위한 조직을 만들게 된 계기가 있으신가요?

현대 노동시장이 수많은 문제점을 가지고 있는 것에 비해, 미국 내에서 노동운동은 대중적이지 않은 것이 현실입니다. 기존의 노동조합은 분명 모든 문제를 꺼안기에 한계가 있었지요. 저는 특히 이 모든 부분에 소외되어 있는 비정규직 노동자들에 대해 관심을 가지게 되었습니다.



이전에도 비정규직 노동자들을 위한 조직을 운영하셨던 걸로 알

고 있는데요?

맞습니다. 1995년 설립한 비영리단체인 워킹 투데이(Working Today)가 바로 그것입니다. 물론 지금도 활발히 활동하고 있고요. 워킹 투데이는 인터넷을 통해 비정규직에게 강요되는 부당노동행위에 대한 자문과 노동자 교육, 처우개선을 위한 각종 서비스를 제공하고 있습니다.



워킹 투데이를 통해 노동 운동에 대한 전략을 구체화시킬 수 있었겠군요. 그렇다면 프리랜서 노동조합의 가장 대표적인 활동은 무엇이 있나요?

하나를 꼽는다면 아무래도 의료보험을 언급해야 할 것 같군요. 미국은 의료보험 없이 충치 하나를 뽑는데 만 1,000달러가 훌쩍 넘어요. 게다가 의료보험이 고용과 연계되어 있어서 비정규직은 정규직에 비해 몇 배의 비용을 더 지불하고 개인보험에 가입하는 수밖에 없지요. 이를 해결하기 위해 우리 단체는 집단 가입 형식을 이용, 비정규직 노동자들도 싼 값에 의료보험 혜택을 받을 수 있도록 돕고 있습니다.



현실적으로 노동자에게 가장 필요한 것이 무엇인지부터 고민하는군요?

일각에서는 의료보험 판매회사로 우리 조직을 폄하하기도 하지만 저의 생각에는 변함이 없어요. 그 자체가 목적이 되는 것이 아니기 때문이죠. 비정규직 노동자는 전체 노동자의 3분의 1을 차지할 정도예요. 그들이 필요한 것을 제공함으로써 그들을 단결시키고, 궁극적으로는 그들을 수용하지 못하는 제도를 개혁하겠다는 것이 최종 목표입니다.



‘움직이는 사회안전망’이라는 개념도 같은 맥락에서 이해될 수

있겠군요

프리랜서 노동조합 자체가 단체이면서도, 오히려 더 노동자 개인에 집중하는 모습이 신선하더라고요. 비정규직 노동자들은 그 특성상 단체 행동이나 교섭이 필요치 않아요. 그러나 개인이기 때문에 받은 각종 차별에서 탈피하기 위해 조직력을 갖출 필요가 있는 것이죠. 그래서 기업이나 정부에 의해 복지혜택이 주어지는 것이 아니라 노동자 개인에 속해있는 '움직이는 안전망'이 필요하다고 제안하게 된 것입니다. 앞으로 노동조합 혹은 비영리단체, 비정부기구 등을 통해 복지혜택이 주어지고 각 기구들은 조직원들을 위해 지속적으로 서비스를 개선하고자 노력하게 될 것입니다.

사라 호로위츠는 자신을 노동운동가라고 말한다. 맥아더 재단(MacArthur Foundation)은 그를 뛰어난 사회혁신가로 인정하여 100만 달러를 지원했으며, 경영 월간지 패스트컴퍼니(Fast Company)는 그에게 사회적 기업가상(Social Capitalist Awards)을 수여했다. 수많은 비정규직의 목소리를 대변하고, 그들의 현실적 요구들에 귀 기울일 줄 아는 그의 리더십은 이미 세상을 변화시키고 있다.



**STAYING HEALTHY.
PHYSICALLY
AND
POLITICALLY.**

체인지 메이커 ③



교육의 평등을 원했던 엘리트

벨(BELL: Building Educated Leaders for Life)

얼 마틴 팰런(Earl Martin Phalen)

우리나라에 나타나고 있는 출산 기피 현상의 가장 큰 이유 중 하나는 사교육비에 대한 경제적 부담 때문이라고 한다. 특히나 교육열이 높은 한국사회에서 교육 기회의 불균형은 그대로 저소득, 가난으로 대물림되기 때문에 젊은 부부들의 심적 부담감은 커져만 간다.

교육을 통해서 가난의 대물림을 끊은 ‘희망학원’을 만든 얼 마틴 팰런. 그에게서 진정 우리가 배워야 할 것은 무엇일까.



벨(BELL)은 어떤 곳인가요?

1992년, 벨(BELL)은 빈민층 자녀들의 학업을 돕기 위해 설립되었습니다. 한국만큼이나, 미국에서도 빈부격차에 따른 교육격차가 극심해 이는 심각한 사회문제로 자리 잡았죠. 여름방학이 지날 때마다 부자 동네와 가난한 동네 아이들은 거의 반 학년 이상의 학력 격차가 벌어지게 되고, 그리고 이러한 학력격차는 고스란히 소득격차로 이어집니다. 저는 교육과 관심이 부족한 아이들은 상당수가 방황을 경험하게 된다고 생각해요. 이에 벨(BELL) 프로그램은 우리 아이들이 나쁜 길로 빠지지 않도록 이끌어 주며, 공부를 할 수 있도록 도와줍니다. 우리의 궁극적 목표는 그 아이들을 성공의 계단 쪽으로 이끌어 주는 것입니다.



어떻게 그런 훌륭한 사업을 시작하게 되셨나요? 그리고 그 과정

에서 어려웠던 점이 있었다면요?

제가 예일대 정치학과와 하버드 법대를 졸업했을 당시만 해도, 앞길이 창창한 젊은이가 전도유명한 변호사의 길을 버리고 도심의 빈민촌 아이들을 돕겠다고 나서는 것에 대해 주위의 시선이 그리 곱지만은 않았습다. 정신병원에 가보란 이도 있었고요, 소위 엘리트 코스를 밟은 명문대학 출신이 흑인 빈민지역을 어찌 알고, 어떤 도움을 줄 수 있을지 반신반의하는 사람들도 많았습니다. 하지만 저의 선택이 옳았다고 가장 먼저 인정해 주신 분들은 저의 양부모님이었습니다. 그분들은 저희 회사의 창립 1주년 행사 때, 여름학교 프로그램을 마친 학생들이 그간 배운 것을 발표하는 자리에서 좌절의 그림자만 가득했던 아이들의 얼굴에 희망을 되찾아준 사람이 바로 저라는 사실에 큰 감동을 받으셨다고 합니다. 그 이후부터 저를 한결같이 믿어주시며, 지금은 가장 큰 지지자가 되어 주고 계십니다.



곰은 신념이 인정을 받은 순간이었군요. 정말 전형적인 엘리트 코스를 밟았다고 할 수 있는데, 어떻게 가난한 아이들을 위한 교육의 장을 마련할 생각을 하게 되셨는지 구체적으로 알고 싶네요.

사실 저는 태어나자마자 버려져 보스턴에 있는 보육시설에 맡겨진 흑인아이였습니다. 그 후 두 살 때 지금의 양부모님에게 입양되어 백인중산층 가정의 여덟 남매 중 막내로 자랐습니다. 저에게는 너무 감사한 일이지요. 그런 양부모님 덕분에 전형적인 중산층 동네에서 좋은 교육을 받으면서 자랐으니까요. 제가 다닌 고등학교의 전교생 1,100



명 가운데 흑인은 저를 포함해 단 2명뿐이었습니다. 안정적인 가정환경과 수준 높은 교육을 통해 저는 순조롭게 예일대학에 입학할 수 있었고, 워싱턴 DC의 노숙자 센터에서 잠시 일을 하다가 하버드대학 로스쿨에 진학하게 되었습니다. 흔히 말하는 주류 사회의 일원이 될 자격을 얻었지만, 뭔가 중요한 것을 잊고 있다는 생각을 하게 되었습니다. 사실, 저는 정말 운이 좋은 아이였지요. 제가 만약 지금의 양부모님과 가족들을 만나지 못했다면 어떤 모습으로 세상을 살아가고 있을지는 저도 잘 모르겠습니다. 항상 제가 이렇게 성장할 수 있도록 키워준 사회에 빚을 지고 있다는 생각을 했어요. 이러한 생각으로 제가 받은 것을 지역사회에 돌려줘야겠다는 결심을 하게 되었습니다.



앞으로의 목표가 있다면 무엇인가요?

‘가이’라는 아이가 있었습니다. 아버지는 감옥에 가고 가정은 파탄이 났죠. 자연스레 가이는 학습에 대한 의욕을 상실했습니다. 그런 가이에게 저희가 해 줄 수 있는 것은 조그만 관심을 주고 뒤쳐진 공부를 도와주는 것에 불과했습니다. 그런데 놀랍게도, 가이는 몰라보게 달라졌습니다. 공부에 재미를 붙였고, 모든 과목에서 A를 받았죠. 가이는 이제 어엿한 대학생이 되었습니다. 물론 그의 집안에서 첫 대학생이 탄생한 것 아가요. 저의 목표는 미국 전역에서 10만 명의 아이들을 가르치고, 그 아이들이 학교 공부에 흥미를 가지게 도와 그들 스스로 성적을 향상시키게 하는 것입니다. 제2의 가이가 많아질지도 몰라요. 아이들이 자아를 발견하고 장래의 꿈을 키울 수 있도록 도와주고, 그 아이들을 통해 그들의 부모도 희망과 가능성의 싹을 틔워, 스스로의 삶 뿐 아니라 자녀의 삶과 가정, 나아가 지역사회를 변화시킬 수 있게 하는 것이 BDI의 궁극적인 목표이자 소명입니다.

체인지 메이커 ④



희망을 빌려주는 그라민은행(Grameen Bank)의 무하마드 유누스(Muhammad Yunus)

인도 북동부에 위치한 세계 최빈국 중 하나인 방글라데시. 세계 제일의 인구조밀국으로 빈곤타파, 식량자급, 고용 증진, 인구증가율 축소 등을 국가의 최대 목표로 삼고 있을 정도로 궁핍한 나라이지만, ‘가난한 사람들을 위한 세계 최초의 은행’ 이 탄생한 희망의 나라이기도 한 곳. 그 중심에 사회적기업가, ‘무하마드 유누스’ 와 아름다운 기업 ‘그라민은행’ 이 있다.



유누스 총재님은 대학에서 경제학을 가르치던 교수였다고 들었는데, 어떻게 은행을 설립하게 되셨나요?

저는 1969년 미국 밴더빌트 대학에서 경제학 박사학위를 따고, 1972년 방글라데시로 돌아와 치타공 대학에서 경제학을 가르쳤습니다. 그러던 중 1974년 방글라데시에 극심한 기근이 몰아쳤고, 길거리에서 굶어 죽어가는 사람들이 속출하게 되었습니다. 사람이 굶어 죽어가는 판에 대학 강의실에 앉아 고상한 경제학 이론이나 가르치고 있을 순 없었지요. 가난한 사람들, 그들의 구체적인 삶을 놓치고 있다는 생각이 들자 문득 공허함이 느껴지더군요.



당시 상황은 어떠했나요?

저는 제자들과 함께 곧바로 대학 주변 마을의 실태를 조사하기 시작했습니다. 결과는 너무나도 참담했어요. 42명의 여성이 고리대금업자에게

빌린 27달러(약 3만원)를 갚지 못해 노예 같은 삶을 살고 있었던 것입니다. 저는 그 자리에서 당장 지갑에 있던 27달러를 꺼내 아무 조건 없이 빌려주었고, 얼마 후 42명의 여성이 저를 찾아와 빌린 돈을 모두 갚았습니다. 겨우 27달러로 가난에 고통 받던 42명의 삶을 변화시킬 수 있다는 놀라운 사실을 확인한 순간이었습니다.



이것이 바로 빈곤퇴치프로그램 성공사례로 손꼽히는 마이크로 크레딧(micro credit)의 시발점이 된 것이군요. 그라민은행과 여타 은행의 다른 점이 궁금합니다.

일반 은행은 이것저것 따져보고 보증과 담보를 요구한 뒤 대출을 해줍니다. 그리고 대출을 받은 사람이 꼬박꼬박 이자를 내고 대출금을 갚아나가면 그 사람을 까마득히 잊어버리죠. 하지만, 저희 은행은 그 반대입니다. 그들에게 돈을 빌려주고 난 뒤부터 본격적으로 관계를 쌓아가죠. 우리 은행의 직원들은 대출자들을 주기적으로 방문하여 계획한 사업이 잘 진행되고 있는지, 가게 재정 상태는 어떤지, 빌려간 돈이 가족들을 위해 사용되고 있는지 등을 확인하면서 그들에게 많은 관심을 기울입니다.



가난한 사람들이 은행을 찾아오게 하는 것이 아니라 은행이 직접 도움이 필요한 사람들을 찾아간다는 말이군요. 가난한 사람들에게 돈을 빌려준 뒤, 회수가 가능할까요?

우리는 아무리 노력해도 가난을 벗어날 수 없는 사람들에게 적게는 10달러에서 많게는 몇 백 달러에 이르는 돈을 오직 신용만으로 빌려줍니다. 시중 은행들보다 낮긴 하지만 약 20퍼센트 정도의 이자도 받습니다. 가난한 사람들에게 돈을 펴펴 빌려주고도 은행재정이 유지될까 싶겠지만,

오히려 그 반대입니다. 대출받은 이들의 98% 이상이 원금과 이자를 모두 갚고 있어요. 실제로 그라민 은행은 1993년부터 흑자로 전환하였으며, 대출 받은 600만 명의 빈민들 중 60%가 빈곤에서 벗어났습니다.



대출회수 방식에 대해서 구체적으로 설명해주실 수 있으신가요?

그라민은행은 융자를 원하는 사람의 상환능력을 따져 대출액을 결정하는 일반은행과 달리 사업 아이디어와 의욕을 먼저 살핍니다. 담보를 요구하지는 않지만 연대보증이라는 독특한 기법을 고안해내었습니다. 대출은 개인명의지만 공동으로 책임을 지는 것이지요. 돈을 빌려줄 때에도 첫 번째 사람에게 돈을 빌려준 뒤 6주간 상환을 제대로 하는지 살핀 뒤 두 사람씩 추가 대출을 해줍니다. 우리가 개발한 연대보증방식은 상호 경쟁과 협력이 공존하는 관계를 형성해주어 은행 덕이 아니라 그들 스스로 뭔가를 이루었다는 강한 자신감을 심어주는데도 큰 역할을 하게 됩니다.



가난을 이겨내는 가장 확실한 방법은 해낼 수 있다는 용기를 북돋아 주는 것이라 말씀이군요. 이 외에도 그라민은행의 성공비결을 무엇이라 보십니까?

한마디로 “일반은행과 정반대로 하기” 입니다. 저는 사실 은행 업무와 관계가 없는 사람이었습니다. 제가 만약 은행 업무에 대해 잘 아는 사람이었다면 감히 이런 일을 시작할 수조차 없었겠죠. 실제로 그라민은행이 성공하는데 9년이라는 시간이 걸렸습니다. 확고한 신념과 흔들리지 않는 원칙, 상식을 깨는 과감한 시도를 바탕으로 이루어낸 결과물이죠.

무하마드 유누스와 그라민은행은, 그 누구도 시도하지 않았던 획기적인 방법을 통해 ‘은행, 그 이상의 은행’을 만들어가며 뿌리부터 세상을 바뀌어나가는 중이다.

그라민은행은 2010년 말을 기준으로 방글라데시 전역에 2,564개의 지점을 두고, 81,372개 마을의 빈곤층 832만 명에게 소기업 창업 대출, 주택금융, 학자금 대출, 소상공인 융자 등의 금융서비스를 제공하고 있다. 그라민은행과 무하마드 유누스는 빈곤퇴치와 사회적 약자의 지위향상 등에 이바지한 공으로 2006년 노벨평화상을 받기도 하였다. 유누스의 그라민 방식은 은행사업에만 그치지 않았다. 그라민 은행의 초기 주요 사업은 마이크로 크레딧을 통해 자영업을 장려하는 것이었지만, 사업이 성장하고 안정을 찾자 주택담보대출, 농기계대출 등 사업영역을 끊임없이 확장해나갔다. 또한 정부가 책임져 주지 않는 위생, 출산, 주거환경 등 주민생활 개선과 교육활동을 병행해 수행하고 있다. 재난을 당한 주민들을 가장 먼저 찾아가 발 벗고 나서는 곳은 다름 아닌 그라민은행이다.

은행을 통해 얻은 수익을 재투자해서 가난한 사람들을 위해 그라민 폰을 만들었고, 가난한 이들의 영양결핍을 막기 위해 프랑스의 다농과 손을 잡고 요거트 사업도 시작했다. 더 많은 사회적 약자를 지원하기 위해 지금 조달 판로를 넓혀나가는 그라민은행의 방식이 또 어떤 기적을 만들어낼지, 기대해 봐도 좋을 것이다.

체인지 메이커 ⑤



가난의 대물림을 끊을 ‘도서관 제국’을 건설하다
룸투리드(Room to Read) 설립자
존 우드(John Wood)

아이들을 돕기 위해 빌게이츠(Bill Gates)나 워런 버핏(Warren Buffett)이 될 필요는 없다. 세상을 변화시키는 데는 그리 큰돈이 들지 않는다. 250달러면 개발도상국 아이들에게 장학금을 줄 수 있다. 도서관 한 채를 세우는 데 드는 비용은 2천달러에 불과하고, 1만에서 1만 5천달러만 들이면 학교도 지을 수 있다.

1998년 마이크로소프트사의 이사였던 존 우드는 세계 최대 기업인 마이크로소프트의 아시아지역 마케팅 총책임자 자리를 스스로 박차고 나왔다. 그로부터 1년 뒤, 지구촌 빈민지역에 도서관을 설립하기 위한 비영리 사회적기업 룸투리드를 만들었다. 읽기 위한 공간, 그것은 단순한 도서관이 아닌 세계변화의 첫걸음이었다.



룸투리드의 성장에는 기부가 든든한 밑받침으로 작용했다고 알고 있습니다. 실제로 2006년 말 세계 우수기업과 기업가들로부터 3,300만 달러가 넘는 현금과 현물 기부를 받아 큰 화제가 되었는데요?

기업도 발상의 전환이 필요한 때입니다. 진정한 세계화를 위해서는 눈앞에 보이는 영리만 쫓아서는 곤란합니다. 기업은 장기적인 시각을 가져야 할 필요가 있어요. 예컨대 개발도상국의 교육을 지원하고, 현지의 인재들을 양성하는 것이 궁극적으로는 시장을 키우고 기업의 이윤도 늘릴 수 있다는 사실을 깨달아야 합니다. 이런 점에서, 기업들의 기부와 지원은

‘이타적 자선’ 이 아닌 ‘투자’ 라고도 볼 수 있겠죠.



룸투리드의 경영방식은 어떻습니까?

사회적기업도 역시 비즈니스 세계의 일상을 받아들여야 합니다. 저는 ‘시장의 효율성’을 적극적으로 끌어들이며 조직의 규모를 중시하고, 눈에 보이는 성장과 성과를 강조합니다. 거액의 기부금 모금을 위해서라면 비행기를 타고 날아가 골드만삭스 경영진도 만나고 샌프란시스코, 뉴욕, 런던, 홍콩 등 자선가들이 있는 곳이라면 어디든지 달려갑니다. 비용절감, 실적보고도 여느 기업과 마찬가지로 진행합니다.



전도유명한 기업가에서 스스로 물러나는 것, 정말 쉽지 않은 결정이었을 텐데요?

잠깐 행로를 벗어난 것이 제 삶을 완전히 바꿔놓았죠. 그 때의 이야기를 들려드릴게요. 1998년 저는 여름휴가를 받고 네팔행을 결심했죠. 그 때 비행기 안에서 네팔 교육부의 관리를 만났는데, 도착 후 그는 저를 한 학교로 안내했어요. 그 학교엔 20명이 겨우 앉을까 말까한 공간에 80명이 넘는 아이들이 어깨를 맞대고 앉아 있었는데, 더 놀라운 점은 수업 받는 아이들 앞에 책이 한 권도 없었다는 겁니다. 뿐만 아니라, 학교 내 도서관이라고 소개받은 한 캐비닛에는 문고판 소설을 비롯한 몇 권의 책이 마치 보물처럼 모셔져있었고, 심지어 자물쇠까지 채워져 있었답니다. 실상을 지켜본 제 머릿속에는 단 하나의 생각만이 떠올랐죠. ‘이번 달에 대만에서 마이크로소프트 윈도우즈(MS window)를 얼마나 팔았는지를 헤아리는 것이 무슨 의미가 있겠는가. 지구촌 빈민지역에 도서관을 세워주는 일을 하자.’



도서관을 짓는데 가장 필요한 것은 무엇이었나요?

지역사회의 적극적인 참여와 협력입니다. 룸투리드가 도서관 건설에 필요한 자금을 대면 지역사회는 그에 필요한 노동력과 물자를 제공하는 식이죠. 도서관이 개관한 3년 뒤에는 지역사회가 도서관 운영에 필요한 기금을 스스로 마련하고, 룸투리드는 도서관이 자체적으로 굴러갈 수 있도록 자립기반을 마련해줍니다. 저희 룸투리드는 ‘스스로를 도우려는 지역사회’에만 도움의 손길을 내밉니다.



네팔에서 시작된 사업은 베트남, 캄보디아, 인도 등으로 확산되어 룸투리드 도서관과 학교는 2006년 약 4천개에서 2011년 약 1만4천개에 이르게 되었다. 존 우드는 2000년부터 개발도상국 소녀들을 위한 장학사업 또한 시작하였다. 문화적 편견과 가난 때문에 배움의 기회조차 가질 수 없었던 어린 소녀들은 이 사업으로 만 3천여명 이상이 정규 교육과정을 이수하게 되었으며, 2011년 말까지 그 수는 만 7천명을 넘어선 것으로 집계된다. 교육의 영속성에 대한 중요성을 잘 알고 있는 룸투리드는 1회성의 지원이 아닌 지속적인 관리와 도움을 제공하며, 아이들은 평균 10년 이상의 장학혜택을 받고 있다.

2003년부터는 도서관과 학교를 세운 지역에서 현지어로 쓰인 도서 출판사업도 시작했다. 각국의 작가들과 삽화가들의 협조를 얻어 해당

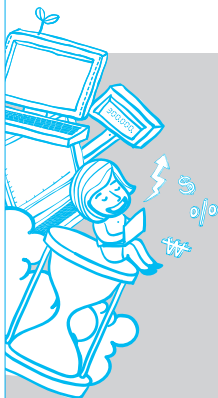
지역의 정서에 맞는 어린이 책을 만들어 보급하기 위한 것이다. 룬투리드는 2011년에만 1,546종의 현지어로 어린이 책을 출간했다.

한 사람의 사회적 책임감이 세계 곳곳의 어린이들에게 꿈과 희망을 가져다 줄 수 있다면, 비록 작은 도움일지라도 그것이 세상을 바꾸는 큰 힘이 되지 않을까?

룬투리드의 공헌활동과 그 영향력 ▼

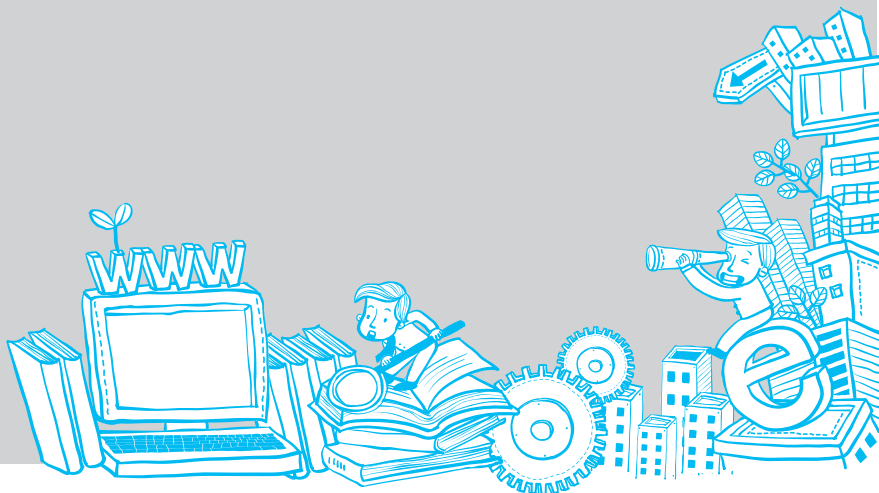
활동	2011	2000~2011 누계
설립된 도서관 수	1,907개	13,152개
설립된 학교 수	114개	1,556개
출판된 도서 수	154권	707권
기증된 도서 수	2,103,300권	11,541,981권
교육받은 여학생 수	13,727명	15,388명
읽고 쓰기 교육프로그램 참가자수	936명	-
혜택 받은 모든 어린이	1,054,150명	6,655,480명





두드림 셋' 사회적기업 이야기 국내편

- 01 사회적기업
- 02 예비사회적기업



01 사회적기업

이제까지 사회적기업의 이론적 개념을 토대로 국가별 사회적기업의 특징과 사례를 살펴보았다. 더불어 세상을 바꾸는 착한 마음과 비즈니스로 무장한 5인의 사회적기업가들도 만나보았다.

그렇다면 이제 ‘남’의 이야기가 아닌 ‘우리’ 이야기를 본격적으로 살펴볼 차례이다. 작지만 소중한 열정으로 사회적기업을 이끌어나가고 있는 그들의 이야기는 하나하나 소중하지 않은 것이 없으나, 여기서는 웨딩, 여행, IT, 문화, 이주여성 등 다양한 테마를 가진 (예비)사회적기업들을 소개하려한다. 조금은 느리지만 소외된 이웃과 함께 나누고 배려하면서 더 나은 세상을 만들어가고자 하는 이들의 열정이 널리 퍼져나가기를 바라며, 이들의 이야기를 들어보자.

1 이야기꾼의 책공연

「이야기꾼의 책공연」은 하자센터*의 프로젝트 〈언니 오빠가 들려주는 치마폭 이야기〉에서 출발한다. 하자센터에서 활동하는 청소년들이 어린이를 위해 이야기를 들려주는 이 프로젝트는 2년여 간의 현장 경험을 쌓은 후 체계적이고 지속적인 기업활동을 위해 「이야기꾼의 책공연」으로 정식 설립되었으며 이후, 2009년 사회적기업으로 인증받았다.

이야기꾼이 넘쳐나는 상상놀이동산

‘부엌 부엌새가 우는 밤~ 부엌 춥다고서 우는데~ 우리들은 할머니 곁에~
모두 웅기종기 앉아서~ 옛날이야기를 듣지요~’

〈겨울밤〉이라는 동요의 1절 가사를 보면 옛날이야기를 들려주시는 할머니와 그 이야기를 흥미진진하게 듣는 아이들의 모습이 등장한다. 하지만 사실 요즘처럼 핵가족화 된 사회에서 이러한 풍경은 상상하기 어렵다. 어찌면 이 동요에 등장하는 ‘옛날이야기’ 에나 나올법한 광경일지도 모른다. 이는 할머니로 대변되는 이야기꾼이 없기 때문이다.



하자센터

사회적기업과 예비사회적기업을 위한 인큐베이팅 기관이다. 2007년 문화예술분야 1호 사회적기업인 노리단을 시작으로, 2008년 오가니제이션 요리, 2009년 10개의 예비사회적기업을 인큐베이팅하여 이 중 절반 이상이 사회적기업으로 인증 받았다. 본 도서에서 소개하고 있는 〈이야기꾼의 책공연〉과 〈트레블러스 맵〉, 〈대지를 위한 바느질〉 역시 하자센터가 배출한 사회적기업이다. 1999년 연세대학교와 서울시가 설립한 ‘서울시립청소년직업체험센터’가 정식명칭이며, “스스로 삶을 업그레이드하자”, “하고 싶은 일을 하면서 해야 하는 일도 하자”, “자율과 공생의 원리”를 모토로 하기에 유래된 별칭이 바로 ‘하자센터’이다.

하자 haja
center
Seoul Youth Factory for Alternative Culture

획일화된 교육문화와 속도경쟁사회는 구전되는 이야기를 듣거나 또 책을 읽고 자신만의 기발한 상상력을 바탕으로 스토리텔링을 펼치는 이야기꾼의 부재를 낳았다. 이야기꾼의 부재는 곧 상상의 부재로 이어졌다. 상상이 없는 세상이 얼마나 경직되어 있고 또 차가운지는 소위 ‘어른들의 세상’을 통해 쉽게 확인할 수 있다. 어린 시절에는 말도 안 되는 이야기들을 늘어놓으며 깔깔깔 웃던 그들의 얼굴에는 이제 웃음기 없는 주름만이 남았다.

하지만 최근 우리사회는 이러한 이야기꾼의 필요성을 절실히 느끼고 있

다. 디지털놀이터가 된 현대사회에는 디지털문명을 좌지우지할 수 있는 독서의 양과 질이 미래의 문화자본을 좌우하게 될 것이니 말이다. 따라서 어린이, 청소년시절부터 다양한 분야의 독서를 즐기고, 그들이 직접 자신만의 표현양식으로 이야기를 풀어나가는 이야기꾼이 된다면 미래는 이야기꾼이 넘쳐나는 상상 놀이동산이 될 수 있을 것이다.

독서의 힘, 새로운 이야기의 발견

불과 몇 년 전까지도 해맑은 웃음 소리가 울려 퍼지던 놀이터에는 정적만이 감돈다. 오늘날 아이들의 손에는 흙과 모래 대신 컴퓨터와 휴대폰이 들려있다. 그러나 「이야기꾼의 책공연」이 아이들에게 다양한 분야의 책을 접할 기회를 제공해주고, 자신만의 표현방식으로 풀어나가는 이야기꾼으로서의 역할을 제공해준다면 상황이 조금은 달라질지도 모른다.



이러한 노력이 지속된다면, 아이들도 이제 ‘디지털놀이터’에서 탈출하여 독서를 즐기며, 이야기와 상상력의 힘을 발견하고, 마침내 세상과 한결 가까운 소통을 하게 될 것이다.

「이야기꾼의 책공연」은 우리가 흔히 생각하는 동화구연이나 아동극과는 다르다. 물론 이야기를 들려준다는 점에서 다른 이야기 공연과 닮아있기는 하지만, 오감의 종합체험이 가능하도록 도우며, 도서관·학교·야외 등 다양한 공간을 무대로 만들어준다는 것에 큰 차이가 있다.

다양한 분야의 놀이를 통해 책과 친해지는 워크숍 형태의 책공연은 감성과 생각의 폭을 키워주며, 세상을 들여다보면서 평소 자신의 생각이나 감정을 표현하는데 어려움을 겪는 어린이들이 직접 공연에 참여케 함으로써 책 한권을 읽더라도 진정한 나의 것, 나의 경험, 나의 학습으로 받아들여, 자기 주도적 습관을 기를 수 있게 된다.

한 개의 이야기를 백가지 감동으로 펼쳐는 이야기꾼

책공연은 기본적으로 훈련받은 이야기꾼인 티칭 아티스트(Teaching Artist)가 의상, 소품, 음악 등을 준비하여 하나의 작품을 무대에 올리는 것으로 시작되지만, 상황에 따라 이야기꾼의 낭독과 몸짓, 무엇보다 청중들의 참여에 따라 얼마든지 창의적인 진행이 가능하다. 「이야기꾼의 책공연」의 프로그램은 다양하다. 놀이와 체험을 통해 책과 친해지는 워크숍 ‘온 몸으로 책을 읽어 내는’, 이야기꾼이 어린이와 함께 책 속 이야기를 따라가며 토론을 통해 결말을 만들어 보는 ‘이야기 해결단’, 책을 읽고 동네를 탐사하며 우리 동네를 책 속 무대로, 나와 내 친구의 에피소드를 소재 삼아 새로운 이야기를 창작하는 ‘이야기 작가단’, 표현과 책, 그리고 이야기라는 세 개의 중요한 요소를 한데 버무려 창의성을 촉발하는 워크숍 ‘몸의 책 작업장’, 이야기를 삶의 문제로 확장하여 연극을 통해 토론하는 ‘포럼연극워크숍’, 뱃속 아기와 태담을 나누고 서로 소통하는 ‘이야기 태교’, 숲 해설과 이야기가 함께 하는 ‘숲 이야기꾼’ 등이 있다.

website <http://storyflower.haja.net> email storyflower@haja.or.kr

phone 02.2676.1013 fax 02.2679.9300

location 서울 영등포구 영신로 200(영등포동 7가) 하자센터 신관 5층

2 YMCA서울아가야

「YMCA서울아가야」는 통합돌봄지원센터로써 취업취약계층 여성들에게는 좋은 일자리를 보육의 사각지대에 있는 영·유아들에게는 안전하고 전문적인 돌봄 서비스를 제공한다. 또한 돌봄의 공공성 강화와, 돌봄을 기반으로 한 사업의 다각화·전문화를 통해 자립운영의 기틀을 마련하여 지속가능한 사회적기업으로서의 자리매김을 추구한다. 「YMCA서울아가야」는 지금 이 순간에도 부모의 상황과 필요에 따라 자유롭게, 또 안심하고 아이를 맡길 수 있는 시간제 돌봄 서비스를 제공하고 있다.



시간제 돌봄 서비스 맞벌이 부부는 물론 편부모 가정 등 특수한 형태의 가족이 생겨나는 요즘, 아이를 보호할 수 있는 기관의 수요는 자연스럽게 증가하고 있다. 이러한 상황 속에서, 「YMCA서울아가야」에서는 국내 최초의 시간제 돌봄 서비스를 제공한다. 현대사회에서는 부모에게도 자기 계발과 사회 참여를 위한 시간이 필요하다. 뿐만 아니라 몸이 아플 때, 급한 일이 생겼는데 아이를 맡아 줄 곳이 없을 때, 아이의 방학 기간 등 부모의 상황과 다양한 필요에 따라 자유롭게 아이를 안심하고 맡길 수 있는 곳이 필요한 것이다. 「YMCA서울아가야」는 이러한 요구에 귀를 기울인다.

「YMCA서울아가야」의 통합돌봄지원센터는 최소 30분에서 11시간까지 자유롭게 이용이 가능하고, 계절별 특별프로그램을 운영하며 iCOOP 생협과 연계한 유기농 식사 및 간식도 제공한다. 이용시간은 매일 오전 9시부터 오후 8시까지이며, 이용대상은 24개월 유아부터 초등학교 저학년까지다. 이용요금은 지역과 아동에 따라 서로 상이하며, 평균적으로 1시간에 2,500원~3,000원 사이다.

주요사업 ▼

가정육아교사 (베이비시터) 교육	경력단절 여성들의 일자리 지원 사업으로 진행되는 가정육아교사(베이비시터) 교육과정은 YMCA아가야의 전문 강사진을 통해 72시간의 이론교육과 실습교육과정으로 진행된다.
가정육아교사 가정파견	돌봄이 필요한 가정에 가정파견 돌봄 교사를 연계하여 가정에는 안정적이고 전문화된 돌봄 서비스를, 교육과정을 이수한 가정육아교사에게는 적합한 일자리를 제공한다. 주중 1일 4시간~12시간까지 이용이 가능하다.
가정 및 지역 돌봄 지원	부모 양육 상담, 부모교육 및 부모자조모임 운영 등 지역 내 네트워크를 기반으로 한 다양한 돌봄 지원활동을 전개한다.
작은 도서관 운영	영·유아와 아동, 부모를 위한 작은 도서관 운영, 책 읽기 및 책 나누어 읽기 운동을 전개한다.
아가야 착한가게 운영	영·유아 돌봄과 관련된 물품을 기증받아 판매하고 나눔 운동을 전개한다.

아가야, 우리와 함께 놀자!

「YMCA서울아가야」 여성 일자리 지원 사업으로써 베이비시터 교육을 실시하고 있으며, 파견 돌봄을 신청하는 가정에 교사를 연계하고 있다. 현재 안정된 돌봄과 일자리가 이루어질 수 있도록 월 고정의 이용시간과 이용요금제

를 실시하고 있다. 「YMCA서울아가야」에서 가정육아교사(베이비시터)교육을 수료한 이후 가정 돌봄 일자리를 희망하는 교육수료자들은 베이비시터를 신청한 가정과 파견 연계를 제공받는다. 가정육아교사는 아이의 돌봄을 최우선으로 하며 아이의 영양관리, 위생관리, 건강관리 및 아이 연령대에 따라 성장 발달을 돕는 정서·교육 관리를 기본 업무로 한다. 아이옷 빨래, 아이방 청소 및 정리, 이유식 간식지도 등의 아이돌봄 서비스도 제공된다.

돌봄 서비스는 취업취약계층 여성들을 포함한 지역사회 주부들에게 일자리를 지원하면서, 보육의 사각지대에 있는 영·유아와 아동들을 돌봄으로써 사회공동체를 향한 사회가치를 실현하고 있다. 그런 맥락에서 「YMCA서울아가야」는 가장 성공적이고 모범적인 사례를 보여주며, 돌봄 서비스를 제공하는 사회적기업으로서 중요한 역할을 담당하고 있다.

interview



이 현 주 YMCA서울아가야 통합돌봄지원센터장

나에게 사회적기업이란?

“삶”입니다. 아가야를 찾아오는 많은 아동들과 부모님들과 끊임없이 소통하고, 관계를 맺어 나가고 있으니 삶이라고 할수 있겠네요. 사람들과 함께 살아가는 것이 사회적기업 아가야에서의 의미라고 생각합니다.

website www.ymcaagaya.kr email agaya@ymcaagaya.kr

phone 02.3143.1818

location 서울 영등포구 국회대로53길 28(당산동)

3 대전민들레의료생활협동조합



「대전민들레의료생활협동조합(이하, 민들레의료생활협)」은 지역주민이 참여하는 협동조합으로서 민주적인 의료기관의 운영을 통해 인권을 존중하는 의료, 복지, 노인건강사업을 펼쳐나가고 있다. 나 혼자만의 건강을

넘어 자치와 참여, 협동을 통해 마을마다 건강한 생활공동체를 만들어가는 것이 「민들레의료생활협」의 목표이다.

조세중 대표는 의약분업사태를 계기로 국민의 건강권을 국민 스스로 지켜 나가야함을 깨닫게 되면서, 스스로 만들고 이용하며, 또 운영하는 건강한 의료기관에 대한 고민을 시작하게 되었다고 한다. 이에 조 대표는 생활협동조합을 조직하였고, 지속가능한 영향력을 전파하기 위해 사회적기업으로 인증받기에 이른다.

그는 의료생활협의 대표이지만, 의사나 의학전공자는 아니다. 다만 공동체 운동과 환경운동 관련 활동가로 수십 년간 일해 왔으며, 회계학 석사, 철학 박사 학위를 받았다. 「민들레의료생활협」 초대 조직교육위원장을 역임하였으며 오늘날 대표로 활동 중이다. 조 대표는 「민들레의료생활협」의 핵심역량으로 ‘전문 의료진의 헌신적인 노력’과 ‘조합원들의 적극적인 참여’, 이 두 가지를 주저 없이 손꼽았다.

우리는 몸이 아플수록 의학과 기술에 기대려는 마음이 커진다. 특히 노인들의 경우는 더욱 그러하다. 하지만 민들레의원에 따르면 과다한 처방은 순간적으로 증상을 완화시킬 뿐, 우리의 몸은 오히려 스스로 힘을 잃어간다고

한다. 일부 병원들의 과도한 진료 및 약 처방으로 인해 우리의 면역력이 더욱 저하되고 있음을 지적하며, 민들레의원에서는 스스로의 면역력과 자연치유력을 키우기 위해 항생제 처방을 최소화한다.

또한 치료에만 그치지 않고 마음과 몸이 모두 건강할 수 있도록 건강소모임(당뇨모임, 여성건강모임 등)을 제안함으로써, 아픈 몸을 낫게 하는 의원의 임무를 넘어 마음의 상처도 치유해 주고 있다. 이러한 민들레의원의 모습은 마치 어린 시절 아픈 배를 쓰다듬어 주시던 '할머니의 약손'을 연상시키게 한다.

현재 「민들레의료생협」에는 민들레의원, 민들레한의원, 민들레치과 등이 운영되고 있는데 민들레의원은 원내에 내과, 소아과, 이비인후과, 피부과, 비뇨기과, 신경정신과, 방사선과를 두고 있으며, 관절치료와 통증치료, 혈액순환장애치료 및 비만치료, 상담치료, 명상치유 프로그램도 운영 중이다. 또한 민들레 조합원들은 보험이 적용되지 않는 일부 진료(영양제 등)의 20%를 공동체 화폐로 대체 지불 할 수 있는 시스템을 운영 중이다.

민들레한의원은 친환경인증, 유기농 우수농산물관리제도(GAP)에 의해 재배된 약재와 ISO 9001(국제품질경영시스템인증), ISO14001(국제환경경영시스템인증)절차에 따라 원재료 관리를 받은 믿을 수 있는 약재를 사용하여 우리 가족, 우리 이웃의 건강을 위해 안심하고 먹을 수 있다. 「민들레의료생협」 조합원들에게는 의원과 마찬가지로 진료·치료비의 10%할인혜택이 주어지며 공동체화폐로 20%까지 지불이 가능하다.

그렇다면 치과는 어떻게 운영되고 있을까? 민들레치과는 무분별한 발치와 치료를 강조하지 않는다. 다만 지역주민 및 조합원들에게 미리 질병을 예방하고 적절한 시기에 치료받는 것이 무엇보다 중요함을 인식시키고, 나이에 따른 평생 주기별 치아관리를 돕고 있다. 「민들레의료생협」조합원은 보



철, 임플란트 치료 시 10%할인, 스케일링 치료 시 20% 할인혜택을 제공 받으며, 공동체 화폐로 20~50%까지 지급 가능하다. 이외에도 민들레건강검진센터와 민들레 노인복지·가정간호센터, 심리상담센터 또한 운영되고 있다.

이 곳에서 근무하는 의료진들은 제대로 된 의료서비스를 받지 못하고 고통 받던 지역주민들이 「민들레의료생협」의 적절한 진료를 받아 완쾌

되고, 사회에 성공적으로 복귀 했을 때 가장 큰 보람을 느낀다고 전했다. 아마 이는 「민들레의료생협」의 종사자 모두가 가지고 있는 마음일 것이고, 조합을 운영하는 대표에게는 무엇보다 든든한 자산으로 느껴질 것이다.

「민들레의료생협」은 지역주민의 건강을 의료기술이나 행위로서 치료하고 지켜내고자 애쓰고 있다. 다음과 같은 활동을 통해 이들이 의료활동을 통한 수익창출보다는 마을과 지역주민들의 건강 지킴이로서의 책임을 다하고자 하는 진정성을 엿볼 수 있다.

「민들레의료생협」은 앞으로 많은 지역에서 보다 많은 조합원들과 지역 주민들이 의료서비스를 제공받을 수 있도록 건강한공동체를 늘리고자하는 비전을 가지고 있다. 이외에도, 여타 건강관련 사업체인 노인요양사업, 조산원, 산부인과 등으로 서비스의 범위를 확대하고자 하는 목표 또한 세우고 있다.

interview



조 세 종 대전민들레의료생활협동조합 대표

기업을 운영하다보면 분명, 위기의 순간이 닥치기 마련일 텐데요. 그런 순간을 어떻게 극복하셨나요?

저는 대표자의 책임과 의무가 무엇보다 크고 중요하다고 생각하지만, 한편으로는 그 모든 것을 혼자 감당하면서 안고 가는 것 또한 결국 서로 간 소통의 부재로 오해를 낳게 된다고 봅니다. 때문에 중요한 사안이나 특히 어려운 일이 생기면, 직원과 조합원에게 상세히 밝히고 함께 의논하려 합니다. 그 결과 올해 자금유동성에 심각한 압박이 있었을 때 1억 원이 넘는 자본금을 모집하기도 했어요.

사회적기업 창업을 꿈꾸는 후배 기업가들에게 조언 한마디 부탁드립니다.

무엇이든 시작하세요.
성공으로 가기 위한 실패는 자연스러운 성장통입니다.

나에게 사회적기업은

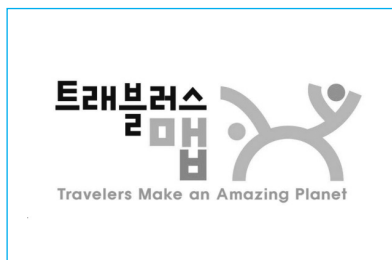
쉬지 않고 자라는 나무입니다.

website <http://www.mindlle.org> email minhealth@hanmail.net
phone 042.638.9042 fax 042.638.9055
location 대전 대덕구 계족로663번길 22(법1동)

4 트래블러스맵

공정여행이라는 낯선 개념이 한국에서 처음 회자되기 시작했을 때만 해도, 그것이 한국 여행 산업의 새로운 흐름이 될 것이라 예상한 사람은 많지 않았다. 관광의 폐해에 주목했던 비판적인 운동가들은 관광을 아예 금지해야 한다고 주장했고, 비교적 온건한 비판을 고수하던 이들도 공정여행은 그저 ‘운동’ 차원에서나 가능한 일이라며 고개를 저었다.

「트래블러스맵」은 2009년 설립된 하자센터의 인큐베이팅 기업 중 하나이다. 변형석 대표는 하자센터 내의 대안학교인 하자작업장학교에서 교사로 일하던 중 아이들과 떠나는 여행을 통해 공정여행·여행을 통한 배움을 아이টে็ม으로 구성하게 되었고, 외국의 사례들을 통해 공정여행이 사회적 가치를 창출하는 측면에서의 중요할 뿐만 아니라 비즈니스로서의 가능성도 충분함을 확인하여 회사 설립을 결심했다고 말한다.



세상을 변화시키는 여행자들

쇼핑을 강요하다시피 해 바가지를 씌우고, 현지인과의 접촉은 완전히 차단한 채로 한국인이 운영하는 식당과 마사지샵을 전전하게 하는 초저가 패키지 투어. 심지어는 성매매까지 알선하는 한국인 가이드들. 변형석 대표는 지역에 도움이 되기는 커녕 지역의 경제와 환경, 그리고 인권마저 위협하는 낡은 관광을 뿌리

부터 바뀌야 한다고 생각했다. 관광이 갖는 사회적 책임과 지속가능성에 대해서 한국사회가 고민해야 할 시점에서, 변형석 대표의 아이디어는 「트래블러스맵」이라는 이름을 달았고, 그 안에 “세상을 변화시키는 여행자들”이라는 의미를 담았다.

「트래블러스맵」은 대부분 관광을 전공하거나 경험한 적이 없는 사람들끼리 창업한 여행사이다. 항공권을 어떻게 발권하는지, 여행사 등록은 어떻게 하는지, 상품개발은 어떻게 해야 하는지, 가격책정은 어떻게 해야 하는지, 아무것도 모른 채 시작된 사업인 것이다. 몇 차례 회사가 휘청거리기도 했고, 개발비용을 제법 투자한 초기의 몇몇 상품들이 아예 모객에 실패하기도 했다. 저가 덩핑에 길들여진 사람들은 상품이 너무 비싸다는 푸념을 늘어놓았다.



트래블러스맵은 여행의 지속가능성을 꿈꾼다.

하지만 「트래블러스맵」은 좌절하지 않았다. 그들에게는 세상은 언젠가 옳은 방향으로 움직일 거라는 믿음이 있었다. 한편, 기존 관광 시스템의 경합이 없다는 것은 다른 방향에서 빛을 발하기 시작했다. 「트래블러스맵」의 여행 프로그램들은 다른 여행사 어디에서도 볼 수 없는 색다른 매력을 쌓아갈 수 있었던 것이다. 「트래블러스맵」을 통해 여행을 다녀온 여행자들은 철마다 과일 상자를 선물로 보내주고, 아이를 여행에 참가시켰던 부모는 자발적인

홍보대사가 되어주었다. 뿐만 아니라 아시아 각국의 커뮤니티는 「트래블러스맵」과 함께하는 일들에 적극적으로 나서주었다. 그리고 「트래블러스맵」의 여행도 그들에게 조금씩 도움이 되기 시작했다. 「트래블러스맵」을 통해 여행할 수 있는 나라는 3년 사이 30개국에 이르게 되었고 한국 공정여행의 대명사가 되었다.

물론 설립 이후 승승가도만을 달린 것은 아니었다. 변 대표는 ‘기업은 매 순간이 위기의 순간이자, 기회의 순간이다’라고 언급하며 「트래블러스맵」 역시 크고 작은 위기가 여러 차례 있었다고 말했다.

“설립한지 갓 1년을 넘겼을 무렵이었죠. 당시, 재무적인 면에 특히나 취약했던 우리는 큰 난관에 빠졌어요. 직원들끼리 십시일반해서 해결될 문제가 아니었던 거죠. 이를 극복하기 위한 대안으로 사회적기업으로서는 처음으로 공개투자를 유치하기로 했어요. 모두들 반신반의했지만 1억 원의 목표액을 훌쩍 넘어 1억5천만 원이라는 투자금을 모았어요.”

이처럼 「트래블러스맵」에게 위기는 오히려 전화위복의 기회가 되었고, 더 큰 사업을 펼칠 수 있는 계기가 되었던 것이다.

「트래블러스맵」은 기존의 대량관광 시스템에서 벗어나 새로운 여행 콘셉트와 공정여행 인프라를 만들어냈다. 「트래블러스맵」의 현지 파트너 회사인 MAP-Cambodia, MAP-Japan, MAP-Nepal을 설립하였고, 이들과 함께 국내 어느 여행사에서도 볼 수 없는 여행상품을 개발하고 있다. 여기에 어드벤처 여행, 자원봉사 여행, 교육여행, 생태여행의 콘셉트를 결합하여 여행자의 여행 욕구를 충족시키는 한편 지역사회에 기여할 수 있는 여행을 만들고 있으며, 여행 참가자의 입소문을 통해 매년 80% 이상의 총 판매액 신장을 이루고 있다.

「트래블러스맵」의 주요 사업내용은 아래와 같다.

- 국내, 해외, 청소년 여행 상품 개발 및 판매
- 단체별 맞춤형 여행 기획 및 진행
- 사회기여형 여행사업
- 대안학교 로드스폴라 운영
- 공정여행 캠페인, 교육, 컨설팅
- 귀환 이주 노동자를 위한 현지 공정여행 교육 및 창업 컨설팅
- 여행 어플리케이션 개발

여행을 통한 세상의 긍정적 변화 가능성



공정여행을 통해 얻을 수 있는 사회적 효과는 다음과 같다. 우선, 불공정한 거래관행과 관광지 착취구조를 개선할 수 있다. 무엇보다 현지 사회의 문화를 존중하고 상호교류를 촉진하며, 탄소소비를 최소화함

으로써 기존의 환경 파괴적 관광 상품을 개선하고 있다. 지역민들의 인권을 존중하고 보호하는 물론, 기존 여행시장의 저가경쟁구도를 상품의 질 경쟁구도로 전환하는데 힘을 보탬 수 있다. 이러한 정성적 효과는 2011년 한국사회적기업진흥원의 사회적기업 가치측정 사례연구에서 구체적인 수치로 확인할 수 있었다. 조사 대상기관에 포함된 「트래블러스맵」의 경우, SROI(Social Return On Investment, 투자대비 사회경제적 수익률)은 7억2천만 원으로 무려 521.4%에 이른다. 쉽게 말해 100원을 투자했을 때, 발생하는 사회적 효과들을 계량화해보면 52,100원의 가치가 된다는 의미다.

앞으로 「트래블러스맵」은 아시아를 선도하는 지속가능한 여행 정책을 지닌 여행사로 거듭나려 한다. 즉, 아시아 전역을 현지 파트너 회사 네트워크로 연결하여 상호간의 여행이 교차되고, 서로에게 도움이 될 수 있도록 돕는 공정여행 허브로서의 여행사가 되는 것이 그들의 장기적인 목표다. 「트래블러스맵」은 2020년 판매수익 1,000억대의 여행사로 발전하는 것을 목표로, 30여명의 직원들이 전 세계로 뛰고 있다.

interview



변형석 트래블러스맵 대표

트래블러스맵의 변형석 대표는 대학에서 천문학을 전공하였으며, 학생운동, 여성운동 등 사회 변화에 관심이 많은 열혈청년이었다. 2000년 “언니네”라는 온라인 여성 커뮤니티를 만들기도 했고, 하자센터 내 하자작업장학교에서 대안교육을 고민하기도 하였다. 현재 관광분야의 업종네트워크인 (사)지속가능한관광사회적기업 네트워크 상임이사로도 활동 중이며, 사회혁신기업으로서의 사회적기업을 만들어가고자 노력하고 있다.

가장 기억에 남는 고객이 있다면 소개해주세요.

얼마 전 자녀와 함께 네팔 여행을 갔던 고객이 있었어요. 네팔의 빈곤지역인 베프니마를 홈스테이 프로그램에 참여하신 분이였죠. 사실, 트래블러스맵으로서도 처음 기획하여 방문한 프로그램이라 걱정이 많았었는데, 그 고객께서 네팔 지역 아이들에게 리코더를 가르쳐주시는다면, 자녀와 함께 현지 봉사 활동까지 자원해주신 거예요. 그때 참으로 감사한 마음이

들었어요. 여행을 마치고 돌아오신 그 분은 베프니마을 주민들과 행복한 경험을 했으며 도리어 저희에게 고마워하시더군요.

사회적기업을 운영하면서 가장 보람을 느끼는 때는 언제인가요?

캄보디아의 반떼이초마라는 마을에서 1박2일로 진행되는 프로그램이 있습니다. 이는 커뮤니티 베이스드 투어리즘(Community Based Tourism)이라 불리는 것으로, 관광을 통해 지역의 빈곤문제를 해결하는 시도인데요. 이 여행사업 수익금의 일부를 적립해오다가, 작년에 드디어 현지 도서관을 짓게 되었답니다. 우리가 공정여행을 통해 많은 분들을 지역에 모시고 감으로써 지역경제에 도움이 되는 점 역시 보람되지만, 그에 그치지 않고 추가적으로 지역사회 발전을 위해 의미 있는 시설을 지원하고 특히 아이들의 교육과 삶의 질이 향상되는데 작게나마 기여할 수 있다는 사실에 늘 행복하답니다.

사회적기업 창업을 꿈꾸는 후배 기업가들에게 조언 한마디 부탁드립니다.

눈을 조금만 돌리면, 세상은 해결해야 할 문제들로 가득 차 있어요. 특히 한국뿐만 아니라 아시아를 비롯한 세계적인 차원의 빈곤, 환경, 젠더, 인권, 장애 등의 이슈들이 산적해 있지요. 세계로 눈을 돌려보세요. 한국은 이미 세계적인 이슈들을 함께 풀어가야 할 책임이 있는 국가가 되었습니다.

나에게 사회적기업은

혁신이다.

website www.travelersmap.co.kr email travelersmap@daum.net

phone 02.2068.2788 fax 02.6919.2788

location 서울 영등포구 영신로 200(영등포동7가) 하자센터 103호

5 대지를 위한 바느질

「대지를 위한 바느질」은 친환경적인 재료와 생산방법을 통해 자연에 해가 되지 않음은 물론이거니와 사람에게 보다 유익한 의류 제품과 서비스를 제공하는 사회적기업이다. 결혼으로 인한 환경 피해를 최소화하는 환경적 가치뿐만 아니라 다문화 · 저소득층에 무료 결혼식을 지원해주는 공익적 가치도 함께 추구한다.

결혼은 ‘인륜지대사(人倫之大事)’ 중 하나로 말 그대로 사람들에게 있어 인생살이 중 가장 큰 행사 중 하나이다. 이만큼 중요하고 의미있는 결혼식에 이면이 있었으니, 환경적 · 사회적 문제를 야기하는 요인들이 그것이다. ‘대지를 위한 바느질은’은 합성섬유로 만든 웨딩드레스, 1회용으로 쓰이는 청첩장과 꽃장식, 부케, 하객들을 위해 준비된 음식 등 결혼식과 관련한 환경 · 사회적 문제의 대안으로 결혼식 전반을 친환경적으로 디자인하여 결혼식 본래의 의미는 살리되, 환경문제까지 고려한 성숙한 웨딩문화를 선도하고자 설립되었다.



에코웨딩 외에도 오가닉 코튼, 천연염색, 옥수수 전분 섬유, 천연 한지 섬유, 천연 뽕기풀 섬유 등 친환경 산업 전반에 걸친 다양한 네트워크를 확보하여 친환경 리빙 제품, 유니폼, 티셔츠 등 다양한 의류 제품을 생산하고 있다.

「대지를 위한 바느질」은 2010년 5월에 설립되어, 이제 2년 반을 갓 넘

주요사업 ▼

친환경 결혼식	옥수수 전분 섬유나 한지, 뽕기름 원단으로 만든 친환경 웨딩드레스 제작, 재생지에 공기름으로 인쇄한 청첩장, 뿌리가 살아있는 부케와 부토니아, 화분을 활용한 꽃 장식, 친환경 제품을 사용한 헤어/메이크업, 유기농 케이터링, 공정여행으로 떠나는 신혼여행 등 결혼식과 관련된 모든 사항들을 친환경으로 진행할 수 있다.
친환경 유니폼	친환경 단체 티셔츠, 기업 CSR 유니폼 등 대량으로 생산되는 단체복을 오가닉 코튼, 천연 뽕기름, 재활용 PET 섬유, 옥수수 전분 섬유 등 환경에 해를 끼치지 않는 친환경 소재를 활용하여 제작한다. 환경에는 물론 기업 이미지에 긍정적인 효과를 기대할 수 있다.
친환경 병원복	환자를 생각하는 마음을 담아 친환경 병원복을 제작한다. 디자이너가 직접 디자인하여, 기존의 틀에서 벗어난 세련된 병원복을 디자인한다. 소재와 제작 방법을 통해 심신이 지쳐있는 환자들에게 편안하고 건강한 게다가 멋스럽기까지 한 옷을 제안한다.
친환경 리빙 제품	에코백, 친환경 대나무 손수건, 천연염색 양말 등 기업이나 단체에서 기프트 상품으로 활용할 수 있는 고급스러운 친환경 리빙 제품을 디자인한다. 디자이너가 직접 디자인하여, 단체 및 행사의 성격에 꼭 맞는 제품을 제안해준다.

긴 기업이다. 그간 크고 작은 시행착오와 위기들도 있었지만, 그들은 사업초기 그러한 경험들이 오히려 돈으로 배울 수 없는 값진 교훈이라 말한다. 이정재 대표는 기억에 남는 에피소드를 소개했다.

어느 날, 한 병원에서 환자복 제작 의뢰가 들어왔다. 「대지를 위한 바느질」은 기존의 환자복들이 아픈 사람들이 입는 옷임에도 불구하고, 전혀 환경적으로 만들어지지 않는다는 것에 문제의식을 느꼈다. 이런 이유에서 친환경 환자복을 만들 것을 제안했고, 두 달에 걸쳐 무려 8번의 프레젠테이션을 통해 결국 병원의 승인을 받았다.

하지만 여기서 첫 번째 문제가 발생한다. 정작 승인을 얻고 나니, 친환경 병원복을 제작하는 곳이 없었던 것이다. 전 직원이 꼬박 두세 달을 매달려 노력한 끝에, 「대지를 위한 바느질」은 환자복을 납품할 수 있었다. 하지만 연이어 두 번째 문제가 발생했다. 잘못된 원단 선택으로 세탁 후 옷들의 크기가 모두 줄어들어, 두 달 만에 납품한 환자복을 전량 회수하여 교체해야만 했다. 문제는 여기서 끝나지 않았다. 일주일 뒤, 세탁 세제의 문제로 옷 색깔이 죄다 빠졌다는 전화가 걸려온 것이다.

이경재 대표는 인터뷰를 통해 “물론, 지금도 가끔 실수를 합니다. 하지만 실수를 하더라도 적어도 당황은 하지 않게 되었습니다. 좋은 일 뒤에는 분명 힘든 일이 올 테니 차라리 미리 대비해서 준비하고 있는 것이죠.”라고 말했다.

사업초기, 이러한 시행착오는 빈번하게 일어나는 일이었다. 지나고 보면 실패이건, 좌절이건 이 모든 일들은 과정일 뿐이며 그 덕분에 현재가 있는 것이고, 오히려 같은 실수를 반복하지 않을 수 있는 단단한 토대가 되어 준 것이 아닐까.

「대지를 위한 바느질」은 사회적기업으로서 다문화 및 저소득가정을 대상으로 한 무료 친환경 결혼식, 리틀 맘과 싱글맘 교육 및 일자리 창출 등 다양한 사회공헌활동을 통해 수익금의 일부를 사회에 적극 환원하고 있다.

비록 신생기업이지만 그동안 다양한 활동을 통해 각종 캠페인과 교육 사업을 진행해왔으며, 친환경에 대한 인식 개선에 크게 이바지 하고 있다. 「대지를 위한 바느질」은 2009년과 2011년, 2012년까지 저탄소 녹색성장 박람회에 참가하여 다문화가정 결혼식을 진행하고, 롯데그룹 CSR 유니폼, 의정부 시청 근무복(재활용 PET 섬유로 제작), 도원교통, 경성여객 운전기사 유니폼

등도 제작하였다.

2010년 10월 이경재 대표는 까르띠에(Cartier)가 선정하는 세계 여성 사업가(Women's Initiative Awards) 15인 중 한 명으로 선정되었으며, 2012년 서울시 환경보전분야 우수상, 같은 해 사회적기업 육성에 대한 공로로 고용노동부 장관 표창을 받기도 하였다. 최근 서울시가 사회문제 해결에 혁신적인 역할을 하는 사회적기업을 선정해 지원하는 '혁신형사회적기업'에 선정되기도 하였다.



대지를 위한 바느질의 꿈

「대지를 위한 바느질」은 그린디자인을 지향하는 에코 사회적기업이다. 이들이 우리 사회에 미치는 영향은 에코웨딩을 치르는 한 쌍의 부부를 탄생시킨다는 것에서 그치지 않는다. 우리는 경제적 성과를 뛰어넘어, 이들이 이룬 사회적 성과에 주목해야 할 것이다. 「대지를 위한 바느질」의 핵심은 '친환경 결혼식'이라는 새로운 결혼 문화이다. 친환경 결혼식의 또 다른 의미는 합리적인 결혼식이다. 과소비가 만연하는 보여주기 식의 결혼이 아닌, 합리적으로 내가 만들어나가는 결혼 문화인 것이다. 「대지를 위한 바느질」의 비전은 환경(Eco), 합리적 소비(Economy), 윤리(Ethic)의 3E이다.

① Ecologic 환경 「대지를 위한 바느질」은 친환경 결혼 문화를 통해 환경에

많은 긍정적인 영향을 주었다. 낭비가 없는 결혼 문화를 만들기 위해, 화분으로 대신하는 꽃 장식, 친환경 청첩장 등 환경에 피해가 가지 않는 결혼 문화를 만들어가고 있다.

② **Economy 합리적 소비** 「대지를 위한 바느질」의 결혼식은 패키지로 묶인 스튜디오 촬영, 드레스, 메이크업이 아닌, 원하는 것만 선택할 수 있도록 진행하고 있다. 과소비, 허례허식으로 점철된 획일적인 결혼이 아닌 합리적인 비용으로 이뤄진 의미 있고 아름다운 결혼 문화를 지향한다.

③ **Ethic 윤리적 생산** 「대지를 위한 바느질」은 친환경 결혼식을 통해 탄생한 녹색가정이 지속적인 에코라이프 스타일을 지향할 수 있도록 다양한 친환경 제품을 제공한다. 오가닉코튼, 천연염색, 옥수수전분 섬유, 천연한지 섬유, 천연뽕기품 섬유 등을 주재료로 제작된 드레스는 예식 후 일상복으로 수선하여 평생 간직할 수 있다.

자연과 사람이 공존하는 세상을 지향한다.

이경재 대표는 ‘좋은 디자인이란 무엇인가, 세상에 필요한 디자인이란 무엇인가’를 끊임없이 연구하고 고민하는 디자인 그룹을 만들어가고자 한다. 현재 지구 생태환경 문제가 심각하다는 사실을 깨닫고, 디자이너의 책임과 그에 따른 역할이 중요함을 인식하며 나아가 실천하는 자세가 기본이 되어야 한다고 말한다. 「대지를 위한 바느질」은 대다수의 디자이너들이 우러러보는 화려한 캣워크 위의 세상이 아닌, 우리 주변에 정말 필요하지만 디자이너의 손길이 닿아있지 않은 ‘디자인 불모지’에 디자인의 싹을 내리는 작업을 계획하고 있다.

interview

**이 경 재** 대지를 위한 바느질 대표**기억에 남는 고객이나 에피소드가 있으신가요?**

옥수수 전분 원단으로 만든 웨딩드레스가 예식 전날 망가진 적이 있었어요. 3, 4일을 밤새워 만든 드레스가 다림질 중에 그만 구멍이 나버린 거예요. 옥수수 전분으로 만든 옷은 60도 이상을 견디지 못한다는 사실을 몰랐었던 거죠. 결국 드레스를 밤새 다시 만드는 해프닝을 겪고 말았어요. 밤새 드레스를 다시 만들어서 신부님께 입혀 드리고 식이 진행되는 모습을 보았는데, 그 어느 때 보다 뿌듯했어요. 그때가 가장 기억에 남네요.

‘대지를 위한 바느질’을 창업하게 된 배경을 알려주세요.

저는 대학에서 의상 디자인을 전공하고, 졸업 후에는 전공을 살려 SBS Artech 의상팀 등 패션 업종에서 2년 정도 근무했어요. 워낙 옷을 좋아해서 일 자체는 즐거웠지만, 왜 이 일을 하는가에 대한 명확한 해답을 찾지 못해 항상 정신적으로 방황하고 있었죠. 그러던 중 우연히 텔레비전에서 유명 연예인의 웨딩드레스를 보게 되었고, 어째서 겨우 두세 시간 입을 웨딩드레스가 무려 수천만 원에 달하며, 그런 고가의 드레스가 과연 부러움의 대상이나 자랑거리로 방송에 소개가 될 정도로 좋은 드레스인지 의문이 들었지요. 이후 알아본 바로는 실크나 천연 소재로 된 드레스들은 워낙 고가라 실제로 보통 사람들은 잘 입지 못하고, 실크처럼 보이는 석유계 합성섬유 드레스를 대여해서 입는데 5번 정도 입고 나면 이후 폐기처리된다는 거예요. 짐작하시겠지만, 이 드레스들이 썩지 않아 고스란히 환경문제로 연결되고 있었습니다. 그 때 바로, 저렴하면서, '환경에도 이로운 웨'

딩드레스를 만들어야겠다'고 생각했죠. 처음에는 개인적인 도전에 불과했어요. 천연 섬유로 드레스를 만들어 전시회를 열었는데 많은 사람들이 공감해주었고, 전시회를 본 어떤 분이 자신의 블로그에 사진을 올렸는데, 그 블로그를 본 어떤 분이 자신의 결혼식에 친환경 웨딩드레스를 입고 싶다는 연락이 왔고, 그 드레스를 만들어 준 것을 시작으로 여기까지 오게 되었네요.

사회적기업 창업을 꿈꾸는 후배 기업가들에게 조언 한마디 부탁드립니다.

어떠한 것을 하던 간에 너무 빨리 '어떤 하나'를 정하지 말라고 말하고 싶어요. 그 '무언가'를 정해버리는 순간 오히려 불안해지고, 다른 경험의 기회들을 놓쳐버리기 쉽거든요. 또 본인이 선택한 '그 하나'의 것에 대해 실패나 좌절을 경험하게 되면, 모든 것을 잃은 것처럼 낙심해서 그 다음 다른 선택을 주저하는 경우가 생기지요. 처음 일을 시작할 때, 다양한 경험을 통해 자신에게 무엇이 맞는지 스스로 찾아야 할 것입니다. 무조건 '하고 싶다, 좋다'고 해서 시작할 것이 아니라, 다양한 자료와 정보를 통해, 많은 것을 알아보고 배워나가면서 신중하게 준비하는 것이 좋을 것 같습니다. 결론적으로, 당장의 창업이나 조직 설계에 조바심 내지 말고 신중한 결정을 내리라고 조언하고 싶네요.

website www.ecodress.net email storyflower@haja.or.kr

phone 070.8840.8826

location 서울 영등포구 영신로 200(영등포동7가) 하자센터 306호

6 지리산둘레길



「지리산둘레길」은 여행을 통해 자기성찰의 시간을 가지려는 이들에게 감성적 욕구를 충족시켜주고자 한다. 또한 지역문화공동체사업을 지향하는 지리산둘레길은 방문객과 거주민간의 상생을 위한 프로그램을 개발하고, 도시와 농촌이 공생하는 길을 찾기 위해 꾸준한 연구와 노력을 기울이고 있다. 소득의 격차로 인해 빈부격차가 날로 심화되는 양극화의 시대에, 민간이 주도하는 사회적기업의 방향을 찾는 일은 현 시대에 절실히 필요한 일이 아닐까.

「지리산둘레길」 프로그램에서는 지리산마을의 전통놀이 및 옛 생활을 재현한 다양한 체험을 통해 인간과의 교류를 배울 수 있다. 또, 느끼고 배워가는 체험공정여행 프로그램 과정은 다양한 놀이를 통해 ‘창의적인 생각’을 심어줄 수 있다는 점에서 큰 의미를 지닌다고 볼 수 있겠다. 말로만 전달되는 ‘교육’이 아닌 생생한 ‘이야기’를 나누고 그 이야기 속으로 함께 체험할 수 있는, 그림으로써 단순히 이야기를 기억하는 것이 아닌 역사와 문화를 ‘사람’과의 추억으로 간직할 수 있는 그런 여행이 바로 지리산둘레길 여행이다.

성찰의 길에서 공생의 길을 찾는다.

「지리산둘레길」은 지리산권의 새로운 가치를 창출하고 도시민에게는 건강한 삶을, 지역사회에는 활력을 제공해 공정여행 문화의 새로운 장을 열고, 행복한 소통과 건강한 삶,



아름다운 나눔, 도·농간 공생의 길을 열고자 노력하고 있다. 그들은 지리산 둘레길을 통해 일자리를 얻게 된 지역민도, 소득증대 및 창출을 얻게 된 주민도, 여행을 경험하고 농 특산물을 이용하게 되는 도시민들도 모두 건강하고 행복한 삶을 누리며, 서로 간에 아름다운 소통이 이어질 수 있기를 바라고 있다.

주요사업 ▼

체험공정여행 기획 및 진행	- 지리산둘레길 주변마을을 테마로 한 공정여행 기획 - 마을과 연계한 체험을 접목한 슬로우투어의 활성화 - 한국농어촌공사-도농교류사업 진행
지역자원을 활용한 관광자원 개발	- 지역 축제 및 관광지와 연계한 여행 기획 및 진행 - 코레일 협약(정기적인 여행상품 개발) - 문화체육관광부-생태탐방로 조성사업(흥부길)
지리산둘레길 거점사업장 운영	- 구건별 거점센터 운영으로 지리산둘레길 방문 단체객 및 일반 관광객을 대상으로 한 쉼터, 안전한 길동무안내 서비스 등
지역특산품개발 및 집약판매	- 지리산둘레길과 남원지역의 농·특산품을 활용 새로운 특산품 개발 (둘레빵, 허브비누, 허브차) - 지역의 농·특산품을 집약하여 지리산둘레길 쇼핑물을 통한 판매로 연계하는 판로 개척

「지리산둘레길」의 박문화 대표는 남원에서 NGO활동을 하고, 남원시 시의회에서 근무하면서 지역사회의 당면 과제를 누구보다 뾰족깊이 느꼈다고 말한다. 그간의 사회경험을 바탕으로 천년의 유구한 역사를 가진 남원지역의 풍부한 지역적 가치를 활용하여 지역과 취약계층의 삶에 보탬이 되고자하는 꿈을 품고, 「지리산둘레길」을 설립하게 된 것이다.

「지리산둘레길」의 근로자 중 취약계층의 비율은 75%를 상회한다. 박문화

대표는 직원들의 심리적 안정을 위해 주기적인 상담을 진행하고 있으며, 이를 통해 매일 새로운 힘을 얻고 있다고 말한다. 대화를 통해 직원들 서로 간에, 조직과 직원들 서로 간에 이해하고 소통하는 문화가 정착되었다며, 이를 지리산둘레길의 가장 큰 핵심역량으로 꼽았다.

「지리산둘레길」은 설립된 지 이제 2년차에 지나지 않는다. 그동안 자금의 압박으로 급여를 제대로 지급하지 못한 경우도 있었고, 회사가 나아가야 할 방향을 정하지 못해 고민하는 등 힘든 시기가 수차례 있어왔다. 박문화 대표는 그럴 때마다 서로 격려하며 참고 견디는 원동력이 되어준 직원들에게 무한한 감사함을 느낀다고 전했다. 직원들의 가족과 같은 격려가 없었다면, 그 모든 위기를 견디기 어려웠을 것이다. 이는 직장 내의 아름다운 소통이 위기를 견디는 가장 큰 원동력이 된 대표적 사례라고도 볼 수 있겠다.

또한 박문화 대표는 ‘지리산둘레길 로컬커뮤니티 비즈니스’를 진행하며 적게나마 마을에 수익이 발생하여 마을의 어르신들이 깊은 감사로 보답할 때, 그리고 이를 통하여 지역사회에 일익을 담당할 수 있을 때, 적은 급여이지만 직원들이 열심히 일하며 사업에 자신들의 마음을 담아줄 때 가장 큰 보람을 느낀다고 말했다.



「지리산둘레길」은 향후 지역 농촌 관광의 활성화를 통하여 취약계층에게 반듯한 일자리를 제공하고, 고령화되어가는 농촌에 새로운 활력을 불어넣는 ‘지역에서 가장 사랑받는 사회적기업’으로 발전하겠다는 포부를 밝혔다.



interview



박 문 화 지리산둘레길 대표

가장 기억에 남는 고객이 있다면 소개해 주세요.

2012년 여름, 광주 시골마을에서 프로그램 진행 중, 한 고객이 불의의 사고를 당했죠. 직원들과 함께 점심을 준비하시다 무거운 물건에 발을 짚어버렸어요. 결국 골절을 입으셨는데도 불평 없이 도리어 저희를 걱정해 주셨죠. 일정을 마치고도 계속 연락을 주시며, 고객의 입장에서 조언을 해주십니다. 이 분께 진심어린 감사를 표하며, 큰 힘과 용기를 얻었다는 말을 전하고 싶어요.

사회적기업 창업을 꿈꾸는 후배 기업가들에게 조언 한마디 부탁드립니다.

한 선인의 글을 빌리자면, 길은 본디부터 있는 것이 아닙니다. 미지의 땅을 누군가가 처음 밟고 뒤이어 다른 누군가가 지나가고, 이런 과정이 반복되면 마침내 길이 생기는 것이죠. 지금 힘든 이 길은 길이 아니라면서 저를 걱정하는 분들도 많지만, 포기하지 않고 가고 또 가다보면 길은 꼭 만들어질 겁니다. 길은 가지 않으면 본디 없는 것이니, 멈춤 없이 걸어야겠죠. 후배 기업가 여러분, 참고 또 건디면 마침내 뜻을 이룰 수 있습니다!

나에게 사회적기업이란

아름다운 소통이다.

website www.jirisanstory.kr email jiri11@hanmail.net

phone 063.634.2525 fax 063.634.2524

location 전라북도 남원시 용성로 30(하정동)

7 솔라피데

「솔라피데」에서 만드는 쿠키 하나에는 수백 가지의 아름다운 의미가 담겨 있다. 매일매일 작은 한 조각에 무엇을 담을 수 있을까 고민하며 온 정성으로 쿠키를 만들고 있는 기업, 「솔라피데」를 소개한다.

장애인의 꿈에 날개를 달아주는 기업, 솔라피데



10년이면 강산도 변한다지만, 요즘 현대인들은 하루단위도 모자라 시시각각 변하는 세상 속에 살고 있다. 하지만 여기, 달팽이처럼 느리지만 묵묵히 자신의 길을 걸은 「솔라피데」가 있다.

1999년 ‘우리도 할 수 있어요’라는 구호를 외치며 시작한 지적장애인의 재활훈련의 결실로 2005년 3월 「솔라피데」가 탄생하였다. 1999년 당시 장애인보호작업장의 업무환경은 너무도 열악했다. 거기다 사회복지사는 계속해서 “너네는 좀 가만히 앉아있어라”는 말만 되풀이 할 뿐이었다. 「솔라피데」의 이강수 대표는 장애인보호작업장을 떠난 후에도 그곳의 모습이 떠올라 마음이 괴로웠다고 전한다. 보통 장애인들에게 필요한 것은 타인의 ‘보호’와 ‘돌봄’이라 생각하기 쉽지만, 장기적으로 봤을 때 진정으로 필요한 것은 ‘사회성’이라는 사실을 깨달았던 이강수 대표는 장애인들을 함께 모아 일거리를 제공해주기로 결심했다. 현실적으로 무모한 생각이었지만, 그는 곧바로 실천에 들어갔다. 가장 먼저 쿠키를 주 종목으로 정했고, 전문가의 조언을 받아 지적장애인들에게 적합한 생산시스템을 준비했다. 물론, 쉽지는 않았다. 수많은 실패를 거듭하면서 지금의 「솔라피데」가 탄생한 것이다. 이후 생산 시스템이 자리를 잡으면서, 2009년 8월 사회적

기업 인증을 받았다.

「솔라피데」는 크게 3가지 사업을 하고 있다.

첫 번째는 제조업으로, 주 생산품은 우리 밀 쿠키와 머핀이다. 친근한 우리 먹을거리로 차별화한 제품들은 경남 한살림, 부산생협, 우리농 등에서 유통되고 있으며, 소비자에게 친환경 매장과 품질 그리고 담백한 맛으로 인기를 끌고 있다.

두 번째는 문화콘텐츠 사업으로, 솔라피데와 카페 ‘꿈달(꿈꾸는 달팽이의 줄임말)’에서 운영하는 공방이 그것이다.

마지막으로 푸드 마켓 형태로 운영되고 있는 나눔 운동이 있다. 잉여식품을 일괄적으로 나눠주는 푸드 बैं크와 달리, 푸드 마켓은 기부된 식품을 일반 마켓처럼 전시해놓고, 영세민들에게 나눠준 쿠폰의 가치만큼 골라서 가져갈 수 있게 한 시스템이다.

아름다운 손으로 빚은 아름다운 먹을거리



쿠키와 머핀은 어디서나 쉽게 소비할 수 있는 친근한 먹을거리다. 그러나 어느 먹을거리든, 그것을 생산하는 사람은 맛과 청결 두 가지 중

어느 하나도 소홀히 할 수 없다. 이러한 이유에서 소비자에게는 쉽지만 생산자에게 어려운 생산물이 먹을거리다. 더구나 이 상품을 장애인들이 만들어야 하니, 그 과정 또한 일반인들이 만드는 것에 비해 몇 배는 더 세심한 노력과 정성을 보태야 한다.

「솔라피데」가 만드는 쿠키와 머핀에는 특별함이 있다. 청국, 발아현미, 들깨, 유자, 허브 등 친근한 우리 먹을거리를 재료로 삼은 우리 밀 쿠키와, 양파, 고구마로 만든 머핀이 솔라피데의 주력상품이다. 최근에는 우리 밀국수 ‘만지락’을 개발해 휴게음식점 등에 납품하고 있으며 제과제빵의 주문제작도 시행하고 있다. 작은 출발이지만 차근차근 생산품을 다양화하면서 소비자에게 고르는 재미를 더해주고 있는 것이다.

희망 한 방울, 자부심 한 스푼

「솔라피데」의 쿠키는 먹는 사람뿐만 아니라 만드는 사람에게도 특별하다. 조금은 느리고 투박하지만 장



애인들의 손으로 하나하나 빚는 쿠키에 들어가는 정성은 그 어느 화려한 고급 수제 쿠키 못지않다. 무엇보다 솔라피데의 쿠키와 머핀에는 우리의 손으로 질 높은 먹을거리를 만든다는 장애인들의 자부심도 한 스푼 더해 있다. 주 판매처는 생활협동조합과 유기농판매점이며, 기관이 소재한 부산 남구청으로부터 각종 행사 초청 및 판매를 지원받고 있다.

행복을 구워요

「솔라피데」는 먹을거리를 만드는 프랜차이즈형 사회적기업에 도전하여 단순 제조업이 아닌 인간존중의 문화 콘텐츠를 개발하는 사업장으로서의 진화를 꿈꾸고 있다. 서두르지 않고 장애인들과 함께, 이웃과 함께 가는 작고 느린 발걸음을 내딛고 있는 「솔라피데」의 발전이 기대된다.

interview



이강수 솔라피데 대표

솔라피데가 일구어낸 소중한 사회적 가치나 성과가 있다면요?

솔라피데가 걸어온 길 자체가 사회적가치의 실현을 위한 길이라고 해도 과언이 아니라고 생각합니다. 특히 장애인들도 올바른 방향만 제시해 준다면 질 높은 생산물을 창조할 수 있는 사례모델을 보여줬다는 점을 강조하고 싶어요. 또한 이웃과 동떨어진 장애인기업이 아닌 지역주민과 함께 하는 지역사회의 일원으로서 활동하게 된 점 역시 소중한 성과로 평가할 수 있습니다.

향후 솔라피데가 나아갈 방향, 또는 지향하는 가치는 무엇인가요?

느리지만 성취하고 싶은 것이 있다는 것, 사실 그것이 오직 장애인들만의 바람은 아닙니다. 사회적기업이 가진 고민과 풀어야 할 과제도 당장 해결하기는 힘들더라도, 그 자체가 귀한 것이지요. 혼자서는 힘에 부치기도 할 것입니다. 저희 솔라피데는 사람이 함께하는 곳입니다. 여럿이 모여 운동성을 만들고, 점차 그 운동이 활발해져 우리 사회에 가치 있는 존재가 된다면 얼마나 행복할까요.

나에게 사회적기업이란

함께 나누며 살기 위해 운영되는 기업이다.

website www.woorimilcookie.com email storyflower@haja.or.kr

phone 051.628.0915 fax 051.628.8045

location 부산 남구 수영로219번길 43(대연5동)

8 문화로놀이짱

문화로놀이짱

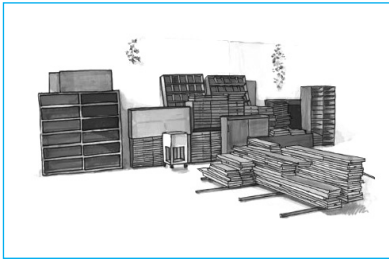
삶이 윤택해지고 ‘보이는 것’에 대한 욕망이 증대됨에 따라, 대부분의 현대인들은 옷이며, 차며, 집이며 모든 것을 유행에 따라 바꾸고 싶어 한다. 인테리어나 가구도 마찬가지다. 낡은 것은 물론, 비교적 멀쩡한 가구들도 버리고 새로운 것으로 교체한다. 하지만 아이러니하게도, 우리나라의 폐가구 재활용 비율은 3%도 채 되지 않는다. 그만큼 버려지는 나무가 많다는 것이다. 이런 나무들에게 새로운 생명을 불어넣는 사람들이 모여 있는 곳, 바로 「문화로놀이짱」이다. 「문화로놀이짱」은 2010년 1차 서울형 예비사회적기업으로 지정된 이후, 같은 해 12월 사회적기업 인증을 받았다.

「문화로놀이짱」은 무분별하게 버려지고 대부분이 매립·소각되는 가구들을 저장할 수 있는 공공 창고와 지역의 공동 작업장인 공공 공방을 운영하고 있다.

우리동네 작은공방

「문화로놀이짱」은 홍대 주변의 젊은 예술가들이 생산적인 일과 스스로 자립할 수 있는 공간을 만들기 위해 조직되었고, 일상의 접근에서 탄생된 비즈니스라 할 수 있겠다. ‘주변에서 버려지는 물건들을 다시 사용할 수 있으면’ 하는 생각과 창작공간을 만들어야 한다는 고민에서 출발한 문화로놀이짱은 이러한 활동이 ‘그들만의 리그’로 끝나지 않게 하기 위해 지역사회, 지역민들과 소통할 수 있는 문도 활짝 열어 두고 있다. 즉 「문화로놀이짱」의 작업이

이루어지는 공간은 평소 지역주민들에게 창작 공간으로 활용되고 있는 것이다.



「문화로놀이짱」은 구매하고 소비하는 것에만 익숙해져 이러한 활동 자체에 종속되어 살아가고 있는 현실에 새로운 충고를 고한다. 구매와 소비를 통해 물건을 사용하는 것에서만 끝나는 것이 아니라, 다른 사

람들이 소비한 물건들을 다시 사용하게 되는 긍정적인 활동을 만들고자 하며 이런 활동들을 교육하고 있다. 이것이 「문화로놀이짱」이 만들어내는 사회적 가치이다.

「문화로놀이짱」의 사회적 미션은 우리 주변의 자원들이 쓰고 난 뒤 버리는 1회용이 아님을 망각하지 않고, 이들이 선 순환할 수 있도록 기여하여, 다양한 창조적 문화 활동이 이뤄지도록 지원하는 것이다.

우리가 흔히 쓰는 ‘재활용’이라는 말의 의미는 다양하다. 폐가구의 재활용은 판자로 분리하는 것, 아예 분쇄하는 것, 용도를 변경하거나 수리하여 다른 가구로 재탄생시키는 것 등 다양하다. 안연정 대표를 비롯한 이곳의 직원들은 이러한 다양함이 사회가 「문화로놀이짱」에 기대하는 것이라는 생각으로, 남다른 책임감과 사명감을 느끼고 있다. 안연정 대표는 마을마다 함께 사용할 수 있는 공공재원인 공방이 생겨나고, 공방을 통해 스스로 생산을 넘어 창작하고 대물림 하면서 살아가는 문화를 만들고자 계속해서 노력하고 있다.

가치 있는 재활용 가구, 착한 나무에서 착한 가구로

재활용가구라고 하면 저가형 가구를 떠올리는 사람들이 많다. 「문화로놀이짱」도 사업초기에는 재료비가 절감되니 저렴한 가격에 판매가 가능할 것이라고 생각했으나, 수작업으로 가구를 만드는 일은 그야말로 노동집약적 산업으로 일반 DIY가구보다 높은 가격을 책정할 수 밖에 없음을 알게 되었다.

물론 「문화로놀이짱」이 만드는 가구는 일반 시중의 가구들과는 사뭇 다르다. 이곳의 가구는 건강한 나무로 만들어진다. 이미 잘 알려져 있듯, 일반가구의 목재들은 대부분 합성본드를 사용하여 목재들을 결합하기 때문에 몸에 좋지 않은 환경호르몬이 배출된다. 하지만 「문화로놀이짱」의 가구는 시간이 지남에 따라 목재에 함유되어 있던 나쁜 성분들은 점차 사라지게 된다. 건강한 나무를 사용하여 제품을 디자인하고 제작하는 것이다. 이처럼 「문화로놀이짱」은 단순한 자원의 순환을 넘어서, 소비자들의 건강한 삶에 대해 고민하고 걱정한다.

「문화로놀이짱」은 다양한 사람들과 생각을 공유하고 소통하며 따뜻한 마음을 담아 우리들의 건강하고 편리한 생활을 위한 가구들을 만들고자 한다. 안연정 대표는 공방을 통해 스스로 생산함을 넘어 창작하고, 대물림하면서 살아가는 활기찬 지역문화를 만들고자 노력하고 있다.

자투리시장 「문화로놀이짱」이 가구수리, 교환시장으로써 2006년부터 진행해오던 시장 만들기 프로젝트의 1/4house 버전이다. 1/4house는 현재 문화로놀



이짱에서 만드는 재활용 가구 브랜드 이름이다. 「문화로놀이짱」의 ‘시장을 넘어 시장을 만든다’라는 사업 모토의 일환이자 생활문화캠페인의 연장선에서 가구가 버려지는 상황을 해결할 수 있는 방법으로 고장 난 가구를 수리하고, 필요 없는 가구 및 나무 소품을 교환하는 시장을 만들고자 하였다.

옥상공방 프로젝트 스스로 일상의 문제를 해결할 수 있는 동네 공동작업



장 만들기 프로젝트로 2009년 (구)서교동사무소에서 탈바꿈 된 서교예술실험센터 옥상에서 2010년 8월까지 홍대 앞 예술가들과 지역주민들이 사용할 수 있는 공동작업장인 공공공방 만들기를

실현하였다.

지구를 여행하는 자취하이커를 위한 안내서 2010년 「문화로놀이짱」이 주최한 재활용 목공 워크숍의 또 다른 이름으로, 자취생들의 생활개선을 주제로 한 행사를 진행하였다. 젊은 예술가 및 1인가구가 많은 홍대 앞의 문화적 특성을 고려하여 20,30대 청년들을 주 대상으로 하였다. 종이박스에서 탈출 하자는 콘셉트의 수납장 만들기, 나만의 밥상 만들기 등 실생활에서 기본적으로 필요한 가구를 만들었으며 자투리 나무들은 장난감, 나무 스피커 등의 소품 만들기 작업으로 활용했다.

interview



안연정 문화로놀이짱 대표

설립 이후의 성과는 무엇이라 생각하시나요?

저는 경제, 사회적 성과에 앞서 무엇보다 창립 멤버들이 여전히 이곳에 남아주고 있다는 점을 커다란 성과로 꼽고 싶네요. 이들과 함께 작업실에서 머리를 맞대고 구상했던 실험들을 사례화해 보았던 것도 큰 성과겠지요. 또한 지역주민들과의 다양한 활동을 통해 그들을 문화로놀이짱의 소비자로 만들 수 있었어요. 가구를 구입하셨던 분들이 지금까지도 저희의 적극적인 홍보자가 되어 주고 계세요.

대표님만의 인생의 철학을 말씀해주세요.

개개인의 자발적 에너지가 우리 삶을 창의적이고 상식적이며 풍요롭게 만들어 가고 있다고 생각해요. 자발적 에너지를 양성하기 위해서는 무엇보다 즐겁게 일하는 것, 재미있는 일을 하는 것이 중요하겠지요. 나아가 혼자 아닌 주변 사람들과 함께 즐겁게 일할 수 있는, 일종의 정서적 공동체를 만드는 것 또한 필요합니다. 모든 사람들이 일상 속의 소소한 부분에서부터 풍요로움을 발견하고, 상상의 나라를 펼쳐 재미나고 즐거운 인생을 살수 있다면 좋겠어요.

website www.norizzang.org email Norizzang@Gmail.com

phone 02.335.7710 fax 02.335.7789

location 서울 마포구 성산2동 515-19

02 예비사회적기업

1 돈워리컴퍼니

「돈워리컴퍼니」에서 판매하는 걱정인형(Worry Doll)은 과테말라 고산지대 인디언들의 한 전설에서 유래되었다. 내용인 즉, 걱정이 많아 잠을 못 이루는 아이에게 할머니가 작은 인형을 건네주면서 “이 인형에게 네 걱정을 이야기한 다음, 베개 밑에 두고 자거라. 자는 동안 그 걱정을 대신 해 줄 거란다”라고 말했다. 아이는 그 날 이후로 걱정은 걱정인형에게 맡기고 편하게 잠 들 수 있었다. 이 이야기는 입에서 입으로 전해 내려와, 현재까지도 전 세계적으로 많은 걱정인형이 만들어지는 배경이 되고 있다.



「돈워리컴퍼니」의 김정원 대표는 20대 초반, 철학을 공부하기 위해 미국으로 떠났다. 타지 생활과 공부에 대한 걱정들로 힘들어 하던 중, 걱정인형의 전설을 전해 듣고 큰 감동을 받았다. 그리고 본인과 같은 고



민을 하고 있는 사람들에게도 이를 알리면서, 벌어들인 수익금을 좋은 일에 사용하면 좋겠다는 생각으로 걱정인형을 제작하였고, 일체의 홍보 없이 판매를 시작하였다.



축하합니다. 걱정이 해결되었네요.

「돈워리컴퍼니」는 고객이 직접 홈페이지에 걱정을 올려야 제작에 들어가는 방식을 채택하고 있다. 그리고 그 걱정을 토대로 걱정인형이 만들어

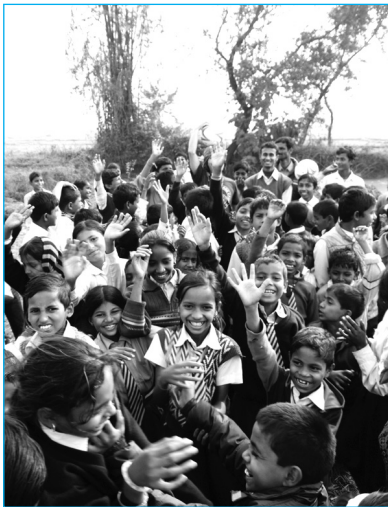
진다. 걱정인형의 크기는 1.5cm 정도로 여러 가지 색실을 철사에 감아 만드는 100% 수제작 인형이다. 철사와 색실, 주황색 종이, 색모래 등을 사용하여 제작되는 걱정인형은 어떠한 걱정을 대신 들어주어도 끄떡없을 정도로 담당한 표정을 유지하고 있다. 5개의 걱정인형들 중 노란색 걱정인형은 천사 걱정인형으로 나머지 걱정인형들의 걱정을 들어주는 역할을 한다. 1.5cm의 자그마한 걱정인형들을 잃어버린다면 기뻐할 일이다. 그건 바로 걱정이 사라졌다는 뜻이니까 말이다.

「돈워리컴퍼니」는 다문화 가정의 여성들이 손수 제작하는 걱정인형 외에도 걱정인형 도서, 어플리케이션 등 다양한 콘텐츠 개발 및 판매를 통해 더 많은 사람들의 걱정을 대신해주기 위해 노력하고 있다.

「돈워리컴퍼니」의 걱정인형은 사람들의 걱정을 털 수 있는 인형을 제작하는 것으로 끝나지 않는다. 돈워리컴퍼니는 판매수익금의 일정 금액으로 축구공을 구입해 제3세계로 전달하는 캠페인을 진행 중이다. 현재까지 캄보디아 등지를 돌며 5개국에 500개 이상의 축구공을 전달해왔다. 걱정이 많아 걱정인형이 많이 팔리는 것은 또 다른 걱정이지만, 우리의 작은 걱정을 나눔으로써 제 3세계 어린이들이 건강하게 자라며 축구를 할 수 있다면 그것만으로도 우리들의 걱정이 조금은 줄어들지 않을까 싶다.

돈워리컴퍼니의 성공요인은 “진심”

「돈워리컴퍼니」의 사례는 무엇보다 진심을 통한 마케팅에 감동한, 고객의 자발적인 입소문으로 성장한 케이스라고 할 수 있겠다. 김경원 대표는 “‘언젠간 나의 진심을 알아주겠지’ 라는 마음으로 꾸준히 그리고 천천히, 무엇보다 유머러스하게 다가가도록 노력하고 있어요”라고 말하며, 이야기 하나를 들려주었다.



한 의사가 있었다. 그는 어느 날 자신의 환자가 유난히 걱정애 잠긴 표정으로 앉아 있는 것을 보고 이유를 묻게 되었고, 괜히 불안하다는 환자의 말에 ‘괜찮을 거다. 걱정하지 말라’며 다소 무성의하게 대답을 하고 지나쳤다. 그런데 다음날, 의사는 뜻밖의 소식에 소스라치게 놀라게 된다. 그 환자가 자살을 했다는 것이다. 이후 의사는 그 환자의 영정 앞

에 걱정인형을 올리고 싶다는 이야기를 돈워리컴퍼니 게시판에 올리게 되었다. 김경원 대표는 이 사연을 접한 뒤, 걱정인형이 누군가의 삶에 중요한 역할을 할 수 있음에 새롭게 각성하게 되었다고 말한다. 그 후로는 어느 순간에라도 진심으로, 진지하게 걱정을 대하게 되었고, 지금까지도 무슨 일이 있든 간에, 걱정인형의 눈코입 만큼은 김경원 대표 본인이 만들고 있다고 한다.

많은 사람들이 지닌 걱정을 위로함으로써 사회적 가치창출을 이뤄내는 것은 그 의미로서나 숫자로서나 큰 역할을 기대할 수 있겠다. OECD 국가 중 자살률 세계 1위인 우리나라는 정신건강에 대한 관심이 부족하다. 정신적 고통을 겪

고있는 사람들에게 위로의 말을 건네고, 그 위로를 통해 다른 공간의 아이들에게 꿈을 주는 것은 이 세상에 반드시 필요한 일이다. 남에게 쉽게 털어놓지 못하는 걱정을 이 작은 인형들이 대신 들어준다는 자체로도 위로와 심리적 안정감을 받을 수 있다. 실제로 미국의 아동병원 등에서 심리 안정치료의 도구로도 비슷한 기법이 사용되고 있다고 한다.

걱정인형은 최근까지 고3수험생들의 수요가 가장 많았고, 학업난과 이성문제로 고민하는 학생, 고시생, 취업준비생, 직장인에 이르기까지 스스로를 위한 작은 위로의 선물로 주문량이 점차 늘어나고 있는 추세다.

옆에서 조용히 위로의 말 한마디를 건네는 친구 같은 기업이 되는 것이 돈 워리컴퍼니의 바람이다. 김정원 대표는 불현듯 찾아와 떠들썩한 위로를 건네고 떠나간다면 그것은 결코 위로가 될 수 없다고 생각한다. 때문에 그는 천천히 그리고 차분하게, 사람들의 옆자리를 지키며 응원하는 작은 기업을 만들어가고자 한다.

그의 바람은 단 하나. 모두가 걱정 없이 행복해졌으면 좋겠다는 것이다. 걱정인형이 보다 많은 사람들을 위로하고, 세상 사람들이 서로 질투하고 시기하기보다 사랑하며, 각자의 위치에서 행복을 느끼며 세상과 깊숙이 소통하는 것이다.

interview

**김 경 원** 돈워리컴퍼니 대표**회사를 운영하면서 가장 보람을 느끼는 때는 언제인가요?**

아무래도 걱정인형을 받고 걱정이 해결이 됐다거나 많은 위로가 되었다는 이야기를 들을 때 가장 기분이 좋아요. 걱정인형 제작은 수작업이다 보니 손이 많이 가는데, 주문량이 밀리면 사실 많이 힘들죠. 하지만 많은 사람들의 격려가 있기에, 그 고통을 극복할 수 있는 것이 아닌가 싶어요.

사회적기업 창업을 꿈꾸는 후배 기업가들에게 조언 한마디 부탁드립니다.

먼저 자신이 하고자 하는 일이 어떤 일인지 정확히 파악해야 해요. 그리고 그것이 이 세상에 정말로 필요한 일이라면 무조건 밀어붙일 수 있는 추진력이 가장 중요하다고 생각해요. 기업을 성장시키고 돈을 버는 것은 나중의 일이에요. 스스로 사회적기업임을 증명할 수 있는 사회적 가치를 우선 고민하고 접근하는 것이 여러분의 첫 번째 과제가 될 것입니다.

나에게 사회적기업이란?

위로이다.

website www.dontworryworry.com

phone 02.415.6187 **fax** 02.424.6187

location 서울 송파구 위례성대로 18(방이2동) 금복빌딩 1001호

2 시지온

c|z|o|n



2008년 ‘국민배우’ 최진실의 죽음은 많은 사람들을 충격 속으로 빠트렸다. 당시 그녀는 활발하게 작품 활동을 하고 있었고 비록 이혼했으나 두 아이와 함께 행복했으며, 절친한 친구들과의 일상은 부족함이 없어 보였다. 그랬던 그녀가 세상과의 작별을 결심한데는 인터넷 악성 댓글이 큰 영향을 미쳤다는 사실을 부정할 수 없을 것이다.

같은 해, 미국산 소고기 수입을 두고 대한민국이 또 한 번 들썩였다. 광장에서만큼 공방이 뜨겁게 달궈진 곳은 바로 사이버공간이었다. 너도나도 할 말이 많은 시기에 인터넷이라는 거대한 소통의 창구는 사람들로 초만원 상태였다. 포털마다 네티즌들이 모여들었고 게시물 하나가 올라오면 별떼같이 댓글이 달렸다. 하지만 익명의 그들은 자신과 다른 의견을 포용하지 않았다. 대체로 건강한 토론이 이뤄졌음에도, 상식 이하의 일부 댓글은 인터넷 전체에 대한 우려를 낳았다. ‘연세리더스클럽’ 소속 대학생들은 이러한 상황을 목격하면서 인터넷 문화에 문제의식을 갖게 되었고, 이는 ‘인터넷 문화를 바꾸는 기업을 만들자’라는 행동으로 실천되었다. 이들은 사소해 보이는 악성댓글이 개인과 사회에 미치는 파괴력과 영향력에 주목하여, 이를 해결하면 더 나은 사회가 되리라 믿었다.

그리하여 탄생한 것이 「시지온」이다.

악플잡는 청년기업 시지온

「시지온」의 소셜댓글 서비스 라이브리(LiveRe)는 Live(살아있는)와 Reply(댓글)의 합성어이다. 소셜댓글은 주민등록번호를 입력하면 곧바로 댓글을 작성할 수 있었던 기존의 방식과는 다르게, 트위터나 페이스북 북과 같은 개인 SNS로 로그인해야만 댓글을 작성할 수 있게 하는 인터넷 플러그인이다. 인터넷에서 기사를 읽다 보면 기사 하단의 댓글 영역이 이전과는 다르게 생긴 것을 발견할 수 있을 것이다. 이와 같은 소셜댓글 플러그인으로 댓글을 작성하면 기사 하단에도 댓글이 남지만 자신의 트위터나 페이스북 북으로도 댓글이 전송되어서 친구와 댓글을 공유하게 된다. 이는 국내 최초의 소셜댓글 서비스로써 언론사 및 정부기관, NGO, 소셜커머스 등 400여개 기관에 설치되어 있다.

소셜댓글이 악성댓글을 감소시키는 메커니즘은 간단하다. 소셜댓글을 작성하면 친구들에게 댓글이 전송되기 때문에 악성댓글을 작성하려다가도 한번은 더 생각하게 된다. 아무리 화가 나고 욕설과 비방을 시작하고 싶다가도 결국은 나의 인격을 깎아 내리는 일임을 알게 되는 것이다. 결국 소셜댓글은 ‘나의 댓글’을 책임지는 소통의 채널이 된다. 이러한 서비스를 통해서 악성 댓글의 감소와 스팸댓글의 차단 효과를 불러오면서, 동시에 마케팅 효과 극대화를 취할 수 있는 일석이조의 구조를 가지고 있다.

「시지온」의 김범진 대표는 사람들이 사용하는 어떤 기호들이나 커뮤니케이션 방법 등에 관심을 갖고 있었다. 대학교에서 화학공학을 전공하면서 연세사이버커뮤니케이션랩에서 사이버 공간에서의 사용자 행동들을 분석했고, 에너지, 엔트로피 등의 개념들을 인간 커뮤니케이션에 접목시키는 것들에 대해서 흥미를 갖고 있었다. 김범진 대표는 악성댓글로 인한 연예인들의 자살 사건이 중요한 사회적 문제이고, 온라인상에서 악성 댓글을 줄이고 역으로

건강한 토론이 활성화된다면 큰 사회적 가치가 될 것이라고 생각했다. 관련 수업들을 들으면서 자신이 이 일에 한번 도전해보아겠다고 다짐한 것이 「시지온」의 시작이었다. 이후에 사회적기업이라는 용어가 생기게 되면서 그는 우리가 지키려는 가치에 대해서 최소한의 제도적 울타리는 필요하다고 생각하게 되었다.

「시지온」의 라이브리는 개발되고 난 후 꽤 오랜 시간 찬밥신세를 면치 못했다. IT벤처로부터 수익모델이 확실하지 않다며 벤처로서 결격이라는 평가 받았고, 많은 언론사들에 제안했지만 승인받는 것이 쉽지 않았다. 그 때 시지온의 라이브리를 가장 먼저 채택한 곳이 IT뉴스를 전문적으로 다루는 블로터닷컴이었다.

그 후로 성공의 궤도에 올라탄 「시지온」은 IT기업으로는 최초로 서울시 예비사회적기업으로 지정받았다. 「시지온」의 비즈니스 모델은 간단하다. 라이브리 솔루션을 탑재하고 1년의 사용기간 동안의 사용료를 받는다. 이 외에 라이브리 관련 부가 서비스 판매와 광고 제휴를 통해서 수익을 창출하고 있으며, 2012년도 예상 매출액은 15억 원이다. 라이브리 솔루션은 1년간의 라이선스 기간을 설정하여 각 사이트 및 회사 규모에 맞춰서 비용을 청구한다. 또한, 언론사의 경우 광고 제휴를 진행하여 솔루션 비용을 광고비로 대신하여 서비스하기도 한다. 2009년 9월 라이브리 출시이래, 2012년 12월 기준 누적사용자 800만 명, 월 평균 페이지뷰 20억 건을 기록하고 있으며, 주요 언론사, 기업, 공공기관 등 현재 라이브리를 이용하는 고객사는 450개에 이른다. 약품을 줄이고, 선품을 늘리는 청정 인터넷 공간을 조성하는 것과 동시에, 마포구청과의 협업을 통해서 거동이 불편한 장애인들을 고용하여 실시간 모니터링 업무를 처리함으로써 사회적 가치를 창출하고 있다.

한편 「시지온」은 실시간 모니터링 시스템을 운영하여 고객사의 요청에 즉

각적으로 대응할 수 있는 ‘Real time CS system’을 구축하고 있으며, 이를 통해 악성 댓글 및 스팸 댓글에 효과적으로 대응하고 있다. 또 모니터링 결과를 바탕으로 시스템 운용 컨설팅을 지원하여 고객들의 손을 덜어주는 다각도 지원 시스템을 운영하고 있다.

「시지온」의 핵심역량, 성공요소는 바로 조직력이다. 주변 환경이 빠르게, 때로는 느리게 변하기 때문에 기민한 시장 변화 대응력을 갖추어야 하는데, 그렇기 위해서 필수적인 것이 팀의 조직력이다. 「시지온」의 다양한 전공자들이 갖고 있는 융합과 팀워크는 각자만의 시각을 공유하고 대응법을 찾는 것을 용이하게 만들어준다. 문명(Civilization)을 의미하는 「시지온」은 인류가 이룩한 물질적·사회적 발전의 의미를 지키고 빠르게 변화하는 지식정보 문명에서 새로운 패러다임인 유비쿼터스를 주도하는 기업이 되고자 한다.

「시지온」은 댓글러들의 표현의 자유를 인정하고 그들이 자신의 행동에 책

임을 가지는 것이 우리가 풀고자하는 사회적 문제를 해결하는 가장 효율적인 방법이라고 생각한다. 사용자들 스스로 좋은 댓글을 작성하고, 또 악성 댓글을 줄이게 하는 것이 「시지온」의 목표이다. 나아가 사이버 공간을 토론이 활성화되고 다양한 의견들이 활발하게 논의되는 공론장으로 발전시켜 라이브리가 온라인에서 꼭 필요한 서비스이자 유틸리티로 자리매김하기를 고대한다.



interview



김 범 진 시지온 대표

기업을 운영하다보면, 위기의 순간을 맞게 되는 경우도 있을 것 같아요. 그럴 때 대표님은 어떻게 극복하셨는지 말씀해주세요.

그 형태는 늘 달랐겠지만, 사실 위기는 매순간 다가왔던 것 같아요. 저는 그런 부정적인 요소들마저 회사가 성장하려 할 때 자연스럽게 찾아오는 현상이라고 생각했습니다. 가급적이면 위기를 정면 돌파 하려고 시도했어요. 결론적으로, 외부의 갈등 덕분에 우리 팀원들이 더욱 똘똘 뭉치는 계기가 되어 어려운 시기를 잘 헤쳐 나갈 수 있었다고 생각합니다.

소셜섹터 창업을 꿈꾸는 후배기업가들에게 조언 한마디 부탁드립니다.

무엇보다도 사업적 균형을 잘 맞춰야 해요. 사회적기업은 단순히 사회적 가치만을 꿈꾸는 것이 아니라 지속가능한 기업으로서의 자질도 갖추어 나가야 하거든요. 사회적 가치를 어떻게 만들어내고, 어떻게 극대화할 수 있는지, 그리고 이 가치들이 재무적인 가치로 연결되는가 하는 것까지 치밀하게 고려해야 해요. 이는 일반 기업의 창업이나, 비영리단체를 설립하는 것보다 훨씬 더 난이도가 있는 일임을 인지하고 시작해야 할 것 입니다.

나에게 사회적기업(소셜벤처)은

새 시대의 기준이다.

website www.cizion.com email contact@cizion.com

phone 02.333.1710 fax 02.333.1716

location 서울 마포구 월드컵북로4길 81(동교동) 와와빌딩 5층

3 에이컴퍼니

대한민국 아티스트를 응원합니다!

「에이컴퍼니」의 정지연 대표는 이전 근무했던 컨설팅 회사에서 미술관련 리서치 업무를 담당하고 있었다. 그러던 어느 날, 우연히 한 작가의 작품실에 들렀던 그는 큰 충격을 받게 되었다. 그 작가는 작품당 1천만 원을 책정 받는 신진작가였음에도 불구하고, 열악하고 초라한 작업실에서 쪽잠을 자며 작품 활동을 하고 있었던 것이다. 언론에 나오는 아플리에를 갖춘 화려한 예술가들은 일부에 지나지 않으며, 실제로 많은 작가들은 좁고 열악한 작업실에서 그들만의 세계를 그려가고 있었다. 이후 미술 현장을 직접 돌아보며 많은 관계자를 만나게 되었고, 이 분야는 가장 중요한 역할을 하는 창작자가 소외된 시장임을 절실히 느끼게 되었다.



이러한 문제점을 인식하던 중, 예술가를 동경하는 팬으로서 ‘아티스트 팬클럽’이라는 커뮤니티를 개설하게 되었다. 이후 작가들의 창작환경에 대한 고민을 지속하다 보니 이 커뮤니티는 자연스럽게 사회적기업의 형태로 발전하게 되었다. 결국 아티스트팬클럽을 시작하게 된 것은 자신의 커리어를 위해서가 아닌, 책이나 영화, 뮤지컬 등 문화예술을 좋아하던 정지연 대표의 취미생활과 모든 예술이 사람에 관한 것임에 대한 깨달음에서 비롯된 것이다.

「에이컴퍼니」는 공정 미술 기획사로서 동시대를 살아가는 미술 작가들의 경제적, 정서적, 제도적 창작 환경에 주목하고 있다. 기존의 미술시장은 소수의 스타작가와 콜렉터를 연결하는 몇몇 갤러리들에 의해 주도되었으며 폐쇄적 성격이 강했다. 많은 작가와 일반인들에게 미술시장의 문턱은 높고, 그 문은 좁았다. 에이컴퍼니는 투명하고 합리적인 미술 유통, 경계를 허무는 다양한 기획을 통해 미술이 주는 위로와 즐거움을 알리고 작가와 관객을 아티스트-팬의 관계로 엮어 나감으로써 시장의 기반을 다지는 한편, 순수미술 작가에게 예술가로서의 자부심을 북돋아주려 노력한다. 또한 더 많은 사람들이 예술을 창작하고 향유하게 되기를 기대하고 있다. 「에이컴퍼니」는 공정 미술을 지향하고, 모든 전시와 프로젝트에 있어 창작자인 작가에 대한 배려, 거래의 투명성, 공정하고 합리적인 절차, 지속성 등을 최우선으로 고려한다.

미술 전시 기획 자체 공간을 운영하지 않고 〈반짝쏘〉, 〈나의 첫 전시회〉, 〈카페 프로젝트〉, 〈영화관 옆 미술관〉 등의 전시 프로젝트를 통해 다양한 장소로 찾아감으로써 좀 더 많은 사람들과 아티스트를 연결하고 있다.

아트 디렉팅 국내 150여 명의 작가들과 밀도 높은 네트워크를 가지고 있는 미술 기획사로서, 기업이나 기관의 아트 콜라보레이션 및 조형물 등 예술이 필요한 모든 일을 중개·대행하고 있다.

아트 상품 제작 국내 아티스트들의 작품을 상품으로 리디자인 하여 작가를 소개하고, 새로운 부가가치를 창출하여 작가들에게 10%의 로열티를 지급한다. 현재 〈캔버스 KIT〉, 〈아이폰4 스킨〉, 〈카드〉, 〈마우스 패드〉 등을 제작·출시하였다.

브리즈 아트페어 & Own Art 캠페인 브리즈 아트페어는 갤러리가 아니라 작가와 직접 계약하여 500만 원 이하의 선별된 작품을 소개하고, 작품 가격을



공개함으로써 미술 작품 가격의 안정에 기여한다. 10개월 무이자 할부제(Own Art 캠페인)를 도입하고 투명한 유통을 지향하여 좀 더 많은 사람들이 작품을 구입할 수 있도록 도와준다. 또한 취향 걱정 없이 미술

작품을 선물 할 수 있도록 상품권을 발행하여, 소수의 스타작가와 콜렉터로 유지되는 미술 시장의 기반을 건전하게 확대해 나가려는 「에이컴퍼니」의 야심찬 프로젝트이다.

미나리 하우스 미나리 하우스는 낙후지역의 주택을 새롭게 꾸미고 예술가가 상주하며 관리하는 게스트하우스이다. 미나리 하우스가 새로운 숙소의 모델을 제시하며 세계의 아트 피플과 국내 아티스트를 연결하는 허브가 되기를 꿈꾸고 있다.

정지연 대표는 「에이컴퍼니」를 통해 처음으로 작품을 판매하고 팬들을 만나 본 작가들, 그리고 난생 처음으로 갤러리에 오고 작품을 구입하게 되었다는 사람들을 만날 때 감사와 보람을 느낀다. 「에이컴퍼니」의 핵심역량이 무엇이라는 질문에 정지연 대표는 ‘아티스트팬클럽을 시작하던 2008년부터 쌓아온 아티스트와의 네트워크, 그리고 예술을 사랑하는 팬들의 변함없는 지지’라고 주저 없이 대답했다. 「에이컴퍼니」는 젊은 작가들이 적어도 생계의 문제로 꿈을 포기하는 일은 없도록 하기 위해, 지속적인 지원을 계속해 나갈 것을 다짐했다.

interview



정지연 에이컴퍼니 대표

개인적인 이력에 대해 잠시 소개해 주신다면요?

부끄러운 고백이지만 고등학교 시절 성적에 맞추어 대학에 가다보니 전공은 컴퓨터 프로그래밍이었어요. 지금 생각하면 정말 '생똥맛은' 선택이었네요. 좋아하지 않는 것을 '잘' 하기는 힘들다는 것을 그때 깨달았어요. 이후 취업은 홍보와 방송 쪽으로 하게 되었고요, 아티스트팬클럽을 시작하게 된 것은 제 개인적인 커리어를 쌓아 사회가 말하는 성공가도를 달리는 것보다 책이나 영화, 뮤지컬 등 문화예술을 좋아하는 저의 취미생활에서 비롯되었던 것 같아요.

에이컴퍼니의 비전과 향후 목표는 무엇인가요?

결국 모든 예술은 사람에 관한 것이더라고요. 회사와 관계된 모든 이들에게 도움이 되면 좋겠어요. 에이컴퍼니가 글로벌 미술 기획사로 성장하여 국내 아티스트를 해외에 소개하는 역할도 하고 싶고, 아티스트들에게는 가장 신뢰할 수 있는 파트너가 되고 싶고, 취업을 하고자 하는 예술 관련 졸업생들에게는 가장 일하고 싶은 회사가 될 수 있다면 더할 나위 없이 기쁘겠조.

나에게 사회적기업이란

내가 선택한 삶이다.

website www.acompany.asia email hello@acompany.asia

phone 070.8656.3303

location 서울 종로구 율곡로 283(종로6가) 502호

4 에코팜므

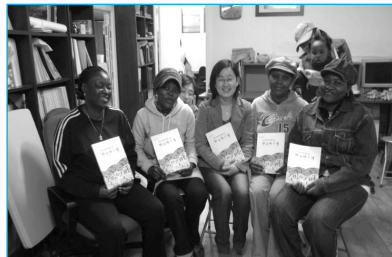
사람에 대한 책임감, 이것이 에코팜므의 시작이었어요

「에코팜므(Eco Femme)」는 Ecology(생태)라는 단어에서 따온 Eco와 여성이라는 뜻의 불어 Femme의 합성어이다. 이주여성과 아동을 위해 생활지원, 수공예 기술교육 등 다양한 서비스를 제공하는 「에코팜므」는 이주여성의 치유, 성장, 자립을 추구하며 다양함 속에서 아름다움을 발견한다. 이주여성의 문화적 재능을 계발하여 이들의 사회·경제적인 자립을 도모함으로써 한국사회의 문화적 다양성 증진에 기여하고자 한다.

이주여성을 위한 문화&경제 공동체

에코팜므는 자신에게 한글을 배웠던 아프리카 여성들에 대한 박진숙 대표의 책임감에서 시작되었다. 박진숙 대표는 2007년 당시를 회고하며 이렇게 말했다.

“다문화여성들을 대상으로 <다문화 공방사업>을 시작했었는데, 제가 부추기다시피 시작한 사업이었죠. 울고 웃으며 함께 꿈을 키웠는데, 최종 발표회날 참여했던 다문화여성들이 마지막이라는 아쉬움에 눈물을 보이더군요.”



당시 박진숙 대표는 낯섦과 외로움, 고향에 대한 향수, 사회의 차별로 힘들어하던 이주여성들에게 희망을 주고자 했다. 하지만 그 희망도 <다문화 공방사업>을 진행할 때까지만 유효하다는 사실을 미처 인식하지 못했던 것이다. 최종 발표회를 끝낸 후, 고민의 연속인 날들이 계속되었다. 2008년 11월 18일 박진숙 대표는 마침내, 「에코팜므」라는 단체를 만들기로 결심했다. 물론 단체를 만들거나 조직을 구성하고 운영하는 것에 대한 지식은 거의 전무한 상황이었다. 그녀가 가진 건 추진력, 그 하나 뿐이었다.

우여곡절 끝에 단체를 설립 한 뒤 2009년, 지인이 권유한 소셜벤처 경연대회를 준비하게 되었고, 이 과정 속에서 사회적기업 형태에 가까운 「에코팜므」의 모습이 갖춰지게 되었다. 그 해 「에코팜므」는 서울지역 우수상을 수상하게 되고, 연이어 전국대회 우수상까지 거머쥐게 되었다.

또한 최근 2012년 12월에는, 서울시가 다양한 사회문제 해결을 위해 혁신적인 방식의 문제해결을 하는 혁신형 사회적기업을 집중 발굴·육성하고자 하는 목적으로 선정한 ‘혁신형 사회적기업’ 25개 중 하나로 선정되었다.

작가양성 프로젝트·전시 「에코팜므」는 이주여성에게 그림을 가르치고, 그림을 통해 자국의 문화와 자신의 마음을 표현할 수 있도록 교육한다. 일정기간 동안 그린 그림이 모이면 전시회를 여는데, 이는 이주여성의 낮아진 자존감을 회복시킬 뿐만 아니라 이주아동들에게 엄마에 대한 존경심을 키우고, 자문화를 가르치는 교육의 기회가 되기도 한다. 더불어 본 프로젝트/전시는 이주여성과 대중이 소통할 수 있는 기회를 제공한다. 현재 3명의 멘토선생님이 이주여성과 1:1 혹은 1:2방식으로 밀착 수업을 진행 중이다. 완성된 작품은 대치동 <커피 레이>에서 상설 전시 판매중이다.

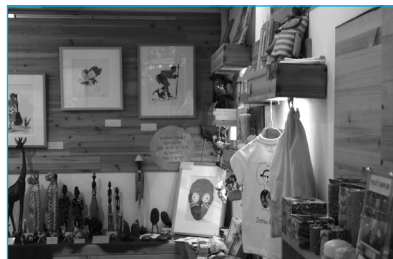
이주여성·아동 교육 「에코팜므」는 이주여성들에게 필요한 교육을 제공한다.

한국에 정착할 수 있도록 돕는 한국어교육 뿐 아니라, 이주아동들이 자신의 정체성을 잃지 않도록 돕는 자문화 교육, 또 이주여성들의 재능을 살리는 재능계발교실 등을 진행한다.

기타지원 이주여성의 상황에 따라 단기간의 모금이나 생필품지원, 교육비지원 등을 제공해 삶의 다양한 필요들을 채우고자 노력한다. 이외에도 2011년 난민과 난민활동가들을 위해 사례중심의 『난민 인권교육 매뉴얼』을 발간했으며, 내전상황에서 정치적인 박해로 정신적 상처를 입은 아프리카 난민여성들에게 전문 정신과 상담을 연결해주어 통역과 약값을 지원하는 한편, 난민으로 인정받을 수 있도록 최선을 다해 돕고 있다.

이상의 사업내용에서도 볼 수 있듯이, 「에코팜므」는 단지 이주여성에게 일거리를 제공하는 등 경제적으로 도움을 주는 것 이상으로 그녀들의 문화와 이야기가 상품을 통해 여러 사람과 소통할 수 있기를 바라고 있다. 작은 종이엽서, 천조각, 소품 안에는 이주여성의 고향에 대한 그리움, 못 다한 이야기, 내일을 위한 간절한 기도 등이 담겨져 있다.

한편 「에코팜므」는 2011년부터 올해까지 2번에 걸쳐 윤리적 패션을 지향하는 사회적기업 오르그닷과 AMA(Africa, Mon Afrique, 아프리카 몬 아프리카) 콜라보레이션 활동에 참여했다. 이 프로젝트는 「에코팜므」의 이주여성 작가프로그램을



통해 탄생된 그림을 오르그닷컴에 제공하고, 오르그닷컴이 이를 디자인화해서 의류로 제작하는 것이다. 이들의 활동에 주목해야하는 이유는 사회적기업간의 협업이 지속적으로 이루어지는 경우는 드물기 때문이다. 그러므로 「에코팜므」와 오르그닷컴의 협업 프로젝트는, 소셜미션을 지키기 위해 홀로 힘들게 기업을 경영하는 어려움을 가진 사회적기업들에게 모범답안이 될 수 있을 것이다.

「에코팜므」는 이주여성이 한국사회의 새로운 힘이 되어, 다양한 문화가 함께 어우러지는 아름다운 세상이 오기를 꿈꾼다. 이주여성들과 박진숙 대표는 대한민국 아줌마의 힘! ‘우먼파워’를 마음껏 뽐내며, 오늘도 행복하고 소소한 일상을 살아가고 있다.

interview



박진숙 에코팜므 대표

두 아이의 어머니이자, 한 남자의 아내로 살아가는 대한민국 아줌마이기도 한데, 비슷한 처지의 대한민국 중년 여성들에게 희망의 메시지를 전해 주신다면요?

요즘 많은 초등학교생들의 가장 존경하는 인물 중 한명이 빌게이츠라고 하더군요. 놀라운 건, 그 이유가 한 인물의 업적 때문이 아닌 재력 때문이라는 점이었어요. 이러한 상황에서 알 수 있듯이, 요즘 아이들의 문제 중 하나는 지나치게 일찍 “안정”에 대한 생각을 가지게 된다는 점이에요. 저는 어려서부터 안정을 생각하는 것은 여러모로 독이라 생각해요.

저는 많은 이들이 어릴 적부터 편안하고 안정된 삶과는 다른 방식으로 살아가는 재미를 느껴봤으면 더할 나위 없이 좋겠어요. 모험이 주는 즐거

움과, 동시에 안정이 주는 함정도 알았으면 하고요. 실제로 저희 가족의 경우, 강원도에서 공동체 생활을 한 적이 있는데, 당시에 네 식구가 50만원으로 생활했었어요. 하지만 즐겁고 행복했죠. 우리 아이들은 그곳에서 사람을 귀중하게 여기는 마음을 배운 것 같아요. 풍족한 삶에서는 그 소중함을 느끼기 힘들죠. 때문에, 자녀를 둔 부모님이든, 청년이든 부족함 없이 풍족하기만 바랄 것이 아니라 생활의 궁핍을 체험할 수 있는 용기가 필요하다고 생각해요. 늘 아옹다옹하는 이 무한경쟁 시대에, 더 많이 벌고 더 많이 쓰는 것이 아니라 적게 벌고 적게 쓰는 만족감을 알아간다면 늘 도전하는 행복한 삶을 누릴 수 있지 않을까요?

에코팜므의 미래를 상상해보신적이 있으신가요?

10년 후에도 계속 살아남아, 어엿한 디자이너로 자리 잡은 이주 여성 스타프들과 3층짜리 건물에서 일하는 것이 제 꿈입니다. 1층은 카페 겸 매장, 2층은 작업실 겸 사무실, 3층은 이주여성 쉼터로 꾸미면 좋겠네요. 그 때쯤이면 에코팜므가 에스닉&내추럴한 핸드메이드 브랜드와 차별화된 다문화 콘텐츠 사업으로 확실히 자리매김하고 있을 거라 기대해요.

제게 사회적기업은 미드페인으로 살던 30대 주부의 인생을 업그레이드 시켜준 '지렛대'와 같은 존재예요. 더불어 희망 없이 소외된 채 살아가던 이주여성들에게 새로운 상상력을 불어넣어주었죠. 그런 의미에서 에코팜므 역시 그들에게 든든한 지렛대가 되어주고 싶습니다.

나에게 사회적기업이란?

지렛대다.

website www.ecofemme.or.kr email ecofemme.info@gmail.com

phone 02.336.9529

location 서울 마포구 와우산로29가길 79(서교동)

5 딜라이트

소셜벤처

「딜라이트」는 보청기제작 전문기업으로, 2010년 소셜벤처 경연대회 전국대회에서 대상을 수상하였으며, 중소기업청장 핵심기술부문에서 대상을 수상한 저력 있는 소셜벤처다. 이미 많은 언론에서 취재되어 소개된 바 있으며, 최근에는 미국의 사회적기업인증기관인 비 코프(B Corp)* 에서 동북아시아 최초로 높은 점수(200점 만점에 127.7점)를 기록하며 인증받기도 하였다.

당시 김정현 대표는 “이번 인증을 통해 앞으로 더욱 다양한 제휴업체와 할인 혜택을 마련할 뿐만 아니라, 유익을 추구하는 기업이 되도록 노력하겠다”며 소감을 밝혔다.



비 코프 (B Corp)

B Corporation의 줄임말로 B lab이 부여하는 일종의 브랜드로 미국의 제이 코엔 길버트(Jay Coen Gilbert)가 창립했다. B Corp는 기업의 이익(Profit)을 넘어 유익(Benefit)을 추구하는 기업을 의미하며, 이들 기업은 주주뿐만 아니라 환경, 직원, 지역사회, 소비자 등 모든 이해관계자들에게 유익한 방식으로 비즈니스를 한다. B Corp 인증을 위해서는 B 임팩트 평가(B impact assessment)를 거쳐야하는데 매년 업데이트되는 180여개의 질문에 대한 답변을 채점하여, 80점 이상(200점 기준)을 받으면 통과하게 된다. 주요 측정 항목은 지배구조의 투명성, 지역사회, 환경, 소비자, 직원 등이다.

www.bcorporation.net

돈이 없어서 듣지 못하는 사람이 없는 세상을 만들고 싶어요.

김정현 대표는 어떻게 근로자수 40명, 연 매출액 50억이 넘는 소위 ‘잘나가는’ 소셜벤처 대표주자가 되었을까. 김정현 대표는 소수 다국적기업들에 의해

제품 가격이 필요이상으로 높게 설정되어 경제적 여유가 없는 실수요자들이 보청기의 혜택을 누릴 수 없다는 사회적 문제 관심을 기울였다. 비싼 가격 탓에 돈이 없는 사람들은 보청기를 살 엄두조차 내지 못하는 상황을 보고, 적어도 ‘돈이 없어서 듣지 못하는 사람이 없는 세상을 만들자’라는 미션을 확립한 것이 첫걸음이었다. 김정현 대표는 여러 해외 사례와 보청기 시장에 대해 끊임없이 공부하고 고민하여, 마침내 정부의 보조금만으로도 살 수 있는 보청기를 보급하는 「덜라이트」를 설립하게 된 것이다.



그렇다면 얼마나 저렴한가.

「덜라이트」의 보청기는 일반기업보다 50~60%의 가격으로 저렴하게 공급되고 있다. 물론 제품의 품질에서도 전혀 뒤지지 않는다. 제품의 가격을 낮추고 품질을 높이기 위해 KAIST 연구팀과 함께 연구개발을 하고 있으며, 선주문 예약제방식으로 불필요한 관리, 재고비용을 줄이고 온라인판매를 통해 유통비용의 거품을 뺐다.

「덜라이트」가 판매 중인 최저사양 모델의 경우 판매가가 34만원으로, 정부가 기초수급생활 청각장애인에게 지급하는 보청기 구입지원비 34만원과 같다. 즉, 경제적으로 가장 소외되어 있는 청각장애인들은 「덜라이트」 보청기를 무료로 구입할 수 있는 것이다. 현재 보건복지부에 등록된 65세 이상 청각장애인 인구 15만 명 중 불과 7%만이 보청기를 사용하고 있다. 「덜라이트」는 가난한

노인(난청 장애인)들에게 보청기를 우선적으로 판매하고자 한다. 「딜라이트」의 고객들은 주로 65세 이상 노인, 월 소득이 평균 월급의 130% 미만인 사람들, 의료혜택을 받지 못하는 농촌 사람들이다. 「딜라이트」의 합리적 가격정책 하에, 사업이 3년차로 접어든 현재까지 연 평균 5,000개 이상의 보청기를 보급하고 있으며 의료기기로서 보청기에 대한 보편적 접근성을 확보하는 데도 기여하고 있다.

또한 「딜라이트」는 공익적 목적을 가진 영업활동을 진행함으로써, 사회적 책임을 다하고 있다. 「딜라이트」는 B2B 영업의 형태로 기업이나 정부 기관과 다양한 사회공헌 사업을 협업하고 있으며, 이를 통해 창의적이고 효과적으로 사회적인 문제를 해결하는데 기업의 역량을 적절히 활용하고 있다.

「딜라이트」는 표준화와 대량생산을 통해 저소득층을 위한 의료용품을 제작하는 인도의 대표적인 사회적기업 아라빈드 병원을 벤치마킹 모델로 삼고 있다. 그들은 제품 원가를 절감하면서도 일정 수준 이상의 품질을 보장하는 보청

기를 출시함으로써 소비자들의 호응을 얻어 지난 2년 간 급격히 신장시켰으며, 이를 통해 난청을 해결하기 위한 과도한 비용지출을 막고 진입장벽을 낮추었다. 또한 경쟁사를 포함한 시장 전반의 유통 가격을 낮추는 효과까지 이끌어냈다. 그러나 보청기에 문외한이었던 한 대학생이 실제 제품을 생산하기까지 수많은, 그리고 어려운 도전이 있었음을 부정할 수는 없을 것이다.



2009년 중소기업청으로부터 2,000만원 상당의 사업지원을 받고, 연세대학교 내 의료기기 연구센터가 파트너로 참여하면서 본격적인 제품 개발이 시작되었다. 그리고 1년의 제품 개발 과정을 거쳐 2010년 9월부터는 온라인을 통해 제품을 공급하기 시작했다. 이렇게 총 3년에 걸친 준비를 통해 2010년 7월, 지금의 딜라이트가 만들어졌다. 초기 자본금은 500만원에 불과했으나, 그 사업성을 인정받아 2011년 4월에는 수많은 투자자 중 가장 우수한 파트너인 대원제약으로부터 투자를 유치하였고 자본금은 10억까지 확장되었다.

현재 「딜라이트」는 보청기의 기본적인 성능을 좌우하는 부품을 기술력이 검증된 제조사들로부터 수입하고 있으며, 이를 이용한 조립/제조 공정은 본사 내 시설에서 엄격한 관리 하에 진행하기 때문에 제품의 품질 또한 널리 인정받고 있다. 2011년 3월에는 기술보증기금에서 벤처기업 인증을, 같은 해 7월에는 한국산업기술진흥협회로부터 부설 기술연구소 설립 인증을 받기도 했다.

「딜라이트」는 2010년 9월 서울형사회적기업으로 지정되었으며, 성공한 한국의 소셜벤처의 대표적인 사례로 200차례 이상 언론 매체에 보도 되었다. 김정현 대표는 하버드대학교(Harvard University) 등 국내외 유수의 대학은 물론 TED를 비롯한 다양한 행사의 연사로 초청을 받아 강연을 하기도 하였다. 「딜라이트」는 이제, 초기 많은 분들의 도움으로 성장했던 고마움을 갚고자, 소셜벤처나 사회적기업 Start-up을 대상으로 엔젤투자(Angel Investment)를 진행하고자 한다.

난청인들에게 세상과의 소통창구가 되어주는 딜라이트

「딜라이트」의 제품판매는 우선 전화 상담을 통해 지점 방문을 유도하고, 방문 상담 결과에 따라 판매를 권유하는 방식으로 이루어진다. 본사 및 각 지

점에는 보청기 판매에 필수적인 사전진단 및 개인 맞춤 서비스 필수 교육을 이수한 인력만을 배치하고 있으며, 특히 3인의 청능사(청각장애 및 보청기전문가)를 고용하여 전문적인 업무를 처리하고 있다. 사후관리 측면에서는 고객 상담 인력 및 제품 유지관리 체계를 상시 운영하고 있다. 구매 고객 및 제품에 대한 지속적인 관리(CRM)는 물론 제품 이상 발생 시 유/무상 수리 서비스를 제공한다.

「딜라이트」 ‘돈이 없어 듣지 못하는 사람이 없는 세상을 만드는 것’을 비전으로 삼고 현재 전국 직영점을 통해 대한민국의 난청인들을 만나고 있다. 향후 태양광 충전이 가능한 저렴한 보청기 개발을 통해 제3세계 국가의 난청인들에게도 보청기를 보급하고자 계획 중이며 전 세계 난청인들의 희망과 친구가 되는 것이 「딜라이트」의 최종 목표이다.



* 딜라이트는 현재 예비사회적기업 인증을 받지 않았으며, 소셜벤처로 활동중이다.

interview

**김정현** 딜라이트 대표**가장 기억에 남는 고객이 있다면요?**

교도소에 수감 중인 한 교도원의 편지를 받았어요. 귀가 들리지 않아 사람들과 대화가 단절된 채 고립된 생활을 하는데 보청기를 기부해줄 수 있냐는 내용이었죠. 잠시 '죄를 짓고 수감 중인 분에게 기부를 해도 되나?' 라는 고민을 했지만, '돈이 없어 듣지 못하는 사람이 없게 하자' 라는 딜라이트의 미션에 따라 보청기를 보내드렸죠. 얼마 뒤 그 분은 보청기 덕분에 감옥에서나마 삶의 이유를 찾았다며 감사편지를 보내왔어요. 딜라이트 보청기는 '고객이 얼마를 지불하느냐' 보다, '보청기를 통해 고객이 어떠한 삶의 변화를 이뤄내느냐' 에 관심을 두어겠다는 다짐을 한번 더 상기할 수 있었습니다.

사회적기업 창업을 꿈꾸는 후배 기업가들에게 조언 한마디 부탁드립니다.

기본적으로 고객에게 좋은 품질의 제품과 서비스를 제공해 지속가능한 수익을 내는 것이 제1의 원칙이 되어야 해요. 그래야 설립 미션에 맞는 사회적 가치를 보다 크고 지속적으로 창출하는 기업이 될 수 있죠. 여러 사회문제를 기업적 방식으로 또 혁신적으로 해결하기 위해 고민과 노력도 필요하죠.

나에게 소셜벤처란?

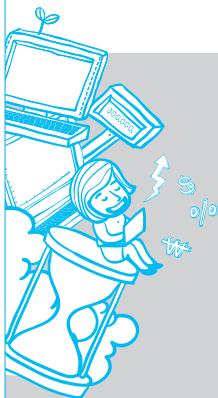
즐거움이다.

website www.delight.co.kr

phone 02.2679.8888 fax 02.5504.2226

location 경기도 부천시 원미구 지봉로 43(역곡동) 107호





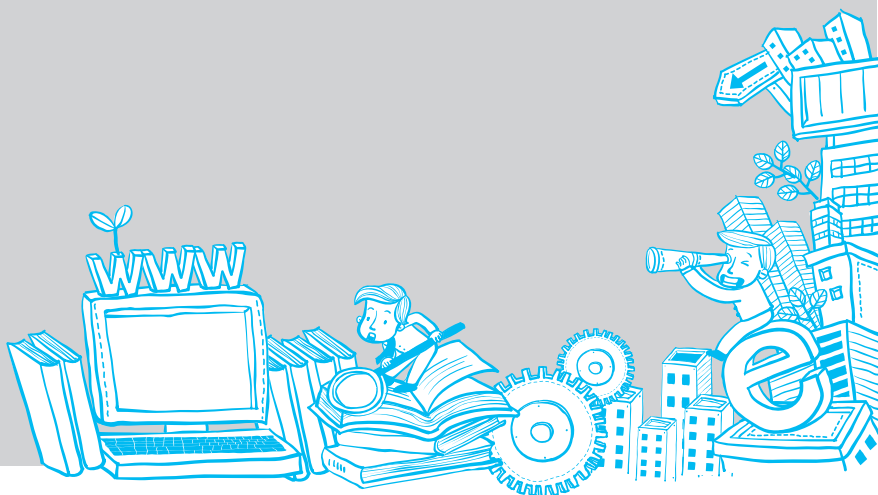
두드림 넷’ 우리나라 사회적기업 육성정책

우리나라 사회적기업 육성정책

01 직접지원

02 간접지원

03 육성지원



우리나라 사회적기업 육성정책

한국의 사회적기업은 전 세계적으로 유례없이 인증제를 도입하여 다소 엄격하고 까다로운 인증 요건을 갖춘 사회적기업을 선별하되, 인증 받은 사회적기업에 대해서는 각종 지원제도를 활용하여 지속적인 성장 발전을 도모할 수 있는 기회를 최대한으로 제공하고 있다. 사회적기업에 대한 지원은 사회적기업육성법에 기초하는데, 주요지원내용은 다음과 같다.

- 사회적기업의 설립 및 운영에 필요한 경영, 기술, 세무, 노무, 회계 등의 분야에 대한 전문적인 자문 및 정보 제공 등
- 사회적기업의 설립, 운영에 필요한 전문 인력의 육성, 사회적기업 근로자의 능력향상을 위한 교육훈련
- 사회적기업의 설립 또는 운영에 필요한 부지구입비, 시설비 등의 지원 · 융자
- 사회적기업이 생산하는 재화나 서비스의 우선 구매
- 국제 및 지방세의 감면과 보험료 지원
- 사회적기업의 운영에 필요한 인건비, 운영경비, 자문비용 등 재정지원

이상의 사회적기업 지원내용은 직접지원 · 간접지원 · 육성지원으로 구분할 수 있다.

사회적기업 지원내용 ▼

직접지원	
재정지원	인건비 근로자 최저임금 수준의 인건비와 사업주 부담 사회보험료를 최대 3년간 차등지원 (1년차 90%, 2년차 70%, 3년차 50%, 1인 이상~50인 이하) 전문인력 해당분야 전문 인력 인건비 1인당 월 200만원까지 최대 3명을 대상으로 3년간 차등지원 자부담율 : 급여의 20%(1차년도) → 30%(2차년도) → 50%(3차년도) 고령자 전문 인력 추가지원 (1인)
사업개발비	지원한도 금액 내 유형별 · 단계별(A유형, B유형, C유형) 지원 - 최대지원기간 5년, 총 지원 금액 최대 3억 한도 내 - 기술개발, R&D, 마케팅, 연구조사 등 경영능력 향상을 위한 사업개발비 최대 1억 원까지 지원
시설비 등 지원 · 융자	미소금융재단과 중소기업 정책자금의 사회적기업에 융자
세제지원 및 기부금	법인세 및 소득세 50% 감면 취득세 및 면허세 50%, 재산세 25% 감면 지정기부금단체로 지정된 비영리 사회적기업에 기부시, 세금감면혜택법인 10%, 개인 30%
4대 보험료	사업주 부담 4대 사회보험료 일부(최저임금의 9%: 근로자 1인당 최대 91,000원)를 4년간 지원
경영지원	경영컨설팅 창업-성장-지립단계별 기초 및 전문 컨설팅 제공 5년간 5,000만원 범위 내에서 기초 컨설팅(300만원) ~ 전문 컨설팅 (2,000만원) S/W 제공 상용 회계프로그램 보급 및 교육 100만원 한도 내에서 연간 사용료를 3년간 지원

간접지원	
공공기관 우선구매	사회적기업이 생산하는 제품이나 서비스의 공공기관 우선구매 법제화
홍보	사회적기업의 대국민 홍보를 위한 사업진행
자원봉사 (프로보노)	경영·법률·회계 등 다양한 분야 전문가의 재능기부 연계
육성지원	
사회적기업가 육성사업	사회적기업 창업을 원하는 사회적기업가를 공모를 통해 선정하여 사업비 지원
소셜벤처 경연대회	청소년과 일반인의 소셜벤처 및 사회적기업에 대한 관심제고를 위해 경연대회 개최
아카데미	대학 등에 사회적기업 양성 과정 및 분야별 필요한 교육과정 운영을 통해 (예비)사회적기업 임직원 교육

01 직접지원

재정지원

인건비 지원 사회적기업은 광역자치단체장이 지역별 전략육성분야를 중심으로 발굴하여 지정한 ‘지역형 예비사회적기업’ 과, 중앙부처장이 부처 소관별로 특화된 사업을 발굴·지정한 ‘부처형 예비사회적기업’ 을 사회적기업으로 전환시키기 위한 이른바 징검다리 역할을 수행 할 수 있다. 이는 신규 일자리 창출을 유도하는 사업이라 볼 수 있겠는데, 이처럼 사회적기업이 사회

적일자리 창출사업에 참여할 시에는 참여자의 인건비가 지원된다. 이러한 지원은, 고용노동부장관이 인증한 ‘사회적기업’의 수익구조를 창출하고 확대 지원을 통한 자생력 확보를 도모하기 위한 노력의 일환이라 하겠다.

한편 인건비 지원종료에 따른 사회적기업의 충격을 완화하기 위해 연차별 차등지원제도를 확대하여, 1년차 90%, 2년차 70%, 3년차 50%까지 지원된다. 여기에는 최저임금과 사회보험료가 포함되어 있다.

2013년 월평균 1,015,740원 (시간당 4,860원)

사업주 부담 사회보험료 : 참여자 인건비의 9%, 약 91,000원 (최저임금 기준)

전문 인력 지원 다양한 분야의 전문 인력 고용을 통해 사회적기업 경영역량 강화와 지속적인 경영혁신을 도모한다. 사회적기업 각기 최대 3인(유급근로자 수가 50인 미만인 기업은 2인) 이내로 월200만 원까지 최대 3년간 지원(1년 후 재심사)하며, 연차별로 지원 비율은 조정된다.

또한 지원한도를 모두 채용한 사회적기업이 고령자 중 전문 인력 요건을 충족하는 자를 추가 채용할 경우 1인에 한해 추가 지원한다.

자부담율 : 급여의 20%(1차년도)→30%(2차년도)→50%(3차년도)

4대보험료 지원 정부 및 지자체의 재정지원을 받지 않는 사회적기업에 대하여 사업주 부담의 사회보험료를 최저임금의 9%(근로자 1인당 최대 91,000원)까지 4년간 지원이 가능하다.

사업개발비 지원 사회적기업을 대상으로 브랜드(로고), 기술개발 등 R&D비용, 시장진입 및 판로개척을 위한 홍보, 마케팅, 제품의 성능 및 품질개선 비용 등을 지원한다. 사회적기업으로 하여금 경제·사회적 목적을 적극적으로 실현하게 하는 동시에 기술개발 등 유형의 결과물 생산을 촉구하기 위한 지원이다. 지원 금액은 1천만원~1억원 이내로 최대지원기간은 5년이며, 총 지원 금액은 최대 3억원 한도이다(2010년부터 합산). 2013년부터는 유형별, 단계별로 지원한도 금액의 차등을 두어 맞춤형 지원을 제공한다.

유형별 사업개발비 지원 ▼

A유형 (사업인프라 구축)	사업초기 단계에 필요한 운영 경비(1천만 원 한도)
B유형 (사업 정착 단계)	제품 및 서비스의 시장 적합화 추진(5천만원)
C유형 (사업 활성화 단계)	제품 및 서비스의 완성도 지원으로 생산성 향상 및 경영 효율화 추진(1억원)
공동상표/브랜드 형	3개 이상의 사업 참여기업이 공동상표 및 브랜드를 개발하여 판로개척 등을 하고자하는 경우(연간 최고 3억원 한도)

융자 등 금융 지원 제도 자본조달에 어려움을 겪고 있는 사회적기업의 성장과 발전을 도모하기 위해 부지구입비, 시설비 등을 지원·융자하거나 운영자금 등의 사업자금을 장기 저리로 융자해준다. 2012년 1월부터 사회적기업은 중소기업의 범위에 포함되어 이에 준하는 정책자금 융자가 가능하다.

이 밖에 중소기업정책자금을 통한 자금대출지원제도는 창업기업 지원자금, 신성장기반자금, 사회적기업 전용 특별 보증 프로그램을 운영하는 중소기업진흥공단(www.sbc.or.kr)을 참고하도록 하자.

금융 지원제도의 종류 ▼

중소기업 정책자금	창업기업지원, 신성장기반, 긴급경영안정자금, 개발기술 사업화, 사업전환, 소상공인지원 (사업별 신청기준과 융자조건 다름)
미소금융대부	미소금융중앙재단이 선정한 복지 사업자를 통해 대부사업 시행 - 대부기간 : 5년 (1년 거치, 4년 분할상환) - 대부조건 : 기업당 2억원 한도, 이자는 연리 4/5% 이내에서 사업수행자가 자율결정
사회적기업 전용 특별보증	기업당 4억 이내, 1년 거치, 4년 분할상환 (금리: 비영리 3.7%, 영리 4.6%) - 대출방법 : 신용보증재단 (1588-7365)의 보증을 받아 중소기업 은행에 신청
사회적기업 모태펀드	사채발행 가능한 상법상 주식회사인 (예비)사회적기업

세제지원 사회적기업 인증 후에는 조세특례제한법 제85조의 6에 의해 4년간 법인세를 50% 감면받을 수 있다. 2011년부터는 사회적기업 활성화를 지원하기 위하여 사회적기업에 대해 중소기업 수준의 최저한세율(7%)을 적용하며, 2012년부터 사회적기업이 고유목적에 사용하기 위해 취득하는 부동산 등에 대해 지방세특례제한법 제22조의 4에 따라 취득세, 등록세, 면허세의 50% 및 재산세의 25%가 감면된다. 그리고 일반법인 및 개인이 지정기부금 단체로 지정된 비영리 사회적기업에 기부하는 경우 그 기부금을 법인소득의 10%까지, 개인은 30%까지 손금산입 처리할 수 있다.

경영지원

경영컨설팅 사회적기업의 수요에 맞는 우수한 경영컨설팅을 포함한 경영서비스제공을 통해 사회적기업의 생산성을 향상시키고 경쟁력을 강화해, ‘지속가능한 조직’이라는 사회적기업의 자립경영을 목표로 경영지원을 시행하고 있다.

기초 컨설팅* 인사/노무, 회계/세무, 법무/법률 분야 등 사회적기업이 기본적으로 갖추어야할 토대 구축과 기업이 지녀야 할 경영에 대한 기본 소양의 제고를 지원한다.

인사/노무	임금대장, 근로기준법 및 취업규칙 준수 여부, 근로계약서 관리 지원 등 노무관리
회계/세무	회계 관련 지도, 사업현황 분석 등 코칭
법무/법률	계약서 작성, 계약체결, 지적재산권 등 법무, 법률 관련 애로사항 해소를 위한 코칭
지원	연 330만원(부가세포함)이내, 자부담 없음



기초 컨설팅

기초 컨설팅의 경우 해당권역의 통합지원기관에 신청하면 진흥원의 심사를 거쳐 결정되며, 전문 컨설팅의 경우는 한국사회적기업진흥원의 공모사업에 참여하여, 선정위원회의 심사를 받은 후 결정된다.

전문 컨설팅 재무, 마케팅, 생산, 회계, 유통, 인사/노무 등 사회적기업의 경영 전반 또는 특정 경영과제를 해결하기 위한 본격적인 컨설팅을 제공하여 생산성 제고 및 경쟁력 강화를 목표로 한다.

멘토형	시장에 안정적으로 진입한 선발 사회적기업가나 사회적기업전문가가 멘토로서 기업전반 실태를 파악해주고, 애로사항 및 문제점을 개선하기 위한 자문형 컨설팅
	지원 : 1회 1,000만원 한도 내 (300만원초과시 초과금액의 10% 자부담)
프로젝트형	회계, 마케팅, 생산관리 등 1개 분야를 선정, 제품 및 서비스의 경쟁력 제고를 위한 분야별 전문 컨설팅 지원
지속성장형	인건비 지원이 종료되었거나 종료예정인 사회적기업을 대상으로 2개 분야 이상의 컨설팅 분야를 설정하여 지속성장에 필요한 다면 컨설팅 지원
	지원: 300만원~2,000만원, 5년간 총 5,000만원 범위 내에서 지원 300만원~1,000만원 이하는 10%, 1,000만원 초과분은 20%자부담

S/W 제공 : 상용 회계프로그램 보급 및 교육 사회적기업 회계 관리의 효율성 및 투명성 강화를 위해 상용 회계프로그램 설치, 사용을 지원

100만원 한도 내에서 설치비 및 1년 사용료를 3년간 지원(1백만원 초과분은 자부담)

여기서 유의해야 할 것은 사회적기업 인증과 동시에 사회적기업 관련 각종 지원제도의 적용을 받는 것은 아니며, 개별 지원사업의 공고, 신청, 심사 등을 통해 일정 자격을 갖춘 사회적기업만이 지원받을 수 있다는 점이다.

02 간접지원

공공기관 우선구매

사회적기업의 지속가능한 성장을 위해 우선구매제도와 연계하여 사회적기업 친화적 공공시장 활성화를 지원한다. 사회적기업육성법 제12조 <사회적기업이 생산하는 재화나 서비스의 우선 구매 촉진>에 근거하여 사회적기업의 제품과 서비스를 공공기관에서 우선적으로 구매하도록 함으로써 사회적기업의 판로를 지원하고 자생력을 고취하여 사회적기업에 보호된 시장을 제공하고자 한다. 공공기관은 매년 사회적기업 제품에 대한 구매계획 및 실적을 구분하여 고용노동부 장관에서 제출하여야 하며, 정부의 26개 재정지원 일자리 사업에 사회적기업 참여를 허용하고 있다. 특히 조달청에서 집행하는 물품 제조·구매 입찰의 낙찰자 결정에 적용하는 적격 심사 시 신인도 평가 부문에서 1.0의 가점을 부여받을 수 있다. (지방자치단체의 물품 제조·구매 입찰시 0.5점 가점, 행정안전부 예규 제360호, 2011.4.29)

홍보

사회적기업에 대한 인식을 제고하기 위하여 사회적기업 육성법 시행일인 7월 1일을 ‘사회적기업의 날’로 제정하여 사회적기업 활동가 대회, 사회적기업 박람회, 사회적기업가상 시상 등 다양한 행사 진행을 통해 홍보활동을 펼치고 있다.

또한 판로 개척을 위하여 온라인 소개사이트(www.estore365.kr)를 구축하였으며, G-마켓, 옥션 등의 민간 온라인 쇼핑몰을 통한 사회적기업 제품

판매 및 홍보를 추진하고 있으며, 오프라인 사회적기업망 구축을 위해 자치 단체와 협업을 통하여 사회적기업 제품 전시·판매·체험 공간인 복합형 판매장(Store 36.5)을 조성하였으며, 기존 유통매장 내에 별도의 사회적기업 판매 공간을 조성하거나 특판 활동을 추진하고 있다.

프로보노*

프로보노는 전문성을 기반으로 한 자원봉사와 재능기부의 한 영역으로, 서비스 대상자에게 다양한 분야의 전문가들이 사회적기업의 경영 자문 또는 지역사회 협력을 연계할 수 있도록 지원한다.



프로보노(Pro Bono)

라틴어 'pro bono publico'의 약어로, for the public good, 즉 '공공선을 위하여'라는 의미다. 사전적으로는 '사회·공공의 목적을 위하여 스스로 직업을 통해 익힌 기술이나 지식을 제공하는 자원봉사활동'이라 정의할 수 있겠다.

03 육성지원

사회적기업가 육성사업

사회적기업가들의 도전정신을 활용하여 자신의 자아실현 욕구를 충족할 수 있도록 선호도가 높은 분야에서 아이디어를 공모·선정하여 사회적기업을 창업할 수 있도록 지원한다. 사회적기업 창업 및 육성에 관련된 제반 인프라를 보유한 위탁운영기관을 통해, 사회적기업가들이 사회적기업을 만들 수 있도록 일정기간 동안 창업에 필요한 공간·자금·멘토 등을 체계적으로 지원하는 사업이다. 지원받은 사업비를 활동비, 교육·컨설팅비, 사업화 개발비, 공통경비, 간접사업비로 사용할 수 있으며 사업화계획서 및 평가에 따라 최소 2천만원에서 최대 4천만원으로 차등 지원된다.

소셜벤처 경연대회

청소년과 일반인을 대상으로 소셜벤처와 사회적기업에 대한 이해·관심을 확산시키고 사회적 목적을 추구하는 진취적인 예비사회적기업 모델을 발굴하기 위해 ‘소셜벤처 경연대회’를 운영한다. 모집부문은 청소년과 일반부문에 구분되며, 경연대회 역시 권역별 경연대회(상반기)를 통해 선발된 입상팀이 전국 경연대회(하반기)에 참가하여 최종 우승팀에 선정되는 방식으로 진행된다.

사회적기업가 아카데미

사회적기업가 아카데미는 사회적기업의 자립과 지속적인 성장을 지원하기 위해 비전, 자질, 혁신적 아이디어, 경영능력 등을 갖춘 사회적기업가를 양성하고 실무자의 업무역량 강화를 지원한다. 2013년도 사회적기업가 아카데미는 교육대상별(청소년, 여성, 시니어 등)로 특화된 창업전문과정, 사회적기업 대표의 소셜미션 및 경영역량 제고를 위한 대표자과정, 사회적기업 종사자의 역량강화를 위한 맞춤형 아카데미, 사회적기업을 지원할 전문 인력을 양성하는 전문인력양성과정으로 구분하여 운영된다.

- 사회적기업가 아카데미 단기교육과정
- 대학(원)내 사회적기업 관련 연구 프로젝트 지원
- 대학(원)내 사회적기업 관련 학위 및 전공과정 수강생 지원

참고자료

- 고용노동부 | 희망의 미래, 함께가는길, 2012
- 한국사회적기업진흥원 www.socialenterprise.or.kr
- 한국사회적기업진흥원 | 사회적기업매뉴얼, 2012
- 고용노동부 | 제2차 사회적기업 육성기본계획, 2012

DO, 사회적기업이 궁금하다면? DREAM!

두드림, 사회적기업

발행일 2012년 12월 10일

발행처 한국사회적기업진흥원

461-721 경기도 성남시 수정구 수정로 157(태평동) 대한생명빌딩 7, 8층
T 031.697.7700

발행인 김 재 구

기 획 (사)사회적기업연구원

609-312 부산광역시 금정구 중앙대로 1883(구서2동) 현대빌딩 2층
T 051.517.0266

본 책자의 내용은 무단으로 전제할 수 없으며,

책지의 내용 및 활용에 관한 문의는 한국사회적기업진흥원으로 연락주시기 바랍니다.