

참
재미있는
가게
이야기





표지_아름다운가게 뷰티풀펠로우4기

왼쪽부터 안시준(한국갬이어), 이경재(대지를위한바느질),
문아영(평화교육프로젝트모모), 구민근(페어스페이스)

펴낸날 2014년 12월 5일

발행인 홍명희

펴낸곳 아름다운가게

기획 아름다운가게 홍보팀

디자인 디자인 브릭스

주소 133-847 서울시 성동구 천호대로 362(용답동)

전화 1577-1113

팩스 02-730-0525

홈페이지 www.beautifulstore.org



참
재미있는
가게
이야기



Together!

참 재미있는 가게이야기 12

여는 글

{ 커버스토리 }

Step1. 사회적기업은 '현재진행형'



09 한 걸음부터 알아보는 사회적기업

14 오래 기다려도 괜찮아, 사회적기업

Step2. 사회적기업은 '함께' 진화한다



18 제2, 제3의 아름다운가게를 만드는 곳 : 사회적기업센터

20 사람에게서 희망을 찾다 : 뷰티풀펠로우

24 지속가능한 자립을 위한 일터 : 뷰티풀웍스

26 함께 희망을 일구어 갑니다

30 세계의 사회적기업가, 아름다운가게에 주목하다

34 사회적기업의 사례

Step3. 사회적기업, 어디까지 상상해 봤니



39 창문을 넘어 도망친 사회적기업가, 제리 하긴스를 만나다

42 2025 한국 사회전환의 희망 키워드, 사회적기업

{ 아름다운가게 이야기 }

46 기증함의 색다른 변화, CHANGE BOX

48 2014년 상반기 기부자 모임

50 아름다운강사단, 당신은 누구십니까?

52 제9회 나눔씨앗리더십캠프

54 2014 아름다운가게 단신

58 매장소식 : 오픈 / 이전 오픈

나눔 실천은 우연한 기회에
찾아온 것도 아니고,
어떤 한 명이 노력해서
얻을 수 있었던 것도 아닙니다.
가장 큰 힘이 되었던 것은
시민들의 '자발적인 참여'
였습니다.✿



12년, 아름다운가게가 거쳐 온 시간입니다. 지난 시간동안 아름다운가게는 국내 1세대 사회적기업으로서 책임을 다하기 위해 '공익문화' 창출에 힘을 쏟아왔습니다.

아름다운가게가 만들고자 하는 공익문화는 누구나 함께할 수 있는 '참여'의 정신으로부터 시작합니다. 결코 거창하지 않고 생활 속에서 누구나 실천할 수 있다는 것이죠.

참여의 문은 언제나 열려 있고, 실천 방법은 한없이 간단하지만 이를 통한 변화의 힘은 실로 대단했습니다. 2002년 안국동 길가에서 열린 소규모 알뜰시장이 전국 118개의 매장을 운영하고 있는 국내 대표 사회적기업으로 자리매김하였고, 매장 수익과 모금액 등으로 국내외 소외이웃을 도울 수 있게 되었습니다.

아름다운가게는 시민들의 참여를 바탕으로 우리 사회에 이로운 사업을 운영합니다. 그리고 더 나아가서는 이를 통해, 보다 나은 문화를 만들어내는 것을 목표로 합니다.

사회혁신기업가를 지원하는 뷰티풀펠로우 사업, 사회적기업, 자활단체 등의 우수 제품 판로개척을 지원하는 공익상품 사업, 소외 이웃의 경제적 자립을 위한 비즈니스 노하우 전수 등 아름다운가게가 잘 할 수 있는 것을 찾아 나눔 문화를 만들어 왔습니다.

이와 같은 나눔 실천은 우연한 기회에 찾아온 것도 아니고, 어떤 한 명이 노력해서 얻을 수 있었던 것도 아닙니다. 가장 큰 힘이 되었던 것은 시민들의 '자발적인 참여'였습니다.

누군가에게 내 물건을 기꺼이 내어주는 선함, 나보다는 남을 먼저 생각하는 시민 여러분의 따뜻한 마음을 가슴 속 깊이 새기겠습니다. 그리고 앞으로도 더 나은 문화를 만들기 위해 끊임없이 노력하겠습니다. 참 고맙습니다.

아름다운가게 이사장 **홍명희**

홍명희





커버스토리

Step1. 사회적기업은 '현재진행형'

Step2. 사회적기업은 '함께' 진화한다

Step3. 사회적기업, 어디까지 상상해 봤니

STEP 1

사회적기업은 '현재진행형'



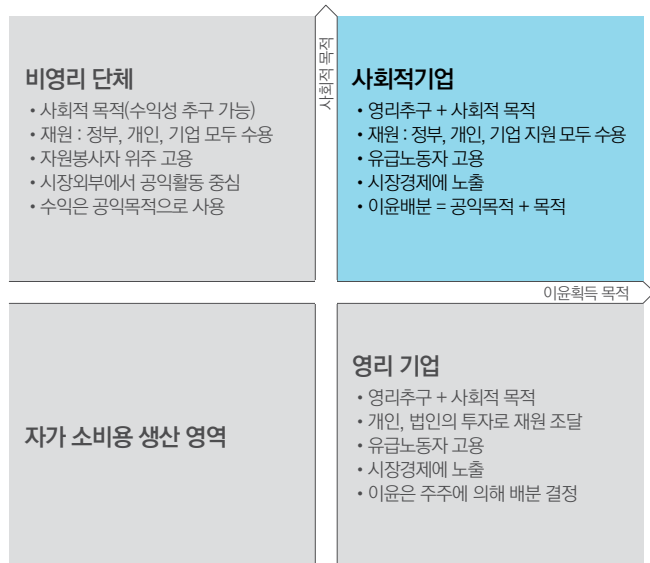
한 걸음부터 알아보는 사회적기업

아름다운가게 사회적기업센터 김하나 간사

어서와,
사회적기업은
처음이지?

사회적기업을 흔히 '돈도 벌고, 좋은 일도 하는 곳'이라고 말한다. 과연 그럴까? '돈을 버는 영리적 목적과 사회에 가치 있는 일을 하는 '사회적 목적'이 나란히 갈 수 있는 것일까? 이 질문에 대한 의문을 단번에 풀어주는 곳이 있다. 바로 여러분들이 지금 만나고 있는 아름다운가게다. 아름다운가게는 한국의 대표적인 사회적기업으로서 '돈도 벌고, 좋은 일도 하는 곳'이라는 사회적기업의 목적을 잘 지키며 지난 12년간 성공적인 모델로 자리매김하고 있다. 아름다운가게는 시민들의 선의로 기증 받은 물건을 매장을 통해 되팔아 그 지역의 어려운 이웃들에게 나누는 역할을 하고 있다. 아름다운가게 비즈니스의 시작(기증)과 비즈니스의 과정(착한 소비), 그리고 결과(자원순환 및 나눔)에 이르기까지 전 과정에 걸쳐서 사회적 목적을 추구하고 있는 전형적인 사회적기업의 모델이다. 이렇게 사회적기업은 '영리적 목적'과 '사회적 목적'을 모두 추구하며 활동한다. 왜 사회적기업은 언뜻 보기에 어울리지 않는 두 가지 미션을 동시에 가진 조직으로 탄생하게 되었을까?

비영리단체, 영리기업, 사회적기업의 관계



정부도 안 되고 시장도 안 되네.
그럼, 어디 새로운 걸 만들어봐?

사회적기업을 설명할 때 흔히 '정부 실패와 시장 실패 속에서 탄생한 돌연변이'라고 말한다. 즉 시장의 영리적 목적 추구만으로 해결되지 않는 사회문제들이 있고 정부의 여러 정책과 제도들로도 해결되지 않는 영역들이 존재하게 된 것이다. 이 두 영역의 실패의 대안적인 모델로 시

민사회의 영역과 시장의 영역 가운데에 사회적기업이라는 경제적 목적과 사회적 목적 모두에 양다리를 걸친 기업이 탄생한 것이다.

전 세계의 사회적기업 태동배경과 주체(정부 or 시장 or 민간)는 나라마다 다른 스토리 속에서 형성되어 왔지만 사회적기업이 '사회 서비스 제공 주체'라는 것과 '지역사회를 기반으로 성장해 왔다'는 공통점을 갖는다. 사회적기업의 시작은 유럽, 미국, 일본, 이탈리아, 영국이 저마다 다른 차이를 가지고 있고 성장과 발전단계도 각국의 특성에 따라 다르다. 여기서는 한국적 특성, 한국의 사회적기업에 대해서만 이야기 하려고 한다.

한국은 2007년 '사회적기업육성법'이 제정되어 사회적기업 확산에 큰 영향을 미쳤다. 정부주도의 사회적기업 확산은 '고용창출'이라는 목표를 바라보고 시작되었다. 높아져 가는 실업률을 막을 대안으로 사회적기업을 채택한 것이다. 이런 흐름에 따라 한국형 사회적기업은 대다수 '취약계층 고용창출'이라는 사회적 목적을 우선시 하는 기업들이 주를 이룬다.

일자리 제공,
사회서비스 제공,
지역사회 공헌이
기업의 목적이라고?

한국에서는 사회적기업을 그 기업의 사회적
목적에 따라 유형별로 분류하고 있는데

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



먼저 일자리 제공형의 대표적인 사회적기업은 '메자닌 아이팩'이라는 기업으로서 다양한 종이 박스를 만드는 제조회사다. 이곳 근로자의 대다수는 새터민(탈북자)이다. 어렵게 남한으로 내려와 새로운 삶의 터전을 닦지 못하고 빈곤계층으로 전락하고 있는 새터민들을 고용해 안정적인 삶을 살 수 있도록 지원하고 사회적응을 돕는 것이 이 기업의 목적이다.

메자닌 아이팩



'쿠키를 만들기 위해 장애인을 고용 하는 게 아니라 장애인들에게 일자리를 주기 위해 쿠키를 만든다' 라는 미션을 내세우고 있는 '위캔쿠키' 역시 장애인을 위한 대표적인 일자리 제공형 사회적기업이다. 사회의 취약계층들에게 일자리를 제공함으로써 그들이 단지 복지의 수혜자에서 끝나는 것이 아닌 경제 활동을 통해 자립된 삶을 살 수 있도록 돕는 것이 일자리 제공형 사회적기업의 미션이다.

위캔쿠키



두 번째로 사회서비스 제공형 사회적기업의 사례로는 돌봄 서비스를 제공하는 사회적기업 '휴먼케어'다. 이곳은 장애인 활동보조 사업이나 지역의 요양보호 기관 등을 운영하면서 노인과 장애인에게 사회서비스를 제공하는 기업이다. 또한 교육서비스 및 소외계층에게 문화·예술 서비스를 제공하는 사회적기업들이 사회서비스 제공형 사회적기업에 속한다.

휴먼케어





다음은 지역사회 공헌형이다. 대표적인 사례로는 '홍성풀무나누미영농조합법인'이 있다. 전통 있는 대안학교인 풀무학교를 기반으로 한 홍성군 홍동면은 한국에서 지역사회운동이 가장 활발한 곳 중 하나이다. 이곳에 풀무학교와 다양한 지역의 인프라를 활용해 친환경농산물 소포장 및 도농교류사업을 추진함으로써 소비자와 생산자의 만족도를 모두 높이며 지역의 일자리를 창출하고 지역 전체에 공헌하고 있는 사회적기업이다.

홍성풀무나누미영농조합법인



혼합형 사회적기업은 청소년, 여성결혼이민자, 경력단절여성 등과 함께 요리를 통한 자립을 위해 레스토랑을 운영하고 케이터링 서비스를 하는 회사인 '오가니제이션 요리', 결식아웃에게 무료 도시락을 만들어 배달하고 취약계층에게는 조리과 배송 등의 과정에 참여하게 하여 일자리를 제공하는 '행복도시락' 등이 있다.

오가니제이션 요리



행복도시락





마지막 기타형으로 가장 유명한 사례는 '아름다운가게'이다. 아름다운가게는 재사용 나눔 가게를 통해 우리사회의 나눔과 순환의 문화를 만드는 것을 미션으로 삼고 있는 사회적기업이다. 복합 공익단체로 물품의 기증과 수익의 나눔을 통해 지역사회와 밀접하게 결합하여 타 사회적기업을 돕는 공익상품 판매, 공정무역운동 등 사회적기업 저변확대에도 역할을 하고 있다. 또한 공정여행이라는 것을 우리에게 친숙하게 만들어 준 '트래블러스맵'도 기타형에 속하는 사회적기업이다. 여행자와 현지인 모두에게 공정한 여행이 되도록 여행을 새로운 틀에서 기획하고 실행하는 사회적기업이다. '여행자에게는 최고의 기회, 지역에는 최선의 기여, 환경에는 최소의 영향을 끼친다는 것이 '트래블러스맵'의 미션이다.

아름다운가게



트래블러스맵



'인증'만이 아닌 '인정'받는 사회적기업?

한국의 사회적기업에 대해 이야기할 때 한국적 특수성에 대해 이야기하지 않을 수 없다. 바로 '인증'을 받았느냐, 안 받았느냐의 문제다. 우리나라는 제도적인 측면에서 사회적기업이 확산되었고, 고용노동부의 인증 제도를 통과해서 사회적기업이라는 라이선스를 탄 기업들에게 각종 지원정책이 시행되기 때문에 인증의 문제는 매우 중요하게 여겨지고 있다. 그러나 사회적기업이 태생하고 성장 발전한 유럽이나 미국의 경우

를 보면 인증제도와 상관없이 사회적 가치를 추구하며 다양한 사회적 목적을 위해 일하면서 그 가치를 '인정'받는 기업들을 통칭하여 사회적기업이라 말한다. 위로부터의 정책적, 제도적 움직임으로 사회적기업이 태동 및 성장 되었느냐, 밑으로부터의 요구에 의한 자생적 성장이었느냐 라는 점이 한국이 해외와는 다른 사회적기업의 배경을 가지게 되는 이유이다. 그러나 우리가 여기에서 중요하게 생각할 부분이 있다. 사회적기업은 법적 인증이 중요한 게 아니라, 대중에게 인정받는 것이 중요하다는 것이다. 인증을 받았지만, 그 사회적기업의 활동이 사람들로부터 인정받지 못하는 기업이 있을 수도 있고, 인정받는 사회적기업의 역할을 하고 있지만 법제도 안에서 인증 받지 못하거나, 인증 받지 않는 기업이 있을 수도 있다. 즉, 우리는 한국적 논의의 특수성에서 벗어난 좀 더 넓은 의미의 사회적기업을 추구하며 그런 기업들의 활동에 주목한다. 아름다운가게는 2007년에 한국에서 두 번째로 사회적기업 인증을 받았지만 이미 2002년부터 사회적기업의 역할을 해왔고, 우리 사회가 다양한 문제들을 해결하기 위해 노력해 왔다. 인증뿐만 아니라 많은 이들의 인정을 받는 사회적기업이 된 것이다.

정리하자면, 사회적기업은 우리사회의 문제를 기업 활동을 통해 해결해가는 조직을 말하며 이는 '인증'만이 아닌 '인정'받는 기업을 말한다. 인정받는 사회적기업이 되기 위해서는 다양한 사회문제에 대한 감수성을 가지는 것이 첫 시작이라고 할 수 있다. 우리사회의 소외된 사람들이 누구인지에 대한 재정의가 필요하고 기존의 시장경제에서 배제된 그들을 위한 새로운 시장을 만들어나가는 시도로 사회적기업의 확장이 필요하다. 사람을 중심으로 하는 경제에서 하나의 큰 축으로 사회적기업의 활동이 기대되며, 인정받는 사회적기업들이 더 많이 나와 우리 사회가 더욱 아름다워지길 기대해본다.

오래 기다려도 괜찮아, 사회적기업

한겨레경제연구소 서재교 수석연구원



고용노동부가
성장을 주도한 시기

지방자치단체가
주도해 양적 확대를
이뤄낸 시기

사회적기업 내부
역량 강화와 경제 및
사회적 성과 창출
극대화

01

02

03

"당장 효과를 보려고 하면
향약은 여기에서 그만 두는 것이 좋습니다.
그렇지 않다면 오래 기다려 두고 보는 것이 좋습니다."

- 조선왕조실록 中

지난해 10월 국내 예비 사회적기업가 20여명과 함께 태국 사회적기업을 방문했다. 현장 방문을 앞두고 찾아간 곳은 태국 내 사회적기업 관련 사업을 총괄하는 'TSEO(Thai Social Enterprise Office)'. 총리실 산하 기구로 태국 사회적기업을 지원하는 가장 큰 단체다. 정부 기금으로 사회적기업을 지원하는 이곳에서 흥미로운 이야기를 들었다. 바로, 한국의 사회적기업 정책을 벤치마킹하고 싶다는 것이었다. 특히 사회적기업육성법을 토대로 급성장한 배경에 관심을 나타냈다. 물론 냉정한 평가도 뒤따랐다. 인건비 중심의 지원 방식엔 동의하지 못하겠다는 듯 고개를 가로저었다. 사회적기업도 기업이기 때문에 시장에서 지속가능한 방식의 지원이 되어야 한다는 소신을 피력했다. 태국식 사회적기업 모델을 개발하기 위해 영국, 한국 등 사회적기업 선진 모델 학습에 여념이 없는 모습이 인상 깊었다.

한국 사회적기업이 본격 성장 궤도에 오른 것은 이명박 정부 출범을 앞두고였다. 2007년 6월 사회적기업육성법 발효 이후, 치러진 대선에서 당시 여당의 유력 대선 후보였던 한나라당(현 새누리당)이명박 후보의 공약집에 사회적기업이 언급됐다. 취약계층 일자리 창출을 위한 주요 도구로 사회적기업을 선택했다. 경제와 사회 그리고 복지영역을 아우르는 주요 20개 공약 가운데 사회적기업이 언급되면서 관심의 대상이 되기 시작했다.

이후 사회적기업은 오늘날까지 세 번의 큰 도약을 경험하며 진화 중에 있다. 첫 번째는 고용노동부가 성장을 주도한 시기다. 주로 정부 지원 사업과 연계해 사회적기업을 육성한 시기다. 두 번째는 지역성장 시기다. 지방자치단체가 주도해 양적 확대를 이뤄낸 시기다. 마지막 세 번째는 질적 개선기다. 사회적기업 내부 역량 강화와 경제 및 사회적 성과 창출 극대화를 위한 다양한 방안을 모색한 시기다.



고용노동부가 사회적기업 성장을 주도한 시기는 정책 연착륙이 목표였다.

당시 인증된 사회적기업의 면면을 살펴보면 간병, 요양 등 법률로 정한 정부 지원 사업이나 장애인, 탈북자, 경력단절여성 등을 위한 일자리 창출 즉, 정책적 지원이 요긴한 곳들이 다수를 차지했다. 고용노동부가 2008년 11월 제 1차 사회적기업 육성 기본계획에서 밝힌 사회적기업의 역할, 그 첫머리도 '지속가능한 일자리 창출'이 장식하고 있다. 이른바 '일자리제공형' 사회적기업은 이후에도 지속적으로 늘어나(2009년 8월 기준, 43%(252곳 가운데 109곳)에서 5년이 지난 2014년 9월 70%(1,165곳 가운데 795곳)으로 증가되어 사회적기업의 핵심 트렌드가 됐다.

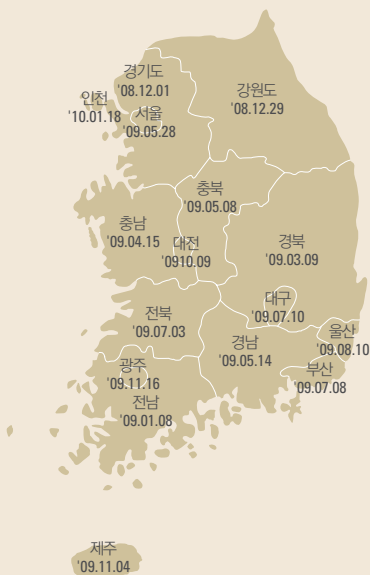


사회적기업 지역시대는 2010년 민선 5기 지방 선거를 앞두고 광역자치단체들이 앞 다투어 사회적기업 지원 조례안을 통과시킨 것이 계기가 됐다.

2008년 12월부터 2010년 1월, 단 1년 사이 전국 16개 시·도가 한 곳도 빠짐없이 사회적기업 지원을 약속했다. 일자리 창출과 사회복지 등 지역사회가 처한 문제 해결에 사회적기업은 매력적인 카드였다. 사회적기업들이 만든 제품이나 서비스를 우선 구매하고, 조례안을 근거로 설립한 예비 사회적기업에 대해선 인건비와 경영 자문 지원 등 선물 공제가 이어지는 건 당연한 결과였다. 훗날 100여 곳에 이르는 기초자치단체까지 합세해 사회적기업 지원 관련 조례안 제정에 나서자 예비 사회적기업 숫자는 눈덩이처럼 불어났다. 2013년 12월 한국사회적기업진흥원이 발표한 예비 사회적기업 현황 자료를 살펴보면 총 1,328곳의 예비 사회적기업이 지역사회에서 활동 중인 것으로 나타났다. 한 때 2,000여 곳에 육박했던 것과 비교하면 줄어든 수치이긴 하지만, 만 7년이 넘는 기간 동안 고용노동부가 인증한 사회적기업 수가 1,200여 곳에 미치지 못하는 것을 고려하면 대단한 수치임에 틀림없다.

하지만 사회적기업 지역시대는 찬란한 유산과 함께 해결해야 할 도전 과제도 상당수 남겼다. 사회적기업의 질적 개선이 대표적인 예다. 지난 9월 국회 감사에서도 같은 문제가 제기됐다. 환경노동위원회 소속 새누리당 주영순 의원이 사회적기업진흥원으로부터 제출 받은 '2013년 사회적기업 경영공시 현황' 자료를 분석했는데, 경영공시에 참여한 81개 기업 중 흑자를 낸 곳은 18개(22.2%) 기업에 그친 것으로 나타났다. 사회적기업 운영에 돈이 전부는 아니지만 10곳 중 8곳은 적자라는 것은 내 보이기 썩스러운 성적표였다.

사회적기업 지원을 약속한 전국의 현황





2012년 12월과 이듬해 7월

고용노동부는 제2차

사회적기업 육성

기본계획과 사회적기업

활성화 추진 계획을

발표하면서 사회적기업

질적 개선을 위한 선제적

조치에 나선 바 있다.

먼저, 사회적 가치 평가체계 개발이다. 모든 사회적기업이 돈을 잘 벌도록 미션을 부여받은 것은 아닌 만큼 다양한 사회적 가치를 경제적 성과와 함께 평가해 지원안을 마련하겠다고 선언했다. 사회적 영향력이 큰 사회적기업은 경제적 성과가 낮더라도 사회적 지지를 통해 지속가능하다는 논리였다. 한국사회적기업진흥원은 지난 2013년과 2014년 두 해에 걸쳐 사회적기업을 업종별로 구분해 공통 및 자율 지표를 개발하고 있다. 과거 사회적 가치 측정 지표들이 현장 활용도가 떨어진 점을 고려해 사회적기업 현장에 지표 초안을 적용 시킨 후 피드백을 평가 프레임워크에 적극 반영하는 방식을 채택하고 있다.

사회적기업 경영공시 제도 역시 질적 개선을 위한 방책이다. 일반 기업의 경영공시가 제한된 투자자들과 경제성 성과를 공유하는 것이라면 사회적기업 경영공시는 지배구조, 사회성과 그리고 경제성 성과를 다양한 이해관계자와 공유하고자 계획됐다. 사회적기업에 대한 좀처럼 개선되지 않는 소비자들의 인식 수준을 높이고, 공공구매와 사회적기업 투자 시 관련 자료로 활용하겠다는 계획을 갖고 있다. 사회적기업의 경영 성과를 스스로 관리함으로써 내부 역량 강화에 도움을 주겠다는 복안도 포함되어 있다.

최근 사회적기업 이해관계자들은 질적 개선을 위한 또 다른 손님맞이에 들떠있다. 바로 현재 국회에 발의되어 있는 사회적경제기본법이다. 사회적기업을 비롯한 사회적기업의 제품과 서비스를 우선 구매하고, 사회적기업 간 협력과 연대를 통해 질적 개선을 꾀할 수 있을 것으로 기대된다.

돌이켜보면 사회적기업 지난 7년의 시간은 정부, 중간지원조직, 사회적기업 현장 등 모든 이해관계자가 숨 가쁘게 앞만 보고 달려온 시기였다. 혼자가 아니라 함께 만들어 가야 하는 사회적기업이기에 적잖은 시행착오도 있었다. 사회적기업 정책을 두고 여전히 시장 교란자를 양성한 다거나, 질 낮은 일자리를 양산하는 수준 이하의 정책으로 폄하하는 전문가가 줄어들지 않는 이유다.

그렇다면 지금 사회적기업에 대한 세간의 우려와 염려를 씻어 내고, 사회가 원하는 변화와 혁신에 다가가기 위해 필요한 것은 무엇일까?

연산군 재위 15년간의 폭정이 야기한 피폐하고 흉흉해진 민심을 수습하기 위해 조선 11대 국왕 중종이 꺼내든 향약을 통해 시사점을 살펴 볼 수 있다. 마을 공동체 스스로 만든 규범과 원칙을 통해 민심의 안정을 꾀하고자 시작한 향약이지만 시행 몇 년간 정책적 효과를 보지 못했다. 반대론자들의 비판이 거세지는 건 당연했다. 이 때 참찬관 유인숙이 꺼낸 이야기를 조선왕조실록은 이렇게 전한다. "당장 효과를 보려고 하면 향약은 여기에서 그만 두는 것이 좋습니다. 그렇지 않다면 오래 기다려 두고 보는 것이 옳습니다."

전제 군주가 다스리던 조선사회에서도 사회 혁신은 시간이 필요한 일이었다. 하물며 민주주의가 세상의 최고 법도가 된 지금 시대가 오죽할까?

STEP 2

사회적기업은 '함께' 진화한다



사회적기업이란 사회 문제를 해결하는 기업이다. 일반 기업들이 얻어진 이익의 일부로 사회공헌사업을 하는 것이라면, 사회적기업은 활동 자체가 사회 공익적인 가치를 만드는 일이다. 그리고 일자리와 사회서비스를 제공하는 기능을 하는 것을 넘어서 사회 시스템을 바꿀 수 있는 혁신적인 솔루션과 비전을 가지고 있다.

사회적기업센터를 통해 새롭게 펼쳐질 아름다운가게의 아름다운 변화에 주목해 주세요.

제2, 제3의 아름다운가게를 만드는 곳: 사회적기업센터

아름다운가게 사회적기업센터 류은화 팀장

한국의 대표 사회적기업 아름다운가게. 아름다운가게를 수식하는 말은 참으로 다양하다. 연간 약 320억 원의 매출을 달성하는 기업, 소외 이웃과 공익단체를 위해 약 40억 원을 나누는 곳, 5천여 명의 자원봉사자가 정기적으로 활동하는 곳, 118개의 전국 매장을 가진 한국의 대표적 사회적기업 등. 그 중, 가장 선호하는 수식어는 '모두가 함께하는 나눔과 순환의 아름다운 세상을 만드는 곳'이다. 이는 우리 스스로가 만든 미션이고, 지난 12년간 많은 참여자들과 함께 이루고자 노력한 궁극의 목표이기 때문이다. 2010년, 아름다운가게의 새로운 10년을 꿈꾸는 시점에서 우리는 '아름다운 세상 만들기'의 또 다른 방법을 모색했다. 그간 만들어 놓은 브랜드, 재활용 시스템, 인적 물적 네트워크, 그리고 일부 수익을 우리 사회 변화에 잘 사용하여 아름다운가게를 행복한 경제를 만드는 사회적 플랫폼화 하는 즐거운 상상을 해보기도 했다.

2011년, 아름다운가게는 어떻게 지속가능한 기업으로 성장할 것인지에 관한 기업적 고민과 함께 어떻게 나누어 우리 사회의 행복지수를 높일까라는 사회적 고민을 함께 하게 되었다. 자립을 넘어서 연대와 협력으로 가는 사회혁신기업의 생태계를 만드는 일, 수익을 나누는 방법의 혁신을 통해 아름다운가게의 사회적 가치를 높이는 일, 궁극에는 아름다운가게를 통해 우리 사회의 행복지수를 높이는 일을 위해 사회적기업센터가 탄생하게 되었다.

효율 높은 나눔을 생각하는 사회적기업센터

아름다운가게는 적립금 일부를 제외하고 수익금 전액을 사회에 다시 환원한다. 지난 12년간 약 315억 원의 수익 나눔을 했다. 이제까지는 수익금을 나눴다면 앞으로는 아름다운가게가 만들어 온 시스템과 인프라, 인적 물적 네트워크, 그리고 신뢰도와 인지도 높은 브랜드도 함께 나누고자 한다. 우리 사회의 아름다운 변화를 생각하는 개인, 기업, 단체들에게 든든한 배경(Platform)이 되어 주고 쓸모 있는 연정(Methods)이 될 수 있는 방법들을 모색하고 있다. 아름다운가게는 그 씨앗이 사회적기업이라고 생각한다. 제2, 제3의 아름다운가게 역할을 해낼 사회적기업을 발굴하고 육성하는 일은 지속적으로 나눔의 효과를 증대하고 재생산하며 나눔의 생태계를 건강하게 확장시킬 것이다.

대표 선수로서 후배 선수를 찾아 나서는 사회적기업센터

사회적기업을 지원하고 육성하는 곳들이 많아졌다. 정부에서도 2007년 사회적기업육성법을 만든 이래 양극화, 청년실업, 고용창출의 문제를 해결하기 위해 사회적기업 육성 정책을 펼치고 있고

민간 차원에서도 인큐베이팅, 교육, 컨설팅 등 사회적기업을 위한 일들이 활발히 진행되고 있다. 하지만 선수들의 삶을 가장 잘 이해하는 것은 선수이다. 아름다운가게는 사회적기업의 대표 선수로서 선수 생활을 하며 겪었던 시행착오, 성공과 실패의 경험, 노하우를 나누며 후배이자 동료인 사회적기업의 손을 잡아주고 있다. 그리고 후배 선수들이 자립할 수 있도록 지원하는 유통, 사회적 투자 등의 플랫폼을 통해 사회적기업 간의 펠로우십(Fellowship)을 형성하여 협력과 연대의 사회적 경제로 발전시켜 나갈 것이다.

연간 약 320억 원의 수익, 40억 원 가까운 나눔 실천은 시민들의 관심과 참여 없이는 불가능한 일이었다. 사회적기업센터는 이러한 '시민 참여'의 원칙을 명심하고 참여자들에게 더욱 감사하며 질 높은 관계를 만들어 '그물코 경제'를 위한 여러 가지 즐거운 실험을 해나갈 것이다. 그물코 경제는 아름다운가게가 창립 당시부터 꿈꾸어왔던 모습이다. 사람과 사람, 사람과 자연이 연결되어 있고 서로에게 영향을 주며 좋은 관계가 좋은 결과를 낳는다는 사회적경제의 원리이다. 그물코 경제, 협력 소비, 환경, 지역 사회를 키워드로 한 다양한 신사업을 모색하고 인큐베이팅하는 일들이 아름다운가게 안팎에서 펼쳐질 것이며 이를 통해 우리 사회의 창의적이고 혁신적인 문화를 복돋우며 사회혁신기업모델을 찾아 나갈 것이다.

*사회혁신기업이란, 소셜 벤처, 사회적기업, 협동조합 등 사회적 가치(social)를 지향하는 기업을 의미하며 아름다운가게 사회적기업센터의 대상은 이 모두를 포함하고 있음



사회적기업센터 사업 소개

우리의 꿈

세상을 아름답게 만드는
사회혁신기업의 롤모델 만들기

우리의 미래

현장성과 전문성을 갖춘
사회혁신의 허브(Hub)

핵심가치

사명, 혁신, 도전, 신뢰

교육 사업

아름다운가게의 접점에는 사회적기업을 잘 아는 분들보다 그렇지 않은 분들이 더 많다. 사회적기업의 저변 확대 및 인식 개선을 목표로 시작한 교육 사업은 일반인들에게는 사회적기업에 대해 친근해지는 계기를 만들어주고, 사회적기업 창업에 희망하는 사람들에게는 창업에 필요한 자질 함양과 실무역량을 교육하고 있다. 이미 수료생 중 일부는 소셜 벤처로 인정을 받거나 예비사회적기업이 되기도 하였다. 현장중심의 체계적인 교육을 통해 더 많은 사회적기업가를 양성하고자 한다.

뷰티풀펠로우 사업

예비 사회혁신기업가를 발굴하여 3년간 생활비를 지원하고 국내외 연수 및 교육 기회를 제공하며 아름다운가게가 맺은 좋은 인연들도 나누고 아름다운가게에 인프라도 공유하면서 스스로 성장하고 자립할 수 있도록 공유(共育)하는 '뷰티풀펠로우' 사업. 사회혁신기업가 지원하는 '뷰티풀펠로우' 사업은 사회적기업센터가 생기기 이전부터 준비되었던 사업이다. 아이템 중심, 기업 중심의 관심을 '업(業)'을 만드는 사람에게로 모아내어, 세상을 변화시킬 사회혁신기업가들을 지원하고 그들의 가장 든든한 지지망이 되고 있다. 지난 4년간 700여명의 사회혁신기업가들이 도전했고, 현재까지 총 13명의 뷰티풀펠로우가 선발되어 우리 사회 곳곳의 혁신의 증거가 되고 있다.

컨설팅 사업

아름다운가게 13년차에 접어들 동안 수많은 (예비)사회혁신기업가들이 아름다운가게를 찾아왔다. 사회혁신기업가들의 성장을 위해서는 비즈니스 아이디어, 자원, 네트워크 등 많은 요소들이 필요하고, 특히, '현장감' 있는 선배 사회혁신기업가들의 경험'이 필요하기 때문이다. 이에, 아름다운가게 사회적기업가들의 경험과 노하우를 체계화 & 사회화 하여 선배 사회적기업가들에게는 자기계발의 기회를 마련하고 후배 사회적기업가들에게는 현장감 있는 교육 훈련 및 컨설팅의 기회를 제공하고자 2013년 시작된 사업이다.

대외협력 사업

사회적기업과 사회적기업을 돕는 중간지원조직, 전문가 등과 함께 사회혁신기업가 포럼을 분기마다 개최한다. 사회혁신의 주체와 기업가에 대한 논의의 자리를 마련하고, 참여 기업가들의 역량 강화를 통해 성장기 사회혁신기업의 발전적 모델을 만들고자 한다. 그 예로 사회혁신기업가 스스로가 스스로를 응원하고 지지하는 '사회혁신기업가 셀프어워드'를 지난해에 이어 공동으로 진행하고 있다. 또한 사회적기업이나 소셜 벤처에 투자하고 사회적 경제의 건강한 생태계 조성을 위해 옴타리 역할을 할 수 있는 사회혁신기금 마련에 공동으로 참여하고 있다.



사람에게서 희망을 찾다 : 뷰티폴펠로우

아름다운가게 사회적기업센터 허경태 간사

1기 유호근 펠로우는 말한다. "성공은 없다. 성장이 있을 뿐이다."
그렇다. 성공은 단지 살아남은 자가 하나의 시점에 대해
말한 것뿐이다. 사람에게 성공을 이야기 하는 것은 어렵다.
하지만 분명 성장은 있다. 실패의 경험은 성공을 향한 길을 열게 해준다.
그 화살이 과녁에 맞지는 않았을지라도, 적어도 끝까지
활시위를 잡고 있었다면 그 힘은 분명 사회 어딘가에 남을 것이다.

아름다운가게는 나눔과 순환, 그리고 시민참여의 사회적 가치를 창출하기 위해 만들어졌다. 사회문제를 해결하거나 사회적 가치를 창출하기 위한 목적으로 생겨났으며, 그 활동에 비즈니스가 있음으로써 시너지를 만들어내고 지속가능성을 갖는 조직을 사회적기업이라고 한다.

그렇다면 이러한 소셜 비즈니스는 저절로 조직되었을까? 모든 사람들이 동시에 아름다운가게라는 조직을 필요로 해서 성장했을까? 아

름다운가게의 성장에는 자원활동가로 참여한 사람, 구매자로 참여한 사람, 기업의 파트너로 참여한 사람, 조직의 구성원으로 참여한 사람이 있다. 그리고 그 참여 이전에 조직을 만든 사람이 있다. 결국 누군가의 생각과 실천에 의해 무언가 만들어지고, 운영되는 것이다.

도올 김용옥 선생이 이렇게 질문했다. "활이 활시위를 떠나 과녁까지 도달하게 하는 힘이 더 위대한가? 아니면 그 활이 과녁 한가운데를 정확히 맞추는 기교가 더 위대한가?" 결과



를 위해서는 둘 다 중요하다. 하지만 도올 선생은 과녁까지 도달하게 하는 힘이 더 위대하다고 말한다. 뷰티풀펠로우 사업은 활시위를 당겨 과녁까지 도달하게 하는 힘을 제공하는 그 사람을 지원한다. 그가 활시위를 부지런히 과녁으로 쏘지 않는다면 변화의 기회조차 없는 것이다.

아름다운가게는 한국의 대표적인 사회적기업으로 인정받고 있었다. 그래서 사회적기업으로서 사회에 어떤 기여를 해야 하는지 기대와 더불어 책임감도 느끼게 되었다. 그 결과로 제2, 제3의 아름다운가게를 만들어낼 역량 있는 사회혁신기업을 장기적으로 지원한다는 뷰티풀펠로우 사업이 탄생하게 되었다.

사람을 신뢰하고, 신뢰하는

사실 사회혁신가를 지원하는 뷰티풀펠로우 사업은 이미 '아쇼카펠로우'라는 아주 좋은 롤모델이 있었다. 아쇼카 재단은 전 세계에 3,000명이 넘는 체인지 메이커를 발굴해왔고 그들이 변화를 만들어 낼 수 있도록 돕는다. 대표적으로는 방글라데시의 그라민뱅크를 설립한 무하마드 유누스와 올해 노벨평화상 수상자인 인도의 사티아르티 역시 아쇼카 펠로우다. 아쇼카 재단의 창립자인 빌 드레이튼은 "사회적기업가란 물고기를 잡아주는 대신에 낚시하는 방법을 알려주는 것에 그치는 것이 아니라 수산업 자체를 바꾸는 것이다"라고 말했다. 무릎을 치는 메시지였다. 그 뿐만 아니라 해외에

"세상에서 가장 강력한 세력이 무엇이라고 생각하는가?
 기존의 양식을 변화시킬 수 있는 아이디어와
 그것을 실행할 수 있는 사람이다. 이 두 가지는 분야나
 시대에 관계없이 가장 강력한 세력이다.
 우리가 이 사업을 시작할 때 기업가를 돕는 기관은
 많았으나 사회사업가를 돕는 곳은 없었다. 그래서 시작했다.
 사회적기업가는 작은 아이디어에서 출발하지만
 여러 단계를 거치면서 강력한 힘을 발휘한다."

- 빌 드레이튼 2010년 머니투데이 인터뷰 기사 중



4기 뷰티풀펠로우
 심사 당시 모습

는 에코잉그린, 슈왓재단 등에서 사회혁신가에게 지원하는 펠로우 사업들이 있었지만 한국에는 없었다.

펠로우 사업은 꽤 까다로운 절차를 갖고 있다. 펠로우들을 신뢰하고 그들의 자율성을 보장하는 지원을 하지 않는다면 일반적인 사업비 지원 사업과 별반 다를 것이 없다. 또한 사람에게 지원하는 사업인 만큼 펠로우 사업의 성과를 측정하기가 쉽지 않다. 따라서 단위 사업의 성과에 크게 연연하지 않고 펠로우가 만들어내는 변화 자체를 지원할 수 있는 재원을 가진 곳이 아니라면 펠로우 사업은 만들어질 수 없다. 그래서 3년이라는 장기 지원의 형태를 띠게 된 것이다. 다른 기관에서 엄두내지 못할 사업을 하는 것. 그래서 아름다운가게의 뷰티풀펠로우 사업은 한국 사회에 큰 의미가 있다. 2011년 우리는 첫 뷰티풀펠로우를 선발했다. 그리고 월 150만원을 3년간 지원했고 해외연수, 교육, 멘토링, 협업을 통한 사업 포트폴리오 등을 지원했다. 뷰티풀펠로우들에게 "그래서 뷰티풀펠로우 지원을 통해 사회가 얼마나 변했는가?" 라고 묻는다면 그들의 대답은 한결 같을 것이다. "알 수 없다." 라고.

도현명 임팩트스퀘어 대표는 첫 번째 뷰티풀펠로우들의 지원이 종료되고 성과를 공유하는 자리에서 뷰티풀펠로우 사업의 효과 분석 연

구 결과를 발표했다. "한 해 평균 창업하는 사회적기업 수가 수 백 개에 육박하고 있고, 그들을 위한 수많은 지원 사업이 있음에도 대부분 창업 시도단계에 그치는 것이 현실"이라면서 "아름다운가게 뷰티풀펠로우 사업에서 생활비 명목으로 지급한 150만원은 뷰티풀펠로우의 생활을 가능케 하는 결정적 역할을 했고, 이 덕분에 뷰티풀펠로우들이 사회혁신 활동을 포기하지 않고 지속할 수 있었다"고 말했다.

뷰티풀펠로우 사업의 효과를 정량화 하는 것은 쉽지 않다. 아마도 한 대학생에게 장학금을 주고 얼마나 성공했고 무슨 변화가 있었는지 묻는다면 "학점은 몇 점을 받았고 지속적으로 공부할 수 있게 해주어 고맙다"고 할 것이다. 장학금을 주는 사람은 학생의 학점이 중요하다고 보다는 이 학생이 공부를 중단하지 않고 지속할 수 있게 하는 것. 그리고 그 학생이 나중에 만들어 낼 미래에 지원하는 것이다.

뷰티풀펠로우 사업 역시 마찬가지다. 뷰티풀펠로우 사업이 사회적으로 무슨 성과를 내고 있는지를 궁금해 하기보다 뷰티풀펠로우가 정부와 기업, 시민단체까지 포기한 사회문제 해결을 위해 포기하지 않고 사업을 지속할 수 있었는가를 물어보고 미래에 어떤 변화를 만들어 가는지에 대해 관심을 갖고 응원하는 것이 맞다.

아름다운가게 뷰티풀펠로우 만나보기



12기 강성태 - 공부의 신
빈부와 지역에 상관없이
대한민국 모든 학생들에게
공신 멘토 한 명씩을
만들어 준다



**17기 유호근 - 희망동네
협동조합 사업단**
협동조합을 통한 더불어
행복한 지역경제공동체를
만든다



**17기 진재선 -
이르미협동조합**
대안적 지역공동체 경제
조직화를 통한 지역 귀농
귀촌자의 정착 지원을
돕는다



**22기 박정이 -
오방놀이터**
돌봄과 가족 카페를 통해
행복한 가족, 건강한
공동체를 만든다



27기 박정화 - indie CF
광고를 통해 인간을
행복하게 한다



**27기 유덕수 - 열정대학
(PassionEdu)**
대한민국 20대들이 자신의
(Unique:유일무이한) 삶을
살 수 있도록 돕는다



27기 유정호 - 소셜코어
고학력 장애인 고용을
통해 특화된 출판시스템을
개발한다



32기 김윤정 - 플랑플랑
동물과 사람의 관계
변화를 통해 삶의 질을
항상 시킨다



**32기 박형일 - 청년,
농진로·농창업 플랫폼 온**
도시적 청년들의 농적
진로 찾기와 정착, 농촌에서
사라져버린 청년층의
생태계를 복원시킨다



**42기 구민근 -
페이스페이스**
도시의 유휴 공간을 재활용
하여 사회적, 경제적 가치를
창출하는 공유공간
플랫폼을 만든다



**42기 문아영 -
평화교육프로젝트모모**
수평적 서로 배움의
평화교육을 통한 평화 역량
확산, 갈등으로 인한
사회적 비용을 최소화 한다



**42기 안시준 -
한국갭이어**
한국형 갭이어 프로그램을
통해 청춘들이 다양한
경험을 하고 자신의
꿈을 꾸게 한다



**42기 이경애 -
대지를위한바느질**
친환경 웨딩드레스,
에코 웨딩을 넘어 마을을
이롭게 하는 결혼 문화를
만든다

지속가능한 자립을 위한 일터 : 뷰티풀웍스

아름다운가게 나눔사업팀 **황현이** 팀장

로지나 베군(뷰티풀웍스 근로자)은 방글라데시 사바지 지역의 의류공장에서 일한 지 7년이 넘는 베테랑 직공이었다. 다섯 살짜리 딸을 키우고 집을 마련하기 위해 남편과 함께 열심히 일해온 가난하지만 성실한 의류공장이었던 로지나의 삶이 흔들린 것은 지난해 4월의 사고였다. 로지나가 일하는 공장이 있는 8층 건물인 라나플라자에 큰 균열이 발견된 것이다. 사람들이 불안해하자 건물주는 지역의 경찰서와 건축사를 불러 안전 검사를 시행했다. 그런데 간단한 검사 후 건물이 안전하다는 발표가 났고, 아직 불안해하는 사람들에게 공장감독관의 '출근하지 않으면 이번 달 월급 전체가 없을 것'이라는 협박이 뒤따랐다. 월세와 아이의 등록금을 떠올린 로지나는 공장에 다시 들어갔고, 한 시간 후 건물은 무너졌다. 정신을 잃었

다 깨어났을 때 온통 어둠 속에서 팔을 꿰뚫는 고통만이 느껴졌다. 그 다음 날 그녀를 발견한 시민 구조대는 도구가 없으니 살고 싶다면 팔을 자르고 나오라는 말밖에 할 수 없었고 그녀는 살기 위해 그 말을 따랐다.

이날의 사고로 공식적으로만 1,131명의 사망자와 2,500명 이상의 부상자와 수 백 명의 실종자가 발생했다. 가난하지만 열심히 살아온 많은 의류공장 직원들이 정경유착과 비리, 안전불감증, 패스트 패션산업의 문제, 부의 불평등과 착취를 심화하는 글로벌 경제시스템의 희생양이 되었지만, 제대로 된 대응과 지원은 없었다.

아름다운가게의 긴급 지원

아름다운가게는 사고 발생 후 현지 파트너와 함께 현황 파악과 긴급지원 대책을 마련했다. 피해자 중 가장 취약한 대상자를 선정하여 4단계의 긴급지원 계획을 시행하기로 했다. 먼저 사고 후 치료도 제대로 받지 못하는 사람들을 신속히 의료비와 생계비를 지원하고 3개월 후엔 신체부상에서 회복된 이들을 대상으로 트라우마 치료를 시행했다. 이 때 많은 피해자들은 대부분이 직장을 잃은 상태로, 대가족의 생계를 책임지고 있었지만 일자리를 잃고 치료도 받기 어려운 형편이었다.

사회적기업을 통한 지속가능한 국제개발

사고 후 6개월, 아름다운가게는 피해자들과 이들의 가족을 위한 지속가능한 회복 프로그램을 설계하기로 했다. 신체적, 정신적으로 회복이 된 사람들을 대상으로 직업훈련을 시행한 후 이들이 일을 할 수 있는 곳, 그래서 지속가능한 수입을 얻을 수 있는 회사를 만들자는 것이 목표였다. 2014년 1월, 아름다운가게는 의류 및 가방을 만드는 사회적기업, '뷰티풀웍스'의 문을 열었다. 의류공장에서 일하던 이들은 누구보다 열심히 새로운 기술을 배우고 훈련



기술훈련 교육



뷰티풀웍스에서 생산된 메아리상품



라나플라자 붕괴현장 ©쉐이크 하산

에 참여했다. 뷰티풀웍스는 아직 1년도 채되지 않았지만 서로를 격려하며 일하고 있다. 디자인을 개발하고 여기저기서 열심히 일감을 따오고 있다. 아름다운가게도 이들의 비즈니스 역량 강화를 통한 진정한 자립을 목표로 세심한 지원전략을 세우고 있는 중이다.

뷰티풀웍스의 가능성과 도전, 그리고 지속가능한 미래

라나플라자 피해자 및 가족 20여 명으로 구성된 뷰티풀웍스 구성원들은 비록 공식 교육 수준은 낮지만, 의류공장 근로자 출신으로 숙련도와 빠른 적응력을 보이고 있다. 특히 큰 사고의 후유증에서 아직 회복하는 중임에도, 긍정적이고 열정적인 태도로 열심히 일하고 있다. 생각지 못한 사고를 당했지만 포기하지 않고 다시 일어서려고 노력하는 이들을 위한 지속가능한 지원의 방법으로 '사회적기업' 방식이 주목 받는다. 이들이 성공할 수 있도록 아름다운가게는 우리의 신의와 노하우, 인프라를 기반으로 지원할 것이다. 사회적기업 뷰티풀웍스가 사회적 미션과 비즈니스 자립이라는 두 마리 토끼를 잡을 수 있도록 아름다운가게와 현지파트너 보이스는 오늘도 부지런히 일할 것이다.

"뷰티풀웍스가 잘 돼야 나도 잘 되는 거죠.
회사에 있는 시간이 제일 행복합니다."

마수다 배금 (뷰티풀웍스 근로자)

뷰티풀웍스 The Beautiful Works

설립일 : 2014년 1월

사업대상 : 사회적기업 '뷰티풀웍스' 및 소속 근로자 20인

사업특징 : 비즈니스를 통한 인도적 지원 및 국제개발

사업목표 : 사회적기업 '뷰티풀웍스'를 통한 라나플라자
사고 피해자들의 지속가능한 자립 지원

사업내용

- 피해자들의 훈련 및 고용
- 뷰티풀웍스의 비즈니스 역량 구축
- 사회적기업 거버넌스 구축

사업진행경과 및 계획

- 2013년 6월 ~ 12월 긴급구호 1, 2, 3차
- 2014년 1월 ~ 12월 사회적기업 '뷰티풀웍스' 출범 및 초기사업 운영
- 2015년 1월 ~ 12월 운영자립을 위한 비즈니스 역량 강화

뷰티풀웍스 근로자들



| 동그라미플러스 인터뷰 |

함께 희망을 일구어 갑니다+

아름다운가게 나눔사업팀 강현일 간사



+ 삶과 소통하는 방법을 알려주는 사회적기업

동그라미플러스는 장애인 중에서도 중증장애인이거나 지적장애인을 대상으로 설립된 장애인 직업재활 시설로 2000년도에 설립되었다. 초기에는 장애인 생활시설인 '동그라미'의 부설 자활자립장으로서, '동그라미'에 거주하는 장애인들을 위한 직업재활시설의 기능을 수행했다고 한다. 즉, '동그라미'는 장애인 거주시설, '동그라미플러스'는 장애인 직업재활시설의 역할을 담당하며 장애인들이 사회에 적응할 수 있도록 하는 순환모델로서 설립되었다. '동그라미플러스'라는 이름 역시 '동그라미'에 거주하는 장애인들의 삶에 플러스가 된다는 의미이다. 하지만 차츰 '동그라미' 외에도 지역 사회의 장애인들을 흡수하게 되었고, 현재에는 '동그라미'에 거주하는 장애인과 지역사회 장애인의 비율이 50:50 이라고 한다.

구형선 대표는 동그라미플러스를 "중증장애인들에게 적합한 일자리를 창출하고 소득을 제공하는 단체"라고 소개하며, 동그라미플러스의 사업이 크게 육포사업단, 목공예사업단, 임가공사업단 총 3개의 사업으로 구성된다고 덧붙였다.



나는 장애인이다.

안경을 쓰지 않으면 1m 앞도 잘 보이지 않는다.

그러나 안경 덕분에, 그리고 이 안경을 만들고 유통시키고 판매하는 사람들 덕분에 장애로부터 자유로울 수 있었다.

그래서 학교에서 공부를 하고, 직장에서 일을 하며 어엿한 사회의 일원으로 성장할 수 있었다.

동그라미플러스는 지적 장애를 가진 중증장애인들에게 안경과 같은 역할을 하는 아주 특별한 사회적기업으로, 아름다운가게와 소중한 인연을 이어오고 있다. 그들이 말하는 사회적기업의 필요성에 대해 들어보자.



+ 장애인과 사회는 동시에 훈련되어야 한다

동그라미플러스가 현재의 사업 포트폴리오를 갖추기까지는 오랜 고민의 과정이 있었다. 초창기 시도했던 종이 접기, 홈패션, 압화 등의 사업은 수작업이라는 한계로 인해 실질적인 수익을 창출하기에는 어려움이 있었다. 그래서 2003년 목공예 사업을 시작했고, 원불교에 납품하면서 고정적인 수익이 발생하게 되었다. 하지만 목공예 사업은 주문제작 방식으로 이루어지기 때문에 장애인 근로자들이 다양한 디자인에 대응할 수 있도록 훈련시키는 과정에 많은 시간이 소요되었고, 보다 정형화된 프로세스를 갖춘 사업을 고민한 결과 2007년에 육포공장을 설립했다. 또한 육포공장을 설립한 배경에는 또 한 가지 중요한 이유가 있는데, 기존에 직업재활을 통해 사회에서 직장을 얻은 장애인들의 80%가 결국에는 다시 동그라미플러스로 돌아온 것이다. 장애인들이 어렵사리 일자리를 얻게 되더라도 일반적인 사회의 직장에서는 장애인들을 이해하고 배려하는 문화가 부족하다며, "우리가 훈련시켜도 사회가 훈련되지 않으면 장애인의 지역사회 통합은 어렵다"는 것을 강조했다.

+ 위기의 순간에 나타난 아름다운가게

하지만 모든 도전에는 위험이 따르는 법. 육포공장 설립 이후, 2008년 예비사회적기업 선정, 2010년에는 사회적기업 인증을 받았으나, 때마침 발생한 구제역으로 인해 큰 어려움을 겪었다. 구형선 대표는 "고기 값이 올라 육포를 만들어도 손해가 나는 상황이었기 때문에 생산을 중단할 수밖에 없었고, 결국 기존에 납품하던 업체와의 거래가 끊기면서 매출이 감소할 수밖에 없는 상황"이었다고 당시를 회상했다. 그러나 구제역 파동 당시, 재포장이나 고기 바꿔치기를 통해 유통기한을 속인 부정 식품업체들의 빈자리에 진출하며 조금씩 위기를 극복할 수 있었고, 아름다운가게와 스토어36.5, SK행복나래 등 사회적기업 제품 판매처가 늘어나면서 유통망을 넓혀갈 수 있었다.

특히, 2012년 아름다운가게 공익상품팀과 처음 인연을 맺게 된 이후, 돈육포가 아름다운가게의 베스트셀러 상품이 되었고, 2013년 11월과 2014년 10월에 아름다운가게가 GS홈쇼핑 기부방송을 연계해 주면서 2년 연속 매진을 기록해 어려운 시기를 극복하는 데 큰 도움이 되었다.

동그라미플러스 목공예 사업단에서 근무하는 근로자들



구형선 대표는 "포장지 디자인은 육포의 매출로 직결된다."고 말하며, 아름다운가게가 디자인한 '맛있는육포야!' 이전의 포장지 디자인을 보여주고 있다.



육포제조과정

+ '동그라미플러스', 그리고 '장애'

인터뷰가 끝날 때쯤, 동그라미플러스의 대표가 생각하는 '동그라미플러스', 그리고 '장애'란 무엇일까 궁금해졌다. 이에 구형선 대표는 '동그라미플러스'는 '일할 수 있는 권리'라고 즉답했다.

"아무리 장애가 있는 사람일지라도 직업을 가질 권리가 있습니다. 하지만 사회에서는 그 권리를 누릴 수 없습니다. 하루 5천원에서 1만원을 받으며 행복해하는 직업훈련생들을 보면 얼마를 버느냐의 문제를 떠나 일할 수 있는 공간이 있다는 것이 소중하다는 생각을 하게 됩니다. 동그라미플러스는 장애인들도 누구나 마땅히 누려야 할 권리를 누릴 수 있도록 하는 사회적기업입니다."

하지만 '장애'에 대한 질문에는 쉽게 답하지 못하고 고민하는 모습이 역력했다. 그리고 마침내 입을 떼었다.

"장애인에 대한 차별과 편견이 없는 사회라면 '장애인의 날'이 필요하지 않을 것이고, 장애와 비장애를 구분한다는 것이 무의미해질 것입니다. 어쩌면 장애는 능력의 차이라기보다 환경의 차이일 뿐이라고 생각해 볼 수도 있습니다. 지적장애인들에게 가고 싶은 여행지를 결정하라고 하면서 아무런 대답이 없다고 말하는 것은 폭력입니다. 그들은 질문을 인지하지 못한 상황이기 때문에 그에 맞게 물어야 합니다. 그래서 우리는 산이나 바다가 그려진 그림을 보여주면서 선택하도록 합니다. 자신의 기준이 아니라 상대방의 기준으로 질문해야 한다는 거죠.

임가공사업단에서 일하는 훈련생들은 짧게는 1년, 길게는 7~8년의 시간이 지나야 육포사업단이나 목공예사업단에 소속되어 정식으로 직장생활을 할 수 있게 됩니다. 만약 그 시간 동안의 배려와 기다림이 없다면, 그들은 평생 직업을 얻을 수 없을 것입니다."



이전 육포 포장지 디자인



아름다운가게가 새로 디자인한
'맛있는 육포야 한우' 포장지(좌측)

+ 10년 후 단체의 모습

그렇다면 구형선 대표가 그리는 동그라미플러스의 미래는 어떤 모습일까? 지난 10월, 사회적기업 월드포럼에 참가한 경험을 회상하며 이렇게 말했다.

"부익부 빈익빈 현상이 심화되면서 일부 대자본에 부가 집중되고 있는데, 사회적기업이 살아야 지역경제도 산다고 생각합니다. 사회적기업은 사회적 약자를 위한 일자리 창출 역할 뿐만 아니라 지역사회에 수익을 환원함으로써 지역사회 공동체를 건강하게 만들어야 합니다. 하지만 아직 대자본과 시장에서 경쟁하

기에는 규모 면에서 부족하기 때문에, 향후 동그라미플러스를 포함한 사회적기업들의 규모가 커질 필요가 있습니다. 그리고 지역사회에서 생산자 혹은 소비자 협동조합 등을 통해 소규모 사회적기업들의 연대를 활성화함으로써 경쟁력을 강화해 나가고 싶습니다."

| 해외 사회적기업가 방문프로그램 |

세계의 사회적기업가, 아름다운가게에 주목하다

아름다운가게 나눔사업팀 황현이 팀장

세계 곳곳에서 사회적기업들이 활약하고 있다. 사회의 문제를 깊이 있게 고민해 창의적으로 풀어내는 이들이다. 아시아와 유럽, 미국의 대표적 사회적기업들이 한국의 아름다운가게를 방문해 서로의 경험과 아이디어를 나눴다. 그들에게 들어본 세계의 사회적기업, 그리고 아름다운가게에 대한 이야기를 공개한다.

랙투리치 Rag2Riches(R2R)

브랜드백 사업을 통해 빈곤 커뮤니티
주민들을 수공예 장인으로 성장시킨 필리핀의
패션디자인그룹



지난 여름 아름다운가게를 방문한 필리핀의 사회적기업 랙투리치(이하 R2R)의 CEO 리즈 페르난데스가 이번엔 회사 전체팀과 두 번째 방문을 했다. R2R의 전체팀원들이 아름다운가게의 사업시스템과 활동을 직접 보고 느끼길 원했기 때문.

R2R은 '빈곤으로부터의 도약(LIFT OUT OF POVERTY)'라는 캐치프레이즈 아래 필리핀 내 소외 커뮤니티의 빈곤층의 삶을 나아지게 할 방법을 모색했다. 이들은 공장이나 마을에서 버려지는 천 조각에 주목했다. 마을 사람들, 특히 가난한 여성가장들을 모아 훈련해 처음엔 발 받침을 만들었고 뒤이어 유명 디자이너들에게 조언을 얻어 외인가방을 만드는 등 다양한 시도를 시작했다. 그리고 이들은 곧 뜻을 같이 하는 디자이너들을 영입해 멋진 가방을 만들기 시작했다.

"가장 어려웠던 점은 기술과 경험이 없던 마을 사람들을 장인으로 키워내는 것이었습니다. 기술을 익히는데도 시간이 걸렸지만 무엇보다 더 큰 문제는 상품의 질이 들쭉날쭉하다는 점이었습니다. 하지만 우리는 포기하지 않고 계속 훈련하고 설득했습니다. 사회적기업이라고 해서 상품의 질을 결코 소홀히 할 수 없거든요. 불합격률이 50%가 넘어도 흔들리지 않았습니다. 하지만 일방적인 지시보다는 이해시키려고 노력했습니다. 함께 고급 매장에 가서 브랜드 제품들을 보기도 하고 교육도 진행하면서, 생산자들도 점차 품질관리에 대해 이해하기 시작했습니다."

각고의 노력 끝에 현재 R2R의 가방은 마닐라 고급 쇼핑몰에서 패션쇼에 등장하고, 보그 등 패션잡지에 실리는 고급브랜드가방으로 인식되고 있다. 최근에는 에어아시아 비행기 내 면

드리쉬티 Drishtee

인도 시골마을의 가장 가난한 이들의 생산과 소비를 지원하는 마이크로프랜차이즈 모델



세매장 북리스트에 올라 팔리고 있다. 이제는 구성원들의 삶을 '변화'시키고 있는 R2R. 수사나 씨(Susana Nhing Estabillo) 역시 R2R을 통해 인생의 변화기를 맞았다. 수사나 씨는 과거에 14년간 부랑자로 살았다. 하지만 6년 전부터 R2R에서 교육받고 일하면서 삶이 바뀌기 시작했다. 그녀는 곧 장인이 될 예정이며, 현재는 R2R 본사 작업 센터장으로 진급해 다른 이들이 성장할 수 있도록 돕고 있다.

R2R팀은 아름다운가게 업사이클 브랜드 에코파티메아리(Eco Party Mearry)의 작업실과 되살림터를 방문해 아름다운가게 담당자들과 아이디어를 나누었다. 앞으로 이들이 만들어 낼 것들은 얼마나 창의적이고 무궁무진할까? 이들의 앞날이 기대된다.

"희망을 잃지 마세요.
멈추지 마세요.
시도하는 것을
두려워하지 마세요.
포기하지 마세요.
포기하면 더 이상
발전은 없습니다.
그 자리에 머무르게
됩니다. 익숙한 것에서
벗어나, 세상과 함께
하세요."

2014년 10월 27일, 인도의 사회적기업 드리쉬티(Drishtee)의 공동대표 사트얀 미쉬라(Satyan Mishra)씨가 아름다운가게를 방문했다. 사트얀 대표는 드리쉬티 모델을 통해 인도 시골의 빈민층의 삶을 개선한 공로로 2004년 아쇼카 펠로우(Ashoka Fellow)로 선정되고, 2010년에는 아쇼카 체인지메이커 상(Ashoka Changemakers Award)을 수상한 아시아의 저명한 사회적기업가다.

인도 시골마을의 빈민층은 물건을 살 돈도 없을 뿐 아니라 상품에 대한 정보도 없다. 또한 교통도 낙후되어 있어 물건을 사러 가는 것조차 쉽지 않다. 드리쉬티는 이런 문제를 해결하기 위해 인도 시골마을에 마이크로 프랜차이즈 모델을 개발했다. 시골의 가난한 이들이 마을에서 작은 가게를 열 수 있도록 지원하고, 이들에게 저렴하고 질 좋은 상품을 공급해 판매하게 함으로써 소득창출을 하도록 돕는다.

이 마을의 생산자가 생산한 물품을 다른 마을의 드리쉬티 상점에 공급함으로써 드리쉬티는 생산자들의 시장을 확대하고 연결하는 역할도 한다. 마을의 가난한 이들도 드리쉬티 매장을 통해 필요한 물건을 저렴한 가격에 쉽게 살 수 있어 여러모로 이득이다.

드리쉬티는 이와 함께 IT나 기술교육, 소액 대출 등 마을 주민들의 필요에 따른 다양한 프로그램들을 제공함으로써 주민들의 역량 강화를 돕고 있다. 현재 드리쉬티는 인도 10개 주 5,000여 개 마을에서 프로그램을 운영하고 있는데 이 사업 모델이 아프리카로 확대할 수 있도록 현지 관계자들과 논의 중이라고 한다. 드리쉬티 사트얀 대표는 지역사회에 자리잡아 지역의 소외계층을 지원하고 지역의 공익 활동을 돕는 사회적 영향력을 가져오는 아름다운가게 모델에 깊이 관심을 보였다. 아름다운가게와 드리쉬티는 향후 인도와 네팔 등 서남아시아 지역에서 가능한 협력방안을 논의할 예정이다.



디센트럴키친 DC Central Kitchen

재소자 재활프로그램의 신선한 접근

더욱 건강한 지역사회를 만드는 레스토랑&케이터링 비즈니스

사회적기업 세계포럼에 연사로 참여했던 미국 워싱턴 DC의 센트럴키친 대표인 마이클 커턴. 사전에 아름다운가게를 방문해 인사를 나눴기에 반갑게 인사를 나누었다. 그가 대표로 있는 센트럴키친은 재소자들에게 요리 및 서비스를 교육하는 사회적기업이다.

그의 말을 따르면 재소자들은 출소한 이후에도 마땅한 일자리를 찾기 길이 없어 범죄를 일으킬 확률이 매우 높다고 한다. 가족구성원들 또한 이러한 가정환경으로 사회에서 어려움을 겪거나 범죄활동에 발을 들여놓을 수 있는 비율이 높다고 한다. 센트럴키친은 재소자들에게 직업훈련 교육과 함께 시간관리, 약속 지키기 등 자신의 생활을 규칙적으로 관리하고 직장생활에 적응할 수 있는 생활훈련도 함께 지원한다.

그는 아름다운가게 방문에서 가장 인상 깊었던 것이 아름다운가게의 지역사회에서의 역할이라고 했다. 전국 118개의 아름다운가게가 자신이 속한 지역의 문제와 어려움에 귀를 기울이고 해결책을 함께 세우며 사업을 통한 수익을 공익사업을 위해 쓴다는 것에 깊은 인상을 받았다고 한다.

그는 센트럴키친의 역할이 이제 재소자들의 고용창출에 그치지 않고 확대되고 있다는 점을 강조하며 "우리 사회 약자들과 일하는 것은 그리 어렵지 않다. 아름다운가게도 더 많이 동참했으면 한다"는 제안을 했다.

아름다운가게의 운영시스템과 거버넌스뿐 아니라 아름다운가게의 미래전략 및 한국 사회적기업의 사업 환경에도 많은 관심을 보였다. 이들은 아름다운가게 성공요인이 사람들의 '참여'이며, 그 결과가 '나눔'으로 연결된다는 점에서 강력한 참여유인이 있다는데 동의했다. 또한 아름다운가게의 프로그램은 쉽고 재미있다는 특징이 있고 이를 통해 강력한 마케팅 효과를 모을 수 있다고 분석했다.

실제 각국에서 사회적기업을 경영하는 이들은 아름다운가게가 비영리재단과 사회적기업 사이에서 정체성에 대한 이슈가 있는지, 또한 이러한 부분이 사업에 영향을 주는지 궁금해했다. 아름다운가게는 고객 및 다양한 참여자들에게 중요한 문제가 아니라고 분석했다. 물론 한국사회에서 사회적기업에 대한 관심과 이해도가 높아지면서 아름다운가게를 사회적기업으로 인식하는 부분이 높아졌지만 참여자들은 아름다운가게의 정체성을 보고 참여에 대한 선택을 한다기 보다 가치 및 활동의 유익성에 더 큰 의미를 둔다고 답했다.

사회적기업법 발효 초기 인건비 일부의 지원을 받은 적은 있으나 아름다운가게 조직운영에 영향을 미칠 정도는 아니었으며, 오히려 사회적기업법과 정책운영 초기, 정부가 아름다



사회적기업 세계포럼

영미권 사회적기업가 지식나눔 프로그램

2014년 한국에서 열린 사회적기업 세계포럼의 연사와 참석자로 구성된 영미권 사회적기업가 15인이 아름다운가게를 방문했다. 스코틀랜드, 잉글랜드, 미국 등에서 사회적기업을 성공적으로 운영하고 있는 이들은



운가계를 활용하여 사회적기업이 무엇인가에 대해 홍보하고 알리는데 활용한 부분이 있다. 이와 연계해 영국이나 미국의 사회적기업 지원정책과 환경이 어떨지에 대한 토론이 있었다. 세계 각국에서 사회적기업에 대한 논의와 정책지원이 검토되고 있으나, 실제 도입여부와 적용의 차이는 컸다.

예를 들어 미국은 사회적기업과 비영리단체들 간 법적, 정책적 구분이 있지는 않다고 한다. 다만 오바마행정부에서 '사회혁신국(Office of Social Innovation)'을 신설해 중앙정부에서는 관심을 가지고 있는 편이고 버지니아주나 루이지애나주 정도에서 관심을 가지고 있다고 한다. 하지만 분권화가 되어있는 미국에서 아직 많은 지방정부들이 사회적기업에 대해 관심을 가지고 있지 않아 실제 정책 도입에는 한계가 있는 것이 사실이라고 한다. 이에 따라 일반 국민들의 사회적기업에 대한 이해도나 인지도도 비슷한 수준이라고 한다. 다만 학계에서는 높은 관심을 가지고 다양한 시도와 논의를 진행 중이라고 한다.

오히려 캐나다에서는 사회적기업에 대한 적극적인 실험을 시행 중이다. 예를 들어 정부의 물품구매(procurement)의 경우 사회적기업에서 물품을 구매하는 것을 도입하고 있다.

영국의 경우, 사회적기업에 관해서는 전세계에서 가장 적극적인 관심과 정책, 논의가 이루어지고 있는 곳 중 하나이다. 하지만 실제 정책적으로 자선단체(charity)와 사회적기업, 커뮤니티 기관 사이에 모호한 부분이 있다. 예를 들면 영국정부에서는 커뮤니티 지원과 개발을 위해 커뮤니티 내 기관을 장려하는데 이를 위해 형식과 시스템을 완벽히 갖출 것을 요구하지는 않는다. 이런 부분에서 위의 다양한 형식의 기관이 혼용되어 커뮤니티를 위해 일하고 있다. 영국에서는 (잉글랜드, 스코틀랜드 및 웨일스, 아일랜드 모두) 사회적기업에 관심을 가지고 새로운 영역으로 지원하려는 움직임이 있다. 이에 대한 접근법도 세심하고 다양



한 편이다. 예를 들면 법으로 정부의 물품구매(procurement)에 사회적기업을 참여시킨다는 것, 사회적기업 관련 커뮤니티 오피스 관련 법안을 만드는 등 다양한 접근을 시도하고 있다. 또한 정부주도의 직간접적 사회적기업 투자가 이루어지고 있다. 특히 'learning by doing' 방법을 강조하면서 사회적기업 대상 역량강화 교육, 미래의 사회적기업가를 양성하기 위한 교육 등이 이루어지고 있다.

사회적기업가 리더들의 토론담게 논의가 깊이 있고 적극적이었으며, 열정적으로 발전방향을 논의되었다. 조금 빠른 시도를 한 영미권에서의 다양한 시도가 신선하게 느껴졌으며, 특히 접근방식에서 한국과 차이를 보였다. 국가별로 다른 정치경제적 환경에 따라 적용의 편차가 크다는 점에서 동일하게 적용하는 것보다는 상황 별 유연하고 창의적인 접근이 필요할 것이다. 다만 사회적기업가의 참여를 통한 사회적기업에 대한 지원과 정책이 이루어져야 한다는 점에서는 모두의 의견이 일치했다. 또한 세계 각국의 환경에서 뛰고 있는 사회적기업가간의 네트워크와 협력이 강조됐다. 앞으로 아름다운가계와 세계의 사회적기업들은 더 나은 세상을 함께 만들기 위해 꾸준히 협력을 이어나갈 예정이다.

| 사회적기업의 사례 |

생활

아름다운가게 사회적기업센터 김수경 간사

01 오요리



요리로 사람들의 마음을 흔들어 만드는 이와 먹는 이 모두를 즐겁고 행복하게 하는 사회적 기업이다. 청소년, 이주여성, 장애인 등 사회적 자원이 필요한 사람들을 위한 일터이자 샵터로서 오요리에서 일하는 대부분의 직원들은 러시아, 인도네시아 등지에서 이주해온 다문화 여성들이다. 오요리는 얼굴 아는 거래를 넓히며 지속가능한 외식업의 생태계를 구축하는 사회적기업으로 가치를 공유하는 타 업종과의 지속가능한 연대의 기틀을 만들어 나아가고 있다.

02 집밥

여럿이 함께하는 밥상 문화를 퍼뜨리는 것을 목표로 소셜다이닝 온라인 플랫폼을 제공하는 최초의 사회적기업이다. 여기서의 '소셜다이닝'이란 공통의 관심사를 중심으로 모여서 식사를 하며 교류하는 것을 의미한다. 현재 매주 60~70개의 소셜다이닝 모임이 전국 16개의 도시에서 열리고 있으며 사람들은 집밥을 통해 함께 둘러앉아 밥을 먹으며 나눔의 가치를 전달하고 정서적 유대감을 형성하게 된다.



03 기브미탭 해외

지구촌 가난한 이웃들이 깨끗하고 안전한 물을 마실 수 있도록 하기 위해 설립된 영국 사회적기업이다. 제휴된 식당에서 기브미탭 물통을 제시하고 해당 어플리케이션을 실행하게 되면 물을 무료로 제공받을 수 있다. 물부족국가에서는 기브미탭을 통해 깨끗한 물의 접근성이 높아졌으며, 일회용 쓰레기 배출량 역시 급격히 줄어들어 환경적으로도 이롭다는 평을 받고 있다. 판매수익을 통한 수익은 아프리카에 물 펌프를 설치하는 데 이용된다.

04 공부의 신

모든 학생들이 지역과 빈부의 차이 없이 편하게 공부하고, 자신이 원하는 꿈을 이룰 수 있는 사회를 만들자는 취지에서 탄생한 사회적기업이다. 자기주도형 교육을 강조하며 멘티는 직접 멘토를 선택할 수 있다. 멘토링을 통해 축적된 학습법 콘텐츠를 통한 수익을 다시 오프라인 멘토링에 투자하는 선순환 흐름을 가지고 있다.

05 대추씨

예술이나 명상을 통해 조직 내에서 개인이 겪는 갈등을 치유하고 소통을 돕는 치유 전문 소셜벤처이다. '공동체성의 회복을 통한 힐링'을 테마로 공감교육의 새로운 장을 펼치기 위해 안정적인 관계망 형성을 위한 교육 및 콘텐츠를 연구한다. 쉽게 부서지지 않는 딱딱한 대추씨처럼 소셜벤처 '대추씨' 역시 사람들 마음 속에 대추씨와 같은 단단한 부분도 잘 돌보고 가꾸면 그곳에서 싹이 트고 열매를 맺을 수 있다고 믿는다.



06 토닥토닥협동조합

젊은이에게 확고한 비전과 희망을 선물하고 그들의 삶의 변화를 주도하는 지역밀착형 협동조합이다. 누구나 쉽게 접할 수 있는 카페라는 공간을 이용하여 문턱을 낮춘 질 높은 심리상담을 통해 사람들의 마음 발을 돌보고자 한다. 현재 토닥토닥협동조합에서는 청소년들을 위한 외부 집단 상담 프로그램 뿐만 아니라 새로운 개념의 집단 상담을 운영하고 있다.

07 비전스프링(Vision Spring) 해외

개발도상국 국가의 사람들에게 저렴하게 안경을 보급하며 밝은 세상을 선물하는 사회적기업으로, 안경의 접근성과 가격 문제를 해결하기 위해 기부금 조성을 통해 현지인들을 지원하고 다른 사업체와의 파트너십을 형성한다. 이는 단돈 \$4에 구입할 수 있는 안경을 생산하기 시작하여, 현재까지 인도, 방글라데시, 남아프리카공화국, 엘살바도르, 니카라과 5개국에서 백만 개의 안경을 판매하고 9천 명의 기업가를 탄생시켰다. 또한 시력의 회복을 통해 노동생산성을 증가시켜 2억 달러가 넘는 사회적 부를 생성할 수 있었다.

08 배리어프리영화위원회



시각, 청각장애인들이 그들의 장애를 넘어서 마음의 벽을 허물고 가슴으로 영화를 즐길 수 있도록 하는 사회적기업이다. 이는 영화가 지닌 풍부한 감정 표현과 주제를 관객들도 그대로 느낄 수 있도록 하는 것을 목표로 한다. 시각장애인

을 위해서는 자막을 넣어 대화와 해설, 효과음 등을 생생하게 보고 느낄 수 있도록 한다. 배리어프리영화위원회는 장애인뿐만 아니라 비장애인도 영화를 이해하는 데 있어 많은 도움을 제공한다.

09 고마운손



보건복지가족부, SK에너지, 열매나눔재단이 공동으로 설립한 사회공헌기업으로서 희망계층인 탈북자, 장애인, 고령자, 여성 등을 고용해 가방, 지갑 등 패션잡화를 제조하는 사회적기업이다. 이들은 회사 수익금의 50%를 다시 사회에 환원하며 기업의 구성원에 한 데 어울려 자신을 성장할 수 있도록 하는 것을 기업의 최우선 가치로 꼽고 있다.

10 달라이트

'돈이 없어 듣지 못하는 사람이 없는 세상'을 만들자는 목표를 가진 사회적기업이다. 정부, 대학, 사설연구소와의 협력개발을 통해 경제적 능력에 상관없이 모든 사람이 기술의 혜택을 받을 수 있도록 지속적인 기술혁신을 이루고 있으며 다양한 사회적 활동을 해나가고 있다.



11 언차티드플레이 해외



전기 부족 문제를 해결하기 위해 '공놀이'를 소재로 희망을 제시하고 있는 사회적기업이다. 이들이 개발한 축구공 전력기 'SOCCKET'

은 전기공급이 어려운 아프리카에서 많은 각광을 받고 있다. 단지 30분 만의 공놀이만으로도 3시간 동안 빛을 발할 수 있는 전력이 생산되므로 아이들은 어느 곳에서나 축구를 즐길 수 있게 되었고 이를 통해 전기부족 문제를 해결하기도 했다.

12 이지무브

신체적 불편함을 겪고 있는 장애인, 노인 등을 위한 보조기기 전문 사회적기업이다. 이들은 고객에 대한 정직함과 신뢰를 토대로 가치를 높이는 경영활동을 지향하고 있다. 뿐만 아니라 공정한 거래를 통해 지속가능한 성장을 추구하고자 한다.



| 사회적기업의 사례 |

패션

01 동천모자

동천모자는 중증장애인의 일자리 창출을 위해 설립된 사회적기업으로 단순한 일자리 창출에서 끝나는 것이 아니라 장애인들의 직업재활, 예절교육, 동아리 활동 등 사회 적응을 위한 재활사업까지 추진 중에 있다.



02 터치포곳

터치포곳은 국내에서 처음으로 '업사이클링'으로 창업한 소셜벤처로서 일회용 현수막이나 광고판과 같이 한번 쓰이고 버려지는 제품들을 디자인하여 사회적가치를 만들어낸다. 수익금은 저소득층 어린이를 비롯한 주변의 소외이웃들을 돕는데 사용된다.



03 에코파티메아리

아름다운가게가 운영하는 재활용 디자인 브랜드인 에코파티메아리는 재사용이 어려운 일부 의류를 가방을 비롯한 소품으로 다시 만들어 판매한다. 또한 재활용 디자인에 대한 인식을 널리 하기 위해 노력하고 있으며 수익금 전액은 아름다운가게를 통해 사회로 다시 환원된다.



04 프롬빈

소셜벤처 '프롬빈'은 원단공장에서 첫 역사가 시작되었다. 주 재료는 튼튼하고 질이 좋아 해외에서 좋은 평가를 받고 있는 타폴린을 사용한다. 타폴린, 안전벨트로 배낭, 노트북 가방 등 각종 가방을 만든다.



05 리브리스

온기어린 예술을 통해 '나눔과 공유'의 사회를 만들어 나가고자 하는 사회적기업으로서, 생활속에서 실천할 수 있는 나눔을 전파하기 위해 다양한 캠페인을 진행한다. 특히 '따뜻한 손' 캠페인은 뜨개질 세트를 판매하고, 완성된 목도리를 홀몸 어르신들께 기부하는 방식으로 진행된다.



06 호오생활예술

온기어린 예술을 통해 '나눔과 공유'의 사회를 만들어 나가고자 하는 사회적기업으로서, 생활속에서 실천할 수 있는 나눔을 전파하기 위해 다양한 캠페인을 진행한다. 특히 '따뜻한 손' 캠페인은 뜨개질 세트를 판매하고, 완성된 목도리를 홀몸 어르신들께 기부하는 방식으로 진행된다.



07 콘삭스

옥수수에서 추출한 친환경 섬유로 디자인 양말을 만드는 사회적기업이다. 수익금 일부를 빈곤국가의 옥수수 농가에 기부하여, 빈곤으로부터의 자립을 돕는다. 콘삭스에서 양말 한 켤레를 구매하면 빈곤국가의 한 사람이 일주일간 먹을 수 있는 옥수수 4kg를 생산할 수 있게 된다.

08 대지를위한바느질

옥수수, 한지, 뽕기름 등 자연에서 뽑아낸 섬유로 표백 및 형광처리하지 않는 제품을 만드는 친환경 사회적기업이다. 뿐만 아니라 결혼식 전반을 친환경적으로 디자인하여 결혼식 본래의 의미를 살리면서 환경문제까지 고려한 성숙한 결혼문화를 선도하고자 한다.



09 오르그닷

윤리적 패션과 윤리적 라이프스타일 확산을 위해 시작된 사회적기업이다. 무표백, 무형광 면으로 만든 티셔츠, 가방 등으로 친환경 제품의 대중화에 앞장선다. 또한 좋은 품질의 제품을 고객에게 전달하는 것만큼이나 사회적 책임을 중요하게 생각하는 곳이다.



STEP 3

사회적기업, 어디까지 상상해 봤니





눈 안에 호기심이 가득 들어 빛이 난다. 사회적기업의 움직임이 가장 활발한 영국에서 사회적기업의 흐름을 주도하는 관록 30여 년의 사회적기업가 제리 하긴스(Gerry Higgins). 지난 10월 전 세계 사회적기업가들이 모여 세상의 문제를 더욱 창의적이고 인간적인 방법으로 해결하고자 논의하는 사회적기업 세계 포럼(Social Enterprise World Forum)을 위해 방한한 그를 만났다. 제리 하긴스(이하 제리)는 스코틀랜드의 사회적기업 지원 사회적기업 CEIS(Community Enterprise in Scotland)의 CEO이자 사회적 가치 랩(The Social Value Lab), 비즈니스 유한회사를 위한 준비(Ready for Business LLP), 스코틀랜드 빅이슈 투자기금 및 사회적기업 월드포럼 커뮤니티회사(Big Issue Invest Scotland and Social Enterprise World Forum CIC)의 임원이기도 하다. 초기 '사회적기업'이라는 용어가 없을 때 사회적기업을 시작해 여러 곳의 사회적기업을 운영한 경험을 바탕으로 이제 다른 사회적기업을 키워내는 사회적기업가로서 스코틀랜드의 사회적기업의 생태계를 만들어낸 그는 이제 더 나아가 사회적기업의 글로벌 연대와 움직임에 박차를 가하려고 한다. 이런 그에게 질문을 던졌다. "사회적기업이 전 세계적인 키워드라고 하는데, 사회적기업은 지금 어디에 있으며, 앞으로 어디로 나아갈까요?"

| 사회적기업가 인터뷰 |

창문을 넘어 도망친 사회적기업가, 제리 하긴스를 만나다

아름다운가게 나눔사업팀 황현이 팀장

사회적기업, 이제는 세계적 트렌드!

"2007년경이었나, 영국에서는 사회적기업 활동이 활발히 진행되고 있었습니다. 이탈리아에서도 잘 진행되고 있었고요. 다만 미국에서는 약간의 움직임이 시작되는 정도였죠. 이 때 영국의 사회적기업가 몇 명이 머리를 맞대고 미국에서 잘하고 있는 사회적기업들을 만나보자는 생각을 했습니다. 미국 방문을 계기로 아예 전 세계의 사회적기업가들이 모이는 포럼을 기획하게 되었죠. 그리고 다음 해 첫 번째 포럼이 영국 스코틀랜드에서 열렸습니다. 전 세계 26개국에서 무려 200여 명이 모인 큰 행사였죠. 이후 세계포럼은 북미(미국), 아프리카

(남아공), 남미(브라질)에서 열렸고, 드디어 2014년 아시아의 첫 세계포럼(SEWF)이 한국에서 개최된 것이죠. 이번 서울포럼에 1,000여 명이 넘는 사회적기업가가 모였다 하니 확실한 것은 7년 전 첫 포럼이 열렸던 때에 비해 이제 사회적기업이 글로벌 트렌드가 된 것이 사실입니다. 전 세계적으로 사회적기업에 대한 이해도와 인지도가 훨씬 높아졌습니다. 얼마 전엔 사회적기업 투자펀드도 출범했습니다. 또 전 세계 각국에 사회적기업 생태환경(eco-system)이 조성되고 있습니다. 하지만 나라마다 발전 수준이 다른 것 또한 사실입니다. 사회적기업은 이렇게 문화적, 경제적, 정치적 환경이 다른 곳에서 다른 방식과 수준으로 발전하고 있지만, 그 수요가 있는 것은 확실합니다."

제리는 한국이 전 세계 그 어느 곳보다도 다이내믹하며, 사회적기업 역시 활발하게 논의되는 곳이라는데 동의했다. 그렇다면 한국에서 사회적기업은 어떻게 지원해야 할까요?

함께 논의하고 함께 진행하는 '공동생산'이 더 효과적인 방식

제리는 이번 세계포럼에서 연설한 한국 노동부장관의 발언을 소개하면서, 정부지원이 기존의 인건비 지원 등 한 두 가지의 직접 지원에 집중하는 것보다 다양한 간접 지원방식을 활용하는 것이 효과적이라는 점을 강조했다. 그런데 더 큰 규모의 지원이나 창의적인 지원방식보다, 흥미롭게도 사회적기업 지원을 위한 정부의 정책에서 중요한 것이 소통과 운영방식이라는 점을 강조했다. "영국 정부는 '공동생산(co-production)'을 정부 정책으로 하고 있습니다. 정부가 멋진 지원정책을 정한 후 지원하는 게 아니라 사회적기업 등과 같이 모여서 원하는 산출물을 논의해 정하고, 이를 달성하기 위한 전략을 같이 디자인하기 때문에 '공동생산(co-production)'이라고 부릅니다. 이러한 기획과 운영방식은 물론 시간이나 비용이 더 듭니다. 그런데 만족도와 효과는 훨씬 높아 집니다. 한국에서도 이런 방법을 적극 활용해 보기를 권합니다."

중요한 것은 미래 세대 육성

그렇다면 한국의 사회적기업들이 더 성장하기 위해 신경 쓰고 투자해야 할 것이 무엇일까? 이 질문에 제리는 무엇보다 미래 세대의 사회적기업가 육성을 우선순위로 꼽았다. 사회적기업을 발전시키기 위해서는 건강하고 역량 있는 다음 세대의 사회적기업가를 키워내는 것이 지금 우리의 주요 과제라는 것이다. "사회적기업은 사회적기업가를 어떻게 키우는냐는 고민이 있습니다. 그런데 사회적기업을 지원하는데 가장 중요한 것은 다음 세대를 키워내는 것입니다. 그래서 사회적기업가 교육이 중요한 것이죠. 사회적기업가는 갑자기 짠하고 나타나는 것이 아니고 키워내는 것이거든요. 예를 들면 아름다운가게가 지원하는 저개발국가 도서관 지원 프로젝트 '아름다운도서관' 프로젝트도 마을 사람들, 아이들을 위한

도서지원으로 의미가 끝나는 것이 아니라 해당 지역의 젊은 세대가 지역의 욕구를 파악하고 지원할 수 있는 새로운 세대를 키워내는 역할을 해내고 있다는 점에서 더욱 의미가 있는 것처럼 말입니다."

사회적기업가를 움직이는 것은 그의 '가치'

사회적기업을 하다 보면, 그리고 주위 사회적기업가를 만나면 고민이 많다는 이야기를 건넸다. 사회 문제를 해결하는 일도, 비즈니스를 성공적으로 하는 것도, 게다가 이를 둘 다 성공적으로 하기는 더 어렵다는 하소연이다. 비영리적 '좋은' 마음만으로는 문제해결이 어렵다는데, 그럼 철저한 비즈니스맨이 되어야 하는 것인지 물었다. 그런데 그의 대답은 의외였다. "제가 30여 년 전 사회적기업을 시작하게 된 것은 개인적으로 빈곤문제에 관심이 있었기 때문이었습니다. 고용을 통해서 빈곤과 장애문제를 해결하고 싶었고, 이 때문에 장애인들을 고용하는 사회적기업을 만들어 9년 동안 운영했죠. 사회적기업가들이 각자 가지고 있는 이러한 '가치'는 사회적기업가를 만들고 움직이게 하는 원동력입니다. 그리고 사회적기업가의 열정은 이들이 생각하는 가치를 실현해 내는 힘인 거죠. 요즘 많은 이들이 비즈니스 역량을 사회적기업가에게 강조합니다. 물론 중요합니다. 하지만 저는 사회적기업에서 제일 중요한 것은 '사회적 미션(social mission)'이라고



생각합니다. 비즈니스 경험이 있거나 할 줄 아는 사람이 필요하지만, 기본은 그의 가치이고 사회적기업의 사회적 미션입니다. 이러한 사회적 미션에 비즈니스 마인드를 적절하게 균형잡고 가져가는 것이 중요하다고 생각합니다." 제리의 말이 아니더라도, 세계 각 국에서 여러 가지 이유로 사회적기업이 뜨고 있는 것은 분명하다. 정부 재정을 효율적으로 운영하기 위한 공공영역에서의 활용부터, 취약계층의 고용창출, 빈곤이슈나 사회문제의 창의적 해결을 위해 사회적기업이 주목 받고 있다. 제리의 말처럼 사회적기업은 최근 몇 년간 급속도로 발전해 왔으나 지역별, 국가별로 큰 편차를 보이고 있다. 오늘날 더 나은 세상을 꿈꾸고, 창의적이고 지속가능한 방법으로 이를 고민하는 우리가 관심을 가지고 주목해야 하는 이유다. 문득 얼마 전 읽은 요나스 요나손의 소설 <창문을 넘어 도망친 100세 노인>이 떠올랐다. 100세 생일날, 편안한 요양원의 창문을 넘어 탈출과 모험을 감행한 노인 '알란' 말이다. 그는 그의 생애 전체를 걸쳐 그랬고, 심지어 100세가 되어서도 고민하고 행동하는 이다. 이것이 바로 사회적기업가 아닐까. 오늘은 한국, 내일은 중국으로 가서 사회적기업가들을 만나고 새로운 도전을 격려하는 그의 모습에서 단호하지만 따뜻하고, 열정이 넘치는 사회적기업가를 보았다.

사회적기업 아름다운가게는 어떤가요?

Q. 아름다운가게에 방문하셨는데, 소감을 말씀해 주신다면요?

아름다운가게 상임이사가 한 이야기를 먼저 꺼내고 싶네요. 일반 기업에서는 월요일에 피곤한 모습으로 웃음기 없이 출근하는 직원들의 모습이 흔하죠. 하지만 상임이사님이 아름다운가게에서 근무를 시작하고 깜짝 놀랐다고 했죠. 월요일도 얼굴이 밝고 힘차다고 하지 않았습니까? 일주일에 60시간, 90시간 일해도 행복한 것입니다. 왜냐하면 가치 있는 일을 하고 있기 때문이죠. 이것이 바로 사회적기업의 힘입니다. 자꾸 객관적으로 말하라고 하는데, 진심으로 아름다운가게가 세계적 수준의 사회적기업이라고 생각합니다. 이렇게 생각하는 근거는 아름다운가게가 지식 경영 시스템을 갖추고 있기 때문입니다. 특히 비전과 미션을 명확히 하고, 직원들의 역량과 야망이 충분하다고 느꼈습니다.

Q. 아름다운가게의 5년 후는 어떤 모습일까요?

아름다운가게는 그 동안의 노력을 통해, 규모의 경제와 효율성을 이루어냈습니다. 아름다운가게 매장이 20개일 때 지금의 시스템은 맞지 않을 것입니다. 200여 개일 때도 마찬가지일 겁니다. 5년 후에도 지금까지의 성장세를 유지하지는 않을 것 같습니다. 200개, 300개를 경영하려면 많은 품이 들 것입니다. 앞으로는 질적 개선에 집중해야 한다고 생각합니다. 가치를 만들어내야 한다는 것이죠. 모든 사람에게 더 나은 것을 제공하고, 직원들과 자원봉사자들이 행복한 곳이 되어야 한다고 봅니다. 내가 일하는 사회적기업 CEIS도 마찬가지입니다. 우리는 수년 전부터 55인 이상으로 회사규모를 키우지 않습니다. 성장보다는 더 나은 곳이 될 수 있도록 질적으로 노력하고 있습니다. 항상 소통하려 하고, 매년 설문조사를 통해 직원들의 목소리를 듣고자 노력합니다. 아름다운가게도 그런 곳이 되었으면 좋겠습니다.

Q. 한국 사회에서의 아름다운가게는 어떤 역할을 해야 할까요?

사회적기업이 더 발전하기 위해서는 같이 모여서 목소리를 내어야 합니다. 사회적기업 시스템을 바꾸고 개선해야 하는 것입니다. 여기에 아름다운가게의 역할이 있다고 봅니다. 아름다운가게가 한국 사회적기업들이 뭉치고 나아가는데 역할을 할 수 있지 않을까요? 정부에서 사회적기업을 위한 정책을 만들고자 하는 상황에서 얘기할 상대가 필요할 때 누구와 얘기할지 모를 수 있습니다. 이 때 아름다운가게가 다른 사회적기업들과 머리를 맞대고 의견을 모아 이런 의견을 제시하고 이끌어갈 수 있다면 좋지 않을까요. 일단 지역 단위의 목소리부터 모아내는 것이 중요할 것입니다. 이러한 것들이 한국사회에서 사회적기업이 더욱 발전할 수 있는 토대와 시스템을 만들어내는데 있어 아름다운가게의 역할이라고 생각합니다.



2025 한국 사회전환의 희망 키워드, 사회적기업

사회혁신공간 데어(There) 정상훈 상임이사

2014년 오늘 한국사회의 현실을 보면 10년 후를 낙관하기란 참 쉽지 않다. 전 세계에서 세 번째로 낮은 출산율은 불안한 미래를 상징하고, 10여 년째 차지하고 있는 OECD 자살률 1위, 청소년 자살률 압도적 1위 등 다양한 통계는 어두운 오늘을 보여준다.

지구적으로도 기후변화, 고령화, 양극화, 정보통신 혁명이라는 커다란 시대 흐름 속에 불확실성은 더욱 커지고 있다. 한편으로 현존 자본주의의 시효가 소멸되어 신경제 시스템과 새로운 사회에 대한 모색과 시민참여에 기반을 둔 사회혁신의 새로운 흐름들이 더욱 확대되고 있다. 사회적기업은 이러한 사회혁신을 선도하고 있다.

현재 한국의 사회적기업 생태계는 태동기를 넘어서는 거대한 변화 속에 있다. 정부의 5년 지원이 종료되는 성장기 사회적기업과 지원 없이 사회적가치를 비즈니스로 해결해고자 하는 소셜벤처가 증가하고 있다. 또한 지역과 커뮤니티 재생을 위한 마을기업이 확대되고, 취약계층 고용 목적이 아닌 사회혁신형 사회적기업도 늘어나고 있다. 공공부문 역시 광역단위 사회적경제 통합 중간지원조직 신설이나 사회적경제기본법 제정 움직임이 있고 사회적 금융에 관심을 갖는 조직이 증가하고 있다. 한마디로 2007년 사회적기업 육성법 출범 이후 인건비 지원 중심의 지원 정책과 양적 확대로 상징되던 태동기를 넘어 질적 성장을 위한 중대한 전환점을 맞이하고 있는 것이다.

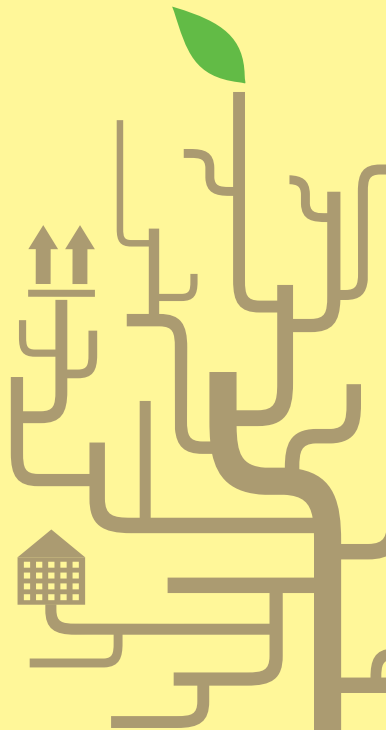
사회적기업의 높은 경영 난이도, 저성장 시대, 강력한 대기업 중심의 기형적 기업생태계, 시

민 인식 및 참여의 한계, 정부 주도의 지원정책의 부작용으로 인한 진정성 없는 사회적기업 등을 고려하면, 전환기 사회적기업에 대한 낙관적 전망을 하기란 쉽지 않다. 더욱이 압축성장속에 Slow Death(천천히 사라지는 것)하고 있는 한국 사회와 불확실성의 증대 속에 사회적기업의 10년 후 미래를 희망을 담아 전망하기가 참으로 쉽지 않다.

그러나 나는 우리 사회 희망의 근거를 사회적기업에서 찾는다. 언젠가 사회적기업가들이 사회적기업을 한마디로 정의한 것을 살펴본 적이 있다. '함께 살아가는 삶', '아름다운 소통', '혁신', '새로운 시대의 기준', '즐거움', '쉬지 않고 자라는 나무', '노동 감수성이 존중받는 기업'으로 이어지는 말들을 보며 마음이 뭉클했다. 진정한 통찰은 새로운 언어로 표현된다고 한다. 기업을 이윤추구의 수단이 아니라 행복한 사회를 만들어가는 수단으로 인식하는 사회적기업가들의 모습이 나에겐 희망의 근거다. 이 열정과 열망에 기대어 2025년 사회적기업이 만들어갈 사회와 생태계를 전망해 보고자 한다.

2% 한국 경제의 소금

현재 한국사회적기업이 경제에 차지하는 비중은 GDP 0.5% 이하에 그치고 있다. 아직은 우리들만의 리그에 그치고 있고, 사회적기업의 출현을 의미 있는 경쟁조직으로 평가하는 기업은 거의 없다. 그러나 사회적기업가 정신을 가진 사회적기업가의 획기적 증가, 사회적기업에 대한 시민참여 및 인식 개선, 한국적 사회적금융 모델 정착, 기술혁신, 공익건설, 공



공기관 위탁 경영 등을 통한 규모화 된 사회적 대기업 출현, 사회적시장 확대 등의 도전을 극복해낸다면 적어도 2% 수준(약 30조)으로는 성장할 수 있을 것으로 보인다.

이렇게 된다면 시장경제의 시스템 자체의 변화를 일으킬 역동을 만들어 낼 수 있을 것이다. 특히 대기업의 사회 공헌활동은 질적인 변화가 기대된다. 그동안은 매출의 1%수준을 사회에 기여 하는 기업들이 가장 높은 공헌을 하고 있다고 평가하는 수준이었다. 하지만 매출의 최대 50%를 사회공헌에 투자하며 그것이 기업 활동의 핵심으로 인식하는 사회적기업의 운영방식은 대기업에도 과거와는 다른 사회공헌 전략과 사회적책임을 고민하게 만들 수 밖에 없다.

지역공동체의 행복한 일터

공동체와 기업은 그동안은 사실 다른 범주의 언어였지만 마을기업 혹은 지역재생형 사회적기업의 확대는 공동체와 기업을 하나로 묶게 되었고, 지역형 기업은 마을 공동체의 핵심적 기반이 되고 있다. 지역 경제의 선순환 구조를 만드는 것이 지역을 살리는 핵심 안건이 되고 있는 현실에서 지역형 사회적기업에 대한 정책 지원은 더욱 증가되고 있고, 지역사회를 살리기 위해 헌신하는 수많은 시민들의 사회적경제 방식의 참여도 빠르게 늘어나고 있다. 10년 후 한국은 국가 중심이 아닌 지역 공동체 중심의 사회로 변화해 나갈 것이고, 이 기저에는 지역형 사회적기업이 광범위하게 존재하고 있을 것이다. 지역형 사회적기업은 참여하는 시민들에게 풍요를 보장할 순 없지만 지속가능한 삶을 보장해주는 일터다. 또한 사람을 중시하고, 공동체와 함께하는 조직이기에 행복한 일터가 될 것이다.

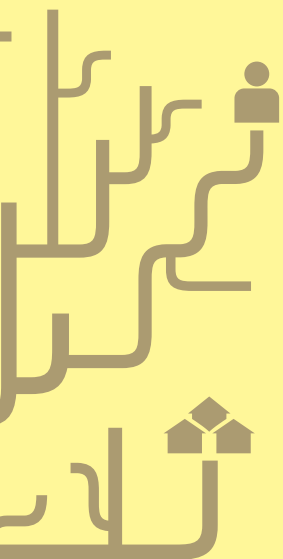
사회적기업은 민주주의 학교

민주주의는 학교에서 배우는 것이 아니라, 일장에서 배우고 실천하는 것이라고 할 때 사회적기업이라는 일터는 민주주의를 삶에서 배우는 훌륭한 학교가 될 것이다. 노동자의 경영 참여가 일상화된 조직문화, 수평적 운영을 중시하는 사회적기업가들, 협동조합형 사회적기업의 확대가 기대된다. 아울러 초중등 사회적경제 교육과정이 아마도 2016년부터 본격적으로 시작되고, 사회적기업이 적어도 일상의 곳곳에 자리 잡게 될 2025년이면 기업운영의 민주성을 추구하는 사회적기업에서 일하는 많은 시민들은 일터에서 민주주의를 배우게 될 것이다.

시민주도의 사회적기업 생태계

생태계 질적 혁신의 바로미터는 정부주도가 아닌 시민주도의 생태계 조성이다. 2025년이면 시민이 주도하는 거버넌스를 기반으로 정책이 실천되고, 시민 자치의 생태계가 더욱 활성화될 것이다. 만약 이것이 이루어지지 않는다면 미래를 낙관할 수가 없다. 이를 위해서는 시민 노동사회와의 연대와 협력 강화, 지역 공동체 확산과 사회적기업의 적극적 참여, 중간지원조직의 대형화, 전문화 민간 사회적기금 활성화, 혁신적 기술과 공익형 비즈니스에 대한 전략적 진출을 통한 사회적대기업의 출현, 개별 사회적경제 조직문화의 혁신 등이 필요하다.

누구나 행복한 사회, 행복한 학교, 행복한 일터를 꿈꾸고 있을 거라 생각한다. 사회적기업은 우리가 꿈꾸는 새로운 사회를 여는 희망의 키워드다. 2025년이 우리 아이들과 엄마가 행복한 사회, 저녁이 있는 삶, 마을의 품안에서 함께 사는 세상이 된다면 사회적기업은 그 디딤돌이 되고 있을 것이다. 그러한 역할의 주축이 될 사회적기업가들에게 진심어린 존경과 경의를 표한다.







아름다운가게 이야기

제2회 기증의날 : CHANGE BOX
2014년 상반기 기부자 모임
아름다운강사단, 당신은 누구십니까?
제9회 나눔씨앗리더십캠프
2014년 아름다운가게 단신
매장소식 : 오픈 / 이전 오픈

| 제2회 기증의날 |

기증함의 색다른 변화, CHANGE BOX

아름다운가게 홍보팀 김수현 간사

67,572점. 제1회 기증의날 캠페인 '아름다운 기증보따리' 기간 동안 접수된 기증품 개수다. 모인 기증품들은 추운 겨울을 홀로 나아하는 어르신들께 쌀과 생필품이 되어 어르신들의 집 안 곳곳으로 찾아갔다.

제2회 기증의날 캠페인은 "어떻게 하면 더 많은 사람들이 일상에서 쉽게 기증에 참여할 수 있을까?"라는 고민에서 출발했다. 그 결과 기증함은 유동인구가 많은 개방적인 공간으로 자리를 옮겼다.

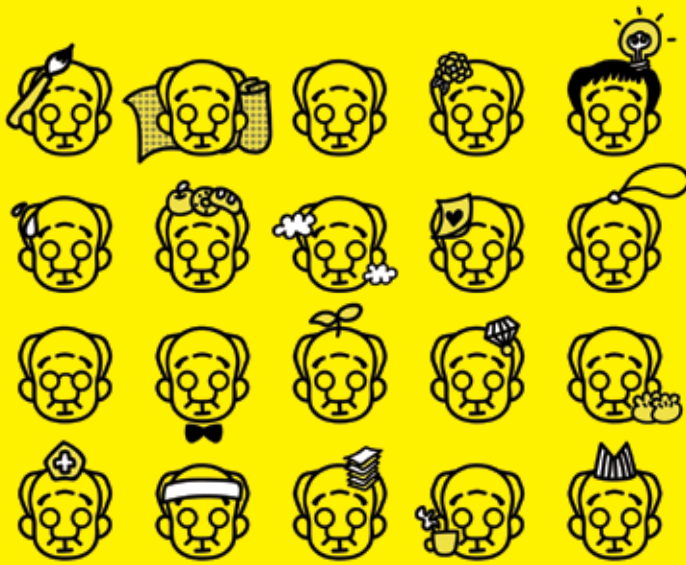
그것이 바로 체인지박스(Change Box) 캠페인. 체인지박스 캠페인은 기업과 단체, 소상공인을 대상으로 하는 기증함 설치 캠페인이다. 덕분에 시민들은 일상적인 공간에서 좀 더 많은 기증함을 만날 수 있게 되었다.



만약 당신이 기업의 사장님이거나 사회공헌에 관심 있는 기업의 직원이라면 체인지박스 캠페인을 운영해보는 건 어떨까? 운영이라고 하면 거창한 것 같지만 알고보면 그리 복잡하지 않다. 일단 아름다운가게에 전화해 체인지박스를 신청하거나, 주변의 박스를 활용해 기증함으로 변신시키면 된다. 그리고 잘 보이는 곳에 체인지박스를 두고 "이게 뭐예요?"라고 묻는 손님과 직원들에게 "아름다운가게에서 운영하는 기증함이에요. 좋은 곳에 쓰인다고 하니 참여하세요."라고 소개하면 된다. 상자가 딱 차면 아름다운가게로 수거요청을 하자. 이로써 체인지박스 캠페인에 참여한 것. 일반시민, 개인이 체인지박스 캠페인에 참여할 수 있는 방법 역시 간단하다. 식당, 카페, 상점, 병원, 도서관 등에 놓인 흰색의 기다란 박스를 찾는 것이다. 그 앞에 'CHANGE'라는 단어가 보인다면 체인지박스가 확실하다. 그리고 다음번에 그 장소에 들를 때 사용하지 않는 의류나 잡화, 생활소품 등을 들고 가서 박스 안에 넣어두면 된다. 박스가 가득 차면 그 사업장의 담당자가 나를 대신해서 아름다운가게로

물건을 기증해준다. 체인지박스가 설치된 곳을 찾지 못했다면? 그래도 방법은 있다. 가까운 아름다운가게 매장에 방문하면 된다. 내게는 더 이상 필요 없지만 누군가는 바로 사용할 수 있는 물건들이 아름다운가게를 가득 채우고 있을 것이다. 그리고 어쩌면 기막힌 우연으로 내가 기증한 물건을 아름다운가게 매장 진열대에서 마주하게 될지도 모른다. 체인지박스 캠페인은 기증을 알릴과 동시에 '함께'의 가치를 강조하는 캠페인이다. 우리 주변의 소외 이웃들을 위해 그리고 환경을 위해 체인지박스의 빈 공간을 채워간다. 혼자가 아니라 함께 나눔과 순환 문화를 확산하는 것이다. 전국의 체인지박스를 통해 모인 기증품의 판매수익금은 우리 주변의 소외된 이웃들을 위해 사용된다. 체인지박스는 2015년 10월까지 운영되며 2014년 10월 17일 기증의날을 시작으로 전국 각지에서 만나게 되었다. 지금 이 순간에도 기증에 대해 전혀 몰랐던 누군가는 손쉽게 참여하고 있을 것이다. 그리고 언젠가는 행복한 습관이 되어 세상 모든 사람들이 나눔을 실천할 수 있는 날이 오게 되리라 믿는다.





아름다운가게의 나눔 파트너

놀라운가게





2014년 상반기 기부자 모임

아름다운가게 후원개발팀 김내은 간사

지난 5월 20일, 서울 종로 마이크로임팩트 스퀘어에서는 2014년 아름다운가게 상반기 기부자 모임이 열렸다. 특별히 이날 참석한 기부자들은 아름다운가게의 대표 나눔 파트너들인 놀라운가게 점주들이다.(매달 수익의 1% 정도를 어려운 이웃을 위해 기부하는 소상공인들로 구성된 아름다운가게 나눔 파트너)

이번 모임은 놀라운가게가 시작된 지 3주년을 기념하고 기부자들에게 감사한 마음을 전달하기 위한 뜻에서 마련되었다. 더 많은 사람들과 함께하고 싶었지만 우선 오프라인 모임의 첫 시작을 알리는 뜻에서 서울·경기 지역에 있는 놀라운가게 기부자들을 중심으로 초대했다.

이날 모임은 아름다운가게 활동천사이자 기부자인 김대철 선생님의 '나눔의 의미'에 대한 짧은 스피치로 시작되었다. 선생님은 우리의 관심과 참여가 나보다 어려운 이들에게는 또 다른 시작을 할 수 있는 기회가 된다는 말씀을 전해주셨다. 뒤이어 아름다운가게의 희망

나누기 대표 사업인 소외아동정서 지원 사업의 우수 사례를 발표하는 시간을 가졌고, 놀라운가게의 지난 3년을 돌아보는 영상을 함께 감상했다.

이날 참석한 열다섯 분의 놀라운가게 기부자들과 준비한 스태프들의 마음이 차츰 열리고 따뜻해질 무렵 드디어 모임의 주인공인 기부자들이 한 명씩 나와 자신을 소개하는 시간을 가졌다. 자기소개는 본인을 소개할 수 있을 만한 물품을 직접 가지고 나와서 이야기하는 식으로 진행됐는데 악기 미니어처, 카네이션, 양초 등 개성 넘치는 물품들이 많았다. 이후에는 자연스럽게 다과를 즐기며 테이블 별로 서로 네트워킹하는 시간을 가졌다. 화기애애한 분위기 속에서 서로 답소를 나누며 평소 아름다운가게에 대해 궁금한 점을 묻고 답하는 유쾌한 자리로 만들어졌다. 끝으로 이번 모임의 숨어있던 하이라이트, 바로 감사 선물 전달 시간. 아름다운가게는 이 순서를 통해 가장 오랫동안 기부하신 분, 가족 대대로 놀라운가게 기부자가 되신 분, 가장 멀리서 오신 분들 등 다양한 분들에게 작은 정성을 전했다.

짧지만 즐거웠던 2014년 상반기 기부자 모임. 아름다운가게는 앞으로도 기부자들과 직접 만나 소통할 수 있는 모임을 늘려 나갈 계획이다. 끝으로 일과 나눔 실천에 모두 열심이신 놀라운가게 기부자들의 건승을 기원해본다.



아름다운강사단, 당신은 누구십니까?

아름다운가게 자원활동센터 변혜리 간사



'아름다운강사단'은 지역사회의 적극적이고 자발적인 공익활동가인 자원활동가를 발굴하여, 교육을 통해 양성하는 자원활동교육강사 그룹이다. 교육을 통해 성숙한 자원봉사문화를 설파하는 문화전파자로서 전국 약 스무 명의 일정한 자격요건을 갖춘 자원활동가로 구성되어 있다. 매월 첫째 주 수요일 오전 10시. 아름다운가게 안국교육센터는 유난히 밝은 표정의 사람들로 북적인다. 따뜻하게 퍼지는 공정무역 커피 향, 정성스레 마련된 간식과 부드러운 음악. 이들은 왜 이른 아침부터 이곳에 모인 걸까?



누구나 할 수 있지만, 아무나 할 수 없는 일

길에 쓰러진 노인을 보고 안타까워하는 '측은 지심'은 누구나 가질 수 있지만, 달려가서 옷에 묻은 먼지를 털고 부축하는 용기를 내는 실천은 아무나 할 수 없다. 이와 같이 실천하는 양심을 찾고 이들의 자발적 참여를 이끌어내기 위해 아름다운가게에는 '아름다운강사단'이

존재한다. 실천하는 자원활동가들을 마주하는 일, 전문성과 운동성을 고루 갖춘 공익활동가로 성장할 수 있게 연차별로 차별화 교육을 진행하는 일. 이러한 교육을 자원봉사의 방식으로 진행하며 또 다른 나눔을 실천하고 있는 '아름다운강사단'을 만나보자.



"아름다운가게의 진솔함을 가장 먼저 전하고 싶어요."

아름다운가게에서 자원활동을 하려는 모든 시민은 3시간 가량의 기본소양교육을 반드시 수료해야 한다. 아름다운가게와 처음 인연을 맺는 자발적 시민을 조금 더 부드럽고 알기 쉽게 안내하기 위해서는 역량 있는 강사의 노력과 헌신은 필수적이다.

아름다운가게의 창립정신에 대해 이해하고 사회적 가치를 함께 나누는 시간, 70분 강의를 위해 며칠 동안을 준비하는 '아름다운강사단'의 정귀옥 선생님께 강사단활동의 매력에 대해 물었다.

"강사단은 아름다운가게에서 제일 처음 접하는 사람들이잖아요. 좋은 인상을 심어주는 것도 중요하지만, 솔직한 날 것 그대로의 아름다운가게를 보여주고 싶었어요. 저는 아름다운가게와 인연을 맺은 지 벌써 10년이 넘었으니, 처음 오는 자원활동가들에게 다양한 사례와 꾸밈없는 진솔함을 전해줄 수 있죠. 강의를 준비할 때는 힘든 점도 많지만, 그렇게 교육을 통해 인연을 맺은 자원활동가들을 다른 곳에서 우연히 만났을 때는 그 반가움이 이루 말할 수가 없어요. 제가 교육한 내용을 몇 년이 지나고 나서까지 생생히 기억하고 있는 걸 보면 가슴 벅차죠."

수줍지만, 오랜 시간 자원활동가의 첫 기억을 예쁘고 진솔하게 만들어주려 노력해온 선생님의 진심이 느껴졌다.

삶을 더 아름답게 살기 위한 근본적 질문을 던지고, 그에 대한 답을 스스로 찾는 3시간. 자원봉사활동이란 무엇이며 왜 해야 하는가,

아름다운가게에서 하는 봉사활동은 어떠한 의미를 가지는가, 나의 봉사활동으로 인한 결과는 이 사회에 어떤 영향을 미치는가, 이 세 가지 질문에 답을 하기 어렵다면, 월 5회 안국 교육센터에서 열리는 신입자원활동가 입문교육에 초대하고 싶다.

"봉사는 나혼자 하기 아까워요."

"누구나 봉사활동을 해야겠다는 마음은 있잖아요. 언젠가는 해야지 생각은 하고요. 하지만 중요한 건 실천이에요. 거창한 것, 대단한 것 말고 자기가 잘할 수 있는 것, 좋아하는 것을 실천에 옮기면 돼요."

'아름다운강사단'의 단장 김대철 선생님이 편하게 하시는 말씀 속에 묵직한 울림이 있다. 내가 가진 것을 나누고, 그것을 통해 인생의 변화를 맛보는 순간이 얼마나 소중한지 잘 알기에 전국의 자원활동가를 찾아다니고 있다는 김대철 선생님. 문득 아름다운가게 강사단으로 활동하면서 선생님의 삶은 어떤 변화의 과정을 거쳤는지 궁금해졌다.

"봉사 후 내 삶의 변화요? 꼭 하나가 있죠. 자신감이 생겼다는 것. 봉사는 나 혼자 하기 정말 너무 아까워요. 그래서 자꾸 남들에게 추천하고 싶어요. 내가 하고 있는 일에 자신이 있으니까."

교육을 통해 자원봉사문화 전파의 사회적 책임을 가지고 있는 이들. 아름다운가게를 통한 모든 자원활동가가 시민사회에서 올바른 자원봉사활동가의 상을 습득하고 실천할 수 있는 그날까지 '아름다운강사단'의 교육봉사활동은 지속될 것이다.



제9회 나눔씨앗리더십캠프

일시: 2014년 11월 8일(토) ~ 11월 11일(화) 3박 4일

장소: PIC 괌 리조트

참가 대상: 초등 4~5학년 나눔씨앗 어린이 회원

인원: 참가 어린이 20명, 지역아동센터 교사 5명

진행 내용:

- 총 5회 사전에 진행되는 나눔교육 이수, 나눔실천 계획 세우기, 나눔실천활동 및 캠페인 활동
- 해외캠프: 지역아동센터 선생님들과 함께 기획한 공동체프로그램, 나눔씨앗 영어 클래스 및 클럽메이트와의 신나는 나눔활동 등
- 나눔씨앗 결과보고회

행사 문의: 아름다운가게 나눔교육팀 02) 2115-7301



20명의 어린이
나눔리더 선발

나눔씨앗 영어 클래스와 체험활동,
공동체 나눔교육 통해 나눔리더 되기

11월 8일부터 3박 4일간
PIC 괌 리조트에서 열린 해외 나눔 캠프

아름다운가게와 PIC KOREA가 함께하는

제9회 나눔씨앗리더십캠프

아름다운가게 나눔교육팀 장유진 간사



'나눔'의 진정한 의미를 배우는 아름다운가게의 나눔교육

각종 활동을 통해 나눔과 순환, 공존의 가치를 배우는 나눔교육은 '나눔'에 대한 선입견을 극복하고 재미있게 습관화할 수 있도록 마련된 프로그램이다. 나눔의 의미, 효과, 실천에 관한 구체적인 탐구와 체험활동이 진행되며 이를 바탕으로 지속적이고 적극적인 참여가 이뤄진다. 참여자들은 다양한 경험을 쌓으며 더불어 살아가는 공동체의 소중함을 이해함과 동시에 긍정적인 태도와 리더십을 기를 수 있게 된다.

PIC 나눔씨앗리더십캠프

아름다운가게가 주최하고 PIC가 후원하는 제 9회 나눔씨앗리더십캠프가 2014년 11월 8일부터 11일까지 3박 4일간 PIC 팜 리조트에서 열렸다.

올해로 9회째를 맞이한 나눔씨앗리더십캠프는 그동안 국내외 캠프를 통해 약 340명의 어린이들을 나눔리더로 양성해왔다. 이번 캠프에서도 각 지역아동센터 어린이들 중 진정한 나눔의 의미에 대한 이해와 고민을 갖고 있는 초등학교 4, 5학년 학생 20명을 선정하여 진행했다.

다양한 활동을 통해 만나는 나눔의 의미

특별히 이번 캠프에서는 기존에 진행되어왔던 국내외캠프와는 다르게 캠프를 떠나기 전 약 3개월동안 매달 1~2회씩 총 5회의 교육프로그램이 진행되었다. 어려운 사람을 돕는다는 일반적인 메시지가 아닌, 세상 속에서 함께 살아간다는 의미의 나눔을 알리기 위한 근본적인 교육이 이뤄졌다.

4명씩 팀을 이뤄 스스로 나눔의 정의를 내리고, 일상 속에서 실천에 옮길 수 있는 나눔 활동을 계획했다. 에너지 절약운동, 요양원 봉사, 나눔장터, 거리 캠페인 활동 등 다채로운 프로젝트를 진행했다. 뿐만 아니라 나눔씨앗 어린이들 모두가 함께 준비하여 진행한 위아자 나눔장터 캠페인에서는 재활용 나눔액자만들기, 프리리그 등 다양한 나눔 캠페인을 펼쳤다. 이 밖에도 악기를 연주하며 노래 '아름다운 세상'을 직접 개사해 부르기도 했다.

주변을 나눔으로 채워가는 나눔리더

나눔을 주제로 다양한 활동이 진행된 캠프에서는 보다 더 깊이 있는 아이들과의 만남이 이루어졌다. 설레는 마음을 가득 안고 PIC 팜 리조트에 도착한 어린이들은 매시간 즐겁게 프로그램에 참여했다. 나눔활동과 워크숍은 물론 나눔씨앗 교재를 활용한 영어클래스와 미니올림픽 등의 야외활동을 통해 자연스럽게 나 혼자 실천하는 나눔이 아니라 주변을 나눔으로 채워가는 리더십을 기를 수 있었다. 또한 음료를 판매하며 나눔 모금활동을 벌이기도 하고, 나눔실천자랑보고회를 열어 팀 별로 실천한 나눔활동을 뽐내는 시간을 갖기도 했다. 특히 이번 캠프에서는 어린이들이 재미있게 나눔을 경험할 수 있는 공동체 프로그램을 지역아동센터 선생님들과 함께 기획하여 어린이들의 적극성과 자발성이 효과적으로 발휘될 수 있었다. 3박 4일의 캠프일정까지 모두 마친 후에는 결과보고회를 열어 나눔씨앗 어린이들이 직접 준비하고 나눔리더로서 성장한 모습을 함께 나누는 시간을 가졌다. 짧은 시간을 통해서나마 아이들이 앞으로 생활 속에서 나눔을 실천할 수 있는 계기가 되길 기대해본다.

2014

아름다운가게 단신



희망의 꽃이 피어나기를

파키스탄 홍수 피해 긴급지원 2014.10

올해 9월에 파키스탄에 발생한 홍수로 4만명 이상의 주민이 안타깝게도 삶의 기반을 잃었습니다. 전년 홍수피해가 미쳐 복구되지 못한 상황에서 다시 한 번 닥친 홍수에 피해 규모는 더욱 컸습니다. 아름다운가게는 파키스탄 동북부 아자드 잠무 및 카슈미르 지역의 수재민 중 여성 가정과 고아, 노인 등 소외계층 240가구에 쌀과 밀가루, 콩, 설탕, 식용유, 차 등 3개월분의 식량을 긴급 지원했습니다. 추운 겨울 조금이나마 따뜻하게 보낼 수 있기를 바라며, 내년 봄에는 이분들의 얼굴에 희망의 꽃이 피어나기를 간절히 소망해 봅니다.

착한 제품이 착한 소비를 만날 때

공정무역 원당 '마스코바도' 출시 2014.06.30

추석맞이 '아름다운선물세트' 출시 2014.08.29



아름다운가게가 공정무역 제품 '마스코바도'와 추석맞이 사회적기업 제품으로 구성된 '아름다운선물세트'를 출시하며 착한 제품과 착한 소비를 알렸습니다. 마스코바도는 사탕수수를 정제하지 않은 필리핀 전통제조방식의 원당입니다. 일반 백설탕과 달리 칼슘, 아연, 철 등의 영양성분을 함유하고 있음은 물론, 필리핀 현지 라우아안협동조합의 생산자들에게 정당한 수익이 돌아가는 공정무역 제품입니다. 추석을 맞아 여러 사회적기업의 제품을 묶어 구성한 아름다운선물세트는 TV홈쇼핑 GS샵에서 판매를 진행하기도 했습니다. 아름다운가게는 앞으로도 다양한 공익상품의 판매 창구를 넓혀 착한 제품과 착한 소비를 이끌겠습니다.



세상을 바꿀 사회혁신기업가, 여기 모여라!

뷰티풀펠로우 1기 결과보고회 2014.07.18

뷰티풀펠로우 4기 협약식 2014.10.23

뷰티풀펠로우는 다양한 사회분야에서 혁신적인 사업으로 세상을 변화시킬 수 있는 사회혁신기업가를 선발해 지원하는 사업입니다. 아름다운가게 뷰티풀펠로우로 선정되면 3년 동안 매달 일정액의 생활비와 각종 교육과 연수 프로그램도 지원받게 됩니다.

뷰티풀펠로우 1기가 3년간의 지원 프로그램을 종료하고 사회적경제 시장에 연착륙했습니다. 1기 펠로우들의 그간의 성과에 대해 보고하는 결과보고회가 7월 18일 열렸습니다. 또 10월에는 새로운 4기 뷰티풀펠로우 4명이 선발됐습니다. 이로써 현재 아름다운가게가 응원하는 뷰티풀펠로우는 지원이 종료된 1기 뷰티풀펠로우 3명을 포함해 총 13명입니다. 이들이 이뤄나갈 우리사회의 긍정적 변화를 기대하고 응원합니다.



우리 제법 잘 어울려요, 인디음악과 아름다운가게

제2회 희망발전소 나눔콘서트 2014.08.09

그랜드민트페스티벌 2014 2014.10.18-19



알고 계셨나요? 어쿠스틱 기타, 마음을 건드리는 가사, 푸른 잔디광장, 옆집 오빠 같은 아티스트가 아름다운가게와 얼마나 잘 어울리는지. 기교 부리지 않은 정직한 목소리의 전기뱀장어는 그들의 귀한 재능을 콘서트로 열고 관객들이 자율적으로 기부한 돈을 네팔 어린이들을 위한 아름다운도서관 건립 기금으로 전달했습니다. 일회용품 사용금지, 철저한 분리수거 등을 관객들이 직접 실천하는 친환경음악페스티벌 그랜드민트페스티벌에도 아름다운가게가 빠질 수 없죠. 100여 명의 자원활동가들과 함께 가게의 자랑, 초록 앞치마를 두르고 드넓은 올림픽공원 4만 관객의 친환경 실천을 도왔습니다.





아름다운 제주, 아름다운 기증 릴레이

아름다운 명사기증릴레이 2014.04-11

아름다운가게 신제주점과 인터넷 신문 <제주의소리>가 함께 한 아름다운 명사기증릴레이에 이유근 전 한마음병원 원장, 허항진 제주대학교 총장, 강우일 한국천주교주교회의장, 문성윤 변호사, 김재운 국회의원 등 제주지역 명사들은 물론 일반 제주시민들이 참여했습니다.

저마다 소중하고 의미 있는 물건을 기증해 주어 2014년 4월부터 10월 말까지 모인 기금이 현금 500여 만원, 현물 180만원 상당입니다. 이 모금액은 11월 중 제주여성장애인상담소를 통해 장애인 산모들의 출산과 육아 비용 지원에 사용됐습니다. 아름다운 섬 제주에서 아름다운가게가 만든 의미 있는 나눔입니다.



함께 할 수 있음이 감동입니다

파타고니아 업무제휴 체결 2014.04.08

닥터노아 업무제휴 체결 2014.10.02

올해도 아름다운가게는 참 좋은 새 친구들을 만났습니다. 아웃도어브랜드 파타고니아와 닥터노아입니다. 파타고니아는 최고 품질의 제품을 생산하되, 환경에 해를 가하지 않고 환경위기 극복을 위한 다양한 활동을 실천하는 '진짜' 친환경 브랜드입니다.

닥터노아는 '따뜻한 우리가족주치의'라는 모토로 대학병원 수준의 진료를 합리적인 가격으로 실행하는 치과의원입니다.

소외이웃주치의제도와 해외의료봉사활동 등 공익을 위해 실천하는 전문가 단체인기도 합니다. 아름다운가게는 참 좋은 친구들과 더 좋은 사회를 만드는 데 힘을 합쳐 달려가겠습니다.



아름다운가게 새 가족을 소개합니다!

신동배 신임 상임이사 취임 2014.09.04

이세은 홍보대사 위촉 2014.10.02

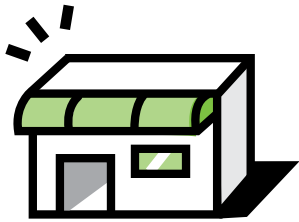
아름다운가게를 이끌어갈 신임 상임이사가 취임했습니다. 신동배 상임이사는 국제상사, 한주통상 뉴욕법인 대표를 거쳐 한국팬트렌드 대표이사, LS네트웍스 아웃도어 사업부문 총괄, 리바이스코리아 대표이사 등 30여 년간 패션업계에서 종사한 전문경영인입니다. 취임식에서 "가게를 통해 그동안 받기만 했던 것을 사회에 갚아나가고, 비영리와 영리의 장점이 조화를 이룬 독창적 모델을 만들겠다"고 다짐했습니다. 배우 이세은 씨는 아름다운가게 홍보대사로 위촉했습니다. 평소 나눔과 재능기부에 관심이 많았던 터라 가게의 다양한 활동에 적극적으로 참여하고 싶다는 포부를 밝히기도 했습니다. 이세은 홍보대사를 통해 아름다운가게가 실천하는 공익문화가 우리사회에 더 널리 전파될 수 있으리라 기대해봅니다.



12살, 처음 마음 돌아보는 시간

창립기념 꿈꾸는 아카데미 2014.10.22

아름다운가게가 12살 되는 해를 맞아 초기 아름다운가게 정관 초안을 작성했던 박성준 전 공동대표(현 길담서원 대표)를 초청해 이야기를 들었습니다. '12살 아름다운가게, 시작하는 가게 정신을 만나'라는 주제 아래 처음 시작했던 가게의 정신과 비전, 추구하는 가치에 대해 함께 고민하는 시간이었습니다. 죽는 날까지 끝나지 않을 성실한 배움, 교만 없는 지식나눔을 실천하고 있는 박성준 전 공동대표를 보면서 우리 스스로를 돌아보게 된 건강한 자극의 시간이었습니다. 아름다운가게는 앞으로도 설립 당시 '첫 마음'을 잊지 않고 달려가겠습니다.



매장소식

오픈

화성동탄점 2014.07.17

경기 화성시 동탄문화센터로 75
서해더블루 117호
T. 031-613-7115

일산마두역점 2014.11.11

경기도 고양시 일산동구 중앙로 1160
화랑북합빌딩 105호(화랑프라자)
T. 031-915-5394

세종로점 책과 나눔 2014.11.15

서울시 종로구 세종로 80-1
세종로공영주차장 지하1층 근린시설 9, 10호
(세종대로 189 세종로 지하주차장)
세종로공원 지하주차장 1층
T. 02-392-6004

이전 오픈

광주운천점(구 광주쌍촌점) 2014.06.24

광주 서구 운천로 176-1(쌍촌동)
T. 062-383-8975

망우점(구 상봉점) 2014.09.20

서울 중랑구 망우동 202-19 1층(망우로 458)
T. 02-2208-2030

인천삼산점 2014.10.20

인천광역시 부평구 삼산동 157-3
삼산주공임대아파트 임시상가 101호
(평천로 447 삼산 주공 1단지)
T. 032-508-8004

부산해운대점 2014.10.28

부산 해운대구 해운대로 637 현대빌딩 1층
T. 051-747-8701



놀라운 자전거

6개월 동안 함께 달린 자전거
친구들이 제 멋진 몸에 깜짝 놀라더군요
자, 당신도 모두를 깜짝 놀라게 해보세요

인남동 김성주씨 스토리

