



**2022**

**BEAUTIFULSTORE IMPACT REPORT**

**2002**

아름다운가게  
20년 임팩트 리포트



# 아름다운가게 20년 임팩트 리포트

BeautifulStore Impact Report

『아름다운가게 20년 임팩트 리포트』  
발행인 박진원 발행일 2022년 10월  
발행처 서울 중구 소공로 34 아름다운가게  
기획/연구 아름다운가게, 트리플라잇  
홈페이지 [www.beautifulstore.org](http://www.beautifulstore.org), [www.triplelight.co](http://www.triplelight.co)

연구 리포트에 수록된 데이터 및 콘텐츠 저작권은  아름다운가게  triplelight 에 있습니다.

<b>01</b>	<b>여는글</b>	
	임팩트 리포트를 발간하며	06
	아름다운가게의 역할	08
<b>02</b>	<b>함께 걸어온 아름다운가게 20년</b>	
	<b>임팩트 하이라이트</b>	
	숫자로 보는 아름다운가게 20년	12
	빅데이터로 바라본 아름다운가게 20년	15
	<b>아름다운가게와 함께한 변화</b>	
	아름다운가게가 꿈꾸는 아름다운 세상	20
	참여로 확장되는 아름다운 변화	25
	- 더 나은 세상을 만드는 일상 속 변화	
	- 더 나은 지구를 만드는 아름다운 순환	
<b>03</b>	<b>함께 걸어갈 아름다운가게의 미래</b>	
	시민이 말하는 변화, 시민이 바라는 미래	56
	아름다운가게가 꿈꾸는 미래	62
<b>04</b>	<b>에필로그</b>	
	임팩트 정의부터 측정까지	64
	[부록] 시민이 바라는 아름다운 세상 전문	68



# 01

## 여는글

1. 임팩트 리포트를 발간하며
2. 아름다운가게의 역할

# 아름다운가게 20년, 임팩트 리포트를 발간하며

2002년 안국동 작은 알뜰시장에서 시작한 아름다운가게가 시민 여러분의 참여와 관심 속에 창립 20주년을 맞이했습니다.

아름다운가게는 지난 20년 간 나눔과 순환을 위한 작은 변화와 실천의 노력이 사람과 사람, 사람과 자연이 공존할 수 있는 아름다운 세상을 만든다고 믿으며, 실천해왔습니다.

한 해 17,000여명의 자원활동가들과 전국 110여 개의 매장에서는 연 평균 약 45억원을 소외계층과 기관에 나누고 자원재순환을 통한 1,081,185kgCO<sub>2</sub>e의 탄소저감 효과(소나무 12만 그루 심는 효과)를 만들어 내며 누구나 쉽게 참여할 수 있는 생활문화운동을 지속해 오고 있습니다. (2021년 기준)

나눔과 순환에 동참하는 시민들의 참여로 함께 만든 이 숫자들은 지난 20년이라는 시간 동안 아름다운가게가 만들어온 '가치'이자 시민들의 '참여'가 담긴 결과물이기도 합니다.

창립 20주년을 맞이하여, 그동안 아름다운가게가 만들어 온 참여와 변화의 이야기를 담은 첫 번째 임팩트 리포트를 발간하게 되었습니다.

본 보고서를 만드는 과정에서 아름다운가게와 함께한 많은 분들의 목소리를 들으며, 설립 당시 아름다운가게가 목표했던 바가 잘 이뤄지고 있는지, 개선해야 할 점은 없는지, 앞으로 어떤 방향으로 나아갈 것인지에 대해 되돌아보고 고민하는 계기가 되었습니다.

20년간 시민들과 함께 만든 결과물을 임팩트 관점으로 측정하고, 공유하는 이 시도는 향후 아름다운가게가 지속가능한 사회변화의 관점으로 많은 활동을 도전하는 시작점으로 삼고자 합니다.

그물코처럼 서로 영향을 주고 받는 관계성에 주목하고 있는 아름다운가게는 최근 디지털 사회로의 전환, 기후위기 대응을 위한 환경보호 등 새로운 패러다임 앞에서 역할의 확대와 도전을 마주하고 있습니다.

여러분들의 참여로 우리 사회에 '되살림'을 통한 변화를 만들어 온 것처럼 앞으로도 아름다운가게는 더 나은 '아름다운 세상'으로의 변화의 흐름을 만드는 작은 실천들을 시민들의 가까이에서 함께 할 것입니다.

지속적인 응원과 참여부탁드립니다.

감사합니다.

2022년 10월  
아름다운가게 이사장 박진원



## 임팩트 보고서, 이렇게 만들어졌습니다

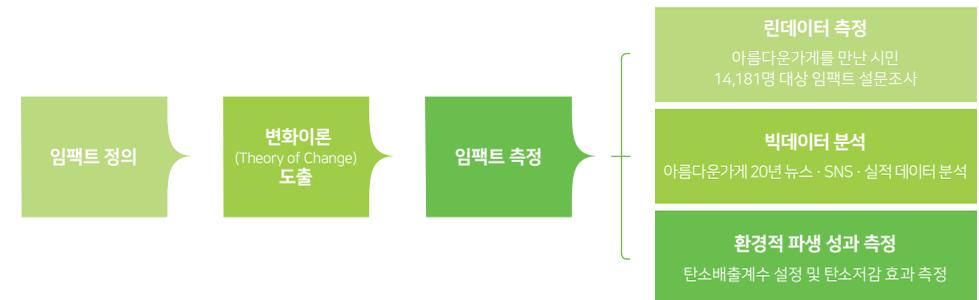
아름다운가게는 20주년 임팩트 보고서를 통해 아름다운가게가 만들어 온 변화와 앞으로 만들어갈 변화상에 주목했습니다.

대다수 기관이 '투입한 자원의 양(Input)'과 '수혜자 수'와 같은 '사업 결과(Output)'를 중심으로 성과를 설명합니다. 기관을 통한 변화의 정도를 만족도 조사나 프로그램 평가 결과로 같음하기도 합니다. 그러나 임팩트는 조직이 주목한 사회문제에서 출발해, 이를 해결하기 위한 다양한 사업·활동이 주요 이해관계자와 사회·환경에 미친 영향과 변화를 말합니다.

이에 아름다운가게는 단순 사업 결과를 넘어서 시민들의 일상 속 나눔과 순환의 참여로 인해 나타난 직·간접적 성과와 실질적인 변화(Outcome-Impact)를 데이터 기반으로 측정하고자 했습니다. 이를 위해 임팩트 측정·커뮤니케이션 전문기관인 트리플라잇과 함께 임팩트를 정의·측정·검증하는 과정을 거쳤습니다.

이를 위해 다음과 같은 3단계 과정을 통해 20년의 임팩트를 측정 및 분석했습니다.

먼저, 아름다운가게가 궁극적으로 달성하고자 하는 광범위한 사회 변화가 무엇인지, 임팩트(Impact)를 정의하는데 많은 시간을 쏟았습니다. 이 과정에서 아름다운가게의 존재이유(Purpose)와 궁극적으로 달성하고자 하는 목표를 연결하여, '나눔과 순환이 우리의 일상이 되어, 더 나은 세상을 만든다'는 변화상을 임팩트로 정의했습니다.



두 번째로, 이렇게 정의된 임팩트를 달성하기 위한 단기·장기 성과(Outcome)와 결과(Output)를 사업·활동(Activity)과 논리적으로 연결하는 '변화이론(TOC·Theory of Change)'을 도출해, 아름다운가게를 통한 변화를 구체적으로 들여다봤습니다. 이를 위해 주요 파트별 담당자 인터뷰, 부서별 변화이론 워크숍, TF 워크숍 등 4개월에 걸친 공감과 합의의 과정을 통해, 아름다운가게의 사업·활동이 임팩트로 이어지는 여정을 보다 구체적으로 그려봤습니다.

마지막으로, 이렇게 도출된 아름다운가게의 변화이론에 기반해 나눔과 순환에 대한 시민들의 인식·행동·협력 생태계의 변화와 환경에 미친 긍정적 영향을 ①린데이터 측정 ②빅데이터 분석 ③환경적 파생 성과 측정 등 3가지 방법론으로 측정했습니다.

린데이터(Lean Data)란 변화의 당사자 또는 이해관계자에게 직접 전화·문자·서베이 등을 통해 물어봄으로써 변화를 보다 명확하고 효과적으로 측정하는 방법론입니다. 아름다운가게는 문자·이메일·카카오톡 등 다양한 채널을 통해 지난 20년간 함께 해주신 시민 1만 4,181명을 대상으로 린데이터 방식의 설문조사를 진행하여, 아름다운가게를 통한 사람과 사회의 변화를 측정했습니다. 또한 지난 20년간 아름다운가게가 언급된 미디어(뉴스·SNS) 데이터 약 12만 건, 연도별 주요 데이터(운영 매장 수, 나눔사업 총 지출액, 자원활동 참여자 수) 등 빅데이터를 취합 및 분석하여, 시대 흐름 속 아름다운가게의 역할과 대중의 인식·행동의 변화를 살펴봤습니다. 마지막으로 아름다운가게 그린임팩트팀은 아름다운가게의 탄소중립(Net-zero) 로드맵을 구체화하며 실제적인 탄소배출계수를 설정하고, 아름다운가게의 탄소저감효과를 측정하였습니다.

이러한 과정을 기반으로 아름다운가게는 연말까지 트리플라잇과 임팩트 측정 지표를 도출하고, 이를 지속적으로 관리하는 전략 및 방안을 마련할 계획입니다. 이를 통해 일상 속 나눔과 순환을 실천하는 시민들의 참여를 통해 더 나은 세상을 만들어가는 우리 모두의 변화를 지속적으로 측정하고 여러분과 함께 소통하고자 합니다.

## MISSION

To create a beautiful world of sharing and circulation where everyone participates.

### 모두가 함께하는 나눔과 순환의 아름다운 세상 만들기

아름다운가게는 물건의 재사용과 순환을 통해 우리 사회의 생태적·친환경적 변화에 기여하고 국내외 소외계층 및 공익활동을 지원하며, 시민의식의 성장과 풀뿌리 공동체 발전에 기여하고자 합니다.

## VISION

NGO that serves the public interest with professionalism

### 공익성과 전문성을 갖춘 세계적 수준의 NGO

#### 공익성

비영리법인으로서의 순수성, 가치지향성, 공익성을 지킵니다.



#### 효율성

공익적 가치를 생산하는 데 있어 효율성을 추구합니다.



#### 전문성

공익성과 전문성 면에서 세계적인 수준을 달성하고자 합니다.

## 운동철학

#### 그물코정신

'관계'라는 눈으로 세상의 진실을 봅니다. 씨줄과 날줄로 빈틈없이 서로 엮인 그물코처럼 우리는 모두 서로의 삶에 책임이 있는 존재입니다.



#### 되살림정신

나눔과 순환을 통해 세상의 생명을 연장합니다. 과도한 소비와 이기주의로 인한 아픔을 치유하기 위해 나눔과 순환을 실천합니다.



#### 참여와 변화

당신의 참여가 세상의 아름다운 변화를 만듭니다. 하나의 기증품, 한 시간의 자원활동이 세상을 아름답게 바꿀 수 있다고 믿습니다.

—

아름다운가게는 물건의 재사용과 재순환을 도모하여 우리 사회의 생태적·친환경적 변화를 추구하고, 우리의 삶의 근본이 변하게 하여 사람과 자연이 아름답게 공존하게 하는 '조용한 생활의 혁명'을 긴 안목으로 전망합니다.

아름다운가게는 재사용과 재순환의 과정에서 얻어지는 수익금과 기부금을 지치고 힘든 이웃들과 그들을 위해 일하는 사람들, 단체들과 함께 나눕니다.

아름다운가게는 재사용가게를 운영하면서 지역사회 주민들의 생활 속에 뿌리내리고 그 지역 풀뿌리 시민들의 문화와 공육(共育)의 사랑방이 되고자 노력합니다.

더 나아가 아름다운가게는 저개발국가의 가난하고 소외된 사람들에게 경제활동의 기회를 제공하며 그들이 생산한 물건들에 대해 공정한 가격을 지불하여 경제적 자립을 돕기 위한 사업인 '공정무역(Fair Trade)'에 정성과 힘을 기울일 것입니다.

- 아름다운가게 정관 中



## 02

### 함께 걸어온 아름다운가게 20년

#### 1. 임팩트 하이라이트

- 숫자로 보는 아름다운가게 20년
- 빅데이터로 바라본 아름다운가게 20년

#### 2. 아름다운가게와 함께한 변화

- 아름다운가게가 꿈꾸는 아름다운 세상
- 참여로 확장되는 아름다운 변화
- 더 나은 세상을 만드는 일상 속 변화
- 더 나은 지구를 만드는 아름다운 순환

# 숫자로 보는 아름다운가게 20년<sup>1</sup>

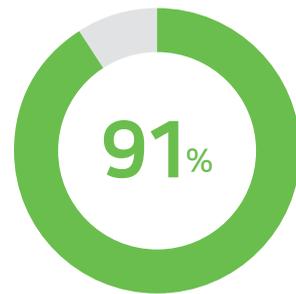
## 02. 함께 걸어온 아름다운가게 20년

아름다운가게는 지난 20년간 사람과 사람이 서로 돕고, 자연과 함께 살아가는 세상으로의 변화를 위해 나눔과 순환을 확산해 왔습니다. 재사용나눔가게, 나눔장터, 나눔교육 등을 통해 누구나 쉽게 나눔과 순환을 경험하고 실천할 수 있도록 참여의 장벽을 낮췄습니다. 또한 재사용나눔가게를 통해 발생한 수익을 지역사회에 나누며, 지역의 문제를 발굴하고 사각지대를 해소해왔습니다. 자원순환을 통한 재사용 효과는 생활 폐기물을 줄이고, 탄소를 저감하는 등 환경에 긍정적인 영향력도 미치고 있습니다.

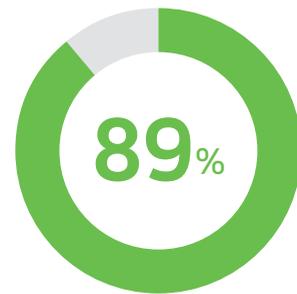
### 아름다운가게 20년 발자취

아름다운가게가 투입한 비용	<b>3,992</b> 억 <sup>2</sup>
아름다운가게를 통해 나눔과 순환을 경험한 사람 수	<b>670</b> 만명 <sup>3</sup>
아름다운가게를 통해 나눔과 순환을 거친 물품 수	<b>256,683,859</b> 점
아름다운가게를 통해 누적된 자원활동 시간/경험	<b>9,753,740</b> 시간
시민과 함께 나눔과 순환을 실천한 공간 수	<b>164</b> 곳 <sup>4</sup>

### 참여 통로의 확장



아름다운가게를 통해 나눔과 순환에 참여하는 것이 쉬워졌다



아름다운가게를 통해 나눔과 순환에 참여할 방법이 다양해졌다

### 변화의 거점이 된 재사용나눔가게

아름다운가게가 참여자를 만난 매장 영업일수	<b>495,657</b> 일
아름다운가게에서 이뤄진 물품 기부 횟수	<b>4,809,324</b> 건
아름다운가게에서 이뤄진 구매 횟수	<b>35,695,727</b> 건
아름다운가게에서 판매된 물품 수	<b>93,424,969</b> 점
아름다운가게 자원재순환을 통한 매출	<b>3,043</b> 억원

1 아름다운가게의 주요 사업 11개(재사용나눔가게, 물품 기부문화, 업사이클링사업, 나눔사업, 사회적경제조직 물품판로개척, 사회적경제조직 생태계조성, 자원활동가 운영, 사회공헌, 나눔교육, 나눔장터)의 누적 성과 데이터 분석(사업별 데이터 수집 시작년도부터 2021년 12월까지)을 통해 아름다운가게를 만난 사람들과 조직·생태계의 변화를 종합 도출한 값이다.

2 아름다운가게 주요사업 운영성과(2008.7-2021) ※아름다운재단 회계분리(2008.07)  
- 자원재순환사업, 개인 및 공익활동지원사업, 사회적경제지원사업, 시민참여 활동사업

3 아름다운가게 참여자수(2002-2021)  
- 물품 기부자, 구매자, 자원활동가, 후원자, 뷰티풀펠로우, 나눔교육참여자, 나눔장터 참여/봉사자 반영  
- 물품 기부자(명) 2016-2021 각 연도별 물품 기부자수 (중복자 제외) 2002-2015 물품 기부건수대비 물품 기부자 추정치 반영  
- 구매자수(명) 아름다운가게 구매건수 10% 추정 (내부 산출기준 반영)

4 아름다운가게의 신규 오픈 매장의 수 (이전오픈 경우 제외)

아름다운가게를 통한  
사람과 환경의 변화

나눔과 순환 이해도 향상	나눔과 순환을 자발적으로 실천	사회·환경 문제를 해결하는 주체의 성장	지역의 필요 발굴 및 사각지대 해소	환경적 파생 성과
<b>99.6%</b> 아름다운가게를 통한 나눔·순환의 시민의식 성장 <sup>5</sup>	<b>3.21개</b> 아름다운가게 참여자들이 경험한 평균 활동 수 <sup>5</sup>	<b>88%</b> 아름다운가게를 통한 사회·환경 문제 관심 증가 <sup>5</sup>	<b>61,798,575,133원</b> 20년간 아름다운가게의 재사용품 수익금 중 이웃에게 전달된 기부금	<b>256,683,859점</b> 20년간 물품 재순환을 통해 감소시킨 폐기량
<b>9.1점</b> /10점 만점 아름다운가게 참여자들의 나눔·순환 공감도 변화 <sup>5</sup>	<b>97%</b> 아름다운가게를 통해 물품 기부를 시작한 이후 연 1회 이상 이를 지속하는 비율 <sup>5</sup>	<b>987개</b> 아름다운가게를 통해 성장한 사회혁신 주체 <sup>6</sup>	<b>7.22점</b> /10점 만점 아름다운가게를 통해 소외된 이웃이 발굴되고 필요한 도움을 받았다는 체감도 <sup>5</sup>	<b>14,621,911kgCO<sub>2</sub>e</b> 아름다운가게를 통해 저감한 탄소 배출량 <sup>7</sup>
<b>9.19점</b> /10점 만점 아름다운가게 참여자들의 나눔·순환 실천의지 변화 <sup>5</sup>	<b>-108일</b> 아름다운가게가 앞당긴 물품 기부 간격 <sup>5</sup>	<b>x10%p</b> 2011년 이후 매년 언급된 뷰티폴펠로우 뉴스데이터 증가폭 <sup>8</sup>	<b>7.46점</b> /10점 만점 아름다운가게를 통해 사회·환경 문제 해결에 기여하는 활동가 및 단체가 많 아졌다는 체감도 <sup>5</sup>	<b>1,700,222그루</b> 아름다운가게를 통해 저감한 탄소량으로 심은 30살 소나무 <sup>7</sup>
<b>9.03점</b> /10점 만점 아름다운가게 참여자들의 나눔·순환 이해도 변화 <sup>5</sup>	<b>82%</b> 아름다운가게 참여자들의 활동 지속률 <sup>5</sup>	<b>7.07명</b> 아름다운가게 참여자 한 명이 나눔·순환 활동에 참여시킨 사람 수 평균 <sup>5</sup>	<b>1,477,815명</b> 나눔사업으로 필요한 도움을 받은 이웃 수	<b>98%</b> 아름다운가게를 통해 구매한 재사용품을 계속 사용하는 비율 <sup>5</sup>  <b>75%</b> 아름다운가게를 통해 재사용품 구매 이후 무분별한 소비 감소 <sup>5</sup>
나눔과 순환의 가치가 삶의 철학이 되었습니다.	나눔과 순환의 작은 실천이 사회 곳곳으로 전파 되었습니다.	아름다운가게를 통해 성장한 주체들이 사회·환경 변화를 선도하고, 지역 공동체가 회복되었습니다.	매립·소각으로 인한 환경오염과 탄소 배출이 감소했습니다.	

5 아름다운가게가 언급된 20년간의 뉴스 데이터 약 1만건과 SNS 데이터 약 11만건(2004년 이후) 기반 빅데이터 분석 결과  
6 아름다운가게 뷰티폴펠로우(43명)와 공익상품 파트너(944기관)의 통계  
7 아름다운가게 기부물품판매를 통한 탄소저감량과 그에 따른 소나무 식수효과(탄소흡수량)  
8 아름다운가게가 언급된 20년간의 뉴스 데이터 약 1만건과 SNS 데이터 약 11만건(2004년 이후) 기반 빅데이터 분석 결과

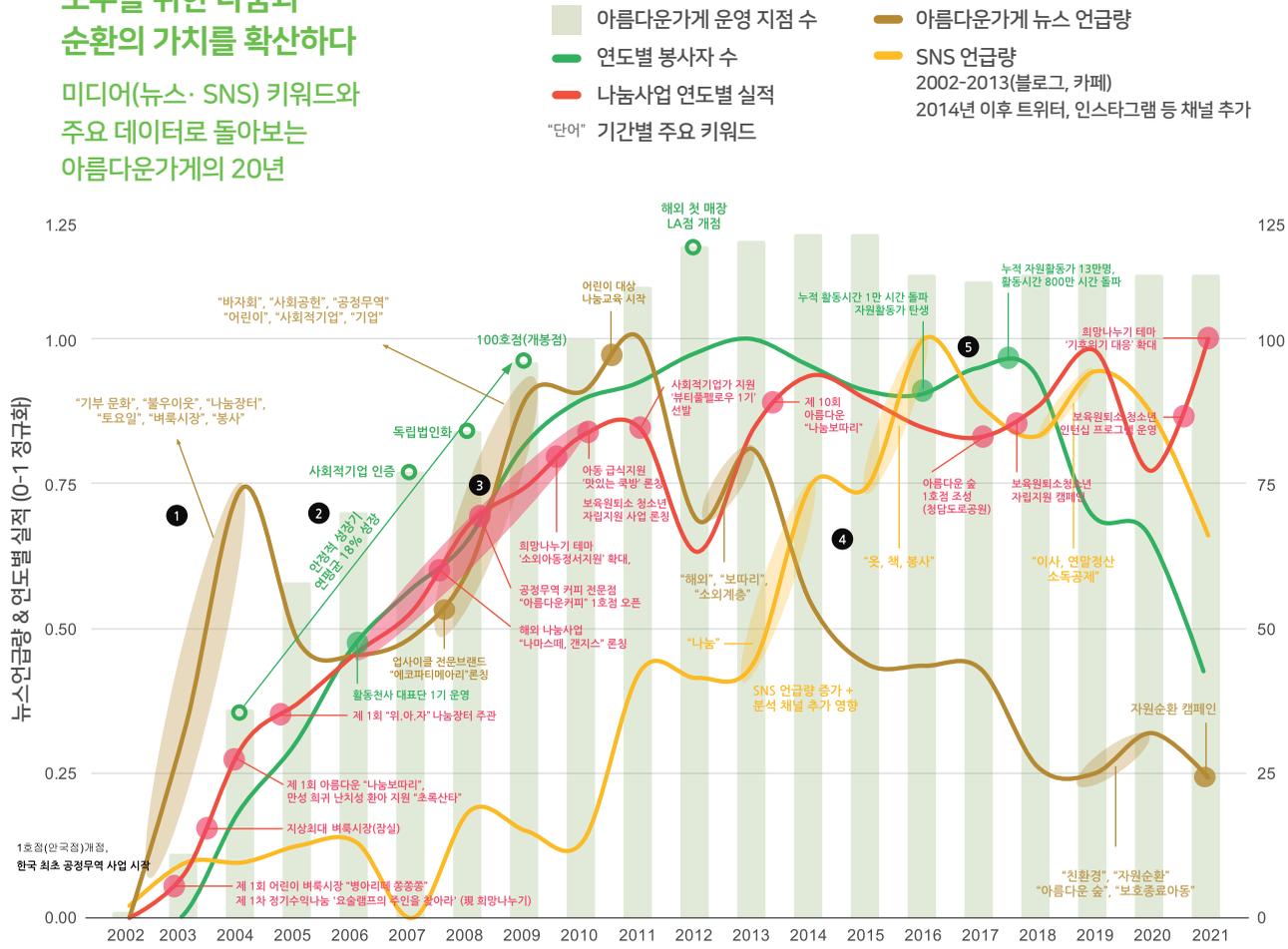
빅데이터로  
바라본  
아름다운가게  
20년

지난 20년간 아름다운가게는 나눔과 순환의 가치를 우리 사회에 어떤 모습으로 확산 해왔을까요. 2002년부터 2021년까지 '아름다운가게'가 언급된 미디어(뉴스·SNS) 데이터 약 12만 건과, 연도별 주요 데이터(운영 매장 수·나눔사업 총 지출액·봉사자 수)를 통합 분석하여, 시대흐름과 대중의 인식 속 아름다운가게의 히스토리를 함께 들여다봤습니다.



## 모두를 위한 나눔과 순환의 가치를 확산하다

미디어(뉴스·SNS) 키워드와 주요 데이터로 돌아보는 아름다운가게의 20년



### 1, 2 2002 ~ 2009: 아름다운가게와 함께 등장한 '기부 문화'

아름다운가게의 임팩트는 국내에 재사용·재활용 전문 매장을 확산하는 것으로 시작됩니다. 미디어에 아름다운가게가 본격적으로 등장하기 시작한 2003년을 기점으로, 대중에게 새로운 "기부 문화"가 태동하는 모습을 보입니다. 특히 20만 시민이 참여한 지상최대 "벼룩시장", 독서에서 처음으로 개장한 "나눔장터", 환경부와 함께 시작한 "아름다운 토요일"이 언론에서 주요하게 다뤄지면서(2003년 데이터 중 '벼룩시장', '나눔장터', '토요일'이 포함된 뉴스는 약 22%로 나타남), 사용하지 않는 물건을 나누는 시민들의 참여가 증가한 것으로 분석됩니다. 또한 2004년 아름다운가게와 관련된 SNS 데이터(약 2,000건) 중 나눔장터를 비롯한 기부행사 참여 경험을 나누는 내용이 20%에 달할 정도입니다. 이렇게 아름다운가게를 통해 물품 기부 및 구매 경험을 하게 된 시민들의 관심은 나눔으로 이어지는 모습을 보입니다. 2004년 "불우이웃" 키워드가 포함된 SNS 데이터가 전체의 약 10%로 나타나, 이웃을 돕기 원하는 시민의 마음과 행동이 데이터를 통해서도 드러났습니다. 실제로 아름다운가게는 2002년 12월, 제1차 정기수익 나눔사업(요술램프의 주인을 찾아라)을 기점으로, '아름다운 희망나누기' 등 다양한 나눔사업을 진행했습니다. 또한 이러한 나눔의 가치에 공감하는 시민들의 마음을 담아 도움이 필요한 곳에 수익금을 지속적으로 전달하고 있습니다.

이렇게 기부 문화가 확산되면서 2004년부터 2009년까지 아름다운가게의 연평균 성장률은 18%에 달하며, 100호점 매장을 오픈했습니다. 2007년에는 매출액 100억원을 돌파한 최초의 인증 사회적기업으로서, 그 성장세를 이어갔습니다.

### 3 2005~2011: 나눔과 순환의 가치 확산

이후 아름다운가게는 우리 사회에 떠오르는 구체적인 사회 이슈에 주목하고, 봉사자·지역주민·전문가들과 함께 지역사회의 문제해결을 위해 다양한 사업을 진행하였습니다. 실제로 2005년부터 2011년까지 아름다운가게의 나눔사업 규모는 매년 평균 14% 성장하였고, 나눔사업 대상 및 제품의 다각화가 활발하게 이뤄졌습니다.

특히 아름다운가게 관련 미디어 데이터에는 "어린이", "아동" 키워드가 다년간 높은 빈도로 나타나고 있는 점이 눈에 띕니다. 당시 빈곤 아동의 문제가 수면 위로 떠오르면서, 아름다운가게가 2004년 진행한 난치병 "어린이"를 돕는 '초록산타' 캠페인이 언론에 회자되는 모습을 보였습니다. 그 이후로도 아름다운가게는 2007년 '아름다운 희망나누기' 사업에 "소외아동" 정서 지원을 확충했고, 2010년에는 청소년과 아동의 방학 중 급식을 지원하는 '맛있는 방학 쿡(Cook)방'을 론칭하였습니다.

"기업"과 "사회공헌"도 다년간 높은 빈도로 나타난 키워드입니다. 아름다운가게는 20년간 4,000여 곳이 넘는 기업과 단체들의 주요 파트너로서 다양한 역할을 해왔습니다. 2000년대 초반은 사회 전반에 "재활용", "친환경" 키워드가 떠오르면서, '생산자 책임 재활용 제도(생산자의 연간 의무 재활용률을 매년 상정하여 의무 위반시 재활용 부과금을 납부해야 하는 제도)가 시행되는 등 기업의 환경적 책임을 묻는 목소리가 커지는 시기였습니다. 아름다운가게는 재고 기증, 나눔 캠페인, 임직원 자원활동, 공익 마케팅 등 기업과 단체들이 사회·환경적 공헌 활동을 할 수 있는 나눔과 순환의 장을 제공하였습니다.

### 4, 5 2011~2021: 참여 문화와 생태계 확장

한편, 2011년을 기점으로 뉴스보다 SNS를 통해 아름다운가게를 이야기하는 언급량이 높아지는 모습을 보였습니다. 2014년부터 2016년까지 SNS 상위 10개 키워드에는 "웃", "책"과 같이 아름다운가게를 통해 많이 기부된 물품이나, "나눔", "봉사"와 같이 문화적 가치를 담은 키워드들이 주로 언급된 것으로 나타났습니다. 아름다운가게를 통한 경험이 SNS를 통해 실천 및 행동으로 확산된 것으로 분석됩니다.

실제로 20년 미디어 데이터에서 "기부"와 "기증" 다음으로 많이 나타난 참여 키워드는 "봉사(8,645건)"였습니다. 아름다운가게는 매장 운영부터 나눔사업에 이르기까지 자원활동가(혹은 자원활동가)들의 참여로 이뤄집니다. 실제로 아름다운가게를 통한 봉사자 수는 코로나가 시작된 2020년까지 증가하는 경향을 보입니다. 특히 2016년에는 개인 누적 활동시간이 1만 시간을 돌파한 자원활동가가 탄생했고, 2017년에는 누적 자원활동가와 활동 시간이 각각 13만 명, 800만 시간을 돌파했습니다. 실제로 SNS에서는 "봉사" 키워드 빈도가 2015~2017년 사이에 2배 가까이 증가하면서, 아름다운가게에서의 자원활동 경험을 일상처럼 나누거나, 활동(봉사)시간을 인증하는 글이 많아졌습니다.

아름다운가게는 나눔과 순환의 가치를 함께 확장할 수 있는 협력 생태계를 구축하기 위한 노력도 지속해왔습니다. 특히 "사회적기업"을 포함한 사회적경제조직들이 성장할 수 있는 생태계를 조성해왔습니다. 최초의 인증 사회적기업 중 하나인 아름다운가게는 2011년 사회적기업가의 생계와 지속가능한 성장을 지원하는 '뷰티풀펠로우' 사업을 시작했습니다. 같은 해 7월, 공익상품 온라인쇼핑몰 '뷰티풀마켓'을 오픈하고, 이듬해에 공익상품 숍인숍 '스토어 36.5'를 매장에 입점하여 사회적경제조직들의 판로 개척을 도왔습니다. 이뿐만 아니라 2017년에는 '아름다운 숲' 1호점을 조성하고 '아름다운 희망나누기' 사업에 '기후위기 대응' 테마를 신규로 편성하는 등 기후위기에 대응하는 나눔사업도 펼치고 있습니다. 이렇게 다양한 사회문제 해결과 생태계 조성을 위해 이어온 아름다운가게의 나눔사업 규모는 2002년 대비 57배 증가하며, 현재 약 48억원(2021년 기준)에 이릅니다.



2009 에코파티메아리 뉴욕진출

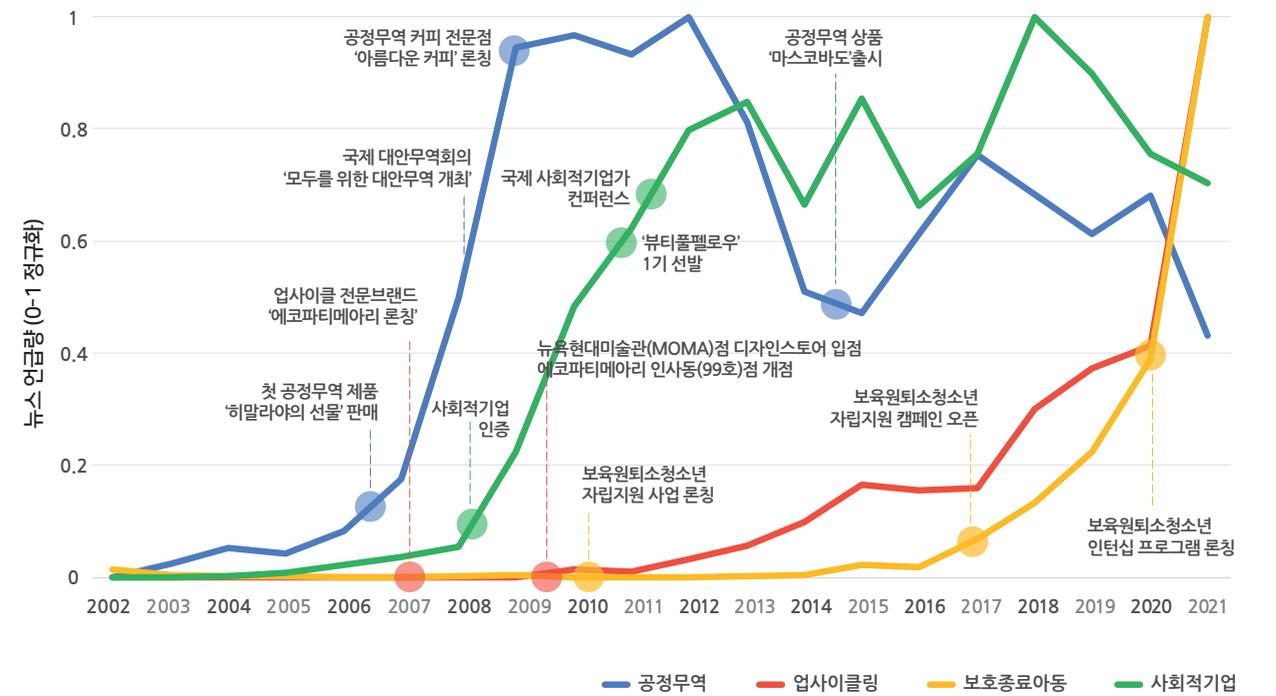
**어젠다를 주도하는  
'프론티어'로 활약하다**

아름다운가게는 누구보다 먼저 우리 사회의 사각지대를 발굴하고, 어젠다를 주도하며 나아왔습니다. 다른 단체 및 기관들이 참고할 수 있는 선례를 만들고, 함께 해결할 수 있는 기반을 다져왔습니다. 뉴스 데이터 분석 결과 “공정(대안)무역”, “업사이클링”, “사회적 경제”, “보호종료(보육원 퇴소·자립준비)아동”과 관련된 주제에서 이러한 면모가 돋보였습니다.

아름다운가게가 최초의 공정무역 상품인 ‘히말라야의 선물’을 매장에 선보였을 때는 2006년 8월로, 당시 ‘공정무역’ 관련 뉴스는 39건(2002~2005년 누적)에 불과했습니다. 당시 아름다운가게는 국제노동기구(ILO), 국제공정무역연맹(IFAT)과 함께 불공정한 원자재 거래 등으로 가난한 국가 주민들이 정당한 행복을 빼앗기는 문제에 주목하고, 국제 대안무역 회의 ‘모두를 위한 대안무역’을 개최하는 등 공정무역에 대한 인식개선을 주도했습니다. 2008년에는 공정무역 커피 전문점인 ‘아름다운커피’ 1호점을 오픈하여 문제해결을 위해 적극적인 행동에 나섰습니다. 2007년부터 2010년까지 “공정(대안)무역”과 관련된 뉴스데이터 중 18%가 아름다운가게와 관련이 있다는 점이 이러한 노력을 증명하고 있습니다.

“업사이클링”과 관련해서도 프론티어로서의 면모가 두드러졌습니다. 아름다운가게는 2007년 1월, 업사이클링 전문 브랜드인 ‘에코파티메아리’를 론칭했습니다. 에코파티메아리는 버려지는 것들에 새로운 쓰임새를 부여하는 것을 목표로, 소각 비용에만 수백억원이 소요되는 선거홍보용 현수막을 이용한 업사이클링을 선보였습니다. 이후 뉴욕현대미술관(MoMA) 디자인스토어에 입점하면서 그 이

주요 테마별 뉴스 데이터 속 아름다운가게 역할



름을 알리는 등 업사이클링 디자인 운동을 확산했습니다. 실제로 2002년부터 2007년까지 단 2건에 불과하던 ‘업사이클링’ 관련 뉴스 데이터는 에코파티메아리가 활발한 활동을 이어가던 2010년부터 본격적으로 증가하기 시작했습니다. 특히 2010~2011년 업사이클링 뉴스 데이터 중 에코파티메아리 관련 뉴스는 약 17%에 달합니다. 2021년 기준, 업사이클링 관련 뉴스 데이터 수는 2010년의 60배 가까이 증가했습니다.

아름다운가게는 사각지대에 놓여있던 ‘보호종료아동’ 문제에 주목하고, 2010년부터 이들의 자립을 지원하기 시작했습니다. 실제로 2002년부터 2010년까지 보호종료아동 관련 뉴스 데이터는 10여건에 불과합니다. 보호종료아동을 다루는 뉴스는 아름다운가게가 ‘보육원퇴소청소년 자립 지원 캠페인’을 오픈하고, 사업 대상을 서울·경기에서 전국 단위로 확대하는 시기에 본격적으로 나타나기 시작했으며(2017년 41건의 뉴스 데이터 중 27%가 아름다운가게와 연관된 것으로 분석됨), 현재도 매년 96%씩 수치가 증가하고 있습니다.

사회적경제 생태계의 지속가능성을 위한 노력도 눈에 띄는 대목입니다. 아름다운가게가 전국 매장과의 라인 쇼핑몰(뷰티풀마켓)을 통해 사회적기업이 생산하는 공익상품의 판로 확대를 돕기 시작한 2010년을 기점으로 “사회적기업” 관련 뉴스 데이터가 증가하는 모습을 보입니다. 실제로 아름다운가게를 통한 사회적기업들의 관련 상품 매출은 2012년 10억원을 돌파했습니다. 이후 아름다운가게의 사회적기업 관련 뉴스 데이터에는 “사례”, “최초”, “유일” 등의 키워드가 지속적으로 함께 등장하고 있습니다.

# 아름다운가게가 꿈꾸는 아름다운 세상

아름다운가게가 꿈꾸는 세상은 어떤 모습일까요. 또한 지난 20년간 많은 분들의 참여를 통해 어떤 변화를 만들어왔을까요. 아름다운가게는 20주년을 맞아 과거와 현재, 그리고 미래를 연결하는 변화이론 (TOC·Theory of Change)을 도출하였습니다. 변화이론은 기관의 미션·비전을 기반으로 이뤄지는 다양한 활동·사업(Activity)이 변화를 만들어가는 과정(Output-Outcome-Impact)을 논리적으로 연결하고, 궁극적으로 지향하는 임팩트를 이뤄가는 구조를 말합니다.

아름다운가게는 20년간 걸어온 길에서 나타난 변화와 미래 방향을 그려보기 위해, 임팩트 측정·커뮤니케이션 전문기관인 트리플라잇과 함께 변화이론을 도출하고 검증하는 여정을 함께 했습니다. 주요 파트별 담당자 인터뷰, 부서별 변화이론 워크숍, TF 워크숍 등 4개월에 걸친 과정 속에서 아름다운가게의 임팩트를 정의하고 우리가 만든 변화와 앞으로 만들어갈 변화를 함께 고민하는 시간을 가졌습니다.

아름다운가게의 변화이론은 현재진행형입니다. 변화이론은 조직의 활동 및 사업을 통해 임팩트를 달성하기 위한 청사진(blueprint)을 조직 구성원 및 이해관계자와 함께 구조화 하고 합의하는 과정이기 때문입니다. 앞으로도 시대흐름과 니즈를 반영하고, 아름다운가게와 함께 해주신 많은 분들의 의견과 조언에 기반하여 변화이론을 지속적으로 보완하고 발전시켜 나가겠습니다.



## 아름다운가게를 통한 변화 (Theory of Change-변화이론), 이렇게 읽어보세요.

아름다운가게는 씨줄과 날줄로 빈틈없이 서로 엮인 그물코처럼 '우리 모두는 서로의 삶에 책임이 있다'는 가치를 지향합니다.

아름다운가게의 변화이론은 이러한 그물코 정신에 기반해 Activity▶Output▶Short term Outcome▶Long term Outcome▶Impact로의 모든 과정이 마치 톱니바퀴처럼 서로 연결되어 돌아가는 변화의 동력으로 구현됩니다.

Activity에서 Impact로 올라갈수록 씨줄과 날줄로 엮인 그물이 더욱 촘촘해지고 하나로 연결되는 모습을 볼 수 있습니다.

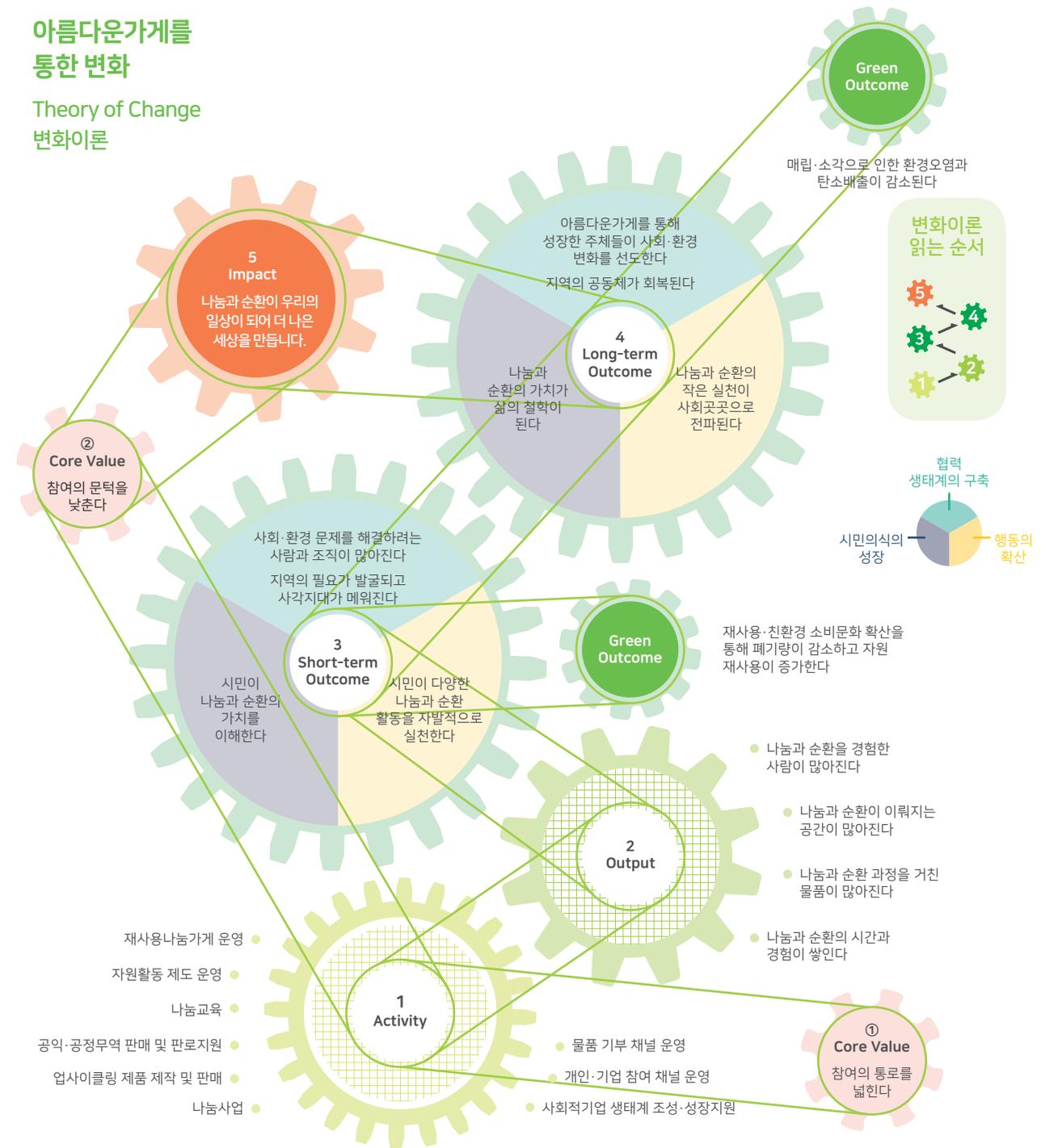
지난 20년간 '참여의 통로를 넓힌다'는 아름다운가게의 핵심가치①는 다양한 활동·사업(Activity)으로 확장돼 많은 사람들이 나눔과 순환에 동참할 수 있는 도르레 역할을 했고, 이를 통해 나타난 다양한 성과(Output-Outcome)는 '참여의 문턱을 낮춘다'는 핵심가치②를 실현하며 궁극적으로 지향하는 변화(Impact)로 연결되고 있습니다.

아름다운가게의 다양한 활동·사업(Activity)은 나눔과 순환을 경험한 사람·물품·시간·경험·공간 등을 확장하는 결과(Output)로 연결됐고, 이를 통해 시민의식이 성장하고, 행동이 확산되며, 협력 생태계가 구축되는 성과(Outcome)가 나타났습니다. 이렇게 재사용·친환경 소비문화가 확산되면서 폐기량이 감소하고 자원 재사용이 증가했으며, 매립·소각으로 인한 환경오염과 탄소배출을 감소시키는 환경적 파생 성과(Green Outcome)도 나타났습니다.

아름다운가게는 나눔과 순환이 우리의 일상이 되어, 더 나은 세상을 함께 만드는 궁극적인 변화(Impact)를 위해 달려왔습니다. 지난 20년간 아름다운가게는 사람과 사람, 사람과 자연이 공존하는 세상(Purpose)을 위해 존재해왔고, 앞으로도 이러한 세상을 여러분과 함께 만들어가려 합니다.

## 아름다운가게를 통한 변화

### Theory of Change 변화이론



**Our Purpose :** 아름다운가게는 사람과 사람이 서로 돕고 자연과 함께 살아가는 세상을 꿈꿉니다. 이는 모두의 공동체성이 회복되고, 더 나은 사회·환경적 변화가 확산되는 모습을 말합니다.

**Our Impact :** 나눔과 순환이 우리의 일상이 되어 더 나은 세상을 만듭니다. 아름다운가게는 모두가 일상 속에서 나눔과 순환을 실천하는 사회를 만듭니다. 모두가 함께하는 탄소중립사회를 이뤄 미래세대가 살아가려 지구를 보호합니다.

## 아름다운가게를 통한 변화

아름다운가게의 변화이론을 통해 우리가 존재하는 이유, 그리고 궁극적으로 바라는 변화의 상을 이뤄가는 과정을 소개합니다. 아름다운가게는 나눔과 순환의 가치에 공감하고, 일상 속에서 나눔과 순환을 실천하는 많은 분들의 참여를 통해 우리 사회·환경에 긍정적인 변화를 만들어왔습니다. 지난 20년간 아름다운가게가 해온 다양한 사업·활동(Activity)이 어떠한 결과(Output)와 성과(Outcome)를 도출했고, 어떠한 변화(Impact)를 이뤄왔는지 들여다봤습니다.

## Theory of Change 변화이론

단계	Activity 활동·사업	Output 결과	Short-term Outcome 단기성과	Long-term Outcome 장기성과	Impact 임팩트	Purpose 존재 이유		
개념	사회적 가치를 창출하기 위한 주요 활동	활동 및 사업의 내용과 실적	활동·사업으로 발생한 단기적 직접적인 변화	활동·사업으로 발생한 장기적 간접적인 변화	궁극적으로 지향하는 변화	기관이 존재하는 이유와 운영 목적		
임팩트 창출 과정	재사용나눔가게 운영 물품 기부 채널 운영	나눔과 순환을 경험한 사람이 많아진다	<b>시민의식의 성장</b> 시민이 나눔과 순환의 가치를 이해한다 → 나눔과 순환의 가치가 삶의 철학이 된다		나눔과 순환이 우리의 일상이 되어 더 나은 세상을 만듭니다  아름다운가게는 모두가 일상 속에서 나눔과 순환을 실천하는 사회를 만듭니다  모두가 함께하는 탄소중립사회를 이뤄 미래세대가 살아갈 지구를 보호합니다	사람과 사람, 사람과 자연이 공존하는 세상		
	개인·기업 참여 채널 운영(후원·사회공헌·나눔장터·캠페인) 자원활동 제도 운영	나눔과 순환이 이뤄지는 공간이 많아진다	<b>행동의 확산</b> 시민이 다양한 나눔과 순환 활동을 자발적으로 실천한다 → 나눔과 순환의 작은 실천이 사회 곳곳으로 전파된다					
	나눔사업 나눔교육	나눔과 순환 과정을 거친 물품이 많아진다	<b>협력 생태계의 구축</b> 사회·환경 문제를 해결하려는 사람과 조직이 많아진다 → 아름다운가게를 통해 성장한 주체들이 사회·환경 변화를 선도한다					
	공익·공정무역 판매 및 판로지원 업사이클링 제품제작 및 판매	나눔과 순환의 시간과 경험이 쌓인다	지역의 필요가 발굴되고 사각 지대가 메워진다 → 지역의 공동체가 회복된다					
	사회적기업 생태계 조성 및 성장 지원		<b>환경적 파생 성과 (Green Outcome)</b> 폐기량 감소 자원 재사용 증가 → 매립·소각으로 인한 환경오염·탄소배출 감소					
	핵심 가치	참여의 통로를 넓힌다 참여의 문턱을 낮춘다						

## Our Purpose

아름다운가게의 존재이유

사람과 사람, 사람과 자연이 공존하는 세상

아름다운가게는 사람과 사람이 서로 돕고 자연이 함께 살아가는 세상을 꿈꿉니다.

## Our Impact

아름다운가게가 궁극적으로 지향하는 변화

나눔과 순환이 우리의 일상이 되어 더 나은 세상을 만듭니다

아름다운가게는 모두가 일상에서 나눔과 순환을 실천하는 사회를 만들고, 모두가 함께하는 탄소중립사회를 이뤄 미래세대가 살아갈 지구를 보호하고자 합니다.

## Core Value for Change

아름다운가게의 변화를 만든 핵심가치

아름다운가게는 더 많은 사람들이 나눔과 순환에 동참할 수 있도록 참여의 통로를 넓히고, 참여의 문턱을 낮추기 위해 노력해왔습니다. 아름다운가게의 모든 활동·사업 전략과 운영 방식이 시민과 함께 하는 참여를 중심으로 이뤄지는 이유입니다. 아름다운가게를 만난 사람들의 89%가 '아름다운가게를 통해 나누고 순환하는 방법이 다양해졌다'고 체감했으며, 91%는 '아름다운가게를 통해 나눔과 순환이 쉬워졌다'고 말했습니다. (p.25-27)

## Outcome

아름다운가게를 통해 나타난 직접·간접적인 변화

### • 시민의식의 성장

아름다운가게는 다양한 활동·사업을 통해 시민이 나눔과 순환의 가치를 경험하고, 삶의 철학으로 받아들일 수 있도록 하였습니다. 아름다운가게를 만난 사람들의 99.6%가 '아름다운가게를 통해 나눔·순환에 대한 시민의식이 성장했다'고 말했습니다. 아름다운가게를 만나기 전보다 나눔과 순환에 대한 관심도(9.06점, 10점 만점), 이해도(9.03점), 공감도(9.1점)가 높아졌고, 실천의지(9.19점) 역시 크게 증가한 모습을 보였습니다. 일상 속에서 나눔과 순환을 의식하고 실천하는 수준도 평균 8.69점(10점 만점)으로 높은 시민의식을 보였습니다. (p.28-33)

### • 행동의 확산

아름다운가게를 통해 시민들은 다양한 나눔과 순환의 활동을 자발적으로 실천해 왔고, 이러한 나눔과 순환의 작은 실천이 사회 곳곳으로 전파되고 있습니다. 아름다운가게를 다양한 통로로 경험한 사람들은 재사용품 구매, 나눔장터 참여, 나눔교육, 후원 등 아름다운가게의 활동·사업(11개 유형으로 분류) 중에서 평균 3.21개의 활동·사업에 참여했고, 이중 2.63개를 연 1회 이상 지속하고 있었습니다. 이러한 경험은 생활 속 나눔과 순환의 실천으로도 이어지고 있습니다. 4.9개월에 한 번 재사용·친환경 물품을 구매했던 사람은 아름다운가게를 만난 이후 평균 2.3개월에 한 번으로 빈도가 높아졌고, 물품 기부·무료 나눔 경험자는 아름다운가게를 만난 이후 다음 번 물품 기부까지의 간격이 무려 108일(3.6개월)이나 단축되는 변화를 보였습니다. (p.34-41)

### • 협력 생태계의 구축

사회·환경 문제를 해결하려는 사람과 조직이 많아지고, 이렇게 아름다운가게를 통해 성장한 주체들이 사회·환경 변화를 선도하고 있습니다. 아름다운가게와 함께한 사람들의 88%가 사회·환경 문제에 관심을 갖게 됐고, 92%가 주위에 아름다운가게 참여를 권한 것으로 나타났습니다. 또한 참여자 1명당 평균 7.07명을 나눔과 순환으로 이끌었다고 합니다. 또한 아름다운가게를 통해 지역의 필요가 발굴되고 사각지대가 메워져, 지역의 공동체가 회복되는 모습도 나타나고 있습니다. 아름다운가게를 통해 소외된 이웃이 발굴되고 필요한 도움을 받았다는 평가가 7.22점(10점 만점), 아름다운가게를 통해 사회·환경 문제 해결에 기여하는 활동가와 기업 및 단체가 많아졌음을 체감하는 정도는 7.46점으로 나타났습니다. (p.42-44)

### • 환경적 파생 성과 (Green Outcome)

아름다운가게의 다양한 활동·사업을 통해 재사용·친환경 소비 문화가 확산되면서, 폐기량이 감소하고 자원 재사용이 증가했습니다. 이를 통해 매립·소각으로 인한 환경오염과 탄소배출이 감소했습니다. 그동안 전국 재사용나눔가게를 통해 판매된 재사용물품 순환으로 1,462만 1,911kgCO<sub>2</sub>e 탄소를 저감했습니다. 이는 30살 소나무 170만 222그루를 심은 것과 같은 효과입니다. (p.45-53)

**Output**  
활동 및 사업의  
내용과 실적

지난 20년간 아름다운가게를 통해 나눔과 순환을 경험한 사람은 670만 5,851명에 달합니다. 물품 기부자 259만 2,063명<sup>1</sup>, 구매자 356만 9,573명<sup>2</sup>, 자원활동가 21만 1,948명, 후원자 4만 4,053명, 뷰티풀 파트너 4,091개소, 뷰티풀펠로우 43명, 나눔교육 참여자 2만 5,574명, 나눔장터 참여/봉사자 25만 8,506명 등 많은 분들이 나눔과 순환에 동참했습니다. 지난 20년간 2억 5,668만 3,859점의 물건이 순환됐고, 164 매장(신규오픈)과 692회 이상의 나눔장터에서 나눔과 순환의 경험이 쌓였습니다. 이렇게 모인 3,043억 1,087만 5,323원의 재사용품 수익금 중 617억 9,857만 5,133원은 지역의 사각지대를 메우는 역할을 했습니다.

**Activity**  
아름다운가게가 변화를  
만들기 위해 해온 사업·활동

아름다운가게는 재사용나눔가게를 운영해 누구나 쉽게 나눔과 순환을 경험하는 통로가 됐습니다. 재사용, 친환경 소비, 물품 기부, 자원활동, 후원, 나눔교육 등 다양한 사업 및 활동을 통해 나눔과 순환에 참여한 사람들은 각자의 일상에서 아름다운 세상을 위한 실천을 했습니다. 다양한 기부 및 참여 채널을 운영하고, 공익·공정무역 판로를 지원했습니다. 뷰티풀펠로우 등 사회·환경 문제를 해결하는 혁신가와 기업을 지원하고, 나눔사업을 통해 지역의 문제를 해결하며 소외된 이웃과 함께 했습니다. (\*지난 20년간 아름다운가게가 진행한 사업 및 활동 히스토리는 아름다운가게 20주년 백서에서 자세히 보실 수 있습니다.)

1 2016-2021 각 연도별 물품 기부자수 (중복자 제외) 2002-2015 물품 기부건수대비 물품 기부자 추정치 반영  
2 연도별 누적 구매자-아름다운가게 구매건수 10% 추정 (내부 산출기준 반영)

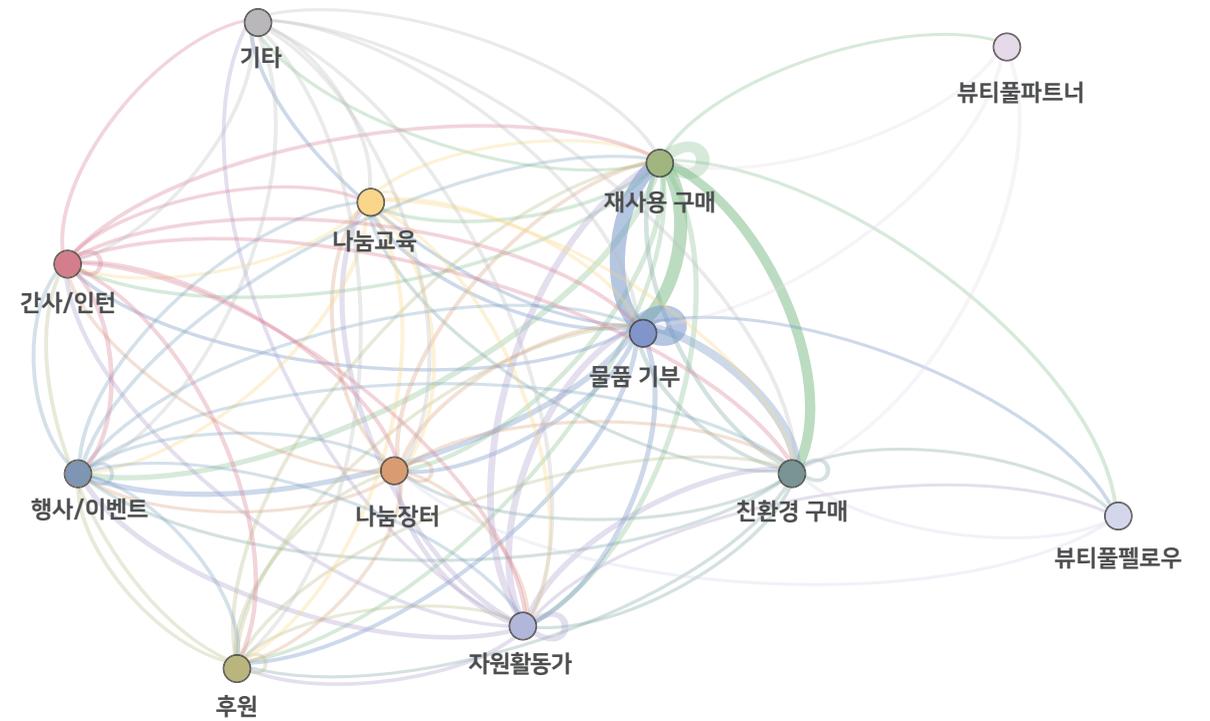
# 참여로 확장되는 아름다운 변화

아름다운가게는 가능한 많은 사람이 나눔과 순환에 참여할 때 세상을 더 나은 곳으로 바꿀 수 있다고 믿습니다. 어느 한 기관이 문제를 해결하는 것이 아니라, 시민 모두가 문제 해결에 함께할 때, 사회와 환경의 변화가 지속적으로, 더욱 광범위하게 일어날 수 있습니다. 아름다운가게가 재사용나눔가게를 비롯해 다양한 시민참여 방법을 확장해 온 이유입니다.

**아름다운가게  
참여 지도**  
Beautiful Engagement  
Network Map

아름다운가게를 통한 나눔과 순환의 첫 경험은 어떤 활동으로 이어졌을까요. 린데이터 측정에 참여한 1,676명의 시민들에게 '아름다운가게를 통해 참여한 첫 번째 활동'과 '그 이후로 경험한 모든 활동'을 물어봤습니다. 그리고 이러한 활동들을 연결해, 나눔과 순환의 경험이 어떤 경로로 확장되는지 '참여 지도'를 그려봤습니다. 분석 결과, 재사용 구매에서 물품 기부로(93%), 물품 기부에서 재사용 구매로(67%) 이어지는 경로가 특히 두드러졌습니다. 친환경 구매를 통해 재사용 구매(82%)와 물품 기부(77%)를 경험한 비율도 높아, 사람들이 재사용나눔가게를 기점으로 다양한 활동을 접하고 시도한 것으로 나타났습니다.

또한 자원활동으로 첫 발을 들인 참여자들은 매장 내에서 이뤄지는 활동에 평균 90% 이상 참여했으며, 행사/이벤트(65%), 나눔교육(40%) 등 타 활동에 참여한 비율이 비교적 높았습니다. 나눔장터가 첫 참여인 사람은 100%가 물품 기부에 참여했고, 재사용 구매(89%)와 친환경 구매(43%)로 실천을 이어가는 모습을 보였습니다.

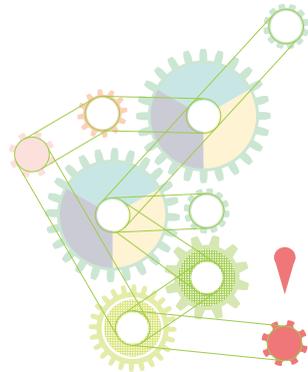


1 아름다운가게를 통해 참여할 수 있는 주요 활동 12개(재사용 구매, 물품 기부, 친환경 구매, 나눔장터, 활동 천사, 나눔교육, 행사/이벤트, 간사/인턴, 후원, 뷰티풀펠로우, 뷰티풀파트너, 기타)를 기반으로, 각 경로의 색상은 첫 활동을 기준으로 시각화했다(예: 나눔교육 → 나눔장터로 확산된 경우, 경로가 나눔교육의 색상임).

## 참여로 확장된 나눔과 순환의 가치

지난 20년간 아름다운가게는 '나눔과 순환이 우리의 일상이 되어 더 나은 세상을 만든다'는 임팩트(궁극적으로 지향하는 변화)를 위해, '참여의 통로를 넓힌다', '참여의 문턱을 낮춘다'는 두 가지 핵심 가치(Core Values)를 세우고 지켜왔습니다. 이러한 핵심가치는 아름다운가게의 다양한 활동·사업이 단기·장기적인 성과와 변화를 만들어내는 핵심 동력이 되고 있습니다. 아름다운가게와 함께한 참여자들의 목소리를 통해 핵심가치가 어떠한 모습으로 실현돼 왔는지 들여다봤습니다.

### 핵심가치 1 : 참여의 통로를 넓힙니다



89%

아름다운가게를 통해  
나눔과 순환에 참여할  
방법이 다양해졌다

3.21개

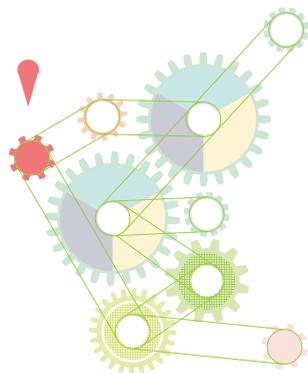
아름다운가게를  
통해 참여한  
활동 수

시민들은 아름다운가게를 통해 다양한 방법으로 나눔과 순환에 참여하고 있습니다. 더 이상 쓰지 않는 물건을 나누는 물품 기부자부터, 시간을 내어 재사용나눔가게 운영을 돕는 자원활동가, 지역 나눔사업을 돕기 위해 현금을 기부하는 후원자까지 많은 사람이 일상에서 나눔과 순환을 지속하고 있습니다.

참여자의 89%가 지난 20년간 '나눔과 순환하는 방법이 다양해졌다'고 말했습니다. 응답자의 절반 이상(51%)이 만점('매우 그렇다')을 줬으며, 참여한 활동별로는 자원활동가가 위의 문장에 동의한 정도가 8.47점(10점 만점)으로 전체 평균(8.43점)보다 높았습니다.

그동안 아름다운가게는 재사용 물품 구매 및 기부, 자원활동, 나눔교육, 후원, 나눔장터, 캠페인 등 나눔과 순환에 참여할 수 있는 다양한 활동을 이어왔습니다. 실제로 사람들은 아름다운가게를 통해 평균 3.21개 활동에 참여했다고 응답했습니다. 응답자의 95%가 물품을 기부한 경험이 있었고, 재사용 구매가 81%, 친환경 구매가 53%에 달했습니다. 이어 행사/이벤트(28%), 자원활동가(19%), 나눔장터(15%)순으로 참여 경험이 많았습니다.

### 핵심가치 2 : 참여의 문턱을 낮춥니다



91%

아름다운가게를 통해  
나눔과 순환에 참여하는 것이  
쉬워졌다

51%

물품 기부를 통해  
나눔과 순환을  
시작했다

아름다운가게는 지난 20년간 누구나 쉽게 나눔과 순환에 참여할 수 있는 방법을 고민하고 사회에 확산했습니다. 시민들은 누구나 재사용나눔가게에서 필요한 물건을 구매하고, 더 이상 쓰지 않는 것은 가게에 기부함으로써 자연스럽게 나눔과 순환에 참여하고 지속하게 됩니다. 참여한 사람들은 어떻게 체감하고 있을까요. 참여자 설문 결과, 91%가 '아름다운가게를 통해 나눔과 순환에 참여하는 것이 쉬워졌다'고 응답했습니다. 위 문장에 동의하는 정도는 평균 8.73점(10점 만점)이었고, 응답자의 60%가 만점('매우 그렇다')을 줬습니다. 아름다운가게에서 처음 한 활동을 묻자, 51%가 물품 기부를 통해 나눔과 순환을 시작했다고 응답했습니다. 이어, 재사용 구매가 30%로 나타나, 물품 기부와 재사용 구매가 참여의 주요 통로인 것을 알 수 있었습니다. 이외에 9%는 자원활동으로, 3%는 친환경 상품 구매로 참여를 시작했습니다.

## 참여를 통한 나눔과 순환의 확산

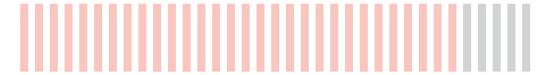
670만명

20년간 아름다운가게를 통해  
나눔과 순환에 참여한 사람 수

7.07명

참여자 한 사람을 통해  
나눔과 순환에 참여한 사람 수

8.42



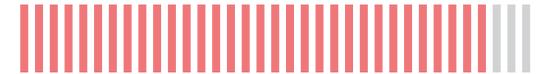
아름다운가게를 통해 나눔과 순환의  
가치가 확산됐다고 체감하는 정도

8.43



아름다운가게를 통해 나눔과 순환에 동참하는 사람들이 많아졌다고  
체감하는 정도

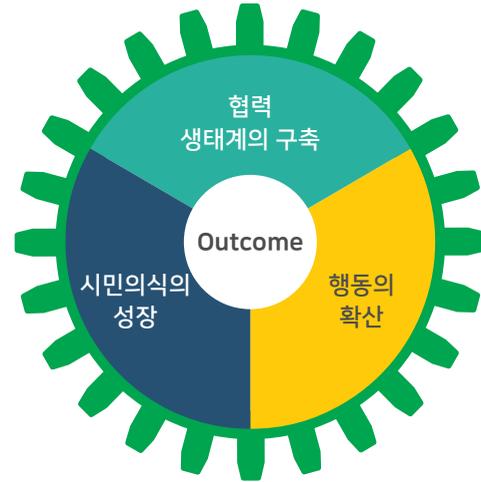
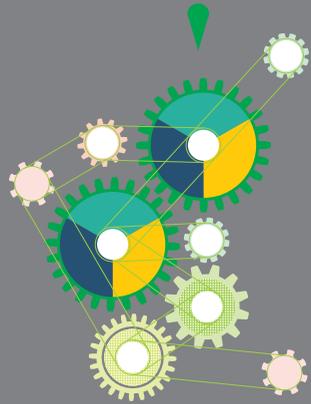
8.8



아름다운가게가 지구 환경에  
긍정적인 영향을 미쳤다고 체감하는 정도

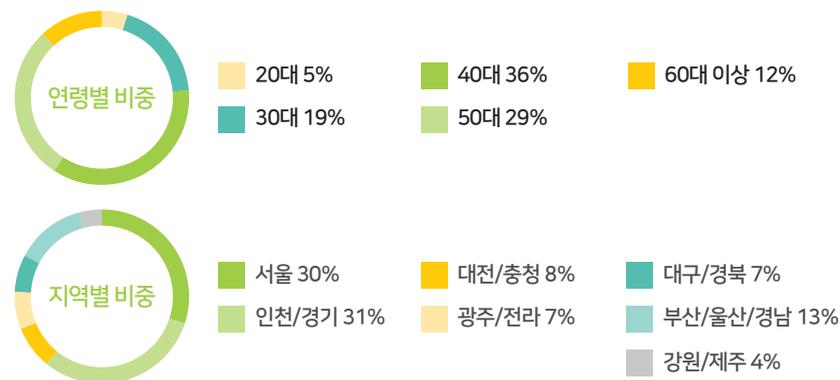
참여의 통로를 넓히고, 문턱을 낮춘 아름다운가게를 통해 시민들은 나눔과 순환을 보다 쉽고 다양하게 경험하고 확산할 수 있었습니다. 실제로 지난 20년간 아름다운가게를 통해 나눔과 순환에 참여한 사람은 약 670만명에 육박합니다. 참여한 사람을 통한 재확산의 효과도 컸습니다. 설문 결과, 1,676명의 참여자가 평균 7.07명을 아름다운가게 활동에 참여시킨 것으로 나타났습니다. 자원활동가를 통해서도 평균 15.5명이 나눔과 순환에 참여하게 됐습니다. 또한 참여자 중 73%가 아름다운가게를 통한 '참여 활동을 주위에 추천할 의향이 있다(9-10점 응답자, 11점 척도)'고 응답했습니다. 아름다운가게를 통한 사회 및 환경의 변화를 시민들은 매우 긍정적으로 체감하고 있었습니다. 설문 결과, 참여자의 '아름다운가게를 통해 우리 사회에 나눔과 순환의 가치가 널리 확산됐다'는 항목에 대해 8.42점(10점 만점)을 줬고, '나눔과 순환에 동참하는 사람들이 많아졌다'는 체감도는 8.43점으로 더 높았습니다. 또한 '아름다운가게가 지구 환경에 긍정적인 영향을 미쳤다고 체감하는 정도는 8.8점으로 가장 높게 나타났습니다.

# 더 나은 세상을 만드는 일상 속 변화



아름다운가게가 궁극적으로 바라는 변화는 '나눔과 순환이 우리의 일상이 되어 더 나은 세상을 만드는 것(Impact)'입니다. 그동안 아름다운가게를 만난 사람들의 일상은 어떻게 바뀌었을까요. 린데이터(Lean Data) 측정법과 빅데이터(Big Data) 분석을 통해 이러한 변화를 들여다보았습니다. 아름다운가게를 통한 나눔과 순환의 경험 속에서 ①시민의식이 성장하고 ②행동이 확산되고 ③협력 생태계의 구축되는 성과(Outcome)가 나타났습니다.

변화이론에서 정의한 아름다운가게의 성과(Outcome)가 얼마나 달성됐는지를 알아보기 위한 핵심 문항(Core Impact Question)을 설계하고, 린데이터 측정을 진행했습니다. 구매자, 자원활동가, 뷰티풀펠로우 등 아름다운가게의 다양한 활동에 참여한 시민 1만 4,181명을 대상으로 일주일간 온라인·모바일 설문조사를 진행했습니다(2022년 8월 26일~9월 1일). 문항 수만 약 50개로, 평균 10분 가량 소요되는 설문에 총 1,676명이 응답해주셨습니다.



## 1. 시민의식의 성장

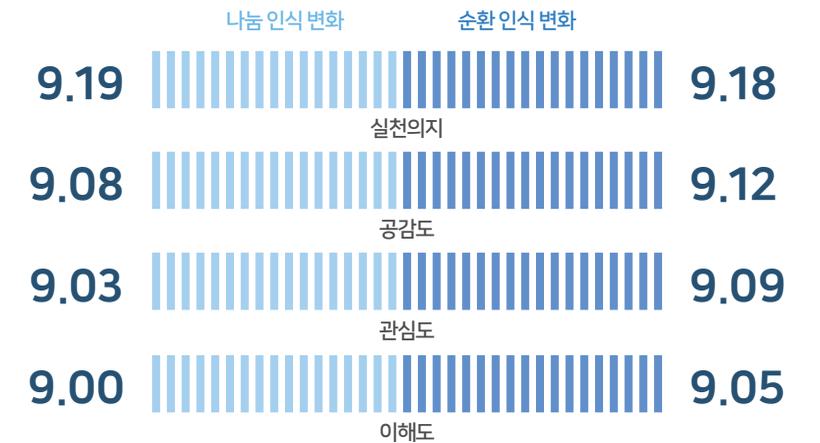


### • 나눔과 순환에 대한 시민의식 성장

린데이터 측정 결과, 참여자의 99.6%가 아름다운가게를 통해 나눔·순환에 대한 시민의식이 성장했다고 응답했습니다. 시민의식의 성장은 나눔과 순환에 대한 관심도·이해도·공감도·실천의지 등 총 4개 항목(10점 척도<sup>1</sup>)으로 측정했습니다. 항목별 분석 결과, 나눔을 실천하고자 하는 의지가 가장 크게 증가했으며(9.19점), 이어 공감도(9.08점), 관심도(9.03점), 이해도(9점) 순으로 변화가 컸습니다. 나눔과 순환에 대한 경험이 이해도를 넘어 실천의지로까지 확장되는 모습입니다. 또한 나눔에 대한 시민의식 수준의 변화에 10점 만점(매우 성장했다)을 준 참여자들의 비율이 월등히 높았습니다. 나눔을 실천하고자 하는 의지가 '매우 강해졌다(10점)'고 답한 이들이 74%에 달했고, 공감도가 매우 높아졌다(10점)는 응답은 71%, 관심도·이해도가 매우 높아졌다(10점)는 응답은 68%로 나타났습니다.

순환에 대한 실천의지는 10점 만점에 9.18점으로 가장 크게 증가했으며, 공감도(9.12점), 관심도(9.09점), 이해도(9.05점) 순으로 변화가 나타났습니다. 순환에 대한 인식 수준의 변화에 10점 만점(매우 성장했다)을 준 참여자들 역시 많았습니다. 순환을 실천하고자 하는 의지가 '매우 강해졌다(10점)'고 답한 이들이 73%에 달했고, 공감도(71%), 관심도(70%), 이해도(69%)순으로 변화를 크게 체감했습니다. 아름다운가게를 통해 나눔과 순환에 대한 실천의지가 높아지는 것이 가장 큰 변화였습니다.

### 나눔과 순환이 삶의 철학이 된다(10점 척도)



### • 삶의 철학이 된 나눔과 순환

8.37점

"나는 소외된 이웃과 지구를 위해 가진 것을 나누는 사람입니다"

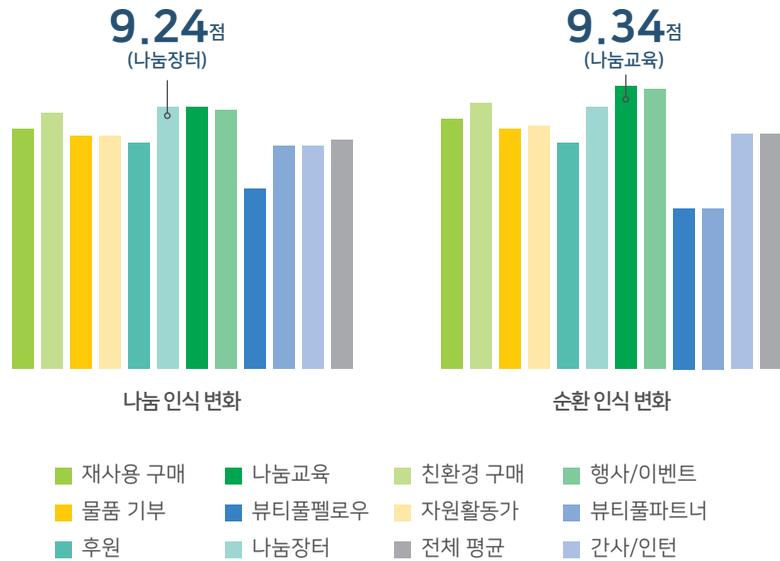
9점

"나는 자원의 순환을 위해 쓰지 않는 물건을 나누고 재사용하는 사람입니다"

나눔과 순환의 경험은 참여자들의 삶에 어떠한 변화를 만들었을까요. 설문을 통해 일상 속에서 나눔과 순환을 의식하고 실천하는 수준을 스스로 평가하도록 했습니다. 참여자들은 "나는 소외된 이웃과 지구를 위해 가진 것을 나누는 사람"이라는 나눔 의식과 실천 수준에 대해 10점 만점에 8.37점을 줬습니다. "나는 자원의 순환을 위해 쓰지 않는 물건을 나누고 재사용하는 사람"이라는 일상 속 순환 의식과 실천 수준에 대해서는 스스로 10점 만점에 9점으로 평가했습니다.

<sup>1</sup> 0점 변화없음~10점 매우 높아졌다

참여 활동별 나눔·순환 인식 변화



• 참여 경험에 따른 시민의식의 변화

린데이터 설문 참여자들에게 아름다운가게를 통해 처음 참여한 활동과 이러한 참여 경험이 어떠한 활동으로 확장됐는지를 물었습니다. 분석 결과, 참여의 경로에 따라 시민의식이 성장하는 양상이 다르게 나타났습니다.

‘나눔장터’, ‘나눔교육’, ‘행사·이벤트’에 참여한 사람들은 나눔에 대한 시민의식이 가장 크게 성장한 것으로 나타났습니다. 특히, 나눔장터 참여자(246명)의 ‘나눔에 대한 인식 변화’는 평균 9.24점으로 전체 평균(9.03점)보다 높았고, 전체 참여자 중에서 가장 높았습니다. 나눔장터 참여자들이 일상 속 나눔 의식 및 실천 수준에 대해 스스로 평가한 점수도 8.66점으로 전체 평균(8.37점)보다 높았습니다.

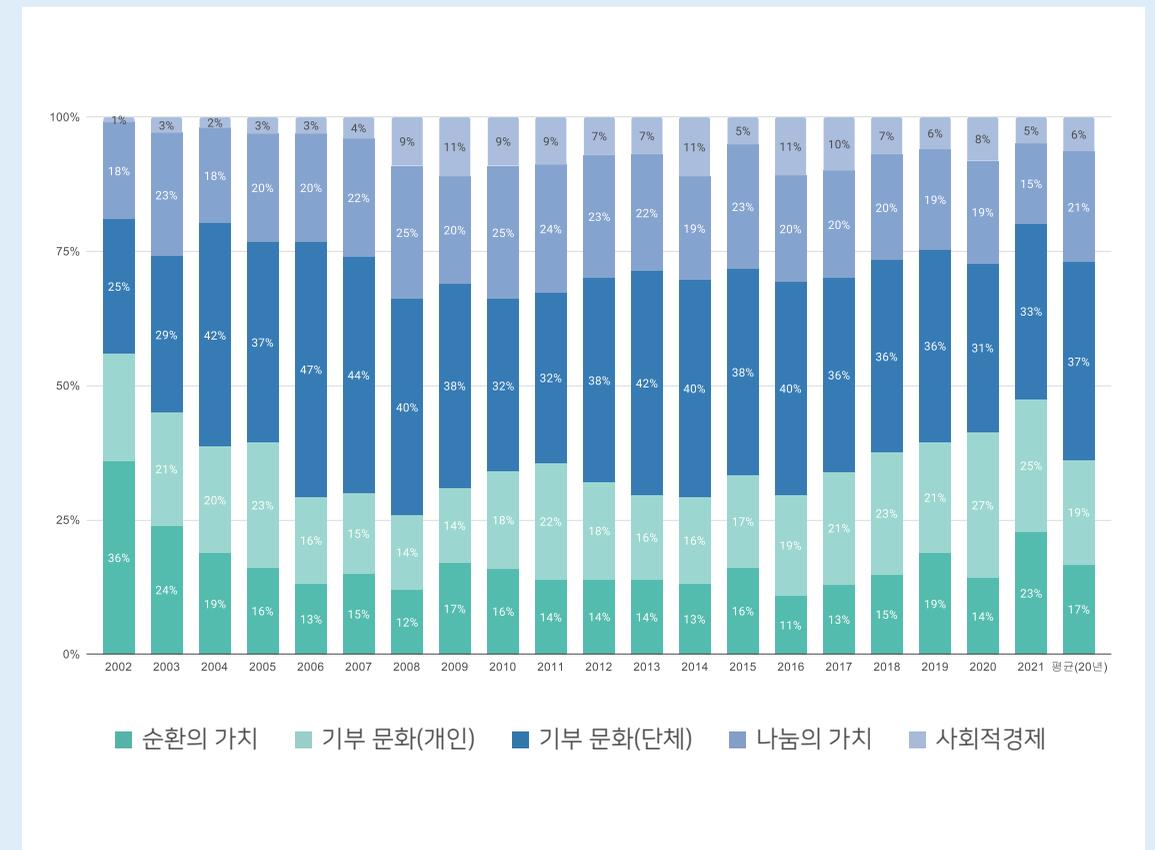
‘나눔교육’과 ‘행사·이벤트’ 참여자들은 순환에 대한 시민의식이 가장 큰 폭으로 성장했습니다. 나눔교육 참여자의 순환에 대한 인식 변화는 9.34점으로 전체 평균(9.11점)보다 0.23점 높았습니다. 전반적으로, 교육, 행사 등 개인이 참여에 들이는 시간과 노력이 클수록 의식의 변화가 크게 나타나는 양상을 보였습니다.

또한, 참여한 활동 수가 많을수록 나눔과 순환에 대한 시민의식 모두 크게 증가하는 모습을 보였습니다. 경험한 활동 수에 따라 분석한 결과, 3개 이상의 활동에 참여(열성 참여한 이들의 나눔과 순환에 대한 시민의식이 가장 크게 성장한 것으로 나타났습니다. 이들의 나눔에 대한 시민의식 성장은 평균 9.18점으로 2개 이하의 활동에 참여한 이들(8.92점)보다 높았고, 순환에 대한 시민의식의 변화도 9.24점으로 2개 이하 활동 참여자(8.91점)보다 0.33점 높았습니다.

뉴스 데이터로 바라본 나눔과 순환의 인식 변화

지난 20년간 아름다운가게가 대중에게 어떻게 인식되어 왔는지, 아름다운가게가 언급된 뉴스 데이터 약 1만 건을 키워드 중심으로 분석해봤습니다. 아름다운가게의 뉴스 데이터에는 나눔과 순환의 가치, 기부 문화의 확산, 사회적경제 생태계 성장의 모습이 담겨있었습니다.

뉴스 데이터 속 주제별 키워드 비중



아름다운가게가 언급된 뉴스 데이터는 크게 5가지 주제(나눔의 가치, 순환의 가치, 기부 문화(기관), 기부 문화(개인), 사회적경제)로 분류 및 확산되는 모습을 보였습니다.

대중에게 가장 많이 확산된 주제는 ‘기부 문화(단체, 20년 평균 비중 36.8%)로 아름다운가게가 다양한 기업 및 기관들의 파트너로서 기부 문화를 확산해온 모습이 나타났습니다. 기업의 임직원들이 재사용 물품을 기증하고, 자선 바자회를 여는 장면이 뉴스 속에 많이 등장했습니다. 아름다운가게가 직원들의 기부, 재능기부, 자원봉사 등의 적극적인 참여로 이뤄지는 행사의 브랜드인 ‘아름다운토요일’, ‘아름다운하루’ 키워드도 많았습니다. 특히 이는 기업의 사회공헌과 나눔경영으로 대중에게 인식되고 확장되는 양상을 보였습니다. 실제로 지난 20년간 9016곳의 단체가 아름다운가게의 나눔사업에 동참했습니다.

*“D기업 임직원들은 각 사업장 인근의 아름다운가게 매장에서 일일직원으로서 봉사를 진행하고, 약 3주간 4개 사업장과 2개 계열사로부터 모은 약 8200여점의 물품을 아름다운가게에 기증했다. 아름다운가게와 함께하는 ‘아름다운하루’ 행사는 2005년부터 시작해 올해로 12회째를 맞이했다.” (2017년, 서울·인천·부산에서 함께한 ‘아름다운하루’ 뉴스 중)*

뉴스 데이터에서 두 번째로 많이 다뤄진 주제는 ‘나눔의 가치(20.7%)입니다. 기부 물품과 후원을 통해 이웃을 돕고 사랑을 나누는 나눔사업의 핵심 가치가 약 2,200건의 뉴스 데이터 속에 담겨있었습니다. 복지, 장애, 청소년 등 불우이웃과 소외계층을 위해 수익금을 나누고, 우리 사회의 사각지대를 발굴해 인식개선을 주도해온 모습이 미디어를 통해 대중에게 확산된 것으로 분석됩니다.

주제별 키워드 Top10 \* 기업,인물명 제외

	나눔의 가치	순환의 가치	기부 문화 (개인)	기부 문화 (단체)	사회적경제
1위	사랑 1640	물품 2157	기부 2157	기증 2739	사회적기업 834
2위	이웃 1530	물건 791	시민 1351	기업 2179	홈쇼핑 812
3위	수익금 1436	책 788	캠페인 1345	임직원 2146	공익 455
4위	어린이 1078	의류 환경 684 684	나눔장터 1108	바자회 1777	공정무역 423
5위	복지 903		위아자 804	사회공헌 1504	커피 339
6위	장애 564	옷 604	장터 526	직원 885	대안무역 201
7위	소외 488	친환경 436	벼룩시장 464	아름다운토요일 885	뷰티풀마켓 144
8위	불우이웃 452	재활용 419	성금 373	경영 754	아름다운커피 122
9위	청소년 354	재활용품 345	등참 314	자선 487	판로 72
10위	소외계층 352	순환 220	아름다운아파트 295	아름다운하루 408	사회적경제 43

“안국동에 1호점을 개점한 이후 8,600여만원의 매출을 올린 아름다운가게는 판매 수익금을 불우이웃 돕기에 사용하겠다는 약속을 지키기 위해 도움이 필요한 곳의 사연을 받기로 했다.”(2002년, ‘도움이 필요한 이웃 찾습니다’ 뉴스 중)

“홀로서기에 나선 보호종료아동을 위해 2011년부터 모금을 하고 있지만, ‘다 큰 어른을 왜 도와야 하느냐’는 인식 탓에 쉽지 않습니다. 나이는 성인이어도 아직은 도움과 관심이 필요한 아이들이라는 인식이 절실합니다.”(2016년, ‘열여덟살에 세상 밖으로...500만원으로 홀로서기 두려워’ 보호종료아동 관련 기획기사 내 아름다운가게 관계자 인터뷰 중)

아름다운가게를 통해 나눔장터, 위아자, 벼룩시장과 같은 시민 참여형 기부 행사가 확산되면서, 개인의 삶 속에서도 기부에 대한 인식이 높아진 모습을 보였습니다. 실제로 개인의 기부 문화와 관련된 뉴스 비중이 전체의 19.3%로 나타났습니다. 특히 2002~2004년에는 20만 명이 몰린 ‘지상 최대 벼룩시장’과 어린이 벼룩시장으로 주목받은 ‘병아리떼 쾅쾅’ 관련 장면이 눈에 띄게 많은 모습을 보였습니다. 시민이 동참하는 다양한 캠페인을 통해 나눔의 가치가 확산된 것으로 분석됩니다.

“잠실 올림픽주경기장에서 이틀째 열린 ‘지상 최대 벼룩시장’ 행사장은 연일 10만여 인파로 북적여 ‘100만의 나눔, 1000만의 감동’이라는 슬로건을 실감케했다. 아름다운가게 홈페이지를 통해 각계각층 지도자와 시민들이 정성스레 내놓은 옷, 신발, 책, 장난감 등 다양한 물품 수십만점이 팔렸다.”(2009년, 이웃사랑 ‘20만 물결’ 뉴스 중)

‘순환의 가치(16.8%)’ 역시 대중의 인식 속에 꾸준히 확산돼온 것으로 나타났습니다. ‘재활용’, ‘순환’ 키워드가 포함된 뉴스는 전체 데이터의 약 10%를 차지할 정도입니다. 아름다운가게의 재사용나눔가게 등을 통한 옷, 책, 의류 등 물품이 재활용되고 순환된다는 친환경적 가치가 꾸준히 강조된 것으로 분석됩니다. 특히 2002~2003년에는 ‘쓰지 않아 버려질 물품을 기부 받아 새로운 쓰임을 만들어간다’는 아름다운가게의 설립 취

지가 뉴스에 가장 많이 다뤄지기도 했습니다. 한편, 2010~2010년에는 에코파티메아리 관련 뉴스가 17%를 차지해, ‘업사이클링’ 키워드가 시민들의 인식 속에 확산된 것으로 분석됩니다.

“에코파티메아리는 아름다운가게에게 시작한 국내 최초의 재활용품 디자인 브랜드다. 출발 당시에는 썸지의 디자이너들이 재능 기부를 하는 형식으로 제품을 만들었고, 현재 4명의 에코파티메아리 소속 디자이너가 일하고 있다. 양복 재킷으로 만든 가방과 배낭, 스웨터를 잘라 만든 목걸이, 구멍에서 수거한 현수막으로 만든 휴대전화 줄, 아기옷으로 만든 멸종동물 인형 등입니다.”(2010년, ‘현 옷도 현수막도 이들을 만나면 탐나는 패션’ 기사 중)

아름다운가게가 사회적기업 인증을 받은 2007년 이후로, 사회적경제 관련 뉴스 데이터(6.4%)도 증가했습니다. 아름다운가게는 매출액 100억을 돌파하며 사회적기업의 좋은 모델로 인식됐고, 아름다운커피를 론칭해 공정무역과 대안무역의 어젠다를 확산했습니다. 또한 공익상품을 만드는 사회적경제조직들의 판로 개척을 도와 협업했던 모습들이 홈쇼핑, 뷰티풀마켓 등의 키워드와 함께 뉴스 데이터에 나타나고 있습니다.

“이번 협약을 통해 홈쇼핑 A사는 아름다운가게와 함께 사회적기업 상품을 개발하고, TV홈쇼핑, 인터넷 쇼핑물 등을 통해 판매망을 열어주는 등 사회적기업 마케팅 활동을 지원하기로 했다.”(2011, ‘아름다운가게와 후원 협약’ 기사 중)

2. 행동의 확산



3.2개

아름다운가게를 통해 참여한 활동 수

2.63개

참여한 활동 중 지속하고 있는 활동 수

• 나눔·순환의 자발적·지속적인 실천

아름다운가게를 통해 사람들은 나눔과 순환을 더 많이 실천하게 됐을까요. 나눔과 순환이 참여자들의 일상 속에서 자리잡고 있는 모습을 들여다봤습니다.

아름다운가게에서 경험한 활동 \*중복 응답



사람들은 아름다운가게에서 재사용품 구매·나눔장터·나눔교육·후원 등 다양한 활동에 참여한 것으로 나타났습니다. 측정 결과, 참여자들은 평균 3.21개의 활동에 참여했고, 이중 2.63개를 연 1회 이상 지속(지속률 78%)하고 있었습니다. 또한 참여자의 54%가 한 번 시작한 활동을 현재까지 지속하고 있었습니다. 아름다운가게를 통해 시작된 나눔과 순환의 참여가 일상 속에서 지속적으로 이뤄지고 있는 것으로 분석됩니다.

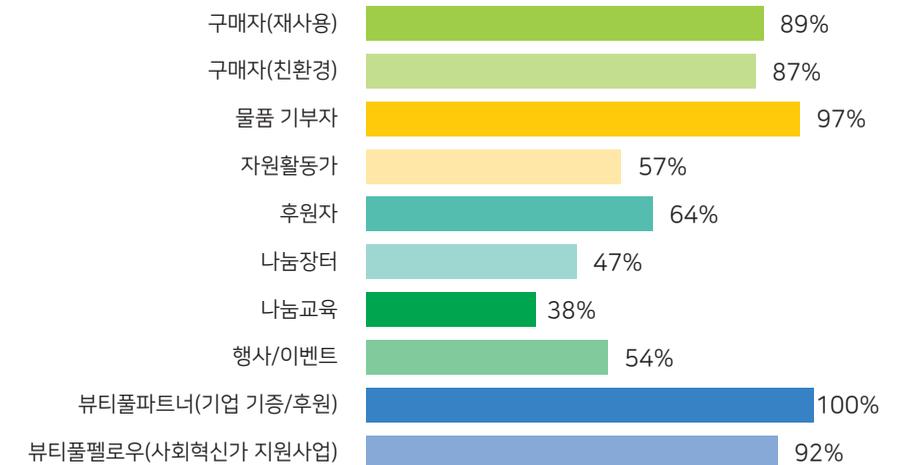
또한 아름다운가게를 통해 다양한 활동을 경험할수록 나눔과 순환을 더욱 지속하는 모습을 보였습니다. 전체 설문 참여자의 82%가 아름다운가게에서 경험한 활동을 현재까지 이어오고 있다고 답변했습니다. 특히 아름다운가게에서 3개 이상의 활동에 참여(열성 참여)한 이들의 비중은 전체의 60%(1,007명)에 달할 정도로 높은 특징을 보였습니다. 이들은 아름다운가게에서 평균 4.27개 활동에 참여했고, 이 중에서 최소 3.34개 활동을 현재까지 지속한다고 응답(지속률 78%)했습니다. 그 외 40%(2개 이하 활동에 참여)의 참여자들은 아름다운가게에서 평균 1.61개 활동을 경험했고, 그 중에서 최소 1.54개 활동을 현재까지 지속하는 것(지속률 96%)으로 나타났습니다.

활동 유형별 분석 결과, 물품 기부를 시작한 사람들의 97%가 연 1회 이상 참여를 이어가고 있었습니다. 재사용 구매, 친환경 구매도 각각 89%, 87%로 높은 지속률을 보였습니다. 이러한 활동들은 많은 사람이 참여를 시작하고, 지속할 수 있는 대표적인 활동으로 분석됩니다. 나눔사업에 기부한 사람의 64%, 자원활동가의 57%가 현재까지 해당 활동을 지속하고 있었고, 연중 정기적으로 열리는 행사에 지속적으로 참여하는 이들은 54%, 나눔장터는 47%, 나눔교육은 38% 순으로 나타났습니다.

참여 활동 수에 따른 평균 지속률



아름다운가게에서 경험한 활동을 지속한 비율



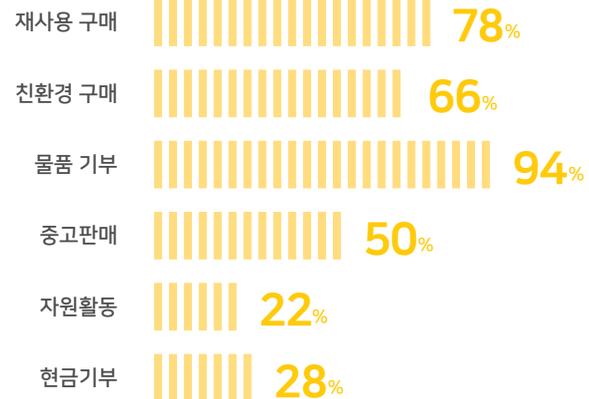
**생활 속으로  
이어진 나눔과 순환**

아름다운가게 밖에서도 자발적인 나눔과 순환은 이어졌습니다. 생활 속 나눔과 순환의 실천 사례를 중고 재사용품 구매, 친환경 제품 구매, 쓰지 않는 물건을 기증·무료나눔, 쓰지 않는 물건을 판매(바자회·나눔장터 등), 어려운 이웃·환경을 위한 자원활동(시간·재능 기부), 어려운 이웃을 위한 후원 등 6개 유형으로 분류하여, 나눔과 순환의 실천 수준을 측정했습니다.

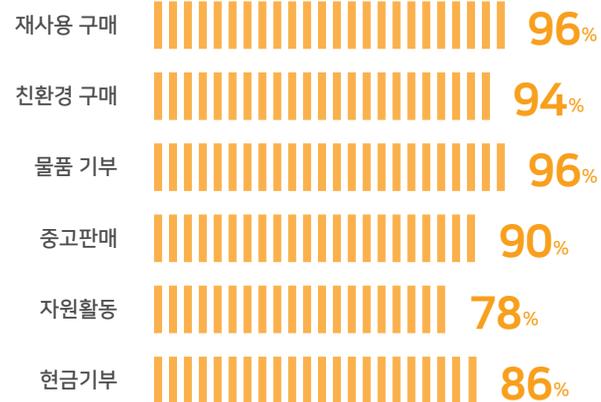
분석 결과, 참여자들은 아름다운가게를 통해 나눔과 순환을 경험한 이후에 평균 3.38개 활동을 실천하게 됐다고 응답했습니다. 아름다운가게나 중고 거래 앱에서 더 이상 쓰지 않는 물건을 나눴다는 사람이 94%로 가장 많았고, 재사용 구매(78%), 친환경 제품 구매(66%), 나눔장터나 중고 앱에 물건을 판매(50%) 했다는 응답이 뒤를 이었습니다.

이러한 실천은 현재까지 지속되고 있을까요. 참여자의 61%가 이러한 실천을 지금껏 이어오고 있으며, 6개 활동 중 평균 3.13개 활동을 지속하고 있다고 응답했습니다. 활동 유형별로는 재사용 구매와 물품 기부를 실천한 사람들의 지속률이 96%로 가장 높았고, 친환경 구매(94%), 중고 판매(90%) 순으로 이어졌습니다. 어려운 이웃을 위해 후원한 사람은 86%가, 자원활동을 한 사람은 78%가 실천을 계속했습니다.

**생활 속 나눔과 순환을 실천한 사람들**



**생활 속 나눔과 순환을 지속한 사람들**

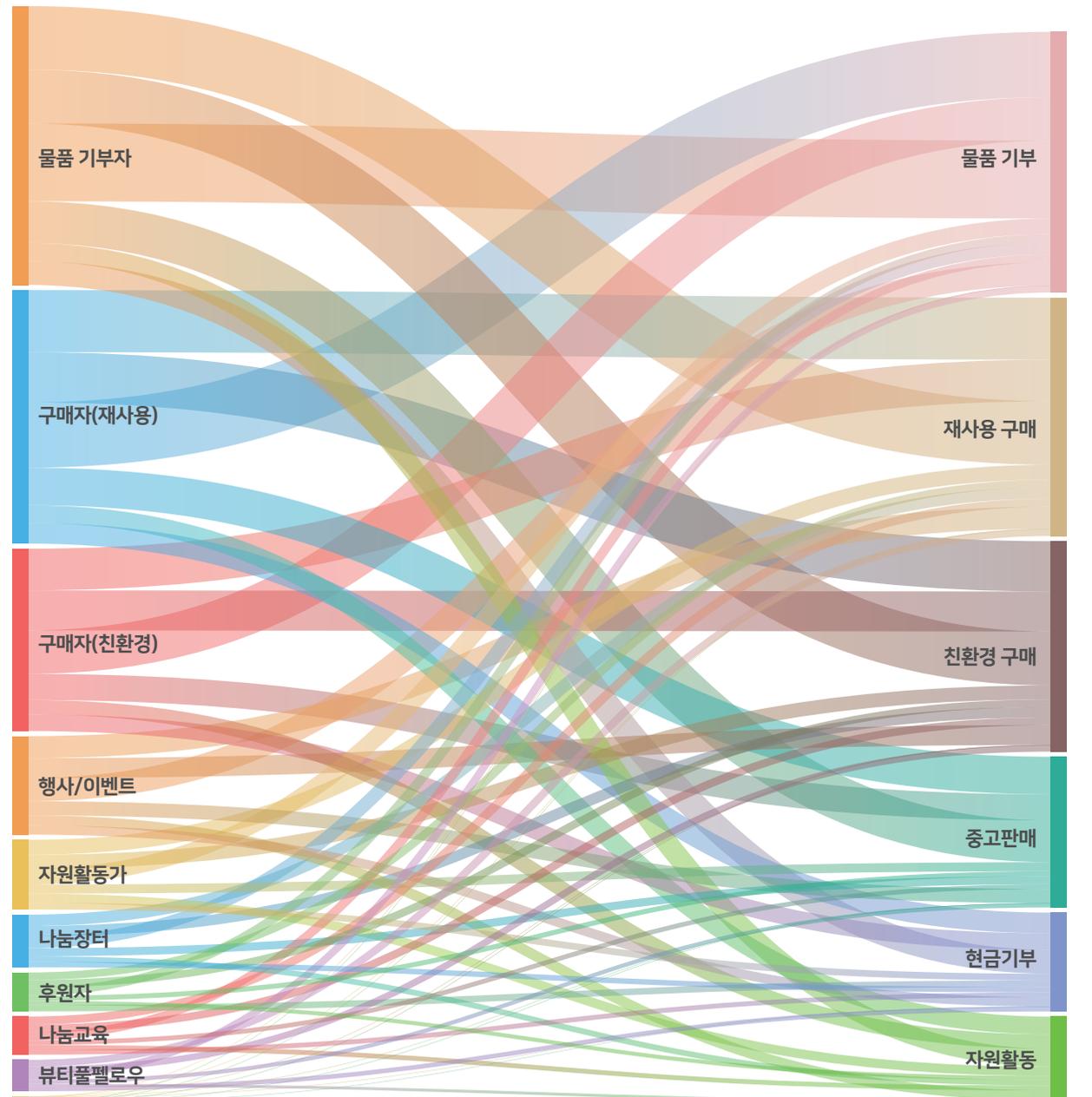


**아름다운가게를 통해 확장된  
일상 속 나눔과 순환**

아름다운가게에서의 참여 경험을 바탕으로 일상에서 나눔과 순환을 이어가는 모습이 나타났습니다. 재사용 물품 구매자의 95%는 아름다운가게 또는 중고 거래 앱을 통해 쓰지 않는 물건을 나눴고, 73%는 친환경 제품을 구매했습니다. 기증천사의 78%가 재사용품을 구매했고, 친환경 구매(66%), 중고 판매(51%) 등을 실천했습니다. 또한 나눔교육 참여자 중 96%가 재사용 구매를 이어갔고, 물품 기부(96%), 친환경 구매(91%), 후원/자원활동(57%) 등으로 일상 속 나눔과 순환 활동이 확장되는 모습을 보였습니다.

**아름다운가게에서  
참여한 활동**

**일상 속으로 확장된  
나눔과 순환 활동**



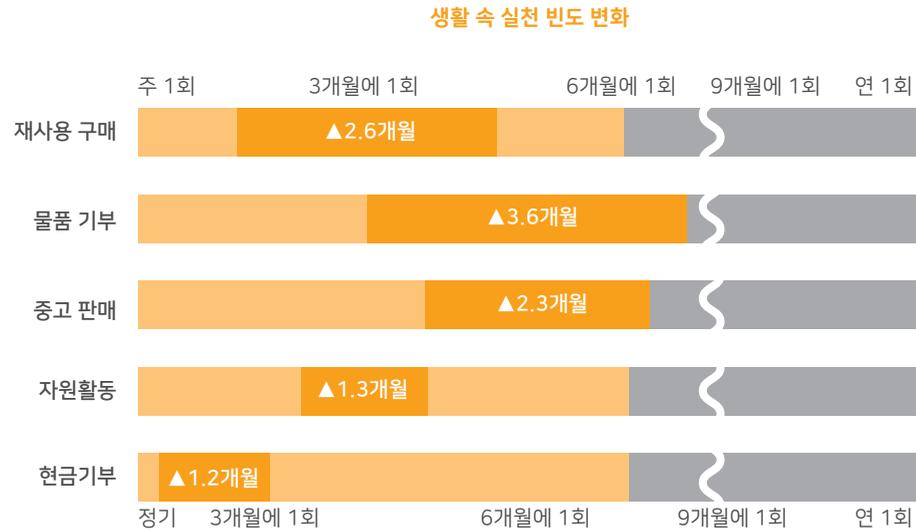
생활 속  
나눔과 실천 빈도 증가

아름다운가게를 통해 나눔과 순환은 얼마나 늘어났을까요. 참여자들에게 아름다운가게를 만나기 전과 후를 비교했을때, 생활 속 나눔과 순환의 실천 빈도가 어떻게 달라졌는지 물었습니다. 분석 결과, 재사용/친환경 상품 구매자의 76%는 아름다운가게를 통해 구매를 시작했거나, 더욱 자주 하게 됐다고 응답했습니다. 구매자는 기존에 평균 4.9개월에 한 번씩 재사용/친환경 상품을 구매했으나, 평균 2.3개월에 한 번으로 빈도가 잦아졌다고 응답했습니다.

특히 물품 기부/무료나눔 경험자는 무려 81%가 아름다운가게를 통해 나눔을 시작했거나, 더 자주 하게 된 것으로 나타났습니다. 이들은 아름다운가게를 만나기 전에 평균 6.9개월에 한 번 기부를 했으나, 아름다운가게를 만난 이후에는 평균 3.3개월에 한 번으로 기부 빈도가 높아졌다고 했습니다. 물품 기부 간격이 108일(약 3.6개월)이나 단축된 것으로 나타나, 생활 속에서 나눔과 실천을 이어가는 변화가 가장 컸습니다.

재사용품 판매자는 62%가 아름다운가게 참여 이후 판매 빈도를 늘렸으며, 평균 3.9개월에 한 번 재사용품 판매를 하게 됐다고 응답했습니다.

자원활동 참여자는 47%가 활동을 더 자주 하게 됐으며, 44%는 기존 수준을 유지하고 있었습니다. 아름다운가게를 만나기 전보다 자원활동을 하는 빈도가 평균 4.1개월에서 2.9개월에 한 번으로 높아졌다고 했습니다. 후원자의 경우, 35%가 아름다운가게를 통해 후원의 빈도를 늘렸으며, 64%는 기존 수준을 유지하고 있다고 응답했습니다. 아름다운가게를 만나기 전보다 후원 빈도가 평균 2.3개월에서 1.4개월에 한 번으로 잦아진 모습입니다.



지구를 위한  
환경친화적인 삶으로

나눔과 순환은 활동을 넘어 시민들의 생활양식으로 자리매김했습니다. 시민들에게 환경친화적 행동<sup>1)</sup>을 6개 유형으로 제시하고, 이 중에서 아름다운가게를 만나 삶의 습관이 된 행동을 선택하도록 했습니다. 분석 결과, 아름다운가게와 함께한 사람들은 6개 유형 중에서 평균 3.66개의 습관을 새로 갖게 됐다고 말했습니다. 6개 습관이 모두 생겼다는 이들이 24%로 가장 많았고, 이어 3개(19%), 2개(15%) 순이었습니다.

3.38개

아름다운가게를 만난 뒤  
생활 속 실천 개수

3.66개

아름다운가게를 만나 습관이 된  
환경친화적 행동

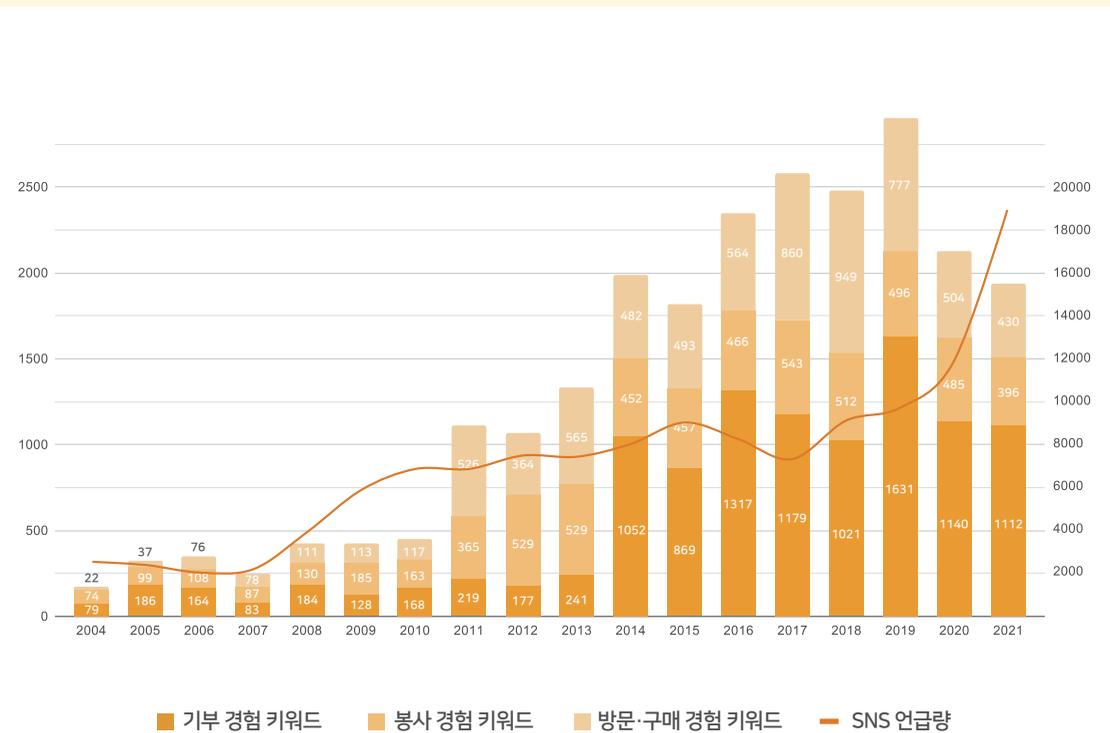


1 환경친화적 행동의 영향요인(김민경, 2014)

미디어 데이터로 바라본 시민 행동의 변화

시민들은 아름다운가게를 통해 어떤 경험을 했을까요. 아름다운가게가 언급된 약 11만 건의 SNS 데이터 중에서 주요 키워드(동사, 형용사 등 보조 용언)를 분석한 결과, '기부 경험(10,950건)', '봉사 경험(7,068건)', '방문·구매 경험(6,076건)' 등 세 가지 주제를 중심으로 이야기되고 있습니다.

SNS 데이터 속 주제별 키워드 빈도



\* SNS의 데이터의 경우 실질적인 수집과 분석이 가능한 최소한의 시점이 2004년으로, 18년간(2004~2021)의 데이터를 분석함

\*\* 데이터가 급증하는 2011년에는 인스타그램이 국내에서 서비스를 시작하는 등 SNS가 활발해졌으며, 2014년에는 데이터 수집 채널이 확장되어 일시적으로 데이터가 늘어나는 영향력도 존재함.

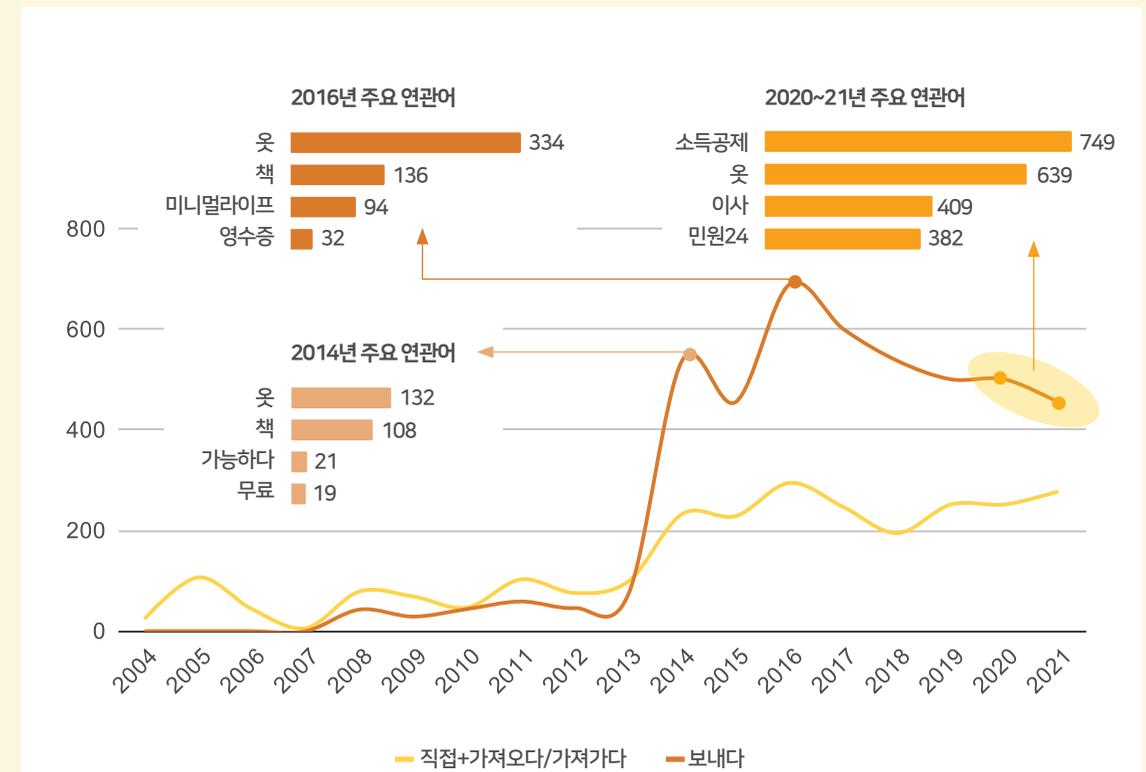
'기부 경험'과 관련된 SNS 데이터를 분석해보니, 자신이 어떻게 기부를 했는지 그 과정을 설명하는 게시글이 많았습니다. 시민이 '직접(1,008건)' 물품을 행사나 매장에 가져오거나(가져오다, 1,627건), 방문 수거나 택배를 통해 보내는('보내다', 4,574건) 과정을 공유하는 모습을 보였습니다.

특히 2014년 이후 '기부 경험'과 관련한 키워드 비중이 상대적으로 높아지는 양상을 보였는데, '무료(19건)', 방문 수거 서비스를 통한 물품 기부가 '가능하다(21건)'는 것을 본격적으로 알기 시작한 것으로 분석됩니다. 실제로 2013년 이전에는 '직접', '가져오다'는 키워드 비중이 높은 반면, 2014년부터 '보내다'의 빈도가 높아졌습니다.

2016년에는 불필요한 물건을 줄이는 생활양식인 '미니멀라이프(94건)'를 추구하는 시민들이 아름다운가게에 물품을 기부하는 모습이 SNS속에서 나타납니다. '미니멀라이프'는 2016년 이후에도 매년 평균 150회 가량 꾸준히 언급되며, 기부 문화의 한 축이 되었습니다. 2020년 이후에는 기부를 통한 혜택인 '소득공제(749)'가 높은 빈도로 언급되었습니다. 이와 함께 '이사(409건)' 키워드 빈도가 높게 나타나, 이사 중에 정리한 옷들을 아름다운가게로 보내는 문화가 자리잡아가는 것으로 분석됩니다.

2004년부터 2010년까지는 아름다운가게를 방문하여 새롭게 느낀 점을 공유하는 게시글이 많았고, 2011년 이후에는 물건을 구매하며 느끼는 가치들을 공유하는 내용이 많은 특징을 보였습니다. 특히, 물건을 얻었다는 뜻의 신조어 '득템하다'가 아름다운가게에서의 구매 경험을 공유하는 글에 10여년 동안 1,728회 등장하며 소비심리에도 영향을 미친 것으로 분석됩니다. '득템하다'와 함께 등장한 키워드를 분석한 결과, 가격적·품질적·감정적 측면에서 '저렴한 가격', '질 좋은 물품', '맘에 들다와 같은 감정과 경험이 드러났습니다.

기부 경험 트렌드 연관어 분석



2004-2010년 TOP5 키워드

순위	키워드	빈도
1	들르(리)다	140
2	다녀오다	90
3	들어가다	40
4	득템하다	10
5	데려오다	8

2011-2020년 TOP5 키워드

순위	키워드	빈도
1(-)	들르(리)다	2796
2(▲)	득템하다	1728
3(▼)	다녀오다	538
4(▲)	구하다	134
5(▼)	들어가다	113

2011-2020년 득템하다 연관 키워드

- 가격적 측면**  
저렴한 가격(67)  
착한 가격(21)
- 품질적 측면**  
질 좋다(10), 예쁘다(8)  
깨끗하다(7), 양호하다(6)
- 감정적 측면**  
맘에 들다(24), 기분 좋다(13)  
감사하다(9), 신나다(7)

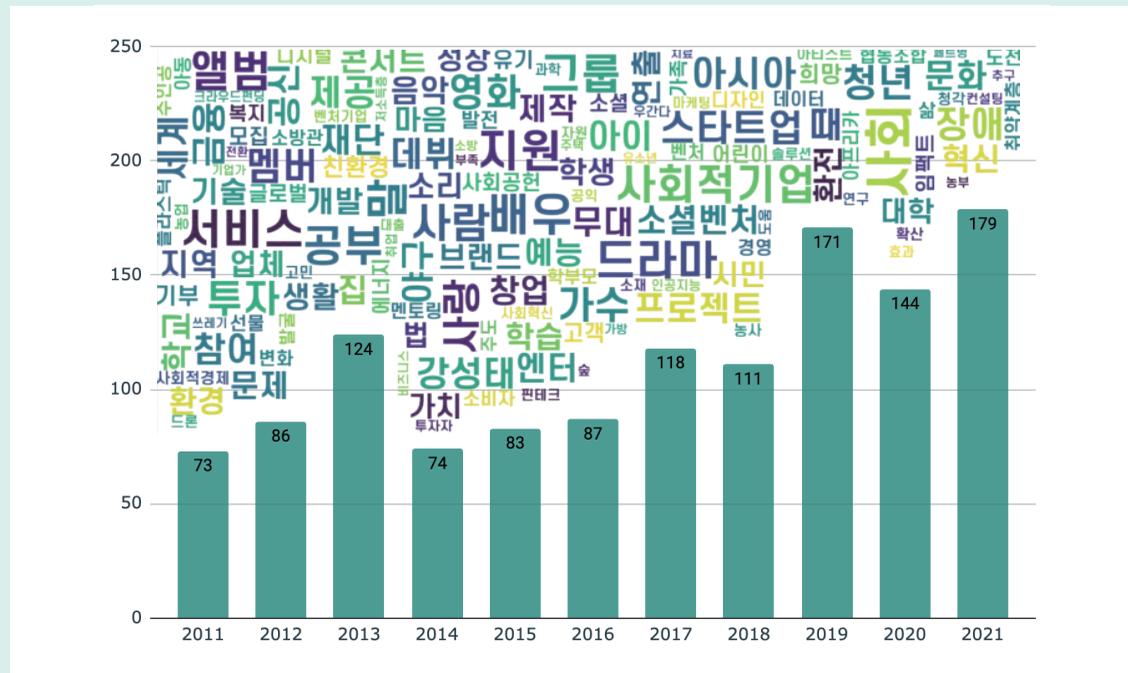


**아름다운가게와 함께한 뷰티풀펠로우**

아름다운가게는 2011년부터 비즈니스를 통해 사회문제를 해결할 수 있는 사회혁신기업가를 발굴하여, '뷰티풀펠로우'로 선정 및 지원해왔습니다. 현재까지 총 43명의 뷰티풀펠로우가 다양한 분야에서 사회문제를 해결하며 활약하고 있습니다. 이러한 영향력은 뉴스 데이터 속에서도 다양한 키워드와 함께 나타나고 있었습니다.

뷰티풀펠로우가 속한 단체·기관이 언급된 뉴스 데이터는 사업이 시작된 2011년부터 11년간 매년 약 10%씩 증가하는 모습을 보였습니다. 특히 뷰티풀펠로우의 활동과 관련해 가장 많이 등장한 키워드는 '지원(866회)'입니다. 또한 지원 대상이 되는 '청년(562회)', '장애인(514회)', '아이(447회)'가 높은 빈도로 나타났고, 최근에는 기후위기, 자원순환과 같은 친환경 의제에 집중되고 있습니다. 나눔과 순환의 가치를 실현하기 위한 아름다운가게의 노력이 사회혁신가들을 통해 확장되고 있는 모습입니다. 특히 2019년 이전까지 15회 정도로 빈도가 상대적으로 낮았던 '친환경' 키워드는 2019년 이후로 3년간 총 229회 등장하며 급증했습니다. 최근 11기 지원사업의 대상이 된 '119레오', '더 피커', '엘에이알', '이노마드' 등 자원순환과 기후 대응에 앞장서는 뷰티풀펠로우의 활동이 두드러진 결과로 분석됩니다.

뷰티풀펠로우 관련 뉴스데이터 추이 및 주요 키워드



그렇다면, 뷰티풀펠로우는 아름다운가게가 확장해온 협력 생태계의 모습을 어떻게 바라보고 있을까요. 제2의 아름다운가게가 될 뷰티풀펠로우들에게 아름다운가게를 통해 어떤 변화가 있었는지를 물었습니다. 린데이터 설문에 참여한 뷰티풀펠로우(6명)의 83%가 아름다운가게를 통해 사회·환경 문제를 원활히 해결할 수 있었고, 문제 해결을 위한 활동을 지속할 수 있었다고 말했습니다. 또한 67%가 뷰티풀펠로우를 통해 동료들을 만나고 협력했고, 50%는 후속 투자, 지원 등을 받는데 도움이 됐다고 응답했습니다.

# 더 나은 지구를 만드는 아름다운 순환

아름다운가게는 모두가 함께하는 탄소중립사회를 이뤄 미래세대가 살아갈 지구를 보호하고자 합니다. 그동안 아름다운가게와 함께한 여러분의 일상 속 실천과 참여는 우리 사회와 미래세대를 위한 환경에 어떠한 영향을 미쳤을까요. 재사용·친환경 소비, 물품 기부, 자원활동, 후원, 나눔교육 등 다양한 통로로 아름다운가게를 만난 시민들의 일상 속 변화를 들여다보고, 이러한 참여가 만들어낸 환경적 성과를 측정해봤습니다.



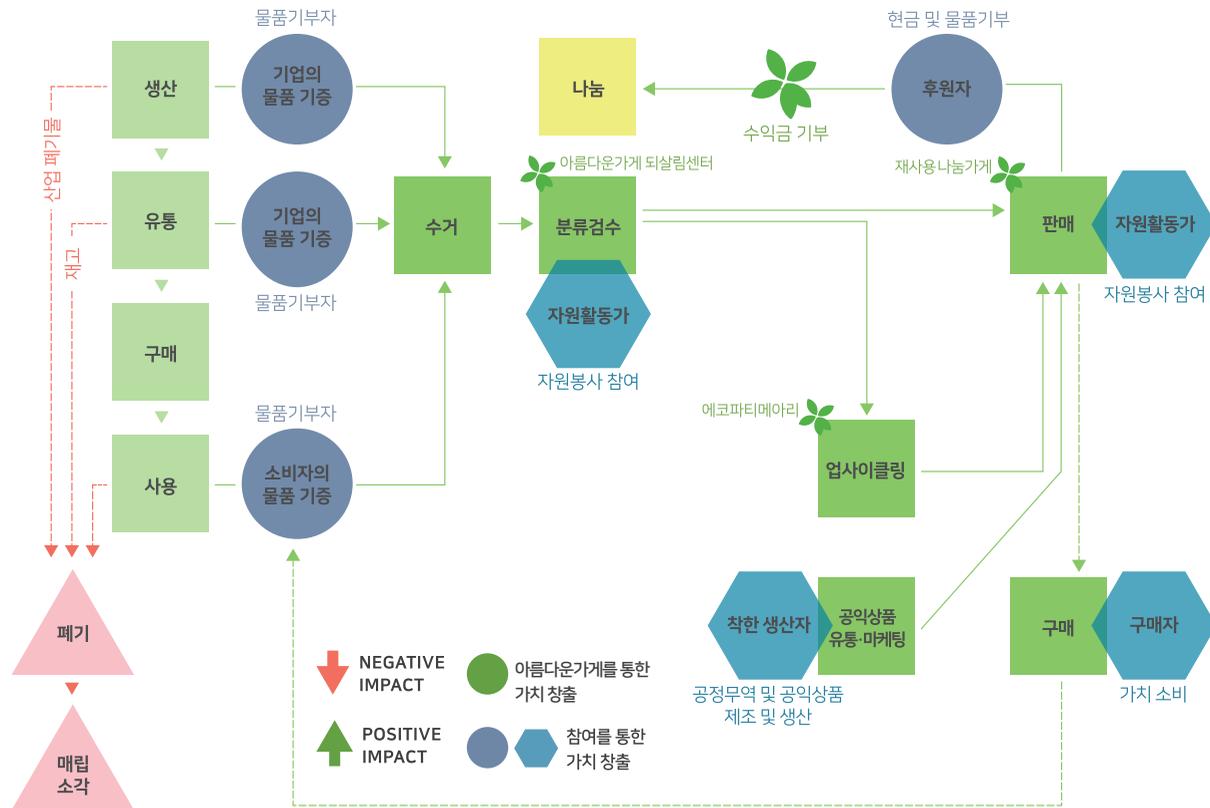
## 아름다운가게 그린 사이클

### Beautiful Green Cycle

아름다운가게는 무분별한 생산과 낭비를 줄이고, 자원의 수명을 늘리는 아름다운 순환고리 (Beautiful Green Cycle)를 통해 지구를 살립니다.

아름다운가게는 기존 산업의 가치사슬 과정에서 발생하는 폐기물, 그리고 이를 매립·소각하는 과정에서 환경에 미치는 부정적 영향에 주목했습니다. 버려지는 물품을 수거·분류·검수하여 재사용하거나, 새로운 제품으로 탄생할 수 있도록, 지구를 살리는 순환고리를 만들었습니다. 이러한 아름다운가게의 그린 사이클은 시민의 참여로 더욱 견고해졌습니다. 원래대로라면 생산, 유통, 구매, 사용 단계에서 버려지고 매립·소각될 물품이 개인 및 기업의 나눔을 통해 이를 필요로 하는 다른 사람의 손으로 전달되고, 이 과정에서 발생하는 판매 수익금이 지역사회에 사각지대를 메우며, 아름다운 순환고리가 만들어졌습니다.

물품 기부자를 통해 기부된 물품은 자원활동가의 손을 거쳐 분류 및 검수됩니다. 이렇게 재사용 나눔 가게로 모인 물품은 자원활동가를 통해 매장에서 관리되고 가치소비(윤리적 소비)를 하는 구매자를 만납니다. 그 중에서 완성품으로 판매되지 못하는 물품 및 소재는 에코파티메아리를 통해 업사이클링 제품으로 재탄생합니다. 여기에 후원자의 나눔이 더해져, 지역사회의 소외된 이웃을 만나고 있습니다.



## 아름다운가게가 환경에 미친 영향

### Beautiful Green Outcome

지난 20년간 지속된 아름다운가게의 재사용문화운동은 우리 사회의 생태적·친환경적 변화에 어떠한 영향을 미쳤을까요.

임팩트 측정 결과 아름다운가게를 통해 실제로 재사용·친환경 소비문화가 확산되면서 폐기량이 감소하고, 자원 재사용이 증가했습니다. 매립·소각으로 인한 탄소배출을 저감하는 효과도 나타났습니다. 이 모든 과정은 일상 속에서 재사용을 실천해온 여러분의 참여를 통해 이뤄졌습니다.

이는 물품 기부자, 자원활동가, 구매자, 후원자 등 아름다운가게와 함께한 시민 총 1만4181명을 대상(설문 참여자 1676명)으로 진행한 변화(임팩트)와 친환경적 기여도를 측정한 결과입니다.



폐기량 감소  
물품 재순환 2002~2021



재사용 증가



무분별한 소비 감소



업사이클링 증가  
재사용소재사용 2021년 기준



탄소저감  
2002~2021



30년생 소나무 식재 효과  
2002~2021

• 탄소저감에 기여했습니다

티셔츠 한 장을 제작하기까지 2,700리터의 물이 사용됩니다. 성인 1명이 3년간 마시는 식수의 양과 같습니다. 그러나 아름다운가게에서 티셔츠 한 장을 구매하면, 이산화탄소(CO<sub>2</sub>) 0.20kg를 줄이는 탄소저감 효과가 있습니다. 이는 종이컵 29개, 비닐봉투 4개를 사용하지 않는 효과와 동일합니다. 지난 20년간 아름다운가게를 통한 재사용물품의 순환으로 1,462만 1,911kgCO<sub>2</sub>e의 탄소를 저감했습니다. 이는 종이컵 21억 3,147만 3,891개, 비닐봉투 3억 795만 9,370개를 절약한 효과와 같습니다.

아름다운가게의 재사용 물품 판매를 통한 연평균 탄소저감 효과(2021년 기준)<sup>1</sup>

구분	판매수량 (점)	탄소저감량 (kgCO <sub>2</sub> e)	30살 소나무효과 (그루)	카페 (Hot) (개)	종이컵 (개)	비닐봉투 (개)
의류	2,283,734	450,686	52,405	19,342,747	65,697,668	9,492,123
잡화	4,195,120	549,215	63,862	23,571,459	80,060,496	11,567,291
도서	322,230	19,334	2,248	829,785	2,818,367	407,203
가전	50,840	61,950	7,203	2,658,798	9,030,612	1,304,760
총계	6,851,924	1,081,185	125,719	46,402,790	157,607,143	22,771,377

• 재사용을 통해 버려지는 물품이 줄었습니다

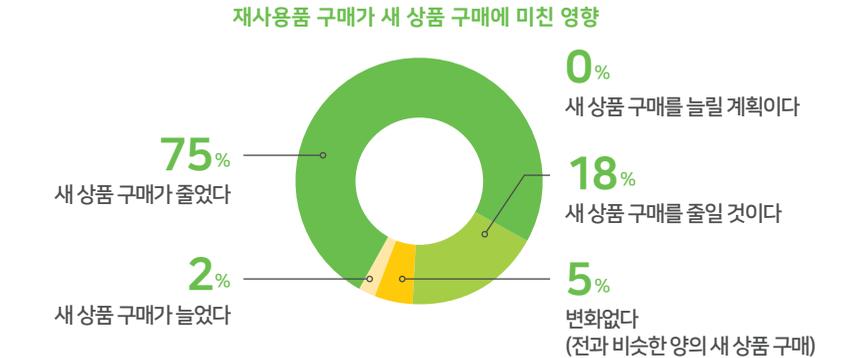
아름다운가게의 재사용나눔가게 110여곳을 통해 버려질 수 있는 물건이 다른 누군가에게 가치 있는 물건으로 전달되고(Share), 쓰임을 다한 물건이 새로운 모습으로 재탄생(Recycle, Upcycling)했습니다. 이렇게 총 2억 5,668만 3,859점의 물품을 재사용·재순환을 하여, 물품의 생애주기를 늘리고, '버려지는 것'에 대한 새로운 가치를 부여했습니다.



<sup>1</sup> 출처 - 각 품목별 판매량, 전수조사를 통한 평균무게, 환경성적표지에 따른 배출계수 적용  
 - 소나무지수 : IPCC가이드라인에 따른 산림의 탄소저장량 연구자료인 '주요 산림수종의 표준 탄소흡수량' (국립산림과학원, 2019) 나무 한 그루 당 연간 CO<sub>2</sub>흡수량 : 강원,중부지방소나무평균흡수량적용30년산  
 - 종이컵, 비닐봉투 지수 : 환경부, 기후변화행동연구소 (2021)  
 - kgCO<sub>2</sub>e : 이산화탄소를 기준으로 환산한 6개 온실가스(이산화탄소, 메탄, 아산화질소, 수소불화탄소, 과불화탄소, 육불화황)의 배출총량으로 이산화탄소 환산킬로그램

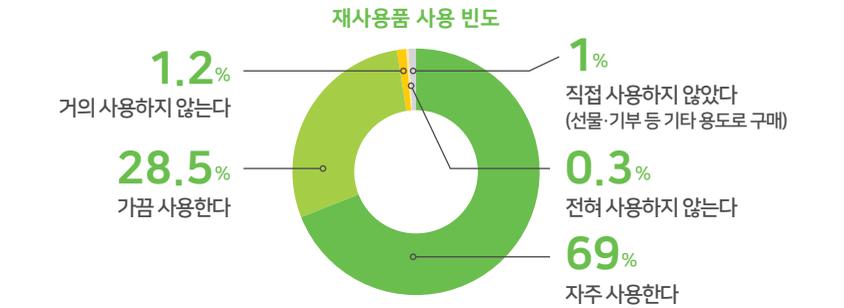
• 무분별한 소비가 줄었습니다

아름다운가게를 통해 재사용품을 구매한 사람의 75%가 같은 종류의 새 상품 구매를 하지 않았다고 답변했습니다. 현재로서는 소비량에 변화가 없지만 향후 새 상품 구매를 줄일 것이란 의지를 보인 사람(18%)을 더하면, 무려 93%의 사람들이 무분별한 소비를 줄였거나 줄일 것으로 나타났습니다.



• 재사용 물품을 지속적으로 사용하고 있습니다

아름다운가게를 통해 구매한 재사용품을 계속 사용하는 사람은 무려 98%에 달합니다. 재사용품 구매 이후 자주 사용하는 사람은 69%로, 3명 중 2명 이상 순환의 가치에 동참하고 있는 것으로 나타났습니다. 재사용품을 구매한 이후 이를 전혀 사용하지 않는 사람은 0.3%, 거의 사용하지 않는 사람도 1%에 불과했습니다.



• 업사이클링 제품으로 재탄생합니다

아름다운가게의 재사용 디자인 브랜드인 에코파티메아리를 통해 한해 5,915kg(2021년기준)의 소재가 업사이클링 되어, 새로운 가치가 부여된 물품으로 재탄생합니다. 에코파티메아리는 2006년 5월 시작된 국내 최초 업사이클링 디자인 제품 브랜드로, 기증되어 오는 버려지는 것들 중 가죽·의류·기타 친환경적 소재들을 발굴해 새로운 쓰임을 디자인하여 실용적인 패션잡화 및 친환경 캠페인 제품들을 만들고 있습니다.

• 30년생 소나무 식재 효과를 모두 함께 누립니다

30년생 소나무는 1ha 당 연간 10.8톤의 이산화탄소를 흡수합니다. 이는 승용차 3대가 연간 배출하는 온실가스를 빨아들이는 양입니다. 30년생 소나무 10그루를 심으면 서울에서 부산까지 가는 자동차가 배출하는 이산화탄소를 줄일 수 있습니다. 지난 20년 동안 아름다운가게는 재사용물품의 순환을 통해 30년생 소나무를 170만 222그루를 심는 것과 동일한 긍정적 영향을 미쳤습니다.

아름다운 순환,  
변화의 과정

Beautiful Change

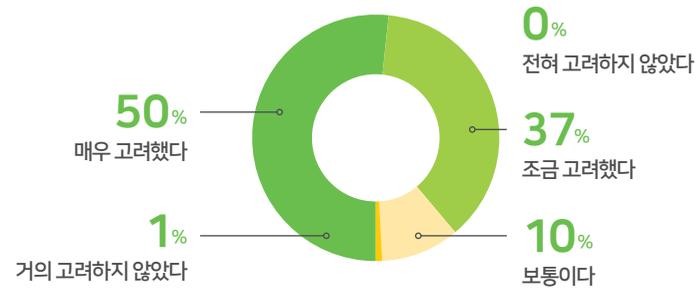
아름다운가게를 만난 사람들은 환경을 위한 재사용·재순환의 가치에 얼마만큼 공감하며 실천하고 있을까요. 다양한 통로로 재사용 경험에 참여한 시민 1,391명(설문 참여자 중 83%)과 함께 아름다운가게를 통한 그린임팩트를 측정했습니다.

88%

시민이 재사용 물품 구매 시  
나눔과 순환의 가치를 고려했습니다

아름다운가게를 통해 재사용 물품을 구매한 경험이 있는 사람 중 88%가 나눔과 순환의 가치를 고려해 재사용 물품을 구매했다고 답했습니다. 재사용품을 구매할 때 이러한 나눔과 순환의 가치를 '매우 고려했다'는 이들도 51%로 절반 이상으로 나타났습니다. 시민들이 나눔과 순환의 가치를 이해하고 실천에 옮기는 것을 확인할 수 있는 대목입니다.

나눔·순환의 가치를 고려한 재사용품 구매

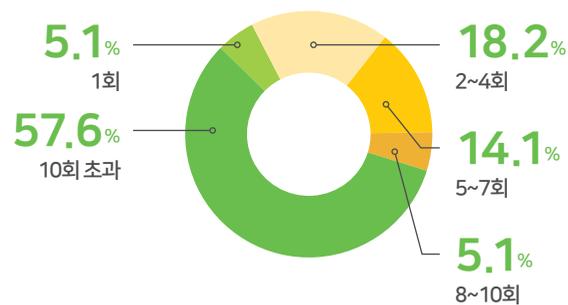


7.2회

아름다운가게에서 평균적으로  
재사용품을 구매한 횟수입니다

아름다운가게를 만난 시민들은 최소 평균 7.2회 이상 재사용품을 구매했습니다. '10회 넘게(초과) 구매했다'는 사람이 전체의 57%로 가장 많았습니다. 2~4회 구매한 사람은 18%, 5~7회 구매한 사람은 18%로 나타났습니다. 아름다운가게를 한번 경험하면, 재방문하여 재사용·재순환에 동참하는 이들이 많은 것으로 분석됩니다.

재사용품 구매 빈도

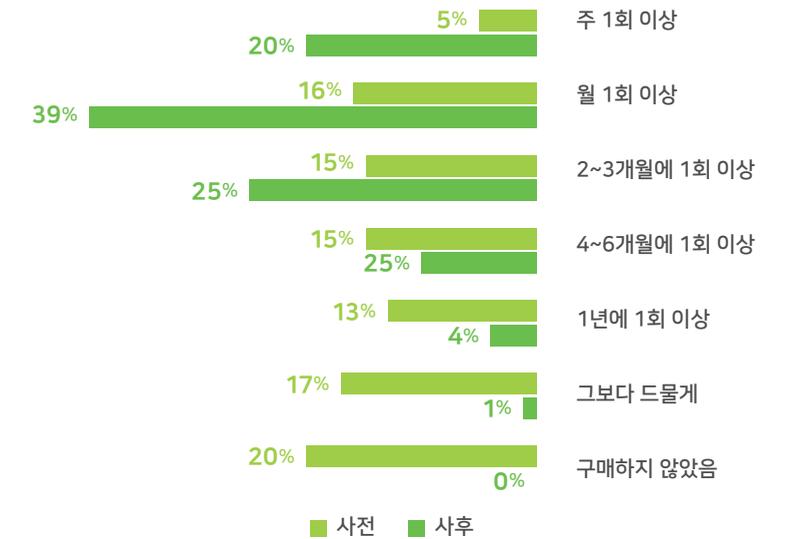


77일

아름다운가게를 만난 이후  
재사용·친환경 물품 구매주기가 빨라졌습니다

설문 참여자 중 재사용·친환경 물품을 구매한 경험이 있는 사람의 36%는 아름다운가게를 통해 처음으로 재사용·재순환을 경험했다고 답변했습니다. 이렇게 한 번 순환의 가치를 경험한 사람들의 40%는 재사용품 구매 빈도가 증가하는 모습을 보였습니다. 한 달에 한 번 이상 재사용·친환경 물품을 구매한 사람은 40%, 3개월에 한 번 구매하는 사람은 25%, 일주일에 한 번 이상 구매하는 사람은 20%로 나타났습니다. 아름다운가게를 만나기 전후 재사용·친환경 물품의 구매주기는 평균 147일(사진)에서 70일(사후) 간격으로, 구매주기가 무려 77일 빨라진 것으로 나타났습니다.

아름다운가게를 만나기 전후 재사용품 구매빈도



아름다운가게를 통해 나눔·순환의 실천 의지가  
높아진 사람들에게 어떤 변화가 나타났을까?

아름다운가게를 만난 이후 나눔·순환의 실천의지가 매우 높아졌다(80%, 1,340명)고 답변한 사람들은 일반 재사용품 구매자보다 재사용품 구매 시 나눔·순환의 가치를 고려하는 수준이 4.6점 높았습니다. 또한 재사용품 구매 이후 물품 사용 빈도도 10% 높았고, 새 상품 구매를 줄인 비중도 7% 높게 나타났습니다. 실천의지의 변화가 실제 재사용·재순환으로의 참여를 더욱 높이는 주요 동력이 된 것을 확인할 수 있었습니다.

나눔·순환의 실천의지 변화에 따른 재사용 경험

단위: 가치고려(점), 구매빈도 및 주기(%)



## 아름다운가게의 탄소중립(Net-zero) 로드맵

### Beautiful Net-zero Roadmap

최근 우리는 지구온난화로 인한 폭염, 폭설, 태풍, 산불 등 이상기후를 체감하고 있습니다. 이러한 기후위기는 전세계적인 현상으로 심각성은 더욱 커지고 있습니다. IPCC(Intergovernmental Panel on Climate Change: 기후변화에 관한 정부 간 패널)의 연구보고서에 의하면 지구의 온도가 2°C 이상 상승할 경우 인류가 존속하기 어려울 정도의 감당할 수 없는 대규모의 자연재해가 발생할 수 있습니다. 이러한 위험을 감소시키기 위해 전지구적으로 2050년까지 탄소중립(Net-zero: 개인이나 회사, 단체가 배출한 만큼의 온실가스를 다시 흡수해 실질 배출량을 '0'으로 만드는 것)을 달성하는 것을 목표로 하고 있습니다. 한국 정부도 2020년 10월, '2050 탄소중립'을 선언하고 추진 전략을 함께 발표했습니다.

아름다운가게도 이러한 전지구적인 목표와 '2050 탄소중립' 흐름에 발맞춰, '2030 아름다운가게 넷제로 로드맵'을 구체화했습니다. 해당 로드맵은 2030년까지 아름다운가게 사업 영역 안에서의 탄소중립을 목표로 설정되어 있습니다.

2030 넷제로 로드맵을 구체화하기 위해 아름다운가게는 재사용을 통한 탄소배출 절감 효과를 수치화하고, 탄소배출량을 기준으로 임팩트를 측정하여 데이터의 투명성과 함께 친환경적 기여도를 확인하고자 했습니다.

첫 번째로 아름다운가게 내부에서 배출되는 탄소를 직접배출원과 간접배출원으로 구분하였습니다. 탄소배출현황 및 진단방법은 WRI(World Resources Institute·세계자원연구소)가 기업과 정부, 지자체 등 기후변화대응 활동 지원을 위해 제공하는 온실가스 배출량 국제표준 체계인 GHG 프로토콜 (Greenhouse Gas Protocol, 온실가스 회계 처리 및 보고 기준)에서 정의된 Scope 3를 적용하여 선정하였습니다.

아름다운가게 탄소배출량 산정 방법 및 대상

구분	내용	항목	데이터 수집
직접 배출원	아름다운가게의 활동으로 인해 직접적으로 발생하는 배출	차량운행	차량운행 데이터
		전기사용	전력 사용 데이터
간접 배출원	아름다운가게의 활동으로 인해 간접적으로 발생하는 배출	물 사용	물 사용 데이터
		폐기물 배출	품목별 배출량

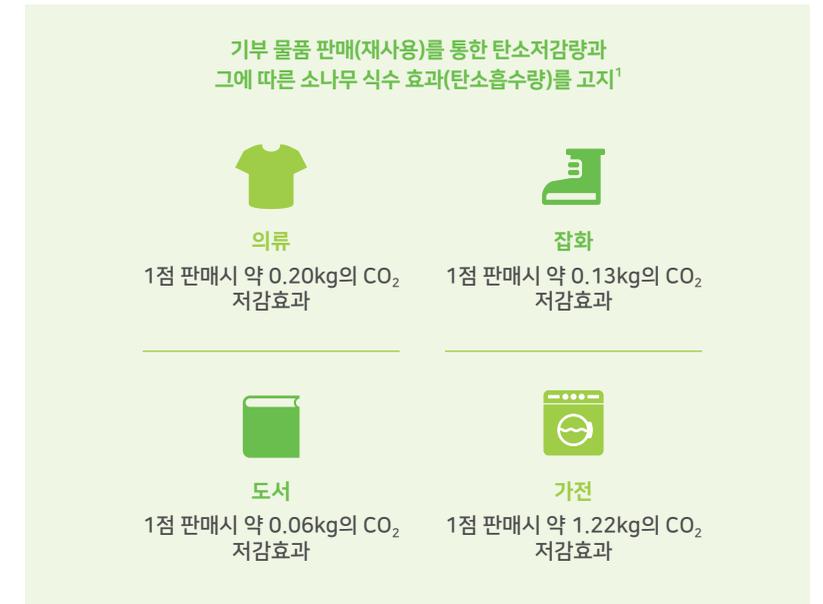
아름다운가게 전체 매장 및 물류사업영역(매장 108개 및 물류센터 17곳, 운행 차량 67대) 내 배출 항목 데이터를 분석하여 '차량·전기·물·폐기물 분야의 실제적인 탄소배출계수'를 설정할 수 있었습니다. 이를 통해 각 배출원별 저감방식을 전략적으로 도입함으로써 '아름다운가게 넷제로 달성' 시 나리오의 기초를 구성하였습니다.

#### 탄소배출량 산정방법

- 차량 - 연료발열량 × 연료별 배출계수 × 지구온난화지수
- 전기 - 전력 사용량 × 연료별 배출계수 × 지구온난화지수
- 물 - 수도 사용량 × 상수 배출계수
- 폐기물 - 인덱스별 양 kg (의류·잡화·도서·가전) × 환경성적표지에 따른 배출계수 적용

현재 아름다운가게는 월 단위로 전체 매장 및 물류사업영역에서의 데이터 취합을 지속적으로 운영하며, 실제적인 탄소배출계수를 반영한 탄소배출현황을 파악해 '아름다운가게 넷제로' 달성을 위한 실천을 지속하고 있습니다.

아름다운가게는 이와 더불어 재판매를 통한 탄소저감효과를 수치화하였습니다. 전국 아름다운가게 매장에서 재판매되는 의류·잡화·도서·가전 4가지의 각 품목별 판매량 분석과 전수조사를 통해 평균 무게, 환경성적표지에 따른 각 품목별 탄소계수를 토대로 탄소저감 효과를 산정하였습니다. 기부 물품의 재판매를 통한 탄소저감효과는 재사용이 가지는 환경적 영향력 뿐만 아니라, 재사용에 동참한 시민들과 함께 만들었다는 부분에서 '참여가치지표'로서의 역할을 합니다.



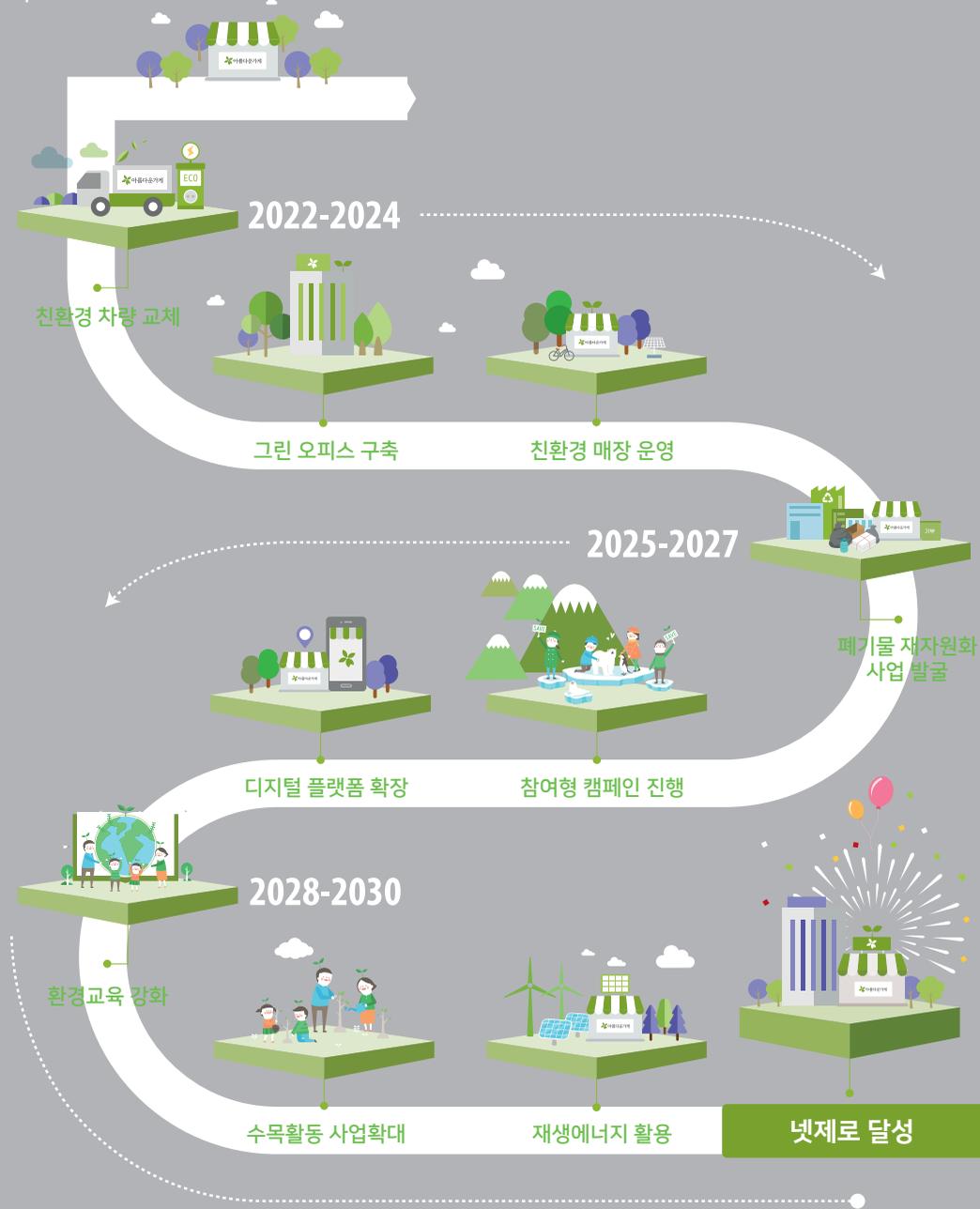
'2030 아름다운가게 넷제로 로드맵'을 통해 다음과 같은 의미를 발견할 수 있습니다. ①비영리섹터 내에서 자발적으로 탄소배출원을 규명하고, 시민참여의 효과성을 함께 분석한 점 ②일반 기업의 탄소배출량 산정 모델과 달리, 관련 지침 및 사례가 전무한 재사용품 관련 영역의 운영경계를 설정해 향후 동종 단체가 활용할 수 있는 기반 자료가 도출된 점 ③친환경 사업을 진행하고 있는 시민단체들의 실제적인 환경개선 효과 점검과 과학적 데이터에 근거한 탄소감축 목표 설정을 추구하는 계기가 된 점을 꼽을 수 있습니다.

앞으로 아름다운가게는 2021년 탄소배출 총량을 탄소저감목표로 정하고, 친환경 매장 운영, 폐기물의 재자원화, 참여형 수목활동, 체험형 환경교육 등의 세부 사업을 통해 시민들의 적극적인 참여와 실천을 제안하고자 합니다. 또한 재사용 운동의 확산, 자원순환 참여플랫폼 강화, 지역단위 순환 경제 시스템 고도화에 앞장서며 '모두가 함께하는 탄소중립 사회'를 만들어 가겠습니다.

1 각 품목별 판매량, 전수조사를 통한 평균무게, 환경성적표지에 따른 배출계수 적용

### 아름다운가게의 탄소중립(Net-zero) 로드맵

Beautiful Net-zero  
Roadmap



# 03

## 함께 걸어갈 아름다운가게의 미래

1. 시민이 말하는 변화, 시민이 바라는 미래
2. 아름다운가게가 꿈꾸는 미래

# 시민이 말하는 변화, 시민이 바라는 미래

## 나의 삶을 바꾼 나눔과 순환, 변화의 장면

### 03. 함께 걸어가갈 아름다운가게의 미래

아름다운가게는 나눔과 순환의 가치에 공감하고 실천해온 시민들과 함께 걸어왔습니다. 그동안 구매자, 물품 기부자, 자원활동가, 간사 등 다양한 통로로 아름다운가게를 만난 1만 4,181명(응답자 1,676명)과 지난 20년의 변화와 앞으로 그려갈 미래를 함께 들여다봤습니다. 해당 주관식 답변의 글자 수가 총 27만 3,150자(1인당 평균 59자)에 달할 정도로, 나눔과 순환의 가치 그리고 아름다운가게에 대한 진심과 애정이 담긴 조언이 가득했습니다.

아름다운가게를 통해 나눔과 순환을 경험한 사람들의 삶에는 어떤 변화가 있었을까요. 아름다운가게와 함께한 시민들에게 가장 기억에 남는 경험과 그로 인한 변화를 물었습니다. 1인당 평균 103자(최대 1375자, 최소 50자)로 빼곡하게 채운 답변 속에는 참여를 통해 인식이 변화되고 행동이 확장되는 모습이 나타났습니다.

분석 결과, 대부분 아름다운가게를 통해 재사용 물품을 '구매(48%)'하고, 자신이 사용하던 물품을 '기부(41%)'한 경험을 가장 기억에 남는 변화의 순간으로 꼽았습니다.

시민들은 아름다운가게 매장을 방문하고, 물건을 구매해 사용하면서, 재사용물품에 대한 생각이 바뀌었다고 말했습니다. 구매를 경험한 사람들은 "필요한 물건이 생길 때마다 가게를 자주 찾게 됐다"고 했고, "자녀와 가족, 지인을 적극 동참시켰다"고 입을 모았습니다. 재사용품 구매를 계기로 기부를 하게 된 이들이 많았고, 자원활동을 시작했다는 참여자도 있었습니다. 대부분 인식의 변화가 행동, 행동이 또 다른 행동으로 이어지는 양상을 보였습니다.

“ 길을 걷다가 옷에 커피를 쏟았을 때 근처 아름다운가게에서 처음으로 옷을 구매해 봤어요. 생각보다 깨끗하고 관리가 잘된 의류가 많더라고요. 이후로는 새 옷을 입을 때도 기부할 것을 생각하며 깨끗이 입고, 잠시 쓰고 나눈다는 생각으로 관리하고 있어요. 새 상품 구입도 줄었고, 지금은 당연한 일상처럼 아이의 손을 잡고 같이 가요.

-2003년부터 함께 해주신 구매자(40대, 부산/울산/경남)

또한 "더 이상 사용하지 않는 물건을 기증함으로써, 나눔을 실천하고 이웃과 환경에게 도움을 줬다는 뿌듯함을 느꼈다"고 말했습니다. "나중에 기부할 것을 고려해 물건을 깨끗이 사용하고, 쓰지 않는 물건을 정리하는 습관이 생겼다"는 응답도 많았습니다. 사람들은 기부를 하러 간 매장에서 재사용 구매를 자연스럽게 시작했고, 자신의 물건이 새 주인을 만나는 장면을 목격한 뒤로 자원활동과 후원을 하게 된 이들도 있었습니다.

그 외 8%는 자원활동 경험을, 1%는 친환경구매와 나눔장터 참여 경험을 가장 기억에 남는 변화의 장면으로 꼽았습니다. 이들 모두 자원활동, 나눔장터 참여 이후로도 지속적으로 재사용품을 구매하고 기부하며 나눔과 순환을 실천하고 있었습니다.

“ 나에게 필요 없는 물건을 기부했을 뿐인데, 아름다운가게에서 보내준 기부 감사 문자를 보면서 마음이 참 따뜻해졌어요. 마치 제가 좋은 사람이라고 말해주는 것 같았죠. 그 후로 조금씩 현금후원도 하게 됐고, 환경이나 주변의 빈곤 문제에도 관심을 갖게 됐어요. 아름다운가게는 저를 더 나은 사람이 되게 해주었습니다.

-2015년부터 함께 해주신 물품 기부자(40대, 인천/경기)

“ 아름다운가게에 물품을 기부하면서 자연스럽게 가족들도 영향을 받게 됐어요. 아들이 병아리떼 쫓쫓쫓 나눔장터에 참여한 이후 몰라보게 경제관념이 생겼고, 물품을 아껴쓰고, 친구들과 안쓰는 물품을 나눠쓰기 시작하더군요. 안쓰는 물품은 기부하고 분리배출도 꼼꼼하게 하는 등 이러한 나눔과 순환의 실천이 모두 아름다운가게를 알고부터 시작된 습관입니다.

-2004년부터 함께 해주신 물품 기부자(50대, 서울)





나눔과 순환이 이뤄진 사회는 어떤 모습일까요. 답변 분석 결과, 사람들은 '이웃(167회)을 가장 많이 언급했고, 이어 '사람(136회)', '도움(127회)', '행복(74회)', '모두(61회)', '소외(45회)' 등이었습니다. 시민들은 "누구나 일상에서 나누고 순환하게 된다면, 소외된 이웃이 없어지고, 모든 사람이 지역에서 서로 어려움을 돌보고 배려하는 세상이 될 것"이라고 꿈꿨습니다. 대부분 나눔을 통해 누구도 소외되지 않는 모두가 행복한 사회를 이룰 수 있다고 보고 있었습니다.

**“정말 도움이 필요한 곳에 나눔이 이뤄져서 소외된 이웃이 없는 세상”**

**“혼자가 아닌 함께 살아가는 세상”**

**“나눔이 일상이 되는 세상”**

**“어려운 이웃들을 자발적으로 도와주는 세상”**

**“차별없는 시선으로 다양한 사람들을 이해하는 세상”**

**“약자들을 보호해주고 너그럽게 봐주는 세상”**

**“새롭게 재사용되는 물건처럼, 사람도 다시 시작할 수 있는 용기와 희망이 넘치는 세상”**

아름다운가게는 지난 20년간 사람과 사람, 사람과 자연이 공존하는 세상을 꿈꾸며 나눔과 순환이 일상이 되는 더 나은 지구를 만들어왔습니다. 그동안 아름다운가게를 만난 시민들도 '더불어 사는 세상', '우리가 모두 연결되어 있다고 생각하는 세상'과 같이 모두가 공존하는 세상을 꿈꾸고 있었습니다. 또한 나눔과 순환을 통해 이뤄지는 공존의 가치를 많은 시민들이 구체적인 언어로 공감하고 있습니다. ※'시민이 바라는 아름다운세상' 전문은 p.68에서 자세히 보실 수 있습니다.

**“자원 소비를 줄여 깨끗한 환경이 유지되는 세상”**

**“모든 자원에 대해 소중함을 일깨워주는 세상”**

**“쉽게 사지 않고 쉽게 버리지 않는 세상”**

**“새 옷 사는 것을 망설이고 서로 나누고 쓰는 문화가 확산된 세상”**

**“아껴쓰고, 나눠쓰고, 바꿔쓰고'가 익숙한 세상”**

**“포장용기의 폐기되지 않고 재사용되며, 버려지는 의류들의 리사이클링을 통해 순환되는 세상”**

**“지구에서 사는 모든 생명체가 건강한 모습으로 살아갈 수 있는 멋진 세상”**

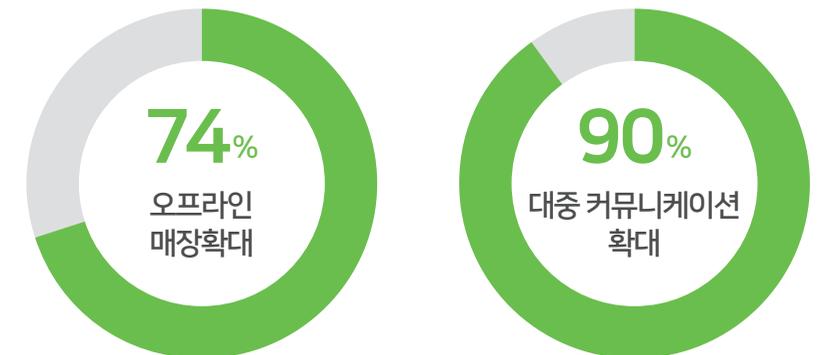
## 시민이 바라는 아름다운가게의 미래

모두가 꿈꾸는 아름다운 세상을 위해 아름다운가게는 어떤 역할을 해야 할까요. 지난 20년간 구매자, 물품 기부자, 자원활동가, 나눔교육 강사단 등으로 참여해온 1,545명(간사/인턴 참여자 131명 제외)은 20주년을 맞은 아름다운가게에 대한 축하 및 격려의 메시지와 함께 아름다운가게에 바라는 활동, 매장 운영에 대한 구체적인 개선 의견 등 다양한 목소리를 들려줬습니다. 시민이 바라는 아름다운가게의 미래는 '나누고 순환하는 기회의 확장', '대중 커뮤니케이션을 통한 참여의 확장', '디지털 전환으로 신규 기회 확장'으로 도출됐습니다.

### • 나누고 순환하는 기회의 확장

사람들은 아름다운가게 재사용나눔가게 매장이 많아지고 지역 곳곳에 퍼져, 나눔과 순환의 기회와 접근성이 향상되길 바랐습니다. 아름다운가게가 보다 확산됐으면 하는 활동을 언급한 참여자(218명) 중 74%(전체 중 10.5%)가 '오프라인 매장 확대'를 꼽은 것으로 나타났습니다. 사람들은 '앞으로 더 많은 지역에 매장을 오픈하면 좋겠다', '살고 있는 지역에 매장이 없어 멀리까지 가느라 힘들다', '소외된 지역에도 이벤트성 상설 매장이나 행사가 있으면 좋겠다' 등 다양한 의견을 냈습니다.

아름다운가게가 소외계층을 돕는 '나눔(수익배분)'을 지속적으로 확대하길 바라고(8%), 나눔과 순환에 참여할 수 있는 더 '다양한 활동'을 만들어 달라는 목소리(7%)도 있었습니다. 나눔장터, 매장 기반 이벤트 등 코로나19로 인해 최근 중단되거나 위축됐던 '행사 및 이벤트'가 다시 활발하게 열리기를 기대한다는 의견(7%)도 보였습니다.



### • 대중 커뮤니케이션을 통한 참여 확장

아름다운가게의 차별점과 강점을 보다 적극적으로 커뮤니케이션하길 바라는 목소리도 많았습니다. 아름다운가게 조직 차원의 방향성에 대해 언급한 사람들(173명) 중 90%(전체 중 11%)가 활발한 홍보/캠페인을 통해 참여를 이끌어 달라고 말했습니다. 참여자들은 "더 널리 홍보해서 더 많은 사람들이 참여하게 해달라"고 입을 모았습니다. 'SNS 홍보 등을 통해 젊은층의 발길도 많아지면 좋겠다', '기부 과정과 이후 변화에 대한 상세한 공유와 커뮤니케이션이 되면 좋겠다', '친환경제품, 공정무역 제품 등에 대한 자세한 설명과 온라인으로 후기를 볼 수 있는 페이지를 오픈하면 어떨까', '유튜브 등 유명 TV 프로그램 출연' 등 구체적인 의견을 제시했습니다. 또한, 학생이나 국내 거주 외국인, 지역사회 등 다양한 대상별로 홍보가 필요하다는 의견도 있었습니다.

### • 디지털 전환으로 신규 기회 확장

아름다운가게의 도약을 위한 사업 방향성을 제시하는 목소리도 있었습니다. 특히, 구매자가 실시간으로 매장의 물품 현황과 재고를 알 수 있도록 '온라인 아카이브'를 구축하거나, 개별 매장의 매력 포인트를 소개하고 서로 공유할 수 있는 '온라인 플랫폼', 전국 매장을 대상으로 한 '온라인 주문 서비스' 등 '디지털 강화'를 주문하는 의견들이 많았습니다. 참여자들이 아름다운가게를 통해 서로 필요한 물품을 맞교환할 수 있는 '교환 서비스' 운영, '모바일 애플리케이션(앱) 개발'을 제안하기도 했습니다.

## 아름다운가게가 꿈꾸는 미래

### 03. 함께 걸어갈 아름다운가게의 미래

아름다운가게는 언제나 찾아가고 싶은 곳, 나누고 싶은 곳으로 20년 동안 시민들과 함께 해 왔습니다. 물건 하나하나에 담긴 소중한 추억과 정성이 아름답게 이어져 나가고, 나눔과 순환을 실천하는 시민들의 열정이 지속될 수 있도록 앞으로도 아름다운가게가 노력하겠습니다.

최근 디지털 사회로의 전환, 기후위기 대응을 위한 환경보호 등 새로운 패러다임 앞에서 아름다운가게는 아름다운세상을 만드는 과정의 역할 확대와 도전을 마주하고 있습니다. 아름다운가게는 기후환경 변화 및 ESG가 대두되는 사회변화에 대응하여 나눔과 순환을 바탕으로 한 친환경 커뮤니티 플랫폼의 역할을 선도하고자 합니다.

물품 재순환을 통해 아름다운가게는 한 해 108만 1,185kgCO<sub>2</sub>e의 탄소를 저감함과 동시에 친환경,제로웨이스트 물품을 시민들의 일상 생활에 소개와 더불어 다양한 단체 및 기업들과 함께 친환경 캠페인을 시도하며 아름다운가게 매장의 역할을 확장하고 있습니다.

아름다운가게의 다양한 사업과 활동에 대한 개인의 긍정적인 경험이 더 나은 사회와 환경을 만드는 데에 기여하길 기대하며, 씨줄과 날줄로 엮인 그물코처럼 '우리 모두 서로의 삶에 책임이 있다'는 믿음으로 다양한 단체들과 연대하고 협력하여 공동체성의 회복을 지향해 갈 것입니다.

더불어 물품 기부의 편의성을 보다 높이고 끊임없이 기부자들과 소통하여 기부자들이 참여가치를 느낄 수 있는 일상 속의 생활문화운동으로 확산 될 수 있도록 노력할 것입니다.

최근 아름다운가게 온라인마켓 시범운영 및 SNS 온라인 캠페인 등을 통해 많은 참여자와 소통하며, 활동을 넓혀가고 있으며 이를 통해 "누구나 쉽게 언제나" 아름다운가게를 통해 사회변화를 만드는 아름다운 동행자로 함께할 수 있길 꿈꿉니다. 또한 다양한 현장에서 함께할 수 있는 나눔교육, 자원활동, 나눔장터, 현금후원, 나눔사업을 통해 우리 사회를 이루는 모든 세대가 참여하는 문화를 만들고 확산해 나갈 것입니다.

이렇듯 아름다운가게는 우리 일상 가까이에서 참여의 문턱을 낮추고, 사회구성원 모두를 위한 활동으로 참여의 스펙트럼을 더욱 더 넓혀가고 있습니다.

아름다운가게는 함께하는 시민 한 사람 한 사람의 작은 변화와 실천의 노력이 내가 사는 세상, 내 아이가 살아갈 세상을 아름답고 행복하게 만든다는 초심을 잃지 않고 더 많은 시민들과 함께할 수 있도록 노력하겠습니다.

사회변화를 만드는 아름다운 동행자로 함께해주세요.

“ 아름다운가게는 언제나 찾아가고 싶은 곳,  
나누고 싶은 곳으로 20년 동안 시민들과 함께 해 왔습니다.  
물건 하나하나에 담긴 소중한 추억과 정성이 아름답게 이어져 나가고,  
나눔과 순환을 실천하는 시민들의 열정이 지속될 수 있도록  
앞으로도 아름다운가게가 노력하겠습니다.”



# 에필로그: 임팩트 정의부터 측정까지, 우리의 소회

아름다운가게 TF & 트리플라잇

## 04. 에필로그 : 임팩트 정의부터 측정까지

임팩트(Impact). 매우 익숙한 단어인데 막상 설명하려니 참 어렵습니다. 우리 조직이 어떤 변화를 만들어냈는지 설명하고 싶은데, 결과보고서에 담길 성과만으로는 뭔가 부족합니다. 임팩트를 어떻게 측정하고 관리해야할지, 어디서부터 시작해야할지 막막하기도 합니다. 최근 많은 조직이 느끼는 이러한 답답함처럼, 아름다운가게의 20년 임팩트를 측정하는 과정에서도 수많은 논의와 고민이 있었고, 이 과정에서 많은 공감과 감동이 이어졌습니다. 아름다운가게의 임팩트를 들여다본 지난 6개월을 돌아보며, 데이터에 담지 못한 내러티브를 정리해봅니다.

## 01. 첫 만남

**아름다운가게** — 지난 2월, 아름다운가게의 20년 성과를 정리해보자는 이야기를 처음 나누던 때가 떠올라요. 학교, 기업, 연구기관 등 어떤 파트너와 함께하는 것이 우리에게 가장 적합할 지 많은 고민을 나누다가 '임팩트'라는 키워드로 의견이 모이면서 구체화하기 시작했어요. 많은 임팩트 측정 기관을 만나면서도 구체적으로 어떤 과정으로 진행되고 어떤 결과물이 나오지 예상하기 쉽지 않았습니다. 그렇게 안개 속을 걷는 것 같은 시기를 지나, 트리플라잇과 함께 임팩트를 정의하고 정리하는 작업을 하면서 한 단계씩 앞으로 나아갈 수 있었어요. 6개월이 지난 지금 그간의 작업 과정을 되돌아보면 결과물 만큼이나 그 과정에 큰 의미가 있던 시간이었어요.

**트리플라잇** — 그동안 많은 조직의 임팩트를 측정하고 도출하는 과정에서 느낀 점은, '임팩트'에 대한 고민의 깊이에 따라 과정과 결과가 달라질 수 있다는 것이예요. 우리 조직이 왜 존재하고, 어떠한 변화를 추구하는지, 설립 때부터 고민의 깊이가 다른 곳은 임팩트 정의도 촘촘하게 이뤄지고 측정 과정을 통해 느낀 점을 전략에 반영하며, 한 단계 도약하는 변화를 이뤄냅니다. 지난 3월 24일, 아름다운가게로부터 '20주년을 맞아 아름다운가게 사업을 임팩트 관점으로 평가, 측정하여 시민들과 소통하고 싶다'는 연락을 받았어요. 저희 구성원 모두 '아름다운가게와 함께 임팩트를 고민하는 과정이 기대가 된다'며 '꼭 함께하고 싶다고 입을 모았죠(웃음).

## 02. 임팩트 정의하기

**트리플라잇** — 이번에 임팩트를 함께 정의하는 과정에서 아름다운가게는 정말 특별한 조직이라고 느껴요. 대부분의 조직들이 해결할 한 가지 문제에 집중해 전략을 세우고, 임팩트 측정 결과에만 주목하곤 하죠. 반면, 아름다운가게는 '시민참여'를 통해 우리 사회의 다양한 문제를 해결할 수 있는 방법에 주목하고 이러한 과정을 중요하게 생각해요. 그래서 아름다운가게가 궁극적으로 지향하는 변화상을 더욱 선명하게 그려보고 이와 연결되는 임팩트를 구체적으로 측정하고 싶었습니다. 실제로 여러차례 진행된 아름다운가게와의 부서별/TF 변화이론 워크숍에서도 이러한 고민과 가치를 담은 수백여 개의 포스트잇이 모였어요. 궁극적으로 바라는 변화상을 그리는 과정에서도 '국민의 90% 한달 내 윤리적 소비 경험해, '물품 기부가 당연한 사회, '신상품보다 재사용·재활용이 먼저 고려되는 문화' 등과 같은 목적인 고민이 담겼습니다. 임팩트를 정의하기 위해 모든 질문과 의견을 항상 귀담아 듣고 함께 고민하시는 모습이 인상적이었습니다. 이렇게 변화이론 워크숍을 통해 지속성, 확산성, 자발성이라는 3가지 키워드로 우리가 '함께' 나누고 순환해야 하는 이유를 함께 찾아갔습니다.

**아름다운가게** — 저희도 변화이론(ToC)을 기반으로 임팩트를 정의하는 과정이 가장 기억에 남아요. 아름다운가게 활동 초기에 경험했던 '꿈돋움대회'에 대한 그리움이 있었는데, 이를 재현한 듯한 작업 과정이 특히 인상적이었습니다. 부서별 임팩트 워크숍을 통해 우리가 그리는 미래와 현재 업무에 대한 아이디어를 모으고 종합해나가는 과정이 제가 기억하던 모습과 같았기 때문이에요. 특히 목적부서도 아니고 시민참여의 접점이 있는 부서는 아니지만 각 팀의 역할에서 가게의 미션을 달성하기 위해 팀의 목표를 가지고 성과를 달성해나가는 지원부서의 워크숍은 내내 저에게도 많은 울림을 주는 시간이었습니다. 어떤 숫자로 성과를 얘기하기는 어렵지만 '유리알과 같은 투

- ① 모바일사업본부의 워크숍 현장에서 도출된 의견들이 형형색색의 포스트잇에 담겼다.
- ② 업사이클링팀의 워크숍 현장.
- ③ 아름다운가게 TF와 트리플라잇이 워크숍을 통해 2차 정리한 변화의 흐름.
- ④ 아름다운가게 TF와 트리플라잇이 함께한 변화이론 워크숍 현장. 이날 팀별 워크숍 결과를 취합해 논리구조를 연결하는 작업을 가졌다.



명한 조직(재무제표)", "가게의 가치를 비주얼로 잘 보여주는 것" 등 구성원의 고민과 열정을 느낄 수 있는 부서의 성과들을 이야기하며 가게 구성원의 한사람으로서 자긍심을 가질 수 있었습니다.

TF 회의와 팀별 워크숍을 진행하는 과정에서 다양한 현장의 간사님들께 배울 수 있는 점이 많았고, 특히 포스트잇에 다 담기는 어려운 워크숍 현장의 분위기와 소통의 따뜻함은 앞으로도 아름다운가게의 활동가로 일하는 원동력이 될 것 같습니다.

## 03. 변화이론 도출하기

**트리플라잇** — 그동안 아름다운가게가 우리 사회에서 어떤 역할을 해왔고, 어떠한 변화를 이뤄왔는지 궁금했어요. 이번 기회에 아름다운가게 간사님들과 함께 변화이론을 도출하는 과정에서 과거 20년과 현재, 그리고 미래 방향을 함께 그려보는 뜻깊은 시간을 가질 수 있었습니다. 변화이론은 조직의 사업이나 프로젝트가 어떻게 임팩트(Impact), 즉 변화로 이어지는지 설명하는 방법입니다. 임팩트를 달성하기 위한 청사진(Blueprint)을 조직원과 함께 구조화하고 합의하는 과정이 매우 중요하죠. 특히 최근 아름다운가게에서 그린임팩트팀을 신설하고 환경에 미치는 긍정적 영향을 확산하고 있기에, 이러한 환경 성과를 변화이론의 논리구조 상에서 어떻게 연결할지도 고민이었습니다. 많은 논의 끝에 아름다운가게가 다양한 참여의 경로를 통해 사람과 사람, 사람과 자연이 공존하는 세상을 만든다는 존재이유(Purpose)를 중심으로, 인과관계를 구조화하고, 여기에서 비롯된 환경적 파생 성과를 연결하기로 했습니다.

**아름다운가게** — 실제로 변화이론 도출 과정은 아름다운가게가 서로 엮인 그물코처럼 '관계'의 관점으로 세상을 바라보며, '함께'라는 원동력으로 다양한 문제를 마주해온 철학이 '참여'라는 변하지 않는 핵심원리의 중요성을 알 수 있는 시간이었어요. 특히 전사 팀별 워크숍은 아름다운가게가 꿈꾸는 사람과 사회, 그리고 환경이 함께 공존하는 그물코 세상을 더 다양하게 상상하고 나누는 무엇보다 의미미한 과정이었죠. 처음 시도한 아름다운가게의 변화이론 도출 과정이 가게 내/외부 참여자들에게는 '참여와 실천의 변화'를 구체화하며, 가시화함과 더불어 함께하기에 상상할 수 있는 '변화가가능성'을 모두에게 전달하는 중요한 시간이었습니다. 아름다운가게의 변화이론은 현재진행형입니다. 현재의 변화이론이 20년의 수많은 시도를 담아내기에 부족함이 있을 수 있습니다. 언젠가부터 텃밭이라 익숙해지고, 장바구니가 당연해진 것과 같이, 변화는 천천히 스며듭니다. 아름다운가게는 한 사람 한 사람이 누구나 쉽게, 일상에서 참여와 실천이 가져오는 변화 가능성을 경험하며 더 나은 세상을 꿈꿀 수 있도록, 변화이론을 지속적으로 업데이트하고 이해관계자와 소통하려 해요."

## 04. 임팩트 측정 설계하기

**아름다운가게** —— ‘모두 같은 것을 보는 것은 쉽다. 그렇기에 당신은 사진작가처럼 볼 수 있어야 한다’는 노스웨스턴대 행동연구학 교수 Noshir Contractor의 격언처럼, 아름다운가게가 지난 20년간 어떠한 사회적 가치를 창출하고, 사회에 얼마만큼 기여했는지, 모두가 함께 읽을 수 있는 연구 결과를 도출하고자 했습니다. 매년 발간해왔던 "참여와 나눔"이라는 연차보고서 이상의 성과정리에 도전하여 장기간의 데이터와 내외부의 관점 모두를 아우르는 결과물이 나오길 희망했고, 그 결과물이 시민들의 공감대 형성과 참여 확산에 도움이 되길 바라는 마음도 담아 이번 작업을 진행해 왔어요. 작업 과정에서 다양한 사료를 접하게 되었는데, 선배 활동가 분들이 얼마나 많은 고민과 다양한 시도를 했었는지가 새삼스레 와닿게 되었습니다. 그 중에는 지금 현실화되어 빛나고 있는 아이디어도 있었고 여전히 어려운 과제이지만 꼭 해낼 수 있길 바라고 있는 현재의 과제도 있었어요. 이런 고민과 성공, 실패의 경험들이 시간이 지나도 잊혀지지 않고 현재의 일상업무에 연속성을 갖게 해주는 작업이 바로 이번 임팩트 보고서 발간이라는 생각도 하게 되었습니다. 특히 이번에 정리한 체계에 따라 앞으로도 사업데이터를 누적해 간다면 20년 후에는 지금보다 더 다양하고 심도있는 분석도 가능할 것이기 때문입니다.

**트리플라잇** —— 아름다운가게의 20년 임팩트를 측정하는 과업이 저희에게도 큰 도전이었습니다. ‘2억개의 물품 순환’, ‘670만명에게 전한 나눔’과 같이 결과(Output) 중심의 숫자만으로는 아름다운가게의 가치가 충분히 표현되지 않는 것 같았어요. 부서별 간사분들 인터뷰, 변화이론 워크숍, TF 회의 등을 통해 기존에 미처 몰랐던 아름다운가게만의 강점과 가치를 계속 발견하게 되었거든요. ‘어떻게 하면 이러한 가치와 변화를 놓치지 않고 측정할 수 있을까’하는 고민으로 잠이 오질 않았어요. 고민 끝에 아름다운가게의 원동력은 나눔과 순환에 공감하고 함께하는 사람들이 곁에 있다는 점에 주목하기로 했어요. 하지만 시민의 인식과 행동이 어떻게 변화됐는지, 이를 측정할 수 있는 지표를 설정하는 작업이 난제였습니다. 특히 장기간의 변화를 보여주는 지표들이 많아, 활용할 수 있는 데이터도 부족한 상황이었죠. 이에 이해관계자들의 목소리를 직접 들어봄으로써 임팩트를 측정할 수 있는 린데이터(Lean Data) 방법론을 시도해 보기로 하고, 측정 지표에 기반한 핵심 질문들을 도출했습니다. 또한 이해관계자를 넘어 대중의 인식과 행동 변화 속에 아름다운가게가 어떠한 영향을 미쳤는지를 들여다보기 위해, 뉴스·SNS 데이터 약 25만건을 통해 공공의 제(Public Agenda)에서 다뤄진 나눔과 순환의 가치를 분석하게 됐습니다.

## 05 임팩트 측정하기

**아름다운가게** —— 대부분 업무를 할 때 무엇을(What) 할 지에 집중하고, 이를 우선적으로 요구하곤 합니다. 그리고 그 일을 어떻게(How) 해야하는지를 아는 수준에 도달하면, 타인의 인정을 받기에 더욱 수월하겠죠. 하지만 일을 하는 이유(Why)에 대한 고민과 이에 대한 해석이 뒷받침될 때, 더 나은 가치와 혁신을 만들어낼 수 있습니다. 아름다운가게의 20년 임팩트를 측정하는 과정에도 아름다운가게가 왜 존재하는지, 그 이유(Why)를 중심에 두었습니다. 아름다운가게의 가치에 공감하고 직접 만들어주신 수많은 참여자분들의 목소리 역시 측정의 근간이 되었습니다. 매장 매니저 활동 시절 한 참여자분이 가게에 자주 오다니 환경이나 미래에 대해 궁금해했다는 이야기를 들었을 때 굉장히 뿌듯함을 느꼈던 기억이 나요. 그때 보았던 변화란 결과가 아니라 과정의 측면이었다는 것을 이번 연구를 통해 다시금 인식할 수 있었습니다. ‘내가 그의 이름을 불러 주었을 때 그는 나에게로 와서 꽃이 되었다’라는 시구처럼 참여자분들의 변화는 보여지지 않는 무형의 가치라 어쩔 수 없는 것이 아니라 보여지게 만들 수 있도록 다양한 고민과 시도를 하고 싶어요.

**트리플라잇** —— 실제로 측정 과정에서 아름다운가게와 함께한 시민들이 아름다운가게를 얼마나 신뢰하고 애정하는지를 느낄 수 있었어요. 나눔과 순환의 실천 경험 등을 묻는 주관식 문항에 한 사람이 평균 103자를 적었고, 무려 1375자로 본인의 이야기와 아름다운가게에 전하는 격려의 메시지를 꼭꼭 눌러담았더군요. 아름다운가게가 지난 20년간 이해관계자 관리와 소통 체계를 잘 구축해왔기에 가능했던 일이라고 생각합니다. 실제로 아름다운가게를 통해 나눔·순환에 대한 시민의식이 성장했다는 이들이 99.6%에 달했고, 아름다운가게를 통해 재사용품을 구매한 사람의 75%가 같은 종류의 새 상품 구매를 하지 않았다고 답변했습니다. 아름다운가게를 만난 사람들이 SNS에 남긴 경험(약 11만건) 속에도 ‘버림’에서 ‘나눔’으로 변화되는 행동 트렌드가 확인됐습니다. 미디어 데이터 속에서도 ‘자주’, ‘오늘도’, ‘꼭’과 같은 키워드의 빈도가 높아졌고, ‘득템’ ‘쇼핑’과 같은 생활과 밀접한 주제가 함께 언급되며 나눔·순환의 문화가 확장되는 모습을 확인할 수 있었습니다.

## 06 임팩트 측정하기

**트리플라잇** —— 아직 저희에게는 3개월의 과정이 남아있습니다(웃음). 변화이론에서 도출된 단기·장기 성과(Outcome)를 기반으로 앞으로 아름다운가게가 관리할 수 있는 지표를 함께 도출하는 과정입니다. 나눔과 순환이 우리의 일상이 되어 더 나은 세상을 만드는 아름다운가게의 임팩트가 지속적으로 측정 및 관리될 수 있는 방안을 함께 고민하고자 해요. 20년이라는 세월이 쌓인 만큼, 아름다운가게와 함께한 사람들도 수백만, 아니 수천만명이 될 것입니다. 이러한 참여자들의 목소리를 쉽고 정확하게 들을 수 있는 전략이 연결된다면, 더 많은 사람들이 이러한 변화를 체감하게 되지 않을까요. 지난 6개월간 아름다운가게와 함께하면서 저희도 달라졌습니다. 추후 아름다운가게에 재사용품을 기증하기 위해 물품을 깨끗하게 사용하고, 더 자주 재사용나눔가게에 찾아가는 등 ‘함께 아름다운가게’ 하게 됐습니다. 아름다운가게를 통한 20년의 변화가 20배, 200배 확산되길 응원합니다.

**아름다운가게** —— 가끔 일상의 업무에 치여 서로 갈등하는 순간이 오거나, 업무성과가 실망스러운 순간이 오더라도, ‘이렇게 아름다운 고민을 하는 사람들과 함께라면 못할 일이 없겠구나’라는 희망이 정말 오랜만에 차올랐던 날들이었습니다. 무엇보다 임팩트 측정과 보고서 발간을 위해 힘을 모아주신 많은 간사님들께 감사드려요. 아무쪼록 이번 임팩트 측정 연구 결과가 지난 20년간 아름다운가게를 이끌어주시고 지지해주시고, 앞으로도 함께 변화시켜주실 다양한 참여자분들의 헌신과 노고를 선명히 그려냈기를 바랍니다. 아름다운가게가 지난 20년간 성장해 오면서 매장의 숫자와 함께 상근활동가의 숫자도 지속적으로 증가하고 있어요. 창립 초기의 시민활동으로서의 아름다운가게를 기억하며 함께 하시는 분들도 있고, 사회적 기업으로서의 정체성을 기대하며 활동하시는 분들도 있죠. 다양한 활동가와 참여자들에게 아름다운가게는 시민참여 생활문화운동 단체인 동시에, 환경적 지속가능성을 지키는 친환경 비즈니스 기업입니다. 창립 20주년을 맞아 임팩트를 돌아보고 정리했던 이번 과정은 아름다운가게가 지향하는 변화의 방향을 정리해 보는 시간이었으며, 우리의 정체성과 미래를 고민할 수 있는 시간이었습니다. 이를 통해 아름다운가게가 지향하는 변화와 미래를 보다 선명하게 바라보며, 다음 20년을 향해 가는 또 다른 시작이 될 것으로 기대합니다.



트리플라잇은 사회에 긍정적인 영향력을 확대하고자 하는 조직이 임팩트 관점의 전략을 내재화하고 확산할 수 있도록, 임팩트 측정·관리·커뮤니케이션 솔루션을 제공하는 전문기관입니다. 트리플라잇은 모두가 임팩트를 중심으로 의사결정하고 지속가능한 미래를 만들어가는 세상을 꿈꾸며, 이슈&임팩트 데이터, 임팩트 KPI 지표 라이브러리, 임팩트 관리 및 커뮤니케이션 가이드라인 등 다양한 솔루션을 제공하고 있습니다. (www.triplelight.co / impact@triplelight.co)



내 가족만 아니라 어려운 이웃을 위해 작은 실천으로 따뜻한 세상  
내 물건이 아닌 모두의 물건이라는 생각으로 자원순환이 이루어 지는 세상  
내 자손들이 맘 놓고 살수있는 깨끗한 세상  
내 주위를 둘러보고 사랑을 주고 받는 세상  
내 행동이 어떤 영향을 미치는지 한번 더 생각하는 세상  
내가 가진걸 나누는 세상  
내가 누렸던 아름다운 지구를 다음 세대들도 누리는 세상  
내가 베풀 수 있고 나눌 수 있는걸 나누는 세상 그래서 고마운 세상  
내가 사용하는것들이 자연이 해가 되지 않도록 노력하는 습관과 관심이 있는 세상  
내가 사용할 수 있는 제품을 나눔하는 세상  
내가 잘 사용한 물품이 필요한 이에게 팔고구 가는 세상  
내가 필요 없는 물건을 필요로 하는 사람이 있다는 것을 알아 깨끗이 사용하고 나누는 세상  
내가 행복한 세상  
내가 필요치않은물건이 나눔 순환되어 지구를살리어서 후대들이 건강하게살수있는 세상  
내게 필요 없는 상품이 남에게는 소중한게 쓰이는 세상  
내게 필요없는 물건이 다른 사람에게는 요긴하게 사용될 수 있다는 순환의 인식으로 물건들을 소중하고 깨끗하게 다루는 사람들이 많아지는 세상  
내쓰레기가 없는 친환경 제품들로만 이루어진 세상  
내집처럼 내가족처럼 환경을 이웃을 아끼는 세상  
너무 이 버려지는 물건들의 재활용되는 세상  
넉넉함 · 풍성한 · 그리움과 정으로 서로 관심 주는 세상  
누구나 깨끗한 자연을 누릴 수 있는 세상  
누구나 어렵지 않게 나누고, 다시 쓰고, 꼭 필요한 것을 사는 것이 자연스러운 세상  
누구나 일회용품 대신 포장용기에 담아가는 세상  
누구나 재활용품을 사용하는 세상  
누구나 편하게 이용하는세상  
누구도 소외되지않는 세상  
누구에게나 필요한 물건이 경제적 약자들에게도 공유되는 세상  
누군가에게는 필요한 물품을 기부하며 서로에게 정을 더불어 줄 수 있는 좋은 세상  
뉴스 등에서 긍정적인 환경 변화가 점점 더 많이 확인되는 세상  
다 같이 한 세상  
다 행복한 세상  
다같이 사는 세상  
다같이 행복한 삶을 사는 세상  
다같이 행복한 세상  
다른 사람들, 환경을 진심으로 배려하는 세상  
다른 사람의 물건을 재 사용한다는 것을 불편하게 생각하지 않는 세상  
다른 사람의 어려움을 돌아보는 사람이 많은 세상  
다시쓰는 세상  
다음 세대를 생각하고 주변을 둘러볼 줄 아는 세상  
다음 세대를 생각하는 세상  
다음세대에 부끄럽지 않은 깨끗하고 건강한 세상  
다음세대에게 깨끗한 환경을 물려줄 수 있는 세상  
다함께 누릴 수 있는 좋은 세상  
대기업에서 물건을 제작할 때부터 100% 재활용이 가능할 수 있게 의무적으로 만들어야 하는 세상  
대기업이 먼저 과대포장과 과잉생산을 줄이는 세상  
대량생산되고 가볍게 입고 버려지는 옷들이 줄어드는 세상  
대체품을 만들어 사용하는 세상  
대형마트에서도 용기를 가져가서 내용물만 구입할수 있는 세상  
더 많은 사람이 내가 아닌 어려운 이웃들을 위해 기꺼이 희망의 손길을 내미는 세상  
더 이상 새것에 대한 욕망이 없고, 다시 쓰는 것이 자연스러운 세상  
더 많이 서로 나누고 도움을 줄수있는 세상  
더불어 사는 더 나은 세상  
더불어 사는 따뜻한 세상  
더불어 사는 세상  
더불어 살아가는 세상  
더불어 잘 사는 세상  
더불어 함께 사는 세상  
더불어 함께하는 세상  
더불어가는 세상  
더불어행복한세상  
더이상 재활용이 필요 없는 세상

도와 주면서도 생색내지 않는 겸손한 세상  
도와달라고 하면, 누군가는 도와줄 수 있는 세상  
도움을 나누는 세상  
도움을 주고 받는 것이 자연스러운 세상  
도움을 주고 받는 아름다운 세상  
도움을주는세상  
도움의 손길을 위한 시스템이 더욱 투명해서 소외계층 구석구석을 다 찾아가 도울 수 있는 세상  
도움의 손길이 필요한분들에게 도움이되는세상  
도움이 필요하면 주변에서 도와줄 수 있는 세상  
도움이 필요한 분들에게 도움이 되는 세상  
도움이 필요한 사람이 쉽게 손을 내밀 수 있는 세상  
도움이 필요한 이웃에게 기꺼이 손을 내밀어주는 세상  
도움이 필요한 이웃을 위해 함께 고민하는 세상  
도움의 손길이 필요한 분들이 살아갈 힘과 용기를 얻는 세상  
돈이 먼저가 아닌, 마음이 먼저인 세상  
돌고도는 세상  
돌봄이 필요한 사람들을 위해 경쟁할 수 있는 세상  
돌봐주고 양보하고 위로해주는 세상  
동네마다 아가매장을 중심으로 모이고 소통하는 세상  
동물 포함 모두가 마음 편히 지낼 수 있는 세상  
동물과 사람이 사는 깨끗한 세상  
동물들이 인간에 의해 희생되지 않는세상  
되도록 재사용할수있는물품이 많아졌으면하고 어려움에 처한분들에게 도움의손길을 주는세상  
따뜻한 세상  
따뜻하고 깨끗한 세상  
따뜻하고 살기좋은 세상  
따뜻한 세상  
따뜻한세상  
로컬푸드, 토종음식을 먹는 세상  
리사이클 세상  
리사이클을 실천하는 세상  
리싸이클링이 생활화된 세상  
리필할수 있는 매장이 마음마다 있어서 제로 웨이스트하기 좋은 세상  
마스크 쓰레기가 더 이상 나오지 않는 세상  
마스크 없는 세상  
마스크벗을수있는세상  
마음과 마음이 배려하고 하나되는 세상  
많은 것들이 가능해지는 세상  
많은 사람들이 물건 재활용에 전문가가 되는 세상  
많은 사람이 기부와 나눔을 자연스럽게 익숙하게 일상에서 실천할 수 있는 세상  
많이 갖지 않아도 불편하지 않고 충분한 세상  
맑고 깨끗하고 즐겁고 행복한 세상  
맑은 공기 쾌적한 환경이 있는 세상  
맑은 공기 푸른 하늘이 있는 세상  
맑은 세상  
매장이 지역사회의 마지트가 되고 서로 돕고 물건과 재능이 순환되는 세상  
멀쩡한 물건들이 버려지는 것이 없는 세상  
멀쩡한 물건들이 버려지지 않는 세상  
멀쩡한 물건이 쓰레기통으로 가지않는 세상  
멀쩡한 세상  
모두 다같이 잘(물적 정신적)사는 삶의 만족도가 높은 세상  
모두 환경과 이웃에게 관심 가지는 세상  
모두가 건강하고 아름답고 행복한 세상  
모두가 건강한 세상  
모두가 기후위기를 심각하게 받아들이고 세상을 바꾸는 목소리를 내는 세상  
모두가 나눔과 배려를 실천하는 세상  
모두가 남들은 모르는, 나만 아는 선행을 하루에 1개씩 실천하는 세상  
모두가 동등하게 과하지도 부족하지도 않게 더불어 사는 세상  
모두가 불필요한 일회용품 사용을 줄이고 철저히 분리수거하는 세상  
모두가 사회문제에 함께 귀 기울이는 세상  
모두가 서로에게 자원 뿐 아니라 마음을 나눌 수 있는 따뜻한 세상

모두가 쓸만큼만 필요한 것만 사는 물자가 과하게 넘치지 않는 세상  
모두가 아나바다를 실천하는 세상  
모두가 웃고, 만약 우는이가 있으면 모두가 나서서 도와주는 세상  
모두가 잘 사는 세상  
모두가 재활용을 실천하는 세상  
모두가 지구환경을 생각해서 프라스틱사용자제하고 물건 아껴쓰고 나눔하는 세상  
모두가 차별받지 않는 세상  
모두가 친환경을 실천하는 세상  
모두가 텀블러를 들고 다니고 포장용기를 가지고 다니는 세상  
모두가 편한 아름다운 세상  
모두가 평화로운 세상  
모두가 풍족하고 쓰레기가 적은 행복한 세상  
모두가 하나를 사더라도 재활용을 생각하며 사는 세상  
모두가 행복해 하는 세상  
모두가 환경을 생각하며 소비하기 구매에 신중해진 세상  
모두다 환경을 생각하는 세상  
모두를 생각하는 아름다운 소비가 이루어지는 세상  
모두모두 나누는 세상  
모두에게 공평한 기회가 제공되는 세상  
모든 것이 오래오래 사용되는 세상  
모든 것이 재활용되는 세상  
모든 곳에서 개인용기를 가져가서 포장해오는 세상  
모든 나눔과 순환으로 깨끗한 나라와 환경, 지구를 생각하는 세상  
모든 물건들이 용도에 맞게 끝까지 사용되어 지는 세상  
모든 물건들이 합부로 취급되지않고 소중히 여겨지는 세상  
모든 물건은 십년이상넘 오래오래 쓰는 세상  
모든 물건을 아껴서 쓰는 세상  
모든 물건이 100% 자연으로 돌아가 순환되는 세상 쓰레기를 만들지 않는 세상  
모든 물건이 순환되어 주고 받는 상생하면서 사는 세상  
모든 물건이 쓰레기가 아니라 재활용되면서 모든 환경이 깨끗하고 살기좋은 세상  
모든 물건이 재활용되는 세상  
모든 물품들이 환경을 생각하고 만든 물품들이 되는 세상  
모든 물품의 새주인을 찾아주는 세상  
모든 사람들이 낭비를 안하는 세상  
모든 사람들이 더불어 여유있고 행복한 세상  
모든 사람들이 일상생활 속에서 재활용이 아니 다용기를 이용하는 세상  
모든 사람들이 장바구니를 소지하고 다니는 세상  
모든 사람들이 장바구니와 텀블러를 들고 다니는 세상  
모든 사람이 나눔과 실천이 되는 세상  
모든 사람이 지구에 닥친 환경 문제를 인식하고 나부터 해결을 위해 행동하는 세상  
모든 상품들이 본연의 쓰임을 다할때까지 사용될 수 있는 세상  
모든 생물이 건강하게 살 수 있는 환경을 만드는 세상  
모든 소외 이웃에게 도움과 희망이되는 세상  
모든 시민들의 생활 속에 자연스럽게 나눔과 순환, 참여가 일상이 된 세상  
모든 생명이 저마다의 삶을 누릴 수 있는 세상  
모든 쓰레기들이 생분해가 가능해지는 물질들로 이루어져 건강한 지구가 되는 세상  
모든 이들이 낭비하지않고 필요한 서로에게 물건들이 잘 찾아가는 세상  
모든 이들이 존중받는 세상  
모든 자원에 대해 소중함을 일깨워주는 세상  
모든 자원이 재활용되는 세상  
모든 자원이 재활용되어 다시 쓰이고 에너지가 되는 세상  
모든 재활용품이 새롭게 변신해 쓰레기 없는 세상  
모든 제품을 깨끗하게 사용해서 필요한분과 어려운 이웃에게 나눔수있는 베품의 세상  
모든 존재가 존중받고 지속가능하게 더불어 살아가는 세상  
모든 포장 용기가 재활용되는 세상  
모든 포장용기가 자연분해되는 세상  
모든 포장용기가 자연친화적인 세상  
모든 포장용기가 재활용되는 세상  
모든 포장재가 써어서 자연으로 돌아가는 세상  
모든 플라스틱 포장재가 없어진 세상  
모든것이 필요한 세상  
모든사람들이 아름다운기계를 아는 세상  
모든사람이 함께 행복한 세상

모든용기가 친환경적으로 재활용 되는 세상  
모든이들이 재활용을 생활화 하는 세상  
모든이들이 서로서로 돕고 이해하며 더불어 같이 사는 세상  
모르고있는 어려운이웃을 도울수있는세상  
무관심이 없어지는 세상  
무분별한 생활쓰레기로 인해 동식물들이 피해를 안보는 세상  
무분별한 소비 보다는 가치있는 소비를 하는 세상  
무분별한 소비가 없는 세상  
무분별한 소비가 줄고, 필요최소주의로 만족할 수 있는 세상  
무분별한 소비로 죽어가는 자연생태계에 휴식을 되돌려 주는 나눔 세상  
무조건 유행을 따라하며 습관적으로 물건을 소비하는 습관이 없는 세상  
물건 재사용에 대한 처리과정을 한눈에 볼 수 있어서 안전하다는 것을 알고 있으며, 지역사회 나눔이나 판매 절차가 간편해서 굳이 비싼 물건을 상대적으로 지니지 않아도 되는 세상  
물건과 마음이 순환되는 세상  
물건기부로 나누고 비우면서 이웃사랑은 더해가는 세상  
물건은 빠르게 소비후 버리지 않고 주변과 나누고 아끼며 사용하는 세상  
물건을 버리기전, 물건을 사기전 여러번 고민하는 것이 자연스러운 세상  
물건을 사서 아껴쓰고 나눠쓰고 나눔받고 물건을 합부로 버리지 않아 자원을 순환하는 세상  
물건을 소중히 다뤄 내 물건을 자녀에게도 물려줄 수 있을만큼 재사용하는 세상  
물건을 아껴쓰는 문화가 있는 세상  
물건을 오래오래 귀하게 쓰는 세상  
물건을 재사용하는 행동이 당연한 세상  
물건을 재활용하고 과도한 세계품 생산을 줄이는 세상  
물건의 가치를 끝까지 사용하는 세상  
물건의 산더미에서 짐을 덜어내는 세상  
물건의 소중함과 귀함을 알고 쉽게 막 쓰고 버리지 않는 세상  
상대방의 소중함과 귀함을 알고 서로 응원하고 돕고 사랑하는 세상  
물건의 소중함을 갖고 과소비하지 않는 세상  
물건의 수명이 연장되어 잘 쓰여지는 세상  
물건의 순환을 통해 자연환경 뿐만 아니라 사회변화를 도모하고 시민의식의 성장과 풀뿌리 공동체 발전에 기여하는 세상  
물건이 내 영원한 소유가 아닌 잠시 쓰고 나눈다는 개념이 상식이 되는 세상  
물건포장시 비닐봉지 플라스틱 덜 사용해도 실만한 세상  
물품기증이 누구나 당연히 해야하는 일로, 일상적인 일이 되는 세상  
물품들이 각자 쓰임을 다할 수 있는 곳으로 찾아갈 수 있는 세상  
물품을 깨끗하게 사용하고 사용 후 활용가능한 물품들이 계속해서 순환되는 세상  
물품을 깨끗하고 소중히 다루고 향후에 이 물품을 다시 쓰는 사용자가 즐겁게 사용할 수 있도록 사용하는 세상  
미니멀 라이프가 고착화되어 환경이 깨끗한 세상  
개인의 사리사욕에 살지 않고 이웃과 함께 사는 동글동글한 세상  
미니멀하게 단순하지만 풍요롭고 단조롭지 않은 깨끗하고 맑은 세상  
미니멀한 사람이 인기있는 세상  
미래 세대를 위해 물건 사용을 최소화하고, 그 일환으로 나눠 쓰고 아껴 쓰는 태도가 우리 모두의 일상이 되는 세상  
민용이가는세상  
밀바닥부터 깨끗한 세상  
반찬을 싹대 용기 가지고다니는 실천 세상  
밝고 아름다운 세상  
배달용기도 일회용품이 아닌 세상  
배달음식 포장을 일회용품이 아닌 재활용 할 수 있는 용기로 변화되는 그런 세상  
배달음식등에 사용되는 포장용기와 테이크아웃 잔들이 재활용되거나 자연분해될 수 있어서 지구가 아프지 않은 세상  
배달이 일상이 된 세상에서 내것만이라도 제대로 처리하는 습관을 가지는 세상  
배달제품용기를 친환경용기로 전환하는 세상  
배려가 넘치는 세상  
배려와 나눔이 있는 세상  
배려와 친절이 있는 세상 나보다 남, 우리를 위한 가치가 민망하거나 오글거리거나 부끄럽지 않은 세상  
배려하고 정을 나누는 세상  
배려하는 깨끗한 세상  
배려하는 마음이 있는 세상  
배울 줄 아는 세상  
버려지는 것들이 줄어들과 자원이 쓰일때 맞게 쓰이는 세상  
버려지는 물건도 다시 한번 살펴보고 재활용하는 사람들이 많은 세상

버려지는 물건이 가치를 갖게되는 세상  
버려지는 물건이 없는 세상  
버려지는 자원이 없는 세상  
버려지는 제품들이 많이 줄어드는 세상  
버려지더라도 모든 버려지는 것이 재활용 되는 세상  
버리기 없는세상  
버리지 않는 세상  
버림보다 나눔으로 사랑과 자원을 지키는 세상  
보다 많은 이들이 보다 많은 것을 나누는 세상  
보육원 퇴소 청년들도 사회에 스며들어 독립적으로 조화롭게 잘 살아가는 세상  
복지의 사각지대 없이 도움이 필요한 분들에게 많은 나눔이 되는 세상  
봉사를 나눔할수있는 세상  
봉사활동을 통해 사회와 단절되지 않는 세상  
부유한 자와 빈곤한 자의 격거리가 차이나지 않는 세상  
부자와 빈자가 더불어 함께하는 세상  
부족하지도 넘치지도 않은 아름다운 세상  
북극곰이 자유롭게 뛰놀수 있는 그런 세상  
북극곰이 터를 다시 되찾게 되는 세상  
분리수거 배출량을 줄일수 있을지 개인과 기업이 서로서로 고민하여 건강한 지구를 만드는 세상  
분리수거 잘하고 환경을 생각하는 세상  
분리수거 잘하는 세상  
분리수거 제대로 잘하는 세상  
분리수거 철저히 깨끗한 우리 세상  
분리수거가 잘 되어 재활용이 많이 잘 되는 세상  
분리수거가 잘되는 거리가 깨끗한 세상  
분리수거를 제대로 하는 세상  
분리수거부터 제대로 하는 세상  
분리수거한것들이 제대로 처리되었으면 하는 슬기로운 세상  
불우이웃이란 말이 없는세상  
불우한 이웃을 외면하지 않고 필요한 것을 나누는 세상  
불편함에 익숙해 지는 것이 자연스러운 세상  
불평등이 없는 세상  
불필요한 구매를 줄이고,서로 나누는 세상  
불필요한 물건을 구매하지 않고 물건이 제 가치를 다 하고 버려지는 세상  
불필요한 물건을 덜 구매하고 절약하는 세상  
불필요한 물건을 사지 않고 편리함을 찾기보다 불편하지만 내손으로 직접하는 세상  
불필요한 쓰레기 없는 세상  
불필요한 쓰레기를 만들지 않는 세상  
불필요한 일회용기 사용을 줄일수 있는 세상  
불필요한 일회용품 없는 세상  
불필요한 포장은 최대한 줄이고 친환경재료로 만든 생활용품이 보다  
보편화되고 생활화되는 세상  
불필요한것이없는 행복한 세상  
비교하지 않고 주어진 것에 감사하며 가진 것을 서로 나누는 부족함이 없는 세상  
비닐 과다사용과 포장용기를 줄이는 세상  
비닐 플라스틱 사용이 금지된 세상  
비닐봉지, 종이컵등 일회용품 없는 세상  
비닐봉지가 사라지는 세상  
비닐봉지가 없는 세상  
비닐없는 세상 이웃과 더불어 행복한 세상  
비닐팩이 없는 세상  
비용과 나눔을 통해 환경 문제가 해소되는 세상 소외된 이웃이 없는 세상  
빈곤이 사라진세상  
빈곤이 없는 세상  
빈부격차가 거의 없이 모두가 편리하게 사람답게 사는 세상  
사람들의 욕심들로 아름다운 지구를 더이상 오염되지 않도록 지키는 세상  
사람들이 더 이상 이기적으로 나만의 편의를 위해 살려고 하지 않는 세상  
사람사는 세상  
사람에게만 편한 세상이 아닌 다 함께 살아가는세상  
사람을 위한 세상  
사람이 소외되고 고립되지 않으며, 그러한 사람이 잘 살아가 수 있는 외부 환경이 조성된 세상  
사람이 아름다운 세상  
사람이 지구환경에 해를 끼치지 않는 세상

사랑과 나눔이 가득한 아름다운 세상  
사랑에 나눔을 더해서 더 따뜻한 세상  
사용가능한 물건을 단지 유행이 지났다는 이유로, 지겨워졌다는 이유로 버리는 일이 없는 세상  
사용하던 물품과 자원이더라도 그것이 버려지지 않고, 또 필요한 사람에게 지속적으로 전달될 수 있는 사회시스템을 갖춘 세상  
사용하던가전,남이 입었던옷을 버릴생각하지 않고 필요한사람에게 쓰일수있도록 기부하는 세상  
사용하지 않는 물건을 여러 사람과 나눌 수 있는 세상  
사용하지않는물건을 나누며 과생산되는 물건들이 줄어드는 건강한 세상  
사회빈곤층 여자아이들이 생리대살돈 걱정없이 사는 세상  
사회적 약자들을 외면하지 않고 그들의 이야기가 혐오나 편가르기로 묻히지 않는 세상  
사회적 약자를 장애인, 독거노인 등 소외계층에 국한하지 않는 세상  
살기 좋은 세상  
살만한 깨끗한 세상  
살맛나는세상  
상식이 통하는 세상  
상품들이 재활용되고 환경파괴가 덜한 깨끗한 세상  
새 물건 구매하기 전에 재사용품에 관심을 갖고 동참하는 세상  
새 물건 구입시 환경을 생각하는 세상  
새 제품이 버려지는 낭비가 줄고 서로서로 돕는 세상  
새로 사기 보다 이미 만들어진 재화를 적극 활용하여 환경을 보호하는 세상  
새로운 물건보다는 재활용의 가치를 알아봐주는 세상  
새로운 물건은 덜 만들고, 이미 생산된 제품을 소비하는 세상  
새롭게 재사용되는 물건처럼 사람도 다시 시작할 수 있는 용기와 희망이 넘치는 세상  
새상품 구입보다는 환경을 생각하고 이웃에게 도움을 주는 세상  
새상품 만들고 사는걸 많이 즐기고 재활용 리사이클을 이용하는 세상  
새상품 사용을 안하는 세상  
새상품못지않는 재활용품들을 사용하는세상  
새우 사는걸 망설이고 서로 나누고 또 쓰는 세상  
새의류생산이 줄어드는 세상  
새제품의 생산과 구매를 줄여 쓰레기 배출을 줄이는 세상  
생분해되는 재질로 오랫동안 사용할 수 있는 물건을 만들고 그런 물품만 소비하는 세상  
생산된 물품들이 사용 후 그대로 버려지지 않고 순환되는 세상  
생태 환경이 지속가능한 세상  
생태계 보호에 모든 시민이 공감하고 동참하는 세상  
생활 폐기물이 줄어들어 아이가 사는 미래에는 좀 더 나은 환경에서 살 수 있는 세상  
생활에서의 재활용부터 잘 실천하는 세상  
생활폐기물 문제가 잘 해결되는 세상  
서로 공감하고 소통하는 세상  
서로 관심을 더 가지는 세상  
서로 나누고 양보하는세상  
서로 나누는 세상  
서로 나누며 기부하는 따뜻한 세상  
서로 나눔을 통해 잘 사는 세상  
서로 나눔을 행복하게 생각하는세상  
서로 도와가며 상부상조 하는 세상  
서로 도와주며 행복한 세상  
서로 도우며 나눔을 가질수 있는 세상  
서로 도우며 살아가는 아름다운 세상  
서로 도움을 주고 받으며 모두가 활짝 웃는 세상  
서로 도움을 주고받는 이웃을 생각하는 세상  
서로 도움을 주는 세상  
서로 도움이 필요할 때 돕고 사는 세상  
서로 돌보는 세상  
서로 돕고 나누는 서로에게 친절한 세상  
서로 돕고 배려하는 세상  
서로 돕고 이해하는 세상  
서로 돕는 세상  
서로 마음에 여유를 가지고 배려하는 세상  
서로 믿고 살 수 있는 세상  
서로 부족한 부분을 채워주는 세상  
서로 사랑할수있는 세상  
서로 안쓰는 물건을 선입견없이 나눠쓰는 세상  
서로 양보하는 세상  
서로 용서하고 이해하고 양보하는 세상

서로 존중하고 물건들에게도 존중하고 폐기물 최소화 되는 세상  
서로 필요한 것들을 채워주면서 나눠기는 세상  
서로 행복해지는 세상  
서로 힘들때 도와줄 수 있는 세상  
서로가 기부와 나눔으로 연결되는 세상  
서로가 노력하는 포근한 세상  
서로가 도우면서 생활하는 세상  
서로가 믿고 살아갈 수 있는 세상  
서로가 배려하며 믿고 존중하는 세상  
서로가 서로를 따뜻하게 보듬어 줄 수 있는 세상  
서로가 서로에게 필요한 모든 것을 나누는 세상  
서로가 한번이라도 눈길을 주는 세상  
서로돕고 도움을 주는 세상  
서로돕고, 존중하는 세상  
서로돕는세상  
서로를 돌아보는 공유하는 세상  
서로를 배려하는 세상  
서로서로 도우며 행복한 삶을 살 수있는 세상  
서로서로 돕고 지내는 세상  
서로서로 부족함을 채워주는 세상  
서로서로 이해해주는 세상  
서로신뢰를가지고 관심을 쏟아 돌보는세상  
서로에게 경쟁하는 것이 아니 다름을 인정하는 세상  
서로에게 관심을 가지고 눈여겨 보는 세상  
서로에게 도움이 되는 세상  
서로에게 도움주는 세상  
서로에게 온기를 나누는 따뜻한 세상  
서로에게 필요한것을 나눌수있는 세상  
서로의 가치를 이해하는 세상  
서로의 안부를 묻는 세상  
선한 영향력이 나비효과 처럼 펼쳐지는 세상  
선한의지를 오해하지않는 세상  
세상 모든 사람이 자원활동가, 물품 기부자, 구매자가 되는 세상  
소비 지향적이지 않고 서로에게 마음을 나누어 줄 여유가 있는 세상  
소비가 나눔의 가치가 되는 세상  
소비를 지양하는 문화가 있는 세상  
소비할때 한번더 생각해보는 세상  
소외 되는 사람이 없는 세상  
소외 된 이웃이 없는 세상  
소외계층에게 희망과 기회를 마련해 주는 세상  
소외되는 사람없이 모두 행복한 세상  
소외되는 이웃이 없는 세상  
소외되는 이웃이 최소화되는 세상  
소외되는이 없이 함께하는세상  
소외된 계층에서 나눔에 손실 힘든 가정에 도움에 손길을 나누는 세상  
소외된 계층이 줄어들고 생활쓰레기를 줄여 아름다운 지구에서 대대손손 자연이 아름다운을 느끼며 사랑하는 마음으로 주변을 바라보는 세상  
소외된 모두에게 관심을 보이고 힘을 실어줄 수 있는 세상  
소외된 분들이 없는 세상  
소외된 사람들에게 관심과 도움을 주는 세상  
소외된 이들이 없는 아름다운 세상  
소외된 이웃 없이 지역사회 주민들이 함께 노력해서 누구나 다 행복해질 수 있는 세상  
소외된 이웃과 함께하는 세상  
소외된 이웃에 관심과 손실을 쏟는 세상  
소외된 이웃에게 희망이 된다면 심시일반하는 마음으로 서로 돕고 사는 세상  
소외된 이웃을 돌아보는 세상  
소외된 이웃을 배려하는 세상  
소외된 이웃이 도움 받을 수 있는 세상  
소외된 이웃이 서서히 사라지는 세상  
소외된이웃이 함께 살아가는세상  
소외받고 흔들리는 사람들이 없는 세상  
소외없는 평등한 세상  
소유보다는 베푸는 세상

소중한 자원을 모두 아끼고 활용되는 세상  
소통을통해 문제를 해결할 수 있는 세상  
손 때가 묻은 물건을 통해 자연과 또는 이웃간에 마음을 나누는 세상  
순쉬운 생활속 나눔참여가 편화되어 모두가 아름답게 연결되고 순환되는 세상  
순간의 편리보다는 환경을 생각하는 것이 당연하게 되는 세상  
순환매장을 이용하는게 자연스럽게 당연한 한 축이 된 세상  
순환세상  
순환으로 뜨거워 지는 지구를 지키는 세상  
순환으로 쓰레기가 줄어드는 세상  
순환자원을 통해 지구가 덜 아픈 세상  
순환하는 세상  
순환하는 아름다운세상  
순환하는 자연세상  
습쉬기 편한세상 ,서로 도우며 사는세상  
습쉬기편한 세상, 모두가 공존하는 세상  
쉽게 도움을 전하고 도움을 손길이 풍성한 세상  
쉽게 사지 않고 쉽게 버리지 않는 세상  
시대를 앞서가는 아름다운 세상  
쓰레기 또한 나오지 않고 더 이상 환경이 파괴되지 않는 세상  
쓰레기 버리는 것을 조심하는 세상  
쓰레기 분리수거를 잘 처리 하는 세상  
쓰레기 양을 줄여 오염없는 세상  
쓰레기 없는 깨끗한 세상  
쓰레기 없는 세상  
쓰레기 없는 세상 버려지는것 없이 나누는 세상  
쓰레기 없는세상  
쓰레기 제로 세상  
쓰레기 줄이는 세상  
쓰레기, 탄소 배출이 0이 되는 세상  
쓰레기가 나오지 않는 세상  
쓰레기가 많이 발생하지 않는 세상 필요한 것만 구입하는 세상  
쓰레기가 없고 모두 재활용되는 세상  
쓰레기가 없는 세상  
쓰레기가 없는세상  
쓰레기가 자원인 세상  
쓰레기가 재활용 잘 되는 세상  
쓰레기가 적어지는 세상  
쓰레기가 적어지는 세상, 자연 순환이 잘 이루어지는 세상  
쓰레기가 적은 세상  
쓰레기가 점점 줄어드는 세상  
쓰레기가 줄어드는 세상  
쓰레기가 줄어든 세상  
쓰레기가 줄어들고 커피는 일회용대신 텀플러를 사용하고 필요한 사람에게 나누며 기부하는 세  
상  
쓰레기가 줄어들고, 환경이 깨끗해지는 세상  
쓰레기가 줄어들어 깨끗하고 청결한 세상  
쓰레기가 줄어들어 지구가 아프지 않는 세상  
쓰레기가 줄어들어 쾌적한 세상  
쓰레기가 지금보다 절반으로 줄어드는 깨끗한 세상  
쓰레기가 최소화 되는 세상  
쓰레기는 없고 물건을 빌려주고 빌려서 사용하는 것이 거침이 없는 그런 세상  
쓰레기라는 단어가 잘 사용되지 않는 세상  
쓰레기로 몸살 앓는 지역이 줄어들 세상  
쓰레기로 인해 동식물이 죽거나 피해를 입지 않는 세상  
쓰레기로 인해 사람도 동물도 자연도 불쾌하지 않는 세상  
쓰레기를 만들어내지 않는 사람이 많아지는 세상  
쓰레기를 만들지 않는 세상  
쓰레기를 버리지 않는 세상  
쓰레기를 함부로 버리지 않는 세상  
쓰레기봉투에 실명제가 붙는 세상  
쓰레기산'이라는 단어가 세상에서 사용되지 않을 깨끗한 세상  
쓰레기섬이 없는 세상  
쓰레기없는 깨끗한 세상  
쓰임 없이 버려지는 물건이 없는 세상

쓰임이 있는 곳에 나눔을 할 수 있는 이웃, 지구온도 줄이기를 실천할 수 있는 세상  
쓰지 않는 물품 기부로 나눠 쓸수 있는 세상  
쓸 수 있는 것들을 나누는 세상  
쓸 수 있는 물건은 조금이라도 재활용을 하는 세상  
쓸만한 물건이 버려지는 일이 거의 없이 서로 나누는 세상  
쓸모있는 물건을 함부로 버리지않고 재활용하는것이 가치있게 인정되는 세상  
아껴서 깨끗한 지구를 지키는세상  
아껴쓰고 나누는 세상  
아껴쓰고 나눠쓰고 바꿔쓰고에 익숙한 세상  
아껴쓰고 나눠쓰는 세상  
아껴쓰고나눔하는세상  
아껴쓰는 세상  
아끼고 사랑하는 삶의 실천으로 서로가 오래 건강한 세상  
아빠다 세상  
아빠다 아껴쓰고 나눠쓰고 다시쓰는 환경과이웃을 생각하는 더 깊고 넓게보는세상  
아빠다 운동이 다시 부활한 세상  
아빠다 운동이 전국민 모두 실천하는 습관이 되는 세상  
아빠다 하는 세상  
아빠다(아껴쓰고 나눠쓰고 바꿔쓰고 다시쓰)세상  
아빠다가 숨쉬듯 당연하게 일상화되는 세상  
아빠다가 실천되는 세상  
아빠다가 활성화 된 세상  
아빠다를 생활화하는 세상  
아빠다의 모습이 부끄러움이 아닌 자연스런 일상이 되는 세상  
아빠다의 세상  
아빠다하는 세상  
아빠다한 세상  
아름다운가게가 필요 없는 세상(버려지는 물건이 없는) 이웃에서 좀 더 관심을 갖고 너그러워지는 세상  
아름다운 나눔이 전염되는 세상  
아름다운 세상  
아름다운 자연이 있는 세상  
아름다운 자연환경이 더 오래오래 보존되어 자손 대대로 행복하게 즐기는 세상  
아름다운 지구 환경에 기여하는 세상  
아름다운 환경을 유지하는 세상  
아름다운가게 운동에 이웃이 다함께 같이 참여하고 기쁨과 슬픔을 함께 하는 세상  
아름다운가게가 좀 더 많아지고 그 문화가 확산되어 개인간에도 중고장터가 상시적으로 많이 열리는 세상  
아름다운가게를 아름답게 유지시켜주는 세상  
아름다운가게와 같은 단체가 더이상 필요하지 않은, 일상이 나눔과 순환인 세상  
아름다운세상  
아무리 힘들어도 함께 손을 잡으면 행복해지는 아름다운 세상  
아이들에게 멋진 세상  
아이들에게 물려줄 만한 세상  
아이들이 나눔과 순환을 통해 마음이 따뜻한 사람으로 자라날 수 있는 세상  
아이들이 마음 편히 숨쉴수 있는 세상  
아이들이 물건의 소중함을 아는 세상  
아이들이 밝고 맑고 건강하게 자랄수 있는 멋진 세상  
아이들이 배고프지않은 세상  
아이들이 행복한 세상  
아이들이 환경오염으로부터 자유로울 수 있게 되는 세상  
아이들이행복한세상  
아직 수면에 떠오르지 않은 사각지대에서 소외된 이웃이 관심받는 세상  
안쓰는 물건은 기부해서 필요한사람이 사용할수있는 기부문화가 정착되는 세상  
안쓰는거 나눠쓰는 세상  
안전한 세상  
안전한 주거 공간에서 '행복'을 느끼는 사람들이 더 많아지는 세상  
알뜰한 세상  
야생동물에게 피해를 덜끼치고 사는 세상  
약자들을 보호해주고 너그럽게 봐주는 세상  
어느 누구도 배제되지 않는 세상  
어디서나 숨 쉴수 있는 세상  
어떤 물건을 살때 좀 더 신중한 세상  
어떤 이에게는 필요하지 않은 물건이 버려지지 않고 필요하 다른 사람에게 전달되는 세상

어떤 행동 (구매,소비,폐기)를 할 때 조금이나마 지구와 환경과 더 넓은 세상을 위해 조금씩 자제 하는 세상  
어떤물건이든 소중히 쓰여질수 있는 세상  
어려운 분들도 좋은 제품 쓰는 세상  
어려운 사람들을 잘 찾아서 돕는 세상  
어려운 아이들을 도와줄수 있는 손길이 많은 세상  
어려운 이웃과 상생을 몸소 실천하는세상  
어려운 이웃과 서로서로 소통 하며 돕고 사는 세상  
어려운 이웃과 소통하고 나눌 수 있는 세상  
어려운 이웃들을 자발적으로 도와주는 세상  
어려운 이웃들이 많이 없어지는 세상  
어려운 이웃들이 웃을수 있는 세상  
어려운 이웃에게 나의 것을 나눠줄 수 있는 세상  
어려운 이웃에게 너그럽게 도움주는 세상  
어려운 이웃에게 도움을 주는 세상  
어려운 이웃에게 도움을 줄 수 있는 세상  
어려운 이웃에게 도움이 손길을 주는 세상  
어려운 이웃에게 도움이 되고 베퉴수있는세상  
어려운 이웃에게 많은 도움이 되어 모두가 행복하고 따뜻한 세상  
어려운 이웃을 도와주는세상  
어려운 이웃을 돌아보는 세상  
어려운 이웃을 살피 주는 세상  
어려운 이웃을 한번더 돌아보며 살필 수 있는 따뜻한 세상  
어려운 이웃의 존재를 인지하고 함께 도우며 살아가는 것이 당연해지는 세상  
어려운 이웃이 스스로 삶을 포기하지 않는 세상  
어려운 이웃이 있다면 도움이 손길을 함께하는 세상  
어려운 이웃이 적절한 도움을 받을 수 있는 세상  
어려운 이웃이 좀 더 도움을 쉽게 받을 수 있는 세상  
어려운이웃이 없는 세상  
어려울때 주위에서 쉽게 다가갈수 있는 세상  
어려움 있으면 도움을 요청할 수 있는 세상  
어려움에 따뜻한 손길을 주는 세상  
어려움에 처한 이웃을 그냥 지나치지 않는 세상  
어려움에 처한 이웃의 사각지대가 사라지는 세상  
어려움에 처했을 때 숨기는 것보다 도움을 요청하고 함께 헤쳐나가는 것이 당연한 세상  
어려움에처한이웃을도와주는세상  
어려움이 생기면 자발적으로 도와주는 세상  
어려움이 있는 이웃에게 도움이 손길을 주는 세상  
어렵고 소외된 환경속에서 생활하시는 분들과 더불어사는 세상  
어린이들도 재활용을 아는 세상  
어린이들이 조금어른같지않고 자연에 관심이 많아지는세상  
어제도 오늘도 내일도 행복한 세상  
엷혀있는 세상  
업사이클링으로 더욱 깨끗한 세상  
업사이클이 생활화되고 분리수거장어 소재창고가 되는 세상  
에너지가 최소한으로 사용되는 세상  
에너지와 후손들 삶을 걱정하지 않아도 되는 세상  
에너지절약이 자연스러운 세상  
열악한 환경에 처한 사람들의 필요를 기꺼이 채워주는 세상  
열집과 나누고 돕고 동네의 소식들을 잘 알 수 있는 세상  
오염되지 않고 쾌적한 환경이 있는 세상  
오염없는 청정한 세상  
오존층 파괴가 줄어 지구가 병들지 않은 세상  
온정을 나누는 세상  
욕심으로 갱여두는 것이 없어지는 세상  
욕심을 내려놓고 다같이 잘 사는 세상  
용기내는 이에게 응원박수 보낼수있는 여유있는 세상  
용기를 낼 때 용기가 필요없는 세상  
우리 다음 세대에게 물려 줄 지구 환경이 지금보다 깨끗한 세상  
우리 동네에서 기부된 항목들이 도움이 필요한 가까운 이웃에게 얼마나 혜택이 돌아가는지 보고 느낄 수 있는 그런 아름다운 세상  
우리 모두가 쓰레기 없는 길거리를 걸을 수 있는 세상  
우리 아이들에게 조금은 덜 오염된 깨끗함을 남겨주는 세상  
우리 아이들이 깨끗하게 숨쉴 수 있는 세상

우리 아이들이 깨끗하고 건강한 지구에서 살아가는 세상  
우리 아이들이 따뜻한 맘을 가지고 아울러 살수 있는 여유있는 세상  
우리 아이들이 살기좋은 세상  
우리 아이들이 힘들지 않고 아름다운 세상  
우리가 구입한 모든상품들이 최대한 환경오염을 최소화 할수있는 포장재와 재활용이 가능한 세상  
우리가 모르는 소외된 이웃들에 관심을 갖게 되는 세상  
우리가 사는 지구는 빌린 곳이고, 내 소중한 아이들에게 돌려주어야 할 귀한 타전이라고 인식하 는 세상  
우리가 사용하는 것들이 다시 활용되어 쓰임새를 더할 수 있는 세상  
우리가 살아가는 환경이 더 깨끗해지고 아름다워지는 세상  
우리가 함께 누리는 세상  
우리가 환경과 함께 더욱 친숙해질 수 있는 세상  
우리는 모두 연결되어 있다고 생각하는 세상  
우리의 자녀들이 지금보다 더 숨쉬기 편한 세상  
움켜쥐지 않고 아낌 없이 나누며 베푸는 세상  
웃고 따뜻하고 깨끗해지는 세상  
웃음이 많은 세상  
유행을 따라하지 않는 세상  
유행이 옷의 수명이 아니게 되는 세상  
이기적이지 않고 나와 남이 모두 함께 살 수 있는 세상  
이번 시즌의 유행이 사라지고, 본인만의 개성이 나타나는 패션이 곧 유행인 세상  
이상기후가 발생 하지않는 세상  
이웃(사물, 동식물까지)을 돕고 쓰레기를 자연히 줄고 지구를 위하는 세상  
이웃간에 교류가 많이 줄어든 세상이 되었는데 비대면으로도 도움을 줄 수 있는 세상  
이웃과 내가 서로좋은 윈윈하는세상  
이웃과 더불어 행복한 세상  
이웃과 소통을 하며 자연스러운 나눔과 기부과 이루어지는 공동체가 있는 세상  
이웃과 자연을 위한 마음과 행동이 모두의 일상속에 진심으로 가득담겨 버려지는 쓰레기들이 줄고 지구가 다시 살아가는 세상  
이웃과 지구환경에 대한 관심이 일상이 되는 세상  
이웃과 함께 나눔을 실천하는 세상  
이웃나라가 물, 음식 부족으로 고통에 처하지 않는 세상  
이웃에게 관심을 가지고 서로 도움을 주고 받을 수 있는 세상  
이웃에게 도움이 손길을 먼저 내밀어주는 세상  
이웃에게 도움이 되는 세상  
이웃에게 필요한 물건을 서로 바꿔가며 소통하는 세상  
이웃을 돕는 세상  
이웃의 문제에 무관심하지않고 환경의 문제가 내삶의 문제임을 인식하고 실천하는 세상  
이웃의 어려움에 민감하게 반응하고 적극 대처하는 세상  
이웃의 어려움에 바로 도움을 줄 수 있고 서로 도와가며 살 수 있는 세상  
이웃의 어려움이 내 일처럼 함께 느껴져 서로 돕는 세상  
이웃이 어려움에 처하면 공정 도움을 손길을 주는 세상  
이웃이 어려움에 처하면 돕고 함께 이겨내는 세상  
이웃이 어려움에 처하면 주위에서 공정 도움을 손길을 주는 세상  
이웃이 어려움에 처하면 주위에서 도움이 손길을 주는 세상 , 깨끗한 세상  
이웃이 함께 소통하며 나누는 세상  
이윤과 개발을 위해 동물의 타전을 훼손하지 않는 세상  
이익이나 댓가를 바라지 않는 순수한 도움의 손길이 많아지는 세상  
인간과 자연이 조화롭게 공존하는 세상  
인간도 지구의 한 부분임을 알고 순환을 실천하는 세상  
인간중심의 사고방식에서 인류가 환경과 공존하는 삶의 철학을 실천하는 아름다운 세상  
인종, 장애, 빈부격차가 없는 모든 사람들이 나눔을 실천하고 행동하는 그런 세상  
일년 내내 손난로처럼 따뜻한 세상  
일상의 편안함이 있는 세상  
일회용 사용을 금지하는 세상  
일회용 컵을 최소로 쓰는 세상  
일회용 플라스틱이 없는 세상  
일회용기 없는 세상  
일회용기가 없는 세상  
일회용기가 없어지는 세상  
일회용기가 줄어 바다동물들이 안다치는 세상  
일회용비닐백 사용이 없어지는세상  
일회용쓰레기가 범람하지 않는 세상

일회용용기 포장 제품을 소비자가 구매하지 않아서 그런 제품이 사라지는 세상  
일회용을 줄이는 세상  
일회용이 없어지는 세상  
일회용컵안쓰는세상  
일회용품 덜쓰고 좋은 재활용품이 늘어난 세상  
일회용품 사용 자제 텀블러, 손수건 사용이 많아지는 세상  
일회용품 사용을 더 줄이고 분리배출 제대로 하는 세상  
일회용품 사용을 자제하고, 후손에게 물려줄 깨끗한 자연환경을 만들어주기위해 가까운곳에서 부터 다함께 노력하는 아름다운 세상  
일회용품 사용을 최대한 줄이고 재활용을 보다 많이 하는 세상  
일회용품 사용이 줄어들고 분리수거 철저히 하는 습관을 갖는 사람이 많은 세상  
일회용품 사용이 줄어들어 환경이 깨끗한 세상  
일회용품 사용이 최소화되는 세상  
일회용품 생산이 줄어드는 세상  
일회용품 없는 세상  
일회용품과 환경을 해치는 플라스틱 대신, 자연에서 생분해 되는 물질로 전부 대체되는 세상  
일회용품을 덜쓰는 세상  
일회용품을 멀리 다회용품을 가까이하는 세상  
일회용품을 사용하지 않는 세상  
일회용품을 사용하지 않는세상  
일회용품을 쓰기만 하지 않고 끝까지 책임지는 소비자 그리고 일회용품을 지양하는 세상  
일회용품을 쓰지않고 생산하지않는 세상  
일회용품을 줄이고 불우이웃을 돕는 세상  
일회용품을 줄이고 환경에 관심이 많아져서 함께 깨끗하고 자연이 아파하지 않는 세상  
일회용품을 찾아볼 수 없는 세상, 소외되는 사각지대 이웃이 없는 세상  
일회용품의 사용이 없는 세상  
일회용품이 사라져서 쓰레기가 없는세상  
일회용품이 사라지고 재활용과 나눔을 위해 모두가 깨끗하고 현명하게 소비하는 세상  
일회용품이 사라지는 세상  
일회용품이 사라지는 세상, 나눔과 재활용이 일상이 되는 세상  
일회용품이 사라진 세상  
일회용품이 아닌 리사이클 제품이 다양해지는 세상  
일회용품이 아닌 재사용 용기로 바뀌어 쓰레기가 확 줄어드는 세상  
일회용품이 없는 세상  
일회용품이 없어지고 친환경제품이 많아져서 깨끗한지구를 지켜나가는 세상  
일회용품이 없어진 세상  
일회용품이 제로인 세상  
일회용품이 줄어드는 세상  
일회용품이 활발하게 재활용되는 세상  
일회용품이나 포장재가 없어 내가 조금 불편하더라도 환경을 생각해서 기꺼이 기분 좋게 동참하는 사람들이 함께 사는 세상  
인지 않는 깨끗한 옷이 필요로 하는 이웃에게 전달되어 따스한 계절을 보낼 수 있도록 도움주는 세상  
자기 자신에게 당당한 세상  
자기의 소중한 물건이라도 나눔과 순환이 필요한 세상  
자녀들을 위한 환경의식을 만들고 자원의 순환에 대해 동참하는 세상  
자발적 도움이 자연스레 이어지는 세상  
자신의 행동이 주변에 어떤 영향을 미칠지 고려하는 세상  
자신이 가진것을 나누어 어려운 이웃에 실질적인 도움이 되기를 바라는 세상  
자신이 할수있는 작은 노력을 생활화하는 세상  
자연과 공존이 가능한 세상  
자연과 더불어 사는 세상  
자연과 더불어사는 세상  
자연과 동물들이 함께 공존할 수 있는 세상  
자연과 모든 생명이 존중받고 함께 살 수 있는 세상  
자연과 이웃에 보다 많은 관심을 가지는 세상  
자연과 인간의 조화로운 세상  
자연과 자연이 함께순환하는 세상  
자연과 함께 할 수 있는 세상  
자연그대로 놔두는 세상  
자연보호를 위한 세상  
자연색을 볼 수 있는 세상  
자연스러운 세상  
자연스럽게 재사용가게로 쇼핑을 가는 세상

자연을 사랑하고 나누는 세상  
 자연을 사랑하고 아끼는 마음으로 혼자가 아닌 다 함께 산다는 생각으로 살아가는 세상  
 자연을 사랑하는 세상  
 자연을 지키며 모두와 함께하는 세상  
 자연의 섭리에 맞게 순환되는 세상  
 자연이 깨끗하게 보존되는 세상  
 자연환경이 보전되는 세상  
 자원 선순환이 되는 세상  
 자원 소비를 줄여 깨끗한 환경을 유지하는 세상  
 자원 손실 및 리사이클 관련 기술 개발로 그냥 버려지는 물건이 적어지는 세상  
 자원 순환이 일상화 되는 세상  
 자원 재순환 더 많이 되는 세상  
 자원 재순환으로 환경오염이 줄어드는 세상  
 자원과 기회가 공평한 세상  
 자원낭비를 줄이는 세상  
 자원순환세상  
 자원순환이 가능하도록 물건 깨끗이 쓰는 세상  
 자원을 아끼고 나누는 세상  
 자원을 절약하는 세상  
 자원의 나눔과 순환을 통해 과도한 생산과 소비가 감소하고, 많은 사람들에게 자원 재분배가 이루어지는 세상  
 자원의 낭비를 막는 선순환이 지속되며 순환의 고리의 하나로 어려운 이웃에게 도움을 주어 조금 더 행복한 세상  
 자원의 낭비없이 깨끗한 세상  
 자원이 남아도는 세상  
 자원이 순환되는 세상  
 자원이 순환할 수 있는 세상  
 자원이 재활용되는 쾌적한 세상  
 자원재순환을 통해 환경파괴가 적어지는 세상  
 작은 것이라도 가치 있게 도움을 주는 세상  
 작은 것이라도 나눌 수 있는 세상  
 작은 나눔이 희망으로 피어나는 웃음이 있는 세상  
 작은 미소로 행복을 나누어주는 세상  
 작은 발걸음이라도 지구를 위해 내딛어보는 세상  
 장바구니를 들고 다니는 것이 당연한 유행이 되는 세상  
 장애우나 사회에 사각지대에 있는 소외계층이 외롭지않게 도움을 주는 세상  
 장애인 및 사회적 약자 기업이 활성화된 세상  
 재구매를 할수 있는 세상  
 재사용 가능한 물건들은 마음 으로 보는세상  
 재사용 물건 사용이 자랑스러운 세상  
 재사용 물건을 사는 것이 아무렇지 않은, 당연한 일이 되는 세상  
 재사용 할수 있고 필요한 사람들 끼리 쓸수 있는 세상  
 재사용, 재활용이 생활화된 세상  
 재사용에 쉽게 접근이 가능하고 인스는 물건들을 순환하는 세상  
 재사용으로 인한 환경오염이 적어지는 세상  
 재사용으로 지구환경을 살리는 세상  
 재사용으로자연과함께숨쉬는세상  
 재사용의 의미를 아는 세상  
 재사용이 부끄럽지않은 세상  
 재사용이 상식이 되는 세상  
 재사용이 쉬운 물건을 만드는 세상  
 재사용이 쉬운 재활용이 쉽게 될수있는 제품을 기업이 만드는 세상  
 재사용이 활성화되어 깨끗한 세상  
 재사용품, 재활용품을 자랑스럽게 사용하고 자랑할 수 있는 세상  
 재사용하고 그것을 서로 교환 나눔하며 선한 영향력을 주는 세상  
 재사용할수 있는 것은 최대한 재활용하여, 쓰레기가 덜 나오는 세상  
 재생산, 재활용이 어색하지 않은 세상  
 재활용 100% 달성의 세상  
 재활용 되는 물품들이더 많아져서 쓰레기가 줄어들어 깨끗한 세상  
 재활용 되는 세상  
 재활용 되지 못하는 쓰레기가 현저히 줄어드는 세상  
 재활용 물품을 모두 불편해하지않고 사용하는 세상  
 재활용 사용으로 지구가 깨끗해지는 세상  
 재활용 쓰레기가 버려지지않는 세상

재활용 용품이 명품보다 인정받는 세상  
 재활용 잘되는 세상  
 재활용 재사용이 생활화된 세상  
 재활용 철저히 해서 쓰레기 줄이고 자원도 절약해서 깨끗한 지구를 만드는 세상  
 재활용, 중고 제품이 활발히 거래되어 자원의 낭비가 없는 세상  
 재활용되는 물품들이 귀하고 소중한 가치를 발휘하는 세상  
 재활용되는 세상 한번쓰고 버려지지 않고 다시 사용할수 있는 포장용기나 예코백대를 사용해 분해되지 않는 쓰레기가 줄어드는 세상  
 재활용되는 용기의 물품을 구매하는 세상  
 재활용되는 제품, 포장재들이 많아져 일반 쓰레기 봉지를 채우는 게 힘든 세상  
 재활용되는 포장재를 사용하는 세상  
 재활용되는세상  
 재활용된 세상  
 재활용된 옷과 용기를 모두가 거리낌 없이 사용하는 세상  
 재활용실천으로 지구를 아껴게 하지 않는 세상  
 재활용에 대한 정부의 올바른 정책과 홍보로 엄격히 환경보호 실천이 이루어지는 세상  
 재활용으로 다시 새롭게 할 수 있는 세상  
 재활용을 생활화해서 서로서로 환경과 자원을 아끼는 생활속 실천가들이 되는 세상  
 재활용을 일상에서 당연하게 생각하는 세상  
 재활용을 잘하는 세상  
 재활용을 함으로서 자연이 덜 훼손되는 세상  
 재활용의 가치가 높아지는 세상  
 재활용의 의미가 확대되어 쓰레기 배출 및 폐기 감소가 확실하게 보장되는 세상  
 재활용이 가능한 환경에 오염되지않는 생활용품이 많은 세상  
 재활용이 당연히 생활화되는 세상  
 재활용이 되는 세상  
 재활용이 습관화된 세상  
 재활용이 어려운 세상  
 재활용이 원활해서 자원환경파괴 걱정이 덜한 세상  
 재활용이 일상이 되고 친환경적인 재료 사용이 일상화 되어 쓰레기를 줄이고 환경을 더 생각하더 불어 살아가는 세상  
 재활용이 일상이 되어 골목골목에도 쓰레기가 줄고 모두가 청결한 위생 상태에서 생활하는 세상  
 재활용이 일상인 세상  
 재활용이 일상화된 세상  
 재활용이 잘 되는 세상  
 재활용품을 갖고 매장앞에 웃음으로 가득찬 세상  
 재활용품이 모든 일상에서 당연한 세상  
 재활용품이 보편화되고 포장용기에 대한 인식이 변화된 세상  
 재활용품이 잘 활용되는 세상  
 재활용품이 재탄생 해서 다른이에게 도움이 되는세상  
 재활용품이 태워지지 않고 제대로 잘 재사용될 수 있는 세상  
 재활용하고 재사용하고 생활 속 실천을 하는 세상  
 재활용하고 절약하는 세상  
 재활용하는 세상  
 재활용하며 이웃과 함께하는 세상  
 재활용으로깨끗한세상  
 저소득층이나 어려운상태에 처한 버려진 아이들 노인들을 도와주는 세상  
 적게 사고 적게 버리는 세상  
 적게 사고, 산 물건은 다시 재활용하는 습관을 우리 모두가 가지는 세상  
 적게 생산하고 함께 나누는 세상  
 적게 쓰고 덜 버리는 세상  
 전 세계가 재활용과 나눔의 중요성을 깨닫고 이를 실천하는 세상  
 전국민에게 기부문화가 확산된 세상  
 전세계의 쓰레기 산이 사라지는 세상  
 절약과 재사용이 일상이 되는 세상  
 절약하고 나눔으로 행복한 세상  
 절약하는 세상  
 정말 도움이 필요한 곳에 나눔이 이뤄져서 소외되는 이가 없는 세상  
 정말 소외된 이웃이나 불우이웃이 돈없이도 구매 할 수 있는 필요한 물품을 나눠줄 수 있는 세상  
 정말 필요한 물건들은 서로 채워주고, 쓰레기는 줄어드는 세상  
 정의롭고 공정한 세상  
 제대로 만들어진 물건이 가치있고 소중하게 쓰이는 세상  
 제대로 분리수거가 되고 활용이 되는 세상  
 제로 웨스트를 위해 최대한의 재활용을 실현하는 세상

제품을 살리고 아이디어를 넣어 재가공하는 것이 일상이 되고 멋이 되는 세상  
 조그만 실천이 큰 변화를 가능하게 하는 세상  
 조금 깨끗하지 않아도 조금 헐어도 입고 눈치보지 않아도 되는 세상  
 조금 더 따뜻하고 조금 더 배려 넘치는 세상  
 조금 더 필요한 물품을 나눌 수 있는 세상  
 조금씩 건강한 지구가 회복되어 사람들이 행복한 삶을 살아가는 세상  
 조금씩 사고 필요 이상의 물건없이 단출하게 사는세상  
 조금은 번거롭더라도 쓰레기 줄이는 세상  
 조금은 불편하지만 환경을 생각해서 재사용 제품을 사용하는 세상  
 조금은 불편한 세상  
 좀 더 많은 사람들이 환경에 관심을 갖게 되는 세상  
 좀더 건강하고 따뜻한지구를 만드는 일꾼으로 가득찬 세상  
 좀더 깨끗하고 안정된 기후가 있는 세상  
 좀더 따뜻한 세상을 위하여 쓸수있는물건을 기부하여 이웃에게 도움이 되는 세상  
 좀더 편하게 나누고 함께 잘 살아가는 세상  
 좀더 평등한 세상  
 좋은 세상  
 주변 어려운 사람들에게 도움이 많이되는 세상  
 주변 환경과 이웃을 사랑하는 정겨운 세상  
 주변에 관심을 두는 세상  
 주변에 기본적으로 어려움에 처한 사람들이 없는 세상  
 주변에 도움이 필요한 사람이 생겼을 때 빨리 소식을 알고 같이 대처방안을 생각해 바로 해결할 수 있는 세상  
 주변에 무관심하지 않고 관심을 기울이는 세상  
 주변을 돌아보며 서로 어우러져서 살아가는세상  
 주변을 살피는 세상  
 주변을 살피며 조금 더 물질적, 심적 여유가 있는 사람들이 먼저 도움의 손길을 내밀 수 있는 세상  
 주변을 한 번 더 살피면서 모두가 행복하게 웃으면서 살수 있는 세상  
 주어진 자원을 소중하게 쓰고 함께 더불어 사는 세상  
 주위의 어려운 소외계층을 바라볼수 있는 따뜻한 세상  
 중고거래가 활발한 세상  
 중고물품 사용에대한 선입견과 편견을 갖은 사람들이 줄어든 세상  
 중고물품도 거리낌없이 선물할 수 있는 세상  
 중고물품에 대한 인식이 달라지는 세상  
 중고제품을 사용하는 사람이 빛나는 세상  
 중고거래가 부끄럽지 않은세상  
 중국이 생산을 덜 해서 미세먼지가 줄어들고 환경오염이 완화되는 세상  
 즐겁고 편안한 마음으로 가득찬 세상  
 지구 온난화 진행이 멈춰서 이상기후가 없는 세상  
 지구 온난화가 완화될 세상  
 지구 환경오염이더이상 진행되지않고 재생가능한에너지로 살아가는 세상  
 지구 환경을 위해 쓰레기를 줄이는 생활이 일반화된 세상  
 지구가 깨끗하고 아름다워지는 세상  
 지구가 깨끗해지는 세상  
 지구가 더 이상 아파하지 않도록 일회용품 사용 안하는 세상  
 지구가 더욱 건강해지고 어려움에 처한 사람들이 더 행복해지고 실망나는 세상  
 지구가 덜아픈 세상  
 지구가 씩씩는 세상  
 지구가 아파하지 않는 세상  
 지구가 아프지 않은 세상  
 지구가 아프지않고 편하게 사는 세상  
 지구가 차가워 지는 세상  
 지구도 깨끗해지고 소외계층이 도움 받는 세상  
 지구도 살리고 이웃도 살리는 세상  
 지구를 사랑하고 물건을 사랑하고 주변 소외 이웃을 사랑하는 세상  
 지구를 살리기 위해 일회용품과 전기 사용을 줄이고 아끼는 세상  
 지구를 살리는 세상  
 지구를 살리는네 앞장서는 세상  
 지구를 생각해 합리적인 소비를 하고 경쟁보다는 상생하는 세상  
 지구를 아끼고 지속하는 세상  
 지구를 위해 노력하는 세상  
 지구를 위협하는 비닐봉지나 일회용품 사용이 줄어들고 나눔과 관심을 통해 주위를 도울수 있는 세상  
 지구를 조금 더 생각하는 탄소중립에 참여하는 세상

지구본연의 모습을 찾는 세상  
 지구에 사는 모든 생명체가 건강한 모습으로 살아갈 수 있는 멋진 세상  
 지구와 아름다운 생명이 공존하는 세상  
 지구와 이 타전에서 살아갈 모든 생명체의 미래를 더 이상 걱정하지 않아도 되는 세상  
 지구와 이웃을 동시에 구하는 멋진 세상  
 지구와 인간 모두 오래도록 잘 살수있는 세상  
 지구와 인간이 함께 더불어 살아가는 세상  
 지구와사람이 안아프고 건강한세상  
 지구의 모든 것이 내 것이 아닌 잠시 빌려쓴다는 생각으로 자원을 아끼는 세상  
 지구의 스트레스를 줄여 생명체들에게 기쁨을 주는 세상  
 지구의 자원을 효율적으로 사용하는 세상  
 지구인모두행복한세상  
 지구환경에 도움되는 아름다운 세상  
 지구환경에 책임 의식을 가진 시민들이 많아지는 세상  
 지구환경을 생각해서 다시쓰고 바꿔쓰는 세상  
 지금 뿌려져 있는 쓰레기를 좀 더 활용할 수 있는 세상  
 지속가능성을 고려하는 세상  
 지속가능한발전이 실현되는 세상  
 지속가능한 세상  
 지속가능한 친환경 세상  
 지속가능한 환경이 된 세상  
 지속적으로 다회용품이 사용 가능한 세상  
 지역 어느 곳이든 나눔장터와 친환경 제품 상점이 편의점처럼 있는 세상  
 지역에서 발생한 문제를 지역내 커뮤니티에서 해결할 수 있는 세상  
 진심으로 서로 기뻐해주고 슬퍼해주는 감정을 서로 나눌수 있는 세상  
 차별과 편견 없이 아이들이 즐겁게 다른 아이들과 놀 수 있는 세상  
 차별없는 시선으로 다양한 사람들을 이해하는 세상  
 차별없는 자원순환 세상  
 차별이 없고, 인간의 이기심과 욕심으로 동물과 자연이 훼손되지 않는 세상  
 차상위 계층도 도움 받을수 있는 세상  
 참여할 수 있는 매장이 동네 곳곳 가까이 많이 있는 세상  
 처지가 다른 이들을 돌아보고 나누고 보듬으며 현재 신용하는 지구를 좀더 깨끗이 보전하는 세상  
 청정하고 뚜렷한 사계절이 있는 세상  
 청정한 세상  
 최대한 물건을 오래 사용하는 세상  
 최대한 쓰레기를 줄이고 그 쓰레기 미저도 소중한 자원이 되는 세상  
 최소한 길거리에 아무렇게나 쓰레기를 버리지 않는 세상  
 최소한의 물건으로 지구와 더불어 함께 건강하게 살아갈 세상  
 최소한의 생활유지도 안되어서 삶을 포기하는 사람들에게 도움을 주는 세상  
 취약계층에게 좀 더 관심을 두고 도움이 될 수 있는 세상  
 취약계층이 끼니 걱정, 더위,추위 걱정 안해도 되는 세상  
 친환경 소재로 모든 소비재들이 생산되고 중고물품들이 활발하게 거래되어서 낭비되지 않는 세상  
 친환경 용품 사용자들 쉽게 볼 수 있는 세상  
 친환경 제품 및 중고 거래가 확산한 세상  
 친환경 제품이 많은세상  
 친환경이 불편한게 아니라는 세상  
 친환경적 라이프를 제안하고, 필요한 구매가, 내가 나는 물건이 환경을 살리고, 어려운 이웃에게 도 도움을 줄 수 있는 세상  
 친환경적 세상  
 친환경적 제품 사용및 소외계층에 도움을 줄수 있는 세상  
 친환경적인 생활용품을 믿고 구매하여 사용할수 있는 세상  
 친환경적인 세상  
 친환경적인세상  
 커피숍 갈때마다 각자의 다회용 용기를 가져가는 세상  
 코로나로 인한 일회용기가 넘치는세상에 친환경과 재활용 가능한 용기가 생산되어 병들어가는 지구환경이 조금이나마 나아지는 세상  
 쾌적한 세상  
 타인을 이해하며 사는 세상  
 타인의 어려움에 공감하면 달려갈 수 있는 세상  
 탄소 배출량에 신경쓰는 세상  
 탄소발자국을 줄이는 세상  
 탄소배출감소 세상  
 탄소배출이 제로인 세상

탄소배출이 줄어드는 세상  
탄소중립이 실현되고 자연과 사람 모두 깨끗한 환경에서 더불어 살아가게 됨으로서 삶의 질이 높아지는 세상  
텀블러 장바구니 이용등으로 작지만 습관화된 행동들로 지구환경 보호하는 세상  
텀블러와 도시락을 사용하는 세상  
테이크아웃 용기와 빨대가 사라지는 세상  
필수있는만큼만 파는 세상  
패스트 패션이 사라지는 세상  
편리하게 사용하고 모든 자재를 재활용 할수 있는 시스템이 갖춰진 세상  
편리함을 조금 미루더라도 환경을 생각하는 세상  
편안한 세상  
편하게 뛰놀수 있는 환경이 만들어진 세상  
평범함이 정말 행복한 세상  
폐기물 사용으로 다음 세대가 살만한 세상  
폐기물이 재순환 과정을 거쳐 폐기물이 아닌 사용가능한 제품으로 다양하게 변화되는 세상  
폐기물이 조금 줄어들고 공기가 좋아진 세상  
폐기할 물건이 하나도 없어서 기증되는 모든 것이 다 생산되는 세상  
포장 용기가 늘 가방에 있는 자연스러운 세상  
포장용기 보다 재사용 용기를 사용하고, 다른 사람을 배려하는 세상  
포장용기 일회용품 사라지는 세상  
포장용기가 덜쓰이는 세상  
포장용기가 많이 재활용되고, 깨끗하게 쓴 물건을 기부하는 선한마음과 친환경 제품 판매가 더 활성화 되는 세상  
포장용기가 사라지고 자신이 용기를 가져가는 세상  
포장용기가 사라지지 않는다면 적극적으로 생분해되는 재질로 바뀌서 자연에 해가 안되는 세상  
포장용기가 일회용이 더이상 일회용이 아닌 시스템이 정착된 세상  
포장용기가 재활용되는 세상  
포장용기가 재활용되는 세상 정말 편리하게 재활용을 실천할 수 있는 세상  
포장용기가 재활용되는세상  
포장용기가 제대로 순환되는 세상  
포장용기가 줄어드는 세상  
포장용기가 지금보다 줄어드는 세상  
포장용기가 친환경 포장으로 바뀌는 세상  
포장용기들이 버려지지 않고 재활용 되는 세상  
포장용기를 줄이는 세상  
포장용기의 폐기가 아닌 재사용의 세상과 버려지는 의류들의 리사이클링을 통해 순환되는 세상  
포장이 없는 세상 모두 함께 살아가는 세상  
포장재 없이 물건을 구입할 수 있는 세상  
포장지를 재활용하는 세상  
푸르른 세상  
품앗이하는 세상  
플라스틱 물품을 하나라도 줄임으로써 전체 총량을 줄이는데 기여할 수 있는 세상  
플라스틱 빨대가 없어지는 세상  
플라스틱 사용을 덜하는 세상  
플라스틱 사용을 최소화 하고 폐기된 플라스틱을 활용한 옷과 신발을 사용하는 세상  
플라스틱 쓰레기 감소로 자연이 다시 회복되는 세상  
플라스틱 쓰레기가 없는 세상  
플라스틱 없는 세상  
플라스틱 없는 플라스틱리스 세상  
플라스틱 용기가 사라지고 생분해되는 친환경적인 용기가 개발되어 널리 쓰이는 세상  
플라스틱 용기가 줄어드는 세상  
플라스틱 용기를 줄이는 습관을 가지는 세상  
플라스틱 일회용 컵 활용이 줄어들고, 새로운 물품구매보다 당근마켓이나 아름다운가게를 통해 물품이 서로에게 재순환이 되는 세상  
플라스틱과 비닐을 유리나 도자기 용기로 대체하는것이 자연스러운 세상  
플라스틱과 의류들이 쓸모있게 재 탄생하는 세상  
플라스틱등 유해 폐기물을 줄이는 세상  
플라스틱용기가 없는세상  
플라스틱으로 동물들이 고통받지않는세상  
플라스틱을 덜 사용하는 세상  
플라스틱이 사라지고 친환경 제품으로 바뀐 세상  
플라스틱이 없는 세상  
플라스틱이 없는세상  
플라스틱이 잘 분해되는 용기를 사용하는 세상

플라스틱이 줄어드는 세상  
플라스틱이 줄어드는 세상  
플라스틱이 최소한으로 사용되는 세상  
플라스틱이 친환경소재로 대체될 수 있는 세상  
플라스틱이나 일회용품 사용을 줄여 지구가 깨끗해질 수 있도록 모두가 노력하는 세상  
필요로 하는 물품을 서로 나누고 플라스틱이 새로운 물품으로 재사용되는 세상  
필요이상의 물건 소비가 줄어들고 나눔, 재사용, 재활용의 순환 등으로 필요한 사람에게 골고루 자원이 분배되고 나눠서 모두가 함께 살아나갈 수 있는 세상  
필요한 만큼만 사용하는 세상  
필요한 물건들이 제주인을 찾아가는 세상  
필요한 물품만 생산되어 소비되는 세상  
필요한것들을 사고 나누어 쓰고 다시쓰는 세상  
필요한이웃에게 나누는 세상  
하나로 연결된 세상  
하나뿐인 지구를 나눠쓰고 함께 쓰고 있다는 생각을 가지고 조금 덜 쓰고, 덜 버리는 노력을 함께 하는 세상  
한번 더 생각하고 물건을 구매하고 자연과 환경을 위해 더 좋은 소비와 구매가 무엇일까 생각해보는 세상  
한번 만들어진 물건은 그 쓰임을 다하고 폐기되는 세상  
한번 쓰고 버려지지 않는 재활용이 당연시 되는 세상  
한번쓰고 버려지지 않고 재순환, 재사용 되는 세상  
한번쓰고 버리기보다는 다시 사용해 볼 방법을 생각해 보는 세상  
한번씩 뒤를돌아보며 서로 도울수있는 세상  
한번쯤은 남을 도울 손길을 내밀수있는세상  
함께 가는 세상 순환이 되는 세상  
함께 공존하는 세상  
함께 나누고 순환하는 세상  
함께 나누고 함께 사라가는 아름다운 세상  
함께 나누는 세상  
함께 사는 세상  
함께 사랑을 나눌수 있는 세상  
함께 살아가는 세상  
함께 어울어진 깨끗하고 따뜻한 세상  
함께 웃을수있는 세상  
함께 잘사는 세상  
함께 절약 기부 되는 세상  
함께 주의를 돌려보며 서로 나누는 세상  
함께사는세상  
함께하는 세상  
함부로 물건을 막 찍어내지 않는 세상  
함부로 버리지 않는 세상  
해양생물들이 쓰레기를 먹이로 착각하지 않는 깨끗한 세상  
햇빛처럼 어디든 도움이 손길이 가는 세상  
행동을 할 때 자연을 생각하는 마음을 갖는 세상  
행복을 주는 세상  
행복하고 아름다운세상  
행복한 세상  
행복한세상  
행복한세상 서로 돕고 나누는세상  
행복한세상 함께하는세상  
함께 웃는 세상  
현재의 기부와 봉사로 미래 아이들에게도 선한 영향력을 미치는 세상  
혼자 사는 세상이 아닌 여럿이 함께 만드는 아름다운 세상  
혼자가 아닌 세상  
혼자가 아닌 함께 살아가는 세상  
회려하지 않고 불품없어도 단순하게 포장되고 필요없는 싸구려 플라스틱 물건은 생산하지 않는 세상  
환경 문제라는 말이 없는 세상  
환경 오염의 가속화가 조금이나마 늦춰진 세상  
환경 오염이 없는 세상  
환경 파괴가 줄어드는 세상  
환경과 이웃의 도움과 재활용을 통해 순환되는 밝은 세상  
환경도 지키고 불은아웃도 돕고 행복한세상  
환경문제에 관심을 가지는 세상  
환경보호되고 깨끗한 세상

환경보호를 위한 세상  
환경에 대한 경각심이 잘 새겨진 시민의식을 가진 세상  
환경에 대해 더이상 문제나 해결책이란 말이 필요치 않는 당연하게 아름다운 세상  
환경에 악영향을 주는 물건을 적게 생산하고 지구인 모두가 행복한 세상  
환경에 유해한 상품들이 기업에서 만들지 않도록 감시하고, 친환경적인 방법으로 대안을 찾을 수 있는 새로운 아이디어를 만들어내는 세상  
환경에 조금이라도 이로운 물품들을 많이 사용하는 세상  
환경에 해가 덜가는 용품과 물건들을 선호하고, 환경을 지키기 위해 노력하는 인식이 보편화된 세상  
환경오염 위험이 적은 세상  
환경오염 일으키는 일회용품 없는 세상  
환경오염이 줄어드는 세상  
환경으로 인해 고통받지 않는 세상  
환경을 보호하는 세상  
환경을 생각하고 모든 생명체가 행복하게 사는 세상  
환경을 생각하는세상  
환경을 아끼는 세상  
환경을 오염시키는 물질들이 대폭 줄어들어 우리 아이들이 좀더 맑고 깨끗한 물과 공기를 누릴 수 있는 세상  
환경을 위해 불편함을 감수하는 세상  
환경을 해치지 않는 물건을 만드는 세상  
환경을생각하는세상  
환경을생각하면 좀더 아끼고 나눠쓰면서 미래를 생각하는 세상  
환경의 가치를 아는 세상  
환경이 깨끗한 세상  
환경이 더 나빠지지 않는 세상  
환경이 아름다운 세상  
환경이 아프지않은 세상  
환경이 좋아져서 나의 손자들은 러시아산이 아닌 <한국산 명태>를 먹을수 있는 세상  
환경적 가치를 당연하게 생각하는 의식있는 소비자가 많아지는 세상  
환경친화적 세상  
환경 오염이 없는 세상  
후대를 위해 모두가 조금이라도 도울 수 있는 세상  
후대에게 물려줄 아름다운 세상  
후손들에게 부끄럽지 않는 깨끗한 세상  
후손들을 위해서 자연을 생각하고 살아가는 세상  
후손들이 즐겁게 사는 깨끗한 세상  
후손에게 물려줄 지구를 아끼는 세상  
후손을 위해 깨끗한 자연을 물려주기 위해 아껴쓰고 나눠쓰고 욕심부리지 않는 세상  
휴지보다는 손수건을 사용하는 세상  
힘든 이웃을 그냥 남이라고 생각하고 무시하지않는 세상  
힘들고 소외된 이웃들이 바로바로 따뜻한 도움이 손길을 잡을 수 있는 세상  
힘들고 어려운 이들에게 희망을 나눌수 있는 행복 나눔세상  
힘들어도 나름 살만한 세상

 아름다운가게