

MeSH

매 순간 이어지는 • 서로를 향한 • 호혜와 나눔



04

발행인 인사

08

아름다운가게가 그리는
그물코의 세상

18

사회연대가치를 공유하는
새로운 모델로서의 아름다운가게

24

일상 속 그물코 정신과
되살림 정신의 의미

30

오늘의 쓰레기는 내일의 자원?
그렇지만 너무 많다!

36

일상의 작은 시도를 안내하는
캠페이너로서의 사회적기업가

44

아름다운 상상력,
함께 꿈꾸는 친환경적 세계

52

환경연구원,
아름다운가게와 만나다

CONTENTS

•

Chapter 0

04

발행인 인사

Chapter 1

08

모두가 서로의 꿈이 되는,
아름다운가게가 그리는
그물코의 세상

커버스토리

Chapter 2

18

기후위기 속,
사회연대가치를 공유하는
새로운 모델로서의 아름다운가게

장승권
성공회대 교수

Chapter 3

24

기후위기 시대,
일상 속 그물코 정신과
되살림 정신의 의의

박현정
기후변화행동연구소 부소장

Chapter 4

30

오늘의 쓰레기는
내일의 자원?
그렇지만 너무 많다!

오정미
부산대 연구교수

Me . . . S . . . H

매 순간 이어지는

서로를 향한

호혜와 나눔

Chapter 5

36

일상의 작은 시도를 안내하는
캠페이너로서의
사회적기업가

계효석
LAR 대표

Chapter 6

44

학교 현장에서 성장세대와
구성해 가는 아름다운 상상력,
함께 꿈꾸는 친환경적 세계

박지연
(사)환경교육센터 기획국장

Chapter 7

52

환경연구원,
아름다운가게와 만나다

강다연
한국환경연구원

●

그물코로 이어진 아름다운 지구공동체를 꿈꾸며

올여름은 유난히 더웠습니다.

기록적인 불볕더위 앞에서 우리는 기후변화의 심각성을 느끼고 있습니다. 탄소 배출의 심각성에 대한 자각도 많이 느껴집니다.

여러분들도 기후위기의 극복을 위해 할 일이 무엇인지 많이 고민하셨을 겁니다. 아름다운가게도 이런 고민에 동참하고자 <2024 그물코 프로젝트>를 준비 하였습니다.

아름다운가게에는 그물코라는 철학이 있습니다. 그물코란 곧 ‘관계사슬’을 뜻합니다. 이는 서로가 서로를 향해 책임 있는 존재라는 것을 인식하고, 더불어 아름답게 살아가기 위한 행동을 이어가는 것입니다. 지금과 같은 기후위기가 말로 우리가 하는 행동이 서로서로에게 막대한 영향을 준다는 것을 보여주는 일입니다.

우리 아름다운가게는 기후위기로 나타난 공동체의 위기를 절감하고 있습니다. 닥쳐온 자연재해, 식량부족 등의 현상으로 우리 지구의 가족 모두가 생존을 위협받고 있습니다. 더구나 이러한 위협은 소득과 사회발전의 차이에 따라 차별적으로 영향을 주게 됩니다.

경제적 여유가 있는 계층은 안전을 누리면서 여유 있는 소비를 통해 안전한 생활을 다양하게 누릴 수 있습니다. 반면 낙후된 주거 환경에 속한 이들은 탄소

배출에 크게 책임이 없음에도 불구하고 기후 변화에 따른 재해에서 가장 먼저,
또 가장 크게 피해를 보게 되는 아이러니가 있습니다.

저희 아름다운가게는 이처럼 기후위기 속의 불평등을 겪는 이웃들에 주목하고
싶습니다. 이러한 불균형을 해결하기 위해 우리 모두가 그물코로 연결되어
있음을 깨달아야 합니다.

‘모두가 함께하는 나눔과 순환의 아름다운 세상’이라는 꿈은 우리만의 꿈은
아닐 것입니다. 아름다운가게는 이 꿈에 동참하여 주시는 모든 시민들의 마음을
담아 우리 공동체 안에서 그 역할을 멈추지 않을 것을 약속드립니다.

아름다운가게 이사장

박진원



부천옥길점



아름

아름다운가게

아름다운가게

아름다운가게

아름다운가게

아름다운가게

7월 10일(수)

아름다운가게

아름다운가게

032)351-3721

아름다운가게

자원순환 나눔실천 되살림 그물코



모두가 서로의 꿈이 되는, 아름다운가게가 그리는 그물코의 세상

아름다운가게

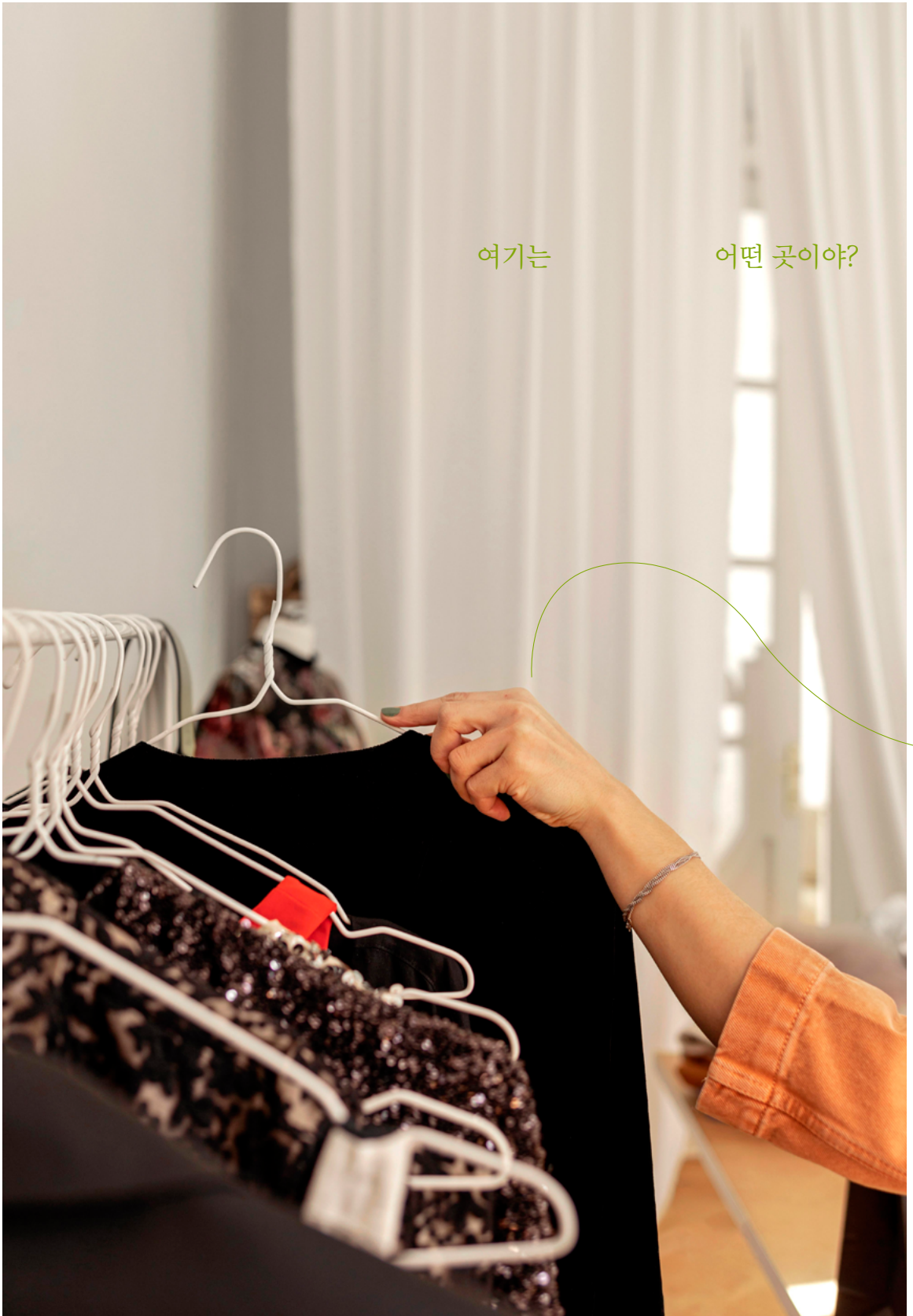
“와, 우리 동네에 이런 데가 있었어?
여기는 어떤 곳이야?”

“응, 여기 물건 싸게 파는 가게야.”

하루는 아름다운가게 매장 문을 열며 들어오시는 두 분의 대화 소리가 유난히 가까이 들렸습니다. 대화 내용을 미루어 보건대, 아무래도 아름다운가게의 한 구매천사(아름다운가게는 일반 구매자들을 ‘구매천사’라고 호칭합니다. 그분들의 구매비용이 곧 기부금으로 전환되어 선한 일에 활용되고 있으니깐요)께서 자신의 지인을 데리고 아름다운가게 매장을 방문한 것이 아닐까 싶어요. 본인이 즐겨 찾는 공간을 지인과 함께 나누고자 하는 구매천사님의 애정에 덩달아 감사함을 느낍니다. 그리고 아름다운가게를 설명해 주신 구매천사님의 말이 아주 틀리지 않는 내용이기도 해요. 아름다운가게는 시민들의 소중한 기부물품을 구매하는 분들이 부담되지 않는 선에서 되파는 공간이기도 하니까요.

여기는

어떤 곳이야?



하지만 때때로 이와 같은 설명에 덧붙여 아름다운가게가 하고 있는 ‘진짜 일’에 대해 좀 더 구체적으로 설명하고 싶은 욕심이 생기고는 합니다. 아름다운가게는 단순히 물건을 저렴하게 판매하는 공간 사업뿐만이 아닌, 잘 들여다보면 그보다 훨씬 더 여러 아름다운 비밀을 숨기고 있거든요. 그래서 이번에는 지면을 빌려 흡사 보물을 내어놓듯 하나씩 그 이야기를 좀 더 풀어볼까 합니다.

아름다운가게가 하는 일

그렇다면 아름다운가게는 과연 어떠한 일을 하는 곳일까요? 네, 맞습니다. 잘 알고 계신 것처럼 가장 일반적으로는 ‘**시민들의 기부물품을 재사용나눔 가게를 통해 판매하고, 그 수익금을 지역과 나누고 있는 단체**’라 설명할 수 있을 것입니다.

아름다운가게 매장을 방문해 본 경험이 있는 분은 아시겠지만, 얼핏 보면 이곳은 의류를 포함해 다양한 잡화, 소형 가전, 그리고 책과 음반들이 뒤섞여 있는 판매 공간입니다. 옷에 눈길이 먼저 가면 흡사 빈티지 의류숍처럼 보이고, 여러 생활 용품을 바라보면 일종의 잡화점처럼 보이며, 또 벽 가득히 꽂혀있는 책 쪽으로 눈을 돌리면 마치 동네 작은 책방 안에 들어온 것처럼 느껴지기도 합니다. 이처럼 ‘재사용나눔가게’라는 이름으로 수 많은 이미지들이 엮여 있는 재미있는 공간이죠.



2024년, 올해로 22주년이 되는 아름다운가게는 한 시민단체의 사무실 앞에서 작은 알뜰시장을 진행하며 조금씩 ‘한국형 재사용나눔가게의 정착’이라는 꿈을 꾸기 시작했습니다. 그리고 2002년, 서울 안국동에 제1호 아름다운가게 매장을 오픈하면서부터 본격적인 재사용나눔 사업을 이어가며 이후 비약적인 성장을 하게 되었지요. 이 모든 것이 물품기부와 구매, 자원활동으로 함께 해준 수많은 시민과 기업, 지자체들 덕분입니다.

그때나 지금이나 한결같이 매장을 찾는 단골 구매천사님들은 아름다운가게를 방문하는 것이 ‘참 재미있다’고들 말해주십니다. 참새가 방앗간을 찾는 것처럼 매일 어떠한 ‘보물’을 발견할 수 있을지 호기심이 생겨 방문을 멈출 수가 없다고 하시면서요. 그래서 그랬을까요? 아름다운가게의 초기 활동가들에게 비화처럼 전해지던 이야기가 하나 있는데, 처음 아름다운가게라는 이름을 작명하기 전 꽤 유력한 네이밍 후보 중 하나가 바로 ‘수상한 가게’였다고 해요. 매장 밖에서 들여다보면 도무지 그 성격을 알기 어렵고, 날마다 사람과 물건이 바뀌며(아름다운가게는 주 1회 4시간, 자원활동가가 매장을 지원하고 있어 요일에 따라 새로운 인물이 구매고객들을 맞이하게 되죠), 이상하게도 발길을 끊을 수 없는... 어찌 보면 이도 꽤 어울리는 네이밍이 아니었을까 싶어요. 그렇다면 맨 처음 이야기를 꺼내게 된 ‘여기는 어떤 곳이야?’라는 방문객의 질문은 아름다운가게의 히스토리를 훑는 매우 정확한 물음이었던 것 같습니다.



아름다운가게 부산옥길점, 오후 세 시 풍경

이렇게 수상한(?)사업을 통해 아름다운가게가
 궁극적으로 이루고자 하는 목표는 무엇인지, 이에
 답하기 위해서는 다시금 아름다운가게 매장 안을
 들여다봐야 할 것 같습니다. 함께 매장 안으로
 들어왔다 상상을 해보시겠어요?



바로 앞 매대와 행거에 가득 담겨있는 기업과
 시민들이 내어주신 기부물품은 우리 주변에 도움이
 필요한 이웃을 위한 **잠재적인 기부금**이라 할 수
 있습니다. 그러니 물품 하나하나가 아니 소중할 수
 없죠. 그것들이 결국 도움이 시급한 사람과 시설에
 전달되어 더 나은 환경을 조성하고 있으니까요.
 그리고 나아가 해당 기부금은 아름다운가게처럼
 새로운 아이디어를 통해 사회를 좀 더 아름답게
 발전시킬 꿈을 품고 있는 국내외 사회혁신리더들
 에게도 지원됩니다. 이를 통해 제2, 제3의
 아름다운가게가 탄생할 수 있는 씨앗이 심어지게
 되는 것이죠.



그리고 매장 한 편에는 다양한 음식물과
 생활용품이 팔고 있어요. 그것들은 일반 시민기부
 물품이 아닌 **'공익상품'**이라고 불리는 제품들
 입니다. 많은 사회적기업이나 공익생산자들이
 어디에도 뒤지지 않는 양질의 상품을 만들고
 있음에도 상대적으로 판로나 유통라인의 확보가
 어려워 애를 먹고 계시는데요, 이에 아름다운
 가게는 전국 100여 개가 넘는 매장을 통해
 시민들과 공익생산자들을 연결하고 있습니다.
 이상의 제품이 원활히 팔릴수록 해당 기업의
 사회적 역할 또한 더욱 확산됩니다.

또 다른 매대 위에 매우 독특한 디자인의 가방도 보이네요. 네, 해당 가방은 아름다운가게가 ‘**에코파티메아리**’라는 별도의 브랜드로 생산하고 있는 새 활용(업사이클링)제품 가방입니다. 에코파티메아리는 시민들의 기부물품 중 판매가 어려운 의류, 제품을 만들고 남은 자투리 가죽, 차양막, 천막 등을 수거하여 기존의 재료를 최대한 활용할 수 있는 방법을 연구하고 최소한의 가공으로 가방뿐만 아니라 다양한 제품을 만들고 있습니다.



아! 이번에는 매장 문을 열고 여러 어린이가 인솔자와 함께 줄지어 들어오네요. 때때로 아름다운 가게 매장 견학과 함께 진행되는 ‘나눔교육’을 받기 위해 이곳에 방문한 것 같아요. 아무래도 ‘나눔과 순환’을 익히기 위해서는 그 현장을 보는 것보다 효과적인 것이 없겠죠. 손에는 자신들이 소중히 여기던 장난감, 동화책과 같은 기부물품도 들려 있네요. 생애 첫 기부를 위해 고르고 골랐을 물품들은 그 값을 매기기 어려울 것 같습니다. 이처럼 아름다운가게는 현장 방문 및 감사 파견 형태로 유아부터 성인까지 ‘**나눔/환경교육**’을 진행하고 있습니다.

그물코적 세계의 구현

이를 통해 아름다운가게가 재사용나눔가게를 근간으로 시민들에게 전달하고 싶은 진정한 목소리를 어느 정도 짐작하셨으리라 생각합니다. 그것은 바로 많은 이들과 함께 하나의 ‘**그물코적 세계**’를 **구현**하는 것인데요, 이상의 ‘그물코’는 아름다운가게의 가장 핵심적인 가치철학이기도 합니다.

네, 그물코라는 말이 매우 생소하시다고요? 그렇다면 잠시 부연 설명을 드리겠습니다.

이 단어의 유래는 ‘인드라망’에서 찾을 수 있는데요, ‘인드라’는 본래 인도의 수행자들을 지켜주는 신으로 다른 말로 ‘제석천’이라고도 부릅니다. 인드라망은 이 제석천의 궁전에 드리워진 무수한 구슬로 만들어진 그물을 말해요. 그 그물은 이음새마다 투명 구슬이 있는데 그 구슬은 서로를 비추고 비추어주는 관계입니다. 또 서로를 비출 뿐만 아니라 그물로 연결되어 있는데, 그렇게 그물코마다의 투명 구슬에 우주 삼라만상이 휘황찬란하게 투영된다고 합니다. 아마도 개인과 개인, 그리고 그것을 넘어 마주하는 모든 세계가 상호 긴밀히 연결되어 있음을 설명하는 일종의 알레고리겠지요.

혹 그물코라는 단어가 다소 어렵게 느껴지신다면 아주 단순하게 ‘관계’라고 바꿔 표현해 볼 수도 있을 것 같습니다. 그물코적 세계를 구현한다는 것은 바로 그 관계라는 눈으로 세상의 진실을 보고자 노력하는 것이죠.

잘 알려진 예를 들어보겠습니다. 우리가 지금 사용하고 있는 휴대폰과 고릴라는 어떠한 그물코로 연결되어 있을까요? 전자기기 속에 들어있는 열에 강한 특수 광물인 콜탄은 대부분 아프리카 콩고에 매장되어 있다고 합니다. 하지만 이 풍족한 자원이 오히려 내전과 아동노동의 촉매가 되고 있으며, 공교롭게도 고릴라들의 서식지와 콜탄 매립지가 겹쳐 고릴라들의 생명과 보금자리가 위협받고 있다는 이야기, 언뜻 연관성이 없어 보이는 휴대폰과 고릴라라는 두 대상도 이러한 그물코로 우리와 연결되어 있었습니다. 그래서 아름다운가게는 이러한 그물코를 기억하기 위해 고릴라 모형으로 마스코트 인형을 제작해 ‘릴라씨’라고 명명 하였습니다.



미래를 향한 우리들의 책임

또 한 가지 내용을 덧붙여 볼게요. 아름다운가게에 매해 기부되는 품목 중 가장 큰 비중을 차지하는 것이 바로 의류인데요, 이는 의류가 그만큼 우리 가운데 많이 소비되고 순환되고 있다는 뜻이라 생각됩니다. 아름다운가게가 22년간 의류를 포함한 재사용품 판매루트 확대, 물품의 생애주기 연장뿐만 아니라, 업사이클링 사업을 통한 소재 발굴 및 재활용 등의 활동을 꾸준히 이어온 이유 또한 자원순환이 절대적으로 필요하다는 데 공감하며 자원순환이 생태적, 사회적으로 가져오는 긍정적 효과를 지속적으로 확인하고 있기 때문입니다. 실제 섬유 패션산업은 전 세계 온실가스 배출량의 6~10%, 해양 미세 플라스틱 배출량의 20~35%, 살충제 사용량의 10~25%를 차지하는 등 환경오염 물질을 대량 배출하고 있다고 해요.

그렇게 생각하면 우리가 물품을 재사용해야 할 당위성이 너무나도 명확히 느껴집니다. 아름다운 환경은 비단 지금의 우리만 누릴 것이 아니라, 자라나는 세대, 그리고 그다음 세대까지 누려야 할 공공의 자선이기 때문에 모두 함께 나서 실천할 필요가 있습니다. 그렇다면 아름다운가게가 하는 재사용 사업은 지금 당장 도움이 필요한 이들을 위한 수익 나눔의 수혜 영역뿐만이 아니라, 기후변화가 더욱 극심해질 다음 세대까지 고려할 수 있는 매우 **‘미래지향적 운동’**이라고도 할 수 있을 것입니다.

이처럼 과도한 소비로 인한 환경파괴, 절대빈곤 등의 사회문제가 결국 나로 인한 것이며, 내 삶과 남의 삶이 따로 떨어져 있지 않고, 미래와 현재 그리고 과거가 긴밀하게 연결되어 있음을 아는 것으로부터 아름다운가게의 ‘나눔과 순환’에 대한 실천은 시작됩니다. ‘관계로의 세상 인식’은 마치 씨줄과 날줄로 빈틈없이 서로 엮어져 있는 그물코처럼 **우리는 모두 서로의 삶에 책임 있는 존재**라는 것을 일깨워 줍니다.

아름다운가게의 마스코트, 릴라씨.
아름다운가게에 기증되는 의류는
오염이나 하자가 있어도
폐기하지 않고 디자인을 입혀
새로운 제품으로 만들어냅니다.
그렇게 탄생한 것이 릴라씨예요.

사람과 자연이 아름답게 공존하게 하는 조용한 생활의 혁명을 긴 안목으로 전망하고자 하는 아름다운가게의 꿈은 결코 홀로 이루어질 수 없습니다. 그물코로 이어지는 거대한 생태계를 구성하기 위해서는 우리 모두 서로서로 견인하는 꿈을 꾸어야만 합니다. 모든 존재는 관계의 매듭으로 연결되어 있고 우리들도 모두 그 매듭의 일부입니다. 우리의 생활은 다른 존재와 분리되어 실현될 수 없으며, 모든 존재를 관계의 매듭으로 보는 세계관이 즉, 그물코 정신이라 할 수 있습니다.

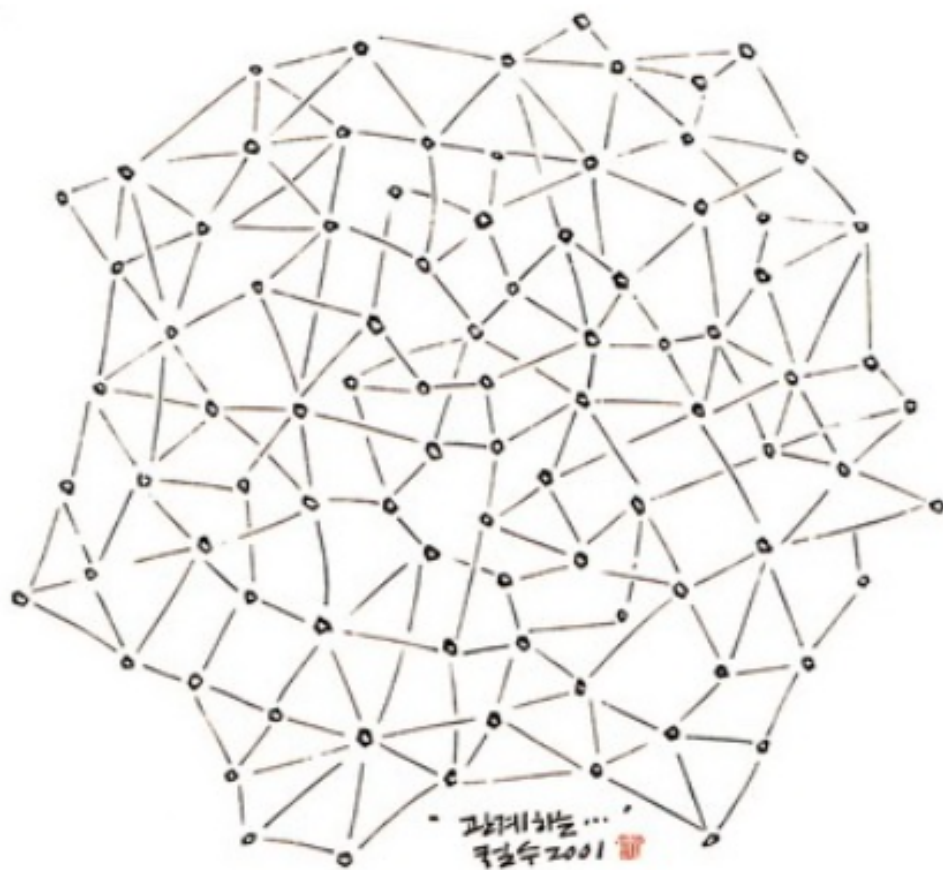
이상과 같은 이해를 바탕으로 다시금 아름다운 가게 매장을 둘러볼까요? 책임 있는 실천을 이어가고자 하는 이들의 참여와 변화의 창구이자, 또 그런 이들이 모여 서로가 서로의 꿈을 이어주는 아름다운 그물코 세계를 확인할 수 있을 것입니다.

물건을 통해 마음이 이어지는 우리들의 소우주,

이곳은 아름다운 가치와 실천이
누구나 참여할 수 있게 항상 열려 있는

참 아름다운가게입니다. ●





그물코
이철수, 2001

기후위기 속, 사회연대가치를 공유하는 새로운 모델로서의 아름다운가게

장승권

성공회대 경영학부 교수

그보다는 아름다운가게가
우리 사회가 요구하는
새로운 연대 방식과
이를 담아내는 제도를 만들고,

그 의미를 알리는 사회적기업으로
존재해야 할 것입니다.

잘 알려져 있다시피 아름다운가게는 ‘**사회적 기업**’입니다. 사회적기업은 사회연대경제(Social and Solidarity Economy, 이 글에서는 사회적경제와 같은 의미로 사용하고자 합니다)를 구성하는 중요한 사업체이며, 사회연대경제의 가치인 호혜, 협력, 자조, 연대 등을 함께 공유합니다.

사회적기업인 아름다운가게의 설립 목적은 사회 연대경제의 가치에 기반하여 현재 우리의 문제를 비즈니스 방식으로 풀어가는 것입니다. 사회적 기업은 경제적 가치와 사회적 가치를 모두 만들어 냅니다. 아름다운가게 또한 자신이 창출한 경제적 가치를 환경과 사회문제를 해결하는 데 사용하고 있습니다.

하지만 아름다운가게가 지금껏 창출한 사회적가치는 눈에 확 띄는 부류의 것들과는 다릅니다. 아름다운가게의 진정한 존재 이유는 단순히 창출해 낸



이윤을 경제적, 사회적 약자에게 배분하는 것으로만 볼 수는 없을 것 같습니다. 그보다는 아름다운가게가 우리 사회가 요구하는 새로운 연대 방식과 이를 담아내는 제도를 만들고, 그 의미를 알리는 사회적기업으로 존재해야 할 것입니다.

기후위기와 제도 변화의 필요성

현재 우리에게 당면한 가장 중요한 도전과제는 기후위기입니다. 아름다운가게의 설립 목적과 지금까지의 전략적 지향도 이러한 기후위기 극복과 무관하지 않습니다. 기후위기는 기존 조직이나 제도만으로는 풀어내기 어려운 문제이기에, 현실성이 있는 새로운 제도가 무엇보다 절실합니다. 이러한 새로운 제도는 정부가 제안하여 법률로 규정되는 공식적인 것도 있을

것입니다만, 더 중요하고 적합한 제도는 우리 스스로가 만들어 내는 자생적이며 자율적인 제도일 것입니다. 새로운 제도는 사람들의 행동 변화와 이를 끌어낼 수 있는 연대와 협력을 통해서 만들어집니다.

기후위기는 모든 사람에게 영향을 줍니다.

그러나 필요한 자원을 자신이 원하는 만큼 사용할 수 있는 사람은 어느 정도 견딜 수 있습니다.

반면 자원을 사용하기 어려운 사람들은 큰 어려움을 겪을 것이 분명하죠. 기후위기에 따른 피해를 누가 더 많이 겪을지 곰곰이 생각해 보시기 바랍니다. 기후변화에 적절히 대응하기 위해서는 사람들 간의 연대와 협력을 통해서 현실적인 과제를 실행해야만 합니다.

아쉽게도 현재 기후위기의 원인은 대부분 선진국에서 제공하고 있습니다. 선진국으로 인정받는 한국도 기후변화 완화를 위해서는 온실가스 배출량을 줄여야 하는 당위성이 있죠. 단순히 개발도상국을 위해서가 아니라 우리 미래세대를 위해서도 그러합니다. 미래세대가 현재의 기후 변화로 인한 문제를 심각하게 겪게 될 것이 분명하기에, 온실가스 감축의 주요 수혜자는 개발도상국뿐 아니라 한국 사회의 미래세대가 될 것입니다.

역설적이지만, 기후변화는 우리에게도 변화를 요구했습니다. 사람들은 기후위기를 인식하게 되면서 전 지구적이고 세대 간의 친사회적 행동의 기반이 될 ‘새로운 연대’를 실천해야 함을 잘 알게 되었습니다. 그리고 기후위기는 전 지구적 상호의존성을 심화시키기도 했습니다. 지구상 어디서도, 누구도 기후위기를 피할 수는 없을 것입니다. 기후위기를 회피하기 위한 실천 행동은 친환경적 행동이며, 동시에 친사회적 행동일 것입니다. 이러한 **친환경, 친사회적 행동을 끌어내는 데는 새로운 제도가 중요한 역할을 할 수 있습니다.**

새로운 연대와 사회적기업

사회적기업과 같은 새로운 제도가 어떻게 사람들의 인식·판단과 행동을 변화시킬 수 있는지 생각해 보면 참 흥미롭습니다. 학교 등과 같이 우리에게 친숙한 제도를 떠올려봐도 좋겠습니다. 제도는 행위자인 사람이 무엇을 어떻게 하도록 규정합니다. 또 제도는 인간 행위의 근본 전제나 가정, 혹은 행동 지침 역할을 하죠. 그래서 사람들은 세계를 이해하는 데에도 이러한 제도를 의존하고는 합니다. 또한 우리는 다른 사람들도 우리와 마찬가지로 제도를 통해서 생각하고 행동한다고 가정하게 되죠. 즉 인간은 개인별로 합리적으로 생각하고 행동하는 독립적 행위자라고만 볼 수는 없습니다.

사람들이 제도 안에서 어떤 역할을 수행할 때도 상호의존적입니다. 제도는 개인과 조직이 특정한 사회적 맥락에서 정당하게 허용된 행동 기준을 제공합니다. 또 제도는 인간이 해야 할 일과 할 수 있는 일이 무엇인지를 규정합니다. 따라서 인간의 행동을 정당화하고 친사회적 행동을 설명하기 위한 제도와 제도의 가치가 공동체를 살아가는 우리에게 무엇보다 소중한 자산일 수 있습니다.

우리에게 요구되는
친환경, 친사회적 행동을 사람들이
사회연대경제라는 제도 안에서
구성해 보고 학습하는 것,

바로 그것이 아름다운가게가 강조하는
협력, 연대, 참여의 가치이며,
동시에 사회연대경제라는
새로운 제도의 가치입니다.

‘사회연대경제’라는 제도는 기후위기에 대응하는 새로운 규칙과 가치를 만들 수 있습니다. 그리고 사람들의 행동을 규정하고 변화시킬 힘이 됩니다. 친환경, 친사회적 행동은 새로운 제도인 사회연대경제의 연대와 협력의 가치를 통해서 촉진됩니다. 특정 개인, 조직 또는 국가가 제도를 만들어 주는 것이 아닙니다. 그보다는 우리 스스로 만들어 가는 자생 제도인 사회연대경제를 통해서 우리 스스로 변화할 수 있을 것입니다. 새로운 원리, 규칙 및 규범, 행동을 만들어 가는 것은 정부나 특정 조직이 제안하고 강요한다고 되는 것은 아닌 것처럼 말이죠.

사회혁신모델로서의 아름다운가게

한국의 사회연대경제에서 중요한 위치를 차지하고 있는 아름다운가게는 지금껏 새로운 규범과 가치를 만들어 왔습니다. 아름다운가게가 그동안 만들어 온 것을 단순히 기부물품을 통한 나눔, 이를 위한 자원 확보와 분배 행위로만 설명할 수는 없다고 말씀드렸죠? 아름다운가게라는 사회적기업은 기후위기에 대한 사람들의 관점과 행동을 바꿀 수 있는 제도와 같습니다. **물품기부와 자원봉사라는 연대와 협력의 원리를 실천하는 공동체이며 사회연대경제라는 제도가 바로 아름다운가게인 것입니다.**

사람들은 아름다운가게의 사업에 참여하면서 연대와 협력을 이해하고, 이에 부합하는 친환경과 친사회적 행동을 학습해 갑니다. 물론 지난 20여 년간 아름다운가게를 통한 기부와 참여를 학습한 것이 한국 사회의 친환경, 친사회적 행동을 얼마나 고취했는지를 세부적으로 측정하기는 쉽지 않겠죠. 그러나 이를 과소평가하면 안 될 것입니다. 오히려 물품기부를 통한 친환경 가치를 측정하고 설명하는 것보다 더 중요한 것이 따로 있을 수 있습니다. 한국 사회에서 지금 필요한 것은 수백억 원의 기부금품을 수천 명에게 전달했다는 사실보다는, 우리에게 요구되는 친환경, 친사회적 행동을 사람들이 사회연대경제라는 제도 안에서 구성해 보고 학습하는 것, 바로 그것이 아름다운가게가 강조하는 협력, 연대, 참여의 가치이며, 동시에 사회연대경제라는 새로운 제도의 가치입니다.



협동조합은
더 나은 세계를
만든다.

*Cooperatives
Build
a Better World.*

이를 통해 일반 시민들은 친환경, 친사회적 행동이 의미 있다는 것을 경험하게 됩니다. 그리고 이 체험은 친환경, 친사회적 행동을 통한 긍정적 감정으로 전환됩니다. 사람들은 아름다운가게라는 사회적기업의 연대와 협력 활동에 참여하면서 기후위기를 알게 되고, 스스로 탄소 배출을 줄이는 행동을 하게 될 것입니다. 더 나아가 장기적으로 우리 사회에서 원하는 공동체의 필요와 가치를 인식하고 구체적인 행동을 이끌어 갈 것입니다. 이처럼 사회연대경제라는 제도는 기후위기에 대응하는 친환경, 친사회적 행동을 시민 스스로 실행하도록 만드는 방식입니다. 사회연대경제는 참여, 협력, 그리고 연대를 위한 제도인 것입니다.

더 나은 세계를 만들기 위한 움직임

2025년은 UN이 정한 ‘국제 협동조합의 해’(International Year of Cooperatives, IYC)입니다. 대표 구호는 ‘협동조합은 더 나은 세계를 만든다 (Cooperatives Build a Better World)’인데, 돌아보면 참 아름다운 말이 아닐 수 없습니다. UN은 2012년도 IYC에 이어서 다시 한번 IYC를 정했습니다. 그 이유는 사회연대경제의 중요한 조직유형인 협동조합이 지구의 지속가능발전과 기후위기 대응에 기여한다고 평가하기 때문일 것입니다.

사회연대경제는 지속가능하고 포용적 개발에 기여합니다. 사회적기업은 지금껏 대안 비즈니스 모델로 인정받아 왔습니다. 지금 시점에서도 사회연대경제의 필요성과 중요성은 기후위기와 같은 도전에 대응하는 제도라는 점에서 찾을 수 있을 것입니다. 그렇기에 올해 22주년을 맞이한 아름다운가게는 더욱더 대표 사회적기업으로, 그리고 사회연대경제의 중추 조직으로, 기후 위기에 대응하여 무엇을 어떻게 할 것인지를 더욱 깊이 생각해야 할 때일 것입니다. ●



Intl Day of Co-op 로고,
출처 IYC 홈페이지

기후위기 시대, 일상 속 그물코 정신과 되살림 정신의 의의

박현정

기후변화행동연구소 부소장

우리 사회가 요구하는
새로운 연대 방식과
이를 담아내는 제도를 만들고
그 의미를 알리는 사회적기업으로

2024년, 지구촌 최대의 축제라고 불리는 올림픽은 연일 TV와 다양한 매체를 통해 아름다운 파리의 모습과 선수들의 감동 드라마를 보여주었습니다. 많은 사람에게 관심을 받지 못했지만, 파리 올림픽은 ‘탄소중립’이라는 목표를 전면에 내세우면서 모든 경기장에 재생에너지로 생산한 전기를 공급하고 채식을 두 배로 늘리는 등 탄소 발자국을 줄이기 위한 노력을 보여주기도 했죠. 그러나 계획과 다르게 선진국의 선수들은 단백질 보충을 위해 자체적으로 식사를 공수받고 폭염 위험에 자비로 에어컨을 구매하는 등 목표와 현실의 괴리를 보여주는 사례도 증가하였습니다. 이러한 개최국 단위의 탄소 배출을 줄이려는 노력에도 배출량을 100% 줄일 수는 없어 대기 중에 배출된 만큼 흡수를 통해 탄소 발자국이 “0/zero”가 되는 탄소중립을 실현하기 위해



출처 국제올림픽위원회

개발도상국에 올림픽 숲을 조성하는 것과 같은 프로그램을 계획하고 있지만, 정보의 신뢰성 등 다양한 문제가 제기되고 있는 것 또한 안타까운 현실입니다.

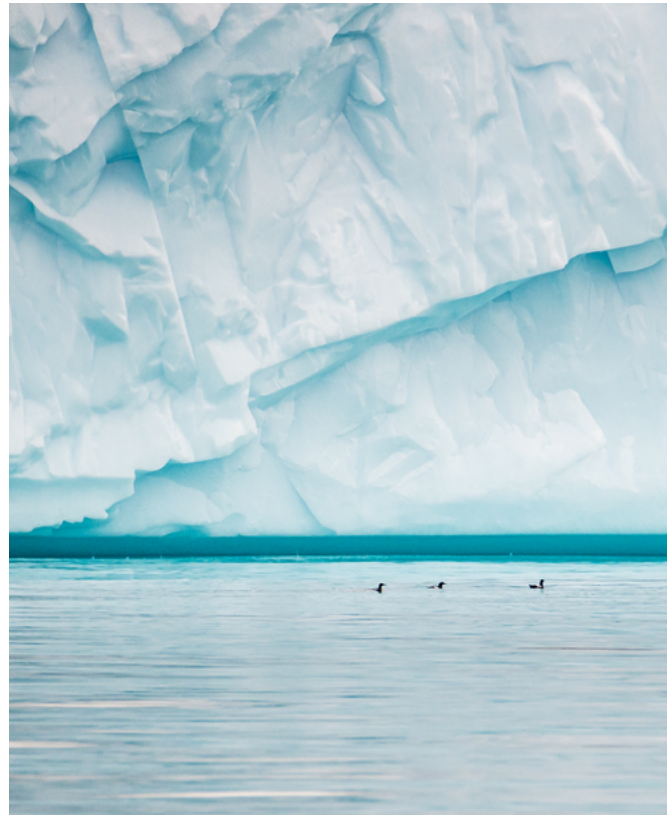
이번 올림픽은 파리에서 100년 만에 개최되었다고 하죠. 놀랍게도 미국 비영리 기후연구 단체인 ‘클라이밋 센트럴’의 조사 결과에 따르면 100년 전에 비해 파리의 평균 기온은 3.1도 상승했고 열대야는 20배 이상 많아졌다고 합니다. 이러한 추세라면 100년 후, 지구촌 축제라는 올림픽은 존속하지 못하지 않을까요? 아니, 그뿐만이 아니라 어쩌면 올림픽에 참여할 수 있는 지구의 많은 구성원 자체가 사라지지 않을까 두려움마저 생깁니다.

1.5°C의 절망과 희망

지금 파리는 올림픽의 도시지만 9년 전 겨울엔 신기후체제의 근간을 마련한 도시이기도 합니다. 알려져 있다시피 제23차 기후변화당사국총회에 모인 196개국 대표들은 만장일치로 기후변화 대응 협약인 ‘파리협정’을 채택하였죠. 파리협정은 2100년까지 지구 평균온도 상승 폭을 산업화 이전 대비 2°C보다 현저히 낮은 수준으로 유지하고 더 나아가 1.5°C 이하로 제한하도록 노력한다는 목표를 세우고 이를 달성하기 위한 다양한 글로벌 활동 계획까지 포함하고 있습니다.

그러나, 이대로라면 1.5°C 도달 시점은 전 세계가 희망하는 2100년이라는 먼 미래가 아닌 가까운 현실에 나타날 것으로 보입니다. 세계기상기구(WMO)는 향후 5년 내 일시적인 현상이지만 1.5°C 온도 상승이 나타날 가능성이 80%라고 전망했으며, 관측 사상 가장 더운 해인 2023년에 전 지구 평균 표면온도가 산업화 이전보다 이미 $1.45^{\circ}\text{C} \pm 0.12^{\circ}\text{C}$ 상승했다고 발표했습니다. 앞으로 우리는 매년 '지구 역사상 가장 더운 해'가 될 것이라는 전망을 듣게 될 가능성이 더욱 커지고 있습니다.

4계절이 뚜렷한 우리나라 국민들에게 1.5°C나 2°C 상승 억제 목표는 큰 차이가 없다고 생각할 수 있겠지만, 세계의 과학자들은 0.5°C 차이가 크다는 과학적 증거를 찾아 기후변화의 위험성을 경고하고 있습니다. 2018년 인천에서 열린 '기후변화에 관한 정부 간 협의체(IPCC)' 총회에서 <지구온난화 1.5°C 특별보고서>가 승인되었죠. 이 보고서는 1.5°C와 2°C 온도 상승으로 야기될 피해를 상대적으로 설명하고 있습니다. 예를 들어, 북구의 해빙 확률이 1.5°C에서는 100년에 한 번 발생하고 복원 가능성이 있지만, 2°C에서는 10년에 한 번 발생하면서 복원이 어려울 것으로 전망하였습니다.



그린란드, 디스크 베이의 커다란 빙하

지구온난화 1.5°C 특별보고서
출처 IPCC





또한 해수면 상승도 최대 77cm와 93cm로 다른 결과가 나타날 것이라 예상했습니다. 단순 수치만 보면 잘 이해가 되지 않지만, 해수면 상승의 10cm 차이는 대략 1천만 명의 사람이 위험에서 벗어날 수 있는 차이의 수준이라고 부연하기도 했죠.

이처럼 우리는 이미 기후위기 시대 속에 살고 있습니다. 한 번도 경험해 보지 못한 수준의 기후 변화 피해와 위험에 노출되어 있지만, 그래도 되돌릴 수 없는 온난화 1.5°C 지점까지의 최악의 상황은 되지 않을 것이라는 희망을 품고 살아가며 행동하고 있는 이들 또한 많습니다.

그물코를 통한 해결의 실마리

아름다운가게는 씨줄과 날줄로 빈틈없이 서로 엮인 그물코처럼 우리 모두 서로의 삶에 책임이 있는 존재라는 인식 속에서 출발하였습니다.

기후위기는 이러한 그물코 관계를 시공간적으로 확대하여 인식한다면 해결의 실마리를 찾을 수 있을 것입니다.



국가전략정보포털 웹사이트에서
〈지구온난화 1.5°C 특별보고서〉 해설서를
다운받아 볼 수 있습니다.

우선, 과거의 우리는 현재와 미래의 우리 삶에 책임이 있습니다. 기후위기의 주범인 온실가스의 배출은 석탄과 석유 등 화석연료 사용과 밀접하게 관련되어 있습니다. 산업화 이후 화석연료 사용은 꾸준히 증가하였고, 그 대부분은 선진국에서 사용되었죠. 따라서 기후위기는 모두에게 책임이 있지만, 그 무게는 선진국이 훨씬 많이 감당해야 하는 것이 당연해 보입니다. 전 세계는 재생에너지로 전환하기 위해 노력 중이지만, 아직 충분하지 않은 수준입니다. 국제에너지기구(IEA)는 1.5°C 기후목표를 달성하기 위해서 글로벌 에너지 전환에 매년 약 4조 5천억 달러가 필요하다고 전망했으나, 2023년 현재 투자 규모는 40%에 불과합니다. 재생에너지 확대는 국가와 산업계의 투자로 주도되겠지만 시민의 직간접 투자로도 촉진될 수 있습니다. 현재의 우리가 미래의 우리 삶에 책임이 있다는 인식을 기반으로 저탄소 경제, 사회 시스템에 지금부터 더 과감한 투자를 해야만 합니다.

기후위기는 그물코로 이어진 지구라는 공간에 사는 모든 구성원에게 영향을 미치고 있으며 지구촌의 모든 시민이 책임감 있게 행동해야만 해결할 수 있는 사안입니다. 우리가 일상에서 마주하는 모든 제품은 제조 과정부터 가공, 이동, 소비 및 폐기까지 전 과정에서 온실가스를 배출하면서 탄소 발자국을 남깁니다. 특히, 노동력이 저렴한 개발도상국에서 많은 제품이 생산되고 선진국에서 대부분 소비되면서 먼 거리 이동으로 인한 탄소 발자국이 커지고 있습니다. 전 지구적·국가적 시스템 등의 전환 없이 개인의 생활방식 변화만으로는 탄소 발자국을 줄이는 데 한계가 있지만, 불필요한 소비를 줄이고 지역에서 생산된 제품과 환경 및 기후에 부정적 영향을 덜 미치는 제품을 선택하는 등 현명한 소비와 자원 절약 및 재활용 등의 생활 속 실천 역시 매우 중요합니다.



변화는

아주 가까운 곳에서부터

두 가지의 행동 제안

나눔과 순환을 통해 세상의 생명을 연장하자는 되살림 정신을 실천하는 것은 기후위기에 대응하는 효과적 방법입니다. 특히, 누구나 쉽게 참여할 수 있는 나눔을 통한 물품재사용은 자원절약과 폐기물 원천감량을 통해 탄소 발자국을 줄이는 매우 효과적인 생활 실천 활동 중의 하나입니다. 최근 폭염, 폭우, 한파 등이 더 자주, 더 강력하게 나타나면서 취약계층의 삶은 더욱 어려워지고 있죠. 이에 나눔으로 얻은 혜택을 또 다른 나눔으로 이어 기후 취약계층의 기후 회복력을 증대시키는 노력 역시 큰 의미가 있을 것입니다.

이제 1.5°C 상승 억제 목표를 달성할 수 있는 시간은 우리에게 얼마 남지 않았습니다. 그렇다면 앞으로 우리는 무엇을 어떻게 해야 할까요? 앞서 언급한 내용을 정리하며 지금 우리가 해야 할 행동 두 가지를 모두에게 제안하고 싶습니다.

첫째, 기후위기 대응의 책임이 큰 정부와 산업계에 친환경적 기후행동을 더 과감하게 하도록 요구해야 합니다.

둘째, 우리 모두 함께 일상에서 그물코 정신과 되살림 정신을 실천하는 것입니다.

변화는 아주 가까운 곳에서부터 시작됨을 잊지 말아주시기 바랍니다. ●



오늘의 쓰레기는 내일의 자원? 그렇지만 너무 많다!

오정미

부산대 기후과학연구소 연구교수

왜 대중매체와 국제기구,
여러 비영리단체는 옷을 만들고
판매하는 패션산업이
지구생태계에 위협을 준다고
말하고 있을까요?

세탁, 수선, 보관해서 사용하고 때로는 가족이나 친지 간에 물려받아 입는 것이 바로 ‘옷’이라는 개념이 우리 사회에 점점 사라지고 있는 것은 아닌가 싶습니다. 사실 시간과 비용을 고려한다면 그러한 노력을 하는 것보다 새 옷을 사는 것이 어찌면 더 합리적으로 보일 수도 있을 것입니다. 이처럼 사회적 상호작용으로 자신을 시각적으로 표현할 수 있는 가장 일차적 패션 수단인 옷은 2000년대 이후 패스트 패션이라는 비즈니스 모델의 도입으로 더 저렴한 가격으로 더 빠르게 시장에 공급되고 있습니다. 이는 자연스럽게 소비자들의 구매, 사용, 폐기에 걸친 라이프 스타일에 커다란 변화를 불러왔습니다. 경제적 상류층에게만 허용되던 최신 유행의 제품은 이제 모든 이들에게 허용되었습니다.



출처 AI생성 이미지

소비자 측면에서 보면 최신 유행의 옷을 저렴하게 자주 구매할 수 있다는 것은 매우 합당한 소비이고 큰 즐거움일 수 있습니다. 그런데 왜 대중매체와 국제기구, 여러 비영리단체는 옷을 만들고 판매하는 패션산업이 지구생태계에 위협을 준다고 말하고 있을까요?

패스트 패션

스파(SPA, speciality retailer of private label apparel)라고도

부르는 패스트 패션은 음식이 빠르게 나오는

패스트 푸드에 의류 산업을 빗댄 것입니다.

패스트 패션은 의류를 저가에, 단기적으로 또 세계적으로

대량 생산 및 판매하며 이 과정에서 셀 수 없이 많은

의류가 버려집니다.

버려지는 옷의 여정

옷은 혹독한 자연환경으로부터 신체를 보호하고, 노출로 인한 수치심을 없애고, 그리고 자신과 자신이 소속된 집단을 나타내기 위해 인류가 선택한 문명 중의 하나입니다. 이 문명은 환경, 기술, 문화, 사회를 반영하면서 꾸준히 진화되어 왔죠. 특히 21세기의 디지털혁명으로 나타난 소셜 미디어는 소비자들의 유행에 관한 관심과 수요를 부추겼고, 제품을 더 빠르고 더 저렴하게 생산하고 판매하는 ‘울트라 패스트 패션 브랜드’의 시장 점유율을 확대 시켰습니다.

사실 얼마나 많은 옷이 만들어지고, 판매되고, 폐기되는지에 대한 정확한 수치는 알 수는 없습니다. 그러나 명백한 사실은 패스트 패션이 확대되면서 소비자들이 더 많은 옷을 구매하고, 폐기하고 있는 것만큼은 명백한 것 같습니다.

게다가 의류 폐기물은 소비 과정에서만 발생하는 것은 아닙니다. 생산과 유통과정에서도 발생하는 양도 상당한 것으로 추정되고 있습니다. 그러나 동시에 정확한 폐기물 양을 알 수 없는 것도 사실입니다. 왜 그럴까요? 놀랍게도 그 양을 보고해야 하는 구체적인 제도가 아직 없기 때문입니다.

이처럼 의류폐기물의 환경적 영향에 대한 우려에 대응하여 패션산업은 자원순환경제로 전환하여 2050년까지 온실가스 순배출 제로를 목표로 설정하였다고 합니다. 자원순환경제는 현존하는 자원과 제품을 최대한 오랫동안 사용하고 재활용하여 자원의 가치 사슬을 확장하는 것을 말하는 데요, 해당 개념을 오롯이 받아들이자면 지금의 폐기물은 미래의 상품이거나 자원이라고도 생각할 수 있습니다. 유행이 지나거나, 몸에 맞지 않거나, 또는 낡아진 옷은 자선단체나 의류 수거함을 통해서 수거됩니다. 우리나라의 경우 「자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법」에 따라서 수거된 폐의류는 분류 과정을 통해서 수출을 포함해서 판매되어 재사용되거나 상품으로서의 가치가 없는 경우에는 재생이용 또는 에너지원으로 사용되고 있습니다.

자원순환의 관점에서 폐기한 옷을 옷으로 재사용하는 것은 에너지와 물 등의 자원 사용을 최소화하고, 탄소를 포함한 오염물질의 배출 거의 없는 것으로 환경적 사회적 비용 측면에서 가장 좋은 방법입니다. 따라서, 사용이 끝난 옷을 기부, 판매, 수출하는 것은 매우 바람직하다고 할 수 있죠. 그러나 우리가 반드시 생각해야 할 것은 중고의류라도 옷은 그 고유의 기능을 수행하여야 하고, 상품으로써 수요와 공급의 균형이 맞아야 합니다. 예를 들어, 2019년 4월 강원도에 대형 산불이 발생했을 당시, 전국에서 구호 물품으로 보낸 옷은 무려 53톤이었습니다. 이 중 30톤이 마지막까지 보낼 곳이 없어 옷을 보관하고 처리하는 데 적지 않은 인력과 비용이 들어 구호품이 아니라 짐이 되었다는 보도도 있었습니다. 그 이유는 고성군의 대부분 주민은 고령자들인데 기부된 옷은 젊은 여성의 도시 스타일 옷과 아동복이 대부분이었기에 보내질 곳이 없기도 했지만, 일단 기부된 양이 너무 많았던 것입니다.

또 다른 사례로는 서아프리카의 가장 큰 중고의류 칸타만토 시장을 꼽을 수 있습니다. 매주 1,500만 개의 중고의류가 고소득 국가로부터 수입되고, 그중 40%의 중고의류가 폐기된다고 합니다. **명백한 사실은 그 양이 너무 많다는 것입니다.** 가나의 인구는 대략 3,000만 명이라고 하는데, 그렇다면 2주마다 국민 전체에 제공할 수 있는 중고의류가 수입되고 있는 것입니다. 또한, 중고의류는 베일로 거래되어서 큰 묶음 속에는 현재의 기후와 사회문화적 규범에 부적합하거나 때로는 수선할 수 없을 정도로 손상된 옷이 섞여 있다고도 하네요. 그렇기에 폐기물 처리시설이 갖추어지지 않은 대부분 지역에서는 버려진 옷이 지역의 생활 환경을 오염시켜 지역 사회의 생태계에 부정적 영향을 주고 있어 그린피스도 아프리카로 수출되는 중고의류를 ‘독이 든 선물’이라고 부르기도 한다니, 정말 슬픈 일이 아닐 수 없습니다.



출처 KBS

또한 처치 곤란한 폐기의류를 매립하거나 소각하는 행위도 여전히 많이 이루어지고 있습니다. 매립지에 묻힌 옷은 이산화탄소와 메탄 등의 온실가스를 배출할 뿐 아니라, 폴리에스터와 같은 합성섬유는 자연으로 분해되는 데는 오랜 시간이 걸립니다. 또한, 옷을 소각하면 많은 양의 온실가스와 유독가스가 함께 배출됩니다. 우리나라의 대표적인 중고의류 수출국인 캄보디아 프놈펜 근처에서는 고소득 국가에서 수입된 의류 폐기물을 연료로 사용하여 벽돌을 생산하고 있다고 합니다. 이처럼 관리되지 않은 의류폐기물이 지역 환경을 오염시키고 있을 뿐 아니라, 옷을 태우면서 발생하는 유독가스가 벽돌공장 근로자뿐 아니라 지역 주민의 건강을 위협할 수 있습니다.



공동체를 향한 질문

이제 우리는 지구인으로서 한 벌의 옷이 만들어지기까지 들어가는 환경적, 사회적, 윤리적 비용에 대해서 깊이 생각할 때입니다. 산업 구조 안에서의 생산을 줄이기 위해서는 물품의 생애 주기를 늘려가야 합니다. 그렇기에 아름다운 가게와 같은 재사용나눔가게의 역할과 그 중요성은 나날이 커지고 있습니다. 그것은 동시에 다시금 ‘공동체’에 대한 생각으로 회귀하는 과정이기도 합니다. 우리가 지구라는 공간성에 묶인 서로 영향을 주는 존재라는 것을 다시금 이해하고 공감해 보는 것이죠.

교육을 받아야 할 시기에 면화 농장에서 땀을 흘리는 어린 농부와 온종일 재봉틀에서 옷을 만들고 있는 어린 근로자들의 노력과 수고에 얼마를 지불해야 할까요? 완전한 자원순환이 된다고 하더라도 생산, 소비, 폐기에 발생하는 온실가스, 오폐수, 황폐해지는 토양을 복구하는 데 들어가는 환경적 비용은 얼마일까요? 이러한 질문들이 우리의 관계적 시야를 넓혀줄 것입니다.

아마도 패션산업의 직간접적인 문제에 대해 소비자들의 문제의식이 상대적으로 덜한 이유는 옷에 관련된 원재료의 생산, 가공, 유통, 소비, 폐기, 그리고 재활용까지의 모든 과정이 여러 나라에 걸쳐있기 때문일 것입니다. 대부분 소비자는 고소득 국가에 살고 있고, 대부분의 생산과 가공 그리고 중고의류를 포함한 폐기에 관련된 근로자는 저소득 국가에 살고 있죠.

이러한 한계를 극복하기 위해서 우리는 서로가 이어져 있다는 ‘물코적 인식’에 더욱 눈을 돌려야 할 것입니다. **그들의 현실을 우리 일상 가까이에 두고 서로가 서로를 향해 열린 마음으로 바라보는 것이죠.** 바로 그렇게 우리가 서로 맞닿아질 때 지금과 같이 비환경적인 패션산업은 새로운 정책과 기술 혁신으로 자원 고갈을 늦추고, 온실가스 배출량과 폐기물을 줄이고, 근로자들에게 안전한 작업환경과 합리적인 임금을 지급할 수 있는 산업으로 전환되기 시작할 것입니다. ●

일상의 작은 시도를 안내하는 캠페이너로서의 사회적기업가

계효석

LAR 대표

그렇게 해서 2017년에
LAR은 탄생하게 되었습니다.
‘주위를 돌아보자’라는 미션을 드디어
조금씩 실천하게 된 것입니다.

또한 저와 같이 다른 이들도
주위를 돌아보며 자신만의 소명을 발견하길
희망하는 마음도 함께 담았습니다.

LAR은 LOOK AROUND의 약자로 ‘주위를 돌아
보자’라는 미션을 의미합니다. 이러한 미션을
마음에 품게 된 시작점을 쫓으면 아마도 미국 유학
시절 이야기를 꺼내야 할 것 같습니다. 그래서
조금은 솔직한 고백으로 글을 시작해 보려 합니다.

돌아보면 저는 학창 시절 내내 아버지의 인정을
받기 위해 노력해 오지 않았나 싶습니다. 자수성가
하신 아버지를 보며 저도 돈을 많이 벌어서
사회적으로 성공하고 싶었거든요. 그런 꿈을 품에
안고 미국으로 건너가 공부하고 나름대로 패션
업계의 커리어를 그곳에서 시작할 수 있었습니다.
하지만 미국 유학 생활은 생각보다 더 힘들었습니다.
무엇보다 외로움에 대한 고통이 크더군요. 당시
한화 약 200만 원 남짓한 급여를 받으며 미국에서
생활하기란 정말 쉽지 않았습니다.

저는 그곳에서 제일 값싼 곳에 살며 열악한 환경 속 먹을 것도 제대로 먹지 못하면서 20대를 보냈습니다. 제가 꿈꿨던 ‘성공’이라는 단어와는 전혀 다른 삶이었죠.

그러던 와중 하나의 생각이 스쳤습니다. ‘지금 내 주변에도 도움이 절실한 이들이 많이 있다. 마냥 힘들어하지만 말고 나보다 더 힘든 이들이 없는지 항상 주변을 돌아보며 살아야겠다’, 이런 생각으로 나중에 창업을 하게 되면 ‘모두를 이롭게 할 수 있는 사업’을 하고 싶다는 막연한 꿈을 꾸기 시작했습니다. 그리고 이후 한국에 돌아와 우연히 개발도상국에 봉사활동을 가면서 내가 가지고 있는 능력으로 그 꿈을 이루리라 더욱 깊이 마음을 먹게 되었습니다.

그렇게 해서 2017년에 LAR은 탄생하게 되었습니다. ‘주위를 돌아보자’라는 미션을 드디어 조금씩 실천하게 된 것입니다. 더불어 저와 같이 다른 이들도 주위를 돌아보며 자신만의 소명을 발견하길 희망하는 마음 또한 함께 담았습니다.



작은 시작이 만들어 낸 큰 꿈

LAR의 시작은 아주 미약했습니다. 가죽, 플라스틱 재활용 원사, 생분해 아웃솔 등 친환경 소재를 발굴 및 개발하여 친환경 신발과 가방 등 패션 제품을 제조하고 판매해 보자는 아이디어에서 호기롭게 출발은 하였으나, 사실 저는 신발에 대해 아무것도 몰랐던 한 청년에 불과했으니까요. 게다가 2017년 당시에는 사람들이 사회적기업이나 친환경제품, 지속가능이라는 말조차도 생소했던 시절이었습니다. 하지만 반대로 그 때문에 LAR은 많은 주목을 받을 수 있었고, ESG라는 거대한 흐름 앞에서 정부와 기업, 많은 소비자로부터 주목과 지원을 받으며 성장할 수 있었습니다.

그 결과로 LAR은 재활용가죽을 넘어 플라스틱 페트병 원사, 코르크나무 껍질, 생분해 아웃솔, 대나무 원사, 피마자 오일 등의 소재를 접목하여 국내 최초로 모든 소재가 재활용 혹은 생분해가 되는 100% 친환경 신발을 개발할 수 있었습니다. 8년이 지나 신발 총 5만 켤레와 가방 4만 개를 제조하여 페트병 50만 병을 재활용했고 소 1,300마리에 해당하는 가죽을 대체하였으며 30년산 소나무 1,618그루에 해당하는 이산화탄소를 감축했고 리사이클 폴리를 활용하여 물 750만 리터를 절약할 수 있었습니다.

엘에이알의 8년

제작한 신발 총 5만 켤레

제작한 가방 총 4만 개

재활용한 페트병 50만 개

소 1,300마리에 해당하는 가죽 대체

30년산 소나무 1,618그루에 해당하는 이산화탄소 감축

물 750만 리터 절약

잘 알려져 있지 않지만, 대한민국은 OECD 국가에서 1인당 페트병 소비율이 97kg으로 부동의 1위를 차지하고 있습니다. 저는 이러한 문제점을 기업과 시민들과의 연결고리를 통해 해결해야 한다고 마음을 먹었습니다.

그래서 LAR은 롯데케미컬과 함께 힘을 모아 〈PROJECT LOOP〉라는 사업을 시작했습니다. 한국 최초로 페트병을 수거하고, 재활용하고, 고부가 가치 제품을 만들어서 유통과 판매 소비까지 하는 모든 A TO Z 과정을 국내에서 진행한 프로젝트였습니다.

이 프로젝트는 감사하게도 21년에 한국에서 녹색 경제 분야의 공공-민간 파트너십 강화를 위한 글로벌 이니셔티브인 P4G(Partnering for Green Growth and the Global Goals 2030) 행사가 열리면서 정부로부터 관심을 받게 되었습니다. 결국 21년도 영국에서 열렸던 G7에서 당시 우리나라 대통령 내외분들께서 오스트리아 정상으로부터 수교 이후로 100년 만에 초청이 되셨는데 그때 ‘지구를 위한 한 걸음을 함께하자’라는 의미로 LAR의 신발이 오스트리아 영부인님께 공식 선물로 전달되었습니다. 이때가 저에게는 사업을 시작하며 가장 빛나는 순간이 아니었을까 싶습니다. 왜냐하면 그 신발은 국내에서 최초로 국내산 페트병을 재활용하여 만든 첫 신발이었기 때문입니다.



혼자가 아닌 기쁨, 뷰티풀펠로우

또 다른 빛나는 순간을 떠올려 보자면, 바로 아름다운가게의 사회적기업 지원 프로그램 <뷰티풀펠로우>에 선정되었던 일을 꼽고 싶습니다. 뷰티풀펠로우란, 저와 같이 비즈니스를 통해 사회 문제를 해결할 수 있는 사회적기업가를 지원 하는 지원사업인데요, 이를 통해 **사회적경제 내에서 기업들이 지속가능할 수 있도록 사람을 지원하고 이들이 서로 연대하며 협력할 수 있도록 교류를 촉진해** 주고 있습니다.

사실 저는 삼수 끝에 2021년 ‘뷰티풀펠로우 11기’에 선발되었습니다. 이러한 선발을 통해 ‘상품성이 뛰어난 친환경 패션 제품 제조 및 판매를 통해, 일상에서 사람들이 환경 위기를 느끼고 행동할 수 있도록 돕는다’는 LAR의 진정성이 대외적으로 인정을 받고 포용 받는다는 생각이 들어 무척 기뻐했습니다.

사실 한 기업의 대표란, 평소 어두운 바닷속에서 배를 몰고 가는 선장이라고 생각했는데요, 그 가운데서도 밝은 등대가 되어주었던 것은 친환경이라는 딱지를 떼고도 일반 브랜드와 경쟁할 수 있는 제품을 만들겠다는 스스로의 집념이었습니다. 하지만 때로는 홀로 하는 항해가 힘에 겨울 때가 있었는데 뷰티풀펠로우 프로그램을 통해 만난 동료 사회적기업가들을 통해 ‘나 혼자가 아니다’라는 느낌을 강하게 받았습니다. 이를 통해 최선을 다해, 그리고 더욱 투명하게 사업을 운영해야겠다는 동기부여도 함께 생겼고요.

이처럼 LAR이 지원사업에 선정되고, 사업적 멘토를 만나가면서 저의 사업에 확실한 전환점이 되었다고 생각합니다. 이전까지는 사업을 저 혼자 한다고 생각하며 지낼 때가 많았어요. 하지만 내가 가진 것이 없는데도 불구하고 나를 지지해 주고 응원해 주는 힘을 받을 때, ‘내가 할 수 있을까?’에서 ‘어떻게 하면 더 잘할 수 있을까?’ 하는 생각의 전환이 있었습니다. 청년 계효석에서 대표 계효석으로 바뀐 거죠. 이처럼 뷰티풀펠로우로 선정되며 대표 계효석에서 사회적 기업가 계효석으로의 전환점을 맞이한 것 같다는 생각이 듭니다.



외치지 않고 보여주는 우리의 메시지

‘주위를 돌아보자’라는 메시지를 전파하기 위해 한 청년이 신발을 만들어서 크라우드 펀딩을 진행했을 뿐인데 우리나라 정상의 공식 선물로 활용되고 한 글로벌 기업 ESG의 상징이 되었습니다. 미국에서의 외로운 유학 시절을 떠올리면 이러한 작은 꿈이 이처럼 커졌다는 사실이 믿기지 않을 정도입니다.

다른 무엇보다 기쁜 것은 ‘모두를 이롭게 할 수 있는 사업을 하자’라는 제 자신의 꿈이 어느 정도 이룬 것 같기 때문입니다. <PROJECT LOOP>와 같이 성공적인 프로젝트로 인해 22년 이후로는 플라스틱 페트병 재활용 과정에서 펠릿이나 칩을 만드는 공장이 하나둘 생겨나기 시작했고, 재활용 원사는 수요가 급증하여 이제는 너무나도 쉽게 구하고 적용할 수 있는 소재가 되었습니다. 이렇게 한국의 지속가능한 패션 소비와 인프라를 구축하는 것에 기여했기 때문에 큰 자부심을 가지고 회사를 운영하고 있습니다. 이제는 플라스틱 페트병을 재활용하여 옷을 만드는 것은 더 이상 신기하거나 놀랄만한 일이 아니고, 길거리에 전기차 자동차가 지나다니는 것이 흔한 일이 되어버렸기 때문에 그 선구자 역할을 LAR이 적지 않게 기여했다고 생각합니다.

동시에 22년 이후로 많은 친환경 패션 분야에서 후배 창업가들과 사회적기업 브랜드가 생겨나기 시작했습니다. 그래서 전 세계에서 활동하던 다양한 글로벌 친환경 패션 브랜드 역시 한국에 진출하여 이 지속가능한소비 시장이 커지게 되었습니다. 시민 또한 20년도 12월 25일부터 환경부에서 공식적으로 모든 가정에서 투명 플라스틱 페트병을 의무적으로 분류해야 하는 법이 시행되면서 자연스럽게 국내의 플라스틱 페트병 재활용률을 높일 수 있는 시스템이 갖춰지게 되었습니다.

이와 같은 변화 속에 LAR의 다음 목표는 상품성이 뛰어난 제품을 만들어서 LAR이 한국을 대표하는 지속 가능한 패션 브랜드로 자리매김하는 것입니다. 또 개인적으로는 외국에도 한국의 지속 가능한 패션을 자랑스럽게 알릴 수 있는 기업가가 되고 싶습니다. 그래서 세계에 한국이 환경 선진국이라는 것을 보여주고 싶어요. 그리고 저는 대중이 환경을 생각하는 게 멋있는 행위로 여겨지는 세상이 오길 바랍니다. 아직은 친환경 사회적 기업 제품이 매력적이지 않다는 인식이 강한데, 이 편견을 깨야 하는 것이 LAR의 앞으로의 목표이기도 합니다.



2024년 리뉴얼한 LAR의 매장 모습.



미얀마 봉사활동과
선덕원 기부 모습

이런 점에서 저에게 큰 울림을 주는 말이 있었습니다. 언젠가 파타고니아에서 발행한 책을 읽다가 본 ‘NO MARGIN, NO MISSION’이라는 문장이 있었습니다. 이 말이 8년간 사회적기업을 운영해 온 패션브랜드의 수장으로서 얼마나 마음 깊이 동의가 되는지 모르겠습니다. 이윤이 없으면 사회적 가치도 없습니다. 단순 미션만을 생각하며 사회적기업을 창업하고 운영하다가 오히려 환경에 더 큰 피해를 주고 사람들의 인식을 부정적으로 바꾸게 한 브랜드가 지금껏 얼마나 많았는지 지난 시간을 돌아보게 됩니다.

그래서 LAR은 더욱 상품성에 집중했고 이제는 디자인 감도 또한 갖추기 위해 노력하고 있습니다. 이렇게 저희가 다양한 도전과 성장을 할 수 있었던 것은 모두 정부의 지원과 아름다운가게의 뷰티폴 펠로우 등 여러 기업의 후원과 응원이 있기 때문에 가능했습니다. 현재 LAR의 제품은 많은 이들에게 굳이 환경적, 사회적 가치를 생각하지 않고도 충분히 구매할 수 있는 제품으로 인식되었습니다. 그렇게 이 신발을 구매한 누군가는 ‘아 친환경 제품이 이렇게 가벼울 수 있구나’ ‘아 사회적기업 제품이 이렇게 상품성이 경쟁력 있을 수 있구나’ 하고 생각하게 됩니다.

LAR은 이 지구 환경의 심각한 문제를 알고 있기에 다양한 곳에서 환경 강연과 수업도 진행하고 있지만 사람들에게 외치지 않습니다. 오히려 이 신발 한 켤레로 일상의 작은 시도를 제안할 뿐입니다. 왜냐하면 **일상의 작은 시도가 세상을 돌아보는 시작이기** 때문입니다. LAR은 모든 사람이 자연스럽게 지속가능한 소비를 하는 시대를 꿈꿉니다. 그렇게 해서 ‘탄소 중립’이나 ‘RE100’이라는 거국적인 아젠다가 없더라도 지구와 사람이 공생하며 지속가능 할 수 있는 내일을 상상하게 됩니다. ●

학교 현장에서 성장세대와 구성해 가는 아름다운 상상력, 함께 꿈꾸는 친환경적 세계

박지연

(사)환경교육센터 기획국장

기후시민은 기후변화에 대한 이해와 이를 해결하기 위한 행동을 통해 지속가능한 미래를 만들기 위해 노력하는 사람들입니다.

이를 위해 학교 현장에서의 환경교육은 성장세대가 기후시민으로 자라나는 데 중요한 ‘그물코를 짜는 실’과 같다 평소 생각하고 있습니다.

우리가 살아가는 현대 사회는 빠르게 변화하고 있습니다. 그 변화의 중심에는 기후위기와 환경문제라는 거대한 도전도 함께 자리하고 있습니다. 이 문제를 해결하기 위해서는 무엇보다도 학교 현장 등의 성장세대가 **기후시민**으로서 건강히 자라나는 것이 무척 중요합니다. 이는 기후변화에 대응하기 위해 개인이 가지는 책임감과 역할을 강조하는 개념입니다. 단순히 환경보호를 넘어, 기후변화와 그 영향에 대한 인식을 바탕으로, 개인이 사회적으로, 정치적으로, 그리고 경제적으로 적극적인 역할을 수행하는 시민을 의미하기도 합니다. 이러한 기후시민은 기후변화에 대한 이해와 이를 해결하기 위한 행동을 통해 지속가능한 미래를 만들기 위해 노력하는 사람들입니다.



이를 위해 학교 현장에서의 환경교육은 성장세대가 기후시민으로 자라나는 데 중요한 ‘그물코를 짜는 실’과 같다 평소 생각하고 있습니다.

기후위기 시대, 자원순환의 역할

자원순환 실천은 기후위기에 대응하는 기후시민의 중요한 기후행동 중 하나입니다. 또한, 자원순환 실천을 다른 사람들에게 장려하는 일도 기후시민의 역할입니다. 기후위기 시대 속 자원순환이 중요한 이유는 첫째, 플라스틱, 금속, 종이와 같은 자원의 재활용은 이들 자원을 새로 생산하는 것보다 훨씬 적은 에너지를 소모하며, 그에 따라 온실가스 배출을 감축할 수 있다는 연구 보고가 있습니다. 둘째, 자원순환은 재료의 재사용과 재활용을 촉진하여 천연자원의 소모를 줄이고, 지속가능한 자원

관리에 기여할 수 있습니다. 재활용을 통해 자원을 다시 사용할 수 있으므로, 새로운 자원을 추출하고 가공하는 과정에서 발생하는 환경에 미치는 악영향을 줄일 수 있습니다. 예를 들어, 알루미늄 캔 하나를 재활용하면 새로운 알루미늄을 생산하는 데 필요한 에너지의 95%를 절약할 수 있다고 합니다. 셋째, 자원순환 활동은 폐기물 처리 비용을 줄이고, 재활용 산업은 많은 일자리를 창출하며, 재활용된 자재는 새로운 제품의 원료로 사용되어 경제적 가치 높일 수 있습니다. 넷째, 폐기물의 적절한 관리는 토양, 물, 대기오염을 줄여 환경 보호에 중요한 역할을 합니다. 폐기물이 제대로 처리되지 않으면 유해 물질이 토양과 수자원을 오염시킬 수 있으며, 이는 인간 건강과 생태계에 심각한 영향을 미치기 때문에 재활용을 통해 이러한 폐기물을 줄이면 환경 오염을 최소화할 수



있다는 연구 결과도 있습니다. 물론 그 외에 더 많은 이유가 있으리라 여겨집니다.

내용을 한번 요약해 보겠습니다. 자원을 절약하고 재활용을 통해 폐기물을 줄이면, 에너지 소비를 줄이고 온실가스 배출을 감소시킬 수 있습니다. 또한, 자원순환은 자원 고갈 문제를 완화하고, 생태계 보호에도 기여합니다. 이처럼 자원순환은 지속가능한 미래를 위해 기초를 다지는 일이며, 기후위기 시대를 극복하는 데 필수적인 역할을 합니다!

자, 어떨까요? 기후위기 시대 자원순환 실천의 필요성이 설득이 되시나요? 설득이 안 된다면 이유는 간단합니다.

일단 먼저, 재미가 없기 때문입니다! 그리고 지식과 정보로만 가득 차 있습니다. **환경지식 전달은 환경교육의 중요한 역할을 합니다만, 그것만으로는 시민을 친환경행동(기후행동)으로 이끌기엔 부족하다는 것은 저도 교육 현장을 통해 참 많이도 경험하였습니다.** 그리고 위의 설명글을 읽고 나서 물음표를 그리는 분들도 있으셨을 것으로 생각합니다. 그 이유는 내 삶과 가까이 느껴지지도 연결감도 느껴지지 않기 때문입니다. 하물며, 앞으로 더 많은 경험과 삶의 과정을 거쳐야 하는 성장세대에게는 더더욱 와닿지 않았지요. 그렇다면 성장세대가 기후위기 시대 자원순환 실천을 할 수 있도록 하기 위해 필요한 것은 무엇 일까요?

좋은 토양에서만
건강한 식물이 자라듯이,
성장세대가 자원순환을 실천하는
기후시민으로 자라기 위해서는
환경교육이라는 비옥한 토양이
필요합니다.

학교에서 이루어지는 환경교육은
단순한 지식 전달을 넘어,
학생들이 자연과 깊이 연결되고,
자신의 행동이 환경에 미치는 영향을
자각하도록 돕습니다.

환경교육, 자원순환 시대를 여는 튼튼한 실이자 토양

토양은 모든 생명의 근원입니다. 좋은 토양에서만
건강한 식물이 자라듯이, 성장세대가 자원순환을
실천하는 기후시민으로 자라기 위해서는 환경교육
이라는 비옥한 토양이 필요합니다. 학교에서
이루어지는 환경교육은 단순한 지식 전달을 넘어
학생들이 자연과 깊이 연결되고, 자신의 행동이
환경에 미치는 영향을 자각하도록 돕습니다.
이러한 과정에서 학생들은 자연과 사회 속에서
자신의 역할을 깨닫고, 지속가능한 미래를 위해
무엇을 해야 하는지 이해하게 됩니다. 이러한
성장세대가 자원순환의 중요성을 알고 기후시민
으로서 자원순환 실천을 하게끔 이끄는 것이 바로
'환경교육'입니다.

2022년에 발표된 관련 연구에 따르면, 환경교육은
어린이와 청소년 같은 성장세대가 환경 행동에
참여할 때 직면하는 심리적 장벽을 예상보다 더
효과적으로 완화할 수 있다고 합니다. 기후변화에
대한 지식만으로는 환경 행동을 충분히 촉진하기
에 부족할 수 있지만, 쓰레기 재활용 같은 구체적인
실천 방법을 알려주는 '실천지식(실천방법)'은 젊은
세대에게 환경적으로 의미 있는 변화를 이끌어낼
수 있다는 자신감을 심어주고, 이를 통해 행동
변화를 촉진할 수 있다는 것입니다.

이러한 예로 저는 아름다운가게와 환경교육센터가
함께한 <아름다운 학교벤치> 사업을 꼽아 보고
싶습니다. 아름다운 학교벤치 사업은, 신규 개발한
의류폐기물과 지속가능한 의생활 실천을 다루는
교육 프로그램(교육용 PPT, 워크북) '의로운 탐구생활'
을 5개교 중학교에서 워크숍 형태의 환경교육을

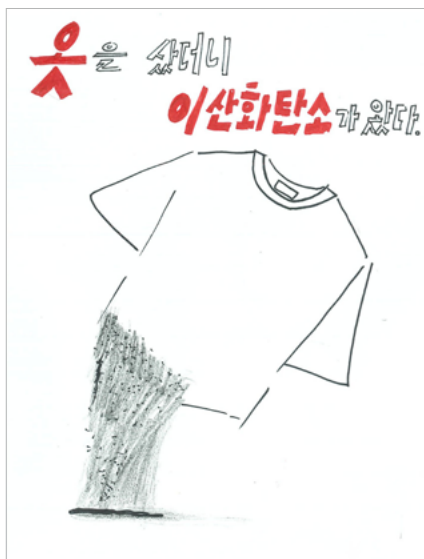
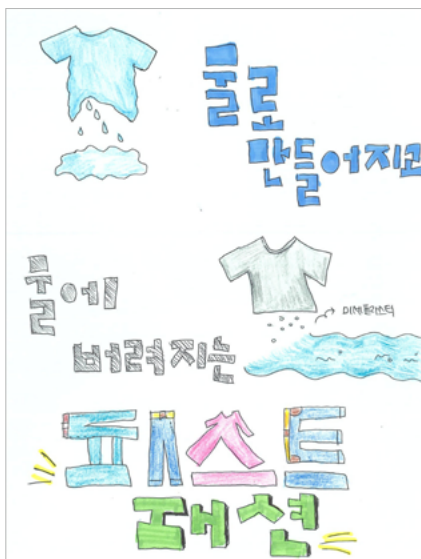
수행하고, 각 학교의 환경교육 종료와 함께
업사이클링 벤치(폐의류를 가공해서 섬유패널을 만들고,
그 섬유패널로 제작한 벤치)를 설치하는 사업입니다.

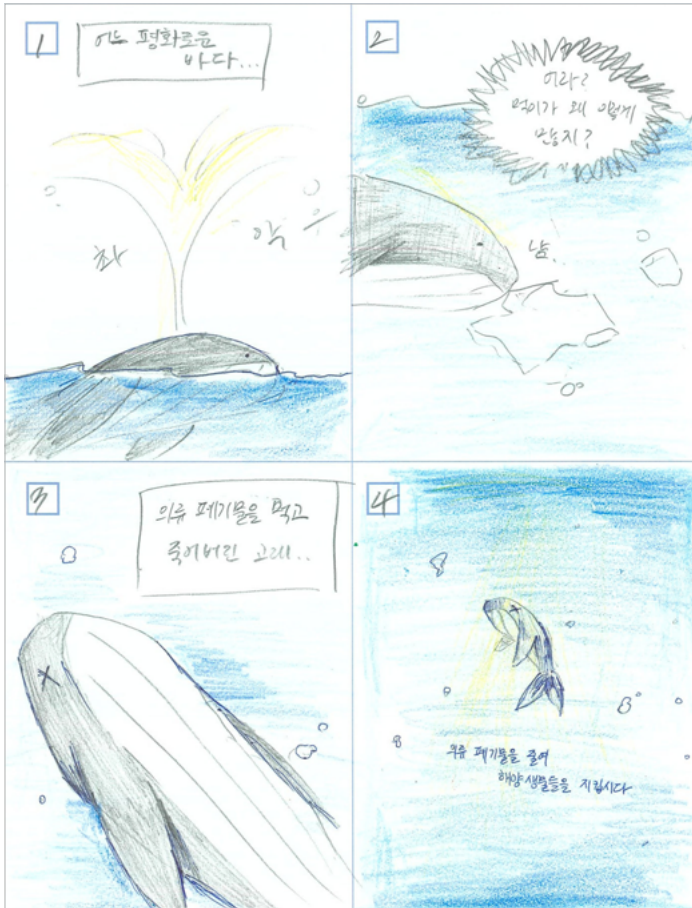
학생들이 의류폐기물과 지속가능한 의생활을
학습하고 그 내용을 토대로 의류폐기물 문제를
알리는 네 컷 만화와 기사문, 기후위기와 패스트
패션에 맞서는 옷 광고 포스터, 슬로 패션 실천
행사 기획서를 만들어보는 워크숍까지 이어집
니다. 이 프로그램을 통해 패스트 패션의 문제점과
폐의류가 환경에 미치는 영향을 배우고, 이를
해결하기 위한 창의적인 방법들을 탐구했습니다.
이러한 경험은 학생들이 일상에서 기후위기
극복에 기여할 수 있는 구체적인 방법을 배우는
동시에, 그들의 행동이 기후위기 시대 사회와
환경에 미치는 영향을 자각하게 만듭니다.
단 하루 동안 4교시에 걸쳐 이루어지는 수업이
지만, 학생들이 워크숍 활동으로 만든 결과물들은
놀랍습니다. 소개하고자 하는 이미지는 학생들이
작업한 포스터와 네 컷 만화 결과물 일부입니다.

“물로 만들어지고 물에 버려지는 패스트 패션”
이 포스터는 패스트 패션이 환경에 미치는
부정적인 영향을 나타내고 있습니다. 옷이 물과
밀접하게 연관되어 있음을 강조하며, 생산 과정
에서 많은 물이 사용되고, 결국 버려지면서 환경
오염을 초래하고 있음을 표현합니다.

다음 포스터인 “옷을 샀더니 이산화탄소가 왔다.”
옷을 구매함으로써 발생하는 탄소발자국을 강조
합니다. 패스트 패션이 기후위기에 미치는 영향을
경고하고, 지속가능한 의생활을 촉구하는 메시지를
전달하고 있습니다.

또 다른 포스터인 “내 옷은 소중하게 헹 옷은
비상하게” 여기에서는 옷을 소중히 여기고 오래
사용하자는 메시지를 전달하고 있습니다. 패스트
패션의 대량 생산과 소비를 지양하고, 옷을 필요에
맞게 리폼하여 오래 입자고 이야기하고 있습니다.





마지막으로 네 컷 만화는 고래가 옷 폐기물 때문에 고통받는 장면을 그리고 있습니다. 결국 의류 폐기물로 인해 해양 생태계가 파괴된다는 메시지를 전하고 있습니다.



“의로운 탐구생활”에 참여한 성장세대는 패스트 패션에 대해 각자의 시선으로 날카롭게 화두를 던지고 있습니다. 마치 오래전부터 이 문제를 알고 있었던 것처럼 통찰력 있는 문구와 재치 있는 그림으로 세상에 목소리를 냈습니다. 환경교육은 빈틈없이 엮인 그물코를 만들기 위한 튼튼한 실이라는 것을 경험할 수 있는 계기였습니다.

서로를 단단하게 하는 환경교육

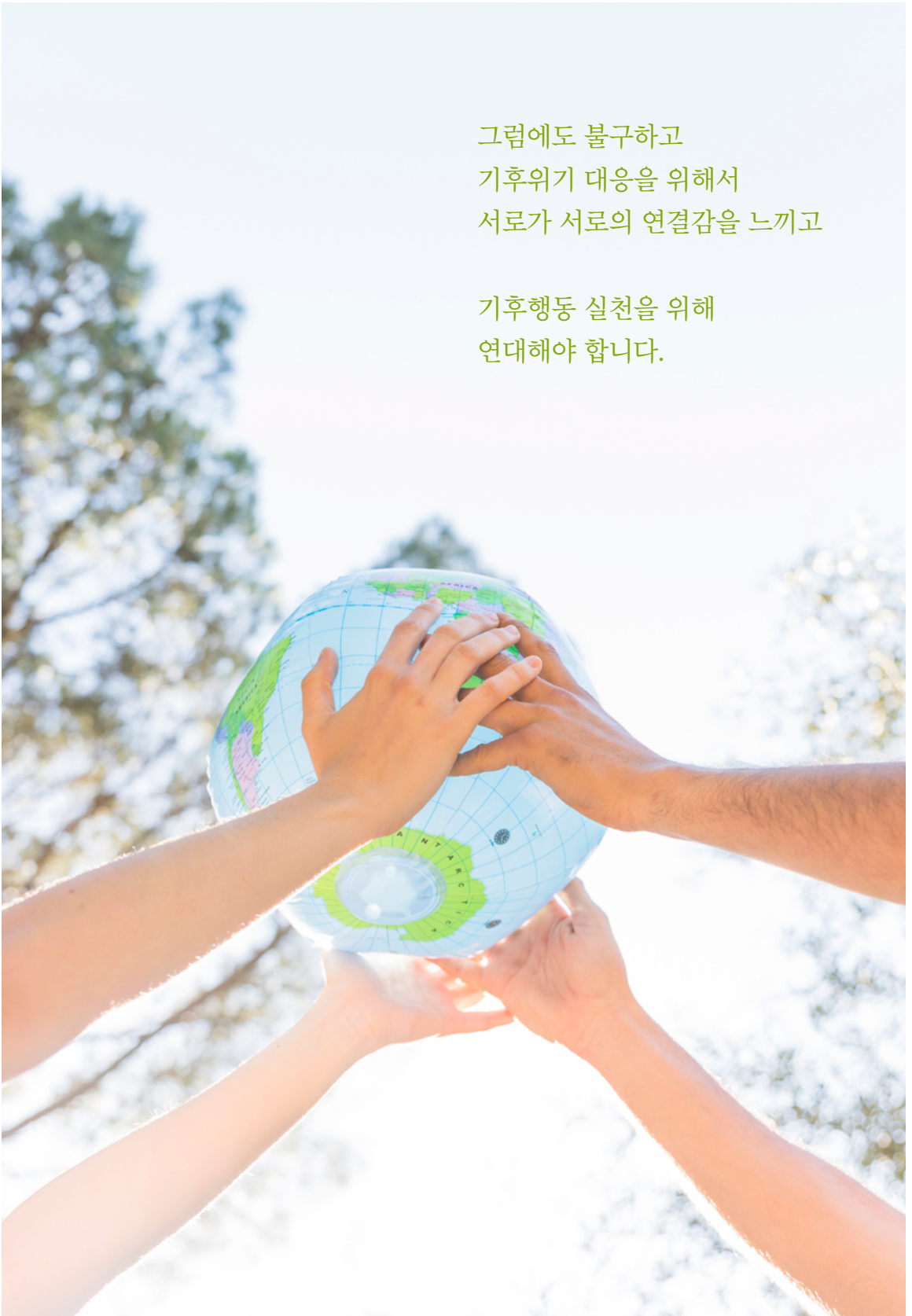
의류폐기물의 문제점과 지속가능한 의생활 실천을 다루는 ‘의로운 탐구생활’과 같이 의미 있는 환경교육 프로그램은 성장세대의 기후시민으로서 성장 뿐 아니라, 청소년들이 관심 있게 지속가능한 의생활에 대해서 배우고 고민하는 모습 그리고 워크숍 과정부터 결과물을 완성해 내는 순간을 함께하는 관계자들의 성장도 함께 끌어냅니다. 관계자들이란 프로그램 개발에 참여한 총괄 및 실무자들, 학교 현장에서 환경교육을 진행하는 강사진을 뜻합니다. 겉으로 프로그램은 성장세대에게 의류폐기물의 문제점과 지속가능한 의생활을 가르치기 위한 것처럼 보이지만, 그 실상은 관계자들도 환경 교육 프로그램 개발을 위해서 의류 폐기물 이슈에 관하여 공부하고 어떻게 재밌게 효과적으로 청소년들에게 전할 것인가 끊임없이 고민하는 교육 프로그램이기도 합니다. 그래서 실무 단위에서 내용을 업그레이드하는 과정을 수없이 거칩니다. 그런 지난한 절차를 마치고 그 환경교육 프로그램이 학교 현장에서 이뤄지는 과정과 교육 참여자들의 결과물을 보면서 강사그룹 또한 감동하고 인사이트를 얻고 마침내 성장합니다.

성장세대와 관계자가 서로가 연결되고 성장하여 단단한 그물코가 되어 가는 것입니다.

앞으로도 계속 인류가 지구에 살아가는 한 우리는 기후위기 시대에 머물게 됩니다. 국제사회가 채택한 파리기후협정에서 목표로 한 1.5도 달성이 어렵다는 전망이 팽배합니다. 그럼에도 불구하고 기후위기 대응을 위해서 서로가 서로의 연결감을 느끼고 기후행동(친환경행동) 실천을 위해 연대해야 합니다. 그 시작에 환경교육이 역할을 하게 될 것이며, 환경교육이 만들어낸 그물코가 우리를 하나로 연결해, 기후위기를 넘어서는 지속가능한 미래를 함께 만들어갈 것입니다. ●

그럼에도 불구하고
기후위기 대응을 위해서
서로가 서로의 연결감을 느끼고

기후행동 실천을 위해
연대해야 합니다.



환경연구원, 아름다운가게와 만나다

강다연

한국환경연구원

저에게 작은 소망이 하나 있다면,
아이가 자라고
봉사활동이 가능해질 나이가 되었을 때,

아이와 함께 다시금 봉사자로서
아름다운가게를 방문해 보는 것입니다.

기후위기를 막을 수 있을까?

2021년 여름에 있었던 일입니다. KTX를 타고 아이와 함께 친정으로 내려가던 중, 우연히 그 안에서 공익광고 한 편을 보게 되었습니다. 환경파괴로 인한 기후 변화 현상을 바탕으로 경각심을 불러일으키는 공익 광고였습니다. 문득 내 아이의 미래에는 어떤 자연환경이 펼쳐져 있을지 궁금해졌습니다. 안타깝게도 다소 우려스러운 미래가 머릿속에 그려졌습니다. 곁에서 해맑게 웃고 있는 아이를 바라보며, 스스로 보다 깨끗한 환경을 위해 작은 노력이라도 해야 하는 것이 아닌가 하는 생각에 잠겼습니다.



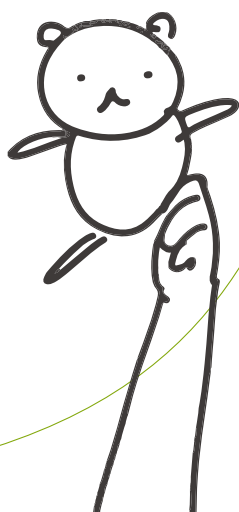
저는 환경정책 연구기관에서 연구원으로 일하고 있습니다. 그러다 보니 아무래도 기후변화에 대한 뉴스를 자주 접하고는 합니다. 실제로 유럽 중기기상예보센터(ECMWF, European Centre for Medium-Range Weather Forecasts)에서는 지구 전체의 평균적인 지면 기온이 산업혁명 이전 대비 1.45℃ 상승했다고 발표한 바 있습니다. 현재의 탄소배출 상태가 지속된다면 지구의 한계점인 1.5℃를 넘어서는 진정한 기후위기 사태를 직면하게 될지도 모릅니다.

사실 제가 살아 숨 쉬는 것 자체가 탄소배출과 직결됩니다. 먹는 음식, 입는 옷, 주거지에서 사용한 물과 난방 에너지 등... 지금껏 생존을 위해 배출한 탄소의 양이 어마어마할 것입니다. 이러한 상황에 연구원으로서 단순히 이론과 연구의 영역에만 머무는 것에 어쩐지 부족함을 느꼈습니다. 그래서 단순한 물 절약, 에너지 절약을 넘어 생활 영역의 탄소배출을 상쇄시킬 수 있는 활동은 없을까 고민하기 시작했습니다. 한 인간으로서 기후변화를 막기 위한 실천은 없을지, 부모로서 자녀에게 쾌적한 지구를 물려줄 방안은 없을지 알아보던 중 그렇게 아름다운가게를 만나게 되었습니다.

아름다운 실천의 첫걸음

아름다운가게는 물건의 재사용과 재순환을 도모하고 생태적이고 친환경적인 세상을 만드는 비영리단체로 알고 있어 저는 이런저런 고민 끝에 집 근처 아름다운가게 매장의 문을 두드렸습니다. 그 안에서 제가 기여할 수 있는 친환경적 활동이 있을 것이라 믿었습니다. 그런데 저의 가장 큰 고민은 바로 봉사 시간이었습니다. 아이를 키우고 있다 보니 시간을 내기가 정말 쉽지 않았기 때문인데요, 하지만 아름다운가게는 기본 봉사활동 시간이 1주일에 4시간이라 크게 부담 없이 봉사를 시작할 수 있었던 것 같습니다. 아름다운가게 매장 매니저님은 아이를 키우고 있는 제 사정을 배려해주셨고, 그렇게 저는 아름다운가게 활동천사(자원활동가)로서 첫걸음을 내딛게 되었습니다.

우선 활동 전 간단한 신입 자원활동가 교육을 들었는데, 자원순환에 대한 내용뿐만 아니라, 공정무역 등 여러 사회공헌 활동에 대해서도 생각해 볼 수 있는 유익한 시간이었습니다. 제가 앞으로 하게 될 봉사가 단순한 작업이 아닌 큰 결실을 보는 일이라는 생각에 사명감도 들더군요. 이처럼 아름다운가게에서 활동천사로 일하다 보면, 주기적으로 봉사자를 위한 교육을 들을 기회가 생깁니다. 한 번은 온라인 교육을 통해 다양한 지역의 활동천사들과 만난 적이 있는데, 탄소배출을 줄이기 위한 저마다의 노력을 공유할 수 있어서 뜻깊은 시간을 보낼 수 있었습니다.



봉사하며 가장 놀랐던 부분은 생각보다 기부자가 참 많았다는 점이었습니다. 종종 한꺼번에 7~8개의 박스를 기부하러 오는 분들도 계셨는데, 이 중에 기부가 가능한 물품과 불가능한 물품을 골라내느라 한참 동안 시간을 보냈던 기억도 납니다. 이렇게 물품을 기부받으며 깨달은 점이 하나 있다면, 기부자분들도 활동천사인 저와 같이 어떠한 실천 의지를 가지고 아름다운가게에 방문한다는 것이었습니다. 하루는 어르신 한 분께서 많은 양의 기부물품을 가지고 오셨습니다. 매장에서 고생하는 활동천사들이 생각나 사전에 기부가능 물품을 찾아보고 일부러 추려내 오셨다는 말씀을 듣고, **활동천사와 기부자 모두 각자의 위치에서 개인단위의 기후변화 대응을 위한 실천을 하고 있음을 알게 되었습니다.** 이처럼 자신들이 품은 실천의지를 가지고 매장에 방문하셨던 여러 기부자분의 환한 얼굴이 여전히 제 마음속에 남아있습니다.

국제사회에 아름다운가게를 알리다

수개월이 지나 이런 자원활동이 익숙해질 무렵, 활동천사들 및 기부자들과 형성한 공감대를 보다 더 확장하고 싶은 마음이 커졌습니다. 그때 문득 이런 생각이 들었습니다.

‘연구원으로서 아름다운가게를 더욱 알릴 방법은 없을까?’

그래서 제가 근무하고 있는 기관의 연구진들과 함께 아름다운가게와 기후위기에 대해 다뤄보고자 논의를 시작했습니다. 정책 연구자들에게 아름다운가게의 활동을 널리 알리고, 기후위기를 저지하는데 아름다운가게가 얼마나 큰 일을 감당하고 있는지 다양한 사람들에게 소식을 전하고 싶었습니다. 하여 제가 에디터를 담당하고 있는 기후변화 적응 종합매거진 <ADAPTATION>에 아름다운가게의 사례를 싣기로 했습니다. 설렘을 가득 안고 활동천사로 일했던 매장의 매니저님께 전화를 드렸습니다.



〈ADAPTATION〉 표지
출처 한국환경연구원



매니저님은 늘 그렇듯 밝은 목소리로 저를 반겨주시며 흔쾌히 협조하겠다고 말씀해 주셨습니다.

이후 아름다운가게에서는 ‘기후위기 극복을 위한 자원순환과 나눔’을 주제로 패션의류산업이 가져오는 불평등과 기후위기, 아름다운가게의 자원순환 활동, 기후위기에 관심을 가져야 하는 이유, 기후위기 취약계층 지원 사례 등을 다룬 원고를 보내 주셨습니다. 실제로 제가 활동천사로 일하며 받은 기부물품 중 가장 큰 비중을 차지한 것이 단연 ‘의류’입니다. 매니저님으로부터 재고관리에 가장 신경 쓰고 있는 물품 또한 의류라는 이야기를 듣기도 했습니다. 아름다운가게에서는 이 의류 판매 수익금으로 자립청소년과 취약계층을 지원하기도 하고 있고, 또 제가 소속 중인 기관에서는 기후위기로 인한 취약계층 지원방안을 고민하기도 합니다. 이처럼 아름다운가게에서의 자원순환으로



인한 기후위기 취약계층 지원 사례는 우리 연구원
에서 추구하고자 하는 방향과 일치했습니다.

원고가 작성될 때는 2023 유엔기후변화협약
(UNFCCC, United Nations Framework Convention on
Climate Change) 적응주간행사가 개최되는 해였습
니다. 마침 우리 기관이 주최기관으로 참여
하게 되었는데요, 저희 연구원들은 국제사회에
이 사례를 알리고자 원고를 영문으로 번역하여
적응주간 행사에 아름다운가게의 사례가 담긴
〈ADAPTATION〉을 배포하였습니다.

저는 영어를 잘할 줄 모르는 소위 ‘영알못’입니다.
하지만 욕심이 났습니다. 이렇게 훌륭한 사례를
한국에서만 공유하고 끝내기에는 아쉬움이 남았습
니다. 그래서 적응주간 개최가 확정되자마자 영어
회화 공부를 시작했습니다. 물론 국제행사

개막날까지 영어 실력이 드라마틱하게 늘지는
못했습니다만, 저는 일종의 사명감과 같은 것을
가지고 홍보부스에 앉았습니다. 부족한 영어
실력으로 해외 정책 관계자들에게 원고를
소개했고, 많은 독자로부터 깊은 공감을 얻었던
기억이 새록새록 납니다.

내 실천의 종착지, 아름다운가게

저는 활동천사로, 환경 연구원으로, 그리고 또 구매자로 아름다운가게를 여러 각도에서 만나왔습니다. 제가 어떠한 모습으로 방문하더라도 아름다운가게라는 공간과 그 안의 사람들은 저를 늘 환대해 주었습니다. 때로는 항상 그 자리에서 묵묵히 자신만의 자원순환활동을 하고 있는 아름다운가게와 활동천사, 기부천사, 구매천사들의 모습을 바라보며 새삼 든든한 마음마저 들었습니다.

저에게 작은 소망이 하나 있다면, **아이가 자라고 봉사활동이 가능해질 나이가 되었을 때, 아이와 함께 다시금 봉사자로서 아름다운가게를 방문해보는 것**입니다. 시간이 흘러 기후변화와 환경문제 앞에 무력하다고 느껴질 때 아이의 손을 잡고 작은 실천을 옮기고자 합니다. 그때에도 여전히 아름다운가게는 아름다운 모습으로 그 자리에서 저를 반겨주실 것이라 믿습니다. ●



세종고운점이 오픈할 때 모여준 어린이들.

활동천사에 대해서

아름다운가게의 자원활동가, 활동천사님은
아름다운가게를 찾는 시민들이 나눔과 순환을 실천하며
환경을 생각할 수 있도록 돕습니다.

주 1회, 4시간 활동을 원칙으로 매장활동, 기증콜센터,
재능기부, 물류센터, 야외행사 지원 등 다양한 활동을
하고 있습니다.

현재 전국 110여 개의 매장에서
강다연님과 같은 5,000여 명의 활동천사가 활약 중입니다.







MeSH

발행일

2024년 9월

발행처

아름다운가게

주소

서울 중구 소공로 34 아름다운가게

문의

미래전략팀 02-2115-7007

홈페이지

www.beautifulstore.org

디자인

디자인빛

* 이 책자의 내용은 무단으로 전재할 수 없으며 인용 시 출처를 반드시 명시해주시기 바랍니다.

책자 내용 및 활용에 대한 문의는 아름다운가게 미래전략팀으로 연락주시기 바랍니다

