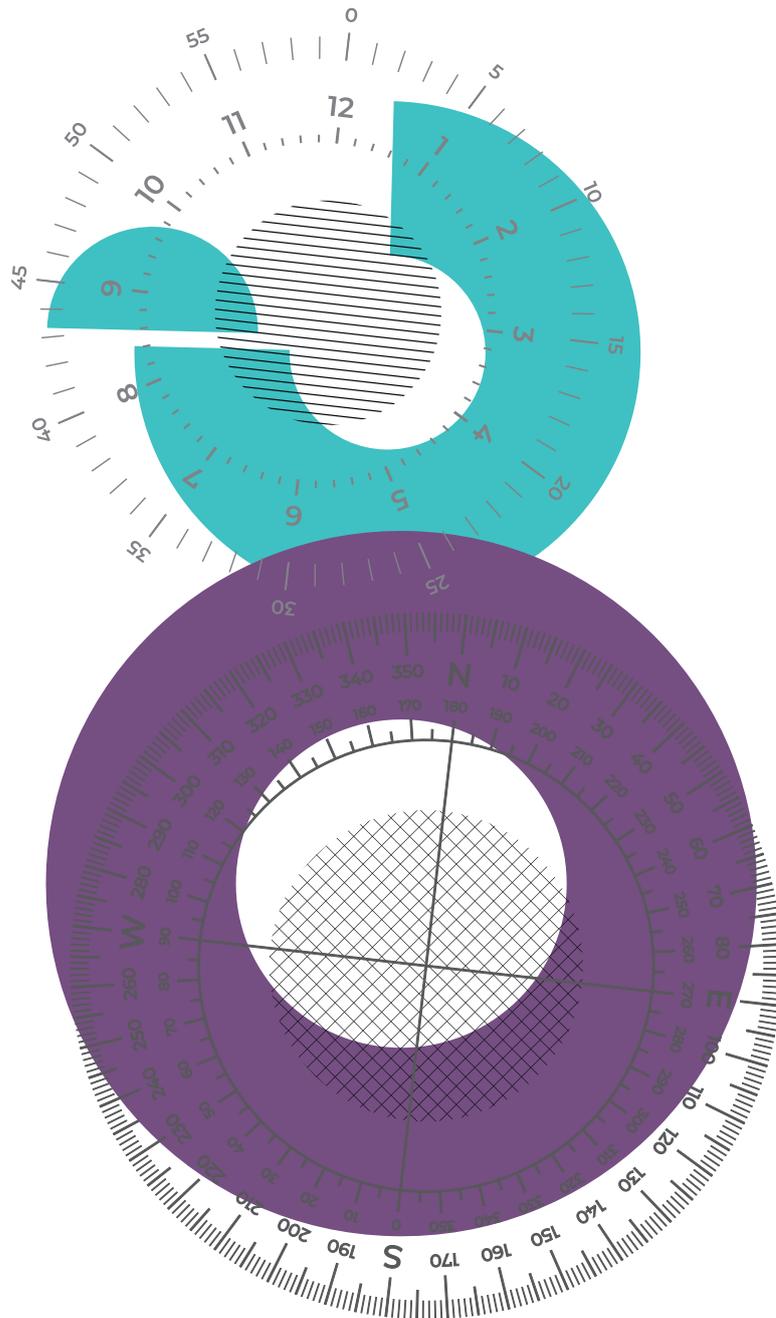


일상을 혁신하는 사람들의 이야기



CONTENTS

03 여는 글

04 아름다운가게 & 사회적기업센터 소개

05 뷰티풀펠로우 사업 소개

09 일상을 혁신하는 사람들의 이야기

09 김민영 펠로우 '방앗간컴퍼니'

16 김희정 펠로우 '짜각악어'

23 박기범 펠로우 '비플러스'

31 윤태환 펠로우 '루트에너지'

38 임정택 펠로우 '향기내는사람들'

45 뷰티풀펠로우 소개(1기~11기)

여는 글

반갑습니다. 아름다운가게 상임이사 윤여영입니다.

2020년부터 이어진 COVID19 팬데믹의 영향으로 우리 사회는 뜻 하지 않은 많은 변화를 마주해야 했습니다. 아름다운가게 역시 많은 참여자들과 함께 해 오던 현장 중심의 사업들을 디지털 방식으로의 전환으로 시도해왔으며, 전 지구적 과제인 기후위기 해결을 위해 탄소중립을 선언함과 동시에 2020년부터는 환경분야의 뷰티풀펠로우를 선발, 아름다운가게가 지닌 친환경적 가치를 더욱 확산하고자 하였습니다.

우리에게 2021년은 8기 다섯 펠로우들의 3년 간의 고군분투와 성장을 확인할 수 있었던 해이기도 합니다.

김민영 펠로우는 도시의 소비자들에게 지속적으로 건강한 식단을 제공하는 한편, 식재료 유통을 통해 오지의 시니어 생산자들의 일자리 문제를 해결하고 있습니다.

김희정 펠로우는 돌봄이 필요한 대상의 범위를 일반 아동에서 사회적 소외계층까지 넓히고, 시대를 반영한 발 빠른 온라인 콘텐츠 개발을 통해 돌봄영역의 한계를 깨고 있습니다. 또, 이로 인해 경력 단절 여성의 고용률도 높이고 있습니다.

박기범 펠로우와 윤태환 펠로우는 시민참여형 크라우드 펀딩 플랫폼을 운영하며 사회적가치를 지닌 기업을 개인 투자 방식으로 응원하는 임팩트 금융 모델이 자리 잡는데 기여하는 한편, 재생 에너지 100% 전환을 위한 발전소 건립 펀딩의 주축이라 볼 수 있는 지역 주민수용성을 높였습니다.

마지막으로 장애인의 자립과 성장을 위해 달려온 임정택 펠로우는 우리 사회의 낮은 장애인 고용률을 높이고 이들이 전문가로 당당히 성장할 수 있는 안전망을 지속적으로 구축해나가고 있습니다.

지난 3년의 시간 동안 다섯 펠로우들이 보여준 끈기와 도전, 그리고 사회혁신리더로서의 성장을 통해 우리 사회 또한 변화와 울림이 만들어졌을 것이라 믿어 의심치 않습니다.

앞으로도 아름다운가게와, 그리고 더 많은 선후배 펠로우들과 사회혁신의 길을 걸어갈 8기 펠로우들을 모두 응원해주시길 바랍니다.

아름다운가게 상임이사

윤여영 드림 

아름다운가게 소개

‘조용한 생활의 혁명’

아름다운가게는 물건의 재사용과 재순환을 통해 우리 사회의 생태적-친환경적 변화를 추구하며, 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 뿌리 내리고 그 지역 풀뿌리 시민들의 문화와 공육(共育)의 사랑방이 되고자 노력합니다.

사회적기업센터 소개

‘일상이 건강한 사회적경제 생태계를 만든다.’

2011년 아름다운가게는 우리 사회의 지속가능한 변화를 위한 사회적경제 생태계를 만들고자 사회적기업센터를 만들었습니다. 그리고 사회적기업센터는 그 방법을 일상을 바꾸는 것, 사람을 길러내는 것에서 찾았습니다. 사회적경제 생태계가 건강하게 지속되기 위해서는 생태계 안의 사람들이 적응하고 살아갈 수 있어야 합니다. 사회적기업센터는 사회적경제 내에서 사람들이 정착하고 삶을 지속할 수 있도록 사람을 지원하고, 이들이 서로 연대하며 협력할 수 있도록 교류를 촉진합니다.

미션

사회혁신리더의 성장을 지원한다.
연대와 협력을 위한 교류를 촉진하는 허브역할을 한다.

핵심가치

| 상호신뢰 |

신뢰는 사회적 자본을 이루는 중요한 요소입니다. 우리는 사람을 향한 지지와 신뢰를 바탕으로 사회를 바라봅니다.

| 일상성 |

사회의 변화를 이야기할 때 우리는 일상의 변화를 이야기해야 합니다. 일상을 소중히 여기고 주의 깊게 관찰해야 하며, 사회의 변화는 일상의 변화로부터 시작된다고 믿습니다.

| 다양성 |

다양한 가치 속에 미래의 가능성들이 숨어 있습니다. 우리는 서로 다름을 인정하고, 각자의 취향을 존중하고, 소수라는 이유로 무시하지 않아야 합니다. 우리는 사회가 샐러드볼(Salad bowl)로서 기능할 수 있도록 다양성을 지지합니다.

뷰티풀펠로우 소개

뷰티풀펠로우 BeautifulFellow ‘일상을 혁신하는 사람들’

뷰티풀펠로우는 사회혁신리더의 소셜미션 달성과 성장을 위한 재정적·비재정적 지원을 하고, 이들이 만드는 변화가 사회전반에 확산될 수 있도록 돕는 사회혁신리더 성장지원 사업입니다.



인 재 상

함께하는 사람의 힘과 혁신적인 비즈니스 모델을 바탕으로 일상생활 속의 긍정적 변화를 이끌어 낼 수 있는 사람

| 사회혁신기업가 |

사회혁신을 위한 지속가능하고 혁신적인 비즈니스 모델을 가지고 조직을 운영하고 있는 사람

| 변혁적리더 |

조직 구성원들과 함께 성장하고자 하며 그들에게 비전과 영감을 불어넣는 사람

| 진취적협력자 |

연대를 내면화하여 일상과 사회 개인과 조직을 연결 짓고 참여를 이끌어낼 수 있는 사람

지원내용

| 활동비 지원 |

신리를 바탕으로, 3년 간 사용 범위에 제한을 두지 않는 매 월 활동비 지원

| 멘토링 및 컨설팅 |

분기별 경영 이슈 점검을 통한 멘토링, 컨설팅

| 국내외 연수 |

펠로우 개인과 조직의 성장을 위한 연수

| 커뮤니티 및 네트워크 |

- 아름다운가게 내외부 자원연계
- 전체 기수 펠로우간의 네트워크 '뷰티풀펠로우클럽'

선발과정



뷰티풀펠로우 사업 현황 (2021년 12월 기준)

사업 연차(2011년~2021년)	11 년
총 지원자 수	1,559 명
선발된 펠로우 수(1기~11기)	43 명
총 사업 지원금	약 20억 2천만 원



좌) 히즈빈스 임정택 / 루트에너지 윤태환 / 재깍악어 김희정 / 비플러스 박기범 / 소녀방앗간 김민영

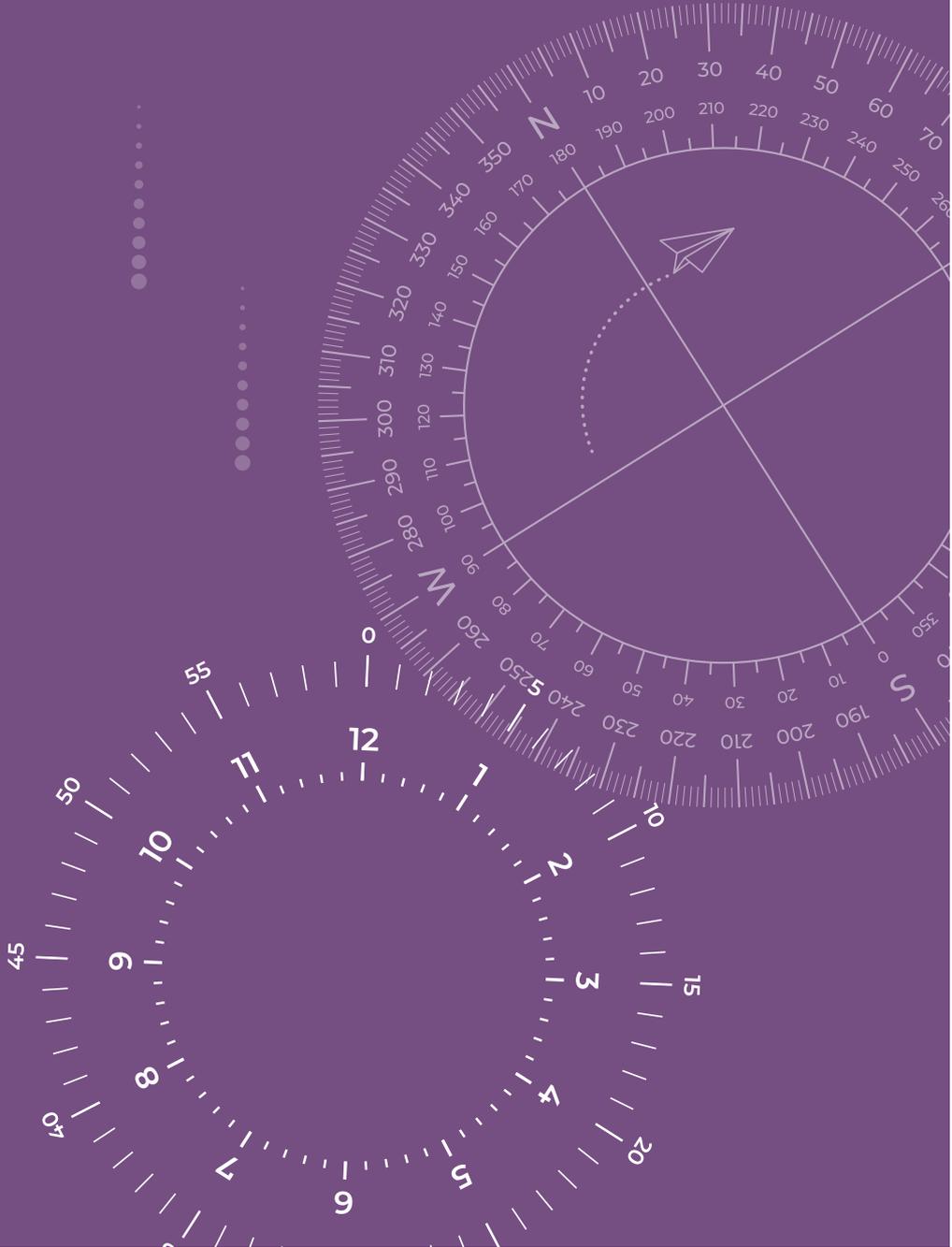
펠로우 지원 기간

2018년 ~ 2021년(총 3년)

사업 분야 및 키워드



일상을 혁신하는 사람들의 이야기





임상을 혁신하는 사람들의 이야기 01

소녀방앗간

기업(브랜드)명	방앗간컴퍼니 (소녀방앗간)
설립년도	2014년
홈페이지	www.millcompany.co.kr

소셜미션

생산자의 지속가능한 생산이 소비자의 식품안전을 지킨다

주목한 사회문제

지역과 도시의 소통과 교류의 단절, 신뢰부족으로 인한 불균형

- > 지역 : 생산소득구조 불평등 / 유통업자의 횡포
- > 도시 : 소비자의 식품안전 / 건강한 먹거리의 빈부격차

19살부터 자취를 해온 제게 밥은 그저 때워야 하는 끼니였습니다. 24살, 도시의 삶에 지쳐 휴식 차 내려간 경북 청송에서 마주한 옆집 정미소 어르신 댁에서 끓여주시는 된장찌개와 앞마당에 심어둔 나물로 바로 무쳐 내주신 반찬, 고춧가루로 바로 볶아 주신 굵직한 고기볶음이 정말 꿀맛이었습니다. 도시에서의 먹거리는 어느 하나 안전하게 마음 놓고 먹기 어려운 세상에서, 이곳 청송은 풍족하진 않아도 건강 가득한 밥상을 일상으로 먹고 있었습니다.

아이러니하게도 어르신들이 생산한 귀한 발효장과 며칠에 걸쳐 말리고 키운 건나물들은 혈관에 넘겨지는 경우가 부지기수였습니다. 도시의 사람들은 간편하고 싼 것만 찾지 이런 재래식 발효장들의 제맛을 모르니 제값을 내려고 하지 않는다 하셨습니다. 왜 도시와 지역은 이렇게 다를까. 필요한 것은 정확히 서로 맞바꾸면 될 텐데. 그런 와중에 청송에 이미 터를 잡고 지역 생산물의 유통을 고민하는 '생생농업유통'의 김가영 대표님과 멤버들을 만나 창업을 결심하게 되었습니다.

“ 청정지역 재료 본연의 맛으로 담백하지만 진심을 담은 한 그릇을 전합니다. ”
 도시 소비자들의 평범한 하루에 위로를 전합니다.

사업개요

솔루션

생산에 의한 소비를 지향하며 지역생산자들과는 정당한 가격에 거래될 수 있는 지속가능한 생산유통을, 도시의 소비자들에게는 합리적인 가격에 누구나 건강하고 믿을만한 한 끼 식사 및 식문화를 제공

주요 제품 및 서비스

- 청정식사 : 소녀방앗간 오프라인 직영매장 운영
- 청정식재료 : 단품 식재료의 온·오프라인 판매/명절 선물보따리&답례품
- 청정케이터링 : 청정도시락&케이터링 서비스



소녀방앗간 아이파크몰점. 제로웨이스트(일상 속 일회용품과 플라스틱 사용을 줄이려는 움직임) 실천을 위해 직접 숙성시킨 다양한 장들을 손님들이 직접 용기를 가지고 오거나, 매장에서 발효 용기를 구입하여 구매할 수 있다.



다양한 기업 및 단체의 행사에서 경험 할 수 있는 청정케이터링 서비스



산나물밥

월산떡 빵잎, 일포떡 취나물, 진보정미소 도정 30일 이내 햅쌀, 방위순 할머니 재래 간장, 장순분 어르신 들께로 짠 들기름, 우도영 할머니 오징어 무말랭이 된 장 젓갈로 이루어진 건강한 한 상

3년간의 변화

1 활동

| 소비자 대상_합리적인 가격의 안전하고 건강한 식·음료와 식문화 경험 제공 |

- 청정 식재료를 바른 조리법으로 만든 저염건강식 제공(청정재료 한식밥집 '소녀방앗간')
- 온·오프라인을 통한 청정 식재료의 판매 및 다양한 활용
 - 소녀방앗간 온라인몰 운영, 청정케이터링 서비스 제공
 - 시니어, 저소득층 도시락 캠페인 협업
- 신규 브랜드 오픈을 통한 지속가능한 식·음료 문화 확산
 - 로컬티카페 '진지함', 푸드리퍼브 식재료를 만든 캐주얼다이닝 '소일 보울 앤 부즈'

| 지역 생산자 대상_지속가능한 생산을 위한 거래원칙 적용 |

- 중간 유통단계를 생략하여 소농민과 농산물 직접 거래
- 신뢰기반의 사전계약 재배로 생산자의 안정적 유통망 구축
- 푸룻농펠로십을 통해 생산자 상황에 맞춘 지속가능한 농업방식 제안

2 결과

| 소비자 |

- 매장, 식재료, 케이터링 누적 이용고객 **448,838명**
- 코로나19 취약계층 도시락 수혜자 총 **23,940명(2020년~2021년)**
 - 시니어 무료 급식소 연계 및 저소득층 방학 도시락 제공
- 생산 시설의 경쟁력 강화, 판로 확장
 - 온라인몰 개설, 식품제조가공업 시설확장이전 및 해썹(HACCP) 시스템 도입 추진

| 지역 생산자 |

- 명절 선물세트 등 신규상품개발을 통한 생산지역 약 **2.2배 확장**
 - 7곳 ▶15곳
- 지역 식재료 상품개발(명절선물세트+온라인몰 신규상품)건 **2.5배 증가**
 - 누적 8건 ▶누적 20건
- 지역 소작농민 수 약 **1.5배 증가(1회 이상 함께 한 기준)**
 - 83명 ▶128명
- 푸룻농펠로우 수 **6인**

3 변화

- 도시 소비자 및 취약계층의 건강을 위한 사회안전망 구축
- 신뢰 기반의 지속가능한 거래 구조 형성을 통해 생산자가 농업에 온전히 집중할 수 있는 환경 조성
- 지역의 시니어 일자리 및 다양한 품목의 임산물 생산성 보장
- 생산자, 소비자, 자연환경을 위한 호혜적 생산유통망 구축

* 자료 기준: 2021년 3분기



김민영 펠로우 그리고 함께 한 사람들의 이야기

인터뷰 ① 김민영 펠로우

Q. 3년 간 소녀방앗간은 어떤 변화의 과정을 거쳐왔다고 볼 수 있을까요?

매 순간 우리는 변화하는 것 같아요. 2018년, 뷰티풀펠로우에 지원을 하면서 처음으로 이런 지원사업이 있다는 것을 알게 되었을 만큼 창업 이후 저에게 자립이 먼저였고 남의 돈으로 뭔가를 하기보다는 헝그리 정신으로 가고자 했던 것 같아요. 어찌 보면 사업 초기에는 자영업자 수준의 마인드였고 점차 대표가 짊어진 무게를 체감하고 책임지는 것이 뭔지 알게 되면서, 그런 경험이 저에게 큰 수업이 된 것 같아요. 2020년 발생한 코로나로 인해 소녀방앗간 매장의 매출이 반 토막이 나고, 어떻게든 소녀방앗간과 멤버들의 생존을 위해 전환의 길을 모색 하던 즈음이 변화의 결정적인 시점이었어요. 매출이 떨어지는 것을 외부적인 요인으로 인해 속수무책으로 감당해야 할 때, 무너지는 느낌이 컸어요. 매장의 식사를 위해 지역 어르신들과

준비해둔 식재료들의 소비가 매출 하락으로 어려워졌지만 외부 기관과 협업하여 어르신, 아이들을 위한 건강한 도시락으로 개발되던 것들이 의미 있는 변화를 만들었죠. 밀키트 형태를 고민하여 죽을 개발할 때도 저희보다 지역에서 먼저 발 벗고 나서주셨어요. 더 나은 생산수준을 갖추기 위해 해썬(HACCP) 인증을 추진할 때도 청송의 어르신들이 자신들의 지역 시설에 해썬 시스템이 도입되게끔 힘을 보탬 줄 수가 있었을까요. 어르신들이 위생복을 입고 오셔서 도와주겠다고 하는 게 너무 뭉클 했어요. 한편으론 우리(소녀방앗간)가 급하니까 어르신들을 찾는 것 같아서 죄송할 따름이었죠. 해썬 시스템 도입을 통해 생산 된 메뉴(죽)는 판매에 성공했고요. 그 경험은 제게 돈보다도 더 큰 마일스톤이 된 것 같아요. 우리도 할 수 있다는 가능성과 힘을 받았던 순간이었고, 그래서 올해는 더 쉽없이 달려왔습니다. 내가 해야 하는 일과 역할의 명분을 확인한 순간, 그리고 그것을 함께 책임져 줄 사람이 있다면 그것이 바로 변화의 힘이 아닐까요.

Q. 3년간의 결과를 만들어 오는 데 가장 큰 방점을 찍는 순간이 있었을 것 같아요. 그 순간 어떤 결정을 내렸고, 그 결정은 어떤 영향을 미쳤나요?

무슨 일이 있어도 소녀방앗간을 찾아주는 고객들을 위해 버티고, 끝까지 책임을 지며 가겠다고 결정하는 매 순간들이 방점의 순간이 아니었을까요. 더 나은 세상을 만들기 위해 창업을 처음 생각한 순간, 사업을 해 오면서 단순히 이익을 따지는 비즈니스가 아니라 진심으로 서로를 위하고 무조건적인 배려를 하는 관계로도 잘될 수 있다는 것을 깨닫는 순간들이 있었죠. 죽기 전에 저에게 떠오르는 제 인생의 과정 중에는 아마 그런 순간들이 떠오를 것 같아요. 저와 소녀방앗간의 역할을 다하는 과정에 있어서 함께 하는 사람들과 조건과 대가 없이 쏟아부을 수 있는 결정들을 내려왔고, 그것이 결국 지금의 소녀방앗간이 있게 해준 것 같습니다.

Q. 사회혁신가로서 임팩트를 만들어 오기 위해 어떤 것이 가장 필요하다고 느껴오셨나요?

매일매일이 도전이고, 대부분 실패의 연속이지만 그중 결과를 만드는 과정에서(결론이 크고 화려하지 않더라도) 용인해 줄 수 있는 사회적인 버팀목이 필요하지 않을까 생각합니다. 코로나 안에서 저희에게는 지지대 없이, 온전히 우리 스스로의 힘으로 있어야 하는 구나를 여실히 느꼈어요. 보통 기업은 이윤만 남긴다는 시선들이 있는데, 소셜벤처라는 태그가 없더라도 시장의 논리 안에서 우리 소녀방앗간의 정체성을 유지하고 차별화된 저희만의 존재감을 찾아가고 싶어요. 이게 곧 소셜벤처로서나, 하나의 브랜드로서나 성숙되어가는 과정이 아닐까 싶고요. 한 끼 식사의 가격에 타협하면서 중국산 식재료를 선택하지 않고 우리가 추구한 것에 고객으로서 지불한다는 것의 사회적 의미를 유지하기 위해 노력을 해가는 시간들에 대한 버팀목이 있으면 좋겠어요. 이런 면에서 뷰티폴펠로우 사업이 사회혁신가들을 위해 보내주는 무조건적인 지지를 존경합니다.

Q. 그렇다면 김민영 펠로우 개인적으로는 어떤 부분이 성장했다고 볼 수 있을까요?

창업을 한 20대에는 30대가 상상이 안됐는데 올해 31살이 되고 나니 40대까지는 아직 십 년이 더 남았네요. 3년 전보다 저는 좀 생각이 명확해지고 차분해져 가는 것 같아요. 창업 초반에는 저의 결정이나 판단, 역할에 있어서 대표자라는 이름은 있지만 경영자의 정체성은 부족했던 것 같아요. 지금은 손 쓸 수 없는 상황이 발생하기 전 어떻게든 문제를 해결하려고 하거나, 상황이 발생되고 나서도 체념하고 상황을 타개하기보다는 그 안에서 우리가 할 수 있는 것을 찾아가는 저를 보면서 책임이라는 게 이런거구나 라는 것을 실감하곤 합니다. 결과가 벌어지고 나서 어떡하지라며 방법을 찾는 게 아니라 어떻게든 최대한 내가 생각한 방향으로 결과가 나올 수 있게 핸들링하고자 하는 것이죠. 3년은 경험이 저에게 미친 영향은 커요. 우리 조직의 경쟁력을

높일 메뉴와 상품을 직접 만들고, 빠르게 조직을 이끌어 갈 수 있는 원동력이 생겼달까요. 선택을 위한 판단력을 발휘하고, 그 결과를 담담하게 받아들일 수 있는 사람이 된 것 같습니다.

Q. 뷰티폴펠로우가 주는 의미와 좋았던 점은 무엇인지 궁금합니다.

저에겐 월 지원금만이 전부는 아니었어요. 그것을 저 개인적으로 쓰지 않았기 때문에 더 그렇게 느낄 수도 있지만, 뷰티폴펠로우는 저의 온갖 얘기를 들어주는 '대나무 숲'이었어요. 회사 멤버, 가족 에게도 못하는 사업적 개인적 고민들도 털어놓을 수 있었죠. 분기별 사업 현황을 토대로 진행하는 정기미팅도 부담보다는 수다 떨러 만나는 느낌이었던가요. 누군가 들어줄 사람이 있고 말하기만 해도 풀리는 것들이 있잖아요. 대표들은 어디 가서 말을 함부로 하기가 참 조심스러워요, 실수할까봐 염려도 되고요. 괜히 말했다가 주변 사람들을 힘들게 할 것 같은 무게감도 느껴지고요. 이런 저의 고민과 감정을 표출할 수 있게 다 귀담아 들어주는 사업 담당 간사님과 팀장님께 감사드려요. 펠로우들 동료들과의 분기 모임에서도 서로 힘을 받곤 했던 것도 좋았고요.

Q. 소녀방앗간의 향후 계획 또는 5년 뒤 변화상은 무엇일까요?

단순 식당을 운영하는 것이 아니라 더욱 다양하게 건강한 식문화 경험을 할 수 있는 영역을 다루고 싶어요. 산나물만 해도, 기존의 유통구조 안에서는 상품의 퀄리티와 그에 맞는 가격 말고는 중요한 게 없었지요. 하지만 우리가 소비자에게 전하고 싶은 건 그 밥을 먹을 때 그날 하루를 마무리하면서 받을 수 있는 위로의 감정 같은 거예요. 누군가는 밥 한 그릇에 담긴 무게고 이상적인 가치가 아니냐고 묻습니다. 하지만 우리는 우리의 삶의 일부분인 먹을거리를 고민하고 차려냅니다. 우리는 평범한 순간에 생명을 불어넣는 사람들이라 믿고, 그 단순한 사실에 나름의 긍지를 품습니다. 화려한 맛과 비법은 없습니다. 그저 청정지역 어르신들의 재료 본연의 맛을 그대로 소박하고 담백하지만 진심을 담은 한 그릇으로 전합니다. 손님들의 평범한 하루에 나를 위한 잠깐의 위로를 전합니다. 우리에게 고도화될 수 있는 브랜드로서의 가능성이 보여요. 청송 지역에서는 안정적인 유통망인 소녀방앗간을 통해 시니어에게 일자리라는 고부가가치가 발생한다는 게 핵심이자 자부심이고요. 저희 죽을 먹고 당수치가 감소했다는 소비자도 계셨는데, 이렇게 소비자들에게는 저염식의 식사를 통해 얻을 수 있는 건강해질 수 있는 기회를 제공하는 것도 직접적인 안전망이 될 수 있구나 느낍니다. 지속 가능한 유통과 먹거리의 낭비없는 생산과 소비를 만들어 가는 것이 소녀방앗간의 존재의 이유이고요. 앞으로 이 가치를 더욱 많이 전달하고 변화로 체감 될 수 있게 계속 도전하고 싶어요.

인터뷰 ② 소녀방앗간 | 박승환 이사



보고 편안하고 위안을 느끼는 한 끼를 제공하는 것의 무게감을 느끼고 있어요. 또한, 함께 힘내는 소녀방앗간 식구들을 보면서 스스로도 성장을 위해 노력하고 있습니다.

Q. 김민영 대표는 어떤 리더인가요?

이곳이 저의 유일한 기업조직 생활이지만 스타트업 자문을 통해 다양한 리더들을 보왔는데요, 김민영 대표는 그동안 제가 접한 적 없는 대표예요. 어린 나이에 사업을 시작했다는 것도 대단했지만 정말 밝은 에너지와 비전을 가지고 있는 대표였어요. 처음엔 밝은 에너지로 사업을 이끌어갔다면 지금은 에너지 넘치는 태도를 넘어 큰 그림과 비전을 보고 나아가는 역량까지 갖추게 된 것 같아요. 어려움이 있을 때도 좌절하지 않고 온 마음을 다해 최선을 다해서 최고치를 달성하는 모습에 감명 깊었습니다. 서로 함께 하지는 마음이 확실하고 포기하지 않으면 많은 것을 해결해 나갈 수 있는지를 깨닫게 되었습니다.

Q. 소녀방앗간에 합류하게 된 계기와 현재 소녀방앗간에서 어떤 일을 하고 있는지 말씀해 주세요.

대학 재직 당시부터 사회적기업에 대한 관심이 많았어요. 로스쿨을 가면서 변호사 커리어가 시작되었고, 당시엔 사회적기업에 제가 기여할 수 있는 방안을 찾지 못했어요. 처음에는 스타트업 전문 자문 로펌에서 근무를 시작하였고, 이후 김민영 대표를 소개받을 기회가 있었습니다. 이야기를 나누다 보니 그녀의 비전에 공감하게 되었고, 사회 변화를 향한 에너지에 대한 신뢰로 입사를 결정하게 됐어요. 당시 큰 결정이었지만, 이번이 아니면 기회가 없다는 생각에 결정한 것 같아요. 2016년 입사 당시 제가 외식업 경험이 전무하다 보니 재무 회계 법무 쪽 행정업무를 담당하게 되었고 4~5년 정도는 매장에서 홀 응대 업무도 병행했어요. 두 가지 일을 병행하면서 힘들고 지칠 때도 있었지만 저희의 일 현장에 대한 이해도가 필요한 일이었죠. 로펌에서 일했던 3년보다 더 오랜 시간을 소녀방앗간과 함께 해왔네요.

Q. 앞으로의 소녀방앗간의 방향성이 궁금하네요. 이사님은 그 안에서 어떤 역할을 하시길 기대하시나요?

청송의 어르신이 생산하신 식자재가 손님들에게 한 끼 밥상으로 전달되고, 좋아해 주시는 고객들의 반응을 보면서 농민들이 생산하는 먹거리를 지키는 것이 소비의 안정성과 직결된다는 것을 체감했고, 지켜나가야 할 문화의 한 부분으로 생각합니다. 앞으로 합리적인 소비, 안전한 소비와 지속할 수 있는 생산의 연결이 중요하고, 농산물의 판매량을 높이기 위해서 온라인 영역의 확장을 통하여 소비자와의 접점을 늘려나가고자 합니다. 소녀방앗간에 오기 전부터 사회적 가치의 중요성을 알긴 했지만, 저의 경력으로서는 아직 고민이 남아있었어요. 하지만 이곳에서 나만이 주인공이 아닌, 구성원들과 지지고 볶고 벽을 허물어가면서 관계를 만들어 나갈 수 있었어요. 1인 가구가 늘어가는 요즘, 누구와 함께 인생을 함께할지 선택해 가는 시대에 가족과 동료의 접점이라고 부를 수 있는 끈끈함을 배웠습니다. 앞으로 어떤 역량을 발휘하고 기여할 수 있을지는 여전히 고민이지만 그게 무엇이든 소녀방앗간과 계속 함께 할 것 같습니다.

Q. 사업을 추진해오면서 가장 어려웠던 것과 소녀방앗간의 존재가치를 느꼈던 가장 기억에 남는 사례가 있나요?

어렵고 고민이 되었던 것은 수없이 많았어요. 같이 일하던 동료와 함께하기 어려운 상황이 되었을 때 가슴이 아팠죠. 또, 외식업이 이윤이 크지 않은 사업인데 저희는 생산가 자체가 높다 보니 고객들에게 일정한 퀄리티와 가격으로 꾸준히 제공하기 위한 고민이 많았어요. 특히, 2020년에 시작된 코로나로 인해 오프라인 방식의 매장 운영은 타격이 클 수밖에 없었습니다. 과연 우리가 하는 방식으로 살아남을 수 있을까? 하는 생각도 많이 들었어요. 그런 가운데서도 단골손님들께서 남겨 주시는 만족과 감사의 쪽지를

인터뷰 ③ 경북 청송 시니어클럽 | 황진호 관장



Q. 청송 시니어클럽이 지역에서 하고 있는 일이 궁금합니다.

청송은 전체 인구 중 60세 이상의 연세가 드신 시니어의 비율이 약 50%예요. 1990년대 새로 지어진 학교가 3년 만에 폐교가 되는 청송의 현실 속에서 유아·아동·청소년·중장년 시니어들의 입장을 고민하고 해결하는 과정에서 시니어와 접목을 시켰어요. 시니어 클럽은 기존의 노인 일자리 사업과는 다르게 함께 지역사회의 문제를 해결하는 소셜미션을 가지고 있어요. 시니어클럽을 위해 처음 진행한 것은 주민들을 대상으로 한 고령화사회 교육으로 시대가 어떻게 변화되어 가고 있고, 우리가 살고 있는 지역을 변화시키려면 어떻게 해야 하는지에 관해 이야기를 나누었어요. 이 일을 왜 해야 하는지에 대한 명확한 인식을 심어주기 위해 초기 교육에 상당한 시간을 투자한 거죠. 현재는 청송 슬로푸드(장류) 생산, 그리고 시니어들이 직접 재배하는 풀이나 산나물 등 제철 식자재를 활용해 균형 잡힌 식사를 하지 못하는 지역의 어르신들을 위한 요리 수업을 열기도 합니다.

Q. 소녀방앗간과 함께 하게 된 계기는 무엇 인가요?

소녀방앗간 운영위원으로 있었던 김가영 대표를 만나면서 사업을 함께 하게 됐어요. 농업은 1년에 얼마의 수익을 가져갈 수 있을지 가정하기가 어려워요. 지역주민들이 어떻게 해야 농업이라는 직업을 계속 가져갈 수 있을까? 농산물은 왜 공산품처럼 고정된 가격을 매길 수 없을까? 와 같은 고민들을 하게 됐어요. 이런 고민에는 입산물(산나물)이 해답이 될 거라고 생각했어요.

또한 소녀방앗간이 건강과 지역의 생존을 소셜 미션으로 하고 있기 때문에 지역사회 문제를 해결하고자 하는 우리에게도 메리트가 있다고 생각해서 함께 하게 됐어요. 농촌과 도시를 연결하며 지역에 대한 관심을 가져오는 허브의 역할을 소녀방앗간이 하고 끌어온 관심과 수요에 맞춰 생산을 하는 밀바탕의 역할을 시니어클럽이 하는 것이죠.

Q. 소녀방앗간과 함께 하면서 가장 기대했던 효과와 파트너로서의 장점은 무엇인가요?

농사는 1년 사이에도 폭락 폭이 크기 때문에 공산품처럼 일정한 생산량과 구매량, 고정적인 가격 등의 구조를 가지고 오래 활동할 수 있는 것을 원해요. 이런 면에서 소녀방앗간과는 신뢰를 바탕으로 서로 생존할 수 있게 배려하고, 함께 성장하는 관계를 기대했죠. 기대했던 부분이 잘 실현이 됐고, 서로 손해 보지 않는 구조가 유지되고 있음을 높이 평가하고 있어요. 지역의 어르신들과 함께 하지고 접근하는 곳들 중 대부분이 처음 취지는 좋았지만, 결국 나중에는 자기들의 주장만 하기 일쑤더라고요. 하지만 소녀방앗간은 함께 공존하는 것을 중요시하고 실험적인 것을 실천하며 무엇을 얻기 위함이 아닌 시도하는 것에 의미를 두는 것이 장점이라고 생각해요.

Q. 지역의 생산자들에게 발생한 가치는 무엇 이라고 할 수 있을까요?

고생한 것에 대한 큰 등락폭 없이 결과물과 대가가 발생하는 것, 기업 측의 계획에 따라 굳이 맡을 갈아엎으며 작물들이 버려지는 것이 아니라 귀중하게 쓰이는 것이 우리가 추구하는 업인데 이것을 계속 유지하고 있어요. 또 시니어들이 만드는 거라고 해서 위생적이지 않을 것이라는 선입견이 있을 거예요. 물론 하나하나 위생에 신경 쓰며 작업을 하지만, 큰 작업량과 위생을 보장하는 기계가 필요한 부분도 있어요. 하지만 얼마 전 해썬(HACCP) 시스템 도입을 통해 안전성을 확보해 더욱 경쟁력을 갖추게 되었습니다.

Q. 김민영 대표는 어떤 기업가라고 말할 수 있을까요?

서로 간의 지켜야 할 선을 명확히 지니고 계시죠. 또 함께 가야 함을 잘 알고 있는 기업가이며, 코로나 시기에도 힘든 내색을 하지 않고 묵묵하게 나아가고 있는 멋있는 사람이에요. 저희와 2014, 2015년도부터 함께 해오고 있고 향후 또 같이 할 거냐 묻는다면 의심의 여지 없이 그렇다고 말할 수 있는 사람이죠. 저도 20대 후반에 이곳(청송)에서 시니어클럽을 만들었을 당시 많은 사람들이 안될 거라고 했던 것처럼 김민영 대표도 같은 이야기를 들었을 거라고 생각합니다. 하지만 지금 너무 잘 하고 있다는 것을 보여주고 있는 것처럼 대단한 분입니다. 뷰티풀 펠로우를 통해 사회 변화를 만드는 이들을 지원하는 의미가 많이 전파되었으면 좋겠습니다.



임상을 혁신하는 사람들의 이야기 02

째깍악어

기업(브랜드)명	째깍악어
설립년도	2016년
홈페이지	http://tictocroc.com/index.php

소셜미션

아이, 양육자, 교사 모두가 행복한 육아환경

주목한 사회문제

육아 돌봄서비스의 낮은 접근성 및 보육교사(여성)의 경력단절

> 우리나라 보육교사 자격증 소지자 140만 명 중 현업 종사자 33만 명(약 24%)

*2019년 한국보육진흥원 자료 기준

워킹맘이었던 시절, 직장에서 같이 일하는 워킹맘 후배들이 육아와 일 사이의 저울질 끝에 회사를 그만두는 모습을 지켜보는 일이 많았습니다. 갑자기 야근을 하게 되거나 몸이 아플 때, 혹은 둘째 아이를 돌봐야 할 때 첫째 아이를 부탁할 수 있는 서비스가 마땅치 않았습니다. 일하는 엄마들에게 꼭 필요한 보육 서비스 대안이 미비하다는 문제에 집중하게 되었고, 엄마들이 유연하게 일하면서 역량을 발휘할 수 있는 직장을 직접 만들기로 결심했습니다. 공공의 영역과 일반 대기업에서 담지 못하는 다양한 돌봄에 대한 대안을 제시하고자 '째깍악어' 서비스를 구상하게 되었습니다. 또 이런 서비스를 통해 경력이 단절된 엄마들을 고용함으로써 일자리도 제공할 수 있다는 확신이 들었습니다.

“ 아동과 보호자, 선생님까지 모두를 위한 돌봄사업이 ”
 더욱 지속가능할 수 있도록 국가의 지원이 필요합니다.

사업개요

솔루션

온디맨드 O2O 서비스 방식의 유아동 놀이·돌봄·배움 콘텐츠 제공

주요 제품 및 서비스

- **째깍악어**: 전용 앱을 통해 가정에서 이용가능 한 아이돌봄 교사 매칭 서비스
- **째깍섬**: 상업시설 내 입점된 오프라인 창의 놀이 센터
- **째깍박스**: 온라인으로 만나는 째깍악어 서비스
- **째깍악어 교육캠퍼스**: 돌봄 선생님을 위한 아이돌봄 전문가 양성과정



접근성 좋은 도심 상업시설에 입주 한 째깍섬(Paly, Learn, and Grow), 아이들이 스스로 원하는 것을 표현하고, 신나게 놀며 성장하는 복합 체험 공간. 크게 도시농부, 드로잉, 오감, STEAM의 프로그램을 진행한다.



실시간 소수 정예 수업을 통해 배움과 함께 사회적 상호작용까지 돕는 온라인 LIVE 키즈 클래스 '째깍박스'



째깍악어 교육캠퍼스에서 국비 지원으로 돌봄 선생님, 창의미술, 발달놀이 과정까지 수료& 자격 취득 가능한 전문가 교육과정

3년간의 변화

1 활동

- 서비스 이용자 관점과 사회적 이슈에 대응가능한 온·오프라인 통합 돌봄 서비스 제공
 - 가정(째깍악어), 상업시설 및 주거단지 커뮤니티(째깍섬), 온라인 클래스(째깍박스) 서비스
 - 검증된 돌봄교사 매칭과 째깍악어 아동창의연구소 자체 개발 콘텐츠를 통한 클래스 퀄리티 강화
- 돌봄교사의 일자리와 성장 기회 부여
 - 보육교사 자격증을 보유한 경력단절 여성을 악어 선생님이로 고용
 - 민간교육자자격증(아이돌봄 전문가과정) 개설
- 학대 가정, 한부모 가정 등 돌봄 사각지대를 통한 서비스 확장

2 결과

- 연매출 약 8배 성장
 - 4.9억원 ▶ 40억원
- 고용 인원 약 4.5배 증가
 - 13명 ▶ 58명
 - * 째깍악어 33명, 째깍섬 12명 증가
- 돌봄교사 수 약 3.7배 증가
 - 1,290명 ▶ 4,811명
 - * 코로나19로 인한 대면 돌봄의 한계를 온라인 교육으로 빠르게 전환, 돌봄교사 수 감소 대응
- 돌봄 서비스 만족도
 - 보호자 만족도(돌봄 평가, 불만족 고객 사후 관리) 9.0 ▶ 9.9
 - 서비스 재 이용률 70% 달성
- 서비스 제공 지역 확대
 - 서울 1곳 ▶ 서울, 경기, 인천 3곳
- 돌봄 사각지대 서비스 협력 파트너기업 확대
 - 0곳 ▶ 5곳
 - * 군자녀 학습, 학대 가정 아동 사후돌봄, 장애 아동 및 한부모 가정 아동돌봄
 - * 학습 격차 감소와 정서적 안정감 부여

3 변화

- 육아로 발생하는 여성들의 경력단절 문제 해소, 소득 증대와 여성의 권한 강화
- 돌봄 교사를 넘어 플랫폼 종사자의 고용환경 개선 및 경제성장 기반 마련에 기여
 - 경제사회노동위원회, 저출산고령화위원회, 한국노동사회연구소 간담회 및 법률자문 참여
- 공급자(돌봄교사), 수요자(보호자), 아동 모두의 삶의 질 개선

* 자료 기준: 2021년 3분기

김희정 펠로우 그리고 함께 한 사람들의 이야기

인터뷰 ① 김희정 펠로우



Q. 3년 간 재깍악어가 만들어 낸 변화를 언제 체감하시나요?

주변에서 재깍악어를 이용하는 사람들을 만나면 가장 반가워요. 한 번은 딸아이 학교에 간 적이 있는데 선생님이 우리 재깍악어를 이용하시는 고객이더라고요. 지금도 대기업들과 CSR 사업을 하거나 기업 임직원 자녀 돌봄을 하고 있지만, 더 많은 정부기관 및 기업들이 참여해야 해요. 예전에야 기업의 워킹맘이 갑작스러운 돌봄이 필요하게 되어서 발을 동동 구를 때 해결하는 것은 당사자의 몫이었지만 저는 기업들에게 이진 조직이 관심을 가지고 도와줘야 해결할 수 있는 문제라고 말합니다. 기업의 자분을 사회를 위해 쓰면서 사각지대에 놓인 자들이 혜택받을 수 있게 해달라고 말하기도 하고요. 이런 목소리를 계속 내다보니 국방부에서도 2022년 사업으로 함께 하고 싶어 하더라고요. 우리 일상을 바꾸기 위한 영향력을

행사하려면 쉬지 않고 가야하는 포지션인 것 같습니다. 그동안 저와 재깍악어 멤버들 모두 애써왔고요.

Q. 3년 간의 결과를 만들어 오는 데 가장 큰 방점을 찍는 순간이 있었을 것 같아요. 그 순간 어떤 결정을 내렸고, 그 결정은 어떤 영향을 미쳤나요?

포기하고 싶을 때가 왜 없었겠어요. 통장잔고가 떨어져가면 걱정도 되었고, 고객들의 클레임이나 현재의 시스템으로는 개선하기 어려운 것들의 상황과 마주할 때도 힘들기는 했죠. 하루 하루 한 단계씩 가보자라는 생각들로 버틸 수 있었던 것 같아요. 지금 당장 할 수 있는 만큼의 힘을 발휘하면서 앞으로 나아가야한다는 의무감으로 여기까지 왔던 것 같습니다.

Q. 사회혁신가로서 임팩트를 만들어 오기 위해 어떤 것이 가장 필요하다고 느껴오셨나요?

아이들은 놀면서 배우야 한다고 생각해요. 그래서 다양한 콘텐츠를 녹인 돌봄 클래스를 유지하기 위해 애썼고요. 교육이나 학습과의 형태로 가면 단가가 2배는 오릅니다. 부모님들에게 부담 되지 않는 가격을 유지하고자 하는 제 마음을 누군가는 알아줬으면 했어요. 아이와 보호자, 그리고 일자리를 보장받는 선생님까지 혜택을 받는 사람들이 이렇게나 많은 사업인데 정부가 좀 더 함께 풀어나가야 한다고 생각했습니다. 그렇지만 무조건적인 자본을 투자해달라는 얘기는 아니에요. 돌봄 서비스 비용의 1/3 정도만 정부 지원이 된다면 부모님의 선택의 폭이 훨씬 넓어지고 지속 가능한 서비스를 제공할 수 있습니다. 어찌보면 공공에서 제공해야 하는 서비스를 민간에서 제공하고 있는 것인데 정부에서 째깍악어 같은 기업들에게 지원이 어렵다면 시민들에게라도 지원 혜택이 갈 수 있게 해줘야 합니다.

Q. 그렇다면 김희정 펠로우 개인적으로는 어떤 부분이 성장했다고 볼 수 있을까요?

조직원들의 의견을 최대한 수용하려고 노력을 해요. 그래서 직원들과 이야기를 나눠보면 각 개인의 의견을 존중하고 물어봐주는 대표는 처음이라고들 하더라고요. 중간 리더급의 멤버들에게 주는 피드백이나 코칭도, 처음엔 제 관점에서 다 같이 성장할 수 있는 방법이라 생각되는 방식으로 했어요. 그러다가 한 팀장이 코칭 방식이 조금 바뀌었으면 하는 의견을 주었고, 당장 바뀔 자신은 없지만 노력해보겠다고 솔직히 말했어요. 이렇듯 조직 운영 방식에 대해 계속 조직원들의 피드백을 받고, 저와 조직원들이 잘 하는 영역을 함께 키우고자 소통하는 것을 꾸준히 실천하고 있습니다.

Q. 김희정 펠로우에게 '뷰티풀펠로우'가 주는 의미는 무엇인지 궁금합니다.

펠로우 동료들을 볼 수 있는 자리가 있어 편하고 좋았어요. 그래서 3년간 펠로우 분기 모임에서도 한 번도 빠지지 않고 100%의 출석률을 기록했고요. 선배로서 후배 펠로우들에게 네트워크에 열심히 모습을 보여주고 싶었어요. 새로운 기수의 펠로우가 되면 기존 펠로우들과의 소통을 기대하게 되는데 얼굴도 안 비추는 사람은 되고 싶지 않았달까요. 커뮤니티 측면 외에 본질적으로 들여다보면, 뷰티풀펠로우에 지원한 것부터가 저에겐 도전이었고, 저에 대한 외부의 선입견을 깨고자 했던 시도였어요. 주변에서 쉽게 들어왔던 저에 대한 선입견은 꼭 도시 생활만 할 것 같고, 최신 유행에 맞는 소비를 즐길 것 같다는 이미지였거든요. 하지만 예전부터 알아 온 사람들은 저를 이쁜 동물에 관심이 많고, 학창시절에도 같은 반 친구에 대해 편견 없이 대하는 친구로 기억해 주곤 했었죠. 윤리적 화장품을 쓰고 모피는 지양하고자 했었고요. 뷰티풀펠로우에 도전하게 된 것도 처음엔 누군가에게 평가받는 다는 것에 부담이 되었다가도 어떤

면에서는 사회적경제기업의 표상을 깨고도 싶었어요. 풀뿌리 기반의 공동체성에 기반한 문제해결 방식도 많지만 테크 기반의 속도감 있는 기업들도 사회적경제 영역을 구축해 나갈 수 있다는 것을 보여주고, 비즈니스에 대한 제 생각이 틀리지 않았다는 것을 확인하고도 싶었고요. 제 자신에 대한 평가를 확인하게 된 경험이기도 했지만 동료 펠로우들과 소통하고, 비즈니스로도 많은 곳들과 연대하는 과정을 중요시하게 된 시간들이었습니다.

Q. 째깍악어의 5년 뒤 변화상은 어떤 모습일까요?

우선 서비스 제공 지역을 전국 주요 광역시로 확장하려고 하고 있어요. 2년 연말까지 부산, 대구, 대전에서도 째깍악어의 돌봄 서비스를 만나볼 수 있을 겁니다. 또 돌봄 서비스를 지금보다 더 생활밀착형 공간에서 제공하고자 해요. 상업시설이 아닌 아파트 커뮤니티에서 공간을 운영하려고 합니다. 아마이 계획은 생각보다 빠르게 실행이 될 수도 있겠네요. 그동안 아파트에서 제안은 계속 있었지만 수익구조의 한계가 있었어요. 그래도 째깍악어 서비스에 대한 신뢰가 쌓이면 충분히 가능한 모델입니다. 또, 온라인을 넘어 메타버스처럼 물리적 영역의 장벽을 넘는 클래스를 개설하고자 하고 있는데요. 기존 인기 캐릭터와 결합된, 아이들의 참여를 더욱 높일 수 있는 콘텐츠가 나오지 않을까 싶습니다. 더 장기적으로는 즐거움과 흥미의 놀이적 특성을 넘어 아동의 인지 능력과 발달상태를 진단할 수 있는 기술을 접목시킬 계획입니다. 돌봄의 영역과 역할의 한계를 뛰어넘어 끊임없이 발전하고자 하는 것이 째깍악어의 목표입니다.

인터뷰 ② 째깍악어 | 전정기 개발자



에게 고마워해 주는 피드백, 육아에 있어서 어려움을 많이 느꼈던 부모가 옆에서 보고 아이의 성격과 나쁜 버릇들이 고쳐지는 것을 보고 좋았다고 하는 긍정적인 결과를 낳는, 공부와 학습을 떠나 고심하던 것을 풀어주었다는 피드백들이 가장 기억에 남았어요.

Q. 김희정 대표는 어떤 대표이며, 째깍악어가 앞으로 어떤 역할을 하길 기대하시나요.

회사 전에 프로젝트로 만나 시작했었고, 째깍악어로는 처음에 들어서 시작한 셈이죠. 옆에서 지켜봐 온 김희정 대표는 진실한 생각을 하고 있고 옳다고 생각하는 것에는 투자를 아끼지 않는 분이예요. 그러다 보니 자연스럽게 선한 분들이 계속 붙고요. 저는 개발자이기 때문에 관련 자격조건을 더 올려 최고의 기술자가 되기 위해 노력 중이며, 더 높은 단계로 올라가고 싶은 생각이 있어요. 째깍악어가 서울 경기를 넘어 전국 서비스로 가게 되고 12월부터 TV 광고를 계획하고 있는데 신규 이용자의 증가와 그에 따라 팀도 커지는 형태가 되길 바라요. 처음 째깍악어에 들어올 때 비전을 바라보고 서비스의 끝을 보고자 들어오게 되었고 이런 각오를 지속하고 싶어요.

Q. 째깍악어의 어떤 가치를 확인하며 일하고 계시나요.

저는 째깍악어의 초창기 구성원이예요. 모바일 쿠폰을 만들어 파는 예전 회사에서 일할 당시 째깍악어 측에서 시스템 개발의 목적으로 프로젝트를 의뢰해 오면서 대표님을 만나게 됐어요. 이전 회사를 퇴사 후 째깍악어를 선택하게 된 이유는 일하면서 뿌듯함을 많이 느끼고 보람과 긍지를 가질 수 있겠다는 생각이 들었기 때문이었어요. 당시 돌봄 서비스라는 것이 많이 퍼진 상태가 아니지만, 사회에 필요한 서비스였고 수요와 수요자(보호자의 행복, 자녀의 즐거움, 선생님의 일자리)들 간의 서로 이익이었죠. 부모님이 행복을 느끼면 아이도 행복을 느끼는 관계. 지금까지 다닌 회사 중 최고라는 생각했어요. 째깍악어는 처음부터 직원과 함께 만들어갔어요. 김희정 대표는 직원들의 의견에 귀 기울여주시고 수평적인 구조로 성장하고 지금도 그 문화가 자리 잡혀 있고 배려심이 많죠. 그것이 우리 조직 문화의 장점입니다.

Q. 가장 기억에 남는 사례와 서비스 이용에 대한 고객들의 피드백이 궁금합니다.

째깍악어는 사용자의 반응을 중요히 하고 반응지와의 교감도 중요해요. 고객 한분 한분의 피드백을 반영한 것이 곧 시스템과 서비스 결과로 나타나고, 이용 고객들의 긍정적인 평을 받을 수 있죠. 피드백은 서비스를 이용해 보신 보호자들이 악어 선생님

인터뷰 ③ 째깍악어 | 이정희 악어 선생님



Q. 어떻게 악어 선생님이로 참여하게 되셨나요?

어린이집에서 11년 정도 일을 하다 보니 지치고 힘들어서 다른 일을 찾다가 2018년 3월에 째깍악어에서 악어 선생님이로 프리랜서로 일하게 되었어요. 째깍악어는 그 당시 거의 초창기 시기여서 김희정 대표님이 현장도 직접 관여해오시던 때였죠. 현재는 일한 지 3년 6월 정도로 했수로 4년 차 근무 중이며 어린이집 교사와 병행하는 중이에요. 보육 일은 15년 차인 거죠.

Q. 째깍악어를 통해 스스로에게 생긴 변화가 있나요?

째깍악어는 고객들을 앱 상으로만 만나다 보니 선생님의 태도나 능력을 사전에 보지 못한다는 불편함이 있었어요. 그래서 리뷰로만 평가가 되는 시스템상 한번 방문했던 곳에 올인을 해야 하는 상황이라서 부담도 되고 힘들었어요. 하지만 지금은 노력을 통해 좋은 리뷰를 받는 노하우도 생겼고, 시스템이 많이 좋아져서 놀이만이 아니라 학습, 미술 등 원하는 것을 선택할 수도 있어요. 이전에 시간 개념에 조금 둔한 면이 있었던 제가 째깍 악어를 하면서 시간의 중요성을 느끼게 됐어요. 덕분에 지각을 했었는지 기억이 나지 않을 정도로 하지 않았고, 취소는 한 번도 하지 않게 되었어요. 약속과 신뢰의 차원에서 철저하게 지키게 된 것이지요.

Q. 악어 선생님의 매칭 및 이에 대한 서비스에 대해 째깍악어는 어떻게 개선점을 찾아오고 있나요.

째깍악어는 서비스를 원하시는 부모님들께서 악어 선생님의 프로필을 보고 매칭을 하시기 때문에 아무래도 매칭 횟수가 많은 선생님들의 매칭 확률이 높은 경향이 있었어요. 그래서 시스템의 변화를 꾀했지만, 악어 선생님 거주 지역과 근거리 이거나 돌봄 희망 시간대가 맞는 보호자에게만 제 정보가 노출될 수 있게 돼있었어요. 이런 부분들이 처음에는 힘들고 만족스럽지 않기도 했지만 째깍악어에서 컴플레인을 많이 수용해 주고 자체 리서치를 통해서 피드백을 거쳐 시스템 개선이 되면서 매칭 확률이 조금씩 올라가게 되었죠. 시스템이라는 게 물론 모든 사람을 100% 만족시킬 수는 없겠지만 째깍악어에서 여러 방면으로 노력을 기울이지 않아 현재는 다른 돌봄 서비스에 비해 매칭도 빨리되고 매칭 확률도 매우 높은 편이에요.

Q. 째깍악어가 다른 곳들과의 차별화된 점과 기억에 남는 사례가 있나요?

우선 악어 선생님들의 역량과 좋은 보수를 들 수 있을 것 같아요. 악어 선생님을 위한 대우가 좋고, 선생님 모집 광고도 활발히 잘해서 실력 있는 분들이 오시는 것 같아요. 퀄리티가 높은 선생님들이 수업을 진행하니 수업의 내용도 좋아지게 됩니다. 이런 점이 다른 곳들과 정말 차별화된 부분이라고 생각해요. 또 선생님의 입장에서 어린이집은 담임이 하루 종일 아이들을 케어하고, 돌봄 일지를 쓰거나 부모상담을 필수로 해야 하는 반면 째깍악어는 한두 시간 동안 1명만 집중해서 돌봄을 할 수 있어 마음이 편해요. 기억에 남는 사례로는 “존경스러운 선생님”, “아이를 정말 사랑하는 선생님” 이런 보호자들의 리뷰를 보면 정말 힘이 나고 힘들었던 일들도 다 이해할 수 있게 되더라고요. 별거 아니지만 저희 아이 잘 봐주셔서 감사하다며 꽃 한 송이라도 주실 때 성실하고 진실되게 했다는 것을 인정받은 거 같아서 힘이 나고 이런 마음으로 일을 하는 선생님들이 많아지면 좋겠어요.



기업(브랜드)명	비플러스
설립년도	2016년
홈페이지	https://benefitplus.kr

소셜미션

시민 참여형 임팩트투자 플랫폼

주목한 사회문제

사회혁신기업, 공익 프로젝트 등을 위한 자금 조달의 어려움

> 기존 금융권의 한계: 담보, 신용거래이력 위주 자격심사 및 복잡한 절차, 고금리 부담 등

회계법인에서 회계감사를 하며 자본시장을 감시하고 '지키는' 역할을 하기보다, 직접적으로 기업에 도움을 주고 싶습니다. 건강 악화를 계기로 이후의 삶에 대한 진지한 고민이 이어졌고, 사회에 보다 직접적으로 기여하는 삶을 살고 싶습니다. 방글라데시의 그라민 뱅크 사례를 보면서 자본과 금융이 사회에 도움이 되는, 원래의 취지대로 작동할 수 있다고 생각했습니다. 임팩트투자 사업의 결심이 선 이후 (재)한국사회투자 설립의 참여 및 서울시 사회투자 기금을 운용을 경험했습니다. 하지만 사회혁신기업들에게 필요한 자금을 빠르게 조달하기에는 기존 금융권의 한계가 컸습니다.

Fintech의 확산으로 거대 자본없이도 금융 사업이 가능해졌고, 무엇보다 윤리적소비, 윤리적투자에 관심을 갖는 시민들이 증가하는 추세였습니다. 이에 정부에만 의존하지 않고 시민들이 사회적 가치를 지닌 사업에 직접 '투자'하는 금융 플랫폼을 만들고자 비플러스를 시작했습니다.

“ **시민들이 지속적으로 참여할 수 있는 펀딩을 만들고, 기업의 안정적 운영에 기여하는 민간 영역의 사회적금융을 확대하고 싶습니다.** ”

사업개요

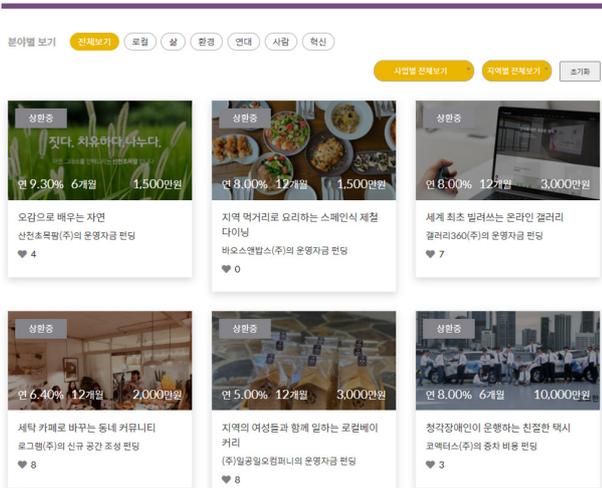
솔루션

온라인 기반 대출형 크라우드펀딩 플랫폼(BPLUS) 운영

- 사회적경제 기업 및 프로젝트 투자에 대한 적정수익률 및 다양한 보상이 제공되는 투자상품 기획

주요 제품 및 서비스

- 일반 임팩트펀딩: 사회적프로젝트 시민 펀딩
- 자원연계 임팩트펀딩
 - 금융비용 지원: 시민 펀딩의 금융비용을 외부 기관(CSR연계)에서 대신 지원
 - 매칭펀드 연계: 시민 펀딩 건의 성공시 펀딩 금액의 최대 4배 상당 금액을 외부 매칭펀드에서 저리로 추가 대출 지원
- 임팩트펀딩 위탁: 특정 지역 혹은 차주를 대상으로 대출형 크라우드펀딩 진행
- 재무진단&전략 컨설팅: 펀딩 대상 기업의 재무 진단 및 개선 방안 수립



로컬, 삶, 환경 등 총 19개의 분야들로 이루어진 펀딩들이 진행/상환 중이며, 펀딩 선정 기준이나 직접 현장을 방문해 눈으로 확인된 소셜 임팩트 정보를 확인 할 수 있다.



뷰티풀펠로우 임택 대표의 (주)향기 내는사람들의 장애인 자립지원 사업 자금 펀딩



(주)올계와 진행 한 펀딩으로, 이자 대신 유기농 계란을 지급하는 새로운 방식을 시도했다.

3년간의 변화

1 활동

| 자금 공급자_투자자 대상 |

- 시민 투자자들의 선택의 폭을 넓힌 다양한 분야 및 리워드의 펀딩 참여 기회 제공
 - 친환경 및 재생에너지, 로컬 등 다양한 사업 분야와 지역의 사회적가치 소개
 - 일반 기부와 달리 투자를 통한 사회 기여를 적정 수익률로 상환

| 자금 수요자_사회혁신기업 대상 |

- 기준 및 프로세스의 개선을 통한 빠른 자금 조달과 기업의 사회적가치 홍보
 - 사회혁신기업의 부담 완화를 위한 투자자의 적정 수익률 (4~8%) 설정
 - * 국내 일반 P2P플랫폼 기준 중금리(10~20%) 수익률 대비
 - 평균 2주의 짧은 펀딩 기간 설정, 최소한의 서류(자료) 요구
 - 펀딩 페이지 내 제품 및 서비스 홍보를 통한 기업의 사회적가치 전달
- '로컬' 프로젝트 발굴
 - 지역 불균형 문제에 주목한 서울 외 지역의 기업, 프로젝트에 대한 투자 최초 시도

2 결과

- 연 매출 약 3.5배 성장
 - 0.7억원 ▶ 2.47억원
- 연간 펀딩 성장률
 - 연간 펀딩 수 2배 증가
 - 31개 ▶ 63개
 - 연간 펀딩 금액 2.9배 증가
 - 10억 ▶ 29억
- 누적 투자회원 수 약 5.5배 증가
 - 1,398명 ▶ 7,587명
- 고용 인원 67% 증가
 - 6명 ▶ 10명
- 협력 사업 진행 횟수 8.5배 증가
 - 2회 ▶ 17회(12개 파트너 기관)
 - * 연계 크라우드 펀딩 오픈, 기업가 지원 등

3 변화

- 최초의 시민 참여형 '투자' 모델을 통해 사회적경제 기업을 위한 새로운 자금 조달 방식 영역 구축
- 로컬 프로젝트 발굴로 사회적금융 업계에 지역불균형 해소를 위한 로컬 붐 확산에 기여
- 시민들의 사회적경제에 대한 이해도와 인식 확대, 참여 방법의 확장
- 금융 시장에 가치를 고려한 투자 원칙 확산에 기여

* 자료 기준: 2021년 3분기

박기범 펠로우 그리고 함께 한 사람들의 이야기

인터뷰 ① 박기범 펠로우



Q. 3년 간 비플러스가 만들어 낸 긍정적인 변화는 뭐라 말할 수 있을까요?

우선 사회적금융의 새로운 모델을 제시했다고 봅니다. '사회적 금융'이라고 하면 그동안 대부분 정부 기금이나 대기업 자금으로 운영되어왔어요. 개인이 1만원으로 투자할 수 있는 플랫폼은 비플러스 밖에 없습니다. 투자자들에게는 끊임없이 자금 형성의 필요성을 얘기하고, 시민들에게는 사회적기업들을 알려준 것이 가장 큰 역할입니다. 일상에서 쉽게 임팩트 기업을 만날 수 있는 통로, 장을 만들었다고 볼 수 있죠. 자금의 거래 뿐만이 아니라 기업이 생산하는 제품이나 농산물을 이자로 제시하는 새로운 시도도 했어요.

또 하나는 로컬 분야의 작은 기업들 발굴을 통해 자본 시장 생성의 가능성을 확인할 수 있었던 것 같아요. 다양한 홍보 콘텐츠를 만들어 대중친화성을 높이려는 시도를 했어요. 로컬은 확실히

성과가 있어요. 지역의 청년(기업)이나 콘텐츠를 잘 보여주는 구조로 접근했던 것이 임팩트 투자영역에서 로컬이 중요한 흐름으로 주목받게 되기까지 비플러스의 역할이 분명히 있다고 생각합니다.

Q. 3년 간의 결과를 만들어 오는 데 가장 큰 방점을 찍는 순간이 있었을 것 같아요. 그 순간 어떤 결정을 내렸고, 그 결정은 어떤 영향을 미쳤나요?

사업이 점차 성과도 나고, 펀딩도 증가하는 시점에서 마주한 힘들었던 상황들이 생각나네요. 뷰티펠로우로 선정되고 얼마 되지 않아 전주의 한 기업의 재무구조 개선 펀딩을 열게 되었어요. 안정성에 대한 염려는 있었지만 저희 팀에게도 도전의

과정이었던 사례로 볼 수 있죠. 결과를 떠나, 연대와 결합을 하면 불가능하지 않다는, 우리 업계에 던지는 작은 돌 같은 메시지가 있었다고 봐요. 이런 위험성에 대한 선택을 성공으로 만들어 가는 과정들이 분기점이었던 것 같습니다. 코로나19로 인한 위기도 있었죠. 투자가 결정되었다가도 캔슬되고 하는 순간도 있었지만, 아직은 포기할 때가 아니라는 생각으로 여기까지 왔습니다. 이 힘든 길을 계속 가야 하는 근본적인 이유에 대한 고민을 많이 해 왔던 것 같습니다.

Q. 소셜미션을 달성하고, 임팩트를 만들기 위해 어떤 것이 가장 필요하다고 느끼셨는지 궁금합니다.

사업 초기에는 제도 개선에 대해 청와대에 제안하는 의지도 불태우곤 했어요. 물론 제도나 정책 개선이 필요하긴 했지만, 그보다도 사업을 함에 있어서 대표로서의 역량의 필요성을 느꼈던 것 같아요. 펀딩의 기간이나 다른 조건들에 대해 우리 팀은 불가한 기준으로 알고 적용했던 것들을 업계에서는 다들 그렇게 해오고 있더라고요. 좀 더 업계 상황을 민감하게 캐치할 수 있었더라면 결과치가 달랐지 않았을까 싶은 거죠. 때론 다양한 정보와 네트워크를 통해 더 많은 사례 분석을 하는 것이 필요하다고 느꼈던 경험입니다.

Q. 그렇다면 박기범 펠로우 개인적으로는 어떤 부분이 성장했다고 볼 수 있을까요?

한편으론 대범해진 것 같아요. 회계사 시절에는 문제해결형이었다면, 이제는 일을 추진하고 벌리기도 하면서 해결도 같이 하는 태입이 된 거죠. 지금의 이슈들을 많이 겪다 보니 일시적인 자금 홀딩이나 연체에 압도당하지는 않는 것 같습니다. 덕분에 여유가 없는 상황에서도 온투법 등록 추진 결정도 내릴 수 있었습니다. 또, 점점 냉철함을 유지하고 내외부의 사람들과 적절한 관계 설정도 하게 되었고요. 문제의 대응방안을 고민하고 액션을 취할 수 있는 사업가적인 면모를 갖추게 되지 않았나 싶습니다.

Q. 뷰티풀펠로우는 박기범 펠로우에게 어떤 의미였는지 궁금합니다.

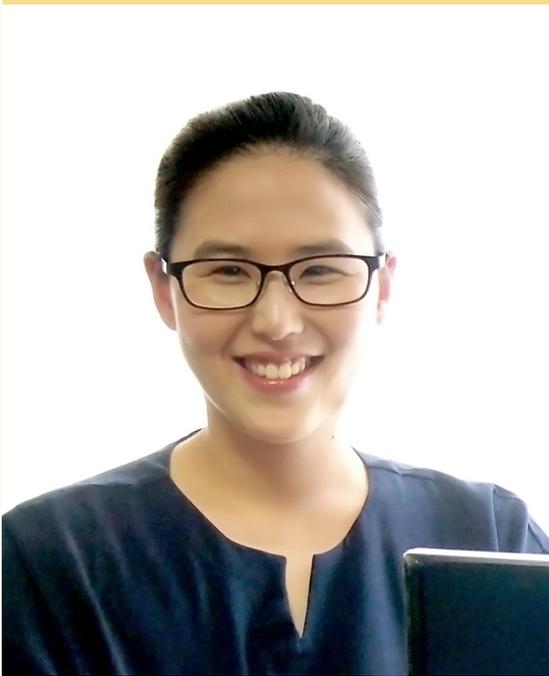
기반을 닦아가는 기업의 대표라면 공감할 수 있는 부분일 것 같은데, 가끔 본인 급여는 못 챙기더라도 직원들 급여는 밀린 적이 없도록 최선을 다하잖아요. 그래서 뷰티풀펠로우 3년간의 월 지원금은 매 달 큰 도움이 되었어요. 훌륭한 동료 펠로우들을 만나서 위로받을 수 있는 것도 좋았고요. 한편으로는 목표 달성에 대한 부담도 없진 않았는데요, 책임감도 크게 느껴지곤 했습니다. 또 사회변화를 만들어가는 선배 펠로우로서 모든 언행들도 조심하게 되더라고요. 현재만이 아닌 다음 펠로우들의 행보도 생각하게 되었달까요. 그래서 때론 힘들고 그만두고 싶어지다카도, 뷰티풀펠로우로서의 이 자리가 누군기에겐 간절한

자리일 거란 생각이 들면 '조금만 더 버티보자, 3년 후엔 뭔가 남는 것이 있겠지'라는 마음으로 견딜 수 있었습니다. 성과에 조금씩 하면서 눈속임을 시키고, 다른 곳에 눈 돌려가며 걸로만 사회적 가치가 강조되어 보이는 경우가 되지 않도록 오롯이 제 갈 길을 묵묵히 걸어온 3년이었어요. 사회혁신리더들이 어엿한 유니콘으로 성장하는 것도 중요하지만, 때론 결과가 미비할지라도 그 시도와 과정으로 인해 조금이라도 바뀌는 것을 봐주는 것도 중요하다고 봅니다. 그런 부분을 지지해줄 수 있는 것이 뷰티풀펠로우 사업이구요.

Q. 비플러스의 향후 계획이나 5년 뒤 변화상은 무엇일까요?

좀 더 시민들의 지속적인 참여를 이끌어내고, 정치적 흐름에 영향을 받지 않는 민간 영역의 사회적금융 모델을 확대하려고 합니다. 사회적금융을 지향하는 여러 모델들이 있지만 아직까지는 그 어떤 형태로든 공공 예산이 투입되지 않은 것은 없는데 그런 경계에서 자유롭고 싶어요. 사회 자본의 혜택이 일부에게만 돌아가는 업계의 패턴을 깨고 싶다고나 할까요. 일반 시민들이 꾸준히 투자할 수 있는, 비플러스만이 할 수 있는 일을 계속 만들어 갈 예정입니다. 그 시작으로 펀딩 대상을 사회적기업에서 소상공인으로 더욱 세분화하여 넓히려고 하고 있어요. 저희의 판단으로는 충분히 의미 있는 시도라고 보고 있고, 판단과 참여는 결국 시민 투자자들의 몫이 아닐까 생각합니다.

인터뷰 ② 비플리스 | 이보연 부대표 & 이사



Q. 비플리스에서 일하게 된 계기와 현재 맡은 역할이 궁금합니다.

박기범 대표는 이전 직장에서 제 팀장님이셨어요. 처음 한국사회 투자가 사회적 금융을 위한 민간 재단으로 생겨나면서 초반부터 함께 일했죠. 재밌는 업무들이 많았지만, 공익사업, 시 예산으로 진행되는 사업들이 많다 보니 개인적으로 느껴지는 한계들이 있었어요. 시민들이 만 원, 이만 원씩 직접 참여할 수 있는 비플리스의 투자 형태에 매력을 느끼게 됐고, 이전에 같이 일했던 박기범 대표에 대한 믿음이 있었기 때문에 비플리스에 합류하게 됐어요. 현재는 우리 펀딩을 진행할 심사도 하고, 조직 내부를 챙기고 있어요. 최근에는 온투법(온라인 투자 연계 금융업과 이용자 보호에 관한 법률)에 의한 정식 온투법 기관 등록 진행도 했어요.

Q. 가장 어려웠던 것과 가장 기억에 남는 사례가 무엇이었을까요. 또 그 속에서 어떤 가치를 확인하며 일하고 계시는지 궁금합니다.

가장 어려웠던 것은 비플리스가 하고자 하는 P2P 대출의 형태가 우리나라에서도 생소한 개념이고 저희도 처음이다 보니 회색 지대가 있을 수밖에 없었어요. 이 방법이 맞는지, 어디에 물어 봐야 하는지, 법적 규제에서 요구하는 것들 구비하고 전산 구축 과정들도 어려웠어요. 즉, 제도의 경계를 확장하는 것이 쉽지

않았죠. 가장 기억에 남았던 펀딩으로는 충북 제천의 '주식회사 울계 농업 회사 법인'에서 "이자 말고 유기농 달걀을 받으세요" 라는 이름으로 진행했던 사례가 있어요. 투자 금액에 대한 이자 대신 유기농 달걀을 보내주는 재밌는 방식이었어요. 예를 들면 50만 원 투자자는 1년간 격월로 20알(판매가 15,800원 상당)을, 100만 원 투자자는 1년간 매월 20알(판매가 15,800원 상당)을, 200만 원 투자자는 1년간 매월 40알(판매가 31,600원 상당)의 유기농 유정란을 보내주는 방식으로요. 독특한 이자 지급 방식이다 보니 기금 모집 오픈 전에 법률적 검토와 마케팅에도 더 신경 쓰긴 했지만, 이 전략이 통할까 라는 의구심도 있었죠. 결국 두 번의 기금 모집 모두 달성률 100%로 성공적으로 마무리됐고 투자자들이 신선한 달걀을 받고 좋아하는 모습을 보면서 이런 전략도 가능하다고 느끼게 해준 사례예요. 어렵게 느껴지는 금융을 좀 더 유연하고 재미있는 방법으로 활용할 수 있다는 것을 다시 한번 경험했고, 비플리스의 역할에 대해 뿌듯함을 느꼈습니다.

Q. 펀딩 모집 오픈 과정에서, 대상 기업의 선정이나 심사 기준이 있을까요?

펀딩 모집 페이지를 통해 해당 기업의 가치와 임팩트를 투자자들에게 어떻게 잘 전달할 수 있을지를 고민하죠. 심사의 첫 단계에서는 어떤 임팩트 카테고리에 해당할지를 확인하기도 하고, 그 과정에서 기업의 사회적 가치가 잘 보이지 않거나 내부 동의가 되지 않는다면 진행하지 않고 있어요. 어찌 보면 임팩트 카테고리 분류는 펀딩 모집 진행 여부 결정의 영역이고, 사실상 재무 관련 논의가 중요한 과정 중 하나라고 보시면 될 것 같아요.

Q. 오랜 시간 지켜봐 온 박기범 대표는 어떤 리더라고 말할 수 있을까요?

제가 출산으로 잠시 쉬고 있었을 때 박기범 대표님이 비플리스를 만들 계획을 들려주시고 같이 하자고 제안해 주셨어요. 재밌을 것 같다는 생각에 합류했지만, 사업을 만들어가면서 쉽지 않다는 걸 몸소 느꼈죠. 이 과정을 함께 만들어가는 대표님을 보면서 '아, 이분은 진심이시구나'를 느꼈어요. 우리 일이 기업의 가치를 재무적으로 풀어내야 하는 일이고 내·외부의 여러 이해관계자를 설득해야 하는 일이라 쉽지 않아요. 저라면 중간에 포기하지 않았을까 싶은데 쉽지 않은 일들을 추진해 나가시는 대표님을 모습을 보면서 조용한 끈기와 동시에 날카로움을 지닌 것 같다는 생각이 듭니다.

Q. 비플리스 조직적 측면이나 이사님 개인의 변화가 있다면 무엇일까요?

점점 같이 일하자고 제안해 주시는 곳도 많아지고 투자자도 증가하는 추세이고, 조직적으로는 팀원들이 늘어나면서 차차

시스템을 갖춰 나가고 있어요. 개인적인 변화로는 “이게 될까?” 하며 의구심을 갖게 하던 사례들도 결과물을 보면서 “아, 이게 되는구나”라는 생각하게 됐죠. 그러면서 다른 것도 많이 시도해 보려는 도전적인 마음을 가지게 되었어요. 최근에는 펀딩 모집 대상을 소상공인까지 넓히고자 하는데 사용자들을 좀 더 잘 설득하고 참여를 끌어낼 방법을 고민 중입니다. 이 새로운 변화를 통해 펀딩으로 도움을 받고 사업의 가치를 확장하는 조직의 범위가 더 확장되었으면 합니다.

Q. 비플러스가 우리 사회에 미친 긍정적인 영향은 무엇이라 보시나요. 앞으로의 바람도 궁금합니다.

이전에는 사회적 금융이라고 하면 대부분 국가 예산이나 대기업 자금으로 운영이 되었어요. 하지만 비플러스를 통해 정말 소액으로 투자를 할 수 있는 플랫폼이 생겼고, 쉽게 임팩트 기업을 만날 수 있는 통로, 장을 만들었죠. 점점 온라인 연계 투자금융 시장이 커지고 있지만 아직 대부분이 부동산 담보 대출이 주를 이루고 있어요. 우리는 그 시장에서 한 획을 긋고 싶습니다. 그러기 위해서 펀딩 모집 사례를 더 늘려야 하고요. 펀딩 모집 수가 많아지고, 투자자가 많아지면 자연스럽게 사회적 경제인에서의 금융 시장 또한 커질 거라고 믿고 있습니다.

인터뷰 ③ 왕윙 | 이태호 대표



Q. 지역 공동체 사업을 하시면서 비플러스 기금 모집에 참여하게 된 계기가 궁금합니다.

왕윙은 대전 지역의 마을에 공유 공간과 사회주택을 조성하고, 마을 형 사회주택 플랫폼(우리 동네 문화생활 플랫폼)으로 소비자에게 새로운 마을 생활을 제안하는 회사예요. 박기범 대표와는 기금 모집 진행 이전에도 안면이 있었고, 비플러스가 하는 일을 유심히 보니 꾸준히 로컬 기반의 단체들과 투자를 해온 이력이 있더라고요. 그래서 단순 금융 중개인이 아니라 작은 지역의 지역 자산화 형성의 중요성과 문제의식을 공감해 줄 수 있는 곳이라는 생각하게 되었죠. 저희는 지난 10년간 대전 유성구 어은동에 주민들과 만들어 온 마을공동체 문화와 공유 공간이 젠트리피케이션으로 흔들리지 않도록 지역의 공공 자산화를 만드는 '마을 자산화(건물 매입) 프로젝트(비 스트리트)'를 기획했어요. 비플러스는 기금 모집을 준비하면서 어떻게 정책 자금을 형성하고 어떤 주체를 통해서 풀어나갈 수 있을지 적극적으로 제안해주었어요. 가장 까다로울 수 있는 금융 관련 문제를 가장 고생하지 않아도 될 전략으로 컨설팅해 주었죠.

Q. 펀딩에 참여하면서 가장 기대했던 바는 달성 하셨나요?

결과적으로는 펀딩을 두 차례 진행하면서 평균 100%에 가까운 금액이 모였어요. 사실 이 금액을 주변을 통해 개별로 빌려도 모을 순 있었을 거예요. 하지만 펀딩의 의미가 단순히 불특정

다수의 혜택을 위한 것이 아니라 마을 자산화(건물매입)를 통해 그동안 왕윙이 지역에서 쌓아온 관계로 형성된 관계 자본을 자산화하고자 하는 기대가 있었고, 그 가능성을 알아주고 투자해 준 것 같아 의미가 있었다고 생각해요. 마을공동체를 만들어 나가는 데 필요한 자본과 자금은 쉽게 만들어지는 것이 아니기 때문에 우리가 단순히 전환 마을을 선포하는 것 그 이상을 형성하려는 의도를 읽으시고 지역의 사회적 주체들이 관심을 두신 덕분에 목표한 대로 달성할 수 있었어요. 왕윙의 사례를 통해서 프로젝트 목적 달성 외에도 지역의 수많은 사회적경제 주체들을 설득할 수 있는 계기가 되었습니다.

Q. 박기범 대표를 지켜보시면서 가장 인상 깊었던 부분이 있으신가요?

박기범 대표는 플랫폼 운영자의 포지션을 넘어 임팩트 VC의 역할을 충분히 해주고 계세요. 단순히 연결 매개체의 역할이 아니라 자금이 필요한 사람(기업)의 관점에서 기획과 과정을 함께 고민해 주는 분입니다. 비플러스와 기금 모집을 진행하게 되면, 든든한 조력을 받는다는 생각이 들었습니다.

Q. 비플러스가 앞으로 어떤 역할을 해주길 기대하시나요?

우리 같은 사례, 즉 펀딩을 통해 지역에서 관계 자본을 만들어 나가는 것의 지원을 계속해 주시면 좋겠어요. 사업에 대한 확신이 있고 수익이 기대되는 스타트업들이 빠르게 움직여야 할 때 자금 문제가 발목을 잡을 때가 있거든요. 파트너로의 호흡면에서는 자금처럼 펀딩 시 옆에서 위험성 판단을 잘 할 수 있게 도와주고, 빠른 자금 조달로 이어질 수 있게 도와주면 충분할 것 같습니다.



ROOT ENERGY

기업(브랜드)명	루트에너지
설립년도	2014년
홈페이지	https://rootenergy.co.kr

소셜미션

탄소중립을 10년 이상 앞당기는 솔루션 제공

주목한 사회문제

기후위기로 인한 환경적 문제 확산과 그 해결을 위한 재생에너지 100% 전환 가속화의 장벽: '낮은 주민수용성'

- > 국내 재생에너지 사업 중 약 50%가 주민 반대로 좌초
- > 주민들의 낮은 참여기회, 정보 불균형, 단순 현금보상으로의 인식 등의 작용

기후위기는 이미 오래전부터 대두되어 온 전 지구적인 환경적 문제였습니다. 한국은 온실가스 배출, 대기 오염으로 인한 조기사망률에서 높은 순위를 차지하는 OECD 국가였으며 이를 위한 근본적 해결과 대안은 100% 재생에너지로의 전환이라는 결론을 내렸습니다. 기존 에너지 시스템 전환을 위한 기술, 그에 따른 법과 제도는 상대적으로 빠르게 개선되고 있었지만 금융과 시민참여의 연결성은 해결되기 어려운 상황이었습니다. 덴마크나 독일 사례처럼 국민들이 모두 금융(투자)에 참여할 수 있는 기회가 제공되면 두 마리 토끼를 모두 잡을 수 있고, 재생에너지 기반의 더 깨끗하고 안전한 사회를 만들 수 있을 것이라 생각했습니다. 이 목표를 달성하고 저의 전문성을 발휘하지는 사명 아래 시민 중심의 접근의 대안을 제시하고자 루트에너지를 만들게 되었습니다.

“ 더 많은 자금과 자원들이 탄소중립을 위해 쓰여야 하고 ”
그 주체는 시민이 되어야 합니다.

사업개요

솔루션

- 클라우드 펀딩 방식의 디지털 금융 플랫폼 제공
- 재생에너지 발전 사업자와 주민 투자자를 중개
- 발전소 인근 지역 주민이 투자에 참여할 수 있는 커뮤니티 펀딩 모델

주요 제품 및 서비스

- 온라인 금융 플랫폼 '루트에너지'
 - 모바일, PC를 통한 손쉬운 투자 가능
 - 지역 별 발전소 건립 투자를 통한 친환경 임팩트(온실가스, 미세먼지 감축량) 제공
- 주요 투자 상품: 혁신상품 태백 가덕산 풍력사업 1·2호, 새만금 최초 주민참여형_육상 태양광 1구역 사업 외 일반 솔라 발전소 상품 다수



루트에너지 온라인 플랫폼 소개. 실시간 발전소 운영현황, 상환금 등을 확인 할 수 있다.



새만금 지역 최초의 주민참여형 투자 모델 '육상태양광 1구역 발전사업 11호'

3년간의 변화

1 활동

- 소액(10만원)으로도 투자 가능한 주민참여형 재생에너지 클라우드 펀딩 플랫폼 운영
 - 태양광, ESS(에너지저장시스템), 풍력 등의 발전사업자와 개인 투자자를 연결
 - 지역 주민 우대 서비스 제공을 통해 주민 참여율을 높임
- 재생에너지 전환을 위한 인식 및 제도 개선
 - 규제샌드박스 1건, 주민참여 제도개선 1건, 정책과제 3건

2 결과

- 탄소배출량 감축: 석탄, LNG, 석유 에너지 대체 효과
 - 2~3백톤 ▶ 4~5만톤
 - * UNFCCC 탄소배출 계수 적용
- 발전소 규모 100배 이상 증가
 - 0.6 MW(3건) ▶ 112.6 MW(220건)
 - * 풍력 63.6MW, 태양광 49MW
- 발전소 건립 지역 수 13배 확대
 - 2곳(포천, 의성) ▶ 전국 26곳
- 누적 시민 투자금 약 126배 증가
 - 펀딩 금액 3.5억 ▶ 440억
- 누적 투자자 수 약 27배 증가
 - 300 명 ▶ 8,075 명
- 고용 인원 약 4.5배 증가
 - 6명 ▶ 26명
- 기업 경쟁력 및 전문성 인증
 - 0건 ▶ 2건(B corp(비콕), 온라인투자연계금융업)

3 변화

- 국내 재생에너지 금융 시장의 주민참여 모델 및 환경적 재무적 이익의 선순환 구조 마련
- 소멸위기 지역의 새로운 수익원 발굴, 지역경제 활성화에 기여

* 자료 기준: 2021년 3분기

윤태환 펠로우 그리고 함께 한 사람들의 이야기

인터뷰 ① 윤태환 펠로우



Q. 3년 간 루트에너지가 만들어 낸 변화를 언제 체감하시나요?

몇 년의 시간이 헛된 시간은 아니었다고 봅니다. 쉽지 않았지만 빠르게 시장을 개척해 온 것 같아요. 물론 힘들기도 했지만, 고통의 나날들을 통해 더욱 성장한 느낌이에요. 신재생 에너지에 관심 있는 고객들이 우리를 원한다는 것을 알았고, 같이 협업하게 된 외부 기관들의 반응을 보면서 지금 이 구간만 넘으면 신재생 에너지를 더욱 확고히 자리 잡게 할 수 있겠다는 자신감도 생겼죠. 그동안 신재생 에너지 시장에서 주민참여 비중을 높이는 것을 우선 목표로 삼고 도전해왔고, 태백가덕산풍력 발전소는 주민들의 자발적인 투자를 통해 루트에너지의 가능성을 보여줄 수 있는 중요한 사례였습니다. 그 결과로 인해 새만금육상태양광 사업도 유리한 조건에 할 수 있었어요. 이런 사례들이 루트 에너지가 가는 길을 넓혀주고 있습니다.

Q. 3년 간의 결과를 만들어 오는 데 가장 큰 방점을 찍는 순간이 있었을 것 같아요. 그 순간 어떤 결정을 내렸고, 그 결정은 어떤 영향을 미쳤나요?

처음부터 이 시장에서 루트에너지가 추구하는 방향성에 대한 확신이 있었어요. 신재생 에너지의 확대를 위해서는 주민참여가 먼저 이루어지지 않으면 안 되는 순간이 올 거라고요. 기후위기 해결과 탄소중립을 위해서는 신재생 에너지가 답이 될 수 있고, 이를 정착시키려면 발전소 건립을 위한 토지와 기술 문제도 그렇지만 지역 간 부의 격차와 불균형의 근본적인 해결이 필요하죠. 이는 곧 주민 수용성이 관건이 될 것이라 예측이 되었고 그것을 선점하는 것이 중요했어요. 힘들지만 인내하며 포기하지 않고 기다리다 보니 이 시장이 개척이 된 것이죠. 누군가는 하찮게 여기던 이 시장이 클 것이라 확신은 있었지만 이렇게 오래 걸릴지는 몰랐어요. 제도의 장벽도 높았고, 자금이 떨어져 가거나, 혹은 사업을 추진하기 위해 구성원들을 설득하고 달래기 위해

고민하던 순간들을 마주할 때면 저 스스로도 확신을 가지지 못하고 의심하던 순간도 있었어요. 하지만 끝까지 버티다 보니 지금의 가능성을 마주하게 되었습니다.

만든 후에는 참여하는 시민 천만 명까지 만드는 것이 목표입니다. 기후위기 해결을 위해 시민들이 투자하고 혜택을 되돌려 받는 주체가 되는 하나의 문화를 만들 수 있는 전문 금융기관으로 성장하고 싶습니다.

Q. 사회혁신가로서 임팩트를 만들어 오기 위해 어떤 것이 가장 필요하다고 느껴오셨나요?

금융과 관련된 제도들을 많이 풀어내야 했어요. 기존의 장벽도 높았지만 없는 기준을 세워야 했던 것들도 있다 보니 속도가 나지 않기도 했고요. 시민들의 참여를 활발히 이끌어 내기 위해서는 이런 장벽을 낮춰야 할 텐데, 이것만 잘 풀리면 날개를 달 텐데 하는 생각이 많이 들었죠. 아직도 위기감이야 항상 있지만 어디든 방법은 있을 테니 잘 풀어내면 될 거라 봅니다.

Q. 그렇다면 윤태환 펠로우 개인적으로는 어떤 부분이 성장했다고 볼 수 있을까요?

지난 3년이 가장 리더로서 힘든 시간이었던 것 같아요. 사업과 조직 운영의 감도 잘 몰라서 시행착오도 많았지만 실패와 도전의 과정에서 성장하고 배운 것 같습니다. 조직의 사람들을 잘 이끌려면 어떻게 해야 하는지에 대한 저만의 노하우나 체계도 만들고, 쉽지 않았지만 각 팀이 만들어 내고 있는 가치를 서로 공유하기 위해 CEO 레터도 이른 아침에 꼬박꼬박 보내기도 했어요. 조직이 어느 정도 커지고 나면 리더 한 사람만에 의존하는 순간 와해되기 쉽습니다. 권한을 잘 위임하고 스스로 움직일 수 있는 체계를 만들어놔야 하죠.

Q. 윤태환 펠로우에게 '뷰티풀펠로우'가 주는 의미는 무엇인지 궁금합니다.

공감대를 나눌 수 있는 펠로우 동료들을 만날 때는 위로를 받을 수 있었어요. 3년간 꾸준히 지급되는 월 지원금도 경제적인 뒷받침을 잘 해주었고요. 버틸 수 있는 지지대였다고 생각합니다.

Q. 루트에너지의 향후 계획이나 5년 뒤 변화상은 무엇일까요?

더 많은 자금이 탄소중립을 위해 쓰여야 하고 그 주체는 시민이 되어야 합니다. 온실가스 감축 등의 목표도 시민 없이는 달성하기 어렵습니다. 주민이나 시민들이 주도적으로 참여할 수 있는 새로운 사업들을 많이 하고 싶어요. 더욱 안정적인 투자가 가능하게끔 탄소중립 전문 은행 역할을 하고 싶고요. 내가 직접 탄소중립에 기여하고 있다는 것을 체감할 수 있게 말이지요. 이를 위해서는 라이선스와 자금, 소비자 데이터가 있어야 합니다. 하지만 현재 정보 공유가 어려운 블랙박스라 볼 수 있죠. 은행의 틀을

인터뷰 ② 루트에너지 사업팀 | 강준석 대리



Q. 루트에너지에서 일하게 된 계기와 현재 맡은 역할이 궁금합니다.

양천구 주민으로서 루트에너지 첫 주민참여 사례인 양천햇빛발전소의 홍보물을 보고 루트에너지를 알게 되었고, 시민참여형 사업을 하는 것이 매력 있고 꼭 필요한 일이라고 느껴서 함께 일하게 됐어요. 현재 일한 지 2년 정도 됐고 하는 일은 주민참여형 재생에너지 사업을 담당하고 있어요. 태양광 발전소 건립을 위한 재생에너지 기금 모집이 오픈되는 지역의 인근 주민들이 참여할 수 있게 모델을 짜고 기획하는 일을 하고 있죠. 태양광 발전소가 지어지는 지역은 아무래도 주민들 평균 연령대가 높다 보니 사업 및 기금 모집에 대한 대면 안내를 위한 출장도 다니고 있고요.

Q. 루트에너지와 계속 함께 일하는 이유에는 어떤 것이 있을까요?

루트에너지가 만들어내는 환경적 가치와 사회구조 및 정책의 변화, 그리고 신재생에너지 발전소 건립을 통한 실제적인 결과물들이 지속해서 환경에 긍정적인 영향을 준다고 생각해요. 풍력, 태양력 발전소가 실제 지어지는 것을 보면서 환경에 대해 가지고 있었던 관심을 넘어서 내가 할 수 있는 분야에서 기여하고 있다는 점이 만족감을 느끼게 해주죠. 또 태백기덕산풍력, 새만금육상 태양광 같은 큰 사업을 수행하면서 루트에너지는 점점 안정적으로 커가는 중임을 느낍니다. 이런 경험과 언론 및 기사에서 다루어지는 루트에너지 사례를 보면서, 우리를 통해 재생에너지 사업이 점점 더 커지고 대중화가 될 수 있겠다는 기대감이 커지곤 합니다.

Q. 윤태환 대표는 어떤 리더인가요?

윤태환 대표는 동료 같은 대표예요. 실무자들이 실력 발휘를 할 수 있도록 자율권을 주고, 고충이 있는 부분도 공감을 해주시기 때문에 동료애도 생기는 그런 대표죠. 현재 신재생 에너지 분야에는 5~10년 이상 경력의 전문가가 많지 않기도 하고, 정책 영향을 많이 받는 분야이다 보니 매년 새로운 과제가 생기고, 그 과제를 해결하기 위해 제가 속한 사업팀의 6명의 팀원과 서로 적합한 업무를 찾아서 맡을 수 있다는 점이 재미있어요. 그래서 다른 회사보다 사회초년생에 속하는 저의 발언에 무게가 많이 실리게 된다는 것에 책임감을 느끼며 일하고 있습니다.

Q. 루트에너지가 앞으로 어떤 역할을 하길 기대하시나요?

루트에너지가 지금의 공급자와 수요자를 직접 만나게 해주는 방식의 금융인 온라인 투자 연계 금융(P2P) 등록 완료되어 제도권 금융으로 인정받게 되었어요. 이후에는 시민들이 재생에너지 관련한 정보 비대칭을 겪지 않게 힘을 쏟을 계획인데요. 시민 투자자들이 발전 판매수익을 공유받기 때문에 경제적으로도 선순환이 될 수 있다고 생각하고, 시민들의 참여를 통해 재생에너지가 친근한 사업이 됐으면 좋겠어요. 앞으로는 지금 하는 것보다 더욱 많은 직무를 해보고 싶고 재생에너지, 금융, IT 등 여러 분야의 배움을 통해 업무에도 기여하고 싶어요.

인터뷰 ③ 현대차증권 대체금융팀 | 강보원 책임



Q. 루트에너지가 어떤 역할을 하고 발전해 나가길 기대하시나요?

현재는 사업의 위치가 준 금융업에 따르고 있는데 보수적이고 진입장벽도 높은 영역이지만 신재생 에너지의 바람을 타고 시장과의 신뢰를 구축해 나갔으면 좋겠어요. 우리나라에서 전력 판매는 한국전력공사만 할 수 있고, 발전소 건립에 대한 사회적 시선은 매우 극단적으로 갈려요. 그래서 하나하나 이해시키고 추진하는 데 굉장히 오래 걸리죠. 지금 윤태환 대표는 이런 부분을 앞장서서 하는 거고요. 누구나 사업을 할 수는 있지만 주민들을 이해 설득을 하는 일은 어려운 일이고, 이에 대한 혜택(주민들의 참여에 따른 전기 구매 요금 조절이 필요해 산업통상자원부에 계속 요구하는 중이에요. 윤태환 대표는 신재생 발전사업이 정책에 휘둘리지 않고 중심을 잡아야 한다고 끊임없이 말하고 있고 바로 이런 점이 재생 에너지나 친환경 에너지 사업의 발전에 필요한 목소리라고 생각합니다. 지금처럼만 나아가도 충분하다는 생각이 듭니다.

Q. 루트에너지의 어떤 사회적 가치에 공감이 돼 함께 하게 되셨나요?

최근 신재생 에너지가 쟁점이 되고는 있지만 주민 수용성이 쉽지 않아 실제 우리나라에서 진행하고 있는 곳은 많지 않아요. 새만금 쪽 대규모 사업을 진행할 때 민간 협의 내용상 일정 비율 이상의 주민을 참여시켜야 하는 항목이 있는데 기존 펀드나 채권으로는 주민 참여가 어려워 현대 엔지니어의 소개로 만난 루트에너지와 함께 하게 됐어요. 발전소가 지어지는 위치와 주변 선로를 연결하려면 주민들에게는 이에 따른 혜택을 줘야 하고, 많은 이해관계가 발생하는데 법적으로 풀기 어려운 주민 수용성 문제를 해결하기 위해서는 루트에너지의 도움이 꼭 필요했어요. 루트에너지는 에너지 발전사업의 많은 이해관계자가 있는 상황에 대한 경험뿐만 아니라 정책에 대한 이해도가 높고 영향력도 있다고 판단되었고 그 역량을 충분히 발휘해 주고 있습니다.

Q. 루트에너지의 강점은 무엇인가요?

글로벌 이슈인 탄소 중립을 앞당기는데 가장 큰 장벽은 낮은 주민 수용성이죠. 탄소 중립에 대한 이행을 중요임무로 가지고 있는 루트에너지는 이에 대한 대책으로 디지털 금융 플랫폼을 만들었고 이에 따라 다수의 주민 참여자가 손쉽게 신재생에너지 투자 사업에 참여할 수 있게 됐죠. 참여를 통해 주민 참여자 스스로 재생에너지의 정보 격차를 줄일 수 있고 투자 수익을 낼 수 있는 구조를 형성해 주는 것이 루트에너지의 가장 큰 강점이라고 생각해요.

임정택 펠로우 향기내는사람들

히즈빈스

05



임상을 혁신하는 사람들의 이야기 05



기업(브랜드)명	향기내는사람들 (히즈빈스)
설립년도	2008년
홈페이지	https://hisbeans.com

소셜미션

모든 장애인들과 함께 행복하게 일하는 세상

주목한 사회문제

국내 기업의 낮은 장애인 의무고용율과 매년 약 1조원 이상 발생하는 장애인고용부담금(2021년 기준)

〉 장애인 고용촉진 및 직업재활법 28조에 의거한 상시 근로자 50인 이상 기업의 장애인 의무고용

장애인(정신장애·발달장애)을 위한 기업 맞춤형 직무교육' 훈련 및 사회적 지지 시스템의 부재

경영학과 사회복지학을 전공하면서 어렵고 힘든 삶을 사는 사람들과 함께 일하는 기업을 만들겠다는 꿈을 꾸었습니다. 6개월간 100여 명의 장애인, 노인, 저소득층 사람들을 만나보며 그들의 아픔을 보았습니다. 그 중 친해진 몇몇 정신장애인들을 통해 가장 크게 깨달은 것은 장애를 갖고 있는 사람들이 일을 갖지 못하는 이유는 장애 때문이 아니라, 이들의 강점을 발견하여 일할 수 있게 하는 맞춤형 직업 교육과 일자리가 없기 때문이라는 것이었습니다. 많은 장애인들이 비장애인들과 다를 바 없이 성실하고 부지런한 사람들임에도 불구하고 사회적인 편견과 낙인 때문에 사회에서 소외되어 일할 기회조차도 얻지 못한다는 사실을 알게 되었습니다. 2008년, '장애인들이 행복하게 일하는 세상 만들기'를 미션으로 하는 기업 '향기내는사람들'을 만들었고 이에 기반한 커피 사업 브랜드 '히즈빈스'를 운영하고 있습니다.

“ **히즈빈스를 통해 장애인의 자립과 성장을 만들어 나가고 있어요.
한국에서 장애인 고용 컨설팅을 가장 많이 하는 기업이 되고 싶습니다.** ”

사업개요

솔루션

장애인 고용 솔루션 '히즈빈스 컨설팅'(장애인 직접 고용 사업장 개설 및 위탁운영 모델) 제공

주요 제품 및 서비스

- 장애인 직접 고용 컨설팅: 직무지원 매니저 파견을 통한 사후관리 서비스 제공
 - 고용 가능 및 창출 직무 파악 ▶ 취업가능 인력 파악 및 채용 ▶ 7단계 맞춤 훈련 ▶ 직무지원인 파견 ▶ 실시간 사례관리
 - 주요 고용분야 : 카페, 키친, 클린(빌딩 및 오피스 청소), 사무·기획(서류 관리, 인쇄, 파쇄), 헬스케어(안마, 네일)
- 장애인 사업장 위탁운영: '히즈빈스 커피' 브랜드를 기반으로 한 가맹점 운영
 - 기업&병원 내 히즈빈스 카페 운영, 매니저 인력 파견
 - 각 사업장 분석을 통한 맞춤형 메뉴 직접 제조, 제공(커피, 디저트)
- 제품: 국내 유일의 특허기술을 기반으로 한 스페셜티 등급의 원두·콜드브루·캡슐 커피 등과 각종 베이커리 제품 등



세심한 맞춤 교육과 사후 관리를 통해 성장하고 있는 바리스타 선생님들



히즈빈스 카페 19호점이자 서울의 1호점인 성수점 카우앤독 1층에 위치하고 있다.



하나은행 지점 내의 커피 부스. 중증장애인 2인의 바리스타를 고용하였다.

3년간의 변화

1 활동

- 기업의 장애인 고용 및 인사문제 해결을 위한 차별화된 토털 솔루션 제공
 - 맞춤형 교육, 사례 및 사후 관리 매니저 배치, 이탈방지를 위한 지역사회 연계 다각적 지지 시스템 구축 (장애인 동료 및 선배, 사회복지사, 정신과 의사 등)
 - 기업 내 자회사형 표준사업장의 모델 제시
- 장애인의 직무확대와 일자리 다양성을 위한 히즈빈스 브랜드 운영
 - 히즈빈스 커피를 기반으로 한 바리스타, 로스터, 디저트 제조 전문가 양성
 - 신규 프로젝트 개발: 다양한 장애인을 고용하고 비장애인이 함께 이용가능한 가평 내 복합휴식타운 조성 추진

2 결과

- 연 매출 73% 증가
 - 15억 ▶ 26억(컨설팅, 제조, 교육, 서비스 개발 등)
- 장애인 고용 & 컨설팅
 - 장애인 고용인원 약 2배 증가
 - 46명 ▶ 91명
 - 정신장애인 직업유지율 약 90%
 - 컨설팅 매출 41% 증가
 - 5.1억 ▶ 7.2억
 - 컨설팅 기업 수 3.2배 증가
 - 5개 ▶ 16개
- 히즈빈스 브랜드 신제품 매출 3억원 성장
 - 0 ▶ 3억(콜드브루, 캡슐)
- 히즈빈스 카페 및 지부 개설 지역 & 국가 확대
 - 2곳(포항, 부천) ▶ 5곳(서울, 공주, 부산 지역 추가)
 - 해외 1곳(필리핀 퀘존점)

3 변화

- 온전한 사회 구성원의 역할이 가능한 양적·질적·지속가능한 자립 모델 확산
- 장애인의 낮은 직업유지율 해결과 자존감, 자아 정체성 향상 고취
- 장애인에 대한 편견과 인식 개선 및 비장애인과과의 경계를 허무는 사회적 기반 마련

* 자료 기준: 2021년 3분기



임정택 펠로우 그리고 함께 한 사람들의 이야기

인터뷰 ① 임정택 펠로우

Q. 3년 간 히즈빈스가 만들어 낸 변화를 언제 체감하시나요?

저희의 미션과 비전을 달성해나가는 데 중요한 기준은 '구성원들이 행복해하고 성장하고 있는가'입니다. 히즈빈스와 함께 하고 있는, 비록 장애를 가지고 있지만 스스로 자립과 성장을 위해 애쓰고 계신 바리스타 선생님들이 발전이 느껴집니다. 12년 이상의 가장 오랜 기간 동안 재직중이신 이윤정 선생님의 경우 포항 카페의 바리스타로 시작해서 현재는 생산공장인 향기제작소에서 로스팅, 콜드브루 제조 전문가가 되셨어요. 히즈빈스내 전체 구성원 가운데 원두를 다루는 전문성을 지닌 세 명의 리더 중 한 명이라는 데 큰 의미가 있습니다. 또 다른 선생님은 바리스타 포지션의 경력이 쌓여 어느 덧 시니어로 히즈빈스 카페에서 중심 역할을 해주고 계시고요. 이보다 더 자랑스러울 수 있을까 싶은 선생님들의 스토리가 사내 공모전, 그리고 히즈빈스

뉴스레터를 통해 쌓이고 외부에 알려지고 있습니다. 조직적으로 가장 큰 변화는 공동대표라는 리더십을 세운 것입니다. 사업이 10년 차를 넘어가면서 저를 중심으로만 가기에는 조직 규모나 사업의 불륨도 커졌고, 우리의 미션을 더욱 잘 달성하려면 적절한 위임이 있어야 한다고 느꼈어요. 이민복 공동대표를 통해 구성원들뿐만 아니라 저 역시도 저의 역할에 집중할 수 있게 되었고, 사업이나 조직에도 긍정적인 영향을 미치고 있어요. 펠로우로서의 3년 안에 조직의 리더십을 잘 배치하고, 가치를 전달 하면서 새로운 시도를 할 수 있는 컨디션이 완성되었다는 게 다행이라고 생각합니다.

Q. 3년간의 결과를 만들어 오는 데 가장 큰 방점을 찍는 순간이 있었을 것 같아요. 그 순간 어떤 결정을 내렸고, 그 결정은 어떤 영향을 미쳤나요?

2020~2021년에는 지속된 코로나 상황으로 인해 조직의 안정성도 불투명한 시기였어요. 경제적인 상황도 위기였지만, 사업 10년 차를 넘기면서 저 개인적으로 소진도 많이 되고 고민이 많았던 시기였어요. 그래도 어찌어찌 참고 버티며 갈 수도 있었겠지만, 여기서 우리가 달라지지 않으면 안 되겠다는 생각이 들었습니다. 어떻게 바뀌어야 할 것인가에 대한 본질적인 고민을 하였고, 안식월 휴가를 가지는 시점에 저 혼자만의 리더십이 아닌 다른 리더십을 세우기로 결심했습니다. 저에게는 조직의 위기를 돌아보고 리더십을 재정비하는 큰 전환점이었고 이민복 공동대표가 이 뜻을 잘 받아주셔서 지금 히즈빈스는 우리가 가진 비전과 앞으로의 가능성을 외부에 더욱 명확히 잘 전달하며 열심히 달리고 있습니다.

Q. 사회혁신가로서 임팩트를 만들어 오기 위해 어떤 것이 가장 필요하다고 느껴오셨나요?

대표라는 자리는 참 외로운 자리입니다. 진짜 내 마음을 알아주는 사람들이 필요한 순간들이 있죠. 우선 리더의 역할에서 잠시 벗어나 온전한 고민을 털어놓고 의지할 수 있는 멘토가 필요해요. 그런 멘토 중 한 분인 한동대 정숙희 교수님 덕분에 여기까지 올 수 있었던 것 같아요. 또 제가 힘들어할 때 옆에서 휴식을 적극 권장해 주신 분들 덕에 잠시 내려놓을 용기를 낼 수 있었고요. 한편으론 기업가들에게는 조직 내에서도 방향성을 같이 의논하고 내 맘처럼 일해줄 수 있는 사람이 최소 한 명 이상은 있어야 조직에도 긍정적 영향을 미치는 리더십이 안정적으로 발휘될 수 있지 않을까 싶습니다.

Q. 그렇다면 임정택 펠로우 개인적으로는 어떤 부분이 성장했다고 볼 수 있을까요?

어떤 문제가 생겼을 때 스스로 미인드 컨트롤하는 역량이 커진 것 같아요. 2020년의 안식월이 그 훈련의 시간이었던 것 같아요. 어느 순간 환경과 조건과 상황에 상관없이 나를 지키고 평정심을 가지고 순차적으로 해결해나가는 제 모습을 보게 되었죠. 물론 조직은 리더의 역할이 중요하긴 하나 리더 단 한 명에 의해서 돌아가기보다는 구성원들에게 명확히 공유되고 심어진 가치와 조직 문화로 돌아가는 것이 더욱 지속 가능하다는 것을 깨달았습니다. 행복한 조직문화를 만들기 위해서는 구성원들이 자발적으로 움직여야 하는데 정서적 압박은 마이너스가 됩니다. 흔히 즐겁게 일해야 한다고들 하는데 자율성, 안정적 관계 이 두 가지 요소만 잘 조절해도 즐거움의 포인트가 유지될 수 있어요.

Q. 임정택 펠로우에게 '뷰티풀펠로우'가 주는 의미는 무엇인지 궁금합니다.

정기적인 월 지원금 덕분에 한 달의 휴식도 가질 수 있었던 것 같아요. 또 펠로우 동료들이 저에게 귀한 존재였어요. 서로의 노하우와 자원을 통해 협력하고자 했던 펠로우들도 있고, 어떤

문제가 있을 때 편하게 물어볼 수 있는 동료 있다는 것이 의지가 되기도 했어요. 또 아름다운가게의 펠로우십은 저의 도전을 믿고 묵묵히 응원해 준 지지 체계였습니다. 지원을 해주는 입장에서는 더 디테일하게 관리 하고 싶은 욕구가 있을 텐데, 3년간 신뢰를 기반으로 저를 지지해 주신 덕분에 제가 자율적인 판단과 성장을 할 수 있지 않았을까 싶습니다. 목표 달성의 결과를 물어보다기보다는 무엇이 힘든지를 물어봐 줄 수 있는 펠로우십이라고 말하고 싶어요.

Q. 히즈빈스의 향후 계획이나 5년 뒤 변화상은 무엇일까요?

대한민국 기업들의 장애인 고용에 대한 컨설팅을 가장 많이 하는 기업이 되고 싶습니다. 각 기업에 맞춰 제시할 수 있는 다양한 전략을 세워야 할 것이고, 현재 히즈빈스에서의 장애인 선생님들의 성장을 잘 관리해서 다양한 직무의 장애인 커리어와 고용 모델로 확대될 수 있는 브랜드도 개발 할 계획입니다. 또 코로나 팬데믹이 끝나야겠지만 해외 장애인의 자립도 지원할 수 있는 해외 지부를 확대하고 싶습니다. 저는 현재 새로운 비즈니스 모델로 경기도에 복합 휴식 타운 형태의 새로운 공간을 조성하고 집중하고 있는데요, 그곳에서 장애인들이 다양한 강점을 살려 일할 수 있는 일자리를 만들어 내고 비장애인들이 이용할 수 있는 프로그램으로 세팅 중입니다. 어떤 사업을 통해서든, 결국은 장애인의 자립과 성장이라는 히즈빈스의 미션에 맞는 경험을 할 수 있다는 것이 기쁩니다. 이것이 저를 일하게 하는 원동력입니다.

인터뷰 ② 히즈빈스 | 이민복 공동대표



Q. 히즈빈스에서 일하게 된 계기와 어떤 가치를 확인하며 맡은 일을 하고 계는지 궁금합니다.

대입을 위해 재수하던 시절, '사회적기업'이라는 말의 의미도 잘 모르고 막연하게 사회에서 소외된 사람들을 위해 일하고 싶다는 희망을 품었었어요. 그러려면 부자가 되는 것이 가장 빠른 길이라고 생각해 경영학과를 선택했죠. 그 후로도 꾸준히 같은 희망을 품은 채 사회생활을 해왔고요. 2008년, 컨설팅 기업인 쉬플리 코리아의 창립 멤버로 일을 시작해서 10년 정도 일을 하다가 2018년, MYSC에서 자리를 만들어 주셔서 사회적 기업들을 위한 특강을 한 적이 있었어요. 그때 강의를 수강한 히즈빈스 임정택 대표가 함께 일하지 않겠냐는 제안을 주셨지만, 그렇게 심각하게 고민하진 못했어요. 커피, 정신 장애인 모두 제가 잘 아는 분야가 아니었으니까요. 이후 쉬플리 코리아의 대표직을 내려놓고 사회적경제 영역에서의 새로운 일터를 찾던 중 히즈빈스 임정택 대표님과 상의를 하였고 히즈빈스의 세일즈 마케팅 이사로 함께 하게 됐어요. 커피에 대해서나 장애인에 대해서 잘 몰랐지만 1년 이상 임정택 대표를 만나며 쌓았던 신뢰를 기반으로 합류를 결심할 수 있었어요.

Q. 현재는 공동대표로 일하고 계시는데요, 어떤 방향성을 가지고 조직을 이끌어 가고 계시나요?

컨설팅 회사에서 일하면서 기업과 일해온 저로서는, 기업의 업무 처리 속도나 조직문화에 익숙해서 사회적기업들의 조직문화, 업무수행방식, 속도가 어렵게 느껴질 수밖에 없었어요. 더욱 단순하고 빠르면 좋을 것 같다고 생각했죠. 그래서 조금 더 속도감 있고 체계적으로 일하는 문화를 만들고자 결심했죠. 10년 동안 익숙하게 적응해온 조직문화를 입사한 지 6개월 된 제가(당시에는 대표도 아니었고) 변화를 준다는 것이 쉽지 않은 도전이었어요. 현재 히즈빈스에 온 지 2년 정도 되었는데 본사 스태프나 매장 매니저, 각자가 하는 일은 다르지만 서로의 업무에 대해 공유하고 서로 소통하는 문화를 만들어 가고 있어요. 아직 부족하지만 정착이 되어가고 있고

요, 또한 대표가 중요하게 생각하는 가치들을 직원들과 함께 공유할 수 있는 조직으로 만들고자 노력하고 있어요. 매월 본사 스태프들만 모이는 회의도 있고, 매장 매니저들까지 모이는 전체 회의도 매달 열리는데 이때 각자의 생각을 공유하고, 주요 업무 진행 상황을 발표하고 공유하고 있어요. 이외에도 사내 인트라넷 등을 통해 계속해서 상호 소통체계를 만들어 가는 중입니다.

Q. 히즈빈스가 추구하는 장애인의 자립과 성장의 이상적인 모델이 무엇인지 궁금합니다.

히즈빈스는 3단계로 성장하고 있어요. 1단계는 고용, 장애인분들께 일자리를 제공하는 수준이었다면, 2단계는 (일자리를 제공한 것에서 만족하지 않고) 장애인분들을 정말 전문가로 성장시키는 것, 3단계는 장애인과 비장애인이 서로 친구가 되고 장애와 비장애의 구분이 사라지는 매장을 만드는 것이에요. 고용 자체가 경제적인 해결과 자존감 향상의 계기가 되는 것은 맞지만 보통은 거기에서 멈추기 때문에 그분들이 더욱 전문가로 성장할 수 있어야 합니다. 그렇기에 히즈빈스에서 10년 넘게 재직 중인 바리스타가 있다는 사실은 굉장히 놀라운 일이에요. 보통 장애인들이 취업하게 되면 10명 중 8명은 3개월 안에 그만두는데 3개월, 6개월을 버티고 1년이 되면 그건 장애인의 몇 배에 해당하는 인내와 도전한 셈이에요. 1년 동안 버티 본 사람은 그다음에 훨씬 수월할 것이고 그렇게 2년, 3년 계속 익숙해지면서 전문성을 쌓으면 신규 비장애인 매니저를 가르쳐 줄 수 있는 전문가가 되는 것이죠. 히즈빈스 카페가 그저 돈 내고 커피를 마시는 공간이 아닌 장애인과 비장애인이 편하게 소통하며 서로 응원하는 공간이 되고, 장애인들이 비장애인 친구를 만드는 공간이 되기 위해 노력하고 있어요. 정신장애라는 것이 완치하기 어려울 수 있지만 지속적인 경제생활과 사회생활을 통해 먹던 약의 양이 줄어든다든지 등의 이전보다 현저히 좋아진 모습들을 볼 수 있어요. 히즈빈스 카페에 가면 우리와 다를 바 없고, 친근하게 느껴지는 장애인들을 만나 볼 수 있죠. 앞으로 장애인들의 성장을 위한 단계별 교육과 업무 분담을 더 체계적으로 진행해 나갈 계획입니다.

Q. 히즈빈스가 우리 사회에 끼친 긍정적 영향을 어떻게 알리고 계신가요?

현재 가맹점 매장까지 합치면 히즈빈스에서 일하는 분들이 100여 명이 될 정도로 많아졌어요. 많은 기업들이 별금처럼 내고 있는 장애인 고용 부담금에 대한 솔루션으로 히즈빈스 카페를 운영하는 방법이 있어요. 이러한 소셜 프랜차이즈 모델을 잘 소개하기 위해 자사의 직원 수, 고용된 장애인 수 등 기본적인 정보를 입력하면, 히즈빈스 카페를 운영함으로써 얻을 수 있는 재무적 효과를 알려 주는 사이트를 만들었죠. (<http://www.hisbeanssf.com>) 여기에서는 히즈빈스 각 매장에서 일하는 매니저, 장애인 바리스타들의 인터뷰 내용도 볼 수 있고요. 또한 뉴스레터를 통해 히즈빈스가 하는 여러 가지 일들을 약 3,000명의 협력 기관 담당자, 소비자들에게 꾸준히 알리고 있어요. 이외에도 히즈빈스를 사회적 기업의 성공 사례로 국내외 대학에서 논문 주제로 다루어지고 있고요. 히즈빈스 구성원들은 선한 가치를 위해 일하는, 사명감으로 일하는 사람들이 많아요. 사회적 기업이나 구성원들의 헌신에 기대어야 하는 부분이 없을 수는 없지만, 기업으로서의 비전, 경쟁력도 정말 중요하다고 봐요. 이런 부분도 내부 구성원들과 또한 외부 고객들과 적극적으로 소통해 나가기려고 해요.

인터뷰 ③ 히즈빈스 | 이윤정 선생님



서 감각적으로 우월한 위치까지 올라갈 수 있게 됐고, 동료들과 같이 일할 때 즐거움을 느껴 동료 지원활동, 가정방문 및 상담을 해주는 일도 병행하고 있어요. 앞으로 장애인 동료들에게 용기를 북돋아주고 싶고 조금이라도 힘이 되어주는 사람이 되고 싶습니다. 가정에서도 좋은 가장, 좋은 남편으로 생활을 이어가고 싶고요.

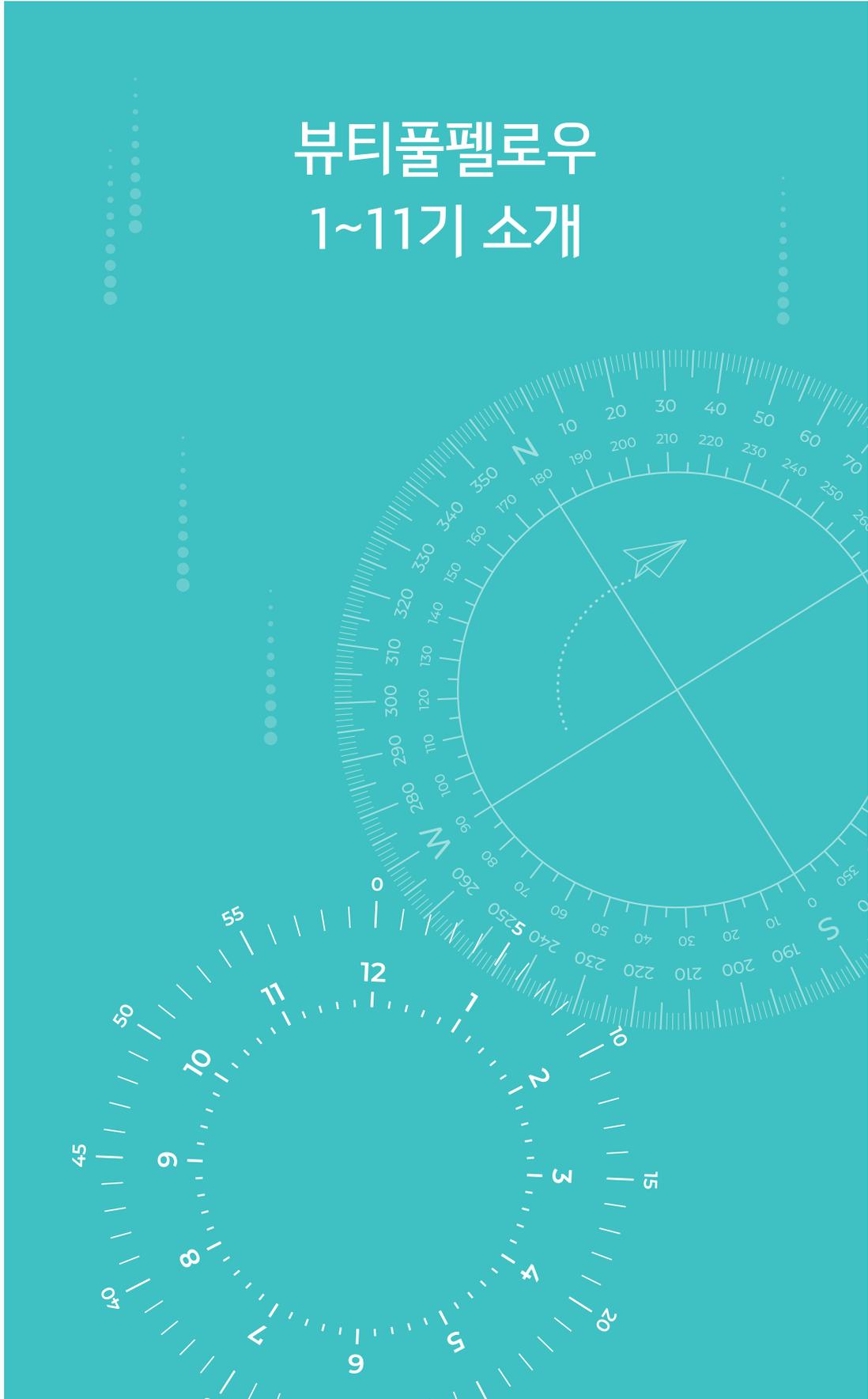
Q. 히즈빈스와 함께 하게 된 계기와 하고 계신 일이 무엇인가요?

이전엔 농사일을 잠깐씩 하면서 대학 생활과 군 생활까지도 마쳤고 보험회사, 태평양화학에서 일하기도 했었어요. 정신보건 센터에서 미술치료를 받으러 다니던 중 2009년도에 히즈빈스에 입사하게 됐어요. 현재는 일한 지 햇수로 14년 차로 히즈빈스 본사가 있는 포항의 생산공장 격인 향기 제작소에서 원두 로스팅, 포장 작업을 하고 있어요. 정신질환이 있는 사람이 오래 일하는 것은 힘든 일이지만 히즈빈스는 고정적인 수입원, 복지적인 혜택 등 장기적으로 일할 수 있는 환경을 마련해 줬어요.

Q. 히즈빈스와 함께하면서 어떤 변화가 있었는지 궁금합니다.

히즈빈스 1호점이 한동대 안에 생길 때 멤버들의 마음속에는 선한 마음이 자리 잡고 있었고 장애인에 대한 편견적인 시선보다는 섬겨야 한다는 생각이 앞선 것을 많이 느꼈죠. 그 속에서 정서적으로 많은 도움을 받았고 경제적으로도 여건이 나아졌죠. 돈을 벌 수 있는 상황이 되다 보니 결혼도 할 수 있었고 마음과 생활도 더 풍족해졌어요. 7, 8년 일하다 보니 남들보다 커피 계량에 있어

뷰티풀펠로우 1~11기 소개



1기



강성태
공신닷컴

저소득층 청소년을 위한 1:1멘토링을 통해 교육 불평등 해소에 힘씁니다.



류호근
사회적협동조합 희망동네

지역 주민이 참여하는 협동조합을 통해 더 살기 좋은 마을을 만듭니다.



진재선
이르미협동조합

협동조합 기반의 농산물 유통을 통해 함께 살아가는 농촌을 만들어 갑니다.

2기



박정이
(전)오방놀이터

행복한 놀이와 건강한 시간을 가질 수 있는 가족들의 친환경 놀이공간을 제공합니다.



박정화
indie cf

소규모 사업자들로 하여금 광고 제작의 문턱을 낮추고 크리에이티브한 광고를 만듭니다.



유덕수
(전)열정대학(PassionEdu)

재미를 바탕으로 한 다양한 프로그램을 통해 20대들이 천직을 찾고 자기주도적으로 살아가도록 돕습니다.



유정호
소셜코어

고학력 장애인의 발전적인 고용을 위해 특별한 출판시스템을 운영합니다.

3기



박형일

—
교육농 연구소

도시 청년들의 농업 분야 진로 영역의 확장을 통해 도시와 농촌 간 선순환 구조를 만들어 갑니다.

4기



구민근

—
페이스페이스

도시의 유휴 공간을 공유 공간으로 재활용 함으로써 사회적·경제적 가치를 창출합니다.



문아영

—
피스모모

'모두가 모두로부터 배운다'는 중심 가치 위에서 비판적이고 창의적인 평화교육 프로그램을 운영합니다.



안시준

—
한국갭이어

진로를 고민하는 청년들이 다양한 경험을 통해 견문을 넓히고 꿈을 찾을 수 있도록 돕습니다.



이경재

—
대지를위한바느질

환경과 마을을 생각하는 새로운 웨딩 상품을 통해 우리 사회에 건강한 결혼문화를 만들어 갑니다.

5기



박찬재
—
두손컴퍼니

제조와 물류 서비스를 통해 홈리스의 지속가능한 일자리를 창출합니다.



유동주
—
케이오에이

개발도상국 저소득층 주민들의 지속적 자립을 위해 무역을 창출하고 제품에 브랜딩과 마케팅을 더합니다.



이영희
—
토닥토닥협동조합

문턱을 낮추어 지역민들이 마음을 돌보고 성장할 수 있는 친근한 심리상담 카페를 운영합니다.



정지연
—
에이컴퍼니

미술작가의 창작 환경개선을 위해 미술작가와 관람객을 연결하고 미술 시장의 대중화를 꾀합니다.

6기



함의영
—
피치마켓

읽을거리가 부족한 느린 학습자와 발달장애인을 위해 생활연령과 인지 능력에 맞는 문학 콘텐츠를 제작합니다.



황진술
—
더 브릿지

클라우드 펀딩 방식으로 모인 기부금을 개발도상국 기업에 투자함으로써 현지 비즈니스의 자립도를 높입니다.

7기



김남훈
—
모두를위한극장
공정영화협동조합

관객(시민)들의 자치적이고 대안적인 커뮤니티 시네마 형성을 통해 '지역 사회의 생활문화 공동체'를 활성화 시키며 문화 다양성 보호 및 문화 향유권을 향상시킵니다.



노순호
—
동구발

도시 텃밭 가꾸기와 천연비누 만들기 등을 통해 발달장애인의 '갈 곳'과 '일할 곳'을 만듭니다.



박종범
—
농사펀드

농부에게 투자하고 보다 나은 먹거리로 돌려받는 크라우드 펀딩을 통해 농부는 빚 걱정 없이 농사짓고, 소비자는 안심하고 먹을 수 있도록 합니다.



이경황
—
오파테크

시각장애인의 삶을 개선하고 변화시킬 수 있는 솔루션(Taptilo)을 제공하여 모두가 풍성한 삶을 살아가도록 합니다.



허성용
—
아프리카인사이트

공정무역 상품 유통 및 교육사업을 통해 아프리카의 주체적이고 건강한 성장과 지속 가능한 발전 구조를 구현합니다.

8기



김민영
방앗간컴퍼니

생산에 의한 소비를 지향하며 지역생산자들과는 정당한 가격에 소화할 수 있는 지속가능한 생산유통을, 도시의 소비자들에게는 합리적인 가격에 누구나 건강하고 믿을만한 식문화를 제공합니다.



김희정
짜깍악어

아이 돌봄이 필요한 부모님과 철저하게 검증, 교육된 돌봄교사를 연결하는 온디맨드 매칭 플랫폼입니다.



박기범
비플러스

시민 참여형 임팩트투자 플랫폼입니다. 사회혁신기업 등 공익 프로젝트의 필요 자금을 크라우드펀딩 방식으로 일반 시민들이 대출해주는 P2P대출 서비스를 제공합니다.



윤태환
루트에너지

시민참여형 재생에너지 전문 크라우드펀딩과 발전소 및 커뮤니티 관리 운영 등의 서비스를 제공합니다.



임정택
향기내는사람들

장애인 직접고용 컨설팅과 사업장 위탁운영을 통해 기업의 부담금을 줄이고, 지역사회 장애인 고용을 늘립니다.

9기



김성민
—
브라더스키퍼

실내외 벽면녹화 사업을 통해 보육원을 퇴소한 보호종결아동들의 일자리를 창출하고, 정서적인 자립을 위한 교육 및 다양한 프로그램을 제공합니다.



안성규
—
드림스폰

대학생에게 맞춤형 장학금을 제공해주는 장학금 플랫폼 드림스폰을 운영하며 기업과 학생을 대상으로 장학금 교육 컨설팅을 진행합니다.



이소아
—
공익변호사와 함께하는 동행

장애인, 빈곤 등 인권의 사각지대에 있는 이들의 공익인권 법률·소송을 지원하고 지역 공익변호사를 양성합니다.



현승헌
—
선랩건축사사무소

건축의 사회적 가치에 주목하여 고시촌의 1인 가구를 위한 맞춤형 공유주택과 지역 커뮤니티형 사회주택을 지으며, 도시건축 재생 솔루션을 고민합니다.

10기



권기효
—
사회적협동조합 menTory

농산어촌에서만 할 수 있는 경험들을 통해 성장 할 수 있도록 청소년·청년들과 함께 지역에서 즐길 수 있는 할 일(to do)과 먹고 살 수 있는 할 일(to work)을 만드는 프로젝트를 진행합니다.



도민석
—
하트버스

사회적·문화적 메시지가 담긴 온라인 플랫폼과 콘텐츠를 개발하고 서비스를 제공합니다.



문병무
—
쿠미

중증운동장애 아동의 운동발달을 돕기 위한 재활서비스를 제공하고, 그 가족을 위한 케어 프로그램 및 커뮤니티를 지원합니다.



박원진
—
에이유디(AUD)
사회적협동조합

청각장애인 소통 장벽의 경계를 허물고 문자통역사들의 재능과 일자리를 창출하는 문자통역서비스를 제공합니다.



박혜린
—
이노마드(Enomad)

에너지 생산 및 사용의 개인적 접근이 가능한 휴대용 수력발전기를 생산하고, 지속가능한 저탄소 도시를 위해 에너지 전환 교육 프로그램 및 솔루션을 개발합니다.

11기



계호석
LAR(엘에이알)

가죽, 플라스틱 재활용 원사, 생분해 이옷 등 친환경 소재를 발굴 및 개발하여 친환경 신발과 가방 등 패션 제품을 제조하고 판매하고 있습니다.



김민정
스페셜아트

발달장애인 예술가들의 작품 판매, 전시 개최, 기업의 전문 예술인으로서의 고용 연계 등을 통해 지역 사회 구성원으로서의 성장을 지원합니다.



승경호
더 피커(THE PICKER)

제로웨이스트 매장 운영을 중심으로 건강한 소비문화 생태계 구축에 필요한 컨설팅, 교육 등을 기획하고 운영합니다.



이승우
119레오

생명을 구한 소방 안전장비를 가방 및 패션 제품으로 업사이클링하고, 소방관 권리보장에 동참합니다.



이태호
왕잉

라이프스타일 슝과 코워킹 슝, 사회주택 공간을 운영합니다. 마을의 자원을 연결하고 홍보하는 미디어 온라인 콘텐츠를 기획하며 청년과 마을 중심의 사회적경제를 지원합니다.



이현준
세븐포인트원

비대면 AI 기반 치매 조기진단 솔루션 및 VR 기반 인지개선 솔루션 개발을 통해, 치매 문제 완화를 위한 전주기 케어 솔루션을 보급합니다.

※아름다운가게 홈페이지에 소개된 정보 기준이므로, 현재의 소셜미션 및 사업 내용과 다를 수 있습니다.



발행일 2022년 2월

발행처 아름다운가게 사회적기업센터

주소 서울 중구 소공로34 아름다운가게

문의 사회적기업센터 | 02•2115•7044

홈페이지 www.beautifulstore.org

디자인 김효진