

S o c i a l I n n o v a t i o n M o n i t o r

사회적 기업과 사회문제 미스매치

August

| 2017

| Vol.12

ISSN : 2465-8960

대표집필 장용석 · 조희진 · 김보경 · 황정윤 · 이영동

사회적기업연구소

Social Innovation Monitor 시리즈

[Social Innovation Monitor Vol.1] 사회적 혁신 생태계 3.0

[Social Innovation Monitor Vol.2] 사회적 가치 증대를 위한 사회적 기업의 역량 강화

[Social Innovation Monitor Vol.3] 사회 발전과 사회적 가치 평가의 프레임

[Social Innovation Monitor Vol.4] 네트워크 사회의 등장은 공유경제를 촉진시키나

[Social Innovation Monitor Vol.5] 왜 사회문제 해결과 사회혁신 조사연구인가

[Social Innovation Monitor Vol.6] 가치창출 분석틀로 본 사회적기업 2.0의 정책과제

[Social Innovation Monitor Vol.7] 사회적 기업의 지속가능성과 사회적 기업가 정신

[Social Innovation Monitor Vol.8] 사회적 기업 설립의 영향요인 분석

[Social Innovation Monitor Vol.9] 건강한 사회발전을 위한 인간이해

[Social Innovation Monitor Vol.10] 사회적 기업 지원의 딜레마

[Social Innovation Monitor Vol.11] 한국 사회문제 지도

Social Innovation Monitor

사회적 기업과 사회문제 미스매치

사회적기업연구소

한국고등교육재단 부설 사회적기업연구소는 사회적 기업에 대한 특화된 연구기능 수행과 지원을 통해 관련 분야의 이론을 체계적으로 정립하고 해외 선진 기관들의 사례를 조사하고 전파하는 한편, 국내외 기관과의 협력을 통해 사회적 기업 관련 지식을 확산하고자 2013년 설립되었다.

국내외 주요 대학 내 사회적기업 관련 연구 센터와의 협력 연구 사업, 정부-민간-학계 네트워크를 활용한 연구 과제 수행, 한국고등교육재단 주관 국제학술포럼에서의 사회적기업 세션 운영 등 다양한 방식의 사회적기업 관련 활동 및 연구 과제들을 수행하고 있다.

저자

장용석

- 연세대학교 행정학과 교수
- 미국 스탠포드대학교(Stanford University) 사회학 박사

조희진

- 사회적기업연구소 연구원
- 연세대학교 행정학 박사

김보경

- 서울시립대학교 객원교수
- 연세대학교 행정학 박사

황정운

- 연세대학교 공공문제연구소 정부와기업센터 연구원
- 연세대학교 행정학과 박사수료

이영동

- Social Balance 대표
- 성균관대학교 국정관리대학원 박사수료

본 보고서는 저서로 출간될 장용석·조희진·김보경·황정운·이영동의 『대한민국 사회문제 지도로 사회적 기업의 미래를 그리다』 일부를 발췌한 것이다.

contents

- Social Innovation Monitor 소개 — 5
- 사회적 기업과 사회문제 미스매치 — 6
- 참고문헌 — 50

Social Innovation Monitor

본 보고서에서는 사회적기업연구소가 주관하는 다양한 연구 프로젝트의 결과물들을 소개한다. 그 열한 번째 주제는 연세대학교 행정학과와 장용석 교수, 사회적기업연구소의 조희진 박사, 서울시립대학교의 김보경 교수, 연세대학교 공공문제연구소의 황정운 연구원, Social Balance의 이영동 대표가 집필한 『대한민국 사회문제 지도로 사회적 기업의 미래를 그리다』이다. 이는 조선일보 더나은미래와 공동기획한 것으로 국내외에서 논의되는 사회문제들을 연역적, 귀납적 방법에 근거하여 도출하고 각 사회문제별 사회적 기업 분포도를 살펴봄으로써 사회문제를 해결하기 위한 사회적 기업의 미래를 제시하는 것을 주된 내용으로 한다. 연구 결과의 일부가 2015년 9월부터 12월까지 조선일보 더나은미래 지면에 6회에 걸쳐 보도되기도 하였다. 2017년 8월에 발간될 「Social Innovation Monitor」는 『대한민국 사회문제 지도로 사회적 기업의 미래를 그리다』의 핵심 내용들을 3개의 시리즈로 재구성하여 담고 있다. 「Social Innovation Monitor Vol.11」에서는 연구의 배경과 함께 연역적, 귀납적 방법에 근거하여 도출한 10개의 사회문제를 제시하였다. 「Social Innovation Monitor Vol.12」는 앞서 도출한 10개의 사회문제들을 바탕으로 2015년 3월 말 기준, 고용노동부로부터 인증받은 1,299곳의 사회적 기업 분포도를 그려보고 각 사회문제를 해결하고 있는 국내외 선진 사회적 기업의 사례들을 살펴본 것이다. 「Social Innovation Monitor Vol.13」은 사회문제를 해결하기 위한 사회적 기업의 과제를 3가지 차원에서 제시하였다. 이상의 내용들은 사회문제 해결을 목적으로 하는 사회적 기업이 실제 사회문제 해결에 어느 정도 기여하고 있는지를 탐색하였다는 점, 국내외 선진 사회적 기업들의 다양한 사례들을 살펴보고 있다는 점, 향후 사회적 기업의 방향을 사회적 기업 자체 뿐 아니라, 생태계 차원에서 포괄적으로 제시하고 있다는 점에서 정책적, 학술적으로 큰 의의가 있다.

사회적 기업과 사회문제 미스매치

[표 1] 사회문제 영역별 사회적 기업의 분포

경제적 불평등			사회적 위험				환경파괴			기타	합계
소득 및 주거 불안	노동 불안정	교육 불평등	삶의 질 저하	사회 구조 변화	사회 통합 저해	안전 위협	환경 오염	자원 고갈	자연 재해		
65	405	54	256	87	220	15	105	71	0	21	1299
5.0%	31.0%	4.2%	19.7%	6.7%	16.9%	1.2%	8.1%	5.5%	0%	1.6%	100%
524			578				176			21	1299
40.34%			44.50%				13.55%			1.6%	100%

사회문제 지도로 사회적 기업을 바라보다

우리나라 사회적 기업들은 국민들이 기대하는 만큼 다양한 사회문제들을 해결하고 있을까? 이를 확인하기 위해 우리는 2015년 3월 말 기준, 고용노동부로부터 인증받은 1,299곳의 전체 사회적 기업들을 「Social Innovation Monitor Vol.11」에서 도출한 사회문제들로 재분류해 보았다. 각 사회적 기업들이 어떤 사회문제들을 해결하고 있는지 보다 정확히 파악하기 위해 개별 사회적 기업의 홈페이지와 각종 보고서, 신문기사 등 외부 공개자료들을 바탕으로 사회적 목적 및 주요사업들을 검토하였다. 현재 우리나라의 사회적 기업 분류체계는 다양한 사회문제들을 포괄하지 못하고 있어 사회적 기업이 사회문제 해결에 얼마나 기여하고 있는지 파악하기 어려운 한계가 있었다. 따라서 어떤 사회문제 영역에 사회적 기업들이 분포하고 있는지 재분류해 보는 우리의 작업은 우리나라 사회적 기업의 미래를 설계하는데 중요한 함의를 제공할 것이다. 여기에, 각 사회문제 영역별 국내외 대표 사회적 기업 사례들도 함께 살펴본다. 사회적 기업의 운영전략상 필요한 방향을 구체적으로 제시하도록 한다. 이는 우리 사회를 긍정적으로 변화시킴으로써 모든 국민들이 행복한 삶, 미래를 꿈꾸는 삶을 영위하게 할 것이다.

사회적 기업, 어떤 사회문제들을 해결하고 있나?

2015년 3월 말 기준, 총 1,299곳의 사회적 기업을 신(新) 사회문제의 3대 영역별(경제적 불평등, 사회적 위험, 환경 파괴)로 재분류한 결과, '사회적 위험' 영역의 문제를 해결하는 사회적 기업이 44.5%로 가장

높은 비중을 차지하고 있었다. '경제적 불평등' 영역의 문제를 해결해 나가는 사회적 기업은 40.34%로 그 뒤를 이었다. 반면, '환경 파괴' 영역의 문제를 해결하는 사회적 기업은 13.55%로 가장 낮은 비중을 차지하였다.

신(新) 사회문제의 중분류 영역별 사회적 기업 분포도를 살펴보면, 우리나라의 사회적 기업은 특정 사회문제 영역에 집중되어 있음을 확인할 수 있다. 특히, '자연 재해'에 속하는 사회적 기업은 전무하며 '안전 위협'에 속하는 사회적 기업도 전체의 1.2%에 불과한 15곳인 것으로 나타났다. 사회적기업연구소에서 2015년 12월, 일반국민 1,000명, 사회적 기업 300곳을 대상으로 실시한 <사회문제와 사회혁신 2015> 조사 결과에 따르면, 사회적 기업가들이나 국민들 모두 '자연 재해' 문제를 여타 사회문제에 비해 심각하게 인식하고 있었다.¹⁾ 반면, 국회의원 100명을 대상으로 실시한 설문조사 결과를 살펴보면, '자연 재해' 문제의 심각성에 대한 국회의원들의 인식 수준은 저조한 것으로 나타났다.²⁾ 이는 '자연 재해' 문제를 해결함에 있어, 사회적 기업에 큰 기대를 걸 수 밖에 없는 상황임을 시사한다. 그럼에도, 관련 영역에서 활동하는 사회적 기업이 전무하다는 것은 앞으로 자연 재해로 인한 국민들의 피해가 심화될 가능성이 높음을 의미한다. 사회적 기업이 '자연 재해'라는 사회문제를 해결하기가 쉽지는 않겠지만, 지금과 같은 상황이 그대로 유지되면 그 피해는 고스란히 국민들에게 돌아갈 수 밖에 없을 것이다.

'안전 위협' 관련 사회적 기업의 경우, 산업안전이나 교통안전, CCTV 설치 등을 담당하는 업체들이

1) 설문조사 결과, 국민들은 '노동 불안정' (80.5%), '환경오염과 기후변화' (75.4%), '소득 및 주거 불안' (74.6%), '자원고갈' (72.6%), '자연재해' (69.6%), '급격한 사회구조 변화' (64.1%), '안전 위협' (63.2%), '사회통합 저해' (58.3%), '삶의 질 저하' (58%), '교육 불평등' (48.2%) 순으로 심각하게 인식하였다. 사회적 기업가들은 '소득 및 주거불안' (90%), '노동 불안정' (90%), '환경오염과 기후변화' (83.3%), '자원고갈' (76.3%), '삶의 질 저하' (72.7%), '자연재해' (71.7%), '급격한 사회구조 변화' (71.3%), '교육 불평등' (69.3%), '안전 위협' (68.3%), '사회통합 저해' (68%) 순으로 심각하게 받아들였다.

2) 설문조사 결과, 국회의원들은 '노동 불안정' (90%), '소득 및 주거 불안' (89%), '사회통합 저해' (80%), '급격한 사회구조 변화' (72%), '삶의 질 저하' (70%), '환경오염과 기후변화' (68%), '안전 위협' (64%), '교육 불평등' (62%), '자연재해' (50%), '자원고갈' (48%) 순으로 심각하게 인지하였다.

일부 존재하나 전체적으로는 매우 적은 실정이다. 그 원인으로 사회적 기업가들이 다른 문제들에 비해 ‘안전 위협’ 문제를 상대적으로 덜 심각하게 인식하는 것에서 찾을 수 있다. 또한, ‘안전 위협’ 문제를 해결하기 위해서는 상당한 수준의 기술을 요하는데 열악한 재정력으로 근근이 버티고 있는 우리나라 사회적 기업의 실정상 이 분야에 적극 뛰어 들만한 유인이 부족하다. 이에 대해 해당 사회문제를 해결하기 위한 방식을 찾아가는 과정 중이라고 해석할 수도 있다. 그러나 ‘안전 위협’ 문제는 불특정 다수에게 광범위한 피해를 야기할 수 있다는 점에서 시급한 개선이 필요하다.

가장 많은 사회적 기업이 분포하고 있는 사회문제 영역은 ‘노동 불안정’, ‘삶의 질 저하’, ‘사회통합 저해’이다. 이에 속하는 사회적 기업이 전체의 약 68%를 차지하고 있어 사회문제 영역별 격차가 크다는 사실을 확인할 수 있다. ‘노동 불안정’, ‘삶의 질 저하’, ‘사회통합 저해’ 중에서도 ‘노동 불안정’ 영역에 속하는 사회적 기업이 405개(약 31%)로 가장 많았다. 이는 사회적 기업 300곳을 대상으로 한 <사회문제와 사회혁신 2015> 조사 결과와도 동일하다.³⁾ ‘노동 불안정’ 영역 다음으로는 256개(약 19.7%)의 사회적 기업이 존재하는 ‘삶의 질 저하’, 220개(약 17%)의 사회적 기업이 존재하는 ‘사회통합 저해’ 순이었다. 이의 현상은 사회적 기업 육성 사업이 일자리 창출 및 사회서비스 제공에 초점을 맞춰 진행되었기 때문에 발생했다고 볼 수 있다. 일자리 제공은 ‘노동 불안정’ 측면에서, 사회서비스 제공은 ‘삶의 질 저하’, ‘사회통합 저해’ 측면에서 이루어지고 있는 것이다. ‘삶의 질 저하’와 ‘사회통합 저해’ 영역에 속하는 사회적 기업들은 대부분 가사 및 보육, 문화예술 등의 사회서비스와 장애인, 다문화 가정 등 사회적 약자들을 대상으로 이들의 사회참여를 촉진시키는 사회서비스를 제공하고 있다.

‘노동 불안정’, ‘삶의 질 저하’, ‘사회통합 저해’ 다음으로는 ‘환경 오염’, ‘사회구조 변화’, ‘자원 고갈’, ‘소득 및 주거 불안’, ‘교육 불평등’, ‘안전 위협’, ‘자연 재해’ 순으로 사회적 기업이 분포하고 있었다. ‘환경 오염’ 영역에 속하는 사회적 기업은 전체 인증 사회적 기업의 8.1%인 105곳으로 친환경 농산물, 로컬 푸드 판매 등을 통해 관련 문제를 해결하고 있으며 ‘사회구조 변화’에 속하는 사회적 기업은 6.7%인 87곳으로 도농교류, 농산물 가공, 농촌 체험 등 도농 격차를 줄이기 위한 사업들을 진행하고 있었다. ‘자원 고갈’의 경우, 전체의 5.5%인 71곳으로 재활용 사업을 통해 관련 문제를 해결해 나가는 사회적 기업들이 대부분이었다. ‘소득 및 주거 불안’ 영역에 속하는 사회적 기업은 전체의 5%인 65곳으로 저소득층 주거개선 사업, 결식 노인 및 아동 대상 도시락 사업, 장기요양사업 및 산후도우미 사업 등을 통해 관련 문제를 해결해 나가고 있었다. ‘교육 불평등’ 영역에 속하는 사회적 기업들은 전체의 4.2%인 54곳으로 저소득층 아동을 대상으로 한 방과 후 학교, 체험학습 등의 사업을 이행하는 경우가 많았다.

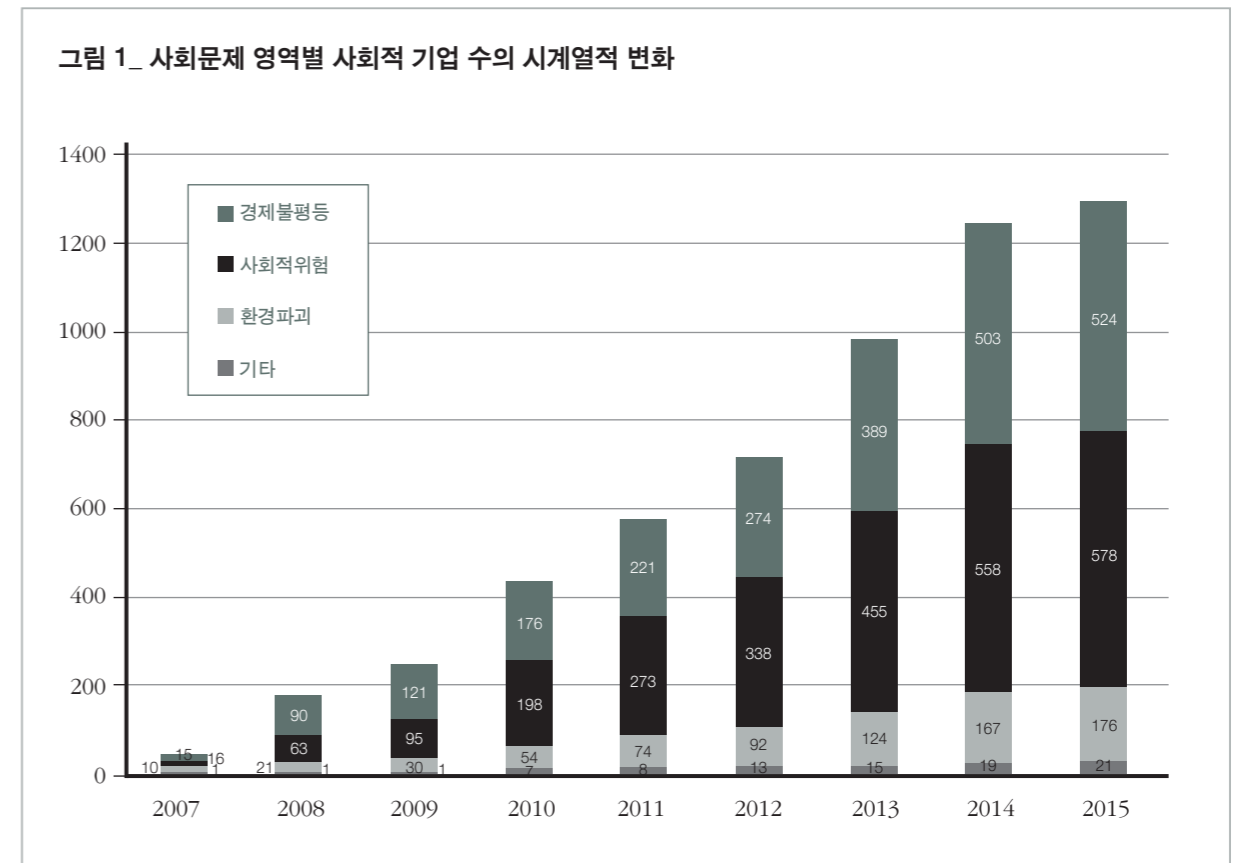
인식조사 결과와 비교해 보면, 국민들이나 사회적 기업가들이 가장 심각하게 인지하는 사회문제와 사

3) 사회적 기업 300곳을 대상으로 어떤 사회문제 해결에 기여하고 있는지 물어본 결과, ‘노동 불안정’을 선택한 비율이 50%를 차지하였다.

회문제 영역별 사회적 기업 분포 간에 차이가 있음을 발견할 수 있다. 물론, ‘노동 불안정’ 영역에 속하는 사회적 기업이 많음과 동시에 국민들이나 사회적 기업가들 모두 이를 가장 심각한 사회문제로 인식하고 있다는 점은 긍정적이다. 하지만, ‘소득 및 주거 불안’, ‘환경 오염’, ‘자원고갈’의 사회문제를 국민들이나 사회적 기업가들 모두 심각하게 인식하는 반면, 이의 문제를 다루는 사회적 기업들은 각각 5%, 8.1%, 5.5%에 불과하다는 점에서 우려하지 않을 수 없다. 반대로 국민들이나 사회적 기업가들 모두 ‘사회통합 저해’의 문제를 다른 사회문제에 비해 덜 심각한 것으로 인식하고 있는 반면, 이에 속하는 사회적 기업은 상당히 많았다. ‘삶의 질 저하’의 경우에도 국민들은 다른 사회문제보다 그 심각성이 덜하다고 인식하는 것에 반해, 이에 속하는 사회적 기업들이 많았다. 사회문제 영역별 사회적 기업들의 사업 내용도 천편일률적이었다. 이는 사업의 차별성, 독창성 부족으로 사회적 기업이 사회문제 해결을 통해 기업으로서의 경쟁력을 갖추기 어렵다는 뜻이기도 하다. 따라서 사회적 기업의 경쟁력을 높이기 위해서는 사회문제를 어떠한 방식으로 해결할 지에 대한 창의적인 방안 모색이 시급하다.

사회적 기업 인증이 시작된 2007년부터 2015년까지의 시계열 변화도 함께 살펴보자. 사회적 기업 인증제도 시행 초창기인 2007년부터 2009년까지는 현재와 달리, 경제적 불평등 문제를 다루는 사회적 기업의 비중이 가장 컸던 것으로 나타난다. 1990년대 후반, 외환위기 이후 심각해진 실업 문제를 해결

그림 1_ 사회문제 영역별 사회적 기업 수의 시계열적 변화



할 목적으로 정부가 사회적 기업을 육성하기 시작한 것에서 그 이유를 찾을 수 있다. 이에, 2007년부터 2009년까지의 초기 단계에는 일자리 제공형에 초점을 맞춰 사회적 기업 인증이 이루어졌다.

보다 구체적으로 살펴보면, 2008년까지 인증 받은 175개의 사회적 기업 중 약 51%에 해당하는 90개의 사회적 기업이 경제적 불평등 영역에 분포하고 있었고 그 중에서도 60개의 사회적 기업이 일자리 창출을 목적으로 하는 노동 불안정 영역에 속하였다. 사회적 위험 영역에 속한 사회적 기업은 63개로 이 시기 인증 사회적 기업의 약 36%를 차지하였다. 그 중, 사회통합 저해 문제를 해결하는 사회적 기업은 33개였다. 2008년의 경향을 전체적으로 살펴보면, 2007년에 비해 경제적 불평등 영역에 속한 사회적 기업이 6배 증가한 반면, 사회적 위험 영역에 속한 사회적 기업은 약 4배 증가하는데 그쳤다. 환경 파괴 문제를 해결하는 사회적 기업은 이 시기에 가장 크게 증가한 것으로 나타난다. 2007년, 10개에 불과하던 사회적 기업이 2008년, 21개로 2배 이상 확대되었기 때문이다.

2008년과 달리, 2009년에는 사회적 위험 영역에 속한 사회적 기업의 증가율이 경제적 불평등 영역에 속한 사회적 기업의 증가율인 34%보다 더 높은 약 50%를 기록하였다. 이후, 2010년부터 사회적 위험 영역에 속한 사회적 기업 수가 경제적 불평등 문제를 해결하는 사회적 기업의 수를 초월하기 시작하였다. 2007년부터 2015년까지 경제적 불평등 영역과 사회적 위험 영역에 속한 사회적 기업의 순위가 2009년을 기점으로 변동을 보이기는 하였지만, 이 두 영역의 사회적 기업이 절대 다수를 차지하는 것에는 변함이 없었다. 사회적 기업 육성 사업의 시초가 지속가능한 양질의 일자리 창출 및 사회서비스 공급 확대를 목적으로 2003년부터 정부와 NGO가 협력하여 시범적으로 시행했던 「사회적일자리」 사업이었기 때문이다(관계부처합동, 2006).

한편, 환경 파괴 문제를 다루는 사회적 기업은 2007년부터 2015년까지 전 기간에 걸쳐 가장 적은 수를 보였다. 앞서도 살펴보았듯이, 많은 국민들이 가장 심각하게 생각하는 사회문제는 ‘노동 불안정’ 다음으로 ‘환경오염과 기후변화’였다. 반면, 국회의원들은 환경 문제에 대해 국민들보다 심각하게 생각하지 않고 있어, 환경 정책에 대한 의지가 상대적으로 높지 않음을 읽을 수 있었다. 이는 환경 문제를 해결하기 위해 사회적 기업이 정부의 역할을 적극적으로 보완할 필요가 있음에도 그 노력이 아직까지 활발하지 않음을 의미한다.

2007년부터 2015년까지 9년 동안의 변화를 종합해 보면, 사회문제 전 영역에 걸쳐 사회적 기업의 수는 꾸준히 증가한 것으로 나타났다. 2007년 대비 2015년의 영역별 사회적 기업 수를 비교해 보면, 사회적 위험 영역에 속하는 사회적 기업이 가장 큰 증가를 보였다. 2007년 16개에서 2015년, 578개로 약 36배 이상 증가한 것이다. 그 다음으로 경제적 불평등 영역의 사회적 기업이 2007년 15개에서 2015년, 524개로 약 35배 증가하였다. 반면, 환경 파괴 문제를 해결하는 사회적 기업은 2007년 10곳에서 2015년, 176곳으로 약 17배 증가하여 가장 낮은 증가율을 기록하였다. 우리나라 사회적 기업의 대다수가 사회적 위험, 경제적 불평등 문제를 해결하고 있어 일자리 창출 및 사회서비스 확대라는 초기의 목적을 현

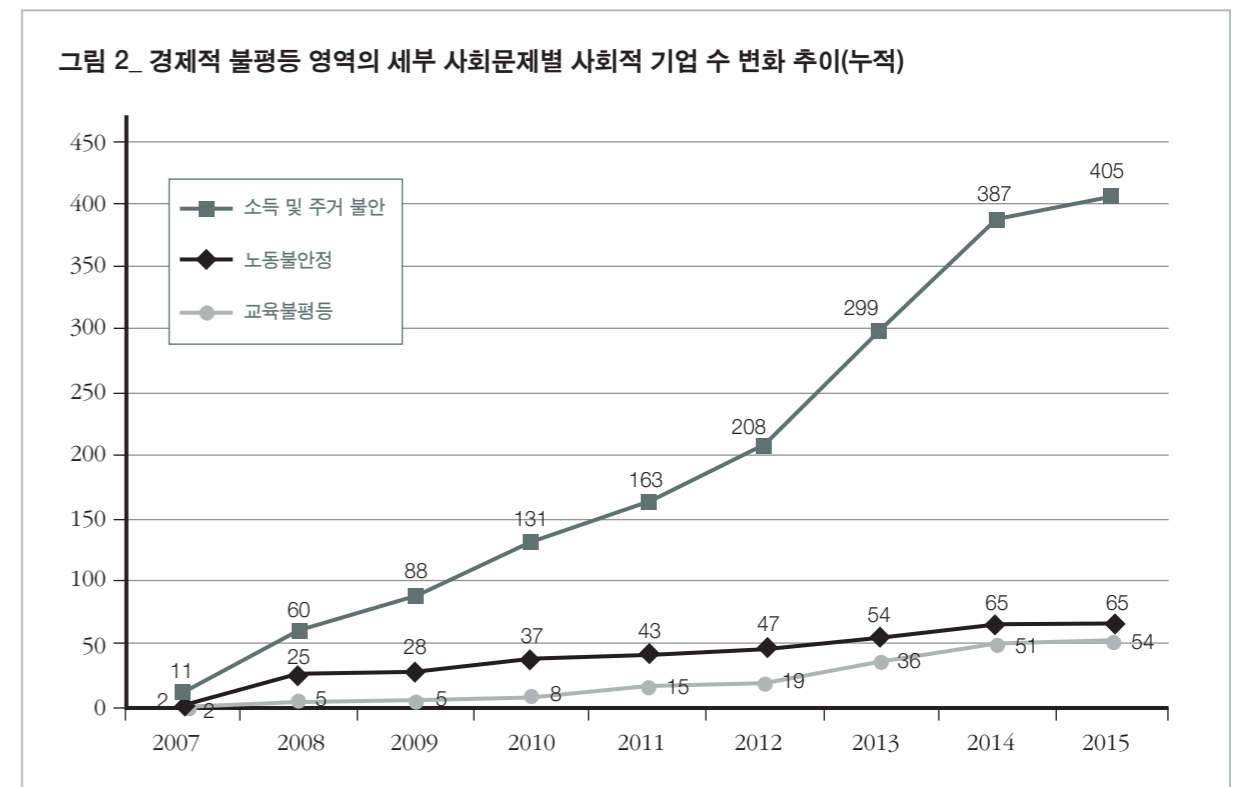
재까지도 그대로 실행하고 있음을 확인할 수 있다.

신(新) 사회문제의 중분류 영역별 사회적 기업 수의 시계열 변화는 다음 절에서 구체적으로 살펴보도록 하자. 이와 함께, 각 영역별로 대표되는 사회적 기업 사례⁴⁾들을 통해 어떤 사업들을 수행하고 있는지도 알아보도록 한다.

경제적 불평등 영역: 노동 불안정, 소득 및 주거 불안, 교육 불평등

경제적 불평등 영역에 속하는 각 사회문제별 사회적 기업 수의 시계열 변화를 살펴보자. 2015년 기준, 전체 사회적 기업의 약 40.3%를 차지하는 경제적 불평등 영역의 사회적 기업 수는 인증제도 시행 초창기인 2007년 15개에서 2015년 524개로 약 6배 이상 증가하는 모습을 보였다. 경제적 불평등 영역에 속하는 중분류 사회문제는 소득 및 주거 불안, 노동 불안정, 교육 불평등 3가지이다.

그 중, 2015년 기준, 전체 사회적 기업의 약 31%를 차지하는 노동 불안정 영역의 사회적 기업은 2007년 11개에서 2015년 405개로 가장 높은 증가율을 보이며 지속적으로 성장하였다. 그 결과, 사회적 기업



4) 우리가 분석한 1,299개의 사회적 기업 중에서 어떠한 방식으로 사회문제에 접근하고 있는지 등을 홈페이지나 신문기사에서 명확히 확인할 수 있는 경우로 한정하였다.

의 종사자 수가 2007년 2,539명에서 2014년 27,923명으로, 취약계층 근로자 수도 1,403명에서 15,815명으로 증가하였다(한국사회적기업진흥원, 2014). 이와 같은 긍정적인 결과를 얻을 수 있었던 것은 정부가 일자리 창출을 목적으로 사회적 기업을 육성해 왔기 때문으로 볼 수 있다. 노동 불안정 문제를 해결하고 있는 사회적 기업들은 주로 경력단절여성이나 장애인, 고령자 등 상대적으로 취업이 어려운 취약계층들을 대상으로 일자리를 제공하고 있었다.

이의 대표적인 사례로 (주)함께일하는세상과 (주)포스코휴먼스를 들 수 있다. 먼저, (주)함께일하는세상은 다양한 기관으로부터 우수 사회적 기업으로 선정된 바 있으며, ‘사회적기업육성법’ 시행 이전부터 존재하던 자활공동체로서 비교적 긴 역사를 가지고 있다. 또한, (주)함께일하는세상은 ‘기업’으로서의 경쟁력을 확보하기 위한 노력을 이행함과 동시에 사회문제도 함께 해결해 나가고 있어 다른 사회적 기업들이 벤치마킹할 수 있는 모범 사례에 해당한다.

노동 불안정 문제를 해결하는 (주)함께일하는세상

2002년 기초생활수급자인 취약계층 3명과 함께 ‘티사랑’이라는 자활공동체로 시작한 (주)함께일하는세상은 2005년 자활 연합법인을 구성하고 2007년 사회적 기업 인증을 받았다. 친환정청소 전문 사회적 기업인 (주)함께일하는세상에는 몇 가지 특별한 점이 존재한다. 그 중 하나로 우리나라 청소시장에 큰 변화를 일으켰다는 사실을 들 수 있다. 2005년, [쾌적한 학교만들기 사업을 통해 청소사업의 유료화 모델을 제시하였고 2007년에는 교육인적자원부, 일자리만들기운동본부와의 협약(MOU)으로 시행된 ‘깨끗한 학교만들기’ 프로젝트로 약 6천여 명의 일자리를 창출하는 성과도 보였다.⁵⁾ 2009년에는 적자를 기록하던 웅진 ‘홈케어’⁶⁾를 전격 인수하는 대담성을 보였다. 이를 통해 청소관리 서비스를 받는 멤버십 고객만 1,000명 넘게 확보하는 등 지속가능한 일자리를 창출하고 전문적인 홈클리닝 사업을 하는 사회적 기업으로 성장할 수 있었다((주)함께일하는세상, 2016). 이러한 성과들을 바탕으로 (주)함께일하는세상은 다양한 기관에서 우수 사회적 기업 표창을 받는 쾌거를 이루었다.⁷⁾

5) 해당 프로젝트는 지역자활센터의 청소 자활공동체, 청소자활기업 등이 청소 사업 수행을 통해 스타트업으로 성장할 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 근로자들이 이 곳에서의 업무 경험을 바탕으로 일반 노동시장으로 진입할 수 있도록 도와준다.
6) 당시 웅진홈케어는 대기업 계열사의 홈클리닝사업부였으나, 약 250억원의 적자를 기록하며, 위기에 봉착해 약 80여명의 근로자가 직장을 잃게 되는 상황에 처해있었다.
7) 2006년 (재)함께일하는재단으로부터 우수 사회적 기업으로 선정되었으며, 2008년 우수 사회적 기업으로 고용노동부장관 표창도 받았다. 같은 해 사회연대은행으로부터 모범 사회적 기업가상을 수상하였으며, 2012년에는 피터드러커소사이어티로부터 사회적 기업 부문 혁신 우수상을 받았고, 같은 해 고용노동부 경기지청장 표창을 수여하기도 하였다. 2013년도에는 (재)행복나눔재단의 ‘세상 사회적 기업 콘테스트’에서 성장기 사회적 기업 부문 2등을 차지하였다.

(주)함께일하는세상은 이에 안주하지 않고 ‘노동소외계층이 질 좋은 일자리를 가질 수 있도록 돕고, 일을 통해 스스로 건강한 삶을 영위할 수 있도록 지원하며, 선도적인 사회적 기업으로 사회적 경제 생태계가 지역사회에 건강하게 뿌리내리도록 돕는 것’을 목적으로 사명선언문과 비전2020을 선포하여 새로운 변화를 모색하고 있다. 그 첫 번째 방향은 ‘일이 필요한 사람과 사람이 필요한 일터를 연결’ 하는 취업지원이다. 이를 위해 현재 서울형 뉴딜일자리 사업에 참여하고 있으며 2013년 고용노동부 취업성공패키지의 민간위탁기관으로 진입하여 인재풀 확보에 필요한 안정적인 사업기반을 마련하고 사업범위를 지속적으로 확대해 나가고 있다. 두 번째 방향은 함께 성장하는 사업 파트너가 되기 위한 ‘비즈니스 지원’이다. 이를 위해 사회적 기업을 진단하고 컨설팅하는 방식에서 나아가 비즈니스 컨소시엄을 구성하고 이들이 필요로 하는 자원의 접근성을 높여주는 ‘정보플랫폼’을 조성하는 방식으로 전환시켰다((주)함께일하는세상 홈페이지).

(주)함께일하는세상은 이상의 두 가지 변화를 통해 ‘함께 일하는 사회’라는 사회적 목적을 달성하고 있다. 동시에, 2018년까지 2015년 매출의 2배인 31억 원을 달성하기 위한 노력도 병행하고 있다.

(주)포스코휴먼스는 국내 1호 대기업 자회사형 장애인표준사업장으로 대기업이 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility, CSR) 차원에서 고용을 창출할 목적으로 설립되었다. 이는 대기업이 사회적 기업의 설립과 운영을 통해 사회문제를 해결해 나가는 이상적인 모델⁸⁾로 손꼽히고 있다.

노동 불안정 문제를 해결하는 (주)포스코휴먼스

(주)포스코휴먼스는 포스코가 ‘장애인 고용창출’을 목적으로 설립한 사회적 기업이다. 2008년 자회사형 장애인표준사업장으로 출범한 포스위드와 2010년 10월 고용노동부로부터 사회적 기업 인증을 받은 포스코에코하우징이 2013년 1월에 합병하여 ‘포스코휴먼스’라는 이름으로 새롭게 출발하였다(대경일보, 2016). (주)포스코휴먼스는 ‘안정적 자립기반을 바탕으로 지

8) 기업이 CSR 차원으로 또는 사회문제 해결을 위해 사회적 기업을 설립·운영하는 사례로는 SK그룹의 행복나래주식회사, 교보생명보험의 (재)다솜이재단, 한화 B&B 등이 있다.

속성장 및 취약계층을 위한 양질의 일자리 창출'의 경영이념을 바탕으로 '우리 이웃들의 자립을 돕고, 함께 행복을 만들어 감'이라는 사명과 함께 '지속가능한 성장과 고용을 통해 자립형 사회적 기업으로서 성공모델 제시'의 비전을 가지고 있다.

이를 달성하기 위해 (주)포스코휴먼스는 각 계열사들을 대상으로 사무지원, 클리닝, IT통신 서비스 등을 수행하고 있다. 클리닝 사업의 경우, 국내 세탁업 최초로 ISO9001 인증을 획득하기도 하였다. 또한, (주)포스코휴먼스는 설립 이후 2013년까지 장애인 고용을 지속적으로 늘려나가 설립 당시 91명이었던 장애인 직원이 2013년 191명으로 2배 이상 증가하는 성과를 거두었다. 전체 직원 대비 장애인 직원의 구성비율도 같은 기간 동안 40%에서 52%로 상승하였다.

이와 함께, (주)포스코휴먼스는 장애인 및 취약계층이 사회에 잘 적응할 수 있도록 조직 적응 멘토링, 재활치료, 장애유형에 따른 맞춤형 교육 등도 함께 지원하고 있으며 임직원 개인역량 및 사업고유의 인프라를 활용하는 재능기부나 봉사, 나눔활동을 통해 지역사회와 소통해 나가고 있다.

반면, 2015년 기준, 전체 사회적 기업의 약 5%에 해당하는 비교적 낮은 비중을 차지하는 소득 및 주거 불안 문제와 관련된 사회적 기업 수는 2007년 2개에서 2015년 65개로 약 32배 증가하였다. 증가율은 노동 불안정 영역과 유사하지만, 소득 및 주거 불안과 관련된 문제를 해결하는 사회적 기업이 워낙 적다 보니 전체 사회적 기업에서 차지하는 비율은 상당히 낮은 수준이다. 다만, 사회적 기업 인증제도 시행 초창기였던 2008년, 관련 문제를 해결하는 사회적 기업이 전년에 비해 23개 증가하여 경제적 불평등 영역에서 차지하는 비중이 약 27.8%로 급격히 높아지는 현상이 일시적으로 발생하였다. 이는 2007년과 2008년 사이, 글로벌 금융경제 위기에 따른 경제적 어려움이 가중되면서 나타난 결과로도 볼 수 있다. 이후, 소득 및 주거 불안 문제와 관련된 사회적 기업이 꾸준히 설립되기는 하였으나, 그 증가 속도가 점차 줄어들어 2015년 기준, 경제적 불평등 영역에 속하는 사회적 기업의 약 12.4%에 그쳤다. 이는 전체 인증 사회적 기업의 약 5%에 불과한 수치이다.

소득 및 주거 불안 문제를 다루고 있는 사회적 기업들은 저소득층, 노인, 외국인 노동자 등 취약계층에게 저렴한 비용으로 사회서비스를 제공하거나 주거복지 사업, 주거환경 개선 사업 등을 이행하는 경우가 많았다. 이의 대표적인 사례로 (주)에듀머니와 (주)진천주거복지센터두꺼비하우징을 살펴볼 수 있다. 먼저, 저소득 가구들을 대상으로 재무관련 교육 및 컨설팅을 제공하고 있는 (주)에듀머니는 현재까지 약 11만 명에게 채무 관련 상담을 진행하였고 약 12만 명에게 경제교육을 실시하였으며 114명의 금융복지

상담사를 배출하는 성과를 보였다. 이는 저소득층의 가계 불안 문제를 다루는 사회문제 해결형 사회적 기업으로서 의의를 가진다.

소득 및 주거 불안 문제를 해결하는 (주)에듀머니

(주)에듀머니는 가계부채 증가와 계속되는 경기침체에 따른 저소득층의 소득 불안 문제를 해결할 목적으로 2007년에 설립되었고 2008년에 사회적 기업 인증을 받았다. (주)에듀머니는 재무상담을 통해 고객의 재무현황을 객관적으로 파악하여 그에 맞는 관리방법을 제시하며 경제교육을 통해 재무설계 및 소비생활 패러다임의 변화를 촉진하고 있다. 금융환경 캠페인 및 시민들의 눈높이에 맞춘 콘텐츠를 생산하는 등의 사업도 진행하고 있다((주)에듀머니 홈페이지).

또한, 2009년 서울시 저소득 가구 대상의 금융재무컨설팅 사업을 시작으로 2013년 서울시 가정경제 희망찾기 재무컨설팅 사업을 진행하였으며 2014년에는 롤링주빌리 빗담감 프로젝트를 제안하여 찾아가는 채무상담 사업을 이행하였다. 이를 통해 현재까지 약 1,485억 원에 달하는 채무를 소각하여 채무소외계층 4,651명을 구제하였다.⁹⁾

(주)에듀머니는 지난 10년간 약 11만 명에게 대면 및 온라인, 전화 등의 채널로 채무관련 상담을 진행하였고 1,300개 기관을 통해 약 12만 명에게 경제교육을 실시하였다. 2,107명에게 금융복지상담사 교육을 시켜 114명의 금융복지상담사를 배출하는 성과도 거두었다. 궁극적으로는 (주)에듀머니가 지난 10년간 2,350가구를 대상으로 재무상담을 실시한 결과, 보험료와 빚은 각각 41억 원, 32억 원씩 감소하고 저축이 16억 원 증가하는 등 긍정적인 파급효과를 보였다.

(주)진천주거복지센터두꺼비하우징은 (주)함께일하는세상과 마찬가지로 자활공동체에서 시작된 사회적 기업으로 '주거복지향상과 취약계층 고용창출'이라는 사회적 목적을 추구하고 있다. 해당 사례는 정부 및 지방자치단체, 기업과 사회적 기업이 어떠한 방식으로 사회문제를 함께 해결할지에 대한 시사점을 제공한다는 점에서 그 의미가 크다.

9) <http://strikedebt.kr/> 2016년 5월 2일 기준

소득 및 주거 불안 문제를 해결하는 (주)진천주거복지센터두꺼비하우징

(주)진천주거복지센터두꺼비하우징(이하 '두꺼비하우징')은 '주거복지향상과 취약계층 고용창출'을 목적으로 2002년도에 설립되어 2009년 사회적 기업 인증을 받았다. 구체적으로는 저소득층의 노후된 주택 개량사업을 지원하는 수선유지급여 사업, 창문단열 강화를 통해 주택의 난방비 절감을 유도하는 주택에너지 효율화 사업을 펼치고 있으며 일반 인테리어 사업도 병행하고 있다.

그 중, 저소득층 수선유지급여 사업은 국토교통부, 지방자치단체, 한국토지주택공사(LH), 시공업체 등 다양한 주체가 함께 참여하여 해당 문제를 풀어가는 방식으로 진행된다. 국토교통부는 주요 정책 및 예산 지급 규모를 결정하고 지역별 물량을 배정하며, 지방자치단체는 사업을 위탁하고 타 부처 사업을 통합관리하여 사업의 중복을 방지한다. 의뢰기관인 한국주택토지공사는 주택상태를 조사하여 사업을 시행하며 시공업체 중 자활단체는 수선유지급여 사업을, 보수업체는 중·대 보수를 담당한다.

두꺼비하우징은 시공업체 중 자활단체에 해당하며 저소득층을 사업에 참여시켜 이들의 자활능력이 향상될 수 있도록 사업을 진행하고 있다. 이를 통해 '주거복지 향상 및 취약계층 고용 창출'이라는 두 가지 목적을 동시에 달성하고 있다. 또한, 두꺼비하우징은 자원봉사활동이나 무료 집수리 등 다양한 사회공헌활동을 병행함으로써 지역사회와 함께 성장할 수 있는 방법들을 모색하고 있다. 이는 취약계층으로 하여금 지역사회를 변화시키는 핵심 주체로 역할하게 함으로써 그들의 자존감을 높이고 사회통합도 실현해 나갈 수 있다는 의의를 지닌다.

교육 불평등 관련 사회적 기업은 전체 인증 사회적 기업의 4.2%를 차지하고 있어, 10가지 사회문제별로 사회적 기업을 구분하였을 때, 세 번째로 낮은 수준이었다. 2007년 2개에서 출발한 교육 불평등 관련 사회적 기업은 2010년까지만 해도 그 수가 8개에 불과하였다. 이후, 그 수가 크게 증가하면서 2015년에는 54개의 사회적 기업이 관련 문제를 해결하고 있는 것으로 나타났다. 2015년 기준, 경제적 불평등 영역의 사회적 기업 중 교육 불평등 관련 사회적 기업의 비중은 10.3%를 기록하였다. 교육 불평등 문제를 해결하고 있는 사회적 기업은 방과 후 학교 사업을 수행하는 경우가 가장 많았으며 최근 들어서는 자유학과 진로체험 등의 제도 시행으로 진로교육과 경제교육으로까지 사업 영역의 폭을 확대시키고 있는 것으로 나타났다.

이의 대표적인 사례로 (유)가온교육, (사)동의애프터스쿨을 꼽을 수 있다. (유)가온교육은 ICT 기술과

질 높은 유희 노동력을 결합하여 계층 간, 도농 간 영어교육 격차를 해소하기 위해 설립되었다. (사)동의애프터스쿨은 동의대학교가 취약계층 학생들에게 균등한 교육기회를 제공하기 위해 설립한 것으로 정부와 지방자치단체가 함께 사업을 진행하면서 성과가 확대되는 모습을 보이고 있다. 이들 두 사례는 취약계층에게 주로 발생하는 교육 불평등 및 사교육비 문제를 해결하고 있다는 점에서 의미가 있다.

교육 불평등 문제를 해결하는 (유)가온교육

최근, 국제화 시대의 도래와 함께 “영어계급사회” 또는 “잉글리시 디바이드(English Divide : 영어격차)”라는 용어가 등장하고 있다. 이는 무한경쟁의 시대에서 영어 실력의 중요성이 강조되고 영어교육에 대한 사교육 의존도가 심화되는 현재의 추세를 반영한다. 특히, 우리나라에서는 부모의 소득격차와 도농 간 지역격차가 학력격차를 확대시키는 주요한 원인이 되고 있다(이두휴, 2011). (유)가온교육은 이러한 지역 간, 계층 간 영어 교육격차를 해소하기 위해 설립된 사회적 기업으로 2012년에 고용노동부로부터 인증을 받았다.

(유)가온교육은 웹기반 온라인 영어 학습프로그램을 통해 도농 간 교육기회 격차를 해소하고 경제적인 학습비로 사교육비를 경감시키는 효과를 거두고 있다. 또한, 계층 간 교육기회 격차를 해소함과 동시에 고학력 여성인력, 청년실업자 등에게 안정적인 일자리도 제공하고 있다((사)전북사회경제포럼 전라북도 사회적기업·협동조합 통합지원센터 홈페이지). 구체적으로는 원어민교사가 1:1로 지도하여 실시간 피드백을 제공하는 프로그램, 영어의 4대 영역을 균등히 발달시키는 영어 독서·낭독 프로그램인 Reading Assistant, 재미있는 놀이를 통해 영어를 효과적으로 습득할 수 있게 하는 Fast ForWord, 노래, 게임, 회화 등 다양하고 재미있는 콘텐츠를 통해 단어, 문법 등을 배우는 Let's Go 프로그램 등의 온라인 영어 프로그램 및 코칭서비스를 제공하고 있다.¹⁰⁾

10) 그 외에도 장애인 자립을 위한 지원, 치료 바우처 제공, 주간·단기 보호서비스, 방과 후 학교 운영, 방과 후 학교 파견교육, 지역아동센터 파견교육, 아동전문 리더십교재 개발 및 발간, 여성 새로 일자리센터(실업자훈련) 운영 등 다양한 사업을 이행하고 있다.

교육 불평등 문제를 해결하는 (사)동의애프터스쿨

(사)동의애프터스쿨은 교육부가 지정한 '대학 주도 방과 후 학교'로 선정되면서 2012년 8월에 법인을 설립하고 9월에 예비 사회적 기업¹¹⁾이 되었다. 이후, 2012년 부산광역시 교육청 주관 토요일 운영우수기관으로 선정되었고 2014년 고용노동부로부터 사회적 기업 인증을 받았다.

(사)동의애프터스쿨은 초등돌봄교실, 초중등 방과 후 학교, 진로체험 활동 등의 교육 사업을 진행하여 소외계층 청소년들을 위한 평생교육, 방과 후 학습 및 문화체험활동 등을 지원하고 있다. 특히, 대학의 우수한 자원과 시설을 활용하여 전문적이고 우수한 강사진을 구성하고 차별화된 전문 교육프로그램을 제공하는 한편, 고학력의 청년 미취업자와 경력단절여성의 전공과 능력을 살리는 방과 후 교육을 통해 지역사회에 기여하고 있다(국제신문, 2015). 현재 교육부, 부산시청, 부산시 교육청과 연계하여 방과 후 교육 사업을 진행하고 있으며 부산의 초·중등학교 12곳의 방과 후 교육과 24곳의 돌봄교실도 운영하고 있다((사)동의애프터스쿨 홈페이지). 그 결과, 2015년, 2013년의 1억 5,750만원보다 약 6배 증가한 9억 200만원의 매출액을 기록하는 성과를 거둘 수 있었다(부산 잡코리아 기업정보 홈페이지).

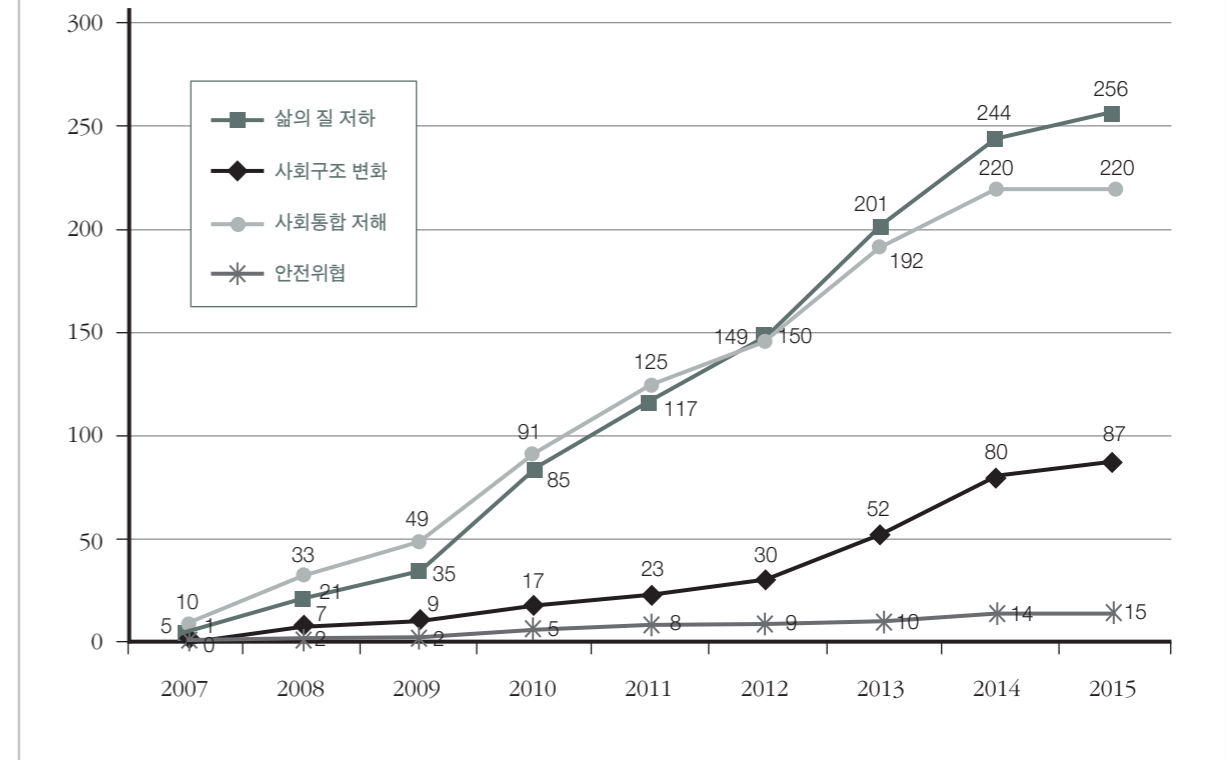
사회적 위험 영역: 삶의 질 저하, 사회구조 변화, 사회통합 저해, 안전위협

신(新) 사회문제 중 사회적 위험 영역에 해당하는 사회적 기업에 대해 알아보자. 사회적 위험 영역의 인증 사회적 기업 수는 인증제도 시행 초창기인 2007년 16개에서 2015년, 전체 인증 사회적 기업의 약 44.5%에 해당하는 578개로 약 36배 증가하였다. 사회적 위험 영역에 속하는 중분류 사회문제는 삶의 질 저하, 사회구조 변화, 사회통합 저해, 안전위협 4가지이다.

그 중 삶의 질 저하와 관련된 인증 사회적 기업이 2007년 5개에서 2015년 256개로 가장 많이 증가하였다. 사회적 위험 영역 내에서 관련 사회적 기업이 차지하는 비중은 2007년 약 31.1%에서 2015년 약 44.2%까지 증가하였다. 특히, 2009년을 기준으로 삶의 질 저하 문제를 다루는 사회적 기업이 급증하고 있다는 사실에 주목할 필요가 있다. 2009년 35개에 불과하던 것에서 2015년 256개로 약 7.3배 증가하였는데, 이는 2000년대 후반 들어, 삶의 질을 강조하는 움직임이 보편화되고 있는 현상과 연관지어 생각해

11) 2012년 9월 교육부 부처형 예비 사회적 기업으로 선정되었고, 2013년 4월에는 부산형 예비 사회적 기업으로 지정되었다.

그림 3_ 사회적 위험 영역의 세부 사회문제별 사회적 기업 수 변화 추이(누적)



볼 수 있다. 과거, '국민'을 강조하던 시대적 분위기가 이제는 '개인' 중심으로 변화하면서 개개인 모두가 풍요롭게 잘 사는 것에 대한 관심이 높아졌기 때문이다. 또한, 2012년까지는 '사회통합 저해' 문제를 다루는 사회적 기업 수가 '삶의 질 저하'에 속하는 사회적 기업 수보다 많았으나 2013년부터는 그 관계가 역전된 것으로 나타난다. 삶의 질 저하 문제를 해결하는 사회적 기업은 인증제도 시행 초기, 시간제 보육 서비스 등과 같은 육아, 가사 분담 사업을 주로 수행하였는데 최근 들어서는 문화예술 관련 사업을 수행하는 경우가 많아지고 있다. 문화예술 관련 사회적 기업들은 주로 지역사회 내에서 문화적으로 수혜를 받지 못하는 취약계층에게 사회서비스를 제공하거나 문화예술인들 스스로 일자리를 창출하는 방식으로 사회적 가치를 실현하고 있었다(김중수, 2010).

삶의 질 저하 문제를 해결하는 사회적 기업의 대표적인 사례로 (주)한신플러스케어와 원주의료복지사회적협동조합 두 곳을 살펴보기로 한다. 먼저, (주)한신플러스케어는 심리적 불안증세, 우울증 등으로 국민들의 삶의 질이 저하되는 문제를 해소하고자 다양한 계층들을 대상으로 심리 상담을 실시하고 있다. 주목할 만한 부분은 (주)한신플러스케어가 정서·심리 관련 서비스를 사회서비스 바우처 방식으로 제공하면서 '기업'적 가치를 빠르게 달성하였다는 점이다. 정부가 바우처 제도를 만들면서 자연스럽게 관

런 시장이 형성되었기 때문이다. 또한, <사회문제와 사회혁신 2015> 결과에 따르면, 국민들은 ‘삶의 질 저하’ 문제 중에서도 노인 우울증, 소외 문제를 가장 심각하게 바라봤는데 (주)한신플러스케어는 이에 걸맞게 노인 뿐 아니라 다양한 사람들의 심리적 문제를 다루고 있다는 점에서 주목할 필요가 있다. 사회문제 해결과 더불어, 사업의 전문성 및 서비스 품질 유지를 위해 지속적으로 노력하고 있다는 점에서도 (주)한신플러스케어는 모범 사례라 할 만하다.

삶의 질 저하 문제를 해결하는 (주)한신플러스케어

장애인, 노인, 청년, 아동의 심리상담을 목적으로 설립된 (주)한신플러스케어는 2008년 보건복지부 주관 사회서비스 선도사업의 일환으로 2년 동안 정부지원을 받아 사업의 초석을 다졌다(브릿지경제, 2016). (주)한신플러스케어는 심리검사에서 치료프로그램에 이르기까지 총 6개의 세부사업을 진행하고 있다.

구체적으로는 영유아 발달검사, 정서성격검사, 적성진로검사 등의 검사프로그램, 놀이치료, 미술치료, 음악치료, 인터넷 중독 치료 등의 치료프로그램, 개인 상담 및 가족 상담, 집단 상담 등의 상담 프로그램, 부모 교육, 직장인 교육, 전문가 교육 등의 교육 프로그램이 있다. 최근 들어서는 노인건강 증진 프로그램과 함께 바쁜 일상 등으로 지친 근로자들에게 정서조절 및 스트레스 대처 방법을 교육시키는 프로그램도 제공하고 있다. 근로자 대상 프로그램은 가족 구성원들과 함께하는 가족 상담 프로그램과 연계하여 가족 전체의 정서를 안정시키는 효과도 거두고 있다. 이상의 프로그램들을 바탕으로 (주)한신플러스케어는 현재 서울 3곳, 인천 2곳 등 총 6개의 센터에서 상담전문가들에 의해 심리치료를 제공하고 있다.

(주)한신플러스케어의 사업이 빠르게 안정화될 수 있었던 이유는 일반 병원 등에서 진행하는 정서·심리와 관련된 서비스를 사회서비스 바우처 방식으로 제공한 것에서 찾을 수 있다. 사회서비스 바우처 사업은 취약계층을 대상으로 정부가 카드를 발급해 주고 일정 비용을 보조해 기관의 서비스를 이용할 수 있게 하는 제도이다.¹²⁾ 설립 초창기에는 이러한 바우처 사업을 통한 매출이 전체의 90%에 달했다. 이후에는 총 매출액의 60%까지 낮아졌는데, 이는 사업의 인지도가 높아짐에 따라 취약계층에서 중산층으로 고객의 폭이 확대되었기 때문으로 볼 수 있다. 특히, 다문화 가정, 스마트 기기, 학교 부적응 등의 문제와 전투경찰 등 특수직 종사

자들이 겪는 스트레스가 급증하면서 전문적인 치료를 요하는 경우가 많아짐에 따라 고객층이 넓어진 것이다.

(주)한신플러스케어는 사업의 전문성 향상을 위한 연구개발 및 전문가 양성과 각 센터의 서비스 품질을 유지하는데 힘을 쏟고 있다. 현재, (주)한신플러스케어는 약 90명의 직원들로 구성되어 있으며 그 중 상당수의 전문치료사들이 파트타임 프리랜서¹³⁾로 있어, 시간선택제 일자리 창출에도 기여하고 있다(브릿지경제, 2016).

다음으로 살펴볼 원주의료복지사회적협동조합은 지역주민들에게 의료 서비스를 제공하여 이들이 건강하고 행복한 삶을 유지할 수 있도록 기여하고 있다. 특히, 외부 재정지원에 의존하기 보다는 의료사각지대를 공략하여 경영난을 직접 해소하려는 움직임을 보이고 있어, 사회적 기업으로서 경제적 가치와 사회적 가치의 균형을 적절히 찾아가고 있음을 알 수 있다. 따라서 원주의료복지사회적협동조합은 고용노동부로부터 인증받은 15개 의료복지사회적협동조합의 대표 사례로서 의의를 가진다.

삶의 질 저하 문제를 해결하는 원주의료복지사회적협동조합

2007년 사회적 기업 인증을 받은 원주의료복지사회적협동조합은 2002년, 치료뿐만 아니라 다양한 교육·훈련 등을 통해 주민들의 질병을 예방하고 이들의 건강을 증진시킬 목적으로 설립되었다. 원주의료복지사회적협동조합은 현재, 다양한 사업들을 펼치고 있는데, 그 중 첫 번째는 ‘정직하고 올바른 의료서비스 만들기 사업’이다. 환자의 권리를 존중하고 약물남용 및 과잉진료를 거부하는 동시에 보건과 예방활동, 방문의료서비스, 고령자 장기요양서비스, 만성질환자 자조관리사업 등을 펼치고 있다. 두 번째 사업은 건강관리프로그램과 건강소모임으로 구성되어 있는 ‘지역사회 보건 예방사업’이다. 건강관리프로그램은 당뇨모임과 비만 및 대사증후군 관리 프로그램, 거리 건강검진 사업¹⁴⁾으로 구성되어 있으며, 건강소모임은 지역내 어르신들을 모시고 건강체크, 건강체조, 건강식사나눔 등을 통해 스스로 건강을 지켜 나갈 수 있도록 지원하는 건강식사회, 산행을 통해 이웃과 교류함으로써 육체적·정신적 건

12) 현재 국내에 1,000여 개 이상의 전자바우처를 통해 기관의 서비스를 이용할 수 있도록 하고 있다.

13) 내담자의 예약시간에 맞춰 근무를 진행할 수 있는 특성을 가지고 있기 때문이다.

14) 만성질환의 중요성, 이의 조기발견 및 예방을 목적으로 길거리에서 지역주민들의 혈압과 혈당검사를 실시하고 있다.

강을 도모하는 거북이 산악회, 관절 강화를 위한 타이치 운동교실로 구성되어 있다. 세 번째는 주거환경 개선사업과 행복한 사랑방 만들기 사업¹⁵⁾으로 구성된 '건강하고 행복한 마을 만들기 사업'이다. 한때 어려움을 겪기도 했지만, 초창기 530가구에 불과했던 조합원이 2013년, 2,300가구로 증가하는 등 높은 성장세를 보여주고 있다(더퍼스트미디어, 2015).

현재, 원주의료복지사회적협동조합은 의료의 공공성을 유지하면서, 조합원의 추가 출자나 시민 후원에 의존하기보다 의료 사각지대를 공략하여 경영난을 해소하고자 노력하고 있다. 그 결과, 원주의료복지사회적협동조합 소속의 밝음 의원은 고혈압과 당뇨 환자들을 대상으로 한 적정처방의 공로를 인정받아 건강보험심사평가원으로부터 수백만 원의 인센티브를 받기도 하였다(G1TV, 2016).

사회구조 변화와 관련된 인증 사회적 기업은 2007년 1개에서 2015년 87개로 증가하여 현재, 전체 인증 사회적 기업의 약 6.7%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 사회적 위험 영역 내에서 이들 기업이 차지하는 비중은 인증제도 시행 초창기인 2007년, 6.3% 정도였다가 2015년, 약 15.1%로 2배 이상 증가하였다. 특히, 2012년까지는 사회구조 변화와 관련된 사회적 기업이 완만히 증가하다가 2013년부터 급격히 증가하는 모습을 보이고 있다. 2012년 대비 2013년 증가율로만 보면, 사회적 위험 영역 중 사회구조 변화와 관련된 사회적 기업이 가장 높은 것으로 나타난다. 이는 최근 들어, 저출산 고령화, 가족 해체, 1인 가구 증가, 도농 간 격차 등의 사회문제가 급격히 증가하고 있는 현실에서 기인한다고 볼 수 있다. 하지만, 사회구조 변화 문제를 해결하고 있는 사회적 기업의 사업 영역은 매우 한정적이다. 이들 사회적 기업들은 주로 농어촌 지역에서 농수산업 진흥을 위한 지원 사업이나 마을조성사업, 도농연계 사업 등을 펼침으로써 도농간 격차를 완화하는 것에 집중하고 있기 때문이다.

사회구조 변화의 문제를 해결하고 있는 사회적 기업의 대표 사례로 (주)이장을 살펴보고자 한다. (주)이장은 2008년 사회적 기업 가치혁신상을 수상하는 등 사회적 기업의 모델이 되었다는 점, 지역사회의 필요에 의해 기업 활동을 변화·확장시키고 있다는 점, 농촌마을 컨설팅을 통해 생태적 가치와 공동체적 가치, 경제적 가치를 동시에 향상시키고 있다는 점에서 의미가 크다.

15) 원주지역 경로당을 방문하여 어르신들의 건강관리프로그램을 제공함으로써 이들이 건강하고 행복한 생활을 이어나갈 수 있도록 돕는 활동을 의미한다.

사회구조 변화 문제를 해결하는 (주)이장

(주)이장은 1999년 생태적 가치, 공동체적 가치를 실현하기 위한 마을만들기를 지향하는 벤처기업 '인터넷 이장'으로 시작하여, 2001년 현재의 (주)이장으로 거듭나면서 2007년 사회적 기업 인증을 받았다. 그 이듬해에 사회적 기업 가치혁신상을 수상하면서 사회적 기업 모델로서 자리매김해 왔다(한겨레21, 2004).

(주)이장이 설립 초기에 진행했던 사업은 농촌마을 컨설팅이다. 당시에는 마을의 중장기 발전계획을 세우는 일이 대부분이었다(춘천사회적경제네트워크 홈페이지). 이후에는 귀농민의 안정적인 정착을 위한 생태마을 조성과정에 주민을 참여시켜 '자치를 통한 지속가능한 마을'을 만드는 한편, 빗물필터나 태양열 온수 시설, 태양광 발전 시설 등을 도입해 자연 친화적인 마을을 만들기도 하였다. 이 과정에서 (주)이장의 사업영역은 건축, 인쇄, 농촌관광, 유통 등으로 자연스레 확장되었다. 2003년에는 (주)생태건축집단지인, 2006년에는 (주)소박한풍경 등의 자회사를 설립하기도 하였다.

설립 초기부터 시작한 농촌 마을 컨설팅도 꾸준히 진행하여 2009년까지 100여 곳을 컨설팅하였다. 컨설팅에 성공한 마을은 생태적 가치, 공동체적 가치는 물론, 경제적 소득도 높아졌다. 이를테면, 강원도 화천군 신대리 마을의 경우, 1999년 당시 연간 방문객 0명, 농산물 직거래 수익 960만 원이었던 것이 (주)이장의 컨설팅을 거쳐 두부와 메주 사업을 시작하고 도·농 교류를 확대함에 따라 5년 만에 연간 방문객 1만 명, 농산물 직거래 수익 5억 원 달성이라는 큰 성과를 거두기도 했다(주간경향, 2009).

사회통합 저해와 관련된 인증 사회적 기업을 살펴보면, 2007년 10개에서 2015년 220개로 22배 증가하여 전체 인증 사회적 기업의 약 16.9%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 사회통합 저해와 관련된 사회적 기업이 사회적 위험 영역에서 차지하는 비중은 2007년 약 62.5%였으나, 그 이후 지속적으로 감소하여 2015년 현재, 약 38.1%까지 낮아졌다. 특히, 사회적 위험 영역 내에서 사회통합 저해 문제를 다루는 사회적 기업의 수가 2012년까지 가장 많았으나, 그 이후부터 삶의 질 저하 문제를 다루는 사회적 기업 수에 뒤처지기 시작하였다. 2014년과 2015년, 삶의 질 저하 관련 사회적 기업 수는 꾸준히 증가한 반면, 사회통합 저해 관련 사회적 기업 수는 그대로 유지되어 둘 간의 격차가 더 벌어졌다.

이는 사회통합 저해 문제를 해결하는 사회적 기업들이 주로 사회적 약자들을 대상으로 한정된 사회적 서비스를 제공하는 한편, 삶의 질 저하 문제를 해결하는 사회적 기업들은 사회적 약자들을 비롯한 보편적

개인들을 대상으로 다양한 사회서비스를 제공하기 때문이라 사료된다. 사회문제의 범위는 취약계층을 넘어 보편적 개인으로까지 확대되고 있는 추세이다. 그에 따라 취약계층을 보호하는 차원을 넘어, 모든 사람들이 주체적으로 자신의 삶을 개척하여 보다 행복한 삶, 건강한 삶, 풍요로운 삶을 영위할 수 있도록 도와주는 것이 더욱 중요해지고 있다. 그럼에도 사회통합 저해 문제를 해결하는 사회적 기업들은 여전히 취약계층을 대상으로 하는 사업에 중점을 두고 있다. 종합해 보면, 최근 들어 보편적 개인의 삶의 질 제고와 관련된 사회적 기업의 중요성이 커졌기 때문에 사회통합 저해의 문제보다 삶의 질 저하의 문제를 다루는 사회적 기업 수가 역전된 것으로 해석해 볼 수 있다.

사회통합 저해 문제를 다루고 있는 사회적 기업들은 장애인 및 다문화 가정, 노인 등 사회적 약자들을 사회에 참여시키기 위한 다양한 사업들을 펼치고 있었다. 대표적인 예로 중증 장애인의 직업재활사업, 재활 및 행동치료 사업, 보조 기기 생산 등을 들 수 있다. 또한, 이들 사회적 기업들이 관심을 가지고 있는 사회적 약자의 유형도 매우 다양하다. 장애인들을 대상으로 하는 사회적 기업의 비중이 가장 높고, 노인, 새터민이나 다문화 가정들을 대상으로 하는 사회적 기업도 상당수 존재하며, 노숙인이나 출소에 정자의 사회복지를 위해 사업을 수행하는 사회적 기업도 더러 존재한다. 최근에는 초·중·고등학생 등을 대상으로 인권 교육 등을 통해 사회적 약자의 인권 신장을 위한 사업들을 펼치는 사회적 기업들도 생겨나고 있어 사회적 약자들의 사회참여 저변을 확장시키는데 기여하고 있다.

이의 대표적인 사례로 (사)탈북문화예술인총연합회와 바리의꿈을 들 수 있다. 현재 우리나라는 다양한 구성원들이 하나의 인격체로 존중받아 공동체로서의 결속감을 다지고 긍정적인 관계를 만들어 가는 것이 중요한 과제로 인식되고 있다. 이러한 상황에서 (사)탈북문화예술인총연합회는 남북 간의 문화적 차이와 탈북민들이 겪는 정착의 어려움을 극복하여 사회통합을 실현하고 있는 사례로서 의미를 갖는다.

사회통합 저해의 문제를 해결하는 (사)탈북문화예술인총연합회

(사)탈북문화예술인총연합회는 2007년, '민족의 혼을 예술로' 라는 슬로건 아래 공연 문화를 펼쳐나가기 위해 설립되었다.¹⁶⁾ 북한에서 청년예술단장으로 활동했던 경력이 있었던 (사)탈북문화예술인총연합회 김영남 대표는 2000년대 초반 우리나라에서 무분별하게 운영되던 사이비 북한 예술단에 반발하며 2003년 지금의 평양예술단을 발족시켰다. 하지만, 턱없이 낮은 공연비와 공연 알선업자의 사기 등으로 심각한 경영난에 봉착했다. 이의 문제를 해결하기

16) 산하단체격인 평양예술단이 상부조직인 (사)탈북문화예술인총연합회보다 2년 앞선 2005년에 설립되었다.

위해 2007년, 사단법인 산하 평양예술단을 두고 탈북문화예술인총연합회를 설립하여 사회적 기업 인증을 받게 되었다(통일한국, 2012).

(사)탈북문화예술인총연합회는 다문화 시대로 접어들면서 각자의 다양한 문화를 존중하고 공유하는 것이 중요하다는 사실에 주목한다. 이에, 남과 북의 문화도 단순한 이질감 극복이나 해소를 강요하기 보다는 서로의 문화를 인정하고 발전시켜야 한다고 주장한다. 이러한 기조 아래, (사)탈북문화예술인총연합회 평양예술단은 각종 문화행사, 축제에서 연간 140회 이상의 공연을 진행함으로써 북한 문화의 장점을 최대한 살리고 북한 음악과 문화를 우리나라 사람들에게 이해시키며 사랑받을 수 있도록 하고 있다. 또한, 탈북여성들이 우리나라에 안정적으로 정착할 수 있도록 경제적, 문화적으로 돕고 있다.

바리의꿈은 다른 국가에서 살아가고 있는 고려인들을 우리 사회 구성원으로 통합시키기 위한 사업을 펼치고 있다. 이 기업은 협동조합 방식의 공동체 구축을 통해 오랜 시간 고려인들이 겪었던 어려움을 극복함으로써 다문화 시대에 급증하고 있는 갈등, 분열 등 각종 문제 해결에 기여하고 있다는 점에서 의미가 있다고 판단하였다.

사회통합 저해의 문제를 해결하는 바리의꿈

바리의꿈은 연해주의 고려인을 돕기 위해 2005년 12월에 설립되었으며 2007년 사회적 기업으로 인증을 받았다. 연해주의 고려인 지원사업은 (사)우리민족서로돕기운동이 1999년 재외동포센터를 설립한 것에서부터 시작된다. 이후, 한국에는 동북아평화연대(사)가, 러시아에는 연해주 동북아평화기금이, 연해주에는 고려인 문화센터가 설립되면서 연해주의 고려인들을 위한 사업이 본격화된다. 2004년에는 연해주의 고려인 재이주 정착마을 1호인 우정마을을 조성하여 이들을 입주시켰으며 주택결연사업이나 농업결연 사업도 함께 이행하였다. 이의 연속선상에서 장류와 유가공 식품을 제조, 유통하는 주식회사 바리의꿈이 2005년 12월에 설립되었다.

연해주의 고려인 지원사업은 2004~2009년까지 비영리 중심으로 진행되던 것에서 2010년부터 협동조합 방식의 자활·자립 사업으로 전환되었다(헤럴드매일, 2016). 이에 발맞춰 바리

의꿈도 동북아 각지에 이산(離散)되었던 고려인들이 서로 돕고 어려움을 극복할 수 있도록 협동조합 방식의 공동체를 구축해 나가고 있다. 바리의꿈을 포함한 5개의 기업이 바리의꿈 협동조합을 만들어 자본이나 경쟁이 아닌 협동에 의한 새로운 삶의 모델을 만들고자 노력하고 있는 것이다. 그 결과, 바리의꿈은 ‘연해주의 선물’ 과 ‘이로운 두유’, 차가 버섯과 청국장을 융합한 ‘차가 버섯 청국장 말림’ 등을 출시하여 설립 10년 만인 2015년 말, 연 매출액 7억 원을 돌파하였다(바리의꿈 홈페이지).

안전 위협 문제를 다루고 있는 사회적 기업 수는 인증제도 시행 초기인 2007년만 하더라도 단 한 곳도 존재하지 않다가 2015년 현재, 15개로 소폭 증가한 것으로 나타난다. 그럼에도, 이들이 사회적 위험 영역에서 차지하는 비중은 매년 4% 미만으로 매우 적은 것으로 나타난다. 안전 위협과 관련된 사회적 기업은 사회적 위험 영역에서 뿐 아니라, 전체 인증 사회적 기업 중에서도 자연재해 다음으로 가장 낮은 비중을 차지하고 있다. 앞서 살펴본 것처럼, 안전 위협 문제에 대해서는 국민들이 다른 사회문제들에 비해 그 심각성을 깊게 인식하고 있지 않은 것으로 나타났다. 하지만, 우리나라는 많은 사람들의 목숨을 앗아가는 대형사고가 주기적으로 발생하고 있으며 이에 대한 정부의 대처 수준도 미흡한 편이다. 안전 위협의 문제야말로 특정 계층만이 아니라, 모든 사람들의 삶을 불안하게 만들 수 있는 소지가 분명하므로 이를 효과적으로 해결할 수 있는 사업 아이템 개발이 필요하다. 이는 사회적 기업에게 새로운 시장을 개척할 기회를 제공할 수 있으므로 매우 중요하다. 현재, 안전 위협과 관련된 문제를 다루고 있는 사회적 기업들은 주로 CCTV 설치나 IT기술을 접목시켜 학교폭력예방, 산업안전, 교통안전, 소방시설관리 등을 수행하고 있다.

이의 대표적인 예로 따뜻한마음청소년센터와 (주)블루인더스를 선정하였다. 먼저, 따뜻한마음청소년센터는 성폭력과 학교폭력, 아동학대 등을 예방하기 위해 다양한 교육 사업을 이행하여 우리 사회가 직면하고 있는 안전 문제를 해결해 나가고 있다. 특히, 지역 봉사단에서 시작한 이 조직이 비영리민간단체가 되고 사회적 기업으로 인증을 받기까지 지역의 문제를 해결하고자 했던 사람들과 자원봉사자들의 역할이 컸고 이들의 자발적 노력에 힘입어 사회적 가치를 실현하고 있다는 점에서 의의가 크다.

산업안전 및 보건환경 관련 제품을 생산하는 (주)블루인더스는 더 많은 사회적 가치를 창출하기 위해 사회적 기업을 선택한 특수한 경우이다. (주)블루인더스는 ‘산업안전’ 분야라는 특화된 사업 영역을 개척하고 있다는 점에서 사회문제 해결사로서 사회적 기업의 지속가능성을 높이기 위한 방향을 제시하고 있으므로 그 의의가 크다.

안전 위협 문제를 해결하는 따뜻한마음청소년센터

따뜻한마음청소년센터는 2005년 청소년 자원봉사 및 체험학습 프로그램을 운영하고 연세 사회복지관에서 급식봉사를 하던 ‘신록회’ 라는 지역 봉사단에서 출발하였다. 이후, 2010년 서울시 비영리민간단체로 등록되었고 2014년에는 사회적 기업으로 인증¹⁷⁾받았다. 따뜻한마음청소년센터는 지역사회 내에서 발생하는 여러 문제와 고민들을 청소년을 비롯한 학부모, 직장인, 어르신 등 지역사회 주민과 함께 해결해 나가는 예방교육 전문기관이다.

이를 위해 따뜻한마음청소년센터는 청소년들을 대상으로 학교폭력 예방교육과 성교육, 성폭력 예방교육, 인터넷중독 예방교육, 금연교육 등을 실시하고 있으며 성인들을 대상으로 올바른 노년기 성문화 교육, 노인성 질환 교육, 보이스피싱 방지 교육, 노인자살예방교육 등을 진행하고 있다. 이 외에도 인재양성을 위해 학교폭력예방교육사 2급, 자살예방지도자 과정 등을 운영하고 있으며 지역아동센터 5대 안전의무교육을 통해 폭력 및 아동학대 예방교육, 실종·유괴 예방교육, 약물 오용/남용 예방교육 등도 실시하여 지역민들의 안전을 위협하는 각종 문제들을 감소시키기 위해 노력하고 있다.

특히, 건강한 청소년을 육성하기 위해 학업 및 성문제 심층상담, 학교 폭력 및 학교 부적응, 가정불화, 부모-자녀 관계, 대인관계 등의 문제들을 해결하는데 집중하고 있다. 또한, 매년 모범 청소년에게 장학금도 지원하고 있으며 따뜻한 공간이라는 이름으로 맞벌이 부부의 자녀들을 위한 무료 공부방 등을 운영함으로써 지역사회에 공헌하고 있다. 현재, 따뜻한마음청소년센터는 17명의 실무자와 40명의 자원봉사자들에 의해 운영되고¹⁸⁾ 있으며 직간접적으로 프로그램 및 서비스에 참여하는 인원은 연간 약 6만 명에 달하는 것으로 나타났다.

17) 따뜻한마음청소년센터는 2012년 12월 구로형 예비 사회적 기업으로 지정을 받았으며, 2014년 서울시 예비 사회적 기업으로 지정되고, 같은해 12월 고용노동부 사회적 기업으로 인증 받았다.

18) 따뜻한마음청소년센터의 목적 사업을 위해 네이버 해피로그를 통해 3,758명이 기부에 동참하고 있다.

안전 위협의 문제를 해결하는 (주)블루인더스

2008년에 설립된 (주)블루인더스는 산업안전을 위한 제품을 개발하고 유통하는 산업안전분야 최초의 사회적 기업이다. 경영상의 어려움을 극복하기 위한 목적으로 사회적 기업 인증을 받는 여타 기업들과는 달리, (주)블루인더스는 사회에 기여하기 위해 2010년, 사회적 기업 인증을 받았다는 점에서 모범사례가 될 만하다(국제신문, 2011). “기업의 실리보다는 안전성과 편리성을 갖춘 좋은 제품을 만드는 것이 사회적 기업 정신” 이라고 표현하는 (주)블루인더스는 직원의 70% 이상을 장애인을 비롯한 취약계층으로 채용하고 기업 이익금의 2/3 이상을 사회적 목적으로 환원할 것을 약속하고 있다((주)블루인더스 홈페이지).

(주)블루인더스는 크게 산업안전 관련 제품과 보건환경 관련 제품을 생산하고 있다. 산업안전 관련 제품으로는 방진마스크 등 호흡보호구와 용접복, 장갑류, 도장/사상복 및 기타 부자재, 일반산업 안전용품 등이 있으며 보건환경 관련 제품으로는 전동 휠체어 및 대기용 필터류 등이 있다. 특히, 작업자의 건강과 환경을 생각하여 유해물질 0%의 산업 안전용품을 제작함으로써 사회적 가치를 실현하고 있다.

(주)블루인더스는 설립 초기와 비교해 보면, 3년 사이 직원 수가 5배 가까이 늘어나는 등 기업 규모가 급속도로 확장되었다. 2012년에는 SK그룹 행복나래(주)와 우선구매 협약을 체결하고 2013년에는 부산시의 후원으로 다른 기업들과 사회적 기업 지원 협약을 체결하면서 시장을 더욱 확장시켜 나가고 있다. 모기업이 경제적으로 성공을 거두었을 때 더 큰 경제적 성과를 창출할 목적으로 사업을 다각화하는 일반 기업들과는 달리, 사업 규모가 확장되더라도 내실을 튼튼히 다져 사회적 기업계의 롤모델이 되겠다는 (주)블루인더스의 귀추가 주목된다.

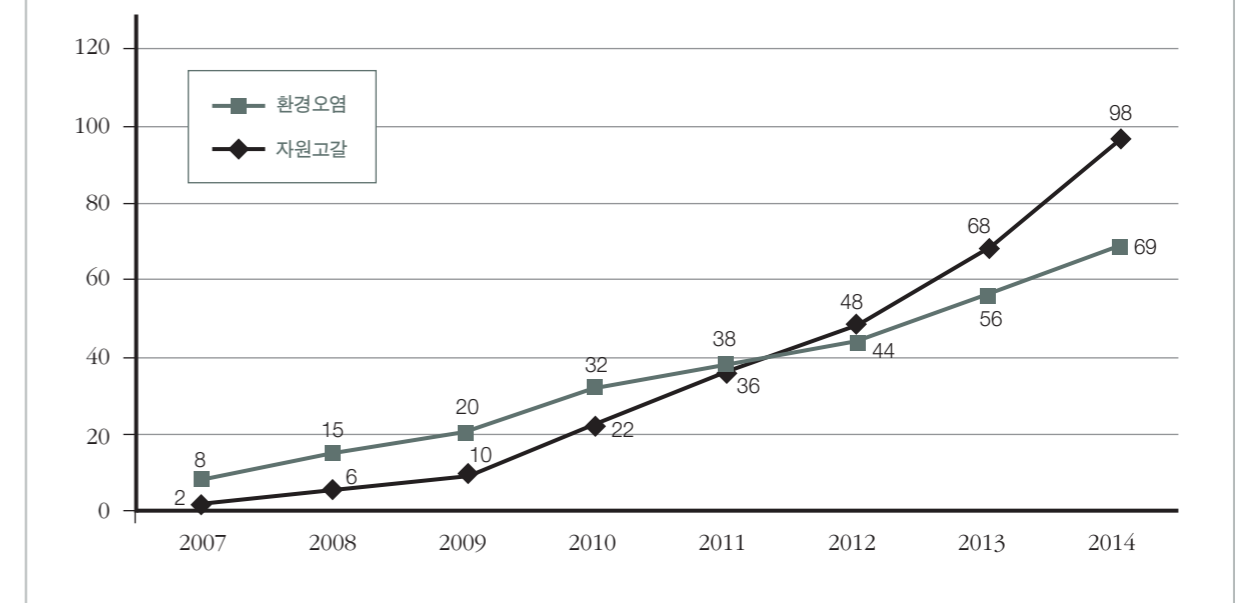
환경파괴 영역의 사회적기업: 환경오염, 자원고갈, 자연재해

마지막으로 신(新) 사회문제 중 환경파괴 영역에 해당하는 사회적 기업에 대해 알아보자. 환경파괴 영역에 속하는 인증 사회적 기업은 2007년, 10개에서 지속적으로 증가하여 2015년 현재, 전체 인증 사회적 기업의 약 13.5%에 해당하는 176개를 기록하였다. 앞서서도 언급하였듯이, 환경파괴 영역의 사회적 기업은 경제적 불평등, 사회적 위험 영역에 비해 절대적인 수치는 물론, 상대적인 비율도 가장 낮다. 환경파괴 영역에 속하는 중분류 사회문제는 환경오염, 자원고갈, 자연재해 3가지이나 우리나라에는 자연재해 문제를 다루는 사회적 기업이 아직까지 부재한 실정이다. 이에, 환경오염과 자원고갈 문제를 해결

하고 있는 사회적 기업을 중심으로 살펴보도록 한다.

먼저, 환경오염과 관련된 인증 사회적 기업은 2007년 2개에서 2015년 98개로 가파른 증가세를 보이면서 성장하였다. 환경파괴 영역 중 환경오염 문제를 해결하는 사회적 기업의 비중도 2007년 20%에서 2015년 약 58.7%까지 높아져 전체 인증 사회적 기업의 약 8.1%를 기록하고 있다. 특히, 환경오염과 관련된 사회적 기업 수가 2012년부터 자원고갈 문제를 다루는 사회적 기업 수를 앞서는 것으로 나타났다. 2012년 이후, 시간이 지날수록 환경오염 문제를 다루는 사회적 기업 수와 자원고갈 문제를 해결하는 사회적 기업 수 간의 격차가 더 커지고 있음도 확인할 수 있다. 이는 환경오염과 관련된 국제사회의 담론이 최근 들어 확산되고 있기 때문이라고도 볼 수 있다. 환경오염 문제를 해결하는 사회적 기업 수가 지속적으로 증가하는 현재의 추세는 앞에서 살펴본 국민 인식조사 결과와 비교해 봤을 때, 긍정적인 현상이라 할 수 있다. 국민들이 심각하게 인지하는 사회문제 중 하나가 환경오염과 기후변화였기 때문이다. 그러나 전체 사회문제별 사회적 기업 분포도와 비교했을 때, 환경오염 문제를 다루는 사회적 기업 수가 상대적으로 부족하다는 점에서 개선이 필요하다. 현재, 환경오염 관련 사회적 기업은 친환경 농수산물 생산 및 로컬푸드, 천연 염색, 친환경 세제, 생태체험 프로그램 등의 사업을 수행하고 있는 것으로 나타났다.

그림 4_ 환경 파괴 영역의 세부 사회문제별 사회적 기업 수 변화 추이(누적)



환경오염 문제를 다루는 사회적 기업의 대표 사례로 (주)송지를 선정하였다. 천기저귀 세탁 전문기업인 (주)송지는 일회용 종이기저귀 사용에 의해 발생하는 환경오염 문제를 줄이고자 천기저귀를 보급하고 이의 사용을 권장하고 있다. 천기저귀 사용을 통해 매년 6만 그루가 넘는 나무를 보존할 수 있기 때문에

(주)송지의 사회적 영향력은 매우 크다고 볼 수 있다. 이러한 성과를 토대로 (주)송지는 2012년 서울시 혁신형 사회적 기업, 2015년 서울시 사회적 경제 우수기업으로 선정되어 사회적 기업의 모범 사례로 평가 받고 있다.

환경오염 문제를 해결하는 (주)송지

(주)송지는 2010년 국제NGO인 생명누리공동체 패밀리케어사업단을 모태로 설립된 천기저귀 세탁 전문기업이다. 이 기업은 자사의 천기저귀 세탁 서비스 이용 시 천기저귀도 함께 제공하고 있으며 현재 7% 정도로 추정되는 국내 천기저귀 사용률을 30% 이상으로 끌어올리는 것을 목표로 한다. 일회용 종이기저귀를 착용할 경우, 아이가 태어나 기저귀를 뗄 때까지 약 5,000개가 사용되는데, 이것이 완전히 썩는데 150년이 걸리며 아이 1명당 187킬로그램의 목재를 필요로 한다. 이러한 일회용 종이기저귀 쓰레기가 국내에서만 매년 20만 톤이 발생하고 있으며 대부분 매립하거나 소각하는 방식으로 처리된다. 이의 문제를 해결하고자 (주)송지는 천기저귀 보급을 주도적으로 이끌고 있다.

사실, (주)송지가 국내 1호 천기저귀 보급 업체는 아니다. 이미 천기저귀 세탁업체와 천기저귀 대여 업체가 존재했지만, 저조한 천기저귀 사용률로 인해 심각한 경영난을 겪고 있었다. 이에, (주)송지가 2010년 총 2곳의 업체를 인수하면서 한국 사회에 천기저귀 보급의 제2막을 열었다. 이후, (주)송지는 2012년 4월, 사회적 기업 인증을 받았고 그 해 11월 서울시 혁신형 사회적 기업으로, 2015년 12월에는 서울시 사회적 경제 우수기업으로 선정되었다. 특히, 서울시에서는 천기저귀 세탁 서비스 보조금을 지급하고 있어 연간 서울 시민 2만 명 정도가 세탁료의 70%를 지원받고 있다¹⁹⁾(월간 함께사는길, 2015). 이 수치만 고려하더라도 매년 1억 개의 일회용 종이기저귀가 땅에 묻히지 않아도 되고 6만 그루가 넘는 374만kg의 목재를 절약할 수 있어 환경에 미치는 사회적 영향력이 상당히 크다고 볼 수 있다. 현재, 서울시를 제외하면, 정부의 천기저귀 사업 지원이 미약한 수준이지만, 일회용 기저귀 폐기물 부담금으로 조성되는 연간 130억 원의 재원을 '천기저귀 사용 장려'에 활용한다면 관련 사업은 더욱 확장될 수 있을 것이다(월간 함께사는길, 2015).

19) 2015년 1월 기준

자원고갈 문제를 다루는 사회적 기업 수는 2007년 8개에서 2015년 69개로 증가하여 현재, 환경과 관련된 분야의 약 42%를 차지하는 것으로 나타났다. 반면, 전체 인증 사회적 기업 중에서는 2015년 현재, 자원고갈 문제를 해결하고 있는 사회적 기업이 약 5.5%에 그쳤다. 자원고갈 관련 사회적 기업은 2008년, 전년도에 비해 가장 많이 증가한 것으로 나타났으나, 그 이후부터는 완만한 기울기를 보이며 증가하였다. 특히, 이들 기업은 환경오염 문제를 다루는 사회적 기업보다 그 증가 속도가 느렸다. 그 결과, 2011년까지는 환경오염 문제를 해결하는 사회적 기업보다 자원고갈 문제를 해결하는 사회적 기업 수가 더 많았으나, 2012년부터는 환경오염 문제를 다루는 사회적 기업 수가 더 많아지는 것으로 나타났다. 자원고갈과 관련된 사회적 기업은 주로 자원 재활용 및 재사용에 초점을 맞추고 있어, 환경오염 문제를 다루는 사회적 기업에 비해 사업의 종류 및 폭이 제한적이라는 특징도 지닌다.

자원고갈 문제를 다루는 대표적인 사회적 기업 사례로 (주)에코시티서울과 서울시민햇빛발전조합을 들 수 있다. '서울시 도시광산 사업'이라 불리는 SR센터를 위탁 운영하고 있는 (주)에코시티서울은 자원 재활용 사업을 통해 자원고갈 문제를 해결하는 사회적 기업을 대표한다. 서울시민햇빛발전협동조합은 인증 사회적 기업은 아니지만, 화석연료를 포함한 천연자원의 고갈 문제, 핵발전소의 위험에 대응하기 위해 햇빛 발전소 보급에 심혈을 기울임으로써 기존 자원고갈 문제를 다루는 사회적 기업보다 폭넓은 사업 영역을 구축하고 있다. 이를 바탕으로 2015년 1,800여 가구에 미니햇빛발전소를 보급하는 등의 성과를 달성하였다. 서울시민햇빛발전협동조합의 사례는 사회문제 해결을 통해 사회적 가치를 실현하고 있음에도, 사회적 기업 인증을 받지 않는 조직들을 대표함으로써 사회적 기업 인증제도의 문제점을 논할 수 있는 계기를 제공한다는 점에서 의의가 있다.

자원고갈 문제를 해결하는 (주)에코시티서울

(주)에코시티서울은 '서울시 도시광산 사업'이라 불리는 SR센터를 위탁 운영하기 위한 컨소시엄 법인으로 설립되었다. 2009년, SR센터 개소에 맞추어 (사)재활용대안기업연합회, (사)한국전자산업환경협회, SK가스(주)가 에코시티서울컨소시엄을 구성하여 에코시티서울사업단을 설립하였으며 2011년에 (주)에코시티서울로 법인화한 후²⁰⁾, 사회적 기업 인증을 받았다.

(주)에코시티서울은 서울시 25개 지역의 가정에서 버려지는 소형폐가전, 폐휴대폰, 폐사무기기 등을 수거해 분해공정을 거쳐 자원화하는 사업을 이행하고 있다. 현재, 연간 72만 개(3,600

20) SK가스(주)는 2010년 컨소시엄을 탈퇴하였다.

톤)의 전자 폐기물을 처리하고 고철, 비철, 구리, 플라스틱, 인쇄 회로기판 등으로 구분되는 자원을 추출해 판매하고 있다(SR센터 홈페이지).

2015년 한 해, (주)에코시티서울이 SR센터에서 수거한 제품은 총 2,508톤으로 그 중 2,102톤이 사업대상 품목이었다. 사업대상 품목은 컴퓨터, 노트북, 모니터, 복사기 등 통신·사무기기 497톤, 전기정수기, 전기오븐, 전자레인지 등의 중형기기는 156톤, 오디오, 공기청정기, 전기밥솥, 가습기, 선풍기 등의 소형기기는 1,449톤이었다. (주)에코시티서울은 자원 순환 판매로 얻은 기금을 사회에 환원하고 있는데, 2009년 사회복지공동모금회에 약 2억2,000만 원을 기부한 것을 시작으로 2009년부터 2012년까지 4년 간 약 7억6,000만 원을 기부했다(SR센터 홈페이지). (주)에코시티서울은 서울시 '도시광산'에서 캐낸 폐금속 자원을 순환시켜 자원 절약에 기여하는 한편, 이 과정에서 발생하는 수익도 사회로 환원하여 사회적 기업으로서의 사회적 영향력을 확대시키고 있다.

자원고갈 문제를 해결하는 서울시민햇빛발전협동조합

서울시민햇빛발전협동조합의 경우, 조만간 고갈될 화석연료 및 천연자원 문제와 더불어 핵발전소의 위험을 인식하고 이에 대응하기 위해 햇빛발전 보급에 심혈을 기울이고 있다. 2014년, 서울시 노원구 상원초등학교 옥상에 지역주민과 교사, 학생 등의 출자로 37.2kW 용량의 햇빛발전소를 세우기도 했으며 이 때부터 2016년 현재까지 각 가정의 베란다 난간이나 옥상 등에 쉽게 설치할 수 있는 250W 용량의 미니 햇빛발전소를 보급하고 있다. 2015년 한 해에만 1,800여 가구가 서울시민햇빛발전협동조합을 통해 베란다 등에 미니 햇빛발전소를 설치했다(AVING, 2016). 햇빛발전소는 화석연료를 지속적으로 소모할 필요가 없을 뿐 아니라, 핵발전소와 달리 블랙아웃과 같은 사회적 위험을 초래하는 정전사태를 발생시킬 확률도 적다.

서울시민햇빛발전협동조합은 이상의 사회적인 목적을 지니고 있음에도, 사회적 기업 인증을 받지 않았다. 사회적 기업 인증제도 자체가 인건비 지원 등을 통해 기업 설립 초기에 발생하는 재정적 불안을 해소하고 취약계층을 대상으로 한 일자리 창출에 초점이 맞추어져 있기 때문에 이미 충분한 역량을 보유하고 있는 기업의 경우, 사회적 기업 인증의 필요성을 느끼지 못한다. 또한, 서울시민햇빛발전협동조합은 서울시로부터 미니 태양광 발전 설치비(서비스 이용 요금 보조)를 지원받고 있어 사회적 기업 인증이 추가로 필요하지 않았을 가능성이 높다. 특히, 서비스 이용 요금 보조는 소비자로서 하요금 사회 서비스 이용을 촉진하여 관련 시장을 확장시키기 때문에 인건비 지원 등 단순한 경제적 지원보다 훨씬 더 매력적이라 할 수 있다.

사회문제 해결사로서 사회적 기업의 한계

지금까지 사회문제 영역별 사회적 기업 분포도와 함께 대표 사회적 기업 사례들을 살펴봄으로써 이들이 어떠한 방식으로 사회문제를 풀어 나가는지 확인해 보았다. 대체적으로 시대별로 강조되는 보편적 이념이 변화함에 따라 관련 사회문제를 해결하기 위한 사회적 기업들도 증가하는 경향을 보였다. 그럼에도 현재 우리나라의 사회적 기업을 사회문제 해결사라고 부르기에는 몇 가지 아쉬움이 남는다.

첫째, 사회적 기업이 우리 사회의 심각한 사회문제들을 모두 해결하고 있지는 않다. 사회적 기업이 주로 분포하고 있는 사회문제 영역은 노동 불안정, 삶의 질 저하, 사회통합 저해였다. 반면, 안전 위협, 자연 재해 관련 문제를 다루는 사회적 기업은 상대적으로 그 비중이 매우 낮다. 이는 앞서 살펴본 사회적 기업가들을 대상으로 한 인식 조사 결과에서도 확인할 수 있다. 사회적 기업가들은 안전 위협의 문제를 다른 사회문제들에 비해 심각하게 받아들이지 않았으며, 자연재해의 문제에 대해 사회적 기업의 기여도가 가장 낮을 것이라고 인식하고 있었기 때문이다.²¹⁾ 하지만, 현재 우리나라는 어떠한 사회문제도 그 중요성이 낮다고 말할 수 없을 정도로 심각한 위기에 처해있다. 이를 직접 체감하는 국민들의 입장에서 모든 사회문제가 상당히 크게 느껴진다. 그렇기 때문에 사회문제 중심으로 보았을 때, 현재와 같은 사회적 기업의 불균형적인 분포는 심각한 문제가 아닐 수 없다. 따라서 시민들의 기대에 발맞춰 다양한 사회문제들을 균형적으로 해결해 나가기 위해서는 사회적 기업가들 스스로 새로운 사회가치를 탐색하고 이에 적극적으로 도전해야 한다. 이 때, 국가의 지속가능발전에 한 걸음 더 가까이 다가갈 수 있을 것이다.

둘째, 사회적 기업 사례들을 살펴보면 발견한 또 다른 아쉬움은 사회적 기업의 사회적 성과를 명확하게 설명하고 있는 경우가 드물었다는 사실이다. (주)에듀머니와 같이, 사회적 기업의 성과를 정리하여 기업을 소개하는 경우도 있었고 (주)송지와 같이, 천기저귀를 통해 얼마나 많은 목재를 절약할 수 있었는지를 명확히 밝힌 곳도 있었다. 하지만, 대부분의 사회적 기업들은 해당 사업의 성과를 진행 사업들을 나열하거나 몇 명의 취약계층을 고용하였다는 식으로 설명하고 있어 실질적인 사회적 영향력을 파악하기에 불분명한 경우가 많았다. 노동 불안정 문제나 사회통합 저해 문제와 같이 취약계층의 고용이 해당 사회문제를 해결하는 중요한 요소인 경우에는 그러한 설명이 당연하다고 할 수 있다. 그럼에도, 사회적 기업 저마다 고유한 사회적 목적을 가지고 있다는 사실을 감안해 보면, 그 성과를 명확히 설명하지 못하는 것에 대해서는 아쉬움이 남는다.

사회문제 해결사로서 사회적 기업이 역할하기 위해서는 어떠한 사회문제를 해결하고자 하는지, 이를

21) 사회적 기업가들에게 사회문제 영역별로 사회적 기업이 이의 해결에 기여할 수 있는지를 물어본 결과, '노동 불안정' (67%), '삶의 질 저하' (54%), '소득 및 주거불안' (44%), '사회통합 저해' (41.3%), '교육 불평등' (38.7%), '환경오염과 기후변화' (36%), '급격한 사회구조 변화' (31%), '자원고갈' (27%), '안전 위협' (22.3%), '자연재해' (19%) 순으로 기여도가 높을 것이라고 평가하였다.

바탕으로 어떠한 사회적 성과를 창출하고 있는지 그들 스스로 규명하려는 노력이 필요하다. 물론, 사회적 성과를 매출이나 이익 등의 경제적 성과처럼 특정한 수치로 구체화하기 어렵다는 점에는 우리 모두 동의하는 바이다. 그러나 현재 이를 측정하고 평가하려는 시도들이 곳곳에서 진행되고 있다. 멀지 않은 미래에는 사회적 기업들이 자신의 사회적 성과를 경제적 성과처럼 화폐화시켜 보고하는 것이 일반화될 수 있다. 사회적 기업이 사회문제를 보다 균형적으로 해결해 나가도록 만들기 위해서는 사회문제 해결을 통해서도 충분히 그 성과를 인정받고 수익을 창출할 수 있다는 믿음을 널리 확산시키는 것이 가장 필요하다. 이런 점에서 본다면, 사회적 기업이 사회문제 해결을 통해 창출해 낸 사회적 성과를 측정하고 평가하는 노력이 매우 중요한 과제로 남아있음을 알 수 있다.

마지막으로 사회적 기업 사례를 살펴보면 발견한 또 다른 아쉬움은 사회적 혁신 생태계에 정부로부터 사회적 기업 인증을 받지 않는 기관이 다수 존재하고 있다는 점이다. 앞의 사례에서 살펴본 것과 같이, 서울시민햇빛발전협동조합은 정부로부터 사회적 기업 인증을 받지 않고 사업을 추진하고 있다. 실제로 환경과피 문제를 해결하고 있는 기업들을 살펴보면, 한살림, 아이쿱, 두레, 행복중심 등 소비자생활협동조합도 다수 존재한다. 이들은 여타 사회적 기업들에 비해 거대한 조직 규모를 바탕으로 사회문제 해결에 필요한 충분한 역량을 보유하고 있음에도, 정부로부터 사회적 기업 인증을 받지 않고 있다.

이는 우리나라의 사회적 기업 인증제도가 사회문제 해결을 목적으로 하는 사회적 기업의 성장과 관련 시장의 확대에 기여하지 못하고 있음을 시사한다. 사회적 기업이 다양한 사회문제를 해결하기 위해서는 장기적인 안목을 가지고 창의적인 아이디어와 기술을 개발하는 것이 필요한데, 현재 정부가 제공하고 있는 인건비 중심의 단기적인 재정지원만으로는 이를 실현하기가 매우 어렵기 때문이다. 따라서 사회적 기업이 다양한 사회문제를 해결하도록 육성시키기 위해서는 사회적 기업을 둘러싼 제반 환경을 변화시켜 사회적 혁신 생태계가 보다 풍성해질 수 있도록 해야 한다. 이의 대표적인 예로 (주)진천주거복지센터두꺼비하우징, (주)포스코휴먼스, (주)한신플러스케어, (주)에코시티서울 등과 같이, 사회적 기업이 지역 사회, 대기업 등 다양한 행위 주체들과 협력하여 사회문제를 해결함으로써 사회적 영향력을 확장시키는 것을 들 수 있다.

우리나라의 사회적 기업이 사회문제 해결사로서 역할하기 위해서는 이상의 세 가지 문제점이 개선되어야 한다. 무엇보다, 우리나라 사회적 기업의 가장 근본적인 문제는 노동 불안정 등 일부 사회문제 영역에 치우쳐 발전하고 있다는 사실이다. 두 번째와 세 번째 문제점은 우리나라의 사회적 기업이 다양한 사회문제를 해결하지 못 하는 근본적인 원인이라 볼 수 있다. 따라서 다음 절에서는 현재, 사회적 기업이 부족한 사회문제 영역 중심으로 국내외 선진 사례들을 살펴봄으로써 우리나라 사회적 기업이 사회문제 해결사로서 적절히 기능하기 위해, 그리고 보다 다양한 사회문제를 다루기 위해 필요한 요소들을 확인하도록 한다.

선진 사회적 기업, 어떻게 사회문제를 풀어가고 있나?

사회적 기업은 사회문제 해결과 동시에 수익성을 충족시켜야 한다. 하지만, 이 두 목적을 모두 달성하기란 쉽지 않다. 그렇기 때문에 사회적 기업의 역사가 짧은 우리나라에서는 이의 성공 사례가 드물다. 해외로 눈을 돌려 보면, 그 두 가지 목적을 충실히 이행하면서 균형을 맞춰 나가는 사회적 기업들이 대개 성공한 것으로 나타난다. 어느 한 쪽에 치우치다 보면, 사회적 기업으로서의 정체성을 잃을 수 있기 때문이다. 이것이 사회적 기업에 선뜻 뛰어들지 못 하는 이유이기도 하다. 수익 창출도 어려운 상황에서 사회문제까지 해결해야 하니 말이다. 그렇지만, 사회문제는 양적으로 팽창하고 있고 그 깊이도 심화되고 있다. 과거처럼, 정부가 모든 것을 해결해 주기를 바랄 수 없는 세상이 되었다. 이에, 기업처럼 수익성을 추구하면서도 정부처럼 공공성을 창출함으로써 사회문제를 보다 효율적이고, 효과적으로 해결할 수 있는 사회적 기업의 역할이 매우 중요해지고 있다. 우리나라는 그 중요성을 인지하고, 정부 정책을 통해 사회적 기업을 육성해 왔다. 하지만, 현실은 어떠한가?

우리 사회에 침투해 있는 다양한 사회문제를 해결할 정도로 사회적 기업이 많다고 볼 수 있을까? 정부의 적극적인 육성 정책으로 짧은 기간 내에 상당히 많은 수의 사회적 기업이 증가하였다는 점은 긍정적이다. 하지만, 대부분의 사회적 기업들이 취약계층 고용을 소셜 미션(social mission)으로 하고 있다. 현대 사회의 문제는 취약계층 뿐 아니라, 보통의 사람들에게도 나타나며 그 파급력 또한 크기에 다양한 사회문제를 해결하기 위한 사회적 기업들이 고루 존재해야 한다. 그런 점에서 사회문제 지형도를 살펴보고 사회문제 해결의 수요-공급 불일치(mismatch)를 확인하는 것은 더 좋은 사회, 더 나은 미래를 건설하기 위해 꼭 필요한 일이다.

사회적 기업의 수익 창출은 사회문제 해결과 직결되어야 한다. 이는 혁신을 통해 가능하다. 혁신은 기업 경쟁력을 높이기 위한 기술 개발에서 시작되었지만, 사회를 긍정적으로 변화시키기도 한다. 생산비 절감을 위한 기술 개발로 인해 물질적으로 여유 있는 사람들 뿐 아니라, 저소득층까지도 상품을 구매할 수 있게 된 사례들이 대표적인 경우이다. 해당 기업의 수익 제고는 물론, 저소득층의 삶의 질 개선에도 기여했기 때문이다. 원래의 목적은 기업 가치 창출에 있었지만, 부가적으로 사회에 긍정적인 영향을 미친 셈이다. 사회적 기업의 미래는 바로 여기에 달려있다. ‘수익성과 공공성의 동시 창출’이라는 보다 분명한 목적 의식을 가지고 사회적으로 유의미한 가치를 만들어 내는 ‘사회 혁신’에 집중해야 하는 것이다. 다만, 사회문제의 범위를 보다 넓게 생각할 필요가 있다. 지금처럼, 취약계층 고용에 한정된 활동만을 이어나가는 것은 사회문제 해결의 손길이 닿지 않는 사각지대를 더 키울 수 있다.

따라서 보다 혁신적으로 사회를 발전시키고 동시에 기업의 수익성도 높이는 사업을 발굴하고 이를 위한 기술을 끊임없이 개발해 나가야 한다. 정부 보조금에 안주하는 그런 사회적 기업이 아닌, 혁신성 높

은 지속가능한 사회적 기업으로 거듭나야 하는 것이다. 그런 측면에서 보면, 다양한 사회문제들 가운데, 문제해결을 위한 노력이 부족한 사회문제 영역이 사회적 기업들에게 기회가 될 수 있다. 번뜩이는 아이디어로 틈새시장을 개척해 볼 수 있는 것이다. 이는 사회적 기업에게도 유익하지만 그에 따른 혜택은 전 국민이 볼 수 있으므로 사회 전체적으로도 바람직하다. 이 때, 우리는 공생과 공유의 가치를 경험할 수 있다. 그런 점에서, 다양한 사회문제 영역에 사회적 기업이 고루 분포해야 한다. 그럼, 이제부터 우리나라에서 사회적 기업이 부족한 사회문제 영역 중심으로 대표적인 국내외 선진 사례들을 살펴보자.

환경 파괴 영역의 선진 사례

우리는 앞서, 사회문제 영역별 사회적 기업 분포도를 확인하였다. 경제적 불평등, 사회적 위험, 환경 파괴의 대분류 영역별 분포를 보면, 절대·상대적으로 환경 파괴 부문의 사회적 기업이 부족한 것으로 나타났다. 환경 문제를 해결하기 위해서는 보다 창의적인 기술과 혁신성을 갖춘 아이디어들이 뒷받침되어야 하기 때문에 초기 투자 비용이 많이 든다. 그러나 현실적으로 사회적 기업이 이러한 역량과 자원을 구축하기 어려우므로 환경 보존을 소셜 미션(social mission)으로 삼고 있는 대부분의 사회적 기업들은 버려진 물건들을 재활용하는 형태로 사업을 이어나가고 있다. 최근 들어, 친환경 세제, 로컬푸드 생산 등으로 사업 영역을 확장해 나가고 있지만, 여전히 전 세계적으로 발생하고 있는 이상고온, 기습 폭우, 폭염, 미세먼지, 벼락 및 돌풍, 자원 고갈 등 다양한 환경문제에 선제적으로 대응하기에는 역부족인 듯하다.

환경 개선을 선도적으로 이끄는 해외의 성공 사례를 살펴보면, 우리나라에 시사하는 바가 크다. 이의 대표적인 예로 네덜란드의 오션클린업이 있다. 이 기업은 아직 시범단계이기는 하지만, 막대한 환경 피해를 줄일 창의적인 아이디어를 실현할 기술 개발에 박차를 가하고 있다.

네덜란드의 오션클린업

2012년, “바다 스스로 쓰레기를 청소하게 만들겠다”는 독특한 발상을 가진 보얀 슬랫(Boyan Slat)에 의해 창립된 오션클린업은 조그마한 아이디어 하나로 세상을 바꿀 놀라운 일을 기획하고 있다. 보얀 슬랫은 역대 최연소인 19살의 나이로 2014년 유엔환경계획(UNEP)이 주최하는 ‘지구환경대상’을 수상하기도 하였다. 그가 생각해 낸 아이디어는 원형으로 순환하는 ‘해류 소용돌이(Gyre)’를 이용하여 바다 내 플라스틱 쓰레기를 한 곳에 모으고 이를 수거하

겠다는 것이었다. 구체적으로는 북태평양 해류에 길이 100km, 높이 3m에 달하는 V자 모양의 플라스틱 막대를 설치하면 해류가 회전하면서 플라스틱 쓰레기가 막대에 와 저절로 붙게 되며, 이를 태양광 발전을 이용해 회수장치로 옮기는 원리이다. 물고기 등 다른 해양 생물체는 3m 하단으로 통과할 수 있기 때문에 해양 생태계에 미치는 악영향은 전혀 없다. 이는 배를 통해 플라스틱 쓰레기를 회수하는 기존의 방법보다 비용이 1/33 수준으로 절감되고 그 속도도 7,900배 빠르다고 한다. 이 때, 수거된 플라스틱 쓰레기를 재활용하고 되팔아 수익을 올리고 그 수익으로 다시 쓰레기를 수거하는 것이 이 기업의 사업 모델인 것이다. 2016년 봄, 일본 쓰시마섬에서 시험 단계를 거쳐 2019~2020년쯤에는 본격적으로 이 기술을 태평양에서 사용할 수 있을 것으로 예상된다.

이 사례에서 놀라운 사실은 2012년, 정부나 환경보호단체도 아닌 17세 네덜란드 소년, 보얀 슬랫이 TED를 통해 이 프로젝트를 제안하고 200만 달러를 크라우드펀딩으로 조달해 기업 창립까지 이어왔다는 것이다. 보얀 슬랫의 이 아이디어는 플라스틱이 한 곳에 머물지 않고 계속 움직이기 때문에 청소하기 어렵다는 기존의 생각을 역으로 전환한 데서 출발한다. 문제의 원인이 곧 해결책이 될 수 있다는 발상의 전환을 꾀한 것이다. 전 세계적으로 매년 미국 앰파이어스테이트 빌딩 2개에 달하는 쓰레기가 바다에 버려지는데 이로 인해 100여 종의 생물이 멸종될 수 있으며 1,300만 달러의 경제적 손실을 야기할 수 있다고 한다(허핑턴포스트 코리아, 2015; ETN 뉴스, 2015). 바다로 유출된 플라스틱 쓰레기가 해양 오염, 해양 생태계 파괴만 야기하는 것이 아니라, 자원 고갈, 인류의 삶 위협 등 심각한 부작용을 양산하게 되는 것이다. 오션클린업은 창의적인 아이디어와 기술로 전 세계적으로 심각한 환경 오염 문제를 혁신적으로 줄여나갈 준비를 하고 있다. 직원은 15명에 불과하지만, 기술 개발을 위해 과학자, 엔지니어를 포함한 120명의 자원봉사자들로부터 지원을 받고 있다. 또한, 이미 30개가 넘는 회사에서 재활용 플라스틱 상품을 구매하겠다는 의사를 전하고 있다고 한다(허핑턴포스트코리아, 2015).

위의 사례가 독창적인 아이디어와 기술로 환경 문제를 혁신적으로 해결하고자 한 경우라면, 다음 사례는 사회문제 해결 의지와 아이디어의 결합으로 환경 보호에 일조하고 있는 경우라 할 수 있다.

인도의 베이키스

인도의 베이키스는 농업 전문 컨설턴트인 나라야나 피사패티(Narayana Peesapaty)에 의해 2010년에 설립된 사회적 기업이다. 피사패티는 인도에서만 한 해 1,200억 개의 일회용 숟가락과 포크가 사용된다는 점에 착안하여 쓰레기의 양을 획기적으로 줄이기 위한 식용 숟가락과 포크인 에디블 커티리(Edible Cutlery)를 개발했다. 에디블 커티리는 팥, 수수, 쌀, 밀 등을 주원료로 하며 방부제가 전혀 들어가지 않아 사용 후에 먹을 수도 있다. 또한, 쓰레기로 배출해도 5일 정도가 지나면 자연분해되어 환경오염의 부담도 적다.

에디블 커티리는 인도에서만 이미 150만 개 이상이 팔린 것으로 전해진다. 지난 2016년 3월에는 세계 시장으로 판매를 확대하기 위해 크라우드 펀딩을 시작했는데, 시작 한 달 만에 목표액이었던 2만 달러의 10배가 넘는 27만 8874달러를 모으기도 했다. 단맛, 매운맛, 플레인 등의 다양한 맛으로 출시된 에디블 커티리의 공식 판매가격은 100개당 325루피(한화 약5,600원)이다. 현재는 플라스틱 제품과 가격이 비슷해 경쟁력이 떨어지지만, 앞으로 농부와 직거래를 통해 재료를 조달하고 직접 제조하여 생산량을 늘려나가면 가격을 더욱 낮출 수 있을 것으로 예상된다.

베이키스의 존재 이유는 환경을 보호하고 사람의 건강을 지키는 것으로 확고하다. 설립자 피사패티는 “현재 우리는 플라스틱 제품 사용에 너무 익숙해져 있는데 이 습관을 변화시키는 것이 베이키스의 최종 목표”라고 강조한다(블로터 홈페이지).

이 사례의 경우, 인도에서 1,200억 개, 전 세계에 걸쳐 셀 수도 없는, 이 거대한 플라스틱 쓰레기 문제를 먹으면서 해결할 수 있다는 발상의 전환을 꾀한 점이 독특하다. 전 세계 환경 오염을 개선하는데 그치는 것이 아니라, 사람들의 건강까지 생각하는 피사패티의 의지가 돋보이는 사례라 할 수 있다. 기업의 수익성이 사회문제 해결과 직결된다는 점에서 우리에게 시사하는 바가 크다.

이상의 두 가지 사례는 혁신성, 창의적인 아이디어, 기술을 겸비한 사회적 기업이라는 존재가 기존의 정부 정책보다 사회문제를 얼마나 더 효율적으로 해결할 수 있는지 잘 보여준다. 이 외에도 아이디어 하나로 환경 문제를 해결해 나가고 있는 해외 사회적 기업들의 성공 사례는 상당히 많다.

따라서 우리나라에도 환경 문제를 개선하기 위한 혁신성, 기술을 동반한 사회적 기업들이 많이 육성되어야 한다. 이 때, 모두가 행복한 사회를 꿈꿀 수 있다. 지금 당장의 발전만을 생각한다면, 환경 문제

에 그렇게 신경을 쓰지 않아도 된다. 하지만, 전 세계적으로 환경 오염 때문에 겪게 될, 미래 인류에게 닥칠 엄청난 재앙들을 생각해 본다면, 지금부터라도 이 문제를 혁신적으로 해결해야 한다.

앞에서 살펴본 것처럼, 국민들이 국회의원보다 환경 문제를 더 심각한 것으로 받아들이고 있었다. 이는 국민들이 환경 문제를 심각하게 생각하는 것만큼 관련 정책의 우선순위가 높지 않음을 시사한다. 다행스러운 것은 사회적 기업가들이 환경 오염 문제에 대해 심각하게 인지하고 있다는 점이다. 이는 환경 문제를 해결하기 위한 사회적 기업들이 더 많아질 수 있다는 희망적 메시지가기도 하다. 다만, 거시적인 안목에서 보다 획기적으로 환경을 개선할 수 있으면서도 수익이 될 만한 아이템을 발굴할 수 있도록 사업 방향의 전환이 시급하다. 우리나라에도 혁신적으로 환경 문제를 해결하는 사회적 기업, 트리플래닛이 있다. 이 기업은 2010년, “나무로 가득한 초록별을 만듭니다. 세상 모든 사람이 나무를 심을 수 있는 방법을 만듭니다”라는 미션을 가지고 설립되었다. 가상 게임을 통해 나무를 심으면, 실제 사막에 나무가 심어지게 하는 창의적인 사업 아이템을 발굴하여 수익 창출과 환경 문제 해결을 동시에 실현하고 있다. 이와 같은 기업 사례가 보다 풍성해질 때, 환경문제의 개선을 기대할 수 있다.

안전 위협 문제를 다루는 선진 사례

신(新) 사회문제의 대분류 영역 중 경제적 불평등, 사회적 위협에 속한 사회적 기업의 수는 환경 파괴의 경우보다 훨씬 많았다. 하지만, 경제적 불평등, 사회적 위협의 중분류 영역으로 들어가면, 그 상황은 달라진다. 경제적 불평등 영역 중 소득 및 주거 불안과 교육 불평등, 사회적 위협 영역 중 사회구조 변화, 안전 위협에 해당하는 사회적 기업의 수는 현저히 적었다. 특히, 안전 위협 문제를 해결하는 사회적 기업은 전체 인증 사회적 기업 1,299곳의 1.2%에 불과하다. 최근, 국내 대형 안전 사고가 증가하면서 국민들의 불안감은 가중되고 있다. ‘안전’의 문제는 사후 조치도 중요하지만, 사전 예방 및 관리가 더 중요하다. 그럼에도, 지금까지 정부가 안전 문제에 대응해 왔던 방식은 늘 도마 위에 오르고 있다.

세월호 사건 이후, 2014년 11월, 재난·안전 컨트롤타워인 국민안전처를 신설하였지만, 계속해서 발생하고 있는 일련의 사건사고들을 보면, 국민들의 불안감을 해소하기에는 역부족이었다. 2016년 6월 30일, 국민안전처에서 정부의 재난안전예산이 신속한 대응 역량 확보, 예방기능강화, 안전 교육 활성화 및 민간역량 강화 등에 집중 투자되어야 한다는 내용의 ‘2017년도 재난안전예산 사전협의안’²²⁾을 기획재정부에 제출하였다(국민안전처, 2016). 이는 정부에서도 대형 재난안전사고 대비 및 예방을 중요하게 인

22) 재난안전예산 사전협의는 정부가 재난안전예산을 편성하기 전에, 재난안전 컨트롤타워인 국민안전처에서 각 부처가 요구하는 재난안전예산을 종합적으로 검토하여 의견을 제시하는 제도로 2015년에 처음 시행되었다. 국민안전처에서 제출한 재난안전예산 사전협의안을 바탕으로 기획재정부는 정부의 재난안전 예산안을 최종 확정한다. 이 제도를 통해 재난 및 안전관리 사업의 투자 효율성을 제고할 수 있다(국민안전처 보도자료, 2016).

지하고 있음을 의미한다. 그러나 정부 홀로 이를 담당하기에는 많은 제약이 존재한다. 대형 사고를 선제적으로 예방하기 위해서는 전문 프로그램 및 기술을 개발하는 것이 급선무지만, 이를 정부가 직접 감당하기에는 전문성이 부족하다. 이에, 핵심 기술을 가진 민간부문과의 협력이 더 중요하다. 하지만, 민간 부문은 ‘수익 창출’을 우선시하기에 이들과의 협력에 여러 가지 걸림돌이 존재한다. 그렇다면, ‘사회문제 해결’을 목표로 하는 사회적 기업과 협력하는 것이 그 대안이 될 수 있지 않을까? 아래의 사회적 기업 사례들을 보면, 아이디어와 관련 기술 개발, 혁신적 사고를 통해 안전 문제를 보다 효율적으로 해결해 나가고 있기 때문이다.

안전 문제를 선제적으로 예방하고 있는 사회적 기업의 대표적인 사례는 앞에서 언급했던 블루인더스가 있다. 가볍고 방수성이 뛰어난 신형용접복을 개발하여 산업안전 사고를 미리 예방하고 있다. 또 하나의 선도적인 국내 사례로 ‘포드림’이 있다. 이 기업은 지난 10년 간, ICT 기술을 접목하여 대규모 재난 안전 사고 문제를 해결해 왔다.

우리나라의 포드림

포드림은 2008년 승례문 화재 사고가 발생한 직후 화재 경보 시스템을 만들어 전국 문화재 100여 곳에 설치했다. 화재 경보 시스템은 온도, 습도, 연기 등을 감지하는 스마트 센서와 연계해 스마트폰으로 경보가 울리도록 하는 기술을 개발하여 얻은 결과물이다. 이는 소중한 우리의 문화재가 유실될 가능성을 사전에 방지하고 싶다는 포드림 대표의 의지에서 출발했다. 또한, 수류탄이 사람 가까이에 있으면 터지지 않도록 하는 센서 모듈을 개발했으며 세월호 사건 이후 선박 조난 방지 시스템을 만들어 특허 출원하기도 했다(조선일보 더나은미래, 2015). 국내 특허는 물론, 미국, 일본 등 다수의 해외 특허도 보유하고 있다. 포드림은 안전 관리 분야에 특화된 전문 기술을 가진 사회적 기업으로 ‘2015 대한민국 IT 융합 엑스포’에 참가해 다양한 안전관리 분야 솔루션을 선보였다. 2014년 12월, 조달청에서 주최한 우수제품 지정 대회에서 우수조달제품으로 선정된 이력도 가지고 있다.

2010년부터는 개인영상 정보 분야 시장을 개척하기도 했다. 전국 450만 대를 넘어서는 CCTV에 저장된 개인 영상이 사생활 침해를 야기할 수도 있다는 사회적 불안감이 커져갈 때, CCTV 영상의 부정사용을 통제할 수 있는 영상정보 보호 관리 시스템을 개발한 것이다. 이 시스템은 개인영상 정보 유출, 오남용, 사생활 침해 등을 막기 위해 CCTV 영상정보를 수집, 관리하는 기관을 지속적으로 모니터링하고 경찰이나 수사기관에 증거자료로 제출할 때 마스킹,

워터마킹 등을 적용시키며 실시간으로 장비를 체크하도록 한다. 이는 보건복지부 어린이집 CCTV 구축사업, 아파트 CCTV 구축 사업, 지하철·고속도로·항만·학교·지자체 등 전 영역에 적용되고 있으며 에스원, ADT 캡스, 한화테크윈, UDP, 하이트론 등 민간 기업의 VPM(Video Privacy Management) 모듈로 채택되기도 하였다. 포드림 대표는 “아이디어를 내고 대안을 찾는 건 민간의 역할이며 안전 관리에 ICT 기술을 접목하면 지속가능한 비즈니스가 될 수 있다. 앞으로도 영상정보 오남용과 사생활 침해를 최소화하는 기술을 지속적으로 개발해 사람 중심의 따뜻한 기술을 제공할 것이다”라고 말한다(전자신문, 2016).

이 사례는 사회문제 해결을 통한 가치 창출 효과가 보다 광범위하게 확산될 수 있음을 보여준다. 취약 계층 고용을 소셜 미션으로 하는 사회적 기업의 가치 창출 효과는 특정 계층에 국한되지만, 안전 문제 해결에 기여하는 위와 같은 사회적 기업을 통해서만 국민 모두가 그 혜택을 누릴 수 있기 때문이다. 특히, 수익성과 사회문제 해결의 접점을 찾아 지속가능한 비즈니스를 실현하기 위해 노력하고 있다는 점이 눈여겨 볼 만하다. 이러한 사회적 기업이 보다 많아질 때, 국민들이 안심하고 일상 생활을 이어나갈 수 있으며 정부의 예산도 절감될 수 있을 것이다.

소득 및 주거 불안 문제를 다루는 선진 사례

안전 문제에 더하여, 요즘 우리 사회에 심각한 불안감을 야기하는 문제로 ‘소득 및 주거 불안’이 있다. 현대 사회의 젊은이들은 이 문제 때문에 연애, 결혼, 출산을 포기하기도 한다. 중장년층들이라고 해서 이 문제로부터 자유로운 것도 아니다. 치솟는 집값, 그에 따른 가계부채의 상승이 중장년층의 안정된 노후를 보장하지 못 하고 있다. 이의 문제를 해결하기 위해 정부는 경기부양책이나 부동산 대책을 시시 때때로 세우지만, 그 효과가 지속적이지 못 하다. 김대중 정부 때부터 본격적으로 부동산 정책을 발표해 왔지만, 지금까지의 정책 내용을 보면, 규제를 완화하느냐, 강화하느냐의 정도 차이일 뿐이라는 지적이 많다. 거시적인 안목을 가지고 부동산 시장 전체를 관통하는 정책을 펼치는 것이 아니라, 부동산 침체 혹은 과열 현상에 단기적으로 대응하다 보니 정책이 너무 자주 바뀐다는 문제도 지적되고 있다(조임곤·정재진, 2011; SBS 뉴스, 2016). 이에, 정책의 효과가 반감되고 정책에 대한 불신이 커져 점점 더 정책 효과가 나타나지 않는 악순환이 발생하는 것이다.

이 과정에서 집값이 점차 과열됨에 따라 새 집 마련은 물론, 전월세난도 심각해지고 있다. 저소득층

뿐만 아니라, 청년층, 신혼부부 등 모든 계층에서 이 문제를 겪고 있다. 특히, 지방에 본거지를 두고 서울에서 생활하고 있는 청년의 40%가 주거빈곤에 시달리고 있다. 번 돈의 상당 부분을 높은 임대료를 지불하는데 사용해야 하는 것이다. 하지만, 정부의 주택 정책은 저소득층, 취약계층 등의 사회적 약자를 위한 것이 대부분이어서 정부의 손길이 닿지 않는 사각지대가 더 커지고 있다. 이는 비단, 우리나라의 문제만은 아니다. 주거 문제의 해결 방안을 정부에 의존하기 보다 사회적 기업에서 찾으려는 움직임이 전 세계적으로 활발해지고 있는 것이다. 이의 대표적인 예로 2008년부터 인도의 주거문제를 해결하는데 기여하고 있는 아쇼카 재단의 ‘하우징포올(housing for all)’ 프로젝트를 들 수 있다.

아쇼카 재단의 하우징포올 프로젝트

인도는 국민의 97%가 과세표준 이하의 저소득층으로 소득을 증명할 수 있는 근거조차 존재하지 않는다. 이 때문에 저소득층은 금융권으로부터 대출도 받지 못해 집도 살 수 없다. 하지만, 집 값은 비싸고 정부가 제공하는 저소득층을 위한 공공주택규모는 턱없이 부족하다. 아쇼카 재단의 ‘하우징포올’ 팀은 최하층(BOP: Bottom Of Pyramid) 중에서도 상위 소득자들을 대상으로 집을 건설하기 시작했다. 저소득층(한 달 소득 1만 6,700루피 이하)을 다시 상(1만 5천루피 이상), 중(1만루피 이상), 하(5천루피 이하)의 계층으로 구분한 것이다. 이들은 절대 다수에 해당하기 때문에 구매층이 두텁고 거대한 시장을 형성할 수 있다. 하우징포올은 바로 이 점에 주목하여 건설업자들을 설득시켰다. 하우징포올의 스태프 마니칸단은 인도에서 중산층 이상을 대상으로 건설업자들이 집을 짓더라도 1,400여 만 가구가 빈 집으로 남기 때문에 이들도 충분히 하우징포올 프로젝트에 동참할 것으로 예상했다고 밝히기도 했다.

이들이 인도의 주거 문제를 해결한 과정은 다음과 같다. 하우징포올은 부동산 개발업자 및 금융업자들을 결집시켜 건설업체에게는 2만달러 이하의 저렴한 집들을 많이 짓도록 하고 금융업체에게는 저소득층 구매자들을 대상으로 소액대출(microfinance)을 하도록 했다. 여기에 주택 건설 및 프로젝트를 평가하여 공적 책임성을 담보하도록 시민사회단체도 참여시켰다. 하우징포올의 성공 비결은 모두가 이익을 볼 수 있는 ‘혼합가치사슬’ 모델을 개발한 것에 있다. 이 프로젝트를 통해 현재까지, 인도의 저소득층 15만 가구가 집을 소유할 수 있게 되었다. 하우징포올의 목표는 앞으로 50만 가구가 더 집을 소유할 수 있게 만드는 것이다(한겨레 21, 2015b). 마니칸단은 “자선이나 사회공헌의 혜택은 소수에게만 돌아간다. 하지만, 하우징포올 모델은 각자가 자신의 목적대로 움직이면서도 가난한 사람들이 저렴한 양질의 집을 갖게 하는 공적 기능을 창출한다”고 말했다(한겨레 21, 2015a).

이상의 사례는 세계 최대 규모의 사회적 기업가 네트워크인 아쇼카 재단 프로젝트를 통해 민간 기업 및 시민사회와의 협력, 네트워크로 저소득층의 주거 문제를 해결한 것이다. 반면, 사회적 기업이 직접 청년층의 주거 문제를 해결하기 위해 ‘셰어하우스’를 운영하고 있는 우리나라의 사례, 우주(WOOZOO)도 있다.

우리나라의 우주(WOOZOO)

우주(WOOZOO)의 사업 모델은 집을 빌려 여러 명에게 재임대하는 방식이고 주 수익원은 월세 차익 및 집주인으로부터 받는 위탁수수료이다. 예를 들어, 월 임대료가 150만원인 아파트를 한 채 빌려 6명의 입주자에게 각각 월 35만~40만원을 받고 다시 빌려주는 형태이다. 보증금은 두 달치 월세로 받고 내부 인테리어를 수리한 뒤 재임대하여싼 값이지만 질 좋은 집을 제공함으로써 청년들의 주거 문제를 해결해 나가고 있다.

2015년 기준, 서울에서만 18곳의 셰어하우스를 운영하고 있고 입주자가 99명에 달했다. 입주자들을 대상으로 여행사와 제휴를 맺어 추첨을 통해 해외 여행을 무료로 보내주기도 하고 토익학원 등의 수강료도 할인해 주고 있다. 앞으로는 금융회사와 손 잡고 학자금 지원 사업도 진행할 예정이라고 한다(중앙시사매거진, 2015). 이의 공로를 인정받아 우주(WOOZOO)의 김정현 대표는 슈왓재단의 ‘2015 올해의 사회적 기업가’에 선정되기도 하였다. 이는 일상 속에서 나타나는 문제를 사업 아이템으로 만들어 수익 구조를 창출하면서도 사회적 임팩트를 확산시킨 사회 혁신의 대표적인 사례라 볼 수 있다.

아쇼카 재단의 사례와 우주(WOOZOO)의 사례 모두 주거 문제 해결에 기여하고 있지만, 그 접근 방식은 조금 다르다. 사회적 기업이 직접 사업을 운영하여 사회문제를 해결하는 방법도 있지만, 사회적 기업 뿐만 아니라, 민간 기업들, NGO 등 다자 간 협력 체계를 구축하여 문제를 해결하는 방법도 있다. 점점 심화되고 있는 사회문제를 해결하기 위해서는 아쇼카 재단의 사례와 같이, 이윤 극대화를 목표로 하는 민간 기업들을 사회문제 해결에 적극 동참시킬 필요가 있다. 사회문제 해결이 민간 기업들의 경영 전략과 맞아 떨어지는 접점을 찾아 사회적 기업과 함께 협력함으로써 더 큰 사회 변혁을 이끌어야 한다. 즉, 모두가 윈윈(win-win)할 수 있는 구조를 만드는 것이 중요하다.

사회구조 변화 문제를 다루는 선진 사례

사회구조 변화에 대응하는 사회적 기업 또한 적다. 사회구조 변화는 환경 파괴의 문제와 마찬가지로 지금 당장 문제되지는 않지만, 향후, 미래 사회를 위협할 수 있다. 가장 대표적인 예로 저출산 고령화 현상을 들 수 있는데, 이는 노동력의 상실로 국가 경쟁력을 저하시킬 수 있는 잠재적 위협 요인에 해당한다. 도농 격차 또한 지역 경제력을 낙후시켜 국가의 균형 발전을 저해할 수 있다. 하지만, 정부는 현재 당면한 문제 위주로 정책을 펼치기 때문에 미래 사회의 문제를 해결하기 위한 정책은 상당히 부족한 상황이다. 따라서 정부 정책의 미흡한 부분을 보완하기 위한 대안으로서 사회적 기업이 활성화될 필요가 있다. 공공부문과 달리, 사회적 기업의 경우, 시장을 고려하기 때문에 사업 아이템을 기획할 때 미래 수요 및 사회의 변화까지 예측해야 한다. 이에, 사회구조 변화에 대응해 나가는 사회적 기업은 새로운 틈새 시장을 개척할 수 있는 여지가 크다. 그럼에도 앞의 분석 결과에서도 볼 수 있듯이, 사회구조 변화에 대응해 나가고 있는 사회적 기업은 6.7%에 불과하다. 따라서 해외의 성공 사례를 벤치마킹하여 미래의 잠재적 위협 요인을 제거할 필요가 있다. 사회구조 변화에 성공적으로 대응하고 있는 해외 사회적 기업의 사례로 고령화로 쇠락한 일본 요코하마의 고토부키 지역을 바꾸는데 일조한 ‘고토랩’을 살펴보자.

일본의 고토랩

고토랩의 대표 오카베 도모히코는 일본 요코하마의 고토부키에서 건축설계사무소를 운영하려다 이 지역 NPO들과 교류하면서 지역 문제에 관심을 갖게 되었고, 이를 계기로 2005년부터 사회적 기업을 운영하게 되었다. 고토부키 지역은 1950~60년대만 하더라도 요코하마 항만 부두 노동자들 약 6만 여명이 거주할 정도로 활기가 넘쳤지만, 1980년대 말부터 쇠락하기 시작하면서 인구가 6,500명까지 감소했다. 그 중 절반이 60세 이상의 노인이었고 80%가 생활보호 대상자였다. 고토랩 대표는 고령화 및 지역 쇠락 문제를 해결하기 위해 지역에 활기를 불어넣을 수 있는 ‘빈방 개조’ 아이디어를 냈다. 지역의 문제를 지속가능하게 풀어나가려면 수익을 낼 수 있는 사업을 해야 한다고 생각했던 것이다. 당시, 이 지역에 있던 120개 숙소 건물의 8,000여 쪽방 중 2,000여 개가 비어 있었는데 집주인들을 설득시켜 이 빈 방을 젊은 여행객들이 머물 수 있는 호스텔로 개조하였다. 건물 수리비용은 집주인이 부담하게 하고 고토랩에서 청소와 홍보, 고객 관리 등 호스텔의 실질적인 운영을 맡았다. 평균 5,000~6,000엔이 넘는 일반 숙소와 비교했을 때, 쪽방의 1인당 숙박비는 3,000엔 정도로 훨씬 저렴하다. 2012년 기

준, 직원 6명이 빈방 40개를 운영하였으며 1년 단위 매출액은 약 2억 9,000만원이었고 벌어들인 수익은 집주인과 절반씩 나뉘었다.

초기에는 여행객들을 위한 호스텔만 운영했지만, 점차 사업을 확장하여 게이오대와 파트너십을 맺고 빈 사무실 공간을 개조하여 법학부 학생들의 현장실습장으로 사용하고 있다. 학생들이 오지 않는 시간에는 지역 주민의 문화센터로도 활용하고 있다. 이와 같이, 고토랩은 젊은이들을 이 지역에 끌어들이며 활력을 불어넣었다. 또한, 일본 이동통신업체 NTT 도코모와 파트너십을 맺고 이 지역의 저소득층 주민들이 근처 관광지의 자전거 임대센터에서 자전거 유지, 보수 업무를 할 수 있도록 ‘일자리를 통한 자립’ 프로젝트도 진행하고 있다. 이 지역의 대표 NPO인 사나기다치와 협력하여 마을 활성화 사업도 진행하고 있다. 지역 이미지를 변화시키기 위해 거리와 건물 옥상을 가꾸는 등 ‘1평짜리 평상 만들기’ 프로젝트를 진행한 것이 대표적인 예이다.

이러한 다양한 사업들을 펼친 결과, 거리 곳곳에 즐비했던 노숙자, 술 취한 노숙자들이 저지르는 범죄 등으로 문제가 심각했던 이 지역이 외국인 여행자, 국내 여행자, 아티스트 등이 드나드는 활기 넘치는 지역으로 거듭나게 되었다(조선일보 더나은미래, 2012). 지역 주민들 뿐 아니라, 이 지역을 여행하는 관광객이나 대학생들에게까지도 저렴한 숙소를 제공함으로써 가치의 파급효과를 널리 확산시킨 대표적인 사례에 해당한다.

이상의 사례는 사회적 기업을 통해서도 고령화 및 산업 구조 변화에 따른 지역 문제를 해결하고 지역 재생 및 개발을 이끌 수 있음을 잘 보여주고 있어 유사한 문제를 겪고 있는 우리나라에 시사하는 바가 크다. 또한, 주거 문제 해결에 기여하고 있는 아쇼카 재단의 ‘하우징포올’과 마찬가지로 NPO, 일반 기업, 대학 등 여러 주체들과 협력함으로써 문제 해결과 함께 더 큰 가치를 창출해 나갈 수 있음을 보여주었다.

교육 불평등 문제를 다루는 선진 사례

우리나라는 교육 불평등 문제 역시 심각하지만, 이에 대응하는 사회적 기업은 드물다. 지금까지 정부는 교육 문제에 상대적으로 많은 예산을 투입하여 적극적인 정책을 펼쳐왔다. 이는 노무현 정부 때부터 박근혜 정부 때까지 주요 국정 과제 중 하나로 교육 문제 해결을 지속적으로 제시한 것만 보아도 알 수

있다. 그럼에도, 교육 격차 및 소외에 따른 교육 불평등 문제는 더욱 심화되고 있다. 지방정부 재정 여건에 따른 지역 간 교육 격차 역시 점점 커지고 있다. 정부에서 교육 문제 개선을 위해 많은 노력을 기울이고 있음에도, 정책적 효과는 투입된 비용만큼 크지 않은 것이다. 예를 들어, OECD 30개 국가들과 비교했을 때, 1998년부터 2007년까지 우리나라의 교육 재정 지출 대비 학급당 평균 학생 수, 교사당 학생 수, 중고등학교 순강의 시간 등의 산출 효율성은 최하위인 것으로 나타났다(박형수·류덕현, 2010). 이런 점에서 교육 문제를 보다 효율적으로 해결하는 것이 필요하다. ‘교육 문제 해결’이라는 공동의 목표를 가지고 정부와 함께 협력해 나갈 수 있는 사회적 기업이 보다 확대되어야 하는 것이다.

앞선 분석 결과에 의하면, 우리나라의 경우, 교육 불평등 해소를 위한 사회적 기업의 비율이 4.2%에 그쳤다. 하지만, 미국은 방과 후 학교, 독서 운동 등 교육 불평등 해소를 위한 각종 사업이 사회적 기업을 통해 이루어져 왔다. 미국 사회적 기업의 주 활동 영역이 교육과 관련될 정도로 교육 문제 해결에 있어 사회적 기업의 역할이 크다. 미국의 First Book은 이의 대표적인 사례에 해당한다.

미국의 First Book

미국의 First Book은 교육 불평등 해소를 목적으로 1992년 피터 골드와 엘리자베스 아키, 카일 짐머에 의해 설립되었다. 경제적 상태와 관계없이, 모든 아동들이 제대로 교육을 받을 수 있도록 이들에게 전 생애에 걸쳐 새로운 책을 지속적으로 제공하기 위해 만들어진 것이다((사)행복한아침독서 홈페이지). 미국에서는 저소득층 아이들의 60%가 책을 읽지 못 하며 유치원에 입학할 때까지의 독서시간도 평균 25시간에 불과하다고 한다. 동일한 기간 동안, 중산층 아이들의 독서시간이 평균 1,700시간이라는 사실을 고려하면 소득 차이에 따른 교육 불평등 정도가 심함을 알 수 있다. 이에, First Book은 Head Start 센터나 도서관, 방과 후 교실과 같은 교육 프로그램과 함께 독서에 흥미를 갖게 하는 취학 전 교육 프로그램 등 저소득층 가정의 아이들을 위한 양질의 교육을 제공하고 있다. First Book은 독서를 범국민적인 교육 운동으로 확대시키는 계기를 마련하였다는 점에서 그 공로가 크다. 독서가 학교 성적을 좌우할 뿐 아니라, 향후 소득 수준을 결정짓는 중요한 요인이 될 수 있다는 여러 연구 결과들을 보면, First Book의 독서 사업은 교육 기회의 평등, 더 나아가서는 경제적 불평등을 완화시키는 중요한 역할을 하고 있는 것이다. 이 기업의 사업 모델은 출판사에서 과잉 출판한 서적을 구매하여 저가로 서적을 판매하거나 기부하는 형태이다(다음뉴스 정책브리핑, 2006).

이를 위해 퍼스트북 국립도서은행(First Book National Book Bank)의 온라인 시스템을 구축하

여 저소득층 아이들에게 출판사들이 대량의 신간 도서들을 기부할 수 있도록 하였다. 퍼스트북 온라인서점(First Book Marketplace)도 운영하여 우수 도서를 교사나 방과 후 교육 프로그램 운영자들에게 저렴하게 판매하고 있다. 또한, 지역 자문위원회 네트워크를 만들어 지역의 주요 인사, 지도자, 교육자, 자원봉사자 등을 모아 미국 및 캐나다 전역의 아이들에게 도서를 배포할 수 있도록 지역 프로그램들을 만들고 소외계층을 돌보는 단체들이 신간 도서를 무료로 지원받을 수 있도록 기금 등을 조성하고 있다. NGO 뿐 아니라, 일반 기업, 출판사, 개인 등도 이에 적극적으로 참여할 수 있도록 마케팅, 홍보 등의 전략도 다양하게 펼치고 있다. 2008년에는 아이들이 부모들과 함께 100페이지의 책을 읽는 독서 캠페인도 시행하여 사회적 영향력을 광범위하게 넓히고자 노력했다((사)행복한아침독서 홈페이지).

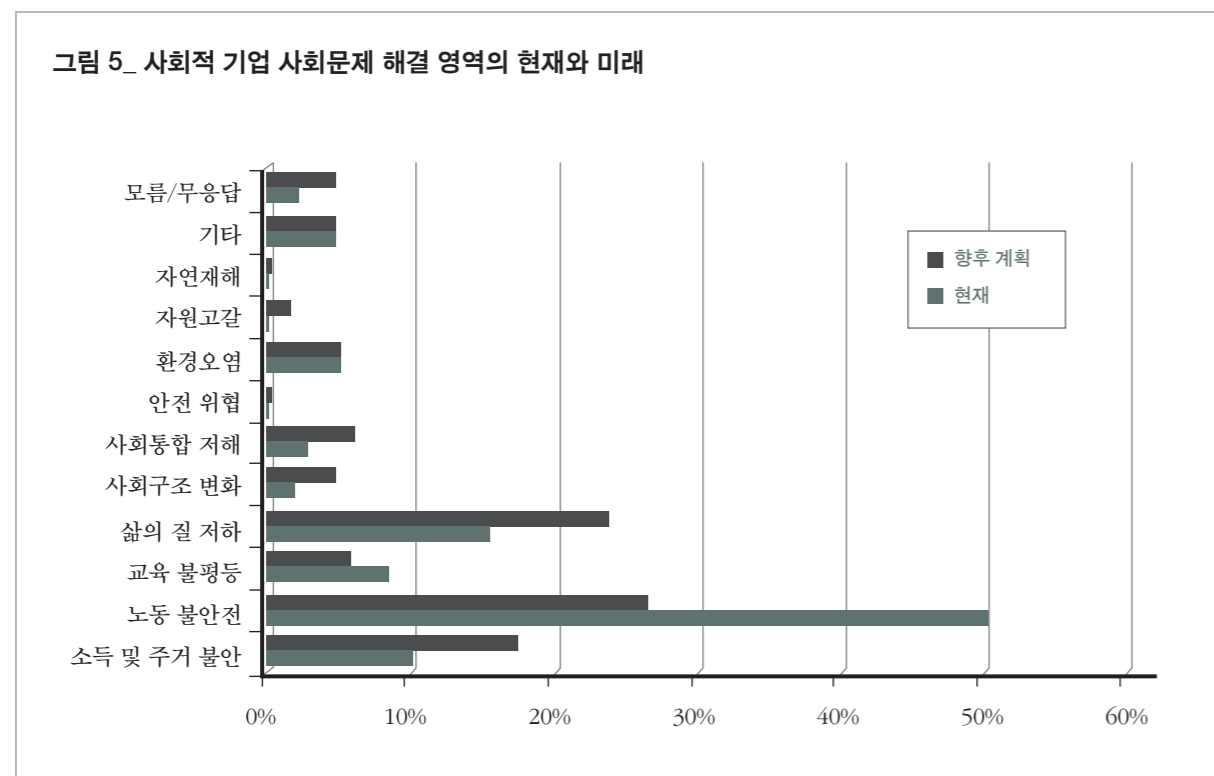
교육 문제를 해결하기 위해서도 기술 개발과 아이디어가 중요하다. NGO이기는 하나, 미국의 칸 아카데미가 바로 그 예이다. 칸 아카데미는 미국 MIT를 졸업하고 펀드매니저로 일하고 있던 칸이 사촌들에게 수학을 가르치기 위해 동영상을 유튜브에 올리기 시작한 것을 계기로 2008년에 설립된 비영리 재단이다. 칸은 전 세계적으로 6~15세의 아이들 중 1억 2,400백만 명이 학교에 가지 못 할 정도로 교육 격차가 심화되고 있다는 사실에 주목하여 이의 문제를 해결하고자 하였다(블로터 홈페이지). 칸 아카데미의 직원 수는 38명에 불과하지만, 이들은 마이크로소프트, 구글, 페이스북, 오라클, 맥킨지, 디즈니 등 유수 IT 기업 출신의 인재들로 관련 기술 개발에 힘쓰고 있다. 조그마한 사무실에서 한 편당 10~15분 정도의 짧은 동영상을 만들기 시작하여 현재는 4,000개 가량의 동영상 강의를 무료로 제공하고 있다. 수학, 화학, 물리, 컴퓨터공학, 금융, 역사, 예술까지 다양한 과목의 동영상을 제공하고 있으며 2012년 한 해에만 전 세계 4,300만 명의 학생들이 칸 아카데미의 동영상을 이용하였다. 빌앤멜린다게이츠재단, 구글 등으로부터 투자를 받아 시작된 칸 아카데미는 2008년 설립 초기, 광고로 수익을 창출하기도 했지만, 곧 광고를 중단하고 현재, 100% 기부금으로 운영되고 있다. 칸 아카데미의 대표 칸은 “돈 있는 사람들만 좋은 교육을 받는 게 아니다. 좋은 교육은 20~30년 후면 인권처럼 누구든지 평등하게 누려야 하는 필수재가 될 것이라고 생각한다”고 말한다. 그는 특히, 기술의 발달이 이의 실현을 앞당겨 줄 것이라고 강조했다(조선비즈, 2013). 칸 아카데미가 비록 수익 모델을 가진 사회적 기업은 아니지만, 창의적인 아이디어와 핵심 기술, 이의 개발 의지 등이 결합하면, 교육 문제도 혁신적으로 해소할 수 있음을 잘 보여준다. 이는 교육 문제 해결을 소셜 미션으로 하고 있는 우리나라 사회적 기업에게도 시사하는 바가 크다.

보다 다양한 사회문제를 해결하기 위한 노력

지금까지 우리나라에서 사회적 기업이 부족한 사회문제 영역을 중심으로 해외 혹은 국내의 선진 사회적 기업 사례를 살펴보았다. 대분류 영역 중 환경 파괴, 중분류 영역 중 소득 및 주거 불안, 교육 불평등, 안전 위협, 사회구조 변화를 해결하고 있는 사회적 기업이 유독 부족하기 때문에 선진 사례를 벤치마킹할 필요가 있다. 기본적으로 사회문제를 해결하려는 의지에 더하여 사회문제를 보다 효과적이고, 효율적으로 해결하기 위한 기술 개발과 혁신, 창의적인 아이디어가 뒷받침되어야 한다. 또한, NGO, 기업 등 다양한 기관과의 협력 체계를 구축하는 것도 필요하다. 여러 주체들이 모여 정보를 교환하고 학습할 수 있는 장을 형성한다면, 더 좋은 아이디어, 더 많은 아이디어가 발현될 수 있기 때문이다(장용석·조희진, 2015). 이 때, 다양한 사회문제를 해결해 나가는 사회적 기업들도 보다 많아질 것이다.

다행스러운 것은 우리나라의 사회적 기업들이 향후, 취약계층 고용에서 벗어나 보다 다양한 사회문제를 해결해야 한다는 인식을 가지고 있다는 것이다. 300곳의 사회적 기업을 대상으로 한 <사회문제와 사회혁신 2015> 결과에 따르면, 69.3%가 사회적 기업의 역할이 '취약계층에게 일자리나 사회서비스를 제공하는 것 이상의 사회문제 해결로 확대되어야 한다' 고 응답하였다. 반면, 19.7%만이 사회적 기업의 역할이 취약계층에게 일자리나 사회서비스를 제공하는 것에 집중되어야 한다고 답하였다.

또한, 아래 그림을 보면, 현재, '노동 불안정' 문제를 해결하고 있다는 곳이 과반에 해당하는 50.33%



를 차지하였다. 그 다음으로 '삶의 질 저하' 관련 사회적 기업이 15.33%를 차지하였다. 하지만, 향후에 어떤 사회문제를 해결할 것이냐는 질문에 대해서 '노동 불안정' 을 선택한 비율이 26.33%로 현재의 절반 가량으로 줄어들었다. 반면, '소득 및 주거 불안', '삶의 질 저하' 를 선택한 비율이 모두 현재보다 약 7%p 가량 상승한 것으로 나타났다. 사회구조 변화, 사회통합 저해, 안전 위협, 자원고갈, 자연재해를 선택한 비율 역시, 현재보다 소폭 상승했다. '노동 불안정' 이 절대 다수를 차지하던 현재의 모습과는 달리, 미래에는 보다 다양한 사회문제를 해결하는 사회적 기업들이 더욱 많아지는 모습을 상상해 볼 수 있다. 최고 비율과 최저 비율 간 편차가 50%p에서 26%p로 큰 폭으로 줄어들었다는 점에서 더욱 그러하다. 점차 사회문제 해결의 수요-공급 간 불일치의 정도가 줄어드는 모습을 그려볼 수 있는 것이다.

이러한 사회적 기업가들의 인식 변화 자체로도 우리 사회가 보다 밝아질 수 있다는 희망을 가져볼 수 있다. 그럼에도, 사회적 기업의 향후 계획을 살펴보면, 여전히 안전 위협이나 자원고갈 및 자연재해의 문제를 다루겠다는 사회적 기업은 부족해 보인다. 오히려 아무도 뛰어들지 않는 사회문제 영역을 개척해 나가는 것이 남들과 다른 차별화된, 그리고 특화된 자신만의 사업을 시행할 수 있는 기회로 작용할 수 있다. 이러한 혁신적 마인드를 가지는 것이 더 큰 사회 변화를 이루기 위한 첫 걸음이기도 하다. 우리 모두가 행복해지기 위해서는 적은 비용으로 사회적 임팩트가 큰 사업, 기술들을 끊임없이 개발하여 사회 혁신을 이루는 것이 필요하다. 일각에서는 사회적 기업이 수익 창출에 보다 집중하다 보면, 이들이 겪는 경제적 가치와 사회적 가치 간 딜레마를 줄일 수 있다고 한다(Rottenberg & Morris, 2013). 그만큼, 사회적 기업도 '기업' 이기 때문에 확실한 경영 전략, 비즈니스 모델을 갖고 있어야 한다는 것이다. 이 때, 보다 다양한 사회문제 해결에 접근할 수 있는 기회가 확대되고 지속가능성도 확보할 수 있다. 앞서 살펴본 해외 혹은 국내의 선진 사례들에서 이러한 요건들을 충족시키고 있음을 발견할 수 있었다. 따라서 우리나라 사회적 기업들은 이 점을 명심하여 스스로 변화하기 위해 다양한 노력을 기울여야 한다. '사회문제 해결' 중심으로 이들이 변화할 수 있도록 제반 환경을 마련해 주는 것도 필요하다. '사회문제 해결사' 로서 보다 다양한 사회문제를 해결해 나가는 우리나라 사회적 기업의 미래를 어떻게 설계해야 할지는 다음 편에서 자세히 다루도록 한다.

■ 참고문헌

- 관계부처합동. 2006. 사회서비스 확충전략, 사회서비스분야 좋은 일자리 창출 추진 보고회, 노동부 사회적 기업 육성 전략.
- 국민안전처. 2016. 2017년도 재난안전예산, 신속한 재난대응과 사전 예방기능 강화에 중점투자. 6월 29일. 국민안전처 보도자료.
- 국제신문. 2011. 사회적기업이 여는 희망세상 <1-21> 사회적기업들: 블루인더스. 8월 16일자.
- 국제신문. 2015. 동의애프터스쿨, 교육부 돌봄교실 특별상. 10월 5일자.
- 김중수. 2010. 문화영역 사회적기업의 역할. 행정언어와 질적연구 1(1): 97-120.
- 다음뉴스 정책브리핑. 2006. 미국선 방과후 학교도 사회적 기업 뒀. 5월 15일자.
- 대경일보. 2016. 더불어 일하며 행복한 세상을 꿈꾸는 '착한기업'. 4월 1일자.
- 더퍼스트미디어. 2015. 지역사회의 소금되고자 탄생한 '원주의료생활협동조합' 을 가다. 3월 30일자.
- 박형수 · 류덕현. 2010. 교육분야 정부지출의 효율성 측정과 결정요인. 재정학연구 3(4): 39-77.
- 브릿지경제. 2016. 한신플러스케어 이인재 대표를 만나다. 1월 29일자.
- 월간 함께사는길. 2015. 1월호.
- 이두휴. 2011. 도시와 농촌간 교육양극화 실태분석. 교육사회학연구 21(2): 121-148.
- 장용석 · 조희진. 2015. 이윤에 윤리를 더하라: 지속가능한 책임경영 생태계 조성을 위한 사회적 기업화 전략. 서재혁 · 장용석 · 정재관 편저. 사회적 책임, 사회적 기업. 동아시아연구원.
- 전자신문. 2016. [WIS2016] 포드림. 5월 13일자.
- 조선비즈. 2013. 칸 아카데미 "기술 발달이 '교육 평등화' 이룰 것". 3월 8일자.
- 조선일보 더 나은미래. 2012. [사회적 기업 2.0 시대가 왔다] ① 세계 사회적 기업은 진화 중_일본의 사회적 기업 '고토랩' 르포. 5월 22일자.
- 조선일보 더 나은미래. 2015. [더 나은 미래] 안전문제 해결하는 사회적기업은 1.15% 뿐. 9월 22일자.
- 조임곤 · 정재진. 2011. 거래세 감면이 대도시 부동산 시장에 미치는 영향. 한국정책학회보 20(4): 219-242.
- 주간경향. 2009. [신동호가 만난 사람]농촌을 컨설팅하는 임경수 (주)이장 대표. 12월 15일자.
- 중앙시사매거진. 2015. 김정현 셰어하우스 WOOZOO(우주) 대표-전문가에게 쓰는 돈 아끼지 말라. 2월 9일자.
- (주)함께일하는세상. 2016. 기업소개Report_2016.
- 통일한국. 2012. 4월호.
- 한겨레21. 2004. 우리 마을 푸르게 푸르게. 제 505호.
- 한겨레21. 2015a. 집, 가난과 대결하다. 5월 20일자.
- 한겨레21. 2015b. 사회변혁은 집에서 출발한다. 9월 7일자.
- 한국사회적기업진흥원. 2014. 사회적 기업 개요집.
- 해럴드매일. 2016. [기고러시아 연해주 고려인과 사회적 기업] '바리의꿈'. 2월 11일자.
- 허핑턴포스트코리아. 2015. [허핑턴 단독] 바다 스스로 쓰레기를 청소하게 만든 스무 살 청년. 5월 27일자.
- AVING. 2016. [국제전기전력전] '태양광 미니발전소 보조금 지원사업', 서울시민햇빛발전협동조합. 5월 11일자.
- ETN 뉴스. 2015. 바다 쓰레기 7만톤 회수할 '100km 울타리'. 4월 27일자.
- G1TV. 2016. 원주의료협동조합 "의료의 사회적 공공성 추구". 3월 16일자.

Rottenberg, L. & Morris, R. 2013. New Research: If You Want to Scale Impact. Put Financial Results First. *Harvard Business Review* Jan.

SBS 뉴스. 2016. [한수진의 시사 전망대] 춤추는 부동산 정책, 그 오랜 역사 한 눈에 보기. 7월 16일자.

바리의꿈 홈페이지. http://www.baridream.co.kr/shop/main/html.php?htmid=service/com_01.htm&tplSkin=designbook_greenfarm&gd_preview=1&gd_preview_file=service/com_01.htm

부산 잡코리아 기업정보 홈페이지. http://www.jobkorea.co.kr/Recruit/Co_Read/C/8902657?PageGbn=PS&Oem_Code=C151

블로터 홈페이지. <http://www.bloter.net/archives/253026>

(사)동의애프터스쿨 홈페이지. http://www.das.or.kr/03_management/01_1.php?sv=&sw=&page=1

(사)전북사회경제포럼 전라북도 사회적기업 · 협동조합 통합지원센터 홈페이지. http://jbse.or.kr/korean/SubPage.html?CID=pages/jeonbuk04_view.php&co_area=&co_saup=5&&co_id=38

(사)행복한아침독서 홈페이지. <http://blog.naver.com/10minreading/50162345212>

(주)블루인더스 홈페이지. <http://www.blueind.co.kr/>

(주)에듀머니 홈페이지. <http://www.edu-money.co.kr/Edumoney>

(주)함께일하는세상 홈페이지. <http://blog.daum.net/hssseb/19>

춘천사회적경제네트워크 홈페이지. <http://www.coopcity.org/>

SR센터 홈페이지. <http://www.srcenter.kr/>

사회적기업연구소

135-915 서울시 강남구 테헤란로 211(역삼동 678-39)

전화 02-557-5682 팩스 02-554-3511

제호: Social Innovation Monitor

발행인/편집인: 사회적기업연구소 서재혁

인쇄인: 북커뮤니케이션(02-2274-0676)

발행소: 서울 강남구 역삼동 678-39

발행일: 2017년 8월