

## 본업 아닌 '사이드 프로젝트'로 세상을 바꾸는 사람들

### 기술 기반 아이디어 지원하는 브라이언임팩트의 '사이드임팩트'

지난 17일 오전 1시. 월요일 출근을 몇 시간 앞둔 늦은 밤이지만 황성빈씨는 노트북 앞에 앉아 있었다. 맛별이하며 여섯살 딸을 키우는 황씨 부부가 1년 넘게 본업 외에 몰두한 '사이드 프로젝트(side project)'가 있다. 학부모들이 동네 학원의 셔틀버스 정보를 쉽게 찾을 수 있도록 돕는 지도 서비스 '아이셔틀'이다. 이날 황씨는 서비스를 보완하기 위한 대규모 업데이트를 마쳤다.

처음에는 가까운 학부모들에게만 공유할 요량으로 시작한 일이었다. 그런데 온라인 카페에 데이터를 공유하자 반응이 폭발적이었다. "우리동네 학원도 추가해 주세요" "이거 너무 편하네요!" 호응이 이어졌다. 간단한 사이드 프로젝트로 시작한 아이셔틀은 1년 만에 5000명 넘는 회원들이 이용하는 서비스로 자리 잡았다.

자신의 본업은 유지한 채 업무 외 시간을 활용해 개인이 원하는 창의적인 프로젝트를 진행하는 사이드 프로젝트는 오래전부터 있어 왔다. 글로벌 IT 업계에서도 사이드 프로젝트와 해커톤 문화는 혁신의 원천이었다. 구글은 업무 시간의 20%를 개인 프로젝트에 할애하도록 하고 있다. 페이스북의 '좋아요(Like) 버튼'도 사내 해커톤에서 탄생했다. 국내에서도 사이드 프로젝트를 진행하는 사람들이 꾸준히 존재했지만 대부분 아이디어 차원에서 끝나는 경우가 많았다.

'혁신의 씨앗'을 만드는 사이드 프로젝트를 지속가능한 서비스나 제품으로 확장하는 실험이 국내에서 본격화되고 있다. 김범수 카카오 창업자가 설립한 공익재단 브라이언임팩트는 사이드 프로젝트를 발굴해 지원하는 '사이드임팩트(Side Impact)' 사업을 2023년부터 진행 중이다. 사회에 유의미한 기술 기반 서비스가 자생할 수 있도록 운영비를 지원하고 커뮤니티를 연결하고 있다.

#### 엄마를 위해 만든 '키오스크 교육' 앱

개발자 김민경씨는 회사 근처 맥도날드에서 같은 장면을 여러 번 목격했다. 키오스크 앞에서 당황하는 중장년층. "화면을 몇 번 눌러야 하는 거야?" "이거 주문 다 된 거 맞아?" 소란 속에 차를 기다리던 젊은 사람들이 직접 도와주는 경우도 많았



맨 윗줄 왼쪽부터 '열고닫기' 원규희, '프레셔' 강수연, '계단정복지도' 박수빈, 둘째 줄 왼쪽부터 '백곰' 김지은, '아이셔틀' 황성빈, 셋째 줄 왼쪽부터 '눈높이키오스크' 김민경, '오션키퍼' 최은원, '나비암' 김하연. 맨 아래 '루바토' 박진·조주하·배호성. [사진 브라이언임팩트]

다. 스마트폰이 익숙한 젊은 세대도 가끔 키오스크 사용에 어려움을 느끼는 경우가 있는데, 부모 세대는 더 힘들겠다고 생각했다.

그가 만든 시니어 전용 키오스크 교육앱 '눈높이 키오스크'는 이런 문제의식에서 출발했다. 처음엔 단순히 엄마에게 '키오스크 사용법'을 알려주는 앱을 만들어 주려고 했다. 이 이야기를 주변에 공유했다. "우리 부모님도 이거 어려워하시는데"라는 반응이 이어졌다. 그렇게 5명으로 팀을 꾸려 제대로 된 서비스를 만들어보려고 했다.

시니어들 이야기를 들어보니 키오스크 작동이 어렵다기 보다 '디지털 인터랙션'을 어려워한다는 것을 알게 됐다. 이를테면 로딩 이미지가 뜨면 기다려야 한다거나, 단계별 진행상황은 바(bar) 형태로 표시된다거나 하는 디지털 규칙에 익숙치 않다는 것이었다.

"팀원들과 함께 게임 형식으로 키오스크를 쉽게 배울 수 있는 앱을 만들었어요. 하지만 자금 문제에 부딪혔죠. 팀원끼리 돈을 모아 서버 비용을 충당하는 식으로 운영했지만, 유지가 쉽지 않았어요. 그때 브라이언임팩트의 '사이드임팩트' 사업을 알게 됐어요."

사이드임팩트는 두개의 지원 트랙으로 나뉜다. 아이디어 수준의 팀이 실제 사용자를 확보할 수 있도록 초기 자금 500만원을 지원하는 '스파크 트랙'과 이미 사용자가 확보된 서비스를 위해 고도화 자금 1200만원을 주는 '임팩트 트랙'이다. 2023년 10월, 2024년 30개 팀이 지원금을 받았다.

김민경씨의 '눈높이 키오스크'는 2024년 스파크 트랙에 선정돼 지원금을 받았다. "저희처럼 '이게 필요할 것 같아서'라는 생각으로 시작한 프로젝트들이 많아요. 하지만 서비스 규모가 커지면 돈이 들어가기 시작하는데 개인이 유지하기엔 한계가 있어요. 사이드임팩트가 아니었다면, 아마 저희도 아이디어 수준으로 사라졌을 겁니다."

동네학원의 셔틀버스 정보를 지도 서비스로 제공하는 '아이셔틀'도 2024년 스파크 트랙 선정 팀이다. 황성빈씨는 "인터넷에 없는 게 없다고 하지만 동네 학원 셔틀 정보는 없었다"며 "아이와 학원 갈 나이가 됐는데 정보가 없어서 직접 데이터를 정리했고 그게 아까워 사람들에게 공유하기 시작했다"고 말했다.

문일요 더버터 기자

▶ 4면 '사이드임팩트'로 계속

## 기업 사회공헌의 길을 찾다 '넥스트CSR포럼' 다음 달 18일 개최

### 알립니다

기업 사회공헌의 미래를 모색하는 '넥스트CSR포럼(Next CSR Forum)'이 다음 달 18일 오후 3시 서울 중구에 있는 온드림소사이어티에서 열린다.

더버터가 주최하는 이번 포럼은 기업이 전문성 있는 사회공헌 사업을 추진하기 위해 필요한 전략과 지식을 공유하기 위해 마련했다. 주제는 'Next CSR을 위한 5가지 질문'이다. 기업 사회공헌 담당자들이 가장 궁금해하는 질문에 대해 각 분야 전문가들이 20분씩 강연을 진행한다. 토론과 질의응답, 네트워킹 세션도 별도로 마련된다.

1부 첫 강연자인 도현명 임팩트스퀘어 대표는 '기업이 알아야 할 한국의 사회문제는?'이라는 주제로 강연을 펼친다. 다음 강연자로 나서는 김

기룡 한국사회가치평가 대표는 '임직원 자원봉사, 새로운 방식은 없을까?'라는 질문에 대해 발표한다. 세 번째 강연자 라준영 가톨릭대학교 경영학과 교수는 '사회공헌 사업의 평가와 측정, 왜 어려울까?'를 주제로 발표를 진행한다. 마지막으로 발표자로 나서는 김시원 중앙일보 더버터 편집장은 '사회공헌 사업, 어떻게 잘 알릴 수 있을까?'라는 질문에 대해 답을 내놓는다.

2부에서는 모든 발표자와 참가자들이 '우리가 만들어야 할 Next CSR은?'이라는 주제로 토론하는 시간을 갖는다. 현장 참가자들은 발표자들에게 궁금한 점을 자유롭게 질문할 수 있다.

이번 포럼에는 기업 사회공헌 담당자와 기업재단 담당자 50명을 초청할 예정이다. 참가 신청은 별도 신청 페이지(bit.ly/nextcsrforum)에서 할 수 있다. 문의는 '넥스트CSR포럼' 사무국(02-3789-7863)으로 하면 된다.

#### '넥스트CSR포럼' (3월18일, 명동 온드림소사이어티)

시간	내용
15:00-15:10	개회 및 소개
<b>(1부 주제발표)</b>	
15:10-15:30	(기업이 알아야 할 한국의 사회문제는?) 도현명 임팩트스퀘어 대표
15:30-15:50	(임직원 자원봉사, 새로운 방식은 없을까?) 김기룡 한국사회가치평가 대표
15:50-16:10	(사회공헌 평가와 측정, 왜 어려울까?) 라준영 가톨릭대학교 경영학과 교수
16:10-16:30	(사회공헌 사업, 어떻게 잘 알릴 수 있을까?) 김시원 중앙일보 더버터 편집장
<b>(2부 토론 및 네트워킹)</b>	
16:30-17:10	(우리가 만들어야 할 Next CSR은?) 강연자 4인
17:10-18:00	참가자 소개 및 자율 네트워킹
18:00	폐회

### Inside

- 비영리 MZ가 '뽀미'에 열광하는 이유 C2
- 더버터 스페셜: 혁신을 만나다 김정한 언더독스 대표 C3
- 세상을 바꾸는 사이드 프로젝트 C4
- 개발자가 제안한 지속가능성 실험 C5
- 비영리가 추천하고 시민이 투표하는 시상식 C6
- 파타고니아 출몰이 한국 기업에 보내는 조언 C7
- 글로벌 NGO가 추구할 세 가지 지향점 C8

#### 중앙일보 공익섹션 더버터(The Butter)

- 취재팀 : 김시원 편집장, 문일요 취재팀장, 최지은·박선하 기자
- 공익사업팀 : 이영은 매니저, 박찬주 인턴
- 문의 및 제보 : hello@thebutter.org, 02-3789-7861

# 비영리 MZ가 ‘템지’에 열광하는 이유

## 소셜섹터 2030 모임 다음세대재단 ‘D.MZ(템지)’

“비영리에서 일하고 있지만, 이쪽에 아는 사람이 거의 없었어요. 고민이 있거나 궁금한 게 생겨도 물어볼 사람이 없어 막막했죠. 그러다 ‘D.MZ(템지)’를 알게 됐어요. 소셜섹터에서 일하는 2030세대 모임이라기에 바로 신청했는데, 첫 지원에서는 탈락했고 재도전 끝에 성공했어요(웃음).”

서울시공익활동지원센터에서 매니저로 일하고 있는 박예지(31)씨는 지난해 7월 ‘템지’의 5기 멤버로 참여했다. 템지는 소셜섹터의 MZ들이 모여 일과 성장에 관한 고민을 나누고, 각자의 관심사를 공유하는 모임으로 다음세대재단이 운영하고 아산나눔재단이 후원한다.

퇴근 후인 평일 오후 7시, 총 3회에 걸쳐 진행되는 정규 모임을 비롯해 직무별·연차별·관심사별 모임이 수시로 열린다. 2021년부터 총 6기에 걸쳐 86명의 모임이 열렸다. 템지에 관한 소문이 퍼지면서 기수별로 15명을 선발하는 정규 모임 경쟁률은 최고 4.7대 1까지 오르기도 했다.

소셜섹터의 2030세대는 왜 템지에 열광하는 걸까. 또래들과의 소통은 이들에게 어떤 의미가 있을까. 지난달 22일 오후 7시 서울 종로구 동라카에서 템지 참가자들을 만나 이야기를 나눴다. 김혜진(30) 한국장애인단체총연맹 선임, 김의진(32) 지구뉘는사람들 팀장, 김민혜(35) 한국타이어나눔재단 책임, 박예지 서울시공익활동지원센터 변화지원팀 매니저, 그리고 템지 담당자인 이수경(29) 다음세대재단 매니저가 함께했다.

### ‘일의 기쁨과 슬픔’을 나누다

-퇴근 후 모임에 참여하는 것이 피곤하지 않나.

▶박예지 “템지에서는 늘 에너지를 얻어 간다. 소진된 상태에서도 마음 편안하게 찾을 수 있는 곳이다.”

-소셜섹터에는 어떻게 첫발을 들었나.  
▶박예지 “첫 사회생활을 방송국에서 시작했다. 항상 바빴지만 내가 하는 일이 이 사회를 더 낫게 만들고 있는 건지 확신이 들지 않았다. 3년 정도 일했을 때 지인이 공익 생태계에 대해 알려줘서 시작했다.”

▶김민혜 “어릴 때부터 막연히 사회에 긍정적인 변화를 만들고 싶다는 소망이 있었다. 대학에 진학하면서 사회복지 전공을 선택했고, 취직도 자연스럽게 이쪽으로 하게 됐다.”

▶김혜진 “나도 사회복지학을 전공했다. 소외된 사람들과 함께하고 싶었다. 지금 단체에서 일한 지는 6년 정도 됐다.”

▶김의진 “사기업에서 5년 정도 있었는데 일이 너무 지루했다. 평생 재미없는 일을 하면서 살기 싫었다. 지구뉘는 사람들은 오래전부터 플로깅 봉사를 하면서 알던 단체인데, 마침 공고가 낫길래 ‘덕업일치’를 할 수 있을까 해서 지원했다. 지금은 재밌게 일하고 있다.”

-템지에는 어떤 고민이 있어서 참여하게 됐나.

▶김민혜 “공익을 위해서 일한다는 게 멋진 일이라는 하지만 힘든 일이기도 하다. 업무 강도는 높는데 보상은 적으니까. 가치 있는 일을 한다는 자부심만으로 40대, 50대까지 일할 수 있을까 걱정이 든다.”

▶김혜진 “현실적인 문제들을 생각하면 문득 ‘나만 꿈을 꾸면서 사나’ 싶을 때가 있다. 특히 작은 조직에서는 직원 한 명의 역량이 사업 성과에 큰 영향을 미친다. 그래서 ‘내가 더 잘해야 한다’는 책임감이 때로는 지나치게 무겁게 느껴진다.”



지난달 22일 다음세대재단 ‘D.MZ(템지)’ 프로그램에 참여했던 2030세대 활동가들이 서울 종로구 동라카에 모였다. 뒷줄 왼쪽부터 시계방향으로 김혜진 한국장애인단체총연맹 선임, 이수경 다음세대재단 매니저, 박예지 서울시공익활동지원센터매니저, 김의진 지구뉘는사람들 팀장, 김민혜 한국타이어나눔재단 책임.

▶박예지 “다른 업계 사람들에게 이런 고민을 말하면 ‘더 안정적인 길이 있는데 왜 굳이 어려운 일을 사서 하나’는 반응이다.”

-그런데도 업계를 떠나지 못하는 이유는.

▶김혜진 “나는 내가 ‘달’과 같은 일을 하고 있다고 생각한다. 어디선가 받은 빛을 어두운 쪽에 비추는 역할이랄까. 힘들어도 일이 주는 보람과 기쁨이 정말 크다. 일을 하는 것만으로 에너지를 얻는다.”

▶김의진 “다른 친구들은 나를 ‘괴짜’라고 부른다. 왜 이렇게 봉사하듯 일하는지 이해가 안 된다고 한다. 템지에서 나와 같은 마음을 가진 사람들을 만날 수 있어 감사했다.”

### ‘일잘러’가 되고 싶어요

-모이면 가장 많이 하는 이야기는.

▶이수경 “매번 빠지지 않는 키워드가 ‘일 잘하는 법’이다. ‘일잘러(일 잘하는 사람)’가 되고 싶은 MZ 활동가가 많다.”

▶김의진 “일 얘기할 때가 제일 재밌다. 템지 참가자들이 모두 모인 채팅방이 있는데 공모 사업이나 유용한 뉴스레터, 실무에 사용할만한 업무 툴 같은 정보가 실시간으로 공유된다.”

▶김혜진 “일에 대한 에너지가 비슷한 분들과 만나니까 시너지가 난다. 다른 분들이 맡은 사업 이야기를 들으면서 업무에 참고할 만한 인사이트와 정보가 많이 얻는다.”

▶김민혜 “실제 협업으로 이어지기도

한다. 얼마 전 사업을 하나 준비하다가 6기 단체 채팅방에 ‘디지털 기술 교육 관련해서 협업할 수 있는 단체가 있을까요?’ 물어봤는데 바로 관심 있다는 연락이 왔다. 미팅을 잡아서 검토 작업까지 했다. 앞으로도 같이 일하는 재미를 더 많이 느끼고 싶다.”

-업무 이야기 말고 인기 있는 주제는.  
▶이수경 “러닝, 뮤지컬 관람, 자전거 라이딩 등 점점 다양한 후속 모임이 열리고 있다. 최근 가장 반응이 좋았던 건 재테크 모임이다.”

▶김의진 “일반 재테크 모임은 문턱이 높은 것 같아서 못 가겠다. 급여도 높고 경제 지식도 많은 사람이 모여 있을 것 같다. 우리끼리는 어차피 이해도가 비슷할 것이라는 암묵적인 합의가 있어서 마음이 편하다(웃음). 다들 금전적 가치보다 사회적 가치에 중점을 두고 직업을 선택한 사람들이라서 그런지 재테크와 거리가 좀 있다.”

▶김혜진 “템지에서는 돈 얘기를 솔직하게 할 수 있어서 좋다. 최근 결혼 준비를 하고 있는데 돈에 너무 얽매게 되는 나 자신이 싫었다. 이런 괴로운 마음을 템지 소모임에서 털어냈더니 마음이 편해졌다.”

-앞으로 어떤 변화가 더 일어났으면 하나.  
▶김의진 “소셜섹터에 대한 소속감을 높일 수 있는 지원이 많아졌으면 좋겠다. 지난해에 한 재단에서 명절 선물을 보내줬는데, 예상치 못한 배려에 감동을 받았다. 이런 소소한 지원이 활동가들에게는 큰 위로가 된다.”

▶김민혜 “무엇보다 소셜섹터에서 협력할 기회가 더 많아졌으면 한다. 공동의 목표를 함께 달성할 방법을 논의하는 워크숍이나 네트워킹 행사가 자주 열렸으면 좋겠다.”

최지는 더버터 기자

# 속도보다 연결... 말레이시아가 로컬 생태계를 만드는 방식



전춘훈  
마르텔로 대표

시간이 지난 후에 진가를 드러나는 색이 있다. 인도고블루. 말레이시아의 이포와 페낭을 걷다 보면 오래된 건물 곳곳에서 발견되는 이 색이 단순한 푸른색이 아니라, 습기와 직사광선이 강한 열대기후에서 이 색은 시간이 지나도 흔적을 남기는 실용적이고 특별한 색이다.

인도고블루는 말레이시아가 시간을 대하는 방식이기도 하다. 새것을 덧씌워 되 그 아래에 남겨진 것들을 무시하지 않는다. 필요에 따라 새롭게 변형하고 활용되되, 그 본질은 유지한다.

말레이시아의 도시들이 변화하는 방식도 이와 다르지 않다. 성급하게 과거를 밀어내지 않고, 현재의 필요에 맞춰 재해석하며, 지역성을 유지하는 방식으로 발전해간다. 폐광 도시였던 이포는 생태와 문화를 중심으로 재편되었고, 클랑과 플라우케탐은 이민자 공동체의 유산을 바탕으로 독특한 라이프

스타일을 만들어갔다. 쿠알라룸푸르의 GMBB는 단순한 상업 공간이 아니라 창작자들이 모여 새로운 가능성을 실험하는 곳이 되었다.

**이포: 주석광산 도시에서 문화·생태 허브로**  
20세기 초반, 이포는 세계 최대 주석 생산지 중 하나였다. 주석으로 경제적 번영을 누렸지만, 1980년대 국제 주석 가격 폭락과 함께 도시 경제는 붕괴했다. 한때 활력이 넘치던 거리는 텅 비었고, 폐광은 방치되었다. 이포는 쇠락의 길을 걷는 대신 과거를 보존하면서 새로운 가치를 만들어가는 방향을 택했다. 폐광 지역에서 SEAD(지속 가능한 환경 및 디자인 연구소)와 BSM(Bamboo Stewardship Malaysia)은 대나무 기반의 생태 복원 프로젝트를 진행하며 지속가능한 개발을 실험하고 있다. 주석광산의 흔적이 남아 있는 역사적 건물들은 리노베이션을 거쳐 카페, 갤러리, 복합 문화공간으로 변신했다.

이포에서 진행된 변화는 단순한 관광 개발이 아니다. 주석광업의 흔적을 보존하며, 그 위에 새로운 문화와 생태적 접근을 더해가는 방식이다.



말레이시아 페낭의 ‘hin bus depot’. 버스 차고지를 개조해 지역 문화의 중심지로 재탄생시켰다. [사진 마르텔로]

### 클랑과 플라우케탐:

**이민자 공동체가 만든 지속가능한 삶**  
클랑은 말레이시아에서 가장 오래된 항구 도시 중 하나다. 말레이시아 이민자 역사와 함께 성장한 이곳에서는 하이난계 중국인들이 정착하며 만든 독특한 로컬 문화를 볼 수 있다. 클랑에서 배를 타고 가야 만날 수 있는 플라우케탐은 더 극적인 방식으로 변화를 보여준다. 이 마을에는 자동차가 단 한 대도 없다. 모든 이동은 전통 스쿠터와 자전거로 이루어지며, 집들은 물 위에 떠 있는 것처럼 보인다.

19세기 후반 중국계 어부들이 정착하며 형성된 이곳은 여전히 어업을 기반으로 살아가지만, 관광과 생태 보호를 접목하며 지속가능한 삶의 방식을 모색한다. 주민들은 기존 생활 방식을 유지하면서 지역 경제를 활성화하는 길을 찾고 있다.

**GMBB: 쿠알라룸푸르 도심 속 창조적 공간**  
‘사람들이 떠난 건물을 어떻게 활용할 것인가’에 대한 문제는 전 세계적인 고민이다. 쿠알라룸푸르 도심 한복판에 있는 대형 쇼핑몰 ‘GMBB’는 이에 대한 일종의 실험이었다. GMBB는 단순한 상업 공간이 아니라 예술가·디자이너·크리에이터들이 모여 창작과 실험이 이루어지는 공간으로 운영된다. 독립 예술가들과 로컬 기반 브랜드가 협업하면서 전시회, 워크숍, 문화 이벤트를 끊임 없이 만들어낸다.

GMBB는 창조적 커뮤니티가 어떻게 ‘경제적 가치’와 연결될 수 있는지를 잘 보여준다. 단순히 공간만 빌려주는 것이 아니라, 창작자들이 지속해서 활동할 수 있는 시스템을 만들고 예술과 경제를 연결하는 방식을 고민한다.

### 속도보다는 연결, 말레이시아의 컬렉티브 임팩트

말레이시아의 혁신은 빠른 속도로 진행되지 않는다. 빈티지 블루처럼 시간 속에서 자연스럽게 변화하고 다양한 가치들이 섞이며 새로운 흐름을 만든다. 이 과정에서 가장 중요한 것은 사람들이 서로 연결되고 협력한다는 점이다. 지역 주민, 창작자, 생태 운동가, 연구자들이 각자의 자리에서 함께 변화를 만드는 ‘컬렉티브 임팩트(Collective Impact)’가 핵심이다.

지난 15년간 지역활성화랩 ‘마르텔로’를 운영하며 한국의 로컬 생태계를 만들어왔다. 이번 방문을 통해 마르텔로는 말레이시아의 혁신 모델을 한국 지역의 맥락에 맞게 적용하는 방법을 탐색했다. GMBB와는 창작자 중심 커뮤니티를 형성하는 방식을 한국에 적용하기 위해 협력하기로 했다.

공간과 커뮤니티가 함께 성장할 수 있는 구조를 만들고, 속도보다는 연결을 중시하며, 전통과 현대가 자연스럽게 스며드는 방식으로 지속가능한 혁신을 만들어가는 말레이시아의 혁신은 한국 사회에 시사하는 바가 크다. 배워야 할 것들이 많다.

# 창업가 2만 명이 거쳐갔다...당신도 언더독스 출신인가요?

## 혁신을 만나다 김정현 언더독스 대표

창업 생태계라는 망망대해(茫茫大海)에 겁 없이 뛰어든 청년들이 있다. 세상을 더 나은 곳으로 만들겠다는 목표와 비전을 안고 야심차게 바다로 입수. 그러나 금세 뒀가 잘못됐다는 걸 깨닫는다. 밀려드는 파도는 생각보다 높고 현실은 차디차다.

스타트업을 꿈꾸는 청년들 중에 ‘언더독스’를 모르는 사람이 있을까. 2015년 설립된 언더독스는 창업가들에게 필요한 교육을 무료로 제공하는 사회적기업이다. 창업의 바다에서 살아남기 위한 생존수영을 가르친다.

지금까지 언더독스를 거쳐 간 교육생 수는 2만 명에 달한다. 수도권에서도 유명하지만, 지역으로 내려가면 더 유명하다. 도시재생의 모범사례로 꼽히는 ‘로컬라이즈 군산’ 프로젝트를 성공시켰고, 전국 30개 대학을 연계한 ‘하나 소셜벤처 유니버시티’를 통해 청년 창업가들을 육성하고 있다.

설립 10주년을 맞은 언더독스가 전환점에 섰다. 지난 13일 서울 종로구에 있는 언더독스 사옥에서 만난 김정현(41) 대표는 “코스닥 상장을 준비 중”이라고 했다. 지난해 매출은 200억원. 내년 1분기 상장을 목표로 최근 90억원 규모의 프리IPO(상장 전 지분투자)를 완료했다.

### 10년째 무료로 창업 교육을 하는 이유

-언더독스가 지역에서 잘하고 있다는 이야기를 여러 번 들었어요.

“SK 이노베이션 E&S와 함께 군산에서 진행한 프로젝트가 좋은 평가를 받았어요. 일본 카미야마 마을의 지역재생 프로젝트를 벤치마킹해 국내 최초로 ‘지역 정착형’ 창업 교육을 진행했죠. 군산 지역 청년과 타지역 청년을 고루 선발해 창업 교육을 하고 군산에 정주하게 했어요. 군산 창업팀들의 누적 매출액만 100억원이 넘어요. 순수 민간 자본으로 진행한 지역 활성화 모델이라 더 의미가 있어요.”

-자자체 자금이 전혀 안 들어갔나요.

“전혀요. 외부인들이 와서 군산시의 자원을 쓰면 충돌이 생길 수 있어요. 저희는 아예 외부의 민간 자원을 유치해서 지역재생을 진행했기 때문에 지역에서도 반응이 좋았죠.”

-지역 대학들과는 어떻게 협력하게 됐나요.

“지역의 코어는 대학이에요. 대학이 기능을 잘 해야 지역에 인재를 공급할 수 있죠. 하지만 대부분의 로컬 사업이 대학을 배제하고 있어요. 언더독스는 하나금융과 함께 전국 30개 대학과 협약을 맺고 지역 창업가를 육성하고 있습니다. 같은 커리큘럼으로 동시에 1500명이 창업 교육을 받고 있어요.”

-언더독스 말고도 창업 교육하는 곳이 많은데 어떤 차별성이 있죠.

“창업은 국영수처럼 가르칠 수 없는 영역이에요. 창업가에게 맞는 솔루션을 일대일로 제공하고 사소한 것까지 함께 고민해 주는 과정이 필요해요. 언더독스의 공식 라이선스를 가진 ‘창업코치’가 전국에 300명 정도 있어요. 코치 풀을 가장 많이 보유하고 있죠. 전·현직 투자 심사역, 창업가들로 구성된 코치진이 사업계획서 작성과 피칭을 돕고 조직문화 교육, 지역의 이해관계자 분석까지 겹에서 꼼꼼하게 알려줍니다.”

-개인에게는 교육비를 받지 않는다고요.

“10년째 창업가들을 대상으로 무상 교육을 진행하고 있어요. 교육생은 돈을 안 냅니다. 언더독스 자체 재원으로 교육을 하거나, 기업·공공에서 비용을 지원받아 진행해요. 이 원칙은 앞으로도 바뀌지 않을 겁니다.”

-확고한 이유가 있겠죠.

“언더독스를 설립하기 전에 두 번의 스타트업을 경험하며 깨달은 것들이 많았어요. 창업에 도전한 청년들이 저와 같은 실수나 시행착오를 겪지 않기를 바라며 언더독스 사관학교라는 이름으로 무료



김정현 언더독스 대표가 사옥 앞에서 서서 포즈를 취했다. ‘창업가 사관학교’라고 불리는 언더독스는 지난 10년간 창업자 2만 명을 만나고 교육했다. 김용재 기자

교육을 시작했습니다. 언더독스에게 교육은 가장 중요한 정체성입니다. 돈을 벌기 위한 수단이라 경멸을 나누기 위한 수단이예요.”

### 선한 의도를 가진 창업가가 세상을 바꾼다

언더독스는 사회적기업이다. 수익 창출이 목표인 영리기업과 달리 사회적기업은 ‘사회문제 해결’을 목표로 경제활동을 한다.

-언더독스의 소셜 미션은.

“매출 100억짜리 기업 하나를 키우는 것과 1억 짜리 기업 100개를 키우는 것, 둘 중 어느 쪽이 사회적 편익이 클까요? 저는 후자라고 생각해요. 언더독스는 ‘창업가들을 통해 세상을 변화시킨다’는 분명한 소셜 미션을 가지고 있어요. 선한 의도를 가진 창업가를 키워내는 게 지속가능한 사회를 만드는 방법이라고 믿고 있습니다.”

-‘선한 의도를 가진 창업가’는 정확히 어떤 사람인가요.

“문제해결형 창업가라고도 부르죠. 우리 교육을 들으러 오는 대부분이 이런 사람들입니다. 나를 위한 창업이 아니라 나를 둘러싼 주변의 문제를 해결하기 위해 창업을 결심하는 경우죠. 이들을 성공시키는 게 우리 미션을 달성하는 길이기 때문에 한 사람 한 사람 언더독스의 ‘공동 창업자’라고 생각하며 코칭합니다.”

-비영리 성향이 강하신 것 같아요.

“원래 비영리로 출발했어요. 고등학교 2학년 때부터 NGO에서 봉사활동을 했어요. 대학 다닐 때는 미국에 있는 NGO 연구소에서 6개월간 인턴십을 했고요. 그곳에서 ‘소셜 엔터프라이즈(Social Enterprise·사회적기업)’라는 개념을 처음 알게 됐어요. 등불을 발견한 기분이었습니디.”

-어쨌서요.

“대학에서 경영학을 전공하고 있었는데, 영리가 아닌 비영리에 관심이 많다 보니 고민이 많았어요. 미국에서 ‘벤앤제리스’ 같은 사회적기업을 접하면서 좋은 일을 하면서도 돈을 벌 수 있다는 걸 알게 됐죠. 비영리의 목적을 최대한 빠르고 효율적으로 달성하는 방법이 사회적기업이라는 생각을 했어요.”

-언더독스가 사회적기업이 된 이유를 이제 알겠네요.

“4명이 함께 회사를 창업했어요. 그때 우리끼리 화이트보드에 이렇게 적었습니다. ‘삼성, SK 같은 사회적 대기업’을 만들자!”

-사회적 대기업이라니 재밌네요.

“사회적 대기업을 만들고 그 아래에 사회적기업들을 계열사처럼 두는 거죠. 금융회사도 만들고, 상조도 만들어서 자급자족할 수 있는 생태계를 만들면 좋겠다는 그림을 그렸는데 신기하게도 비슷하게 가고 있어요.”

### 사회적기업 최초 상장, 역사 쓰게 될까

언더독스는 외부 투자 없이 10년 만에 매출 200억 원을 달성했다. 국내 사회적기업으로는 보기 드문 매출 규모다. GS리테일, SK E&S, 네이버, 하나금융그룹 등 대기업들이 언더독스의 창업 교육을 선택하면서 매출이 크게 뛰었다. 내년 초 코스닥 상장에 성공하면 ‘사회적기업 최초 상장’이라는 역사를 쓰게 된다.

-한국에서는 사회적기업이 여전히 ‘비주류’로 대접 받는 분위기죠.

“프리IPO를 하면서 투자자들을 이해시키는 게 너무 어렵다는 걸 다시 한번 느꼈어요. 언더독스의 비즈니스 모델을 이해시키는 것도 ESG라는 단어를 이해시키는 것도 어려웠어요. 투자자들은 사실상 영리의 끝단에 있는 사람들이니까요.”

-90억 투자를 받았으니 설득에 성공한 것 아닌가요.

“솔직히 말해 회사의 가치나 미션을 완벽하게 이해시키진 못한 것 같아요. 회사의 성장성·수익성 등 ‘숫자’로는 확실히 인정받았습니다.”

-상장에 도전하는 이유는 뭔가요.

“사회적기업은 사회문제를 기업의 방식으로 해결하는 효과적인 모델이에요. 그런데 한국에서는 ‘착한 기업’ 정도로 생각하는 사람들이 많아요. 취지는 좋은데 경쟁력이 없다고 생각하죠. 언더독스가 상장하면 사회적기업도 일반 기업들처럼 투자받을 수 있다는 인식이 생겨날 거예요. 투자가 활성화되면 더 많은 사회적기업 창업이 일어나겠죠. 임팩트 스타트업 생태계, 나아가 비영리에도 긍정적인 영향을 미칠 거라고 생각해요.”

올해는 아시아 지역으로 언더독스의 창업 교육을 확대할 예정이다. 먼저 일본에서 창업 교육을 시작한다. 이달 초 일본에 법인을 설립했고, 도쿄도와 계약을 맺어 첫 매출이 발생했다.

“일본 창업 생태계는 한국의 10년 전과 비슷해요. 현지에서 200명을 대상으로 창업 교육을 해봤는데 만족도가 아주 높았습니다. 일본 현지 코치를 트레이닝하고 교과 과정도 일본어로 바꿔서 대학생들에게 무료 창업 교육을 진행하고 있어요. 8명을 선발해 집중적으로 교육하고 있습니다.”

-해외에서도 언더독스의 교육이 통할까요.

“불완전 판매는 하지 않습니다. 창업 교육은 아시아 전체에서 언더독스가 최고라고 자부합니다.”

-설립 10주년, 앞으로의 목표가 있다면요.

“영리와 비영리를 아우르는 임팩트 생태계의 기버(Giver)가 되고 싶어요. 자신이 가진 경험과 자산을 대가 없이 나누고 전파하는 사람들을 기버라고 하죠. 세상을 변화시키는 기버들이 성공할 수 있게 돕는 것. 언더독스가 지난 10년간 지켜온 신념과 철학이에요. 이게 없었다면 지금의 언더독스는 존재하지 않았을 거예요. 그저 그런 용역사, 그 이상도 이하도 아니었을 겁니다.”

김시원 더버터 기자

# 사이드임팩트, 기술 기반 공익 프로젝트에 지원금 제공

## ▶ 1면 '사이드임팩트'에서 계속

처음엔 수작업으로 데이터를 입력하며 운영했지만, 사용자가 많아지면서 체계적인 관리가 필요해졌다. 그는 사이드임팩트 지원을 받아 개발자를 구했고, 6개월 작업 끝에 지난 17일 '아이셔널'을 정식 서비스로 선보였다. "시작은 말 그대로 사이드 프로젝트였죠. 재단 지원을 받아 사용자가 늘면서 공익적 가치를 인정받을 수 있었던 것 같아요."

2030세대를 위한 정책 정보공유 플랫폼 '열고닫기'는 원규희 도도한콜라보 대표의 경험에서 출발했다. 원 대표는 "주거비에 대한 부담 때문에 정부 정책이나 지자체 사업을 뒤져봤는데 흠어진 정보를 잘 찾는 게 쉽지 않았다"며 "청년 지원정책에 대한 정보격차는 경제적 격차로 이어질 수 있다는 생각에 직접 서비스를 개발하게 됐다"고 설명했다. 지난 2020년 말 사이드 프로젝트로 선보인 서비스는 고도화 작업을 거듭해 현재 월 11만 명이 찾는 플랫폼으로 커졌다.

사이드 프로젝트가 공익 프로젝트로 발전하기 위해서는 몇 가지 중요한 단계를 거쳐야 한다. 가장 먼저 MVP(최소기능제품)를 제작해야 하고, 실 사용자의 피드백을 받아 문제점을 고쳐야 한다. 문제는 대부분의 개인 프로젝트들이 이 단계에서 좌절된다는 점이다. 조상욱 브라이언임팩트 부장은 "사이드임팩트는 바로 이 '초기 실행 단계'를 지원하는 것이 가장 큰 특징"이라며 "아이디어를 계속 실험할 수 있도록 공백을 채우고, 투자받을 수 있는 단계로 나아갈 수 있도록 돕는 역할"이라고 설명했다.

## 고등학생부터 직장인까지 누구나 도전

사이드 프로젝트가 지원금을 받는 방법은 아이디어 공모전이나 해커톤밖에 없었다. 하지만 참여 대상을 대학생으로 한정하거나 지원 자격을 명시하는 등 요건이 까다로운 편이었다. 사이드임팩트는 이러한 지원의 문을 활짝 열었다. MVP 단계에 접어들었고 법인 투자를 받지 않았다면 누구나 참여할 수 있다. 이 때문에 선정팀의 연령과 배경도 다양하다.

2024년 사이드임팩트에 선발된 '루바토' 프로젝트는 고등학생 3명의 아이디어에서 출발했다. 용인외대부고 박진(19)군은 같은 학교 친구와 함께 시각장애인인 점자 악보 없이도 피아노를 배울 수 있도록 돕는 진동장갑 '루바토'를 개발했다. 피아노 건반과 손가락의 위치를 인식해 연주해야 할 손가락에 진동을 주는 시스템이다. 장갑을 착용하면 연주자가 별도의 악보 없이도 손의 감각을 통해 자연스럽게 피아노 연주법을 익힐 수 있다.

대학생 창업동아리에서 팀을 꾸려 선정된 팀도 있다. 숙명여대 학생들로 구성된 '같이가치' 팀은 장애인이나 중환자의 욕망을 예방하는 방식 'PRESSURE(프레서)'를 개발했다. 이 방식은 자이로 센서로 사용자의 압력을 유추해 욕창 발생 위험을 알려주는 기능을 갖추고 있다. 기획 담당인 김세은씨는 장애인들의 일상 속 문제를 해결하기 위해 봉사활동을 나가고 자체 리서치도 진행하면서 욕창 문제가 생각보다 심각하다는 사실을 알게됐다. 그는 "은종일 앉아 있다 보니 혈류가 원활하지 않아서 피부 조직이 손상되는데 치료하는 비용과 시간이 상당해서 예방이 답이라고 생각했다"고 말했다.

이들은 서울시서남보조기기센터와 중증장애인 독립생활연대 등 기관과 협력해 당사자 인터뷰를 40명 넘게 진행하면서 사용자들이 원하는 것을 종합했다. 기존에도 욕창 예방 제품이 있었지만 가격이 수십만원에 이를 정도로 비쌌고, 맞춤형 제품은 가격이 더 높았다. 특히 기체가 자동으로 체위를 바꿔주는 방식은 사용자들의 거부감이 컸다. 원가를 낮추면서 자연스럽게 자세를 바꿀 수 있도록 유도하는 기능이 필요했다.

같이가치 팀은 사이드임팩트 지원금을 받아 5개월 만에 수작업으로 제품을 만들었다. 값이 저렴



기술을 활용해 사회문제를 해결하는 프로젝트를 발굴하고 지원하는 '사이드임팩트'에 선정된 30여 팀이 한자리에 모였다.

[사진 브라이언임팩트]

한 자이로 센서 14개를 내장한 스마트방석이다. 현재 제작 공정을 획일화하고 대량 생산을 할 수 있도록 생산 공장과 조율을 마친 상태다. 김세은씨는 "아이디어 공모전에서 받은 지원금으로 겨우 MVP 단계에 왔고, 여기서 멈출 수도 있었지만 사이드임팩트 지원 덕분에 지금처럼 발전시킬 수 있었다"고 말했다.

## 비영리와 기술을 연결하다

사이드임팩트의 또 다른 특징은 비영리조직과 기술을 연결한다는 데 있다. 기존 비영리단체는 기술 기반 프로젝트를 진행하기 어려운 구조다. 내부에 개발자를 두기 어렵고, 공익 프로젝트 개발을 위한 자금 조달과 수익 모델을 설계하기도 쉽지 않다. 이 때문에 기술 혁신은 주로 스타트업과 기업의 영역이었고, 비영리는 오프라인 활동을 중심으로 움직였다. 사이드임팩트는 비영리단체에서 기술 기반 프로젝트를 발전시킬 수 있는 연결고리를 마련하고 있다.

## 사이드임팩트 선정팀의 주요 서비스

	<b>픽포미</b> 시각장애인을 위한 쇼핑앱으로, 음성 안내 및 AI 기술을 활용해 상품 정보를 제공.		<b>아기고래</b> 사내 소통 활성화를 위한 온라인 서비스로, 직원 간 피드백과 칭찬 문화를 정착시키는 기능을 지원.
	<b>PRESSURE(프레서)</b> 장애인이나 중환자의 욕망을 예방하기 위해 압력 감지 센서를 활용한 스마트방석.		<b>오션키퍼</b> 해양 정화 봉사활동에 특화된 서비스로, 연안-부유침적 등 활동 유형별 봉사자 매칭 기능을 제공.
	<b>계단정복지도</b> 휠체어 이용자를 위한 접근성 지도 서비스로, 이용자가 직접 이동 가능 경로를 공유.		<b>아이셔널</b> 학부모들이 동네학원의 셔틀버스 정보를 공유하고 확인하는 지역 기반 서비스.
	<b>루바토</b> 시각장애인을 위한 피아노 학습 장갑으로, 손가락에 진동을 전달해 점자 악보 없이 연주법 지원.		<b>열고닫기</b> 2030세대를 위한 정책 정보 공유 플랫폼으로, 맞춤형 정부 지원 정책을 전달.
	<b>백곰</b> 영유아 예방접종 및 건강검진 일정을 관리하는 서비스로, 접종 알림과 병원 정보 제공.		<b>눈높이키오스크</b> 디지털 취약층을 위한 키오스크 학습 서비스로, 디지털 환경을 게임으로 익힐 수 있게 설계.

사단법인 바다살리기네트워크는 지난해 사이드임팩트 지원을 받아 해양 정화 봉사활동에 특화된 봉사자 모집 플랫폼 '오션키퍼'를 개발했다. 해양 정화 봉사는 연안 정화, 부유 쓰레기 수거, 침적 쓰레기 제거 등 활동 유형에 따라 필요한 봉사자가 다르다. 예를 들어, 특히 침적 쓰레기 정화 활동은 스쿠버다이빙 자격증이 필요하고, 부유 쓰레기를 수거하려면 프리다이빙이나 수영이 가능해야 참여할 수 있다.

바다살리기네트워크는 해양보호와 관련된 전국 20여 비영리단체와 사회적경제조직이 모인 협의체다. 최은원 바다살리기네트워크 대표는 "기존에는 개별 단체들이 각각 봉사자를 모집하다보니 해양 봉사활동에 참여하고 싶은 사람들이 정보를 얻기 쉽지 않았다"면서 "단체들도 수작업으로 봉사자들을 관리하다보니 일정이 바뀌거나 봉사 인원이 조정될 때마다 커뮤니케이션이 원활하지 않았다"고 말했다.

이 문제를 해결하기 위해 만든 것이 오션키퍼 앱

이다. 봉사활동 유형별로 지원 조건을 설정하고, 개인이 원하는 활동을 찾아 쉽게 신청할 수 있는 시스템을 구축했다. 기존에 단체가 수기로 관리하던 개인정보 관리 문제도 해결했다. 최은원 대표는 "비영리단체라고 해서 기술을 활용하지 못할 이유는 없다"며 "오히려 기술을 잘 접목하면 더 많은 사람이 쉽게 공익 활동에 참여할 수 있다"고 말했다.

비슷한 고민에서 시작된 또 다른 프로젝트가 있다. '계단정복지도'는 휠체어 사용자도 편하게 다닐 수 있도록 계단 정보를 공유하는 커뮤니티 기반의 접근성 지도 플랫폼이다. 휠체어를 사용하는 사람들에게 필요한 경사도가 있는지 혹은 계단만 있는지 파악하기 위해 마련된 서비스다.

장애인을 위한 지도 서비스가 없는 건 아니었다. 하지만 대부분 공공기관이 제공하는 데이터에 의존하기 때문에 실제 사용자의 경험이 반영되지 않았다. 지자체에서 '휠체어 접근 가능'이라고 표시된 건물이라도, 막상 가보면 너무 가파르거나 중간에 문턱이 있어 불편한 경우가 많았다.

이번 프로젝트를 추진한 박수빈 계단뿌셔클럽 공동대표는 건물의 출입구 사진과 진출입로의 계단 여부, 엘리베이터 설치 여부 등 정보를 한데 모을 수 있는 플랫폼을 만들었다. 기존의 행정기관 데이터를 단순히 활용하는 것이 아니라, 시민들이 직접 사진과 정보를 입력해 규격화된 데이터를 축적하는 방식이다. 이렇게 시민 참여로 공개된 장소는 누적 5만8000곳에 이른다. 계단정복지도는 사이드임팩트 사업에 2년 연속 선정됐다. 총 2400만 원의 지원금을 받아 지속적으로 서비스를 업그레이드하고 있다.

브라이언임팩트는 올해도 사이드임팩트에 참여할 새로운 팀을 모집한다. 초기 MVP 단계를 지원하는 스파크 트랙은 6월, 실사용자를 보유한 프로젝트를 지원하는 임팩트 트랙은 9월로 예정돼 있다. 박진석 브라이언임팩트 부장은 "세상을 바꾸는 방법은 굉장히 다양하고, 하나의 방법으로 결론 내기는 어렵기 때문에 최대한 다양한 영역의 사람들이 도전할 수 있도록 지원의 폭을 넓히고 있다"며 "기술이 공익과 만나 더 많은 사람에게 기회를 줄 수 있도록 사이드임팩트가 그 연결고리가 되길 바란다"고 말했다.

# 해커톤 수상작은 왜 사라질까... 개발자가 제안한 지속가능성 실험

## ‘사이드임팩트’ 기획한

### 유승원 브라이언임팩트 PI팀장

세상을 바꿀 수 있는 기술은 어디에서 찾을 수 있을까. 경력 20년의 IT 개발자는 공모전 수상작들을 뒤졌다. 해커톤에서 대상을 받은 아이디어, 애플리케이션으로 구현된 서비스들도 많았다. 불과 지난해 수상작들인데도 막상 접속해 보려고 하면 줄줄이 단혀있었다.

“이런 서비스가 조금 더 길게 갈 수는 없을까.” 유승원 브라이언임팩트 플랫폼포니셔티브(PI)팀장은 이들을 지원하는 사업 ‘사이드임팩트’를 기획했다. 사이드임팩트는 기술을 활용해 사회문제를 해결하는 프로젝트를 지원하는 사업으로, 지난해 12월 선정된 30개 팀에 총 2억2000만원을 지원했다.

유승원 팀장은 “IT서비스는 실사용자의 피드백을 받고 점진적으로 개선해야 더 나은 서비스로 발전하는데, 그 기간을 버티는 게 어렵다”며 “이 시기를 잘 보낼 수 있도록 지원사업이 필요하다고 생각했다”고 말했다.

카카오에서 개발자로 일하던 그는 2021년 소속을 옮겨 브라이언임팩트 설립 멤버로 참여했다. 지난 12월 서울 강남구 브라이언임팩트 사무실에서 만난 유승원 팀장은 “개인 시간을 써가면서 사회문제를 해결해 보려는 사람들을 조금만 뒷받침해 준다면 전에 없던 새로운 서비스를 많은 사람이 누릴 수 있을 것”이라고 했다.

### 처음부터 좋은 서비스는 없다

-기술 기반 프로젝트는 모두 지원할 수 있나요.

“기술 기반이라는 게 폭이 넓어요. 흔히 온라인 서비스만 떠올리지만, 하드웨어 기반의 제품도 있고, 연구 프로젝트도 있죠. 최소 요건을 충족하는 프로젝트는 모두 지원할 수 있습니다. 다만 유의미한 사회문제를 다루는지, 기술을 충분히 활용하고 있는지 등의 판단은



유승원 팀장은 “새로운 시도를 하려면 용기와 자원이 필요하다”면서 “사이드임팩트 사업이 그런 역할을 하게 될 것”이라고 말했다. 김용재 기자

재단이 하지 않고 참가자 커뮤니티에서 리뷰를 통해 자연스럽게 이뤄지도록 했어요. 선정팀도 별도의 심사위원이 있지 않고 커뮤니티에서 투표를 통해 진행됩니다.”

-전혀 뜻밖의 팀이 선정될 수도 있겠네요. 커뮤니티의 힘을 믿는 건가요.

“그럴 수도 있죠. 커뮤니티에서 정해진 규칙에 의해 리뷰와 투표가 이뤄지니까요. 어떤 면에서는 중앙 관리자 없이 프로세스 내 자율적인 합의에 따라 운영되는 DAO(Decentralized Autonomous Organization)와 유사한 부분이 있습니다. 재단에서 초창한 전문가나 재단 구성원들도 커뮤니티에 포함돼 있지만 모두 동등하거든요. 처음에는 과연 동작할까, 부작용이 없을까 걱정했지만 세상을 더 좋은 방향으로 바꾸려는 사람들의 모임이어서 가능

한 것 같아요. 다수의 당사자의 집단 지성이 소수의 전문가보다 더 좋은 선정을 할 수 있다고 생각해요. 아직 사업 초기여서 부작용이 있을 수 있지만, 커뮤니티 안에서 자정작용이 일어날 것을 기대하고 있습니다.”

-참가자 커뮤니티 규모는.

“500명 정도 됩니다.”

-지원 자격이 따로 있나요.

“처음에는 어떤 기준을 뒀야 할지 고민했어요. 예를 들면 사용자 1만 명이 하, 혹은 법인 설립 1년 미만 같은 식으로요. 하지만 이렇게 기준을 세워버리면 다양한 사람들이 참여할 수 없다고 판단했어요. 그래서 투자를 받지 않은 단계의 프로젝트를 지원하는 거로 정했습니다. 다른 자격은 모두 없었어요. 심지어 두 번, 세 번도 지원받을 수 있게 열려있어요. 그랬더니 고등학생부터 대학

생, 비영리단체, 일반 스타트업까지 다양하게 지원하고 있습니다.”

### 사이드 프로젝트로 성공을 경험하라

-MVP(최소기능제품)가 있는 팀만 지원이 가능해서 허들이 높다는 생각이 들어요.

“맞아요. 지원자가 없을까 걱정했는데 생각보다 많은 팀이 지원했어요. 그런데도 MVP가 있어야 한다는 조건은 매우 중요합니다. 일반적인 공모전은 아이디어만 내거나 MVP를 만드는 것까지 합니다. 이미 구현된 서비스를 발전시키기 위한 지원 사업은 거의 없어요. 사이드임팩트가 이 단계를 만들어 준 셈이죠.”

-개발자들이 많이 참여하겠네요.

“물론 개발 베이스 지원자가 많아요. 개발자들은 경력 개발을 위해서든 자기 만족을 위해서든 본업 외 사이드 프로

젝트를 진행하는 문화가 있습니다. 그리고 자기 시간과 돈을 써가면서 그런 일을 할 때 뭔가 사회적으로 의미 있는 일을 하려는 사람들이 많죠. 재단에서 지원하면 더 많은 사람이 이러한 시도할 테고 이런 사람들의 풀(pool)을 확보할 수도 있겠다는 생각이 들었어요.”

-아무래도 비영리에서 지원하기 어렵지 않을까요.

“비영리 분야에서는 IT 프로젝트가 진행되기 어려운 측면이 있지만, 젊은 직원들도 많고 새로운 시도를 해보려는 움직임도 큼니다. 사이드임팩트의 본질은 사회적으로 의미 있는 프로젝트를 지속가능하게 만드는 겁니다. 새로운 서비스를 개발하고 발전시키면서 얻은 성공의 경험은 또 다른 서비스가 출시되는 밑거름이 되죠.”

-개발자와 비영리의 교류나 접점이 늘어나면 좋겠네요.

“영리와 비영리 구별 없이 인재들이 순환될 수 없도록 계속 고민하고 있어요. 특히 개발자들은 비영리로 넘어가면 커리어가 단절된다는 생각을 많이 합니다. 다른 직군들도 비슷한 정서가 있는데, 이러한 인식을 바꾸는 게 가장 중요해요. 그러기 위해서는 비영리 영역에서 기술 프로젝트가 많아지고, 새로운 기술을 많이 시도해볼 수 있는 환경이 필요합니다. 외국의 민간재단들은 그런 경우가 많아요. 사이드임팩트가 그런 부분에서의 작은 시도라고 생각해요.”

-사이드임팩트 기획자로서 바라는 게 있다면요.

“사이드임팩트 출신 팀들이 세상을 더 나은 곳으로 만들 거라고 믿습니다. 고등학생부터 대학생, 현직 개발자, 스타트업과 비영리 종사자까지 최대한 많은 사람이 사이드임팩트에 참여했으면 하는 마음이에요. 그들의 프로젝트가 발전하고 많은 사람에게 도움이 되기를 바랍니다. 재단의 지원을 받은 팀들이 외부 투자를 받아 이른바 ‘졸업’을 하게 되는 날도 기대합니다.” 문일요 데버터 기자

## ‘사이드임팩트’가 우리에게 남긴 것



변해빈 백곰 팀장

“직장인이라 평일 주간에는 통화가 어렵습니다.”

지난주 기자로부터 취재 요청을 받았다. 회사 업무가 밀려 바로 대응하지 못하고 일과 이후로 미뤘다. 약속 시각을 다시 조정할 끝에 토요일 오후 3시에 첫 통화가 이뤄졌다. 휴일로 미루고 싶지 않았지만 이번만큼은 어쩔 수 없었다.

사이드 프로젝트로 시작한 ‘백곰’ 프로젝트에 대해 물어왔다. 백곰은 대학생이던 지난해 전국 각지에 흩어진 6명의 학부생이 팀을 이뤄 해커톤에 도전하면서 시작됐다. 당시 대학생을 포함한 20대들이 백신과 같은 의료 정보에 둔감하다는 점에 착안해 20대를 위한 백신 추천 서비스를 만들었고 최우수상을 받았다.

팀명이자 서비스 이름인 백곰은 ‘백신아, 곰아워’를 줄인 것이다.

우리는 해커톤 이후 같은 해 8월 서비스를 고도화하고 실제 배포 단계까지 진행하는 해커톤에 도전했다. 보통 공모전이나 대회에 출품한 서비스는 특별한 계기가 없으면 흐지부지되거나 고도화 단계로 나아가기 어렵다. 해커톤에서는 2~3일 동안 집중해서 MVP를 만들고 발표하는 게 목표다. 그래서 ‘이걸 어떻게 서비스로 발전시킬 것인가’를 고민하는 팀은 많지 않다. 매년 수십 개의 해커톤이 열리고 아이디어가 쏟아지지만, 실제 서비스로 이어지는 건 극소수다. 대부분은 개발비 부족, 유지보수 인력 층원 등의 한계로 사라진다.

백곰은 실사용자 대상으로 피드백을 받으면서 방향을 바꿨다. “이 기능, 영유아 부모들에게 더 필요할 것 같다”는 팀원들의 의견이 모여면서 기존 백신 접종 추천 기능에 영유아 건강검진 정보, 응급실 조회 서비스 등을 추가했다. 그



해커톤에 참여한 백곰 구성원들.

[사진 백곰]

렇게 영유아 자녀를 둔 부모를 위한 백신 정보를 추천하고 육아에 필요한 의료 정보를 제공하는 플랫폼으로 거듭났다. 이 과정에서 팀원도 6명에서 7명으로 늘었다. 이 중 취업자인 5명은 본업과 병행하며 프로젝트를 이어가고 있다.

대학생들의 열정으로 시작한 프로젝트지만 취업에 성공했다고 해서 등한시

하지 않았다. 특히 의료 영역은 공공의 성격이 강해서 정보불평등 해소라는 사회적 가치를 실현하는 서비스에 대한 팀원들의 열망이 크다. 퇴근 이후 혹은 주말 시간을 쪼개 개발 업무를 진행하고 있다. 개발 기간이 아닐 때는 온라인에서 모여 수다를 떨기도 한다.

백곰이 프로젝트를 지속할 수 있었던

건 브라이언임팩트 재단의 지원 사업 ‘사이드임팩트’ 덕분이다. 사이드임팩트는 백곰처럼 공익 목적의 개별 프로젝트를 발굴해 지원하는 사업이다. 기술 기반 프로젝트가 세상을 바꾼다는 재단의 믿음과 조금 더 나은 세상을 열망하는 사람들이 만나 현재 30여 프로젝트가 개발 중이다. 이들 서비스가 고도화되면 세상은 달라질 수 있을까.

과거 세탁기와 식기세척기의 발명으로 가사노동 시간이 대폭 줄었고, 엘리베이터와 자동번속기의 등장은 장애와 비장애의 벽을 허물었다. 이러한 혁신 기술에는 공통점이 있다. 인간의 보편적 행복을 고민하던 사람들의 열정이다. 누군가의 편의를 위한 기술은 모두가 편해지는 지름길이다.

사이드임팩트에 선정된 팀들을 지켜 보면서 ‘빨리 가려면 혼자 가고, 멀리 가려면 함께 가라’라는 말을 다시 생각해 봤다. 함께 가는 것은 멀리 갈 뿐 아니라 더 빨리 갈 수 있는 방법이라는 것을.

# 비영리가 추천하고 시민이 뽑는다... '제1회 소셜임팩트어워드'

## 제1회 소셜임팩트어워드(SIA) 시상식

“우리 사회는 기후변화·불평등·혐오 등 많은 도전에 직면하고 있습니다. 점점이 쌓인 어려움을 넘어서기 위해서는 문제를 찾아내고, 해결을 위한 구체적인 행동을 하고, 선한 영향력을 확산하려는 노력이 절실히 필요합니다.” (송상현 SIA위원장)

‘제1회 소셜임팩트어워드(Social Impact Award-SIA)’ 시상식이 지난달 22일 서울 중구 KG타워 대강당에서 열렸다. 이번 시상식은 사회문제 해결을 위해 오랜 시간 헌신해 온 공익 분야의 원로 10여 명의 제안으로 시작됐다. 의미 있는 사회 변화를 만들어낸 조직과 개인의 활동을 발굴하고 임팩트를 확산하기 위해 만든 상으로, 시민들이 직접 투표에 참여한다는 점에서 차별성이 있다.

첫 행사인 올해 수상자로는 ▶소셜액션플랫폼 베이크(Vake)를 운영하는 ‘소셜밸류랩’(혁신상) ▶수용자 자녀를 지원하는 ‘아동복지실천회 세움’(창의상) ▶청소년 사이버폭력 예방을 위한 사회공헌 활동을 펼친 ‘삼성전기’(허들링상) ▶광복절마다 815년 기부 마라톤을 진행하는 가수 션(특별상) 등이 선정됐다.

### 공익단체가 후보자 추천, 수상자 선정은 시민 투표로

SIA의 기틀을 잡은 건 공익 분야 원로들로 구성된 ‘SIA위원회’다. 객재선 KG 그룹 회장, 김성이 한국사회복지협의회 회장, 문형구 한국비영리학회 이사장, 송상현 서울대학교 명예교수, 안경태 삼일회계법인 전 회장, 양옥경 이화여자대학교 명예교수, 오준 세이브더칠드런 이사장, 유중근 UNAI KOREA 이사장, 이희범 부영주택 회장, 임정희 밝은청소년 이사장, 황영기 초록우산 회장(이상 이름 가나다순) 등이 SIA위원으로 참여했다.

이날 본격적인 시상에 앞서 문형구 SIA위원이 상의 취지와 준비 과정에 대해 소개했다. 문 위원은 “선한 영향력을 확산해야 한다는 공감대를 가진 사람들이 모여 2019년부터 준비한 상”이라며 “코로나로 논의가 중단되는 등 여러 어려



제1회 소셜임팩트어워드(SIA) 수상자들과 SIA위원회, SIA실행위원회 위원들이 기념 촬영을 하고 있다.

김용재 기자

움이 있었지만 2021년 다시 본격적인 토론을 시작해 서른 번이 넘는 치열한 회의 끝에 선보이게 됐다”고 했다. 오준 SIA 위원은 “비영리법인에 공문을 보내 후보자를 추천받고 SIA실행위원회 심사를 거쳐 후보를 추린 뒤 시민 투표를 진행했다”면서 “시민 투표에 참여한 1200여 명의 선택을 기반으로 SIA위원회가 최종 수상자를 결정했다”고 설명했다.

SIA는 세 개 수상 부문과 특별상으로 구성된다. 사회문제 해결을 위한 새로운 방법을 찾아낸 단체에 주는 ‘혁신상’, 관

심이 부족했던 영역의 문제 해결을 위해 노력한 단체에 주는 ‘창의상’, 희생과 상생의 정신으로 공동체의 안정을 도모한 조직에 수여하는 ‘허들링상’ 등이다. ‘특별상’은 오랜 기간 진정성을 갖고 사회문제 해결을 위해 선한 영향력을 확산한 개인 또는 단체에 주어진다.

혁신상 수상자로 선정된 소셜밸류랩은 2023년 1월 월드비전에서 분사한 소셜벤처다. 누구나 사회적 가치 실현을 위한 아이디어를 제안하고, 함께 할 사람을 모아 실행에 옮길 수 있는 소셜액

션플랫폼 베이크를 운영하고 있다. 지금까지 1만8000명이 참여해 207개의 캠페인을 실행했다. 창의상을 받은 아동복지실천회 세움은 수용자 자녀의 권리 보호 활동을 펼치는 비영리 단체다. 부모가 수감된 아이들이 경제적·정서적 어려움을 해결할 수 있도록 지원하고 이들에 대한 인식개선 캠페인과 법 개정 노력을 지난 10년간 이어왔다. 허들링상은 삼성전기에 돌아갔다. 삼성전기는 2020년부터 삼성 계열사 4곳과 사랑의 열매, 경찰청, 교육부, 여성가족부, 푸른나무재단과 6자 MOU를 맺고 사이버폭력 대응을 위한 ‘푸른코끼리’ 사업을 추진했다. 가수 션은 어렵게 살아가는 독립유공자 후손들에게 집을 마련해주기 위해 진행하는 기부 마라톤 ‘815년’ 홍보대사로서 2020년부터 매년 광복절에 81.5km를 완주하며 선한 영향력을 전파하고 있다. 지난 5년간 시민 3만1000명과 기업 270곳을 815년에 동참시켜 총 58억원의 기부금을 모았다.

“시민 참여 끌어내면 사회는 변화합니다” 시상 후에는 수상자들이 함께 참여한 토크콘서트가 진행됐다. 김시원 중앙일보 공익섹션 디버터 편집장이 모더레이

터를 맡았고 이은희 소셜밸류랩 대표, 이경림 아동복지실천회세움 대표, 최우철 삼성전기 사회공헌단 그룹장, 가수 션, 김도영 CSR포럼 대표(SIA실행위원장)가 패널로 참여했다.

김시원 디버터 편집장은 수상자들의 공통점으로 ‘시민참여’를 적극적으로 끌어냈다는 점을 들었다. 이경림 세움 대표는 “수용자 자녀의 면접권 보장을 위한 캠페인을 시작한다고 했을 때, 이 문제에 공감한 시민들이 나서서 국회의원실에 입법을 요청하는 목소리를 냈고, 덕분에 법이 바뀌어 아이들은 가림막 없는 공간에서 부모를 만날 수 있게 됐다”고 말했다. 션은 “8월의 무더위 속에 81.5km를 완주하는 일이 육체적으로 무척 힘든 도전이지만, 함께 뛰어주는 수많은 시민들을 보며 에너지와 힘을 얻는다”고 했다. 이은희 소셜밸류랩 대표는 “이전에는 사회문제를 해결하는 주체가 주로 비영리조직이나 기업이었지만 베이크에는 변화를 만들고 싶어 하는 개인들이 많이 참여하고 있다”며 “이 중 2030세대가 60~70%에 달한다”고 했다.

수상자들이 임팩트를 만들어내기까지 가장 큰 도움을 준 ‘파트너’들에 대한 이야기도 나왔다. 최우철 삼성전기 사회공헌단 그룹장은 “정부·기업·NGO 등 다양한 조직이 협력해 지난 5년간 푸른코끼리 사업을 이어나갈 수 있었다”며 “특히 높은 사명감과 전문성을 갖고 현장에서 노력하는 ‘푸른나무재단’ 관계자들이 있었기에 사이버 폭력 근절이라는 문제 해결의 본질에 다가갈 수 있었다”고 말했다.

토크콘서트를 마무리하며 참가자들은 향후 SIA의 역할과 방향성에 대한 조언을 전했다. 션은 “한 사람이 큰 나눔을 행하는 것보다 많은 사람이 작은 나눔을 함께 실천하는 것이 더 의미 있다고 생각한다”며 “소셜임팩트어워드를 통해 우리 사회 곳곳에 나눔의 마음이 전파되기를 바란다”고 했다. 김도영 SIA실행위원장은 “사회문제를 해결한 좋은 사례들이 전문가와 시민의 협력을 통해 널리 알려질 때 궁극적인 소셜임팩트가 실현될 수 있을 것”이라고 말했다.

최지는 디버터 기자



SIA 특별상을 받은 가수 션이 독립유공자 후손에게 집을 지어주기 위해 광복절마다 81.5km를 달리는 ‘815년’ 캠페인을 설명하고 있다.

김용재 기자

## 10년 공들인 사회공헌 사업, 왜 좋은 평가를 못 받는 걸까



김기룡 한국사회가치평가 대표

기업의 사회공헌 활동이 늘어나면서 이제는 10년 이상 장기적으로 운영되는 사회공헌 사업을 어렵지 않게 찾아볼 수 있게 됐다. 지속적으로 사회공헌 사업을 진행하는 동안 많은 대상자가 만족했을 것이고, 제법 감동적인 순간들도 있었을 것이다. 그렇다면 이 사업들의 가치는 충분히 인정받고 있을까? 안타깝게도 그렇지 않은 현실을 접하게 된다. 장기간 충실하게 수행한 사업이 좋은 평가를 못 받고 있다면 아마도 다음 세 가지 이유 때문일 가능성이 높다.

첫 번째, 사업 초기에 기업이 기대했던 ‘성과’가 명확히 설정되지 않은 경우다. 사업의 성과를 이야기할 때 논리모형에 근거하여 사업의 각 요소를 투입(input)·산출(output)·성과(outcome)·임팩트(impact) 등으로 구분한다. 이 중 임팩트(impact)는 성과(outcome)에 비해 훨씬 중장기적으로 발생한다. 예를 들어 어떤 기업이 축구 선동을 발굴해 지원한다고 가정하자. 보통은 그 아이가 훌륭한 프로 축구선수가 되거나 나아가 국가대표로 성장하기를 기대한다. 그렇다면 기업이 후원한 아이가 축구선수가 되지 못했다면 이 사회공헌 사업은 실패한 것일까? 그렇지 않다. 이 사업의 성과(outcome)는 “지원대상 아동이 경제적인 이유로 축구를 포기하지 않고 계

속 도전하며, 신체적으로나 정서적으로 건강한 상태를 유지하여 동등한 기회를 갖는 것”이다. 이 아이가 프로 축구선수로 성장할지는 지원한 기업의 노력만으로 결정되는 것이 아니다. 부상, 환경적 요인 등 다양한 외부 변수에 의해 얼마든지 변할 수 있기 때문이다. 따라서 사회공헌 사업을 시작할 때 목표와 성과에 대한 명확한 설정과 내부적 합의가 필요하다.

두 번째, 투입이 정체됐거나 줄어 성과가 미약하게 보이는 경우다. 일반적으로 사회공헌 사업 예산이 늘어나는 경우는 많지 않다. 10년간 동일한 예산으로 사업이 유지되는 경우가 많은데, 단순히 물가 상승률만 고려하더라도 사업 대상자의 수가 줄어들거나 제공되는 사업의 질이 낮아지는 등의 결과

가 나타날 수밖에 없다. 담당자의 노력과 애정은 10년간 이어졌는지 모르지만, 실제 투입은 줄어들고 있었던 것이다. 예산 문제는 노력만으로 해결하기 어려운 부분이지만 사회공헌 성과에 영향을 미치는 가장 현실적인 요인 중 하나다.

세 번째, 데이터 관리가 제대로 이루어지지 않은 경우다. 이 경우 사회공헌 사업의 성과를 제대로 입증하기 어려워 그 가치를 충분히 인정받지 못할 수 있다. 그런 의미에서 지난 10년간 수행한 사업에 대한 데이터를 체계적으로 관리하고 있는지 점검할 필요가 있다. 기업의 사회공헌 성과를 측정하기 위해 데이터를 요청하면 ‘데이터가 없거나 찾는 데 많은 시간과 노력이 필요하다’는 답변을 듣는 경우가 의외로 많

다. 지금까지 우리의 도움을 받은 대상자는 몇 명인지, 이런 기본적인 데이터도 곧바로 확인이 안 되는 경우도 있다. 특히 10년 동안 같은 담당자가 사업을 담당하는 경우는 드물다. 그렇기 때문에 사업의 데이터는 동일한 기준과 양식에 따라 체계적으로 관리될 필요가 있다.

하나의 사회공헌 사업을 10년 넘게 진행하고 있다는 것은 기업이 나름의 확신과 진정성을 가지고 사업에 임했다는 증거다. 다만 10년이면 강산도 변하고 사회문제는 더 빠르게 변화한다. 중간 점검이 필요한 때다. 사업을 통해 얻고자 하는 성과가 무엇인지, 예산은 적절인지, 데이터는 체계적으로 관리되고 있는지 기본부터 다시 한번 점검해 보길 바란다.

# “한국 기업들, 완벽함에 얽매이지 말라” 파타고니아 아태총괄의 조언

## 브레멘 슈멜츠 파타고니아 아시아태평양 총괄 인터뷰

최근 미국의 도널드 트럼프 2기 행정부 출범 이후 국제 사회의 지속가능성이 위기라는 분석이 쏟아지고 있다. 트럼프 대통령은 취임 첫날 파리기후변화협약 탈퇴를 명령하고, 세계보건기구(WHO)와 유엔인권이사회(UNHRC) 등 국제기구에서 잇따라 탈퇴했다. 여기에 ‘ESG 무용론’을 넘어 “ESG는 악마”라고 주장해 온 일론 머스크 테슬라 CEO가 미 정부 운영에 관여하면서 지난 몇 년간 대세로 떠오른 글로벌 지속가능성 흐름에 제동이 걸릴 거라는 전망까지 나온다.

지난 6일 서울 강남구 파타고니아코리아 본사에서 만난 브레멘 슈멜츠(53) 파타고니아 아시아태평양 총괄(파타고니아코리아 대표 겸직)은 이런 우려를 당당한 미소로 날려버렸다. 그는 “우리는 싸움꾼”이라며 “환경을 파괴하는 그 어떤 공격에도 맞설 준비가 돼 있다”고 말했다. 그는 비랩코리아 주최의 ‘파타고니아와의 만남’ 행사에 참석차 방한했다. 국내 비콥(B-Corp) 기업과 1%포더플래닛(1% for the Planet) 이니셔티브 참여 기업들의 현황을 공유하고 네트워킹하는 자리였다. 이날 슈멜츠 총괄은 “우리가 믿는 ‘환경보호’의 가치를 훼손하는 그 어떤 형태의 공격에도 굴하지 않을 것”이라고 했다.

### “정치적 논쟁, 두렵지 않다”

파타고니아는 ‘환경보호’와 ‘지속가능성’이라는 키워드 아래 소위 ‘착한 기업’의 대표 주자로 알려졌다. 슈멜츠 총괄은 “파타고니아는 착한 기업이라기보다 ‘환경보호를 위한 전사’에 가깝다”고 했다. 파타고니아는 단순히 친환경 소재를 개발하거나 판매 수익을 환



브레멘 슈멜츠 파타고니아 아시아태평양 총괄은 영업 담당으로 입사해 임원 자리에 올랐다. 그는 “매출 담당하는 직원들도 환경보호가 기업 활동의 목적이라는 점을 가장 중요한 가치로 여긴다”고 말했다. [사진 비랩코리아]

경을 위한 활동에 기부하는 것만을 환경보호 활동이라고 부르지 않는다. 환경을 지키기 위한 시위에 나서거나, 기업은 물론 정부를 상대로 한 소송도 불사한다.

파타고니아의 고소 대상에는 트럼프 대통령도 포함됐다. 파타고니아와 트럼프 대통령의 악연은 1기 행정부 때 시작됐다. 슈멜츠 총괄은 “트럼프 정부가 처음 출범한 2017년부터 소송을 시작했다”며 “당시 트럼프 대통령은 국립공원을 축소하거나 멸종위기 동물에 대한 사냥 규제를 완화한다고 밝혔는데, 이는 생물다양성에 치명적인 피해를 줄 수 있기 때문”이라고 했다.

파타고니아는 ‘대통령이 당신의 땅을 훔쳤다(The President Stole Your

Land)’라는 메시지를 홈페이지 메인 화면에 걸고 대통령의 유타주 국가기념물 지정 면적 축소 조치를 강하게 반대하고 나섰다. 지난해 치러진 대선에서는 상대 후보인 카말라 해리스를 공개적으로 지지했다. 슈멜츠 총괄은 “고난이 예견된다는 시각도 있지만 정말 괜찮다”며 웃었다. 이어 “우리는 늘 신념에 따라 싸워왔고, 해야 할 싸움이라면 피할 생각이 없다”고 했다.

기업 활동이 정치적으로 해석되는 것에는 선을 그었다. 그는 “환경에 끼치는 영향이 우리 행동의 기준일 뿐, 정치엔 전혀 흥미가 없다”고 했다. “우리는 자연을 보호해야 한다는 가치를 최우선으로 삼고 있고, 그 가치에 준하는 일이라면 두려움 없이 결정을 내릴 뿐입니다. 파타고

니아는 옷을 파는 거대 비영리 단체입니다.” 파타고니아는 상업 브랜드이기 이전에 ‘환경 운동’ 그 자체라고 설명한다.

이런 자신감은 어디서 나오는 걸까. 슈멜츠 총괄은 ‘고객과 역사’라고 답했다. 그는 “모든 브랜드가 파타고니아처럼 할 수 없다는 걸 안다”면서 “그렇기 때문에 더욱 우리의 원칙을 지키고자 하는 것”이라고 말했다.

**수익 창출과 환경 보호, 두 가치가 충돌할 때** 파타고니아의 철학은 본사를 넘어 한국·일본 등 전 세계 파타고니아 지사에 뿌리 깊게 박혀 있다. 파타고니아코리아 역시 국내 환경단체와 긴밀한 관계를 맺고 있다. 통상 파타고니아처럼 연매출 10억 달러(약 1조4500억원) 규모의 기업

이 비영리단체·사회적기업 등과 협업할 땐 기업 측에서는 재정 지원만 하는 경우가 대부분이다. 이 과정에서 기업의 요구로 정치적으로 보일 수 있는 메시지는 삭제되거나 리스크 관리 탓에 본질적인 사회문제 해결이라는 목표는 정작 뒷전으로 밀리기도 한다.

파타고니아코리아는 조금 다른 행보를 보여왔다. 제주 지역의 남방물고래 보호를 위한 해양환경단체 ‘핫핑크돌핀스’와의 협업이 대표적이다. 핫핑크돌핀스는 환경적 가치에 반하는 행위를 하는 기업은 물론 정부, 지자체는 물론 비영리단체 활동에도 거침없이 반대 목소리를 내거나 시위를 연다.

수익 창출과 환경보호라는 두 가지 목표가 충돌할 때도 있다. 슈멜츠 총괄은 “파타고니아 역시 완벽하지 않다”며 수긍했다. “우리는 창업 이후부터 지금까지 쭉 환경보호를 위한 과정에 있다”면서 “환경보호라는 미션에는 다양한 시행착오가 있을 수 있고, 우리도 많은 실수를 범해왔다”고 했다. “중요한 것은 포기하지 않는다는 사실입니다. 과오를 숨기거나 ‘이쯤 하면 됐다’고 변명하지 않고 계속해서 환경보호라는 길 위를 걷는 것이죠.”

슈멜츠 총괄은 파타고니아 창업주인 이본 쉬나드(87)의 조언을 소개했다. “진짜를 만들라, 거짓되게 하지 말라(Make it real, Don't fake it)”는 짧은 문장이다. “제 말을 믿으세요. 소비자가 옳은 방향에 돈을 쓰면, 세상은 바뀔 겁니다. 비즈니스는 돈을 따라가고, 정부는 비즈니스를 따르니까요. 기업 관계자들은 완벽함에 얽매이지 마세요. 도전받는 것을 피하지 마세요. 진실하게 활동한다면 세상은 바뀔 겁니다. 바로 우리가 고객들과 지금껏 만들어온 것처럼요.” **박선하 더버터 기자**

## “제주 지역 기업의 스케일업을 지원합니다”

### 제주은행 ‘IPO 클래스’

주식 시장 데뷔를 상징하는 ‘IPO(기업 공개)’는 기업의 꿈이다. 주식이 시장에서 거래되는 것만으로 대규모 자금을 효율적으로 조달할 수 있고, 상장사가 되는 순간 기업 공신력이 크게 높아지기 때문이다. 그러나 상장사 대부분은 수도권에 집중돼 있어 비수도권 지역의 상장기업은 지역 경제를 이끄는 ‘효자’ 노릇을 하며 큰 주목을 받는다.

대표적인 곳이 제주다. 제주에 본사를 둔 기업 중 상장기업은 제주은행을 1호로 카카오·쏘카·제주항공 등을 비롯해 10여 곳이 전부다. 전체 상장기업 중 0.34%로, 전국 최저를 기록하고 있다. 제주 소재 기업은 대부분 영세·소규모 사업체로 5인 이상 사업체도 전체 제주도 기업의 11.9%에 불과할 정도다. 이 때문에 오영훈 제주도지사가 선거 당시 지역경제 성장을 위해 ‘상장기업 20개 육성·유지’를 공약으로 내건 바 있다. 제주1호 상장기업인 제주은행은 이러한 문제 해결에 공감하고 지원하기 위해 나섰다. 제주은행은 지난 2023



기업상장(IPO) 클래스 현장. [사진 제주은행]

년부터 제주특별자치도와 제주테크노파크, 제주은행, 제주은행이 속한 신한금융그룹 내 관계사들과 협업해 도내 기업의 IPO 준비를 돕는 ‘기업상장(IPO) 클래스’를 운영하고 있다.

지난해 6월부터 총 21개 기업을 선발한 기업상장 클래스는 전문가들의 상장 관련 강의와 네트워킹, 개별 컨설팅에 이어 IR 데모데이까지 촘촘하게 구성됐다. 여기에 오영훈 제주도지사, 김한규 국회의원 등 기업들이 겪는 고충을 직접 전달할 수 있는 간담회까지 포함돼 기업들의 수요를 적극적으로 반영했다. 다양한 실제 IPO 사례까지 소개해 개별 기업이 자신들의 업종,

사업 분야에 맞는 방식으로 상장을 준비할 수 있도록 도왔다. 제주은행의 모회사 격인 신한금융그룹 관계사들도 자신들의 노하우를 살려 전폭 지원에 나섰다. 신한은행 투자금융부, 신한투자증권IPO1부·신기술부 등도 컨설팅에 참여했다. 이번 클래스 참여사인 미스터밀크의 신세호 대표는 “그간 IPO 실무 연수를 위해 서울까지 가서 고가의 과정을 수료해 왔었다”며 “제주에서 IPO클래스를 통해 상장실무를 배우고 지자체, 기업 간 네트워크를 통해 상장을 계획하고 준비하는 데 많은 도움이 됐다”고 말했다.

이희수 제주은행장은 “제주에서 상장 기업이 나온다면 우리 교육을 수료한 기업일 것”이라며 자신감을 드러냈다. 이 은행장은 “제주 지역 기업의 스케일업 지원을 통해 기업이 성장하면서 고용창출과 세수 확대 등으로 지역경제에 기여하고 은행도 성장하는 상생의 선순환을 만들고 싶다”며 “지역과 함께 제주의 성장을 위해 지역대표 금융 기관으로 책임감을 갖고 꾸준히 해당 교육 사업을 이어 나갈 것”이라고 말했다. **박선하 더버터 기자**

## 이주배경 청소년, 멘토와 함께 성장하다

### 인천국제공항공사 ‘가치점프’

“주은이는 말이 없었어요. 중국 국적을 가진 중학교 2학년 아이였는데 속마음을 알 수가 없어서 답답했어요. ‘선생님은 주은이랑 더 친해지고 싶어.’ 계속 말을 걸었더니 주은이가 입을 열기 시작했어요. 알고 보니 주은이는 한국어가 유창하지 않아서 소통을 꺼리는 거였어요.”

대학생 박서영씨는 지난해 4월부터 경기도 부천시 경기글로벌센터에서 청소년 멘티 4명과 만나고 있다. 한국·중국 등 국적은 다양하다. 일주일에 2~3번씩, 총 6시간을 만나 공부를 도와주고 인간관계·진로 등에 대한 고민도 나눈다. 처음에는 낯을 가리던 아이들도 이제는 속마음을 털어놓는다.

박씨가 아이들을 만난 건 ‘인천공항 가치점프’ 프로그램을 통해서다. 인천국제공항공사는 이주배경(다문화) 청소년에게 다양한 교육 기회를 제공하기 위해 비영리 사단법인 점프와 멘토링 프로그램을 6년째 진행하고 있다. 공사는 지리적으로 가까운 인천과 경기 지역에 이주배경 가구 비율이 높다는 점

을 고려해, 이번 사업을 기획했다.

대학생 교육봉사자들에게는 연간 300만원의 장학금과 또 다른 멘토를 만날 기회도 주어진다. 직업의 세계에 대해 알려줄 수 있는 ‘사회인 멘토’다. 사회인은 대학생에게, 대학생은 청소년에게 멘토가 되어주는 ‘삼각멘토링’ 방식이다. 인천국제공항공사 임직원들은 사회인 멘토가 되어 청소년과 대학생들을 만난다. 지금까지 청소년 1541명, 대학생 394명, 직장인 137명이 가치점프 프로그램에 참여했다.

인천국제공항공사는 보건복지부와 한국사회복지협의회가 주관하는 ‘지역사회공헌 인정제’의 인정기업으로 6년 연속 선정됐다. 가치점프 프로그램의 사회적·교육적·절감 효과와 청소년 멘티의 정서 함양 효과를 환산하면 현재까지 약 79억9000만원의 사회적 가치가 창출된 것으로 공사는 추산하고 있다. 이학재 인천국제공항공사장은 “최근 저출산, 이주민 통합 등의 문제가 국가 현안으로 부각되고 있는 만큼 다양한 해결 방안을 모색하고, 공공기관으로서 사회적 책임을 충실히 이행해 나가겠다”고 말했다. **최지은 더버터 기자**

# 현지화·전문화·운동화... 글로벌 NGO의 세 가지 지향점

## 김혜경 지구촌나눔운동 이사장 인터뷰

“1995년 중국 베이징에 갔습니다. ‘유엔 세계여성대회’에 경제정의실천시민연합(이하 경실련) 대표로 참가해 금융실명제·부동산실명제 등 당시 우리나라에서 경제 정의를 실현한 사례를 열심히 소개했죠. 그때 한 참가자가 가만히 발표를 듣더니 ‘한국이 글로벌 경제 정의를 위해서는 어떤 일을 했냐’고 질문을 던지는 겁니다. 순간 머리를 한대 얻어맞은 듯한 느낌이었습니다.”

김혜경(69) 지구촌나눔운동 이사장은 30년 전 국제구호개발에 뛰어들기로 결심한 순간을 떠올렸다. 1980년대를 미국에서 보내고 1991년 귀국한 김 이사장은 한국의 빈부 격차를 줄이는데 기여하고 싶다는 마음으로 경실련에 합류했다. 중국 출장은 전 세계 빈곤 문제에 눈을 뜨게 된 계기였다. “한국은 여러 나라의 원조를 받아 빈곤에서 탈출했습니다. 그런데 여전히 다른 나라에서는 빈곤층 여성들이 흥등가로 팔려 가고, 극심한 굶주림과 폭력에 노출돼 있었습니다. 이제 한국이 역할을 해야 할 때라는 생각이 들었습니다.”

중국에서 돌아오자마자 경실련 이름으로 ‘한국의 ODA(공적개발원조) 예산 규모를 늘려야 한다’는 성명을 발표했다. 3년 후, 같은 뜻을 가진 시민사회 인사들과 뜻을 모았다. 1998년 12월에는 ‘지구촌 가난한 이웃의 자립을 돕고 지속가능한 발전을 실현한다’는 사명을 가진 국제구호개발 NGO 지구촌나눔운동을 창립했다.

지구촌나눔운동은 올해로 28번째 베트남·몽골을 비롯한 전 세계 8개 개발도상국에서 빈곤한 지역 주민의 자립을 지원하는 사업을 펼치고 있다. 지난해 11월에는 그동안의 공로를 인정받아 아산사회복지재단이 수여하는 아산상 사회봉사상을 받았다. 서울 종로구 지구촌나눔운동 사무실에서 김 이사장을 만났다.



김혜경 이사장은 “주민 자립을 지원하는 모델을 발전시키고 확산함으로써 더 큰 사회적 임팩트를 창출하는 것이 목표”라고 말했다. 김용재 기자

### ‘시민’을 키우는 NGO

-지구촌나눔운동을 잠시 떠났다가 돌아왔습니다.

“장립 멤버로 합류해서 2010년까지 사무총장으로 일했어요. 이후 대통령실 사회통합수석실 시민사회비서관, 이화여대 국제대학원 초빙교수 등을 맡았어요. 2021년 4월 다시 돌아와 이사장직을 맡게 됐습니다.”

-설립 당시만 해도 국내 NGO가 국제개발에 나서는 사례는 많지 않았습니

다. “민주화 이후 정치적 자유가 확대되면서 환경·여성·인권 등 다양한 사회문제를 다루는 NGO들이 본격적으로 등장했어요. 다만 대부분 단체가 국내 문제에 집중했고, 국제구호개발에 참여하는 NGO는 많지 않았습니

다. 대신 국내 취약계층을 지원하기 위해 들어와 있던 선진국 NGO 지부들이 해외 원조를 수행하는 공영 NGO로 전환되기 시작했어요.”

-우리나라가 수혜국에서 공여국으로 넘어가는 시기였군요.

“그렇죠. 한국국제협력단(KOICA)이 설립된 1991년 한국의 ODA 예산은 1억 달러(약 1400억원) 수준이었어요. 올해 예산(6조7972억원)의 2.1%에 불과하죠. 그때 지구촌나눔운동 초대 이사장을 지내신 고(故) 강문규 박사님을 만났어요. 유럽 NGO에서 국제구호개발 경험을 쌓고 한국에서 시민운동에 뛰어든 분인데, 구호 중심인 지원 방식에 대해 비판적인 시각을 가지고 계셨어요. 개발도상국이 자립할 수 있도록 시민사회 역량을 길러줘야 한다고 항상 강조하셨죠. 이런 문제의식에 공감하는 분들과 지구촌나눔운동을 설립한 겁니다.”

-시민사회의 역량을 키운다는 게 어떤 의미입니까.

“주민의 ‘자립’ 지원이 핵심이에요. 단순 지원으로는 공동체가 강해질 수 없고, 공동체가 자생하지 못하면 NGO는 지원을 끊을 수가 없어요. 자립하려면 ‘경제력’이 뒷받침돼야 합니다. 주민들이 경제력을 갖추면 정치·사회 이슈

에 적극적으로 나서게 되고, 시민사회의 체력이 강해집니다.”

-주민들의 자립을 위해 어떤 지원을 하나요.

“대표적으로 베트남에서 2000년부터 ‘암소은행’ 사업을 진행하고 있습니다. 빈곤 가구에 우리나라 돈으로 100만원 정도인 암소 구매비를 1%의 낮은 이자로 대출해 주고, 3년 후 원금을 상환하면 이를 다른 농가에 다시 대출하는 순환형 소액대부사업입니다. 주민들은 암소를 활용해서 농업 생산성을 높여요. 새끼를 낳으면 자산도 늘어나죠. 현지인이 참여하는 운영위원회도 구성했습니다. 암소은행 대상자 선발부터 모니터링까지 주민들이 직접 참여해요. 예방접종을 할 수의사, 외양간을 짓는 건축가 등 전문가도 육성했어요. 지금까지 약 4000가구에 암소 5200마리를 지원했습니다. 그 사이 저개발국이었던 베트남은 중진국 반열에 올라섰죠. 몽골에서도 2002년 가축은행 사업

을 시작해 우유 생산에서 가공·포장·유통으로 이어지는 밸류체인을 구축했습니다.”

### 현지 NGO 설립을 돕다

-코로나 팬데믹이 한창일 때 이사장으로 취임하셨습니다.

“새로운 방향성이 필요한 시기였죠. 세 가지 지향점을 정했습니다. 현지화·전문화·운동화. ‘현지화’는 지금까지 지구촌나눔운동이 해왔던 방식과 같아요. 현지인, 현지 단체들이 사업을 주도하도록 역할을 맡기는 거죠. ‘전문화’는 단순 기부나 원조가 아니라 현장 분석, 사업 기획, 실행까지 체계적인 전문성이 필요하다는 개념입니다. 마지막 ‘운동화’는 지속가능한 국제개발을 위해 시민 참여를 유도하는 거예요. 국제개발 사업은 나눔의 정신을 확산하는 운동이 돼야 합니다.”

-어떻게 진행되고 있습니까.

“최근엔 지구촌나눔운동과 파트너로 일할 현지 NGO 설립을 돕고 있습니다. 우리가 하던 일을 현지 조직에 이양할 겁니다. 전문성을 높이기 위해 ‘지속발전센터’도 만들었습니다. 센터를 중심으로 전문가 네트워크를 확장해나갈 예정이에요. 운동화는 쉽지 않기는 합니다. 여전히 ‘우리나라에도 어려운 사람이 있는데 왜 다른 나라를 도와야 하나’는 인식이 있습니다. 사회경제적 상황에도 많이 영향을 받고요. 지구촌나눔운동에서는 청년을 중심으로 인식 변화를 시도하고 있습니다. 개발도상국 청년들과 국내 청년들이 현장에서 함께 사회문제를 해결해가는 프로젝트를 하고 있어요.”

-남은 임기 동안 이루고 싶은 목표가 있다면요.

“믿고 후원할 만한, 반듯한 국제개발 NGO가 되는 겁니다. 신뢰할 만한 성과를 내기 위해 직원들과 투명하고 효율적으로 일하고 있습니다. 지구촌나눔운동의 정신을 후원자, 파트너들과 오랫동안 이어가고 싶습니다.” 최지은 대버터 기자

## MZ는 답을 알고 있다



장재연  
숭과나눔 이사장

매일같이 언론과 소셜미디어를 통해 수많은 글을 접하게 된다. 그중에서 내가 요즘 가장 손꼽아 기다리며 읽는 글은 대버터의 ‘초록초록’ 칼럼이다. 자연을 상징하는 ‘초록’과 논문의 핵심을 요약하는 ‘초록(Abtract)’을 결합한 이름의 이 칼럼은 1980~90년대생인 대학생과 연구자들의 목소리를 격주로 전한다. 그들이 써 내려가는 글은 기성세대가 이해하기 어렵다는 MZ세대의 생각과 생생한 경험을 담아내고 있는데, 어디에서도 읽은 적이 없는 신선하고 창의적인 내용이어서 무척 즐겁게 읽고 있다.

지금까지 10여 명의 젊은 학자들이 기고한 글만으로도 나는 MZ세대에 대한 기존의 편견을 내려놓고, 깊은 신뢰감을

을 갖게 되었다. 삶을 대하는 태도, 문제를 바라보는 시각, 그리고 그것을 해결하려는 방식이 우리 세대와는 아주 다르고 배울 점이 많았다.

예를 들어, 한 청년은 다니던 직장을 그만두고 자전거로 튀르키예 이스탄불까지 1만2500km를 달리며 일회용 플라스틱을 최대한 사용하지 않는 제로웨이스트를 실천했다. 여행 중에 환경이 자신의 인생에서 핵심 주제임을 확인하고 대학원으로 진학했다. 고연령층의 기후변화 인식, 평생교육 등의 연구를 통해 성장과 소통의 길을 찾고 넓혀 나가고 있다. 여성 홀로 시도하기 힘든 모험을 감행하고, 그 여정을 통해 인생과 학문의 주제를 확신하는 과정이 무척 인상적이었다.

다른 연구자는 가출 청소년을 돕기 위해 혼자 사는 생활을 시작했다. 그는 고시원에서 고립과 은둔 생활을 목격하고, 1인가구의 삶의 질을 높이는 데 기여하기로 결심했다. 1인가구를 주제로 박사학위를 취득한 후 현재는 고독과 사회적 고립

문제를 해결하는 커뮤니티 기반 사업을 운영하고 있다. 타인의 어려움을 돕는 것을 인생 목표와 학문적 탐구의 대상으로 발전시켜 나가는 모습이 감동적이다.

기성세대는 종종 MZ세대에 대해 ‘너무 개인주의적이다’ ‘공동체보다 자기만 생각한다’고 비판한다. 얼마나 사실일까? 나는 재단법인 숭과나눔 장학 프로그램 통해 수백 명의 MZ세대 대학생과 젊은 학자들을 만났다. 그들 대부분 역시 ‘초록초록’ 칼럼의 저자들과 다르지 않았다. 사회적 연대와 협력, 그리고 타인에 대한 배려 인식이 기성세대 대비해 결코 작지 않았다.

오히려 그 대상이 훨씬 더 크고 넓었다. 기성세대의 관심이 좁처럼 국경을 넘지 못하는 것과 달리 MZ세대의 관심은 아시아·아프리카·라틴아메리카·남극·북한 등 지역의 한계가 없었다. 또한 그들의 관심은 인간에만 머물지 않았다. 기성세대가 ‘별것 아닌 것’이라며 지나치는 도시 생태계 속 가로수와 길고양이, 거미,

개미, 매미 같은 생명을 대상으로 아무도 알아주지 않아도 자신의 인생을 걸고 열성적으로 연구하는 청년들을 얼마든지 만날 수 있었다. 국제사회와 지구 생태계를 구성하는 모든 존재에 대한 관심과 배려의 태도는 기성세대의 서열·경쟁·투쟁 등과는 거리가 한참 멀었다.

가족을 잃거나 고통을 당하고 있는 코로나19 백신 피해자들의 경험은 ‘백신 피해 인과성’이라는 과학적 지식이 확인되는 과정의 맨 앞에 있다는 것을 인식하고 그들의 주장에 귀 기울여야 한다는 생각, 현금 지원 방식이 아니라 아이를 키우기 좋은 도시 인프라 구축이 진정한 저출산 대책이라는 주장을 청년 학자들의 연구결과로 듣는 것은 경이로운 경험이었다.

다른 존재에 대한 존중과 이해도가 높고, 그것을 바탕으로 새로운 해결책을 모색하려고 하는 것은 MZ세대 연구자들의 특성이다. 자신의 신념과는 다른 타인에 대해서도 왜 나와는 다른 신

념을 가졌는지를 연구하려고 하고, 서로의 차이를 인정하고 문제를 풀어나가려는 태도는 기성 학자들에게서 보기 힘든 모습이다. 청년들 사이에 MBTI가 유행했던 것도 상대와의 차이를 인정하고 이해하려는 마음이지 않았을까 싶다. 이런 태도와 방식은 시사하는 바가 크다. 자신이 경험한 방식과 생각이 유일한 정답이라는 믿음에서 벗어나지 못하는 기성세대의 태도는 혹시 변화하는 시대를 따라가지 못하고 있는 것은 아닌지 성찰이 필요하다.

이제 나는 MZ세대에 대한 불필요한 걱정을 내려놓으려 한다. 그들을 변화시키려 애쓰기보다는, 그들이 만들어가고 있는 미래지향적이고 합리적이며 상호 존중의 방식을 믿고 지지하려고 한다. 그들의 목소리에 귀 기울이고, 적극적으로 기회를 열어주고 싶다. 이제는 옆으로 비켜서서 청년세대에 길을 양보하는 것이 대한민국의 기성세대가 미래를 위해 지금 해야 할 일이라고 믿는다.