

# 2020

A stylized graphic of the number 710401. The digits are composed of various geometric shapes like rectangles and circles in colors including pink, blue, green, and white. The number is set against a background of soft, overlapping pastel shapes in shades of pink, blue, and green.

# 새기움



진

기여

진

새각

미래

# Contents

## INTRO

- 05 가치를 아는 착한 경제 사회적경제기업
- 10 든든 파트너, 한국사회적기업진흥원

## KEY CONTRIBUTION

- 19 2020 사회적경제 소셜 브릿지
- 26 SE-CSR 협력스토리
  - 삼성카드+주식회사 29일
  - 하나금융그룹+사협 101동 마리에뜨
  - SK가스+이프비(주)
  - 주식회사 엘캔버스
  - 서프시티 협동조합
  - (주)에이티소프트
  - (주)리텀

## PLUS POINT

- 69 기고문
- 76 한국사회적기업진흥원 NEWS
- 84 바이소셜 캠페인



# 01. Intro

우리 사회가 직면한 불평등, 빈부격차, 환경파괴 등의 사회 문제를 해결하고, 새로운 사회적 변화를 이끌어 나가는 대안으로 사회적 경제에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 공공 및 민간기업의 다양한 자원이 사회적경제 생태계에 효과적으로 연결되어, 사회적가치와 그 영향력을 풍성하게 만들고 있습니다.

Social Economy Enterprise

큰 기업이 큰 생각을 만나다

## 가치를 아는 착한 경제 사회적경제기업

### 사회적경제

구성원간 협력, 자조를 바탕으로 재화, 용역 생산 및 판매를 통해 사회적 가치를 창출하는 민간의 모든 경제적 활동으로, 국가 및 시대별 정의는 다양하나 구성원 참여를 바탕으로 ‘국가-시장 경제’에서 ‘사회적 가치’를 추구하는 경제활동을 의미합니다.

05

### 사회적경제기업

...

사회적 가치 창출

경제적 가치 창출

전통적  
비영리 기관

수익창출  
활동을 하는  
비영리기관

사회적책임  
기업

사회적책임  
활동을 하는  
기업

전통적  
기업

사회적기업 영역

공동체의 보편적인 이익과 우리 사회 및 생태계의 지속가능한 발전이라는 사회적 목적을 실현하고 경제활동을 하는 기업을 의미합니다.  
영리기업이 이윤 추구를 목적으로 모든 기업의 영업활동을 수행하는 데 비해, 사회적경제기업은 민주적인 운영 원리를 갖추고 호혜적인 경제활동을 수행한다는 점에서 큰 차이가 있습니다.

## 사회적경제 유형



### 사회적기업

- 사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 재화와 서비스의 생산, 판매 등 영업 활동을 수행하는 기업 (조직)
- 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산, 판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 고용노동부 장관의 인증을 받은 기관 (사회적기업육성법)

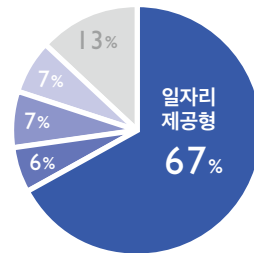
...

- 일자리제공형 ● 취약계층에게 일자리 제공
- 사회서비스제공형 ● 취약계층에게 사회서비스 제공
- 지역사회공헌형 ● 지역사회 공헌
- 혼합형 ● 일자리 제공, 사회서비스 제공 혼합
- 기타(창의·혁신)형 ● 조직의 사회적 목적 실현 여부를 계량화하여 판단하기 곤란한 경우

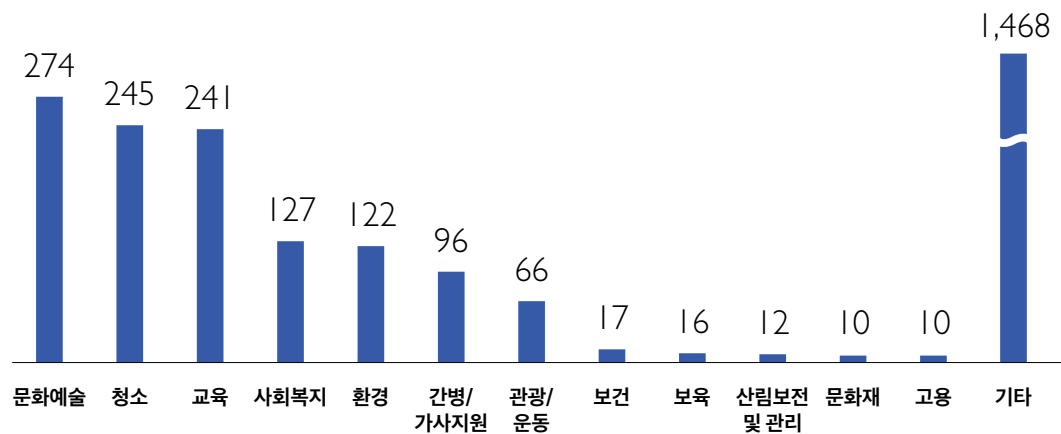
고용노동부 인증 사회적기업

2,704개

사회적기업 현황  
(‘20. 11월 기준)



서비스 분야별 현황 (‘20. 11월 기준)



### 예비사회적기업

사회적기업의 인증 요건 7가지를 모두 갖추지는 못했으나, 사회적 목적 추구(실현), 영업활동을 통한 수익 창출(예정) 등 사회적기업으로서의 실체를 갖춘 기업. 향후 사회적기업으로 전환 및 육성을 위해 중앙행정기관의 장 또는 자치단체의 장이 지정한 기업 (지정기간 3년)

...

- 지역형** 사회적기업 인증을 위한 최소한의 법적 요건을 갖추고 있으나 수익구조 등 일부 요건을 충족하지 못하고 있는 기업을 지방자치단체장이 지정하여 장차 요건을 보완하는 등 향후 사회적기업 인증이 가능한 기업
- 부처형** 사회적기업 인증을 위한 최소한의 요건을 갖추고 있는 기업으로서, 중앙부처장이 지정하여 장차 요건을 보완하는 등 사회적기업 인증을 목적으로 하는 기업



### (사회적) 협동조합

#### 협동조합

공동으로 소유하고 민주적으로 운영하는 사업체를 통해 공통의 경제적, 사회적, 문화적 필요와 욕구를 충족시키고자 하는 사람들이 자발적으로 결성한 자율적 조직

#### 사회적협동조합

지역주민들의 권익 및 복리 증진과 관련된 사업을 수행하거나, 취약계층에게 사회 서비스 또는 일자리를 제공하는 등 비영리 목적의 협동조합

지역형 예비사회적기업

1,617개

부처형 예비사회적기업

1,024개

(‘20. 10월 기준)

일반협동조합

16,630개

사회적협동조합

2,454개

(‘20. 11월 기준)



## 자활기업

지역자활센터의 자활근로사업을 통해 습득된 기술을 바탕으로 1인  
혹은 2인 이상의 수급자 또는 저소득층 주민들이 생산자 협동조합이나  
공동사업자 형태로 운영하는 기업

자활기업

1,176개

참여자 수

13,961명

(‘19. 12월 기준)

출처 : 한국자활복지개발원



## 마을기업

지역주민이 각종 지역자원을 활용한 수익 사업을 통해 공동의 지역문제를  
해결하고, 소득 및 일자리를 창출하여 지역공동체 이익을 효과적으로  
실현하기 위해 설립, 운영하는 마을단위의 기업

마을기업

1,556개

(‘19. 12월 기준)

출처 : 행정안전부



## 소셜벤처

창의적이고 도전적인 벤처 정신을 통해 사회 문제의 솔루션을  
제공하는 혁신적 기업 모델 (한국사회적기업진흥원은 소셜벤처  
경연대회를 통해 소셜벤처 육성을 지원함)

소셜벤처경연대회 참여 기업

975개

소셜벤처경연대회 수상 기업

35팀

(‘20. 12월 기준)

# 든든 파트너, 한국사회적기업진흥원

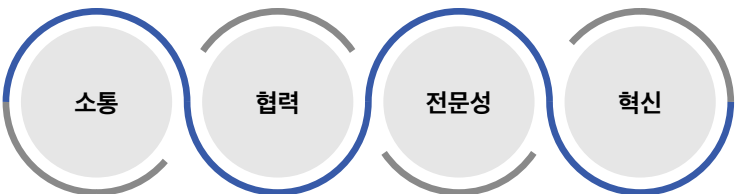
## MISSION

사회적경제 활성화를  
통한 사회통합과  
국민의 삶의 질 향상

## VISION

사회적경제 선순환  
생태계 조성을 지원하는  
통합 전문지원기관

## 핵심가치



## 경영방침

현장과의 긴밀한 소통 • 지역 중심 거버넌스 구축 • 협업 기반의 일하는 방식 혁신

## 전략목표 및 전략과제

사회적경제기업의 경쟁력 강화	사회적경제의 지역 생태계 지원 강화	사회적경제 확산여건 조성	공공기관 혁신 선도
• 창업 성공 기반 확충 • 맞춤형 성장 지원 고도화 • 사후관리 내실화	• 당사자조직 연대 및 협력지원 강화 • 사회적경제 핵심인재 양성 • 지역 중심의 통합지원체계 구축	• 정책연계 및 지원기능 강화 • 공공/민간 영역의 사회적가치 실현 적극 지원 • 사회적경제 인식 및 가치 제고	• 공정하고 청렴한 조직 구현 • 통합지원을 위한 조직 역량 확보 • 소통하고 배려하는 조직문화 구축

## 협력 모델과 사례

한국사회적기업진흥원은 공공·민간기업의 사회공헌 자원을  
사회적경제기업에 효과적으로 연계하여 사회적경제기업의 성장 및 역량  
강화를 지원하고 있습니다. 사회적경제기업과 공공·민간기업의 파트너십  
목적과 연계 자원의 종류에 따라 파트너십 형태는 다양해지고 있습니다.

## SE - CSR 파트너십 모델



SE 생태계 조성	다양한 사회적경제기업이 건강한 성장을 이루고 사회적 가치를 확대할 수 있도록 돕고자 함
SE 성장 지원	사회적경제기업(가)에게 다양한 자원을 지원함으로써 사회적경제기업의 지속가능한 성장을 돕고자 함
SE 발굴 및 육성	사회적경제기업(가)를 발굴하거나 사업 초창기에 필요한 자원과 역량을 지원하고자 함

SE - CSR 파트너십 사례

• SE 발굴 및 육성

협력 유형	협력 설명	기업명	사업명	사업소개
인재양성	사회적경제기업(가) 및 분야 전문가 양성	SK, KAIST	KAIST SE MBA	지속가능한 사회적경제기업 사업 모델 발굴, 창업 및 성공적 경영 역량을 보유한 사회적경제기업가 양성
		하나금융그룹	하나소셜벤처 아카데미	부트캠프, 코칭, 성과 공유회 등을 통한 창업 교육으로 사회혁신 창업가 지원
사회적기업 직접 설립	사회적기업 설립 및 운영 지원	SK 텔레콤	행복커넥트	SK그룹이 직접 설립한 사회적기업으로, IT 기기를 활용한 사회적 약자 지원 사업 운영
사회적경제기업(가) 육성 및 창업지원	초기 사회적경제기업 컨설팅 및 자금을 지원	현대자동차그룹	H-온드림 오디션	H-온드림 펠로를 선발해 성장에 필요한 재정 및 경영 지원, 동종 업종 네트워킹 기회 제공
		한국 토지주택공사 (LH)	LH 소셜벤처	예비 및 초기 단계 소셜벤처의 창업 활동 지원, LH 업무영역(도시재생, 주거복지)에 부합하는 사회적경제기업 프로젝트 지원

• SE 성장 지원 (SE 경쟁력 강화 지원)

협력 유형	협력 설명	기업명	사업명	사업소개
금융지원 및 투자 지원	성장을 위한 금융 및 투자 연계	LG전자·LG화학	LG 소셜캠퍼스	사회적경제기업의 지속가능한 성장을 위한 금융, 공간, 성장, 인재육성 지원 플랫폼
상품/서비스 구매	사회적경제기업 상품 구매	행복나래	SK계열사 연계하여 사회적기업 제품 구매	기업 소모성자재 구매대행 전문 서비스를 제공하며, 사회적 기업 및 사회적 약자 기업 우선구매 제도를 시행
판로지원	공공·민간 인프라를 활용한 판로지원	대한무역투자진흥공사(KOTRA)	사회적경제기업 해외 판로 개척	해외 진출을 희망하는 사회적경제기업 대상으로 무역 교육, 바이어 매칭 등을 지원
		삼성카드	소셜굿즈 프로젝트	사회문제 해결에 기여하는 상품 공모, 삼성카드 온라인 쇼핑몰 입점, 상품 경쟁력 강화, 마케팅 지원 등을 지원

홍보지원	공공·민간 인프라를 활용한 홍보지원	LG헬로비전	사회적경제기업 케이블 TV 광고지원	사회적경제기업 대상으로 케이블TV 실시간 지역 광고 지원
		(주)SR	SRT 매거진 광고지원	SRT 매거진 및 영상을 통한 사회적경제기업 홍보 지원
기술지원	공공·민간 인프라를 활용한 기술지원	한국특허 전략개발원	선행특허조사, 밀착형 특허 컨설팅 등	사회적경제기업을 대상으로 전문 특허 분석 서비스 지원
		한국식품안전 관리인증원	사회적경제기업 대상 HACCP 지원	맞춤형 HACCP 인증 및 기술 지원
전문가 지원	구성원 프로보노 지원	행복나래	SK 프로보노	사회적경제기업의 성장을 위해 SK 전 계열사 구성원이 각자의 전문성을 활용해 봉사활동에 참여
		은퇴전문가 연계 지원	한국중부발전	신중년 사회적경제 전문가 양성 프로젝트 경영 전문성이 있는 신중년을 대상으로 커리어 전환 교육을 제공하고 사회적경제기업 취업을 연계

• SE 생태계 조성

협력 유형	협력 설명	기업명	사업명	사업소개
사회적경제 생태계 조성	사회적경제 및 가치 확산 환경 조성	SK	SOVAC, Social Value Connect	사회적 가치에 대한 공감대 확산과 생태계 확대를 위한 국내(민간) 최대 소셜밸류 행사
Awards 유형	우수 사회적경제기업 시상 및 포상	SK	사회성과인센티브 (SPC)	사회적경제기업의 사회적 가치 창출에 대한 인센티브 지원
		우리은행	우수사회적기업 어워드	사회적 가치 지표(SVI) 기반으로 우수한 사회적경제기업 시상
		한국예탁결제원	사회적기업 증권형 크라우드펀딩 지원사업	증권형 크라우드펀딩에 성공한 (예비)사회적기업 포상
기업간 연합 지원	사회문제 해결을 위해 다양한 주체와 협력	행복나래·포스코 등	행복 얼라이언스	기업, 시민, 정부 등 다양한 이해관계자의 역량과 보유 자원을 결집하여 사회문제를 해결하는 사회공헌 플랫폼
		SK, 신한금융그룹, KDB등	임팩트유니콘	기업 간의 연합 모델을 통해 사회문제를 해결에 기여하는 유니콘 기업 선정, 사업화 지원
기타 지원	사회적경제기업 종사자 지원 등	사회적기업 웹와치(주)	사회적경제기업 종사자 자녀 장학금 지원사업	영세 규모의 사회적경제기업 종사자 복리 후생 지원
		한국중부발전	사회적기업 장기근속 종사자를 위한 복지지원 사업	인증 사회적기업 4년 이상 근속자를 대상으로 복리 후생 지원

## SE-CSR 파트너십에 대한 7가지 이야기

사회적경제기업(SE)과 공공·민간기업(CSR)의 파트너십 현황, 만족도 등을 살펴보기 위해 사회적경제기업 리더 25인과 공공·민간기업 CSR 및 기업 재단 담당자 25인을 대상으로 설문조사를 실시했습니다. 50인의 이야기를 7가지 포인트로 정리하여 소개합니다.

### [SE-CSR 파트너십에 대한 경험과 생각을 나눠주세요]

- 설문 대상 : 공공·민간기업 CSR담당자 25인, 사회적경제기업 리더 25인
- 설문 기간 : 2020. 09. 23 ~ 2020. 10. 07
- 설문 방법 : 온라인 설문조사 (링크 배포)
- 배포 기관 : 한국사회적기업진흥원 & 이노소셜랩

\* 본 자료는 통계적 의미는 없으며, 모든 SE리더 및 공공·민간기업 CSR 담당자의 의견을 대표하지는 않습니다

### STORY 01.

## SE-CSR 파트너십 관심 증대

### SE

파트너십 경험 없음 10개

파트너십 경험 있음 15개

### 공공·민간기업

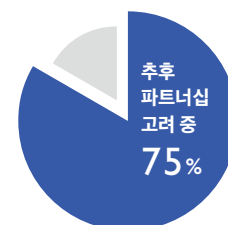
파트너십 경험 없음 8개

파트너십 경험 있음 17개

파트너십 경험이 없는 SE



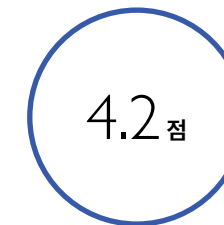
파트너십 경험이 없는 일반 기업



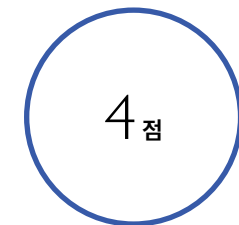
### STORY 02.

## 파트너십 경험 만족도는 대체로 높은 편

(5점 만점)



SE 만족도



일반 기업 만족도

### STORY 03.

## 만족도가 높았던 파트너십 모델은 '사회적기업가 육성' & '판로지원'

• 파트너십 만족도가 높은  
파트너십 모델

• 기대하는 추후 파트너십  
모델

①  
파트너십  
경험 있는 SE

- 사회적경제기업(가) 발굴 및 육성
- 판로지원
- 홍보/기술 지원 등 역량 강화

- 판로지원
- 금융/투자 지원

②  
파트너십  
경험 있는  
공공·민간기업

- 사회적경제기업(가) 발굴 및 육성

- 사회적경제기업(가) 발굴 및 육성

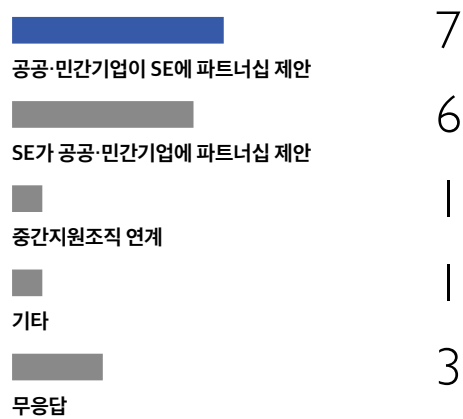


## STORY 04.

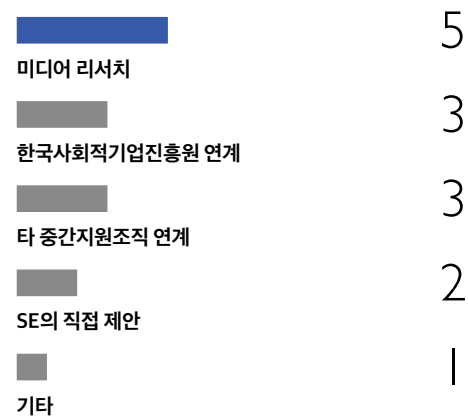
공공·민간기업은 미디어 리서치를 통해,  
SE는 기업과 직접 소통을 통해 파트너를 발굴

(단위 : 개 / 중복응답)

## • SE가 파트너 기관을 발굴하는 방법



## • 공공·민간기업이 파트너 기관을 발굴하는 방법

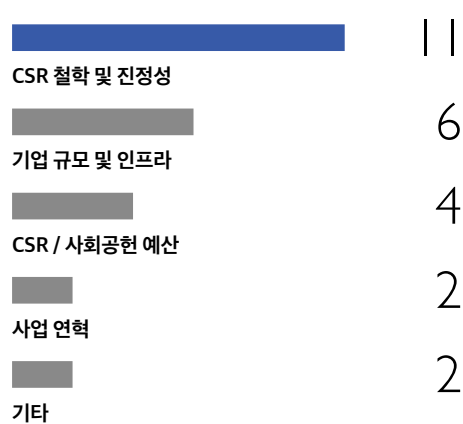


## STORY 05.

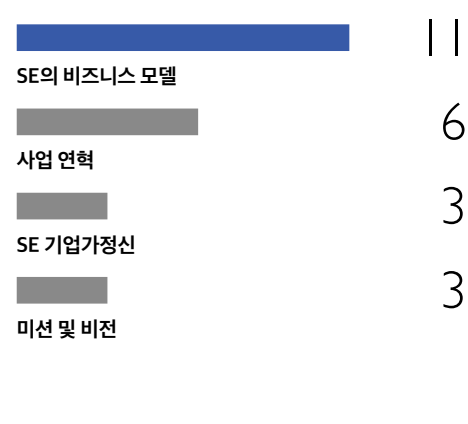
SE는 ‘공공·민간기업의 CSR 철학 및 진정성’을,  
공공·민간기업은 ‘SE의 비즈니스 모델 및 사업 영역’을  
가장 중요하게 고려

(단위 : 개 / 중복응답)

## • SE가 가장 중요하게 고려하는 파트너사의 역량



## • 공공·민간기업이 가장 중요하게 고려하는 파트너사의 역량

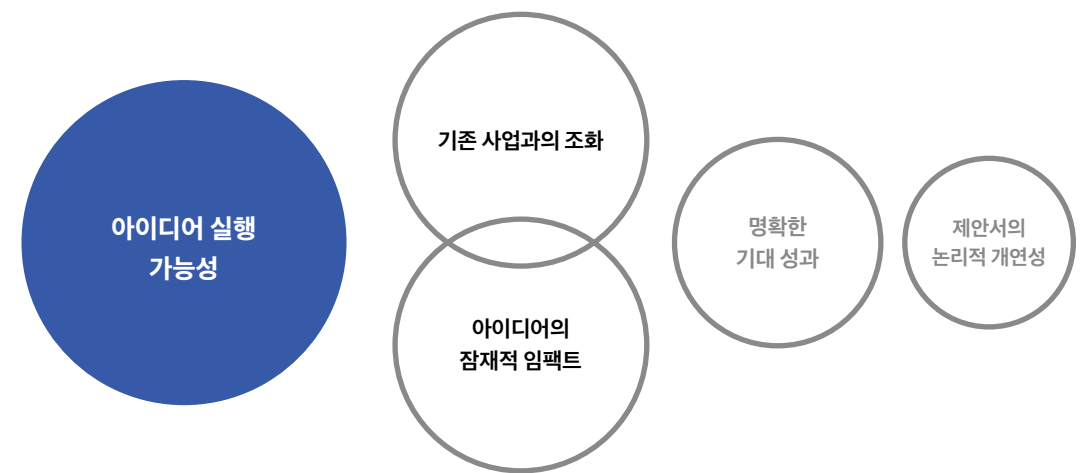


## STORY 06.

공공·민간기업은 제안서 검토 시,  
아이디어 실행 가능성을 가장 중요하게 고려

(중복응답)

## • 제안서 검토 시 가장 중요하게 고려하는 제안서 내용



## STORY 07.

원활한 파트너십을 위해 필요한 건,  
서로에 대한 이해 & 합의된 목표와 기준

## • SE가 기대하는 커뮤니케이션

1	파트너십 목표에 대한 공동 합의
2	파트너 기관 간의 상호 존중
3	파트너 기관 간의 이해
4	명확한 역할 분배와 책임 정립

## • 공공·민간기업이 기대하는 커뮤니케이션

1	파트너 기관 간의 이해
2	합의된 기준에 의한 사업평가 및 피드백 반영
3	명확한 역할 분배와 책임 정립
4	파트너 기관 간의 상호 존중
5	합리적인 의사결정 과정

# 02. Key Contribution

기업의 CSR 활동이 더 많은 가치를 창출하기 위해  
사회적경제기업을 만났습니다. 새로운 아이디어와  
넘치는 열정이 있기에 우리는 오늘도 행복한 사회로  
한 걸음 더 나아갑니다.

2020 Social Bridge & SE-CSR Story

## 2020 사회적경제 소셜 브릿지

한국사회적기업진흥원은 2019년에 이어,  
2020년 제 2회 사회적경제 소셜 브릿지 프로그램을 운영했습니다.  
사회적경제 소셜 브릿지는 사회적경제 활성화를 위해 민관협력을  
강화하고 효과적인 자원 연계를 지원하는 프로그램입니다.  
한국사회적기업진흥원은 민간기업 및 공공기관의 사회공헌 수요와  
사회적경제기업을 효과적으로 연결하는 사회적경제 사회공헌 플랫폼을  
운영함으로써 사회적경제를 통한 기업 사회공헌 목적 달성에 기여하고  
사회적경제기업의 지속가능성을 제고하고자 합니다.

### 2020 사회적경제 소셜 브릿지 프로그램 소개

...

- 프로그램 목적 공공·민간기업 사회공헌 사업과의 연계 확대를 통한  
사회적경제 협업모델 발굴 및 바이소셜\* 확산
- 참여대상 공공, 민간기업 사회공헌 협업 사업을 희망하는 사회적경제기업  
(예비)사회적기업, (사회적)협동조합, 사회적기업가육성사업 창업팀
- 참여 자격
- 공모 일정 2020. 8. 31 - 2020. 9. 20
- 공모 유형 및 지원 내용

유형	참여 구분	지원 내용
자유제안형	공공·민간기업과의 CSR 협업사업을 준비하는 사회적경제기업	CSR 담당자와 그룹 세미나를 통한 역량강화 및 네트워킹
지정연계형	파트너 기업(3개소)의 협업 사업에 대해 제안하고자 하는 사회적경제기업	파트너 기업과 비즈니스 미팅 연계 및 역량강화 프로그램

\* 바이소셜: 다양한 가치를 담은 사회적경제 상품·서비스를 구매하고  
이들의 가치를 지지함으로써 보다 나은 세상을 만드는 일상 실천 캠페인 ('20.7.1. 선언)



## 자유제안형

CSR 담당자와 그룹 세미나를 통한  
역량강화 및 네트워킹

참여 대상 기업 사회공헌 아이디어를 발전시키고자 하는 사회적경제기업의 구성원  
(대표자 또는 대표자의 추천을 받은 실무자 1인)

선정 규모 20개소

지원 내용

멘토링

- 기업 CSR 담당자와의 그룹 세미나 3회 지원
- 주제별 멘토링 및 기업별 제안서 멘토링 지원

우수 제안  
발표

- 우수 제안 기업으로 선발 시, 아이디어 제안 발표 기회 제공
- 발표 이후, 아이디어에 관심 갖는 공공·민간 기업 연계 지원

포상

- 우수 제안 기업으로 선발 시, 한국사회적기업진흥원장상 시상
- 주제(일자리/도시재생/IT기술/환경)별 우수 제안 기업 선발

향후  
지원

- 향후 공공·민간 - 사회적경제 자원연계 사업으로 추천

## 지정연계형

파트너 기업과 비즈니스미팅 연계 및  
역량강화 프로그램

참여 대상 파트너 기업의 경영 전략, 사회공헌 핵심 가치 등에 적합한 맞춤형

사회공헌사업 제안 및 연계를 희망하는 사회적경제기업

선정 규모 파트너 기업마다 상이

파트너 기업별  
공모 내용

 삼성카드

판로·마케팅 연계 삼성카드 쇼핑몰과 빅데이터 마케팅을  
통한 사회적경제기업 상생 프로젝트

 하나금융그룹

사회공헌 프로그램 하나금융그룹과 함께하고 싶은 사회적  
가치 중심의 사회공헌 프로젝트

 SK가스

유희 공간 활용 주요지역 LPG자동차 충전소 공간을  
활용한 협업 프로젝트

지원 내용

1:1  
역량강화 교육

- 기업 사회공헌 사업 선정 및 연계 제고를 위한 제안서 보완,  
재점검 등의 역량강화 교육 2회 지원

비즈니스  
미팅 기회

- 파트너 기업과의 비즈니스 미팅 기회 제공

## 2020 사회적경제 소셜 브릿지 프로그램 Vs. 2019

### 주요 사항 변화

- 공공·민간기업-사회적경제기업 연계율 제고를 위해 지정연계형 파트너 기업을 사전 발굴했습니다.
- 공공·민간기업-사회적경제기업의 실질적인 접점 연계 활성화를 위해 비즈니스 미팅 기회를 마련했습니다.

22

#### 2019년 주요 사항

- 사회공헌 4가지 분야 공모 (자유제안형)

자유제안형 분야
도시재생·지역상생
교육편차 해소
환경보호·지속가능한 에너지
일자리와 고용보장
179개소 공모

- 우수 기업 대상 역량 강화 및 사업 제안 발표 기회 제공

자유제안형 분야	최종 선정
도시재생·지역상생	11개소 (분야별 2~3개소)
교육편차 해소	
환경보호·지속가능한 에너지	
일자리와 고용보장	

#### 2020년 주요 사항

- 기존 자유제안형 공모 + 지정연계형 신설

자유제안형 분야	지정연계형 기업
도시재생	삼성카드
IT기술	하나금융그룹
환경	SK가스
일자리	-
183개소, 249개 제안서 공모	

- 우수 기업 대상 역량 강화 및 비즈니스 미팅 기회 제공

자유제안형	지정연계형
20개소 (4개 분야, 분야별 5개소)	32개소 (파트너 기업 3개 부문)
총 52개소 선정	

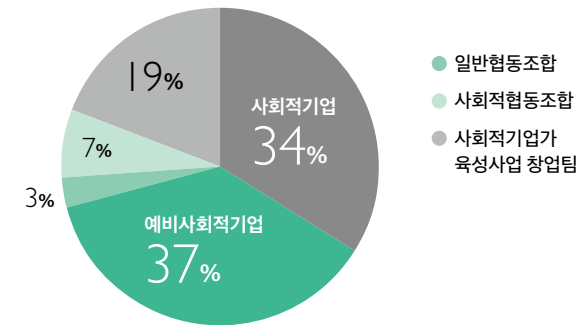
## 2020 사회적경제 소셜 브릿지 프로그램 Review

### 소셜 브릿지 프로그램 지원 개요

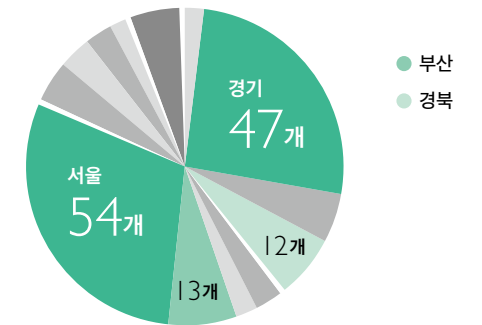
#### 지원사 개요

- (예비)사회적기업, 사회적기업가 육성팀이 소셜 브릿지 프로그램에 적극 참여
- 서울, 경기, 부산, 경북 소재의 사회적경제기업의 참여가 높은 것으로 나타남

#### • 사회적경제기업 세부 유형



#### • 사회적경제기업 소재지 분포

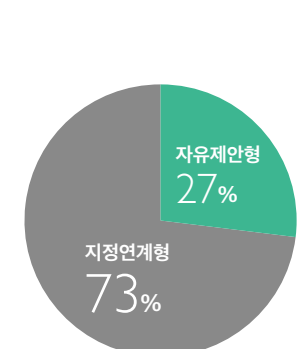


#### 자유제안형 지원사 특징

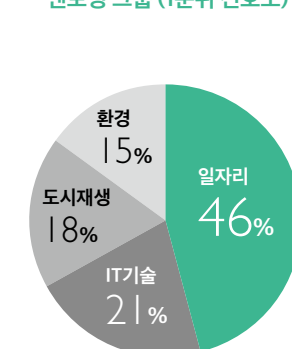
#### 지원 세부 내용

- 자유제안형의 그룹 멘토링 참여 선호도가 가장 높은 부문은 일자리 부문
- 자유제안형에 지원한 사회적경제기업의 68%가 봉사활동 등 체험 프로그램 연계 희망

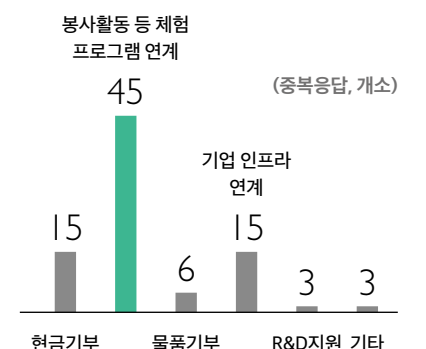
#### • 유형별 제안서 분포



#### • 자유제안형 참여 희망 멘토링 그룹 (1순위 선호도)



#### • 자유제안형 기업 연계 희망 분야



23

## 지정연계형 지원사 특징

- 지원 세부 내용
- 삼성카드와 연계를 지원한 사회적경제기업은 주로 판로지원을 희망
  - 하나금융그룹과 연계를 지원한 사회적경제기업은 주로 현금기부, 기업 인프라 연계 희망
  - SK가스와 연계를 지원한 사회적경제기업은 주로 기업 인프라 연계 희망

## • 삼성카드 연계 희망 분야

판로지원		48
브랜딩 지원		14
디자인 지원		9

## • 하나금융그룹 연계 희망 분야

현금기부		56
봉사활동 등 체험 프로그램 연계		45
물품기부		11
기업 인프라 연계		50
R&D지원		7
기타		7

## • SK 가스 연계 희망 분야

현금기부		5
봉사활동 등 체험 프로그램 연계		2
기업 인프라 연계		15
R&D지원		6
기타		3

## 2020 사회적경제 소셜 브릿지 주요 성과

## • SE - CSR 매칭 22건



삼성카드는 삼성카드 온라인 쇼핑몰 입점을 원하는 SE 17개소를 품평회를 통해 최종 선정했습니다. 선정된 SE는 삼성카드몰 입점 뿐 아니라, 상품 경쟁력 및 마케팅 지원을 통해 SE의 지속가능한 사회 가치 창출 활동을 응원할 계획입니다.



하나금융그룹은 보육지원, 통일시대 준비, 사회적 금융, 소외계층지원, 글로벌 사회공헌, 사회적 책임 분야의 사회공헌사업을 함께 할 SE 기업을 공모하여 SE 3개소를 최종 선정했습니다. 선정된 SE는 하나금융그룹과 함께 2021년 협력 사업을 함께 펼쳐나갈 계획입니다.



SK가스는 유휴 공간인 LPG 자동차 충전소를 활용해 사회적 가치를 창출하고자 아이디어를 공모했으며 파트너사로 SE 2개소를 최종 선정했습니다. 서울, 인천, 경기, 대전, 광주 지역에 소재한 10개의 LPG 자동차 충전소가 SE의 아이디어와 만나 새롭게 변신할 예정입니다.

## • 기업 사회공헌·CSR 이해도 향상 &amp; 사업 제안 역량 강화



“기업이 사회적 가치에 왜 관심을 두고 어떻게 접근하는지 더 알게됐어요”

“협업을 제안 할 때는 프로젝트 단위로 제안서를 구성해야 한다는 것을 알게 됐어요”

“왜 하필 우리 조직과 함께 해야하는지를 잘 고민해서 설득해야 해요”

“기업이 사회공헌 차원에서 제공하는 자원의 종류가 다양하다는 것을 알게 됐어요”

“제 아이디어가 의미 있을지 자신 없었는데, 멘토링을 통해 큰 용기를 얻었어요”

“범용 제안서를 만들기보다, 이제는 각 기업의 비전을 고려해 제안서를 구성하려고 합니다”

## 소셜 브릿지 SE-CSR Story 01.



삼성카드 사회공헌단 이 재 용 프로



사회적경제 소셜 브릿지를 통해 삼성카드와  
주식회사 29일이 만났습니다. 삼성카드의  
사회공헌과 사회적경제기업의 소셜 미션이 함께  
만들어 가고자 하는 이야기를 함께 공유합니다.

삼성카드  
+  
주식회사 29일

“주식회사 29일은  
삼성카드의 기존 사회공헌  
사업과의 연계 추진  
가능성이 높아 파트너사로  
선정됐습니다.”

Q. 소셜 브릿지 프로그램 참여  
계기가 궁금해요.

삼성카드는 2018년부터 ‘고객과 함께 사회적가치를  
창출하는 기업’을 사회공헌의 주요 방향으로  
수립했습니다. 그 가운데 사회적경제기업을 위한  
사회공헌인 ‘소셜굿즈’ 프로젝트를 진행하게 됐습니다.  
‘소셜굿즈’는 삼성카드와 사회적경제기업이 함께  
세상을 변화시키는 착한 상품을 개발, 판매하는  
사업입니다. 6개월의 기간 동안 아이디어를  
모으고, 디자인해 시제품을 만들고, 고객에게  
판매하는 프로세스를 진행하면서 정말 다양한  
사회적경제기업을 만날 수 있었습니다.  
이런 경험을 통해서 사회적경제기업에 삼성카드의  
역량을 결합하면 더 큰 사회적 가치를 창출 할 수  
있을 것이란 확신이 생겼습니다. 그러나 기업은  
막상 사회적경제를 돕고자 해도 어떤 기업을  
어떻게 도와야 할지 잘 모를 수 밖에 없습니다. 마침  
한국사회적기업진흥원에서 ‘사회적경제 소셜 브릿지  
프로그램’ 사업을 안내해 주셔서, 접근하기 어려웠던  
영역에서 도움을 많이 받을 수 있었습니다.

Q. 주식회사 29일을 파트너사로  
선정하신 이유와 앞으로의  
협력 방안에 대해 말씀해 주세요.

주식회사 29일은 착한 생리대를 제작, 보급하는  
사회적경제기업으로, 삼성카드의 기존 사회공헌  
사업과의 연계 추진 가능성이 높아 파트너사로  
선정됐습니다.  
자사는 올해 처음으로 고객과 함께하는 사회공헌  
플랫폼 ‘열린나눔’을 오픈했습니다. ‘열린나눔’은  
고객들이 사연을 읽고 신용카드로 기부에 참여할  
수 있도록 하는 모금 채널입니다. 이 과정에서  
‘여성 청소년 지원’ 테마를 생성하게 됐고, 생리대를  
구매하기 어려운 청소년들의 사연이 공개되면서,  
이 사회 문제에 관심을 갖고 함께해 줄 파트너사를  
찾아야 했습니다.  
삼성카드는 임직원, 고객들과 기부금을 모아 생리대  
기부를 하려고 준비하던 중에 어떤 생리대를 기부할지

고민하던 단계였고, 이 때 주식회사 29일을 만나게  
됐습니다.

삼성카드는 앞으로 청소년 생리대 지원을 위해  
주식회사 29일과 함께할 계획입니다. 더불어 삼성카드  
고객들이 주식회사 29일의 생리대에 더 많은 관심을  
가지고 구매할 수 있도록 디자인 콜라보 제품 개발 및  
홍보 마케팅 지원도 지속 추진할 계획입니다.

Q. 삼성카드와의 협업을 고려하는  
사회적경제기업에게 전하고 싶은  
말씀이 있을까요.

사회적경제기업의 상품을 삼성카드 쇼핑물에  
입점시키고, 마케팅과 홍보를 지원 하다보니 가장  
중요한 것은 상품 경쟁력이란 사실을 깨닫게 됐습니다.  
아무리 뜻있고 좋은 제품이라도 상품 경쟁력이  
떨어지면 고객의 마음을 얻을 수 없습니다. 경쟁력을  
높이기 위한 다양한 방안을 모색하고 지원하는 것이  
삼성카드의 과제일 수 있지만, 사회적경제기업도 이런  
부분을 같이 고민해 주면 좋을 것 같습니다.  
삼성카드는 사회적경제기업에게 언제나  
열려있습니다. 삼성카드와 함께하길 희망하는  
사회적경제기업은 언제든지 문을 두드려 주시면  
감사하겠습니다.



“

29Days 브랜드를 통해  
여성들이 직면한 사회,  
건강, 문화적 문제를 해결해  
가고자 합니다.”

29  
Days



주식회사 29일    홍 도 검    대표

### Q. 주식회사 29일에 대한 소개 부탁드립니다.

주식회사 29일은 여성 위생 건강 개선 및 문화 증진을 위한 사회적기업입니다. 여성 위생용품 전문 브랜드 29Days를 운영하고 있으며, 현재 여성위생용품을 유통 판매 하고 있습니다. 대표 상품으로는 대한민국 1호 반값 생리대 29Days, 유기농 생리대 29Days 리얼코튼과 함께 여성 청결제와 생리대 파우치 등을 판매하고 있습니다. 반값 생리대라고 한다면 얼마나 저렴할지 궁금하신 분들도 굉장히 많이 있습니다. 현재 저희 29Days 반값 생리대 중형 16p의 경우 2,500원에 판매 중에 있으며, 2016년도 출시 이후 한번도 가격 인상 없이 진행하고 있습니다. 또한 여성용품을 더욱 합리적으로 구매하실 수 있도록 정기 배송 서비스 29Box를 운영하고 있습니다. 여성 건강권 증진을 위해 캠퍼스 내 상비 생리대 비치 사업 등 다양한 캠페인도 진행하고 있습니다. 주식회사 29일에서 해결하고자 하는 사회적 문제는 3가지로 나눌 수 있습니다. 먼저 사회적 문제점으로, 해외 대비 국내 생리대 시장 가격이 높은 수준인 점을 들 수 있습니다. 또한 소비자에게 필요한 정보가 잘 전달되지 않는 문제가 있습니다. 생리대 전 성분, 유통기한 등이 제대로 전달되지 않고 있습니다. 이로 인해 소비자는 여러가지 측면에서 피해를 입을 수 밖에 없는 상황입니다. 건강적 문제로는 생리대만으로는 생리 시기를 안전하고 편하게 지낼 수 없습니다. 생리 기간에는 생리대를 충분히 구비해야 하지만, 그렇지 못해 질염, 합병증 등이 발생할 수 있습니다. 이를 예방하기 위해 여성 청결제, 청결 티슈 등을 사용하게 되는데, 역시 비싼 시장 가격으로 인해 소비자들이 쉽게 다가가지 못하고 있습니다. 문화적 문제점으로는 ‘생리’ 자체에 대한 부정적 사고입니다. 일단 숨겨야 하고, 대화 주제로 터부시 되는 문화도 아직 남아있습니다. 생리는 여성으로 살아가는 데 있어서 겪는 자연스러운 현상인데 말입니다. 우리 사회가 여성의 생리를 올바른 시선으로 바라봐야 한다고 생각합니다. 하지만 이 모든 사회적 문제점을 한 가지 제품이나

서비스로 해결할 수 없다고 생각합니다. 주식회사 29일은 29Days 브랜드를 통해 이런 사회적, 건강적, 문화적 문제 해결에 기여하고자 합니다. 삼성카드와의 이번 협업을 통해, 저희가 나아가고자 하는 방향을 더 쉽게 알려드리고 싶습니다. 무엇이 문제인지 알리고 함께 공감하는 것이 먼저라고 생각합니다. 그리고 나서 해결 방안을 제시하고 공유하고 싶습니다. 많은 사람들과 공감하며, 함께 해결해 가기를 기대합니다

### Q. 소셜 브릿지 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가요.

판로개척은 브랜드사에게 항상 중요한 일입니다. 특히 어떤 타겟에게 어떤 메시지로 다가가야 할지를 고민해야 하기에 더 중요한 업무라고 생각됩니다. 삼성카드사에 제안한 이유는 추가적인 판로개척도 중요하지만, 현재 정부에서 진행하고 있는 생리대 바우처 사업 대상 사업자로서 바우처 사업 수혜자분들에게 더욱 합리적인 가격으로 제품을 사용할 수 있도록 준비하고 싶었습니다. 바우처 사용자 분들께서 삼성카드몰을 통해 합리적인 가격의 제품을 사용하시게 된다면 더욱 효율적인 바우처 사용이 되실 수 있다고 생각합니다.

### Q. 품평회에서 귀사의 제품과 서비스를 소개할 때, 가장 중점적으로 소개했거나 강조한 부분이 있었다면 무엇이였을까요.

주식회사 29일의 브랜드 29Days가 추구하는 소셜 미션과 제품, 프로젝트를 진정성 있게 설명하는 것에 집중했습니다. 추구하는 방향과 진행하고 있는 행동들의 방향성이 동일하다는 점을 강조했습니다. 어떤 프로젝트를 하던, 가장 중요하게 생각하는 것은 소비자 또는 수혜자분들에게 정말 도움이 되는지 그 여부입니다. BM이 좋다고 소비자에게 꼭 도움이 되는 모델은 아닐 수 있기 때문입니다. 실제로 도움이 되고, 문제점이 해결되어야 정말 필요한

제품이며 서비스라고 생각합니다. 소비자 설문조사, 피드백 등을 바탕으로 상품과 서비스를 고도화하고 있습니다.

**Q.** 삼성카드 물 입점 이후, 고려하고 있는 프로모션 전략이 있을까요.

삼성카드 물 입점 이후 다양한 프로젝트를 고민하고 있습니다. 다른 프로젝트와의 협업, 여성 위생용품 출시 등 다양한 일들을 고려하고 있습니다. 저희는 ‘큰 꿈을 가지고 있는 작은 사회적기업’이라 소개할 수 있는데요. 더 많은 소비자에게 큰 꿈을 알리고자 합니다. 삼성카드나 한국사회적기업진흥원이 협업하여 ‘사회적경제 소셜 브릿지 프로그램’을 하는 이유도 함께 꿈을 알리는데 힘을 실어주기 위함이 아닐까 생각하고 있습니다. 현재 진행하고 있는 온라인 프로모션 외에도 영상, 캠페인 등을 통해서 소비자와 접점을 넓혀갈 계획입니다.

**Q.** 기업과의 효과적인 파트너십을 위해, 한국사회적기업진흥원 또는 삼성카드에게 기대하는 점은 무엇인가요.

효과적인 파트너십은 상호간의 이해와 커뮤니케이션을 통해 진행된다고 생각합니다. 현실적으로 어려운 부분들도 많겠지만, 적절한 커뮤니케이션을 통해서 라면 상호간 접점을 만들어 낼 수 있을 것이라 생각합니다. 사회적기업은 단순히 제품만 판매하는 것이 아니라 열린 생각으로 소비자들에게 다가갈 다양한 방법을 지속적으로 고민한다면 좋은 시너지를 낼 수 있을 것이라 생각합니다. 이런 상호간의 노력이 모여면 더 효과적이고 장기적인 파트너십이 만들어 질 수 있지 않을까 생각해 봅니다.



SAMSUNG CARD

# 24365 Buy Social

“24365 Buy Social”  
 환경과 인류를 생각하는,  
 의미있는 상품들을 모아  
 여러분께 소개해 드립니다.

가치있는 소비생활을  
 삼성카드가 지원합니다.

## 29 Days

주식회사 29일은 여성의 위생권 및 문화 증진을 위한  
 여성위생용품 전문 사회적 기업입니다.  
 사회적, 건강적, 문화적으로 구분하여 사회문제를 찾아 해결합니다.



## 소셜 브릿지 SE-CSR Story 02.

하나금융그룹

하나금융그룹 사회공헌팀 박 성 재 차장



사회적경제 소셜 브릿지를 통해  
하나금융그룹과 사회적협동조합  
101동 마리에뜨가 만났습니다.  
하나금융그룹의 사회공헌과  
사회적경제기업의 소셜 미션이  
함께 만들어 가고자 하는  
이야기를 함께 공유합니다.

하나금융그룹  
+  
사회적협동조합 101동  
마리에뜨

“ 이번 협업을 통해  
두리모에게 정말 필요한  
부분을 지원해 줄 수 있을  
것이라 기대합니다. ”

Q. 소셜 브릿지 프로그램 참여  
계기가 궁금해요.

하나금융그룹은 2017년부터 사회적 가치 창출을 위한 다양한 프로그램을 진행해 왔습니다. 기업의 경제적 가치 뿐만 아니라 사회적 가치의 중요성을 알고 이를 만들어 가기 위한 작은 노력들의 시작이었습니다. 벌써 여러 해가 지났는데 돌아보니 '하나금융그룹이 만들어 놓은 틀 안에 사회혁신기업들을 가두어 놓은 것이 아닌가?' 하는 의문이 들었습니다. 기업들이 스스로 기획하고 하나금융그룹이 파트너로서 활동할 수 있다면 더 많은 아이디어가 실행으로 옮겨질 수 있다는 생각이 들었습니다. 사회적경제기업이 사회 가치 창출을 주도하고, 하나금융그룹이 지원하는 형태로 참여한 소셜 브릿지 프로그램은 사업은 저희가 한번쯤 시도해 보고 싶었던 프로그램이었습니다. 적절한 시기에 참여 제안을 주셔서 흔쾌히 참여를 결정하게 되었습니다.

Q. 사회적협동조합 101동 마리에뜨를  
파트너사로 선정이유하신 이유와  
앞으로의 협력 방안에 대해 말씀해  
주세요.

사회적협동조합 101동 마리에뜨(이하 사협 마리에뜨)의 지원서 첫 줄이 떠오릅니다. '대기업의 사회공헌 방식은 시혜성이 강한 서비스입니다(“우리가 이걸 줄게, 너희는 이걸 받아”).' 하나금융그룹도 주는 사회공헌 방식을 넘어 사회적경제기업에게 실제로 정말 필요한 부분을 채워줄 수는 없을까 고민해 왔습니다. 특히 미혼모 관련 문제에 대해서는 다 같이 참여해 해결해야 하는 사회문제로 인식하고 있었으며 사회적경제기업의 아이디어와 함께 해보고 싶었습니다. 사협 마리에뜨에서 새롭게 제안한 'For 두리, With 두리' 프로그램으로 미혼모들이 실제 원하는 것들을 지원할 수 있도록 하나금융그룹이 함께 할 예정입니다. 사협 마리에뜨는 미혼모 문제에 대한 새로운 접근으로 사회적가치를 창출할 것입니다.

Q. 하나금융그룹과 협업을 고려하는  
사회적경제기업들에게 전하고 싶은  
말씀이 있을까요.

많은 사회적경제기업들의 제안이 있었습니다. 예산규모가 작다 보니, 많은 팀들을 선발할 수가 없었던 것이 너무 아쉬웠습니다. 이번 소셜 브릿지 사업을 성공적으로 마치면 다음에는 더 많은 사회적경제기업들을 위한 기회를 제공할 수 있을 것 같습니다. 앞으로도 사회문제 해결을 위해 노력하는 사회적경제기업의 성장을 위해 하나금융그룹도 지속적으로 노력하겠습니다.



사회적협동조합 101동 마리에뜨  
양 차 민 이사장

“  
두리모들이 건강하게  
성장하고 지역 공동체를  
이룰 수 있도록  
지원하고자 합니다.”



Q. 사회적협동조합 101동 마리에뜨에 대한 소개 부탁드립니다.

사회적협동조합 101동 마리에뜨(이하 사협 마리에뜨)는 (청소년) \*두리모(부)의 사회적, 경제적 기반을 마련해 아이들이 안정적인 가정에서 성장하도록 돕습니다. 위축되어 세상으로 나오지 못하는 두리모·부가 건강하게 살아갈 수 있는 일터와 지역 공동체를 만드는 것이 사협 마리에뜨의 궁극적인 목표입니다.

사협 마리에뜨는 두리모를 위한 공익 캠페인 'For 두리, With 두리'를 지향합니다. 두리모가 두리모를 돕는 선순환구조의 사회를 기대합니다. 이런 타이틀 아래 두 가지 사업을 준비하고 있습니다.

사협 마리에뜨는 두리모를 대상으로 재능 발굴 및 인재 육성을 위한 대회를 열고자 합니다. 조향대회, 디자인대회 등 주제를 가지고 대회를 열어 우수한 인재를 발굴하고, 전문가로 성장할 수 있도록 지원할 계획입니다. 교육비는 물론, 자신만의 제품을 개발해 론칭 할 수 있도록 지원하고자 합니다.

또 한 사업으로는 기업이 제공한 후원물품을 두리모가 직접 선택해 가져갈 수 있도록 하는 인터넷 후원물품몰을 운영하고자 합니다. 인터넷 몰은 현재 운영 중이고요. 약 500여명의 두리모들이 인터넷 몰에서 기부된 물품들을 살펴보고, 필요한 것들을 선택하면 배송 받을 수 있도록 서비스를 구축해 두었습니다. 후원물품을 무작정 받기보다, 꼭 필요한 물품을 두리모가 직접 선택할 수 있도록 한다는 점에서 두리모 가정의 삶의 질을 높일 수 있습니다.

\* 두리모 : 미혼모의 새 이름. '동글다', '둘레', '둘'의 의미를 담고 있는 두리에 한자 어머니 모(母)자를 결합한 신조어. 아이를 보호하기 위해 강하고 둥근 마음을 갖고자 하는 의미.

Q. 하나금융그룹에 제안하신 아이디어가 궁금해요.

결과적으로 두 개의 사업 모두 제안 드렸어요. 멘토님과 제안서를 준비해 발표한 내용은 인터넷 후원물품몰을 활성화하기 위한 아이디어였습니다.

하나금융그룹 임직원들이 안 쓰는 (포장도 뜯지 않은) 새 물품을 기부하도록 장려하는 것과 후원물품 재고를 관리할 장소를 마련하는 부분에 있어 협업을 제안했습니다. 마지막으로 우리 두리모 친구들에게 사회생활 노하우를 (비)대면으로 공유할 수 있는 소통의 시간도 마련되었으면 좋겠다는 것이 제 아이디어였습니다.

하나금융그룹이 마리에뜨가 제안한 아이디어를 채택해 주셨지요. 이 후 몇 가지 고민 끝에, 하나금융그룹에 조향대회 협업 안을 제시했고, 협업 사업 변경 승인을 해주셨어요. 사협 마리에뜨를 믿어주시고 변경된 제안 내용을 흔쾌히 승낙해 주셔서 정말 감사했습니다.

Q. 조향 대회에 대해서 조금 더 구체적으로 설명해 주세요.

'세상을 좀(향)해라' 라는 이름의 대회를 열고자 합니다. 제가 창업해서 운영했던 사회적기업이 있는데, 그곳의 이름도 비슷하게 '마리에뜨'입니다. 사회적기업 마리에뜨는 향을 개발하는 곳이고, 제품을 판매해 수익을 내며, 수익금의 일부로 두리모를 위한 쉼터를 무상으로 운영하고 있습니다. 사협 마리에뜨는 사회적기업 마리에뜨가 개발한 향 제작 키트를 대회 참여자들에게 제공하고, 간단히 교육을 제공한 뒤 함께 향을 만들고, 스토리를 입혀 작품을 제출하게 됩니다. 전문 조향사로 구성된 심사위원들이 최종적으로 우수작을 선발하여, '마리에뜨' 브랜드의 신규 상품으로 런칭해 시장에서 판매하게 됩니다. 만약 내년에도 코로나 사태가 진정되지 않아, 오프라인 대회 개최가 어렵다면, 사회적기업 마리에뜨가 개발한 향을 참가자에게 배송하여 참가자들이 제품명과 스토리를 개발하도록 대회의 방향을 변경해 진행할 계획입니다.

수상자가 전문 조향사로 성장하고 싶다면, 그 친구가 거주하고 있는 지역에서 활동하고 있는 전문 조향사 멘토를 연결해 지역 조향활동가로 성장하도록 지원하고자 합니다. 이렇게 대회를 통해 전문 조향사를 배출하고 지역 공동체를 이룰 수 있도록 지원하는 것이 사협 마리에뜨의 목표입니다.



## Q. 멘토링을 통해 얻은 것이 있다면 무엇일까요.

기업에게 사회공헌 협력을 제안하는 건 처음이라 어떤 형태로 이야기를 해야할 지 잘 몰랐습니다. 사업의 방향성은 확고해 메세지는 정확 했지만, '왜 하나금융그룹이 함께 해야할까?'라는 기업의 입장을 고려해본 적은 없었습니다. 발표자료를 만드는 과정에서 사업 임팩트 중심으로 내용을 정리할 수 있었습니다.

멘토링을 통해 제일 크게 얻은 부분은 사실상 자신감입니다. 다른 발표자들에 비해 발표내용이 거창하지 않다고 생각했고, 제 표현력도 덩달아 늘어났습니다. 발표 전에 자신감이 없었습니다. 그런데 멘토님께서 사협 마리에뜨의 미션은 '사람을 위한 사회적 가치'를 지향하고 있기 때문에, 아주 강력하고 힘이 있다고 말씀해 주셨습니다. 많은 기관에서 여러가지 가치를 말하지만, 사람을 위한 가치를 말하는 곳은 드물다고 하셨습니다. 저는 저희 아이디어가 촌스럽고 투박하다 생각했는데, 그것이 오히려 강점이 될 수 있다고 피드백 주셨습니다. 제가 묵묵히 걸어온 길에 크게 의미를 부여하지 않았는데, 사협&사회적기업 마리에뜨가 지향하는 것들이 '사회적 가치'가 될 수 있다는 사실도 새삼 깨닫게 되었고, 마리에뜨 존재의 힘에 자부심을 가지고 발표를 할 수 있게 되었습니다. 이 부분이 너무 기억에 남고 감사합니다.

## Q. 하나금융그룹과 함께하게 될 텐데, 포부를 남겨주세요.

2021년, 사협 마리에뜨는 하나금융그룹, 주간지 더스쿠프, 사회적기업 마리에뜨와 함께 '세상을 향해라'를 개최합니다. 3~5월 경 대회를 열 예정이고, 우수작이 선발되면 하반기에는 교육과 신제품 론칭이 이뤄질 계획입니다. 일회성 행사로 그치지 않고, 매년 두리모들이 세상으로 한 발 한 발 내딛는 기회가 되기를 기대합니다. 두리모의 발걸음에 사랑의 향기가 가득할 수 있도록 많은 응원과 관심 부탁드립니다.



## 멘토 Interview

한양대학교, 이화여자대학교, 명지대학교  
겸임교수, 수원대학교 초빙교수

소셜 브릿지 지정연계형 멘토  
지속가능연구소 소장

김민석 멘토



사회적협동조합 101동 마리에뜨(이하 사협 마리에뜨)는 특히 기업명이 기억에 남는 곳입니다. '1(사람) 0(사랑) 1(사람)과 함께 동(행하여), (엄마의) 마음과 (아기의) 리듬 그리고 (우리의) 에너지로 (사랑의) 트랙을 만들자'라는 의미가 있는 곳이었습니다. 사협 마리에뜨는 청소년 한부모의 선택을 존중하며, 태어날 아기의 건강과 자신의 미래를 꿈꾸며 설계할 수 있도록 경제적 수익창출과 사회적 가치창출의 새로운 모델 제시를 목표로 설립된 사회적협동조합입니다.

지난 10월 중순 처음 만난 사협 마리에뜨 양차민 이사장은, 어린 나이에 임신·출산·육아를 경험하여 사회적 편견과 부정적인 시선에 위축된 청소년 한부모와 청년(만 24세 이하)들의 자존감을 향상시키고, 그들에 대한 부정적인 사회적 인식을 개선시키기 위한 비즈니스 모델을 고민하고 있었습니다. 또, 하나금융그룹에 제안할 사업으로 '사회적 나눔을 목적으로 하는 후원물품 공유플랫폼'을 구상하고 있었습니다.

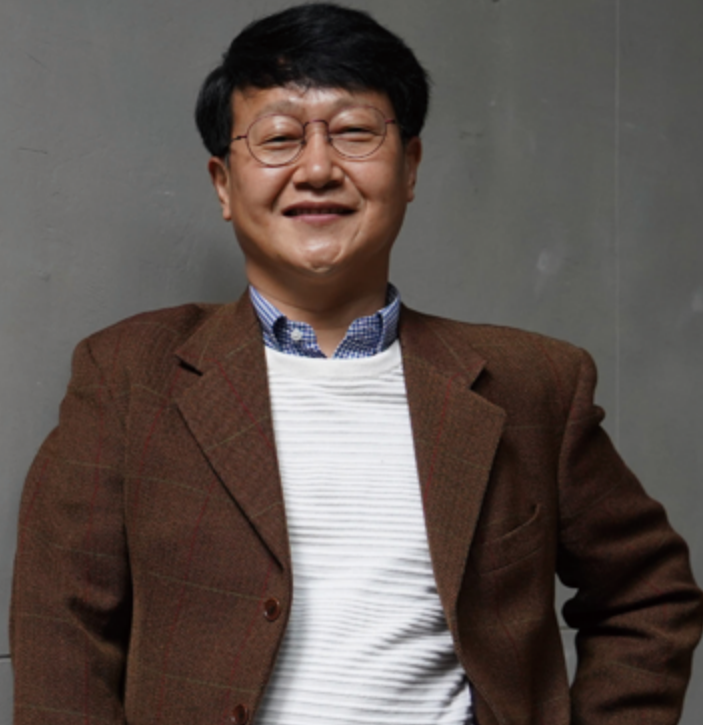
15년전 양차민 이사장은 17세 청소년이 낳은 '교회'라는 아기를 만났지만, 약 50일만에 건강이 좋지 않던 교회를 하늘의 별로 보내야만 했습니다. 당시 만난 미혼모들은 사회적 편견에 힘들어했고, 이러한 엄마를 둔 아이도 힘들 수 밖에 없다는 것을 알게 된 양 이사장은 아이의 보호자이자 생명 선택에 책임을 지고자 하는 미혼모를 지켜주고 싶다는 다짐을 하게 됩니다. 이러한 양 이사장의 경험과 다짐은 힘들지만 이 사업을 계속할 수 있는 동기가 되었습니다.

두 번에 걸친 멘토링을 통해 가장 많이 보완한 사협 마리에뜨의 사업제안서 내용은 다음과 같습니다. 먼저 '스토리텔링' 도입입니다. '한부모 가정에 관심을 갖게 된 이유'와 '양 이사장의 풍부한 경험'을 시작으로 본 사업을 설명할 것을 제안하였습니다. 제안서를 듣는 상대방 또한 이 문제에 대해 공감할 수 있는 기회를 주는 것이 필요하기 때문이었습니다. 그리고 두 번째는 한부모 가정에서 필요로 하는 물품을 나누는 플랫폼을 만들고 싶어한 양 이사장에게 플랫폼 비즈니스의 핵심과 현실을 설명해 주었습니다. 성공한 플랫폼 비즈니스도 많지만 실패하는 플랫폼 비즈니스 사례도 설명 드리고, 성공하기 위한 여러 조건들을 설명하였습니다. 세번째는 하나금융그룹과의 연계점을 찾도록 조언하였습니다. 단순히 자금만 지원하는 후원자로 그치는 것이 아니라, 함께 사회적 가치를 만들어 가는 파트너로서 하나금융그룹과 사협 마리에뜨가 각각 무엇을 할 수 있을지 고민하였습니다. 마지막으로 발표 스킬에 대해 말씀드렸습니다. 보다 설득력 있는 발표를 위해 직접 모의 발표를 하고, 자료의 구성 순서, 발표 태도 등 전반적인 발표 요령을 설명 드렸습니다. 양 이사장께서는 이러한 제안을 기꺼운 마음으로 받아들이고 개선코자 노력한 결과, 이번 소셜 브릿지 프로그램을 통해 한부모 가정을 위한 첫걸음을 시작할 수 있는 기회를 갖게 되었습니다.

## 소셜 브릿지 SE-CSR Story 03.



SK가스 SV추진단 신 호 진 PL



“SK가스가 추진하고  
있는 LPG 충전소  
변신이라는 방향성과 잘  
맞는 아이디어를 제안한  
이프비(주)와 함께합니다.”

사회적경제 소셜 브릿지를  
통해 SK가스와 이프비(주)가  
만났습니다. SK가스의  
사회공헌과 사회적경제기업의  
소셜 미션이 함께 만들어 가고자  
하는 이야기를 함께 공유합니다.

SK가스  
+  
이프비(주)

Q. 소셜 브릿지 프로그램에 참여  
계기가 궁금해요

SK가스의 사업 방향은 깨끗한 가스에너지를 공급하여  
미세먼지 없는 깨끗한 하늘을 만들어 가는 것입니다.  
지금은 벙커C유나 경유 등을 LPG연료로 대체함으로써  
공장이나 차량에서 배출되는 오염물질과 미세먼지를  
줄이는 사업을 추진하고 있고, 2024년에는  
LNG터미널을 통해 수입한 LNG를 이용하여 수소를  
생산, LPG충전소에서도 수소 충전이 가능한 복합  
충전소 사업을 본격화하게 됩니다. 또한 석탄발전소를  
대체할 LPG/LNG 복합발전소 운영, 에너지효율화  
솔루션과 가상 발전소 사업 등을 연결함으로써  
멀티 유틸리티 기업으로 성장하고자 합니다.  
이러한 비즈니스 모델의 전환은 우리 사회의 친환경  
분야에서의 사회적 가치를 더 창출할 수 있는 방향으로  
맞추어져 있습니다.

SK가스는 경제적 가치와 사회적 가치의 확대를 함께  
추구하고 있습니다. 사회적 가치의 경우, 우리보다  
더 전문화된 프로페셔널이 모여 만든 사회적 기업과  
협업함으로써, 보다 더 큰 사회적 가치를 창출할 수  
있고, SK가스 입장에서 이를 기반으로 또 다른  
사업의 기회를 발굴할 수 있을 것으로 믿고 있습니다.  
SK가스는 현재 LPG충전소의 변신을 여러 각도로  
고민하고 있는데, 예를 들면 수소 충전을 결합한  
복합 충전소, 무인편의점이나 레저로서의 프리미엄  
세차장과의 결합 등과 같은 것입니다. 이번 공모에서는  
LPG충전소 인프라를 활용하면서 사회적 가치를  
이뤄낼 수 있는 사회적 기업들의 아이디어를 기대하며  
참여했습니다.

Q. 이프비 주식회사를 파트너사로  
선정하셨는데요. 선정 이유는  
무엇인지 궁금합니다. 또 앞으로  
협력 방향에 대해서도 구체적으로  
말씀 부탁드립니다.

이번 공모를 통해 SK가스는 총 2개사를 선정하였습니다.  
이 중 이프비는 미술 전공자로 구성된 팀으로서,  
LPG충전소 건물과 벽면에 스트리트 아트를 입혀 지역의

랜드마크로 다시 태어나게 하겠다는 아이디어를  
제시했습니다. 현재 SK가스가 추진하고 있는  
LPG충전소의 변신이라는 방향성과 잘 맞아 떨어진  
것이 주효했다고 하겠습니다. 코로나 바이러스로  
인해 급속히 변해 버린 우리 사회의 모습, 미세먼지와  
온실가스로 인한 기후변화의 위기 등의 환경 속에서  
LPG 충전소의 이미지를 새롭게 전달할 수 있는  
스트리트 아트 아이디어가 보다 뜻 깊게 그 의미를  
찾은 것 같습니다. 현재 LPG충전소를 담당하는  
사업부서에서는 스트리트 아트를 적용할 수 있는 대상  
충전소 후보를 선정하고 있으며, 이후 이프비와 함께  
해당 지역을 답사하고 스트리트 아트 창작의 고민을  
거쳐 연말까지 대상충전소를 최종적으로 결정하게  
될 것이고, 스트리트 아트 작업을 거쳐 내년 봄에는 시범  
충전소를 선보일 예정입니다.

Q. SK가스와 협업을 고려하는  
사회적경제기업들에게 전하고 싶은  
말씀이 있을까요.

이번에는 LPG충전소와의 협업 Impact와 사회적  
가치의 창출 수준을 중점적으로 심사했습니다.  
우리 사회적경제기업은 아직 시작 단계라 사업  
경쟁력 자체만 보면 일반 기업들과의 경쟁에서는  
밀리게 됩니다. 따라서 일반 기업이 제공하지  
못하는 아이디어로 승부할 수 밖에 없는데, 그것이  
바로 사회적 가치라고 생각합니다. 특히 기업과의  
협력모델에서는 “우리와 같이 협력하면 이러한 사회적  
가치를 창출할 수 있고, 기업 혼자 할 때보다 더 많이  
성과를 낼 수 있다”라는 메시지가 포함된다면 보다  
설득력이 있을 것 같습니다.

이번 심사 과정에서 몇 분의 사회적기업분들이 저희  
심사진들에게 큰 감동을 전달해 주었습니다. 이 분들은  
LPG 충전소를 직접 방문하여 현장조사와 인터뷰까지  
진행하여 LPG충전소 이용 고객의 동선 및 시간까지  
반영하여 아이디어를 만들어 주셨는데요. 이러한  
노력을 보면서 사회적 기업들과 협력에 대해 가졌던  
일부의 우려를 해소할 수 있었습니다.  
이번 공모에 참여해 주신 21개의 사회적경제기업  
분들께 깊은 감사의 말씀을 드립니다.



“  
벽을 디자인함으로써  
세상과 소통하는  
이프비(주)입니다.”

wallo

이프비(주)

한 상 혁 대표



Q. 이프비(주)에 대한 짧은 소개 부탁드립니다.

이프비는 Innovation From Bottom Instinct의 약자로, ‘바닥 본능으로부터의 혁신’을 지향하고 있습니다. 벽(wall)을 디자인(Design) 함으로써 가치를 창출한다는 의미에서 벽 플랫폼 ‘월디’로 소개하기도 합니다. 월디는 도시의 유희자원인 벽을 업사이클링하는 플랫폼 기업입니다. 빈 벽을 매개체로, 기업, 지자체, 스타트업을 위한 스트리트 아트 광고 기획을 주로 진행하고 있으며, 사회적 메시지를 전달하는 소셜 스트리트 아트를 진행하고 있습니다.

2020년 8월 설립 이후, 다양한 소셜 스트리트 아트를 진행했습니다. 코로나19 종식을 기원하는 #백투노멀 스트리트 아트(성수동), 한국문화재단과 함께 무형문화재 소실 방지를 기원하는 #클래식케이팝 스트리트 아트(연남동)를 진행했습니다. 광고로는 가수 아이유를 모델로 한 SK 웨이브 스트리트 아트, 현대백화점그룹 더한섬닷컴과 신사동 스트리트 아트도 진행했습니다. 월디는 도시의 여러 랜드마크를 만들어 나가고자 합니다.

Q. 스트리트 아트가 사회적 문제 해결에 어떻게 기여할 수 있는지 궁금해요.

보통 도시가 개발되면 여러가지 이유로 살던 곳에서 쫓겨나는 현상이 발생해요. 이런 걸 ‘젠트리피케이션’이라고 부르죠. 반면, 도시개발이 아닌 도시재생이 성공적으로 이뤄지면, 도시는 활성화 되지만 거주민들이 살 곳을 잃지는 않아요. 그렇기 때문에 거주민들은 도시가 개발되기 보다는 잃어버린 도시의 활기가 회복되길 기대하고 계세요. 이프비는 도시재생 차원에서 벽을 어떻게 활용할까 고민하기 시작했어요. 해외는 스트리트 아트를 통해 지역의 랜드마크를 만드는 방식으로 도시를 활성화하기도 하더라고요. 여기서 착안해 이프비는 벽을 통해 떠나지 않아도 되는 도시, 아름다운 도시를 만들어 보고자 했어요.

이프비는 벽 사용료를 지불함으로써 건물 임차인이

임대료를 할인 받을 수 있도록 임대인과 협의하기도 합니다. 이로써 도시재생에 기여하는 건물 임차인들의 부담을 덜어줄 수 있기 때문입니다. 또 멋지고 의미있는 스트리트 아트를 구현해 그 지역의 랜드마크로 부상하고, 더 많은 사람들이 찾아와 지역 상권을 살린다면 지역 자영업자에게도 큰 도움이 될 수 있을 것이라 생각합니다.

올해 소셜 브릿지 프로그램에 참여하게 된 계기는 환경의 메시지를 담은 #빙에코프로젝트를 구현하기 위함입니다. 환경적 메시지를 전함에 있어 SK가스 LPG 충전소 만큼 전국 단위의 좋은 인프라를 가진 곳은 없을 것이라 생각하기 때문입니다.

Q. SK가스에 제안하신 아이디어는 무엇인가요.

그 어느 때보다 환경에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 친환경 에너지 역시 사회적 화두이지만, 여전히 낮은 개념이기도 합니다. 이프비는 스트리트 아트의 장점인 직관적인 메시지 전달력을 활용해 환경에 대한 이야기를 하고자 합니다.

이프비는 #빙에코프로젝트를 통해 ‘친환경 에너지’, ‘환경 보호’, ‘환경의 변화’ 등의 테마로 국내 최고 아티스트들과 함께 친환경 메시지를 담은 스트리트 아트를 구현할 계획입니다. SK가스는 현재 친환경 에너지인 LPG 가스와 미래 에너지인 수소 충전을 지원하고 있습니다. 이프비의 활동 계획과 SK가스 사업의 방향성이 일치한다는 점에서 협업이 더욱 더 기대가 됩니다.

사실 저 역시도 LPG가스가 친환경 에너지인 줄 몰랐습니다. 분명 LPG 가스를 사용하시는 분들 중에서도 저와 같이 잘 모르실 수도 있다고 생각합니다. SK LPG가스 충전소에서 가스를 충전하며, 스트리트 아트를 통해 친환경 에너지 사용에 대한 자부심을 느낌과 동시에 친환경 에너지에 대해 더 알게되고 생각할 수 있는 시간을 선물하고 싶습니다.

**Q.** 멘토링을 통해 제안의 내용과 형태가 개선됐는지 궁금합니다. 어떤 부분이 개선 됐을까요.

SK가스와 매칭되는 데 멘토링의 역할이 컸다고 생각합니다. 사실 이번 공모에 꼭 선정되고 싶은 마음에 준비한 자료가 굉장히 방대했습니다. 정해진 시간 내에 이프비를 소개하고 이프비와 SK가스가 함께 창출 할 수 있는 임팩트를 전달함에 있어서 반드시 필요한 내용과 필요 없는 내용을 구분하는 과정에서도 멘토님의 조언이 큰 도움이 됐습니다. 벽과 스트리트아트에 대해서는 이프비가 훨씬 전문적이지만, 제안서를 구성하고 발표를 준비하는 데 있어서는 멘토님의 도움이 많이 필요했던 것 같습니다. 이프비를 위해 많은 부분 함께 고민해 주신 멘토님께 감사를 전합니다.

**Q.** 앞으로 SK가스와 협력하여 진행할 사업에 대한 포부를 나눠주세요.

#빙에코프로젝트는 A to Z 친환경 방식으로 진행됩니다. 친환경 페인트를 사용함은 물론, 환경에 부정적 영향을 미치는 시너(유성물감을 희석시키고 또 사용이 끝난 물감을 닦아내는 용도로 사용되는 용매)의 사용을 지양할 계획입니다. SK가스와 함께 국내에서는 최초인 친환경 스트리트 아트를 구현해 가장 힙한 LPG 충전소를 만들어 가고 싶습니다.



## 멘토 Interview

한양대학교, 이화여자대학교, 명지대학교  
겸임교수, 수원대학교 초빙교수  
소셜 브릿지 지정연계형 멘토  
지속가능연구소 소장

김민석 멘토



첫 만남에서부터 이프비는 강렬한 인상을 남겼습니다. 이미 소셜벤처 경연대회에서 글로벌부문 대상을 받은 바 있고, 사회적기업가 육성사업과 민간 기업의 후원을 받은 화려한 이력과, 샘플로 보여준 스트리트 아트 작품들도 하나같이 이프비의 내공을 보여주는데 부족함이 없었습니다. 이프비의 가장 차별화된 경쟁력은 풍부한 포트폴리오와 지금까지 쌓아 온 경험이었습니다. 하지만 이번에는 SK가스가 원하는 것에 맞추어 제안을 해야 하는 상황이었습니다.

이프비와의 첫 멘토링에서는 SK가스가 추구하는 친환경성에 대한 이야기를 나누었습니다. 그리고 다른 유사 서비스와의 차별화 및 경쟁력을 확인하고, 그 부분을 강조하기로 하였습니다. 그리고 이프비가 제안하는 '월드'의 사회적 가치에 대해서 논의했습니다. SK가스에서 제안한 열 곳의 충전소는 이프비의 주요 서비스인 스트리트 아트를 통해 사회적으로, 문화적으로 의미 있는 메시지와 그림을 그릴 수 있는 벽과 담을 가지고 있었고, 우리는 SK가스가 원하는 가치와 이프비가 추구하는 가치의 접점을 찾고자 이야기를 나누었습니다.

두 번째 멘토링에서는 실제로 발표자료를 가지고 직접 모의 발표를 하며, 시간 내에 발표할 수 있도록 자료 순서 등 구성의 변화를 줄 것과, 자료의 통일성, 영상자료 활용 방안, 발표자료에 SK가스 회사의 상징적인 색상 사용 등에 대한 설명을 드렸습니다. 그리고 SK가스가 이프비와 파트너십을 맺었을 때 SK가스 입장에서의 기대효과 등을 잘 설명할 수 있도록 안내하였습니다.

이번 멘토링을 통해 이미 실력과 경험이 있는 이프비의 경우, 파트너에 따라 그들의 비즈니스 모델을 조금씩 변형, 확대하는 것만으로도 충분히 경쟁력이 있다는 것을 확인할 수 있었습니다. 그리고 SK가스는 이러한 이프비의 실력과 사회적 가치를 인정해 준 것 같습니다.



## 소셜 브릿지 SE-CSR Story 04.

# 시리아 난민에게 리터치 기술을 알려주세요

소셜 브릿지 자유제안형  
일자리 부문 우수 제안 기업

주식회사 엘캔버스는 터키에 거주하는 시리아 난민들에게 온라인을 통해 사진 편집 기술을 교육하고 일거리를 제공해 난민들의 생계 유지를 돕는 기업입니다. 디자이너를 보유한 기업들과 협업하여 더 많은 난민들과 함께하고자 합니다.

Q. 엘캔버스는 어떤 미션을 가지고 있나요.

엘캔버스는 스튜디오에서 찍은 상품사진을 보정하는 서비스를 제공하는 곳입니다. 주요 특징으로는 보정 작업을 하는 구성원들이 터키에 머물고 있는 시리아 난민이라는 점입니다. 터키의 실업률은 한국 실업률의 3배가 넘습니다. 터키로 넘어온 약 300만명의 난민들도 취업을 하기 어려운 상황이고요. 일자리 이슈에 있어 현지와의 마찰을 줄이고 난민들이 생계를 유지할 수 있도록 엘캔버스는 온라인으로 난민들에게 사진 보정 교육을 제공하고, 교육받은 난민들이 온라인으로 일감을 받아 수익을 창출할 수 있도록 지원하고 있습니다. 현재 함께하고 있는 디자인 작업팀은 13명의 난민으로 구성되어 있으며, 지속적인 교육을 통해 보정 수준을 높여 고객들의 만족도를 높여갈 계획입니다. 고객이 많아지면 더 많은 난민들과 함께 할 수 있을 것이라 기대합니다.

Q. 소셜 브릿지 프로그램에 참여하신 이유와 제안하신 아이디어도 소개해 주세요.

난민들은 보통 UN과 같은 국제 NGO를 통해 직업 훈련을 받습니다. 주로 낮은 수준의 기술을 가르칩니다. 엘캔버스는 조금 더 수준 있는 기술을 교육하고자 합니다. 현재는 엘캔버스 대표와 제가 현장에 가거나 온라인을 통해서 이들에게 기술을 교육하고 있는데요. 기업과 파트너십을 맺어 기업 내의 디자이너 분들이 재능기부를 해주신다면, 더 많은 난민들에게 더 수준있는 교육을 해줄 수 있을 것이라 기대하고 있습니다. 엘캔버스의 소셜 미션에 관심을 가질만한 기업은 어디 있지 모색해야 했고, 나아가 어떻게 공감대를 형성할 수 있을지 기업과의 커뮤니케이션에 필요한 역량들을 준비할 필요가 있다고 생각했습니다. 엘캔버스의 고민을 나누고 도움을 받을 수 있을 것 같아 참여하게 됐습니다.

큰 기업이 큰 생각을 만나다



주식회사 엘캔버스 이 모 세 디자이너

Q. 난민들에게 교육하고자 하는 기술의 수준은 어떤지 궁금해요.

온라인 쇼핑몰 사이트에 사용될 상품 사진을 보정하는 기술인데요. 배경을 제거하는 '누끼'라는 기술과 상품 사진을 시각적으로 더 가치있게 만드는 모든 과정인 '리터치' 기술을 교육하고자 합니다. 난민들이 두 가지 기술에 실력을 쌓는다면, 작업비를 더 받을 수 있으며 생계 유지에 큰 도움이 될 수 있습니다. 기업이 재능기부의 형태로 디자이너들의 참여를 독려해준다면, 엘캔버스와 함께 4개월 간 난민들에게 온라인 강의를 제공할 수 있도록 커리큘럼을 구성해 두었습니다. 코로나19가 진정되고 나서는 난민들과의 집합 교육을 고려하고 있는데, 현장 교육 공간 지원 등도 기업과 협의하여 진행해보고 싶습니다. 난민의 일자리 문제에 관심있는 기업들의 참여를 기다립니다.

Q. 멘토링 전 후로 제안서의 모습이 어떻게 달라졌을까요.

기업을 설득할 만한 근거로 명확한 데이터(수치)를 제공해야 한다는 것을 알게 됐어요. 막연히 엘캔버스의 생각을 늘어놓는 것이 아니라, 난민의 수는 얼마인지, 실제로 생계를 이어가기 위해 확보하고 있는 수입의 규모는 어떤지 등이요. 그리고 파트너십을 통해 난민들의 삶이 어떻게 개선될 수 있는지를 숫자를 중심으로 생각해보고, 표현하게 됐어요. 멘토님께서 정말 많은 정성을 쏟아주셨습니다. 제가 참여하며 공부한 시간보다, 멘토님께서 더 고민해주시고 시간도 많이 써주셨어요. 기존 제안서도 정확하게 분석해 주시고, 개선 방향도 제시해 주셨어요. 엘캔버스를 소개하기 보다도, 기업의 입장에서 엘캔버스의 프로젝트를 명료하게 이해할 수 있도록 하는데 있어서 도움을 크게 받았다고 생각합니다.



Q. 멘토링 이후 기업이나 CSR에 대해 더 이해하게 된 부분이 있는지요.

기업이 제안서를 검토할 때, 프로젝트 협업 시 어떤 사회적 가치를 만들 수 있는지 다양한 측면에서 고민한다는 점을 알게 됐어요. 그렇기 때문에 제안서를 쓰기 전에 그 기업에 대해서 충분히 조사해야 한다는 것도 배우게 됐죠. 그리고 나서 이 기업과 어떤 시너지를 낼지 엘칸버스의 입장과 기업의 입장을 고루 생각하고 제안서를 구체화해야 된다는 것을 알게 됐어요. 지금까지는 엘칸버스의 아이디어를 여러 기업에 알리면 된다고 생각했는데, 그게 아니라 각 기업이 가치를 두는 부분들을 이해하고 다가가야 한다는 것을 배우게 됐습니다. 서로 가치를 두는 부분을 이해하고 대화할 때, 시너지를 내고 더 큰 임팩트를 창출할 수 있을 것이라 기대하고 있습니다.

Q. 앞으로의 포부를 말씀해 주세요.

멘토님께 지도 받은 대로 실질적이고 구체적인 제안서를 만들어 기업 CSR 담당자들에게 제안해 볼 계획입니다. 재능기부 파트너십이 이뤄지면 '리터치' 기술을 전수받고 이를 토대로 난민들에게 기술을 전달할 계획입니다. 국내 고객들에게는 높은 품질, 저렴한 가격, 정확한 납기 서비스를 제공할 예정입니다. 높은 만족도로 고객이 늘어날 때, 더 많은 난민들에게 일자리를 제공할 수 있으리라 생각합니다. 이후에는 세계 시장으로까지 진출할 생각입니다. 세계 곳곳에 경쟁사가 많지만, 아직 고급 리터치 기술을 확보한 곳은 없는데요. 기업과의 협업을 통해 고급 리터치 기술을 확보하게 된다면, 해외 진출 1년 내 난민 100명을 고용할 수 있고, 이들의 월 소득도 400달러까지 보장할 수 있지 않을까 기대합니다.



● 수상자 한마디

더 많은 난민들에게 더 수준있는 교육을 해줄 수 있을 것이라 기대하고 있습니다.





## 멘토 Interview

“  
엘칸버스는 소셜 브릿지  
과정을 통해서 시리아 난민  
지원사업의 경제적 가치와  
사회적 가치를 재정립하고  
튼튼하게 보완했습니다.”



행복나눔재단 그룹장  
소셜 브릿지 자유제안형 일자리 그룹 멘토

서진석 멘토



현장 미팅 및 회의



온라인 화상회의

Q.

주식회사 엘칸버스가 우수기업으로 선정됐는데요.  
선정된 이유에 대해 말씀 부탁드립니다.

엘칸버스는 온라인 상품 디자인 비즈니스 모델의 특성을 살려 원격으로 시리아 난민에게 일자리를 제공하고 있습니다. 좀 더 부가가치가 높은 작업으로의 전환을 통해 임팩트를 높이하고자 하고 있습니다. 시리아 난민 지원사업이 활성화된다면 사회적경제기업의 연대와 상생의 좋은 모델이 될 것으로 기대합니다.

엘칸버스는 소셜 브릿지 과정을 통해서 시리아 난민 지원사업의 경제적 가치와 사회적 가치를 재정립하고 튼튼하게 보완했습니다. 이 두 바퀴가 탄탄하게 굴러갈 때, 다른 기업, 기관, 사회적경제기업 역시 쉽게 엘칸버스 프로젝트에 탑승하고, 또 이런 작은 협력을 시작으로 더 큰 기회를 함께 열어 나갈 수 있을 것입니다. 또한 엘칸버스가 '연결'을 통해 사회적 가치를 키워나갈 수 있다는 것을 여러 주체들에게 알려나갈 수 있기를 기대하고 있습니다.

Q.

제안을 준비하는 SE와 이를 검토하는 기업 CSR 담당자들에게  
각각 전하고 싶으신 말씀이 있을까요.

파트너십이 장기간 힘을 발휘하기 위해서는 상호간 가치 제안이 적절히 이루어져야 합니다. 사회적경제기업은 제안하는 가치에서 무엇보다도 사회적 가치를 잘 정립해야 합니다. 하나는 사회 일반의 사회적 가치이고, 다른 하나는 상대방 기업이 만들어내는 사회적 가치입니다. 전자의 사회적 가치만 강조하는 것은 '사회공헌' 방식으로 그칠 수 있습니다. 후자의 사회적 가치까지 제안하려면 상대방 역시 가치 창출의 주체로 끌어들여야 하며, 상대방 기업의 밸류 체인과 연계하기 위한 노력을 해야만 합니다.

영리기업 역시 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 창출하기 위해서는 사회적경제기업과의 파트너십이 중요합니다. 경제적 가치의 혁신을 위해 여러 벤처들과 협력 하듯, 사회적 가치 혁신을 위해 여러 사회적경제조직과 협력하는 것이 필요할 것입니다.

## 소셜 브릿지 SE-CSR Story 05.

# 소멸 위기 해변 마을을 '서핑과 함께' 지속 가능한 도시로

50

소셜 브릿지 자유제안형  
도시재생 부문 우수 제안 기업

**Q.** 서프시티 협동조합은 어떤 미션을 가지고 있나요.

서프시티는 서핑을 통한 관광활성화에 목적을 두고 설립되었습니다. 저희의 주요 미션은 서핑을 통해 안전하고 건강한 해변 문화를 정착시키는 것입니다. 서프시티는 서핑, 서프레스큐와 관련된 레슨 콘텐츠를 기반으로 탄탄한 커리큘럼을 가지고 있으며, 교육을 통해 소셜 미션을 이루고자 합니다.

**Q.** 소셜 브릿지에 참여하게 된 계기는 무엇인지 궁금해요.

사실 첫번째 도전은 아니었어요. 2019년에도 소셜 브릿지에 같은 내용으로 지원했었어요. 강원도 양양군의 기초지자체는 예산이나 기타 자원 규모가 작은 편이라, 규모있는 실행이 필요한 아이디어를 제안하는데는 한계가 있어요. 기업이 함께 하거나

서프시티 협동조합은 사계절 서핑 활성화를 통해 소멸 위기에 놓인 강원도 해변 마을을 활성화 하고자 합니다. 서프시티 협동조합이 기업과의 협업을 통해 만들고자 하는 해변 마을의 모습은 무엇인지 김나리 이사장님의 이야기를 들어보았습니다.

투자해 준다면 양양군이 직면한 사회 문제를 해결할 수 있겠다라는 희망이 있었어요. 2020년 다시 도전했고, 이렇게 우수 제안 기업으로까지 선정되어 기쁘네요.

**Q.** 귀사가 제안했던 아이디어를 간략히 소개해 주세요.

서프시티는 기업CSR 담당자들에게 낙후된 해변마을에 지속가능한 서핑 문화를 정착시켜 도시재생에 함께해 달라는 아이디어를 준비했습니다. 강원도 양양에는 대한민국 명소 중 하나인 낙산사와 낙산해수욕장이 있고, 이로 인한 관광문화시설이 있어 많은 사람들이 찾는 도시였어요. 그러나 낙산사 화재 및 장마 이후 해양 쓰레기 증가로 이제는 사람들이 찾지 않는 마을이 됐고, 고령화마저 심각해 양양의 해변마을의 활기를 불어넣어 줄 새로운 아이টে과 아이디어가 필요했어요. 서프시티는 안전하고 건강한 서핑문화를



서프시티 협동조합 김 나 리 이사장

51

정착시킴으로써 다양한 세대의 사람들이 양양 해변을 찾아주길 기대하고 있습니다. 먼저 서핑트레이닝센터(STC, Surf Training Center)를 설립해 서핑 교육을 실시하고자 합니다. 단순 체험 제공이 아닌, 교육을 통해 사계절 서핑 문화를 활성화할 계획이며, 특히 미래세대인 청소년들에게 취미 교육부터 전문 교육까지 다양한 프로그램을 제공하고자 합니다. 프로그램 일정의 20%는 취약계층 청소년들을 위한 프로그램으로 구성해, 서핑 관련 진로 희망 시, 파트너사와 함께 장학생으로 선발해 후원할 계획도 가지고 있습니다. 이 외에도 STC 내부에 카페를 운영해 지역의 경력단절 여성들이 일자리를 찾을 수 있도록 지원하고 싶습니다. 서프시티와 강원도 지역을 지원하는 파트너기업(CSR) 임직원 및 가족들에게도 체험과 해변 정화 봉사활동 프로그램을 제공해 파트너기업이 더 풍성한 CSR을 펼치도록 협력하고 싶습니다. 마지막으로 서프레스큐(Surfrescue) 해변 문화를 정착시키고자 합니다. 서프레스큐란

서프보드를 활용해 익수자를 신속히 구할 수 있는 인명 구조법입니다. 국내 서핑인구가 급증하고 있는데, 서프레스큐가 함께 확산된다면 안전하고 건강한 서핑문화 정착에 큰 도움이 될 것입니다. STC와 서프레스큐비치 관련 비즈 모델은 전국 해변 마을로 확대 적용이 가능하여 '미래세대', '스포츠맨십', '안전', '환경', '건강'을 고려하는 기업CSR과 지속적으로 협력하며 한국을 안전한 서핑 문화 국가로 만들어가고 싶습니다.

**Q.** 자유제안형은 제안서를 개선하는데 초점이 맞춰져 있었는데요. 어떤 것을 기대했고, 결과는 어떤지 말씀 부탁드립니다.

서프시티 협동조합이 준비한 아이디어가 정말 사업적으로 매력이 있을지, 기업CSR과 협력할 수 있을지 궁금했어요. 기업 CSR 업무를 하고 계신





멘토님을 통해 아이디어에 대한 검증을 해보고 싶었고, 정말 운이 좋으면 우수 제안 기업으로 선발되고, 관심 기업이 늘어날 것이라 기대했어요.

이런 측면에서, 소셜 브릿지에 크게 만족하고 있습니다. 멘토님의 칭찬에 자신감과 용기도 생겼고요. 특히 멘토님이 기업의 입장에서 서프시티 아이디어가 매력적이고 어떤 특성의 기업들에게 제안서를 공유해보면 좋을지도 안내해 주셔서 앞으로의 행보에도 크게 도움이 됐지요.

구체적으로 설명하자면, 기업의 입장에서 서프시티에게 궁금할만한 것들을 더 생각해 보게 됐어요. 서프시티가 아무리 좋은 아이디어를 낸다 해도 협력을 한다면 기업에게도 분명 성과가 있어야 하잖아요. 이런 부분을 멘토님께서 꼬집어 주셨던 것 같아요. 기업이 협력을 통해 어떤 사회적 가치를 함께 만들 수 있는지를 고민해봤고, 기업 구성원들이 참여할 수 있는 방안, 기업과 함께 장학생을 선발하고 지원하는 방안 등을 제안서에 담을 수 있었어요.

**Q. 기업 CSR 또는 사회공헌에 대해서 더 자세히 알게 된 부분이 있을까요?**

저도 기업에서 10년 정도 직장생활을 했었는데도 불구하고 기업의 사회공헌 사업에는 관심이 거의 없었어요. 소셜 브릿지 참여로 사회공헌을 하고자 하는 기업들의 방향이나 기존 사업들은 어떤지 등을 배우게 되어 유익했습니다.

**Q. 활동 포부를 간략히 말씀해 주세요.**

금번 소셜 브릿지에서 우수기업으로 선정되었으니, 꼭 맞는 파트너사와 저희 중장기 계획을 이뤄가고 싶어요. 서핑으로 바닷가 마을에 활력을 불어 넣고 마을과 상생하는 서프시티를 만들어보겠습니다.



## ● 수상자 한마디

서핑을 통해 안전하고 건강한 해변 문화를 정착시키겠습니다.



## 멘토 Interview

“ 서프시티 협동조합은  
안전한 해양 레저와  
지역관광 활성화로  
해결하고자 하는 명확한  
솔루션을 가지고 있습니다. ”

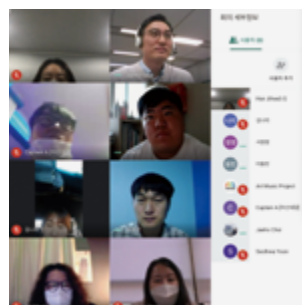


현대자동차그룹 사회문화팀 책임매니저  
소셜 브릿지 자유제안형 도시재생 그룹 멘토

최재호 멘토



현장 미팅 및 회의



온라인 화상회의

Q.

서프시티 협동조합이 우수 제안 기업으로 선정됐는데요.  
선정된 이유에 대해 말씀 부탁드립니다.

서프시티 협동조합은 강원도로 귀촌한 여러 연령대의 서퍼 다섯 분이 모여 만든 협동조합입니다. 양양은 산불로 인해 지역이 황폐화되고, 고령화로 인해 지역 공동화, 청년 일자리 부족 문제를 겪고 있습니다. 서프시티는 양양 서핑학교를 거점으로 안전한 해양 레저 정착과 지역관광 활성화를 통해 이 문제들을 해결하고자 하는 명확한 솔루션을 가지고 있습니다. 또한, 단순 서핑 교육이 아니라 서프레스큐의 개념을 도입하여 레저로서의 서핑을 통해 인명을 구조할 수 있다는 차별화된 전략이 기업의 사회공헌 활동과 협력을 위한 좋은 포지셔닝이라 생각하여 우수 기업으로 선정하게 되었습니다.

Q.

제안을 준비하는 SE와 이를 검토하는 기업 CSR  
담당자들에게 각각 전하고 싶으신 말씀이 있을까요.

사회적경제기업의 가장 큰 자산은 누구나 쉽게 해결하지 못하는 사회문제를 해결하고자 하는 그 기업의 철학입니다. 사회적경제기업이 추구하는 사회적 가치가 사회적으로 인정 받을 때, 경제적 가치가 동반하여 찾아 온다고 생각합니다. 사회적경제기업은 추구하는 가치를 잘 표현하고, 기업이 여기에 귀 기울일 때, 의미 있는 협력이 이뤄질 수 있다고 생각합니다.



# 시각장애인을 위한 민원 문서 전자점자 생성 솔루션

소셜 브릿지 자유제안형  
IT기술 부문 우수 제안 기업

(주)에이티소프트는 시각장애인의 정보접근성과 문해력 향상에 기여하는 민원 문서 전자점자 솔루션을 보유하고 있는 곳입니다. 기업과의 시너지를 통해 창출하고자 하는 사회적 가치는 무엇인지 박호성 대표이사님의 이야기를 들어보았습니다.

**Q. 에이티소프트는 어떤 미션을 가지고 있나요.**

최근에는 많은 민원 문서와 전자 문서가 디지털 방식으로 제공되고 있습니다. 주로 음성으로 확인이 가능한데 종종 시각장애인 분들이 음성을 듣고 이해하지 못하기도 하고, 음성 콘텐츠 접근이 불가능한 경우도 있습니다. 그래서 타인에게 문서의 내용을 읽어달라고 부탁하는데, 이 과정에서 개인정보가 노출되는 위험이 발생합니다. 이런 문제를 해결하기 위해 에이티소프트는 민원 문서와 전자 문서를 점자로 생성하는 솔루션을 개발했습니다. 전자적 형태의 점자 파일을 제공하면, 시각장애인분들이 점자정보단말기를 통해 문서의 내용을 스스로 정확하게 읽게 되는 것입니다. 또 저장한 뒤 언제든 다시 읽을 수도 있고요. 에이티소프트는 국내 공공기관, 민간기업이 에이티소프트의 전자점자 생성 솔루션을 통해 시각장애인에게 필요한 정보를 정확하고 신속히 전달할 수 있기를 기대합니다.

**Q. 전자점자, 즉 전자적 형태의 점자 파일이 무엇인지 궁금해요.**

점자정보단말기에서 재생되는 형태의 점자 파일입니다. 한글 문서의 확장자는 hwp, 워드파일의 확장자는 docx 이듯, 점자 파일의 확장자는 BRL입니다. 문서를 발행하는 기관이 에이티소프트의 전자점자 생성 솔루션을 구입하여 적용하면, 민원 서식에 활용하는 리포팅 파일이나, hwp와 docx 등의 파일이 점자 파일로 변환됩니다. 특히 민원문서와 전자문서의 원본에 점자속성을 적용하면 PDF로 변환할 때 PDF 파일에 점자가 포함되어 유통될 수 있어 점자 디지털과 점자 콘텐츠 보급에 큰 변화를 가져올 것으로 기대됩니다. 시각장애인 분들은 점자 파일을 다운로드하거나 이메일로 받아 단말기로 내용을 확인하거나, 단말기가 없는 경우 복지관이나 점자도서관 등에서 종이 점자로 출력하여 확인 가능합니다.

**Q. 이미 솔루션도 개발하시고, 공공기관에서도 관심을 보일 것 같은데요. 소셜 브릿지를 통해 얻은 것이 무엇일지 궁금해요.**

먼저 멘토님께 감사합니다. 발표자료의 순서나 내용에 대한 수정 사항도 살펴봐 주셨고, 더 나아가 대외적으로 타 기관과의 미팅을 주선해 주셔서 제안서의 내용을 더 탄탄하게 만들 수 있었습니다. 가장 먼저, 사회생활을 준비하거나 비장애학생을 가르치는 선생님이로 재직중이신 시각장애인과의 인터뷰를 주선해 주셔서 일상생활, 교육과 학습, 업무, 경제활동 등에서 점자의 필요성을 다시 한 번 더 확인할 수 있는 기회를 가지기도 하였습니다. 이런 솔루션이 왜 필요한지 시각장애인 분들의 목소리를 담은 영상을 제작해 봤는데, 청년과 중,장년층의 참여를 이끌어 주셔서 더욱 설득력 있는 영상을 만들 수 있었습니다. 두번째로 멘토님께서 에이티소프트

솔루션이 '시각장애인의 문해력 향상'에 기여할 수 있음을 발견해 주셨고, 그 부분을 제안서에 넣을 수 있었습니다. 점자 콘텐츠 확산으로 시각장애인 분들의 정보 접근성이 향상되면 이들의 문해력이 향상될 것이기에 파트너 기업이 에이티소프트 솔루션을 통해 창출할 수 있는 또 다른 사회적 성과가 되는 것이지요. 사실 국내에는 점자 콘텐츠가 많이 부족해서, 음성으로 듣는 것이 편하니까 점자를 배우려는 학습 욕구가 감소하는 경향이 있는데요. 문자를 읽고 이해를 해야하기에 점자를 배워야 하지만, 실제로 점자 콘텐츠가 부족하기 때문에 배울 필요성을 못 느끼게 되는 것이죠. 민원 문서, 전자 문서 등이 전자점자로 더 활발히 제공된다면 시각장애인분들의 점자 학습도 활성화되고 문해력도 향상될 것이라 기대합니다.

**AT Soft**



(주)에이티소프트 박 호 성 대표이사



### Q. 앞으로의 포부를 말씀해 주세요.

최근 점자법 개정 법률안이 본회의에서 통과되어 공공기관은 점자(또는 전자점자) 제공 현황을 공개해야 합니다. 또한 민원처리에 관한 법률 개정안도 발의되었는데, 전자민원창구(인터넷 민원발급 시스템)는 시각장애인을 위해 전자점자 문서를 제공해야 한다는 내용이 포함되어 있습니다. 지금까지는 솔루션이 없었기 때문에 시각장애인이 요구하더라도 점자를 제공할 수 있는 방안이 없었지만, 이제부터는 다르다고 봅니다. 내가 시각적 장애가 있어 중요한 민원정보, 사건정보, 법률정보, 금융정보, 의료정보를 읽을 수 없다고 상상하면 어떨까요? 그러나 여전히 전자점자 솔루션 도입에 고민하는 기관이 많습니다. 우선순위의 문제라고 봐요. 이에따라 시간은 지연되고, 시각장애인분들의 동등한 사회활동은 어려워지고, 개인정보 노출은 계속 발생하고 있겠죠.

앞으로 공공기관, 교육기관, 금융기관, 의료기관 그리고 민간 기업까지 함께할 수 있는 솔루션을 개발하고, 사용성 테스트, 서비스 확대 등에 집중하고자 합니다. 모든 민원 문서와 전자문서가 유통될 때, 전자점자도 함께 유통될 수 있도록 점자 디지털 인프라를 확산시키고, 국내 뿐 아니라 해외까지도 협업 규모를 넓혀나가고 싶습니다. 전자점자 서비스를 통해 사회적 가치를 창출할 수 있도록 많은 공공, 교육, 금융, 의료기관과 민간기업의 사회공헌 및 사회적가치 창출을 위한 관심과 연락 바랍니다.

### 수상자 한마디

전자점자 생성 솔루션을 통해  
시각장애인에게 필요한 정보를  
정확하고 신속히 전달할 수  
있기를 기대합니다.





## 멘토 Interview

“에이티소프트의  
솔루션이 시각장애인의  
정보접근 자신감과  
문해력 향상에 기여할  
것이라고 확신합니다.”



이베이코리아 커뮤니케이션 부문 이사  
소셜 브릿지 자유연계형 IT기술 그룹 멘토

홍 윤 희 멘토



온라인 화상회의

Q.

에이티소프트를 우수제안 기업으로  
선발하신 이유가 궁금해요.

에이티소프트는 시각장애인이 생활을 해 나가는데 가장 필수적인 정보들을 디지털점자로 바꾸어주는 기술을 갖고 있습니다. 이렇게 정보 전환 기술을 적절히 활용하면 시각장애인 당사자와 가족, 교육기관 등의 시간을 어마어마하게 아낄 수 있습니다. 나중에는 이 기술이 시각장애인의 정보접근 자신감과 문해력 향상에 기여할 것이라고 확신합니다.

에이티소프트는 이러한 잠재력을 잘 알고 있으며 국가 기관을 비롯해 장애인 수요자의 정보 접근에 가장 필수적인 기관부터 체계적으로 접근하고 있습니다. 특히 장애인 수요 당사자들의 의견수렴을 통해서 서비스를 개선해 나가고 어느 분야에 서비스를 제공해야 할지 정하는 사용자 중심 접근방식이 눈에 띕니다. 또한 이미 피칭에 여러 차례 성공한 우수한 프리젠테이션을 선보여 다른 참가기업들에게도 벤치마킹 사례로 큰 도움이 되었을 것이라 확신합니다. 우수한 기술로 향후에도 시각장애인 접근성 향상과 삶의 질 향상에 큰 도움이 될 것으로 기대합니다.

# 1회용품 쓰레기 없는 세상 만들기

소셜 브릿지 자유제안형  
환경 부문 우수 제안 기업

지구지킴이 (주)리텀은 1회용품 대체를 위한 토털  
솔루션을 보유하고 있는 환경 문제 전문 기업입니다.  
오피스 및 사내외 행사에서 사용되는 1회용품 쓰레기를  
줄이고자 하는 많은 기업들과 협력하고자 합니다.

## Q. 리텀은 어떤 미션을 가지고 있나요.

지구지킴이 (주)리텀은 불필요한 1회용품 사용을  
줄이고, 쓰레기 없는 세상을 만들고자 합니다.  
2018년 9월 설립됐고, 현재 경북 구미 소재의  
사회적기업입니다. 대한민국의 1인당 플라스틱  
소비량 및 포장용 플라스틱 사용량이 세계  
Top class에 속함은 물론, 1회용 컵 재활용률도 낮아  
환경 파괴의 선진국이라는 오명을 쓰고 있어요.  
쓰레기 자체의 문제도 심각하지만 각종 해양 오염 및  
해양 생태계에 치명적인 문제를 유발함은 물론 지구  
온난화에도 큰 영향을 끼치고 있습니다.  
Zero Waste Europe에 의하면 쓰레기 1t에서  
1.1t의 이산화탄소가 발생된다고 합니다. 쓰레기  
문제는 이제 재활용, 소각, 매립으로 해결 될 수  
없다는 확실 아래 지구지킴이(주)리텀은 다양한  
곳에서 1회용품을 근본적으로 사용하지 않도록  
하기 위한 서비스를 제공합니다.

## Q. 소셜 브릿지에 참여하게 된 계기는 무엇인가요?

대면활동이 어려워진 코로나 시대에 새로운 돌파구가  
필요했어요. 올해 많은 민간기업, 공공기관 및 기타  
단체들을 만났지만, 코로나로 19로 인해 리텀의  
서비스를 바로 도입하기 어렵다는 의견이 많았습니다.  
소셜 브릿지와 함께 고민도 나누고, 앞으로 타 기관에  
리텀의 서비스를 제안할 때 어떤 내용들을 중점적으로  
소개해야할지, 기업의 입장을 고려해야 한다면 어떤  
부분을 미리 생각해보면 좋을지 등에 대해 배우고 싶어  
참여하게 됐습니다.

## Q. 리텀이 제안했던 아이디어를 간략히 소개해 주세요.

사내 오피스 및 사내 행사, 교육 등에서 1회용품 사용을  
줄이거나 없앨 수 있도록 리텀의 Eco Set (Eco 컵,

for earth = for us

큰 기업이 큰 생각을 만나다

(주)리텀 정 원 찬 대표

보물, 트레이 등) 사용을 제안 합니다. Eco Set를  
제공함과 동시에, 직접 수거하여 세척 및 배달까지  
리텀이 담당합니다. 시범 활동을 먼저 전개한 후,  
확대 시행하는 방향으로 협업을 제안하고자 하며,  
리텀과의 협력이 자연스러워지고 사회적 성과를  
확인하게 되면, 사외 행사에서도 리텀과의 협업을  
진행할 수 있기를 기대합니다. 더 나아가 제품  
패키징 및 유통 과정에서 발생하는 1회용품 사용을  
줄이는데 있어서 필요한 협업도 함께 해 나갈 수  
있다고 생각합니다.  
리텀과 협업할 때, 기업 내에서 연간 약 250만개의  
1회용품 사용을 저감할 수 있을 것으로 기대하며,  
이로써 약 42t의 이산화탄소 발생량을 저감할 수  
있습니다. 1회용품 사용을 배제하면서, 친환경  
제품에 관심을 갖는 그린슈머의 요구에도  
적절히 대응 할 수 있는 기업의 중요한 사회적  
책임이라고 생각합니다.

## Q. 자유제안형에 참여하면서 기대했던 점과 결과는 어떤가요.

자유제안형을 통해 배운 것들이 정말 많아요. 저도  
사회에서 17년 동안 컨설팅 관련 일을 했거든요.  
제안서를 작성하는 것이 익숙했지만, 기업CSR과의  
협력을 만들어가기 위한 제안을 구성해 가는 것은 사실  
쉽지 않았어요. 멘토님으로부터 가장 많이 들었던 말은  
'협업 프로젝트 제안서를 작성하라' 였어요. 리텀이란  
조직과 서비스를 소개하는 '소개서'가 아니라, 어떻게  
협업하고자 하는지를 중점적으로 풀어내는 것이  
필요했던 거예요. 타겟 기업을 명확히 설정하고,  
이 기업이 환경 측면에서 어떤 노력을 하고 있는지,  
리텀과 협업을 통해 개선될 수 있는 부분이 무엇인지  
등에 대해서 생각해보게 됐어요.  
멘토링이 3회에 걸쳐 진행됐는데요. 마지막 멘토링  
때는 보완된 제안서를 제출할 수 있었어요. 많이  
개선된 제안서를 가지고 멘토님과 그룹원들 앞에서





발표를 해봤는데, 멘토님께서 여전히 기업소개서의 성격을 더 벗어나라고 말씀해 주셨어요. 프로젝트 제안서로 매력을 높이려면 여전히 고민하고 생각할 것들이 많음을 알게 된 것 같아요.

그리고 이번 소셜 브릿지를 통해서 기업 CSR에 대해서 처음 알게 됐어요. 단어는 몇 번 들어봤지만, 기업이 사회문제에 대해 어떻게 생각하고 접근하려고 하는지 많이 배웠습니다. 기업과 협력을 원하지만 여전히 CSR이 무엇인지 잘 모르는 사회적경제기업이 많다고 생각해요. 소셜 브릿지와 같은 프로그램을 통해 사회적경제기업들이 기업에 대해 더 자세히 알게 되고, 기업들도 사회적경제기업에 대해 더 관심을 갖게 되는 기회들이 많았으면 좋겠네요.

#### Q. 앞으로의 활동 포부를 말씀해 주세요.

지구지킴이 리팀은 1회용품 쓰레기 없는 세상을 만들고자 해요. 너무나 많은 곳에서 다양하게 사용되고

있는 1회용품 사용을 억제하기 위한 Total Solution을 제공하기 위해 가일층 분발하고자 합니다. 지금보다 더 나아가 장례식장의 1회용품 사용까지 적극적으로 해결할 수 있는 해결책을 제시함은 물론 가장 중요한 실행력을 지속적으로 높여 나갈 예정입니다.

1회용품에 대한 대체가 이루어진다면 자연스럽게 자원순환운동으로 전환하고자 합니다. 자원은 유한하고, 이러한 자원의 사용에서부터 지구 온난화 문제가 출발하게 됩니다. 많은 어려움이 있겠지만, 이러한 자원의 사용 자체가 자제되어야 하며, 지금까지 만들어진 자원을 지속적으로 활용하는게 자원순환의 출발점이라고 생각합니다. 인간이 자원순환에 대해 논의하고 합의하지 못하면 결국 지구 온난화를 막을 수 없다는 것이 저희 지구지킴이의 판단이기에 거기까지 가고자 하는 것이 저희의 목표이기도 합니다.



#### ● ● 수상자 한마디

불필요한 1회용품 사용을 줄이고,  
쓰레기 없는 세상을 만들고자 합니다.

## 멘토 Interview

“리팀은 환경 이슈를  
비즈니스에 접목시킨  
기업으로서 사업의  
필요성과 방향이 분명한  
것이 장점입니다.”



JYP 엔터테인먼트 CSR팀 팀장  
소셜 브릿지 자유제안형 환경 그룹 멘토

김 미 경 멘토



현장 미팅 및 회의



온라인 화상회의

Q.

리팀이 우수 제안 기업으로 선정됐는데요.  
선정된 이유에 대해 말씀 부탁드립니다.

리팀은 '1회용품 쓰레기 없는 세상 만들기'라는 미션을 가진 사회적기업입니다. 현재 가장 문제가 되고 있는 환경 이슈를 비즈니스에 접목시킨 기업으로서 사업의 필요성과 방향이 분명한 것이 장점이었습니다. 또한, 대표님께서 기업과 사회적 기업을 잇는 본 소셜 브릿지 사업의 취지를 잘 이해하고 계셔서, 사업 진행 내내 멘토가 코칭한 부분들을 적극적으로 제안서에 반영하고자 노력하셨습니다. 그래서 멘토링을 거듭할수록, 제안서의 윤곽이 보다 뚜렷해지고 전하고자 하는 메시지가 명확해지는 것이 보여 멘토로서 뿌듯함을 느낄 수 있었습니다. 특히, 항상 배우려는 자세와 세세한 부분 하나하나에 대해 치열하게 고민하고 의견을 구하는 부분이 인상적이었고 저에게도 큰 귀감이 되었습니다. 우수 기업으로 선정된 리팀의 그간의 노고에 박수를 보내며, 앞으로 더욱 성장된 모습으로 만나될 수 있기를 진심으로 응원하겠습니다. 리팀의 다음 행보를 독자 여러분도 함께 응원해주세요!

Q.

제안을 준비하는 SE와 이를 검토하는 기업 CSR 담당자들에게  
각각 전하고 싶으신 말씀이 있을까요.

최근 기업 CSR의 영역이 보다 확대 되면서 사회적 분야와의 협업 기회도 증가하였습니다. 더 나은 세상을 만들고자 하는 지향점은 같으나, 조직의 출발점이 다르고 구조가 다르다 보니 생각보다 간극이 좁혀지지 않는 아쉬움이 있는 듯 합니다. 기업은 SE의 언어를, SE는 기업의 언어를 이해하려는 노력들이 더해진다면, 협업을 통해 보다 가치로운 비즈니스들이 탄생할 수 있으리라 생각합니다



# 03. Plus Point

사회는 빠르게 변하고 있습니다. 모든 기업은 변화하는 시대에 맞추어 성장해야 함과 동시에 사회에서 소외된 영역들을 함께 돌볼 책임이 있습니다. 큰 생각과 큰 기업이 만나 시너지를 낼 수 있도록 한국사회적기업진흥원이 함께하겠습니다.



Article & News

기고문 01.

## 코로나 시대의 기업사회공헌

### COVID-19, 기업사회공헌 다음 단계의 문을 열다.

큰 기업이 큰 생각을 만나다



이노소셜랩 이사, 한양대 경영학과 겸임교수

유 승 권

지난 30년 동안 우리나라 기업사회공헌에 큰 영향을 미친 일을 손에 꼽으라고 한다면 두 가지를 말할 수 있다. 첫 번째는 1994년 삼성그룹이 회사 내 사회공헌 전담 조직으로 '삼성사회봉사단'을 설립한 일이다. 물론 그 이전에도 기업들은 공익재단을 설립하여 의료, 장학, 복지, 문화 예술 등의 다양한 공익사업을 해왔지만, 공익재단은 어디까지나 기업 밖의 독립 조직이다. 따라서 기업경영과 공익사업은 분리되어 있었다. 그런데 삼성사회봉사단이 기업 내 조직으로 자리 잡게 됨에 따라 우리나라에서 사회공헌이 기업경영 외의 일이 아니라 기업경영 내의 일로 인식하는 시 작점이 되었다. 이후 현대, SK, LG, 한화, 포스코 등 우리나라 주요 기업에 임직원 봉사단이 만들어 지고 이를 관리하는 사회공헌 전담 조직이 기업 내에 생겼다. 지금은 그룹사 규모의 국내 대기업들 은 대부분 사회공헌조직을 운영하고 있다.

또 다른 하나는 1998년 사회복지공동모금회(이하 모금회)의 설립이다. 복지국가 실 현을 천명했던 김대중 정부는 기업 사회공헌을 비롯한 민간 자원이 공공복지서비스의 빈틈과 사 각지대를 어느 정도 메워 주기를 바랬다. 이런 의도에서 특별법을 제정하여 민간 모금과 배분의 허브 역할을 하는 모금회를 설립했다. 모금회 설립 후 영부인인 이희호 여사가 명예회장을 맡으면 서 기업 기부를 적극적으로 장려했다. 모금회의 연말 불우이웃돕기 집중 모금 기간이 되면 주요 방송과 신문에는 어느 기업이 얼마를 기부했다는 소식이 매일 보도되었다. 국내 주요 그룹사들이 수백억 원의 큰 기부를 했다는 언론보도는 기업계 전체로 빠르게 확산되었고 기업 기부는 기업경 영 일부로 인식되기 시작했다.

1994년 삼성사회봉사단과 1998년 모금회 설립은 우리나라 기업 사회공헌의 기본 모 델인 「임직원 봉사활동 + 기부」가 성립되는 데 큰 역할을 했다. 이후 현재까지 20년 이상 이 모델 은 크게 바뀌지 않고 안정적으로 운영되었다. 그런데 2020년 1월 COVID-19가 전 세계적으로 확 산되면서 이제까지의 기업사회공헌 실행 방식이 벽에 부딪치게 되었다. 그리고 이제 COVID-19 는 우리나라 기업사회공헌의 다음 단계 문을 여는 역할을 하고 있다.

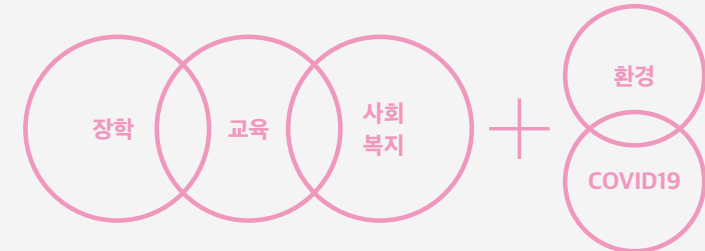
무엇보다 COVID-19의 확산은 기업 임직원 봉사활동의 형태를 완전히 바꾸고 있다. 이제까지 대부분의 기업 임직원 봉사활동은 열 명에서 스무 명 정도의 기업 임직원들이 기업 로

## 기고문 01.

## +Point 01.

기업  
사회공헌의  
기본 모델

## +Point 02.

기업사회  
공헌영역의  
확장

고가 크게 새겨진 봉사활동 조끼를 입고 아동복지시설, 장애인 생활시설, 어르신 요양시설, 지역 사회복지관 등을 찾아 배식, 청소, 목욕, 산책, 놀이 등 일상 보조 활동을 하는 것이었다. 그런데 COVID-19의 확산으로 사회복지시설 방문 자체가 불가능해졌고 기업 임직원들도 상당수 재택근무를 하게 되면서 집단으로 모여 봉사활동을 하는 것 자체가 어렵게 되었다. 올해 2월 이후 사회복지시설을 방문하는 기업 임직원 봉사활동은 전면 중단 상태이며 이런 상황은 COVID-19가 완전히 종식될 때까지 이어질 전망이다.

사회복지시설 방문과 대면 봉사활동의 중단은 온라인 사회공헌으로 점차 옮겨가고 있다. 온라인 사회공헌은 COVID-19가 아니었으면 생각하지도 않았을 방법이다. 그동안 기업 사회공헌의 진정성, 특히 봉사활동의 진정성은 사회복지 현장을 찾아가 얼굴과 얼굴을 맞대고 마음과 정을 나누는 것으로 인식되었다. 그러나 대면 접촉할 수 없어지면서 얼굴과 얼굴을 맞대는 봉사활동의 진정성만을 고집할 수 없는 상황이 되었다. 동시에 회사 업무, 학교 수업, 회의와 컨퍼런스 등이 매우 빠르게 온라인으로 전환되면서 온라인 도구를 활용한 의사소통과 활동이 이제는 불편하거나 낯선 것이 아니게 되었다. 임직원 봉사활동의 온라인 전환은 빠른 속도는 아니지만, 올해 하반기 이후 점차 확대되고 있다. 특히 멘토링 프로그램이나 전문분야 프로보노 등 집단 모임 방식이 아닌 1:1이나 소그룹 방식의 활동은 온라인 도구를 활용하는 쪽으로 다수 전환되는 중이다.

온라인 SNS를 활용한 기업사회공헌과 공익 캠페인도 점차 늘어나고 있다. 수백, 수천 명씩 모여서 진행하던 대형 사회공헌 이벤트와 캠페인 행사를 열 수 없게 되자 기업들은 개인들이 SNS 공간에서 손쉽게 참여할 수 있는 챌린지와 인증 형태의 사회공헌활동과 공익 캠페인을 한둘씩 늘려가고 있다.

온라인을 활용한 기업사회공헌이 '실행 방식' 측면에서 변화방향이라면 '환경'은 기업 사회공헌의 '영역 확장' 측면에서 변화방향이다. COVID-19의 발생과 확산이 지나친 자연 파괴와 환경오염에 주요한 원인이 있다는 연구 결과들이 속속 발표되면서 환경에 관한 관심이 어느 때 보다 높아지고 있다.

이것은 지구온난화 문제와 플라스틱 쓰레기 문제 등이 겹치면서 눈덩이 효과를 가져

오고 있다. 그동안 국내 기업의 사회공헌은 사회복지와 장학, 교육이 주요 영역이었다. 2019년 기업사회공헌백서를 보면 우리나라 100대 기업의 사회공헌 사업대상 중 사회복지와 장학, 교육에 해당하는 경제·사회적 취약계층, 아동·어린이, 청소년, 장애인이 71%를 차지했지만 동물과 환경은 4%에 머물렀다.

환경이 기업사회공헌에서 차지하는 비율이 매우 낮은 상황은 2021년이 되면 유의미하게 증가할 것으로 예상된다. 기업에 대한 투자 평가나 평판 평가에서 환경경영이 점점 더 중요해지고 있으며 특히 COVID-19 확산 이후 기업사회공헌 측면에서 환경영역에 대해 더 많은 지원을 해야 한다는 사회적 압력도 거세지고 있다. 따라서 2021년 사회공헌 사업계획에 환경영역을 강화하거나 환경 관련 신규사업을 시작하는 기업들이 늘어날 것으로 예측할 수 있다.

임직원 봉사활동은 방식 측면에서 온라인으로 확장하고 있고 기업사회공헌 영역도 사회복지·장학·교육에서 환경으로 확장하고 있다. 그리고 또 한 가지 주목할 부분이 있다. 그것은 바로 기업사회공헌의 대상이다. 이제까지 기업사회공헌의 주된 대상은 불우이웃, 소외계층 등 경제적으로 어려운 사람들이었다. 즉, 현재의 기업사회공헌은 자선사업의 성격이 강하다. 그런데 COVID-19를 겪으면서 기업사회공헌의 대상이 소외계층뿐만 아니라 COVID-19로 어려움을 겪고 있는 평범한 이웃 시민들, 그리고 COVID-19에 대응하는 의료진, 방역진들로 확대되었다. 불쌍한 이웃들을 돕는 자선사업이 아니라 우리 모두를 위한 응원사업으로 그 대상과 성격이 확대된 것이다.

기업사회공헌 대상의 확대와 성격의 변화는 전 국민을 대상으로 한 '보편적 복지 확대'라는 정부정책과 맞물릴 것으로 보인다. 정부가 기본소득을 비롯해 보편적 복지제도를 확대하게 되면 기업들도 자선사업 위주의 사회공헌에서 일반 시민들을 대상으로 한 사회공헌으로 영역을 확장할 명분을 얻게 될 것이고 그것이 기업 홍보나 평판 관리를 위해서는 더 나은 방식으로 자리 잡게 될 가능성이 있다.

전문가들은 COVID-19가 향후 2~3년간 인류 전체에 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다. 기업사회공헌은 속성상 사회의 필요와 욕구에 따라 변화한다. COVID-19가 변화시킬 세상에 기업사회공헌이 어떻게 적응하고 변화할지 지켜보는 일도 흥미로운 일이 될 것이다.

기고문 02.

ESG는  
'착한 기업 되기' 아닌,

## 지속가능한 기업을 위한 필수 생존 전략



지속가능미디어 '인팩트온' 대표  
박란희

박란희

“CSR(기업의 사회적책임) 분야는 정말 공부해야 할 게 많은 것 같아요.”

얼마 전 만난 한 대기업의 CSR 담당자는 이렇게 말했다. 그도 그럴 것이 지난 10년간의 주요 키워드를 보면 CSR과 지속가능경영, 사회공헌, 사회혁신, CSV(공유가치창출), SV(사회적 가치) 등에 이어 최근에는 ESG(환경·사회·지배구조)까지 용어도 다양하고 챙겨야 할 분야도 많다.

요즘 주위를 돌아보면 온통 'ESG' 열풍 중이다. 구글 트렌드 검색에서 ESG를 한번 찾아보니, 1년 전에 비해 검색량이 무려 60배 가까이 늘었다. SK 최태원 회장, 현대차 정의선 회장 등 그룹 총수들이 ESG를 언급하는 사례도 생겨났다. ESG 열풍이라고 할 만하다.

ESG는 E(Environmental·환경), S(Social·사회), G(Governance·지배구조)의 약자로, 흔히 기업의 비재무성과 및 지속가능성을 평가하는 기준으로 쓰인다. 환경(E)은 기후변화, 탄소배출, 환경오염, 신재생에너지, 친환경 제품 등과 관련된 이슈를 포함하며, 사회(S)는 인적자원(직원)관리, 산업안전, 협력업체(하도급) 거래, 소비자 보호, 사회공헌 등, 지배구조(G)는 배당 정책, 주주권리 보호, 이사회 구성 및 활동 등의 이슈가 포함된다.

매출이나 영업이익 등 재무적 성과가 아니라, 온실가스 배출량이나 협력업체 상생 같은 비재무적(ESG) 요소는 왜 중요해지고 있을까. 그 바탕에는 '지속가능성(Sustainability)'에 대한 전 지구적인 위기의식과 매우 깊은 관련이 있다.

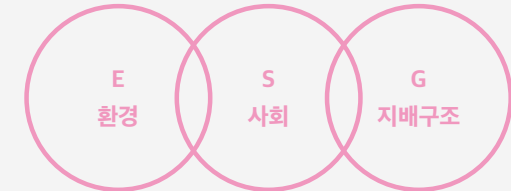
올해 1월 다보스포럼은 '향후 발생가능성이 가장 큰 5대 리스크'를 발표했다. 기상이변, 기후변화 대응 실패, 자연재해, 생물다양성 소실, 인간이 유발한 환경재앙 등 5개 모두 기후·환경 관련 리스크였다. 지난 1월 '파이낸셜타임즈(ft)'에 실린 기사에는 “지구 평균기온 상승폭을 1.5도 아래로 유지하기 위해서는 기존의 유전, 가스 등 화석연료의 84%를 물어둬야 한다”는 내용이 소개됐다.

이 때문에 유럽과 미국 등 선진국에서는 정부 규제도 점점 강화되고, 기업 또한 원료 조달부터 생산, 유통 및 판매, 서비스 등 밸류체인(Value Chain, 가치사슬) 전체가 지속가능성 중심으로 재편되고 있다.

먼저 원료 조달에서는 '지속가능한 소싱(Sourcing)'이 주요 아젠다로 떠올랐다. 전기차의 핵심소재인 니켈의 경우 환경오염 이슈 때문에 주요 생산국인 인도네시아가 올 1월 수출을 제한했다. 광

+Point 01.

ESG의 이해  
(Environmental·  
Social·Governance)



물에서 니켈만을 분리한 뒤, 남은 찌꺼기를 바다에 버려 해양오염이 심각해지고, 니켈 생산을 위해 상당한 온실가스를 발생시킨다는 게 그 이유였다. 월스트리트저널(WSJ)은 “테슬라, 볼보 등 전기차 기업이 (광물 채굴의) 환경문제를 해결하지 못할 경우, 친환경 자동차 이미지를 갖추지 못할 것”이라고 비판하기도 했다. 니켈 가격은 계속 상승 중이며, 2030년에는 71%까지 오를 것으로 전망된다.

화장품이나 건설부문 단열재, 완성차의 코팅 등에 쓰인 광택용 광물인 '운모(MICA)'의 경우 전세계 생산량의 80%가 인도의 광산에서 채굴되는데, 대부분 불법광산의 아동노동과 관련이 있다. 비난이 거세지자, 기업들은 '리스판서블 미카 이니셔티브(Responsible MICA Initiative)'를 결성해 2022년까지 인도에서 아동노동을 철폐하고 운모 공급망의 지속가능성을 평가하기로 했다. 바스프, 벤츠, 로레알, 샤넬, H&M, 시세이도 등 수십 개 기업이 여기에 참여하고 있다. 주얼리 브랜드 '티파니'(Tiffany)는 앞으로 모든 다이아몬드의 원산지와 공급망을 투명하게 공개하겠다고 밝혔고, 유명 보석 브랜드인 '판도라(Pandora)'는 2025년까지 100% 재활용된 금과 은을 사용하겠다고 했다.

생산과 유통 부문을 보면, 온실가스 감축과 재생에너지 사용에 관한 움직임인 '넷제로(Net-Zero)' 선언이 들불처럼 일어나고 있다. 넷제로란 이산화탄소를 배출한만큼 거둬들여, 순(Net) 배출량을 제로(0)로 만들겠다는 것이다. 대표적인 사례가 'RE(Renewable Energy) 100'이다. RE 100은 최근 SK그룹 8개 관계사가 한국 최초로 가입한다는 소식으로 화제가 됐다. 2050년까지 기업이 사용하는 모든 전기를 100% 태양광, 풍력 등 재생에너지로 쓰겠다는 약속이다. 2020년 11월초 기준 264개 기업이 가입했으며, 구글, 애플, 페이스북, HP, 마이크로소프트 등 글로벌 IT기업들을 포함해 골드만삭스, G, 유니레버, 월마트 등 웬만한 대기업은 다 포함 돼있다.

애플이나 월마트, 유니레버 같은 기업들은 아예 하도급 협력업체에까지 재생에너지 사용을 독려한다. 애플에 납품하는 SK하이닉스나 대상 등 4개 한국기업도 재생에너지 사용 요구를 받았다. 테슬라에 납품하는 LG화학도 이 같은 요구를 받았으며, 향후 비슷한 요구는 더 늘어날 것으로 전망된다.

## 기고문 02.

## +Point 02.

기업  
사회공헌  
대표사례



더 적극적인 기업도 있다. 글로벌 화학기업 바스프는 4만5000개 전 제품에 대해 온실가스 배출량을 합산한 ‘제품 탄소발자국(Product Carbon Footprint, PCF)’ 정보를 제공할 예정이다. 2007년부터 개별 제품에 대한 탄소발자국을 측정해왔고, 2021년 말까지 전체 제품군이 완성된다고 한다.

네슬레의 네스프레소는 “2022년까지 모든 네스프레소 커피가 탄소 중립(carbon neutral)이 될 것”이라고 밝혔다. 2017년 이미 기업 운영에서 나오는 이산화탄소를 다 거둬들이는 넷제로를 달성했으며, 이제 공급망 및 제품 생애주기 전반에서 발생하는 탄소 배출량까지 완전히 상쇄하겠다는 것이다. 그것도 2년 안에 말이다. 네슬레와 유니레버의 경우, 블록체인과 인공지능(AI), 위성까지 동원해 개발도상국의 원산지 공급망을 추적하는 플랫폼까지 만들었다.

한편, 환경과 기후변화에 민감해진 소비자들이 늘어남에 따라 서비스 부문도 혁신이 벌어지고 있다. ‘순환 경제(Circular Economy)’ 개념이 확산 중이다. 세계 최대 자산운용사인 블랙록(BlackRock)은 엘렌 맥아더재단(Ellen MacArthur)과 함께 1조원대의 ‘BGR 순환경제 기금’을 출범시켰다. 이 펀드는 섬유, 소프트웨어, 헬스케어, 포장, 화학, 전기, 소비재 등 지속가능한 비즈니스에 투자된다.

레고(Lego)는 향후 10년 내에 플라스틱 기반의 레고 블록을 재활용이 가능한 친환경 재료로 대체기로 했다. 레고는 2018년부터 식물, 사탕수수, 나무, 바이오연료 등을 기반으로 레고 블록을 만들어왔고, 대체 재료로 만든 블록을 쉽게 분해하면서도 동시에 잘 붙이는 방법을 연구해왔다. 이렇게 되면 매년 9만톤의 플라스틱이 덜 사용된다. 화장품업체 로레알은 지난해 10월 화장품 용기업체 알베아(Albea)와 협력해 종이 튜브형 화장품 용기를 공개했다. 또 로레알 브랜드 중 하나인 라로슈포제는 화장품 업계 최초로 65%가량 종이로 만들어진 용기를 사용한 선크림을 출시했다. 로레알은 2021년부터 식물성 섬유로 만든 종이병을 자사 브랜드인 키엘(Kiehl's)과 라로슈포제에서 출시할 예정이다.

아디다스는 해변과 해안지역에서 수거한 플라스틱 쓰레기로 만든 신발을 지난해에만 1100만 켤레를 생산했고, 2024년부터는 재활용 폴리에스테르만 사용기로 했다. ‘재활용 신발’이

## +Point 03.

기업사회  
성장전략의  
변화추세



라는 새로운 카테고리도 도입했고, 중고제품 반환 프로그램도 운영한다. 세계 최대 양주회사 바카디는 야자수, 카놀라, 콩과 같은 식물성 기름으로 만들어져 생분해되는 친환경 플라스틱으로 만든 새로운 병을 출시했다. 이케아는 2030년까지 100% 순환경제를 달성하겠다고며 중고가구를 고객으로부터 다시 구입하는 ‘바이백(buyback) 프로그램’을 시작했다.

이제 기업들은 산업혁명 이후 대원칙으로 삼아온 ‘외형 확대와 매출 상승’이라는 성장 전략을 수정할 단계에 이르렀다. 기업을 둘러싼 사회와 환경 등 이해관계자들과 함께 ‘지속가능한 성장’에 관한 해법을 찾아야 하는 절박한 상황이다. ESG는 이 흐름을 평가해주는 중요한 바로미터로 쓰인다. 세계 최대 자산운용사 블랙록의 필립 힐데브랜드 부회장은 최근 “ESG 관련 ETF(상장지수펀드) 인덱스에 포함되는지가 향후 기업가치를 좌우할 것”이라고 밝혔다. ESG를 고려하지 않으면 앞으로 투자를 받기도 힘들고, 소비자들로부터 외면 받는다. 10년간 지속가능보고서를 발간해왔던 한 기업 담당자는 “우리는 그동안 홍보용으로 보고서를 발간해왔는데, 그동안 해외에서는 ESG를 체계적으로 관리해오고 있었다”며 “글로벌 요구가 최근 너무 많아져 이제서야 기업의 지속가능체계부터 다시 세팅하고 있다”고 말했다. ESG가 ‘착한 기업 되기’가 아니라 ‘필수 생존 전략’인 이유다.



## MOU 체결 소식

News  
01

### 코로나19로 어려움을 겪는 부산지역 사회적경제기업 지원을 위한 업무 협약

한국사회적기업진흥원은 2020년 4월 6일, 주택도시보증공사(HUG), (사)사회적경제활성화지원센터(지원센터)와 부산지역 사회적경제기업 지원을 위한 업무 협약을 체결했습니다. 부산지역 사회적경제기업은 클라우드 펀딩 프로젝트에 참여할 수 있으며, 참여 기업은 콘텐츠 기획 컨설팅, 홍보 지원 등의 서비스를 지원받습니다. 클라우드펀딩에 성공한 참여 기업은 매칭 지원금을 받도록 하였습니다. 한국사회적기업진흥원은 공공과 민간의 협력을 다각화하여 사회적경제기업의 지속가능한 성장을 꾸준히 지원할 계획입니다.

2020년 4월 6일

협력기관 : 주택도시보증공사,  
(사)사회적경제활성화지원센터

이미지 출처 - 한국사회적기업진흥원



News  
02

### 사회적경제기업 글로벌화 지원을 위한 업무협약

한국사회적기업진흥원은 2020년 6월 3일, 대한무역투자진흥공사(KOTRA)와 국내 사회적경제기업 글로벌화 지원을 위한 업무 협약을 체결했습니다. 두 기관은 ▲유망 사회적경제기업 발굴 및 육성 ▲사회적경제기업의 해외진출을 위한 역량강화 교육·컨설팅 ▲수출 마케팅 ▲투자유치 지원 ▲사회적경제 생태계 활성화를 위한 국제교류 사업 등 분야에서 협력을 약속했습니다. 코로나19로 어려움이 커진 사회적경제기업이 내수시장을 넘어 해외에서도 경쟁력을 갖추도록 글로벌화를 지원하고자 합니다. KOTRA의 역량강화 교육, 맞춤형 해외진출 지원 패키지, 수출마케팅 사업과 우대 제도 등이 적극 활용될 예정입니다.

2020년 6월 3일

협력기관 : 대한무역투자진흥공사

이미지 출처 - 한국사회적기업진흥원





## 코로나19 극복을 위한 여행서비스분야 사회적경제기업 지원 프로젝트 업무협약

2020년 6월 17일, 한국사회적기업진흥원은 한국공항공사, 재단법인 해피빈과 함께 코로나 19 극복을 위한 여행서비스분야 사회적경제기업 지원 프로젝트 'KAC 슬기로운 공정여행 캠페인'을 위한 업무 협약을 체결했습니다. 한국사회적기업진흥원은 해피빈 홈페이지를 통해 어려움을 겪는 지역관광산업을 응원하고, 사회적경제기업의 판로지원 및 구매촉진을 장려할 계획입니다. 한국공항공사는 캠페인을 통해 제주를 여행하는 국민이 사회적경제기업의 식사, 숙박, 체험 등의 상품을 구매할 때 최대 40%까지 후원하기로 합의했습니다.

2020년 6월 17일

협력기관 : 한국공항공사,  
재단법인 해피빈



이미지 출처 - 한국사회적기업진흥원



## 노원구 커뮤니티케어형 통합 돌봄 업무협약

한국사회적기업진흥원은 2020년 7월 22일, 사회적경제 조직 네트워크를 통한 지역사회 통합 돌봄 체계 구축을 실행하기 위해 노원구청, 한국토지주택공사 서울지역본부, 함께걸음의료복지사회적협동조합과 상호업무협약을 체결했습니다. 한국사회적기업진흥원은 사회적경제 사업기획 지원 및 민간자원 연계 정보를 지속 제공할 것을, 한국토지주택공사 서울지역본부는 초기 사업의 가시적 성과 창출을 위한 사업자금 및 안전 편의시설 설치 등을 지원하기로 합의했습니다. 노원구는 노원형 사회적경제 통합 돌봄을 위한 행정적 지원을 담당하기로 했습니다.

2020년 7월 22일

협력기관 : 노원구청, 한국토지주택공사 서울지역본부,  
함께걸음의료복지사회적협동조합



지난 11월 19일 한국사회적기업진흥원은 '2020 사회적경제 소셜브릿지데이'를 온라인으로 개최했습니다. 올해로 2회를 맞이한 이 행사는 사회적경제기업과 공공·민간기업의 전문성과 인프라를 연계해 사회적경제 협업 모델을 발굴, 지원하는 사업입니다. 개최 및 인사를 맡은 김인선 한국사회적기업진흥원장은 “공공 및 민간기업의 다양한 자원이 사회적경제 생태계에 효과적으로 연결될 때, 이들이 창출하는 사회적 가치와 그 영향력이 보다 풍성해 질 수 있다는 것을 함께 느끼는 자리가 되길 기대한다”고 언급하며 행사의 막을 열었습니다.

이어 박경정 팀장은 “사회적경제기업과 민간, 공공기관 모두 파트너십의 욕구와 의지가 있으나, 서로 어떻게 다가가야 할지 난감해 한다”며 그 거리를 좁히는 방안에 대해 계속 고민하고 노력하고 있다고 설명했습니다. 박팀장은 “작년 대비 달라진 올해 사업의 주요 특징과 성과로, 사회적경제기업과 협업 전문가 매칭을 늘렸고, 실제로 자원 연계를 고민하고 있는 민간기업 및 공공기관이 프로그램을 통해 파트너 기관을 찾는 시간을 마련했다”고 설명했습니다.

## 2020 소셜 브릿지데이

이

### 사회적경제기업 입장에서 생각하는 삼성카드 사회공헌단

삼성카드 사회공헌단 이재용 프로는 사회적경제 활성화를 목적으로 시작한 삼성카드의 ‘소셜굿즈’ 사업을 소개하며, 사회적경제기업의 성장을 위해 판로지원, 상품 경쟁력 강화, 마케팅 지원을 중점적으로 진행하고 있다고 설명했습니다. 이 프로는 “한 사회적기업에게 몇 억을 지원하는 것이 오히려 간단한 일 일수 있다. 반면 이들의 상품이 하나라도 더 팔리도록 함께 고민하는 것은 정말 어려운 일이다. 사회적경제기업과 이런 부분을 함께 고민함과 동시에, 삼성카드 900만 사용자가 쇼핑물을 통해 착한 소비를 실현할 수 있도록 다방면에서 노력하겠다”며 사회적경제기업과의 진정성 있는 협업 의지를 밝혔습니다. 삼성카드는 품평회를 통해 17개의 사회적경제기업을 최종 선정했으며, 이후 삼성카드몰 입점, 상품 경쟁력 강화, 마케팅 등을 지원할 계획입니다.



삼성카드  
이재용 | 프로

02

### 더 큰 사회적 가치를 창출하기 위한 파트너십을 고민하는 SK가스

SK가스 SV추진단의 신호진 PL은 사회적경제기업과 협력을 통해 전국에 분포한 LPG 충전소를 기반으로 사회적가치를 창출하고자 사회적경제 소셜 브릿지 프로그램에 참여하게 됐다고 설명했습니다. 신 PL은 “여러 사회적경제기업이 아이디어를 제안해줬고, 여섯 군데는 인터뷰를 진행했다. 많은 분들이 도와주면 잘하겠다고 어필하셨는데, 함께하면 사회적 가치를 창출할 수 있다고 말씀하셨다면 더 좋았을 것 같다. SK가스가 사회적기업과 협업하고자 하는 이유는, 더 많은 사회적 가치를 창출하고자 하기 때문이다” 라고 언급했습니다. SK가스는 예술 분야의 사회적경제기업 2개소를 최종 선발했으며, 추후 LPG 충전소의 변신을 예고했습니다.

SK가스  
신호진 | PL







우수 사회적경제기업  
각 부문 수상자



행복나눔재단  
서진석 | 그룹장

03

### 이제는 파트너십을 통해 사회적 가치를 창출하는 시대

사회적경제 소셜 브릿지 프로그램의 자유제안형 멘토로 참여했던 행복나눔재단 서진석 그룹장의 '사회적경제 파트너십 특강'이 이어졌습니다. 서 그룹장은 사회적경제기업과 영리기업의 파트너십 사례 세 가지를 소개하며, 사회공헌 시대를 넘어 사회적가치 시대로 변화하고 있음을 강조했습니다. 서 그룹장은 파트너십의 장점으로 ▲연관산업 및 밸류체인 혁신 가능 ▲지속적 가치 창출 가능 ▲사회적가치 창출 문화 활성화 기능을 언급하며 사회적기업과 영리기업의 파트너십을 장려했습니다.

04

### 우수 사회적경제기업의 네 가지 솔루션

이후 우수 사회적경제기업 제안 발표가 이어졌습니다. 일자리 부문 우수기업으로 선정된 주식회사 엘칸버스는 디자이너 구성원을 보유한 민간, 공공 기관을 대상으로 재능기부를 통한 난민 일자리 창출 아이디어를 제안했습니다. 도시재생 부문의 우수기업으로 선정된 서프시티 협동조합은 소멸 위기에 직면한 강원도 양양 해변마을에 안전한 서핑문화를 정착시켜 사계절 관광객을 유치하겠다는 아이디어를 제시했습니다.

IT기술 부문 우수기업으로 선정된 (주)에이티소프트는 민원 문서와 같은 개인정보 문서를 발급하는 공공기관 및 금융기관을 대상으로 민원문서 전자점자 생성 솔루션 도입을 제안했습니다. 마지막으로 환경 부문 우수기업으로 선정된 (주)리툼은 오피스 및 사내외 행사에서 1회용품 쓰레기를 없애고자 하는 민간 및 공공기관을 대상으로 친환경 솔루션 도입을 제안했습니다. 김인선 한국사회적기업진흥원장은 자유제안형에 참여한 그룹별 우수기업에 '베스트 소셜 파트너상'을 시상했습니다. 수상 기업들은 "소셜 브릿지 프로그램을 끝났지만, 제안서를 지속적으로 발전시켜 민간 및 공공기관에 전달하여 파트너십이 시작될 수 있도록 노력하겠다"며 포부를 밝혔습니다.

## 바이소셜 캠페인

# Buy Social

## 바이소셜 (Buy Social) 캠페인

바이소셜은 다양한 가치를 담은 사회적경제 상품·서비스를 구매하고 이들의 가치를 지지함으로써 보다 나은 세상을 만드는 일상 실천 캠페인입니다.

당신이 구매한 가치는 얼마인가요?

당신이 구매한 사회적경제는

돈으로 환산할 수 없는 **무한대(∞)의 가치**를 가지고 있습니다.

당신의 소비가 모두를 위한 가치로, 바이소셜(Buy Social)하세요!

### BUY SOCIAL

Buy for People “사람을 위합니다”

∞

Buy for Life “라이프 스타일을 제안합니다”

∞

Buy for Local “지역 상생을 추구합니다”

∞

Buy for Earth “환경을 생각합니다”

∞

TOTAL :

∞ (무한대)

사회적경제와 가치 만드는  
**바이소셜 브릿지** 파트너 하실래요?



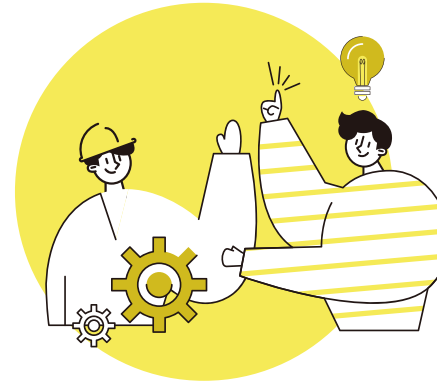
BLOG [blog.naver.com/se365company](http://blog.naver.com/se365company) | STORE [www.sepp.or.kr](http://www.sepp.or.kr)

INSTAGRAM [@kosea\\_365](https://www.instagram.com/kosea_365) | FACEBOOK [www.facebook.com/social365](https://www.facebook.com/social365)

TWITTER [www.twitter.com/social\\_365](https://www.twitter.com/social_365) | KAKAO PLUS [pf.kakao.com/\\_xkbrDx1](https://pf.kakao.com/_xkbrDx1)

YOUTUBE 한국사회적기업진흥원

## 기업은 사회적경제기업과 협력하여 사회적 가치를 창출하는 바이소셜 하세요!



### [소셜 브릿지]가 만드는 변화!

\* 시민으로서 기업이 사회적 책임을 다해 “사회공헌” 할 때, 사회적경제기업은 새로운 혁신 솔루션을 제공하는 지속가능한 파트너입니다.

\* 비즈니스 안에서 가치를 만드는 “공유가치창출” 전략에서도, 사회적경제기업은 사회문제 해결에 전문성을 갖춘 비즈니스 기업이라는 점에서 최고의 파트너입니다.

\* 가치를 만드는 기업, 사회적경제기업과의 협업으로 사회에 더 크고 따뜻한 시너지를 만들어보세요.

### 바이소셜 (Buy Social)이란?

나의 일상, 우리의 소비가 세상을 바꿀 수 있다면?  
누구나 할 수 있는 바이소셜은 나, 이웃, 그리고 지구를 한 번 더 생각하는 소비로 지속가능한 세상을 만들어가는 일상 실천 캠페인입니다. 나의 소비가 사회에 미칠 변화를 생각하는 것, 다양한 가치를 담은 사회적경제 제품을 구매하고 이들의 가치를 지지하는 것, 일상을 살아가는 것만으로도 바이소셜할 수 있습니다.

### 바이소셜 히스토리

바이소셜 캠페인은 2012년, SEUK(영국 사회적기업협의회)에서 시민, 기업과 공공이 사회적기업 제품을 적극적으로 소비함으로써 사회적경제 시장을 확대하기 위해 시작하였습니다. 영국을 시작으로 뉴질랜드, 캐나다, 이탈리아, 태국 등 전 세계가 바이소셜에 동참하고 있습니다. 2020년 7월, 한국도 ‘바이소셜 선언식’을 시작으로 힘찬 도약에 함께 합니다.

플라스틱 없는 비누를  
**바이소셜하면**  
자연과 사람이  
공존할 수 있어요



사회적경제기업의 가치 있는  
프로젝트에 편당하는 것도  
내일을 위한 투자,  
**바이소셜**입니다.



예술가의 멋진 그림을  
**바이소셜하면**  
발달장애인 디자이너의  
활동을 응원할 수 있어요



장바구니, 텀블러, 손수건으로  
제로웨이스트를 실천하는  
**바이소셜**해요



동네 상권에서  
우리 먹거리를 **바이소셜하면**  
안전한 먹거리 생산자를  
도울 수 있어요



즐거운 공정여행으로  
**바이소셜하면**  
여행지, 지역주민, 환경 그리고  
나까지 행복한 여행이 돼요



정당한 대가를 지불하는  
공정무역으로 **바이소셜하면**  
지구 반대편 어린이가  
글자를 배울 수 있어요



나의 시간과 재능을  
이웃과 나누는 봉사와 기부  
모두 **바이소셜**입니다



큰 기업이 큰 생각을 만나다  
SE-CSR 협력 가이드북  
2020

발행월 2020.12  
발행처 한국사회적기업진흥원  
발행인 김인선 (한국사회적기업진흥원장)

디자인 김상혁

주최 고용노동부  
주관 한국사회적기업진흥원  
협력 하나금융그룹 · SK가스 · 삼성카드

주소 (13292)  
경기도 성남시 수정구 수정로 157 새마을금고빌딩 6~8층  
전화 031-697-7700  
홈페이지 [www.socialenterprise.or.kr](http://www.socialenterprise.or.kr)  
페이스북 [www.facebook.com/social365](https://www.facebook.com/social365)  
인스타그램 [www.instagram.com/kosea\\_365](https://www.instagram.com/kosea_365)

본 책자의 내용은 무단으로 전제할 수 없으며, 책자의 내용 및 활용에 관한 문의는  
한국사회적기업진흥원으로 연락주시기를 바랍니다.





고용노동부



한국사회적기업진흥원