SV Times

2019년 4월 행복나눔재단 웹진 SV Times 08호

1. Essay

**사회적 가치를 지닌 제품의**

**‘완판’을 향해 ‘on air’**

쇼호스트 유난희 편

우리나라 1세대 쇼호스트이면서 브랜드디렉터, 라이프 스타일러로도 활동하고 있는 유난희입니다. 쇼호스트는 사람들에게 ‘쇼핑의 즐거움’을 안겨주는 직업입니다. 합리적인 가격에 품질 좋은 제품을 추천해 최상의 만족감을 느낄 수 있도록 돕기 때문인데요. 그래서 ‘가치’있는 제품을 찾아내는 디렉팅은 매우 중요합니다. 최근에는 그 ‘가치’에 ‘착한 가치’ 하나를 더했습니다. 사회적 기업의 제품들을 홍보하는 ‘유난희의 굿즈’를 지난 1년간 진행하면서 착한 가치를 지닌 제품들을 만나 소비자들에게 소개하는 게 즐거운 요즘입니다.

**‘사회적 가치를 팔아보자, 그들의 이야기를 들려주자’**

‘유난희의 굿즈’는 사회적 기업 또는 중소기업 제품의 가치를 알리는 데 집중하고 있습니다. 이는 홈쇼핑 방송이 생겨난 이유이기도 하지요.

사실 홈쇼핑은 중소기업을 육성하기 위해 만들어진 판로입니다.

그러나 지난 25년간 홈쇼핑 시장은 크게 성장한 데 반해, 성공한 중소기업 브랜드는 열 손가락 안에 꼽을 정도로 적습니다. 중소기업이 커 나갈 수 있는 무대가 필요하다는 생각을 하던 차에 마침 제안을 받았습니다.

‘제품이 지닌 사회적 가치를 팔아보자, 그들의 이야기를 스토리텔링 해보자’라고요.

제안을 받고 그 자리에서 승낙했습니다. 사회적 기업 제품에 판매 수수료를 낮추고 방송 제작비까지 지원하는 이 프로그램의 취지에 깊이 공감했기 때문입니다. 방송을 시작한 이후 현재 다섯 개째 브랜드의 상품 판매를 진행하면서, 포장재나 디자인과 같은 외형적 장점과 더불어 제품 본연의 품질, 그리고 그 뒤에 숨은 따뜻한 이야기들을 찾아내 방송에 올리고 있습니다.

**이웃, 친구까지 착한 소비에 동참하는 ‘나비 효과’ 기대**

첫 번째 상품은 버려진 가죽을 재활용해서 패션 소품을 만드는 ‘모어댄’의 가방이었습니다. ‘리사이클링’이라는 친환경적 가치뿐 아니라 탈북민, 경력단절 여성에게 일자리를 제공한다는 점에서도 의미가 있었습니다. 특히 최고급 가죽으로 만드는 자동차 시트 원단에 우수한 디자인을 입힌 것이 큰 장점이었는데요. 이 제품이 ‘유난희의 굿즈’ 방송에서 소개되자 600여 개 한정 수량이 전부 판매됐고, 시청률은 1위를 기록했습니다. 그 뒤 모어댄은 공항 면세점에 입점하게 됐고, 현재는 영국과 프랑스 스페인 등 15개국으로 수출하는 회사로 성장했습니다.

그 다음 기억에 남는 기업은 ‘동구밭’입니다. 동구밭은 장애인과 비장애인이 함께 텃밭을 가꾸고 여기서 수확한 친환경 작물로 비누를 만드는 회사인데요. 아마 동구밭의 친환경 설거지 비누 제품 촬영을 위해 텃밭과 공장을 찾아가 스토리를 담았기 때문에 더욱 크게 공감할 수 있었던 것 같습니다. 정직하고 우수한 품질의 제품과 더불어 이런 선한 이야기들이 소비자들에게 잔잔한 울림을 준 것 같습니다. 제 지인도 그 방송을 보고 중국 수출을 제안해보겠다고 연락해와 연결해 드리기도 했으니까요.

이처럼 사회적 기업은 제품에 올바른 가치를 담고, 이윤을 이웃과 나누며 자기만의 경쟁력을 찾아가고 있습니다. 당장 큰 성과를 내기는 어렵겠지만, 방송을 통해 이들의 가치를 제대로 전달한다면 소비자 한 명의 구매로 그치지 않고, 이웃과 친구에게까지 점점 확대되는 나비효과를 가져오지 않을까 기대하고 있습니다.

**‘생애 첫 여행’ 선물을 받고 꿈을 새로 쓴 아이들**

이 프로젝트를 통해 안타까운 사연, 어려운 가정환경을 가지고 있는 세 명의 청소년을 선발했고, 함께 8박 10일간 미국으로 여행을 다녀왔습니다.

그리고, ‘돈을 많이 버는 것’이 삶의 목표라던 아이, 뚜렷한 꿈이 없던 아이들이 새로운 세상을 접하면서 자신의 꿈을 새로 써 내려가는 모습을 기쁜 마음으로 바라볼 수 있었습니다.

저는 ‘소개할 만한 가치’를 지닌 제품만을 판매한다는 철학을 가지고 있기 때문에 판매 전에 반드시 직접 사용해 보곤 합니다. 그러다 보니 새것에 가까운 테스트 제품을 많이 갖고 있습니다. 쌓아두는 것보다는 나누는 게 낫겠다는 생각으로 바자회에 이 물품들을 내놓기 시작했고 2014년부터는 아예 직접 바자회를 열고 있습니다.

수익금으로 의미 있는 일을 해보고자 ‘유난희가 선물하는 내 생애 첫 여행’ 프로젝트를 기획했습니다. 한 번도 여행을 가보지 못한 사람들에게 ‘해외여행’을 선물하는 것이지요. 다른 국가 다른 문화의 사람들을 접하고 겪으면서 좀 더 열린 사고, 도전적인 용기를 얻을 수 있기 때문입니다.

**직업을 통해 자연스럽게 걷는 나눔의 길**

‘유난희의 굿즈’라는 좋은 프로그램을 만난 것, 그리고 쇼호스트라는 직업을 통해 나눔이 더해져 갈 때 큰 보람을 느낍니다. 나눔에는 어떤 기대가 없어야 한다고 생각합니다. 제가 나눈 아이들이 큰 꿈을 이루며 비범하게 살아갈 수도 있지만 평범한 인생을 살아갈 수도 있습니다. 남들처럼 사는 것 또한 좋은 일이라고 생각합니다. 또한, 물건이나 돈을 나누고 난 뒤에는 마치 처음부터 없었던 것처럼 여기는 게 맞는 듯합니다. 이 빈 공간을 다시 설레는 마음으로 채우는 일, 쇼호스트라는 직업과 ‘유난희의 굿즈’라는 프로그램을 통해 자연스럽게 걷고 있는 나눔의 길이기도 합니다. 그런 점들을 소비자분들께서 알아주시길 바라는 마음으로 유난희의 굿즈를 운영하고 있습니다. 따뜻한 마음을 가진 소비자들과 함께 하는 현명한 소비로 ‘더불어 잘 사는’ 아름다운 사회가 만들어지길 기대합니다.

2. 소셜 현장 ‘S’가 간다

**자연과 정성이 만든 식재료를 찾아 떠난 ‘맛있는 여행’**

**SK 뉴스쿨 ‘행복한 식탁 : 필드트립’**

살랑살랑 부는 봄바람에 들꽃 향기가 실려 오는 봄의 한가운데, 저 S와 SK 뉴스쿨 학생들이 작은 여행을 떠났습니다. 바로 ‘충북 필드트립’인데요. 1년여 과정의 수업을 거쳐 전문가로 성장 할 뉴스쿨 학생(조리학과 19명, 서비스학과 15명)들은 이번 여행을 통해 친환경 생산 농가와 슬로푸드 업체를 방문해 식재료가 만들어지기까지의 과정과 노고를 배우고 건강한 먹거리에 대한 철학을 엿볼 수 있었답니다. 이론과 실습으로 채워진 강의실 수업에서 벗어나 떠나보는 첫 필드트립. 한껏 기대에 부풀었던 그 현장을 소개합니다.

SK 뉴스쿨이란?

20대 청년의 성장과 자립을 돕는 무료 직업교육 프로그램으로 푸드 분야 전문 커리큘럼을 운영하며 미래의 셰프와 F&B 전문가를 양성합니다.

필드트립이란?

SK 뉴스쿨 학생들이 행복한 식탁을 위해 이뤄지는 다양한 사람들의 노력을 찾아 전국으로 떠납니다. 로컬 식재료, 전통 특산물 등을 지키고 생산하는 지역을 방문하여, 지속가능성의 중용성을 배우는 외식산업 분야 전문성 강화 교육입니다.

**한식의 기본인 밥. 왕우렁이농법의 친환경 쌀을 쥐어보다**

필드트립의 첫 번째 목적지는 ‘방앗간’입니다.

청원생명농협쌀조합공동사업법인의 미곡종합처리장이었는데요. 시골 정미소를 상상하고 갔던 저는 눈앞에 우뚝 선 거대한 미곡처리장을 참새처럼 작아진 채 넋을 잃고 바라보았습니다. 쉴 새 없이 쌀 포대를 가득 싣고 나가는 차들을 보니 문득 궁금증이 생깁니다. 벼 수확은 가을에 끝났을 텐데 어떻게 쌀이 지금도 생산되는 것일까요? 우리들의 궁금증을 속 시원하게 풀어준 건 손한수 상무님의 강의였습니다.

**#중요한 식재료이자 살아 숨 쉬는 생물, 쌀**

손 상무님은 먼저 쌀의 근본이 되는 종자와 재배방식, 유통과정은 물론 쌀 영양학 강의까지 다양한 정보를 알려주셨습니다. 우리가 먹는 쌀이, 동남아시아의 인디카 품종과 다른 자포니카 품종이라는 것도, 알이 작고 단단하며 저장성이 좋은 일본산 추청벼 종자를 쓴다는 것도 처음 알게 되었습니다.

또 한 가지 의미 있게 다가온 건, 벼가 살아 숨 쉬는 생물이라는 점입니다. 물에 넣어주면 바로 싹을 틔우고 호흡을 한다는 것이죠. 호흡을 하면 열이 생기고 부패하기 때문에 이곳에서는 저온냉장시스템 하에 벼를 보관하고 있다고 합니다. 손 상무님은 저장된 벼를 탈구하고 선별한 뒤 이물질을 걸러내, 계량, 포장하기까지 과정을 상세히 설명해주셨습니다. 이 대부분이 전자동 무인시스템으로 이뤄진다는 것에 매우 신기했답니다.

집중해서 강의를 듣고 있는 학생들은 연신 고개를 끄덕이더니 강의가 끝나자마자 폭풍질문을 쏟아냅니다. 맛있는 밥을 짓는 방법을 묻는 말에 손 상무님은 “쌀은 단일 품종으로, 높은 등급을 고르되 계절과 품종에 따라 불리는 시간과 물 붓는 양 등을 잘 조절했을 때 최상의 밥맛이 난다”고 말했습니다. 한식의 기본은 밥, 학생들은 새로 알게 된 방법을 메모하고 굵게 밑줄을 긋습니다.

**#풀도 먹고 토양도 비옥하게 하는 왕우렁이**

논두렁을 따라 조금 걷자 비닐하우스에 도착했는데, 그 안에는 우렁이 새끼들이 보글보글 모여 있었습니다. 우리 몸과 토양에 축적되는 제초제 대신 우렁이농법으로 재배하면 우렁이가 풀씨의 생장점을 먹어버리기 때문에 제초 작업을 하지 않아도 되고, 날씨가 추워지면 우렁이는 죽어서 토양을 위한 유기질 비료가 된다고 합니다. 견학을 모두 마친 후 손한수 상무님은 “누군가 배고플 때 맛있는 음식을 주는 요리사는 좋은 직업”이라며 쌀의 핵심 영양소인 쌀눈이 살아있는 배아미 1통씩을 우리에게 각각 선물로 주셨습니다.

**감칠맛을 더하는 장. 600년 종갓집이 지켜온 전통 장을 맛보다**

두 번째 장소로 이동하자 킁킁~ 어디선가 밥 짓는 향기가 솔솔 전해옵니다. 그 향기를 따라가다 마주한 것은 600년 청원 문화 류씨 종가의 전통방식 그대로 ‘자연주의 발효예술’을 지향하며 장류를 만드는 ‘두향’이 우리 뉴스쿨 학생들을 위해 마련한 ‘맛점’입니다. 두향은 직접 담근 장류와 조청, 매실액, 식초, 들기름으로 요리한 열 가지 넘는 반찬들로 우리를 맞아주었습니다. 앞마당에서 뜯은 쑥으로 끓인 된장국, 간장과 식초만으로 맛을 낸 상큼한 샐러드, 봄동 간장겉절이, 나물 된장무침, 간장 메주콩조림에 담백한 수육까지 건강한 감칠맛에 매료된 우리들은 수북이 쌓인 밥과 반찬을 짧은 시간에 ‘순삭’하고 말았습니다.

**#자극적이지 않은 건강한 감칠맛에 매료되다**

식사를 마친 후 ‘두향’을 운영하는 김종희 종부님으로부터 장에 대해 배웠는데요. 종부님은 “장맛은 지역마다 특유의 맛과 향이 담겨있다”며 다양한 장 종류를 알려주셨고, 장을 담글 때 가장 중요한 건 좋은 콩과 좋은 소금, 그리고 좋은 물이라며 재료의 중요성을 강조하셨어요. 특히 달고 맛있는 콩을 골라 참나무 장작불과 가마솥에서 5~6시간 끓여 메주를 쓴다고 설명했습니다. 메주는 메주방에서 온도 24~28도를 유지하면서 수분을 30%까지 낮춘 뒤 밖에 꺼내 말리는데 햇볕은 가장 좋은 소독제라고 합니다.

**#건강한 몸과 마음을 만드는 한국음식의 가치를 널리 알리길**

이어 장 담그는 과정을 직접 시연해 보여주셨는데요. 여기서 우리들은 소금의 중요성을 알게 됐답니다. 장을 담그기 위해서 3년간 간수를 뺀 국산 천일염을 가져오셨는데 만져보니 아주 가슬가슬한 감촉이 났습니다. 잡맛을 없애기 위해 해마다 소금을 받아놓고 3년 후에 쓰는 것이지요. 또 하나 주의할 점은 염도인데요. “발효와 부패의 차이는 아주 작다”며 염도계가 없을 때 계란으로 염도를 맞추는 방법도 알려주셨습니다. 소금의 양을 맞춰나가다가 계란이 쑥~ 떠오르자 우리들은 탄성을 질렀답니다.

소금물을 고운체에 밭쳐서 살살 붓는 과정에서는 황토 항아리가 지닌 신비한 힘을 목격했습니다. 소금 녹인 물을 항아리에 담아두면 다른 그릇보다 불순물이 훨씬 빨리 가라앉는다는 것을요. 또한 장을 담아놨을 때도 항아리가 숨을 쉬기 때문에 발효 열기를 잘 배출한다고 해요. 이렇게 항아리에 메주와 소금물을 넣은 뒤 붉은 고추와 붉은 대추, 숯까지 넣으면 장 담그기가 완료됩니다. 장 가르기는 40~60일 후에 하는데, 뚜껑을 열어 건진 메주는 잘 치대서 된장을 만들고 남은 물은 간장으로 먹는다고 합니다.

우리들은 장맛이 궁금해졌습니다. 종부님은 항아리들을 열어 담근 지 1년 된 애기장부터 5년, 10년 된 간장 맛을 보여주셨습니다. 햇수에 따라 맛이 완전히 달랐는데, 오래된 간장일수록 정말 깊은 감칠맛이 났답니다. 첨가물 없이도 음식 맛과 풍미를 올려주는 비결이 바로 이 간장인 것이지요. 장은 이렇게 좋은 재료에 정성, 세월이 더해져서 맛을 낸다는 것을 뉴스쿨 학생들은 직접 보고 깨달을 수 있었습니다. 김 종부님은 “요리는 나를 위해서가 아니라 남을 위해서 일하는 직업이라 힘이 들 수 있지만 한국 음식이 몸뿐 아니라 마음에도 좋다는 생각을 가질 수 있게 여러분이 열심히 해 달라”고 당부하셨습니다.

**별미가 되는 계란. 청초 먹고 뛰노는 건강한 닭의 선물**

꼭꼬댁~ 꼬끼오~ 멀리서 소리만 듣고도 양계장인 것을 알아챌 정도로 기운 넘치는 닭들이 있는 곳. 마지막 목적지는 흘미농장입니다. 우리는 작은 정원에 옹기종기 모여 과수원을 개간해 양계장을 세우면서 친환경 방식으로 계란을 생산하고 계신 김명호 대표님의 이야기를 들었습니다.

**#먹거리를 다루는 사람으로서 지키는 철학**

이곳 병아리들은 넓은 공간을 활보하며 청초라는 풀을 먹고 자라기 때문에 몸집은 빨리 커지지 않는 대신 기다란 소화기관을 가지고 있어서 더욱 건강하다고 하는데요. 다만, 공장형 케이지 닭과 달리 실온에서 키워지는 흘미농장의 닭은 겨울에 알을 적게 낳으면서 먹이까지 더 많이 먹기 때문에 비용은 많이 든다고 합니다. 그렇게 김 대표님 말씀을 들으며 우리들은 먹거리를 다루는 사람으로서 지켜야 할 곧은 철학을 마음 깊이 새겨봅니다.

**#막 낳은 유정란의 ‘이토록’ 고소하고 담백한 맛**

이제 축사를 돌아보는 시간이 됐습니다. 먼저 큰 닭이 있는 곳으로 갔는데요. 콕콕 쫄 것 같은 날카로운 부리에도 아랑곳하지 않고 학생들은 방역 비닐 장화를 신은 채 거침없이 들어가 계란도 줍고 닭도 쓰다듬어 봅니다. 용기의 대가는 바로 계란! 방금 막 낳은 계란 맛을 볼 수 있었는데요. 비린 맛이 없고 노른자가 톡 터질 때 고소하고 담백한 맛이 입 안 가득 느껴집니다.

충북 필드트립을 통해 우리들은 소중한 경험을 했습니다. 마트에서 흔히 보는 매끈한 농산물, 공산품만 보다가 직접 현장을 찾아 흙을 밟고 서서 땀방울 가득한 현장을 체험하다 보니 먹거리에 대한 신념과 철학, 그리고 인내심에 대해 다시 생각해보게 되었는데요. 특히 화학비료나 제초제, 항생제 등을 쓰면 훨씬 많은 양의 농축산물을 거둬들일 수 있는데도 불편과 손해를 감수해가면서까지 친환경적인 식재료를 만들고 공급하는 장인들을 보면서 당장의 이익을 넘어서는 소중한 가치들을 배운 것 같습니다. 그 아름다운 마음, 정성스런 손길이 담겨있는 제품을 먹는 것 또한 매우 행복한 일이라는 생각도 들었습니다. 필드트립을 통해 오래 남을 추억과 더 큰 생각을 갖게 된 우리들은 그렇게 한 뼘 더 성장했습니다.

**Q SK 뉴스쿨 학생들이 말하는 필드트립은?**

장현식(조리학과)평소 수업 시간에 하나씩 배워갈 때마다 큰 보람을 느끼곤 했는데, 이렇게 필드트립에서 쌀이나 간장, 계란 등의 기본 식재료가 생산되는 과정을 직접 체험할 수 있어서 좋았습니다. 특히 간장과 된장, 식초만으로도 훌륭한 맛을 낸 두향의 반찬이 인상 깊었어요.

정은지(조리학과)마트에서 파는 계란이나 된장만 보다가 여기 와서 친환경 슬로푸드를 보니 신기하기도 하고 식재료들 귀하게 여겨야겠다는 생각이 들었습니다. 입학 전부터 한식에 관심이 많았기 때문에 오늘 체험이 더욱 값진 것 같습니다.

김성훈(조리학과)메주를 처음 봤고 닭도 처음 만져봤습니다. 닭이 자라는 공간을 체험해보고 계란을 수거해보면서 식재료가 만들어지는 환경 또한 매우 중요하다는 것을 알게 됐습니다. 이처럼 정성과 마음이 담긴 식자재를 제대로 다루는 셰프가 되고자 합니다.

윤이나(서비스학과)키르키즈스탄에서 오래 살다 한국에 왔는데 충북이라는 지역도 처음 들었고 한국 체험도 처음이었어요. 중국이나 일본 간장은 많이 먹었는데 한국에서 간장 담그는 걸 직접 경험해보니 신기해요. 호텔리어가 꿈인데 이렇게 식재료에 대한 이해를 더한다면 나중에 더욱 풍부한 서비스를 제공할 수 있을 거라고 생각합니다.

3. 숨어있는 SV를 찾다

**한국사회가치연대기금 출범,**

**사회적 금융 시장 커진다!**

개인부터 기업, 국가까지 모든 경제 주체가 하는 경제 행위에서 금융은 떼려야 뗄 수 없는 요소입니다.

사회적 경제 영역도 마찬가지입니다. 사회적 가치를 실현하기 위해 활동하는 사회적 기업, 소셜 벤처 등 다양한 사회적 경제 기업에는 금융이 필요합니다.

될성부른 사회적 기업과 프로젝트들을 인내하고 지켜봐 주는 금융, 한국사회가치연대기금(이하 연대기금)이 문을 연 이유도 그 때문입니다.

지난 1월 23일, 연대기금은 이들에게 금융을 공급하기 위해 출범했습니다.

**한국사회가치연대기금은 누구인가요?**

우리에게 ‘도매’라는 단어는 상품에 있어 익숙할지 몰라도 돈과 연계할 때는 생소할 수 있겠습니다. 그런데 우리나라에도 드디어 영국의 ‘빅소사이어티캐피털(Big Society Capital, BSC)’과 같은 ‘도매기금’이 탄생했습니다. BSC는 SVT 7호 ‘SV, 세계는 지금’ 코너(바로가기)에도 소개된 적이 있는데요. 영국 정부가 지난 2012년 사회적 금융 시장을 확대하기 위해 4대 메이저 시중은행의 출자금을 합쳐 설립한 기금입니다. 이 기금은 중개기관을 통해 영국 내 사회문제를 해결하려는 수많은 자선단체, 사회적 기업에 투자되고 있습니다. 지난 1월 23일 출범한 ‘한국사회가치연대기금’은 BSC를 모델로 만들어졌습니다. 사회적 금융 수요자에게 직접적으로 자금을 지원하기보다 중개기관을 통해 흘러들어 가도록 하는 일종의 ‘도매상’ 역할을 하게 됩니다.

**한국사회가치연대기금은 왜 필요한가요?**

제도권의 금융 서비스를 받기 어려운 사회적 경제 기업의 성장을 돕는 중요한 마중물이 될 것이기 때문입니다. 사회적 기업은 이윤만을 좇는 것이 아니라 사회적 가치 창출을 우선적으로 추구하면서 기업 활동을 하기 때문에 성장하기까지 더 오랜 시간이 걸립니다. 어찌 보면 일반 기업보다 자금 조달이 더 절실한 상황인 것이지요.

하지만 은행이 신용평가에 따라 개인에게 돈을 빌려주듯, 기업 역시 신용등급에 따라 투자 또는 융자를 해주는데, 실제로 ‘투자적격등급’을 받는 사회적 기업은 10곳 중 1곳이 채 안 된다고 합니다. 일반 회사보다 자금을 조달하기가 훨씬 어렵다는 뜻이지요. 반면, 연대기금은 ‘사회적 가치’를 함께 고려해서 사회적 기업에 금융을 제공해주는 ‘사회적 금융’입니다. 이 기금은 사회적 경제가 성장하는데 필요한 든든한 금융의 토양이 되어줄 것입니다.

**왜 기업에 직접 투자하지 않고 중개기관을 지원하나요?**

연대기금은 사회적 경제 기업을 직접 지원하기보다, 사회적 기업과 이어줄 임팩트 투자자 또는 중개기관을 육성하는 역할을 할 예정입니다. 이는 개별 투자자나 중개기관이 관심 분야에 있는 현장 기업들을 잘 파악하고 있어 꼭 필요한 수요자에게 정확하게 돈을 전달할 수 있기 때문입니다. 영세한 사회적 기업이라도 사회적 가치를 추구하는 수익 모델을 갖고 있다면, 오랜 시간 기다려주는 ‘인내자본’을 이들로부터 지원받을 수 있게 되는 것입니다. 또한 이러한 투자를 통해 사회적 경제 기업이 성장하면 자금을 회수하고 다시 추가적으로 투자할 수 있는 건강한 선순환 구조가 마련될 것입니다.

**HOW? 한국사회가치연대기금은 어떻게 운영되나요?**

연대기금은 민간이 자율적으로 운영하고 정부가 간접적으로 지원하는 민관 협력방식으로 진행됩니다. 앞으로 5년간 약 3천억 원의 재원을 마련할 계획인데요, 민간의 자발적 기부·출연 등을 통해 주요 기금 재원을 확보하고, 각종 정책기금 및 민간 기금과 협력해 사회적 금융 수요에 맞는 출자·대출·출연 등 다양한 사업을 탄력적으로 운영할 계획입니다.

**#HOW1 SIB를 통해 더 큰 파급 효과를 노린다?**

연대기금은 사회성과연계채권(SIB)을 활용한 다양한 프로젝트에도 든든한 지원군 역할을 할 예정입니다. 투자자들로부터 자금을 조달해 사회문제 해결 프로젝트를 실행한 후, 성과를 달성하면 정부가 투자자들에게 보상하는 방식입니다. 성과만큼만 보상하기 때문에 정부의 재정 부담을 줄이면서도, 여러 주체들이 공동으로 사회문제 해결 프로젝트를 추진할 때 사회적 금융의 지원을 받을 수 있기 때문에 파급 효과 또한 높을 것으로 기대됩니다. (SIB 설명 바로가기)

**#HOW2 일반 투자자를 '임팩트 투자자'로 이끌어 줄 한국사회가치연대기금**

연대기금은 투자자들을 사회적 경제 부문으로 끌어들이는 역할을 하게 됩니다. ‘사회적 가치 창출을 우선으로 하는 기업에 투자해도 투자금을 돌려받을 수 있다’는 경험이 쌓이고, 인식이 퍼진다면 더 많은 이들이 투자에 나설 테니까요. 우리나라 사회적 금융의 생태계를 건강하고 풍성하게 가꿔줄 연대기금의 출범에 각계의 많은 시선이 쏠리는 것도 그 때문입니다.

세계적으로도 경제적 가치뿐만 아니라 사회적 가치에 관심을 갖는 투자 방식이 점점 늘어나고 있습니다.

실제로 GIIN(Global Impact Investing Network)에 따르면 글로벌 임팩트 투자금액은 2020년 400조 원까지 늘어날 것으로 전망하고 있습니다.

그 형태와 방식도 매우 다양한데요. 한국사회가치연대기금도 이러한 임팩트 투자의 일례입니다.

이제 첫발을 내딛는 한국사회가치연대기금이 이러한 사회적 금융 시장의 ‘저수지’가 되어 더 많은 투자자들을 이끌어낸다면 ‘더불어 잘 사는’ 사회를 추구하는 사회적 기업들의 활동도 눈에 띄게 늘어날 것입니다. 또한, 그렇게 사회적 기업이 지역경제 곳곳에 스며들었을 때, 우리는 더 따뜻하고 아름다운 사회를 경험하게 될 것입니다.

**잠깐! 사회적 경제, 사회적 금융, 임팩트 투자란 무엇인가요?**

1. 사회적 경제란 ‘경제성장의 그늘’인 불평등과 빈부격차, 환경파괴 등 다양한 사회문제를 해결하기 위한 대안으로 등장했습니다. 사회적 기업이나 소셜벤처, 협동조합, 마을기업 등이 여기에 해당하는데요. 이윤과 효율을 추구하며 경쟁하는 일반 기업과 달리, 협동하고 연대해 나가면서 사회서비스의 질을 개선하고, 취약계층의 일자리를 만들며 지역공동체를 재생해내는 등 다양한 사회적 가치를 추구합니다.

2. 사회적 금융은 사회문제를 해결하고 사회적 가치를 만들어내기 위해 사회적 경제기업에 투자·융자·보증하는 방식으로 자금을 지원하는 경제활동입니다. 보조나 기부처럼 돈을 일방적으로 지원하고 끝나는 것이 아니라, 수익과 함께 되돌려 받는 ‘회수’ 금융입니다.

3. 임팩트 투자란 수익만을 추구하며 돈을 투자하기보다 사회에 긍정적인 영향을 미치는 사회적 기업 또는 프로젝트에 투자하는 경제활동입니다.

※참고자료- 한국사회가치연대기금 홈페이지: www.svsfund.org- 한겨레 <금융이 사회를 만났을 때…걸음마 ‘사회적 금융’에 날개 달까?>(2019.01.30.)- 이로운넷 <공적영역에서 시작한 마중물…현장이 끌어가는 연대기금 돼야>(2019.03.14.)- 국정현안점검조정회의 <사회적 금융 활성화 방안>(2018. 02.08.)- 기획재정부 블로그 ‘공익과 수익, 두 마리 토끼를 잡는 임팩트 투자!’

4. Trend & Review

**‘역사’ 담은 제품이**

**인기를 얻은**

**진짜 비결은?**

이육사맨투맨, 마리몬드 폰 케이스, 40240 독도커피

대한민국 임시정부 수립 100주년을 맞아 독립운동의 역사를 되돌아보려는 움직임이 우리 사회 곳곳에서 일고 있습니다.

임시정부 수립의 주역 백범 김구 선생은 “우리나라가 세계에서 가장 아름다운 나라가 되길 원한다”며 ‘문화강국’을 소망했습니다.

세계적으로 인기몰이를 하는 K-Pop을 보고 있으면 백범 선생의 어록이 새록새록 해지는데요. 비단, K-Pop뿐만 아니라

우리 역사 속 다양한 콘텐츠를 찾아내 현대적 감각으로 발전시킨 제품들이 있습니다.

역사적, 사회적 가치를 뛰어넘어 제품 자체의 디자인과 품질로 승부하며 소비자들의 마음을 사로잡은 제품들을 소개합니다.

**모던함과 편안함의 ‘절정’ 이육사맨투맨**

지난해 10월, 한 대학생 창업 동아리 ‘ZOEN(조엔)’이 크라우드펀딩 플랫폼 와디즈에 ‘Who am I?’ 프로젝트를 선보여20여 일 만에 목표 금액 150만 원의 879%를 달성했습니다.

264(이육사) 맨투맨이라고도 불리는 이 프로젝트가 한 해 6,200여 개의 메이커(회사)들이 참여한다는 그 크라우드펀딩 무대에서 소비자들의 큰 관심을 끌었던 이유는 무엇일까요?

바로 디자인과 성능, 사회적 가치 이 세 가지입니다.

가장 먼저 눈에 들어오는 것은 모던한 디자인입니다. 역사책에서만 접했던 이육사 시인의 모습을 깔끔한 라인 드로잉 실루엣과 다채로운 색감의 프린팅을 통해 세련된 디자인으로 구현한 점이 돋보입니다. 여기에 그의 시(詩)‘절정’이 자연스럽게 어우러져 인텔리한 느낌도 살포시 납니다. 또한 기모 안감을 사용해 따뜻하고 아늑하며, 오버핏 스타일이 멋스러운 데다, ‘행동하는 지식인이자 시인’이었던 이육사의 스토리 또한 2030세대에게 큰 호소력을 발휘한 것 같습니다. 지난겨울 크라우드펀딩을 통해 이 제품을 전해 받은 고객들은 ‘옷 디자인도 예쁘고 따뜻하다’며 만족감을 나타냈습니다.

펀딩 사이트www.wadiz.kr/web/wcomingsoon/rwd/24324바로가기

ZEON의 나눔 이야기행복나눔재단의 청년 사회혁신가 양성 동아리 ‘루키(LOOKIE)’의 멤버인 ‘ZOEN(조엔)’은 이번 크라우드펀딩 수익금의 절반을 위안부 피해자 할머니들이 계시는 <나눔의 집>에 기부했습니다. 또한 지난 3월 윤동주 시인을 테마로 두 번째 펀딩을 진행해 목표 금액의 437%를 달성했으며, 이 수익금의 일부는 일제강제동원피해자지원재단에 기부할 예정이라고 합니다.

**품절 대란 일으킨 ‘패브릭 자수 동백 폰 케이스’**

“처음엔 가격이 싸지 않다 보니 고민을 많이 했는데 자꾸 아른거려서 품절 풀리자마자 바로 질렀습니다. 진짜 너무 예뻐서 사길 잘했다는 생각이 들어요. 언니가 자기 것도 사다 달래요. 이 케이스로 거울 샷 너무 잘 나오고 테이블 위에 올려놓으면 너무 예뻐...”

구구절절한 설명 필요 없이, 제품 구매 페이지에 달린 100개 넘는 댓글만 봐도 그 인기를 짐작할 수 있는 마리몬드의 핸드폰 케이스. 마리몬드는 동백꽃을 패턴으로 한 세련된 자수 디자인의 이 제품을 소비자들의 요청으로 리론칭 했습니다. 핸드폰 케이스 뒷면에는 흔히 볼 수 없는 고급스러운 자수 디자인을 구현해 소비자들의 취향을 ‘저격’했으며, 늘 몸에 지니고 다니는 제품인 만큼 내구성 좋은 원단으로 만들어져 쉽게 뜯어지지 않는다고 합니다. 또한 플라스틱 하드케이스나 실리콘 재질보다 착용감, 그립감이 좋다는 장점도 있습니다. ‘선주문 후제작’ 방식으로 불필요한 자원의 낭비를 줄이고 재고의 부담을 낮추는 ‘가치 있는 생산 방식’으로 제작한 것도 돋보입니다.

현재 동백 자수 제품은 모두 소진됐지만, 비슷한 컨셉의 무궁화 자수 폰 케이스가 인기리에 판매되고 있습니다. 무궁화 패턴은 3.1운동, 임시정부 수립 100주년을 기념해 출시한 에디션으로 폰 케이스 외에 가방, 유리잔, 키링 등을 함께 선보여 화제가 되기도 했습니다.

마리몬드 홈페이지www.marymond.kr바로가기

마리몬드의 나눔 이야기사회적 기업 마리몬드는 일본군 위안부 피해 할머니의 인생을 모티브로 ‘꽃할머니’ 프로젝트를 진행하고 있습니다. 할머니들이 남긴 정의, 평화를 향한 메시지와 할머니의 삶이 영원히 기억되길 바라는 뜻에서 각자 어울리는 꽃을 헌정한 뒤 이 꽃을 모티브로 패턴을 디자인해서 다양한 제품을 만드는 것인데요. 영업이익의 50% 이상을 한국정신대문제대책협의회와 위안부 역사관 박물관 건립 기금, 위안부 할머니들의 생활복지 기금 등으로 사용하고 있습니다. 마리몬드의 누적 기부금은 무려 22억 원에 달합니다.

**전문가의 1만 번 테스트끝에 탄생한 ‘독도42040’ 커피**

최근 커피를 내 집에서 각자 취향대로 즐기는 ‘홈카페’ 문화가 트렌드로 떠오르면서 콜드브루 제품들이 주목받고 있습니다. 국내 커피시장이 10년 새 7배나 성장한 만큼 다양한 커피 브랜드 회사들이 있지만 이 가운데서도 마니아들의 입소문을 타고 사랑받는 커피가 있으니 바로 ‘40240 독도커피’입니다. 독도커피는 케냐AA, 콜롬비아, 과테말라, 브라질 커피의 고품질 원두를 배합한 제품으로 차가운 물을 한 방울씩 떨어뜨려 추출해 낸 콜드브루(더치커피) 원액입니다.

커피 전문가가 1만 번의 테스트를 거쳐 만들어낸 독보적인 블렌딩의 독도커피는 열대과일과 와인, 캐러멜 등의 풍미를 느낄 수 있으며 깔끔하고 부드러운 끝 맛, 깊은 바디감을 자랑합니다. 원두는 UV 살균 → 품질저하 원두 골라내기 → 최적의 온도에서 3번의 로스팅 → 원두 현미경 체크 → 무균시스템 살균 포장 등 5단계의 ‘스마트 로스팅’을 거쳐 신뢰감을 높였습니다.

코리프렌즈 쇼핑몰korifriends.com바로가기

드림메이커 인터내셔널의 나눔이야기드림메이커 인터내셔널은 계층간 교육격차 문제 해소를 위해 노력하는 사회적 기업입니다. 특히, 인문학 및 역사 교육을 중점적으로 제공하며 수익 사업인 커피 브랜드에 독도의 우편번호인 ‘40240’를 새겨 넣어 대한민국이 독도에 대한 확고한 영토주권을 행사하고 있음을 알리고 있습니다. 독도쿠키와 배지, 40240 머그컵 등 다른 독도 관련 제품들도 출시했으며 수익금의 일부는 역사교육에 쓰입니다. 2019년 2월 기준 2억8천만 원 가량이 독도 역사학교 후원금으로 기부됐고, 총 2,516명이 역사학교 교육을 수료했습니다.

5. The Social Innovators

**3초의 목소리 기부, 10억 인구를 위한 빛**

**‘유니크굿 컴퍼니’ 이은영∙송인혁 대표 편**

----------------------------------------------------------1

세계 최대 동영상 사이트

유튜브가 세계적으로 널리 확산된 이유 중 하나.

바로 자막이라고 하는데요.

----------------------------------------------------------2

열린 지식채널로 잘 알려진 TED\*. 역시

일반인이 직접 자막을 넣을 수 있게 오픈하자

참여가 폭발적으로 늘었다고 합니다.

\*미국의 비영리 재단에서 운영하는 강연회로 ‘알릴 가치가 있는 아이디어’를 모토로 한다.

---------------------------------------------------------3

그런데 만약 당신이 시각장애인이라면?

번역된 자막을 통해 누구나 이해할 수 있는 외국어 영상도 그저 낯선 소리에 불과할 것입니다.

----------------------------------------------------------4

‘시각장애인들에게 누구나 쉽게 자막을 읽어줄 수 있는

더빙 시스템을 만들어보면 어떨까?’

이 아이디어를 낸 사람들은

유니크굿 컴퍼니의 이은영, 송인혁 대표입니다.

----------------------------------------------------------5

“나눔을 실천하고 싶은 마음이 늘 있어서 회사에서 의무적으로 시행하는 봉사활동에 참여했어요.

하지만 일회성 봉사는 기부를 하는 사람도, 받는 사람도 만족하기 어렵다는 걸 알게 됐어요”

(이은영 대표)

----------------------------------------------------------6

이은영 대표는 퇴사 후, 우연한 기회에 목소리를 기부하게 됐는데요.

“제 목소리가 시각장애인에게 실질적인 도움이 된다고 생각하니 ‘진짜’ 만족감을 느꼈습니다.

더 많은 사람들과 함께 이 경험을 공유하고 싶었어요.”

----------------------------------------------------------7

송인혁 대표는 자막 번역작업을 통해

잊지 못할 경험을 합니다.

인공 장기 프린터 기술 관련 영상을 한국에 번역해 소개한 적이 있었는데

----------------------------------------------------------8

‘2~3년 후 한 사람이 찾아와 이렇게 얘기했습니다.

“장기가 좋지 않아 수술을 받았고 자살시도도 여러 번 했는데 그 영상을 보고 삶의 희망을 얻었다.” 라고요.’

(송인혁 대표)

----------------------------------------------------------9

그렇게 두 사람의 가치 있는 경험이

오픈 더빙 솔루션 ‘헬렌’을 탄생시켰습니다.

헬렌은 외국어 영상 위에 흐르는 한글 자막을

누구나 읽어줄 수 있게 만든 오픈 플랫폼입니다.

----------------------------------------------------------10

헬렌은 누구나 쉽게 참여할 수 있습니다.

헬렌에 접속해 한글 자막을 읽기만 하면 되니까요.

약 3초, 20~40자의 문장 단위로 쪼개져 있기 때문에

바쁜 직장인도, 초등학생조차도 쉽게 참여합니다.

----------------------------------------------------------11

헬렌을 통해 다양한 사람들의 목소리에서 묻어나는 감정, 추임새는

기계로 처리되는 음성이나 점자보다 시각장애인들이 훨씬 받아들이기 수월하죠.

----------------------------------------------------------12

“출시 2~3달 만에 700여 명이 참여해주셨어요.

이렇게 열성적으로 목소리를 기부하는 사람들이 많구나.

깜짝 놀랐어요.”

----------------------------------------------------------13

헬렌은 그 빛나는 아이디어를 인정받아 서울시의 ‘혁신 프로그램’ 선정, 모 금융그룹의 임팩트 투자 프로그램 대상 수상은 물론 SK 그룹 ‘사회성과 인센티브 프로젝트\*’ 참여기업이 됐습니다.

\* 사회적 기업이 창출한 가치를 화폐로 측정해 인센티브를 지원하는 제도.

지금까지 324억원의 사회적 성과를 창출한 130여 개의 소셜 벤처에 73억원의 인센티브를 지급했다.

----------------------------------------------------------14

또한, 유니크굿 컴퍼니는 앞으로 헬렌을 통해 시각장애인이 더빙 성우가 되어 직업적으로 자립할 수 있도록 공간과 교육 프로그램을 지원할 계획입니다.

----------------------------------------------------------15

“세계적으로 1억 명의 맹인과 2억 명의 중증시각장애인,

그리고 10억 명이 난독증으로 고통을 겪고 있다고 해요.

자막이라는 사각지대를 헬렌이 걷어내고자 해요.”

----------------------------------------------------------16

그러기 위해서는 참여가 중요합니다.

지금 헬렌 홈페이지에 접속해보세요.

당신의 목소리로 세상의 지평을 밝혀주세요!

uniquegood.biz 유니크굿컴퍼니 공식 홈페이지

helen.live 헬렌 홈페이지

----------------------------------------------------------17

6. SV, 세계는 지금

**기부 편**

지난 3월 7일 행복나눔재단에서는 사회 혁신가들이 모여 아이디어와 정보를 공유하고 네트워킹하는 Social Innovators Table 여섯 번째 모임이 있었습니다.

‘일상 속 기부 문화 확산의 새로운 가능성’이란 주제로 다양한 기부 모델들을 소개하며, 그 한계와 발전 방향에 대해 논의했는데요. 기부 모델들이 재미와 투명성을 강조하는 방향으로 발전하고 있으며, 수혜자뿐만 아니라 기술 발전에 따른 편리한 기부 방법 및 기부자 스스로의 만족감도 중요해지고 있음을 알 수 있었습니다. 이는 세계적인 흐름인데요. 이번 ‘SV, 세계는 지금’에서 살펴본 ‘Nonprofit Tech for Good’가 119개국 6,057명의 기부자를 대상으로 한 설문조사를 기반으로 발간한 보고서 <2018 GLOBAL Trends in Giving Report>를 통해 세계 기부 트렌드를 알아보고, 많은 사람들의 참여를 이끌었던 해외 기부 캠페인에 대해서도 살펴보겠습니다.

응답자 개요： 여성 65% / 자유주의적 성향 53% / 종교적 성향 72% / 연수입 $101 ~$1,000 USD / 관심 문제 - 아동 및 청년 15% / 건강 11% / 동물 11%

**1. 기부 수단**

54% 신용카드나 직불카드(온라인 기부)

9% 페이팔 기부

아프리카, 아시아, 남아메리카에서 온라인, 특히 모바일 인터넷 사용이 빠른 속도로 확산됨에 따라 향후 이 수치들은 더 늘어날 것으로 보입니다.

**2. 기부를 결심하게 하는 매개체**

1위 소셜 미디어(29%)

2위 이메일(27%)

3위 웹 사이트(18%)

모금 단체들은 온라인 플랫폼 활용에 더욱 관심을 가질 필요가 있습니다.

**3. 소셜 미디어의 영향력 순위**

56% 페이스북

20% 인스타그램

13% 트위터

기부해야겠다는 마음이 들게 만드는 소셜 미디어 순위는 페이스북이 56%로 가장 높았는데요. 전체 응답자 중 18%가 페이스북을 통해 직접 자선단체에 기부했고,이 중 88%는 페이스북을 통해 다시 기부할 의향이 있다고 말했습니다.

**4. 크라우드 펀딩 캠페인 인기**

자선단체 기부자 41% 크라우드 펀딩도 이용

기부자에게 혜택이 돌아오는 온라인 크라우드 펀딩이전 세계적으로 확산되고 있습니다.자선단체에 기부하고 있는 기부자 중 41%는온라인 크라우드 펀딩에도 기부하고 있다고 답했습니다.

**5. 기부자들이 병행하는 오프라인 활동**

지역 내 봉사 67% / 해외 봉사 9%

모금 행사 참석 56%

기부자들은 대개 관심 있는 기부 단체의 오프라인 행사에도 적극적으로 참여했습니다. 물질적 기부뿐만 아니라 자신의 시간까지도 나누겠다는 의지가 있기 때문입니다.

**6. 타지역, 해외 기부 증가**

31% 해외기부

기부자들이 거주 지역 및 국가 이외의 지역에 기부하고 있습니다.

온라인 기술이 발전함에 따라 글로벌 뉴스를 일상에서 자주 접하게 되고, 해외여행 등도 보다 편리해졌기 때문입니다.

**7. 기부자 개인정보 이슈에 관심**

80% 기부자가 개인정보 공유 반대

92%는 기부단체가 정보 보호를 위해 노력하길 바람

2018년 글로벌 기부 트렌드를 살펴보니 밀레니얼을 넘어 베이비붐 세대까지 모두 온라인과 디지털 커뮤니케이션을 선호하는 것으로 나타났는데요.

이 같은 기술 발전은 소셜 임팩트 분야에서도 큰 영향을 끼치고 있습니다.

기부 기관 또는 후원 단체들도 이런 트렌드를 예의주시하고 그 흐름에 동참할 필요가 있을 것 같습니다. 더 상세한 트렌드는 보고서를 통해 확인해보세요.

<2018 GLOBAL Trends in Giving Report> 바로가기

국내에서도 더 많은 사람들의 기부 참여를 이끌기 위해 노력하고 있는 다양한 기업들의 이야기를 만나보세요.

Social Innovators Table 여섯 번째 모임 자세히 보기

**PLUS! 화제를 모은 해외 기부 캠패인**

글로벌 트렌드에 따라 최근 화제를 모은 해외 기부 캠페인 중 세계적으로 인기를 끌고 있는 크라우드펀딩, 인터넷 웹사이트 광고, 그리고 블록체인 기술을 바탕으로 한 암호화폐를 통한 기부 캠페인 사례 등을 알아보겠습니다.

**사례 01**

**인스타그램과 앱, 크라우드 펀딩으로 확산된 ‘리터라티;**

최근 환경 분야 크라우드펀딩에서 가장 뜨거웠던 주인공 중 하나가 ‘리터라티’입니다. 쓰레기 위치와 정보를 온라인으로 게시할 수 있는 애플리케이션 리터라티(Litterrati)는 제프 키르슈너(Jeff Kirschner)가 만든 것으로 VR게임 포켓몬스터처럼 마치 게임을 하듯 누구나 쓰레기를 찾아 사진을 찍고 다른 이들과 공유하는 재미를 느낄 수 있는 앱입니다.

딸과 함께 나들이 중 발견한 쓰레기에서 아이디어를 얻은 제프는 버려진 담배꽁초 사진을 찍어 인스타그램에 수십 번 반복해 올렸고, 마침내 그를 따라 너도나도 쓰레기 사진을 찍어 올리는 사람들이 늘어났습니다. 인스타그램이라는 SNS와 해시태그가 새로운 움직임을 만들어낸 것입니다. 이후 ‘리터라티 앱’이 제작됐고, 글로벌 차원의 거대한 커뮤니티를 형성할 수 있었습니다. 그리고 이제 쓰레기가 수집된 지역의 문제와 이를 분석할 수 있는 하나의 데이터 툴로 사용되고 있습니다. 리터라티는 2017년 12월 ‘킥스타터’에서 크라우드펀딩을 진행해 5만 1,432달러를 모았고, 미 국립과학재단으로부터 22만 5,000달러를 지원받았습니다. 온라인 커뮤니케이션 기술, 크라우드펀딩, 재미있는 아이디어가 결합된 리터라티는 평범한 시민이 사회적으로 좋은 영향을 미칠 수 있도록 힘을 실어준 사례라고 할 수 있습니다.

**사례02**

**부동산 웹 사이트에 광고한 ‘The Tiniest Listing’**

뉴욕 브루클린 아파트 2.5평 월 193만 원, 시부야 하라주쿠 아파트 2.41평 월 204만 원, 그리고 작은 침대 하나가 있는 0.01평 공간의 하룻밤 이용가격은 약 450만 원! 조기 출산한 미숙아가 생존하는 데 필요한 ‘인큐베이터’ 이야기입니다. 이 아기들이 인큐베이터에 머무를 수 있도록 기부를 유도하는 프로젝트가 ‘The Tiniest Listing’입니다.

조산아는 집중 치료실에서 간호를 받아야 하지만, 미국의 조산아 중 절반 이상은 공공보험의 혜택을 받지 못하고 있다고 합니다. ‘CCHHS’(COOK COUNTY HEALTH & HOSPITALS SYSTEM)는 조산아를 위해 누구나 집중 치료실을 예약할 수 있는 온라인 포털 사이트(thetinyestlisting.com)를 만들고 하루 단위, 분 단위로 기부할 수 있는 시스템을 갖춘 다음, 이를 부동산 임대 웹 사이트 등에 광고했습니다. 광고를 본 사람들은 사이트에 접속해 아기와 가족이 함께 지낼 수 있도록 기부하기 시작했고 평소 대비 무려 13배에 달하는 기부액이 모였습니다. 누구나 참여할 수 있는 온라인 기부 플랫폼을 개설해 참신한 아이디어로 이를 활용한 것에 시사점이 있는 사례입니다.

**사례03**

**게이머, 블록체인 통한 암호화폐로 어린이를 돕다**

암호화폐(블록체인) 기부도 기부의 새로운 트렌드 중 하나입니다. 유니세프(UNICEF, 유엔아동기금)는 지난해 시리아 어린이를 위한 자선 사업 ‘게임 체인저(Game Chaingers)’를 통해 PC 게이머들에게 암호화폐 ‘이더리움’을 채굴하고 수익금을 기부해달라고 요청했습니다.

게이머들이 주로 사용하는 고성능 그래픽카드가 암호화폐 채굴에 적합하며 인도주의적 일을 하는 수단이 될 수도 있다는 점에 착안한 것으로, 기부 방법은 아주 간단합니다. 게이머들이 잠깐 쉬거나 자러 간 사이에 이더리움 채굴 프로그램을 켜놓으면 됩니다. 이 기부금은 어린이들에게 식수, 교육, 보건 및 위생 서비스 등을 제공하는 데 사용됐습니다.

암호화폐 기술을 기부 사업에 도입한 유니세프는 지난해 12월, 블록체인 기술을 활용해 세계적인 사회 문제를 해결하고자 하는 개발도상국 블록체인 스타트업 여섯 곳에 1억 1,200만 원을 투자하는 ‘이노베이션 펀드’를 진행했습니다. 또한, 유니세프 산하 유니세프 벤처스, 유니세프 프랑스, 바운티스 네트워크 등은 비금전적, 가치 추구 커뮤니티 토큰인 ‘선행토큰’ 프로토타입 작업을 위한 파트너십을 체결하기도 했습니다.

7. Social. Talk Talk

**안동 전통 리조트**

**‘구름에’, 전통문화 체험**

**이벤트 진행**

‘구름에’가 4월부터 홈페이지를 통해 직접 예약한 숙박고객에게 다양한 전통문화체험 기회를 무료로 제공합니다. 400년 전통 종갓집 레시피로 ‘안동 국시’를 직접 만들어보는 ‘수졸당 종가 국수 밀기’, 전통 궁중반찬으로 알려진 북어 보푸라기 만들기, 전통발효식품 고추장을 담그기, 한옥 및 자연경관을 배경으로 한 ‘한복 체험’ 중 하나를 선택해 즐길 수 있다고 하네요! 더 자세한 사항은 홈페이지에서 확인하세요!

**사회변화 네트워크**

**행복얼라이언스,**

**2019 협약식 개최**

국내 최대 사회변화 네트워크 ‘행복얼라이언스’가 함께 만드는 즐거운 사회변화를 위해 45개 기업들과 업무협약을 맺었습니다. 행복얼라이언스는 올해 3대 아동 문제 해결과 대중 참여를 위한 사회변화 프로그램을 본격적으로 전개할 계획인데요. 휠체어 사용 아동 이동권 증진 △다문화 아동의 교육 기회 확대 △결식 우려 아동 영양 불균형 해소를 위한 사업을 전개하고, 기업과 기관은 각자의 전문성을 활용해 참여할 예정이라고 합니다. 또한 의식 있는 소비 문화 확산을 위해 멤버사와 기부 연계 상품 개발을 지속적으로 추진할 계획입니다.

**에스브이TV, 위커넥트를 만나보세요!**

경력보유여성이 최고의 팀에서 유연하게 일할 수 있도록 돕는 채용 플랫폼, 소셜 벤처 위커넥트를 만났습니다.

소셜 섹터 취업 꿀팁까지!

행복나눔재단 소셜 에디터가 직접 만난 위커넥트를 촘촘히 알아가는 시간!

에스브이(Social Value)TV에서 확인하세요

행복나눔재단 유튜브 바로가기

**청년이 이끄는**

**`사회 혁신의 판` 깔자**

"요즘 20대는 '사회 참여'가 일상인 세대"

청년 소셜이노베이터에 대한 서진석 행복나눔재단 SI사업그룹장 기고를 소개합니다. SK 대학생 자원봉사단 SUNNY에서 독창적인 방법으로 진행된 사회 혁신 프로젝트들은 다소 평범한 대학생들의 손에서 시작됐습니다. 청년들은 창의적인 사회 움직임을 만들고, 기성 세대들은 그들의 버팀목이 되어주는 탄탄한 '사회 혁신의 판'을 기대해봅니다

행복나눔재단 페이스북 바로가기

**우유와 설탕으로 만든**

**안전한 점토 장난감!**

**‘크리에이터스랩’**

선풍적인 인기를 끌었던 슬라임이 유해물질 논란만 남기고 떠나면서, 아이들의 장난감이나 문구용품 안전에 대한 고민이 깊어 갑니다. ‘친환경, 저자극, 무독성’이라는 말을 과연 100% 믿어도 될지. 그래서 사회적 기업 ‘크리에이터스랩’은 우유와 설탕을 가지고 먹을 수 있는 안전한 클레이 장난감을 만들었습니다.

미디어SK 페이지 바로가기