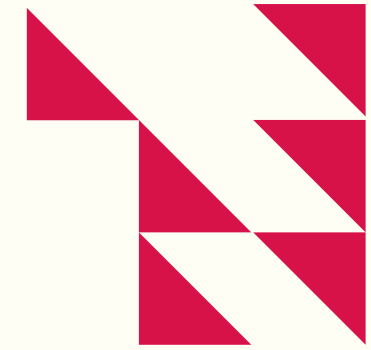




2010 사회적기업 지원정책 국제심포지엄 2010 International Symposium on Social Enterprise Support Policy



2010
 사회적기업
 지원정책
 국제심포지엄

2010 International Symposium
 on Social Enterprise
 Support Policy

(재)경기복지재단
 (442-835) 경기도 수원시 팔달구 인계동 1116-1
 대표전화 031 267 5933 웹사이트 www.ggwf.or.kr

사회적기업활성화포럼
 (110-873) 서울 종로구 내수동 73 경희궁의 아침 4단지 오피스텔 207호
 대표전화 02 735 5735 웹사이트 www.besene.org

일시 2010년 7월 8일(목) 14:00~18:00
 장소 한국프레스센터 20층 국제회의장
 주최 (재)경기복지재단, 사회적기업활성화포럼
 후원 경기도, 미래기획위원회, 고용노동부
 협력 (사)seed:s, (주)노리단



2010
사회적기업
지원정책
국제심포지엄

2010 International Symposium
on Social Enterprise
Support Policy

프로그램

13:30-14:00

▶ 행사등록 및 식전행사 (축하공연 / 노리단)

14:00-14:30

▶ 개회식

사회

김지한 (사회적기업활성화포럼 기획위원장, 서울시립대 겸임교수)

개회사

손병두 (사회적기업활성화포럼 공동대표, KBS 이사장)

축사

김문수 (경기도지사)

환영사

서상목 ((재)경기복지재단 이사장)

14:30-16:00

▶ 제1세션 발표 및 토론

민관 네트워크를 통한 사회적기업 지원정책

사회 박능후 (경기도사회적기업연구포럼 위원장, 경기대 교수)

주제발표 1

한국의 사회적기업 육성지원 정책 / 김혜원 (한국노동연구원 연구위원)

주제발표 2

성공을 위한 파트너십: '소셜 벤처 파트너'의 경험 / Ruth Jones (SVP International 대표)

주제발표 3

영국의 사회적 기업: 사회적기업 지원-육성 /

Allison Ogden Newton (Social Enterprise London 대표)

패널토론

마성균 (고용노동부 사회적기업과장)

이은애 ((사)seed:s 혁신사업단장)

문형구 (고려대 경영학과 교수)

16:00-16:15

▶ 휴식

16:15-17:45

▶ 제2세션 발표 및 토론

지역밀착형 사회적기업 활성화를 위한 지원정책

사회 조영복 (사회적기업활성화포럼 정책위원장, 부산대 교수)

주제발표1

경기도 사회적기업 현황 및 과제 / 이영환 (성공회대 부총장, 사회적기업연구센터 소장)

주제발표2

지역·사회를 바꾸다! 새로운 비즈니스 스타일 / 호소우치 노부타카 (일본커뮤니티비즈니스연구소 소장)

패널토론

이원재 (한겨레경제연구소 소장)

이철중 (함께일하는세상(주) 대표)

17:45-18:00

▶ 폐회

개 회 사

존경하는 내외 귀빈 여러분

경기복지재단과 사회적기업활성화포럼이 공동주최로
사회적기업 분야의 대표적인 석학 여러분을 모시고
민관 네트워크를 통한 사회적기업 활성화를 위한 정책 지원과
한국의 사회적기업 홍보를 통한 국제적 협력관계 구축을 위한
국제심포지엄을 개최하게 된 것을 매우 기쁘게 생각합니다.

최근 우리나라를 비롯하여 국제사회는 사회적기업에 대해
큰 관심을 보이고 있으며 이에 대한 연구도 새로운 조명을 받고 있습니다.
자본주의의 눈부신 발전과 경이로운 과학기술의 발달에도 불구하고
뒤안길로 밀려있는 사람 존중에 대하여 생각하며 사람 중심의 미래를
창조해 나가자는 메시지가 국제사회에서 공감대를 넓히고 있습니다.
이런 시대적 흐름 속에 사회적 가치의 창출과 혁신적 사고,
그리고 사람의 따뜻한 마음을 실현할 수 있는 사회적기업이
중요한 이슈로 떠오르고 있습니다.

오늘 여는 이 심포지엄을 통해 사회적기업이 새로운 사회 부문으로
당당히 자리 잡는 계기가 되기를 바라며 우리 사회 곳곳에서
널리 퍼져 나가기를 기원합니다.
또한 미래 사회의 나침반 역할을 제시할 수 있기를 바랍니다.

사회적기업활성화포럼 공동대표 **손병두**

환 영 사

사회적기업육성법 제정 3주년을 맞이하여 경기복지재단이 사회적기업활성화포럼과 함께 <2010 사회적기업 지원정책 국제심포지엄>을 개최하게 된 것을 매우 뜻 깊게 생각합니다.

사회적기업은 공동체 자본주의를 통해 고용과 복지를 해결하는 시장 친화적인 모델로 최근에는 사회적기업을 지원하는 정책의 중요성이 대두되고 있습니다.

특히 사회적기업육성법 개정을 앞두고 이에 따른 지원정책의 변화가 예상됨에 따라 포괄적인 논의가 필요한 시점입니다.

이번 심포지엄에서 사회적기업 지원정책의 국가별 비교를 통해, 특히 경기도의 현황을 중심으로 한국형 사회적기업과

지역친화적 지원정책의 로드맵을 마련하는데 도움이 되기를 기대합니다.

또한 오늘 심포지엄을 계기로 사회적기업이 좋은 일자리 창출과 부족한 사회서비스 확충을 위한 전달체계로서 얼마나 중요한지 확인할 수 있게 되기를 바라며, 앞으로 사회적기업이 사회혁신의 모태가 될 수 있도록 공감대가 널리 형성되기를 바랍니다.

경기복지재단 이사장 **서 상 목**

축 사

사회적기업이 새로운 일자리 브랜드로서 국정과제로 선정되고 사회적기업육성법 시행 3주년을 기념하는 사회적기업 주간에 우리 경기도와 사회적기업활성화포럼의 공동주최로

<2010 사회적기업 지원정책 국제심포지엄>을 개최하게 되어 매우 기쁘게 생각합니다.

이번 국제심포지엄을 위해 해외에서 오신 사회를 혁신시키고 사회적기업을 지원하는 소셜 벤처 파트너 인터내셔널(SVPI)의 루스(Ruth Jones) 대표님, 소셜 엔터프라이즈 런던(Social Enterprise London)의 엘리슨(Allison Ogden-Newton)대표님,

새로운 개념의 커뮤니티 비즈니스 창설자이신 호소우치 노부타카 소장님께 감사드립니다.

그리고 바쁘신 중에도 발제를 맡아주신 한국노동연구원의 김혜원 박사님, 성공회대 이영환 부총장님을 비롯하여, 사회를 진행하여 주실 박능후 경기대 교수님과 조영복 부산대 교수님께 깊은 감사를 드립니다. 그 밖에 패널토론을 맡아주신 여러분들께 감사드립니다.

또한 오늘의 행사를 축하해 주시기 위해 참석하신 미래기획위원회 광승준 위원장님을 비롯하여 사회적기업활성화포럼의 손병두 공동대표님과 이배용 공동대표님께, 그리고 언론인 여러분께도 깊이 감사드립니다.

사회적기업이 취약계층에게 일자리를 제공하고 사회적 양극화를 해소하기 위한 효율적인 방법으로 부각되면서 우리나라는 사회적기업육성법을 제정하는 등 범정부적 활성화 대책을 추진하고 있습니다. 특히 우리나라의 사회적기업은 저소득층의 자활을 기반으로 발전한 사회적기업 모델이 특징이므로 사회적기업 지원 정책은 취약계층의 노동통합과 사회통합을 위한 매우 중요한 정책임에 틀림없습니다.

이에 사회적기업이 활성화되고 있는 대표적인 나라인 미국, 영국, 일본과 함께 하는 사회적기업 지원정책에 대한 논의는 의미가 매우 크다고 봅니다. 사회적기업 지원정책이 중앙정부에서 지방자치단체로 전환되는 시점에 우리 도가 마련한 이번 행사가 지역사회를 혁신하고 지역경제를 활성화하는 지역중심의 사회적기업 지원정책을 구축하는 계기가 되기를 바랍니다.

경기도지사 **김 문 수**

목 차

개 회 사	손 병 두 (사회적기업활성포럼 공동대표)	5
환 영 사	서 상 목 (경기복지재단 이사장)	6
축 사	김 문 수 (경기도지사)	7
Session 1	주제발표 1 한국의 사회적기업 육성지원 정책 김 혜 원 (한국노동연구원 연구위원)	13
	주제발표 2 성공을 위한 파트너십: '소셜 벤처 파트너'의 경험 Ruth Jones (SVP International 대표)	31
	주제발표 3 영국의 사회적 기업: 사회적기업 지원-육성 Allison Ogden-Newton (Social Enterprise London 대표)	53
	패널토론 마 성 균 (고용노동부 사회적기업과장) 이 은 애 ((사)seed:s 혁신사업단장) 문 형 구 (고려대 경영학과 교수)	75 76 78
Session 2	주제발표 1 경기도 사회적기업 현황 및 과제 이 영 환 (성공회대 부총장, 사회적기업연구센터 소장)	81
	주제발표 2 지역·사회를 바꾸다! 새로운 비즈니스 스타일 호소우치 노부타카 (일본커뮤니티비즈니스연구소 소장)	109
	패널토론 이 철 중 (함께일하는세상(주) 대표) 이 원 재 (한겨레경제연구소 소장)	139 140
참 여 Network	참여자 프로필	144
	참여기관 프로필	156
부 록	사회적기업육성법 (6월 개정)	167



Session 1

- 주제발표 1 한국의 사회적기업 육성지원 정책
 김혜원 (한국노동연구원 연구위원)
 - 주제발표 2 성공을 위한 파트너십: '소셜 벤처 파트너'의 경험
 Ruth Jones (SVP International 대표)
 - 주제발표 3 영국의 사회적 기업: 사회적기업 지원-육성
 Allison Ogden-Newton (Social Enterprise London 대표)
 - 패널토론 마성균 (고용노동부 사회적기업과장)
 이은애 ((사)seed:s 혁신사업단장)
 문형구 (고려대 경영학과 교수)
-

주 제 발 표 1

한국의 사회적기업 육성지원 정책

PRESENTER

김혜원

한국노동연구원 연구위원
kim@kli.re.kr



한국의 사회적기업 육성지원 정책

김혜원

한국노동연구원 연구위원

kim@kli.re.kr

제1절 서론

2007년 사회적기업 육성법 시행 이후 사회적기업에 대한 관심이 크게 증가하고 있다. 인증 사회적기업은 2007년 50개에서 2010년 4월 현재 288개로 증가하였다. 이보다 더 중요한 것은 제3섹터 영역 내에서 사회적기업에 대한 인식이 바뀌고 있는 것이다. 재무적 가치와 사회적 가치를 균형적으로 창출하는 조직이어야 사회적기업 인증을 받을 수 있다는 긍정적 인식이 제3섹터 영역을 중심으로 확산되고 있다.

사회적기업의 유형도 다양해지고 있다. 대기업 자회사형 사회적기업이 등장하는가 하면 기존의 한국 시민사회에서 큰 관심을 끌지 못했던 공정무역 관련 문제를 중심 미션으로 한 사회적기업이 등장하였다. 다양한 형태의 사회적기업이 출현하고 있어 사회적기업 생태계가 성장하고 있음을 확인할 수 있다.

정부의 변화도 긍정적이다. 기존에는 정부 부처 내에서 사회적기업 정책을 책임지고 있는 고용노동부만이 사회적기업에 관심을 가지고 있었으나 최근에는 고용노동부 이외의 정부 부처가 적극적인 관심을 보이고 있다. 또한 지방자치단체의 사회적기업에 대한 관심과 지원이 크게 증가하였다. 16개 광역지자체 모두는 사회적기업 지원조례를 제정하였고 자체 예산을 배정하여 예비사회적기업 육성을 적극 추진하는 지자체도 등장하고 있다.

인증제도가 완화되고 사회적 인식이 확대될 경우 빠른 속도로 인증 사회적기업이 늘어날 것으로 예상된다. 이 경우 사회적기업 인증을 받으면 인건비 지원을 받는 것이 쉬운 현행 방식이 유지될 경우 재정 소요액이 크게 증가할 것이며 이에 따른 효율화 압력도 증가할 것으로 보인다. 이미 오랫동안 인건비 지원 중심의 현행 지원정책에 대한 비판이 제기되어 왔다. 현행 지원 정책을 재검토하고 부작용을 최소화하는 쪽으로 방향 전환이 필요하다. 이 글은 이러한 지원정책의 방향 전환을 제언하는 목적으로 집필되었다.

이 글의 구성은 다음과 같다. 제2절에서는 현행 지원정책을 소개하고 그 문제점을 지적

한다. 제3절에서는 지원정책의 개선 및 발전방향에 대해 논의한다. 제4절에서는 요약과 함께 장기적인 제도개선 과제에 대해 언급한다.

제2절 사회적기업 지원정책의 현황과 문제점

1. 지원정책 현황

사회적기업에 대한 지원사업은 신규채용자 인건비 지원 또는 일자리창출사업, 사회보험료 지원, 경영지원, 인력양성 지원, 조세지원, 판로지원 등으로 구분된다. 이 중에서 지금까지 가장 중요한 지원은 신규채용자 인건비 지원이다.

신규채용자 인건비 지원은 사회적기업 및 예비사회적기업¹⁾ 즉, 사회적기업으로 발전할 가능성 있는 제3섹터 조직에 대해 신규 일자리를 창출할 수 있도록 인건비를 지원하는 사업이다. 사회적으로는 필요하지만 수익성 등이 부족하여 시장에서 충분히 공급되지 못하는 복지·환경·문화·지역개발 등 사회서비스를 취약계층에게 일정부분 무료(또는 시장가격보다 낮은 수준)로 제공하는 사업이나 취약계층에게 일자리를 제공하기 위한 사업에 지원한다. 무조건 좋은 취지의 사업이라고 지원하는 것이 아니라 서비스 이용자에게 이용요금의 일부를 부담시켜 수익을 창출하거나 민간기업 또는 지역사회와 파트너십을 통하여 다양한 자원을 동원함으로써 경제적 측면에서의 자립을 지향하는 사업 모델을 지원한다.²⁾

이 지원은 사회적기업이면 무조건 받을 수 있는 것이 아니다. 프로젝트 단위의 사업이므로 지원 사업의 취지에 맞는 사업을 개발하여 심사를 통과할 경우에 받을 수 있다.

사회적기업으로 인증받지 못한 제3섹터 조직은 최대 2년간 지원하며, 사회적기업은 최장 3년까지 지원한다. 하나의 사업으로 총 5년을 초과하지 않도록 제한하고 있다. 2009년까지 지원기간은 예비사회적기업 최대 3년, 사회적기업 2년이었는데 2010년부터 변화되었다. 그런데 이러한 지원은 기관에 제공하는 보조금이 아니라 사업 또는 프로젝트에 제공하는 보조금이라는 점에서 비록 3년간의 지원이 끝났다고 하더라도 해당 사회적기업이 새로운 프로젝트를 기획하여 추진할 경우 지원을 받을 수 있다는 점에 유의할 필요가 있다. 기본 지원기간은 사업 개시일부터 12개월이며 모델 발굴형은 6개월로 짧게 설정하고 있다. 매년 재심사를 통해 평가하여 결정한다.

인건비 지원을 받아 채용하는 근로자는 취약계층을 우선으로 한다. 취약계층 우선의 원칙은 사업이 처음 시작된 2003년부터 천명되어왔으나 명확한 기준이 제시되지는 않았다. 2010년부터 참여근로자 중 취약계층 의무고용 비율을 명확히 제시하여 취약계층 50% 이상 고

용을 권장하며, 최소한 30% 이상을 채용해야 하며 그렇지 않을 경우 재계약에서 불이익을 받을 수 있다.³⁾ '취약계층'이라 함은 저소득자, 고령자, 장애인, 성매매피해자, 그밖에 고용노동부장관이 취약계층으로 인정한 장기실업자(6개월 이상) 등을 말한다. 고용노동부장관이 인정한 취약계층은 노숙자, 새터민, 여성가장, 결혼이민자, 모부자가정 등이다.

참여자 1인당 지원금은 최저임금 수준이며 근무시간에 비례하여 지급된다. 2010년의 중요한 변화는 일자리 참여근로자 1인당 지원금이 지원 연차별 차등 지급을 하는 것으로 개편되었다는 것이다. 인증 사회적기업이 아닌 경우 1년차 100%, 2년차 90%를 받으며 인증 사회적기업의 경우 1년차 90%, 2년차 80%, 3년차 70%를 받는다.

〈표-1〉 2010년 기준 연차별 최대 지원액

단위: 천 원					
비율	100%	90%	80%	70%	50%
월 지급액	932	839	746	653	466

※주: 2010년 지원금은 1일 8시간, 1주 40시간 근무 기준일 경우를 기준으로 함.

2010년에 특기할 점은 사회보험료 지원사업이 시작되었다는 것이다. 이것은 사회적기업에 한정하여 제공되는 보조금으로서 앞서 설명한 신규 채용 인건비 지원사업에 참여하지 않는 사회적기업에 한정하여 1일 8시간, 주 40시간 참여하는 근로자 최저임금을 기준으로 사업주 부담분 사회보험료를 지원하는 것이다. 지원을 받기 위해서는 근로자 모두를 4대 보험에 가입시키고 최저임금 이상의 임금을 지급해야 한다.

지원을 받는 대상자는 사회적기업 대표, 임원을 제외한 유급근로자(근로기준법상 근로자) 전원이다. 지원의 수준은 최저임금 수준에서의 사업주 부담분 사회보험료 액수이다. 사회보험료는 근로자별 임금 수준, 기관별 규모 및 업종에 따라 부과액이 달라지므로 계산이 매우 복잡한데 현행 지원은 일률적인 정액 방식이다. 4대 보험 전체 적용대상자는 1인당 월 74천 원, 65세 이상으로 고용보험과 국민연금 적용 대상은 1인당 월 30천 원 지급한다.⁴⁾

사회보험료 지원의 기간은 원칙적으로 최대 4년이다. 인증받은 익월부터 지원받을 수 있는데 정부재정지원사업에 참여할 경우 지원이 중단되고 그 기간이 지난 후에 다시 받을 수 있다. 따라서 논리적으로 인건비 지원을 예비사회적기업으로서 2년, 인증 사회적기업으로서 3년 받고 이후 사회보험료 지원을 4년 받아서 9년 동안 지원을 받을 수 있다.

사회적기업 지원에는 다양한 경영 지원이 포함되어 있다. 우선 신규채용 회계, 마케팅 등 전문인력 인건비를 지원한다. 기업당 3명 범위 내에서 최장 3년간 인건비를 지원한다. 150만원

한도로 지원하며 연차별로 자부담 비율을 상향 조정한다.⁵⁾

경영컨설팅 지원사업도 시행되고 있다. 인증 사회적기업은 연간 1천만 원, 3년간 총 2천만원의 경영컨설팅을 받을 수 있다. 인증받지 못했으나 일자리창출사업에 참여하고 있는 비영리조직은 연간 3백만 원, 3년간 총 5백만 원 한도의 컨설팅을 받을 수 있다.

또한 회계프로그램을 보급하고 교육하는 사업을 시행하며 경영, 법률, 회계 등 다양한 분야 전문가들의 전문성을 기부하는 프로보노 활동을 사회적기업과 연계하는 사업을 실시하고 있다. 2010년에는 프로보노를 체계적으로 조직하는 사업을 시작하였다.⁶⁾

인력 양성도 진행되고 있다. 혁신적인 사회적기업가를 보다 장기적 관점에서 전문적으로 양성할 수 있도록 사회적기업가 아카데미 과정을 설치하여 운영하는 것을 지원하고 있다. 또한 창의적인 아이디어를 가진 학생, 일반인을 대상으로 소셜벤처 경진대회를 개최하여 혁신적인 사회적기업 모델을 발굴·육성하고 전국적으로 사회적기업 붐을 조성하고 있다.

조세 감면도 이루어지고 있다. 사회적기업 육성법 상의 조세 감면 규정을 구체화하기 위해 조세특례제한법을 개정하여 사회적기업으로 인증받은 후 4년간 법인세 50%를 감면받는다. 또한 비영리법인인 사회적기업에 기부를 하는 연계기업에게는 그 기부금을 법인 소득의 5%까지 전액 손금산입 처리해주고 있다.⁷⁾ 그리고 사회적기업에 기부하는 연계기업, 법인 또는 개인에 대한 국세 및 지방세 감면에 대해 국회에서 긍정적으로 논의 중이다.

사회적기업육성법 제12조에 우선구매 법적 근거가 있으며 지방자치단체 조례에 우선구매 법적 근거가 마련되고 있지만 사회적기업에 대한 판로 지원은 그다지 활성화되어 있지 않다. 사회적기업에 대한 설문조사를 실시하면 사회적기업가들이 가장 원하는 것은 판로 개척과 우선구매인데 비해서 실제 진척 속도는 매우 느리다. 속도가 느린 이유 중 하나는 국가계약법, 지자체계약법 등에 수의계약 조항이나 가산점 부여 등이 명시되어 있지 않아서 실질적인 우선구매의 법적 근거가 아직 마련되지 않았다는 것이다. 2009년에는 행정안전부가 시행하는 지방자치단체 평가에 사회적기업에 대한 우선구매가 포함됨에 따라 실제로 지방자치단체에서 관심을 기울이기 시작했다.

2. 현행 지원정책의 문제점

지금까지 살펴본 것처럼 사회적기업 지원정책은 매우 다양한 방식으로 이루어지고 있다. 본 절에서는 현행 지원정책의 문제점에 대해 세가지 측면에서 검토하고자 한다.

첫 번째는 현행 지원정책이 직접 인건비 중심으로 구성되어 있다는 것이다. 2010년 사회적기업 지원예산 중 2/3가 일자리창출사업의 인건비 지원에 집중되어 있다.⁸⁾ 그런데 그동안 직

접 인건비 지원 방식이 사회적기업의 정부 의존성을 심화시킬 수 있다는 우려가 지속적으로 제기되어 왔다.

사회적기업 인증을 받은 경우 해당 기관이 일자리창출사업 심사를 통과할 가능성이 높은 것은 사실이다. 그런데 이를 인증 사회적기업에 특혜를 주기 때문으로 해석하는 것은 지나치다. 인증받지 않은 비영리조직에 비해 인증 사회적기업이 상대적으로 경영이 건실하기 때문에 사업 당국 입장에서는 문제가 발생할 소지가 적다는 점에서 인증 사회적기업을 선호한다. 이 때문에 인증 사회적기업이 비인증조직과 경쟁하게 되면 지원을 받게될 가능성이 높다.⁹⁾

현행과 같이 인증과 지원이 직결되어 있는 ‘인증=지원’ 방식은 인증 자체의 인센티브를 극대화한 방식이다.

‘인증=지원’ 방식이 부정적 측면만을 갖는 것은 아니다. 사회적기업 인증 요건을 충족하는 과정에서 비영리조직은 좀더 경영 측면에서 효율적, 합리적 경영을 추구하게 되고 영리기업은 사회적 목적을 비즈니스에 담으려는 노력을 하게 된다. 사회적기업 인증 과정에서 조직의 변화를 유인해내고 있는 점을 고려할 때 인증 참여 및 인증을 위한 노력을 극대화하는 것은 긍정적인 측면이 있다.

〈표-2〉 사회적기업 지원 예산

단위: 천원

구 분	'07 예산	'08 예산	'09 예산	'10예산
총계	121,541	139,772	188,463	148,734
일자리 창출 인건비 지원	117,972	125,989	158,748	107,457
예비사회적기업	114,463	110,599	109,895	87,916
사회적기업	3,509	15,390	48,853	19,541
사회적기업 지원	1,836	12,224	28,036	39,585
네트워크	-	1,000	1,012	1,012
전문인력 인건비	-	4,896	13,104	7,200
시설·운영비 대부	-	2,000	3,000	-
경영컨설팅	1,700	3,150	4,999	5,174
사회적기업가 아카데미	-	800	800	800
기타	136	378	1,154	1,154
사업개발비	-	-	1,501	18,521
사회보험료 지원	-	-	-	4,524
소셜벤처	-	-	2,466	1,200
운영비	1,733	1,559	1,679	1,692

※자료: 고용노동부 내부자료

일부에서 제기되는 비판은 사회적기업 인증이 인건비 지원을 받는 하나의 통로로 이용될 수 있다는 것이다. 사회적기업이 아니면서 정부 인건비 지원을 받던 조직이 기존 지원이 중단되면서 지원을 연장받는 수단으로 사회적기업을 활용할 수 있다는 것이다. 또한 노동부 사업에 참여하지 않던 지역 조직이 새로운 인건비 지원 소스로서 사회적기업 인증을 활용하고자 한다는 것이다.

인증만 받으면 인건비 지원을 받는다는 인식(‘인증=지원’)이 퍼지고 사회적기업 육성이 또다른 형태의 복지단체 지원이라는 잘못된 인식이 확산될 경우, 지원을 목적으로 한 기관이 대거 신청을 하게 되는 결과를 초래할 수 있다. 이러한 조직들은 인증 이후에도 정부 지원에 지속적으로 의존하는 행태를 보일 가능성이 높다. 인증 사회적기업 중에 정부 의존적인 사회적기업의 비중이 높을 경우 사회적기업 육성의 취지가 훼손될 우려가 있다. 또한 직접적인 인건비 지원은 사회적기업의 경영성과에 대한 착시현상을 일으키고 정부 지원에 의존하는 관행이 기업 내에 생길 위험이 있다.

다른 지원과 달리 인건비 지원이 미치는 문제점은 인건비 지원으로 인한 과잉고용의 가능성과 지원 중단시 따르게 되는 과도한 고용조정 가능성이다. 사업을 확장하는 측면에서나 수익성이 불확실한 프로젝트를 추진하는 과정에서 인건비 지원은 위험을 줄여준다는 점에서 기업 운영에 도움을 주는 것이 사실이다. 하지만 직접 인건비 지원은 사업에 필요한 인원에 비해 과잉된 인력의 고용을 유발하는 것 또한 부정하기 어렵다. 그리고 충분한 수익 구조를 마련하지 못한 상태에서 지원이 감소하거나 끊어질 경우 해당 인력을 유지하는 것이 어려워 이들 인력에 대한 고용계약을 해지할 가능성이 크다. 그리고 지원액이 급격하게 줄어들 경우 고용조정의 압력은 더욱 커지는 경향이 있다.

이러한 문제점을 감안하여 정부는 2010년부터 인건비 지원액을 연차적으로 낮추는 방향으로 개선방안을 마련하였다. 또한 인력에 대한 사회보험료 지원제도를 추가적으로 도입함으로써 대량 고용조정의 가능성을 낮추려는 노력을 기울였다. 이와 같은 개선 방향은 올바른 것으로 평가되지만 좀더 과감한 개선이 요구된다.

현행 인건비 지원 수준이 어떻게 연차적으로 바뀌는지 숫자 예를 통해서 설명해보자. 어떤 사회적기업은 30인 규모이고 30명 인원 중에서 15명이 일자리창출사업 인건비 지원을 받는 인원이라고 가정하자. 임금수준은 모두 최저임금 수준으로 가정하자. 비인증 조직으로 2년 지원을 받은 후 인증을 받아 사회적기업으로서 3년을 인증받는 경우를 가정하면 인증 4년차부터는 사회보험료 지원을 활용할 수 있다.

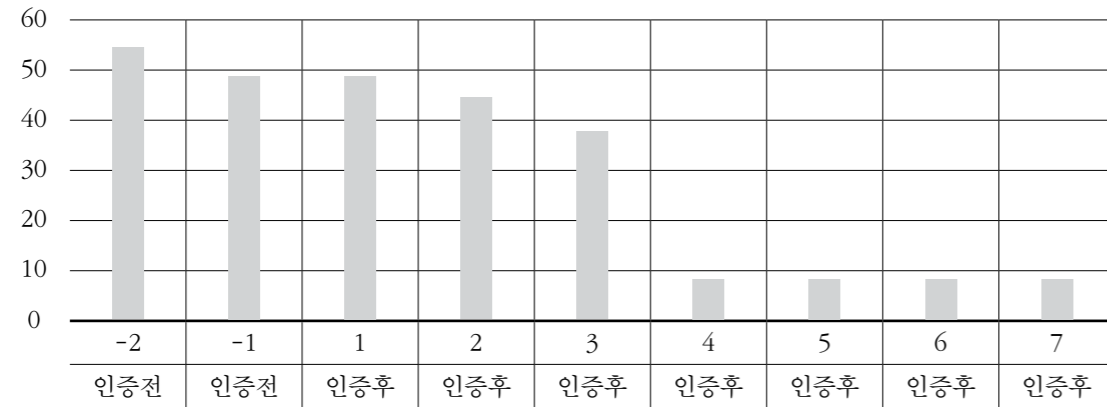
사회적기업으로 인증받는 해에 일자리창출사업에 참여할 경우 90%를 지급받으므로 지

원인원을 포함한 전체 인원의 인건비 중에서 지원받는 금액은 지급임금총액의 54.0%이다. 사회적기업 인증 3년차의 경우 70%로 줄어들게 되므로 지급임금총액의 37.8% 수준이다. 인증 4년차부터 사회보험료 지원을 받게 될 경우 애초 지원인원 15명이 아닌 전체 근로자 30명이 지원을 받게 된다. 사회보험료 지원액은 지급임금총액의 8.05%를 차지한다.

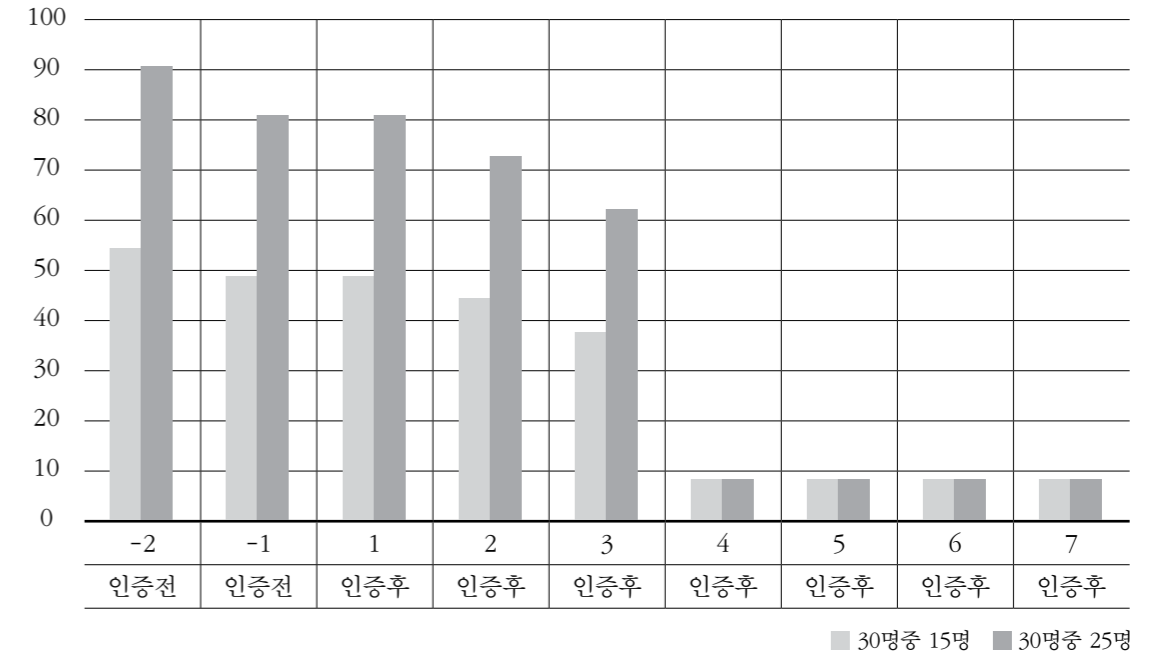
이러한 예에서 보는 것처럼 인증 3년차에 지급임금총액의 37.8%를 받다가 인증 4년차에 8.05%로 감소함에 따라 지원액 감소 충격이 매우 크다. 특히 지원을 받는 인력은 70%에서 8.05%로 급감하여 이들에 대한 고용조정 압력이 매우 크다.

사회적기업 인원 중에서 인건비 지원을 받는 인원의 비중이 크면 클수록 지원 감소의 충격은 증가한다. 앞서 살펴본 예와 달리 30명 중 25명이 인건비 지원을 받고 있을 경우를 생각해 보자. 인증 3년차 시점에서 인건비 지원금은 지급임금총액의 63.0%였다가 4년차에 사회보험료 지원으로 전환될 경우 8.05%로 감소한다. 과잉고용과 과잉조정의 문제를 줄이기 위한 대책이 필요하다.

〈그림-1〉 연차별 인건비 지원 변화 추이



〈그림-2〉 일자리창출사업 비중별 지원 변화 추이의 차이



지원정책의 두 번째 문제점은 간접 지원정책이 충분히 발달하지 못한 것이다. 사회적기업 제품 및 서비스의 판로 지원, 투자를 위한 자금조달 측면의 지원 등이 여전히 부족하다.

사회적기업 제품 및 서비스에 대한 우선구매 조항이 사회적기업 육성법에 명문화 되어 있으나 실효성이 떨어진다. 왜냐하면 우선구매 조항이 실질적으로 효과를 가지려면 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률(이하 국가계약법) 및 지방자치단체를 당사자로 하는 계약에 관한 법률(이하 지자체계약법)에도 우선구매가 명시되어야 하는데 아직 이에 대한 개정이 이루어지지 않았기 때문이다.

자금조달의 경우 비영리 사회적기업에 대한 민간 금융기관의 이해도가 낮아 민간금융기관을 통한 자금 조달에 어려움을 겪고 있다. 이를 보완할 수 있는 공공에 의한 대부자금 지원액이 적고 관리 시스템이 미발달해 있다.

추가적으로 〈표-3〉에서 보는 것처럼 인증 초기에 지원이 집중되어 있는데 비해서 인증 4년 후부터 대부분의 지원이 끊어지게 된다는 점도 큰 문제점이다. 인증 초기에 직접적인 지원이 집중되는 것이 기업 발전을 위해 필요하다라도 새로운 도약이 필요한 시점에서 금융적 지원이나 판로 지원 등 간접적 지원이 이루어져 사회적기업의 지속성장을 지원할 필요가 있다.

〈표-3〉 사회적기업 지원수단별 활용가능기간

연차	-2	-1	1	2	3	4	5	6	7	8	9
신규채용 인건비 지원											
사회보험료 지원											
전문인력 인건비 지원											
경영컨설팅 지원											
법인세 감면											

현행 지원정책의 세 번째 문제점은 취업능력이 떨어지는 취약계층을 일반 노동시장으로 통합시키는 유형의 사회적기업에 대한 전략 및 지원이 미비하다는 것이다.

사회적기업 육성법 상 일자리제공형 사회적기업은 취약계층에게 일자리를 제공하는 기업으로 정의되어 있다. 이때 '일자리를 제공한다'는 것이 사회적기업 내에서 취약계층에게 안정적 일자리가 제공된다는 것으로 일반적으로 이해되고 있다. 장애인과 같이 근로능력이 떨어지는 취업취약계층을 지속적으로 고용하면서 기업이 재무적 경쟁력을 갖추는 것은 매우 어려운 과제이다. 사회적기업이 자립해서 이들에게 안정적 일자리를 제공해야 하며 이런 기업이 많이 늘어나야 한다는 정책적, 사회적 압력이 증가하고 있다. 결과적으로 일자리 제공형 사회적기업이 고용을 유지하고 확대하기 위해서는 정부의 인건비 지원이 영구히 지속되는 것이 불가피한 측면이 있다.

그런데 선진국의 노동통합형 사회적기업에서 일자리 제공은 이중적인 의미를 가진다. 앞서 말한 의미 외에도 일정 기간 사회적기업 내에 근로할 수 있게 하고 이를 발판으로 일반 노동시장에서 안정적 일자리를 가질 수 있도록 한다는 의미도 포함된다. 현행 일자리 제공형 사회적기업에 대한 지원전략은 취약계층에게 직접 일자리를 영구히 주는 사회적기업을 기준으로 설계되어 있다. 취약계층에게 일자리 기회를 주는 사회적기업에 대한 지원 정책도 추가적으로 설계될 필요가 있다.

제3절 향후 발전 방향 및 과제

1. 인건비 지원방식 개편

직접 인건비 지원의 비중 특히 일자리창출사업에 의한 지원 비중을 줄이고 간접 지원을 늘리는 방향으로 지원정책이 개편되어야 한다. 향후 인증 사회적기업이 대폭 늘어날 것으로 전망되는 바, '인증=지원'의 구조를 지속하면 직접 인건비 예산이 지나치게 큰 폭으로 증가하게 되므로 정부 차원에서도 이러한 지원을 계속하는 것이 어렵다.

단기적으로 갑작스런 인건비 지원의 감소는 사회적기업 운영에 타격을 줄 수 있다는 점에서 점진적으로 추진할 필요가 있다. 또한 최근 고용노동부 이외의 부처에서 기존 부처 사업 및 전달체계를 혁신하는 측면에서 사회적기업을 육성하려는 바 이를 지원하는 인건비 지원사업은 확대될 필요가 있다. 타 부처의 경우 기존의 전달체계를 벗어나 새로운 공급자를 도입하는데 있어서 불안감이 있는 것이 사실이다. 사회적기업 역시 새로운 영역에 뛰어드는 위험부담을 안고 있다. 이러한 위험부담을 줄여주는 방법 중 하나가 위험에 대한 보조금을 지급하는 것이므로 이에 대한 지원을 과감하게 늘려갈 필요가 있다.

일자리창출사업과 같이 인건비 전체를 보조하는 것보다는 사회보험료 지원과 같이 임금의 일부를 지원하는 방식을 확대할 필요가 있다. 사회적기업은 유사 영역과 비교할 때 근로기준법을 준수하고 사회보험 가입에 적극적인 점 등 비공식 노동시장의 관행을 혁신한다는 측면에서 이러한 혁신자로서의 역할을 지원하기 위해 사회보험료 지원을 적극적으로 추진할 필요가 있다. 또한 단순한 고용 창출 지원의 관점이 아니라, 사회적기업이 창출하는 사회적 가치에 대한 사회적 지불이라는 관점에서 볼 때도 현행 지원액의 인상을 고려할 필요가 있다.

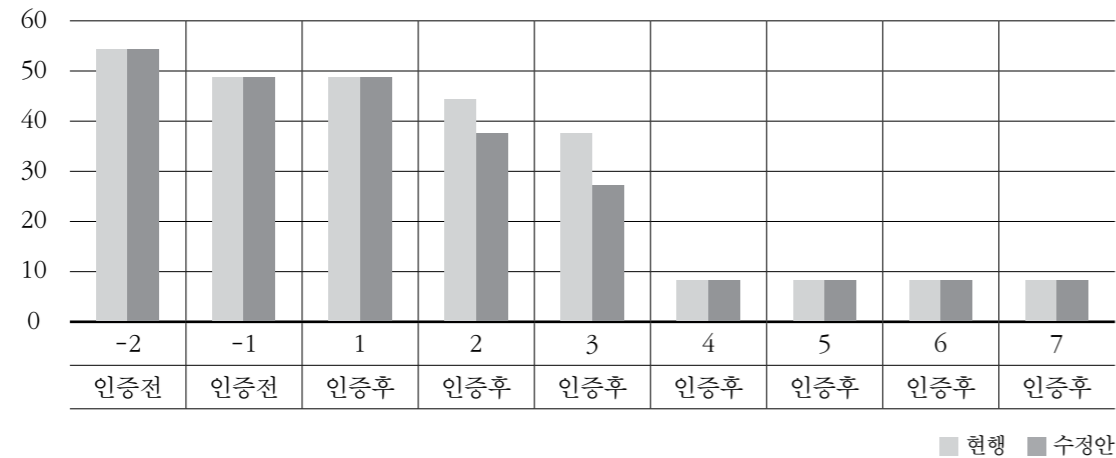
현재의 지원은 최저임금을 기준으로 하고 있어 그 액수가 낮을 뿐만 아니라 임금 수준이 최저 임금 이상인 일자리에 대한 지원은 너무 낮다. 또한 현행 제도는 최저임금 수준의 일자리에 더 많은 인센티브를 주는 것이므로 사회적기업 내 저임금 일자리의 비중을 지나치게 늘리며 나아가 사회적기업 일자리는 최저임금 수준의 일자리라는 고정 관념을 재생산할 우려가 있다.

현행 지원이 사회보험료의 사용자 부담분을 지원하는 것인 바 근로자의 실질급임금에 비례하여 사용자 부담분을 지원하는 것으로 변경할 필요가 있다. 이럴 경우 상대적으로 높은 임금을 받는 전문인력의 경우에도 기업 입장에서 실질적인 노동비용 절감을 체감할 수 있다. 다만 급격한 재정 부담 증가를 고려할 때 내년에는 지원액 상한을 최저임금 150% 수준의 사용자 부담금까지 한정하는 등 점진적인 인상 전략이 필요하다.

과잉 고용의 유인을 줄이고 지원 중단시 급격한 고용조정을 피하기 위해서 연차별 인건

비 지원 비율을 현재보다 더 차등화하는 것이 필요하다. 지원 비율을 좀더 차등화할 경우 지원을 받으려 신청할 경우에 사회적기업 스스로 사업의 수익성을 신중하게 평가하고 신청을 결정할 것이다. 또한 사회적기업의 경영 효율화 압력을 높이고 수익 구조를 확보하기 위한 노력을 강화시킬 것으로 예상된다. 현재 1년차 90%, 2년차 80%, 3년차 70%인 지원율을 1년차 90%, 2년차 70%, 3년차 50%로 좀더 가파르게 떨어지도록 조정할 것을 제안한다. 지원율을 조정할 경우 <그림-3>에서 보는 것처럼 지원액 감소가 스무딩되어 갑작스러운 고용조정 압력이 줄어들 수 있을 것이다. 벨기에의 사회적기업 유형의 하나인 EI(enterprises d'insertion)의 경우 정부는 취약구직자 1명에 대해 4년간 지원을 하는데 둘째 해는 첫 해 지원금의 75%, 셋째 해는 첫 해 지원금의 50%, 넷째 해는 첫 해 지원금의 25%를 지원한다.

<그림-3> 연차별 지원비율의 수정안



2. 사회적기업 금융지원 강화

인건비 지원 종료 후에는 향후 사업 계획에 기초한 금융적 지원을 사회적기업이 활용할 수 있도록 지원수단 간의 연계성이 강화될 필요가 있다. 보조금은 초기 생존을 목적으로 하는 사업 단계에 적합한 지원수단이며, 사회적기업이 일정 수준 이상을 넘어설 경우에는 대출이나 투자와 같은 방식의 지원수단이 적합하다. 사회적기업의 경영 역량이 발전하면 인건비 보조금에서 졸업시키고 금융적 지원을 받을 수 있는 방향으로 유도하고 연계하는 것이 필요하다.

현재 상당한 수익을 올리는 사회적기업들조차도 인건비 지원이 계속되기를 강하게 요구하는 이유는 다른 지원이 미비한 상황에서 인건비 지원마저 끊어진다면 미래의 도약을 위한 자금을 얻기 어렵기 때문이다. 실제로 이들 기업들은 경쟁력 강화를 위한 대규모 투자에 사용하기 위해 인건비 지원금을 적립하고 있다.

따라서 인건비 지원 사업이 갖는 복합적 기능을 분화시켜 일자리창출사업, 사회보험료 지원, 대출 및 신용보증 지원, 사업개발비 지원 등 다양한 지원수단이 발전할 필요가 있다. 그리고 대체 지원수단이 미발달한 상태에서 인건비 지원의 삭감은 부적절하다.

선진국에서는 지원에 있어 사회적기업의 금융적 제약을 완화하는 방향에 집중하고 있다. 영국의 경우 사회적기업을 위한 전국 규모의 기금을 만들었고 미국의 경우 지역 중심의 기금을 마련했다. 이와 별도로 영국의 경우 퓨처빌더스 기금을 조성했는데 이것은 공공서비스 공급을 담당하는 제3섹터 조직에 대해 제공되는 기금이다. 제3섹터 전체에게 부여되어 있고 사회적기업에 대해 특별히 혜택을 부여하지 않지만 사회적기업이 공모에 참여하여 수혜를 받고 있다. 퓨처빌더스 기금은 2억 5000만 파운드의 규모이며 보조금을 일부 포함하고 있는 대부자금으로 운용된다. 선진국의 경우 주로 대부 방식으로 운용되며 일부 무상 보조금을 포함. 지분 투자는 위험도가 높으므로 신중하게 접근할 필요 있다.

따라서 우리나라도 인건비 지원금 비중을 줄이는 대신 대부자금 지원 비중을 늘려나갈 필요가 있다.¹⁰⁾ 주로 생존 단계를 넘어서서 도약을 준비하는 사회적기업에게 대부자금을 공여하며 필요할 경우 보조금을 혼합하여 지원하는 것이 필요하다. 기금 조성의 방식에서 민간 주도와 정부 주도 2가지 방식이 있다. 아직 민간의 활동이 활발하지 않은 점을 감안할 때 정부 주도의 기금을 조성하는 것이 현실적이다. 정부 주도의 기금을 설치할 때 운영에서의 독립성이 매우 중요하므로 전문 관리 조직을 선정하여 성과계약 방식으로 위탁 운영할 필요가 있다.

3. 노동통합형 사회적기업의 육성

선진국에서 발달해 있는 일반 노동시장으로의 통합을 촉진하는 사회적기업 유형은 한국에서 미발달하였다. 취약계층이 사회적기업을 통해 일반 노동시장에서 안정적 일자리를 찾을 수 있다면 그것 역시 사회적기업에 의한 일자리창출로 볼 수 있다. 일자리창출의 성과를 높이려고 할 때 사회적기업 내에서의 일자리 제공에만 한정할 경우 성과를 높이는 데 한계가 있다. 예를 들어 30인을 고용하는 사회적기업이 100명을 고용하는 기업으로 성장하는 것은 매우 어려운 일이지만, 사회적기업을 거쳐간 사람들 중 100명을 안정적으로 재취업시키는 것은 불가능하지 않다. 이런 점에서 사회적기업은 취약계층에게 자기 기업 내의 일자리를 제공하는 것만 아니라 다른 기업의 일자리를 포함한 넓은 의미에서 일자리 기회(work opportunity)를 제공하는 것으로 인식되어야 한다.

선진국에서의 사례는 풍부하게 확인할 수 있다. 영국의 사회적기업 중 하나인 ILM 조직(Intermediate Labor Market Organization)은 2년 이상의 실직기간을 가진 취업취약층이 일

반 노동시장에서 일자리를 얻을 수 있도록 지원하는 조직으로서 영국 정부의 뉴딜 프로그램과 긴밀한 관련을 가지고 있다. 프랑스의 재통합기업(integration enterprise)은 취업취약계층(공공부조 수급자, 장기실업자, 취약청년, 마약중독자 등)에게 일정 기간 일자리를 제공하고 이후 일반 노동시장에서 일자리를 얻는 것을 지원하는 기업이며 일자리당 지원금을 받는다.

노동통합형 사회적기업을 육성하고자 할 경우 취약계층의 정의를 정교하게 재구성할 필요가 있다. 노동통합형 사회적기업에서의 취약계층은 취업능력에서의 취약성으로 정의해야 한다. 취업취약성은 생리적, 물리적인 원인이 있지만 사회적, 심리적 요인에도 기인한다. 소득 기준의 취약성 기준은 노동통합형 사회적기업에 조응하지 않으므로 엄밀하게 재검토할 필요가 있다.

취약계층은 영구적으로 생산성 격차가 존재하는 인구집단과, 훈련 등을 통해 생산성 격차를 줄일 수 있는 취약계층으로 구분된다. 전자의 대표적 사례가 장애인이며 후자의 대표적 사례는 장기실업자이다. 영구적으로 생산성 격차가 존재하는 경우에는 근로자의 생산성 격차를 반영한 장기간의 지속적인 임금보조금을 지급해야 한다. 이에 비해 비교적 단기간에 생산성 격차를 줄일 수 있는 경우에는 일시적인 임금보조금을 지급해야 한다.

장애인과 장기실업자 사이에 다양한 유형의 취업취약계층이 존재한다. 출소자나 마약중독자, 노숙자, 탈북자 등은 앞서 언급한 장애인과 장기실업자의 중간 영역에 속하는데, 짧은 시간 내에 노동능력을 되찾기 어렵고 사회적 편견에 시달리고 있으며 능력이나 동기 측면에서 매우 낮은 수준의 집단이다.

이들 집단은 개인에 대한 임금보조금만으로 문제를 해결할 수 없다. 고용주의 편견에 의한 미채용 문제도 존재하며 근로동기나 숙련의 부족 문제도 심각하기 때문이다. 그렇다고 이들 집단에 대한 기업측 채용장려금도 큰 효과를 보기 어렵다. 보조금만으로 이들을 선뜻 고용하는 사업주는 많지 않은데 그 이유는 직업의식, 일에 대한 태도, 인간관계 형성의 어려움 등등 보조금으로 메꿀 수 없는 생산성 격차가 존재하기 때문이다. 또한 낙인 효과 때문에 근로자 자신이 이러한 보조금 제도를 이용하여 취업하지 않으려는 경향도 확인된다. 이처럼 표준적인 방식의 고용보조금은 이들 집단에 유�효하지 않을 가능성이 높다.

개인보조금도 기업측 채용장려금도 아닌 사회적기업에 대한 보조금으로 문제를 해결할 가능성이 있다. 이들 취업취약계층을 근로자로 받아들여 일정 기간 후에 신체적으로 그리고 정신적으로 건강한 근로자로 만드는데 있어서 사회적기업은 경쟁우위를 가지고 있다. 일반적인 고용보조금을 만드는 대안 대신에 이들을 고용하는 노동통합형 사회적기업에게 이들을 고용하는 기간 동안 고용보조금을 주는 제도가 현실적으로 작동할 가능성이 높다.

현행 사회적기업에 대한 인건비 지원금이 이러한 보조금 제도와 유사한 효과를 발휘하고 있다. 그런데 현행 인건비 지원금은 일반 노동시장에의 재통합에 대한 분명한 목표 설정이 주어지지 않기 때문에 사회적기업 내에서도 이에 대한 체계적인 접근을 취하고 있지 않으며 재정 당국 역시 이러한 성과를 중요한 평가 요소로 이용하고 있지 않다.

취업취약계층을 일반 노동시장에 재통합시키는 일자리 기회 제공형 사회적기업을 육성하는 정책을 추진할 필요가 있다. 일자리 기회 제공형 사회적기업은 취업취약계층을 일정 기간 채용하되 이들을 일반 노동시장에 통합시키는 것을 목표로 한다. 취업취약계층의 재통합은 공공이 책임지는 영역이므로 이를 대신 수행하는 사회적기업에 대해 보상하는 제도 신설이 필요하다.

일정 기간 동안 사회적기업에서 일하는 동안의 이들의 인건비의 전부 또는 일부를 지급하고 동시에 이들이 노동시장 통합에 성공할 수 있도록 재통합 서비스를 제공한 데 대해 추가적인 가격을 지불하는 것을 제안한다. 재통합 서비스 가격은 성과연동형으로 설계하여 취업취약계층이 일반 기업에서 일자리를 얻어 6개월 이상 취업을 유지할 경우 성공보수를 지급하는 방식을 갖추는 것이 적절할 것이다. 이러한 사업에 참여하고자 하는 조직은 사회적기업 인증을 받아야 하며 이 사업에 해당하는 근로자는 '취업취약성 테스트'를 통과하도록 할 필요가 있다.

일자리 기회 제공형 사회적기업은 취약계층에 대한 공공 고용지원서비스 정책과 조화를 이루고 시너지 효과를 가질 수 있도록 설계되어야 한다. 독자적인 사회적기업 정책이 아니라 고용지원서비스 체계 내의 하위 정책으로 설계될 때 더욱 강력한 효과를 발휘할 수 있을 것이다. 영국이나 벨기에, 프랑스 모두 이와 같은 고용정책적 접근을 취하고 있다.

이러한 각도에서 몇가지 아이디어를 제시해 본다면 첫째, 장기실업자 재취업 전문 사회적기업을 구상해 볼 수 있다. 장기실업자 채용 사회적기업은 계속해서 장기실업자를 일반 노동시장으로 통합시키고 빈 공석을 새로운 장기실업자를 채용하는 구조를 가질 것이다. 사회적기업에 채용된 장기실업자는 최대 2년 동안만 취약계층으로 인정하고 그 이후에는 취약계층으로 인정하지 않도록 한다. 이럴 경우 일반 노동시장 통합을 지속해야 사회적기업으로서의 인증을 유지할 수 있게 될 것이다. 장기실업자를 일반 노동시장에 통합시킬 경우 앞서 언급한 것과 같은 성공보수를 받을 수 있다면 사회적기업의 활동은 보다 적극적인 노동통합 활동에 나서게 될 것이다.

직업훈련기관 중에서도 사회적기업으로 발전할 수 있는 유형이 기대된다. 현재 직업훈련기관이 직업훈련 수료생의 취업을 도울 경우 지급하는 성공보수가 있다. 현행 제도에 취약성 테스트를 통과한 취약계층일 경우 추가적인 성공보수를 지급하도록 제도를 수정하는 것을 검

토해볼 필요가 있다. 이러한 제도를 통해서 취약계층의 훈련 및 알선에 적극 참여하는 훈련기관을 발굴할 수 있고 나아가 이 분야의 사회적기업 육성이 가능하다.

이상의 설명은 주로 일자리 기회를 제공하는 사회적기업 육성에 초점을 맞추고 있다. 취업취약계층을 채용하여 안정적 일자리를 제공하는 기존의 사회적기업 유형도 지속적으로 발전해야 함을 강조하고자 한다. 대표적으로 장애인 고용 사회적기업이 이 유형에 속한다. 다양한 사회적 자원이 결합되어 자립 가능성을 높여갈 필요가 있다. 복합적 문제를 안고 있는 이들의 안정적 일자리를 만드는 사회적기업 역시 중요하다. 이들 사회적기업은 상대적으로 긴 기간 동안 지원을 하되 일정 기간 이후에는 직접적인 인건비 지원을 중단함으로써 원래 목표한 바를 달성할 것을 규율할 필요가 있다. 벨기에의 사회적기업 유형의 하나인 EI(enterprises d'insertion)는 이러한 유형의 사회적기업이다. 엄격히 정의된 취약구직자(especially hard-to-place jobseeker)가 설립 첫 해에 최소한 20%여야 하며 매년 10%p씩 증가하여 4년 후부터는 50% 이상이어야 한다. 이들 기업의 취약구직자에 대한 인건비 지원은 계속 감소하여 5년 이후에는 제공되지 않는다. 이때 엄격히 정의된 취약구직자란 2년 이상 구직등록했으나 안정적 일자리를 구하지 못했으며 고졸 미만의 학력을 가진 이다.

제4절 결론

한국의 사회적기업에 대한 지원정책은 처음에 일자리창출사업에 의한 인건비 지원이 대부분이었으나 점차 경영지원, 사회보험료 지원 등으로 다양화되고 있다. 이 글에서는 현행 지원정책의 개선 방향이 큰 틀에서 올바르게 세부 발전 전략에서 개선할 점이 많고 이에 대한 구체적인 대안을 제안하였다.

본문에서 제시한 대안은 주로 지원정책과 관련된 것인데 사회적기업의 발전을 위해서 세부적인 지원 정책 외에도 큰 틀에서의 제도 개선이 함께 추진될 필요가 있다. 결론에서는 이에 대해 간략히 언급하고자 한다.

현행 한국의 사회적기업 인증제도는 세계적으로 비슷한 사례를 찾기 어려운 독특한 제도인데 이 제도를 보다 보편적인 제도로 발전시킬 필요가 있다. 궁극적으로 사회적기업 그 자체(the social enterprise)를 인증하는 현행 방식에서 우수 사회적기업(excellent social enterprise)을 인증하는 방식으로 전환할 필요가 있으며 사회적기업의 명칭 사용에 대해서도 육성법 상의 과태료 규정을 폐지할 필요가 있다.

또한 사회적기업을 위한 새로운 법인격의 신설을 검토할 필요가 있다. 사회적기업 육성

법 제정 당시 법인격 신설에 대한 논의가 있었으나 그 필요성에 대한 공감대가 충분치 않아 육성법에 반영되지는 못했다. 사회적기업이 점차 늘어남에 따라 영리기업의 이윤분배제약을 보장하고 비영리조직의 수익활동의 제약을 완화하기 위해서는 중간적인 법인격이 필요하다는 주장이 힘을 얻어가고 있다.

마지막으로 비영리조직의 수익활동을 허용하는 안정적인 법제도를 마련할 필요가 있다. 비영리조직에서 수익활동을 강화하는 것을 주무관청이 부적합하다고 판단할 경우 비영리조직의 지위를 상실할 위험이 있다. 비영리조직이 자유롭게 수익활동을 하고 정당한 세금을 납부하며, 필요에 따라 영리 사회사를 설립하고 운영할 수 있는 제도적 환경이 마련될 필요가 있다. 현행 주무관청에 의한 비영리조직 설립허가제도에 대한 근본적 재검토가 필요하다. 일본의 경우 주무관청 설립허가제도 폐지 후 비영리조직 설립 및 활동이 급증한 바 있음을 기억해야 한다.

- 1) 예비사회적기업은 법적으로 정의된 용어는 아니다. 고용노동부에서는 아직 사회적기업 인증을 받지 않았지만 일자리 창출사업에 응모하여 선정된 제3섹터 조직을 예비사회적기업으로 부르고 있다. 지방자치단체에서도 예비사회적기업이라는 용어를 사용하고 있다. 이때 예비사회적기업은 지방자치단체에서 자체적인 기준에 따라 사회적기업으로 발전할 것으로 기대하며 지원하는 제3섹터 조직을 말한다.
- 2) 신규채용자 인건비 지원사업은 2003년부터 시작되었으며 고용노동부 사회적일자리 창출사업으로 불리었으나 2010년부터 「(예비)사회적기업 일자리 창출사업」으로 바뀌었다. 이 사업은 보건복지부의 자활사업과 함께 한국의 대표적인 직접 일자리창출사업이다. 이 사업에 대한 좀더 자세한 설명으로는 김혜원(2009), 「한국 사회적기업 정책의 형성과 전망」, 『동향과 전망』 75, 한국사회연구소를 참조하라.
- 3) 장애인 3% 의무고용.
- 4) 근로시간이 1일 8시간 미만, 주 40시간 미만인 경우에도 단가 범위내에서 실무당 사회보험료 지원.
- 5) 1차년도 10%, 2차년도 30%, 3차년도 50%.
- 6) 프로보노(pro bono)란 법률, 경영, 회계 등 다양한 분야 전문가들이 자신의 재능과 전문성을 기부하는 것을 말한다.
- 7) 법인세법 시행규칙 제18조.
- 8) 예비사회적기업에 대한 예산을 제외하면 인건비 지원액의 비중은 달리 해석될 수 있다. 비록 2008년에는 1/2 수준이었는데 2010년에는 1/3 수준으로 줄어들었다. 2009년의 경우 2/3 수준으로 매우 높는데 이것은 금융위기로 인해 경기대책 차원에서 일시적으로 일자리창출 예산을 증가시켰기 때문이다.
- 9) 하지만 인증 사회적기업 수가 늘어날 경우 인증 사회적기업 사이의 경쟁이 높아져서 인증 사회적기업이 지원받을 가능성도 현재 수준을 유지하기는 어려울 것이다.
- 10) 2009년까지 대부자금 사업을 고용노동부에서 운용하였으나 2010년부터는 미소금융에서 운용하고 있다.
- 11) 사회적기업육성법에서 사회서비스 제공형에 대한 재정지원만을 규정하고 있는 것도 재검토해볼 문제이다.
- 12) 이에 대해서는 김혜원(2010), 사회적기업 인증제도의 현황과 쟁점, 제3회 한일 사회적기업 포럼 자료집을 참조하라.

주 제 발 표 2

성공을 위한 파트너십

‘소셜 벤처 파트너’의 경험

Partnering for Success

the Social Venture Partners experience

PRESENTER

Ruth Jones

SVP International 대표
Ruth@svpi.org



Partnering for Success

the Social Venture Partners experience

Ruth Jones

SVP International 대표
Ruth@svpi.org

In preparing for the presentation of this article, I was aided greatly by the paper written by Ms. Eun Ae Lee, a Board member of seed:s corporation and former Secretary general at the Work Together Foundation. Ms. Lee's paper, The Roles and Tasks of Government for Nurturing Social Entrepreneurs, outlines the current state of social enterprise in Korea and the policies which guide and support its development.

This article proposes that government policies which support the growth of Korean social enterprises are but one of the key elements required if we are to ensure the success of these enterprises. Another crucial element is the establishment of productive working partnerships between the leaders and managers of these social enterprises and a committed corps of volunteers who bring their professional expertise and experience to the management and operations of the social enterprise.

It is this second crucial element - the participation of a core group of highly skilled volunteers, committed to ensuring the success of the social enterprise - that I plan to outline in this presentation.

This article will begin with the brief overview of the Social Venture Partners(SVP) model: review the impact of the model on both the volunteers (or partners, as we refer to them) and the nonprofit organizations which they support; take a look at where SVP model "fits" within the broader nonprofit sector and philanthropic context: and conclude with some of the more exciting trends coming out of the network.

Description of model and mission

Our shorthand description - A network of engaged philanthropists
SVP is a network of more than 2,000 individuals in the USA, Canada and Japan who care passionately about making the world a better place. Fundamental to SVP model is engagement: as well as money, partners give their time, professional skills and creativity to work in partnership with local nonprofits. Their mutual goal is to meet community needs and bring about positive social change. The term "partners" indicates the type of relationship we hope to nurture with nonprofit organizations which are carrying out important social initiatives.

It can be deemed notable that the term "nonprofit" organization is used rather than "social enterprises". A number of the 360 nonprofit organizations which SVP have worked with are social enterprises, but these would be in the minority. The model works equally well with nonprofit organizations which are not suited for social enterprise, but which are carrying out important work in education, arts and culture, environment and youth development.

Pooled resources and knowledge

Partners pool their financial contribution and provide multi-year operating grants to a limited number of nonprofit organizations in their community. In the US and Canada, this annual contribution is about \$5,000: in Japan is it about \$1,000. The sum is determined by participants in each country. Simultaneously, partners contribute skills and services to these organizations.

SVPI's goal is to increase the capacity of each nonprofit to fulfill its mission: partners use professional evaluation and results measurement to assess progress towards this.

The work is intensive and long-term: thus the limited number of partnerships managed by each group. Emphasis is on long-term, quality support, rather than short-term project work.

Partnering for Success

The term “capacity” is used here to describe the investment of capital that builds the long-term competence and ability of social enterprises and nonprofit organizations. Capacity building investments include cash grants, skilled volunteers, professional consultants, leadership development and management training opportunities.

It is the injection of human capital in the form of skilled volunteers that I propose to discuss to day.

Nonprofit organizations which work with SVP receive an average annual grant of up to \$30,000. This money is unrestricted – that is, it does not come with instructions about how it is to be spent. In addition to the grant, SVP partners provide volunteer support in areas such as: financial management; fund development; information technology, marketing and public relations; mission, vision, strategy and planning; program evaluation; human resource management; board leadership; leadership development; and legal affairs. If a group of partners do not have the relevant skills they may hire a professional consultant to provide this service to the social enterprise or nonprofit.

SVPI's work with each nonprofit organization or social enterprise is customized to its needs, while being grounded in best nonprofit management practices.

Our aim is to develop the core skills, management practices, strategies, and systems which will enhance the nonprofit or social enterprise's effectiveness and sustainability and enable it to carry out its mission to the highest possible standard.

Thus, SVP model brings together worlds that typically do not overlap: grant making, volunteerism, nonprofit capacity building, and philanthropic education.

A great “partnership”

Who are these partners who contribute their financial resources, time and professional expertise to great social enterprises and nonprofit organizations?

Every SVP is a network of people who believe that they can have a positive impact on their communities and who use innovative strategies to address complex community issues.

SVP Demographics

Partners are highly engaged in their community. They are also highly educated, with 60% holding post-graduate qualifications. 18% of partners work in Finance/Accounting/Banking; 10% in Management Consulting and 9% in Information Technology. The majority of partners are in the workforce, in senior positions within private sector companies or at the helm of companies they established themselves.

Structure

Each SVP organization operates as an independent charity or company. They are linked through membership of Social Venture Partners International(SVPI), the network association. The size of each SVP can vary greatly, from more than 400 partners in Seattle, the place where the movement started, to the 10 founding partners in our newest member, SVP Waterloo, in southern Ontario, Canada.

Whatever the field in which they work, partners share one conviction: they want to contribute more than money and believe they have professional skills and experience that can help their community.

What makes the model unique?

- Length of relationship – up to five years
- Attention to building organizational capacity
- A focus on outcomes and assessment:
- Deeper, more engaged relationships while respecting the expertise of the non-profit
- Exit strategy

SVP funding and volunteering is not intended to be indefinite, but we do expect that at the end of the relationship, the social enterprise or nonprofit in which we have invested will be a stronger, more self-sufficient organization, better able to attract additional, external funds from government, foundations and individuals. In the case of a social enterprise, our expectation is that it will be able to maximize its profits and market.

Dual Mission

- Educating individuals to be well-informed, effective and engaged philanthropists
- Collaboratively investing time, expertise and money in innovative nonprofits to strengthen their organizations

The dual mission is crucial

Equal weight is each part of the mission.

It is as important that individual partners' understand community issues, and become more effective philanthropists, as it is to support good nonprofit organizations and build their capacity.

And our shared principles bind us together, too.

- Engaged Venture Philanthropy
- Entrepreneurial Spirit
- Philanthropic Education
- Community & Collaborative Action
- Mutual Respect
- Accountability & Results
- All up, more than 2000 partners in 26 communities in the USA, Canada and Japan
- \$30 plus million in grants to more than 360 nonprofit organizations
- Countless hours of strategic volunteering contributed to nonprofits
- An average of two or three new Social Venture Partnerships joining the network each year.

Brief History

Paul Brainerd, creator of PageMaker – established the Brainerd Foundation, and then found many of his peers were eager to, quote, “Give back what they had learned and earned”. A year’s research led to the development of SVP model and it launched in 1997.

Results

Now it’s time to talk about whether SVP approach is working.

SVP prides itself on being a learning organization. Therefore, we regularly assess the quality and impact of our work.

Our priority is answering the following questions:

- Are nonprofits satisfied by their relationship with SVP?
- Are our partners providing value?
- Is our work in capacity building resulting in increased program effectiveness on the part of the nonprofit or social enterprise?

Right now, 19 SVPs are surveying the more than 100 nonprofits and social enterprises they support. The preliminary reports are excellent and the full 2010 survey results will be published this September. Our most recent survey before this, completed in September 2008 found that:

- 100% of SVP investees characterized their relationship with SVP as “excellent” or “good.”
- Investees rated SVP at least 4.5 out of 5 in Approach ability, Responsiveness, and Knowledge.
- Investees rated SVP partners time and talent as 4.8 out of 5.
- Cash grants rated 4.7 out of 5.

Nonprofit management and staff believe that the expert volunteer support they receive from partners is more important than the cash grant.

A typical quote from one of SVP's nonprofit partners:

“With the help of SVP's brilliant volunteer consultants, Kindering Center has matured its capabilities in the areas of marketing, finance, human resources, technology, strategic planning, development, program evaluation, and board development. Bottom line—during its partnership with SVP, Kindering Center doubled its capacity to help infants and children with special needs.”

– Mimi Segal, Executive Director, Kindering Center, Seattle

The impact on partners

I'd like to review now the effect of this on our partners.

We've established that the SVP model does build the capacity and increase the effectiveness of social enterprises and nonprofit organizations.

But what is it doing for our partners themselves? The answer is one of the most exciting and rewarding aspects of our work.

We now have quantifiable survey results to demonstrate, unequivocally, that as a result of involvement with SVP, partners are:

- Increasing their giving: up to 25% median increase annually
- Giving more strategically: partners are writing fewer, larger checks; they are funding nonprofit infrastructure; they are using formal processes and research; they are working to create long-term and collaborative funding strategies to support great nonprofits.
- Expanding significantly their volunteer commitment to community causes and programs – they are giving more hours to more community organizations.
- Increasing their level of civic engagement: partners are becoming members or leaders of local community groups; participating in legislative advocacy; contacting media; attending public meetings; leveraging resources or volunteers

Interestingly, meeting other partners was the most cited factor affecting changes in community involvement. Being part of a peer group which shared their values and commitment to community issues was an important stimulus to partners' giving and volunteering more.

We knew we had strong anecdotal evidence that involvement with SVP was changing people's behaviour, but we now have solid, reliable survey data, which allows us to say that joining **SVP builds donor and civic engagement**.

Independently verified...

These results have been independently verified, in a study conducted by Dr Michael Moody and published by the Center on Philanthropy and Public Policy at the University of Southern California.

Dr Moody's independent research mirrored the results received in SVP's own partners surveys – that as a result of involvement with SVP partners are giving more, giving more strategically, volunteering more, and are more civically engaged.

A copy of Dr Moody's study, *Developing Life long Venture Philanthropists: a Study of the Socialization of SVP* is available for download from SVPI's website.

SVP's Place within the Broader Philanthropic Scene

SVP has a special place within the broader nonprofit and philanthropic scene. It is one of the most extensive and substantial donor networks in philanthropy, and the only one, I believe, with an emphasis on and structured program for donor education.

- The model is systematic, replicable and tied to local communities, which gives the network the capacity to grow and diversify.
- SVP has more than a decade's experience in figuring out the psychology of donors and the best way to build the strength and effectiveness of nonprofit organizations

- We now have more than 2000 entrepreneurial and collaborative partners who have started down the path of civic engagement, eager to invest their skills and experience in their communities.
- The network's focus on operating grants – that grantmakers can strengthen the effectiveness of grantees by providing unrestricted funds to cover operating costs – has positioned it as an opinion leader in North American philanthropy.

So what lies ahead?

No single activity of SVP – grantmaking, volunteering, educating – is individually unique. What is unique is the way SVP puts all the parts together and the degree to which it connects the people in SVP to each other and to the work and issues in the community. The whole is greater than the sum of parts.

Our vision is that SVP will become the highest impact way for an individual to effect positive social change in his or her community.

That vision implies that SVP will evolve from funding direct service to also investing in advocacy and system change; from intervening to address current symptoms to also dealing with root causes; from doing vital day-to-day work to also having a “voice” and broader point of view; from individual work to also collective, integrated collaborations.

We plan to support this with new programs specifically for partners who are ready to explore a deeper commitment to philanthropy and to systemic change. I think this is the first step towards network-wide collaborative grantmaking.

SVP has considerable expertise in providing and evaluating operating grants: one of our goals is to influence the grantmaking sector to adopt these as a standard.

It's time, too, for SVP's to increase its voice in sector issues, and at the system/policy level – there are partners ready to step up to this now.

A bright future

Five reasons of the optimism about the future of SVP model:

1. It is growing: the data supports our measurable success and this is becoming better known in North America and around the world.
2. These measurable successes are being shared by all our 26 SVP groups.
3. We are seeing a new generation of civic leaders in SVP: men and women who are not only thoughtful and experienced, but connected with each other and linked by shared good ideas.
4. I think SVP is contributing to shrinking what sometimes seems to be the gulf between the for-profit and nonprofit worlds.
5. I think SVP model of engaged giving and the people who embody it have the capacity to influence contemporary philanthropy in a way quite out of proportion to SVP's size.

In closing, may I once more commend the organizers of this conference for their desire to see that social enterprises in Korea benefit from the most productive and effective policies and practices.

I hope that SVP experience in bringing together generous, community-minded individuals who are prepared to offer their professional skills and experience to social enterprises will be of value as you consider the options available to you.

Thank you.

성공을 위한 파트너십

‘소셜 벤처 파트너’의 경험

Ruth Jones

SVP International 대표
Ruth@svpi.org

이번 발표를 준비하면서, 현재 ‘씨즈(seed:s)’의 이사회위원이며 ‘함께일하는재단’의 사무국장을 역임한 이은애 씨가 쓰신 논문의 도움을 많이 받았습니다. 이은애 씨의 논문, ‘사회적기업가 양성을 위한 정부의 임무와 역할’은 한국의 사회적기업의 현황과, 사회적기업의 발전을 유도하고 지원하는 정책들을 다루고 있습니다.

이번 발표에서 제가 제안하고자 하는 것은 한국의 사회적 기업들의 성장을 지원하는 정부정책들은 중요하지만, 정부정책은 사회적기업의 성공에 필요한 핵심요소들 중의 하나일 뿐이라는 것입니다. 또 하나의 핵심요소는 사회적 기업을 이끄는 이들과 관리자, 그리고 사회적 기업의 경영과 운영에 자신들의 전문적 지식과 경험을 불어넣는 헌신적인 자선활동가들 간에 생산적인 협력관계, 즉 생산적인 파트너십을 구축하는 것입니다.

이번 발표에서 제가 다루고자 하는 내용이 바로 이러한 제2의 핵심요소입니다. 즉, 전문 지식을 보유한 자선활동가들이 핵심그룹을 이루어 사회적 기업에 참여해서 사회적 기업의 성공을 강화하기 위해 헌신적으로 협력하는 것입니다.

저는 먼저 소셜 벤처 파트너(Social Venture Partners) 모델을 간략하게 소개하고, 우리가 파트너라 부르는 자선활동가와 자선활동가들이 지원하는 비영리조직 양측에 미치는 SVP모델의 영향력을 검토한 후, 보다 광범위한 비영리부문과 자선의 맥락에서 SVP 모델이 ‘적합하게 들어맞는’ 부분들을 살펴볼 것이며, 마지막으로 SVP 네트워크에서 나타나고 있는 더욱 흥미진진한 경향들을 일부 살펴볼 것입니다.

모델과 임무에 대한 설명

간략한 설명 - 참여적인 자선가들의 네트워크

소셜 벤처 파트너는 미국, 캐나다, 일본에서 2천 명 이상의 개인들이 모인 네트워크로, 네트워크를 이루는 사람들은 이 세상을 보다 살기 좋은 곳으로 만드는 데 전념하는 이들입니다. 소셜 벤처 파트너 모델의 기본은 ‘참여(앙가주망)’입니다. 파트너들은 지역의 비영리조직들과 파트너십을 이루어 협력하기 위해 자신들의 돈과 시간, 전문적 능력, 창의성을 제공합니다. 파트너들의 공동목적은 커뮤니티의 필요에 부응하고 긍정적인 사회적 변화를 가져오는 것입니다. ‘파트너’라는 용어는 사회적으로 중요한 변화를 만들어 나가고 있는 비영리조직들과 함께 우리가 키워가고 싶은 관계의 유형을 가리킵니다.

여러분은 제가 ‘사회적기업’보다는 ‘비영리조직’이라는 용어를 사용하고 있다는 것을 주목하셨을 겁니다. 그동안 소셜 벤처 파트너가 협력해온 360개 비영리 조직 중 사회적기업도 포함되어있지만 소수입니다. SVP 모델은 사회적기업에는 적합하지 않지만 교육, 예술, 문화, 환경, 청년층 개발 분야에서 중요한 일을 수행하고 있는 비영리조직들에게도 역시 효과가 뛰어납니다.

공동의 자원과 지식

파트너들은 자금을 함께 모집해서 자신들의 커뮤니티 내의 일정 수의 비영리조직에 몇 년 간 운영 보조금을 제공합니다. 파트너들은 연간 기부금으로 미국과 캐나다에서는 약 5천 달러, 일본에서는 약 1천 달러를 냅니다. 기부금 액수는 각 나라의 참여자들이 결정합니다. 파트너들은 운영 보조금과 함께, 보조금을 받는 비영리조직에게 전문적 능력과 서비스도 제공합니다.

소셜 벤처 파트너스 인터내셔널의 목표는 비영리조직이 사명을 충분히 달성할 수 있도록 역량을 키워주는 것입니다. 파트너들은 업무평가와 결과측정을 통해 우리가 목표를 향해 제대로 가고 있는지 평가합니다.

이러한 일은 집중적이며 장기적입니다. 그래서 각각의 파트너 그룹이 제한된 수의 파트너십을 관리합니다. 우리의 강조점은 단기적인 프로젝트 작업보다는 장기적이며 질적인 지원입니다.

성공을 위한 협력관계

여기서 '역량'이란 사회적 기업과 비영리조직의 장기적인 능력과 기량을 키우는 자본투자를 가리킵니다. 역량을 키우는 투자에는 운영 보조금, 유능한 자선활동가, 전문 컨설턴트, 리더십 개발, 매니지먼트 트레이닝 기회 등이 포함됩니다. 오늘 제가 토론의 안건으로 제안하는 것이 바로 유능한 자선활동가 부문에 대한 인적자원의 투입입니다.

소셜 벤처 파트너스와 함께 일하는 비영리조직은 평균 연간 최대 3만 달러의 운영 보조금을 받습니다. 이 보조금의 사용처에는 제한이 없습니다. 즉, 보조금이 어떻게 쓰여져야 한다는 조건없이 지급됩니다. SVP 파트너들은 보조금과 함께 재정관리, 자금개발, 정보기술, 마케팅과 홍보, 미션, 비전, 전략과 기획, 프로그램 평가, 인적자원 관리, 이사회 리더십, 리더십 개발, 법무 분야들에 자선활동가들의 지원을 제공합니다. 파트너 그룹이 적절한 능력을 갖추지 못할 경우엔, 전문 컨설턴트를 고용해서 사회적기업이나 비영리조직에 이러한 서비스를 제공하기도 합니다.

비영리조직이나 사회적기업과 소셜 벤처 파트너스 인터내셔널의 협력은 최고의 비영리조직 경영실무에 기반하면서도 해당 비영리조직이나 사회적기업의 필요에 맞게 이루어집니다.

우리의 목표는 비영리조직이나 사회적기업의 효율성과 지속가능성을 강화하며 비영리조직이나 사회적기업이 그 미션을 가능한 최고의 수준에서 완수할 핵심능력과 경영실무, 전략, 시스템을 개발하는 것입니다. 그러므로 SVP 모델은 일반적으로는 중복되는 부분이 없는 분야, 즉 보조금 조성, 자선활동, 비영리조직의 역량 구축, 자선 교육을 하나로 모아줍니다.

뛰어난 '파트너십'

자신의 돈과 시간, 전문적인 지식과 능력으로 우수한 사회적기업과 비영리조직에 공헌하는 이러한 파트너들은 누구일까요?

모든 SVP는 커뮤니티에 긍정적인 영향력을 미칠 수 있다고 믿으며 커뮤니티의 복잡한 이슈를 공론화하기 위해 혁신적인 전략들을 사용하는 사람들이 모인 네트워크입니다.

SVP 구성원 분포도

파트너들은 자신이 속한 커뮤니티에 활발하게 참여합니다. 파트너들은 교육 수준도 높으며, 60%는 석사 학위 소지자들입니다. 18%는 금융/회계/은행업계, 10%는 경영 컨설팅업계, 9%는 정보기술업계에 종사합니다. 파트너들은 대다수가 직업을 가지고 있으며, 민간기업에서 높은 지위에 있거나 자신의 회사를 경영하고 있습니다.

구조

소셜 벤처 파트너 조직들은 각각 독립적인 비영리단체나 회사로 운영됩니다. 이들은 네트워크 협회인 소셜 벤처 파트너스 인터내셔널(SVPI)의 회원으로 연결됩니다. SVP 조직의 규모는 무척 다양합니다. 소셜 벤처 파트너 운동이 시작된 시애틀은 파트너가 4백 명이 넘으며, 가장 최근에 가입한 캐나다 온타리오 주 남부의 'SVP 워털루'는 창립 파트너가 10명입니다.

각자 어떤 분야에 종사하고 있건 간에, 파트너들은 하나의 신념을 공유하고 있습니다. 즉, 파트너들은 돈 이외의 것들을 공헌하고 싶어하며, 자신이 속한 커뮤니티를 도울 수 있는 직업적 능력과 경험이 자신에게 있다는 것을 믿고 있습니다.

SVP가 특별한 이유

- 장기적인 관계 구축 - 최장 5년
- 조직의 역량 구축에 주력
- 성과와 평가에 집중
- 비영리조직의 전문성을 중시하면서 보다 긴밀한 관계를 구축
- 출구전략

SVP의 자금제공과 자선활동은 일정한 제약을 가하진 않지만, 우리가 기대하는 것은 협력관계가 끝날 때엔 우리가 투자해온 사회적기업이나 비영리기업이 보다 탄탄하고 자립도가 커진 조직으로 성장해서 정부, 재단, 개인들로부터 추가자금과 외부자금을 보다 원활하게 유치할 수 있게 되는 것입니다.

한 미션의 양면

- 지식과 정보에 정통하고, 유능하며, 참여적인 자선가가 되도록 개인을 교육
- 자신의 조직을 강화하기 위해 혁신적인 비영리조직에 시간, 전문성, 돈을 공동으로 투자

한 미션의 양면은 중요하다

이러한 한 미션의 양면은 동등하게 중요합니다. 파트너 개개인이 커뮤니티의 이슈들을 이해해서 보다 유능한 자선가가 되는 것도 중요하지만, 파트너 그룹이 우수한 비영리조직을 지원해서 그 조직의 역량을 키우는 것 역시 중요합니다.

여기서 우리가 공유하는 원칙들이 우리를 하나로 묶어줍니다.

- 참여적인 벤처 자선
- 기업가 정신
- 자선 교육
- 커뮤니티 & 협동
- 상호존중
- 책임성 & 결과
- 미국, 캐나다, 일본 내 26개 커뮤니티에 2천 명이 넘는 파트너들
- 360개 이상의 비영리조직에 3천만 달러 이상의 보조금
- 비영리조직에 장기적인 전략적 자선활동 공헌
- 매해 평균 2~3개의 새로운 소셜 벤처 파트너십이 네트워크에 합류

간략한 역사

인쇄물 편집용 프로그램인 페이지메이커(PageMaker)를 개발한 폴 브레이너드는 브레이너드 재단(Brainerd Foundation)을 설립했는데, 젊은 벤처 기업가들 상당수가 “성공한 벤처 기업가들은 그들이 배운 것과 벌어들인 돈을 사회에 환원해야 한다”고 생각한다는 것을 알았습니다. 그는 1년간의 리서치 끝에, 소셜 벤처 파트너스 모델을 개발하고, 1997년에 SVP 모델을 선보였습니다.

결과

이제, SVP 방식이 효율적으로 작동하고 있는지에 대해 얘기할 시간입니다.

SVP는 배워가는 조직이라는 점에 자부심을 가지고 있습니다. 그러므로, 우리는 우리가 하는 일의 영향력과 질을 정기적으로 평가합니다.

우리가 우선시하는 것은 다음의 질문들에 답하는 것입니다:

- 비영리조직들이 SVP와의 관계에 만족하는가?
- 우리의 파트너들은 가치를 제공하고 있는가?
- 역량을 키우는 우리의 일이 비영리조직이나 사회적기업의 입장에서 프로그램의 효율성을 높이고 있는가?

현재, 우리는 19개 SVP가 지원하는 100개 이상의 비영리조직과 사회적기업들을 대상으로 조사를 하고 있습니다. 예비 조사보고서 결과는 우수했고, 2010년 최종 조사결과는 9월에 나옵니다. 가장 최근에 했던 조사는 2008년 9월에 완료된 것으로, (2008년 조사보고서는 SVPI 웹 사이트에서 볼 수 있습니다.) 그 결과는 다음과 같습니다.

- SVP의 투자를 받은 회사 100%가 SVP와의 관계를 “우수” 혹은 “양호”로 평가
- SVP의 투자를 받은 회사들이 접근용이성, 즉각적 대응, 지식 면에서 매긴 점수는 5점 만점에서 4.5점
- SVP의 투자를 받은 회사들이 SVP 파트너들의 시간과 재능에 매긴 점수는 5점 만점에서 4.8점
- 현금 보조금 점수는 5점 만점에서 4.7점

비영리조직의 경영진과 직원들은 파트너들로부터 받는 전문적인 자선활동 지원이 현금 보조금보다 훨씬 중요하다고 생각합니다.

SVP 비영리조직의 파트너들의 일반적인 소감:

“SVP의 뛰어난 자선활동 컨설턴트들의 도움을 받으면서, ‘킨더링 센터’는 마케팅, 재정, 인적자원, 기술, 전략기획, 개발, 프로그램 평가, 이사회 개발 분야에서 역량을 키웠다. 최종결론 - SVP와 파트너십을 맺은 기간 동안, ‘킨더링 센터’는 특별한 도움이 필요한 유아와 아이들에게 도움을 줄 수 있는 센터의 역량을 두 배로 향상시켰다.”

- 미미 시걸, ‘킨더링 센터’(Kindinger Cener) 대표, 시애틀

파트너들에게 미치는 영향

이제, 이러한 결과가 우리의 파트너들에게 미치는 영향에 대해 검토하고자 합니다.

우리는 SVP 모델이 사회적기업과 비영리조직의 역량을 구축하고 효율성을 증진시킨다는 것을 확인했습니다. 그런데 이러한 확인이 우리의 파트너들에게는 어떤 의미가 있는가? 그 답은 우리가 하는 일의 가장 짜릿하고 보람 있는 것 중의 하나입니다.

이제 우리에게도 소셜 벤처 파트너와 관련을 맺은 결과로 명확하게 내놓을 수 있는, 계량화할 수 있는 조사결과가 있습니다.

- 파트너들은 기부금을 늘리고 있다: 중앙값이 매년 최고 25%까지 커지고 있습니다.
- 파트너들은 더욱 전략적으로 기부하고 있다: 파트너들은 우수한 비영리조직들을 지원하기 위해 기부금 액수를 늘리고 있으며, 비영리인프라에 자금을 제공하고 공식적인 절차와 리서치를 활용하고 장기적이며 협력적인 자금제공 전략을 세우기 위해 작업하고 있습니다.
- 헌신적인 자선활동 대폭 확대: 파트너들은 커뮤니티의 대의명분과 프로그램들을 위해 헌신적인 자선활동을 크게 늘리고 있습니다. 즉, 커뮤니티의 더 많은 비영리조직들에게 더 많은 시간을 할애하고 있습니다.
- 파트너들은 시민참여의 수준을 높이고 있다: 파트너들은 지역 커뮤니티 그룹들의 리더나 회원이 되고 있으며, 입법 옹호에 참여하고 미디어와 접촉하며 공공모임에 참석하고 자원이나 자선활동을 강화하고 있습니다.

흥미롭게도, 파트너들의 얘기에 따르면, 파트너들이 커뮤니티에 참여하는 행위에 변화를 가져 오는 데 가장 많은 영향을 미치는 요소는 다른 파트너들을 만나는 것입니다. 커뮤니티의 이슈들을 중요하게 생각하고 관심을 갖는 동료집단의 일원이 된다는 것이야말로 파트너들의 기여와 자선활동을 더욱 부추기는 중요한 자극제였습니다.

SVP와의 협력이 사람들의 행동을 변화시키고 있다는 일화적인, 강력한 증거들이 있다는 걸 우리는 알고 있었지만, 지금은 확실하고도 신뢰할 수 있는 조사 데이터가 있으므로 이제 자신 있게 말할 수 있습니다. SVP에 합류하는 것이야말로 기부와 시민참여를 공고히 한다고 말입니다.

다른 연구에서도 입증

SVP의 조사결과는 마이클 무디 박사가 연구하고 서던 캘리포니아 대학 ‘자선과 공공정책 센터’(Center on Philanthropy and Public Policy)가 발행한 연구보고서에서도 입증되었습니다. 무디 박사의 독자적인 연구는 SVP의 파트너 조사에서 얻은 결과와 일치했습니다. 즉, SVP와의 협력의 결과로 파트너들은 더 많은 돈을 기부하고 더욱 전략적으로 기부하며 자선활동도 더 활발하게 하고 시민참여의 폭도 넓혀가고 있다는 것입니다.

무디 박사의 연구, ‘평생 활동하는 벤처자선가 양성하기: 소셜 벤처 파트너스의 사회화에 대한 연구’(Developing Lifelong Venture Philanthropists: a Study of the Socialization of Social Venture Partners)는 SVPI 웹사이트에서 다운로드 할 수 있습니다.

확대된 자선활동 분야에서 SVP가 차지하는 위치

SVP는 비영리조직과 자선활동 분야에서 특별한 위치에 있습니다. SVP는 자선활동분야에서는 가장 광범위하고 실질적인 기부자 네트워크의 하나이며, 조직화된 기부자 교육 프로그램을 강조한다는 면에서는 유일한 네트워크입니다.

- SVP모델은 체계적이며 반복해서 활용할 수 있고 지역 커뮤니티들과 관계를 맺는데, 이러한 특징들로 인해서 SVP 네트워크는 더욱 커지고 다양화할 될 수 있습니다.
- SVP는 기부자들의 심리와 비영리조직의 조직력과 효율성을 키울 수 있는 최선의 방법을 파악하는 면에서 십 년 이상의 경험이 있습니다. 현재 우리는 자신이 속한 커뮤니티에 자신의 능력과 경험을 기꺼이 투여하기 위해 시민참여의 길에 들어선 기업 파트너와 협력 파트너가 2천 명이 넘습니다.
- SVP 네트워크는 운영 보조금에 중점을 두기 때문에, 즉 운영 비용을 감당할 수 있도록 무제한의 펀드를 제공함으로써 보조금을 받는 기업가들의 효율성을 강화해줄 수 있기에, SVP는 북아메리카의 자선활동 분야에서 오피니언 리더로서의 지위를 차지했습니다.

이제 우리 앞에 놓인 것은?

SVP의 단일 행위, 즉, 보조금 제공이나 자선활동, 교육은 개별적으로는 특별하지 않습니다. 특별한 점은 SVP가 전 분야를 결합시키는 방식, 그리고 SVP의 파트너들을 서로에게, 또한 커뮤니티의 일과 이슈들에 연결시키는 정도입니다. 전체는 부분의 총합보다 큼니다.

우리의 비전은 소셜 벤처 파트너스가 개인들이 자신의 커뮤니티에서 긍정적인 사회적 변화를 가져올 수 있도록 영향력을 발휘하는 최고의 수단이 되는 것입니다.

그러한 비전은 앞으로 SVP가 펀딩 다이렉트 서비스에 머물지 않고 입법옹호와 시스템 변화를 위해 강구할 것, 현재의 증상을 처리하도록 개입하는 것에 머물지 않고 근본 원인을 다룰 것, 생업에 종사하는 것에 머물지 않고 “목소리”를 내고 관점을 확장할 것, 개인적인 일에 머물지

않고 협조적이며 통합적인 협력을 할 수 있도록 발전해나갈 것임을 의미합니다. 자선과 시스템 변화에 더욱 헌신할 준비가 된 파트너들을 위해 특별히 개발된 새로운 프로그램들을 가지고 이를 지원할 계획입니다. 이것이 네트워크를 통한 공동 보조금 조성을 위한 첫 단계일 것 같습니다. SVP는 운영 보조금을 제공하고 사정, 평가하는 면에서 뛰어난 전문성을 갖고 있으며, 우리의 목표 중 하나는 보조금 조성 부문에 영향력을 미쳐서 공동 보조금 조성을 기준점으로 채택하게 하는 것입니다. 또한 지금은 이 부문의 이슈들에서, 또한 시스템과 정책 수준에서 SVP가 그 목소리를 키울 때입니다. 이제 그러기 위해 나설 준비가 된 파트너들이 있습니다.

밝은 미래

소셜 벤처 파트너 모델의 미래에 대해 낙관적일 수 있는 이유 5가지

1. SVP 모델은 성장하고 있습니다. 데이터는 SVP 모델의 측정 가능한 성공을 지지해주며, 이는 북미에서 또한 전세계에서 잘 알려져 있습니다.
2. 이러한 측정 가능한 성공들은 26개 SVP 그룹 전체에서 이루어지고 있습니다.
3. 생각이 깊고 경험도 많지만 서로와 연결되고 좋은 아이디어들에 의기 투합한 새로운 세대의 시민 리더들이 소셜 벤처 파트너스에 합류하고 있습니다.
4. 종종 영리부문과 비영리부문 간의 장벽으로 보이던 것들을 없애는 데 SVP가 공헌하고 있습니다.
5. 참여적인 기부와 이를 구현하는 사람들이라는 SVP 모델은 SVP의 규모를 훨씬 벗어나는 방식으로 현재의 자선활동에 영향을 줄 수 있는 힘이 있다고 저는 생각합니다.

마지막으로, 한국의 사회적 기업들이 가장 생산적이면서도 효율적인 정책과 사례들에서 이익을 얻는 걸 보려고 마음을 쓰시는 이번 심포지엄의 관계자분들께 다시 한 번 찬사를 보냅니다.

사회적기업에 자신의 전문적인 능력과 경험을 제공할 준비가 된, 관대하며 커뮤니티를 생각하는 개인들을 결합시켜온 소셜 벤처 파트너스의 경험이 여러분이 선택할 수 있는 옵션으로 여길 만큼 가치가 있기를 바랍니다. 감사합니다.

주 제 발 표 3

영국의 사회적기업

사회적기업 지원 – 육성

Social Enterprise in the UK

Supporting and growing social enterprise

PRESENTER

Allison Odgen-Newton

Social Enterprise London 대표
Allison@sel.org.uk



Social Enterprise in the UK

Supporting and growing social enterprise

Allison Odgen-Newton

Social Enterprise London 대표
Allison@sel.org.uk

Introduction

- The social enterprise movement in the UK
- Role of Social Enterprise London
- SEL's key support provision
- Collaboration between social enterprise/social entrepreneurs and the private sector
- Challenges
- Question and answer session

Social enterprise in the UK

- Social enterprise in the UK remains a broad, ever changing movement, operating across sectors of the economy.
- Therefore it is difficult to represent and requires a multifaceted, partnership led approach.

Social Economy, Resources and Ownership

Social Enterprise Definitions

A concept not an entity

“A social enterprise is a business with primarily social objectives whose surpluses are principally reinvested for that purpose in the business or in the community, rather than being driven by the need to maximise profit for shareholders and owners” (UK Government Department for Trade and Industry - 2002)

Examples: GLL (Greenwich Leisure Ltd)

- Established by local authority workers in Greenwich as response to service cuts
- Now delivers leisure services in 16 London boroughs
- Staff ownership structure
- Pioneering training and development programme for disadvantaged young people
- Tiered fee structure
- Back office efficiencies for local authorities

Examples: Bikeworks www.bikeworks.org.uk

- Offers a range of organisational and public cycle services including; cycle training courses, repairs, bike re-cycling, travel planning and sales of new & second hand bikes.
- Delivers on health & wellbeing and environmental protection.
- Provides employment for homeless and disadvantaged people
- Two 2012 contracts

Social Enterprise in the UK

- There are over 62,000, with a combined turnover of £27bn
- 3.3% of working population engaged in social entrepreneurship
- 1.9% of the population are trying to start up a social venture
- Start ups particularly common in ethnic minority communities
- Social Enterprise in London
- Approx 3,400 social enterprises in London
- Majority are SMEs with fewer than 10 employees, and turnover smaller than £0.5m
- Social enterprise provides over 100,000 jobs, with a combined turnover of £4bn

SEL provides a range of services:

- The London Social Enterprise Network (over 2,000)
- Brokering commercial collaboration between social enterprises and public and private sectors
- Influencing London's policy makers & commissioners
- Specialist business support and training, including one to one sessions, open surgeries and networking
- Bespoke consultancy

Cutting edge policy leader in SE

- Extended services - a report, supported by CFBT to investigate the use of the SE model in extended services for schools
- Social Enterprise Manifesto 2010 - acting as a voice for London social enterprises to create five 'asks' of the next government
- Outcome assessment for social Enterprise, supporting organisations to determine how they capture the value of their business

SEL support - SETLL

- SETLL is a £1.2 million pan London programme delivering support to individuals and organisations interested in SE.
- The support includes online toolkits, one to one sessions and workshops in areas such as financial management, asset development and social entrepreneurship
- School for Social Entrepreneurs (SSE) is a key partner providing a one year "MBE" style programme to entrepreneurs providing peer mentoring support to develop leadership skills.

SEL partnerships - London's Future 500

- Increasingly social enterprises need to demonstrate their worth as employers and generators of economic activity.
- SEL's London's Future 500 programme provides workers from disadvantaged backgrounds with a wage and a job in one of London's social enterprises

SE and the corporate sector - why collaborate?

Increasingly, support and training is provided through private collaboration.

Benefits for social enterprises include:

- Increase scale and capacity
- Develop corporate and strategic skills
- Win contracts and new business
- Attract finance and investment

For the corporate sector:

- Develop skills around deepening social and environmental impact
- Develop stronger community links
- Engage with a politically and publicly popular element of the economy
- Win new business
- Improve ethical practice within their organisations
- Improve staff satisfaction

Case study: Magic Breakfast - www.magicbreakfast.com

- A social enterprise providing healthy, free breakfasts for children in deprived primary schools across London.
- Commercial links form key part of the model.
- Currently PepsiCo (the company that produces Quaker oats and Tropicana orange juice) and The Bagel Company both supply food at minimal cost.
- Corporate sector benefits through positive PR, social enterprise benefits through reduced costs.

Case study: Catch 22 - www.catch22mag.com

- Catch22 is a magazine, academy and communications agency which provides training for student journalists.
- Students are often from backgrounds which typically face barriers to entering the media.
- The Academy is where student journalists learn the trade and hone their skills within the real media world.

- Young people are placed into jobs within the corporate sector - jobs with top magazines.
- Corporate sector benefits directly from the work of the social enterprise, through new, skilled employees.

SEL's collaboration

SEL has partnered with several multi-national companies (including PwC and KPMG), bringing the world leading expertise within those organisations into social enterprise.

SEL also collaborates with the private sector to deliver projects:

- Opening New Markets, a £3million training programme delivered in partnership with Prevista
- London's Future 500, a £3.25 million jobs programme, also in partnership with Prevista

Partnership working with PWC

Series of workshops for 2010, in conjunction with London Development Agency to cover themes such as:

1. Social accounting and social return on investment
2. Risk management and governance
3. Commissioning
4. Role of the chair, chief executive and the board
5. Governance implications of scaling up
6. Finance for non financial board members

KPMG - The Next Big Thing programme

- Series of master classes aimed at mid sized social enterprises wanting to be THE NEXT BIG THING.
- Topics covered including public contract bidding, creating a winning pitch, business planning and tax.

- KPMG benefit by identifying up and coming SEs that they can work more closely with
- SEs form mentoring partnerships and exposure to private sector contracting

Challengers ...

1. Protecting the fine balance between social and economic performance...
2. Negotiating robustly with often more experienced organisations to protect social or environmental returns
3. Ensuring the strategic aims within the organisation maximise positive outcomes of corporate collaboration

What next?

Significant changes since May 2010:

- New Conservative/Liberal Democrat coalition in place
- Office of Civil Society replacing Office of the Third Sector
- Big Society theme - devolving power to local community groups
- Removal of regional development agencies such as the LDA in London
- Combined with massive budget cuts means huge changes in support for social enterprise - an opportunity to transform in new conditions!

The future and SE

- Creation of the Big Society bank will lead to new forms of finance for social enterprises
- Greater emphasis on being able to demonstrate outcomes to win new contracts and work with funders and partners
- The challenge for leaders is to balance increased demand with reduced resources and investment - we're being asked to deliver more for less
- Likely to see more innovative products and services coming to market (eg within health and social care) that are consumer led

영국의 사회적기업


사회적기업 지원-육성

Allison Odgen-Newton

Social Enterprise London 대표
Allison@sel.org.uk

목차

- 영국의 사회적기업 운동
- SEL(소셜 엔터프라이즈 런던)의 역할
- SEL의 주요 지원사업
- 사회적기업/사회적 기업가/민간부문 간의 협력
- 도전과제
- 질문과 답변 시간




social
enterprise
london

영국의 사회적기업

사회적기업 지원 - 육성

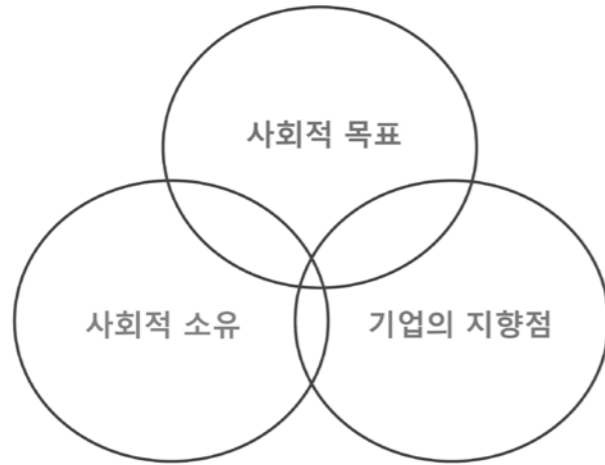
앨리슨 옥든-뉴튼
(Allison Odgen-Newton)
대표
소셜 엔터프라이즈 런던
(Social Enterprise London)
2010년 7월



영국의 사회적기업

- 영국의 사회적기업은 광범위하게, 계속 변화하면서 추진되고 있는 운동이며, 경제의 전(全)부문을 아우르며 운영되고 있다.
- 그러므로 몇 마디로 설명하는 것은 어려우며, 다양한 측면에서의 접근, 협력관계를 이끌어내는 접근이 필요하다.

일반적 특성



사회적기업의 정의

개념은 실체가 아니다.

“사회적 기업은 사회적 목표를 우선시하는 기업으로, 기업이 거둔 흑자는 주주와 소유자의 이익을 최대화 해야 한다는 필요에 의해 운용되기보다는 원칙적으로 그러한 목적을 위해 기업이나 지역공동체에 재투자된다.”

(영국 무역 산업청 - 2002)

사회적 경제, 사회적 자원, 사회적 소유

부문	민간	윤리적 사업	Social Enterprise	NGO & 봉사활동	공공
자금	판매 수익			보조금 & 기부금	세금
목표	경제적 이익			사회적 이익	
소유	민간		사회 / 지역공동체		공공

예: GLL (Greenwich Leisure Ltd)



업무 중단에 대한 대응책으로 그리니치의 지방정부 직원들이 설립

현재 런던의 16개 자치도시에서 레저 서비스 제공

직원 소유 구조

사회적 취약계층의 젊은이들을 위한 직업훈련/개발 프로그램 개발

Tiered fee 구조

지방정부의 입장에서 비영업부문에서의 효율성

예: Bikeworks



- 자전거와 관련된 다양한 조직/공공 사업 제공 : 자전거 훈련 강좌, 수리, 자전거 재활용, 여행 기획, 신제품/중고품 핸드 바이크(접이식 자전거) 판매 등
- 건강, 웰빙, 환경보호 증진
- 노숙자와 사회적 취약계층에게 일자리 제공
- 2012년 계약 2건

www.bikeworks.org.uk

런던의 사회적기업



- 런던의 사회적기업은 약 3,400개
- 대다수가 직원 10명 이하, 매출 50만 파운드(약 10억 원) 이하의 중소기업들
- 사회적기업은 십만 개가 넘는 일자리를 제공하고 있으며, 40억 파운드(약 7조 원)의 매출을 달성

영국의 사회적기업



- 6만2천 개가 넘으며, 전체 매출은 270억 파운드(약 49조 원)
- 노동인구의 3.3%가 사회적기업에 종사
- 현재 전체인구의 1.9%가 소셜 벤처 (social venture) 창업 추진
- 특히 소수민족공동체에서의 창업이 활발.

런던의 사회적기업

SEL(Social Enterprise London)이 제공하는 다양한 사업:

- '런던 사회적기업 네트워크'(The London Social Enterprise Network) (2천 개 이상)
- 사회적기업들과 공공/민간 부문들 간의 상업적인 협력 중재
- 런던의 정책 입안자와 정책 위원들에게 영향력 행사
- 일대일 면담, 공개 코우칭, 네트워킹 등 전문기업 지원과 훈련
- 맞춤 상담(컨설팅)

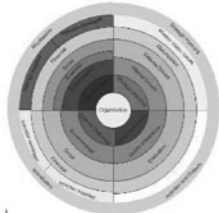


사회적기업의 최첨단 정책 리더

• 확대사업 -CfBT의 후원으로, 학교들을 대상으로 한 확대사업에서 사업적 기업 모델의 활용을 위한 조사 보고서



• '2010년 사회적기업 선언'(Social Enterprise Manifesto 2010) - 런던의 사회적 기업들이 차기 정부로부터 5개 '요구사항'을 얻어내기 위한 대변자로서의 역할



• 사회적기업의 성과 평가 - 사회적 기업들이 기업의 가치를 제대로 구현하고 있는가를 측정할 수 있도록 사회적기업들을 지원



SEL 파트너십 - London's Future 500

- 사회적기업들은 고용주로서의, 경제활동 견인차로서의 가치를 증명해야 할 필요성이 커지고 있다.
- SEL의 '런던의 미래 500'(London's Future 500) 프로그램은 사회적 취약계층의 근로자들에게 런던 내 사회적 기업의 일자리와 임금을 제공한다.



SEL 지원 - SETLL

- SETLL : 런던에서 사회적기업에 관심이 있는 개인과 단체를 지원하는 프로그램. 운영기금 1백20만 파운드(약 22억 원).
- 지원 내용 : 온라인 툴킷(toolkits), 일대일 면담, 금융관리/ 자산개발/ 사회적 기업가 정신 등 다양한 분야의 워크숍.
- 주요 파트너 : '사회적 기업가 학교'(School for Social Entrepreneurs/ SSE). 기업가들에게 1년 과정의 "MBE" 스타일의 프로그램을 제공, 동료 멘토링(peer mentoring) 서포트를 통해 리더십 스킬 개발을 도와준다.



사회적기업과 기업부문 - 왜 협력하는가?

민간협력을 통해 더 많은 지원과 훈련이 제공된다.

사회적 기업이 얻는 이득:

- 규모와 역량의 확대
- 기업능력과 전략능력 개발
- 계약 확대, 신규사업 확장
- 자금 조달, 투자 유치 등

사회적기업과 기업부문 - 왜 협력하는가?

기업부문이 얻는 이득:

- 사회적, 환경적 영향력을 심화시키는 역량 개발
- 지역공동체와의 유대 강화
- 정치적, 공식적으로 지지를 받는 경제요소에 동참
- 신규사업 진출
- 윤리적 기업으로서의 이미지 개선
- 직원들의 만족감 증대

사례 연구: Catch 22 - www.catch22mag.com

CATCH22 ACADEMY

• '캐치22'는 매거진/ 아카데미/ 커뮤니케이션 에이전시로, 기자 지망생들을 위한 교육훈련 사업을 제공한다.

• 교육생들은 대개 미디어 분야로의 진입 장벽을 경험한 이들이다.

• '아카데미'에서는 기자 지망생들이 실제 미디어 세계에서 배우고 교류하면서 자신의 기량을 연마한다.

• 과정을 이수한 젊은이들은 기업부문에 -일류 잡지사에 - 취직한다.

• 기업부문은 숙련된 신규 직원을 채용함으로써 사회적 기업 '캐치22'의 사업으로부터 직접적인 이득을 얻는다.



사례 연구: Magic Breakfast

magic breakfast fuel for learning registered charity number: 1102510

• 런던 전역의 빈곤가정 초등학생들에게 건강식의 무료 아침식사를 제공하는 사회적 기업.

• 영리 기업들과의 연계가 이 모델의 핵심 부분을 이룬다.

• 현재, 펩시코(PepsiCo/ 웨이커 오츠, 트로피카나 오렌지 주스 생산 회사), 더 베이글 컴퍼니(The Bagel Company), 2개 회사가 아주 저렴한 가격으로 음식을 공급한다.

• 기업부문은 기업 이미지 개선이라는 이득을, 사회적기업 '매직 브렉퍼스트'는 비용 감소라는 이득을 얻고 있다.

• www.magicbreakfast.com



SEL의 협력

- SEL은 여러 다국적 기업들(PwC, KPMG 등)과 제휴하면서 그 기업들이 보유한 초일류 전문적 기술을 사회적 기업에 도입해왔다.
- SEL은 민간부문과도 협력하면서 다양한 프로젝트들을 운영해왔다:
 - '오픈링 뉴 마켓(Opening New Markets), 프리비스타(Prevista)와의 제휴로 실시하는 트레이닝 프로그램 (운영기금 3백만 파운드).
 - '런던의 미래 500'(London's Future500), 프리비스타와의 제휴로 실시하는 직업 프로그램 (운영기금 3백25만 파운드).

PWC와의 협력 작업



'런던개발대행사'(London Development Agency)와의 제휴로 개최된 '2010년 워크숍 시리즈'(Series of workshops for 2010)에선 다음과 같은 주제들이 다루어졌다:

1. 사회회계, 투자대비 사회적 효과
2. 위험관리와 관리방식
3. 업무위임
4. 이사장, 대표, 이사진의 역할
5. 확대에 함축된 지배구조의 의미
6. 비금융 이사진의 재정관리

도전과제...

1. 사회공헌실적과 경제실적 간의 균형을 조화롭게 유지하는 것.



2. 투자대비 사회적, 환경적 효과를 보장하기 위해서 경험이 훨씬 많은 조직들과 때로는 건전하게 협상하는 것.
3. 기업협력의 긍정적 성과를 최대화하기 위해서 조직 내에 전략적 목표를 확고히 하는 것.

KPMG – The Next Big Thing 프로그램

- '차세대 거물'(The Next Big Thing)이 되길 원하는 중견 사회적 기업들을 겨냥한 일련의 상급 교육 과정.
- 교육주제 : 공공계약입찰, 낙찰 받기, 사업기획, 세금 등.
- KPMG에서 얻는 혜택: 중견 사회적 기업들은 유망한 다른 사회적 기업들을 파악하고 그 기업들과 더욱 긴밀하게 협력할 수 있다.
- 사회적 기업들은 멘토링 파트너십을 이루고 민간부문과의 계약을 체결할 기회가 많아진다.



앞으로의 향방은?

2010년 5월 이후의 중요한 변화들:

- 보수적/진보적 민주당의 새로운 연합 체제
- 시민사회청(Office of Civil Society)이 제3부문청(Office of the Third Sector)을 대체
- 'Big Society'(정부는 작게, 사회는 크게) 테마 - 지역사회 단체들로의 권력 이양
- 런던에 있던 LDA 같은 '지역 발전 에이전시들'의 이전
- 예산의 대량 삭감은 사회적 기업에 대한 지원에 있어 큰 변화가 생길 것임을 의미하지만, 이는 새로운 조건에서 변혁을 꾀할 기회이기도 하다!



미래와 사회적 기업

- 'Big Society Bank'의 설립은 사회적 기업들을 위한 새로운 유형의 자금조달방식을 야기할 것이다.
- 새로운 계약을 따내고 자금조달청, 파트너들과 협력하기 위해서는 사회적 기업이 성과를 보여줄 수 있는가가 더욱 중요해졌다.
- 선두주자들에게 놓인 도전과제는 수요는 커진 데 비해 자원과 투자는 줄어든 상황에서 균형을 이루는 것이다. 우리에게 요구되는 것은 더 적은 자원과 투자로 더 많은 서비스를 제공하는 것이다.
- 소비자가 주도하는 시장(건강, 소셜 케어 (social care) 분야 등)에 더욱 혁신적인 제품과 서비스가 등장하는 것을 보게 될 것이다.





질문

앨리슨 옥든-뉴튼
대표
소셜 엔터프라이즈 런던
allison@sel.org.uk
020 7022 1920



패널 토론

PANEL DISCUSSION

마성균

고용노동부 사회적기업과장
msk85@molab.go.kr



패널 토론

PANEL DISCUSSION

이은애

(사) seed:s 혁신사업단장
aeunle@theseeds.asia



민관협력을 통한 사회적기업 지원정책 관련

세분 발제자들의 글을 관통하는 공통의 요지는 '사회 주체들 간의 분권과 책임의식을 기초로 하는 파트너십을 통하여 사회적기업 성장에 보다 유리한 환경 조성'과 사회적기업가정신의 확산이 가능하며, 이러한 결과로 사회발전과 통합력이 더욱 높아진다'는 것이었고, 이에 전적으로 동의하는 바이다.

김혜원 박사의 발제와 관련하여 대부분 동의하며 특히 향후 간접적 재정지원 확대와 시장조성 지원 확대, 취업 취약층에 대한 경과적 일자리 제공형 사회적기업의 기능 필요에 공감하는 바이다. 또한 임금지원의 기준이 '열등처우의 원칙'에서 벗어나서 사회적기업 피고용인들의 생활여건을 개선할 수 있는 방향으로 재설계되어야 한다는 것은 정부 당국자 뿐 아니라 사회적기업협의회에서도 내부 정책목표로 수립하고 실천이 필요하리라 본다.

단, 몇 가지 조심스러운 부분도 발견된다. 첫째, 연차별 임금지원의 감소폭을 키우는 것과 관련해서는 업종별, 지역별, 참여자 계층 특성별로 영업수입을 만들어낼 수 있는 시장조성 가능성에 편차가 존재하는 바 이를 고려하는 세밀한 설계가 필요하리라 본다. 둘째, 경과적 일자리 제공 기능과 관련하여 일반 노동시장 연구가 병행되는 가운데 정책개발이 필요하리라 본다. 즉, 외환위기 이후 한국 노동시장의 양극화와 고용 불안정성 심화, 계층별 진입 가능

한 노동시장의 하향화 경향 등이 나타나고 있는 바, 이러한 상황에서 취약층들이 경과형 일자리를 통해 일반 노동시장으로 순조로운 이행이 가능하도록 하는 유인책이 존재하는가에 대해 별도의 연구가 필요하리라 본다. 셋째, 정부 주도적 펀드운용과 관련, 민간의 자발적인 마이크로크레딧운동을 침해하고 있다는 미소금융재단의 사례에 대한 면밀한 평가를 통해 그 전철을 밟지 않는 방향으로 설계되어야 할 것이다.

SVP International대표인 Ruth Jones의 발제와 관련해보면, 한국에서도 사회적기업을 위한 자본시장 조성이 중요한 정책과제이자 앞으로 청년층과 민간 중개조직들이 다양하게 성장 가능한 분야여서 매우 흥미로웠다. 특히 한국에는 SVP와 같은 기부자씨클 방식의 기금운용 조직이 부재한 상황이어서 매우 유용한 정보가 제공되었다고 본다.

향후 한국사회에서 이러한 시민적 기반의 자본조성과 파트너십 개발은 필히 시민사회섹터 주도로 추진될 필요가 있으며 이를 위해 몇 가지 의식개선의 과제가 제기된다. 첫째, SVP 모델이 실현되기 위해서는 '직업적 상근 사무국 직원과 명예직 자원봉사자 이사'라는 기존의 역할등식을 뛰어넘을 수 있어야 한다. 즉, 중상층 네트워크를 보유한 비영리조직의 이사진들이 사회적기업의 가치와 활성화에 적극적으로 동의할 뿐 아니라 기부자씨클의 멤버이자 코디네이터로서의 역할수행에 실질적으로 기능할 수 있어야 한다. 그러나 한국사회 많은 수의 전통적 비영리조직 이사진들은 마치 기업의 사외이사처럼 의결구조 참여정도를 자신의 역할로 규정하고 기부나 자원봉사에는 소극적인 상황이어서 비영리 지배구조와 역할범주에 대한 근본적 개선이 필요하리라 본다. 둘째, 기존 영리시장 전문가들과 사회적기업가들 간의 관계 설정이 중요하리라 본다. 그간 한국 정부가 지원해 온 각종 경영지원제도 및 프로보노단 연계 등을 통해 다양한 분야의 전문가들이 사회적기업 발전에 참여하는 성과를 보여 주었다. 반면, 이들 경영전문가들과 이를 중개하는 정부, 지원조직 일부에서는 이들 영리 전문가들이 '사회적 가치와 경제적 가치의 융합'에 대한 이해가 불충분함에도 불구하고 단순한 기능적 우월성만을 가지고 이들이 사회적기업가를 일방적으로 지도할 수 있는 왜곡된 신념을 보여주기도 하였다. 이에 사회적기업 현장에서는 그간의 경영지원이나 프로보노 연계과정을 통해 '이윤중심의 경쟁적 기업경영의 가치를 업으로 삼아온 이들에게 사회적기업을 이해시키고 독특한 경영전략을 학습시키는 역컨설팅의 과정이었다'는 평가가 나오고 있다. 향후 SVP의 한국형 모델 개발 시에는 이러한 상호지원의 관계성을 충분히 이해하고 촉진시키는 과정으로 운영될 필요가 있겠다.

Social Enterprise London의 엘리슨 대표의 발제와 관련해서는 한국의 사회적기업 육성법 제정과 지원정책들이 영국의 CIC 등 정책구조를 가장 많이 벤치 마크한 만큼 최근의 정책평가 관련하여 몇 가지 추가적인 설명을 요청하는 바이다.

첫째, 지방정부의 정권교체에 따른 영향력은 어느 정도인지와 일관성 있는 지자체의 정책 견인을 위한 사회적기업가와 SEL의 역할은 무엇이었는지? 둘째, SSE의 액션러닝 방식을 포함하여 사회적기업가정신 함양에 가장 효과적이라고 평가되는 방식은 무엇인가? 셋째, 정책 총괄 부처가 산업자원부등에서 국무총리실, 제3섹터청, 그리고 최근 시민사회청(Office of Civil Society)으로 바뀌어 온 것으로 아는데 이런 과정의 배경 및 영국내 평가는 어떠한지 보완 설명을 요청한다.

끝으로 영국, 미국, 일본의 대표적인 중간 지원조직들이 방한하여 최신의 정책동향들을 소개하며 섹터간 협력의 방향과 원칙을 논할 수 있는 기회를 마련해주신 경기복지재단과 사회적기업활성화포럼 측에 감사드립니다.

패널토론

PANEL DISCUSSION

문형구

고려대 경영학과 교수
hkmoon@korea.ac.kr



(1) 사회적기업이란 무엇인가?

- 한국적 상황 혹은 일반적인 상황에서 사회적기업에 관한 근본적인 질문의 필요성

(2) 혁신적인 사회적기업가를 어떻게 양성할 수 있는가?

- 한국의 상황에서 실현가능한 모델

(3) 영리기업의 경영노하우를 사회적기업 경영에 대입시킬 수 있는가?

- 어떻게 활용할 수 있는지 혹은 활용이 가능한지 여부

(4) 사회적기업에 대한 정부 지원의 바람직한 방향은 무엇인가?

- 특히 한국 정부의 현 지원양상을 고려하면서

Session 2

주제발표 1 경기도 사회적기업 현황 및 과제

이영환 (성공회대 부총장, 사회적기업연구센터 소장)

주제발표 2 지역·사회를 바꾸다! 새로운 비즈니스 스타일

호소우치 노부타카 (일본커뮤니티비즈니스연구소 소장)

패널토론 이철중 (함께일하는세상(주) 대표)

이원재 (한겨레경제연구소 소장)

주 제 발 표 1

경기도 사회적기업 현황 및 과제

PRESENTER

이영환

성공회대 부총장, 사회적기업연구센터 소장
welcome@skhu.ac.kr



경기도 사회적기업 현황 및 과제

이영환

성공회대 부총장, 사회적기업연구센터 소장
welcome@skhu.ac.kr

1. 서론

사회적기업은 취약계층 고용창출, 사회서비스 공급, 지역사회 재생, 공동체의 복원 등 다양한 사회적 필요와 문제를 해결하는 대안으로 주목받고 있다. 이러한 관심은 사회적기업이 자본주의나 국가복지가 안고 있는 다양한 사회적 과제를 기업가전략을 통하여 해결하는 잠재력이 있기 때문인 것으로 보인다.

사회적기업육성법은 사회적기업을 '취약계층에게 일자리나 사회서비스를 제공을 목적으로 상거래활동을 수행하는 영리 또는 비영리조직'으로 정의한다. 한편, 좀 더 폭넓은 관점에서 사회적기업을 '사회적 목적을 최우선적으로 추구하면서, 기업가적 전략을 통해 사회적 비즈니스를 수행하는 조직'이며, 시민사회 차원의 사회운동적 노력으로 보기도 한다(김성기, 2009). 사회적기업을 어떻게 볼 것인가에 대한 다양한 논의가 있지만, 이 글에서는 사회적기업이 사회적 변화를 추동하는 대안적 조직이라는 관점에서 정부의 개념 정의를 수용하면서도 다양한 실천을 포함하기 위해 포괄적 개념을 적용하고자 한다.

정책이나 실천 측면에서 사회적기업에 대한 관심이 급부상하기 시작한 것은 2007년 7월 이후 정부의 지원 정책이 본격적으로 시행된 이후이다. 구체적으로 정부는 '인증제도', '경영지원', '대부지원', '전문 인력지원' 등의 정책을 추진하고 있다. 이러한 정책 중에 정부가 특히 관심을 두고 있는 영역은 '인증 사회적기업의 육성'이었고, 이에 따라 2010년 6월 현재 319개의 사회적기업이 인증되었다. 정부는 2012년까지 1,000개의 인증 사회적기업 육성을 목표로 하고 있는데, 현재의 수치는 정부의 기대치에 훨씬 못 미치는 상황이다.

최근 들어 사회적기업의 발전을 위해 지방정부의 역할이나 지역 전략에 대한 관심이 증대하고 있다. 우선, 정부의 경우는 사회적기업의 양적 확대에 상당한 관심을 두고 있다고 판단되는데, 이를 위해서는 지방정부가 적극적인 역할을 수행하지 않으면 안 되기 때문일 것이다. 또한 민간 주체의 경우도 그동안 지역사회에서 개별 분산된 형태로 사회적기업 운동을 추진해

오던 것에서 보다 발전적 성장을 위해 네트워크 구축이나 지역사회 실천 전략 개발에 관심을 두고 있다.

현재 사회적기업은 발전 초기 단계이다. 실천적으로 무엇을 중심으로 사회적기업의 개발 전략을 수립할 것인지는 매우 중요한 이슈이다. 이와 관련되어 정부나 사회적기업 지원조직의 우호적 정책 개발, 경영지원, 모범 사례 개발 등 여러 가지 노력이 요구되고 있지만, 이러한 방안의 핵심에 지역사회 중심 전략을 설정하는 것이 필요하다. 다시 말해서 지역사회 중심으로 사회적기업을 개발하는 것이 중요하다.

우선, 이러한 주장은 사회적기업의 목적과 전적으로 부합한다. 사회적기업의 목적은 노동통합, 사회서비스 제공, 낙후된 지역사회 개발 등 커뮤니티(communitiy) 이익에 복무하는 것이다. 여기서 커뮤니티는 지리적 지역사회이자 그 안의 공동체(지역주민)를 의미한다. 이러한 커뮤니티의 사회적 필요를 해결하는 것이 사회적기업의 목적이다. 따라서 사회적기업은 자신의 사회적 가치 구현을 위해서 지역사회에 기반을 두어야 한다.

다음으로 사회적기업이 활동하는 지리적 위치가 바로 풀뿌리 지역사회이기 때문에 지역사회 중심 전략이 중요하다. 물론 이러한 주장이 모든 사회적기업은 지역사회형이어야 한다는 주장은 아니다. 전국단위로 활동하는 사회적기업인 '아름다운가게', '교보다솜이' 등이 있고, 그들의 활동성은 대단한 것으로 알려져 있다. 그러나 이러한 사례들은 지역사회에서 보편적으로 개발할 수 있는 모델은 아니라고 판단된다. 오히려 지역사회에 기반을 두고 있는 자활공동체나 장애인 직업재활시설 등에서 혁신적으로 개발된 사회적기업이 한국에서는 보편적인 모델이다. 이러한 측면에서 사회적기업의 발전 방안은 지역사회와 주민의 역량에 기반을 둘 때 보다 풍성해질 수 있을 것이다.

따라서 사회적기업 발전을 위한 지역사회 실천은 정부와 민간 모두에게 요구되는 것이며 각각의 노력이 병행되고 상호보완적으로 이루어질 때 성공 가능성은 높아질 것이다. 결국 사회적기업의 발전을 위해서 어떠한 지역사회 전략을 개발하고 실천할 것인가가 매우 중요하다.

이 글의 목적은 경기도 사회적기업의 현실을 살펴보고, 지속가능한 발전을 위한 정책적, 실천적 과제를 제시하는 것이다. 구체적으로 경기지역 사회적기업의 지속가능성, 잠재력 등이 어느 정도 수준인지 진단하고, 이를 개선할 수 있는 지방정부 및 민간의 과제를 제시하고자 한다.

구체적으로 다음과 같은 내용으로 구성되어 있다. 첫째, 한국 사회적기업의 발전과정을 살펴본다. 둘째, 경기지역 '인증 사회적기업'을 중심으로 실태 및 특징을 살펴본다. 이와 관련된 자료는 경기지역 인증 사회적기업이 고용노동부에 제출한 '2009년 인증 사회적기업 보고서'를 주로 활용하였다. 셋째, 경기지역 사회적기업의 사회적 가치 창출과 지속가능성에 대해

서 살펴본다. 넷째, 경기지역 사회적기업의 성공 사례와 성공 요인을 탐색한다. 끝으로, 이상의 내용을 바탕으로 지역사회 밀착형 사회적기업 개발을 위한 지방정부의 정책적 과제와 민간의 실천적 과제를 제시한다.

이 글에서는 사회적기업의 현실을 경기지역을 중심으로 살펴보고자 한다. 경기지역은 사례로서 광역차원에서 사회적기업의 현실을 이해하게 하면서 동시에 다양한 성공사례에 대한 함의도 제공해줄 수 있다. 이에 대해서는 부연설명이 필요하다.

첫째, 경기도의 인구는 약 1,200만명으로 한국에서 가장 인구가 많은 광역도시이며 도시가 계속 팽창하고 있다. 또한 도시와 농촌이 혼합된 지리적 특성도 있다. 그래서 경기지역의 사례는 농촌지역의 특성을 포함한 광역도시 차원에서 사회적기업의 현실을 이해할 수 있게 한다.

둘째, 2010년 현재 경기지역의 인증 사회적기업은 56개에 불과하다. 하지만 경기지역의 사회적기업 운동의 잠재력을 무시해서는 안 된다. 경기지역에는 취약계층의 고용창출, 사회적 서비스 공급 등과 관련된 다양한 시민사회 역량이 있다. 구체적으로 자활사업, 장애인직업재활시설, 시민사회단체의 일자리사업단 등은 향후 사회적기업으로 개발될 수 있는 영역이다. 이러한 폭넓은 접근을 통해 경기지역 사회적기업의 규모를 추정하면 광역차원에서 사회적기업의 성장 잠재력이 어떠한지를 살펴볼 수 있을 것이다.

셋째, 경기지역에는 한국에서 성공 사례로 평가되는 사회적기업이 다수 있다는 점이다. 예컨대, 청소 사회적기업 ‘함께일하는세상’, 장애인 사회적기업 ‘위캔’, 재활용 사회적기업 ‘에코그린’과 ‘한국컴퓨터재생센터’, 의료서비스 제공 사회적기업 ‘안성의료생활협동조합’ 등은 정부와 각종 언론부터 성공적인 사례로 소개되고 있다. 이러한 성공 사례를 통해 사회적기업의 성공 요인에 관한 다양한 시사점을 얻을 수 있을 것이다.

2. 한국 사회적기업의 발전과정

사회적기업은 정부 차원에서 육성될 수도 있고, 민간 차원의 자생적 역량이 쌓여 가면서 생겨날 수도 있다. 이럴 경우 사회적기업 운동은 사회운동적 노력과 제도적 산물이라는 양자의 속성을 모두 포함할 수 있다. 그래서 사회적기업을 단지 정부의 정책 프로그램으로 보는 것은 협소한 시각이라고 할 수 있다. 이러한 관점에서 이 절에서는 사회적기업의 발전과정을 시민사회의 실천과 공공정책 차원에서 동시에 살펴보고자 한다.

본 절에서는 1990년대 초반 생산공동체 운동이 태동하기 시작한 이후부터 민간 차원의 실천적 노력과 정부의 정책을 동시에 포함하면서 한국 사회적기업의 발전과정을 살펴본다. 구

체적으로 발전과정은 세 개의 시기로 구분하여 살펴볼 것인데, 첫째, 생산공동체에서 자활 시범사업이 전개된 1990년대에서 1996년 외환위기 발생 이전까지의 시기, 둘째, 1997년 외환위기 이후 2000년 자활사업의 제도화를 거쳐 2003년 사회적일자리 도입까지의 시기, 셋째, 2003년 고용노동부 사회적일자리 도입 이후 사회적기업 제도화까지의 시기 등이다.

1) 1990년대~1996년 외환위기 발생 이전까지의 시기

한국에서 사회적기업 운동의 기원은 1990년대 초반이라고 할 수 있는데, 빈민지역의 생산공동체 운동 차원에서 발생한 것으로 알려져 있다(김홍일, 2007). 이 시기 생산공동체의 비즈니스는 건설, 봉제 업종 등이었다. 1991년 서울 하월곡동의 ‘건축 일꾼 두레’를 시작으로 1993년 서울 상계동의 봉제협동조합 ‘실과 바늘’, 인천 송림동의 전자제품 조립 공동체 ‘협성’, 1994년 서울 봉천동의 ‘나눔건설’, 인천의 봉제협동조합 ‘웃누리’, 1995년 구로의 봉제협동조합 ‘한백’, 마포의 ‘마포건설’, 행당동의 봉제협동조합 ‘논골’ 등의 생산공동체가 있었다. 이러한 생산공동체들은 도시 빈곤층 밀집 지역에서 주민의 경제적 자립 및 자활을 도모하자는 취지에서 태동되었다.

정부도 이러한 민간 차원의 생산공동체 운동을 ‘빈곤 대책’ 차원에서 관심을 갖게 되었다. 김영삼 정부시기 ‘국민복지기획단’을 통해서 자활 정책 프로그램이 시범사업으로 채택되었고, 1996년에 5개의 ‘자활지원센터’가 설치되었다. 이 시기 정부의 자활지원센터 시범사업은 최초의 빈곤 계층에 대한 노동 지원 대책이라는 의의를 갖고 있다. 그러나 취약계층의 일자리 창출을 위한 지원 정책이 본격적으로 정부차원에서 시행된 것은 아니다.

이상과 같이 한국에서 사회적기업은 도시빈민지역의 생산공동체 운동에 기원을 두고 태동하였다. 이러한 흐름은 외환위기 이후 실업운동이 활성화되면서 실업자를 위한 일자리 창출 운동으로 이어진다.

2) 1997년~2003년: 자활사업의 제도화(2000년)와 사회적일자리 도입

1997년 외환위기로 인해 대량 실업 사태가 발생했으며, 이것은 한국의 사회안전망이 극히 취약하다는 것을 시민사회와 정부에게 인식하게 하였다. 거리로 내몰리는 저소득 실업자의 등장은 당시 취약한 사회안전망을 갖고 있었던 정부에게 커다란 과제를 안겨 주었다. 한편으로 이것은 그 동안의 생산공동체 운동을 추진해왔던 그룹뿐만 아니라 사회운동 세력에게도 커다란 도전이었다.

이 시기에 정부는 저소득 실업자를 위한 한시적 일자리 지원 프로그램으로 '공공근로 민간위탁사업'을 시행하였다. 여기에 지역의 실업운동단체나 복지운동단체가 참여하였다. 취업 취약계층에 대한 고용창출 프로젝트가 민간과 정부의 파트너십을 통해서 광범위하게 이루어졌다. 이러한 공공근로 민간위탁사업은 저소득층 무료 간병 사업단, 저소득층 무료집수리 사업단, 음식물 쓰레기 재활용 사업단, 공공기관 청소 사업단 등 다양한 형태로 나타났다.

외환위기 이후의 대량 실업사태는 우리사회의 빈곤과 실업에 대한 사회안전망의 구축을 각인하게 하였다. 제대로 된 빈곤대책을 갖추고 있지 못한 것에 대한 반성이 정부 차원에서도 이루어졌으며, 동시에 사회운동 차원에서도 저소득 실업자를 위한 사회안전망을 구축할 것을 지속적으로 요구하였다. 이에 따라 2000년에 국민기초생활보장법이 제정되고 자활제도가 도입되게 된다. 이 법은 모든 국민의 최저생활을 보장한다는 의의를 갖고 있었으며, 노동능력이 있는 빈곤계층에 대한 자활 프로그램을 제공하는 이중적 목적을 갖고 있는 제도이다. 이러한 지원정책은 일종의 노동 빈곤층에 대한 근로연계복지 정책이라고 할 수 있겠다. 이후 자활사업은 급속하게 제도적으로 확대되었는데, 2000년에 70개의 지역자활센터가 설치되었고, 현재 전국의 모든 시·군·구에 하나 이상의 지역자활센터가 있다. 현재 경기지역에도 32개의 지역자활센터가 있다. 이러한 지역자활센터는 기존의 사회복지기관, 실업운동단체, 지역복지운동 단체 등이 지방정부로부터 위탁을 받아 운영하고 있고 있다.

한편 이 시기에 민간에서도 저소득 실업자의 문제를 해결하기 위한 사회운동적 노력이 전개되었다. 다양한 차원에서 지역의 저소득 실업자를 위한 긴급구호사업을 전개했는데, 이러한 운동에는 여러 부문의 사회운동단체, 종교기관, 사회복지기관 등 다양한 주체들이 참여하였다. 이러한 배경에서 '빈곤'과 '실업'을 다루는 사회운동단체들이 점차 확대되어 전국의 많은 지역에서 실업운동단체들이 탄생하게 되었다. 또한, 이 시기에 범국민적 차원의 실업극복국민운동이 전개되었다. '실업극복국민운동위원회'가 설립되었고, 이 위원회에는 종교단체, 시민사회단체, 정부 등의 참여가 이루어졌으며, 약 1000억원 가량의 기금이 조성되었다. 당시 위원회는 민간 차원의 실업운동단체들과 긴밀한 연계를 맺으면서 '저소득 아동 방과후 급식 지원사업', '실직가정 생계지원사업'과 '의료지원사업', '실직자 일자리 창출사업' 등 정부지원의 사각지대에 있는 사람에 대한 지원사업을 전개하였다.

이상과 같은 정부 차원의 빈곤계층에 대한 일자리 정책은 두 가지 양상으로 나타났다고 볼 수 있는데, 하나는 공공근로 민간위탁사업과 같은 한시적 일자리지원정책이며, 다른 하나는 빈곤계층을 위한 자활제도이다. 이러한 정책이 다양한 시민사회 조직들의 노력과 결합되면서 취업 취약계층이나 빈곤계층을 위한 일자리 사업단 등으로 태동되기 시작하였다. 예컨대,

자활제도에 따라 자활근로사업단이나 자활공동체가 지역자활센터에 의해 육성되었다. 이러한 조직들은 취약계층을 위한 직업훈련과 노동참여를 통합적으로 시행하는 프로젝트라는 점에서 '노동통합형 사회적 기업'이라고 할 수 있겠다(노대명, 2007). 이러한 흐름은 2007년 사회적기업육성법이 제정되면서 본격적인 사회적기업의 발전으로 진화하게 된다.

3) 2003년~현재: 사업적 기업의 제도화(2007년)

2000년 이후 자활제도는 빈곤계층의 소득보장과 일자리 창출이라는 이중적 목적으로 가지면서 지속적으로 확대되어 제도적 정착 단계에 들어서게 된다. 2007년 현재 자활사업은 약 259개의 자활지원센터를 통해 300여개의 자활공동체와 1,000여개의 자활근로사업단을 운영하고 있으며, 여기에 약 1만 명 가량이 참여하고 있다(노대명, 2007). 한편 실업자 지원을 위한 긴급구호 성격의 공공근로사업에 대한 고민이 정부차원에서 대두되었다. 이에 대한 대책으로 2003년 이후 사회서비스 공급과 일자리 공급을 목적으로 하는 '사회적 일자리 사업'이 고용노동부 중심으로 추진되게 된다. 정부에서 밝히고 있는 사회적 일자리는 '사회적으로 유용하지만 수익성 때문에 시장에서 충분히 공급되지 못하는 사회적 서비스 부문 일자리나 취약계층을 주로 고용하여 창출되는 일자리'로 정의되는데, 이는 노동 취약계층에 대한 일자리 창출과 함께 우리사회 부족한 사회서비스 공급을 늘린다는 이중의 목적으로 갖고 있는 것으로 평가할 수 있겠다.

사회적 일자리 정책은 장기 발전 전략으로 발전되는데, 이는 2006년 9월 '비전 2030'을 통해서 사회서비스 일자리 창출정책으로 나타나게 된다. 이와 더불어 사회적기업이라는 논의가 대두되게 된다. 정부의 사회서비스 일자리 창출정책은 초기 정부의 선도적 투자를 통해 사회서비스 산업을 육성한다는 구상이며, 바우처 제도와 다양한 일자리 정책을 통해 사회적기업을 육성하고자 하는 목적이었다. 이러한 구상이 구체화되면서, 참여정부는 2006년 '사회적기업육성법'을 입안하였고, 2007년 1월 법률(법률 제8,217호, 시행일: 2007. 7. 1)을 공포하게 된다. 당시 정부가 구상했던 사회적기업 정책의 목적은 크게 두 가지로 볼 수 있는데, 하나는 사회적 일자리 사업 중 지속 가능한 형태로 발전이 가능한 부문을 '사회적기업'으로 전환 육성한다는 것이며, 또 하나는 기존의 민간에서 사회적 목적의 경제활동을 하는 사회적기업에 대한 제도적 지원을 한다는 것이다.

사회적기업 지원 정책은 2007년 7월 이후 본격적으로 시행되었다. 정부는 사회적기업 인증 제도와 더불어 경영, 자금, 판로, 교육 등 다양한 지원정책을 전개하고 있다. 2010년 5월 현재, 정부 인증 사회적기업은 총 319개이며 경기도에는 56개가 있다. 사회적기업의 설립 기원

을 조사한 ‘함께일하는재단’의 자료에 따르면, 2008년 인증 사회적기업 154개 중에서 사회적 일자리 사업단 45.4%(81개), 자활공동체 14.9%(23개), 장애인직업재활 관련 시설 16.2%(25개) 등으로 확인되었다. 이처럼 한국의 사회적기업은 기존의 취약계층 일자리 정책과 연계된 영역에서 개발되고 있는 상황이다. 하지만 소비자생활협동조합, 시민사회단체의 혁신적 사업체, 노동자협동조합, 농촌 공동체 사업단 등에서 사회적기업의 개발은 미진한 편이다. 이것의 원인으로 정부의 정책이 취약계층의 고용창출에 집중되어 다양한 사회적 가치를 포괄하지 못하고 있는 점을 우선적으로 지적할 수 있다. 또한 민간 영역에서 스스로 사회적기업을 개발할 수 있는 역량이 취약한 점도 있다.

이상과 같이 현재 한국의 사회적기업은 역사가 그리 오래되지 않았으며 그 규모도 크지 않다. 중앙정부 주도로 육성되어 왔고, 아직까지 지방정부의 노력은 미진한 편이다. 대체적으로 자활공동체나 사회적일자리 사업단과 같은 기존 사회정책과 연계된 민간 역량이 사회적기업의 개발에 참여하고 있는 양상이다. 이러한 상황에서 향후 사회적기업의 발전을 위해서는 지방정부의 역할이 중요하겠고, 동시에 지역사회에서 다양한 사회적기업의 역량을 키워가는 필요할 것이다.

3. 경기지역 사회적기업의 현황 및 특성

지금까지 한국 사회적기업의 발전과정을 살펴보았다. 본 절에서는 경기지역 사회적기업의 현실을 파악하기 위해 현황과 특성을 살펴본다.

1) 경기지역 사회적기업의 현황

한국의 사회적기업은 사회적 목적 측면에서 취약계층을 위한 고용창출이나 사회서비스 공급 등의 역할을 주로 하고 있다. 이러한 목적과 생산활동을 결합시키는 이니셔티브(initiatives)는 다양한 기원과 형태로 존재하고 있다. 정부 인증 사회적기업이 대표적이다. 이외에도 자활공동체, 장애인직업재활시설, 사회적일자리 사업단 등이 사회적기업의 범주에 잠정적으로 포함될 수 있다. 이 절에서는 인증 사회적기업의 현황과 더불어 앞서 언급했던 영역의 사업체들을 포함하여 경기도 사회적기업의 잠재적 규모를 추정한다.

2009년 말 현재 경기도 인증 사회적기업은 총 49개이며, 전국 292개의 약 20%를 차지하고 있다. 경기도에는 총 27개의 시(20개의 구가 포함되어 있음)와 총 4개의 군이 있는데, 이 중에서 17개의 지역에 사회적기업이 분포되어 있다(〈표-1〉 참조). 이처럼 경기지역의 사회적

기업은 전국적인 상황에 대비해서 많은 편이지만, 전체 규모는 그리 많지 않으며 아직 미개발된 지역도 상당히 있는 상황이라고 할 수 있겠다. 또한, 도시지역에 비해 농촌지역에서 사회적기업 개발은 아직까지 미약한 상황이다.

〈표-2〉는 경기지역 사회적기업의 전체적인 규모를 추정한 것이다. 이에 따르면, 경기지역 사회적기업의 잠재적 규모는 인증 사회적기업 49개를 포함하여 자활공동체 154개, 자활근로사업단 225개, 장애인직업재활시설 62개, 고용노동부 사회적일자리 사업단 97개 등 총 587개이다. 이처럼 경기지역에서 사회적기업으로 개발할 자원은 상당히 잠재되어 있는 것으로 볼 수 있다. 특히, 자활 관련 사업체, 장애인 직업재활시설, 고용노동부 사회적일자리 등의 공공정책과 관련된 영역에 주목할 필요가 있다. 물론 이외에도 시민사회 차원의 다양한 사회적기업 활동도 간과해서는 안될 것이다. 예컨대, 인증사회적기업인 안산의료생활협동조합과 안성의료생활협동조합은 공공정책의 지원을 받지 않았지만, 지역사회 주민의 보건, 의료욕구에 부응하는 시민사회활동을 기반으로 사회적기업으로 발전한 경우이다.

〈표-1〉 경기지역 사회적기업의 현황 (2009년 12월 기준, 총 49개)

지역	사회적기업명	계
수원시	(주)함께 일하는 세상, (주)조이비전, (주)짜로사랑, (주)우리동네, 수원여성노동자회 부설 가정관리사협회 수원지부, 수원YMCA	6
고양시	사회복지법인 위캔, (사)늘푸름 늘푸른직업재활원, 함께하는우리 지적장애아동 자립지원센터, (사)문화마을 들소리, 사회복지법인 흥애원 장애인보호작업시설, (주)몽뜨식품, (재)한국음주문화연구센터 청미래사업단, 공공미술프리즘	7
파주시	한국재가장기요양기관(주), 메자니아아이팩(주), 메자니에코원 주식회사, 사회복지법인 에텐복지재단 에텐하우스	4
부천시	행복도시락 주식회사(부천점), (주)나눔과 돌봄	2
시흥시	시니어인력뱅크, 아름다운 집, 한국지체장애인협회시흥시지회	3
안산시	안산의료소비자생활협동조합, 대한노인회안산시 상록구지회	2
안양시	장애아동통합지원센터	1
광명시	열린사회	1
군포시	군포YMCA	1
성남시	(주)해피월드, 사회복지법인 가나안복지재단 가나안근로복지관, (주)푸른우리	3
이천시	이천YMCA 아가야	1
남양주시	(주)에코그린, 남양주 살롬의 집 행복나눔도시락, (주)일과나눔, 한국컴퓨터재생센터(주)	4
구리시	(주)에이스푸드, 구리문화원 구리시니어클럽 큰바위시니어사업단	4
안성시	(사)대한노인회안성시지회, (주)이장, 안성의료소비자생활협동조합, 생명농업지원센터(유)	4
평택시	(주)청인씨앤씨	1
화성시	(주)다산환경, (주)김원, 행복한 일터, (주)아이티그린	4
용인시	용인시장에인종합복지관	1

〈표-2〉 경기지역 사회적기업의 잠재적 규모 (2009년 현재)

구분	인증 사회적기업	자활공동체	자활근로 사업단	장애인 직업재활시설	고용노동부 사회적일자리	계
현황(개)	49	154	225	62	97	587

※주: 인증 사회적기업의 규모에서 고용노동부 사회적일자리사업단과 장애인직업재활시설에서 일부 중복이 있을 수 있다.

※자료: 자활관련 자료는 경기광역자활센터, 장애인직업재활시설은 시설연합회 전화 인터뷰를 통해 확인하였고, 나머지 고용노동부 사회적일자리 현황은 경기도청에서 확인하였다.

2) 경기지역 사회적기업의 특성: 인증 사회적기업을 중심으로

(가) 조직형태의 특성

사회적기업의 조직형태는 다양할 수 있지만, 여기서는 ‘사회적기업 육성법’에서 규정하고 있는 조직형태에 관한 기준으로 살펴보고자 한다. 이법에서는 사회적기업의 조직형태를 법적지위로 구분하는데, 민법이나 사회복지사업법상 법인, 상법상 회사, 비영리민간단체, 생활협동조합 등을 포함하고 있다.

〈표-3〉에서 경기지역 48개 인증 사회적기업의 법적지위를 보면, 주로 상법상 회사가 45.8%를 차지하고 있고, 나머지는 비영리조직이다. 구체적으로 상법상 회사는 모두 주식회사이며, 비영리 조직의 경우 사단법인이나 재단법인 등의 민법상 법인이 18.8%(9개), 비영리민간단체 20.8%(10개), 사회복지법인 10.4%(5개), 의료생활협동조합 4.2%(2개) 등이다. 농촌 지역에서 개발될 수 있는 사회적기업의 조직형태인 영농조합법인은 현재 없는 상황이다. 한편, 2008년 말 기준 218개 전체 인증 사회적기업 중에서 상법상 회사는 40.4%(89개), 비영리조직은 59.6%이다(한국노동사회연구소, 2009).

〈표-3〉 경기지역 사회적기업의 조직형태: 법적지위를 중심으로

구분	업체 수	비율
상법상 회사(주식회사)	22	45.8
민법상 법인(사단법인, 재단법인)	9	18.8
비영리민간단체	10	20.8
사회복지법인	5	10.4
민법상조합(협동조합)	2	4.2
영농조합법인	0	0
기타	0	0
합계	48	100.0

※주: 2009년 12월 현재 경기도 49개 인증 사회적기업 중 48개의 현황

※자료: 인증 사회적기업이 고용노동부에 제출한 ‘2009년 인증 사회적기업 사업보고서’

(나) 사회적 목적의 특성

정부는 사회적기업의 사회적 목적의 특성을 취약계층 위한 일자리 제공형, 사회서비스 제공형, 두 가지의 혼합형, 기타 형으로 구분하고 있다. 이러한 기준으로 사회적 목적의 특성을 살펴보면, 일자리제공형은 62.5%(30개), 사회서비스제공형 6.3%(3개), 혼합형 18.8%(9개), 기타형 12.5%(6개) 등이다. 예컨대, 일자리제공형은 근로빈곤층의 일자리 창출을 지원하는 청소 사회적기업 ‘함께일하는세상’이나 쿠키를 생산하는 장애인 사회적기업인 ‘위캔’ 등이 있고, 사회서비스 제공형 사회적기업은 산모도우미 서비스를 제공하는 수원 YMCA나 군포 YMCA의 ‘아가야 사업단’ 등이 해당된다. 이와 같이 경기지역의 사회적기업은 상당부분 근로빈곤층, 취업취약계층, 장애인 등을 위한 노동통합형 목적을 갖고 있거나 복지, 의료, 교육 등 사회서비스 제공을 목적으로 하고 있다고 볼 수 있다.

〈표-4〉 경기지역 사회적기업의 사회적 목적의 특성 단위: 개, %

유형	일자리 제공형	사회서비스 제공형	혼합형	기타형	총계
업체수	30(62.5%)	3(6.3%)	9(18.8%)	6(12.5%)	48(100.0%)

※주: 2009년 12월 현재 경기도 49개 인증 사회적기업 중 48개의 현황

※자료: 인증 사회적기업이 고용노동부에 제출한 '2009년 인증 사회적기업 사업보고서'

(다) 비즈니스 특성

사회적기업은 사회적 목적을 추구하기 위해 다양한 비즈니스를 활용한다. 〈표-5〉에 따르면, 경기도 사회적기업의 업종 분포는 사회복지서비스업 21.1%(13개), 교육서비스업 4.2%(2개), 보육서비스 10.4%(5개), 가사간병서비스업 6.3%(3개) 등 대인서비스 분야가 큰 비중을 차지하고 있으며, 환경업종도 22.9%(11개)도 상당수 있다. 반면, 유통 및 제조, 농업 등의 업종은 기타에 일부 포함되어 있는데, 상대적으로 낮은 비율을 보이고 있다. 이러한 비즈니스 특성은 사회적기업에서 단일업종으로 존재하기도 하지만, 어떤 사회적기업의 경우는 2~3개의 업종을 취급하는 경우도 있을 수 있다.

〈표-5〉 경기지역 사회적기업의 업종분포

단위: 개, %

구분	교육 서비스	사회 복지 서비스	환경	문화 예술 관광 운동	보육	산림 보존 (관리)	간병 가사 지원	기타	합계
계	2	13	11	3	5	0	3	11	48
%	4.2	27.1	22.9	6.3	10.4	0	6.3	22.9	100.0

※주: 2009년 12월 현재 경기도 49개 인증 사회적기업 중 48개의 현황

※자료: 인증 사회적기업이 고용노동부에 제출한 '2009년 인증 사회적기업 사업보고서'

이상과 같이 경기지역의 사회적기업은 전체적인 규모가 그리 큰 편은 아니며 도시지역을 중심으로 발전하고 있다. 또한, 조직의 기원 및 형태, 사회적 목적, 비즈니스별로 다양한 특성을 갖고 지역사회 여러 영역에서 조금씩 성장하고 있는 중이다. 그러나 사회적기업의 잠재적 규모에서 확인되었듯이 성장 역량은 충분히 있는 것으로 보인다. 따라서 자활관련 사업단, 장애인 직업재활시설 등 기존 복지서비스 영역에서 사회적기업을 적극 개발할 필요가 있다. 또한, 지역 특성에 맞는 사회적기업이 중요할 것이며 농촌형 사회적기업의 개발도 관심을 가져야할 영역이다.

4. 경기지역 사회적기업의 가치 창출과 지속가능성

이절에서는 경기지역의 사회적기업이 창출하는 사회적 가치와 경제적 가치를 어떻게 평가할 수 있는지, 지속가능성은 어떠한지를 살펴본다. 이를 통해 지속가능한 사회적기업 발전을 위해서 어떤 노력이 필요한지 시사점을 얻고자 한다. 구체적으로 사회적기업의 사회적 가치는 취약계층 고용창출을 중심으로, 경제적 가치는 자원동원 특성을 중심으로 살펴본다.

1) 경기지역 사회적기업의 사회적 가치: 취약계층 고용창출을 중심으로

경기지역의 사회적기업에 종사하는 총 유급근로자의 수는 2009년 기준으로 총 1987명이다. 성별로는 여성이 53.8%를 차지하고 있다. 연령별로는 30세 이상 55세 미만이 61.2%, 55세 이상이 23.8%를 차지하고 있다(〈표-6〉 참조). 또한, 전체 유급근로자 중에서 저소득층, 고령자, 장애인 등 취약 계층이 참여하는 비중은 〈표-7〉에 제시되어 있듯이 63.4%를 차지하고 있다.

이러한 결과를 바탕으로 경기도 사회적기업은 주로 30대 이상의 취업 취약계층 고용에 기여하고 있는 것으로 추정할 수 있다.

〈표-6〉 경기도 지역 사회적기업의 유급근로자 고용현황

단위: 명

구분	성별		연령별			
	남	여	20세 미만	20세 이상-30세 미만	30세 이상-55세 미만	55세 이상
인원	918 (46.2%)	1,069 (53.8%)	6 (0.3%)	291 (14.6%)	1,217 (61.2%)	473 (23.8%)
계	1,987 (100.0%)		1,987 (100.0%)			

※주: 2009년 12월 현재 경기도 인증 사회적기업 49개 중 47개의 현황

※자료: 인증 사회적기업이 고용노동부에 제출한 '2009년 인증 사회적기업 사업보고서'

〈표-7〉 경기도 지역 사회적기업의 취약계층 특성

단위: 명, %

구분	일반인 (N=46)	저소득층	고령자	장애인	기타	총계
남	305	65	180	297	42	889
여	407	160	242	89	161	1,059
비율	712 (36.6%)	225 (11.6%)	422 (21.7%)	386 (19.8%)	203 (10.4%)	1,948 (100.0%)

※주: 2009년 12월 현재 경기도 인증 사회적기업 49개 중 46개의 현황

※자료: 인증 사회적기업이 고용노동부에 제출한 '2009년 인증 사회적기업 사업보고서'

〈표-8〉에 따르면, 경기도 지역 사회적기업 근로자의 고용형태는 정규직이 77.6%를 차지하고 있다. 또한 비정규직은 22.4%를 차지하고 있는데, 이들은 2년 내외의 단기 계약직일 가능성이 크다. 상당수 사회적기업에서 고용은 고용노동부의 사회적일자리사업에서 지원을 받고 있는데, 이러한 지원은 단기 계약직 형태로 이루어진다. 이러한 사회적일자리사업은 사회적기업에게 3년 또는 5년 간 한시적으로 지원되며, 지원이 종료될 시에는 고용불안의 문제가 야기될 것으로 판단된다. 이에 따라 현재 경기도 사회적기업 근로자 중 비정규직은 상당히 고용불안 상태에 처해 있다고 볼 수 있고, '고용안정성'을 높여가는 것이 과제라고 볼 수 있겠다.

〈표-8〉 경기도 지역 사회적기업의 고용형태

단위: 명, %

고용형태	정규직	비정규직
전체 고용 인원 (2,014명)	1,564 (77.6%)	450 (22.4%)

※주: 2009년 12월 현재 경기도 인증 사회적기업 49개 중 48개의 현황

※자료: 인증 사회적기업이 고용노동부에 제출한 '2009년 인증 사회적기업 사업보고서'

한편 경기도 지역 사회적기업 유급근로자의 평균임금은 정규직이 약 135만 원이며, 비정규직은 약 93만 원이다. 이러한 임금수준은 최저임금 기준 788,000원(2009년 기준)에 비해서는 약간 높은 편이며, 도시 근로자 가구 월 평균 소득 398만 원(2008년 기준)에 비해서는 상당히 낮은 수준이다. 이처럼 경기도 사회적기업 근로자의 임금 수준은 정규직이나 비정규직 모두 높은 수준은 아니다.

〈표-9〉 경기도 지역 사회적기업 종사자의 월평균 임금

단위: 원

고용형태	정규직(N=39)	비정규직(N=31)
월평균 임금	1,354,495	937,100

※주: N은 총 49개 사회적기업 중에서 입력된 수

※자료: 인증 사회적기업이 고용노동부에 제출한 '2009년 인증 사회적기업 사업보고서'

이상과 같이 경기도 사회적기업은 비록 큰 규모는 아니지만 30대 이상의 취업 취약계층 고용에 기여하고 있는 중이다. 최저임금을 다소 상회하는 수준의 임금 수준을 유지하면서 정규직으로 고용형태를 유지하는 잠재력도 보이고 있다. 그러나 비정규직의 고용이 안정적이지 않아 이를 보완하는 노력이 요구되고 있다.

2) 경기도 지역 사회적기업의 경제적 가치: 자원동원을 중심으로

사회적기업은 지속가능한 경제적 가치 창출을 위해 시장뿐만 아니라 비시장을 통해 자원동원을 할 수 있다. 〈표-10〉은 경기도 지역 사회적기업의 자원동원 현황을 제시한 것이다. 유의할 점은 개별 사회적기업이 동원하는 자원의 규모만으로 사회적기업의 성과를 단정해서는 안 된다. 사회적기업의 성과는 업종, 규모, 사회적 가치 및 목적 등 종합적인 판단 속에서 평가되어야 하기 때문이다.

경기지역 46개 사회적기업의 2009년 총수입은 대략 546억 원이며, 평균수입은 약 11억 8천만 원이다. 2008년 기준으로 전국의 218개 사회적기업의 평균 수입이 약 9억 원 가량인데, 경기도 사회적기업의 자원동원 능력은 그 보다 높은 편이다. 따라서 경기도에는 상당히 자원 동원 능력이 상당한 사회적기업들이 있는 것으로 추정할 수 있다. 실제로 이 지역의 사회적기업인 ‘함께일하는세상’, ‘한국컴퓨터재생센터’, ‘안성의료생활협동조합’, ‘위캔’ 등은 연간 총수입이 30억 원 이상이다.

〈표-10〉 경기지역 사회적기업의 자원동원 특성

단위: 원

구분		평균	합계	
영업활동수입	민간시장	636,928,627	29,298,716,858	(53.6%)
	공공시장	257,002,747	11,822,126,393	(21.6%)
비영업활동수입	정부지원금	235,231,808	10,820,663,198	(19.8%)
	기업후원	6,820,220	313,730,128	(5.0%)
	모기관지원	10,882,198	500,581,141	
	기타	40,559,236	1,865,724,895	
총계		1,187,424,839	54,621,542,613	(100%)

※주: 2009년 12월 현재 경기도 인증 사회적기업 49개 중 46개의 현황

※자료: 인증 사회적기업이 고용노동부에 제출한 ‘2009년 인증 사회적기업 사업보고서’

고용노동부에 제출하는 ‘인증 사회적기업보고서’에 따르면, 사회적기업의 자원동원의 특성은 대범주로 영업활동 수입과 비영업활동 수입으로 구분된다. 여기서 영업활동 수입은 민간시장과 공공시장으로, 비영업활동 수입은 정부지원금, 기업후원금, 모기관 지원금, 기타 등으로 분류된다. 〈표-10〉은 이러한 구분에 따라 경기도 사회적기업의 자원동원 특성을 제시한 것이다.

우선, 영업활동 수입은 일반시장이나 공공시장(공공위탁이나 우선구매 등)에서 획득하는 매출액을 의미하는데, 경기지역 사회적기업의 영업활동을 통한 총수입의 평균은 약 9억 9천만 원 수준이며, 총 수입의 75.2%이다. 구체적으로 민간시장에서 53.6%, 공공시장에서 21.6%의 수입을 확보하고 있다. 참고로 2008년도 전체 인증 사회적기업의 영업활동 수입은 총 수입의 65.0%였다(한국노동사회연구소, 2009).

다음 비영업활동 수입은 영업활동 이외에 정부지원을 받거나 사회적으로 동원되는 자원을 의미한다. 사회적기업은 고용노동부 사회적일자리사업과 같은 정부의 인건비 지원이나 민간 기금, 회원이나 조합원 회비 등 다양한 자원을 동원할 수 있다. 〈표-10〉에 제시되어 있듯이 경기도 사회적기업이 받는 정부지원금은 총수입의 19.8%이다. 이러한 지원금 중 상당수는 고용노동부의 사회적일자리 사업이다. 실제로 경기도 인증 사회적기업 중에 26개가 고용노동부 사회적일자리 사업을 수행하고 있다. 또한, 구성원의 회비나 사회적인 연계를 통해 동원하는 자원은 총 수입의 5.0%를 차지하고 있다. 예컨대, ‘안성의료생활협동조합’의 경우는 조합원에 의한 출자나 증자를 통해 자원을 동원하고 있고, ‘함께일하는세상’의 경우는 사회적기업 지원 조직인 ‘함께일하는재단’의 프로젝트 사업—청소 사회적기업 네트워크 지원사업 등—을 통해 자원을 동원하고 있다.

이상과 같이 경기도 지역의 사회적기업은 시장뿐만 아니라 정부와 사회적 차원에서 다양한 자원을 동원하고 있고, 이들의 자원동원 능력은 전국의 사회적기업보다 다소 높은 편이다. 이렇다고 경기도 사회적기업의 경제적 능력이 충분한 정도에 있다고 평가하기는 힘들다. 이러한 사실은 경기도 사회적기업의 총수입 대비 총 인건비 감당 능력을 통해 추정해 볼 수 있다. 구체적으로 현재 총 수입을 550억 원, 총 종사자 수를 2,000명으로 상정할 경우, 1인당 수입은 매월 230만 원에 불과하다. 따라서 인건비 외에 상품의 생산, 판매 등을 위한 비용도 고려할 경우 경기도 사회적기업의 인건비 감당능력은 아직까지 미흡한 수준에 있을 것으로 추정할 수 있다.

사회적기업은 취약계층을 고용하고 민주적, 윤리적 경영을 하면서 상거래활동을 해야 한다. 이러한 점에서 사회적기업은 영리기업에 비해 시장경쟁력이 취약할 수 밖에 없다. 따라서 사회적기업이 사회적 사명을 유지하면서 경제적 지속성을 유지하기 위해서는 정부의 안정적인 지원과 동시에 자체적으로 다양한 영역에서 사회적 자원을 개발할 필요성이 있다.

5. 경기지역 사회적기업의 성공 사례

이 절에서는 경기도 사회적기업 중에 청소, 재활용 등 환경분야 사회적기업에서 성공 잠재력이 있는 사례를 소개한다. 여기서는 청소 사회적기업 ‘함께일하는세상’, 폐자원 사회적기업 ‘에코그린’, 중고컴퓨터 재활용 사회적기업 ‘한국컴퓨터재생센터’ 등 3개의 사례를 소개한다. 이를 통해 지속가능한 사회적기업 개발을 위한 시사점을 얻을 수 있을 것이다.

1) 청소 사회적기업 '함께일하는세상'

'함께일하는세상(이하 함세상)'은 청소 대행업, 용역업, 물류 공급업 등을 비즈니스 특성으로 하는 사회적기업이다. 2009년 현재 '청소대안기업연합회'의 소속 사회적기업은 '함세상' 포함 18개이다(www.kfcae.kr, 2009). '함세상'의 대표이사 이철중은 연합조직의 대표자 역할도 겸직하고 있다.

'함세상'은 2002년 경기도 시흥지역의 자활공동체인 '터사랑'에서 출발하였고, 2003년 9월 주식회사로 조직을 전환하고 사회적기업을 표방하였다. '함세상'은 '함세상'을 지원하는 조직인 경기광역자활지원센터, 시흥, 안산, 부천 지역자활센터, '함세상'의 비즈니스와 결합되어 있는 경기지역 청소 자활공동체들의 참여에 의해서 설립되었다.

2003년 법인 전환 이후 지속적인 성장을 해온 '함세상'은 2007년에 정부 인증 사회적기업으로 등록 되었다. 2008년 기준으로 본점 1개소(경기도 수원 소재)포함 총 12개의 사업장(지점)을 갖고 있고, 종사자는 총 154명이며 이중에서 95명(전체 종사자의 61%)이 취약계층이다. 또한 총 수입액은 약 36억 원이며, 이중에서 영업활동을 통한 매출액은 약 33억 가량(총 수입액의 89.5%)이다. 2007년 기준으로 51개 인증 사회적기업의 평균 매출액은 약 860백만원(곽선화, 2009) 정도인데, 이와 비교하면 '함세상'의 매출규모는 사회적기업 중에서도 큰 규모이다. 현재 함세상은 청소업과 관련된 비즈니스뿐만 아니라 다양한 영역에서 자원동원을 하고 있다.

우선, '함세상'의 비즈니스는 청소용품 유통사업과 청소용역사업으로 구성되어 있다. 여기서 유통사업은 본사가 역할을 맡고, 공공 및 일반 건물 용역사업은 본사와 11개 산하 지점을 통해 이루어진다.

유통사업은 청소용역업을 하는 개인이나 단체에게 청소용품을 판매하는 비즈니스이다. 주요고객은 청소사업을 하고 있는 전국의 자활근로사업단과 자활공동체이다. 사회적기업 간에 내부 거래가 이루어지고 있고, 상당히 안정적인 고객들이다. 이 분야의 매출 규모는 총 수입의 25%를 차지한다. 최근 '함세상'은 그동안의 유통업 경험을 바탕으로 일반시장을 공략하기 위해 친환경 상품을 출시하는 등의 노력을 하고 있다.

청소용역사업은 건물, 주택 등에 클리닝 서비스(cleaning service)를 제공하는 사업이다. 이 분야의 매출은 공원, 병원, 공공시설 및 기관, 학교 등 공공용역과 일반 건물에 대한 용역 등을 통해 이루어지고 있다. 우선, 용역사업의 상당부분은 공공정책과 밀접한 연관이 있다. 구체적으로 학교청소사업은 교육부 및 교육청의 환경개선사업이며, 지역의 공공기관이나 시설 청소사업은 지방자치단체의 용역사업이다. 또한 복지부와 지방정부의 '지역혁신서비스사업'

을 위탁 받아 취약계층의 주거환경개선을 시행하고 있다. 이러한 공공용역은 청소사업에 이해를 갖고 있는 지역 자활공동체(각 지점)와 연계되어 확보되며 총 수입의 33.6%를 차지하고 있다. 또한, 일반 시장에서의 용역은 총 수입의 30.9%를 차지하고 있다.

다음으로 공공자원은 중앙정부 지원금과 경기도의 무상 공간지원으로 구성되어 있다. 이러한 자원의 규모는 전체의 8.4%이다. 주로 고용노동부 '사회적일자리 사업' 기금이며, 취업 취약계층 총 23명(2008년 기준 전체 154명 종사자 중 약 15%에 해당)의 일자리를 지원받고 있다.

또한, 사회적자원은 '사회적기업 지원조직'의 프로젝트 사업기금과 조합원 조성금으로 구성되어 있고, 규모는 전체의 2.1%이다. 프로젝트 기금은 사회투자지원재단의 '업종별 네트워크 지원사업' 기금으로, '함세상'은 이 사업을 통해 전국에 있는 청소업종 사회적기업의 연계를 구축하여 그들의 대표 기관 역할을 수행하고 있다. 조합원 기금은 출자금에 의해 조성된 기금으로, '함세상'은 개인 및 단체 조합원의 조합비를 일시 납부 또는 분할 납부 방식으로 받고 있다. 이처럼 공공자원과 사회적 자원은 취약계층을 위한 고용창출이라는 목적과 관련되어 외부로부터 '함세상'에 지원되거나 내부 구성원이 참여하여 자체 동원하는 자원들이다.

이러한 경제적 가치 창출과 동시에 '함세상'은 일자리 창출, 협동과 연대, 지역사회 기여 등 여러 가지 사회적 가치를 수행하고 있다. 특히 '함세상'은 근로빈곤층을 위한 고용창출에 많은 기여를 하고 있다. 설립 초기에 근로빈곤층의 고용은 6명에 불과했으나, 2008년에는 95명까지 확대되었다. 기존의 복지 프로그램인 자활공동체의 종사자 인원이 통상 5인 내외인 점을 감안하면(백학영·조성은, 2009), '함세상'의 고용창출 성과는 상당하다고 할 수 있다.

이상과 같이 '함세상'은 청소 사회적기업 중에서 성공적으로 평가되는 사례이다. '함세상'이 성공에 영향을 미친 요인은 정부와 지역사회 지원 등 여러 가지가 있겠지만, 여기서는 내부요인을 중심으로 제시한다. 우선, 이철중의 도전정신과 전문성을 들 수 있다. 그는 청년 사회적기업가인데, 지역자활센터의 청소사업 담당자에서 청소 사회적기업을 일으켰다. 다음으로 자활공동체, 경기광역자활지원센터 등 다양한 이해당사자의 참여가 시장자원과 공공자원으로 연결되고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 한국에서 향후 청소 분야의 사회적기업은 상당 부분 자활공동체에서 발전될 가능성이 많다. 이러한 점을 고려했을 때, '함세상'은 청소 분야 자활공동체의 발전 모델로서 의의를 갖고 있다.

2) 폐자원 재활용 사회적기업 '에코그린'

'에코그린'은 전기·전자 폐기물과 폐플라스틱을 재활용하는 사회적기업이다. 또한, '에코그린'은 전국 재활용업종 사회적기업의 네트워크 조직인 (사)재활용대안기업연합회 회원 단체

이기도 하다. 이 단체에는 전국 16개의 사회적기업이 참여하고 있으며, 이 중에 13개가 2009년 현재 인증 사회적기업이다(www.rise.or.kr). 경기도 남양주에 소재하고 있는 '에코그린'은 수도권 북부지역에 대표적인 재활용 사회적기업이다. 청주의 '미래 ENT', 전주의 '사람과환경' 등도 이 분야의 대표적인 사회적기업으로 볼 수 있다.

2005년 구리 YMCA 실업자 종합지원센터와 구리, 노원 지역자활센터 등 4개의 조직이 컨소시엄을 맺고 '에코그린'을 설립하였다. 즉, 각 지역자활센터에 있는 재활용 자활공동체의 역량을 모아 사회적기업으로 발전하였다. 이는 경기지역의 청소 자활공동체와의 파트너십을 통해 규모화 한 '함세상'의 경우와 유사하다.

설립 과정에서 재활용 사회적기업의 지원조직인 '재활용대안기업연합회(대표자 이정희, 구리지역자활센터 소장, 현 '에코그린' 대표이사)'의 역할이 있었다. 당시 연합회는 수도권 북부 지역에 재활용 사회적기업의 필요성을 제기하였고, 구리지역자활센터가 주도적인 역할을 맡고, 다른 지역이 협력하였다. 초기에 결합했던 서울의 노원지역자활센터는 자체 지원 역량의 한계 때문에 빠지고, 경기 북부의 포천지역자활센터와 구리 인근의 남양주 지역자활센터가 협력 파트너이다.

'에코그린'은 2005년 설립이후 재활용사업 영역을 확장시키면서 2007년 10월에 '인증 사회적기업'이 되었다. '에코그린'의 2008년 인증사회적기업 보고서에 따르면, 총 32명이 종사하고 있고, 총 수입은 747백만 원이며, 이 중에서 영업활동을 통한 매출액은 494백만원(총 수입의 66.1%)이다. 여기서 '에코그린'의 수입은 '함세상'처럼 다양한 영역에서 확보되고 있다.

일반적으로 재활용 사업은 재처리 물량 확보가 중요하다. 일반 재활용 시장에서의 경쟁을 통해 물량을 확보하는 방법과 지방자치단체나 기업 등의 연계를 통해 물량을 확보하는 방법 등이 있다. 이러한 두 가지의 물량 확보 방식이 '에코그린'의 비즈니스에도 적용되며, 여기서는 폐플라스틱 재활용사업과 소형 전자제품 재활용사업 등이 주력이다.

우선 플라스틱 분야의 영업활동은 일반시장에서 치열한 물량 확보 경쟁을 통해 이루어진다. 구리 지역의 공동주거시설에 있는 PP, PE, PET 등 플라스틱 폐자원을 수거하여 선별장을 통해 분리수거하여 판매하는 방식이다. 이 사업을 통해 2008년 210백만 원의 매출을 올렸고, 이는 총수입의 28.1%를 차지한다. 또한, 전기전자폐기물 사업은 대기업과 지방자치단체와의 협약을 통해 소형가전제품을 기증 받아 비철, 고철 등을 선별하여 판매하는 방식이다. 이 사업의 성사는 재활용대안기업연합회의 지원이 컸다. 이러한 지원에 힘입어 '에코그린'은 삼성전자로부터 월 40톤의 물량 등을 확보하고 있고, 총 수입의 38.0% 정도의 매출을 올리고 있다. 다음으로 '에코그린'은 근로 빈곤층의 고용창출이라는 사명을 갖고 있기 때문에 사회적일자리

를 통해 공공자원을 동원하고 있다. 이러한 자원동원에 이형출 상무의 역할은 지대한 공헌을 하였다.

이러한 경제적 가치 창출과 동시에 '에코그린'은 자원 재활용과 빈곤 계층의 고용 창출을 위해 노력해왔다. 핵심 자원재활용 사업인 전기전자폐기물 재활용 사업은 기존 재활용 시스템의 공백을 사회적기업이 개발했다는 측면에서 주목할 필요가 있다. 대기업의 경우 법적으로 대형가전제품은 자체 재활용하는 시스템을 갖추어야 한다. 그러나 전기밥솥, 선풍기와 같은 소형가전제품의 경우 그렇지 않다. 이러한 자원의 선순환 필요성을 '에코그린'은 시민사회와 정부에 제기하였고, 그것을 사회적기업을 통해서 개발 했다.

'에코그린'의 주된 목적은 주로 자활공동체에 참여하는 저소득 취약계층의 안정적인 일자리를 제공하고 그들의 경제적 수준의 향상에 기여하는 것이다. 2008년 총 종사자의 78%(25명)가 취약 계층이다. 그들은 주로 수급권자, 차상위계층, 노인, 장애인 등이며 70대의 노인도 참여하고 있다. 또한, 매출을 통해 발생된 수익을 구성원을 위해 재투자한다. 그들의 월 평균 임금 수준은 정부에서 지원받고 있는 사회적 일자리 지원금 788천 원(2008년 기준)보다 많은 1,100천 원 수준이다.

이렇듯 '에코그린'은 재활용 비즈니스와 결합하여 '환경-고용-복지'의 가치를 실현하는 성공 사례이다. '에코그린'의 성공요인도 '함세상'과 유사하다. 사회적기업가 이형출의 헌신적 노력과 전문성은 '에코그린'의 설립과 성장에 지대한 영향을 미쳤다. 또한, 재활용 사업단을 운영하는 지역자활센터와 재활용대안기업연합회 등 다양한 이해당사자 참여는 에코그린의 설립 자본 형성에 기여했고, 소형가전제품 재활용을 유지하는데 중요한 영향을 미쳤다. 이처럼 '에코그린'은 재활용사업을 하는 자활공동체의 발전 모델로서 의의를 갖고 있다.

3) 컴퓨터재활용 사회적기업 '한국컴퓨터재생센터'

'한국컴퓨터재생센터(Korea Computer Refurbish Center, 이하 KCR)'는 중고 컴퓨터를 재생하여, 사회적으로 유용하게 재사용하게 하는 재활용 사회적기업이다. 중고 컴퓨터를 매입하거나 기부를 받아 이를 재생시켜 온-오프라인을 통해 상거래활동을 한다. 'KCR'외에 컴퓨터 재활용 분야의 사회적기업으로 경기도의 '컴윈' 등이 있다.

'KCR'은 '이렌컴'이라는 컴퓨터 장비 대여 회사에서 일하던 구자덕에 의해서 2008년 1월에 사회적기업을 표방하면서 설립되었다. 기존 영리기업에서의 사업 경험을 살려 사회적기업이 설립된 사례이다. 2008년 인증 사회적기업 154개 중에서 'KCR'과 같은 영리기업 기원을 갖고 있는 경우는 총 7개(4.5%)이다(함께일하는재단, 2009).

‘KCR’의 설립 자본은 구자덕과 다른 창업 멤버인 장만호 등 2인의 공동 투자에 의해서 형성되었다. 통상 상당수 사회적기업의 경우 공공정책과 관련이 많고, 사회적 성격의 자본을 동원하여 설립하는데, ‘KCR’은 그와는 다르다는 점에서 독특하다.

사회적기업을 표방한 ‘KCR’은 설립된 지 얼마 지나지 않아 2008년 12월에 인증 사회적기업이 되었다. ‘KCR’의 2008년 인증사회적기업 보고서에 따르면, 총 종사자 수는 14명이며, 총 수입은 약 20억 원인데 모두 영업활동을 통해 이루어진다. 여기서 ‘KCR’의 수입은 ‘함세상’이나 ‘에코그린’과 달리 100% 상거래활동을 통해 확보된다. 이러한 ‘KCR’의 영업활동은 중고 PC 재생을 통한 판매사업과 중고 PC 용역서비스로 이루어진다.

PC 판매사업은 중고 컴퓨터를 자체 매입하여 재생, 판매하는 방식으로 이루어진다. 품목은 데스크탑, 모니터, 노트북 등이다. 판매는 온라인 쇼핑몰을 통한 소매와 학원 도매 등의 직거래 방식으로 이루어진다. 여기서의 매출은 전체의 95%를 차지한다. 중고 PC 용역서비스는 대기업이나 관공서가 기증하는 컴퓨터의 기능보강을 대행하는 사업이다. 이 분야는 경영진의 직접 영업을 통해 이루어지며 전체 매출의 5%를 차지한다.

‘KCR’이 추구하는 가치는 ‘자원순환과 정보격차 해소’이다. 자원순환이라는 가치는 국내 연간 중고 컴퓨터가 400만 대가 있는데, 그것의 7~8%만이 국내에서 재이용되고 있는 것에 주목하여 개발되었다. 재이용 중심의 자원순환의 필요와 중고 컴퓨터 수집-재생-보급구조의 비즈니스를 결합시켰다. 2008년도에는 약 12,500대, 2009년도는 약 32,000대의 컴퓨터를 재생시켰다. 또한, ‘정보격차 해소’의 가치는 정보 취약계층에게 컴퓨터를 보급하고 그들에게 정보교육서비스를 제공하는 것이다. 이 분야의 사업은 지역 NGO와 연계하여 서비스 제공이 가능하도록 인력을 훈련하고, 교육서비스를 제공하는 방식으로 준비되고 있는 중이다.

이상과 같은 ‘KCR’의 성장에서 주목할 점은 구자덕 대표를 포함한 창업자들이 영리기업의 경험을 갖고 사회적 가치를 지향하는 기업을 세웠다는 점이다. 그들은 사회적기업을 통해 자원이 선순환되고 정보격차가 해소되는 지역사회를 꿈꾸는 사회적기업가들이다. 따라서 ‘KCR’은 한국에서 몇 안되는 영리기업을 배경으로 성장하고 있는 사회적기업의 발전 모델로서 의의를 갖고 있다.

4) 사례의 시사점

지금까지 경기도에서 성공 잠재력이 있는 사회적기업으로 평가되는 3개의 사례를 살펴보았다. 이들 사례가 주는 시사점을 정리하면 다음과 같다.

우선, ‘함세상’과 ‘에코그린’은 사회적기업과 관련된 여러 협력조직의 참여에 의해서 설

립되었고, 이러한 다양한 이해당사자의 참여가 시장자원과 공공자원으로 연결되고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 또한, 두 사례는 지역에 있는 여러 개의 자활공동체가 파트너십을 형성하면서 기업규모를 키우는 전략을 통해 비즈니스 모델을 개발하였다는 점도 주목할 점이다. 이는 소규모 자활공동체의 성공 확률이 매우 낮다는 점과 대비되는 점이다. 따라서 환경분야의 자활공동체에서 사회적기업을 개발할 때, 관련된 여러 자활공동체가 협력을 통하여 개발하는 것이 성공 가능성을 키울 수 있는 유력한 방안일 수 있다.

다음으로 일반기업에서 경영책임자가 중요하듯이 사회적기업도 사회적기업가의 역할은 지대하다. ‘함세상’의 이철중 대표이사, ‘KCR’의 구자덕 대표이사, ‘에코그린’의 이형출 상무는 해당 사회적기업의 설립과 지속가능한 경영을 위해 헌신적 노력을 해왔다. 또한 그들은 기업가적 도전과 창의성을 발휘하면서 각 사회적기업의 프로젝트를 개발하고 시장자원뿐만 아니라 다양한 자원을 하고 있다. 이처럼 지역사회에서 지속가능한 사회적기업의 개발을 위해서는 사회적기업가의 육성이 무엇보다도 절실한 과제라고 할 수 있겠다.

6. 지속가능한 사회적기업 발전을 위한 과제

정부는 사회적기업에 대한 세제지원, 보호시장 육성, 경영 및 교육·훈련 등의 지원 정책을 사업을 하고 있다. 한편 민간에서 사회적기업의 역사와 토대는 취약한 편이다. 이러한 상황에서 지역사회를 중심으로 민간의 자주적 역량을 키우는 것이 사회적기업 발전을 위해서 매우 중요한 과제라고 할 수 있고, 동시에 중앙정부나 지방정부의 지원도 병행하는 노력이 필요하다. 여기서는 사회적기업 발전을 위한 과제를 민간과 지방정부 차원 등 두 가지로 구분하여 제시하고자 한다.

1) 사회적기업 민간 주체의 과제

민간 차원에서 사회적 기업이 정부에 독자성을 견지하면서(물론 정부 프로그램과 밀접한 관계를 갖고 있겠지만) 지속가능한 발전 전략을 세우는 것이 중요할 것이다. 구체적으로 개별 사회적기업과 지역사회 차원에서 노력해야 할 민간의 과제를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 사회적기업은 지역사회의 다양한 사회적 가치에 주목하면서 사업모델을 개발할 필요가 있다. 경기지역의 사회적기업의 경우 주로 일자리 창출과 사회서비스 공급에 초점을 두고 있다. 여기에 더하여 도농복합적 지역 특성을 살릴 필요가 있고, 문화, 생태, 도시재생, 이주민 영역 등 변화하는 도시 특성과 다양한 지역사회 니즈를 사회적기업 방식으로 개발하려는

노력이 필요하다.

둘째, 사회적기업은 지역사회의 연계 조직과 협력하여 내부 거래시장과 공공시장을 통해 안정적인 영업활동을 할 필요가 있다. 예컨대, '함세상'의 경우 청소 유통업에서 전국의 자활청소사업단에게 물품을 납품하면서 안정적인 매출을 확보하고 있다. 또한, 에코그린의 경우도 재활용대안기업연합회와 서울시와의 협력을 통하여 안정적으로 폐기전 물품을 확보한 것이 매출 확대에 연결되었다.

셋째, 사회서비스 업종 사회적기업의 경우 고용노동부 사회적일자리 사업의 비중을 줄이고 신규 바우처, 장기요양보험 등 신규 공공시장을 개척할 필요가 있다. 사회적일자리 사업은 취약계층을 위한 고용 창출이라는 사회적 목적을 실현한다는 점에서 중요하다. 그러나 사회적 목적과 동시에 그에 버금가게 고려해야 할 점은 지속가능성이다. 이를 위해서 사회적기업은 안정적인 공공정책을 다양하게 공략할 필요가 있다. 최근 공공차원에서 확충되고 있는 공급자와 이용자 계약 방식의 바우처 제도는 사회적기업의 비즈니스 차원에서 적극적으로 개발할 필요가 있다.

넷째, 사회적기업의 고용형태, 임금, 노동복지 등 고용 여건을 개선하기 위한 노력이 필요하다. 종사자 특성에서 확인되었듯이, 30대 이상의 여성이 주를 이루고 있기 때문에 개별 사회적기업 차원에서 일과 가정을 양립할 있는 사회복지적 노력이 필요하다. 또한 종사자의 다수가 단기 계약직인데, 사회적기업 차원에서 정규적이고 안정적인 일자리에 대한 목표를 세울 필요가 있고, 쉽지 않은 과제이지만 이를 현실화하고 지속화할 수 있는 경영전략을 수립할 필요가 있다. 물론 취약계층 종사자에 대한 정부 정책의 개선 노력도 병행되어야 할 것이다.

다섯째, 사회적기업은 경제적 이윤을 추구하는 조직이 아니라 신뢰와 협동에 기반을 둔 자치 조직으로 운영될 수 있어야 하며 풀뿌리 민주주의 조직으로 성장해야 한다. 이를 위해서는 다양한 이해당사자 참여에 의한 민주적 의사결정구조를 갖추고, 실질적으로 이를 실행해야 한다.

2) 지방정부의 과제

사회적기업의 지속가능한 발전은 민간 차원의 노력만으로 가능하지 않다. 지방정부의 협력적 노력이 병행되어야 할 것이다. 특히 사회적기업이 발전 초기 단계에 있는 우리의 현실에서는 지방정부의 노력은 무엇보다도 절실하고 필요하다. 든든한 토대 속에서 미래 성장 동력을 확보하는 관점이 중요할 것이다.

첫째, 지방정부는 사회적기업 발전을 위한 지역전략을 수립하는 것이 필요하다. 이를 위

해서는 구체적인 목표 설정이 중요하다. 예컨대, 영국의 브리스톨 시의 경우 1990년대 후반에 지방정부와 민간의 파트너십을 통해 '사회적경제개발프로젝트(SEBDP)'를 수립하여 경제, 컨설팅, 재정, 네트워크, 교육·훈련 등 다양한 영역에서 20개의 구체적인 목표를 세워 사회적기업 활성화를 위해 노력하였다(김성기, 2008).

지역차원의 발전 전략을 세우기 위해서는 관련된 연구가 필요하다. 특히 지역의 사회적기업에 대한 현장 연구가 필요하다. 화려한 미사여구나 외국의 사례를 소개하고, 경영 이론을 적용하는 것으로 사회적기업의 지속가능한 대안은 세워지지 않는다. 우리의 현실에서 그 가능성을 찾는 노력이 필요하다고 판단된다. 이를 위해서는 현재 지역 안에서 활동하고 있는 다양한 영역의 사회적기업에 대한 깊이 있는 사례연구를 할 필요가 있다. 구체적으로 지역사회 연구, 성공 및 실패 사례연구, 그리고 사회적기업가 사례연구 등을 결합하여 사회적기업의 미래 성장을 위한 함의를 찾으려는 노력이 필요하다.

둘째, 지방정부는 사회적기업 발전을 위한 적극적 환경 조성자가 되어야 하고, 제도적으로 이를 지원할 수 있는 조례제정, 예산편성, 지원 부서 설립 등의 노력이 필요하다. 지방정부의 복지, 교육, 환경 등의 공공서비스 영역은 사회적기업이 서비스를 제공하고 일자리를 창출하는 주요 영역 중 하나인데, 이러한 영역에서 지방정부의 역할은 매우 중요하다. 이와 관련하여 지방정부가 정책적 투명성과 신뢰성을 보여주는 것이 중요하다. 물론 개별 사회적기업이 정부 사업에 과도하게 의존하는 것도 문제지만, 정책적 차원에서 개별 사회적기업의 특성에 맞게 다양한 지원 프로그램을 운영하는 것도 그에 못지않게 필요하다. 구체적으로 '(가칭)사회적기업 활성화 프로젝트'와 같은 프로그램을 통해 사회적기업이 발전될 수 있는 환경을 조성할 필요가 있다.

특히 공공서비스와 공공재화의 구매와 관련된 영역에서 지방정부가 '보호된 시장'을 창출하는 노력이 중요하다. 현재 지역사회에 있는 사회적 기업의 역량이 취약하기 때문에 지방정부는 이를 위한 인큐베이터 역할을 하는 것이 필요하기 때문이다. 이를 위해 지방정부에서 사회적기업을 전문적으로 담당하는 부서의 설치와 공무원을 배치하는 것도 필요하다. 현재 지방정부의 행정체계 상으로 지역경제를 담당하는 부서가 담당하는 것이 적절하리라 판단되며, 전문성과 경력을 갖춘 인사를 배치해야 한다. 이러한 지방정부의 비전은 '사회적기업 개발을 선도하는 경기도'로 제시될 수 있을 것이며, 이를 추진하기 위한 조례제정, 예산 및 재정의 확보는 당연히 동반되어야 할 과제이다.

셋째, 지방정부와 민간이 함께 참여하는 사회적기업 발전을 위한 협의체와 지원센터 설립이 추진될 필요가 있다. 사회적기업의 주요 활동 주체는 공공과 시장이 아닌 제3섹터에 있다.

지역사회에 있는 비영리적 조직과 사회적 경제 부문 조직의 역량이 중요하고, 이들의 창조적이고 도전적인 실험과 노력이 존중될 필요가 있다. 여기서 중요한 것은 지방정부가 민간에게 주도권을 부여하는 것이다. 의사결정권, 집행권, 재정권 등에서 지역 시민사회가 주도할 수 있도록 해야 하고, 지방정부는 지원자의 역할을 해야 한다. 이와 관련하여 다양한 지역사회 자원이 참여하는 '경기지역 사회적기업 지원센터'를 지방정부 차원에서 설립할 필요가 있다.

다섯째, 사회적기업가를 육성할 수 있는 프로젝트가 필요하다. 단순한 1회성 프로그램으로 사회적기업가를 육성할 수 없다. 고용노동부의 사회적기업 아카데미가 있지만 년 1회 시행되고 있는 정도이다. 지방정부 차원에서 수시적으로 이루어지는 체계적인 교육 프로그램이 필요하다. 영국의 '사회적기업가를 위한 학교(School for Social Entrepreneurs)' 프로그램이 사례가 될 수 있을 것이다(www.sse.org.uk). 여기서는 사회적기업에 관심을 갖고 있는 사람들에게 6개월에서 1년 동안의 참여형 훈련 프로그램을 시행하고 있다. 또한, 사회혁신 프로젝트를 신청한 사회적기업가에게 전적인 지원을 하는 미국의 아쇼카 재단 모델도 지방정부 차원에서 개발할 필요가 있다. 그리고 앞서 언급했던 교육 프로그램과 프로젝트 지원을 동시에 결합하는 사회적기업가 육성 방안도 가능할 것이다.

이상과 같이 지역사회 개발을 위한 과제를 제시하였다. 이러한 과제와 더불어 지역사회 차원에서 사회적 목적을 혁신적으로 추구하고자 하는 공감대를 형성하는 노력이 필요할 것이다. 지역사회에서 사회적기업을 일으킬 수 있는 영역은 무궁무진하다. 기존 사회복지 영역, 교육 및 보육 서비스 영역뿐만 아니라 농촌지역 재생, 도시와 농촌 지역 간 협력을 통한 개발 등 다양한 영역에서 사회적기업은 개발될 수 있다. 그래서 사회적기업은 일종의 정부 프로그램이 아니라 지역사회를 재생시키고 혁신시키는 운동이 될 필요가 있다.

참고문헌

곽선화. 2009. "인증 사회적기업의 성과분석과 과제". 사회적기업 연구포럼 제2차 정책 연구세미나.
 김성기. 2009. "사회적기업 특성에 관한 쟁점 및 함의". 사회복지정책 2009년 6월호.
 2008. "브리스틀 지역 사회적기업 사례 및 함의". 『영국 브리스틀 지역 사회적기업 연구보고서』. 성공회대학교 사회적기업연구센터.
 김홍일. 2007. "대안경제운동의 전망과 과제" 『한국대안기업연합회 창립 기념 심포지엄 자료집』. 한국대안기업연합회.
 노길준. 2007. "사회적기업의 제도화 과정과 향후 정책전망", 고용노동부 사회서비스일자리 정책팀 보고서.
 노대명. 2007. "한국의 사회적기업과 사회서비스" 『사회서비스와 사회적기업에 관한 국제심포지엄』. 성공회대학교 사회적기업연구센터.
 조성은·백학영. 2009. <자활공동체 발전 전망에 관한 연구: 사회적 경제 실현과 사회적기업 전환 가능성을 중심으로>. 한국지역자활센터협회.
 한국노동사회연구소. 2009. "고용노동부 인증 사회적기업 운영실태와 과제." 흥희덕의원실.
 함께일하는재단. 2009. "국내외 사회적기업의 현황 및 사례". 『2009년 충북 사회적기업협의회 사회적기업가 아카데미 강의 자료』. (재)함께일하는재단.

참고자료

경기도 인증사회적기업보고서(2009년 기준49개)
 경기광역자활지원센터 홈페이지 www.gpsc.or.kr
 고용노동부 www.molab.go.kr
 재활용대안기업연합회 웹사이트 www.rise.or.kr
 청소대안기업연합회 웹사이트 www.kfcae.kr
 영국 사회적기업가 학교 웹사이트 www.sse.org.uk

주 제 발 표 2

지역·사회를 바꾸다! 새로운 비즈니스 스타일

커뮤니티 비즈니스(CB), 소셜 비즈니스(SB)

PRESENTER

호소우치 노부타카

일본커뮤니티비즈니스연구소 소장
cbn@livedoor.com



地域・社会を変える！新しいビジネススタイル

コミュニティ・ビジネス（CB）、ソーシャル・ビジネス（SB）

細内信孝

コミュニティ・ビジネス総合研究所長
cbn@livedoor.com

※上記の文章は、2010年2月7日に開催された日本国岡山県ボランティア・NPO活動支援センター主催による『細内信孝の基調講演録』に加筆して作成しました。

おはようございます。細内信孝と申します。「地域・社会を変える！新しいビジネススタイル」という演題で、今からコミュニティ・ビジネスのお話をしたいと思います。

この「コミュニティ・ビジネス」という言葉を、私は16年前から使っております。地域の再生には、住民が主体になって起こすコミュニティ・ビジネスが絶対必要であるということを、16年間やってきて胸を熱くするほど感じている次第であります。

私は、このコミュニティ・ビジネスをもって、社会的排除にあう人を極力出さない地域をつくっていかうということを16年前に言い出してから、ちょうど昨年で1千回を超えました。多いときで年間120回ぐらい、全国をお話に歩きました。最近は、やはり私も少し歳を取りましたので、年間80回ぐらいのペースでお話にまいっております。

それではまず、コミュニティ・ビジネスの定義についてお話します。「コミュニティ・ビジネスは、自らの地域を元気にする住民主体の地域事業である」。皆さん方、住民の方々が、地域のために起こしていく事業であるということです。ですから、非常に地域に密着した、特に私は、地域の困りごとをビジネスの視点をもって解決しているということでお伝えします。

地域の困りごとというのは、「暗いつぶやき」から始まっています。暗いつぶやきをつぶやう方が地域に出てくると、その問題を敏感にキャッチする人が増えてきます。最初から会社をつくる必要はありません。最初は、コミュニティ・ビジネスというのは地域の活動から入っていけばいいのです。ですから、ベンチャービジネスと大きく違うところは、最初から会社をつくる必要はない。むしろ、地域で地域活動をしながら、問題に取り組んでいく仲間づくりがポイントであるということです。

コミュニティ・ビジネスの特徴はおおむね四つあります。今日のレジュメのコミュニティ

・ビジネスの定義から始まって、順番にお話をしていきますが、1番目は「地域に密着したビジネス」ということです。

2番目は、「必ずしも利益追求を第一としない適正規模、適正利益のビジネス」です。普通の会社というのは、営利追求が大事です。しかし、このビジネスは必ずしも営利追求が第一ではありません。別の言い方をすると、あえて機械化しないことも時には求められます。つまりそれは、働く人の場をつくっているということで、あえて機械化しないのです。

後ほど長野県のおやきの例でご説明しますが、必ずしも営利追求が第一ではない、適正規模、適正利益のビジネスを目指していくということが、このコミュニティ・ビジネスなのです。

3番目が、「営利を第一とするビジネスとボランティア活動の中間領域的なビジネス」です。いままでの私たちの社会というのは、会社はお金もうけをするところ、ボランティア活動はタダというように、少し両極端に偏った見方をしていましたが、これからの少子高齢社会には、この中間的な働き方をコミュニティ、地域社会につくっていく必要があると思うのです。極端なことをいうと、働くことというのは、歳を取っていくと、社会参加の場をつくるという意味でとらえられてもいいと思います。社会参加の場です。イギリスでは、社会参加の場をなくした人はソーシャル・エクスクルージョン(社会的排除)であるといひます。つまり職を失うと、社会的な関係がみんな切れていくのです。

そのコミュニティ・ビジネスは、そういう意味からいうと社会関係をつくっていく。コミュニティで顔の見える関係の中でつくっていく。しかも、地域資源を使ったかたちで、新しいビジネスとしてつくっていくこととなります。ですから、ある意味、社会問題を解決するビジネスという言い方がありまして。それで、SBとありますのは、ソーシャルビジネスということで、地域の社会問題を解決するためにビジネスの手段を使うということで、経済産業省などが、最近コミュニティ・ビジネスだけではなく「SB」というのも付け加えています。そういう意味から、演題のタイトルが、コミュニティ・ビジネス(CB)、ソーシャル・ビジネス(SB)というかたちになっているわけです。

4番目は、「グローバルな視野のもと、ローカルで行動する開放的なビジネス」であるということです。コミュニティ・ビジネスでは、決まった法人格はありません。ですから、NPO法人で始める場合もあれば、4人以上集まって企業組合で行っていく場合もありますし、まちづくり会社的なものは株式会社としてやっています。普通、株式会社は営利追求が第一ですが、滋賀の長浜の黒壁のように、非営利の株式会社という概念でやっているところもあります。それでは、非営利の株式会社とはどういうものかということ、定款上、利益が出ても個人に分配しないということをやっています。定款上盛り込んでおけば、その定款に基づいて、あげた利益を地域に還元していく。ま

たは、組織として雇用の場をつくっていく。

「コミュニティ・ビジネスの四つの効果」、一つは「人間性の回復」です。「人間性の回復」というのは、個人の働き方や生きがいがづくり、こういうものに役に立ちます。二つ目は「社会問題の解決」です。地域のお困りごとに、ビジネスの視点を入れて継続性を付けていくということです。私が16~17年前に考えたコミュニティ・ビジネスの意味付けは、コミュニティのためのビジネス、コミュニティの人たちによるビジネスであるということです。コミュニティのビジネスということで、中黒(・)をあえて入れたわけであります。なぜビジネスを付けているかといいますと、これは継続性を付けるという意味で、ビジネスの視点に入れているのです。継続性を付ける、つまりボランティア活動では、やや継続性に問題が出てくるときもあります。継続性を付けて地域の問題を住民たち自らが解決していく。ですから、コミュニティ・ビジネスは問題解決型ビジネスというようにも言われております。

三つ目は「経済基盤の確立」です。私たちの社会には、使われていない地域資源がたくさんあります。それは、人材であったり建物であったり、耕されていない土地であったり、そういう使われていない地域資源を積極的に使うことによって、そこに雇用の場をつくるということです。

最後に四つ目は「生活・文化の継承、創造」です。先人の知恵を生かして、これを積極的に活用し、みんなで働く場をつくっていくのが、このコミュニティ・ビジネスなのです。

「コミュニティの自立」というのは、何か大きな会社を呼んで来て雇用の場をつくることだけではありません。「人間性の回復」「地域社会の問題解決」「生活・文化の継承、創造」、それと地域資源を有効に活用して雇用の場をつくる。こういうことが相まって、はじめてコミュニティの自立というのがいえると思うのです。ですから、これからコミュニティの自立ができる地域を、いかに少子高齢社会のなかでつくっていけるかというのが、重要なポイントになります。

では、コミュニティとはどのぐらいの広さだと思いますか。都市部では小学校区ぐらいの大きさです。地方では中学校区ぐらいです。日本はいままで3300の市町村がありましたが、合併をしまして、いまは1800を切っています。合併する前の中学校は、日本に1万2千校ありました。1万2千ということは、大体1中学校区に1万人の人たちが住んでいたことになります。小学校2校で1中学校ですから、その半分で5千人に1校あったのです。ですから、この地域が人口6万人だとすると、中学校がおおむね6校ぐらいはある。その中学校区というのは歩いて通える距離なので、顔の見える関係をつくりやすい地域になり得るということです。ですから、そのような地域コミュニティを意識するときに、中学校区や小学校区というものを意識して、地域の問題解決に取り組んでいくことが、重要なポイントになります。

地域の困った問題というのは、先ほどから、会社をいきなりつくる必要はないと言っていますが、最初は一人でもいいのです。地域の困った問題、隣のおばあちゃんの「暗いつぶやき」に耳を傾けて、お話を聞いてあげる。そして、おばあちゃんの役に立つようなことを、活動で始めていく。そうすると、その人を見て仲間が集まってきます。

つまり、一人で始めていた地域活動が、2人、3人と、やがてクラブに変わっていく。クラブに変わっていくと売り上げをあげるというような社会企業が始まります。市場性が出てきて、その商品やサービスを私にも譲ってほしいとおっしゃる方が、地域に出てくるわけです。このクラブから、2~3年そういう地域活動をしていくと、協同組合的な組織に変わっていきます。これは、例えば4人以上集まって農家のお母さんたちが、道の駅で農産物や加工品を売るなどして自らの働く場所をつくっていくということです。

ここではNPO法人をつくったり、ここでは企業組合をつくったりと、様々なかたちで、クラブからスタートして仲間を徐々に増やしていきます。ここまでのことというのは、実は、売り上げを頑張れば誰でもできることです。クラブから社会的企業まで行くには、約10年かかります。同時に、いまこの地域に必要なことは、地域活動をするクラブ的なものが毎年たけのこの芽のように10個ぐらい出てくるような仕掛けをつくっていく必要があるということです。まさに今回の支援センターというのは、地域活動に取り組むクラブが出やすい環境をいかにつくっていくかということが、必要になってきます。

やがて社会的企業に変わると、地域社会に対して還元していきます。小さいクラブ的なものに助成をしたり、応援をしていくわけです。ここが変わっていくためには何が必要かという、利益をコントロールできる、つまりマネージングができる人材が必要になってくるわけです。

ですから、何も最初から会社をつくるのではなくて、自分のできる、身の丈に合ったこういう地域活動をするクラブを、地域の仲間と一緒につくって行きました。私はこれを「多足のわらじを履く」と言っています。会社勤めしている人は、土日の空いた時間に地域の問題に取り組むクラブをつくって、地域活動に参加していく。店主の人は、自分の本業の商店以外に、地域の仲間と一緒に新しい事業を始める。それは、NPO法人であってもよいでしょう。

昨年、私は「生活ほっとモーニング」にアドバイザーとして呼ばれて行きました。信州新町という、人口1万人を切る長野県の小さなまちの店主、商店街が何を始めたと思いますか。冠婚葬祭業を始めました。それまでお葬式は長野市まで行かないとできませんでした。農協の合併によって、自分のまちで冠婚葬祭ができないのです。地域が活性化しているかということは、いかに自己決定権を地域に残せるかということです。生活における自己決定権。わざわざ長野まで車で1時間

近くかけて行くということは、ここですと岡山 市に出ていくようなものです。商店街でものが売れなくなるから、ますます悪循環が回ってくるのです。

それで、商店主の人たちが始めたのが、冠婚葬祭業の NPO 法人でした。このまちでは、年間 100 名ぐらいの方がお亡くなりになります。葬式はどのぐらいかかるとお思いますか。平均 100万円です。自分たちのまちでお葬式ができるとなると、100万円×100人で1億円 の事業になります。自分たちのまちでお葬式ができる。ですから、焼き鳥屋さんが仕出屋に変わり、果物屋さんがお供え物を調達する。そういうかたちで、本業のほかにもう一つの事業を地域で始めたのです。

つまり、最近では地域でお葬式ができなくなってきたという嘆きの声、お歳を召した方の 車で 1時間先まで行くのでは体がもたない、友人をお見送りにも行けないというようなつ ぶやきから、商店街の中でやっていこうと NPO 法人化されたのです。実は私が8 年前に、長野県庁に講演に行ったとき、「これから始めるんです」とスタンバイしていたのですが、最近そういうかたちで1億円 の事業にまでなっていました。

ですから、生活にまつわることの決定権を、いかに地域にとどめておけるかが重要です。都市化がどんどん進んで、大都市に向かって、病院や学校、冠婚葬祭などがどんどん吸い寄せられていくわけですが、そういうことの自己決定権 をなるべく地域に残していくには、こういったコミュニティ・ビジネスで地域の仲間が協力して、生活にまつわる事業を残していく、再生していくということが大事になってきます。

では、普通のビジネスとコミュニティ・ビジネスはどこが違うかということになるわけですが、支える人々を意識してつくっていくことが重要です。つまり、顔の見える関係ができていない地域が、意識してコミュニティ・ビジネスをつくることによって、物心両面で応援してくれるようなパトロン、後援者をつくったり、仲間として出資をする人、またはより積極的に経営にも参画してくれるような人に横ぐしを刺していく状態になります。

日本の青森県は、市民風車事業があります。2千名近い県民から、一口 10万円で1億数千万円のお金を集めて、風力発電をしています。実は、風というのは負の遺産だと思うのですが、負の遺産をプラスに変えるということが重要です。青森では、地吹雪がコミュニティ・ビジネスとなっています。津軽のほうでは、車に乗っていると、すごい地吹雪で前が全然見えないのです。その地吹雪が体験ツアーになっています。体験ツアーに参加する人は、誰だと思えますか。雪がない台湾、中国の南部の方です。体験をして、それで仕事になっています。ですから、マイナスの地域資源がプラスに変わる。こういうものも、コミュニティ・ビジネスの特徴です。3番目はサポーターとしてボランティア活動する人意識してつくっていくということです。

最後に、コミュニティ・バンクについてお話します。コミュニティ・ビジネスは小さな事業です。もともになるお金が100 万円とか 300万円、大きくても1千万円まで 行かないです。そういう小さな事業を信頼し、融資や補助金をあっせんしてくれる人や、地域に密着したコミュニティ・バンクというのが、本当はもっと出てきてもいいと思います。ノーベル賞を取ったバングラデシュのユヌスさんのグラミン銀行がありますが、100ドルや 10ドルを女性起業に活用してもらおうと融資するわけです。それで、竹ひごのようなものを編んだりして、自分で収益が入ってくるような仕掛け、つまり仕事の間をつくっているのです。日本の銀行も、こういう小規模事業に対して融資や補助金をもう少しあっせんしてもいいと思います。私も、ちょうど 15 年前ドイツに行ったとき、エコバンクの取材に行きました。いまでこそ日本はエコロジーなどと言っていますが、当時ドイツは、エコバンクが全国に 23カ所ほどありました。本当に小さなコーナーで、行員さんが2 人か 3 人ぐらいしかなくて、パソコンが上に置いてあるぐらいです。エコロジーの農場をつくりたいと10 億円調達するいうときに、一般の銀行よりも金利が低くても、お金を預ける人が志で集まってくる。そういうかたちでの地域に根差した、社会に貢献するような事業に気を配るような銀行が、日本にあってもいいと思います。

こういうコミュニティ・ビジネスをこれから始めようという方は、後援者や仲間、支持者や銀行家を意識してつくっていくことが大切です。応援してくれる人を地域につくっていくことです。そういう仲間が増えていけば、いざというときに助けてくれる可能性が高いということです。

全国的に見るとどんなものがあるかということ、ここ20 年ぐらい、私もいろいろ全国回っていますが、東京に「スピカ」という自然酵母のパン屋さんがあります。15~16年前に、ある銀行から融資を断られてしまいました。彼女はどうかということ、友人、知人50人を集めて「パン債」という私募債を発行しました。一口10万円で、4年間でお金を返します。当時の金利分の 5千円をできたパン屋さんに取りに行きます。パン屋さんは、パン債の取得分の500 万円を、中古のパンを焼く機械を購入するための資金に充てようとしたのですが、皆さんから好評で 800 万円集まったそうです。

二つ目は茨城の NPO センターの「とらい債」です。広く薄くということで、一口 1万円、200口で 200万円調達しました。これは、コミュニティ・レストランの開業資金です。ホールで働く人たちは、ひきこもりの青年たちです。つまり、ひきこもりの青年たちの働く場として、コミュニティ・レストランをつくりました。いわゆる社会との接点づくりがなかなかうまくいかない方、青年たちに 1 時間や2 時間でも働いてもらって賃金を払っています。こういうコミュニティ・レストランの開業資金を、この私募債の発行で調達しております。

三つ目は長野県の小布施町という、人口が1万1千人の小さなまちです。観光交流型のコミュニティ・ビジネスで、30年間かけて、いまや年間130万人の観光客が来ます。つまり住民の100倍のお客さんがやってきます。地域は土蔵が多いので、土蔵を改造してゲストハウス4室をつくりました。普通だったらこの改造費は銀行で借りてきますが、「建設債」といって、1万5千円の宿泊券をそれに充てました。そうすると、いま核家族ですから、東京から親せきがお盆の時期などに来るときにこの券を使ってゲストハウスに泊まらせるわけです。ですから、建設債ということで、市民・住民の方々に購入してもらったのです。

先ほど青森県の例が出ましたが、市民風力発電は北海道が最初です。北海道グリーンファンドというNPOが始めております。これも市民風車です。こういう市民風車の建設資金は3億円ぐらいするのですが、政府の補助金が半分出ます。ですから、残りの1億数千円を調達して、電力は北海道電力や東北電力ということで、多い人では、年に3%が戻ってきます。

青森の例でいうと、青森県民と、鱒ヶ沢町では、どちらが金利が高いと思いますか。風車がある鱒ヶ沢町の町民が出資すると3%です。青森県民が出資すると2%です。岡山県で出資する方は1%です。それは、風は地域資源だから風の吹くところ、風車のあるところの人に厚くすることで、そういう仕掛けのもとに風力発電をつくったのです。それで、風力発電だけではもったいないということで、地域ブランドとして枝豆の新種をつくって地域ブランドにして、ネーミングを「風丸」として売り始めるという動きもあります。

生活の質を上げていき、地域をより豊かにしていくために、これからは自分たちで地域に必要なものを私募債を発行しながら、住民が起こしているものを応援していく時代であるということです。いま国債を買っても、何になるか分かりません。まして、最近郵便局で国債を買っても、全額戻ってこない可能性がありますと、商品説明にあります。そういう点で、地域の人たちがコミュニティ・ビジネスを起こすための資金を応援していくということも、併せてこれからの市民社会に必要なことであると思います。

ただし、事業の失敗も考慮する必要があります。コミュニティ・ビジネスといえども、事業が失敗したら出資したお金は返ってきません。ですから、事業企画書をよく見ること、読むことが大切です。こういう講演会のあと、参加者が事業企画書をつくることがあります。紙に落としてみるのが大切です。しかも数字に落として、第三者の批評を浴びて、アドバイスをいただくというプロセスを体験することが重要です。

コミュニティ・ビジネスの分野には、福祉・環境・情報ネット・観光交流・食品加工・まちづくり・商店街の活性化・伝統工芸・地域金融・安全、そのほかに子育てがあったり、スポーツが

あったり、文化があります。いま思うと20ぐらいになると思います。岡山市では、それが13かもしれせん。倉敷市では16かもしれせん。地域によって違うということです。大企業が起こす雇用と併せて、住民が起こすこういう小さな新しい地域経済を生み出す草の根のコミュニティ・ビジネスが、私はこれからの社会の地域再生には必要不可欠なものであると感じております。実はこのあと写真を用意してきましたので、写真で実際にやっている事業を見ていきたいと思っております。これは長野県の人口3千数百人の小川村です。合併をしませんでした。これは23年ぐらいたっていませんから、社会的企業、先ほどの三角形の一番右下まで行った企業の例です。3千数百名の村で、なんと事業高が7億5千万円です。100名の地域雇用を生み出し、そのうち高齢者が80%、高齢者といっても60歳を過ぎたお母さんです。遊休資源を積極的に活用して、村役場は出資しておりません。7割は住民の人たちがお金を出し合って、私は「7人の侍」と呼んでおりますけれども、7名の村出身者の村人がおこした会社です。23年前ですから、NPO法人はありませんでした。

例えば、そばを打っているのは誰が一番うまいと思いますか。「おやき」といわれる小麦粉を練った中に入れて焼きまんじゅうにするのは、誰がするのでしょうか。それは、生活を50年、60年やってきたおばあちゃんたちです。そういうおばあちゃんたちのものというのは、各家庭の味だったわけです。でも、長野もやはり核家族化が進んでおりまして、長野市や松本市などの都市部に出てしまいます。そういう県内の都市部に対して、縄文時代から続いている郷土食を都市部の人たちに売っていくような仕掛けとして、「小川の庄」を立ち上げたのです。

残りの30%は農協が出資しておりますが、当時農協は集落ごとにあいう工房を設けていました。昔はお蚕さんを飼っていた工房ですから、歩いて通える距離にお母さんたちの働く場をつくらせてあげたのです。コミュニティ・ビジネスは、「職住近接」がキーワードです。働くところと住むところが近い。近接というのは、先ほどの歩いて通える、自転車に乗って通える中学校区です。ですから、農協とタイアップすることによって規格外の曲がった野菜などを安く仕入れるのです。おまけにここは昼寝ができます。つまり、農家のお母さんたちというのは、どうしても昼間ちょっと横になれるというのが健康を維持するのにいいようです。

60歳を過ぎておばあちゃんたちに初めて自分の財布ができるのです。60歳になって、初めてここでおやきをつくりに勤めに来た人が、10年たって退職したそうです。さあ、いくら貯金がたまったと思いますか。月15万円、年間180万円、10年間で1千800万円郵便局に貯金ができたと誇っておられました。同時に、ここはアイデア社長だから、働き手のお母さんたちを毎年6名、アメリカのジャパンエキスポに実演販売に行かせます。

おばあちゃんたちは、再び化粧をし始め、孫と英会話の勉強をするようになってきます。こ

ういう働き手のモチベーションを上げる仕掛けを持っているわけです。ですから、村で使われていないものを人材も含めて積極的に使います。それから、農協では当時急速冷凍機が全然使われていなかったそうです。つまり、つくったものを急速冷凍すればつくりためができることに気がついたのです。こういうかたちで、いま事業高が7億5千万円です。ですから、葉っぱの「いろどり」よりも古く事業高も大きいのです。

ケチャップづくりなど、この手のものは割と農家のお母さんたちの生活改善グループから立ち上がっているケースが多いのです。ご当地にも同じような事業団体なども結構あるのではないかと思います。このようになってくるとソーシャル・エンタープライズ(社会的企業)の一つですね。

先ほどの長野県の小布施町の「ア・ラ・小布施」についてです。いまは少子化で1万1千人のまちです。130万人の集客を生み、栗と北斎によるまちづくりということで、30年前からまちづくりに取り組んでいます。葛飾北斎の肉筆画を集めた美術館をつくったのです。栗菓子屋さんも5~6軒あります。そういうなかで、これがゲストハウスの小布施、蔵ホテルと言われています。それで、観光ガイドセンターをつくって95%住民が出資した会社であります。時間をかけた町並み景観整備事業をつくって徐々に整備をしながら、目玉として葛飾北斎の肉筆画の美術館を真ん中につくってまちづくりに取り組んだのです。30年かかってやっていますから、まさに社会的企業です。

関東の栃木県に「栗野」というところがあって、合併して鹿沼市になりました。ここは、農家のお母さんたち、「ご近所の底力」でご紹介したのですが、この農家のお母さんたちは、最初は生活改善グループでリースをつくって、バザーやイベントがあるときに販売をしていたのです。これがよく売れるようになった。子育てを終えて、そこで始めたのがハーブ園とイタリアン・フレンチ料理です。ここも今年で11年目です。補助金がもらえるということで、法人格を有限会社にしてあります。実は、補助金の半分は自分たちで借金をしてこういうレストランをつくっているのですが、ここも8人の農家のお母さんたちが始めて、大体年商でいうと5千万円、月あたり一人15万円ぐらいです。

もう一つ面白いのは、最初は会計がわかるスタッフ、一人の方がこの会社の会計を毎日、毎月締めていたそうですが、会計がわからない方から給料のことなどで不満が出てきました。そこで、8人全員が交代で日計を締めて帳簿に付けるようにしたら、不満がなくなりました。つまり、会社の経営状況を全員がわかるようにしたというところに、大きな利点があったのです。そういう意味からいうと、全員参画型の経営です。これは、最近では「ワーカーズ・コレクティブ」というような言い方をしていますけれども、農家のお母さんたちが、生活改善グループのグループ活動から始めていったコミュニティ・ビジネス、まさにクラブからスタートしていった例です。女性起業に

よる生きがい健康づくりということで、見事に花開いています。

実はこのお母さんたちも8人で2千万円の借金があったそうです。このあいだお会いしたときに、いくら残っているかお聞きしました。当初は20年で返す予定だったところを、10年間余剰金が出るとどんどん返していったそうです。もう、ほとんど返済は終わりに近いということです。女性の場合、男性に比べて堅実ですから、剰余金が出ると借金のほうに回し、自分たちの身の丈に合った事業として、事業規模というのは大体数千万円に落ち着いているような感じですが、この周りには何もありません。何も無いところに、いま車社会ですから、車に乗って関東の各近県から女性がやってきます。夏に行くと、ハーブがたくさん植わっています。そのハーブ茶も体験したくてやってくるわけです。

滋賀の栗東というまちについてお話しします。都市型のコミュニティ・ビジネスの事例は、子育て中の女性による女性のための起業支援ということで、コミュニティ・カフェというのをコミュニティ・ビジネスの一つとして支援しています。これは、自宅を改装してコミュニティ・ショップづくり、雑貨屋さんを始めたりカフェを始めたりしています。それを応援するのが、(特)びいめーる企画室です。私は3年前、内閣府の女性起業アドバイザーを拝命いたしまして、エリアとしては、この滋賀県の栗東、草津のすぐ隣です。やはり旧住民と新住民と2層化している、いわば旦那さんが都市に働きに行くような、よその県から来たお母さんたちが集まって、子育て情報から始まっているのですが、こういうかたちで、いま自宅を改装してお店を開く方が増えています。特に子どもが独り立ちしていくと部屋が空いていますので、そういうところで事業を始めていくという女性が増えています。

もう一度コミュニティ・ビジネスの定義を確認すると、地域社会を豊かにする地域の仕事起こし、それがコミュニティ・ビジネスです。その目的は、コミュニティを元気にすることにあります。コミュニティ・ビジネスは、住民主体による地域事業であり、住民がよい意味で企業的経営感覚を持ち、生活意識と市民意識のもとに活動する事業です。

もう一つ、これからは地域間競争の時代であるということです。行政だけが頑張っても駄目です。企業だけ頑張っても、NPOだけ頑張っても駄目だと。相互補完の関係のなかで、総力戦で地域の問題に取り組んでいくことが重要であるということです。そのときのコミュニティ・ビジネスの役割というのは、自分起こしであり、社会問題の解決であり、地域の雇用づくりであり、共に生きる社会づくりです。組織形態としては、コミュニティのほうは公共性が高いときは、NPO法人、地縁団体、先ほどのワーカーズ・コレクティブ。ビジネス性が高いときは、株式会社や企業組合など、さまざまな組織形態があります。

それから、最近、鳩山総理大臣も所信表明で述べたように、「新たな公」づくり。企業・住民・市民と行政・国・自治体、これは生活者として共生部分をともにつくっていく時代であるということです。住民、市民は主体的に地域の問題にかかわり、コミュニティ・ビジネスをもって問題解決を自ら参画してみたいということです。方や行政は、政策的に保証し、資金の一部を補助したり、場合によっては業務をアウトソーシングするというよい意味で対等な立場で相互に連携をしよう、補完をしようということが目的であります。これは、昔から言われていることで、何も新しいものでもなくて、まさに、住民、市民が新たな公をつくっていくことが必要であるのです。最後に、もし皆さんの中でコミュニティ・ビジネスを始めていきたいという方がいらっしゃったら、次の四つのポイントを確認しておいてください。

いよいよ最後になります。もし皆さんの中でコミュニティ・ビジネスを始めていきたいという方がいらっしゃったら、次の四つのポイントを確認しておいてください。まず、コミュニティ・ビジネスに携わる人々の自分起こしになっているかどうか。人にいわれるような仕事では長続きしません。自分起こしになっているような仕事であることが重要です。二つ目は、地域が抱える諸問題の解決の一助になっているか。ご当地にある地域問題の解決の一助になっているか。こういうことを始める前に、また、始めてからも1年後に再度確認しておく必要があります。そして三つ目は、新しい社会関係や協働関係を生み出しているか。コミュニティ・ビジネスは、先ほどから何回も言うように横ぐしを刺しています。そういう意味で、いままで地域で存在さえ知らなかった人々との新しい社会関係、協働関係が生まれてきます。開会あいさつの中で小川さんは「絆」という言葉を使われました。そういう意味での新しい社会関係や、一緒に汗を流す協働関係という絆が生まれてくるのです。そして最後に、地域コミュニティへの元気づくりへの貢献と事業性とのバランスがうまく取れているかという視点でバランスを確認してみましょう。この両方のバランスをいかにとらえてマネジメントをしていくかという点について、そこの経理に携わる人々と、理事になる人々との議論をするということも大切です。この四つを確認しながら、ぜひ進めていただければと思います。

最後に、コミュニティ・ビジネスで大切なことの一つは自己実現です。人にいわれる仕事ではなく、自らの地域を元気にしていこうという、地域の問題を解決していこう、という仕事で“志と行動力”を合わせて起こしていきます。そういう意味では、“草莽の民”が起こす“市民社会づくり”に向けた新しいカタチではないかと思っています。われわれ草の根の市民が、自分たちの地域コミュニティを自らの力で元気にしていく、そういう時代に入っているのではないかと思います。

ありがとうございました。

지역·사회를 바꾸다! 새로운 비즈니스 스타일

커뮤니티 비즈니스(CB), 소셜 비즈니스(SB)

호소우치 노부타카

일본커뮤니티비즈니스연구소 소장
cbn@livedoor.com

※ 이 글은 2010년 2월 7일 개최된 일본 오카야마 현 볼런티어NPO활동 지원센터 주최 “호소우치 노부타카의 기초강연록”을 가필해 작성한 것입니다.

안녕하세요. 호소우치 노부타카라고 합니다. “지역·사회를 바꾸다! 새로운 비즈니스 스타일”이라는 주제로 지금부터 커뮤니티 비즈니스에 대해 말씀드리겠습니다.

이 ‘커뮤니티 비즈니스’라는 말은 제가 16년 전부터 쓰고 있습니다. 지역 재생에는 주민이 주체가 되어 일으켜 세우는 커뮤니티 비즈니스가 꼭 필요하다는 것을, 16년간 해오면서 가슴이 뜨거워질 정도로 느끼고 있습니다.

예를 들어, 실직하면 사회관계가 끊기고 사회적으로 배제되는 사람이 생기는 것은, 곧 해당 지역력이 쇠퇴하고 있다는 것을 의미합니다.

그래서 이 커뮤니티 비즈니스를 가지고, 사회적으로 배제되는 사람이 생기지 않는 지역을 만들자고 하는 것을 16년 전에 제안해서, 작년으로 꼭 1,000회를 넘겼습니다. 많을 때는 연간 120회 정도 전국을 다녔습니다. 최근에는 역시 저도 약간 나이가 들어서 연간 80회 정도의 페이스로 다닙니다.

그러면 먼저 커뮤니티 비즈니스의 정의에 대해 말씀드리겠습니다. “커뮤니티 비즈니스는 자신의 지역을 건강하게 만드는 주민 주체의 지역 사업이다.” 여러분 주민이 지역을 위해 일으켜 세우는 사업이라는 것입니다. 그렇기 때문에 지역에 밀착한 사안, 특히 지역의 곤란한 점을 비즈니스 시각을 가지고 해결하고 있다고 말합니다.

지역의 곤란한 점이라는 것은 ‘걱정스러운 혼잣말’에서 시작됩니다. 지역에서 걱정스러운 혼잣말을 하는 사람이 나오면, 그 문제를 민감하게 잡아내는 사람이 늘어납니다. 처음부터 회사를 만들 필요는 없습니다. 초기의, 커뮤니티 비즈니스는 지역 활동부터 들어가면 좋습니다. 벤처 비즈니스와 크게 다른 점은 처음부터 회사를 만들 필요가 없다는 것입니다. 오히려 지역에서 활동

하면서 문제를 조직해 갈 동료 만들기가 포인트라고 할 수 있습니다.

커뮤니티 비즈니스의 특징은 대체로 네 가지가 있습니다. 오늘 발제 커뮤니티 비즈니스의 정의에서 시작해 순서대로 말씀드리겠습니다만, 첫 번째는 ‘지역에 밀착한 비즈니스’입니다.

두 번째는 ‘이익 추구를 제일로 하지 않는 적정 규모, 적정 이익의 비즈니스’입니다. 보통 회사라는 것은 영리 추구가 중요합니다. 그러나 이 비즈니스는 반드시 영리 추구가 제일은 아닙니다. 달리 말하면 구태여 기계화하지 않는 것도 특히 요구됩니다. 즉 일하는 사람이 있는 곳을 만든다는 것으로, 굳이 기계화하지 않는 것입니다. 나중에 나가노(長野) 현의 오야키(만두의 일종) 사례로 설명하겠지만, 반드시 영리 추구가 제일은 아니고 적정 규모, 적정 이익의 비즈니스를 목표로 한다는 것이 이 커뮤니티 비즈니스입니다.

세 번째가 ‘영리를 제일로 하는 비즈니스와 자원 활동의 중간 영역의 비즈니스’입니다. 지금까지 사회라는 것은, 회사는 돈을 벌어들이는 곳, 자원 활동은 무료라는 것처럼, 약간 극단적으로 치우친 관점을 갖고 있었습니다. 하지만 지금같은 저출산 고령 사회에는 이 중간적 일의 방식을 커뮤니티, 지역사회에서 만들어 갈 필요가 있다고 생각합니다. 극단적으로 말하면 일한다는 것은, 나이가 들어가면서 사회 참여의 장을 만든다는 의미로 여겨도 좋을 것으로 생각합니다. 사회 참여의 장입니다. 영국에서는 사회 참여의 장을 잃은 사람은 사회적 배제(social exclusion)이라고 합니다. 즉 직업을 잃으면 사회적 관계가 모두 끊어지는 것입니다.

커뮤니티 비즈니스는 그런 의미에서 말하면 사회관계를 만들어 가는 것입니다. 커뮤니티에서 얼굴이 보이는 관계 안에서 만들어 가는 것, 그리고 지역 자원을 사용하는 형태로 새로운 비즈니스로 만드는 것입니다. 그렇기 때문에 어떤 의미에서 사회 문제를 해결하는 비즈니스라고 할 수 있습니다. 그리고 ‘SB’라고 하는 것은 ‘소셜 비즈니스’로, 지역의 사회 문제를 해결하기 위해 비즈니스라는 수단을 쓰는 것인데, 경제산업성 등에서는 최근 커뮤니티 비즈니스뿐만 아니라 SB도 추가하고 있습니다. 그런 의미에서 이번 발표의 주제는 커뮤니티 비즈니스(CB), 소셜 비즈니스(SB)라는 형태라고 할 수 있습니다.

네 번째는 ‘글로벌한 시각에서, 로컬에서 행동하는 개방적 비즈니스’라는 것입니다. 커뮤니티 비즈니스에서 정해진 법인격은 없습니다. 그렇기 때문에 NPO법인으로 시작한 경우도 있지만, 4명 이상이 모여 기업조합으로 시작한 경우도 있고, 마을 만들기(마치즈쿠리) 회사 같은 주식회사 같은 경우도 있습니다. 보통 주식회사는 영리 추구가 최우선이지만, 시가(滋賀) 나가하마(長浜)의 구로카베(黒壁)와 같이 비영리주식회사 개념도 있습니다. 비영리주식회사란 정관상 이익을 내도 개인에게 분배하지 않는 것을 강조하는 회사입니다. 정관상 포함시켜 두었다가 그 정관에 기초해, 이익을 올려 지역에 환원하거나, 또는 조직으로서 고용의 장을 만드는 것입니다.

‘커뮤니티 비즈니스의 네 가지 효과’ 중 첫째는 ‘인간성 회복’입니다. 여기서 ‘인간성 회복’이란 개인의 일하는 방식이나 삶의 보람 만들기에 도움이 되는 것을 말합니다. 둘째는 ‘사회 문제의 해결’입니다. 지역의 문제에 비즈니스 시점을 넣어 지속성을 붙이는 것입니다. 제가 16~17년 전에 생각한 커뮤니티 비즈니스는, 커뮤니티를 위한 비즈니스, 커뮤니티 사람들에 의한 비즈니스라는 것이었습니다. 커뮤니티의 비즈니스라는 것으로 커뮤니티와 비즈니스 사이에 가운데점(·)을 억지로 넣은 것입니다. 왜 비즈니스를 붙이느냐 하면, 이것은 영속성을 부여하는 의미로 비즈니스 시점에서 넣는 것입니다. 지속성을 부여한다, 즉 자원 활동에서는 때때로 지속성이 문제가 될 경우도 있습니다. 지속성을 부여해 지역의 문제를 주민들 스스로가 해결해 간다. 그렇기 때문에 커뮤니티 비즈니스는 문제해결형 비즈니스라고도 할 수 있습니다.

셋째는 ‘경제기반 확립’입니다. 우리(일본) 사회에는 쓰이지 않는 지역 자원이 많이 있습니다. 그것은 인재이기도 하고 건물이기도 하고 경작하지 않는 토지, 그러한 사용하지 않는 지역 자원을 적극적으로 사용함으로써 고용의 장을 만드는 것입니다.

마지막으로 넷째는 ‘생활·문화의 계승, 창조’입니다. 선인의 지혜를 살려 그것을 적극적으로 활용하고 모두 함께 일하는 장을 만들어 가는 것이 커뮤니티 비즈니스입니다.

‘커뮤니티의 자립’이란 뭔가 큰 회사를 불러와 고용의 장을 만드는 것만은 아닙니다. ‘인간성 회복’, ‘지역사회의 문제 해결’, ‘생활·문화의 계승, 창조’와 지역 자원을 유효하게 활용해 고용의 장을 만든다. 이것이 어울려, 처음으로 커뮤니티의 자립이라는 것을 말할 수 있다고 생각합니다. 그렇기 때문에 이러한 요소에서 어떻게 커뮤니티의 자립이 가능한 지역을, 저출산 고령 사회 가운데서 만들 수 있을까 하는 것이 중요한 포인트가 됩니다.

그렇다면 커뮤니티란 어느 정도의 넓이라고 생각하십니까. 도시에서는 소학교구(區) 정도의 크기이고, 지방에서는 중학교구 정도입니다. 일본은 3,300개의 시정촌(市町村)이 있는데요, 합병을 하고 지금은 1,800개 이하입니다. 합병하기 전, 일본에는 12,000개 학교가 있었습니다. 대체로 1 중학교구에 1만 명이 살고 있다는 것이고 소학교 2개가 1 중학교이니까, 그 절반인 5,000명에 1 소학교구가 있습니다. 그래서 이 지역이 인구 6만 명이라고 하면 어림잡아 중학교가 6개교 있습니다. 이 중학교구라는 것은 걸어서 다닐 수 있는 거리이므로, 얼굴이 보이는 관계를 쉽게 만들 수 있는 지역이라는 것입니다. 그래서 그러한 지역 커뮤니티를 의식할 때에 중학교구나 소학교구라는 것을 의식하고, 지역의 문제 해결에 나서는 것이 중요한 포인트입니다.

앞서부터 회사를 갑자기 만들 필요는 없다고 말씀드렸습니다. 지역의 곤란한 문제라는 것은, 처음에는 혼자라도 좋습니다. 지역의 문제, 말하자면 옆집의 아주머니의 ‘걱정스러운 혼잣말’에 귀를 기울이고 이야기를 듣습니다. 그리고 아주머니에게 도움이 될 만한 일을 시작합니다. 그

라면 그 사람을 보고 동료가 모여들게 됩니다.

즉, 혼자서 시작한 지역 활동이 2명, 3명으로, 얼마 안 있어 클럽으로 바뀌게 됩니다. 클럽으로 바뀌면 수익을 올리는 사회적기업을 시작할 수 있습니다. 시장성이 생기고 그 상품이나 서비스를 자기에게도 팔아 달라고 하는 사람이 지역에서 나오게 됩니다. 이런 클럽에서 2~3년 지역 활동을 하면 협동조합같은 조직으로 변해 갑니다. 이것은, 예컨대 4명 이상 모여 농가 어머니들이 ‘길역’에서 농산물이나 가공품을 팔아서 자신이 일하는 장소를 만드는 것입니다.

여기서는 NPO법인을 만들고, 저기서는 기업조합을 만들고 하는 여러 형태로, 클럽부터 시작해 서서히 동료를 늘려 갑니다. 여기까지 말씀드린 것은, 실은 장사를 열심히 하면 누구나 할 수 있는 일입니다. 클럽에서 사회적기업까지 가는 데에는 약 10년이 걸립니다. 동시에 지금 이 지역에서 필요한 것은 지역 활동을 하는 클럽 같은 죽순 싹이 10개 정도 나올 수 있는 규모를 만들 필요가 있다는 것입니다. 바로 이러한 지원센터에는 지역 활동에 나서는 클럽이 나오기 쉬운 환경을 얼마나 만들어 낼 수 있느냐 하는 것이 필요합니다.

머지않아 사회적기업으로 변하면 지역사회에 환원합니다. 작은 클럽 등을 조성하거나 응원하는 것입니다. 여기에서 변하기 위해서 필요한 것은 이익을 컨트롤할 수 있는, 즉 매니징할 수 있는 인재입니다.

그렇기 때문에 무엇이든 처음부터 회사를 만드는 것이 아니라, 내가 할 수 있는, 처지에 맞는 지역 활동을 하는 클럽을 지역의 동료와 함께 만듭니다. 저는 이것을 ‘여러 켈레의 신발을 신다’라고 합니다. 회사에 다니는 사람은 주말의 빈 시간에 지역 문제를 다루는 클럽을 만들고 지역 활동에 참여합니다. 상점 주인인 사람은 자신의 본업인 상점 이외에 지역의 동료와 함께 새로운 사업을 시작합니다. 그게 NPO법인이어도 좋겠지요.

작년에 저는 ‘생활 Hot Morning’(생활, 건강, 여행 등 정보를 소개하는 일본 NHK의 TV 프로그램)에 고문으로 나갔습니다. 신슈(信州) 신마치(新町)라는 인구 1만 명을 밑도는 나가노 현의 작은 마을이 있습니다. 이곳의 상점주인, 상가가 무엇을 시작했을까요. 관혼상제업을 시작했습니다. 그때까지 장례식은 나가노 시까지 가지 않으면 할 수 없었습니다. 농협 합병으로 자기 마을에서 관혼상제를 할 수 없게 된 것입니다. 지역이 활성화하고 있는지는 얼마나 자기결정권을 지역에 남길 수 있는가 하는 문제입니다. 생활에서의 자기결정권. 일부러 나가노까지 차로 1시간 가까운 거리를 간다는 것은, 여기로 말하면 오카야마 시에 가는 것과 같습니다. 상가에서 물건을 팔리지 않게 되니까 점점 악순환에 빠지게 되는 것입니다.

그래서 상점 주인들이 시작한 것이 관혼상제업 NPO법인이었습니다. 이 마을에서는 연간 100명 정도의 사람들이 사망합니다. 장례비용은 얼마나 들까요. 평균 100만 엔입니다. 자기 마을

에서 장례를 할 수 있게 되면 100만 엔×100명이니까 1억 엔 규모의 사업입니다. 자기 마을에서 장례식을 할 수 있다고 한다면 닭구이 가게는 맞춤 요리 가게로 바뀌고 과일 가게가 제사 음식을 조달합니다. 그런 형태로 본업 외에 또 하나의 사업을 지역에서 시작한 것입니다.

즉 요즘에는 마을(지역)에서 장례를 할 수 없게 됐다는 탄식의 목소리, 나이 드신 분이 차로 1시간 거리까지 가기에는 몸이 따라 주지 않고, 친구를 보내 주는 데에도 갈 수 없다는 걱정스러운 혼잣말에서 시작해, 상가 내부에서 해보자고 한 것이 NPO법인화되었습니다. 실은 제가 8년 전에 나가노 현청에 강연하러 갔을 때, “이제부터 시작합니다.” 하고 준비하고 있었는데, 최근 그런 형태로 1억 엔 규모의 사업이 되었습니다.

그러면 생활에 관련한 결정권을 얼마나 지역에 남겨 둘 수 있는지가 중요합니다. 점차 도시화가 진행하면서 대도시로 병원이나 학교, 관혼상제 등이 점차 흡수되는데요. 그런 자기결정권을 될 수 있는 대로 지역에 남겨 두기 위해서는 이러한 커뮤니티 비즈니스로 지역의 동료가 협력해서 생활에 관련한 사업을 남겨 두고, 재생해 가는 것이 중요합니다.

그렇다면, 보통 비즈니스와 커뮤니티 비즈니스는 어디가 다른가 하는 점입니다. 지지하는 사람들을 의식하고 만드는 것이 중요합니다. 즉 얼굴이 보이는 관계를 갖지 않은 지역이 의식적으로 커뮤니티 비즈니스를 만들면, 이로 인해 물심양면으로 응원해 주는 후원자가 생기고 동료로서 출자하는 사람, 또는 더욱 적극적으로 경영에도 참여해 주는 사람이 나란히 일종의 선상에 떠오르는 상황이 되는 것입니다.

일본의 모리야마(森山) 현이라는 곳에는 시민풍차 사업이 있습니다. 2,000명 가까운 현민에게 1구좌 10만 엔씩 1억 수천만 엔의 돈을 모아 풍력발전을 하고 있습니다. 실제로 바람이라는 것은 마이너스(負) 유산이라고 생각들을 합니다만, 마이너스 유산을 플러스로 바꾸는 것이 중요합니다. 모리야마에서는 눈보라(地吹雪)가 커뮤니티 비즈니스가 되었습니다. 쓰가루(津軽)에서는 차를 타면 엄청난 눈보라 때문에 앞이 전혀 보이지 않습니다. 그 눈보라가 체험 투어가 되었습니다. 체험 투어에 참가하는 사람은 누구일지 생각해 보시겠어요. 눈이 내리지 않는 타이완, 중국 내륙에서 온 사람들입니다. 체험하는 것이 일이 되었습니다. 그런 식으로 마이너스 지역 자원이 플러스로 것도 커뮤니티 비즈니스의 특징입니다. 세 번째는 서포터로서 자원 활동하는 사람을 의식하고 만드는 것입니다.

마지막으로 커뮤니티뱅크에 대해 말씀드리겠습니다. 커뮤니티 비즈니스는 작은 사업입니다. 기반이 되는 돈이 100만 엔이나 300만 엔, 금액이 크더라도 1,000만 엔까지밖에 안 됩니다. 그런 작은 사업을 신뢰하고 용자나 보조금을 주선했던 주는 사람이나, 지역에 밀착한 커뮤니티뱅크라는 것은 실은 더 생겨도 좋을 것으로 생각합니다. 방글라데시에는 노벨상을 받은 유누스 씨의 그

라민 은행이 있습니다. 100달러나 10달러를 여성 창업에 활용하자고 용자한 것입니다. 그래서 대오리 같은 것을 짜거나 해서 스스로 수익이 얻을 수 있는 수단, 즉 일의 장을 만드는 것입니다. 일본의 은행도 이러한 소규모 사업에 대해 용자나 보조금을 조금 더 주선했어도 좋을 것으로 생각합니다.

저도 15년 전에 독일로 에코뱅크를 취재하러 갔습니다. 지금이 돼서야 일본은 에콜로지 등을 말하는데, 당시 독일은 에코뱅크가 전국에 23개소 정도 있었습니다. 정말 작은 코너에 은행원이 두세 명 밖에 없고, 위에 컴퓨터가 있는 정도였습니다. 에콜로지 농장을 만들고 싶다고 10억 엔을 조달한다고 하면, 시중 은행보다 금리가 낮아도 돈을 맡기겠다는 사람들이 모여들었습니다. 이런 형태로 지역에 뿌리내린, 사회에 공헌하는 사업을 배려하는 은행이 일본에 있어도 좋을 것입니다.

이러한 커뮤니티 비즈니스를 이제부터 시작하려고 하는 분은 후원자나 동료, 지지자, 은행가를 의식하고 만드는 것이 중요합니다. 응원해 줄 사람을 지역에 만들어 가는 것입니다. 그런 동료가 늘어나면 만일의 경우에 도와줄 가능성이 높아지는 것입니다.

일본 전국적으로 보면 어떤 것이 있을지, 최근 20년 동안 저도 여기저기 전국을 돌아다녔는데요. 도쿄에 ‘스피카’라는 천연효모 빵 가게가 있습니다. 이 가게는 15~16년 전에 어떤 은행에서 용자를 거절당했습니다. 그녀는 친구, 지인 50명을 모아 ‘빵 채(債)’라는 사모채(私募債)를 발행했습니다. 1구좌 10만 엔으로, 4년간 돈을 상환했습니다. 빵 가게에 당시 금리분의 5,000엔을 만든 빵으로 받으러 가는 것입니다. 빵 가게는 빵 채의 취득분 500만 엔을 빵을 굽는 중고 기계를 구입하기 위한 자금으로 충당하려고 했는데, 모두에게서 호평을 얻어 800만 엔을 모았다고 합니다.

두 번째 사례는 이바라키(茨城)의 NPO센터 ‘도라이 채’입니다. 넓고 얇게, 많은 사람들에게 비교적 적은 돈을 빌리는 방식으로 1구좌 1만 엔, 200구좌로 200만 엔을 조달했습니다. 이것은 커뮤니티 레스토랑의 개발자금이 되었습니다. 홀에서 일하는 사람들은, 히키코모리 청년들입니다. 즉 히키코모리 청년들의 일하는 장으로 커뮤니티 레스토랑을 만들었습니다. 이른바 사회와의 접점 만들기가 좀처럼 잘 되지 않는 사람, 청년들에게 한두 시간이라도 일해 달라고 자금을 썼습니다. 이러한 커뮤니티 레스토랑의 개발자금을, 이 사모채 발행으로 조달했습니다.

세 번째 사례는 나가노 현의 오부세초(小布施町)라는 인구 1만 1,000명의 작은 마을입니다. 30년에 걸친 관광교류형의 커뮤니티 비즈니스로, 지금은 연간 130만 명의 관광객이 옵니다. 즉 주민 100배의 관광객이 방문하는 것입니다. 이 지역은 두꺼운 흙벽으로 만든 창고(土藏)가 많은데, 이 창고를 개조해 게스트하우스 4개실을 만들었습니다. 보통 이 개조비는 은행에서 빌려옵니다만, ‘건설채’라는 1만 5,000엔의 숙박권으로 충당했습니다. 그렇게 해서 지금은 핵가족 시대니까

도쿄에서 친척이 추석(お盆) 등에 올 때 이 숙박권을 사용해 게스트하우스에 머무는 것입니다. 그런 건설체를 시민·주민 분들이 구입해 주었습니다.

앞서 모리야마 현의 사례가 나왔습니다만, 시민풍력발전은 홋카이도(北海道)가 처음 시작했습니다. ‘홋카이도그린펀드’라는 NPO가 시작한 것입니다. 이것도 시민풍차인데, 이런 시민풍차의 건설자금은 3억 엔 정도 합니다. 정부 보조금이 절반 나왔고, 나머지 1억 수천만 엔을 조달했습니다. ‘홋카이도전력’이나 ‘도호쿠(東北)전력’으로 많은 사람들에게 연간 3%가 돌아갔습니다.

모리야마의 사례로 말하면 모리야마 현민과 아지가사와초(鯨ヶ沢町) 중에서 누가 금리가 높을 것 같습니까? 풍차가 있는 아지가사와초 주민이 출자하면 3%입니다. 모리야마 현민이 출자하면 2%입니다. 오카야마 현에서 출자하는 분은 1%입니다. 그것은, 바람은 지역자원이니까 바람이 부는 곳, 풍차가 있는 곳의 사람들 층을 두겹게 하자고 한 것입니다. 그런 식으로 나서서 풍력발전이 만들었습니다. 그래서 풍력발전만으로는 아깝다고 해서 풋콩의 신종을 만들어 지역브랜드로 하고, ‘가제마루’(風丸)라고 이름을 짓고 팔기 시작한 움직임도 있습니다.

생활의 질을 높이고, 지역을 더욱 풍요롭게 만들기 위해서, 지금부터는 스스로 지역에 필요한 것을 사모채를 발행하면서, 주민이 일으켜 세우는 것을 응원하는 시대라는 것입니다. 지금 국채를 사도 어떻게 될지 모릅니다. 더구나 최근 우편국에서 국채를 사도 전액 돌아오지 않을 수 있다는 상품 설명이 있습니다. 그런 점에서 지역 사람들이 커뮤니티 비즈니스를 일으키기 위한 자금을 응원한다는 것도 아울러 이제부터의 시민사회에 필요한 것이라고 생각합니다.

하지만 사업 실패도 고려할 필요가 있습니다. 커뮤니티 비즈니스라고 해도 사업이 실패하면 출자한 돈은 돌려받지 못합니다. 그렇기 때문에 사업기획서를 잘 보고 잘 읽는 것이 중요합니다. 이런 강연회 후에 참가자가 사업기획서를 만드는 경우도 있는데요. 종이에 써보는 것이 중요합니다. 그것도 숫자로 써보고 제3자에게 호평을 얻고 조언을 받는다는 과정을 체험하는 것이 중요합니다.

커뮤니티 비즈니스의 분야로는, 복지, 환경, 정보넷, 관광교류, 식품가공, 마을 만들기, 상가 활성화, 전통공예, 지역금융, 안전, 그 외에 보육이나 스포츠, 문화가 있습니다. 지금 생각하면 20개 정도가 되는 것 같습니다. 오카야마 시에는 13개일지도 모르고 구라시키 시에는 16개일지도 모릅니다. 지역에 따라 다른 것입니다. 대기업이 일으킨 고용과 아울러 주민이 일으키는 작고 새로운 지역경제를 창출하는 풀뿌리 커뮤니티 비즈니스가 지금부터의 사회의 지역 재생에는 필수불가결하다고 생각합니다. 강연 후에 사진을 준비했는데, 사진에서 실제 하고 있는 사업을 볼 수 있습니다.

이것은 나가노 현의 인구 3천 수백 명의 오가와무라(小川村)로, 합병은 하지 않았습니다. 이

사례는 23년 정도 지났기 때문에 사회적기업, 앞의 삼각형 1번 왼쪽 밑까지 간 기업입니다. 3천 수백 명의 마을로 무려 사업 수익이 7억 5,000만 엔입니다. 100명의 지역고용을 창출했고 그 중 고령자가 80%로, 고령자라고 해도 60세를 넘긴 어머니들입니다. 유희(遊休) 자원을 적극적으로 활용해 마을(행정)기관은 출자하지 않았습니다. 7할은 주민들이 돈을 모아냈고, 저는 ‘7인의 사무라이’라고 부르는데 마을 출신 7명이 만든 회사입니다. 23년 전이라 NPO법인은 없었습니다.

예를 들면 메밀국수를 가장 맛있게 잘 치는 사람은 누구일까요? ‘오야키’라고 불리는 소맥분을 반죽해 속을 넣어서 구운 만두를 만드는 것은 누가 한 것일까요? 그것은 50, 60년 생활해 오신 할머니들입니다. 할머니들이 만드는 것은 각 가정의 맛일 것입니다. 하지만 나가노도 역시 핵가족화가 진행해서 사람들이 나가노 시나 마쓰모토(松本) 시 등 도시로 나옵니다. 그런 현 내의 조몬(縄文) 시대부터 이어져 온 향토식을 도시 사람들에게 판다는 계획으로 ‘오가와노쇼(小川の庄)’를 세웠습니다.

나머지 3할은 농협이 출자했습니다. 당시 농협은 마을별로 그런 공방을 설립했습니다. 옛날에는 누에를 치는 공방이었는데 걸어 다닐 수 있는 거리에 어머니들이 일할 장소를 만들어 주었습니다. 커뮤니티 비즈니스는 ‘직주(職主)근접’이 키워드입니다. 일하는 곳과 사는 곳이 가깝다. 근접이라는 것은 앞서 말한 것과 같이 걸어서 다닐 수 있는, 차를 타고 다닐 수 있는 중학교구입니다. 그렇게 농협과 제휴함으로써 규격을 벗어난 채소 등을 싸게 사들일 수 있습니다. 그뿐 아니라 이곳은 낮잠을 잘 수 있습니다. 즉, 농가의 어머니들은 어쨌든 낮에 잠깐 누울 수 있는 것이 건강을 지속하는 데 좋은 것 같습니다.

60세를 넘긴 할머니들에게 처음으로 자기 지갑이 생겼습니다. 60세가 되어 처음으로 여기에서 오야키를 만들어 온 사람이 10년이 지나 퇴직했다고 합니다. 그렇다면 예금이 얼마나 쌓였을까요. 월 15만 엔, 연간 180만 엔, 10년간 1,800만 엔 우편국에 저금할 수 있었다고 자랑을 하십니다. 동시에 이곳의 아이디어 사장이자 직원인 어머니들을 매년 6명, 미국의 재팬 엑스포에 실연 판매를 보냈습니다.

이들은 다시 화장을 하기 시작하고, 손자와 영어회화를 공부하게 됐습니다. 이렇게 직원의 모티베이션을 올리는 수단을 갖고 있습니다. 그리고 마을에서 사용되지 않는 것을 인재를 포함해 적극적으로 사용합니다. 그리고 당시 농협에서는 급속냉동기가 전혀 사용되지 않았다고 합니다. 즉, 만든 것을 급속냉동하면 재고분을 둘 수 있다는 것을 생각해 냈습니다. 이러한 방식으로 사업 수익이 7억 5000만 엔입니다. 화려한 것보다도 오래된 커뮤니티 비즈니스가 큰 사업 수익을 가져온 셈입니다.

케첩 만들기 등 손으로 하는 것은 비교적 농가 어머니들의 생활개선 모임에서 설립한 사례

가 많습니다. 현지에서도 같은 사업단체들도 꽤 있지 않을까 생각합니다. 이렇게 되면 소셜 엔터프라이즈(사회적기업)의 하나이지요.

앞서의 나가노의 오부세초의 '아 라 오부세'에 대해서 말씀드리겠습니다. 지금은 저출산화로 1만 1,000명의 마을입니다. 130만 명의 집락을 낳고, 밤과 호쿠사이(北齋)을 통한 마을 만들기 사례인데요. 30년 전부터 마을 만들기에 나섰습니다. 가쓰시카 호쿠사이(葛飾北齋, 에도 시대의 풍속화가)의 친필화를 모은 미술관을 만들었습니다. 밤과자 가게도 5~6개 있습니다. 그중 이것이 게스트하우스의 오부세 창고(藏) 호텔이라고 합니다. 그리고 관광가이드 센터를 만들어 95% 주민이 출자한 회사입니다. 시간을 들여 마을 경관 정비 사업을 시작하고 점차 정비하면서 가쓰시카 호쿠사이의 친필화 미술관을 한가운데에 만들어 마을 만들기를 조직했다고 합니다. 이것은 30년 걸려 해온 것으로 정말 사회적기업입니다.

간토(関東)의 도치기(栃木) 현의 '구리노(栗野)'라는 곳이 있는데 합병해 가누마(鹿沼) 시가 되었습니다. 이곳은 농가 어머니들을 <가까운 곳(近所)의 저력>(TV 프로그램)에서 소개한 적이 있습니다. 이 농가의 어머니들은 처음에 생활개선 그룹에서 리스(화환)를 만들어 바자회나 이벤트가 있을 때 판매했는데, 이것이 잘 팔렸습니다. 아이를 다 키우고 나서 시작한 것이 허브 농원과 이탈리아 프렌치 요리입니다. 이곳도 올해로 11년째입니다. 보조금을 받을 수 있다고 해서 법인격을 유한회사로 했습니다. 실제로는 보조금 절반은 각자 대출을 받아 레스토랑을 만들었는데 이곳도 농가 어머니 8명이 시작해 대체로 연 매출이 5,000만 엔, 월 평균 1인당 15만 엔 정도입니다.

또 한 가지 재미있는 이야기는 처음에 회계를 할 수 있는 직원 한 사람이 매일, 매월 회사 회계를 맡았다고 합니다. 회계를 못하는 사람에게서 급료 등으로 불만이 나왔습니다. 그때부터 8명 전원이 교대로 일계를 내는 장부를 쓰기 시작했고 불만이 없어졌습니다. 즉, 회사의 경영 상황을 모두가 알게 됐다는 점에서 큰 이점이 있었습니다. 그런 의미에서 전원 참여형의 경영입니다. 이것은 최근에는 '워커즈 콜렉티브'라는 식으로 말하기도 하는데 농가 어머니들이 생활개선 모임의 활동에서 시작한 커뮤니티 비즈니스, 작은 클럽에서 시작한 사례입니다. 여성 기업으로 삶의 보람, 건강 만들기를 성공했습니다.

실은 이 어머니들도 8명에서 2,000만 엔을 대출했다고 합니다. 저번에 만나 뵈었을 때 상환금이 얼마나 남았는지 물어봤습니다. 당초는 20년 동안 갚을 예정이었는데 10년간 잉여금이 생겨 순조롭게 갚았다고 합니다. 이미 대부분 변제는 마쳤다는 것입니다. 여성의 경우 남성에 비해 건실해서, 잉여금이 나오면 대출금을 갚는 데 돌리고, 자신의 상황에 맞는 사업으로, 사업 규모는 대체로 수천만 엔으로 안정된 모습입니다. 정말로 이 주변에는 아무것도 없습니다. 아무것도 없는 곳에 지금은 자동차 사회라 차를 타고 간토의 가까운 현에서 여성분들이 옵니다. 여름이 되면 허

브가 많이 자라는데, 허브차를 체험해보고 싶은 사람들도 옵니다.

이번에는 시가의 릿토(栗東)라는 마을에 대해 설명 드리겠습니다. 이 도시형 커뮤니티 비즈니스의 사례는 아이를 키우는 여성에 의한, 여성을 위한 기업지원이라는 것으로, 커뮤니티 카페를 커뮤니티 비즈니스의 하나로 지원하고 있습니다. 이것은 자택을 개조해 커뮤니티 슈을 만들고 잡화점을 시작하거나 카페를 시작했습니다. 그것을 지원하는 것이 (특) 'NPO 핏메루 기획실'입니다. 저는 3년 전 내각부의 여성기업 고문으로 임명되어, 구역으로는 이 시가 현의 릿토, 구사쓰(草津)의 바로 옆입니다. 그곳은 역시 옛 주민과 새로운 주민으로 이분화 했고, 말하자면 남편이 도시의 일하러 가듯이 근처 현에서 온 어머니들이 모여 자녀교육에 대한 정보에서 시작되었는데 이러한 형태로 지금처럼 자택을 개조해 가게를 여는 사례가 늘었습니다. 특히 아이가 자립하면 방이 비게 되고 그러한 곳에서 사업을 시작하는 여성이 늘었습니다.

다시 한 번 커뮤니티 비즈니스의 정의를 확인하면 지역사회를 풍요롭게 하는 지역의 일자리 만들기, 그것이 커뮤니티 비즈니스입니다. 그 목적은 커뮤니티를 건강하게 만드는 것입니다. 커뮤니티 비즈니스는 주민 주체에 의한 지역 사업이고, 주민이 좋은 뜻에서 기업적 경영 감각을 가지고 생활의식과 시민의식의 기반에서 활동하는 사업입니다.

한 가지 더, 이제부터는 지역 간 경쟁의 시대라고 합니다. 행정만 열심히 해서는 소용이 없습니다. 기업만 열심히 해도, NPO만 열심히 해도 소용이 없습니다. 상호보완의 관계 안에서 온 힘을 다해 지역 문제에 나서는 것이 중요합니다. 그때 커뮤니티 비즈니스 역할이란 자신을 일으키는 것이고, 사회 문제의 해결이고, 지역의 고용창출이고, 더불어 사는 사회 만들기입니다. 조직 형태로는 커뮤니티의 경우는 공공성이 높을 때는 NPO법인, 지연단체, 앞서의 워커즈 콜렉티브, 사업성이 높을 때는 주식회사나 기업조합 등 여러 조직 형태가 있습니다.

그리고 최근 하토야마 총리대신도 소신 표명한 것과 같이 '새로운 공(公)' 만들기, 즉 기업·주민·시민과 행정·정부·지자체, 이것은 생활인으로서 공생 부분을 함께 만들어 가는 시대라는 것입니다. 주민·시민은 주체적으로 지역 문제에 관여하고, 커뮤니티 비즈니스를 가지고 문제 해결을 스스로 참여해 보는 것입니다. 한편으로 행정은 정책적으로 보증하고 자금의 일부를 보조하거나 경우에 따라서는 업무를 아웃소싱 하는, 좋은 의미에서 대등한 입장으로 상호 연계를 해 보 완을 하는 것이 목적입니다. 예부터 전해 내려온 말 중에 '어느 것도 새 것은 없다'는 말처럼 정말 주민, 시민이 새로운 공(公)을 만들어 가는 것이 필요합니다.

마지막으로, 혹시 여러분 중에서 커뮤니티 비즈니스를 시작하고 싶은 분이 있으면 다음 네 가지 포인트를 확인해 주십시오.

우선 커뮤니티 비즈니스에 관련한 사람들이 자기 스스로 부가가치를 창출하고 있는지입니다. 사람들에게 화제가 될 만한 일로는 오래가지 못합니다. 스스로를 창출하는 일인지가 중요합니다. 두 번째는 지역이 안고 있는 여러 문제의 해결에 일조하고 있는지입니다. 현지에 있는 지역 문제의 해결에 일조하고 있는지 일을 시작하기 전에, 또 시작하고서 1년 후에 다시 확인하는 작업이 필요합니다. 그리고 세 번째는 새로운 사회관계나 협동관계를 창출하고 있는지입니다. 커뮤니티 비즈니스는 앞서 여러 번 말씀 드렸듯이 그러한 의미에서 지금까지 지역에서 존재조차 몰랐던 사람들과의 새로운 사회관계, 협동관계가 생기게 됩니다. 그런 의미에서의 새로운 사회관계나 함께 땀을 흘리는 협동관계라는 '끈'이 생기는 것입니다. 그리고 마지막으로 지역 커뮤니티 건강하게 만들기에 대한 공헌과 사회성과의 균형을 잘 맞추고 있는가 하는 시점에서 균형을 확인해 봅니다. 이 양쪽의 균형을 어떻게 맞추어 매니지먼트할 것인가 하는 점에 대해서 그곳의 경리를 담당하는 사람과 이사가 된 사람과 의논하는 것도 중요합니다. 이 네 가지를 확인해 가며 꼭 진행해 주시기를 바랍니다.

마지막으로 커뮤니티 비즈니스에서 중요한 것 중 하나는 자기실현입니다. 소위 일이 아니라 자기 지역을 건강하게 만들고 지역의 문제를 해결하는 일로써 '뜻과 행동력'을 합쳐 창출하는 것입니다. 그런 의미에서 '잡초(草莽) 시민'이 세우는 '시민사회 만들기'를 향한 새로운 '형태'가 아닐까 생각합니다. 우리 풀뿌리 시민이 자기 지역 커뮤니티를 스스로의 힘으로 건강하게 만들어 가는 시대가 온 것은 아닐까 생각합니다.

감사합니다.

일본의 커뮤니티 비즈니스 발전 모델

2010년

커뮤니티비즈니스종합연구소
소장 호소우치 노부타카
<http://www.hosouchi.com>

Copyright © 2006 호소우치하카세

호소우치 노부타카 細内信孝

커뮤니티 비즈니스 제창자
커뮤니티 비즈니스 종합연구소 소장
커뮤니티 비즈니스 네트워크 이사장

- 1980년 대학 졸업 후, 대기업 싱크탱크 근무 등을 거쳐 2001년 4월 독립.
- 1994년부터 커뮤니티 비즈니스에 의한 지역사회 건강하게 만들기를 제창, 1997년 3월에 비영리조직 커뮤니티비즈니스네트워크를 도쿄 스미다 구에 설립하고, 커뮤니티 비즈니스의 계발·보급에 힘쓰고 있다.
- 공직으로, 내각부, 총무성, 경제산업성, 국토교통성, 후생노동성 등 정부 관련위원회, 호세이대학 대학원 겸임교수로 근무.
- NHK <난제 해결! 가까운 곳의 저력>, <클로즈업 현대>, <가게 진단>, <생활과 경제> 등 TV 출연 다수.
- 저서로 《커뮤니티 비즈니스》(주오대학출판부, 1999), 《지역사회를 건강하게 만드는 커뮤니티 비즈니스》(편저, 교세이, 2001), 《우리 모두 주인공인 커뮤니티 비즈니스》(편저, 교세이, 2007), 《단카이 세대의 지역 데뷔 수칙 수첩》(편저, 교세이, 2007), 《힘이 나는 지역 커뮤니티 비즈니스》(편저, 가쿠요소보, 2008) 등 다수
- 2003년 영국 외무성 등에서 초빙받아, 일영 사회기업가 교환프로그램으로 건너가, 해외 사회기업가, 사회적기업에도 조예가 깊음.
- 홈페이지 <http://www.hosouchi.com>

Copyright © 2006 호소우치하카세

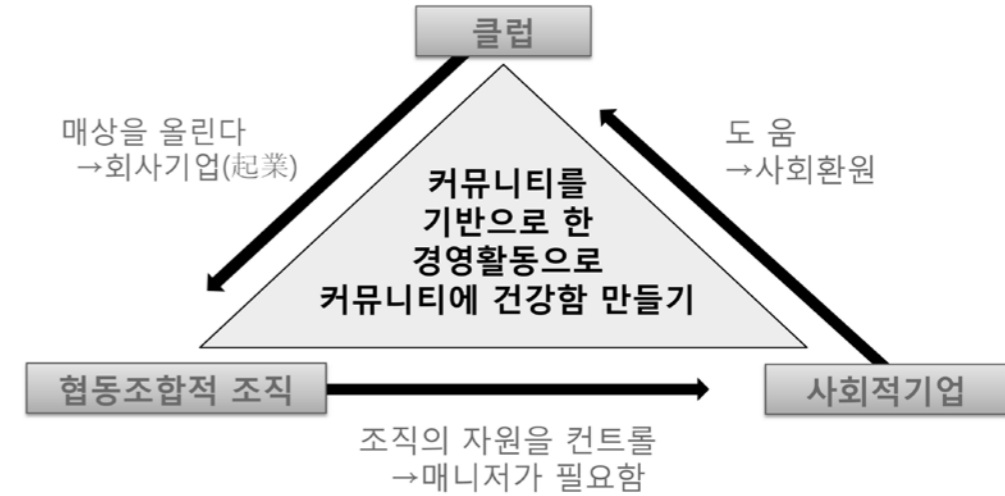
지역사회를 풍요롭게 하는 "지역 일자리 창출"
그것이 '커뮤니티 비즈니스'입니다.

커뮤니티 비즈니스는,
주민 주체의 지역사업으로
주민이 기업적 경영 감각을 가지고
생활의식과 시민의식을 기반으로 활동하는
사업입니다.
그 목적은 '커뮤니티를 건강하게' 만드는 것입니다.

Copyright C 2006 호소우치하카세

커뮤니티 비즈니스 모델

지역 문제를 조직할 동료들 → 클럽이 출발점



Copyright C 2006 호소우치하카세

지역 간 경쟁의 시대
행정×기업×시민 = (상호보완의 총력전)

커뮤니티 비즈니스는

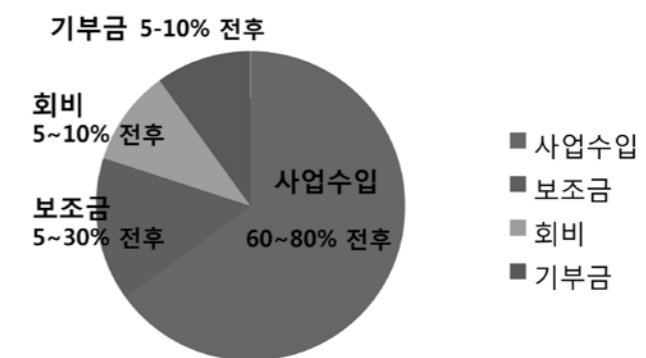
자기 세우기, 사회문제의 해결, 지역의 고용 창출
더불어 사는 사회 만들기



조직 형태	NPO 법인	유한책임중간법인	기업조합
	지역단체	협동노동	주식회사
		LLC (합동회사)	

Copyright C 2006 호소우치하카세

일본의 사회적기업 사업구조



경영자는 보조금, 회비, 기부금을 활용하면서,
사업수입의 비율을 해마다 높일 수 있는 전략성이 필요함

Copyright C 2006 호소우치하카세

사회적기업: (주) 구로카베



- 200명의 지역 고용
- 여성의 적극적 활동
- 직영점의 사업수익 7억 엔
- 연간 고객은, 300만 명



홋카이도의 마을 경관 정비
빈 점포 대책사업
정부의 점포 일괄 임대
서구의 유리 문화 도입

Copyright C 2006 호소우치하카세

사회적기업: (유)돈카메

- 사회적기업: (유)돈카메
- 음식물 쓰레기 리사이클 사업
- 농상(農商)의 연계, 지역의 협력
- 지역 생산 지역 수거, 환경 공생
- 순환형 사회 만들기
- 아이들과 함께하는 먹거리 교육
- 퇴비 판매수익 4,000만 엔



사진제공: 유한회사 돈카메



Copyright C 2006 호소우치하카세

사회적기업: (주)오가와노쇼



- 약 3,000명인 마을에서 100명의 지역 고용을 창출
- 그 중 80% 이상이 고령자
- ICT의 적극적 활용(통신판매)
- 사업수익은 7억 5,000만 엔



유휴 지역자원(고령자, 원자재 등)을 적극적으로 활용
집락별로 일할 장소를 설치
직주근접의 일하는 방식을 도입

Copyright C 2006 호소우치하카세

사회적기업: (유)코코 팜 와이너리



- 지적장애인시설 '고코로미학원(學園)'에서 만든 커뮤니티 비즈니스
- 사원의 절반은 학원의 졸업생에서 나옴. 학원에서 재배한 포도를 원료로 와인을 만들



写真出典 : <http://cocowine.com/>

- 사업수익 5억 엔
- 연간 18만 병 와인 생산
- 가을 수확제에는 일본 전국에서 2만 명이 참가

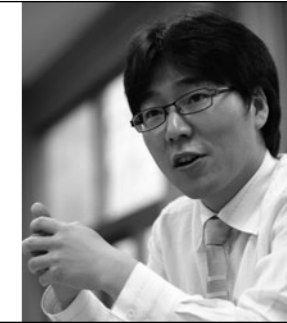
Copyright C 2006 호소우치하카세

패널 토론

PANEL DISCUSSION

이철중

함께일하는세상(주) 대표
ceo@wtco.kr



사회적기업의 지속가능성은 지역화 전략에서 나온다

지역의 문제와 필요에 접근하라.

- 사회적기업의 비즈니스 모델은 지역사회의 문제를 정확히 인식하고 그에 대한 대안을 모색하면서 나온다.
- 지역사회에 필요한 활동에 대한 공감과 지역사회의 참여의지를 높이기 위한 활동을 지속하여야 한다.
- 문제해결에 의지를 갖춘 다양한 지역사회 인물들을 조직화 하여야 한다.

지방정부와의 협의와 협력체계 구축을 이루어야 한다.

- 지방정부의 지역사회에서의 역할 수행방식과 도출된 의제에 대한 문제해결 의지가 어떤 수준에 이르러 있는지 명확히 파악하여야 한다.
- 지방정부와 사회적기업간의 파트너십이 형성되게끔 하여야 한다.
- 지방정부와의 협력의 지속적인 관계성을 유지할 수 있는 방안을 구축하여야 한다.

지역사회의 공유자산으로써의 사회적기업을 만들어야 한다.

- 사회적기업의 사회적, 경제적 성과는 지역사회의 이익이 되는 내용이어야 한다.
- 지역사회의 다양한 이해당사자들의 참여방식을 구성하여야 한다.
- 사회적기업의 내부 사업에만 집중하여서는 안된다.

패널 토론

PANEL DISCUSSION

이원재

한겨레경제연구소 소장
Timelast@hani.co.kr



정부 사회적기업 육성정책의 문제점과 지자체의 대응방안

I. 실태

1. 노동조건 열악

- (1) 정규직 비중은 43.1%에 불과해, 또 비정규직을 양산하는 또 다른 제도가 되어 간다는 우려가 제기되고 있는 상태. 이는 사회적기업의 대다수가 사회적 일자리 사업에 참여하고 있고, 사회적 일자리 참여자들의 대부분이 1년 이하의 근로계약의 형태이기 때문.
- (2) 사회적기업 인건비 지원은 최대 3년을 넘지 못하기 때문에 지원기간 종료 후 사회적기업의 종사자들이 다시 무직 상태에 놓이는 경우가 속출하며, 그 전부터 고용불안 증대.
- (3) 남성의 경우 58.1%가 정규직이나 여성은 36.0%만 정규직이며, 남성의 18.7%가 관리자였으나 여성은 7.8%만이 관리자, 관리직 성불평등도 여전함.

2. 상시적 경영 불안

- (1) 사회적기업들은 연평균 매출은 6.57억, 정부지원금은 2.56억으로, 수입은 9.13억 수준으로, 1인당 인건비는 950만원, 매출액은 1480만원 수준으로 기업으로서의 노동생산성은 매우 낮은 상태.
- (2) 영업활동을 통한 매출은 총사업비의 64.3%에 불과하며, 정부나 지자체의 지원금이 27.8%를 차지하고 있음. 방과후학교나 장애인, 교육, 보육, 관광분야의 경우 매출액 비중이 총사업비의 50%에도 못미치고 있는 상태.

3. 노동통합 이의 사회적 가치 불명확

- (1) 정부는 일자리 창출과 함께 부족한 사회서비스의 공급을 위해 사회적기업을 육성한다고 하나, 공급한 사회서비스의 양과 질에 대해 분명한 통계를 찾아 보기 힘든 상태

- (2) 사회적기업 스스로도 고용 이외 창출하는 사회적 가치를 인식하지도, 공개하지도 않고 있음. 최근 사회적기업 경영을 강조하고 있는 영리 대기업에도 미치지 못하는 수준임

II. 원인

1. 정책 거버넌스 부재

- (1) 불필요한 '좌파 논란'을 정부가 나서서 제기해 시민사회 주요 자원이 정책결정 및 실행 거버넌스에서 자의 또는 타의로 빠지게 됨
- (2) 사회적기업의 자발적 협의회나 기존 시민사회가 아닌, 정부 용역을 받아 운영되는 지원기관 중심의 정책결정이 이어지면서, 정부 및 협력기관들만 정책 거버넌스 틀 안에 남아 있음
- (3) 소수의 정책실무자 손에 맡겨져 있는 현재 사회적기업 정책이 시민사회와 사회적기업을 중심으로 한 협치의 큰 틀로 나올 필요가 있음

2. 경제적 자립 강요

- (1) 사회적기업의 자립을 개별 기업의 재정적 자립으로만 협소하게 이해하며 천편일률적인 자립 기준을 제시하며 지원을 축소
- (2) 이에 따라 사회적 가치 창출을 중심으로 사업을 설계한 사회적기업들이 속속 관련 인력과 사업을 구조조정하면서, '사회적'이라는 명칭이 유명무실해지고 '기업'만 남을 가능성 높아짐
- (3) '자립'을 영리기업의 자립과 같은 틀에서 협소하게 이해하고 정책을 밀어붙이면, 결국 중요한 사회적가치가 빠진 기형적 사회적기업을 양산하게 될 가능성 높음

III. 해법

1. 지자체 고유의 사회적 가치를 정의한 뒤 발굴, 육성

- 필요한 사회적 가치가 정의된 뒤 관련 사회적기업을 발굴, 육성할 필요
- 정부 주도, 재무적 자립 중심의 평가제도를 지양하고, 사회적가치 중심으로 평가
- 지속가능경영 보고서 등을 통해 개별 기업의 사회적 가치가 공개되고 대중에 의해 자연스럽게 평가되는 시스템 도입

2. 개별 기업 지원보다 환경 구축에 눈 돌려야

- '개별 사회적기업 직접지원을 통한 자립'이라는 틀을 원점에서 재검토할 필요
- 클러스터 구축, 윤리적 구매 활성화 등의 정책이 나와야

3. 새로운 경제정책이라는 관점에서 접근

- 외형성장만 추구하고 지역주민 소득 및 복지로 이어지지 못하고 있는 주류 경제의 문제점을 직시할 필요
- 이런 기존 주류경제정책을 보완하거나 대체하는 '새로운 경제'를 창출한다는 관점에서 정책 재구성
- 궁극적으로 제대로 된 지역경제 활성화정책의 일환으로 간주, 적극적 예산 투입 필요



참여 Network

참여자 프로필

참여기관 프로필

참여자 프로필 (가나다 순)

● 광승준 KWAK Seung-jun

광승준 교수는 1986년 밴더빌트대학교대학원 경제학 석사를 마치고 1992년 밴더빌트대학교대학원 경제학 박사 학위를 마쳤다. 대통령실 국정기획수석비서관, 대통령직인수위원회 기획조정분과위 인수위원, 고려대학교 정경대학 경제학과 교수, 21세기 평화연구소 연구위원 등을 역임했고 현재는 미래기획위원회 위원장으로 재직 중이다.

KWAK Seung-jun received Ph.D. in economics at Vanderbilt University in 1992. He continued his career as the Senior Secretary to the President for State Affairs Planning, a member of the Subcommittee of Planning and Coordination of Government Transition Committee, an advisory researcher of the 21st Century Peace Research Institute and was on faculty of School of Economics at Korea University. KWAK Seung-jun is currently the chairman of Presidential Council for Future & Vision.

● 김문수 KIM Moon-soo

김문수 도지사(경기도)는 서울대학교 경영학 학사를 졸업하고 제15, 16, 17대 한나라당 국회의원, 한나라당 노동위원회 위원장, 국회 민생정치연구회 회장, 한나라당 기획위원회 위원장, 한나라당 대외인사영입위원회 위원장, 한나라당 공천심사위원회 위원장, 외교통상통일위원회 위원, 제1회 DMZ 다큐멘터리영화제 조직위원회 위원장 등을 역임했다. 현재는 32대 경기도 도지사에 이어 33대 도지사로 활동하고 있다. 광역자치단체장 부문 최우수 경영인상을 받았고, 2009 대한노인회 노인복지대상, 결식아동돕기 의정활동 공로패 등 각종 상을 수상하였다.

KIM Moon-Soo, the governor of Gyeonggi province, graduated from the School of Business, Seoul National University. He continued his career as the member of the 15th, the 16th, the 17th National Assembly; the chairman of Labor Committee, Human Resource Scouting Committee and Screening Committee of the Grand National Party; the chairman of Politics of Livelihood Committee of National Assembly; the chairman of Foreign Affair-Unification Committee; and the chairman of Organizers of the 1st DMZ Documentary Film Festival.

● 김지한 KIM Ji-han

김지한 교수는 사회적기업 활성화 포럼 기획위원장이자 서울시립대 행정학과 겸임교수이다. 현재 한화증권 고문을 맡고 있으며, 기업체의 경영과 경영자문으로서 일했다. YMCA 활동을 비롯, 국민의 정부 시절에는 한국투명성 기구(옛 반부패국민연대)의 이사와 행정개혁시민연합 위원장을 역임했다. “사회에 만연한 부패는 개인의 문제가 아니라 구조적인 문제”라고 말하는 그는 구조적 변화만이 열쇠라는 생각이 자연스럽게 사회적기업에 대한 애정과 고민으로 이어져서 지금의 자리에 오게 되었다. 김 교수는 “사회적기업이 절대 다수인 80%의 국민들에게 희망이 될 수 있다”고 강조했다.

KIM Ji-han is currently on the faculty of Department of Public Administration at the University of Seoul and the chairman of Planning Committee of Better Social Enterprise Network. Currently serving as the corporate advisor of Hanwha Securities, he is the expert in the field of corporate advising on business management. Being actively involved with YMCA, he served as a board member of Transparency International Korea and as the chairman of Citizens' Coalition for Better Government. He believes that the widespread corruption in our society is not an individual problem but a structural one. His passion for creating better society through changing the social structure naturally led him to the field of social enterprise (SE). Kim firmly believes that SE can be the hope for the absolute majority of Koreans.

● 김혜원 KIM Hye-won

서울대학교 경제학과를 졸업, 동대학원에서 석,박사학위를 취득했고, 현재 한국조동연구원 연구위원으로 재직 중이다. 노동시장분석과 고용보험을 비롯한 사회보험을 주요 연구분야로 삼고있으며 최근 사회서비스 부문 개선 과제인 노동통합형 사회적 기업의 육성, 전문인력 및 공급기관의 선진화, 효과적인 사회서비스 전달체계의 구축 등을 제시했다. 주요저작으로 “사회안전망의 경제적 분석 : 노동시장 효과를 중심으로” (책, 공저, 한국노동연구원, 2007), “한국의 일자리변동과 실업률 : 탐색이론적 접근” (학술지, 경제분석, 2006) 등이 있다.

KIM Hye-won received his bachelor's, master's and doctorate degrees from the Department of Economics at Seoul National University and is currently a research fellow at the Korea Labor Institute. His expertise is in labor market analysis and social insurance, including unemployment insurance. He has recently suggested that the tasks facing social service area are as follows: promotion of consolidated labor form of social entrepreneurs; enhancement of professionals and their agencies; and construction of effective social service delivery system. He has recently published “An Economic Analysis of Social Safety Nets: Focusing on the Effects on the Labor Market (co-author, Korea Labor Institute, 2007)” and “Job Flow and Unemployment Rate in Korea: A Search-Theoretic Approach (Academic Journal of Quarterly Economic Analysis, 2006).”

● 루스 존스 Ruth Jones

루스 존스는 열정적으로 더 나은 세상을 만들기 위해 모인 네트워크인 Social Venture Partners International (SVPI)의 CEO이다. 기부자들(partners)의 시간, 전문적인 기술, 창의력의 기부에 금전적 기부보다 더 큰 가치를 두며, 이런 형태의 기부를 NGO와 지역공동체들의 필요를 만족시키고 긍정적인 사회적 변화를 가져오는 원동력으로 보며 금전적 기부보다 더 주도적 변화요인으로 보고 있다. 또한 SVPI는 누구나 사회기업가가 될 수 있는 지식과 경험을 얻도록 하는 교육사업에도 주도적인 참여를 하고 있다. 언론인 출신으로 미디어와 커뮤니케이션 분야의 공공, 민간부문에서 방대한 경험과 전문적 지식을 두루 갖춘 루스 존스는 호주영화연구소의 최고책임자직을 맡으며 호주의 문화예술발전에 기여했으며, 그 후 자선사업분야로 옮겨 호주캐나다 최대 독지가네트워크인 캐나다공동체재단의 운영위원, 호주 복지재단의 총괄을 역임했다.

Ruth Jones is Executive Director of Social Venture Partners International(SVPI). Social Venture Partners is a network of individuals who care passionately about making the world a better place.

Prior to joining SVPI, Ruth Jones was Manager of Operations at Community Foundations of Canada, the country's largest philanthropic network, and General Manager of Philanthropy Australia, the membership association for Australia's private, family, corporate and community foundations. Initially trained as a journalist, Ruth Jones has extensive experience in both public and private sectors of media and communications. She was the chief executive of the Australian Film Institute for five years, before deciding to focus on working within the philanthropic sector.

● 마성균 MAH Sung-kyun

마성균 노동부 사회적기업과 과장은 고려대 사회학과를 졸업하고 1998년 행정고시(37회)로 공직에 입문하여 사무관 시절 노동부 고용정책실에서 자격, 인턴을 담당하고, 기획실에서 조직관리와 규제를 담당하였으며 서기관 진급 이후에는 근로기준국, 정책기획위원회 파견 업무 등을 수행하고 대구 노동청 구미지청장을 지냈다. 현재 노동부 사회적 기업과 과장으로 재직 중이며 사회적 기업과 관련된 각종 정책, 지원 등의 업무를 담당하고 있다.

현재 시행되고 있는 사회적 기업을 위한 정책적 제도와 지원을 장기적으로 보강시키는데 자신의 자리에서 활발한 역할을 하고있는 마성균과장은 사회적 기업가들이 혁신적정신을 가지고 정부의 지속적인 지원가운데 사회의 긍정적 변화를 주도하는 힘으로 자립하여 설 수 있도록 힘쓰고 있다.

MAH Sung-kyun is the Chief Officer of Social Enterprise (SE) Division at the Ministry of Employment and Labor. After graduating Korea University with bachelor's degree in Sociology, he passed the 37th Civil Service Examination in 1998. He started his career at Hiring Policy Division being in charge of services related to qualification and internship programs and later transferred to the Planning Office serving as the deputy director for organization management and regulations. Afterwards, he served as a secretary of the Office of Employment Law and as the delegation to the Policy Making Committee. Prior to taking the current position, he served as the director of Gumi branch office of

Daegu Labor Agency. Mah is faithfully carrying out his role in strengthening the government policies and support programs with a long term perspective. He is contributing in the effort to encourage Social Entrepreneurs to build themselves up as the progressive force to bring about positive social change with the continuing support from the government.

● 문형구 MOON Hyong-koo

문형구 교수는 고려대학교 경영대학 조직행동론 교수와 동대학의 노동대학원 원장으로 재직하고 있다. 서울대학교를 졸업하고 연세대학교에서 경영학석사과정을 마쳤으며 미네소타 대학에서 조직행동론으로 박사학위를 받았다. 지식공유, 조직문화와 리더십, 기업신뢰도, 기업윤리, 기업의 사회공헌활동 등 다양한 연구관심분야를 가지고 있다. 현재 한국 NPO학회 섭외이사, 한국 기업윤리학회의 부회장직을 맡고 있다 현재 효율적인 기업의 사회공헌활동 체크리스트를 공동개발하고 있으며 인적자원시스템, 기업윤리, 그리고 경영에 관련한 여러가지 다른 이슈들에 관해 몇몇의 국내유수대기업과 공공기관의 자문위원을 맡고 있다. 주요저작으로는 “한국형 사외이사제도에 관한 연구” (1999년), “기업의 사회공헌활동의 효율적시스템 체크리스트” (2009년), “사회복지조직 내의 윤리경영을 위한 안내서” (2008년, 2010년) 등이 있고 “ISO 9000 Survey '99: An Analytical Tool to Assess the Costs, Benefits, and Savings of ISO 9000 Registration” (1999년)을 공저했다.

MOON Hyong-koo is Professor of Organizational Behavior at Business School and Dean at Graduate School of Labor Studies, Korea University. He graduated from Seoul National University, and earned his M.B.A. from Yonsei University. He received his Ph.D. in Organizational Behavior from the University of Minnesota. He is serving as the president of Korean Association for NPO Studies and as vice-president for Korean Academy of Business Ethics. He co-authored “ISO 9000 Survey '99” (McGraw-Hill, 1999) and “A study on the Effective Outside Directorship in Korea” (in Korean, 1999), “Checklists for Effective Systems of Corporate Philanthropy”(in Korean, 2009), “Manual for Ethical Management in Social Welfare Organizations” (in Korean, 2008 & 2010). His research interests include knowledge sharing, organizational culture and leadership, trust, business ethics, and corporate philanthropy. He is currently working on developing checklists for effective corporate philanthropy along with his colleagues. Also, he is advising several large Korean companies and public organizations regarding HR system, business ethics, and other management issues

● 박능후 PARK Neung-hoo

박능후 교수는 서울대학교 경제학과를 졸업하고, 미국 버클리대학교 (University of California at Berkeley) 대학원에서 사회복지학으로 박사학위를 받았다. 한국보건사회연구원을 역임하였고, 현재 경기대학교 사회복지학과 교수로 재직 중이다. 대통령자문 양극화민생대책위원회, 노사정위원회, 보건복지부 중앙생활보장위원회, 노동부 고용정책심의회 등 민생 및 노동과 관련된 정부의 각종 위원회 활동을 해왔다. 학회 활동으로서 한국사회복지

정책학회 회장을 역임하였으며, 현재 한국사회복지학회 운영이사, 최저임금위원회 위원, 경기도사회적기업연구포럼위원장 등을 맡고 있다. 주요 연구물로서 『사회복지학의 원리와 실제』(공저, 학지사, 2008), 『한국의 사회복지 2008~2009』(공저, 한울, 2008) 외에 다수의 저서와 연구논문이 있다.

PARK Neung-hoo is currently on the faculty of School of Social Welfare, Kyonggi University. He graduated from Seoul National University and received a doctorate degree from the School of Social Welfare, University of California at Berkeley. He has served as a research fellow at Korea Institute for Health & Social Affairs, the chairman of Korea Association of Social Welfare Policy and a member of the Presidential Advisory Committee on Polarization of Public Welfare. He has been actively involved in Economic and Social Development Commission, Central Life Quality Guarantee Committee of Ministry of Health & Welfare, and Labor Policy Deliberating Council of Ministry of Labor, working tirelessly toward resolving obstacles for public livelihood and labor issues. He is now serving as an executive board member of Korea Association of Social Welfare, a committee member of Minimum Wage Council and the chairman of Gyeonggi Social Enterprises Research Council. “Principles and Practice of Social Welfare (co-authored, 2008)” and “Social Welfare of Korea 2008-2009 (co-authored, 2008)” are among the long list of his research publications.

● 서상목 SUH Sang-mok

서상목 이사장은 미국 스탠포드대학대학원 (경제학 박사)을 졸업한 뒤 국제부흥개발은행 (International Bank for Reconstruction and Development) 경제조사역, 한국개발연구원 부원장, 제13, 14, 15대 국회의원, 보건복지부 장관, 미 스탠포드대학교 후버연구소 초빙연구위원, 명지대학교 정보통신경영대학원 원장을 역임하였다. 현재는 (사)21세기교육문화포럼 이사장, 인제대학교 석좌교수 등에 재직 중이고 (재)경기복지미래재단 제2대 이사장에 취임하였다. 1970-80년을 거쳐 사회복지전달체계를 연구해온 그는 무엇보다 미래 복지개념에 맞는 수요자 중심의 사회복지전달체계가 성립되어야 한다고 지적한다. 이를 위해 재단에서는 ‘사례관리지원센터’를 운영할 계획이다. 주요저서로는 「한국자본주의의 위기 : 어떻게 극복할 것인가(법문사,1989)」, 「가장 잘하는 자에게 맡기자(북코리아,2007)」등이 있다.

SUH Sang-mok, the chairman of board of Gyeonggi Welfare Foundation, received Ph.D. in economics at Stanford University and continued his career as an economist at the International Bank for Reconstruction and Development (IBRD) and as the vice-president of Korea Development Institute. Having served as the member of the 13th, the 14th and the 15th National Assembly, he has also served as the Minister at the Ministry of Health & Welfare. Also, he was a research fellow at Hoover Institution of Stanford University and served as the president of the Graduate School of Management Information system at Myongji University. He is currently serving as the chairman of the board for 21st century Education Culture Forum, a chair-professor at Inje University and the chairman of the board of

Gyeonggi Welfare Foundation. He has been working on social welfare delivery system since the 1970s and 1980s. He points out that the social welfare delivery system needs to be developed so it fits the future concept of welfare. For this, the Gyeonggi Welfare Foundation is planning on running a case managing support center. He has published “Crisis for Korean Capitalism: How It Can Overcome (1989)” “Let the Best of the Best Handle It (2007).”

● 손병두 SOHN Byung-doo

서울대학교 상과대학 경제학과를 졸업하고 Hult International Business School에서 경영학 석사, 한양대학교 대학원 경영학과 경영학 박사를 마친 뒤 삼성그룹 회장비서실 과장, 차장, 부장, 이사를 거쳐 동서경제연구소 대표 이사가 되었다. 그 후 한국경제연구원(전국경제인연합회 부설) 대표이사 부원장, 전국경제인연합회 상근부회장, 한국 천주교 평신도사도직협의회 회장, 서강대학교 총장, 한국사립대학총장협의회 회장, 한국대학교육협의회 부회장, 한국대학교육협의회 회장을 역임하였다. 현재는 코피온(COPION) 총재, 한국경제연구원 상임고문, KBS 이사장, 삼성고른기회장학재단 이사장으로 활동 중이다.

SOHN Byung-doo graduated from Seoul National University majoring in economics, obtaining a master's degree at Hult International Business School, and a doctorate degree at Hanyang University in business administration. Afterwards, he worked at the Office of Secretary at Samsung Corporation and later became the CEO of Dongseo Economic Research Institute. He also served as the vice-president of Korea Economic Research Institute, the executive vice-chairman of the Federation of Korean Industries, the chairman of Catholic Lay Apostolate Council of Korea, the president of Sogang University, the chairman of the Association of the Presidents of Korean Private Universities, and the chairman of Korean Council for University Education. SOHN Byung-doo is currently the governor president of COPION, a senior advisor for Korea Economic Research Institute, the chairman of the board of Korea Broadcasting System and the Samsung Equal Opportunity Scholarship Foundation.

● 앨리슨 옥든-뉴튼 Allison Ogden-Newton

앨리슨 옥든-뉴튼은 런던에 본사를 둔 사회적기업 홍보 및 지원 분야의 선두기업인 Social Enterprise London(SEL)의 최고책임자로서, 런던의 여러 기관과 정책결정자들에게 사회적 기업에 대해 널리 알리는데 괄목할 만한 성과를 거두었고, 이를 기반으로 효과적인 네트워킹 시스템과 전략적 파트너십을 구축하여 사회적 기업을 후원하는 공동체 생성에 큰 공헌을 했다. 또한, SEL의 다양한 활동을 통해 사회적 기업에 대한 이해를 높이고 이를 실행하는 일에 매진하였으며 그 중에서도 특히 공공서비스 부문과 사회적 회계, 사업후원 부분에서 활동했다. 앨리슨 옥든-뉴튼은 영국정부산하 여성기업대책위원회 위원, 공동체강화위원회의 위원이며, ACEVO의 부이사장직을 겸하여 런던 미그란 센터와 사회적 기업 연합의 이사를 지내고 있다.

Allison Ogden-Newton is the Chief Executive of Social Enterprise London, the capital's leading agency supporting and promoting social enterprise (SE). She has successfully promoted SE to a wide spectrum of London' agencies and decision makers, raising awareness and creating a community of support through effective networking and developing strong strategic partnerships. While at SEL, Allison Ogden-Newton has worked to increase the understanding and implementation for SE, particularly in the delivery of public services, social accounting, and business support. Allison Ogden-Newton is a member of the Government' Women's Enterprise Taskforce and the Building Stronger Communities Taskforce. She is the deputy chair of ACEVO, and sits on a number of social enterprise Boards including the London Migraine Centre and the Council of the Social Enterprise Coalition.

● 이영환 LEE Young-hwan

서울대학교에서 사회복지학을 전공하고 인천YMCA에서 간사로 활동을 하다가 모교 대학원에서 사회복지학 공부하여 석·박사를 마쳤다. 1991년부터 성공회대학교 사회복지학과 교수직을 맡고 있으며, 대외적으로는 실업극복국민운동본부 실행위원, 사회복지공동모금회 기획분과위원, 비관복지학회 회장 등을 역임했다. 또한 보건복지부 중앙생활보장위원회위원과 행정안전부 지방자치단체합동평가단 위원을 역임했으며, 현재는 주거복지재단 이사, 구로구 사회복지협의체 공동위원장 등의 역할을 맡고 있고, 성공회대학교 부총장과 함께 사회적기업연구센터 소장직을 겸하고 있다.

After graduating from Seoul National University majoring in social welfare, LEE Young-hwan worked as a YMCA counselor in Incheon. Later, he returned to his alma mater and received a master's and a doctorate degree from the school's Department of Social Welfare. He is currently on the faculty of the Department of Social Welfare at Sungkonghoe University. He served as a committee member of the People's Movement for Overcoming Unemployment, a project sub-commissioner of Community Chest of Korea, and the chairman of Welfare Critics Academy. He was a member of National Life Guarantee Committee at the Ministry of Health and Welfare, and a member of the joint team for evaluation of local government at the Ministry of Public Administration and Security. He is currently serving as an executive director of Housing Welfare Foundation, Social Welfare Consultative Group for Guro-gu, the vice president of Sungkonghoe University and the chief of Social Enterprise Research Center at the University.

● 이원재 LEE Won-jae

이원재 한겨레경제연구소장은 선한 의도가 가치롭게 평가받는 경제와 균형잡힌 생각이 이끄는 사회를 만들기 위한 글쓰기와 말하기를 하고 있다. 경제, 환경, 사회의 공존을 추구하는 '지속가능경영'과 재무적 가치와 사회적 가치를 동시에 이루는 '사회적기업'을 연구하며, 독립 민간 싱크탱크인 한겨레경제연구소를 이끌고 있다. MIT 슬론

스쿨 MBA를 졸업하였고, <주식회사 대한민국 희망보고서>, <전략적 윤리경영의 발견>, <이원재의 5분 경영학> 등의 저서를 펴냈으며, 한겨레신문 경제부 기자, 삼성경제연구소 수석연구원을 거쳤다.

LEE Won-jae, the president of Hankyoreh Economic Research Institute, is a prolific writer and the avid advocate for the economy that values good intentions and the society led balanced ideas. Doing research on sustainable business that pursues coexistence of economy, environment and society; and on social enterprises which attain financial value and social value simultaneously, he is heading Hankyoreh Economic Research Institute, a leading independent private think tank. LEE Won-jae received his bachelors at Yonsei University in economics and continued his study and received MBA from MIT's Sloan School of Management. "Hopeful Report of Corporation Korea", "Discovery of Strategic Business Ethics" and "LEE Won-jae's Five- Minute Business Administration" are among many of his publications. He was a financial reporter of The Hankyoreh and a senior researcher at Samsung Economic Research Institute.

● 이은애 LEE Eun-ae

이화여자대학교를 졸업하고 현재 씨즈 혁신지원사업단장이자 경원대학교 사회적기업대학원 겸임교수로 재직 중이다. 대학 졸업 이전부터 공단지역에서 가난한 노동자 부모들과 함께 '보육협동조합'을 만들어 운영해왔으며, 외환위기를 계기로 극빈층 자활공동체 사업, 사회적기업 지원 중간조직(함께일하는재단)에서 일하며 국내 최초로 자본대부사업, 사회적기업가아카데미, 기업사회공헌 연계형 사회적기업 창업 지원, 정책제언 등을 추진해왔다. 노동부 정책위원, 대통령자문 빈부격차차별시정위원회 전문위원, 사회적기업육성법 제정 위한 Task Force팀원 등을 역임했다. 주요 연구로는 "자활사업 매뉴얼" (2000, 공동연구, 한국자활후견기관협회), "보육정책의 새로운 관점 정립 및 개선방안" (2003, 여성가족부, 공동연구), "정부-기업-NGO 파트너십을 통한 지속가능한 사회적기업 육성방안" (2006, 사람입국일자리위원회)의 다수가 있다.

LEE Eun-ae graduated from Ehwa Womans University and is now serving as the director of the Center for Social Enterprise Incubation and Consulting at seed:s Corporation. She is on faculty of the Department of Social Enterprise at the Graduate School of Business Administration, Kyungwon University. During her college years, she established and managed "Day Care Cooperatives" with the underprivileged laborer parents at Ansan Industrial Complex. Upon Asian currency crisis in 1990's, she initiated the project for building self-support community of the destitute, and also worked at Work Together Foundation, a social enterprise (SE) intermediary support organization, initiating and pushing forward the capital loan industry and SE academy; supporting SE start-ups linking them to corporate philanthropy; and making policy recommendations. She has also served as a member of the policy committee at the Ministry of Employment and Labor, an expert advisor for Presidential Committee on Social Inclusion, and a member of the task force on Social Enterprise Promotion Act. "Self-Support

Program Manual (joint study, Korean Self-support Assistance Centers Association, 2000),” “Establishing a New Perspective and Improvement Measures for Childcare Policy (joint study, Ministry of Gender Equality and Family, 2003),” and “Support Plan for Sustainable Social Enterprise through a Partnership between Government, Business and NGO (The Presidential Committee on Jobs Strategy, 2006)” are a few among many of her research publications.

● 이철종 LEE Chul-jong

이철종 대표는 2002년 자활주민 3명과 함께 청소용역 자활공동체 ‘터사랑’을 출범시키며, 친환경청소전문 사회적기업 함께일하는세상(주)의 법인설립의 기반을 마련하였고, 현재 대표이사를 맡고 있다. 그 외 한국대안기업연합회와 청소대안기업연합회의 회장을 역임하고 있으며, 한국지역자활센터협회 사업위원회 협력위원으로 활동하고 있다. 또한 2010년 출범한 경기도사회적기업협의회 부회장에 이어 경기복지재단 사회적기업연구포럼 위원으로도 활동하고 있다. 2008년 노동부장관 우수사회적기업가로 표창을 수상하였고, KBS를 비롯한 다양한 언론매체를 통해 성공한 사회적기업가로서 소개되고 있다.

LEE Chul-jong is the CEO of Work Together Corporation, a social enterprise for eco-friendly professional cleaning service, previously known as Teosarang Inc, a janitorial service firm which is also a self-supporting community of the marginalized workers, which Lee has started with just three hired hands in 2002. He is also the chairman of Korea Federation of Cleaning Alternative Enterprise; a member of the cooperation committee of Korea Local Self-Reliance Center Association; the vice president of Gyeonggi Council of Social Enterprise Association; and a member of Social Enterprise Research Forum at Gyeonggi Welfare Foundation. He is the recipient of Minister of Ministry of Labor Award given to an outstanding social entrepreneur, and is often introduced to public in media as one of the most successful social entrepreneur in Korea.

● 인명진 IN Myung-jin

인명진 목사는 한국신학대학 및 장로회신학대학원을 졸업했고, 샌프란시스코 신학교에서 목회학 박사 학위를 받았다. 또한 청년기부터 몸담은 노동문제에 대한 이론적 바탕을 다지기 위해 송실대 노사관계대학원에서 노동문제를 전공(경영학 석사) 하기도 했다. 현재 서울 구로구의 갈릴리교회에서 목회를 하고 있다. 1972년 서울 영등포산업선교회에서 14년간 총무로 일하며 노동운동에 뛰어들었고, 1987년 6월 민주화항쟁 당시에는 민주쟁취국민운동본부 대변인이었으며, 우리나라 최초의 시민운동단체인 경실련의 창립 멤버였다. 1982년 최초의 환경운동단체인 한국공해문제연구소를 설립했고 1993년부터는 국내교회 최초로 외국인 근로자의 고충을 나눠지며 그들의 대변자를 자처했다. 국민고충처리위원회도 그의 제안으로 발족되어 그 공로를 인정받아 1998년 국민훈장 모란장을 받았다. 2007년 한나라당의 윤리위원장에 임명되기도 했던 인명진 목사는 KBS이사, 바른언론을 위한 시민연합 공동대표 등을 역임했다.

IN Myung-jin received B.A. from Hansin University, M.Div. from Presbyterian College of Theological Seminary, and D.Th. from San Francisco Theological Seminary. He has also received M.B.A. from the Graduate School of Labor Management Relations at Soongsil University. He is currently serving as the co-director of Better Social Enterprise Network and serving as the minister at Calvary Church in Guro-gu, Seoul. He got involved in labor movement working for Yeongdeungpo Industrial Mission as the manager. In the historic people’s movement to fight for democracy in June of 1987, he served as the speaker of People’ Movement for Achieving Democracy and became a member of the very first citizen’s movement organization, Citizen’s Coalition for Economic Justice. In 1982, he established Korea Research Institute for Resolving Pollution, the nation’s very first organization that addresses the environmental issues. In 1993, he was one of the first groups of church leaders who got interested in migrant worker issue and became an avid advocate fighting for migrant workers’ rights. He has initiated the establishment of Ombudsman of Korea which was one of the three organizations now combined into Anticorruption & Civil Rights Commission. Being accepted as the key contributor who created the ombudsman system in Korea, he was the recipient of Moranjang, one of the highest Medal of Honor awarded by the Korean government. He served as the chairman of the Ethics Committee of the Grand National Party; as the board member of Korea Broadcasting System; and the chairman of Citizens’ Coalition of Just Journalism.

● 조영복 CHO Young-bohk

조영복 교수는 현재 사회적기업활성화포럼 정책위원장이자 부산대학교 경영대학에서 경영학, 사회적기업, 전략경영, 인사 및 조직 관리를 가르치고 있다. 부산대학교를 졸업한 후 동대학원에서 경영학 석사학위를 취득하고, 계명대학교 대학원에서 경영학 박사 학위를 받았다. 부산대학교경영학부 학부장, 한국경영학회학부장, 한국인적자원관리학회 회장을 역임했으며, 현재 사회적기업연구원 원장, 노동부 사회적 기업육성위원회위원, (재)미소금융중앙재단 이사직 등을 맡고 있다. 관심연구영역은 사회적기업, 기업의 사회적 책임, 조직관리 및 리더십, 지식경영 등이며, 저서로는 「사회적기업의 국가별 정책과 전략」(2009) 사회적기업의 이해와 경영사례 (2008), 사회적기업 육성을 위한 중장기 정책방향 (2007) 등이 있다.

CHO Young-bohk is the chairman of the Policy Commission of Better Social Enterprise Network and currently on the faculty of the College of Business at Pusan National University teaching business administration, social enterprise, strategic management, and HR & organizational management. After receiving his B.A. and M.A. from Pusan National University, he has received a Ph.D. in business management from the Keimyung University. He served as the dean of College of Business; the dean of Korea Academic Society of Business Administration; and the president of Korea Academy of Human Resource Management. He is currently serving as the director of Research Institute for Social Enterprise (RISE); a member of Social Enterprise Promotion Commission of the Ministry of Employment and

Labor; and a member of the board of Smile Microcredit Bank. He is interested in social responsibility, organization management, leadership, and knowledge management. “Social Enterprise Policies and Strategies of Nations”(2009); “Understanding Social Enterprise and Its Case Studies (2008)” ; “The Mid-term and Long-term Direction of Policies for Social Enterprise Promotion (2007)” are a few of his long list of publications.

● 호소우치 노부타카 Hosouchi Nobutaka

1994년에 커뮤니티 비즈니스에 의한 지역 활성화 운동을 시작하고 1997년 3월에 비영리조직의 커뮤니티 비즈니스 네트워크를 동경에 설립하였다. 사이타마여자단기대학객원교수, 커뮤니티 비즈니스 네트워크 이사장, 실천연구 교육의 장인 커뮤니티비즈니스 총합연구소소장, 미타카시 상공진흥대책반의회의위원, 경제산업성시민벤처사업 추진위원, 경제산업성환경커뮤니티 비즈니스사업추진위원, 국토교통성의 지역만들기 전략연구회위원, 후생노동성 고용창출기획 회의위원, 릿쿄대학대학원강사(커뮤니티 비즈니스론)로 역임하였다. 2001년에는 후쿠시마현 우쓰쿠시마 미래박람회 근미래도시 패러다임 「숲에 가라앉는 도시」 전략모델 대회에서 후쿠시마현 지사상을 수상하였다.

Hosouchi Nobutaka is the founder of Community Business Research Institute, the community-based network alliance for non-profit organizations based in Tokyo. He is the pioneer of “Community Business,” a social enterprise model that the community members support and revitalize their own community using local resources. He is currently on the faculty at Saitama Women’s Junior College, on the board of Community Business Network, serving as the Director of Community Business Research Institute. He has initiated community business revitalization effort in 1994 which eventually led to the founding of Community Business Research Institute in 1997. He has successfully led the collaboration project with Taisei Corporation in “City Nestling in the Woods,” a competition for strategic model for future cities in 2001. He was invited as a fellow researcher by various governmental agencies and research institutes.

참여 국내·외 기관 (가나다 순)

● 경기도 Gyeonggi-do

경기도 수원시 팔달구 효원로1 (매산로 3가) 442-781

63, Docheongapgil, Paldal-gu, Suwon City, Gyeonggi Province, 442-781, Korea

Tel) 82-31-249-2114 mailer@gg.go.kr

<http://www.gg.go.kr>

경기도는 2008년 12월 사회적기업 육성·지원을 위한 조례제정에 이어 지방자치단체 최초로 사회적기업 육성·지원을 위한 조례시행규칙을 제정했으며, 예비사회적기업 일자리지원사업으로 57개 기업 90명의 전문인력을 지원하였고, 제품구매 지원용역서비스 지원 실적을 올리는 등 사회적기업에 대한 체계적인 육성체제를 구축하고 있다. 지자체 최초로 기업, 대학, 사회단체와 협약 맺고 체계적 육성 추진하였고, 노인분야 사회적기업가 학교를 개설하고 운영하는 등 실버사회적기업 육성·지원 시스템 구축하였다. 그 결과 2009년 상반기 경제 살리기 평가에서 경기도가 전국“최우수”평가를 받았다.

Gyeonggi-do enacted the ordinance for social enterprise (SE) promotion in December of 2008 and became the first local autonomous government to legislate the enforcement regulation for promoting and supporting SE. Gyeonggi-do supported 57 preliminary SEs with over 90 professionals, goods and services based on their program designed to systemically promote SE. Gyeonggi-do is the first provincial government to derive cooperation among corporations, universities and social organizations, encouraging them to work together for the settlement of systematic SE cultivation while establishing promotional programs geared toward SEs working to tackle the issues concerning senior citizens through projects such as opening social entrepreneurship school for senior citizens. As the result, Gyeonggi-do was awarded as the most successful pro-business province in 2009.

● (재)경기복지재단 Gyeonggi Welfare Foundation

경기도 수원시 팔달구 인계로 178 경기문화재단 2층

2/F Gyeonggi Munhwa Jaedan Bldg.

1116-1 Ingye-dong, Paldal-gu, Suwon, Gyeonggi-do

경기복지재단은 도민의 복지증진을 위하여 2007년 공식 출범 되었으며, 2009년 제2대 서상목 이사장(전 보건복지부장관)이 취임하였다. 경기도 복지정책의 로드맵 마련, 사회복지시설의 복지경영 지원, 복지자원 네트워크 강화, 전문복지인력 양성 및 역량강화 등의 업무를 하고 있다. 앞으로는 경기도 31개 시·군과 사회복지시설 및 단체, 복지전문가 등과 협력하여 수요자 중심의 맞춤형 원스톱 복지서비스를 실현해 나가고자 한다. 이를 위해 지난 2010년 4월 오픈한 경기도무한돌봄센터를 비롯하여 상반기 중 경기도 16개 시·군에 무한돌봄센터가 설치되었고, 향후 확대·발전시킬 계획이다. 또한, 2010년 5월 경기도사회복지공제회를 출범시킴으로써 도내 사회복지종사자들의 복지 수준을 향상 시키고 나아가 도민들의 복지 서비스 향상에 기여할 수 있도록 노력하고 있다. 한편, 보건복지부, 경기도와 공동으로 유형별 사회복지시설 평가, 인증 및 컨설팅을 추진하고 사회적기업 활성화를 위한 정책을 연구하고 있다. 이 과정에서 「경기사회적기업연구포럼」을 정례화 하여 운영하고, 경기도 사회적기업의 연구기반을 구축하고자 사회적기업 기초조사 연구를 수행하고 있다.

The Gyeonggi Welfare Foundation (GWF) was officially launched in 2007 by Gyeonggi provincial government to meet various welfare needs of the people of Gyeonggi province. Chairman Sang-Mok Seo, the second and the current chairman of the Foundation, has taken office in 2009. Since then, GWF has been working fervently in providing a road-map for Gyeonggi's welfare policy, assisting in management of welfare facilities, strengthening network for welfare resources, cultivating and nurturing welfare professionals. GWF looks ahead to fulfill its goal of actualizing its plan for 'Custom-Tailored One-Stop Welfare Service' a customer service oriented application process, cooperating with thirty one city and county governments and welfare experts. For this, GWF has opened Boundless Caring Support Center in April of this year along with sixteen of its kind in cities and counties throughout Gyeonggi province and plans to expand in number and quality of its service. Also, GWF has launched Gyeonggi Welfare Cooperatives in order to improve the working condition and benefit of social workers and therefore improve the service quality that the people of Gyeonggi would get. GWF is moving forward with its system of evaluation, certification and consultation for welfare facilities by category in cooperation with the Ministry of Health and Welfare and Gyeonggi provincial government. In the process, GWF is running Gyeonggi Social Enterprise Research Forum on a regular basis, conducting initiative survey of social enterprise research with the purpose of laying the groundwork for the research effort to benefit social enterprises in Gyeonggi province. GWF aims to be the leader in organizing effective, advanced welfare delivery system drafting a new blueprint for Gyeonggi-do. GWF aims to be the leader in organizing effective, advanced welfare delivery system drafting a new blueprint for Gyeonggi-do.

● **고용노동부 사회적기업과 Labor Social Enterprise Division, Ministry of Employment**

경기도 과천시 관문로 88(중앙동 1번지) 정부과천청사 1동 427-718
Ministry of Employment and Labor, Government Complex II, Jungang-dong1, Gwacheon-si, Gyeonggi-do,
427-718 Korea
Tel) 82-2-507-6267 Fax) 82-2-503-6267

고용노동부 고용서비스정책관 소속 사회적기업과는 사회적기업 육성 및 지원에 관한 기본계획의 수립과 관련 법령의 제정 및 개정, 사회적기업 인증제도의 운영, 사회적기업 육성 정책의 개발 및 자원체계의 구축과 운영 지원, 국제 협력 및 교류지원, 창업과 경영 지원, 업종별·지역별 네트워크 구축 지원, 전문인력 육성 및 고용지원, 사회적기업이 제출한 사업실적 등에 대한 관리, 지방자치단체의 사회적기업 지원시책 수립 및 시행 지원, 사회적일자리 창출사업 지원 업무를 담당하고 있다.

Social Enterprise Division works under Employment Service Policy Bureau of Employment Policy Office to nurture and support social enterprises through general planning; legislation and amendment of related laws and ordinances; and administering certification system. It takes the initiative in developing social enterprise support policies; constructing support system and its administration; and promoting international cooperation and exchange. The division also provides aid in incubating social enterprises, building networks by locality and by industry, establishing professional skills training programs, managing records of performance submitted by enterprises, provincial governments' social enterprise policy making and its implementation, and job creation within social enterprise sector.

● **(주)노리단 noridan**

서울시 영등포구 영등포동 7가 영등포고개로 79 하자센터 103호
#103 Haja Center, 79 Yeongdeungpoyeok goga-ro,
7 Yeongdeungpo-dong, Yeongdeungpo-gu, Seoul, Korea
Tel) 82-2-2677-9202 Fax) 82-2-2679-9300
www.noridan.org / noridan@noridan.org

2007년 11월 노리단은 문화예술분야의 첫 사회적기업으로 고용노동부 인증을 받았다. 사회적기업가 정신의 확산, 사회 문제를 창의적으로 해결하는 복합사업 모델 개발, 국내외 창의적 사회적기업 모델 공유라는 비전을 가지고 활동하고 있다. 다양한 장르의 경계를 넘나드는 혁신적인 퍼포먼스, 소리와 몸짓으로 소통하며 잠재된 창의력을 일깨우는 워크숍, 오래되어 낡은 공원과 놀이터를 친환경 휴식처로 리모델링하는 등 일+놀이+예술의 통합과 글로벌 네트워크를 기반으로 공연, 교육, 디자인, 네트워크 사업을 시행하고 있다.

From November of 2007, noridan was authorized by the Ministry of Employment and Labor as the first social enterprise in the area of art and culture. With its vision for proliferation of social entrepreneurial

spirit, development of compound business model for creatively resolving social problems and sharing of the ingenious social enterprise models at home and abroad, noridan is running various businesses and projects in the fields of performance, education and design based on the its vast global network and its mission of integrating work, play and the arts. Among many of its innovative projects and businesses, noridan is presenting inventive performance covering wide range of genres, holding workshops that awaken the latent creativity through making sounds and body motions and remodeling old battered parks and playgrounds into eco-friendly resting area.

● **미래기획위원회 Presidential Council for Future & Vision**

서울시 종로구 세종로 20 KT빌딩 12층 110-777
12F, KT Bldg. 100 Sejong-no, Jongno-gu
Tel) 82-2-2180-2127 Fax) 82-2-2180-2123
http://www.future.go.kr

미래기획위원회는 미래사회 전망 및 이에 기초한 사회통합과 안전, 인구, 환경, 교육, 문화, 에너지, 식량, 수자원, 건강, 정보통신과 미디어, 우주개발 등 미래생활과 관련된 총체적 국가비전 및 전략의 수립에 관하여 대통령의 자문에 응하기 위하여 대통령 소속으로 있다. 미래사회 전망, 기회요인과 위험요인의 분석, 미래생활과 관련된 총체적 국가비전 수립, 사회각계의 의견수렴과 공감대 형성, 경제·사회·환경을 통합하는 지속가능한 발전을 위하여 고려하여야 할 주요 정책과제에 관한 사항에 관하여 대통령의 자문에 응하는 역할을 하고 있다.

With the launch of the Lee Myung-bak Administration, the Presidential Council for Future and Vision (PCFV) was established in April 2008 as a national think tank. The PCFV's main purpose is to serve the President as an advisory body, to help improve the government's capacity in addressing medium to long term national challenges, and presenting the vision and strategy for the future, based upon analysis of future trends and challenges. Despite its short history, the Council has already established itself as a key organization in the formulation of future strategies, by introducing "Low-Carbon Green Growth" vision and the "Human New Deal" project.

● **사회적기업연구원 Social Enterprise Research Institute (SERI)**

부산광역시 금정구 구서2동 248-10 현대빌딩 6F
6F Hyundai Bldg. 248-10 Guseo2-dong, Geumjung-gi, Busan city, Korea
Tel) 82-51-517-0266 Fax) 82-51-517-0268 info@rise.or.kr

2006년 설립된 사회적기업연구원은 사회적기업에 대한 연구를 통하여 사회적기업의 정착과 활성화를 도모하는 공익기관이다. 한국사회는 아직 사회양극화를 비롯한 문제에서 보듯이 사회문제에서 자유롭지 못하다. 실업과 빈곤, 환경파괴와 차별 등은 선진국의 문턱에서 해결해야만 하는 시급한 과제이다. 앞으로 사회적기업연구원에서는 사회적기업에 대한 학술연구와 저술활동을 통하여 우리나라의 사회적기업에 대한 이론적 토대를 마련하고자 한다. 나아가 사회적기업에 대한 실천적 도움을 주기 위하여 사회적기업의 평가와 컨설팅 사업도 진행할 것이다. 아울러 많은 연구업적을 가진 국제적인 연구기관들과의 학술적 교류를 통하여 연구역량을 증대시켜 나갈 것이다.

Founded in 2006, Social Enterprise Research Institute (SERI) is a public service organization laboring to help social enterprise (SE) take root within society and get vitalized through its research of SEs. Korean society faces many social problems such as economic polarization; unemployment; poverty; environmental issues; and discriminations. These are urgent issues which require immediate solutions that can offer long term effects as Korea is at the doorstep of joining forefront players of the global community. SERI works arduously to lay theoretical groundwork for Korea's SEs through research and publication on SEs. Furthermore, it plans to provide evaluation and consulting services for SEs in order to support them in practical ways. Also, SERI pursues to expand its research capacity through active academic exchanges with many international research institutes with extensive research database.

● **사회적기업활성화포럼 Better Social Enterprise Network**

서울특별시 종로구 내수동 73 경희궁의 아침 4단지 오피스텔 207호 110-873
 207 Kyungheegung Morning complex 4, 73, Naesu-dong, Jongro-gu, Seoul, 110-873, Korea
 Tel) 82-2-735-5735 Fax) 82-2-735-5736

사회적기업활성화포럼은 사회적기업 활성화 방안을 모색하기 위해 2010년 4월 출범한 순수 민간 협의기구이다. 포럼은 학계, 정계, 경제계, 종교계 등 52개 기관 및 단체 리더들이 참여했다. 포럼은 사회적 기업 활성화를 위한 대안을 마련하고 정책의 실질적 변화를 유도하기 위한 민관협력 체계를 구축하려한다. 거기에, 기존의 사회적 기업 정책을 바탕으로 시장친화적·기업주도형·창조적 사회적 기업 육성과 활성화를 위한 새로운 관점과 대응방향과 실천방안을 제시하려 한다. 아울러, 사회적 기업에 대한 국민적 관심을 이끌어내고 기업이 주도적으로 참여할 수 있는 환경을 마련하려는 목표를 가지고 있다.

Better Social Enterprise Network (BSEN) is a private organization established in April, 2010 with the intention to seek ways to vitalize social enterprises (SEs). Its members are the ones who take the leading role in political world, economic world, and religious world from over 52 agencies and organizations. This forum seeks alternatives to energize SEs and to build a cooperative network between private sector and public sector in order to induce actual policy changes. BSEN is also trying to suggest new

perspective and action plan for the promotion of market-friendly, corporate initiatives and creative SEs based on current SE policies. In addition, BSEN is working on creating the atmosphere that promotes public awareness of SE amongst people and corporations in order to make them actively participate within the field.

● **성공회대학교 사회적기업연구센터 Social Enterprise Research Center of Sungkonghoe University**

서울특별시 구로구 항동 1-1 152-716 사회적기업연구센터
 1-1, Hang-Dong, Guro-gu, Seoul, 152-716, Korea Social Enterprise Research Center
 Tel) 82-2-2610-4114 Fax) 82-2-2683-8858
<http://cafe.daum.net/skhuseschool>

성공회대학교 사회적기업연구센터(이하 연구센터)는 '사회적기업 현장 연구와 현장 연구자 육성'을 목적으로 2007년 9월에 설립된 본교 부설 연구기관이다. 사회적기업은 새로운 대안적 시도로 각광을 받고 있다. 아직까지 사회적기업 분야는 학문적으로 많은 연구 성과가 축적되어 있지 않다. 이러한 상황에서 연구센터는 새로운 현상에 대한 깊이 있는 현장연구에 관심을 두고 있다. 또한, 현장에 몸담고 있는 실천가가 학문적 능력을 발휘할 수 있도록 하기 위해 현장 연구자 육성에 중점을 두고 있다. 그동안 연구센터는 국내외 해외에 수차례 연수를 다녀왔고, 다양한 사례 연구 성과를 축적해왔다. 사회적기업에 대한 시민사회의 관심에 부응하고자 2008년부터 매년 사회적기업가 학교(학교장: 본교 신영복 교수)를 진행하고 있다. 이외에도 다양한 연구, 학술행사, 교육사업 등을 진행하고 있다. 연구센터의 소장은 본교 이영환 사회복지학과 교수(부총장)가 맡고 있으며, 김성기 사무국장 외 석, 박사과정의 연구원들이 있다. 연구센터는 대안적 사회경제를 꿈꾸는 연구자, 사회적기업가 등 누구에게나 문호가 개방되어 있다.

Sungkonghoe University's Social Enterprise Research Institute (SESI) was established in September, 2007 with the objective of researching field experience of social enterprises and cultivating field researchers. Social Enterprise is currently in the limelight for its new alternative initiatives. Until now, the area of social enterprise was only supported by a handful of researchers and their work. In such condition, SESI is determined to focus its mission on in-depth field research work and cultivating the doers in the field to become field researchers who can demonstrate their academic abilities. SESI has been diligently training its researchers at home and abroad while accumulating results of various case studies. In order to meet public's keen interest in social enterprise, SESI has been holding the Social Entrepreneur School annually from 2008. In addition, SESI has been carrying out diverse research work, lectures and projects focused on education.

● Social Venture Partners

1601 Second Avenue, Suite 615 Seattle, Wa98101
Tel) 1-206-374-8757 Fax) 1-206-728-0552 info@svpseattle.org, U.S.A.

Social Venture Partners는 더 나은 세상을 만드는 데 열정과 지대한 관심을 가진 사람들의 네트워크로, '참여'가 그 핵심가치의 모델이다. SVP는 미국 워싱턴주 시애틀에 본부를 두고 있고, 현재 Ruth Jones가 대표를 맡고 있다. 금전적 기부와 아울러 SVP 파트너들은 그들의 시간, 전문적 지식과 기술, 창의력을 가지고 지역 내 비영리단체들과 일하며, 지역사회의 필요를 채우고, 긍정적인 사회변화를 가져오기 위해 노력하고 있다. SVP 파트너 공동체는 네트워크 협회를 통해 연결되어 있고, 또한 SVP의 국제 본부인 SVP International과도 연계되어 있다. SVP 국제본부는 SVP 파트너 연맹을 지원하고, 파트너 연맹의 연결고리 역할을 담당하며 SVP 파트너들의 사업들을 지지하고 지원하는 각종 프로그램과 서비스를 제공하고 있다.

Social Venture Partners is a network of individuals who care passionately about making the world a better place. Fundamental to the Social Venture Partners model is engagement: as well as money, Partners give their time, professional skills, and creativity to work in partnership with local nonprofits to meet community needs and bring about positive social change. Social Venture Partners communities are linked through their membership of the network association, Social Venture Partners International (SVPI). Social Venture Partners International connects and supports the federation of Social Venture Partners communities. It provides programs and services which support the mission of Social Venture Partners.

● Social Enterprise London

3rd Floor, Downstream Building 1 London Bridge London SE1 9BG, United Kingdom
Tel) 44-20-7022-1920 Fax) 44-20-7022-1921 info@sel.org.uk

1998년도에 설립된 Social Enterprise London(SEL)은 사회적 기업가들이 운영하는 사회적 기업의 변화의 중심에 있는 조직이다. SEL은 영국 내 가장 거대한 사회적 기업 네트워크를 확보, 이를 바탕으로 기업간 결속을 이끌어내고 있으며, 역동적이고 다양한 수준의 사업후원 프로그램, 정책, 연구, 훈련, 컨설팅을 통해 사회적 기업들을 격려하고 있다. 또한 구매자, 정책입안자, 미디어, 대중에게 미래형 사회적 기업과 사업의 모델을 보여줌으로 사회적 기업들을 선도해나가고 있다. 영국 최초의 사회적기업 지원기관인 SEL은 사회적 기업의 발전 운동에 중심적 역할을 한바 있으며 영국 유일의 사회적기업 전문 학술지인 Social Enterprise Journal를 출간하고 있기도 하다. SEL은 가장 혁신적이고 포괄적인 사회적기업 교육 강좌로 평가받는 Understanding Social Enterprise를 개발하고 전파했다. 또한 SEL은 영국 100년만에 처음으로 유일한 신사업법적구조인 Community Interest Company의 출범 주도했다. SEL은 현재 Business Link in London, 런던 의회, 런던 개발국, 런던 행정

부, 보건국, 제3부문 담당국, 런던 시장과 협력관계를 맺고 있으며 이들과 함께 기존의 경험을 바탕으로 더 많은 것을 이루기 위한 노력을 하고 있다.

Founded in 1998, Social Enterprise London (SEL) is an agent for change, run by social enterprises, for social enterprises. It works to unite, inspire and lead London's social enterprise (SE) movement. It unites through the London Social Enterprise Network, the largest social enterprise network of its kind in the United Kingdom. SEL inspires through a dynamic, multi-layered program of business support, policy and research, training and consultancy. It leads by demonstrating to buyers, policy makers, media and the general public that social enterprise is the future of business. SEL is responsible for many of the most significant developments in the SE movement. SEL has been the first social enterprise support agency established in the UK. It produced the Social Enterprise Journal, the only academic journal solely devoted to social enterprise in the UK. SEL has developed and delivered Understanding Social Enterprise, which is recognized as one of the most innovative and comprehensive introductory courses in SE. SEL managed the launch of the Community Interest Company, the first new business legal structure to launch in the UK for more than 100 years. SEL works in partnership with Business Link in London, London Councils, the London Development Agency, the Government Office for London, the Department of Health, the Office of the Third Sector and the Mayor of London making the effort to capitalize on its past successes and to create many more.

● (사) seed:s

서울특별시 은평구 수풀길 9-5 (녹번동 1-70)
Eunpyeong-gu, Supulgil 9-5 (Nokbun 1-70) Seoul, Korea
Tel) 82-2-355-7910 seeds@theseeds.asia

seed:s(씨즈)는 사회혁신, 연대, 지속가능성의 씨앗 나눔터이다. 청년사회적 기업가를 키우고 사회적 기업의 혁신모델을 만들며, 사회적 기업의 미래를 연구하는 비영리 사단법인이다. 청년 사회적기업가 양성, 사회적기업 현장밀착 경영코칭, 윤리적 소비자 및 투자자 풀 조성, 사회적기업 조사, 연구, 교육, 섹터간 협력 매개, 국제교류, 소셜미디어 네트워크 등의 사업을 하고 있다. 파트너는 하자센터와 함께일하는재단, KAIST 사회책임경영센터가 함께하고 있다.

seed:s is a place for sharing the seed of social innovation, solidarity and sustainability. As a non-profit corporation, its aim is to raise and nurture young social entrepreneurs, to make innovative, exemplary models of social enterprise (SE), and to do research for the future of SE. seed:s carries out its mission by cultivating youth social entrepreneurs; providing management consultation services for SEs; creating pool of investors and ethical consumers; examining, researching and educating SEs; intermediating between sectors to stimulate cooperation; actively engaging in global network; and creating and

promoting social media. Partnering with Haja Center, Work Together Foundation and the Center for Corporate Social Responsibility of KAIST (Korea Advanced Institute of Science and Technology). The founders of seed:s consist of a group of management experts who developed tool for the assessment of value creation in social enterprises (KAIST et al.), a group of experts in the field of incubating young social entrepreneurs (Haja Center), and a group of experts who intermediate between sectors possessing a wide network of social entrepreneurs.

● **일본 커뮤니티 비즈니스 연구소 Community Business Research Institute**

151-0051 도쿄도 시부야구 센다가야 5-23-6-304 호
 (151-0051) No. 5-23-6-304 Sendagaya Shibuya-ku Tokyo
 Tel & Fax) 81-3-3350-8651

일본커뮤니티비즈니스연구소는 1994년 호소우치 노부타카에 의해 ‘커뮤니티 비즈니스’를 이용한 ‘건강한 지역 사회 만들기’운동으로 시작되어 1997년 비영리단체인 ‘커뮤니티 비즈니스 네트워크’로 도쿄도 스미다구에 세워져 현재에 이르렀다. ‘커뮤니티비즈니스(CB)’란 지역 주민들이, 지역의 자원을 이용해, 지역의 과제들을 해결해 나가는 지속가능한 사업 모델로서, 무너져가는 지역 공동체의 재생과 자립을 실현할 수 있는 현실적인 방법으로 최근 주목받고 있다. CB는 정부나 대기업이 제공하는 상품과 서비스에 의존하지 않고 주민들이 능동적으로 지역의 어려움을 해결하고 삶의 질을 높이기 위해 벌이는 활동들을 비즈니스로 전개하려는 것이다. 일본커뮤니티비즈니스연구소는 CB의 개발과 보급에 힘쓰는 한편, CB 지원사업을 활발히 운영하고, 사회적기업, 소셜비즈니스에 컨설팅 서비스를 제공하며, 마을만들기, CB워크숍, 강연회를 활발히 진행하고 있다.

Community Business Research Institute(CBRI) is the developer and the messenger of “Community Business(CB),” the model of community building effort led by local residents using local resources. Started as the movement of ‘Creating Healthy Community’ in 1994 initiated by Hosouchi Nobutaka, the pioneer and the founder of CB, CBRI was initially established as Community Business Network, a non-profit organization to carry on the momentum of CB movement. The idea of “Community Business” is a model of sustainable business which resolves the difficult tasks facing local communities using local resources led by the members of communities. Currently attracting world’s attention, CB is viewed as one of the most practical ways to achieve revival of communities on the verge of collapsing, transforming them into healthy, self-supporting communities. Rather than relying on government or corporations to provide goods and services, CB seeks to develop the community members’ endeavors to overcome difficulties facing their own communities and to raise the quality of their lives into business activities. CBRI strives to develop and popularize the CB model while engaging in CB support projects, providing consulting services to social enterprises and social businesses, community building, CB workshops and lecture meetings.

● **한겨레 경제연구소 Hankyoreh Economic Research Institute**

서울특별시 마포구 공덕동 116-25, 4층 경제연구소 121-750
 4F. 116-25 Gongduk-dong, Mapo-gu, Seoul, Korea, 121-750
 Tel) 82-2-710-0070 Fax) 82-2-710-0080 heri@heri.kr
 www.heri.kr

2007년 2월 출범한 한겨레경제연구소는 한국경제의 지속가능성을 고민하며 지속가능경영, 사회적기업, 비영리조직경영, 싱크탱크 등을 연구하고 있다. 이런 연구 성과를 사회와 공유하기 위해 경영컨설팅, 경영사례연구, 출판, 교육 사업을 꾸준히 전개하고 있다. 지속가능경영을 실천하려는 기업, 지속가능한 사회를 지향하는 정책 전문가, 사회문제를 해결하며 동시에 수익도 내려는 사회적기업, 끊임없이 혁신하고 더 효과적인 경영을 하려는 비영리조직은 모두 한겨레경제연구소의 친구들이다. 「새로운 미래 사회적기업」, 「동아시아기업의 지속가능경영」등을 출판하고 지속가능경영학교, 사회적기업가학교, 윤리적소비공모전 만들었다.

Founded in 2007, Hankyoreh Economic Research Institute (HERI) focuses its research on sustainable business management, social enterprises (SEs), non-profit organization management, and think tank seeking possibility for sustainability of Korean economy. To share the research outcomes with society, HERI is making persistent effort on business consulting, building case studies, publishing and managing education-related businesses. HERI also maintains close partnership with corporations practicing sustainable business management, policy makers who aim to achieve sustainable society, SEs searching to solve social problems while making profit, and non-profit organizations ceaselessly innovating themselves and pursuing more effective management. HERI has published “New Futuristic Social Enterprise”, “Sustainable Business Management of East Asian Enterprises” and many other books. Also, HERI has established the School of Sustainable Business Management, Social Entrepreneur Academy, and Ethical Consumerism Competition.

● **한국노동연구원 Korea Labor Institute**

서울특별시 영등포구 은행길 35, 150-740
 35, Eunhaenggil, Yeongdeungpo-gu, Seoul, 150-740, Korea
 Tel) 82-2-782-0311 Fax) 82-2-782-0311 Webmaster@kil.re.kr

한국노동연구원은 노동관계 제 문제를 체계적으로 연구·분석함으로써 합리적인 노동정책 개발과 노동문제에 관한 국민일반의 인식제고에 이바지하게 하려는 목적으로 설립된 정부출연 연구기관이다. 이를 위해, 노동관계의 제 문제를 체계적으로 연구·분석하는 업무를 수행한다. 주요연구분야는 노동시장 및 고용정책, 노사관계/인적자원관리, 노동법, 노동복지 및 노동보험이다. ‘사람 중심의 사회와 노동의 미래를 열어가는 연구 허브’를 비전으로 삼고 있다.

Korea Labor Institute (KLI) is a leading public research institute established in 1988 offering new policy options for settlement of labor issues. Through basic research and policy development in the fields of industrial relations, employment, human resources development, and social policy, KLI offers fundamental solutions to the impending labor issues through innovative ways. The main areas of research are labor market and employment policy; administration of labor-management relations and human resources; labor law; labor welfare; and labor insurance. KLI endeavors to improve the quality of research and to ensure that the research outcomes are reflected in policymaking. KLI has a clear vision in taking the initiative in labor issues as the hub of research that promotes human-centered society and labor.

● 함께 일하는 세상 Working Together Corp.

경기도 수원시 장안구 정자동 23-4
23-4, Jungja-dong, Janga-gu, Suwon, Korea
Tel) 82-31-244-5130 Fax) 82-31-244-7130

함께일하는세상(주)은 친환경청소전문 사회적기업으로서 2002년 자활공동체 ‘터사랑’으로 시작하여, 2007년 사회적기업으로 인증 받았다. 현재 공공기관, 기업, 개인을 대상으로 양질의 친환경 클리닝서비스를 제공하며 청소서비스업계에서 꾸준히 성장하고 있다. 220여명의 직원들과 사회적 협동조합으로의 다양한 업종의 ‘협동조합복합체’를 지향하며, 노동으로부터 소외된 사람들과 함께 건강한 일자리를 만들어 가고, 사회적경제 활성화를 위해 뜻을 같이하는 공동체와 협력하기 위해 지속가능한 지역사회 경제구축을 위한 책임을 다하기 위해 노력하고 있다. 법인설립 10주년을 맞이하는 2013년에는 지금까지 축적해온 노하우와 끊임없는 도전정신을 바탕으로 일하기를 희망하는 고령은퇴자들을 위해 주거문제와 노동을 해결할 수 있는 시설을 만들어 사회적기업으로서의 새로운 지평을 열어가고자 한다.

Working Together Corp.(WTC) is an eco-friendly cleaning service company which began their business in 2002 as Teosarang and was certified as social enterprise(SE) in 2007. Working Together Corp. is currently providing professional cleaning service to public institutions, corporations and private homes constantly continuing to expand its business. With over 220 employees, WTC pursues complex cooperative society; creating jobs for marginalized workers, working with other communities who also try to vitalize social economy and build up sustainable local economy. Aiming to open new horizon in SE, WTC is hoping to arrange facilities that can offer solution for housing and employment for retired senior citizens by 2013 which would be the 10th anniversary year since the launch of their business.

부록

사회적기업육성법 (6월 개정)

사회적기업육성법 [시행 2010.12. 9] [법률 제10360호, 2010. 6. 8, 일부개정]

제1조 (목적)

이 법은 사회적기업의 설립·운영을 지원하고 사회적기업을 육성하여 우리 사회에서 충분히 공급되지 못하는 사회서비스를 확충하고 새로운 일자리를 창출함으로써 사회통합과 국민의 삶의 질 향상에 이바지함을 목적으로 한다.

[전문개정 2010.6.8]

제2조 (정의)

이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “사회적기업”이란 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역 주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 제7조에 따라 인증받은 자를 말한다.
2. “취약계층”이란 자신에게 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매하는 데에 어려움이 있거나 노동시장의 통상적인 조건에서 취업이 특히 곤란한 계층을 말하며, 그 구체적인 기준은 대통령령으로 정한다.
3. “사회서비스”란 교육, 보건, 사회복지, 환경 및 문화 분야의 서비스, 그 밖에 이에 준하는 서비스로서 대통령령으로 정하는 분야의 서비스를 말한다.
4. “연계기업”이란 특정한 사회적기업에 대하여 재정 지원, 경영 자문 등 다양한 지원을 하는 기업으로서 그 사회적기업과 인적·물적·법적으로 독립되어 있는 자를 말한다.
5. “연계지방자치단체”란 지역주민을 위한 사회서비스 확충 및 일자리 창출을 위하여 특정한 사회적기업을 행정적·재정적으로 지원하는 지방자치단체를 말한다.

[전문개정 2010.6.8]

제3조 (운영주체별 역할 및 책무)

- ① 국가는 사회서비스 확충 및 일자리 창출을 위하여 사회적기업에 대한 지원대책을 수립하고 필요한 시책을 종합적으로 추진하여야 한다.
- ② 지방자치단체는 지역별 특성에 맞는 사회적기업 지원시책을 수립·시행하여야 한다.
- ③ 사회적기업은 영업활동을 통하여 창출한 이익을 사회적기업의 유지·확대에 재투자하도록 노력하여야 한다.
- ④ 연계기업은 사회적기업이 창출하는 이익을 취할 수 없다.

제4조 삭제 <2010.6.8>

제5조 (사회적기업 육성 기본계획의 수립)

- ① 고용노동부장관은 사회적기업을 육성하고 체계적으로 지원하기 위하여 「고용정책 기본법」 제10조에 따른 고용정책심의회(이하 “고용정책심의회”라 한다)의 심의를 거쳐 사회적기업 육성 기본계획(이하 “기본계획”이라 한다)을 5년마다 수립하여야 한다.
- ② 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.
 1. 사회적기업에 대한 지원의 추진방향
 2. 사회적기업의 활성화를 위한 여건조성에 관한 사항
 3. 사회적기업의 운영 지원에 관한 사항
 4. 그 밖에 사회적기업의 육성 및 지원을 위하여 대통령령으로 정하는 사항
- ③ 고용노동부장관은 기본계획에 따른 연도별 시행계획을 매년 수립·시행하여야 한다.
- ④ 기본계획 및 연도별 시행계획의 수립·시행에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

[전문개정 2010.6.8]

제5조의2 (시·도별 사회적기업 지원계획의 수립 등)

- ① 특별시장·광역시장·도지사 및 특별자치도지사(이하 “시·도지사”라 한다)는 관할 구역의 사회적기업을 육성하고 체계적으로 지원하기 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 시·도별 사회적기업 지원계획(이하 “지원계획”이라 한다)을 수립하고 시행하여야 한다. 이 경우 지원계획은 기본계획과 연계되도록 하여야 한다.
- ② 시·도지사는 제1항에 따라 지원계획을 수립하였을 때에는 대통령령으로 정하는 바에 따라 그 계획을 고용노동부장관에게 제출하여야 한다.
- ③ 고용노동부장관은 수립된 지원계획의 내용 등이 우수한 시·도에 별도의 지원을 할 수 있다.

[본조신설 2010.6.8]

제6조 (실태조사)

고용노동부장관은 사회적기업의 활동실태를 5년마다 조사하고, 그 결과를 고용정책심의회에 통보하여야 한다.

[전문개정 2010.6.8]

제7조 (사회적기업의 인증)

- ① 사회적기업을 운영하려는 자는 제8조의 인증 요건을 갖추어 고용노동부장관의 인증을 받아야 한다.
- ② 고용노동부장관은 제1항에 따른 인증을 하려면 고용정책심의회 심의를 거쳐야 한다.

[전문개정 2010.6.8]

제8조 (사회적기업의 인증 요건 및 인증 절차)

① 사회적기업으로 인증받으려는 자는 다음 각 호의 요건을 모두 갖추어야 한다.

1. 「민법」에 따른 법인·조합, 「상법」에 따른 회사 또는 비영리민간단체 등 대통령령으로 정하는 조직 형태를 갖춘 것
 2. 유급근로자를 고용하여 재화와 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 할 것
 3. 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적의 실현을 조직의 주된 목적으로 할 것. 이 경우 그 구체적인 판단기준은 대통령령으로 정한다.
 4. 서비스 수혜자, 근로자 등 이해관계자가 참여하는 의사결정 구조를 갖춘 것
 5. 영업활동을 통하여 얻는 수입이 대통령령으로 정하는 기준 이상일 것
 6. 제9조에 따른 정관이나 규약 등을 갖춘 것
 7. 회계연도별로 배분 가능한 이윤이 발생한 경우에는 이윤의 3분의 2 이상을 사회적 목적을 위하여 사용할 것(「상법」에 따른 회사인 경우만 해당한다)
 8. 그 밖에 운영기준에 관하여 대통령령으로 정하는 사항을 갖춘 것
- ② 고용노동부장관은 사회적기업을 인증한 경우에는 그 사실을 관보에 게재하여야 한다.
- ③ 사회적기업 인증의 방법 및 절차에 관하여 필요한 사항은 고용노동부령으로 정하고, 사회적기업 인증 심사기준은 고용노동부장관이 고시한다.

[전문개정 2010.6.8]

제9조 (정관등)

① 사회적기업으로 인증받으려는 자는 다음 각 호의 사항을 적은 정관이나 규약 등(이하 "정관등"이라 한다)을 갖추어야 한다.

1. 목적
2. 사업내용
3. 명칭
4. 주된 사무소의 소재지
5. 기관 및 지배구조의 형태와 운영 방식 및 중요 사항의 의사결정 방식
6. 수익배분 및 재투자에 관한 사항
7. 출자 및 용자에 관한 사항
8. 종사자의 구성 및 임면(任免)에 관한 사항
9. 해산 및 청산에 관한 사항(「상법」에 따른 회사인 경우에는 배분 가능한 잔여재산이 있으면 잔여재산의 3분의 2 이상을 다른 사회적기업 또는 공익적 기금 등에 기부하도록 하는 내용이 포함되어야 한다)
10. 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항

② 제1항에 따른 정관등이 변경된 경우에는 변경일부터 14일 이내에 그 내용을 고용노동부장관에게 보고하여야 한다.

[전문개정 2010.6.8]

제10조 (경영지원 등)

① 고용노동부장관은 사회적기업의 설립 및 운영에 필요한 경영·기술·세무·노무(勞務)·회계 등의 분야에 대한 전문적인 자문 및 정보 제공 등 지원을 할 수 있다.

② 고용노동부장관은 제1항의 지원업무를 대통령령으로 정하는 정부출연기관이나 민간단체에 위탁할 수 있다.
[전문개정 2010.6.8]

제10조의2 (교육훈련 지원 등)

고용노동부장관은 사회적기업의 설립·운영에 필요한 전문인력의 육성, 사회적기업 근로자의 능력향상을 위하여 교육훈련을 실시할 수 있다.

[본조신설 2010.6.8]

제11조 (시설비 등의 지원)

국가 및 지방자치단체는 사회적기업의 설립 또는 운영에 필요한 부지구입비·시설비 등을 지원·융자하거나 국·공유지를 임대할 수 있다.

제12조 (공공기관의 우선 구매)

① 「중소기업진흥에 관한 법률」 제2조제8호에 따른 공공기관의 장(이하 "공공기관의 장"이라 한다)은 사회적기업이 생산하는 재화나 서비스의 우선 구매를 촉진하여야 한다.

② 공공기관의 장은 「중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률」 제5조제1항에 따라 구매계획을 작성하는 경우에는 사회적기업이 생산하는 재화 및 서비스의 구매계획을 구분하여 포함시켜야 한다.

[전문개정 2010.6.8]

제13조 (조세감면 및 사회보험료의 지원)

① 국가 및 지방자치단체는 사회적기업에 대하여 「법인세법」, 「조세특례제한법」 및 「지방세법」이 정하는 바에 따라 국세 및 지방세를 감면할 수 있다.

② 국가는 사회적기업에 대하여 「고용보험 및 산업재해보상보험의 보험료 징수 등에 관한 법률」에 따른 고용보험료 및 산업재해보상보험료, 「국민건강보험법」에 따른 보험료 및 「국민연금법」에 따른 연금보험료의 일부를 지원할 수 있다.

제14조 (사회서비스 제공 사회적기업에 대한 재정 지원)

① 고용노동부장관은 사회서비스를 제공하는 사회적기업에 대하여 예산의 범위에서 공개모집 및 심사를 통하여 사회적기업의 운영에 필요한 인건비, 운영경비, 자문 비용 등의 재정적인 지원을 할 수 있다.

② 고용노동부장관은 연계기업 또는 연계지방자치단체로부터 지원받고 있는 사회적기업에 제1항에 따른 지원을 할 때에는 그 연계기업이나 연계지방자치단체의 재정 지원 상황을 고려하여 사업비를 추가로 지원할 수 있다.

③ 재정 지원 대상의 선정 요건 및 심사 절차 등에 관하여 필요한 사항은 고용노동부령으로 정한다.

[전문개정 2010.6.8]

제15조 (연계기업의 책임 한계)

연계기업은 사회적기업의 근로자에 대하여 고용상의 책임을 지지 아니한다.

제16조 (연계기업 등에 대한 조세감면)

국가 및 지방자치단체는 사회적기업에 기부하는 연계기업·법인 또는 개인에 대하여 「법인세법」, 「소득세법」, 「조세특례제한법」 및 「지방세법」에서 정하는 바에 따라 국세 및 지방세를 감면할 수 있다.

[전문개정 2010.6.8]

제16조의2 (사회적기업의 날)

- ① 국가는 사회적기업에 대한 이해를 증진시키고 사회적기업가의 활동을 장려하기 위하여 매년 7월 1일을 사회적기업의 날로 하며, 사회적기업의 날부터 1주간을 사회적기업 주간으로 한다.
- ② 국가와 지방자치단체는 사회적기업의 날의 취지에 적합한 행사 등 사업을 실시하도록 노력하여야 한다.

[본조신설 2010.6.8]

제17조 (보고 등)

- ① 사회적기업은 사업 실적, 이해관계자의 의사결정 참여 내용 등 고용노동부령으로 정하는 사항을 적은 사업보고서를 작성하여 매 회계연도 4월 말까지 고용노동부장관에게 제출하여야 한다. 이 경우 고용노동부장관은 고용노동부령으로 정하는 방법에 따라 사업보고서를 공표할 수 있다.
- ② 고용노동부장관은 사회적기업을 지도·감독하며, 필요하다고 인정하는 경우에는 사회적기업 및 그 구성원에 대하여 업무에 필요한 보고나 관계 서류의 제출을 명할 수 있다.
- ③ 고용노동부장관은 제1항에 따라 제출된 사업보고서를 기초로 사회적기업의 운영에 대한 평가를 할 수 있다.
- ④ 고용노동부장관은 제1항부터 제3항까지에 따른 보고 사항의 검토, 지도·감독 및 평가를 한 결과 필요하면 시정을 명령할 수 있다.

[전문개정 2010.6.8]

제18조 (인증의 취소)

- ① 고용노동부장관은 사회적기업이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하게 되면 인증을 취소할 수 있다.
 1. 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 인증을 받은 경우
 2. 제8조의 인증 요건을 갖추지 못하게 된 경우
- ② 고용노동부장관은 제1항에 따라 인증을 취소하려면 청문을 하여야 한다.
- ③ 인증취소의 구체적 기준 및 세부 절차는 고용노동부령으로 정한다.

[전문개정 2010.6.8]

제19조 (유사명칭의 사용금지)

사회적기업이 아닌 자는 사회적기업 또는 이와 유사한 명칭을 사용하여서는 아니된다.

제20조 (한국사회적기업진흥원의 설립 등)

- ① 고용노동부장관은 사회적기업의 육성 및 진흥에 관한 업무를 효율적으로 수행하기 위하여 한국사회적기업진흥원(이하 "진흥원이라" 한다)을 둔다.
- ② 진흥원은 법인으로 한다.
- ③ 진흥원은 그 주된 사무소의 소재지에서 설립등기를 함으로써 성립한다.
- ④ 진흥원은 다음 각 호의 사업을 행한다.
 1. 사회적기업가 양성 및 사회적기업 모델 발굴 및 사업화 지원
 2. 사회적기업의 모니터링 및 평가
 3. 업종·지역 및 전국단위 사회적기업 네트워크 구축·운영 지원
 4. 사회적기업 홈페이지 및 통합정보시스템 구축·운영
 5. 그 밖에 이 법 또는 다른 법령 등에 따라 위탁받은 사회적기업과 관련한 사업
 6. 제1호부터 제5호까지의 사업에 딸린 사업
- ⑤ 정부는 예산의 범위에서 진흥원의 설립·운영에 필요한 경비를 출연할 수 있다.
- ⑥ 진흥원에 관하여 이 법에 규정한 것을 제외하고는 「민법」 중 재단법인에 관한 규정을 준용한다.
- ⑦ 진흥원은 국가, 지방자치단체, 교육·연구기관 등의 공공기관에 업무수행에 필요한 자료를 제공하도록 요청할 수 있다.
- ⑧ 진흥원의 임직원은 「형법」 제129조부터 제132조까지의 규정에 따른 벌칙의 적용에서는 공무원으로 본다.
- ⑨ 진흥원의 임직원 또는 임직원이었던 자는 직무상 알게 된 비밀을 누설하거나 다른 용도로 사용하여서는 아니된다.
- ⑩ 고용노동부장관은 진흥원을 지도·감독하며, 진흥원에 대하여 업무·회계 및 재산에 관하여 필요한 사항을 보고하게 하거나 소속 공무원에게 진흥원에 출입하여 장부·서류, 그 밖의 물건을 검사하게 할 수 있다.
- ⑪ 진흥원의 정관, 이사회·임원, 회계, 관계 기관과의 업무협조, 그 밖에 진흥원의 설립·운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

진흥원이 아닌 자는 한국사회적기업진흥원 또는 이와 유사한 명칭을 사용하지 못한다.

[본조신설 2010.6.8]

[중전 제20조는 제21조로 이동 <2010.6.8>]

제21조 (권한의 위임 및 위탁)

- ① 이 법에 따른 고용노동부장관의 권한은 대통령령으로 정하는 바에 따라 그 일부를 지방자치단체의 장 또는 지방노동관서의 장에게 위임할 수 있다.
- ② 고용노동부장관은 다음 각 호의 업무를 진흥원에 위탁할 수 있다.
 1. 제6조에 따른 사회적기업 활동에 관한 실태조사
 2. 제7조제1항에 따른 사회적기업 인증에 관한 업무
 3. 제9조제2항에 따른 정관등의 변경에 관한 보고서의 수리(受理)
 4. 제10조의2에 따른 교육훈련의 실시

[전문개정 2010.6.8]

[제20조에서 이동, 중전 제21조는 제23조로 이동 <2010.6.8>]

제22조 (벌칙)

제20조제9항을 위반하여 직무상 알게 된 비밀을 누설하거나 다른 용도로 사용한 자는 3년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.

[본조신설 2010.6.8]

제23조 (과태료)

① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다.

- 1. 제17조제4항에 따른 시정명령을 이행하지 아니한 자
- 2. 제19조를 위반하여 사회적기업 또는 이와 유사한 명칭을 사용한 자

② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 500만원 이하의 과태료를 부과한다.

- 1. 제9조제2항에 따른 정관등의 변경에 대한 보고의무를 이행하지 아니한 자
- 2. 제17조제1항에 따른 사업보고서 작성·제출 의무를 게을리하거나 거짓이나 그 밖의 부정한 방법으로 작성한 자
- 3. 제17조제2항에 따른 보고를 하지 아니하거나 거짓으로 보고한 자 또는 서류를 제출하지 아니하거나 거짓으로 제출한 자
- 4. 제20조제12항을 위반하여 한국사회적기업진흥원 또는 이와 유사한 명칭을 사용한 자

③ 제1항 및 제2항에 따른 과태료는 대통령령으로 정하는 바에 따라 고용노동부장관이 부과·징수한다.

[전문개정 2010.6.8]

[제21조에서 이동 <2010.6.8>]

부칙 <제10360호,2010. 6. 8>

제1조 (시행일)

이 법은 공포 후 6개월이 경과한 날부터 시행한다.

제2조 (한국사회적기업진흥원의 설립준비)

- ① 고용노동부장관은 이 법 시행 전에 5인 이내의 설립위원을 위촉하여 진흥원의 설립에 관한 사무를 처리하게 할 수 있다.
- ② 설립위원은 진흥원의 정관을 작성하여 고용노동부장관의 인가를 받은 후 설립등기를 하여야 한다.
- ③ 설립위원은 진흥원의 설립등기를 마친 후 지체 없이 진흥원장에게 사무를 인계하여야 하며, 사무인계가 끝난 때에는 해촉된 것으로 본다.



2010 사회적기업 지원정책 국제심포지엄
2010 International Symposium on Social Enterprise Support Policy

발행일 2010년 7월 5일

발행 (재)경기복지재단, 사회적기업활성화포럼

기획 (사)seed:s 디자인 · 제작 (주)노리단