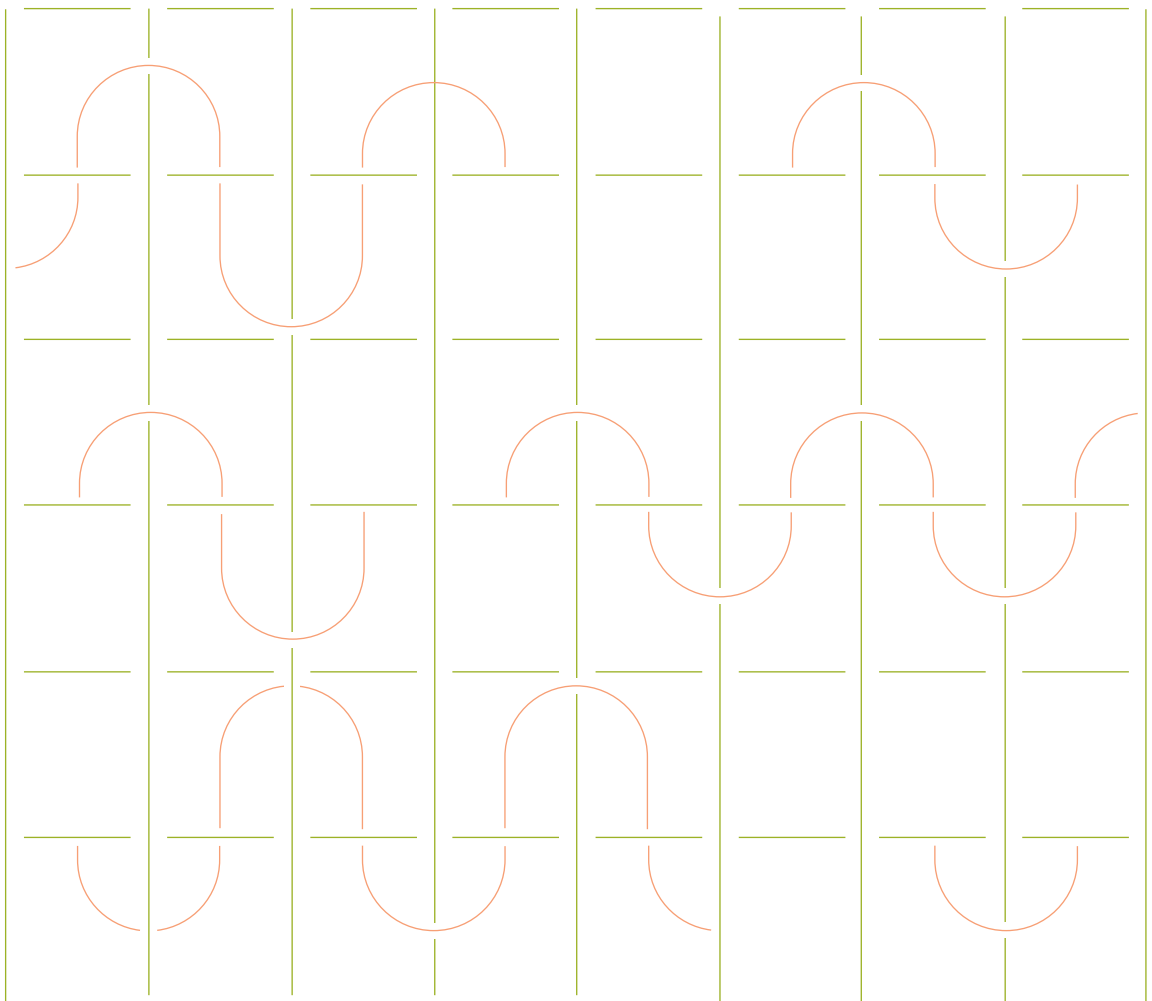




아산나눔재단
비영리스타트업
성장 지원 프로그램

아산나눔재단 비영리스타트업 성장 지원 프로그램은 사업과 조직의 빠른 성장을 준비하는 초기 비영리 조직을 선정해 다각도로 지원하는 프로그램입니다. '기업가정신과 혁신, 그리고 기술과 경영을 기반으로 사회적 가치를 창출하는 초기·소규모 비영리 조직'을 선발해 이들이 사회적 임팩트를 확장할 수 있도록 돕습니다. 아산나눔재단은 이들의 도약과 임팩트 확장을 위한 프로젝트 지원금을 제공하고, 혁신역량 강화에 필요한 분야별 전문가 및 자원을 연계하며, 기관별 맞춤형 성과지표를 개발할 수 있도록 지원합니다.

본 리포트는 아산나눔재단의 지원을 받아 제작되었으며, 임팩트 측정·관리 및 컨설팅 전문 기관인 (주)임팩트리서치랩이 작성한 리포트입니다.

INTRODUCTION
비영리스타트업 소개

젊치인의 도전과 성장을 돕는 에이전시

뉴웨이즈

NEW WAYS

기관 정보		SDG ALIGNMENT	
대표자	박혜민	 SDG 16.7 호응성 있고 포용적이며 참여적이고 대표성 있는 의사결정을 모든 단계에서 보장	
설립일	2021.02.		
홈페이지	www.newways.kr		
Contact	welcome@newways.kr		

뉴웨이즈는 뽑고 싶은 사람이 너무 많은 게 고민이 되도록 젊치인 인재풀을 키웁니다.

#의회대표성

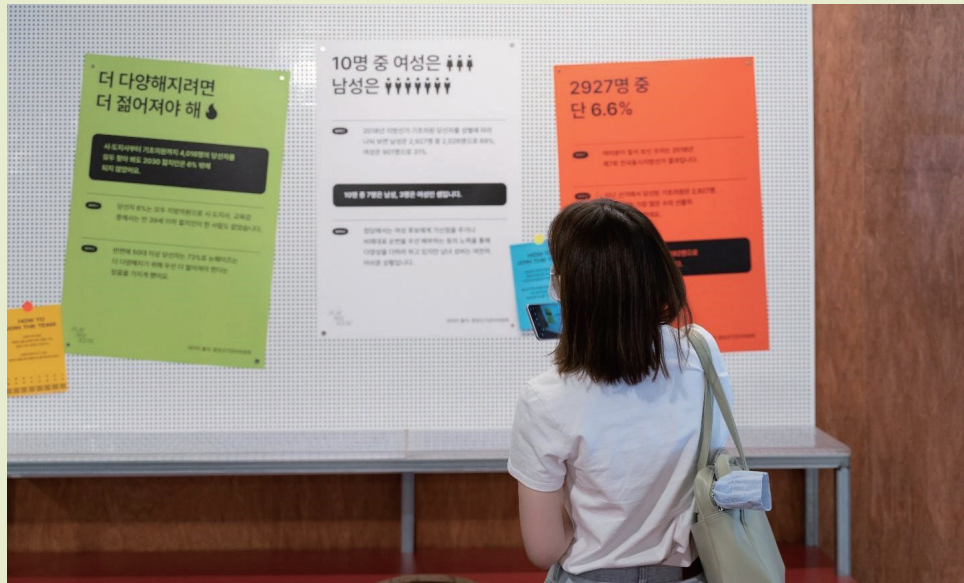
#젊은정치인

#39세이하

#유권자

#기초의회

청년층이 인구에 비해 의회에서 과소 대표되는 이유 중 하나는 정치에 뜻이 있는 청년들조차 그 과정 속에서 포기하기 때문입니다. 청년 정치인, 일명 '젊치인'이 되기 위해 필요한 정보와 네트워크가 부재한 현실은 청년 정치인의 등장을 저해하는 요소가 됩니다. 뉴웨이즈는 이러한 문제를 해결하기 위해 예비 젊치인이 자신의 꿈을 포기하지 않고 꾸준히 성장할 수 있도록 젊치인을 위한 정보와 네트워크를 연결하고, 유권자이자 젊치인의 열렬한 지지자인 '캐스팅매니저'를 모집하여 청년 정치인에게 필요한 소통의 장과 커뮤니티를 제공합니다.



현재 뉴웨이즈에는 10,000명 이상의 캐스팅매니저들이 청년 정치인들에게 관심을 갖고 활동하고 있으며, 뉴웨이즈를 통해 정치에 더욱 관심을 갖고 절망을 희망으로 바꾸는 일에 동참하고자 하는 청년들이 등장하고 있습니다. 뉴웨이즈는 때로는 친구처럼, 때로는 든든한 조력자처럼 청년들과 함께하며 청년들의 꿈과 목소리가 의회에서 충분히 대변될 수 있는 환경을 조성하고 있습니다.

PROBLEM

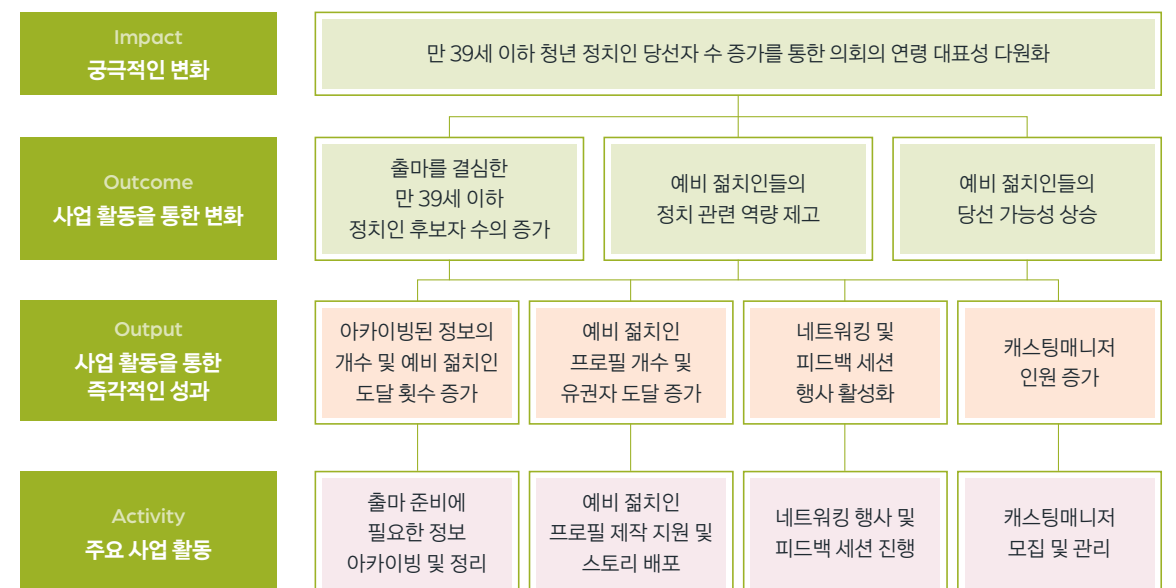
뉴웨이즈가 해결하는 문제

전체 유권자 중 만 39세 이하 젊은 인구의 비중은 30%를 상회하지만 실제 당선자 중에서 이들의 비중은 4.3%에 불과합니다.

2020년 총선에서 당선된 300명의 국회의원 중 만 39세 이하 정치인은 13명으로, 전체의 4.3%에 불과한 것으로 나타났습니다. 반면 약 4,419만명의 전체 유권자 중 2030세대가 차지하는 비중은 약 1,327만명으로 30%에 달합니다. 이와 같은 2030세대의 의회 과소 대표성 문제는 본래 각계각층의 목소리를 대변하는 대의민주주의의 본래 목적성을 훼손시킬 수 있으며, 소외된 젊은 층의 정치에 대한 무관심과 불신으로도 이어질 수 있습니다. 급속도로 변하고 있는 사회 속에서 기후변화/식량위기/주택안보 등 미래 세대가 감당해야 할 사회 문제는 더욱 다양해지고 심각성 또한 커지고 있지만, 한국은 여전히 청년 의원의 수가 가장 적은 국가군에 속합니다. 뉴웨이즈는 예비/현역 정치인, 유권자 등 다양한 개인들을 연결함으로써 청년들의 정치 참여를 더욱 활성화시키고, 더 나은 의사결정권자로 성장할 수 있는 시스템을 만들고 있습니다.

THEORY OF CHANGE

뉴웨이즈가 변화를 만드는 과정



IMPACT STRATEGY

뉴웨이즈의
임팩트 창출 전략

뉴웨이즈는 비영리스타트업으로서 외부 환경 변화에 빠르게 적응하며 제한된 자원으로 임팩트를 제고하기 위해 4가지 핵심 역량^{기업가정신, 기술, 혁신, 경영}을 강화해 나가고 있습니다.

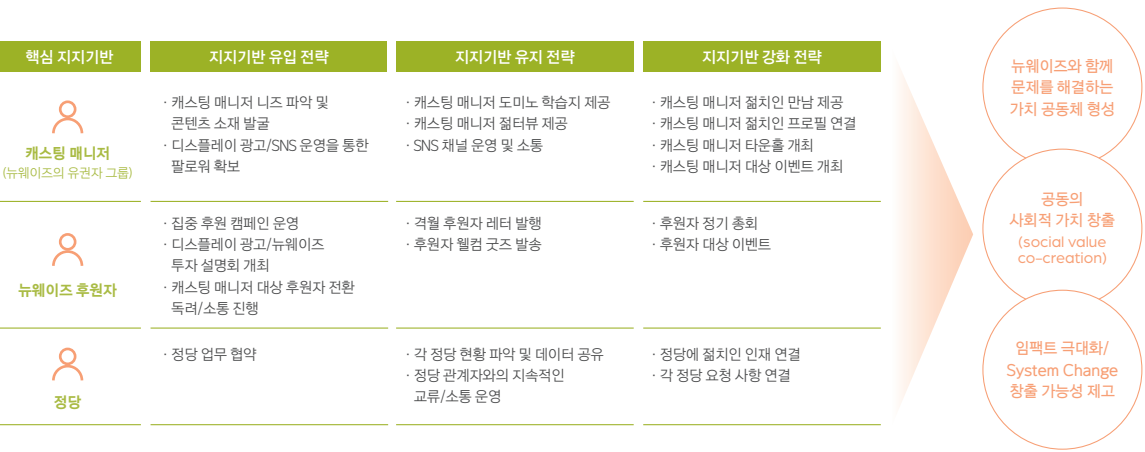
또한 더욱 많은 청년 정치인이 등장할 수 있도록 뉴웨이즈의 문제 의식에 공감하고, 문제 해결을 지지하며, 해결을 위한 실천·활동에 직접 참여하는 지지기반^{Supporter base}을 강화해 나가고 있습니다. 뉴웨이즈는 캐스팅 매니저, 후원자, 파트너 정당으로 구성된 핵심 지지기반 그룹과 함께 더욱 효과적이고 지속가능한 변화를 만듭니다.



SRM STRATEGY

뉴웨이즈의
지지기반 관계 관리

지지기반 관계 관리^{Supporter Relationship Management} 전략이란 지지기반과의 관계를 형성하여 더욱 많은 이해관계자의 적극적인 문제 해결 참여를 이끌어내기 위한 경영 전략을 의미합니다. 비영리스타트업은 지지기반을 대상으로 적절한 커뮤니케이션 및 홍보 전략을 수행하고, 네트워킹 및 역량 강화를 포함한 다양한 참여의 기회를 제공함으로써 지지기반을 유입하고, 유지하며, 강화시킬 수 있습니다.



IMPACT INSIDE

솔루션 및 사회성과 소개

뉴웨이즈가 변화를 만들어내는 방식과 핵심 성과를 소개합니다

◆ SOLUTION HIGHLIGHTS & KEY PERFORMANCE

- 01 출마 결심 및 준비를 위해 필요한 정보와 교육 제공
- 02 젊치인 프로필 제작 지원 및 홍보
- 03 청년 정치에 관심있는 유권자(캐스팅매니저) 그룹 형성 및 관리

◆ IMPACT STORY

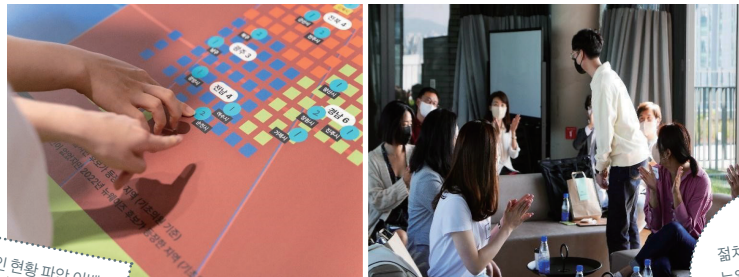
뉴웨이즈의 젊치인 강동구의회 원창희 의원

SOLUTION HIGHLIGHTS

01

출마 결심 및 준비를 위해 필요한 정보와 교육 제공

뉴웨이즈는 정치인이 되고 싶은 청년들이 알아야 할 정치에 관한 기본 정보와 지식을 제공 합니다. 뉴웨이즈의 정치 전문가, 선배 정치인들과 함께 출마 체크리스트와 출마 가이드를 만들어 배포하고, 예비 정치인의 니즈에 맞춰 기존 정치인들과의 연결을 통해 청년들에게 조언과 피드백을 제공합니다.



우리동네 정치인 현황 파악 이벤트

정치인을 응원하는
뉴웨이즈 후원자 모임

뉴웨이즈는 정치인들과 협업하여 더 많은 미래 정치인들을 만들어내는 것을 목표로 하고 있습니다. 이를 위해서는 정치인 후보자가 더욱 많아져야 하고, 후보자가 많아지기 위해서는 예비 정치인으로서 학습하고 성장하며 도전할 수 있는 양질의 시스템이 필요합니다. 뉴웨이즈는 예비 정치인의 성장과 당선에 필요한 자원을 연결하고 지원합니다.

KEY PERFORMANCE | 2019~2022.06 누적 데이터

피드백 세션 참가 정치인 인원

240명

출마 체크리스트 확산 성과
(조회수/다운로드 수)

22,050회

뉴웨이즈 누적 정치인 인재풀
* 2022.06 기준

441명

출마 가이드 확산 성과
(조회수/다운로드 수)

11,025회

SOLUTION HIGHLIGHTS

02

정치인 프로필 제작 지원 및 홍보

예비 정치인으로서 출마를 결심한 후에는 당선 가능성을 높이기 위한 다양한 전략이 수반되어야 합니다. 이때 유권자들에게 더욱 효과적으로 다가설 수 있는 브랜딩 전략을 수립하고, 유권자들과 연결될 수 있는 홍보/소통 채널을 확보하는 것은 필수 사항입니다. 뉴웨이즈는 예비 정치인의 프로필 제작을 지원하고, 정치인의 프로필과 정보를 뉴웨이즈 플랫폼을 통해 확산합니다. 또한 정치인 인터뷰(‘썰터뷰’)를 통해 유권자들에게 예비 정치인의 활동을 소개함으로써 정치인과 유권자를 연결합니다.



뉴웨이즈 홈페이지에 게시된 정치인 프로필

정치인의 이야기를 다루는 뉴웨이즈의 '썰터뷰'

KEY PERFORMANCE | 2019~2022.06 누적 데이터

뉴웨이즈 홈페이지에
등록되어 있는
정치인 프로필 개수

416개

뉴웨이즈 정치인 프로필
확산 성과(조회수)

56,494회

발행된 썰터뷰 콘텐츠의 개수

72개

썰터뷰 콘텐츠의 조회수(PV)

10,575회

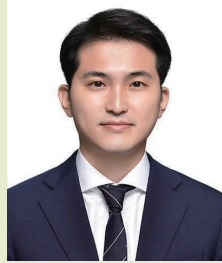
뉴웨이즈 계정에 소개된
정치인 인원

122명

뉴웨이즈 계정을 통해
유권자(팔로워)에게 알려진
정치인 소식

527,521회

뉴웨이즈를 통해 정치인으로
새로운 변화 창출의 여정을 시작한
강동구의회 원창희 의원님의 이야기



Q. 뉴웨이즈를 만나기까지, 정치인이 되기까지 의원님의
여정은 어땠나요?

A. 저는 이전에는 사회 문제를 비즈니스로 해결하고자 했다면, 현재는 사회 문제를 정치로 해결해가는 과정에 있다고 생각해요. 저는 소셜벤처/사회적 기업에서 첫 커리어를 시작했거든요. 그리고 21년 초 우연히 페이스북 광고를 통해 뉴웨이즈를 알게 되었고 그 비전에 공감해 후원을 시작했죠. 저는 사실 처음엔 캐스팅매니저가 되어 뉴웨이즈의 정치인을 지원할 계획이었다가, 선거 직전에서야 출마를 결정했어요. 이전에 뉴웨이즈가 개최했던 지역 설명회에서 저희 동네에서 활동 중인 정치인 한 분을 알게 되어 연락을 주고 받았는데, 이 분이 출마를 결심하는 데 큰 영향을 주었습니다. 올해 대선이 끝난 직후부터 청년 문제가 급부상하며. 당시 저희 지역구에서도 보다 적극적으로 청년 문제에 대응하고자 했는데요. 그 시기에 뉴웨이즈와 뉴웨이즈를 통해 알게된 분들이 많은 도움을 주셨어요. 그렇게 선거를 한 달 앞둔 시점에 선거 출마가 공식화되었죠. 워낙 큰 결심이 필요한 선택이었고, 준비 기간도 짧았던 상황이었지만 뉴웨이즈가 제공한 다양한 인적/물적 지원을 통해 이 자리까지 올라올 수 있었던 것 같아요.

Q. 뉴웨이즈를 통해 경험한 가장 큰 변화는 무엇인가요?
정치인으로 주로 어떠한 활동을 하고 계시나요?

A. 정치인이 된 것이 가장 큰 변화라고 생각해요. 사실 이전에 정치를 경험하지 못한 청년에게 정치인이 된다는 것은 위험 부담이 따르죠. 출마했다가 낙선하면 어떡하지? 설사 당선된다 하더라도 내가 이 일을 계속할 수 있을까, 내 커리어는 어떻게 되는거지 라는 두려움이 앞섰죠. 돌이켜보면 정치에 대한 정보가 부족했기 때문에 발생한 일이

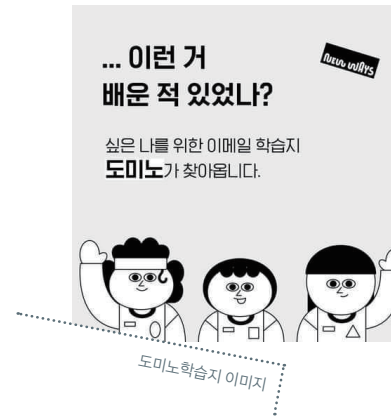
라고 생각해요. 그래서 저는 뉴웨이즈가 정치와 관련된 콘텐츠를 2030세대의 언어, 특히 스타트업의 언어로 쉽고 재미있게 전달한다는 것이 가장 좋았어요. 가령 기초의원 채용공고 같은거요. 선거 전략을 수립할 때에도 뉴웨이즈를 통해 전/현직 정치인에게 조언을 구하며 많은 도움을 받았죠. 정치인으로서는 저는 창업이나 신혼부부, 육아 문제와 같이 청년들의 문제의식에서 시작된 이슈에 대해 관심을 갖고 의회에서 그들의 목소리를 대변하고자 해요. 특히 청년들은 기초의원에게 대해 잘 모르니까 민원 제도를 이용하지 못하는 경우가 많은데, 저 역시도 그런 청년이었기 때문에 더욱 청년과 많이 소통하려고 노력하죠. 또한 우리 사회의 취약계층이 제도권 안에서 정책적으로 보호받을 수 있도록 노력하고 있어요.

Q. 의원님이 기대하시는 뉴웨이즈는 어떤 모습인가요?

A. 뉴웨이즈가 전문가가 아니더라도 정치에 관심이 있고 뜻이 있는 사람들을 연결해줄 수 있는 플랫폼으로 도약했으면 좋겠어요. 뉴웨이즈를 통해 정치에 입문하는 새로운 루트가 생기길 기대해요. 아직은 뉴웨이즈로부터 간접적인 도움을 받거나 정치에 이미 입문한 상태에서 뉴웨이즈를 만나게 되는 경우가 많지만, 뉴웨이즈를 통해 정치에 입문한 저를 보고 누군가는 다시 도전할 것이고, 그것이 반복되다보면 뉴웨이즈의 임팩트가 커브를 그리며 급격히 상승할 것이라 믿어요. 뉴웨이즈 덕분에 저는 정치에 입문할 수 있었다고 생각하거든요. 뉴웨이즈에서 만난, 그리고 앞으로 만나게 될 정치인들과 함께 더 나은 세상을 만들고 싶어요.

청년 정치에 관심 있는
유권자(캐스팅매니저) 그룹
형성 및 관리

뉴웨이즈에는 청년 정치에 관심 있는 유권자 '캐스팅매니저'가 있습니다. 그리고 뉴웨이즈는 기성세대에 비해 지지기반이 약한 예비 정치인을 실제 유권자와 연결하는 플랫폼 역할을 수행합니다. 캐스팅매니저는 도미노학습지를 통해 정치에 대한 기초 상식을 키우고, 정치인의 소식을 정기적으로 확인할 수 있으며 뉴웨이즈를 통해 정치인과의 직접적인 연결과 만남을 가질 수 있습니다. 현재 뉴웨이즈에는 청년 정치인의 등장을 소망하는 1만명 이상(2022년 6월 기준)의 캐스팅매니저들이 모여 있습니다. 이를 통해 뉴웨이즈는 정치인 당선자 수 증가에 기여하고 있으며, '지방의회의 연령 대표성(청년을 대표하는 정치인 비율의 증가) 강화'라는 궁극적인 목표에 한 걸음씩 가까워지고 있습니다. 뉴웨이즈의 사업이 한창이었던 2022년 지방선거에서는 실제로 만 39세 이하 후보자 수와 당선자 수가 2018년에 비해 모두 증가하였습니다.



KEY PERFORMANCE | 2019~2022.06 누적 데이터

도미노학습지 발송 건수

107,248 회

지방선거 정치인 후보자/당선자 중
뉴웨이즈 선수의 비율

19.0%/9.6%

• 2022.06 기준

도미노학습지 조회수 (조회율)

38% 40,491 회

지방선거 결과
정치인 비율 변화

10.1%

• 2022.06 기준

뉴웨이즈에 등록된
유권자(캐스팅매니저)의 수

10,600 명

2018년도 대비
2022년도 지방선거
정치인 후보자/당선자 인원

후보자 652명 → 729명으로 증가

당선자 238명 → 416명으로 증가

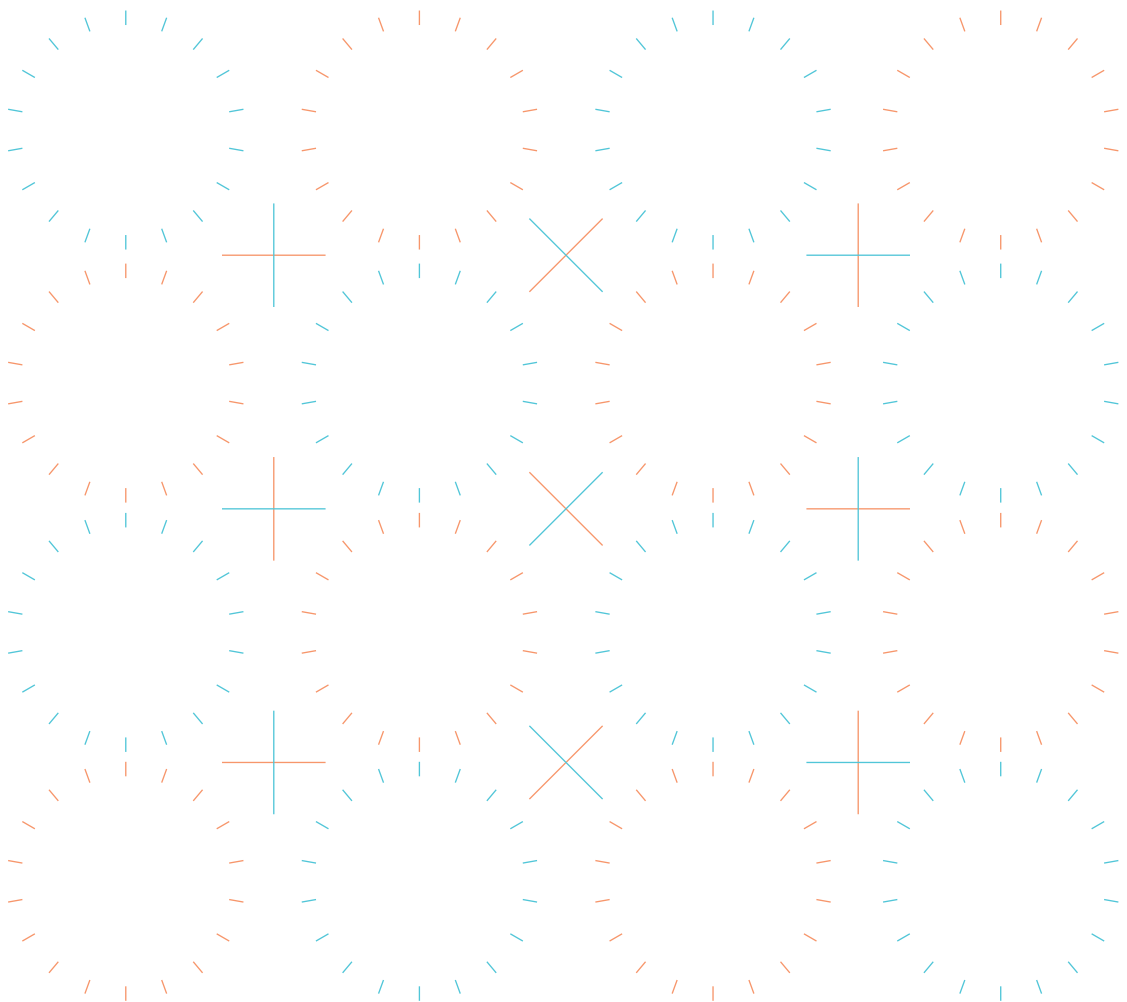
아산나눔재단
비영리스타트업
성장 지원 프로그램

비영리스타트업
임팩트리포트

뉴웨이즈

2022

2022



아산나눔재단
비영리스타트업
성장 지원 프로그램

아산나눔재단 비영리스타트업 성장 지원 프로그램은 사업과 조직의 빠른 성장을 준비하는 초기 비영리 조직을 선정해 다각도로 지원하는 프로그램입니다. '기업가정신과 혁신, 그리고 기술과 경영을 기반으로 사회적 가치를 창출하는 초기·소규모 비영리 조직'을 선발해 이들이 사회적 임팩트를 확장할 수 있도록 돕습니다. 아산나눔재단은 이들의 도약과 임팩트 확장을 위한 프로젝트 지원금을 제공하고, 혁신역량 강화에 필요한 분야별 전문가 및 자원을 연계하며, 기관별 맞춤형 성과지표를 개발할 수 있도록 지원합니다.

본 리포트는 아산나눔재단의 지원을 받아 제작되었으며, 임팩트 측정·관리 및 컨설팅 전문 기관인 (주)임팩트리서치랩이 작성한 리포트입니다.

INTRODUCTION
비영리스타트업 소개

무업기간의 청년을 연결하고
건강한 삶을 만들어가는

니트생활자

니트
생활자

기관 정보		SDG ALIGNMENT	
대표자	박은미, 전성신	 SDG 8.6 교육 및 훈련에 참여하고 있지 않거나 실업 상태인 청년 비율의 감소	
설립일	2021.03.		
홈페이지	neetpeople.kr		
Contact	admin@neetpeople.kr		

니트생활자는 연결된 니트^{NEET}의 가능성을 믿고, 다양한 삶이 존중받는 사회를 만듭니다.

#청년

#무업기간

#소외와 단절

#회복

#연결

#커뮤니티

니트생활자에게 '니트(NEET)'란 누구나 언제든지 마주할 수 있는 상태, 혹은 인생의 한 구간입니다. 언제든지 누구나 백수가 될 수 있는 불확실성 속에서, 청년들이 마주하는 어려움은 빠른 사회 복귀와 스펙 확충만으로는 해결되기 어렵습니다.

게다가 이러한 불확실성 속에서 단절의 상태가 심화될 경우 더 나은 미래와 변화를 상상하는 능력은 약화되고, 누구나 경험할 수 있는 인생의 한 구간이 마치 끝인 것처럼 느껴지게 됩니다. 니트생활자는 이러한 무업 기간에도 안전함을 느낄 수 있는 사회가 될 때, 비로소 지속가능한 사회 참여와 회복이 발생한다고 믿습니다. 미래에 대한 다양한 모양의 삶의 모습이 공존하는 환경이 주어질 때 '니트청년'은 하나의 '잠재력'으로서 이해되고, 끝이라 여겨지는 막막한 순간들은 무한한 가능성이 실현되는 '시작'이 될 수 있을 것입니다.

이를 위해 니트생활자는 인생의 어느 비슷한 구간을 지나고 있는 사람들이 모여 일상의 작은 변화를 공유하고, 서로의 모습을 지켜보며, '따로 또 같이' 미래를 계획해 나가는 회복과 연결의 장을 제공합니다.



PROBLEM

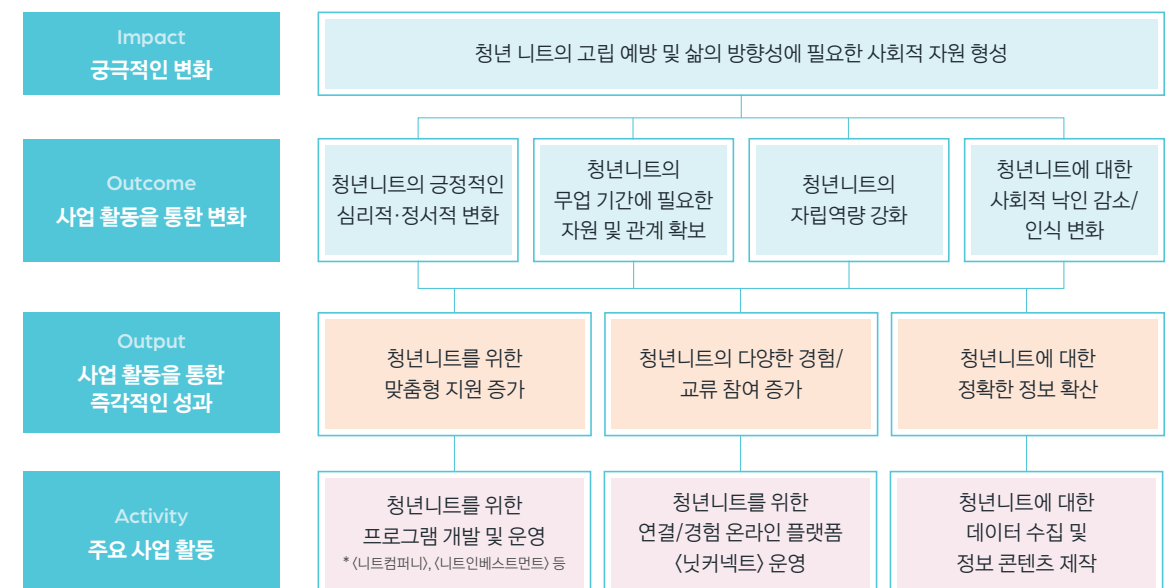
니트생활자가 해결하는 문제

니트^{NEET}는 고용되어 직업 활동을 하지도, 교육을 받고 있지도, 어떠한 목적의 직업 훈련을 받고 있지도 않은 '무업 기간'의 상태를 의미합니다.

이러한 니트상태의 청년들은 코로나19로 인한 경기침체 이후로 전체 청년 10명 중 2명 꼴로 늘어나고 있습니다. 청년니트는 어떠한 소속 없이 무료하게 시간을 보내는 사람으로만 비치고는 하지만, 니트 상태가 발생하고 지속되는 원인에는 개인의 무능력과 낮은 의지만이 존재하는 것은 아닙니다. 무업 기간동안 청년들은 장기화되는 취업난, 과거의 직장 경험에서의 트라우마, 심리적 위축과 빈곤, 가족부양의 문제 등 많은 노출되어 소외와 단절을 경험하기 더욱 쉽습니다. 니트생활자는 불확실성이 점점 더 높아지는 사회 속에서도 청년들이 건강하게 자신의 삶을 살아나갈 수 있기 위해서는 단절을 해소하고, 미래에 대한 다양한 삶의 모습을 함께 공유할 수 있는 안전한 커뮤니티가 필요하다고 생각했습니다. 니트생활자는 '니트' 상태만으로 청년 개인의 잠재력이 잠식되지 않고, 인생의 한 구간을 다른 이들과 함께 지나가며 더 나은 삶의 전환을 누구나 경험할 수 있는 사회를 만들고자 합니다.

THEORY OF CHANGE

니트생활자가 변화를 만드는 과정



IMPACT STRATEGY

니트생활자의
임팩트 창출 전략

니트생활자는 비영리스타트업으로서 외부 환경 변화에 빠르게 적응하며 제한된 자원으로 임팩트를 제고하기 위해 4가지 핵심 역량(기업가정신, 기술, 혁신, 경영)을 강화해 나가고 있습니다. 또한 무업 기간을 지나는 청년들이 소외되기 보다는 다양한 경험을 쌓고, 단절되지 않고 더욱 연결될 수 있도록 니트생활자의 문제의식에 공감하고, 문제 해결을 지지하며, 해결을 위한 실천/활동에 직접 참여하는 지지기반(Supporter base)을 강화해 나가고 있습니다. 이러한 지지기반은 비영리스타트업의 지속가능성을 좌우하는 동력이자 핵심 요소입니다. 니트생활자는 청년 및 니트컴퍼니 알럼나이, 후원자, 협력 기업 및 청년 유관 기관으로 구성된 핵심 지지기반 그룹과 함께 더욱 효과적이고 지속가능한 변화를 만듭니다.

핵심 역량	기업가정신 Entrepreneurship	니트생활자가 기업가정신을 발휘하여 해결/돌파하고자 하는 문제 대상	#청년	#니트(NEET)
	기술 Technology	니트생활자가 문제 해결을 위해 사용하는 핵심 기술	#온라인 커뮤니티 플랫폼	#온/오프라인 경험 디자인
	혁신 Innovation	니트생활자 솔루션의 차별성	#청년 간의 커뮤니티 형성	
	경영 Management	니트생활자 경영 전략/방향성	#Scale-up	#청년의 사회적 연결망 확대

임팩트 전략 주요 키워드

SRM STRATEGY

니트생활자의
지지기반 관계 관리

지지기반 관계 관리(Supporter Relationship Management) 전략이란 지지기반과의 관계를 형성하여 더욱 많은 이해관계자의 적극적인 문제 해결 참여를 이끌어내기 위한 경영 전략을 의미합니다. 비영리스타트업은 지지기반을 대상으로 적절한 커뮤니케이션 및 홍보 전략을 수행하고, 네트워킹 및 역량 강화를 포함한 다양한 참여의 기회를 제공함으로써 지지기반을 유입하고, 유지하며, 강화시킬 수 있습니다.

핵심 지지기반	지지기반 유입 전략	지지기반 유지 전략	지지기반 강화 전략
청년 그룹/ 니트컴퍼니 알럼나이	· 니트컴퍼니 홍보 · 알럼나이대상 프로그램 참여 만족도를 바탕으로 핵심 지지기반 그룹 형성을 위한 소통 진행	· 니트레터 발송 및 니트컴퍼니 소식 공유 · 무업 청년을 위한 사업 정보 제공 · 심층 인터뷰 진행	· 니트컴퍼니 정기 행사/ 전시회 초대 및 협업
후원자	· SNS 채널/니트컴퍼니 홍보	· 니트레터 발송 및 니트컴퍼니 소식 공유	· 니트컴퍼니 정기 행사/ 전시회 초대
협력 기업 및 청년 유관 기관	· 니트컴퍼니 홍보 · 제안서 작성 및 발송 · 대외활동 강연/인터뷰 진행	· 협업 사업 홍보, 성과 관리	· 니트컴퍼니 정기 행사/ 전시회 초대

니트생활자와 함께 문제를 해결하는 가치 공동체 형성

공동의 사회적 가치 창출 (social value co-creation)

임팩트 극대화/ System Change 창출 가능성 제고

IMPACT INSIDE

솔루션 및 사회성과 소개

니트생활자가 변화를 만들어내는 방식과 핵심 성과를 소개합니다

- ◆ SOLUTION HIGHLIGHTS & KEY PERFORMANCE
- 01 백수들만 출근 가능한 가상회사 '니트컴퍼니'
 - 02 청년니트에 대한 인식 개선 및 정보 콘텐츠 확산
 - 03 청년니트를 위한 경험 플랫폼, '닛커넥트' 운영(2022년 신규 론칭)

◆ IMPACT STORY

니트컴퍼니를 통해 '나다운 삶'을 되찾은 응비님의 이야기

백수들만 출근 가능한 가상회사 ‘니트컴퍼니’

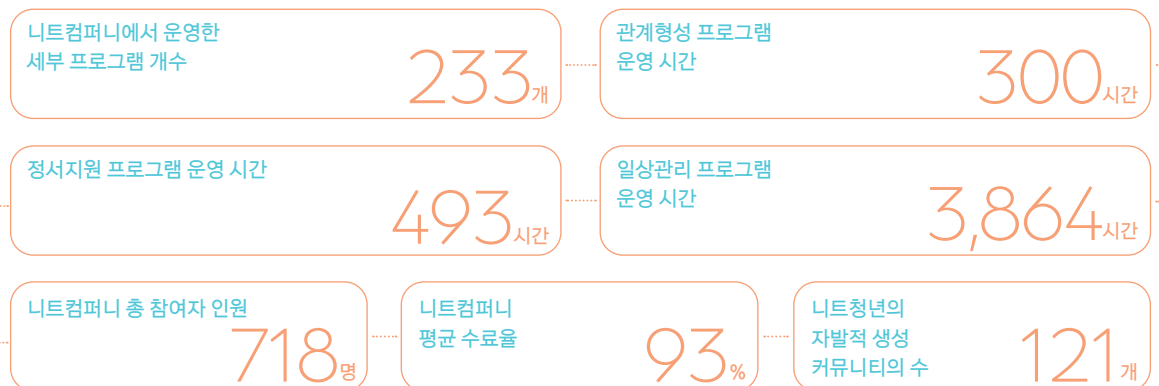
니트컴퍼니(일명 ‘닛컴’)에는 청년니트가 백수 생활에 필요한 경험을 전문적으로 수행해 나갈 수 있는 시스템이 있습니다. 닛컴 직원들은 출·퇴근부터 정기회의, 팀업무, 개인업무, 회식, 연말정산까지 회사의 일정에 따라 내가 맡은 일을 수행해 나갑니다. 하지만 기존의 회사와는 다릅니다. 니트컴퍼니에서는 직책부터 업무의 내용까지 모든 것이 ‘나의 선택’에 의해 결정되고, 동료들과 ‘연결’되어 생활하기 때문입니다. 니트컴퍼니는 청년니트가 무업 기간을 보다 활기차게 보낼 수 있도록 청년의 니즈에 맞는 경험을 함께 디자인합니다.



또한 니트컴퍼니는 면접자가 면접관을 면접하는 ‘거꾸로 면접’에서부터, 서로를 공감하는 ‘속터뷰’, 회사 생활의 마무리이자 닛컴 사원의 새로운 시작을 알리는 중무식 겸 전시회까지. 니트컴퍼니는 청년 스스로 무업 기간을 새로운 시작과 전환의 계기로 디자인할 수 있도록 다양한 연결과 경험 프로그램을 지원하고 있습니다. 니트컴퍼니의 문을 두드리는 순간부터 나가는 순간까지, 알찬 ‘연결’의 경험을 통해 내면의 단단함을 짓고 인생의 다음 페이지를 스스로 계획해 나갈 수 있도록 청년들과 함께합니다.

니트컴퍼니 퇴사 후에는 ‘니트인베스트먼트’ 프로그램을 통해, 취업이 아닌 다른 경로의 일을 고민하는 동료들과 일 실험을 할 수 있는 필요한 자원을 지원하고 연결합니다.

KEY PERFORMANCE | 2019-2022.06 누적 데이터

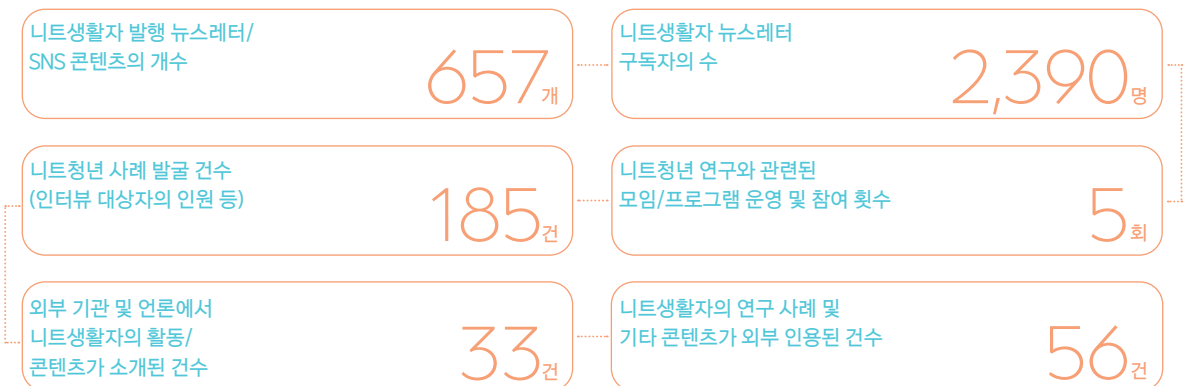


청년니트에 대한 인식 개선 및 정보 콘텐츠 확산

니트생활자는 청년니트에 대한 기존의 사회적 낙인이나 오해를 해소하고, 누구나 건강한 삶의 전환을 경험할 수 있도록 청년의 삶을 연구하며, 청년의 이야기를 담은 다양한 콘텐츠를 확산합니다. ‘니트(NEET)’라는 말은 종종 그 자체로 어떠한 ‘사람들’을 일컫는 데 사용되고는 하지만, 니트생활자가 지금껏 만났던 청년니트는 한 명 한 명 모두가 달랐고 취업의욕을 상실했다고 해서 삶을 주체적으로 살아가고자 하는 마음까지 사라진 것은 전혀 아니었습니다. 니트생활자는 청년니트와 관련된 연구와 심층인터뷰를 수행하며 ‘니트’상태 전/후에 청년들이 마주하는 경험과 상황을 정확히 진단하고, 이 시대의 청년들에게 적합한 사회적 자원이 만들어지는 과정에 기여합니다. 또한 소외된 누군가가 언제든지 니트컴퍼니의 문을 두드릴 수 있도록, 청년들의 다양한 삶과 일상의 변화를 SNS 콘텐츠 및 뉴스레터로 제작하여 공유합니다.



KEY PERFORMANCE | 2019-2022.06 누적 데이터



니트컴퍼니를 통해 ‘나다운 삶’을 되찾은 웅비님의 이야기



Q. 니트컴퍼니 입사를 결정하기 까지 어떠한 경험과 계기가 있으셨나요? 닛컴사원으로서 어떠한 일을 하셨나요?

A. 저는 두 번의 회사 경험을 거쳐 결국 퇴사를 결정했어요. 첫 번째는 실수일 수 있지만, 두 번째로 들어간 회사에서도 나의 의도와는 상관없는 힘든 경험이 반복되니 '내가 그러면 그렇지'하는 생각을 자주 하게 되었죠. 직장은 누구나 다니는 거니까, 직장에서의 힘든 시간은 누구나 경험할 수 있는 당연한 것들로 여겨지다 보니 주변 사람들에게 제 어려움을 공감 받기까지도 시간이 걸렸어요. 그러다가 유튜브를 통해 니트컴퍼니를 우연히 알게 되었고 용기를 내어 지원했죠. 니트컴퍼니에서 저는 사원으로서 매일 글을 썼어요. 니트컴퍼니에서의 모든 경험과 저의 무업 기간을 회고하며 하루하루 쓴 글을 모아서 <니트컴퍼니로 출근합니다>라는 책을 출간했구요. 니트컴퍼니에서 다른 사원들이 저마다 열심히 무언가를 하는 모습을 보면서 정말 건강한 자극을 받았던 것 같아요. 미션을 하루에 한 개씩 해나가는 것만으로도 참 동기부여가 되더라고요. 니트컴퍼니에 대한 단순한 설명만 읽어보면 '그냥 노는 거 아니야?'라고 생각할 수 있지만, 사실 저는 그래서 참여했어요. '너희 백수들을 개조해서 사회로 돌려보내겠다'라는 느낌이었으면 절대 참여하지 않았을 거예요. 진입 장벽이 낮아 보이는 하루하루의 실천이 쌓이고, 다른 사람들을 관찰하며 서로 부대끼다 보니 이 사람도 멋있고, 저 사람도 멋있고, 서로 좋은 자극을 받았던 것 같아요.

Q. 니트컴퍼니에 입사한 이후 웅비님께 어떤 변화가 있으셨나요?

A. 직장 생활할 때가 오히려 제 모습이 퇴색됐던 시기였던 것 같아요. 니트컴퍼니를 다니면서 저 스스로를 돌아보고, 제 본 모습을 회복할 수 있었어요. 저는 원래 한다면 하고,

한번 하면 정말 열심히 하는 사람인데 이전의 힘든 경험들 때문에 그게 잘못된 것이라고 생각해왔던 것 같아요. 그리고 니트컴퍼니에서 동료들과 작은 모임이나 소통 활동을 많이 했었는데, 사실 회사에서 동료들과 그런 시간을 갖는다는 게 상상이 안 갔거든요. 근데 닛컴사원이 되기까지의 자신의 경험을 털어놓고, 직장이나 백수생활이 서로에게 어떤 의미인지를 질문하며 함께 회고를 하고, 서로 정말 재밌게 놀았어요. (웃음) 사람들이랑 어울리는 게 그렇게 나쁜 일은 아니구나, 그런 걸 많이 느꼈죠. 제 동료들도 정말 많이 변했어요. 다들 좀 '반짝반짝'해졌다고 해야 할까요? 생기를 되찾은 느낌이에요. 저 또한 이전의 커리어와는 다른 일을 하고 있지만, 지금이 진짜 제 모습 같아요.

Q. 웅비님에게 니트컴퍼니는 어떤 의미인가요?

니트컴퍼니의 사회적 역할과 의미는 무엇일까요?

A. 무업 기간에 놓인 사람들을 도와주는 많은 정책들이 있지만, 니트컴퍼니의 활동들에는 '내가 어떤 걸 잘 할 수 있는 사람인지'에 대한 고민, '나라는 존재'에 대한 고민이 들어있어요. 닛족의 정의나 의미에는 보통 '일할 의지가 없는'이라는 말이 포함이 되잖아요. 하지만 사실 일할 의지가 없다고 보다는, 일할 의지를 실현할 수 있는 기회가 많지 않고 일상 속에서 동기부여 될 수 있는 경험이 부족한 것 같아요. 무업 기간에 놓여졌을 때, '나라는 존재를 생각해. 네가 어떠한 일을 하고 싶은지 생각해봐' 이렇게 말해주는 사람도 많지 않구요. 니트컴퍼니에는 '어떻게 뭐라고 같이 잘 해보자!' 하는 사람들이 모여있고, 그 사람들과 함께 연결될 수 있다는 것이 참 큰 위안이 되었어요. 무업 기간은 본인이 어떻게 살아야 하는지 생각할 수 있는 정비의 시간이고, 니트컴퍼니는 그런 사람들을 위한 커뮤니티이기 때문에 앞으로 더 많이 알려져서 다양한 연결이 일어나길 바랍니다.

03

청년니트를 위한 경험 플랫폼, ‘닛커넥트’ 운영 (2022년 신규 론칭)

닛커넥트는 무업 기간을 보내는 사람들이 내 일을 위해 작은 모임으로 연결되는 온라인 플랫폼 기반 커뮤니티입니다. 닛커넥트에서는 누구나 '캡틴(기획 및 운영자)' 또는 '크루(참여자)'로서 청년니트의 일상에 작은 변화와 성취를 만드는 과정에 참여할 수 있습니다. 닛커넥트의 모든 경험/모임 콘텐츠, 일명 '우주선'에는 참여자 모두가 함께 달성해야 하는 미션(목표)이 설정되어 있으며, 참여자들은 다른 이들과 함께 연결되어 미션을 수행하며 '나의 일'에 조금씩 더 다가설 수 있습니다. 닛커넥트는 청년니트가 무업 기간을 새로운 전환과 성취의 경험으로 채워 나갈 수 있도록 안전한 커뮤니티를 제공합니다.



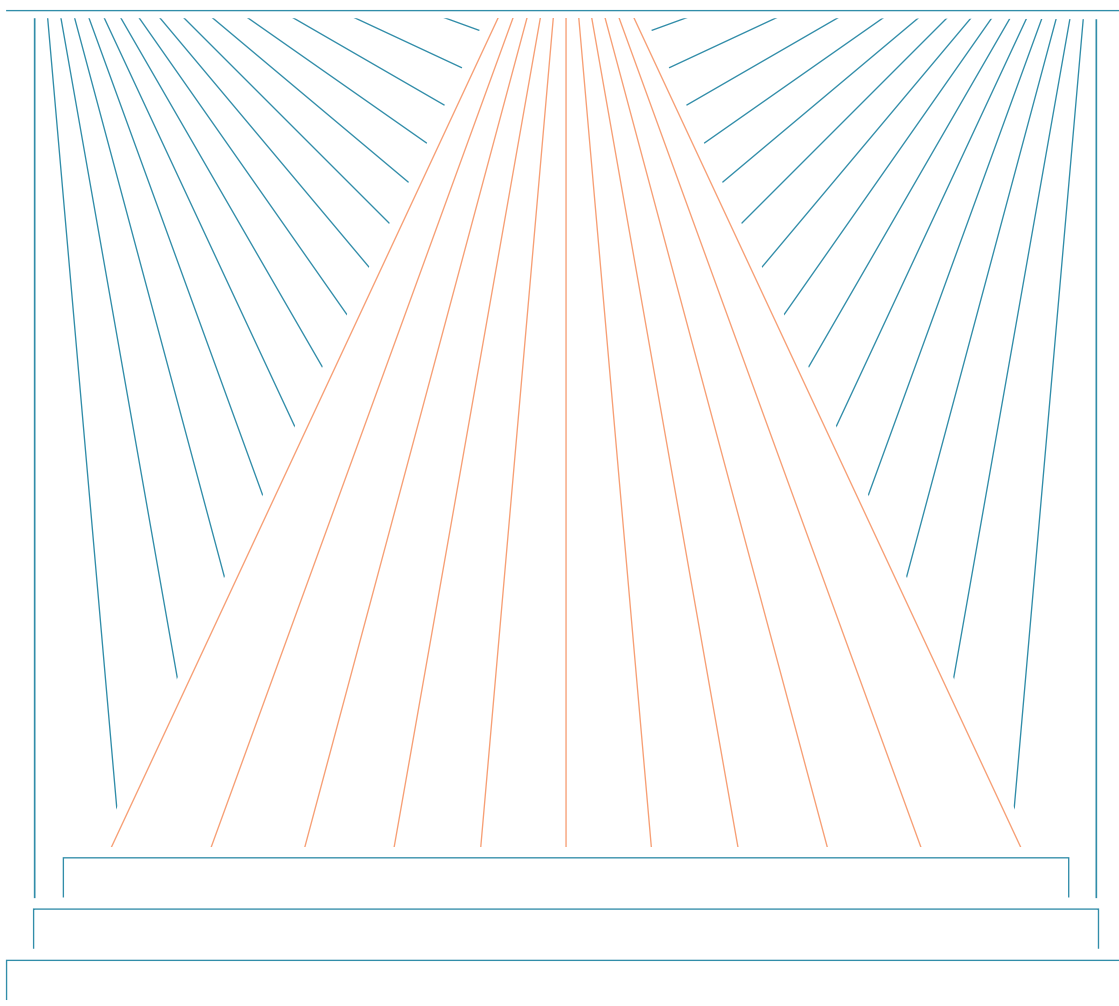
닛커넥트 대표 이미지

전체 우주선



닛커넥트 우주 정거장 페이지

2022



아산나눔재단
비영리스타트업
성장 지원 프로그램

아산나눔재단 비영리스타트업 성장 지원 프로그램은 사업과 조직의 빠른 성장을 준비하는 초기 비영리 조직을 선정해 다각도로 지원하는 프로그램입니다. '기업가정신과 혁신, 그리고 기술과 경영을 기반으로 사회적 가치를 창출하는 초기·소규모 비영리 조직'을 선발해 이들이 사회적 임팩트를 확장할 수 있도록 돕습니다. 아산나눔재단은 이들의 도약과 임팩트 확장을 위한 프로젝트 지원금을 제공하고, 혁신역량 강화에 필요한 분야별 전문가 및 자원을 연계하며, 기관별 맞춤형 성과지표를 개발할 수 있도록 지원합니다.

본 리포트는 아산나눔재단의 지원을 받아 제작되었으며, 임팩트 측정·관리 및 컨설팅 전문 기관인 (주)임팩트리서치랩이 작성한 리포트입니다.

INTRODUCTION
비영리스타트업 소개

지역 예술인과 함께 더 나은
공연예술 생태계를 구축하는 사회적협동조합

무하

MOOHA

기관 정보		SDG ALIGNMENT	
대표자	장혁우	 SDG 8.5 완전하고 생산적인 고용 및 양질의 일자리 창출	
설립일	2012.10.		
홈페이지	무하 공식 홈페이지 scmooha.com ART 플랫폼 allreadyteam.com		
Contact	kieshw@naver.com		

무하는 지역 예술인을 위해, 지역 예술인과 함께 더 나은 공연예술 생태계를 구축합니다.

#지역 예술인

#직업 예술인의 양질의 고용

#문화예술의 지역불균형

긴 방향 끝에 항상 꿈꿔왔던 연극인으로서의 삶을 이루어 열정을 다해 살아가던 때, 비어 있는 어두컴컴한 공연장에서 장혁우 대표는 10년 전 자신의 모습을 마주했습니다. 손을 휘저어 자동 조명 센서를 켜가며 빈 공연장에서 몰래 서로 연극을 가르쳐주고, 연습하고 있던 어린 두 학생을 만나게 된 것입니다. 연극을 배우고 싶지만 방법을 알지 못해 연습실 건물 바깥에서 배우들의 연습을 지켜보던 한 학생은 빈 공연장에 남아 연극의 기술을 친구에게 가르쳐주며, 함께 꿈을 키워 나가고 있었습니다. 그 만남을 계기로, 연극을 배우고 싶어 하는 어린 학생들을 모아 연극을 가르치고, 무료로 가르치기 위해 성인 극단을 창단하며, 예술인으로 성장한 이들이 더욱 지속가능한 직업 예술인으로서 살아갈 수 있는 환경을 만들기 위해 사회적협동조합 무하를 창단했습니다.



다양한 공연예술이 지속적으로 소비되며 지역 내 하나의 주류 문화로서 자리 잡기 위해서는 결국 예술 현장에 사람을 세우고, 그들을 서로 연결하며, 그들의 일터에서 지속가능한 삶의 가치가 창출될 수 있어야 합니다. 이를 위해서는 공급과 수요 시스템이 서로 시너지를 이룰 수 있도록 돕는 생태계 조성자가 필요합니다. 특히 공연예술이 지속적으로 발전하기 위해 필요한 인프라와 자원이 더욱 부족한 지역에서는 지역 예술인의 유출을 줄이고, 지역 예술인의 지속적인 일 경험을 지원해줄 수 있는 많은 자원이 확충될 필요가 있습니다. 무하는 춘천에서 작은 극단으로 출발했지만, 직업 예술인의 성장과 더 나은 삶을 지원하고 지역 사회의 구성원들이 더 나은 공연 예술을 향유할 수 있도록 생태계 조성자로서의 역할을 수행해 나가고자 합니다. 무하는 그간의 공연 사업 노하우와 지역 예술인 커뮤니티를 기반으로 지역 내·외의 예술인과 다양한 예술적 시도를 지원합니다. 이를 통해 숨겨져 있던 개인의 잠재력이 현실에서 실현되고, 많은 이들에게 영감을 불어넣는 파장으로 번져 나가는 변화를 창출하고자 합니다.

PROBLEM

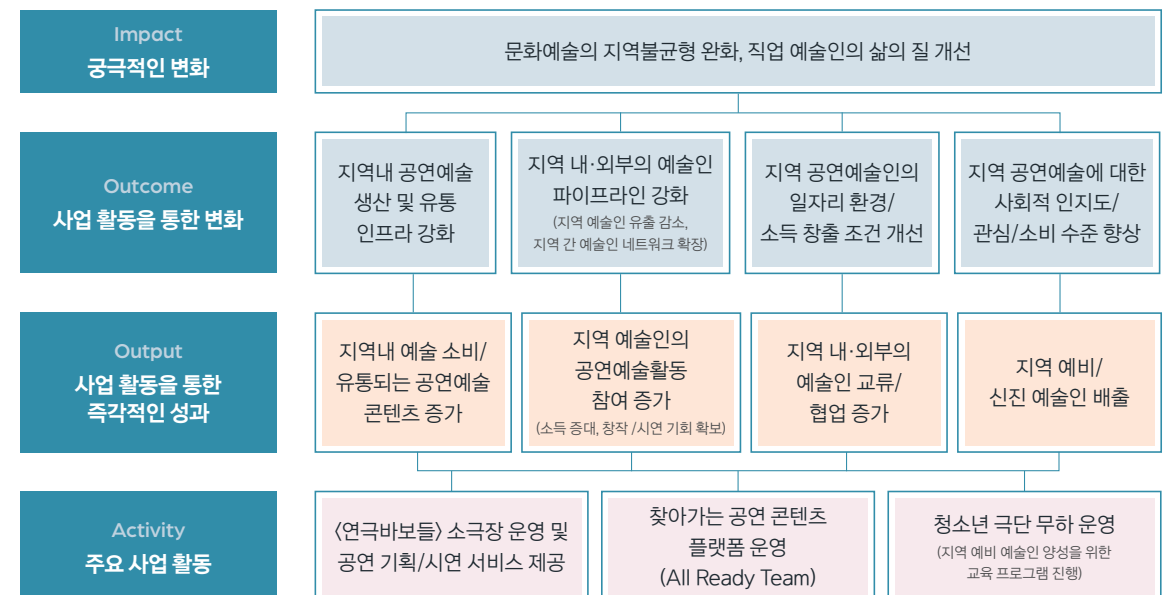
무하가 해결하는 문제

“연극계의 어려운 상황에서도 저희는 더 공격적으로 움직이고 있어요. 무하가 손을 놓고 있으면 배우들이 설 자리가 사라지고, 그로 인한 경제적 어려움 등으로 연극계를 떠나는 악순환이 이어지니까요.”

춘천에서 열리는 연극공연은 왜 항상 단발성 공연일까, 춘천의 시민들은 연극을 싫어하는 것일까, 많은 생각이 스쳐 지나갈 때 무하는 ‘볼 기회’에 대해 되돌아보기 시작했습니다. 무하는 강원도 최초의 상설 소극장 <연극바보들>을 열어 첫 번째 상설 공연을 통해 72석의 적은 좌석 수로 개장 4개월 만에 관객 1만 명을 동원했으며, 약 20%의 관객이 반복 관람을 하는 성과를 달성했습니다. 수도권이 아닌 지역에서도 좋은 공연예술이 많은 관심을 받을 수 있음을 증명한 것입니다. 이렇게 지역 사회에 ‘볼 기회’가 주어진다는 것은 곧 지역 예술인에게는 ‘설 기회’가 생긴다는 것을 의미합니다. 하지만 이러한 ‘설 기회’조차 지역 예술인이 ‘직업 예술인’으로서 살아가는 데 도움을 주지 못한다면 지역 사회에는 과연 어떠한 기회가 남게 될까요? 2018년 이후 무하를 거쳐 간 졸업생 예술인 중 4대 보험에 가입한 사업장에서 근무하는 인원은 단 한 명도 존재하지 않았습니다. 그래서 무하는 지역 예술인의 성장과 경험 여정에 필요한 자원을 종합적으로 제공하는 생태계 조성자로서 역할 하고자 합니다. 지역 내 예술인 인재 파이프라인을 강화하고, 보다 많은 예술인이 사각지대를 벗어나 건강한 예술 현장에서 지속가능한 예술 활동을 펼쳐 나갈 수 있을 때, 비로소 모든 이들에게 충만한 예술의 경험이 채워질 수 있다고 믿습니다.

THEORY OF CHANGE

무하가 변화를 만드는 과정



IMPACT STRATEGY

무하의
임팩트 창출 전략

무하는 비영리스타트업으로서 외부 환경 변화에 빠르게 적응하며 제한된 자원으로 임팩트를 제고하기 위해 4가지 핵심 역량^{기업가정신, 기술, 혁신, 경영}을 강화해 나가고 있습니다. 또한 더욱 많은 지역 예술인이 꼭 서울에 가지 않고도 다양한 지역에서 예술인으로서의 재능과 기술을 마음껏 발현하고, 문화 예술을 ‘양질의 일자리’로서 지속해 나갈 수 있도록 무하의 문제 의식에 공감하고, 문제 해결을 지지하며, 해결을 위한 실천/활동에 직접 참여하는 지지기반^{Supporter base}을 강화해 나가고 있습니다. 이러한 지지기반은 비영리스타트업의 지속가능성을 좌우하는 동력이자 핵심 요소입니다. 무하는 무하 알럼나이 예술가, 소극장 서포터즈로 구성된 핵심 지지기반 그룹과 함께 더욱 효과적이고 지속가능한 변화를 만듭니다.

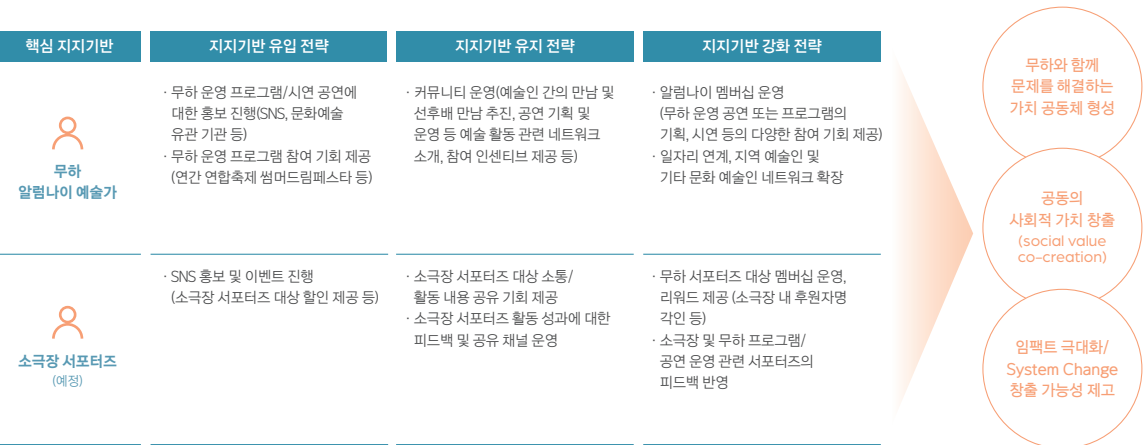
핵심 역량	기업가정신 <i>Entrepreneurship</i>	무하가 기업가정신을 발휘하여 해결/돌파하고자 하는 문제 대상	#지역 예술인	#양질의 공연예술 일자리
	기술 <i>Technology</i>	무하가 문제 해결을 위해 사용하는 핵심 기술	#온·오프라인 연결/관계 형성 채널	
	혁신 <i>Innovation</i>	무하 솔루션의 차별성	#온·오프라인 커뮤니티 형성	
	경영 <i>Management</i>	무하의 경영 전략/방향성	#Scale-up	#무하를 통한 지역 내·외부 예술인의 공연예술 참여 기회 확대

임팩트 전략 주요 키워드

SRM STRATEGY

무하의
지지기반 관계 관리

지지기반 관계 관리^{Supporter Relationship Management} 전략이란 지지기반과의 관계를 형성하여 더욱 많은 이해관계자의 적극적인 문제 해결 참여를 이끌어내기 위한 경영 전략을 의미합니다. 비영리스타트업은 지지기반을 대상으로 적절한 커뮤니케이션 및 홍보 전략을 수행하고, 네트워킹 및 역량 강화를 포함한 다양한 참여의 기회를 제공함으로써 지지기반을 유입하고, 유지하며, 강화시킬 수 있습니다.



IMPACT INSIDE

솔루션 및 사회성과 소개

무하가 변화를 만들어내는 방식과 핵심 성과를 소개합니다

◆ SOLUTION HIGHLIGHTS & KEY PERFORMANCE

- ①1 <연극바보들> 소극장 운영 및 공연 기획/시연 서비스 제공
- ②2 찾아가는 공연 콘텐츠 플랫폼(All Ready Team)/공모 사업 운영
- ③3 청소년 극단 무하 및 기타 워크숍 프로그램 운영

◆ IMPACT STORY

더 나은 공연예술 생태계를 만들기 위해 올라라운드 플레이어로 거듭나고 있는 장혁우 대표님의 이야기

01

〈연극바보들〉 소극장 운영 및 공연 기획/ 시연 서비스 제공

〈연극바보들〉은 2019년 9월 무하가 설립한 강원도 최초의 상설 소극장입니다. 공연을 보기 위해서, 무대에 서기 위해서 서울까지 가지 않아도 지역에서 충분한 공연 예술의 향유와 발전이 가능하도록 〈연극바보들〉에서는 다양한 공연 콘텐츠를 시연하며, 중요한 유통 채널로서 기능하고 있습니다. 지난 2020년 〈연극바보들〉의 첫 상설극이었던 '뷰티풀 라이프'는 1만 관객 돌파하며 4개월 동안 180차례 공연을 진행했고, 평균 객석 점유율은 78%에 달했습니다. 코로나19로 인해 최근 2년간 많은 어려움이 있었지만, 〈연극바보들〉은 강원도 공연예술 생태계 발전의 기반이 되는 핵심적인 인프라로서 역할하고 있습니다.



학교로 찾아가는 공연 프로그램

〈연극바보들〉소극장
상영 공연 포스터

또한 무하는 그간의 공연 노하우 및 예술 전문성을 기반으로 다양한 단기/중·장기 공연을 직접 기획하고 시연하는 공연서비스를 제공합니다. 무하의 공연은 춘천 외의 지역에서도 시연되며 크고 작은 확산을 거듭해 나가고 있습니다. 특히 '학교로 찾아가는 공연 프로그램'은 무하의 예술인 그룹이 직접 소비자가 있는 현장으로 찾아가 다양한 주제를 공연예술로 구현하는 서비스의 일환입니다. 무하는 '학교로 찾아가는 공연 프로그램'을 통해 문화예술에 대한 교육 현장의 니즈를 새로운 공연 기회로서 적극 활용하여 지역 예술인의 활동 기회를 확보하고, 지역 공연예술의 가치를 적극적으로 알리는 데 기여하고 있습니다.

KEY PERFORMANCE | 2019~2022.08 누적 데이터

무하에서 직접 제작한
공연 콘텐츠의 개수

18개

공연 제작/기획/운영에
참여한 총 인원 수

167명

무하 제작
공연의
총 매출

600,055,000원

〈연극바보들〉에서 시연된
공연 콘텐츠의 개수
(상설 장기공연 포함)

10개

무하의 공연 예술 활동에
참여한 예술인에게 지급된 금액
(지역 예술인 및 신진 예술인 대상 지급액 포함)

343,044,000원

02

찾아가는 공연 콘텐츠 플랫폼 (All Ready Team)/ 공모 사업 운영

ART는 올해 9월, 무하 운영팀이 새롭게 론칭한 플랫폼입니다. 흩어져 있는 공연 정보와 창작의 기회를 모아 공연예술의 공급/생산자와 수요자가 서로 원하는 경험을 획득할 수 있도록 연결함으로써 공연예술 생태계의 지속가능한 확장에 기여하는 것이 ART의 핵심 목표입니다.

지난 7월에는 “좋은 예술은 더 좋은 세상을 만든다”는 슬로건 하에 제1회 찾아가는 공연을 위한 공모사업을 진행했습니다. 본 공모사업을 통해 선정된 공연팀은 ART에 등록되어 플랫폼을 통해 지속적인 홍보와 판매가 이루어질 수 있는 기회를 획득하였으며, 이를 통해 부여 외산초등학교 등 90곳에서 100회 이상의 공연을 진행하며 공연예술을 전국적으로 확산하기 위한 다양한 시도를 진행 중에 있습니다. 무하는 11년 이상의 공연문화 전문 기관으로서의 경험과 네트워크를 기반으로 직업 예술인의 지속가능한 도전을 지원하고, 소비자의 니즈에 맞는 양질의 공연예술 콘텐츠가 더욱 확산되어 공연예술 생태계가 더욱 확장될 수 있도록 ART를 통해 한 단계 더욱 높게 도약하고자 합니다.



ART(All Ready Team) 앱 메인 페이지



찾아가는 공연 공모전 홍보 포스터

더 나은 공연예술 생태계를 만들기 위해 올라운드 플레이어로 거듭나고 있는 장혁우 대표님의 이야기



Q. 무하의 시작부터 지금까지, 어떤 경험이 있으셨나요?

A. 한창 춘천에서 연극을 하던 시절에 연극은 하고 싶은데 학원은 다닐 수 없어서, 연습실에 찾아와 배우들의 연습을 무작정 구경하던 학생을 보고 과거의 제 모습을 다시 보게 되었어요. 제가 어릴 때와 별로 달라진 게 없다는 생각이 들었죠. 그때부터 무료로 아이들을 가르치기 시작했고, 성인 극단을 창단해 직접 극을 쓰며 돈을 벌고... 그렇게 몇 년 간 졸업생을 배출했어요. 그런데 막상 졸업한 아이들을 보니 그 누구도 4대 보험에 가입해서, 안정적으로 일하고 있는 친구가 없더라고요. 그래서 제가 자리한 춘천에서부터 시작해 좀 더 지속 가능한 일자리를 만들어주는 마음으로 무하를 창단했어요. 최근에는 팀을 분리하고 조직을 재정비하는 시간을 많이 가졌어요. 지금까지 저도 그렇고 무하도 그렇고, 청소년 극단 뿐만 아니라 공연 활동도 병행하고 신규 사업도 준비하며 많은 일을 동시에 진행하다 보니 버겁기도 했고, 무엇보다 서로의 니즈를 더욱 명확하게 보게 되었거든요. 그래서 지금은 ART와 무하의 조직과 역할을 분리해서 좀 더 효율적인 사업 구조를 구축했어요. 자원이 워낙 부족한 영역에서 시작하다 보니 정말 올라운드 플레이어로서 이것도 해보고, 저것도 해보면서 무하와 함께 저도 같이 성장한 것 같아요.

Q. 올해 무하의 가장 큰 변화는 무엇인가요?

A. 지난 몇 년간 많은 활동을 진행하면서 지역사회와 문화 예술 네트워크 안에 이미 무하만의 관계 네트워크, 폐쇄형의 플랫폼이 이미 구축되어 있었다는 것을 알게 되었어요. 제가 13년 동안 학교를 계속 찾아다니면서 구축한 네트워크도 꽤 많았고, 팀과 콘텐츠를 매칭하는 것도 무하가 이

미 전문적으로 잘 해내고 있는 일이었다는 점을 명확히 알게 되었죠. 누구나 할 수 있는 일이라고 생각했는데, 허들이 높은 어려운 일을 오랜 시간 저희가 해낸 것이었더라고요. 그래서 ART 사업을 준비할 때 자신감을 많이 얻었어요. 공연을 모아서, 학교와 연결해보는 것에서부터 시작하면 되겠다 싶었죠. 그리고 이제는 정말 사회에서 문화예술 감수성의 필요가 높아졌다는 것을 체감하고 있어요. 예전에는 학교에서 금연이나 성교육 같은 교육의 요소가 담긴 목적극만 원했거든요. 그런데 요즘에는 선생님들께서 아이들이 그저 공연을 즐겁게 즐겼으면 좋겠다고 말씀하세요. 이런 발견들이 저희에게는 참 큰 것 같아요.

Q. 앞으로 무하는 어떤 변화를 만들어 나갈 계획이세요? 앞으로의 포부를 공유해주세요.

A. 예술인들이 뜻을 펼칠 수 있는 판로를 더 많이 확보할 계획이에요. 모든 예술인들이 저희 플랫폼에 공연을 손쉽게 등록해서, 공연 활동을 이어 나갈 수 있다면 예술인이 자신의 고향을 꼭 벗어나지 않아도 되겠죠. 예술가는 창조자인 것 같지만 사실 현실 속에서는 늘 선택 받아야만 움직일 수 있는 존재였어요. 무하가 그런 것들을 새로 재정립할 수 있는 판을 만들어서, 문화예술의 세상을 바꿀 수 있겠다는 자신감을 갖고 있어요. 지역마다 새로운 사람들이 성장하고, 강력한 예술인 인프라가 쌓여 나갈 수 있다면 전국이 예술 도시가 될 수 있을 것이라고 생각해요. 무하가 그 과정에 역할 할 수 있을 것이라고 믿습니다.

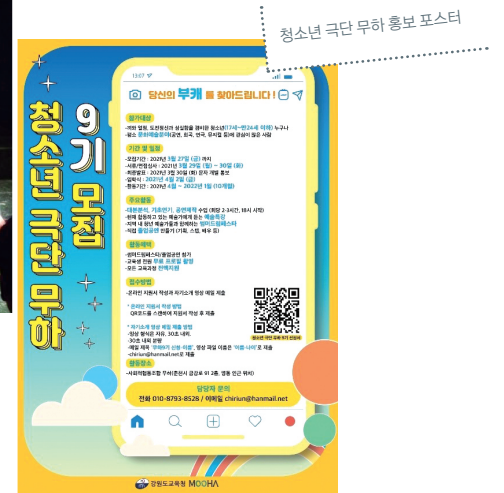
03

청소년 극단 무하 및 기타 워크숍 프로그램 운영

무하의 진정성, 그리고 공연문화 전문 기관으로서의 전문성은 〈청소년 극단 무하〉의 운영 경험으로부터 시작되었다고 해도 과언이 아닙니다. 서울을 오가며 불필요한 자원이 너무 소모되지 않도록, 작은 도전의 경험을 기반 삼아 스스로 도약할 수 있도록 무하는 청소년 극단을 통해 다양한 공연 기획 및 운영, 시연 등의 참여 기회를 무료로 제공해왔습니다. 〈청소년 극단 무하〉는 예술의 현장과 예비 예술인을 연결함으로써 보다 실제적인 경험을 제공한다는 점이 큰 특징입니다. 최근에는 기존의 극단 운영 경험을 토대로 청소년 외에도 다양한 인원이 참여할 수 있는 워크숍 프로그램을 운영하고 있으며, 이를 통해 예비 지역예술인을 발굴하고 양성함으로써 공연 예술 생태계의 지속가능성을 높이는 데 기여하고자 합니다.



청소년 극단 무하
(부치지 않은 편지)



KEY PERFORMANCE | 2019~2022.08 누적 데이터

청소년 대상 프로그램의 개수

9개

청소년 대상 프로그램
총 진행 시간

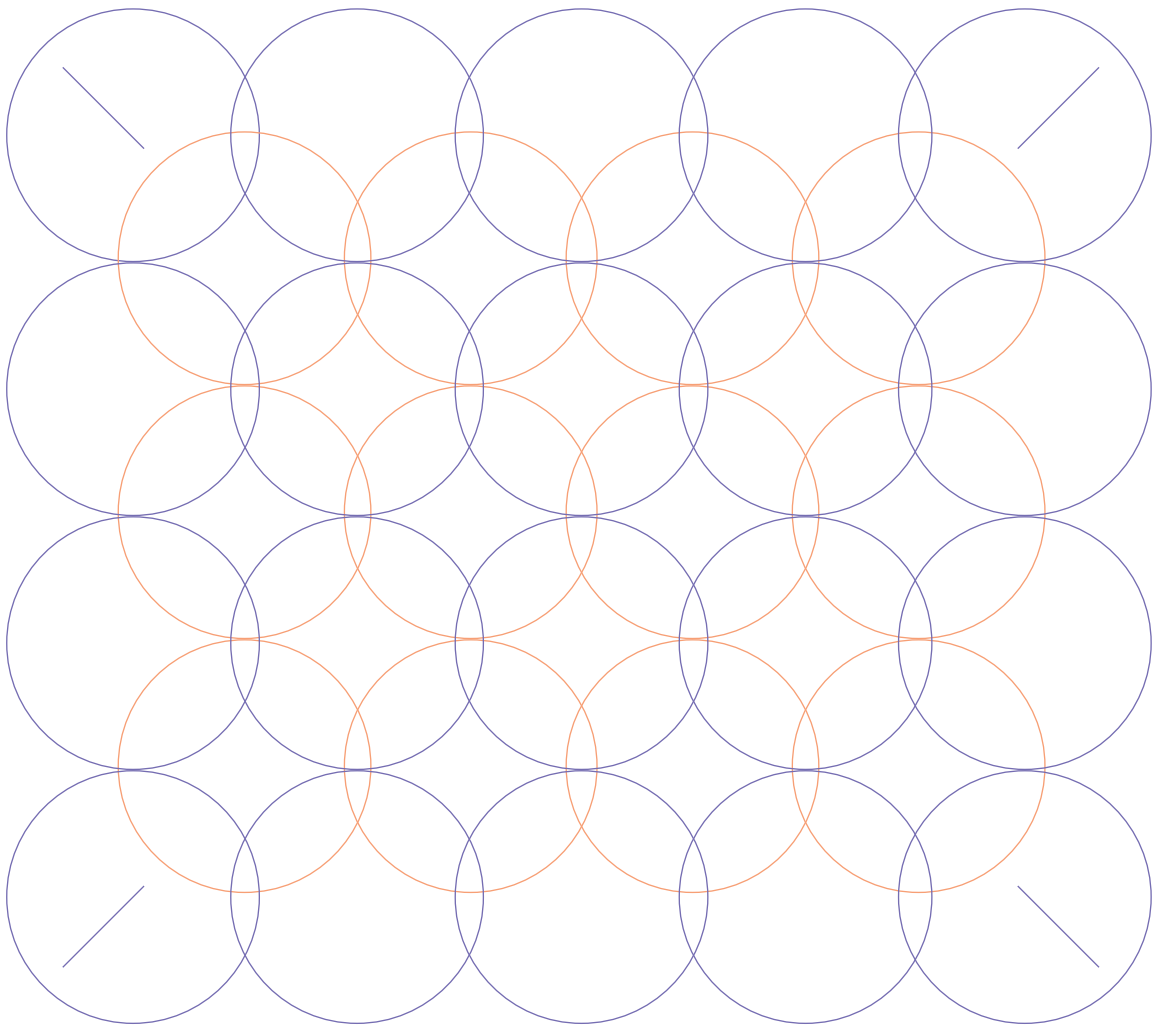
951시간

〈청소년 극단〉을 통해
신규 제작된 공연 콘텐츠의 개수

9개

〈청소년 극단〉참여 인원

37명



아산나눔재단
비영리스타트업
성장 지원 프로그램

아산나눔재단 비영리스타트업 성장 지원 프로그램은 사업과 조직의 빠른 성장을 준비하는 초기 비영리 조직을 선정해 다각도로 지원하는 프로그램입니다. '기업가정신과 혁신, 그리고 기술과 경영을 기반으로 사회적 가치를 창출하는 초기·소규모 비영리 조직'을 선발해 이들이 사회적 임팩트를 확장할 수 있도록 돕습니다. 아산나눔재단은 이들의 도약과 임팩트 확장을 위한 프로젝트 지원금을 제공하고, 혁신역량 강화에 필요한 분야별 전문가 및 자원을 연계하며, 기관별 맞춤형 성과지표를 개발할 수 있도록 지원합니다.

본 리포트는 아산나눔재단의 지원을 받아 제작되었으며, 임팩트 측정·관리 및 컨설팅 전문 기관인 (주)임팩트리서치랩이 작성한 리포트입니다.

INTRODUCTION
비영리스타트업 소개

위기 상황에 놓인 가정의 임신부터
자립까지 지원하는 종합 플랫폼

비투비



기관 정보		SDG ALIGNMENT	
대표자	김윤지	 SDG 3.7, 3.8 가족 계획, 정보 및 교육, 재무위험관리, 양질의 필수 보건서비스 등의 보편적 의료보장 달성	
설립일	2018. 11.		
홈페이지	www.btob.or.kr		
Contact	hifive@btob.or.kr		

비투비는 아기를 살리기 위해 부모를 살리고,
한 가정이 살기 위해 필요한 정보와 자원을 제공합니다

#위기 상황의 가정

#비혼모·비혼부

#베이비박스

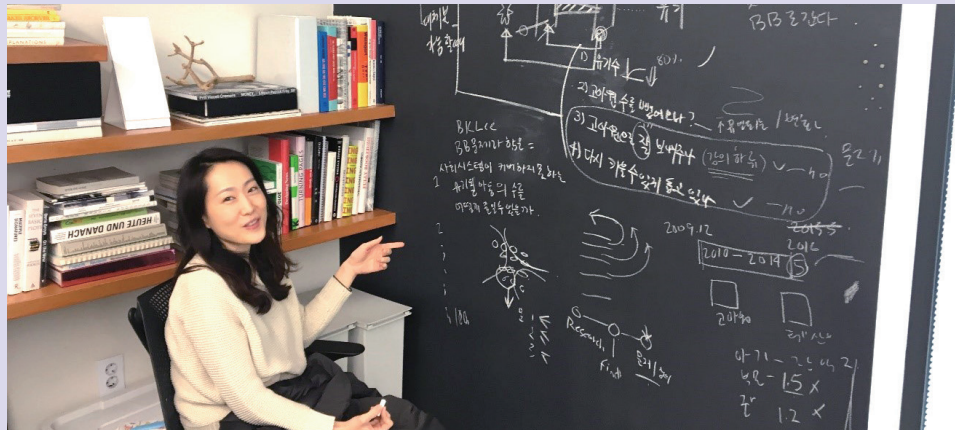
#정보 연결

#온라인 플랫폼

#생활/자립 지원

봉사활동을 통해 베이비박스로 온 아이를 돌보다가 문득 궁금해졌습니다. 이 아이들의 부모는 어떠한 사람이고 어떠한 사정이 있었을까, 그리고 이 베이비박스는 그들에게 '버리는 곳'인가 '잠시 맡기는 곳'인가. 비투비는 베이비박스의 그 '박스'만으로는 보이지 않는 진짜 이야기를 찾는 활동에서부터 시작되었습니다.

비투비 팀은 법인의 모습을 갖추기 전부터 다수의 프로젝트를 통해 베이비박스로 온 아이들과 부모를 만났고, 그들과 관련된 수백 개의 데이터를 분석하며 아이와 함께하기 어려운 상황에 놓인 10~20대 빈곤 청년의 모습을 보게 되었습니다.



그들은 단순히 부주의함과 무책임만으로는 설명하기 어려운 빈곤과 주거 불안정, 원가족의 해체와 부재, 장애, 차별 등 혼자서는 감당하기 상황에 놓여 있었으며, 아이가 태어나기 전에도 그 후에도 쉽사리 안정되지 않는 그들의 삶에는 너무도 많은 구멍이 존재했습니다. 하지만 이들 중 30%는 아이를 직접 키우기 위해 다시 찾아왔고, 베이비박스를 잘 알지 못하는 어린 부모들은 베이비박스를 본인보다 더욱 안전하게 아이를 잠시 보호해줄 수 있는 임시보호소로 이해해 언젠가 다시 찾아가 아이와 함께할 삶을 꿈꾸고 있었습니다. 비투비는 정말 어렵고 비참한 상황일지라도, 그 안에서 빛나고 있는 삶에 대한 열망과 용기, 희망에 집중했습니다. 위기 상황에 놓인 부모가 아이와 함께하는 삶을 꿈꾸기 시작할 때, 그 꿈과 열망을 실현시키기 위한 선택과 결정의 기로에 이제 막 다다랐을 때, 그리고 한 가정으로서 자신과 아이의 더욱 행복한 삶을 계획하고 싶을 때-비투비는 누군가 이러한 순간을 포기하지 않고 꿈을 실현할 수 있도록 필요한 자원을 모으고, 만들고, 연결합니다. 비투비는 아기를 살리기 위해 부모를 살리고, 한 가정이 살기 위해 필요한 정보와 자원을 연결하고 있습니다.

비투비가 해결하는 문제

“임신 중 갈 곳이 없어 지식인에 도움을 요청했는데, 도와주는 대가로 성매매 제안이 많았어요. 다행히 비투비의 품 플랫폼을 알게 되어 긴급주택에 들어갈 수 있었어요.”

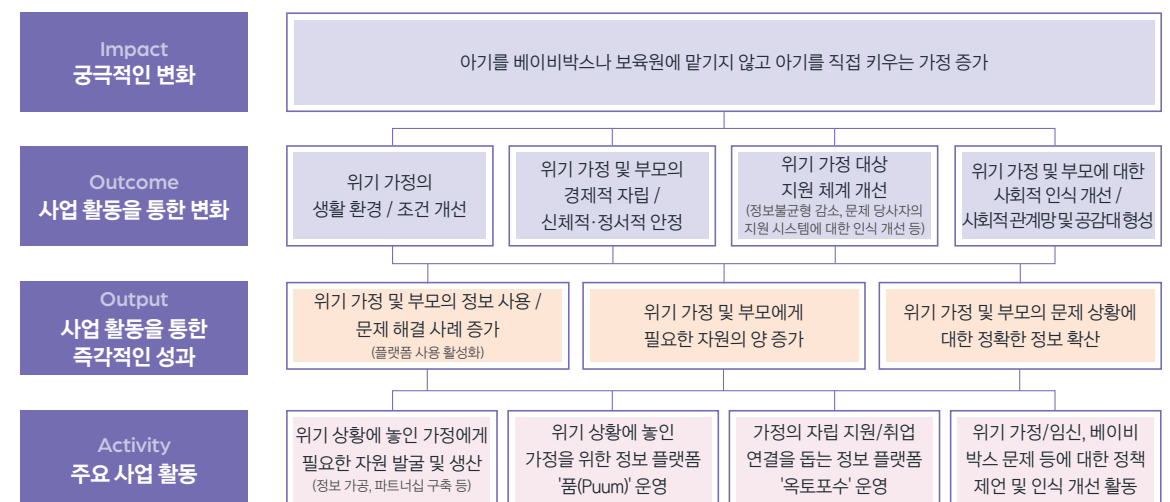
지난 10년간 베이비박스에는 약 2천 명의 아이가 들어왔습니다. 또한 현재 시설이 아닌 곳에서 자라는 저소득 아동은 약 79만 명입니다. 비투비는 베이비박스에 남겨진 아기들과 저소득 아동의 수를 통해 그들의 부모와 가정의 상황, 삶을 비추어 봅니다. 아이들이 처한 많은 상황은 부모의 선택과 직결되어 있기 때문입니다.

지난 몇 년간 비투비는 원가족이 해체되어 소외된 채로 방치된 청소년 부모, 20대 빈곤 청년, 저소득 한부모, 복지사각지대의 부모 등 다양한 부모들의 삶과 얼굴을 마주했습니다. 이들이 부모로서, 소중한 개인으로서 어떠한 도움을 받을 수 있는지조차 모를 때, 도움을 받고자 하지만 필요한 자원을 찾을 수 없을 때, 도움을 받는 방식 이외의 것을 상상하기 어려울 때- 그들의 삶은 더욱 취약해지고 아이와 함께하는 삶으로부터 더욱 멀어지게 됩니다. 비투비는 이러한 문제에 집중하여, 부모와 가정이 어떠한 어려움 속에서도 아이와 함께하는 삶을 결정할 수 있도록 이들에게 필요한 생활 자원과 자립을 연결해주는 '쉬운 온라인 플랫폼'을 제공합니다. '베이비박스'에만 시선을 두기보다는 위기 상황에 놓인 부모들의 삶을 지켜보며 이들이 마주하는 선택의 길목에 접근 가능하며, 필요에 맞는 연결이 놓일 때 비로소 아기들이 가정에서 자랄 수 있는 사회가 만들어질 수 있다고 믿습니다.

비투비는 한 가정이 열악한 상황에서도 항상 '함께하는 삶'을 꿈꾸고, '더 나은 삶'을 누릴 기회를 얻을 수 있도록 함께합니다.

THEORY OF CHANGE

비투비가 변화를 만드는 과정



IMPACT STRATEGY
비투비의
임팩트 창출 전략

비투비는 비영리스타트업으로서 외부 환경 변화에 빠르게 적응하며 제한된 자원으로 임팩트를 제고하기 위해 4가지 핵심 역량 **기업가정신, 기술, 혁신, 경영**을 강화해 나가고 있습니다. 또한 더욱 많은 위기 가정이 안정을 찾고, 아기와 함께하는 삶을 살아갈 수 있도록 비투비의 문제의식에 공감하고, 문제 해결을 지지하며, 해결을 위한 실천/활동에 직접 참여하는 지지기반 **Supporter base**을 강화해 나가고 있습니다. 이러한 지지기반은 비영리스타트업의 지속가능성을 좌우하는 동력이자 핵심 요소입니다. 비투비는 한부모 고용 협력기업, 자원봉사자 및 후원자, 위기 가정 지원 민간 기관으로 구성된 핵심 지지기반그룹과 함께 더욱 효과적이고 지속가능한 변화를 만듭니다.

핵심 역량	기업가정신 Entrepreneurship	비투비가 기업가정신을 발휘하여 해결/돌파하고자 하는 문제 대상	#위기 가정	#베이비박스/저소득 한부모 가정 문제
	기술 Technology	비투비가 문제 해결을 위해 사용하는 핵심 기술	#모바일 플랫폼	
	혁신 Innovation	비투비 솔루션의 차별성	#사용자 친화/맞춤형 UI·UX	#정보 아카이빙/지원 기관 연결망 구축
	경영 Management	비투비의 경영 전략/방향성	#Scale-up	#위기 가정을 위한 자원 확충/자원 연결 효과성 향상
임팩트 전략 주요 키워드				

SRM STRATEGY
비투비의
지지기반 관계 관리

지지기반 관계 관리 **Supporter Relationship Management** 전략이란 지지기반과의 관계를 형성하여 더욱 많은 이해관계자의 적극적인 문제 해결 참여를 이끌어내기 위한 경영 전략을 의미합니다. 비영리스타트업은 지지기반을 대상으로 적절한 커뮤니케이션 및 홍보 전략을 수행하고, 네트워킹 및 역량 강화를 포함한 다양한 참여의 기회를 제공함으로써 지지기반을 유입하고, 유지하며, 강화시킬 수 있습니다.

핵심 지지기반	지지기반 유입 전략	지지기반 유지 전략	지지기반 강화 전략
 한부모 고용 협력 기업	· 기업 대상 비투비 홍보/ 한부모 자립지원 사업 제안 · 한부모 및 기타 당사자 개별 니즈에 맞는 기업에 대리 컨택, 당사자-기업 연결 지원 활동	· 기업 지원 사례 관리(수혜자와의 지속적인 컨택/변화 트래킹 등) · 비투비 플랫폼(옥토포수)사용 인센티브 제공(플랫폼을 통한 채용 진행, 기타 지원/재용 기능 제공 등)	· 기업 행정/성과 관리 지원 및 보조 활동 수행 (사회성과 홍보, 기부금 영수증 제공 등)
 자원봉사자 및 후원자	· 언론 보도 및 SNS 채널 운영	· 자원봉사 인센티브 제공 (봉사 인증 등) · 비투비 활동 성과 공유 (뉴스레터-월간 임팩트)	· 비투비 활동에 대한 피드백 및 의견 수렴/후원 및 자원봉사 참여 인센티브 구축 · '비투비 나이트' 등 행사 운영
 위기 가정 지원 민간 기관	· 유관 기관 대상 비투비 홍보 · 기관의 기존 지원 내용/방식에 적합한 기능 추가/관련 논의 참여 유도(품, 옥토포수)	· 비투비 플랫폼 앱 '품(PUUM)' 사용 인센티브 제공(기관 및 지원 제도 홍보, 앱 플랫폼을 통한 지원 신청 및 관리 연결/관련 기능 제공 등)	· 비투비 앱 플랫폼 개선/발전 방향 논의 참여 · 위기 가정 지원 체계 개선/신규 자원 발굴을 위한 인사이트 공유

비투비와 함께
문제를 해결하는
가치 공동체 형성

공동의
사회적 가치 창출
(social value
co-creation)

임팩트 극대화/
System Change
창출 가능성 제고

IMPACT INSIDE
솔루션 및 사회성과 소개

비투비가 변화를 만들어내는 방식과
핵심 성과를 소개합니다

◆ SOLUTION HIGHLIGHTS & KEY PERFORMANCE

- 01 아기를 키우는 모든 부/모를 위한 맞춤 정보 플랫폼 ‘품(PUUM)’ 운영 및
기타 생활 지원 제공
- 02 저소득 한부모 가정 및 취약 가족의 자립/일자리 연계 지원 플랫폼 ‘옥토포수’ 운영
- 03 위기 가정 및 베이비박스 문제에 대한 인식 개선 및 R&D 활동

◆ IMPACT STORY

비투비와 함께 성장하며 베스트 싱글맘을 꿈꾸는 보영님의 이야기

아기를 키우는 모든 부/모를 위한 맞춤 정보 플랫폼 '품(PUUM)' 운영 및 기타 생활 지원 제공

'품(PUUM)'은 아기를 키우는 부모가 위기 상황을 잘 대처하고, 한 가정으로서 삶의 다음 단계를 설계할 때 필요한 정보를 제공하는 앱입니다. '품'에는 민간과 정부를 포괄한 모든 영역의 지원 정보가 모여 있으며, 어떠한 위기 상황에서도 필요한 정보를 쉽고 빠르게 찾을 수 있도록 사용자가 직접 입력한 상황에 맞는 맞춤형 정보를 종합적으로 제시합니다. 또한 '품'에서는 동시에 여러 명의 인원이 필요한 상담을 연결 받는 것도 가능합니다. 어떠한 상황에서도 아기와 함께하는 삶에 대한 희망을 놓지 않고 앞으로의 삶을 설계해 나갈 수 있으려면 위기 상황의 부모가 경험하는 삶의 여정과 단계, 생애주기와 밀접하게 맞닿은 다양한 자원과 폭넓은 지원 체계가 필요합니다. 그래서 비투비는 가정에게 정말 필요한 자원은 꼭 찾아내어 '품'을 통해 연결하고, 없는 자원은 만들어서라도 제공하며, 때로는 가족처럼 부모와 아기의 옆에서 문제 해결과 변화의 과정을 함께하고 있습니다. (2022년 3월, 기존 품 웹사이트에서 기능을 개선한 앱 '품 2.0' 출시)



앱 '품(PUUM)' 메인페이지

비투비-이대목동병원 취약위기가정 의료지원 업무협약

KEY PERFORMANCE | 2020~2022.06 누적 데이터(품 1.0 및 2.0 데이터 종합)

품에 업로드된
정보 콘텐츠의 개수

951개

품 전체 페이지 조회수
• 2022.06 기준

336,570뷰

품 가입자 수

2,080명

비투비 플랫폼/지원 사업
운영 협력 기업의 수

106개

품 전체 방문자 수
• 2022.06 기준

26,434명

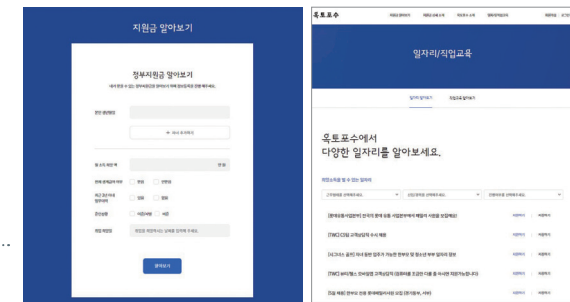
품을 통한 지원 수혜
사례 발생 건수

1,272건

저소득 한부모 가정 및 취약 가족의 자립·일자리 연계 지원 플랫폼 '옥토포수' 운영

옥토포수는 오해를 해소하는 것에서부터 시작되었습니다. 바로 '취업을 하면 정부 지원이 끊긴다'는 오해입니다. 옥토포수는 한부모 가정 및 취약 가족이 취업 준비 중에도, 취업 이후에도 제공받을 수 있는 지원금을 확인하여 직접 계산해보고, 본인의 상황에 맞는 자원을 찾아 활용하며 취업에 도전할 수 있도록 돕는 웹 기반 솔루션입니다. 당장 급한 생계 문제를 해결해야 하는 상황에서 취업을 준비하기 위해서는 단순히 '취업' 자체를 위한 지원뿐만 아니라 취업 준비 기간 동안의 생활을 지탱해 줄 수 있는 다양한 자원이 필요합니다. 그래서 비투비는 이 기간을 지나는 가정에게 식품, 물품 등의 지원을 연결하여 이들이 취업 과정을 완주해낼 수 있도록 서포트합니다. 또한 옥토포수는 한부모 가정 및 취약 가족이 지속가능한 경제적 자립을 이룰 수 있도록 '좋은' 기업을 연결하고, 보다 '높은 소득'의 직종에 종사하는 데 도움이 될 수 있는 취업 교육을 제공합니다. 이를 위해 비투비는 한부모 친화적 기업을 발굴하여 일자리를 직접 연결하고, 옥토포수를 통해 더욱 많은 기업 채용이 이루어질 수 있도록 기업 파트너십을 더욱 확장해 나가고 있습니다. 또한 최근에는 한부모가정 및 취약가족을 대상으로 코딩 및 디지털마케팅, CS/CX 매니저 교육 등 IT 분야의 취업 교육을 제공하였습니다.

옥토포수 사용자 맞춤형
정부 지원금 검색 웹페이지



옥토포수 사용자 맞춤형
일자리/직업교육 검색 웹페이지

KEY PERFORMANCE | 2021~2022.06 누적 데이터

옥토포수에 업로드 된
정보 콘텐츠의 개수

26개

비투비가 발굴한
한부모 가정 고용 협력 기업의 수

4개

옥토포수 전체 방문자 수

838명

옥토포수 가입자 수

68명

옥토포수를 통한
지원 수혜 발생 건수
(교육, 취업 연계 등)

43건

비투비 플랫폼을 통해
위기 가정이 확보한
지원금 총액

약 2억 2백만 원

비투비와 함께 성장하며 베스트 싱글맘을 꿈꾸는 보영님의 이야기

Q. 보영님과 비투비의 만남에 대해 소개해주세요.

A. 제가 돌이 조금 넘은 아이를 혼자 키우고 있을 때였어요. 2016년경에, 1인으로 활동하고 계셨던 윤지님을 처음 뵈었죠. 그때 당시에 윤지님의 주된 타깃은 특히 어린 아이를 키우는 엄마들, 정말 벼랑 끝으로 몰린 엄마들을 최우선으로 보셨던 것 같아요. 단체나 기관에서 나온 사람도 아니고, 이렇게까지 우리에게 대해서 관심을 갖는 개인이 있다는 게 되게 신기하기도 했죠. **적극적으로 애쓰시는 모습이 마음에 와닿아서 첫 만남 이후에도 지속적으로 연락하며 인연이 지금까지 이어졌고, 지금은 비투비의 자문 이사로 활동하고 있어요.** 6살 아이를 데리고 다른 자문 이사님, 법무이사님 옆에 앉아서 정기총회도 함께 해왔어요. 회의 때마다 경험자로서 의견을 솔직하게 공유하고, 비투비 플랫폼의 개선 방향에 대해서도 이야기하고. 문제 당사자로서 상징성을 제대로 보여주고 있죠.

Q. 비투비는 무엇이 좀 다른가요? 보영님이 생각하시는 비투비의 강점이나 사회적 의미는 무엇인가요?

A. 비투비는 '진정성'이 있어요. 엄마와 아이를 그저 한 번 도와주고 끝나는 게 아니라, 스스로 정말 물고기를 잡을 수 있게 도와주고 이끌어 주는 걸 목표로 하잖아요. 엄마들마다 상황이 너무 달라서 하나하나 맞춰서 해결하고, 자립을 돕는 건 정말 어렵죠. 하지만 비투비는 어렵더라도, 그 목표를 실현해내는 과정에 있다는 점에서 의미가 커요.



보영님의 새로운 직장

위기 상황에 놓인 가정에게 필요한 자원을 연결해주는 데, 연결 '그 이후의 변화'를 목표로 이런 일을 하고 있다는 자체가 임팩트가 크다고 생각해요. 저는 아이를 키우면서 지금까지 정말 많은 기관을 가봤고, 정말 다양한 관계자를 만나봤거든요. **비투비는 부모들이 제공되는 자원에만 의존하지 않고, 정말 필요한 것을 얻어서 스스로 설 수 있게 도와줘요.** 아이가 성장하려면 의식주 외에도 놀이나 문화 생활, 교육적인 지원이 필요하고 엄마가 자립하려면 취업 정보가 필요하죠. 비투비는 당사자에게 진짜로 필요한 것을 주려고 해요.

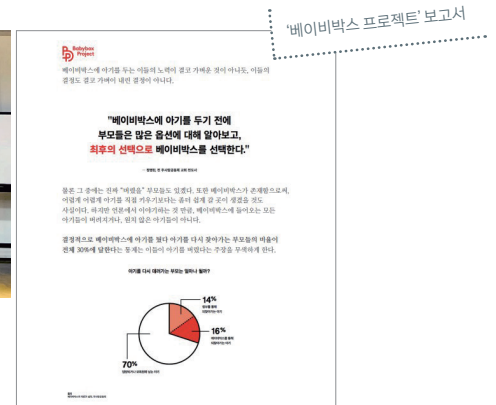
Q. 비투비와 보영님의 미래, 어떤 기대를 갖고 계신가요? 어떤 변화를 함께 만들어 나가고 싶으세요?

A. 우선 비투비가 만들고자 하는 변화에 걸맞은 사업 규모를 갖출 수 있도록 더욱 많은 사람이 참여하고, 비투비가 더욱 커졌으면 좋겠어요. 새로운 변화에 발 빠르게, 민첩하게 반응하는 기관이 됐으면 하고요. 요즘 미혼모 시설에 가보면 엄마들이 03년생, 이렇게 굉장히 어려요. 시간이 흐를수록 우리가 만나게 되는 미혼모의 연령대는 계속 낮아지고, 연령대의 폭도 더 넓어질 수 있죠. 이 사람들을 돕기 위해서는 비투비가 지금 상태를 유지하는 것이 아니라 **더욱 유연하게, 개방적으로, 변화하는 모습을 보여주는 것이 중요하다고 생각해요.** 저는 말레이시아로의 해외취업을 앞두고 있는데요. 그곳에서 잘 적응하고 자리 잡은 후에 '해외에서 대성공한 한국의 싱글맘'의 사례로 남고 싶어요. 비투비에서는 현재 당사자로서 상징성을 갖고, 사내 이사로써 활동에 참여하고 있는데요. 앞으로는 비투비에 찾아오는 엄마들을 직접 도울 수 있는 일을 하고 싶어요. 다른 부모들도 저처럼 스스로 기회를 찾아 자립할 수 있기를 바랍니다.

위기 가정 및 베이비박스 문제에 대한 인식 개선 및 R&D 활동

위기 상황에서도 아기와 함께하는 삶을 살고자 하는 부모의 마음과 상황을 가장 잘 이해하는 서비스를 만들기 위해 비투비는 많은 사람들과 연결되어 함께 일하고 있습니다. 위기 가정에 필요한 지원 정책 DB를 모으고, 없는 지원은 함께 만들며, 그렇게 모은 데이터 하나가 위기 상황에 놓인 부모의 필요와 관심에 꼭 맞는 솔루션으로 사용될 수 있도록 데이터에 태그를 붙이는 작업까지— 작은 과정 하나하나에 다양한 자원봉사자와 파트너사가 함께 참여하고 있습니다. 또한 비투비는 매월 <월간 임팩트>를 발행하여 비투비 플랫폼 사용자의 변화와 경험을 소개하고, 비투비와 파트너사가 만든 다양한 성과를 공유하며 위기 가정 및 베이비박스 문제 해결을 위한 연대와 소통을 지속해오고 있습니다. 뿐만 아니라 위기 가정을 위한 더욱 포용적인 사회가 만들어지고, 가정의 회복을 위한 시스템 체인지가 이루어질 수 있도록 다양한 정책 제언 활동에도 꾸준히 참여하고 있습니다. (2020년 국회입법조사처 주최 간담회 참여, 2021년 국회토론회 참여, 2022년 대통령 인수위 사회문화분과에 정책제언 참여)

비투비 베라톤(DB 작업 자원봉사자) 참가자와 함께한 사진



KEY PERFORMANCE | 2019~2022.06 누적 데이터

비투비의 정책 제언 행사/
활동 참여 횟수

5회

베이비박스 및
위기 가정 관련 자료
발간 건수

베이비박스 프로젝트 보고서 1건

뉴스레터 구독자 중
후원 참여자 평균 비율(%)
• 2021~2022.06 기준

23%

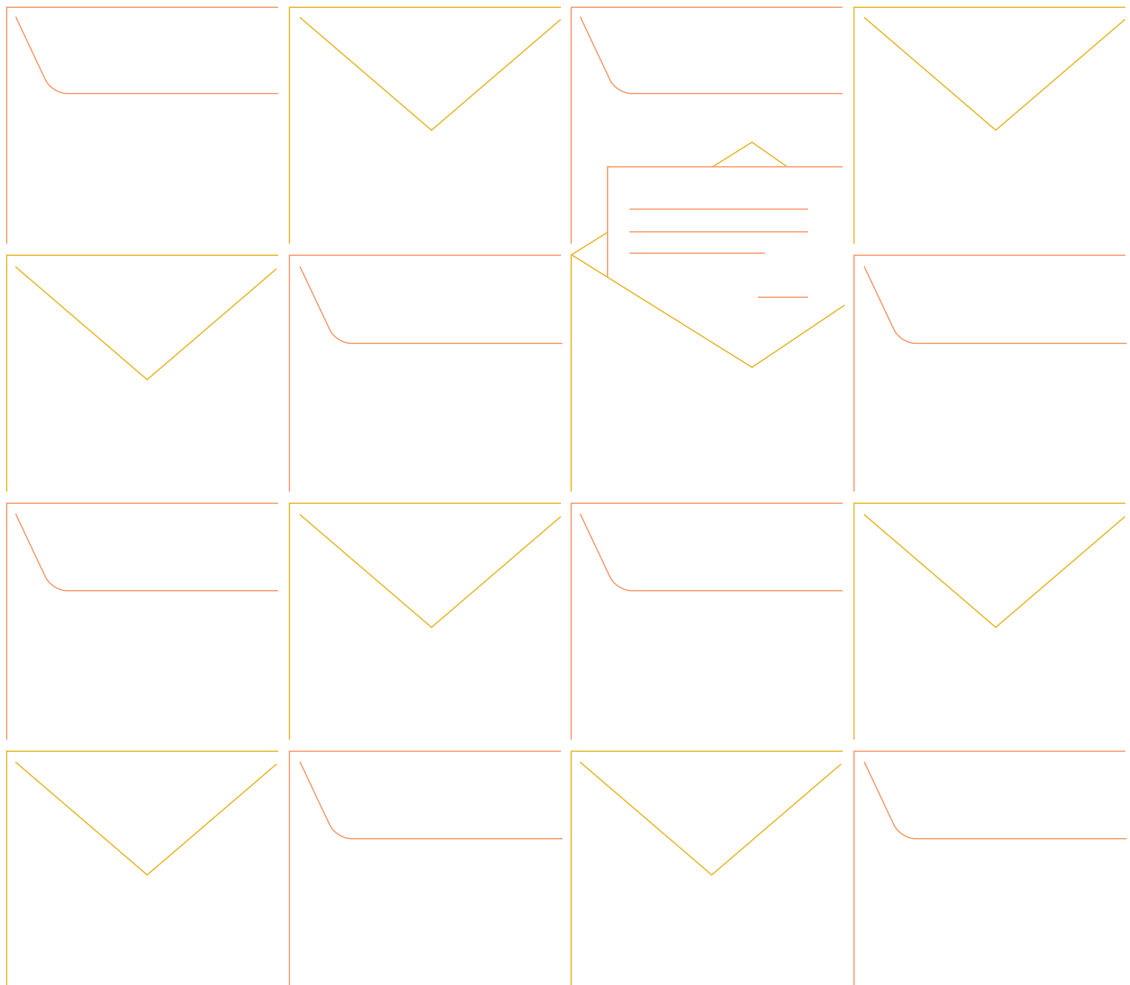
뉴스레터 <월간 임팩트>
구독자 수
• 2021~2022.06 기준

1,496명

비투비의 콘텐츠 및 서비스를
정기적으로 사용하거나
사업에 활용하는 기관의 수

6개

2022



아산나눔재단
비영리스타트업
성장 지원 프로그램

아산나눔재단 비영리스타트업 성장 지원 프로그램은 사업과 조직의 빠른 성장을 준비하는 초기 비영리 조직을 선정해 다각도로 지원하는 프로그램입니다. '기업가정신과 혁신, 그리고 기술과 경영을 기반으로 사회적 가치를 창출하는 초기·소규모 비영리 조직'을 선발해 이들이 사회적 임팩트를 확장할 수 있도록 돕습니다. 아산나눔재단은 이들의 도약과 임팩트 확장을 위한 프로젝트 지원금을 제공하고, 혁신역량 강화에 필요한 분야별 전문가 및 자원을 연계하며, 기관별 맞춤형 성과지표를 개발할 수 있도록 지원합니다.

본 리포트는 아산나눔재단의 지원을 받아 제작되었으며, 임팩트 측정·관리 및 컨설팅 전문 기관인 (주)임팩트리서치랩이 작성한 리포트입니다.

INTRODUCTION
비영리스타트업 소개

손 편지를 통해 사회구성원을 연결하고, 위로를 전하는

온기

사단법인 온기

기관 정보		SDG ALIGNMENT	
대표자	조현식	 SDG 3.4 정신건강 및 복리 증진	
설립일	2021.06.		
홈페이지	www.ongibox.co.kr		
Contact	ongi@ongibox.co.kr		

#고립

#단절

#우울감

#심리적 안전망

#소통

#공감

#손 편지

우연히 잡화점에 숨어 들어간 줌도독들은 과거로부터 온 고민 상담편지에 답장을 해주기로 결심하며 말합니다. “별로 대단한 충고는 못 해주더라도, 당신이 힘들어한다는 건 충분히 잘 알겠다, 어떻게 열심히 살아달라, 그런 대답만 해줘도 틀림없이 조금쯤 마음이 편안해질 거라고.” 유명 소설 <나미야 잡화점의 기적>에서는 과거와 현재를 넘나들며 편지를 통해 공감과 위로가 전달됩니다. 한 번도 본 적 없는 사람일지라도, 심지어는 백지 편지를 보낸 사람일지라도, 서로 편지를 주고받으며 진한 공감으로 연결되고, 많은 심경의 변화가 발생합니다. 2017년 2월, 소설 속의 이야기를 우리 사회에 실현하고자 삼청동 돌담길에 설치한 우편함은 현재 300명의 우체부 자원봉사자가 함께하는 ‘온기 우편함’ 사업으로 발전하였습니다.



온기는 매주 200통의 손 편지 답장을 전하고 있으며 온기우체부와 사연자가 주고받는 편지를 통해 소설 속 이야기보다 진한 유대와 공감, 연결, 치유가 발생하고 있습니다. 때로는 솔직하게 어려움을 토로하고 마음을 표현하는 것만으로도 일상의 무게를 덜어낼 수 있지만, 일상을 가볍게 만드는 작은 기회조차 없다고 느껴질 때 작은 우울감이나 외로움은 일상 전체를 삼키는 큰 질병이 되고 장기간의 단절로 이어지기 쉽습니다. 그래서 온기는 일상 속에서 쉽게 실천할 수 있는 솔루션을 제공합니다. 어떠한 형태로든 편지를 작성하여 온기 우편함에 넣으면 온기우체부로부터 답장을 받을 수 있습니다. 그리고 온기우체부는 사연을 읽으며 보이지 않지만 우리와 함께 살아가는 사람들의 이야기에 공감하고, 답장을 작성하며 소중한 연결의 계기를 직접 만들 수 있습니다. 온기는 우리와 함께 살아가는 이들을 이해하고, 서로의 일상을 소중하게 다룰 수 있는 따뜻한 사회를 만들고자 합니다.

PROBLEM

온기가 해결하는 문제

“어쩌면 ‘괜찮아, 다 좋아질거야’라는 응원을 받고 싶었는지도 모르겠어요. 힘든 하루를 보내고 편지를 보자마자 눈물이 그렇그렁 맺혔습니다. 나를 알고 있는 누군가에게도 말 못할 고민을 익명의 누군가에게 말하고, 또 위로를 받을 수 있다는 것이 어찌 보면 쓸쓸한 현실일 수도 있지만, 이렇게 위로 받고 힘내서 세상에 나아갈 수 있게 되어 감사의 인사를 전하고 싶습니다”

한국의 우울증 유병률은 OECD 1위로, 자살률은 지난 17년간 1위를 기록했습니다. 하지만 매우 심한 중증의 우울증 치료율은 약 11%에 불과합니다. 다양한 상황에서 느낄 수 있는 일상의 우울감이 모두 극심한 우울증으로 변하는 것은 아니지만, 심리적 어려움과 우울감을 느끼는 상황을 표현할 수 있는 소통의 기회나 그러한 상황을 공유할 수 있는 관계가 부재할 때 가벼운 마음의 감기는 우리가 모르는 사이 커다란 질병으로 변하기 쉽습니다. 코로나19로 인한 단절이 심화되며 ‘코로나블루’가 사회적 문제로 대두된 것 또한 같은 맥락입니다. 온기는 일상의 무게에 짓눌려 치료나 상담, 새로운 관계 형성을 위한 채널의 문을 두드리는데조차 어렵다고 느껴질 때 좀 더 쉽게, 진심 어린 작은 공감에서부터 치유를 경험할 기회를 제공합니다. 기존의 많은 심리 상담 및 정서 지원 솔루션, 기술 기반의 다양한 소통 채널보다 조금은 단순할 수 있지만, 일상 속에서 쉽게 실천할 수 있는 편지 솔루션을 제공함으로써 사연자와 답장 전달자 모두 멀지만 더욱 가까이, 작지만 더욱더 오래 가는 치유와 연결을 경험할 수 있도록 지원합니다. 온기는 진심을 담은 편지를 통해 누구나 안전하게 접근하고, 소속될 수 있는 사회적 연결망을 지어 나가고 있습니다.

THEORY OF CHANGE

온기가 변화를 만드는 과정



IMPACT STRATEGY

온기의
임팩트 창출 전략

온기는 비영리스타트업으로서 외부 환경 변화에 빠르게 적응하며 제한된 자원으로 임팩트를 제고하기기 위해 4가지 핵심 역량^{기업가정신, 기술, 혁신, 경영}을 강화해 나가고 있습니다. 또한 더욱 많은 사람들이 편지를 통해 일상 속에서 작은 연결과 공감을 경험하며 더욱 건강한 삶을 살아갈 수 있도록 온기의 문제 의식에 공감하고, 문제 해결을 지지하며, 해결을 위한 실천/활동에 직접 참여하는 지지기반^{Supporter base}을 강화해 나가고 있습니다. 이러한 지지기반은 비영리스타트업의 지속가능성을 좌우하는 동력이자 핵심 요소입니다. 온기는 온기우체부(자원봉사자 그룹), 후원자, 협력기업으로 구성된 핵심 지지기반 그룹과 함께 더욱 효과적이고 지속가능한 변화를 만듭니다.



SRM STRATEGY

온기의
지지기반 관계 관리

지지기반 관계 관리^{Supporter Relationship Management} 전략이란 지지기반과의 관계를 형성하여 더욱 많은 이해관계자의 적극적인 문제 해결 참여를 이끌어내기 위한 경영 전략을 의미합니다. 비영리스타트업은 지지기반을 대상으로 적절한 커뮤니케이션 및 홍보 전략을 수행하고, 네트워킹 및 역량 강화를 포함한 다양한 참여의 기회를 제공함으로써 지지기반을 유입하고, 유지하며, 강화시킬 수 있습니다.



IMPACT INSIDE

솔루션 및 사회성과 소개

온기가 변화를 만들어내는 방식과 핵심 성과를 소개합니다

✦ SOLUTION HIGHLIGHTS & KEY PERFORMANCE

- ① 사연 수집 및 답장 전달(온기우편함 설치 및 온기 우체부 운영)
- ② 다양한 사회구성원 간의 정서 지원/연결 프로그램 운영

✦ IMPACT STORY

사회에 필요한 연결을 발생시키는 온기의 확산을 꿈꾸다, 온기 '조현식 대표님'의 이야기

사연 수집 및 답장 전달 (온기우편함 설치 및 온기 우체부 운영)

온기는 일상에서 보다 쉽게 참여하고, 실천할 수 있는 손 편지/우편 솔루션을 운영하고 있습니다. 누구든지 일상의 무게를 너무 큰 부담 없이, 언제든지 손쉽게 공유할 수 있도록 일상의 장소 곳곳에 온기우편함을 설치하여 사연을 수집하고 있습니다. 또한 공식 홈페이지의 '온라인 온기우편함'을 운영하여 온기우편함을 직접 찾아가지 않더라도 마음을 담은 사연을 언제든지 보낼 수 있도록 지원하고 있습니다. 최근 온기는 **우정사업본부와 함께 온기우편함의 전국적인 확산을 계획하고 있습니다. 우리가 골목이나 길가, 우체국 앞에서 마주치는 빨간 우체통 옆에 온기우편함을 설치하여 온기 솔루션의 접근성을 높이고, 이를 통해 더욱 많은 이들이 자신의 마음을 표현하고 공감과 연결을 받을 수 있도록 지원하고자 합니다.**

온기를 찾아오는 사연의 모습은 정말 다양합니다. 꾸깃꾸깃한 영수증 종이, 찢긴 노트에 적혀 보내진 몇 줄의 사연일지라도 그 속에는 우리가 미처 보지 못했던, 또는 미디어나 뉴스를 통해 접했던 이야기들이 담겨있습니다. 10대부터 60대까지. 도전과 실패, 입학에서부터 취업, 결혼과 출산, 죽음까지. **온기우편함을 찾아오는 익명의 희로애락과 삶의 무게는 우리가 살아가는 사회의 현주소를 보여주기도 합니다.** 온기는 정기적으로 사연을 분석하여 어디에, 누구에게, 어떠한 모양의 공감과 연결이 더욱 많이 필요한지를 데이터화하고 있습니다. 또한 누구나 사연자 또는 온기우체부가 될 수 있도록 온기를 다시 찾아온 사연자들의 답장을 홈페이지 아카이브, 뉴스레터, 도서 등 다양한 형태로 공유합니다.



KEY PERFORMANCE | 2019~2022.06 누적 데이터



다양한 사회구성원 간의 정서 지원/ 연결 프로그램 운영

온기는 본인의 마음을 써 내려가는 과정에서부터 많은 변화가 시작될 수 있다고 믿습니다. 편지를 보내는 즉시 손 편지 답장을 받을 수 없다 하더라도, 나의 진심을 누군가에게 털어놓음으로써 일상의 불안을 조금이라도 낮추고 사연자 스스로 본인의 상황을 돌아볼 수 있는 시간이 만들어질 수 있습니다. 사연에 답장을 보내는 이들 또한 마찬가지입니다. 익명의 사연이지만, 사연자를 이해하고 공감하며 그에게 충분한 위로와 응원이 전해질 수 있도록 한 마디 한마디 고민해 나가는 과정에서, 나의 경험과 가치관을 되돌아보며 우체부의 마음속에도 치유와 에너지가 채워질 수 있습니다. 온기는 다양한 기관과 함께 협력하여 우리 사회에서 보다 많은 공감이 필요한 대상을 발굴하여 이들에게 손 편지를 전달하고, 때로는 더욱 큰 공감과 연결의 시너지가 발생할 수 있는 사람들을 연결하여 손 편지를 통한 치유와 공감의 기회를 확산해 나가고 있습니다. 시니어가 1인 가구 청년에게, 기관의 운영/관리자가 우리의 기업을 찾는 많은 사람들에게, 때로는 청년이 청년에게. 온기는 그동안의 노하우와 데이터를 기반으로 다양한 기관과 협력하며 보다 많은 이들이 서로 연결되고, 일상의 무게를 함께 덜어나갈 수 있는 문화를 형성하고 있습니다.



1인 가구 청년 대상
손 편지 답장 활동
(서울시50플러스재단
중부캠퍼스의 중·청년 봉사자)

기업 CSR 프로그램 운영
(CGV 임직원 봉사활동)

KEY PERFORMANCE | 2019~2022.06 누적 데이터

사회구성원 간 연결 및
정서 지원 사업의 대상 유형 수

6개

사회구성원 간 연결 및
정서 지원 사업 참여자 수

450명

온기의 프로그램/
사업 운영 협력 기관의 수

35개

사회구성원 간 연결 및
정서 지원 사업의
사연-답장 교환 건수

450건

온기의 콘텐츠 및
프로그램을 정기적으로
활용하는 기관의 수

9개

사회에 필요한 연결을 발생시키는 온기의 확산을 꿈꾸다, 온기 '조현식 대표님'의 이야기



Q. 온기의 2022년은 어떠했나요?

올해의 가장 큰 성과는 무엇이었나요?

A. 온기는 최근에 우정사업본부와의 협력을 통해서 정기적인 기부금도 받고, 전국에 있는 모든 빨간색 우체통 옆에 온기우편함을 설치할 수 있게 됐어요. 처음엔 우편함 한 개를 설치하는 것도 너무나 어려웠는데, 많은 기관과의 협력이 발생하면서 빠른 속도로 온기 인프라를 확장해 나가고 있어요. 온라인 온기우체부 활동도 시작해서 더욱 많은 분들이 집에서 사연을 보내고 답장을 전할 수 있게 되었고요. 올해는 더더욱 온기 솔루션을 확장하고 더욱 많은 곳에 사회적 안전망을 확보할 수 있는 기회가 찾아왔어요. 모두 온기우체부와 함께 최선을 다해온 것에 대한 결과죠.

Q. 온기의 가장 큰 장점은 무엇인가요?

현재 온기에게 가장 중요한 챌린지는 무엇인가요?

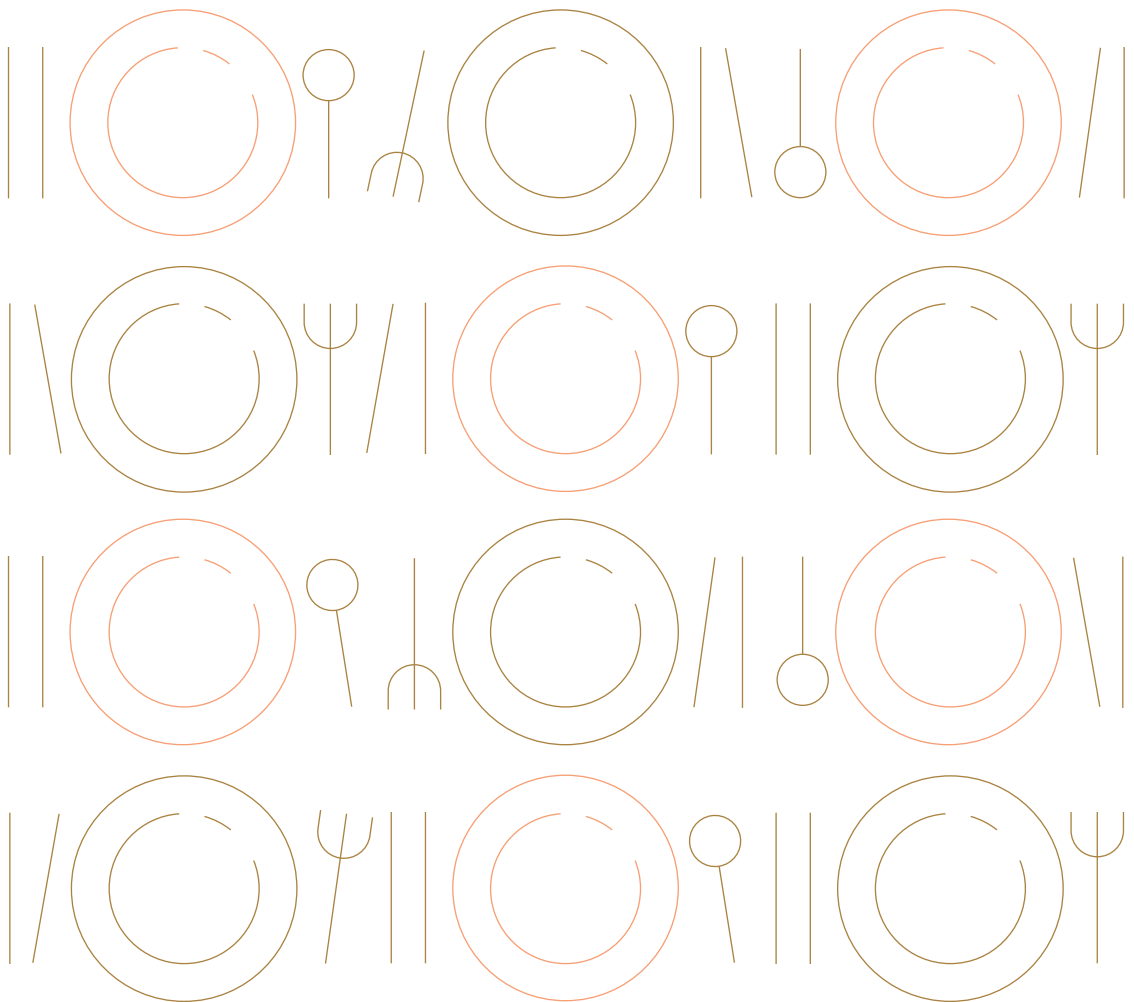
A. 온기의 가장 큰 장점은 "타인을 향한 진심"이라고 생각해요. 온기가 진심을 담아내는 방법이 곧 저희의 전문성이고요. 저희가 사용하는 편지지에 협력 기관의 로고를 붙여 넣을 수도 있지만, 사연을 보내는 이가 우편함에 찾아와 후에 답장이 담긴 봉투를 여는 순간까지. 그 과정을 다시 한번 생각해보며 다른 결정을 과감히 내리는 그런 "진심"이요. 가끔은 정말 비효율적으로 보이지만, 한편으로는 그 비효율을 지켜내기 위한 많은 결심이 있었던 것 같아요. 그리고 그러한 진심을 '손 편지'라는 방식으로 최대한 효과적으로 전달하기 위해 다양한 분석과 측정을 거듭하며 저희에게 필요한 방법을 계속 찾아 나가고 있구요. 또한 현재 빠른 속도로 늘어나고 있는 온기우체부는 온기에게 가장 중요한 존재이자, 핵심역량이에요. 지금은 몇 가

지의 구체적인 원칙을 기반으로 온기우체부를 운영하고 있는데요. 사연자에 대한 '충조평판을 지양한다'는 원칙은 우체부 간의 관계에서도 동일하게 적용하면서 느슨하지만 서로 존중하며 언제든지 연결될 수 있는 그런 커뮤니티를 형성하기 위해 노력하고 있어요. 특히 최근에는 협력의 범위가 넓어지면서 각 기관에 우체부 봉사단을 만들기도 하고, 온라인으로도 많은 교류가 발생하고 있어요. 온기의 노하우를 커뮤니티의 확장에 어떻게 녹여 나갈 수 있을지, 비대면의 커뮤니티에서도 지속가능한 동기부여와 참여, "진심"을 어떻게 유지하고 더욱 키워나갈 것인지. 이런 부분이 온기가 앞으로 더욱 많이 고민해 나가야 하는 지점인 것 같아요.

Q. 앞으로의 온기가 가장 해내고 싶은 일은 무엇인가요?

A. 더욱 많은 온기우편함이 설치되고, 더욱 많은 온기우체부 분들이 보다 오래 활동할 수 있는 충분한 확장성을 갖는 것이죠. 지역 간의 연결이 발생하고, 저희가 생각하지 못했던 연결 지점들이 더욱 많이 만들어졌으면 좋겠어요. 서로를 연결하고, 사회적 안전망을 만드는 것이 저희가 추구하는 중요한 가치니까요. 최근에는 보건복지부와 함께 복지 혜택 사각지대에 설치된 온기우편함을 통해서 시급한 도움이 필요한 문제 당사자를 발굴하는 사업을 계획하게 되었어요. 온기의 활동이 사회적 연결과 지원이 필요한 사람들에게 실질적인 도움이 되는 과정에 쓰일 수 있으면 좋겠어요. 온기우편함이 하나의 채널이 되어서 온기우체부에게도 자랑스러운 경험을 제공하고, 사회에 필요한 정보를 수집하기도 하고, 온기가 필요한 사람에게 정말 필요한 '온기'를 전달하는 그런 기관으로 역할하고 싶습니다.

2022



KOREA
LEGACY
COMMITTEE

아산나눔재단
비영리스타트업
성장 지원 프로그램

아산나눔재단 비영리스타트업 성장 지원 프로그램은 사업과 조직의 빠른 성장을 준비하는 초기 비영리 조직을 선정해 다각도로 지원하는 프로그램입니다. '기업가정신과 혁신, 그리고 기술과 경영을 기반으로 사회적 가치를 창출하는 초기·소규모 비영리 조직'을 선발해 이들이 사회적 임팩트를 확장할 수 있도록 돕습니다. 아산나눔재단은 이들의 도약과 임팩트 확장을 위한 프로젝트 지원금을 제공하고, 혁신역량 강화에 필요한 분야별 전문가 및 자원을 연계하며, 기관별 맞춤형 성과지표를 개발할 수 있도록 지원합니다.

본 리포트는 아산나눔재단의 지원을 받아 제작되었으며, 임팩트 측정·관리 및 컨설팅 전문 기관인 (주)임팩트리서치랩이 작성한 리포트입니다.

INTRODUCTION
비영리스타트업 소개

청년과 함께 노인 빈곤
문제 해결을 위해 노력하는

코리아레거시커미티



기관 정보		SDG ALIGNMENT	
대표자	고지나	 SDG 2.1 모든 사람에게 안전하며 영양가 있는 식량을 충분히 보장	
설립일	2015. 10.		
홈페이지	www.korealegacy.com		
Contact	korealegacy@gmail.com		

코리아레거시커미티는 국내 노인 빈곤 문제를 청년들과 함께 해결하기 위해 노력합니다. 노인 결식 문제 해결을 위한 무료 급식 봉사에서 시작하여, 노인 문제에 관심이 있는 청년들과 함께 새롭고 재미있는 봉사 솔루션을 도출합니다.

#노인빈곤

#노인결식

#노인외로움

#청년봉사

#청년주도

#봉사활동

#사회문제 해결

#커뮤니티 키친

노인 인구의 빈곤 문제는 청년 인구의 부모님과 조부모만의 문제일까요? 그렇지 않습니다. 지금의 노인 분들에게 젊은 시절이 있었듯, 2030 젊은 세대에게도 언젠가 노년이 찾아옵니다. 그리고 미래에 대한 준비는 현재의 문제에 충분히 공감하고, 다양한 세대가 협력하여 함께 현재의 문제를 해결해 나갈 때 시작될 수 있습니다. 코리아레거시커미티는 이러한 신념 아래 2015년부터 노인 결식·빈곤 문제를 해결하기 위한 청년 봉사 커뮤니티를 운영해왔습니다. 다양한 지역 및 대학을 거점으로 봉사 조직을 결성하여 많은 청년 봉사자들과 함께 소외된 노인의 일상을 함께하고, 노인 인구의 문제를 앞서 고민하며, 노인 인구가 직면한 빈곤의 현실을 조금이라도 따뜻한 일상으로 채우고자 노력하고 있습니다. 코리아레거시커미티는 세대를 초월한 **transgenerational** 문제 해결 커뮤니티를 지향합니다. 청년 세대가 노년 세대를, 노년 세대가 청년 세대를, 그리고 청년 세대가 언젠가는 노인이 될 본인 시대를 지지하고, 응원하며, 현재의 문제 해결이 더 나은 미래를 만들어내기 위해 협력할 때 지속가능한 문제 해결이 가능하다고 믿습니다.



코리아레거시커미티는 청년들의 번뜩이는 아이디어와 에너지로 소외된 노인의 일상에 따뜻함을 불어넣고, 기존의 문제 해결 조직 및 지역사회의 문제 해결에 속도를 더하고자 합니다. 이를 위해 현재와 미래의 문제를 해결해 나갈 청년 주역을 발굴하고, 청년들과 문제의 현장을 연결하며, 변화를 위한 논의와 도전이 이루어질 수 있는 네트워크를 제공합니다.

PROBLEM

코리아레거시커미티가
해결하는 문제

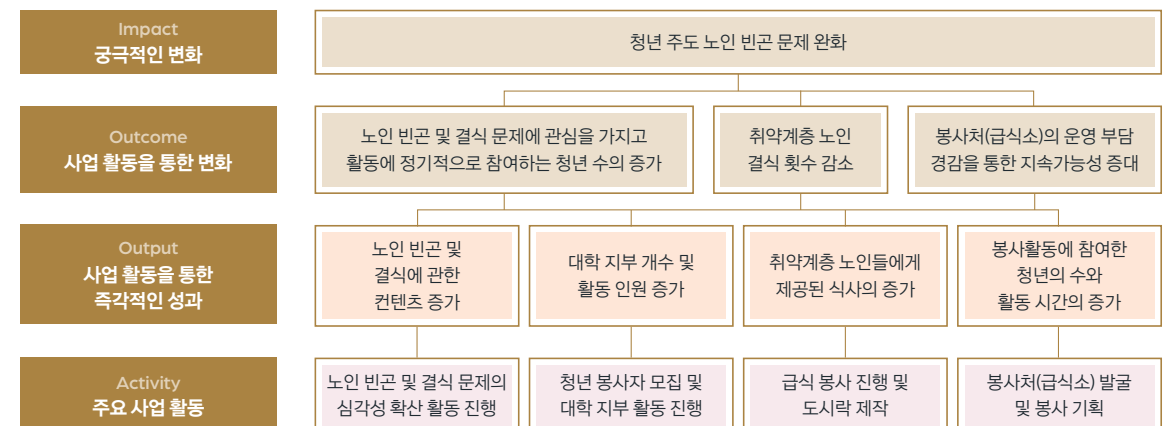
한국은 10년째 OECD 회원국 중

전세계 노인 빈곤율 1위를 기록하고 있습니다.

우리나라 전체 가구에서 노인 가구가 차지하는 비중은 2010년 17.8%에서 2020년 24%로 증가했으며, 2030년에는 35.4%에 이를 것으로 예측됩니다. 동시에 노후소득보장 체계가 미흡한 우리나라는 OECD 국가 중 10년째 가장 높은 노인빈곤율을 보이고 있습니다. 이러한 이유 때문에, 우리 사회는 노인 가구가 증가하며 노인 빈곤 가구 또한 증가할 가능성이 높은 현실에 놓여 있습니다. 실제로 우리나라의 노인 빈곤율은 43.8%로, 노인 2명 중 1명은 빈곤한 삶을 살고 있는 것으로 파악됩니다. **이렇게 경제적으로 궁핍한 어르신들이 열악한 상황 속에서 가장 먼저 줄이는 지출 항목은 무엇일까요? 안타깝게도, “식비”입니다.** 서울역 인근, 동작동 등 서울 주요 장소에서는 이렇게 빈곤 상태에 놓인 노인들이 노숙을 하거나 무료 음식을 찾아다니는 모습을 자주 볼 수 있습니다. 이는 인간다운 생활을 영위하기 위해 필수불가결한 기본적인 의식주 권리에 대한 사회적인 침해이며, 이로 인한 노인들의 건강 악화는 비단 개인의 영역이 아닌 의료비 급증 등 사회적 영역으로 확장되고 있습니다. 코리아레거시커미티는 우리나라의 급속한 성장 속에 가려져 있던 노인 빈곤 문제를 공론화하고, 이를 청년들에게 알려 문제 해결 과정에 동참시키는 일을 하고 있습니다. 무료 급식 지원을 통해 취약계층 노인들의 결식 감소 및 영양 상태를 개선하고, 청년들과 함께 다양한 기관 및 지역사회와 협력하며 노인 빈곤 문제의 근본적인 해결책을 찾고 솔루션을 적용하기 위한 다양한 시도를 거듭하고 있습니다. 코리아레거시커미티는 이를 통해 우리나라의 현실을 개선하고, 더 나아가 모두에게 더욱 안전한 미래 사회를 그려 나가고자 합니다.

THEORY OF CHANGE

코리아레거시커미티가 변화를 만드는 과정



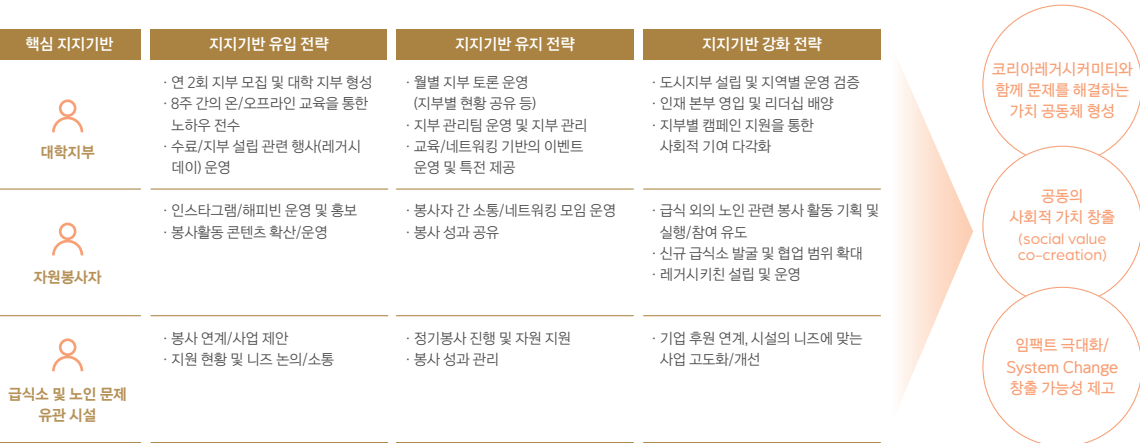
IMPACT STRATEGY
코리아레거시커미티의
임팩트 창출 전략

코리아레거시커미티는 비영리스타트업으로서 외부 환경 변화에 빠르게 적응하며 제한된
자원으로 임팩트를 제고하기 위해 4가지 핵심 역량 기업가정신, 기술, 혁신, 경영을 강화해 나가고
있습니다. 또한 더욱 많은 빈곤 노인의 결식 문제를 해결하고, 빈곤의 근본적인 문제를
해결하기 위하여 코리아레거시커미티의 문제의식에 공감하고, 문제 해결을 지지하며,
해결을 위한 실천/활동에 직접 참여하는 지지기반 Supporter base을 강화해 나가고 있습니다.
이러한 지지기반은 비영리스타트업의 지속가능성을 좌우하는 동력이자 핵심 요소입니다.
코리아레거시커미티는 대학 지부, 자원봉사자, 급식소 및 노인 문제 유관 시설로 구성된
핵심 지지기반 그룹과 함께 더욱 효과적이고 지속가능한 변화를 만듭니다.



SRM STRATEGY
코리아레거시커미티의
지지기반 관계 관리

지지기반 관계 관리 Supporter Relationship Management 전략이란 지지기반과의 관계를 형성하여
더욱 많은 이해관계자의 적극적인 문제 해결 참여를 이끌어내기 위한 경영 전략을
의미합니다. 비영리스타트업은 지지기반을 대상으로 적절한 커뮤니케이션 및 홍보 전략을
수행하고, 네트워킹 및 역량 강화를 포함한 다양한 참여의 기회를 제공함으로써 지지기반을
유입하고, 유지하며, 강화시킬 수 있습니다.



IMPACT INSIDE
솔루션 및 사회성과 소개

코리아레거시커미티가 변화를 만들어내는
방식과 핵심 성과를 소개합니다

✦ SOLUTION HIGHLIGHTS & KEY PERFORMANCE

- 01 봉사를 통한 무료 식사 제공
- 02 청년 커뮤니티 조성을 통한 노인 빈곤/결식 문제 해결

✦ IMPACT STORY

코리아레거시커미티 대학 지부가 전하는 이야기
(상명대학교 이유경 숙명여대 손도희 서울시립대학교 민현식 지부장)

봉사를 통한 무료 식사 제공

코리아레거시커미티는 청년 봉사자들과 함께 노인을 대상으로 무료 급식을 운영하는 봉사처에서 봉사활동을 진행합니다. 반찬을 만드는 데 일손을 보태고, 배식을 하면서는 노인분들과 인사를 나누고 안부를 묻습니다. 그리고 거동이 어려운 노인분들을 위해서 직접 배달하는 활동도 진행하고 있습니다. 이를 통해 결식노인들의 식사를 돕는 것은 물론, 인력난으로 운영에 어려움을 겪는 봉사처들의 부담을 덜어주고 있습니다.



급식소에서 봉사활동을 진행하는 KLC 봉사자의 모습

2022년 새로 오픈한 KLC의 레거시 키친 (Legacy Kitchen)

코리아레거시커미티는 봉사처에 방문하여 봉사활동을 하는 것 외에도 자체 채널을 통한 추가 모금을 통해 더 많은 식사가 결식노인들에게 전달될 수 있도록 합니다. 코로나19로 인해 많은 무료 급식소가 문을 닫은 상황에서도 자체 모금을 통해 10,000개 이상의 도시락을 전달하였습니다. 또한 올해부터는 코리아레거시커미티의 자체 공간이자 위성 주방인 '레거시키킨'을 운영함으로써 더욱 안정적으로 식사를 제공하고 있으며, 문제 해결 및 변화 창출을 전국적으로 확장하기 위한 기반을 만들어 나가고 있습니다.

KEY PERFORMANCE | 2019-2022.06 누적 데이터

봉사활동 운영 횟수

179 회

봉사활동 참여자 수

2,651 명

봉사활동 운영 시간

8,077 시간

노인 빈곤 문제 관련 캠페인 운영 참여자 수

6,030 명

KLC가 봉사활동을 진행한 급식소/관련 시설의 수(수혜기관의 수)

31 개

코로나19 도시락 전달 개수

10,300 개

청년 커뮤니티 조성을 통한 노인 빈곤/ 결식 문제 해결

코리아레거시커미티는 노인 빈곤 및 결식 문제를 청년들과 함께 해결합니다. 코리아레거시커미티에서 청년은 단순한 봉사자로서만 현장에 참여하지 않습니다. 청년 봉사자들은 문제 탐구자이자, 분석가이며 더 많은 문제 해결 자원 및 참여자 기반을 구축하기 위한 솔루션을 기획하고 실행하는 핵심 플레이어입니다. 이러한 청년 봉사자는 SNS 콘텐츠 홍보 및 캠페인 참여를 통해 코리아레거시커미티 정식 모임에 참석할 수 있으며, 다양한 모임 활동을 통해 다른 청년 및 문제의 현장과 연결됩니다. 코리아레거시커미티는 지금까지 1,000개 이상의 노인 빈곤 및 결식 관련 SNS 콘텐츠를 제작하였으며, 총 160만 회 이상의 조회수를 달성했습니다.



KLC의 대학 지부 활동 사진

매년 진행되는 KLC의 자선 행사(KLC GALA)

2021년 기준 전국 17개의 대학에는 코리아레거시커미티의 청년 지부가 설립되어 활발하게 운영 중이며, 대학을 거점으로 지역 내 청년 지부가 함께 협업하며 변화를 확장시켜 나갈 수 있도록 도시 지부를 세워 문제 해결의 체계 및 연결망을 구축해 나가고 있습니다. 대학생 청년들은 지부에 가입하여 정기적으로 모여 봉사활동을 기획하고, 노인 문제를 더욱 효과적으로 해결할 수 있는 아이디어를 논의합니다. 청년들에게 노인 문제는 어쩌면 지금 당장 나와 관계없는 것이지만, 활동적인 청년 세대가 노인 세대를 위한 솔루션과 활동을 도출한다는 점에서 코리아레거시커미티를 통해 세대를 초월한 포용적인 커뮤니티가 생성되고 있는 것입니다. 코리아레거시커미티는 청년의 참여를 확대하고, 지역사회에 기반한 문제 해결 거점을 구축해 나감으로써 모든 노인의 보다 풍요롭고 건강한 노년의 삶을 지원하고자 합니다.

KEY PERFORMANCE | 2019-2022.06 누적 데이터

KLC 대학 지부 개수

17 개

KLC 제작 콘텐츠의 개수

2,542 개

KLC 대학 지부 소속 청년 인원 수

368 명

KLC 제작 콘텐츠의 조회수 (인스타그램/페이스북)

2,145,386 회

대학 지부의 연간 평균 행사/활동 운영 시간

530 시간

코리아레거시커미티 대학 지부가
전하는 이야기 (상명대학교 이유경
숙명여대 손도희 서울시립대학교 민현식 지부장)



Q. KLC 활동을 통해 가장 보람을 느낄 때는 언제인가요?

A. KLC 봉사활동을 통해 어르신 분들을 직접적으로 도울 수 있다는 점이 가장 보람 돼요. 어르신 분들에게 도움이 되고, 저희를 계속 마주쳤으면 좋겠다고 말씀해주실 때 큰 보람을 느껴요. 이런 과정에서 봉사 활동이 봉사자 스스로도 치유 받을 수 있는 테라피가 될 수도 있다는 걸 깨달았어요. KLC 봉사처에 계신 분들이 저희를 엄청 반겨 주시는데, 이 과정에서 '나의 존재가 사회에서 참 의미가 있구나' 싶을 때가 있어요.

KLC가 청년 위주로 참여할 수 있는 단체이다 보니 봉사가 '내가 반드시 해야 한다'는 생각보다 '왜 안 할 이유가 뭐지?'라는 생각으로 참여하고 있어요. 청년들로 구성되어 있으니, 서로 '같이 가볼래?'라고 가볍게 권하면서 활동을 시작할 수 있는 것도 장점이에요. 직·간접적인 기회를 제공하면서 사람들과 연결되고, 배우고, 같은 문제를 고민

하는 사람들과 만나서 더 큰 보람을 느낄 수 있죠.

Q. KLC 활동을 통한 나의 성장 혹은 다른 사람의 성장 스토리가 있나요?

A. KLC 활동을 통해 정말 제 '능력'이 성장하고 있어요. 본부 조직과의 소통에서도, KLC 활동 이후 이어지는 경험을 통해서도 많이 성장할 수 있어요. 본부 조직에는 해외의 문화를 경험해보신 분들이 많은데, 한국문화와 다른 유연한 조직문화를 많이 알려주셔서 그런 부분에서 새로 알게 되는 것들이 있어요. 또한 KLC의 리더십을 통해 기업 등 실제 조직의 운영과 사업 현장을 배우며, 대학 지부 또한 그런 현장과 비슷한 형태를 갖추려 노력하고 있는데요. 이러한 과정을 지켜보고 함께하면서 자연스럽게 새로운 능력을 개발하고, 성장하는 것 같아요. 지부원 중에 한 분은 봉사/복지에 관심이 없다가 KLC 활동을 통해 이 분야가 잘 맞는다고 느끼셔서, KOICA의 YP 청년 단체의 인턴



활동까지 하셨어요. '나의 자발적인 동기에 의해서 시작된 것들이 결국 나에게 도움이 되고, 배움도 얻고, 커리어까지도 연결될 수도 있다'는 걸 깨달은 사례였죠. KLC 봉사에 5개월간 30회 이상 참여하시고, 주변 지인들도 봉사 활동에 초청해 주셨던 지부원도 계세요. 그런 분들 덕분에 봉사 인원도 많아지고, 분위기도 더 좋아졌어요. 누가 시키지 않아도, 지인이나 동기들 주변 사람들과 만나서 봉사에 참여시키고 주변에 홍보하고 추천해주는 많은 분들 덕분에 KLC가 지속적으로 뚝어나갈 수 있는 것 같아요.

**Q. 앞으로 KLC가 어떠한 역할을 할 수 있을까요?
어떠한 역할을 하길 기대하시나요?**

A. 앞으로 KLC가 노인빈곤문제 해결에 참여하는 중요한 발판이자 매개체의 역할을 이어 나갔으면 좋겠어요. 그간 KLC에서 운영한 급식 배식 활동의 역사나 기존 성과에 대

한 효과적인 소통을 기반으로 지부와 활동 범위가 더욱 확장되고 있고, 저희 지부도 그에 맞춰 다양한 역할을 하고 있어요. KLC가 현재 대학지부, 도시지부, 일반 봉사, 본부와 활동들 모두 지속적으로 해나갈 수 있다면 노인 빈곤 문제를 더 효과적으로 해결하고, 이러한 무브먼트를 이어 더욱 크게 확산시키는데 충분히 1순위가 될 수 있다고 생각합니다. 또한 어떤 큰 준비를 해서 '각'을 잡고 하는 '자선이 아니라, 일상에 자연스럽게 스며드는 그런 '자선의 일상화'를 만드는 것이 KLC의 향후 방향성이라고 생각해요. 요즘 청년들이 여러 가지 갈등/경쟁 체제에 놓여 있다 보니 여유가 많이 사라졌다는 생각을 많이 해요. 하지만 결국 인간은 사회적인 동물이고, 서로 교류하는 상황에서 더욱 단단해진다고 생각해요. KLC가 이런 믿음을 더욱 많은 사람들에게 알리는 데에 중심적인 매개체가 되기를 바랍니다.

A handwriting practice sheet with three rows of vertical lines. Each row contains a set of vertical lines, followed by a set of three horizontal lines, and then a set of three slanted lines. The lines are light blue and the background is white.

아산나눔재단
비영리스타트업
성장 지원 프로그램

아산나눔재단 비영리스타트업 성장 지원 프로그램은 사업과 조직의 빠른 성장을 준비하는 초기 비영리 조직을 선정해 다각도로 지원하는 프로그램입니다. '기업가정신과 혁신, 그리고 기술과 경영을 기반으로 사회적 가치를 창출하는 초기·소규모 비영리 조직'을 선발해 이들이 사회적 임팩트를 확장할 수 있도록 돕습니다. 아산나눔재단은 이들의 도약과 임팩트 확장을 위한 프로젝트 지원금을 제공하고, 혁신역량 강화에 필요한 분야별 전문가 및 자원을 연계하며, 기관별 맞춤형 성과지표를 개발할 수 있도록 지원합니다.

본 리포트는 아산나눔재단의 지원을 받아 제작되었으며, 임팩트 측정·관리 및 컨설팅 전문 기관인 ㈜임팩트리서치랩이 작성한 리포트입니다.

INTRODUCTION
비영리스타트업 소개

느린학습자를 위한 학습 생태계를 조성하는

피치마켓

PEACH MARKET

기관 정보		SDG ALIGNMENT	
대표자	함의영	 SDG 4.6 모든 청소년과 성인의 적정 문해력 보장	
설립일	2017.12.		
홈페이지	www.peachmarket.kr		
Contact	peachmarket@peachmarket.kr		

ABOUT PEACH MARKET

피치마켓은 느린학습자가 스스로 탐구하고, 표현하며, 삶을 확장시켜 나갈 수 있도록 새로운 학습 생태계를 조성합니다.

#느린학습자

#학습권

#정보불평등

#쉬운 글

#새로운 학습 생태계

느린학습자는 시중의 보편적인 글을 통한 정보 습득이 어려운 사람을 의미합니다. 발달 장애나 경계선 지능이 있는 사람 뿐 아니라, 문해력이 부족한 누구나 해당될 수 있습니다. 매일매일 새로운 정보가 넘쳐나는 정보의 바다 속에서 느린학습자가 읽고, 이해하며, 대화와 경험의 주제로 삼을 수 있는 정보는 매우 부족합니다. 5년 전, 피치마켓은 이러한 문제에 집중하여 느린학습자를 위한 쉬운 글 콘텐츠를 만들고 다양한 플랫폼을 통해 쉬운 정보를 확산시키는 활동을 시작했습니다. 피치마켓은 그동안 다양한 장르와 주제의 쉬운 글 도서를 제작하고 '월간 피치서가'를 운영하며 느린학습자를 위한 쉬운 정보를 제공해왔습니다.



또한 이러한 정보가 느린학습자의 일상에 꾸준히 공급되고 이들의 성장에 기여할 수 있도록 교육 현장과 연결되어 변화를 만들어 나가고 있습니다. 피치마켓을 통해 이루어지는 특수교사 간의 연결과 상호 강화 활동은 느린학습자의 일상과 피치마켓의 활동을 연결하는 가장 중요한 통로이자, 피치마켓의 핵심 역량입니다. 피치마켓은 느린학습자의 일상을 보다 다채롭게 만들고, 그들이 좋은 정보를 활용하여 스스로의 삶을 개척해 나갈 수 있도록 느린학습자의 일상을 함께하는 사람들을 지원하고, 이들과 협업하며, 느린학습자를 위한 새로운 교육적 시도를 실천하고 있습니다.

PROBLEM

피치마켓이 해결하는 문제

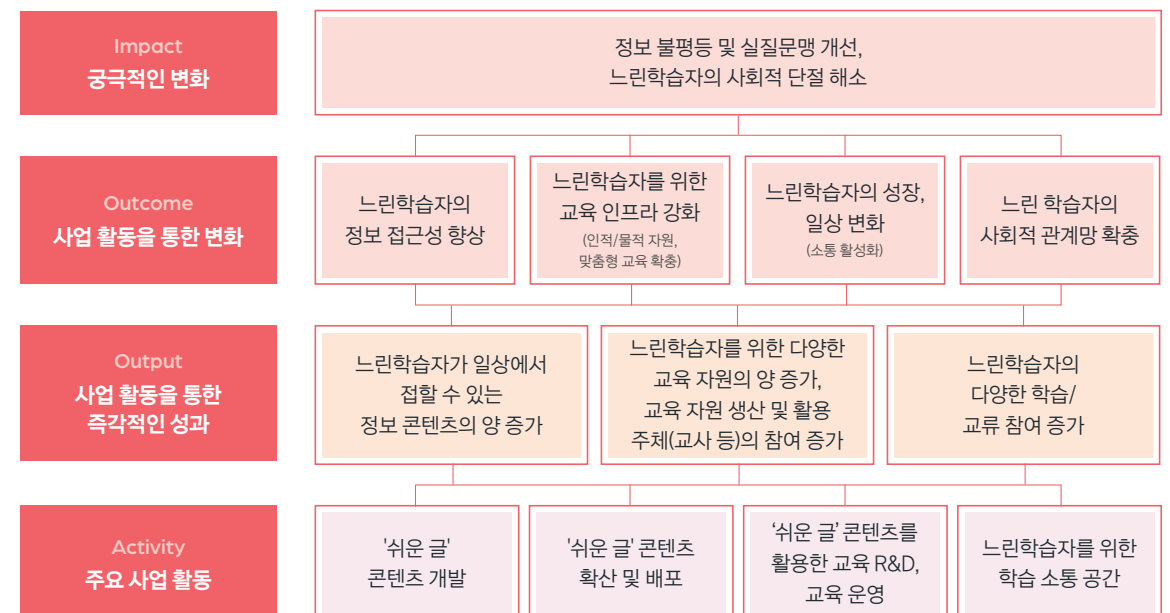
“아이와 함께 소설 책을 하나 읽고 책에 대한 얘기를 나눠보는 게 소원이예요.”

“교육 현장에서 느린학습자를 위한 교육 자료는 절대적인 양도, 질적인 측면도 굉장히 부족해요.”

경계선 지능인은 장애 진단을 받지는 않지만, 학습과 일상생활에 어려움을 겪습니다. 우리나라의 교실에는 1반에 3명 꼴로, 전국적으로는 약 80만 명의 경계선 지능 장애 아동 청소년이 자라고 있지만, 이들이 경험하는 어려움에 대한 정확한 이해와 공감은 매우 부족한 상황입니다. 초단위로 연결되어 하루에도 수백 개의 새로운 정보가 생성되는 이 사회 속에서 느낌과 더듬은, 결국 오랜 기간의 단절로 이어지곤 합니다. 특히 성장기의 느린학습자가 경험하는 학교 부적응, 제한적인 소통은 이들의 행복한 성장에 많은 걸림돌이 되고 있습니다. 느린학습자의 특성에 맞는 좋은 정보와 교육이 일상 속에 공유되고 이를 통해 다양한 대화와 관계에 참여할 수 있다면 모두가 한 명의 '학습자'로서 삶을 개척해 나갈 수 있을 것입니다. 이를 위해 피치마켓은 '쉬운 정보'가 '좋은 정보'로서 인식되고, 느린학습자들의 일상에 더욱 다양한 모양의 대화와 관계가 만들어질 수 있도록 새로운 학습 생태계를 조성합니다.

THEORY OF CHANGE

피치마켓이 변화를 만드는 과정



IMPACT STRATEGY

피치마켓의
임팩트 창출 전략

피치마켓은 비영리스타트업으로서 외부 환경 변화에 빠르게 적응하며 제한된 자원으로 임팩트를 제고하기 위해 4가지 핵심 역량^{기업가정신, 기술, 혁신, 경영}을 강화해 나가고 있습니다. 또한 느린학습자의 일상이 다양한 정보와 대화 속에서 더욱 다채로워질 수 있도록 피치마켓의 문제의식에 공감하고, 문제 해결을 지지하며, 해결을 위한 실천/활동에 직접 참여하는 지지기반^{Supporter base}을 강화해 나가고 있습니다. 이러한 지지기반은 비영리스타트업의 지속가능성을 좌우하는 동력이자 핵심 요소입니다. 피치마켓은 (특수)교사, 자원봉사자(학습 멘토 등), 기업 및 느린학습자 유관기관으로 구성된 핵심 지지기반 그룹과 함께 더욱 효과적이고 지속가능한 변화를 만듭니다.

핵심 역량

기업가정신

Entrepreneurship

피치마켓이 기업가정신을 발휘하여 해결/돌파하고자 하는 문제 대상

#느린학습자

기술

Technology

피치마켓이 문제 해결을 위해 사용하는 핵심 기술

#온라인 플랫폼

#학습 콘텐츠

#오프라인 커뮤니티

혁신

Innovation

피치마켓 솔루션의 차별성

#(특수)교사 커뮤니티 형성

#느린학습자 학습 문화 조성

경영

Management

피치마켓의 경영 전략/방향성

#Scale-up

#느린학습자를 위한 학습 콘텐츠 확산

임팩트 전략 주요 키워드

SRM STRATEGY

피치마켓의
지지기반 관계 관리

지지기반 관계 관리^{Supporter Relationship Management} 전략이란 지지기반과의 관계를 형성하여 더욱 많은 이해관계자의 적극적인 문제 해결 참여를 이끌어내기 위한 경영 전략을 의미합니다. 비영리스타트업은 지지기반을 대상으로 적절한 커뮤니케이션 및 홍보 전략을 수행하고, 네트워킹 및 역량 강화를 포함한 다양한 참여의 기회를 제공함으로써 지지기반을 유입하고, 유지하며, 강화시킬 수 있습니다.

핵심 지지기반	지지기반 유입 전략	지지기반 유지 전략	지지기반 강화 전략
 (특수) 교사	· 수업 나눔 자료 공유 · 피치마켓 도서 무료 배포 · 피치마켓 서비스 홍보 · 교사 대상 강연/교육 운영	· 교사 커뮤니티 운영 · 교사 수업 나눔 자료 제작/공유 지원 · 피치마켓 콘텐츠 개발 유료 자문 요청 · 학급 단위 교육 제공	· 연구모임 피치클래스 운영 · 교사 자체 커리큘럼 개발 및 학습자료 제작 지원 · 교사 제작 교육 도서 출판 협력
 자원봉사자 (학습멘토 등)	· 자원봉사자 모집/홍보 · 봉사활동 과정/결과 홍보	· 학습멘토 사전 교육 진행 · 학습멘토 정기 모임 운영 · 자원봉사자 대상 행사 운영 · 자원봉사자 기념품 제공	· 우수 봉사자 선정 및 시상 · 알럼나이 네트워킹 행사 운영 · 차기 활동 운영진 선정 및 활동 지원
 기업 및 느린학습자 유관 기관	· 피치마켓 프로그램 홍보 · 피치마켓 도서 무료 배포 · 장애인 부모 단체 협력 사업 진행 · 기업 대상 사회공헌사업 기획/ 제안	· 신간도서, 교육 프로그램 제공 · 사업 홍보, 성과 관리	· 언어치료사 연구모임 운영 · 학습자료 제작 지원 · 협력도서 출판

피치마켓과 함께 문제를 해결하는 가치 공동체 형성

공동의 사회적 가치 창출 (social value co-creation)

임팩트 극대화/ System Change 창출 가능성 제고

IMPACT INSIDE

솔루션 및 사회성과 소개

피치마켓이 변화를 만들어내는 방식과 핵심 성과를 소개합니다

◆ SOLUTION HIGHLIGHTS & KEY PERFORMANCE

- 01 느린학습자를 위한 쉬운 글 콘텐츠 개발
- 02 느린학습자의 경험 확장을 위한 교육 운영 및 R&D
- 03 느린학습자가 중심이 되는 공간 운영, 문화 조성

◆ IMPACT STORY

피치마켓 콘텐츠를 활용해 모두가 즐거운 수업을 만들어 나가는 김가영 선생님의 이야기

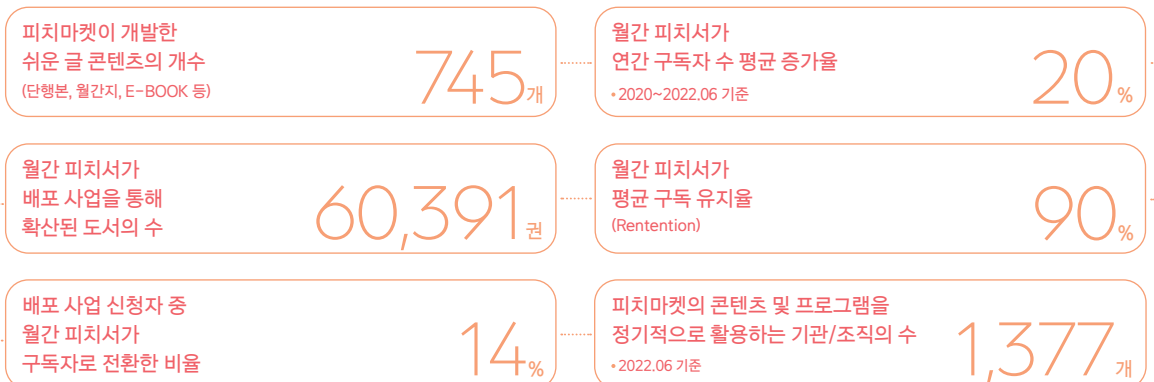
느린학습자를 위한 쉬운 글 콘텐츠 개발

피치마켓은 글의 적정성을 판단하는 6가지의 기준을 바탕으로 기존의 정보를 더욱 쉬운 글로, 그림으로, 영상으로 변환하고 재구성하여 느린학습자가 이해할 수 있는 글 콘텐츠를 생산합니다. 피치마켓은 온라인 구독 서비스 및 도서 무료 배포 사업 등을 통해 시의성 있는 지식/생활 정보를 담은 '월간 피치서가', 느린학습자 맞춤형 도서 및 학습 교재 등 다양한 장르와 주제의 쉬운 글 콘텐츠를 확산하고 있습니다. 또한 웹 플랫폼을 통해 피치마켓의 콘텐츠를 기반으로 제작된 수업 자료를 배포/공유하여 교육 현장에 쉬운 글 콘텐츠를 활용한 교육 문화를 전파하고 있습니다.



올해 6월에는 느린학습자를 위한 웹 기반 디지털 학습 플랫폼 '피치서가'를 새롭게 론칭하여 느린학습자가 더욱 쉽게 접근할 수 있는 학습 환경을 제공하고, 교육 현장에 더욱 풍부한 학습 경험이 쌓여 나갈 수 있도록 지원하고 있습니다.

KEY PERFORMANCE | 2019~2022.06 누적 데이터



느린학습자의 경험 확장을 위한 교육 운영 및 R&D

피치마켓은 시니어, 발달장애 아동, 청소년 등 다양한 느린학습자에게 양질의 학습 경험을 제공하기 위하여 예비 교사, 현직 교사, 자원봉사자와 함께 쉬운 글 콘텐츠를 활용한 독서 교육 및 멘토링을 운영합니다. 또한 피치마켓은 교사와 함께 느린학습자를 위한 솔루션을 만들고 교육 현장에 느린학습자를 위한 맞춤형 콘텐츠가 확산될 수 있도록 협력합니다. 특수 교사는 느린학습자의 어려움과 교육 현장의 사각지대를 모두 이해하는 교육 전문가로서, 피치마켓의 콘텐츠가 느린학습자의 전인적인 성장 과정에 더욱 적극적으로 활용될 수 있는 방법을 연구하고 이를 교육 현장에 직접 적용합니다. 피치마켓은 온라인 플랫폼 및 오프라인 행사를 통해 교사와 연결되고 있으며 연구모임(피치클래스) 운영, 교육 도서 출판, 수업 사례집 제작 및 확산 등 다양한 협업을 통해 느린학습자를 위한 새로운 학습 체계를 구축하고 있습니다.



KEY PERFORMANCE | 2019~2022.06 누적 데이터



피치마켓 콘텐츠를 활용해
모두가 즐거운 수업을 만들어 나가는
김가영 선생님의 이야기



Q. 피치마켓을 통해 경험한 선생님의 가장 큰 변화는 무엇인가요?

A. 피치마켓의 교육자료를 활용하면서 수업에 대한 부담이 줄고 의욕이 생겼어요. 저 또한 수업이 재미있다 보니까 ‘이 자료를 갖고 빨리 아이들과 얘기해 보고 싶다.’ 하는 기대감이 생겼어요. 다른 선생님들과 교재의 다양한 활용 방법을 공유하면서 자료 하나가 무궁무진하게 확장이 되기도 하고, 자료를 각 학급의 특성에 맞게 재구성하는 과정에서 교사들이 함께 성장하는 부분도 있고요. 작년에 처음 피치마켓의 교사 모임에 참여했었는데, 교사 모임은 글 자료를 다양한 방식으로 활용해보는 정말 좋은 기회가 되더라고요. 작년에는 초, 중, 고로 나눠서 자료 활용 방법에 대해 논의했는데, 올해는 선생님들이 각자 하고 싶은 주제로 팀을 나눠서 쉬운 글 쓰기, 콘텐츠 게임화해보기 등의 수업 연구를 해보고 있어요.

Q. 교실에서는 구체적으로 어떠한 변화가 만들어지고 있나요?

A. 가장 큰 변화는 아이들이 대화에 참여한다는 거예요. 느린학습자들이 접할 수 있는 사회적 이슈와 교육 주제는 굉장히 한정적인데, 피치마켓의 책을 이용하다 보면 대화하며 나눌 수 있는 질문의 유형과 내용이 굉장히 다양해져요. 예를 들어서 올림픽과 관련한 쉬운 글을 접하게 되면, 올림픽 시즌에 TV를 보고 나서 ‘주말에 그냥 TV 봤어요’가 ‘올림픽 펜싱 경기를 봤어요’로 바뀔 수 있어요. 또한 피치마켓 콘텐츠를 활용해서 문학 수업을 할 수 있게 되었다는

것, ‘메밀꽃 필 무렵’을 읽고 함께 생각을 나눌 수 있게 되었다는 것... 그건 정말 큰 변화예요. 학생들의 문학적 감수성을 끌어낼 수 있게 되었다는 것이요. 그리고 통합 교육 과정에서 수행평가를 할 때 읽는 책은 굉장히 두껍고 어려운 경우가 있는데, 느린학습자 아이들에게는 정말 힘들거든요. 그런데 이제 피치마켓 콘텐츠를 사용할 수 있게 되었기 때문에, 아이들에게 읽기 어려운 걸 억지로 읽게 하는 게 아니라 쉽고 재미있는 글을 읽게 할 수 있고 같은 내용이지만 더욱 쉽게 재구성된 글이기 때문에 수행평가를 더욱 공정하게 할 수 있게 된 점도 변화예요. 학생에게 적합한 콘텐츠를 활용해서 교육을 단계적으로 통합해갈 수 있는 것이죠.

Q. 피치마켓과 어떠한 변화를 만들어가고 싶으세요? 어떠한 점이 기대 되시나요?

A. 피치마켓은 느린학습자의 학습에 대한 체계를 만들어 줘요. 느린학습자가 이해할 수 있는 글밥은 어떤 양인지, 어느 정도가 쉬운 글인지에 대한 체계를 만드는 역할을 하죠. 이렇게 피치마켓에서 많은 연구를 거쳐 양질의 자료를 배포하는데, 교사나 학부모가 그 자료를 느린학습자에게 전달하지 않으면 당사자는 그 자원을 누리기가 어렵잖아요. 앞으로는 느린학습자가 주체가 돼서 쉬운 글을 누릴 수 있는 플랫폼이 만들어지면 좋겠어요. 당사자가 다양한 콘텐츠나 경험에 직접 접근할 수 있는 환경이 만들어져서 느린학습자 스스로 정보를 찾고 활용할 수 있기를 기대합니다.

03

느린학습자가
중심이 되는
공간 운영, 문화 조성

피치마켓은 2019년 서울시 시민참여예산 시정협치형 사업 공모를 통해 느린학습자가 자유롭게 소통하며 다양한 정보를 습득할 수 있는 ‘시끄러운 도서관’ 아이디어를 제안했습니다. 현재 ‘시끄러운 도서관’은 지자체의 노력으로 쉬운 글 도서관이 비치된 공공의 공간으로서 확산 운영되고 있습니다. 느린학습자가 사회와 연결되어 스스로 성장해 나갈 수 있기 위해서는 그들의 일상 속에 자유로운 소통과 다양한 연결의 경험이 축적되어야 합니다. 또한 이들이 한 명의 ‘학습자’로서 더 나은 삶을 살아갈 수 있는 환경을 상상하고, 이러한 사람들이 함께 연결되는 문화의 장이 필요합니다. 이를 위해 피치마켓은 느린학습자가 중심이 되는 공간인 ‘라이브러리 피치’로의 확장을 기획하고 있습니다. ‘라이브러리 피치’에서 느린학습자는 글을 읽으며 탐구하고, 체험과 교육 활동에 참여합니다. 교육자와 창작자, 그리고 느린학습자를 둘러싼 다양한 사람들은 이곳에 모여 함께 고민하고 연구합니다. ‘라이브러리 피치’는 느린학습자의 성장과 경험 확장을 위한 연결의 공간이 되고자 합니다.

느린학습자의
독서 활동



라이브러리 피치

