

지역사회혁신(Social Innovation)과 소셜벤처(Social Venture)의 가능성

임영언(한남대학교) / 김일태(전남대학교)

목 차

1. 서론	1
2. 지역사회혁신과 소셜벤처기업	2
3. 지역사회혁신의 한국과 일본 사례 : 도쿄 ETIC와 서울 헤이그라운드	5
4. 결론	8

▶ 제주지역균형발전지원센터는 제주특별자치도의 지역간 특성있고 균형적인 발전을 통해
도민의 행복 증진과 삶의 질 향상에 기여하기 위해 노력하고 있습니다.



1. 서론¹⁾

소셜벤처(Social Venture)는 사회적 공헌이나 사회적 문제에 대하여 비즈니스를 통해 해결하기 위해 창업한 벤처기업 혹은 벤처프로젝트라고 할 수 있다. 소셜벤처 기업가는 자신을 사회적기업가라고 지칭하기도 한다. 이런 점에서 소셜벤처는 기업 활동을 유지하기 위한 수익성을 확보하면서 지속적인 사업 활동을 통해 사회적 공헌이 가능한 비즈니스 모델의 수립이 요구된다. 또한 소셜벤처 기업가는 명확한 목표와 혁신을 창출하는 다량의 지식이나 스킬을 필요로 한다. 대부분 사회적 문제를 사업화한 소셜비즈니스의 영리법인이나 비영리단체가 모두 소셜벤처에 해당된다.

일반적으로 기업의 특성상 사회적기업가는 비영리기업가이지만 동시에 벤처기업가이기도 하다. 이것은 기업의 창업이나 가치창조의 원형이 현장을 가지고 있다는 점이다. 또한 창업이 어려운 환경이나 자원이 부족한 상황에서 아이디어를 원동력으로 주변의 힘을 빌려 끈기와 열정으로 무언가를 만들어내는 마인드와 근성, 스킬을 자연스럽게 익혀 가기 때문이다. 소셜벤처는 이러한 기업가의 리더십을 대기업에서 습득하기 어려우므로 다양한 사회적기업가와의 대화와 협력으로 리더십을 획득할 수 있는 장소를 제공하기도 한다.

일본에서는 2000년대 들어 소셜비즈니스가 주목받기 시작했으며 민주당 정권의 새로운 공공정책의 일환으로 경제산업성이나 내각부에서 소셜벤처에 대한 연구조사와 지원정책을 담당해왔다. 그리고 2011년 3월 동일본대지진 이후 복구지원에 중점을 둔 소셜비즈니스 정책지원이 본격화되었다. 소셜비즈니스의 한 형태로서 탄생한 소셜벤처의 개념은 2000년대 후반, 특히 2010년 전후부터 주목받은 「프로보노(Pro Bono)」와 같이 병행하여 언급되는 경우가 많았다. 소셜벤처에서 프로보노는 지식노동자들이 기업에서 습득한 지식을 활용하여 비영리단체 등을 지원하는 사회적 공헌활동을 지칭한다. 한국에서도 이와 비슷한 사례들이 2010년대 후반에 등장하기 시작했다.

본 고는 지역의 혁신적인 기업가 마인드와 리더십의 양성장소로서 지역사회 문제해결을 위한 한국과 일본 소셜벤처기업의 대표적인 운영사례를 소개함으로써 지역사회혁신(Social Innovation)을 주도하는 소셜벤처의 기업가 양성과 창업에 대한 시사점을 제공하고자 한다.

1) 본 고는 출간 예정(2020)인 필자의 「사회적경제와 소셜이노베이션」의 일부 내용을 발췌·수정하여 소개하고자 하였음



2. 지역사회혁신과 소셜벤처기업

소셜벤처는 사회복지, 환경오염, 도시문제, 실업 등 다양한 사회문제를 해결하는 것을 목적으로 사업을 수행하는 조직으로 칭한다. 이러한 기업조직의 행태는 영리법인이나 NPO, NGO법인 등 다양하다. 소셜벤처는 수익사업을 통해 사회적 약자들에게 상품이나 서비스제공, 자금지원이나 환경보호와 같은 사회적 미션(Social Mission)의 달성을 목표로 한다. 따라서 소셜벤처기업이 NGO법인으로 창업하여 사업 확대과정에서 주식회사로 전환하는 경우도 있기 때문에 사회적 공헌의 목적만 있으면 조직의 형태는 그리 중요하지 않다.

그러나 일반적인 기업과 소셜벤처의 차이는 사회적 공헌 부분에서 사회혁신을 기대할 수 있다는 점이다. 소셜벤처가 수행하고 있는 사업이 사회적 공헌목적, 즉 사회적 약자들이 필요로 하는 제품이나 서비스를 저렴하게 공급한다거나 고용기회의 창출이 목적사업일 경우 비즈니스에서 사회혁신을 일으킴으로써 사회구조를 획기적으로 변화시킬 수 있다. 이에 따라 아주 소량의 자원투입으로도 수익자의 요구를 효율적으로 충족시킬 수 있다. 또한 소셜벤처 기업이 수행하는 사업내용과 목적이 사회적 공헌과의 관련성이 약해도 비즈니스모델 측면에서 사회혁신에 성공하여 사업운영에서 충분한 성장성을 확보할 수 있다면 조직유지가 가능한 자금을 확보할 수 있다. 따라서 소셜벤처기업이 사회적 공헌분야의 혁신까지는 미치지 못하지만 확보된 풍부한 자금을 활용하여 간접적으로 사회적 공헌을 보다 더 잘 수행할 수 있도록 다른 조직을 도울 수도 있다.

이런 점에서 소셜벤처가 달성한 사회혁신에 의해 사회적 약자가 제공받을 수 있는 제품이나 서비스, 직업훈련과 고용기회 등에서 비약적인 사회적 공헌을 기대할 수 있다. 또한 소셜벤처의 활동에 의해 사회구조의 혁신이 널리 전파되고 사회적 약자들이나 공동체의 활성화, 환경오염의 개선 등 거시적인 시너지효과도 기대할 수 있다. 일반 영리기업도 사업운영의 우선순위는 다르지만 기업혁신이 사회혁신을 일으키고 결과적으로 사회적 약자들을 구제할 가능성은 매우 크다고 할 수 있다.

본 고에서 주목하고 있는 사회적 공헌과 사회혁신은 쉘페터의 「창조적 파괴」(Schumpeter, 1942:82)와 관련지어 생각해 볼 수 있다.²⁾ 오늘날 자본주의가 직면하고 있는 다양한 사회적 및 경제적 문제의 해결을 위해 벤처기업이나 기업 창업의 필요성을 촉구한다고 해도 종래의 기술혁신으로는 해결하기 어려운 측면이 있다. 쉘페터가 주장하는 창조적 파괴의 사회혁신은 창업동기를 제고하기 위하여 금전적 지원도 중요하지만 사회에 유용한 가치추구의 기회를 발굴할 필요가 있다는 주장이다. 그는 기업의 새로운 수요가 종래의 소비자로부터 나오는 것이 아니고 생산자로부터 제안되고 이러한 제안의 동기부여는 사회에 대한 유용한 가치추구라는 것을 주장하였다. 즉, 쉘페터는 이미 기업의 경제적 가치추구보다 사회적 가치추구의 중요성을 간파하고 있었던 것이다. 경제혁신은 과거와

2) Schumpeter, Joseph A.(1942) *Capitalism, Socialism, Democracy*, New York and London: Harper and Brothers, p.82.



같이 새로운 수요가 소비자 사이에서 자동적으로 출현하여 그 압력으로 생산기구의 방향성이 조정되는 것이 아니고 새로운 수요가 생산자로부터 소비자에게 각인되고 주도권을 생산자가 갖게 된다는 것을 의미한다. 이럴 경우 핵심적인 것은 기업에서의 '신결합' 혹은 '혁신'으로 이것은 상품창출, 생산방법개발, 시장개척, 원재료와 공급원획득, 조직화 등으로 발생될 수 있으며 기업가가 소비자의 기호를 수요로서 상품화하는 것은 혁신으로만 가능하다는 것이다.

소셜벤처는 「벤처 필란트로피(Venture Philanthropy: 이하 벤처 기부)」에 의해 사업진행이 촉진되면 사회적 공헌을 보다 더 잘 달성할 수 있다는 점에서 시너지효과를 기대할 수 있다.³⁾ 다시 말하면 투자성과를 요구하는 벤처필란트로피의 투자가 마인드에 대하여 자금을 지원받는 소셜벤처는 비즈니스마인드를 발휘하여 투자가의 기대에 부응하려고 노력하는 양자 간의 긴장구도가 소셜이노베이션(Social Innovation)을 촉진시키는 방향으로 작용할 가능성을 가지고 있다는 것이다. 최근 벤처비즈니스로 성공한 기업가들이 사회적 공헌에서 기부자로 새롭게 등장하는 사례가 있는데 이들을 벤처필란트로피라고 부르기도 한다. 기업가로서 대성공을 거둔 기업가 자신들이 엔젤투자나 벤처비즈니스의 자금지원, 혹은 사회 환원이라는 기부의 관점에서 사회적 공헌을 목표로 하는 소셜벤처에 자금을 제공하는 경우 벤처비즈니스 세계에서 경험한 기업가정신을 활용할 수도 있다. 이것은 벤처기업가의 비즈니스 마인드와 투자 마인드가 기부세계에 동시에 적용되는 것을 의미한다. 따라서 벤처 기부는 벤처 투자의 기법을 기부에 적용한 방식을 뜻한다. 장기적으로 벤처 기부는 지원기관과 긴밀한 관계를 맺고 기관의 자체 역량을 강화하며 금전적 지원이나 다양한 비(非)재정적 지원까지 담당하는 「전략적 기부」에 속한다. 벤처기업은 투자 수익을 요구하지 않고, 소셜벤처뿐만 아니라 비영리단체에도 투자를 시도한다는 측면에서 일반 벤처투자나 임팩트투자와는 구분된다.⁴⁾

이러한 소셜벤처의 선행연구들을 살펴보면, 그동안 소셜벤처의 연구들은 다양한 차원에서 진행되어 왔다. 첫째, 소셜벤처의 역사적 배경이나 의의, 사회적 역할, 비즈니스 모델 등을 논의하거나 다룬 연구들이다. 특히 그동안 기존연구들이 소셜벤처의 비즈니스 모델에 관한 연구에 집중된 경향이 있었는데 그 이유는 사회적기업의 조직상의 특성, 사회적 가치와 경제적 가치의 양립을 달성하기 위한 메커니즘을 규명하기 위한 연구에 집중되었기 때문이다. 가령 디스(Dees, 1998:55-67)의 연구는 소셜벤처를 하이브리드 조직이라고 주장하였으며⁵⁾ 알터(Alter, 2007)는 소셜벤처의 자금지원과 사회서비스의 유형을 9개의 기본모델을 제시한 바 있다.⁶⁾ 둘째, 소셜벤처의 실태를 조사한 통계적 연구이다. 소셜벤처나 사회적기업의 경제적 공헌이나 고용창출효과 등에 초점을 둔 연구들이다. 이러한 연구

3) 神座保彦(2005) 「ソーシャル・ベンチャーとベンチャー・フィランソロピー-慈善の世界にもベンチャーキャピタルの手法導入」, 『ニッセイ基礎研REPORT』, 3。

4) 벤처필란트로피 : http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2018/05/28/2018052801994.html(검색일자 2019.10.03.).

5) Dees, G.(1998) "Enterprising Nonprofits", *Harvard Business Review*, January-February, pp.55-67.

6) Alter, K.(2007) Social Enterprise Typology, Virtue Ventures LLC. :<http://www.4lenses.org/setypology/print>(검색일자 2019.10.08.).



로는 EMES(The Emergence of Social Enterprise in Europe)의 연구네트워크⁷⁾가 EU가맹 15개국을 대상으로 공통의 연구 틀을 적용하여 조사한 보르자가와 데포니의 (Borzaga and Defourny, 2001)⁸⁾국제비교조사, 니센(Nyssens, et al. 2006)⁹⁾의 노동시장으로의 통합과정조사, 헤켈(Heckl, et al. 2007)¹⁰⁾의 유럽 31개국 실태조사 및 정책조사 등이 대표적이다. 셋째, 소셜벤처의 규모 확대를 위한 방안을 모색하는 제도적 정책 및 사회적기업가에 관한 연구이다. 이러한 연구로는 나카지마(中島, 2008:12-17)¹¹⁾의 영국 사회적기업 정책 연구, 이사이(石井, 2010:95-119)¹²⁾의 한국 사회적기업 지원정책 연구, 사회적 기금 분야의 소셜임팩트를 다룬 가츠마타외(勝又・塚本, 2012:143-168)¹³⁾의 연구, 도히(土肥, 2006 : 121)¹⁴⁾의 사회적기업가와 리더십 연구, 핫토리(服部, 2010 : 38)¹⁵⁾의 비영리 사회서비스와 영리사업의 융합이라는 소셜벤처의 등장 연구, 사가(嵯峨, 2011 : 24)의 사회적 목적과 공공목적을 위해 직업을 통해 습득한 기술이나 지식을 제공하는 프로보노의 역할에 대한 연구¹⁶⁾등이 있다.

선행연구는 소셜벤처의 출현 배경, 비즈니스 모델 및 성공사례의 소개, 소셜벤처의 통계적 연구, 소셜벤처의 제도적 정책이나 당사자인 기업가에 관한 연구들이 대다수이다. 그러나 최근 소셜벤처에서 사업성과를 이끄는 핵심요인을 도출하는 이론적 틀이나 종래와는 다른 새로운 사업내용, 사업지원방법, 사업시스템의 실현과정에 관한 이론 모델에 대하여 사례연구를 통해 검증하는 연구들이 출현하고 있다. 본고는 한국과 일본 소셜벤처의 대표적인 사례를 통해 소셜벤처기업의 생태계 구축차원에서 사회혁신을 주도하는 소셜벤처기업가 양성이 구체적으로 현장에서 어떻게 이루어지고 있는지에 대하여 살펴보고자 한다.

-
- 7) EMES 프로젝트는 1996년 이후 유럽위원회의 자금을 받아 소셜비즈니스에 관한 국제회의나 국제연구를 수행하는 EMES European Research Network 형성의 기초가 되었다.
- 8) Borzaga, C. and Defourny, J.(eds.) (2001) *The Emergence of Social Enterprise*, Routledge.
- 9) Nyssens, M., Adam, S. and Johnson, T.(eds.) (2006) *Social Enterprise: at the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society*, Routledge.
- 10) Heckl, E., Pecher, I., Aaltonen, S. and Stenholm, P.(2007) *Study on Practices and Policies in the Social Enterprise Sector in Europe*, Austrian Institute for SME Research.
- 11) 中島智人(2014) 「英国のチャリティ制度改革-チャリティ法人の導入を中心に-」, 『公益法人』, vol.43, No.2, pp.12-17.
- 12) 石井芳明(2010) 「英国と韓国政府の社会的企業支援-その施策から日本の課題を探る」, 『ソーシャル・イノベーション-営利と非営利を超えて』, 日本経済評論社, pp.95-119.
- 13) 勝又英博・塚本一郎(2012) 「インパクト・インVESTメントによる公共サービスの改善-ソーシャル・インパクト・ボンド(SIB)を中心に」, 『社会貢献によるビジネス・イノベーション-「CSR」を超えて』, 丸善出版, pp.143-168.
- 14) 土肥將敬(2006) 「ソーシャル・アントレプレナー(社会的企業家)とは何か」, 『ソーシャル・エンタープライズ-社会的企業の台頭』, 中央経済社, p.121.
- 15) 服部篤子(2010) 「ソーシャル・イノベーションとその担い手」, 『ソーシャル・イノベーション-営利と非営利を超えて』, 中央経済評論社, pp.23-58.
- 16) 嵯峨生馬(2011) 『プロボノ-新しい社会貢献, 新しい働き方』, 勁草書房, p.24.



3. 지역사회혁신의 한국과 일본 사례 : 도쿄 ETIC와 서울 헤이그라운드

1) 일본 소셜벤처 ETIC의 현황 및 운영

일본에서는 소셜벤처보다 소셜비즈니스의 용어를 자주 사용하고 있다. 일본에서 소셜비즈니스의 정의로는 2008년 경제산업성이 발표한「소셜비즈니스 연구회 보고서」에서 공표하고 있는 사회적, 사업성, 혁신성이라는 3개의 특성을 모두 갖춘 기업으로 정의하고 있다.¹⁷⁾ 구체적으로 이들의 의미를 살펴보면 첫째, 사회성은 사회적기업이 현재 사회적으로 해결이 요구되고 있는 사회적 문제에 매진하는 사업 활동을 사회적 미션으로 수행하고 있는가? 둘째, 사업성은 사회적기업이 사회적 미션을 비즈니스 형태로 사업화하고 지속적으로 사업 활동을 수행할 수 있는가? 셋째, 혁신성은 사회적기업이 새로운 사회적 상품이나 사회서비스, 그것을 제공하기 위한 사회구조를 개발하여 활용하고 있는가? 이다.

이러한 특성을 갖춘 소셜비즈니스로는 주식회사, 사업형 NPO, 중간법인 등 다양한 업종들이 있다. 일반적으로 일본에서 소셜비즈니스 조직은 사회적 목적 실현을 위해 설립된 영리 혹은 비영리기업을 모두 포함하고 있지만 한국에서 소셜비즈니스는 비영리기업을 지칭하고 소셜벤처는 영리기업 혹은 비영리기업을 모두 포함하고 있다. 이들 기업의 공통점은 사회적 문제의 해결을 조직의 최우선 과제로 삼고 있으며 유급의 노동력을 활용하여 스스로 재화나 서비스의 제공 및 판매를 수행하고 사회적 소유와 민주적 경영, 이해관계자의 참여, 배당 제한과 이윤 재투자 등을 추구하고 있다는 점이다.¹⁸⁾ 이러한 사회적 문제의 범위로는 일자리 창출과 지역경제 활성화, 빈곤, 장애인 복지, 어린이 양육, 고령자 요양보호, 인권문제 등이 해당된다.

일본에서 소셜벤처를 지원하는 중간지원조직으로서 1990년대부터 활동하고 있는 NPO 법인 ETIC은 혁신적인 사회적기업에 대한 인적 및 물적 지원 등 자금지원과 경영지원을 수행하고 있다. 기타 일본에서 소셜벤처의 중간조직으로서는 일본 펀드레이징협회나 소셜벤처 파트너스 도쿄 등이 있다. 여기에서는 소셜벤처 분야에서 창업하는 사회적기업가의 육성도 활발히 이루어지고 있는데 ETIC은 2001년부터 사회적기업 스쿨을 운영하여 소셜벤처기업가의 다수 배출해 왔다. 사회적기업 스쿨은 ETIC이 NEC, 가오, NTT도코모 기업 등과 협업으로 CSR활동 및 파트너십을 연계하여 운영하고 있다.¹⁹⁾

ETIC은 1993년 학생창업가 전국네트워크 조직으로 출발하여 2000년 NPO법인화되었다. 일본 청년세대가 뜻을 품고 도전하여 행동하는 것이 차세대의 원동력이 된다는 신념으로 청년기업가를 육성하여 사회적 문제 해결을 지향하는 사회적기업의 창업을 지원하고 있다. 중소벤처기업의 인턴십을 활용한 사회혁신 리더 육성과 창업지원, 지역사회의 고용 창출을 위해 노력하고 있으며 지금까지 약 400명 이상의 사회적기업가를 육성해왔다.

17) 経済産業省(2008)『ソーシャルビジネス研究会報告書』, p.3.

18) 竹内英二(2015)「ソーシャルビジネスの支援のあり方」, 『日本のソーシャルビジネス』, 同友館, pp.118-127.

19) 村山貞幸(2017)「日本におけるソーシャルビジネスの現状と課題」, 『多摩大学研究紀要経営学情報研究』, No.21, pp.64-67.



1996년 중소벤처기업이나 NPO에서 장기실천형 인턴십 프로그램을 사업화 했으며 2001년에는 사회적기업가 육성지원을 개시하여 일본 최초로 사회적기업 비즈니스플랜콘테스트 「STYLE」과 사회적기업 창업스쿨 등을 진행했다. 2004년부터는 지역인재육성을 지원하는 챌린지 커뮤니티 프로젝트를 시작하여 일본 전국 60개 지역으로 확대하였다. 2011년에는 동일본 지진복구지원에 주력하였으며 공동체재생, 지역경제 활성화 등 동북지역 전역을 대상으로 약 100개의 프로젝트 수행에 200명의 전문가를 파견하였다.²⁰⁾ 또한 일본사회에 소셜임팩트를 창출하는 소셜비즈니스 발굴과 창업 및 경영지원에 힘쓰고 있다.

<표 1> 일본 동경 ETIC²¹⁾ 소셜벤처타운의 활동성과(2018년 5월 기준)²²⁾

활동구분	특정비영리활동법인 ETIC
규모	<ul style="list-style-type: none"> - 1993년 설립 2000년 3월 법인화(특정비영리활동법인) - 종업원 80명(전업50명) - 연간 예산 6억 엔 - 목표:「사람을 만든다, 사회를 만든다, 일본을 만든다.」는 모토로 사회혁신리더육성(변화가 빠른 사회도래-사회혁신을 주도하는 역할자인 인재양성이 가장 확실하고 효과가 큼)
목표: 기업가정신 양성	<ul style="list-style-type: none"> - 1997년 이후 장기실천형 인턴십을 통한 기업가정신 양성 - 창업기 벤처기업/NPO경영자의 도우미로 미래 리더가 될 잠재력 있는 대학생 매칭 - 새로운 가치를 창출하는 현장에서 뛰어난 리더와 실습경험을 통해 실무적 스킬과 기업가에 필요한 마인드 함양 - 과거 18년간 대학생 3,000명, 약 2,000개사의 벤처기업과 NPO참가, 200명의 기업가대기업, 메가벤처 중 신규사업을 담당하는 리더로서 활약하는 인재배출
청년 사회적기업가 지원/육성	<ul style="list-style-type: none"> - 2002년 이후 IT벤처붐을 통해 영리벤처지원의 생태계가 정비되는 가운데 비영리사회적기업 지원의 생태계(Ecosystem)구축에 진력 - 선배경영자대기업, 행정력을 동원하여 15년간 700명 이상 지원
지역생태계 구축 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 2005년 이후 지역에서 도전자가 증가하는 생태계 만들기 지원 - 전국으로 확대되는 지역혁신 담당자와 공동체 만들기, 2004년 개시 2016년 65개 단체와 연계 - 동북지역 중간코디네이터 260명 중 60% 지역정착, 10% 창업 - 지역에 헌신하는 청년 1,137명(단기 900명, 장기 237명) - 더불어 챌린지 191개 대학, 115개 자치단체 참가
복구지원 파견	<ul style="list-style-type: none"> - 2011년 이후 인재파견을 중심으로 한 동일본지진 복구지원 - 3년간 약200명의 지원자를 100개의 프로젝트에 파견, 이들 중 지역 정착율 60%이상, 현지 코디네이터 및 허브기능을 가진 '마을인사부'를 자치단체와 설치 중 - 파견사업: 교육 13%, 산업진흥 26%, 중간지원 23%, 의료복지 19%, 공동체 재생 19% 등 - 파견자연령층: 20대 전반 43%, 20대 후반 28%, 30대 26%, 40대 3% 등

20) NPO法人ETIC : <https://www.jpmpdf.com/jpmpdf/1320678376988.pdf>(검색일자 2019.10.07) .

21) 일본 NPO법인 ETIC(Entrepreneurial Training for Innovative Communities).

22) 특정비영리활동법인 ETIC: <http://www.jma.or.jp/kaikalab/common/pdf/etic.pdf#search=%27ETIC%27> (검색일자 2019.10.07.)의 내용을 참고로 필자 작성.



2) 성수동 소셜벤처타운의 현황 및 운영

서울 성수동은 2012년 청년 사회적기업가에 대한 다큐멘터리를 방영하여 화제가 된 곳이기도 하다. 서울 유일의 준공업지역이었던 성수동은 과거 구두공장이 번창했던 곳이었지만 현재는 혁신적인 아이디어를 제안하는 사회적기업들이 집적하여「소셜벤처타운」으로 불리고 있다. 현재 총 250개사의 사회적기업이 입주하고 있다.

소셜벤처의 집적지인 헤이그라운드 입주기업 중 '서울그린트러스트'는 거리, 이웃, 꽃 등을 주제로 한 환경교육 프로그램을 운영하고 있으며 서울 숲 공원의 조성과 관리, 플라워페스티벌 개최 등을 추진하고 있다. '마리몬드'는 일본군 위안부 피해자의 스토리를 많은 사람들에게 홍보하기 위해 피해자들이 '원예심리치료' 과정에서 꽃을 눌러 만든 작품을 모티브로 가방이나 스마트폰 케이스 등의 패션디자인 작품 등을 제작하여 판매하고 있다. 여기에서 발생한 수익금의 일부는 일본군위안부역사관 건립이나 운영자금으로 사용되고 있다. '이노베이션 라이브러리'는 서점이지만 무료로 책을 대여해주고 있다. 또한 일반시민들이 다양한 사회적 문제나 사회혁신에 대하여 토론할 수 있는 장소를 제공하고 있다. 그밖에 헤이그라운드는 빈부격차에 관계없이 사교육을 받을 수 있는 기회를 제공하는 교육관계의 사회적기업, 홈리스를 고용하여 그들의 자립을 지원하는 택배업자, 사회적기업에서 일하는 사람이나 사회적기업가를 꿈꾸고 있는 사람들을 위한 쉼어하우스 등을 운영하고 있다.

2017년 6월에 오픈한 헤이그라운드는 비영리사단법인으로「루트임팩트」가 250억원의 자금을 투자하여 건설한 지상8층, 지하2층의 건물로 구성되어 있다. 루트임팩트는 설계 단계에서부터 지하에 입주해 있는 인지메이커와 협력하여 입주단체들에게 시장가격보다 저렴한 비용으로 사무공간을 임대하고 있다. 2018년 10월 문재인대통령이 방문한 이후 주목받고 있는 헤이그라운드는 사회적기업, 비영리단체, NGO, 사회혁신지원조직, 프로보노 등 약 80개 소셜벤처기업이 입주해 있다. 2012년 7월 루트임팩트는 사회적기업가나 비영리단체에서 일하는 사람 등 사회를 긍정적으로 변화시키기 위해 노력하는 사람들을 일컫는 체인지메이커(Change Maker)의 양성을 목표로 설립되었다. 영리활동에 소극적인 사회적기업가 등 약500여명의 체인지메이커를 대상으로 소셜비즈니스를 수행하는 동안 좌절하지 않고 다양한 분야에서 사회혁신가로 성장할 수 있도록 양성하는 사업을 진행하고 있다.



<표 2> 서울성수동 헤이그라운드 소셜벤처 업종 및 운영방식²³⁾

구분	루트임팩트 헤이그라운드
규모	- 2017년 설립, 7층 규모, 1-2층 카페 공용 공간, 3층-7층 사무공간 및 회의실 - 2020년 서울숲점 2배 규모 오픈 예정 - 현재 80개사 550명 정도 입주
목표: 체인지메이커 발굴양성	- 사회의 다양한 문제들에 관심을 가지고 혁신적인 방법으로 해결하려는 체인지메이커 발굴 양성 - 모든 사람들이 각자의 방식으로 사회적 문제해결에 기여할 수 있는 세상만들기 - 체인지메이커 희망 청년들을 위한 팀 프로젝트 기반 커리어 성장 및 문제해결 역량교육 강화 프로그램 수행
소셜벤처 업종	- 지원/투자 9개, 교육/상담 9개, 제조 8개, 디자인/개발 5개, IT/플랫폼 13개, 기획/컨설팅 14개, 건축 2개, 출판 2개, 다문화커뮤니티 1개, 물류 1개, 미디어 1개, 유통/급식 1개 - 2019년 8월 총11개 업종 66개 벤처기업
소셜벤처 형태	- 영리법인 33개, 비영리 법인 10개, 개인사업자 23개 - 주식회사 31개, 사단법인 8개, (예비)사회적기업1개, 비영리단체 1개, 기타 25개
운영방식	- 장기적 비전: 임팩트 생태계조성 - 사업전략 WORK: 공간관리, 멤버십, 커뮤니티 매니지먼트, 기업성장지원 강의 컨설팅 LIFE: 온라인 지원-마디 앱 음성SNS플랫폼 오프라인 지원-거주공간 및 문화공간, 복리후생 LEARN: 대학생, 경력단절 여성 사회적 문제 기본 역량강화 및 취업연결

루트임팩트 이외에도 사회적기업가의 자립을 지원하는 인큐베이팅 회사가 소풍(Sopoong)이다. 소풍이 초기에 투자했던 카셰어링 회사의 SOCAR나 온라인클라우드펀딩 플랫폼의 '텀블벅' 등은 수십억 원 이상의 투자를 받고 있는 중견기업으로 성장한 사례들이다. 소풍은 사회적기업가에게 자사의 사무소를 코워킹공간이나 회의실로 무료로 개방하고 있다. 이곳에서는 사회적기업가와 비슷한 가치관을 공유한 사람들에 의해 산지직송의 국내산 농산물을 활용하는 레스토랑운영, 과거 인쇄소였던 건물을 리모델링한 카페활용, 지역맥주 바의 운영, 버려진 지하공간을 활용한 파티 홀 운영 등 다양한 사회적 비즈니스가 이루어지고 있다. 또한 오래된 창고나 공장 등을 카페나 갤러리, 스튜디오 등으로 리모델링하여 다양한 문화이벤트를 개최하고 있다.

이러한 다양한 사회적기업의 비영리기업이나 조직이 결집함으로써「청년의 거리」로 변신한 성수동은 과거 젠트리피케이션 현상이 발생하기도 했지만 젠트리피케이션 방지조례를 제정하는 등 사회적 문제를 적극적으로 해결하려고 노력해왔다. 이러한 노력 중 하나의 사례가 언더스탠드 애버뉴(UNDERSTAND AVENUE)의 개장이었다. 성수동의 '서울

23) 본문의 내용을 바탕으로 필자 작성.



숲점'에 인접하고 있는 언더스탠드 애버뉴는 성동구와 비영리단체인 문화예술사회공헌 네트워크(ARCON), 그리고 롯데면세점과 MOU를 체결하고 102억 원의 사회적 공헌기금을 조성하여 2016년 퍼블릭 문화복합공간을 오픈하였다. 여기에는 총 116개의 컨테이너를 3층으로 쌓아올린 특이한 디자인으로 완성된 건물내부 공간은 Youth, Heart, Mom, Art, Power, Social, Open 등 7개의 다양한 주제로 구분되어 있다. 각각의 내부공간에는 청년 실업자나 경력단절여성, 국제결혼이주여성, 청년 소셜벤처 기업가와 아티스트 등의 자립과 성장을 지원하는 공간으로 활용되고 있다.

4. 결론

본고는 지역의 혁신적인 마인드와 리더십의 소유자인 사회적 혁신가(Change Maker: 체인지메이커)를 양성하는 장소로서 한국과 일본 소셜벤처기업의 대표적인 사례를 살펴보았다. 소셜벤처(Social Venture)는 지역사회 문제를 사회적 비즈니스를 통해 해결하기 위해 창업한 벤처기업 혹은 벤처프로젝트의 일종이라 할 수 있다. 본고에서는 한국과 본일 대표적인 소셜벤처의 사례인 일본 도쿄 ETIC과 서울 성수동 헤이그라운드 사례를 비교 분석하여 지역혁신가 양성을 통한 지역사회혁신의 가능성을 살펴보았다.

첫째, 소셜벤처는 벤처비즈니스로 성공한 기업가들이 사회적 공헌분야에서 비즈니스 마인드와 투자 마인드를 결합하여 기부사업에 투자하는 것을 의미한다. 따라서 기업의 투자 성과를 요구하는 벤처기업의 투자 마인드와 기부사업의 마인드로 자금을 지원받는 소셜벤처는 비즈니스 마인드를 발휘하여 사회적 공헌의 기대에 부응하려고 노력하기 때문에 양자 간의 긴장구도로 사회혁신을 촉발시킬 수 있는 가능성을 가지고 있다. 따라서 향후 소셜벤처의 육성은 지역사회혁신에도 중요한 자원으로 작용할 가능성이 높은 것으로 나타났다.

둘째, NPO법인 도쿄 ETIC은 일본에서 소셜벤처를 지원하는 중간지원조직으로 1990년대부터 청년기업가들을 대상으로 인적 및 물적 지원 등 지역사회혁신 사업의 자금지원과 경영지원을 수행해 왔다. 이러한 사업의 주요 목적은 지역혁신을 이끄는 소셜벤처의 기업가정신 함양, 청년 사회적기업가 지원육성, 소셜벤처 생태계 구축, 사회적 혁신가의 양성 등이다.

셋째, 서울성수동 루트임팩트는 2012년 7월 사회적기업가나 비영리단체에서 일하는 사람 등 사회를 긍정적으로 변화시키기 위해 노력하는 사회혁신가의 양성을 목적으로 설립되었다. 2017년 6월에 오픈한 헤이그라운드는 비영리사단법인으로 「루트임팩트」가 250억 원을 투자하여 소셜벤처기업을 대상으로 사무공간을 임대하고 있으며 사회적기업, 비영리단체, NGO, 사회혁신지원조직, 프로보노 등 약 80개사에 550명이 입주하고 있다.



넷째, 소셜벤처의 한일 사례연구의 공통점은 청년사회적기업가 양성으로 일본의 경우 도쿄를 중심으로 지역, 대학 등 전국적 네트워크를 구축하고 있었지만 한국은 초기 단계로 아직까지 서울을 중심으로 한 청년 소셜벤처 기업가 양성에 주력하고 있는 것으로 나타났다. 또한 일본의 경우 도쿄를 중심으로 한 지역, 대학 등 전국적 네트워크를 구축하고 있었지만 한국은 아직 초기단계로 서울을 중심으로 청년 소셜벤처 기업가 양성을 촉진하는 지역사회 혁신가 양성과 소셜벤처의 생태계(Ecosystem)구축에 노력하고 있는 것으로 나타났다.

결론적으로 한국과 일본의 소셜벤처타운의 사례연구는 현재 한국사회가 직면하고 있는 다양한 사회적 문제를 해결하기 위해서 슌페터가 주장하는「창조적 파괴」의 혁신을 통해 창업동기를 고취하고 사회에 유용한 가치추구의 기회를 발굴하고 제공하는 소셜벤처기업가의 육성이 절실함을 보여주고 있다. 또한 한국과 일본의 소셜벤처타운의 사례는 결국 사회혁신을 촉진시키는 사회혁신가(인재)의 양성이 지역사회 발전의 원동력임을 시사하고 있다.

현재 정부가 추구하는 지역경제의 활성화나 지역균형발전은 종래의 벤처기업 혹은 창업의 촉진을 아무리 외치더라도 지역스스로의 창조적 파괴의 진정한 지역사회혁신의 노력이 없이는 어렵다는 점을 시사하고 있다. 이런 점에서 제주도의 경우도 일자리창출과 사회적 가치 실현을 위한 사회적경제에 대한 투자가 지속되는 상황에서 한국과 일본의 사례를 통해서 소셜벤처에 의해서 진정한 지역사회혁신의 기틀을 만들 수 있을 것이다.



【참고문헌】

石井芳明(2010)「英国と韓国政府の社会的企業支援—その施策から日本の課題を探る」,『ソーシャル・イノベーション—営利と非営利を超えて』, 日本経済評論社, pp.95-119.

勝又英博・塚本一郎(2012)「インパクト・インベストメントによる公共サービスの改善—ソーシャル・インパクト・ボンド(SIB)を中心に」,『社会貢献によるビジネス・イノベーション—「CSR」を超えて』, 丸善出版, pp.143-168.

神座保彦(2005)「ソーシャル・ベンチャーとベンチャー・フィランソロピー—慈善の世界にもベンチャーキャピタルの手法導入」,『ニッセイ基礎研REPORT』, 3。

経済産業省(2008)『ソーシャルビジネス研究会報告書』, p.3.

嵯峨生馬(2011)『プロボノ—新しい社会貢献、新しい働き方』, 勁草書房, p.24.

竹内英二(2015)「ソーシャルビジネスの支援のあり方」,『日本のソーシャルビジネス』, 同友館, pp.118-127.

土肥將敬(2006)「ソーシャル・アントレプレナー(社会的企業家)とは何か」,『ソーシャル・エンタープライズ—社会的企業の台頭』, 中央経済社, p.121.

中島智人(2014)「英国のチャリティ制度改革—チャリティ法人の導入を中心に—」,『公益法人』, Vol.43, No.2, pp.12-17.

服部篤子(2010)「ソーシャル・イノベーションとその担い手」,『ソーシャル・イノベーション—営利と非営利を超えて』, 中央経済評論社, pp.23-58.

村山貞幸(2017)「日本におけるソーシャルビジネスの現状と課題」,『多摩大学研究紀要経営学情報研究』, No.21, pp.64-67.

Alter, K.(2007) Social Enterprise Typology, Virtue Ventures LLC.:

<http://www.4lenses.org/setypology/print>(검색일자 2019.10.08.).

Borzaga, C. and Defourny, J.(eds.) (2001) The Emergence of Social Enterprise, Routledge.

Dees, G.(1998) “Enterprising Nonprofits”, Harvard Business Review, January-February, pp.55-67.

Heckl, E., Pecher, I., Aaltonen, S. and Stenholm, P.(2007) Study on Practices and Policies in the Social Enterprise Sector in Europe, Austrian Institute for SME Research and TSE entre, Turku School of Economics, Finland – On behalf of the European Commission, DG Enterprise & Industry.



Nyssens, M., Adam, S. and Johnson, T. (eds.) (2006) Social Enterprise: at the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society, Routledge.

Schumpeter, Joseph A.(1942) Capitalism, Socialism, Democracy, New York and London: Harper and Brothers, p.82.

벤처필란트로피:

http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2018/05/28/2018052801994.html (검색일자 2019.10.03.).

NPO法人ETIC :

<https://www.jpmorgan.com/jpmpdf/1320678376988.pdf> (검색일자 2019.10.07.) .

특정비영리활동법인 ETIC:

<http://www.jma.or.jp/kaikalab/common/pdf/etic.pdf#search=%27ETIC%27> (검색일자 2019.10.07.).

※ 본 내용은 연구자의 개인적 견해이며, 제주연구원의 공식적인 견해와는 다를 수 있습니다.

문의 : 제주연구원 지역균형발전지원센터 김세일 전문연구원(064-729-0617)