

한국형 사회적기업 운영의 개선방향에 대한 일본의 사회적기업 사례를 통한 고찰

이와마 요스케

(한양대 국제학대학원 한국학과 석사과정)

서동성

(한양대 국제학대학원 일본학과 석사과정)

들어가는 말

I. 사회적 기업의 개념 및 그 중요성

II. 한국의 사회적 기업 환경

III. 한국의 인증 사회적 기업의 현황과 문제

IV. 일본의 사회적기업 환경

IV. 일본의 사회적기업 환경

V. 한국의 사회적기업에 대한 시사점

VI. 지역 특화된 서비스 제공 및 그를 기반

으로 한 지속성을 나타내는 사례

맺는 말

초록

18대 대선의 중요한 화두는 역시 경제민주화이고, 그 구체적인 면모는 유력후보 간에 이견이 있더라도, 고용 면의 안정성과 다양한 경제참여자의 권익신장 향상을 목표로 하고 있음은 의심의 여지가 없다. 이에 따라 조합의 활성화, 사회적 경제의 확대 등과 관련한 논의도 역시 보다 활발해지고 조명 받고 있는 가운데, 본 논문에서는 한국의 사회적 경제, 특히 그 중요한 일부를 담당하고 있는 한국의 인증 사회적기업의 현 상황을 조명해 보고자 한다. 이는 무엇보다도 한국의 인증 사회적기업의 경우, 당초의 기대와는 달리 벌어지고 있는 경영 악화, 실적부진 및 인증취소 증가 등의 문제들이 실은 정부정책 상 그리고 운영 상의 문제와 관련한다는 우려를 내포한다. 따라서 사회적기업체가 지향하는 역할이 순기능하기 위해 강조되어야 할 요소를, 지역경제활성화와 지속적인 운영에 성공한 일본의 사회적기업의 경우를 통해 살피고자 한다. 결론적으로, 지역성을 충분히 반영하고, 지역 자생적인 연대를 바탕으로 한 기업의 운영이, 사회적 기업의 성장기반 마련을 위한 외연을 확장시킬 수 있는 중요한 근거가 되고, 이를 바탕으로, 지역 활성화를 위한 지속적인 재화·서비스 제공과 경영으로 이어지게 됨을 지적하고자 한다.

들어가는 말

탐구목적

‘문턱 없는 밥집’의 폐점위기^①는 결국, 사회적기업이 행정이나 기업의 재화나 서비스제공에서 소외된 부문에 대한 진정한 대체자 역할을 수행하기 위해서는 무엇보다도 지속적인 운영과 성장을 이루어야 하고, 이는, 독립적인 기업체로서의 생존방식에 대한 명확한 이해와 효율적인 경영마인드와 지식, 기술이 필요하다는 점을 시사하고 있다 할 것이다. 결국 기업가정신의 빈곤은, 사회적기업의 수익성뿐만 아니라, 그 지속 가능한 경영을 가로막아, 지속적인 사회적 목적의 실현이 요원하게 되는 것이다. 사회적기업의 지속 가능한 경영을 가능케 하는 요소는 여러 전문적인 부분이 고려될 수 있겠으나, 여기서는 사회적 기업의 설립과 그 운영에 있어 가장 중요한 열쇠는 바로, 지역 특성화된 재화와 서비스 제공, 지역특수성이 반영된 고용형태나 기업운영형태 실현, 즉 지역성 반영이라는 점을 강조하고자 하고, 더불어, 지속적인 사회적기업의 토양이 되는 것은 바로 그 사회적기업을 둘러싼 지역의 구성원이 만들어가는 연대와 공동체 정신이라는 점을 보이고자 한다. 우선 사회적기업의 개념 및 그 중요성에 대해 개관한 이후, 한국의 사회적기업 환경과 현황을 살피며 한국의 사회적기업을 평가한다. 특히 그 안에 내포된 문제나 결점에 대해 주목하고자 한다. 더불어 일본의 사회적기업 환경과 사례를 살펴, 해당 문제와 결점에 대한 보완을 어떠한 방향으로 풀어나가는 것이 바람직할 지를 제시하고자 한다. 결과적으로는, 연대와 공동체를 활용한 토양 위에서, 지역적 특수성이 반영된 기업운영 방식이 중요하다는 점을 강조하고자 한다.

I. 사회적 기업의 개념 및 그 중요성^②

^① ‘문턱 없는 밥집(마포구 서교동 소재)’의 이름은 설립 당시 이사를 맡았던 박원순 현(2012.11.27 현재) 서울시장의 지은 것으로, 연 700달러 이하의 소득을 증명하면 밥값이 50% 할인되는 독일의 ‘경제 없는 식당’을 우리말로 풀어낸 것이다. 유기농 채소와 우리농산물을 이용한 식사를 별도의 가격정책 없이 고객의 자유로운 지불형태로 제공해왔고, 바른 먹거리와 식생활 운동을 전개해왔다. 그러나 2007년 5월 설립 이래, 현재는 매달 200 만원 이상의 적자가 계속되면서 폐점 위기에 놓이게 되었다.

** 경향신문:

http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201210232141055&code=940202 (최종 검색일자: 2012년 11월 27일)

^② 한상일(2011), pp151-158.

1. 사회적 기업의 개념

사회적 기업의 개념을 이해하기 위해서는 사회적 의미와 기업의 의미를 이해해야 할 것이다. 사회적 기업의 개념은 초기에는 실업에 처한 소외집단의 노동복귀를 위한 기업적 활동과 관련된 모든 시도들로 알려져 왔으니 그 이후 삶의 질을 제고하기 위한 사회적 목적을 추구하는 한편 곤궁에 처한 노동자를 고용하는 조직을 포괄하는 조직으로 정의되고 있다(남승연 외, 2010). 이 개념은 미국과 유럽 등에서 다양하게 정의되었는데 그 중에서 유럽의 사회적 기업 연구 네트워크인 EMES가 사회적 목적을 갖는 영리적 비즈니스 단위로 정의하면서(OECD, 2003, OECD, 2009)경제적 측면을 생산과 서비스의 판매, 자율성, 경제적 위험의 감수, 일정 비율 이상의 유급 근로자로 규정하고 사회적 측면을 시민사회의 주도성, 소유에 기초하지 않은 의사결정권, 참여적 성격, 제한적 이윤 배분, 지역사회 공헌 등으로 규정하면서 그 개념이 보다 구체화 되었다.

사회적 기업의 개념을 규정하면서 경제적 측면과 사회적 측면으로 나누어 설명할 때 경제적 측면에 대한 설명은 기업이론(firm theory)를 통하여 다음의 두 가지 논리로 그 근거가 설명된다(Borzaga&Tortia, 2009;Hansman, 1996). 제도주의 경제학에서는 서비스 대상인 고객에 의해서 주도되는 조직에 주목한다. 먼저 이윤극대화가 조직의 유일한 최선의 목표가 아닐 수 있다는 점에 주목한다(Hodgson&Knudsen,2006). 현실적으로 많은 조직들이 효율성이나 이윤 이외의 목표를 추구하다 있으며 특히 사회적 기업들은 공공기관과 민간기업과 경쟁하는 모습을 확인할 수 있다. 그리고 조직에서 적극적으로 활동하는 행위자는 이기심이나 경제적 동기에 의해서만 동기 유발되는 것이 아니라 매우 복잡한 동기요인에 따라서 동기유발 된다(Sen,1977). 따라서 사회적 경제를 활성화하기 위한 유인들의 특징을 정의하고 나열하는 것은 쉬운 일이 아니다. 조직 내에서 개인의 목표와 조직의 목표는 합치되어야 하고 적절한 인센티브의 조합이 형성 되어야 한다. 이러한 과정에서 조직의 문화는 동기요인과 인센티브를 밝혀내는데 기여할 수 있다. 사회적 기업은 이러한 다양한 조직의 목표와 문화를 나름대로 규정하고 있는 독특한 조직형태인 것이다(Borzaga&Depedri,2005).

그런데 사회적 기업의 개념은 사회적이지 않은 일반기업 들과 구별되어야 그 의미가 명확해진다는 점에서 경제적 측면 보다는 사회적 측면에 중요한 초점이 맞추어져야 한다고 설명한다(Nicholls&Cho,2006). 즉 사회적 기업은 사회적이지 않은 기업과 비교할 때 어떤 특성이 있는가가 중요하다. 사회적 조직은 사회적 목적을 추구하기 때문에 사회적인데 그렇다면 어떤 목적이 사회적 목적인지가 설명되어야 할 것이다, 따라서 사회적 기업이라고 부를 수 있는가의 문제가 중요한 주제였다. 그런 의미에서 사회적 기업을 규정하기 위해서는 우리가 조직의 목적을 평가하고 그러한 목적에 대한 성과에 대해서도 평가할 수 있는 능력이 있을 경우에 사회적 기업을 구별해 낼 수 있다는 결론에 도달하게 되는 것이다. 특히 작은 지역사회에도 다양한 이해 관계가 공존한다는 점에 주목할 필요가 있다. 다양한 이해 관계가 존재하지만 서로 공유할 수 있는 이해 관계에 대해 논의하고 공동의 대책을 마련하는 절차는 어떤 지역에도 존재한다. 이러한 과정은 지역공동체 비영리조직이나 사회적 기업이 주

도할 수 있기 때문에 사회적 기업이 중요한 것이다. 이 논문에서는 사회적 기업의 사회적 가운데 지역사회 공헌이라는 점에 초점을 맞추고 지역사회에 어떤 기여를 할 수 있는지를 중심으로 논의를 전개하고자 한다.

2. 내생적 발전과정에서 사회적 기업의 중요성

최근 도시지역이나 농촌공동체의 발전에 있어서 내생적 발전의 개념이 중시되고 있다. 그것은 정부나 비정부조직이 중심이 되어 발전을 주도하는 외생적 발전 전략이 한계에 봉착함에 따라 대안적인 관점으로 고려되고 있는 개념이다. 이 개념은 지역공동체에 속한 구성원들이 그들 나름의 발전 전략과 과정을 설계하고 중요한 자원을 찾아내고 동원하여 새로운 경제적 발전의 기회를 모색하는 것이 지역 발전의 핵심이라는 가정에서 시작한다(Chaskin, 1988, Cooper%Musso,1999). 그리고 이러한 내생적 발전전략을 주도하기에 적절한 조직유형으로 사회적 기업이 주목 받고 있다.

특히 내생적 발전의 과정에서 사회적 기업의 가치는 지역에서 나타나는 새로운 사회적 수요를 충족시키는 과정에서 나타난다. 사회적 기업은 시장의 실패와 계약의 불완전성을 극복하기 위해 필요한 공동재의 생산을 위한 자원을 공동 소유 할 수 있다는 점에서 중요하다(Woodin et al; 2010; Wylar, 2009). 특히 사회적 기업 특징은 조직의 구성이 다양한 이해 관계자들로 이루어진다는 점이다. 이러한 특징은 다양한 개인과 집단의 참여를 통하여 시장의 불완전성을 극복하는데 중요한 장점이 된다. 이러한 제도적 특징이 사회적 기업에 내재될 때 지역의 발전에 기여할 수 있는 것이다. 개인적 관계의 네트워크는 사회적 기업이 형성하는 거버넌스에 통합될 수 있고 경제적 자본을 공동 소유함으로써 외부효과를 저감하는 방식으로 사회적 수요를 충족시킬 수 있다(Pearce, 1993)

내생적 발전 전략을 복미의 도시지역을 중심으로 발전시킨 것이 자산기반형 지역공동체 개발전략(Asset-Based Community Development)이다. (Kretzman&McKnight,1993;한상일, 2010). ABCD전략은 미국의 공동체 개발과정에서 등장한 방법으로 John Kretzman과 John McKnight의 공동체 개발 입문서인 Building Communities from the inside out(1993)에서 제시된 개념이다. 외부의 도움 없이 지역공동체는 그들이 가진 숨겨진 자산들을 적극적으로 밝히고 그 가산을 중심으로 공동체를 개발하면서 공동체가 결여하고 있는 것을 스스로 채워나가는 방식을 말한다. 이러한 개발 및 참여 과정에서 지역공동체에 속한 사회적 기업 또는 비영리 조직들이 지역의 자산을 탐색하고 그 과정을 조직화하는 역할을 담당한다. Kretzmad&Kcknight(1993)에 따르면 내재된 자원의 탐색과정에서 중요한 것은 제도적 환경으로서의 다른 비영리조직이나 사회적 기업과의 연계를 파악하고 부족할 때는 그 연계를 강화하는 것이다. 그리고 지역공동체 구성원들의 자질을 탐색하는 과정에서 실제로 조직역량을 강화하는 것에서 나아가서 참여적 문화를 확산하는 것도 중요하다. 이러한 과정을 통하여 많은 지역 공동체가 그 동안 소외되었거나 서비스의 수혜대상이라고 여겨졌던 저소득층, 장애인, 이민자, 노년층 등의 재능과 역량을 발전시켜 서비스 공급의 주체로 전환 시키면서

공동체의 응집력을 높이고 경제적 역량을 강화하는 효과를 거둔 바 있다(Mcknight, 1995)

내생적 발전전략은 ABCD외에도 다양한 방면으로 응용 발전되고 있다. 특히 국제개발의 영역에서 국제적 사회, 정치 경제지형의 변화에 대한 대응으로 내생적 발전전략이 중시되고 있다(Grenier, 2006). 경제적 자유주의는 지역의 문제에 대해서 정부가 국가적 사업을 통해 해결하려는 의지를 약화시키는 결과를 초래하였다. 동시에 개발도상국가에서 민주주의가 발전하면서 지역수준의 강력한 거버넌스 시스템은 사회적 기업, 비영리조직 등 시민사회 조직들의 효과성을 제고하고 있다. 특히 정보통신 기술의 발전과 함께 전 세계적인 수준과 지역 수준의 의사소통을 통해 지역 경제 개발의 기회도 확산되고 있다. 이 과정에서 지역은 지속가능한 발전의 기회를 창조하고 포착해야 하며 글로벌 체제의 한 구성원으로서의 권리를 확고히 다져야하는 두 가지 도전에 직면하게 된다. 이러한 과정에서 내생적인 발전 전략은 매우 중요하다. 특히 환경적으로 지역이 스스로 발전할 수 밖에 없는 상황이 조성 되었고 내부적인 정치 경제적 맥락도 공동체의 자산을 극대화하기에 유리한 방향으로 발전하고 있다. 따라서 지역공동체 수준에서는 지속가능한 발전을 위해 구성원의 역량을 극대화하고 발굴되지 않은 자산을 탐색하는 것이 중요하다. 이러한 내생적 지역발전전략이 실제로 많은 사회적 기업에 의하여 주도되고 있으며 많은 경우 개발도상국가의 발전에 적극적으로 활용되고 있다.

3. 지역의 발전을 위한 사회적 기업의 중요성

그렇다면 지역의 발전을 위해서 사회적 기업이 기여할 수 있는 특성은 무엇인가? 사회적 기업의 기업가 정신, 다양한 이해 관계자의 참여와 목표의 공유, 사회적 자본의 증진 등이 지역을 발전시킬 수 있는 원동력으로 지적될 수 있으며(Gonzales, 2007), 그 결과로 새로운 고용의 창출 및 지역 사회 빈곤의 극복 등이 실현 될 수 있다(Pearce, 1993).

먼저 사회적 기업의 기업가 정신도 새롭고 독특한 사회적 역할을 형성하는 방식으로 지역발전에 기여한다. 이해관계자들은 조직에 대해서 각각 다른 관점을 가진 집단으로서 발전의 과정에서 중요한 역할을 담당하게 될 것이며 그들이 참여하는 과정 속에서 집행과정과 절차가 공정하게 진행되는지를 평가할 수 있다(Grefe, 2007). 특히 이 과정에서 모든 행위자들에게 공통된 목표를 찾게 되면 그것은 개별 이해관계자들의 특정한 이익을 넘어서는 중요한 역할이 부여되는 것이다. 따라서 전체적인 관점에서 보면 사회적 기업의 양적 성장과 경제적 결과도 중요하지만 더 중요한 것은 지역에 중요한 욕구와 열망들이 충족되고 있는가, 그리고 중요한 의사결정의 과정이 투명하게 진행되고 있는가가 매우 중요하다(Gergen & Vanourek, 2008).

사회적 기업의 활동방식으로 강조되는 것은 사회적 혁신으로서 사회적 혁신을 위해서는 다양한 이해 관계자들을 참여시키고 그들이 창의성을 발휘하도록 장려하는 것이 중요하다. 반면 경제적 양적 성장 만으로는 사회적 후생이나 만족감의 증가를 직접 유발할 수 없다.

그리고 사회적 후생은 금전적인 요소만으로 증가할 수 있는 것이 아니고 내면적인 요소들이 만족될 때 함께 높아질 수 있는 것이다. 따라서 사회적 관계의 질적인 관계가 매우 중요하며 지역발전의 목표를 설정하는 과정에서 포함될 필요가 있다. 진행절차에서의 공정성이 참여하는 행위자들의 삶의 질을 높이는데 중요한 역할을 하게 된다(Noya&Clarence, 2009). 자신의 이익을 우선적으로 추구하는 행위, 전통적인 경제적 주체의 강한 영향력 등의 요인은 특히 경제적 지속가능성에 제약이 있을 경우에 매우 중시될 필요가 있는 것이다.

사회적 기업의 이러한 특징들이 적절하게 작동되면 지역의 삶의 질을 높이는데 기여할 것으로 기대되며 고용과 생산량을 높이는 결과를 초래할 것으로 예견된다. 생산과정이 신뢰와 참여에 의해 이루어지기 때문에 제한된 자원을 활용하더라도 기존의 조직형태에서 생산하는 과정보다도 더 효율성과 효과성이 높아질 수 있다. 그리고 사회적 기업은 인적자원을 바탕으로 사회적 수요에 접근하기 때문에 기존의 공공조직이나 기업조직이 특화된 생산 중심의 경제활동 보다 더 큰 경쟁력을 가질 수 있다. 이러한 사회적 수요와 서비스의 생산은 지역의 수요에 부합하는 것이 중요하다. 그런 의미에서 사회적 기업의 지역기반적 특성이나 지리적 인접성 등의 특징이 중시된다.

이러한 동인들이 작동할 때, 사회적 기업은 지역 수준에서의 새로운 고용을 창출할 수 있다(Borzaga&Tortia, 2007; Borzaga&Tortia, 2009). 특히 지역 간 이동이 어려운 집단이 지역을 이동하지 않고도 해당지역을 위해 특별히 마련된 고용체계를 마련할 수가 있다. 사회적 기업의 특수한 조직적 특성은 기존의 일자리를 대신하는 것이 아니라 새로운 근로의 양식을 손쉽게 만들 수 있다는 장점이 있다. 사회적 기업의 이와 같은 능력은 다른 기업이나 정부보다 낮은 임금으로 인하여 의문시되는 경향이 있다. 그러나 실증적 결과에 따르면 사회적 기업의 근로자들은 기업이나 정부보다 더 높은 만족감을 갖고 있는 것으로 나타났다(Tortia, 2007). 사회적 경제가 확정되어 사회적 기업의 활동영역이 넓어지면 지역사회 주민들이 사회적 기업과 연계되며 이들은 보다 높은 만족감을 얻게 되며 이러한 현상은 실제로 스페인의 Mondragon 또는 이탈리아의 Trento 등의 지역에서 나타나고 있다(Kasmir, 1996; MacLeod, 1997; OECD, 2009). 그렇다면 사회적 기업의 발전은 지역사회의 삶의 질을 전반적으로 높이는 데 기여하는 결과를 유발한다.

그리고 사회적 기업이 유발하는 위와 같은 효과는 결국은 빈곤과 불평등을 극복하는 효과를 가져온다(Grefe, 2007). 이러한 결과는 사회적 기업이 지역의 복지체제를 보다 적극적으로 개방적인 형태로 변화시킬 수 있다는 점에서 특히 지역 수준에서 중요하다. 해당 지역의 사회복지 비용을 절감할 뿐만 아니라 보다 많은 주민들에게 일자리를 부여함으로써 사회적 소외를 줄이고 일자리에 대한 접근 가능성을 높이는 효과가 이다. 이러한 효과는 이탈리아나 캐나다 퀘벡지역의 사례를 통하여 이미 입증된 바가 있다(OECD, 2009).

마지막으로 외부로부터의 자원을 수용하는 과정에서 내생적인 발전에 그 자원이 얼마나 중요한지를 전략적으로 평가하고 집행할 수 있게 된다. 사회적 기업이 잘 자리잡는 경우 자발적 노동자나 문화적 역사적 자원 등을 적극적으로 활용할 수 있게 된다. 따라서 사회적 기업이 없는 경우 이러한 자원이 활용될 수 없고 지역의 사회적 자본의 축적도 어렵게 된다.

이러한 과정은 경제적인 영역뿐만 아니라 문화적으로도 지속가능한 개발의 가능성을 높인다.

Ⅱ. 한국의 사회적 기업 환경^③

1. 제도적 지원

1) 법률구비

법률구비는 사회적 기업 관련 법률이 제정되어 있는지와 관련된다. 법률제정은 지속적이고 안정적으로 기업이 성장할 수 있도록 하는 장치이기 때문이다.

한국은 사회적 기업에 대한 인식이 일본보다 늦게 나타났으나, 법률은 2007년 『사회적기업육성법』이 제정된 이후, 2010년 6월에 개정법에서 사회적 기업지원에 대해 명시하고 있고 모든 광역자치단체에서 사회적 기업 지원과 육성을 위한 조례를 제정하여 운영 중에 있다. 사회적 기업 육성법에 명시하고 있듯이 우리나라 사회적 기업은 인증절차를 거쳐 인증 사회적 기업으로 지정된 후 중앙정부로부터 각종 지원을 받을 수 있다. 현재 이러한 법률 기반 하에 2010년 12월 말 현재 501개의 사회적 기업이 인증되어 운영 중이다.

2) 경영컨설팅

사회적 기업은 EMES에서 제시하고 있듯이 사회적 목적 실현과 경제적 가치 추구라는 이중의 목표를 달성해야 한다. 사회적 기업은 약자를 위한 배려와 함께 사업성을 달성해야 한다는 것이다.

한국에서는 사회적 기업의 경영컨설팅 지원으로 (예비)사회적 기업의 필요와 수준에 맞는 다양한 방식의 컨설팅을 제공한다. 맞춤형 컨설팅 제공은 (예비)사회적 기업이 자신에게 필요한 컨설팅을 기업별로 정해진 한도금액 내에서 권역 별 지원기관과 협의하여 신청한다. 또한 회계, 마케팅 등 전문인력 신규채용에 따른 인건비를 지원한다. 기업 당 3명 범위 내에서 최장 3년 간 인건비를 지원하며, 월 150만원 한도로 지원한다. 회계관리의 효율성 및 투명성 강화를 위해 상용회계 프로그램 중 하나를 설치·사용하는 경우 설치비 및 1년 사용비를 지원한다.

3) 재정지원

사회적 기업에 대한 재정지원은 일반기업과 달리 사업성이 부족한 사회적기업이 일정 부

^③ 김학실(2011), pp 138-148.

분 자생적으로 성장할 수 있는 토대를 국가가 제공해 주기 위한 것이다.

한국은 사회서비스 제공 사회적 기업에 대한 재정지원을 하고 있다. 한국의 재정지원 내용은 인건비, 운영경비, 자문비용, 시설비 등의 지원, 조세감면 및 사회보험료의 지원 등이다. 사회적 기업에 대해서는 민간기업이 사회적 기업(비영리에 한함)에 지출하는 비용은 지정 기부금에 포함되어 법인 소득의 5%범위 내에서 전액 손금산입하고, 법인세법, 조세특례제한법 및 지방세법이 정하는 바에 따라 사회적 기업은 인증 후 4년 간 법인세와 소득세 50%가 감면된다. 또한 시설운영비 대부가 가능하여 사회적 기업이 설립·운영에 필요한 부지구입비·시설비 등을 지원·용자하거나 국·공유지 임대 등을 지원한다. 한국의 사회적 기업에 대한 지원은 일자리창출 사업의 인건비에 집중되어 있고, 사회적 기업 제품이나 서비스의 판로지원 및 투자를 위한 자금조달 측면의 지원 등 간접지원 정책은 미흡하다.

2. 사회자원 및 네트워크 지원

1) 네트워킹과 협력

협력은 사회적 기업의 성장과 발전을 위해 매우 중요하다. 지역사회를 기반으로 하는 사회적 기업은 지역사회나 다른 기업과의 네트워크를 구축하고 기업 스스로의 역량뿐 아니라 다른 자원을 동원하는 활동들이 사회적 기업의 지속 가능한 영향을 미치게 된다.

한국도 사회적 기업의 지역사회연계와 민간기업, 시민단체, 지방자치단체와의 연계가 추진되고 있다. 특히 포르보노를 통하여 경영, 법률, 회계 등 다양한 분야 전문가들의 전문성 기부 및 자원봉사자들의 활동을 사회적 기업에 연계하여 지속적 자문 서비스를 제공한다. 그러나 사회적 기업과 일반기업의 연계는 극히 적은 수이며 상호호혜의 관계라기 보다는 기업의 사회공헌 차원에서의 지원이 대부분이어서 지속 가능한 사업연계는 거의 없는 실정이다. 대기업, 중소기업, 금융권 등 일반 기업들이 사회적 기업과 지속적으로 연계된다면 재정 능력이나 경영능력 등 기업 운영의 전문성을 사회적 기업에 제공함으로써 사회적 기업의 운영에 도움을 줄 수 있다.

그러나 아직 한국은 사회적 기업에 대한 사회적 인식이 부족하고, 사회적 가치와 공헌이라는 기업의 인식이 이루어지지 않은 상황이기 때문에 민간영역과의 연계와 협력은 더 많은 시간이 필요하다.

2) 자금지원 및 동원

사회적 기업에 대한 자금을 효율적으로 공급하기 위해서는 중장기적으로 공공부문과 민간부문의 공동출자에 의한 사회적 기업 투자펀드를 조성할 필요가 있다. 비교적 일찍이 사회적 기업이 등장한 유럽의 경우 초창기에는 정부가 주도하여 정책지원과 재정지원을 바탕으로 사회적 기업의 자생력을 키워나가는 토대를 마련하였다. 재원 조달방식에서도 보조금 지원에서 점차 민간부문의 마이크로크레딧 기관이나 지역사회 금융기관 등을 통한 대출금의

비율을 높여 정부에 의존해 사업을 진행하는 방식을 벗어나 점차적으로 시장경제에 적응할 수 있는 기업의 형태로 전환을 유도하고 있다.

반면 한국에서의 자금 지원 및 동원은 미소금융이나 소상공인 지원 등이 이루어지고 있다. 2010년부터 미소금융재단에서 60억, 중소기업청 창업자금 50억을 활용할 수 있다. 다만 자치단체에서의 사회적 기업 지원을 위한 펀드조성이나 기금마련은 아직은 형성되지 않고 있다. 그러나 광역자치단체의 사회적 기업 지원조례를 살펴보면 자금지원이나 동원을 위한 제정이 이루어진 지역이 15개 지역으로 향후 사회적 기업 지원을 위한 펀드 조성이 이루어질 것으로 보인다.

3. 기업역량개발 지원

1) 지원기관운영

한국의 사회적 기업 중간 지원조직은 사회적 기업 지원기관이라고 할 수 있다. 사회적 기업 지원기관은 전국적으로 15개가 운영 중에 있으며, 지원기관의 역할은 정부 재정지원 사업 심사 지원 및 모니터링, 사회적 기업 인증 지원, (예비) 사회적 기업 경영자문 및 경영 컨설팅 지원, 지역별 (예비) 사회적 기업 네트워크 구축, 사회적 기업·사회적 일자리 사업 참여기관 및 참여자 교육 지원, 지역별 프로보노 및 자원봉사 프로그램 운영, (예비)사회적 기업 홍보 및 사회적 기업 홈페이지 활성화 등, 기타 (예비) 사회적 기업 발굴·육성을 위해 고용노동부가 필요하다고 요청하는 업무 혹은 상황 변화에 따라 과업지시서 범위를 넘어 추가하는 사업 등이다.

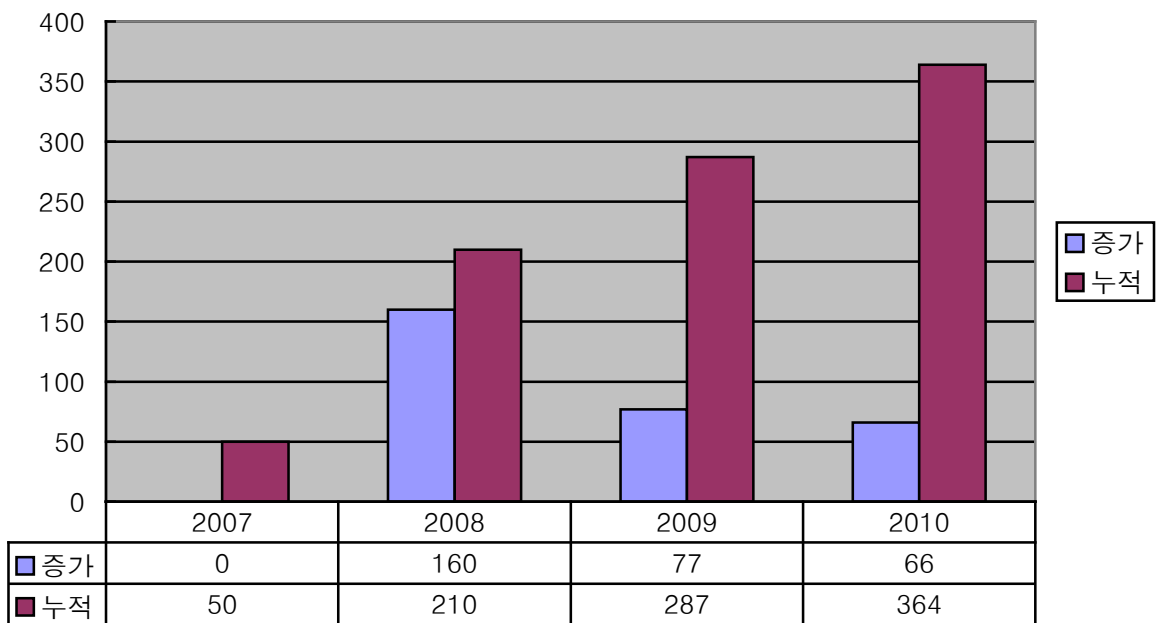
2) 홍보

한국의 경우는 각종 매체를 통한 홍보, 사회적 기업 박람회, 사회적 기업가상 시상, 사회적 기업 국제 심포지움 등 사회적 기업 인지도를 높이기 위해 다양한 홍보를 추진한다. 사회적 기업가 아카데미 운영지원은 사회적 기업을 성공적으로 운영하기 위해 사회적 사명감과 경영능력을 갖춘 혁신적인 사회적 기업가가 중요하므로 대학 등에 비 학위 과정으로 사회적 기업가 아카데미 과정 설치 및 운영을 지원한다. 또한 사회적 기업 지원네트워크 구축과 종사자 교육·훈련을 강화하는 등 기초적 인프라 구축을 통한 홍보가 이루어지고 있다.

Ⅲ. 한국의 인증 사회적 기업의 현황과 문제

2010년 현재 한국의 인증 사회적 기업은 총 353개가 있으며 정부 인증 사회적 기업제도가 본격적으로 도입된 2007년부터 지속적으로 증가하였다. 2010년 현재 인증률은 46.42%이므로 총 784개소가 신청하여 364개가 인증되고 11개소는 인증이 취소되거나 반납하여 353개가 활동하고 있다. 2008년도에 가장 많이 증가한 이후 증가추세는 완화되고 있지만 그 수는 계속 증가할 것으로 예상된다^④(표1).

<표1> 사회적기업의 인증 현황(한상일, p161.)



다양한 지역에서 다양한 유형의 사회적 기업이 형성되고 있지만 조직의 규모는 대체로 작은 편이다. 20인 미만의 기관이 가장 많은 189개소이며 100인 이상으로 구성된 사회적 기업은 9개소에 불과하다(표2). 이들 기관이 지급하는 1인당 평균임금은 2008년 기준 1,068천원으로 매우 열악한 편이며 총 노무비 대비 총 수입은 169.5% 가량이다. 조직의 규모가 작을 경우 규모의 경제를 실현하기 어렵고 전문성을 강화하기도 어렵기 때문에 조직역량을 확충하기가 어렵다. 조직역량이 부족할 경우 사회적, 경제적 지속가능성을 확보하기가 어렵고

^④ 한상일(2011), p161.

결국 공공서비스의 결손이 발생하는 결과를 초래한다.^⑤

<표2> 유급 근로자 수에 따른 인증 사회적기업의 분포(한상일, p162.)

유급근로자수	20인 미만	20-50인	50-100인	100인 이상
합계	189	111	44	9
백분율	53.5%	31.4%	12.5%	2.5%

사회적 기업의 유형별 구분에 따르면 일자리 제공 형이 178개소로 전체 사회적 기업의 절반 이상을 차지하고 있다(표3). 이러한 결과는 한국의 경우 사회적 기업 정책이 사회적 일자리 제공 사업과 밀접하게 연결되어 있었고, 현재의 사회적 기업 지원 정책도 일자리 창출과 연계되어 있기 때문에 많은 인증 사회적 기업의 목표도 일자리 제공으로 귀착되고 있음을 알 수 있다.^⑥ 즉, 사회적 기업에 대한 재정지원을 예로 볼 때도, 한국의 사회적 기업에 대한 지원은 일자리창출 사업의 인건비에 집중되어 있고, 사회적 기업 제품이나 서비스의 판로지원 및 투자를 위한 자금조달 측면의 지원 등 간접지원 정책은 미흡하다는 점 역시 그러한 편향성을 키운 부분임을 간과할 수 없다.

<표3> 인증 사회적기업의 유형(한상일, p162.)

사회적 목적 실현 유형별			정책 분야별					
유형	합계	백분율	유형	합계	백분율	유형	합계	백분율
일자리 제공형	178	50.4%	사회복지	67	18.9%	문화	30	8.5%
사회서비스 제공형	40	11.3%	환경	61	17.3%	교육	16	4.5%
혼합형	85	24.1%	간병/가사	43	12.2%	보건	7	1.9%
지역사회 공헌형	50	14.1%	보육	19	5.4%	기타	110	31.2%

지역별 사회적 기업의 분포를 보다 합리적으로 검토하기 위해서 입지계수의 개념을 활용할 수 있다.^⑦ 입지계수로 볼 경우 인증 사회적 기업의 수가 지역 별로 불균형 상태에 있음을 알 수 있다. 즉 전국에서 가장 입지계수가 높은 광역지방자치단체는 제주특별자치도와 강원도이다. 제주와 강원지역 외에도 충북, 전북, 전남, 울산, 광주 등의 지역이 1보다 큰 입지계수를 나타내는 지역이고, 입지계수가 1보다 큰 지역의 경우 전체 대한민국 인구에서 차지하는 그 지역의 인구 비율보다 더 많은 비율의 인증 사회적 기업이 입지해 있다는 것을 뜻한다. 이와는 달리 충남, 경남, 경기, 경북, 부산 등의 지역은 입지계수가 낮은 지역들이다(표4).

^⑤ 한상일(2011), pp 161-162.

^⑥ 한상일(2011), p162.

^⑦ 입지계수는 경제기반분석에서 특정지역에서 특정 산업 비중을 분석하기 위한 지표로 널리 활용되고 있다. 여기서는 전체 인구 중에서 그 지역의 인구를 기준으로 하여 특정 지역의 인증 사회적 기업의 비중을 계산하여 입지계수를 도출하였다. 한상일(2011), p163, 각주 재인용.

<표4> 인증 사회적기업의 지역별 분포와 입지 계수(한상일, p164.)

지역	인증 기업 계	비율	인구	비율	입지 계수
서울	77	21.8%	10,447,719	20.8%	1.05
인천	20	5.6%	2,761,122	5.5%	1.02
경기	60	16.9%	11,571,684	23.0%	.73
강원	22	6.2%	1,529,231	3.0%	2.07
부산	20	5.6%	3,535,620	70%	.80
울산	10	2.8%	1,129,827	22%	1.27
경남	15	4.2%	3,241,222	64%	.66
대구	13	4.5%	2,518,173	50%	.90
경북	19	4.2%	2,715,085	54%	.78
광주	13	3.6%	1,454,636	29%	1.24
전남	19	5.3%	1,944,962	39%	1.36
전북	19	5.3%	1,878,428	37%	1.43
대전	11	3.1%	1,502,579	30%	1.03
충남	8	2.2%	2,026,084	40%	.55
충북	18	5.0%	1,527,339	30%	1.67
제주	10	2.8%	563,388	11%	2.55

상기 입지계수가 높은 지역으로 분류된 제주특별자치도와 강원도는 다른 지방자치단체와 비교하여 인구가 적을 뿐만 아니라 그간 한국의 산업화 과정에서 비교적 낙후된 지역으로서 다양한 사회적 수요가 존재하는 지역이다. 따라서 이들 지역에서 정부와 기업에 의해 제공되지 못하는 서비스를 제3의 영역을 통하여 극복하기 위한 노력이 진행되었을 가능성이 많고 그 결과가 어느 정도 반영된 것으로 생각할 수 있다. 하지만, 동일한 강원도 내에서도, 사회적 기업이 한 곳도 인증 받지 못한 지역도 있다. 태백, 철원, 화천, 양구, 고성, 인제, 양양, 홍천, 평창 등의 지역은 인증 사회적 기업이 존재하지 않고 있어서 입지계수도 0을 기록하고 있다(표5). 이들 지역은 대부분 인구가 작고 고령화가 심화된 군 단위 기초지방자치단체이다. 이들 지역은 오히려 사회적 서비스에 대한 수요가 많을 수 있음에도 불구하고 사회적 기업의 활동은 부족한 편이다.

<표5> 강원지역의 인증 사회적기업의 지역별 분포와 입지계수(한상일,p167.)

	기관수	백분율	직원 수	백분율	인구	비율	기관 수 입지계수	직원 수 입지계수
춘천	2	91	62	143	265526	165	55	87

동해	1	45	16	37	103115	64	71	58
강릉	7	318	118	271	229869	143	223	190
삼척	1	45	20	46	68116	42	108	109
속초	1	45	6	14	89461	55	82	25
태백	0	0	0	0	56193	35	0	0
원주	4	182	157	361	310854	193	94	187
철원	0	0	0	0	54040	34	0	0
화천	0	0	0	0	23822	15	0	0
양구	0	0	0	0	24027	15	0	0
고성	0	0	0	0	62446	39	0	0
인제	0	0	0	0	34120	21	0	0
양양	0	0	0	0	30141	19	0	0
횡성	4	182	40	92	47362	29	619	313
정선	1	45	13	30	46362	29	158	104
영월	1	45	3	7	45287	28	162	25
홍천	0	0	0	0	75251	47	0	0
평창	0	0	0	0	46531	29	0	0

물론 노동부의 인증을 받지 않았지만 지역의 사회서비스의 수요를 충족시키고 있는 조직이 있을 수도 있고, 상기의 인증 사회적 기업의 입지계수를 통해 설명할 수 있는 것은 노동부의 지원이 지역 별로 얼마나 균등하게 이루어지고 있는가 하는 점에 국한된다. 따라서 강조될 부분은 강원도 지역의 경우 역내 균등하게 사회적 기업에 대한 지원이 이루어지는 것이 바람직하고 그에 앞서 이러한 지원을 토대로 지역별로 독특한 사회적 기업, 지역 수요를 잘 반영하고 있는 사회적 기업이 발전하는 것이 바람직할 것이다.

지역 특수 수요에 맞는 재화, 서비스 제공 가능한 사회적 기업이 필요하고 이것이 계속하여 성장해 조직규모를 확대시켜감으로써, 비용 및 경영 혁신을 이루어 지속 가능한 상태를 이루는 것이 중요할 것이다. 하지만 규모의 경제를 활용하여 대상을 보편적으로 바라보는 사회적 재화 및 서비스제공을 목표로 하는 큰 조직이 아닐지라도, 지역의 특수 수요에 맞는 기업 운영이 가능하다면 행정이나 시장에서 소외된 영역을 위한 지역 상생적 서비스 공급을 통해 그 지속 가능성이 담보될 수 있을 것이다. 이때, 지금과 같은, 초기진입에 필요한 각종 재정적 지원혜택도 중요하고 또한 주효할 것이나, 지속 가능한 운영을 위해서는 그를 뒷받침하는 네트워크와 같은 생태계 조성이 무엇보다 중요할 것이다.

IV. 일본의 사회적 기업 환경^⑧

1. 제도적 지원

1) 법률구비

일본에서는 사회적기업법이 존재하지 않는 가운데 1998년에 제정된 NPO법에 의해 준용되고 있다. 사회적기업은 NPO에 대한 지원의 일환으로 이루어지고 있는 것이다. 다만 특정 비영리활동촉진법을 통해 NPO에게 법인격을 부여하여 세제 혜택, 국가와 지방자치단체로부터 지원 등이 이루어진다. 사회적 기업에 대해 중소기업 지원정책의 일환으로 경영지원, 인재육성, 시장개척, 각종 사업보조, 금융지원, 세제지원 등을 하고 있다. 그러나 최근에 일본에서는 지방정부를 중심으로 다양한 네트워크 구조에 대한 논의와 제3섹터를 중심으로 한 네트워크 법제화 운동으로 자발적인 사회적 기업 형성 노력이 진행 중에 있다.

사회적 기업 지원을 위한 법률 구비는 일본은 1998년에 NPO법이, 한국은 2007년에 사회적기업육성법이 마련되어 운영 중에 있다. 그러나 사회적 기업과 관련한 지원법은 한국을 제외하고는 명확하게 사회적 기업이라고 명시하지 않고 있어 지원범위와 내용에 있어 상당한 차이가 있음을 알 수 있다.

2) 경영컨설팅

일본의 경영컨설팅은 내각부를 중심으로 이루어진다. 내각부에서는 '새로운 공공'으로 기능할 수 있는 사회적 기업 등의 창출과 인재육성을 목적으로 '지역사회 고용창조 사업'을 2009년부터 2011년도까지 총액 70억 엔으로 실시하고 있다. 사회적 기업이 지속적으로 회비, 기부, 보조금, 위탁, 자체사업수입, 볼런티어 등 자원을 집중시키는 비즈니스 모델을 확립하고 기반을 마련하여 새로운 고용창출에 연결하는 것이 주요내용이다. 이러한 내용 중에서 사회적 기업 인재창출·인턴쉽 등으로 6주 이상 인재창출(일정한 조건 하에 월 10만엔 활동 지원금을 제공)하는 것을 지원하고 있다. 이에 따라 이미 100개 넘는 기업사례, 200개는 넘는 취업사례를 창출하고 있다. 또한 자치단체인 도도부현(또는 위탁받은 중간지원조직 등)은 NPO 등 민간 비영리 조직에 대해 경영지원을 함으로써 NPO 등의 활동기반 정비를 위한 지원사업(재무제표 작성 지원)을 제공하고 있다.

경영컨설팅은 사회적 기업이 기업으로서 성장하기 위해 필요한 가장 중요한 영역이라고 할 수 있다. 경영컨설팅 제도가 일본, 한국 모두 운영되고 있으나 지원하는 방식이나 내용의 구체성은 상당한 차이가 있음을 알 수 있다.

^⑧ 김학실(2011), pp138-148.

3) 재정 지원

일본은 2011년 6월 15일 'NPO법 개정안' 성립에 이어 6월 22일 '신 기부세제'를 포함한 '세제개정법안'이 마련되었다. NPO법인에 대한 세제 지원은 인정 NPO법인에 기부자의 소득 세에 관해서 소득을 최대 50% 세액 공제가 이루어지고 있다. 또한 도도부현이나 시구정촌 등 지역 내에 사무소를 두고 있는 NPO법인의 경우에도 조례에 의해서 개인주민세의 기부금세액공제의 대상자로 개별적으로 지정될 수 있다. 사회적 기업 지원은 중소기업 지원정책의 일환으로 사회적 기업에 대해 소셜비즈니스 추진을 선도하고 있고, 지역의 신 사업 활성화의 중간 지원 기능 강화사업, 지역의 신 사업 이전 촉진 사업 등과 관련하여 운영 중이다. 그러나 일본에서 사회적 기업에 대한 관심은 높지만, 중앙정부의 접근은 사회적 기업을 공적 자금을 투입하지 않아도 되는 시장적 역할로서 생각하는 것이 지배적이다. 이는 NPO나 사회적 기업에 대한 공적 자금(보조금이나 사업위탁)에 대해서 언급하지 않고 있다는 점에서 알 수 있다. 즉 일본은 사회적 기업 지원을 위한 정부주도의 광범위한 정책이 운영되고 있지 않다고 할 수 있다.

사회적 기업은 일반 영리기업과는 다른 조건하에서 운영되기 때문에 정부의 재정지원이 이루어지고 있다. 정부의 재정지원은 사회적 기업이 초기에 직면하는 재정상 어려움을 극복하고 정착하여 지속적으로 서비스를 제공할 수 있도록 하는데 도움을 주게 된다. 때문에 일본과 한국은 사회적 기업에 대한 재정적 지원을 하고 있으나 재정지원 방식과 범위, 내용에 있어서는 차이가 있는 것으로 나타났다.

2. 사회자원 및 네트워크 지원

1) 네트워킹과 협력

일본은 사회적 기업 네트워크 참여자들이 매우 다양하다. 정부(경제산업성, 후생노동성)과 지자체, NPO, 시민, 민간기업 등이다. 사회적 기업과 관련된 민관협력의 주체는 크게 5가지 그룹으로 분류할 수 있다. ① 해당 지역에 있어서 주민이면 참가가 가능한 단체(자치회, 정내회, 노인회, PTA(Parent-Teacher association), 어린이회, 마을만들기 협의회, 맨션관리조합 등) ② 당해 지역 주민이면서 참가에 일정 자격이 필요한 단체(농협, 어협, 상공회의소, 상공회, 라이온스 클럽, 로타리클럽, JC 등) ③ 주민으로 조직된 NPO나 생협 ④ 주민과 직접적인 관계가 없으나 법률이나 출자 등을 통해 공익적 활동을 하는 조직이나 이러한 위치가 부여된 단체(공익법인, 학교법인, 사회복지 법인 등) ⑤ 민간 기업으로 기업활동의 일부로서 지역공헌활동을 하는 기업이 해당된다. 특히 일본에서 기업의 사회적 책임활동은 사회적 기업 활동에 대한 일반 기업의 참여 증가로 이루어지고 있으며, 사회공헌과 비즈니스의 경계가 모호해지고 점차 통합되는 현상이 나타나고 있다. 또한 일본에서는 커뮤니티(사업자 및 지원자)가 네트워크를 형성하여, 사회적 과제를 사업으로 해결하는 움직임을 활성화시키는 장

을 구축하고 있다. 이러한 지역협의회는 일본 전국 9개 구역으로 나뉘어 설치되어 있고, 소셜 비즈니스 사업자와 대학 등의 관계자가 하나가 되어 정보교환, 연구조사, 계몽보급 등을 실행하고 있다. 그 예로 소셜비즈니스 창업·사업 전개를 위한 지원방법의 정보교환, 지역의 기업과 소셜비즈니스 사업자의 수요·공급 연결 등이 있다. 그러나 일본의 사회적 기업의 자립적 발전에는 제도나 시장을 초월한 네트워크 형성이 필요한데, 일본에서 다른 부문과의 본격적인 사회적 기업 네트워크는 결여되어 있는 상태로 평가한다.

협력과 네트워크는 아직 기반이 취약한 사회적 기업의 성공에 중요한 역할을 하고 있다. 일본은 시민사회와 연계한 협력이 매우 강하고 지속적으로 운영되고 있다. 반면 정부주도로 사회적 기업의 발전을 추진하고 있는 한국의 경우 시민사회와의 연계는 취약한 것으로 보인다. 또한 일본과 한국의 경우 사회적 기업과 일반 영리 기업과의 연계는 미약한 편이다.

2) 자금지원 및 동원

일본의 사회적 기업을 위한 자금지원은 도도부현을 중심으로 이루어지고 있다. 기부금 모집 지원 사업이나 용자축진을 위한 지원 사업, 브리지 론 지원 사업 등을 추진하고 있다. 예를 들어 사회적 기업의 재정지원은 국가에서 80%를 지원하고 오사카 부에서 20%를 조성하는데, 조성방법은 오사카지역창조펀드이다. 오사카지역창조펀드를 통해 오사카부에서는 커뮤니티비즈니스 창출 지원 자금 대부사업을 실시하였다. 이를 위해 긴끼 노동금고와 연대해 시작단계인 NPO 법인용 용자(금리 1.95%, 상한액 400만엔)을 실시하였다.

사회적 기업은 자금 동원능력이 매우 취약한 형편이기 때문에 일본은 지역창조펀드를 조성해서 지역적 차원에서 지원이 이루어지고 있다. 한국은 사회적 기업을 위한 자금동원이 가능하도록 일정금액을 할당하였으나, 자치단체나 일반 금융기관에서의 자금지원은 없는 실정이다.

3. 기업역량개발 지원

1) 지원기관 운영

일본에서의 중간지원구조는 정부의 다양한 지원을 받고 있는 조직으로 개개의 NPO가 필요로 하는 자금이나 자원 등을 소개한다. 중개나 인재육성을 비롯하여 개별적으로 맞는 상담 등 NPO 활동을 다양한 면으로부터 지원하는 조직을 말하는 것으로 사회적 기업에 대한 지원을 조정하는 코디네이터의 역할을 수행하고 있다. NPO 센터와 지자체가 밀접한 파트너십을 통하여 다양한 사업을 전개하고 있다. 중간지원구조의 조직형태로는 NPO법인만으로 그치지 않고, 재단법인 등의 공익법인이나 사회복지 법인, 법인격을 갖지 않은 임의 단체도 운영 중이다. 중간지원조직은 일자리 창출의 목적보다는 지역 경제 살리기에 초점을 맞

추어 운영되고 있다.

사회적 기업의 양적 증가와 성장으로 인해 사회적 기업을 지원하는 기관의 중요성이 나타나고 있다. 사회적 기업 지원 조직들은 다양한 영역에서 논의되고 개발된 경험과 기술, 지식을 사회적 기업 부문의 혁신에 적용하는 역할을 한다. 일본과 한국 모두 사회적 기업 지원 조직의 필요성에 공감하고 이 부분에 대한 지원이 이루어지고 있다. 일본은 도도부현과 같은 자치단체를 중심으로 NPO 센터가 운영되고 있다. 한국의 경우는 사회적 기업 지원기관이라는 명칭 하에 자치단체의 사회적 기업 지원과 컨설팅을 주도하여 운영되고 있다.

2) 홍보

일본은 내각부 NPO 홈페이지(<https://www.npo-homepage.go.jp>)에서 NPO에 대한 홍보를 하고 있다. 관련시책에서는 인증 NPO 법인을 위한 지원세제, 중앙정부 및 지방자치단체 NPO 시책 검색, 관·민 파트너십 확립을 위한 지원사업 등의 설명이 제공되고 있다. 일본의 사회적 기업 운영은 지자체 주민 주도로 이루어지는 경우가 많기 때문에 사회적 기업을 위한 다양한 홍보가 이루어지고 있지는 않다.

V. 한국의 사회적 기업에 대한 시사점

사회적 기업을 공적 자금을 투입하지 않아도 되는 시장 역할로서 바라보는 보편 인식 하에서, 지역 현실에 맞는 금융네트워크 구축을 통해 기부금 모집이나 용자와 같은 지역적 차원의 지원이 이루어지고 있어, 독립적인 시장 내 기업체로서의 책임감과 경영혁신노력을 유도하고 있다. 또한 중간지원조직이 지자체와 밀접한 파트너십을 통해 지역 수요에 합치하는 다양한 사업을 NPO나 사회적 기업이 전개하도록 조율을 맡고 있다는 점 역시 지역 특화된 자생적 성격의 서비스 제공을 가능케 하고 있다. 또한 중간지원조직은 일자리 창출의 목적보다는 지역 경제 살리기에 초점을 맞추어 운영되고 있음을 주목해야 한다.

VI. 지역 특화된 서비스 제공 및 그를 기반으로 한 지속성을 나타내는 사례

<아야오리 꿈을 피우는 여성모임, あやおり夢を咲かせる女性の会>⁹⁾
후대에 전하고자 하는 좋은 지역 만들기를 위해 노력한다는 목표로, 국도변 휴게소인 '토우

⁹⁾ www.mitaka.ne.jp/_files/00001151/example.pdf (최종검색일자 2012년 11월 27일)

노카제노오카(遠野風の丘)에 농가 풍의 레스토랑인 '유메사키차야(夢咲き茶屋)'을 개점하여, 지역의 다양한 농산물을 식재료로 한 고향의 맛을 제공하고자 하고 있다. 또한 아야오리 지역 전통의 직물을 후세에 전하고자 하는 '유메사키멘요노카이(夢咲きめん羊の会)', 와 각지의 나베요리를 테마로 한 이벤트인 '이와테나베나베서밋(岩手なべなべサミット)'등, 아이들과 타 지역 등의 타 단체 및 모임과 연계한 즐거움을 주제로 한 문화활동 역시 전개해 나가고 있다.

여기서 조직의 시작은, 바로 지역 내 여성들의 참여의식 자각에 대한 지자체의 보조가 새로운 수익활동 및 문화활동으로 이어진 것으로, 농경지 주변에 여성화장실 설치나 향토음식에 대한 식당 및 가판을 설치하는 등, 지역 특수성이 반영된 다양한 활동들이 돋보인다. 즉 지역에 필요한 수요에 반응하여, '여성 참여의식 고취와 생활 개선 그리고 더 나아가 지역 개선이라는 분명한 목적의식'에 따라 움직일 수 있는 다양한 참여 연대(다양한 여성조직 및 역내 조직 그리고 행정의 연계)가 조성될 수 있었고, 그러한 생태계를 바탕으로 하여 창의적인 수익활동 및 외부 단체와의 연대를 도모해 커뮤니티를 확대하고자 하는 이벤트 마련으로 이어졌다는 점은 괄목할 만 하다.^⑩

즉 행정 및 역내 조직들 그리고 개인들이 참여하는 구조의 생태계 속에서 규모적으로 미약하더라도 지역의 발전에 기여 가능한 성장을 보였다는 점, 무엇보다도 개인, 특히 여성들의 행동의식, 참여의식 고취로 지역의 활력을 불어 넣었다는 점은 앞으로의 조직 성장이 더욱 기대되는 점이라 할 것이다.

<토쿠시마현 카미카츠초의 사례: 이로도리, いろどり>^⑪

카미카츠초는, 인구 1997명으로, 전체 854세대 중, 고령자 비율이 49.5%에 이를 정도로 고령화가 극심하다. 하지만, 이러한 상황을 극복하여, 현재는, 전국에서도 대표적인 '지역활성형 농업 및 상공업 연대'의 모델로서 자리잡아 있다. 1981년 무렵, 한파로 인해 주요산업의 고갈을 겪어야 했고, 이로 인해 지역은 위기를 맞았으나, '츠마모노'라는 특용작물을 활용하여 난관을 타개할 수 있었다. '츠마모노'라는 새로운 지역 특유의 자원을 축으로 한 지역형 사업을 전개한 결과, 농업상업 연대라는 새로운 공동체를 기반으로 한 지역 활성화가 가능하게 되었다.

즉, 고령화가 지속되는 상황 속, 기존의 지역 기반산업의 고갈을 계기로 삼아, 보다 적극적으로 지역적인 특성을 반영, 고령자들이 취급하기 쉽고 소득원으로서 가치가 높은 작물을 특화 시켰고, 생산부터 상품개발 및 가공, 마케팅 및 판매에 이르는 총체적인 과정의 참여자

^⑩ <http://www.bunka.pref.iwate.jp/kouryu/tokusan/index2.html> (최종검색일자 2012년 11월 27일)

^⑪ 塚本一郎, p12.

들이 연대해, 지역발전을 도모한 대표 사례라 할 수 있다. 특히, 개인용 컴퓨터를 통한 네트워크 및 전국적인 판매망 구축이 가능해지면서, 농업 및 상공업 연대를 구성하고 있는 고령자들이 직접 컴퓨터를 구사하여 마케팅과 유통망을 관리하는 형태에까지 이른 점은, 지역의 산업의 활성화가 고령자 개인의 직업 면 기술 및 역량을 높이면서 고령자 개인생활의 외연을 넓힌 결과로까지 이어진 사례라고 할 것이다.

맺는 말

현재도 우리나라에서는 다양한 사회적 목적 실현을 목표로 한 인증 사회적 기업이 계속하여 설립되고 있고, 앞으로의 경제 민주화 물결 속에서 연대와 공동체를 지향하는 다양한 형태와 목적의 사회적 조직 등장이 기대되고 있다. 하지만 그 한편으로, 기존의 인증 사회적 기업들이 경영 악화 등의 이유로 어려움을 토로하고 있는 것이 사실이다.

사회적 기업은 단기의 일시적인 사회적 재화 및 서비스 제공이 목적으로 되어서는 안되고 그 지속적인 운영이 요구된다. 그럴 때만이 행정이나 기업의 서비스가 미치지 못하는 영역에 대한 보완역할의 수행이 가능하기 때문이다. 여기서 지속성의 원천은 바로 대상을 보편화한 사회적 수요에 대한 대응이 아닌 지역 특수성이 반영된 특화된 서비스와 재화 제공이 될 것이다. 또한 무엇보다도 사회적 기업의 운영과 참여가 가능한, 명확히 그 활동에 대한 이해와 조력이 가능한 구매자 및 참여인력이 구비될 수 있는 생태계 조성이 그 지속성에 가장 중요한 요소가 될 것임이 분명하다.

참고문헌

경향신문:

http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201210232141055&co

de=940202.

김학실(2011), "한국·영국·일본의 사회적기업 지원제도 비교", 한국비교정부학보, 제15권, 제2호, 129-154.

한상일(2011), "한국의 인증 사회적 기업의 현황과 지역별 분포: 강원도 지역을 중심으로", 창조와 혁신, 제4권 제1호, 149-175.

社会的企業事例集 : www.mitaka.ne.jp/_files/00001151/example.pdf.

あやおり夢を咲かせる女性の会: <http://www.bunka.pref.iwate.jp/kouryu/tokusan/index2.html>.

塚本一郎(2008), '非営利セクターの新しいモデルとしての社会的企業', 自治体チャンネル, 平成20年8月号.