

융합경영리뷰

한 국 을 대 표 하 는 융 합 경 영 매 거 진

BUSINESS ETHICS



윤리와 경영의 미래

MAIN SCREEN
BORDER-BALANCE-FED



초연결(hyperconnectivity)과 초지능(superintelligence)을 특징으로 이제 4차 산업혁명이 생활 속에서 시작되고 있으며 새로운 패러다임이 형성되고 있습니다. 기술혁신은 필연적으로 기업경영에도 역시 커다란 변화의 물결을 일으킬 것입니다. 융합경영 리뷰는 이러한 시대적 요구에 부응하여 경영학과 이외 관련된 제 분야의 융복합 연구를 통하여 4차 산업혁명 시대에 요구되는 경영학의 발전을 도모하기 위한 목적으로 발간되었습니다.

contents

에디터 컬럼

1 윤리와 경영의 미래

주제 컬럼

- 2 클라우드 위에 새겨진 데이터 및 정보의 관리 : 데이터 윤리의 중요성
_ 박정완
- 6 ESG 경영과 이해관계자 _ 이종재
- 14 꿈이 있는 사회, 윤리와 경영의 만남 _ 조규연

미래경영

- 18 역주행 메타버스 체험기 _ 한석희
- 25 디지털화의 새로운 시각 _ 이영기

디지털경영

29 치매를 예방하는 방법 _ 이승희

휴먼경영

- 33 젠더 평등을 향한 제언 _ 이종구
- 38 일상의 회복과 행복 _ 탁진규

환경경영

- 40 쓰레기를 만들지 않는 쇼핑, 새로운 무포장 가게
'보틀앤스쿰', '안녕상점', '다시채움' _ 스타트레일 정희정

융합경영 리뷰_2022년 4월호(NO.34)

발행일 2022년 4월 1일

발행처 지식플랫폼

발행인 김주연

편집위원장 엄재근

편집 그린팍스

디자인 M.S.G.

주소 서울시 구로구 경인로 662 디큐브시티 15층 1512호

이메일 bookplatform@naver.com

팩스 02-6499-4370

광고 문의 '융합경영 리뷰'에 광고 게재를 원하시면
아래의 연락처로 문의주시기 바랍니다.

융합경영 리뷰 편집위원장

bookplatform@naver.com / 010-6839-4970



윤리와 경영의 미래

최근 기업에 대한 윤리의 중요성이 점점 강화되고 있다. 전통적으로 기업이 수익을 내는 것에 집중했다면, 이제는 사회가 요구하는 윤리에 대해 답을 해야 한다. 이는 시대에 따른 경영의 변화라고 볼 수 있다.

2003년 기준으로 윤리현장을 보유한 대기업이 86.8%라고 한다. 이는 윤리경영에 대한 중요성의 인식이 상당히 높아지고 있는 것을 의미한다. 하지만 현장에 서 제대로 실행되고 있는지는 상당히 의심스럽다.

2021년 남양유업이 불가리스 발효유 제품이 코로나19에 항바이러스 효과가 있다고 과잉 홍보성 발표를 하여 2개월의 영업정지 행정처분을 받았다. 이미 남양유업은 2013년 대리점주에게 물량 밀어내기로 갑질을 한다는 논란에 휘말려 불매운동의 대상이 되기도 하였다. 또한, 창업주 외손녀 황하나 씨 마약 사건 등으로 회사의 이미지에 직격탄을 맞았다. 이미 대중에게 비호감 이미지로 각인된 상황에서 비윤리적인 기업 경영까지 겹치자, 남양유업은 회사의 존립마저 위협받고 있다.

2021년 6월 한 음식점 점주가 쿠팡이츠로부터 무리한 환불 요구를 받다가 뇌출혈로 쓰러져 숨지는 사건이 벌어진다. 이에 대해 많은 소비자가 쿠팡의 비윤리적 요소를 지적하며 불매운동에 적극적으로 참여하였다. 이처럼 제품 구매 시 해당 기업의 윤리의식도 하나의 선택 기준이 된 것이다.

ESG 경영이 기업에 중요한 주제가 된 이래, 기업 윤리에 대한 요구가 커지고 있다. ESG의 환경(Environment)이나 사회 가치(Social), 지배구조(Governance)에 대해 전반적인 윤리를 요구하는 것이다. 이미 윤리에 대한 이슈는 국제적으로 1999년 경제협력개발기구(OECD)의 '뇌물 방지 협약'을 통해서 대두되었다. OECD 회원국인 우리나라에서도 기업에 요구되는 윤리라는 세계적인 흐름에 부응하여, 정부나 기업에서 국제 상거래 뇌물방지법 및 부패방지법 제정, 기업 경영의 투명성 확보 등과 같은 형태로 기업 윤리를 위해 힘쓰고 있다.

이렇듯 윤리 경영의 시대에 기업의 미래는 윤리적으로 얼마나 올바른가에 달려 있다. 기업의 최고경영자 및 임직원이 윤리를 무시하고 기업 경영을 이윤 극대화에만 집중한다면 그 기업의 미래는 지속가능성이 불가능할 것이다.

융합경영 리뷰 편집위원장

클라우드 위에 새겨진 데이터 및 정보의 관리 - 데이터 윤리의 중요성 -

박정완



클라우드의 시대

4차 산업혁명 시대에 접어들어 가장 중요시되고 있는 산업적 변화의 중심에는 ‘클라우드(Cloud)’라는 키워드가 자리 잡고 있다. 그렇다면 여기서 말하는 ‘클라우드(Cloud)’는 무엇일까?

이것은 인터넷을 통해 접근할 수 있는 서버와 이러한 서버에서 작동하는 소프트웨어와 데이터베이스를 의미한다. 그리고 이런 클라우드 컴퓨팅 개념을 적용함으로써, 사용자와 기업은 직접적인 물리 서버를 관리하거

나 자체 서버에서 소프트웨어 응용 프로그램을 실행하지 않더라도 얼마든지 원하는 시간에, 원하는 만큼, 컴퓨팅 자원을 활용할 수 있게 되었다.

전 산업적으로 디지털 전환(Digital Transformation)에 대한 요구사항이 현실에 적용되기 시작하면서, 클라우드 서비스의 유형도 여러 가지로 나타나고 있다. 내부 혹은 외부 자원의 클라우드화의 기준에 따라 ‘Private 클라우드’와 ‘Public 클라우드’로 나뉘며, 서비스 제공 자원의 정도에 따라 Public 클라우드에서는 IaaS(Infrastructure As A Service), PaaS(Platform As

A Service), SaaS(Software As A Service)로 분류할 수 있다. 최근에는 Private과 Public 클라우드의 개념이 모두 적용된 'Hybrid 클라우드', 혹은 더 나아가 'Hybrid-Multi 클라우드'의 형태로 시스템을 구축하기도 한다.

중요 정보와 융합이 필요한 정보의 활용

기업은 빅 데이터 기반의 자산관리, 외부 기업들의 서비스 협업, 솔루션의 도입 등이 기업의 중요 차별화 요인으로 등장하자, 자신들이 반드시 보호하고 중요시해야 할 데이터와 정보 자원들에 대해서는 Private 클라우드로 관리한다. 그리고 경쟁자들과 차별화를 바탕으로, 경쟁적 우위를 가져가기 위한 자원의 융합 차원에서 Public 클라우드와의 혼용 혹은 여러 Cloud Maker 및 장소에서 운영되고 있는 클라우드들을 하나의 자원인 것처럼 묶어서 활용하는 멀티 클라우드의 형태로 그 활용의 정도가 진화되고 있는 상황이다. 기업들이 이와 같은 행보를 보이는 이유는 무엇일까?

생각해보면 아주 간단히 그 해답을 유추할 수 있다. 즉, 민감정보 혹은 중요정보가 외부로 노출되어서는 안 되기 때문이기도 하며, 이런 정보들이 자신들에게는 너무나도 중요한 무형의 자산이기 때문이다. 데이터와 정보의 구분은 가치를 중심으로 언급할 수 있을 것이며, 더 간략하게 생각해보면 데이터에 어떠한 가치를 부여함으로써 필요한 형태로 가공한 것이 정보라고 볼 수 있을 것이다. 데이터와 정보를 같은 개념으로 치부하거나 혼용해서 쓰는 경우도 있기 때문에 본 칼럼에서도 데이터와 정보의 구분을 짓지 않으려 한다.

클라우드 환경에서의 데이터 윤리

이에 무엇보다도 클라우드 환경하에서의 데이터 윤리는 중요한 사안이 되었다. 데이터 관리와 관련

하여 전 세계적으로 나라마다 지사를 두고 비영리 형태로 운영되고 있는 DAMA International에서는 『DMBOK』이라는 간행물을 발간하여, 1980년대부터 데이터의 중요성에 대해서 지속적으로 언급하며 세계적인 영향력을 끼쳐오고 있다. 『DMBOK』에서는 데이터 관리의 중심에 '기술자와 경영진의 데이터 거버넌스(Data Governance) 준수'와 함께 '데이터 처리윤리(Data Handling Ethics)'를 중요 챕터로 채택하여 설명하고 있다.

이 책에서는 데이터 처리 윤리를 윤리적 원칙에 부합하는 방식으로 데이터를 조달, 저장, 관리, 사용 및 폐기하는 방법에 관여한다. 비윤리적 데이터의 취급은 곧 데이터가 노출되는 사람들을 위협에 빠뜨리기 때문에 평판뿐 아니라 고객을 잃게 되는 결과로 이어진다고 경고한다.

또, 데이터 사용에 대한 윤리적 접근은 비즈니스의 경쟁우위 요소로 인식되고 있으므로, 데이터 윤리에 대한 준수는 곧 기업의 차별적 경쟁요인이 될 수 있음을 주장한다. 그리고 이를 위해 데이터나 정보를 다루는 기업이나 개인이 유의해야 할 사항들을 크게 3가지 관점에서 생각할 것을 주문한다.¹

• 사람에게 미치는 영향

데이터는 개인의 특성을 나타내며, 사람의 삶에 영향을 미치는 의사결정에 이용되기에 데이터의 품질과 신뢰성을 관리하는 것은 필수임

• 오용 가능성

데이터를 잘못 사용하면 사람과 조직에 부정적 영향을 미칠 수 있으므로 데이터 오용을 방지할 윤리적 의무가 있음

1 DMBOK(DAMA International)

• 데이터의 경제적 가치

데이터는 경제적 가치를 지니며, 데이터 소유에 대한 윤리는 그 가치를 어떻게 그리고 누가 접근할 수 있는지를 결정하는 데 있음

ESG와 데이터 윤리의 부상

전 산업적으로 ESG(Environmental, Social, Corporate Governance)에 대한 관심이 높다. 즉, 기업이나 비즈니스에 대한 투자의 지속가능성과 사회에 미치는 영향을 측정하는 3가지 핵심 요소 중 하나인 거버넌스(Governance) 관점에서 볼 때, 주주 및 회사의 다양한 이해관계자의 권리와 책임에 대한 부분은 클라우드 속 개인정보 혹은 민감정보 등에 대한 중요성을 중심에 둘 수밖에 없는 배경으로 보아야 할 것이다. 또한 해당 지배구조를 감시할 때 비즈니스 윤리, 반경쟁 관행, 부패, 세금 측정, 이해관계자에 대한 투명성의 제공이 포함된다.²

기업들의 클라우드 전환은 산업과 연관된 모든 비즈니스 생태계에서 데이터 윤리의 중요성이 갈수록 높아질 수밖에 없음을 시사한다. 뿐만 아니라 ESG 영역에 있어서도 거버넌스 측면뿐 아니라 사회적 파급 효과로도 더 넓혀 생각해야 한다. 우리는 DAMA의 『DMBOK』에서 언급된, 데이터가 사람에게 미치는 영향, 오용 가능성, 데이터의 경제적 가치를 항상 고려해야 하는 것이다.

클라우드의 사용 구조상에서 언급된 여러 형태들의 조합은 자칫 민감한 정보에 대한 기준이 제대로 정립되지 않은 기업들의 경우 올바르지 못한 데이터의 Public화로 인해 거대한 사회적, 경제적 손해를 입을 수도 있다. 이에 경영진 입장에서는 데이터 거버넌스를 올바르

게 정립할 수 있도록 자신들만의 데이터 기준을 만들고, 그럼으로써 데이터를 보호할 수 있는 토대를 만들어야 한다.

AI, 클라우드 그리고 데이터 윤리

데이터의 저장과 분석, 모니터링, 융합이 클라우드에서 이루어진다면, 그 행위를 주도하고 행동으로 옮기는 것은 사람의 판단에서 AI로 옮겨가고 있다. 특히 금융권의 AI 도입 확산은 고객의 중요한 금융자산과 개인정보를 다룰 수밖에 없는 산업적 특성 속에서 특히 윤리가 강조될 수밖에 없다.

고객의 질문에 응답하고 공급자와 수요자의 편의성을 향상시킬 목적으로 도입한 챗봇의 경우, 불필요한 정보에 대한 요구와 응답을 통한 상품 가입, 맞춤 서비스 제공이 고객의 입장에서는 오히려 불편감을 가중시키는 요인이 될 수 있기에 신중한 접근이 필요하다. 또, 고객의 민감정보를 입력하는 입장에서 오류나 외부 해킹 시도에 의한 오염의 경우, 개인정보의 유출과 침해로까지 이어질 수 있기 때문에 크게 경계해야 한다.

실제로 한국금융연구원에서는 「금융업의 AI 활용과 정책과제」 보고서를 통해서 빅 데이터 기반의 AI 기술 활용은 프라이버시의 침해, 사회적/경제적 편향성 문제 제기 등의 부작용을 초래할 수 있다고 지적함으로써, 금융업권의 AI 윤리 원칙 마련³이 필요함을 강조하고 있다.

결론 및 의견

클라우드 상에서의 데이터 윤리에 대해 당부하고자 하는 바는 첫 번째로 데이터 거버넌스의 올바른 정립이다. 이를 위해 기술자와 경영진, 전사 임직원의 올바른

2 ESG(출처: 위키백과)

3 금융권 AI 도입 확산... "학습 데이터 활용 기반 마련돼야"

인지와 협력이 필요하다. 윤리에 대한 기준을 세우되, 그것을 실천하는 당사자는 곧 전사적인 입장에서 이루어져야 한다. 이는 각자의 입장과 직무가 다르기에 자칫 상대방에서 중요시하는 윤리의 기준을 어김으로써 시장에서의 엇갈린 발자국을 만들 수 있기 때문이다.

두 번째로는 클라우드 사용의 용도에 따라 Private, Public, Hybrid, Hybrid-Multi 형태로 디지털 전환을 하는 입장에서 민감 혹은 중요 데이터들에 대한 관리를 엄격하게 해야 한다는 것이다. 데이터는 언제든 유출되는 순간 불특정 다수에 대한 복사와 전달이 가능하다. 때문에 어디까지 민감하거나 중요한 데이터로 취급해야 하는지에 대한 기준이 있어야 하며 이를 어길 시 자신들에게 미치게 될 파급력에 대해서도 시나리오 플래닝 형태로 대비할 필요가 있다.

결론적으로 이런 클라우드의 기준이나 데이터 윤리에 대한 사안은 이제 의사결정자의 강력한 의지와 더불어

어 모두가 함께 심각성을 고민하지 않으면 안 되는 시기가 되었음을 알리며 오늘의 글을 마치려 한다.



박정완

현) 이니텍(KT그룹) 금융전략팀
 전) 넥서스엔코드 전략컨설팅, STX조선해양 사업기획팀
 한양대학교 경영컨설팅 박사 / Helsinki University MBA
 저서: 『Premium 브랜드 마케팅』
 『컨설팅트가 바라본 경험과 미래 그리고 인간에 대한 일상적 접근』



「학습하는 조직」 저자 “피터 센게”, 전 세계자연보전연맹 (IUCN) 사무총장 “줄리아 마튼 르페브르”, Global Footprint Network 설립자 겸 CEO “매티스 웨커나젤” 등 글로벌 명사들이 추천하는 통찰의 책”

시스템사고와 함께하는 기후변화 플레이북

게임을 통해 복잡한
문제를 단순하고
명쾌하게 이해시켜라!

인류의 이기적 행동으로 경제 성장에만 주력하면서 지구 환경이 파괴되어 심각한 기후변화가 일어나고 있다. 기후 변화로 지구의 생태계 시스템에 폭염, 한파, 홍수 등으로 인류에게 돌이킬 수 없는 악순환이 일어나고 있다. 이러한 심각성을 깨달은 저자들은 악순환의 인과구조를 이해하기 위해서는 시스템사고가 필요하다고 설명하고 있다. 다양한 게임을 통해서 독자들이 시스템사고를 자연스럽게 배우고 기후변화 위기의 탈출을 위한 지혜를 얻게 한다.

데니즈 메도즈, 린다 부스 스위니, 질리안 마틴 메허스 지음 | 정창권 옮김

ESG 경영과 이해관계자

이종재



#2022년 2월 24일.

대한상공회의소 회의실에서는 미국 버지니아대 R. 에드워드 프리먼 교수와 한국의 경영학자들 간에 2시간 남짓한 토론이 있었다. 이해관계자 자본주의 이론의 창시자인 에드워드 프리먼 교수는 '이해관계자 자본주의와 기업 윤리'란 주제로 발표를 했다. 민관연구소와 한국경영학회가 주최한 성공경제포럼의 이날 전체 주제는 '이해관계자 자본주의 세미나'였다.

한국경영학회는 올해의 핵심 주제로 '이해관계자 자본주의'를 꼽아 2022년을 한국 자본주의의 새로운 출발로 선언하고 나섰다. 학회는 지난해 8월 융합학술대

회에서 '이해관계자 자본주의의 방향모색'이란 특별 세션을 만들어 이해관계자 자본주의의 국내 확산에 시동을 걸었다. 주주보다 이해관계자가 우선이라는 주제의 올해 행사는 특히 대표 경제단체인 대한상의의 후원으로 진행돼 관심을 끌었다.

#2022년 1월 17일.

미국 자산운용사 블랙록의 CEO 래리 핑크는 '이해관계자 경영은 장기적으로 지속가능한 수익성을 담보하고 장기 가치를 창출한다.'는 내용의 서한을 공개했다. 10조 달러 이상의 자산을 운용하고 있는 세계 최대

자산운용사 대표인 래리 핑크는 지난 10여 년간 매년 초 주요 투자자 및 CEO들을 대상으로 연례 서한을 보내면서 자신의 투자 철학을 밝혀왔다.

래리 핑크는 2020년 서한에서 탈탄소, 사회적 가치, 스튜어드십코드(기관투자자들의 의결권 행사지침) 등을 선언하면서 ESG 경영의 방아쇠를 당긴 세계적인 큰손으로, ESG 경영이 전 세계 자산운용사를 중심으로 급속히 확산되도록 하는 계기를 만들었다. 지난해 서한에서는 넷제로를 키워드로 환경경영을 주도하더니, 올해 서한에서는 이해관계자 경영에 방점을 둔 것이다.

#2020년 1월.

다보스 포럼(WEF, 세계경제포럼)은 ‘그레이트 리셋’을 주제로 이해관계자 자본주의를 분명히 했다. 다보스 포럼은 세계적으로 저명한 기업인 경제학자와 정치인 등이 모여 범세계적 경제문제를 토론하고 국제적인 실천 과제를 모색하는 민간차원의 국제회의이다. 세계 최고 부자들이 주축이 된 이 회의에서 주주 이익을 최우선하는 주주 자본주의 대신, 고객과 근로자, 지역사회, 환경 모두에게 공헌할 수 있는 기업 활동을 하겠다고 선언한 것이다.

#2019년 8월 19일.

미국 비즈니스라운드 테이블(BRT)은 ‘이해관계자 경영’을 공개 선언했다. BRT는 미국 시가총액의 20%에 달하는 최대 경영자 단체로 우리나라의 전경련과 비슷한 모임이다.

이날 선언에 참가한 181명의 최고경영진들은 ‘고객에게 기대를 뛰어넘는 가치를, 종업원에게 공정한 보상 및 교육훈련을, 협력사에 공정하고 윤리적인 거래를, 지역사회에는 공동체 가치와 환경 보호’를 약속했다.

이를 전한 『뉴욕타임즈』는 1면에 제이미 다이먼(JP모건체이스 최고경영자), 제프 베이조스(아마존 CEO), 팀 쿡(애플 CEO) 등의 사진과 함께 ‘최고경영자들, 더

이상 주주가치만 말하지 않겠다고 선언’이라는 타이틀을 달았다.

줄 잇는 선언, 이해관계자 자본주의

본격적인 ESG 경영과 함께 이해관계자 자본주의가 화두로 자리하고 있다. 자본주의 4.0 시대(아나톨 칼레츠키, 2011)가 본격화하는 상황이다. 칼레츠키는 『자본주의 4.0-신자유주의를 대체할 새로운 경제 패러다임』이라는 자신의 저서에서 “성장만을 강조한 기존 측정 방법에서 환경과 삶의 질을 포함한 다양한 성장 측정 방법이 개발될 것”이라며 “소득 불평등, 저성장, 환경문제 등 자본주의의 부작용을 해결해야 한다.”고 주장했다. 자유방임의 고전자본주의(1.0)에서 정부의 역할을 강조한 수정자본주의(2.0), 승자독식으로 양극화를 초래한 신자유주의(3.0)에 이어, 이해관계자를 중심에 두는 자본주의 4.0은 기업의 사회적 책임이 강조된다.

이해관계자 자본주의는 단어 그대로 자본주의이며, 기업의 번영에 영향을 미치는 직원, 고객, 거래처, 지역사회와의 상생 관계로부터 추진력을 얻는다. 오늘날과 같이 전 세계가 밀접하게 연결된 상황에서 기업이 주주에게 장기적 가치를 제공하려면, 모든 이해관계자를 위해 가치를 창출하고 모든 이해관계자가 그 가치를 인정해야 한다. 효과적인 이해관계자 자본주의를 통해 효율적인 자본 배분이 이루어지며, 기업이 지속가능한 수익성을 확보함으로써 장기적인 기업가치가 창출되고 유지되는 것이다.

- 래리 핑크, 2022년 서한

1984년 이해관계자 이론을 처음 제시한 에드워드 퍼리먼은 국내 경영학자들과의 토론에서 이해관계자 자

본주의를 “고객, 직원, 협력업체, 사회, 주주 등 장기적으로 모두가 이기는 이익”이라고 정의했다. “그만큼 어려워며 고도의 균형을 만들어가는 Art 수준의 관리가 필요하다.”는 말도 덧붙였다.

그는 이 자리에서 성공적인 이해관계자 자본주의를 위한 5가지 조건을 제시했다.

우선 기업의 목적은 이익이 아니라 세상 문제의 해결이며, 이를 위해서는 이해관계자와 주주의 이해 통합이 필요하다고 밝혔다.

“고객가치 창출이라는 방향을 위해서, 시장에 맞게 이해관계자 간 이해충돌을 조정해야 한다. 기업은 시장적일 뿐만 아니라 사회적이어야 하며, 이 때문에 경제적 기관과 사회적 기관으로서의 역할 통합이 필요하다. 사람도 이기와 이타가 통합되어야 하고, 경영과 윤리를 함께 생각해야 한다.”

이날 토론을 주재한 김기찬 교수(가톨릭대)는 이를 ‘ESG 목표에 기초가 되는 이해관계자 경영의 목적은 이해관계자들의 건강한 성장’이라는 요지로 정리했다.

이해관계자 경영의 명과 암

이해관계자 자본주의의 대척점에는 주주 자본주의가 있다. 1976년 노벨 경제학상 수상자인 밀턴 프리드먼으로 대표되는 주주 자본주의 학자들은 이렇게 주장한다.

“주주이익의 극대화’가 기업의 목표다. 기업의 주인은 주주이고 가급적 많은 돈을 버는 것이 목적이며, 기업의 유일한 사회적 책임은 이윤을 극대화하는 것이다.”

이해관계자 자본주의로의 전환을 공식화한 경영계의 BRT 선언은 신자유주의가 쏟아낸 폐해의 반성에서 출발한다. 선언문은 이렇게 밝힌다.

“각 개인은 노력과 창의성으로 성공할 수 있고 존엄한 삶을 살 자격이 있다. 우리는 자유경제 시스템이 모

두에게 좋은 일자리와 강하고 지속가능한 경제, 혁신과 건강한 환경, 경제적 기회를 주기 위한 최선의 방식이라고 믿는다. 개별 기업들은 각각의 목적을 갖고 있지만 우리는 모든 이해관계자에 대한 핵심적인 다짐을 공유한다.”

이들이 말하는 이해관계자는 고객과 근로자, 거래기업, 지역사회 그리고 주주다. 각 이해관계자들의 존엄한 삶을 약속하면서 주주에 대해서는 ‘장기적’ 가치창출과 효율적 관계를 강조했다. 기업과 지역사회 그리고 국가의 성공을 위해 이들 모두에게 가치를 전달할 것도 약속하면서 국가 역시 이해관계자에 포함했다.

이해관계자는 SPICE로 정리되기도 한다(Sisodia, 2011). 상품과 서비스의 생산과 소비에 직접적으로 관여하는 종업원(E)과 소비자(C), 투자자(I) 및 공급 판매업체 등 상하위 국내외 협력업체(P)와 정부, 사회단체, 지역사회(S, 특히 비정부기구) 등이다.

그러나 최근 이해관계자 경영이 워싱 논쟁에 몰리기도 했다. 특히 미국 경영자들의 BRT 선언이 직접적인 타깃이다.

지난 2월 11일 『월스트리트저널』은 하버드대 로스쿨 교수들의 연구 결과를 소개하면서 ‘BRT 선언은 위선적’이라고 비난했다. 저널은 2020년 4월 이후 미국에서 있었던 10억 달러 이상 대규모 인수사태 116건에 대한 분석을 통해 주주 외에 다양한 이해관계자들의 이익을 추구하겠다는 BRT 선언이 지켜지고 있는지를 분석했다.

조사 결과 가장 중요한 이해관계자는 주주였고, 최고경영자 이외의 이해관계자들은 거의 배려되지 않았다. 해고 종업원에 대한 보호나 보상은 없었고 피인수 회사의 주주는 인수 전 주가 대비 평균 34%의 프리미엄을, 조사 대상의 98% 회사에서 임원들이 금전적 보상을 받았으며, 절반 이상의 사례에서 CEO는 추가적 보상을 받았다. 반면에 다른 이해관계자들에 대한 보상은 주주 프리미엄의 0.4%에 불과했던 것으로 전해졌다(김종대 교수, 3월 10일 『매일경제신문』).

이해관계자 자본주의가 잇달아 선언되고 있으나 현실에서의 구현은 아직 멀기만 하다. 이해관계자 경영의 상징이었던 프랑스 다논의 CEO 에마누엘 파뢰르가 실적 부진을 이유로 지난해 경영일선을 떠난 사례가 대표적이다. CEO들 대부분은 여전히 사회적 가치보다 당기 순이익에 집중하고 있는 것이 현실이다.

하지만 이해관계자 경영의 잇단 선언이 몰고 온 긍정적인 변화의 가능성도 분명하다. 연초 미국 ESG 투자전문연구 평가기관 저스트캐피탈(Just Capital)은 '공정한 미국기업 상위 100대 기업'을 발표했다.

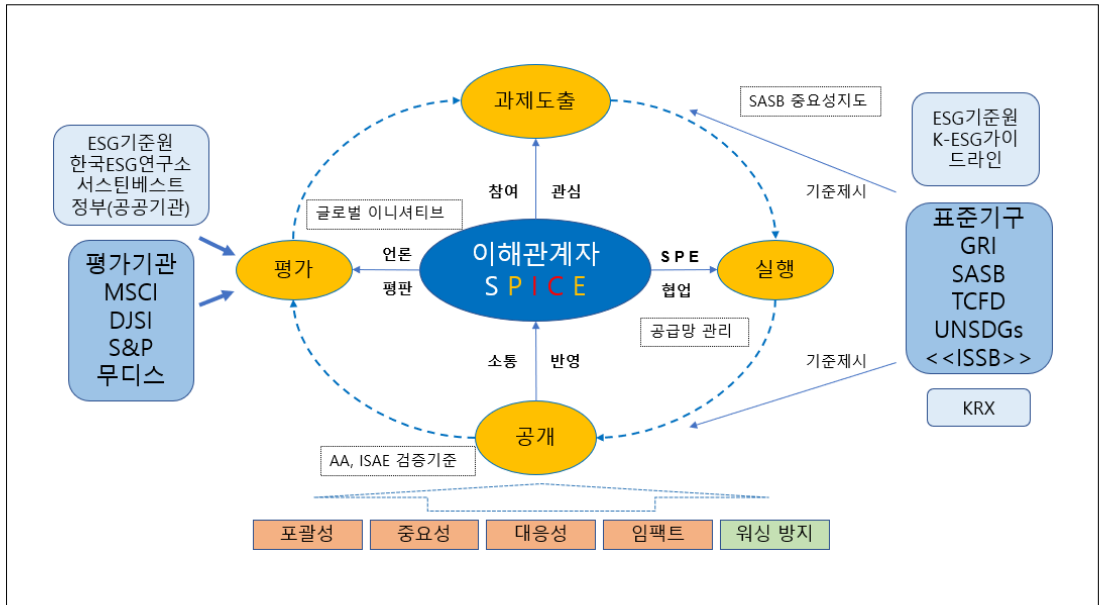
미국 954개 상장사를 대상으로 직원 급여와 복지, 지역사회 공헌, 주주 존중과 거버넌스, 고객관리, 환경중시 등의 ESG 요소를 평가한 것이다. 평가 결과 1위는 구글의 지주사인 알파벳이었고 인텔, 마이크로소프트, 세일스포스, BOA, 페이팔, 애플 등이 뒤를 이었다.

선정된 100대 기업의 특징은 이해관계자 경영을 실천하면서 성과를 거둔 회사들로 정리된다. 지난 5년간 이들 기업은 7.8배나 많은 일자리를 창출하고 탄소량

2,630만 톤 감축, 재생에너지 사용 19.8% 증가 등의 성과를 거뒀다. 기부활동의 증가 폭은 19배에 달했고, 배당금도 19.2% 더 지급한 것으로 나타났다.

저스트캐피탈은 대표표본 3,000명을 선정해 공정기업을 꼽는 기준에 대해 질문했고, 응답자들은 합당한 임금과 최저임금, 고용 창출, 주주에 대한 책임과 의무, 직원의 안전과 건강 보호, 경영진의 윤리적 행동, 다양화되고 포용적인 일터 조성 등의 순으로 답했다고 밝혔다. 눈에 띄는 것은 페이스북으로 잘 알려진 메타 플랫폼스가 무려 712위를 차지했다는 점이다. 정유사 엑손모빌보다 낮은 이 순위는 혐오 발언과 잘못된 정보의 유통, 차별적이고 선동적인 콘텐츠 확산 등 사회적 책임을 도외시한 사실 때문인 것으로 풀이된다.

이해관계자 자본주의가 걸치레라는 지적과 진전되고 있다는 상반된 평가는 일정 기간 불가피한 과도기적 상황으로 받아들여진다. 하지만 분명한 것은 본격적인 ESG 경영과 함께, 이해관계자 중심의 경영은 앞으로 불가피하고 탄력을 받을 것이란 전망이다.



〈그림 1〉 ESG 경영 실행단계와 이해관계자(*GRI, AA 제시기준 종합정리)

ESG 경영의 핵심은 이해관계자

이해관계자의 또 다른 정의는 '기업의 영업 활동, 제품 또는 서비스에 의해 영향을 받거나 기업의 전략 수행 및 목표 달성에 상당한 영향력을 행사할 수 있는 자'를 말한다(KRX, ESG공시 가이드스). 가이드스는 '주주 및 근로자뿐만 아니라 기업과 관련되어 있는 모든 자'라고 부연했다. 환경과 사회 지배구조와 관련된 ESG 경영의 실천 대상이 그만큼 폭넓은 것이다.

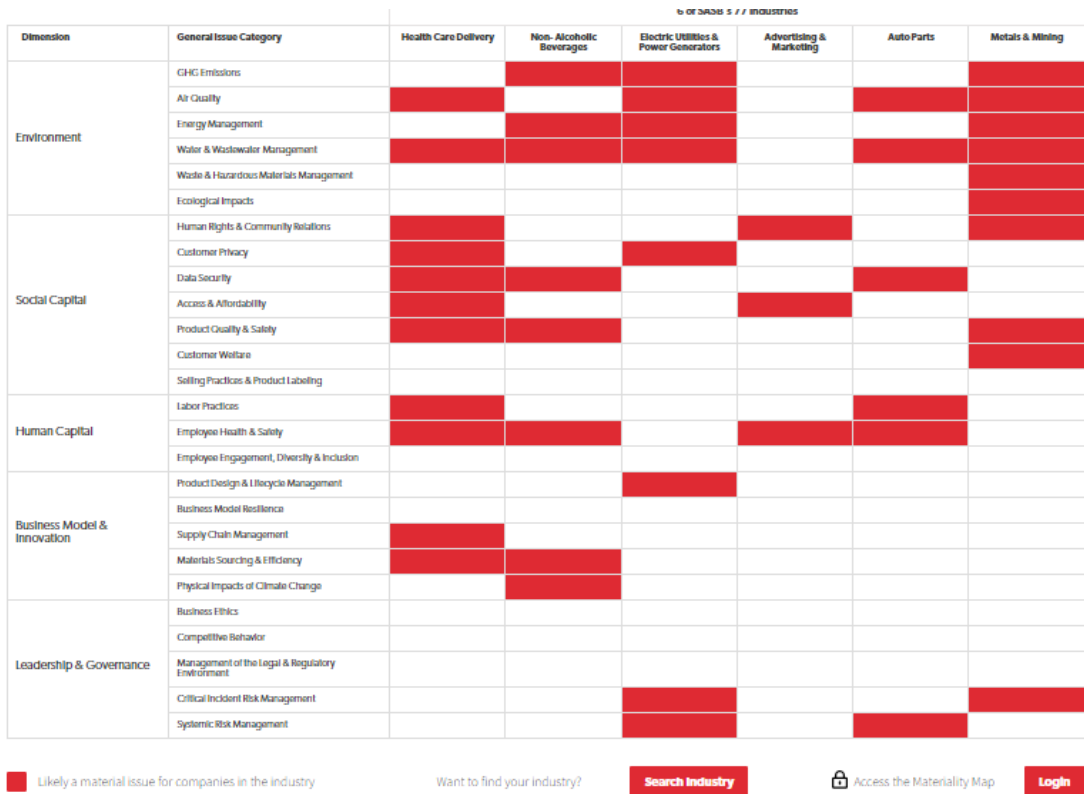
GRI(지속가능보고서 가이드라인 국제기구)나 보고서 검증기준 AA 등을 종합하면 ESG 경영의 실천 과정에서 이해관계자는 가장 중심에 자리한다. 실천 대상 과제의 도출과 실행, 실행 내용의 보고서 정리, 평가와 환류 등의 과정에서 이해관계자는 단계마다 핵심적인

연결고리를 갖는다(그림 1)).

ESG 경영의 첫 단계인 과제도출은 정해진 기준에서 출발한다. 국제표준을 제시하고 있는 GRI나 UNSDGs(유엔 지속가능 발전 목표), 새로운 기준으로 부상한 SASB(지속가능성 회계기준위원회), TCFD(기후 변화관련 재무정보공개 태스크포스) 등이 중심이다.

하지만 각 기준이 워낙 상세하고 방대해서 기업들이 제시기준을 모두 따르기는 현실적으로 불가능하다. 다양한 국제기구의 기준들을 감안해 한국기업지배구조원(KCGS)이 분야별 실행과제를 명시하고 있으며, 정부 차원에서 정리된 K-ESG 가이드라인이 국내 기업들의 유용한 지침이다.

K-ESG 가이드라인은 국내의 주요 13개 표준 및 평가기관의 3,000여 개 지표를 반영하고 관계전문가 등



〈그림 2〉 산업별 중요성 차이 예시도(*SASB 홈페이지. <https://www.sasb.org/standards/materiality-finder/>)

과의 간담회 등을 통해 작성됐다. 정보공시(5)와 환경(17), 사회(22), 지배구조(17) 등 분야별로 재정리된 과제만으로도 61개에 달한다.

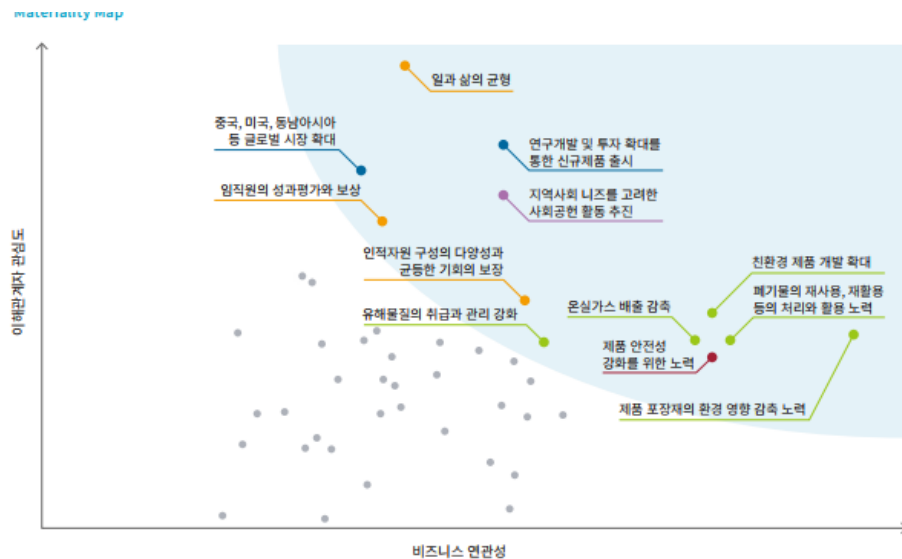
기업은 표준기구에서 제시하는 기준 중 자신의 업종에 맞는 중요도를 감안해 실행과제를 정리한다. E와 S, G 각 분야별로 모든 기업이 동일 기준으로 적용할 수는 없다. 금융사와 유화업종 간 환경과 사회, 지배구조 각 부분의 실천 비중이 똑같을 수 없기 때문이다. 여기에는 SASB가 11개 분야 77개 산업별로 구분한 산업별 중요성 지도가 좋은 참고가 될 것이다(그림 2).

과제 도출 과정에서 이해관계자의 관심과 주문이 포함되어야 한다. 이해관계자를 기업 경영에 영향을 미치

는 밀접도 순으로 파악한 뒤 각 단계별 이해관계자들의 주요 관심사와 요구를 ESG 기준에 맞춰 조사한다. 국내외 기준에 따라 도출한 과제에 이해관계자의 관심사항을 같은 비중으로 나열한다. 자체 도출과제 20개와 이해관계자 관심사항 10개 등 모두 30개 과제를 뽑아 내는 형식이다.

열거된 과제는 사내 담당자와 외부 전문가로 구성된 관련 조직에서 우선순위를 정한다. 사내에서는 주요 관심사이나 이해관계자 입장에서는 후순위일 수도 있고 그 반대의 경우도 가능하다. 이를 X축과 Y축 그래프에 배치하는 과정에서 중대 이슈가 서열화된다(그림 3).

도출된 과제의 실행도 이해관계자와 함께할 때 성과



Material Issues			
	중대이슈	보고 위치	GRI 토크 연계
직원거치	● 일과 삶의 균형*	44-47, 56-59	405-1
	● 인적자원 구성의 다양성과 균등한 기회의 보장		406-1
	● 임직원의 성과평가와 보상*		
고객만족	● 제품 안전성 강화를 위한 노력*	30-35, 60-63	416-1
사회공헌	● 지역사회 니즈를 고려한 사회공헌 활동 추진	40-41, 64-67	413-1
환경안전경영	● 제품 포장재의 환경 영향 감축 노력*	48-53, 68-75	305-1
	● 친환경 제품 개발 확대*		305-2
	● 폐기물의 재사용, 재활용 등의 처리와 활용 노력*		305-3
	● 온실가스 배출 감축*		306-2
	● 유해물질의 취급과 관리 강화*		
	● 연구개발 및 투자 확대를 통한 신규제품 출시*		
기타 경영일반	● 중국, 미국, 동남아시아 등 글로벌 시장 확대	6-13, 36-39	-

〈그림3〉 도출과제의 중대성 예시(*LG생활건강 2021 지속가능보고서)

가 높아진다. 기업이 전략적 파트너들과 함께 도출한 과제를 협업하게 되면 기업에 대한 이해도와 신뢰도가 높아지고 과제의 실효성도 강화된다. 지자체와 주민조직, 시민단체 등 인허가와 민원 제기 가능성이 높은 이해관계자와의 협업은 사업추진에 결정적인 동력이 된다. 기업 기관 간 협업은 사업의 부담을 완화하고 시너지를 높이는 효과도 기대할 수 있다.

ESG 경영의 핵심으로 부상한 공급망 관리는 ESG 경영이 기업 단위에 그치지 않고 있음을 분명히 한다. 인권, 환경 등 주요 ESG 항목이 핵심 이해관계자인 협력업체들과 함께 실천되고 있다는 사실이 확인 검증되어야 하는 것이다.

보고서는 이해관계자를 위한 것

기업 입장에서 ESG 경영을 하지 않을 수 없는 대표적인 이유 중 하나는 공시의 의무화다. 자산 2조 원 이상 상장사는 2025년부터, 2030년부터는 전 상장사가 ESG 실행 내역을 사안에 따라 수시, 혹은 연례 보고해야 한다.

‘연단위 지속가능보고서’, ‘ESG 경영보고서’가 공시의 대표적인 예시이다. 지난해 말 기준 국내에서 연례 보고서를 공개한 기업은 152개(KRX 기준)인데 5년 내외에 2,000여 개로 늘어날 것으로 보인다. 의무공시 개시연도가 2030년이라 하더라도 사안에 따라서는 3~5년치 추세를 담아야 하기 때문이다.

보고서 역시 작성 기준이 정해져 있다. 잘하고 있다는 자랑을 밝히는 것이 아니라 하라고 하는 것을 제대로 했는지 알리는 것이 지속가능보고서다. 보고서 기준 제시기관은 GRI나 SASB TCFD UNSDGs ISO26000 등 다양하다. 기준 제시기관이 지나치게 많아 혼란스럽다는 지적에 따라 국제회계기준위원회(IFRS)가 ISSB란 이름으로 통합하는 작업을 진행 중이다. 올해 중 ISSB 기준이 제시될 것으로 예상되는데, 이 경우 표준지수

는 기존 대표인 GRI와 ISSB로 수렴될 것으로 예상된다. 현재 기업들은 대표적인 표준기관의 제시 기준을 혼용하고 있다(그림 4).



(그림 4) 기준활용 추이(단위 %, *표준협회 KRX 인용 재구성)

보고서는 도출과제의 실행과정과 결과를 담는 것이어서 작성 과정은 ESG 경영 실행 전반과 궤를 같이한다. 보고서 작성 기획 단계에서부터 이해관계자를 포함하며, 보고서 정리 과정 역시 이해관계자를 대상으로 한다.

표준기관의 제시기준에 따라 작성된 보고서는 제3자의 검증으로 신뢰도를 높인다. GRI나 AA는 보고서 작성에 4가지 원칙을 제시하고 있다. 포괄성(Inclusivity)과 중대성(Materiality), 대응성(Responsiveness), 영향력(Impact)인데, 하나같이 이해관계자가 중심에 있다.

포괄성은 과제 도출과 실행 과정 전반에 걸쳐 이해관계자를 포함했는지를 따진다. 임직원(노조 포함), 고객, 주주 및 투자자, 협력업체, 지역사회/NGO, 정부 및 지자체 유관 기관 등으로 이해관계자를 분류하고, 이해관계자 그룹별 커뮤니케이션 채널을 보유하고 있는지, 정기적으로 다양한 의견을 수렴했는지 등이 검증 대상이다.

중요성, 중대성은 이해관계자의 도출 과제 의견과 판단을 보고서에 충분히 포함했는지를 따진다. 보고서에서 이해관계자에게 제시할 중요한 정보를 누락하거나 제외하지 않았는지가 주요 기준이다. 주요 이해관계자가 참여한 내·외부 환경분석 및 심층 인터뷰를 통해 이슈를 파악했는지, 관련성이나 중대성 평가를 통해 중대 이슈 우선순위를 결정했는지 등이 고려 대상이다.

대응성은 이해관계자의 요구와 관심에 적절히 대응하였는지에 대한 여부다. 이해관계자 커뮤니케이션 채널들로부터 수렴된 다양한 의견을 보고서에 반영하고 있는지, 전문가 간담회 및 협력사 간담회를 통해 수렴된 의견에 대해 적절하게 대응하고 있는지, 중요한 이해관계자 이슈에 대한 대응 활동이 적절히 보고되었는지 등이 기준이다.

영향력은 조직의 활동 결과가 다른 집단이나 조직, 이해관계자에게 미치는 영향을 제대로 담았는지를 본다. 이를 위해서는 조직 전체에 적용되는 프로세스 구축, 긍정·부정·잠재적 영향을 포착하고 측정할 수단, 정성·정량적 평가 및 계량화 등이 요구된다.

핵심 이슈, 공급망 관리

ESG 경영과 함께 강화추세에 있는 주요 이슈는 공급망 관리다. 공급망 관리는 거래관계에 있는 협력기업에서 ESG 핵심지표 중 문제를 초래할 경우 해당 기업과 협력기업 모두의 거래에 결정적인 영향을 미칠 수 있는 ESG 주요 이행항목이자 평가대상이다.

유럽의 경우, 나라별로는 이미 공급망 관리를 법제화해놓고 있으며, EU 차원의 법안도 곧 윤곽을 드러낼 예정이다. ESG 경영에 관한 공급망 관리는 '납품과 하청 관계에 있는 모든 기업 간 공동운명체'이며, 대응이 불가피한 이슈로 부각되고 있다.

따라서 대기업, 중소기업 구분 없이 공급망 관리는 ESG 경영과 함께 닥친 발등의 불이다. 협력관계에 있는 거래기업들과 ESG 경영 이행 협약을 맺고 대응 방안을 교육하는 등의 조치가 대응의 기본이다. 협력회사에 ESG 실천 가이드를 제공해 공급망 리스크를 예방하는 한편, 지속가능 평가항목을 전달해 구체적인 실행체계 구축을 지원하고 있다.

공동 대응의 핵심은 협력회사의 ESG 실천을 위한 평가-피드백-개선지원-사후관리에 이르는 체계적 프

로세스 구축이다. 특히 고위험 협력회사의 경우 별도 교육 및 컨설팅을 통해 개선계획 수립과 실행을 지원한다.

정부도 대·중소기업 ESG 협업 및 지원사업을 활성화하기 위한 대책을 잇달아 내놓고 있다. ESG 경영이행을 위한 대·중소기업 협력 필요 분야를 분석하고 협력 중소기업에 대한 ESG 교육과 역량 진단, 컨설팅 등에 동반성장 기금을 활용토록 하는 등의 금융 세제 지원방안이 대표적이다. 협력 중소기업에 대한 ESG 경영 지원 관련 비용과 인력개발을 세액공제 대상으로 추가하는 작업도 연내 마무리한다는 계획이다.

ESG 경영은 이해관계자 경영이다. ESG 주요 이슈 중 하나인 탄소중립이 2050년을 목표로 하고 있는 만큼, ESG 경영은 최소 30년은 이어갈 국제적인 이슈다. ESG라는 이름에는 다소 변형이 있더라도 기업으로서 이해관계자를 경영의 중심에 두는 경영활동의 방향성만큼은 상당 기간 핵심으로 자리할 수밖에 없다. 경영 현장에서 주요 이해관계자를 중심으로 2차, 3차 관계자를 파악하고, 다면 중층적 관리방안 마련이 불가피한 이유다.



이종재

현) PSR(공공기관사회책임연구원) 대표
 현) 한국생산성본부 ESG 위원장
 전) 한국일보 편집국장 논설위원, 전) 코스리(KOSRI) 대표
 저서: 『재벌과 가벌』(1991, 공저),
 『재벌이력서』(1993), 『책임의 시대』(2013, 공역),
 『CSR은 왜 실패했는가』(2015, 공역)
 『건강한 기업의 장수이야기』(2016)
 『공공기관 지방을 살린다』(2020)

꿈이 있는 사회, 윤리와 경영의 만남

조규연

오래전 일이다. 친정엄마는 이와 잇몸이 약해서 평생 고생하셨다. 틀니를 일찍 해 넣으셨기 때문에 해마다 더 낮아진 잇몸을 보정하지 않으면 식사하기도 힘들어하셨다. 그런 체질은 유전된다고 하여 가족들이 모두 걱정했지만 이제 그런 걱정을 하지는 않는다. 의료보험 혜택으로 높은 수준의 치과 진료가 가능해졌기 때문이다.

인간의 평균수명이 이렇게 늘게 된 배경에는 치과 산업의 발전, 특히 임플란트의 발명을 빼놓을 수 없다. 특히 국내 최초로 '치과용 임플란트'를 개발하여 인류의 건강증진에 기여하며 세계 시장을 선도하는 기업이 있어서 개인적으로 자부심이 매우 크다. 그런데 최근 오스템임플란트의 횡령 사건은 큰 충격이었다. 자금관리 팀장이 2,200억 원이 넘는 거액을 빼돌려서 주식투자를 하는 것도 모자라, 처가의 집을 짓는 데 자금으로 유용했다. 뿐만 아니라 금괴로 바꿔 부친의 집에 보관하는 등 온 가족이 사건에 관여했다.

이 사건이 터졌을 때만 해도 그저 한 기업의 경영관리 부실 또는 개인의 잘못된 윤리의식이나 일탈이 문제라고 생각했다. 그런데 이것이 시작이었다. 강동구청 7급 공무원은 115억 원을 횡령했고, 계양전기 직원도 245억 원이나 되는 공금으로 주식투자와 가상화폐, 도박에 탕진했다. IG유폴러스 영업직원의 수십억 원 횡령, 삼성디스플레이의 기술 유출 사건, 화장품 업체 클리오의 영업직원이 22억 원대 횡령 등 상상도 못했던 굵직한 사건들이 속속 밝혀지는 상황이다. 요즘

일어나는 사건들 대부분의 특색을 꼽자면, '한탕주의'이다. 왜 이런 종류의 사건들이 요즘 들어서 자주 터지는 것일까.

재해에 대해 경고할 때 반드시 언급되는 1:29:300 법칙은 1931년 허버트 윌리엄 하인리히가 펴낸 『산업 재해 예방: 과학적 접근』에서 다음과 같이 소개된다. 큰 사고는 우연히 또는 어느 순간 갑작스럽게 발생하는 것이 아니라, 그 이전에 반드시 경미한 사고들이 반복되는 과정 속에서 발생한다고 한다. 즉, 재해는 항상 사소한 것들을 방지할 때 발생한다는 것이다. 그렇다면 최근 일어나는 여러 가지 재해들이 앞으로 이보다 더 큰 재해가 있을 것을 암시하는 건 아닐까?

윤리는 사람으로서 마땅히 행하거나 지켜야 할 도리를 말한다. 윤리적 강령은 허용되는 행위나 올바른 행동을 정의하는 규칙의 모음이다. 훨씬 더 실리적이라는 점에서 도덕과 구별된다. 윤리 규범이 꼭 도덕적일 필요는 없으나, 사람들이 지켜야 할 일련의 규칙이다.

여러 전문조직들이 각 분야에서 통용되는 특정한 윤리적 규범을 만든다. 예를 들면 코칭 윤리는 코치로서 허용되는 행위나 올바른 행동들에 대해 규정하고 있다. 심리상담가 또는 병원 치료가 필요한 고객에 대해 고객이 원한다고 끝까지 붙들고 있어서는 안 된다는 것을 규정한다. 즉 윤리 규범은 보편적 정의나 일련의 신조와 전혀 상관이 없다. 윤리는 조직이 마련한 일련의 규칙으로, 조직 구성원을 보호하며 구성원들이



조직에 도움이 되는 방식으로 움직이게 한다.

그런데 요즘 사회에서 일어나는 사건 사고들을 보면, 사회 각각의 직업군마다 갖고 있는 합의된 윤리의식, 도덕적 덕목이 무너진 것 같아 걱정이다.

성품 기반 경영

오늘날 기업조직은 높은 이직률, 생산성 저하, 원가 상승, 부서 및 세대 갈등과 잦은 안전사고 등 갖가지 문제들에 직면해 있다. 치열한 경쟁 속에 급변하는 혁신이나 기술 유출, 공정 및 리더십에 대한 고민도 크다.

대부분의 경우, 충성심과 열정 부족, 책임감 결여, 경솔함, 집단이기주의, 창의성 부족, 근무태도 불량은 근본적인 문제로 꼽는다. 그러나 그보다는 개인과 조직의 역량과 성품에 달린 문제다. 물론 장기간에 걸친 코로나19 팬데믹으로 인한 피로감과 사회 양극화 현상 및 각종 사회문제도 있다. 하지만 무엇보다 가정과 사회의 성품 기반이 흔들리는 것이 문제다. 비대면 상

황이 사람들의 양심을 더욱 무디게 하는 것 같다. 미래 사회에 대한 꿈을 꿀 여지가 없는 거다. 그래서 더욱 기본 성품이 중요해지는 이유다.

정돈 안 된 사무실, 지시 불이행, 잘못된 우선순위, 언쟁, 조직 부적응, 거짓말, 무관심, 해로운 습관, 갈등과 불화, 반복되는 안전사고뿐 아니라 직원의 퇴사율 증가 등 조직의 핵심 이슈는 대부분 성품에 그 원인이 있다. 근무 태만, 불평불만을 달고 사는 직원, 인격적 무시나 반말과 막말을 쏟아내는 상사, 전문성 부족과 소양 부족으로 마찰이 잦고 습관적 지각, 안전수칙 미이행 등 기본과 원칙 부재, 갑질 등도 마찬가지다.

좋은 성품은 어떤 환경에서도 최고의 행동기준에 따라 옳은 것을 선택하고자 하는 내적 동기를 말한다. 개인의 삶에 내재된 안정적이고 두드러진 성질로 도덕적 또는 윤리적으로 어려운 상황에 관계 없이 반응을 결정짓는다. 연령, 직위, 재정 상태, 인종, 종교, 교육 정도, 성별, 개성의 차이를 초월하며 마음에서 솟아나는 것이다. 교육으로 성품 개발이 가능하므로 태도, 의지, 행동과 습관을 변화시킬 수 있다. 성품에 기초한

리더십은 내면으로부터 자발적 헌신을 끌어낼 수도 있다.

우리는 지금 전에 없었던 풍요의 시대에 살고 있다. 정신이 물질보다 우위에 있음이 무엇보다 강조되어야 하며 성품이 중요함은 아무리 강조해도 지나치지 않는다.

윤리와 도덕, ESG 미래경영

러시아의 우크라이나 침공이 한 달 넘게 지속되면서 국제사회의 지원이 잇따르고 있다. 유엔특별총회에서 141개국이 러시아를 성토했다. 삼성전자, 애플 등 세계적 기업들도 이에 동참했다. 삼성전자는 러시아로의 제품 선적을 중단했고 애플은 아이폰 판매 중단을 선언했으며 도요타, 폭스바겐, 포드, 보잉, BP, 쉘, 엑손모빌 등도 동참했다. 넷플릭스, 유니버설, 워너브러더스 등 콘텐츠 회사와 LVMH, 에르메스 등 명품기업, 맥도널드와 스타벅스 매장들도 문을 닫았다.

이들이 러시아에서 철수를 결정한 것은 이해관계자들의 요구 때문이다. 이해관계자 이론을 창안한 에드워드 프리먼 미국 버지니아대 경영대학원 교수는 “양심적인, 책임 있는 기업 운영이 생존의 전제조건이자 기업 운영의 필수조건이 되었다. 목적, 이해관계자, 윤리, 가치, 사회문제 해결 등이 이익만큼 중요한 개념이 됐으며 이 모든 개념이 앞으로 이익 창출과 연계될 것”으로 기업의 역할 진화를 설명했다. 기업이 이익보다 사회적 선행을 중시하며 인류 보편적 가치인 인권과 개인의 행복추구권을 존중해야 함을 보여준다. 인명 살상이나 환경파괴가 아닌 사회적 가치를 고려한 경영이 중시되는 것이다.

우크라이나 사태, 북한의 돌발행동 등 국내외로 혼란스러운 상황에서 꽃피는 5월이면 새롭게 시작될 대한민국의 미래모습에 대해 국민으로서 기대가 큰 것은 당연하다. 물론 기대가 큰 만큼 실망도 있겠지만 간

극을 줄이기 위해 사회, 경제, 정치, 문화 각계각층에서는 당부의 말들이 넘쳐나고 있다.

선거가 끝나면 상호비방도 잦아들 것을 기대했지만 여전히 상대에 대한 배려는 보이지 않는 것에 대해 국민은 너무 피곤하다. 왜 그렇게 서로 다른 말들을 하는 것일까. 경청을 하지 않는지, 모르는 척하는 건지, 국민 앞에서 서로 비난하는 모습들 더 이상 보고 싶지 않다. 진정한 한국의 미래 성공을 기원한다면 가는 길이 좋은 방향이 되도록 한마음으로 격려하고 응원해주어야 하지 않는가.

미국 대통령 J. F. 케네디가 우주에 대한 도전을 선언한 동기에 대해 린든 B. 존슨 부통령의 표현을 되돌아 볼 필요가 있다.

“세계의 눈으로 보면, 우주에 첫 번째로 도달하는 것은 모든 면에서 첫 번째가 된다. 우주에 두 번째로 도달하는 것은, 모든 면에서 두 번째가 된다.”

신진국 대열에 들어선 우리에게서는 다음 목표, 즉 미래 사회에 대한 현실적인 꿈이 필요하다.

자료 출처

우주경쟁 (출처: https://ko.wikipedia.org/wiki/wiki/우주_경쟁#우주_경쟁의_시초)

「비즈니스 성공, 성품이 좌우한다」, ㈜원원공정변화컨설팅 자료
「전쟁을 평화로 바꾸는 ESG」, 정승환의 재계프리즘, 매경, 2022. 3. 26.



조 규연

현) 산업정책연구원 연구교수, 한국성품경영협회 회장
현) 국제인증코치(PCC), 한국인증코치(KPC),
인코칭 전문코치, 갤럽강점코치(Clifton Strengths Coach)
현) 크레아대표, AC&C이사, 해봉장학회감사
전) 한국항공대 겸임교수, 인덕대, 경희대 강의교수

초연결, 초지능, 초디지털이 핵심인
글로벌 대전환 시대,

“누가 주도할 것인가?”



“글로벌 대전환 시대, 한국 기업가정신으로 융합하라”

K-Entrepreneurship

조규연, 탁진규, 엄재근 지음

코로나19가 만든 팬데믹, 글로벌 위기의 시기 K-방역, K-컬처, K-푸드, K-바이오 등 세계가 한국을 주목하고 있다.

한국 기업가정신은 전쟁의 폐허 속에서 한강의 기적을 이루었다. 또한, 전 세계 5천만 이상의 인구를 가진 국가 중 유일하게 후진국에서 선진국으로 성장했으며, 21세기 IT 최강국이다.

많은 학자는 기업가정신은 혁신적 창업의 근간 이고, 경제발전의 핵심으로 중요한 역할을 해왔다고 설명하고 있다.

포스트 코로나는 사회 전반에 새로운 패러다임을 요구하고 있다.

K-앙트프리너십(한국 기업가정신)으로 새로운 시대의 기회를 주도해야 한다.

역주행 메타버스 체험기

한석희

창발인가, 역주행인가

‘메타버스’는 보면 볼수록 역주행 현상이다. 언뜻 보기에는 코로나19라는 현상이 만들어낸 창발 같아 보이지만 새것이 아니다.¹ 그래도 새것처럼 2021년경 등장하며 세상 이목을 받고 있는 메타버스 열기는 당분간 가라앉을 기세가 아니다. 그 추세가 2015년의 국내 ‘인더스트리 4.0’나 2016년의 다보스 포럼의 ‘4차 산업혁명’ 열기에 못지않다. 그러나 한편 ‘이 또한 지나 가리라.’는 생각이 들기도 한다.

그렇게 뜨겁던 4차 산업혁명은 이제 보통명사처럼 시들하게 사용 중이고, 비슷한 열기 속에 있던 인더스트리 4.0은 전문가 영역에서 쓰는 정도로 대중의 관심에서 멀어졌다. 누군가는 “더 이상 4차 산업혁명을 주제로는 밥 벌어먹기 어렵다.”고 정색하며 말하기도 한다.

일상에서 인용하는 평범한 용어로 전락한 4차 산업혁명이 수명을 다했다는 이런 주장은 교육과 강연 시장에서는 부인할 수 없어 보이긴 한다. 그러나 한편으론 다행이라고도 본다. 유행만을 좇는 어중이떠중이들이 이쪽에서는 더 이상 활동하지 않을 것이기 때문이다. 이쪽은 소수의 미친 이들이 힘겹게 지킬 영역이 될 수도 있다고 예상한다. 그러나 독일 쪽의 원조들은 최근 4차 산업혁명이 이제 겨우 반환점을 돌았다고 말

한다. 그 이야기에 귀 기울이다 보면 그게 뭘 말하는지 알 수도 있을 것 같다.² 고수는 이렇게 말하는 것 같다.

“진검승부가 다가오고 있다.”

현재 벌어지는 현상을 더 잘 이해하기 위해 이전에 벌어진 일을 복기하는 일을 자주 시도 중이다. 메타버스는 4차 산업혁명이나 인더스트리 4.0이 지났던 궤적을 따르는 것이 아닌가 싶다. 시기적절하게 재등장하며 대중의 관심을 받는 것에 성공한 메타버스는 그 관심의 불꽃을 높이 끌어올렸다. 이처럼 세상 이목을 모두 사로잡은 메타버스³는 ‘가상세계’, ‘증강현실’, ‘라이프로그’, ‘거울세계’ 등이란 부연 설명을 곁들이며 새롭게 개념을 정리하였다.⁴ 그리고 이에 걸맞은 개별 사례를 내놓고도 있다.

4차 산업혁명을 연구하는 이들은 그들의 주제의 한 부분이니 별반 새로울 것이 없으며 통 치려 하지만, 메타버스 추종자들은 관심도 떨어진 4차 산업혁명 프레임에서 벗어나 논의하는 것이 낫다고 보거나 새로운 프레임워크를 선호하는 것으로 이해된다.

2 <https://www.acatech.de/allgemein/industrie-4-0-feiert-10-jaehriges-jubilaeum-die-erste-halbzeit-ist-geschafft/>

3 김상균(2020), 『메타버스-디지털 지구, 뜨는 것들의 세상』, 플랜비디자인(2020년 12월) 이후 메타버스를 주제로 한 책이 쏟아지는 모습(교보문고 인터넷에서 435개가 검색됨)은 4차 산업혁명 관련 출간 검색(2,574개)만큼은 아니지만 비슷한 출간 러시를 보여준다.

4 손수정(2021), 『메타버스 플랫폼 기반 Co-Creation 활성화를 위한 지식재산 이슈』, STEPI Insight Vol. 282(2021년 12월 발행)

1 Sudhman, Arun (2006) Asia's Media & Marketing Newspaper; 11/3/2006 11/3/2006, p13-13

2006년경의 미디어에서 메타버스라는 용어가 2003년 출시된 ‘세컨드 라이프’를 중심으로 논의되는 것을 확인할 수 있다.

그런 배경하에 등장하고 제시된 4개의 하위 개념을 다음의 지원 사례로 살펴보자.

‘세컨드 라이프(Second Life)’, ‘제페토(ZEPETO)’, ‘이프랜드(ifland)’, ‘로블록스(Roblox)’ 등이 가상세계의 대표 사례이다. 증강현실 사례로는 ‘포켓몬’이, 라이프로그 사례로는 페이스북(메타), 트위터, 인스타그램이, 거울세계의 사례로는 ‘디지털 트윈’, ‘구글 어스’, 그 외 CPS 응용 사례 등이 거론되고 있다.⁵

그런데 이렇게 등장하는 사례를 좀 더 살펴보면 이것들이 전혀 새롭지 않다는 것이 보인다. 시기로는 1990년대 중반에 등장한 것부터 비교적 최근에 등장한 것까지 다양하긴 한데, 메타버스 용어의 등장과 재정의에 따라 이전의 사례도 재분류되었음을 보게 된다. 오래전에 시도되었다가 사라진 사례, 또는 아주 새롭게 등장한 사례, 또는 이전의 것이 업그레이드된 것 등이 혼재한 모습이다. 예를 들어, PC 웹버전으로 작동하던 세컨라이프는 오래전에 사람들의 기억에서 사라졌다.⁶ 반면 최근에 등장한 제페토(ZEPETO)나 이프랜드(ifland)와 같은 신규 앱은 모바일 환경에서 활용할 수 있는 장점을 살리면서 대표 주자처럼 활동 중이다.

대표 앱 3개의 체험기

세컨드 라이프 초기 버전에 대한 회상

2003년경에 린든랩에 의해 개발되어 세상에 처음 선보인 세컨드 라이프는 3D(3 Dimensional) 기술이 활약하던 시절에 등장한 온라인 커뮤니티였다. 엔지니어링 영역에서 바라보면 그저 재미있는 새로운 가상 온라인 커뮤니티 정도로 여겨졌다. 1990년대 중반부터 등장한 3D 엔지니어링 기술은 당시 제품 기획, 개발, 제조 영역에서 점차 필수적인 기술로 받아들여

지고 있었으며, 이를 먼저 활용한 기업들은 경쟁 기업을 따돌리기 위해서 전략적으로 3D 엔지니어링 기술을 제대로 응용하는 일에 힘을 쏟고 경쟁했다.

예를 들어 제품을 구상하는 ‘기획’, 기획을 형상화하는 ‘렌더링’, 렌더링을 제품 만들기로 가능하게 하는 ‘설계’, 설계를 양산이나 제조기술로 바꾸는 ‘생산기술’, 생산기술을 설비와 라인으로 전개해서 제품을 대량으로 만들어내는 ‘양산’에서 3D 엔지니어링 기술의 위력은 대단했다. 기존의 2차원 환경이 잘 해내지 못하는 일을 3차원 환경은 손쉽고 효과적으로 처리했으니, 엔지니어링 세계에서 크게 주목을 받을 수밖에 없었다. 나중에 나타날 문제점을 앞 단계 공정에서 적은 노력과 비용으로 검증할 수 있어서, ‘프론트로딩 혁신 기술(Frontloading Innovation)’이 정립되기도 하였다. 실물세계의 문제를 가상세계인 디지털세계에서 검증하는 일이 제품개발 과정의 비용을 낮추고 개발 기간을 획기적으로 축소하는 성과를 만들어낸 것이다.

이런 심각한 변화가 시도되는 시기에 다소 생뚱맞게 등장한 것이 세컨드 라이프였다. 3D 엔지니어링 기술은 매우 정교한 모델링을 요구하고 이런 모델의 데이터 크기를 처리하기 위해서는 성능이 좋은 컴퓨터가 요구되었다. 반면 세컨드 라이프는 모델이 가볍고 이미지로 처리할 수 있어서, 아바타(Avarta)라는 가상의 활동가가 활동할 수 있었다.

기술적인 구현은 어렵지 않은 반면, 관심을 가지는 당시 그리 많지 않았다. 처음 등장하고도 몇 년이 지난 2007년경 전 세계적으로 570만 명의 회원이 가입된 정도였고, 이 중에는 기업 회원도 있었다. 기업 회원은 이 새로운 가상세계에서 비즈니스 가능성을 발견하고 참여 방법을 모색했다. 나이키 같은 기업이 대표적인 예인데, 상품을 홍보하는 매장을 세컨드 라이프에 연 것으로 기억한다. 박물관이나 학교, 학원 등과 공공목적의 기관들도 세컨드 라이프에서 볼 수 있었다.

활발하지는 않았지만 세컨드 라이프는 얼리어답터들이 시도하기 좋은 온라인 놀이터 공간이었다. 여기

5 손수정(2021), 상동

6 <https://secondlife.com/>

세컨드 라이프는 새 버전으로 다시 과거의 명성을 찾는 재기 활동을 벌이는 중이다.

에서는 자신이 가진 실제 세상에서의 정체성을 필요에 따라 감추거나 다르게 설정할 수 있었다. 실제와 다른 멀티 페르소나(Persona)가 시도된 것이다. 누군가는 거리낌 없이 자신의 생각이나 주장을 드러낼 수 있는, 정직하게 활동하는 공간이 세컨드 라이프라고 주장했다.⁷

그러나 세컨드 라이프는 세상의 관심이 점차 줄어들게 되자 결국 서비스를 중단하였다. 그런 세컨드 라이프가 최근 메타버스 시대가 다시 열리면서 이전 버전과 비교할 수 없는 매우 정교한 3차원 아바타를 이용할 수 있는 온라인 가상 커뮤니티 서비스를 제공하고 있다.⁸

제페토, 그 놀라운 귀요미 체형

제페토는 2018년경에 네이버 자회사에서 개발한 가상세계 놀이터 앱이다. 개념은 세컨드 라이프와 비슷하지만 제페토는 모바일 환경 즉, 스마트폰 위에서 손가락으로 아바타를 작동시키며 동작, 소통, 사진이나 동영상 찍기, 포스팅 등을 할 수 있는 소셜 네트워크 지원 플랫폼 앱이다. 국내 K-POP을 대표하는 아이돌의 춤에 관심이 있거나 재미있는 배경과 포즈를 마음껏, 또 손쉽게 이용해서 온라인 친구들과 공유하고 나누는 이에겐 아주 좋은 환경을 제공한다. 실제 체험한 바로는 큰 어려움 없이 재미있고 색다른 사진이나 동영상을 빠르게 만들어 공개하거나 별도로 다운로드하여 다른 용도로 사용할 수 있었다.

이 가상세계에서는 친구를 사귄 수도 있다. 남을 따르거나(팔로우, Follow) 또는 남이 나를 따르게(팔로잉, Following)도 할 수 있다. 내가 팔로우를 하면 상대방이 공개하는 내용을 즉시 확인할 수 있다. '좋아요'를 보낼 수도 있고, 좋아 보이는 춤추기를 따라 할 수도 있다. 또는 상대가 입고 있는 의상을 입어볼 수도 있

다. 같은 원리로 자신도 자신만의 활동 결과를 콘텐츠로 만들어서 포스팅하여 타인의 주목을 받을 수 있다. 가끔은 아바타가 아닌 실제 얼굴을 함께 올려서 아바타가 얼마나 실제 주인과 닮았는지 공개할 수도 있다. 멀티 페르소나를 이용하고 있지만 가끔은 현실세계의 자신을 드러내고 싶다면 그것도 가능하다는 뜻이다.

이 플랫폼에서 뛰어노는 아바타 회원 수가 전 세계에서 이미 3억 명이 넘어섰다. 과거 세컨드 라이프와는 전혀 다른 수준의 회원 수 때문에 비즈니스 모델 기회가 열리기도 한다. 대부분의 참여 회원이 청소년이나 젊은 세대라는 특징도 엿보인다. 멋모르고 팔로우한 대상이 초등학생이라는 걸 확인하고 놀라기도 한다. 가상 페르소나를 실제 모습으로 전환하는 회원 때문에 알게 되는 일이다. 또, 자유롭게 성별을 바꿔서 캐릭터를 만들 수도 있어서, 남자가 여자로 활동하거나 반대로 여자가 남자로 활동할 수도 있다. 멀티 페르소나의 특징인 셈이다.

제페토는 플랫폼 내부에서 옷이나 장신구를 만들어 공급하는 일을 이미 비즈니스 모델로 제공했다. 이런 환경을 이용해서 사업자를 모집하거나 별도 커뮤니티를 구성하는 등 다양한 시험을 추진하는 것으로 알고 있다. 이미 사업이 벌어지고 코인이 오가는 결제가 되는 것도 볼 수 있다. 가상의 공간에서 사용되는 가상의 옷이나 가상의 장신구가 팔리는 것이다. 사용되는 거래 수단은 줌(zem)과 코인(coin)이라는 것인데, 암호화폐와 달리 제페토에서만 사용되는 거래 수단이자 보상 수단이다. 그런데 이게 실물 화폐로 교환도 가능하다. 가상세계에서 얻은 성과를 실물세상에서 돈으로 바꾸어 사용할 수 있다는 뜻이다.

비즈니스 모델 발전 과정에서 제페토에는 세계적인 기업 수십 개가 미래의 기회를 엿보고 입점하는 사례가 늘어나고 있다. 구찌는 물론이고 나이키, 아디다스, 푸마, 자라, MCM, 현대자동차 등이 참여하고 있으며, 참가 기업은 점차 증가하고 있다. 이들은 미래 세대에 게 브랜드를 알리는 일부터 가상의 제품을 판매해서

7 Gillin, Paul(2007), Giving Second Life a first chance, Vol. 92 Issue 6, p13-13, 1/3p

8 <https://secondlife.com/> 에서 확인할 수 있다

수익을 만드는 일까지 활동의 범위를 넓히고 있다.

필자가 이런 서비스를 직접 체험하기 시작한 것이 2019년경이다. 실제 이곳에서 활약한 모습을 다음의 이미지들로 확인할 수 있다.



ZEPETO에서 활동하는 필자의 아바타 모습. 최근 오래 활동한 회원에게 제공하는 무료 서비스를 활용하여 어깨의 날개와 상의를 새롭게 치장했다.



필자의 아바타가 제페토 현대자동차 매장에 들르는 모습



제페토에서 활동하는 필자와, 필자의 아내의 아바타.



아바타와 필자가 함께 사진 찍은 모습. 원리는 먼저 실물세계 사진을 찍고 이를 배경으로 아바타가 활동하는 제페토에서 사진을 찍는다. 그러면 이처럼 실물의 나와 제페토 속의 아바타를 함께 사진으로 찍거나 동영상으로 만들 수 있다.



'ZEPETO 월드'에서 캠핑을 하면서 노래하고 노는 장소에 참여한 필자

제페토에서는 실제 새로운 사람을 만나고 사귀는 일이 생각보다 쉽지 않다. 좀 더 정교한 사용자 인터페이스가 개발되어야 한다. 현재 텍스트와 함께 음성을 사용하는 방법이 열리고 있지만 그리 편리하다고 말하기 어렵다. 또 가상의 온라인 공간에서 전혀 모르는 상대를 함부로 만나서 활동하는 것은 현실세계 못지않게 어렵고 도전적으로 보인다.

이를 보완하기 위한 노력이 시도 중이기는 하다. '제페토 월드'라는 공개된 공간이 그런 예이다. 여기에서는 기웃거리는 일이 가능하다. 어떤 일이 벌어지는지, 어떤 곳인지, 누가 활동하는지 살펴볼 수 있다. 그러나 앞에서 설명한 불편함과 제약은 여전히 존재하며 실제 얻을 수 있는 유익함도 거의 없어 보인다.

제페토를 추격하는 이프랜드의 체험기

이프랜드는 SK가 만든 메타버스 플랫폼이다. 제페토보다 늦게 출발한 후발 플랫폼이기에 처음부터 제페토의 장단점을 파악한 것 같다. 그래서 제페토가 잘 제공하지 못하는 콘퍼런스 기능을 강화한 것을 볼 수 있다. 온라인 전시회, 온라인 미팅, 온라인 콘퍼런스 등을 열고 관리하기 편하게 만든 것으로 이해된다.

다음의 이미지는 이프랜드에서 활동하는 필자의 모습을 캡처한 사진이다.



이프랜드의 행사장 모습



필자가 참여한 행사장을 배경으로 찍은 사진(필자는 이프랜드에서 빨간 모자를 쓰고 다닌다.)



필자가 참여한 콘퍼런스에서 발표자의 이야기를 듣는 모습

메타버스 플랫폼, 체험을 통한 질문에서 답을 찾아라

메타버스는 약방의 감초처럼 관청, 기관, 기업, 학교 등에서 너나없이 인용되고 있다. 그러나 대부분은 그 모습이 과장되어 있고 아전인수격으로 활용되고 있다. 단순히 세상 트렌드에 올라탔다고 홍보하는 모습에 지나지 않아 보인다. 이런 혹평을 받는 이유를 실제 메타버스 플랫폼의 체험을 통해서 설명할 수 있다.

메타버스 플랫폼은 기존의 대안 솔루션인 Zoom, 마이크로소프트 팀즈, Webex 등과 비교하여 새로운 실제 가치를 제공하지 못하고 있다. 기존 대안 솔루션이 실물 얼굴을 화면에 띄우고 미팅이나 콘퍼런스를 하는 것과, 메타버스 플랫폼에서 아바타로 미팅을 하는 것이 어떤 차이와 가치를 제공하는지 설명할 수 있어야 하는데 지금까지 등장한 어떤 사례에서도 이런 입증된 가치를 확인할 수 없었다.

‘호기심과 재미라는 가치 외에 어떤 추가 가치가 실제 제공되고 있는가?’ 메타버스 추종자들은 이에 대한 진부한 답이 아닌 진솔한 답을 찾아야 한다. 최근 롯데그룹의 회장단과 경영자들이 메타버스 공간에서 회의를 수행한 것을 홍보한 기사는 이런 한계를 단적으로 보여준다. 롯데그룹의 메타버스 미팅이 가치를 만들기 위해서는 분명 이런 가상 플랫폼 회의가 이전에 비해 더 나은 가치와 성과가 있음을 보여야 한다. 그러나 물리 세상에서 미팅을 하는 것과 비교해서 더 나은 오픈니스, 생산성 등을 얻었는지에 대해 뚜렷한 대답을 하기가 어려울 것이다.

그러나 메타버스 플랫폼이 궁지에만 몰리는 것은 아니다. 메타버스가 가상 전시회를 운영하는 모델은 여전히 유효한 것으로 보인다. 기술적으로 해결할 점이 있기는 하지만 가상 전시회가 실물 전시회의 제약조건을 실제 가치로 전환할 수 있는 가능성은 열려 있다고 본다.

이미 코로나19 팬데믹 과정에서 열린 ‘CES2021’이나 ‘일본 동경 빅사이트의 온라인 행사’, ‘하노버 메세

2021’ 행사 등에서 가상 전시회의 가능성을 엿보기는 하였다. 물론 관련 기술이 함께 더 발전해야 실제 가치가 실현될 수 있다는 점도 분명하다. 하지만 가능성은 열려 있는 셈이다.

또 다른 기회는 엔터테인먼트를 이용한 ‘X2E’라는 비즈니스 모델이 시도되는 것으로 요약될 수 있다. 이 메타버스 공간에서 게임을 해서 돈을 벌 수 있는 모델이 등장하면 ‘Play to Earn’이란 모델이 형성될 것이다. 또, 가상 속 제품으로 아바타용 의상이나 아바타용 액세서리 만들어 판매하여 수익을 만든다면 이 또한 ‘Sell to Earn’ 모델로 발전할 수 있을 것이다. 또, 가상 학원에서 공부를 열심히 하면 보상해주는 모델을 통해서 ‘Study to Earn’의 모델이 만들어질 수도 있을 것이다. 이 3가지 사례는 이미 시도된 바 있으며 앞으로 NFT(Non Fungible Token)나 암호화폐를 융합적으로 활용하는 플랫폼 운영자들에 의해 더 실용적으로 발전할 수 있을 것으로 상상하는 것이 어렵지 않다.

이 외에도 ‘Dance to Earn’, ‘Write to Eean’, ‘Sing to Earn’, ‘Photo to Earn’, ‘Seminar to Eran’, ‘Movie to Earn’ 등 아직은 시도되지 않은 수많은 도전들이 메타버스 플랫폼 위에서 벌어질 것으로 추측된다. 이런 가능성을 보고 수많은 기업과 단체들이 메타버스에 올라타려고 노력하는 것이다.

이제 진부한 답이 아닌 진솔하고 상식적인 답을 찾아야 할 때가 다가왔다.



한 석 희

4차산업혁명연구소 대표

‘닥치고혁명TV’ 운영 유튜버

4차 산업혁명과 스마트공장 전문가
공학과 경영을 함께 공부한 경영학박사

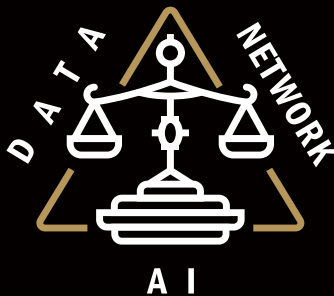
디지털 뉴딜 시대

리더가 꼭 알아야 할

데이터 3법

IT 전문가와 변호사가 쉽게 풀어가는
Data, Network, AI_디지털 뉴딜 비즈니스 핵심 가이드

백남정, 한혜선, 고대민, 홍성환, 이욱희, 최미연 지음



- ☑ 디지털 뉴딜 시대의 인공지능과 데이터 3법
- ☑ 데이터 3법 개정과 데이터 시대를 대비하는 법
- ☑ 초연결 시대를 살아가는 우리의 자세
- ☑ 테크핀과 마이데이터, 블록체인 활용하기
- ☑ 인공지능과 딥러닝의 미래 기술 동향
- ☑ 오픈뱅킹, 로보 어드바이저 영리하게 활용하기
- ☑ 모바일 의료용 앱 개발 시 이것만은 알아두기
- ☑ 스마트 모빌리티 같은 신사업을 위한 비즈니스 해법



디지털화의 새로운 시각

이영기



나훈아의 MV 「맛짱」의 도입부 (출처<https://www.youtube.com/watch?v=c0H3vXGKBlk>)

비대면이 일반화되면서 유튜브를 접하는 시간이 잦아진다. 한동안 세간의 이목을 모았던 BTS 또는 에스파 등 아이돌 스타의 현란한 동영상에 매료되다가 새롭게 등장한 기성 가수의 동영상에 충격을 받았다. 대표적인 트로트 가수가 새롭게 내놓은 뮤직비디오에서 신선함을 넘어 전율적인 충격을 느낀 것이다.

국민가수 나훈아는 코로나가 시작되자 「테스 형!」이라는 노래로 비대면 격리의 답답함과 억울함을 풀어내며 카타르시스를 주더니 이제는 「맛짱」이라는 뮤직비디오로 인생의 황혼과 「맛짱」을 뜨려 하고 있다.

시커멓게 가리워서도 폭발적인 에너지를 뿜어내는

개기일식을 배경으로 칼을 뽑는 엑스칼리버식 도입부는 그동안 트로트 가수가 주던 고정된 이미지를 산산이 부숴버리는 충격이었는데, 여기서 그치지 않고 게임과 퓨전 사극, 무협이라는 요소들이 화려한 CG와 결합하여 이전에 보지 못했던 새로운 영상미뿐만 아니라 메타버스의 세계관까지 품으며 새로운 파격을 보여주고 있다.

세상은 빠르게 변하고 있다. 음악, 미술, 사회현상, 인간의 만남 등 인간의 수많은 활동들이 아날로그적이고 직관적인 느낌을 넘어 분석과 미래 예측으로 숨가쁘게 넘어가고 있다.

사회의 변천

인류는 호모 사피엔스를 기점으로 수만 년 동안 수렵과 농경사회를 지속하여 왔다. 모든 것이 부족하지만 땅에서 얻는 소출만큼은 정직해서 지급자족과 교환으로 부의 분배를 통한 아날로그적 사회를 형성해왔다. 시간과 공간은 넘을 수 없는 절대적인 한계이자, 환경이었다.



19세기 증기기관이 발명되고 공장에서 제품을 생산하기 시작하면서, 인류사회는 산업화를 경험하게 되었다. 곳곳에 세워진 공장에서 수많은 물건들이 대량으로 제작되었고, 수요와 공급의 불균형은 무역과 유통으로 빠르게 메꾸어졌다. 물자와 정보는 늘어났지만 수급 불균형을 보이고 분배에 불평등이 쌓이면서, 사회적 양극화라는 부작용이 탄생했다.

여전히 시간과 공간의 제약을 받는 아날로그적인 사회이지만, 기술이 발달하면서 부분적인 연장이 시작되

었다. 냉장고로 식량 유통기간이 늘어나고 의료 시스템이 개선되면서 수명이 연장되는 등 시간 연장 효과가 뚜렷해졌다. 자동차, 비행기 등 교통수단의 발달로 공간의 한계가 많이 극복되면서 공간의 확장도 이루어졌다. 하지만 여전히 대부분의 사회생활은 현실에 바탕을 두고 시공간의 제약을 당연시하였다.

그러던 어느 날, 인터넷이 개발되고 디지털 IT 기술이 발달하면서 인류는 고도의 정보화 사회로 접어들었다. 컴퓨터가 보편화되고 스마트폰이 세상의 모든 지식과 정보를 손안으로 옮겨주면서, 정보 접근에 대한 평등한 기회가 주어지기 시작하였다.

여전히 소수집단이 특정 정보 편집과 선취로 이익을 독점하면서 양극화는 심화되고 있지만, 정보를 활용한 사회적 부가가치 확충은 시대적 대세가 되고 있다.

이제 세상은 메타버스 시대를 열기 시작한다. 가상 세계와 현실세계의 구분이 모호해지면서 사람들은 점점 아날로그적인 현실세계보다는 디지털화된 메타버스 세상에서 지내는 시간이 길어지고 있다. 은행들도 주요 길목마다 자리 잡은 점포들을 정리하고 메타버스로 점포를 옮기기 시작한다. KB 국민은행은 Roblox를 활용하여 부동산 대출과 신용등급 상담을 하고, '게더 타운 (Gather Town)'에서 금융 서비스를 시작한다고 한다. 농협은 메타버스 서비스인 독도서비스를 열고 DOS도 민권으로 지분을 실험한다고 한다. oVice로 소상공인 대출을 시도하는 우리은행 메타 지점이나 가상세계에



서 개인 맞춤형 자산관리를 준비하는 IBK 도토리도 발 빠른 변화들 중 하나이다.

학교도 코로나 비대면이 확산되면서 보편화된 화상 교육이 점점 가상교육 시스템으로 전환되기 시작했다. 그동안의 교육이 교사나 전문강사를 중심으로 한 공급자 중심의 일방적 교육으로 이루어졌다면, 이제는 수요자 중심의 선택으로 바뀌면서 글로벌 유명강사들이 붓물 터지듯이 인방으로 들어오기 시작하고 있다. 학교의 존립에 대한 고민이 옛보이기 시작한다.

미용 시장도 디지털 기술을 활용해서 피부와 얼굴형에 가장 잘 어울리는 화장이 소개된다. 패션은 옷을 갈아입을 필요 없이 거울 앞에서 디자인과 재료를 고를 수 있다. 인터넷에서 수도 없이 검색하던 내 기록을 바탕으로 내가 좋아하는 음식이나 맛집이 소개되고, 기존에 생각 못 했던 디지털 기기나 생활용품이 구매 의욕을 부추긴다. 손가락으로 몇 번 누르면 집 앞으로 온갖 상품이 배달되고, 심지어 김이 모락모락 나는 따끈따끈한 떡거리를 든 손이 우리 집 초인종을 누른다.

많은 기업들이 코로나 확산에 대응에서 재택근무가 보편화되고 게더 타운 같은 가상의 회의실에 모여 업무협의를 이어간다. 대규모 아파트 단지나 복잡한 공정을 처리하는 플랜트 공사도 가상의 공간에서 설계부터 시험 운전을 거치면서 최적화를 담보한다. 금싸라기 같은 명동 땅이나 뉴욕 5번가의 건물이 가상세계에서 거래되기 시작하고, 블록체인 기술로 펀딩과 등기를 마치면서 탈중앙화 흐름을 타고 있다.

세상은 이제 아날로그 환경을 넘어 현실의 한계를 뛰어넘는 가상세계 즉 메타버스로 빠르게 전환되기 시작한다.

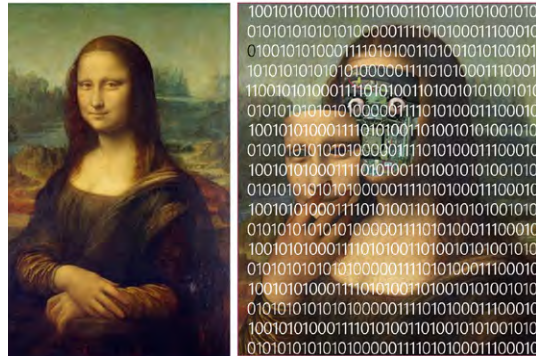
디지털이란?

Digit는 라틴어로 손가락을 의미한다. 0과 1의 단순 요소로 구성된다. 마치 세상을 흑·백, 명·암 음과 양 등

이분법적 요소로 보는 것 같다.

복잡하다는 세상을 단순히 흑백 논리로 보는 것은 적절하지 않을뿐더러 위험하기까지 하다. 이번 선거를 겪으면서 그 부작용을 여실히 되새기게 되었다.

그러나 1과 0으로 구성되는 점들이 무수히 많이 모이면 이야기가 달라진다. 「모나리자」 그림은 인류의 유산이자 보물이다.



그림의 구성과 섬세한 붓 터치로 마음속 메시지까지 담아내서 쳐다보기만 해도 각기 다른 의미를 얻는다. 분명 「모나리자」 그림은 아날로그적인 걸작이다.

누구나 이 걸작을 보면 사진에 담고 싶어한다. 플래시를 쓰지 못하게 하는 규정상 어두운 데서도 이미지를 잘 담아내는 고해상도 카메라를 들이댄다.

카메라나 휴대폰 같은 디지털 기기는 이 그림을 수많은 점의 구성으로 인식하고 각 점들을 1과 0으로 풀어낸다. 보통 사진 한 장은 3메가바이트 용량으로 300만 개의 정보가 모인 것이다.

물론 한계는 있다. 원본과 비슷해 보이는 사진도 계속 확대하고 또 확대하면 영성한 점들의 집합으로 비칠 뿐이다. 고해상도 카메라를 쓰면 점의 크기는 작아지지만 여전히 0과 1의 집합일 뿐이다. 그러나 이 0과 1은 단순함을 넘어 사물을 데이터로 바꿔주는 위력이 있다. 즉 데이터를 저장하고 가공하고 전송하는 것이 가능해진다. 심지어 이 데이터들을 많이 모아서 빅 데이터가 되고 인공지능이 가미되면 추론이나 예측이 가능

해진다.

중국에서 수많은 CCTV가 마스크로 얼굴 반을 가리고 모자까지 눌러 쓴 사람의 신원을 찾아내는 배경이다.

인간다운 디지털

인간의 뇌는 이 논리적이고 이성적인 좌뇌와 우뇌로 구분된다고 한다. 학문의 발달이나 비즈니스 성장, 많은 사회활동은 좌뇌의 용량과 성향에 의존한다. 반면 사람과 사람 사이, 마음의 교류 같은 인간다운은 상당 부분 우뇌의 영향을 받는다. 인류 문명이 발달하면서 뇌도 많은 변화를 겪고 진화하였지만 상호 협력과 균형은 여전히 중요한 가치다. 이제 디지털화가 확산되면서 좌뇌와 우뇌의 기능도 새로운 도전을 준비하고 있다고 본다.

시간과 공간이 무한히 확장되는 메타버스 세계에서 혼돈과 어지러움을 겪지 않고 잘 적응하려면 변화를 수용하는 적극적인 마음가짐이 필요하다.

사실 인류가 수렵과 농경 사회를 겪은 기간은 수만 년이지만 산업사회는 200년도 채 되지 않았다. 그러던 변화의 물결은 불과 20년 만에 정보화 사회를 앞당겼고 이제 메타버스를 열어본 지는 불과 수년이 채 되지 않았다. 점점 변화의 속도는 빨라지고 변화의 스케일은 커지며 새로운 변화에 대한 당혹감은 높아져만 간다.

이러한 변화는 선택이 아니라 반 강요된 적응이자 생존의 갈림길이다. 거의 생과 사의 기로로도 느껴진다. 적응하면 놀라운 문명의 체험으로 이어지지만 도태 되면 기본적인 인간의 생활조차 영위가 쉽지 않을지도 모른다.

식당에서도 키오스크를 다룰 줄 모르거나 앱을 쓸 줄 모르면 아무리 기다려도 주문받으러 오는 사람이 없을뿐더러 빈자리를 찾는 사람들의 눈치를 봐야 한다. 아마존 Go 같은 무인 매장은 ID 없이는 이용이 불가능하다. 물건이 쌓여 있고 돈이 있어도 살 수가 없다. 아

이디(ID)가 없으면 도서관이나 공공기관 출입이 안 되고 자율 주행으로 돌아다니는 교통기관을 이용할 수가 없으니 마냥 걸어야 한다. 아니, 그때까지 보도가 남아 있기는 할지 궁금해진다.

많은 사람들이 디지털 소외계층의 불편함을 호소하는 동안 소수 적극적 이용자들은 양극화를 더욱 부추리게 될 것이다.

이번 우크라이나 사태를 겪으면서 수급 불균형에 따른 석유나 원자재 폭등이 있었지만, 전통적인 가치저장 수단인 금은 생각보다 적게 올랐다. 미래 먹거리로 가치가 기대되는 일부 주식도 약간의 딸꾹질 후에 안정을 찾아가는 모습이다. 이러한 변화의 흐름은 보편화된 정보와 미래 예측의 공감대가 현실보다 미래 가상세계에 반영되는 것으로도 비친다.

그런 혼돈의 상황에서 가상자산의 흐름은 눈길을 끈다. 시간이 지날수록 가상자산에 대한 사회적 시각은 모이고 확산되어 간다.

어쩌면 인류는 디지털화로 촉발된 가상자산 시장이 탈중앙화와 맞물려 새롭게 도약하는 계기를 맞이하는 듯이 보인다.

- 안내: M+V=P Biz Academy, 캠퍼스 케이에서 베트남 진출 전략을 도와드리겠습니다.
- “<https://blog.naver.com/josephyglee1>” 또는 인터넷창에 “이영기.블로그.한국” 입력

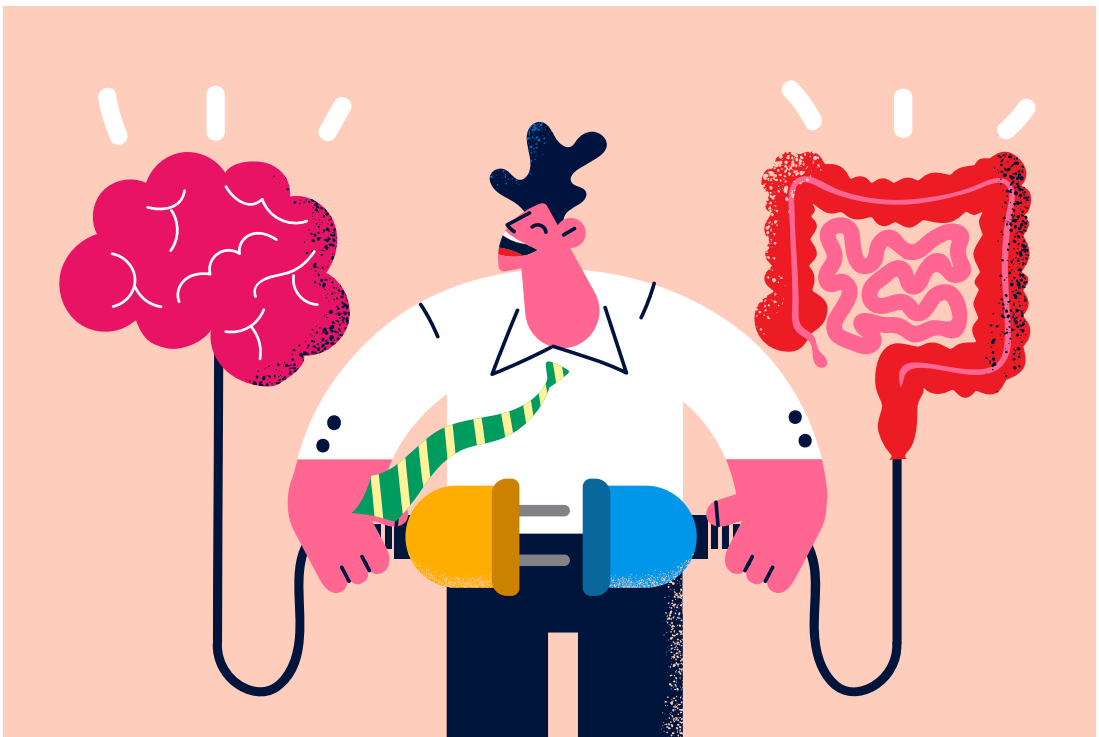


이영기

국립경제대학교 (NEU) 방문 교수
공유오피스 Campus-K 공동 창업
FPT School of Business, 객원 교수
josephyglee@gmail.com | kakao: josephyglee

치매를 예방하는 방법

이 승 희



1. 장 건강이 치매 위험을 줄인다?

1-1. 장내 미생물이 뇌에 영향을 준다

장내 미생물 특히 유산균과 비피도박테리움에 속하는 좋은 장과 뇌를 연결하는 주요 신경인 미주 신경을 통한 신호전달 등에 있어서 우리의 두뇌와 행동에까지 영향을 미친다고 한다. 영국 옥스퍼드대 연구진은 2018

년 연구를 통해, 장내 미생물이 숙주의 행동을 조작하는 효과는 장에서 자라고 경쟁하는 미생물에 대한 자연선택의 결과이자, 이들 미생물에 의존하는 숙주에 대한 자연선택의 결과일 가능성이 높다고 보았다(Johnson & Kevin, 2018). 즉, 우리가 정상적인 뇌 기능을 위해 미생물에 의존하도록 진화했을 수 있으며, 장내 미생물의 변화가 행동에 영향을 미칠 수 있다는 것이다.

1-2. 멜라토닌이 유익 장내 미생물을 증대시킨다

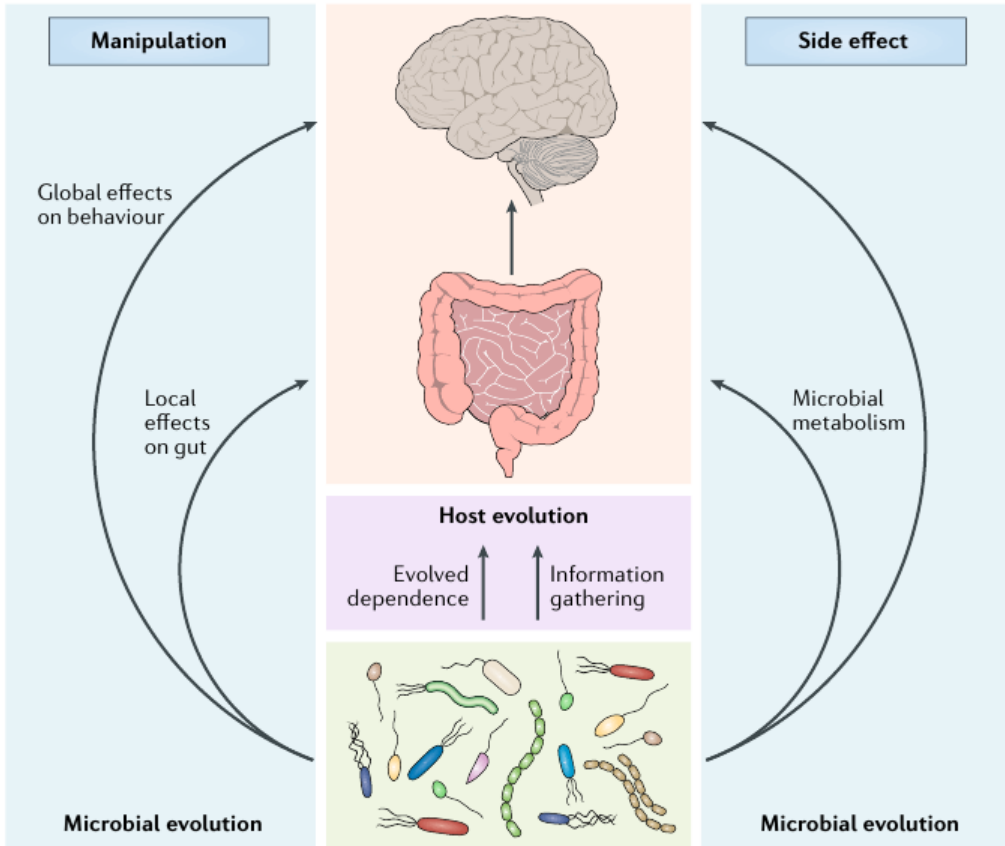
중국 연구진은 수면유도제 성분으로 많이 쓰이는 멜라토닌이 장내 미생물의 다양성을 높여 균형을 이루도록 만들어 비만 개선에도 효과가 있는 것으로 발표하였다. 연구진은 쥐에게 지속적으로 고지방 사료를 먹이면서 멜라토닌을 경구 투여하는 동시에 장내 미생물을 이식했다. 그 결과, 멜라토닌을 주입한 쥐들은 보통 쥐에 비해 지질 대사가 활발하고 다양한 장내 미생물이 균형을 이루는 것으로 확인하였다(Yin et al., 2018). 비만이 개선되면 치매 위험이 줄어든다.

1-3. 멜라토닌이 알츠하이머병 환자의 인지기능을 개선한다

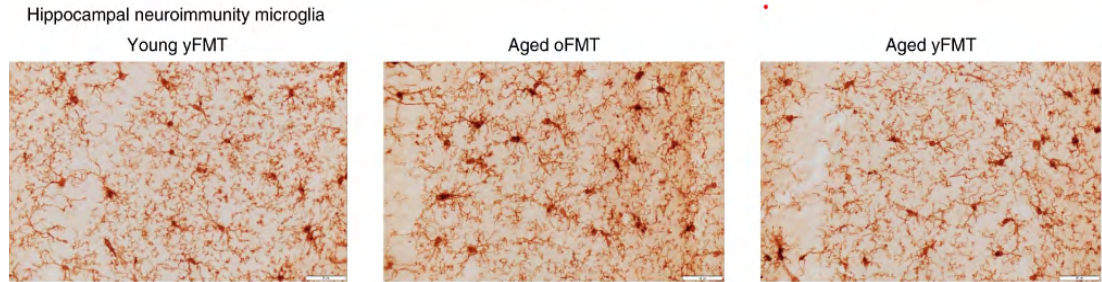
인제대학교 물리치료학과 홍용근 교수 연구팀은 12주 이상의 멜라토닌 치료를 받은 알츠하이머병(AD) 환자의 인지기능 평가에서 MMSE 점수(인지기능 평가)가 유의하게 개선된 결과를 도출했다. 이로써, 멜라토닌이 불면증 관리를 위해 기존의 전통적인 수면제보다 더 선호될 수 있음을 제시했다. 연구팀은 연구 결과가 퇴행성 뇌질환의 발병 기전뿐만 아니라 진단 및 치료의 한 계점을 극복하는 데 기여하기를 기대하고 있다.

1-4. 젊은 분변이 뇌를 회춘하게 한다

아일랜드 코크대의 존 크라이언 교수 연구진은 생후 3~4개월 쥐의 분변을 20개월 된 늙은 쥐에게 이식했다. 1주에 두 번씩 8주 동안 젊은 쥐의 분변 시료를



뇌에 미치는 미생물 영향의 진화(Johnson & Kevin, 2018)



해마 신경세포의 변화(Boehme et al., 2021)

먹이자 뇌에서 학습과 기억을 담당하는 영역인 해마가 물리적, 화학적으로 젊은 쥐와 같아졌다고 연구진은 밝혔다. 늙은 쥐는 해마에서 신경세포들의 연결이 늘어나면서 미로를 전보다 더 빨리 빠져나오는 등 학습 능력이 향상됐다(Boehme et al., 2021).

연구진은 뇌가 회춘한 것은 장내 미생물 덕분이라고 밝혔다. 젊은 쥐의 분변을 이식받은 늙은 쥐의 장내 미생물이 젊은 쥐와 비슷해진 것이다. 장내 미생물은 체중과 우울증이나 자폐증, 치매 같은 뇌 질환과도 연관돼 있는 것으로 나타났다.

2. 치매 위험을 증가시키는 행위

2-1. 음주와 흡연

미국 서던 캘리포니아대학 의대의 아서 토가 신경과학 교수 연구팀이 1만 7,308명(45~81세)을 대상으로 음주, 흡연 습관을 조사하고 뇌 MRI 영상을 분석했다. 그 결과, 음주와 흡연이 뇌 노화를 촉진한다는 사실을 확인하였다.

연구팀은 뇌 MRI 영상을 컴퓨터에 기계학습(machine learning)을 시킨 다음, 뇌 나이와 실제 나이를 비교하였다. 비교 결과, 음주와 흡연이 잦은 사람은 뇌의 회색질(grey matter)과 백질(white matter), 뇌 용적(brain volume)이 나이에 비해 현저히 줄어든 것이 뇌 MRI 영상에서 나타났다(Ning et al., 2020).

2-2. 혈압의 역강하

혈압은 낮보다 밤에 10~20% 낮아지는 것이 정상으로 이를 혈압의 '강하(dipping)'라고 한다. 그러나 야간의 혈압이 낮보다 더 높아지는 경우가 있는데 이를 '역강하(reverse dipping)'라고 한다. 그런데 혈압이 역강하 현상을 보이는 노인은 치매가 발생할 위험이 높다는 연구 결과가 나왔다.

스웨덴 옘살라(Uppsala)대학 의대 연구팀은 70대 노인 997명을 대상으로 최장 24년간 추적 조사한 결과를 학술지에 발표했다. 연구 결과, 야간의 최고혈압(수축기 혈압)이 주간보다 높은 노인은 치매 발생 위험이 64% 높았다. 특히 알츠하이머 치매 위험은 67%나 더 높았다(Tan et al., 2021). 따라서 혈압약을 취침 전에 복용해 야간 혈압을 떨어뜨리는 것이 역강하 혈압 노인들의 치매 위험 증가를 막을 수 있을지 연구할 필요성이 있다고 하였다.

2-3. 과도한 커피 섭취

사우스오스트레일리아대학교 연구팀이 영국 바이오뱅크(UK Biobank)에 참여한 1만 7,702명의 참가자(37~73세)를 대상으로 조사한 결과, 하루에 6잔 이상의 커피를 마시는 사람은 치매에 걸릴 위험이 53%, 뇌졸중을 겪을 확률이 17% 높았다. 커피 속 카페인이 뇌혈관을 수축시키는 것이 영향을 미쳤을 것이라고 추정하였다(Pham et al., 2021).

실제 커피에 들어 있는 카페인은 적정량 섭취 시 신

체에 미치는 큰 부작용이 없지만, 다량 섭취하면 심장 박동 수, 혈액 흐름, 호흡 속도, 체내 대사 속도를 높이기 때문에 쉽게 잠들지 못하게 하거나 숙면을 방해한다. 때로는 땀, 긴장감, 메스꺼움, 불안 등의 부작용을 가져오기도 한다.



그러나 한편으로는 커피가 인지기능 저하를 막아 알츠하이머 치매 예방에 도움이 될 수 있다는 연구 결과도 있다. 호주 에디스 코완(Edith Cowan) 대학 연구팀은 남녀 200여 명을 대상으로 12개월에 걸쳐 진행한 연구 결과, 커피를 자주 마시는 사람은 인지기능 저하가 치매의 전 단계인 경도 인지장애(MCI: mild cognitive impairment)로 진행될 가능성이 낮다고 발표했다. 또, 커피를 자주 마시는 사람은 치매의 원인으로 지목되고 있는 뇌 신경세포의 비정상 단백질인 베타 아밀로이드 플라크가 형성되는 속도가 느리다는 사실도 밝혀냈다(Gardener et al., 2021).

그러나 이 연구에서는 이러한 효과를 기대하려면 하루 커피를 몇 잔 마셔야 하는지를 설정하지는 못했다. 다만 연구책임자인 가드너 박사는 커피 한 잔의 양이 평균 240g이라면 하루 2잔씩 마셨을 때 18개월 후 인지기능 저하를 8% 줄일 수 있을 것이라고 보았고, 베타 아밀로이드 플라크의 형성은 5%를 줄일 수 있다고 하였다.

자료 출처

1. Johnson, Katerina V-A. and Kevin R. Foster(2018), "Why does the microbiome affect behaviour?." Nature reviews microbiology, 16(10), 647-655.
2. Yin, Jie, Yuying Li, Hui Han, Shuai Chen, Jing Gao, Gang Liu, Xin Wu et al.(2018), "Melatonin reprogramming of gut microbiota improves lipid dysmetabolism in high-fat diet-fed mice." Journal of Pineal Research, 65(4), e12524.
3. Sumsuzzman, D.M., Choi, J., Jin, Y. and Hong, Y.(2021), Neurocognitive effects of melatonin treatment in healthy adults and individuals with Alzheimer's disease and insomnia: a systematic review and meta-analysis of randomized controlled trials. Neuroscience & Biobehavioral Reviews, 127, 459-473.
4. Boehme, Marcus, Katherine E. Guzzetta, Thomaz FS Bastiaanssen, Marcel Van De Wouw, Gerard M. Moloney, Andreu Gual-Grau, Simon Spichak et al.(2021), "Microbiota from young mice counteracts selective age-associated behavioral deficits." Nature Aging, 1(8), 666-676.
5. Ning, Kaide, Lu Zhao, Will Matloff, Fengzhu Sun and Arthur W. Toga(2020). "Association of relative brain age with tobacco smoking, alcohol consumption, and genetic variants." Scientific reports, 10(1), 1-10.
6. Tan, X., Sundström, J., Lind, L., Franzon, K., Kilander, L., & Benedict, C. (2021). Reverse Dipping of Systolic Blood Pressure Is Associated With Increased Dementia Risk in Older Men: A Longitudinal Study Over 24 Years. Hypertension, HYPERTENSIONAHA-120.
7. Pham, Kitty, Anwar Mulugeta, Ang Zhou, John T. O'Brien, David J. Llewellyn, and Elina Hyppönen(2021), "High coffee consumption, brain volume and risk of dementia and stroke," Nutritional Neuroscience, 1-12.
8. Gardener, Samantha L., Stephanie R. Rainey-Smith, Victor LL Villemagne, Jurgen Fripp, Vincent Dore, Pierrick Bourgeat, Kevin Taddei et al.(2021) "Higher coffee consumption is associated with slower cognitive decline and Aβ-amyloid accumulation over 126 months: data from the AIBL study." Front. Aging Neurosci., 681.

이승희

서울과학종합대학원 경영학박사
 (前) 도이치증권 Asia Index Arbitrage 이사
 (前) 모간스탠리증권 주식부 이사
 (前) 이화여자대학교 겸임교수
 (現) 나사렛대학교 국제금융부동산학과 교수
 관심분야: 뉴로마케팅, 딥러닝



젠더 평등을 향한 제안

이 종 구



최근 발생하는 여러 성차별적인 사건을 미디어를 통해 접하면서, 아직도 우리 대한민국은 과거 사상 기반의 남성 주류의 잔재가 남아 있는 듯하다. 이것은 수년 전부터 일어나고 있는 'Me Too' 운동과도 무관하지 않을 것이다.

얼마 전에 어느 일간지 기사에서 제시된 대한민국의 여성 자살 사망자 통계는 충격이 아닐 수 없다. 1985년에서 2015년까지, 여성의 연령별 자살률에서 젊을수록

자살률이 급격히 증가했다. 즉 1951년생 여성보다 1982년생 여성의 자살률이 5배가 높았고, 1986년생과 1996년생은 각각 6배와 7배가 높은 것으로 나타났다.¹

이 사실은 시간이 흐를수록 무엇 때문인지는 모르겠지만, 대한민국 여성들이 행복하지 못한 삶을 살고 있다는 것을 암시한다. 그리고 이러한 현상은 비혼과 저

1 「'82년생 김지영' 51년생 엄마 세대보다 살기 더 고달파», 『동아사이언스』, 2019, 06.

출산으로 이어지는 한편, 요즘 곳곳에서 벌어지는 젠더 평등(Gender Equality)을 위한 페미니즘 운동의 모멘텀이 되고 있다.

한편 젠더 평등은 유엔(UN)이 지정한 지속가능 목표(SDGs, Sustainable Development Goals) 중에서 다섯 번째 항목이다. 즉 젠더 평등은 이제 여성들만의 또는 소수 그룹만의 운동이 아닌 전 지구적 사명으로 인식해야 하고 체계적인 솔루션으로 접근해야 한다는 의미이기도 하다.



유엔의 17가지 지속가능발전 목표(SDGs)
(출처: www.un.org/development/desa/disabilities/environment2030.html)

최근 광고계에서도 젠더 평등이 바람을 일으키면서 적극적으로 현실 참여를 한다는 점이 주목할 만하다. 광고계의 축제인 ‘크리에이티브 페스티벌(Creative Festival)’은 주로 기업의 브랜드 홍보나 상품, 서비스 마케팅 위주의 콘텐츠로 가득 차 있었다. 그런데 얼마 전부터 사회문제 해결을 위한 솔루션들을 제시한다고 해서 놀라지 않을 수 없었다. 특히 최근 페스티벌에서 제시한 젠더 평등을 위한 솔루션과 그 결과에 깊은 인상을 받게 되어 이에 대한 사례를 몇 개 소개하려고 한다.²

2 「크리에이티브 솔루션, 젠더 평등에 대한 해결책을 제시하다」, 『Diversitas』 2호, 고려대학교 다양성위원회, 2020.

1. Project Free Period

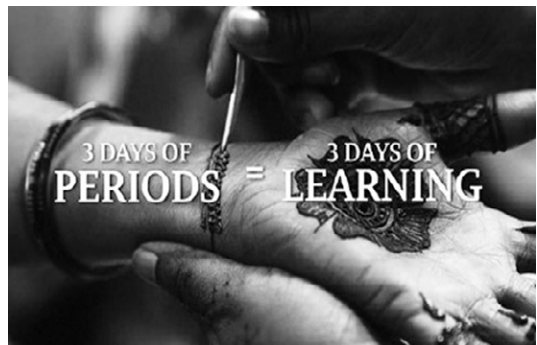
첫 번째 사례는 ‘Project Free Period’라는 주제의 프로젝트로, 여성의 삶의 질을 개선하는 솔루션이다.

그 배경은 다음과 같다. 여성의 인권을 다룰 때 항상 등장하는 나라가 바로 인도다. 성적 억압이나 사회적 차별에 관한 한 거의 모든 분야에서 그렇다.

일반 여성들 대부분은 생리가 코로나19처럼, 이 세상에 없었으면 좋겠다고 하지만, 반대로 생리 기간이 꼭 필요한 여성들이 있다. 바로 사창가에서 성을 파는 인도의 직업여성들이다. 생리 기간 3일만큼은 직업상 일을 하지 않고 쉬 수 있다는 것이 이유다. 실로 말로 표현하기에도 너무 가슴 아픈 현실이다. 누구에게는 없었으면 하는 3일이 누구에게는 꼭 있어야 할 3일인 것이다. 이들은 보통 이 3일 동안 아이들과 쉬거나, 빨래 등 집안일에 시간을 보낸다고 한다.

이 아픈 현실에 대한 솔루션으로 인도의 여성 위생용품 회사인 스테이프리 인디아(Stayfree India)는 그들의 미래를 위해 뭔가를 해야겠다고 생각했다. 특히 단 3일인 생리 기간을 활용하여, 이들의 미래를 위해 작은 투자를 시작했다. 그리고 전문가들과 함께 직업교육 프로그램을 기획해서 그들을 교육했다.

예를 들면 뷰티 마사지, 헤나 디자인, 양초 만들기 등



인도의 성매매 여성의 직업교육 프로젝트 ‘Free Period’
(출처: bestmediainfo.com/2019/11/ddb-mudra-hits-gold-for-india-at-warc-prize-for-asian-strategy-2019/)

이다. 참여하는 여성들은 이 교육을 통해서 자신뿐만 아니라, 자신의 직업을 물려받을 가능성이 큰 딸아이의 미래를 위해서라도 꼭 필요했다고 한다. 이 프로그램이 그들의 생리 기간을 가장 순결하고 고귀한 순간으로 바꾼 것이다.

이 프로젝트의 결과는 놀라웠다. 프로젝트 후에 매년 10만 일이 넘는 생리일이 배움의 날로 바뀌었다. 무엇보다도 이 프로젝트는 인도에서 가장 터부시되는 매춘과 생리에 대한, 새로운 시선을 요구하는 사회적 의제를 이끌어냈다. 그중에서도 많은 여성이 비참한 상황을 벗어날 수 있는 꿈을 꾸게 해주었다는 것이 이 프로젝트의 가장 큰 성과가 아닐까 싶다.

2. The Tampon Book

다음 사례는 'The Tampon Book'이라는 주제로 독일에서 진행했던 것인데, 여성을 위한 제도 개혁 솔루션이다.

그 배경은 이렇다. 독일에서 보통 생필품에 부과하는 세금은 약 7%다. 그런데 여성의 생리를 위한 위생 필수품인 탐폰의 세금은 무려 19%다. 이것은 독일에서 고가의 명품에만 부과하는 가장 높은 세율이다. 탐폰이 고가의 명품일까? 왜 이런 일이 벌어졌을까? 그것은 남자가 법을 만들었기 때문이다.

약 50년 전, 독일에서는 남자들만 모여서 법을 제정했는데, 당시 여성 위생용품에 19%라는 엄청난 세율을 부과했고 그 법이 여전히 유효했던 것이다. 심지어 아프리카의 일부 국가에서도 이와 유사한 법을 이미 개정했는데, 칸트를 배출한 이성의 나라인 독일에 이런 말도 안 되는 법이 여전히 존재했던 것이다.

이런 웃지 못할 상황에서 온라인으로 탐폰을 판매하는 기업인 '더 피메일 컴퍼니(The Female Company)'가 한 가지 묘안을 생각해냈다. 독일에서 책에는 7%의 세금만 부과되기 때문에, 책 속에 탐폰을 끼워 넣어 책

값으로 판매하자라는 것이다. 이것이 그 유명한 『탐폰북(Tampon Book)』이다. 약 40페이지 정도로 구성된 이 책에는 15개의 탐폰이 들어 있다. 그리고 책에는 성 불평등이나 어리석은 세금 제도, 생리에 대한 올바른 사회 인식에 관련된 삽화 등이 실려 있다.



『탐폰북』 (출처: www.thefemalecompany.com/tampon-book-en/)

결과적으로 이 책은 일주일도 안 돼서 1만 권이 팔렸다. 그리고 독일의 주요 매체들이 이 『탐폰북』을 다루기 시작했다. 이후 여론이 형성되고 법 개정을 요구하는 탄원 운동이 일어나면서 결국 2019년 11월 7일 독일은 탐폰세를 폐지했다. 『탐폰북』이 법을 바꾼 것이다.

3. Fearless Girl

마지막 사례는 'Fearless Girl'이라는 주제의 프로젝트인데, 여성의 사회적 역할을 높이기 위한 솔루션이다.

그 배경은 이렇다. 2017년 3월 7일에 뉴욕 맨해튼 남쪽 월스트리트에는, 세계 여성의 날을 기념하기 위한 소녀상이 세워졌다. 소녀는 두 손을 허리에 얹고 맞은편에 있는 월가의 상징인 황소를 눈뿜하게 쳐다보고 있다.



'Fearless girl'
 (출처: www.globalcitizen.org/de/content/fearless-girl-wall-street-moving-new-home)

이 소녀상은 한 투자자문 회사가 주도해서 세워진 것으로, 아직도 기업이나 단체가 남성 위주로 운영되는 것에 반기를 들기 위해 제작되었다. 한마디로 여성 리더십의 힘과 중요성을 설파하는 것이다.

소녀의 발치에는 이렇게 적혀 있다.

여성 리더십의 힘을 믿어라.
 그녀가 차이를 만든다.

(*Know the power of woman in leadership.
 SHE makes a difference.*)

작가 크리스틴 비스벌이 만든 이 소녀상은 이곳을 찾은 수많은 관광객의 눈길을 끌면서, 기념 촬영 명소로 자리 잡았다. 많은 여성이 소녀와 같은 포즈를 취하면서, 남성의 권력으로 상징되는 황소를 가소롭다는 듯이 쳐다보는 연출을 한다. 이것은 또한 공공 예술의 힘이, 사회에 큰 영향을 미칠 수 있다는 것을 보여준 사례이기도 하다. 여성의 날을 기념하면서, 남성의 상징인 황소상 앞을 장소로 선택했다는 것도 참으로 영리한 발상이다.

결과적으로 이 소녀상은 740만 달러 가치의 홍보 효과를 얻어냈다고 한다. 또한 여성의 리더십을 부각하

려는 원래의 목적도 충분히 달성했다. 무엇보다도 이 솔루션이 미국에서 그동안 많이 제기되었던 성차별적인 문제보다는, 업그레이드된 여권 신장의 문제를 다루고 있다는 점에서 더 큰 의미가 있다.

21세기에 인간은 화성도 다녀오겠다고 호언장담하고, 인공지능 기술이 인간의 뇌를 대체할 것이라고 자랑한다. 이러한 세상인데, 한편으로 지구의 곳곳에서는 사회적 차별로 인해 더욱 힘겨운 삶을 살아가는 여성들이 발견된다. 이것은 비단 저개발 국가만의 문제가 아니다. 우리나라를 비롯한 일부 선진국에서도 종종 나타난다. 남성들이 만들어 놓은 오래된 낡은 법이, 여성의 일상과 가정 경제를 옥죄고 있다. 이렇게 남녀간 불평등이 여전히 존재한다.

하지만 다행스럽게도, 앞서 소개한 솔루션과 같은 젠더 평등의 노력, 광고계를 비롯한 여러 민간단체에 의해 움직이고 있다는 것은 매우 고무적이다. 이와 같은 창의적인 아이디어들이 우리 대한민국 사회에서도 여러 기업이나 미디어, 문화 예술인들을 통해 적극적으로 개발되고 실현되기를 바란다.



이종구 경영학박사

전자공학도로 삼성전자와 LG전자를 거쳐 노키아, 오라클 등 글로벌 기업에서 비즈니스 경력을 쌓았다. 이어서 글로벌 IT 기업인 'NICE'와 '제네시스 코리아'에서 한국 지사장을 역임한 IT 전문가이다. 한편 경영학을 수학하면서 '다양성(Diversity)'을 처음 접하고 다양성을 기업 경영에 접목시킬 수 있는 전략을 찾아 여러 논문을 발표했다. 2015년에 기업 전략서인 『다양성 전략(Diversity Strategy)』을 발간하고 2019년에는 다양성 칼럼집인 『다양성 시대(Diversity Era)』를 발간하면서 다양성 설파에 나서고 있다. 현재는 고려대학교 인공지능연구소(HI-AI & Computing) 산학협력교수로 재직중이다.

아직도 논문때문에 고민하세요?

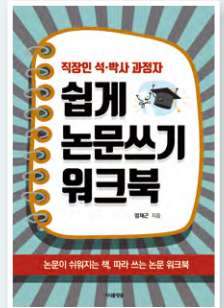
직장인 석·박사 과정자 쉽게 논문쓰기 워크북

논문이 쉬워지는 책,
따라 쓰는 논문 워크북



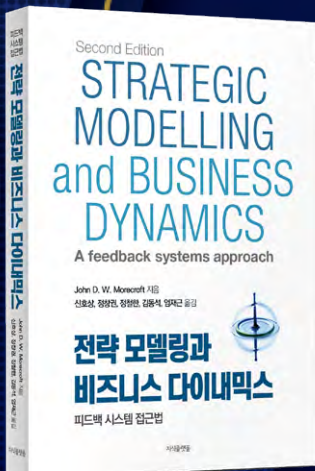
- ★ 논문이 뭐지?라고 남들에게 묻지도 못하고 있는 분
- ★ 논문은 써야 하는데 무엇부터 시작해야 하는지 모르는 분
- ★ 교수님께 설명을 들어도 논문이 도통 이해가 안가는 분
- ★ 읽어야 할 논문은 쌓여 있는데 읽어도 답이 없는 분
- ★ 논문에 막혀서 졸업을 포기하고자 하는 분
- ★ 제목도 정하지 못해 몇 달 동안 교수님께 연락도 못하는 분
- ★ 투고도 못하고 논문만 몇 년 동안 만지작거리고 있는 분
- ★ 논문에 대해서 학생에게 추천해주고 싶은 책을 찾는 분
- ★ 인생에서 논문을 최초로 써보고자 결심해본 분
- ★ 논문쓰기 스테디를 만들고 무엇부터 시작할지 모르는 분

논문에 관해 설명하는 책들은 시중에 많이 있지만, 구체적으로 쓰기 연습을 하도록 돕는 책은 없다. 이 책은 쓰기 연습이 부족한 직장인 석·박사 과정자에게 도움이 되도록 기획되었고, 시간이 부족한 연구자에게 맞춤형 전략으로 최적화되어 있다. 논문의 기본 개념 이해부터 논문 제목 정하기, 목차 잡기, 논문쓰기, 학술지 선정과 투고, 심사결과 통보 및 대응, 게재되기 까지 논문의 전 과정을 쉽게 이해할 수 있게 담고 있다.



전략 모델링과 비즈니스 다이내믹스

★★★ 피드백 시스템 접근법 ★★★



시스템 다이내믹스는 피드백 시스템 사고를 기반으로 한 시뮬레이션 예측 분석법으로 이미 세계적으로 기업, 정치, 군사, 학술 등 다양한 분야에서 활용되고 있다. 반면 국내에서 시스템 다이내믹스는 대중적으로 알려지지 않았으나, 최근 다양한 정부 프로젝트에서 활용하고자 하는 시도가 늘어나고 있다. 시스템 다이내믹스는 환경, 사회, 산업 전반에 걸쳐진 다양하고 복잡한 현상을 과학적으로 분석한 시나리오 모델링은 현상을 예측 가능하게 하며 전략적 사고를 갖게 한다.

저자 John Morecroft는 런던 경영대학원에서 다양한 시스템사고 및 전략 모델링 수업을 진행하였고, 이 책이 해당 수업에서 교과서로 사용되고 있다. 이 책은 이미 전 세계적으로 시스템다이내믹스 분야의 교과서로 명성이 높은 만큼 한국에서도 꼭 필요한 책이다. 영어 원문으로 일부 대학원에서 사용되고 있지만, 한국 번역본이 나와서 시스템 다이내믹스 모델링을 공부하고자 하는 국내 독자들에게 쉽게 시스템 다이내믹스를 활용한 전략 모델링 교재로 이용될 것으로 기대된다.

John D. W. Morecroft 지음 | 신효상, 정창권, 정철한, 김동석, 엄재근 옮김

일상의 회복과 행복

탁진규



지난 2월 전기 학위수여식이 있던 날 오후였다. 약속을 앞두고 막 연구실을 나서려고 하는데 노크 소리가 났다.

“교수님 안녕하십니까?”

한 학생이 큰소리로 인사를 한다.

“작년 1학기에 교수님 수업을 들었던 학생입니다. 오늘 졸업식에 왔다가 교수님 뵙고 싶어서 들렀습니다.”

차초지중을 들어보니 2020학년도 입학 후 졸업까지 유일하게 교수와 대면한 경우가 나뉘에 없었다는 것이다. 그 말을 듣는 순간 전율이 느껴졌다. 반갑고도 고마웠다. 복도에서 망설이다 군데 가기 전에 꼭 뵙고 싶어 용기를 냈다는 말에 가슴이 찼했다.

코로나19로 우리는 ‘언택트’의 삶을 살았다. 사회적 거리두기가 계속되면서 직장, 단체, 모임은 결속력을 잃었다. 수업 또한 대부분 온라인으로 진행되었다. 코로나 시기에 ‘대면’은 곧 바이러스를 전파시킬 수 있는 위험 요인으로 간주되었으며, 개인의 안전과 공동체 보호를 위해 사람과의 거리를 인위적으로 멀어지게 만들었다. 공동체가 개인으로 조각조각 파편화되었으며 개인은 더욱 미세한 존재가 되어버렸다. 사회가 극소 단위로 분화된 ‘나노 사회(Nano Society)’가 된 것이다(『트렌드 코리아』, 2022).

그러나 아무리 감염병이 가로막아도 사람들은 서로 연결되기를 원한다. 인간은 사회적 동물이기 때문

이다. 문제는 어떻게 연결되는냐이다. 신경과학자 엘리자베스 레드케이는 대면 대화를 나눈 그룹과 비대면 대화를 나눈 그룹의 뇌 활동을 비교했다. 대면으로 어울리는 그룹은 건강에 좋은 옥시토신이 활발하게 분비되지만, 비대면으로 접촉한 그룹에는 옥시토신이 거의 분비되지 않았다.

메릴랜드 대학의 로버트 프르빈은 대면하여 어울리는 활동의 효과에 관한 연구에서 “혼자일 때보다 다른 사람과 함께 있을 때 30배 더 자주 웃는다.”라고 하였다.

또, 『WSJ』 저널리스트 수잔 핑커는 이탈리아의 사르데냐섬에 거주하는 사람들의 장수 연구에서, 100세 이상의 장수 비율은 주민 1만 명당 21명이라고 밝혔다. 이는 이탈리아 본토보다 6배, 미국보다도 10배 이상 높았다. 또한, 여성이 남성보다 일반적으로 6~8년 정도 오래 사는데 이 섬에서는 남성과 여성의 평균수명도 별 차이가 없는 것으로 나타났다.

사르데냐섬 주민들의 장수 비결은 생각보다 유전적 요인이 크지 않으며, 맑은 공기와 신선한 물, 운동, 독감 주사, 심장치료, 금주, 금연 등이 영향을 끼치는 것으로 알려졌다. 하지만 이런 요인들을 모두 합친 것보다 더 큰 영향을 주는 요인은 ‘사회적 교감(Social Integration)’인 것으로 나타났다. 마을 친구, 이웃들과 밥 먹고, 차 마시고, 취미 생활을 함께하며, 오가다 들러서 대화를 나누는 것이 장수의 원천이라는 것이다. 수잔 핑커는 이를 ‘마을 효과(Village Effect)’라고 불렀다. 이는 사람들과 만나서 어울리는 것이 얼마나 중요한지를 말해주고 있다.

행복 전도사인 서은국 교수(연세대)는 행복의 개인차를 결정짓는 첫 번째 요인이 유전이며, 기질적으로 외향적인 사람들이 더 행복을 느낀다고 한다. 외향형들이 가지고 있는 특성 중에서 ‘자극 추구’, ‘활동성’, ‘높은 사회성’이 특히 행복과 관련 있다는 것이다. 즉, 외향형들이 가장 행복을 느끼게 하는 특성은 ‘자극 추구’이며 자극 추구의 핵심은 ‘사람’이라고 한다. 근원적으로 사람도 자극이라는 뜻이다.

우리 인간은 그 자극을 채우기 위해서 사람을 계속 찾는다고 한다. 자극을 더 많이 필요로 하는 사람이 외향적인 사람들이기 때문에 외향형이 더 행복해 보인다는 것이다. 결국, 내향적이든 외향적이든 ‘사람’이라는 자극이 있어야 하고 그것이 클수록 행복하다고 한다.

사람들과 교류하고 어울리는 것의 소중함을 고려할 때, 우리의 일상은 관계에서 점점 멀어져가고 있다. 그렇기에 오늘날의 위기는 경제와 환경뿐만 아니라 ‘관계의 위기’라는 점에서도 주목해야 한다.

영국을 비롯하여 선진국들은 위드 코로나(With corona)를 선언하고 나섰다. 우리도 유행의 정점을 지나서 결국 코로나19와 함께 살아가게 될 것이다.

억압되었던 일상들이 점차 회복되고 있다. 무엇보다 사람들과 어울림이 줄어든 단절의 골짜기에서 벗어날 방안을 찾아야 한다.

접속보다는 접촉이 필요한 때이다.

참고문헌

- 『사람들과 어울리는 것의 효과』 2022. 김영기, 조직리더십코칭원
- 『빌리지 이펙트』 2015. 수잔 핑커, 21세기 북스
- 『트렌드 코리아 2022』 2021. 김난도 외, 미래의창
- 『행복하기 위한 조건』 2021. 서은국, 차이나는클라스



탁진규 경영학 박사

현) 명지전문대학 교양과 교수

현) 한국생산성본부 전략적의사결정 전문위원

현) 한국성품경영협회 이사 / 현) 한국성인교육학회 이사

현) 한국융합경영학회 이사 / 현) 진성리더십 연구원장

현) 경영지도사(HR/리더십/조직개발)

전) 순천향대학교 국제통상학과 강의를수

전) 현대경제연구원 인재개발원 전문교수

쓰레기를 만들지 않는 쇼핑, 새로운 무포장 가게 ‘보틀앤스쿱’, ‘안녕상점’, ‘다시채움’

스타트레이일 정희정

인간은 지구가 감당할 수 없는 쓰레기를 만드는 유일한 생물이다. 싸고 편리하고 위생적이라며 플라스틱 쓰레기를 계속 늘려가고 있다. 제대로 처리하지 못한 쓰레기들은 산처럼 쌓이고 바다 위를 떠돌며 거대한 섬이 되었다. 세계경제포럼은 지금처럼 플라스틱을 생산하고 버리면 2050년에는 무게를 기준으로 바다에 물고기보다 플라스틱이 더 많아질 것으로 전망했다.

우리나라의 포장용 플라스틱 사용량은 세계 최대 수준이다. 미국 국립과학공학의학원(NASEM)의 보고서에 따르면, 한국인 1인당 플라스틱 쓰레기 배출량은 연간 88kg으로 미국(130kg), 영국(99kg)에 이어 세계 3위에 올랐다.

끊임없이 나오는 포장 쓰레기에 죄책감을 느끼는 이들이 많아졌고, 포장재 없이 생활용품과 식품을 판매하는 무포장 가게들도 늘고 있다. 그러나 아직 매장 수가 충분하지 않으니 먼 거리를 찾아가느라 어려움을 겪는 이들도 많을 것이다. 그런 이들을 위한 반가운 소식이 있다. 신청하면 우리 집 앞으로 달려와 주는 이동형 가게가 생긴 것이다.

최근 새롭게 문을 연 제로웨이스트 숍 중 다양한 상품을 판매할 뿐만 아니라 지역사회와 협력하며 자원 순환 가치 확산을 위한 프로그램과 환경 교육을 실시하는 등 다방면으로 힘쓰고 있는 ‘보틀앤스쿱’, ‘안녕상점’, ‘다시채움’을 소개한다.

‘보틀앤스쿱’, 원칙을 지키는 제로웨이스트 식료품점

서울시 마포구 아파트촌에 위치, 지역사회와 밀접한 활동도 준비



제로웨이스트 그로서리 ‘보틀앤스쿱’에서는 다양한 곡식과 식료품들을 원하는 양만큼 덜어서 구매할 수 있다. © 스타트레이일 정희정

“대형마트 안 가고 생협을 오랫동안 이용해왔지만, 생협에서도 줄일 수 없는 것이 식품 포장재였어요. 해외에는 제로웨이스트 식료품점이 많은데 한국에는 별로 없어서 두 주부가 직접 나섰어요.”

(주)리플래닛의 김연정, 정지혜 공동대표가 서울시 마포구에 지난 1월 문을 연 '보틀앤스쿱'에서는 곡물, 파스타, 건나물, 그래놀라, 과자, 초콜릿, 각종 소스와 양념류까지 다양한 식료품을 포장재 없이 판매한다. 올리브유, 발사믹, 콤포차, 커피, 밀크티 베이스, 세제 등 용기에 덜어서 살 수 있고 제로웨이스트 매장에서 흔히 판매하는 제품들 역시 갖추고 있다.

무포장 가게에서 살 수 있는 제품이 한정적이어서 불만이었던 이들에게 희소식이다. 비누, 치약, 칫솔, 천연수세미, 세제 등은 꼭 필요하지만 하루에도 몇 번씩 먹는 식료품만큼 자주 구입하는 상품은 아니며, 식료품을 포장 없이 살 수 있다면 쓰레기 발생량이 획기적으로 감소할 것이기 때문이다.

'보틀앤스쿱'의 판매 제품들은 하나하나 철저히 검증을 거친 것이다. 언니네텃밭, 영농조합, 맘껏푸드랩, 채식한끼 등 거래 대상과 일일이 접촉해 협의하는 과정에서 새로운 방식으로 유통을 시작하게 된 제품들도 많고, 유통 과정에서도 온실가스 배출량을 최소화하고자 애썼다. 친환경 유기농 제품, 수입품이 아닌 국산품, 공정무역 제품을 우선 순위로 한다는 원칙을 지켜 선정한 제품들은 80% 이상이 국내산이다.

“어떤 제품을 유통시킬 것인지 선택을 해야 하는데, 업체와 제품들을 계속해서 검증하면서 좋은 영향을 미칠 수 있도록 노력했습니다. 예를 들어 세제 업체를 검수해보니 벌크 판매는 하지만 세제를 담았던 큰 통은 재활용하지 않는 업체가 있어서 제외하는 대신에 통도 재활용하고 있고 사회적기업인 곳을 선택했어요.”

정지혜 대표는 “조금이라도 더 친환경적인 움직임을 만들어내겠다는 의지를 가지고 업체들 만나 이야기를 나누다 보면 바위에 달걀을 던지는 느낌이 들어 힘들기도 했다.”면서 “하지만 우리의 활동이 다른 업체들에게 인사이트를 줄 수 있길 바라며 앞으로도 원칙을 지켜가려고 한다.”고 말했다.

상품 판매뿐 아니라 진정성 있는 사회공헌 활동도 준비하고 있다. 포장 쓰레기 문제를 다루는 '쓰담쓰담'

이라는 모임을 후원하면서 함께 목소리를 내고 있고, 지역의 사회복지관과 함께 주민교육과 청년 대상 활동도 추진할 계획이다.

- 주소 : 서울시 마포구 대흥로24길 24
마포프레스티지아이 1단지 C동 B2 103호
- 운영시간 : 화~토 11:00~20:00, 일 15:00~19:00



(주)리플래닛의 김연정(왼쪽), 정지혜 공동대표가 운영중인 '보틀앤스쿱' 매장 앞에서 포즈를 취하고 있다. © 스타트레일 정희정

‘안녕상점’, 직접 생산한 제품도 판매, 기후위기 대응 플랫폼 지향

서울시 도봉구에 위치, 교육과 실천으로 소비문화 전환, 정책 변화 추진

“겉으로는 제로웨이스트 숍만 보이지만, 저희는 기후위기 대응 실천 플랫폼을 지향하고 있어요. 제품 판

매뿐 아니라 생산도 하고 있고, 교육과 실천을 통한 소비문화 전환, 정책 제안과 대응까지 하고자 합니다.”

2021년 7월 서울시 도봉구에서 문을 연 무포장 가게 ‘안녕상점’은 단순한 상품 판매점이 아니다. 커뮤니티 공간과 작업실도 마련되어 있다. 환경 도서를 함께 읽은 뒤 세미나를 진행하기도 하고, 작업실에서는 판매용 제품들을 만든다. 작업실에서 직접 만드는 제품 중 고체 설거지 바는 매장에서 판매를 시작했고, 샴푸바, 세안바는 출시를 앞두고 있다. 이를 위해 식약처에 화장품 제조업 및 제조판매업 등록도 했다. 패브릭 제품들도 직접 만들어서 판매한다.



‘안녕상점’에는 다양한 상품과 책을 판매하는 매대뿐 아니라 설거지 바 등을 만드는 작업공간도 마련되어 있다(안녕협동조합 제공).

교육 콘텐츠를 개발해 환경교육도 활발하게 추진하고 있다. 지난해 10월부터는 초등학교 환경 수업도 맡아서 진행했다. 초중고교에 찾아가 학생들의 동아리 활동을 지도하기도 했고, ‘안녕상점’에 10여 개교의 학생들이 찾아오기도 했다. 학생들 교육보다 더 역점을 두어 진행하는 것은 교사 직무연수이다.

강의는 주로 ‘안녕상점’을 운영하는 ‘안녕협동조합’의 성지윤 이사장이 맡아서 한다. 10년 가까이 교육청에서 일한 만큼 교육 분야 전문성과 네트워크, 사업 추진 노하우가 풍부하기 때문이다.

안녕협동조합의 조합원은 성 이사장을 포함해 6명인데, 다들 지역 활동을 하면서 ‘지구돌봄 마을돌봄’의 가치를 가지고 기후위기 대응과 교육복지 활동을 추진하기로 의기투합한 사이라고 한다. 도봉구에서 공동육아 등 다양한 활동을 오랫동안 해온 이들이 함께 만든 조직이라 지역 주민과의 관계가 돈독하며, 지역 주민 80명이 동참한 도담마을사회적협동조합과도 유기적으로 협력하고 있다.

성지윤 이사장은 “지역활동을 기반으로 플랫폼 개념을 잡고 교육부터 생산까지 다양한 활동 계획을 수립했지만, 자본도 경영 경험도 부족했다.”면서 “다행히 환경특화 사회적기업가 육성사업에 선정된 뒤, 많은 도움을 받아 첫 출발을 잘할 수 있었다.”고 말했다. 그리고 “교육을 받은 학생들의 변해가는 모습을 보면서 의미 있는 후속 작업을 준비할 계획”이라면서 “도봉구청과 도봉구 의회에 제안한 정책과 캠페인도 잘 추진해보고자 한다.”고 포부를 밝혔다.

- 주소: 서울시 도봉구 도봉로 143길 18, 2층
02-955-3330
- 운영시간: 수~금 13:00~19:00, 토 11:00~15:00



‘안녕상점’을 운영 중인 안녕협동조합원들은 서울시 도봉구에서 공동육아 등 다양한 활동을 함께해온 사이라고 한다(안녕협동조합 제공).

‘다시채움’, 집 앞으로 찾아가는 국내 최초의 이동형 리필 슝

경기도 용인시의 마을 도서관·체육시설과 자원순환, 쓰레기 제로 캠페인도 진행



플라스틱 회수 등 다양한 캠페인을 펼치고 있기 위해 ‘다시채움’과 용인 YMCA가 운영 중인 자원순환정거장의 모습(다시채움 제공).

무포장 가게가 곳곳에 생겨나고 있으나, 동네에는 없어서 불편함을 느끼던 이들은 정말 반가울 것이다. 필요한 제품들을 차량에 싣고 우리 집 앞으로 달려와주는 이동형 가게 ‘다시채움’을 이용하면 되기 때문이다.

국내 최초의 이동형 리필슝 ‘다시채움’의 김보경 대표는 지난 2021년 2월부터 경차에 각종 세제와 천연수세미, 대나무 칫솔 등 25가지 제품을 싣고 전국 어디든 달려가고 있다. 지난 1년간 1,800여 명의 고객을 만났는데 주로 수도권을 다니지만 멀리 대구까지 찾아간 적도 있었다고 한다. 최근에는 비대면 정기구독 서비스도 시작했다.

차량을 이용하는 서비스이다 보니 장거리 이동에 따른 부담, 차량이 발생시키는 환경오염 문제에 대한 고민도 없을 수가 없다. 현재는 김 대표 혼자 전국을 다니고 있지만, 올해 2개 지역 거점을 신설해 거점당 10~15km 반경에 서비스를 제공하는 것을 목표로 삼고 있다.



세제와 천연수세미 등 다양한 제품을 차에 싣고 고객을 찾아가는 ‘다시채움’의 김보경 대표가 차량에 앉아 포즈를 취하고 있다(다시채움 제공).

“아무리 경차여도 이동할 때 발생하는 환경오염에 대해 고민 많이 하고 있어요. 더 나은 방법으로 전환이 반드시 이뤄져야 한다고 생각해요. 올해 안에 전기차로 교체할 예정이고, 앞으로 지역별 확장에 사용될 차량 역시 전기차로 운영할 계획입니다.”

차량 운영비에 대해서도 늘 신경 쓰고 있는데, 매장 형태로 운영되는 제로웨이스트 상점과 비교하면 운영비 차원에서 큰 차이가 없거나 오히려 경제적이라고 판단하고 있다고 한다.

지난해 환경형 예비 사회적기업으로 지정된 ‘다시채움’은 지역사회 단체들과 협력 사업을 활발하게 벌이면서 사회 변화를 위한 교육과 실천 확산에도 힘쓰고 있다.

용인 YMCA와는 스포츠센터 내에서 자원순환 정거장을 운영하면서 여러 회원들에게 쓰레기 문제의 심각성을 알리고 제로웨이스트 실천과 티끌 플라스틱 회수 캠페인을 진행 중이다.

느티나무도서관과는 지난해 6월 MOU를 맺고 ‘어린이 자원순환 캠페인’을 벌이고 있다. 도서관에 방문하는 어린이들이 집에서 빈 병을 들고 와 세제를 담아



가도록 하면서 자원순환을 습관화할 수 있도록 돕고 있다. 세제는 판매하는 대신 모금함에 자율적으로 원하는 만큼의 비용을 내도록 했고, 모인 돈은 전액 도서관에 기부하고 있다고 한다.

• 홈페이지 <http://refillforearth.com>

소개된 팀들은 사회적기업가를 꿈꾸며 한국사회적기업진흥원 지원으로 사회적기업가 육성사업(환경특화)에 참여했습니다.

사회적기업가 육성사업

사회적기업 창업을 준비 중인 팀을 선발하여 사회적 목적 실현부터 사업화까지 사회적기업 창업의 전 과정 지원하는 사업

- 교육, 멘토링, 창업 공간, 자원 연계, 최대 5천만원의 사업비 지원(2022)

환경특화 사회적기업가 육성사업

지속가능한 삶과 비즈니스를 준비하는 사회적기업 창업팀을 선발하여 전문적으로 지원하는 업종특화 육성사업

• 사회적기업육성사업 알아보기

<https://www.socialenterprise.or.kr>

• 2022 사회적기업가 육성사업 공고 알림받기

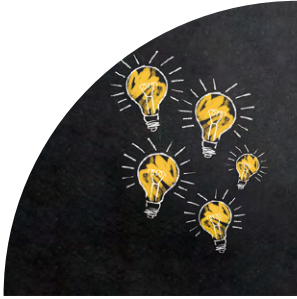
<https://forms.gle/pYQVhEubeSLXiQR8>

* 이 글은 『스타트레일』 2월호 잡지에 실린 글로 스타트레일의 승인하에 게재함을 밝힙니다.

https://startrail.kr/kwa-startrail_blog_v-367?process_num=367&serial_parent=367

글: (주)엔빌 콘텐츠팀 『스타트레일매거진』 정희정 편집장
사진: 정희정, 안녕협동조합, 다시채움

맞춤형 혁신 솔루션을 제공함으로써 기업의 성공을 돕는 튼튼한 파트너가 되겠습니다.



Consulting

비즈니스 솔루션 도출과 현장 적용을 위한 전문 컨설팅 및 상생협력 파트너십



Solution

R&D를 통해 도출한 최적의 솔루션을 적용, 안정적이고 효율적인 시스템 구축



Education

비즈니스 모델 실현을 위한 서비스 및 기업 성장을 위한 맞춤형 교육 제공

MatchBox

다양한 형태의
비즈니스 원천 데이터를
> 실시간 시각화하여
비즈니스 인사이트 제공



Green Nest

건물에서 사용되는 에너지의
효율적 관리를 위한 에너지
정보 분산처리 솔루션



 startrail

스타트레일 매거진

스타트업에게 꼭 필요한
정보와 유익한 교육 콘텐츠를
담고 있는 웹진



**약점을 장점으로
위기를 기회로**

“조직의 미래 비즈니스 성품이 좌우한다”

“말할 것도 없이 성품은
모든 진정한 리더십의 기초이다.”

-John C. Maxwell -

“훌륭한 조직에는 훌륭한 사람과
훌륭한 문화가 있다.”

-Ray Dalio, 브릿지워터 CEO-

“우리는 지성만으로는 불충분함을,
지성에 성품을 더해야 함을
명심해야 할 것입니다.
그것이 진정한 교육의 목표입니다.”

- Dr, Martin Luther King-

☎ 성품 교육 및 인증 문의: 02-2242-2012



Good Character, Good Company
한국성품경영협회

“한국성품경영협회는 성품경영과 관련되는 융·복합 연구와 활동, 학술지 발간 및 인증제도 운영을 통하여 사회 속 다양한 조직에서 친환경, 사회가치 실현, 투명한 지배구조의 ESG 경영을 이룰 수 있도록 함께 하겠습니다.”

한국연구재단 기관 등록번호 8B4727 주소 서울 구로구 디지털로 34길 55, 코오롱사이언스밸리 2차 B101-218
카페 <https://cafe.naver.com/charactermanagement> 블로그 https://blog.naver.com/character_management
이메일 character_management@naver.com 모바일 010-6839-4970