



DESIGN INNOVATION

SOCIAL



소통	소소한소통	6
환경	소보로	14
주거	몽세누	22
안심	아트임팩트	28
이동	아이부키	38
사업	알티비피얼라이언스	44
여가	뉴베이스	54
나눔	네이버스	62
	쏘카	70
	엘비에스테크	76
	엔톡	86
	퍼플더블유	94
	위대한상사	102
	에어비앤비	110
	88후드	118
	키뮤	124



소통

세상의 모든 정보를 '누구에게나' '쉽게' 만들어가는 기업



ABOUT

일상 속 작은 정보들 까지도 '쉽게'

발달장애인은 시각, 청각과 같은 기능적 어려움은 없지만 인지적 능력, 사회적 관계 맺기에 대한 어려움으로 정보접근과 의사소통에서 어려움을 느낀다. 시각장애인이 점자나 청각자료, 안내견의 도움을 받는 것과 청각장애인이 수어나 자막의 도움을 받는 것은 익숙한 일이다. 하지만 발달장애인의 경우, 낮은 인지능력으로 이해 및 의사소통의 어려움에 대한 도움이 필수적임에도 적절한 지원을 받지 못하고 있는 실정이다. 2015년 발달장애인법 제10조 1항에 ‘국가와 지방자치단체는 발달장애인의 권리와 의무에 중대한 영향을 미치는 법령과 각종 복지지원 등 중요한 정책 정보를 발달장애인이 이해하기 쉬운 형태로 작성하여 배포하여야 한다.’라는 규정이 생겼지만, 매일 새로운 정보들이 쏟아지는 오늘날, 정책이나 법령 정보만으로 생활을 하는 것은 쉽지 않다. 이에 일상생활 속 작은 정보들까지도 이해하기 쉬운 형태로 제공되어야 한다는 생각을 시초로 소소한소통이 설립되었다.

사회적약자의 목소리를 기반한 서비스

서비스 제작 전 과정에서 사용자 인터뷰를 통해 발달장애인들이 직접 목소리를 내게끔 독려하고, 인사이트를 발견하여 서비스에 반영하는 것을 가장 중요하게 생각한다. 또한, 제작 후 프로토타입을 통해

사용자의 피드백을 거쳐 그들의 니즈를 더욱 반영한 사용자 중심의 소통 서비스를 제작한다. 더 나아가 서비스는 발달 장애인뿐만 아니라 외국인, 학습장애 어린이, 고령자 등 말과 글을 이해하기 어려운 이들에게 우리 모두를 위한 쉬운 정보 제공을 목적으로 한다. 소소한소통은 복지관 안내책자부터 휴대폰 서비스 가입 안내서, 장례식장 예절, 지하철 이용법, 근로계약서 등 다양한 형태의 정보를 쉬운 설명과 이미지로 설명한다. 이를 통해 발달장애인이 사회에서 차별 받지 않고 동등하게 참여하여 보다 편리하게 일상을 즐길 수 있도록 한다.

쉬운 정보의 사회적 확산과 비즈니스모델

비즈니스모델은 쉬운 정보 기획 디자인, 발달장애인 서적 기획 출판, 비장애인 대상 발달장애인의 어려움을 알리는 ‘쏘긋즈’ 상품 개발 및 판매, 장애인식개선 교육, 쉬운 정보의 사회적 확산을 위한 캠페인 등이다. 설립 이후 지자체·공공기관, 비영리기관·단체 등에 400여 건이 넘는 정보를 ‘쉬운 정보’로 제작해 왔으며, 최근 코로나19로 어려운 단어로 구성된 안전정보들을 쉽게 바꾸어 지역사회 정보들이 쉽고 빠르게 확산되는 것을 도우며, 나아가 모든 인쇄물을 친환경적으로 바꾸어 환경적 활동에도 기여하고 있다.

HISTORY

- 2019**
 - 언유주얼서스펙트페스티벌 서울 콜라보레이터 참여
 - 발달장애인을 위한 영상 콘텐츠 상영회 <토요극장> 개최
 - 발달장애인 맞춤형 영상콘텐츠 제공(시청자미디어재단)
 - 현대자동차그룹 H 온드림 사회적기업 창업 오디션 8기 펠로우 선정
 - 하나금융그룹 하나파워온챌린지 프론티어 선정
 - 어려운말 수집이벤트(연중) 시작
 - 발달장애인 이해 위한 아트상품 브랜드 쓰굿즈(So goods) 런칭
 - LG 소셜캠퍼스 9기 성과대회 최우수상 수상
 - 발달장애인 취업 실용서 1-3권 출간기념 북토크(말로하는 독후감) 개최
- 2018**
 - 서울발달장애인훈련센터 커리어접프업 강의 운영
 - 2018 서울시 혁신형 사업 선정
 - 하나파워온임팩트 2기 선정
 - LG 소셜펠로우 8기 선정
 - 대구사회복지사협회 보수 교육 과정 참여
 - 고용노동부형 예비 사회적기업 인증(고용노동부)
 - 소셜벤처파트너스서울 펠로우 4기 선정
 - 여성기업지정(중소벤처기업부)
- 2017**
 - 미래에셋대우 청년창업지원프로젝트 우수상 선정
 - 소소한소통 법인 설립
 - 사회적기업가 육성사업 선정

SERVICE



쉬운 정보 제작 및 디자인

지자체·공공기관, 비영리기관·단체 등과 함께 쉬운 정보와 디자인으로 홍보물, 일러스트, 서식 및 매뉴얼 제작을 진행하여 일상 속 정보를 모두가 더 쉽게 파악하고, 소통할 수 있도록 돕는다.

소
통

소
소
한
소
통



소소굿즈

소소굿즈는 발달장애인의 소통에 대한 어려움에 공감할 수 있도록 제작된 일러스트 상품이다.

달력, 반려일기장, 에코백, 파우치, 엽서, 보드게임 등의 상품을 통해 쉬운 문장과 단어로 메시지를 전달한다.

그 중 '곰탕 다이어리'는 발달장애 직원이 점심메뉴로 나온 곰탕을 보며 “곰탕엔 곰이 들어간 거죠!”라고

말한 것에서 우리가 무심코 쓰는 표현이 누구에게 단어 그대로 받아들여진다는 인사이트를 통해 기획된 상품이다.

쉽지

쉬운 잡지 '쉽지'는 일상생활 속 요소들을 주제로 재미있는 일상, 새로운 정보, 다양한 경험에 대해 이야기한다.

2020년 3월 1호를 출간해 분기마다 선거, 놀이, 반려동물 등에 다양한 주제에 대해 쉽게 소통한다.

INTERVIEW

“안녕하세요, 발달장애인을 위한 쉬운 정보를 만드는 소소한 소통의 대표, 백정연입니다.”

소소한 소통에 대해 구체적으로 소개해주세요.

소소한 소통은 발달장애인을 위해 이해하기 쉬운 정보를 제작하는 기업입니다. 기존의 어려운 정보를 쉬운 표현(한자어, 전문용어, 외래어를 최대한 지양한 짧은 글)으로 바꾸고, 보조 이미지를 더해 쉬운 정보로 재가공합니다. 출판, 도서, 소책자, 영상, 사인물 등 다양한 형식으로 제작되고 있습니다.

소소한 소통을 시작하게 된 계기는 무엇인가요?

발달장애 관련 현장에서 약 15년 동안 근무했습니다. 발달장애인법 시행 준비를 위해 보건복지부에서 파견 근무를 하던 중, 복잡한 정보를 쉽게 풀어서 제작하는 다양한 외국 사례를 발견했습니다. 이러한 서비스가 우리나라에도 필요하다고 생각했습니다. 재직 중인 회사를 퇴사 후 사회적기업가 육성사업 정보를 접했을 때, 그동안 필요성을 느끼고 있던 서비스를 실현할 기회라고 생각하여 창업을 시작하였습니다.

소소한 소통에서 정의하는 쉬운 소통이란 무엇인가요?

정보를 사용하는 사람의 관점과 입장을 고려한 소통입니다. 발달장애인 뿐만 아니라, 최근 난독 등 문해력에 어려움을 겪고 있는 비장애인이 많습니다. 제공자의 편의가 아닌, 다양한 배경과 환경의

사람들도 이해에 어려움이 없도록 소통하는 것이 쉬운 소통이라고 생각합니다.

발달장애인이 서비스 제작 과정에 참여한다고 들었는데, 그 과정에서 기억에 남는 경험이 있을까요?

정말 쉽게 만들려고 노력한 콘텐츠도 발달장애인의 감수 과정에서 어려운 표현임을 발견하게 되는 경우가 많습니다. 당사자 감수는 콘텐츠를 더욱 쉽게 만드는데 중요한 역할을 하기 때문에 감수 과정을 중요하게 생각하며 일하고 있습니다. 저희가 만든 인터뷰북 사례도 소개하고 싶은데요. 첫번째 인터뷰북은 발달장애인이 혼자 자립해서 살아가는데 필요한 기본적인 살림 정보(청소, 빨래, 요리 등)를 전문가가 아닌 혼자 살고 있는 발달장애인이 직접 알려주는 책입니다. 이 책을 본 발달장애인은 나도 혼자 살 수 있다는 자신감을 얻고, 혼자 살아보고 싶다는 동기부여를 받게 되었다고 합니다. 발달장애인이 서비스 제작에 참여하는 것은, 전문가가 제공하는 정보 그 이상의 긍정적 영향이 있다고 생각합니다.

쉬운 잡지 ‘쉽지’에 대해 설명해주세요. ‘쉽지’를 만들게 된 계기가 있나요?

쉽지는 누구나 알 만한 생활 속의 평범한 주제를 정해 발달장애인과 함께 나누는 잡지입니다.

쉽지에는 이해하기 쉬운 정보와 함께(inform) 다양한 경험의 기회를 안내하고(experience) 일상을 더 재미있게 보낼 수 있도록(entertain) 지원하는 콘텐츠가 담겨있습니다. 쉽다라는 기준에는 인지, 지각 수준 외에도 ‘경험’이 크게 영향을 미치는데, 성인 발달장애인의 경우 비장애인에 비해 단순로운 일상과 경험의 폭을 가지고 있습니다. ‘쉽지’는 이러한 배경에서 발달장애인에게 다양한 경험의 확장 기회를 주기 위해 창간하였습니다.

‘쉽지’ 주제의 예를 들어주세요, 일반잡지와 가장 큰 차이점은 어떤 점인가요?

가장 최근에 다룬 주제는 ‘노플라스틱’입니다. 쉽지를 통해 발달장애인이 생활속에서 환경 보호를 실천할 수 있는 방법을 쉽게 풀어서 제공했습니다. 기존의 잡지가 가볍게 넘겨볼 수 있는 책자라면, 쉽지는 정보 제공에 방점을 두었기 때문에 실생활에 적용이 가능하다는 점이 가장 큰 차이점입니다. 또한, 독자로부터 피드백을 받고 콘텐츠에 반영하는 의사소통 체계가 있기 때문에, 보다 수요자 중심의 콘텐츠로 구성되어 있습니다.

현재 진행 중이거나 최근에 한 프로젝트가 있다면 소개해주세요.

가장 최근에는 보궐선거의 공약을 쉽게 풀어서 쓴 ‘쉬운 공약’을 제작했습니다. 또한, 4년간의 노하우와 지식을 집약한 쉬운 정보 제작 가이드 <쉬운 정보, 만드는 건 왜 안 쉽죠?>가 곧 출간됩니다. 마지막으로, 최근

코로나로 답답한 일상을 보내고 있는 발달장애인과 온라인으로 소통하는 유튜브 라이브 ‘소소한수다’를 시작했습니다. 매월 마지막 주 토요일, 유튜브를 통해 발달장애인과 더 가깝고 깊게 이야기를 나누고 그 내용을 저희가 만드는 콘텐츠로 연결할 예정입니다.

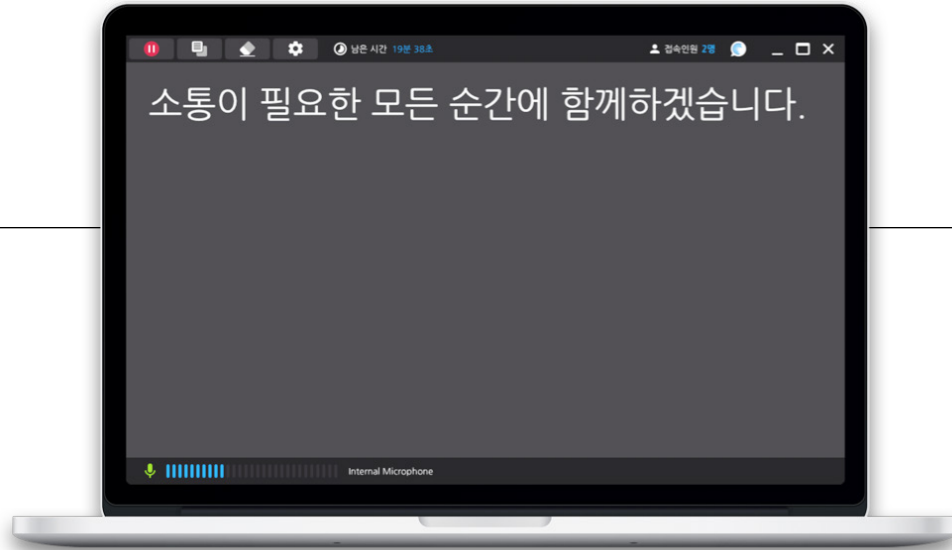
소소한 소통의 서비스 비즈니스 모델이 미래에도 지속가능할 수 있는 주요 포인트는 무엇인가요?

다양한 콘텐츠가 쏟아지는만큼, 미래에는 ‘쉬운’ 것을 요구하는 사람이 더욱 많아질 것이기 때문입니다. 해외의 경우 발달장애인에게 ‘쉬운 정보’가 오래 전부터 권리로서 제공되었는데, 한국은 최근 4-5년 사이에 관심이 시작되어 아직도 만들어야 할 콘텐츠가 무궁무진합니다. 뿐만 아니라, 소소한소통은 발달장애인을 위한 미션과 비전을 갖고 일을 하지만 결과물은 어린이, 외국인 근로자, 어르신 등 모두가 활용할 수 있는 콘텐츠입니다. 즉, 유니버설 디자인 관점에서 모든 사람에게 유용하기 때문에 지속가능하다고 생각합니다.

소소한 소통이 앞으로 나아갈 방향이나 목표 및 비전은 무엇인가요?

소소한 일상에서 모두를 존중하는 소통 방식이 있는 사회를 만드는 것이 목표입니다. 이를 위해 발달장애인 등 정보접근에 장애가 있는 사람들이, 일상의 작은 순간에도 소통의 어려움이 없도록 세상의 다양한 정보를 쉽게 만들 계획입니다.

청각장애인을 위한 AI 기반 실시간 문자통역 서비스



ABOUT

청각장애인의 학습권 보장

코로나 19는 우리에게 많은 속제를 남겼는데, 그 중 하나는 학생들의 온라인 개학과 마스크로 가려진 청각 장애 학생들의 학습권이다. 말하는 대로 받아 적는 인공지능 문자통역 서비스 ‘소보로’는 청각 장애 학생들이 자유롭게 학습권을 누릴 수 있도록 한다. 소보로는 말소리를 자막으로 보여주는 음성인식 솔루션으로 PC나 태블릿을 이용하면 언제 어디서나 이용 가능한 서비스이다. 띄어쓰기, 맞춤법, 사투리 또한 통역이 가능하며 90% 넘는 정확도를 보인다. 통역 지원이 없는 학교 수업 시간에서 언제든지 자유롭게 사용할 수 있고, 자막 없는 인터넷 강의에서도 소보로 프로그램을 연결하면 실시간 자막을 지원 받을 수 있다. 청각장애인 직원의 직장 내 소통을 돕기 위해 고용주는 한국장애인고용공단의 지원을 받아 소보로를 제공할 수 있다.

사용자 니즈에 따른 맞춤 서비스

서비스 개발 과정에서 수많은 청각장애인 인터뷰를 통해 다양한 니즈와 인사이트를 발굴하여 서비스에 적용시켰다. 사용자 중 누구는 수어가 편하고 다른 누구는 자막을 선호할 수 있고, 재할 정도에 따라 청력의 차이도 천차만별로 나뉜다. 이에 최대한 많은 사용자의 특성을 고려하여 개인의 상황에 적합한

소통의 선택지를 제공하여 일상 속 불편을 해결하고자 했다. 예를 들면 기본 사양인 ‘소보로 탭 라이트’는 애플리케이션이 태블릿에 탑재된 형태로 구입 즉시 6개 국어의 문자 통역을 사용할 수 있다. 여기에 비즈니스를 위해 추가 기능을 넣은 ‘소보로 탭 비즈니스’는 필담 기능을 탑재하여 양방향 의사소통이 가능하게 하였고, 채널링 기능으로 다른 사람과 자막 공유가 가능하다. 교육을 위한 ‘소보로 탭 에듀’는 정확도 부스터 기능을 추가하였고, 수업 내용 복습 편의를 위해 자막 저장과 검색, 추출 기능을 포함하였다.

어디서나 자막이 흐르는 환경을 위한 서비스 확장

소보로 서비스는 현재 300여개가 넘는 기관에 도입되어있으며 그 중 절반은 직장이고, 나머지는 학교와 공공기관 등에 제공되고 있다. 소보로의 1차 목표는 초, 중, 고교 어디서나 '자막이 흐르는 교육 환경'을 만들어 모든 교육환경에서 청각장애 학생들의 장애물을 없애는 것이다. 나아가 청각장애인 외에도 인터뷰 및 컨퍼런스 녹취록등 다양한 니즈를 바탕으로 서비스를 필요로 하는 사람들까지 고객으로 확장할 계획을 갖고 있다.

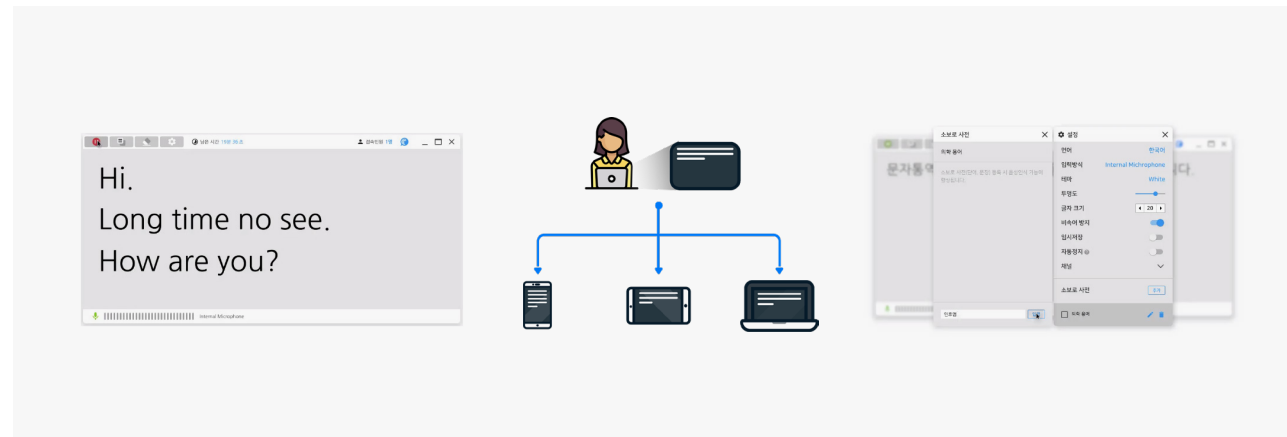
HISTORY

- 2019**
 - 소보로 문자통역 태블릿PC (소보로 탭 시리즈) 정식 론칭
 - 한국장애인고용공단 근로지원 보조공학기기 선정
 - 한국정보화진흥원 정보통신보조기기 선정
 - 서울대학교병원 소보로 탭 프로 도입

- 2018**
 - 소보로 인공지능 문자통역 소프트웨어 클로즈드 베타
 - 소셜벤처 엑셀러레이터 sopoong 투자 유치
 - 한국장애인고용공단 보조공학기기 개발사업 선정
 - 소보로 인공지능 문자통역 소프트웨어 정식 론칭
 - 디쓰리쥬빌리파트너스 투자 유치

- 2017**
 - 제6회 정주영창업경진대회 우수상
 - 법인 설립

SERVICE



PC 소보로

PC에서 실시간 자막 소프트웨어를 통해 말소리를 자막으로 보여주는 음성인식 솔루션을 제공한다.

6개 국어 실시간 자막

한국어뿐만 아니라 영어, 중국어, 일본어, 스페인어, 독일어의 실시간 자막 지원으로 원어 강의나 동영상도 쉽게 문자 통역하여 볼 수 있다.

실시간 자막 공유 채널

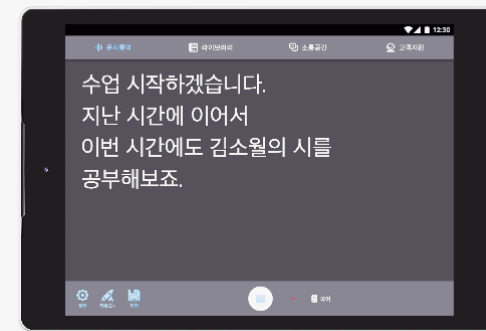
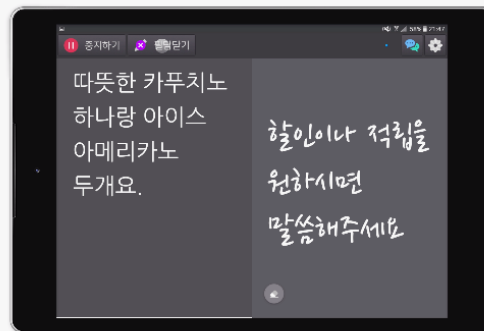
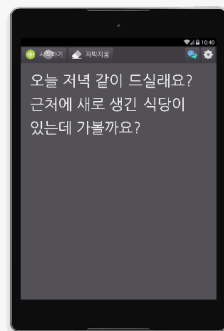
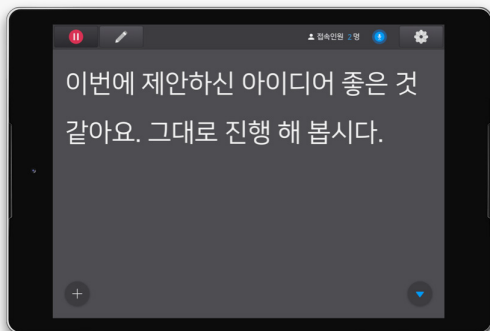
소보로 채널로 나의 자막을 다른 사람과 공유할 수 있다. 같은 이름의 소보로 채널로 접속하여 각자의 기기에서 동시에 자막을 받아 볼 수 있다.

소보로 사전

해당 분야와 주제에 맞게 전문용어, 사람 이름 등을 미리 등록하면 실시간 자막의 정확도가 올라가므로 미리 튜닝할 수 있다.

소
통

소
리
를
보
는
기
능
보



태블릿 소보로

소보로 태블릿은 공공기관, 병원, 기업에서 청각장애인의 의사소통을 효과적으로 도와주는 보조기기로 통역 없이도 언제 어디서나 편리하게 실시간 자막을 받아 볼 수 있다.

소보로 템 라이트

애플리케이션이 태블릿에 탑재된 형태로 구입 즉시 사용이 가능하다. 한국어 뿐만 아니라 영어, 중국어, 일본어, 독일어, 스페인어도 통역 할 수 있다. 문자 번역된 자막의 글자 크기를 손쉽게 조절 할 수 있다. 사용환경에 따라 가로 · 세로 전환이 가능하다.

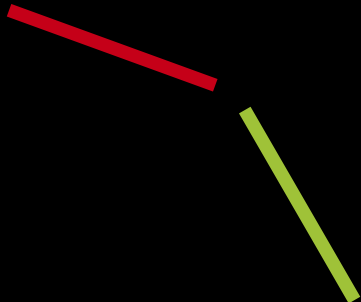
소보로 템 비즈니스

필담 기능을 탑재하여 양방향 의사소통이 가능하다. 채널링 기능으로 다른 사람과 자막 공유가 가능하다.

소보로 템 에듀

정확도 부스터 기능으로 수업 과목에 맞는 정교한 정확도를 보여준다. 자막을 복사하여 PC나 태블릿에 학습 내용을 옮겨 학습할 수 있다. 라이브러리에 자막을 저장할 수 있어 수업 내용을 복습하는데 편리하다. 저장된 내용을 단어나 태그, 중요 자막, 날짜로 검색하여 찾을 수 있다. 저장된 내용을 손쉽게 공유 할 수 있고 TXT파일로 추출이 가능하다.

환경



미학의 가치와 지속가능한 가치를 모두 담아내는 브랜드



ABOUT

패션산업이 환경에 미치는 영향

전 세계 플라스틱 폐기물은 약 50억톤, 매년 플라스틱 폐기물로 인해 사망하는 동물은 최소 110만 마리에 달한다. 그 중에서도 페트병은 비닐과 함께 전체 플라스틱 폐기물의 3분의 1을 차지하는, 매년 5000억개씩 생성되지만 단 7%만이 재활용되는 환경오염의 주범이다. 패션시장의 원료인 원단에서 면과 울을 제외한 대부분의 합성섬유는 플라스틱과 같은 원료로 만들어진다. 합성섬유로 만든 옷은 땅 속에서 자연분해가 되기까지 약 500년이라는 시간이 소요되고, 합성섬유 제작시 석유가 기본 베이스이기 때문에 면섬유보다 3배가 넘는 탄소를 배출한다. 또한, H&M, ZARA와 같은 패스트 패션이 과잉 생산, 과잉 소비되면서 패션산업의 환경에 미치는 부정적 영향은 더욱 커지고 있다.

끊임없이 버려지는 페트병, 패션시장의 원료로 재탄생

꿈 몽(夢5), 새로운 세상(새누)을 합쳐 ‘새로운 세상을 꿈꾸다’는 의미의 몽세누는 끊임없이 버려지는 페트병을 시장의 원료로 사용하는 선순환의 사이클을 추구한다. 페트병을 재활용한 재생 플라스틱을 사용하면 탄소배출과 오염물질 발생을 동시에 줄일 수 있다. 재생 플라스틱은 기존의 합성섬유와 비교해 품질이 떨어지지 않고, 특히 페트병은 열가소성 특징으로 인해 모양의 변형과 폴리에스터 추출이 용이하기에 활용도가 높다. 몽세누는 버려지는 페트병을 재활용하는 기술과 기능성 아이디어를 접목하여 다양한 쓰임으로 활용가능한 원료인 원단으로 제작하고, 이를 매력적인 제품으로 재탄생시켜 소비자와 시장에 제공하는 사업을 추진하고 있다.

서스테인러블 라이프스타일 브랜드

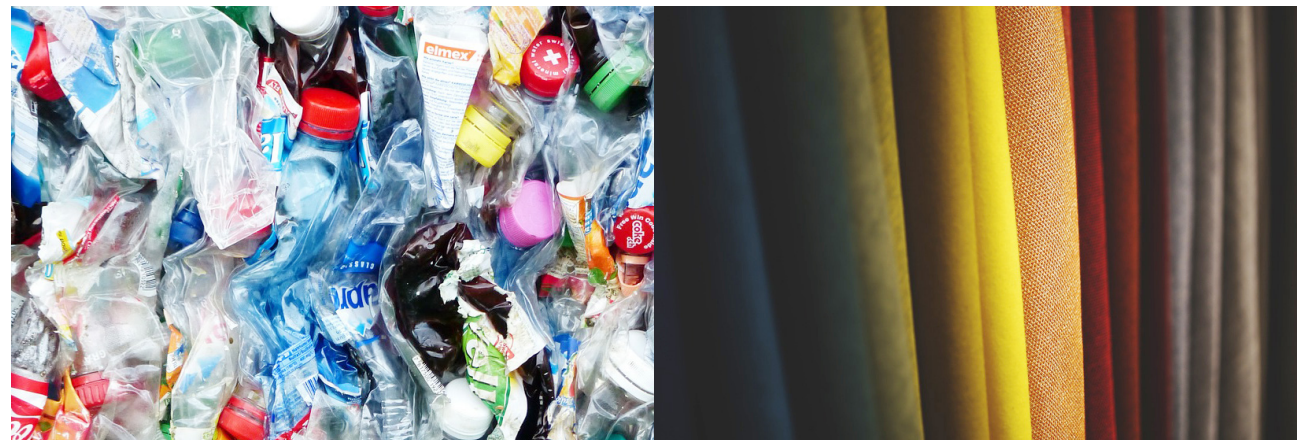
몽세누에게 있어서 2020년은 가치 소비 고객에게 한 걸음 더 다가가는 해였다. 그동안 몽세누는 재활용 소재를 개발하고 제작에 집중하면서 기업 고객 중심으로 단체복이나 홍보성 제품을 제작·판매해왔다. 또한 기존에는 환경적인 메시지 전달을 최우선으로 강조하면서 제품을 개발하고 디자인하였기에 선형 구조로 접근한 일방향적인 비즈니스모델을 가지고 있었다. 하지만, 가치 소비 고객의 여정맵을 다시 그려봄으로써 고객들은 가격, 디자인 다양성, 품질, 심미적 측면에서 아쉬움을 느끼고 있었고, 그 대안으로 찾는 중간 가격대 브랜드의 포지셔닝 부재가 핵심 문제라는 사실을 발견하게 되었다.

이에 몽세누는 지속가능한 디자인 자체를 흥미로운 스토리로 풀어내고, 몽세누만의 시그니처 디자인을 브랜드와 잘 어우러지게 하는 것을 또 하나의 중요한 도전으로 삼으며, '서스테인러블 라이프스타일 브랜드'라는 신규 비즈니스모델을 새로 기획하게 되었다. 최근에는 무신사, 29cm 등 MZ세대 고객 중심의 온라인 플랫폼에 입점하여 B2C 기반 커머스 브랜드로 정착하기 위한 토대를 마련했고, '2050 탄소중립 비전 선언식'에서 페플라스틱을 재활용한 친환경 넥타이를 대통령께서 직접 착용하여 그린뉴딜 정책의 대표사례로 소개되기도 했다.



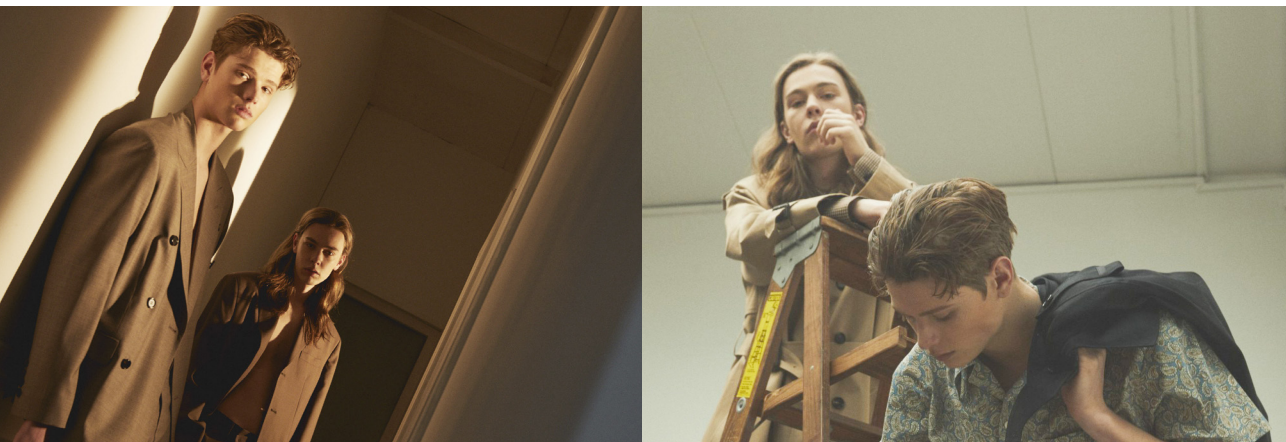
2050 탄소중립 비전 선언식

SERVICE



재활용 소재를 통한 지속가능한 패션

몽세누만의 재활용 폴리에스터는 버려지는 플라스틱 페트병을 재활용하여 개발된다. 제품의 표현과 쓰임에 따라 적절한 비율로 면 등의 다른 소재와 혼합하여 만든다. 끊임없이 버려지는 플라스틱 폐기물을 끊임없이 생산되어지는 패션시장의 재료로 사용하는 것은 지속가능한 패션브랜드인 몽세누의 핵심가치이자 앞으로의 행보를 알리는 첫 시작이다.



공정한 생산, 최고의 품질 그리고 아름다움

생산과정에서 필연적으로 낭비되는 재고원단, 유기농 원단, 천연원단, 공정한 과정을 통해 만들어지는 원단 및 소재 등을 사용하는 것은 몽세누가 지향하는 좋은 재료의 사용에 부합한다.

마음을 나누는 지역의 봉제 숙련자들과 존중과 신뢰를 바탕으로 최고의 품질을 지향하며 제품을 만든다.

수량에 관계없이 모든 제품을 제대로 만들 수 있는 시간과 그에 맞는 임금을 지불하는 것은

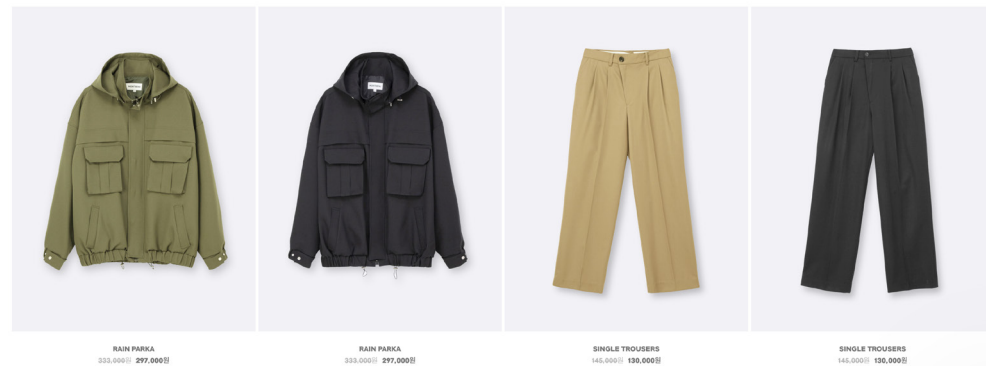
몽세누가 지향하는 좋은 제품을 만드는 과정의 시작이다.

STORE COLLECTION OUR UNIVERSE SUSTAINABILITY NOTICE

MONTSENU

JOIN LOGIN BAG

STORE 25



몽세누 온라인 샵 www.montsenu.com/shop

몽세누는 지속가능하고 윤리적인 소비가 당연한, 그런 더 나은 세상을 꿈꾼다. 환경문제를 해결하기 위한 소셜미션 아래 세워진 패션 브랜드이자 회사이며, 목표하는 환경 문제를 해결하기 위해 기술, 디자인, 콘텐츠 등의 다양한 해결책을 패션비즈니스라는 도구로 접근한다.

친환경 디자이너를 위한 메이커스페이스



ABOUT

지속가능한 생산과 소비를 위한 원스톱 플랫폼

환경문제가 심각해지면서 친환경 패션 제품을 제작하고 싶어 하는 디자이너, 그리고 그러한 제품을 소비하고 싶은 가치 소비자 역시 증가하고 있다. 하지만, 디자이너 입장에서는 친환경 소재를 구하는 것이 쉽지 않고 친환경 공정이 가능한 공장을 찾는 것 또한 어려운 것이 현실이다. 이에 아트임팩트는 친환경 제품을 만드는 디자이너들이 다양한 친환경 소재를 접하고, 환경에 부담을 주지 않는 공법으로 시제품을 만들어 테스트해 볼 수 있는 메이커스페이스를 구축하여 재료 소싱부터 제품 유통까지 친환경 디자이너를 위한 원스톱 서비스를 제공한다.

사회문제 해결과 비즈니스 성장

아트임팩트는 주기적으로 친환경 소재를 소개하고 시제작해볼 수 있는 강연과 워크숍을 개최하여 친환경 디자인에 관심 있는 디자이너, 학생, 일반인 누구나 참여할 수 있게 한다. 실제로 메이커스페이스를 통해 개발한 제품이 양산되어 판매되기도 했는데, 그 중 채정연 디자이너가 제작한 리사이클 폴리에스터&DTP 후리스 세트는 크라우드 펀딩을 진행해 목표금액의 154%를 달성했다. 리사이클 폴리에스터&DTP 백팩은 제주국제공항 JDC 면세점 내 이치(each) 매장에서 판매되고 있으며, 서동일 디자이너의 리사이클 폴리에스터 파우치와 에코백 세트도 입점 준비 중이다.

아트임팩트는 지속가능한 생산과 소비가 가능하도록 플랫폼 역할을 수행하는 동시에 국내외 환경단체와도 활발히 교류하고 있다. 최근에는 UN SDGs 협회와 CJ 대한통운과의 리사이클 제품 개발과 공급에 대한 업무 협약을 체결했고, 환경문제 해결을 위해 노력하는 풀뿌리 환경단체에게 매년 매출의 1%를 기부하는 '1% For the Planet'의 멤버가 되었다.

HISTORY

- 2020 ● 글로벌 친환경 인증(GOTS, GRS, OCS)
- 2019 ● 벤처기업 인증
사회적기업 인증
친환경 패션 브랜드 블루오브 런칭
1% FOR THE PLANET 멤버 인증
- 2018 ● 서울윤리적패션 편집매장 운영(동대문디자인플라자 디자인장터)
이치(each) 편집매장 운영(제주공항 면세점)
- 2017 ● 예비사회적기업 지정
이치(each) 편집매장 운영(현대백화점 대구, 현대시티몰 가든파이브점)
- 2016 ● 아트임팩트 설립
이치(each) 편집매장 운영(동대문디자인플라자 살림관)
소셜벤처경영대회 대상 수상

SERVICE



재료 소싱

성수동에 위치한 메이커스페이스는 버려진 페트병을 녹여 만든 리사이클 폴리에스터, 바다에서 건져 올린 페어망으로 만든 리사이클 나일론, 자투리 가죽을 갈아서 만든 리사이클 레더 등 글로벌 인증을 받은 리사이클 및 천연 소재를 다양하게 갖추고 있어 디자이너들이 언제든 쉽게 테스트해볼 수 있다.



제품 제작

메이커스페이스의 설비들은 페브릭류의 원단 뿐 아니라 리사이클레더, 리사이클코튼, 바나나섬유 등 다양한 친환경 소재에 디지털염색이 가능하다. 디지털텍스타일프린팅. 줄여서 DTP라고 불리는 디지털날염은 필요한 곳에만 염료가 분사되어 전통적인 염색 방법보다 99%까지 폐수를 줄일 수 있다는 장점이 있으며, 오코텍스 인증을 받은 잉크를 사용하여 인체에 무해하다. 또한, 소량으로 커스터마이징이 가능하다는 장점이 있어 친환경 제품을 처음 시도하는 분들에게 좋은 솔루션이 되고 있다.

제품 유통

아트임팩트에서는 직접 운영하는 오프라인 매장을 통해 다양한 사회적 가치를 담고 있는 소셜 브랜드들을 대중에게 소개하고 지속가능한 라이프스타일이라는 목표를 위해 함께 노력한다. 아트임팩트는 SK스토어와 카카오테이크 등의 온라인 채널과 JDC 면세점 등의 오프라인 채널을 통해 제품을 판매해본 경험을 살려 메이커스페이스를 이용하는 디자이너들에게 유통 판매에 관한 컨설팅도 제공한다.

INTERVIEW

“안녕하세요, 환경을 위해서 노력하는 아트임팩트의 대표 송윤일입니다.”

아트임팩트에 대해 구체적으로 소개해주세요.

아트임팩트는 ‘지속가능한 생산과 소비가 가능하도록 플랫폼 역할을 수행하며 지구환경 개선에 기여한다’라는 미션을 갖고 있는 사회적 기업입니다. ‘블루오브(BLUEORB)’라는 브랜드로 친환경 패션 제품을 제조하고 판매하는 동시에 ‘이치(each)’라는 이름의 편집매장도 운영하며 우리나라의 가치소비 브랜드를 발굴하여 온/오프 채널을 통해 유통하는 소셜 벤더의 역할도 하고 있습니다. 제주공항 JDC면세점에 ‘이치(each)’라는 이름의 편집매장을 운영하며 16개의 사회적기업과 소셜벤처 브랜드의 제품을 판매하고 알리는 역할을 하고 있습니다. 또한 친환경패션협동조합 ‘네추라유니온’을 조직하여 이태원 몬드리안 호텔 지하 1층에 21개의 친환경 브랜드가 입점해있는 셀렉트숍을 운영하고 있습니다.

아트임팩트를 시작하게 된 계기는 무엇인가요?

이전 회사에서 복합문화공간을 운영하며 다양한 디자이너와 아티스트들과 함께 다양한 프로젝트를 진행하였습니다. 그러던 중 사회적기업인 ‘아름다운가게’ 함께 한 행사를 통해 사회 문제를 해결하기 위해 노력하는 다양한 소셜벤처들이 있다는 것을 알게 되었고, 사회적기업과 소셜벤처에게 관심을 갖게 되었습니다.

제품을 기획할 때 가장 중요하게 생각하시는 것과 그것을 어떻게 반영시키시나요?

첫 번째로 친환경 패션 브랜드인 만큼 심미적 만족감과 좋은 기능을 제공하여 소비자 만족을 놓치지 않으려 합니다. 생산이 되었는데 판매가 되지 않고 쌓이면 또 다른 쓰레기를 만드는 것이나 마찬가지니까요 이보다 더 중요한 것은 ‘제대로 만드는 것’입니다. 친환경 제품을 제대로 만든다는 것은 모든 공정을 친환경적으로 생산한다는 뜻입니다. 실이나 원단은 친환경 소재를 쓰면서 염색 공정에서 폐수를 무단으로 방류하여 해수를 오염시킨다면 친환경 제품이라고 부를 수 없을 것입니다. 저희는 제품이 만들어지는 생산 과정 모두가 환경 오염을 시키지 않도록 검증된 협력사를 통해 생산하고 있으며 네덜란드 컨트롤유니온사의 GRS인증 받고 있습니다.

아트임팩트만의 친환경 제품의 경쟁력은 무엇이라고 생각되시나요?

블루오브는 스토리텔링을 통해 블루오브만의 가치를 전달하려 합니다. 블루오브의 스토리텔링은 극적인 이야기를 만들어서 들려드린다고 보다는 우리가 환경을 위해 하고 있는 하나하나의 노력을 담담하게 전달해 드리는 과정입니다. 그런 워시 같은 무늬만 친환경인 제품이 아니라 모든 공정 과정이

친환경적으로 진행될 수 있도록 외부의 심사를 통해 인증을 받고 있습니다. 이렇게 환경을 위한 소재를 고르고, 환경에 부담을 덜 할 수 있는 공정을 선택하는 과정을 알려드리며, 소비자 분들도 지구 환경 보존을 위해 노력하실 수 있는 방법에 대해 이야기 드리는 것이 블루오브의 경쟁력입니다. 그동안 친환경 원단을 소싱하는 과정에서 기억에 남는 경험이 있을까요? 팬데믹 때문에 해외에서 소재 수급에 어려움을 겪게 되면서 직접 만들어보자라는 생각을 하게 되었습니다. 바나나잎을 원료로 하는 생분해원단 바나텍스(BANATEX)를 R&D를 통해 개발해 본 경험이 있기 때문에 우리나라에서도 사과, 포도, 배, 복숭아 등의 과일 중 못생겼다는 이유로 버려지는 못난이 과일을 업사이클하여 과일가죽을 만들어 볼 수 있을 것이라 생각하여 국책 연구원의 박사님들과 R&D를 기획하는 중입니다.

아트임팩트의 공간 서비스인 메이커스페이스에 대해 소개해주세요.

성수동에 위치한 친환경 메이커스페이스는 환경을 생각하는 제품을 만들고자 하는 브랜드 및 업체 관계자 분들을 위한 공간입니다. 국내에는 사용 가능한 친환경 소재가 많지 않고, 소량으로는 구하기 힘들기 때문에 저희는 샘플 제작을 위한 소량도 구매할 수 있도록 다양한 친환경 소재를 구비해 놓았습니다. 친환경 염색을 위한 DTP(Digital Textile Printing) 설비도 갖추고 있는데요, 소재뿐만 아니라 공정도 환경에 부담을 덜 줄 수 있는 방법 등에 대한 제안과

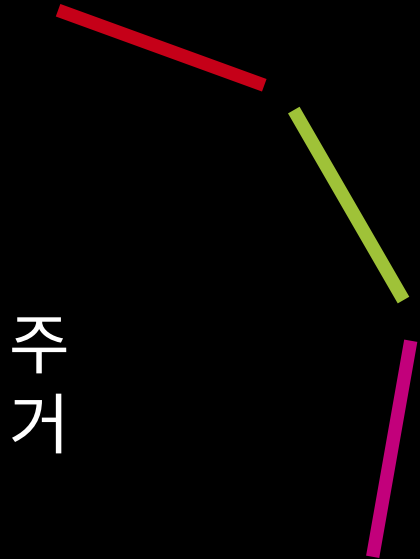
컨설팅도 하고 있습니다.

친환경 분야의 창업자들에게 해주고 싶은 조언은?

지난해 친환경패션협동조합 ‘네추라유니온(NATURA UNION)’을 조직하였습니다. 친환경 분야의 창업자들이 함께 모여서 정보도 나누고 소재도 공동구매하며 좀더 사업의 기회들을 가질 수 있었는데, 초창기 사업을 시작하면 여러 가지 어려움이 많을 테니 저희 협동 조합에 연락을 주시면 네트워크도 쌓이면서 도움을 받으실 수 있을 것입니다.

아트임팩트가 앞으로 나아갈 방향이나 목표 및 비전은 무엇인가요?

아트임팩트는 환경을 위해서 소재 R&D부터 제품개발, 유통까지 하는 플랫폼의 역할을 하고 있습니다. 더 나아가, 다른 브랜드와 기업들이 함께 환경 개선에 동참을 할 수 있도록 소재도 변경하며 친환경적인 솔루션과 방향으로 제품을 만들어 낼 수 있게 영향을 주며 더 많은 활동을 하고 싶습니다. 또한 패션을 넘어서서 리빙, 식품과 같은 라이프스타일 전반적으로 영역이 확대되고 싶습니다. ESG경영의 중요성은 점점 커지고 있지만 그 의미가 제대로 뿌리내리기 위해서는 충분한 시간과 사례가 필요할 것입니다. 아트임팩트가 성공사례가 되어 세상의 모든 기업들이 경영을 하며 환경과 사회를 고려한 사업을 할 수 있기를 바랍니다.



주거

Social Housing Designer, 아이부키



ABOUT

주거문제의 대안, '사회주택'

아이부키는 단순 주택공급을 넘어 살아 움직이는 공간 만들기에 집중하여 공간에 모인 주민들이 소통하고 직접 공동체 문화를 조성하도록 유도함으로써 지역을 변화시키고자 한다. 또한, 효율과 경쟁이 우선인 자본영역과 형평성을 추구하는 공공영역 사이에서 자발성과 제한적 영리를 통해 사회구성원 모두에 이익이 되는 길을 추구한다. 주요사업으로는 맞춤형 공공주택, 토지임대부 주택, 공정개발 도시재생, 민간 맞춤형 주택, 신주거 모델 개발이 있다. 맞춤형 공공주택은 수요자 맞춤형 디자인을 통해 주택을 개발한 후 공기업에 매각하여 공공임대주택으로 공급하는 사업으로, 홀몸어르신 맞춤 매입임대주택인 '보린주택'이 있다. 토지임대부 주택은 공공 소유의 토지에 주택 건축 후 장기 임대·운영하는 민관 협력사업으로, 토지임대부 사회주택인 '홍시주택'이 하나의 모델로 들 수 있다. 그밖에 코워킹 커뮤니티 공간 디자인, 예술가 공생 지역재생 사업, 스토리텔링 콘텐츠 툴 개발 등 주거 및 도시재생 분야에서의 방향성을 제시하고 있다.

주민 참여를 통한 공동체 활성화

아이부키의 시작은 임대아파트 단지 내 '작은도서관' 리모델링 사업에서 시작했다. 500세대 이상의 아파트 단지에는 작은도서관을 설치해야 하는데, 운영방식과 예산이 정립되지 않아

세 곳 중 한 곳은 폐쇄 위기에 처해있는 상황이었다. 이에 아이부키는 SH와 협력하여 아이와 엄마, 전 세대를 위한 문화공간으로 만들고, 다양한 문화예술 프로그램을 기획하여 주민자치를 배우는 주민공동체 거점공간으로서 역할 하도록 했다. 이에 2012년 '와글와글 우리 동네 도서관'이라는 기획으로 서울시 혁신형 사회적기업으로 지정되었다. 그 밖에도 부암동 창작자 맞춤형 주택 '시소(SISO)', 홍대 문화예술 활동가 맞춤형 주택 '따뜻한 남쪽', LH와 공동기획한 창작주택 '안암생활', 반려인 맞춤형 토지임대부 사회주택 '캔자스대저택', 코워킹+코리빙 스페이스 조성사업 '장안동 CO-CO 프로젝트' 등이 있다.

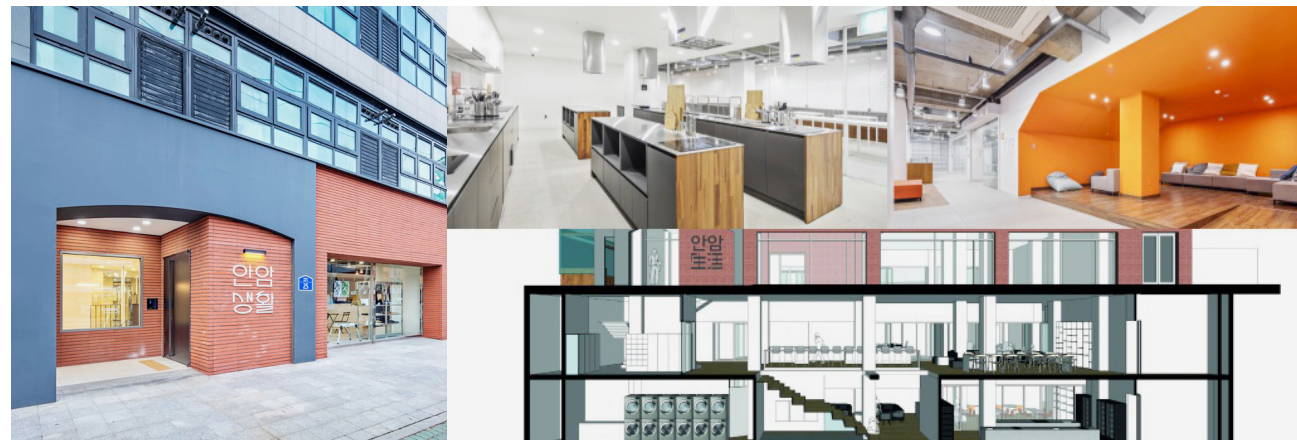
저렴하게 오랜 기간 이웃과 함께 살아가는 주거환경

사회주택 사업의 대표적 프로젝트 중 하나인 금천구의 맞춤형 노인주택 '보린주택'은 매달 40만 원 가량의 생계지원금을 수령하면서 임대주택 월세를 내며 살 수 없는 노인들을 위해 월 7만원의 비용으로 쾌적한 생활환경을 제공하고, 공용 공간을 활용한 복지 프로그램 진행해 이웃 간 관계를 형성할 수 있도록 했다. 서울 성북구 안암동에 위치한 사회주택 '안암생활'은 청년주택이다. 창작, 창업 활동이 이루어질 수 있는 코워킹 스페이스로 스튜디오, 공유 주방 등 다양한 커뮤니티 시설을 갖추어 청년들의 재능, 경험, 상품 등을 온라인과 오프라인으로 공유할 수 있는 플랫폼이다.

HISTORY

- 2020 ● 사회임대주택 시범 사업('안암생활')
- 2019 ● 반려인 맞춤형 토지임대부 사회주택 사업('캔자스대저택')
임대주택 돌봄집 시범사업('주안 한부모주택, 부평 청년주택')
역세권 도시재생 코워킹+코리빙 스페이스 사업('장안생활')
- 2018 ● 토지임대부 사회주택 사업(독산동 '홍시주택')
광주광역시 청년복합타운 조성을 위한 추진 용역 사업('청년복합타운')
- 2017 ● 사회적기업 컨소시엄을 통한 사회주택 집중개발 사업('연희마실')
- 2016 ● 수원시 문화예술 공유주택 사업('시소프로젝트', LH사회임대주택 시범사업)
아파트단지 공유경제 거점공간 조성사업('스마트마켓')
시민참여 공유건축 모델 개발 사업('Wiki play City')
- 2015 ● 홍대 문화예술 활동가 공동체주택 사업('따뜻한 남쪽', 예술마을조성계획)
- 2014 ● 홀몸어르신 맞춤형 원룸주택 사업('보린주택', 금천구)
- 2013 ● 공동체형 작은도서관 조성 및 주민조직화 사업('와글와글 우리동네 도서관')
- 2012 ● (주)아이부키 설립

SERVICE



안암생활

'안암생활'은 청년생활공간으로 창작, 창업 활동이 이루어질 수 있는 코워킹 스페이스로 스튜디오, 공유주방 등 다양한 커뮤니티 시설을 갖추어 청년들의 재능, 경험, 상품 등을 온라인과 오프라인으로 공유할 수 있는 플랫폼이다.



보린주택

‘보린주택’은 기본적 생활이 보장되지 않는 노인들을 위한 주택으로 월 7만 원의 비용으로 쾌적한 생활공간을 제공한다. 공용공간을 활용한 복지 프로그램 운영, 이웃 간 관계 형성을 위한 커뮤니티 회의실, 옥상 텃밭, 공동 주방 등의 공간이 마련되어 있다. 설계 면에서는 장벽 없는 건축 설계, 핸드레일, 비상 연락 설비 등 노인들의 안전과 편리함을 갖추었다.

흥시주택

흥시주택은 금천구의 1인 가구 맞춤형 주택으로 커뮤니티 형성에 어려움이 있는 도시형생활주택의 페인포인트를 보완한 주택이다. 흥시주택은 1인가구의 생활패턴을 고려하여 커뮤니티 공간 활용을 통해 공동체의 자발적 발생과 지속을 유도한다.

작은 도서관

임대 아파트의 버려진 주거단지 공간을 활용하여 아이들과 부모, 전세대를 아우르는 문화공간으로써 다양한 문화예술 프로그램과 더불어 주민자치를 갖춘 주민 공동체 거점공간으로 탈바꿈 하였다.

주거

아이부키

쓸모 없는 데서 쓸모를 찾는 도시재생 아카이빙 프로젝트



ABOUT

지역 자산 데이터베이스 플랫폼 구축

지역 산업 쇠퇴로 인해 지역 일자리가 급격히 줄어 들고, 산업이 사라진 자리에는 그 쓰임새를 기다리는 유휴 공간이 날로 증가하고 있다. 정부와 지방자치단체는 다양한 도시재생 사업을 통해 그 공백을 메우고자 노력하고 있으나 대부분이 단절적으로 진행되는 사업으로 인해 맥락 없는 콘텐츠로 채워지면서 지속가능성 있는 공간을 찾아보기 어려운 실정이다. 알티비피얼라이언스는 과거 하드웨어 확장에 집중된 도시개발에서 벗어나 지역 자산에 대한 철저하고 다양한 데이터베이스 구축을 바탕으로 그 데이터를 제대로 활용해서 운영할 수 있는 지역 출신의 크리에이터를 통해 지역 콘텐츠를 생산하는 지속가능한 모델을 만들고자 한다.

로컬 크리에이터가 만든 우리 동네

지역 자산(문화, 역사, 지리, 유휴공간)을 발굴해서 데이터베이스화하고 사람과 이야기, 사람과 공간, 사람과 사람을 연결해주는 지역 자산 데이터를 다양한 방식으로 꺼내 쓸 수 있는 가이드라인과 로컬 크리에이터 네트워크를 담아낸 플랫폼을 구축했다. 기존의 획일적인 도시 활성화 계획이 아니라 지역의 자산 데이터를 활용해서 공간과 콘텐츠를 구축하고, 지역을 잘 아는 로컬 크리에이터들이 구축된 인프라를

운영해 나갈 때 지속가능한 도시를 위한 도시재생과 가치 기반의 라이프스타일이 구축될 것이라 판단했다. 대표적으로 30년간 조선항만 창고였던, 이제는 버려진 공간을 문화예술 공간으로 재해석한 GGTI, 조선 기자재 공장을 지역문화를 위한 코워킹스페이스로 조성한 플랫폼 135 등과 같은 프로젝트가 있다.

삶의 균형을 위한 신개념 라이프스타일 서비스

버려진 공간의 재해석으로 일, 주거, 여가의 공간을 통해 쇠퇴기 마을에 인구 유입을 유도하고 사람들이 공간에 머무르도록 한다. 또한, 코로나19로 인한 워드 코로나 시대에 수도권을 벗어나 일과 휴가를 동시에 즐기며 일상의 균형을 찾는 ‘워케이션(Workation)’ 트렌드를 고려하여 ‘봉산마을 머물 프로젝트’를 진행했다. 코로나로 인한 비대면 근무가 확산, 장기화되면서 사무실이나 집이 아닌 장소에서 머물며 일과 휴가를 동시에 즐기는 방식으로, 교외에 머물며 일상적인 삶의 균형을 찾는 사람들을 위한 신개념 라이프스타일 서비스를 제공한다.

HISTORY

- 2020 ● 더웰스인베스트먼트, 케이브릿지인베스트먼트, 엠와이소셜컴퍼니, D3쥬빌리파트너스 투자 유치
- 2019 ● 한국관광공사 산학연관 협력 지역관광 혁신 사업 선정
클리코너인베스트먼트 투자유치
비탈 788 오픈
- 2018 ● 문화체육관광부 청년인문융합지원사업 선정
끄띠 오픈
- 2017 ● 알티비피얼라이언스(RTBP ALLIANCE) 사명변경
- 2014 ● 케이엠티씨브마린 설립

SERVICE



플랫폼 135 www.rtbpalliance.com/platform135

'일' 실험 거점 공간으로서 플랫폼 135는 조선기자재 공장을 탈바꿈한 메이커스페이스이다. 버려진 공장 공간과 설비를 활용하여 소속과 전문성이 서로 다른 인물들이 모여 아이디어를 실험하고 프로토타입을 만들면서 가치에 공감하는 사람들이 함께 성장하는 코워킹스페이스이다.



비탈 788 <https://www.rtbpalliance.com/slope788>

'주거' 실험 거점 공간으로서 체험형 마을 리조트의 리셉션 역할로 활용되는 '비탈 788'은 봉산마을의 100채가 넘는 빈집을 활용하여 마을 리조트를 조성해보고자 진행한 도시재생프로젝트에서 출발했다. 마을의 빈집과 공간을 리조트 객실과 인프라 시설로 구성하고, 마을 역사와 스토리를 콘텐츠로 발전시켜 제공하며, 여행자들이 '소비'하는 것이 아닌 '체험'하도록 유도하고, 그 이익은 주민에게 환원되도록 주민들과 공동 운영한다.

끄띠 <https://www.rtbpalliance.com/ggti>

여기' 실험 거점 공간으로서의 복합문화공간 '끄띠(GGTI)'는 조선업 침체로 장기간 폐창고였던 곳을 재활성화 시킨 사례이다. 지역 예술가들에게 공간을 제공하여 공연, 전시, 파티 등을 열어 다양한 콘텐츠를 제공하고, 주민들은 즐기며 지역 커뮤니티가 강화될 수 있는 복합문화공간이다. 지리적 위치상 '플랫폼 135'와 가까워 플랫폼 135에서 일을 마친 후 여가를 즐길 수 있는 장소가 될 수 있게끔 운영한다.

INTERVIEW

“안녕하세요, 지역이 더 나은 곳이 되도록 고민하는 알티비피엘라이언스의 대표, 김철우입니다.”

알티비피엘라이언스에 대해 구체적으로 소개해주세요.

알티비피엘라이언스는 ‘어떻게 하면 우리가 살고 있는 도시가 더 살만해질까?’를 고민하면서 쇠퇴도가 높은 도시를 중심으로 지역자산을 개발하는 기업입니다. 현재는 조선항만산업의 침체로 급격한 인력유출 현상이 나타나는 부산 영도에서 일터, 놀이터, 삶터가 조화로운 생태계를 구축하기 위해 ‘돌아와요 부산항에’ 프로젝트를 진행하고 있습니다.

알티비피엘라이언스를 시작하게 된 계기는 무엇인가요?

사람들은 무의식 중에 수도권이 만든 삶의 표준을 따르고 있습니다. 그리고 그 표준에 이르지 못한 이들은 상대적 박탈감을 느낍니다. 이것은 또 다른 사회 문제를 야기하는 악순환의 연결고리가 됩니다. 우리는 이 문제의 해결책을 찾기 위해 고민했습니다. 각 지역에 맞는 다양한 삶의 방식을 만들고 그 속에서 자신만의 속도로 살아간다면 각자의 정체성을 발견할 수 있을 것이라 생각했습니다. 이를 통해 더 나은 삶으로 나아갈 수 있다는 생각이 들었기 때문에 알티비피엘라이언스를 시작했습니다.

지역 중 부산을 거점으로 잡은 이유는 무엇이며 나아가 차후에는 어떤 지역으로 확장해 나갈 계획인가요?

제가 나고 자란 곳이라 익숙했고 대학교를 수도권에서 다녔더라 다른 시각으로 바라보는 관점도 더해져서 지역의 정체성과 특징이 더 잘 보였던 것 같습니다. 영도는 각지의 사람들이 뒤섞여서 독특한 생활 문화를 형성하고 있는 뚜렷한 색깔을 가진 도시입니다. 이 특별한 자산을 활용한 가치 기반의 삶을 부산, 특히 영도에서 한 번 꿈꿔볼 수 있지 않을까? 라는 생각으로 부산 영도에서 알티비피엘라이언스를 시작했습니다. 앞으로 알티비피엘라이언스의 활동에 공감하고 지역 문화와 콘텐츠에 대한 관심을 가지는 사람들의 팬덤이 견고해지면 각 지역의 라이프스타일을 보여주는 플랫폼을 제주도나 거제도, 포항과 같은 국내 항구도시와 해외항구도시를 중심으로 확장해나갈 예정입니다.

지역재생 프로젝트에서 가장 중요한 포인트는 무엇일까요?

도시의 불균형 요소를 해결하기 이전에 해야 할 일은 우리가 살고있는 지역이 어떤 곳인지 확인하고 아는 것입니다. 그래야만 이곳에서 살아가는 사람들이 지역에 대한 애정과 자부심이 생길 수 있고 그것이 변화의 가장 기본적인 원동력이기 때문입니다. 우리 주변의 역사, 이야기, 사람들에 대해서 조사하고 무엇이 우리와 함께 공존해왔는지 알게되면 어떤

것들을 소중히 여겨야하는지 알 수 있습니다. 알티비피엘라이언스는 주로 역사와 생활문화, 자연환경 그리고 사람에 대한 자료를 찾아보았고 학술적인 조사나 과학적인 탐구보다는 주변에 스쳐 지나갈 수 있는 소소하고 미세한 것들을 찬찬히 들여다보는 것에 중점을 두고 있습니다.

현재 진행 중이거나 최근에 한 프로젝트가 있다면 소개해주세요.

제주도 최초의 조선소 내 유휴공간 재생 사업을 진행하고 있습니다. 유휴 건물의 3개 층을 제주의 브랜드와 콘텐츠(역사, 문화)를 발굴하고 아카이빙하는 공간으로 만드는 중입니다. 이 공간은 제주 내 문화콘텐츠 창작자 및 시연자를 소개하거나 그들의 소규모 공연을 진행하는 공간이 될 예정입니다. 또한, 지역주민, 방문객, 외부 아티스트에게도 교류와 참여의 여지를 두어, 소통의 장으로 운영할 계획입니다.

알티비피엘라이언스가 꿈꾸는 사회는 어떤 사회인가요?

지속가능한 도시의 미래를 위해 지역 공동체의 삶을 중심으로 환경과 그들이 일구어 나가는 경제적 가치가 조화를 이루는 사회를 꿈꾸고 있습니다. 특히 치열한 삶의 현장으로서 역할을 해왔던 영도는 주류층의 소비 문화보다 ‘다양성과 비주류 문화의 메카, 생산과 관련한 메이커 시티’로서의 잠재력이 있다고 생각합니다. 해양 환경과 관련한 글로벌 테크

스타트업과 비주류 문화 씬의 유망 브랜드가 영도 바닷가 항만시설에 입주해서 젊은이들의 창의적인 생산활동이 일어나는 곳, 동네 골목골목마다 작지만 안전한 문화공간들이 있어서 아이들의 웃음소리가 끊이지 않는 곳, 나이트 어른들은 뛰어노는 아이들을 보며 노천 카페와 식당에 앉아 이웃들과 어울리는 그런 도시가 되는데 기여하고 싶습니다.

알티비피엘라이언스가 앞으로 나아갈 방향이나 목표 및 비전은 무엇인가요?

일-여가-주거의 연결을 실현하는 영도의 라이프스타일 플랫폼이 다음 단계의 방향을 제시할 예정입니다. 현재 2021년말 완공을 목표로 ‘영도물산장려회관’이라는 새로운 오프라인 플랫폼을 만들고 있습니다. 이 곳은 로컬 크리에이터를 위한 코워킹, 코리빙 공간이자 이들의 활동을 통해 창출되는 상품과 서비스를 소개하고 판매할 수 있는 거점입니다. 이 플랫폼을 통해 지역민과 관광객에게 영도다운 문화를 소개함과 동시에 지역 정체성을 담고 있는 패턴과 사운드 등의 콘텐츠를 제공할 예정입니다. 학창시절의 작업실처럼 누구에게나 익숙한 곳, 그런데 매일 새로움을 만날 수 있는 곳을 만들고자 합니다. 오프라인과 함께 온라인에서는 지역의 숨은 자산 데이터베이스 약 3,000여건을 보유하고 있고 100여명의 로컬 크리에이터 에이전시 기능이 있는 지역의 DB 플랫폼이 되고자 합니다.

안심



모두가 재난으로부터 안전한 사회를 디자인하는 기업



ABOUT

재난 훈련이 부족한 현실

한국은 OECD 국가 중 가장 많은 간호사를 양성하고 배출하는 국가이다. 그러나 전체 면허취득 간호사의 50%에도 미치지 못한 인력만 실제 병원에 취업해 활동합니다. 그 이유는 간호 인력 부족, 교육 체계 미흡 등의 열악한 근로 조건으로 인해 많은 간호사가 조기에 그만두거나 해외로 떠나기 때문이다.

특히 기존 의료 실습은 교육 빈도가 낮아, 신규 간호사들은 충분히 숙련도를 기르지 못한 상태에서 두려움을 안고 실무에 투입되게 된다. 코로나19 사태로 인해 간호 실습 교육을 중단하는 병원이 늘어남에 따라, 이러한 문제는 더욱 악화될 것으로 예상된다. 간호사에 대한 수요와 공급은 늘어나고 있지만, 정작 그들이 현장에 나오기 전 반드시 거쳐야 하는 실습 기회는 줄어들고 있는 것이다. 우리는 미래에 어떠한 재난이 닥칠지 모르는 불확실성의 시대에 살고 있다. 재난에 대비하기 위해선 수많은 의료 관련 종사자 분들이 올바른 지식을 지속적으로 전달 받을 수 있는 통로가 필요하다.

재난대응 역량 강화와 안전문화 확산

뉴베이스는 '경험기반 재난훈련 솔루션'을 제공하는 소셜벤처 스타트업으로 안전한 재난 대응 훈련을 도와 안전분야의 혁신을 목표로 한다. 도상훈련 프로그램과 툴킷 등을 제작하여 병원, 소방서, 지역사회가 재난상황에서 체계적으로 대응할 수 있는 가상 시뮬레이션 프로그램 운영한다. 뉴베이스의 제품은 크게 '소방대응 훈련, 지역사회 훈련, 병원대응 훈련'으로 나뉜다. 이미 소방서, 보건소, 대학 응급구조학과 등 16개 시도에 있는 전국 70여개 기관에 제품을 공급하고 있다.

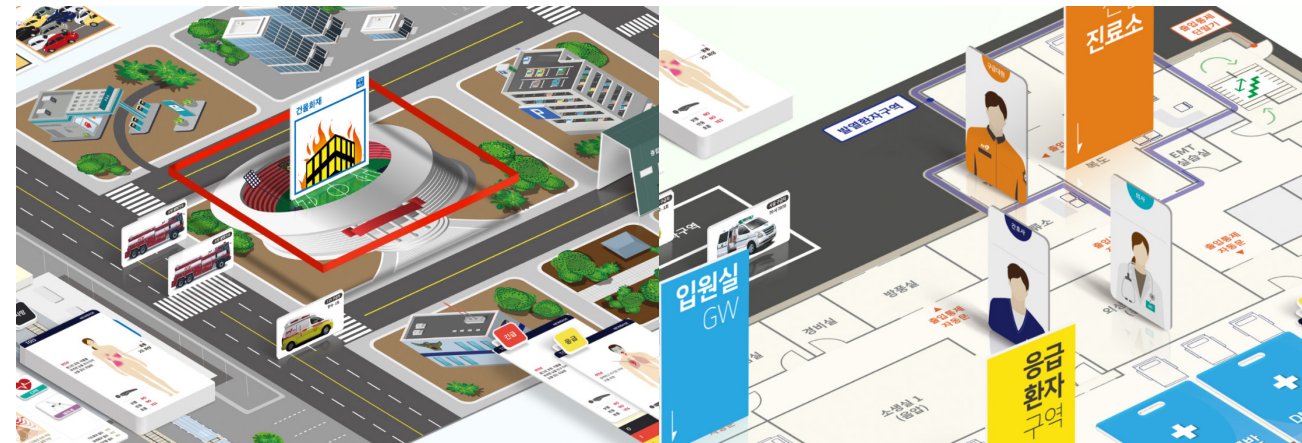
B2G 사업의 비즈니스 모델

공공기관에 제품과 툴킷 등을 직접 판매하는 'B2G 사업'으로 볼 수 있다. 기관 영업을 따로 하지 않으며 기관의 높은 수요로 인해 판매를 하고 있다. 학회나 지역훈련을 통해 제품을 접한 담당자들의 만족도가 높아지며 매출이 확대되었다. 주로 응급의료기관 위주로 납품을 했었는데, 2018년부터는 소방서에서 소방훈련용 도상훈련을 만들어 달라는 요청도 많아 신제품을 개발했으며 대학과 보건소를 통해서도 매출이 발생한다.

HISTORY

- 2020 ● 헬스케어 가상실습실 '뷰라보(Vulabo)' 론칭
- 2019 ● 신종감염대응 도상훈련키트 공동개발(에볼라) / 국립중앙의료원
- 2018 ● (유)에스오피오엔지, 3,000만 원 투자유치
신종감염 도상훈련키트 공동개발(메르스) / 세브란스 재난의료교육센터, 한국건강증진개발원
소방 긴급구조통제단 도상훈련 교구 연구개발 / 안산소방서, 시흥소방서
- 2017 ● 병원외대응 도상훈련 교구 공동개발 / 대한재난의학회
트리아지 도상훈련 교구 공동개발 / 명지의료원
- 2016 ● SEMS 스마트 응급의료 및 e-Triage 서비스디자인
- 2015 ● 병원내대응 도상훈련키트 공동개발 / 세브란스 재난의료교육센터
다수사상 병원외대응 도상훈련키트 공동개발 / 국립중앙의료원
- 2014 ● 재난의료 도상훈련키트 공동개발 / 세브란스 재난의료교육센터

SERVICE



국내 유일의 재난대응 도상훈련 키트

뉴베이스는 재난훈련 경험이 풍부한 전문가들의 자문으로 완성된 수준 높은 도상훈련 툴킷과 복합재난 시나리오 구현에 필요한 데이터를 제공한다. 이용자는 이를 통해 체계적인 재난훈련이 가능하다. 도상훈련은 '지도나 도면의 위'에서 행하는 훈련으로, 도면을 통해 재난 상황의 대처법을 체득하는 방식이다. 실제 재난현장에서 발생할 수 있는 상황뿐만 아니라 체계, 인적요소, 환자, 장비, 설치물 등을 도면과 모형건물, 상황카드 등으로 자세히 구현하여 이용자들이 정확하게 인지할 수 있도록 고안했다. 또한 소방대원, 의사, 간호사, 보호자 등이 역할에 맞는 대응체계로 진행될 수 있도록 개발되었다.



학습 효과를 높이는 메디컬 시뮬레이션 교육, 뷰라보

뉴베이스에서 개발한 ‘뷰라보(Vulabo)’는 의료진이 반복적인 실습으로 숙지해야 하는 기술 교육을 3D 시뮬레이션으로 구현한 헬스케어 가상 실습실이다. 가상 실습실은 이론 강의, 시뮬레이션 게임, 스마트 피드백의 3단계로 구성되어있으며, 반복 학습을 통해 높은 숙련도를 쌓을 수 있다. 비대면인 3D 시뮬레이션 기반 콘텐츠로 인해 실습 중 의료 사고나 감염 등의 위험에 노출되지 않는 안전한 교육 환경을 만들었다. 뉴베이스는 뷰라보를 통해 재난에 취약하고 의료 인프라가 부족한 지역의 메디컬 교육 접근성 문제를 해결하는 것을 목표로 한다.

뷰라보의 서비스 차별화

- | | | | |
|---|---|---|---|
| 교육 시나리오에 따라 가상 환자 생성 알고리즘 개발, 무제한에 가까운 가상 환자 데이터 제공 | 의료 빅데이터, 표준 환자 시뮬레이션 지침, 분야 별 의료 전문가 자문 및 감수를 거쳐 완성된 교육 콘텐츠 | 각 교육 과정마다 근거 기반 임상 프로토콜을 적용, 정확한 학습결과 리포트와 피드백 제공 | 스마트폰, 태블릿, 웹 브라우저에서 이용할 수 있도록 멀티 플랫폼 지원, 한국어 지원 |
|---|---|---|---|

INTERVIEW

“안녕하세요, 지속가능한 의료 교육 환경을 만드는 뉴베이스의 박선영 대표입니다.”

뉴베이스에 대해 구체적으로 소개해주세요.

뉴베이스는 지속가능한 의료교육환경을 만드는 일을 하는 회사입니다. 현재 테이블 위에서 다양한 재난상황을 시뮬레이션할 수 있는 도상훈련 키트를 제작하고 있으며 신규 의료진 양성에 꼭 필요한 실습 기회를 제공하는 온라인 메디컬 시뮬레이션 게임을 만들고 있습니다.

뉴베이스를 시작하게 된 계기는 무엇인가요?

저는 UX디자인과 온라인 서비스기획 분야에서 커리어를 가지고 있었는데, 이런 경험을 바탕으로 헬스케어 분야의 사회적 난제를 UX 디자인 관점에서 해결해보고 싶어서 도전하게 되었습니다.

UX디자이너셨던 이전 경험이

서비스 운영에 어떤 도움이 되셨나요?

UX 디자이너의 관점으로 문제나 비효율을 발견하고 집요하게 해결 방법을 찾는 것이 제 몸에 베어 있더라구요. 그래서 문제를 해결하기 위해 사용자 니즈의 원인에 집중해서 근본적이고 지속가능한 문제해결 방법을 찾는데 도움이 되었습니다.

재난사고 실습훈련과 의료 실습이라는 분야는 전문적인 영역 같은데, 사업을 운영하실 때

전문 지식 습득 등은 어떻게 이루어진 것인가요?

첫 번째로는, 제품 개발할 때마다 하루 2~3시간 자면서 연구하면서 제가 만드는 제품이 무엇인지 정확하게 이해하려고 노력했습니다. 매일 병원으로 출근을 하면서 관찰하고 의학 교수님들께 여쭙보며 멘토링을 받으며 도움을 받았습니다. 두 번째로는, 의료진 교육을 관찰할 기회가 생기면 무조건 참여했습니다. 거제도, 부산, 익산도 다녀오고 심지어 베트남도 다녀왔고요. 의사, 간호사뿐 아니라 구급대원이나 요양병원 종사자 훈련도 직접 관찰하고 인터뷰하면서 사용자 경험 디자인에 필요한 인사이트를 얻을 수 있었습니다. 그리고 마지막으로, 훌륭한 전문가도 쉽게 개발할 수 없는 압도적인 기술력으로 만들어진 솔루션을 제공할 수 있어야 한다고 생각합니다.

서비스를 기획할 때 가장 중요하게

생각하는 것과 그것을 어떻게 반영시키나요?

첫 번째로 의료분야이기 때문에 지침을 따르는 것을 항상 염두합니다. 의료교육 콘텐츠 디자인을 위해 표준 의료 지침을 근거로 활용하고 있으며 다수의 전문가로부터 자문을 받고 있습니다. 그리고 서비스 기획에서 가장 중요한 목표는 ‘접근성’입니다. 디바이스, 데이터, 언어와 가격과 같은 접근성을 가장 많이 고려하고 있습니다. 현재 의료 시뮬레이션 교육에

활용되는 해외 시뮬레이션 시스템들은 영어만 지원하고 있지만, 뉴베이스는 다국어 지원이 가능한 시스템이며, 모바일을 포함한 멀티플랫폼을 지향합니다.

팬데믹으로 인해 의료 재난 대응의 중요성이 높아진 것 같습니다. 감염병과 관련하여 계획하신 프로젝트가 있나요?

사실상 팬데믹 이후 예비의료진들이 병원 실습 기회를 거의 얻지 못하고 있습니다. 그래서 저희는 뷰라보(Vulabo)라는 멀티플랫폼 기반의 메디컬 시뮬레이션 게임을 개발해서 전국 간호대학과 소방서, 병원 등에 납품하고 있습니다. 현재 국립중앙의료원과 함께 호흡기 중환자 간호 시뮬레이션 게임을 준비해 중환자 간호사 교육을 비대면으로 진행할 수 있도록 지원하는 일을 하고 있습니다. 팬데믹 이전부터 의료 실습의 접근성 문제를 인지해 3D 시뮬레이션 게임에 대한 필요성을 느끼고 있었습니다. 2019년도부터 기술 리서치를 시작하며 2020년에 서비스를 출시할 수 있었고 팬데믹으로 인해 필요성이 더 높아지게 됐습니다.

뉴베이스의 서비스 비즈니스 모델이 미래에도 지속가능할 수 있는 주요 포인트는 무엇인가요?

저희는 메디컬 시뮬레이션 게임을 개발하기 전에 글로벌 시장에서 고객의 구매의사결정에 미치는 요소가 무엇인지 철저히 준비했습니다. 의학적인 근거 이외에 Digital patient를 3D로 구현하는 기술을 개발했고요, 실제 의료 데이터를 분석해서 환자 증상

패턴을 가상화했습니다. 예를 들어, 화재사고 현장에서 발견된 환자의 사고기전에 맞는 손상기전과 주소, 통증, 의식수준 등을 데이터 입력만으로 간편하게 구현해주는 기술입니다. 3D 환자캐릭터를 매번 새로 개발할 필요없이, 데이터 입력만으로 원하는 환자의 증상을 구현할 수 있게 됩니다. 그만큼 빠르게 콘텐츠 커버리지를 높일 수 있게 되고, 시장 확대가 가능해 집니다.

사회적 경제조직을 경영하고 있거나

준비 중인 경영자들에게 해주고 싶은 조언은?

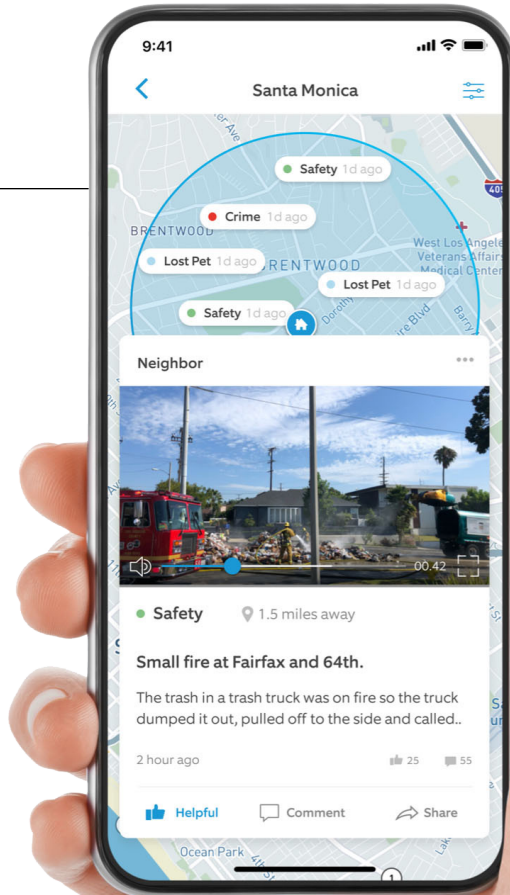
뉴베이스를 창업하고 재난 도상훈련 키트를 제작하면서 매출을 안정적으로 성장해갔지만 ‘스케일업’에 대한 고민을 오랫동안 해왔습니다. 문제를 해결하는 훌륭한 솔루션을 만드는 것도 중요하지만, 규모가 성장되는 스케일업이 가능한 시장이 있어야 비즈니스가 가능합니다.

뉴베이스가 앞으로 나아갈 방향이나

목표 및 비전은 무엇인가요?

메타버스 공간에 메디컬 캠퍼스를 만드는 목표를 갖고 있습니다. 지역이나 경제력, 학위에 상관없이 누구나 선진국 수준의 메디컬 지식에 접근할 수 있어서 의료 교육의 격차를 해소하는데 기여하고 싶습니다.

주민들의 참여를 이끌어내 안전한 동네를 만들다



ABOUT

안전을 위협 받는 주거 공간

한자어 편안할 안(安)과 편안할 녍(寧)에 공통적으로 들어가는 부수가 있다. 집을 의미하는 宀(면) 이다. 그만큼 집은 예부터 편안함의 상징적인 공간이었다. 집이 두려움과 긴장감을 느끼는 공간이 된다면, 집으로서의 의미가 퇴색된다. 실제로 FBI 통계에 따르면 2019년 한 해 동안 미국에서는 빈집털이가 매 30초 마다 일어났다고 한다. 미국인들이 가장 두려워하는 재산범죄 또한 주거침입이다.

한국은 보안이 철저한 공동주택(아파트)이 일반적이지만, 미국은 목조 주택이 대부분이기 때문에 외부의 침입이나 강도에 더욱 취약하다. 이러한 상황에서 금전적인 여력이 충분한 가정은 보안 업체를 고용하거나 보안 시스템을 도입할 수 있다. 하지만, 그렇지 않은 가정은 주거 관련 범죄에 쉽게 노출되고 만다. 주거 관련 범죄가 지속된다면, 집은 ‘편안한’ 공간으로서의 역할을 할 수 없을 뿐만 아니라, 주거 범죄가 일어나는 지역 사회의 전반적인 치안에도 악영향을 끼친다. 저소득층 가정들도 합리적인 가격에 보안 서비스를 제공받고, 지역 주민이 힘을 모아 안전한 지역 사회를 만들 필요가 있다.

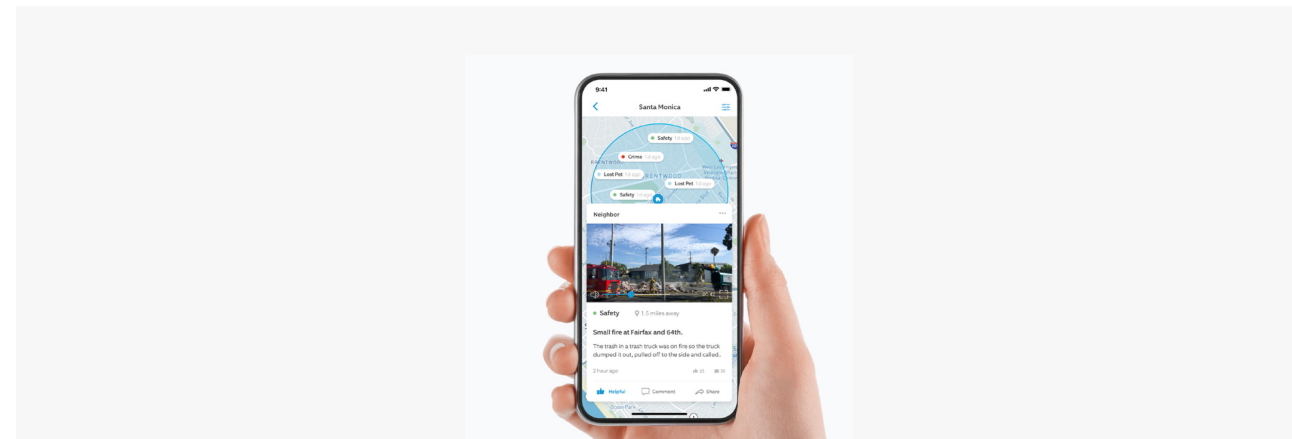
지역 주민이 참여하는 스마트 초인종

네이버스는 집 앞의 수상한 사람을 이웃에게 알리는 서비스로 카메라가 달린 스마트 초인종을 판매하는 ‘링 주식회사’가 만들었다. 감시 카메라가 달린 스마트 초인종을 설치하면 외부인이 문에 접근할 때, 사용자 휴대전화로 알림 메시지, 영상이 전송된다. 이 회사의 제품을 사용하지 않아도 누구나 앱을 다운로드하여 비디오 영상을 공유할 수 있다. 앱 사용자들은 본인이 속한 지역사회에서 일어나는 범죄를 앱을 통해 공유함과 동시에, 주변 이웃들과 공공 안전 기관으로부터 범죄에 대한 알림을 실시간으로 받을 수 있다. 더 많은 지역 주민들이 참여해 지역의 치안과 안전을 지킬 수 있는 환경을 만들어 나가고 있다.

HISTORY

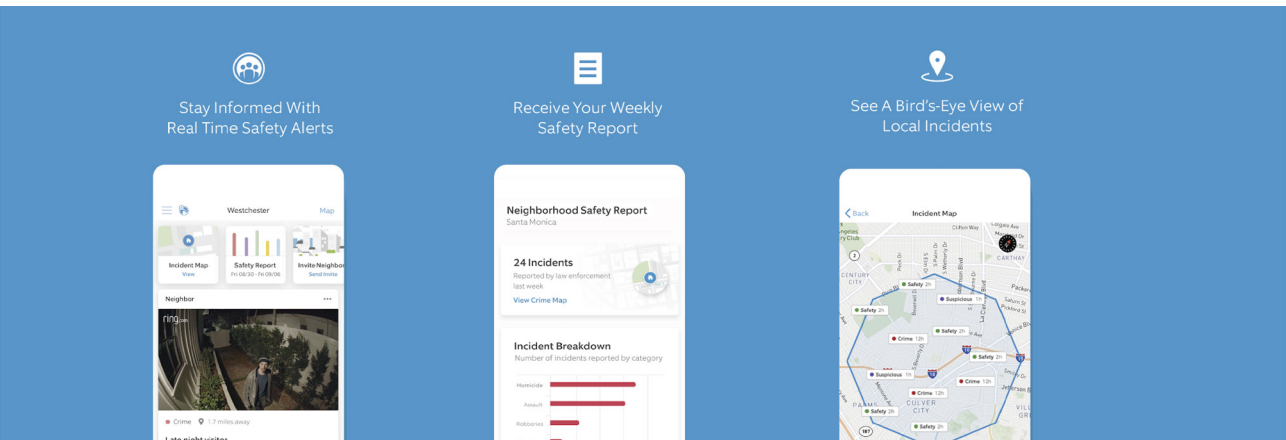
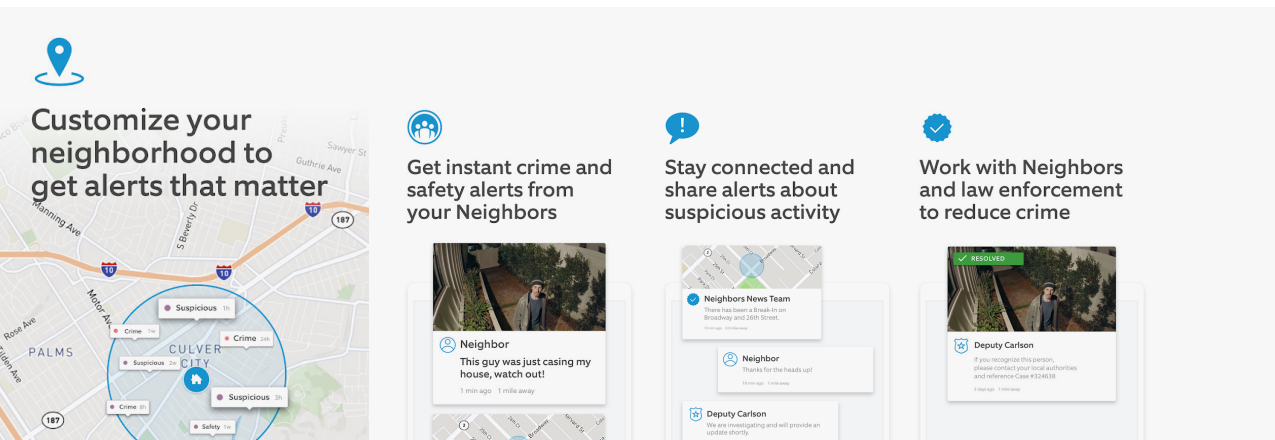
- 2021 ● 링 스마트 초인종 Pro 2 출시
- 2020 ● 링 주식회사와 AdHoc Group Against Crime이 캔자스 시티의 지역 치안을 지원하기 위해 협력
- 2019 ● 플로리다 레이크 랜드 경찰국과의 파트너십 확장
- 2018 ● 12억~18억 사이의 가치로 아마존에 인수 됨
- 2017 ● 링 스마트 초인종 2세대 출시
- 2016 ● Shaquille O'Neal이 Ring의 지분을 인수 한 후 회사 마케팅의 대변인이 됨
KPCB, 쉐일 컴 벤처스, 골드만 삭스, DFJ Growth, 리처드 브랜슨으로부터 2억 달러 이상의 투자금 유치
- 2015 ● 무선 IP 카메라 "Stick-Up Cam" 출시
- 2014 ● Doorbot에서 Ring으로 리브랜딩
- 2013 ● Doordot 설립
크라우드 펀딩 플랫폼 Christie Street에서 크라우드 펀딩 30만 달러 달성
비즈니스 리얼리티 TV시리즈 샤크 탱크 출연

SERVICE



네이버스 앱

이 앱의 사용자는 본인의 집에서 반경 8km 이내에 있는 게시물과 알림을 볼 수 있다. 사용자는 사진과 비디오, 주변에서 일어나는 뉴스와 사건을 앱에 공유한다. 다른 사용자들은 게시물에 댓글을 달아 추가적인 정보를 제공한다. 네이버스의 서비스는 전적으로 공공 안전에 초점을 맞추고 있기 때문에 주제에서 벗어난 콘텐츠는 게시물 관리를 위해 삭제된다. 법 집행 당국은 실종자 또는 범죄 용의자를 찾기 위해 네이버스에 공공 게시물을 게시하여, 앱 사용자들에게 수사에 대한 도움을 요청할 수 있다. 또한, 범죄 수사를 위해 네이버스에 공개된 미디어를 수집할 수 있다. 최대 0.5 평방 마일 범위 내에서 지난 45일 동안 게시된, 최대 12시간 분량의 영상을 수집 할 수 있다. 사용자는 영상 공개를 승인하는지에 대해 알림을 받는다.



서비스 프로세스

알림을 받기 위해
거주 지역을 설정한다.

즉각적인 범죄/보안 관련
알림을 받는다.

수상한 활동에 대해
이웃들과 공유한다.

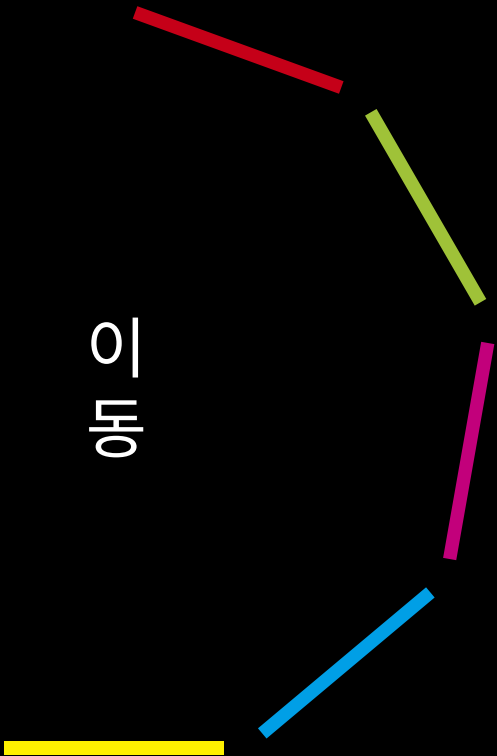
이웃/치안국과 협업하여
범죄를 감소시킨다.

주요 기능

실시간 알림으로 꾸준히
정보를 얻을 수 있다.

지역에서 일어나는 범죄를
조망할 수 있다.

한 주 간의 세이프티
레포트를 받을 수 있다.



모빌리티 혁신 플랫폼, 쏘카



ABOUT

자동차 소유가 아닌 사용

인류의 역사는 이동의 역사다. 각기 다른 목적과 방식으로 인류는 언제 어디서나 내가 원할 때, 편리하고 안전하게 이동할 수 있는 자동차를 탄생시켰고, 인류의 삶에 또 다른 새로운 챕터가 시작된다. 자가용은 우리에게 편안함과 즐거움을 제공한다. 하지만 이로 인해 산과 숲 대신 도로가 자리잡았으며, 환경을 오염시키는 매연과 시끄러운 클락슨의 소음은 도시의 일상이 되었다. 꽉 막힌 도로 위 사람들은 초조함을 느끼며, 아파트의 비좁은 주차장은 스트레스를 가져다 준다. 이에 쏘카는 자동차라는 수단을 넘어 이동에 대한 사람들의 본질적인 바람을 되새긴다. 차를 소유함으로써 당연히 했던 불편함과 비효율성을 감소시키고, 기술과 데이터를 통해 혁신적인 이동 방식을 제시한다. 데이터 기반 서비스와 다양한 이동 선택지 제공을 통해 사람들이 원하는 이동의 모습을 찾아 다양한 상황에 맞는 최선의 방법을 제시한다. 또한 자가용 소유로 인한 비용과 시간 등 비효율을 이동의 목적에 집중하여 소유 기반 모빌리티 생태계를 변화시켰다. 이를 통해 이동수단의 사회적 효용을 극대화시켜 누구나 자유롭게 안전하게 이동하는 미래에 한 발 더 다가가게 되었다.

사회적 임팩트, 또 다른 기회

쏘카는 보다 나은 사회와 환경을 만든다. 불필요한 차량 소유를 줄임으로 연간 약 9만 대의

자가용을 대체하였으며 주차난과 같은 교통문제와 이산화탄소 배출 감소에 기여하여 사회 및 환경에 지속가능한 미래에 대한 모빌리티 서비스의 방향성을 제시한다. 최근에는 일상 속 ‘코로나’라는 거대한 장애물로 이전에는 상상 못한 라이프스타일을 만들어내고 있다. 코로나 팬데믹 이후 사람들은 대중교통과 같은 밀집 공간의 감염 위험을 느끼면서 타 이동수단의 사용을 멀리하게 되며 카셰어링 서비스의 일상화를 더욱 앞당기고 있다.

쏘카, 이동의 미래로 나아가다

쏘카는 모든 이동을 아우르는 종합 모빌리티 플랫폼, 사람을 위한 기술기반 이동 플랫폼으로 나아간다. 누구나 자유롭게 이동하는 미래, 더 안전하고 여유롭게 이동하는 미래, 더 나은 기회를 찾는 미래를 현실로 만들고자한다. 카셰어링을 넘어 라이드헤일링, 퍼스널 모빌리티, 대중교통 등을 곳에 아울러 누구나 원하는 순간에 원하는 방식으로 자유롭게 이동하는 세상을 계획한다. 또한 기술과 데이터를 통해 지금까지 당연하게 여겨온 이동의 불편함과 비효율을 해결하고, 새로운 기회와 가능성을 바라본다. 나아가 그들은 교통 약자가 불편함 없이 이동할 수 있는 세상, 운전하는 시간을 보다 소중한 일에 쓸 수 있는 세상을 위한 자율주행 모빌리티 플랫폼으로 나아간다.

HISTORY

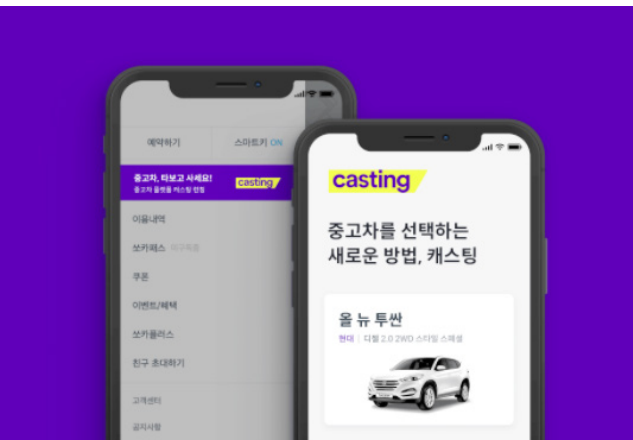
- 2020 ● 제주도에서 자율주행셔틀 시범 서비스 시작 / 카셰어링 업계 최초, 누적 가입 600만 명 돌파
타다, 누적 가입 180만 명 돌파 / 쏘카패스 누적 가입 30만 건 돌파
국내 모빌리티 기업 최초 유니콘 등극
중고차 판매 플랫폼 '캐스팅' 출시 / VCNC, 대리운전 중개 서비스 '타다 대리' 출시
VCNC, 가맹택시 서비스 '타다 라이트' 출시
- 2019 ● 차량관리 전문기업 '차케어' 인수 / 실내 정밀 측위 기술 스타트업 '폴라리언트' 인수
법인 회원 전용 카셰어링 서비스 '쏘카 비즈니스' 출시 / 월 단위 카셰어링 서비스 '쏘카 플랜' 출시
국내 최초 모빌리티 구독 서비스 '쏘카패스' 출시
퍼스널 모빌리티 기술 스타트업 '나인투원' 투자
- 2018 ● 카셰어링 업계 최초 운영 차량 1만 대 돌파
플랫폼 서비스 기업 'VCNC' 인수 / VCNC, 라이드헤일링 서비스 '타다' 출시
자율주행 기술 스타트업 '라이드플렉스' 투자
- 2017 ● 누적 가입 300만 명 돌파 / 누적 예약 1,000만 건 돌파 / 차량 딜리버리 서비스 '부름' 출시
- 2016 ● 누적 가입 200만 명 돌파 / 서비스 운영 차량 5천 대 돌파
- 2015 ● 누적 가입 130만 명 돌파 / 전국 54개 도시 진출 / 국내 카셰어링 업계 최초 '환경표지인증' 획득
- 2014 ● 누적 가입 20만 명 돌파 / 주간 예약 1만 건 돌파
- 2013 ● 서울시 공식 카셰어링 '나눔카' 사업자 선정 / 수도권, 6대 광역시 등으로 서비스 확대
- 2012 ● 카셰어링 스마트폰 어플리케이션 출시 / 제주도에서 카셰어링 서비스 첫 시작
- 2011 ● 쏘카 설립, 현대자동차(주)와 카셰어링 협력 MOU 체결

SERVICE



쏘카

쏘카는 스마트폰으로 사용자가 원하는 시간과 방식으로 간편하게 차를 이용할 수 있는 카셰어링 서비스이다. 출퇴근이나 캠핑, 여행 등 쏘카를 통해 사람들이 합리적인 이동 문화를 즐기고 만들어 가도록 한다.



쏘카 플랜

쏘카 플랜은 월 단위의 카셰어링 서비스이다.
불필요하고 번거롭던 계약기간과 견적조치를 거치지 않고,
사용자의 상황에 맞는 차 이용이 가능하다.
카셰어링으로도 자가용과 같은 편안함을 경험하도록 한다.

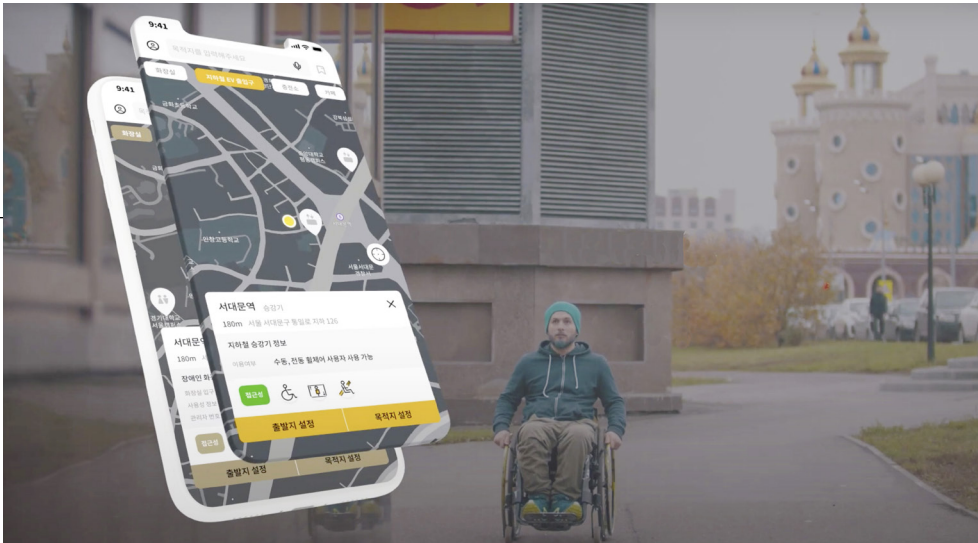
쏘카 캐스팅

캐스팅은 비대면 중고차 온라인 구매 플랫폼이다.
쏘카가 관리하고 보유한 중고차 업선을 통해 판매한다.
원하는 중고차를 48시간 동안 미리 사용해 보는
과정을 통해 구매를 결정할 수 있다.
이로 누구나 안심하고 구매할 수 있는
중고차 구매 문화를 만들어 나간다.

쏘카 비즈니스

쏘카 비즈니스는 기업 전용의 카셰어링 서비스이다.
법인 차량에서 발생하는 고정비 부담을 줄이고
편리함과 정산 효율을 높였다.
전국 4천여 개의 쏘카 존과 1만2천여 대 쏘카를
업무 이동에 자유롭게 활용할 수 있다.

지체장애인의 눈이 되어주는 보행 내비게이션 서비스



ABOUT

차량 통행로 데이터 98% vs 보행로 데이터 49%

지체장애인은 전체 장애인의 50% 이상을 차지하고 있으며, 이는 대한민국 인구의 약 126만명 이상을 차지한다. 하지만 이들의 이동 편의성은 보장 받지 못하고 있는 실정이다. 국토교통부 보고서에 따르면 지체장애인은 보행 장애물, 보도 턱, 보도 폭 등 보행로 이용에 있어서 다양한 불편을 느끼고 있는 것으로 나타났다. 보행 편의를 위한 데이터 서비스가 어려운 이유 중 하나로 보행로 데이터의 절대적 부족이 있다. 차도의 경우 약 98% 데이터를 보유하고 있으나 보행로는 국유지와 사유지로 나뉘는 탓에 50% 미만의 데이터를 보유하고 있는 상황이다.

G-EYE, G-EYE PLUS, G-EYE WHEEL

엘비에스테크(LBS Tech)는 Location Based Service의 준말로 위치 기반 서비스와 플랫폼을 개발한다. 먼저, 시각장애인을 위한 이동 보조 플랫폼인 'G-EYE'는 저시력자 또는 전맹을 위한 어플로 현재 위치 검색, 목적지 검색, 내비게이션 서비스를 제공한다. 국내 전체 시각장애인 중 84%는 저시력 장애인이며 그 중 후천적 발병이 91%로 점자 해독이 가능한 시각장애인은 6% 미만에 불과하다.

점자 해독이 불가능한 상황에서 음성 기반의 위치 찾기 솔루션이 필요하여 개발된 서비스이다. 시각장애인을 위한 음성을 통한 비대면 주문 결제 서비스인 'G-EYE PLUS' 역시 시각장애인들의 자립적인 생활을 돕는다. 마지막으로 'G-EYE WHEEL'은 기존 보행 내비게이션 서비스의 사용자 유형을 시각장애인에서 지체장애인으로 확대하여 인터페이스 중심 보다는 보행로 데이터의 수집과 활용에 집중한 서비스이다. 장애인은 단순히 서비스의 사용자에 그치는 것이 아니라 데이터 수집과 공유를 통해 서비스의 지속적인 고도화에 참여한다.

장애를 넘는 도시, 스마트시티

엘비에스테크의 청사진은 복지를 중심으로 한 장애인 중심 스마트시티의 표준모델을 구축하는 것이다. 세종시 스마트시티 사업을 시작으로 장애인이 편리하게 주문-결제하고 어디든 편리하게 이동 가능한 생활 도시환경을 조성하여 이를 다른 지방자치단체와의 협업을 통해 사업을 확장해나갈 예정이다.

HISTORY

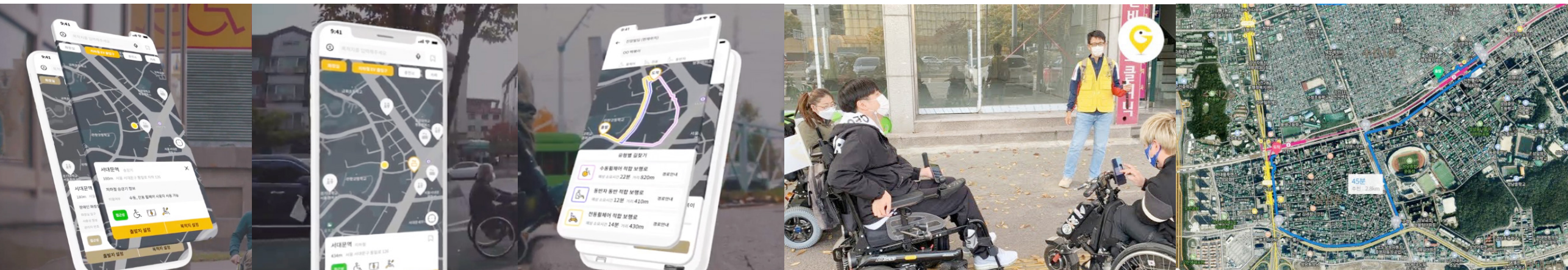
- 2020 ● G-EYE WHEEL 개발
- 2018 ● 벤처기업 인증
기업부설 연구소 설립
법정부 공공데이터 활용 창업경진대회 대통령상
- 2017 ● 엘비에스텍 설립
G-MOC/G-EYE 개발

SERVICE



G-EYE PLUS

G-EYE Plus는 모바일을 통한 시각장애인 및 저시력자 이동 보조 플랫폼이다. 위, 아래, 오른쪽, 왼쪽, 탭 및 길게 누르기와 같은 6가지 동작 터치를 기반으로 보다 빠르고 쉽게 위치 정보를 파악할 수 있도록 한다.



G-EYE WHEEL

G-EYE Wheel은 보행이 불편한 장애인을 위한 보행로 내비게이션 서비스이다. 사용자의 경험을 통해 축적된 보행로 데이터를 기반으로 개인에 특화된 보행로 지도를 제공하여 이동 경로 속 보행로의 장애물, 환경 및 기타 변수에 대한 정보를 전달한다.

INTERVIEW

“안녕하세요, 시각 장애인을 위한 플랫폼 서비스를 제공하는 엘비에스테크 대표, 이시완입니다.”

엘비에스테크에 대해 구체적으로 소개해주세요.

엘비에스테크는 세상을 접근하기 쉽고 연결이 되는 무장애 도시로 만들어 나가고 있는 기업입니다. 장애인을 포함한 보행약자들의 삶의 질과 자율성을 향상시키고 사람과 사회의 관계를 강화하는 시스템을 만들고 있습니다. 엘비에스테크에서 제공하는 서비스는 다음과 같습니다.

G-EYE PLUS 시각장애인용 보행 네비게이션 / 비대면 주문 결제
G-EYE WHEEL 지체장애인용 보행 네비게이션 / 비대면 주문 결제
G-EYE SCANNER 무장애지도 구현을 위한 소셜맵핑
G-EYE COMMUNITY 무장애 정보 공유를 위한 커뮤니티

엘비에스테크를 시작하게 된 계기는 무엇인가요?

제 사촌동생이 시각장애인입니다. 성장기 때부터 시력이 저하되더니 어느 순간 급격하게 나빠져 현재 시각장애등급 1급을 판정 받았습니니다. 그러다 알게 된 사실이, 동생처럼 후천적으로 시각장애가 발생한 사람들은 점자 학습에 큰 어려움을 느낀다는 것입니다. 20대의 젊은 동생도 어려워할 정도라면, 고령 시각장애인들이 점자를 익혀 정보를 얻는 것은 더욱 힘든 문제라고 생각했습니다. 그러던 중 동생의 지인인 한 시각 장애인이 택시를 이용하다 평소에 내리던 곳보다 조금 떨어진 곳에 내렸는데, 낯선 지리에 당황한 나머지 5분 거리의 집을 4시간 동안 헤맸다는 이야기를

들었습니다. 이 일을 계기로 시각장애인에게 위치와 거리 정보를 제공하는 것이 그분들에게는 삶과 직결된 중요한 문제라는 것을 알게되었습니다. 장애인들도 이동과 이용에 편리함을 누리는 시스템을 개발하고자 엘비에스테크를 시작했습니다.

현재 나와있는 다른 시각장애인 서비스와 엘비에스테크가 차별화되는 점은 무엇일까요?

엘비에스테크의 서비스가 기존에 출시된 타 위치 기반 서비스와 가장 크게 차별화되는 부분은 시각장애인이 다니는 경로에 관해 축적된 정보가 있다는 점입니다. 현재는 공공기관이나 일반 건물들의 입구에서 수집한 보행 정보를 토대로, 여러 업체와 협업하여 네비게이션을 통해 비대면으로 주문·결제하는 서비스를 개발 중에 있습니다. 이처럼 저희가 가지고 있는 데이터는 시각장애인의 장애 없는 보행을 가능케하는 서비스를 개발하기 위한 밑바탕이 될 것입니다.

서비스를 기획할 때 가장 중요하게 생각하는 것이 무엇인가요?

현장에 가서 사용자를 직접 만나며 사용자와 함께하는 개발 과정을 가장 중요하게 생각합니다. 이는 저희 기업의 강점이기도 합니다. 내가 생각하는 기준 안에서 볼 것이 아니라 사용자의 관점으로 바라보면

답을 찾을 수 있을 것이라고 생각합니다. 이는 단순히 더 나은 기술의 문제가 아닌 ‘이해’의 문제라고 생각합니다. 저희는 매주 1회 이상 사용자와 만나고, 사용성 테스트를 진행하면서 그분들에게 정말 필요한 정보가 무엇이고, 어떤 기능이 사용성을 높이는지 계속해서 고민하고, 연구하고 있습니다.

시각 장애인들과의 소통에서 발견한 가장 중요한 포인트는 무엇이었나요?

‘장애인이 실제로 필요로 하는 서비스’와 ‘현실에 제공되고 있는 서비스’ 사이의 차이입니다. 이러한 차이는 보통 장애인에 대한 편견에서 비롯됩니다. 일례로, 저희는 전동 휠체어 사용자에게 급속충전장치가 필수적이라고 생각했습니다. 하지만 실사용자의 의견은 정반대였습니다. “급속충전을 사용하게 되면 배터리 수명이 줄어들어 좋지않다. 그래서 사용하지 않는다.”라고 의견을 주셨습니다. 앞으로도 이러한 조사 과정을 통해 실사용자와 서비스 기획자와의 간극을 줄이는 것이 중요하다고 생각합니다.

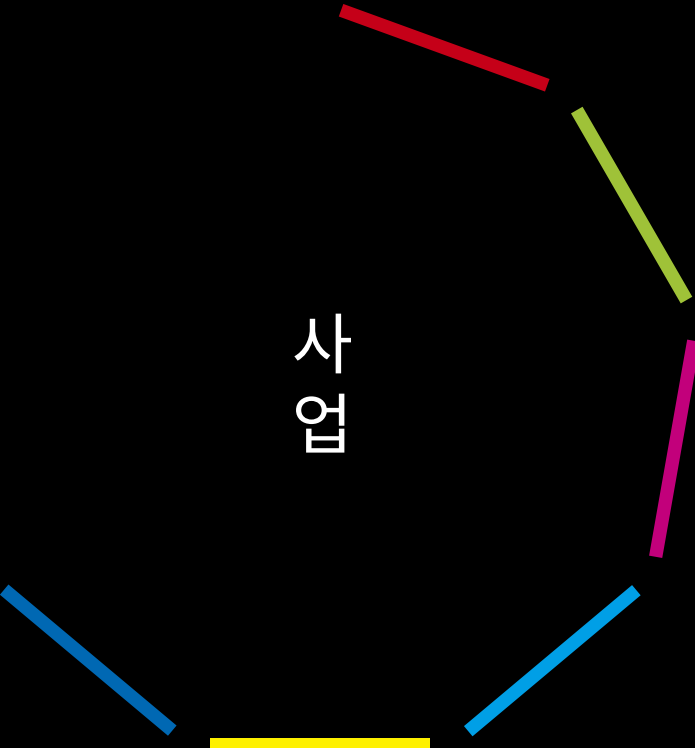
엘비에스테크의 서비스 비즈니스 모델이 미래에도 지속 가능할 수 있는 주요 포인트는 무엇인가요?

스마트 시티, 자율 주행, 디지털 트윈, 메타버스 등 미래에 필수적으로 고려되어야 하는 기술들입니다. 하지만 기술 중심이 아닌 사람을 중심으로, 많은 장애인분들의 참여로 이뤄지는 엘비에스테크는 무장애 도시를 지향하는

플랫폼으로서의 가능성이 있습니다. 그렇기에 추후 스마트 시티에 필요한 기능적 요인으로 작용할 것이라 생각합니다. 더불어 이를 위해, 사회적 약자를 위한 서비스를 옵션이 아닌 기본값으로 생각하게 하는 정부 정책과, 사회 인식의 변화가 필요하다고 생각합니다.

엘비에스테크가 앞으로 나아갈 방향이나 목표 및 비전은 무엇인가요?

저희가 바라는 미래는 장애가 장애가 되지 않는 사회이며, 장애에 관계없이 보편적인 삶을 누리는 것입니다. 앞으로 지체장애인, 고령자, 청각장애인들을 모두 포괄하는 서비스를 디자인 하고 싶습니다. 특히 보행 약자들에게 이동과 보행로에 대한 정확한 정보를 전달해드리는 것을 가장 우선적인 목표로 하고 있습니다. 정보를 잘 가공해서 실질적인 보행에 도움이 되는 정보를 드리려 합니다. 또한 ‘소셜 Supply Chain’의 표준을 만들고 있는데, 이는 주문을 하면 장애인분들의 이동 상태에 대한 정보가 상점에 전달이 됩니다. 사용자들은 주문한 것을 지역화폐로 결제함으로써 소상공인들도 혜택을 누릴 수 있는 서비스인데, 이것으로 무장애 도시의 기준이 되고자 합니다.



사회적 금융 데이터 기반의 임팩트 투자 Platform



ABOUT

건전하고 건강한 투자문화 조성

국내 임팩트 투자 조성금은 2020년 3,400억 원에 육박할 것으로 기대되나, 현재 투자 유치를 통한 사회적 경제 기업의 자 금 조달은 2% 미만으로, 소셜벤처 발굴을 통한 임팩트 투자 집행이 원활하지 않음을 알 수 있다.

앤티크는 건전하고 건강한 투자문화를 조성한다는 목표 하에 금융산업의 정보 비대칭 및 불평등 문제를 IT 기술력으로 해결하려는 핀테크(Fin-Tech) 기업이다. 앤티크는 IT 시스템을 기반으로 금융정보가 보다 넓게 활용될 수 있도록 지원하고, 투자의 기회가 균등하고 평등하게 제공될 수 있도록 다양한 서비스를 제공하고 있다. 이를 통해 금융 정보가 특정 전문가와 소수 집단만이 독점하는 정보가 아닌 대중 모두가 쉽게 접할 수 있는 기회를 만들어가고자 한다.

국내 사회적 경제 생태계의 선 순환 확립

국내 임팩트 투자가 양과 질적으로 개선되기 위해서는 빅데이터 관점에서 표준화되고 통합된 사회적 경제 Database 구축이 선행되어야 하며, 이러한 토대 위에서 자동화된 알고리즘 기반의 사회적

경제 기업의 발굴과 분석이 진행되어야 한다. 이를 통해 임팩트 투자 기관의 효율적 투자 기회 창출과 과학적인 투자 전략 고안이 가능할 것으로 사료된다.

당사가 개발 중인 임팩트 투자 플랫폼은 이러한 통합 Database 시스템 상에서 임팩트 투자 기관의 성향에 맞춤형 된 기업을 선별하고, 투자 의사결정에 필요한 데이터를 공급한다. 금융기관의 투자 집행과 궁극적으로 사회적 경제 기업의 자금 조달을 통한 사회적 가치 창출을 지원하며, 거시적으로 국내 사회적 경제 생태계의 선 순환을 확립 하고자 한다.

임팩트 투자 플랫폼 서비스

앤티크는 상장, 공모, 창업 기업들에 대한 다양한 정보 제공 및 분석 솔루션 사업을 진행하고 있으며, 최근에는 사회적경제 영역에서 임팩트 투자 플랫폼 서비스를 기획하고 있다. 빅데이터 기술력으로 임팩트 투자를 수행하는 금융기관과 소셜벤처들을 연결하여 사회적 가치를 확대하기 위한 자금조달과 투자 수익 창출의 선순환이 이루어질 수 있도록 하고 있다

HISTORY

- 2021** ● 에이젠글로벌 x 앤톡, 기업평가 AI 모델을 통한 전략적 사업 제휴(MOU) 체결
- 2020** ● 한국디자인진흥원(KIDP) 데이터비즈 인포그래픽 공모전 (주)앤톡 금상 수상
(주)앤톡, 제28회 중소벤처기업진흥공단 혁신아디디어 공모전 최우수상 수상
2020 디자인 주도 사회적기업 혁신역량강화사업(BM 개발) 최종 선정
창업진흥원 「비대면서비스바우처 지원사업」 공급기업 최종 선정
한국핀테크지원센터 2020년 금융 클라우드 지원사업 최종 선정
정보통신산업진흥원(NIPA) AI 바우처 수요기업 최종 선정
한국데이터산업진흥원 2020년 데이터바우처 공급기업 협약 완료
2020년 중소기업기술개발사업 전략형창업과제(4IR) 최종 선정
엘피알 x 앤톡 주식퀴즈 리워드 앱 "스퀴즈(SQIZ)" 공동 사업 추진을 위한 계약 체결
한국인터넷진흥원(KISA) 2020년 핀테크 API개발 지원사업 최종 선정
- 2019** ● 서울특별시 소셜벤처허브센터 1기 소셜벤처 입주기업 최종 선정
H-온드림 사회적기업 창업오디션 펠로 8기 최종 선정
중소벤처기업진흥공단 기술평가대출기업 벤처기업 인증
중소벤처기업진흥공단 청년창업사관학교 우수창업기업 이사장상 수상
2019년 대한민국창업대상 소상공인시장진흥공단 이사장상 수상
한국인터넷진흥원 핀테크기술지원센터 스타트업 데이터 관리 솔루션 개발 계약 체결
MYSC 엠와이소셜컴퍼니 소셜벤처 데이터베이스 관리 솔루션 계약 체결
핀테크 기반 장외주식 분석 커뮤니티 "IPO런웨이" 공식 출시
(주)앤톡, '2018 공공 빅데이터 성과공유대회' 행정안전부 장관상 수상

- 2018** ● VietSoftware International Inc, 베트남 IT기업 MOU 체결
2018년 창업성장기술개발사업 디딤돌창업과제 최종 선정
마이리서치하우스 상장 종목 진단 서비스 공급 계약 체결
정보화진흥원 공공데이터 기업 관리 시스템 개발 계약 체결
한국공인회계사회(KICPA) 대상 데이터 공급 계약 체결
2018년 핀테크 API개발 지원사업 우선협상 대상 기업 선정
행안부, 혁신 서비스 우수사례, 금융부문 앤톡 선정
우리종합금융 위비크라우드 플랫폼 개발 계약 체결
장외주식 분석 솔루션(WOW스타파인더) 출시
(주)골든브릿지투자증권 크라우드펀딩 솔루션 납품
한국인터넷진흥원(KISA) 핀테크 기술지원 사업 최종 선정
- 2017** ● 골든브릿지투자증권 크라우드펀딩 플랫폼 개발 계약 체결
한국경제TV 장외주식 분석 솔루션 개발 계약 체결
창업진흥원 마케팅 지원사업 최종 선정
Start-Up Accelerator 기관에 대한 분석 솔루션 개발 계약 체결
장외주식 분석 솔루션 개발 비용 투자 유치
- 2016** ● 한국경제TV 장외주식 분석 솔루션 개발 MOU 체결
코스콤 Open-API Platform 핀테크 공모전 수상
소프트웨어대전 K-ICT 스타트업 경진대회 우수상 수상
Fin-tech Open Platform 연계 사업 관련 MOU 체결
우리은행 Wibee Fin-tech 기업 육성사업 1기 최종 선정
Antock MRI Beta 서비스 및 Application 출시
한국정보화진흥원 공공데이터 활용 기업 육성사업 최종 선정
- 2015** ● 주식회사 앤톡 법인 설립
2015년 사회적기업진흥원 사회적 기업가 육성사업 최종 선정



금융 분석 시각화(Visual Finance)엔진

대중이 접근하고 이해하기 어려운 금융 및 재무 데이터를
기술력 기반으로 수집하고 자동화 형태로 분석한다.
원스탑 형태로 기업과 금융상품에 대한 다각적 진단을 수행하고,
평가 결과를 인포그래픽 형태로 변환하여 표현한다.
재무 지식이 높지 않더라도 누구나 기업의 건전성 및 투자 매력도를
이해할 수 있도록 지원하는 기술이다.

엔톡 제공 서비스

솔루션 개발 창의적인 투자 기회를 발굴 및 평가하고 솔루션에 대한 다변화 개발을 한다.
라이선스 공급 온라인 웹 기반의 비용과 효율적인 기업 데이터 관리 서비스를 제공한다.
플랫폼 운영 핀테크 기술력 기반의 금융 정보 제공 플랫폼 사이트 개발하고 운영한다.
데이터 판매 금융 및 기업 연구를 위한 통합 분석 Database를 제공한다.
시스템 통합 고객에 맞춤형 된 최적의 금융 및 기업 분석 시스템을 구축한다.
컨설팅 제공 금융 및 IT 서비스에 대한 전략 및 운영 관점의 컨설팅 서비스를 수행한다.

INTERVIEW

“안녕하세요, 금융 정보의 비대칭 문제를 해결하는 엔톡의 대표 박재준입니다.”

엔톡에 대해 구체적으로 소개해주세요.

엔톡은 IT기술력을 통해 금융 정보의 비대칭과 불평등 문제를 해소하는 핀테크 스타트업입니다.

엔톡을 시작하게 된 계기는 무엇인가요?

우리나라 사람들의 증시 참여가 활성화되어 있지만, 많은 분들이 데이터에 근거한 투자를 하기보다 문지마 투자나 감에 의존한 투자를 해서 많은 손해를 입게 됩니다. 이에 저희는 개인이 보는 금융 정보들이 너무 어렵고 양이 방대해서 활용하기 어렵다는 점이 핵심 문제라고 느꼈습니다. 그래서 금융과 기업 데이터를 사용자 친화적으로 바꿔, 많은 사람들이 접근할 수 있고 이를 근거로 합리적인 투자를 할 수 있도록 하기 위해 사업을 시작하게 되었습니다.

자체 개발한 ‘허블 데이터베이스’ 시스템에 대해 설명해주세요.

허블 데이터베이스는 빅 데이터 기술을 활용하여 국내의 법인 기업들을 자동화 된 방식으로 식별하고, 기업 별 11대 영역에서 최대 300가지 이상의 데이터를 수집하여 제공하는 서비스입니다. 많은 기업들의 정보가 분산되어 있고 분절적으로 존재하기 때문에 IT 기술을 통해 이를 한 곳에 모으고 가공합니다. 이러한 허블 데이터베이스는 3가지 관점에서 사용자에게

도움을 줄 수 있습니다. 첫 번째는 곳곳에 흩어져있는 기업 정보를 한곳에서 볼 수 있도록 데이터를 수집하는 일을 하구요. 다음으로는 자동화된 분석 모델을 통해 데이터를 분석해 줍니다. 세 번째가 시각화에 관한 것인데요, 아무리 좋은 정보 사용자가 직관적으로 이해할 수 없다면 정보의 효용성이 낮다고 판단합니다. 그렇기에 그래프나 인포그래픽 등의 데이터 시각화를 통해 사용자에게 정보를 쉽게 전달하려 합니다.

임팩트 투자에 앞서고 있는 엔톡은 어떻게 임팩트 투자 서비스를 제공하나요?

임팩트 투자는 재무적인 이익을 추구하는 과정에서 사회적 가치도 창출하는 투자 방법론입니다. 하지만 아직 임팩트 투자가 국내에서는 초창기이며 투자자들이 정보를 얻기가 쉽지 않아 좋은 소셜 벤처를 발굴하는데 어려움이 많습니다. 엔톡의 임팩트 투자 플랫폼은 그러한 투자자들이 좋은 기업들을 발굴할 수 있도록 정보를 제공하며 데이터에 근거해 투자할 수 있도록 서비스를 지원합니다. 아직은 개인보다 금융기관들을 대상으로 B2B 형태의 사업을 진행하고 있습니다. 게다가 최근에는 기업들이 ESG 경영을 추구하는 추세인데, 이러한 추세와 임팩트 투자가 밀접하게 연관되어있기에 더 많은 기관들에게 임팩트 투자 플랫폼을 소개하려 합니다.

디자인 공모전에서 수상한 핀테크 스타트업, 엔톡

핀테크 업체가 디자인 공모전에 나가는 일은 거의 없기 때문에 디자인 공모전에 나가는 것이 저희에게는 도전이었습니다. 저희는 공모전에서 사회적 경제라는 추상적인 개념을 데이터로 변환해서 그것들을 지도화하여 나타냈습니다. 예를 들어, 총 몇 개의 사회적 경제 기업이 있고 이것들이 어떠한 관계에 있는지를 알려주기 위해 데이터를 근거로 이미지 맵을 디자인하였습니다. 데이터는 추상적인 것들을 구체화시켜주는 힘이 있으며 디자인은 구체화된 정보를 표현하는 방법이라고 생각합니다. 이번 공모전을 통해 그러한 점들을 확인할 수 있었던 것 같습니다.

앞으로 핀테크 분야에서의 디자인 전망은 어떠한가요?

그동안 금융분야에서는 디자인이 중요한 영역이 아니라고 여겨지며 이를 간과해왔습니다. 하지만 데이터에 대한 확보와 알고리즘 기반의 분석도 중요하지만 결국 최종적으로 사용자들에게 효율적으로 전달이 되는 것도 상당히 중요합니다. 데이터를 표현하는 수단이 디자인이라고 생각되며 앞으로도 핀테크 분야에서 디자인이 중요한 요인으로 작용할 것으로 봅니다.

사회적 경제조직을 경영하고 있거나 준비 중인 경영자들에게 해주고 싶은 조언은?

과거에는 사회적 경제조직들이 사회적 가치만 강조했던 것에 반해, 요즘은 사회적 경제조직의

혁신성과 재무적인 성과도 중요해졌습니다. 그래서 임팩트 투자가 재무적 이익뿐만 아니라 사회적 가치도 추구하듯이, 사회적 경제조직들도 사회적 가치도 홍보하되 투자자들에게 재무적 이익이나 사회의 혁신을 보여줄 수 있는 기술을 균형적으로 가져가야 한다고 생각합니다.

엔톡이 앞으로 나아갈 방향이나 목표 및 비전은 무엇인가요?

사회적 경제 기업의 데이터 생태계 구축에서 더 나아가 대한민국에 있는 기업들의 정보를 전산화하는 역할을 하고 싶습니다. 최근 추진중인 프로젝트는 상장 기업들의 공시 정보를 요약해주며 직관적으로 이해할 수 있도록 변환시켜주는 프로그램을 준비하고 있습니다. 이처럼 기업들의 데이터를 온라인에서 누구나 쉽게 접근해서 볼 수 있도록 ‘온라인상의 기업 생태계’를 만드는 것이 저희의 장기적인 목표이며, 금융 산업에 있는 정보 비대칭 문제들을 하나 하나씩 해소해 나갈 계획입니다.

여성의 라이프 변화주기에 따른 커리어를 고민하는 서비스



ABOUT

여성의 경력단절 문제 해결

퍼플더블유는 3지의 사회문제를 해결하고 있다. 심각한 구인난을 겪는 초기 소셜벤처와 스타트업, 기존 경력을 활용한 일자리를 찾기 어려운 경력단절여성, 그리고 기존 인공지능 채용 서비스의 한계. 특히, 경력단절에 대한 이슈는 대중적으로도 관심을 많이 받고 있다. 15~54세 이하 기혼 여성 중 결혼, 임신, 출산, 육아, 자녀교육, 가족돌봄 때문에 직장을 그만 둔 여성은 169만명이며 이는 기혼 여성의 약 20%를 차지한다. 이러한 여성들의 문제를 퍼플더블유가 해결하려 한다.

여성을 위한 커리어 빌딩 플랫폼

여성의 경력 단절 문제를 해결하기 위해 2018년 1월에 사업을 시작한 퍼플더블유는 경력보유여성이 지속적이며 유연한 근무 조건으로 일할 수 있도록 돕는 채용 서비스를 운영하고 있다. 여성의 커리어 & 라이프 스타일에 맞는 다양한 솔루션을 제안하는 위커넥트 서비스는 여성들이 지속 가능한 커리어를 쌓아갈 수 있도록 돕는다. 이를 통해 우리 사회의 다양성을 확대하는 비즈니스 창출을 목표로 한다.

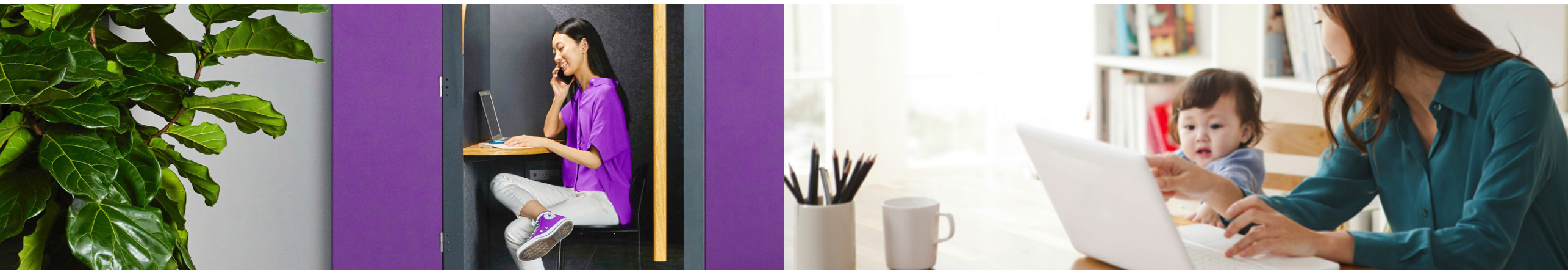
맞춤형 인재 추천 서비스 개발

한국디자인진흥원 사업 참여를 통해 현재 경력 공백 상태인 여성과 재직 중인 워킹맘/대디, 미혼 직원, 대표 및 경영진 등 1천여명을 대상으로 설문조사를 진행했다. 기존의 채용 포털의 단점으로는 묻지마 지원자 등 품질이 떨어지는 이력서가 너무 많아 필터링이 잘 안되는 문제를 발견하였다. 특히 인사전문가가 없는 기업의 경우 어떤 이력서나 지원자가 적합한지 파악하기가 어렵다는 점을 발견하게 되었다.

퍼플더블유의 '인재 추천 서비스'는 이러한 기업과 채용사의 페인포인트를 확인하여 기업이 채용하고 싶어하는 일자리와 인재상 정보에 맞게 각 회사에 대한 내부 알고리즘에 따른 분석을 바탕으로 적절한 인재를 추천할 예정이다. 먼저 프로토타입으로 기존 위커넥트 고객들을 테스트를 하고, 피드백을 받아서 서비스를 더욱 고도화할 예정이다.

게다가 엄마들이 일하기 좋은 조직 문화와 제도에 대해 설문조사하고 인터뷰한 내용을 리포트로 발행할 예정이다. 단순히 데이터 파악에만 그치는 게 아니라 소셜벤처, 스타트업들이 지속가능하고 유연한 일의 환경과 조직문화를 어떻게 만들어 가야하는지에 대한 고민과 방법도 같이 제안하려 한다.

SERVICE



경력보유여성 채용 서비스

퍼플더블유는 여성의 경력단절 문제를 해결하기 위해 2018년 1월에 본격적으로 사업을 시작했고, 경력보유여성인 최고의 팀에서 유연한 근무 조건으로 일할 수 있도록 돕는 채용 서비스를 운영하고 있다. 위커넥트는 여성의 커리어 & 라이프 스타일에 맞게 필요한 여러 솔루션을 제안함으로써 여성들이 지속 가능한 커리어를 쌓아갈 수 있도록 돕고 있다.

플랫폼

유연한 근무 조건으로 프로페셔널을 채용하려는 기업이라면 어디든 채용공고를 등록해 지원자를 모집할 수 있는 온라인 무료 플랫폼이다.

리쿠르팅

채용 과정에 대한 신경은 최대한 덜 쓰고, 채용사는 비즈니스에만 집중할 수 있도록 '직무디자인 → 모집&선발 설계 및 대행 → 최종 합격자 입사 후 3개월 사후관리'까지 채용 컨설팅 서비스를 제공한다.



코리쿠르팅

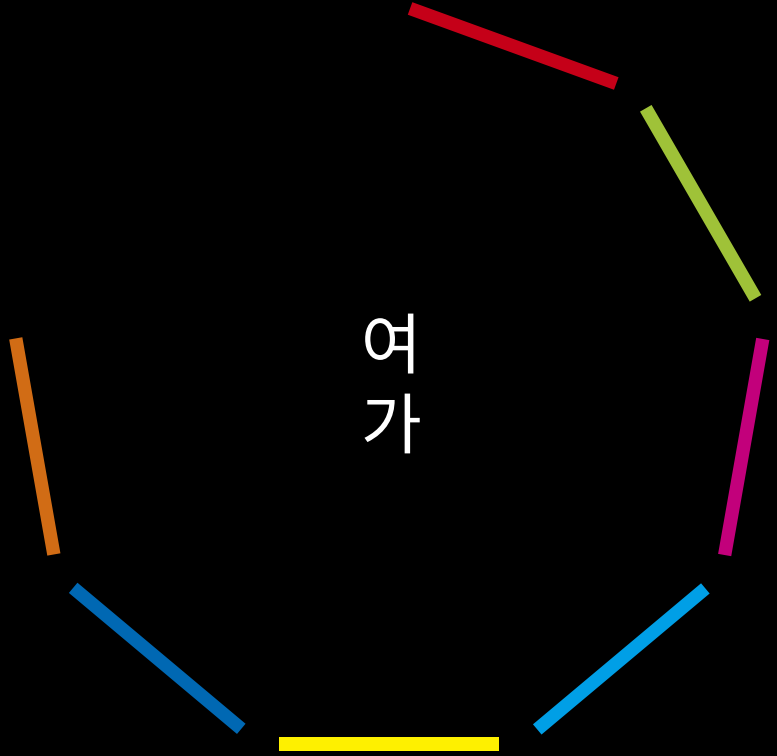
체인지메이커 조직과 경력보유여성 채용
연결-교육하는 'Impact Carrer W'의 파트너로
3년째 함께하고 있고, 2020년부터는 하나금융그룹의
'하나 파워 온 챌린지: W트랙'을 통해
사회혁신기업의 성장을 지원하고 있다.

에듀케이션

초기 스타트업의 인사, 조직관리,
운영 전반에 대해 위커넥트가 직접 연구하고
개발한 콘텐츠를 제공한다.

지속가능하게 일하고 싶은 여성을 위한 커리어 가이드

육아 후 복직이나 이직 등 상황에 맞게 커리어 전문성을 키울 수 있는 다양한 솔루션을 제공한다.
유연하고 지속가능한 커리어 기회를 소개하며 일하는 여성으로서의 전문성과
엄마로서의 정체성을 동시에 유지할 수 있도록 돕는다.



공간의 무게를 창업의 꿈과 열정으로 바꾸는 위대한 상사



ABOUT

F&B 시장의 대안, 공유주방 시장

공유주방은 저렴한 비용으로 음식점을 창업할 수 있어 창업 진입장벽을 낮추고 일자리 창출 효과를 일으키는 공익적 성격의 새로운 공유경제 모델이다. 그동안 식약처는 위생과 안전관리의 책임 소재가 불분명하다는 이유 등으로 공유주방을 규제해왔으나, 2019년부터는 전문적이고 체계적인 위생관리가 가능할 수 있다는 개방적 마인드로 전환하여 위대한상사의 '나누다키친' 등과 같은 민간 공유주방 업체와 '공유주방협의체'를 구성하여 위생 이슈에 대한 본격적인 대응책을 마련하고 있다.

코로나 바이러스로 인한 F&B 시장의 급격한 변화

하지만 코로나 바이러스 유행으로 인한 F&B 산업의 디지털 트랜스포메이션이 가속화되면서 외식 매장, 호텔 등 오프라인 사업체들의 매출이 급감하고 있다. 하나금융경영연구소의 '코로나19가 가져온 소비 행태의 변화' 보고서에 따르면 2020년 1분기 뷔페·출장연회 서비스 관련 카드 매출액은 64% 감소했다. 코로나 바이러스 감염 위험에 따라 뷔페를 비롯해 불특정 다수가 이용하는 외식은 기피하게 된 반면, 1인용 메뉴 판매와 프라이빗 서비스 수요는 증가하고 있는 상황이다.

나누다키친이 호텔업계에 제시하는 공유주방 BM

코로나 바이러스 확산이 불러온 언택트 문화가 관광산업 전반에 큰 타격을 입히면서 호텔산업은 차별화된 서비스 발굴에 나서야 하는 상황에 놓이게 되었다. F&B 측면에서 드라이브스루와 같은 투고 서비스, 배달서비스, 1인용 메뉴 구성 등 계속해서 새로운 시도를 하고 있고, 방역과 감염대책 매뉴얼의 중요성 또한 증가하고 있다. 이에 위대한상사는 호텔의 F&B 공간에 공유주방을 설치하여 비접촉/비대면 서비스를 제공하되, 일반 참고형 공유주방과 차별화된 서비스와 공간을 제공하는 한편, 위생과 방역 기준을 충족할 수 있는 BM을 개발했다.

나누다키친의 호텔형 공유주방 모델 '다동 프로젝트'는 다동 일대의 상권 회복과 장기적 관점에서의 도시재생을 목표로 다동 소재 부띠끄 호텔 내 F&B 공간 및 주변 상가의 운영을 위한 프로젝트이다. 호텔형 공유주방에 입점한 창업자는 나누다키친의 상권분석, 키오스크, 위생관리, 식자재 공급, 마케팅 등 공유주방 운영 솔루션을 이용할 수 있고, 호텔 운영자는 다양한 식문화 콘텐츠를 F&B 섹션에 유치하여 경쟁력을 강화하고 공간 대여나 매출 수수료 등 부가수익을 얻을 수 있다.

HISTORY

- 2020 ● 직영형 공유주방 - NND 나누다키친 공유식당 1호점 오픈
빅데이터 기반의 공유주방 창업매칭 플랫폼 서비스 출시
공유주방 전용 종합배상책임보험 출시 (KB손해보험 협업)
임대형 공유주방 호텔 콜라보 모델 "NND 다동1호점" 오픈
제주 최초 배달형 공유주방 "NND 딜리버리 제주1호점" 오픈

- 2019 ● R&D연구소 설립
신규 레시피 브랜드 "500도씨 제육" 런칭
50호 창업계약(오픈예정점포) 달성
서울시 소셜벤처허브센터 입주
신규 레시피 브랜드 "나누다키친 중식뷔페" 런칭
나누다키친 레시피연구소 개소, 배달전문 직영점 오픈
시리즈A 투자 유치 (23억원)
나누다키친 창업설명회 첫 개최

- 2018 ● 나누다키친 온라인 플랫폼 서비스(Web) 런칭
위대한상사1호 엔젤투자조합 결성 및 투자유치(1억원)
(주)장진우와 레시피개발 MOU체결 및 "나누다카레"브랜드 런칭
KEB하나은행과 나누다키친 창업자대상 대출상품 서비스 런칭

- 2017 ● 웨어스토어플랫폼 '나누다키친' 브랜드 런칭
SEED 투자 유치(3.5억원)
벤처기업 인증

SERVICE



낮과 밤이 다른 가게 '나누다 키친'

공간과 창업자를
연결합니다.

기존 음식점의 유휴 공간,
배달전용 공유주방을 필요로 하는
예비 창업자에게 연결하여
공간의 부담 없이 창업할 수
있게 합니다.

잡자는 공간을
창업의 공간으로 바꿉니다.

고도화된 상권 분석을 통해
기존의 공간을 새롭게 만들어
새로운 창업과 공간의 가치를
만듭니다.

아이디어와 열정을
창업의 가장 큰 가치로 만듭니다.

공간에맞는, 창업자가 원하는
브랜드로 원하는 시간과 공간에서
창업할 수 있도록 나누다키친이
솔루션을제공합니다.



배달형 공유주방 ‘배달 전문 창업에 최적화된 공유주방을 나누다키친에서’

어디서 배달 전문 창업을 할지 고민할 필요 없이

나누다키친에서는 창업에 최적화된 공간들을 쉽게 검색할 수 있고 빠르게 입점할 수 있도록 도와준다.

나누다키친은 빅데이터를 기반으로 창업자들에게 최적의 조건의 상권을 분석하여

창업자에게 적합한 공간을 찾아준다.



식당형 공유주방 ‘점심장사에 최적화된 공유주방을 나누다키친에서’

서울, 경기 등 핵심 상권 지역에서 요식업 창업이 가능하게 해준다.

기존 음식점의 낮시간대를 이용해 권리금, 인테리어비,

보증금 추가 비용 없이 최고의 오피스 상권에서 점심장사를 하고

수익을 올릴 수 있는 기회를 제공한다.

INTERVIEW

“안녕하세요, 식당점주와 예비창업자를 지원하는 위대한 상사의 대표, 김유구입니다.”

위대한 상사의 서비스에 대해 구체적으로 소개해주세요.

위대한 상사는 소상공인들이 개인 창업자로서 가지고 있는 문제를 해결하는 서비스를 제공하는 기업입니다. 현재 ‘나누다키친’과 ‘피콕’이라는 두 가지 브랜드를 운영하고 있습니다. ‘나누다키친’은 음식점의 유희시간이나 공간, 배달형 공유주방 등을 창업자들에게 중개해줌으로써 하나의 공간에서 다수의 창업자들이 비즈니스를 할 수 있게 하는 서비스입니다. ‘피콕’은 빅데이터를 통해서 특정 위치에서 시간대별로 어떤 메뉴를 판매하는 것이 가장 성공 가능성이 높은지 분석해드리는 서비스입니다.

위대한 상사를 시작하게 된 계기는 무엇인가요?

처음 창업을 했던 스타트업이 P2P 금융사 렌딧이라는 회사입니다. 은행에서만 대출이 가능하던 기존 시스템을 벗어나, 개인 간의 거래를 가능하게 해서 대출금리를 기존보다 낮추주는 서비스입니다. 그리고 웨어하우스 우주에서 사외이사로서 1년 정도 근무했습니다. 사실 이런 플랫폼 서비스나 공유모델이 가장 필요한 게 상업공간입니다. 아무래도 가장 비싼 공간이고 또 가장 많은 참여자가 있기 때문입니다. 당시 시장에 이런 플랫폼이나 공유 서비스가 전혀 없었기 때문에, 이러한 서비스를 시장에 제공하고자 2018년

3월에 지금의 위대한 상사를 런칭하였습니다.

여러 스페이스 공유서비스들이 있는데 특히 외식사업에 국한된 공유서비스 모델을 생각하게 된 계기가 무엇인가요?

공유하우스, 공유숙박, 공유오피스 등 공유 모델을 가지고 서비스를 하고 있는 기업들의 특징은 그 공간을 이용하는 분들이 그 공간을 소비한다는 것입니다. 따라서 공간 자체만 효율화하면 큰 문제 없이 서비스를 진행할 수 있습니다. 하지만, 저희 같은 공유주방업체는 그 공간이 소비가 아니라 창업을 하는 공간이고, 물건을 만들어서 판매를 하는 공간입니다. 따라서 공간의 효율성과 비용적인 측면에서 사회적으로 가지고 있는 의미가 훨씬 더 크다고 생각합니다. 또한, 생계형, 그리고 전업으로 창업을 하는 창업자들에게 실질적으로 가장 크게 도움을 준다는 점에서 다른 공유 서비스들과 차별화된다고 생각했기 때문에 외식사업 분야에서 공유서비스를 시작하게 되었습니다.

피콕은 어떤 브랜드이고, 피콕의 주요고객층, 타겟은 어떤 분들인가요?

저희의 주요 고객층은 소자본 창업자들, 즉 실패해서는 안되는 창업자들이 많습니다. 저희는 단순히 공간을 중개하는 것이 아니라 실제로 창업자한테

여기에서는 어떠한 메뉴로, 어떠한 브랜드로 창업하시는 것이 가장 실패 확률이 낮다는 것을 분석해 드리고 싶었고, 그것을 피콕을 통해 실현하고 있습니다. 무엇보다 나누다키친에서 창업하시려는 분들한테도 저희가 피콕서비스를 연계해드리고 있기 때문에, ‘여기서 공유주방으로 창업을 한다’를 넘어서서 ‘공유주방에서 어떻게 창업을 한다’까지 제공해줄 수 있는 기업으로 거듭나고 있습니다.

서비스를 기획할 때 가장 중요하게 생각하시는 것은 무엇이고, 그것을 어떻게 반영시키시나요?

서비스 기획에서 의외로 기획 자체나 아이디어는 그렇게 중요하지 않습니다. 물론 어느정도 중요하지만, 저희가 기획을 할때 시간을 가장 할애하는 부분은 ‘시장조사와 사업성평가’입니다. 기획을 하거나 아이디어 회의를 하다보면 아이디어가 굉장히 좋다고 느낄 수 있습니다. 그런데 실제로 그걸 고객이 필요로 하는지, 시장에서 제품이 되었을때 선택을 받을 수 있는지, 그리고 이 서비스가 지속적으로 제공 가능한지는 별도의 일입니다. 그래서 이걸 체크하기 위해 기획단계에서 50% 이상의 시간을 사업성 평가와 시장조사에 할애하고 있습니다. 고객의 니즈가 확실하고, 지속적으로 제공 가능하고, 수익성 또한 보장이 된다는 평가가 나오면 그때 본격적으로 아이디어를 구체화하는 단계로 넘어갑니다.

갑자기 닥친 팬데믹으로 인해 경영에도 큰 변화가 있었을 것이라 생각되는데요,

사업모델에 어떤 변화가 있었나요?

포트폴리오 상 저희가 취급하는 공유 공간의 80% 이상이 식당 공간이었고 10~20%만 배달전용공간이었는데, 작년 4월에 내부적으로 의사결정을 진행하여 배달공간을 80% 이상으로 포트폴리오를 전환시킨 것이 가장 큰 변화입니다. 약 3~4개월 동안 거의 회사의 전 인력이 프로젝트에 투입되었고, 그 과정에서 배달전용 공유주방에 필요한 메뉴, 운영 서비스, 그리고 상권 분석 등을 체계화해서 웹사이트까지 리뉴얼을 완료했습니다. 코로나 상황에서 빠르게 시장 현황을 파악하고 대응함으로써 위기를 극복하고 매출도 회복할 수 있었습니다.

위대한 상사가 앞으로 나아갈 방향이나 목표 및 비전은 무엇인가요?

소자본으로 창업을 시작하는 개인 창업자들의 경우, 혼자서 비즈니스를 만들어나가기 어려운 경우가 습니다. 그래서 실력과 열정이 충분하신 분들도 창업에 성공하지 못하는 경우가 많습니다. 그런 부분들을 저희를 통해서 해결하길 바랍니다. 그리고 저희가 엄청나게 큰 매출을 보장할 수 있는 솔루션을 제공하는 것은 아니지만, 저희를 통해서 혹시나 실패하더라도 그것을 발판삼아 다시 일어설 수 있는 창업문화가 만들어지길 바랍니다.

숙소, 체험, 장소를 모두 한 곳에서



ABOUT

공유경제의 혁신모델

에어비앤비는 공유숙박 O2O 서비스를 통해 세계적인 호텔 체인 ‘힐튼’의 기업가치를 넘어선 회사로 성장했다. 현재는 220개 이상의 국가, 10만 개의 도시에서 560만개의 숙소가 참여하고 있다. 에어비앤비의 숙박 공유 서비스는 전통적인 숙박 서비스를 넘어 유희 공간을 서로 빌려주는 비즈니스모델에 기존에 존재하지 않던 공유 모델이다. 숙박 공유 서비스는 숙소 공급자(host), 숙소 이용자(guest), 중개 플랫폼 소유자(airbnb)로 구성되어 있다. 이용자는 숙박료와 수수료를 지불하면 숙박료 일부는 공급자에게, 수수료는 에어비앤비에게 돌아가는 구조다. 2020년 7월, 우리나라도 규제 샌드박스를 통해 숙박 공유 서비스가 가능해졌다.

고객 중심 사고로 일하기

공유 숙박 이용객이 안심하고 공간을 구매하기 위해서는 ‘사진’이 중요한 역할을 한다는 것을 고객 관찰과 공감을 통해 발견하게 되었다. 에어비앤비는 전문 사진 기사의 퀄리티 높은 사진 촬영과 편집 서비스를 제공하면서 사용자가 폭발적으로 증가하게 되었다. 숙박 이용자는 숙박 유형, 가격, 위치를 기준으로 필터링할 수 있으며, 이용자들의 평가에 기반한 숙소 등급을 선택의 기준으로 삼을 수도 있다. 평가 등급이 높은 숙소는 다른 호스트에 비해 더 많은 예약을 받을 수 있다. 코로나19로 여행이 중단된

상황에서 에어비앤비 호스트가 수입을 올릴 수 있도록 ‘온라인 체험’ 서비스를 선보였다. 현지 전문가와 함께 독특한 액티비티를 직접 체험하거나 온라인으로 만나볼 수 있는 서비스로 개성 있는 호스트가 진행하는 특별한 활동에 참여하면서 이제는 집에서도 안전하게 현지 문화나 분위기를 체험할 수 있다. 그리고 게스트가 안심하고 머물 수 있도록 안전 기준을 새롭게 변경했고, 전 세계 에어비앤비 호스트는 새롭게 업데이트된 안전과 청소 수칙을 따르도록 한다.

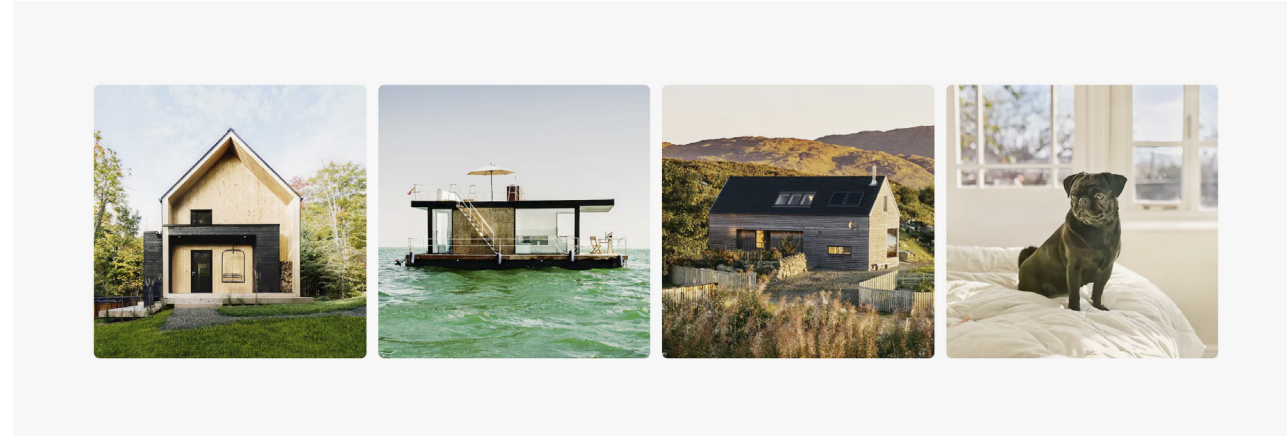
편견과 차별이 없는 플랫폼 만들기

에어비앤비의 목표는 모든 다양한 사람들이 편하게 여행할 수 있는 세상을 만드는 것이라고 한다. 모든 사람은 선하고 모든 커뮤니티는 구성원들이 편안한 소속감을 느낄 수 있는 곳이어야 한다고 말한다. 특히, 차별 없는 서비스를 만드는 것을 에어비앤비의 정체성과 핵심 가치라고 말하며, 이를 방증하듯 에어비앤비는 임직원 구성원의 성비, 인종과 민족을 모두 온라인으로 공개하고 있다. 2016년에는 전 미국시민자유연맹의 워싱턴 DC 지부장인 로라 머피와 함께 에어비앤비 플랫폼의 다양성과 포용성에 대한 전면 검토를 진행했고, ‘에어비앤비 커뮤니티를 위한 반차별 약속’을 제정하고, 한층 강화된 차별 금지 정책을 시행하며, 이를 위한 전담팀을 편성했다. 그 밖에도 장애인 편의시설을 갖춘 숙소를 확대하고, 장애인도 즐길 수 있는 체험 활동을 제공하기 위해서도 노력하고 있다.

HISTORY

- 2020 ● 구호 인력을 위한 숙소 프로그램 시작, 온라인 체험 서비스 시작, 청결강화기준 도입
- 2019 ● 700억 달러 거래, 40개 이상의 통화를 처리하는 플랫폼으로 성장
호텔투나잇 인수
- 2016 ● 2016년 체험 서비스 출시
- 2013 ● 샌프란시스코 브래넨 스트리트 888번지에 본사 이전
- 2011 ● 해외서비스 시작
- 2010 ● 에어비앤비 앱 론칭, 즉시 예약 기능 도입
- 2009 ● Airbnb로 사명변경, 제공 숙소를 방 단위에서 아파트나 집 전체, 휴가용 임대주택 단위로 확대
- 2008 ● 에어베드&브렌퍼스트 설립, 80건의 예약 수락
Airbnb Payment 출시

SERVICE



다양한 유형의 숙소를 검색하고
예약하는 온라인 서비스



모든 예약에 강화된
안전 수칙 기준 적용



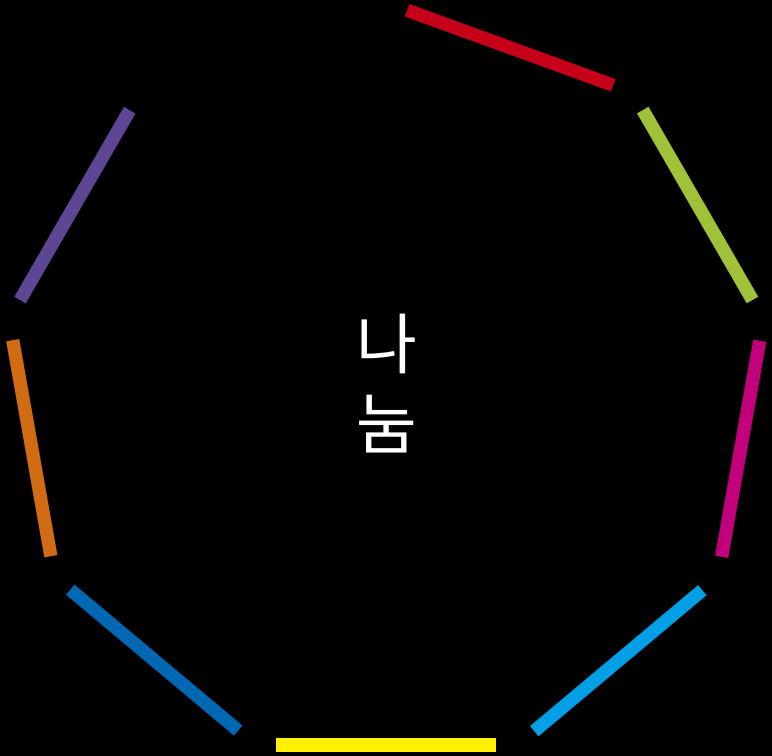
에어비앤비 직원 그룹인
Black@Airfinity가 인종차별 반대와
흑인 인권 신장에 지지를 표명하기 위해
촬영한 프로필 사진 시리즈



개성 있는 호스트가 진행하는
온라인 체험 서비스



현지 전문가가 진행하는
어드벤처 프로그램



B2B 대상의 아트작품 추천 서비스



ABOUT

아트콜라보의 대중화

청년 예술작가들이 수익을 얻지 못해 결국 창작활동을 접는 현실 속에서 88후드는 온라인을 통해 기업이 원하는 콘셉트에 맞는 작가와 아트콜라보를 진행하며 징검다리가 되어준다. 현재 아트콜라보는 유명 작가와 대기업 사이에서만 이벤트성으로 이뤄지는 상황이다. 하지만 88후드는 좋은 작품을 만드는 작가와 기업, 소상공인, 자영업자, 공간에 함께 아트콜라보를 할 수 있게 연결시켜 주며 서로의 니즈를 충족시켜 '아트콜라보의 대중화'를 목표로 한다. 예술 작가의 작품들을 다양한 공간, 제품에 연결하여 일상에서 접할 수 있는 아트, 문화의 접점을 높이는데 기여한다.

농산물 아트콜라보 '농작서비스 개발'

이번 컨설팅을 통해 88후드는 향후 서비스 확장을 위한 회사의 정체성을 수립하며 전략적인 비즈니스 모델과 운영 모델을 구체화하였다. 아트콜라보 굿즈 기획 방향성 수립하기 위해 현재 88후드가 보유하고 있는 굿즈와 기존 굿즈 패키지의 구성을 분석하였다. 이러한 조사를 통해 88후드만의 아이덴티티가 담긴 굿즈 기획 방향성이 필요하다는 문제를 정의했다. 또한 작가의 범위가 한정되어 있어 다양한 작가 스타일 보유를 통한 소싱 범위의 확장이 필요하다는 것을 발견하게 되었고 지속적인 굿즈 기획의 필요성을 파악하였다. 이번 과정을 통해 고객을 정의하며 MRO 사업으로 확장할 수 있는 굿즈 아이템을 고도화한 기회였다. 농산물에 집중해서 아트콜라보를 진행하는 새로운 서비스 론칭에 도움이 되었으며 매출과 사회적 가치를 높일 수 있었다.

HISTORY

- 2020 ● 경기도경제과학진흥원 공유기업 발굴육성사업 지원기업 선정
청년통합지원센터 알파라운드 입주
2020 예술경영 주간, 문화예술+기업 만남의 날 대상 수상
- 2019 ● 경기도경제과학진흥원 2019공유기업 발굴육성사업 지원기업 선정
우수산업디자인 상품 선정
- 2018 ● 아트콜라보 공간 디자인 사업을 목적으로 설립
예비사회적기업 지정

SERVICE



신진 작가 작품 발굴

SNS를 통해 자신의 작품을 알리는 신진 작가들을 발굴하고 그에 어울리는 컨셉의 아트콜라보를 진행할 기업과 기관을 매칭한다. 많은 신진 작가들이 잘 알려지지 못한 채 수익을 창출하기가 어려워 창작을 그만하는 경우가 있다. 아트 콜라보를 통해 더 많은 작가들의 작품이 사람들에게 알려지고 인정받는 것을 목표로 한다. 이렇게 발굴한 신진 작가의 작품들은 88후드에서 보유하여 기관에 맞는 아트 작품을 추천한다.



빠른 아트콜라보 매칭 프로세스

아트콜라보는 보통 계약기간만 3개월이라는 시간이 소요된다. 하지만 88후드에서는 이러한 과정이 빠르게 진행된다. 88후드에서 보유한 작가들의 작품들 속에서 아트콜라보 할 대상과 컨셉에 어울리는 작품을 선별해서 제안한다. 88후드의 디자이너가 아트 콜라보할 대상에 작품을 합성하여 아트콜라보 커스텀 작업을 전달한 뒤 기관이 최종 선택을 할 수 있게 한다. 간편한 전자계약으로 진행되어 빠른 프로세스를 자랑한다. 더 많은 기관과 작가들에게 아트 콜라보를 할 기회가 확장이 된다.

유휴공간 아트콜라보 사업

88후드의 아트콜라보 서비스는 제품과 공간으로 크게 나눌 수 있다. 공간의 경우, 사용되지 않거나 노후된 공간인 계단, 승강기, 벽, 문 등을 아트 갤러리로 활용하여 디자인 및 작품 설치를 진행한다. 88후드가 개발한 '아트 계단(Arthyedan)'은 계단에 작가의 작품을 쉽게 부착할 수 있도록 만들었다. 기존 부착 방식은 교체 시 제거하는 번거로움이 있었는데, 아트계단은 쉽게 탈부착이 가능하도록 만들어져 심미적인 면 외에도 실용적인 기능을 가지고 있다. 학교같은 경우는 계단과 승강기에 학교게시판 역할을 하는 정보를 작품과 함께 담아 전달률을 높일 수 있다. 현재까지 의정부고등학교, 고양 양일중학교, 문래 청소년센터, 양주희망도서관 등에 설치했으며 이외에도 가림막 프로젝트 등을 진행하고 있다. 추후에도 유휴공간을 마케팅 자원으로 활용하여 쾌적한 공간으로의 재탄생뿐만 아니라 기업의 홍보 효과와 신진 작가의 고용 및 수익 창출을 꾀할 수 있다.

발달장애인 디자인 콘텐츠 주류화



ABOUT

발달장애 디자이너의 사회진출

재능이 있는 발달장애인의 사회진출을 돕고자 발달장애인 디자이너 일자리 창출과 사회적 인식개선을 주로 하고 있으며, 디자인을 통해 다양한 사회적 문제의 대중적 관심을 키우는 데 기여하고 있다. 뿐만아니라 인기, 비인기 사회문제 간의 간극을 줄이기 위해 노력 하고있다. 장애 문제처럼 비인기 사회문제도 유니크하게 소개하며 대중과 산업의 관심과 주목을 얻는데 기여하고 있다.

키뮤 시즌2 : 키뮤 매거진

키뮤 시즌 2라 부르는 새로운 비즈니스 모델은 키뮤의 매거진을 통해서 환경, 난민, 동물권, 아동 인권, 바이러스 등 다양한 사회적 이슈에 대해 흥미를 유발한다. 매거진은 수치, 정보, 현 상황의 문제 전달이 주가 아닌 에세이, 셀럽 인터뷰, 소셜브랜드 소개 등과 같이 대중이 편하고 재미있게 구독할 수 있는 콘텐츠로 구성된다. 또한 매거진 콘텐츠와 관련한 상품을 개발해서 고객에게 홍보 하고 판매한다. 이 과정에서 새롭게 네이밍하고 공간의 아이덴 티티 확립, 브랜딩, 상품 개발과 관련한 프로젝트를 진행했다.

가설 수립과 프로토타입 제작 기획

1) 고객 의견 중심의 UX/UI 디자인, 2) 홈페이지 메인 구성, 3) 결제 페이지, 4) 회원 가입 프로세스 등 설문 조사와 인터뷰에서 얻은 정보를 바탕으로 기획과 UX/UI 디자인을 수정 및 보완했다.

전문디자이너로 육성

키뮤스튜디오는 예술에 재능 있는 발달 장애인을 발굴하고 전문적인 미술, 디자인 교육을 통해 특별한 디자이너로 성장 할 수 있도록 지원한다. 발달장애인 문화예술 대학 ‘충현비전대학’에 키뮤디자인 학과를 설립하여 예술적 재능이 있는 발달장애인을 교육하고 전문디자이너로 육성한다. 특별한 디자이너가 그린 아트웍을 바탕으로 여러가지 아트 굿즈를 제작하여 판매하고, 기업과 콜라보레이션 프로젝트도 진행한다. 또한 온-오프라인으로 전시회를 열어 키뮤의 아트웍을 선보이기도 한다.

HISTORY

- 2019 ● ‘한국조폐공사’ 골드 메달 펜던트 콜라보레이션
타투 스티커 ‘인스턴트 타투’ 타투 그래픽 콜라보레이션
서울 디자인 페스티벌 참가, 서울 리빙 디자인 페어 참가
- 2018 ● 서울 디자인 페스티벌 참가, ‘네이처리퍼블릭’, 그린홀리데이 콜라보레이션 3rd
이태리 패션 브랜드 ‘델레스트’ 콜라보레이션, 음료 브랜드 ‘부루구루’ 콤부차 패키지 콜라보레이션
- 2017 ● ‘Wait 7’ 키뮤 원화작품 이미지 사용 라이선스 계약 체결
‘네이처리퍼블릭’ 그린홀리데이 콜라보레이션 2nd
- 2016 ● 서울 디자인 페스티벌 참가
‘네이처리퍼블릭’, 그린홀리데이 콜라보레이션 1st / ‘KIMUCOFFEE’ 블렌딩 및 오픈
패션 브랜드 ‘Leccove’ 2017 fw 시즌웨어 콜라보레이션
패션 브랜드 ‘Leccove’ 2016 fw 시즌웨어 콜라보레이션
- 2015 ● 미국 뉴욕 NYNOW 전시 참가
- 2014 ● 중국 완구회사 ‘RUYI’, 나무 완구 캐릭터 콜라보레이션
독일 FDF 플라워 ‘미라드플라워’ 컴퍼니, ‘핑커트리’ 제품 콜라보레이션
이태리 프리미엄 커피 ‘KISSO’, 더치커피 패키지 콜라보레이션
미국 뉴욕 NYNOW 전시 참가
- 2013 ● 도시작가 ‘송인호’ CITY of KIMU 콜라보레이션
서울 디자인 페스티벌 참가, 미국 뉴욕 NYNOW 전시 참가
영국 런던 KBEE(Korea Brand & Entertainment Exhibition) 참가, 중국 광저우 캠페어 참가
- 2012 ● 가구디자이너 ‘방은숙’, KIMU STOOL 공동연구개발
서울 디자인 페스티벌 참가 프랑스 파리 메종오브제

SERVICE



전시

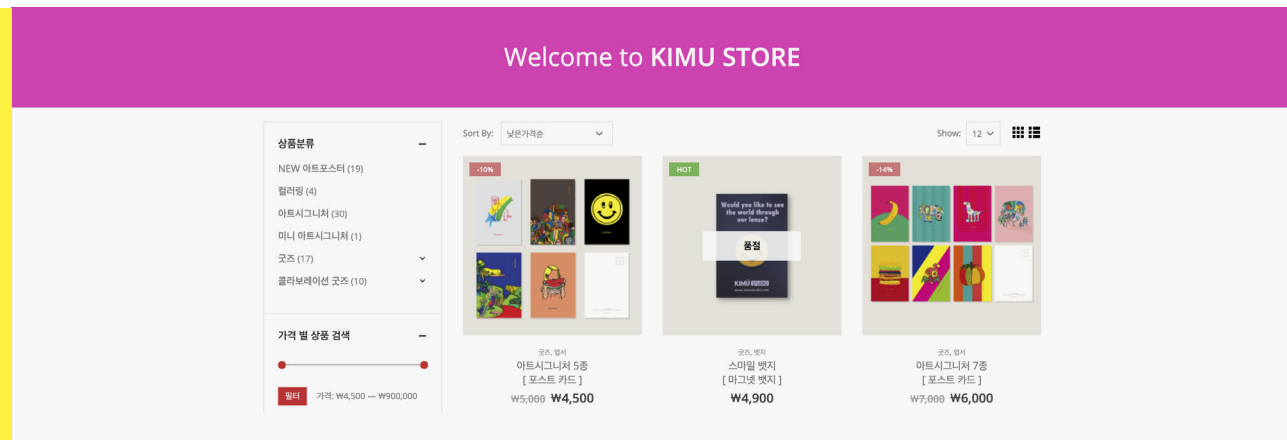
아트 시그니처



패키지 디자인



일러스트&그래픽



스토어

INTERVIEW

“안녕하세요, 콘텐츠로 세상의 경계를 허무는 키뮤 스튜디오 대표, 남장원입니다.”

키뮤 스튜디오에 대해 구체적으로 소개해주세요.

키뮤 스튜디오는 콘텐츠로 세상의 경계를 허무는 스타트업입니다. 키뮤는 발달장애인인 특별한 디자이너들과 함께 유니크한 디자인을 선보이고 있습니다. 현재까지 삼성전자, 페레로로쉐 등 글로벌 브랜드들과 디자인 콜라보를 진행하였습니다. 키뮤의 디자인은 독특한 감성과 유니크함으로 많은 사랑을 받고 있습니다. 발달장애 관련 소셜 임팩트 기업에서, 최근에는 다양한 사회문제를 키뮤의 아트워크와 매거진으로 표현하는 소셜 콘텐츠 스튜디오로 그 영역을 넓혀가고 있습니다.

키뮤 스튜디오를 시작하게 된 계기는 무엇인가요?

2008년에 발달장애인 미술교육 봉사활동을 했습니다. 이때 학생들의 그림이 굉장히 유니크하고 매력적으로 다가왔습니다. 이 그림들로 발달장애인이 지속적으로 일할 수 있는 생태계를 만들 수 있지 않을까 라는 생각이 들었습니다. 이후 국내,외의 미술에 재능이 있는 발달장애인들을 만났습니다. 전문팀을 구성해 발달장애인 디자인 교육 커리큘럼을 개발하고 사업개발 테스트를 시행했습니다. 그 과정에서 국내,외 전시(*국내: 리빙디자인페어, 디자인페스티벌 / *해외: 파리 메종 오브제, 뉴욕나우)에 참여했고, 사업성과 디자인 퀄리티를 검증받았습니다. 그리고 2018년에

키뮤 법인을 설립하고 본격적으로 사업을 시작했습니다

키뮤 디자인학과를 만들어 발달 장애인들의 디자인 교육을 맡고 계신데, 키뮤만의 특별한 교육 방식이나 과정이 있나요?

충현 비전대학에서 운영하는 키뮤 디자인 학과에서 저희는 디자인 교육을 진행하고 있습니다. 학과는 총 3년 과정으로, 이 기간 동안 다양한 관찰 방법으로 발달장애인 학생이 디자이너로 일하는 것이 적합한지 확인합니다. 그림을 그리는 일을 즐거워 하는가, 업무에 집중이 가능한가, 디자인적 장,단점은 무엇인가, 커뮤니케이션의 정도는 어떠한가 등을 확인하며 교육을 진행합니다. 발달장애인 디자이너에게 가장 중요한 역량은 장애·비장애인들과 함께 어울려 일할 수 있는 역량입니다. 키뮤 디자인학과는 단순 디자인 교육과정이 아니라, 발달장애인이 디자이너라는 직업을 가지고 키뮤 스튜디오의 구성원이 되어가는 일련의 과정입니다.

키뮤 스튜디오는 일반 디자이너들과 특별한 디자이너들의 협업 체계로 활동을 한다고 하는데, 협업 할 때의 방식은 어떤 것인가요?

키뮤는 독특한 아트워크 프로세스를 가지고 있습니다. 하나의 아트워크를 한 명이 완성

하는 것이 아니라, 여러명이 하나의 아트워크를 함께 완성하는 것입니다. 저희는 이것을 콜라보러티브 아트워크 시스템이라고 부릅니다. 특별한 디자이너는 아트워크 에 활용되는 원화 소스를 개발합니다. 그리고 컬러리스트 등과 협업하여 후반보정 등의 작업을 추가해서 아트워크 을 완성합니다. 비장애 디자이너는 아트워크 에 대한 방향성을 알려주는 아트디렉터 역할을 수행합니다. 아트디렉터는 파트너 및 클라이언트와 커뮤니케이션하며 아트워크 의 최종 결과물을 마무리 지어 전달하는 역할도 합니다. 키뮤의 콜라보러티브 아트워크 시스템은 결국 다양한 협력관계로 하나의 프로젝트를 완성하는 것입니다.

인테리어 플랫폼 ‘오늘의 집’에 입점하였는데 이로 인한 변화나 기대하는 바는 무엇인가요?

저희의 베스트 셀러 상품 중 하나가 아트 포스터입니다. 오늘의 집에 입점한 것을 계기로, 키뮤의 아트워크를 인테리어에 관심있는 소비자들에게 전달하고, 라이프스타일 & 리빙 분야로 시장을 확대해 나갈 수 있기를 기대합니다.

키뮤 스튜디오가 꿈꾸는 사회는 어떤 사회인가요?

저희는 사람들이 사회문제에 관심과 공감을 가지고, 스스로 긍정적인 변화를 이끌어 나갈 수 있는 사회가 되었으면 합니다. 사회적 문제를 정책적으로 풀어나가는 것이 정부와 비영리단체들의 영역이라면, 키뮤는 사회적 문제를 답답하고 어려운 문제로

바라보는 것이 아닌, 공감할 수 있는 하나의 ‘콘텐츠와 문화’로 풀어 내는 역할을 하고 있다고 생각합니다. 키뮤가 꿈꾸고 추구하는 문화를 만들어 가는 사람들을 우리는 ‘키뮤즈’라고 부릅니다. 저희는 이런 키뮤즈들과 함께, 우리 사회에 컬러풀한 물감 한방울을 퍼뜨리고 싶습니다.

키뮤 스튜디오가 앞으로 나아갈 방향이나 목표 및 비전은 무엇인가요?

키뮤의 특별한 디자이너들은 ‘장애에 대한 편견을 허무는 소셜미션을 가진 사람들’에서 ‘다양한 사회적 가치를 만들어 내는 체인지메이커’로 활동하고 있습니다. 이를 통해 대중과 소셜임팩트 사이를 이룰 수 있는 다양한 사업을 런칭 하고자 합니다. 가장 먼저 런칭되는 XYZ by KIMU는 패션디자이너에 소셜 이슈를 접목한 신규 브랜드입니다. 우리에게 어렵게 느껴지는 다양한 사회문제(환경, 인권, 동물권, 난민, 아동문제, 소득불균형 등)를 대중적 눈높이에서 풀어내 사회의 관심을 이끌어내는 브랜드입니다. 이와 같이 앞으로도 새로운 콘텐츠 및 제품을 개발하고 다양한 소셜브랜드와 비영리단체들과 협력하여 사회적 가치와 대중적 트렌드가 만날 수 있는 접점 만들어 나가려 합니다. 이를 통해 임팩트 생태계의 트렌드를 리드하고, 하나의 문화를 만들어 가는 회사로 도약하고자 합니다.



REFERENCE

소통	소소한소통	소소한 소통 공식 홈페이지 http://www.sosocomm.com/
	소보로	소보로 공식 홈페이지 https://www.sovoro.kr/
환경	몽세누	몽세누 공식 홈페이지 https://montsenu.com 한국경제TV, 2020.12.11 https://news.naver.com/main/read.nhn?oid=215&aid=0000921841
	아트임팩트	아트임팩트 공식 홈페이지 https://artimpact.kr
주거	아이부키	아이부키 공식 홈페이지 https://www.ibookee.kr/index.php?mid=index 착한 컨테이너 '아이부키', 뉴스토마토, 2015.9.01 http://www.newstomato.com/ReadNews.aspx?no=581404 아이부키, 서울잡스, 2015.06.11. https://seouljobs.net/recruit/ibookie-3/
	알티비피얼라이언스	알티비피얼라이언스-스트리밍하우스 MOU... 워크케이션 실현 앞장, 한국경제, 2020.12.03 https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=015&aid=0004460921 비플러스 소셜투자프로젝트 제126호 https://benefitplus.kr/campaigns/176
안심	뉴베이스	참고 아티클 및 기사 BRAND STORY — 에듀테크 소셜벤처, 뉴베이스를 소개합니다. 코로나19: '영웅, 천사'라는 수식어는 필요 없습니다. 사람으로 대우해 주세요' '신종 코로나'로 간호 실습 교육 중단 병원 ↑ ...간협, 대책 마련 Vulabo - 의료실습 접근성 문제를 해결한다 http://www.newstomato.com/readNews.aspx?no=833466 뉴스토마토, "재난으로부터 안전한 사회를 디자인합니다" 뉴베이스 홈페이지, 뷰라보 홈페이지, 뷰라보 서비스 소개서 https://riskcenter.tistory.com/entry/유관기관-합동-훈련-가능한-뉴베이스-재난도상훈련-툴킷 이로운넷 https://www.eroun.net/news/articleView.html?dxno=12663
		Crime in the U.S. 2019 8 Surprising Home Burglary Facts and Stats 아마존이 찾아낸 '반지(Ring)' 이야기 미국은 '스마트 초인종' 한국은 '스마트 월패드' http://www.koreadaily.com/news/read.asp?art_id=7757313 '스마트 초인종' 절도범 잡았다, 중앙일보 Neighbors (app) Wikipedia 링 홈페이지 Neighbors by ring(Android)

이동	쏘카	쏘카 공식 홈페이지 https://www.socar.kr/ 캐스팅 공식 홈페이지 https://brand.casting.socar.kr/
	엘비에스테크	SOCIAL DESIGN STORYBOOK, 한국디자인진흥원, 2020.12.31
사업	엔톡	서울시 소셜벤처허브 https://blog.naver.com/svhcenter/221649659397 엔톡 공식 홈페이지 http://antock.com/
	퍼플더블유	https://weconnect.kr/about-service https://weconnect.kr/about
여가	위대한상사	나누다키친 공식 홈페이지 http://nanudakitchen.com 코로나19가 가져온 소비행태의 변화 하나금융연구소, 2020.05.21. http://www.hanaif.re.kr/boardDetail.do?hmpSeqNo=34411
	에어비앤비	에어비앤비 공식 홈페이지 https://www.airbnb.co.kr
나눔	88후드	한국사회적기업진흥원 블로그 https://blog.naver.com/se365company/222146407031
	키뮤	디자인프레스 https://blog.naver.com/designpress2016/221857111148 키뮤 스튜디오 공식 홈페이지 https://kimustudio.com/

기 획

혁신성장본부 강필현 본부장

발행처

한국디자인진흥원

디자인

untide.org

발행일

2020년 12월

연락처

031-780-2035, 2236

주 소

경기도 성남시 분당구 양현로 322, 코리아디자인센터

© 한국디자인진흥원

본 책자는 '2020 디자인주도 혁신역량강화 사회적기업사업'의 일환으로 한국디자인진흥원이 발행하였습니다.

본 책자에 실린 글과 도판은 한국디자인진흥원의 동의없이 무단으로 사용할 수 없습니다.

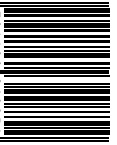
**S O C I A L
D E S I G N
I N N O V A T I O N**

SOCIAL DESIGN INNOVATION




© KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

9 791190 344854
ISBN 979-11-90340-95-4



03600



대한디자인연구소