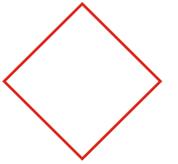


2020 디자인주도
사회적기업 혁신역량 강화사업

SOCIAL DESIGN STORYBOOK



사회 혁신을 이끄는 디자이너 매칭

SOCIAL DESIGN STORYBOOK 사회 혁신을 이끄는 디자이너 매칭 | 2020 디자인주도 사회적기업 혁신역량 강화사업

SOCIAL
DESIGN
STORYBOOK



목차

1 프롤로그

- 서비스디자인으로 만들어가는 사회적 경제조직 혁신 4
- 서비스디자인이란 5
- 사업 배경 6
- 추진 전략 8
- 지원 내용 및 프로세스 10
- 참고 사례 11

4 사회혁신 역량강화 교육

- 사회혁신 역량강화 교육이란? 58
- 커리큘럼 소개 59
- 멘토 참여 소감 60
- 행사 스케치 64

2 프로그램 소개

- 프로그램 소개 16
- 프로그램 운영 내용 17

5 [부록] 강의 노트

- OT 강연 | 소셜섹터에 대한 이해 68
- 온라인 강연 1회차 | 82
디자이너 역할과 마인드셋
- 온라인 강연 2회차 | 107
스타트업 디자이너로 살아남기
- 온라인 강연 4회차 | 116
디자이너의 사회적 책임
- 최종워크숍 강연 | 128
소셜벤처에서 디자이너 정체성 잡기
- 최종워크숍 | 142
지금의 나, 돌아보기 워크시트

3 참여기업 소개

- 어뮤즈트래블 20
- 애프터레인 23
- 조세통람 26
- 플레이31 29
- 논스페이스 32
- 달리웍스 35
- 남의집 38
- 파란공장 41
- 아토머스 44
- 구스타 47
- 월드홈닥터 50
- 하이사이클 53

1

프롤로그

- 서비스디자인으로 만들어가는 사회적경제조직 혁신
- 서비스디자인이란?
- 사업배경
- 추진전략
- 지원 내용 및 프로세스
- 참고 사례

서비스디자인으로 만들어가는 사회적경제조직 혁신

지난 12월 10일, 한국 사회에 아주 중요한 선언이 있었습니다. 바로 ‘2050 탄소중립’ 비전 선언입니다. 이날은 선언식 외에 행사의 연출에도 많은 주목을 받았는데요, 문재인 대통령이 착용한 검색 계열의 넥타이가 그중에 하나였습니다.

탄소 중립의 의미를 강조하기 위해 특별히 준비된 이 넥타이는 페트병 등을 재활용해 제품을 만드는 소셜벤처 ‘몽세누’의 제품이었습니다. 수없이 많은 넥타이 브랜드 중에서 ‘몽세누’라는 신생 기업이 이런 기회를 어떻게 얻을 수 있었을까요?

다가올 미래를 앞서서 준비하는 혁신기업 ‘몽세누’는 산업통상자원부와 한국디자인진흥원이 2020년 진행한 <2020 디자인주도 사회적기업 혁신역량 강화사업>에 참여한 55개 기업 중 하나입니다.

국내에서 시도되지 않았던 탄소중립 넥타이가 처음으로 모습을 드러냈던 것처럼, 해당 사업이 진행되는 동안 이들 혁신기업들은 현재의 필요에 머무르지 않고, 미래의 가치와 혁신의 기회를 포착해서 이를 현실화하고자 노력하였으며, 그 중심에는 디자인이 있었습니다.

‘디자인이 곧 혁신이다’라는 관점은 IBM, 포드와 같은 대형 다국적기업을 비롯해 에어비앤비 같은 유니콘 기업에 이르기까지 보편적인 원칙으로 자리잡았습니다. 에어비앤비 창업자는 ‘어떻게 디자인씽킹은 망해가는 스타트업을 유니콘으로 만들었는가?’라는 제목의 기고문을 통해 난항을 거듭하던 에어비앤비가 디자인을 통해 어떻게 고객의 진짜 필요를 발견하고 이를 비즈니스모델로 혁신할 수 있었는지를 설명합니다.

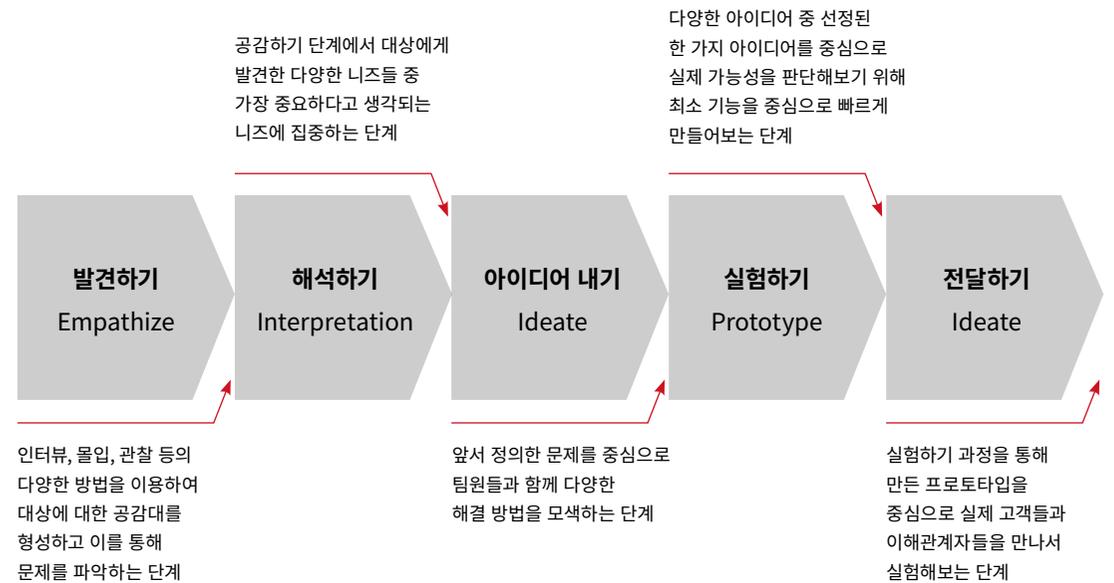
엠와이소셜컴퍼니(MYSC)가 함께 한 <2020 디자인주도 사회적기업 혁신역량 강화사업>은 아주 작았던 에어비앤비가 현재의 유니콘 기업이 된 것처럼, 지금은 작은 규모일지라도 미래의 유니콘이 될 잠재력 있는 55개 기업에 성장의 발판을 지원하는 프로그램입니다.

비즈니스모델 개발 23개 기업, 디자인 컨설팅 20개 기업, 디자인 인력 지원 12개 기업 등 총 55개 탐색해간 서비스디자인을 통한 혁신 이야기를 관심 있는 분들에게 나누고 또 이를 활용해보실 수 있도록 이번 보고서를 기획하였습니다.

앞으로도 산업통상자원부와 한국디자인진흥원은 사회적 가치를 실현하고자 하는 기업이 디자인을 통해 더욱 발전할 수 있도록 지속적으로 지원하겠습니다.

서비스디자인이란?

서비스디자인은 서비스를 설계하고 전달하는 과정 전반에 인간 중심 디자인 방법을 적용하여 사용자의 생각과 행동을 변화시키고 경험을 향상시키는 방법론입니다.



배울 수 있는 단계별 방법론

발견하기	해석하기	아이디어 내기	실험하기	전달하기
1. 관찰	1. 문제정의	1. 브레인스토밍	1. 프로토타이핑	1. 비즈니스모델 캔버스
2. 데스크리서치	2. 고객여정맵	2. 아이디어 스케치	2. 테스트	2. 마케팅 블루프린트
3. 인터뷰	3. 퍼소나			
4. 설문조사	4. 린브랜딩			
	5. 어피니티 다이어그램			

사업 배경

“복잡하고 다양한 사회문제가 증가됨에 따라 사회적경제조직의 책임과 역할이 증대되고 있다.”

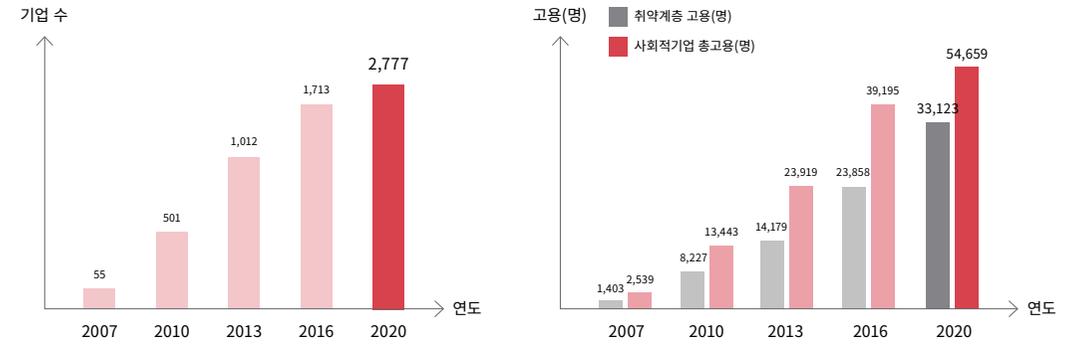
“사회적경제 생태계의 양적인 성장뿐 아니라 **질적인 성장**을 위해 혁신역량을 보유한 기업의 발굴과 육성이 필요하다.”

현재 국민의 삶을 가장 어렵게 만드는 사회문제 Top 30

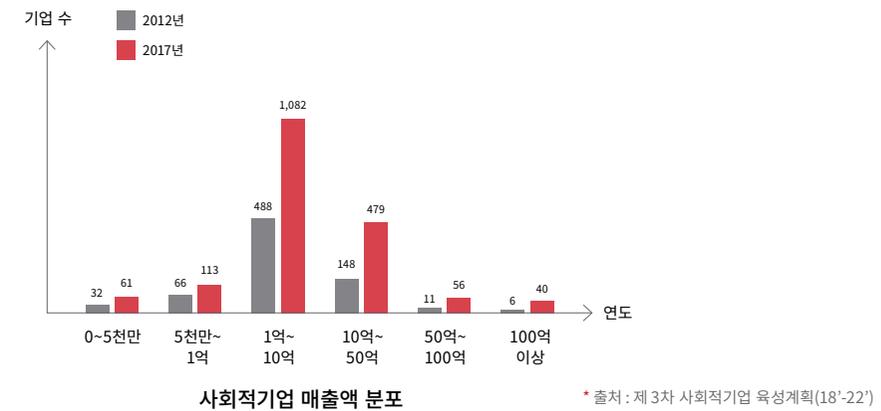
순위	현재 국민의 삶을 가장 어렵게 만드는 사회문제 Top 30	현재 임팩트	이러 임팩트 (변화)	문제 해결 난이도
1	소득 양극화 심화(부익부 빈익빈)	100	100 (-)	65
2	노인 빈곤 심화 및 불안정한 노후생활	99	99 (-)	77
3	집값 불안정(전셋값 폭등 등) 및 주거 부담 증가	98	95 (▼ 3)	14
4	일생활 불균형(일가정 양립 불가능, 높은 근로시간)	97	78 (▼ 19)	65
5	플라스틱 사용 및 배출	96	90 (▼ 6)	51
6	노동 주거지 및 주거 생활권 불균	95	94 (▼ 1)	58
7	확장지상주의 및 학벌·학벌 차별 관행	94	75 (▼ 19)	43
8	결혼·출산·양육 친화적인 사회 시스템 부족	93	91 (▼ 2)	16
9	복지 수요에 비해 부족한 복지	92	92 (-)	81
10	청년 일자리 부족	91	71 (▼ 20)	74
11	교육비 부담(비싼 등록금 문제 등)	90	85 (▼ 5)	31
12	투명하지 못한 정부 운영(정부 신뢰 하락)	89	87 (▼ 2)	47
13	성별·연령별 맞춤형 일자리 및 안전망 부족	88	89 (▲ 1)	56
14	경기침체 지속 및 금융산업 경쟁력 부족	87	88 (▼ 19)	40
15	미세먼지 증가 및 노인·어린이 등 취약계층 지원 대책 부족	86	93 (▲ 7)	87
16	가계부채 증가	85	88 (▲ 3)	60
17	어려운 재취업	84	84 (-)	57
18	성범죄(성폭력 사건 등) 증가	83	91 (▲ 8)	41
19	이념·지역·정치적 갈등 심화	82	72 (▼ 10)	51
20	공공서비스 및 사교육 심화	81	73 (▼ 8)	71
21	고령화 심화	80	97 (▲ 17)	20
22	정신질환 및 자살 증가	79	54 (▼ 25)	63
23	복합 미사일·복합 문제 및 남북관계 갈등	78	86 (▲ 8)	76
24	태풍	77	63 (▼ 14)	55
25	세대·연령간 갈등 및 격차 심화	76	83 (▲ 7)	87
26	부정부패 및 뇌물수수	75	65 (▼ 10)	66
27	개인정보 유출 및 사생활 침해 증가(사이버 범죄 및 온라인 성범죄 증가 등)	74	64 (▼ 10)	35
28	지역 간 문화격차 심화	73	76 (▲ 3)	64
29	외국인 노동력 증가	72	96 (▲ 24)	36
30	감염병 확산 및 대응 체계 부족	71	74 (▲ 3)	8

* 출처 : 한국인이 바라본 사회문제 2020 인식조사 & 이슈 분석(사회적가치연구원, 트리플라잇)

현재 국민의 삶을 가장 어렵게 만드는 사회문제 30가지는 위와 같이 다양하다. 기술의 발전과 함께 삶의 변화 속도가 빨라지면서 사회문제는 더욱 복잡해지고 난이도가 높아져 가고 있다. 이렇게 난이도 높은 사회문제가 기하급수적으로 증가하고 있어 기존 정부 주도의 정책·복지서비스로는 사회문제를 해결하는 데 한계가 있다. 이에 따라 민간분야에서 재무적 가치와 사회적 가치를 함께 창출하며 빠르게 대응할 수 있는 사회적경제조직의 역할과 책임이 점점 더 커지고 있다.



* 출처 : 출처: 2020년도 제6차 사회적기업 인증 결과 발표 (2020.12.31) 고용노동부

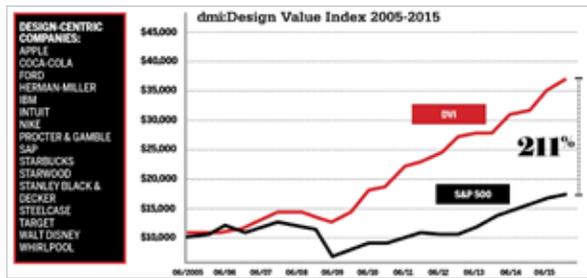


* 출처 : 제 3차 사회적기업 육성계획(18~22)

2007년 사회적기업 육성법을 제정한 이래로 2020년의 사회적기업 수는 약 46배, 고용 규모는 약 20배 이상 성장하였으나 질적 성장은 그렇지 못하다. 100억 이상의 경제적 가치를 창출하는 사회적기업은 단 2%(40개)에 불과하고, 매출도 10억 미만으로 집중되어있다. 양적으로 성장한 사회적기업의 내실을 다져 경제적 가치도 창출하는 유망한 사회적기업으로 성장하기 위해서는 사회적기업의 혁신 역량을 키울 수 있는 지원이 불가피한 상황이다.

추진 전략

“기업 경영에서 디자인 사고의 도입은 기업의 성장과 재무적인 성과로 이어질 수 있으며 디자인 혁신 역량이 사회적기업에도 효과적으로 적용될 수 있다”



디자인 가치 인덱스(Design Value Index)



맥킨지 디자인 인덱스 (McKinsey Design Index, MDI)

Level of Design Org Maturity	Attributes	DESIGN USED FOR...					
		DEVELOPMENT AND DELIVERY		ORGANIZATION		STRATEGY	
5 Optimized	Processes Proactively, Continuously Improved						Vertically, group will be more productive, improve quality, reduce risk and waste
4 Managed	Processes Modified/ Varied Based on Feedback						
3 Defined	Processes Standardized						
2 Repeatable	Basic Project Management						
1 Initial/Ad Hoc	Heroic Efforts						

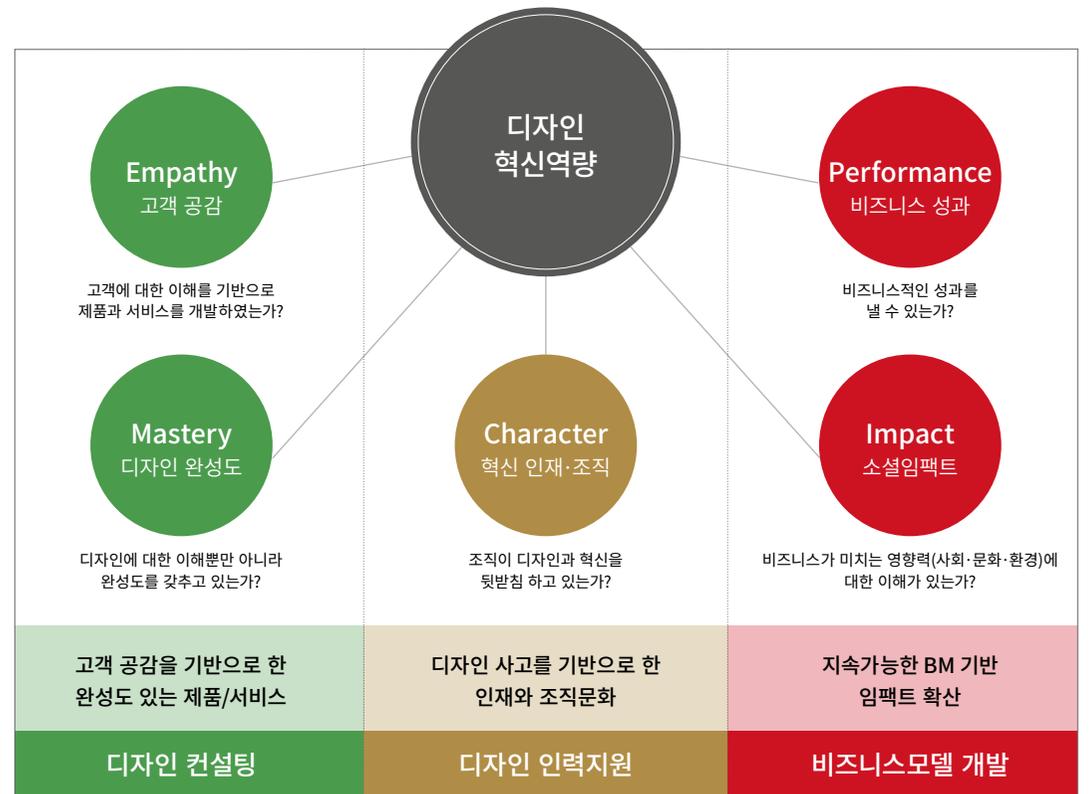
디자인 가치 스코어카드(Design Value Scorecard)

Design Value Index¹에 따르면 고객 니즈를 탐색하고 반영하는 디자인 방법론을 경영에 도입했을 때 기업 가치가 상승한다는 것이 증명되었다. S&P 500대 기업의 평균 주가지수와 비교하여 디자인 경영을 도입한 기업의 주가가 211%나 더 높은 것으로 분석된다.

기업의 디자인 역량에 대한 필요성이 높아지고 있으며 이를 적용하기 위해 McKinsey Design Index(MDI)², Design Maturity Survey³, Design Value Scorecard⁴ 등 다양한 지표들도 제안되고 있다. 본 사업에서는 디자인 지표를 사회적기업의 상황에 맞게 적용하여 기업들이 디자인 방법론의 효과를 실감할 수 있도록 하고자 한다.

¹ 디자인을 통한 기업 경영과 사회 혁신을 촉진하는 비영리 단체인 DMI(Design Management Institute)에서 디자인 방법론의 경영 적용에 있어서 효과성을 검증하기 위해 만든 기업 성장 지수
² 글로벌 컨설팅 기업 맥킨지앤드컴퍼니(McKinsey&company)에서 기업의 디자인 역량을 측정하기 위해 만든 지표
³ 디자인 경영 전략 컨설팅 기업 아티팩트 그룹(Artefact Group)에서 조직내 디자인 성숙도를 측정하기 위해 만든 지표
⁴ DMI(Design Management Institute)에서 기업의 경영활동 가운데 디자인을 통해 얼마나 가치창출을 하고 있는지 측정하는 평가 지표

“디자인 사고의 비즈니스 적용을 위한 핵심 역량 5가지를 기반으로 사회적기업 혁신역량 강화 프로그램 기획”



* 출처 : Definitions used by Artefact

기업의 디자인 성숙도 진단 지표인 Design Maturity Survey*에서 제안된 5가지 핵심지표(고객 공감, 디자인 완성도, 혁신 인재 조직, 비즈니스 성과, 임팩트)를 기반으로 프로그램을 기획하였다.

본 프로그램은 사회적경제조직의 혁신 역량을 강화하기 위해 고객 공감과 디자인 완성도를 높이는 ‘디자인 컨설팅’, 디자인 인재를 매칭하는 ‘디자인 인력지원’, 비즈니스 성과와 임팩트를 도출하는 ‘비즈니스모델 개발’로 구성하였다.

지원 내용 및 프로세스

지원 내용

디자인 컨설팅	서비스디자인 전문가 그룹 구성, 소비자 리서치, 마케팅 전략 수립, 제품·서비스 개선 등 집중 컨설팅 지원
디자인 인력지원	디자인 전문인력 채용연계 및 인건비 보조 지원, 전문인력의 역량강화 교육 지원
비즈니스모델 개발	사회적 혁신 비즈니스모델(BM) 개발 및 실증에 필요한 사업비 지원

지원 프로세스

프로그램	모집 및 선발	전체 프로세스		특화 프로그램	
디자인 컨설팅	20개사	소셜 디자인 데이 *혁신역량 진단 워크숍	사전진단 * 컨설팅 모듈 선택	집중 컨설팅	소셜 디자인 데모데이 *투자 유치 위한 VC 초청 성과발표회
디자인 인력지원	12개사		소셜디자이너 리쿠르팅	사회혁신 역량 강화 교육	
비즈니스모델 개발	23개사		성과지표 설정 *경제적/사회적/디자인적 지표	액셀러레이팅	

참고 사례



우버 (Uber)

“자동차를 공유해 새로운 교통수단을 만든다”



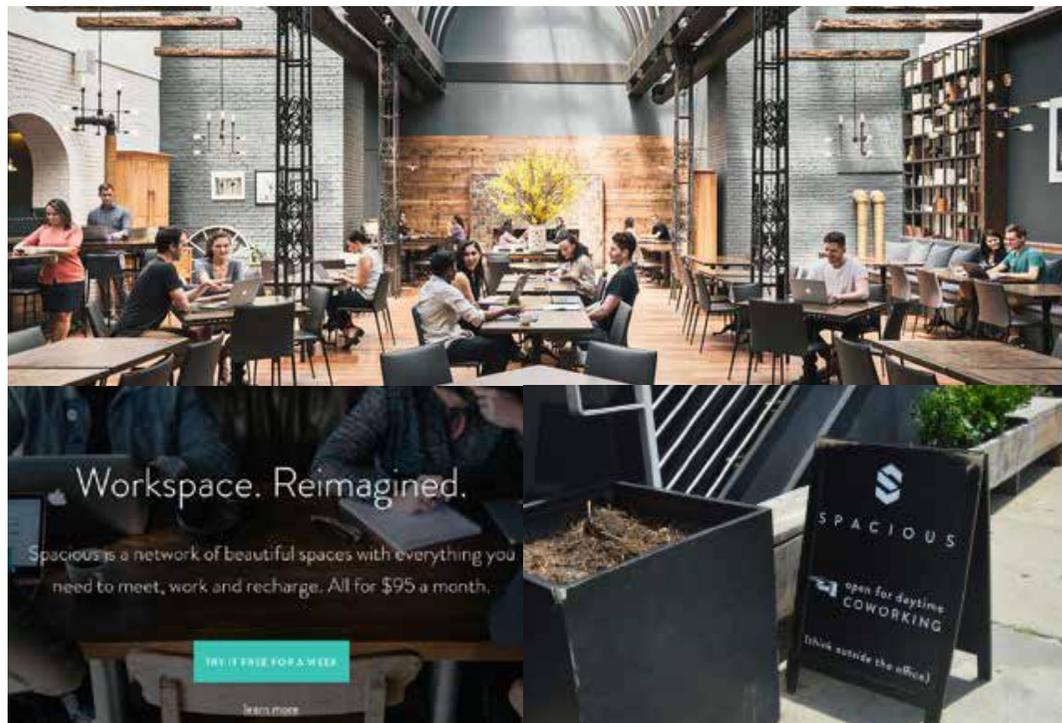
우버는 자동차 공유 서비스를 통해 미국 3대 완성차 업체를 합한 가치보다 더 높은 평가를 받은 회사이다. 모바일을 통해 5분 안에 택시를 잡을 수 있고, 운전자 정보를 사전에 확인할 수 있는 편리함을 기반으로 한 앱을 출시하자마자 세계 100개의 도시에 퍼졌다. 이에 멈추지 않고 끊임없이 고객의 피드백을 받아 장애인, 임산부 및 노인 등 교통약자를 대상으로 우버어시스트 서비스를 론칭하여 접근성을 개선해 더욱더 많은 사용자를 확보할 수 있었다.



사업

스페이스스 (Spacious)

“도심의 유휴 공간을 공유 공간으로 만들다”



스페이스스는 저녁에만 운영하는 최고급 레스토랑의 공간을 낮 시간에 임대하여 활용하는 코워킹스페이스 서비스를 제공하는 회사이다. 공유 공간 사업의 후발주자로 시작하였지만, 흔해진 코워킹스페이스에 고객들이 비싼 멤버십을 지불하기를 원치 않고, 커피숍보다는 더 편안하고 조용한 장소를 원한다는 것을 발견하였다. 이를 반영하여 월 129달러라는 저렴한 가격에 좋은 공간을 사용할 수 있다는 장점으로 많은 사용자들을 확보하였고, 위워크를 운영하는 위컴퍼니에 인수되었다.



나눔

테스트웍스 (Testworks)

“과학기술로 사회적 편견을 깨다”



테스트웍스는 발달장애인을 고용하여 인공지능 학습 데이터를 수집하여 가공까지 직접 다루는 기업으로 올해 ‘소프트웨어 고성능클럽200’에 선정된 우수기업이다. 발달장애인이 갖고 있는 탁월한 능력 (수인지능력, 반복되는 업무에 대한 집중력 등)이 IT직무에 적합하다는 것을 발견하였다. 이들을 고용하기 위해 발달장애인의 행동을 관찰하고 수많은 테스트를 진행하여 이들에게 적합한 직무를 개발해 10명의 발달장애인과 함께하고 있다.

MEMO

2

프로그램 소개

- 프로그램 소개
- 프로그램 운영 내용

프로그램 소개

프로그램 소개

사회적경제조직과 디자이너의 연결 및 교육을 통해

사회적경제조직의 성장 동력과 디자이너의 혁신 역량을 강화하는 프로그램

사회적경제조직이 디자이너 신규 채용시 인건비 50%를 지원하고, 디자이너에게는 사회적경제조직에서 주도적으로 일할 수 있는 혁신 역량 강화 교육프로그램을 지원한다.

- 지원대상 : 디자인 투자 시 발전가능성이 높으며 일자리를 창출할 수 있는 사회적경제조직
- 지원기간 : 지원 협약일 ~ 2020.12월 (약 6개월)
- 지원금액 : 지원기간 동안 매월 아래의 디자이너 등급별 노임단가에 따라 정부지원금 지원

구분	총괄	특급	고급	중급	초급	보조
요건 (디자인 학사 졸업자 기준)	실무경력 20년 이상	실무경력 16년 이상 20년 미만	실무경력 12년 이상 16년 미만	실무경력 8년 이상 12년 미만	실무경력 4년 이상 8년 미만	실무경력 4년 미만
임금총계(월)	최저 5,790,000원 이상	최저 5,200,000원 이상	최저 4,490,000원 이상	최저 4,040,000원 이상	최저 3,230,000원 이상	최저 2,560,000원 이상
정부지원금(월)	2,895,000원	2,600,000원	2,245,000원	2,020,000원	1,615,000원	1,280,000원
기업부담금	정부 지원금을 제외한 금액					

* 세부 직급, 급여 수준은 채용기업 - 채용 대상 인력간 협의 후 확정

* 임금총계는 2019년 디자이너 등급별 노임단가(국가통계, 제448001호)를 준용한 것으로 임금의 총 구성은 직급별 최저기준(월) 이상이 되어야 함

* 임금총계(디자이너 등급별 노임단가)는 기본급여, 제수당, 월상여금, 월퇴직급여충당금, 월사회보험료(회사부담금)를 모두 포함한 금액으로 지원인력이 수행하는 실제 급여액과 상이할 수 있음

* 위 정부지원금은 정부 예산에 따라 매년 변경될 수 있음

프로그램 운영 내용

구분	상세 내용	
참여기업 모집 (2020.02~)	디자이너 채용을 희망하는 사회적경제조직 모집	
참여기업 선발 (2020.04~)	1차 서류 평가, 2차 면접 평가	
디자이너 모집 (2020.05~)	자체 구인 또는 소셜디자인 리크루팅* 참가를 통해 디자이너 연결 * 온라인 구인 플랫폼을 활용한 디자인 전공 학사 학위 이상 소지자 모집 및 연결	
지원 협약 체결 (2020.06~)	한국디자인진흥원과 사회적경제조직 간의 인건비 지원 협약 체결 사회적경제조직과 디자이너 간의 근로계약 체결	
인건비 지원 (협약일~2020.12)	사회적경제조직은 매월 급여명세서 및 이체확인증 제출 한국디자인진흥원은 매월 인건비 정부지원금 지급	
사회혁신 역량강화 교육 (2020.10~12)	시작하기 (OT 및 워크숍)	사회혁신 마인드셋 함양 1. 소셜섹터에 대한 이해 2. 非디자이너와의 소통과 설득하는 디자인
	발전하기 (온라인 강연)	멘토에게 듣는 소셜디자이너의 역할과 책임 1. 디자이너의 역할과 마인드셋 2. 스타트업 디자이너로 살아남기 3. 퍼스널 브랜딩 4. 디자이너의 사회적 책임
	회고와 정리 (최종 워크숍)	업무에서 발생하는 고충 해소 1. 소셜섹터 디자이너의 정체성 잡기 2. 회고를 통한 개선 방향 구체화

MEMO

3

참여기업 소개

- 어뮤즈트래블
- 애프터레인
- 조세통람
- 플레이31
- 논스페이스
- 달리웍스
- 남의집
- 파란공장
- 아토머스
- 구스타
- 월드홈닥터
- 하이사이클

참여기업 소개

안전한 맞춤 여행 서비스 제공 여행사 어뮤즈트래블



기업 소개

어뮤즈트래블은 풀컨시어지(Full concierge) 서비스 제공 여행사로서 가족돌봄 여행, 실버 여행 및 장애인 여행에 특화된 여행상품들을 제공한다.

비전 및 미션

신체장애 유무와 나이 등에 상관없이 관광 약자를 포함한 모두가 안전하고 편안한 여행을 즐길 수 있는 세상을 꿈꾼다.

참여기업 소감 오서연

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

본 프로그램을 알고 있는 기업들이나 기존에 참여했던 기업들로부터 권유와 추천을 받았다. 기업 내부에서도 미션 달성을 위한 디자인의 역할에 대해 공감하고, 인력 충원이 필요했기에 참여하게 되었다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를 만들어 가고 싶은가?

우리는 디자이너가 기업의 얼굴을 바꾸어 간다고 생각한다. 디자이너가 작업한 시안은 내부 임직원들의 의견을 거쳐 홈페이지나 리플렛, IR자료, 영상자료를 통해 고객들에게 전달되고, 그들에게 인식되는 이미지를 형성한다. 우리는 디자이너에게 디자인 작업 역량뿐만 아니라 창의적 경험과 인문학적 소양을 바탕으로 기획력을 갖출 수 있도록 환경을 제공하고 함께 성장하고자 한다.

참여 디자이너 소감 신우주

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

어뮤즈트래블은 관광 약자들의 행복하고 편안한 여행을 위해 그들의 어려움과 니즈를 해결해 주는 서비스를 제공하고 있다. 어린이, 장애인, 노약자, 외국인 등의 관광 약자들이 서비스를 편리하게 이용할 수 있도록 하는 픽토그램 디자인과 웹 디자인 등의 업무를 맡고 있다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

인터넷에서 우연히 ‘착한 기업의 시대가 온다’는 글을 읽고, 비즈니스를 통해 사회적 문제를 해결하려는 사회적기업에 관심을 가지게 되었다. 우리 사회의 약자들이 가진 문제를 비즈니스로 풀어낸다면 많은 사람들의 관심과 주목을 이끌어낼 수 있을 것이라고 생각했다. 비록 한 사람의 힘은 미약할지라도, 세상을 바꾸기 위한 사람들이 모이면 더욱 큰 목소리를 낼 수 있을 것이라 생각하여 사회적기업에서 일하게 되었다.

“우리 사회의 약자들이 가진 문제를
비즈니스로 풀어낸다면 많은
사람들의 관심과 주목을 이끌어낼 수
있을 것이라고 생각했다.”

디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한 앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

우리 회사는 UX/UI 디자인, 웹 디자인, 공공 디자인, 이렇게 세 분야의 디자이너들이 협업을 하는 경우가 많다. 나와 다른 시각과 강점을 가진 디자이너들과 일하면서 배우는 점이 굉장히 많고, 이러한 배움을 관광 약자들을 위한 디자인에 녹여내려고 한다.

기업정보

- 설립연도 : 2016년
- 대표자 : 오서연
- 기업구분 : 중소기업, 소셜벤처

- 직원수 : 10명
- 매출액 : 5억(2019년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한
신우주 디자이너의 작업 결과물



참여기업 소개

맑은 공기로 숨쉬는 세상을 꿈꾸는 기업 애프터레인

AFTERRAIN

The simple way to form smart world

기업 소개

애프터레인은 공기정화 벤치 등의 제품 개발 및 보급을 통해 실외 미세먼지로 인한 경제적, 환경적 문제를 해결하는 기업이다.

비전 및 미션

인간이 만든 오염으로부터 인류와 모든 생명체를 보호하고자 하며, 누구나 언제 어디서나 맑은 공기로 숨쉬는 세상을 꿈꾼다.

참여기업 소감 이윤희

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

애프터레인은 기술 중심 기업으로 현재까지 기술개발, 운영지원, 커뮤니케이션 등의 직무에 집중해왔고, 디자인 인력이 필요한 상황이었다. 뿐만 아니라 고객의 문제를 해결하기 위한 제품 개발을 위해서는 사용자 중심의 디자인이 필수적이고, 내부에서도 디자인 인력 채용의 필요성이 크다고 판단해 본 프로그램에 참여하게 되었다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를
만들어 가고 싶은가?

기업이 가진 사회환경적 미션을 달성하기 위해서는 기초적인 디자인 역량뿐만 아니라 사회적 가치에 대한 이해가 필요하다고 생각한다. 디자이너에게 기업의 방향성과 가치를 최대한 공유하고, 디자이너의 철학과 이를 하나로 맞추어 나가는 과정을 통해 함께 성장하고자 한다.

참여 디자이너 소개
함태영

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

대학에서 산업디자인을 전공하였으며, 대학교 1학년 때부터 사회문제를 해결하고, 사회적 가치를 창출하는 일에 관심이 많았다. 애프터레인은 인간이 만든 오염으로부터 인류와 모든 생명체를 보호한다는 미션을 가지고 있는 기업으로 이 곳에서 제품 기획 및 제품디자인을 담당하고 있다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

대학교 1학년 때, 사회적 기업가들이 모여있는 쉼어 하우스에서 생활하면서 이 분야에 관심을 가지고 소셜 섹터에 종사하는 분들을 동경하기 시작했다. 사회에 선한 영향력을 끼치는 디자이너가 되고 싶었고, 실제로 소셜 섹터에서 일하며 개인적인 미션을 실현하고 싶어 함께하게 되었다.

“사회에 선한 영향력을 끼치는 디자이너가 되고 싶었고, 실제로 소셜 섹터에서 일하며 개인적인 미션을 실현하고 싶어 함께하게 되었다.”

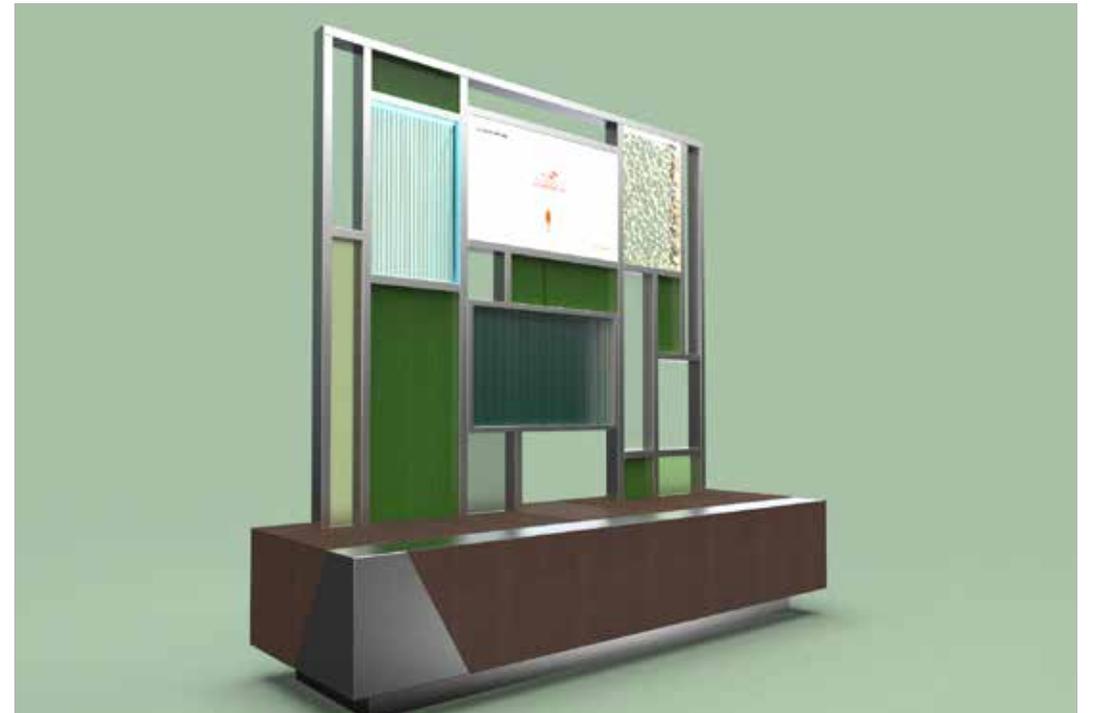
디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한 앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

스스로 사회에 이로운 존재가 되어야한다고 생각한다. 그리고 목소리를 올바른 방향으로 낼 수 있는 사람이 되고자 한다. 디자이너로 일하면서 제품을 디자인하고 만들 때에는 불필요한 원자재나 제작 과정을 최소화해야 한다는 점을 배웠다. 이러한 작은 배움을 계속 축적해서 앞으로 큰 임팩트를 만들어낼 수 있는 디자이너가 되는 것이 목표다.

기업정보

- 설립연도 : 2018년
- 대표자 : 이윤희, 박중현
- 기업구분 : 벤처기업, 예비사회적기업, 여성기업, 중소기업
- 직원수 : 6명
- 매출액 : 3.3억(2020년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한 함태영 디자이너의 작업 결과물



참여기업 소개

세무, 회계, 법령 종합 콘텐츠
서비스 제공 플랫폼 **조세통람**



기업 소개

조세통람은 재취업 대상 계층의 취업기회 확대와 취업을 향상을 위한 세무/회계 교육을 제공하고 취업을 연계하여 일자리를 창출하고 있는 기업이다.

비전 및 미션

경력보유여성, 시니어 은퇴자 등의 재취업 대상 계층의 실질적인 취업 연계 및 역량 향상을 통해 그들의 취업 기회를 확대하고자 한다.

참여기업 소감
서동혁

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

디자인 인력 충원에 대해 고민하던 차에 본 프로그램을 알게 되었다. 채용뿐만 아니라 인건비 지원, 역량 강화 교육 프로그램 등이 기업에 큰 도움이 될 것이라 생각해 참여하게 되었다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를
만들어 가고 싶은가?

기업의 중요한 목표인 고객 니즈 해결을 ‘디자인’이라는 수단으로 실현할 수 있는 디자이너를 양성하고자 한다. ‘재취업 대상 계층의 취업기회 확대’라는 기업 미션 달성에 디자이너가 주도적으로 기여할 수 있을 것이라고 생각한다.

참여 디자이너 소감
이병준

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

대학에서 정보통신과를 졸업하고 졸업 이후 행정(총무) 업무를 담당했다. 이후 디자인에 뜻이 생겨 전문학원에서 디자인을 전공하고 그래픽디자인 분야의 일을 시작하게 되었다. 조세통람은 재취업 대상 계층에게 세무/회계 교육을 제공하고 취업을 연계하는 기업으로 웹 디자인 업무를 담당하고있다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

사회적경제조직에 속한 디자이너는 단순히 디자인 툴을 잘 다루는 것뿐만 아니라 기업의 가치를 잘 담고 효과적으로 표현해야 하는 역할이기 때문에 일하면서 배울 수 있는 것이 많다고 생각했다. 일하는 과정 자체도 훨씬 보람 있을 것이라고 생각해 합류하게 되었다.

“사회적경제조직에 속한 디자이너는 기업의 가치를 잘 담고 효과적으로 표현해야 하는 역할이기 때문에 일하면서 배울 수 있는 것이 많다고 생각했다.”

디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한
앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

기업이 가진 미션과 가치를 잘 전달함과 동시에, 내가 가진 색깔에 대해 더욱 깊이 고민하고 이를 디자인에 녹일 수 있는 디자이너가 되고자 한다. 고객들을 설득할 수 있는 디자인을 통해 기업 내외부 이해관계자들 모두에게 인정받고 신뢰받는 디자이너가 될 것이다.

기업정보

- 설립연도 : 1997년
- 대표자 : 서동혁
- 기업구분 : 중소기업

- 직원수 : 33명
- 매출액 : 48억(2019년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한 이병준 디자이너의 작업 결과물

모두의 일을 배우는 공개교육

조세통람 이나우스아카데미
대한민국 법인결산 교육의 기준,
21년의 깊이로 증명합니다.

누구나 할 수 있지만 마스터하려면 할 수는 없습니다.
법인결산 담당자만 유가형 책임감을 누구보다 할 줄기에
기본 개념부터 재무조정까지 완벽까지 이나우스가 책임집니다.

법인결산센터 바로가기

2020 법인결산과 재무조정신고실무

특징

- 법인결산과 재무조정신고의 모든 실무
- 거점별 재무조정지나인사원 특성교육
- 법인세 신고업무의 수행을 위한 베스트 강의
- 유가형 회계사의 노하우가 담긴 '재무노하우' 증집

일정

- 1차: 11.09(월) ~ 11.13(금) **신청하기**
- 2차: 11.18(수) ~ 11.20(금) **신청하기**

놓치면 후회 할! 11월 강의

부가가치세신고실무(합본) 11.09(월) ~ 11.11(수) 강세보 강사 부가가치세 신고 시 운영인구 시계중심 및 특별회계 정확히 파악해 계산과 신고업무에 필요한 실무 지식의 체계적 학습 470,000원 이철재 회계사	2020 연말정산 (첫강의만 1차) 11.10(수) ~ 11.15(목) 강세보 강사 연말정산 총과목을 다량의 Workshop을 이용하여 직접 계산 및 시세 적용을 통한 실무력을 학습 370,000원 최정재 회계사	연결재무제표 작성하기 11.12(금) ~ 11.13(금) 강세보 강사 K-IFRS 기준에 근거한 연결회계 이론과 차인 방법을 체계적으로 설명 370,000원 정영민 회계사
--	---	--

공개교육 전체 보기

FREE **즐거로운 집콕생활 모바일 무료**

2020.11.01~11.30

이벤트 참여방법

- 온라인교육 강의를 모바일 체크 후 발표한다.
- 모바일 기기 주소창에 m.inhouseacademy.com 을 입력한다.
- 온라인 강의를 수강한다.

♡ 수강신청 하러 가기

BEST 3
"대기업세 실무자"의 이슈는 이것이다!

2020 내부회계 관리제도 100,000원 윤영재 회계사 사내감사(내부회계) 방법 및 세무 이슈에 대해 실무 적용 가능한 사례를 통해 학습 100,000원 윤영재 회계사	2020 IFRS 증권회계 200,000원 정영민 회계사 IFRS 기준에 근거한 연결회계 이론과 차인 방법을 체계적으로 설명 200,000원 정영민 회계사	2020 Excel을 활용한 현금흐름표 작성 및 분석실무 100,000원 정영민 회계사 현금흐름표 작성요령과 재무제표 분석 방법 100,000원 정영민 회계사
--	--	--

참여기업 소개

모두가 함께하는 지속가능한 놀이터 **플레이31**



기업 소개

플레이31은 디자인을 통해 어린이 문화에 대한 개선방향을 제시하며 모두가 함께하는 지속가능한 놀이터를 만든다.

비전 및 미션

소외없는 포용적놀이, 하나뿐인 지구를 지키는 놀이 등 배움의 도구를 통해 놀이의 힘으로 지속가능한 내일을 만들어간다.

참여기업 소감
엄효정

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

내부 디자인 인력 충원이 절실한 상황이었다. 특히 아동을 둘러싼 사회문제에 관심을 가지고 있는 역량 있는 디자이너는 찾아보기 어렵다. 이번 프로그램을 통해 신입 디자이너를 발굴하여 기업 미션에 맞는 전문 인력으로 양성하고자 참여하게 되었다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를 만들어 가고 싶은가?

플레이31은 디자인을 통해 기존 플라스틱 장난감과 능력 중심의 놀이, 교육 콘텐츠 이외에 제3의 선택(the 3rd choice)을 제안하며 개선방향을 제시해오고 있다. 플레이31의 디자이너는 기업의 핵심 가치인 '모두가 함께하는 지속가능한 놀이터'를 형상화하는 주체이다. 디자이너와 함께 세상을 향한 따뜻한 관심을 촉구하는 장난감을 개발하고, 이를 접한 미래세대가 지속가능한 품성을 갖고 대응하도록 돕는다.

참여 디자이너 소감
문지애

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

어린이 문화 디자인 기업인 플레이31에서 미디어 디자인 업무를 맡고 있다. ‘모두가 함께 하는 놀이터’라는 슬로건을 가지고 어린이, 어른, 노인, 동·식물, 지구까지 모두가 공존하며 함께 즐길 수 있는 놀이 디자인을 꿈꾸고 있다. 미디어디자인은 이런 가치가 녹아진 제품을 효과적으로 보여주는 역할이다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

플레이31을 처음 알게 되었을 때, 디자인으로 사회적 가치를 실현할 수 있다는 점에 정말 놀랐다. 그동안 알고있던 디자인의 범위는 돈을 벌기 위한 상업적 목적의 디자인 뿐이었기 때문이다. 무엇보다도 플레이 31 제품 디자인은 따뜻하고 예쁘다. 훌륭한 디자인과 사회적 목적 모두를 갖춘 기업이기에 함께 하고 싶다고 생각했다.

“훌륭한 디자인뿐만 아니라 사회적 목적 모두를 갖춘 기업이기에 함께 하고 싶다고 생각했다.”

디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한 앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

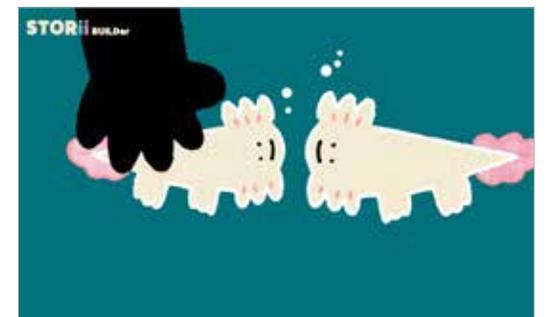
각자 개인이 맡은 역할과 그에 대한 책임감이 중요한 것 같다. 스스로의 역량을 강화하기 위한 자기 계발에 힘써야겠다는 생각을 하게 되었고, 협업하는 다른 구성원들과 소통을 잘하는 디자이너가 되고 싶다.

기업정보

- 설립연도 : 2021년 (신규 법인 설립)
- 대표자 : 엄효정
- 기업구분 : 예비사회적기업, 소셜벤처

- 직원수 : 3명
- 매출액 : 2억(2019년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한 문지애 디자이너의 작업 결과물



참여기업 소개

브랜드 목소리를 전달하는 공간을 디자인하는 기업 **논스페이스**

NONE SPACE

기업 소개

논스페이스는 공간의 위치와 용도, 지역성, 상업성 등 대상이 가지는 모든 특성을 고려하여 공간과 브랜딩의 고유한 이야기를 만들어가는 기업이다.

비전 및 미션

장기적인 상업 공간이 줄어들어서 발생하는 자영업자의 사업실패 및 실업률 증가를 막고자 한다. 논스페이스만의 철학과 신념을 담은 지속가능한 공간과 환경을 조성한다.

참여기업 소감 신중배

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

디자인 인력 충원에 대해 고민하던 와중에 다양한 국가 지원 사업들을 알게 되었다. 그 중 본 디자이너 인력지원 프로그램이 현재 회사 상황에 가장 적합하고 인건비, 교육 지원 등 다른 혜택도 좋다고 느껴 참여하게 되었다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를 만들어 가고 싶은가?

디자인 과정에서 디자이너의 취향이나 성격이 드러나는 것보다 공간이 갖는 성격을 표현하는 것에 집중한다. 고객의 평소 생각이나 철학, 생활 관념들을 담아내어 목소리를 대신 내어줄 공간을 만들기 위해 노력한다. 앞으로의 프로젝트에서 디자이너들이 공간의 고유한 이야기를 충분히 표현하고 만들어갈 수 있도록 지원하고 함께 성장하도록 할 것이다.

참여 디자이너 소감 이승원

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

공간디자인을 전공했으며 공간에서 벌어지는 다양한 상호작용에 대해 관심이 많았다. 논스페이스는 고객의 니즈를 정확하게 파악하고 공간 안에 구현하여 공간이 갖고있는 이야기를 자연스럽게 경험할 수 있도록 하고 있다. 논스페이스에서 사람들의 공간을 디자인하고 설계하며 시공하는 업무를 하고 있다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

코로나 19 등으로 온라인의 비대면 환경에서 공간이 갖는 의미가 점차 변화하고 있는데 공간에 대해 가지고 있는 나의 관점과 방향성이 논스페이스와 동일하다고 느꼈다. 이 조직이라면 함께 유의미한 변화를 만들어갈 수 있겠다는 기대감을 가지고 합류하게 되었다.

“이 조직이라면 함께 유의미한 변화를 만들어갈 수 있겠다는 기대감을 가지고 합류하게 되었다.”

디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한 앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

공간 디자이너는 항상 사용자를 더 깊이 있게 공감하고, 배려하는 방향으로 공간을 설계해야 한다고 생각한다. 디자인뿐만 아니라 기능성까지 고려하며 사용자가 추구하는 공간을 구현하는 디자이너가 되고 싶다.

기업정보

- 설립연도 : 2018년
- 대표자 : 신중배
- 기업구분 : 중소기업

- 직원수 : 4명
- 매출액 : 5천(2018년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한
이승원 디자이너의 작업 결과물



참여기업 소개

사회 안전문제 해결을 위한 IoT 플랫폼 달리웍스



기업 소개

달리웍스는 IoT 기술을 활용하여 다양한 사회 안전문제 해결에 기여하고 있는 기업이다.

비전 및 미션

IoT 플랫폼을 기반으로 다양한 안전진단 서비스를 제공하여 안전하고 편안한 세상을 만들어간다.

참여기업 소감 이순호

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

평소 디자인 인력 충원에 대한 고민이 많았다. 기업을 구직자들에게 홍보하는 것, 우리 기업에 적합한 디자이너를 찾는 것 모두 어려웠기 때문이다. 본 프로그램을 통해 우수한 디자이너를 찾고, 그에 대한 인건비와 교육까지 지원받을 수 있다는 점에서 매력적이라고 생각해 프로그램에 참여하게 되었다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를
만들어 가고 싶은가?

디자인은 고객의 니즈를 해결할 수 있는 핵심적인 역할을 하기 때문에 팀 내 주요한 과제 중 하나이다. 디자이너와 함께 사용자 중심의 디자인으로 고객의 문제, 사회의 문제를 해결하며 안전하고 편안한 세상을 만들어가고자 한다.

참여 디자이너 소개
최원석

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

대학에서 시각디자인을 전공했다. 달리웍스는 사회의 다양한 안전문제와 관련된 IoT 플랫폼을 설계, 디자인하는 기업이다. 현재 달리웍스에 재직중이며 인포그래픽과 UX디자인 관련 업무를 담당하고 있다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

달리웍스는 IoT 기술의 전문성을 가지고 있는 기업이고, 그러한 기술과 디자인을 이윤 창출뿐만 아니라 더 나은 사회를 위해 활용하고 있는 곳으로 디자인 역량을 보다 좋은 방향으로 활용하고 싶어 함께 하게 되었다.

**“더 나은 사회를 위해 디자인 역량을
보다 좋은 방향으로 활용하고 싶어
함께하게 되었다.”**

디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한 앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

현재에 안주하거나 자만하지 않고, 늘 배우고 새롭게 변화하는 디자이너가 되고자 한다. 디자인으로 기여할 수 있는 부분에 최대한 많은 기여를 할 수 있도록 준비된 디자이너가 되고 싶다.

기업정보

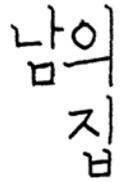
- 설립연도 : 2013년
- 대표자 : 이순호
- 기업구분 : 중소기업, 벤처기업

- 직원수 : 16명
- 매출액 : 7억(2018년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한 최원석 디자이너의 작업 결과물



참여기업 소개

작은 여행의 경험을 제공하는
거실 여행 플랫폼 남의집

기업 소개

남의집은 본인의 취향을 공유하고 싶은 집주인이 집을 공개하고, 손님들은 입장료를 내고 그 집에 놀러가는 거실 여행 플랫폼이다.

비전 및 미션

취향을 공유하고 싶은 호스트를 도와 가장 안전한 공간인 '집'이 '여행지'가 될 수 있도록 세상에 없던 여행 서비스를 만든다.

참여기업 소감
김성용

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

어떠한 스타트업이든 디자인 인력 및 역량은 서비스 운영과 조직 성장에 필수적이다. 그렇지만 디자이너를 선발하고 교육하고 성장시키는 데에는 굉장히 많은 시간과 노력이 들어간다. 본 프로그램은 인건비와 교육 프로그램 지원을 통해 스타트업의 필요 자원을 줄여주고, 기업의 핵심 인력의 성장을 도와 조직 발전에도 기여할 수 있을 것이라 생각해서 참여하게 되었다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를
만들어 가고 싶은가?

디자이너는 서비스가 전하는 가치에 날개를 달아주는 역할을 한다고 생각한다. 고객의 편리함을 지향하는 디자인을 통해 서비스의 가치를 널리 확산하고 남의집으로 떠나는 작은 여행의 경험을 전세계적으로 확대하고 싶다.

참여 디자이너 소감
한민희

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

대학교에서 시각디자인을 전공했으며, 디자인으로 가치 있는 일을 하는 것에 늘 관심을 갖고 있었다. 근무하고 있는 남의집은 본인의 취향을 공유하고 싶은 집주인이 집을 공개하고, 그 집에 놀러가는 거실 여행 플랫폼이다. 온라인 웹을 매개로 플랫폼을 운영하고 있으며 유저에게 즐거운 여행 경험을 제공할 수 있도록 UI/UX 디자인 및 전반적인 비주얼 디자인을 담당하고 있다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

평소에 우리 사회를 위한 가치 있는 일을 하는 것에 관심이 많았다. 나의 디자인으로 세상을 보다 편리하고 풍요롭게 만들고 싶어 소셜 섹터에서 근무하게 되었다.

“우리 사회를 위한 가치 있는
디자인으로 세상을 보다 편리하고
풍요롭게 만들고 싶다.”

디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한
앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

디자이너는 단순히 시각적인 디자인을 구현하는 역할이 아닌, 가치를 전달하는 역할이라고 생각한다. 세상에 많은 관심을 가지고 건문을 넓혀 왜, 어떤 가치를 어떻게 표현할 지에 대해 깊이 고민하고 기획하는 세심한 디자이너가 되고 싶다. 나무가 아닌 숲을 보는 디자이너가 되어 사용자들에게 사랑받는 디자인을 할 수 있는 디자이너가 되고 싶다.

기업정보

- 설립연도 : 2019년
- 대표자 : 김성용
- 기업구분 : 벤처기업

- 직원수 : 9명
- 매출액 : 1천(2019년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한
한민희 디자이너의 작업 결과물



참여기업 소개

지역사회 브랜드를 활성화하고 지속가능한 창작을 돕는 기업 파란공장



기업 소개

파란공장은 생활 창작자와 가치 있는 소비로 함께 만드는 지역사회의 변화를 꿈꾸며 제주도 애월에 생활창작자와 지역사회경제기업의 상품을 판매하는 매장을 운영한다.

비전 및 미션

제주의 청년창작자와 지역사회문제해결을 함께 하기 위한 디자인 상품을 만들고 판매하여 수익의 일부를 지역사회에 환원한다. 지속가능한 창작을 위해 창작자와 상생하는 유통구조 확립을 지향한다.

참여기업 소감 조남희

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

파란공장은 제주 로컬 크리에이터들과 함께 다양한 제주 기념품을 발굴하고 판매하는 역할을 하고 있다. 다양한 사회적경제기업이나 지역의 양조장들과 함께 로컬 브랜드를 새롭게 만들고 강화해 나가고있다. 이러한 과정에서 기업 내부의 디자인 인력은 반드시 필요한 부분이었고 제주지역이라는 특성상 구인의 어려움도 있던 차에 본 프로그램을 알게 되었다. 우수한 디자이너의 발굴과 채용, 교육을 위해 프로그램에 참여하게 되었다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를
만들어 가고 싶은가?

로컬 브랜드를 활성화하고 로컬 크리에이터를 성장시킨다는 미션을 가지고 있기에 어느 기업보다도 디자이너의 역할이 필수적이다. 디자이너는 파란공장이 가진 가치와 제주의 가치를 이해하고 담아내는 역할을 맡고 있다. 제주를 담고 제주를 닮은 다양한 영역의 일들을 해가면서 디자이너 또한 한 명의 제주 로컬 크리에이터로 성장하기를 바란다.

참여 디자이너 소감
유춘희

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드린다.

한양대학교 디자인대학 서피스인테리어디자인과를 졸업했다. 유통회사에서 2년간 VMD로 일하다가 업무영역을 확장하고 싶어 파란공장 소셜 디자이너로 지원하여 사내 유일한 디자이너로 근무하고 있다. 사회적기업에서 제작, 진행하는 기념품과 패키지, 공간 기획 등 다양한 영역에서 디자인을 담당한다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

중견기업에서 개개인이 존중 받지 못하는 업무와 인간관계에 지쳐 “좋은 일을 하는 좋은 사람들과 일하고 싶다”는 생각을 가지고 사회적기업에 관심을 갖게 되었다. 본 프로그램을 통해 제주 소재의 우수한 기업을 알게 되어 지원하게 되었다.

“다양한 사회적 이슈들에
작게나마 귀 기울이고 소통할 수 있는
디자이너가 되고 싶다.”

디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한
앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

디자이너가 가져야 할 사회적 책임에 조금 더 관심을 쏟으며 작업을 하려고 한다. 사회적기업에서 근무한 경험을 바탕으로 다양한 사회적 이슈들에 작게나마 귀 기울이고 소통할 수 있는 디자이너가 되고 싶다.

기업정보

- 설립연도 : 2018년
- 대표자 : 조남희
- 기업구분 : 예비사회적기업

- 직원수 : 6명
- 매출액 : 4억(2019년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한
유춘희 디자이너의 작업 결과물



참여기업 소개

정신건강 치료와 지원 대중화를 통한
정신건강 증진 플랫폼 **아토머스**

MiNDCAFE

기업 소개

아토머스는 전문 정신건강 서비스를 익명의 모바일 공간에서 제공함으로써 정신건강 치료와 서비스에 대한 접근성을 높여 더 많은 사람들에게 정신건강 관련 지원을 제공하는 기업이다.

비전 및 미션

아토머스의 브랜드인 마인드카페를 통한 전문 상담서비스를 대중화하고 심리상담 서비스의 활용 영역을 확대하여 인류의 정신건강 증진을 목표로 하고 있다.

참여기업 소감
김규태

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

타 소셜벤처 경연대회를 통해 본 프로그램에 대해 알게 되었고, 기업에서도 디자인 인력 채용이 필요했기에 관심을 가지게 되었다. 우리의 서비스를 이해하고 가치를 더할 수 있는 훌륭한 디자이너를 만나고, 역량 강화를 위한 교육을 제공해준다는 점에 매력을 느껴 참여하게 되었다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를
만들어 가고 싶은가?

디자이너를 글로벌 마음 치유 디자인 전문가로 양성하고자 한다. 심리적 어려움을 겪는 사용자에게 심리상담이 문제 해결에 도움을 줄 수 있다는 믿음을 갖게 하고, 원격 심리상담을 받는 동안 마음 편히 치유에 집중할 수 있는 기획과 디자인을 수행하는 핵심 인력으로서의 역할을 기대한다.

참여 디자이너 소감
고현정

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

대학에서 디자인을 경험하고 대학원에서 휴먼 컴퓨터 인터랙션(HCI)을 전공했다. 근무하는 아토머스는 마인드카페라는 익명 커뮤니티를 기반으로, 전문가로부터 심리 상담을 받을 수 있는 온라인 원격 상담 서비스를 제공한다. 이곳에서 개발자, 디자이너와 활발하게 소통하며 서비스를 함께 만들어 나가는 일을 하고 있다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

예전부터 섭식장애, 우울증과 같은 정신건강 관련 사회적 문제에 대한 관심이 많았다. 개인적인 경험을 계기로 정신건강을 돕는 일의 필요성에 대해 인지, 공감했기 때문에 아토머스에서 일하게 되었다.

“심리상담의 필요성을 설득하는 것은 쉽지 않지만 좌절하지 않고 꾸준히 노력해서 더 많은 사람들이 행복하고 건강하게 살아가는 사회를 만들어가고 싶다.”

디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한
앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

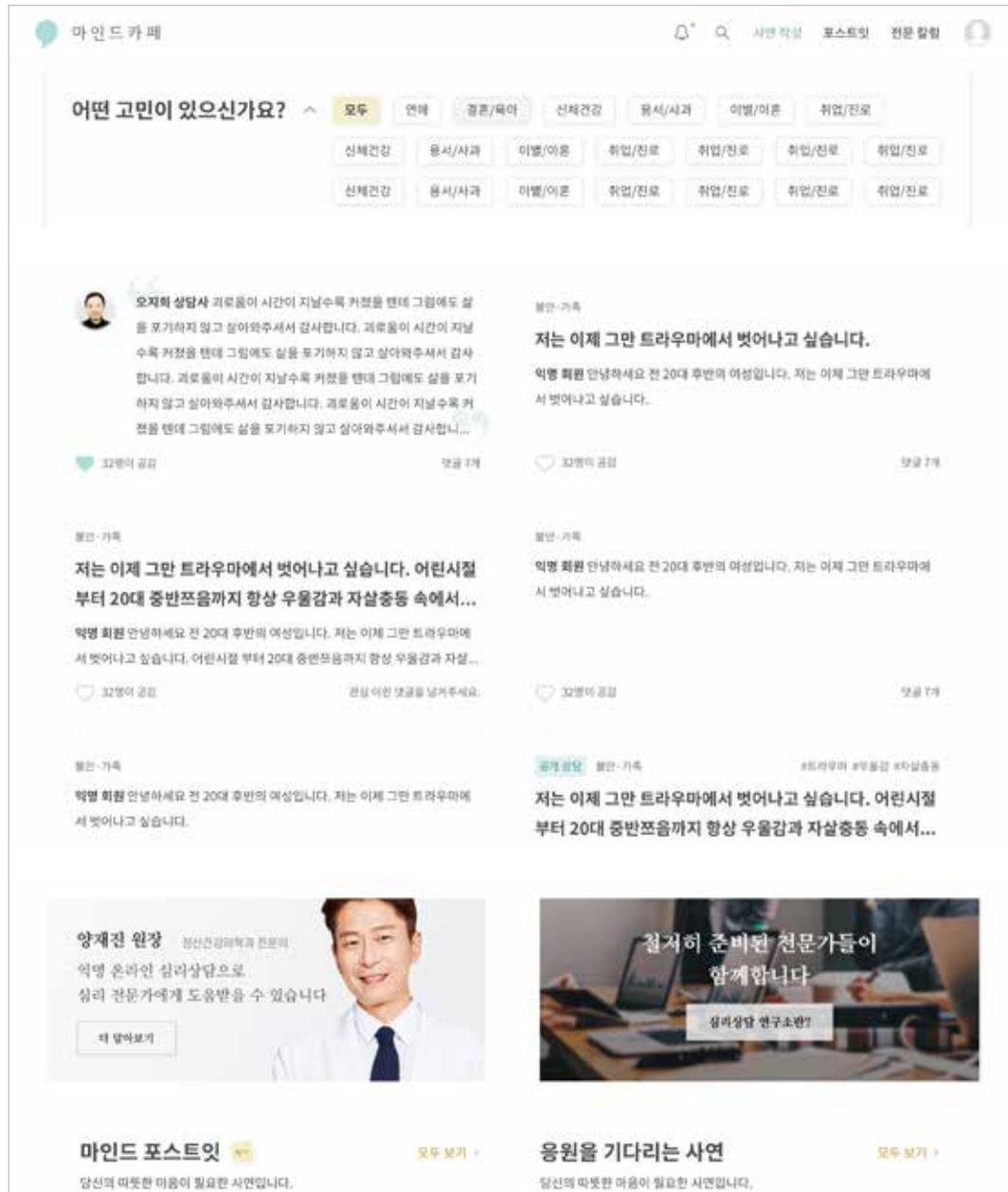
심리상담 서비스의 필요성에 대해 많은 사람들이 막연하게 인지하고 있으나, 그것이 실제 행동으로 연결되지 않는 것 같다. 심리상담의 필요성을 설득하는 것은 쉽지 않지만 좌절하지 않고 꾸준히 노력해서 더 많은 사람들이 행복하고 건강하게 살아가는 사회를 만들어가고 싶다.

기업정보

- 설립연도 : 2015년
- 대표자 : 김규태
- 기업구분 : 스타트업

- 직원수 : 23명
- 매출액 : 7천(2018년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한
고현정 디자이너의 작업 결과물



참여기업 소개

코슈메티컬을 선도하는 여성건강 전문브랜드 구스타



기업 소개

구스타는 여성들을 위한 안전하고 검증된 천연 여성 청결제를 연구 개발하는 기업이다.

비전 및 미션

안전하고 우수한 제품을 통해 여성 질환 예방 및 치료에 대한 사회적 인식을 개선하고자 한다.

참여기업 소감 양수진

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

구스타는 '이너핑크'라는 기존의 브랜드를 앞으로 어떻게 강화할 것인가에 대해서 고민하고 있었다. 새로운 로고, 브랜드 콘셉트, 제품 디자인 등을 위해서는 반드시 해당 작업을 전담할 새로운 디자이너가 필요했다. 그러던 와중에 본 프로그램을 알게 되었고, 우리 기업이 가지고 있던 어려움을 해결해줄 수 있을 것이라 생각하여 참여하게 되었다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를
만들어 가고 싶은가?

브랜드의 지속적인 성장을 위해서는 많은 아이디어와 노력이 필요하며, 반드시 동반되어야 할 것은 우수한 디자인이다. 디자이너와 함께 '이너핑크'의 가치를 효과적으로 소통할 수 있는 브랜드를 디자인하고, 이 과정을 통해 디자이너와 함께 성장하고자 한다.

참여 디자이너 소감
이진화

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

대학원에서 커뮤니케이션디자인을 전공했다. 구스타는 여성 질환 예방을 위한 기술적으로 안전하고 건강한 제품을 통해 사회적 인식을 개선하는 기업이다. 사회적기업 ‘구스타’의 브랜드의 아이덴티티와 콘셉트를 도출하는 브랜드 리뉴얼을 통해 로고부터 패키지, 콘텐츠 디자인 등 다양한 콘셉트 디자인 작업을 관리하고 있다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

대학원에서 다양한 기업의 프로젝트를 진행하던 중 지인의 소개로 구스타의 프로젝트를 맡은 적이 있었다. 구스타가 전하고자 하는 브랜드 가치를 잘 전할 수 있는 디자인을 할 수 있는 부분이 매력적이었고, 프로젝트를 마무리하며 본 프로그램을 통해 조직의 일원으로 근무하게 되었다.

“브랜드와 제품 내면의 스토리를 담아 시각적으로 표현하는 과정은 기업의 가치를 더욱 효율적으로 전달할 수 있다고 생각한다.”

디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한 앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

브랜드와 제품 내면의 스토리를 담아 시각적으로 표현하는 과정은 외형 디자인에 집중하는 것 보다 기업의 가치를 더욱 효율적으로 전달할 수 있다고 생각한다. 이러한 철학을 이해해주고 공감해줄 수 있는 회사/브랜드와 협업하며 더욱 폭넓은 작업을 시도해보고 싶다.

기업정보

- 설립연도 : 2014년
- 대표자 : 양수진
- 기업구분 : 중소기업, 벤처기업

- 직원수 : 8명
- 매출액 : 11억(2019년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한 이진화 디자이너의 작업 결과물



참여기업 소개

건강한 수면을 통한 건강한 삶의
회복을 돕는 기업 **월드훴닥터****Dr.Friend**
(주)월드훴닥터

기업 소개

월드훴닥터는 현대인들의 수면의 질을 향상시켜 건강한 삶을 회복하도록 돕는 기능성 침구를 개발하는 기업이다.

비전 및 미션

건강한 수면을 통한 몸의 기본적인 기능의 정상화와 활성화로 모두가 건강한 삶으로 회복하는 것을 꿈꾼다.

참여기업 소감
김지연

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

본사 제품의 리뉴얼을 통해 브랜드 비전을 업그레이드할 수 있는 브랜드 디자이너와 기획자 채용이 필요하던 상황이었다. 본 프로그램 공고를 보고 우수한 디자이너를 채용할 수 있을 것 같아 참여하게 되었다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를
만들어 가고 싶은가?

본사 제품의 혁신성, 안전성, 독특성, 기능성 등을 통합하여 디자이너와 함께 브랜드 스토리를 만들어 명확하고 차별화된 콘셉트를 전달하고자 한다. 사용자에 대한 공감을 바탕으로 한 디자인으로 기업의 미션을 달성하고 매출을 증대시킬 수 있을 것이라 생각한다.

참여 디자이너 소감
안나영

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

대학에서 시각디자인, 패션디자인, 경영학을 복수 전공했으며, 디자이너로서 디자인을 통해 사용자와 소통할 수 있는 점에 매력을 느끼고 있다. 근무하고 있는 (주)월드훴닥터는 좋은 수면이 좋은 삶과 좋은 사회를 만들어간다는 철학을 가지고 기능성 침구를 만들며 나눔을 실천하는 사회적 기업이다. 현재 브랜드 전반의 디자인 기획 및 실무를 담당하고 있다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

대학 재학 중에도 사회문제(환경, 인권 등)에 관심이 있어 다양한 외부 활동을 했었다. 졸업 후 여러 회사의 프로젝트를 거치며 사회문제들을 바라보는 디자이너만의 시각이 생겼고, 신체적, 심리적 건강 문제를 개선할 수 있는 사업과 그러한 활동을 하고 있는 월드훴닥터에 관심이 생겨 함께하게 되었다.

“기업의 가치관과 디자이너로서의
가치관을 하나의 방향으로 견고하게
만들고 싶다.”

디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한
앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

올바른 소통을 기반으로 기업의 가치관과 디자이너로서의 가치관을 하나의 방향으로 견고하게 만들고 싶다. 궁극적으로 개인의 성장뿐만 아니라 기업과 사회의 성장과 발전에 더욱 이바지하는 디자이너가 되고 싶다.

기업정보

- 설립연도 : 2015년
- 대표자 : 김지연
- 기업구분 : 중소기업

- 직원수 : 13명
- 매출액 : 27억(2019년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한
안나영 디자이너의 작업 결과물



참여기업 소개

자원순환의 환경적 가치를 창출하는 기업 하이사이클



기업 소개

하이사이클은 일상 속 물건, 특히 버려지는 물건들의 예술적 재발견을 통해 사물의 가치를 높이는 업사이클 프로젝트 그룹이다.

비전 및 미션

생활 곳곳에서 발생하는 수많은 여유 자원들을 업사이클 제품으로 풀어내고, 자원순환 문화 확산을 위한 업사이클링 교육/캠페인을 통해 환경적 가치를 창출하고자 한다.

참여기업 소감 김미경

본 프로그램에 참여하게 된 계기는 무엇인가?

구직자 연결과 교육 프로그램이 필요하여 참여하게 되었다. 특히 소규모 기업에서 여러 명의 디자이너를 두고 사회적기업의 가치 창출이나 디자인 역량 강화 등의 교육을 진행하는 것에 어려움이 많다. 채용의 어려움을 해결해주고, 신규 인력에 대한 교육까지 제공해준다는 점에서 유익하다고 느꼈다.

앞으로 기업에서 디자이너를 통해 어떤 임팩트를 만들어 가고 싶은가?

매력적인 제품 개발 및 디자인을 통해 일상에서 좀 더 쉽게 환경을 위해 실천을 할 수 있는 방법을 효과적으로 제시하고자 한다. 그러한 핵심적인 역할을 함께 할 디자이너와 조직의 미션을 달성하면서 성장하고자 한다.

참여 디자이너 소감
김대성

자기소개와 재직중인 회사, 담당 업무에 대한 소개를 부탁드립니다.

대학에서 가구 디자인을 전공으로 하였고, 좀 더 감각적인 디자인을 하기 위해 독학으로 시각, 편집 디자인을 배웠다. 근무하는 하이사이클은 일상에서 쉽게 접할 수 있는 소재를 지속가능한 업사이클 소재로 재탄생시켜 자원순환에 기여하고 있다. 담당하는 업무는 이러한 업사이클 소재를 더 가치 있고 아름답게 느낄 수 있도록 제품을 기획하고 디자인하고 있다.

사회적경제조직에서 일하게 된 계기는 무엇인가?

개인 포트폴리오를 제작하는 과정에서 하이사이클을 알게 되었다. 미래 사회의 지속가능성을 위해 반드시 필요한 기업이라고 생각했고, 미션에 공감하는 부분이 많아 함께하게 되었다.

“미래 사회의 지속가능성을 위해 반드시 필요한 기업이라고 생각했고, 기업의 미션에 공감하여 합류하게 되었다.”

디자이너로서 임팩트를 지속적으로 확산하기 위한 앞으로의 각오, 계획은 무엇인가?

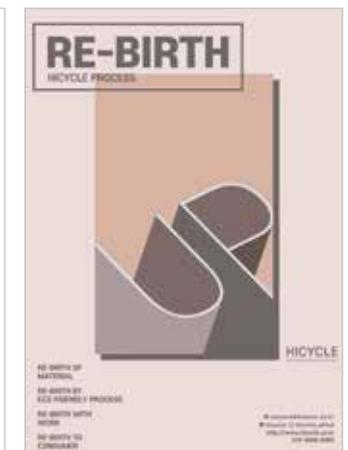
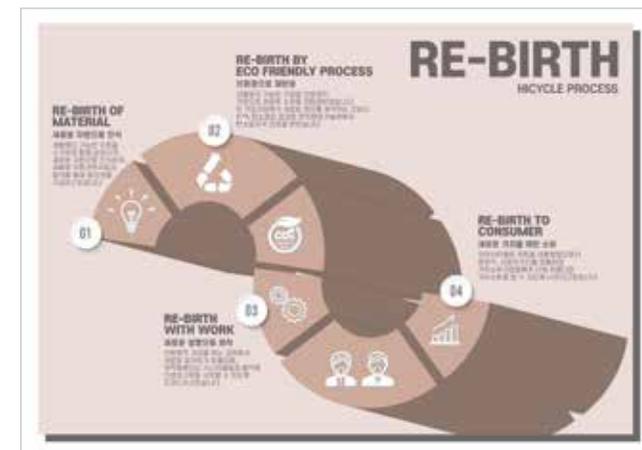
어느 곳에서 디자인을 하더라도 자신만의 색을 띠고 있는 디자이너가 되고 싶다. 천천히 자신만의 색을 찾아가고, 이 색깔로 회사에 큰 힘을 보탤 수 있는 디자이너가 되고 싶다.

기업정보

- 설립연도 : 2014년
- 대표자 : 김미경
- 기업구분 : 사회적기업

- 직원수 : 6명
- 매출액 : 1억(2019년)

디자인 인력지원 기간 동안 작업한 김대성 디자이너의 작업 결과물



MEMO

4

사회혁신 역량강화 교육

- 사회혁신 역량강화 교육이란?
- 커리큘럼 소개
- 멘토 참여 소감
- 행사 스케치

사회혁신 역량강화 교육이란?

사회적경제조직과 디자이너를 대상으로 혁신 마인드를 내재화하고, 사례 중심의 강연을 통해 디자인씽킹의 실효성을 인지한다. 비즈니스 과정 중 활용도 높은 개념의 실무 특화 교육을 목표로 한다.

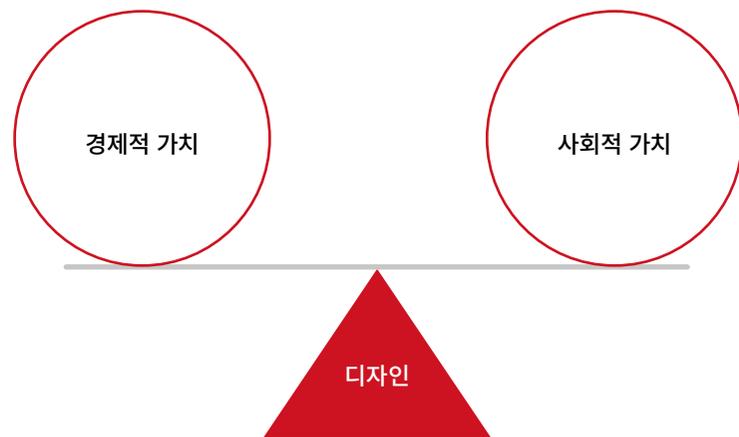
사회적경제조직은 디자인씽킹의 중요성에 대해 이해하고, 디자인적 사고를 내재화함으로써 창의적이고 혁신적인 조직문화를 만들어 나간다.

사회적경제조직의 혁신을 뒷받침 할 수 있는 디자이너의 혁신 역량 강화를 위한 맞춤형 프로그램을 설계하여 제공한다.

사회혁신디자인 기초교육을 통해 사회적경제 생태계의 큰 흐름을 이해하고, 사회적경제조직에 대한 이해와 경험이 많은 실무 연사들의 강연 프로그램을 통해 이론과 더불어 비즈니스 과정에 활용할 수 있는 실무사례를 학습함으로써 빠르게 적응할 수 있도록 한다.

또한 조직 내에서 기업의 사회적 가치를 강화하는 지속가능한 디자이너로 혁신 성장의 동력이 될 수 있는 조직문화가 형성될 수 있도록 한다.

“디자이너는 경제적 가치와 사회적 가치의 균형을 잡는 역할을 할 수 있어야 한다.”



커리큘럼 소개

OT	소셜섹터에 대한 이해 / 건강한 커뮤니케이션 워크숍 (MYSC) 사회적경제조직에 대한 큰 흐름을 이해하고, 조직내 건강한 커뮤니케이션 문화를 만들어 갈 수 있는 아이디어션 워크숍
#1	디자이너 역할과 마인드셋 (금오공과대학 김선아 교수) 디자이너가 가져야 할 기본 마인드셋과 사회적경제 내 디자인 분야의 정의와 역할에 대한 사례 소개
#2	스타트업 디자이너로 살아남기 (온라인 커머스 플랫폼 식스샵 정선우 CPO) 스타트업의 성장 단계별 특징과 각 단계별 디자이너의 역할과 생산적으로 일하는 방법 소개
#3	퍼스널 브랜딩 (퍼셉션 최소현 CEO) 디자인 분야에 관계없이 '나'의 정체성을 찾아 '나'라는 브랜드를 설계하는 퍼스널 브랜딩의 중요성과 방법 소개
#4	디자이너의 사회적 책임 (트래쉬버스터즈 최안나 CBO) 사회문제(쓰레기 문제)를 해결하는 스타트업인 트래쉬버스터즈의 사례를 통한 디자이너가 가져야 할 책임 의식 소개
최종	디자이너 정체성 / 업무에서 발생하는 고충 해소 회고 워크숍 (MYSC) 사회적경제 생태계 안에서 디자이너의 정체성을 정립하고, 지난 과정들을 회고하며 개선점 구체화 워크숍

멘토 참여 소감

금오공과대학 교수
김선아

온라인 강연 1



후배들에게 조언을 해주신다면?

사회적기업 활동을 하시는 분들에게 조언이 필요 할까요? 오히려 그러한 용기와 열정, 호기심에 대해 박수를 보내주고 싶습니다. 여러분들이 혁신적인 사회를 만들어 가는 주체임을 알고 더욱 창의적으로 재미있게 활동하시면 좋겠습니다. 경제적 가치와 사회적 가치를 균형 있게 고려하며 기업의 지속가능성에 기여하는 역할을 디자이너가 꼭 할 수 있다고 봅니다. 그런 사례를 만들며 역사를 써 가고 있다는 자부심을 가지면 좋겠습니다.

디자이너로서 만들고 싶은 사회 변화는 무엇인가요?

본질을 아는 세상! 어지럽게 돌아가고 있는 상황에 현혹되지 말고 진정한 본질과 가치를 잊지 않는 아름다운 사회를 만드는 데 아주 작은 역할을 하면 좋겠습니다. 이 세상의 중심이 인간만이 아님을 인식하고, 자연과 다른 사람과 조화를 이루는 공동체 정신을 바탕으로 지속가능한 환경과 사회를 위해 디자이너가 앞장 서면 좋겠습니다.

본 강연 참여 계기와 소감

사회적 가치를 실현하는 사회적기업에 대한 관심을 평소에 가지고 있고, 이와 관련한 연구와 프로젝트도 하고 있어 참여하게 되었습니다. 실제로 제가 활동을 하면서 겪은 어려움과 고민을 함께 나눌 수 있는 기회였기에 무척 의미 있는 시간이었습니다. 비록 얼굴을 직접 보며 얘기를 나누지는 못했지만, 같은 디자이너로서의 동료애, 그리고 알 수 없는 뿌듯함과 든든함을 느낄 수 있었습니다. 앞으로 상황이 좋아져 오프라인에서 서로 의견을 나누고 교류할 수 있는 시간이 왔으면 좋겠다는 생각을 간절히 하게 되었습니다.

온라인 커머스 식스샵 CPO
정선우

온라인 강연 2



후배들에게 조언을 해주신다면?

저는 디자이너로서의 커리어를 관리하기보다는 해결하고자 하는 미션을 가지고 그에 강하게 몰입해왔던 것 같습니다. 그 과정에서 잃고 얻은 것이 모두 있다 보니 무조건 저의 방법을 추천할 수는 없겠지만, 가끔씩 디자이너라는 직함을 떼어내고 한 사람으로서 ‘내가 하고 싶은 일’, ‘내가 해결하고 싶은 문제’에 대해 생각해 보았으면 합니다. 그리고 그것이 디자이너라는 직업을 정의하고, 일의 범위를 열린 시각으로 바라보는 데에도 도움이 된다고 생각합니다.

본 강연 참여 계기와 소감

사실 누군가 앞에 나서서 얘기하는 것에 영 익숙하지 않은데, 소셜 섹터에 계신 분들을 대상으로 조금이라도 도움 될 만한 무언가를 전달하는 것은 개인적으로 의미가 있다고 생각하여 참여하게 되었습니다. 얼굴을 마주하며 얘기하는 것이 아니다 보니 강연 중에 다소 두서없이 말한 것 같아 아쉽지만 그래도 강연을 준비하고 디자이너님들과 소통하는 과정에서 저 또한 배운 것이 많았습니다.

디자이너로서 만들고 싶은 사회 변화는 무엇인가요?

개인적인 미션은 ‘좋은 회사가 더 많아지는데 기여하는 것’입니다. 그 이유는 저보다 늦게 사회에 나오는 후배들이 큰 회사에 들어가기 위한 일이 아니라 자신이 좋아하는 일을 선택할 수 있는 환경을 만들기 위한 해법이라고 생각했기 때문입니다. 그래서 ‘스타트업’이라는 단어가 아직 어색하던 시기에도 창업가를 돕는 길을 선택했습니다. 10년 전에 비해 지금은 대기업이 아닌 스타트업 중에서도 일하기 좋은 기업들이 많이 늘어났다고 생각합니다. 앞으로도 더 많은 디자이너들이 스타트업에 합류하여 좋은 회사를 만드는 일에 동참해 주면 좋겠습니다. 그렇게 되면 그다음 사회에 나오는 후배들은 더 많은 선택지를 가지게 될 거라 생각합니다.

퍼셉션 CEO
최소현

온라인 강연 3



본 강연 참여 계기와 소감

사회의 긍정적인 변화를 만들어 가는 디자이너들을 만나는 자리인 만큼 ‘퍼스널 브랜딩’이 개인의 관점에서만 머무르지 않으려면 어떤 메시지를 전달해야 할까 고민이 많았습니다.

일하는 사람으로서의 ‘나’와 개인으로서의 ‘나’는 어떤 존재의 이유를 가지며 무엇을 디자인하는 어떤 디자이너가 될 것인지 전체적으로 살펴보고 그 본질과 실천이 단단하게 지속적으로 성장해 주변과 좋은 에너지를 공유하는 관계를 만들어갈 수 있었으면 하는 바람으로 내용을 구성하고 디자이너들과 만났습니다. 준비하면서 저 또한 어떤 가치를 만드는 디자이너가 되어야 할지 다시 상기하며 디자이너의 역할과 책임에 대해 앞으로의 일들을 모색해 볼 수 있었고 화상으로 만난 시간이었지만 진심으로 경청하고 참여해 준 디자이너 여러분들을 통해 힘을 얻고 함께 대안을 만들어갈 수 있겠다는 희망이 생겨 매우 감사했습니다.

후배들에게 조언을 해주신다면?

생각을 가시화하고 사람들이 경험할 수 있도록 실제 화할 수 있는 힘을 디자이너들은 가지고 있다고 믿습니다. 새로운 생각을 발견하고 다른 방법으로 솔루션을 만들어가는 힘 또한 디자이너들의 강점이기도 합니다.

각자의 디자인에 대한 철학과 세계관을 명확하게 하고 디자이너로서 어떤 역할과 책임을 맡을 것인지 누구보다 더 많은 심신의 노력을 해야 합니다. 보편 타당한 가치와 사회적 감수성에 반응할 수 있어야 하며 영감을 잃지 않기 위해 매일의 관찰과 호기심과 상상력을 유지해야 합니다.

가장 중요한 것은 무엇을 할 수 있고, 없는지 명확하게 판단하고, 누구와 어떻게 함께 해야 하는지 대안을 만들길 바랍니다. 빠르게 변하는 세상에 ‘사람 디자이너’의 존재의 이유를 함께 찾을 수 있으면 좋겠습니다. 함께 해야 의미 있는 일을 오래 할 수 있을 테니까요.

디자이너로서 만들고 싶은 사회 변화는 무엇인가요?

기후변화로 인한 문제, 식량 위기 등 우리의 불안하고 불안정한 미래를 위한 대안 모색 중 아주 작은 모두의 실천으로 큰 변화를 일으킬 수 있는 일상의 환기를 만들어보고 싶습니다. 상황을 제대로 인지할 수 있도록 데이터를 visualize 하거나, 일상생활에서 모두가 부담 없이 해 볼 수 있는 일들을 기획해 심각하지 않게 경쾌하고 즐겁게 참여해 그 움직임이 지속될 수 있도록 하고 싶습니다.

아주 작은 변화의 지속으로 점점 커지는 ‘movement’를 만들 수 있고, 유쾌하게 의미를 전달하고 즐겁게 실천할 수 있도록 하고 싶습니다.

트래쉬버스터즈 CBO
최안나

온라인 강연 4



본 강연 참여 계기와 소감

제가 일하고 있는 트래쉬버스터즈는 쓰레기 문제를 해결하고, 지속가능한 환경과 문화를 만들겠다는 목표를 가지고 있습니다. 이러한 목표를 달성하기 위한 디자인의 역할은 무엇이고, 사회적 임팩트를 만들어가는 과정에서 디자이너의 책임이라는 것은 어떤 것인지를 강연을 준비하면서 저 스스로도 재고해볼 수 있는 유의미한 시간이었습니다. 많이 부족한 강연이었지만 소셜 섹터에서 열심히 활동하시는 디자이너 분들에게 자신의 역할과 책임, 그리고 디자인의 중요성에 대해서 다시 한번 생각해 보실 수 있는 계기가 되었으면 좋겠습니다.

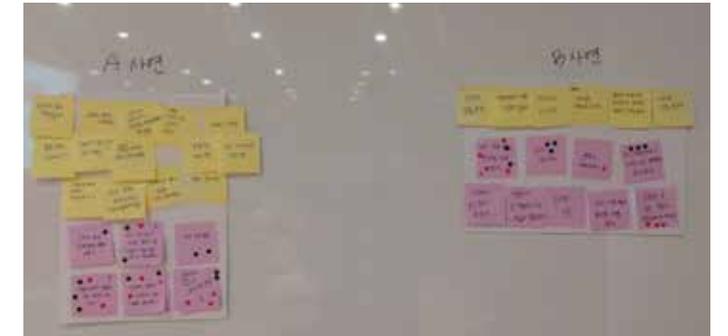
후배들에게 조언을 해주신다면?

트래쉬버스터즈가 창업한 지 이제 막 1년밖에 되지 않았고, 저도 여전히 계속 부딪히고 배우는 과정에 있습니다. 제가 조언을 드릴 수 있을 만큼 선배는 아니지만, 모두 지치지 않았으면 좋겠다는 말씀을 드리고 싶습니다. 실무를 진행하다 보면 가끔 일을 처리하는 것에만 급급해지는 경우가 종종 생깁니다. 그럴 때면 회의감이 들기도 하고, 자신의 역할에 대한 정체성이 흔들리기도 합니다. 하지만 이 역시 더 큰 가치와 목표를 이루기 위한 과정임을 상기하면서 즐겁게 앞으로 나아갈 수 있는 태도와 체력을 유지할 수 있으면 좋겠습니다.

디자이너로서 만들고 싶은 사회 변화는 무엇인가요?

저는 다양한 사회문제 중에서도 현재 일회용품 쓰레기가 야기하는 환경 문제에 주목하고 있습니다. 특히 코로나19로 인해 배달 음식과 택배 수요가 증가하면서 일회용품과 각종 포장재 쓰레기가 급증하는 것이 큰 문제가 되고 있습니다. 이런 문제의식을 가지고 일상에서 ‘제로 웨이스트’를 실천하려는 움직임이 늘고는 있지만, 한 번 쓰고 버리는 것이 너무나 익숙해진 시대에 개인의 노력만으로 쓰레기를 줄이는 것은 쉽지 않습니다. 더 많은 사람들이 환경 문제를 더욱 가깝게 느끼고 함께 해결하기 위해서는 문화와 시스템의 변화가 뒷받침되어야 합니다. 디자인은 이런 문화의 변화를 만드는 데에 기여할 수 있다고 생각하며, 앞으로도 우리가 직면한 환경문제를 해결하는 일을 계속하고 싶습니다.

행사 스케치





지금의 나, 돌아보기

MYSC

<p>업무 및 프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>업무 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>업무 및 프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>업무 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>
---	--	---	--	--

<p>정리하기</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>Positive</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>Negative</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>정리하기</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>Positive</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>Negative</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>
---	---	---	---	---	---

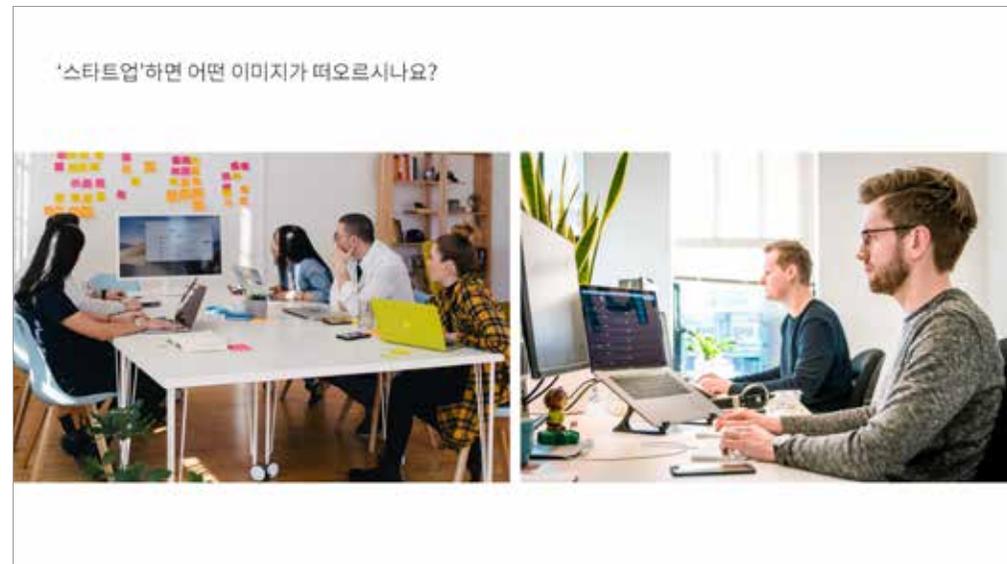
<p>대안찾기</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>Negative</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>대안 찾기</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>대안찾기</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>Negative</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>	<p>대안 찾기</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p> <p>나의 업무/프로그램 회고</p>
---	---	--	---	---	--

5

[부록] 강의 노트

- OT 강연 | 소셜섹터에 대한 이해
- 온라인 강연 1회차 | 디자이너 역할과 마인드셋
- 온라인 강연 2회차 | 스타트업 디자이너로 살아남기
- 온라인 강연 4회차 | 디자이너의 사회적 책임
- 최종워크숍 강연 | 소셜벤처에서 디자이너 정체성 부여잡기
- 최종워크숍 | 지금의 나, 돌아보기 워크시트

OT 강연 | 소셜 섹터에 대한 이해



SOCIAL VENTURE

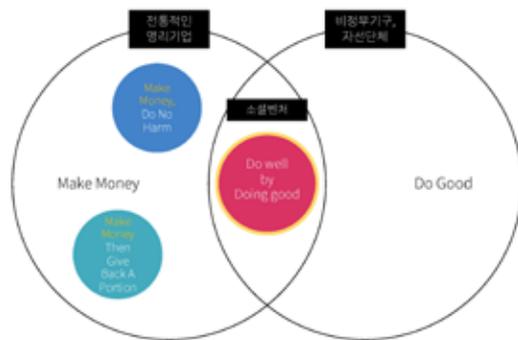
사회문제를
비즈니스로
해결하는 스타트업

‘소셜벤처(Social Venture)’란?

- 1 사회적 문제를 해결하는 것이 목적
- 2 문제 해결의 방법으로 비즈니스를 선택
- 3 위험을 감수하고 규모 있는 성장을 추구
- 4 비즈니스 모델, 프로세스, 기술 등의 혁신을 통해 시스템적 변화에 도전

SOCIAL VENTURE

사회문제를
비즈니스로
해결하는 스타트업



‘사회적기업’과 ‘소셜벤처’는 같은 개념일까요?

국내 사회적기업의 시작 배경



- 1997년 외환위기 이후 실업 및 양극화 문제 증가
- 공공근로, 자활 등 정부재원지원만으로는 문제 해결 한계 봉착
- 2000년대 고령화 저출산에 따른 사회서비스 수요 증가
- 기업 사회적책임 및 사회공헌에 대한 관심 증가

▶ 2007년 사회적기업 육성법을 제정하며, 특정 요건을 갖춘 기업만을 '사회적기업'으로 정부가 인증

소셜벤처의 등장

정부의 사회적기업 인증을 받지 않았지만
 1) 사회적가치와 재무적 수익을 함께 추구하고,
 2) 벤처와 같이 혁신을 바탕으로 사업규모를 확장하는

기업이 증가하면서 이들을 사회적기업과 구분되는
 '소셜벤처'로 명명



국내 사회적경제조직



사회적기업과 소셜벤처는 다른 개념이며, 소셜벤처를 '사회적 기업'이라고 부르기도 함.

일반 기업/스타트업은 비즈니스를 통해 '고객'의 문제를 해결하지만, 소셜벤처를 포함한 사회적경제 조직은 비즈니스를 통해 '사회'의 문제를 해결합니다.



다시 복습!
 '소셜벤처(Social Venture)'란?

- 1 사회적 문제를 해결하는 것이 목적
- 2 문제 해결의 방법으로 비즈니스를 선택
- 3 위험을 감수하고 규모 있는 성장을 추구
- 4 비즈니스 모델, 프로세스, 기술 등의 혁신을 통해 시스템적 변화에 도전

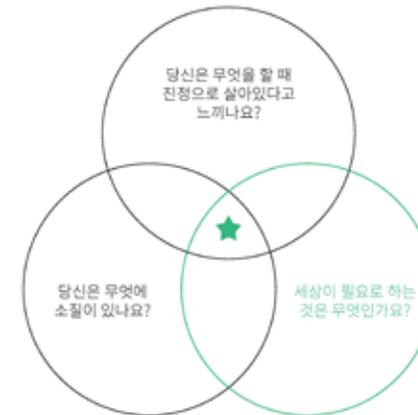
"한 아이를 키우려면 온 마을이 필요하다."



2014년부터 성수동 지역을 중심으로 '성수 소셜벤처 벨리'가 조성되어 왔으며, 250여 개의 조직이 모였습니다.



그렇다면, 우리는 왜 소셜벤처에서 일하기 시작했을까?



커리어를 선택하고 개발함에 있어 '나'에 대한 공감 뿐만 아니라 세상에 대한 공감을 더해서 접근하는 것

밀레니얼 세대가 요구하는 소셜임팩트

66%의 소비자가 지속 가능한 브랜드에 대해 더 많은 돈을 지불 - Nielsen Global Sustainability Report 2015

33%의 소비자가 사회적 또는 환경적 이익을 추구하는 브랜드를 구매 - Unilever international study 2016

87%의 밀레니얼이 비즈니스 성공은 단순히 이익 이상의 것을 기반해야 한다고 생각 - Deloitte Millennial Survey

88%의 밀레니얼은 긍정적인 임팩트를 만들 기회가 주어질 때 더 직업에 대한 성취를 느낌 - 2016 Cone Millennial Engagement Study

51%는 사회적/환경적 책임이 없는 회사를 위해 일하지 않음 - 2016 Cone Communications Employee Engagement Study

80%의 전세계 소비자는 기업이 사회적 이슈를 해결하는 데 역할을 해야 한다는 것에 동의 - Edelman Trust Barometer 2016

75%는 회사가 이익을 증대할 뿐 아니라, 지역 사회의 경제 사회적 여건을 향상시키는 데 구체적인 행동을 취할 수 있다는 점에 동의 - Edelman Trust Barometer 2017

그렇다면, 우리는 왜 소셜벤처에서 일하기 시작했을까?

동구밭 김성규 디자이너

"디자이너는 그래픽을 만드는 사람이기도 하지만 기업의 시스템을 설계하는 역할도 한다고 생각합니다. 그래서 열리기전에 비해 상대적으로 마케팅에 힘을 쓰기 힘든 소셜벤처에게 잘 만들어진 디자인은 큰 무기가 된다고 생각합니다."



그렇다면, 우리는 왜 소셜벤처에서 일하기 시작했을까?

발표의향 인물적 디자이너

"사회혁신 디자이너는 디자인을 통해 보다 많은 사람들이 사회 이슈에 대해 한 번 더 깊이 생각하도록 유도하는 사람이라고 생각합니다."



그렇다면, 우리는 왜 소셜벤처에서 일하기 시작했을까?

제작의향 혁신적 디자이너

"조직 안에서 디자이너라고 디자인만 시키지 않고 다양한 경험을 하도록 해주셨습니다. 그래서 좀 더 넓은 시각에서 생각하고 행동하는 법을 배웠습니다."



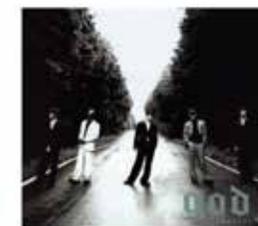
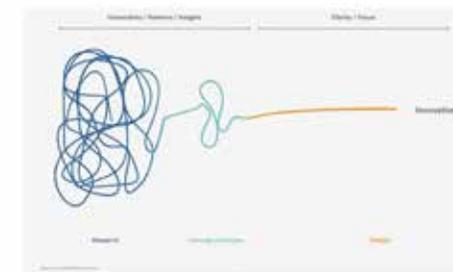
그렇다면, 우리는 왜 소셜벤처에서 일하기 시작했을까?



"아직 체계가 없는 상태에서 만들어나가야 하는 것이 많은 점"
 "섹터 간 협력시 단기적 성과에 매몰될 수 있는데 장기적 해결점으로 문제를 바라보고 솔루션을 지향하도록 설득하는 것"
 "가끔 주변사람들이 이해하지 못할 때"
 "너무 일이 다양해서 내가 가는 방향성이 뚜렷하지 않다고 느낄 때"
 "참고할 전례가 없이 늘 새로운 도전과제가 주어진다는 점(피곤함 주의)"
회사로고 원본 파일이 없어도 놀라지 마세요..

소셜디자이너에게 필요한 마인드셋.

1. 모호함을 즐기며, 문제를 기회로 보는 마인드



소셜디자이너에게 필요한 마인드셋.

2. 다양한 업무(문제발굴, 기획, 시각화, 실험&검증)를 흡수하는 능력



소셜디자이너에게 필요한 마인드셋.

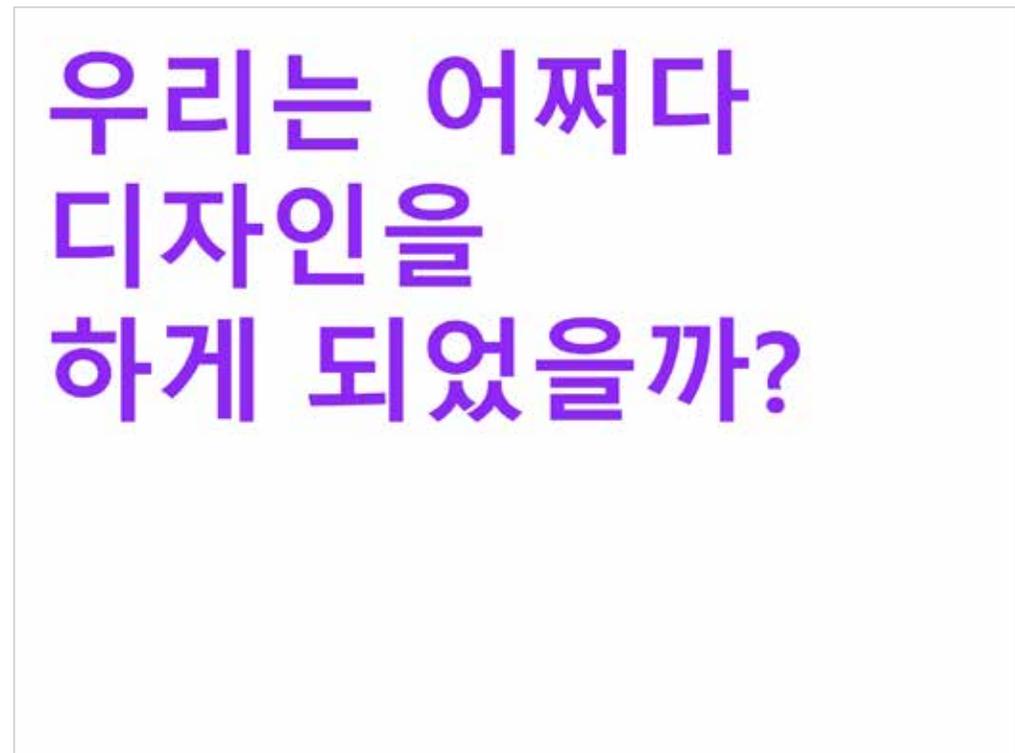
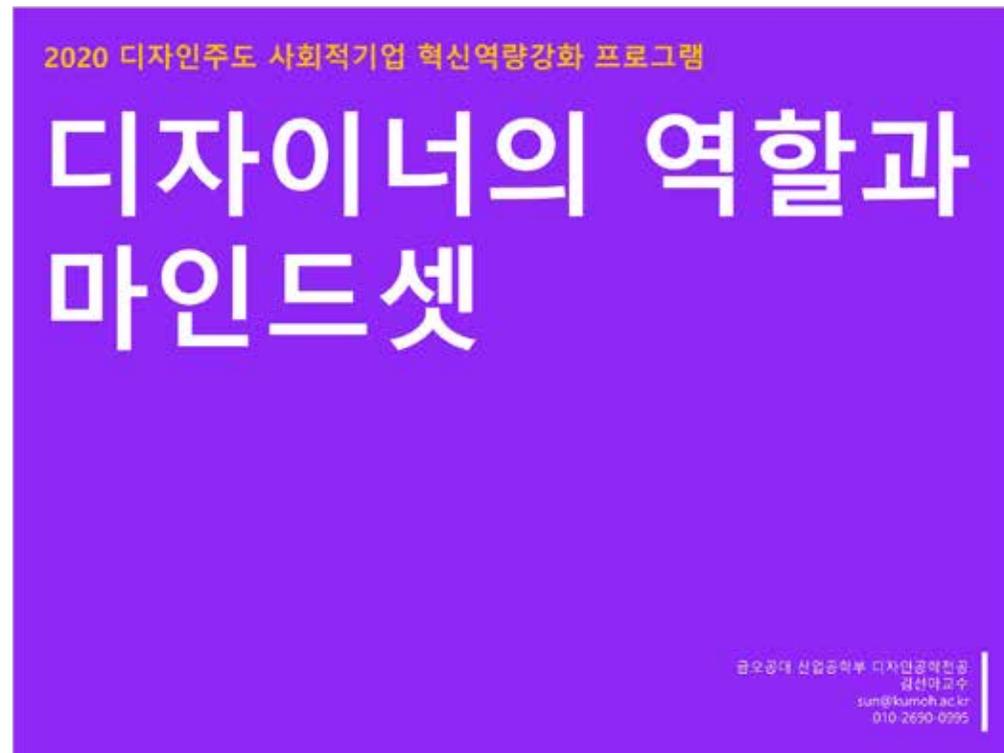
평온한
자신감

소셜디자이너에게 필요한 마인드셋.

3. 변화하는 사회와 생태계를 끊임없이 학습하는 역량



온라인 강연 1회차 | 디자이너 역할과 마인드셋

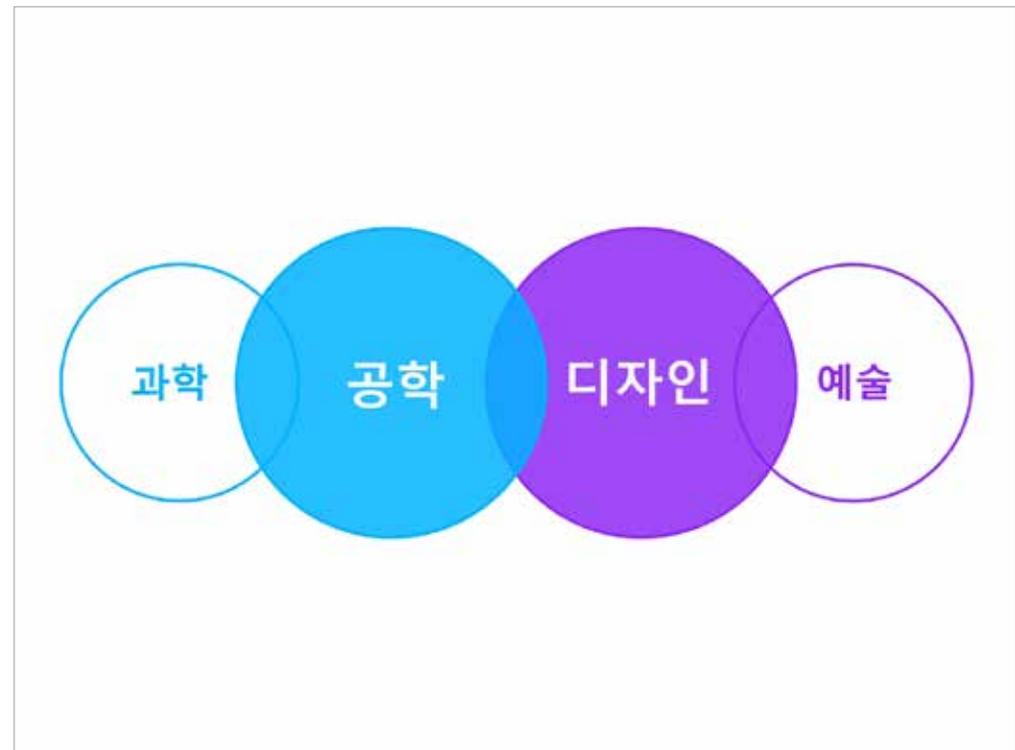


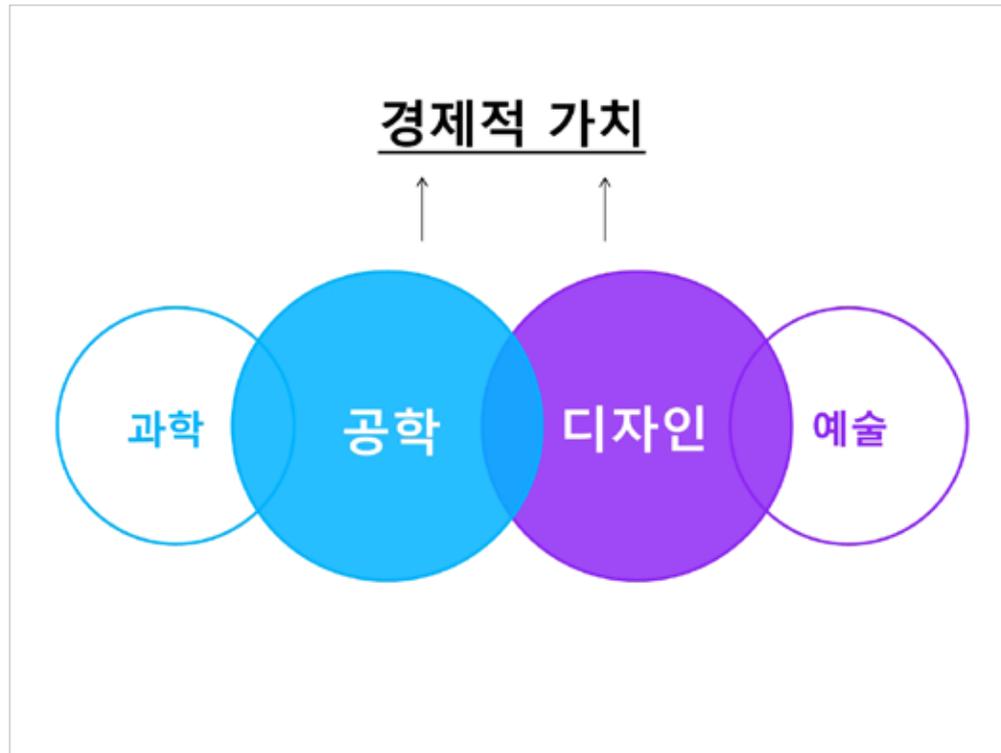
김선아
한국립금오공과대학교 산업공학부 디자인공학전공 부교수

서비스디자인 사회적협동조합 이사

- > 2018 서비스디자인 사회적협동조합 설립
- > 2016- 국민디자인단 감사, 공무원 교육
- > 2016 '정부30유공포상' 근정포장
- > 2015 국민디자인단 지지체 PM
- > 2014 국민디자인단 서비스디자이너
- > 2010 서비스디자인협의회 이사
- > 전) 대구경북디자인센터, 사람과디자인, 모토로라, 삼성전자

저서) 서비스디자인노트, 4차산업혁명해석지도, 농사와 디자인, 디자인사고, 디자이너세계 IMPERFECT BEAUTY, 디자인일상, CMF: 색 소재 그리고 마감, 지속가능디자인, 디자이너의 디자인경영, 산업디자인 실무노하우





디자인 정책과 역할의 흐름

	1977	1987	1997	2007	2017
대한민국 1인당 GDP	\$1,000	\$10,000	\$20,000	\$30,000	
	생존(生存)의 시대	생활(生活)의 시대		상생(相生)의 시대	
대한민국 디자인 법률 - 정책담당부서	(1977) 디자인·포장진흥법 (1977) 디자인진흥법	(1987) 한국디자인진흥법	(1997) 산업디자인(진흥)법 한국산업디자인진흥법	(2007) 서비스디자인 등 포함	(2017) 공공디자인법 제정 공공디자인법
디자인 역할	-공학 기술, 규제	-미개방 대량생산의 차별화	-미개방 경영혁신의 핵심 주제	+사회·인문과학 기업 브랜드, 원가절감, 프리미엄 가치확대	+사회·인문과학 분야와 역할의 확대 창업/창직, 디자인창업, 사회문제해결

사회적 가치

*출처: 2020 직은 일백연구 보고서 제안 내용 중 일부

디자인 정책과 역할의 흐름

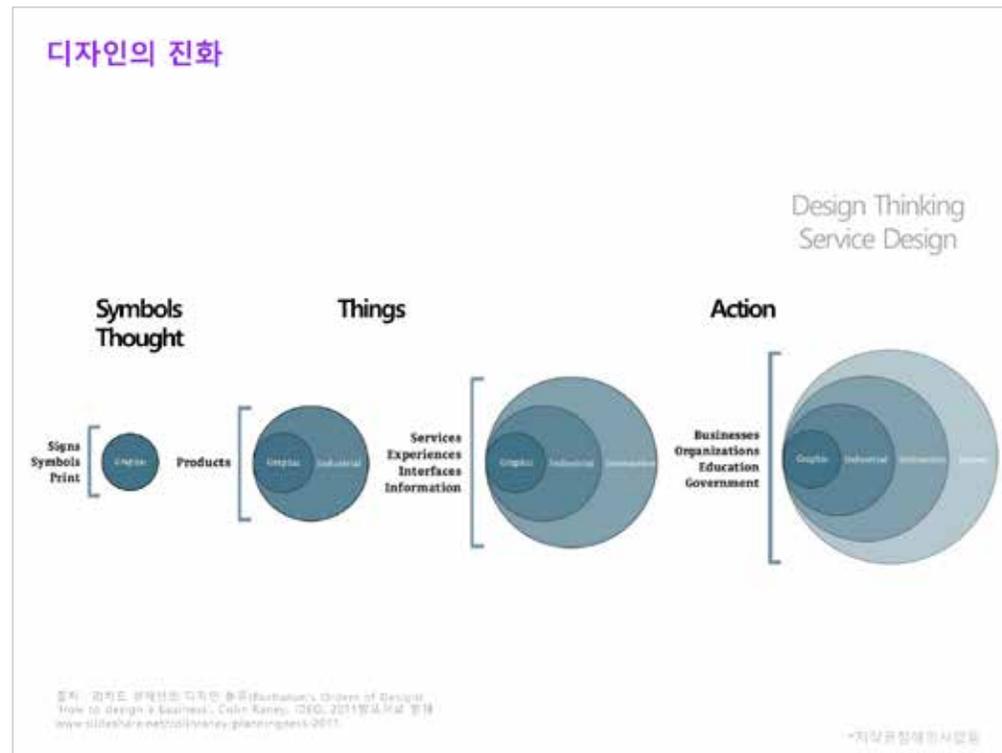
	1977	1987	1997	2007	2017
대한민국 1인당 GDP	\$1,000	\$10,000	\$20,000	\$30,000	
	생존(生存)의 시대	생활(生活)의 시대		상생(相生)의 시대	
대한민국 디자인 법률 - 정책담당부서	(1977) 디자인·포장진흥법 (1977) 디자인진흥법	(1987) 한국디자인진흥법	(1997) 산업디자인(진흥)법 한국산업디자인진흥법	(2007) 서비스디자인 등 포함	(2017) 공공디자인법 제정 공공디자인법
디자인 역할	-공학 기술, 규제	-미개방 대량생산의 차별화	-미개방 경영혁신의 핵심 주제	+사회·인문과학 기업 브랜드, 원가절감, 프리미엄 가치확대	+사회·인문과학 분야와 역할의 확대 창업/창직, 디자인창업, 사회문제해결

*출처: 2020 직은 일백연구 보고서 제안 내용 중 일부

디자인 정책과 역할의 흐름 _ 공공 이슈

	1977	1987	1997	2007	2017
대한민국 1인당 GDP	\$1,000	\$10,000	\$20,000	\$30,000	
	생존(生存)의 시대	생활(生活)의 시대		상생(相生)의 시대	
대한민국 디자인 법률 - 정책담당부서	(1977) 디자인·포장진흥법 (1977) 디자인진흥법	(1987) 한국디자인진흥법	(1997) 산업디자인(진흥)법 한국산업디자인진흥법	(2007) 서비스디자인 등 포함	(2017) 공공디자인법 제정 공공디자인법
디자인 역할	-공학 기술, 규제	-미개방 대량생산의 차별화	-미개방 경영혁신의 핵심 주제	+사회·인문과학 기업 브랜드, 원가절감, 프리미엄 가치확대	+사회·인문과학 분야와 역할의 확대 창업/창직, 디자인창업, 사회문제해결
디자인 이슈 (공공)	(1971) 빅터 피파네, 인간을 위한 디자인	(1977) 찰스 & 세미 달즈, Powers of Ten "가시적, 미학적 관점을 통합한 디자인 방법"	(1999) 다산인 생활의 유년, 사물을 통해 인간 삶 향상을 위한 디자인 "인공물시비(부용) 디자인, 열병행민생/영국" (2004) d.school, 미국 "가난, 서구는 정미학을 가지고 있다!"	(2007) (2007) "이 시대의 디자인, Sustainability" 소위 90%를 위한 디자인, 미국, DotM7, 영국	(2008) "사회, 공동체, 방향성을 위한" 윌리엄 스톡의 은희 선언 (2014) "기초문제 해결, 국민디자인단, 한국 국민 참여 디자인"

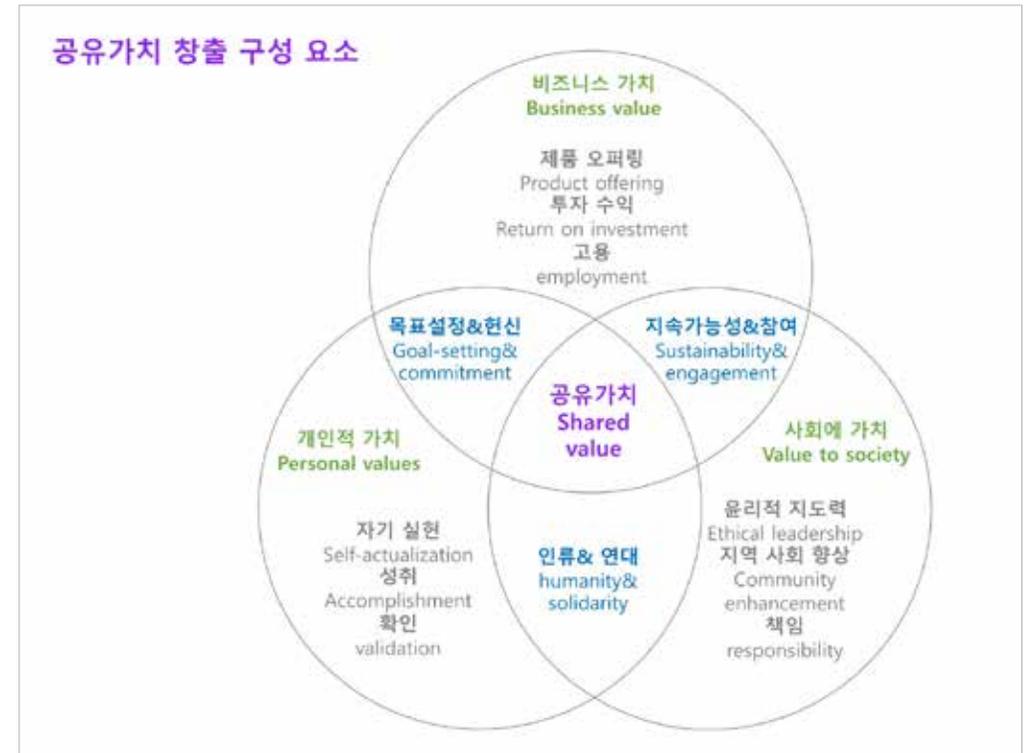
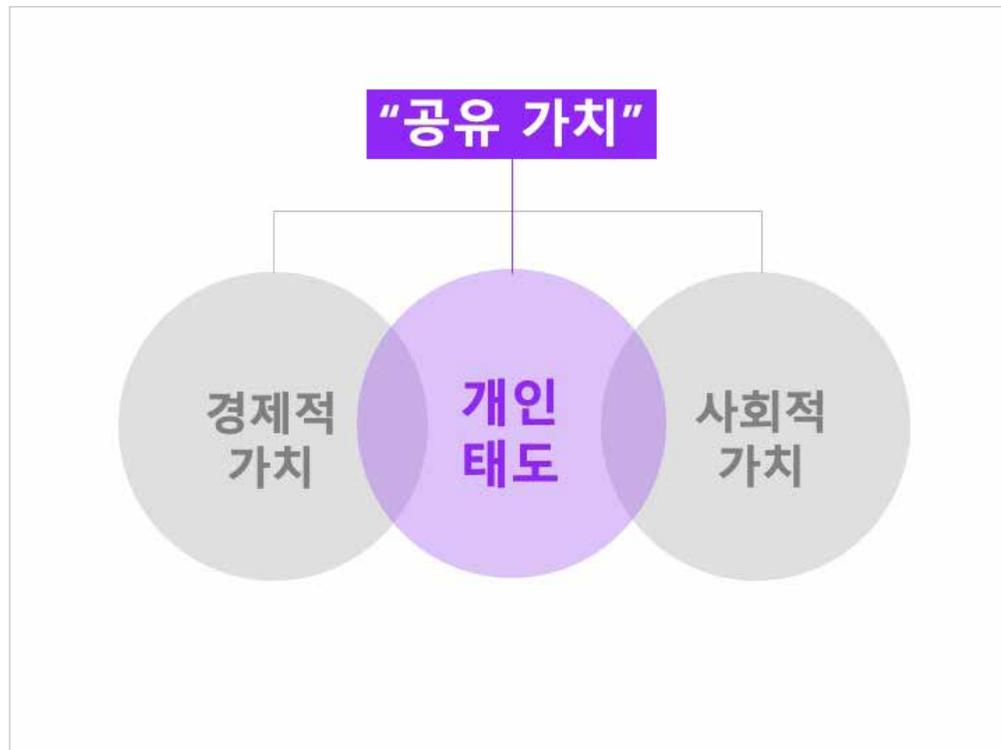
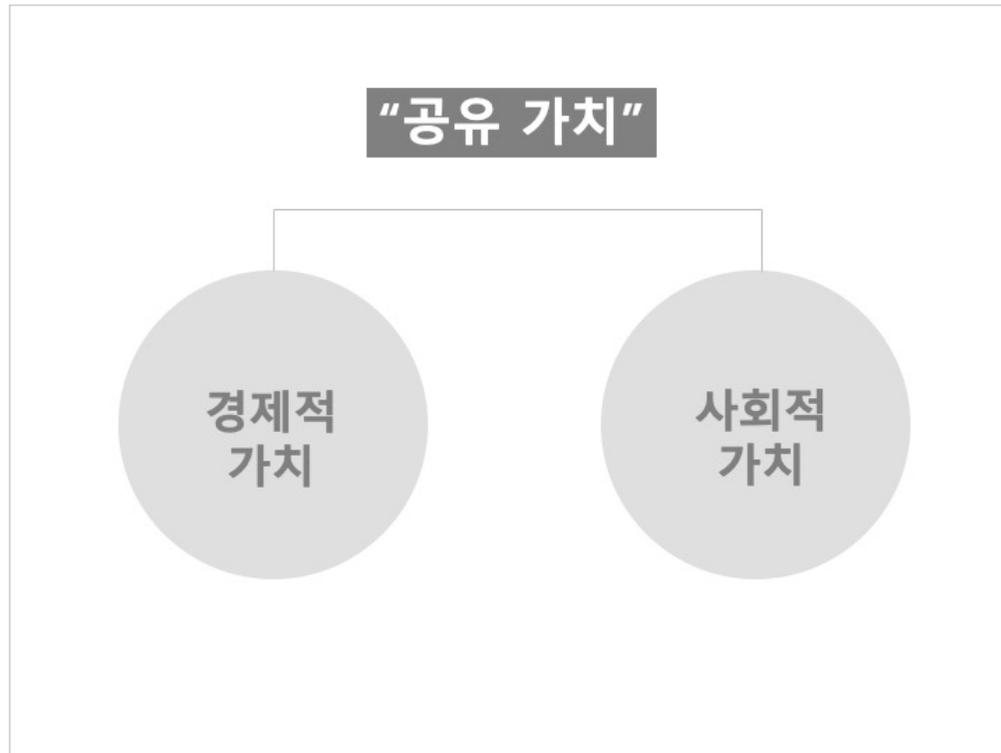
*출처: 2020 직은 일백연구 보고서 제안 내용 중 일부



여기서 잠깐!

- 공유경제 (Shared economy) : 프런트만 협력과 분산
- 커먼스경제 (Commons economy) : 프런트, 백 모두 협력과 분산

Below the text are four logos: Wikipedia (a globe), Linux (a penguin), Uber (a black square with a white 'U'), and Airbnb (a red and orange logo).



공유가치 창출 구성 요소 _ 개인 태도 역량과 속성

번호	역량	속성
1	사회적 가치 설정 (Creating Social Value)	Social engagement (사회적 응집력과 참여), Ethics(윤리)
2	동기부여 (Self-actualization)	자의식(self-consciousness), 자신감(self-confidence), 창의성(creativity), 도전(challenge)
3	목표설정 (Goal setting)	공동목표(Common objectives), 참여(participation), 기획(planning), 리더쉽(leadership), 인내(tolerance)
4	연대 (Solidarity)	관계 (Relationship), 협동(Cooperation), 소통(Communication)

출처 Jeongho Koo, Suhyun Baik and Sunah Kim, "The effect of personal value on CSV(creating shared value)," Journal of open innovation: Technology, Market, and Complexity, vol.5, no.2, 2019, pp.34

나의 역할은 무엇일까?

통합, 균형, 중재자로서의 역할



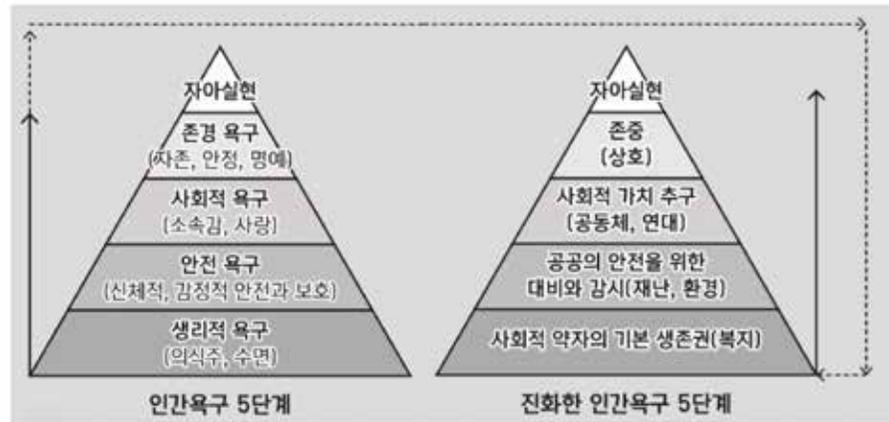
역할수행을 위해 필요한 3가지,

- ① **공동의 목표**
- ② **올바른 선택**
- ③ **이해 관계자**

역할수행을 위해 필요한 3가지,

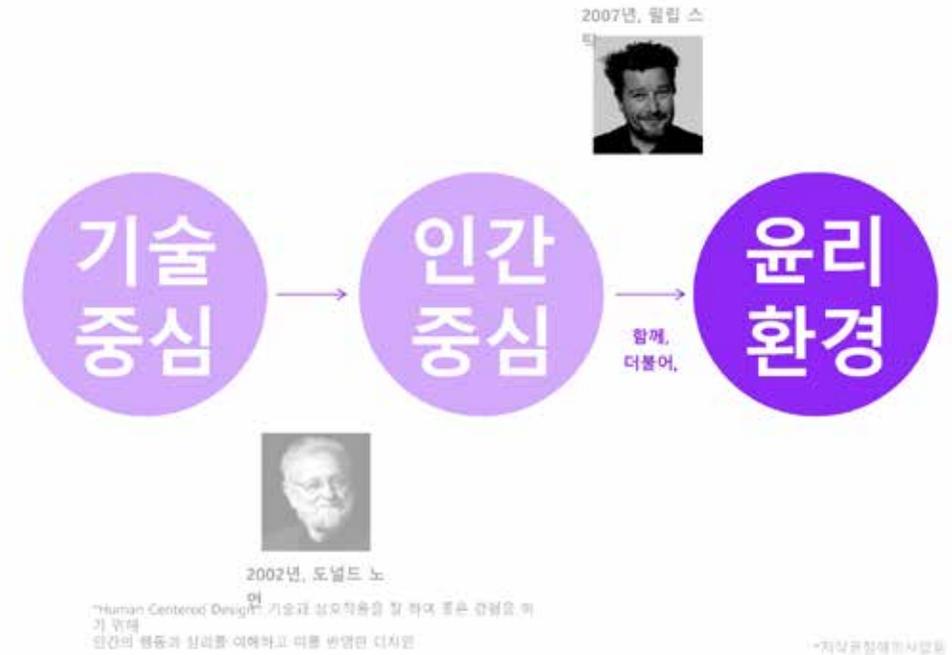
- ① **공동의 목표**
- ② **올바른 선택**
- ③ **이해 관계자**

시대의 변화에 따른 인간육구의 진화,



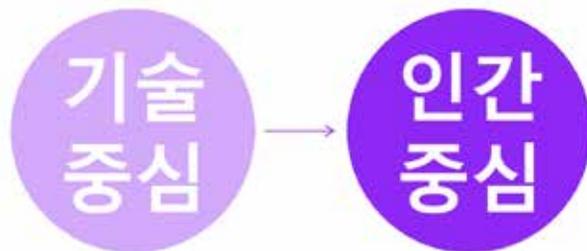
출처: 이태수 디자인연구소

공동목표의 개념 전환,



~지식공감연구소

공동목표의 개념 전환,



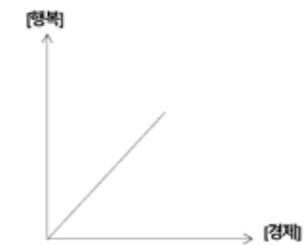
2002년, 도널드 노

먼 "Human Centered Design" 기술과 상호작용을 잘 하여 좋은 경험을 하기 위해 인간의 행동과 심리를 이해하고 이를 반영한 디자인

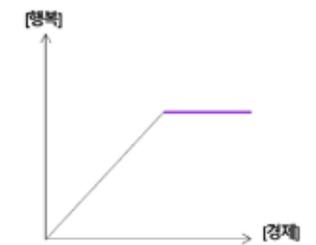
~지식공감연구소

행복의 그래프,

출처: 행복연구센터 최인철(서울대학교 심리학과 교수)



"소득을 늘려서 행복을 산다."



"돈을 다르게 써서 행복을 산다."
경험, 함께

역할수행을 위해 필요한 3가지,

- ① 공동의 목표
- ② 올바른 선택
- ③ 이해 관계자

기술이 인간을 공격하는 시대,



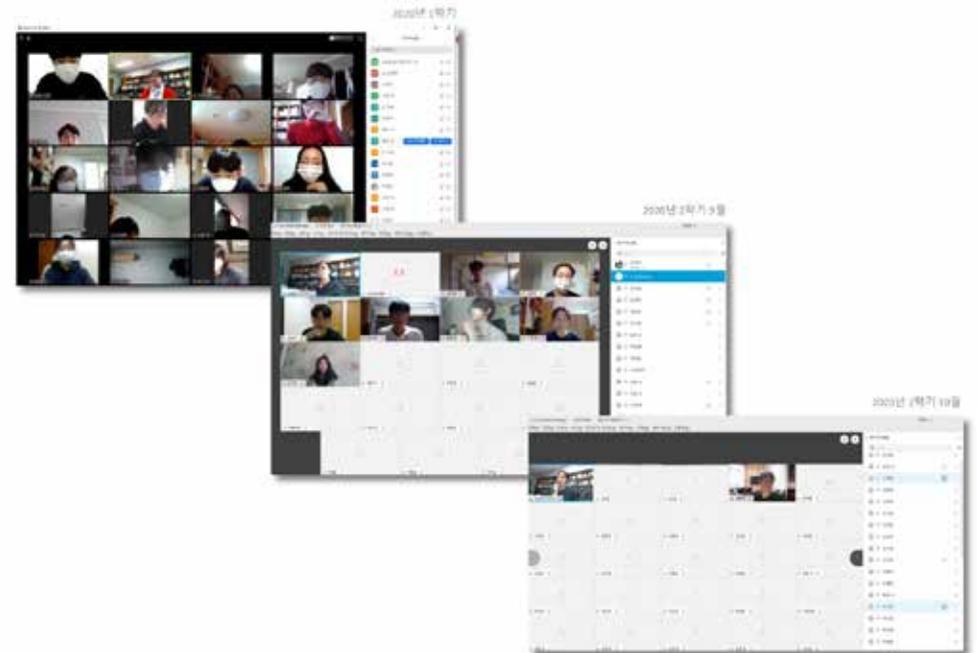
출처: 본도의 일부, 엑스팩터, 네이버
*저작권침해하지않음

기술이 인간을 능가하는 시대,



출처: <https://www.youtube.com/watch?v=731274>
*저작권침해하지않음

인간이 기술에 순응하는 시대,



욕심으로 스스로를 파괴하는 시대,



출처: BBC지프로그래프, MBC뉴스포지, <https://img.naver.com/contents/2271134394/>
*저작공정명기사항없음

- >대중의 관심을 끌고 경쟁우위를 점하기 위한 중독적 UI
- 고객의 잔존율을 높이기 위함
- 고객을 쉽게 설득당하는 존재로 인식
- 페이스북의 무한 피드(새로고침), 유튜브 자동재생기능
- >구글에서 3년간 일하며 행동경제학, 사회심리학 등을 연구하여 기술이 수십억 사람들의 생각과 행동을 어떻게 '윤리적으로' 이끌어야 하는지에 대한 프레임워크를 개발
- >현재는 'Center for humane technology'라는 비영리 단체를 조직하여 활동



출처:<https://naver.com/contents/2271134394/>
*저작공정명기사항없음

- >대중의 관심을 끌고 경쟁우위를 점하기 위한 중독적 UI
- 고객의 잔존율을 높이기 위함
- 고객을 쉽게 설득당하는 존재로 인식
- 페이스북의 무한 피드(새로고침), 유튜브 자동재생기능
- >구글에서 3년간 일하며 행동경제학, 사회심리학 등을 연구하여 기술이 수십억 사람들의 생각과 행동을 어떻게 '윤리적으로' 이끌어야 하는지에 대한 프레임워크를 개발
- >현재는 'Center for humane technology'라는 비영리 단체를 조직하여 활동

업무를 빨리 처리하기 위해 메시지를 간편하게 주고 받을 수 없을까?

↓
두 사람의 관계에서 최상의 인터랙션은 무엇일까?



출처:<https://naver.com/contents/2271134394/>
*저작공정명기사항없음

모래상자

내일, 그 다음을 생각하는 지속가능 책임소비

<https://www.morestore.co.kr/index.html>



*저작공정명기사항없음

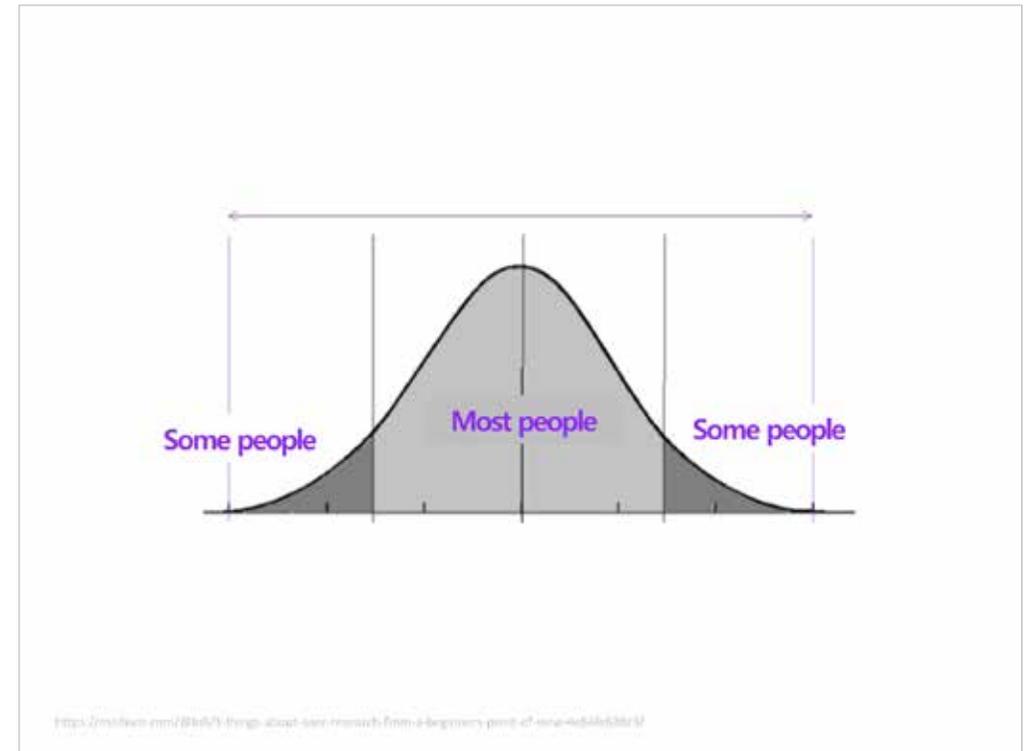
역할수행을 위해 필요한 3가지,

- ① 공동의 목표
- ② 올바른 선택
- ③ **이해 관계자**

이해관계자,

Stockholder → Stakeholder

- 다양성
- 포용성
- 개방성
- 축소성
- 연결성



겉으로 금방 알 수 있는 '현상'
속에 깊숙이 박혀 있는 '본질'

▶ 사고의 확산과 수렴을 반복하여 새로운 문제와 아이디어를 발견하고 문제의 근본 원인에 대해 깊게 생각하는 과정

- 확산적 사고: 통념, 관념과는 다른 다양한 시각으로 문제를 바라봄
- 수렴적 사고: 문제의 핵심을 찾아냄으로써 최선의 해결안을 개발



아기가 울고 있다.

출처: 서비스디자인노트

디자인씽킹, 서비스디자인 프로세스



출처: 서비스디자인노트

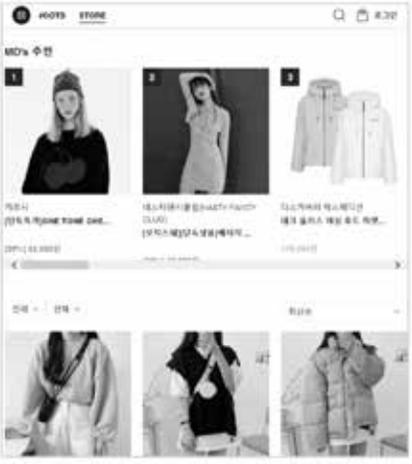
출처: <https://www.youtube.com/watch?v=15q22685Y>



출처: 서비스디자인노트

프로토타이핑	무형적 서비스 전달	유형적 서비스 전달
		
'그래! 우선 따뜻한 보리차를 먹이고 이유식을 좀 먹여야겠다.'	먹을 것을 준비하는 동안, "오- 우리 예기, 배가 고았어-? 조금만 기다려-." 라고 어르고 달랜다.	보리차를 찻병에 담아 편하게 먹기 쉽도록 먼저 목을 죽여 준 다음 작은 손가락에 이유식을 떠서 천천히 먹여 준다.

출처: 사회적디자인연구소







경험 사례 1.

더나누기리사이클링프로젝트



여러 섬유기업에서 상품을 생산하고 남은 고급원단을 재활용해서 핸드메이드 디자인 상품으로 다시 탄생시키고, 이를 통해 자원과 재능, 수익을 함께 나누는 사회적 기업 활동입니다.



thenanugi®

- Story
- Process
- Donation

thenanugi® 이노비지 경영

Products 재활용제품

- Bags
- Pouches
- Accessories
- season items

Community 커뮤니티

- News&Notice
- Show
- Collaboration



thenanugi®
UP CYCLE
DESIGN
DONATION



더나누기(2011~)

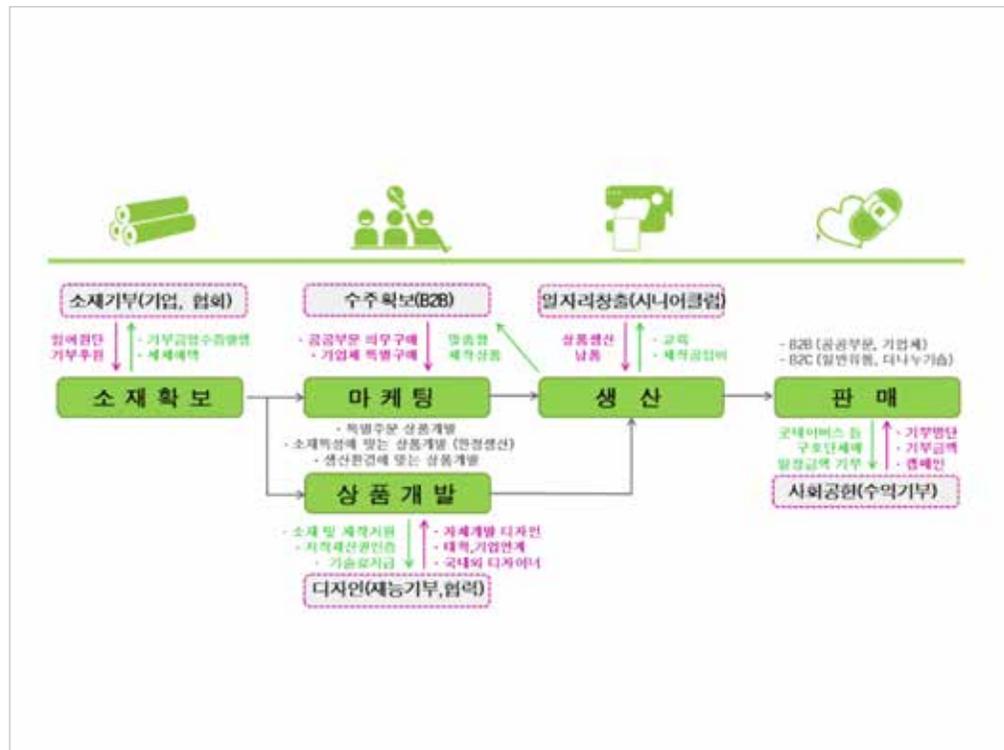


- > 대구경북지역에서 1년 동안 버려지는 자투리 원단은 88만야드, 이를 돈으로 환산하면 25억 원
- > 2010년 시작, 섬유업체에서 버린 자투리원단을 활용해 파우치가방, 슬리퍼, 라인코트 등 4년 간 버려지는 원단 20만 야드 기부 받아 80여 종의 제품 4만여 개를 생산판매
- > 2011~2014년 말 기준 15억 원 정도의 판매수익, 350명 직집고용 창출
- > 다양한 지원사업 통해 27개 중소기업 약 19억 원의 매출신장
- > 2015년 5월 국회 기념품관에도 입점 예정
- 더나누기 매장은 서울 동대문디자인플라자, 제주도 해비치호텔엔 리조트, 뉴욕현대미술관, 청와대 사랑채 등 10곳 이상

한국업사이클링센터(2016.06)



- > 2013년 환경부 시범사업으로 선정국비와 시비 등 167억 원 투입
- > 섬유공장에서 쓰고 버린 원단과 천천수막목재페타이어플라스틱 등 폐자원을 재가공해 디자인을 입힌 상품을 개발생산
- > 업체들을 대상으로 디자인 교육을 지원하고 개인이 디자인 관련 상품 아이디어를 제안하면 생산과 판매 방법을 알려줘 창업까지 할 수 있도록 계획



경험 사례 2,

명예옷장은,

지식과 경험을 바탕으로 후학을 양성하는 스승이 추억과 이야기가 담겨 있어 절대 버릴 수 없었던 좋은 옷을 기부하고, 밝은 미래를 꿈꾸며 열심히 노력하는 제자가 좋은 옷을 저렴하게 구입할 뿐만 아니라 의미 있는 이야기를 함께 구매함으로써, 스승과 제자간의 명예로운 가치를 나누는 사회적 협동 프로젝트입니다.



온라인 강연 2회차 | 스타트업 디자이너로 살아남기



스타트업에서 디자이너로 살아남기

Pitch

감사합니다

꿈요꿈대 창업공헌부 디자인공헌팀
김선우교수
sun@kumoh.ac.kr
010-2690-0995

안녕하세요
스타트업에서 일하고 있는
프로덕트 디자이너
정선우입니다.

Pitch

지금은
식스샵에서
CPO로 근무하며
살아남기 위해 노력중입니다.

Pitch

스타트업도 엄청 많아졌고
스타트업의 디자이너도 늘어남
2015 → 2020



SOURCE: STARTUP ALLIANCE

Pitch

저는 2016년도에
이런 글을 공유 했어요.



스타트업 디자이너 채용하기 디자이너 스타트업 이직하기

Pitch

그래서
AS 나왔습니다.



스타트업 디자이너 채용하기 디자이너 스타트업 이직하기

Pitch

2016년 Ver.

1. 스타트업은 하나의 회사가 아니다.
2. '일에서 행복을 얻는다'는 말에 공감하는가?
3. 스타트업에서는 의도된 못생김이 필요할때도 있다.
4. 하이 리스크 하이 리턴?
5. 내가 주인인 기업?
6. 스타트업은 하나이기도 하다.

Pitch

2020년 Ver.

<p>'일에서 행복을 얻는다'는 말에 공감하는가? →</p> <p>스타트업에서는 의도된 못생김이 필요할때도 있다. →</p> <p>하이 리스크 하이 리턴? →</p> <p>스타트업은 하나이기도 하다. →</p>	<p>높은 수준의 복지나 근무 환경 제공하는 스타트업 늘어 <small>남다른 스타트업은 다르다? 대기업 연봉 낮은 스타트업 - IT조선</small></p> <p>여전히 유효하나 경쟁이 늘어나며 최소 수준의 기대치가 높아짐 <small>(Minimum Remarkable Product) by David Rosenko</small></p> <p>적은 리스크로 중박 이상의 리턴 기회가 과거보다 늘어났다.</p> <p>스타트업 경험자 증가. 어떤 기업이나가 중요 <small>벤처 교육 4대 대기업 함께 남다르 2020년 4월 기준 46만 4천명 기업 - 월간월보</small></p>
---	---

Pitch

2020년 Ver.

1. 스타트업은 하나의 회사가 아니다. → ~~응 아니야.~~
2. ~~'일에서 행복을 얻는다'는 말에 공감하는가? → 업데이트 필요~~
3. ~~스타트업에서는 의도된 못생김이 필요할때도 있다. → 업데이트 필요~~
4. 하이 리스크 하이 리턴 → 업데이트 필요
5. ~~내가 주인인 기업? → 응 주인 아니야.~~
6. 스타트업은 하나이기도 하다. → 업데이트 필요

Pitch

2020년 Ver.

스타트업의 디자이너 커리어 관리?

Pitch

성장 단계를 기준으로 스타트업을 분류하면

Early Stage	Series A	Series B-C	Pre IPO - Unicorn
<ul style="list-style-type: none"> • 투자금 0-2억 이내 • 1인-10인 이하의 구성원 • 제품 출시 전 혹은 MVP 출시 후 • 성장 엔진(PMF) 찾기 시작 	<ul style="list-style-type: none"> • 투자금 5-30억 내외 • 15-30명 가량의 구성원 • 초기 성장을 성공적으로 달성 • 고속 성장의 힌트를 열심히 찾는 중 	<ul style="list-style-type: none"> • 투자금 100-500억 내외 • 30-100명 가량의 구성원 • 눈에 띄는 고속 성장 중 • 동네 친구 중에도 써본 사람이 생김 	<ul style="list-style-type: none"> • 투자금 300-1000억 내외 • 100-300명 내외의 구성원 • 특정 영역에서 대기업과 직접 경쟁 • 우리 부모님도 뉴스에서 볼만큼

테크 스타트업 내에서 디자이너의 역할을 분류하면

프로덕트 디자이너

소프트웨어 기반 스타트업에서 프로덕트 팀의 구성원으로 제품 발견/설계를 담당. 비즈니스를 제품으로 옮기는 역할을 한다. 공역에서 기획자나 UX 디자이너도 여기에 포함될 수 있다.

Julie Zhou
Former Vice President of Product Design at Facebook

브랜드 디자이너

기업 내 외부 고객 간의 유무형 커뮤니케이션 전반을 다루며 산출물로서 체계적인 브랜드 아이덴티티 구축을 통해 "다음"을 시장 내에 광고하라는 역할을 한다. 기업 브랜드의 전체 혹은 일부에 관여.

David Moon K Lee
Chief Creative Officer at Supersonic

요 분야는 잘 몰라요

테크 스타트업 내에서 디자이너의 역할을 분류하면

프로덕트 디자이너	브랜드 디자이너	컨텐츠 디자이너	그 외에도
<p>소프트웨어 기반 스타트업에서 프로덕트 팀의 구성원으로 제품 발견/설계를 담당. 비즈니스를 제품으로 옮기는 역할을 한다. 공역에서 기획자나 UX 디자이너도 여기에 포함될 수 있다.</p> <p>Julie Zhou Former Vice President of Product Design at Facebook</p>	<p>기업 내 외부 고객 간의 유무형 커뮤니케이션 전반을 다루며 산출물로서 체계적인 브랜드 아이덴티티 구축을 통해 "다음"을 시장 내에 광고하라는 역할을 한다. 기업 브랜드의 전체 혹은 일부에 관여.</p> <p>David Moon K Lee Chief Creative Officer at Supersonic</p>	<p>컨텐츠가 제품인 기업. 특히 최근엔 영상매체를 중심으로 하는 미디어 스타트업에서 컨텐츠를 제작하거나 스타트업의 마케팅 팀과 긴밀히 협업하여 컨텐츠를 통해 고객 관계 형성에 중요한 역할을 한다.</p> <p>Patrick Li Creative Director at New York Times</p>	<p>IoT 분야 - 피지컬 프로덕트 디자이너 게임 분야 - 3D 디자이너 모빌리티 - Vehicle 디자이너 소비재 - 패키지 디자이너 등</p> <p>Jake Lee Founder, CEO at LoudForm (Former CEO at Apple)</p>

프로덕트 디자이너의 이상적인 스타트업 합류 시기

Early Stage

창업에 뜻이 있다면.

- 이미 충분한 전문성을 갖춘 상태에서 공동 창업인 경우 적절.
- 디자이너란 타이틀이 붙는 모든 일은 물론 그 외 업무도 해야함.
- 주니어 디자이너가 팀원으로 합류시 확고한 의지 없이는 리스크 매우 높음
- 디자이너로서 Build from scratch 경험을 원한다면.
- 단 향후 이직을 고려한다면 자신의 포지셔닝을 보다 명확하게 정의해야.

Series A

과감한 도전으로 하이 리턴을 기대한다면.

- 현재 가장 많은 스타트업들이 몰려있는 구간.
- 비즈니스 모델이 구체화 되고 제품의 중요성이 높아지는 시절.
- 경력직 디자이너로서 하이 리턴을 기대한다면 시리즈 A 투자 직후가 적절.
- 향후 성장에 제품이 지대한 영향을 미치는 시절, 제품 팀의 성향 및 업무 환경 등 기업 문화에 자신의 목소리가 어느 정도의 영향력을 갖는지 잘 파악해야.

OFF THE RECORD

프로덕트 디자이너의 이상적인 스타트업 합류 시기

Series B~C

짧은 기간 안에 리더로써 성장하기를 원한다면.

- 성장 가능성이 어느정도 검증되었고, 대개 2-3개의 비슷한 규모 경쟁사가 존재.
- 리더 포지션의 경우 비즈니스 감각과 채용 역량이 매우 중요.
- 팀원이 급격히 느는 시기, 합류 후 짧은 시간 안에 리더 역할을 맡을 가능성 높음.
- 회사가 인재를 대하는 방식이 중요. 실력 있다면 조건 협상 시 이를 신중히 평가.

Pre IPO ~ Unicorn

디자이너로써 전문성을 키우기 가장 적합

- 로우 리스크이나 리턴의 크기는 성장세에 따라 천차만 별.
- 이미 기업 문화, 급여 조건 등이 알려져 있는 만큼 IT 대기업과 비교 시 업무 방식이나 동료들을 중심으로 평가.
- 집중 고객의 수가 크고 시장 확장 속도가 빠른만큼 디자이너로써 전문 역량을 개발하기 가장 좋은 시점.

Pitch

I GUESS...

브랜드 디자이너의 적절한 스타트업 합류 시기

Series B~C

브랜드 디자인의 중요성이 부각되기 시작하는 시기.

- 노출되는 매체가 확장되는 시점, 매스티지 대상의 메시지 전달 중요해짐.
- 브랜드 팀은 아직 소규모인 경우 대다수, 전사 브랜드 디렉션 담당.
- 브랜드 시스템 / 광고 / 공간 디자인 등 짧은 시간에 압축된 경험을 쌓기 좋은 시점.
- 일반적인 스타트업이라면 이 시기 합류하는 것이 스타트업의 아점을 누리기 좋은 시점.

Pre IPO ~ Unicorn

그 어느 때 보다 브랜드 관리가 중요한 시기

- IPO 전후 브랜드 관리의 중요성 매우 높음.
- 리브랜딩 등 브랜드 시스템 관련 대규모 이벤트가 있거나 대규모 채용 등 업무 강도가 높을 수 있음.
- 기업 문화, 업무 방식, 조건 등을 고려해 IT 대기업과 비교 후 확실한 이점이 보이는 곳을 선택하는걸 추천.

Pitch

I GUESS...

브랜드 디자이너의 적절한 스타트업 합류 시기

Early Stage

창입에 뜻이 있다면, 분야를 신중히 고려해서.

- 이미 충분한 전문성을 갖춘 상태에서 공동 창업인 경우 적절.
- 일반적으로 PMF를 찾는 단계인 만큼 관계를 통해 형성된 브랜드 이미지 부재.
- 빠른 실험이 교과서적 접근 보다 주효.
- 단, DNVB 카테고리 혹은 패션, 디자인 관련 기업의 경우 핵심 경쟁력으로 활용될 수 있다.

Series A

여전히 분야는 신중하, 대표, 조직 구성원의 마인드셋 매우 중요.

- 대개 '브랜드 디자인 = 그래픽 디자인'으로 여기는 경우가 많음.
- 대표가 브랜드에 대해 어떤 생각을 갖는지 신중히 살펴볼 것. 자칫 설득과 설득이 끊임없이 연속되는 결과가 발생.
- 여전히 분야가 중요. 컨슈머 업, DNVB, 패션, 디자인 관련 기업인 경우는 별개.
- 고객 구성, 비용이 빠르게 변화하는 시점, 유연한 접근 필요.

Pitch

감사합니다.

<http://sonujung.com>
iam@sonujung.com

Pitch

온라인 강연 4회차 | 디자이너의 사회적 책임

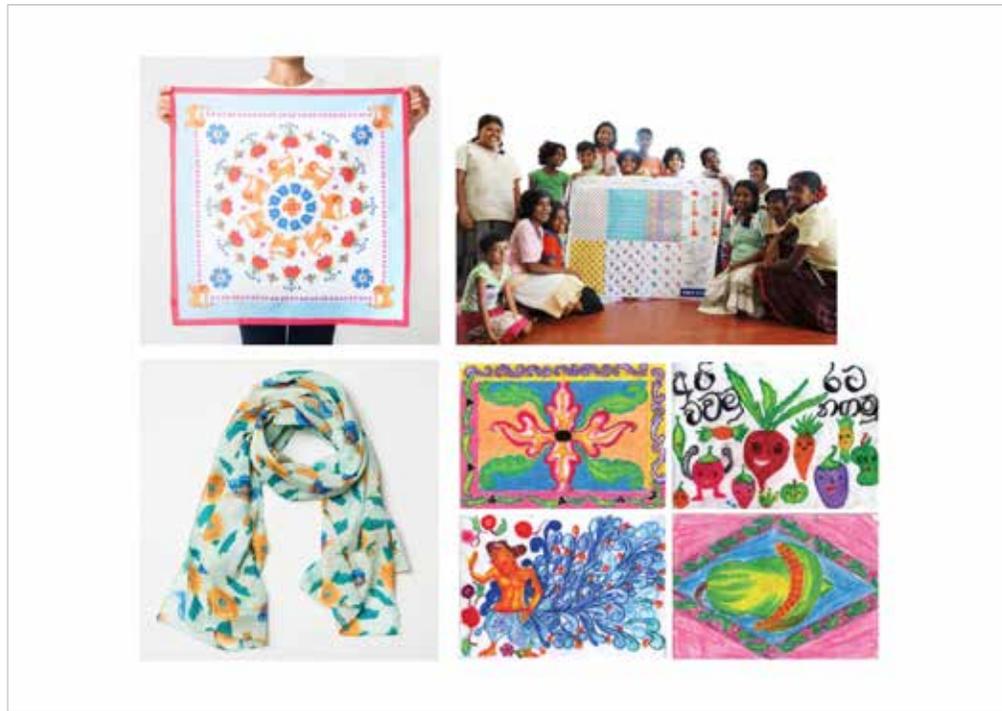
디자이너의 사회적 책임

사회 문제를 해결하는 디자인

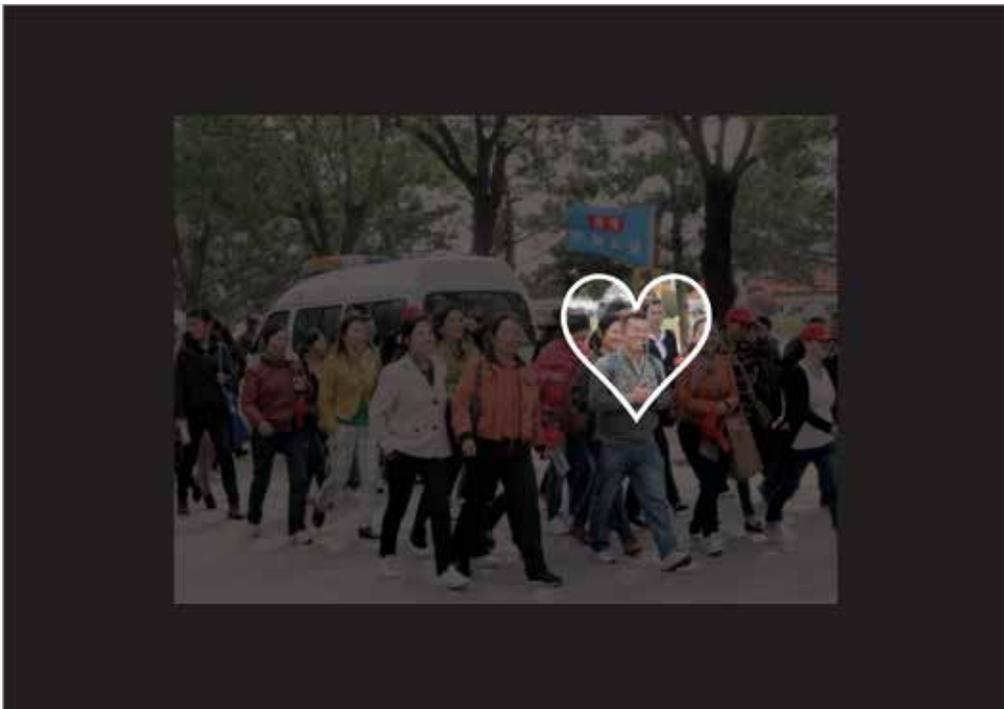
왜 디자이너가 사회문제를 해결해야 할까?

디자이너가 가져야 할 사회적 책임

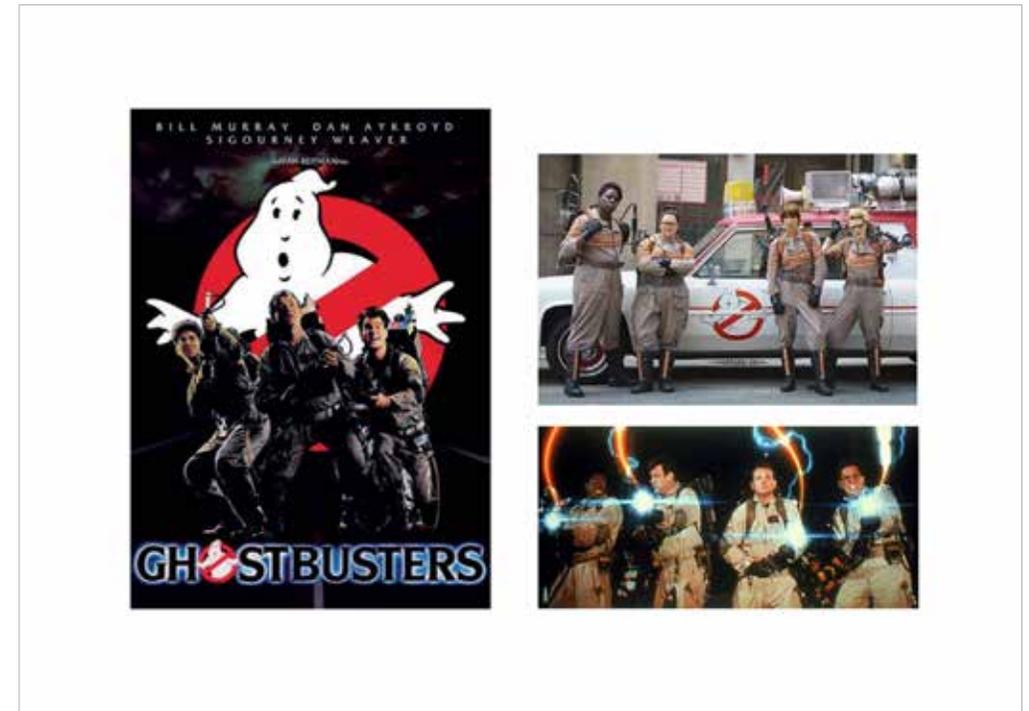




디자인으로 사회문제를 해결할 수 있다?



깃발을 쥐고 있는 가이드가
길을 헤메면 곤란하다





It's not a big deal!

사회적 **책임**이요?!

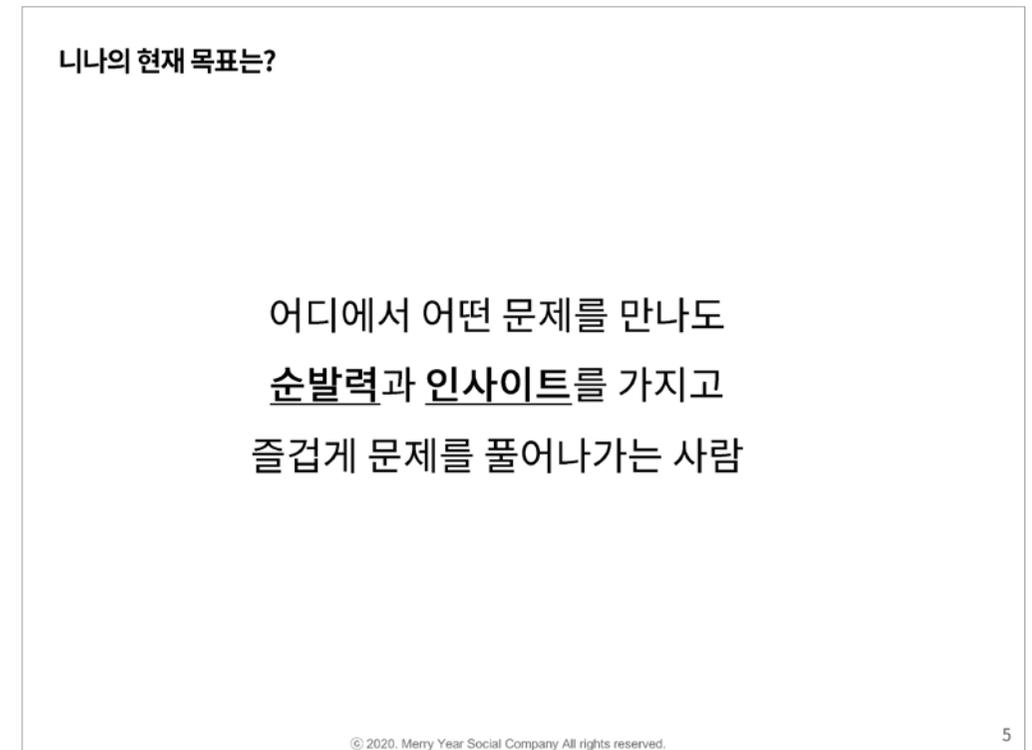
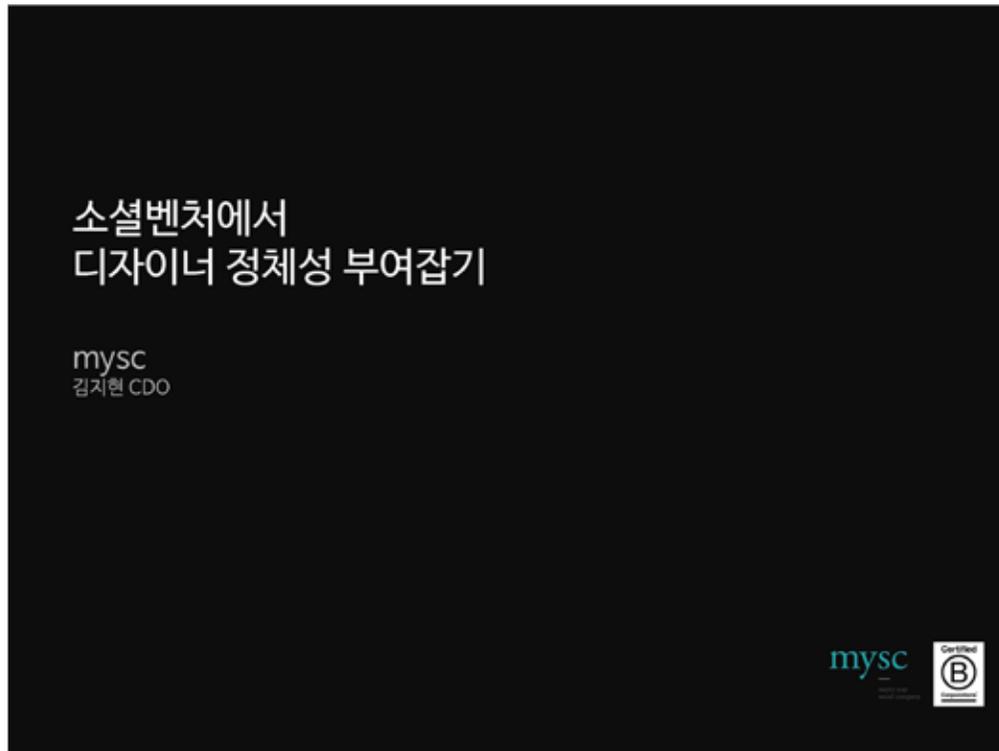




디자이너가 가져야할 사회적 책임

디자인의 영향력을 믿고
더욱 가치 있는 방향에 쓰는 것

최종워크숍 강연 | 소셜벤처에서 디자이너 정체성 부여잡기



오늘 하고자 하는 이야기

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

6

이 때 제대로 나를 돌아보아야 한다...

각성해야 한다

나에 대해서 알고
내게 맞는 길을 찾고
즐겁게 걸어가야 한다.

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

8

30대 초반이 되면은 문득...

현타의 바람

나는 어떠한 디자이너가 되어야 할까?
이대로.. 디자이너의 생활 괜찮은가?
난 작업자인가? 기획자인가? 팀장인가?

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

7

나에 대해

1단계

- 나의 인생의 핵심가치는?

2단계

- 일의 영역에 있어서 나는 어떠한 사람인가?

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

9

나에 대해

1단계

- 나의 인생의 핵심 가치는?
- 내가 살고 싶었던 인생은?
- 내 인생에서 이루고 싶었던 목표와 꿈은?



나무 한 그루

or



높은 산

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

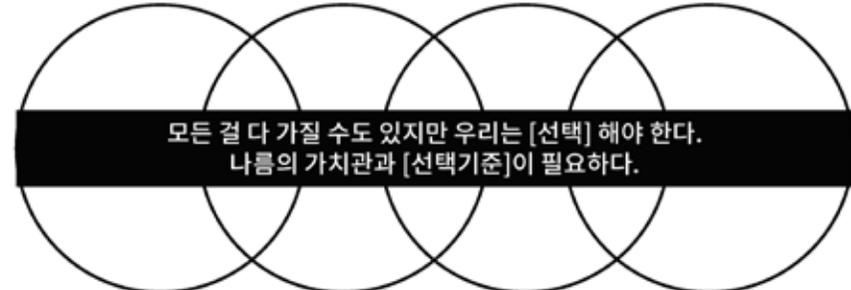
1
0

나에 대해

1단계

“아들아, 역시 너는 계획이 다 있구나”

시나리오1
시나리오2
시나리오3
시나리오4



모든 걸 다 가질 수도 있지만 우리는 [선택] 해야 한다.
나름의 가치관과 [선택기준]이 필요하다.

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

1
2

나에 대해

1단계

- 나의 인생의 핵심 가치는?
- 내가 살고 싶었던 인생은?
- 내 인생에서 이루고 싶었던 목표와 꿈은?





© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

1
1

나의 일에 대해

2.1 단계 나의 기본 성향 파악하기

1. 나의 미시적 동기는 어디에서 오는가?



청소 & 정리정돈



놀래키는 일



만들고 그리는 일

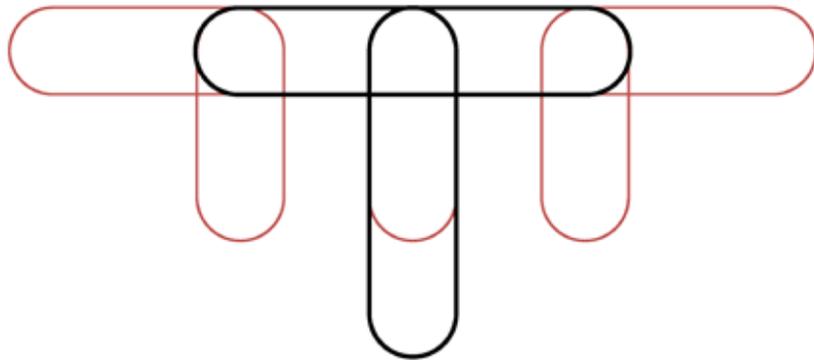
© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

1
3

나의 일에 대해

2.1 단계 나의 기본 성향 파악하기

2. 나는 다양한 것에 넓게 관심이 있는가? 좁게 깊게 파는 것을 좋아하는가?



나의 일에 대해

2.1 단계 나의 기본 성향 파악하기

4. 나는 어떤 사람이 되고 싶은가?



제너럴리스트



스페셜리스트



사업가

나의 일에 대해

2.1 단계 나의 기본 성향 파악하기

3. 어렸을 적부터 나는 어디에 눈이 갔고 꿈꿔왔던 직업은 무엇인가?



나의 책을 내서 작가가 되어본다



내 커피숍을 만들어 본다

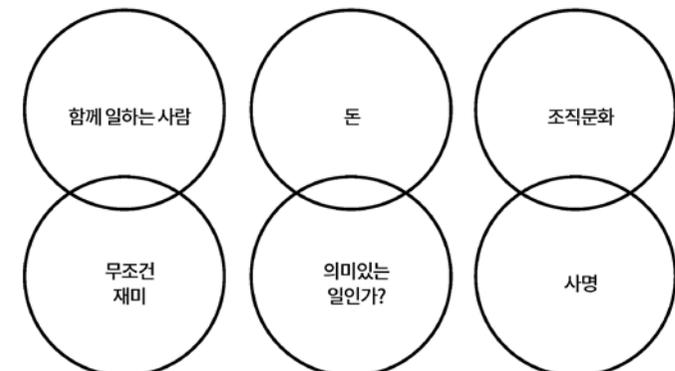


누군가를 돕는 의미있는 무언가를 만든다

나의 일에 대해

2.2 단계 나의 일의 동기 파악하기

나의 일에 대한 동기는 무엇일까?



나의 일에 대해

2.3 단계 나는 어떤 단계의 일을 잘하고 즐거워 하는가? (디자이너 기준)

• 신사업 발굴	• 트렌드 분석	• 현장 퍼실리테이션	• 데이터 분석
• 아이디어 발견	• 시장분석	• 현장 리서치	• 인사이트 도출
• 새로운 아이템 시도	• 디자인 리서치	• 고객 인터뷰	• 논리구조 짜기
	• 새로운 방법론 도입	• UX 리서치	• 아이디어 내기

• 컨셉 정리	• 디자인 에센스 도출	• 편집디자인	• 이벤트 기획 및 디자인
• 브랜드 키워드 도출	• 아이디어 스케치	• UX 디자인	• 제품 및 공간 컨셉 디자인
• 슬로건, 언어 정리	• 키 비주얼 디자인	• UI 디자인	• 제작 및 공정
	• 디자인 정교화	• 정보디자인	• 브랜딩에서 마케팅 연결

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved. 1/8

나의 일에 대해

2.3 단계 나는 어떠한 단계의 일을 잘하고 즐거워 하는가? (디자이너 기준)

• 시각디자인

브랜딩	편집 디자인	UX/ UI 디자인	일러스트
타이포 그래피	광고디자인	영상디자인	픽토그램

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved. 1/9

소셜섹터에 대해

1 단계 소셜 섹터의 생태계는 어떠한가?

사회와 트렌드의 영향을 많이 받음

복잡다단한 이해관계자

쉽지 않은 매출구조

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved. 2/0

소셜섹터에 대해

2 단계 스타트업에서 일하는 방식은 어떠한가?

비즈니스모델이 불명확 Or 자주 바뀜

R&R이 뭐야?

한 사람이 다양한 역할을 감당해야함

주체적으로 아이디어를 제안할 수 있음

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved. 2/1

3 단계



회사



나

company All rights reserved.

2
2

소셜섹터에 대해

3 단계 나는 소셜벤처에서 무엇을 얻어갈 수 있을까?



복잡다단한 이해관계자

“커뮤니케이션 능력치를 끊임없이 향상시킬 수 있는 기회”

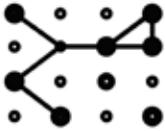
- 때로는 UX, 디자인을 설득하는 사람! 고객의 목소리를 듣는 사람, 이해관계자 조율 등의 다양한 경험할 수 있음
- 결국 고객에게 우리 소셜벤처의 제품/서비스를 설득해야 하기에 스토리텔링 능력치 향상

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

2
4

소셜섹터에 대해

3 단계 나는 소셜벤처에서 무엇을 얻어갈 수 있을까?



R&R이 뭐야?

“사업 전반을 조망하고 어떻게 회사를 운영하는지 학습”

- 시장발굴, 리서치, 사업기획, 브랜딩 마케팅, 유통 판매 전 과정을 경험할
- 비즈니스모델의 생사가 중요하므로 시장 및 트렌드를 읽고 새로운 사업을 제안하며 본인의 역량을 테스트 해볼

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

2
3

소셜섹터에 대해

3 단계 나는 소셜벤처에서 무엇을 얻어갈 수 있을까?



주체적으로 아이디어를 제안(리딩)할 수 있음

*물론 회사마다 문화가 다를 수 있음

“소셜섹터에서 문화를 리딩하는 경험”

© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

2
5

소셜섹터에 대해

3 단계 나는 소셜벤처에서 무엇을 얻어갈 수 있을까?

“소셜섹터에서 문화를 리딩하는 경험”



- 이제는 브랜드의 문화와 가치에 반응하는 시대,
> 우리기업만의 고유한 문화를 빌딩해 보는 것

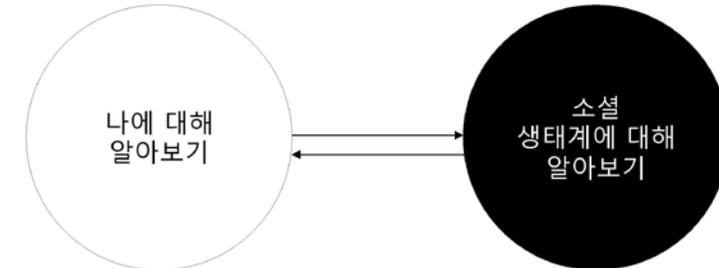


© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

2
6

정리하자면...

나를 파악하고 소셜섹터를 파악해서
디자이너의 정체성을 붙잡고 즐겁게 일해보자!



- 나의 성향 파악
- 나의 숨겨진 욕망 파악
- 나의 강점 파악
- 구체적인 분야에 대한 관심사 파악
- 나의 일에 대한 동기 파악
- 소셜 생태계의 생리 파악
- 스타트업의 특징 파악
- 소셜벤처에서 내가 할 수 있는 일 파악
- 부가가치와 문화를 만들어 갈 수 있는 일 파악

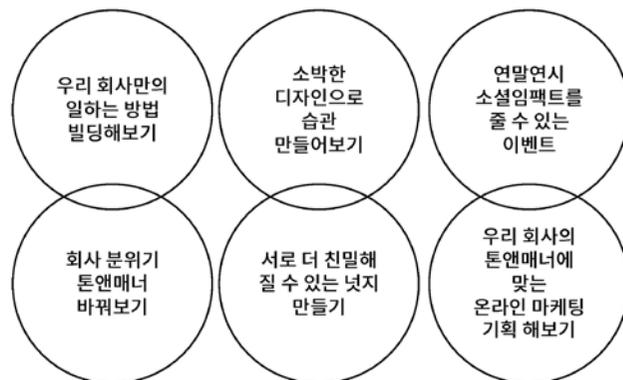
© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

2
8

소셜섹터에 대해

3 단계 나는 소셜벤처에서 무엇을 얻어갈 수 있을까?

“소셜섹터에서 문화를 리딩하는 경험”



© 2020. Merry Year Social Company All rights reserved.

2
7

Thank you!

2020 디자인주도 사회적기업 혁신역량 강화사업 스토리북 디자인 인력지원

발행처 | 한국디자인진흥원

발행부서 | 서비스경험디자인실

기획 | 강필현 김상열 윤나리 김유진

주소 | 경기도 성남시 분당구 양현로 322 한국디자인진흥원

웹사이트 | 한국디자인진흥원 www.kidp.or.kr

디자인 DB www.designdb.com

편집 | 주식회사 엠와이소셜컴퍼니(MYSC)

디자인 | 45&(포티파이브앤드) 남효림

발행일 | 2020.12.31

© 한국디자인진흥원

이 책에 실린 글은 공개된 자료 및 산업통상자원부 디자인주도 사회적기업 혁신역량 강화사업 결과를 바탕으로 개발되었으며 한국디자인진흥원의 동의 없이 무단으로 사용·전재할 수 없습니다.