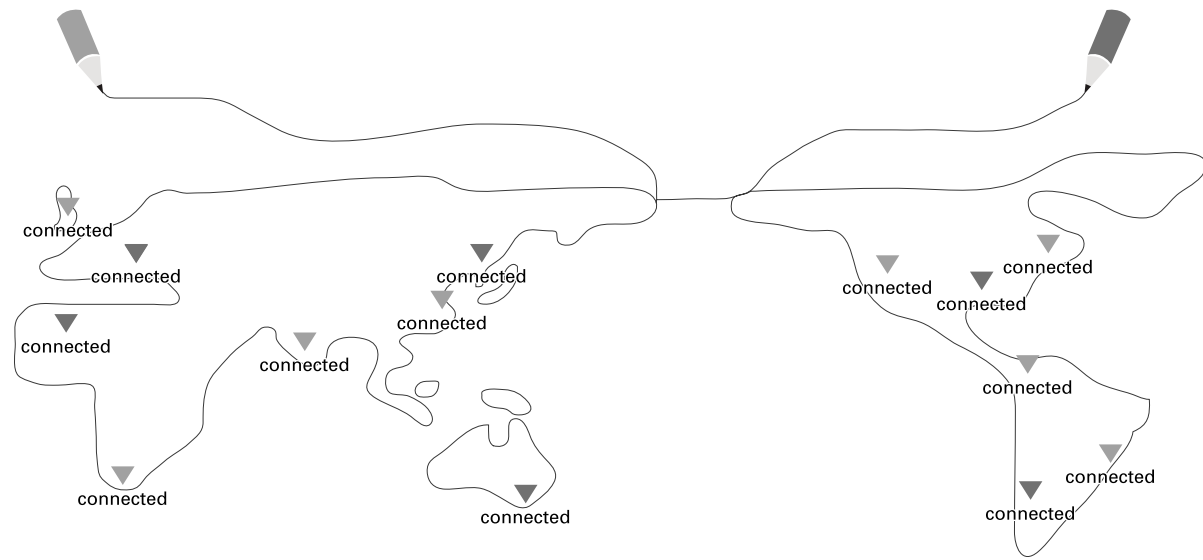
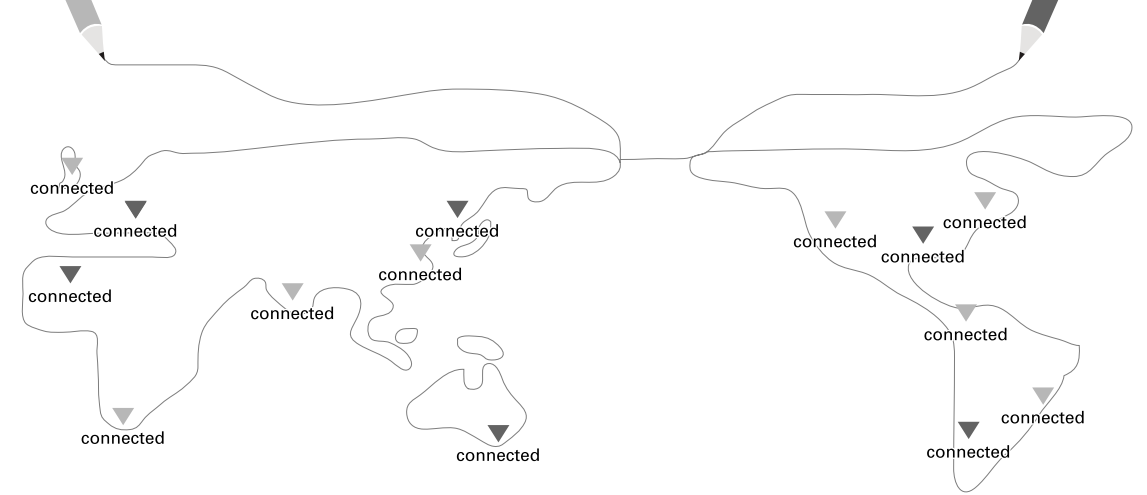




사회적기업가 날개달아주기

해/외/연/수 결과보고서





사회적기업가 날개달아주기

해/외/연/수 결과보고서

2010 사회적기업가 날개 달아주기 특성화연수

I 재활용의 문화예술분야 활용사례 및 재활용네트워크 탐방	6
II 원주, 협동운동으로 날개 달고 컨소시엄으로 대안 경제를 지역에서 만들다	38
III 해외 재활용 사회적기업 네트워크 구축 및 벤치마킹	90
IV 주택에너지 효율개선 진단 및 시공전문 사회적기업 양성을 위한 “미국 WAP 연수”	120
V 사회적기업 노란들판, 새로운 디지털 세상을 만나다	156
VI 전 세계적인 네트워크를 가진 노숙인(Homeless) 자립 지원 사회적기업 빅이슈(THE BIG ISSUE)의 한국판 창간을 이야기하다	168

I 재활용의 문화예술분야 활용사례 및 재활용네트워크 탐방

2009 · 2010 기획공모 - 해외연수사업 사회적기업가 날개 달아주기 결과보고서



2009 · 2010 기획공모 - 해외연수사업
사회적기업가 날개 달아주기 결과보고서

사업명

특성화연수 재활용의 문화예술분야 활용사례 및 재활용네트워크 탐방

· 대표기관 문화로놀이장 · 연수참가인원 12명

· 연수기간 2010년 6월 13일~19일(6박7일) · 연수지역 일본(도쿄)



1. 연수목적 및 목표

■ 연수개요

버려지는 가구들을 재활용 하여 지역 공공 공방 및 창고 운영을 통한 다양한 고용창출 및 문화 예술적 활동을 고민하고 있는 예비사회적기업 문화로놀이장과 고물상 프로젝트 등의 활동을 통해 버려지는 자원들의 매개 및 창작활동을 진행하고 있는 시민자치 문화센터, 생태 도시로의 도약을 고민하는 마포구의 문화예술분야 실무주체가 함께 일본의 재활용 분야의 다양한 사례들을 탐방함으로써 지자체와 사회적 기업이 실질적인 업무협력을 체결할 수 있는 실질적인 계기를 마련하고자 한다. 현재 우리나라의 주요도시들은 글로벌 도시 경쟁전략으로서 환경문제를 고민하고 있는 가운데, 문화예술을 통한 재활용 분야의 다양한 활동 모델들이 필요한 시점이다. 서울 마포구는 다양한 문화예술관련 주체들이 모여 있는 곳이며, 상암동 난지도 쓰레기 매립장을 생태공원으로 전환시킨 성공적 사례를 만들어 나간 곳이기도 하다. 이에 재활용 분야의 다양한 접근 방법 연구와 그린 비즈니스 사례들을 통해 생태 도시로 거듭나기 위한 고민을 지자체와 비영리 단체 및 사회적 기업, 문화예술분야 전문가들이 함께 해결 해 보고자 한다. 따라서 일본의 다양하고 창의적인 활동 사례 습득을 통해 지역사회의 환경문제에 대한 문화적 접근과 창의적 해결 방안을 제시하고자 한다.

■ 연수목적

- 환경 문제를 문화예술분야와 접목시킨 일본의 비영리 단체의 프로젝트 사례 탐방
- 기업의 그린비즈니스 활동 사례 탐방
- 리사이클 제품의 디자인적 측면과 판매 사례 탐방
- 지역사회의 환경문제에 대한 문화적 접근과 창의적 해결 방안 연구

2. 참가자 명단(성명 가나다순 정렬)

NO.	성명	소속단체명	연수팀 내 역할
1	안연정	문화로놀이장	총괄 진행
2	이승희	시민자치문화센터	진행(사진, 일지)
3	최은희	문화로놀이장	진행, 회계
4	최정미	디자인 스튜디오 '살롱'	기획, 현지섭외
5	김송희	예술과마을네트워크	자부담 참가
6	정어진	SK 행복나눔재단	자부담 참가
7	송수연	시민자치	자부담 참가
8	이성문	카버레사운드	자부담 참가
9	김범수	카버레사운드	자부담 참가
10	진상돈	문화로놀이장	자부담 참가
11	하영호	문화로놀이장	자부담 참가
12	차상혁	문화로놀이장	자부담 참가

3. 연수 전 활동

■ 1회차

일 자	2010년 5월 12일(수)
장 소	서교예술실험센터 203호
활동 목적	해외연수 관련 전체 회의, 관련 리서치
참석자	안연정, 최은희, 이승희, 최정미 총 4명
활동 내용	1. 방문지에 관한 내용 공유 2. 연수 참가자 결정 3. 현지 통역 및 사전 자료 조사에 대한 회의
활동 평가	1. 방문지: FRN Japan과 무인양품 연구소는 방문이 어려울 것 같아 다른 방문지 조사 및 섭외가 필요함. 대안으로 공정무역 매장인 피플트리와 NGO인 페어우드 컨택 2. 참가자: 지원 결과 참가 인원의 변동이 있다. 공무원이나 지난 참가자가 지원 가능한지 미리 확인을 했어야 했는데 확인 없이 지원을 하여 지원인원수가 줄어들었다. 이에 따라 지원이 불가능한 팀원들은 원래 목적에 따라 자체 부담으로 참가를 권유해보기로 결정

■ 2회차

일 자	2010년 6월 4일(금)
장 소	한남동 공간 '꿀'
활동 목적	D&department project 설립자 나가오카 겐메이 한국 강연회
참석자	안연정, 최은희, 이성문
활동 내용	나가오카 겐메이 강연회 참석 방문지인 D&department project 도쿄점의 담당자 미츠코씨 미팅
활동 평가	나가오카 겐메이씨의 첫 한국 강연회라 내용상으로는 책이나 웹사이트를 통해 잘 알려져 있는 내용이었다. 하지만 한국의 젊은 작가들이나 디자이너들이 나가오카 겐메이씨의 디자인 리사이클에 대해 많은 관심을 가지고 있다는 것을 알 수 있었다.

■ 3회차

일 자	2010년 6월 8일(화)
장 소	서교예술실험센터 2층 세미나실
활동 목적	연수 참석자 전체 사전 워크숍
참석자	안연정, 최은희, 최정미, 이승희, 정어진, 송수연, 김송희, 진상돈, 하영호, 이성문, 차상혁, 김범수, 총 12명
활동 내용	1. 최종 방문지에 관한 전체 브리핑 2. 방문지와 관련하여 일본의 사회적기업 사례 및 재활용 관련 사례 공유
활동 평가	문화로놀이짱 회사 내의 일부 팀원들과 고물상프로젝트에서 자부담으로 참가하게 되어, 총 인원수가 늘어 나게 되었다. 이에 따라 연수 스케줄을 전 인원이 소화하기에는 여러모로 어려울 것 같다는 결론으로 연수 내용에 관한 전체 공유 뒤 방문지의 성격에 따라 탄력적으로 참여하기로 결정

4. 연수 일정

날 짜	방문기관	세부내용
6월 14일(월요일)	A Seed Japan	14:00~15:00 · A SEED JAPAN 사무국 담당자 기무라 마리코 미팅 · 질의 응답
	Gomi-Zero	15:00~17:00 · GOMIZERO Project 담당자 미팅 · 고미제로 네비게이션 소개 (진행: 다이스케 젠키) · GOMIZERO 활동 DVD 관람 · 질의응답 : 고미제로 프로젝트가 시작된 배경 : 고미제로 프로젝트의 쓰레기 분리방법과 축제에서의 순환과정 : 협력기업 및 축제(이벤트)와의 관계 등
6월 15일(화요일)	D&department project	12:00~14:00 D&DEPARTMENT 도쿄점 방문(총괄담당자: 미츠코씨) · shop, dining, 사무실 등 공간 소개 · 질의응답 : D&DEPARTMENT의 설립배경 : 사업소개(60vision등), 프로젝트 소개 : 재활용품을 모은 방식과 협력관계 등
	People tree	15:00~16:00 자유가오카 점 방문
6월 16일(수요일)	Ecozzeria	09:30~12:00 · 공간소개, DVD 관람 (진행: 小倉かよ) : 마로노우치 지역 설명 및 재개발 사업에 대한 역사적 배경 · 에코테리아의 친환경, 재활용 시설 설명 · 질의응답
	Fair wood partners	16:00~17:30 · 사업소개(진행: 사카모토) : 페어우드 캠페인에 대한 소개, 페어우드 파트너의 사업 방향 · 질의 응답 : 사업의 시작 배경 설명, '페어우드' 라는 말에 담긴 의미 : 폐목재나 고목재의 재활용 정도 : 페어우드 파트너의 운영
6월 17일(목요일)	재활용 펄프 공장 CORELEX	16:00~17:00 · 공장 견학 · 견학 후 질의응답 18:00~19:00 · 전체 간담회(공장 견학 인솔자 포함하여 전체 간담회 진행)
6월 18일(금요일)	-	전체 정리 및 대담

5. 방문국의 사회적기업 현황

일본의 경우 국가에서 시행하는 사회적기업 인증제도가 없기 때문에 다양한 형태(주식회사, 법인, 개인 등)의 사회적 기업이 존재한다. 이중 한국에서 사회적 기업으로 알려져 있는 많은 활동 단체들이 NPO법인으로 활동하고 있으며 한국과 같은 제도형 사회적 기업은 현재 정책 입안을 준비하는 과정으로 알려져 있다. 따라서 일본의 NPO를 중심으로 현재의 일본 사회적 기업 활동을 조사했다.

■ 일본의 NPO법

일본의 시민운동은 1990년대 이후 자원봉사활동과 NGO, NPO를 통해 활발히 진행되고 있다. 그 중에서도 특히 NPO가 급증하는 현상을 보이고 있는데, NPO란 비영리 조직으로 이익을 분배하지 않는 점을 강조한다. 일반적으로 NGO와 같은 의미를 지니고 있지만 NGO는 비정부 조직으로 정부로부터 독립하여 국제적인 활동을 강조하는 점에서 서로 기준으로 하는 프레임의 차이가 있다. 현재(2010년 5월 기준) 일본의 등록 NPO법인은 약 37,562개에 이르는 것으로 조사되고 있다.

이는 1998년 제정된 NPO법의 시행과 관련이 깊는데 NPO법은 일본 민법의 특별법으로 의료, 복지, 교육, 문화, 환경, 재난 구호 등 17개 분야에서 비영리 활동을 할 경우, 10명 이상의 참가자만 있으면 기본 자본이 없더라도 수속을 거쳐 <특정비영리 활동법인>의 자격을 취득할 수 있도록 하는 내용의 법률이다. 활동분야로는 보건, 의료 복지 관련이 36%, 환경 11%, 문화예술 10%, 지역발전 10% 등이 차지하고 있으며 기본 설립 자본은 500만엔 미만(약 6300만원) 전체의 60% 정도를 차지하고 있다.

일본의 NPO 지원 센터인 아리스 센터는 신뢰받는 NPO에 대해 아래와 같이 7가지로 정의하고 있다.

- 명확한 미션을 가지고 계속적인 사업 전개를 하고 있는 것
- 특정의 경영 자원에 의존하지 않고 재정면에서 자립해 있는 것
- 사업계획, 예산의 의사결정에 대해 자율성을 견지하고 있는 것
- 사업보고, 회계보고 등의 정보를 적극적으로 공개하고 있는 것
- 조직이 시민에게 열리고 있어 그 지지와 참가를 모으고 있는 것
- 최하한의 사무국 체제가 정비되고 있는 것
- 새로운 구조나 사회적인 가치를 낳는 메시지를 발신하고 있는 것

■ 일본의 시민운동과 NPO의 탄생

1960년대 이후 생활환경에 대한 개선을 요구하는 운동이 시민들에 의해 자체적으로 조직되었는데 이것은 기존의 이데올로기적 사회운동과 비교할 때 시민들이 생활권의 문제를 스스로 풀어나가려는 움직임을 보인 것으로 일본 풀뿌리 시민운동의 시작이라고 볼 수 있다. 시민운동의 활발한 활동은 ‘혁신자치체’의 대거 등장을 낳게 되었고(혁신자치체란 사회당, 공산당, 시민운동의 연대로 지방정부의 1/3수준까지 퍼지게 된 진보적 자치단체) 혁신자치체로 인해 일본의 시민운동은 사회적인 영향력을 갖게 되었다. 하지만 주민들의 생활과 복지 측면을 보완할 수 있는 자금부족과, 보조금의 부족, 또 지역경제에 대한 역량 부족으로 1973년 오일쇼크를 결정타로 사라졌다. 일본의 산업구조와 노동운동의 쇠퇴에 따라 시민운동은 급격하게 약화되는 가운데 지역주민에 의한 자원봉사활동이 주목받게 되었다.

정부에서도 봉사센터를 만들어 사회봉사활동을 장려했다. 이 시기 봉사활동의 주체는 주로 가전제품의 보급으로 가사노동이 감소한 주부들이 중심이 되었다. 1980년대에 들어와서는 냉전의 종식과 정보통신기술의 발전으로 급속한 국제화, 탈 국가화가 진전됨에 따라 국제활동에 대한 관심이 높아지면서 국제협력 활동을 하는 NGO가 새롭게 발전했다. 특히 환경운동에 대한 국제 협력이 중요한 영역을 차지하게 된다. 이 시기에는 중앙정부와 지방정부가 개혁을 주도하여 시민운동은 소소한 부분까지 분산되고 다양화된다. 국내적으로는 고령화가 큰 문제로 부각됨으로서 복지 자원봉사활동이 적극 육성되었다. 민간 차원에서도 국내적으로는 적극적으로 사회를 만들어 나가는 ‘마을 만들기 운동’, ‘일촌 일품운동’ 등이 전개되고, 민간 주도의 국제협력봉사활동을 위한 NGO활동이 전개되었다. 국제화에 대한 관심은 타국과의 연계를 통한 활동과 함께 국내적인 내부의 국제화도 진전시켰다. 일본 사회는 다국적화, 다민족화, 다문화화 하는 가운데 일부 지방자치단체에서 일본에 거주하는 외국인들과 구 식민지인들에 대한 차별과 생활개선을 위한 시민단체들의 활동이 추진되었다. NPO법이 탄생할 수 있었던 것에는 이러한 오랜 기간에 걸쳐 숙성된 시민단체의 활동을 기반으로 한 1995년 고베 대지진에서의 역할이 컸는데 6000명이 넘는 사람들이 사망하고 35만 명이 집을 잃은 이 고베 대지진에서 헌신적으로 구조활동을 벌인 것이 바로 이 시민단체들이었다.

이 고베 대지진을 계기로 3년 후 NPO법이 제정되었다. 이것은 특정 비영리 활동의 발전 촉진과 공익증진 기여에 그 목적이 있다. 이러한 과정으로 1990년대 후반이 되면 NPO의 활동이 매우 활발하게 진행됐다. 그 배경은 지방자치의 실시와도 관련이 있다. 2000년 들어 시행된 지방분권일괄법과 개호 보험에 의해 일본의 시민운동은 변화하였다. 그동안 지방자치체가 정부의 하위기관으로 전락하게 만들었던 기관위임사무가 폐지되고 지방자치체의 자율적인 업무는 대폭 늘어났다. 따라서 늘어난 행정만큼 NPO의 활동이 더 필요하게 되었다. 법인화된 NPO나 그렇지 않은 단체라 해도 개호보험의 지정사업자로서 참여할 수 있게 되었다. 이렇듯 NPO는 일본 나름의 정치, 역사적 과정을 거쳐 비 정부적 성격이 사회적으로 강제되지 않고, 대부분 한 가지 주제를 가지고 운동을 전개하는 특징을 지니게 되었다. 1980년대부터 일본의 자원 봉사 활동자는 꾸준히 증가하고 있다는 것에서도 알 수 있듯이 일본 시민운동은 정부주도적이 아닌 시민참여적인 형태로 활성화되고 있다. 그 중에서도 NPO는 지금까지 형성된 일본 시민운동의 발전에서 국가와 기업이 가지고 있었던 고유 영역이 축소되는 한편, 국가·기업·시민사회 사이의 역할과 그 공간이 조정되는 과정에서 나타난 일본적인 시민운동이라고 할 수 있을 것이다. 특히 시민들과 관료의 공감을 얻기 위해 관념적 구호를 내세우는 대신, 일반인들의 보편적인 요구가 반영된 생활을 기반으로 한 사안들이 시민운동의 중심점이 되었다. 시민운동의 관심 분야는 의료, 복지, 환경, 문화, 예술, 국제협력, 교육, 인권, 평화 등으로 다양하게 나타나고 있으며 그 중심에 일본 시민들의 자원활동이 있다. 자원활동에 대한 인식도 꾸준히 성장하여 80년대에 자원활동에 대한 인식이 단순한 봉사에 지나지 않았다면 오늘날에는 자원봉사 활동을 사회공헌을 통해 개인생활의 질을 높이는 행위로서 생각하는 인식이 널리 퍼지고 있다.

이와 같이 폭넓은 시민운동의 과정에서 정부와 시민들 사이의 관계가 일본식의 새로운 형태로 나타나고 있는 것이 대표적으로 NPO법이라고 할 수 있는데, 이 NPO는 기존의 시민운동의 흐름 속에서 자연스레 발생한 것으로 국가와 시민 사이의 바람직한 역할관계에 대해서 시민들의 자발적이고 주체적인 고민이 국가 행정의 형태로 반영된 것이다.

▷ 본 자료는 광운대 일본학과에서 발행한 <일본시민사회와 NPO> 논문을 기반으로 하였다.

▷ 자료 출처

- 광운대학교 일본학과 <http://japanology.kw.ac.kr>
- 희망제작소 <http://www.makehope.org>
- 미래셋부산 <http://cafe.naver.com/miraeassetbusan>
- 조한중의 시니어카페 <http://blog.naver.com/sukwha73>

6. 방문기관분석

1) A Seed Japan

방문일자	2010년 6월 14일(월)
방문기관의 성격(주요사업)	국제 환경 NGO
방문목적	· A Seed Japan 활동 모니터링 · 네트워크 구축
방문기관 담당자	기무라 마이코
홈페이지	http://www.aseed.org
주소 및 연락처	160-0022 도쿄도 신주쿠구 신주쿠 5-4-23 · Tel. 03-5366-7584

■ 방문내용

A Seed Japan의 조직 구조 및 사업 구조에 대한 소개 및 질의응답

■ 기관평가

1) 기관의 성격

A Seed Japan(Action for Solidarity, Environment and Development 환경과 개발과 협력과 평등을 위한 국제행동)은 1991년 10월에 설립된 국제 환경 NGO. 국경을 넘은 환경 문제와 그 중에 포함되는 사회적인 불공정하게 주목해, 보다 지속 가능하고 공정한 사회를 목표로 함. '대량생산·대량 소비·대량 폐기의 패턴의 변경과 지역간·세대간의 격차를 없애 가는 것을 목표로 청년이 스스로 목소리를 내고 행동하자' 라는 슬로건을 내걸고 활동하고 있다.

2) 기관의 특징 | 주요 사업 - 활동의 SEED PLAN

- A SEED JAPAN은 활동의 SEED JAPAN'과 조직의 SEED JAPAN'으로 전체의 조직과 사업을 구상.
- '조직의 SEED JAPAN'을 담당하는 사무국은 편집부(연 6회의 소식지), WEB부, 액세스부(인력의 배치), 홍보부로 이루어져 있다.

· 이러한 '조직의 SEED JAPAN'을 중심으로 '활동의 SEED PLAN'이 조직되어 각각 독립적인 사업 모듈로 운영된다.

· 각 사업의 대표들이 이사가 되어 A Seed Japan의 이사회를 구성하여 회의

3) 주요 사업- 활동의 SEED PLAN

- 쓰레기 제로(고미제로) 프로젝트: 대규모 야외 음악 축제 및 지자체에서 주최하는 환경 이벤트 장에서 쓰레기를 절감하거나 재활용 할 수 있는 다양한 활동을 진행
- 미디어 CRS 프로젝트: 미디어의 사회적 책임을 강조하는 활동으로 중요하게 보도될 내용이 기업의 이익이나 정치적 영향력에 의해 방해받지 않도록 활동
- 에코저금 프로젝트: 저축하는 돈이 생태적 활동에 투자되거나 사용되는 것을 목표로 한다. 즉 저축된 돈이 환경 문제, 인권 문제, 빈곤 문제 등 사회적인 이슈를 해결하기 위한 활동들에 적극적으로 사용될 수 있도록 유도
- 생물 다양성 프로젝트: 자본과 상업의 논리에 의해 한 지역의 식물(생물)들이 마구잡이로 채취되어 종의 다양성이 깨어지거나 그 이익이 외부의 자본에게만 돌아가는 등 불공평한 분배가 일어나지 않도록 감시하고 개입하는 역할을 하는 프로젝트
- 생명 로컬인 농업 프로젝트(현재 활발하지 않은 것 같음)
- 전원 핵 메이 캠페인(현재 활발하지 않은 것 같음)
- 고릴라 프로젝트(새로운 프로젝트)

4) 기관 운영 평가

각 사업(활동의 SEED PLAN)들은 단기·중기·장기 목표와 명확한 실행 전략으로 구성되며 활동의 노하는 매년 매뉴얼로 제작되어 웹사이트에 공개하고 있다. 이러한 조직의 구성은 각 사업들이 독립적인 모듈로 활동을 하면서도 각각의 사업이 전체 조직의 장기적 플랜을 향해 통합될 수 있는 유기적 구조를 가지게 만드는 역할을 하는 것으로 보인다. 하지만 각 사업 모듈로의 독립적 활동은 사업 간의 격차 역시 불러올 수 밖에 없어, 성과가 좋고 원활한 후원을 받을 수 있는 사업과 그렇지 못한 사업의 차이 역시 많은 것으로 보인다. 이러한 격차는 이사회의 의사결정, 내부 자원의 재분배등을 통해 해소를 하고 있는 것으로 보인다. 하지만 전체적으로 1300명에 이르는 회원과 100여명의 지속적으로 참여하는 자원활동가들이 지탱해 주고 있는 힘이 크다고 하며, 사업에 따라서 외부의 다른 환경 단체 활동가가 결합하여 연대 사업으로 진행하고 있는 것도 있었다.

■ 시사점

1) 조직과 사업의 구성 측면에서

각각의 사업이 하나하나의 '씨앗'(이라는 이름)처럼 독자적으로, 그리고 유기적으로 연결되어 성장하는 조직 구조는 한국의 시민단체와의 비교, 시사점이 있었다. 활동의 단위가 개념적 프레임으로 많이 나누어져 있는 한국의 시민사회단체의 경우 너무 많은 이슈에 대해 개입을 하게 되어 활동의 집중도와 지속성이 떨어질 수 있는 반면, 활동이 하나하나의 이슈 중심으로 구성되어 있는 A Seed Japan과 같은 조직 구조를 가질 경우 한 가지 이슈에 대해 지속적으로 성장(조직적, 철학적 성장)을 해 나갈 수 있다는 장점을 가질 수 있다. 각 방식의 장단점이 있지만 하나의 각각의 이슈를 십년이 넘는 세월을 끌어가며 그 안의 철학과 구조, 실행의 방법을 발전시키고 그 노하우를 공개, 공유하는 '활동의 디자인' 방식에는 분명 큰 시사점이 있었다.

2) 활동 방향의 측면에서

또한 생태적 삶에 초점을 맞추기 보다는 도시의 라이프 스타일(소비가 일어날 수 밖에 없는 구조) 자체를 인정하고, 그 안에서 자기를 둘러싼 사회적 환경에 대한 인식과 폐기의 패턴의 변경을 스스로의 자각으로 변화시켜 나가자는 슬로건을 내세운 방식은 좀더 대중적인 시민 활동에 대한 고민을 가지게 만들었다.



· A SEED JAPAN 사무국 풍경과 진행되는 사업들의 포스터
· A SEED JAPAN의 Seed plan과 조직구조에 대해 설명하는 기무라 마이코씨
· 사무실에서 사용되는 re-use 컵들

2) GOMIZERO Project

방문일자	2010년 6월 14일(월)
방문기관의 성격(주요사업)	A SEED JAPAN이 추진하는 환경 프로젝트
방문목적	· 고미제로 활동 모니터링 · 네트워크 구축
방문기관 담당자	Daisuke Zenki
홈페이지	http://www.gomizero.org
주소 및 연락처	160-0022 도쿄도 신주쿠구 신주쿠 5-4-23 · Tel. 03-5366-7584

■ 방문내용

고미제로 활동 소개 및 DVD 관람, 질의 응답

■ 기관평가

1) 기관의 성격

고미제로 프로젝트는 A SEED JAPAN이 추진하는 환경 프로젝트의 일환으로 1994년 시작되었다. 현재 고미제로는 독립적으로 활동하면서, 책임자가 A SEED JAPAN의 이사회에 참여하는 구조로 운영되고 있다.

2) 사업 평가

- 취지와 의미: <고미제로 쓰레기제로> 프로젝트는 축제나 이벤트 행사장에서 배출되는 쓰레기나 부산물에 대한 순환시스템을 구상하고 실천한다. 이를 위해 자원의 재활용과 순환을 위한 솔루션을 행사 주최측과 관객에게 제공하고, 관객들이 직접 참여할 수 있도록 다양한 장치를 마련한다.
- 주요 활동
 - ▷ 축제 / 이벤트 행사장 연계:
 - 에코스테이션(쓰레기 분리수거함) 설치 및 운영
 - ECO 부스 운영(관객 참여 프로그램)
 - Dish Reuse System 운영
 - 재활용 제품 배포(쓰레기봉투, 쇼핑백, 컵 등)
 - ▷ 재활용 컨설팅: 기업과 문화공간의 환경 실천을 위한 루트 제안 및 실행 지원
 - ▷ 고릴라 프로젝트: 핸드폰 재활용(골탄)을 통해 고릴라 서식지를 보존하는 캠페인 진행

3) 규모와 성과

연간 25회 정도의 축제와 이벤트 행사에 참여하고 있다. 많은 행사들이 고미제로와 함께 환경과 함께하는 축제와 이벤트로 새로운 이미지를 만들어 가고 있다.

4) 기관운영 평가 등

- ▷ 파트너십의 다양화와 협업 구축: 기업, 행정, 재활용 공장, 축제 / 이벤트 주최측과의 다양한 파트너십을 통해 자원 순환을 위한 재원과 자원을 확보하며 활동을 지속
- ▷ 자원봉사자의 새로운 정체성 만들기: 후지락페스티벌의 경우 고미제로 프로젝트 진행을 위해 약 230명의 자원봉사자가 참여. 자원봉사자 운영에 있어서 봉사자의 일방적 서비스보다는 활동의 성취감과 수평적 관계를 강조
- ▷ 관객 참여 모델 제안: 재활용을 실천하기 위해 관객 스스로 참여할 수 있는 방법 제안, 이를 통해 환경에 대한 사람들의 라이프 스타일을 근본적으로 변화시키고자 함
- ▷ 정확한 목표와 실행 과정의 디자인: 고미제로 실행을 위한 정확한 목표 설정. 예를 들면 프로젝트를 추진함에 있어서 기업과 단체들의 협력을 몇 건 이상 추진한다는 목표를 두고 활동을 지속함

■ 시사점

현재 고미제로 활동은 쓰레기를 분리수거하는 것에서 쓰레기를 만들지 않는 것으로 활동 방향을 바꾸고 있다. 재활용(Recycle)보다는 재사용(Reuse)과 절감(Reduce)을 강조함. 경험에 따른 활동의 변화, 그리고 문화예술영역(프로그램, 공간)과 젊은 세대를 타겟으로 장을 발굴하고 지속하는 전략이 인상적이었다.

1) 한국에의 적용 가능성

- 음악페스티벌 중심으로 파일럿 프로그램 운영 가능
- 커뮤니티에 기반한 재활용 프로세스 적용 가능
- 이를 위해 재활용에 대한 세부적인 리서치 과정 필요(지역조사, 현황 조사, 프로세스 개발 등)

2) 한국 또는 동종업체에서 고려할 점 등

- 성과나 결과 중심이 아닌 과정의 설계에 대한 신중한 고민 필요
- 기업과 행정, 재활용 공장의 지원 확보 필요



- PET병을 재활용한 점퍼 / PET병과 먹지 못하는 쌀을 재활용한 쓰레기 봉투 쓰레기 봉투에는 환경(재활용)과 특정 이벤트의 메시지가 디자인 되어 있다.
- 고미제로 프로젝트의 후원자인 타워레코드가 수여한 상패(타워레코드는 축제나 이벤트 장소에서 배포하는 고미제로 쓰레기 봉투의 제작비를 13년째 지원하고 있다. 타워레코드의 매장에서 사용하는 쇼핑백도 PET병을 재활용한 제품이다)
- 고미제로 활동가 다이ске 씨

3) D&department project

방문일자	2010년 6월 15일(화)
방문기관의 성격(주요사업)	· Long Life Design 상품을 판매하는 셀렉트 스토어 · 디자인 재활용 상품 매입 및 판매, 디자인 프로젝트 전시
방문목적	· Long Life Design의 개념 및 리사이클 상품 매입과 매출의 시장조사 · D&department project의 활동에 관한 질의응답 · 네트워크 구축
방문기관 담당자	마쓰조에 미쓰코
홈페이지	www.d-department.com
주소 및 연락처	158-0083 東京都世田谷区奥沢 8-3-2 도쿄도 세타가야구 오쿠자와8-3-2 · Tel. 03-5752-0120

■ 방문내용

- 1) D&department project 도쿄점 매장 방문, 전체 설명
- 2) 매장 판매 상품 관람 및 설명
- 3) 2층 매장 내 Hotoku 60 전시 관람
- 4) D&department project 사무 공간 및 창고 견학
- 5) D&department project 관련 담당자 간담회

■ 기관평가

1) D&department project Shop concept

D&d는 Long Life Design 상품을 판매하는 셀렉트 스토어이다. 브랜드, 중고품, 신제품에 연연하지 않고 물품 자체의 디자인성과 보편성을 재검토해 전국에서 모아진 가구, 가전, 생활잡화 등을 판매하는 샵이다. 유행을 타는 제품이 아닌 완성된 디자인 가치를 가지고 있는 상품을 찾고, 적극적으로 소개하고 있다. 그런 보편적인 디자인으로 시대를 막론하고 변하지 않는 롱 라이프 상품을 판매하고 있기 때문에, 취급 상품은 모두 다시 매입을 보증하고 있다. 책, CD, 중고 가구 등 1,500개 정도의 아이템을 보유하고 있고 샵 내부에 카페와 갤러리 공간도 운영하여 단순한 샵에 머무르지 않는 여러 가지 디자인 활동을 적극적으로 하고 있다.

2) DESIGN RECYCLE 개념

디자인에는 왜 항상 새로운 디자인을 만들어야만 할까 에서 시작된 고민이, 이제는 D&DEPARTMENT에서는 “새롭게 만들지 않는다”를 테마로, 이미 만들어진 것을 얼마나 ‘한번 더 사용할까?’, ‘한번 더 갖고 싶다고 생각을 되돌릴 수 있을까’ 를 생각하고 그런 롱라이프 소비를 좋아하는 마켓 층을 개척, 확대하고 있다. 지금까지의 ‘유행’이나 ‘시대’ 에 좌우되는 일본 특유의 소비 사이클에서, 순간에 ‘시대착오’와 ‘형태착오’가 되어 버리고 있던 상품을 계속 제대로 팔 수 있는 구조를 구축하고 있다.

3) DESIGN PROJECT 구성

- USED G: G 마크 수상 상품 중에서 다시 매입할 수 있는 곳 디자인 상품을 매입가격과 함께 전시, 공개하는 USED G
- SAMPLING FURNITURE: 폐재를 재이용해 지금까지 없던 새로운 형태의 가구를 만드는 활동. 예를 들어 상판이 오래되어 버려지게 된 테이블의 다리, 학교에서 몇 십 년 이용된 책상 상판 같은 오래된 것에 디자인의 시점에서 새로운 부가가치를 더해 실제로 가구로서 사용할 수 있는 것을 판매하고 있다. 이 SAMPLING FURNITURE는 2001년 기획전으로 시작되어 현재는 오토바이 시트에 4개의 다리 프레임 접합한 스톨이나 학교 책상의 상판을 가공한 포토 프레임을 판매하고 있다.
- 무인양품 리사이클: D&DEPARTMENT에서는 무인양품의 매입과 재판매의 실험을 하고 있다. 심플하고 싫증나지 않는 디자인을 저가로 판매하는 무인양품은 디자인에 관련되어 있는 사람에게 항상 주목을 받는 디자인 생활 스탠다드 브랜드로 보급되고 있다. 디자인 비즈니스를 전개하고 있는 기업과

의 리사이클은 어디까지 비즈니스 적인 접점을 가질 수 있는지, ‘리사이클 전체의 디자인 가구’ 등 새로운 상품개발의 가능성을 탐구하고 있다.

- D&USED BOOKS: 중고 책 3권을 장서 중 좋아하는 책 1권으로 교환할 수 있는 도서 재활용을 시도하고 있다.
- 리사이클 쇼핑백: D&DEPARTMENT에서는 필요 없는 쇼핑봉투를 회수하여 매장내의 쇼핑백으로 재사용하는 시도를 처음으로 하였다. 고객의 협력으로 매장에서 회수해, D&DEPARTMENT의 로고가 있는 스티커를 붙여 숍에서 다시 사용하고 있다.
- D스터디모임: 다양한 필드에서 활약하는 게스트를 불러 스태프를 위한 스터디 그룹으로 시작한 것을 디자인에 관심이 있는 여러 사람을 위한 회원용 스터디 그룹으로 공개하게 된 것이다. 정기휴일인 수요일 밤에 부정기적으로 실시되고, 스터디 종료 후 교류회도 실시하고 있다.
- 60 VISION: 1960년대 일본에서 만들어진 제품을 복각하는 프로젝트
- NIPPON VISION: 일본 전역의 공예품 중 롱라이프 공예품을 모아 전시, 판매 하여 상품이나 기술의 매력, 제작자를 소개하고 있다.
- d&TV: 상품개발의 현장이나 일본 공방의 모습, 이벤트 개최 리포트 등 을 영상으로 소개
- NIPPON PROJECT: 47개의 현에 1개씩, D&DEPARTMENT를 만들어 가는 프로젝트. 그 지역에 살고 그 지역에서 생활하는 사람과 파트너십을 맺고 현지의 네트워크를 살린 독자 상품을 발굴하고 전국에 무리없게 넓힐 수 있는 네트워크가 되는 것을 목표로 한다.
- d design travel: 일본을 디자인의 시점에서 여행하는 계간 잡지. 매 호 1현씩 채택해 그 지역의 디자인 여행 정보를 소개하고 있다. 나가오카 겐메이가 실제로 방문하고, 관광, 레스토랑, 카페, 숍, 숙소, 사람의 6개 분류를 기초로 적당한 가격, 독자적인 것, 메시지 등을 기준으로 심사해 소개하고 있다.

4) COMPANY PROFILE

- 설립: 1997년 5월 26일
- 연혁: 1997년 5월, creative agency ‘드로잉 앤드 매뉴얼’을 설립
영상과 그래픽의 새로운 가능성을 제안하는 ‘모션 그래픽스展’을 기획
1999년 7월, 디자인과 리사이클을 융합한 ‘D&DEPARTMENT PROJECT’ 시작
2000년 11월에 도쿄 숍을 오픈, 2002년 9월 오사카 미나미호리예에 2호점을 오픈
2000년 ‘60 VISION’를 개시
2005년 1월 롱 라이프를 테마로 한 ‘d long life design’를 창간
2007년 11월 삿포로 ‘D&DEPARTMENT PROJECT SAPPORO by 3 KG’ 오픈
2008년 11월 시즈오카 ‘D&DEPARTMENT PROJECT SHIZUOKA by TAITA’ 오픈
2009년 9월 나가노 ‘D&DEPARTMENT PROJECT NAGANO by COTO’ 오픈
2010년 4월 가고시마 ‘D&DEPARTMENT PROJECT KAGOSHIMA by COTO’ 오픈

■ 시사점

1) 디자인 철학의 문제

D&department에서는 단순히 물건을 재활용 하는 것이 아닌 디자인을 재활용한다. 디자인을 재활용한다는 것은 복제 가능한 모델이 아니라 디자인 철학과 연관된 것임을 시사한다. 한국의 미디어 정책에서 소개된 이미지는 마케팅적인 부분이 부각되었다 느껴졌었는데, 실제로 접해 보니 디자이너들이 무엇을 하고 있는지에 대한 의식이 뚜렷하다는 것을 느낄 수 있었다. 디자이너들의 실천적 지혜 철학에 대한 시사점이 있음을 봐야 한다. 디자인 철학이라든지, 재활용 비즈니스 마인드 소개일본의 풍토속에서 잘 자리잡고 있었고, 그런 부분에 관해 좀 더 살펴봐야 할 것이다.

2) 일본에서의 리사이클의 디자인 측면

일본에서도 지금의 한국처럼 10년 전에는 에코와 업사이클에 관련된 상품들이 붐이었다고 한다. 하지만 현재 그런 현상은 없다고 한다. 그에 관해 D&department 담당자의 분석에 의하면 리사이클 제품을 과도하게 작가의 작품 연장선에서 보는 분위기였기 때문이라고 한다. 결국 지속적인 판매로 이어지지 않으면 그러한 것들은 이벤트에 불과하다고 생각된다. 한국에서 벌어지고 있는 최근의 현상들 속에서도 국가가 정책적으로 재활용을 고부가가치의 상품으로 만드는 차원의 접근과 육성을 위해 많은 예산을 투입하려는 움직임들이 있다. 정책과 시스템, 다양한 시각에서 분야에 대한 연구 지원이 필요한 것이 사실이지만, 단순히 전시나 작가 지원 등으로 고부가가치 상품을 만들어 내는 것이 지속가능한 시스템인지에대한 진단이 필요하다.

3) D&department 의 가격정책

대부분의 제품들이 일반적인 가격보다 비싼 것 같다. 가치가 있는 물건이면 비싼 가격에도 구매 할 수 있으나, 라이프 스타일로 제공되는 것들에는 구매 한계가 있다. 왜 이것을 사용해야 하는가 에는 라이프 스타일보다 창작과 연결되는 문제라 생각된다. 물론 일본의 공예문화나 생활창작이 생활 전반에 깔려있는 사회분위에서 창작에 대한 가치와 의미부여가 소비로 연결되 측면이 있을 수 있겠다. 이 부분에 대한 확인 작업을 하지 못하였기에 단정하기는 어렵겠으나, 이를 한국 상황에 비추어 본다면 마케팅적 측면에서 가격등을 결정하는 풍토에서 벗어나 창작에 대한 경험적기회를 늘려가고 이로써 창작물에대한 정당한 가치를 인정할 수 있는 문화적 디자인 또한 필요하다 생각한다. D&department의 물건들에 창작을 경험하게 하는 프로그램이나 디자인이 없었다는 점에서 우리의 활동이 앞으로 나아가야 할 길들을 고민하게 하였다.



· 단체사진
· 미츠코씨의 전체 소개, 매장 / 상품 설명 및 질의응답
· 매장 전체 전경과 상품 수리 구역, 2층 전시 중인 〈Houtoku 60〉의 사진

4) People tree

방문일자	2010년 6월 15일(화)
방문기관의 성격(주요사업)	공정무역 상품 판매점
방문목적	· 공정무역 상품의 시장조사 · 벤치마킹을 위한 탐방
방문기관 담당자	
홈페이지	www.peopletree.co.jp
주소 및 연락처	158-0083 도쿄도 세타가야구 오쿠자와5-1-16-3F 〈공정 무역 컴퍼니 주식회사〉 · Tel. 03-5731-6671

■ 방문내용

매장 관람 및 공정 무역 상품 견학

■ 기관평가

- 명칭: フェアトレードカンパニー株式会社 (공정무역 컴퍼니 주식회사)
- 설립: 1995년 1월
- 설립목적: 환경보호와 도상국 지원을 목적으로 한, 비즈니스의 실천과 보급을 목표로 설립
- 대표: 사피아 미니
- 설명: 피플 트리는, 사람과 지구에 좋은 무역<공정 무역>을 실시하는 회사 「공정 무역 컴퍼니」의 브랜드명이다. 공정 무역 컴퍼니는, 창립자 사피아 미니가 1991년에 결성한 환경보호와 국제 협력의 NGO 「글로벌·빌리지」의 공정 무역 사업 부문으로 1995년에 탄생했다. 1996년에는 IFAT(국제 공정 무역 연맹, 현 「WFTO」)에 가입하여, 2003년에 IFAT로부터 공정 무역 단체로서 인증되었다. 피플 트리는 아시아, 아프리카, 남미의 15개국, 50단체가 손수 만들기로 생산한, 자연 소재를 살린 의류품이나 액세서리, 식품, 잡화 등을 취급하고 있고 공정한 가격의 지불이나 디자인·기술 연수의 지원, 계속적인 주문을 통해서, 환경을 해치지 않는 지속 가능한 생산을 지지하고 있다. 영국에서는 2001년 자매회사 People Tree Ltd 를 설립하였다. 현재 일본 동경 내 3곳의 직영점(지유가오카, 오모테산도, 긴자) 외 일본 전역에 300여 곳에 매장이 있다.

1) 기관의 활동 이념

- 생산자 파트너: 생산자 파트너의 경제적 자립과 사회적인 입장의 향상을 지원한다. 그 때문에(위해) 계속적인 안정된 수입원이 되는 일을 계속 공급한다.
- 환경: 상품의 기획·생산, 유통 등, 사업의 운영의 모든 국면에서, 환경보호에 배려한다.
- 고객: 고객의 안심과 만족을 얻기 위해서, 건강적으로 안전, 그리고 매력적인 상품을, 질높은 서비스와 함께 제공한다. 동시에, 상품과 생산자에 관한 배경의 정보나, 보다 환경과 사람에게 좋은 생활의 정보를 제공하는 것으로, 국제적인 사회공헌에의 참가를 제안해, 재촉한다.
- 우리: 함께 일하는 우리의 모든 것이, 능력을 살리는 평등한 기회와 노력에 알맞은 혜택을 얻을 수 있도록, 지식이나 정보를 분담해, 서로 협력한다.
- 광범위하게: 모든 개인, 기업, 정책을 향해서, 생산자·소비자 쌍방으로 공평하고, 환경보호에 배려한 비즈니스로서의 공정 무역의 성공의 실례를 나타내 어필하는 것으로, 폭넓게 파급시키도록(듯이) 노력한다.

공정무역이란?(피플트리 소개에서 발췌)

- 사람과 지구에 좋은 무역:
공정 무역은, 사람과 지구에 좋은 무역의 구조입니다. 아시아나 아프리카, 중남미등의 여성이나 소규모 농가를 시작으로 하는, 사회적·경제적으로 입장이 약한 사람들에게 일의 기회를 만들어 내, 공정한 대가를 지불하는 것으로 그들이 스스로의 힘으로 생활을 향상시켜, 자립할 수 있도록 지원합니다. 피플 트리에서는, 빈곤과 환경 문제의 해결을 목표로 하고 WFTO(세계 공정 무역 기관)가 정하고 있습니다. 공정 무역의 기준(Fair Trade Standards)을 지켜, 제품을 개발·판매하고 있습니다. 소규모 농가나 수공업 직공에게 계속적으로 일을 만들어 내 제품이 만들어지는 배경의 투명성을 유지합니다. 또, 농약이나 화학 비료에 의지하지 않는 자연 농법이나, 생산지에서 얻는 자연 소재와 전통 기술, 수공을 살린 생산에 의해 지속 가능한 사회의 실현을 목표로 하고 있습니다.

- 공정 무역이 가져오는 차이:
도상국이 많은 지역에, 풍부한 자연 자원과 전통의 기술을 가지면서, 상품개발의 노하우나 상품을 판매하는 시장의 정보를 가지지 않는 사람들이 있습니다. 공평함으로부터 빠져 나가기 위해서 일어서, 자립의 노력을 하고 있는 사람들을, 피플트리는 지원합니다. 현지의 기술을 살리면서 일본 시장에 받아 들여지는 디자인의 아이디어를 제공하거나 품질 향상을 위해서 기술 연수의 자금 원조를 하거나 원료나 설비의 조달에 필요한 경우는 대금의 반액을 선불 하고, 국제 무역에 참가할 수 있도록 생산자를 지지합니다. 이렇게 생산자 파트너와 함께 완성시킨 상품을, 매년 3회, 통판 카탈로그 「피플트리」에 소개합니다. 카탈로그는 회원에의 송부나 서점 판매, 전국 300가게의 상품 취급점, 직영점을 통해서 약 40,000사람의 손에 건넵니다. 피플트리는 현지로부터 도착하는 상품의 품질 체크를 해, 판촉 활동에 노력하고 그리고 통판이나 온라인 판매, 소매점을 통해서 고객의 곁으로 전달합니다. 공정 무역은, 생산지에서 풍부하게 얻는 원료나, 현지의 전통적인 수공업의 기술을 살린, 환경을 해치지 않는 지속적인 생산을 지원합니다. 자신이 사는 마을에서 일의 기회가 있으면, 사람들은 객지별이를 위해서 마을을 떠나 도시 빈민촌에서 살거나 먹는데 어려움을 느끼는 저임금이나 열악한 노동 환경에 괴로워하는 일도 없어집니다. 공정 무역에 의해서 충분한 임금을 확보할 수 있으면, 사람들은 지역의 정도 되찾을 수 있습니다. 우물을 파거나 위생설비를 정돈하거나 학교를 짓거나 해 생활의 기반을 쌓아 올려, 아이들은 학교에서 읽고 쓰기를 기억합니다. 이렇게 하고, 지역 발전을 위한 다양한 활동이 전개해, 사람들은 사람으로서 존엄 있는 생활을 보낼 수 있게 됩니다. 공정 무역의 이념을 지키면서 건전한 사업을 계속해 가기 위해서, 피플트리는 2년에 1회, 생산자, 소매점이나 통판의 고객, 스텝 등 각 분야의 관계자에게 사업을 평가받는 '소셜·리뷰'를 실시하고 있습니다.

- 공정 무역 상품과 정보의 흐름:
공정 무역이 지원하는 것은, 도상국 중(안)에서도 한층 더 입장이 약한, 농촌의 여성이나 소규모 농가, 도시 빈민촌에 사는 사람들 등입니다. 이러한 사람들이, 만드는 것을 통해서 자립을 완수할 수 있도록, 피플트리는 현지의 NGO(이)나 공동 조합과 제휴하고, 일본의 소비자와의 중개를 합니다. 피플 트리는, 상품이 어디서 누구에 의해서 어떻게 만들어졌는가 하는 정보를, 상품과 함께 전합니다. 소비자는, 상품을 산다고 하는 행동을 통해서, 빈곤이나 환경 파괴라고 하는 문제의 해결에 참가할 수 있습니다.

■ 시사점

1) 공정무역의 변화

90년대 미국에서 NPO의 큰 변혁이 시작되었다. 공익활동에서 수익모델 만들기예 대한 고민의 시작으로 변혁이 시작되었는데 공정무역도 그런 변혁의 과정에서 나온 형태가 아닐까 생각된다. 현재 공정무역의 발전 단계에서 지적되는 몇 가지 문제점들이 있는데 그런 부분은 우리 같은 단체들이 좀 더 공부해서 알아봐야 할 문제이다.(모노플랜테이션(단작경작) 현상, 가려진 착취의 구조를 만드는 형태, 자본주의가 발달한 나라에서만 판매가 가능한 형태 등)

2) 공정무역의 상품과 가격 책정

일본에 특화되어 제작된 제품들이 있었다. 예를 들어 젓가락 같은 것들. 이런 부분은 제품 기획단계에서 적극적으로 개입했기 때문에 가능한 것이라 생각된다. 보통 공정무역 상품이라고 하면 커피나 초콜릿을 떠올리기 쉬운데, 피플트리에는 그 외에도 의류, 잡화, 아동용품들이 많았고 상품의 진열 등 디자인적인 면에서 좋은 것 같았다. 공정무역 상품의 대부분이 기호품이기 때문에 가격에 대한 반감이 있을 수 있을 것 같으나, 공정무역으로 만들어지는 상품, 제품은 노동력에 기반한 생산품이다. 그런 면에서 보면 가격이 비싸지

않다고 생각했다. 유통의 시스템을 보아야 할 것 같고, 세밀하게 들여다 볼 수 있는 통로가 보여져야 한다. 이러한 활동들이 사회문제, 우리의 생활과 연결된 조금은 근본적인 문제들을 다루고 있음에도, 홍보, 마케팅 부분에서 보았을 때 착한 소비, 혹은 라이프스타일과 연결되는 것들에 대한 심층적 논의들이 우리에게도 필요하겠다는 고민을 남겼다. 고도로 자본화된 사회에서 시작되고 있는 공정무역 상품들이 하나의 라이프스타일에 머물지 않기 위해 더욱 세밀해져야만 하겠다.

3) 피플트리 지유가오카점

먼저 판매되고 있는 제품의 질이 좋았다. 회사소개에서도 말했듯이 제품 제작을 현지에 모두 맡겨 구매만 하는 것이 아니라, 회사차원에서 디자인이나 기술 지원이 잘 되고 있는 것 같다. 지유가오카 지역의 특성상(일본 내에서도 부동산 가격이 높은 곳) 이곳 판매타겟은 중산층 이상의 소비층이나 관광객인 듯하다. 각 매장의 지리적 특성이나 이런 매장의 유지가 가격에 영향을 주는 지 유통과정에 관해 차후 알아봐야 할 것 같다.

4) 기타

공정무역 중에도 제품 생산의 공정과정이나 유통의 층위가 여러 가지 일 것 같다는 생각이 들었다. 공정무역 상품들을 구입하고 이들의 활동에 동참할 수 있는 소비자들의 저변을 확대하기 위해서 매장의 위치나 가격책정 등에 대한 선정을 어떻게 하고 있는지 궁금함, 가격 선택과 함께 간단한 간담회 자리를 마련하지 못 한 것에 대한 아쉬움이 남았다.



· 매장 외부 사진

5) Ecozzeria

방문일자	2010년 6월 16일(수)
방문기관의 성격(주요사업)	도심형 환경공생 프로젝트 전시 공간
방문목적	· 기업, 정부기관, 시민단체의 협력 사례 조사 · 벤치마킹을 위한 탐방 · 네트워크 구축
방문기관 담당자	카요 오구라
홈페이지	www.ecozzeria.jp
주소 및 연락처	100-0005 東京都千代田区丸の内 1-5-1新丸の内ビルディング 1008 · Tel. 03-6266-9400 · Fax. 03-6266-9401

■ 방문내용

- Ecozzeria 방문, 전체 설명
- 기업이 주도한 환경공생 프로젝트 실천 사례

■ 기관평가

ECO를 만드는 광장이라는 뜻(Ecology+piazza+eria)의 에코테리아는 다이마루유(오테마치, 마루오우치, 유라쿠초) 지역의 환경 공생을 위해 만들어진 환경전략거점이다. 신마루오우치(신환 新丸)빌딩 10층에 마련된 에코테리아는 실제로 체험할 수 있는 스페이스로, 구 빌딩에서 사용했던 말뚝이나 대리석, 유리등을 재이용하여 인테리어 하였고, 방문객이 자유롭게 체험할 수 있는 <커뮤니케이션 존>, 세미나, 회의에 사용하는 <살롱존>, 에코테리아 스태프를 대상으로 실험 하는 <차세대저탄소 실증 오피스>의 3가지 존으로 구성되어 있다.

1) 운영조직

에코테리아 협회(사단법인 다이마루유 환경공생형거리만들기 추진협회)

2) 구성원(社員)

- 미츠비시 토지주식회사
- 도쿄전력주식회사
- 도쿄 가스주식회사
- 미츠비시 전기주식회사
- 마루노우치 열공급 주식회사
- 비영리 활동 법인 다이마루유에어리어 매니지먼트 협회

3) 사업내용

- 환경공생형 거리 만들기 추진에 관한 조사 연구 및 지도
- 환경공생형 거리 만들기에 관한 연수회, 세미나 등의 개최, 조성
- 환경공생형 거리 만들기 공헌자 표창
- 환경공생형 거리 만들기에 관한 관계 기관들과의 교류 및 제휴 체제 구축
- 기타

■ 시사점

1) 기업의 사회적 책임

공간 운영에 있어 기업의 미션 자체로 평가할 수 있을 것 같다. 기업에서 할 수 있는 영역과 시민사회 영역에서 생각하는 가치가 상충된다고 생각하지는 않는다. 다만 일본의 시민사회영역에서 해 온 것들을 철학적으로 이어가거나 만들어가지 못하고 있다는 느낌이 들었다. 기업이 운영하다 보니 컨셉이나 전략적으로 치밀하다는 느낌이 들었지만, 결국 그런 것이 마케팅이나 홍보용 공간이라는 느낌을 주게 하는 것 같다.

2) 한국에서 고려할 점

한국에서도 기업의 사회적 책임에 관련한 일들이 다양한 것 같지만 비슷비슷하다. 대부분 담당부서가 마케팅 홍보 분야이다. 이것은 결국 기업의 사회적 책임도 홍보의 부분으로 판단하고 있다는 것이다. 그렇다면 결국 결과를 만들어감에 있어 기업이미지를 만드는 것 이상은 없는 것인지 생각해 봐야 할 것이다. 기업의 공적 가치에 대한 책임에 대해 더 이야기 해 봐야 할 것 같다.



· 단체사진 · 에코테리아와 마루노우치 지역 전반에 관한 DVD 관람과 담당자 설명
· 에코테리아 내 환경관련 전시 공간(리사이클 테이블, 환경 시물레이션) · 에코테리아 내 환경관련 전시 공간(CO2 의자 등)

6) Fair wood partners

방문일자	2010년 6월 16일(수)
방문기관의 성격(주요사업)	일본 내 목재의 공정한 유통을 위해 리서치하고 연구하는 NGO
방문목적	· Fair wood의 의미와 일본 내 Fair wood 관련 활동사례 공유 · Fair wood partners의 활동에 관한 질의응답 · 네트워크 구축
방문기관 담당자	사카모토 유키
홈페이지	www.fairwood.jp
주소 및 연락처	113-0033 東京都文京区本郷 3-43-16 NARITA BLDG. 3F · Tel. 03-3813-9735 · Fax. 03-3813-9737

■ 방문내용

- 1) Fair wood의 의미 설명 및 일본 내 관련 활동사례
- 2) Fair wood를 활용한 기업과 지자체 연계사례
- 3) Fair wood와 관련된 상품 소개
- 4) 운영단체인 국제환경 NGO FoE Japan과 (재)지구인간환경포럼 활동 소개
- 5) 한국에서의 적용 가능 사례 공유

■ 기관평가

1) 단체개요

▷ Fair wood란?

- 벌채지의 삼림환경이나 지역사회를 배려한 목재, 목제품
ex) 신뢰할 수 있는 기관의 삼림인증을 받은 목재
- 고재나 폐재를 재사용한 목제품
- 지역주민이 스스로 적절히 삼림 관리하고 있는 목재
- 불법 벌채가 아닌 목재
- 수리, 재생한 목제품
- 가까운 삼림에서 생산된 목재
- 이러한 페어우드를 회사가 선택함으로써 온난화의 영향을 줄임, 그린 비즈니스, 소비자가 목제품 선택 시 참고가 됨

2) Fair wood partners

- 국제환경 NGO FoE Japan과 (재)지구인간환경포럼 이 2003년부터 캠페인 공동업무

3) 활동내용

- 페어우드를 조달하기 위한 지원, 컨설팅
- 세계의 삼림이나 페어우드 조달에 대한 조사, 분석
- 세계의 삼림이나 페어우드 조달에 대한 정보수집, 발표
- 정부 기관에 페어우드 조달에 관한 정책제안

■ 시사점

Fair wood라는 단어는 이 단체에서 처음 시작되었을 정도로 새로운 개념이다. 일본은 특히나 목재에 관한 선호도가 높아 목재품이 많이 소비되는데, Fair wood의 개념은 일본 내에서도 자국의 나무를 사용함으로써 목재 수입의존도를 낮추려는 움직임에서 시작되었다. 일본 국토의 70%가 산림이고 전후 계획적인 임업으로 이제 어느 정도 자국에서 키워온 나무들을 사용할 수 있는 상태가 되었다고 한다. 이에 외국 목재 의존도를 낮추고 불법 벌채한 목재들의 유통을 막기 위해 Fair wood의 개념 도입 및 리서치 활동을 펼치고 있었다. 한국적 상황에서도 산림 면적이 넓고 목재 재활용률이 낮은 점 등을 고려할 때 목재 관련 다양한 연구 및 캠페인, 시민활동으로 연결되는 단체들이 많지 않다는 점에서 다양한 연대와 실천이 요구됨을 느꼈다. 환경을 위해 목재를 사용하지 말자가 아니라, 올바르게 계획된 임업으로 '잘 사용하고 잘 가꾸자'라는 뜻이다. 한편 재활용 목재는 '도시목재'라고 표현하고 있으며, 일본 내 버려지는 목재에 관한 내용은 추가적으로 더 확인 해 볼 문제다.

- 시민단체로서의 시사점: Fair wood partners뿐만 아니라 일본 시민단체들이 활동에 대한 소개 및 내용들을 전반적으로 잘 디자인 하는 모습, 비전을 드러내는 슬로건들이나 새로운 용어를 만들어 가는 모습들에서 세심함과 세련됨을 느꼈다. 또한 무언가 선불리 만들어 내기보다는 잘 다듬고 잘 이어 가는 모습이 인상적이었다.



· 미팅 사진, 자료 설명 중인 사카모토 유키 씨
· 페어우드 목재로 제작된 컵과 컵받침(페어우드 카페에서 사용, 판매됨)

7) CORELEX(재활용 펄프 공장)

방문일자	2010년 6월 17일(목)
방문기관의 성격(주요사업)	재활용 펄프 공장
방문목적	친환경 재활용 공장 견학
방문기관 담당자	Saki Michiya(시라이 그룹 스태프/가이드)
홈페이지	http://www.corelex.co.jp
주소 및 연락처	6-10 Mizue-cho, Kawasaki-ku, Kawasaki, Kanagawa 210-0866 · Tel. 044-281-1100

■ 방문내용

공장 시설 견학 및 운영에 대한 질의 응답

■ 기관평가

1) 기관 성격

CORELEX는 일본의 가와사키 에코타운 산업단지내 입지한 친환경기업으로 일본 최초의 제로에미션(zero-emission) 재생용지 공장으로 알려져 있다.

2) 기관의 특징

- 100% 폐지만을 이용해 화장실용 화장지 생산
- 재활용 공정과정에서 발생하는 탄소를 최소화 또는 제로화하기 위한 기술력 확보와 공정과정 설계

3) CORELEX_ 제로에미션 ZERO EMISSION 과정

재활용을 위해 수거된 종이에 포함된 철은 제철공장으로 보내고, 플라스틱류는 재활용 공장에 보내거나 공장내 생산공정의 연료로 사용한다. 재활용이 불가능한 폐지는 소각한다. 소각재나 슬러지(하수찌꺼기)는 시멘트의 원료로 재활용하고, 소각시 남은 열은 종이 건조에 사용한다. 마지막으로 공정과정에서 나오는 하수용수는 정화시켜 방류한다. 이러한 과정을 통해 재활용 과정에서 발생하는 폐기물의 발생을 최소화하고 있다.

■ 시사점

<제로 에미션>은 재활용 공정과정에서 발생하는 탄소를 최소화 또는 제로화하기 위한 공정과정이다. 1997년 자원을 적극적으로 순환해 폐기물 배출을 억제해자는 '제로 에미션 운동'이 시작됐다. 이 운동은 이후 리사이클링 의무화를 규정한 법이 제정되면서 더욱 탄력을 받기 시작했다. 한국에는 이와 비슷한 제도로 생산자책임재활용제도(EPR)가 있다. 제품을 생산한 기업이 폐기물을 일정 비율 이상 재활용하거나 회수하도록 하는 제도이다. 그러나 기업에게 재활용에 대한 최소한의 책임을 위임 하는 제도로 일본의 자원순환

방법과는 근본적으로 다르다고 볼 수 있다. CORELEX는 완벽한 재활용 공정과정을 통해 경제와 환경이 공존하는 기업 모델을 만들어 가고 있는 사례로 자원순환기업을 위한 일본의 제도 지원(एको단지 조성)과 기업간의 상호 시너지 전략, 그리고 지속성을 주목해 볼 필요가 있다.



- CORELEX 공장 정문 입구 간판,가와사키 에코타운 산업단지 내 위치
- *가와사키 에코타운은 단지 내 입주한 업체간의 자원순환이 이루어지는 곳이다. 한 기업에서 나온 산업쓰레기는 다른 기업이 생산하는 제품으로 원료가 되는 시스템이다.
- 단체사진
- 기업의 친환경 이미지를 주는 출입문 옆 꽃밭과 건물 외관을 장식한 화분들

7. 연수 일지

1) 2010년 6월 14일(월요일)

■ 방문기관

- A SEED JAPAN
- GOMIZERO Project

■ 내용

1) 12:00~13:30- 사전회의

통역자 미팅- 전체 연수 일정 확인 및 방문 단체 질문지 공유

2) 14:00~17:00- 기관 방문

- A SEED JAPAN 사무국 담당자 미팅: A SEED JAPAN 단체 소개(진행: 기무라 마이코)
- GOMIZERO Project 담당자 미팅: 고미제로 네비게이션 소개 (진행: 다이스케 겐키)
- GOMIZERO 활동 DVD 관람
- 질의응답:
 - 고미제로 프로젝트가 시작된 배경
 - 고미제로 프로젝트의 쓰레기 분리방법과 축제에서의 순환과정
 - 협력기업 및 축제(이벤트)와의 관계 등

3) 17:00~18:00- 정리 회의

방문 기관 내용 정리, 15일 연수 일정 점검

■ 소감

단체에서 진행하고 있는 프로젝트도 인상 깊었지만, 활동을 하는데 있어서 즐겁게 하는 것, 자신이 하는 일에 대해 자긍심을 가지고 일을 하는 것, 함께하는 사람들과 평등한 관계를 가지고 일하는 것에 대한 원칙이 있다는 것에 대해 들었을 때 신선했다. 너무나 당연한 원칙인데도 활동하는데 있어서 자꾸 잊혀지고 생략되어지는 부분이라고 생각했다. 지금의 현상을 바꾸려고만 하고, 조금씩 생각하는 부분에 대해서 조금 더 장기적이고 종합적으로 판단해야할 필요가 있을 것 같다.

2) 2010년 6월 15일(화요일)

■ 방문기관

- D&DEPARTMENT project
- 피플트리

■ 내용

1) 11:00~12:00- 사전회의

통역자 미팅- 방문 기관에 대한 정보 공유 및 질문지 확인

2) 12:00~14:00- 기관 방문

- D&DEPARTMENT 도쿄점 방문(설명: 총괄담당자 미즈코씨)
- shop, dining 사무실 등 공간 소개
- 질의응답:
D&DEPARTMENT의 설립배경
사업소개(60vision등)
재활용품을 모은 방식과 협력관계 등

3) 15:00~16:00- 피플트리 방문

피플트리는 빈곤과 환경 문제의 해결을 목적으로 하는 WFTO(세계 페어 트레이드 기구)가 정한 공정 무역의 기준을 준수하며 제품을 개발, 판매하는 곳이며, 농약이나 화학염료를 사용하지 않는, 자연농법과 자연 소재를 이용하여 전통기술과 수작업을 살린 에코 제품을 판매하고 있다.

■ 소감

디자인이라는 것이 어떤 겉모습만 그럴듯하게 만드는 것이 아니라, 그것이 시작되고, 유통되고 버려지는 전 과정에 관여해야한다는 생각이 들었다. 보이는 것은 재활용 shop이지만, 그것을 운영하게 하는 철학이나 방식, 과정에 대해 더 깊이 논의하고 고민해야할 부분인 것 같다.

3) 2010년 6월 16일(수요일)

■ 방문기관

- ECOZZERIA
- Fair-wood Partners

■ 내용

1) 09:00- 사전회의

통역자 미팅- 방문기관에 대한 정보 공유 및 질문지 확인

2) 09:30~12:00- 기관 방문

- Ecozzeria 방문
공간소개, DVD 관람(진행: 小倉かよ): 마로노우치 지역 설명 및 재개발 사업에 대한 역사적 배경
- 질의응답:
공간운영
외부시민들의 활용정도 / 빈도 등

3) 16:00~17:30- 기관 방문

- Fair-wood Partner 방문
사업소개(진행: 사카모토): 페어우드 캠페인에 대한 소개, 페어우드 파트너의 사업 방향
- 질의 응답:
사업의 시작 배경 설명, '페어우드' 라는 말에 담긴 의미
폐목재나 고목재의 재활용 정도
페어우드 파트너의 운영

■ 소감

Ecozzeria는 기업이 가지고 있는 철학적인 방향에서 만들어진 곳이라기보다는 홍보를 위한 공간인 것 같다. 공간을 꾸민 기술들은 한국에서 활용 가능한 것도 있었지만, 옥상정원이라든지 이미 하고 있는 것이 많았다. 재활용, 생태라는 말에 대한 실천이라는 것이 어떤 흥내내기가 아니라 거기에 있는 담긴 진정성인 것 같다. Fair wood Partners는 NGO 단체들의 의미있는 활동을 엿볼 수 있었다. Ecozzeria와는 반대로 민간차원의 노력과 활동들로 이어나가는 것이라 비교해 볼 시사점이 많았다.

4) 2010년 6월 17일(목요일)

■ 방문기관

· CORELEX(재활용 펄프 공장)

■ 내용

1) 15:00- 사전회의

- 통역자 미팅- 방문 기관 정보 공유
- 공장 가이드 미팅- 시라이 에코센터(사카이 미치야)

2) 16:00~17:30- 공장 방문

- CORELEX 방문
- 공장 견학, 질의응답

■ 소감

이번 재활용 공장 방문은 Gomi-Zero 프로젝트 담당자가 프로젝트 때 마다 협업을 하던 시라이 에코센터에 문의하여 연결해 준 공장 견학이었다. 평소 보기 힘든 재활용 공장의 프로세스를 보며 규모나 처리 능력 등 여러 가지를 알게 되었고, 일본의 재활용 정책이 어떠한지 조금이나마 느껴볼 수 있는 시간이었다.

8. 연수 후 활동 평가

1) 연수활동 결과 평가

재활용이 산업의 측면이 아닌 문화적인 측면으로 인식되려면 어떻게 해야 하는지의 문제-기업은 어떻게 해야 하는가, 시민 영역은 무엇인가, 생활에 적용하려면 어떻게 해야 하는가 등을 해결하기 위해서는 시민활동 분야의 적극적이고 섬세한 기획과 활동이 필요하며, 활동가의 일상적인 네트워크를 확대, 이를 통해 행정적인 부분으로 연결해야 할 것이다. 재활용, 친환경에 관련된 문화적 측면이 필요에 의해서 설정되기도 하지만, 사회전반적인 분위기, 철학에 기반을 두고 진행시키는 것이 지속가능성에 있어 중요한 부분이다. 우리나라에서는 즉각적으로 필요에 의해서만 현상이 집중되고 있는데 현상적으로 진행 할 것이 아니라, 모두가 공감하는 정신이 이어지는 것이 중요하다.

재활용을 표면화 시키는 방법에 대한 고민이 필요하다. 일본 연수를 통해 한국적 상황속에서 깊이 배울 수 있는 점들이 있었다. 이런 지점들이 이후 내부로 향하지 않고 사례 중심, 성과 중심의 외부로 향하는 결과를 초래할까봐 고민되는 지점들이 연수 내내 전반적으로 있었다. 또한 밖에서 자극을 받는 영역도 분명 있지만 안으로 향할 수 있는 방법 고민, 이미 안에서 잘 하고 있는 사례들을 찾아내어 연계하고 공유하는 부분에 대한 섬세한 노력들이 필요하다. 구호로써의 네트워크가 아닌 실질적이고 철학적인 만남의 지점들을 찾는 것에 대한 모두의 고민들이 필요하다.

9. 결론

일본 내의 시민단체, 행정, NGO, 대기업 등 여러 분야에 걸친 재활용 산업과 재활용 문화를 살펴 볼 수 있어 참여자 모두의 시야가 넓어진 것 같다. 이를 통해 조금이나마 일본에서 행해지고 있는 재활용 활동의 과정들을 여러 방면에서 들여다 볼 수 있었다고 생각된다. 각각의 영역에서 집중해야 하는 게 무엇일까 알 수 있었다. 또한 현지에서 직접 방문과 질의를 통해 확인하니 피상적으로 알고 있었던 부분에 대해 좀 더 깊이 있게 알 수 있는 계기가 되었고, 일본 내에서 재활용 관련하여 활동하는 단체들과 좋은 네트워크를 맺게 되어 좋은 계기였다고 생각된다. 다만 시민단체로서는 알 수없는 행정적인 부분들이 있어(제로 에미션 등) 이런 부분들은 차후 여러 네트워크를 통해 해결해야 할 부분인 것 같다.