

함께 할 미래
for 2030
창직사례집

함께 할 미래
for **2030**
창직사례집

미래와 혁신을 담은 2030 창직

아직 이루고 싶은 것이 많은 2030세대, 급변하고 있는 사회에서 이들이 꿈을 구체화하고 진로를 결정하고, 직업을 탐색하는 과정 하나 하나는 모두 미래를 위한 걸음입니다.

지금의 청년이 성장하게 될 미래는 어떤 모습일까요?

디지털 기술은 더 진일보할 것이며, 지금은 없는 더 새롭고 신선한 가치와 서비스를 사람들은 구매할 것이며, 더 빠르고 바쁘게, 하지만 더 행복하게 사는 삶을 꿈꾸는 이들이 많을지도 모릅니다.

그럼 청년들이 마주하게 될 일과 직업의 미래는 어떤 모습일까요?

작은 아이디어가 직업이 되고, 산업이 되어 일자리와 고부가가치를 낳고, 직업과 직업의 경계가 허물어지고, 사소한 서비스제공이라도 더 전문성을 쌓아야 경쟁력이 있어지고, 어디에서 일하는지보다 무슨 일을 하는지가 더 중요해지고, 일하는 사람 누구나 자신의 일에서는 최고의 전문가가 되는 그런 사회가 되지 않을까요.

지금의 2030세대는 진로탐색과 직업선택에서 그 이전 세대보다 혁신적이고 미래지향적인 꿈을 꾸고 있습니다. 남들과 다른 나를 위해 직업과 일에서 독창적이면서도 행복하게 일하고 사람들의 삶에 선한 영향력을 미칠 수 있는 일을 찾고 싶어 합니다.

본인의 흥미와 적성이 무엇인지 고민하고 그것을 발휘할 수 있는 최적의 직업을 만드는 것에도 주저함이 없습니다.

‘창직’은 말 그대로 직업을 만들어 내는 것입니다. 하지만 전에 없던 ‘새로운 직업’을 만드는 결과에 치중하는 것이 아닌, 내가 잘 할 수 있고 좋아할 수 있는 ‘나의 직업’을 만드는 과정이 핵심입니다.

나의 관심과 흥미, 역량을 고려하면서도 사회변화와 사람들의 니즈를 반영하여 완성한 창직은 청년의 미래를 보다 풍요롭게 만들 것입니다.

‘함께 할 미래 for 2030 창직사례집’에는 10명의 2030 청년들이 ‘나의 직업’을 만든 과정과 어려움, 그리고 꿈과 비전을 이야기하고 있습니다.

이들은 전공을 확장하거나, 지역을 위해 일하고 싶거나, 어린 시절 꿈을 채워가고 있거나 혹은 사람들에게 필요한 서비스를 제공하고픈 청년의 사례들입니다. 더 이뤄내야 할 것이 많아 아직 이들의 직업은 완성형이 아니더라도 ‘창직’이라는 다른 길을 선택한 용기를 통해 더 큰 꿈에 다가가는 계기가 될 것입니다.

이들의 사례를 통해 청년 세대가 사회의 변화를 눈여겨 보고, 본인의 적성과 관심을 구체화하는데 도움이 되기를 기대합니다.

창직인과의 만남

예술치유콘텐츠 개발자	10
— 강미선	
로컬출판 전문가	14
— 송경섭	
프라이빗 로컬 투어 전문가.....	18
— 김기림	
반려동물 동반여행 코디네이터	22
— 이태규	
티 테라피스트	26
— 박성하	
전략명함 코디네이터.....	30
— 유장휴	
은둔청년 자립지원전문가	34
— 유승규	
이색스포츠 마케터	38
— 이정욱	
무인도 섬테마개발자.....	42
— 윤승철	
경험 퍼실리테이터	46
— 정준민	

예술치유콘텐츠 개발자
로컬출판 전문가
프라이빗 로컬 투어 전문가
반려동물 동반여행 코디네이터
티 테라피스트
전략명함 코디네이터
은둔청년 자립지원전문가
이색스포츠 마케터
무인도 섬테마개발자
경험 퍼실리테이터

창직인과의 만남



다양한 예술 표현으로 편견과 혐오를 없애다

예술치유콘텐츠 개발자
강미선

당산동의 한 작은 건물, 엘리베이터도 없는 5층 계단을 오르자 노란색 문을 단 작은 사무실이 보인다. 문을 열자 10여 평 남짓 작은 다락방 같은 사무실이 보이고 환한 얼굴을 한 강미선 대표가 취재진을 맞이한다. 사회에서 소외당하고 상처받은 사람들을 위해 다양한 예술 활동을 펼치고 있는 그녀는 예술치유콘텐츠 개발자라는 새로운 직업을 창직하는 것에서 더 나아가 새로운 세상을 꿈꾸고 있었다.

글쓰기로 시작한 치유, 예술 처방 프로젝트로 발전

한국고용정보원(이하 ㉠) 먼저 '예술치유콘텐츠 개발자'라는 직업을 창직하신 계기와 '282박스' 설립 과정을 설명 부탁드립니다.

강미선(이하 ㉡) 대학 때 공연기획을 전공했었는데요. 졸업 후, 직장을 다니다가 이런저런 일을 겪으면서 우울증이 찾아왔어요. 제 병을 치료할 돈도 용기도 없던 상황이라 무작정 글을 쓰고 책을 읽었죠. 제 마음을 들여다보고 그것을 풀어내는 과정을 통해 천천히 우울증에서 벗어날 수 있었고, 저처럼 고통받는 사람들을 위해 일을 하고 싶다는 생각이 들어 도서관 봉사활동을 하며 학교폭력 피해 학생들과 치유 글쓰기를 하게 됐어요. 글쓰기를 통해 가해 학생과 피해 학생이 소통하고 용서하는 것을 보면서 아픔을 드러내고 치유하는 것이 중요하다고 생각했고 이후 비영리 법인, 사회적기업, NGO 등 다양한 곳에서 일했어요. 그리고 2019년 한국사회적기업진흥원의 사회적기업가 육성사업을 통해 282박스를 설립하게 되었습니다. 우리가 느끼는 고통과 아픔의 원인을 찾아서 적극적으로 해결해보고자 현재 다양한 프로젝트를 진행하고 있습니다.

㉢ 처음에는 출판으로 시작했던 282박스가 지금은 공연, 사진, 전시 등 다양한 문화 콘텐츠를 만들어 가고 있습니다. 282박스의 일을 정의한다면 어떤 것일까요?

㉡ 282가 큰 숲이 되어 사람들끼리 소통할 수 있는 장을 만들어 주는 거죠. 282박스는 책을 제작하면서 파생된 여러 가지 이야기들을 사진 전시, 연극, 낭독 등의 예술 활동으로 발전시켜 다른 사람들과 공유합니다. 공유를 통해 자신의 상처를 치유하는 것뿐만 아니라 편견과 혐오를 바꾸려고 노력합니다.

282박스의 '282'는 나뭇잎을 가리키는 '이파리'를 말하는데요. 282라고 숫자로 지은 이유는 누구나 쉽게 알 수 있는 숫자를 사용하자는 생각에 표현하게 됐어요. 282박스는 예술기반 사회적 처방 프로그램을 개발해 다양한 문제를 가진 소수 그룹의 마음을 담아서 이를 예술 작품에 담아 세상에 공유해요. 소수 그룹이 하고 싶은 이야기를 찾아서 다양한 예술 콘텐츠로 개발해 표현해내는 겁니다. 이렇게 건강하게 소통하는 방법들을 찾아가는 거예요.

㉣ 예술치유콘텐츠 개발자로서 그동안 진행했던 프로그램(프로젝트)들은 어떤 것들이 있었나요?

㉡ '나는[네모]입니다'는 이주 여성들에 대한 사회 인식 변화 프로젝트, '일만오천 보'는 폐지 수거 노인인과 함께 도시와 노인의 상생에 관한 연구 프로젝트, '드림; 꿈을 만드는 아이들'은 중도입국청소년의 이야기를 담은 프로젝트입니다. '도시의 문장들; 귀천'은 '직업엔 귀천이 없다'는 프로젝트는 직접 감정노동자가 참여하여 낭독 공연을 하기도 했습니다. 청년 사회 혁신가들을 대상으로 사회적 가치를 이야기한 '플레이더월드'와 암을 겪었던 청년들을 위한 '암어 모델'도 진행했었습니다.

그리고 '웨도이탈'이라는 프로젝트는 탈 가정 청년들에 관한 이야기인데요. 먼저 탈 가정이 무엇인지부터 얘기해야 할 것 같아요. 탈 가정은 원 가족의 폭력, 학대, 방치로부터 독립하여 자신의 삶을 살기로 한 청년들의 이야기입니다. 청소년은 미성년자여서 각종 혜택과 지원이 많은 데 반해 청년들은 복지 사각지대에 있어서 소외되고 있거든요. 이들의 목소리를 담은 사진과 영상을 만들었습니다.



작은 이파리들이 모여 큰 나무가 되는 세상

Q 예술치유 프로그램은 어떤 방식으로 진행되나요?

A 매년 전시, 공연, 영화, 출판의 형태로 3~4개의 프로젝트를 기획하며 운영하고 있어요. 우선 홈페이지를 통해 소수 그룹에 속하는 참여자들을 모집해서 원천이 되는 이야기를 개발하고 영화, 연극, 전시, 책 등 다양한 형태의 콘텐츠를 만들어 갑니다. 이외에도 사회적 처방 프로그램을 개발하여 기관이나 단체에 판매하는 B2B/B2G 사업도 진행하고 있습니다.

Q 프로그램에 참여하는 참여자들은 어떤 기준으로 선발하시나요?

A 예술기반 사회적 처방 프로그램은 사회 문제 당사자들의 모여서 심리적, 정서적 문제의 사회적 원인을 찾아 해결하는 데 목적을 두고 있어요. 따라서 성별, 나이, 신분 등은 모두 블라인드 처리하고 심사합니다. 참여자에게 혹시 편견이나 선입관을 가질 수 있으니까요. 저희가 프로젝트를 준비하고 끝날 때까지 몇 개월의 시간이 소요되기 때문에 참여한 회원들이 잘 화합할 수 있는지 정도만 인터뷰를 통해 보고 있습니다.

Q 그동안 다양한 치유 프로그램을 진행하셨는데요. 가장 기억에 남는 프로그램은 어떤 것이었나요?

A 저는 '메리골드의 꽃말을 아나요?'라는 프로그램이 가장 기억에 남아요. 2~30대의 청년 자살시도자들의 이야기 인데요. 자살을 시도한 사람들에게 우리가 갖는 편견과 선입관을 극복하고 소통과 일상 회복을 위해 노력한 프로젝트입니다. 다행히 참여자들의 호응도 높고 반응도 좋아서 보람이 컸던 프로그램이었습니다. 12명의 청년 자살시도자들이 배우와 함께 자신의 감정을 찾아가고 표현하는 8주간의 워크숍을 진행하며 '나'를 표현하는 사진을 찍고 글을 써서 작품을 전시하고, 입체 낭독 퍼포먼스와 책을 통해 세상에 자신의 이야기를 전달했습니다.

편견과 선입관을 깨고 소통하는 사회가 중요

Q 서점에 가면 지쳐있는 사람들을 위로하는 책들이 참 많은데 이 현상을 어떻게 생각하시나요?

A 저는 매우 긍정적으로 바라보고 있는데요. 과거에는 마음이 아프다, 지쳤다는 말을 함부로 할 수가 없었어요. 그런데 이렇게 상처를 드러내고 알리고 이에 대해 얘기하는 것 자체가 긍정적인 효과를 준다고 생각합니다. 하지만 그 방법을 찾아가는 방법이 '그냥 쉬어라, 생각하지 말아라' 인 것 같아 아쉽습니다. 저는 다양한 프로젝트와 커리큘럼, 워크숍 등을 통해 좀 더 적극적으로 자신만의 해결 방법을 모색하는 것이 중요하다고 생각합니다.

Q 예술치유콘텐츠 개발자라는 새로운 직업을 창직하는 과정이 쉽지 않았을 텐데요. 그 과정을 기꺼이 해낸 동기는 무엇일까요?

A 저는 제 자신의 이야기를 쓰고 읽어내면서 소통하는 방법을 알았고, 이를 다른 사람과 공유하면 큰 힘을 얻게 된다는 걸 알게 됐어요. 아무도 알아주지 않는 이야기를 하다 보면 어느새 새로운 힘이 생기는 거죠. 그리고 사회적으로 소외당한 소수 그룹의 이야기를 함으로써 새롭게 소통하는 방법을 알게 됐고요. 이런 이야기들을 계속하면, 차별과 편견으로 세상 밖으로 나오지 못하는 사람들이 용기를 낼 수 있지 않을까 생각했어요.

Q 앞으로 예술치유콘텐츠 개발자로서 이루고 싶은 목표가 있나요?

A 아이러니하지만 제 목표는 저희 같은 회사가 없어지는 거예요(웃음). 치유와 소통이 자유롭게 표현되고 이를 공감하고 응원하는 사회가 된다면 굳이 저희 같은 회사가 필요 없겠죠. 앞으로 282복스는 다양한 콘텐츠에 이야기를 담아 출판, 전시, 공연, 영화를 넘어 다양한 굿즈 상품으로 대중에게 쉽게 다가갈 수 있도록 할 계획입니다. 다양한 프로젝트를 통해 소외와 편견에 대해 생각해보고 문제를 해결하는 방식에 대해 고민하고 싶습니다.

Q 마지막으로 대표님처럼 '소수 그룹'을 위한 차별화된 일을 하고자 하는 다른 예비 창직인을 위해 한마디 해주세요.

A 저희가 말하는 소수 그룹은 장애인, 여성, 노인 등 사회적 약자와는 조금 다릅니다. 계층이나 나이가 아니라 자신의 의견을 피력하지 못하거나 목소리를 내지 못하는 분들 모두 소수 그룹이라고 생각합니다. 282복스는 사회적 소수그룹의 상처받은 마음을 치유하고 예술 작품을 통해서 대중이 가진 편견을 없애려고 노력하고 있어요. 뚜렷한 목표가 있고 이를 달성하려는 의지와 열정이 있다면 방법을 찾게 되고 기회도 얻게 된다고 생각합니다. 의지를 갖고 계속해 보라고 말씀드리고 싶어요.

치유와 소통으로 더 나은 세상을 꿈꿉니다.

사람들은 저마다 아픔을 가지고 있다. 그 아픔의 정도는 사람마다 다르고 아픔을 치유하는 과정과 방법도 천차만별이다. 2020년 OECD가 발표한 '정신 건강 체계를 위한 새 기준: 정신 질병으로 인한 사회경제적 비용의 해결' 보고서에서는 38개 주요국의 코로나19 이후 우울증 확산도를 보여줬다. 한국의 경우 10명 중 약 4명이 우울증을 겪을 정도로 상황이 심각하다고 나타났다. 대한 신경과 학회는 우리나라의 우울증 유병률은 세계에서 가장 높지만, 우울증 치료에 대한 인식은 가장 낮다고 말한다. 이러한 슬픈 현실 속에서 282복스 강미선 대표는 예술치유콘텐츠 개발자라는 직업을 통해 사람의 마음을 치유하고 있다.

강미선 대표는 직장 생활 중 우울증을 겪고 이를 치유하는 과정에서 책이라는 매체를 통해 우울증을 극복하였다. 이러한 경험을 가지고 창업의 길에 뛰어든 강미선 대표는 고통받는 사람들을 위해 일을 하고 싶다는 일념으로 영화, 연극, 전시, 책, 등 다양한 형태로 콘텐츠를 통해 아픔을 드러내고 치유하고 있으며 이외에도 사회적 처방 프로그램을 개발하여 기관이나 단체에 판매하는 B2B 사업도 진행하고 있다. 사람의 마음을 예술로 치유하는 소통 콘텐츠에 관한 직업이 앞으로 더 많아지게 된다면 세상이 조금 더 따뜻해질 것 같다.



누구나 작가가 될 수 있는 글쓰기 놀이터를 만들다

로컬출판 전문가
송경섭

유튜브, 넷플릭스 등 다양한 온라인 콘텐츠가 범람하는 시대에 독서와 글쓰기는 이제 소수의 사람이 즐기거나 누리는 클래식한 취향이 되어 버렸다. 하지만 한국문학창작소 송경섭 대표는 자신을 표현하기 위한 수단으로 독서와 글쓰기보다 좋은 것은 없다고 생각해 온오프라인 문학 플랫폼 리드텍스처를 만들었다. 새로운 글쓰기와 읽기 문화를 만들어가고 있는 송경섭 대표를 만나봤다.

재미있게 쓰고 읽을 수 있는 창작 놀이터

한국고용정보원(이하 ㉠) 어떤 과정을 통해서 로컬출판 전문가가 되었는지 소개 부탁드립니다.

송경섭(이하 ㉡) 저는 대학에 들어와 교양 국어 과목을 들으면서 독서와 글쓰기에 흥미를 느끼게 됐어요. 교수님이 시집을 선물해 주셨는데 이후 책에 푹 빠져서 교내 다양한 독서 프로그램에 참여하며 자연스럽게 책이 있는 공간에서 일해보고 싶다고 생각했어요. 2017년도에 유럽 서점여행을 다녀온 뒤, 홍대 경의선 책거리에서 문학동네 서점 관리자로 일하면서 독립서점과 출판에 관심을 갖게 됐어요. 복학 후 지역에 국한된 활동만 하다가 누구나 창작하고 읽을 수 있는 플랫폼으로 확장하고 싶어서 창작 플랫폼 '리드텍스처'를 만들었습니다. 창직으로 창업까지, 제가 평소 하고 싶었던 것들을 융합해 사업을 하고 있습니다.

㉠ 리드텍스처는 어떤 비전을 갖고 있으며 무엇을 하는 회사인가요?

㉡ 텍스트의 어원을 보면 '직물'이라는 뜻이 있거든요. 결국 독서는 텍스트로 구성된 세계의 질감을 읽는 행위라고 생각했고, 여기에 착안해 지은 리드텍스처(Read texture)는 책과 글쓰기를 좋아하는 사람들이 마음껏 뛰어놀 수 있는 창작 놀이터라고 생각하시면 돼요. 플랫폼 내에서 독자도 되고 직접 작가로서 글을 쓸 수도 있습니다. 그리고 지역 서점들을 비롯한 문화공간들과 연계해 다양한 특강과 클래스를 접할 수 있는 온오프라인이 연결된 플랫폼입니다.

㉠ 창직 아이디어를 창업으로 연결하기 쉽지 않았을 텐데 도움을 받은 기관이 있나요?

㉡ 한국생산성본부의 신직업메이킹랩을 통해 리드텍스처를 시작하게 됐어요. 리드텍스처로 사업자를 내기 전에는 로컬 콘텐츠를 출판, 전시 콘텐츠로 만드는 직업 및 아이템 사업을 하고 있었는데요. 코로나 시기를 맞이하면서 코로나 같은 변수에도 상관없이 모두가 참여 가능한 온라인 플랫폼을 떠올렸어요. 현재는 온라인 플랫폼 외에 책 텍스트 전시, 북 마켓과 북 토크, 글쓰기 클래스 등 다양한 오프라인 모임도 병행하고 있습니다.

출판계의 유튜브와 넷플릭스가 되는 것이 꿈

㉠ 진행하셨던 펀딩 소개 문구에 보면 '출판계의 유튜브와 넷플릭스를 꿈꾼다'라고 했는데 출판계에도 혁신적인 변화가 필요하다고 느끼셨나요?

㉡ 네. 저도 책을 읽지 않는 시대에 지금과 같은 방식이 얼마나 유효할까 하는 고민이 있었어요. 책이 예전만큼 대다수에게 재미있는 콘텐츠가 아니고, 스마트폰 하나로 다양한 콘텐츠를 즐길 수 있는 시대에 독서와 친해지는 건 어려운 현실이죠. 게다가 독서라고 하면, 공부를 위한 목적으로 받아들일 때가 많고 책상에 앉아 '공부하듯' 읽는 느낌을 연상하니까요. 저는 잠들기 전 넷플릭스나 유튜브를 보듯, 텍스트를 즐기는 모습을 상상했어요. 넷플릭스 대신에 리드텍스처 앱을 켜서 텍스트를 소비하는 모습을요.

예전의 한국은 등단제도가 공고해서 작가라는 명칭은 신춘문에 또는 문학상을 받아야 얻을 수 있는 칭호였어요. 그러나 요즘은 누구나 작가가 되는 세상입니다. 전 세계 수많은 작가들 중 대부분은 문예창작과를 나오지도 않았고 문학상을 받아서 작가가 된 게 아니에요. '해리 포터'를 쓴 조앤 롤링이 문예창작과를 나왔나요? 독립출판으로 글을 쓰는 사람과 1인 출판사가 점점 많아지는 것은 시대가 변했기 때문이라고 생각합니다.

❶ 그렇다면 앞으로 출판계가 어떻게 변할 거라고 예상하시나요? 또는 어떤 방향으로 발전하길 바라시나요?
 ❷ 출판이 쉽게 흑자를 내기 어려운 사업인 건 맞아요. 하지만 텍스트를 만들어내는 활동은 인간의 역사가 시작되는 순간부터 함께 해왔어요. 오래된 동굴 벽화 역시 텍스트입니다. 죽간, 목간, 활자 등을 거쳐 현대의 종이책과 전자책까지 형태만 달라졌을 뿐이에요. 최근 오디오북이 새로운 시장을 연 것처럼 사람들은 계속해서 읽고 듣고, 쓸 거예요. 무언가를 남기고 싶고, 새로운 것을 알고 싶은 마음은 인간의 오래된 본능이자 욕구거든요. 그래서 리드텍스처는 창작자의 작품 뿐 아니라 창작자 자체도 콘텐츠로 생각해 다양한 기획으로 독자들을 유입시키고 있습니다.

❸ 리드텍스처의 작가들은 어떤 분들로 구성되어 있나요?
 ❹ 현재 약 80여 명의 작가가 소속되어 있는데 더 많은 작가를 섭외해서 다양한 콘텐츠를 만들어 갈 생각이예요. 사람은 말하는 존재고 누구나 표현하려는 욕구가 있어서 앞으로 니즈는 무궁무진할 거라고 생각해요. 도구만 달라질 뿐, 창작 행위는 같은 거죠. 저는 많은 사람에게 독서는 공부라 아니라는 것과 창작의 재미를 알려주고 싶어요. 리드텍스처는 출판의 허들을 낮추고 작가 매니지먼트를 통해 독자와 창작자가 자유롭게 소통하고 작품을 소비하는 장소가 될 거예요.



한국의 문화 콘텐츠 기업으로 성장하는 게 목표

❶ 어린 나이에 창작에서 창업을 하기까지 많은 어려움이 있었을 텐데 어떻게 극복하셨나요?
 ❷ 창직을 수행하면서 팀이 두 번이나 해체되었고, 인지도가 없는 젊은 청년이 메일을 보내거나 무작정 찾아와 내놓은 아이템을 서점 사장님들이나 기성 작가, 출판사는 별로 좋아하지 않았어요. 성격상 사람들을 설득하는 것도 힘들었고, 어떻게 해야 할지도 몰랐죠. 나한테 맞는 정부 지원사업을 찾는 것도 힘들었고, 사업계획서를 쓰는 건 더더욱 힘들었습니다. 다행히 아이디어 단계부터 지지해준 작가들과 시행착오를 줄일 수 있도록 도와준 분들이 계셔서 여기까지 왔어요. 진심으로 격려해주고 잘 되기를 바라는 분들을 만나 프로세스를 배우고 적용하면서 못했던 것들을 해낼 수 있었어요. 어려운 상황을 거치면서 제가 조금씩 성장하고 있더라고요.

❶ 힘든 상황 속에서도 계속 사업을 해나갈 수 있게 만든 원동력은 무엇인가요?
 ❷ 책을 좋아해서요. 저는 책과 사람한테 받은 게 많아요. 제 사업과 별개로도 정말 출판문화가 융성했으면 좋겠어요. 카페나 지하철에서 책 읽는 모습을 보면 친해지고 싶고 이야기하고 싶어요. 한 번 사는 인생 좀 남다르게 살고 싶다고 생각한 부분도 있고, 특히 일하면서 계속 성장하고 배우는 것들이 많아서 계속할 수 있었어요. 서울에서 창업해야 하나 고민도 했지만, 대전을 지역 거점 삼아 발전시키고 싶어요. 서울은 자본부터 문화까지 모든 것을 독점하고 있는데 저는 대전에서 충분히 가능성이 있다고 생각하고 실제로 대전콘텐츠 지원센터에 입주해서 많은 도움을 받고 있어요.

❸ 앞으로의 목표와 개인적인 소망이 있다면 말씀해 주세요.
 ❹ 글쓰기나 독서, 문학을 떠올리면 리드텍스처를 떠올렸으면 좋겠어요. 리드텍스처에서 연재된 무명 작가의 작품이 수익을 내고, 팬덤같은 독자들을 형성하길 바랍니다. 자기 일상을 아카이빙하고 무언가를 남기고 싶은 사람은 리드텍스처에 기록하면 좋겠습니다. 리드텍스처라는 장소에서 다른 사람들과 교류해 새로운 작품을 협업하고 그 안에서 작은 커뮤니티를 만들길 원해요. 누구나 작가가 될 수 있는 플랫폼, 창작하는 사람들을 위한 놀이터로 정착했으면 좋겠어요. 나중에는 문학을 넘어서 한국의 문화 콘텐츠 기업으로 자리를 잡길 바랍니다.

❶ 창직을 하기 전에 준비해야 할 것이 있다면 어떤 것들이 있을까요?
 ❷ 일러스트나 인디자인, 혼자서 아주 기초적인 단계 정도는 테스트해볼 수 있을 정도의 코딩 능력, 문서 작성과 기획력 등을 준비하면 좋을 것 같아요. 내가 창직한 직업 또는 사업 아이템을 사용자의 눈으로 생각하는 게 정말 중요하고요. 다방면으로 할 줄 아는 게 많을수록 시행착오를 줄이고 비용을 절감할 수 있습니다. 창업을 시작하니 모든 게 돈이더라고요. 명함 하나 만드는 것부터 택배, 개발, 상표권 등록 등등 다 돈입니다. 기회가 된다면 체계적인 조직 생활도 경험해보시면 좋을 것 같고요. 제가 대부분 독립적인 일들만 해와서 그 부분에서 많은 실수를 했습니다.

❶ 마지막으로 새롭게 창직을 준비하려는 청년들에게 조언을 하신다면요?
 ❷ 예상치 못한 난관에 부딪히겠지만 계속 나아가는 게 중요하다고 생각합니다. 아니다 싶으면 얼른 내려놓아도 좋다고 생각해요. 중요한 건 다른 길로 가더라도 창직, 창업을 경험하면 분명 깨닫고 성장하는 것들이 많을 거예요. 이때 아니면 언제 해보겠어 하는 생각으로 즐겼으면 좋겠습니다.

다양한 콘텐츠로 텍스트를 즐기며 재미있게 소통하는 창작 플랫폼과 작가 매니지먼트를 기대하세요.

과거에는 독서를 하기 위해 직접 서점에 가거나 인터넷을 통해 종이책을 구매하였지만 이제 시대가 바뀌었다. 통계청에 따르면 종이책 시장은 매년 감소하고 있지만 전자책 출판제작 시장은 2012년 1,900억 원에서 2019년 4,400억 원으로 증가해 7년간 2.3배가 되었고, 전자책 유통 시장 또한 매년 증가해 7년간 2.4배가 되었다. 전자책을 이용하는 독서자가 늘어남에 따라 자연스럽게 이를 유통하는 플랫폼도 확대되었으며 구독형 책 서비스도 활성화되었다.
 로컬출판 전문가 송경섭씨는 자신이 좋아하는 '책'을 누구나 창작하고 읽을 수 있는 공간을 추구하며 리드텍스처라는 플랫폼을 만들었다. 그는 사람들이 휴대폰으로 유튜브나 넷플릭스와 같은 플랫폼을 통해 영상 콘텐츠를 보듯이, 언제 어디서나 리드텍스처를 통해서 텍스트를 소비하는 것을 꿈꾼다.
 그런데 왜 이름에 '로컬'이 붙었을까?
 서울은 천만 인구의 대도시이다. 하지만 대전에서 나온 송경섭씨는 서울에서 창업하지 않고 대전도 충분히 가능성이 있다고 생각하면서 대전콘텐츠 지원센터에 입주하여 많은 도움을 받았다.
 그는 누구나 작가가 될 수 있다고 생각한다. 거창한 수상이나 등단제도 없이 독자와 창작자가 작품을 통해 자유롭게 소통하며 그가 만든 플랫폼이 창작하는 사람들을 위한 '놀이터'가 되길 바란다.



길 잃은 2030 청년들에게 전하는 여행의 위로

프라이빗 로컬 투어 전문가
김기림

경상남도 남쪽 끝에 있는 통영은 아름다운 환경과 풍부한 자원을 자랑하는 곳으로, 한 번도 가지 못한 사람은 있어도 한 번만 간 사람은 없다고 할 정도로 많은 사람이 찾는 관광 지역이다.

이곳 통영에서 7년째 사월의 모비딕이라는 여행사를 운영하며 통영의 아름다움을 전파하고 있는 김기림 대표를 만나 프라이빗 로컬 투어의 의미에 대해 들어봤다.

통영이 내게 준 가치와 행복 전하고 싶어 시작

한국고용정보원(이하 ㉠) 먼저 어떤 계기로 통영에 거주하게 됐는지 동기와 과정이 궁금해요.

김기림(이하 ㉡) 저는 체대를 졸업하고 24살 때부터 요식업과 패션 마케팅 사업, 외국인을 대상으로 하는 관광 프로그램 등 다양한 사업을 진행하고 있었어요. 그러다 우연히 지인의 소개로 29살 때 통영과 거제도 여행을 하게 됐는데 서울에서는 찾아볼 수 없는 여유와 평화를 느꼈어요. 제 꿈이 여행하면서 사는 삶과 행복한 가정이었거든요. 통영에서는 제 꿈을 이루 수 있겠다는 생각이 들어서 서울 생활을 정리하고 다시 통영으로 돌아왔어요. 그리고 2년이라는 시간 동안 게스트하우스에서 생활하면서 여행사를 준비하여 사월의모비딕을 열게 되었습니다.

㉠ '사월의 모비딕' 그리고 프라이빗 로컬 투어는 어떻게 진행하는지 소개 부탁드립니다.

㉡ '사월의 모비딕'이란 이름은 봄과 새로운 시작을 뜻하는 '사월'과 흰고래를 쫓는 사람을 그린 소설 '모비딕'을 합쳐 만들었어요. 여행을 통해 좋은 에너지를 받고 새로운 꿈을 쫓아가라는 뜻을 담았죠. 6개월 동안 통영을 돌아다니면서 아름다운 곳을 발견했고, 제가 느낀 경험을 다른 사람과 공유하고 싶어서 가이드 일을 시작했어요.

단체 관광에서 느낄 수 없는 체험과 감성을 느낄 수 있도록 프로그램을 만들었고, 잘 알려지지 않은 곳을 소개해주면서 나만의 감성과 여행의 추억을 느낄 수 있게 해드리는 거죠. 소수의 인원, 최대 11명까지 관광객들과 함께 통영의 여행지를 다니며 풍경에 어울리는 음악을 틀어주고, 느린 산책과 더불어 최고의 일몰 타이밍을 준비합니다. 특히 통영의 아름다운 순간을 영원히 남길 수 있도록 추억 사진도 많이 찍어드려요.

㉠ 그렇다면 '프라이빗 로컬 투어'와 일반적인 여행은 어떤 차이가 있을까요?

㉡ 일반적인 여행은 보통 단체관광을 말하는데요. 단체여행이 보는 것에만 국한되어 있는 여행이라면 프라이빗 로컬 투어는 소수의 인원이 현지인들만 알거나 아니면 현지인들도 잘 모르는 프라이빗한 장소에 가서 자기만의 시간과 감성을 느끼고 오는 방식이 차별성이랍니다.

보통 2030 세대들이 많이 오시는데요. 저는 여행에 오신 분들과 대화를 많이 하는 편이에요. 저 역시 진로와 미래에 대해 고민하고 방황하던 시절이 있었기에 여행지에 와서 그런 고민을 털어놓고 가벼워질 수 있도록 배려하고 있어요. 제 투어에 참여하신 분 중에는 여행 후 자신이 정말 하고 싶은 일을 찾았다며 진로를 바꾸신 분도 있어요.

㉠ 2030 세대들이 프라이빗 로컬 투어에 열광하는 이유는 뭘까요?

㉡ 저는 처음 여행사를 차릴 때부터 2030 세대를 주 소비 계층으로 삼고 홍보를 시작했어요. SNS를 많이 활용했는데 약간 인스타 감성 여행이라는 느낌으로 받아 들여졌으면 좋겠다고 생각했거든요. 그래서 소비층도 다양한 나이로 두지 않고 2030을 대상으로 힐링, 재충전, 감성, 소통 이런 부분으로 정해서 통영의 자연과 아름다움을 홍보했죠. 그들의 니즈를 파악해서 활용했다고 보시면 될 것 같아요.

저 역시 치열한 20대를 보냈기 때문에 이들이 뭘 고민하고 힘들어하는지 잘 아니까 통영에 와서 재충전의 시간을 가지면서 다시 한번 자신의 삶을 돌아보고 생각할 수 있는 시간을 준 거죠. 많은 분이 제 의도에 공감해주셔서 감사할 따름입니다.



2년 동안 통영 게스트하우스 돌아다니며 발품 홍보

❶ 잘 알려지지 않은 프라이빗한 여행사였기에 관광객 모집이라든가 홍보에 어려움이 있었을 텐데 어떻게 진행하셨어요?

❷ 처음에는 인터넷으로 홍보하면 잘 될 줄 알았어요. 인터넷과 온라인으로 홍보해도 사람들이 올 줄 알았는데 통영이 수도권에서 워낙 멀고 지방이라 잘 안 되는 거예요. 그래서 처음에 통영에 왔을 때 집을 구하지 않고 2년 정도를 게스트하우스에서 살았어요. 7년 전 제가 처음 통영에 왔을 때만 해도 게스트하우스 문화가 많이 활성화돼 있어서 파티도 하고 소통도 하는 모임이 많았거든요. 저도 배낭여행자처럼 게스트하우스를 돌아다니면서 여행자들은 무슨 생각을 하는지, 주로 어디로 가는지 물어보면서 니즈를 파악하고 투어도 홍보했죠. 2년 동안 한 15군데의 게스트하우스를 돌아다닌 것 같아요. 어떻게 보면 2년 동안 리서치를 한 거죠. 제 여행을 경험한 분들이 좋은 후기를 남겨주면서 입소문 홍보가 된 거죠.

❸ 현재 운영하는 투어 프로그램은 어떤 것들이 있나요?

❹ 현재 통영과 거제를 중심으로 거제 프라이빗 투어, 선셋 모빌리티 투어, 통영 선셋 힐링 투어, 선센 요트 투어 등이 있고 시즌별로 스페셜 투어가 추가되고 있어요. 제가 올 때만 해도 통영과 거제는 관광업보다 조선업과 수산업이 많았는데 저는 오히려 이런 부분이 발전 가능성이 크다고 생각했습니다. 불필요한 경쟁 없이 나만의 색과 개성을 담은 여행프로그램을 운영할 수 있을 거라고 생각했어요. 프라이빗한 여행을 하기 위해서는 여유, 힐링이라는 단어가 필수인데 통영은 이 단어와 딱 어울리는 곳이었어요.

❺ 코로나로 여행업이 굉장히 힘들었고 또 기존에 존재하지 않았던 새로운 형태의 관광 형태라 자리잡는데 시간이 꽤 걸렸을 것 같은데 어떻게 극복하셨나요?

❻ 제 여행프로그램은 어차피 소수의 인원이 참여하는 여행이라 오히려 코로나 시기에 적합했던 것 같아요. 또 통영에서 매년 관광 예산이 집행되는데 코로나로 많은 여행사가 잠정 휴업하거나 폐업하면서 이런저런 지원금과 협업을 통한 자문료를 받았어요. 그래서 재정비하는 시간을 가졌고 개인적으로는 아이가 태어나서 육아를 하면서 힘든 시간을 버텼어요. 저는 여행 문화가 한 지역에 뿌리를 내리려면 절대적인 시간이 필요하다고 생각해요. 새로운 문화를 만들 때는 문화를 이해하고 느끼는 게 중요한데 프라이빗 로컬 투어를 이해시키려면 직접 체험하는 게 중요하잖아요. 그러다 보니 자리를 잡는 데까지 꽤 많은 시간이 필요했어요. 소수, 프라이빗 두 단어만 봐도 확장 가능성이 크지 않기 때문에 이걸 원하는 고객과 여행 문화가 생기려면 기다림은 필수였죠. 여행을 좋아하지 않고 가족이 없었다면 힘들었을 거예요.

소통과 교감이 필요한 여행 문화 만들며 성장

❶ 7년 동안 여행사를 운영하면서 흔들리지 않고 버티게 했던 원동력은 어디에 있었을까요?

❷ 저희 여행사에서 투어를 한 뒤 너무 좋았다고 감사하다며 소감을 남겨주실 때 가장 보람도 크고 힘이 돼요. 특히 재방문이 많은 편인데 7년 동안 스무 번을 재방문한 여행자도 있고, 열 번 이상 오신 분들도 꽤 많아요. 현재 재방문 여행자만 800명이 넘는데 이분들이 계속해서 재방문하는 이유는 저와 제 여행사가 주는 기쁨과 감동이 있었기 때문이겠죠. 그게 제가 7년 동안 힘들어도 이 자리를 계속 지키고 있었던 이유예요.

❸ 앞으로 '사월의 모비딕'은 어디를 향해 가실 건가요? 향후 목표나 계획에 대해 말씀해 주세요.

❹ 사월의 모비딕은 앞으로 프라이빗 로컬 투어 뿐만 아니라 로컬 지역을 활성화하기 위한 플랫폼으로 발전해나갈 예정입니다. 기존 여행 플랫폼과 다르게 어떻게 하면 프라이빗한 느낌을 계속 주면서 유지해 나갈 수 있을지 고민하고 있는데요. 저는 소통과 교감이 필요한 문화는 계속 필요하다고 생각해요. 지금도 무인샵들이 늘어나고 앞으로 사람과 소통하는 문화는 점점 줄어들겠죠. 하지만 제 아이가 나중에 커서 살아갈 사회는 소통이 잘 되는 사회였으면 좋겠어요. 단순히 지금의 문화가 아닌, 내 아이가 앞으로 살아갈 미래를 위해 제가 할 수 있는 일을 다 하고 싶어요.

❺ 대표님처럼 새롭게 시장을 개척하려는 예비 창직인을 위해 조언 한마디 부탁드립니다.

❻ 24살 때부터 사업을 시작해서 현재까지 12년 정도 되었는데 창직을 한다는 건 정말 쉬운 일이 아니에요. 하지만 저는 자신과 미래를 위해서 꼭 추천하고 싶습니다. 사실 창직을 할 때 아이템도 중요하지만 내가 이 일을 하고자 하는 마음이 얼마나 크냐가 가장 중요해요. 전문성도 좋지만 내가 이 일에 얼마나 흥미와 즐거움을 갖고 있는지, 그래서 꾸준히 할 수 있을 거라는 믿음이 가장 필요하다고 생각합니다.

저는 일을 하는 이유가 뭐냐고 물으면 행복을 찾으려고 한다고 말합니다. 행복은 자신의 색을 찾아가며 만들어 갈 때 오는 건데 그게 나만의 일을 만드는 거죠. “여행의 상식을 바꾸고, 여행문화를 바꾸고, 함께 여행을 만들어간다” 사월의 모비딕 여행사가 추구하는 방향입니다. 여러분도 도전하시길 바랍니다.

프라이빗 로컬 투어는 삶을 재충전하고 힐링할 수 있는 특별한 여행법입니다.

일반적으로 패키지 여행을 생각하면 단체관광을 생각하기 쉽다. 하지만 한국문화관광연구원의 조사에 따르면 2021년 여행 트렌드 동향은 소규모 여행, 나홀로 여행이 눈에 띄게 증가하였다. 과거 관광버스를 대절하여 대규모 그룹으로 진행되는 여행보다 다소 작은 규모의 여행이 선호되는 것이다. 프라이빗 로컬 투어 전문가 김기림씨가 운영하는 여행사는 소수의 인원, 최대 11명의 관광객으로 여행 상품을 운영하고 있는데 이것이 7년간 MZ세대들의 뜨거운 성원을 받는 가장 근본적인 까닭이 아닐까.

프라이빗 로컬 투어의 목적은 단순한 관광이 아닌 여행으로 느낄 수 있는 힐링과 감성을 느낄 수 있는 것이다. 매일같이 반복되는 일상 속에서 벗어나 여행지에서 재충전의 시간을 가지고 자신의 삶을 돌아보며 여유를 즐길 수 있도록 운영한다.

프라이빗 로컬 투어 전문가의 직업은 아름다운 곳을 발견하고 그것을 다른 사람과 공유하며 여행객들에게 아름다운 순간을 만들어 주는 열정적이고 새로운 직업이다.



반려 인구 천만 시대, 니즈를 잡으면 성공이 보인다

반려동물 동반여행 코디네이터
이태규

반려동물을 키우는 보호자들의 가장 큰 고민은 긴 외출을 하거나 여행을 가야 할 때다. 혼자 여행을 가자니 불안하고 같이 가자니 숙소부터 이동, 식사까지 신경 쓸 게 많아 결국 여행을 포기하게 된다. 펫츠고트래블의 이태규 대표도 반려인의 한 사람으로서 이런 고민을 늘 갖고 있었고, 이를 해결해보고자 반려동물 동반 여행사를 만들었다.

반려동물과 편하게 여행 가고 싶어 시작

한국고용정보원(이하 ㉠) 현재 반려동물 동반 전문 여행사 펫츠고트래블을 운영하고 있는데 어떤 계기로 이 일을 시작하셨나요?

이태규(이하 ㉡) 저에게도 오랫동안 함께 생활한 강아지가 있는데 함께 여행을 떠나고 싶어도 숙박부터, 식당까지 불편함이 너무 컸어요. 지인이나 전문 펫시터, 애견 호텔에 맡기고 떠나는 방법도 있지만 아무래도 마음이 편하지 않아서 여행을 포기할 때도 있었어요. 반려동물을 가족으로 생각한다면 여행도 함께 가는 것이 맞다고 생각해서 반려동물 동반 전문 여행사를 시작하게 됐습니다.

2017년 6월, 반려동물과 동반 가능한 여행 정보를 담은 애플리케이션 '펫츠고'를 런칭했는데요. 직접 조사한 숙박 및 여행지, 카페, 식당 등 전국 2,000개의 정보가 담겨 있었지만, 실제로 반려동물과 여행하는 것을 힘들어하는 분들이 많았어요. 그래서 그분들이 고민하는 문제를 해결해주기 위해 반려동물 패키지 여행 상품을 만들었죠. 교통수단부터 여행 프로그램, 반려동물 관리 서비스까지 고민 없이 원하는 날짜에 신청하기만 하면 여행을 떠날 수 있는 서비스예요.

펫츠고트래블의 이름은 반려동물을 뜻하는 '펫'(Pet)과 함께 가자는 '렛츠고(Let's Go)'를 합성하여 펫과 함께 여행을 떠나자는 의미를 담고 있습니다. 저희는 '펫가이더'로 불리는 도우미가 동행해 다양한 편의 서비스를 제공하고 있어요.

㉠ 국내 '최초' 반려동물 여행 서비스였기에 시행착오도 많고 어려움도 많았을 것 같은데요. 어떤 어려움이 있었고, 어떻게 극복했는지 알려주세요.

㉡ 사실 제 전공은 부동산학과로 여행과는 무관한 사람이었어요. 그래서 처음 이 일을 시작할 때 가족들은 물론 주위의 반대가 많았죠. 그런데 제 일을 하고 싶었고, 누가 해줄 때까지 기다리지 말고 내가 해보자는 마음으로 시작했어요. 처음에는 전세버스에 반려동물을 태우는 것을 허락해주는 버스 회사와 기사님도 없었는데 오랜 설득 끝에 첫 여행을 시작했어요. 이용 후 깨끗이 버스를 청소해 놓겠다는 약속을 하고서야 계약할 수 있었죠.

원래 여행과 반려동물을 좋아했던 터라 하나씩 공부하고 준비하면서 어려움을 극복할 수 있었어요. 물론 세부적인 내용은 사업을 확장하고, 진행하면서 하나씩 알아갔던 부분들이 커요. 코로나 방역 강화로 관광업계가 타격이 크긴 했지만, 재정비 기간을 거치면서 프로그램을 개발할 수 있는 시간을 가진 것 같아요. 강원창조경제혁신센터의 지원과 한국관광공사에서 관광 벤처기업으로 선정되어 받았던 도움도 컸죠.



반려견과 반려인의 수호천사 '펫가이드'

- Q '펫가이드'라는 새로운 직업도 만들어내셨는데 펫가이드는 어떤 일을 하는 사람인가요?
- A 펫가이드는 반려인과 반려동물의 인솔과 일정 관리, 사진 촬영, 반려동물의 안전과 건강 등을 체크하고 돌발 사고나 응급 상황에 대처하는 역할을 하고 있어요. 저희 여행은 다수의 반려견이 참여하기 때문에 안전이 가장 중요해요. 강아지와 보호자의 안전도 중요하지만, 여행지에서 다른 관광객이 불편해하거나 다치는 일도 없어야 하잖아요. 그래서 '펫가이드'라 불리는 펫 전문 여행 가이드가 동반해 안전을 최우선으로 진행하고 있어요.
- Q 펫가이드의 자질이나 역량은 어떤 것들이 필요한가요?
- A 일단 강아지를 무서워하거나 두려워하지 않아야 하고 돌봄이 필요하니까 체력도 중요하겠죠. 강아지를 키워본 유경험자나 반려동물관리사와 반려동물행동교정사 등 관련 자격증을 취득한 사람을 대상으로 면접과 실습 등 5단계의 교육과정을 거쳐 펫가이드를 양성하고 있어요. 현재 60여 명의 펫가이드가 활동하고 있고 보호자가 잠시 화장실을 갈 때 강아지를 케어해 주기도 하면서 편하게 여행에 집중할 수 있게 해줘요. 전문 펫가이드가 있으니까 반려인과 반려동물은 여행에만 집중할 수 있죠. 현재까지 함께 여행을 떠났던 반려동물 수는 4천 마리가 넘습니다.
- Q 반려동물 동반 여행 프로그램은 어떤 것들이 있는지 궁금해요. 가장 인기 있는 여행 프로그램은 뭔가요?
- A 신년 해돋이 투어, 벚꽃 투어, 대관령 순수 양떼목장 투어, 템플 스테이 등 현재까지 30여 종의 투어 상품을 개발해서 운영하고 있는데요. 2019년에는 기차를 타고 갈 수 있는 해돋이 여행 상품을 출시했고, 2020년에는 비행기를 타고 울릉도 상공을 순회하는 여행상품을 출시했어요. 비행기를 타면 보통 반려견은 운송 용기 케이지 안에 넣어서 좌석 아래 두어야 하지만 펫츠고는 반려견을 전용 시트에 앉게 해서 조금 더 안락한 여행이 될 수 있어요. 이 밖에도 견생샷 투어, 키누 투어, 딸기 체험 투어, 숲길 걷기, 대형견 트래킹 투어 등 다양한 패키지 투어를 진행하고 있는데 가장 고객만족도가 높았던 투어는 신년 해돋이 투어예요. 반려견과 함께 신년 해돋이를 보는 추억이 남다르셨던 것 같아요.
- Q 반려동물과의 여행 시 신경 써야 할 게 한둘이 아닐 텐데요. 주의해야 할 점은 무엇일까요?
- A 버스에 오르면 배변 패드가 깔린 좌석에 앉히고, 마음을 편안하게 해주는 음악을 켜요. 되도록 마이크는 사용하지 않는데 큰 소리에 놀라는 반려동물이 많거든요. 패키지여행을 가기 전에 응급 상황 시 바로 달려갈 수 있도록 여행지 주변의 동물병원도 찾아 놓죠. 사실 반려동물 동반 여행은 한정된 장소, 이동 수단의 제한으로 일반 여행에 비해 어려운 점이 많아요. 여행지에서는 비반려인과의 마찰이나 급작스러운 환경 변화로 반려동물의 건강도 걱정되니까요. 저희는 이런 어려움을 해소하기 위해 반려동물의 단독 좌석이 제공되는 이동 수단 버스, 기차, 비행기를 제공하고 있어요. 처음에는 전세버스로 시작했는데 지금은 열차, 트레킹, 크루즈, 전세 비행기 등 다양한 상품으로 확장하고 있습니다. 비행기를 반려견과 같이 타면 좋겠다고 생각했는데 항공기의 경우 탈 수 있는 반려견 수와 무게에 제한이 있거든요. 2개월 동안 반려견 전용 안전벨트와 시트를 이용해 반려견을 안전하게 태울 수 있다는 것을 설득해서 국토교통부의 안전 승인을 받아 상품을 내놓을 수 있었어요.

건강한 반려 문화 만들기 위해 노력

- Q 일하면서 이런저런 에피소드가 많았을 것 같아요. 가장 인상 깊었던 일은 어떤 것이었나요?
- A 한번 찾아주신 분들은 재방문해주시는 경우가 많다 보니 자주 오는 강아지는 이름을 다 기억하고 있어요. 유기견을 입양하여 키우시는 분께서 우리 강아지가 사람은 물론 다른 반려견도 멀리하는 소심한 친구였는데 펫츠고 여행에 참여한 이후 사회성도 좋아지고 세상과 소통하기 시작했다고 댓글을 남겨주셨어요. 투어에서 다른 반려견들과 함께 여행하면서 서서히 마음의 문을 연 것 같아요. 여행을 통해 좋은 경험을 선물한 것 같아 많은 보람을 느꼈습니다.
- Q 앞으로 목표와 계획이 있다면 말씀해 주세요.
- A "반려동물 동반 여행의 모든 불편함을 해소하고 함께라는 소중한 가치를 제공한다"입니다. 새로운 시도를 하면서 다양한 여행문화를 만들어가고 싶어요. 한국관광공사와 남원시·김제시·완주군·진안군·임실군·순창군 등 전북 지역 6개 지자체와 함께 '반려견과 함께 안심하고 즐길 수 있는 길'을 만들기 위해 업무협약을 체결했는데요. 저희의 역할 중에는 반려견과 동반할 수 있는 곳을 찾아 프로그램을 제공하는 것뿐만 아니라 동반이 되지 않았던 여행지를 설득해 바꿔 나가는 역할도 포함돼 있다고 생각해요. 앞으로 부산, 제주지역으로 여행지를 확대할 계획이고 중국과 일본 등 가까운 나라에서 반려견과 함께 한국을 방문해서 여행할 수 있도록 하는 프로그램도 생각해보고 있습니다.
- Q 마지막으로 새로운 분야를 개척하려는 예비 창직인을 위해 한마디 해주세요!
- A 고민이 생겼을 때는 고객에게 물어보고 답을 찾으라는 조언을 받은 적이 있어요. 저 포함 창직자들이 본인의 아이디어에 자신감을 갖고 몰두하다 보면 간혹 놓치는 부분이 있는데요. 문제를 해결하고자 몰두하다 보니 새로운 서비스와 직업이 만들어지는 것 같아요. 만약 제가 이 일이 어렵다고 포기하였다면 반려동물 동반 여행 서비스와 펫가이드라는 직업은 만들어지지 않았겠죠. 앞으로도 반려동물과 반려인, 비반려인 모두 서로 배려하고 양보하며 건강하게 살아갈 수 있도록 제가 할 수 있는 역할을 다하고 싶어요.

성숙하고 건강한 반려인 문화가 건강한 사회를 만듭니다.

한국무역협회 신산업연구실의 분석(2022)에 따르면 한국의 반려동물 양육가구수가 빠르게 증가함에 따라, 펫케어 시장 규모 역시 최근 5년간 연평균 8.4%의 높은 성장세를 기록하고 있다고 한다.

반려인 인구 1,000만 시대에 맞춰 반려동물 관련 산업도 빠르게 커지고 있다. 반려동물 장례 상담 서비스, 반려동물 보험, 펫 유치원, 반려동물 패션디자이너 등 펫츠고트래블 이태규 대표는 반려동물을 키우는 보호자들의 고민인 긴 외출을 하거나 여행 문제를 해결하고자 반려동물 동반 여행사를 만들었다.

반려인 인구 1,000만 시대지만 아직도 반려동물 출입 금지 숙박업소, 식당, 카페들이 많이 보인다. 펫츠고트래블은 말 그대로 반려동물과 함께 여행 가자는 뜻으로 숙박 및 여행지, 카페, 식당 등 전국 2,000개의 정보를 제공하고 '펫 가이드'로 불리는 도우미가 동행해 다양한 편의 서비스를 제공하고 있다.

반려동물 양육 증가의 주요 원인인 저출산, 1인가구 증가, 고령화 등 인구 구조의 변화 추세가 지속될 것으로 예상됨에 따라 반려동물 양육은 더욱 늘어날 전망이다, 이에 따른 서비스 분야의 사업도 더욱 폭넓게 확장될 것이라 예상된다.



*덕업일치로 일구는 청년 창직의 미래 가치

*덕업일치 - 자기가 열성적으로 좋아하는 분야의 일을 직업으로 삼음

티 테라피스트
박성하

고급 프리미엄 차를 추구하며 국내 차 마니아들을 공략하고 있는 티솜 박성하 대표의 창업 일지는 대학 때 부터 시작됐다. 대학에서 창업동아리 활동을 하던 박 대표는 카페인에 약해 차를 즐겨 마셨고, 자연스럽게 차에 관심이 생겨 차 시장에 뛰어들었다. 그가 티 테라피스트(Tea Therapist)라는 직업을 창직하고, 커피가 대세인 식음료 시장에 당당히 차를 선택한 이유를 들어봤다.

커피에 밀린 차 시장, 오히려 블루 오션이 되다

한국고용정보원(이하 ㉠) '티 테라피스트'로 활동하시는데 티 분야를 창직하신 계기가 있으시다면요?

박성하(이하 ㉡) 동국대 창업동아리에서부터 창업 활동을 했는데 저는 원래 커피보다 차를 더 좋아했어요. 그런데 시중에 나와 있는 밀크티의 성분을 보면 설탕이나 화학첨가물이 많이 들어가 있더라고요. 기존에 나와 있는 밀크티의 단점을 보면서 내가 이 단점을 보완하는 차를 만들어야겠다고 생각했고 이를 창업으로 연결해 사업을 시작하게 됐습니다. 신직업메이킹랩이라는 프로그램에 참여하고 직업적으로 고도화하면서 제가 하는 일을 '티 테라피스트'로 명명하게 됐어요. 물론 티 소믈리에 자격증도 갖고 있지만 티 소믈리에와는 찻잎의 성분, 함량 여부를 가장 중요하게 생각하거든요. 저는 찻잎의 여부와 상관없이 맛있게 건강한 차 음료를 만드는 것을 목표로 하고 있습니다. 그래서 저는 조금 더 넓은 분야로 생각해서 차로서 테라피를 시도해봤어요. 홍차나 녹차, 허브차 등이 가지고 있는 고유의 개성과 성질을 오롯이 담을 수 있는 차가 필요하다고 생각했고, 여기에 건강, 미용, 균형, 치유 등을 첨가할 수 있으면 좋겠다는 생각에 티 테라피스트라는 단어를 생각했습니다. 예를 들어 눈에는 결명자 차가 일반적으로 좋은데, 결명자랑 라벤더같이 향이 강한 허브를 약간만 블렌딩하여 우려내면 허브향이 나면서 맛과 향에 굴곡이 생기게 됩니다. 이처럼 단순한 원재료에 다양한 부재료를 배합하여 일상 속에 특별한 맛을 주는 것이 티 테라피스트의 역할이라고 생각합니다. 저는 제가 만든 차의 가치를 인정해주는, '맛있게 건강한 차'를 찾는 소비자가 분명히 존재할 거라고 생각했어요.

㉠ 커피가 국민 음료수로 자리매김한 지 꽤 되어서 과연 차 시장이 클까 생각되기도 하는데요.

㉡ 저는 앞으로 차 시장이 더욱 발전할 것이라고 생각합니다. 코로나 팬데믹 이후 집에서 다양하게 홈 카페 문화를 즐기는 사람들이 많아지고 있고 이들에 대한 니즈도 커지고 있습니다. 뿐만 아니라 많은 커피 전문점과 대형 프랜차이즈 카페에서도 지속해서 차 메뉴를 출시하고 있는 점에 주목해야 합니다. 실제로 스타벅스는 일찍부터 티 브랜드인 '티바나'를 인수했고, 투썸플레이스에서도 유명 티 브랜드 TWG와 계약을 맺고 고급 차 제품들을 선보이고 있습니다. 시즌 상품들이나 베이케이션 티 제품들은 최고 판매량을 지속적으로 갱신하고 있는 상황이고요. 이렇게 차 관련 음료들의 판매량이 늘어나는 것은 다양한 요인들이 있겠지만, 커피가 갖고 있는 한계점을 차가 보완해줄 수 있다는 점이 크다고 봅니다. 개인이 하루에 마실 수 있는 커피의 양은 정해져 있고, 많은 분들이 커피를 많이 마시는 것은 건강에 좋지 않다는 것을 이미 알고 계십니다. 하지만 일을 할 때도, 업무미팅을 할 때도, 오랜만에 지인을 만날 때도 한국에서는 카페에서 만나죠. 한국에 자리잡은 카페 문화 특성상 커피를 보완해줄 대체제는 반드시 필요하고, 그 위치는 결국 차로 귀결될 것이라고 봅니다. 물론 차에도 카페인이 소량 들어있지만, 카테킨 성분 덕분에 차는 커피보다 훨씬 부담이 덜 해요. 저는 앞으로도 이런 차 시장이 더욱 커질 것으로 생각합니다.

④ 티 테라피스트로 어떤 활동을 했는지, 기억에 남거나 좋은 일이 있다면 어떤 게 있을까요?

⑤ 티숨은 고용노동부와 한국산업인력공단이 주최하고 한국생산성본부가 주관하는 신직업메이킹랩에 티 테라피스트(Tea Therapist)로 참가하여 최우수 금상(1등)을 수상했습니다. 제 노력이 결실을 본 것 같아서 아주 기뻐했습니다. 특별히 기억에 남는 사례는, 최근에 한 박람회 참석해서 시음회를 진행한 적이 있는데, 노숙자 한 분이 찾아와서 계속 드시는 거예요. 한 분이 여러 잔을 드시면 다른 분에게 드릴 기회가 없으니까 처음에는 불편했는데 알고 보니 당뇨가 있는 분이셨어요. 당뇨 때문에 평소에는 단 음료를 전혀 드시지 못하다가, 티숨 밀크티는 설탕 걱정없이 맛있다고, 좋다고 말씀하시는 모습을 보면서 보람도 느끼고 기분도 좋았죠. 또 쇼펍몰 후기에 고객 분들이 좋은 글을 올려주시면 많은 힘이 됩니다. 그럼에도 항상 고민되는 부분은 대중의 보편적 입맛을 찾는 것입니다. 향, 당도, 성분, 색. 이 모든 것들에 대해 가장 최고의 차를 찾기 위해 수많은 실험을 하고 맛을 보고 테스트를 하는데요. 제가 지금까지 만든 차 레시피만 수백 개가 넘는 것 같아요.



수십, 수백 번을 블렌딩해서 찾아낸 최고의 차

⑥ 여러 번의 고민과 테스트 끝에 나온 차가 반응이 안 좋으면 많이 속상하실 것 같아요. 처음에는 어떤 차로 시작하셨나요?

⑦ 처음 만든 차가 '마법을 풀다'라는 차였어요. 여성의 생리통을 완화해주는 차를 만들기 위해 당귀를 넣고, 구수한 맛을 내기 위해 메밀과 허브, 대나무 잎을 블렌딩한 제품이었는데 결과는 좋지 않았어요. 식품위생법 때문에 약효나 효과를 내세울 수 없었고, 건강기능식품도 차도 아닌 애매한 위치 때문에 매니아층을 제외하고는 큰 인기를 얻지 못했습니다. 이후 저는 맛과 건강, 이 두 가지를 균형 있게 만들어주는 차에 집중하고 있습니다.

⑧ 그럼 티숨에서 판매하는 맛과 건강의 '균형을 맞춘 차'와 일반 차는 어떤 것이 다른가요? 장점이 있다면요?

⑨ 찾아 성분과 함유량에 따라 달거나, 떫거나, 시거나 미세한 맛의 차이가 있어 차 한잔을 만들어내기까지 수십 번의 블렌딩 과정과 테스트 과정을 거칩니다. 맛과 영양을 균형감 있게 만들어내는 것이 티 테라피스트가 할 일이지요. 완제품이 나올 때까지 최소 50번에서 100번의 블렌딩 과정을 거치면서 시음 테스트와 필드 테스트를 하는데 단맛을 조절하면서 또 미세 조정을 거칩니다. 예를 들어 같은 다즐링이라 하더라도 해마다, 지역마다, 채엽 시기마다 조금씩 맛이 달라서 다양한 유통사를 통해 원물을 구해보고 테스트를 진행합니다.

그래서 저희가 판매하는 차가 호불호가 있는데요. 이유는 밀크티의 찾아 함유량이 많아서 미숫가루처럼 찾아 알갱이가 부유물로 바닥에 가라앉아요. 그래서 이물감이나 거친 식감이 싫으신 분들은 거름망을 받치거나 일회용 다시백을 사용해서 편하게 드실 수 있도록 알려드리고 있습니다.

디자인 패키징과 다양한 차 개발로 판매 영역 확장

⑩ 창업하시는 분들이 가장 어려워하는 것이 판로인데요. 어떤 방식으로 판매를 하고 수익을 창출하고 계신가요?

⑪ 현재 자사몰에서 판매를 하고 있고, 최근에는 굿직할 쇼펍몰에서도 입점 제의가 오고 있어요. 또 크라우드 펀딩 등을 통해 신제품을 런칭 및 홍보, 판매하기도 하는데요. 차는 워낙 마니아가 많아서 고객분들의 반응과 후기가 좋으면 보람도 되고 행복하죠. 또 제 상품을 받고 후원해주는 카페 파트너 사장님들의 지원도 감사할 따름입니다.

⑫ 새로운 분야의 시작에 다양한 어려움이 많으셨을 텐데요. 어떻게 극복하셨는지 궁금합니다.

⑬ 일단 부모님이 저를 믿고 기다려주시며 지원해주신 것이 가장 감사해요. 부모님께서 사업 그만두고 다른 또래들처럼 평범하게 취업준비나 취직을 하라고 하셨으면 오래 일할 수 없었을 거예요. 저랑 함께 창업동아리에서 활동하던 친구 중에는 직원이 6~70명으로 늘어난 회사도 있고 수익도 저와는 비교도 안 되게 높은 친구들이 있는데요. 그런 친구들에게 자극도 받고 다양한 기관과 멘토분들에게 좋은 정보를 얻으면서 조금씩 발전해나가고 있습니다. 농업정책보험금융원을 통해서도 다양한 지원과 혜택을 많이 받았습니.

⑭ 앞으로 '티 테라피스트'로서 어떤 계획들을 갖고 계신가요?

⑮ 고급 프리미엄 라인에 집중해서 디자인 패키징에 좀 더 신경을 쓰려고 합니다. 차를 선물하는 경우가 많은데 고급 초콜릿처럼 차도 프리미엄 포장으로 고급스럽고 아름답게 포장해서 받는 분과 주는 분 모두가 만족하는 패키징을 만들어 보고 싶습니다. 또 티백이나 액상으로 간편하게 먹을 수 있는 제품도 만들어 볼 계획입니다. 좀 더 다양한 사람들이 저희 차를 즐길 수 있도록 판매 방식을 다양하게 하고, 대중에게 좀 더 쉽게 접근할 수 있도록 하고 싶습니다. 물론 건강하게 맛있는 다양한 레시피 개발은 꾸준히 하겠어요.

⑯ 마지막으로 새로운 직업을 창직을 하려는 분들에게 조언한다면 어떤 것이 좋을까요?

⑰ 창직을 할 때 가장 어려운 점은 정보와 자금일 거예요. 저도 초기 창업 당시, 레시피 개발비는 창업동아리 지원금으로 충당했는데 자금을 마련하는 게 가장 힘들었어요. 사실 이런 질문을 받을 때마다 부끄럽고 제가 아직 누군가에게 조언을 드릴 정도는 아니지만 저 같은 경우 각종 지원과 정보를 찾아서 발품을 팔았어요.

이 중에 K-스타트업 사이트에는 예비 창업자를 위한 지원 창업 프로그램이 나와 있으니까 도움이 되실 거예요. 시즌별, 연초, 연말에 가장 많으니까 잘 찾아서 지원을 받으시기를 바랍니다. 꼭 지원금이 아니더라도 무료 법률 상담이나 사무실 공간 대여 등 창업에 도움이 되는 다양한 지원원이 있으니 자주 방문하시는 것을 추천드립니다.

향기로운 차 한잔에 창직의 열정을 가득 담았습니다.

동양권의 문화에서는 원래 커피를 마시는 문화보다는 차를 마시는 문화가 있었지만 1890년대 인천, 부평의 개항을 시작으로 외국인의 유입과 커피가 등장하였다. 이어 일제강점기와 한국전쟁을 통해 인스턴트커피의 유통을 지나 지금의 사회인에서 커피는 떼려야 뗄 수 없는 음료가 되었다. '티숨' 박성하 대표는 티 테라피스트로서 고급 프리미엄 차를 표방하며 국내 차 마니아들을 공략하고 있다. 티 테라피스트는 차로써 테라피를 하는 직업으로 홍차나 녹차, 허브차 등이 가지고 있는 고유의 개성과 성질을 통해 건강, 미용, 균형, 치유 등을 돕는 직업이다. 특히나 찾아에는 카테킨이라는 폴리페놀 성분이 10~25%로 많이 함유되어 있어 체중 감량에 도움을 주며 건강에 관심이 많은 요즘 더욱 각광 받는 직업이 되었다.

몸에 좋고 맛도 좋은 차에 대한 인식이 좋아지고 있는 이 때, 다양한 직업들의 탄생으로 지역사회의 새로운 일자리와 지역 경제에 새 바람이 불길 기대해 본다.



전략명함으로 만들어가는 나의 꿈과 미래

전략명함 코디네이터
유장휴

명함은 사회생활의 기본이자 소통을 위한 소중한 도구다. 명함을 통해 우리는 사회적 인사를 나누고 서로에 대한 정보를 제공하며 활발히 소통한다. 따라서 은퇴를 앞둔 사람은 이제는 명함을 쓸 수 없다는 박탈감에 고립감을 느끼며 명함 없는 삶을 괴로워하기도 한다. 이에 유장휴 대표는 은퇴를 앞둔 시니어와 새로운 일을 시작하는 스타터에게 전략명함으로 힘을 돋워주고 있다.

내 삶의 방향과 가치를 드러내 주는 명함

한국고용정보원(이하 ㉠) '전략명함 코디네이터'는 구체적으로 어떤 일을 하는 직업인가요?

유장휴(이하 ㉡) 전략명함 코디네이터는 명함에 정보를 어떻게 표현해 넣을지 고민하고, 명함의 주인에게 가장 잘 어울리는 명함을 만들 수 있도록 돕는 사람이에요. 명함을 통해 자신을 멋지게 표현하는 일을 도와드리는 거죠. 단순히 회사 이름이나 직함이 아닌, 나를 표현하는 직함과 타이틀을 만들면서 삶의 방향성을 찾도록 하고 있습니다. 많은 분이 나를 표현하는 문구를 통해 자신감을 얻거나 혹은 정체성을 발견하기도 합니다. 또한 미래를 그리는 부분에서도 도움이 됩니다.

저는 현재 크게 두 가지 활동을 하고 있습니다. 하나는 명함 컨설팅으로 직업과 소속이 아닌 자신의 전문적인 브랜드를 탐색해서 카피로 써드립니다. 그리고 다른 하나는 자기다움 명함 만들기 교육을 진행하고 있습니다. 교육을 통해 나를 발견하고 역시 명함을 스스로 만들게끔 도와드립니다. 명함을 만들 때, 먼저 자신이 하고 싶은 일과 잘하는 일, 그리고 좋아하는 일을 고민해보고 이 세 가지가 모두 맞물릴 때 좋은 명함이 나오게 됩니다. 사소한 일상을 먼저 돌아보고 자신의 내면을 먼저 통찰하면서 명함으로 목표를 달성하는 재미를 찾아가는 거죠.

㉠ 어떤 계기로 '전략명함 코디네이터'라는 일을 시작하게 되셨나요?

㉡ 제 전공이 광고 기획인데요. 예전에 시니어 마케팅을 하는 회사에서 일한 적이 있어요. 그때 은퇴하신 분들이 명함이 없으면 상실감과 함께 자존감이 떨어진다는 이야기를 듣게 되었습니다. 사실 명함은 개인의 역사이자 자존심이죠. 퇴직 후 직책과 소속이 없어서 누군가를 만나는 것 자체를 꺼려서 일본에는 명함 증후군도 있다고 하더군요. 그래서 착안한 것이 시니어들에게 명함을 만들어 드리면 어떨까 하는 것이었죠. 은퇴자뿐만 아니라 학생, 주부, 그리고 특정 직업을 갖고 있지만 명함이 없는 사람들이 많았고 그때부터 다양한 대상으로 명함 만들어 주는 컨설팅과 교육을 진행하고 있습니다. 명함 코디네이팅을 비즈니스화하면서부터 동시에 명함 강의 및 체험 프로그램을 진행하는 등 명함 관련 교육 활동도 함께하기 시작했어요.

㉠ 전략명함이 효과적으로 발휘되기 위해서는 어떤 것들이 필요할까요?

㉡ 타인과 소통하기 위해서는 명함에 자기다움을 담아 자신을 표현할 수 있어야 해요. 단순한 이름과 직장 정보만이 아니라 특별한 슬로건과 키워드, 이미지 등으로 그 사람의 개성과 정체성이 나타나는 명함을 만드는 거죠. 그동안 별자리 명함, 뇌지도 명함, 태그(TAG) 명함, 지문 명함, 키워드 명함 등 다양한 명함을 만들어냈고, 얼굴 사진을 넣거나 2차원 바코드인 QR코드를 넣기도 했어요. 명함에 세부 정보나 이야기를 확인할 수 있는 홈페이지, 블로그를 넣어서 온라인 공간으로 유도하여 지속적인 관계망을 만들어가도록 하고 있습니다.

명함 한 장에 내 꿈과 희망을 담다

❶ '나의 스토리가 담긴' 명함을 제작한다는 점이 일반 명함과 차별점인 것 같아요. 제작 과정은 어떻게 이루어지나요?

❷ 먼저 개인 명함 컨설팅은 개인 상담으로 진행됩니다. 상담에서 기존에 갖고 있던 경력과 경험, 앞으로 하고 싶은 미래 방향을 상담하면서 다양한 키워드를 찾아냅니다. 저는 단순한 직책이 아닌, 자신의 역할과 가치 그리고 미래를 담으라고 권합니다. 자신이 어떻게 살아왔는지에 관한 이야기나 키워드, 버킷리스트나 이루고 싶은 꿈을 넣어서도 됩니다. 앞으로 이런 것을 할 테니 지켜봐 달라는 뜻이죠. 뚜렷해진 캐릭터와 정체성이 생기면 삶의 방향도 명확해지는 효과가 나타납니다.

예컨대 손자들을 돌보고 있는 분에게는 이름 앞에 '손자 서포터'라는 역할을 넣는다든지, 은퇴 후 더욱 활발한 활동을 할 수 있도록 '시니어 활동 응원가', 음식을 만들어내는 일을 하는 전업주부에게는 '밥상 코디네이터'도 좋겠죠. 저는 명함에 자신이 가야 할 방향과 가치를 담는 게 중요하다고 생각해요. 명함에 자신이 하고 싶은 것을 담고 상대방에게 명함을 주면서 스스로 책임감을 느끼게 되는 거죠. 저는 이것이 동기 부여도 된다고 생각해요. 이렇게 다양한 키워드를 조립하여 명함의 타이틀을 만들고 최종적으로는 명함 디자인을 입혀 결과물로 나오는 방식입니다.

❸ 어떤 분들이 전략명함을 찾는지 그리고 그들이 원하는 전략명함은 어떤 것인지 궁금합니다.

❹ 주로 세일즈를 하거나 1인 기업을 운영하는 분이 많고요. 새로운 인생을 찾고 싶은 은퇴자분들도 많이 찾아오십니다. MZ 세대 직장인들은 자신만의 콘텐츠와 스토리를 가진 개인 명함을 갖고 싶어 하는 경우가 많아요. 회사 명함에 넣을 수 없는 개인 SNS나 블로그, 유튜브 채널 등 자신만의 콘텐츠를 넣고 싶어 해요. 스스로를 브랜드화하는 거죠. 자신만의 스토리와 비전, 목표를 한 줄의 타이틀 문구와 이미지로 함축한 명함을 만들면 이해와 공감을 사기도 쉽고 더 많은 이야기거리를 만들어낼 수 있으니까요. 젊으신 분들은 심플한 디자인을 좋아하고, 나이 드신 분들은 자연 친화적인 디자인을 좋아하는 경향이 있습니다.

❺ 다른 사람들의 스토리를 명함 안에 담는다는 게 결코 쉬운 작업은 아닐 것 같은데요. 어떤 역량이 필요할까요?

❻ 상품을 광고하듯이 사람을 홍보하는 방식도 비슷합니다. 사람을 종합적으로 분석할 수 있는 능력과 분석된 내용을 한 문장으로 표현하는 카피라이팅 능력이 필요합니다. 텍스트로 기술하는 능력과 정리, 요약해서 이것을 카피로 표현해야 하는 거죠. 따라서 커뮤니케이션 능력, 즉 소통이 제일 중요합니다. 트렌드를 빨리 읽어내고 적용하는 사람이 좋겠죠. 기본적으로 일러스트 정도는 다룰 수 있으면 좋겠고요. 구매자가 어떤 강점과 경쟁력을 가졌는지 개인 브랜드 화해서 그것을 디자인화하는 능력이 필요합니다. 컨설팅과 카피라이팅, 라이프 코치 등 다양한 역량이 필요한 일이라고 생각합니다. 어떻게 보면 개인 브랜드 이미지 메이커라고 볼 수 있을 것 같아요.

퍼스널 매니지먼트 회사로 성장하는 것이 목표

❶ 명함을 코디네이팅하면서 가장 기쁘고 보람됐던 순간은 언제였나요?

❷ 명함에 소외된 계층들, 시니어분들이나 전업주부이신 분들이 명함을 만들고 기뻐하는 모습을 보면 저도 무척 기분이 좋습니다. 이 일을 시작할 때 제일 먼저 부모님께 명함을 선물해드렸는데요. 퇴직 후 시골에서 농사를 짓고 싶어 하는 아버지는 '자연을 사랑하는 사람, 자연설계사'라는 타이틀로, 어머니께는 '삶을 당당하게 살자'라는 타이틀로 명함을 만들어 드렸더니 좋아하시더라고요. 또 어떤 직장인 분의 개인 명함을 만들었는데 명함을 만들다 보니 자신을 표현하면서 성취감을 느끼셨나 봐요. 부모님께도 각각의 이름으로 된 명함을 선물하고 싶다고 하셨는데 좋아하는 어르신을 보며 저도 큰 보람과 기쁨을 느꼈습니다.

또 청소년 진로와 상담을 하시는 분이 오셔서 '생각 수선공'이라는 명함을 만들었는데요. 그분이 나중에 학생들의 생각을 바꾼다는 건 너무 오만한 생각이었다, '습관 수선공'으로 바꾸는 게 맞는 것 같다고 얘기해 주셔서 지속적인 피드백과 전략으로 일의 방향이나 가치가 변화되는 걸 느꼈습니다. 학생들의 경우는 자신의 꿈이나 미래의 희망을 담은 '꿈 명함'을 만들기도 하는데요. 막연하게 품고 있던 꿈과 희망을 디자인과 타이틀로 구체화해 한 장의 명함에 담으면서 인생을 진지하게 생각하게 된 학생들이 많다고 하더군요.

❸ 새로운 일을 만들고 시장을 개척하는 과정이 쉽지 않았을 텐데요. 그 과정을 기꺼이 하게 했던 대표님의 원동력은 무엇일까요?

❹ 일단 제가 디지털 유목민 성향이 강해서 새로운 것을 시도하고 모험하고 실천하는데 두려움이 없었던 것 같습니다. 실제로 저는 국내와 해외에서 가족들과 한 달 살기를 자주하고 있거든요. 코로나로 어려운 시기도 있었지만 온라인 컨설팅으로 오히려 공간의 제약에서 자유로워졌어요. 아무래도 새로운 것을 시도하는 것 자체가 제게 원동력이 됐던 것 같습니다. 처음 시도하기 때문에 정답이 없고 그래서 여러 차례 시행착오를 해도 괜찮았던 것 같아요. 또 새로운 사람을 만나서 컨설팅하고 제가 만들어 드리는 명함에 만족하는 모습이 보기 좋았고 전략명함 코디네이터라는 직업을 창직할 것도 기뻐요.

❺ 앞으로 개인적인 소망이나 계획이 있다면 어떤 것들이 있나요?

❻ 인터넷의 발달로 요즘은 명함보다 SNS나 유튜브를 통해 자신을 표현하고 홍보합니다. 명함에 담고 있는 내용을 유튜브로 제작할 수 있도록 가르치고 블로그, 소셜미디어, 유튜브 제작 컨설팅도 함께 하고 있는데요. 오프라인에서는 명함을 그리고 온라인에서는 유튜브로 서로 연관성을 갖고 꾸준히 자기 홍보를 하는 거예요. 그래서 앞으로 디지털 코칭 및 유튜브 제작 과정을 더 성장시켜 퍼스널 매니지먼트 회사로 성장하고 싶습니다.

❽ 마지막으로 청년 창직을 위해서는 어떤 역량과 재질이 필요하다고 생각하시나요?

❹ 서른도 안 된 나이에 창직을 시작해 부모님의 반대가 심했고 처음 하는 일이라 제가 하려고 하는 일에 대해 이해를 잘 못 하셨어요. 또 당시 결혼을 했던 터라 걱정이 많았지만 아내가 저를 믿고 기다려 주었어요. 제가 2009년도 초에 퇴직하고 1년 정도 준비 기간을 거치며 이 일을 시작했는데 국회도서관에 가서 명함에 대한 자료들을 보며 공부했어요. 어떤 일을 시작할 때 공부하고 준비하는 기간은 꼭 필요하다고 생각해요. 디자인에 관한 공부도 했고, 원활한 의사소통을 위해 코칭 기법도 공부했어요.

처음 1, 2년은 거의 수입도 없었고 명함 컨설팅을 이해시키는 기간이 필요했어요. 나의 정체성, 메시지, 개인 마케팅으로 교육하면서 사람들의 인식이 조금씩 바뀌기 시작하면서 수익이 생기기 시작했죠. 혼자서 뭔가를 만든다는 게 어렵고 세상의 변화도 무척 빠르지만 변화 속에서 기회가 더 많이 생기는 것 같아요. 용기를 내 새로운 시작을 만들어 가면 좋겠습니다.



명함 한 장에 내 소망과 꿈을 담아 더 큰 미래로 나아갑니다.

명함은 가로 90mm, 세로 50mm의 직사각형 종이로 자신의 이름, 근무처, 연락처가 인쇄된 종이이다. 이전에는 명함을 쓰는 직종에 한해서 사용이 되었지만 요즘은 명함을 쓰지 않는 직업도 명함을 통해 자신을 표현하는 추세이다. 명함은 사회와의 연결고리 이룰 위해 소속이 없어도 자신의 존재를 알리는 명함을 제작한다.

전략명함연구소 유장후 대표는 개인의 역사이자 자존심이라는 생각으로 은퇴 및 퇴직으로 상실감과 자존감이 떨어지는 시니어분들을 위한 명함을 만들고자 창업을 시작했다. 흰색 바탕에 이름, 근무처, 연락처가 적힌 보편적인 명함이 아닌 상담을 통해 기존에 갖고 있던 경력과 경험, 앞으로 하고 싶은 미래 방향에 대한 다양한 키워드를 명함화한다.

유 대표는 시니어분들 뿐만 아니라 명함에 소외된 계층, 농부, 전업주부, 등 다양한 사람들의 명함을 만들면서 명함의 새로운 가치와 명함을 통한 새로운 인생을 열고 있다.



고립에서 자립으로, 은둔청년을 위한 희망 지지대

은둔청년 자립지원전문가
유승규

코로나로 대면 접촉이 어려워 외출조차 제한됐던 지난날, 코로나 우울증이라는 신조어가 나올 정도로 많은 사람이 소통 부재로 힘들어했다. 이 중 특히 많은 청년이 가족과 친구, 직장에서 고립되어 절망 속에서 은둔을 택하기도 했다. 은둔청년이 전국에 얼마나 분포되어 있는지, 실태도 제대로 파악되지 않은 현실 속에서 안무서운회사의 유승규 대표는 이들 은둔청년을 돕기 위해 나섰다.

세상에 소외된 은둔청년을 위한 전문 지원센터

한국고용정보원(이하 ㉠) 유승규 대표님도 은둔 경험이 있다고 들었는데 어떤 계기로 은둔 생활을 하게 됐나요?
유승규(이하 ㉡) 20살부터 27살까지 약 5년 동안 은둔 생활을 경험한 적이 있어요. 보통 은둔 생활을 했다고 하면 가정에서 큰 폭력을 겪었거나 학교에서 왕따를 당했거나 하는 큰 사건이 있을 거라고 생각하시는데요. 저나 다른 사람들의 사례를 찾아보면, 가정과 사회에서 오랫동안 쌓여온 경험과 기억들이 은둔을 선택하게 만드는 경우가 많아요. 저도 매우 가부장적인 가족 문화를 갖고 있어서 제사를 몹시 중요하게 생각하는 집이었는데요. 부모님은 오랜 시간 떨어져 지내면서 가정불화가 있었고, 이런 가족들 사이에서 힘들고 답답한 시간을 보내야 했어요. 하지만 고민을 털어놓고 대화할 수 있는 창구가 없어 결국 오랫동안 스스로를 가두게 된 거죠.

- ㉢ 은둔청년들을 돕기 위한 '안무서운회사'는 어떻게 만들게 됐나요?
- ㉣ 저도 은둔 상태를 벗어나려고 심리 상담도 받고, 책도 읽고 공부도 해봤지만 혼자만의 힘으로는 극복할 수가 없었어요. 가족, 학교, 과도한 경쟁 문화 등 다양한 원인이 있는데 이걸 혼자서 해결하려니 불가능했던 거죠. 아, 이걸 혼자서 극복할 수 있는 일이 아니더라는 생각을 하던 중에 일본의 히키고모리 지원단체인 한국 K2인터내셔널이 운영하는 세어하우스에서 지내며 도움을 받기 시작했어요. K2인터내셔널은 2012년 한국에 지부를 설립해서 한국 은둔청년을 도와줬는데 세어하우스에서 공동생활을 하며 사회에 복귀할 수 있었어요. 제가 영상을 전공했는데 제 전공을 살려 조금씩 일도 하면서 은둔 생활에서 벗어날 수 있었죠. 그런데 코로나로 사업이 어려워져 K2인터내셔널이 폐업했어요. 아직 도움이 필요한 청년들이 많았기에 함께 일했던 동료들과 은둔청년을 지원하는 안무서운회사를 창업하게 됐습니다.
- ㉤ '은둔도 스펙이다'라는 말이 인상적이에요. 어떤 의미인가요?
- ㉥ 이 일을 하면서 결과적으로 은둔도 소중한 경험이 됐고 스펙이 됐다는 걸 말씀드리고 싶었어요. 앞으로 사회가 고도화되고 발달할수록 소외되고 고통받는 사람들은 더 많아질 거예요. 그런 사람들을 위한 정책과 지원은 꼭 필요한 거고요. 따라서 남에게 쉽게 말할 수 없는 은둔 경험이 우리 회사에서는 스펙이고 경험이 될 수 있는 거죠.



서로 의지하고 독려하며 사회 복귀 준비

1 은둔청년들을 위해 어떤 프로그램을 지원하고 계시나요?

2 세상에 대한 트라우마를 극복하고 무서워하지 말고 두려워하지 말라는 의미에서 회사 이름을 안무서운회사로 지었는데요. 현재 저와 함께 3명의 직원이 '은둔도 스펙이다'는 슬로건 아래 은둔청년의 자립을 돕고 있어요. 프로그램 운영부터 은둔청년 실태 알리기, 각종 지원사업 신청 등 경영 실무까지 나눠맡고 있는데 저희 직원들 또한 은둔을 경험했던 사람들이에요. 은둔청년을 상담하는 은둔 고수 양성 프로그램을 운영해서 멘토로서 현재 은둔 중인 당사자와 가족을 돕고 있어요. 은둔청년들이 집 밖으로 나와 함께 생활하며 사회 복귀를 준비하는 셰어하우스가 있는데요. 비슷한 고통과 고민을 안고 있는 사람들끼리 모여서 공감대를 형성하고 감정을 공유하면서 용기와 위로를 주며 생활하는 공간이에요. 우리 프로그램에 지원자는 많은데 예산은 한계가 있어서 많은 사람을 받을 수 없는 게 가장 안타까워요. 은둔청년들이 무능력하다는 편견이 많은데 실제로 보면 다양한 재능을 갖고 있고 고학력자도 꽤 많아요. 지원자 중에는 내가 여기서도 떨어지면 극단적인 선택을 하려고 했다는 분이 있을 정도로 절박하신 분들이 많은데 이들에 대한 지원이 더 많아졌으면 좋겠어요.

3 은둔청년들이 함께 공동체 생활을 하는 셰어하우스를 운영하시는 특별한 이유가 있으신지요?

4 비슷한 경험을 한 사람끼리 서로 의지하고 위로할 수 있도록 공간을 마련한 건데요. 저는 은둔청년에게 공동생활 프로그램은 매우 중요하다고 생각합니다. 은둔 생활은 기존 환경을 바꾸고 자극을 줘야 변화가 시작돼요. 공감해 줄 수 있는 공동체를 만나고 일을 하면서 '자기 효능감'을 얻어 단계별로 사회에 복귀하는 거예요. 보통 은둔청년들은 집에서 불화를 겪는 경우가 많아 공간을 옮겨 생활하는 것으로도 큰 도움이 돼요. 또 은둔 경험이 있는 청년들은 스트레스를 받으면 다시 재은둔 할 수 있기 때문에 서로에게 지지대 역할이 필요해요. 셰어하우스에서 공동체 생활을 하면서 소속감도 느끼고 안도와 위로, 공감을 느끼면서 사회에 복귀할 수 있도록 돕고 있어요. 그런데 지원이 매우 제한적이어서 자부담을 해야 하는 경우가 많아요. 저희는 공동생활 셰어하우스 확장을 적극적으로 도모하고 있습니다. 실제로 대기 인원이 많은데 국내에서 공동생활을 지원하는 기관은 두 곳뿐이어서 안타깝습니다.

5 현재 은둔청년에 대한 실태 조사도 제대로 되어 있지 않다고 하는데요. 은둔청년을 위한 사업이 필요한 이유가 뭘까요?

6 은둔청년이 많아지면 결과적으로 우리 사회의 부담이 되고 나중에는 더 많은 비용을 떠안게 될지도 몰라요. 또 은둔청년만 고립되는 것이 아니라 은둔청년이 속한 가족도 함께 고립되고 소외된다는 걸 알아야 해요. 일본은 은둔청년이 200만 명 정도이고, 이들을 돕기 위한 부모협회 등 관련한 연대·지원기관도 100여 개 이상이에요. 그런데 우리나라는 서울에 저희 단체와 최근 광주에 은둔형외톨이지원센터가 생겼지만 은둔 경험에 대한 이해를 가진 인력이 많지 않아요. 은둔은 나와 상관없는 문제라고 생각하기 쉽지만 코로나의 영향으로 누구나 쉽게 고립되는 시대이고 누구든 그 대상이 될 수 있어요. 은둔청년 문제는 장기적인 국가과제로 접근해야 한다고 생각해요.

은둔청년을 위한 다양한 케어 프로그램 운영

1 은둔청년의 자립을 지원하면서 어려움, 그리고 보람되고 기뻐던 일은 무엇인지 말씀해 주세요.

2 은둔청년과 그 가족들에게 좋은 피드백을 받을 때 가장 보람되고 기뻐요. 덕분에 용기를 얻었다, 다시 시작할 수 있다는 생각을 하게 됐고 이런 단체가 있어서 큰 도움이 됐다는 말을 들으면 힘이 나요. 자녀가 고립되면 부모도 고립되는 경우가 많거든요. 내 아이가 몇 개월, 길게는 몇 년 동안 방에서 안 나온다는 말을 아무에게도 할 수가 없는 거예요. 그런데 상담하면서 부모님들도 상담의 중요성을 깨닫게 되는 거죠. 저는 정책이나 지원에만 기대지 말고 우리 스스로 은둔청년들에 대한 사회적 공감대를 형성하고 새로운 문화로 만들고 싶어요. 그들의 목소리를 담은 연극, 음원, 콘서트 등 다양한 콘텐츠를 통해 사람들에게 은둔청년 문제를 제대로 인식시키고 싶어요.

3 '은둔청년 자립지원전문가'라는 직업을 창직했고, 처음 하는 사업이라 어려움도 많았을 텐데 이 사업을 포기하지 않고 계속하게 된 동기는 무엇인가요?

4 저는 은둔청년들에게 롤 모델이 필요하다고 생각했고 우리 회사가 어떤 상징성을 갖기를 바랐어요. 안무서운회사가 희망이 되고 위로가 되고 다시 시작할 수 있는 힘이 되었으면 좋겠어요. 저는 우리 사업이 어떻게 보면 블루 오션이라고 생각해요. 은둔 경험이 '스펙'이 되고 '직업'이 되니까 희망이 생기는 거죠.

5 앞으로 어떤 사업을 하고 싶은지 목표나 희망 사항이 있다면 말씀해 주세요.

6 현재 다양한 펀딩을 통해 지원을 받아 프로그램을 운영하고 있고, 지금 현재 살고 있는 사무실과 셰어하우스도 지원을 받아서 저렴한 임대료로 살고 있어요. 하지만 프로그램을 운영할 때마다 예산이 부족해서 안타까울 때가 많아요. 온라인 소통 창구를 많이 만들어서 은둔청년이 쉽게 소통하고 정보를 찾을 수 있는 경로를 많이 만들고 싶어요. 유튜브로 다양한 콘텐츠를 만들고, 연극이나 음원 같은 접근이 편하고 쉬운 콘텐츠와 지원 프로그램을 만들어서 운영할 생각이에요.

어둠에서 빛으로, 세상을 향한 당신의 용기 있는 걸음을 응원합니다.

2018년 국민건강보험공단은 잠재적 위험군을 포함해 약 21만 명의 은둔형 외톨이가 있을 것으로 추산했으며 한국청소년상담원 등 민간 기관은 30만~50만 명에 달할 것으로 추정했다. 하지만 현재 정부 차원에서의 은둔형 외톨이에 대한 공식적인 실태파악이 안되지만 코로나의 영향으로 누구나 쉽게 고립되는 시대이고 누구든 그 대상이 될 수 있으므로 은둔 청년 문제는 장기적인 국가과제로 접근이 필요해 보인다. '안무서운회사' 유승구 대표의 경우도 가정의 불화를 이유로 약 5년간 은둔 생활을 하였으며 은둔 상태를 벗어나려고 심리 상담도 해보고, 책을 읽고 공부도 해봤지만 혼자만의 힘으로는 쉽게 극복할 수가 없었다.

이러한 경험을 토대로 현재는 다양한 펀딩을 지원받아 프로그램을 운영하고 있다. 온라인 소통 창구를 많이 만들어서 은둔 청년이 쉽게 소통하고 정보를 찾을 수 있는 경로를 만들고 있으며, 유튜브로 다양한 콘텐츠를 만들고, 연극이나 음원 같은 접근이 편하고 쉬운 콘텐츠와 지원 프로그램을 만들어서 운영할 계획이다. 유승구 대표처럼 어딘가에서 홀로 외로운 싸움을 하고 있을 청년들에게 든든한 지원군이 되어주는 새로운 직업이 더욱 많이 생겨나기를 바라는 마음이다.



5g의 종이비행기로 띄워 올린 창직의 꿈

**이색스포츠 마케터
이정욱**

이색스포츠 마케터인 이정욱 대표는 종이비행기 오래 날리기 국가대표이자 기네스북 기록자로 취미로 시작한 종이비행기를 이용해 현재는 위플레이라는 이색스포츠 마케팅 회사를 운영하고 있다.

단순히 놀이로 시작한 종이비행기로 어떻게 국가대표가 되었고, 이색스포츠 마케터라는 직업을 창직하게 됐는지 그의 성공 일기를 들어봤다.

가난한 시골 소년, 종이비행기로 비상을 꿈꾸다

한국고용정보원(이하 Q) 종이비행기로 시작해 이색스포츠 마케팅 회사의 대표가 됐는데 언제부터 종이비행기에 관심을 갖게 됐나요?

이정욱(이하 A) 경북 상주가 고향인 저는 집안이 어려워서 어렸을때부터 이런저런 아르바이트를 많이 했어요. 딱히 놀거리가 없어서 물수제비 같은 놀이를 하며 지냈죠. 그러다가 중학교 2학년 때, 우연히 TV에서 미 공군 엔지니어 출신의 켄 블랙번이 종이비행기 오래 날리기를 하는데 무려 27초 이상 공중에 떠 있는 거예요. 신기하고 멋있어서 따라 했는데 저는 3초도 안 돼서 떨어지더라고요. 그때부터 종이비행기를 공부하면서 날리는 연습을 했어요.

Q 아무래도 종이비행기 오래 날리기는 공간에 제약이 있을 텐데 어떻게 연습하셨나요?

A 종이비행기를 어린 시절 잠깐 즐기는 놀이라고 생각할 수 있지만 사실 종이비행기는 과학과 스포츠의 집약체라고 볼 수 있어요. 선수가 직접 현장에서 종이비행기를 접어야 해서 항공역학에 대한 깊이 있는 이해가 필요하고, 날아가는 경로를 보고 미세하게 조종 면을 튜닝하는 공학 기술도 중요해요. 5g 밖에 나가지 않는 종이비행기를 60m 이상 날리기 위해서 체중을 증량하고, 투창 던지기 기술까지 훈련하는 선수도 있어요.

저는 주로 학교 운동장에서 연습을 많이 했어요. 오래 날리기 연습을 하려면 수직으로 30m 이상이 되는 공간이 있어야 하는데 실내에서는 연습할만한 곳이 없어서 학교 운동장에서 연습하며 실력을 길렀죠. 또 종이비행기를 높이 쏘아 올리기 위해 야구 선수처럼 고무줄 당기는 훈련도 하면서 투력을 길렀어요. 종이비행기도 항공기와 똑같은 원리를 가지고 있어서 유체역학, 항공역학, 관련 영상과 논문과 기사도 찾아서 읽고, 대회 나가기 전에는 프로야구 선수를 만나 트레이닝을 받기도 했어요.

Q 종이비행기를 오래 날리기 위한 팁이나 요령이 있을까요?

A 종이비행기는 접는 방식과 종이 재질에 따라 조금씩 방향이나 체공 시간이 달라지지만 대회에서의 컨디션이 가장 중요해요. 대회 당일 종이를 주는데 여러 개를 접어서 가장 좋은 컨디션을 가진 종이비행기를 선택하는데 오래 날리기는 날리는 기술과 힘이 중요해요. 비행기 접기는 기본일 뿐이죠. 저는 하루에 100회 이상 고무줄 잡아당기는 훈련을 했어요. 어린 시절부터 경험한 다년간의 아르바이트와 물수제비 실력으로 체력을 키운 게 도움이 된 것 같아요.

1초 차이로 국가대표 실격 그리고 6년의 기다림

Q 종이비행기 오래 날리기 국가대표가 된 건 언제부터였나요?

A 23살 때 국내에서 제1회 코리아컵종이비행기대회가 열렸는데 여기서 우승을 하면 세계대회에 갈 수 있었어요. 켄 블랙번이 심사위원으로 온다고 해서 정말 열심히 연습해서 대회에 나갔는데 1초 차이로 대회에서 떨어졌어요. 종이비행기 대회가 3년에 한 번씩 개최되는데 2012년에는 우리나라가 참가하지 않아서 6년을 기다렸죠.

2015년 레드블레이퍼윙스 종이비행기 국가대표 선발전에서 총 1,600명이 참가했는데 우리나라에서 제일 높은 순위 기록이 13.5초였어요. 전 세계 4만 6천 명 중 10위 안에 들어가는 기록이라서 걱정이 됐죠. 그래도 될 때까지 해보자는 마음으로 힘껏 날렸고 14.19초로 우승을 차지했어요. 한국 선수로는 처음으로 레드블세계종이비행기대회에 나갔고 오래 날리기 종목에서 13위를 하면서 심사위원이었던 켄 블랙번을 만났어요. 그가 전 세계 4만 5천 명 중에 이 자리에 온 것도 대단하다고, 너는 한국에서 종이비행기 최고 전문가니까 자부심을 가지라는 말을 하더군요.

1 '종이비행기로 타깃 맞히기'로도 기네스북에 올랐는데 어떻게 참여하게 되셨나요?
 2 중국 CCTV에서 매년 춘절 특집으로 '기네스 중국의 밤'이라는 프로그램을 만드는데, 저와 함께 새로운 종목의 기네스 세계기록에 도전하고 싶다고 하더라고요. 종이비행기와 관련된 기존의 기네스 종목은 오래 날리기, 멀리 날리기, 타깃에 집어넣기 이렇게 3종목이 있는데 저는 타깃에 맞히기로 새로운 4번째 종목에 도전했어요. 정확도와 더불어 힘까지 측정할 수 있도록 타깃을 수박으로 정했는데 다른 나라 선수가 종이비행기로 수박에 꽂는 게 안 된다고 해서 저 혼자 참가했죠. 자블린이라는 뾰족한 비행기로 1분에 12개의 종이비행기를 꽂아서 2016년 '종이비행기로 타깃 맞히기' 기네스 기록을 수립하게 됐어요.

3 선수로 활동하시다가 이색스포츠 마케터가 된 계기는 무엇이었나요?
 4 세계대회를 다녀온 이후 '종이비행기 국가대표'로 언론에 언급되면서 종이비행기 관련 청소년 캠프 프로그램 의뢰가 많이 들어왔어요. 종이비행기를 이색스포츠로 성장시키기 위해 2015년에 종이비행기 세계대회에 출전한 멀리 날리기 국가대표 김영준, 곡예비행 국가대표 이승훈 두 친구와 함께 위플레이를 만들었습니다. 종이비행기를 비롯해 다양한 이색 스포츠로 세상을 즐겁게 만들고 싶다는 마음에서 '이색스포츠 마케터'라는 새 직업을 만들었고, 각종 종이비행기 대회 주최, 종이비행기 공연, 과학 및 진로 특강, 교구 개발을 하는 등 이색 스포츠 문화 활성화를 위해 노력하고 있습니다.

회사 이름은 'WE PLAY', 즉 함께 놀자는 뜻으로 종이비행기를 만들고 날리는 행사를 기획하고, 학생들을 대상으로 과학 관련 캠프를 진행하는 교육사업도 진행하고 윈데이 클래스 수업도 해요. 캠프 강연뿐만 아니라 이색스포츠 관련 지역 문화축제 기획도 시작해서 한강종이비행기축제의 경우 기획부터 운영, 홍보까지 맡아서 진행합니다. 최근 2022년 제6회 종이비행기세계대회 곡예비행 부문에서 우리나라가 우승하면서 종이비행기가 이색스포츠로서 다시 한 번 주목 받게 되었어요. 덕분에 전국 각지의 축제에서 종이비행기 대회가 열리기도 하고, 올해는 사천에어쇼에서 최초로 실내 대회가 열리게 되었습니다. 사천에어쇼 실내 종이비행기 대회에는 무려 공군참모총장상이 걸려 있어서 더 큰 화제를 모았어요.

5 대학에서 신문방송과를 전공하셨는데 새로운 직업으로 진로를 바꾸는 데 어려움은 없으셨나요?
 6 신문방송학과 재학 중에 영상 제작 동아리에 있으면서 인정도 받고 상도 받으면서 다큐멘터리 PD를 꿈꾸기도 했어요. 전공과 진로를 바꾸면서 종이비행기를 선택하기는 쉽지 않았지만, 저는 어린 나이에 학비와 생활비를 벌면서 나중에 시간과 돈을 바꾸는 일은 하지 않겠다고 결심했어요. 밥 먹고 살 수 있을 만큼 돈을 벌면 꼭 즐겁게 할 수 있는 직업을 가져야겠다고 생각했고, 저를 즐겁게 해주는 일은 종이비행기라는 생각에 창직을 결심했어요. 제가 제일 중요하게 생각하는 가치가 재미거든요. 내가 이 일을 좋아하는지, 앞으로도 꾸준히 할 수 있는 일인지가 중요했어요.

전 세계 이색스포츠 올림픽 꿈꿔

7 이 일을 하면서 잘했다고 느꼈던 일은 무엇이고, 가장 보람이 컸던 순간이 있다면 언제인가요?
 8 어른들의 잃어버렸던 동심을 발견하는 순간인 것 같아요. 이 일을 하면서 미취학 어린이, 초등학생, 대기업 임원, 창직을 준비하는 취준생, 치매 예방 활동으로 소근육의 활용이 중요한 어르신들까지 다양한 계층의 사람을 만났는데요. 종이비행기를 만들고 띄우면서 모두 즐거워하고 행복해지는 모습을 보면서 힘을 얻어요. 종이비행기 국가대표가 되었다는 꿈을 가진 아이들도 만나게 되면서 이 일을 시작하길 잘했다는 생각을 많이 합니다.

9 종이비행기 날리기의 장점은 무엇인지 궁금하네요.
 10 저는 종이비행기가 특별한 도구 없이도 자신의 노력과 실력으로 더 높이, 오래 날 수 있다는 게 좋았어요. 가정형편이 어려웠지만 주어진 환경 속에서 최선의 결과를 내려고 노력했고, 그러한 과정에서 종이비행기가 주는 의미가 컸어요. 종이비행기를 아이들이나 잠깐 노는 놀이라고 생각할 수 있지만 저는 어린이부터 어르신까지 모두 즐길 수 있는 놀이 스포츠라고 생각해요. 종이비행기를 접다 보면 소근육이 발달하고 집중력이 높아지고, 열심히 노력해서 비행기가 잘 날면 성취감과 자존감도 쑥쑥 자라요. 저희가 운영하는 온·오프라인 강의에서는 '기네스북 기록을 달성한 종이비행기'의 접는 방법을 배우고 조종할 때 어떤 과학이 적용되는지를 알아봐요. 실제로 다양한 종이비행기를 함께 날려보고 비행기 원리를 배우는 거죠.

11 새로운 시장을 개척한 만큼 힘든 일도 많았을 테고, 또 코로나로 방역이 강화됐을 때는 대면 서비스가 어려웠을 텐데 어떻게 극복하셨나요?

12 코로나로 방역이 강화됐을 때는 대회나 축제가 취소되거나 연기되면서 어려움이 많았는데요. 유튜브나 온라인 서비스를 강화하면서 방법을 찾아 나갔고 책도 쓰면서 제가 할 수 있는 일들에 투자하는 시간을 가졌어요. 어떻게 보면 성장하기 위한 재정비 시간을 가졌다고 생각하면 될 것 같아요.

이색스포츠 마케터의 상위 직업은 스포츠 마케팅입니다. 주로 스포츠 마케팅은 축구, 농구, 야구와 같은 프로리그가 있는 종목에서 이뤄집니다. 종이비행기와 같은 이색스포츠는 프로 선수와 관중의 경계가 분명하지 않기 때문에 대회가 축제의 성격에 가까워요. 그래서 대회 기획, 모객, 운영까지 기존의 스포츠 마케팅과는 다른 부분이 많습니다. 종이비행기 세계 대회에 선수로 참가한 경험이 없었다면 이색스포츠 마케터라는 직업을 만들 수 없었을 거예요.

13 이색스포츠 마케터로서 목표와 꿈이 있다면 말씀해 주세요.
 14 지금은 종이비행기 감독과 선수를 겸용하면서 회사를 운영하고 있는데요. 더 많은 선수를 육성해서 종이비행기를 당당히 즐기고 누리는 문화를 만들어 가고 싶고, 회사에 필요한 인재를 영입해서 전문적이고 체계적인 회사로 만들어 갈 생각입니다. 또 앞으로 종이비행기 외에 다양한 이색스포츠를 만들어서 국내뿐만 아니라 전 세계인이 이색스포츠를 즐길 수 있는 곳으로 만들고 싶어요. 누구나 자기가 가진 작은 재주로 챔피언이 될 수 있다는 취지를 널리 전하고 싶어요. 개척 종목은 구슬치기, 물수제비, 종이비행기 날리기 등 누구나 참여할 수 있는 것들로 넣고 싶어요.

15 마지막으로 대표님처럼 새롭게 시장을 개척하려는 예비 창직인을 위해 한마디 해주세요!
 16 경제적 형편을 이유로 꿈을 포기하거나 지금의 현실과 타협하지 말라고 말씀드리고 싶어요. 일단 다른 일을 하다 다시 하고 싶은 일을 하면 되지 않냐는 분도 계시는데 꿈은 한 번 멀어지면 되돌아오지 않습니다. 내가 하고 싶은 일에 대한 가치를 생각하고 계속 노력하고 정진해나간다면 길을 찾게 될 거예요. 내가 하는 일의 가치와 내가 이 일을 얼마나 원하고 잘하는지, 흥미를 느끼는지가 가장 중요하다고 생각합니다.



종이비행기와 함께 나의 꿈과 재능도 함께 비상합니다.

3년에 한 번 열리는 종이비행기 세계대회. 처음 듣는 사람들은 '무슨 이런 대회가 있나'라는 생각이 들 수도 있지만 이 대회에는 50개의 나라에서 예선만 6만 명이 참가하고, 그 중 152명만이 세계 대회에 진출할 수 있는 어마어마한 경쟁률을 자랑하는 대회이다. 종이비행기를 접는 것은 우리 모두 어릴 적 경험으로 쉽게 생각하지만, 5g짜리 비행기를 오래 멀리 날리기 위해서는 종이접기 실력은 물론 공기역학과 비행에 대한 이해 그리고 뛰어난 신체능력 등 다양한 능력들이 요구된다. 종이비행기 국가대표 선수로 활동하던 이정욱 대표는 이색적인 스포츠로 세상을 즐겁게 만들고 싶어 '이색 스포츠 마케터'라는 새로운 직업을 만들었다. 맨땅에 헤딩하듯 시작된 위플레이는 지금 현재 각종 종이비행기 대회 주최, 종이비행기 공연, 과학 및 진로 특강, 교구 개발을 하는 등 이색 스포츠 문화 활성화를 위해 노력하고 있다. 그가 진행하는 프로그램은 미취학 어린이부터 치매 환자까지 모두 참여할 수 있어 종이비행기 날리기는 어릴 때나 잠깐 하는 놀이라는 생각 자체를 바꾸고 있다. 그는 앞으로 종이비행기뿐만 아니라 구슬치기, 물수제비 등 다양한 종목으로까지 사업을 확대하는 꿈을 꾀다. 어쩌면 미래에는 정말 전 세계 이색 스포츠 올림픽이 열릴지도 모른다.



무한한 창의력과 가능성의 섬,
무인도

무인도 섬테마개발자
윤승철

무인도섬테마연구소의 윤승철 대표는 다양한 경력과 특이한 이력을 가진 사람이다. 시를 쓰고 싶어 문예창작학과에 갔다가 사막을 뛰는 사진에 꽂혀 사막 마라톤에 출전했다. 20대에 사하라, 아타카마, 고비, 남극 사막을 완주하며 세계 최연소 사막 마라톤 그랜드슬램을 달성한 뒤 실크로드 3대 간선 횡단까지 성공했다. 그런 그가 무인도섬테마연구소를 만들며 무인도 연구라는 새로운 일을 창직했다. 그가 섬으로 간 까닭은 무엇일까?

내 역량을 시험하고 도전하던 20대

한국고용정보원(이하 ㉠) 대표님 이력을 보면 사막 마라톤부터 히말라야 등정까지 다양한 활동을 하셨어요. 이 활동이 혹시 무인도 섬테마개발자가 되기 위한 준비 과정이었을까요?

윤승철(이하 ㉡) 아니에요. 저는 사실 평범한 대학생이었는데요. 문예창작학과 소설 수업 과제로 소설을 써야 해서 소재를 찾다가 우연히 사막 마라톤 사진을 보게 됐어요. 제가 중학교 2학년 때 다리를 다쳐서 퇴원하고 대학생이 될 때까지 5km 이상 걷거나 뛰어보지 못했거든요. 제가 잘 못 뛰니까 소설 속 주인공은 잘 뛰고 달리는 친구로 써보고 싶어서 사막 마라톤 대회에 나가게 된 거예요. 사막 마라톤은 6박 7일 동안 250km를 달리는 경기라서 재활치료를 받으면서 2km씩 뛰고 5km를 걷고 뛰길 반복했어요. 뛰어도 큰 문제가 없다는 것을 알고 난 뒤에는 매일 10km씩을 걷고 달리며 연습했어요.

㉢ 마라톤 출전 준비는 어떻게 하셨나요?

㉡ 제가 체력 단련만 생각했지 사막 마라톤 참가비를 포함한 총 비용이 700만 원이나 필요한 건 몰랐어요. 마라톤 대회에 참가하려고 방 보증을 빼고 준비를 하던 중에 기업이 원하는 인재상이라는 신문 기사를 보고 저를 후원해줄 기업을 찾아 제안서를 썼어요. 서른 군데 회사에 제안서를 보냈는데 모두 거절당했어요. 그런데 그 과정에서 후원은 못 해주지만 제안서를 침삭해주겠다며 28장의 제안서를 1장으로 압축하여 정리해주셨던 분도 계셨고 많은 친구가 응원해주었어요. 그래서 다시 100여 군데가 넘는 곳에 후원을 요청하고 크라우드 펀딩으로 자금을 모은 결과 참가비를 후원받을 수 있었습니다. 이를 계기로 세계 최연소 사막 마라톤 그랜드슬램을 달성하고, 실크로드 3대 간선 횡단, 히말라야 등반 등 다양한 도전 경험을 쌓았습니다.

㉣ 그럼 무인도는 왜, 어떻게 가게 되신 건가요?

㉡ 우연히 친구 동생과 부루마블 게임을 하다가 무인도를 보게 됐어요. 무인도에 가면 어떤 기분일까 상상하다가 인터넷에서 무인도를 찾아보니 우리나라에만 약 3천 5백 여개의 섬이 있고 그중 3천 여개는 무인도라는 사실을 알게 됐죠. 무작정 서해로 가서 어부 아저씨를 붙잡고 4일 뒤 데리러 와달라고 하고 무인도에 갔어요. 그런데 실제 무인도는 제가 상상하던 무인도와 달랐어요. 온통 개펄에 해변은 자갈이고 쓰레기는 떠다니고, 울퉁불퉁한 산도 많더라고요. 무인도에 대해 아무것도 몰랐던 거죠.

다시 제가 상상하던 섬을 찾아서 동생과 함께 필리핀 팔라완 근처의 무인도를 찾아갔어요. 그렇게 갔다 온 후, 무인도 여행기를 제 블로그에 올렸는데 정말 수십 명의 사람이 나도 무인도에 가고 싶다는 쪽지와 댓글을 보내오는 거예요. 그래서 다음 무인도 여행 때는 17명의 사람과 탐험에 나서게 되면서 아예 여행업 회사를 만들게 된 거죠. 2014년도에 '무인도섬테마연구소'를 만들었는데 3박 4일간 무인도를 체험하는 이카투스 무인도 탐험대를 운영하면서 700명 이상의 사람과 무인도를 탐험했고 방송사에서 방영되기도 했습니다.



무인도의 가치 알리고 싶어 창직에 도전

- 1 무인도를 찾는 사람은 어떤 사람이고, 무인도가 주목받는 이유는 뭐라고 생각하세요?
- 2 무인도에서만 느낄 수 있는 자유로움과 명상, 힐링인 것 같아요. 최소한의 의식주로 생활하면서 나는 어떤 사람인가 생각해 보는 거죠. 낚시해서 식량 구하기, 집 짓기, 불 피우기 등 무인도라는 낯선 공간에 와서 다양한 생존 경험을 쌓은 뒤, 다른 것도 잘할 수 있겠다는 자신감을 얻은 분이 많아요. 또 무인도에 대해 몰랐던 중요성과 가치에 대해 배우게 되어 전공을 바꾼 분도 있는데, 제가 누군가에게 중요한 경험을 하게 해주었다는 점이 가장 보람 있는 부분인 것 같아요.
- 3 처음에는 단순한 호기심과 탐험에서 시작한 무인도 여행이 무인도 섬테마개발자라는 직업까지 창직하게 되셨어요. 창직까지 결심한 이유는 뭔가요?
- 4 처음에는 여행업으로 등록했지만 일하면서 무인도가 가진 가치를 알리고 싶었어요. 섬이 중요한 이유는 자연적, 인문적, 경제적 가치 외에 주변 해역까지를 포함하기 때문입니다. 무인도의 경우 절반 정도는 소유자가 있지만 대부분 방치되어 있어요. 예전에 서해안 격렬비열도가 조선족을 앞세운 중국인에게 팔릴 뻔한 일이 있기도 했어요. 우리나라 가장 서쪽에 있는 무인도의 소유자가 바뀌었다면 안보, 경제 등 여러 면에서 피해가 있었을 겁니다. 저도 이러한 것들을 보고 섬을 다니면서 누군가 기록하지 않으면 없어지는 무인도의 가치에 대한 사명감이 생긴 것 같아요. 그래서 자꾸 탐험도 하고 봉사활동도 하면서 기록을 남기고 있는데 무인도는 영토적 측면과 생태 환경적 측면, 인문·관광적, 해저 자원의 측면에서도 상당히 중요한 곳이에요.
- 5 섬을 청소하고 인근 주민을 도와주는 봉사활동은 어떻게 하게 되셨나요?
- 6 섬에 간 김에 쓰레기를 줍고 나오니 같이 간 사람들이 너무 좋아하는거예요. 이후 마음맞는 친구들과 한 달에 한 번, 전국 각지의 섬에서 봉사활동을 하는 '섬마을봉사연합(IVU)'을 만들었습니다. 지금은 행정안전부 비영리민간단체로 성장하였고 사람들과 같이 섬의 해양쓰레기를 줍고 장수사진촬영, 의료봉사와 같은 재능기부 봉사를 하는 단체로 커졌습니다. 섬 주민분들이 요구하는 마을 일을 헤드리다보니 수풀이 우거진 마을길을 내거나 가전제품을 수리하기도 하였습니다.

무인도 생태연구 전문가로서 성장할 것

- 1 아무도 가지 않은 무인도였기에 사업을 확장하고 발전시키는 데 어려움이 많았을 텐데 어떻게 극복하고 해결해 가셨나요?
- 2 처음 하는 일이었기 때문에 물어볼 것도, 도움을 받을 곳도 없어서 연구소를 만들고 각종 인가에 필요한 서류를 만드는 것부터 모두 혼자 힘으로 해야 해서 정말 힘들었어요. 모르는 게 있으면 문헌, 기사, 보고서, 논문 같은 것을 찾아보고 관련 기관, 단체에 문의해가면서 하나씩 준비해 나갔죠. 저 역시 또래 친구들이 안정된 직장을 찾아 취업하고 일하는 모습을 보면서 갈등한 적도 있는데요. 2018년 3월에 해수부 선정 관광 벤처기업으로 선정되면서 내가 잘하는 걸까, 방향이 맞는 걸까 하는 의문이 많이 풀린 것 같아요. 제가 하는 일, 그리고 제가 앞으로 해야 할 일에 믿음이 생기면서 다양한 프로젝트를 할 기회도 얻게 됐어요.
- 3 현재 무인도섬테마연구소는 여행업 외에 무인도 관련 자문, 협업, 연구 등 다양한 분야로 발전하고 있는데 어떤 방향으로 나아가고 싶으세요?
- 4 처음엔 여행업으로 등록된 무인도섬테마연구소는 이후 무인도 생태교육까지 활동 반경이 넓어졌어요. 지금은 각 지자체와 연구소, 기관과 함께 협업과 자문, 무인도 체험 관광뿐만 아니라 식생과 곤충 등 다양한 생물을 직접 체험할 수 있는 교육 프로그램을 제공하고 섬 조사와 책 출간도 병행하고 있어요. 한국해양수산개발원에서 진행한 무인도서 실태조사, 경상북도 섬디자인, 경기어촌특화지원센터, 경기관광공사 등 자문과 인천인재개발원 공무원 대상 섬·무인도 프로그램을 진행했고, 경상남도 무인도화 방지사업, 인천시 무인도서 생태환경 조사 등에도 참여했어요. 다양한 기관과 단체에서 협업 활동을 하면서 이제는 관광업뿐만 아니라 회사 이름 그대로 무인도섬테마연구소가 되었어요. 현재 인천대학교 대학원 생명과학과에 입학해 생태학을 공부하고 있는데요. 앞으로 무인도 해양생태 전문가로서 제가 할 수 있는 역량을 펼치면서 우리나라 무인도를 탐구하고 싶습니다.

- 5 마지막으로 창직을 준비하는 분에게 조언해주신다면 어떤 말을 들려주고 싶으세요?
- 6 제가 이 일을 시작하면서 강의 요청이 꽤 들어오는데요. 저는 무엇을 좋아하고 잘하는지 고민하고 찾는 것이 결코 쉬운 일은 아니라고 생각해요. 다만 헛된 경험은 없으니 관심 있는 것을 시작해서 하다 보면 길이 보이고, 다른 관심사가 생기는 것이 아닐까 싶습니다. 대학생 때 신문기자가 되고 싶어서 인턴기자를 했는데, 저랑은 잘 안 맞더라고요. 비록 관심사가 직업까지 연결되지 않았지만 그 때 인턴기자를 안 했으면 지금까지도 후회하거나 아쉬웠을 거예요. 저도 그런 과정에서 지금의 일을 찾은 거고요. 오, 이거 한번 해 볼까? 이거 재미있을 것 같은데 하는 순간을 놓치지 않으셨으면 좋겠어요. 마음의 소리를 따라가다 보면 의외로 기회가 많다는 것을 알게 될 거예요. 하고 싶은 일이 있다면, 일단 해보세요. 그게 자신의 미래를 어떻게 바꿀지는 아무도 모르는 겁니다.

아무도 살지 않는 섬 무인도, 탐구 정신으로 창직의 길을 찾습니다.

국토부와 해양수산부 등에 따르면 국내의 섬은 모두 약 3,400개이다. 전 세계에서 4번째로 섬이 많은 나라이다. 이중 유인도가 482개이고, 나머지 2,918개는 사람이 살지 않는 무인도이다. 그 중 심지어 363개의 섬은 등록조차 되어 있지 않은 섬으로 우리나라 해양영토 자원으로 중요한 무인도를 정부와 국민 모두 관심을 가지고 지켜야 한다. 무인도 섬테마개발자는 단순히 무인도를 관광 및 여행하는 것을 넘어 무인도 체험 관광뿐만 아니라 식물과 곤충 등 다양한 생물을 직접 체험할 수 있는 교육 프로그램과 각 지자체와 연구소, 기관들과 함께 교육프로그램을 진행하기도 한다. 점차 새로운 곳으로의 여행과 체험을 원하고 차별화된 휴식과 힐링을 원하는 사람이 늘어나면서 무인도 같은 다양한 여행 콘텐츠와 새로운 가치를 개발하는 전문가 역시 늘어날 것으로 전망된다.



최적화된 경험 축적이 성공 취업을 만든다

경험 퍼실리테이터
정준민

요즘 대학생들의 가장 큰 고민은 취업이다. 1학년 때부터 온갖 자격증과 스펙, 인턴 경험을 쌓기 위해 동분서주하지만 양질의 취업 자리는 많지 않다. 게다가 내가 뭘 잘하는지, 앞으로 뭘 해야 하는지도 모르는 체 막연한 스펙 쌓기만 하고 있다면 더 큰 일이다. 이에 정준민 팀장은 취준생의 경험을 분석하고 데이터화해서 진로 및 직업 선택에 도움을 주는 '경험 퍼실리테이터'라는 직업을 창직했다.

취업 무기력증에 걸린 친구들 보며 창직 준비

한국고용정보원(이하 ㉠) 먼저 낯선 용어인 '경험 퍼실리테이터'가 무슨 직업인지 소개 부탁드립니다.

정준민(이하 ㉡) 저는 현재 'BtoY'의 교육개발팀장이자 '경험 퍼실리테이터'로 일하고 있는 정준민입니다. '건강한 취준'이란 서비스를 개발하여 취준생들을 만나고 있는데요. 건강한 취준의 핵심 목표는 Z세대 대학생들이 자신이 원하는 직업을 갖기 위해 필요한 경험을 스스로 디자인할 수 있도록 돕는 겁니다.

저는 '경험 퍼실리테이터'로서 의뢰자의 경험을 분석하고 데이터화해서 진로 및 직업 선택, 나아가 직무 전문성 신장에 도움을 주는 역할을 하고 있습니다. 취준생의 경험 중 어떤 경험이 취업에 유용한지, 취업 성공과 커리어 빌드업을 위해 어떤 경험을 해야 하는지 '최적화된 데이터'를 찾아서 알려주는 사람이라고 생각하시면 될 것 같습니다.

보통 취업을 위해 전공 공부를 하고 자격증 취득을 하면서 다양한 알바와 실습 활동을 하는데요. 이런 경험들은 앞으로 가고자 하는 취업과 진로에 큰 영향을 끼칩니다. 특히 진로를 결정하고 취업 스펙을 쌓아야 할 대학 청년 시기라면 더욱 그렇죠. 경험 퍼실리테이터라는 직업은 이런 점에 착안해 탄생했습니다.

㉢ 퍼실리테이터는 원래 기업이나 조직에서 구성원 간 상호작용을 촉진하여 목적을 달성하도록 돕는 사람인데요. 취업에 경험 퍼실리테이터라는 직업을 접목하여 창직하신 이유는 무엇인가요?

㉡ 대학 재학시절과 군 복무 시절, 또래 학생들과 얘기를 해보면 막연하게 좋은 곳에 취직해서 잘살아 보고 싶다는 소망이 있더군요. 하지만 꿈만 있을 뿐 무엇을 준비하고 경험해야 하는지는 잘 모르는 것 같았어요. 요즘은 웬만한 회사의 인턴으로 들어가는 것도 쉽지 않고 이를 위해서는 많은 준비를 해야 합니다. 그런데 졸업을 앞둔 3~4학년생들은 일명 '대 2병'에 걸려 우왕좌왕하거나 시간을 낭비하는 모습을 하고 있었고, 앞으로 무엇을 해야 할지 모르기 때문에 지금 아무것도 하고 싶지 않다는 무기력과 우울감에 빠져 있었죠. 누구에게나 오는 이 시기를 사춘기처럼 지나가면 되는데, 오랜 시간 탈출하지 못하고 정체된 상태에 머물러 있다면 문제가 됩니다.

저는 교육학 전공자로서 이 문제를 교육적으로 해결해보고 싶어 같은 전공의 친구와 많은 이야기를 나눴어요.

제가 전공한 교육학에서는 퍼실리테이션을 학생이 스스로 성장할 수 있도록 촉진하는 역할을 설명할 때 사용하고 있어요. 저는 자신의 현재 상황과 하고 싶은 직무에 맞춤형 경험을 선택해 실천하는 것으로 성장할 수 있다고 봤기 때문에 이를 제안하는 역할자로서 '경험 퍼실리테이터'라는 직업을 창직하게 되었어요. 그리고 내린 결론은, 사람은 자신에게 필요한 경험을 통해 성장한다는 것이었죠. 최적화된 경험을 제안받아 실천한다면, 대 2병이라는 터널에서 쉽게 빠져나올 수 있을 거라고 생각했습니다.

취업 준비생을 위한 건강한 라이프 디자인

㉣ 취준생의 경험을 분석하고 데이터화해서 진로 및 직업 선택에 도움을 준다고 했는데 참가자들은 어떤 방식으로 데이터를 받게 되나요?

㉡ 참가자들은 저희 '건강한 취준' 홈페이지에서 서비스를 수강하면서 총 6가지 진로 핵심 역량을 육성하는 과정을 거쳐 자기에게 맞는 경험을 찾아가게 됩니다. 예를 들어 기존의 취업 중심 교육이 성실성, 책임감, 정확성, 협조성이었다면 저희는 이를 자기 이해(Self-Understanding), 긍정적 태도(Positive Attitude), 회복탄력성(Resilience), 경험 디자인 역량(Experience Design), 네트워킹 역량(Networking), 퍼스널 브랜딩(Personal Branding)으로 세분화해서 취업 역량 강화 단계를 밟는 거죠.

구체적으로 본인의 과거 경험을 분석하고, 이를 바탕으로 현재의 강점을 발견해서, 미래의 본인이 원하는 삶을 살아가기 위해 필요한 경험을 계획하게 됩니다. 이것을 저희 '건강한 취준' 홈페이지에 참가자 스스로 강의를 수강하면서 데이터를 기록하게 됩니다. 그리고 이 과정에서 자체적으로 개발한 '취업준비도 검사'를 통해 취준생의 취업준비도에 맞춤형 경험을 추천하기도 합니다.

1 경험 퍼실리테이터로서 취업준비 지원 과정은 어떻게 되나요?

2 먼저 취업준비도 검사, 취업 전략 리포트, 라이프디자인 프로그램, 경험분석표 등으로 관심 직무 및 관심 분야를 찾고, 취업준비도에 따른 취업 전략을 세웁니다. 그리고 취업에 필요한 경험을 조금씩 쌓아가면서 차별화된 강점으로 브랜드합니다.

6단계로 완성하는 체계적인 취업 준비과정이 있는데요. 먼저 1강 Re:start 비교로부터 자유롭기, 2강 Re: define 가치 사전 만들기, 3강 Re: design 51% 성장 마인드 셋, 4강 Re: flect 경험 사전 만들기, 5강 Re: power 감정 사전 만들기, 6강 Re: born 라이프 프로토타입 만들기 등을 통해 나 자신을 탐구하고 장, 단점을 파악해 가면서 구체적인 취업 준비를 할 수 있게 됩니다.

강의를 통해 완성되는 나만의 취업 준비용 자료 모음집이 만들어지는 거죠. 이런 자료는 나중에 자기소개서에 그대로 적용할 수 있고요. 모든 강의마다 나와 대화하며 가치 찾기, 경험 정리, 강점 발견 등을 채워가면서 Warm up, 본 강의, 핵심 정리, 성찰, 미션까지 흐름을 놓치지 않고 몰입하도록 체계적으로 구성되어 있습니다.

3 실제 취업에 성공한 사례자의 얘기를 들어볼 수 있을까요?

4 제가 개별 면접을 도와준 친구들은 모두 원하는 직장에 입사를 했는데요. 일단 S사의 사업전략기획팀에 입사한 취준생의 사례를 예로 들어보겠습니다. 1단계에서 교내봉사, 경영대학 학생회 부원, 경영학 전공 학점 4.1점 취득을 하며 취준생은 실질적이고 트렌드에 따라 변하는 경영 분야에 관심을 갖게 되었습니다. 취준생은 1단계 성취 경험을 통해 2단계 성취 경험을 준비하고 실천해 갈 수 있게 됩니다. 교환 학생, 교내 컨설팅 학회 부원, 교내 창업 공모전에서 수상하면 사업 전략 직무에 대해 조금씩 준비하게 됩니다. 그리고 3단계에서 2단계의 성취 경험을 기반으로 3단계 경험에 도전하게 됩니다. 데이터 분석 SQL, R 자격증 취득, 교외 아이디어 공모전 수상, 컨설팅 회사 RA, 스타트업 신사업 기획 인턴을 경험한 뒤에 쌓아온 성취 경험을 기반으로 자소서를 쓰고 면접을 거쳐 S회사 사업 전략기획팀에 입사하게 됐습니다.

5 '경험 퍼실리테이터'가 구직자들이나 취준생들에게 끼치는 장점이나 영향은 무엇인가요?

6 결국 취업에 성공하기 위해서는 구체적인 자신의 경험으로 직무역량을 증명해야 합니다. 그러나 자신의 직무역량을 증명할 수 있을 정도의 경험을 하기 위해서는 수많은 준비 경험이 필요합니다. '경험 퍼실리테이터'는 준비 경험을 차근차근 준비할 수 있게 취준생의 수준에 맞춤형 경험설계를 도와주기 때문에 불안하고 우울하지 않은 상태에서 취업을 준비할 수 있게 돕는 것이 가장 큰 영향력이라고 볼 수 있습니다.



취업 준비는 결국 어떻게 살 것인가에 대한 성찰에서 시작

1 취준생이 앞으로 직업을 택할 때 가장 기준으로 뒤야 할 것은 무엇인지 그리고 건강한 취준에 대해서 말씀해 주세요.

2 건강한 취준이란, 불안과 무기력에서 벗어나 본인이 원하는 삶을 구체적으로 상상하고 필요한 직무를 찾아 자신의 취업준비도를 향상해 최종적으로 취업에 성공하는 것입니다. 사실 취업 고민이 결국 '나'에 대한 고민으로 이어지는 경우가 많습니다. 직업을 택할 때 가장 중요한 것은 본인이 원하는 삶에 해당하냐입니다. 이 직업의 미래 전망이 어떻고, 연봉이 어떻고, 워라밸이 어떻고도 당연히 중요하지만, 이 직업을 갖는 것이 내가 원하는 삶에 해당하는 모습이나 만큼 중요하지는 않기 때문입니다.

3 새로운 시장을 개척한 만큼 어려운 일도 많았을 텐데 힘든 일이 생겼을 때 어떻게 극복해 나가셨나요?

4 취준생들이 대 2명을 극복하기 위해서는 꼭 필요한 역할이라고 생각했기 때문에 노력할 수 있었습니다. 한번 직업을 정하면 평생 직장으로 살아왔던 부모님 세대와 달리 요즘 대학생들은 첫 직업을 갖는 것조차도 꿈이 되어버린 세상에서 살고 있습니다. 그리고 그렇게 힘들게 직업을 갖고도 불안해하고 있고 내가 원하는 일을 하며 산다는 것에 고민이 많습니다. 저는 참가자들의 진로 문제를 실질적으로 해결해주는 과정에서 더욱더 큰 확신을 가질 수 있었습니다. 개인적으로는 교육자였던 부모님의 믿음과 신뢰가 큰 힘이 되었던 것 같습니다.

5 '이 일을 시작하길 잘했다'하고 느꼈던, 가장 보람 있었던 순간이 있다면 언제인가요?

6 저희 건강한 취준 프로그램을 통해 본인에게 필요한 경험과 직무역량을 쌓아 취업에 성공하신 분들에게 연락이 올 때인 것 같습니다. 단순히 취업에 성공해서 기쁜 것보다 그분들이 자신의 내면과 강점을 통해 단단해지는 것을 볼 때 보람을 느낍니다. 창직은 쉽지 않았지만 사회적으로 의미 있는 일이었기 때문에 포기하지 않을 수 있었습니다.

7 앞으로 '경험 퍼실리테이터'를 어떻게 발전시켜 나갈 계획이신가요? 개인적인 목표나 희망 사항이 있다면 말씀해 주세요.

8 앞으로 메타버스에 '건강한 취준' 서비스를 구현하여, 대학과 제휴를 맺어 대학생들과 만나는 'B2B2C' 형태로 이윤 창출을 하고자 합니다. 현재는 B2C 베타 테스트를 통해 초기 버전에 대한 NPS를 확보하고, 운영상의 이슈를 해결하는 작업을 진행 중입니다. 최근에 베타 테스트 결과를 기반으로 63개 전문대가 참여하는 메타버스 플랫폼에 건강한 취준 서비스를 입주하게 되었습니다. 일단 취업과 진로에 대한 긍정적인 데이터가 쌓이면 고등학생의 진로 탐색에도 적용할 수 있기에 열심히 노력하고 있습니다.

또, 참가자들의 경험 데이터를 모아서 인공지능을 기반으로 한 '경험 추천 서비스'를 구현하고자 합니다. 더 많은 Z세대 대학생들이 자신의 기호와 취업 준비 수준에 맞는 경험을 추천받아 불안해하지 않고, 취업을 준비할 수 있도록 돕고 싶습니다. 실제로 저희 프로그램을 통해 원하는 곳에 취직했다는 후기들이 속속 올라오고 있고 앞으로 서비스 이용자의 경험이 데이터로 쌓이고 누적되면 좀 더 많은 곳에서 저희의 프로그램이 적용될 거라 생각합니다. 제 목표는 일단 대학 그리고 고교과정에서의 진로 탐구에 저희의 프로그램이 사용되는 겁니다.

개인적으로는 현재 교육학과 박사과정 중에 있고 저희 프로그램의 교육적 효과와 데이터의 타당성을 학문적으로 입증하고자 노력할 예정입니다.

나의 경험이 직무역량이 되고, 성공 취업의 지름길이 됩니다.

최근 한 SNS 중고 거래 사이트에서는 이른바 '합격자 중고품'이라는 중고 물품과 합격증을 인증하여 중고 품목을 판매하는 게시글들이 눈에 띄게 늘고 있다. 그만큼 취업이 절박하다는 청년층의 목소리로 해석되지 않을까 싶다.

2021년 통계청의 통계에 따르면 15~29세 청년층이 학교를 졸업 또는 중퇴한 뒤 첫 직장에 들어가는 데 평균적으로 11개월이 걸리는 것으로 나타났다. 연구진은 '이는 개인적으로 불안정하고 고통스러운 시기이지만 국가적으로도 인적 자원이 낭비되는 것' 이라면서 '취업 준비 기간을 단축할 수 있도록 학교 졸업 전부터 정부가 지원해야 한다' 고 이야기한다.

퍼실리테이터는 원래 기업이나 조직에서 구성원 간 상호작용을 촉진하여 목적을 달성하도록 돕는 사람으로 정준민씨가 창직 한 '경험 퍼실리테이터'는 취준생의 경험 중 어떤 경험이 취업에 유용한지, 취업 성공과 커리어 빌드업을 위해 어떤 경험을 해야 하는지 '최적화된 데이터'를 찾아서 알려주는 직업이다.

한번 직업을 정하면 평생직장으로 살아왔던 부모님 세대와 달리 요즘 대학생들은 첫 직업을 갖는 것조차도 꿈이 되어버린 세상, 취업조차 잘 되지 않는 사회에서 경험 퍼실리테이터의 이러한 서비스는 신입 채용이더라도 경력을 뽑는 기업들의 '경력직 선호' 현상과 고용시장의 '미스 매치'(mismatch) 현상을 어느 정도 해소할 수 있을 것으로 보인다.

함께 할 미래 for 2030 참직사례집

발행일	2022년 12월 30일
발행인	나영돈
발행처	한국고용정보원
기획	최영순, 이민주, 신지선
취재·편집·디자인	비주얼인프라
인쇄	(사)한국나눔복지연합회
ISBN	978-89-6331-021-3

※ 이 책의 내용은 한국고용정보원의 사전 승인없이
전재와 역재를 할 수 없습니다.

함께 할 미래
for **2030**
창직사례집

