



2023 임팩트그라운드

미래비전 계획서

재단법인 브라이언임팩트는

기술이 사람을 도와 더 나은 세상을 만들 수 있다는 믿음을 바탕으로,
기술로 세상을 바꾸는 혁신가들과
여러 분야에서 성실하게 살아가는 사람들을 지원하기 위해
2021년 6월 출범했습니다

임팩트그라운드는

사회혁신조직들이 창의적이고 혁신적으로 사회문제를 풀어내고,
스케일업/스케일아웃 할 수 있도록 지원하는 사업입니다.
사회문제의 근본적 해결을 위해, 다양한 실험과 아이디어를 시도해볼 수 있도록 돕습니다.

※ 본 자료는 2023 임팩트그라운드의 지원을 받는 사회혁신조직의 미래비전계획서입니다.
사회공익을 위해, 본 자료를 공유하며, 영리목적의 사용이나 자료의 편집은 불가합니다.

설립년월일	2012. 4. 17 (사단법인) ※ 예비 사회적기업 허가일 2010.05.06 ※ 《빅이슈》 한국판 창간일 2010.07.05	상근직원 수	15명 ※ 추가 3명 채용 진행 중
소재지	서울특별시 은평구 통일로 684, 1동 313호(녹번동)		
법인유형	☐ 재단법인 ☒ 사단법인 ☐ 비영리 민간단체 ☐ 비영리 임의단체 ☐ 공공기관 ☐ 사회복지법인 ☐ 기타 ()		
홈페이지	www.bigissue.kr	모 법인명	-

공익법인	Y	주무관청	서울시 자활지원과
조직의 설립목적			
주거취약계층인 홈리스의 자립을 위해 운영함을 목적으로 한다.			
1. 국내외 홈리스 문제해결을 위한 주거복지사업 2. 사회복지증진을 위한 연구, 출판, 교육사업 3. 홈리스의 대한 인식개선을 위해 개인 및 단체의 참여를 유도하는 사회공헌 기획 제안사업 4. 홈리스 자립 지원 사회적기업 《빅이슈코리아》 매거진 발행 5. 기타 단체의 목적달성에 필요한 후원 및 수익사업			

● 조직의 재무제표 및 수익비용 현황

(단위 : 백만원)

- 설립 후, 누적기부금 총액 (~2021) : 2,107

- 설립 후, 연도별 기부금 수입 내역:

연도	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	계
기부금	117	142	138	91	302	215	242	162	374	324	2,107

		2019년(연말)	2020년(연말)	2021년(연말)
총 자산		348	323	283
부채		337	317	434
순자산	기본재산	50	50	50
	보통재산	-39	-45	-201
수익 총계		955	1,220	1,12
비용 총계		1,142	1,126	1,279

● 주요 사업(3개 이내)

사업명	사업 내용 (한 문장으로 기술)
홈리스 문제해결을 위한 주거복지사업	빈곤 등으로 주거 취약 상태에 놓인 사람을 위해 주거 지원과 자립 지원 서비스를 제공해 그들이 지역사회에 정착할 수 있도록 돕는다.
홈리스 자립 지원을 위한 비즈니스 솔루션 운영(잡지 《빅이슈코리아》 발행)	빈곤 등으로 주거 취약 상태에 놓인 사람을 위해 빅이슈 판매원, 포장 작업 등의 사회적 거래와 비즈니스 모델을 통해서 일 훈련 경험과 경제적 결핍 문제해결의 기회를 제공한다.
인식개선사업	홈리스월드컵 등의 인식개선사업을 통해 사회통합에 이바지한다.

● 키워드 / 조직을 잘 표현할 수 있는 키워드를 3개 작성해 주세요.

Ex. #환경 #IT #기술 #사회복지 #알권리 #성소수자 #인권 #장애인...

#홈리스 #주거권 #일거리

■ 제2장 문제정의와 문제해결 프레임워크

● [문제정의] 해결하고자 하는 문제는 무엇인가?

필요성과 중요성을 중심으로 기술 (왜 문제이고 누가 이 문제에 대해 영향을 받는지 설명)

1. 노숙의 결정적 요소 중 가장 큰 비중을 차지하는 경제적 빈곤 문제

우리나라 홈리스(Homeless, 노숙·비적정 주거 거주민 등의 주거 취약/위기 상태에 놓인 사람)의 발생 원인은 ‘빈곤’과 ‘경제적 결핍’이라는 사회구조적 문제가 주요 요인이다. 심각한 부채, 임대료로 인한 고통을 경험하는 비율이 상당히 높으며, 부채 증가로 인한 신용불량 혹은 파산, 임대료 연체로 인한 퇴거, 직장에서의 해고 등의 경제적 요인이 노숙을 하게 되는 결정적인 요인에 약 80%에 해당한다.¹ 서울시 실태조사(2020년도)에 따르면, 코로나19 상황에서 홈리스가 가장 필요로 하는 지원도 ‘일자리(53.1%)’, ‘주거(51.7%)’, ‘급식(27.2%)’ 순으로 일자리를 원하는 비율이 높았다. 홈리스 일시보호시설에서는 ‘일자리(72.6%)’ 비율이 매우 높은 욕구로 나타났다. 즉, 일자리는 홈리스 문제의 예방과 해소에 매우 중요하다. 안정적인 일자리는 주거 상태를 상향할 수 있는 기반이 되며, 주거 유지에도 필수적이다.

공공에서도 ‘노숙인 일자리’를 제공해 오고 있지만, 공공의 ‘노숙인 일자리’는 ①수요와 비교해 턱없이 부족한 공급, ②짧은 고용 기간, ③낮은 임금이라는 큰 문제를 가지고 있다. 또한 공원 또는 노숙인 시설 내에서 청소하거나 업무를 보조하는 역할이 대부분으로 ④일자리의 다양성과 ⑤낮은 자기 결정권의 문제를 가지고 있다.

‘노숙인 일자리’에 대한 공공의 발굴 노력 및 개선 활동과 더불어 민간의 다양한 참여가 매우 절실한 상황이다. 하지만 시장 논리에서 민간 기업이 홈리스를 고용하는 것은 정책적으로 마련된 인센티브가 없어 매력적이지 않으며, 홈리스 상태에 놓인 사람은 중첩된 결핍 요소로 인해 ‘함께하기 어려운 대상’으로 인식되고 있어 기업에서 일자리를 자발적으로 고려하고 제공하는 것은 매우 드문 일이다.² 심지어 사회적경제 영역에서도 정부 보조금을 지원받는 ‘자활기업’을 제외하고는 홈리스 상태에 놓인 사람들의 경제적 결핍을 해결하고자 미션과 비전을 세우는 기업은 좀처럼 생겨나지 않고 있다.

2. 정책 지원 대상에서 배제되었던 ‘노숙인 등’ 범위의 확장 필요

「노숙인복지법(노숙인 등의 복지 및 자립 지원에 관한 법률)」이 시행(2011년 제정, 2012년 시행)된 지 10년이 넘었다. 그 이전에는 홈리스를 지원하기 위한 구체적인 법체계가 없었다. 법 제정으로 홈리스에게 주거와 급식, 의료, 고용을 지원할 수 있는 근거가 마련된 것이니 상당한 의미가 있다. 하지만 관련 법이 제정되고도 여전히 많은 홈리스의 삶은 크게 나아지지 않고 있다.

정부는 「노숙인복지법」으로 지원할 정책 대상을 넓은 범위의 ‘홈리스’가 아닌, ‘노숙인 등’이라는 ‘등’을 넣은 모호한 개념으로 정의하여, 조사 및 지원 등 정책 실행에 있어 굉장히 좁은 의미의 대상만을 지원하고 있다. 이로 인해 복지 사각지대가 계속해 만들어지는 악순환이 거듭되고 있다.

「노숙인복지법」은 ‘노숙인 등’을 ‘상당한 기간 동안 일정한 주거 없이 생활하는 사람’, ‘노숙인 시설을 이용하거나 상당한 기간 동안 노숙인 시설에서 생활하는 사람’, ‘상당한 기간 동안 주거로서의 적절성이 현저히 낮은 곳에서 생활하는 사람’으로 정의하여 포괄적으로 정의하는 듯하지만, 실상은 오직 ①(연구 조사관들이 정해진 시간에 일시 집계를 통해 확인되는 극히 일부의) 거리 홈리스, ②노숙 복지시설(에 등록된) 이용인과 더불어 오직 ③(쪽방상담소에 등록된) 쪽방 거주자만을 정책 대상으로 인정하고 있다. 이에 따른 2019년 기준 정부 통계의 전국의 ‘노숙인 등’은 총 16,516명이며, 서울에는 전국에서 가장 많은 9,759명이 있다. 일례로 실제로 ‘노숙’ 상태에 있으나 과거 ‘노숙인 시설’을 이용한 경험이 없는 사람이 「노숙인복지법」을 근거로 의료, 고용 등의 복지 지원을 받기 위해서는 스스로 ‘노숙인 시설’을 찾아가 ‘노숙인’으로 ‘등록’을 해야만 한다. 그렇지 않으면 복지 지원을 받을 수 없기에 어쩔 수 없이 ‘노숙인’으로 등록해야 하는 것이다.

이는 「노숙인복지법」에서 정의한 ‘주거로서의 적절성이 현저히 낮은 곳에서 생활하는 사람’에 대한 정책 대상자를 오직 ‘쪽방 주민’만으로 협소하게 인정하기 때문에 발생하는 문제다. 우리 정부는 고시원에서 거주하는 150,000여 명의 사람, PC방·만화방·찜질방·여관·여인숙 등 비주택에 거주하는 가구로 집계되는 370,000여 명의 사람을 포함해 비정적 주거 거주민 462,630명(2020년 통계청 인구주택총조사)의 사람들을 정책 대상에 포함하지 않음으로 빈곤과 소외를 방치하며 양산하고 있다.

서울 종로 국일고시원 화재 참사 사건(2018년)과 신림동 반지하 일가족 침수 사건(2022년)을 기억할 것이다. 소외와 빈곤을 ‘우리’의 문제가 아니라 ‘그들’만의 문제로 치부하고, ‘주거’를 인간 존엄을 위한 기본권이 아닌 물화 개념의 ‘투기’만으로 바라보았을 때, 최소한의 사회적 안전망이 되어주어야 할 정부마저도 주거빈곤 대상을 노골적으로 정책에서 최대한 배제하였고, 우리 사회는 차별과 불평등으로 발생한 민낯의 비극을 마주해야 했다.

빅이슈코리아는 2010년 7월부터 매주 ‘빅이슈 판매원’을 모집하기 위해 직접 거리를 나서고 있다. 지금까지 559명(2022년 6월 기준, 중복 수 포함 총 1,267명)에게 빅이슈 판매 일 훈련 경험 서비스를 제공했다. 이들은 실제로 노숙 위기 또는 노숙 상태에 있는 홈리스이지만 이들 중 약 절반가량은 ‘노숙인 시설’을 이용한 경험이 없기에 정부 기준의 ‘노숙인 등’에는 포함되지 않은 사람이 되는 현실이다.

빅이슈코리아는 창간 이후로 줄곧 통계조차 잡히지 않은 복지 사각지대에 놓인 ‘주거취약계층’ 홈리스와 파트너로서 함께 일해왔다. 지난 시간 이들이 가진 다양한 배경에서의 결핍 요소를 함께 해결하는 방향으로 자립을 도우면서 많은 벽에 부딪혀야 했다. 더불어 좀 더 촘촘한 사회 복지의 지원과 권리 보호 그리고 사회적 안정망에 대한 정책적 변화의 필요성을 절실히 느끼게

되었다.

3. 주거권 보장에 대한 강화 필요, 재난 상황에서 심각한 인권침해를 받았던 국내 홈리스 상황

인권에 관한 가장 권위 있는 국제 규범인 유엔 <경제적·사회적 및 문화적 권리에 관한 국제규약(The International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights)>, 세계인권선언 그리고 「대한민국헌법」에서도 모든 시민의 주거권, 노동권, 건강권을 규정하고 있다.

유엔 주거권 특보 파르하(Farha)는 “홈리스 상태와 비적정 주거는 ‘적절한 주거에 대한 권리’와 ‘차별받지 않을 권리’뿐만 아니라 생존권, 안전권, 건강권 등 여러 측면의 인권을 심각하게 침해한다”라고 밝히며, 정부는 홈리스 문제에 즉각적으로 대처할 법적 의무가 있고, 각 정부가 지속 가능 발전목표의 기한인 2030년 전까지 홈리스의 종식을 최우선 순위에 둔 주거전략을 수립할 것을 촉구했다(2015). 유엔 사회권위원회도 2017년 한국 정부에 대한 제4차 최종권고를 통해, 홈리스 문제의 근본적인 원인을 다루는 전략이 부재한 점을 우려하며, 홈리스 문제를 해결하기 위한 장기전략을 제시할 것을 촉구했다(UN CESCR, 2017). 또한 코로나19 상황이 발생하자 유엔의 파르하(Farha)는 특히 거리에 있는 모든 홈리스에게 즉시 숙소를 제공하고, 영구주택으로 이주할 수 있도록 지원할 것을 권고하였다.

하지만 국내의 주거권 보장으로 나아가는 길은 더디기만 하다. 한국 정부는 2020년 발표한 「주거복지 로드맵 2.0」에서 비적정 주거 거주 가구에 대한 공공임대주택 공급을 확대하는 정책을 포함하겠다고 발표하였지만, 장기전략이 부재할 뿐 아니라 개별 주거복지 프로그램에서도 여러 문제를 가지고 있다. ①홈리스가 접근 가능한 공공임대주택은 주거취약계층 주거지원사업을 통해 조금씩 공급되고 있지만, 공급량이 여전히 절대적으로 부족한 상황이며, ②주거급여는 실주거 비용과 비교해 보장 수준이 낮고 대상층에 대한 차별이 존재한다. 또한 ③주거 품질에 대한 규제가 없어 주거빈곤 가구의 주거환경이 개선되지 않고 있다. 그에 따라 쪽방, 고시원 등에 거주하는 홈리스의 건강권과 생명권을 일상적으로 침해하는 것으로 이어지고 있다. 열악한 위생 시설과 채광, 환기, 습기, 곰팡이, 소음, 해충 등은 건강권을 침해하고 있으며, 적절한 냉난방시설이 설치되지 않아 극심한 추위와 더위에 노출되고 있다. 인화성이 높은 재료로 건축하거나 대피하기 어려운 구조로 설계된 쪽방, 고시원, 판잣집, 비닐하우스 등은 화재나 자연재해로부터 생명권조차 보장하기 어렵다.

코로나19 위기 상황에서 유엔 주거권 특보 파르하(Farha)는 홈리스 인권침해 방지와 보호조치를 위한 <코로나19 지침>을 발표해 취약계층의 주거권을 지속해서 보장하고, 위생 및 치료를 위한 시설에 대한 접근과 식량권을 보장하여 건강권을 보장하도록 권고했다. 그리고 유엔 인권 고등판무관 사무소는 “누구도 소외되지 않아야 한다”라는 원칙을 제시하며, 모든 사회에서 다양한 원인으로 코로나19 관련 공적 정보와 서비스로부터 소외되거나 접근성이 낮은 다양한 소수

자와 극심한 빈곤에 처한 사람 등을 포괄해야 한다고 강조했다(UN OHCHR, 2020b).

미국 및 유럽 국가들은 호텔 시설을 개조하거나 조립식 주택을 만들어 홈리스에게 주거지로 제공하여 주거에 대한 권리와 식량, 식수, 위생에 대한 권리를 보장하였으며, 호주, 미국 등에서는 홈리스에게 방역지침 등 정보 제공과 제도권의 네트워크 확립을 위해 휴대전화 공급을 강조하고, 홈리스가 있는 곳으로 필수품을 전달하였다. 이 국가들은 코로나19로 인한 위기 대응뿐만 아니라 향후 닥칠 재난에 홈리스를 지원하는 체계를 확립하고 궁극적으로 홈리스를 종식해 홈리스 인권을 강화하는 계기를 만들어가려 했다.

하지만 우리나라는 ‘주거 우선’으로 홈리스 정책을 개편하지 않는 가운데 시설 중심의 정책들을 펼쳐갔다. 코로나19 상황에서 국민이라면 당연히 보장되었어야 할 긴급재난지원금 지급 등의 긴급 지원과 예방접종조차 제대로 제공되지 못했다.³ 그러한 가운데 생존을 위한 기본권으로 당당하게 보장받아야 할 먹거리 문제조차 인간 존엄과 규정을 심각하게 무시를 당했고,⁴ 코로나19 팬데믹 동안 서울 지역의 거리 홈리스가 갈 수 있는 병원은 단 두 곳으로 축소됐고, 오직 ‘노숙인’들만은 지정한 병원이 아니고서는 다른 병원을 이용할 수 없도록 자유를 제약하여 차별했다. 자가격리를 위해 노숙인 시설에서 입소한다고 하여도 별도의 화장실과 샤워실이 없는 자가격리 공간에서 머물러야 했으며, 시설에서 생활하는 홈리스에게 필요한 프로그램이나 개인 상담 등이 중단된 경우가 많았다. 그 외 광장과 공공역사 등 홈리스가 머물거나 이용하는 공간의 접근을 막거나 의자 철거, 노숙 물품 회수·폐기와 같은 조치가 취해졌다.

코로나19 위기 대응 정책에서 경험하였듯이 우리 사회는 홈리스가 배제되지 않도록 고려하도록 홈리스의 인권을 보장하는 제도 개선과 재난 상황에서의 보호 체계 구축이 필요하며, 홈리스에 대한 일상적인 인권침해 감시와 예방적 조치의 강화가 이루어져야 한다.⁵

4. 여성 홈리스와 장애인 홈리스에 대한 일거리 서비스, 아동·청소년 홈리스의 주거와 자립 프로그램의 필요

‘주거취약계층’ 중에서 여성 홈리스는 보다 다양한 서비스 지원과 필요 사항을 가지고 있는데, 이들을 지원하기 위한 조직과 공공의 예산은 부족한 현실이다. 여성 홈리스 중에는 정신장애, 자녀 동반, 폭력 피해 등의 어려움을 가지고 있는 경우가 매우 많고, 이들이 지역사회에서 생활하기 위해서는 안정적인 주거 제공과 자립 지원 서비스가 동시에 제공될 필요가 있다. 경제적 활동을 하려는 여성 홈리스에게는 자발적인 선택으로 손쉽게 안전하게 참여할 수 있는 일거리가 다양하게 제공되어야 하며, 이러한 일 경험의 기회를 늘려 사회활동을 유도할 때 지역사회 정착률을 높일 수 있다. 하지만 현실에서 이들에게 제공되는 일거리 프로그램은 매우 부족하다. 장애인은 그동안 시설 중심의 지원이 대부분이었고, 탈시설과 더 나은 주거환경을 위한 임대주택이나 지원주택 제공의 활성화도 아직 부족한 단계이다. 위기에 처했을 때 지지해줄 수 있는 가족과 사회적 지지망도 약하며, 장애 유형에 따라 겪게 되는 어려움과 주목해야 할 서비스의

내용도 다르다. 특히나 장애인 홀리스의 노동 능력이나 소득, 정보 접근 등에서 상대적으로 어려운 상태에 있다. 이들에게는 사회복지 제도와 더불어 주거 독립과 주거 상향 및 유지를 위해 손쉽게 접근할 수 있고, 사회적 관계망을 형성할 수 있는 다양한 일거리 서비스가 만들어질 필요가 있다.

아동의 기본적인 주거에 대한 권리는 우선하여 보장되어야 한다. 위기 상황에 있는 아동·청소년에 대한 초기 개입과 생활할 집이 없는 아동·청소년을 위한 주거 대책, 정보 접근을 방안은 여전히 보완이 필요한 상황이다. 이들의 안정적인 자립을 위해서는 거처에서 스스로 생활할 수 있도록 독립생활을 교육 및 지원해야 한다. 그뿐만 아니라 아동·청소년 홀리스가 주체적이고 더 나은 목표를 설정해 성장하며 자립해나갈 수 있도록 동기부여 하는 프로그램도 매우 중요한데, 이러한 방향에서의 지원과 사회적 관심은 적은 상황이다.

1 경제적 요인 외에도 사회로부터 '제도적 연계단절'을 겪거나 '주위에 도와줄 사람이 아무도 없다'라고 느끼는 사회적 지지망 결핍을 경험하며 사회제도로부터 체계적으로 단절되는 경험이 높은 비중을 차지한다. 더구나 거리 생활을 경험한 노숙의 절반 이상은 개인적 장애 요인을 보유하고 있는데, 경제적 빈곤과 결합할 때는 '노숙' 상태에 놓이게 된다. - 보건복지부 연구 <노숙인 발생원인 규명 및 주류복지체계 연계방안>(2014년, 정원오)

2 홀리스의 경제적 결핍을 해결하는 활동에는 반드시 주의해야 할 점이 있다. 경제적 결핍은 중요한 요인으로서 이에 대한 대책이 중요하지만, 경제적 대책으로만 기울어지는 것은 반드시 경계해야 한다. 홀리스는 경제적 결핍 외에도 다양한 결핍과 위험 요소에 노출되어 있고, 그러한 복합적인 요인이 상호 작용한 결과이므로 대책도 종합적인 관점에서 마련되어야 한다. 홀리스에 대한 심리상담, 정신과적 치료, 육체적 장애에 대한 재활 서비스, 알코올의존증 치료 서비스, 재무 상담과 신용회복 서비스, 자아존중감 향상 프로그램 등 다양한 결핍 요소를 보완하거나 치료하는 서비스가 결합이 되어야 성공적인 탈 노숙에 이를 수 있기 때문이다. (보건복지부 연구 <노숙인 발생원인 규명 및 주류복지체계 연계방안>(2014년, 정원오) 중) 또한, 자본주의와 시장경제는 구조적으로 빈곤과 '노숙' 문제를 발생시키면서 동시에 홀리스 당사자에게 자립과 자활을 강요하는 프레임을 씌우기도 한다. 따라서 경제적 결핍을 해결하는 활동에서는 홀리스 당사자에게 구조적으로 쉽지 않은 개인의 자립과 자활의 노력을 강조하기에 앞서 기본권으로서의 '주거권 보장'이 이루어지는 사회로 발전하는 것을 바탕으로 우선하는 활동 방향을 가져야 할 것이다.

3 가장 취약한 상태에 있는 거리 홀리스는 저소득층을 대상으로 하는 위기 지원정책에서는 물론 전 국민을 대상으로 하는 가장 포용적인 위기 지원정책에서조차 다수가 배제되었다. 서울시는 2020년 3월 30일부터 5월 15일까지 '재난 긴급생활비'를 지급했는데, 거리 홀리스 중 다수는 주민등록상 주소가 서울이 아니고, 거주 불명으로 등록된 이들이 상당하다는 것을 간과했다. 본 조사 결과 거리 홀리스의 재난긴급생활비 수령 비율은 27.7%에 그쳤다. - 서울특별시 <2020년도 서울시 재난 상황에서 노숙인 등 인권상황 실태조사>

4 '노숙인복지법'과 '식품위생법'에 따라 홀리스를 위한 '집단급식소'가 설치되어야 하지만 공공이 설치·운영하는 '집단급식소'는 단 한 곳도 없는 실정이며, 코로나19 상황 속에서 인간의 급식소들이 임의로 급식을 중단해 먹는 문제에 어려움을 겪어도 공공에서는 별다른 방안을 마련하지 않았다. 지금까지도 '집단급식소' 규정을 따르지 않고 있는, 서울시에서 설치한 유일한 무료급식 시설은 코로나19 팬데믹 상황에서 코로나19 '음성' 판정을 받은 사람에만 급식을 제공하기도 하고, 65세 이상에게는 급식을 중단하기도 했으며, 개인정보보호법에도 위반되는 전자 태그 방식의 회원증 제도를 만들어 누구나 식사를 하지 못하도록 문턱을 높이는 방식으로 운영하였다. -

5 서울특별시 <2020년도 서울시 재난 상황에서 노숙인 등 인권상황 실태조사>

● [프레임워크] 우리 조직이 사용하는 프레임워크(문제해결 모델)

프레임워크 소개 : 타깃 및 접근 방법 등

1. 프레임워크 소개

빅이슈코리아의 미션은 “자조의 노력과 사회적 거래, 비즈니스 솔루션을 통해 기회를 창출하여 빈곤을 해체한다(The Big Issue exists to dismantle poverty by creating opportunity, We do so through self-help, social trading and business solutions)”이며, 미션을 달성하기 위해 아래와 같은 문제해결 모델을 가지고 있다.

1> 타깃 : 주거 취약/위기 상태에 놓인 사람 - 홈리스

주거빈곤층에 대한 폭넓은 참여자 지원과 사회 인식개선을 위하여 빅이슈코리아는 ‘노숙인 등’을 ‘UN 기준 홈리스’에 준하여 ‘홈리스(Homeless)’라 명명하고, 이들의 자립을 지원한다.

※ 홈리스에 대한 UN 기준

- 1> 집이 없는 사람과 옥외나 단기보호시설 또는 여인숙 등에서 잠을 자는 사람
- 2> 집이 있으나 UN의 기준에 충족되지 않는 쪽방, 비닐하우스 등에 사는 사람
- 3> 안정된 거주권과 직업과 교육, 건강관리가 충족되지 않는 사람

2> 문제해결을 위한 빅이슈코리아의 홈리스 자립 지원 솔루션 모델

주요 목적사업의 활동과 성과 목표

- ① **홈리스 대상자의 모집(발굴) 활동** ▶ 사각지대에 놓인 홈리스가 노숙 위기 상태를 벗어날 수 있도록 그들에 적합한 일 훈련 경험 서비스를 개발 및 제공한다.
- ② **주거 상향 및 안정 지원** ▶ 주거 우선 지원(Housing First) 방향으로 주거 상향(거리→고시원→임대주택 신청)을 지원하고, 월세 걱정 없이 자립하도록 ‘빅이슈 자활장려 주거비’ 지원
- ③ **일 훈련 경험 서비스** ▶ 인간 존중을 바탕한 일 훈련 경험 서비스를 통해 홈리스의 빈곤 해결과 사회관계 형성을 돕는다. 이러한 경험을 쌓아 재취업에 성공해 지역사회에 정착하는 힘을 기르게 한다.
- ④ **자립 지원 프로그램** ▶ 다양한 자립 지원 프로그램의 참여 기회를 제공하고, 수혜 대상자가 선택할 수 있도록 한다. 각각의 결핍 요소를 해결하고, 인간관계를 회복할 수 있도록 지원한다.
- ⑤ **사회공헌 기획/협력 사업** ▶ 홈리스를 위한 민간 차원의 자립 지원 생태계 네트워크를 구축하여 대상자의 더 나은 자립 활동을 돕는다. 이는 사회복지 비용을 절감하는 효과를 가진다.
- ⑥ **인식개선사업** ▶ 홈리스에 대한 사회 인식을 긍정적으로 변화시키며, 주거권 보장과 주거빈곤에 대한 문제를 알리고 공감할 수 있는 프로젝트를 펼친다.

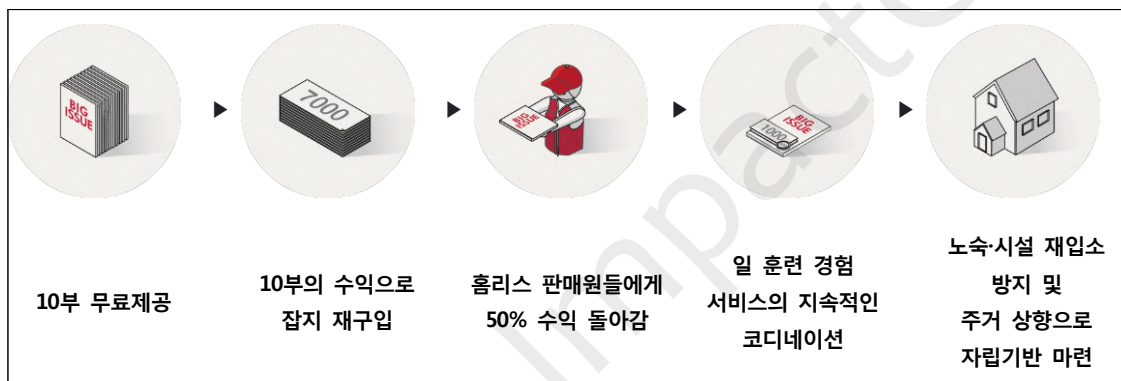
Activity 주요활동	Output/Milestone 산출/마일스톤	Outcome 성과/기여 목표
①홈리스 대상자 모집/발굴	○ 거리 아웃리치 활동/무료급식소/홈리스 시설/고시원 방문, 주거복지센터 협조	노숙 위기 상태 벗어남 ○대상에 적합한 일 훈련 경험 서비스 개발 및 제공
②주거 상향 및 안정 지원	○임시 주거 지원 통한 노숙 방지 ○빅이슈 자활장려 주거비 지원 통한 주거 유지 ○매입임대주택 신청/입주 ○주거복지 자원연계	주거 상향/유지 및 안정 ○재노숙/시설 재입소 방지 ○안전하고 회복력 있는 보금자리 마련 ○가족관계 회복
③일 훈련 경험 서비스	○일 경험 제품과 상품 제작 ○신입/정식 빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스 지원 : 심리 안정 및 코디네이팅(대면, 유선)/배분처 운영/카드단말기 수수료 지원/무료 잡지/입출금 서비스/신간 설명회 ○여성 홈리스 포장 일거리 서비스 운영	경제적 자립 활동 통한 동기 부여/자기 효능감 성취 및 경제적 빈곤 문제해결 기회 제공 ○경제적 자립 활동 성과(소득, 일 경험 활동) ○주거 유지 비용 마련 ○재취업 활동 기반 마련
④자립 지원 프로그램	○심리/정서 지원 ○생활 습관 코칭(신용회복, 성인지 감수성·성희롱 예방 교육, 정리수납 교육 지원 등) ○건강회복을 위한 진료 및 치료 ○외로움 방지 ○기초생계지원 ○취업/교육지원 ○지역사회 인프라 구축	개인의 결핍 요소 해결 및 인간관계 회복 ○시민권/신용회복 ○가족관계 회복, 사회적 지망 형성 ○건강회복 및 치료 ○심리적 안정 ○알코올/중독 문제해결
⑤사회공헌 기획/협력 사업	○빅동(빅이슈 판매원 판매도우미) 자원봉사 운영 ○기업 사회공헌 제안/협력 ○공익성 광고 협력 활동	사회적 지지 그룹 형성, 사회복지 비용 감소 ○민간 차원의 자립 생태계 지원 네트워크 구축 ○노숙 및 시설 입소 방지에 따른 사회적 비용 절감
⑥인식개선사업	○홈리스월드컵 대한민국 국가대표팀 운영, 대회 출전 ○주거권 보장을 위한 언론 및 콘텐츠 홍보 ○국내외 협력, 캠페인 활동	사회적 인식변화 ○주거권 보장 및 주거빈곤 문제 공론화 ○홈리스 상태에 놓인 사람에 대한 이해와 존중 ○다시 일어설 수 있는 기회 제공의 필요성 알림

[그림 1] 빅이슈코리아 홈리스 자립 지원 솔루션 모델

2> 빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스 시스템

빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스는 주거 취약/위기에 놓인 사람(홈리스)에게 가장 문턱이 낮은 일거리로써 지속가능한 일 경험 기회를 제공한다. 그럼으로써 차별과 불평등 구조를 개선하며 절대적 빈곤 상태에 있는 홈리스가 당면한 고통을 완화하고 경제적 결핍을 극복하기 위한 활동을 지원한다.

빅이슈코리아는 수중에 돈이 없고, 의식주 어느 것 하나 기반이 없는 이들이 《빅이슈》라는 잡지를 자립의 도구로 삼아 다시 일어서는 데 기여하고 있다. 홈리스 판매원에게 조건 없이 무료로 제공되는 7천 원의 잡지 10권은 첫 판매수익 7만 원이 되어 다시 사회적 거래를 하기 위한 마중물이 된다. 그 수익으로 무료급식이 아닌 스스로 먹고 싶은 음식과 옷, 생필품을 구매하며 사회적 경제활동을 다시 시작할 수 있다. 또한 거리에서 잡지를 판매하며 만나는 자립 활동을 지지해주는 독자들을 통해 심리적 안정감과 더 큰 자립의지를 갖게 된다.



[그림 2] 빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스

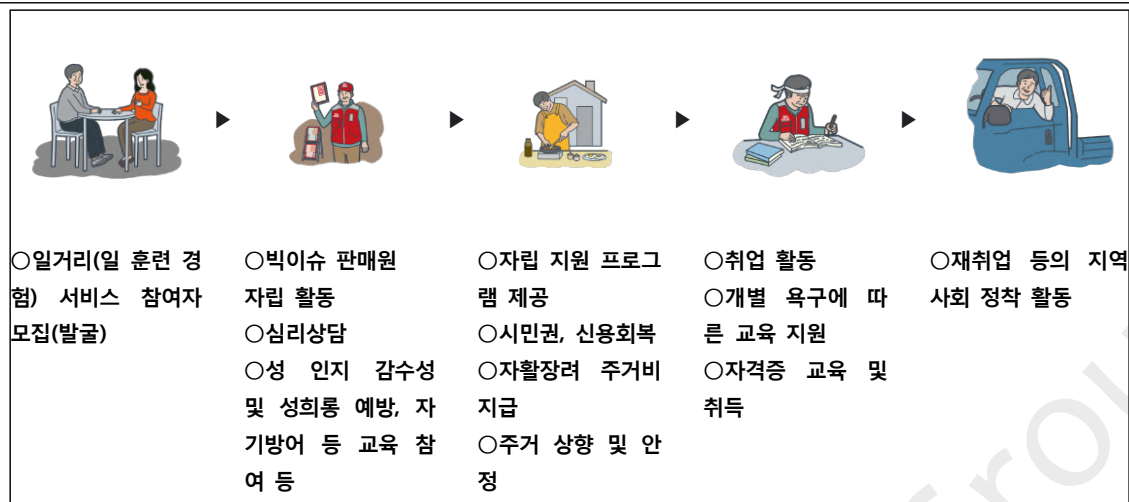
빅이슈코리아가 주거빈곤층에게 제공하는 것은 한 끼 식사가 아닌 뜨거운 자립의 경험이다. 스스로 활동을 통해 다시 일어서는 경험, '내가 할 수 있구나'라는 자존감과 자아 효능감을 회복하게 하는 것이 빅이슈 판매원 일 경험 훈련 서비스의 취지이다.

빈곤에 이르는 다양한 배경과 결핍 요소를 가진 홈리스는 넘치는 근로 의욕과 자립 의지를 가졌다 하더라도 주거 취약/노숙 상태에서는 빈곤의 굴레로 인해 개인의 노력으로 합법적인 일을 해 고정적으로 돈을 벌거나 안정적인 주거지를 마련해 다시 일어서기가 매우 어렵다.

빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스는 홈리스에게 가장 문턱이 낮은 일거리로 특별한 기술이 없어도 누구나 의지만 갖는다면 손쉽게 시작할 수 있으며, 지속적인 코디네이션을 통해 결핍 요소를 해소해나가며 주거 유지와 상향으로 자립기반을 마련하도록 지원한다.

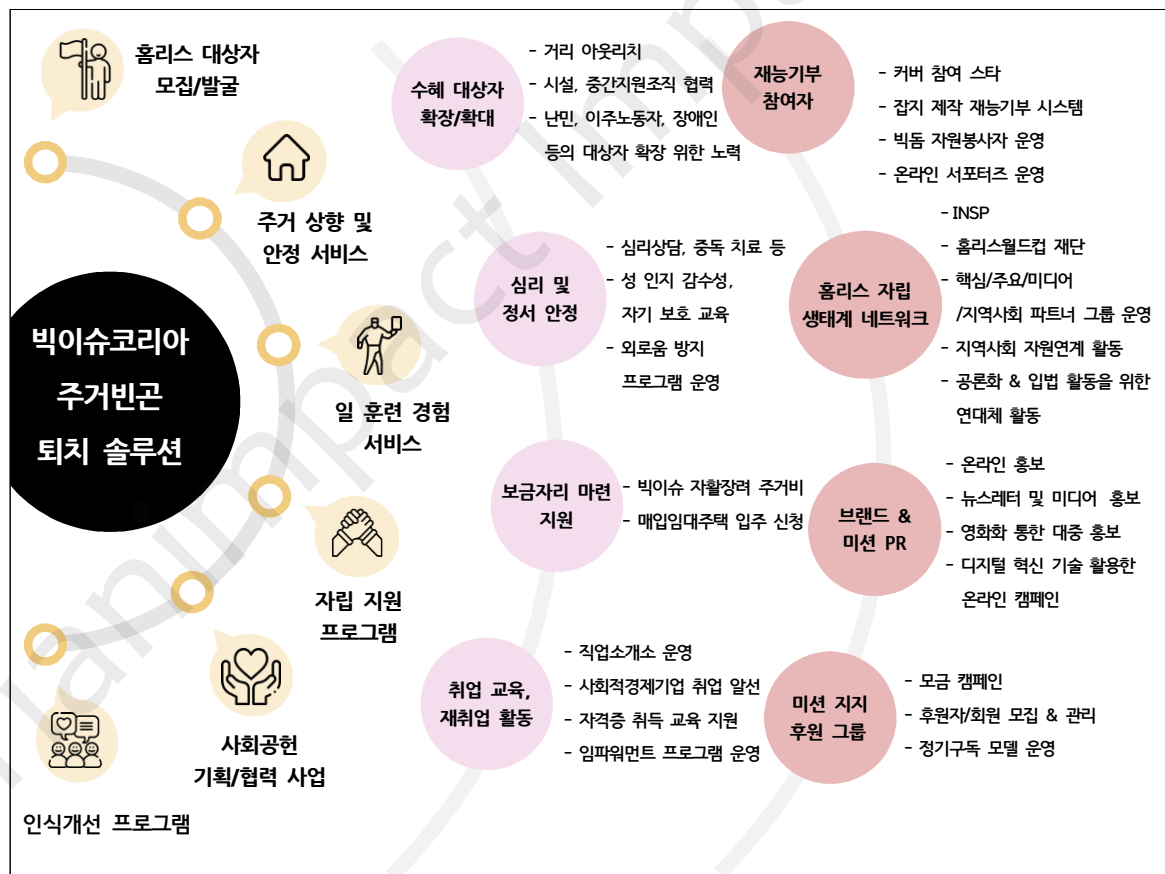
3> 빅이슈코리아의 홈리스 자립 지원 단계와 공익목적 사업 체계

빅이슈코리아는 홈리스가 현재의 상태에서 벗어나고자 할 때 주거와 일거리를 우선 제공하고, 당사자의 입장에서 주체적으로 문제를 풀어나갈 수 있도록 다양한 자립 프로그램을 제공하며, 그들이 자신의 속도에 맞춰 당당하게 더 나은 삶을 위한 희망을 외칠 수 있도록 돕는다.



[그림 3] 빅이슈 판매원 자립 지원 단계

빈곤을 해체하기 위해 빅이슈코리아는 불평등과 차별을 넘어 인간 존중을 바탕으로 공생과 연대의 가치를 추구하는 방향으로 공익 목적사업 체계를 만들고 발전시켜 나가고 있다.



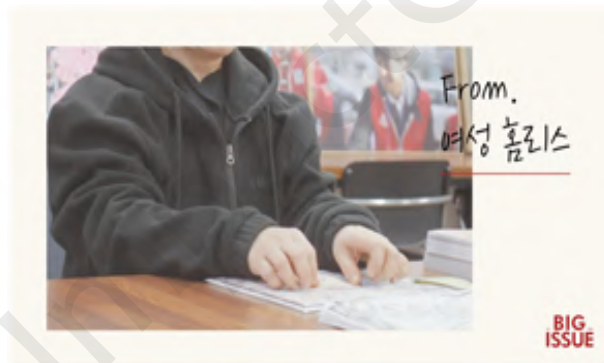
[그림 4] 빅이슈코리아 공익 목적사업 체계

4> 여성 · 청소년 홈리스를 위한 미션 활동 확장

○ 여성 홈리스의 일거리 부족 문제를 해결하기 위한 《빅이슈》 포장 일거리 서비스 운영

빅이슈코리아는 기존에 자원봉사자들의 참여로 이루어지던 《빅이슈》 정기구독자를 위한 발송용 포장 작업 등을 여성 홈리스를 위한 일거리 서비스로 개발하였다. 여성 홈리스 시설과의 긴밀한 협력을 통해 단시간 일거리를 만들어 현재는 여성 홈리스의 손작업을 통해 전국으로 《빅이슈》의 정기구독 잡지가 포장되어 배송되고 있다.

정기구독이 늘어날수록 여성 홈리스의 일거리가 늘어나는 비즈니스 가치 모델이 시작되었고, 이를 더 확대하기 위한 프로젝트도 준비하고 있다. 포장 일거리 서비스를 더 나은 일 훈련 경험 모델로 만들어 여성 홈리스의 삶의 감각을 일깨울 여러 정서 지원 프로그램과 결합하여 지역사회 정착을 돕고 있다.



○ 청소년 홈리스를 위한 임파워먼트 프로그램으로 '홈리스월드컵' 훈련 및 대회 참여

2010년도부터 참여해온 홈리스월드컵은 '공 하나로 바뀌는 세상'이란 슬로건으로 주거빈곤 문제의 해결을 비전으로 전 세계 50개국 500여 명이 참여하는 국제축구대회다. 홈리스 개인의 삶과 그들을 향한 사회적 시선에 긍정적이고 놀라운 변화를 일으키고 있는 대회로서 그 위상이 매우 높다.

홈리스월드컵재단에 따르면, 대회 참여자 94%가 삶의 긍정적 동기부여를 가지게 되고, 83%가 가족과 재회하였으며, 40%가 주거 상태가 개선되고, 28% 재교육에 참여하게 되었다고 한다. 빅이슈코리아는 개인의 심신 건강을 향상하고, 생활을 풍요롭고 다양하게 해주는 경험이 성인보다 청소년 홈리스들에게 더욱 필요할 것으로 판단해, 2015년도부터는 홈리스월드컵 사업의 주요 참여 대상자를 청소년 홈리스로 정하였고, 이에 청소년 홈리스가 대회에 참가하고 있다. 2019년도 웨일스 카디프 시티 대회에서는 선수선발전을 거쳐 8명의 국가대표 선수 중 5인이 청소년 홈리스로 선발되었고, 3개월의 훈련 과정을 통해 출전한 대회에서 역대 최고 성적인 32위를 기록했다. 참가한 선수들은 가족관계 회복, 대학 진학, 취업 등 삶의 긍정적 변화를 맞이했다.



[사진] 2019년도 웨일즈 카디프 시티 홈리스월드컵 선수단 모습

기존 프레임워크와의 차별점(혁신점)

그동안 한국의 노숙 복지가 비가시적인 방식으로 이루어진 시설 중심 체계에서 벗어나지 못한 상황이었다. 이러한 상황에서 빅이슈코리아는 인간 존중과 자기 결정권을 바탕으로 일거리와 주거를 우선 제공함으로써 지역사회에 정착할 수 있는 자립 모델을 운영해온 것은 혁신적인 의미가 있다.

1. 수혜 대상자와 새로운 차원에서의 접근

빅이슈 판매원에서 빅이슈 코디네이터로



[사진] 《빅이슈》에 실린 김형철 코디네이터

김형철 코디네이터는 2010년도 《빅이슈》 창간 당시부터 빅이슈 판매원으로 활동했고, 빅이슈를 통해 임대주택에 입주하고 재취업한 뒤, 빅이슈의 정기후원자가 되었다. 이후 빅이슈 판매원을 응원하는 서포터즈로 활동하다가 2022년 4월부터 빅이슈코리아의 직원이 되어 신입 판매원을 모집하는 거리 아웃리치 담당 코디네이터로 활동하고 있다.

○ 빅이슈는 미션 대상자인 홈리스 판매원과 문제해결을 위한 비즈니스 솔루션의 '파트너'로서 관계를 형성하고, 인간적인 존중을 기반으로 서로를 대하도록 노력한다. 기존 노숙 복지 시스템에서 홈리스를 수혜 대상으로 보는 관점과는 확연한 차이가 있다. 빅이슈는 정부 보조금을 통

해 이뤄지는 자립 지원 체계가 아닌 민간 차원의 비즈니스 솔루션 활동으로서 '자립'과 '지속가능성'이라는 공동의 목표를 설정하고 파트너로서 서로가 상생하는 구조이다.

○ 빅이슈에서는 홈리스 판매원을 포함한 조직원 모두가 활동가 동료로서 존중하는 마음으로 서로를 대하며, 스스로 내린 선택을 중요하게 여기는 조직 문화가 있다. OB(자립한, 판매 활동을 종료한) 빅이슈 판매원들이 빅이슈에서 경험한 특별하고 감사한 점을 표현할 때 스스로의 선택을 존중받은 경험과 자신의 자립 속도와 상황에 대해 충분한 공감받은 점, 동료가 생기고 소속감을 가질 수 있었다는 점이 가장 많이 나오는 이야기다. 그러한 경험은 기존 노숙 복지에 서 잘 경험하지 못한 부분이라고 이야기를 한다.



[사진] 빅이슈 판매원, 코디네이터, 독자가 함께 찍은 사진

2. 시설 중심 복지에서 벗어나 빠르게 지역사회에 정착할 수 있도록 돕는 사회적 거래 및 비즈니스 솔루션 모델

○ 홈리스 판매원은 사회적 거래 활동을 통해 시민들과 동등한 관계를 맺으며 인간관계를 회복하고, 시민들은 홈리스에 대한 인간적인 경험의 기회를 가지게 된다.

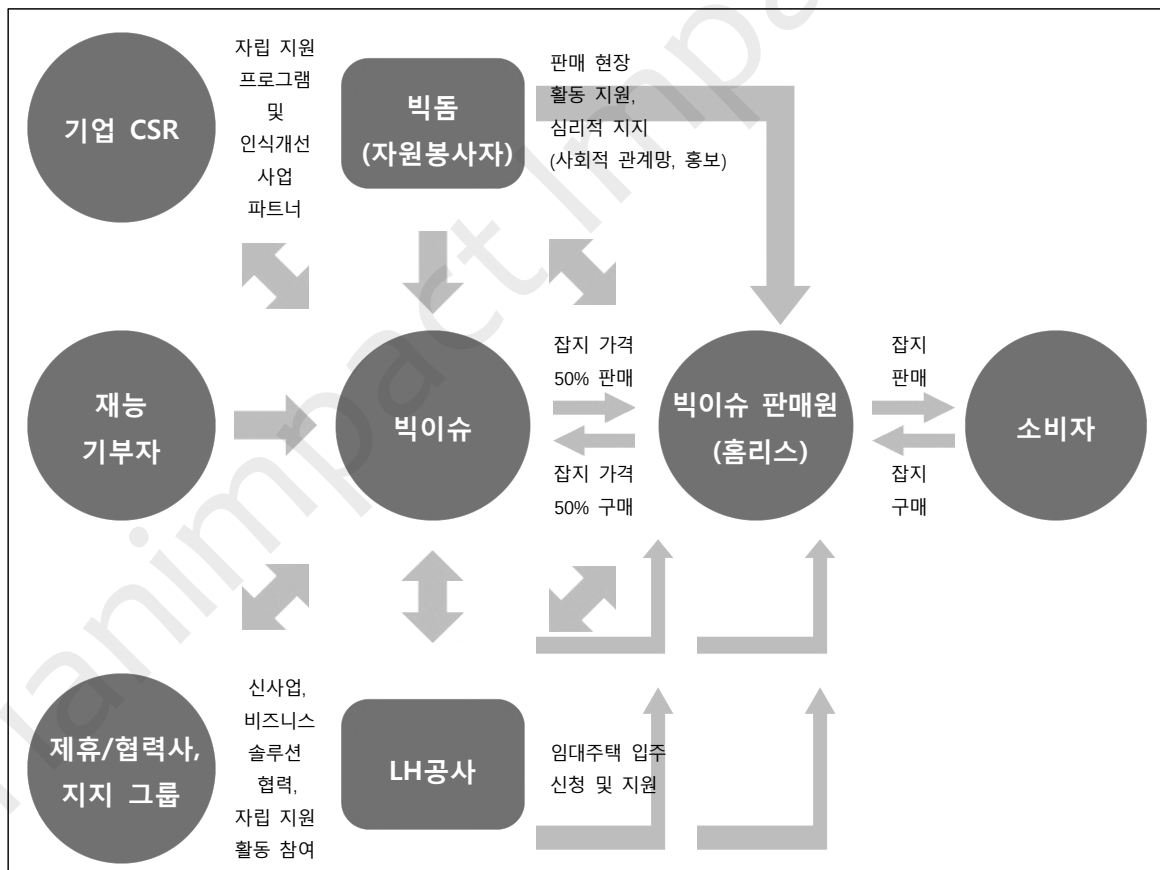
○ (코로나19 팬데믹 이전까지) 빅이슈코리아는 공익법인이면서도 사회적기업으로서 후원에만 의존하지 않고 비즈니스 솔루션을 통해 홈리스 자립 지원 체계를 지속할 수 있는 구조로 운영되어 왔다. 코로나19 이후, 디지털 전환 등의 활동으로 변화된 시장과 환경에 맞춘 적합한 비즈니스 모델로의 변화를 추구하고 있다.

○ 빅이슈는 소비, 자원봉사 등 대중의 참여와 지지로 완성되는 취약계층 자립 솔루션이며, 그에 맞는 콘텐츠 제작 역량 및 소통 전략을 추구하고 있다.

○ 미디어 매체로서 독립적으로 활동하며, 끊임없는 노력으로 복지 사각지대에 있는 미션 대상을 다양한 방법으로 발굴하고 있다.

○ 홈리스 상태에 있다가 빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스 참여를 하게 되면, 즉각 거리 노숙 생활에서 벗어나 거주지를 마련하고 유지할 수 있도록 지원한다. 더 나아가 안정적인 보금자리까지 마련하도록 돕는 시스템이 구축되어 있다.

○ 일 훈련 경험 서비스에 참여하는 모든 홈리스 판매원은 자신이 벌어들인 거리 판매 수입의 50%를 순수익으로 가져가게 된다.(절반 가격에 잡지를 구매해 두 배의 가격으로 판매한다.) 스스로 노력한 만큼의 수입을 가져갈 수 있는 구조이며, 판매 일시와 휴무를 정함에 있어 자율성이 높으며, 판매처 장소를 정함에 있어서도 기회가 열려 있다. 일 훈련 경험 서비스의 제품인 《빅이슈》 잡지는 표지에 "7,000원 가운데 3,500원이 홈리스 판매원에게 돌아갑니다"라고 명시해 수익 구조 모델을 대중에게 공개하고 있으며, 이를 통해 소비자의 사회적 가치 소비에 대한 이해와 신뢰성 그리고 수익 구조에 대한 투명성을 확보하고 있다.



[그림 5] 《빅이슈》 잡지 판매 비즈니스 모델

○ ‘노숙인 시설’ 입소와 그에 따르는 서비스 및 유지에 발생이 되는 사회비용(정부 예산)을 절감하는 효과가 있다. 뿐만 아니라 빅이슈코리아는 주거(매입임대주택, 자활장려 주거비), 의료, 기초생활품, 신용회복, 취미활동 등 자립에 필요한 다양한 요소들을 자체적인 지역사회 네트워크, 자원과 연계하여 지원하고 있다. 그리고 매입임대주택 운영기관, 직업소개소, 자원봉사 인증기관 등 자립 지원에 필요한 다양한 자격을 보유하고 있다.

○ 빅이슈코리아에는 빅이슈 판매원들이 신입 홈리스 판매원을 교육하고 보듬는 아주 특별한 ‘교육 빅판 프로그램’이 있다. 신입 판매원이 빅이슈에 방문하면 이틀간, 기존에 판매를 잘하던 빅이슈 판매원 옆에서 판매 노하우 및 독자와 소통하는 법, 그리고 거리에서 독자들에게 인사를 전하는 방법 등의 현장 교육 시간을 갖는다. ‘교육 빅판’을 맡은 빅이슈 판매원들은 막막했던 처음의 활동 시기를 떠올리며 성심을 다해 신입 빅이슈 판매원에게 자신이 알고 있는 노하우를 전수하고 있다.

○ 홈리스 판매원이 주거 안정을 이루고 재취업을 위한 준비가 되었을 때에는 언제든지 빅이슈 판매원 활동을 종료하고 지역사회에 정착하도록 돕는 문화가 있다. 빅이슈를 떠나 자립하는 것을 권장하고 지지하는 문화에서 판매원은 보다 빠르게 빅이슈 판매원 활동을 종료하게 된다. 판매를 잘하고 있는 판매원을 좀 더 빠르게 종료하도록 돕고, 다시 거리에서 신입 판매원을 모집해 처음부터 다시 교육을 시작하고 적응을 돕는다. 이는 시장의 영업원 관리 논리와는 정반대되는 것이지만, 빅이슈가 추구하는 운영 방식이다.

○ ‘노숙’과 관련된 매우 부정적인 사회 인식을 개선하기 위해 빅이슈코리아는 브랜드 아이덴티티 전략을 수립하고 대내외적인 커뮤니케이션을 진행한다. ‘《빅이슈》’와 ‘빅이슈 판매원’에 대한 브랜딩을 통해 대중이 홈리스에 대하여 이해하고, 긍정적인 관계로 발전하고 지지할 수 있도록 공감대를 쌓아가는 PR 활동을 지속하고 있다.



● 프레임워크를 활용한 성공의 경험

본 조직의 문제해결을 위한 프레임워크를 활용하여 성공한 경험에 대해 기술

1. 빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스 성과

1> 정량 성과 / 경제적 성과(2010.07~, 2022년 6월 기준)

○ 빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스 참여자 수

(복지 사각지대에서 직접 실행한 모집/발굴 통해 빅이슈 자립 활동에 참여한 미션 타깃의 수)

: 1,252명(중복자 수 포함 / 중복인원 제외 542명)

○ 빅이슈 판매원과 시민과의 사회적 거래 활동을 통한 거리 판매량 : 2,229,676부

○ 빅이슈 판매원이 경제적 자립 활동으로 가져간 순수익(총 판매 수입의 50% 금액)

: 5,105,674,800원



○ 여성 홈리스를 위한 《빅이슈》 잡지 우편 포장 일거리 서비스 참여자 수 : 628명(누적)

2> SK 사회성과인센티브(SPC) 통한 사회적 가치 측정 성과

○ 2016년도 측정 평가 결과 : (양적)전체 사회 성과 : 총 916,834,602원

(사회서비스 성과 : 175,197,302원, 고용 성과 739,637,300원, 사회생태계 성과 2,000,000원)

※ 전체 참여 기업 중 사회 성과 창출 1위

○ 2017년도 측정 평가 결과 : (양적)전체 사회 성과 : 총 928,042,685원

(사회서비스 성과 : 337,047,325원, 고용 성과 584,995,360원, 사회생태계 성과 6,000,000원)

○ 이후 매년 SPC 통한 사회적 가치 측정을 진행하고 있음

3> 수상 내역 - 빅이슈 활동의 사회적 가치 창출 성과에 대한 인정

2010 <한국 청년상> 특별상 / KYC

2010 <제8회 2010 브라질 리우데자네이루 홈리스월드컵> 최우수신인팀상 / 홈리스월드컵

재단(HOMELESS WORLD CUP FOUNDATION)

2011 <행복한 세상 사진·UCC 공모전> 사진부문 최우수상 / NHN 해피빈재단

2012 <SK 세상 사회적기업 컨테스트> 2등 / SK 행복나눔재단

2013 상표권(업무표장) 등록(등록제 42-0004881 호 / 등록제 42-0004880호)/ 특허청

2016 <2016 대한민국마케팅대상> 상생협력부문 최우수상 / 대한민국마케팅협회

2016 <2016 사회성과인센티브 어워드> / SK / ※ 전체 참여 기업 중 사회적성과 1위

2016 <2016 INSP 어워즈> 베스트 뉴스 피처상 / INSP(International Network of Street Papers)

2016 <2016 사회적기업의날 기념식 유공자 포상> 사회적기업육성 기업부문 국무총리상 / 한국사회적기업진흥원

2017 <2017 사회성과인센티브 어워드> / 사회성과인센티브 사무국(SK)

2018 <2018 사회성과인센티브 어워드> / 사회성과인센티브 사무국(SK)

2019 <2019 사회성과인센티브 어워드> / 사회성과인센티브 사무국(SK)

2019 <제1회 주거취약계층 자활 증진 프로그램 공모> A등급 / 주거복지재단

2019 <제8회 대한민국CSR필름페스티벌> 꿈꾸는사회 부문 고용노동부 장관상 / ㈜이투데이

2019 <LH 주거복지대상> 장려상 / LH

2020 <2020 사회성과인센티브 어워드> / 사회성과인센티브 사무국(SK)

2020 <서울혁신파크 혁신 Awards 5주년 명예의 전당> / 서울혁신센터

2021 <2021년 종교계 공동행사- 모두를 위한 경제 나눔, 또 하나의 섬김> 우수 사회적경제 기업 포상 고용노동부장관상

2. 주거 상향/안정 서비스 및 지역사회 정착 성과

○ '주거취약계층 매입임대주택' 사업 운영기관 운영 통한 임대주택 입주가구 수 : 99호(빅이슈 판매원 48명, 홈리스월드컵 선수 6명, 민들레문학상 수상자 17명 등)



○ '빅이슈 자활장려 주거비' 도입(2020년도~) 및 실험

빅이슈코리아는 2020년부터 홈리스의 '주거권 보장'을 위한 자체 실행 방안으로서 빅이슈 판매원을 대상으로 핀란드의 '주거 우선 지원(Housing First)'의 철학과 '기본소득'을 벤치마킹해 빅이슈코리아

만의 '빅이슈 자활장려 주거지원비'를 도입했다.

'빅이슈 자활장려 주거지원비' 사업은 코로나19 상황에서 홈리스 상태에 놓인 사람들이 자립 의지를 다지며 자존감과 존엄성을 높여 나갈 수 있는 빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스 참여를 유도하는 데 매우 탁월한 효과를 가졌다. 또한 참여한 이들이 중도에 자립을 포기하지 않고, 주거를 유지하며 사회적 관계망 안에서 자립 활동을 이어가게 하는 큰 원동력이 되었다. 이를 통해 재노숙과 시설 재입소 방지 등의 효과가 있었으며, 참여자 개인의 삶에 긍정적인 변화를 만들었다.

참여자들은 경제적 자립과 신용회복, 자격증 취득, 재취업, 결혼을 통한 가정 형성 등의 성과를 얻었으며, '빅이슈 자활장려 주거지원비'를 통해 월세(주거비) 걱정과 부담이 줄어들어 지역사회에 정착해 가는 실질적인 성과를 만들었다.

2021년도 빅이슈 자활장려 주거비는 127,693,270원이 집행되었으며, 2020년도부터 매년 약 1억 원가량의 예산을 집행해 오고 있다. 해당 사업으로 준비한 예산은 2023년 중에 소진될 예정으로 예산 마련을 위한 출구 전략이 필요한 상황이다.

○ 재취업 성과 : 총 53명

○ 자립 지원 프로그램 총 참여자 수(중복 포함) : 1,791명



3. 잡지 《빅이슈》 제작 성과

○ 커버 재능기부 사회 유명인/스타 참여 : 250명+ / 재능기부 참여 신청자 수 : 2,000명+

○ 잡지 《빅이슈》 제작 성과 : 283권(2022년 9월 현재. 1일, 15일 격주간 발행)



4. 지역사회 네트워크 통한 자립 생태계 구축

(건강/치료)열린의사회, 닥터노아, 내이처럼치과, (식사)위허들링, (장례)한마음F&C, (주거)주거복지재단, 주거복지센터, (신용회복)신용회복위원회, (취미)일상예술창작센터 등

5. 인식개선사업 성과

- '빅덤(빅이슈 판매원 판매 도우미)' 자원봉사자 참여 : 9,164명(~2021년도)



- 홈리스월드컵 국가대표팀 국제대회 참여 : 2010~2019년, 10회
- 홈리스월드컵 국가대표 선수로 선발되어 출전한 주거취약계층/홈리스 : 총 75명
- 빅이슈 판매원들의 2010년도 홈리스월드컵 첫 출전기 영화화 추진(2011~2022년도)
- 영화 <드림>(가제) 2023년도 개봉 예정(이병헌 감독, 박서준, 이지은(아이유) 주연)



영화 <드림>(가제) 포스터(초안), 2023년도 개봉 예정

- 주요 방송 미디어 노출 전략 :
KBS <다큐 3일>, <감성다큐 미지수>, <거리의 만찬>, MBC <후 플러스>, <W>, <(다큐)스페셜>
EBS <지식채널 e> 등 적극 노출
- 네트워크와 콜라보레이션을 통한 대중 홍보 및 후원 참여
: 탐스(TOMS)와의 '빅이슈 보타스'(2013년도), SPC삼립 삼립호빵과의 '플러스 호빵'(2020년도), GS리테일과의 빼빼로데이 콜라보 '빅이슈 빼빼로'(2021년도) 프로젝트 등

■ 제 3 장 미래비전

● 해결하고자 하는 문제의 어떤 요소를 해결하려고 하는가?

임팩트 그라운드를 통해 3년간 지속적으로 후원을 받는다면, 어떤 요소를 해결하고 싶은가?

빅이슈코리아가 창립 10주년(창간 12주년)을 맞아 2022년에 새롭게 정의한 미래비전은 “누구도 노숙하지 않을 수 있는 사회, 누구나 적절한 주거를 누릴 수 있는 사회를 시민들과 함께 만들어 간다”이다. 빅이슈코리아는 비전으로 나아가고자 아래와 같이 문제를 해결하고자 한다.

■ 해결해야 할 문제 요소 01

빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스의 업그레이드

기후변화로 인해 폭염, 장마, 한파, 폭설, 미세먼지 등의 경보 발령은 우리의 일상이 되었고, 이제는 코로나19 팬데믹까지 더해져 거리에서 잡지 판매 일 훈련 경험을 통해 자립하던 홈리스 판매원들의 활동은 매우 심각한 타격을 받아야 했다. 거리를 오가는 사람들이 줄어들고, 신간 잡지가 나오면 매번 만나던 독자들은 재택근무 등의 이유로 거리에서 만나기 어려워졌다. 코로나19 바이러스에 대한 불안감으로 사람들은 홈리스 판매원 곁으로 다가와 잡지를 구매하는 비율이 매우 낮아졌다.

디지털과 온라인으로 대변되는 미디어 시장의 거대한 변화의 흐름 속에서 ‘종이 매체’인 잡지를 거리에서 판매하는 활동도 많이 위축되었다. 사람들은 모바일에서 콘텐츠를 소비하고, 유료 콘텐츠들도 디지털판으로 소비하는 비중이 크게 늘어났다.

코로나19 팬데믹이 발생하고 판매원 수는 절반(60~70명대 → 30명대)으로 줄어들었고, 판매원 평균 거리 잡지 판매량도 절반(15~20권 → 8~10권)으로 떨어진 상태이다.

영국 빅이슈는 이러한 위기를 디지털 전환을 통해 기회로 전환시킨 좋은 예이다. 영국 빅이슈는 디지털화되는 시대에 맞춰 일찍이 디지털판을 거리에서 구매할 수 있는 QR코드 판매를 시작했고, 모바일 앱을 통해 디지털판을 구매할 수 있도록 준비했다. 코로나19 팬데믹 기간에는 거리 판매가 전면 중지되자 글로벌 구인·구직 소셜네트워크 앱인 링크드인과 협업하여 앱을 통한 판매 방식을 구축하고, 빅이슈 판매원들에게 태블릿을 제공하고 앱을 통한 모바일 판매를 교육해 온라인상에서 잡지를 판매할 수 있도록 하였다. 결과적으로 코로나19 이전보다 더 많은 판매를 달성하게 되었다. 이 프로젝트는 디지털 혁신의 성과를 인정받아 <2021년도 칸 국제광고제>에서 그랑프리를 수상했다.

빅이슈코리아도 경제적 빈곤을 겪고 있는 홈리스를 위한 일 훈련 경험 서비스가 지속되고, 더

큰 임팩트를 창출해내기 위해 현재 상황에서 정체하지 않고, 임팩트그라운드 사업을 통해 혁신 활동을 펼치고자 한다.

- ① 디지털 혁신 기술을 통해 종이 매체의 한계를 넘어 디지털 전환을 이룬다.
- ② 서울/부산에만 집중되었던 사업을 전국으로 확장하여 더 많은 주거빈곤층에게 자립의 기회를 제공하고 지역사회 시민들에게 홈리스에 대한 인간적인 경험의 기회를 제공한다.
- ③ 대표 제품/상품이 하나밖에 없기에 제품/상품을 다각화하여 소비자 선택의 폭을 넓게 하고, 매력적인 아이템을 개발한다.
- ④ 비즈니스 솔루션의 고도화를 위해 연구 활동을 펼쳐 현 상황을 점검하고 보다 나은 서비스를 제공한다.
- ⑤ 현재 거리 홈리스에 집중된 수혜 대상자 모집/발굴 활동을 확장하기 위해 해외 빅이슈들을 벤치마킹하여 장애인 홈리스가 참여할 수 있는 시스템을 구축하고 일 경험의 기회를 제공한다.
- ⑥ 수혜 대상자와 지역사회에 정착한 이들 중 판매원 코디네이터로의 성장 가능성이 있는 사람을 고용해 일자리 제공의 기회를 마련한다.
- ⑦ 노숙탈피를 위한 데이터베이스 구축과 <노숙 탈출 가이드(가제)> 제작과 배포를 통하여 정보 접근성이 낮아 주류 복지 체계를 이용하지 못해 어려움을 겪고 있는 홈리스를 돕는다.

■ 해결해야 할 문제 요소 02

‘노숙인 등’에 대한 범위 확장과 홈리스의 권리를 보장하기 위한 인권 활동

홈리스의 인권을 보호하고 권리를 보장하기 위해서는 대상자를 ‘노숙인 등’에 대한 정책 지원 범위를 확장해야 하며, 거리 홈리스의 주거와 의료 지원정책 개선은 시급히 개선되어야 한다. 임시주거지원금 증액이 필요하며, 고시원 최저주거기준을 제정하여 열악한 환경에서 집 아닌 집에서 살아가는 이들이 없도록 조치해야 한다. 지자체 ‘노숙인’ 의료예산 및 진료 시설도 확대해야 한다. ‘주소지 기반 사회복지 서비스’도 개선되어야 하며, 이를 통해 거리 홈리스를 포용하는 사회복지 서비스가 마련되어야 한다.

또한 부적절한 행정 집행이 발생하지 않도록 규제하는 것도 중요하며, 당사자 입장에서의 거리 홈리스 현장 지원 체계 마련이 필요하다.

■ 해결해야 할 문제 요소 03

주거권 보장을 강화하기 위한 (공론화 및 입법) 활동

주거지 상실로 인한 문제는 주거지 제공으로 해결해야 한다. 하지만 중앙정부와 지방정부의 정책 마련과 실행안은 시설 중심의 사고방식에서 벗어나지 못한 경우가 대부분이다. 더군다나 주택법상의 정책이나 주거 정책 관련 공표한 사항이 실행되지 않아도 강력하게 제재를 가할 기구

나 규정 등의 방안이 미비한 것도 큰 문제이다.

우리 사회는 빈곤, 부담 능력 부족으로 적절한 주거를 이용하지 못하는 모든 사람을 위한 지원 체계가 마련되어야 한다. 몸이 불편하거나 노숙 위기 상황에 놓여 있더라도 시설이 아닌 지역 사회에서 주택에 살 수 있는 주거 대안이 제시되고, 소외되고 배제되는 계층과 집단을 포용해 나가야 한다. 고시원 화재 사건, 반지하 침수 피해 사건과 같은 비극이 더는 일어나지 않도록 위기 예방과 대응 방안을 마련할 수 있는 사회가 되려면 공론화와 입법 활동의 사회적인 활동력이 높아지는 것이 반드시 필요하다.

주거 취약/위기 상태에 놓인 사람의 주거권 보장을 강화하기 위해서는 ①주소 기반의 사회보장 제도가 개선되어야 하며, ②임시주거지원사업의 지원 금액, 지원 기간, 사업 홍보 등에서 개선이 필요하며, ③맞춤형 공공임대주택이 확충되어야 한다.⁶ 또한 ④아직은 서울시에서만 조례가 만들어진 '지원주택(Supportive Housing)'은 공급 물량이 대폭 확대하고, 대상 범위를 넓히고, 전국화 사업으로 발전되어야 한다.⁷

■ 해결해야 할 문제 요소 04

여성 홈리스 일거리 서비스 확장

매일 밤 2,900명 이상의 여성 홈리스가 안전한 집 없이 노숙 및 노숙 위기 상태를 경험한다. 여성 홈리스는 성인 남성 홈리스에 비해 공공의 서비스 지원 규모가 매우 적은 대상 집단이다. 여성 홈리스에게 제공되는 일거리 서비스도 매우 한정적이다.

빅이슈코리아는 상대적으로 더욱 취약한 상태에 있는 여성 홈리스를 위해 잡지 포장 일거리 서비스를 개발하여 운영하고 있다. 대상층과 중간지원 조직으로부터 매우 좋은 평가를 받고 있으며 지속해서 관계를 맺고 있다. 하지만 이들에게 제공하고 있는 빅이슈의 포장 일거리 서비스는 일의 총량이 많지 않으며, 매일 이루어지는 작업이 아니기에 높은 소득을 보장하지는 못하고 있다. 따라서 이들에 대한 일거리 서비스를 확대하기 위해서는 사회적 가치와 수익 창출이 지속가능한 신사업 프로젝트를 개발해 운영할 필요가 있다.

⁶ 공공임대주택으로 입주를 희망하는 가구는 60% 이상으로 높다. 주거취약계층 주거지원사업을 통해 공공임대주택에 입주할 의사가 있더라도 제도에 대한 정보가 충분하지 않거나 잘못된 정보로 신청하지 않는 사례도 있다. 주거취약계층 주거지원사업의 연간 공급 실적은 2016년까지 연간 1,000호를 넘지 않을 정도로 적었다. 정부는 공급 물량을 2020~2025년간 총 4만 호(연간 8천 호)로 확대하겠다고 발표했고, 2020년 8월까지 3,379호를 공급했다. (적은 공급 물량의 상황에서) 주거취약계층 주거지원사업의 대상자가 기존 노숙인 시설, 쪽방, 고시원 등에서 최저주거기준 미달 아동 가구, 지하 가구, 가정폭력 피해자 등으로 대상이 확대되어, 수요에 맞는 공급 계획을 수립할 필요가 있다. - 서울특별시 <2020년도 서울시 재난 상황에서 노숙인 등 인권상황 실태조사>

⁷ '노숙인 지원주택'은 2018년 4월 서울특별시의 조례 '지원주택공급 및 운영에 관한 조례'를 통해서 공급되는 공공임대주택으로 3개월 이상 거리 또는 시설에서 생활한 노숙인 중, 알코올의존이나 정신질환으로 치료를 받는 노숙인이 신청할 수 있다. 지원주택은 주택뿐만 아니라 주거 유지에 필요한 복지서비스가 결합된 주택으로 서비스 코디네이터가 밀접하게 서비스를 제공하여 주거 유지를 지원하고 있다. 지원주택은 매입임대와 같이 최장 20년 거주할 수 있고, 거주하는 곳에서 주거 유지 지원 서비스를 제공되어 거주 안정성이 보장된다. 매년 공급 물량은 60호인데, 중독이나 정신질환이 있는 경우 지원주택 입주 의사가 있는 비율이 절반 이상으로 높아 거리, 노숙인 시설, 쪽방 등의 수요에 맞는 공급 계획이 필요하다. 보증금은 300만 원, 월 임대료는 평균 30만 원 수준으로 주거취약계층 주거지원사업이나 영구임대주택보다 높은 문제도 있다. 현재 보증금은 민간에서 후원하고 있지만, 공공의 재정지원 확대를 통해 홈리스가 부담 가능한 적정 임대료를 책정할 필요가 있다.

● 지원금 사용에 대한 아이디어

지원금이 주로 사용될 분야와 사업에 대해, 다양한 아이디어와 장기적인 미래비전을 기술

■ 지원금 사용 분야 01

빅이슈 판매원 자립 지원 일 훈련 경험 서비스의 업그레이드

▶ 기후변화와 팬데믹 상황에서도 흔들리지 않을 수 있는, 홈리스의 경제적 결핍 문제를 해결하기 위한 지속가능한 비즈니스 솔루션으로 거듭나기 위한 방안이 필요하다. 디지털 혁신, 전국화 사업, 제품/상품의 다각화, 고도화를 위한 연구, 장애인 홈리스의 일 훈련 경험 서비스 참여를 위한 시스템 구축, 빅이슈 판매원의 코디네이터로의 성장 지원 등이 필요한 상황이고 이는 빅이슈의 장기적인 비전이기도 하다.

① 디지털 혁신

- '종이 잡지' 비즈니스 모델의 디지털 혁신 방안 마련
 - 디지털 혁신을 통한 온라인 판매 시스템 구축
 - 디지털 기기 장비 마련을 통한 디지털 근무 환경 조성
 - 배분처 및 관리 시스템의 전산화 구축
 - 홈리스 참여자의 디지털 정보 접근 및 활용성을 높이기 위한 디지털 기기 제공(파트너 협력)

② 제품/상품의 다각화

- 신규 제품/상품을 기획 · 제작해 홈리스 자립 지원 사회적 거래 및 수익 모델 확장

③ 전국화 사업(중장기 계획)

- 지역 네트워크 관리 운영 체계 마련
 - 기존의 느슨한 형태의 지역 네트워크 관리 방식에서 벗어나 세밀하게 관리·운영할 수 있는 시스템을 마련하고 지역의 지지 그룹을 조직화함. 이를 통해 다양한 지역의 홈리스에게도 빅이슈의 일 훈련 경험 서비스를 제공하고 지역사회에 브랜드를 홍보함
 - 지역사회 대상으로 한 주거빈곤 문제에 대한 공감대 형성과 인식개선 활동

④ 고도화를 위한 연구(장기 계획)

- 비즈니스 솔루션을 통한 홈리스 자립 지원에 관한 연구 활동
 - 고용이 아닌 '일 훈련 경험 서비스'가 가진 장점에 관한 연구
 - 홈리스 자립 지원 코디네이션의 방향에 관한 연구
 - '빅이슈 자활장려 주거지원비' 사업이 홈리스 자립에 미치는 영향에 관한 연구

⑤ 장애인 홈리스의 일 훈련 경험 서비스 참여 기회 제공

○ 경제적 빈곤을 겪고 있는 장애인 홈리스 빅이슈 판매원 모집 활동 및 참여 체계 구축

※ 빅이슈 글로벌 네트워크 중 호주 빅이슈와 대만 빅이슈에는 빅이슈 판매원 중 상당한 수가 **휠체어를 타는 장애인**이다. 국내는 아직 주거빈곤층인 홈리스에 대한 범위를 「노숙인복지법」의 정책 지원 대상으로 좁게 해석하는 경향이 있어 빅이슈 판매원의 범위를 확장하는 데 어려움이 있다. 장애가 있다 하더라도 《빅이슈》를 판매하는 데 무리가 없는 시스템을 구축하고, 확장된 참여자를 모집/발굴하기 위한 네트워킹과 대책을 마련한다면, 해외 빅이슈처럼 장애인이나 불우한 환경을 겪고 있는 사람 등 폭넓은 대상에게 빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스를 제공할 수 있다. 이는 주거취약계층의 경제적 결핍을 해결하고 지역사회 정착을 돕는 좋은 솔루션이 될 것이다.

⑥ 빅이슈 판매원이 '빅판 코디네이터'로 성장하도록 지원

○ 신입 판매원을 돕는 '교육 빅이슈 판매원'이나 'OB 빅이슈 판매원' 중 '빅판 코디네이터'로 성장 가능성이 있다면, 코디네이터로 성장할 수 있는 역할을 설계해 일거리를 제공함

※ 수혜 대상자의 자립 경험이 개인의 자립으로 활동을 종료하고 나면 사라져 버리는 것이 아닌 수혜 대상자의 욕구를 가장 잘 알고 경험한 사람으로서의 역할을 설계하여 그들이 문제해결을 위한 활동가의 주체가 되는 기회를 제공하고자 한다.

⑦ 노숙 탈피를 위한 데이터베이스 플랫폼 사이트 제작과 <노상 탈출 가이드> 제작과 배포

○ 노숙을 벗어나는 방법을 알지 못해 길 위에 주저앉는 사람이 발생하지 않도록 데이터베이스 플랫폼 사이트를 제작하고, <노상 탈출 가이드> 제작해 배포함

※ 일할 수 있는 기회, 다시 일어설 수 있는 희망이 담긴 자료를 건네는 거리 아웃리치 활동은 더는 내려갈 곳도 선택할 것도 없는 절망의 끝에 서 있는 사람에게 희망이 된다. 시민 참여가 가능한 아웃리치 활동을 설계하여 <노상 탈출 가이드> 배포를 도울 지지 그룹을 형성하고, 참여를 유도한다.

■ 지원금 사용 분야 02

'노숙인 등'에 대한 범위 확장과 홈리스의 권리를 보장하기 위한 인권 활동

① 인식개선 캠페인 활동

○ 홈리스 상태에 대한 이해를 돕기 위한 주요 캠페인 시리즈를 기획해 온라인 캠페인을 펼치고, 지지 그룹을 확대해 감

② 홈리스 인권보호 단체 활동 연대

○ 홈리스 인권보호 단체 활동 협력

○ 홈리스 인권보호 단체 활동 《빅이슈》 지면 광고 협력

■ 지원금 사용 분야 03

주거권 보장을 강화하기 위한 (공론화 및 입법) 활동

○ 주거권 보장 관련 단체 연대 활동

○ 주거권 보장 활동을 위한 공론화 및 입법 활동 펼침

※ 관련 단체들과 연대해 실제적인 공론화 및 입법 활동과 연대체 활동 성과를 창출하고 기본권인 주거권이 보장되는 사회를 만들어 간다.

■ 지원금 사용 분야 04

여성 홈리스 일거리 서비스 확장

여성 홈리스 자립 지원을 위한 신규 일거리 사업으로 ‘한국형 Women’s Bean Project’ 구상

▶ 특별한 기술이 없어도 안전하고 손쉽게 참여할 수 있으며, 시장 발전 가능성이 있는 여성 취약계층 일거리 모델을 여러 해외 사례를 모델로 자료 조사하였고, 그중 가장 적합하다고 판단된 해외 성공사례인 ‘Women’s Bean Project’ (www.womensbeanproject.com)를 **한국 시장과 상황에 맞게 개발 · 구축하고자 한다.**

미국 덴버에 기반을 둔 Women’s Bean Project는 콩을 기반한 식품을 가공 및 포장하며 판매한다. 1989년부터 활발히 활동 중인 자립 사업 모델이다. 이 프로젝트로 1천 명 이상의 덴버 여성이 직업을 유지하고 자립을 향해 나아가는 데 도움이 되는 귀중한 직업과 삶의 기술을 배우도록 도왔다. 콩은 대표적인 단백질 대체원으로 주목받고 있다. 한국형 Women’s Bean Project를 실시하게 된다면, 국산 콩을 원재료로 하여 우리의 건강과 지구의 건강을 취약계층의 일거리 제공을 통해 만들어 갈 수 있을 것이다. 원재료인 콩은 여러 이점이 있다. 첫째, 콩은 그 자체로도 질소를 가두는 효과로 환경에 이로운 작물이며, 둘째, 육고기를 먹는 것보다 온실가스를 10분의 1만큼 줄일 수 있다. 셋째, 질 좋은 국산 콩을 활용하면 원재료의 운송과정에서 발생하는 이산화탄소 배출을 줄여 탄소발자국을 줄일 수 있다.

이러한 프로젝트를 벤치마킹한 시범 사업을 2023년도에는 구체적으로 기획해보는 기간을 가지고자 한다. 이후 장기전략을 세워 구체적인 실행 단계로 넘어가고자 한다. 또한 기존 포장 일거리 서비스의 확대도 지속 실행한다.

● 지원사업의 성과 정의

임팩트 그라운드 지원의 지원을 통해 원활하게 사업이 진행된다면, 어떠한 변화를 ‘성공’으로 정의할 수 있을까요?

■ 성과 정의

: “누구도 노숙하지 않을 수 있는 사회, 누구나 적절한 주거권을 보장받을 수 있는 사회를 시민과 함께 실현해 낸다.”

1. 빅이슈 판매원 일 훈련 경험 서비스의 업그레이드

① 디지털 혁신

- ▷ 일 훈련 경험 서비스 제품/상품의 디지털 전환을 통한 홈리스 판매원의 소득 증대와 법인의 재정 안정성 마련
- ▷ 디지털 기기 장비 마련을 통한 디지털 근무 환경 조성으로 업무 효율 증대
- ▷ 회계 시스템의 전산화로 서비스의 질 향상
- ▷ 홈리스 참여자의 디지털 정보 접근성 및 디지털 활용도 상승(스마트폰/카드단말기 수수료 지원)

② 제품/상품의 다각화

- ▷ 홈리스 판매원의 일 훈련 경험 서비스 질 향상 및 소득 상승, 참여자의 자립심 향상

③ 전국화 사업

- ▷ 지역 네트워크 구축 및 확장 통한 홈리스 판매원 추가 발굴과 경제적 자립 창출
- ▷ 지역사회에서 빅이슈 판매원을 통하여 홈리스에 대한 인간적인 경험 제공 및 주거빈곤 문제에 대한 공감대 창출

④ 고도화를 위한 연구

- ▷ 연구 활동을 통해 현재의 시스템을 분석/보안하고, 전문적인 문제해결 방안 및 솔루션 마련

⑤ 장애인 홈리스의 일 훈련 경험 서비스 기회 제공

- ▷ 장애 홈리스에 대한 벨류체인 구축

⑥ 빅이슈 판매원이 코디네이터로 성장하도록 지원

- ▷ 가치와 의미를 더한 일자리 창출, 현장에 대한 공감대를 높게 형성하는 자립 지원 체계와 문화로 발전

⑦ 노숙 탈피를 위한 데이터베이스 플랫폼 사이트 제작과 <노상 탈출 가이드> 제작과 배포

▷ 노숙을 탈출할 수 있는 다양한 기회를 집약적으로 확인하고 이용할 수 있는 데이터베이스 플랫폼을 구축해 홈리스에게 자립을 위한 정보의 접근성을 제공, <노상 탈출 가이드>를 제작해 거리 아웃리치 커뮤니티 활동 통해 거리 홈리스에게 배포

2. ‘노숙인 등’에 대한 범위 확장과 홈리스의 권리를 보장하기 위한 인권 활동

▷ 인식개선 캠페인 활동 홍보 성과, 지지 그룹 형성 성과
▷ 홈리스 인권보호 단체 연대 활동 성과

3. 주거권 보장을 강화하기 위한 (공론화 및 입법) 활동

▷ 주거권 보장 관련 단체 연대 활동 성과
▷ 주거권 보장 활동을 위한 공론화 및 입법 활동 성과

4. 여성 홈리스 일거리 서비스 확장

▷ 신사업 기획을 통한 여성 홈리스 일거리 서비스 확대 및 자립 지원 강화
▷ 기존 포장 일거리 서비스의 성과

● 스케일업 또는 스케일아웃에 대한 계획

Scale-Up 이란? 조직의 규모와 역량을 강화함으로써, 문제를 해결하려는 방법

Scale-Out 이란? 조직을 분화/모델링함으로써, 문제를 해결하려는 수평적 방법

■ Scale-Up 계획

1. 빅이슈 판매원 자립 지원 일 훈련 경험 서비스의 업그레이드

▷ 세부 사업계획 및 실천으로 3개년 내 업그레이드 활동 펼침

※ 스케일업 활동 시기

항목	활동 시기			
	2023년	2024년	2025년	비고
① 디지털 혁신		→	→	
② 전국화 사업				
③ 제품/상품의 다각화				
④ 고도화를 위한 연구				
⑤ 장애인 홈리스의 일 훈련 경험 서비스 기회 제공				
⑥ 빅이슈 판매원이 코디네이터로 성장하도록 지원		→	→	
⑦ 노숙 탈피를 위한 데이터베이스 플랫폼 사이트 제작과 <노숙 탈출 가이드> 제작과 배포		→		

■ Scale-Out 계획

2. ‘노숙인 등’에 대한 범위 확장과 홈리스의 권리를 보장하기 위한 인권 활동

▷ 권리 보장의 활동력이 높아지는 시점에서 필요하다면 별도의 조직체계(빅이슈코리아 파운데이션)를 구축하여 스케일아웃 과정으로 추진함

3. 주거권 보장을 강화하기 위한 (공론화 및 입법) 활동

▷ 조직 내 별도 정책팀의 기능 검토와 전문성이 필요하다면 별도의 조직체계(빅이슈코리아 파운데이션)를 구축하여 스케일아웃 과정으로 추진함

4. 여성 홈리스 일거리 서비스 확장을 위한 신사업 기획

▷ 사업 기획 : 적합한 비즈니스 모델과 직업교육, 지원 네트워크를 통해 여성들이 미래 사회를

설계할 수 있도록 돕는 방향의 성과를 기획하고, 관련해 필요한 조직 운영 체계의 확장성을 고려함

▷ 시장현황 및 전망

- 국내 콩 가공식품 기술력과 온·오프라인 마케팅 제휴 사장 조사

▷ 향후 추진 계획

산지 콩 수급, 상품 제작 인프라, 관리, 주문, 물류 및 CS 관련 기획

※ 스케일아웃 활동 시기

항목		활동 시기			
		2023년	2024년	2025년	비고
2. '노숙인 등'에 대한 범위 확장과 홈리스의 권리를 보장하기 위한 인권 활동	인식개선 캠페인 활동		→	→	
	홈리스 인권보호 단체 활동 협력			→	
	홈리스 인권보호 단체 활동 《빅이슈》지면 광고 협력		→	→	
3. 주거권 보장을 강화하기 위한 (공론화 및 입법) 활동	주거권 보장 관련 단체 연대 활동 성과		→	→	
	주거권 보장 활동을 위한 공론화 및 입법 활동 성과				
4. 여성 홈리스 일거리 서비스 확장을 위한 신사업 기획	조사 기간				
	시범 사업				
	사업화				

● 디지털 기술의 활용

스케일업 또는 스케일아웃의 과정 속에서 활용할 수 있는 ‘디지털 기술’에 대해서 기술

■ 현재 활용 중인 디지털 기술

▷ 블록체인 기반 홈페이지

: 현재 법인의 홈페이지는 블록체인 기술 기반 뉴스 솔루션으로 제작되었음

▷ 비영리를 위한 홈페이지 제작 솔루션

: 후원, 인식개선사업 등의 주요 랜딩페이지는 '누구나데이터'의 '캠페이너스' 홈페이지 솔루션을 통해 제작하고 있음

▷ 뉴스레터 솔루션

: 시민 소통 및 참여 확대를 위한 뉴스레터 서비스로 '스티비' 솔루션을 활용하고 있음

▷ 업무 공유 플랫폼

- '카카오워크'를 업무 공유 플랫폼으로 활용 중
- 각종 보고서 및 결재 시스템, 인사 관리 시스템으로 '하이웍스' 활용 중
- 외부 프로젝트 진행으로 '슬랙' 활용 중
- 구글 기반 단체 메일 계정으로 구글 워크시트 활용 중

▷ 콘텐츠 제작을 위한 각종 공식 소프트웨어 활용

: 잡지 제작, 온라인 콘텐츠 제작, 영상 홍보물 제작 등에 어도비 등 각종 공식 소프트웨어 활용 중

■ 올해와 다음 연도 상반기까지 개발하여 도입 예정인 디지털 기술

▷ 2022년 8월부터 2023년 7월까지 디지털 혁신 프로젝트를 진행하는 중이며, 블록체인 기반 APP, 웹 AR(가상현실) 개발, QR코드를 활용한 홍보물 제작 진행 중

- 전용 APP : 애플리케이션을 통해서 디지털판을 구매하고 볼 수 있고, 거리 판매 위치 정보 확인이 가능하고, 모금 캠페인이 노출되며, 블록체인 기반 지갑과 NFT 상품이 판매될 수 있는 앱 제작
- AR(가상현실) : AR을 통해 디지털 상에서 홈리스에 대한 인간적인 경험을 제공하고 재미와 흥미를 유발하여 정기구독, 정기후원, 판매원 정보에 관심을 가지도록 유도함
- QR코드 : APP으로 연계되는 QR코드가 담긴 굿즈와 홍보물 제작 및 배포

▷ 블록체인 기반 기부 플랫폼 도입 검토 중(2023년도 예정)