

세계를 요리하는 아름다운 공간

-예비사회적기업 (주)어밀리티-

충남사회적경제 도민기자단

김진경

ESG(environment, social, governance) 경영은 이제 사회적기업이 아닌 일반 기업에서도 외면할 수 없는 기업 경영의 필수 요소가 되었다. 이미 이러한 경영에 기반하고 있는 사회적기업들은 코로나 팬데믹 시대에 미처 손이 닿지 못한 다양한 분야에서까지 중요한 역할을 해오고 있는 것이 사실이다. 오늘은 결혼이주여성들의 자립을 돕고, 코로나로 인해 변화된 식문화를 선도하고 있는 예비사회적기업을 소개한다.

예비사회적기업 (주)어밀리티(이하 어밀리티) 장미지 대표는 '개발도상국의 개발목표에 발맞춘 원조사업을 통해 얼마나 획기적인 효과를 발생시킬 수 있을까?'라는 질문에 답을 얻기 위해 2016년 KOICA 해외봉사단에 지원했다. 그것이 어밀리티의 시작이었다. 장 대표는 식품영양학(이화여자대학교)을 전공한 경력을 살려 당시 중남미에 있는 온두라스에서 수행한 영양사 업무를 시작으로, 현재는 개발사업 평가 연구원으로 쿠바, 엘살바도르, 파라과이, 네팔, 말라위, 필리핀 등의 저개발국가 각지를 다니며 다양한 분야의 사업들을 평가하고 수행하고 있다.

이러한 개발 협력 분야에서의 사업 경험은 장 대표가 사회적 기업가 정신을 가지게 하는 데 상당 부분 영향을 주었다고 한다. 다만, '저개발국가'의 개발 협력사업에 집중된 부분은 도리어 주변, 더 나아가 국내에서 경제활동에 어려움을 호소하고 있는 사회적 약자를 외면하고 조금은 동떨어진 외국에서만 사회적 가치를 실현하고자 하는 것은 아닌지에 대해 심각하게 고민하게 되는 계기가 되었다.

장 대표가 이런 문제로 딜레마에 빠져있을 때 KOICA 리턴 프로젝트를 통해 결혼이주여성들의 노동에 관련한 권리, 특히 '일할 수 있는 권리'를 위해 직접 노력해 보고 싶다는 동기를 얻게 되었다. 그리고 온두라스에서 수행했던 '영양 증진 현장 사업(2016~2017)'경험을 통해 결혼이주여성들과 식문화를 교류하며 '일할 수 있는 권리'

를 실현하는 것 또한 곧 글로벌 사회적 가치를 실현하는 하나의 실마리가 될 수 있을 것이라는 아이디어를 얻을 수 있었다.



그렇게 ‘어밀리티’는 2020년 7월 KOICA 2020 리턴 프로젝트 한국국제협력단 (KOICA)에서 2020년 7월 시행한 사회적경제 분야 취·창업 지원 프로그램으로, ‘천안지역 다문화 여성을 위한 사회적 기업 도약사업(프로젝트명)’을 통해 시작되었다.

다문화가정과 여성 인권에 관심이 있는 상명대학교 국제개발평가센터의 전·현직 연구원들이 모이게 되었다. 이후 천안시에 거주하는 베트남 요리 강사 6명 양성에 성공하고, 쿠킹클래스 8회를 성공적으로 운영했다. 본 사업에서 ‘최우수상’을 수상하는 영예에 그치지 않고, 2021년에는 사회적 기업가 육성사업을 통해 본격적으로 결혼이주 여성들이 사회 활동을 할 수 있는 기회의 장을 만들 수 있었다.

2022년은 어밀리티에게 새로운 도전과 성과로 어밀리티의 이름을 널리 알리는 데 성공적인 한해였다. 상반기에는 지자체 지원 없이 밀키트 제로웨이스트샵 사업을 진행했는데 용기를 가지고 방문하는 시민들에게 밀키트를 제공했다. 당시 반응은 네이버에서 ‘어밀리티’ 검색 시 참여자들의 솔직한 리뷰들을 통해 확인할 수 있다.

그리고 작년 '2021 천안문화도시 리빙랩프로젝트 어밀리티 밀키트 제로웨이스트샵'을 운영하며 발생한 수익금 전액(3,780,000원)을 천안시복지재단(이사장 정지표)에 전달하며 사회공헌을 위한 활동도 이어나가고 있다.

2022년 하반기에는 천안시농촌신활력플러스추진단과 함께 천안 로컬푸드 활성화 사업에 도움이 되고자 로컬푸드를 활용한 요리 교실 프로그램을 8월부터 11월까지 진행했다. 지역 로컬푸드와 어밀리티의 레시피를 활용해 지역 주민들에게 천안의 농산물을 자연스럽게 홍보하며, 다양한 레시피를 개발하고 전달해왔다. 요리 교실은 매우 뜨거운 반응 속에 사업이 성공적으로 완료(요리 교실 참여 경쟁률 최다 4:1)되었다.



올 한해는 작년에 베트남과 중국 2개국으로만 진행했던 글로벌 공감 쿠킹 클래스를 7개국으로 확장 개설하여 더 글로벌한 식사문화 서비스를 제공할 수 있도록 만들어가고 있다고 한다. 회사 워크숍, 학교, 기관, 단체의 문화복지 프로그램 외에도 학교나 기관으로의 출강 요청도 꾸준히 있다.

장 대표는 사회적기업을 운영하면서 단순 영리를 목적으로 하지 않고, 기업이 하는 일들이 사회적 가치를 실현할 수 있는 일인가에 대한 고찰이 반드시 한 번씩은 더 필요하다 말했다. 그리고 어밀리티의 경우, 사람들에게 서비스를 제공하는 영역이기 때문에 더욱 신경을 써야 하는 부분들이 많은데 그런데도 어밀리티가 만들어가는 서비스를 경험해 본 고객들이 만족하는 모습에 다시 힘을 얻는다고 한다. 그렇기에 작은 일 하나도 허투루 하고 할 수 없다고 한다. 그런 마음을 고객들이 알아주실 때가 가장 보람을 느끼는 순간이기도 하다.



2023년 어밀리티는 그동안 어밀리티 쿠킹클래스 및 밀키트 샵을 운영하면서 반응이 뜨거웠던 제품군들을 출시하려고 준비 중이다. 언제 어디서든 어밀리티의 글로벌한 요리를 즐길 수 있도록 다양하고 완성도 높은 제품류 출시를 준비하고 있다.

또한 다양한 국가의 결혼이주여성들을 모아 4기 요리 강사 양성 프로그램을 무상으로 진행할 수 있도록 발판을 마련하고 있다.

어밀리티는 앞으로도 하고 싶은 일도 많고, 해야 하는 일도 많은 예비사회적기업이자 신생 소셜벤처이다. 2023년의 어밀리티가 어떻게 성장해가는지 함께 지켜봐 주시길 장 대표는 당부했다. 그리고 더 좋은 서비스로 어밀리티의 사회적 가치를 더욱 확산시킬 수 있도록 노력하겠다는 포부를 전했다.



우리나라 결혼이주여성의 규모는 법무부 출입국 관리기록을 근거로 한 통계 연보에 따르면 2021년 기준, 약 40만 명(누적 인구)이다. 이제 우리는 결혼이주여성들을 이제는 사회적 약자가 아닌 사회적 동반자로서 함께 나아갈 길을 모색해야 할 때가 아닐까 한다. 2023년 새해, 어밀리티 스튜디오에서는 또 어떤 나라의 요리들을 만날 수 있을지 기대해 본다.