

『2014 서울사회적경제아이디어대회』
최종결과보고서

■ 실행 팀 명 : 대표자 소병인 (인)

작성자 소병인 (인)

■ 확 인 자 : 센터직원 (인)

■ 예 산

- 실행지원금 예산 700,000 원

- 실행지원금 집행 699,250 원

1. 실행팀 현황

실행팀명	착한공모전	대표자명	소병인
실행 기간	2014년 11월 30일 - 2015년 02월 13일		
실행 지원금	70만원		
실행목적 및 배경	공모전을 통한 사회적 경제 비용 감소로 기업 경쟁력 상승 공모전을 통한 다양한 기부 및 착한소비 촉진		
실행과제 및 목표, 추진계획 요약	세상의 언어로 사회가치를 높이자 사회적이슈를 감소하기 위한 크레이트브한 공모전을 기획		

2. 추진실적 총괄 ※ 아래 표를 참고하되 자유롭게 작성

구분	계획	최종 실적	성과달성율
활동명	공모전 5건 네이밍교육 1회	공모전 6회 네이밍교육 2회	120% 200%
공모기간	2014.12.26. - 2015.02.13	2014.12.26. - 2015.02.13	100%
참여자 수	540명	764명	141%
세부성과목표	스타트업 네이밍 4건 아기이름 1건	스타트업 네이밍 3건 포토콜라주 1건 중소기업 슬로건 1건 아기이름 1건	120%
	착한소비 40건	착한소비 60건	140%
	기부금 50만원	기부금 35만원	70%
협력기관(기관명) 수	7개 (태니엘, 테라곤, 두꺼비세상,마이소사이어티, 협동조합 오색, 송파사회적경제지원센터, 디자인동행)	9개 (태니엘, 테라곤, 두꺼비세상,마이소사이어티, 협동조합 오색, 송파사회적경제지원센터, 디자인동행,빅이슈코리아,청춘주 먹밥)	128%

3. 실행내용 및 세부추진실적

연 번	일정명	일시/장소	참여인원/ 예상인원	활동내용 및 실적
1	반려동물중개서 비스네이밍 공 모	14.12.26 - 15.01.16 착한공모전	159명/60명	http://cafe.naver.com/goodcontests/614 스타트업 네이밍 1건 착한소비 10건
	자체평가	생각보다 많은 참여자로 인해 공모전 자체는 성공적이었으나 비슷한 네이밍이 많이 제시되어 네이밍교육의 필요성을 느끼게 되었다.		

2	수출입중개업상 호명 공모	14.12.31 - 15.01.21 착한공모전	107명/40명	http://cafe.naver.com/goodcontests/648 중소기업 네이밍 1건 착한소비 10건
	자체평가	외국기업 대상 해외무역상의 개념이 어려워서 초반 공모전 진행이 더뎠지만 의뢰자가 만족할만한 네이밍을 얻었고 집단지성의 우수성에 감탄하였다. 더불어 서로간의 덕담으로 밝은 분위기 창출		
3	레슨중개서비스 네이밍 공모	14.01.05 - 15.01.23 착한공모전	198명/100명	http://cafe.naver.com/goodcontests/664 중소기업 네이밍 1건 착한소비 10건
	자체평가	생각보다 많은 참여자로 인해 공모전 자체는 성공적이었으나 비슷한 네이밍이 많이 제시되고 영문네이밍이 많이 접수되어 한글 이름 공모전의 개최가 필요하다.		
4	축복받는 우리 아기 작명공모	14.01.07- 15.01.28 착한공모전	99명/10명	http://cafe.naver.com/goodcontests/683 아기 작명 1건 착한소비 10건
	자체평가	기존 공모전과 달리 새로운 시도를 통해 태어나는 아기에 작명을 돕고 축하하는 공모전을 열어보았는데 적은 홍보에 불구하고 많은 분들이 적극적으로 참여해 주고 의뢰자로 흡족해 하였다.		
5	팬션 포토콜라주 공모전	15.1.15- 15.02.13	9명/30명	http://cafe.naver.com/goodcontests/771 포토콜라주 1건 착한소비 10건
	자체평가	기존 공모전과 달리 지역사회를 돌아볼 수 있는 기획으로 포토 콜라주와 4행시 공모전을 열었으나 포토콜라주의 개념이해가 부족하고 호응도가 떨어져 실패한 공모전이나 지역을 돌아 볼 수 있는 새로운 형태의 공모전이였다.		
6	부동산중개서비스 슬로건 공모	14.01.27- 15.02.13 착한공모전	108명/100명 15.01.31현재	중소기업 슬로건 1건 착한소비 20건
	자체평가	평범한 슬로건을 넘어 일정 참여자수를 넘으면 사회공헌(CSR)를 처음 도입한 공모전으로 의뢰자나 참여자의 반응이 좋았고 특히 빅이슈를 통해 집이 없는 분들인 빅판들에게 따뜻한 온기를 전해 줄 수 있는 주먹밥(청춘주먹밥_고령자 일자리창출 예비사회적기업)을 전달하고 빅돔체험행사를 통해 중소기업과 사회적경제기업의 연결망의 가능성을 볼 수 있는 프로그램이었다.		
7	네이밍교육	14.01.31	84명/100명	장소 : 송파사회적경제지원센터 네이밍교육 4시간 진행
	자체평가	네이밍에 관심이 있거나 취약계층을 대상으로 한 네이밍 교육이 홍보부족으로 인하여 참여자가 저조했지만 다양한 네이밍 스킬 및 정보를 통해 교육자들이 만족하였고 홍보를 통해 네이밍교육의 가능성을 엿볼 수 있었다. 특히나 경력단절여성의 관심도가 높았으며 교육+실습을 통한 교육방법에 높은 호응을 보였다.		

4. 추진사업 성과물(자료목록)

※ 인쇄물, 포스터 등의 성과물은 3부를 제출할 것

번호	자료유형	성과물 명칭	수 량	비 고
1	포스터	반려동물중개서비스 네이밍 공모	1	
		무역중개서비스 상호공모	1	
		레슨중개서비스 네이밍 공모	1	
		축복받는 우리아기 작명 공모	1	
		펜션 포토콜라주 공모	1	
		부동산 중개 서비스 슬로건 공모	1	
		네이밍교육	1	

5. 실행팀 실행 운영방식

1. 중소기업 브랜드 경쟁력 강화

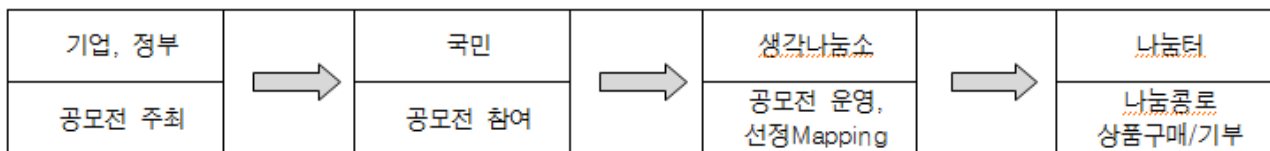
1) 사업 목적

- 공모전 플랫폼을 통해 가치 전환서비스를 제공한다.

2) 사업 관계 조직

- 공모자(일반국민, 교육받은 자체 네이미스트), 공모전 주최사(중소기업,스타트업,사회적경제기업,정부,기관등), 공모전대행사(생각나눔소), 나눔터 운영(생각나눔소), 나눔터 입주기업(사회적경제기업, 기부기관), 나눔터 이용고객(일반국민, 나눔콩을 가진 유저)

3) 프로세스



4) 팀원 간 주요 소통채널

송파구사회적경제지원센터 1-3호 사무실 내 회의

5) 자료 공유방식

네이버카페 / 네이버블로그 / 페이스북

6) 의사결정방식

공동기획 후 대표가 최종 결정

7) 대외홍보전략

네이버 블로그 <http://blog.naver.com/goodcontest>

페이스북 <https://www.facebook.com/goodcontest>

홈페이지 <http://goodcontest.co.kr/>

네이버카페 <http://cafe.naver.com/goodcontests>

8) 도식도



일반대중에게 경쟁력있는 사회적경제기업을 알리고
공모주최자에게는 아이디어 제공

2. 네이미스트 양성

1) 사업 목표

경력단절여성 및 취약계층을 대상으로 브랜드 교육을 통해 일자리 창출을 할 수 있도록 한다.

2) 사업 관계 조직

교수자(생각나눔소), 학습자(경력단절여성 및 취약계층)

3) 프로세스

브랜드 전문교육	→	네이미스트 자격취득	→	생각나눔소 공모전 참여	→	사회진출
교육		자격취득		네이밍 연습		교수자 및 전문네이미스트

6. 수행결과 자체평가

- 계획서에 작성하였던 목적과 활동이 잘 이루어졌다고 생각하는 사례는 무엇인가요?
- 이번 위키서울 통해 다양한 공모전을 개최하게 되었다. 특히나 기존 공모전의 틀도 많은 호응을 얻었지만 공모전과 CSR활동을 접목한 두꺼비세상 슬로건 공모전이 가장 큰 사례가 될 것이다. 공모전이라는 프로세스가 단순한 아이디어 획득에 머물러 있었지만 첫 번째로 나눔공을 통해 상금의 포인트화를 이루어 내어 나눔터를 통해 착한소비를 이끌어 나가게 되었다. 이를 통해 사회적경제기업의 물품을 소개하고 구매할 수 있도록 유도하였다. 두 번째로는 직접적인 CSR활동이다. 공모전을 통해 두꺼비세상 대표와 직원들이 직접 자신의 가치를 피력하기 위해 홈리스인 빅이슈 빅판에게 청춘주먹밥(서울시 예비사회적기업_노인일자리창출형)을 드리는 행사를 개최하였다. 이전 공모전들은 단순한 참여자의 참여로 머물러 있었지만 새로운 시도를 통해 참여자의 수 만큼 사회적약자에게 따뜻한 밥을 줄 수 있는 계기가 되었다. 세 번째로는 빅이슈 코리아 및 청춘주먹밥과 두

꺼비세상이 함께 하는 연결망이 된 점도 고무적이다. 영리기업과 사회적기업이 공모전이라는 끈을 통해 서로가 이어지는 모습을 보면서 공모전의 수많은 가능성을 엿볼 수 있었다.

○ 사회적경제 아이디어실행을 진행하면서 어려웠던 점과 극복방법은 무엇이었나요?

- 테라곤, 태니엘과 같은 IT업체와 사회적기업을 연결하고자 하였으나 생각보다 쉽지 않았다. 각자의 미션이 어느 정도 일치해야 하는 점에서 자원연계의 한계를 느끼게 되었다. 마지막 공모전인 두꺼비세상의 경우 송파구 사회적경제지원센터의 협조를 통해 빅이슈코리아와 연결고리를 찾고 공모전을 통한 CSR활동이자 두 기업의 작은 연결망을 만들 수 있는 계기가 되었다.

○ 아이디어 실행 성과(사회적, 경제적효과 등 기대효과)를 무엇이라고 생각하시나요?

- 사회적효과

1) 공익적 목적 달성 가능성, 잠재적인 사회적 영향력 등

기업의 경쟁력 강화를 통한 국가경쟁력 증대

사회적경제기업 활성화 도모

아이디어를 사회공헌으로 바꾸는 가치전환

2) 구체적인 사회적 효과에 대한 분석

중소기업의 경쟁력 강화를 통한 고용창출 효과 증대

브랜드 교육을 통한 네이미스트 양성에 따른 고용창출 효과

중소기업의 사회적기업 인식 및 교류 증진

- 경제적효과

일반회계	당기순이익		0	
사회적 회계	경제적 회수		0	
	사회적 회수		24,350,000	
	사회적 편익	중소기업 경쟁력	24,000,000	현재매출수준-이전매출수준
		사회적 기업 경쟁력	450,000	현재매출수준-이전매출수준
		브랜드교육 일자리 창출효과	600,000	예상소득 - 이전소득
	사회적비용	정부보조금	700,000	위키서울 보조금

○ 아이디어 실행을 통해 부족했던 부분과 아쉬움이 남은 것은 무엇인가요?

- 펜션 포토콜라주의 경우 기존 공모전과 너무나 다른 기획을 통해 참여자가 적었다. 이는 아직도 정형화된 공모전에 익숙한 유저에 대한 파악이 부족했었다. 실험적인 공모전을 시도한 점에서 의의를 가지나 보다 타겟에 맞는 공모전 기획이 필요함을 느끼게 되었다.

었다. 이번 아이디어 실행을 하는 동안 모든 공모전에서 사회적기업과의 연결망을 만들어 보려 하였지만 자원연계 및 기업의 매칭이 일부 이루어지지 못한 점에 아쉬움에 남는다. 그러나 중소기업이나 스타트업들이 사회적기업과의 연결망에 대해 긍정적인 표현을 남겼고 아이디어 실행이후에도 다양한 방법으로 연계를 할 예정이다.

○ 팀원들의 한줄평가

- 소병인 : 짧은 시간에 많은 공모전을 하면서 힘들었지만 공모전 하나하나 참여해 주신 분들과 공모전을 의뢰해 주신 기업분 들에게 감사함을 느낀다.

- 손정환 : 지금은 미약하나 끝은 창대하리라 생각합니다. 더욱더 노력하는 착한공모전이 되어야 할 것이라 생각이 듭니다.

○ 기타의견

아이디어 실행 중 아기작명 공모전은 단순한 이름을 얻고자 하는 것보다 사람과 사람이 이어지는 공모전, 사람이 중심인 공모전, 따뜻한 말이 오가는 공모전으로 성공적으로 마무리 된 점에 기쁘게 생각한다. 이러한 공모전의 따뜻함을 활용하여 출산장려정책의 아이디어로 발전할 것이고 두꺼비세상과 빅이슈코리아를 잇는 하나의 연결망이 공모전으로 가능하다는 것을 경험함으로써 1사1사회적경제기업의 모델로 발전하고자 한다.