



사단법인 씨즈

# 청년 세대가 변화시키는 세상, 기후위기를 극복하다

[2021 세계 청년의 날 웨비나] 사회적경제와 사회혁신 “청년을 위한 00”

발제자: (사)씨즈 국제사업팀 매니저 이승연

일시: 2021년 8월 12일 (목) 14:00



**청년 세대가 변화시키는 세상, 기후위기를 극복하다**

# UN의 청년담론: Youth 2030 Strategy

‘변화 주체agents of changes’로서의 청년



agentia  
=doing  
‘행동하는 자’

## 3. Vision

A world in which the human rights of every young person are realized; that ensures every young person is empowered to achieve their full potential; and that recognizes young people’s agency, resilience and their positive contributions as agents of change.

“모든 청년의 인권이 실현되고  
모든 청년들이 잠재력을  
충분히 발휘할 수 있도록 보장하고,  
변화의 주체로서  
청년들의 주체성, 탄력성, 긍정적 기여를  
인식하는 세상”

# UN의 청년담론: Youth 2030 Strategy

## Priority #3. 청년의 “경제적 권한 강화”



### THIRD PRIORITY:

Economic Empowerment through Decent Work - Support young people's greater access to decent work and productive employment

〈표 4〉

UN의 〈Youth 2030〉의 우선순위 영역

	우선순위 영역	내용
1	관여, 참여 및 옹호	평화롭고 지속가능한 세계를 위한 청년의 목소리 확대
2	교육 및 보거 기반	양질의 교육과 보거에 대한 청년의 접근 확대 지원
3	양질의 일자리를 통한 경제적 권한 강화	양질의 일자리 및 생산적 고용에 대한 청년의 접근 확대 지원
4	청년과 인권	청년의 인권을 보호 및 증진하며 청년의 시민 및 정치적 참여 지원
5	평화 및 탄력성 구축	평화와 안보 및 인도주의적 행동을 위한 촉매제로서 청년 지원

출처: (좌) UN Youth 2030 Strategy <https://www.un.org/youthenvoy/youth-un/>

(우) 이지향. 2019. 청소년 2030: UN 청소년 전략(Youth 2030: UN Youth Strategy). 서울: 유네스코한국위원회.

# 사단법인 씨즈seed:s

사회혁신Social innovation, 연대Solidarity, 지속가능성Sustainability의 ‘작은 씨앗’이 되자



청년 사회적기업가 육성

청년 사회적기업가 100팀  
H-온드림 펠로 232개팀



사회적금융 운용

네이버 N'gels X 소셜벤처 지원사업



청소년, 청년 국제연대 지원

SEEKER:S 청년, 세계에서 길을 찾다

# 씨즈가 바라보는 청년

“소셜 앙트러프러너십”의 주체, 능동적 생산자

사회적기업'가'

‘유기체’로서의 사회적기업

최소한의 대사 기관을 갖추고,  
생명 유지활동을 할 수 있는  
단계까지의 과정에 동행하기



# MZ세대에론에 대한 비판적 관점

## 청년의 '진짜' 문제는 어디에?

**MZ세대란**

- 밀레니얼세대(1981년~95년생)와 Z세대(1996~2005년생)를 통칭
- 1696만 명으로 우리나라 인구의 32.7% 차지
- 개인주의·실용주의 성향에 인터넷과 모바일에 익숙



출처: 중앙일보(21.4.10)



카를 만하임은 <세대 문제>에서 “동일 세대 위치에서 실제세대 내에는 다양한 ‘세대단위’들이 존재하고, (...) 세대 내에 이질성이 존재할 수밖에 없다”고 강조

출처: 박성준 (2019). 한국 청년 세대 담론의 변화(1990s 2000s). 글로컬 창의 문화연구, 8(1),에서 재인용

“이 시대의 청년들은 스스로 새로운 세력이 되거나 새로운 주체가 되기보다 호명된 ‘신세대’일 뿐이었다. 한편으로 이들은 ‘소비문화의 주체’로 부각되기도 했다. (...) 사실 ‘소비의 주체’라는 표현은 그 자체로 모순되는 표현일 뿐이다. ‘소비자’는 자본의 입장에서 보면, 상품을 구입하게 만들 ‘객체’일 뿐이다.”

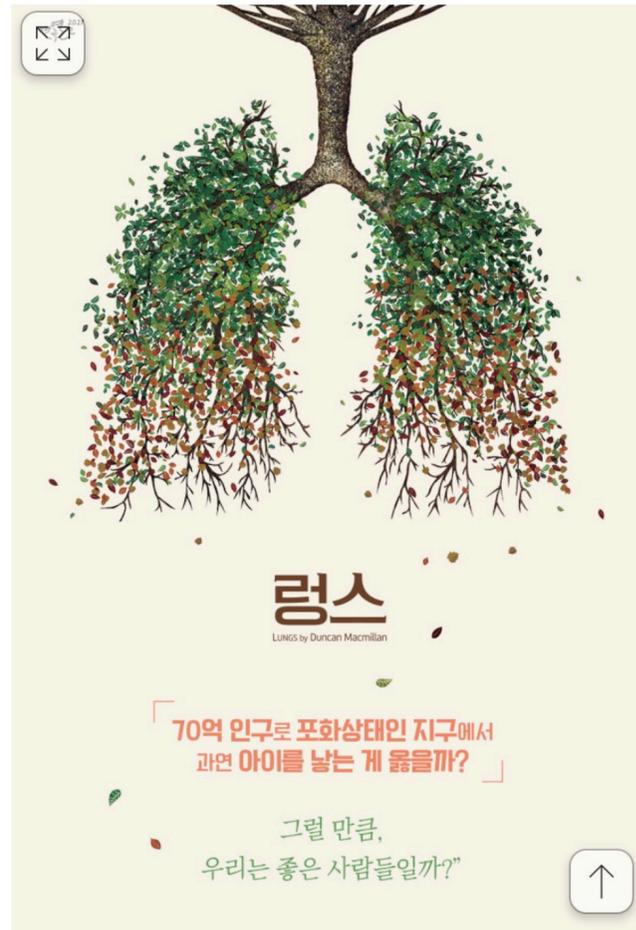
출처: 최성민(2012), ‘청년’ 개념과 청년 담론 서사의 변화 양상, 현대문화이론연구, vol., no.50, pp. 227-248

# 기후위기: 청년들의 실존적 위기

앞선 세대의 '합리'의 비합리성에 대해 질문하는 세대



출처: 동아일보(21.7.16)



출처: 국제엠네스티 한국지부

“내가 7년 내내 뉴욕으로 매일 같이 날아가도 내가 아이를 갖는 것만큼의 탄소 발자국을 남기지 않아.  
내가 아이를 낳는다는 건 이산화탄소를 1만톤 배출 하겠다는 거야. 1만톤은 에펠탑 무게라고.  
나는 에펠탑을 낳는 거야.” -던컨 맥밀런의 연극 <럼스> 중

기후위기 시대에 아이를 낳는 것이 무책임한 행동은 아닌가

# 씨즈의 솔루션: 지역순환경제 Community Circular Economy

## ‘로컬’ 중심의 기후위기 대응에 대한 필요성 인식



한국 사회 내에서 기후위기 시대를 대비하기 위해 어떤 준비를 할 것인가?

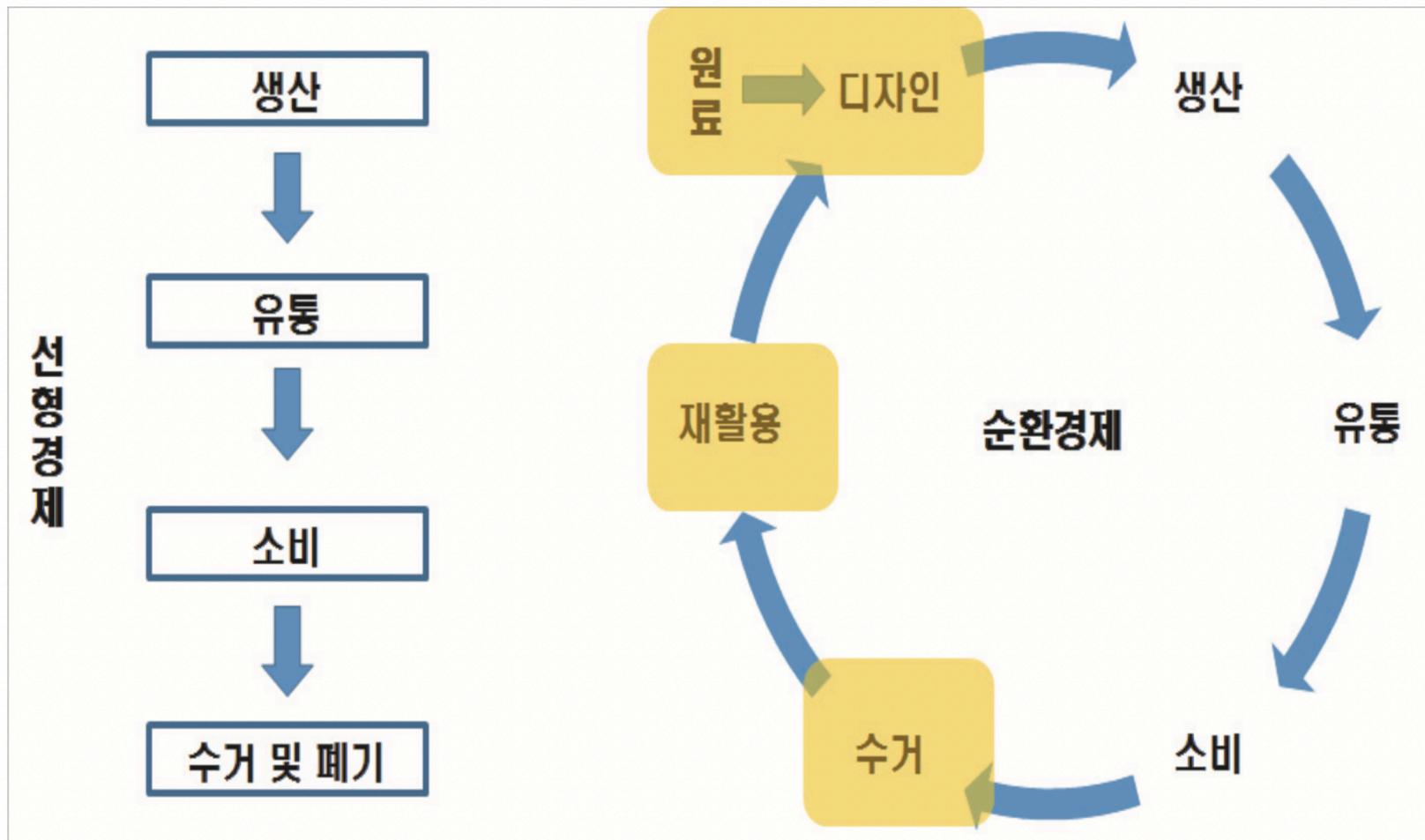
준비의 핵심단위는 ‘로컬’

지역을 ‘경제적 단위’로 인식하고 ‘행동하는 공간’으로 만들기

출처: 세계자연기금(2016), “한국 생태발자국 보고서 2016: 지구적 차원에서 바라본 한국의 현주소”

# 씨즈의 솔루션: 지역순환경제 Community Circular Economy

## 코로나19로 촉발된 '지역'의 재난 취약성, 생산력 결여 인식



작은 규모의 지역단위 대응의 이점

재활용 가능 자원의 품질을 높여  
경제적 효용을 극대화하고  
실질적인 자원순환이 이루어지려면  
폐기물 이동거리를 축소하고  
발생원에서 처리하는 실천이 핵심적

주: 선형경제와 비교하여 노란색 부분이 순환경제에서 중요.

자료: European Commission(2018).

출처: 오세현(2018), EU의 순환경제 전략과 플라스틱 사용 규제, 대외경제정책연구원(KIEP) 세계경제포커스 2018.9.12 Vol.1

# 씨즈의 솔루션: 지역순환경제 Community Circular Economy

생산-유통-소비-순환-(재)투자가 지역 단위에서 이루어지고 이것이 지속가능한 모델로 작동하는 경제



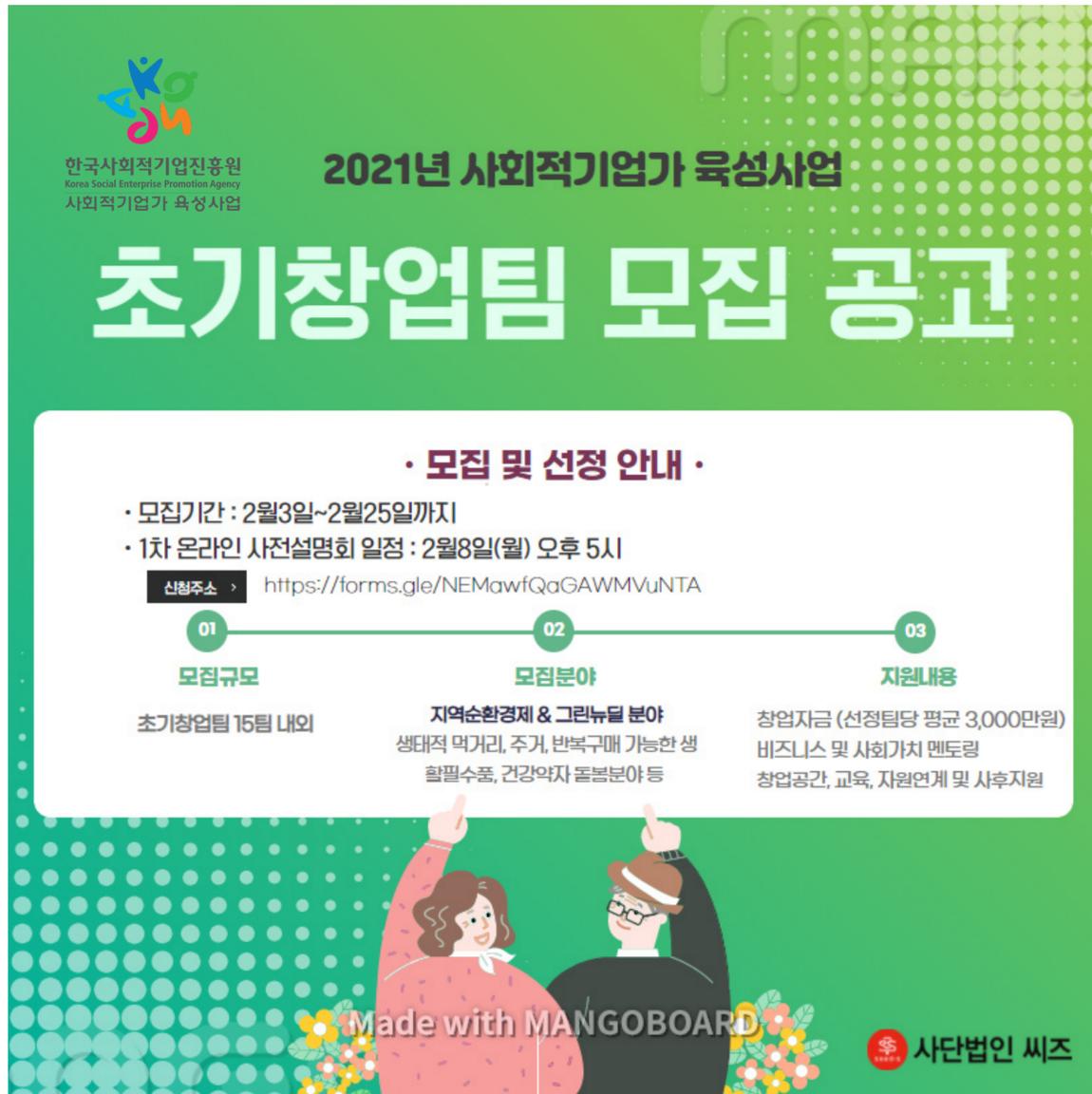
※ 자료: 이은애(2020)

지역순환경제  
Community Circular Economy

커뮤니티 기반의 시민 연대를 통해 인적, 물질 자원의 순환성을 높이면서, 시민들의 **생활필수재** 주거, 에너지, 먹거리, 자원재활용, 교통 등의 **가치사슬** 출자-생산-유통-소비-재투자의 과정을 읍면동 수준의 생활권역으로 축소하여, 지역에 선순환 될 공유형 자산과 일자리를 창출, 유지함으로써 **지역사회의 자족성과 회복력을 높이는 경제**

출처: 서울연구원(2020), 서울형 지역 순환경제 거점모델 조성을 위한 기초연구: 먹거리 순환을 중심으로

# 2021 시민주도형 지역순환경제 & 그린뉴딜 분야 사회적기업 육성사업 경제위기와 기후위기라는 복합적 위기에 대해 대응하는 청년 사회적기업가 발굴



한국사회적기업진흥원  
Korea Social Enterprise Promotion Agency  
사회적기업가 육성사업

## 2021년 사회적기업가 육성사업

# 초기창업팀 모집 공고

**· 모집 및 선정 안내 ·**

- 모집기간 : 2월3일~2월25일까지
- 1차 온라인 사전설명회 일정 : 2월8일(월) 오후 5시

신청주소 > <https://forms.gle/NEMawfQaGAWMVuNTA>

01	02	03
모집규모	모집분야	지원내용
초기창업팀 15팀 내외	지역순환경제 & 그린뉴딜 분야 생태적 먹거리, 주거, 반복구매 가능한 생 활필수품, 건강약자 돌봄분야 등	창업자금 (선정팀당 평균 3,000만원) 비즈니스 및 사회가치 멘토링 창업공간, 교육, 자원연계 및 사후지원

Made with MANGOBOARD

사단법인 씨즈

## 청년 사회적기업가 육성사업의 '초점화'

그린디자인  
그린먹거리  
그린에너지  
지역돌봄  
환경교육  
커뮤니티 강화

**Ex.**

채식주의자 청년들이 만드는 콩단백 대체육 가공사업  
배달음식과 생활재 포장재를 줄이는 사업  
팬데믹에 급식 중단으로 낭패를 본 농어민과 도시가구의  
건강식단을 연결하는 쓰레기 없는 채소 가게  
토종곡식 밀키트 제작  
마을기반의 폐자원 회수센터를 통한 저층주거지 마을관리소  
온라인 학습으로 심화된 교육격차를 해결하는 소셜스터디 카페

# 2021 시민주도형 지역순환경제 & 그린뉴딜 분야 사회적기업 육성사업

## 경제위기와 기후위기라는 복합적 위기에 대해 대응하는 청년 사회적기업가 발굴

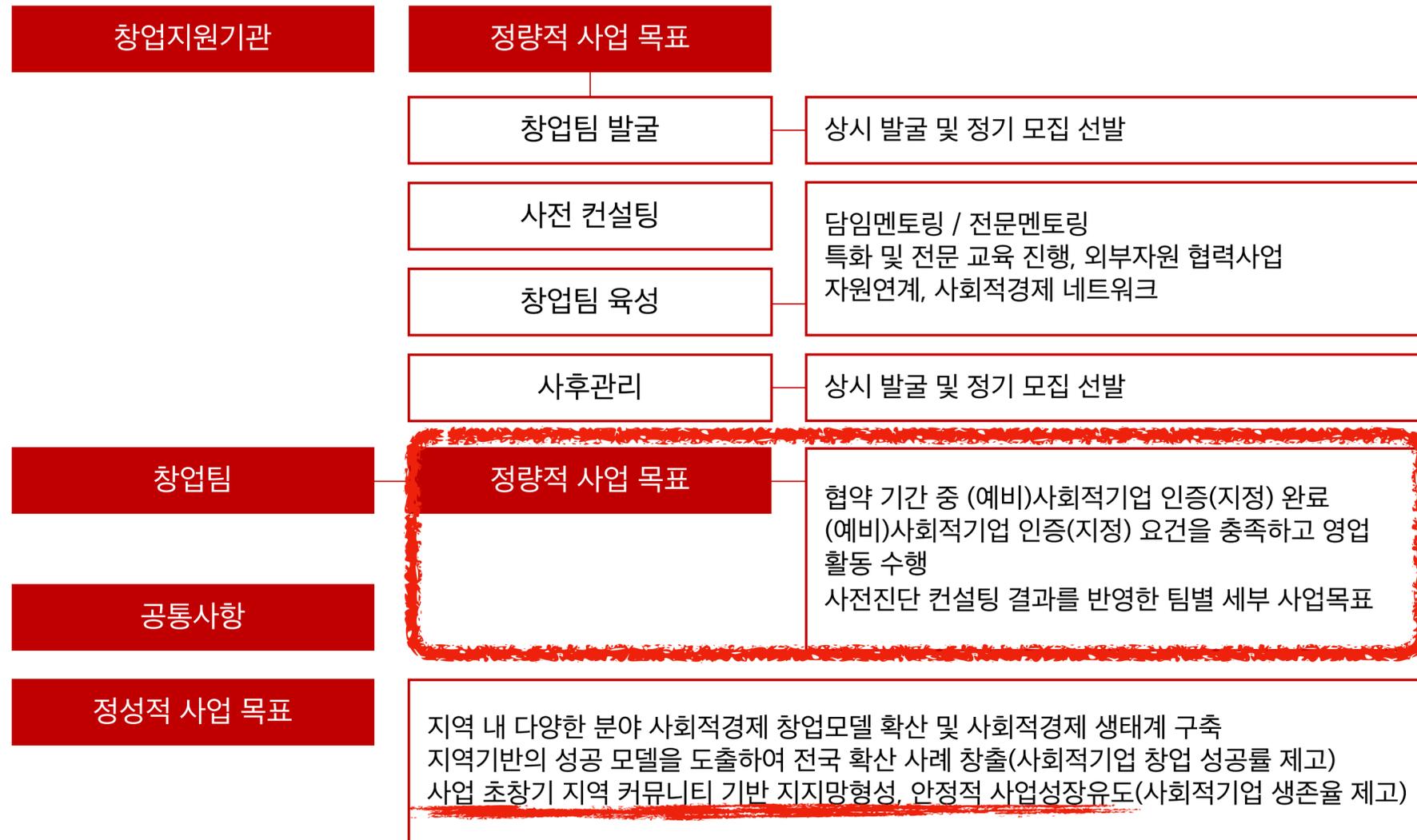
### 최종 선정팀

그린디자인	노마드워커스 (호퍼스)	노마드워커스를 위한 업무공간 플랫폼 서비스
	블랭크 팩토리	지역순환경제 활성화 및 커뮤니티 메이커스 공간
	제로웨이스트를 꿈꾸는 도담마을 (안녕상점)	지역특색 제로웨이스트 매장 오픈
그린먹거리	위투브이	스마트재배기 개발 및 건강먹거리 유통을 통한 지역순환경제 형성과 노인일자리 창출
	노아의식탁	암 환자, 건강 취약계층 등을 위한 슬로우 푸드 테라피 제공
그린에너지	제프프레임	AI기반 BMS로 작동하는 스마트도어
	소무나주식회사	무시동 1톤 차량 듀얼 하이브리드 모니터링 시스템
지역돌봄 온라인	로쉬코리아 (시소)	시니어의 생활 속 불편함을 해결하며 풍요로운 여가생활을 함께하는 플랫폼
	펫로그온	로컬기반 반려동물 입양 플랫폼
	아트러닝	문화예술 기반 돌봄 '아트케어' 프로그램 및 공간 운영
	실버톡	치매 예방 실버 학습 매거진 '실버톡' 발행
환경교육	지구 숨숨	융복합 공연예술 콘텐츠 개발 및 예술교육프로그램 운영 사업
커뮤니티 강화	카이로스 (애스커스)	지역상품(먹거리) 발굴, 상품패키징 및 커뮤니티 환원 커뮤니티 기반 모임과 강의
	협동조합은평 청년정책연구소	함께 사는 사회를 만들기 위한 공동체 교육 사업 - '레벨업'
	시간의 꽃밭	지역사회 자원 데이터 기반 시간화폐 돌봄네트워크 활성화를 위한 플랫폼 개발

# 2021 시민주도형 지역순환경제 & 그린뉴딜 분야 사회적기업 육성사업

## 경제위기와 기후위기라는 복합적 위기에 대해 대응하는 청년 사회적기업가 발굴

### 사회적기업가 육성사업 목표



# 2021 시민주도형 지역순환경제 & 그린뉴딜 분야 사회적기업 육성사업

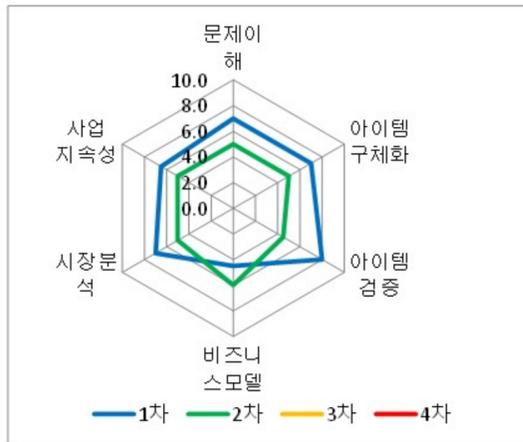
## 경제위기와 기후위기라는 복합적 위기에 대해 대응하는 청년 사회적기업가 발굴

### 창업팀 사전진단 컨설팅



### 표 예시

	문제이해	아이템구체화	아이템검증	비즈니스모델	시장분석	사업 지속성
1차	7.0	7.0	8.0	4.5	7.0	6.5
2차	5.0	5.0	4.5	6.0	5.0	5.0
3차	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4차	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0



**As-Is (1차 진단결과 팀 상황 요약)**

- MVP테스트를 위한 모델을 지난 주에 비해 구체적으로 준비해온 상황
- 아이템 관련해서 아직 고객의 니즈나 욕구에 대해서는 이해도가 높지 않음 --> Test를 진행하는 과정에서 높아질 수 있을 것으로 기대
- 차주에는 자신의 서비스에 대한 구체적인 프로세스를 정리하고, 테스트를 진행해보는 것을 목표로 함

조직형태	Step	단계	질문	단계 체크
	1	미창업/개인사업	현재 법인이 아니며, 1개월 이내에 법인설립에 대한 계획이 없다 (개인사업자 or 프로젝트 팀)	<input type="checkbox"/>
	2	법인사업자	현재 법인이지만, 사회적기업 인증을 위한 정관, 규약은 갖추지 않았다.	<input type="checkbox"/>
	3	SE 조직형태 준비중	1개월 이내에 사회적기업 인증 요건에 해당하는 조직형태 설립에 대한 구체적 계획(법인설립일/법인형태 등)을 가지고 있다	<input checked="" type="checkbox"/>
	4	SE 요건 준비중	사회적기업 인증 요건에 해당하는 법인설립 후 인지정을 위한 기타 요건을 준비중이다.	<input type="checkbox"/>
	5	SE 요건 완료	(예비)사회적기업 인지정을 위한 준비가 완료되어 있다.	<input type="checkbox"/>

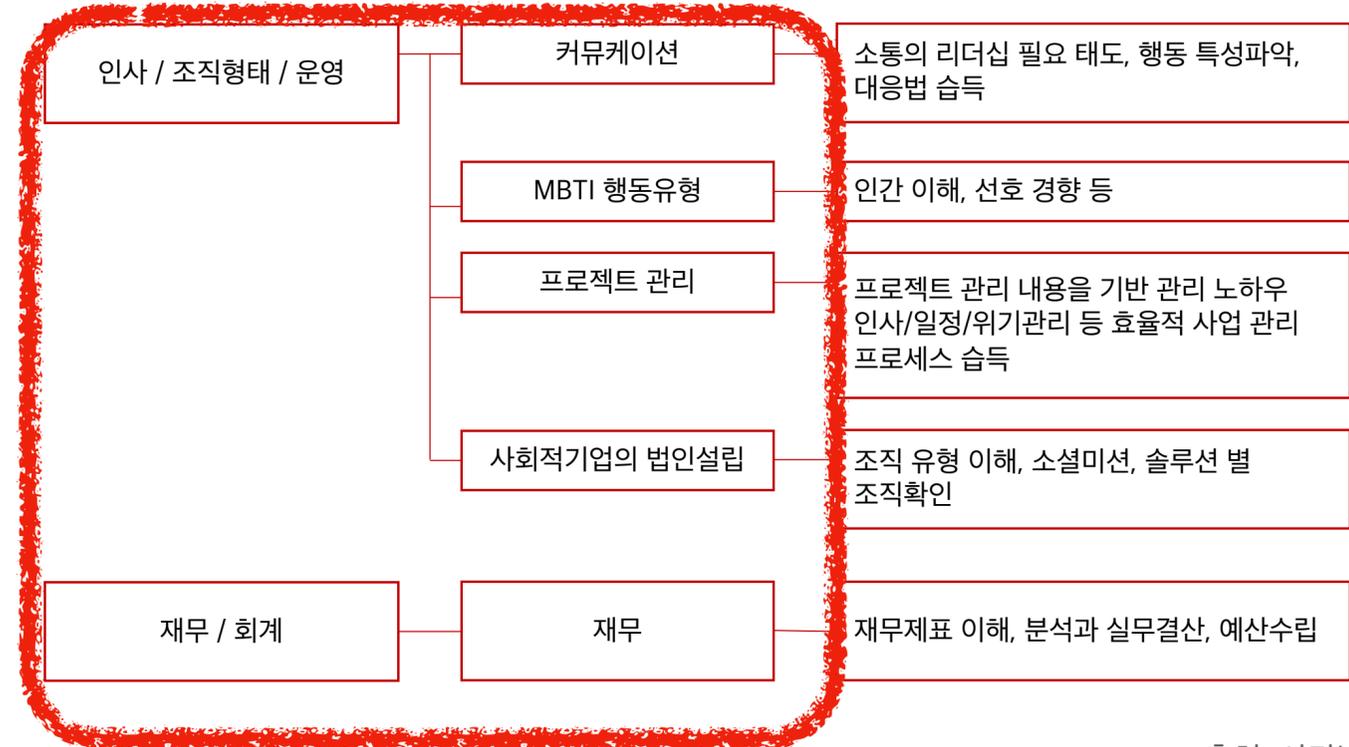
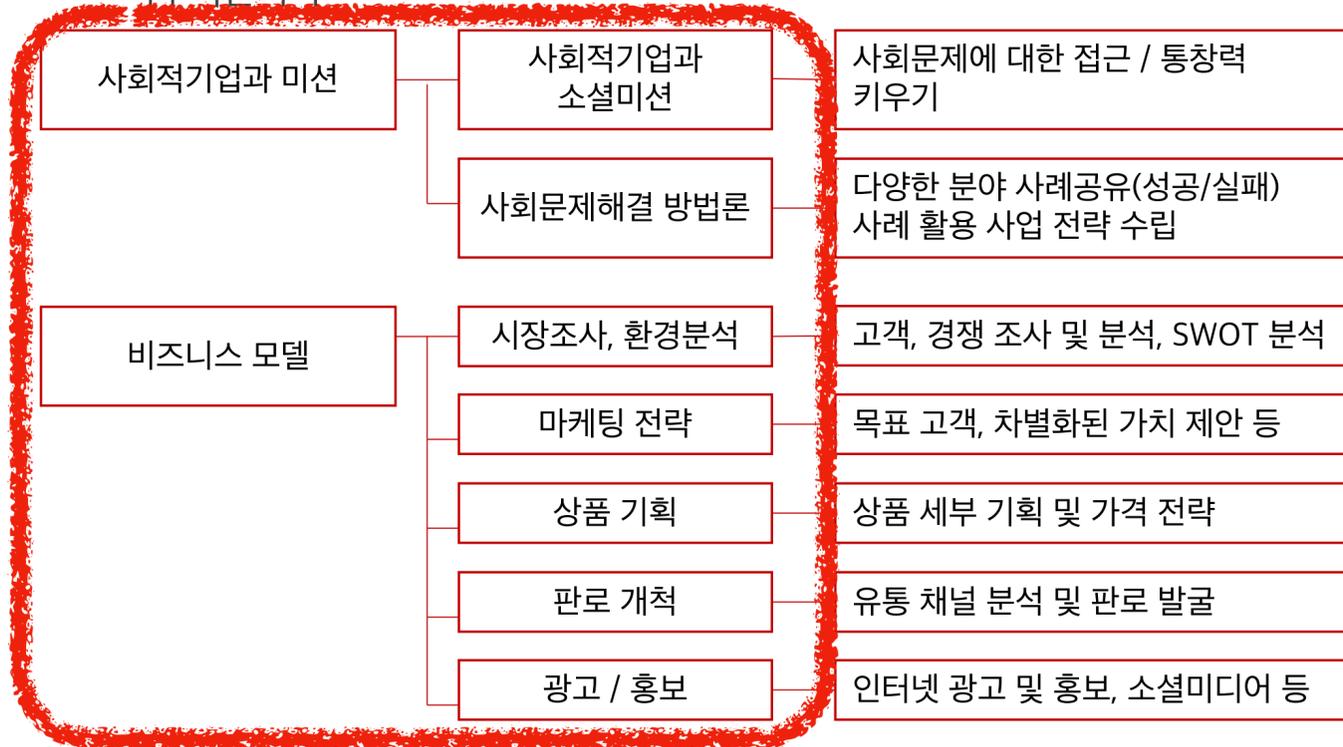
모듈	No	항목	질문	단계 체크	모듈별 총점
문제이해	1	문제정의	해결하고자 하는 사회 문제가 '누구의', '어떠한' 문제인지 표현할 수 있다.	<input checked="" type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	5.5
	2	문제원인	사회문제가 발생하는 원인과 그 원인 중 우리가 해결하려는 원인을 파악하고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input checked="" type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	
	3	사회적비용	문제로 인해 발생하는 사회적 비용(사회문제로 인해 개인과 사회가 부담해야 하는 비용)을 파악하고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input checked="" type="checkbox"/> 하	
	4	사회적공감대	사회적으로 해결이 필요한 문제라는 인식이 형성(정책, 지원 활동, 언론 보도, 연구 등)되어 있고, 그 현황 및 근거를 파악하고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input checked="" type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	
	5	문제이해도	리서치, 현장 탐방 등을 통해 사회문제에 관한 정량적 근거와 정보를 수집했다.	<input checked="" type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	
	6	문제당사자	사회문제로 인해 피해를 보는 당사자의 불편(pain point)과 요구(needs)를 파악하고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input checked="" type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	
	7	이해관계자	우리가 생각하는 해결책에 영향을 미치는 사람이나 집단(지자체, 시민단체, 파트너 등)에 대해 파악하고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input checked="" type="checkbox"/> 하	
아이템 구체화	1	고객시나리오	고객 구매전환 시나리오(우리 제품을 처음 알게된 순간부터 사용하기까지 단계)에 대한 가설을 세웠다.	<input type="checkbox"/> 상 <input checked="" type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	5.0
	2	고객가치	고객이 우리 제품/서비스를 사용함으로써 얻게 되는 가치가 무엇인지 정의했다.	<input checked="" type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	
	3	기존 솔루션	우리의 목표 고객이 지금까지 어떤 제품/서비스를 사용해왔는지 알고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input checked="" type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	
	4	솔루션 한계점	기존 솔루션의 장단점, 한계점을 파악하고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input checked="" type="checkbox"/> 하	
	5	솔루션 차별점	고객에게 제공하려고 하는 제품/서비스가 기존 솔루션에 비해 어떤 차별점을 가지고 있는지 표현할 수 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input checked="" type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	
아이템 검증	1	가설	우리 제품/서비스를 이용함으로써 고객의 어떤 불편함이 해결되는지 설명할 수 있다.	<input checked="" type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	5.5
	2	MVP	고객을 대상으로 가설을 검증할 수 있는 최소기능제품(시제품, 랜덤페이지, 목업 등)을 구현했다.	<input type="checkbox"/> 상 <input checked="" type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	
	3	가설 검증 계획	고객이 우리 제품/서비스에 대해 어떻게 생각하고, 어떻게 사용하는지 검증하기 위한 세부 실행계획(일시, 질문, 비용 등)이 준비되어 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input checked="" type="checkbox"/> 하	
	4	지속적 개선	구매 고객에게 우리 제품/서비스 사용 경험을 확인하며 제품/서비스를 개선해가고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input checked="" type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	
비즈니스 모델	1	가격 설정	시장가격(경쟁사 대비 가격 책정) 및 제작 비용(원가 대비 가격 설정) 등을 통해 제품(서비스)의 가격을 책정하였다.	<input checked="" type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	5.5
	2	가치사슬	제품/서비스가 생산되어 고객에게 전달되는 과정을 구체적으로 설명할 수 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input checked="" type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	
	3	고객채널	어떤 채널을 통해 우리의 제품/서비스가 전달될 때 가장 효과적이며 비용 효율적인지 알고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input checked="" type="checkbox"/> 하	
	4	핵심 활동	비즈니스 모델이 잘 작동하기 위해 수행해야 하는 활동과 우선순위를 잘 정리했다.	<input type="checkbox"/> 상 <input checked="" type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	
시장분석	1	초기시장	사업 초기 단계에서 확보 가능한 시장규모(SOM, 수익시장)의 구조와 규모를 알고 있다.	<input checked="" type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	3.0
	2	시장 확장	초기시장에 진입 이후 그 다음 확장하고자 하는 시장(SAM, 유효시장)의 구조와 규모를 알고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input checked="" type="checkbox"/> 하	
	3	시장 성장	목표 시장의 동향과 최근 트렌드, 성장률 등을 파악하고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input checked="" type="checkbox"/> 하	
	4	경쟁사	우리와 유사한 제품/서비스를 제공하는 경쟁사에 대해 파악(매출, 제품의 차별점, 한계점 등)하고 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input type="checkbox"/> 중 <input checked="" type="checkbox"/> 하	
	5	경쟁력	경쟁사의 제품/서비스 대비 우리 제품/서비스가 가진 장점을 두 가지 이상 설명할 수 있다.	<input type="checkbox"/> 상 <input checked="" type="checkbox"/> 중 <input type="checkbox"/> 하	

# 2021 시민주도형 지역순환경제 & 그린뉴딜 분야 사회적기업 육성사업

## 경제위기와 기후위기라는 복합적 위기에 대해 대응하는 청년 사회적기업가 발굴

### 창업팀 의무교육 (사회적기업가 정신 및 창업과정을 위한 교육 20 시간)

- 의무교육 필수 이수 : 과정 별, 팀별 상황에 따라 전체교육과 소그룹 온·오프라인 교육 / 이수시간기록



출처: 사단법인 씨즈

# 2021 시민주도형 지역순환경제 & 그린뉴딜 분야 사회적기업 육성사업

## 경제위기와 기후위기라는 복합적 위기에 대해 대응하는 청년 사회적기업가 발굴

### 멘토링 진행 : 내용

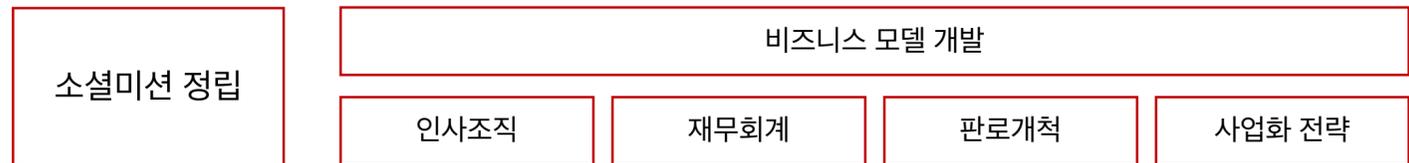
담임멘토링 (월 1회 이상)

- 정기적 멘토링 (대면 / 비대면)
- 사업 유효성점검 및 팀빌딩
- 월별 성과관리 및 사업보고 관리
- 예산 신청 및 정산 관리
- 사업계획에 따른 성장전략 추진 및 지원
- 이슈에 대한 자원 연계

전문멘토링 (평균 3회 이상)

- 업종/이슈에 따른 전문 멘토링 연계
- 팀의 니즈 분석에 따른 매칭
- 선배기수와 그룹 멘토링 / 1:1 멘토링 진행

### 멘토링 진행 : 프로세스

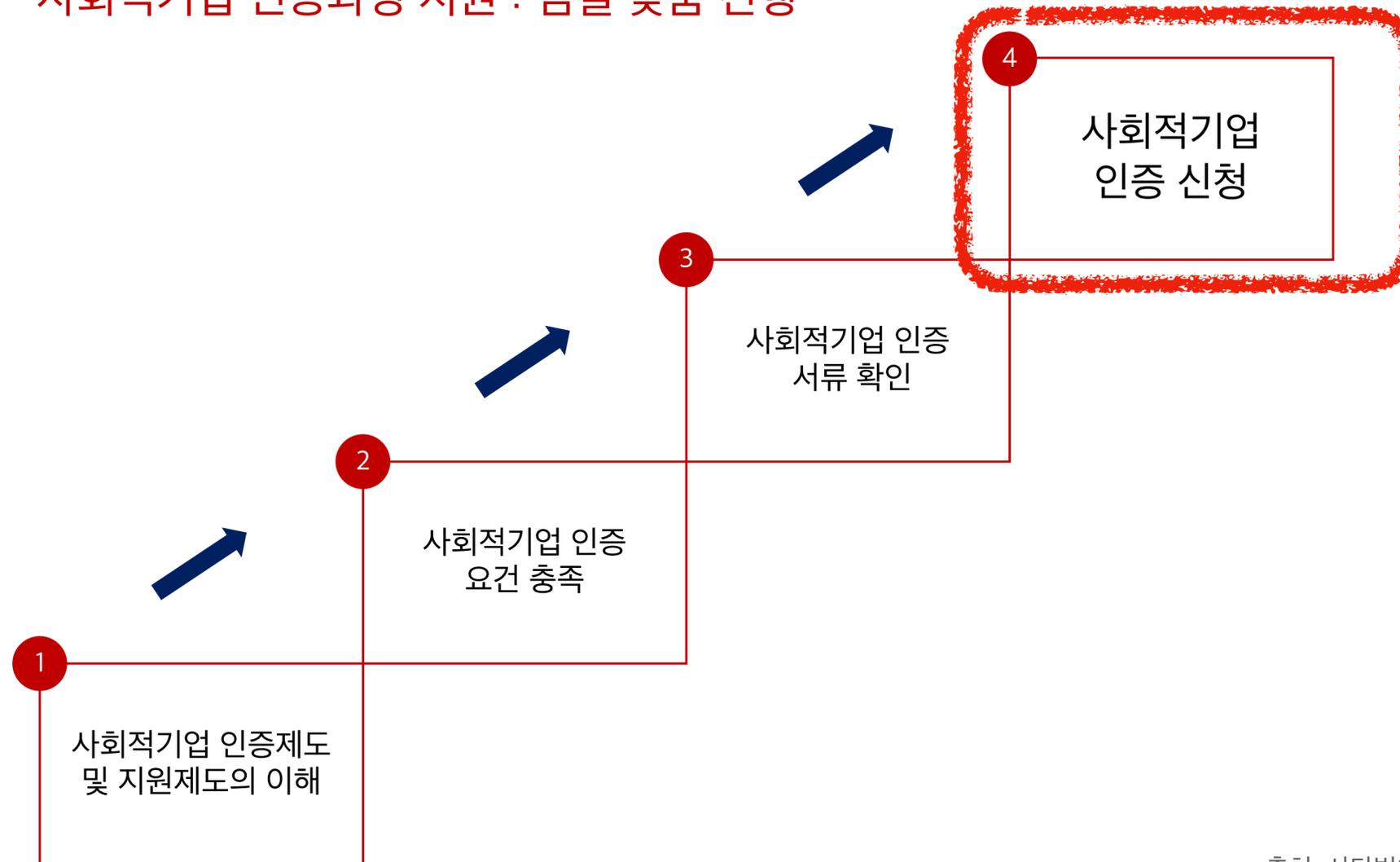


구분	시기	역할
소셜미션	2분기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적기업으로서의 미션과 전략의 융합 등에 대한 멘토링 실시</li> <li>• 사회적기업가(팀)의 비즈니스 모델 검토 및 전략 평가 실시</li> <li>• 사회적기업 마케팅 전략 검토 및 평가, 사회적자본 조달</li> <li>• 정보제공, 전략수립, 네트워크 제공</li> <li>• 사회적기업의 재무구조, 회계원리 이해</li> <li>• 팀 빌딩, 조직운영</li> <li>• 소셜미션 정립</li> <li>• 상품유통 전략 / 공공구매 등</li> <li>• 해외 사회적기업 진출 준비팀 멘토링</li> <li>• 사회적기업의 인증요건에 해당하는 조직형태 설립 지원</li> <li>• (예비)사회적기업 지정 및 인증지원 (교육 및 컨설팅)</li> <li>• 업종별 전문멘토 요청 / 필요 시 분야별 제공</li> </ul>
비즈니스 모델	2-4분기	
재무/회계	2-3분기	
인사/조직	2-3분기	
NPO 연계	2분기	
판로개척	3-4분기	
국제진출	3-4분기	
사회적기업	2-3분기	
인증지원	2-3분기	
업종별 전문멘토		

# 2021 시민주도형 지역순환경제 & 그린뉴딜 분야 사회적기업 육성사업

## 경제위기와 기후위기라는 복합적 위기에 대해 대응하는 청년 사회적기업가 발굴

사회적기업 인증과정 지원 : 팀별 맞춤 진행



출처: 사단법인 씨즈

# 2021 글로벌 솔루션랩 웨비나 시리즈

기후위기를 해결을 위해 ‘행동하는 국내외 청년들’의 지식 교환을 통한 협력과 연대



**2021 GLOBAL SOLUTION LAB**

1부. 자연

**“오래된 지혜, 새로운 실험”**  
- 기후변화와 먹거리 생산 -

**2021.6.9(수) 14시-15시**  
**자연농, 소농을 응원합니다**

- 발제: 김광현, 파타고니아 코리아 환경팀 팀장
- 토론: 안정화, 양평 종합재미농장 대표
- 사회: 이아름, 유기농 펍크 대표

**2021.6.16(수) 11시-12시**  
**탄소를 붙잡을 땅과 씨앗**

- 발제: 스탠 콕스 Stan Cox, 랜드인스티튜트 수석연구원
- 토론: 유희정, 퍼머컬처 디자이너

**2021.6.23(수) 14시-15시**  
**땅과 사람과 지구를 위한 점심식사**

- 발제: 모락 갬블 Morag Gamble, 퍼머컬처 에듀케이션 인스티튜트
- 토론: 배이슬, 진안 이든농장 대표



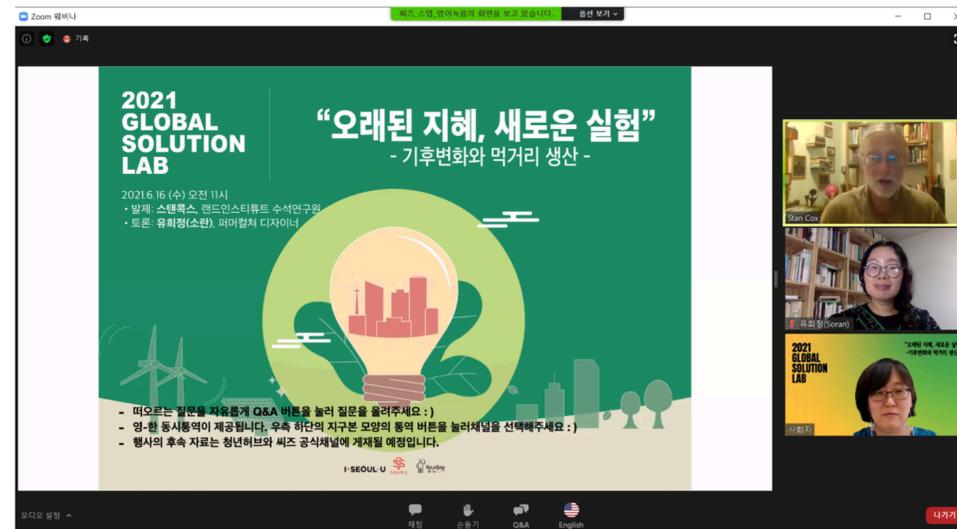
I·SEoul·U



seed:s



청년허브



**LIFE IN**  
사회적 경제 미디어

전체 이슈 현장 사람 시선 뉴스 읽뉴



**뉴스**  
#기후위기 #사단법인씨즈 #청년허브 #생태농업 #퍼머컬처  
기후변화따른 식량 위기, 지역에서 해법 찾는다...씨즈-청년허브, 6월 국제 웹세미나 개최

중요기사



# 2021 글로벌 솔루션랩 웨비나 시리즈

기후위기를 해결을 위해 '행동하는 국내외 청년들'의 지식 교환을 통한 협력과 연대

1부 / 자연

오래된 지혜, 새로운 실험:  
기후변화와 먹거리 생산

- 자연농, 소농을 응원합니다 (6/9)
- 탄소를 붙잡을 땅과 씨앗 (6/16)
- 땅과 사람과 지구를 위한 점심식사 (6/23)

2부 / 사람

기후위기와 인간:  
매일의 삶

- 패션과 개인의 역할: 필요한만큼만 잘 입기 (9/8)
- 삶의 방식: 개인의 관심을 공동의 목표로 (9/15)
- 다름의 기능: 세상에 버릴 것은 없다 (9/29)

3부 / 도시

기후변화와 새로운 도시

- 에너지, 건축, 도시 그리고 환경 (10/6)
- 폐기물은 어디에서 오고 어디로 가는가? (10/13)
- 공동체의 재해석 (10/20)

# 2021 글로벌 솔루션랩 웨비나 시리즈

기후위기를 해결을 위해 '행동하는 국내외 청년들'의 지식 교환을 통한 협력과 연대



Cyndi Rhoades,  
Worn Again Technologies  
섬유 분해 기술로 섬유 재생



Moayad Abushokhedi,  
Fooditive  
식물성 원료의 부산물을  
감미료로 전환,  
식품 폐기물 감소



Lasse Lind, 3XN  
건축자재의 90%를 해체해  
재사용하는 소셜하우스 건축



Stephanie Kyu-Young Lee  
핀란드 스마트 시티 에너지 챌  
린지 수상 건축사 디자이너



Lara Van Druten,  
The Waste Transformers  
음식물 쓰레기, 상업 폐기물을  
생분해성 폐기물을 자동으로  
바이오 가스나 전기, 열로 전환

**청년 세대가 변화시키는 세상, 기후위기를 극복하다**



사단법인 씨즈

감사합니다 :) )

[2021 세계 청년의 날 웨비나] 사회적경제와 사회혁신 “청년을 위한 00”