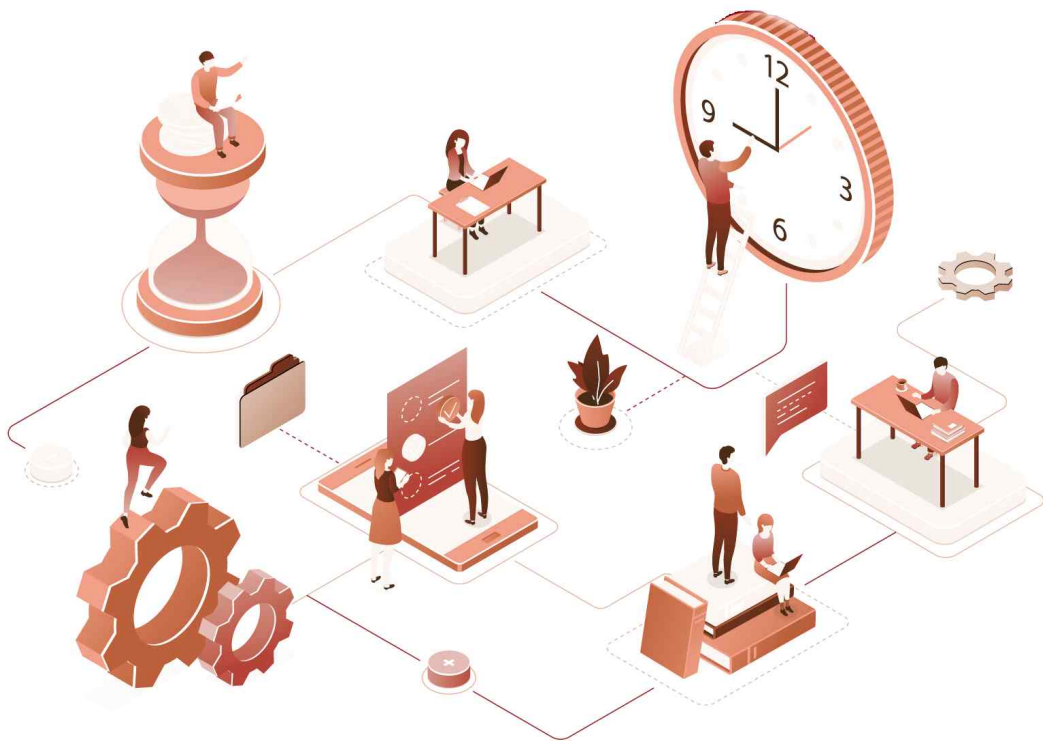


사회적가치 활성화 지원사업 우리 기업의 사회적 가치만들기



2022.10

우리 기업의 사회적가치 만들기

■ 개요

- 일시 : 2022. 10. 6.(목), 13.(목) 9:30~17:30
- 장소 : 천안축구센터 본관동 2층 다목적홀

■ 프로그램

구분	시간	내용	강사
1강 사회적가치와 사회적회계에 대한 이해 (10/6)	9:30 ~ 10:00	<ul style="list-style-type: none"> ■ 오리엔테이션 - 교육 일정안내, 참여자 상호 소개 	김유숙 상임이사 (사회투자 지원재단)
	10:00 ~ 12:00	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사회적가치와 사회적회계에 대한 이해 	
	13:00 ~ 16:00	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사회적회계 step1. 우리 기업의 사회적 가치 - 우리기업의 미션/목표/활동 만들기 워크숍 	
	16:00 ~ 17:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 기업별 발표 및 피드백 	
과제 : 우리 조직에 공유하기 / 활동별 지표 or 목표별 지표 만들기			
2강 사회적가치 측정과 활용 (10/13)	9:30 ~ 11:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사회적회계 step2. 사회적가치 측정하기 - 측정 지표 만들기 워크숍 	김유숙 상임이사 (사회투자 지원재단)
	11:30 ~ 12:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 발표 및 피드백 	
	13:30 ~ 15:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사회적가치를 활용한 자금조달 유형과 성공사례 	한송이 대표 (오마이 컴퍼니)
	15:30 ~ 17:30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 우리기업의 크라우드펀딩 활용 방안 - 사회적가치 스토리텔링 워크숍 	

**사회적가치와 사회적회계에 대한 이해 및
우리기업의 사회적가치 측정하기**

김유숙 상임이사
<사회투자지원재단>

사회적경제조직의 사회적가치와 성과측정

사회적회계(Social Accounting)의 이해와 적용

사회투자지원재단 김 유 숙

교육목적 및 일정표

교육구성

2일 10시간

- 교육목표
- 사회적가치 성과측정의 중요성과 필요성을 이해한다.
 - 사회적가치 성과측정 도구 중 사회적회계를 이해한다.
 - 사회적회계를 통해 우리 조직의 목적과 성과측정 지표를 개발한다.

일 정		주요내용	세부내용 및 진행방법
1 일차	10:00~12:00	성과측정 기초학습	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적 성과측정의 이해 • 사회적회계, SVI
	13:00~14:00	사회적회계 사례학습	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적회계 적용 사례 • 사회적회계 + SVI 적용 사례
	14:00~17:30	사회적회계 적용 1	<ul style="list-style-type: none"> • 우리조직의 목적 및 활동 정렬하기 • 발표 / 과제안내
2 일차	9:30~	사회적회계 적용 2	
		과제 안내 및 성찰	<ul style="list-style-type: none"> • 교육평가서 작성 • 성찰

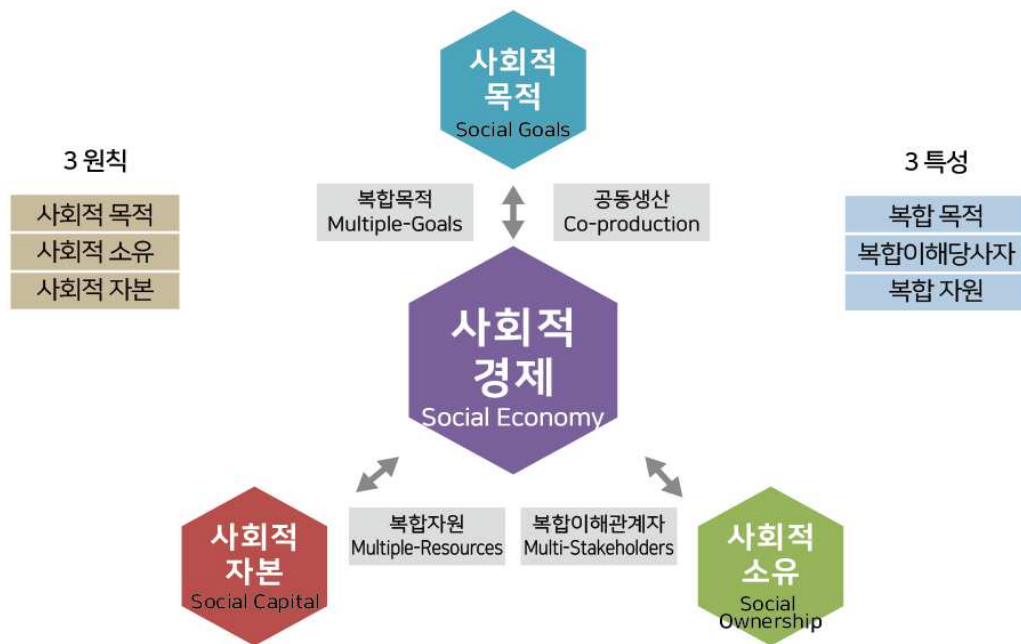
사회적경제조직의 건강한 사회적가치 측정 방법은 무엇이 있을까?

사회적가치
성과 측정,
왜 필요할까?

사회적가치
측정 방법은
무엇이 있을까?

우리 조직의
건강한
사회적가치
측정 방법은?

사회적경제의 운영원칙



사회적 경제는 자본과 권력을 핵심자원으로 하는 시장과 국가에 대한 대안적 자원배분을 목적으로 하며 시민사회 혹은 지역사회의 이해당사자들이 그들의 다양한 생활 세계의 필요들을 충족하기 위해서 실천하는 자발적이고 호혜적인 참여경제방식이다. _장원봉, 2007

왜 필요한가 (국제적 동향)

◆ (ESG 최근 동향¹⁴⁾) 코로나 19로 양극화 우려, 기후위기 대응의 시급성 환기로 인해 글로벌 ESG 논의가 가속화

• ESG 논의는 사회적 담론을 넘어 기업·투자자의 자발적 행동변화를 촉발하며, 메가트렌드로 부상

- (정부·국제기구) 정보공개 등 규율체계를 마련 중*이며, 점차 법적책임 부여 및 금융당국 등이 감독을 강화하는 추세**

* '20년 기준 전 세계 84개국에서 ESG 정보공개제도를 도입

** G20 금융안정위원회(FSB)는 기후변화의 재무적 영향 관련 공시체계 마련을 위한 TF(TCFD) 설립, 권고안 발표('17년)

- (기업) 글로벌 대기업을 중심으로 ESG 경영을 공식적으로 선언*하고, 지속가능성 보고** 등 정보공시가 일반화되는 경향

* (예) 애플, '30년 탄소배출 제로 선언('20.7월), 모건스탠리, 1조달러 ESG 펀드 조성('20.8월) 등

** 52개국 매출 상위 각 100개 기업의 80%가 지속가능성 보고 수행 중(KPMG)

- (투자) 글로벌 선도 금융회사 중심으로 ESG 투자전략 마련 → 글로벌 '20년 약 \$35.3조 수준(최근 4년간 약 55% 증가)



- 2000년에 들어 UN은 새천년개발목표(MDGs)를 발표, 지속가능발전엔 기업의 참여를 독려하고 국제사회윤리와 국제환경을 개선하고자 UN글로벌compact(UNGC)가 설립, 동시에 민간차원에서는 TBL 개념 체계화, 사회적 성과보고를 위한 글로벌 기준인 GRI 가이드라인 공개,

- 이후 ESG와 투자의 기준 관계에 관한 법적 해석 보고서가 발표되고, 그 다음해인 2006년 UN PRI 6원칙이 발표되었으며, 이 원칙에 글로벌 투자자들이 합의를 하며 ESG를 체계화하는 세계적인 흐름 시작

- 따라서 사회적 가치와 ESG는 별개의 논의가 아니며, ESG는 투자 자체를 사회적 가치실현의 방향으로 전환

〈사회적가치, issue paper〉, 한국사회적기업진흥원, 2022

왜 필요한가 (국제적 동향)

• (사회적 가치와 ESG 비교) 사회적 가치와 ESG의 차이는 엄밀한 구분이기 보다 상대적인 강조점의 차이에 기반

- (관점) 사회적 가치는 사회(이해관계자) 관점이 상대적으로 강한 반면, ESG는 투자자 관점이 상대적으로 강함

· SV를 추구하는 경우 기업을 둘러싼 주주, 노동자, 지역 등 이해관계자를 고려하는 경향이 강한 반면,

· 원론적 개념의 ESG를 추구하는 경우 리스크 없고 기회 요인을 잘 찾는 건강한 기업의 조건에 대한 관점이 강함

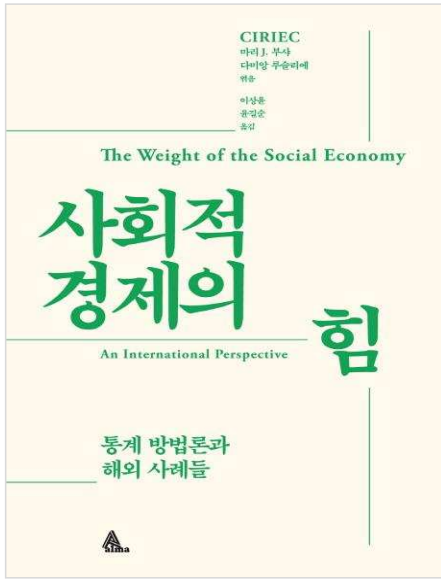
- (지향점) 사회적 가치는 사회 및 환경적 성과를 추구하고, ESG는 기업의 건강한 구조를 지향하는 경향

· SV는 특정한 사회, 환경적 성과 달성에 집중하는 반면, ESG는 기업의 운영과정과 프로세스에서의 건강함을 강조

구분	사회적 가치(SV)	ESG
환경(E)	- 결과적으로, 시장 기준 대비 환경 영향을 얼마나 줄였는지 *예시1 : 원재료, 에너지, 물을 절약 *예시2 : 폐기물, 온실가스, 폐수 절감	- 결과적으로, 시장 기준 대비 환경 영향을 얼마나 줄였는지 뿐만 아니라, - 기업의 환경영향 관리를 위한 전략, 프로세스, 투명성 등 전반 고려 *예시1 : 기후변화 리스크 대응 전략 *예시2 : 중요한 환경정보 공시 및 관리체계 *예시3 : 환경영향 관리 등
사회(S)	- 고객, 공급망, 직원, 지역사회 등 기업을 둘러싼 이해관계자의 다양한 사회적 가치 증진 포함 - 제품/서비스가 빈곤, 차별, 교육 기회 불균등 등의 사회문제를 해결하거나, 소비자 보호, 고용/안전 등 직원 권익 보호, 공정한 공급망 관리, 사회공헌 등 추진 포괄	- SV와 영역은 비슷한 반면, 기업 가치 측면에서 고려 *예시1 : 우수인력, 임직원 역량 개발 *예시2 : 사회공헌의 기업 경영전략과 체계적 연계
지배구조(G)	- 부정 행위를 했거나 법 질서를 위반한 내용을 주로 고려	- 리스크와 기회 관리가 잘 이루어지고 있는지, 기업이 건강하게 운영되고 있는지를 주로 고려 - 기업의 의사결정구조의 구조화, 이사회가 리스크/기회 요인을 잘 찾도록 역동적 효율적 운영, 이해관계자 의견 반영, 경영진 보수 규정의 합리성, 윤리 경영의 실천 등을 포괄

〈사회적가치, issue paper〉, 한국사회적기업진흥원, 2022

왜 필요한가 (국제적 동향)



“측정할 수 없다면
진보란 불가능하다”

(사회적경제의 힘), 마리J. 부샤 엮음, 2019

13개국 사회적경제 관련 통계지표를 통해본 사회적경제

① 완전한 경제 주체 관점

- 사회적경제가 GDP 에 기여하는 정도, 사업체 수, 부가가치 생산, 일자리수에 기여하는 정도로 사회적경제를 나타낸다.

- 예를 들어 “비영리 부분은 조사한 나라들에서 GDP에서 차지하는 비율이 평균 4.5%이고 이들 나라에서 건설업이 차지하는 비율과 대략 비슷하다”

② 다양한 자원이 결합된 특수한 경제모델 관점

- 사회적경제가 민간자원과 공공자원이 혼합되어 있다는 지점에 초점을 맞춘다

- 예를 들어 “ 브라질에서의 사회적경제 조직의 자체 자원은 65%가 조직의 구성원들에게서 왔고 프랑스의 경우 결사체의 자원의 12%가 기부에서 온 것으로 나타났다”

③ 지역행위자로 바라보는 관점

- 어떤 지역에서 일어나는 사회적경제 활동을 계량화하고 (일자리수, 사업체수, 활동분야의 영향력 등) 지역별로 분류하는 통계

- 예를 들어 사회적경제 기업의 29%가 가장 궁핍한 지역에서 활동하고 그 다음 궁핍한 지역에 20%가 활동하고 있다

사회적경제의 성과를 측정한다는 것은

국제표준분류체계에 따른 프랑스의 사례 (고용관련 사회적경제의 시장점유율)

(표 3) 2010년도 사회적경제 고용이 산업별 전체 고용에서 차지하는 비율

산업	전체 고용에서 차지하는 비율
A. 농업, 임업, 어업	4.4%
B-E. 제조업 + 건설업	1.1%
그 가운데 음식과 음료, 담배 생산물 제조	4.7%
G-I. 도매 및 소매업, 운수업, 숙박업	1.8%
그 가운데 도매 및 소매업	1.9%
K. 금융 및 보험업	30.2%
J, L-N. 경보업, 부동산업, 전문 서비스 및 지원 서비스업	4.2%
P. 교육서비스업	20.0%
Q. 보건업과 사회복지서비스업	18.6%
그 가운데 보건업	11.4%
그 가운데 사회복지서비스업	62.4%
R. 예술과 연예, 오락 관련 서비스업	42.9%
사회적경제 전체	10.3%

출처: INSEE-CLAP Tableaux harmonisés de l'économie sociale 2010

국제 표준 분류 체계에 따른 장.단점

- 사회적경제 조직의 활동을 국민계정으로 통합해 주는 것은 가장 큰 장점은 ‘비교가능성’과 제도와 정책을 기반으로 한 육성과 지원방향을 제시할 수 있다는 점
- 반면, 사회적경제조직들이 지향하는 목적을 담아낼 수 있는 국민계정은 거의 없다
- 사회적경제조직들이 목적은 생산물보다 계측하기 어렵다. 대부분이 물질적이지 않기 때문에 각 조직들이 목적을 먼저 선언해야 하며, 선언된 목적이 최종 생산물(경제적)과 다를 수도 있다.

- 사회적경제가 실제 지역주민의 삶과 공동체에 한 사람 한 사람의 자유와 역량향상에 얼마나 기여하는지, 사회적가치를 생산하는지
- 우리는 사회적경제가 어디에서 어디까지이고 무엇을 생산하며 어떤 사회적가치를 창출하는지
- 사회적경제의 비중과 규모 그리고 범위에 한 통계 정보가 부족한 국가가 여전히 많다

- 사회적경제 조직이 생산하는 결과물은 직접 수혜자에게 끼치는 영향뿐 아니라 사회 전체에 끼치는 영향까지 포함해 비시장 차원의 내용을 접근해야 하는데,
- 국제적 표준화 되어 있는 ‘국민계정’으로는 그것이 과소평가된다는 것을 확인함
- 사회적경제 조직이 낳은 영향을 남김없이 모두 화폐가치로 측정할 수 없다는 결론에 이르렀음.
- 국민계정 체계는 생산활동의 직접영향과 간접영향이 모두 돈의 흐름을 발생시키지 않는 한 측정할 수 없기 때문

다양한 사회적가치 측정 및 평가 도구 개발



- 사회적 기업 혹은 비영리조직들을 대상으로 사회적가치를 평가하고자 하는 다양한 척도들이 개발
- 길을 잃지 않는 비영리의 활동을 위한 성과측정에 대한 관심이 높아지고 있음
- 비영리조직, 협동조합, 자선단체, 사회적기업 및 재단과 같은 재정지원 및 경제활동 조직 등 독특한 가치를 사회적, 환경적, 경제적으로 세분화하여 측정하고자 하는 척도가 다양하게 존재
- **<nef> tool for you: approaches to proving and improving for charities, voluntary organizations and social enterprise (2009)**

- AA1000, Global Reporting Initiative(GRI) Guidelines, LM3(local Multiplier3), Quality First, Social Accounting & Audit, Social Enterprise Balanced Scorecard, References, Social Return on Investment, Volunteering Impact Assessment Toolkit, co-operatives environmental and social performance indicators

왜 필요한가 (국내 환경적 변화)

사회적경제 조직의 사회적성과를 측정하고자 하는 국내 동향

| 사회적가치 "측정"

사회적경제기업이 창출하는 경제적 가치(고용, 매출 등) 뿐만 아니라 사회적 가치(사회적 가치지향성, 사회적 환원 등)를 객관적이고 종합적으로 측정·평가하는 일련의 과정


| 사회적가치 "측정"을 위한 다양한 시도

- 사회투자지원재단 사회적 회계: 사회적경제 조직내부가핵심 주체가 되어 조직을 평가하고 개선하는 과정
- 사회성과인센티브: 사회적가치를 금액으로 환산해 평가
- **한국사회적기업진흥원 사회적가치 지표: 14개 지표로 구성된 사회적가치 측정 지표**

| 필요성

- 사회적경제기업이 창출하는 사회적 가치의 수준을 측정하고, 분야 전반의 사회적 가치 수준을 제고
- 사회적 경제분야 지원사업의 기업 선정 시, 사회적 가치측정 도구로써 직접 활용하거나 또는 참고자료로 활용될 수 있도록 기업의 객관적인 사회적 가치 정보를 제공
- 수치화 된 측정결과를 통해 우수기업 발굴로 외부기관(공공·민간)과의 사업연계 지원

성과측정의 국내 현황



보도자료

❖ 고용노동부 사회적기업과 과장 이성룡 사무관 박수연
 ☎ 044-202-7420
 ❖ 한국사회적기업진흥원 성과평가팀 팀장 강경흠 차장 이광진, 대리 장선녀
 ☎ 031-697-7771, 7773

보도일시: 2017. 7. 7(금) 오전
 <인터넷 2017. 7. 6(목) 12:00 이후>
 총 3쪽 (붙임 자료 포함)

< 본 자료는 <http://www.moel.go.kr>, <http://www.socialenterprise.or.kr> 에서도 볼 수 있습니다 >

기업의 사회적 성과 측정, 「사회적 가치 지표(SVI)」로 확인

□ 고용노동부(장관 이기권)와 한국사회적기업진흥원(원장 오광성)은 사회적 기업 10주년을 맞아 7일 '사회적 가치 지표'를 개발, 공표한다.

○ 사회적 가치 지표(SVI: Social Value Index)는 사회적기업 등 사회적 가치를 추구하는 조직이 창출하는 사회적 성과를 측정하는 지표로,

- 14개 세부 측정지표(계량 11개 + 비계량 3개)로 구성되었다.
- * '11~'15년 연구용역 추진, '16년 전문가 TF 운영 및 학계·유관기관 간담회 등을 통해 지표안을 마련, 일부 사업에 시범 적용 및 보완하면서 지표 확정

○ 그간 기업의 성과는 주로 매출, 영업이익 등 경제적 성과를 중심으로 측정되었다면, 이번 사회적 가치 지표는 사회적 가치 지향성, 지역사회와의 협력, 참여적 의사결정 등을 측정토록 개발되었다.

□ 사회적 가치지표(SVI) 총괄표

관점	범주	영역	측정 지표	배점
사회적 성과 (60)	조직 미션 (7)	사회적 미션 (7)	1. 사회적 가치 추구 여부	2
			2. 사회적 성과 관리체계 구축여부	5
	사업 활동 (35)	주사업활동의 사회적 가치 (15)	3. 사업활동의 사회적 가치 지향성 (비계량 지표)	15
			4. 사회적경제기업과의 협력 수준	5
			5. 지역사회와의 협력 수준	5
	조직 운영 (18)	운영의 민주성 (5)	6. 사회적 환원 노력도 (비계량 지표)	10
			7. 참여적 의사결정 비율	5
			근로자 지향성 (13)	8. 근로자 임금수준
	9. 근로자 역량강화 노력	5		
경제적 성과 (30)	재정 성과 (30)	고용창출 및 재정성과 (25)	10. 고용성과	10
			11. 매출성과	10
		노동성과 (5)	12. 영업성과	5
혁신 성과 (10)	기업 혁신 (10)	기업 활동의 혁신성 (10)	13. 노동생산성	5
			14. 혁신노력도 (비계량 지표)	10
계			14개 지표	100

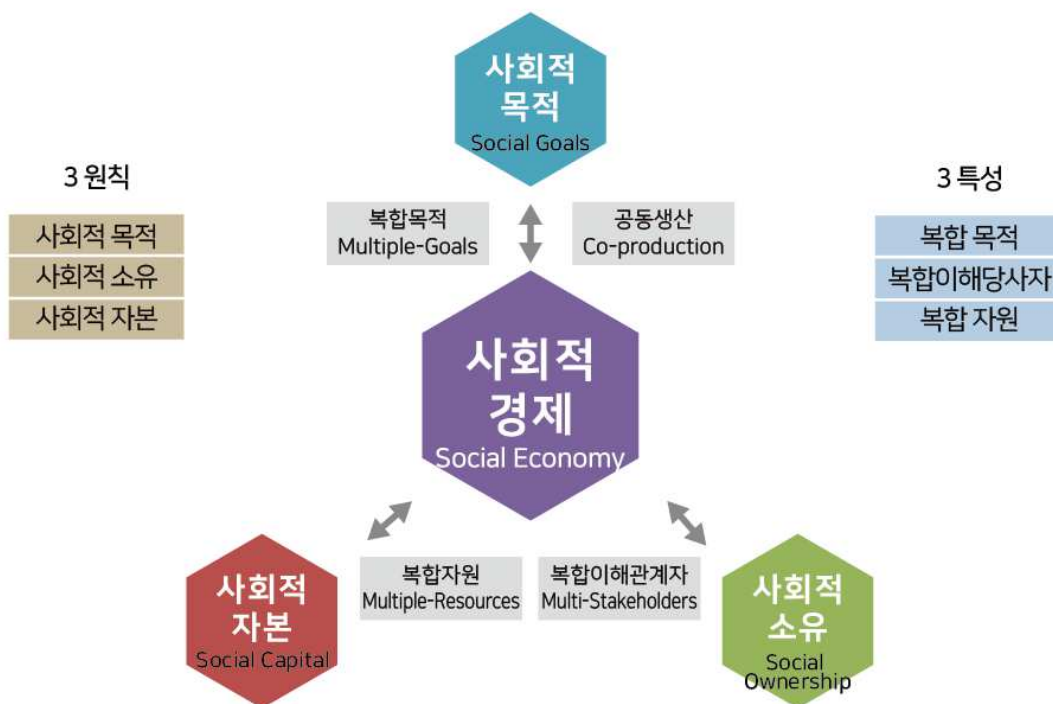
*** 지표모형의 특성**

- 관점별로 사회적 성과(60%), 경제적 성과(30%), 혁신 성과(10%)로 구성
- 계량(65%), 비계량(35%)으로 구성
- 지표가 활용되는 사업의 특성 및 목적에 따라 '사회적 성과, 경제적 성과, 혁신 성과' 3대 관점별로 유연하게 적용 가능하도록 구성(지표의 모듈화)

성과측정의 국내 연구 현황

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
대표연구자 연구기관	KAIST	조영복	이준우	문철우	문철우	이준우
연구목표	사회적가치 화폐환산 SROI 측정법개발	사회적가치 측정·평가 지표개발: 화폐환산	사회적 가치 측정 모델 제시: 화폐환산	사회적경제 사회적가치 측정지표 개발: 화폐환산 활용 없음	사회적경제 사회적가치 측정지표 개발: 화폐환산 활용 없음	사회적기업 적용가능한 사회적가치 기본지표 개발: 화폐환산 활용 없음
지표구성	분야에 따라 차이는 있으나 대부분 10개 정도 4개 분야 구분: 고용, 사회서비스, 환경, 공연예술	50여개 이상 8개 업종 구분: 사회복지, 보건·가사·간병, 보육·교육, 환경, 문화·예술·관광·스포츠제조, 물류 및 도소매, 정보통신 및 출판서비스, 기타	10여개 화폐환산 지표 추가적으로 정성적 판단 필요하다 언급, 하지만 구체적인 정성지표 확인 불가 분야/섹터 구분 없음	100여개 지표 8개 섹터 구분: 취약계층청소 년교육, 보건, 간병, 폐기물, 문화창작예술여가, 공정여행, 장애인고용	100~200여개 지표 11개 섹터 추가: 기타교육, 급식도시락식당, 보육, 청소, 공연, 체험, 식료품제조유통, 영농 및 농수축산물생산유통, 장애인고용 인쇄출판, 주택 및 공사, 기타	50개 지표 분야/섹터구분 없음
지표구분	핵심지표 보조지표 선택지표	필수지표 보조지표	구분 없음	필수지표 권고지표 자율지표	필수지표 권고지표 자율지표	구분 없음
비고					최종 평가를 세 가지 안을 제시: 최소 40여개 이상	

사회적경제의 사회적가치 무엇을 측정해야 할까?



사회적경제 조직을 제대로 이해하고 운영하기 위해서는 사회적 경제조직이 작동되는 기본 운영원리를 파악해야 함

측정의 원칙은 무엇인가?

이해관계자를 참여시킨다.	비교가능성
변화사항에 대해 이해한다.	완결성과 포괄성
그러한 사항들을 가치화한다.	정기적이고 지속적인 실행과 발전과정
오로지 중요한 것들을 포함시킨다.	조직 내부의 동기부여와 실행
과대산정 되어서는 안 된다.	개방성
명백하고 투명해야 한다.	외부적 입증
결과를 검증한다.	조직의 지속적인 변화의 확인

[사회적가치 성과측정/평가 도구는 무엇이 있을까?]

IRIS # B-CORP # SVI
SAA # SEBSC #LM3 # SROI

사회적가치 측정 평가의 논리 모형의 이해

- 사회적가치 실현을 위한 전략인 변화이론
- I-O-O-I 논리모형

활동 (Activities)	투입 (Inputs)	산출 (Outputs)	사회성과 (outcomes)	영향 (Impact/Influence)
경제적, 사회적 가치 창출을 위한 주요활동	활동에 투입된 자원	투입된 자원의 직접적인 결과물	활동을 통해 대상집단에 나타난 효과	사회적 수준에 나타는 효과
예) - 제품과 서비스 생산 - 개발 - 마케팅 - 훈련/교육 - 카운셀링/멘토링 - 고용/인턴십 - 서포트 그룹 - 네트워킹	예) 자원Resource - 인력 - 시간 - 자원봉사 - 돈 - 장비/설비 - 재화제공 - 공간	예) 생산물Product - 제품 제공량 - 서비스 제공 횟수 - 고객/수혜자의 수	예) 목표대상의 편익 benefit for people - 경제적 편익 - 태도 및 가치의 변화 - 새로운 지식 및 기술의 습득 ▼ - 행동 교정/변화 ▼ - 조건/생활여건의 개선 ▼ - 지위의 변화	- 장기적인 결과와 영향 - 결과를 통한 간접적 변화 - 의도적, 비의도적인 사회제도 와 체계의 변화 - 우리가 목적하는 바를 달성한 사회적, 경제적 발달

측정도구의 개요

□ 사회적 기업 혹은 비영리조직들을 대상으로 사회적가치를 평가하고자 하는 다양한 척도들이 개발



□ 비영리조직, 협동조합, 자선단체, 사회적기업 및 재단과 같은 재정지원 및 경제활동 조직 등 독특한 가치를 사회적, 환경적, 경제적으로 세분화하여 측정하고자 하는 척도가 다양하게 존재

□ <nef> tool for you: approaches to proving and improving for charities, voluntary organizations and social enterprise (2009)

- AA1000, Global Reporting Initiative(GRI) Guidelines, **LM3(local Multiplier3)**, Quality First, **Social Accounting & Audit**, **Social Enterprise Balanced Scorecard**, References, **Social Return on Investment**, Volunteering Impact Assessment Toolkit, co-operatives environmental and social performance indicators

측정도구의 개요

비Index형 지표 (절대지표 존재하지 않음)

사회적회계	BSC	LM3	SROI
조직의 사명을 달성하기 위한 다양한 활동을 이해관계자들 중심으로 지표 구성	조직의 사명을 달성하기 위한 전략체계도를 인과관계 구조로 KPI를 구성	지역의 현금흐름을 객관적으로 수치화하여 이해관계자에게 보고	조직의 사회적가치를 이해관계자에 따라 재무적 가치로 환산하여 조직에 내재화

Index형 지표 (절대지표가 존재함)

IRIS	B-corp	SVI
이미 구성되어 있는 외부지표에 조직에 맞는 지표 포트폴리오를 구성	이미 구성되어 있는 외부 지표에 조직의 사회적가치 지향점을 체크	이미 구성되어 있는 지표(계량지표와 비계량지표에) 조직의 달성 정도를 기술

사회적가치 성과측정 도구 비교

분류	평가도구	구체적인 내용	측정지표			평가대상			사용용도	
			정량	등간	사실식	결과	동인	과정/절차	외부 평가	내부 관리
비인덱스형	Social Accounting	조직의 목적을 바탕으로 이해관계자 컨설팅	○			○			○	○
	SE BSC	전략 경영 학습과 성장, 내부프로세스, 고객, 재무 관점	○	○		○	○			○
	Local Multiplier 3	DIY 방식을 통해 지역경제에 대한 효과 설명	○			○				○
	SROI(사회적편익_투자수익률)	사회적 편익에 대한 화폐적 가치 비교방식	○			○			○	
인덱스형	IRIS	이미 구성된 외부지표에 조직에 맞는 지표 포트폴리오를 구성	○			○			○	
	B-corp	이미 구성된 외부지표에 조직의 사회적 가치 지향점을 체크	○			○			○	
	SVI	이미 구성된 지표(계량/비계량)에 조직의 달성 정도를 기술	○	○	○	○	○		○	
보고서	GRI Guideline	조직의 사회적/환경적/경제적 효과를 관리 및 성취하기 위한 지침			○	○		○	○	
	Social Audit	Social Accounting에 대한 외부 감사			○			○	○	

사회적성과 측정 및 평가도구

SVI
Social value Index

SVI 개발 배경

- 정부의 재정지원 사업에 대한 정당성 확보
- 한국의 사회적기업의 발전의 특징은 국가주도 및 상대적으로 약한 시민사회 모델
- 사회적경제기업이 창출하는 사회적가치의 수준을 측정하고, 분야 전반의 사회적가치 수준을 제고
- 사회적경제분야 지원사업의 기업 선정시, 사회적가치 측정도구로써 직접 활용하거나 또는 참고자료로 활용될 수 있도록 기업의 객관적인 사회적가치 정보를 제공
- 수치화된 측정결과를 통해 우수기업 발굴로 외부기관(공공, 민간)과의 사업연계 지원

21

SVI 특징

계량지표와 비계량지표의 구분

- 사회적가치를 측정하는데 있어 양적으로만 측정할 수 없는 부분 까지 고려

양적 지표의 업종별 상대적 평가 활용

- 특정 사회적기업 유형 또는 업종이 우대 받는 것을 방지
- 이점이 있을 경우 정성적 반영 허용

22

SVI 특징

SVI가 지향하는 사회적가치

- 대내적으로는 근로자의 고용의질, 기업 내부의 민주성제고
- 대외적으로는 이윤의 사회적 환원과 사회적경제 생태계 구축 노력

SVI가 지향하는 경제적가치

- 조직 내의 경제적 목표 달성의 효율성(노동 생산성)
- 매출액, 영업이익 등의 재무적 가치

사회적기업육성법, 협동조합기본법 등의 내용 반영

- 사회적기업의 정관, 협동조합 7대 원칙 (민주적 운영, 협동조합 간 협력 등)

지표 점수의 배점 성향

- 관점별로 사회적 성과(60), 경제적 성과(30), 혁신 성과(10), 총 14개 지표(계량지표 65%, 비계량지표 35%)로 구성

SVI 최근 동향



□ 사회적가치지표(SVI) 총괄표

관점	범주	영역	측정지표	배점
사회적 성과 (60)	조직 미션 (7)	사회적 미션 (7)	1. 사회적 가치 추구 여부	2
			2. 사회적 성과 관리체계 구축여부	5
	사업 활동 (35)	주 사업 활동의 사회적 가치 (15)	3. 사업활동의 사회적 가치 지향성 (비계량 지표)	15
			4. 사회적경제기업과의 협력 수준	5
		사회적 목적 재투자 (10)	5. 지역사회와의 협력 수준	5
			6. 사회적 환원 노력도 (비계량 지표)	10
	조직 운영 (18)	운영의 민주성 (5)	7. 참여적 의사결정 비율	5
			8. 근로자 임금수준	8
		근로자 지향성 (13)	9. 근로자 역량강화 노력	5
경제적 성과 (30)	재정 성과 (30)	고용창출 및 재정성과 (25)	10. 고용성과	10
			11. 매출성과	10
		노동성과 (5)	12. 영업성과	5
			13. 노동생산성	5
혁신 성과 (10)	기업 혁신 (10)	기업 활동의 혁신성 (10)	14. 혁신노력도 (비계량 지표)	10
계			14개 지표	100

SVI 의 관점 및 측정프로세스

□ **관점:** 사회적기업의 정의 및 가치 등 공통요소의 추출을 통해 핵심 키워드를 사회적 성과, 경제적 성과, 혁신 성과로 구성

○ **사회적 성과 관점**

- 대내적: 사회적 미션의 관리, 근로자 고용의 질, 기업 내부운영의 민주성 등
- 대외적: 창출된 수익의 사회적 활용, 사회적경제 생태계 구축 조정 노력 등

○ **경제적 성과 관점**

- 대내적으로 얼마나 조직의 경제적 목표를 효율적으로 달성하는지 등이 포함
- 대외적으로 얼마나 국가경제에 기여하는지 등이 포함(매출액, 영업이익 등)

○ **혁신 성과 관점**

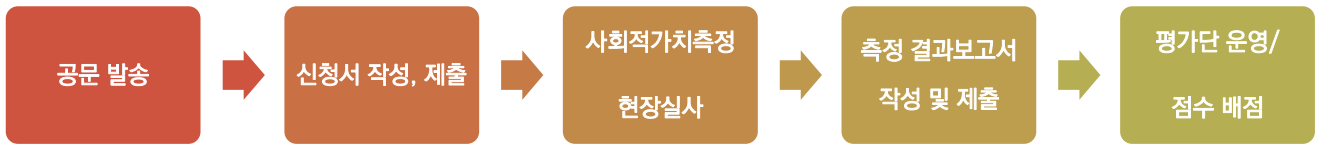
- 기업 운영과정의 혁신, 제품 자체나 운영방식 등 사업의 전 영역에서 걸쳐서 발생하는 혁신성

○ **측정결과의 종합**

- 종합점수 등급: 각 지표별 점수를 합산한 종합점수는 3단계 등급으로 산출

종합점수	등급 정의
탁월 90점 이상	모든 사업영역에서 사회적 가치 실현을 위한 체계적인 시스템을 갖추고 효과적인 활동이 이루어지고 있으며, 매우 높은 성과를 달성하고 있는 수준
우수 75점 이상 90점 미만	대부분 사업영역에서 사회적 가치 실현을 위한 체계적인 시스템을 갖추고 효과적 활동이 이루어지고 있으며, 높은 성과를 달성하고 있는 수준
보통 60점 이상 75점 미만	일부 사업영역에서 사회적 가치 실현을 위한 시스템을 갖추고 활동이 추진되고 있지만, 사회적 성과는 다소 부족한 수준
미흡 60점 미만	일부 사업영역에서 사회적 가치 실현을 위한 시스템을 갖추지 못하고 활동이 미비하여 개선을 위한 변화시도가 필요한 수준

● **측정 프로세스**



25

[사회적가치 측정 및 평가도구]

SROI
Social Return on Investment
사회성과투자수익률

SROI

SROI?

SROI는 광범위한 가치의 개념을 측정하고 계산하기 위한 프레임워크이다. 그것은 불평등과 환경파괴를 줄이고 사회적, 환경적, 경제적 비용과 편익을 결합하여 만들어진 변화를 얘기하고 그것들을 상징하기 위해 금전적 가치를 사용한다.

만든 이유

미국의 REDF라는 벤처 자선 기금에 의해 처음 개발되었으며, 영국의 NEF에서 이를 지원하고 개발해온 지표이다. SROI를 사회적 회계 방법론과 통합하여 이해관계자들이 알기 쉽도록 가치를 정의 하고, 영향력 관리에 대한 기존의 여러 접근법을 통합하여 사용자들의 참여를 더 용이하게 만들기 위함.(nef,2008)

27

SROI 분석의 6단계

범위설정 및 핵심이해관계자 확인	결과물 맵핑	결과물 명시 및 가치 산정	임팩트 확정	SORI 산출	보고 및 커뮤니케이션
-------------------	--------	----------------	--------	---------	-------------



SROI 측정방법

$$SROI = \text{효과} / \text{투입} \times 100$$

투입과 효과 계산 시 모든 이해관계자의 화폐적, 비화폐적 수익과 비용을 포함한다.

사회적가치 측정 및 평가 도구

SE BSC

SE Balanced Score Card
균형성과표

SE BSC

Balanced Score Card (BSC)

- **기업의 성과 관리 체계를 단순한 재무적 관점의 평가에서 벗어나 기업의 미래와 목표 달성을 위한 핵심적인 관점들인 재무, 고객, 내부 프로세스, 조직 학습 등에 대해 일관된 측정 수단(Measure)을 통해 균형 있게 측정하고 관리함으로써 서로의 인과 관계까지를 관리하고자 하는 기업의 성과 측정 수단의 하나**
- BSC는 기존의 전통적인 재무적 관점 일변도의 경영관리에서 사후적 결과에 해당하는 재무적 목표를 달성하기 위한 성과동인에 해당하는 고객 관점, 내부 프로세스 관점, 학습과 성장 관점 등을 종합적으로 측정해 재무적 측정 수단을 보완할 수 있게 하였다.

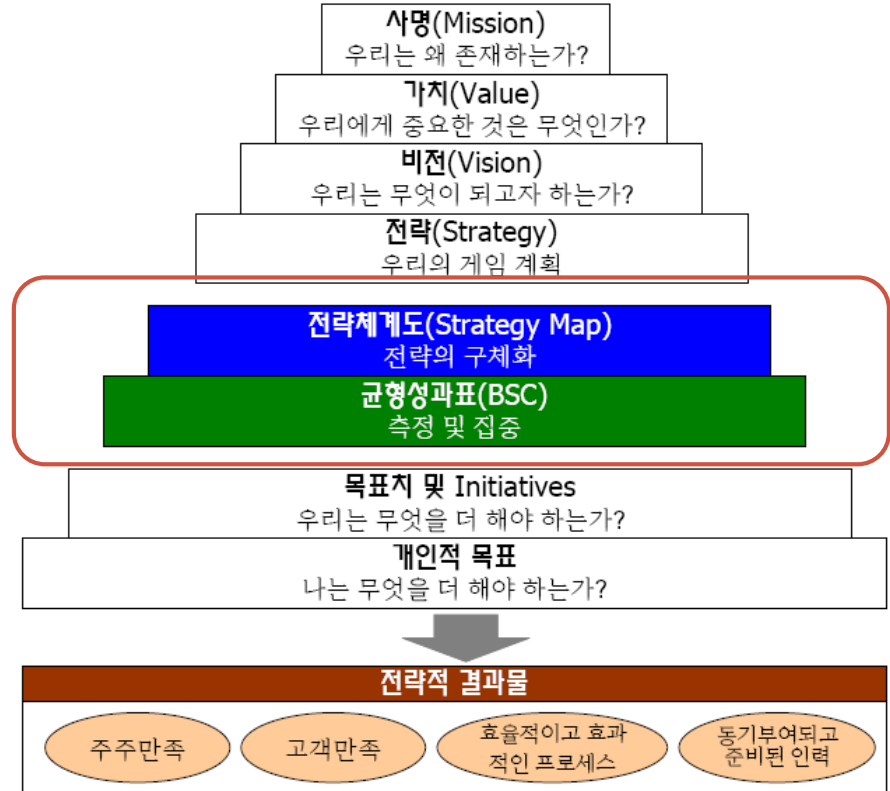
누가 만들었나?

- 1992년 미국 하버드 대학의 카플란(Robert Kaplan)과 노튼(David Norton)교수에 의해 발표
- 현재 세계 1000대 기업의 50% 이상과 공기업, 관공서, 지방자치단체의 대부분이 성과관리시스템을 도입해서 활용하고 있음

SE BSC

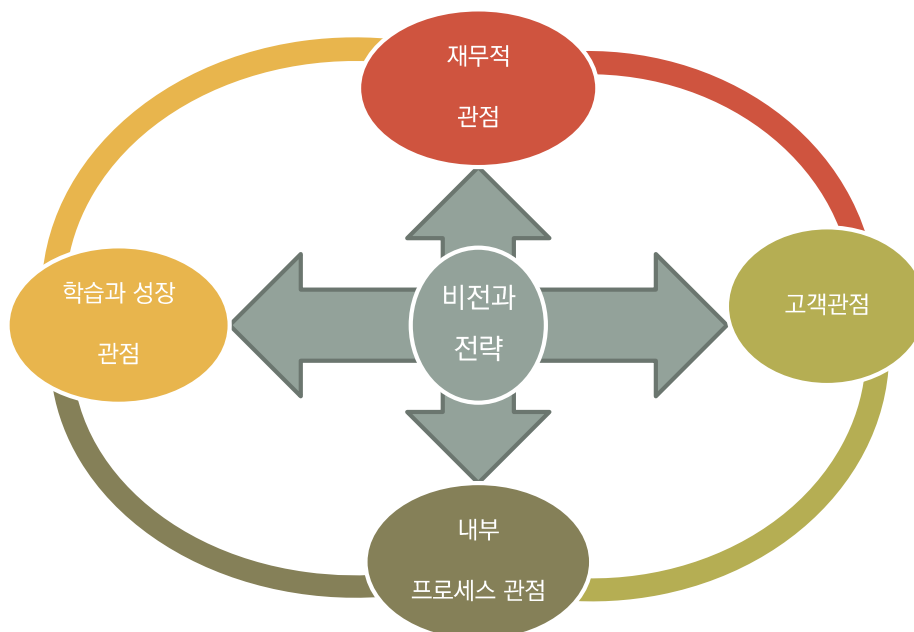
SE BSC는
가치가 무엇이고
또 그 가치가 어떻게
창출되는지를
묘사하는
연속체 속의 한 단계

- 핵심성과지표 (KPI)
- 인과관계
- 목표 (Target)
- 피드백 (feedback)



SE BSC의 특징

- BSC에서 핵심요소 중 하나인 ‘관점’은 조직의 가치 창출 근원에 대한 시각을 제시한다. 관점을 통해 우리는 그 조직이 지향하는 가치의 근원이 무엇인지 알 수 있다.
- 노튼과 캐플란의 기본 모형에서는 재무적, 고객, 내부프로세스, 학습과 성장 관점 이렇게 4가지로 분류하였다. 그러나 반드시 염두에 두어야 하는 것은 4가지 관점만이 정답이 아니라는 것이다. 조직마다 가치 창출의 근원이 다르기 때문에 설정되는 관점이 다를 수 있음을 잊지 말자



SE BSC의 관점

재무적 관점	<ul style="list-style-type: none"> BSC의 재무적 관점은 단순히 재무지표를 관리하는 것 이상의 재무성과가 좋게 나타나기 위한 조직의 프로세스가 합리적인가? <u>조직의 자원이 효율적으로 사용되었는가에 더 큰 초점이</u> 있음 더 이상 재무지표만을 통해서 기업의 가치 평가할 수 없지만 기업의 입장에서는 재무적 관점이 중요한 성과지표인 것은 분명 재무전략은 기본적으로 더 많이 파는 것과 더 적게 쓰는 것으로 요약할 수 있는데, 재무적 관점을 잡을 때는 단기적 성과를 낼 수 있는 더 적게 쓰는 것에 집착하지 않도록 주의해야 함
단기적 VS 장기적	
고객 관점	<ul style="list-style-type: none"> 기업의 가치는 어디에서 창출되는가? 고객에 대한 면밀한 검토와 고객정보 획득을 통해 해소되어야 함 일반적 지표로는 고객만족도, 고객유지율, 신규고객 확보율, 고객수익성, 시장점유율, 객당 점유율 등 이러한 지표들이 전략이 되기 위해서는 <u>고객세분화를 통해 타깃이 되는 고객들의 만족도와 유지율을 높이는데 있다.</u> 어떤 업체는 저가 전략을, 또 어떤 업체는 상대적으로 저가 전략을 펼치는 내용에 대한 고민이 이 지점에서 되어야 함
차별화된 가치명제	
내부프로세스 관점	<ul style="list-style-type: none"> 고객의 가치는 내부 비즈니스 프로세스를 통해서 창출된다. 내부프로세스를 통해서 조직은 고객에게 가치명제를 생산하여 전달하고 재무관점의 생산성 요소를 위해 프로세스를 향상시키고 비용을 감소시킨다. <u>운영관리, 고객관리, 혁신, 규제 및 사회적책임 프로세스</u> 등이 있다. 조직 내에서는 수백 가지의 프로세스들이 각자의 방식으로 가치를 창출하면서 동시에 진행된다. <u>'전략' 기법이란 이들 중 특히 고객가치에 가장 중요한 몇 가지 핵심 프로세스를 파악해 박차를 가하는 것</u>
학습과 성장	<ul style="list-style-type: none"> 무형자산의 전략적 역할에 대해서 묘사한다. <u>인적자산, 정보자산, 조직자산</u> 등이 있음 이 관점에서 핵심은 구체성이다. 막연한 내용은 전략이 될 수 없음 전략의 핵심 내부 프로세스가 요구하는 구체적인 능력 및 속성에 초점을 맞추어야 함. <u>4가지 관점 중에 가장 미래지향적이고, 현재에는 그 가치가 보이지 않지만 다른 3가지 관점의 성과를 이끌어내는 원동력으로서</u> 특히 구성원의 역량을 강조한다.

영리와 비영리 비교

영리 기업		공공 및 비영리 조직	
전략창출	목표	사명의 달성	목표
재무 : 성공한다면 이해관계자에게 어떻게 보일 것인가	수익성 매출증대	수탁자관점 : 성공한다면 후원자, 기부자에게 어떻게 보일 것인가	
고객 : 비전을 성취하기 위해 고객들에게 어떻게 보여야 하나		고객관점 : 비전을 성취하기 위해 고객들에게 어떻게 보여야 하나	
내부프로세스 : 고객들을 만족시키기 위해서는 어떤 프로세스들이 탁월한가		내부프로세스: 고객 및 재정지원자들을 만족시키고 사명을 성취하기 위해서 어떤 비즈니스 프로세스가 탁월할까?	
학습과 성장 : 비전을 성취하기 위해 우리 조직은 어떻게 학습되고 개선되어야 하는가?		학습과 성장 : 비전을 성취하기 위해서 직원들은 어떻게 학습하고 의사소통하고 협력해야 하는가?	

SE BSC의 결론

조직에서 BSC의 역할은?

- **성과평가시스템** : 균형적인 관점에서 경영성과를 평가하는 시스템의 역할을 함
- **전략관리시스템** : 전략경영, 실천, 평가, 보상 시스템을 통합하여 전략을 효과적으로 관리하는 시스템의 역할을 함
- **의사소통도구** : 기업의 비전과 전략을 전 사원에게 설명해주고 명확하고 객관적인 성과지표를 통해 막연하고 불분명한 비전과 전략을 구체화시키는 역할

BSC를 통해 무엇을 기대하는가?

- 전략경영촉진 및 지원 / 균형된 성과평가(조직의 성과관리 및 지원)
- 조직별 지표 및 행동계획 수립을 통한 책임경영제고
- 스스로 성과수준을 제고하게 하여 조직변화를 촉진
- 의사소통의 활성화(비전과 전략, 목표에 대한 전직원들의 공유와 이해를 기반)

사회적가치 측정 및 평가 도구

사회적회계
Social Accounting & Audit

사회적회계의 정의

- 사회적회계란 “조직의 사명과 목적에 대한 다양한 활동을 검토하고, 그것의 사회적, 환경적 그리고 경제적 효과를 측정하고 개선하기 위한, 내부 구성원들과 이해관계자들에 의해서 이루어지는 **조직의 지속적인 조절과정**”임
- 사회적 감사란 “사회적 회계 과정의 종결을 위해 **사회적 회계 보고서를 검토하고 검증하는 과정**”임

37

사회적회계의 역사

- 1970년대와 1980년대, 기업 조직의 좀 더 책임 있는 사회적 실천을 촉진하고자 하는 집단들에 의해 하나의 도구로 사용됨
- 1990년대에 사회적 회계는 사회적 효과를 측정하기 위한 독립적인 내부 검증 도구로 사용되기 시작. 1990년대 Traidcraft와 Body Shop을 비롯한 윤리기업들의 활동을 통해서 가시화됨. 1996년에 Body Shop의 첫 번째 사회적회계가 출판되면서 주류 기업들 사이에서 그것에 대한 많은 관심이 생겨남
- 비영리 조직에서 사회적 회계는 1970년대 말과 1980년대 초기에 Beechwood 대학에 의해 발전됨. 사회적 회계는 70년대 실험기를 거쳐, 80년대 공공 의제로부터 멀어지다가 90년대 다시 대두됨.



사회적회계의 특징

사회적 회계

- 평가주체
 - 조직 내부에서 계획·실행됨
- 평가목적
 - 활동 성과와 사회적 가치의 실현 정도를 보여주는 투명한 회계 결과의 적용
 - 활동을 개선하고 조직이 성공에 집중하기 위함
 - 모든 이해관계자들의 평가과정 참여를 통해 공개적이고 투명한 조직운영
- 평가특징
 - 조직에 의해 설계되고 발전됨
 - 구성원 및 이해관계자들과의 협의 후 관련 직원에 의해 설계
 - 조직에 의해 인정된 과정
 - 조직전략과 실천계획의 통합적 부문
 - 지속적인 과정
- 평가내용
 - 조직의 목적과 목표에 관련됨
 - 역동적인 조직의 성과에 대한 평가
 - 조직의 결점 인식과 치유를 위한 전제의 확인
 - 다양한 사회적 편익의 측정

일반적인 평가

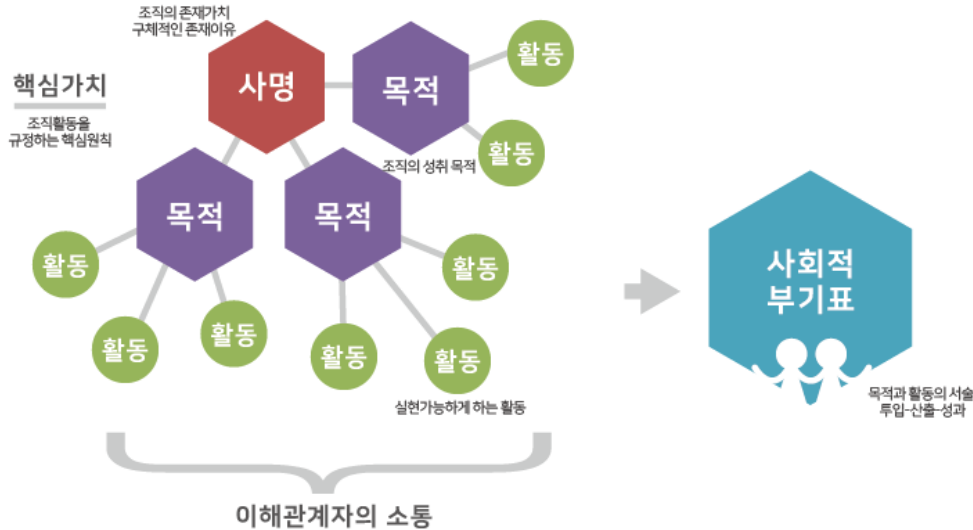
- 조직의 외부에서 계획·실행됨
- 외부인이 성과를 판단할 수 있는 해석적 설명을 제공
- 재정지원자의 참여를 정당화하거나 혹은 자금 지원 철회에 대한 결정을 정당화하기 위한 목적
- 소수의 사람들에게 제한된 참여 보장 및 결과 공개
- 외부의 조직/이해관계자에 의해 설계되고 부과된 진행과정
- 제한적인 협의 후 외부의 조직/이해관계자에 의해 설계되고 부과된 과정
- 외부의 집단들을 위한 모니터링 관리자에 의해 수행되는 과정
- 조직의 전략과 실천계획으로 강요됨
- 주기적인 과정으로 진행되나, 재정지원자 혹은 다른 이해관계자의 일시적인 필요에 의해서도 종종 진행됨
- 재정지원기관 혹은 다른 이해관계자의 목표와 관련됨
- 측정 가능한 성과에 대한 평가
- 사업의 내용 및 결점에 대한 확인
- 지역사회에 대한 조직의 가치와는 상관없이 '행해진 것들'에 대한 측정

사회적회계의 측정방법

- 1단계 준비과정**
 - 사회적회계 및 감사 이해
 - 소요자원(인력, 시간, 비용) 확인
 - 사회적회계와 감사 실행 결정
 - 실행팀 구성
- 2단계 기초점검과정**
 - 계획표 작성
 - 조직의 사명/가치/목적/활동 확인
 - 조직의 이해관계자 확인
 - 조직과 관련된 환경분석
- 3단계 실행계획과정**
 - 사회적회계 범위 설정
 - 지표설정 및 정보수집 방법 결정
 - 조직 내에서 계획 공유
- 4단계 실행 및 보고서 작성과정**
 - 자료수집
 - 분석 및 결과도출
 - 사회적회계 보고서 작성
- 5단계 감사 및 공유과정**
 - 사회적감사 및 감사보고서
 - 사회적회계 및 감사 결과 공유
 - 분석결과의 반영 및 실천



사회적회계의 측정방법



- | | | | |
|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 사명 - 우리 조직의 존재가치를 분명하게 표현하는 강력한 한문장 - 존재이유를 설명 / 존재가치와 실현목적이 명확하게 드러나야 함 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 가치 - 가치는 조직의 행위에 영향을 미치고 조직의 활동을 규정하는 핵심원칙 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 목적과 활동 - 조직이 성취하고자 하는 그 무엇-그 조직을 실현가능하게 하는 활동 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 사회적부기표와 지표 - 목적, 활동별로 관리해야 하는 투입,산출,성과 지표의 정리 |
|--|---|--|--|

사회적회계의 측정방법 : 사회적부기표

- 변화이론에 근거한 논리모형

<목적>

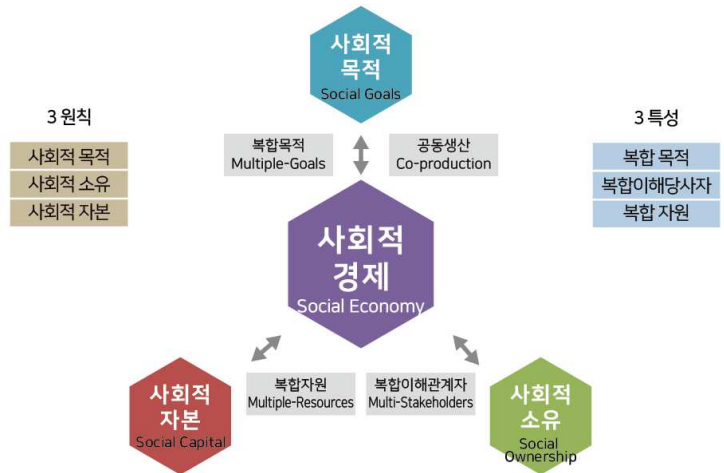
목적	활동	이해관계자	투입 (InPut)	산출 (output)	성과 (outcomes)	정보수집
1-1			<ul style="list-style-type: none"> • 자원 • 우리가 투입한 것 	<ul style="list-style-type: none"> • 투입된 자원의 직접적 결과물 	<ul style="list-style-type: none"> • 대상집단에 나타난 효과 	양적/질적/기술적
1-2			예) -고용된 직원, 활동가	예) -훈련횟수 -컨설팅 시간	예) -교육 후 인지/인식정도, 수	
1-3			-자원봉사자 수 -투입률 -예산 -시설 등	-참여한 대상 수 -만족도	-활용 정도, 수 -사회경제적 변화	

- 사회적 부기의 시작은 목적과 활동의 서술에서 시작됨
- 사회적 부기에서 '투입-산출-성과'는 활동에 어떤 재원을 소요했고, 어떤 결과를 산출했으며, 장기적으로 어떤 효과를 기대하는지 보여주는 척도
- 투입은 활동에 소요된 인력, 시간, 비용 등을 포함
- 산출은 투입에 의한 즉각적 변화를 의미하므로 때에 따라 활동과 같을 수 있음

사회적회계 기본원칙과 사회적경제

- 비교가능성
- 완결성과 포괄성
- 정기적이고 지속적인 실행과 발전과정
- 조직 내부의 동기부여와 실행
- 개방성
- 외부적 입증
- 조직의 지속적인 변화의 확인

Social Accounting & Audit



사회적 경제는 자본과 권력을 핵심자원으로 하는 시장과 국가에 대한 대안적 자원배분을 목적으로 하며 시민사회 혹은 지역사회의 이해당사자들이 그들의 다양한 생활 세계의 필요들을 충족하기 위해서 실천하는 자발적이고 호혜적인 참여경제방식이다.

_장원봉, 2007

사회적회계 사례

안성의료복지사회적협동조합 소개

안성의료복지사회적협동조합 소개

안성의료복지사회적협동조합은 지역주민이 조합원으로 참여하여 공동으로 소유하고 민주적으로 운영하며, 믿을 수 있는 의료기관을 통하여 좋은 의료서비스를 제공하고, 조합원과 함께 하는 보건 복지 건강마을 만들기 활동을 통하여 지역 주민과 조합원의 건강 증진 및 건강한 지역사회를 이루는데 기여한다.

‘조합원들이 협동하여 서로의 건강을 지키고, 향상시키기 위한 지역사회 공동체 운동’



1987년 안성군 고삼면 가유리 주말진료소 활동을 시작한 마을 청년들과 연세대학교 기독학생회 의료인들은 건강이 누군가에 의해 주어지는 것이 아니고 지역 주민들의 자발적인 각성에 기초한 살아 있는 움직임에 의해서 보장된다는 것을 깨닫고 1994년 4월 24일 우리나라 최초의 의료생활협동조합인 안성의료복지사회적협동조합을 창립하였습니다.

안성의료복지사회적협동조합은 안성시만이 건강, 생활과 관련한 문제를 이웃과 함께 해결하기 위해서 만든 조직입니다.

안성의료복지사회적협동조합은 조합원들이 협동하여 서로의 건강을 지키고, 향상시키기 위한 지역사회 공동체 운동입니다. 건강의 기본 단위가 지역사회임을 자각하고 지역의 건강권을 지켜내기 위한 사회적 역할을 충실히 해 나가며, 모든 사람들의 협동과 건강을 붙들고, 공개된 보건의료로 선도해 나갑니다. 조합원 활동을 기반으로 지역사회의 참여와 협동을 통한 보건·의료 복지의 건강한 지역사회를 만들어 나갑니다.

사회적회계 사례

목적	활동
1. 믿을 수 있는 좋은 의료서비스 제공	1-1. 적정진료
	1-2. 환자 건강관리 능력 향상을 위한 진료 및 교육
	1-3. 질병 조기발견을 위한 건강검진
	1-4. 소독 및 위생관리 철저
	1-5. 의료기관 직무교육
2. 취약계층의 보건의료서비스 제공	2-1. 취약 계층 의료비 감면
	2-2. 취약 계층 의료 지원 서비스
	2-3. 거동 불편자를 위한 서비스
3. 주민 건강자치 역량 향상	3-1. 생협인 교육활동
	3-2. 건강교육
	3-3. 조합 운영 참여 활동(총회 및 각종 회의, 의견함 및 불편개선 제도)
	3-4. 조합원 자치활동(지역별조합원활동, 소모임활동, 건강마을 만들기)

45

사회적회계 사례

목적1. 믿을 수 있는 양질의 의료서비스 제공

활동	이해관계자	투입	산출	효과	성과지표	근거자료
1-1. 적정진료	환자, 보호자, 의료기관 직원, 보건소, 건강보험공단, 심사평가원, 이용위	담당자(명), 소요비용(업무시간, 의약품, 의료소모품, 의료장비), 보험수가	진료건수, 환자수	환자에게 필요한 적정진료를 제공하여 약물 오남용 및 과다 검사로 인한 진료비 과다지출을 막음	항생제처방비율, 주사제처방빈도, 전체진료비 중 비보험진료비 비율, 환자1회 평균진료비, 환자 1회 평균 본인부담금, 건강보험 보장율, 의료사고발생건수, 환자만족도 조사	의료기관별 월평균 환자분석표, 약제급여 적정성 평가결과 통보서, 회계자료, 환자만족도 조사표
1-2. 환자 건강관리 능력 향상을 위한 진료 및 교육	환자, 보호자, 의료기관 직원 이용위	담당자(명), 소요비용(진료시간)	교육횟수, 주치의 등록인원	환자에게 질병과 치료과정에 대하여 충분히 설명하여 환자가 치료과정에 주체로 서도록 하고 교육을 통해 환자의 건강관리 능력을 향상함.	· 설명에 대한 환자 만족도, · 월평균 고혈압, 당뇨 환자, 투약 불이행 전화 상담 및 안내 현황, 당뇨환자 당화혈색소평균치, 만성질환 교육참여인원 및 횟수 · 만성질환자 관리 수첩 보급수, 고혈압 처방일수율, 고혈압 처방지속률 비율 · 주치의 등록 인원, 전화상담건수, 질환별 인원 및 검진인원 대비 비율	의료기관별 월평균 환자분석표, 전자차트, 만성질환자 관리 프로그램, 의료기관 전자차트, 주치의 관리 프로그램, 고혈압 적정성 평가결과

46

사회적회계 사례

1-1 적정진료 지표

의료기관	안성농민의원			우리생협의원			서안성의원	전국 평균
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2012	2012
상기도 감염 항생제처방률(%)	5.9	12.6	8.2	20.5	20.9	20.2	4.2	48.44
주사제처방빈도(%)	6.5	10.6	7.31	5.3	6.78	6.95	17.49	35.94
전체 진료비 중 비보험진료비비율(%)	13.4	15.8	24.7	10.1	25.2	38.3	22.8	
환자 1회 평균 진료비(원)	23,780	25,160	26,764	14,331	15,585	20,113	16,754	
환자 1회 평균 본인부담금 (원)	5,701	6,592	6,885	5,007	6,908	11,823	7,570	
건강보험 보장률 (%)	65.9	63.3	63.7	62.6	55.5	46.5	64.6	
의료사고건수	0	0	1	0	0	0	0	
환자만족도(점)	3.95	4.0	4.1	4.2	4.5	4.5	4.5	

사회적회계 사례

2018년도
토닥토닥협동조합
사회적회계 최종 보고서



2 가치

토닥토닥협동조합은 5가지 주요가치를 목표로 나아가고 있다.

- 1) 내담자의 평생의 삶의 여정을 응원하는 자세를 가진다.
- 2) 함께하는 동료들 사랑하고 아낀다.
- 3) 내담자에 대한 최선의 존중을 다한다.
- 4) 내담자 중심으로 늘 생각하고 행동한다.
- 5) 예방적 상담을 위한 가능성을 모색한다.

사회적회계 사례

■ 목적 및 활동

목적	활동
상담의 장벽을 낮춘다	<ul style="list-style-type: none"> - 접근성 좋은 상담실(카페운영) - 적절한 상담료 - 다양한 홍보채널 운영 - 이벤트 행사 개최
질 좋고 신뢰할 심리상담	<ul style="list-style-type: none"> - 윤리적 상담 기준 선정 및 준수 - 상담사들의 외부교육과 학습 - 슈퍼비전을 통한 상담 보완 - 현장학습 진행(바리스타 등 집단생활) - 횡수와 무관한 급여체계(고정급여)
생애주기적-예방적 상담	<ul style="list-style-type: none"> - 청소년 상담과 부모교육 - 청년 상담과 취업교육 - 중노년 상담과 창업상담 - 자속적, 주기적 상담
사회적경제조직내 지원 및 네트워크 참여	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적경제 조직의 구성원 심리상담 - 사회적기업 창업교육 및 멘토링(두드림) - 창업컨설팅 및 훈련지원 - 뷰티플랜로우 참여

■ 핵심 실행지표 및 목표

활동	핵심 실행지표	2018년도 목표	측정 결과
1-1 접근성 좋은 상담실 (심리카페운영)	내담자 고객 만족도(접근성) -> 북카페의 접근성 만족도로 수정	항목별 10점 척도상 평균 점수 7점 이상	8.1점
	1) 타기관 대비 1인당 평균상담료 비율	1/3 비율	측정결과 1/4수준 유지
	2) 심리상담 검사료	최소비용	무료제공
1-2 적절한 상담료	3) 내담자 고객만족도(상담료)	항목별 10점 척도상 평균 점수 7점 이상	7.5점
	1) 채널별 반응 수 - 페이스북 - 인스타그램 - 네이버	페이스북 5천명 인스타그램 1만명 네이버 홍보	5천2백 1만4천 측정불가
1-3 다양한 홍보채널 운영	2) 채널별 실제 상담 연결 비율	페이스북 10% 인스타그램 10% 네이버 20%	4% 2% 28%

사회적회계 사례



사회적회계 사례

목적	활동
1. 공익활동 네트워크 지원	1-1. 공동체 정책협의회 공동사업
	1-2. 공익활동가 네트워크지원
	1-3. 공익활동 큰 마당
	1-4. 지역사회 연대. 협력사업
2. 공익활동 주체 및 모델 발굴	2-1. 사회혁신실험실 및 컨퍼런스
	2-2. 신규모델발굴 공모사업
	2-3. 공익활동가발굴 지원(씨앗사업)
3. 공익활동가 역량강화 및 활동 지원	3-1. 단체지원공모사업(사회적회계 등)
	3-2. 공익활동가 실무교육 지원
	3-3. 열린민주시민교육
4. 기반지원 및 플랫폼 구축	4-1. 대관 및 사무공간지원
	4-2. 자원조사
	4-3. 온·오프라인 자료 축적 및 활용
5. 공익활동 인식(공감대) 확산	5-1. 홍보활동(온·오프라인)
	5-2. 공익활동 상담

51

사회적회계 사례

01. 사회혁신	02. 공익활동 주체발굴 및 지원	03. 역량강화 및 기반지원	04. 네트워크 및 확산												
<p>사회혁신가포럼</p> <p>대구 1회 개최 110명 참여 타지역 사회혁신포럼 5회 공동개최</p> <p>시민사회활성화포럼</p> <p>71명 참여 평균 만족도 4.3점 (5점 만점)</p> <p>사회혁신실험실</p> <p>2개 프로젝트</p> <ul style="list-style-type: none"> · 자전거 출퇴근 헬린지 · 리드리드클라이빙 장애이동권해결프로젝트 <p>CSR포럼</p> <p>35명 참여, 함께한 기관 10개</p> <p>지역혁신포럼</p> <p>시민제안 사업 344개 20개 사업 거버넌스 매칭</p>	<p>공익활동 씨앗</p> <p>60팀 419명 참여</p> <p>공익활동 사업설명회 진행</p> <p>79명 참여</p> <p>소셜임팩트</p> <p>10개 프로젝트</p> <p>사회혁신 인재육성 사업</p> <p>사회혁신가 성장아카데미</p> <ul style="list-style-type: none"> · '사회를 혁신하는 사람들은 어떻게 성장하는가?' 라운드테이블 진행 · 사회혁신가 성장아카데미 F.G.I. (Focus Group Interview) 진행 · 희망제작소와 프로젝트 협업 	<p>열린민주시민교육</p> <p>2개 프로젝트 11개 강의 445명 참여</p> <table border="1"> <tr> <td>비즈니스클</td> <td>변화성장프로젝트</td> </tr> <tr> <td>2개 프로젝트 지원</td> <td>2개 프로젝트 지원</td> </tr> </table> <p>활동가 학습지원</p> <p>8건</p> <p>사무공간지원</p> <p>7팀</p> <p>실무교육</p> <p>5회 125명</p> <p>NPO활동가 역량강화교육</p> <p>4회 59명</p> <table border="1"> <tr> <td>출판지원</td> <td>삼심오오</td> </tr> <tr> <td>2건</td> <td>9팀</td> </tr> </table> <p>사회혁신 도서관 분홍돌고래</p> <p>소장도서 2,189권</p> <p>분홍돌고래 문학관</p> <p>4회 63명</p>	비즈니스클	변화성장프로젝트	2개 프로젝트 지원	2개 프로젝트 지원	출판지원	삼심오오	2건	9팀	<p>공동체정책협의회 정기회의 및 공동학술회</p> <p>공동학술회 3회 협업사업을 위한 회의 12회 진행</p> <p>어깨동무</p> <p>5개 프로젝트 10팀</p> <p>한국시민센터 협의회</p> <p>메니저학습모임 2회 참가 등계/하계 워크숍 참가</p> <p>공간대관 (12월 31일 기준)</p> <p>1,541회 대관 30,229명</p> <table border="1"> <tr> <td>홍보부스 운영</td> <td>공익활동활성화를 위한 협약</td> </tr> <tr> <td>2회</td> <td>2회</td> </tr> </table> <p>홈페이지 (12월 31일 기준)</p> <p>방문자 27,818명 열람 116,640건</p> <p>페이스북 구독자 (12월 31일 기준)</p> <p>3,338명</p>	홍보부스 운영	공익활동활성화를 위한 협약	2회	2회
비즈니스클	변화성장프로젝트														
2개 프로젝트 지원	2개 프로젝트 지원														
출판지원	삼심오오														
2건	9팀														
홍보부스 운영	공익활동활성화를 위한 협약														
2회	2회														

52

사회적회계 사례 (서천사회적경제네트워크 회원사)

연 번	분류	2022년도 사회적가치 목표			
	사회적기업 (6) 예비사회적기업 (4) 협동조합 (2)	공통 지표 (12곳 중 11곳 응답)	지역소멸 극복	• 서천군 청년 일자리 창출(고용 인원)	• 13명
			지역경제 활성화	• 서천군 주민 대상 일자리 창출(고용인원)	• 71명
				• 지역특산물 활용 제품 및 서비스 판매(매출액)	• 48억9천만 원
			삶의 질 향상	• 이웃돕기 물품 및 기부금 후원(기부금)	• 6천7십만 원
• 장애인, 노인 등 취약계층 일자리 창출 (고용인원)	• 61명				

53

사회적회계 사례 (서천사회적경제네트워크 회원사)

연 번	분류	조직명/대표자	2022년도 사회적가치 목표			
10	사회적기업	서천마산협동조합 (박대수)	공통 지표	지역소멸 극복	• 서천군 청년 일자리 창출(고용 인원)	• 2명
				지역경제활성 화	• 서천군 주민 대상 일자리 창출(고용인원)	• 7명
					• 지역특산물 활용 제품 및 서비스 판매(매출액)	• 8억원
				삶의 질 향상	• 이웃돕기 물품 및 기부금 후원(기부금)	• 270만원(유정관 포함)
			• 장애인, 노인 등 취약계층 일자리 창출 (고용인원) / 장애인 2명, 노인1		• 2명	
			개별 지표	지역소멸 극복	• 지역사회공동체활성화(체험프로그램제공)	• 250명
				지역농가 소득 증대	• 시장보다 낮은 마진율	• 10~15%
					• 농가소득향상 비율	• 10~15%
					• 서천지역 농민 소득 증대 금액	• 2천만원
			삶의질향상	• 지역농가 확대 규모	• 19년 :100농가 • 20년:150농가 • 21년 :200농가	
• 직원복지향상/아유회	• 500만원					
• 취약계층 대상 프로그램 제공/장애인	• 2건횟수 • 20인원 • 70만원					

54

사회적회계 사례



<http://cafe.daum.net/socialaudit>

사회적회계 역할

사회적회계가 어떤 영향을 주는가?



- 우리 조직의 존재 이유를 설명할 수 있다.
- 우리 조직 운영의 명확한 목적과 목표를 설정할 수 있다.
- 성과 집중적인 조직으로 성장할 수 있다.
- 우리 조직의 사회적 성과를 증명할 수 있다.
- 우리 조직의 지속적 운영을 위해 조절하고 조정할 수 있다.
- 우리 조직과 관련된 이해관계자와 함께 운영하는 진정한 '사회적소유'를 실현할 수 있다.
- 조직문화를 상향식, 민주적 운영방식으로 개편할 수 있다

사회적회계 역할

| 사회적회계가 어떤 영향을 주는가? |



57

[여러 성과측정 도구가 사회적회계와 만나면?]

- 강북희망협동조합
- 서천표고버섯영농조합법인
- 임업진흥원 특화지표 개발
- 춘천사회혁신센터 SA+LM3

58

SVI 구성

사회적 가치지표(SVI) 총괄표

관점	범주	영역	측정지표	배점	
사회적 성과 (60)	조직 미션 (7)	사회적 미션 (7)	1. 사회적 가치 추구 여부	2	
			2. 사회적성과 관리체계 구축여부	5	
	사업 활동 (33)	주사업활동의 사회적 가치 (15)	3. 사업활동의 사회적 가치 지향성(비계량지표)	15	
			4. 사회적경제기업과의 협력 수준	5	
			5. 지역사회와의 협력 수준	5	
	사회목적 재투자 (10)	사회목적 재투자 (10)	6. 사회적 환원 노력도(비계량지표)	10	
			7. 참여적 의사결정 비율	5	
	조직 운영 (20)	운영의 민주성 (5)	근로자 지향성 (15)	8. 근로자 임금수준	8
				9. 근로자 역량강화 노력	5
경제적 성과 (30)	재정 성과 (30)	고용창출 및 재정성과 (25)	10. 고용성과	10	
			11. 매출성과	10	
			12. 영업성과	5	
		노동성과 (5)	노동성과 (5)	13. 노동생산성	5
				14. 혁신노력도(비계량지표)	10
혁신 성과 (10)	기업 혁신 (10)	혁신성 (10)			
계			14개 지표	100	

비계량지표(정성평가)

※ 지표모형의 특성

- 관점별로 사회적 성과(60%), 경제적 성과(30%), 혁신 성과(10%)로 구성
- 계량(65%), 비계량(35%)으로 구성
- 지표가 활용되는 사업의 특성 및 목적에 따라 '사회적 성과, 경제적 성과, 혁신 성과' 3대 관점별로 유연하게 적용 가능하도록 구성(지표의 모듈화)

SVI 사례 : 정량지표

지표1 사회적 가치 추구 여부(배점:2점, 계량 평가)

지표 정의

- 기업이 명시적으로 사회적 가치추구 여부를 선언하고 이를 통해 사회적 가치 지향 활동을 수행하고 있는지 측정하는 지표

측정 기준

- 기업의 사회적 목적을 명시적으로 반영하고 있는 문서(정관 등)의 구비 유·무

측정 방법

- 계량 평가(문서구비 유·무 확인)

[기업 작성예시]

미선 *앞잡이 사회서비스와 지속가능한 일자리 기회를 제공하여 사회적 약자의 삶의 질 향상에 기여한다.*

비선 *2020년 내에 간병 및 요양서비스 사업을 선도하는 기관으로 도약 하고 근로자의 60% 이상을 취약계층으로 고용한다.*

추진전략
1. 간병 서비스 매뉴얼 개발 및 보급
2. 취약계층 고용활성화를 위한 지역사회 연계 추진
3. 근로자의 전문성 강화

- 미선 : 기업이 궁극적으로 달성하고자 하는 최종 목적을 의미
- 비선 : 기업이 미션을 달성하기 위해 중, 장기적으로 세운 목표를 의미
- 추진전략 : 비전을 달성하기 위한 단기적 수행전략을 의미

- ① 기업의 사회적 목적을 명시적으로 표현한 문서를 확인
 - * 명시적 문서란 기업이 추구하는 사회적 가치 또는 목표가 내포된 문서로 정관, 미션선언문, 비전선언문 등이 해당되며 이 중 1개 이상 구비 필수
- ② 미션선언문, 비전선언문은 [제3장]의 참고자료 1, 2번 참조(기업 자체서식 활용 가능)
 - * 기업 자체서식을 활용한 측정 시, 해당자료에 기업의 사회적 목적·가치 및 미션·비전 등과 같은 유사한 내용이 기재되어 있어야 함

등급 기준

등급	점수	기준
유	2점	사회적가치 및 목적을 명시적으로 선언한 문서(정관, 미션선언문, 비전선언문 등)가 있음
무	1점	사회적가치 및 목적을 명시적으로 선언한 문서(정관, 미션선언문, 비전선언문 등)가 없음

측정 활용방법

- 다음의 증빙자료 중 1개 이상 확인
 - 정관(사회적 목적)
 - 미션선언문·비전선언문
 - 기업의 사회적 목적 및 미션·비전이 명시된 자체적인 문서 또는 홈페이지

측정 시 유의사항

- 기업의 정관, 미션선언문, 비전선언문 등에 기업 운영과정상 사회적 가치 및 목적을 추구한다는 내용이 명시되어 있어야 함

SVI+사회적회계 융합 사례

사회적 가치지표(SVI) 총괄표

관점	범주	영역	측정지표	배점	
사회적 성과 (60)	조직 미션 (7)	사회적 미션 (7)	1. 사회적 가치 추구 여부	2	
			2. 사회적성과 관리체계 구축여부	5	
			3. 사업활동의 사회적 가치 지향성(비계량지표)	15	
	사업 활동 (33)	사회적경제 생태계 구축 (8)	4. 사회적경제기업과의 협력 수준	5	
			5. 지역사회와의 협력 수준	5	
			6. 사회적 환원 노력도(비계량지표)	10	
	조직 운영 (20)	운영의 민주성 (5)	7. 참여적 의사결정 비율	5	
			8. 근로자 임금수준	8	
	경제적 성과 (30)	재정 성과 (30)	고용창출 및 재정성과 (25)	9. 근로자 역량강화 노력	5
				10. 고용성과	10
11. 매출성과				10	
혁신 성과 (10)		기업 혁신 (10)	혁신성 (10)	12. 영업성과	5
				13. 노동생산성	5
14. 혁신노력도(비계량지표)		10			
계				14개 지표	100

※ 지표모형의 특성

- 관점별로 사회적 성과(60%), 경제적 성과(30%), 혁신 성과(10%)로 구성
- 계량(65%), 비계량(35%)으로 구성
- 지표가 활용되는 사업의 특성 및 목적에 따라 '사회적 성과, 경제적 성과, 혁신 성과' 3대 관점별로 유연하게 적용 가능하도록 구성(지표의 모듈화)

판단기준	적용사항 및 측정방법					
내부운영의 사회적가치 (5점)	<p>① 취약계층 고용 수준(1점): 기업의 취약계층 고용수준을 제시문 [부족]의 '참고자료 2'와 비교하여 확인 - 측정방법: 2018.12월 고용보합내역, 근로자명부 상 취약계층 수 * 산식: 기업별 총 고용근로자 중 취약계층 고용인원의 비율</p> <p>② 취약계층 임금 수준(1점): 기업의 취약계층 임금수준을 제시문 [부족]의 '참고자료 2'와 비교하여 확인 - 측정방법: 2018.12월 직원 임금대상 상 취약계층 평균임금 * 산식: 취약계층 근로자 임금(시급)의 평균 값</p> <p>③ 사회적 가치 실현노력(2점): 취약계층 고용의무가 없는 유형의 기업을 대상으로 취약계층 고용·임금수준 외 임직원 대상의 내부운영상 사회적 가치 실현 수준을 확인(임직원 복지 등) - 측정방법: 신청서 기재 내용 및 현장실사 면담을 통한 비계량 측정 (예시: 上 2점 / 中 1점 / 下 0점)</p>					
	<p>※ 인종유형별 ①, ② / ③ 중 해당되는 항목 선택 기재</p> <ul style="list-style-type: none"> - ①, ②번 해당기업: 취약계층 고용의무 있는 기업 - ①번 해당기업: 지역사회공헌(기증), 혼합형 해당 - ③번 해당기업: 취약계층 고용의무 없는 기업 - 사회적서비스 제공형, 지역사회공헌형(나, 다점), 기타형 					
	<p>④ 관점은 일자리(1점): '관점은 일자리' 3가지 조건의 충족여부 확인 - 측정방법: 1) 최저임금 이상 지급, 2)주15시간 이상근로, 3)기간의 정함이 없는 근로계약 체결유무 확인(조건 모두 충족 시 1점) * 근로계약서 상 기재되어 있는 임금, 근로시간, 계약기간 확인</p> <p>⑤ 근로자 보건 및 안전(1점): 근로자 보건 안전 위한 노력도를 확인 - 측정방법: 기업차원에서 직원 대상 무료건강검진 및 정기적인 보건 위생·안전교육 실시내역 유무 확인</p> <p>⑥ 고용의 질(1점): 기업 고용정책 및 근로환경 개선 노력도를 확인 - 측정방법: 취약계층 차별금지 조항, 일·생활균형정책, 유연근무제 도입, 작업환경 개선 등 고용의 질 제고를 위한 노력 유무 확인</p>					
내부운영의 사회적가치 (5점)	<p>④ 관점은 일자리(1점): '관점은 일자리' 3가지 조건의 충족여부 확인 - 측정방법: 1) 최저임금 이상 지급, 2)주15시간 이상근로, 3)기간의 정함이 없는 근로계약 체결유무 확인(조건 모두 충족 시 1점) * 근로계약서 상 기재되어 있는 임금, 근로시간, 계약기간 확인</p> <p>⑤ 근로자 보건 및 안전(1점): 근로자 보건 안전 위한 노력도를 확인 - 측정방법: 기업차원에서 직원 대상 무료건강검진 및 정기적인 보건 위생·안전교육 실시내역 유무 확인</p> <p>⑥ 고용의 질(1점): 기업 고용정책 및 근로환경 개선 노력도를 확인 - 측정방법: 취약계층 차별금지 조항, 일·생활균형정책, 유연근무제 도입, 작업환경 개선 등 고용의 질 제고를 위한 노력 유무 확인</p>					
	<p>【기업 작성예시】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>생산·판매과정 및 결과</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>제품 및 서비스의 사회적가치</td> <td>청고사제, 공정무역 커피-재38개 어린이 인권보호, 장애인 직업장 생산물품-취약계층 고용창출 등</td> </tr> <tr> <td>이용자(수혜자) 및 이용자(사회가치)</td> <td>청고사제, 돌봄 기사서비스-수혜자(이용자)의 삶의 질 개선 (특가노인, 한부모 가정아동, 맞벌이부부 등)</td> </tr> </tbody> </table>	구분	생산·판매과정 및 결과	제품 및 서비스의 사회적가치	청고사제, 공정무역 커피-재38개 어린이 인권보호, 장애인 직업장 생산물품-취약계층 고용창출 등	이용자(수혜자) 및 이용자(사회가치)
구분	생산·판매과정 및 결과					
제품 및 서비스의 사회적가치	청고사제, 공정무역 커피-재38개 어린이 인권보호, 장애인 직업장 생산물품-취약계층 고용창출 등					
이용자(수혜자) 및 이용자(사회가치)	청고사제, 돌봄 기사서비스-수혜자(이용자)의 삶의 질 개선 (특가노인, 한부모 가정아동, 맞벌이부부 등)					
외부 운영 (제품·서비스 및 이용자)의 사회적가치 (10점)	<p>사업영역의 제품·서비스를 생산, 판매하는 과정 및 결과에서 제품·서비스의 사회적 가치인명 수준과 이용자(수혜자)의 사회적 가치인명 수준을 비계량 측정</p> <p>- 측정방법</p> <ul style="list-style-type: none"> * 기업이 생산하는 제품 및 서비스의 기획·개발·생산·유통·판매·관리의 과정에서 이끄는 사회적가치를 반영하고 있는지와 그 수준을 측정 * 기업이 생산하는 제품·서비스를 이용자(구매자, 수혜자, 참여자 등)가 사용함으로써 어떤 사회적 가치를 실현하고 있는지와 그 수준을 측정 					
	<p>사업영역의 제품·서비스를 생산, 판매하는 과정 및 결과에서 제품·서비스의 사회적 가치인명 수준과 이용자(수혜자)의 사회적 가치인명 수준을 비계량 측정</p> <p>- 측정방법</p> <ul style="list-style-type: none"> * 기업이 생산하는 제품 및 서비스의 기획·개발·생산·유통·판매·관리의 과정에서 이끄는 사회적가치를 반영하고 있는지와 그 수준을 측정 * 기업이 생산하는 제품·서비스를 이용자(구매자, 수혜자, 참여자 등)가 사용함으로써 어떤 사회적 가치를 실현하고 있는지와 그 수준을 측정 					

2019년 사회적가치지표 활용매뉴얼

SVI+사회적회계 융합 사례

사회적 가치지표(SVI) 총괄표

관점	범주	영역	측정지표	배점	
사회적 성과 (60)	조직 미션 (7)	사회적 미션 (7)	1. 사회적 가치 추구 여부	2	
			2. 사회적성과 관리체계 구축여부	5	
			3. 사업활동의 사회적 가치 지향성(비계량지표)	15	
	사업 활동 (33)	사회적경제 생태계 구축 (8)	사회적경제기업과의 협력 수준	4. 사회적경제기업과의 협력 수준	5
				5. 지역사회와의 협력 수준	5
				6. 사회적 환원 노력도(비계량지표)	10
	조직 운영 (20)	운영의 민주성 (5)	근로자 지향성 (15)	7. 참여적 의사결정 비율	5
				8. 근로자 임금수준	8
	경제적 성과 (30)	재정 성과 (30)	고용창출 및 재정성과 (25)	9. 근로자 역량강화 노력	5
				10. 고용성과	10
11. 매출성과				10	
혁신 성과 (10)		기업 혁신 (10)	혁신성 (10)	12. 영업성과	5
				13. 노동생산성	5
14. 혁신노력도(비계량지표)		10			
계				14개 지표	100

※ 지표모형의 특성

- 관점별로 사회적 성과(60%), 경제적 성과(30%), 혁신 성과(10%)로 구성
- 계량(65%), 비계량(35%)으로 구성
- 지표가 활용되는 사업의 특성 및 목적에 따라 '사회적 성과, 경제적 성과, 혁신 성과' 3대 관점별로 유연하게 적용 가능하도록 구성(지표의 모듈화)

사회적회계 사례

강북희망협동조합

사 명 (인)	강북희망협동조합은 조합원과 지역주민의 삶에 도움이 되는 건강한 먹을거리를 제공하고, 조합원과 함께 지역공동체 활성화에 기여한다.
가 치 (인)	<p>① 참여 : 협동조합운영의 기본은 조합원의 적극적 참여가 중요하다. 또한 협동조합은 지역 사회에도 관심을 두고 지역활동에도 적극적 참여를 해야한다</p> <p>② 지속가능성 : 협동조합의 지속적 유지를 위해서는 물적, 사회적가치에 대한 지속적 확인과 보완이 필요하다. 또한 우리 협동조합은 지속가능한 자원을 위해 친환경적 농업과 생태주익을 지향한다</p> <p>③ 확산 : 건강한 먹을거리의 필요성과 협동조합의 정신과 가치를 확산하고 확대한다.</p> <p>④ 소통 : 조합원과 직원 지역사회 주민 등 다양한 이해관계자들과의 소통이 중요하다</p> <p>⑤ 나눔과 배려 : 지역사회의 어려운 이웃과 함께하고자 하는 가치를 잊지 말자</p> <p>⑥ 지역공동체 : 건강한 먹을거리를 기반으로 지역사회와 통합과 단합을 추구하는 활동을 지속한다</p> <p>⑦ 협업 : 함께 만들어 가고 함께 꿈을 꾸다</p> <p>⑧ 식량주권 : 식량주권을 지키기 위한 노력을 지속적으로 기울인다.</p> <p>⑨ 전문성</p>
목 적	<p>친환경, 국내산 식자재 사용(국내산·지역농산물 이용, 우리밀 이용)</p> <p>신규채널 개발 및 품질관리</p> <p>저렴식단 및 화학조미료 무첨가</p> <p>청결한 매장 관리</p> <p>홍보·마케팅</p> <p>먹을거리 교육</p> <p>판매처 확대</p> <p>회의운영구조 준수</p> <p>조합원 소통과 만남의날</p> <p>조합원 확대 및 교육</p> <p>조합원 인센티브(정기배출 할인)</p> <p>취약계층 우선고용</p> <p>직원복지</p> <p>직원상담 교육</p> <p>직원의 조합원 가입</p> <p>직원 맞춤형 근무형태 운영(주5일, 주간/탄력근무)</p> <p>지역네트워크 참여 및 활동</p>
지속가능한 취약계층 고용과 유지	<p>취약계층 우선고용</p> <p>직원복지</p> <p>직원상담 교육</p> <p>직원의 조합원 가입</p> <p>직원 맞춤형 근무형태 운영(주5일, 주간/탄력근무)</p> <p>지역네트워크 참여 및 활동</p>
지역 공동체 활성화에 기여	<p>지역네트워크 참여 및 활동</p> <p>지역내 사회공헌 활동</p>

2019년 사회적가치지표 활용매뉴얼

사회적회계 융합 사례

3. 목적 : 지속가능한 취약계층 고용과 유지

활동	측정방향	이해관계자	핵심실행지표 (신용+성과 중 중요지표)	근거자료	담당자
1. 취약계층 우선고용	- 전체 고용인원 중 일정 비율 이상은 취약계층을 우선 고용하는가	- 직원	- 취약계층 고용인원 - 취약계층 고용비율	- 직원명부	
2. 직원복지	- 직원의 복지향상에 조치가 어느정도 노력하는가	- 직원	- 직원 1인당 평균임금 - 단합대회 등 행사 횟수 - 수당 등 복리후생 총 금액 직원1인당 평균 - 퇴직연금 가입인원 및 비율 - 직원 근무만족(복지)	- 임금명세서 - 퇴직연금지출 확인증	
3. 직원상담 교육	- 직원의 애로사항을 지속적으로 청취하고 해결하려고 노력하는가 - 직원의 역량강화를 위해 노력하는가	- 직원 - 전문기관	- 직원 상담 횟수 및 시간(총 횟수, 시간, 1인평균) - 애로사항 해소 건수 - 직원 1인당 평균 교육 시간 - 직원 근무만족도(관계)	- 직원상담 대장 - 교육대장 - 직원만족도 설문결과	
4. 직원 맞춤형 근무형태 운영(주5일, 주간/탄력근무)	- 직원의 상황에 맞게 편의를 고려하여 근무시간을 탄력적으로 운영하는가 - 주 5일 근무를 유지하는가	- 직원	- 직원 1인당 평균 근무시간 - 주5일근무 준수 여부 - 탄력근무 적용 직원 인원 - 직원 직무만족도(근무시간)	- 출근상황부 - 직원만족도 설문결과	

4. 목적 : 지역 공동체 활성화에 기여

활동	측정방향	이해관계자	핵심실행지표 (신용+성과 중 중요지표)	근거자료	담당자
1. 지역네트워크 참여 및 활동	- 지역사회 공동체 활성화를 위해 다양한 활동과 회의구조에 참여하고 역할을 수행하고 있는가	- 지역 유관기관 - 지역주민	- 가입된 단체네트워크 수 / 회비 - 단체 회의 참여횟수 - 공동사업 및 행사 참여 횟수	지역네트워크 활동 대장	
2. SF협의회 참여 및 활동	- 사회적경제 활성화를 위해 다양한 네트워크에 참여하고 활동에 기여하고 있는가	- 사회적경제 유관단체 - 사회적경제 당사자 조직 - 지자체	- 가입된 단체네트워크 수 / 회비 - 단체 회의 참여횟수 - 공동사업 및 행사 참여 횟수	사회적경제 네트워크 활동 대장	
3. 지역내 사회공헌 활동	- 지역사회에 우리 조합의 역량과 자원을 얼마나 나누고 함께하려고 노력했는가	- 지역주민 - 지역 유관단체 - 어려운 이웃	- 후원물품 개수 및 금액 - 후원금액 - 무료교육횟수	- 사회공헌대장(물품, 금액, 무료교육)	

63

사회적회계 융합 사례

□ 컨설팅 결과(서천표고버섯 영농조합)

○ 미션

- 건강한 먹거리 생산을 통한 주민 건강 증진에 기여
- 표고버섯 가치 향상으로 풍요로운 농촌 실현
- 양질의 일자리 제공으로 종사자 만족도 향상

목적	주요 지표	2022 목표
지역사회 좋은 일자리	①지역주민 고용인원	- 전체직원 : 4명 - 서천주민 : 4명
	②취약계층 고용인원 및 비율	- 취약계층 : 4명 - 취약계층 고용율 : 100%
	③최저임금 이상 지급	- 평균 월2백만원 / 40시간
	④유연근무제 운영	- 외국인노동자 등 시간 조정 명
	⑤교육지원(내,외부 교육지원)	- 내,외부 교육 평균 00시간
	⑥근로자대표선출 및 운영위원회 참여횟수	- 1명 선출 - 분기 1회 참여(연간 4회)
	⑦작업환경 개선 횟수 및 비용	- 연간 평균 회/ 원
지역 농가 소득 증대	⑧시장보다 낮은 마진율	- 시장 대비 10% 낮게책정(시장 15%, 영농조합 5%)
	⑨농가 소득 향상 비율	- 시장 유통 대비 25% 향상
	⑩지역농산물 매입규모 및 매입율	- 100톤 / 70%
	⑪서천지역 농민 소득 증대 금액	- 66백만원*6개농가
	⑫지역 농가 확대 규모	- 20년 개->21년 개->22년 개
기술개발 및 신규 제품 발굴	⑬신규상품 개발 건수 및 매출향상 금액	- 건 원
	⑭생산기술 향상	- 2021년도 대비 % 향상
	⑮유기농 인증 등 자격 취득	- 유기농 인증 / 건
지역사회 연대 및 사회공헌	⑯현물 무상기부 및 후원금	- 현물 344만원/후원금 100만원
	⑰자원봉사 인원 및 시간	- 명 시간
	⑱사회적경제 네트워크 등 연대활동	- 명 회 / 상호거래 회 원
	⑲지역 및 영농기술 연대(표고버섯 연구회 등)	- 건 회

64

사회적회계 융합 사례

SVI 지표			사회적회계 지표
연번	지표	주요 내용	
1	사회적가치 추구 여부	미션,비전,추진전략 사회적목적 등 명시하고 있는가	- 미션, 비전 선언문, 정관,
2	사회적 성과관리 체계 구축 여부	사회성과를 측정,담당인력,성과 보고,평가위원회,사내공유 등	- 담당자지정, 평가, 지표 및 목표명확화, 평가회의, 평가결과 사내 공유
3	사업활동의 사회적가치 지향성(비계량)	-내부운영의 사회적가치 -제품,서비스를 통한 이용자의 사회 가치 증대	①지역주민 고용인원 ②취약계층 고용인원 및 비율 ③최저임금 이상 지급 ⑤교육지원(내,외부 교육지원) ⑥시장보다 낮은 마진율 ⑨농가 소득 향상 비율 ⑩지역농산물 매출규모 및 매출율 ⑪서천지역 농민 소득 증대 금액 ⑫지역 농가 확대 규모
4	사회적경제기업과의 협력수준	-사회적경제기업 및 협의회 활동의 참여 횟수	⑬사회적경제 네트워크 등 연대활동
5	지역사회와의 협력 수준	-사회적가치를 지향하는 기관 등과의 협력 활동 수준	⑩지역 및 영농기술 연대(표고버섯 연구회 등)
6	사회적환원 노력도(비계량 지표)	-금전적, 비금전적 지역사회 환원 노력 정도	⑦작업환경 개선 횟수 및 비용 ⑭현금 무상기부 및 후원금 ⑰자원봉사 인원 및 시간

65

사회적회계 융합 사례

SVI 지표			사회적회계 지표
연번	지표	주요 내용	
7	참여적 의사결정 비율	-주요의사결정 구조에 근로자대표, 사외 이상 등이 참여하여 민주성을 확보하고 있는가	⑥근로자대표선출 및 운영위원회 참여 횟수
8	근로자 임금수준	-전체 유급근로자의 12월 총급여/총근무시간/시간당임금평균	③최저임금 이상 지급
9	근로자 역량강화 노력	-자기개발 및 역량향상을 위한 환경 조성 여부	⑤교육지원(내,외부 교육지원)
10	고용성과	-고용창출효과를 확인(전년대비 성장정도)	①지역주민 고용인원
11	매출성과	-매출액과 매출성장규모를 확인	경제지표는 재무제표를 기반으로 작성
12	영업성과	-수익성과 영업이익을 확인	
13	노동생산성	-유급근로자의 영업생산성을 파악	
14	혁신노력도(비계량 지표)	-기업의 경쟁력 및 효율성 강화를 위한 제도적,기술적 혁신의 노력	④유연근무제 운영 ⑮신규상품 개발 건수 및 매출향상 금액 ⑯생산기술 향상 ⑰유기능 인증 등 자겨 취득

66

BSC-사회적회계 융합사례_지역거점별 소통협력공간



지역거점별 사회혁신플랫폼_커먼즈필드

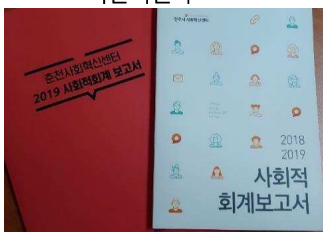


- “100개의 리빙랩을 지역사회 곳곳에서 시도한다면 도 시혁신의 임계치인 창조적 시민1%의 연결이 가능하다.”
_찰스 랜드리
- 지역밀착형 모델 제시
- 주민주도의 지역사회문제해결을 지향하는 사회혁신플랫폼
- 정책 공동생산자 : 행안부-지방자치단체

범주	공통지표 (최종 확정)	
협력 네트워크 활용하는 공유자원	공간자원	① 멤버십 인원수, 중량률 ② 총 방문자 수 ③ (의부) 대관횟수 및 이용인원 ④ (주관) 행사개최횟수 및 참여인원 ⑤ 대관공간 점유율 ⑥ 전용공간 공실률(입주단체 수 및 인원) ⑦ 공간이용만족도
	지식자원	⑧ DB 구축(속적) 건수 ⑨ DB 이용 만족도
	외부연계 자원	⑩ 자원연계 횟수 및 내용
새롭게 참여하고 연결되는 공동체/혁신활동	공간기반	⑪ 운영협의회 구성 및 참석률 ⑫ 공동프로젝트 진행횟수 및 참여기업 수 ⑬ 입주단체 사회적임팩트 평가
	지역사회밀착	⑭ 실행 활동팀 및 활동인원 ⑮ 활동팀 사회적문제해결 정도(사회문제양분식) ⑯ 지역사회 자본순환정도(LMS)
소통·협력을 촉진하는 규범/행동양식	사회혁신 차변 확대	⑰ 온·오프라인 홍보건수 및 언론보도 건수 ⑱ 협력연계기관 수

적용사례_지역거점별 소통협력공간 (춘천)

목적	활동	방향	지표
1. 우리 지역의 가치를 재발견하고 새로운 변화의 기반으로 삼는다	시민사회 혁신 학습과정	많은 시민들이 과정에 참여하였는가? 교육의 내용과 진행 과정이 원활하고 시민들에게 도움이 되었는가? 사회혁신 활동을 촉진하였는가?	참여인원 교육만족도 이해도 / 변화정도 관련 활동 연계도
	전환의제 사업	전환 의제를 실현하였는가? 전환의 주체가 발굴되었는가?	프로젝트 추진 건 수 프로젝트 목표 달성률 프로젝트 참여 주체 수
	커뮤니티 100 지원사업	지역의 커뮤니티 활동 기반이 확대되었는가? 사회혁신 활동/실행 주체가 발굴되었는가?	지원 커뮤니티 건 수 사업참여 만족도 다음 단계 이행 수
2. 일상과 주변을 바꾸는 경험을 배우고, 나누며, 확산시킨다	사회혁신 성과 측정	사회혁신 활동의 성과를 측정하고 있는가?	사회혁신 성과 측정 유무
	홍보환경 구축 및 운영	센터의 활동을 많은 시민들과 공유하고자 노력하였는가?	(3개 SNS)채널별 구독자 수 콘텐츠 업로드 수 업로드 콘텐츠 피드백 측정 언론매체 노출 건 수 (신규) 회원 유치 수
	시민공유공간 혁신파크	많은 시민들이 공간을 활용할 수 있도록 하였는가?	공간 활용 건 수 (행사대관, 회의 등)
		많은 시민들이 공간을 경험할 수 있도록 하였는가?	행사 유치 수 주민 참여 행사
	생활형 혁신문화 창출	시민들에게 생활 혁신 이슈를 소개하였는가?	생활 혁신 콘텐츠 생성 편집집 이용 건 수 (시민 참여 이벤트 포함)
마을실험실 운영	많은 시민들이 생활형 메이커 공간을 이용하였는가? 적정기술 기반 개방적 메이커 프로그램이 기획되었는가?	주민 참여 수	



특화지표 개발 적용사례_한국임업진흥원

산림분야 특화지표 개발의 필요성

- 산림분야의 사회적가치 확산
- 산림분야의 사회적경제기업의 사회적가치 성과측정지표의 필요성에 대한 이해를 증진
- 분야별 대표 사회적경제기업의 사회적성과관리를 통한 역량강화와 지속가능성을 확보
- 분야별 대표 사회적경제기업의 사회적성과 지표 도출을 통해 산림분야 사회적가치 실현 확산의 기반마련

산림분야 특화지표 개발의 수행전략



특화지표 개발 적용사례_한국임업진흥원

PART 04 특화지표 적용



특화지표 개발 적용사례_한국임업진흥원

PART 04 서비스제공형

교육 체험형

- 숲체험 및 교육을 통해 궁극적으로 얻고자 하는 사회적 영향력은 숲에 대한 가치 이해, 숲을 통한 정서적 안정, 숲을 매개로 한 사회관계망의 향상 등을 들 수 있음
- 숲체험 및 교육 수행 이후 이에 대한 변화를 체크하고 전체적인 사업량이 증가하고 있음을 보여주는 것이 매우 중요함

측정방향

지표

측정방식

- 숲 체험 및 교육을 통해 얻고자 한 자연에 대한 감수성, 관계, 정서의 변화를 물어 냈는가?
- 숲체험 및 교육 서비스의 규모는 증가하고 있는가?
- 숲체험 운영과정에 대해 참여한 구성원들의 만족도는 어떠한가?
- 숲체험 및 교육과정의 전문성은 어떠한가?
- 숲체험 및 교육이후 변화정도 (정서적 안정, 사회적관계, 환경과 숲에 대한 인식개선 등)
- 숲체험 및 교육의 횟수
- 숲체험 및 교육의 참여인원 및 시간
- 숲체험 및 교육 운영에 대한 전반적 만족정도
- 산림청 인증 프로그램 개수
- 신규 교육 및 프로그램 개발 건수
- 변화정도에 대한 이전 이후 설문 및 모니터링
- 각 기관별 교육의 횟수
- 교육별 참여인원 및 시간
- 교육별 운영과정에 대한 참가자들의 만족도(환경 및 강사 진행 과정에 대한 만족)
- 산림청 인증서
- 매년 신규로 개발한 교육 및 교육프로그램 결과보고서

PART 04 제품생산형

숲부산물

- 개발이라는 명목 하에 이루어지는 벌목과 간벌로 소중한 우리나라의 목재가 버려지고 있음
- 국내의 목공인들이 대부분 수입나무에만 의존하고 있어 질 좋은 우리 나무의 활용에 제대로 이루어지지 못하고 있음

측정방향

지표

측정방식

- 버려지는 국내산림자원을 재활용하여 제품을 생산하고 있는가?
- 재활용에 사용하는 목재종로 결목재의 사용이 증가하고 있는가?
- 국내산림자원을 재활용한 신제품, 신사업을 개발하고 있는가?
- 국내산림자원 사용율
- 로컬목재(경기, 강원) 사용율
- 국내산림자원 사용율(%) = A/C
- 로컬목재 사용율(%) = B/C
- (a/c) X 생산 개수 = A
- (b/c) X 생산 개수 = B
- a:제품별 재활용한 국내산림 목재의 무게
- b:제품별 재활용한 로컬목재의 무게
- c:제품별 재활용한 목재의 무게
- A:재활용한 국내산림목재의 전체 무게
- B:재활용한 로컬목재의 전체 무게
- C:사용 목재의 전체 무게
- 국내산림자원 재활용 신제품/신사업 개발 건수
- 생산판매한 신제품의 건수
- 임대사업, 체험학습 등 신사업 또는 신 프로그램 개발 건수

산림분야 사회적경제기업 사회적성과 관리지표 개발

55

산림분야 사회적경제기업 사회적성과 관리지표 개발

57

사회적회계-SPC 연계 활용

목적	활동
상담의 장벽을 낮춘다	- 접근성 좋은 상담실(카페운영) - 적절한 상담료 - 다양한 홍보채널 운영 - 이벤트 행사 개최
질 좋고 신뢰할 심리상담	- 윤리적 상담 기준 선정 및 준수 - 상담사들의 외부교육과 학습 - 수퍼비전을 통한 상담 보완 - 현장학습 진행(바리스타 등 집단생활) - 횡수와 무관한 급여체계(고정급여)
생애주기적-예방적 상담	- 청소년 상담과 부모교육 - 청년 상담과 취업교육 - 중노년 상담과 창업상담 - 지속적, 주기적 상담
사회적경제조직내 지원 및 네트워크 참여	- 사회적경제 조직의 구성원 심리상담 - 사회적기업 창업교육 및 멘토링(두드림) - 창업컨설팅 및 훈련지원 - 뷰티플랜트우 참여

■ 핵심 실행지표 및 목표

활동	핵심 실행지표	2018년도 목표	측정 결과
1-1 접근성 좋은 상담실 (심리카페운영)	내담자 고객 만족도(접근성) -> 북카페의 접근성 만족도로 수정	항목별 10점 척도상 평균 점수 7점 이상	8.1점
	1) 타기관 대비 1인당 평균상담료 비율	1/3 비율	측정결과 1/4수준 유지
	2) 심리상담 검사료	최소비용	무료제공
1-2 적절한 상담료	3) 내담자 고객만족도(상담료)	항목별 10점 척도상 평균 점수 7점 이상	7.5점
	1) 채널별 반응 수 - 페이스북 - 인스타그램 - 네이버	페이스북 5천명 인스타그램 1만명 네이버 홍보	5천2백 1만4천 측정불가
1-3 다양한 홍보채널 운영	2) 채널별 실제 상담 연결 비율	페이스북 10% 인스타그램10% 네이버 20%	4% 2% 28%

사회적가치 성과측정 및 평가 도구 비교

자가 측정의 장점

- 우리 사업의 가치가 어디에서 창출되는지 알게 됨
- 스스로 개선점을 찾을 수 있음
- 데이터 관리 가능
- 조직 내부 구성원의 동기부여

화폐화 가치 측정의 장점

- 비교 가능성
- 반복 측정/ 측정자 신뢰성
- 커뮤니케이션 용이
- 관리 지표로 활용 가능
- 성과/비용 기반 자원배분 용이

워크숍 1 : 우리조직의 '목적' 과 '활동'

우리 조직에서
하고 있는
사업, 활동, 프로그램을 정리해 보세요

왼쪽에 정리한 활동들은
어떤 목적을 달성하기 위해서
하고 있는 걸까요?

워크숍 2 : 우리조직의 ‘목적’ 과 ‘활동’ 정렬하기

목적	활동

워크숍 3 : 우리조직의 ‘사회적회계 부기표’ 작성하기

활동	이해관계자	투입지표	산출지표	성과지표	실행지표

워크숍 3 : 우리조직의 '사회적회계 부기표' 작성하기

목적	주요 지표

【 사회적투자지원재단은 사회적경제 조직이 지역사회에서 의미있는 조직으로 성장할 수 있도록 대안과 실천을 함께하는 파트너입니다. 】

감사합니다.

지역사회에서 사회적경제의 대안적 구상과 실천을 지원하는, 사회적투자지원재단입니다.

www.ksif.kr

사회적가치를 활용한 우리 제품 판매하기

한송이 대표
<오마이컴퍼니>

충남사회적경제지원센터

크라우드펀딩과 스토리텔링

오마이컴퍼니 한송이

사회적금융기관 분류

구분	보증	융자	크라우드펀딩	투자
공공	<ul style="list-style-type: none"> 신용보증기금 지역신용보증재단 기술보증기금 	<ul style="list-style-type: none"> 중소벤처기업진흥공단 소상공인진흥공단 서민금융진흥원 주택보증공사 	<ul style="list-style-type: none"> 지자체 기금 -서울시 -경기도 등 	<ul style="list-style-type: none"> 한국성장금융 한국벤처투자
민간 금융 기관	<ul style="list-style-type: none"> 시중은행 	<ul style="list-style-type: none"> 농협, 신협 등 	<ul style="list-style-type: none"> 사회가치연대기금 	<ul style="list-style-type: none"> 오마이컴퍼니 비플러스 임팩트 투자회사
기타 민간 금융 조직		<ul style="list-style-type: none"> 신나는조합 사회연대은행 피피엘(PPL) 등 	<ul style="list-style-type: none"> 사회적경제 연대공제기금 	

출처: 한국사회혁신금융 수정보완

클라우드? 크라우드! 크라우드펀딩이란?

크라우드펀딩의 정의

3

01. 크라우드펀딩의 정의
05. QnA

02. 펀딩 유형

03. 펀딩 용어

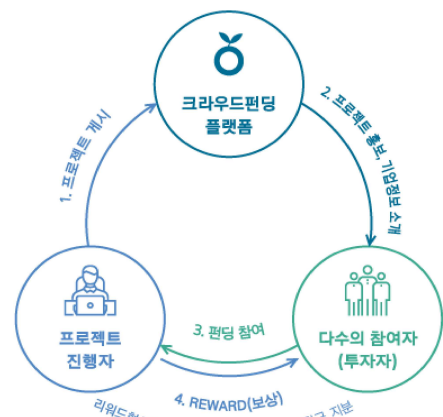
04. 펀딩과 온라인 쇼핑의 차이

크라우드펀딩(Crowd Funding)이란?

Crowdfunding = Crowd + Funding

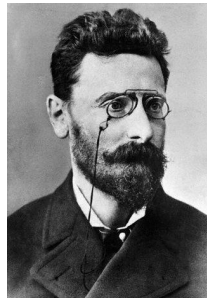
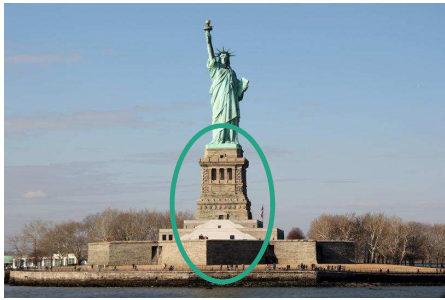
대중이 함께 만드는 자금

자금을 필요로 하는 주체가 자신의 상황과 사연을 불특정 다수의 사람들에게 이야기하고
공감을 형성해 지지와 소액의 후원·투자를 받는 직접 모금 활동

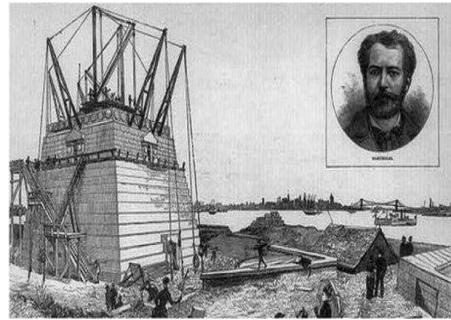
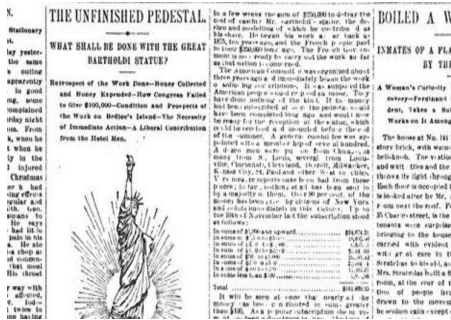


4

크라우드펀딩(Crowd Funding)의 역사



자유의 여신상 Joseph Pulitzer



크라우드펀딩(Crowd Funding)의 역사

2005년 키바 KIVA의 등장

전 세계의 소액 금융기관과 협력해 빈곤 지역 중심으로 사업 자금을 대출하는 서비스 제공

키바 사이트에 자금이 필요한 현지 사업가들의 스토리를 올려 자금이 있는 참여자들이 대출금을 빌려주는 형태 사업 결과를 통해 자신의 돈이 얼마나 가치 있게 사용됐는지 확인 할 수 있다.

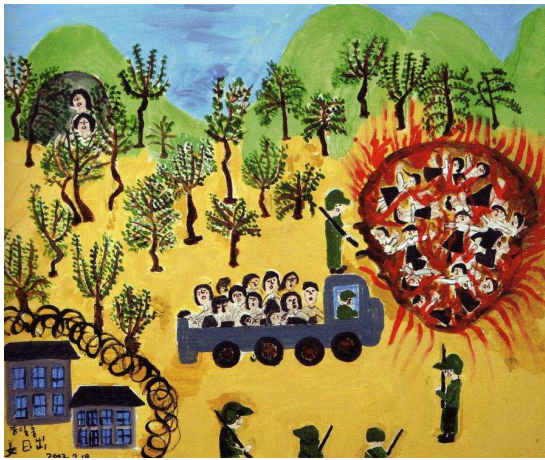


Make a loan, change a life.

With Kiva you can lend as little as \$25 and make a big change in someone's life.

[Find a borrower](#)





강일출할머니의 '태워지는 처녀들'

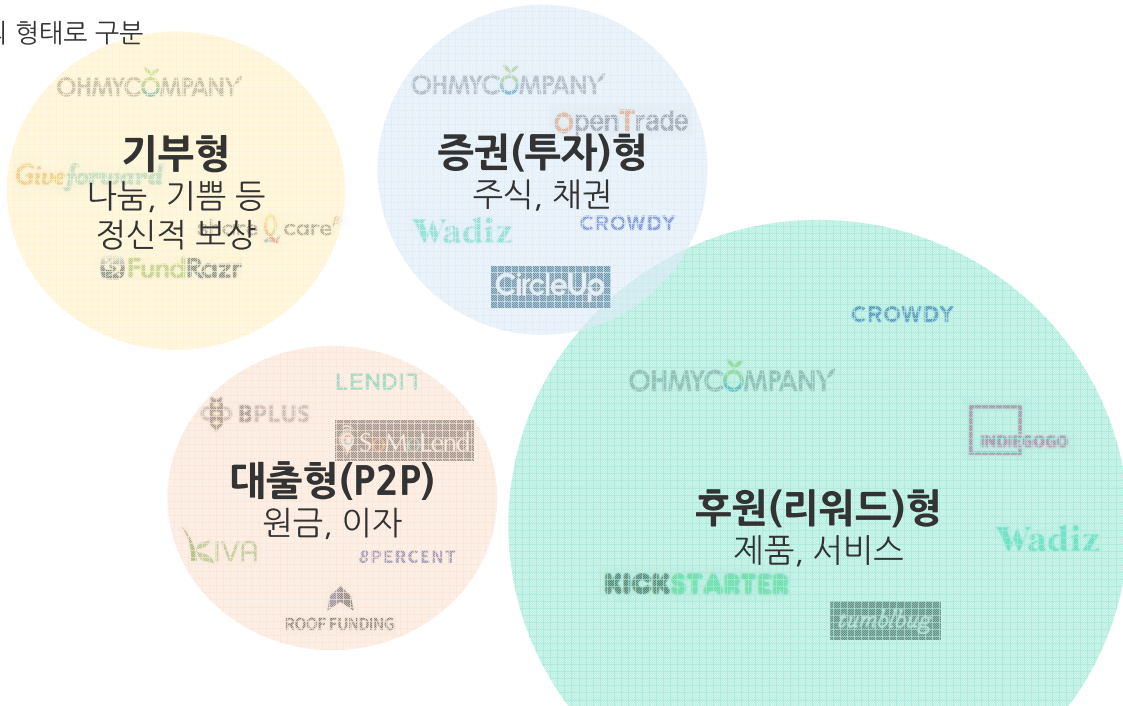


참여 보상을 보면
유형이 보여요!

크라우드펀딩의 유형

크라우드펀딩(Crowd Funding)의 유형

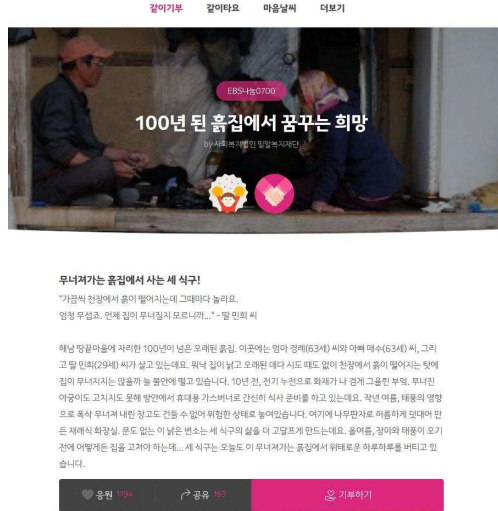
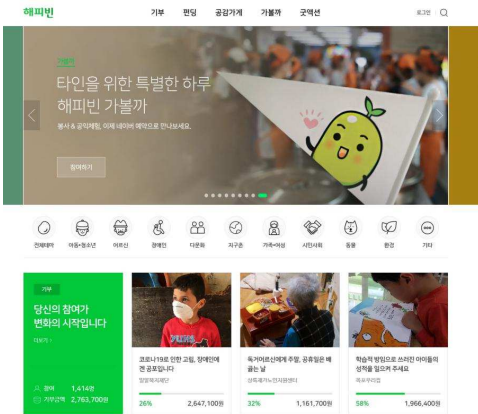
= 참여 보상의 형태로 구분



크라우드펀딩(Crowd Funding)의 유형

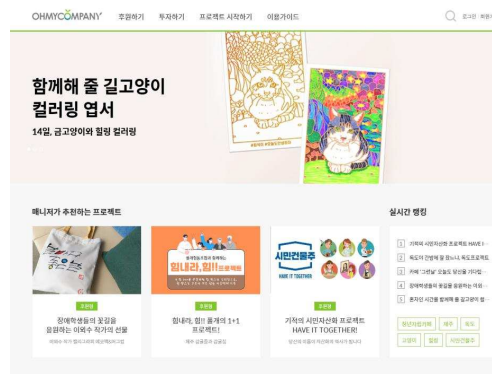
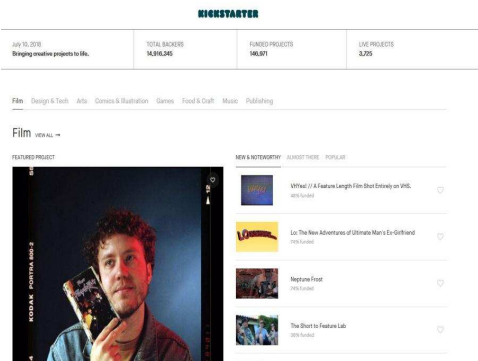


크라우드펀딩(Crowd Funding)의 유형_기부형



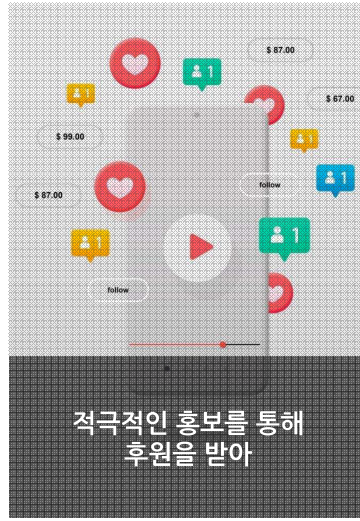
포털 기반의 해피빈, 같이가치 활성화
기부금영수증 발급 /소득공제 지원
IT대기업의 사회공헌프로그램 차원
해피빈은 콩 기부, 같이가치는 댓글,응원,공유로 100원씩 적립기부
다양한 기부 서비스를 함께 운영함

크라우드펀딩(Crowd Funding)의 유형_후원형/리워드형

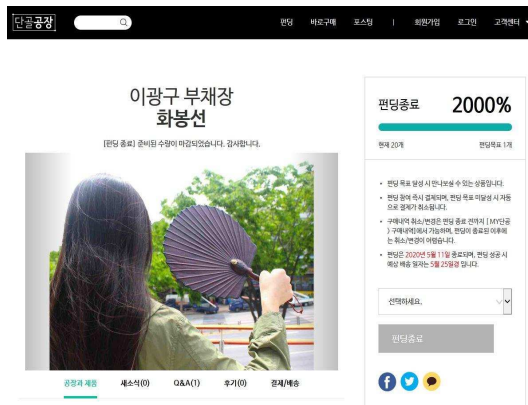
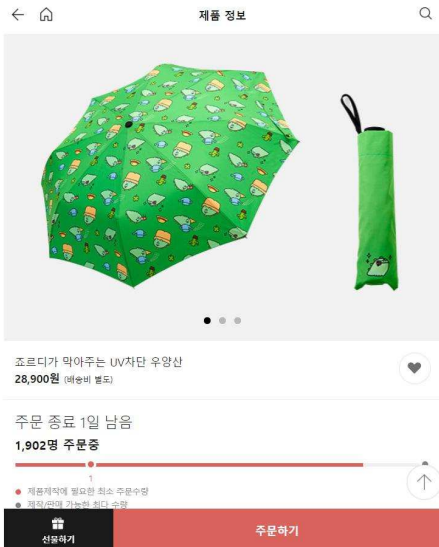


가장 대중적이며 크라우드펀딩 방식
후원금액에 따라 서비스나 현물 제공 방식
기업의 신규상품 마케팅을 위한 장으로 활용
펀딩방식의 유사 서비스

후원형 크라우드펀딩(Crowd Funding)이란!



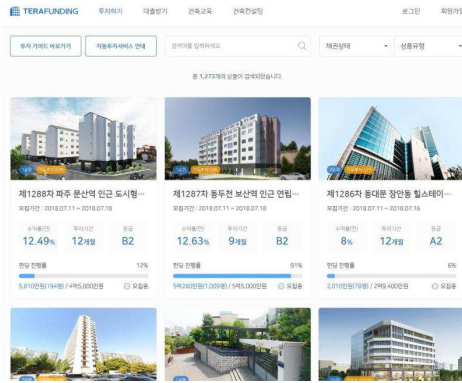
크라우드펀딩(Crowd Funding)의 유형_리워드형 유사 서비스



카카오 메이커스, 단골공장

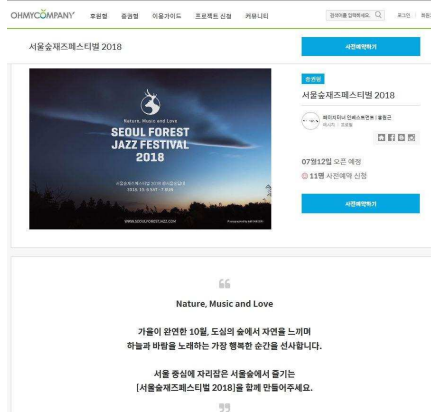
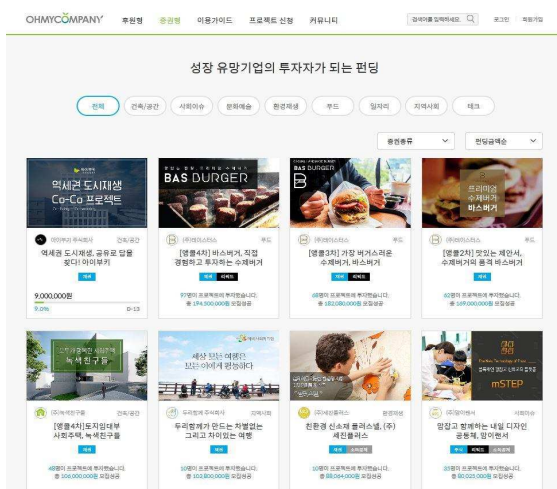
최소 주문 수량을 설정하고 도달해야 상품을 제공하는 서비스

크라우드펀딩(Crowd Funding)의 유형_대출형



부동산, 기업 대출 부분 활성화
11조원 시장규모
이자율 9~15%
이자부담을 해소하기 위해 상품 리워드를 이자대신 지급하는
변형상품 출시 중
(비플러스 올겨울펀딩: 100만원 투자시 이자율 0% 매달 방사유정란 40알씩 제공(28000원)
/총 336000원으로 이자율 33%짜리 상품

크라우드펀딩(Crowd Funding)의 유형_증권형



회사 지분 참여
프로젝트성 투자의 경우 SPC설립하여 진행/ 영화, 공연, 신규상품라인업
; 이익참가부사채 다수 활용됨

크라우드펀딩(Crowd Funding)의 유형_증권형

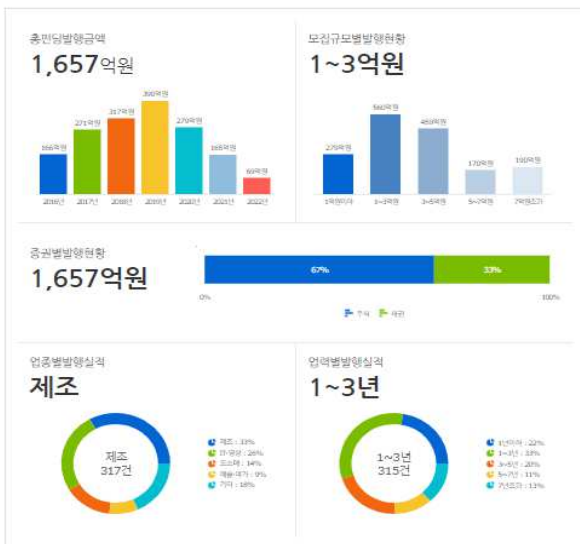
구분	내용	비고
채무증권	발행자에게 금전을 청구할 수 있는 권리를 나타내는 유가증권 (예)회사채, 전환사채, 자산유동화채권 등	P2P렌딩, 대출형 크라우드펀딩
지분증권	회사의 순자산에 대한 소유지분을 나타내는 유가증권 (예)보통주,우선주,신주인수권, 자산유동화출자증권 등	투자자 지분 매각의 어려움
투자계약증권	특정 투자자가 그 투자자와 타인(다른 투자자를 포함)간의 공동사업에 금전 등을 투자하고 주로 타인이 수행한 공동사업의 결과에 따른 손익을 귀속 받는 계약상의 권리가 표시된 것을 말한다	비정형성 발행인의 신뢰도 수익배분의 문제 집단지성 발휘

증권형 크라우드펀딩 현황

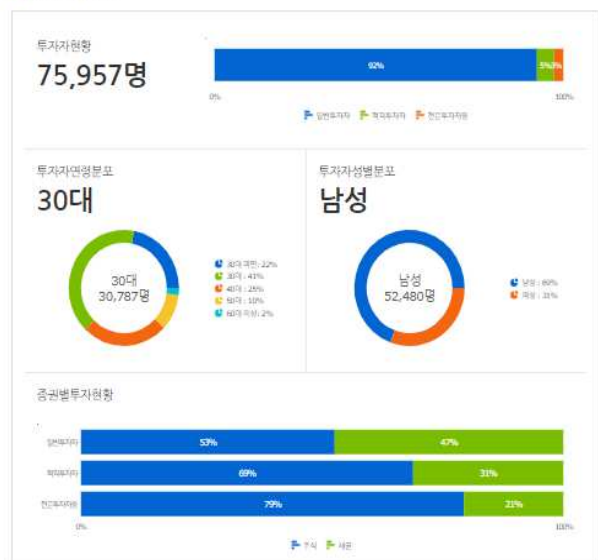
펀딩발행현황



한눈에 보는 펀딩 통계



투자자 전체현황



점점 익숙해지는 펀딩 용어

크라우드펀딩의 용어

19

01. 크라우드펀딩의 정의
05. QnA

02. 펀딩 유형

03. 펀딩 용어

04. 펀딩과 온라인 쇼핑의 차이

크라우드펀딩(Crowd Funding) 용어

크라우드펀딩	대중이 함께 만드는 자금
개설자, 메이커, 창작자	크라우드펀딩의 주체
참여자, 후원자, 서포터, 투자자	크라우드펀딩에 참여하는 대중
프로젝트	크라우드펀딩의 단위
리워드	개설자가 참여자에게 지급해주는 보상 주로 제품과 서비스
목표금액	프로젝트를 실행하기 위해 필요한 금액

후원(리워드)형 펀딩 방식

Keep it all(무조건 리워드): 목표금액 미달 시에도 참여자에게 리워드를 제공하는 방식

All or nothing(성공해야 리워드): 목표금액에 달성해야 참여자에게 리워드를 제공하는 방식

20

일반 온라인 쇼핑과 차이가 무엇일까요?

클라우드펀딩의 특징

21

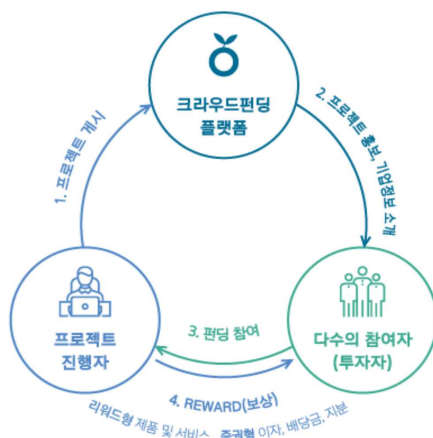
01. 클라우드펀딩의 정의
05. QnA

02. 펀딩 유형

03. 펀딩 용어

04. 펀딩과 온라인 쇼핑의 차이

클라우드펀딩(Crowd Funding)과 온라인 쇼핑의 차이



Gmarket

coupang

AUCTION.

MARKET
Kurly

22

크라우드펀딩을 한다는 건,

자금조달, 그리고 사람을 모으는 일

후원자 피드백을 통한 리워드(제품/서비스) 시장반응 확인

스토리 기획, 홍보 마케팅, 투자유치 역량 강화

여러 번 펀딩을 통한 성장동력 마련



크라우드펀딩의 오해와 이해



자금과 사람을 모으는 일

독도문방구

일제강점기 사라진 독도 강치를 기억하고 독도에 대한 의미를 되새기는 프로젝트
폐플라스틱을 업사이클링 한 솜으로 만든 강치 인형을 리워드 제공
프로젝트 진행을 위한 자금과 더불어 환경 보호, 역사적 가치에 공감하는 지지층 확보



시장 반응 테스트

감부자영농조합법인

마을 농부님들의 지속적인 판로개척을 위해 제품 개발
펀딩 기간 중 매주 월요일마다 리워드 배송
포장재에 대한 참여자 피드백을 통해 상품 포장재 등 개선



시장 반응 테스트

메이커조이

코로나19 확산 시점에 맞춰 마스크에 탈부착 가능한 클립온 에어밸브를 개발
마스크 속 공기흐름을 원활하게 하고 기존 에어밸브형 마스크보다 뛰어난 산소 투과 성능
제품 소재(플라스틱)에서 비롯된 내구성 등에 대한 피드백을 통한 제품 개선



27

콘텐츠 제작 경험

엄마사람컴퍼니

사회적기업가육성사업 창업팀
스토리 기획, 리워드 제품 개발, 사진촬영, 홍보 등 콘텐츠 제작 역량 강화
펀딩 페이지는 기업이 지향하는 가치, 브랜드 스토리 등이 담긴 좋은 레퍼런스



28

앵콜펀딩은 성장동력의 발판

(주)우시산

울산의 상징인 '고래'와 폐플라스틱 업사이클링을 접목한 관광 상품, 굿즈 개발
2017~2022년 총 10회 이상 지속적인 펀딩 경험을 통해 점차 개선되는 제품군
SK이노베이션 지원 사회적기업 타이틀
2021년 9월 이달의 한국판뉴딜 선정



29

펀딩 성공 노하우

공감과 신뢰를 얻는
크라우드펀딩 기획하기

스토리, 리워드 설계 이렇게 해보세요

크라우드펀딩 기획하기

31

01. 스토리, 리워드 설계 이렇게 해보세요
문 05. 부록

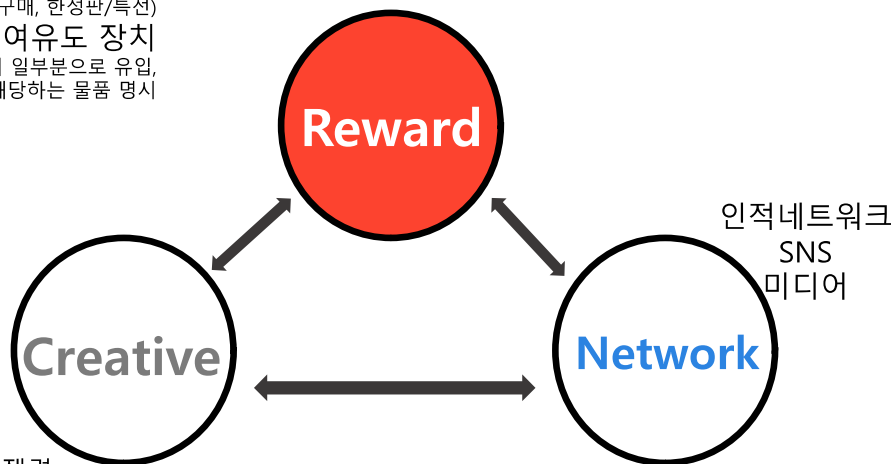
02. '확산'이 중요합니다

03. 프로젝트 진행절차

04. 자주 묻는 질

펀딩 성공 3요소

매력적인 상품 (선구매, 한정판/특전)
참여유도 장치
(참여자를 프로젝트의 일부분으로 유입,
금액에 해당하는 물품 명시)



프로젝트의 참신함, 경쟁력
스토리텔링
메시지

인적네트워크
SNS
미디어

communication



32

클라우드펀딩 성공사례 1



처음 겪는 갱년기가 낯선 엄마를 위한 선물,

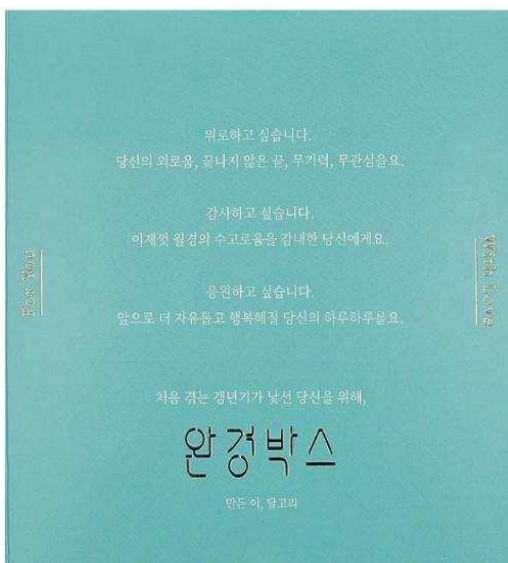


- 소책자
- 장미코디얼
- 맞춤 상품설명서
- 손수건
- 나무열매
- 오늘, 기억엽서
- 안경매지
- 노박나무열매
- 케이크박스
- 왁스태블릿
- 허비스커스
- 티코스터 3EA
- 프리저브드플라워
- 라벤더
- 티 필터 5EA

안경박스, 처음 겪는 갱년기가 낯선
엄마를 위한 선물

모금액: 30,441,000원
투자자수: 492명
총 3회 진행 총 1억 펀딩

클라우드펀딩 성공사례 1



갱년기인 엄마에게 '함'이 되고 싶습니다.



재난복 판권박스에 초판출간

저희 어머니는 갱년기 이후 세 번의 하원을 견뎌야 했습니다.
그런 엄마의 곁에서 살수 있는 일이 아무것도 없었습니다.

저는 감고쳐 못하고 이해하기 어렵기 때문에
늘지도 못했던 걸까요?

처음엔 할 수 없어 할지조차 몰라 '갱년기 선물'을 검색했어요.
원할까 나오는 것만 봐도 걱정도 불안도 놓을 수 없지만
적부 쓰일지 부족하다는 생각이 들었습니다.

많은 갱년기 여성이 제 어머니처럼 '불조, 불면증, 두통' 뿐만 아니라
'스트레스'와 '불안감'이라는 정서적 고통을 받고 계실 텐데
건강기능식품 이상의 효과가 없다는 사실 때문이죠.

건강 마음을 담은 선물을 찾지 못한 저는 조금 답답해했습니다.

말을 완성했다는 의미인 '완성'이라는 말을 들어보셨나요?
원래는 여성으로서의 삶이 끝나게 되니까
원숙한 여성으로서의 삶에 도달했다는 의미입니다.

클라우드펀딩 성공사례 2

해변에서 수거한 PET병 10.5개가 독도강치로 탄생합니다.
부산산 X 독도문방구

독도문방구 사회이슈

일제강점기 멸종된 독도강치를 기억하는 방법!

독도강치로 재탄생한 플라스틱!

211명이 프로젝트에 참여했습니다.
총 10,063,000원 모집성공

저는 2014년에 <강치야 독도강치야>라는 동화책을 아이에게 읽어주면서 처음 강치를 접하게 되었고, 책의 서두에 제 마음을 움직이는 글귀가 있었습니다.



강치를 아시나요?

강치는 독도를 중심으로 등해에 살았던 바다사자의 한 종류입니다. 강치는 일제강점기에 가족과 기름, 고기를 노린 일본 어업회사의 무자비한 사냥으로 멸종 상태에 이르렀습니다. 광복이 된 후에도 사람들의 관심과 보호를 받지 못해 1970년대에는 완전히 사라져 버렸습니다.

실제 역사적 배경을 바탕으로 한 『강치야, 독도강치야』는 우리의 유산임을 되새김한 타래의 생명, 독도강치의 이야기를 담고 있습니다.

그리고 저는 심한 부끄러움을 느꼈습니다.

독도에 대해 잘 알고 있다고 생각했지만, 정작 제대로 된 독도의 역사나 강치에 대해 몰랐던 데 대해 느낀 감정이었죠.



일제강점기 독도에서 행해지던 강치사냥 자료

일제강점기때 강치의 기름은 연료로, 강치의 가죽은 사치품 가방으로 사용되었다고 합니다. 매년 수 천마리의 강치가 도륙당했을 것으로 추정됩니다. 돈벌이를 위한 한 일본 수산회사의 무자비한 강치잡이로 독도에서 잡은 강치의 피가 퍼밀러 80km 떨어진 울릉도 연안까지 묻혔다는 울릉도 주민들의 증언이 이들의 잔인한 강치사냥을 확인해 줍니다.

25,000원
독도강치인형 1개 + 독도 사계절 꽃 스티커 1set (7장구성)

30,000원
독도강치인형 1개 + 독도 사계절 꽃 스티커 1set (7장구성) + 독도스트랩키링

50,000원
독도강치인형 2개 + 독도 사계절 꽃 스티커 2set (7장*2set)

'독도문방구'

일제강점기 사라진 독도강치를 기억하고 독도에 대한 의미를 되새기고자 프로젝트 진행

클라우드펀딩 성공사례 2

<https://www.ohmycompany.com/reward/8086>

독도문방구?
독도에 문방구가 있나요?



"독도에 살아요?" "독도에서 문방구를 하고 계신가요?"

많은 분들이 채 명함이나 사이트를 보고 놀라 되물었습니다.

저는 울릉도에서 독도문방구를 운영하고 있는 주인장 김민정입니다. 5대째 울릉도에서 살고 있는 울릉도 토박이입니다. 두 아들의 엄마이고요.



“독도는 우리땅이지, 그런데 강치가 뭐야?”

저는 2014년에 <강치야 독도강치야>라는 동화책을 아이에게 읽어주면서 처음 강치를 접하게 되었고, 책의 서두에 제 마음을 움직이는 글귀가 있었습니다.



2015년 문을 연 독도문방구는

노트 3종류와 메모지, 보틀1종이 전부인 매대 한 칸의 조그마한 가게였습니다.

그 해 울릉도 최초의 예서위탁기점이 되었고,

유전선 부근 피주초등학교 학생, 울릉초등학교 학생들에게 독도 노트와 모자를 기증하는 등 여러 학생들에게 나눔활동도 진행하였습니다.

2016년에는 여성기업 인증도 받았죠.

클라우드펀딩 성공사례 3



장생포 고래 캐릭터

(주)우시산 문화예술

별까루와 꽃등이에게 친구를 만들어주세요!

고래도시 울산의 스토리를 담은 고래 캐릭터...

26명이 프로젝트에 참여했습니다.
총 1,694,000원 모집성공

(주)우시산 지역재생

고래로 JOB(잡)는 '행복일감' 프로젝트

고래소품으로 지속 가능한 일자리를 만듭니다.

111명이 프로젝트에 참여했습니다.
총 3,526,000원 모집성공



37

클라우드펀딩 성공사례 3



(주)우시산 지역재생

[앵콜 2차] 고래 인형과 에코백이 된 선박 플라스틱

선박 폐플라스틱 업사이클링 운동

98명이 프로젝트에 참여했습니다.
총 3,199,000원 모집성공



(주)우시산 지역재생

[앵콜 3차] 울산항 아그위그 챌린지를 아시나요?

나누 두 그루를 기부하는 쉬운 방법

8명이 프로젝트에 참여했습니다.
총 1,042,000원 모집성공



(주)우시산 지역재생

플라스틱으로 고통받는 고래를 지켜주세요!

폐플라스틱 업사이클링으로 고래 살리기

70명이 프로젝트에 참여했습니다.
총 7,284,000원 모집성공



(주)우시산 지역재생

플라스틱에 고통 받는 고래의 비명이 들리시나요?

울산 바다로 돌아올 고래를 위한 실천

33명이 프로젝트에 참여했습니다.
총 25,176,000원 모집성공



클라우드펀딩 성공사례 3



<https://www.ohmycompany.com/reward/1313>



<https://www.ohmycompany.com/reward/7461>

클라우드펀딩 성공사례 4

지역재생

기적의 시민자산화 프로젝트 HAVE IT TOGETHER!

#해빗투게더 #시민자산화 #시민협동조합 #지역자산화 #모두의놀이터

모집금액 **63,750,000** 원/목표

참여인원 **201** 명/참여

남은기간 **참여마감**

프로젝트 성공

공유 788 | 관심 19



해빗투게더협동조합 지역재생

함께 만드는 모두의 놀이터, 시민건물주 2차 대모집!

당신과 함께 쓰는 세역사, 시민건물주

174명이 프로젝트에 참여했습니다.
총 69,770,000원 모집머감

해빗투게더협동조합 지역재생

기적의 시민자산화 프로젝트 HAVE IT TOGETHER!

당신의 이름이 자산화의 역사가 됩니다

201명이 프로젝트에 참여했습니다.
총 63,750,000원 모집성공

사회적협동조합 사람... 지역재생

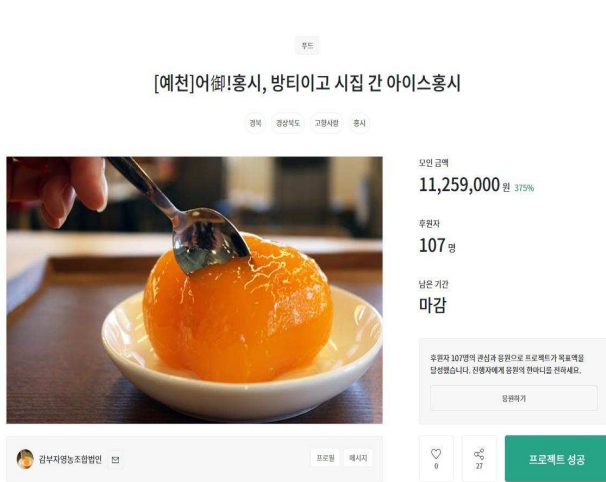
거꾸로 가는 건물주 - 사회적협동조합 사람과공...

사람과공간 건물매입 시민자산화운동

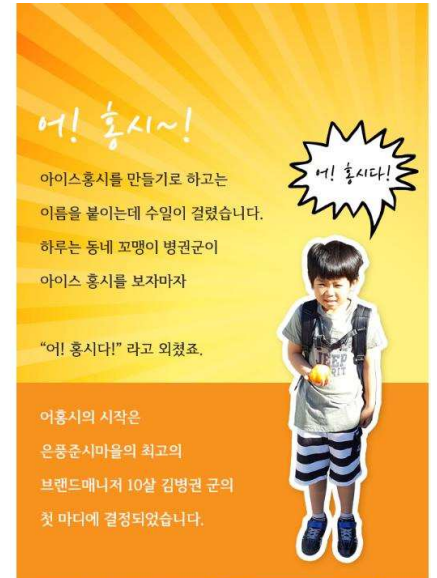
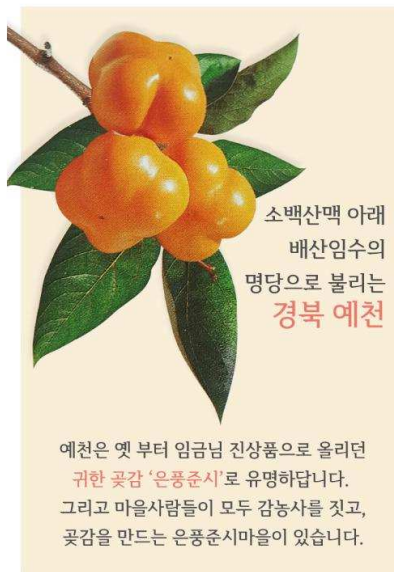
239명이 프로젝트에 참여했습니다.
총 60,700,000원 모집성공

시민자산화 프로젝트: 해빗투게더협동조합, 흥대 30억원대 건물 매입 완료
<https://www.ohmycompany.com/reward/7843>

클라우드펀딩 성공사례 5

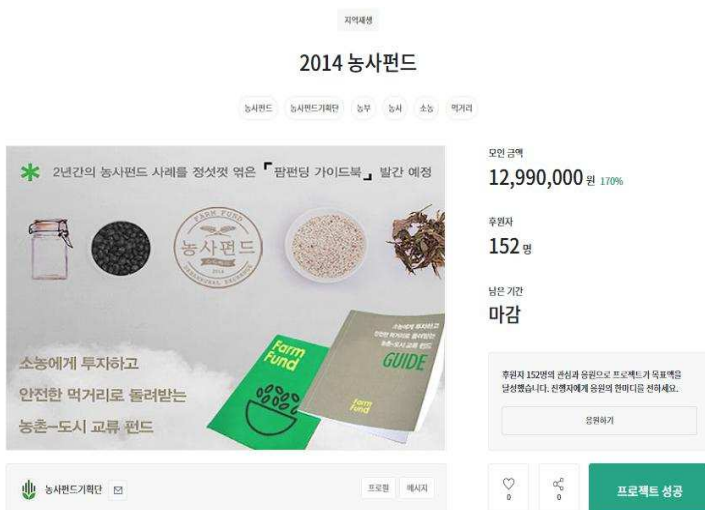


<https://www.ohmycompany.com/reward/1475>



41

클라우드펀딩 성공사례 6




42

크라우드펀딩 성공사례 6

자주세상

농사펀드-매실긴급편성



* 2년간의 농사펀드 사례를 정성껏 엮은 「팜펀딩 가이드북」 발간 예정

유기농 토종 황매실 긴급편성하였습니다.

모인금액 **4,406,000** 원 111%

후원자 **116** 명

남은 기간 **마감**

후원자 116명의 관심과 응원으로 프로젝트가 목표금액을 달성했습니다. 신청자에게 응원의 한마디를 전하세요.

장류하기

프로젝트 성공

2014 농도교류협성화 프로젝트



김성규 청년농부의 매실은 웃을 수 있을까?

농사펀드 두번째 이야기

거름이 배추를 길어엿듯, 농부들이 배서 키운 매실은 땅에 묻습니다. 마음이 겹은 흙처럼 타들어 갑니다. 공전이지만 즐겁지 않습니다. 그 이끼를 줄 왜 풀나고 하지만 인건비도 안되는 매실 가격 때문에 농부는 이별 수가 없습니다. 이런 현실 앞에 선 청년농부를 응원하려고 합니다.




43

크라우드펀딩 성공사례 7

후드

바다를 지키는 착한참치, 먹어볼 준비 되셨나요?

참치, 자꾸가슴, MSC, 오호연, 반찬



모인금액 **17,096,650** 원 341%

후원자 **243** 명

남은 기간 **마감**

후원자 243명의 관심과 응원으로 프로젝트가 목표금액을 달성했습니다. 신청자에게 응원의 한마디를 전하세요.

장류하기

프로젝트 성공



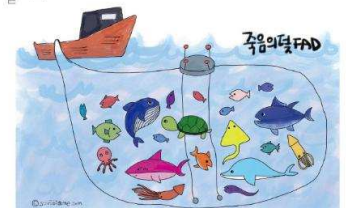
세상에는 참 많은 '착한' 이름들이 있어요. 그 중에서 혹시 '참치'를 만나보셨나요? 다양한 종류의 참치캔 중 오직 하나의 '착한참치'를 소개하려고 합니다.



우리 식탁에 참치가 올라오기까지

전세계 참치어업에서 우리나라가 차지하는 비중은 생각보다 더 큼니다. 우리나라 연간 참치 소비량은 세계 3위, 참치캔 소비량은 아시아 1위예요. 한국 기업의 참치 어획량은 세계 3위라고 합니다. (2015년 기준)

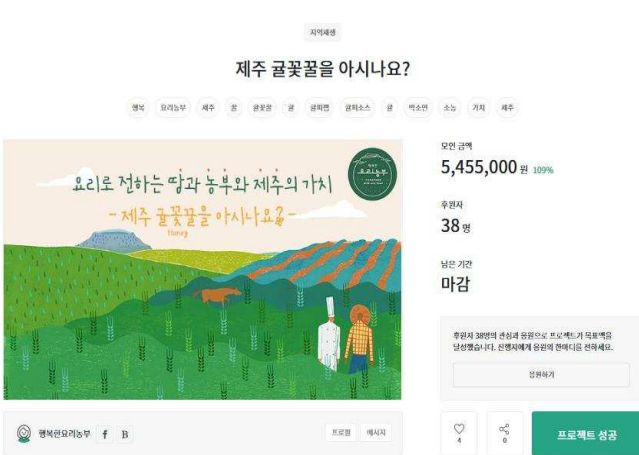
하지만 문제는 참치를 잡으면서 참치만 잡지 않는다는 사실입니다.



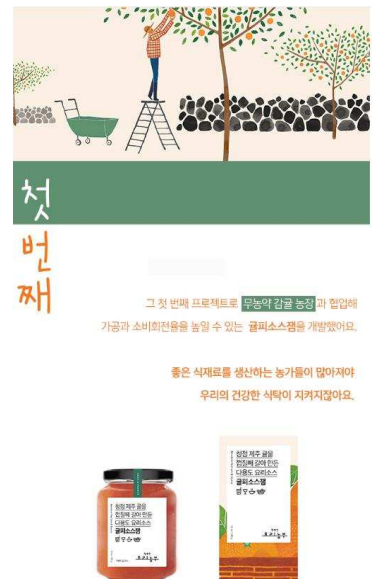
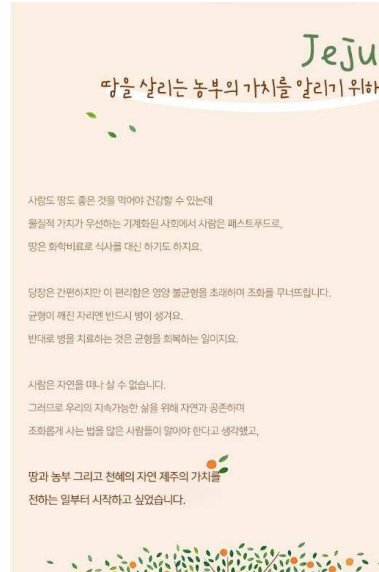
<https://www.ohmycompany.com/reward/10399>

44

크라우드펀딩 성공사례 8



<https://www.ohmycompany.com/reward/737>



진행방식

방식별 특징을 잘 살핀 후 결정해주세요.

프로젝트 오픈 후에는 진행방식, 목표금액, 리워드 변경이 어렵습니다.

	무조건 리워드 (Keep It All)	성공해야 리워드 (All Or Nothing)
진행방식	목표금액 달성여부 상관없이 프로젝트 실행 및 리워드 제공, 정산 진행	목표금액에 100% 이상 달성한 경우에만 프로젝트 실행 및 리워드 제공, 정산 진행
결제방식	참여와 동시에 실시간 결제 [카드, 실시간 계좌이체, 가상계좌 가능]	참여 후 마감일에 목표금액에 100% 이상 달성 시에만 예약 결제 [카드결제만 가능]
수수료	플랫폼 수수료 7% + 결제 PG수수료 3% (부가세 10% 별도)	플랫폼 수수료 5% + 결제 PG수수료 3% (부가세 10% 별도)
정산	모집금액에서 수수료 제외한 금액을 송금 마감 약 1주일 후 메일로 정산서 확인 및 회신을 요청 정산서 상 이상 없음을 확인한 시점 익일 이후 매주 화, 목요일 정산	

목표금액

프로젝트를 실행하기 위해 필요한 총 금액을 말합니다.

리워드 제작비, 홍보비, 배송비, 기타 운영비 등을 고려해야 합니다.

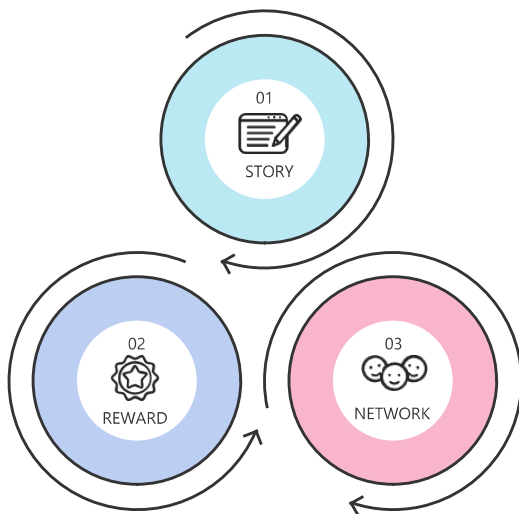
펀딩방식, 펀딩기간, 예상 참여자 수에 맞는 합리적인 설정이 필요합니다.

무조건리워드(KIA) 방식의 경우 크라우드펀딩이 처음이라면 목표금액은 300만원 이내로 추천합니다.

목표금액	예상 참여자 수	주요 타겟	홍보 채널
50~100만원	50명 이내	가족, 친구 및 지인	개설자 개인 SNS
100~300만원	50~100명 이내	가족, 친구 및 지인 + 우리를 알고 있는 사람들	개설자 개인 SNS + 기업 SNS, 홈페이지
300만 원 이상	100명 이상	가족, 친구 및 지인 + 우리를 알고 있는 사람들 + 일반 대중	개설자 개인 SNS + 기업 SNS, 홈페이지 + 언론보도, 광고집행

47

성공적인 크라우드펀딩을 위한 3요소



01

진정성 있고 참신한 스토리텔링
전하고자 하는 가치, 메시지

02

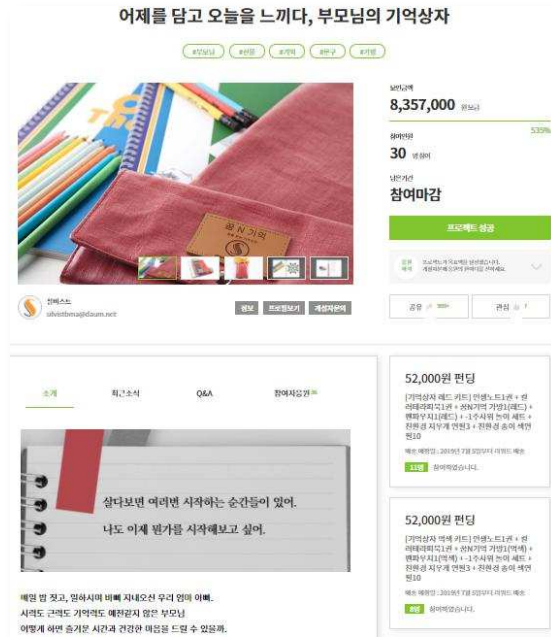
매력적인 제품/서비스
참여 유도 장치(얼리버드, 한정판 등의 혜택)

03

인적네트워크
SNS, 미디어 기반의 소통

48

펀딩 페이지



펀딩 페이지 필수 입력 항목

□ 프로젝트 소개

- ↳ 프로젝트, 사업을 시작하게 된 계기
- ↳ 기획의도(목적)
- ↳ 프로젝트 진행 계획

대중들이 공감할 수 있는, 진정성 있는
우리만의 스토리를 구성할 것

□ 모집 금액 사용 계획

□ 리워드 소개

- ↳ 제품 소개 (상세정보, 차별성, 이미지 등)
- ↳ 가격대별 리워드 구성
- ↳ 리워드 제공(배송) 시기

기존 시장에 없는 우리 회사 제품/서비스만의
특별한 점을 소개할 것
제품 사진은 가급적 깔끔하게 촬영하여 사용

□ 프로젝트 개설자 소개

- ↳ 기업 및 구성원 소개

대표자, 구성원의 사진은 프로젝트의
신뢰도 향상에 긍정적인 영향을 줌

스토리를 강조할까, 제품을 강조할까?

스토리 강조형



리워드 강조형



스토리 작성 시 기억하세요!

① 공감대를 형성, 호기심을 자극하는 문구

- 생(生)참치, “참치 마세요, 참치 하세요!”
이제껏 냉동 참치만 드셨다고요?
이제는 ‘생 참치’를 만날 시간입니다.



- 편견을 깨는 핑거루 렌지볼
바닥이 넓은 면적의 용기에는 왜 손잡이가 없는지,
우리가 매일 접하는 컵의 손잡이 모양은 왜 항상 비슷하게 생겼는지,
생각해보신 적 있나요?



스토리 작성 시 기억하세요!

② 감성과 논리의 조화

- 부모님의 일상을 기록할 수 있는 키트입니다.

vs

- 어제를 담고 오늘을 느끼다, 부모님의 기억상자

더 자주 찾아뵙고, 더 많은 시간들을 함께한다면 좋겠지만
정신없는 일상에 몰두하다보면 그럴 기회들을 자주 만들기는 쉽지 않습니다.

쓸쓸한 그 마음을 대신 달랠 수 있는 선물을 고민했습니다.
오롯이 부모님 자신을 위한 새로운 시작을 선물해드리고 싶었습니다.

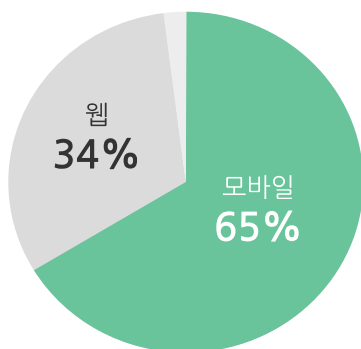


③ 쉬운 언어, 너무 딱딱하지 않은 어투

프로젝트의 전달력과 가독성 높이기

오마이컴퍼니 이용자의 약 65%는 모바일로 플랫폼에 접속합니다.

즉, PC 뿐만 아니라 모바일로도 편하게 프로젝트를 구경할 수 있어야 합니다.



오마이컴퍼니 이용자 사용기기



프로젝트의 전달력과 가독성 높이기

단락마다 주제에 맞는

소제목 + 사진 + 글이 조화로운 구성의 프로젝트는

내용이 눈에 잘 들어옵니다



글을 몰랐던 할머니들이 계십니다. 모진 시절 죄라면 여자로 태어난 것, 여자이기 때문에 배움의 기회조차 갖지 못했던 그녀들이 80세의 늦은 나이에 공부를 시작합니다. 아들이 군대에 서 보낸 편지도 읽지 못해 눈을 흘리고, 자신의 이름 석 자도 쓰지 못하는 것이 부끄러워 자식들에게도 숨기고 살았던 그녀들이 공부를 하면서 “내 이름은 강금연” 하고 세상에 당당히 자기 이름을 외치기 시작했습니다. 이 할머니들은 우리의 할머니들이고 우리 엄마이고 여자입니다.

프로젝트를 돋보이게 하는 매력적인 사진

프로젝트를 더 빛나게 해줄 시각자료(사진, 영상, gif 등)가 준비되어 있나요?

내용 중간중간에 이해를 돕는 관련 사진을 첨부해주세요.

첨부 전, 사진이 아래 체크리스트에 해당되는지 확인해보세요.

- ☑ 프로젝트 소개글과 어울리는 사진
- ☑ 리워드가 돋보이는 사진
 - 리워드가 제품일 경우: 단색 배경에서 촬영한 제품 단독 및 컨셉사진
 - 리워드가 서비스일 경우: 현장감이 느껴지는 사진
- ☑ 저작권에 위배되지 않는 사진
- ☑ 초상권을 침해하지 않는 사진
- ☑ 규격에 맞는 사진
 - 대표이미지(썸네일): 692*418px
 - 편딩 페이지 안: 가로 680px 이상

직접 사진촬영을 하게 된다면,

먹고 싶도록, 입고 싶도록, 들고 싶도록 다양한 각도에서 촬영해보세요.



57

사진, gif 관련 유용한 사이트

무료 이미지가 필요할 때

<https://pixabay.com/>
<https://pxhere.com/>

이미지 보정(밝기/대비 등) 및 크기를 조정할 때

<https://pixlr.com/kr/>

이미지 픽셀(px)을 조정할 때

그림판(프로그램)
상단의 파일 메뉴 > 크기 조정 > 기준 '픽셀'에서 조정

gif(움직이는 이미지)를 제작할 때

<https://ezgif.com/>
<http://bbom.org/tools/ani.html>

포토스케이프 (프로그램)
ImgPlay (휴대폰 어플리케이션)

58

프로젝트의 첫인상

프로젝트 목록에서 가장 먼저 보여지는 프로젝트의 얼굴입니다.

프로젝트 또는 리워드(제품/서비스)의 장점이 돋보이는 이미지와 문구를 준비해주세요.

프로젝트 제목

- 프로젝트를 대표할 수 있는 28자 내외의 문구
- 핵심 키워드가 들어간 눈에 띄는 메시지



메인배너(썸네일)

- 프로젝트를 대표할 수 있는 이미지
- 인물사진이 아닌 리워드 중심으로 구성
* 가로 692px 이상의 고화질 이미지

간략소개

- 프로젝트 제목에서 표현하지 못했던 핵심내용을 담은 20자 이내의 문구

응원에 대한 감사의 표현, 리워드

리워드는 프로젝트와 직, 간접적인 연관이 있어야 합니다.

- 예) 우리가 제작하려는 제품
- 서비스 이용권
 - 프로젝트와 관련된 굿즈 등



다양한 가격대별 리워드 구성

부담 없는 가격대부터 희소성 있는 리워드까지.
참여자 입장에서 선택의 폭을 넓혀주세요.

클라우드펀딩 참여자만을 위한
특별한 구성 또는 할인가가 적용되었다면
이 부분을 강조해주세요.

디자인 효과를 주고 싶다면

<https://www.miricanvas.com/>
<https://www.mangoboard.net/>

61

초기 펀딩 참여를 유도하는 혜택, 이벤트는 덤

매력적인 얼리버드 리워드를 구성하여
펀딩에 서둘러 참여해야 할 이유를 만들어주세요.

* 얼리버드란?

선착순으로 먼저 펀딩에 참여하는 후원자들을 대상으로 가격을 할인해주거나 추가 혜택을 제공하는 이벤트

62

신뢰도를 높이는 상세한 모집 금액 사용 계획

모집금액 사용 계획을 구체적으로 안내하여
프로젝트에 대한 신뢰도를 높일 수 있어요.

공익 목적이 강한 프로젝트일수록
구체적인 기부처와 세부사용계획까지 안내하면 더욱 좋겠죠?



* 후원금사용계획

영화<1975.김상진>은 드라마(재연) 분량이 많아 일반 디큐멘터리보다 제작비가 1억이 더 듭니다. 1억(마케팅 및 예비비용)을 예상하고 있습니다. 제작비는 크라우드펀딩과 금으로 충당할 계획입니다.

1차 펀딩 목표금액은 2천만원입니다.
목표가 달성되면 제작 우선 순위를 정해 집행해나가겠습니다. 펀딩 성공율이 3백 달에 마음 먹은대로 영화제작과 배급이 이루어지면 좋겠습니다.

하지만 급하게 마음먹지는 않습니다.
지난 6개월 동안 사전조사와 자료점검, 시나리오작업까지 마무리했습니다.

12월부터 인터뷰 촬영들어갑니다. 자곡차곡 진행하겠습니다.

크라우드펀딩으로 모인 자금의 사용처

노후화된 체험장 시설 보수작업 및 전기 물레 구입	영천 산자연 중학교에 수익의 10% 후원
-----------------------------------	---------------------------



이 모든 과정은 프로젝트의

공감 & 신뢰

를 위한 과정임을 기억해주세요!

‘확산’이 중요합니다

크라우드펀딩 홍보하기

65

01. 스토리, 리워드 설계 이렇게 해보세요
문 05. 부록

02. ‘확산’이 중요합니다

03. 프로젝트 진행절차

04. 자주 묻는 질

홍보 대상 설정하기

‘나’를, ‘우리 회사’의 성장을 곁에서 지켜보며 신뢰하는 주변 지인들에게
프로젝트 오픈 소식을 가장 먼저 알려주세요.

아이디어를 기획하고, 프로젝트를 준비하는 과정에서 알게된

유관기관과 기존 고객 Pool 이 있다면 이 분들에게도 펀딩 소식을 알려주세요.

SNS 유료광고 또는 이벤트를 기획하고 게시다면

페르소나를 설정하여 홍보를 진행하시는 방법도 있습니다.

* 페르소나란?

리워드(제품/서비스), 나아가 프로젝트에 매력을 느낄만한 잠재 참여자로 나이, 성별, 직업, 관심사 등 구체적인 항목을 정해
한 명의 가상의 인물을 설정하는 것을 의미

66

온라인 홍보

크라우드펀딩은 온라인 기반의 활동이므로,
온라인 커뮤니티, SNS, 자사 홈페이지 등
개설자님이 평소 자주 사용하시는 온오프라인 채널을 통해
프로젝트를 널리 확산시켜 주세요.



온라인 홍보 ①카카오톡

카카오톡 목록, 운영하시는 카카오톡 채널(플러스친구)의
친구들에게 널리널리 프로젝트를 퍼뜨려주세요.

[Tip] 프로젝트는 오마이컴퍼니 프로젝트 페이지 내 '공유하기' 버튼을 통해
카카오톡을 비롯한 SNS 채널에 바로 공유할 수 있어요.

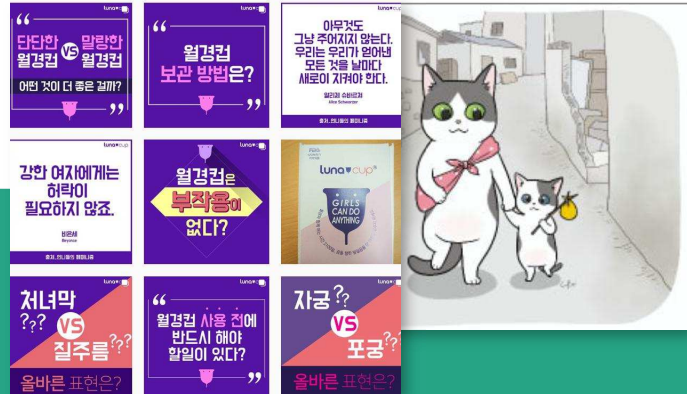
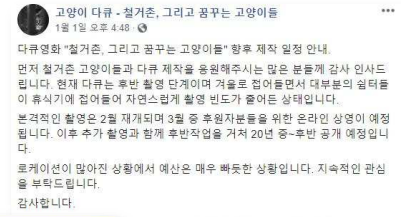


온라인 홍보 ② 페이스북, 인스타그램

펀딩 오픈 소식, 프로젝트 진행 상황을 운영하시는 SNS채널 친구들에게 널리 알려주세요.

프로젝트 오픈 전부터 꾸준한 게시물 업로드를 통해

팔로워 확보 및 사전 홍보를 진행해보세요.

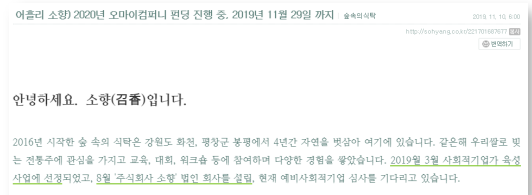


온라인 홍보 ③ 그외 채널

평소 글을 자주 쓰신다면, 블로그/뉴스레터/브런치 등의 채널을 통해

펀딩 소식을 독자들에게 알려주세요.

블로그는 포털에서 검색이 잘 될 수 있도록 키워드 설정에 유의해주세요.



PPONYOPAPA Portfolio

농장주 / 농업디자이너 공심채 농업회사법인 대표 뉴스레터 '보노아빠의 저녁이있는밤' 편집인 중 앙대 신문방송학 전공 경력 공군 13여만 구독자고 무통외갓집 실장 저서 제주에서아이들이운다는 것 2014 제주살아보니어때, 2015 수상 2017 제주형 사회혁신 프로젝트 '클링 필로우' 선정 2016 국회의원 표창, 지역민과 귀농귀촌인...

Go to this Sway

온라인 홍보 ④ 보도자료 배포

시의성 있는 프로젝트의 경우,
보도자료 배포를 통해
사회적 관심과 공감을 이끌어내는 것도 하나의 방법입니다.



오프라인 홍보

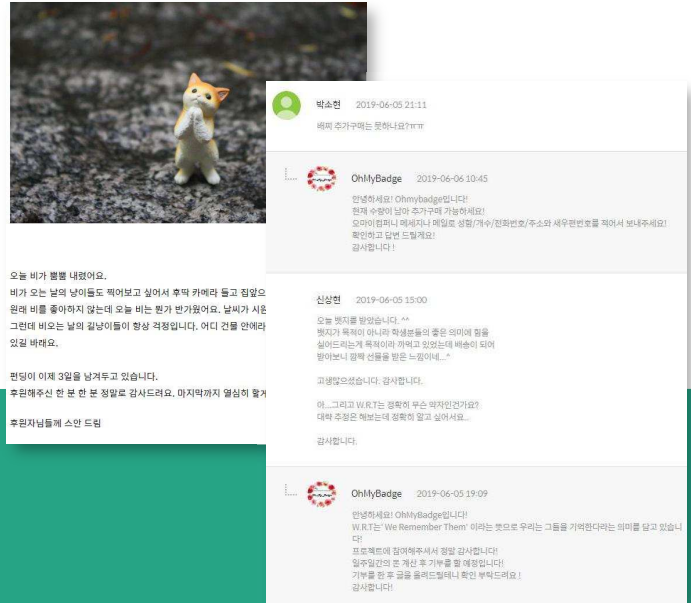
펀딩 기간 중 제품을 직접 보고, 체험할 수 있는 기회(박람회/전시회/품평회 등)를 통해
현장 참여와 바이럴을 유도하는 것도 좋은 방법입니다.

오프라인 매장을 운영 중이라면,
매장 한켠에 펀딩 소식을 알리는 브로셔, QR코드, 명함을 배치하는 방법도 있어요.



적극적인 소통

펀딩 관련 이슈가 있다면 최근소식 게시판에 알려주시고, Q&A, 응원 댓글을 통해 참여자와 적극적으로 소통하여 프로젝트의 신뢰도를 높일 수 있어요.



홍보는 이렇게

우리 프로젝트에 적합한 홍보타겟과 채널(방법)을 고민
홍보는 펀딩 오픈 초기에 몰아서 한꺼번에
지속적인 소통으로 프로젝트에 대한 신뢰 높이기



프로젝트 진행절차

클라우드펀딩 플랫폼에
프로젝트 등록하기

75

01. 스토리, 리워드 설계 이렇게 해보세요
문 05. 부록

02. '확산'이 중요합니다

03. 프로젝트 진행절차

04. 자주 묻는 질

프로젝트 등록부터 정산까지

프로젝트 내용 기획이 완료되었다면,
오마이컴퍼니 플랫폼에 프로젝트를 직접 등록해보세요.

1  
클라우드펀딩
기획

2 
펀딩 내용
초안 등록

3 
초안에 대한
피드백 전달

4 
피드백
확인 및 반영

5 
펀딩 내용
부분 디자인

6  
펀딩 내용
최종 정리, 검토

7  
펀딩
오픈 및 운영

8  
펀딩 금액 정산
및 리워드 제공

76

필수 체크리스트

사전 준비

- ✓ 리워드(제품 or 서비스)가 구체적으로 준비되어 있다
- ✓ 프로젝트 내용을 구성할 충분한 자료(스토리, 이미지, 영상 등)가 준비되어 있다
- ✓ 프로젝트 진행에 대한 의지 및 목적이 분명하다
- ✓ 프로젝트 담당 TF팀, 또는 담당자를 꼭 확보한다

펀딩에 대한 이해

- ✓ 펀딩 진행시기가 적절한지 판단한다
- ✓ 무조건 리워드(KIA) 방식과 성공해야 리워드(AON) 방식에 대해 이해하였다
- ✓ 플랫폼 이용가이드를 꼼꼼히 읽어보았다

홍보

- ✓ 프로젝트 홍보마케팅을 위한 계획을 수립한다
- ✓ 적극적으로 소통할 준비가 되어 있다

프로젝트 기획 과정

크라우드펀딩 전, 중반, 후반 각 시기마다 해야할 일들을 적어보세요.

펀딩 시작 전

- 프로젝트 전체 예산 및 일정 계획
- 스토리 기획
- 리워드 단가, 수량 확인
- 리워드 가격대별 구성, 혜택 기획
- 패키징, 배송비 확인
- 유사 프로젝트 찾아보기
- 펀딩 시스템, 플랫폼 기능 이해하기
- 홍보 계획 수립

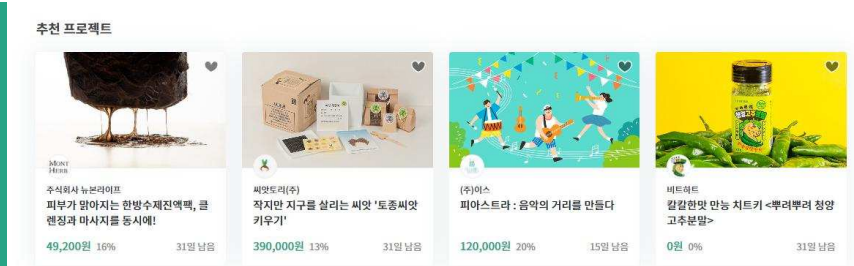
펀딩 진행 중

- SNS 및 기타 채널을 통한 초반 홍보
- 홍보채널 반응 체크
- Q&A 게시판, 참여자응원글을 통한 참여자 반응 확인, 소통
- 리워드 배송 테스트

펀딩 마감 후

- 리워드 구성, 수량, 패키징 최종 확인
- 최종 참여자리스트 확인
- 리워드 배송 준비
- 참여자 피드백 확인을 위한 준비
- 송장번호 등록
- 펀딩 진행 중 아쉬운 점, 후원자로부터의 피드백 기록

펀딩플랫폼에 프로젝트 등록하기



자주 묻는 질문

자주 묻는 질문

Q. 심사 기간은 얼마나 소요되나요?

통상 영업일 기준 2일 이내 1차 피드백을 드립니다.

프로젝트 신청 시 내용의 준비 정도에 따라 피드백이 여러 차례 이어질 수 있으므로,
여유있게 오픈예정일 2주 전 신청을 권장드립니다.

Q. 페이지 디자인 작업은 꼭 해야하나요?

필수는 아니며, 오히려 모바일에서의 가독성 및 수정의 편리함을 위해
블로그형(글+사진을 에디터에 직접 입력)을 지향합니다.

자주 묻는 질문

Q. 동시에 다른 온라인 플랫폼이나 유통채널에서 리워드로 설정한 제품을 판매해도 되나요?

자사 홈페이지, 네이버 스마트스토어 등 타 유통채널에 판매 중인 제품이라면

가격적 혜택 또는 추가 구성을 더해 펀딩만의 특별함을 부각해주세요.

어렵다면, 펀딩 기간 동안은 타 유통채널 판매를 지양해주세요.

Q. 수수료는 얼마인가요? 정산은 언제 되나요?

플랫폼 이용 수수료 5~7% + PG사 결제 수수료 약 3%이며,

최종 모집된 금액에서 수수료를 제외한 금액을 정산해드립니다.

정산은 펀딩 마감 약 1주일 후 이메일로 받아보실 정산서에 '이상 없음'을 회신해주시면,

회신 시점 익일 기준 매주 화, 목요일에 진행됩니다.

부록

무료 이미지가 필요할 때

<https://pixabay.com/>
<https://pxhere.com/>

리워드 구성, 이벤트 안내 등 디자인 효과가 필요할 때

<https://www.miricanvas.com/>
<https://www.mangoboard.net/>

이미지 보정(밝기/대비 등) 및 크기를 조정할 때

<https://pixlr.com/kr/>

이미지 픽셀(px)을 조정할 때

그림판(프로그램)

상단의 파일 메뉴 > 크기 조정 > 기준 '픽셀'에서 조정

gif(움직이는 이미지)를 제작할 때

<https://ezgif.com/>
<http://bbom.org/tools/ani.html>

포토스케이프 (프로그램)

ImgPlay (휴대폰 어플리케이션)

스토리텔링 워크샵

감사합니다.



대표전화

010-4645-3849



이메일

zenovefa@ohmycompany.com



홈페이지

www.ohmycompany.com

OHMYCOMPANY

< 메모 >