사회적 가치 측정

이 보 화

KICPA 한국공인회계사회

Contents

1. 사회적 가치 측정 개요

2. 사회적 가치 측정 방법론 및 사례

I. 사회적 가치 측정 개요

1. 사회적 가치 측정 배경

2. 사회적 가치 측정 역사

3. 사회적 가치 측정 유형

1. 사회적 가치 측정 배경

기업의 ESG 경영 및 공시 의무화, 임팩트 투자의 규모 확대로 인해 사회적 가치 측정의 중요성이 증가하고 있습니다.

사회적 가치 측정 도입 배경

- ESG 공시 의무화
- 글로벌 투자자들의 ESG 관련 적극적 움직임
- 글로벌 임팩트 투자 규모 확대
- 정부의 기관 평가 내 사회적 가치 분야 도입

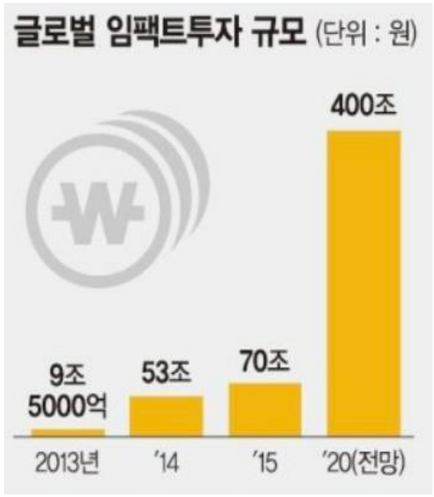
한국도 ESG 공시 의무화...
2025년 자산 2조원 이상 대기업부터

Larry Fink's 2021 letter to CEOs

In 2020, the world not only confronted the pandemic, it also sharpened its focus on the existential threat of climate change. As more and more companies, investors, and governments focus on the global goal of net zero emissions by 2050, an economic transformation is accelerating.

공공기관 사회적 가치를 더욱 강화한다

2019년 경평 본격 시작
사업 전 과정에 사회적 가치 연계성 중점평가
조직 내 내재화와 국민 체감형 우수사례 발굴에 방점



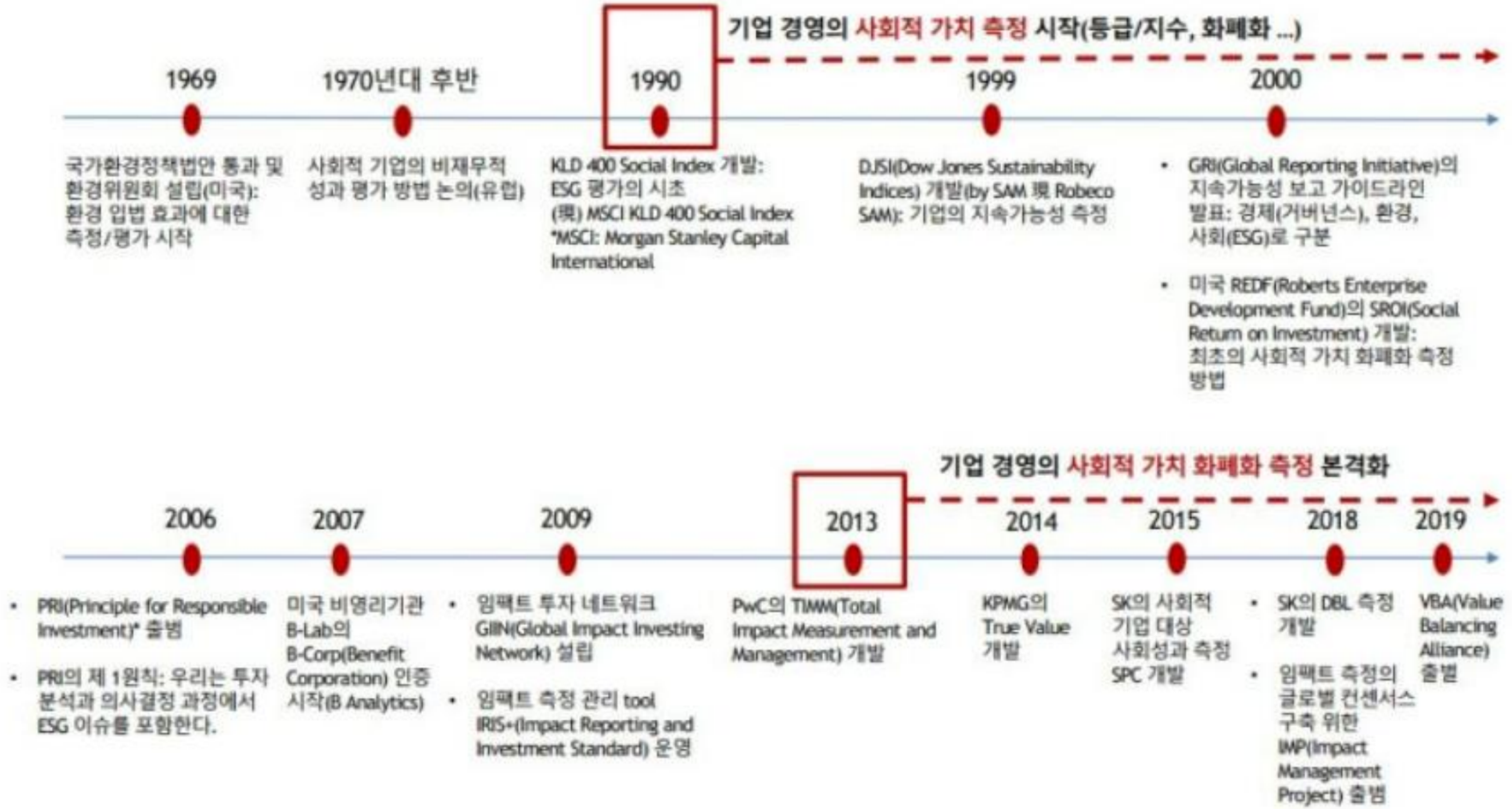
사회적 가치 측정의 중요성 증가

- **기업 관점**
  - **ESG 경영 평가 및 관리를 위해 구체적으로 기업이 만들어내고 있는 사회적 가치에 대한 지표와 기준점이 필요**해짐
- **투자자 관점**
  - **ESG/임팩트 투자를 위한 의사결정 및 평가 시, 투자효과에 대한 객관적·정량적 기준으로 사회적 가치 측정이 요구**됨

출처: 글로벌임팩트투자네트워크(GIIN), Blackrock

2. 사회적 가치 측정 역사

사회적 가치 측정은 등급/지수 평가를 시작으로 최근 10년간 화폐화 측정이 본격화되며 다양한 방법론이 개발되며 발전해왔습니다.



출처: 사회적 가치 측정방법의 특징 분석 및 최신 동향, 2020

3. 사회적 가치 측정 유형

사회적 가치 측정은 크게 정성적인 방법과 정량적 방법의 두가지 유형으로 나누어지며, 최근에는 정량적 측정을 중심으로 변화하고 있습니다.

사회적 가치 측정

정성적 방법

✓ **서술형, 체크리스트** 등이 있으며, 그 중 가장 정성적인 방법은 서술형

- 서술형: 사회적 가치에 대한 평가를 질적으로 기술하는 것을 의미함 (예: 델파이 기법)
- 체크리스트: 가이드라인에 대한 체크를 통해 지수화하거나 점수화하는 방법을 의미함

사회적 가치 측정은 정성적 방법의 한계를 느껴 정량적 방법으로 변화하고 있음

정량적 방법

✓ 대표적으로 **비화폐가치 방법과 화폐가치 방법**으로 나눌 수 있음

	비화폐가치 방법	화폐가치 방법
개요	각 정량 지표를 측정하거나 이를 지수화 또는 점수로 변환하는 방법	**정량지표에 가격을 책정하여 화폐화로 변환**
목표	기업의 지속가능경영을 촉진/발전시키기 위한 전략을 수립하기 위함	경제적 가치와 더불어 사회적 가치를 동시에 상승시키는 전략을 모색하기 위함
장점	환경과 환경 등 서로 같은 사회적 가치 측정지표 간 비교 가능	- 서로 다른 측정 지표/상이한 측정 주체 간 비교 가능 - 직관적인 의사결정에 도움이 될 수 있음
단점	환경과 사회 등 서로 다른 사회적 가치 측정지표 간 비교 불가능	대부분 화폐가치로 가격을 측정하기 위해 기준에 되는 준거가격(Proxy)을 사용하는데, 이러한 준거가격이 다르거나 적합하지 않을 경우 오류가 발생할 수 있고, 비교가능성이 저하될 수 있음

출처: 사회적 가치 측정방법의 특징 분석 및 최신 동향, 2020

II. 사회적 가치 측정 방법론 및 사례

1. VBA(Value Balancing Alliance)
2. TIMM
3. DBL(Double Bottom Line)
4. IVM
5. SPC(사회성과인센티브)

1. VBA(Value Balancing Alliance)

VBA는 ESG 측정 및 화폐화에 대한 표준을 수립하기 위해 설립된 글로벌 기업 연합체로 2019년 출범하였습니다.

VBA(Value Balancing Alliance)

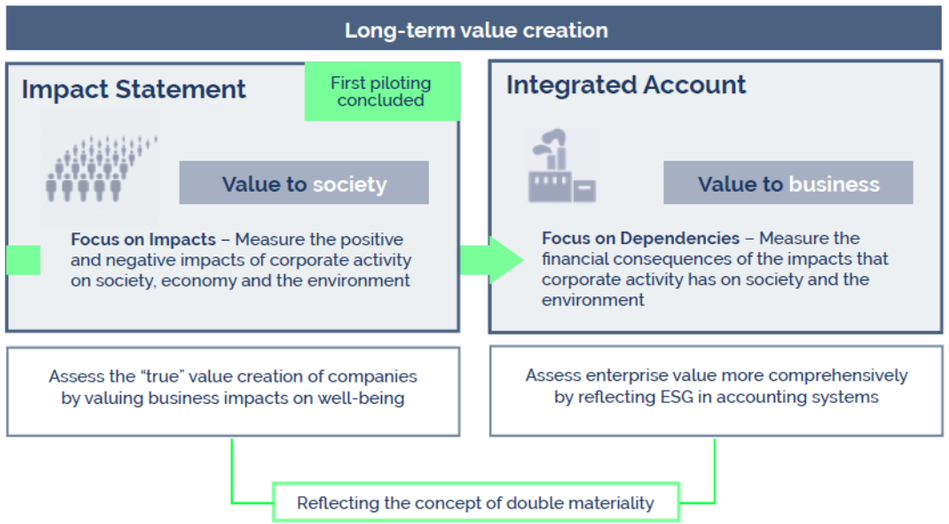
- **사회적 가치 측정과 측정 결과의 화폐가치 전환을 공동으로 연구하는 비영리 연구기관으로 지속가능한 비즈니스 활동의 임팩트를 측정하는 방법론을 개발**하고 있음
- 참여 기업 : BASF(회장사), SK/노바티스(부회장사), 도이치뱅크, 보쉬, BMW, 필립모리스 등 16개의 글로벌 기업
- 협력 기관: **4대 글로벌 회계법인**, 경제기구(OECD·세계은행), 하버드대, 옥스퍼드대 등

✓ 방법론 배경

- Value에 대한 2가지 주요 관점

1) **Value to society**: **이해관계자 관점** (기업의 활동이 환경과 사회에 미치는 긍정/부정적 임팩트)
2) **Value to business**: **재무 주도적 관점** (임팩트가 기업의 장기적 재무 성과에 미치는 영향)

- 두 흐름 모두 회사의 장기적인 가치 창출을 이해하는 데 기본이기 때문에, VBA는 두 가지 방법론적 흐름을 모두 수용함



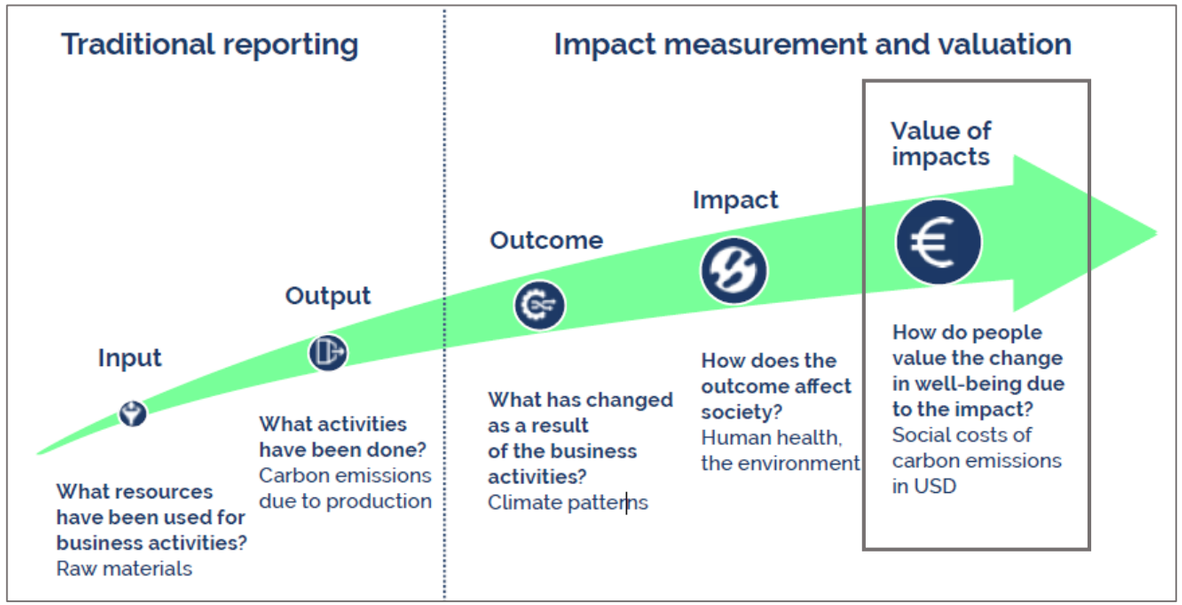
출처: Value Balancing Alliance 공식 홈페이지

1. VBA(Value Balancing Alliance)

VBA에서 적용한 방법론은 임팩트 밸류에이션에 기반을 두고 있으며, 사회, 고객, 직원 및 환경에 대한 영향이 가치 사슬을 따라 정량화되며 화폐 단위로 변환될 수 있습니다.

✓ **Impact Valuation**

- 기존의 환경 및 사회 보고는 영향(예: 온실 가스 배출량 톤)의 정량화에 불과하였음. 임팩트에 금전적 가치를 할당하면 보다 전통적인 측정 및 보고에 대한 **결과의 규모를 이해**할 수 있음. 또한, 다양한 **임팩트 영역 간의 직접적인 비교**가 가능해짐
- Input, Output 및 비즈니스 활동의 Outcome을 측정하는 것 역시 중요하지만 충분하지 않음. Impact를 측정하는 것은 이해관계자와 사회에 가장 중요한 것을 나타내는 데에 필수적임



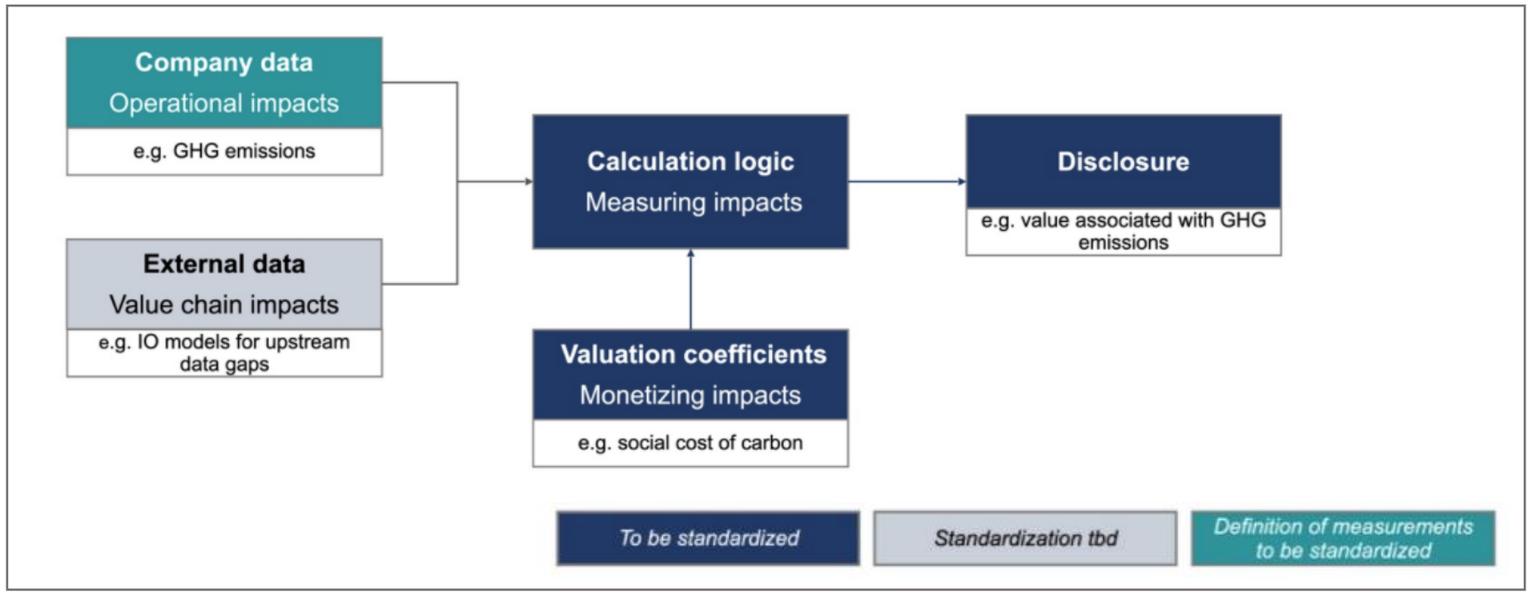
출처: Value Balancing Alliance 공식 홈페이지

1. VBA(Value Balancing Alliance)

VBA 방법론의 목적은 기업이 사회에 미치는 영향에 대한 긍정적 또는 부정적 가치를 비교·공개하는 것입니다.

✓ **Calculation concept**

- VBA는 파일럿 테스트 한 프레임워크 및 적용 지침을 제공하여 **사회 및 환경에 대한 기업의 임팩트를 수익화 하기 위한 평가 계수를 표준화** 함
- VBA 방법론은 각 관련 주제 영역에서 추적된 임팩트 경로를 기반으로 **임팩트 측정 및 평가(impact measurement and valuation, IMV)를 위한 계산 논리를 공식화**함
- IMV 방법론에는 내부 회사 데이터 및 가치 사슬 영향에 대한 외부 데이터 수집을 위한 안정적인 데이터 인프라와 프로세스가 요구됨



출처: Value Balancing Alliance 공식 홈페이지

1. VBA(Value Balancing Alliance)

2021년 5월, VBA는 Impact Valuation methodology v0.1 방법론을 기준으로 7개 산업 분야 11개 회사가 참여한 지속가능성 분야 화폐화 측정치를 공식 발표하였습니다.

VBA Impact Valuation methodology v0.1

- **VBA Impact Valuation methodology v0.1**은 **기업의 비즈니스 활동이 사회에 끼치는 영향(임팩트)을 측정하고 화폐화 하는 접근법을 제공**함. **산업군 전반에서 사용할 수 있는 표준화 된 방법론을 제시함**

✓ **3개의 임팩트 차원 및 9개의 지표**

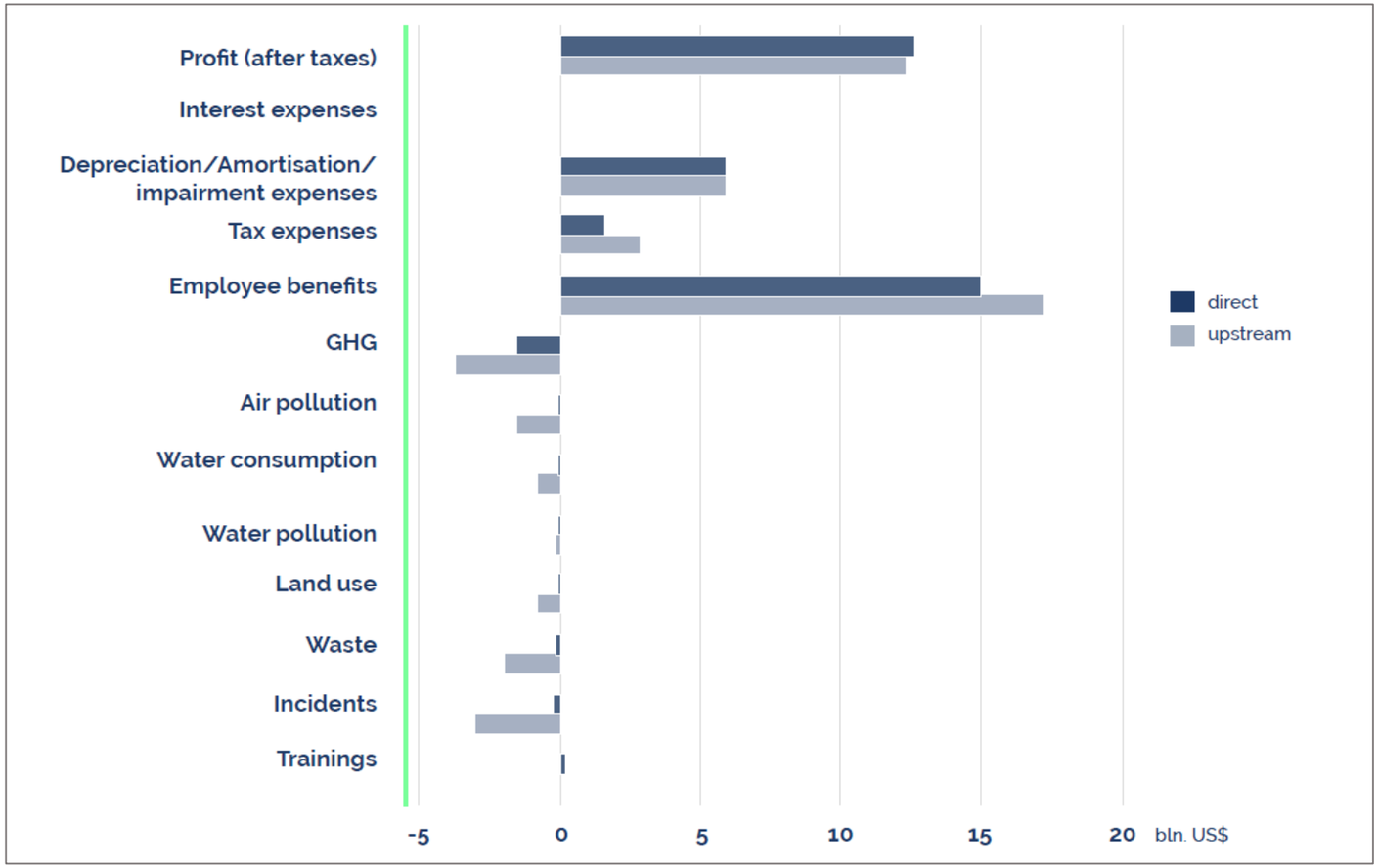
Economic (경제)	Gross Value Added(GDP contribution): Taxes, wages, profits etc. 총 부가가치 (GDP 기여): 세금, 임금, 이익 등
Human and social (인간과 사회)	Occupational health and safety **산업 보건 및 안전**
	Training **교육훈련**
Environmental (환경)	GHG / climate change **온실가스/기후변화**
	Air emissions **대기 배출**
	Water consumption **물 소비**
	Water pollution **수질 오염**
	Land use(biodiversity) **토지 이용(생물다양성)**
	Waste **폐기물**

- 2020년, VBA 멤버사들은 v0.1 방법론을 적용한 **파일럿을 실시**하였으며,
  총 7개의 산업군의 11개의 기업들이 해당 측정 방법론과 프레임워크 테스트를 진행함
- 모든 회사는 자체 운영 및 전체 공급망에서 발생하는 경제적, 사회적 및 환경적 영향을 측정하고 평가하였음
- **사회분야의 지표를 추가하고 downstream 분야 측정을 강화**한 **methodology v0.2**를 개발 예정이며,
  2021년 하반기 측정 결과 발표 예정

출처: The Value Balancing Alliance pilot study, first pilot study, 2021

1. VBA(Value Balancing Alliance) Case

VBA Impact Valuation methodology v0.1을 적용하여 파일럿을 실시한 A 기업의 2019년 임팩트(impact) 측정 결과입니다.

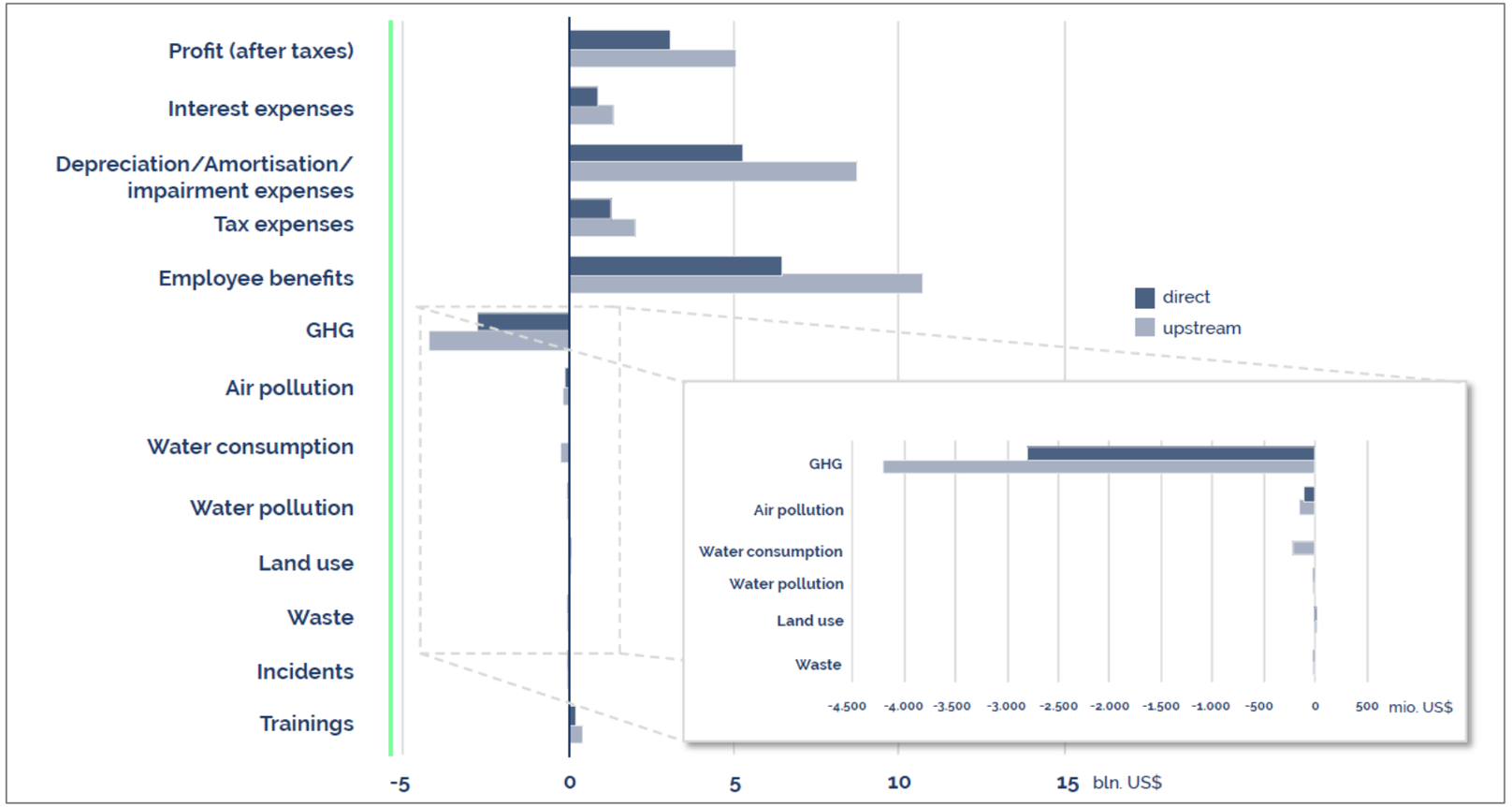


(자체 운영 및 업스트림 공급망)

출처: The Value Balancing Alliance pilot study, first pilot study, 2021

1. VBA(Value Balancing Alliance) Case

VBA Impact Valuation methodology v0.1을 적용하여 파일럿을 실시한 B 기업의 2019년 임팩트(impact) 측정 결과입니다.



(자체 운영 및 업스트림 공급망)

출처: The Value Balancing Alliance pilot study, first pilot study, 2021

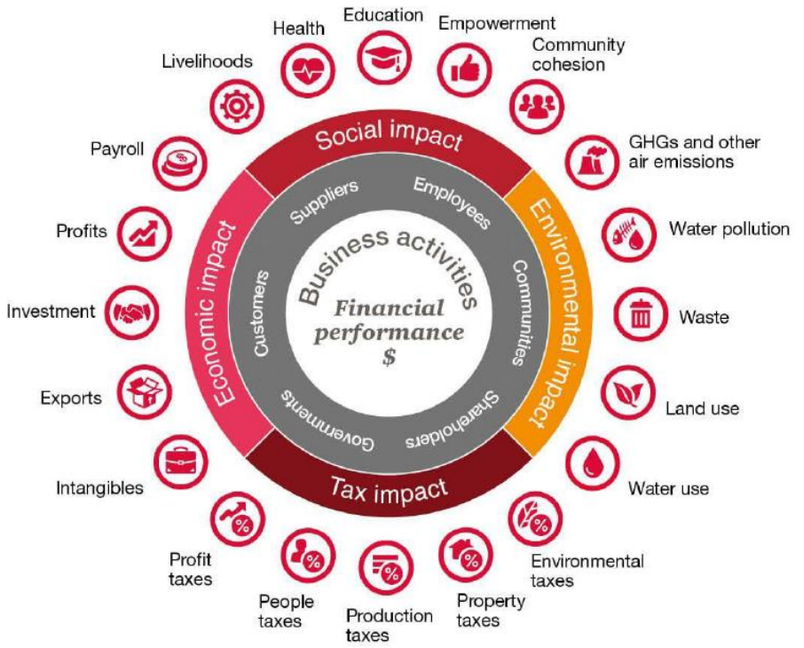
2. TIMM

TIMM은 PwC의 주도로 개발된 방법론으로, 기업의 사업활동이 광범위한 이해관계자들에게 미치는 영향(impact)에 대한 총체적인(holistic) 이해를 중시하는 체계입니다.

TIMM
(Total Impact Measurement & Management)

- 사업활동이 **이해관계자들에게 미치는 영향 및 그로 인한 impact 형성 과정을 종합적으로 분석**하는 체계
- 이해관계자들에 대한 영향(impact)은 사업활동을 통해 **직접적**으로 발생하기도 하며, 시장의 고객들을 통해서 또는 동 사업과 관련된 공급망(supply chain)에 있는 다른 조직들에 의해 **간접적**으로 발생하기도 함
  - 이러한 impact는 긍정적인 것뿐만 아니라 일부 부정적인 내용도 포함될 수 있음
- 해당 impact뿐만 아니라 이것이 다시 사업에 어떻게 영향을 주는지 피드백 과정을 포함하여 종합적인 이해를 하고자 함

TIMM에서 고려하는 impact의 범위와 관련 이해관계자



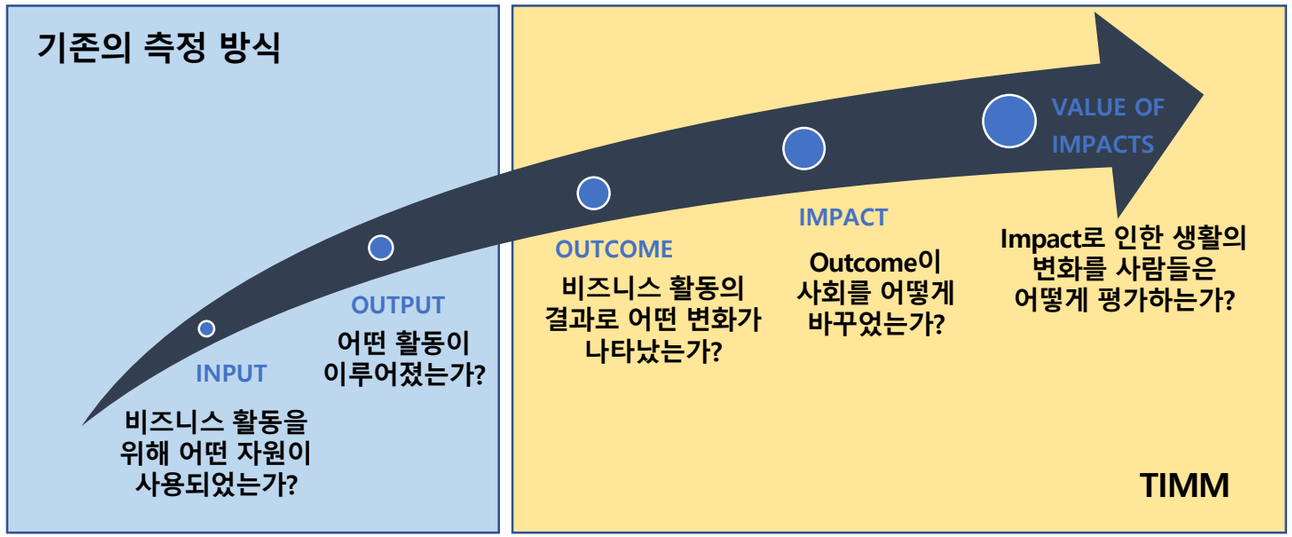
출처: 공공기관의 이해관계자 중심 사회적 가치 측정연구, 2020
Measuring and managing total impact: A new language for business decisions, 2013

2. TIMM

TIMM은 새로운 개념의 impact 측정 방식을 활용하여 당해 사업체의 활동에서 비롯된 총체적인 사회적 영향을 분석합니다.

- 전통적인 측정방법에 기반한 일반적인 사업 의사결정은 투입 및 산출물의 측정에만 국한되어 사업 활동으로부터의 종합적 impact를 모두 고려하지 못하는 경우가 많음
- 이와 달리 TIMM은 input, output, 장기간의 outcome, 이와 관련된 **impacts 간의 관계를 이해하는 것에 중점**을 두며, 이에 따라 impact의 평가(valuation) 및 보다 효과적인 비교 분석이 가능할 수 있음

임팩트 평가(valuation) 과정

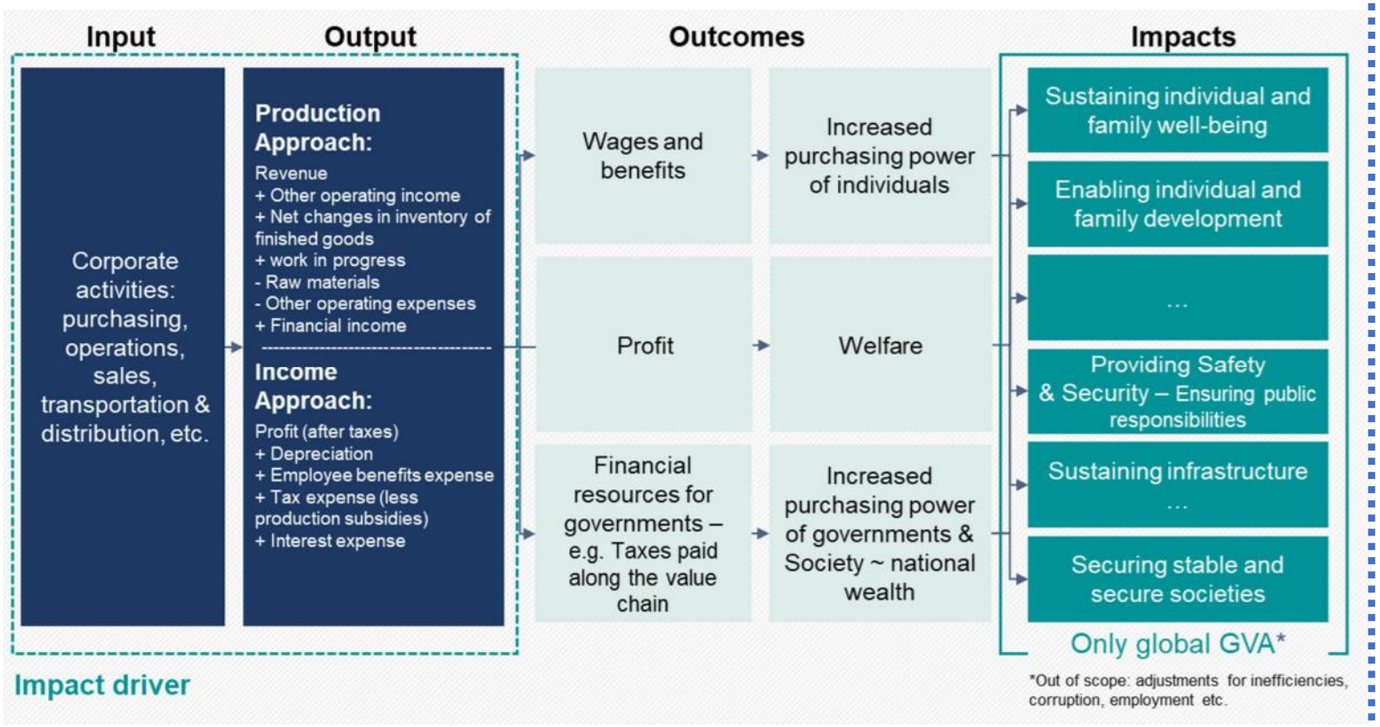


출처: 공공기관의 이해관계자 중심 사회적 가치 측정연구, 2020
Measuring and managing total impact: A new language for business decisions, 2013

2. TIMM

임팩트 경로는 주어진 비즈니스 활동과 관련된 결과, 영향 및 영향 가치를 식별하기 위해 확립된 TIMM의 방법론입니다.

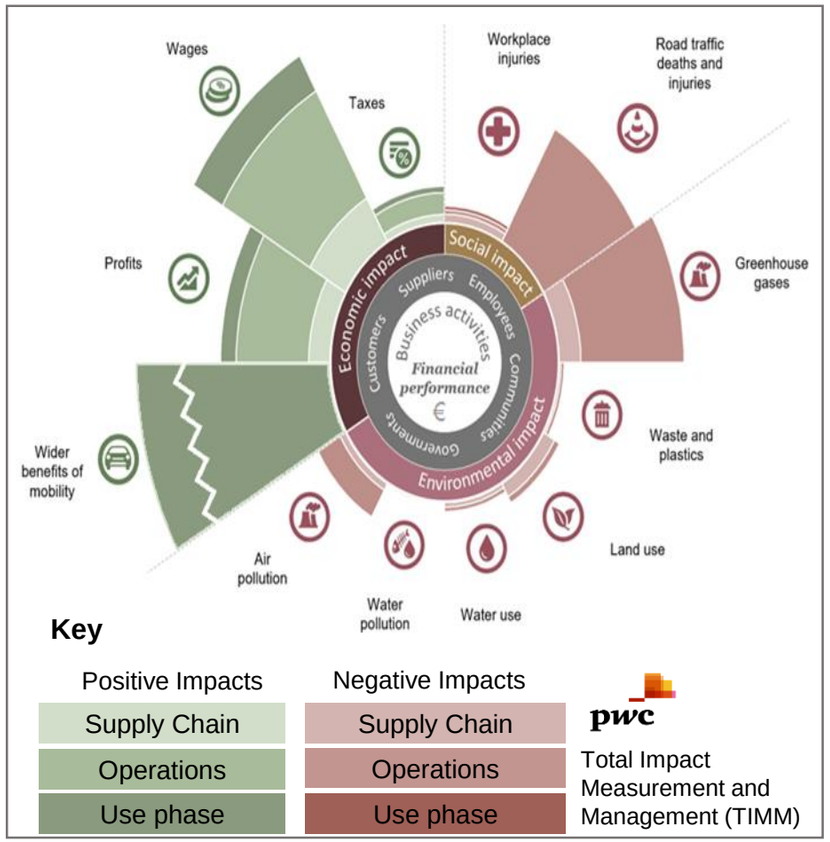
차원	지표 범위
경제	**총 부가가치 (GDP 기여): 세금, 임금, 이익 등**
사회	근로 안전 및 건강
	교육
환경	GHG/ 기후변화
	대기배출
	물 소비량 등



출처: A draft Proposal for impact valuation, PwC

2. TIMM

넓은 범위의 이해관계자들에게 미치는 다양한 impact를 분석하기 위해서 기본적인 사회적 영향 분야 (Impact Area)를 설정하고, 사회・환경・조세 및 경제 4대 부문으로 구분하여 분석합니다.



4대 Impact Area	
사회적 영향 (Social Impact)	당해 사업활동이 건강, 교육, 지역공동체 결집 등과 같은 사회적 outcomes에 미치는 결과를 측정, 평가
환경적 영향 (Environmental Impact)	대기, 토양 및 수질 오염 방출량, 천연 자원 사용 정도 등을 측정하며, 이로 인해 사회에 미치는 impact를 측정
조세재정적 영향 (Tax Impact)	당해 사업체가 납세와 관련하여 전반적으로 기여한 바를 측정
경제적 영향 (Economic Impact)	해당 분야에서 사업활동으로 인해 경제 전반에 미치는 영향을 평가. 경제성장 및 고용 변화에 미치는 영향을 측정

출처: 공공기관의 이해관계자 중심 사회적 가치 측정연구, 2020
Measuring and managing total impact: A new language for business decisions, 2013

2. TIMM

TIMM은 각 impact 분야별로 측정 방법을 구체화하였으며, 5단계에 걸친 방법론을 적용하여 사회적 가치를 측정합니다.

각 impact 분야별 측정·분석방법

사회적 영향 (Social Impact)

- 건강, 교육, 삶의 질, 지역공동체 결속 등 사회적 영향을 측정
- 사업활동으로 인해 social impact가 창출되는 경로를 분석하고 이로 인해 **wellbeing, welfare 등을 얼마나 증진시켰는지를 평가**

환경적 영향 (Environmental Impact)

- 대기오염, 토양 및 수질 및 천연자원 사용과 관련한 환경적 impact를 분석
- **Value chain activity로부터 발생하는 생태계 서비스 변화를 계량화**

조세재정적 영향 (Tax Impact)

- 전반적인 납세 기여 정도를 측정
- **법인세와 같이 해당 기업에서 부담한 세금 및 판매부가세, 급여세(payroll tax) 등과 같이 거래징수한 세금**까지 포함

경제적 영향 (Economic Impact)

- 부가가치, 고용 기여 등의 전통적이고 직접적인 경제적 impact뿐만 아니라 **supply chain을 통한 간접적 impact 및 유발효과(induced impacts: 모든 supply chain 내 근로자들의 소비지출액까지 고려)**도 분석

TIMM 방법론 적용 단계

구분	단계	개요
1	**분석 범위 결정 (define the scope)**	- 분석의 목적 결정 - **분석 대상 impact의 범위 결정**(대상 기간, 지역, 사업분야, value chain 중 관련된 부분 등)
2	**가치의 범위 결정 (define dimensions of value)**	- **해당 impact가 value chain의 어디에 연관되는지를 분석** - **Impacts mapping 및 발생 경로에 대한 이해, 측정 방법론 및 필요 data 범위 확인**
3	**자료 수집 (collect existing data)**	- **당해 사업활동으로부터 수집할 수 있는 자료 확인**
4	**새로운 자료 확보 (source new data)**	- 필요한 추가자료 내역 확인 및 확보 방안 검토(외부로부터 필요한 자료들-**공급자, 지역사회** 등)
5	**자료 분석 및 impact 평가 (analyse data and value impacts)**	- **Impacts에 대한 가치평가(economic and process modeling 등을 통해 경제적/사회적 가치 등을 계량화**)

출처: 공공기관의 이해관계자 중심 사회적 가치 측정연구, 2020
Measuring and managing total impact: A new language for business decisions, 2013

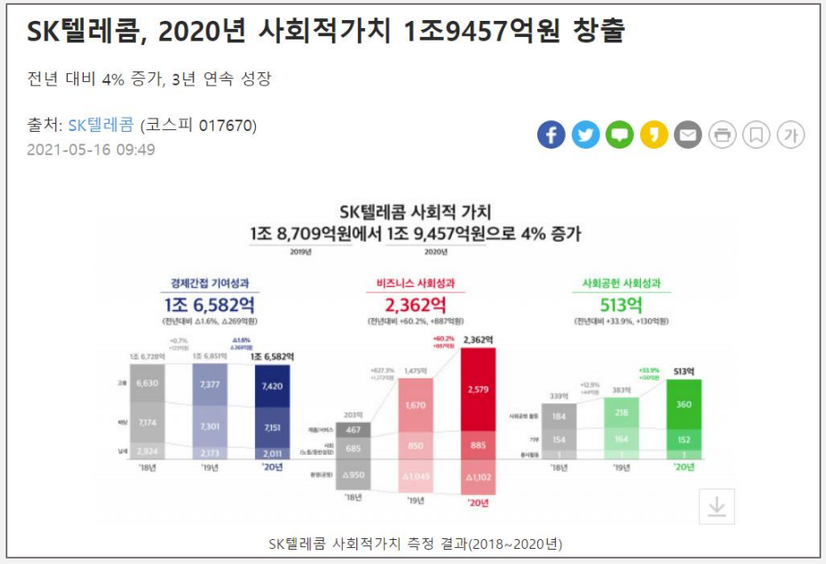
3. DBL(Double Bottom Line)

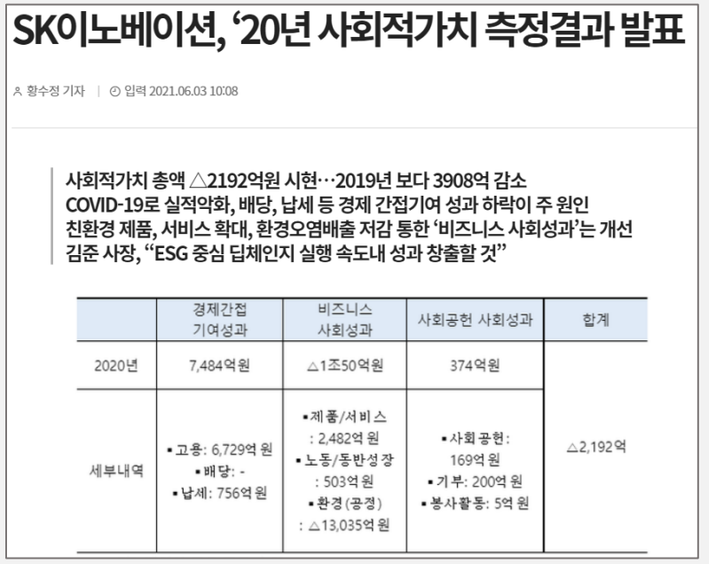
DBL은 SK그룹에서 외부 전문가들과의 공동 연구 및 관계사 협의를 통해 개발한 사회적 가치 화폐화 측정 체계로, 'Double Bottom Line 경영' 목표에 기반을 둔 측정 방법론입니다.

✓ 개요

- 'Single Bottom Line' 개념에서는 경제적 가치만 측정하고 관리하는 것에 국한된다면, 'Double Bottom Line'은 기업의 **경영활동 전반에서 사회적 가치와 경제적가치 두 가지를 동시에 추구**하는 것을 목적으로 함
- **사회적 가치 창출 성과를 화폐로 환산하여 관리**한다는 관점에서 사회적 가치를 측정함
- **주요 SK멤버사들은 2018년부터 매년 외부 전문가들과 공동 연구 및 협의를 통해 사회적 가치를 측정하고 그 결과를 발표**하고 있음

외부 공개사례





3. DBL(Double Bottom Line)

DBL 방법론에서는 사회성과의 유형을 분류하고 해당 유형별 정의 및 관련 분야를 예시함으로써 사회성과를 보다 체계적으로 측정할 수 있도록 유도합니다.

✓ **DBL 방법론의 사회적 가치 측정 체계**

경제간접 기여성과	비즈니스 사회성과	사회공헌 사회성과
기업 활동을 통해 경제에 간접적으로 기여하는 가치	제품 개발/생산/판매를 통해 발생한 사회적 가치	지역사회 공동체에 대한 사회공헌 활동으로 창출한 가치
분야 • 고용 • 배당 • 납세	분야 • 제품서비스 - 환경 - 사회(삶의 질/소비자 보호) • 공정 - 환경 - 사회(노동/동반성장) • 거버넌스 *측정방법 연구 중	분야 • 사회공헌 활동 • 기부 • 봉사활동

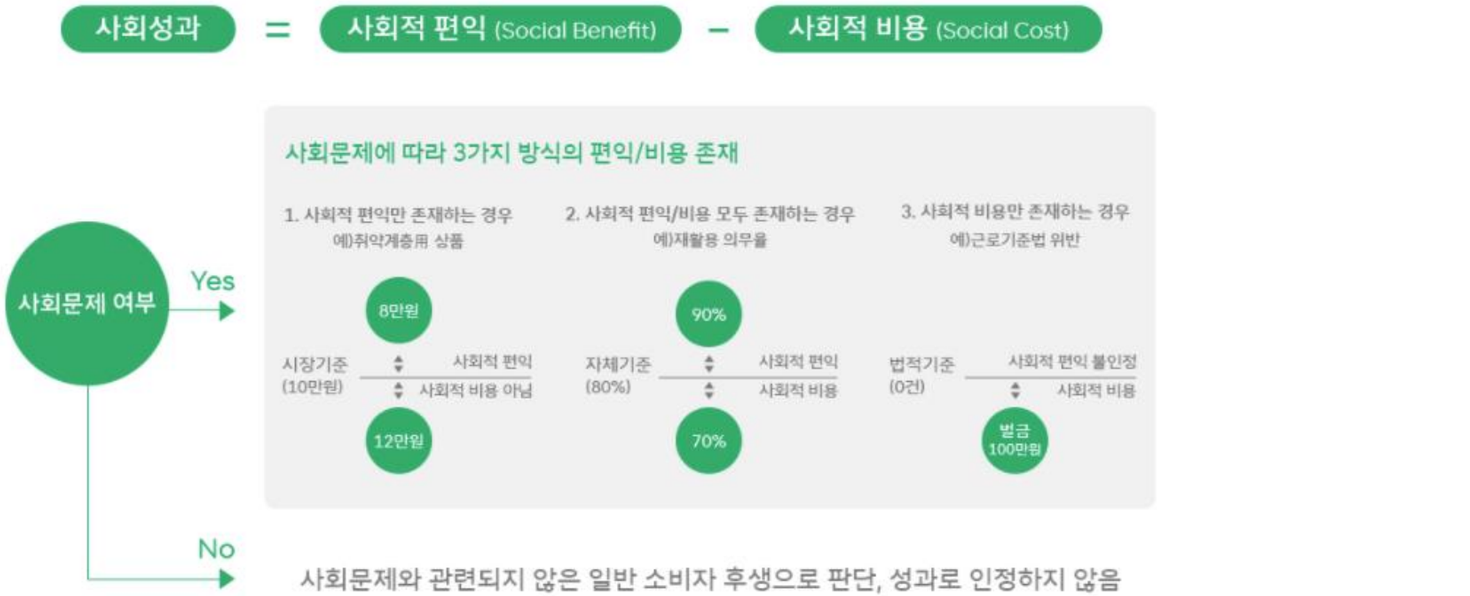
3. DBL(Double Bottom Line)

DBL 방법론에서는 이해관계자의 관점에서 사회적 가치를 측정할 것을 원칙으로 하며 사회적 성과(outcome)를 측정하는 것을 지향합니다.

✓ DBL 방법론 원칙

- 이해관계자 회계원칙(Stakeholder Accounting Principle)에 입각하여 '사회적 이해관계자'의 관점에서 바라볼 것을 강조함
- 회사가 무엇을 하였나?'가 아니라 '사회의 이해관계자가 무엇을 얻거나(Benefit) 잃었는가(Loss)?'에 주목함
- 측정이 어려운 일부 영역을 제외하고는 **기업 경영활동의 실제적 성과(Outcome)를 바탕으로 사회적 가치를 측정**하고자 함
- 모든 경영활동을 사회적 가치 측정의 대상으로 바라보며, 가치창출 의도 여부와 상관없이 창출된 모든 사회적 가치를 측정함

✓ 사회성과 측정산식 예시



출처: 사회적가치연구원,
공공기관의 이해관계자 중심 사회적 가치 측정연구, 2020

3. DBL(Double Bottom Line) Case

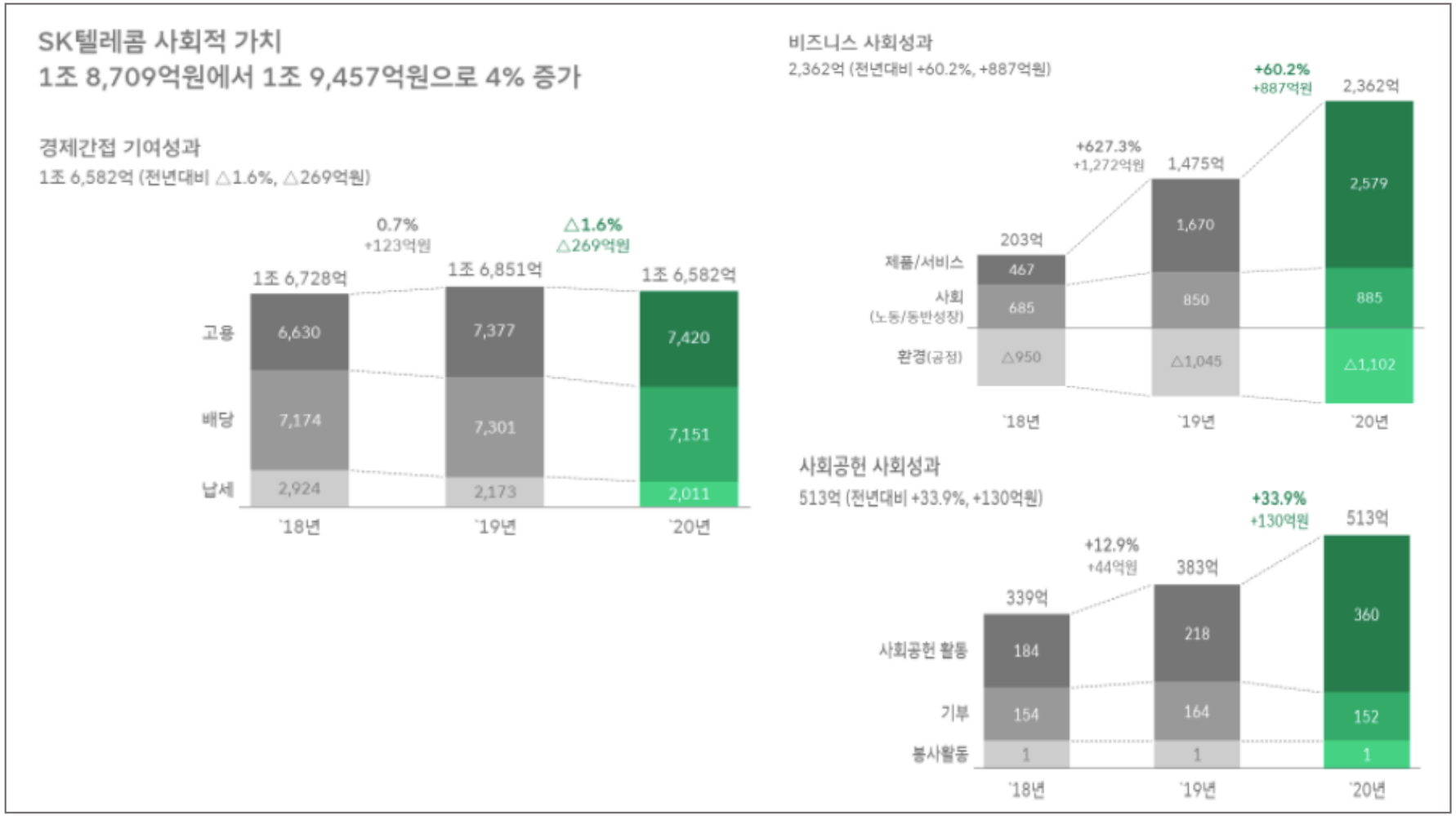
SKT에서 운영하는 'T맵 V2X (Vehicle to Everything)*'의 사회적 가치 측정은 측정 지표를 정의하고 산출식을 검증하는 과정을 통해 진행되었습니다.

*전방 사고 징후를 뒤따르는 차량에게 일제히 경고하는 기술

출처: SKT

3. DBL(Double Bottom Line) Case

SKT는 DBL 방법론을 적용한 사회적 가치 측정 결과와 분야 별 성과를 매년 공개하고 있습니다.



출처: SKT

4. SPC(사회성과인센티브)

SPC는 사회적 기업이 사회 문제 해결과 사회 발전에 기여한 정도를 측정·평가하고 그 결과에 기반하여 제공되는 인센티브입니다.

✓ SPC(Social Progress Credit, 사회성과인센티브) 개요

- 빠르게 증폭하고 있는 사회문제에 대하여 **"측정 & 성과기반 보상"으로 사회문제 해결에 더 많은 참여를 유도**하기 위한 프로젝트
- 사회적 가치를 측정하고 이에 비례한 현금 인센티브 제공
- 2015년부터 매년 기업 선발 및 사회적 가치 측정을 진행하고 있으며, 현재 SK 사회적가치연구원에서 운영하고 있음

✓ SPC 방법론 – 사회성과 유형 구분

- 기업의 사명과 사회성과 창출 방법에 따라 **사회성과를 4가지로 구분하여 측정**

사회성과 창출 방법			사회적 기업의 사명: 사회문제 해결	사회적 기업의 사명: 환경문제 해결
재화/서비스 (Product)			Ⅰ. 사회서비스 성과 (복지, 보건, 교육, 문화 등)	Ⅲ. 환경 성과
가치사슬 (Process)	내부		Ⅱ. 고용 성과	
	외부		Ⅳ. 사회생태계 성과	

Ⅰ. 사회서비스	복지, 보건, 교육, 문화 등 광의의 사회적 서비스로 인해 발생한 대상 집단의 삶의 질 개선 효과를 의미하며, 주로 동일 서비스의 시장 기준 가격 대비 사회적 기업 제공가격의 차이로 측정
Ⅱ. 고용	장애인, 저소득층, 노인, 탈북자, 결혼이민자 등 사회적 취약계층을 고용해서 발생한 사회적 편익의 증대 효과를 의미하며 주로 근로소득 증대분으로 측정
Ⅲ. 환경	기업의 제품 및 서비스 또는 그 생산과정을 통하여 한정된 자원의 소비를 줄이거나 환경오염의 발생을 저감시킨 성과
Ⅳ. 사회생태계	사회의 구조적인 제약으로 인해 충분하고 적정한 거래조건이나 거래기회를 얻지 못하는 취약한 생산자 및 생산지역 등을 사회적 기업이 생산과정의 가치사슬 value chain에 적극적으로 결합시켜 취약성을 극복할 수 있도록 돕는 성과, 사회공공의 가치를 증진시키거나 시민자산을 보존하고 확대한 성과도 포함

출처: 사회적가치연구원

4. SPC(사회성과인센티브)

SPC는 4가지의 측정 원칙에 따라 사회적 가치를 측정합니다.

측정 원칙 1 기업이 사업을 운영하는 과정에서 발생하는 성과만을 측정함

- 측정가능한 성과가 있더라도 기업의 비즈니스 영역과 무관한 경우에는 성과에서 배제함

측정 원칙 2 기업이 창출한 성과 중, 객관적으로 측정 가능한 결과(outcome)만을 측정함

구분	정의	성과지표 예시
과정 (Process)	**사회적 기업의 활동과정에서 발생한 성과**	**장애인 고용 및 노동 과정에서의 인권 존중**
산출 (Output)	**사회적 기업 생산활동의 결과물과 관련한 직접 성과**	**장애인 고용 인원 수**
결과 (Outcome)	**사회적 기업과 관련된 사회적 수혜자의 개인적인 삶에 일어난 변화**	**고용된 장애인에게 일어난 생활의 변화**
영향 (Impact)	**사회적 기업 활동의 결과 사회적으로 일어난 변화**	**장애인 고용의 사회적 확산**

출처: 사회적가치연구원

4. SPC(사회성과인센티브)

SPC는 4가지의 측정 원칙에 따라 사회적 가치를 측정합니다.

측정 원칙 3 미(未)보상 사회성과를 1년 단위로 측정

- 매출 및 외부 지원금의 형태로 가격기구 또는 제도를 통해 보상이 끝난 사회성과는 배제하고, 가격에 반영되지 않은 성과를 측정함

측정 원칙 4 객관적이고 보수적인 기준에 따라 측정함

- 명확한 기준값이 있는 경우에만 성과를 인정함

사회서비스 가격 기준		사회성과 창출 방식
가격 기반 추정	일반시장 가격	기업이 제공하는 것과 동일한 제품/서비스의 평균적인 시장 가격
	공급의사 가격	새로운 제품/서비스의 경우, 동종 업종의 공급자가 동일한 제품/서비스를 제공할 때 받고자 하는 가격
비용 기반 추정	대체방식 비용	기업이 제공하는 솔루션이 없었을 경우, 기존의 솔루션에 사회가 지불했을 가격(비용)
	추가투입 비용	제품/서비스에 대한 가격 및 원가 통제가 이루어지는 경우, 사회문제 해결을 위한 추가적인 원가 투입분을 사회성과의 가격으로 간주
직접가치추정		새로운 제품/서비스의 경우, 해당 사회문제의 당사자가 얻을 직접적인 가치를 추정(지불의사, 피해비용, 복구비용 등)

출처: 사회적가치연구원

4. SPC(사회성과인센티브)

SPC는 세부 사회성과 지표 별 가격 추정 방법과 Proxy 및 활용 DB를 공개하고 있습니다.

영역	세부 성과지표		proxy	가격추정방식	Proxy DB
사회서비스 성과	일반시장가격 대비 할인 성과		시장에서의 제품서비스 가격	일반시장가격	· 사례별 탐색/검증
	공급의사가격 대비 할인 성과		시장에서의 제품서비스 가격	공급의사가격	· 사례별 탐색/검증
	지불의사가격 대비 할인 성과		시장에서의 제품서비스 가격	지불의사가격	· 사례별 탐색/검증
	일반시장 대비 품질제고 성과		일반시장에서의 생산원가율	추가투입비용	· 산업별 원가율 DB
고용 성과	고용을 통한 근로자 소득증대 성과		취약계층의 이전소득 평균	일반시장가격	· 가계동향조사 · 장애인고용실태조사 · 사회적기업실태조사
	취약계층 근로자의 일반노동시장 진입 성과		취약계층의 이전소득 평균 사회적기업 평균임금	일반시장가격	
환경 성과	소비자원 절감 성과		절약된 신규자원의 가격	대체방식비용	· 광공업 및 제조업의 재료비 비율 DB
	환경오염 저감 성과		환경피해 처리비용	지불의사가격	· Eco-cost DB
사회생태계 성과	추가가격지불	농산물 직거래(국내소농)	기존 거래시 생산자 수취가격	대체방식비용	· 농업유통비중 DB
		공정무역(해외 소농)	기존 거래시 생산자 수취가격	대체방식비용	· 사례별 탐색/검증 · 국제선물거래소 DB
		크라우드 펀딩(단순기부형)	공익사업을 위한 기부액 증대분	대체방식비용	· 산업별 부가가치 DB
	추가거래기회	공정무역(농업 외)	취약생산지역 신규 소득증대분	대체방식비용	· 공정무역국가별 부가가치율 DB
		공정여행(국내/해외)	취약지역 주민의 신규 소득증대분	대체방식비용	· 공정여행국가별 부가가치율 DB · 관광 관련 산업 부가가치율 DB
		크라우드 펀딩(리워드형)	공익사업의 기존 기부모금 예상액	대체방식비용	· 산업별 부가가치 DB
		고용에 준하는 일자리 기회 제공	창업 지원 등을 통한 소득증대분	대체방식비용	· 산업별 부가가치 DB · 가계동향조사
		취약생산자에게 추가 거래기회 제공	취약생산자의 소득증대분	대체방식비용	· 산업별 부가가치 DB
	시민자산 증대	문화예술 자산보호	신진작가의 작품을 통한 소득증대분	대체방식비용	· 사례별 탐색/검증
		비영리조직 지원	공익활동 지원 기부액	일반시장가격	· 사례별 탐색/검증
		시민자산 형성 및 확대	공공예산 효율성 증대분	대체방식비용	· 사례별 탐색/검증

출처: 사회적가치연구원

4. SPC(사회성과인센티브)

SPC는 사회적 가치 화폐화를 위해 기준상태(baseline)와 기준가격(proxy)을 반영한 다음과 같은 측정 산식을 적용하고 있습니다.

[기업의 활동가치 – 기준상태(baseline)] X 기준가격(proxy) X 활동량 X 기여도 - 외부보상

- ✓ **기업의 활동가치:** 기업활동으로 인한 사회영향(사회 편익 또는 비용 유발)
- ✓ **기준상태(baseline):** 기업 활동가치를 평가하기 위한 비교 기준값
- ✓ **기준가격(proxy):** 정량 성과를 화폐가치로 환산하는 가격
- ✓ **활동량:** 기업의 활동가치를 만들어 낸 활동량
- ✓ **기여도:** 성과에 대한 측정기업의 기여도
- ✓ **외부보상:** 성과를 만드는 과정에서 외부로부터 받은 보상

출처: 사회적가치연구원

4. SPC(사회성과인센티브) Case

SPC 방법론을 통한 사회서비스 성과 측정 결과는 다음과 같습니다.

✓ **사례1) 사회서비스 성과**

동일품질 가격 할인: ∑(일반 영리시장가격 – SE 제공 가격) – 사회서비스 관련 외부지원금

취약계층에게 간병서비스를 제공하는 사회적 기업 A

- 1년간 취약계층 500명에게 시장가격 70만 원인 간병 서비스를 50만 원에 할인하여 제공함
- 1년간 취약계층 30명에게 시장가격 70만 원인 간병 서비스를 무료로 제공함
- 대기업으로부터 무료 간병 서비스 제공을 목적으로 5천만 원을 후원 받음

- 표준식: (일반 영리시장 가격 – 사회적 기업 제공 가격) X 제공량

➢ A 기업이 1년 간 창출한 사회 성과 : 7천백만 원 = (70만원-50만원) x 500명 + 70만원 x 30명 – 5천만원

출처: 사회적가치연구원

4. SPC(사회성과인센티브) Case

SPC 방법론을 통한 고용 성과 측정 결과는 다음과 같습니다.

✓ **사례2) 고용 성과**

직접 고용: ∑(SE 지급급여 – SE 취업 이전 근로소득) – 고용 관련 외부지원금

취약계층을 고용하는 사회적 기업 B

- 1년간 지적장애인(중증) 3명을 풀타임 고용하고 월평균 급여 100만 원 제공
- 정부로부터 사회적일자리 지원금 총 1천만 원 수령
- 사회적 기업 취업 전 지적장애인(중증) 월평균 소득 7만원
- 표준식: (취약계층 월평균 급여 – 취업 전 월평균 소득) X 인원수 X 근무개월수

➢ B 기업이 1년 간 창출한 사회 성과 : 2천3백4십8만 원 = (93만원 x 3명 x 12개월) - 1천만원

출처: 사회적가치연구원

4. SPC(사회성과인센티브) Case

SPC 방법론을 통한 환경 성과 측정 결과는 다음과 같습니다.

✓ **사례3) 환경 성과**

친환경생산 프로세스:
∑(기존의 환경오염물질량 x 처리비용 – SE가 개입한 후 환경오염물질량 x 처리비용) – 환경 관련 외부지원금

친환경 면으로 티셔츠를 만드는 사회적 기업 C

- 1년간 티셔츠 제조에 일반 면 대신 무가공 면 800kg 사용
- 일반 면 Eco cost 1,200원/kg
- 무가공 면 Eco cost 800원/kg
- 표준식: (일반재료 Eco cost – 친환경재료 Eco cost) X 물량

➢ C 기업이 1년 간 창출한 사회 성과 : 32만원 = (1,200원 - 800원) x 800kg

출처: 사회적가치연구원

5. IVM

Impact IVM(Identification, Value, Measurement)은 기업이 창출하는 임팩트의 크기와 근거를 제공하기 위한 방법론으로, 사회적가치연구원에서 개발하였습니다.

✓개발 배경

- SK그룹에서 이미 사용하고 있는 **기존의 SPC, DBL 방법론은 기업이 만들어 낸 '과거'의 사회적 가치를 측정**하고 있음
- 기업이 **'미래'에 만들어 낼 수 있는 사회적 가치에 대한 '추정'이 필요**함
- 임팩트 투자의 실사, 심의, 사후관리 등 투자 전과정에 걸쳐 기업이 창출하는 임팩트를 인식, 추정, 관리할 수 있는 IVM 가이드라인을 개발
- 임팩트의 Identification, Value, Measurement 단계를 지속적으로 반복하며 이해관계자 간 커뮤니케이션에 활용할 수 있도록 개발되었음

✓ IVM 가이드라인 개요

구분	정의	벤치마킹	참고
Identification	현재 창출하는 임팩트 **인식/구체화**	5 dimensions of IMP	global consensus
Valuation	미래 창출할 임팩트를 **화폐가치로 추정**	IMM	impact valuation 방법론 활용
Management	추정된 임팩트의 창출 여부를 **지속적으로 관리**	Impact Index of 60_decibels	survey를 통한 실제 임팩트 측정/관리

출처: 사회적가치연구원

5. IVM

Impact Identification은 5가지 요소를 통해 기업의 임팩트를 정의하고 인식한 후 이를 검증할 수 있는 임팩트 KPI를 설정하는 단계입니다.

① Impact Identification

- 임팩트의 영역, 유형, 수혜 대상, 범위 등을 확인하여 임팩트 KPI를 설정
- 벤치마킹 도구: 글로벌 임팩트 투자자 협의체 IMP의 5 Dimensions of Impact 활용
- 5개의 관점(What, Who, How much, Contribution, Risk)에서 임팩트의 특징을 분석

✓ **Framework**

Dimension		세부내용
What	기업이 제품/서비스를 통해 해결하는 사회문제를 바탕으로 한 임팩트	임팩트의 유형, 수준, 중요성 등을 확인
Who	임팩트를 경험하는 이해관계자의 특징	임팩트를 경험하는 이해관계자 유형, 위치, 특징 등을 확인
How Much	임팩트 규모, 수준, 지속기간	임팩트의 규모, 정도, 유지 기간 확인
Contribution	사회문제 해결에 대한 기업의 기여도	기업의 제품/서비스가 없을 경우를 가정해 사회 문제 해결에 대한 기여도 확인
Risk	예상과 달리 기업이 사회문제를 해결하지 못할 상황을 만드는 위험요소	9가지 요소를 통해 임팩트가 예상과 달리 창출될 상황을 조성하는 원인 파악

출처: 사회적가치연구원

5. IVM

Impact Valuation에서는 미래에 기업이 창출할 것으로 예상하는 임팩트를 화폐가치로 추정하며,
Impact Management 단계에서 Identification과 Valuation에서 설정한 임팩트 KPI를 추적/관리합니다.

② Impact Valuation

- 벤치마킹 도구: 미국 TPG의 Rise Fund가 개발한 IMM(Impact Multiple of Money)

Valuation 단계	세부내용
1. 임팩트 분석	Identification에서 설정한 KPI로 발생하는 "간접적이나 긍정적인 변화"를 임팩트로 설정
2. 기준연구 적용	임팩트를 화폐가치로 연구한 기준연구 확보 후 임팩트 화폐가치 도출
3. 위험 요소 반영	• 임팩트가 창출되지 않을 가능성을 평가하여 '위험 예방 점수' 산출 • '미래 현금 흐름 할인율' 도출 및 적용 (국채 20년 만기 이자율 활용)
4. 종료가치 추정	• 종료가치 추정 구간을 5년으로 설정 (DCF 방식) • '종료가치 추정 구간 할인율' 도출 및 적용 ('미래 현금 흐름 할인율'과 '가중평균 자본비용'의 평균)
5. 최종 임팩트 화폐가치 추정	투자 기간과 투자금 회수 이후 일정 기간 동안 창출하는 임팩트의 화폐가치를 추정

③ Impact Management

- 벤치마킹 도구: 60_decibels의 Impact Index (고객 대상 전화 기반 설문자를 통해 수집한 데이터로 IMP의 5 dimension 중 What, Who, Contribution을 기준으로 분석하여 동종 산업 벤치마크 대비 피투자 기업 위치를 보여줌)

Who	임팩트 KPI를 경험하는 고객 수의 변화를 주기적으로 파악 및 목표치와 비교
What	Identification에서 확인한 임팩트 KPI의 변화를 주기적으로 파악 및 목표치와 비교
Sustainability	고객 대상 설문자를 통해 제품/서비스의 지속성 측정 및 목표지와 비교, 개선사항, 사용자 행동변화 등을 파악

출처: 사회적가치연구원

5. IVM Case

IVM을 적용하여 루미르의 "Lumir K"가 만들어내는 임팩트를 측정한 파일럿 결과는 다음과 같습니다.

① Impact Identification

Dimension	항목	세부내용		
1. What	1 - 1 Outcome	· 더 밝고 저렴한 조명 에너지 제공	· CO2 배출량 감소	· CO 배출량 절감
	1 - 2 Outcome Level in Period	· ("Lumir K") 연간 USD 10.4/개 지출	· ("Lumir K") 연간 CO2 28.9kg/개 배출	· ("Lumir K") 연간 CO 0.03kg/개 배출
	1 - 3 Outcome Threshold	· (등유램프) 연간 USD 25.1/개 지출	· (등유램프) 연간 CO2 58.6kg/개 배출	· (등유램프) 연간 CO 0.2kg/개 배출
	1 - 4 Importance of Outcome to Stakeholder	· 전기 보급률이 낮아 연료비 지출이 커도 등유램프를 사용하는 가구가 많음	· 등유램프는 다량의 CO2를 발생시켜 지구 온난화에 영향	· 등유램프는 실내에 다량의 CO를 발생시켜 호흡기 질환에 영향
	1 - 5 SDGs and/or IRIS + Impact Theme	· SDGs: Goal 7 Affordable and Clean Energy · IRIS+ Impact Theme: 8. Energy - Energy Access	· SDGs : Goal 7 Affordable and Clean Energy · IRIS+ Impact Theme: 8. Energy - Clean Energy	· SDGs : Goal 3 Good Health and Well-being · IRIS+ Impact Theme: 8. Clean Air - Domestics Solutions
2. Who	2 - 1 Stakeholder	· (핵심) 등유램프 대신 "Lumir K"를 사용하는 가구	· 지구	· (핵심) 등유램프 대신 "Lumir K"를 사용하는 가구
	2 - 2 Geographical boundary	· 인도네시아 내 전기 보급률이 낮은 지역	· 지구	· 인도네시아 내 전기 보급률이 낮은 지역
	2 - 3 Outcome Level at Baseline	· 등유램프 연료비 지출액*판매대수	· CO2 절감량*판매대수	· CO 절감량*판매대수
	2 - 4 Stakeholder Characteristics	· 가구 당 월수입: USD 1,452.6 (RP 20,448,000)	· 36.8 CO2eT/가구 (2015년 4인 1가구 기준)	· 2019년 인도네시아 질병 사망 원인 중 만성 폐질환이 전체 4위 | (4.21%)
3. How Much	3 - 1 Scale	· 연간 345,000 만개 (가구당 1개 사용 기준)		
	3 - 2 Depth	· 연간 USD 14.7/개 절약	· 연간 CO2 29.7kg/개 절감	· 연간 CO 0.17kg/개 절감
	3 - 3 Duration	· "Lumir K"는 LED램프로써 약 5만시간 사용 가능		
4. Contribution	4 - 1 Depth & Duration Counterfactual	· "Lumir K" 보급이 없을 경우, 전력망 구축이 되지 않은 지역 내 가구의 연료비 지출	· "Lumir K"의 보급이 없을 경우, 인도네시아 정부에서 전력망을 구축할 때까지 등유램프 사용으로 지속적인 CO2 및 CO배출 불가피	
5. Risk	5 - 1 Risk Type & Level	· 재계 2위 Salim 그룹과의 Joint Venture 설립을 통해 유통망을 확보하고 있어 "Lumir K"유통망에 대한 불확실성 - low · 인도네시아 정부의 전력망 보급이 더디어 전력망 보급으로 인한 "Lumir K"사용이 불필요한 위험 – low		

출처: 사회적가치연구원

5. IVM Case

IVM을 적용하여 루미르의 "Lumir K"가 만들어내는 임팩트를 측정한 파일럿 결과는 다음과 같습니다.

② Impact Valuation

과정	항목	임팩트 1	임팩트 2	임팩트 3
1. 임팩트 분석	1-1 What	· 등유램프 대체품으로 "Lumir K" 사용 → 사용 가구 연료비 절감 → 가처분 소득 증가	· "Lumir K" 사용에 따른 CO2 배출량 감소 → 온실가스 배출 절감 → 기후위기 대응	· "Lumir K" 사용에 따른 CO 배출량 감소 → 실내 대기오염감소 → 호흡기 질환 경제적 부담 감소
	1-2 Who	· 인도네시아 내 "Lumir K" 사용 가구	· 지구	· 인도네시아 내 "Lumir K" 사용 가구
	1-3 How Much	· "Lumir K" 사용에 따른 연료비 절감액 x 판매 대수	· "Lumir K" 사용으로 인한 CO2 절감량 x 판매 대수	· "Lumir K" 사용에 따른 CO 절감량 x 판매 대수
	1-4 Contribution	· "Lumir K" 보급이 없는 상태에서 등유 구매 정부 보조금이 중단된다면, 전력망 구축이 되지 않은 지역 내 가구의 연료비 지출 상승 불가피	· "Lumir K"의 보급이 이루어지지 않을 경우, 전력망 구축이 되지 않은 지역 내 가구의 연료비 인도네시아 정부 전력망 구축 시점까지 등유램프 사용으로 지속적인 CO2 및 CO 배출 불가피 지출 상승 불가피	
	1-5 Risk	· 재계 2위 Salim 그룹과의 Joint Venture 설립을 통해 유통망을 확보하고 있어 "Lumir K" 유통망에 대한 불확실성 - low · 인도네시아 정부의 전력망 보급이 더디어 전력망 보급으로 인한 "Lumir K" 사용이 불필요한 위험 - low		
2. 기준연구 적용	2-1 기준연구 설정	· 연간 연료비 절감액: USD 14.7/대	· 연간 CO2 절감액: 약 USD 1.7/대	· 호흡기 질환 감소로 인한 임팩트 화폐가치 기준연구: 약 USD 454/대
	2-2 투자기간 내 예상 판매량	· 투자 기간(5년) 동안 "Lumir K" 예상 판매량 : 1,725 천대		
	2-3 임팩트 화폐가치 추정	· 임팩트 화폐가치 x 투자기간(5년) "Lumir K" 예상판매량 = USD 25,357.5천	· USD 2,932.5천	· USD 783,150천

출처: 사회적가치연구원

5. IVM Case

IVM을 적용하여 루미르의 "Lumir K"가 만들어내는 임팩트를 측정한 파일럿 결과는 다음과 같습니다.

② Impact Valuation (계속)

과정	항목	임팩트 1	임팩트 2	임팩트 3
3. 위험 요소 반영	3 - 1 위험 요소 점수	59점	49점	53점
	3 - 2 임팩트 가치 조정	USD 14.7*1,725,000*0.59	USD 1.7*1,725,000*0.49	USD 454*1,725,000*0.53
		USD 14,960,925	USD 1,436,925	USD 415,069,500
4. 투자 이후 임팩트 추정	4 - 1 위험 요소 점수 50% 반영	59점	49점	53점
		USD 14.7*750,000*0.59*5*0.5	USD 1.7*750,000*0.49+5*0.5	USD 454*750,000*0.5*5*0.5
		USD 16,261,875	USD 1,561,875	USD 451,162,500
	4 - 2 지속가능성 점수 50% 반영	50점	50점	50점
		USD 14.7*750,000*0.5*5*0.5	USD 1.7*750,000*0.5*5*0.5	USD 454*750,000*0.53*5*0.5
		USD 13,781,250	USD 1,593,750	USD 425,625,000
	4- 3 종료가치 추정	USD 30,043,125	USD 3,155,625	USD 876,787,500
5. 최종 가치 추정	5 - 1 최종가치 추정	USD 45,004,050	USD 4,592,550	USD 1,291,857,000
		USD 1,341,453,600		
	5 - 2 "Lumir K" 1개 임팩트 가치	USD 777.7		

출처: 사회적가치연구원

감 사 합 니 다