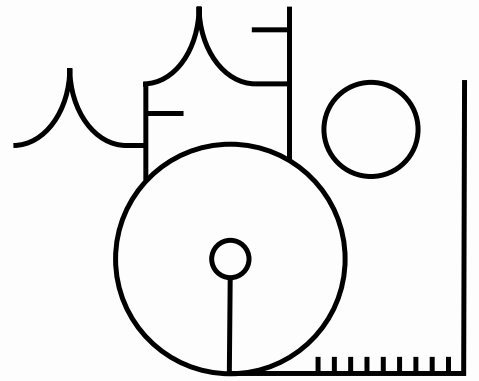


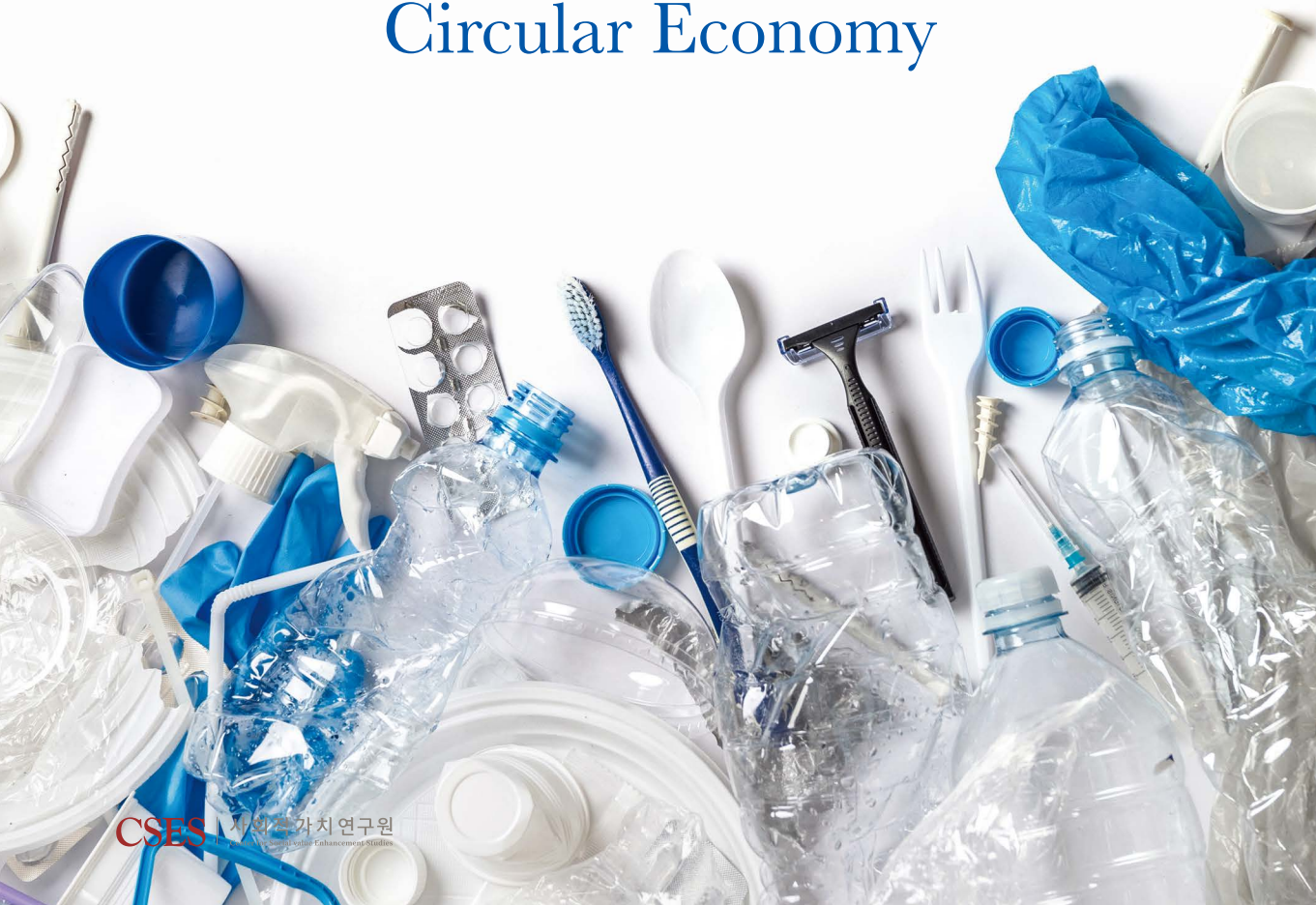
세상의 사이를 잇는 사회적 가치  
SPC 사회성과인센티브

SOCIAL  
PROGRESS  
CREDIT

2023 / ISSUE.03



# Circular Economy





## 순환경제를 위한 새로운 움직임

한정된 자원 아래에서 살고 있는 우리 지구인은  
지속가능한 미래를 위해 계속해서 새로운 길을 모색해야 합니다.

이러한 요구에 응답하는 것이 바로 '순환경제'입니다.

순환경제는 사용하고 버리는 '선형경제'의 한계를 넘어,  
자원의 가치를 오래도록 유지하고 폐기물을 줄이는 지속가능한 대안을 제시하죠.

이 대안적 경제 모델의 실현을 위해  
새로운 길을 개척하는 글로벌 기업의 혁신적인 발걸음이 있습니다.

이케아(IKEA)는 재활용 가능한 소재 사용과 재활용 촉진으로  
2030년까지 순환 및 기후 긍정적인 비즈니스로 전환을 꿈꿉니다.

이들의 노력은 지속가능한 생산과 소비의 가치를 전달하며,

우리 모두에게 새로운 생활 방식을 제안합니다.

애플(Apple)은 기술 산업에서 자원 재사용의 길을 열어가고 있습니다.

사용된 제품을 회수하여 재활용하는 그들의 전략은,  
기술과 환경보호가 공존할 수 있는 새로운 가능성을 탐색합니다.

H&M의 의류 재활용 프로그램 역시  
패션 산업에서 지속가능한 발전을 위한 중요한 발걸음입니다.

이러한 글로벌 기업들의 노력은 단순한 비즈니스 전략이 아닌,  
지속가능한 미래를 향한 약속입니다.

순환경제는 우리 모두의 삶과 긴밀하게 연결된

지구를 위한, 그리고 우리 자신을 위한 혁신적인 여정입니다.



# Contents

## 사성인 이야기

**006**

کم원  
모두가 함께 승리하는 그날까지

**014**

가온IPM  
안전하고 쾌적하게 살 수 있는 권리

**022**

수퍼빈  
놀이처럼 즐기며 돈도 버는 재활용

**030**

트래쉬버스터즈  
일회용품 쓰레기 꼼짝 마!

**038**

숫자로 보는 사성인

## 특집

## 지속가능한 미래를 향해

**044**

데이터로 읽는 환경문제  
플라스틱

**048**

특별 기고  
기후 위기의 시대,  
무탄소 에너지 전환이  
생존의 길이다

**050**

SPC 참여 기업의 친환경 제품  
지속가능한 라이프스타일

## SPC의 모든 것

**052**

사회성과인센티브(SPC),  
선순환 사회적기업 생태계의  
과학적 증거가 되다

**053**

증거기반 정책결정의  
개념 및 사례

**054**

사회적경제 분야의 EBPM 사례:  
사회성과인센티브

**055**

EBPM으로서의  
SPC

**056**

성과비례보상 제도 확산  
추진 현황

**057**

성과비례보상 협력 사업 협약 후  
‘협력 과정’

## SPC 3기 기업을 소개합니다

**058**

모두가 행복한 사회를 위한  
사회 서비스

**061**

SPC 3기  
참여 기업 리스트

## 사성인 10문 10답

**058**

우리의 방향을 알려주는  
나침반

## SPC news

**066**

CSES, SPC 국제화를 위한  
‘오프닝 포럼’ 개최

CSES, 예금보험공사-  
서울보증보험과  
사회적경제기업 지원을 위한  
ESG파트너십(MOU) 체결

CSES, SOVAC 2023에서  
‘성과비례보상제도,  
서울에서 도쿄와 베이징까지’  
세션 성료

**068**

CSES 출간&발간 자료 소개

**070**

CSES 채널 안내

**072**

사성인 십자 낱말 퍼즐



# 기업, 삶과 지구를 고민하다

오늘의 환경 위기는 우리 모두에게 무거운 과제로 다가옵니다.

기후 변화와 자원 고갈에 대응하기 위해,

지구를 생각하는 기업의 노력이 그 어느 때보다 필요합니다.

이번 호 사성인 스토리에서는 환경문제 해결을 미션으로 삼은 SPC 참여 기업들의  
조용하면서도 강력한 움직임을 담았습니다.

지속가능한 방식으로 사업을 운영하며, 환경문제에 책임감 있는 대응을 보여주는  
이들의 여정을 통해 어렵게 이루어 낸 작은 실천이 얼마나 큰 가치로 성장할 수 있는지,  
우리의 삶이 어떻게 달라져야 하는지 생각해 볼 수 있습니다.

● 컴윈 ● 가온IPM ● 수퍼빈 ● 트래쉬버스터즈

컴윈, 버려지고 소외된 것에 새로운 가치를 새기다

## 모두가 함께 승리하는 그날까지

눈부신 디자인과 놀라운 기술을 뽐내는 수많은 신상 전자제품.

전자기기의 발전은 우리의 삶을 더욱 편리하게 했지만,

그와 동시에 기하급수적으로 증가하는 전자제품 폐기물 문제의 원인이기도 하죠.

컴윈은 이러한 전자제품 폐기물을 수거해 재활용하는 동시에

사회적 취약계층의 일자리를 창출하는 사회적기업입니다.



## The Scene of Comwin

“저는 2004년에 입사한 컴윈의 초창기 멤버입니다. 회사가 여기 화성으로 이사하기 전, 그러니까 2006년쯤 대표님과 열 명 남짓한 직원이 다 함께 여기 부지를 구경하러 온 적이 있습니다. 당시 회사는 안산의 한 공단에 임대로 들어가 있었는데요. 그때 마침 교육부 일이 잘되어 열심히 일을 하다가, 사업 지원이 끊겨 불안한 상황이었어요. 게다가 보통 자활기업이라 하면 일단 하찮게 보는 시선이 많아서 직원들 역시 조금 움츠러든 상태였습니다. 그런데 대표님이 직원 모두를 이끌고 화성에 땅을 보러 가자고 하신 거죠. 여기에 땅을 사 놓았고 우리 회사만의 공장을 지을 것이다, 그런 계획을 말씀해 주셨습니다. 그때 참 신나서 환호성을 질렀던 기억이 생생합니다. 회사 사정이 안 좋은 듯해서 걱정이 많은 상태였잖아요. 그런데 앞으로 새로운 미래가 펼쳐질 거라고 하니까, 그 아무것도 없는 부지가 너무 좋아서 가슴이 벅차올랐어요. 지금도 그 순간이 생생하게 기억나는데요. 결국 그때 봤던 땅으로 이사를 했고, 그때 우리가 함께 말했던 여러 일이 실현되었고, 저는 지금까지 회사를 잘 다니고 있습니다.”

\_ 컴윈 경영지원본부, 최향자 부장

### 자활과 재생을 향한 조금 다른 시작

‘컴퓨터(computer)와 같은 전자제품 폐기물 재활용으로 새로운 인생에서 반드시 승리(win)하자’라는 뜻을 지닌 회사 컴윈. 컴윈은 2003년 12월에 문을 연 자활기업으로 올해 20주년을 맞이했습니다. 여섯 명의 지역 자활공동체 창립 멤버가 모여 만든 컴윈의 시작은 일반 기업과는 조금 달랐습니다.

“일반 기업은 처음부터 할 일이 정해져 있습니다.

그 일에 알맞은 사람을 고용하고요. 그런데 우리는 사람이 있었지만 일거리가 없었습니다. 그래서 직접 일을 찾으러 거리로 나갔죠. 처음에는 약국에서 사람들이 마시고 버린 박카스 같은 비타민 음료병을 수거해서 세척해 유리회사에 판매했습니다. 그러다가 길거리에 폐프린터가 많이 버려진다는 것을 알게 됐죠. 프린터는 구조가 복잡하고 무겁기도 하고, 잉크나 토너가 들어 있어 재활용하기 쉽지 않습니다. 고물상도 취급하지 않았죠. 그래서 우리가 이걸 해체해 보자고 한 겁니다. 그게 시작이었죠. 일반적인, 자본주의 사회의 일반 기업과는 좀 다른 방식의 창업이었습니다.”

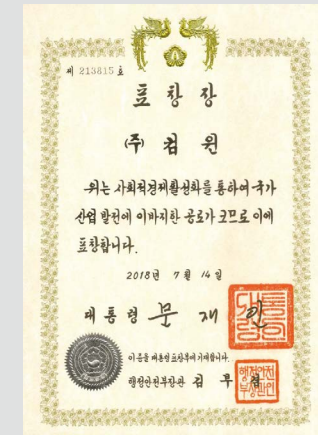
정연철 대표의 회고처럼, 컴윈은 처음부터 환경문제를 해결하려고 재활용 사업을 펼친 것은 아니었습니다. 사회적 취약계층의 재활을 위한 일자리 창출이 우선이었고, 할 수 있는 일이 재활용 사업이었던 것이죠. 이후 컴윈은 프린터 재활용으로 시작해 컴퓨터나 노트북, 모니터 등을 수거해 수리하거나 재조립해 재판매하는 자원순환형 사업을



1



2



3



4

- 1 창립 멤버이자 2016년부터 컴윈을 이끌고 있는 정연철 대표  
2 현장에 모인 폐가전제품은 선별, 분쇄해 펠릿 형태로 만들어 새로운 재활용의 재료가 된다.  
3, 4 컴윈이 창출하는 사회적 가치는 다양한 표창과 보상으로 인정받고 있다.

**\*생산자책임재활용제도(EPR : Extended Producer Responsibility)** 제품 생산자나 포장재를 이용한 제품의 생산자에게 그 제품이나 포장재의 폐기물에 대하여 일정량의 재활용 의무를 부여해 재활용하게 하고, 이를 이행하지 않을 경우 재활용에 소요되는 비용 이상의 재활용 부과금을 생산자에게 부과하는 제도.

펼쳤습니다. 즉, 컴윈의 첫 번째 미션이었던 차상위계층의 취업과 탈수급을 돕기 위해 두 번째 미션인 재활용을 통한 환경문제 해결이 생겨난 것입니다.

### 1호 사회적기업이 되다

컴윈은 대한민국 1세대 사회적기업이기도 합니다. 2007년, 사회적기업 육성법 첫 제정 이후 바로 사회적기업으로 인증 받았죠. 게다가 사회적기업이라는 말이 국내에 통용되기 전인 2003년 회사 창립 때 이미 사회적기업이라는 표현을 정관에 명시했습니다.

“자활 활동가인 창립 멤버들과 회사를 만들 당시, 이런 저런 논의를 하던 중 유럽에 ‘사회적기업’이라는 게 있다는 이야기가 나왔습니다. 그 의미가 괜찮아 보여서 우리도 사회적기업으로 가는 게 좋겠다고 했죠. 그렇게 정관에도 넣었습니다. 사회적기업 관련 법이 2007년 4월에

### Talk about SPC

컴윈, 정연철 대표

**SPC는 어떤 계기로 참여하셨나요?** 초창기 SPC가 시작될 때 사회적기업진흥원 같은 기관 다섯 곳에서 사회적기업을 공동으로 추천했어요. 거기에서 추천이 되어 SPC 1기가 되었습니다. 당시 대표가 SPC 설계에도 참여했습니다.

**측정 과정에 어려움은 없었는지요?** 처음에는 무척 어려웠습니다. 우리가 창출하는 사회적 가치, 사회 성과를 증명하는 근거 자료를 만들어야 하는데 그런 걸 해본 적이 없잖아요. 1년의 데이터를 통계를 내야 하니까 초창기 1~2년은 엄청 고생했습니다. 각 부서별로 일을 나눠 계속 양식을 만들면서 점점 익숙해졌죠. 오히려 SPC 측정을 계기로 업무를 좀 더 체계적으로 하게 되었다고도 할 수 있겠네요. 생산의 흐름, 입출고의 흐름 그런 자료를 만드는 게 훈련이 되었습니다. 또한 측정에 긍정적으로 작용할 부분들을 다시 살펴보면서, 그냥 버릴 것도 다시 한번 사용하거나 전기요금을 절약하는 방안을 논의하기도 하는 등 내부적으로도 점점 성장한 것 같습니다.

**SPC에 바라는 점이 있다면?** 지난번 자체 설문조사 때 긍정적인 평가를 좀 늘렸으면 좋겠다는 생각을 했어요. 예를 들어 ESG로 놓고 보면, 이제 G와 S에 해당하는 부분은 보통 진흥원이나 다른 데는 그게 다 있거든요. 가령 이사회를 제대로 했나, 이사회 구성이 어떠한가 하는 문제 말이죠. 그런 지표가 있을 거라고 생각하는데, 당시 측정에서는 해당 항목이 없었어요. 무척 중요한 사안인데 말이죠. 저희는 무조건 취약계층 두 명이 이사회에 들어가야 하고, 그걸 지키고 있습니다. 조직을 좀 더 투명하게 운영하는 부분도 무척 중요하고 사회적 가치를 창출하는 거라 생각하거든요. 앞으로 보완이 필요할 것 같습니다.

시행되었는데, 4년 전에 이미 그 명칭을 써서 ‘사회적기업의 조상격’이라 할 수 있습니다(웃음). 맨 처음에 사회적기업 1호에서 38호까지 뿔을 때 저희가 33호이기도 했고요.”  
페프린터를 재활용하는 것으로 시작한 컴윈은 2000년대 중반에 큰 도약을 이룹니다. 2004년에는 ‘생산자책임재활용제도’\*가 시작되면서 대기업을 비롯한 생산/판매업체 모두 일정량(20%) 이상의 제품을 회수하고 재활용해야 했습니다. 이 재활용 사업을 수행하는 공제조합이 설립되었고, 컴윈은 여기에 가입해 생산자의 의무를 대행합니다. 전자제품 소비가 늘어나면서 재활용해야 할 폐기물도 늘었습니다. 자연히 사업규모도 확장되어 전문적인 재활용 기기를 들여오고, 플라스틱 재생 원료를 잘 아는 전문가를 모셔 오기도 했습니다. 한편, 당시 교육인적자원부가 학교에서 나오는 폐컴퓨터를 컴윈이 재활용해서 판매할 수 있게 길을 터주었는데요. 이를 계기로



1 자활기업의 성공 사례로 손꼽히는 컴윈. 근속연한이 길어 구성원 서로 오랜 친구이자 가족과 같다.

2 사회적기업으로서 폐가전 재생 사업 외에도 꾸준한 사회공헌 활동을 펼치고 있다.

전국 규모로 사업이 커집니다. 하지만 교육인적자원부의 지원은 2년간 받고 끊어졌습니다. 특히 시비가 불거졌기 때문입니다. 사회적기업이기 때문에 정부의 도움을 받았지만, 일반 사업자 입장에서는 불공정하게 느껴질 수 있는 일이기도 했습니다. 이후 관련 사업은 모두 입찰하는 방식으로 바뀌었습니다.

정연철 대표는 이때 사회적기업으로서 받는 지원이 약이면서도 독이 될 수 있음을 깨달았다고 전합니다. 지원이 끊어지면서 회사의 부침이 커졌고, 스스로 일어날 힘을 키워야 했습니다. 2006년에서 2007년은 컴윈에게 자력갱생의 시간이었습니니다. 자체 기술력을 키우려고 직원들을 컴퓨터 학원에 보내기도 했고, 전문적인 영업/운영 인력도 확충했습니다. 공공입찰이나 지원금에 의존하지 않으려고 스스로 수익을 구현할 수 있는 경쟁력을 강화했던 시간. 그 노력은 컴윈이 보다 회사다운 회사로 자리매김하게 했습니다.

#### 점점 확장되는 사업과 비전

컴윈은 일자리 창출을 목적으로 한 작은 자활기업으로 시작했지만, 이제는 더욱 많은 사회적 가치를 창출하면서 규모 있는 수익을 창출하는 기업으로 성장했습니다. 대형 가전을 제외한 폐기된 전기전자제품을 해체해서 생긴

유가물을 판매하거나, 플라스틱 플레이크를 생산해 수익을 얻는 주 비즈니스 모델을 사업 초창기부터 계속 유지하고 있습니다. 이와 함께 컴퓨터를 해체한 후 재조립한 중고 컴퓨터를 오픈 마켓에서 판매하는 사업, ISO 27000 인증 획득을 통한 컴퓨터 저장장치 정보보안 사업, 대기업이나 공공기관에서 나오는 불용 전기전자제품을 정비해 취약계층에게 보급하는 사회공헌 사업 등이 현재 컴윈의 핵심적인 비즈니스 모델이라 할 수 있습니다.

한편 컴윈의 일은 세계로 확장되고 있는데요. 최근에는 부지런히 몽골 지사 설립을 추진하고 있습니다. 울란바토르에 있는 대학교와 MOU를 맺어 그 학교와 지역 기업 등에 있는 컴퓨터를 수리해 주거나 정보보안 저장장치를 처리해 주고, 컴퓨터 학교 학생들의 실습장으로도 사용할 수 있는 컴퓨터 수리 센터를 설립할 계획입니다. 또한 폐플라스틱과 폐비닐에서 기름을 추출하는 유화 사업도 신사업으로 고려하고 있습니다. 장기적으로는 플라스틱 재활용 원료로 된 완제품을 자체적으로 생산, 직접 판매하는 사업을 구상하고 있죠.

일자리 창출을 위한 자구책으로 시작한 소규모 자활기업이 전문성을 갖춘 어엿한 중견 기업으로 성장하기까지, 컴윈은 많은 도전을 했고 드라마를 썼습니다. '함께 승리하자'는 그 절실한 목표, 첫 마음이 있었기에 가능했을 것입니다.

#### Interview with Members

컴윈 경영지원본부 부장  
최향자



#### 자기소개 부탁드립니다.

컴윈에서 20년째 일하고 있는 최향자입니다. 경영지원 업무를 맡고 있고요. 지사에 있는 컴퓨터 사업부나 이곳 자원순환본부가 원활하게 돌아갈 수 있도록 하는 토티 바퀴 역할을 하고 있습니다.

#### 사회적기업에 근무하면서 생긴 변화가 있나요?

처음엔 사회적기업이라는 개념도 잘 몰랐고, 그에 대한 가치도 알지 못한 채 입사했어요. 와서 보니까 소외계층과 함께 가면서 사회적 가치를 실현하는 회사임을 알게 됐죠. 저도 입사 당시에는 차상위였거든요. 어려운 사람들끼리 서로 배려하면서 같이 가는 게 위로가 되고 참 보기 좋았습니다. 입사한 지 얼마 안 돼서 회사가 어려운 상황에 처했는데, 무척 불안했죠. 사회적기업은 결국 어딘가 모자란 게 아닌가 하는 생각에 움츠러들기도 했고요. 하지만 사회적 협동조합이라든가 사회적 회계 같은 여러 교육을 받으면서, 회사가 가진 가치를 이해하게 됐고 함께 성장하고 있다는 걸 느끼고 있어요.

#### 요즘 가장 걱정되는 사회적 문제는 무엇인가요?

일하고 연결될 수밖에 없는 것 같아요. 회사에 입고되는 폐소형 가전제품을 보면 너무 다 새것이거든요. 아직 말짱하고 관찰은 물건이 쉽게 버려지는데, 결국 환경오염으로 연결되기 때문에 걱정되고 마음이 아픕니다. 나만 재활용에 힘쓴다고 문제가 해결되는 게 아니니까요.

#### 회사에서 경험한 감동의 순간을 꼽자면?

화성에 공장을 짓고 이전하는 과정에서 함께 땅을 보러 가고 했던 기억이 지금도 좋아요. 마치 우리집을 새로 짓는 것처럼 벅찼고 직원들끼리 참 기뻐했거든요. 회사가 그냥 돈만 버는 곳 이상의 의미가 우리에게 있었던 것 같아요. SPC 인센티브를 받아서 전 직원이 베트남으로 여행을 간 것도 무척 즐거운 추억이네요. 대표님이 '취약계층은 비행기도 못 타냐!' 하면서 다 함께 간 거죠. 그때 난생처음 비행기를 타본 분, 여권을 처음 만들어본 분이 있는데, 참 강렬한 기억으로 남았겠죠.

# 한눈에 보는 컴윈 임팩트



**기업명** 컴윈  
**대표자** 정연철  
**참여기수** 2015년, SPC 1기  
**홈페이지** www.comwin.co.kr  
**주요사업** 1998년 IMF 경제위기에 실업과 소외계층의 빈곤 극복을 위하여  
 2003년 안산·시흥 자활공동체 사업이 통합하여 창업한,  
 전국 최초 광역자활공동체 기업입니다.  
 (자원 재활용)

## Problem

### 해결하고자 하는 사회문제

소셜 미션: 환경을 지키고 일자리를 만들며 나눔을 실천합니다.

## Stakeholders

### 사회 편익을 얻는 이해관계자

사회적 취약계층

## Solution

### 시장에서의 솔루션과 비교



#### 사회서비스 성과

- 취약계층에게 컴퓨터, 모니터, 노트북 등의 전자기기 기부



#### 고용 성과

- 취약계층 고용



#### 환경 성과

- 전자부품 재사용 및 재활용을 통한 자원 소비 절감 및 환경오염 저감



#### 사회생태계 성과

- 자원순환 관련 비영리조직 지원

\* 시장에서의 솔루션과 비교하여 누구나 합의할 수 있는 객관적인 사회 성과만을 인정합니다.



#### 고용 성과



#### 사회생태계 성과



#### 환경 성과



#### 사회서비스 성과

## Measurement

### 솔루션 측정과 비교 가격



#### 사회서비스 성과

- 일반 시장의 전자기기 가격 대비 제공가격



#### 고용 성과

- 일반 저소득자 및 고령자 고용



#### 환경 성과

- 신제품 소비 절감에 따른 자원 및 환경오염 절감분
- 기존 폐기 방식 대비 재활용 방식의 자원 및 환경오염 절감분



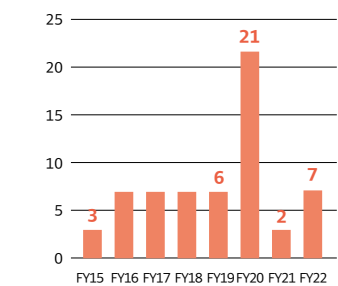
#### 사회생태계 성과

- 자원순환 관련 비영리조직 지원 금액

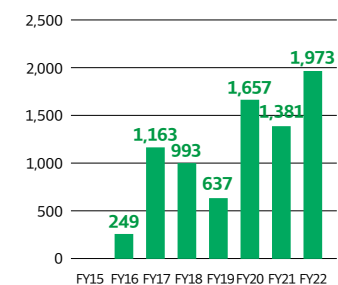
\* 현실적인 시장 가격을 추정하여 화폐 가치로 환산합니다.

## Social Performance 산출된 사회 성과

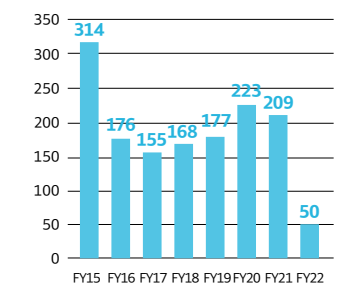
### 사회서비스 성과 단위: 백만 원



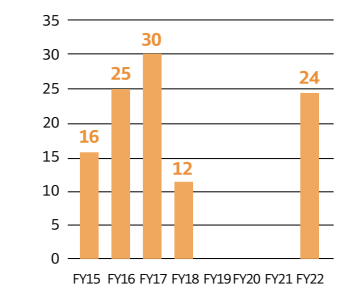
### 환경 성과 단위: 백만 원



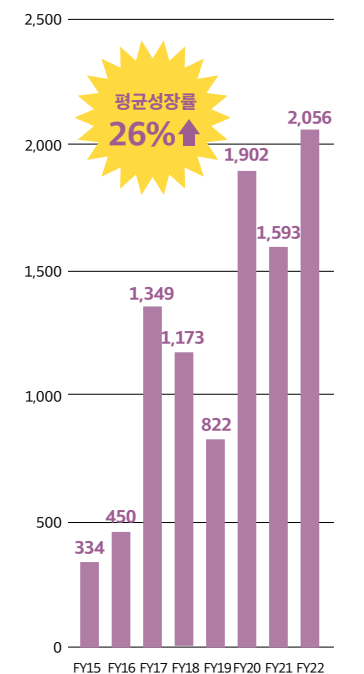
### 고용 성과 단위: 백만 원



### 사회생태계 성과 단위: 백만 원



### 총 사회 성과 단위: 백만 원



가온IPM, 친환경 방역으로 건강한 생활 환경을 조성하다

## 안전하고 쾌적하게 살 수 있는 권리

길었던 팬데믹은 우리에게 방역의 중요성을 일깨웠습니다.  
감염병을 통제하고 예방하는 방식이 더 친환경적이고 지속가능한 방법으로  
전환되어야 한다는 의식 또한 높아지고 있는데요. 친환경 방역으로  
환경과 사람을 더욱 안전하게 지키는 가온IPM의 이야기를 들어보세요.



## The Scene of GAONIPM

“우리 애 이야기를 해야 할 것 같아요. 2015년에 가슴기 살균제 사건이 불거졌잖아요. 사망자가 1,700명에 달한다는 뉴스를 보고 애가 국가의 책임, 그리고 환경문제에 대해 깊은 생각을 한 것 같아요. 허용되지 않은 성분의 제품을 국가가 허용했기 때문에 그런 비극이 일어난 거잖아요. 누가 만들든지 허가만 하지 않았다면, 외국처럼 팔지 못하게 했다면 괜찮았겠죠. 아주 기본적인 원칙이 지켜지지 않았다는 이유로 그렇게 많은 사상자가 나왔다는 것. 그게 자극을 준 것 같아요. 우리가 그만큼 지식이 부족했기 때문이 아닌가, 그런 자각을 한 거죠. 직접 미국으로 가서 공부를 하겠다는 결심을 하더라고요. 하지만 유학 비용은 정말 비싸죠. 상상도 못할 정도의 학비가 드는데, (가온) 대표님이 모든 비용을 부담해 주셨어요. 이런 지원에 힘입어 석사 과정을 거의 마무리하고 있고, 박사 과정을 준비하고 있어요. 꿈은 한국에 돌아와 환경부에서 독성물질을 연구하는 것이랍니다. 아마 저도 일을 하면서 친환경 방역에 대해 공부하고, 화학약품의 독성에 대해 집에서도 이야기를 많이 하다 보니까 은연중에 아이가 영향을 받았던 것 같아요. 가슴기 살균제 사건이 준 충격도 너무 컸고요. 평생 연구할 대상을 아주 일찌감치 찾은 거죠.”

\_ 가온 IPM 하효선 기획실장

코로나 팬데믹 시대를 거치며 방역은 국민의 건강과 직결되는 중요한 활동으로 부상했습니다. 특히 요즘은 친환경 방역이 주목받고 있는데요. 조류인플루엔자 바이러스, 아프리카 돼지 열병 등 끊임없이 생겨나는 신종 바이러스에 대응하는 방역제 성분이 오히려 사람에게 좋지 않은 영향을 끼칠 수 있기 때문입니다. 가온IPM은 친환경 방역을 지향하며 취약계층 일자리 창출, 최저 주거품질 측정 지표 개발 등의 사회적 가치를 창출하고 있습니다.

### 위기를 기회로 만든 철저한 준비와 대비, 그리고 나눔

가온IPM은 ‘통합해충방제(Integrated Pest Management)’로 지속가능한 사회를 만든다는 미션을 가진 해충 방제, 방역 소독 전문 기업입니다. 2015년 문을 연 이래 취약계층의 일자리를 창출하는 사회적기업으로서 삼성이나 한국은행 등을 주 거래처로 두며 꾸준히 성장했습니다.

“저희가 창업을 하고 얼마 지나지 않아서 메르스가 발생했어요. 이후 상황은 종식이 됐지만, 다음에 또 다른 바이러스가 발생하면 어떻게 차별화된 서비스를 해야 할지 내부적으로 토의도 하고 연구를 했죠. 단가나 약재부터 재정비하는데, 자체적으로 장비를 개발해 보자는 이야기가 나왔어요. 그동안 기성품을 썼는데, 현장에서 쓰기에 무겁고 불편한 점이 많았습니다. 그래서 우리의 경험을 토대로 직접 장비를 만들었죠. 그러다가 코로나19가 발생했습니다. 그동안 준비하고 쌓아왔던 것들이 빛을 봤죠.”



1, 2, 5 가온IPM은 주사업인 방역소독은 물론 통합해충방제, 드론 방역, 기록물 소독 분야에서도 차별화된 서비스를 제공하고 있다.  
3 가온IPM 도귀연 대표  
4 백팩형 방역 소독기 듀오키트(Duo Kit). 현장의 요구를 반영해 작업 효율을 높였다.  
6 친환경 무선 태양광 해충 포획기 듀오키퍼(Duokeeper)

가온IPM은 창립 이후 지역사회에 공헌할 수 있는 방법을 찾다가 경로당에서 시작해 지역아동센터, 복지관 등으로 방역 봉사를 확대했습니다. 사회적기업으로서 응당 해야 할 일이라고 생각했고, 어떤 대가도 생각하지 않았습니다. 또한 메르스 이후에는 자체적으로 방역용 분사기 ‘듀오키트’를 개발해서 과다한 약품 사용을 줄이면서 작업의 효율을 높였습니다. 이러한 노력의 응답일까요? 코로나19 상황이 심각해지면서 가온IPM을 찾는 곳이 많아졌습니다. 그동안 봉사를 하면서 인연을 맺은 각 기관에서 방역이 필요해지자 가온IPM을 떠올린 것이죠.

“팬데믹이 한창이었을 때, 공기 중으로 연기(약제)를 뿌리며 방역하는 모습을 많이 보셨을 거예요. 그건 잘못된 방식이거든요. 공기를 소독한다고 해서 효과가 있는 것도 아니고, 오히려 호흡기로 들어가면 건강에 좋지 않아요. 몸에 이상이 있으면 정확하게 진단해서 주사를 맞아야지, 몸 전체에 독한 소독약을 뿌린다고 병이 낫지는 않잖아요?

저희는 감염 경로에 집중해서 차단하는 방식을 계속 강조하고 있습니다.”

병에 대한 공포 때문에 필요 이상의 약을 써서 소독하고 방역하는 것은 또 다른 위험을 부를 수 있습니다. 수많은 사상자를 냈던 가슴기 살균제 사건 역시 같은 원인으로 벌어진 비극이었죠. 그래서 가온IPM은 인체와 환경에 끼치는 영향을 최소화하는 방역을 연구하고 실행하고 있습니다. 이는 원래의 상호 ‘가온’을 2018년부터 ‘가온IPM’으로 변경한 이유이기도 합니다. IPM(Integrated Pest Management)은 해충 생물학, 환경 데이터 및 기술에 대한 정보를 사용해 사람, 재산 및 환경에 대한 경제적 비용과 위험을 최소화하는 방식으로 해충 피해를 관리하는 방제 시스템을 말합니다. 과학 기반의 지속가능한 의사결정 과정으로 인간은 물론 환경 생태계에 안전하며, 장기적으로 효과가 지속되는 방제 시스템인 것이죠. 이 시스템 방식을 상호에 넣음으로써 IPM을 이행하고자 하는 확고한 의지를 천명한 겁니다.

Talk about SPC

가온IPM, 도귀연 대표

**SPC 참여 과정과 성과, 그리고 이를 통해 회사가 어떤 성장과 변화를 경험했는지 궁금합니다.** 2015년 창립 이래 지속적으로 사회서비스를 실행했습니다. 대가를 바라고 한 것은 아니었지만, 사회서비스가 확대될수록 비용도 증가하는 상황에서 SPC 제도가 큰 힘이 되었습니다. 저희는 2018년부터 지난해까지 SPC에 참여했습니다. SPC 인센티브를 받아 사회서비스 확대 비용, 방역 장비 연구개발, 직원 인센티브 지급, 주거 취약계층 주거환경 개선에 필요한 주거품질 측정 지표 개발 비용에 사용했는데 저희 회사가 사회적기업으로 도약하는 데 큰 밑거름이 되었습니다.

**SPC 인센티브는 어떻게 사용하셨는지요?** 여러 용도로 요긴하게 사용했습니다. 인센티브를 활용해 새로운 사업을 만들기도 했죠. 지난 6년 동안 SPC에 참여하면서 많은 곳에 방역 소독을 해드렸는데, 오랫동안 진행하다 보니 국가에서 하고 있는 복지 시스템에 개선 요소가 많이 발견됐습니다. 현장에서 나온 자료를 분석하고, SPC의 측정 기법을 주거복지 사업에 적용해 위험한 가구와 위험하지 않은 가구를 구분할 수 있었습니다. 이 기준으로 도움이 절실한 가구에 우선적인 구제가 이루어질 수 있게 되었습니다.

**SPC 졸업 이후 SPC 프로그램에 요청하고 싶은 사항이 있다면 공유해주세요.** 인센티브 지급과 무관하게 지속적으로 성과에 대한 측정을 받고 싶습니다. 또한 많은 기업이 다양한 형태의 사회적 가치를 측정하고자 하고 방식을 연구할 때 평가 또는 자문을 해주시면 좋겠습니다.

1, 2 회사가 설립된 2015년부터 송파구의 모든 경로당에 방역 소독 봉사를 하고 있는 가온IPM. 2018년부터는 지역아동센터까지 봉사 범위를 확대했다.



#### 누구나 사람답게 살 수 있는, 지속가능한 방역을 위해

가온IPM은 취업 취약계층 및 여성을 우선적으로 채용하고, 불가피한 사정을 제외하고는 모든 구성원이 정규직으로 일합니다. 창업 때부터 안정적인 일자리를 제공하겠다는 원칙이 있었고, 지금까지 지켜지고 있는데요. “창업 전 방역업계를 10년 넘게 경험했는데, 작업 특성상 근무 환경이 불합리한 경우가 많았습니다. 하절기에 일이 집중되기 때문에 일용직을 주로 활용하고 있었고, 밤새 근무하거나 독한 약품에 노출되는 위험도 있었죠. 그러다 보니까 일은 하지만 전문성을 가질 수도 없고, 대우가 좋아지지 않지요. 그런 모습을 보면서 창업을 하면 제 직원만이라도 안정적으로 일하게 해주고 싶었습니다. 그리고 사회적기업이라고 하면 환경이 열악하고 전문성이 없다는 선입견이 있었잖아요. 그 두 마리 토끼를 모두 잡고 싶다는 마음으로 시작했습니다.”

가온IPM이 만들어 가는 사회적 가치는 비단 일자리 제공만이 아닙니다. 방역 작업을 하면서 마주하게 된 취약계층의 주거

환경은 무척 열악했습니다. 이런 경험을 바탕으로 누구나 건강한 주거 환경이 보장되는 사회를 만들고자, 가온IPM은 최저 주거 품질 측정 지표를 자체적으로 개발했는데요. 기존 사회서비스의 저품질 문제를 개선하고, 매년 반복적으로 예산을 지원함으로써 발생하는 손실을 줄이면서도 효과를 유지하기 위한 방법론을 연구해 주거복지 정책 및 제도 개선을 위해 노력하고 있습니다. 현재 서울 송파구에서 시범 사업을 3년째 진행하고 있으며, 부산광역시의 초청으로 연구 발표 및 내년 시범 사업을 추진할 예정입니다.

“가온IPM은 안전한 거주 환경이 누구에게나 보장되는 사회를 만드는 데 기여하고자 합니다. 사무실이든 공장이든 가정집이든 그 안에서 생활하는 사람들이 해충과 바이러스로부터 안전하게 살 수 있는 환경을 만들어 가겠습니다. 특히 주거 취약계층이나 사회복지시설에서 생활하시는 어르신처럼 보살핌의 손길이 부족한 분들의 환경 개선을 위해 혼신의 노력을 기울일 것입니다.”

#### Interview with Members

가온IPM 기획실장

하효선



#### 자기소개 부탁드립니다.

가온IPM에서 기획실장으로 일하고 있는 하효선입니다. 창립 멤버로 가온의 시작부터 함께했습니다. 여러 가지 사회공헌 사업을 추진하고 있고, 대외적으로는 회사를 홍보하기도 하고 내부 관리도 맡고 있습니다.

#### 사회적기업에서 일하면서 사회를 바라보는 관점이나 태도에서 바뀐 점이 있을까요?

예전 회사에서 인사를 담당했어요. 당시 해당 공장의 근로자들이 열악한 고용환경에서 일하고 있다는 것을 알게 되었고, 점점 문제의식이 생겼죠. 예를 들어 10년 정도 일하신 분인데 퇴직금도 못 받고 나가시는 걸 봤어요. 그 문제로 갈등이 깊어졌고, 결국 저도 회사를 그만 두었고요. 그다음 직장에서 도귀연 대표님을 만난 거죠. 우리 모두 고용이나 근로환경과 같은 사회문제에 관심이 많았고, 취약계층의 일자리 창출이라는 목표 의식이 있었습니다. 그게 잘 맞았던 것 같아요.

#### 일자리 창출 등의 사회적 가치를 위해 어떤 노력을 하고 있나요?

우리는 일자리 창출이나 처우 개선이 창업 때부터 목표였기 때문에 이미 조성되어 있습니다. 그 이후부터는 취

약계층 분들이 스스로 프로의식을 갖도록 그리고 어엿한 전문가로 인정받게 하고자 노력하고 있습니다. 그래서 방역 서비스 교육에 많은 힘을 쏟고, 해외 박람회나 세미나에도 해마다 돌아가며 참석하고 있어요. 작년에는 일본에 전 직원이 가서 새로운 문화를 함께 경험했구요. 현장직, 이렇게 열악한 직종에 계시는 분들도 문화적인 복지를 누릴 수 있게 지원하고 있습니다.

#### 우리가 지금 가장 시급하게 해결해야 할 사회문제는 무엇일까요?

사람이 살아가는 데 제일 중요한 공간은 집이죠. 잠을 자고 먹는, 삶의 가장 기본적인 배경이잖아요. 그런데 일반인이 상상할 수 없을 정도의, 이런 데서 사람이 살 수 있나 싶은 곳에 살고 있는 분들이 있어요. 가족이 사는 곳보다 더 많은 벌레가 있고 곰팡이로 가득한 집에서 인간인데 인간답게 살지 못하는 거예요. 사고나 질병이 날 수밖에 없는 환경인데도 기본적인 복지 서비스를 보장받지 못하고 있고요. 그런 제도를 개선하고 시스템을 바꾸려고 우리가 할 수 있는 힘껏 노력하고 있습니다. 그러기 위해 ESG 등급 평가도 받아서 더 많은 일을 하고자 합니다.

# 한눈에 보는 가온IPM 임팩트



**기업명** 가온IPM  
**대표자** 도귀영  
**참여기수** 2017년, SPC 3기  
**홈페이지** <http://www.gaonipm.com>  
**주요사업** 취약계층(옹역근로자)에 보람되며 안정된 일자리를 창출하고, 취약계층을 대상으로 방역 서비스를 제공하여 누구나 위생적인 환경에서 생활할 수 있는 건강한 사회를 만들기 위해 앞장서고 있습니다.

## Problem

### 해결하고자 하는 사회문제

소셜 미션: 안정된 근로환경과 취약계층의 고용창출로 보람된 일자리를 확대해 지역사회 발전에 기여  
 취약계층의 사용공간에 전문 방역 및 위생관리, 건강관리 등 건강하고 안전한 환경을 제공

## Stakeholders

### 사회 편익을 얻는 이해관계자

사회적 취약계층

## Solution

### 시장에서의 솔루션과 비교



#### 사회서비스 성과

- 취약계층의 사용공간에 전문 방역 및 위생관리 무료 제공



#### 고용 성과

- 취약계층 고용



#### 환경 성과

- 기존 시장 대비 효율적인 방식을 활용해 생태환경에 미치는 요인을 최소화함으로써 오염물질을 줄이는 방식으로 대체

\* 시장에서의 솔루션과 비교하여 누구나 합의할 수 있는 객관적인 사회 성과만을 인정합니다.



#### 고용 성과



#### 사회생태계 성과



#### 환경 성과



#### 사회서비스 성과

## Measurement

### 솔루션 측정과 비교 가격



#### 사회서비스 성과

- 일반 시장에서 방역의 방제용역비 원가 대비 제공가격



#### 고용 성과

- 일반 저소득자 및 고령자 고용



#### 환경 성과

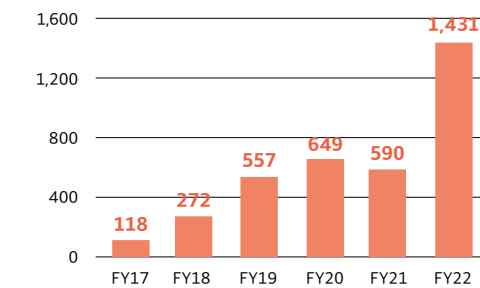
- IPM 방제에 사용되는 델타메트린 절감분

\* 현실적인 시장 가격을 추정하여 화폐 가치로 환산합니다.

## Social Performance 산출된 사회 성과

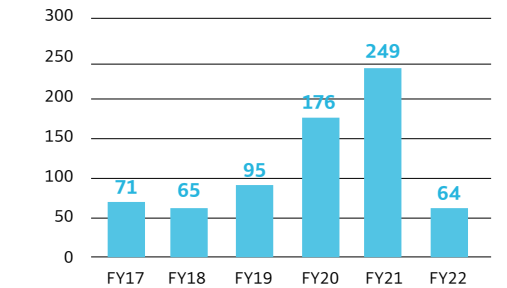
### 사회서비스 성과

단위: 백만 원



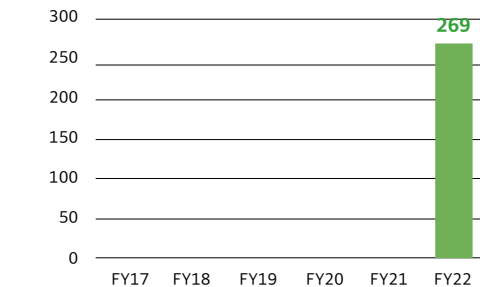
### 고용 성과

단위: 백만 원



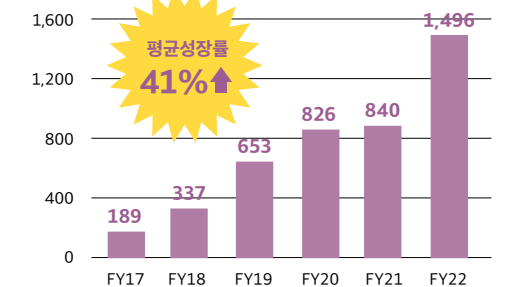
### 환경 성과

단위: 백만 원



### 총 사회 성과

단위: 백만 원



수퍼빈, 올바른 재활용 문화 확산으로 순환경제를 꿈꾸다

## 놀이처럼 즐기며 돈도 버는 재활용

자원의 소비와 폐기, 재활용 방식을 최적화하여 환경영향을 최소화하고 지속가능한 경제 성장을 추구하는 순환경제. 이는 '자원 채취 - 대량생산 - 폐기'를 중심으로 한 기존 선형경제와 대비되며, 환경보호와 지속가능한 개발의 핵심 요소입니다. 쓰레기로 깨끗한 재생 소재를 만드는 순환자원 플랫폼을 선보이며 우리나라 순환경제의 마중물로 활약하고 있는 수퍼빈을 만나보았습니다.



## The Scene of Superbin

김정빈 대표는 수퍼빈 전에 비슷한 사업을 시도한 적이 있습니다. 2005년, 미국 유학에서 돌아와 직장생활을 하면서 '스마일빈'이라는 작은 회사를 만듭니다. 북유럽에는 이미 2000년대에 지금의 네프론과 비슷한 기계가 존재했습니다. 재활용을 하면 보상을 주는 제도가 일찍부터 있었기 때문인데요. 그 기계를 수입해서 한국에 설치한 겁니다. 네프론과 비슷한 방식으로, 폐기물을 넣으면 포인트를 주고 문화상품권으로 교환할 수 있었죠. 하지만 이내 문제에 부딪혔습니다. 유럽에서 만든 기계라 고장이 나면 수리가 힘들고 관리도 힘들었으니까요. 결국 회사를 닫을 수밖에 없었습니다. 자신을 믿고 도와준 친구들에게 너무나 미안했죠. 그리고 창업이 결코 쉽지 않다는 것을 깨달았습니다. 수천 명의 직원이 있는 회사의 CEO를 경험했지만, 그 성공 경험이 스타트업을 운영하는 데에는 오히려 시행착오의 원인이 되기도 한다는 것. 하지만 첫 번째 실패를 함께한 동료들의 믿음을 지켜주고 싶었습니다. 당신들의 선택이 잘못된 것이 아니었음을 증명하고 싶었죠. 그래서 2015년에 다시 과거의 아이템을 꺼내 창업합니다. 그게 바로 지금의 수퍼빈입니다. 처음엔 버젓한 사무실도 없었고 직원도 네 명뿐이었지만, 과거의 실패를 거울삼아 차근차근 나아갔습니다. 관리가 어려운 기계가 문제였으니, 재활용 기계를 직접 연구해 제작하기로 한 것이 그 시작이었습니다. 이후 생각보다 심각한 우리나라의 재활용 현실을 알게 되면서 수퍼빈은 '쓰레기와의 전쟁'을 지속하고 있습니다. 누군가는 이 문제를 해결해야 하고, 가장 잘할 수 있는 게 수퍼빈이라는 믿음으로 말합니다.

우리가 매일 열심히 하고 있는 분리배출이 재활용으로 반드시 이어지는 않는다는 사실, 알고 계셨나요? 2020년 기준 우리나라 페트병 수거율이 85%에 이르지만 실제로 재활용되는 비율은 10%에 불과하다고 합니다. 분리배출을 해도 폐기물 수집 차량이 다른 폐기물과 함께 운반하기 때문에 뒤섞이고, 결국 투명 페트병은 쓰레기가 되어버린다고 합니다. 전세계적으로도 플라스틱 재활용 비율 역시 9% 남짓. 2040년까지 바다로 흘러드는 플라스틱 폐기물은 3700만 톤에 이를 것이란 전망입니다.

### 쓰레기도 돈이다

이처럼 넘치는 플라스틱 쓰레기로 인한 환경문제를 어떻게 막을 수 있을까요? 수퍼빈은 인류의 이 거대한 과제를 경제적인 관점에서 풀어가고 있습니다. 쓰레기를 쓰레기로 보지 않고, 가치 있는 순환자원으로 바라본 것이죠. 인공지능, 빅데이터, IoT와 같은 4차산업 기술을 바탕으로 한 시스템으로 순환자원을 선별해 재활용 참여자에게 금전적 보상을 합니다. 쉽게 말해 재활용 쓰레기를 수퍼빈이 각 개인에게 구입하는 것입니다. 수퍼빈을 대표하는 네프론은 '쓰레기를 돈과 자원으로 만드는 순환자원 회수로봇'입니다.



- 1 수퍼빈 분당 본사의 직원 휴게 공간
- 2, 3 순환자원 회수로봇인 '네프론'에 모인 페트병은 스마트팩토리 '아이엠팩토리'로 가서 새로운 재활용 소재로 다시 태어난다.
- 4 수퍼빈 김정빈 대표



024

3

자판기와 비슷한 외양의 네프론에 투명한 페트병이나 캔을 집어넣으면 네프론의 이미지 센싱 인공지능이 적합성을 판단해 현금 전환이 가능한 포인트를 지급하는 식이죠. 개당 10포인트가 지급되며 2,000포인트가 넘으면 1포인트당 1원씩 현금으로 전환할 수 있습니다. 애플리케이션으로 쉽게 네프론의 위치를 알 수 있고 보상으로 받은 포인트를 관리할 수 있죠. 올해 8월 기준으로 수퍼빈을 통해 220,469,694개 이상의 페트병과 92,662,908개의 캔이 재활용되었습니다. 또한 21억 원 이상이 보상금으로 지급되었죠.

#### 쓰레기 수거에서 가공,

#### 소재화까지 연결되는 재활용 밸류 체인

한편 이렇게 수집된 순환자원은 공장으로 이동되어 고부가가치의 재활용 소재로 새롭게 태어납니다. 아이엠팩토리는 수퍼빈이 회수한 페트병을 소재화하는 스마트팩토리인데요. 200억 원을 투자해 약 4,000평 부지에 1,200평 규모로 건설된 이 공간에서 시간당 1.5톤, 연간 8,000톤에 달하는 플레이크가 생산되고

있습니다. 이 플레이크는 여러 연관 기업에 판매되어 다시 페트병이나 의류, 신발 등의 소재가 되는 섬유가 되죠. 현재 SK지오센트릭, 롯데케미칼 등 대기업도 수퍼빈의 품질 좋은 플레이크를 선점하기 위해 앞다퉈 투자하고 있습니다. 최근에는 미국 식품의약국(FDA)과 유럽식품안전처(EFSA) 등에서 안전 기준을 충족하는 테스트리포트 받아서 해외 수출에도 본격적으로 뛰어들 예정입니다. 이처럼 순환자원을 수거해 가공하고, 부가가치를 가진 소재를 생산하는 플라스틱 재활용 밸류 체인 구축은 수퍼빈이 세계 최초라고 하는데요. 작년 시리즈B 브릿지 투자를 유치하며 약 2000억 원의 기업 가치를 평가받은 수퍼빈. 쓰레기를 줄여 환경에 기여하는 비즈니스로는 드물게 엄청난 경제적 가치를 인정받고 있습니다.

“우리 비즈니스 모델은 쓰레기로 선순환 경제를 만드는 겁니다. 네프론은 그 목표를 위한 여러 과정 중 일부이고요. 비즈니스는 실제로 수익을 창출할 수 있어야 합니다. 사회적인 가치를 위한 캠페인이나 공익 활동과는 근본적으로 전혀 다른 구조죠. 시장을 만들고 거기에 사람들이 적극적으로 참여하게 해서 수익구조를 만드는 과정에서

025



4

사회적 가치까지 창출되고 있는 것입니다. 즉 환경문제를 해결하려고 창업을 한 게 아니라, 순환자원에서 충분히 시장성을 보았기 때문에 사업을 시작했습니다. 처음부터 거대한 사명감은 없었어요. 하지만 사업과 환경문제가 긴밀하게 연결되어 있는 만큼 그에 대한 의식, 특히 문제의식이 전보다 커지긴 했죠.” 수퍼빈 김정빈 대표는 환경문제를 해결하려고 창업한 것은 아니라고 설명합니다. 현재 놀라울 정도로 환경문제 해결에 긍정적인 영향을 주고 있지만, 애초에 그것만 목적인 것은 아니었다는 거죠. 자본주의 사회에서 기업은 수익을 창출해야 한다는 원칙을 존중하는 김정빈의 단호함은 사회적 가치와 함께 큰 경제적 가치를 창출하고 있는 수퍼빈을 잘 설명해줍니다.

#### 놀이처럼 즐겁게, 수퍼빈이 제안하는 재활용 문화

수퍼빈은 ‘재활용도 놀이다’라는 슬로건 아래 문화 비즈니스도 활발하게 펼치고 있습니다. 진정한 순환경제를 이루려면, 무엇보다 많은 사람이 쓰고 버리면 끝인 습관에서 벗어나 폐기물의 가치를 발견하고 이해해야 합니다.

#### Talk about SPC

#### 수퍼빈, 김정빈 대표

**SPC에는 어떤 계기로 참여하게 되셨나요?** 2019년에 주변의 추천으로 참여했습니다. 소셜 임팩트 기업에게 있어 SPC는 해외에서도 찾아볼 수 없을 정도로 좋은 프로그램이라 생각합니다.

**측정 당시 어려움이 있었다면 무엇이었나요?** 특별한 어려움이 있었다기보다는 스스로를 현실적인 눈으로 바라보는 기회가 됐다고 생각합니다. SPC 같은 객관적인 지표로 기록되는 측정이 없으면, 우리가 창출하는 사회적 가치를 훨씬 과장해서 인지하기 쉬워요. 사실 그랬던 것 같고요(웃음). 어떤 부분은 생각보다 덜 측정되기도 하고, 예상치 못한 부분에서 가치를 더 인정받기도 합니다. 그런 경험이 우리가 오만해지지 않게 하고, 자신의 위치를 알게 했습니다.

**SPC 참여는 수퍼빈에게 어떤 의미가 되었나요?** 사업 초기에는 인프라를 구축하거나 새로운 시도를 행하는 데 자금적인 어려움이 있었습니다. 투자 유치도 쉽지 않았고요. 그런 과정에서 SPC의 인센티브로 수퍼빈만의 도전적인 사업을 펼칠 수 있었습니다. 그런 혁신적인 시도들이 모여 다시 사회적 가치를 창출하고 있고요. 수퍼빈이 폐기물 업계에서 선례가 될 수 있는 큰 계기가 되었습니다.



- 1, 2 쓰레기마트, 쓰레기미술관, 쓰레기카페 등으로 이어지는 '쓰레기 시리즈'는 수퍼빈이 펼치고 있는 문화사업이다. 쓰레기에 대한 사람들의 정확한 이해와 인식 전환을 위해 놀이 형태의 문화 콘텐츠를 제공하고 있다.
- 3 순환경제 교육을 놀이로 전달하는 인식 전환 캠페인, 수퍼큐브
- 4 환경 활동 참여와 연대의 즐거운 장이 되고 있는 플로깅 캠페인

그래서 어린이부터 어른에 이르기까지 흥미롭게 체험할 수 있는, 놀이 형태의 문화 콘텐츠를 제공하고 있습니다. '쓰레기마트'는 세계 최초로 캔과 페트로 소핑할 수 있는 신개념 마트입니다. 네프론을 통해 모은 포인트로 마트 내 모든 상품과 다양한 서비스를 구매할 수 있습니다. '쓰레기미술관'은 환경과 쓰레기 문제를 예술적으로 풀어내는 문화공간인데요. 이곳에서 쓰레기는 환경오염에 대한 메시지를 담은 오브제이자 상징 그 자체가 됩니다. 관람객 역시 쓰레기의 가치를 새롭게 발견할 수 있고요. 한편 '쓰레기카페'에서는 여느 카페처럼 음료를 마시며 편히 쉬는 동안 독특한 업사이클 레시피로 자신만의 오브제를 만들어 볼 수 있습니다. 이 밖에도 미래 소비자가 될 학생들이 즐겁게 재활용을 배우며 환경의 소중함을 알게 하는 교육 프로그램

'수퍼빈루키', 현장에 직접 찾아가 순환경제의 가치와 의미를 전달하는 '수퍼큐브', 개개인이 모여 환경을 위한 실천을 행하는 플로깅 캠페인(조깅을 하면서 쓰레기를 줍는 행위) 등 다채로운 재활용/환경 관련 콘텐츠가 수퍼빈만의 팬덤과 브랜드를 더욱 단단하게 합니다.

"수퍼빈의 궁극적인 목표는 순환경제가 이루어질 수 있는 도시를 새롭게 구성하는 것입니다. 도시 안에서 생겨난 폐기물이 다시 자원으로 사용되려면 도시 계획 단계부터 관련 인프라 구축을 고민해야 합니다. 그 단계에서 우리 수퍼빈이 할 일이 무척 많겠죠."

모두 알고 있지만 가급적 무시하고 싶은 현실. 소비시대가 낳은 엄청난 폐기물 문제를 누구보다 밝고 경쾌하게 풀어가는 수퍼빈을 응원합니다.

## Interview with Members

### 수퍼빈 HR 매니저 박지영



#### 자기소개 부탁드립니다.

안녕하세요. 저는 수퍼빈의 여정에 공감하는 분들을 수퍼빈에 합류시키고, 그분들의 목표를 달성할 수 있도록 다양한 지원을 해드리고 있는 수퍼빈 HR팀의 박지영 매니저입니다. 수퍼빈에 합류한 지는 이제 3년차가 되었습니다.

#### 수퍼빈에서 일하기 어떤가요?

처음 입사할 당시에는 조직 규모도 지금보다 작다 보니, 혼자서 제도적인 세팅을 하나씩 해나가는 과정이 힘들었습니다. 조금 외롭기도 했고요. 지금은 조직 규모도 많이 커지고, 무엇보다 함께 일하는 좋은 동료들이 생겼게 제일 좋습니다. 제 입장에서 수퍼빈에서의 장점을 꼽으라면, 함께 일하는 동료들이 모두 뛰어나고 좋은 사람들이라는 점입니다. 수퍼빈 크루들이 뭉치면 이게 될까 싶은 일들도 똑딱 해내거든요.

#### 수퍼빈에서 일하면서 사회를 바라보는 관점이나 태도에서 바뀐 점이 있을까요?

가장 큰 변화는 일하고 연관되다 보니 저도 불필요한 쓰레기를 만들지 않으려고 노력하는 습관이 생겼죠(웃음). 예전에는 막연하게 쓰레기 분리수거를 해야 한다고 알고만 있었죠. 지금은 카페에서 테이크아웃을 할 때 거의 개인용 컵을 사용하고 빨대나 컵홀더는 사양해요. 아마 우리 직원들 대부분 그럴 거예요. 쓸데없이 쓰레기를 늘리지 않으려는 실천을 하고 있습니다. 그게 뭐 얼마나 큰 의미가 있겠느냐고 보실 수도 있지만, 그런 작은 행동 하나하나가 모여서 조금씩 주변의 변화를 만들어 나간다고 생각합니다.

#### 우리 사회가 풀어야 할 가장 시급한 문제는 무엇이라고

#### 생각하세요?

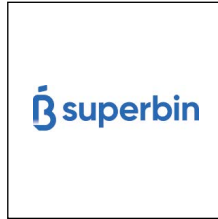
환경문제가 가장 피부에 와닿지만, 근본적으로는 우리가 좀 더 함께 살아가야 하는 법을 배워야 하는 것 같아요. 사회에 만연한 문제 대부분이 대립에서 생겨나잖아요. 정치적인 대립, 인종 갈등, 쓰레기

문제도 그렇죠. 인류가 존속하는 한 매일 쓰레기가 나오고, 우리는 쓰레기와 공존해야 해요. 지금까지 그걸 부정했기 때문에 오늘날 환경오염이 더 심각해진 게 아닐까 싶어요. 이제부터라도 같이 살아가는 방법을 배워야 할 것 같습니다.

#### 수퍼빈에서 맞이한 가장 감동적인 순간은?

회사에서 간 유기견 봉사활동이 떠오릅니다. 사실 저는 개를 키워본 적이 없고 유기견 문제에 딱히 관심이 있지도 않았거든요. 그렇게 강아지를 오랫동안 만진 것도 처음이었어요. 유기견이라서 그런지 사람을 무척 무서워하는 아이들도 있고 엄청 따르는 아이도 있고 성격도 천차만별이었는데요. 그중 한 마리를 데리고 산책을 하는데, 폭 30cm 정도 되는 배수로 덮개 앞에서 멈추더니 건너질 못하더라고요. 무서워하는 것 같았어요. 그래서 '괜찮아, 이리와' 하면서 살짝 무릎을 굽혔는데 제 무릎에 의지하듯 기대더라고요. 그 순간 어떤 강한 감정을 느꼈어요. 당연하지만 이 아이도 감정이 있구나, 이 아이들의 생명이나 인간의 생명이나 다를 게 있나? 하는 생각을 하게 됐어요. 그 이후로 세상을 바라보는 제 모습이 조금은 유순해진 것 같아요. 예전엔 엄청 경쟁적이고 치열하게 살았다면, 지금은 인간이나 세상을 관찰하고 과정을 지켜보는 게 더 의미 있게 느껴져요.

# 한눈에 보는 수퍼빈 임팩트



**기업명** 수퍼빈㈜  
**대표자** 김정빈  
**참여기수** 2019년 SPC 57기  
**홈페이지** <http://www.superbin.co.kr>  
**주요사업** 수퍼빈은 현대 사회가 가지고 있는 도시화에 따른 부작용과 대량생산/대량소비가 부득이하게 발생하는 쓰레기와 폐기물 문제를 해결하기 위해서 새로운 대안을 제시하는 사업을 운영하고 있습니다. 수퍼빈은 쓰레기가 돈이 되고 재활용이 높아지는 문화를 만들며, 쓰레기가 가치 있다는 것을 증명해 나가고 있습니다.

## Problem

### 해결하고자 하는 사회문제

소셜 미션: 쓰레기에 대한 사람들의 인식을 바꾸고  
 올바른 재활용 문화가 자리잡을 수 있도록 순환자원 거래 플랫폼  
 서비스와 재활용 문화 콘텐츠를 만들어 나가며 쓰레기의  
 새로운 가치를 세상에 증명해갑니다.

## Stakeholders

### 사회 편익을 얻는 이해관계자

지자체 및 재활용 참여자

## Solution

### 시장에서의 솔루션과 비교



환경 성과

- 재활용을 통한 자원 소비 절감 및 환경오염 저감



사회생태계 성과

- 기존에 지자체가 재활용품 수거 및 선별에 투입한 세출 절감

\* 시장에서의 솔루션과 비교하여 누구나 합의할 수 있는 객관적인 사회 성과만을 인정합니다.



고용 성과



사회생태계 성과



환경 성과



사회서비스 성과

## Measurement

### 솔루션 측정과 비교 가격



환경 성과

- 기존 폐기 방식 대비 재활용 방식의 자원 및 환경오염 절감분



사회생태계 성과

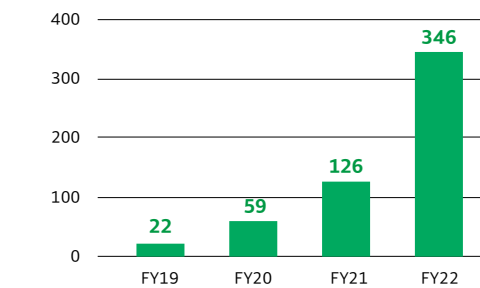
- 지자체가 재활용품 수거 및 선별 시 투입한 세출 대비 기업이 처리한 비용

\* 현실적인 시장 가격을 추정하여 화폐 가치로 환산합니다.

## Social Performance 산출된 사회 성과

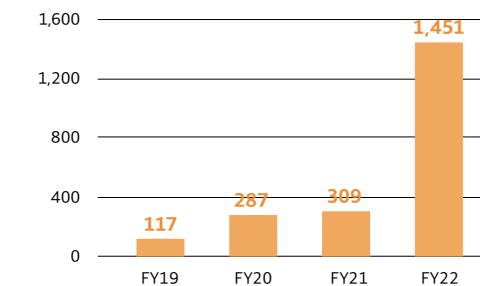
### 환경 성과

단위: 백만 원



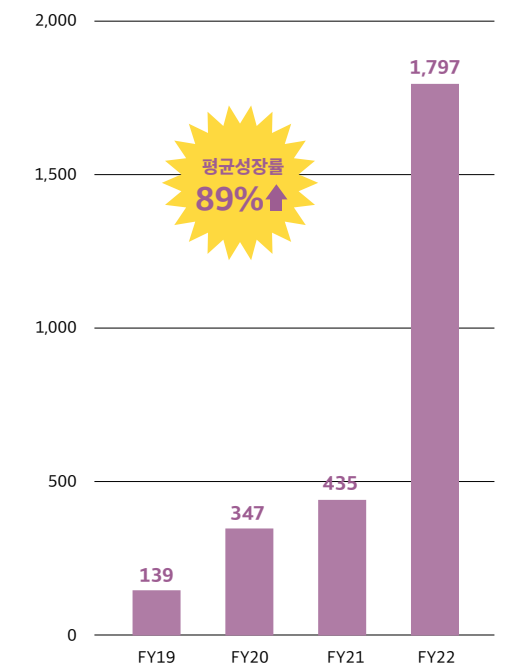
### 사회생태계 성과

단위: 백만 원



### 총 사회 성과

단위: 백만 원



트래쉬버스터즈, 발상의 전환으로 일회용품을 대체하다

## 일회용품 쓰레기, 꼼짝 마!

열기와 즐거움이 가득한 축제의 순간이 지나간 자리,  
산처럼 쌓인 일회용품 쓰레기가 당연하다는 듯 남아 있습니다.  
축제 기획자로 일하고 있던 객채원 대표는 의문을 품었습니다.  
‘일회용품 없이 축제를 열 수는 없을까?’  
이 물음은 곧 트래쉬버스터즈의 시작이 되었습니다.



## The Scene of Trashbusters

“창업 전 다회용기를 대여하는 사업 아이디어를 냈을 때, 주변에서 다들 힘을 거라고 했습니다. 축제나 행사의 그 어마어마한 인파가 쓰는 컵이며 그릇을 모두 제공하고 다시 수거해서 세척해 또 제공하는 건 결코 쉽지 않은 과정이니까요. 그러다가 실제로 우리의 아이디어를 실현한 첫 축제가 지금도 기억에 남습니다. 아직 회사도 만들지 않았으니 생산이나 세척 설비도 없었죠. 직접 다회용기를 구입해서 축제에 온 사람들에게 쓰게 했는데, 반응이 무척 좋았습니다. 요즘 환경문제에 관심이 많은 분들이 점점 늘어나고 있는데, 관람객 중에도 꽤 있었던 것 같아요. 그런 문제 의식이 있는 분들도 축제장에서는 일회용기를 사용할 수밖에 없었죠. 집에서 텀블러나 접시를 들고 오기는 부담스러우니까요. 이런 서비스를 제시하니까 엄청 편리하면서도 환경을 지킬 수 있다는 걸 먼저 알아주시더군요. 그런 따뜻한 호응이 용기를 내게 하고 사업의 가능성을 발견하게 했습니다. 이후 모두 어렵다고 하는 도전이 그렇게 두렵지 않게 되었고요.”

\_트래쉬버스터즈 객채원 대표

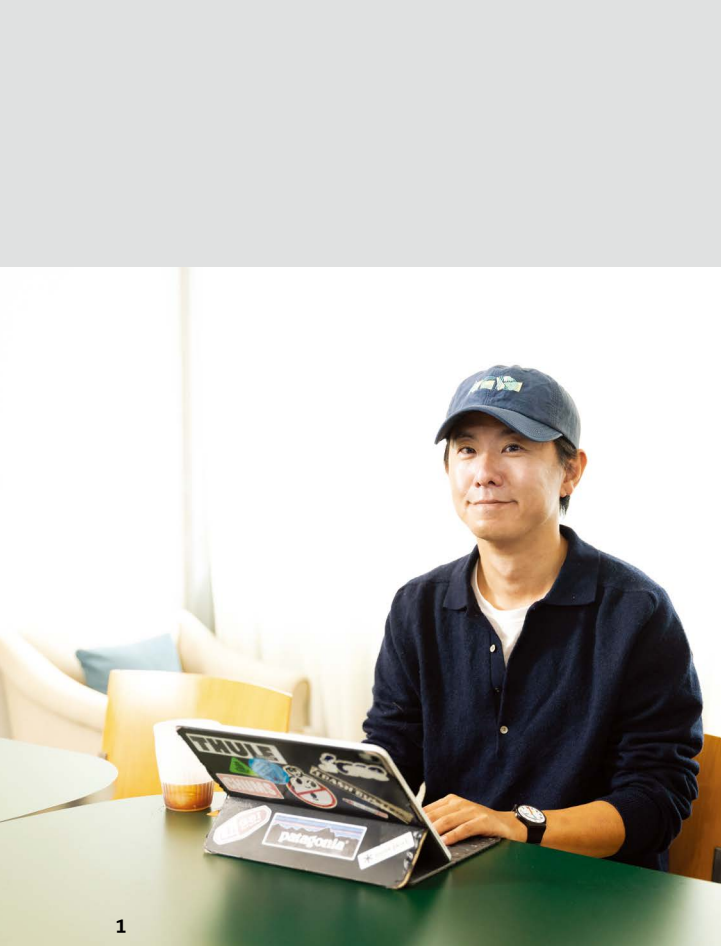
일회용기는 편리하고 위생적이라는 이유로 우리의 일상에 깊숙이 자리했지만, 잠깐의 편리함 뒤에 감당해야 하는 문제들은 너무나 무겁습니다. 요즘 환경문제가 공동의 사회적 과제가 되면서 카페나 식당, 편의점, 마트 등 매장에서 일회용품 사용을 규제하고 있는데요. 이에 대한 반발 심리도 적지 않습니다. 그동안 당연하게 쓴 것들을 갑자기 무조건 쓰지 말라고 하니, 환경도 좋지만 너무 일방적이지 않나 하는 생각이 들 수도 있죠. 한 번 사용하고 쉽게 버릴 수 있는, 그 부담 없는 가벼움을 몸이 기억하고 있으니까요. 하지만 이미 지구는 플라스틱 일회용품으로 몸살을 앓고 있고, 우리가 편리하게 사용하고 버린 일회용품은 미세플라스틱으로 돌아와 우리 건강을 위협합니다. 이제부터라도 일회용품의 대안인 재사용이 가능한 제품을 사용하고 쓰레기를 최소화(Zero Waste)하는 생활을 시작해야 할 때죠. 그래서 일회용품의 편리함을 누리면서도 환경을 지킬 수 있는 대안을 제시하는 트래쉬버스터즈가 더욱 반갑습니다.



왼쪽 트래쉬버스터즈의 다회용기.  
브랜드를 상징하는 오렌지 컬러가  
행사 현장의 생동감을 전한다.  
위 영화 <고스트버스터즈>를  
연상하게 하는 화이트 있는 심볼마크.

**유령을 잡듯 일회용품 쓰레기를 잡는 유쾌한 사냥꾼**

분명히 영화 <고스트 버스터즈>에서 따왔을 회사 이름과 함께, 제한표지 안에 갇힌 깜짝 놀란 유령 얼굴 심볼을 보니 더욱 그 정체가 궁금해집니다. 환경 관련 임팩트 기업이라기엔 얼핏 봐도 디자인 회사에 가까운 감각이 흘러넘치니 말입니다. 트래쉬버스터즈는 축제나 행사에서



1

1 트래쉬버스터즈 광재원 대표

2, 4, 5 마포에 위치한 트래쉬버스터즈 사무실 풍경

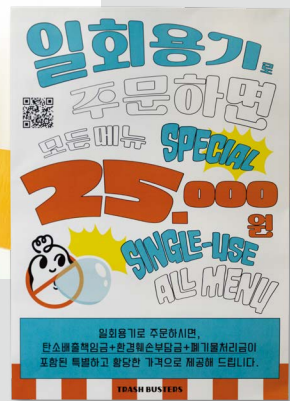
곳곳에서 재활용과 순환경제 미션을 찾아볼 수 있다.

3 감각적이고 재치 있는 커뮤니케이션은 재활용을 하나의 '힙한' 문화로 전달한다.

6 대어 서비스로 제공되는 다회용 컵은 200번 이상 재사용되며 이후 다시 재활용된다.



2



3



4



5

## Talk about SPC

트래쉬버스터즈, 광재원 대표

**SPC에는 어떤 계기로 참여하게 되셨나요?** SPC는 임팩트 기업이라면 대부분 알 정도로 유명한 프로그램이죠. 우리가 일회용품 대신 다회용기를 제공을 했을 때에 줄어드는 사회적 비용이 있잖아요. 그런 부분들을 SPC에서 측정해서 그걸 또 이제 인센티브로 줄 수 있다는 게 무척 매력적이었습니다. 열심히 하는 만큼, 일회용기를 줄인 만큼, 베네핏으로 돌아오는 부분이 무척 좋은 프로그램이라고 생각했습니다. 사실 이런 내용을 지자체에 제안하고 싶었는데, SPC에서 하셔서 너무 감사하고 잘 이용하고 있습니다.

**측정 과정에서 어려움이 있었다면 무엇일까요?** 사실 딱 저희만의 맞는 기준을 찾는 건 사실 되게 디테일해야 됐고 좀 어렵잖아요. 기업들마다 조건이나 상황이 모두 다르니까요. 우리 기준과 정확하게 맞지 않는 부분도 SPC의 기준에 맞추다 보니까, 아쉬운 면도 조금 있죠. 하지만 이제 보여주는 목적이 아닌, 우리 스스로 측정 방식을 만들고 있습니다. 우리가 정말로 어느 정도까지 탄소 배출량을 줄이고 사회에 기여할 수 있는지를 알기 위해 보다 객관적인 측정의 필요성을 느낍니다.

**후배 SPC 기업에게 해주고 싶은 한마디** 힘들어도 무조건 '존버', 어떻게든 생존하라고 전하고 싶어요. 창업 초창기에는 매출도 없고 투자도 없어서 무척 힘든 게 당연해요. 하지만 잘 찾아보면 많은 지원사업이 있습니다. 창업자들을 위한 프로그램도 많고요. 저희도 1년차 때는 아마 여덟 개 이상을 받았던 것 같아요. 적극적으로 살 길을 찾아가다 보면 반드시 기회가 올 겁니다.



6

발생하는 일회용품을 줄이기 위해 만든 스타트업으로 2019년에 시작했습니다.

“축제 기획자로 일하다 보니까 현장에서 엄청나게 많은 일회용품 쓰레기가 버려진다는 걸 잘 알고 있었죠. 서울시 산하에서 축제를 진행하다 보니, 시에서 이런 환경문제에 대한 고민이 있고 해결하고 싶어 하지만 이렇다 할 솔루션이 없다는 것도 알게 되었고요. 그러면 일단 축제 현장에서 다회용기를 제공하고 사용 후 수거해서 세척해서 다시 쓰면 어떨까. 그게 해결책이 될 수 있겠다. 한 거죠.”

트래쉬버스터즈 광재원 대표는 축제에서 생겨난 일회용품을 다회용품으로 대신하는 서비스에 착안합니다. 그리고 감독으로 있던 ‘서울인기 페스티벌’에서 시범적으로 식기를 사용해 보았죠. 결과는 놀라웠습니다. 매해 400여 개 넘게 나오던 100리터 쓰레기봉투가 5개로 줄어들었으니까요. 이에 가능성을 발견하고 본격적으로 사업을 준비했습니다. 그리고 때마침 참여자를 모집하고 있던 ‘서울시 청년 임팩트

투자’에 지원했습니다. 그리고 2년간 6억 원의 시드 머니를 받았습니

다. 광재원 축제 기획자, 김재관 브랜드 컨설턴트, 광동열 설치 작가, 최안나 디자이너. 이렇게 각 분야의 전문가 네 명이 공동 창업자로 모여 힘을 합쳤습니다. 트래쉬버스터즈가 가진 신선한 감각, 모험적인 브랜딩은 공동 창업자의 이런 면면에서 비롯되었죠.

트래쉬버스터즈의 시작은 무척 순조로웠습니다. 적절한 시기에 투자받을 수 있었고, 2020년 정식 서비스 론칭 후에는 300여 곳의 행사와 축제에서 연락이 왔습니다. 모두 비슷한 고민을 하고 있던 참이었던 것이죠. 트래쉬버스터즈는 행사에 참여한 F&B 업체에 다회용기를 대여하면서 일회용품 사용을 줄이고, 행사 추지 측은 쓰레기 처리 비용을 절약하게 됩니다. 일반 고객은 일정한 보증금을 내고 식기를 대여하는 대신, 현장에서 음식을 구입할 경우 할인 혜택을 받습니다. 축제 현장에서 쌓인 경험과 노하우로 대규모 설비를



1, 2, 3 축제와 행사 현장에서 활약하는 트래쉬버스터즈. 다회용기를 사용하면 일회용품 쓰레기가 획기적으로 줄어든다.

구축하면 영화관이나 경기장, 더 나아가 배달업체에도 진출이 가능할 것 같습니다. 하지만 코로나19로 모든 행사 및 축제가 취소되면서 위기에 직면합니다.

#### 위기는 기회, 새로운 도전에 임하다

행사와 축제를 위해 기획된 서비스였는데 사회적 거리두기로 사람들이 모일 수가 없었습니다. 그야말로 최악의 상황이었죠.

“생각해 보니 사업 시작하자마자 코로나가 터졌네요(웃음). 서비스 오픈하고 바로 다음 날 대구에서 확진자가 나왔어요. 그 전까지 너무 반응이 좋았고, 예약도 몇백 군데씩 잡혔는데

모두 취소됐죠. 그래서 첫해 첫 매출은 0원이었어요. 직원 십여 명이 있었는데 월급 줄 돈도 없었죠. 마냥 기다릴 수는 없었어요. 코로나여도 회사는 다녀야 하니까 대기업 카페나 탕비실 등에 다회용기 대여 서비스를 제안했습니다.” 이러한 출구 전략들을 상황에 따라 빠르게 갱신하면서, 축제가 아닌 일상 속에서 인지도를 높이고 점차 고객을 늘렸습니다. 비대면 일상이 길어지면서 포장 음식 포장재가 사회적 문제로 떠오르자, ESG 경영을 해야 하는 기업의 입장에서도 트래쉬버스터즈의 서비스는 매력적이었습니다. 삼성, 네이버, 카카오, KT, GS와 같은 큰 회사가 고객이 되었죠. 각 기업이 필요한 수량을 발주하면,

#### Interview with Members

트래쉬버스터즈 브랜드마케팅팀 책임PD

이상준



#### 자기소개 부탁드립니다.

안녕하세요. 저는 트래쉬버스터즈에서 브랜드마케팅 리더로 있는 이상준입니다. 소셜이나 PR, 외부 행사 등 전반적인 대외 커뮤니케이션을 담당하고 있습니다.

#### 트래쉬버스터즈의 위트 있고 개성적인 브랜딩이 기억에 남습니다.

저희가 사회적으로 의미 있는 활동을 하고 있지만, 대중에게 매력적으로 다가가야 한다는 생각이 큼니다.

사용자 입장에서, 대중 입장에서 직관적으로 호감을 느끼고 함께하고 싶다는 느낌이 들게 하도록 노력하고 있습니다. 위트나 개성적인 부분도 그런 맥락에서 공감을 주는 요소라 생각합니다.

#### 트래쉬버스터즈에서 일하면서 사회를 바라보는 관점이나 태도에서 바뀐 점이 있을까요?

일을 하면서 은연중에 ‘내가 하는 일이 사회에 긍정적인 영향을 미쳤으면 좋겠다’는 생각을 늘 했던 것 같아요. 입사 전에도 트래쉬버스터즈를 알고 있었고 무척 재미

있는 일을 한다고 느꼈는데요. 그러다 우연히 좋은 기회로 합류했습니다. 그 이후로 아무래도 환경 문제에 더 신경을 쓰게 됐죠. 가장 큰 변화가 여행을 가서 사는 기념품 양이 줄었습니다. 한 번 쓰고 버린다는 것에 대한 문제의식이 생긴 거죠. 계속 의식이 돼요.

#### 우리 사회가 풀어야 할 가장 시급한 문제, 그리고 앞으로 살고 싶은 세상은 어떤 모습인가요?

여러 가지가 있다고 생각해요. 지방 소멸 문제나 그로 인해 사람들의 연결이 끊기는 것도 문제죠. 그래서 요즘은 청년들의 지역 활동에 관심을 갖고 있어요. 앞으로 우리 사회가 스스로 원하는 방식을 추구하면서 다양하게 살 수 있으면 좋겠어요. 재산이 있으면 어디에서 살아야 돼, 아이를 낳으면 어디에서 살아야 돼, 그런 강박에서 벗어나 서로의 다양성을 존중하며 자유롭게 살면 좋겠습니다.

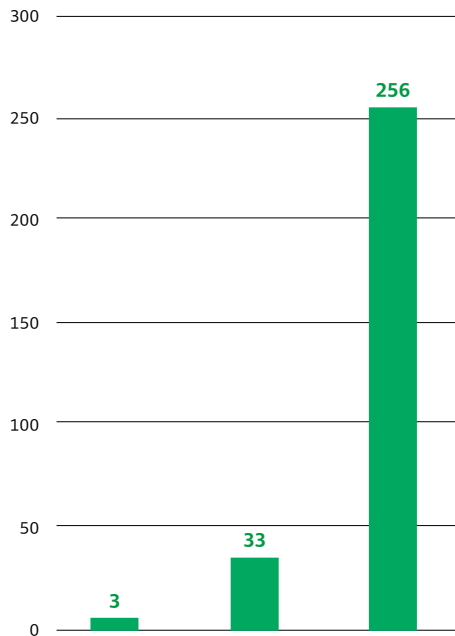
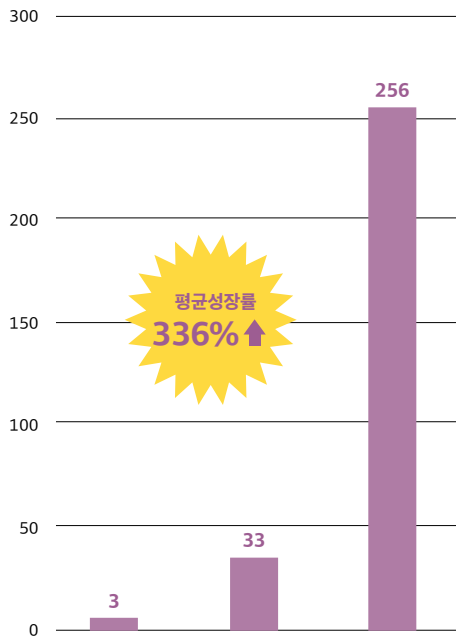
트래쉬버스터즈의 회원들이 깨끗하게 세척된 다회용품을 납품하면서 그 전날 사용한 용기를 수거합니다. 환경을 위해서는 회수율도 매우 중요하기 때문에 사용자가 용기를 반납함에 넣도록 유도하죠.

#### 보다 친근하고 재미있는 순환경제를 위해

2023년 10월 기준으로 트래쉬버스터즈가 줄인 일회용품 개수는 26,469,077개입니다(트래쉬버스터즈 홈페이지). 쓰레기로 눈살이 찌푸러지던 축제의 뒷모습도 이렇게 늘어나는 숫자와 함께 점점 바뀌고 있습니다.

“우리는 환경문제를 해결하고 싶어서 회사를 만들었지만,

기본적으로 사람들을 위한 서비스를 제공하고 있어요. 앞으로 더 유명해지고 모두 써보고 싶어 하는 브랜드가 되면 결과적으로 환경문제를 더 잘 해결할 수 있겠죠.” 트래쉬버스터즈가 대여하는 다회용기는 대략 200회 이상 재사용됩니다. 그 후에도 버리는 게 아니라 플레이크로 만들어 다시 컵으로 재활용되죠. 그렇게 계속 재활용을 하면서 일회용품 사용 횟수를 줄이고, 사람들이 ‘다시 쓰는’ 가치를 새롭게 발견하면서 순환경제를 위한 기반이 더욱 단단해질 겁니다.

| <h1>한눈에 보는 트래쉬버스터즈 임팩트</h1>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                       | <div><div>고용 성과</div><div>사회생태계 성과</div><div>환경 성과</div><div>사회서비스 성과</div></div>                                                                                                                                                                                                                             |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----|--------------|----|---|----|----|----|-----|----|----------------|----|---|----|----|----|-----|
| <div><div></div><div><p><b>기업명</b> 트래쉬버스터즈</p><p><b>대표자</b> 곽재원</p><p><b>참여기수</b> SPC 6기(인센티브)</p><p><b>홈페이지</b> http://trashbusters.kr</p><p><b>주요사업</b> 트래쉬버스터즈는 일회용품 대신 여러 번 사용할 수 있는 다회용 식기를 대여하고, 수거 후 세척하여 다시 대여하는 서비스를 통해 소비자들이 습관을 바꾸지 않고도 재사용을 실천할 수 있는 시스템을 만들어가고 있습니다.</p></div></div> |                                                                                                                                                                                                                                                                       | <div><div><h2>Measurement</h2></div><div><div><div><p>● 기존 폐기 방식 대비 재활용 방식의 자원 및 환경오염 절감분</p><p><b>환경 성과</b></p><p>* 현실적인 시장 가격을 추정하여 화폐 가치로 환산합니다.</p></div></div></div></div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |
| <b>Problem</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p><b>해결하고자 하는 사회문제</b></p> <p>소셜 미션: 일회용품만큼 편리한 다회용기 대여 시스템을 만들어 일회용품 사용을 혁신적으로 줄이자.</p>                                                                                                                                                                             | <div><h2>Social Performance 산출된 사회 성과</h2><div><div><div><h3>환경 성과</h3><p>단위: 백만 원</p><table><tr><th>기간</th><th>환경 성과 (백만 원)</th></tr><tr><td>기초</td><td>3</td></tr><tr><td>중기</td><td>33</td></tr><tr><td>최종</td><td>256</td></tr></table></div><div><div><h3>총 사회 성과</h3><p>단위: 백만 원</p><table><tr><th>기간</th><th>총 사회 성과 (백만 원)</th></tr><tr><td>기초</td><td>3</td></tr><tr><td>중기</td><td>33</td></tr><tr><td>최종</td><td>256</td></tr></table></div></div></div></div></div> |  | 기간 | 환경 성과 (백만 원) | 기초 | 3 | 중기 | 33 | 최종 | 256 | 기간 | 총 사회 성과 (백만 원) | 기초 | 3 | 중기 | 33 | 최종 | 256 |
| 기간                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 환경 성과 (백만 원)                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |
| 기초                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |
| 중기                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 33                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |
| 최종                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 256                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |
| 기간                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 총 사회 성과 (백만 원)                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |
| 기초                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |
| 중기                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 33                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |
| 최종                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 256                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |
| <b>Stakeholders</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p><b>사회 편익 얻는 이해관계자</b></p> <p>다회용 식기 소비자</p>                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |
| <b>Solution</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p><b>시장에서의 솔루션과 비교</b></p> <div><div><div><p>● 친환경 재료 대체를 통한 자원 소비 절감 및 환경오염 저감</p><p><b>환경 성과</b></p><p>* 시장에서의 솔루션과 비교하여 누구나 합의할 수 있는 객관적인 사회 성과만을 인정합니다.</p></div></div></div> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |    |              |    |   |    |    |    |     |    |                |    |   |    |    |    |     |

# 숫자로 보는 사성인

사회성과인센티브는 기업이 창출한 성과 중 객관적으로 측정 가능한 결과만 기준으로 한다는 원칙이 있습니다. 그래서 명확한 기준값과 숫자는 기업의 성과를 객관적으로 평가하는 중요한 지표입니다. 이번 '사성인 이야기'의 네 주인공(가온IPM, 컴윈, 수퍼빈, 트래쉬버스터즈)이 쌓아 올린 성과를 숫자로 정리해 보았습니다.

컴윈 정연철 대표  
가온IPM 도귀영 대표  
수퍼빈 김정빈 대표  
트래쉬버스터즈 곽재원 대표



앞으로 달성하고자 하는 목표를 수치로 표현주세요.

온실가스 **25,000**톤 감축, 은퇴 고령자 사회공동체

주택 건설을 위하여 2030년 **three-100** 달성

2030년 매출 100억·고용 100명·100만 명이 사용하는 전자제품 재활용 달성을 목표로 하고 있습니다. 생태공장 구축, 폐가전제품 스마트 수거, 컴퓨터 해외 ODA 등의 양적 성장과 폐플라스틱 유화사업 및 플라스틱 재활용 완제품 생산 등 신사업을 통해 목표를 달성하고자 합니다.



컴윈

2024년 매출 목표

금년 대비 **40%** 상향

2023년 들어 지난 3년간 방역업체들의 매출 성장을 견인했던 코로나 특별방역 수요가 완전히 없어져 마이너스 성장은 불가피한 상황입니다. 이에 따라 저희도 금년 매출 목표를 20억으로 하향 조정했습니다. 2023년을 재성장을 위한 발판을 다지는 해로 삼아 2024년 매출 목표는 금년 대비 40% 증가한 28억, 2025년 매출 목표는 35억으로 설정하고 있습니다.



가온IPM

대여 개수 일 **30**만 개 돌파

목표 매출 **120**억

2024년 상반기 목표는 하루 다화용기 대여 개수 일 30만 개 돌파입니다. 또한 2024년의 목표 매출은 120억 원이며 이와 함께 연간 1억 개의 일회용품 저감을 이루고자 합니다.



트래쉬버스터즈

2026년 네프론 **5,000**대 설치

폐플라스틱 재생원료 3만 톤 판매, 매출 **1100**억 원 달성

수퍼빈은 폐기물 문제를 해결하기 위해 재활용 생태계를 재편하고 있습니다. 인력에 의존하는 선형경제 기반의 재활용 시장을, 4차 산업혁명 핵심기술을 접목시킨 순환경제 기반의 재활용 시장으로 전환하고 있습니다. 수퍼빈은 AI, IoT, 빅데이터와 같은 기술을, 재활용 가능한 자원을 선별하는 순환자원 회수 로봇 '네프론'부터 고순도의 폐플라스틱을 재생원료로 가공하는 공장 '아이엠펙토리'까지 적용하며 기술 기반의 재활용 인프라를 구축하고 있습니다. 이러한 인프라를 강화하기 위해 2026년까지 네프론을 5,000여 대까지 전국 곳곳으로 확대해 운영하고, 네프론으로 모은 폐플라스틱 3만 톤을 재생원료로 가공해 판매하고자 합니다. 이를 통해 2026년 매출은 1100억 원을 달성할 것으로 기대하고 있습니다.



수퍼빈

## SPC 참여 이후 경제 성과 혹은 사회 성과가 얼마나 향상되었나요?

총인원 **44%**, 취약계층 고용 **88%**, 매출 **300%**,  
순이익 **280%**, 사회 성과 **11배** 증가

SPC에 참여하는 동안 가온IPM의 경제·사회 성과는 괄목상대한 성장을 이루었습니다.  
총인원은 16명에서 23명으로 44%, 취약계층 고용은 8명에서 15명으로 88% 증가했습니다.  
매출은 10억 원에서 41억 원으로 300% 증가했고, 영업이익은 1300만 원에서 3억 1천만 원으로 무려 23배  
증가했습니다. 사회 성과 또한 1억 1천만 원에서 14억 9천만 원으로 현저하게 향상되었습니다.



가온IPM

취약계층 고용 **200%**  
매출 **3배**, 환경 성과 **8배** 증가

SPC 참여 이전과 비교하면 매출 45억으로 3배,  
1,500평 공장 확장 1.5배, 폐전기전자제품  
자원순환 처리량 4,129톤으로  
4배 성장했습니다. 21명에서  
20명의 취약계층을 포함해  
34명으로 200% 고용을  
달성했고, SPC 측정 기준 환경  
성과는 8배 향상되었습니다.



컴윈

매년 **320%** 매출 성장  
사회 성과 **320%** 성장

매년 320%씩 매출이 올랐습니다.  
저희는 매출이 오르면 만큼 사회 성과가 오르기  
때문에 사회 성과도 320%  
올랐습니다. 임직원수도  
15명에서 34명으로 거의  
2배 이상 고용 창출이  
있었습니다.



트래쉬버스터즈

임직원 수 **4.6배**, 매출액 **6배** 성장

SPC에 처음 참여했던 2019년도와 최근의 2022년도를 비교해 보면, 2019년도에 불었던  
새로운 바람이 더욱 강해진 것 같습니다. 2019년에는 분당 사무실로 새롭게 이전하고,  
대기업 및 교육청과 협력을 시작하고, 폐기물을 소재화하고 가공하는 사업 모델을 개발했습니다.  
현재는 확장 이전한 분당 사무실에서 다양한 산업군의 대기업 및 교육기관과의 협력을 확대하며,  
화성시에서 폐기물을 가공하는 공장도 원활하게 운영하고 있습니다. 2019년도에 합류했던 임직원들이  
현재는 각 팀의 핵심 인재로 활약하고 있기도 합니다. 수치로 비교하자면 임직원 수는 26명에서 122명까지  
늘어 4.6배 성장, 매출액은 13억에서 77억까지 늘어 6배 성장을 이뤄냈습니다.



수퍼빈

## 측정과 인센티브가 해당 목표를 달성하는 데 얼마나 그리고 어떤 도움이 되었나요?



컴윈

매년 진행되는 SPC 측정은 사회적기업으로서 스스로를 되돌아보고 정체성을 강화를 위한  
조직 체질, 환경과 고용 및 지역사회 생태계 조성을 위한 노력과 이를 지속적으로 개선하는  
데 동력이 되었습니다. 특히 부침이 있는 경영환경 속에서 인센티브는 유동성 개선과 기술 및  
설비 투자 등을 과감하게 할 수 있는 동력이었으며, 특히 전 직원 해외 선진지 견학과 복지금  
200% 확대 등으로 구성원들이 기업에 애정과 자부심을 가지는 계기가 되었습니다.



가온IPM

사회 성과에 대한 객관적인 측정이 보상으로 이어지니 사회적 가치를 확산시키는 데  
큰 동기부여가 되었습니다. 창업 이래 쪽 사회서비스를 실천했는데, SPC 제도가 도입된  
이후 사회가치 실천을 위한 사회서비스를 확대하고 있습니다. 또한 사회성과인센티브를  
미래 성장동력 확보를 위한 R&D에 투자한 결과, 2022년 표면소독에 최적화된 방역 분무기  
듀오키트(DUOKIT)를 개발, 출시함으로써 사업 다각화와 매출 증대에 기여하게 되었습니다.



트래쉬버스터즈

동기부여가 되는 측면이 있습니다. 우리의 행동 자체가 곧 사회 성과로 반영되기 때문에  
내부적으로 우리가 왜 이 일을 해야 하는지에 대한 확실한 목표가 생겨서 큰 도움을  
받을 수 있었습니다.



수퍼빈

SPC로 측정된 성과를 사업 제안서와 투자 유치 자료에 활용했습니다. 이를 통해 보이지  
않는 가치를 추구하는 수퍼빈의 노력을 객관적으로 입증할 수 있었고, 임직원들도 우리의  
사회적 의미를 깊이 인식할 수 있었습니다. 또한 SPC의 도움으로 얻은 수혜를 지역사회,  
교육기관, 취약계층과 나누고자 무상 네트론 제공, 생필품 기부 등의 공헌 활동을 계속하고  
있습니다.

# 지속가능한 발전과 환경을 위한 글로벌 임팩트 리포트

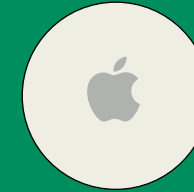
산업화 이후 지구의 평균 온도는 점점 높아졌습니다. 이로 인한 기후 변화는 지구 곳곳에 재난을 낳았고, 특히 최근 유례없이 잇따른 이상기후는 우리의 미래를 위협하고 있죠. 또한 소비문화의 윤택함 이면에는 엄청난 양의 쓰레기와 독성 물질로 몸살을 앓는 지구가 있습니다. 경제성장은 인류의 삶을 윤택하고 편리하게 하지만, 그 혜택을 받지 못한 지역의 누군가는 생존을 위협받는 모순. 이를 해결하기 위해 우리는 성장을 포기해야 할까요? 경제성장과 환경보호, 이 두 가지 가치를 모두 좇는 게 바로 '지속가능한 발전(Sustainable Development)'입니다.

지속가능한 발전은 2015년 9월 UN 총회에서 192개 회원국이 2030년까지 달성할 '지속가능 발전 목표(Sustainable Development Goals, SDGs)'를 만장일치로 채택하면서 보다 구체화되었습니다. 발전을 추구하지만 사회, 경제, 환경 등 지속가능성을 염두에 둔 의사결정을 내려야 한다는 것이 지속가능 발전 목표의 핵심입니다. 2030년까지 앞으로 7년, 지속가능한 발전 목표 달성을 위한 글로벌 기업의 노력이 더욱 커지고 있습니다. 그중 주목할 만한 환경 분야의 노력과 성과를 살펴볼까요?



스타벅스

미국과 캐나다에서 100% 재생에너지로 운영하고, 전 세계적으로는 회사 운영 시설의 전력 72%를 재생에너지로 공급했습니다. 한편 스타벅스 코리아는 올해 상반기 개인 컵 사용량이 역대 최고치인 1350만 컵을 기록했다고 밝혔습니다. 이는 지난해 상반기 최고치인 1280만 컵보다 5% 높은 수치입니다.



애플

애플은 올해 신제품 공개 행사에서 2030년까지 탄소발자국을 0으로 만들겠다고 선언했습니다. 2030년까지 100% 청정 에너지로 전환하고, 2050년까지 탄소 발생을 90% 감축하겠다는 계획인데요. 이미 애플은 2015년부터 지난해까지 탄소 배출량을 45% 이상 줄인 바 있습니다.



구글

2021년 10월에 도입된 구글 지도의 '친환경 길찾기'(eco-friendly routing) 기능은 2022년 12월까지 총 120만 톤의 이산화탄소를 절감했습니다. 이는 내연기관 자동차 25만 대가 1년간 내뿜는 탄소 배출량과 맞먹는다고 하네요.



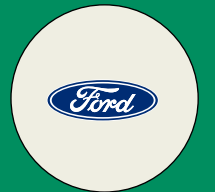
마이크로소프트

마이크로소프트는 2022년에 1560만m<sup>3</sup> 이상의 물을 제공하는 계약을 체결하며, 물 보충 프로젝트의 총량을 3500만m<sup>3</sup>로 늘렸습니다. 또한 클라우드 하드웨어의 재사용 및 재활용률은 82%로 높였습니다. 제품 포장재에 들어가는 일회용 플라스틱 비율을 3.3%로 줄임으로써 작년에만 총 12,159메트릭톤(MT)의 고형 폐기물을 줄이는 성과를 냈습니다.



아마존

지난해 2021년 대비 탄소 배출량을 줄이는 데 성공했다고 발표했습니다. 아마존이 탄소 발자국을 처음 공개하기 시작한 2019년과 비교하면 여전히 약 40% 더 많은 수준이나, 전년 대비 탄소 발자국이 감소한 건 지난해가 처음입니다. 매출 1달러당 배출량을 측정하는 아마존의 탄소 집약도도 2021년과 2022년 사이에 7% 감소했으며, 2019년 이후로는 24% 감소했습니다.



포드

포드는 지난 2022년 DTE 650메가와트(MW) 규모의 태양광 에너지를 구매, 2025년까지 차량 생산에 사용할 계획입니다. 이 구매량은 미시간주 전체 태양광 에너지의 약 70%에 해당하며, 미국 내에서도 가장 큰 규모입니다. 또한 2023년 6월에는 자사 최초 탄소 중립 공장인 쉐러 전기차 센터를 개관했습니다. 이 센터를 통해 2035년까지 탄소 중립 달성, 2026년 말까지 연간 25만 대의 전기차 생산을 목표로 하고 있습니다.

# 데이터로 읽는 환경문제 플라스틱

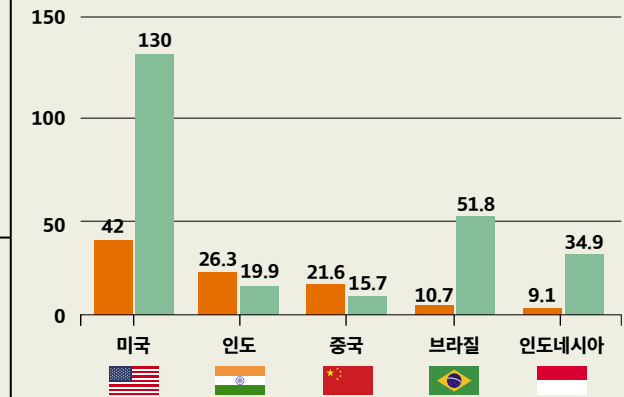
## KEY FACTS

- ✓ 전 세계적으로 매년 약 4억 톤의 플라스틱 쓰레기가 배출됩니다.
- ✓ 매년 1천만 톤의 플라스틱이 바다로 유입됩니다.
- ✓ 중국은 전 세계 플라스틱 생산량의 32%를 차지하며, 세계에서 가장 많이 플라스틱을 생산하는 나라입니다.
- ✓ 미국은 플라스틱 쓰레기를 연간 42백만 톤 배출하는데 그 어떤 국가보다 많습니다.
- ✓ 미국에서는 매년 500억 개의 플라스틱 물병이 판매되는데, 그중 18%만 재활용을 위해 수집됩니다.
- ✓ 우리 지구의 바다에는 5조 2500억 개의 플라스틱 조각이 있습니다.

\*통계 출처: theroundup.org

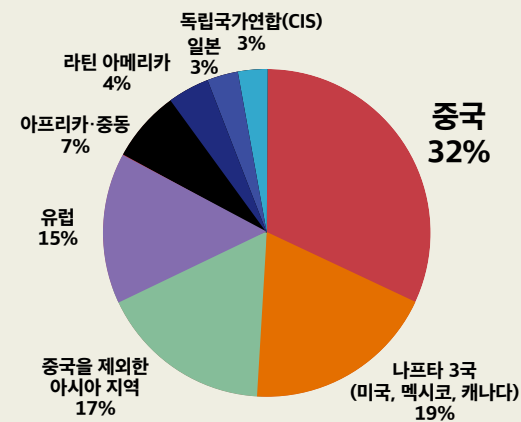
가장 많은  
플라스틱 쓰레기를  
배출하는 나라는  
어디일까요?

총 배출량(M/T)  
1인당 배출량(kg)

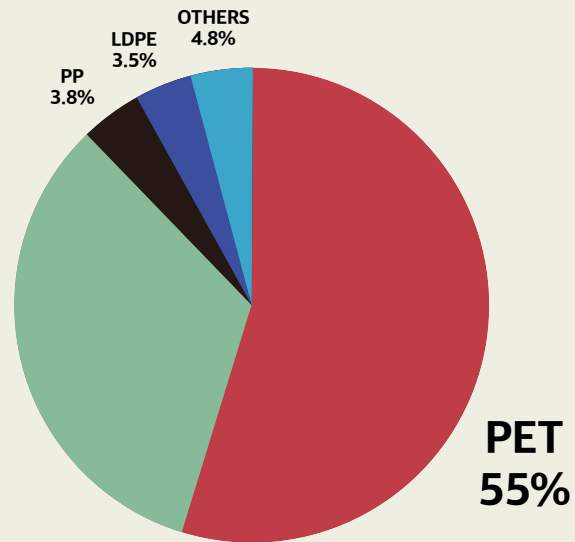


2016년 조사에 따르면 미국·인도·중국이 전 세계 플라스틱 쓰레기 배출량 상위권을 차지했습니다.  
미국은 압도적으로 최악의 상황으로, 매년 4200만 메트릭 톤의 플라스틱 쓰레기를 배출합니다. 미국 환경보호청(EPA)에 따르면, 2018년 기준 1인당 130킬로그램의 플라스틱 쓰레기를 배출했습니다.  
인도는 2630만 톤으로 두 번째, 중국은 2160만 톤으로 세 번째로 나쁜 상황입니다. 그러나 UN 바젤 협약을 포함한 다른 연구들은, 미국이 인구 대비로는 가장 나쁜 상황임에도 중국을 세계에서 가장 많은 플라스틱 쓰레기를 배출하는 나라로 평가하고 있습니다. 브라질, 인도네시아, 러시아, 독일 그리고 영국도 상위 10위 안에 들어갑니다.

## 세계 최대 플라스틱 생산국 순위



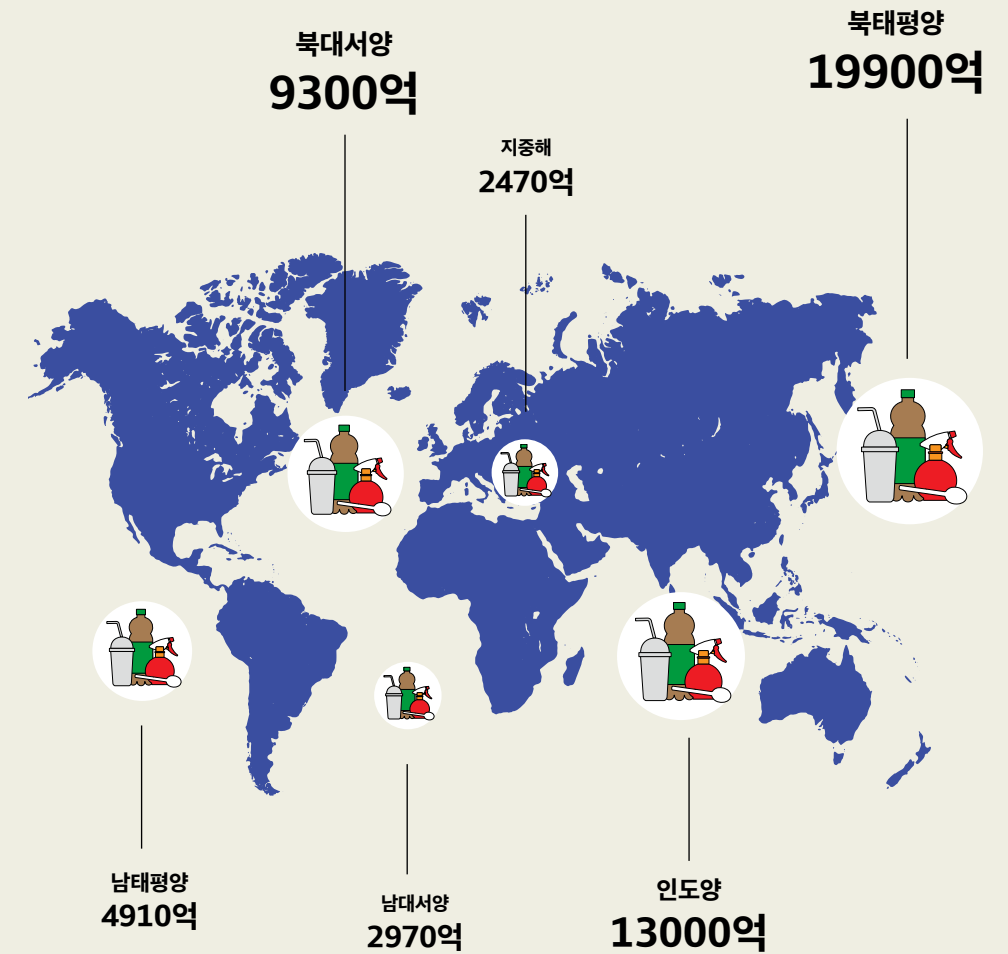
플라스틱 제품의 생산 및 유통 측면에서 중국은 전 세계 생산량의 32%를 차지하며 선두를 달리고 있습니다. 나프타 3국이 19%로 그 뒤를 이었습니다. 나머지 아시아 지역을 합치면 17%, 유럽이 15%를 생산하고 있습니다.



### 재활용률이 가장 높은 플라스틱은 무엇인가요?

1950년 플라스틱 대량생산이 시작된 이래 세계는 90억 톤이 넘는 플라스틱을 제조해 왔습니다. 이 중 6억 톤(약 6.5% 이상)만 재활용되었으며, 그중 2억 톤만 사용 중입니다. 지금까지 생산된 플라스틱의 절반 이상이 폐기물로 사라진 겁니다.

PET(폴리에틸렌 테레프탈레이트)는 가장 일반적으로 재활용되는 플라스틱 유형으로 전 세계 플라스틱 재활용의 55%를 차지합니다. 그 뒤를 이어 HDPE(고밀도 폴리에틸렌)가 32.9%를 차지하며, 다른 유형의 플라스틱은 거의 재활용되지 않습니다.



### 플라스틱 오염으로 가장 크게 영향을 받는 바다는 어디일까요?

플라스틱 쓰레기의 영향을 가장 크게 받는 바다는 북태평양입니다. 여기에는 약 1990억 개의 플라스틱 조각이 있는 것으로 추정됩니다. 캘리포니아 해안에 떠다니는 이른바 '태평양 대(大) 쓰레기장(Great Pacific Garbage Patch)'은 독일 면적의 4배 이상입니다. 인도양에는 약 13000억 개, 북대서양에는 9300억 개, 남태평양에는 4910억 개의 플라스틱이 있는 것으로 추정됩니다.

# 기후 위기 시대, 무탄소 에너지 전환이 생존의 길이다

김해동 계명대학교 환경학부 교수

## 들어가며

마지막 빙하기가 끝난 약 1만 2천 년 전부터 현재까지의 지질 시대를 '홀로세'라고 한다. 홀로세에서도 기후가 급변하는 시기가 반복적으로 발생했지만, 상대적으로 꽤 안정적인 상태가 지속되었다. 이러한 기후의 안정화가 인류 문명 발달과 인구 폭증의 배경이 되었다. 홀로세는 '인류와 자연이 조화로운 온전한 시기'라는 의미다. 기후 위기 문제는 역설적이지만 홀로세의 온후한 기후 조건이 배경이었다는 말이다. 18세기 중엽, 영국의 글래스고에서 제임스 와트가 제한된 용도로 사용하고 있던 증기기관을 다용도로 사용할 수 있도록 기술 혁신을 이루며 산업혁명이 시작되었다. 극지방의 만년설 속에 갇혀 있는 과거의 공기를 채집해 분석하면 대기 중 탄소 농도가 이 시기를 경계로 증가했다는 사실이 확인된다. 산업혁명 이후 과학 기술이 크게 발전해 물자가 풍부해지고 인구는 폭증했다. 산업혁명이 시작될 당시 3억 명 정도였던 세계 인구는 20세기 중반에 25억 명을 넘었고, 현재 80억 명에 이른다. 2050년에는 100억 명에 근접할 것으로 전망된다. 애덤 스미스 등이 주창한 주류 경제학 이론은 이런 상황을 더욱 조장하는 이론적 토대를 제공했다. 인간은 더 많은 물자와 생활 공간을 필요로 했고, 그 결과 기후 위기와 지구 환경 오염, 생물 대멸종 사건이 발생했다. 그리고 이제는 인류의 종말을 걱정해야 하는 처지가 되었다. 이 문제를 매우 시급하게 해결해 내야 하는 것이 이 시대를 살아가고 있는 사람들의 책무인데, 그 핵심은 무탄소 에너지 전환과 적정 생산, 적정 소비로도 안정적으로 살아갈 수 있는 새로운 경제 체제를 확립하는 데 있다. 여기서는 무탄소 에너지로의 전환 문제를 살펴보고자 한다.

## 무탄소 에너지 전환을 위한 움직임과 기회

무탄소 에너지란 전력 생산 과정에서 탄소를 배출하지 않는 에너지를 말하는데, 재생에너지와 원자력 발전이 대표적이다. 재생에너지는 지열과 수력이 매우 풍부한 일부 국가를 제외하면 태양광과 풍력이 대부분을 차지한다. 현재 전 세계는 화석 연료에서 얻는 에너지의 양이 여전히 압도적으로 많다. 이를 시급히 무탄소 에너지로 전환해야 한다. 기후 위기를 야기한 대기 중 온실가스의 가장 큰 원인 물질이 화석 연료 연소 과정에서 나오는 이산화탄소이기 때문이다. 인간 활동에서 배출되는 이산화탄소의 약 3/4은 에너지 생산, 즉 화석 연료를 연소해서 에너지를 얻는 데서 나온다.

무탄소 에너지로 전환하기 위해서는, 전력 생산에서 화석 연료 의존을 탈피하는 일뿐 아니라 에너지 소비를 전지화(電地化)로 전환하는 것도 중요하다. 무탄소 에너지원은 전력을 생산하는 데 유용한 수단이므로 현장에서 화석 연료를 연소해서 에너지를 사용하는 부분을 전지로 전환해야 한다.

전 세계 에너지 소비에서 전력이 차지하는 비중은 아직 20% 정도에 머물러 있다. 전기 에너지 사용 비중을 대폭 높이고, 그로 인해 새로 창출될 전력 수요를 무탄소 에너지원으로 커버해야 한다.

장래 전력 소비량은 지금보다 훨씬 늘어나야 한다는 말이다. 에너지 효율을 개선하고 사용을 대폭 억제하면서 살아가야 한다는 점은 너무나 당연한 일이다.



무탄소 에너지원으로서의 전환은 재생에너지가 주도할 것으로 전망된다. 2023년 9월에 발간된 국제에너지기구(IEA)의 보고서에 의하면, 2030년까지 태양광과 풍력 발전 설비 용량이 추가로 1,140GW 늘어나서 전체 전력 생산에서 차지하는 비중이 40%에 이를 것이라고 한다. 2050년엔 풍력과 태양광 발전이 전체 전력 생산량의 70% 이상을 감당하고, 다른 재생에너지까지 합하면 89%에 이를 것이라고 한다. 이런 전환 비용으로 2017부터 2022년까지 5070억 달러가 쓰였는데, 2023~2030년 1080억 달러, 2031~2035년 1185억 달러, 2036~2050년 8750억 달러가 투입될 것으로 전망했다. 반면, 이 기간 동안 원자력 발전에 투입될 비용은 재생에너지의 10% 내외에 그칠 것이라고 한다. 한편, 2023년 10월 《네이처》에 전 지구 에너지원의 가격을 전망한 논문('The momentum of the solar energy transition')이 실렸다. 저자들은 2027년 이후엔 태양 에너지 자원이 아주 부족한 북극권 부근 국가를 제외하곤, 태양광 발전이 모든 에너지원 중에서 가장 저렴해진다고 전망했다. 우리나라도 예외가 아닌 것으로 평가되었다. 우리나라는 국토 면적이 좁고, 태양광과 풍력 자원도 빈약해 재생에너지 생산에 부적합하다고 주장하는 사람들이 적지 않다. 하지만 농경지를 영농 복합(solar sharing) 방식으로 적극 활용하고, 여타 유휴부지(도로와 하천 변, 도시 건물 등)를 찾으면 충분히 대응할 수 있다. 아울러 우리나라는 재생에너지 설비 생산 분야에서 높은 수준의 기술 경쟁력을 확보하고 있다. 이를 제대로 활용한다면 무탄소 에너지 전환은 우리 경제에 오히려 큰 기회로 작용할 것이다.

## 어떤 무탄소 에너지원을 지향해야 할까?

올해 9월에 개최된 유엔 총회에서 윤석열 대통령은 탄소 중립 목표 달성을 앞당기기 위한 현실적인 대안으로 재생에너지뿐 아니라 원전, 수소와 같은 고효율 무탄소 에너지를 폭넓게 활용할 것이라고 말했다. 나아가 전 세계 무탄소 에너지 확산을 위해서 누구나 참여할 수 있는 오픈 플랫폼 'CF 연합(CFA, Carbon Free Alliance)' 결성을 제안했다. 이 제안에서 가장 중요한 무탄소 에너지원으로 원전을 염두에 두었을 것이라는 사실은 쉽게 짐작할 수 있다.

그런데 유엔 총회 기간에 재생에너지 확대와 에너지 효율 향상을 통한 탄소 중립을 지향하는 새로운 거대 기구인 '전 지구 재생에너지 연대(GRA, Global Renewable Alliance)' 결성 움직임이 있었다. 이 기구에는 IRENA(국제재생에너지기구)와 RE100을 포함한 다양한 기구 및 글로벌 기업 등 250여 개 단체가 참여했는데, 참여 글로벌 기업의 시가 총액은 12조 달러에 달한다. GRA는 '더블 다운 트리플 업(Double Down Triple Up)'을 제시한다. 2030년까지 에너지 효율을 현재의 2배로, 재생에너지 생산 설비 용량을 현재의 3배로 높이겠다는 의미다. 2030년까지 재생에너지 설비 용량 확대에 매년 4조 달러를 투자해 11TW까지 확대한다는 구체적인 목표도 제시했다. GRA의 이런 목표는 올해 11월에 아랍에미리트(UAE)에서 개최되는 제28차 기후변화협약 당사국 총회에서 최종 합의할 예정이다. 전 세계 석탄 발전 설비 용량이 약 1.4TW라는 점을 고려하면 이 목표가 얼마나 대단한지 짐작할 수 있다. 이처럼 무탄소 에너지원의 대세는 재생에너지이다. 우리나라를 대표하는 글로벌 기업 대부분이 RE100에 가입해 있어 GRA에 발맞춰 가는 일은 피할 수 없는 과제다. 또 불과 3년 후인 2026년부터 유럽의 탄소국경세(CBAM)도 실제로 탄소세를 부과하는 체제로 가동한다. 우리나라가 재생에너지 생산량을 빠른 시간 안에 대폭 늘리지 못한다면, 기업들이 재생에너지 인증서를 구매하는 방식으로 RE100 요구 조건을 맞추며 언제까지 버틸 수 있을까? 재생에너지로의 전환은 우리가 피할 수 없는 과제라는 점을 직시해야 한다.

# 지속가능한 라이프스타일

## 터치포긱의 감각적인 업사이클 제품

터치포긱은 현수막 광고판 등 짧게 쓰이고 버려지는 자원을 재활용해 세상에 하나뿐인 상품과 환경교육 프로그램으로 만드는 일을 하고 있습니다. 제작과정에는 저소득 이웃과 장애인 작업장이 함께합니다.

### Re:pla 업사이클 요요

취미(놀이) 유튜브 공씨와 함께 기획한 플라스틱 업사이클 요요입니다. 고급 부품으로 부드러운 사용감을 주며, 간단한 놀이부터 고급 기술까지 모두 가능한 요요입니다. 또한 안전 인증 KC마크를 획득해 어린이도 안전하게 이용할 수 있습니다.



### Re:pla 위기 동물 티코스터(독도 강치)

19세기 초만 하더라도 독도에 약 3만~5만 마리가 서식하던 강치는 일제강점기 일본인의 무자비한 사냥으로 멸종 위기에 처했고, 1994년 국제자연보전연맹(IUCN)의 멸종 선언을 끝으로 이제 다시 볼 수 없게 되었는데요. 멸종된 강치의 귀여운 모습을 리사이클 컵받침에 담았습니다.



\* 'Re:pla(리플라)'는 플라스틱 업사이클의 자립화를 추구하는 소규모 창작자들의 공동 브랜드로, 제로웨이스트를 도와주는 플라스틱 업사이클 제품을 제작하고 있습니다. 굳이 새 플라스틱을 쓸 필요가 없는, 소소한 플라스틱을 업사이클 합니다.

SPC 참여 기업이 직접 기획하고 제작한 친환경 제품을 만나보세요. 일상 속에서 만드는 지구를 위한 작은 차이! 그 작은 차이, 변화가 모여 우리의 지속가능한 라이프스타일이 됩니다.

## 목화송이 협동조합의 제로웨이스트 제품

목화송이 협동조합은 환경과 건강을 생각하며 친환경 수공 패브릭 제품을 만드는 서울시의 우수 사회적기업입니다. 여성의 행복한 삶과 건강을 고민하며, 함께 일하는 직원의 안정적인고 지속가능한 일자리를 위한 제품을 생산합니다.

### 텀블러 파우치

한 번 쓰고 무심코 버리는 종이컵 대신 텀블러(물병)를 사용해 보세요! 목화송이의 텀블러 파우치는, 안감이 무독성 방수 라미네이팅 원단이라 내용물이 바깥으로 새어 나오는 것을 막아줍니다. 양면으로 사용 가능하며, 손잡이와 조임 나사가 있어 가벼운 산책이나 외출 시 들고 다니기 편합니다.



### 20 BOTTLES 장바구니

환경보호를 위한 첫걸음, 페펫병 재생 원단으로 만든 장바구니입니다. 지퍼를 이용해 손바닥 크기로 접을 수 있으며, 50g의 무게로 보관이 간편하고 내구성이 뛰어납니다. '20 BOTTLES'라는 네이밍은 버려진 국산 페트병 20개를 깨끗하게 세척하고 작은 조각으로 분쇄해 침-원사(실) 과정을 거쳐 탄생한 1y(야드)의 원단을 의미합니다.



# 사회성과인센티브(SPC), 선순환 사회적기업 생태계의 과학적 증거가 되다

최근 정책결정 방식에 새로운 바람이 불고 있습니다. 바로 증거기반 정책결정(Evidence-Based Policymaking)인데요. 국민에게 실효성 있는 정책을 수립하기 위해 통계와 계량적 분석 등 객관적 정보를 활용한 정책분석과 평가의 중요성이 부각되는 가운데, 증거를 활용해 합리적인 정책결정과 평가를 내리고자 하는 경향이 커진 것입니다. 특히 사회적가치연구원의 사회성과인센티브(성과 비례 보상제도)는 사회적경제 분야의 정책결정에 과학적 증거로 활용될 수 있으며, 국내 지자체뿐만 아니라 일본, 중국 등 해외에서도 주목받고 있습니다. 이번 호 'SPC의 모든 것'에서는 정책결정에 중요한 기준이 되는 증거기반 정책결정 방식에 대해 알아보고, 사회성과인센티브(Social Progress Credit, 이하 SPC)가 증거로 활용된 다양한 사례를 살펴보겠습니다.



## 증거기반 정책결정의 개념 및 사례

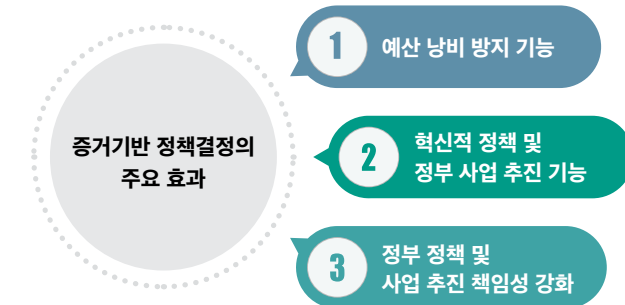
### 증거기반 정책결정 개념 & 배경

- 정책결정자의 의견기반(Opinion-based) 정책결정과 대비되는 개념으로 과학적 증거에 기초한 정책결정을 의미
- 1997년, 영국의 **토니 블레어 수상**이 증거에 기반한 정책결정을 제안하고 이를 대중화했다.
- 미국은 오바마 정부를 중심으로 증거기반 정책결정이 확대되었다.



"통계는 국가 경영의 기반이다."

### 효과 및 증거 수집 방법



- 주요 정책증거 수집 방법  
: **무작위통제실험(RCT)\***을 가장 강력한 정책증거로 활용

#### \*무작위통제실험(RCT)

정책이 적용되는 실험군과 정책이 적용되지 않은 대조군을 무작위로 나누고 정책으로 인한 대조군 대비 실험군의 효과를 엄밀히 검증하는 실험 [무작위통제실험으로 국제개발정책을 실험한 마이클 크레이머 교수 연구진이 2019년 노벨경제학상 수상]

### 사례

#### ● 미국

**오바마 정부**는 증거기반 정책의 중요성을 강조하고 본격적인 기반을 마련했다.

특히, **예산관리처(OMB)**는 예산, 고용, 투자, 세금 등에 관한 객관적인 데이터를 다루고 이를 제시한다.

#### ● 한국

우리나라는 **증거기반 정책입안의 초기 단계**라고 볼 수 있다. 데이터기반행정법이 2020년에 제정되었으며, 현재 시행 중이다.

데이터기반행정법 제2조에서는 **공공기관이 생성하거나 다른 법인·단체 등으로 취득하여 관리하고 있는 데이터를 정책 수립 및 의사 결정에 활용**함으로써 객관적이고 과학적으로 행정을 수행할 것을 명시하고 있다.

## 사회적경제 분야의 EBPM 사례: SPC

기존의 사회적기업 지원 정책은 일률적인 지원으로,  
사회적기업이 더 많은 사회 성과를 창출하고자 하는 **동기부여 측면에 있어 제한적**

SPC는  
사회적기업의 **성과를 측정하고 차별적 인센티브를 부여**함으로써 사회문제 해결을 촉진

EBPM은 공공정책결정에 있어서 **효과성이 검증된 데이터를 근거**로 하여  
비용 효과적이고 목적 지향적인 정책결정을 하는 시도

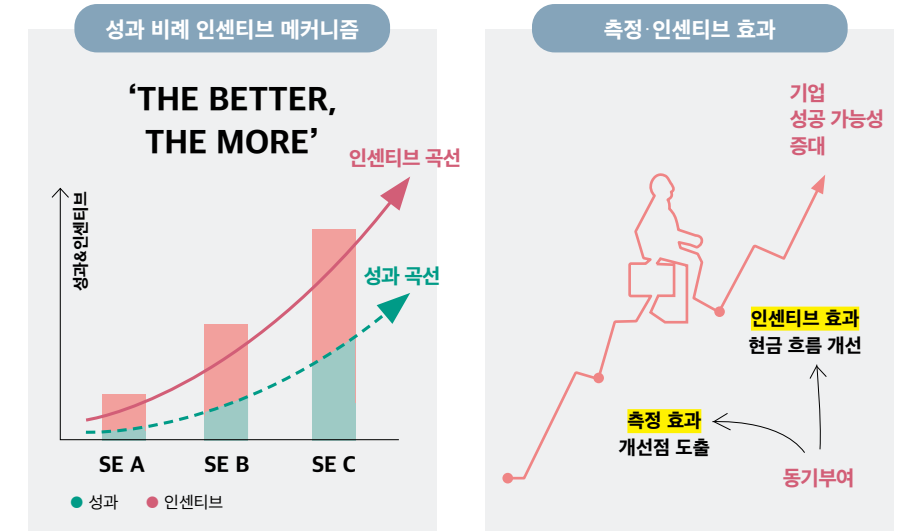
**효과성이 검증된 SPC 사업의 데이터를 정책증거로 활용**하여  
사회적기업에게 동기부여하고 재정 효율적인 성과 비례 보상 정책을 추진

이런 측면에서 SPC는 사회적경제 분야 EBPM의 한 사례가 될 수 있으며,  
**Outcome-Based Funding 취지에도 잘 부합하는 제도**

## EBPM으로서의 SPC

### SPC

- 기업의 **사회 성과에 비례**하여 주어지는 '**성과 비례 인센티브**',  
'The Better, The More' 메커니즘으로 사회 성과 창출을 동기부여

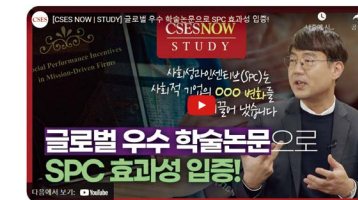


### SPC 프로젝트의 성과를 정책증거로 삼아

### 기업 사회성과 창출의 동기부여 및 사회적기업 생태계 조성 가능

**1 SPC 효과성 검증 논문 게재 ('22)** SPC의 두 가지 축인 측정 효과와 인센티브 효과의 효과성을 계량 검증한 논문으로, 세계 최고 경영 학술지인 <매니지먼트 사이언스>에 게재되었다.

**2 세계경제포럼, SPC가 독창적·효과적 프로그램임을 재조명('23)** 2013년, SK그룹 최태원 회장이 세계경제포럼에서 최초 제안. 2023년, 10년 후 세계경제포럼에서 효과성 재조명.



정선문, 신재용 교수의  
Social Performance Incentives in  
Mission-Driven Firms, 2022



최태원 SK그룹 회장,  
2013년 1월 다보스포럼  
임팩트 투자 세션에서  
SPC 개념 설명



2023년 1월  
WEF OpEd에서  
SPC 재조명

## 성과 비례 보상제도 확산 추진 현황

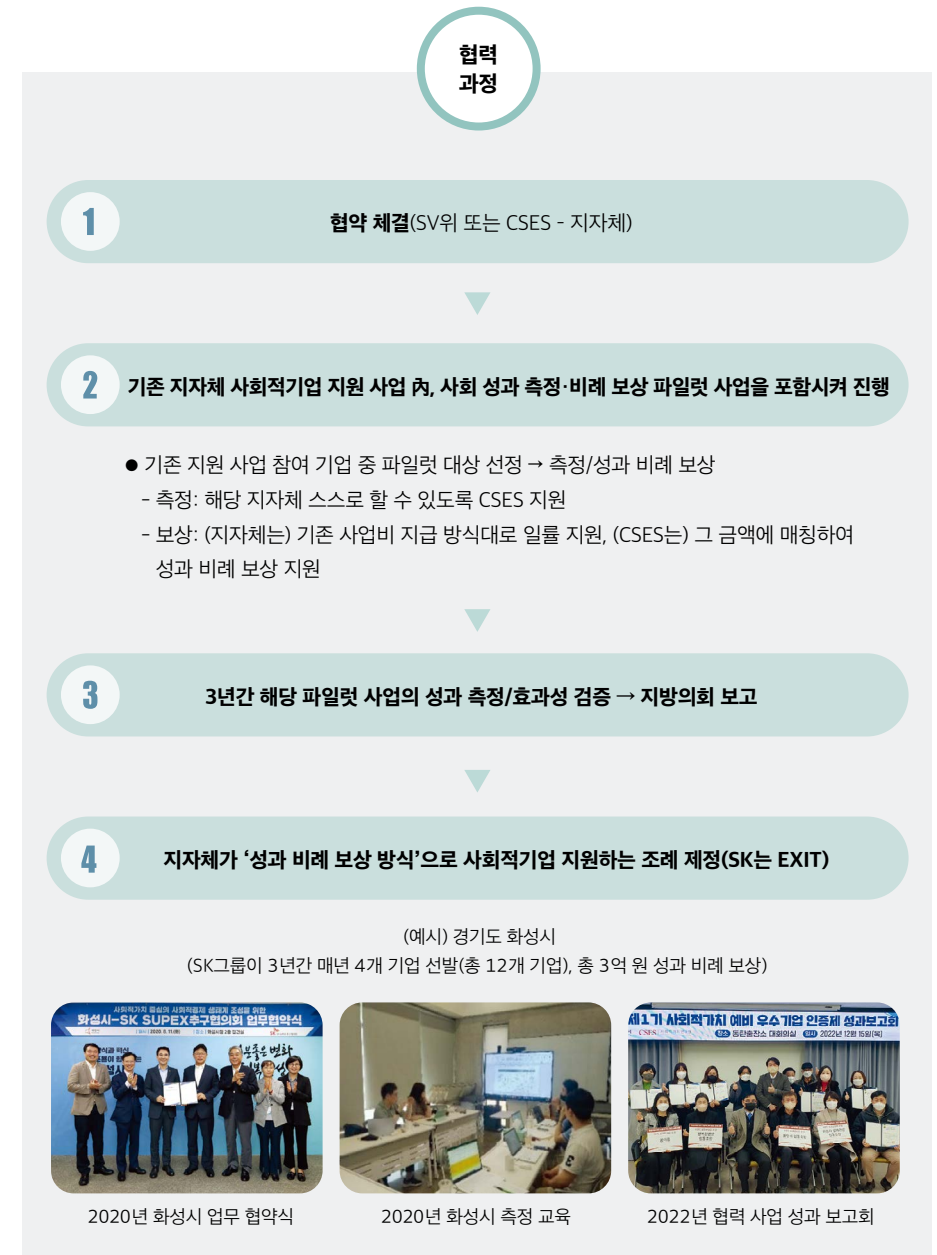
성과 비례 보상제도 협력 사업 추진을 위한 지자체 협약



## 성과 비례 보상 협력 사업 협약 후 '협력 과정'

지자체와의 협약 후 지자체와 성과 비례 보상 방식 파일럿 사업을 진행하여  
지자체 내에서 효과성 검증

→ 데이터로 지방의회를 설득하고 성과 비례 보상 관련 조례 제정 추진



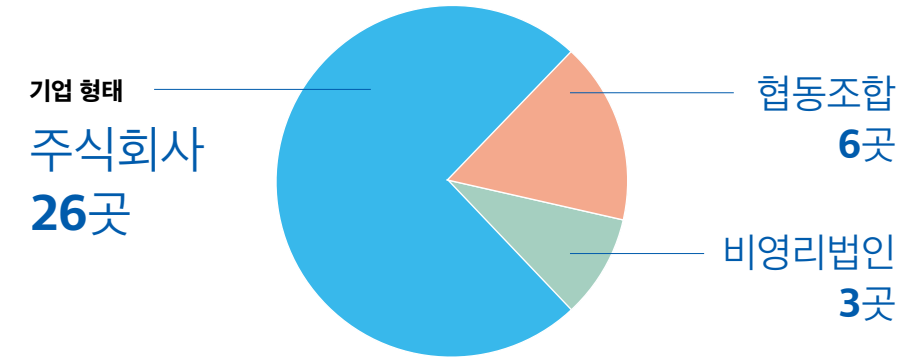
## SPC 3기

## 모두가 행복한 사회를 위한 사회서비스

2015년에 시작된 SPC 프로젝트는, 사회적기업이  
사회문제 해결에 집중하면서  
동시에 지속가능성을 높일 수 있는 사회적기업 생태계의  
선순환 구조를 구축하고 있습니다.  
2015년 1기 44곳, 2016년 2기 50곳에 이어  
2017년 사회성과인센티브 3기는  
총 36곳의 기업이 선정되었습니다.  
특히 2017년은 130곳의 누적 기업이 324억 원의  
사회 성과와 73억 원의 인센티브를  
창출(2018년 지급)하면서 SPC 측정 체계의  
확장성을 확인한 해이기도 한데요. 평균 업력 10년 이상,  
차별 없이 행복한 사회를 꿈꾸는  
3기 기업의 활약을 만나보시죠.

VITALITY  
KNOW-HOW

### SPC 3기 기업의 특징(2022년 기준)



기업 업력

최소 8년  
~최대 15년



5년2017~2022 동안  
3기 기업이 만들어 낸  
사회 성과 총액

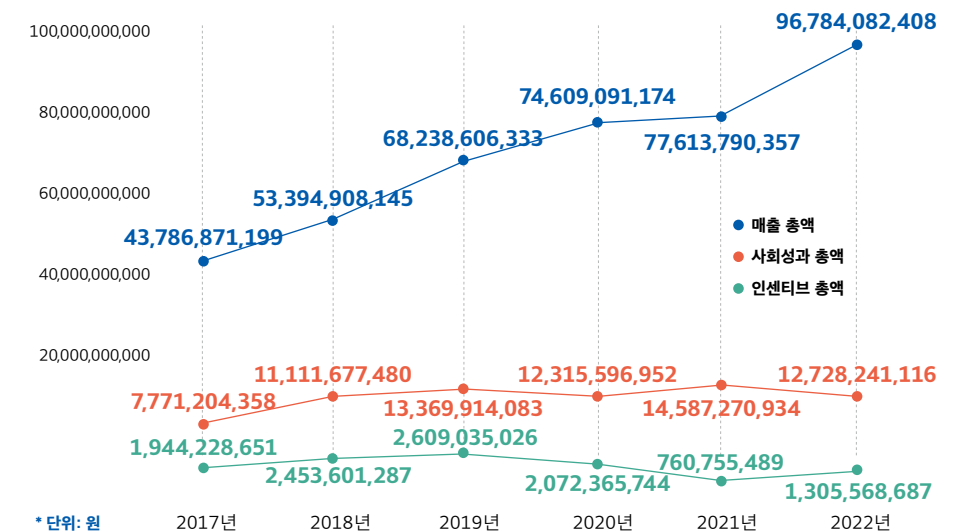
718억 원



5년2017~2022 동안  
3기 기업이 만들어 낸  
매출 총액

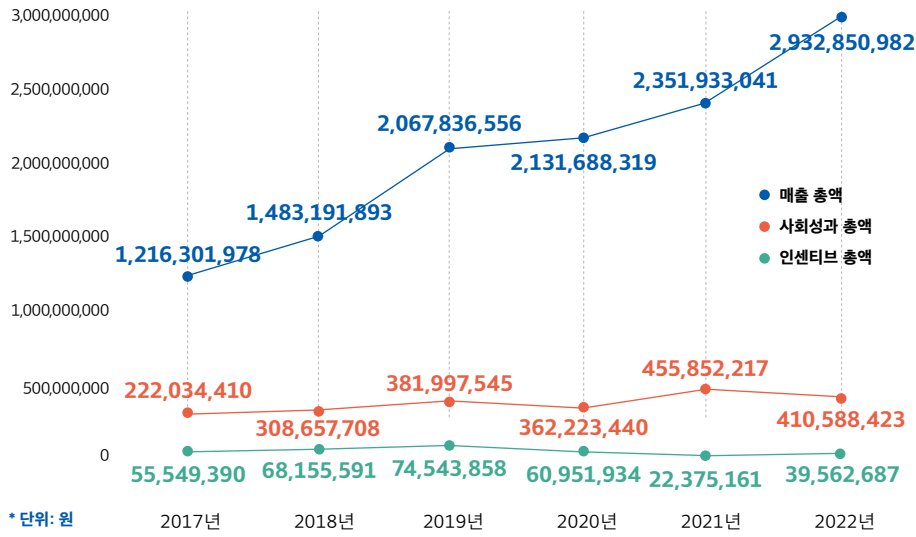
4144억 원

### 3기 기업의 2017~2022년 매출, 사회 성과, 인센티브 추이



\* 단위: 원

3기 기업의 2017~2022년 매출, 사회 성과, 인센티브 총액 추이

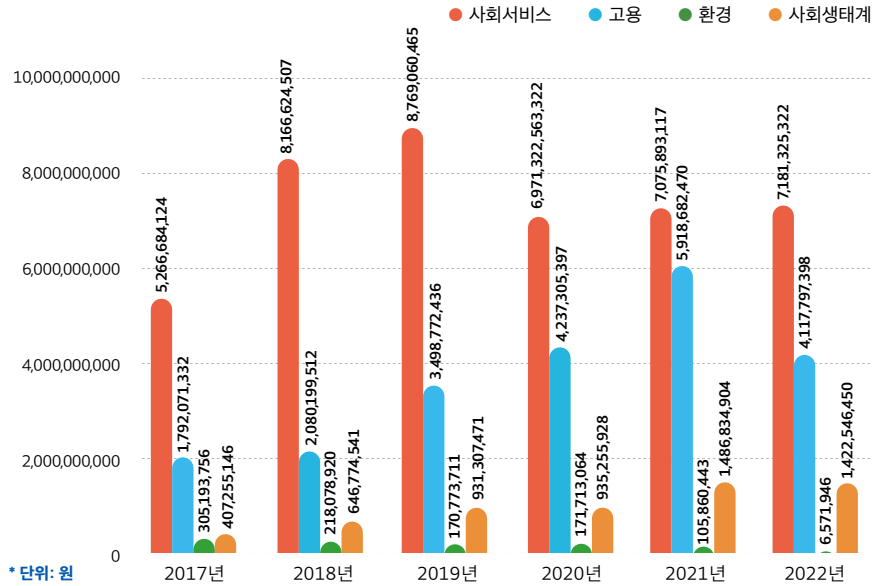


\* 단위: 원

3기 기업의 2017~2022년 매출, 사회 성과, 인센티브 평균 추이

유형별 사회 성과 총액

창출한 사회 성과는 사회서비스 성과 > 고용 성과 > 사회생태계 성과 > 환경 성과 순이었습니다.



\* 단위: 원

SPC 3기 참여 기업이 창출하는 사회 성과 유형

SPC 3기 참여 기업 리스트

| 회사명            | About Company                                                                                                                            | products/services                                                                                                            | 사회성과 구분                       |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| 가온IPM          | 취약계층에게 안정적인 근로 환경을 조성하고 고용 기회를 확대해서 보람 있는 일자리를 제공하고, 지역사회의 발전에 기여합니다.                                                                    | 소독방역<br>청소                                                                                                                   | 사회서비스 성과<br>고용 성과<br>환경 성과    |
| 교육사회적기업<br>포인트 | 창의적 미래 인재 양성을 목적으로 아동과 청소년들이 꿈과 잠재력을 개발하며 미래를 설계할 수 있도록 고품질 융합 교육 콘텐츠를 개발하고, 농산어촌 지역 학생들을 위한 체험 환경 격차를 해소하기 위한 콘텐츠 개발과 조직 운영을 진행하고 있습니다. |                                                                                                                              | 사회서비스 성과                      |
| 금사연            | 어르신의 소외감 해소와 다양한 여가 활동을 제공하며, 무위감과 고독감을 완화하는 영화 콘텐츠를 제공합니다.                                                                              | 영화상영업                                                                                                                        | 사회서비스 성과<br>고용 성과             |
| 누리             | 방문요양 서비스를 통해 노인의 삶의 질을 향상하고, 사회적 소외 계층을 발굴하여 사회서비스를 제공합니다.                                                                               | 재가요양 서비스<br>장애인 복지사업                                                                                                         | 사회서비스 성과<br>고용 성과<br>사회생태계 성과 |
| 더넷하우스<br>협동조합  | 올바른 반려동물 문화를 형성하고, 사람들의 반려동물 인식 변화를 추구하여 반려동물과 사람들이 함께 행복하고 조화로운 사회를 만들고자 노력하고 있습니다.                                                     | 강아지케어/교육/<br>상담/호텔<br>유기동물 입양<br>유기방지 교육 및 세미나<br>반려동물 자격증<br>취득 과정                                                          | 사회서비스 성과<br>사회생태계 성과          |
| 두리함께           | 장애인부터 노약자까지 모든 이동약자를 위해 접근 가능한 관광지 조사를 실시해 여행 정보를 수집하고 제공합니다 여행을 통해 누구나 평등한 기회를 누릴 수 있는 세상을 구축하는 것을 목표로 하고 있습니다.                         | 개인의 신체조건에 따른<br>유형별 맞춤형 여행상품<br>개발(휠체어 등 보장구<br>이용자, 발달장애 등)                                                                 | 사회서비스 성과<br>고용 성과             |
| 로앤컴퍼니㈜         | 대한민국의 법률 시장을 대중화하고 선진화하는 데 기여하고자 합니다.                                                                                                    | 법률서비스 O2O                                                                                                                    | 사회서비스                         |
| 맘이랜서           | 경력 단절 여성을 위한 교육 서비스 전문가를 양성하고 전문가를 배출합니다.                                                                                                | 출판 영상 방송통신 및<br>정보서비스업                                                                                                       | 사회서비스 성과<br>고용 성과<br>사회생태계 성과 |
| 맨퍼스            | 사회 취약계층에게 안정적인 일자리를 제공하고, 비영리 사회단체를 통한 재능 기부 및 헌물 기부로 공익을 실현합니다.                                                                         | 사무용 가구 제작 외<br>헬스케어 용품                                                                                                       | 사회서비스 성과<br>고용 성과<br>사회생태계 성과 |
| 명랑캠페인          | 기업 및 공공기관의 사회적 가치에 문화예술을 결합해 시너지를 창출하는 기획 그룹입니다. 알고 싶은 가치와 나누고 싶은 가치를 콘서트, 연극, 영상 등의 문화예술을 통해 함께 나눌 가치로 성장시킵니다.                          | 소셜 캠페인(보호종료 아동<br>인식 개선 및 자립 캠페인<br>인스타툰 '독립 만18세'<br>운영), 소셜 콘텐츠(뮤지컬<br>영상 콘텐츠 제작), 소셜<br>커머스(보호종료 아동 캐릭터<br>개발 및 상품 제작/판매) | 사회서비스 성과<br>사회생태계 성과          |
| 미담장학회          | 청소년들이 경제적인 여건에 관계없이 교육을 마음껏 받을 수 있는 사회를 조성하는 것을 목표로 합니다.                                                                                 | 교육 멘토링                                                                                                                       | 사회생태계 성과                      |
| 바른음원협동조합       | 불균형한 대중음악 시장 생태계를 복원하고 활성화합니다.                                                                                                           | 음원 유통                                                                                                                        | 사회생태계 성과                      |

| 회사명               | About Company                                                                                                                                                                       | products/services                                                                                     | 사회성과 구분                       |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| 비알인포텍             | 발달장애인 및 취약계층에게 질 좋은 일자리를 제공하고, 스스로 자립할 수 있는 능력을 갖추도록 사회적 지원을 제공합니다.                                                                                                                 | CCTV/정보통신공사업<br>LED 조명기기<br>도로 전광판<br>보건용 마스크(KF94 & 80)<br>제조 및 판매                                   | 사회서비스 성과<br>고용 성과             |
| 빅워크               | 일상 생활에서 쉽고 재미있게 참여할 수 있는 사회 공헌 서비스와 제품을 개발해 제공합니다.                                                                                                                                  | 사회공헌 플랫폼 빅워크 앱 제공<br>걷기 관련 프로그램 진행                                                                    | 사회생태계 성과                      |
| 사나래<br>(주)농업회사법인  | 1. 안전한 식품과 안정된 일자리를 제공합니다.<br>2. 농촌 지역의 취약계층, 특히 고령자와 지역 주민들을 중점적으로 고용합니다.<br>3. 직업 교육 및 귀농 전문 교육을 통해 농업과 농촌 지역의 지속적인 발전을 촉진합니다.<br>4. 소규모 농가의 안정적인 소득 증대와 농업 경영체의 귀농 교육 기회를 제공합니다. | 유통 판로 개척 어려운 농산물<br>매입<br>제품 가공/판매<br>귀농 교육/농촌 정착 지원                                                  | 사회서비스 성과<br>고용 성과<br>사회생태계 성과 |
| 사회적협동조합<br>동행     | 지속가능한 좋은 일자리 창출 및 취약계층에 건강한 식품 제공 통한 공유와 협동 촉진으로 새로운 도시 공동체 모델을 만듭니다.<br>마을 공동체를 기반으로 하는 사회적 경제의 새로운 모델을 구축하는 것이 목표입니다.                                                             | 브랜드‘웰도락’ 도시락<br>출장 뷔페 급식사업 진행<br>도시 텃밭 운영<br>각종 지역 공동체 사업 진행<br>지역 내 사회적경제 활동<br>컨설팅 및 직접 지원<br>사업 진행 | 사회서비스 성과<br>고용 성과             |
| 살림의료복지<br>사회적협동조합 | 평등·평화·민주 정신을 기반으로 주민이 주인이 되는 의료기관을 운영하고, 보건 및 의료 서비스를 제공함으로써 협동원들과 함께 건강한 삶을 추구하며, 더불어 사는 마을 공동체를 만들어 나가는 것을 목표로 합니다.                                                               | 의료 돌봄                                                                                                 | 사회서비스 성과<br>고용 성과             |
| 씨리비               | 지속가능한 일자리를 창출하고, 사랑과 나눔으로 삶의 질을 향상시키며 사회적 책임을 실천합니다.                                                                                                                                | 청소 행정 위탁사업<br>소독 행정 위탁사업                                                                              | 사회서비스 성과<br>고용 성과             |
| 아름다운사람들<br>복지회    | 장애 유형에 따른 일자리 불균형을 해소하기 위해 디자인 및 인쇄 분야에서 장애인의 장애 유형과 정도에 맞춘 실무 교육을 제공해 질 좋은 일자리를 제공하고, 장애인들의 자립 능력을 지원합니다.                                                                          | 디자인 및 편집/인쇄                                                                                           | 사회서비스 성과<br>고용 성과             |
| 아인                | 재제조 산업 활성화로 자원 순환, 환경 보호, 그리고 아름다운 국토 계승을 실현합니다.                                                                                                                                    | 재제조                                                                                                   | 고용 성과<br>환경 성과                |
| 업드림코리아            | 소비를 통한 기부 문화를 정착시키고, 공교육이 부재한 제3세계 아이들에게 지속가능한 교육을 제공하며, 국내 취약계층 아이들에게 생리대를 지속적으로 제공합니다.                                                                                            | 의류 제작/판매<br>생리대 기부                                                                                    | 사회서비스 성과<br>사회생태계 성과          |
| 에이노브              | 청년 뮤지션의 경제적 자립(음악 전공자 및 종사자의 저임금 문제 해결)을 위해 뮤지션의 브랜딩을 강화하고, 각 아티스트가 자신의 콘텐츠를 알릴 수 있는 채널을 확보하는 "One Artist One Channel" 프로젝트를 진행합니다.                                                 | Neekik시스템<br>소셜 엔터테인먼트 서비스                                                                            | 사회생태계 성과                      |

| 회사명      | About Company                                                                                                                                     | products/services                                                                                                                 | 사회성과 구분                       |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| 에코라이프살림  | 버려지는 소형 폐가전제품을 수거해 환경보호와 자원 순환을 실현하며, 고령자에게 일자리를 제공합니다.                                                                                           | 수거한 폐가전제품의<br>유가물 추출 후 판매                                                                                                         | 고용 성과<br>환경 성과                |
| 오엠인터랙티브  | 1. 청년 및 소셜 벤처 분야의 제품과 문화를 접목하여 온/오프라인 매장 및 문화마켓 운영으로 새로운 판로를 개척하고 긍정적인 이미지를 확산합니다.<br>2. 웹 및 모바일 서비스 구축 기술과 온/오프라인 마케팅 전문성을 사회적경제 분야에 접목하여 활용합니다. | 쇼핑몰 운영(소매)<br>pc/모바일 웹서비스<br>마케팅                                                                                                  | 사회서비스 성과<br>고용 성과<br>사회생태계 성과 |
| 위시켓㈜     | IT 기술을 활용해 소프트웨어 시장의 신뢰성 문제를 해결하고 시장의 투명성 및 효율성을 증가시킵니다.                                                                                          | 웹 소프트웨어<br>O2O                                                                                                                    | 사회생태계 성과                      |
| 위즈온협동조합  | 장애인의 안정적인 일자리 창출을 촉진하고, 정보 접근성을 향상시키며 웹 접근성 표준을 대중화합니다.                                                                                           | 맞춤형솔루션제작(SI)<br>홈페이지 쇼핑물 모바일<br>웹/앱 제작 및 리뉴얼<br>유지보수 웹 접근성 개선<br>정보 접근성 컨퍼런스 개최<br>장애인 영상 도서<br>제작 및 배포<br>취약계층 IT<br>전문가 육성 및 고용 | 고용 성과                         |
| 점프       | 다양한 배경을 가진 청소년의 교육 기회를 확대하고, 미래의 청년 인재를 양성해 나눔과 다양성의 가치를 실현합니다.                                                                                   | 취약계층 청소년 학습 지원 및<br>멘토링                                                                                                           | 사회서비스 성과                      |
| 천년누리전주제과 | 고령자 친화 기업 추구<br>건강한 음식 제조                                                                                                                         | 제빵                                                                                                                                | 사회서비스 성과<br>고용 성과<br>사회생태계 성과 |
| 테스트웍스    | 충분한 잠재력을 가졌지만 좌절했던 이들에게 스스로 증명할 수 있는 기회를 제공해 자부심과 성장의 기쁨을 느낄 수 있게 합니다.                                                                            | 소프트웨어 테스팅 교육<br>인공지능 데이터 라벨링 교육                                                                                                   | 사회서비스 성과<br>고용 성과<br>사회생태계 성과 |
| 트립티      | 취약계층에게 지속적이고 안정적인 일자리를 제공하고, 아동 및 청소년에게 체험 학습과 여행 서비스를 제공합니다. 이주민 산재 센터 운영을 지원하며, 더 나아가 공정무역으로 제3세계 취약계층의 삶의 질 향상을 도모합니다.                         | 공정무역 원두 납품<br>공정무역 제품 유통<br>공정무역 카페 운영 교육 등                                                                                       | 사회서비스 성과<br>고용 성과<br>사회생태계 성과 |
| ㈜하우징케어   | 일자리 제공형 사회기업으로서 취약계층의 경제적 안정에 기여합니다. 취약계층의 열악한 주거 환경을 개선하여 주거복지를 실현합니다.                                                                           | 취약계층 주거 환경 및 에너지<br>효율 개선 사업<br>각종 인테리어 공사                                                                                        | 사회서비스 성과<br>고용 성과             |
| 한빛       | 건강 취약계층에 신체 활동을 지원해 의료비 절감과 건강 증진을, 심리치료를 심적 안정과 감정적 교류를 촉진합니다.                                                                                   | 바우처 지원 사업 및 치료<br>지원 사업(운동 치료, 음악<br>치료, 미술 심리치료)<br>유소년 스포츠 사업                                                                   | 사회서비스 성과                      |
| 행복더하기    | 사회복지 서비스 제공으로 지역 주민의 삶의 질을 향상시키고, 취약계층에게 안정적인 일자리를 제공하며 지역 자원과 협력하여 지역 복지를 실현합니다.                                                                 | 장애인 재활 서비스 및 활동<br>지원·직업 교육<br>노인 종합 돌봄/가사 간병<br>서비스                                                                              | 사회서비스 성과<br>고용 성과             |

# 우리의 방향을 알려주는 나침반



**Q01 ... SPC 프로그램에는 어떻게 참여하게 되었나요?**

2013년 말, 창업 후 SROI(사회적 투자수익률) 개념을 처음 알게 됐습니다. 사회적기업연구원의 폭넓은 연구 협력 활동과 사회적 가치 창출 기업에 대한 각별한 관심이 느껴졌고, 초기 맘이랜서가 사회적기업으로서 정체성을 잡는 데 큰 도움이 됐습니다. 창업 초기 뚜렷한 성과 없이 1년을 보내는 동안, 제가 하는 도전이 어떤 의미가 있는지 주변 사람들에게 설명하는 것조차 어려울 때로 누군가들에게 존중받고 있다는 느낌이 들었습니다. SROI 같이 눈에 보이는 지표는 어떤 방향으로 가라고 알려주는 나침반이 됐고, 그 실행과정에서 2016년도에 SPC 프로그램의 일원이 되는 기쁨을 누렸습니다.

**Q04 ... 인센티브의 주된 활용처는 어디인지요?**

맘잡고 서비스 플랫폼의 업그레이드 투자와 병행하면서도 사회성과 활동이 위촉되지 않도록, 영업손실 금액을 예측해서 그 결손을 충당하고 경상이익을 맞추는 데 사용했습니다. 또한 2018년도 1차 클라우드펀딩 및 2019년말 및 2020년초에 걸친 2차 클라우드펀딩 및 제3자공모 혼합 방식의 재원조달 시에 사회성과 인센티브로 받은 금액의 사용 목적과 의미를 공유함으로써 사회적기업에 대한 가치 투자를 이끌어내는 데 큰 공감을 이끌어낸 바 있습니다.

**Q02 ... SPC 측정 준비 과정에서 주의해야 할 사항 등 조언이 있다면 무엇일까요?**

생존을 위해 하루하루 바쁜 것은 모든 창업 기업가들의 숙명입니다. 그 생존을 위해서 평소에 사업 목적 달성과 직결되는 사회 성과 지표에 의한 관리를 균형 있게 추진하는 데 시간을 쓰는 게 중요하다는 생각을 합니다. 이를테면 매일·주간·월간·반기·연간으로 관리하고, 매년 성과를 누적해서 비교해 보고 관리하는 습관을 조직원 전체가 공유하는 관행을 정립한다면, SPC 측정 신청에서도 누락된 실적 그 자체가 측정 자료로 소중하게 쓰입니다. 맘이랜서는 비교적 초기부터 모든 직원이 공유 클라우드로 무상 디지털 직무 훈련과 일자리 매칭 실적 지표를 조회할 수 있도록 했습니다. 현재 사업 책임자들과 제품 기획자, 마케터는 매주 1회 재무적 성과 지표와 더불어 리뷰를 하고 있습니다. 저희가 운영하는 '맘잡고 서비스 플랫폼'을 계속 업그레이드하면서, 구직자 회원과 구인 기업 가입 회원의 증가 관리 및 양자 간의 일자리 매칭 실적을 리뷰하고 생산적인 개선점을 도출하는 체계를 갖추게 되었습니다.

**Q03 ... 사회 성과 측정을 하면서 좋았던 점, 혹은 어렵거나 힘들었던 점이 있었나요?**

어렵고 힘들었던 점보다는 좋았던 점부터 말씀드리고 싶습니다. 가볍게 좋았다는 표현 그 이상입니다. 회사가 재무적으로 몇 차례 크고 작은 위기를 넘기면서도 일관되게 무상 디지털 직무 훈련과 일자리 매칭 실적을 낼 수 있었던 점은 바로 사회적기업 안전망과도 같은 SPC 수혜 덕분입니다. 특히 코로나 위기까지 겹쳤던 2017~2020년의 위기 관리에서 특히 큰 도움이 됐습니다. 이 기간 중에 SPC 파트너라는 위치는, 맘잡고 회원 대상 클라우드 펀딩과 맘이랜서의 사회적가치에 공감한 다수 회원 대상의 제3자 공모에 의한 보통주 투자유치를 하는 데 신뢰를 더해 자본금 확충 성공이라는 결과로 이어졌습니다. 이러한 여정 끝에 2022년도부터 영업이익 전환 및 올해도 값진 매출신장 및 영업이익 흑자가 예상됩니다. 그 외에 굳이 어려웠던 점을 말씀드리자면, 프리랜서 일자리 창출에 대한 사회적 합의와 법적·제도적 여건을 조성하는 부분입니다. 맘이랜서가 배출한 수요자 및 일자리 매칭의 대부분은 디지털 노동에 속하는 프리랜서 영역입니다. 전세계적인 디지털 전환 패러다임 속에서 확대되고 있는 프리랜서 혹은 자유노동 직업군 같은 제3의 노동 계층에 대한 많은 논쟁이 있고, 이에 대한 정부와 민간의 직업훈련 및 일자리 창출 모델 마련이 시급합니다. 맘이랜서는 이에 대해 표면적인 일자리 매칭 실적이 아니라, 제도권 내에서 디지털 노마드로 일할 수 있는 지속가능한 일자리 매칭 지원 플랫폼으로 사회 성과 측정 지표를 지속해서 추진하고 관리해 나가려고 합니다.

**맘이랜서 김현숙 대표** 경력단절 공백으로 경제활동 진입에 어려움을 겪는 여성들을 위한 코딩 융합 진로교육 전문가를 양성하는 기업입니다.

**Q05 ... 사회 성과를 좀 더 높여 인센티브를 늘리고자 한 특별한 노력이 있었을까요?**

인센티브를 늘리기 위한 노력보다는, 자녀 양육 등 현실적인 문제로 유연근로나 프로젝트 단위로 일하는 것을 선호하는 경력단절 여성에 대한 일자리 매칭 노력과 성과에 대해 인정받으려 노력했습니다. 그럼으로써 재직자도 아니고 자영업자도 아닌 제3의 노동계층에 대해 법적·제도적으로 실제적 문제해결에 다가가고 싶은 소망이 있습니다. 이에 대해 사회적기업연구원에서 일자리 문제해결에 큰 역할을 할 수 있다고 보고 있습니다. 구직자 또는 재직자에 대한 내일배움카드 지원 제도에서 구직을 반복적으로 하게 되는 프리랜서와 같은 계층에 대한 별도의 정의가 필요합니다. 이를 위해 민간 차원에서 SROI 관점의 부가가치적 측면에 대한 심도 깊은 평가와 제도권 내 편입을 위해 SPC 프로그램의 역할이 사회적 영향력 면에서 매우 중요하다고 생각합니다.

**Q07 ... 투자를 받거나 지원금 신청 시 SPC 측정 결과를 활용한 노하우나 경험담을 말씀해주세요.**

2019년 11월, 회사에서 투자설명회를 했습니다. 이때 한 참석자가 SPC에 대해 질문을 했는데, 꼬리에 꼬리를 무는 질문과 답변이 이어졌습니다. 재무제표상으로 회사는 영업손실이지만 경상이익이 나는 구조였습니다. 이를 설명하면서, SPC 어워드를 염두에 두고 2020년 및 2021년에도 구직자에 대한 무상 직업훈련과 일자리 매칭 활동을 늘리겠다고 했습니다. 이때 민간 프로그램인 SPC가 중단될 수 있는데 어떻게 그걸 믿고 사업을 해왔는가, 사회적가치에만 신경 쓰면 영업이익을 계속 내지 못할 수 있는데 불확실한 상황에 너무 의존적인 게 아니냐는 질문이 있었습니다. 잠깐 당황했습니다만, 2019 SOVAC에 주인공으로 초대받았을 때 들었던 “사회적 가치가 기업 경영의 기준”이라는 메시지를 전달하며 우리가 지속가능하도록 SPC 프로그램이 있는 것이고, 여기 계신 분들이 이를 이어받아 재원을 모아주면 사회 성과와 재무 성과 두 가지 가치를 올려서 되돌려 드리겠다고 약속했습니다.

**Q09 ... 다른 지원금과 비교해 SPC의 개선점을 말씀해주세요.**

복잡한 시장가치 증명 시스템 및 일 년에 1회로 제한된 측정 주기는 일반 사용자들에게 알려지기까지는 시의적절성이 떨어지는 요인이라고 생각합니다. SPC 프로그램 참여 기업이 만들어 내는 사회 성과 및 재무 성과를 기업들이 자체적으로 업데이트할 수 있는 공유시스템을 구축하고, 데이터는 단순 명료한 비교도의 형태로 시각화해 웹이나 앱의 사용자 UX/UI 인터랙티브를 구성한다면 일반 사용자 및 잠재적 투자자들에게 늘 최신 데이터로 그 기업의 사회 성과 창출 활동을 보여줄 수 있어 참여도를 높일 수 있으리라 봅니다.

**Q06 ... SPC 측정과 보상 참여 후 기업 경영에 도움이 된 사례가 있다면 무엇인가요?**

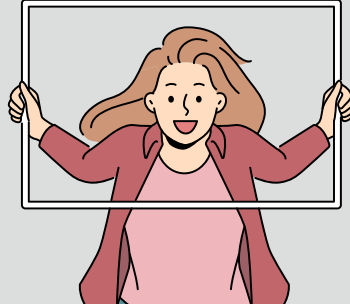
앞서 말씀드린 것처럼, 맘이랜서는 투자자의 공감 하에 투자 유치를 이끌어내는 데서 SPC의 가치를 크게 경험했습니다. 직원들과 이사회, 금액에 관계없이 맘잡고 사업모델에 공감하고 가치투자를 해주신 주주들, 그리고 오마이컴퍼니와 같은 펀딩 플랫폼, 사회적 가치를 평가하고 사회 경영에 큰 도움을 주신 사회적기업연구원 관계자분들 모두에게 진 빚이 큼니다. 이는 저희에게 값진 스토리로 남아 있고 앞으로도 사회적책임을 다해야 하는 부채로 남아 있습니다.

**Q08 ... 내부 직원이나 수혜자들의 SPC 사업 참여 만족도는 어떠한지요?**

2020년에 코로나 팬데믹으로 SPC에 의한 가치공유 활동이 더디게 진행되었습니다. 올해 자본잠식 줄입을 앞두고 있고, 내년에는 내부 직원 및 직업훈련, 일자리 매칭 수혜자들에게 분명한 메시지를 공유할 계획입니다. 물론 펀딩 투자 주주들에게도 사회 성과를 공유하고 부분적 환원 계획을 알릴 겁니다. 이때 만족도에 대한 실질적 체감 및 만족도 피드백을 받고자 합니다.

**Q10 ... 나에게 SPC란? '000이다.'**

우리가 가야 할 방향을 알려주는 나침반이다.



## CSES, SPC 국제화를 위한 ‘오프닝 포럼’ 개최

2023년 5월 16일, 사회적가치연구원(CSES)은 도쿄 히비코 쿨 콘퍼런스 스퀘어에서 ‘SPC 일본협력사업(outcome-based funding) 오프닝 포럼’을 개최하여 SPC 제도화 및 해외 확산의 새로운 장을 열었습니다. 이번 포럼은 일본 펀드레이징협회 JFRA와의 outcome-based funding 협력 사업 론칭을 기념하기 위한 것으로, 나석권 원장을 비롯해 박성훈 실장, 정종덕 책임, 박혜수 선임 등 CSES의 핵심 인사와 일본 소셜 임팩트 분야의 주요 기관 및 전문가, NPO 지원기관 대표 등 300명 이상이 온라인과 오프라인으로 참석했습니다.

나석권 원장의 기조연설로 시작된 포럼은 프레스 콘퍼런스, 패널 토론, SPC 협력사업 프로젝트 공식 발표 등으로 이어졌습니다. 패널 토론에서 호시 나오토 대표(임팩트 스타트업 협회)는 일본 내 임팩트 투자의 현황을 언급하며, 이번 협력사업의 IMM(Impact Measurement and Management)에 기반한

접근을 높이 평가했습니다.

행사는 일본 내에서도 큰 관심을 모아, 일본의 유력 방송인 Tokyo MX는 “Impact 중심 경제로의 전환”이라는 주제 아래 나석권 원장을 인터뷰하고 본 협력사업을 SK의 프로젝트로 소개했습니다. 이는 SPC의 국제화에 대한 기대와 관심을 반영한 것으로, 포럼을 통해 한국과 일본 간의 경제적 협력이 더욱 강화될 것으로 보입니다.

이번 포럼은 사회 성과를 화폐화 방식으로 측정하고 성과에 비례해 인센티브를 지급하는 혁신적인 접근을 통해 일본 내에서도 사회적 가치의 중요성과 경제적 성과의 연계 가능성을 탐색하는 계기가 되었습니다.



## CSES, 예금보험공사-서울보증보험과 사회적경제기업 지원을 위한 ESG파트너십(MOU) 체결

2023년 8월 28일, 사회적가치연구원(CSES)은 ESG 가치의 민간 부문 확산을 지원하기 위해 예금보험공사(예보) 및 서울보증보험(서보)과 함께 ‘2023년 사회적경제기업 지원사업’을 위한 업무협약을 체결했다고 발표했습니다. 협약식은 예금보험공사 본사에서 진행되었으며, CSES 나석권 원장과 유재훈 예보 사장, 유광열 서보 사장 등 주요 관계자가 참석한 가운데 성사되었습니다.

이번 협약은 예보가 2020년부터 매년 진행한 사회적경제기업 지원사업에 CSES의 ‘SPC 사업’을 접목시켜 민간협력 모델을 개발하고, 유관기관 간 협력을 통해 시너지 효과를 확대하려는 의도로 추진되었습니다. 금년도 지원사업의 주요 내용은 기후대응 및 탄소저감에 특화된 환경기업 10개를 선정해, 예보와 서보가 공동으로 마련한 2억 원의 지원금을 성과 비례 보상 방식으로 지급하는 것입니다.

협약에 따라, 선정된 기업들은 서보가 제공하는 우대보증 프로그램을 포함한 다양한 금융서비스 혜택을 추가로 받게 됩니다. 나석권 CSES 원장은 이번 협약이 금융 공기업이 SPC 기반의 성과 비례 보상 사업을 실행하는 첫 사례라며, 타 공공기관 및 정부 부처와의 협력에 좋은 레퍼런스가 될 것으로 기대한다고 전했습니다.

유재훈 예보 사장은 저탄소 녹색부문에 대한 지원과 검증된 사회적성과 측정 체계를 보유한 사회적가치연구원과의 ESG 파트너십을 통해 사회적경제 활성화 사업을 추진하며 의미 있는 성과를 거둘 것으로 기대한다고 밝혔습니다.



## CSES, SOVAC 2023에서 ‘성과 비례 보상제도, 서울에서 도쿄와 베이징까지’ 세션 성료

2023년 9월 15일, 서울 광진구에 위치한 워커히호텔에서 사회적 가치 확산과 생태계 확장을 모색하는 ‘SOVAC(Social Value Connect) 2023’ 행사가 개최되었습니다. 이 행사는 사회적 가치에 대한 공감대를 넓히고자 기획된 국내 최대 규모의 민간 주도 사회적 가치 축제로, 다양한 분야의 참여자들이 모여 사회적 가치 실현을 논의하는 장이 되었습니다.

오후 세션에서 사회적가치연구원은 ‘성과 비례 보상제도, 서울에서 도쿄와 베이징까지’라는 주제로 80분간 세션을 진행했습니다. 이 세션은 성과 비례 보상(Outcome Based Funding) 방식으로 사회문제를 해결하려는 공통의 목표 아래 한국·중국·일본 간의 국제협력 해법을 모색하는 내용을 담았습니다. SK의 사회성과인센티브(SPC: Social Progress Credit) 프로그램의 여정을 비롯해 일본·중국과의 협력사업 결과와 앞으로의 협력 방향에 대해 심도 있는 토론이 이루어졌습니다.

윤슬기 팀장(CSES)의 사회로 박성훈 실장(CSES), 라준영 교수(가톨릭대), 마사타카 우오 회장(일본펀드레이징협회), 미우라 히로키 교수(서울대), 김인선 교수(중국 대외경제무역대학), 바이빈 인 대표(시러송 자문 유한공사), 이영혜 과장(화성시청) 등 각계각층의 전문가들이 참여해 풍성한 논의를 이끌어냈습니다. 이번 세션을 통해 참가자들은 사회적 가치 창출에 대한 새로운 관점과 아이디어를 공유하며, 글로벌 사회문제 해결을 위한 협력의 필요성에 대해 다시 한번 공감하는 기회를 가졌습니다.

# 사회적가치연구원이 추천합니다!

## 사회적 가치는 어떻게 측정하나요?



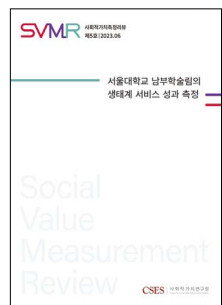
**<어썸레이 임팩트 리포트>**  
2023년 6월 21일

본 보고서는 어썸레이와의 협업을 통해 기업이 창출해내는 사회적 가치(임팩트)를 추정하기 위한 방법론인 「임팩트 IVM 가이드라인」을 적용해 어썸레이가 창출하는 사회적 가치를 측정 및 기술했습니다. 특히 어썸레이의 제품을 통해 창출되는 다양한 임팩트를 분석하며 핵심 임팩트를 중심으로 임팩트 밸류에이션까지 담았습니다.



**<사회적 가치는 어떻게 측정하는가>**  
2023년 9월 18일

사회 성과를 화폐적으로 측정하는 다양한 기법을 한눈에 조망하고 알기 쉽게 소개하는 가이드북을 제작했습니다. 주요 내용은 사회적 가치 측정에 대한 이해, SV 측정기법 랜드스케이프, 가격 기반 추정법, 비용 기반 추정법, 가치 이전, 주요 기관 측정 가이드라인 등으로 구성입니다.



**<SVMR 제5호: 서울대학교 남부학술림의 생태계 서비스 성과 측정>**  
2023년 6월 28일

SVMR(Social Value Measurement Review, 사회적 가치 측정리뷰)은 사회적 가치를 창출하는 임팩트 있는 사례와 그 측정에 대해 소개하는 사회적가치연구원의 시리즈 보고서입니다. 사회적가치연구원은 SVMR을 통해 그동안 쌓아온 다양한 사회 주체의 SV 측정 역량과 지식을 이해관계자들과 공유하고, 다양한 측정 시도를 통해 사회적 가치 측정에 대한 논의를 확산하고자 합니다.

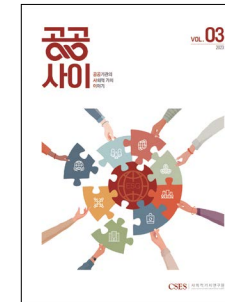


**<SPC Review> Vol.4**  
2023년 6월 30일

사회적가치연구원은 <SPC Review>로 사회성과인센티브(SPC, Social Progress Credit)의 'Numbers and Narrative'를 다각도로 분석하고 그 결과를 쉽게 전달하고자 합니다. 이번 <SPC Review>는 서울대학교 김부열 교수·최승주 교수 연구진이 수행한 <빅데이터 기반의 SPC 효과성 분석연구 최종 발표 자료 (2023.02.06)>의 내용을 발췌하여 발간했습니다.

# 사회적 가치 측정 및 ESG 연구·발간 자료

## CSES 발간 자료



**공공기관의 사회적 가치 이야기 <공공사이> 3호**  
2023년 7월 6일

공공기관 사회적 가치 측정 협의회에서 발간하는 시리즈물 <공공사이>는 공공기관의 ESG 및 사회적 가치 이야기를 담고 있습니다. 3호에서는 공공기관의 ESG 공시를 주제로 공공기관의 ESG 경영전략을 함께 모색하였습니다. 여러 공공기관 및 사기업의 ESG 경영 우수 사례를 소개하고, 다양한 ESG 전문가들의 시의성 있는 의견을 담았습니다.



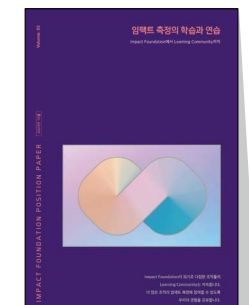
**<ESGame Cheat Code 2023>**  
2023년 9월 4일

ESG의 세 가지 핵심 요소를 탐구하는 연례 연구 조사인 ESG Game의 결과를 리뷰 및 아카이빙해, 우리 사회의 인식을 공유하는 매뉴얼 리포트입니다. 마치 게임의 치트코드를 사용하듯이 ESG 문제에 쉽게 접근할 수 있는 방법을 제안하는 이 리포트는 ESG에 대한 깊이 있는 토론을 유도하고, 사회 전반의 인식을 개선하는 데 기여할 것으로 기대됩니다.



**<2023 한국인이 바라본 사회문제>**  
2023년 9월 14일

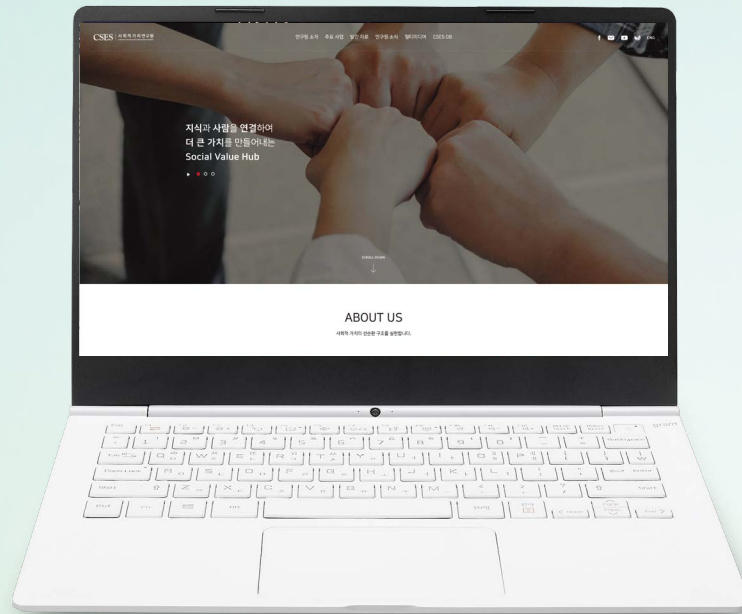
매년 1,000명의 국민을 대상으로 사회문제 인식조사를 수행해 국민의 생각과 인식을 살펴본 연구 보고서입니다. 2023년 5월 8일부터 12일까지 진행된, 사회문제에 대한 책임과 해결 주체, 국민이 바라는 기업의 지속가능 경영에 관한 인식 조사 결과를 담았습니다. 올해의 특별 이슈는 'AI와 사회문제'이며, 미디어 이슈 키워드 100개, OECD 국가 대비 한국의 상황 등을 포함합니다.



**Impact Foundation Position Paper**  
**- 임팩트 측정의 학습과 연습 Vol.3**  
2023년 10월 25일

비영리 조직들이 임팩트 측정 지식을 배우고 실천하는 과정을 다루며, 이를 통해 사회적 변화를 이끌기 위한 노력을 담은 페이퍼입니다. 작년에 이어 올해도 12개 비영리 재단과 조직이 참여하여 깊이 있는 통찰과 경험을 공유합니다.

## 사회적가치연구원의 소식을 빠르게 알고 싶다면?



### 사회적가치연구원(CSES) 홈페이지

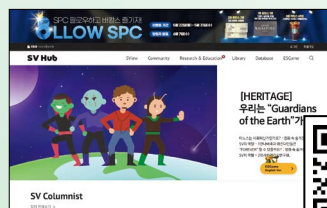
사회적가치연구원에 대한 기본적인 소개와 연구원의 주요 사업 및 최근 연구원 소식, 발간 자료를 가장 빠르게 접할 수 있는 채널입니다.

사회적가치연구원은 여러 소통 창구를 운영하고 있습니다. 사회적가치연구원 홈페이지는 물론 SPC에 대한 다양한 정보를 구할 수 있는 사회성과인센티브 홈페이지, 사회적 가치 관련 통합 플랫폼인 SV HUB, 그리고 유튜브와 카카오톡 채널 등에서 다채로운 콘텐츠를 만나보세요.



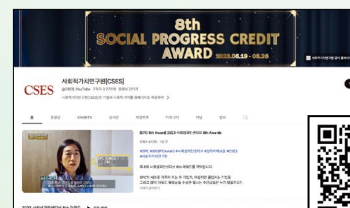
### 사회성과인센티브(SPC) 홈페이지

사회성과인센티브에 대한 기본적인 소개는 물론 측정 및 참여 방법 안내, SPC 참여 기업 리스트 및 소식, 역대 SPC 어워드, SPC History Museum, SPC 콘텐츠 등 깊이 있고 다양한 정보를 제공합니다.



### SV Hub

CSES가 만든 국내외 사회적 가치 관련 소통을 위한 통합 플랫폼으로 SV콘텐츠, 연구 DB, SV Library, ESGame 등 사회적 가치, ESG 분야의 연구 결과 및 데이터, 다양한 콘텐츠를 제공합니다.



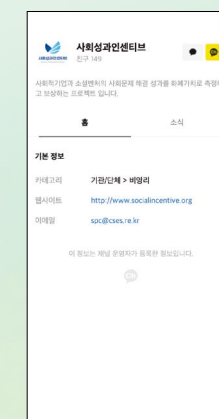
### CSES 유튜브 채널

글로벌 설명하기 어려운 사회적 가치 관련 정보를 짧고 재밌는 영상으로 제작하여 제공합니다.



### CSES 카카오톡 채널

CSES의 다양한 소식과 정보를 적극적으로 알리고 소통하는 채널입니다.



### SPC 카카오톡 채널

SPC 사업에 대한 소식과 SPC 기업들의 생생한 소식을 알리는 채널입니다.



# 사성인 십자 낱말 퍼즐

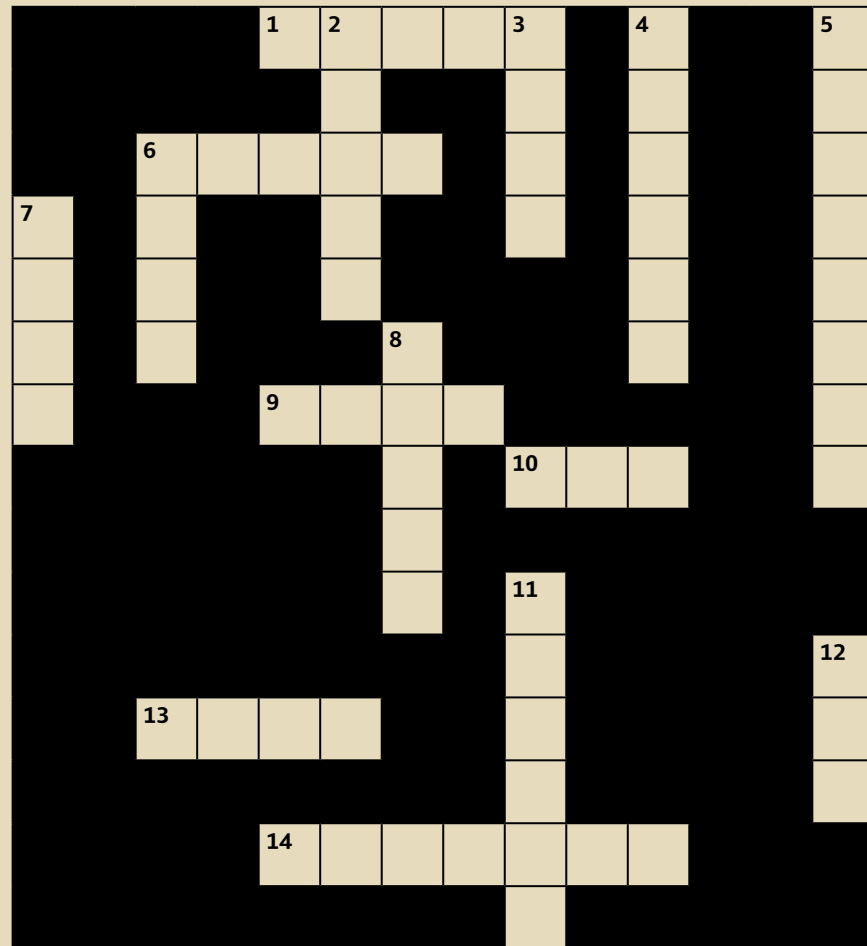
매거진 사성인 세 번째 이야기, 즐거우셨나요?

그렇다면 이제 사성인 퍼즐에 도전해 보세요.

이번 호 본문에 담긴 환경 이슈를 바탕으로 만든 문제를

풀어 퍼즐을 채운 후, 사진을 찍어 오른쪽 QR코드를 통해

참여해주시면 추첨을 통해 소정의 상품을 드립니다!



## 가로 풀이

1. 고갈되지 않기 때문에 지속적으로 이용할 수 있는 에너지. 태양에너지, 풍력, 수력, 바이오 에너지, 지열, 조력, 파력 등 다양한 종류가 있다.
6. 개인 또는 단체가 작·간접적으로 배출하는 온실가스의 총량을 의미한다. 여기에는 일상생활에서 사용하는 연료, 전기, 용품 등이 모두 포함된다.
9. 가능한 한 오랫동안 기존 재료 및 제품을 공유, 임대, 재사용, 수리, 개조 및 재활용하는 생산 및 소비 모델. 기후 변화, 생물 다양성 손실, 폐기물 및 오염과 같은 글로벌 문제를 해결하는 것을 목표로 한다.
10. 신장(콩팥)의 구조와 기능을 이루는 기본 단위. 슈퍼빈이 개발한 순환자원 회수 로봇의 이름이기도 하다.
13. 일정한 효율과 품질이 보장되어야 하는 활동, 또는 제품에 보증을 부여하기 위해 필요한 증거를 제공하는 것.
14. 1984년에 개봉한 미국 할리우드의 코미디 영화. 초심리학자들이 도시의 유명을 사냥한다는 내용으로, SPC 참여 기업인 트래쉬버스터즈가 사명을 따왔다.

## 세로 풀이

2. 제품 생산자나 포장재를 이용한 제품의 생산자에게 그 제품이나 포장재의 폐기물에 대하여 일정량의 재활용 의무를 부여하여 재활용하게 하고, 이를 이행하지 않을 경우 재활용에 소요되는 비용 이상의 재활용 부과금을 생산자에게 부과하는 제도. '0000재활용'.
3. 특정한 과정이나 상태를 유지할 수 있는 능력을 의미한다. 현재는 생물학적, 생활 체계와 관련하여 주로 쓰인다. SDGs(Sustainable Development Goals)를 풀어 쓰면 '0000발전목표'.
4. 재생에너지, 원자력, 연료전지 등을 통한 전력 등 온실가스를 배출하지 않는 모든 에너지원. 영어 약자로는 CFE.
5. 사회적가치연구원이 진행하고 있는 사회적기업과 소셜벤처의 사회문제 해결 성과를 화폐가치로 측정하고 보상하는 프로젝트.
6. 인간의 활동에 의한 온실가스 배출을 최대한 줄이고, 남은 온실가스는 흡수/제거해서 실질적인 배출량을 0으로 만든다는 개념.
7. 일회용품의 반대 개념. 여러 번 쓸 수 있다는 점에서 환경오염을 줄이는 방안으로 주목받고 있다.
8. 일상에서 노출되는 여러 화학물질 중 인체 내부에 존재하는 호르몬의 작용에 영향을 주는 물질 종류를 포괄적으로 지칭한다. 정식 명칭은 '내분비교란물질'.
11. 의도적으로 제조되었거나 또는 기존 제품이 조각나서 미세화된 크기 5mm 이하의 합성 고분자화합물. 해양 오염 및 생태계에 심각한 영향을 주고 있다.
12. 폴리에틸렌 테레프탈레이트(polyethyleneterephthalate)로 만든 병. 현재 가장 일반적인 재활용 품목 중 하나로 투명도와 경도가 뛰어나 탄산음료 용기로 널리 쓰인다.

SPC PUZZLE

세상의 사이를 잇는 사회적 가치  
SPC 사회성과인센티브

발행일

2023년 11월 22일

발행처

사회적가치연구원(CSES) [www.cses.re.kr](http://www.cses.re.kr)

기획

사회적가치연구원 김소예 연구원

기획자의 집 홍유정 대표 [www.hasca.net](http://www.hasca.net)

정리 및 집필

사회적가치연구원 김소예 연구원

파라프로젝트 민소연

취재·편집 및 제작

파라프로젝트 [www.paraproject.net](http://www.paraproject.net)

사진 촬영

강신환

김도훈

디자인

심혜진

교정/교열

한정운

인쇄

영은문화(주)

Acknowledgement

가온IPM 도귀영 대표, 가온IPM 하효선 기획실장

컴윈 정연철 대표, 최향자 경영지원본부 부장

수퍼빈 김정빈 대표, 박지영 HR 매니저

트래쉬버스터즈 곽재원 대표, 이상준 브랜드마케팅팀 책임PD

맘이랜서 김현숙 대표

김해동 계명대학교 환경학부 교수

<사성인> 기고 참여를 원하시거나 문의가 있으신 분은  
[spc@cses.re.kr](mailto:spc@cses.re.kr)로 메일 부탁드립니다.