


★★2021 온라인★★

복지리더 양성교육

• 2021.07.01 ~ 2021.07.23 •

화기애애



<p style="text-align: center;">인 사 말</p>	<p style="text-align: center;">행복한 사회복지사, 함께 꿈꾸는 성남복지</p> <p style="text-align: center;">성남시사회복지사업협회장 이 정 우</p>	
--	---	---

2020년에 시작된 코로나 팬더믹은 사회 다양한 분야에 혼란과 많은 변화 가져왔습니다. 빠른 백신접종률을 통해 예전의 일상으로 돌아갈 수 있다는 희망을 가지고 있지만 2021년의 반이 지나가는 지금도 여전히 해결되지 못한 채 팬더믹 상황은 새로운 일상으로 우리의 곁에 있습니다.

사회 전반적으로 다양한 분야에서 변화와 혼란들 속에서 사회적 취약계층 대상들은 더 많은 어려움 가운데 놓여 있었고, 이런 상황 속에서도 우리 회원들(사회복지 종사자)은 코로나 팬더믹 으로 인해 위기를 겪고 있는 위기가정과 대상자들에게 긴급구호키트 지원과 도시락배달 등 방문서비스 뿐 아니라 온라인을 활용한 다양한 방법들을 활용하여 비대면 사회복지서비스를 제공하는 등 최선의 노력들을 기울여 왔습니다.

이제는 또 하나의 일상이 될 수 있는 포스트 코로나 시대를 맞이하면서 복지 생태계에도 새로운 패러다임 전환을 통한 사회복지 실천 전략이 필요하며, ‘어떤 실천전략을 세울 것인가’ 하는 질문에 해답을 찾아야 한다고 생각합니다. 또한, 구체적

인 실천전략으로 사회복지홍보와 지역사회 내 기업이나 자원들과의 파트너십이 필요하며, 4차산업 혁명 시대에 수많은 정보 빅데이터를 활용하여 사회복지발전을 위한 고민해 봐야하는 시기라고 생각합니다.

지난 해 비대면 온라인으로 진행했던 ‘성남형 복지리더양성 교육’은 새로운 교육실험의 장이 되었으며, 긍정적인 교육 대안으로의 가능성을 봤습니다. 중요한 시기에 적절한 교육 콘텐츠들을 가지고 이번 교육에서도 좀 더 사회복지 현장에서 적용해 볼 수 있는 좋은 시간들이 될 것으로 기대하며, 우리 성남지역의 사회복지종사자들의 역량과 전문성이 높아지고, 꼭 필요한 복지리더가 양성되는 좋은 기회가 되었으면 합니다.

성남사회복지사협회를 위해 늘 아낌없는 지원을 해 주신 은수미 성남시장님과 김학봉 복지국장님, 김제균 복지정책과장님께 감사드리며, 이번 교육을 위해 바쁜 가운데에도 교육준비로 애써주시는 교육위원회 위원님들과 적극적으로 교육에 참여해 주신 모든 분들께 감사를 드립니다.

저희 성남시사회복지사협회는 시대의 등불이 되는 사회복지사 회원여러분들의 권익향상과 역량강화를 위해 더욱 최선을 다하겠습니다.

감사합니다.

2021. 7. 1.

성남시사회복지사협회 회장 이정우

목 차

1강.

- 포스트 코로나 사회복지 실천전략 9
신구대학교 사회복지학과 교수 이세형 (7월1일(목))

2강.

- 진심과 공감에 있는 사회복지 홍보전략 27
지식상회 대표 김근태(7월8일(목))

3강.

- 기업사회공헌과 지역사회파트너쉽 47
SM엔터테인먼트 사회공헌팀장 박바름 (7월15일(목))

4강.

- 빅데이터란 무엇인가? 63
서울시 빅데이터 담당 과장 이수재 (7월23일(금))

2021 복지리더양성교육 1강

포스트코로나 사회복지 실천전략

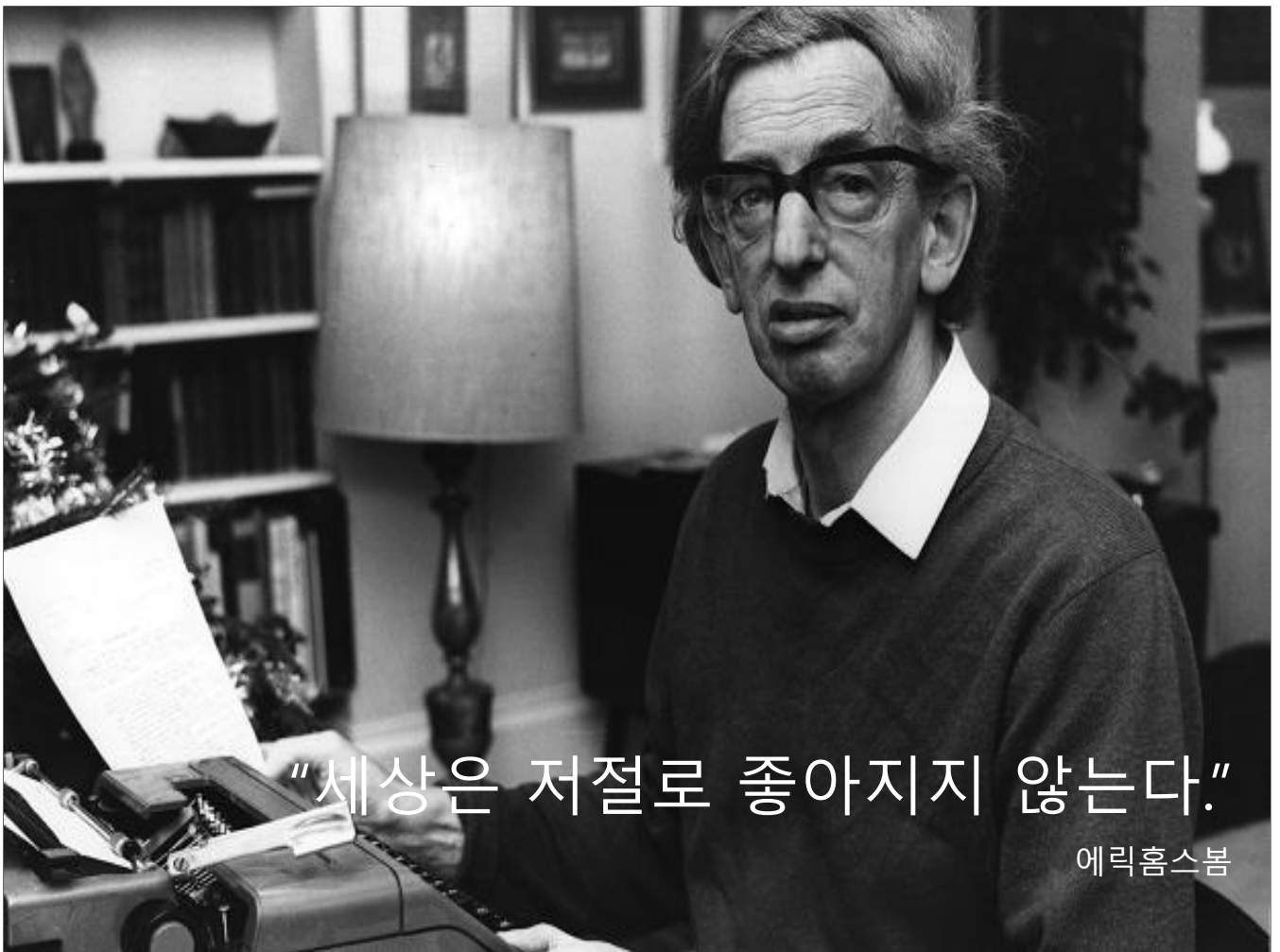
이세형
신구대학교 사회복지과 교수

포스트 코로나 사회복지 실천전략

“나와 우리에게 질문하기”



이 세 형



“세상은 저절로 좋아지지 않는다.”

에릭슨스봄



<그림 1> 평소 차량이 많은 베를린의 도로가 봉쇄기간 동안 텅 비어 있는 모습



자료: <https://www.laer-zeitung.de/inhalt/corona-krise-spd-chef-warnt-vor-schueren-falscher-erwartungen.14f5a71b-779b-4537-b281-f639ca22bc47.html> (2020년 5월 3일 검색).





정치	<ul style="list-style-type: none"> • 경제 유지를 위한 재정지원 확대 • 감염 확산 저지를 위한 법·행정적 강제력 동원 • 공공부문의 데이터 활용 확대 • <u>일방적 정책, 정치의 탈피와 시민참여 확산</u>
경제	<ul style="list-style-type: none"> • 인구이동 억제에 따른 경기침체 및 서비스업 위축 • 글로벌 가치사슬(GVC)의 위축 • <u>지역의 중요성 증대</u> • <u>비대면 경제 확산</u>
사회	<ul style="list-style-type: none"> • 사회 각계에 비대면 확산 • 비대면 적응 과정에서 발생하는 새로운 사회 격차 • 정부 통제 과정에서 개인의 기본권 제한으로 인한 가치 충돌 • 가상공간의 신뢰·안전을 위협하는 요소 등장
기술	<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 전환(Digital Transformation) 확산 • <u>첨단기술 결합 비대면 저미스 성장</u>

기회요인

- 디지털 중심의 산업구조 개편
- 현장/지역 중심 감염병 대응체계 구축 필요성 대두
- 온택트(Ontact), 연결 중요성

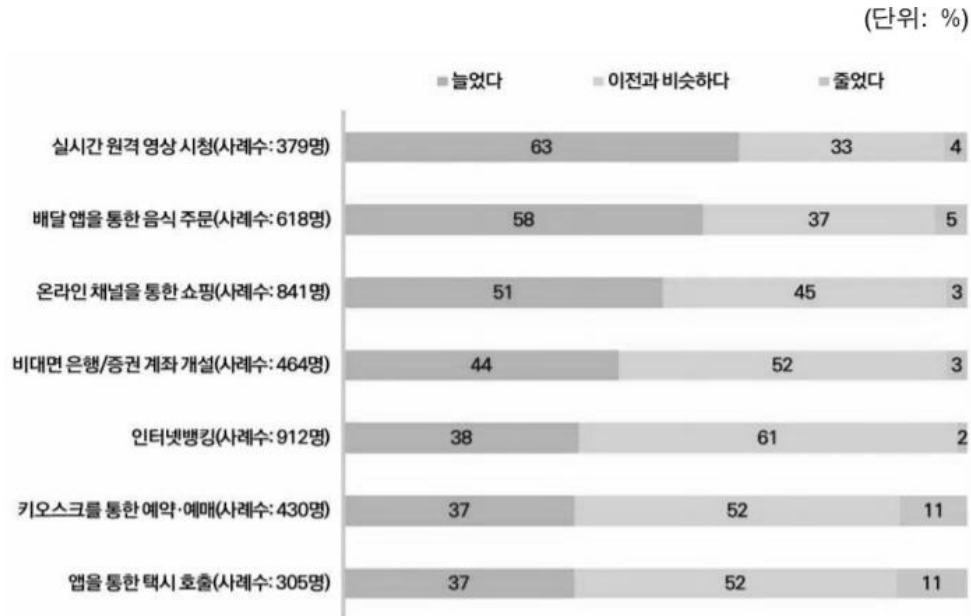
기회와 위기 공존

- 비대면 요구 증가
- 사회적 자본 중요성 부각
- 신뢰 중요성 부각
- 디지털 전환 촉진

- 경제 위기 → 재정 적자 심화
- 정부 통제 강화 → 기본권 위협
- 비대면화 → 시민참여 제한
- 인프라 차이 → 정보화 격차

위험요인

#코로나19 이후 비대면 서비스 이용 변화 인식 조사



* 자료: 한국리서치(2020.06.03)

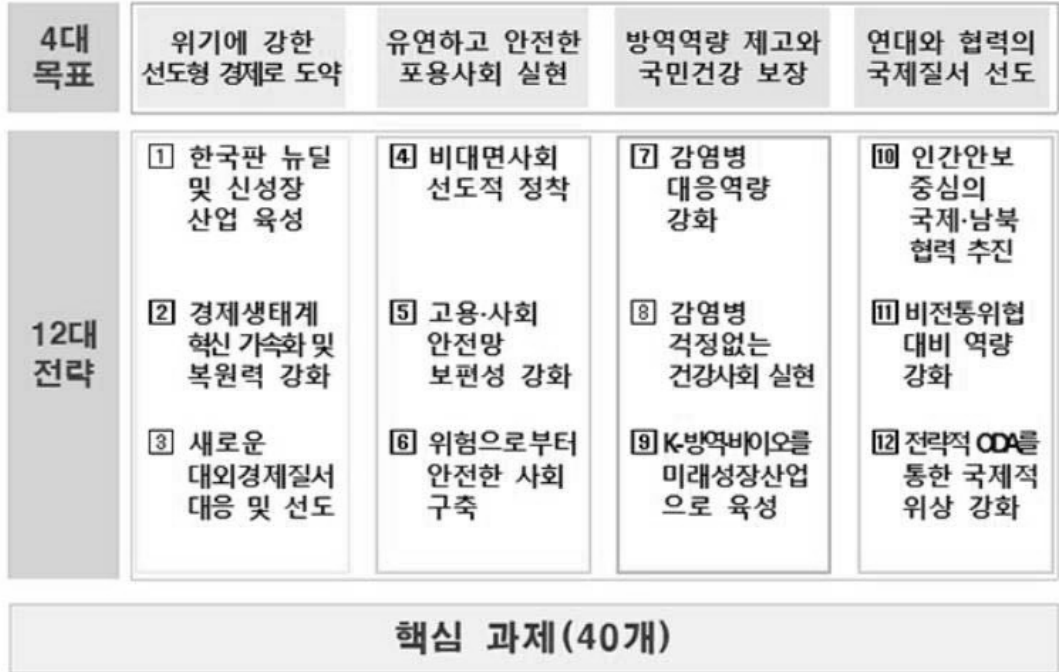
#코로나19 로 인한 분열

특성	내용
원격 근무가 가능한 노동자 (The Remotes)	재택근무, 화상회의, 전자문서를 다룰 수 있으며, 코로나 위기에서 비교적 안전함 (전문직, 관리직, 기술인력 등)
필수적인 일을 하는 노동자 (The Essentials)	위기상황에서도 꼭 필요한 일을 해야 함. 고용 자체는 안정적이지만 감염 위험이라는 부담이 따름 (의료인력, 육아노동자, 배달원 등)
임금을 받지 못한 노동자 (The Unpaid)	원격근무가 불가능하여 임금을 받지 못하거나 직장을 잃은 사람들. 경제적인 피해가 가장 크고, 그로 인해 경제 재개 요구가 가장 큼 (소매점, 제조업체 직원 등)
잊혀진 노동자 (The Forgotten)	거리두기가 불가능한 공간에서 머무르기 때문에 감염 위험에 노출 (이민자, 노숙인, 원주민, 이주민 등)

* 자료: Reich(2020)

포스트 코로나 선도국가로...정부, 40개 핵심과제 선정[출처] 대한민국 정책브리핑 (www.korea.kr)

새로운 일상, 코로나 이후 선도국가



사회복지관의 대면·비대면 서비스 운영 현황

(단위: %)

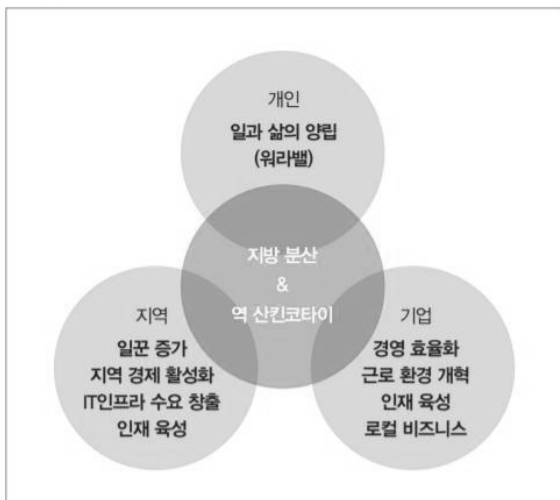
기능	구분	미실시	실시	
			대면	비대면
사례 관리	대상자 발굴, 개입계획 수립	6.7	93.3	25.7
	맞춤형 서비스 제공	6.7	93.3	28.4
	가용자원 연계, 의뢰	4.0	96.0	28.4
교육 문화	아동·청소년 사회교육	91.8	8.2	24.6
	성인 기능교실	93.2	6.8	24.3
	노인 여가·문화	93.2	6.8	33.8
자활 지원	문화복지	90.5	9.5	22.5
	직업기능 훈련	81.8	18.2	4.3
	취업 알선	69.0	31.0	11.4
	직업능력 개발	82.9	17.1	4.5
지역 사회 보호	기타 특화사업	93.2	6.8	8.7
	급식	9.5	90.5	48.6
	경제	10.8	89.2	45.2
	보건의료	73.9	26.1	29.0
	일상생활	52.7	47.3	30.1
	정서	43.8	56.2	55.4
	일시보호	65.9	34.1	14.6
재가복지 봉사	60.8	39.2	22.8	

※ 주: 실시(대면, 비대면) N값은 중복응답

자료 : 경기복지재단(2020.12)

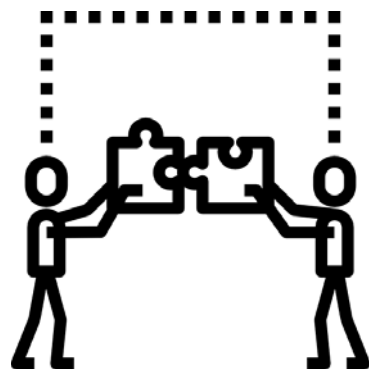
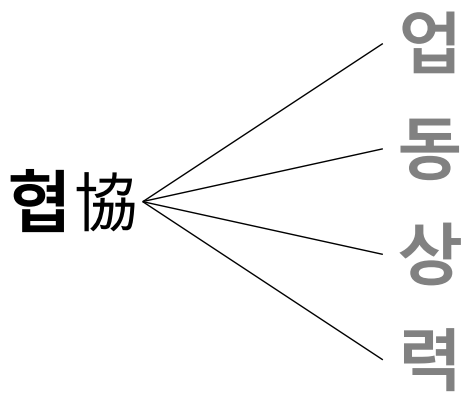
∴ 생각의 모드를 바꿔야 한다.

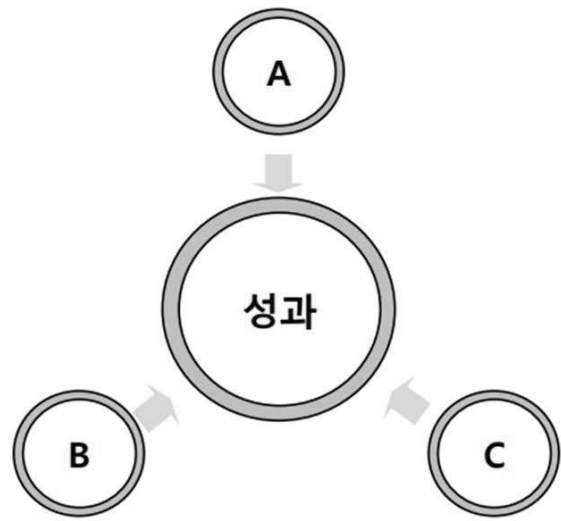
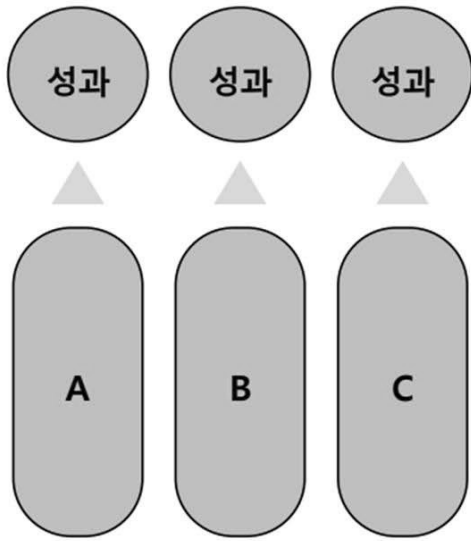
〈그림 1〉 지방 분산과 역 산킨코타이의 효과



언택트에서 로컬택트
신뢰 기반의 로컬 택트(localtact)로 전환
신뢰기반의 지역사회가 생활방역이자 생활안전망이다.

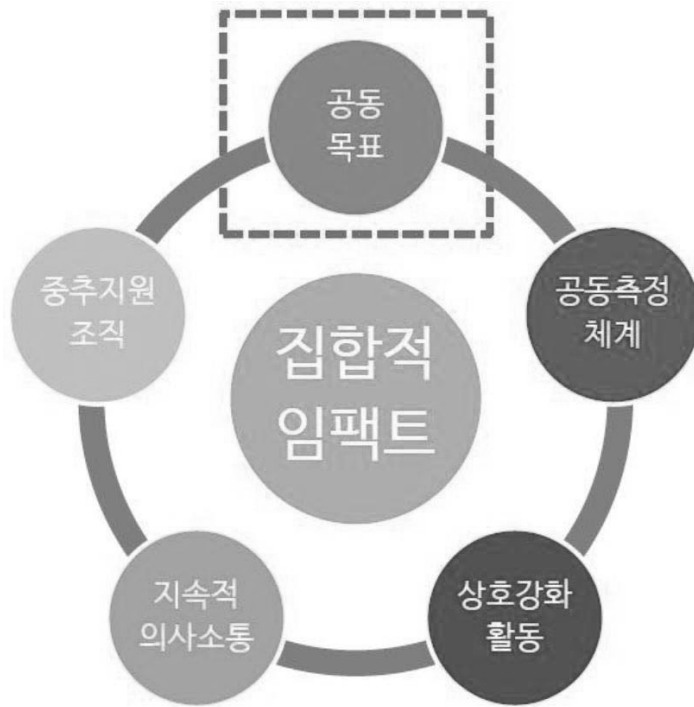
협력의 확장
협의 시대





Collective Impact란 무엇인가?

복잡한 사회적 문제를 해결하기 위해 정부, 기업, 개인 등 다양한 분야의 조직들이 협력해 공유가치를 창출하는 창조적 해결 방법이다. 직역하면 집합적 혹은 집단적 임팩트다. 사회문제를 해결하기 위해 제도적인 변화뿐 아니라, 지역사회와 지방자치단체 및 정부, 사회적기업, 비영리기구, 민간기업들 간의 끈끈하면서도 기적적인 파트너십을 토대로 공동의 아젠다에 대한 협조체제를 구축하는 방법이다.





Plan | Doing

이론 | 실천

고민 | 행동



보일러~



알파고

실적에서 성과중심으로
사회복지서비스의 패러다임 변화

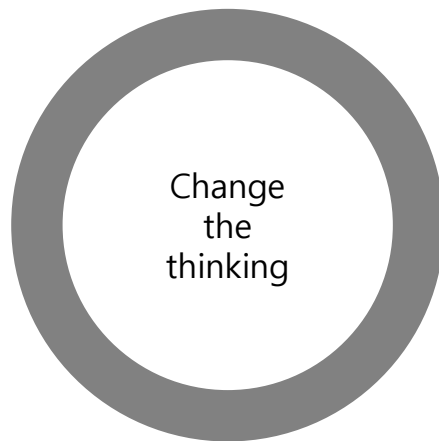
불안을 대하는 방법
돌봄의 사회화

복지관의 공공성 강화
신뢰자산 구축

사회복지서비스 새벽배송
구독서비스 도입
데이터에 기반하여 몸을 소비하는 방식 조사
탈사무실을 통한 지역밀착형 사무공간
언택트 시대에 적합한 디지털 시민성 학습
복지시설의 플랫폼 전환
지역내 문제은행 설립
위기대응 공동메뉴얼 제시
복지시설의 공간 공유사업 확장
복지사업의 사회적 가치 측정
타산업군과의 융합
...

당신은 하는 일을 통해 어떤 **이익**을 당사자에게 제공하는가?

결국, 사람의 온도를 지켜내는 것



**당신은 생각을
바꿀 준비가 되어있는가!**

감사합니다.

2021 복지리더양성교육 2강

진심과 공감에 있는 사회복지홍보전략

김근태
지식상회 대표

진심과 공감이 있는 사회복지 홍보전략

비영리마케팅연구소 지식상회
대표 김근태

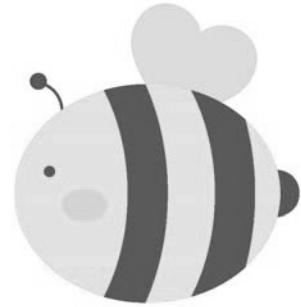
강사소개 - 사회복지사 김근태



- 노인종합복지관 홍보 담당 사회복지사
- 장애인종합복지관 홍보 담당 사회복지사
- 종합사회복지관 홍보 담당 사회복지사
- 비영리마케팅연구소 '지식상회' 대표
- 사회복지 정보채널 '복지꿀팁' 크리에이터
- 사회복지 홍보채널 '복지톡톡' 운영자

사회복지 정보채널 '복지꿀팁'

- 사회복지 정보채널 '복지꿀팁' (~2016)
크리에이터(연 평균 15만명 방문)
포스팅 1,400여개 발행(일 1건)
- 사회복지기관 홍보논의
2대 운영자(가입멤버 5,400명)
- 사회복지 홍보채널 '복지톡톡'
운영자(가입멤버 3,900명)



복지꿀팁

지식콘텐츠기획사 '지식상회'

- 창업 (2020. 5. 28.)
- 서울시복지재단 공유복지플랫폼
홍보용역 계약체결 (2020~현재)
- 인천복지재단 민간기관 경영 컨설팅
홍보분야 컨설팅사 선정(2020~현재)
- 휴먼임팩트 협동조합 홍보파트너
- 사회복지 기관 강의 및 자문 다수

지식콘텐츠기획사

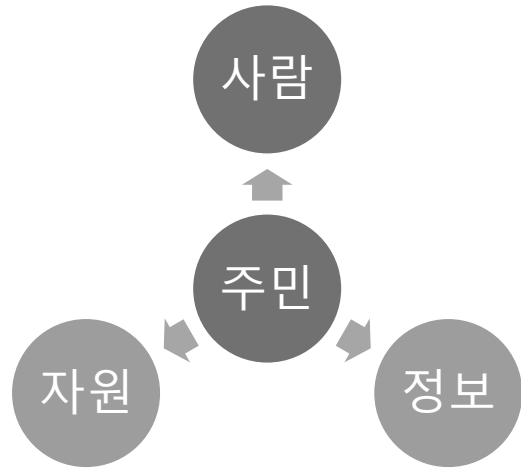
지식상회

사회복지의 중요한 가치 - 연결

사람과 사람을 연결

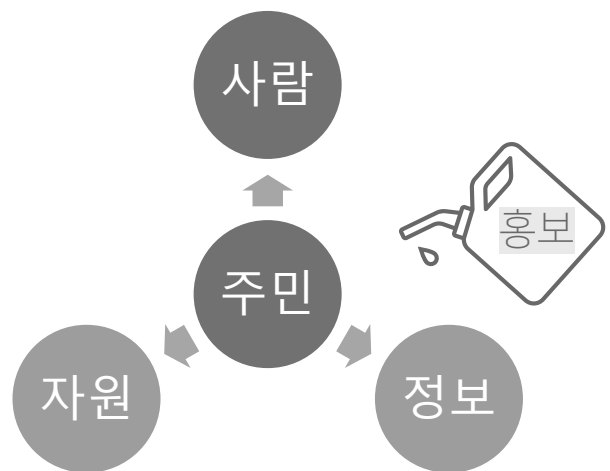
사람과 자원을 연결

사람과 정보를 연결



사회복지 홍보는?

- 이러한 연결이 매끄럽게 하는 일
- 정보가 누락없이 이동할 수 있게
- 연결과정 중 불필요한 오해가 없게
- 주민이 필요할 때 기관을 기억하게
- 기관의 노력이 역사의 기록으로 남게



복지 현장에서 주로 하는 홍보는?

- 기관을 지역사회에 알리는 홍보
- 참여자 모집을 위한 홍보
- 후원자 & 자원봉사자 모집 홍보
- 공익 목적의 캠페인 홍보
- 기관의 성과를 자랑하는 홍보



그런데 말입니다.. 현실은..

- 다른일 할 것이 많아서
홍보까지 할 여력이 없어요.
- 홈페이지 운영 예산이 없어요.
- 뭘 어떻게 해야 할지 모르겠어요.



그리고 가장 중요한 것!

전단지도 했어요

유튜브채널도 해요

그런데 뭐 더해요?

홍보를 해도 별로 효과가 없어요.

지하철에서 캠페인도

이미 페이스북북도 하거든요

왜 효과가 없을까? - 출근 중 기억에 남는 광고

- 출근하면서 마주하게 되는 셀 수도 없이 많은 광고들
- 눈을 뜨고 스마트폰을 켜면 무료 앱은 대부분 광고가 포함
- 하지만 막상 기억에 남거나 생각나는 광고가 없음



현대인은 너무 많은 정보에 노출되어 있습니다.

따라서 광고는 자동적으로 필터링합니다.

과거엔 전단지 좀 둘러봤는데..

과거에 전단지를 사람들이 받은 이유?

- 교통이 불편하여 이동도 쉽지 않음
- 동일한 업종의 가게가 없음(희소성)
- 전단지를 받지 않거나, 가게를 기억하지 않으면 서비스를 못 받음
- 전단지는 광고보다 '정보'로 인식



현재 전단지를 사람들이 받지 않는 이유?

- 동일한 서비스의 가게가 많아짐
- 굳이 전단지를 받지 않아도 내가 필요할 때 검색하면 됨
- 딱히 유용한 정보도 없음



혹시 여러분 기관의 홍보는 이용자에게
광고와 같은 취급을 받고 있진 않으신가요?

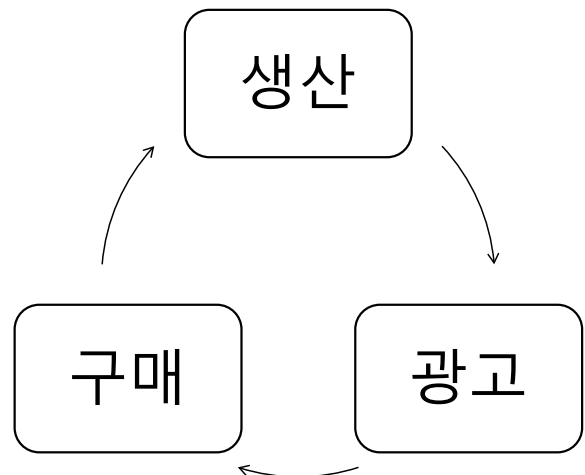
그럼 어떻게 만들어야 하죠?

왜 광고에 이렇게 호의적인 댓글이 많을까?

판매자 중심에서 소비자 중심으로 광고가 변화

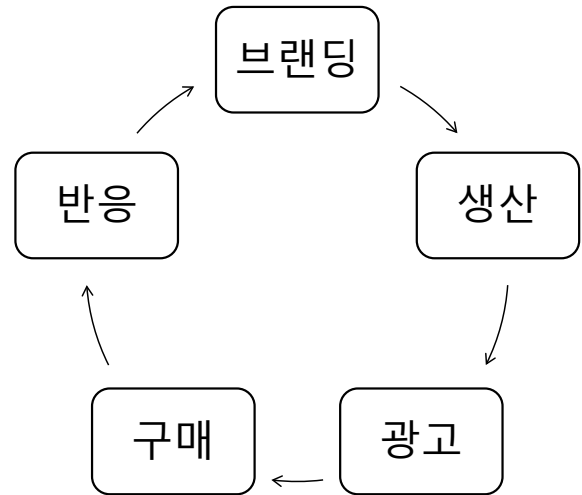
과거의 마케팅의 특징

- TV나 라디오, 신문 외에 정보를 습득할 수 있는 채널 X
- 제품의 선택지가 많지 않음
- 제품의 기능 위주로 광고
- 판매자 입장에서 광고



변화한 마케팅의 특징

- 기업의 가치를 담은 브랜딩
- 제품에 의미를 담아 생산
- 광고가 소비자 중심으로 변화
- 시대의 콘텐츠 유행 반영



이제는 사회복지 기관도 홍보를 하려면

고객을 중심으로 홍보해야

고객 중심의 홍보?

고객이 중심인 콘텐츠는 어떤 콘텐츠인가요?

- 판매자 중심

- 기관의 사업 홍보, 후원자 모집 등
- 기관의 필요에 의한 캠페인 등

- 소비자 중심

- 고객이 필요로 하는 궁금한 정보
- 고객 욕구를 기반으로 한 콘텐츠



그럼 어떻게 콘텐츠를 만들어야

고객들이 반응이 있을까요?

사회복지사 소진과 연봉계산기?

고객이 반응하는 두 가지 콘텐츠

• 이익

- 금전적 이익
- 심리적, 정서적 힐링
- 재미있는, 간접체험
- 문제해결 솔루션



댓글 반응 - 네파

댓글 1 1주 전
ㅋㅋㅋㅋ 오랫동안 광고 보면서 헛웃 터짐 지금 시점에 현실은 CTR 3.0 정도면 되는 거군요!! ㅋㅋㅋㅋ 재미있게 봤음
34

댓글 2 1주 전
ㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋ알상에서 흔히 접할 수 있는 충격전 ㅋㅋㅋㅋㅋ
5

댓글 3 1주 전(수정됨)
아 너무 재밌다 ㅋㅋ
4

댓글 4 1주 전(수정됨)
김박씨가 밥풀떡기 됨. 간만에 행복했네요. 네파 고인사박사의 계속된 연구가 기대됩니다!!
9

댓글 5 1주 전
광고라는 것을 아는데 나도 모르게 5분동안이나 봤네 ㅋㅋㅋㅋ
3

댓글 6 1주 전
광고 촬영 비하인드가 궁금해지네 ㅋㅋㅋㅋ
21

댓글 7 1주 전
고박사님의 아니 고백수님의 무한 연구를 응원합니다
24

댓글 8 1주 전
아니 ㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋㅋ 미치겠네 광고 검색해서 들어온거 처음이다
22

고객이 반응하는 두 가지 콘텐츠

• 손해

- 금전적 손해
- 미래의 불안감 대비
- 발생 가능한 손해 예방
- 공포에서 벗어나기 위해



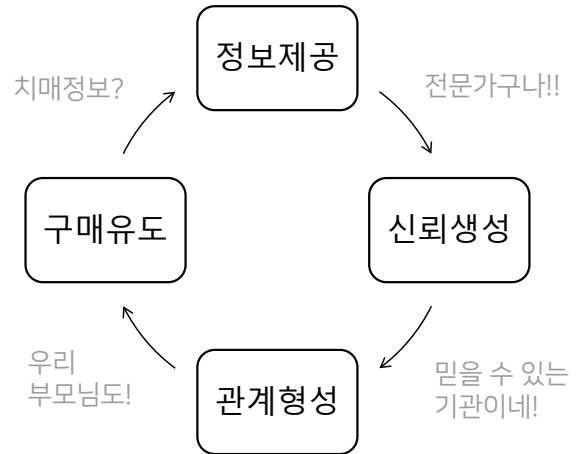
이익과 손해를 담은 콘텐츠를

고객들에게 어떤 전략으로 홍보할까요?

온라인 마케팅 사이트프로젝트!

고객 중심의 홍보 전략

- 고객이 필요한 정보를 제공(전문성)
- 신뢰할 수 있는 이미지 구축(브랜드)
- 고객과 좋은 관계 형성(커뮤니케이션)
- 고객의 서비스 구매 유도(마케팅)



정보제공(전문성)

- 고객이 필요한 정보를 제공
 - 마케팅 트렌드가 판매자 중심의 광고보다는 **이용자 중심의 정보를 제공하는** 형태로 변함
 - 타겟이 필요로 하는 정보를 제공하며, 우리 기관의 서비스 정보를 함께 제공하는 것이 유효함.
 - 고객중심의 카드뉴스 사례



이미지 구축(브랜드)

- 우리 기관의 강점을 기반으로 다른 기관과 차별점을 찾음
- 예) 전문성, 가성비, 청결, 환경 등
- 설정한 이미지(컨셉)를 바탕으로 모든 콘텐츠, 홍보물, 고객응대 매뉴얼, 시설 인테리어 등 세팅



관계형성(커뮤니케이션)

- 단방향 메시지 전달의 시대는 끝
- 고객의 요구를 서비스에 반영하는 것이 점점 더 중요해짐.
- 기관의 메시지와 고객의 반응을 연결하는 채널 확보가 필수
- 오프라인 채널 / 온라인 채널

오프라인 채널

- 반상회, 어머니회
- 교회, 종교 모임
- 지역 위원회, 협의회
- 지역신문, 생활정보지
- 지하철, 버스 광고
- 간판, 전단지 등

온라인 채널

- 홈페이지
- 블로그 운영
- SNS 채널운영
- 이메일 뉴스레터
- 지역 카페, 지역 앱
- 인터넷 광고 등

사회복지기관도 별점?



<p>고양시일산종합사회복지관</p> <p>방문자 리뷰 20</p> <p>4.38/5 ★★★★★</p> <p>최신순 · 평점순</p> <p>★★★★ 4 진정해요 2020.11.26 이재봉은 영수증</p> <p>★★★★ 4 진정해요 2020.11.26 이재봉은 영수증</p> <p>★★★★ 4 노숙장애인 만족해요 2020.11.25 이재봉은 영수증</p>	<p>광명종합사회복지관</p> <p>방문자 리뷰 30</p> <p>4.43/5 ★★★★★</p> <p>최신순 · 평점순</p> <p>★★★★ 5 굿 2020.10.30 이재봉은 영수증</p> <p>★★★★ 4.5 굿 2020.10.30 이재봉은 영수증</p> <p>★★★★ 5 좋아요 2020.07.28 이재봉은 영수증</p>	<p>오산남부종합사회복지관</p> <p>방문자 리뷰 18</p> <p>4.5/5 ★★★★★</p> <p>최신순 · 평점순</p> <p>★★★★ 3.5 진정하세요 2020.10.06 이재봉은 영수증</p> <p>★★★★ 3 진정하세요 2020.10.06 이재봉은 영수증</p> <p>★★★★ 5 선생님들 다 좋으세요 2020.06.25 이재봉은 영수증</p>
---	---	--

서비스 구매유도(마케팅)

- 소비자는 구매가 필요한 상황이 되었을 때, 자신이 기억하고 있는 브랜드를 신뢰할 수 있는 브랜드로 인지함
- 정보제공으로 쌓은 인지도는 구매행위로 연결될 가능성이 높음
- 최근 마케팅 필드에서는 바이럴마케팅과 인플루언서 마케팅을 가장 유효한 마케팅 수단으로 사용함

바이럴마케팅(입소문)

소비자가 홍보가 포함된 정보 게시글을 정보글로 인지하여, 다른 소비자에게 자발적으로 공유하도록 하는 마케팅

인플루언서 마케팅(영향력있는 개인)

사람들에게 잘 알려진 영향력 있는 개인을 섭외하여, 제품을 유료로 리뷰하게 하는 등 소비자에게 간접경험을 제공하고 구매로 연결하게 하는 마케팅

이제는 기관 중심의 홍보에서
고객 중심의 홍보로 변화할 시점!

각종 채널 운영도!!

질의응답

감사합니다!

수강 후기 및 이벤트

복지꿀팁 ▼ 검색

- 네이버에서 복지꿀팁 검색
- 네이버 블로그에서 게시글 클릭!
- ♥공감 댓글쓰기(수강 후기)
- 유용한 사이트 전자책 발송



2021 복지리더양성교육 3강

기업사회공헌과 지역사회파트너십

박바름
SM엔터테인먼트 사회공헌 팀장



The Future of Culture Technology

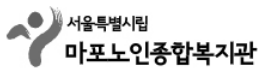
기업사회공헌과 지역사회 파트너십

SM엔터테인먼트 사회공헌팀
박바름(brpark@smtown.com)
2021. 7. 15

Who am I?



- 북한지원사업
- 제3세계 아동지원
- 사회복지실무자
심과회복 프로그램
- 단체티셔츠 지원
- 소원성취프로그램
- 홈페이지 운영



- 후원관리
- 자원봉사관리/운영

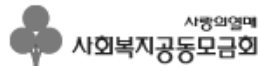


- 자원봉사단 운영 (임직원,
가족, 시니어, 대학생 등)
- 대외 협력
- 법인 운영

2006~2010

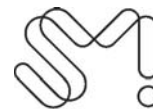
2015~

2004~2006



- 기업 지정기탁사업 운영/관리
(대기업, 금융권, 공기업, 외국계
등)

2010~2015



- 사회공헌업무 총괄
(임직원 자원봉사,
교육/문화 프로그램,
파트너십, 기부/후원)



1. CSR, 기업사회공헌의 개념

CSR(Corporate Social Responsibility)

기업활동에 영향을 받거나 영향을 주는 직간접적 이해관계자에 대해 법적, 경제적, 윤리적 책임을 감당하는 경영 기법

기업사회공헌(Corporate Social Contribution)

기업의 다양한 사회적 책임 중 한 분야로 기업이 속한(관계하는) 지역사회가 발전할 수 있도록 참여하는 다양한 활동

Social responsibility : 7 core subjects



ISO 26000

2. CSR의 흐름

The New York Times

Shareholder Value Is No Longer Everything, Top C.E.O.s Say

Chief executives from the Business Roundtable, including the leaders of Apple and JPMorgan Chase, argued that companies must also invest in employees and deliver value to customers.



미국을 대표하는 대기업 180여곳의 최고경영자(CEO)들이 “주주가치가 기업이 추구하는 모든 목적이어서는 더 이상 안 된다”고 선언했다.

주주를 넘어 종업원·소비자·환경·지역공동체·거래납품업체 등 기업을 둘러싼 여러 ‘이해관계자들’에 대한 공정한 대우 및 ‘지속가능한 이윤 창출’을 새로운 기업 목적으로 표방하는 성명도 발표했다.

전후 50년간 대기업 이사회를 지배해온 주주자본주의 철학이 퇴조하고, 새로운 법인기업 행동모델이 현실 기업에 정착될 수 있을지 촉각이 쏠린다.

비즈니스라운드테이블(BRT), 2019. 8. 19

2. CSR의 흐름

환경 변화(1) - 해외 CSR 의무화

전세계적으로 기업의 사회적 책임의 중요성에 대한 인식이 높아지면서 자율성을 넘어 CSR을 의무화하는 국가 증대

글로벌 규범화·법제화 강화 추세

글로벌 시장에서의 공시요구
<ul style="list-style-type: none"> 2013년 이래 경제 규모 상위 50개국은 상장기업의 ESG(환경, 사회, 지배구조) 고려, 스튜어디십 코드 도입, ESG 정보공시를 위해 연금금 및 증권거래소 차원의 정책과 규제 도입 홍콩, 대만, 싱가포르 등 상대적으로 비재무 성과 보고율이 저조했던 아시아, 태평양 지역 국가들도 기업 ESG 공시의무화 추진 동참

국가 차원의 법제화
<ul style="list-style-type: none"> 일본, 프랑스, 남아프리카 등 주요 국가에서 정부가 기업에 강제보고 의무를 부과하면서 2017년 지속가능경영보고서 발간율 90% 달성 EU는 2014년 종업원 500인 이상 기업의 비재무정보 공시의무화 법안을 통과시키며 유럽지역 내외 협력사까지 경영투명성 요구 확대 인도, 인도네시아에서는 기업CSR 활동을 의무 수행하도록 하는 법안을 도입 또는 검토하는 등 강제적 CSR을 옹호하는 강경책 적용

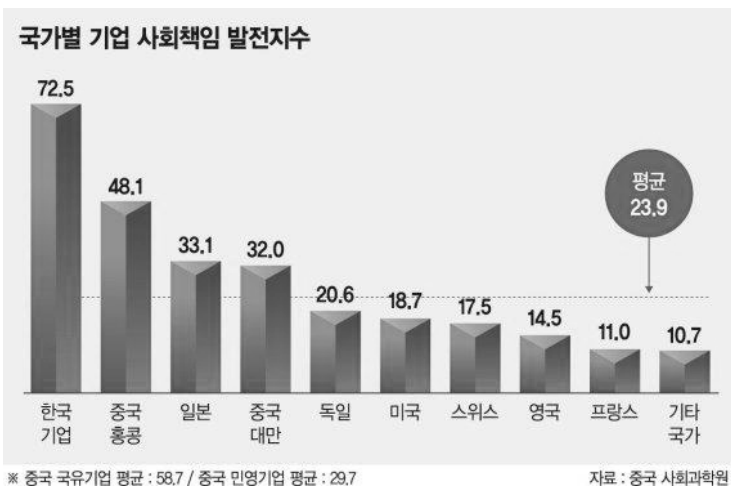
법적 요구수준 강화
<ul style="list-style-type: none"> 유럽, 아시아, 태평양 지역을 중심으로 ESG를 포함한 비재무정보 공시 강화 또는 의무화 법안 적용을 2017 회계연도부터 명시 프랑스, 독일에서는 EU법보다 엄격한 기준에 따라 법적 CSR 장려. EU차원의 법제화를 자국법에 적용하여 공시적용기업 확대, 제3자 검증 의무화 등 추가 제재 해외 대규모 생산공장 보유기업 뿐만 아니라 수출 및 거래기업 등 해외 비즈니스 비중이 높은 기업이 비재무정보 공시요구를 받을 수 있게 되면서 정보공시가 무역장벽으로 작용할 수 있게 됨.



2. CSR의 흐름

환경 변화(1) - 해외 CSR 의무화

글로벌 경영에 매진하는 한국의 대표기업들은 중국 내에서 경영활동 뿐만 아니라 사회공헌활동에 대한 투자를 지속하여 진정성을 인정받으며 경영 위기를 극복하고 있음.



- 중국 사회과학원 '기업사회책임 발전지수'**
 - 중국 CSR 분야에서 권위있고 영향력 있는 지수로 인정
 - 매년 기업의 매출, 브랜드, 영향력 등을 고려해 중국 전역 300개 기업을 선정한 뒤 이들 기업의 사회공헌활동, 고용, 임직원복지, 고객만족, 친환경기여 등 사회책임 이행현황 전반을 평가하여 발표
- 2017년 한중간 사드 갈등 속 경영위기를 뚫고 한국기업의 사회적책임 경영활동 호평**
 - 한국기업은 사드 갈등으로 중국내 애국마케팅 광풍이 불며 매출에 심각한 타격을 받았음에도 CSR활동 투자를 지속하여 위기 극복
 - 전체평균 23.9인데 반해 한국기업평균 72.5로 압도적 1위 달성. 종합 10위권내 중국기업 제외한 외자기업에는 한국기업(삼성, 현대)이 유일



2. CSR의 흐름

환경 변화(2) – 국내 CSR 의무화

전세계적인 CSR 확산 움직임, 국민과 사회의 CSR 요구 확대에 발맞추어 국내에서도 CSR 관련 법안과 제도 도입

비재무정보 공시의무화를 위한 자본시장과 금융투자업 법률개정	지속가능경영 촉진 위한 산업발전법 개정	사회적가치 실현을 위한 사회적 가치기본법, 사회적경제기본법
<ul style="list-style-type: none"> 기업 CSR 정보공시 의무화 법안 - 투자자, 소비자가 기업투자 및 제품구매시 기업의 CSR 성과도 고려할 수 있도록 상장법인의 사업보고서에 CSR노력 공시 공정경쟁, 투자자보호 위한 5%를 - 발행주식총수의 5%이상 주식 등을 보유한 경우 M&A와 관련된 주식 등의 보유상황 의무공시 연기금 스투어드십 코드 활성화 - 스투어드십 코드 도입 시 수탁자 책임에 따라 경영진과 대화의무 	<ul style="list-style-type: none"> 국내에서는 2017년 11월 지속가능경영 촉진을 위해 산업발전법 제19조가 개정되고 지속가능경영 종합시책과 연차별 시행계획 수립 및 이행이 입법화됨. 정부차원에서도 기업의 지속가능경영 활동과 성과에 대한 평가요구가 산업계 전반으로 확대 법령에 따라 기업의 지속가능성에 대한 정기적 조사와 지원사업을 통해 기업의 정보공개 및 투명한 관리 유도 	<ul style="list-style-type: none"> 사회책임조달의 기본인 사회적 가치기본법 발의(2017) - 정부, 지자체, 공기업 등이 정책수립/집행 시 사회적가치 우선고려. 공공기관 조달/개발/위탁사업 등에서 사회적가치 실현을 위해 노력하는 사업자에게 인센티브 사회적경제기본법 여야합의(2015) - 대통령 직속 사회적경제위원회를 설치하고 사회적경제 조직의 설립, 운영, 지원에 관한 규정인 사회적경제기본법에 대한 최종합의안 마련



2. CSR의 흐름

환경 변화(3) – CSR 최신 트렌드

최근 기업 CSR 트렌드는 '업그레이드(U.P.G.R.A.D.E)'로 요약됨. 오랜 기간 노하우가 축적되면서 기업 CSR 활동이 질적으로 진화하고 있는 추세를 반영함.

구분		내용 및 사례
U	UN SDGs (지속가능발전목표)	<ul style="list-style-type: none"> UN의 지속가능발전목표를 지지하고 자사 활동에 연계 <아모레퍼시픽> '뷰티 인사이드': 일상 속에서 SDGs를 실천할 수 있는 주제를 선별하여 쉽게 이해할 수 있는 기획저널 정기 발간, 출판 수익금 전액을 WWF(세계자연기금)에 기부해 해양생태계 보호에 활용
P	Problem-solving (문제해결)	<ul style="list-style-type: none"> 사회문제 해결을 위해 고민하고 지역사회에 공헌 <삼성전자> '삼성 투모로우 솔루션 공모전': 교육, 건강/의료, 지역사회, 환경/안전 등 다양한 주제에 대하여 발굴 과제 심사, 임직원 및 전문가 멘토링과 시제품 제작 지원, 사내벤처프로그램 및 NGO 연계한 상용화/유통 지원
G	Green (친환경)	<ul style="list-style-type: none"> 환경 친화적 경영 및 관련 사회공헌활동 추진 <금호타이어> '학교로 굴러간 굴링': 페타이어로 제작된 굴링을 놀이도구로 활용하고 이를 이용한 지역사회 예술놀이 대회 개최

자료: 전국경제인연합회 <2019 주요 기업의 사회적 가치 보고서>



2. CSR의 흐름

환경 변화(3) – CSR 최신 트렌드

구분		내용 및 사례
R	Relationship (관계개선)	<ul style="list-style-type: none"> 지역사회·협력사 등 이해관계자 관계개선 지향 <신한카드> '을지로 3가 프로젝트' : 본사가 위치한 을지로 3가를 다양한 테마별로 정리한 컬처맵 제작 및 배포, 지역주민 및 인근 직장인을 위한 편의공간(북카페 등) 마련
A	Analysis (가치분석)	<ul style="list-style-type: none"> 사회적 가치 창출 효과에 대한 다면적인 분석 시도 <두산인프라코어> 2018 Sustainable Value Creation 측정 : 재무/경제/사회/환경 부문에 대한 주요 토픽, 정량지표, 단위당 화폐가치 등을 분석해 매년 지속가능가치 창출 결과 도출 및 공개
D	Donation (기부)	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 기부 플랫폼 마련과 활발한 물질·인적자원 기부 <카카오> '카카오같이가치' : 온라인으로 일반 시민들이 다양한 공익 프로젝트를 접하고 모금함에 응원/공유시 당사가 100원씩 대신 기부, 시간 기부 활동을 소개하거나 마음건강을 개선하는 공익증진 서비스 연계
E	Education (교육)	<ul style="list-style-type: none"> 미래 인재 양성을 위한 교육 사회공헌활동 지속 및 다양화 <포스코ICT> 유튜브 크리에이터 양성 프로그램 : 장애 청소년 대상 유튜브 교육 및 촬영 스튜디오 설치, 무료대관, 콘텐츠 공모전 실시

자료: 전국경제인연합회 <2019 주요 기업의 사회적 가치 보고서>



2. CSR의 흐름

환경 변화(5) – 사회적가치에 대한 기업 담론 확산

불안정한 세계경제와 테러, 빈곤, 환경오염 등 사회적 리스크 심화, 급변하는 첨단기술의 도전 속에서 기업을 혁신하고 새로운 미래가치를 창출하는 경영철학의 일환으로 사회적 가치, 기업시민정신 도입 움직임 확산



- 최태원 SK회장 '전지구적 사회적 가치' 강조**
 - 2019년 '사회적 가치 추구 경영' 선포하고 내부제도, KPI, 광고메시지 전면 개편
 - 스위스 다보스포럼 '기업가치에 대한 새로운 접근' 주제로 세션 개최
 - 중국 하이난다오 보아오포럼 '기업 사회적 가치의 중요성' 개막식 연설
 - 국내 최초 사회적 가치 축제 '소셜 밸류 커넥트 2019' 개최
- 최정우 포스코회장 '기업시민정신' 선포**
 - 2018년 취임 시 기업이 지역사회의 한 구성원으로서 권리와 책임을 다해야 한다는 '기업시민정신'을 새로운 경영이념으로 선포
 - 매칭펀드 프로그램 도입으로 원료/철강 비즈니스 밸류체인 내 이해관계자와 공생 가치 창출 기반 비즈니스 협력 강화(포스코·안골 매칭펀드로 10만달러 조성해 한국과 호주 지역 사회발전과 산업생태계 조성 지원)



3. CSR의 환경 변화

1) 기업의 CSR환경

기업이 사회의 구성원으로서 경제적·법적 책임을 넘어 사회적 책임을 적극 수행해야 한다는 인식이 확대되면서 **자선 중심의 소극적 사회공헌활동이 사회가치를 창출하는 사업전략의 일환으로 변화**



- **기업 비즈니스와 연계한 CSR-CSV 고도화**
 - 기존 기업에 요구되던 경제적/법적책임, 윤리적/자선적책임을 넘어 공유가치창출을 요구 받는 시대 진입
 - 기업 고유 비즈니스와 연계한 전략적CSR, CSV(공유가치창출)전략, IB(포용적 비즈니스)도입을 통해 지속가능한 비즈니스모델 확보 노력
 - 아웃소싱 증가와 공급망 다양화로 협력사의 사회적 책임 이슈가 기업에 미치는 영향이 증가하면서 공급망 CSR 강화노력 증대
- **공급망 CSR 강화를 위한 기업인증 및 관리기준 도입 확산**
 - EICC(전자업체행동규범), SA8000(작업장사회책임), PAS7000(공급망 리스크관리), CDP(탄소정보공개) 등 도입하여 협력사 평가·개선지원
 - LG전자 '협력사행동규범': 노동, 인권, 안전보건, 환경, 윤리 관련 법규 및 국제표준 위반사항 점검, 실무교육과 컨설팅으로 개선지원



3. CSR의 환경 변화

2) 소비자 변화

기업의 철학과 진정성을 평가하여 소비를 결정하는 소비자의 등장으로

기업의 사회적 가치와 행보를 통해 브랜드를 차별화하는 가치주도 전략의 중요성 증대

	1.0 시장 제품 중심	2.0 시장 서비스 중심	3.0 시장 가치 중심
목표	제품 판매	고객 만족 및 보호	더 나은 세상 만들기
동인	산업혁명	정보화 기술	뉴 웨이브 기술
기업이 시장을 보는 방식	물리적 필요를 지닌 대중 구매자들	정보화 기술	뉴 웨이브 기술
핵심 인식	제품 개발	차별화	가치
기업의 지점	제품 판매	기업 및 제품의 포지셔닝	기업의 미션과 비전, 가치
가치 명세	기능	기능과 감성	기능과 감성과 명성
소비자들의 상호작용	일대다 거래	일대일 관계	다대다 협력

● 가치주도 시장 마켓3.0의 도래

- 세계화의 팽창, 소셜 네트워크의 확대, 창의적이고 자아실현 욕구가 높은 소비자의 등장으로 인해 제품중심의 마켓1.0, 소비자지향 마켓2.0을 넘어 가치가 주도하는 마켓3.0 시대 도래 (필립 코틀러, Philip Kotler)
- 소비자들이 제품기획자, 서비스이행자, 마케터, 홍보대사로 기업의 생존에 영향을 미치게 됨에 따라 그들의 영혼에 호소해 참여와 협력을 이끌어내는 전략이 중요해짐.

● 기업의 철학과 진정성을 중시하는 '신념있는 소비자'의 온라인 불매운동

- 남양유업 대리점 갑질논란: 대리점 강매유도로 윤리적 물의를 빚은 기업을 응징하고자 소비자들 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 온라인 플랫폼을 활용해 불매운동. 6분기 연속적자, 영업이익의 80%하락, 시가총액 천억원 감소

● 소비자의 환호와 협력을 이끌어내는 '사회적가치전략', '코즈마케팅' 확산

- 파타고니아 "필요하지 않다면 이 재킷을 사지 마세요" 캠페인: 환경에 대한 기업철학에 따라 제품생산과 마케팅을 진행. 이러한 기업철학과 행보에 열광하며 동참하는 소비자 확보. 매출 40%증가, 미국 아웃도어시장점유 2위



3. CSR의 환경 변화

3) CSR연계 글로벌 이니셔티브

글로벌 사회책임규범이 표준화되고 기업의 ESG정보에 따른 평가와 투자 움직임이 확대되면서 글로벌 스탠다드와 기업 경영활동을 연계하는 전략적 사회책임활동 증가



- **글로벌 사회책임 표준화와 기업평가·투자환경 변화**
 - ISO26000, GRI, UN SDGs 등 사회책임활동 국제표준 및 평가기준 등장
 - 글로벌 기준에 따라 기업 경영활동의 정보공개, 평가와 규제, 사회책임 성과 이행요구 증대
 - 기업평가와 투자 시 재무성과 뿐만 아니라 비재무성과인 ESG(환경/사회/지배구조)등급 요구 확대

- **UN과 국제사회의 최대공동목표인 SDGs 달성과 기업활동 연계 확대**
 - 네슬레 '네스카페 플랜': 아프리카 공급지 농민과 실업자 50만명에게 빈곤해방 위한 일자리 제공 (SDGs Goal 1. 모든 형태의 빈곤 종결)
 - 아모레퍼시픽 '20 by 20': 2020년까지 20만여명의 건강과 경제역량 강화 달성을 위한 전략적 사회공헌 (SDGs Goal 5. 양성평등 달성과 모든 여성과 여아의 역량강화)

- **ESG 정보공개와 사회책임투자 법제화 및 국내외 동참기업 증가**
 - EU의 비재무정보(환경/인권/반부패 등) 의무화, 기업의 ESG정보검증이 강화된 국내 자본시장법 시행령 개정안, 국민연금 스투어드십코드 도입
 - UN PRI(사회책임원칙)에 동참한 전세계 2천여 기관의 운용자산 80조 달러로 전세계 운용자산의 2/3 수준



사례)Global Goal Live



GLOBAL CITIZEN

Take Action	Rewards	Festival	Impact
Girls & Women Health Education Finance & Innovation Food & Hunger Water & Sanitation Environment Citizenship			

Global citizens have an impact on ending extreme poverty through the actions they take. The effects of small actions are not always obvious, but by working together specific and tangible outcomes are achieved. Global citizens' voices influence world leaders and decision makers, and contribute to shaping our world.



In 10 Years of Citizen Impact, \$48.4 Billion in Commitments to End Extreme Poverty
How your actions are helping end extreme poverty. Read More



4. SMile 사회공헌활동 : 비전 및 추진체계

<p>VISION</p> <p>우리의 꿈은 문화를 통해 모두가 함께 웃을 수 있는 미래를 여는 겁니다.</p> <p>마음껏 꿈꾸며 웃을 수 있는 기적 같은 미래를 우리가 함께 열어갑니다. SM SMile.</p>	<p>BI</p>  <p>SM엔터테인먼트의 로고를 하트로 형상화하여 웃음과 사랑을 함께 전하려는 SM 사회공헌 활동의 비전을 상징합니다.</p>	<p>주요사업영역</p> <table border="0"> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>사회봉사단</td> <td>문화/교육</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>기부/후원</td> <td>파트너십</td> </tr> </table>			사회봉사단	문화/교육			기부/후원	파트너십
										
사회봉사단	문화/교육									
										
기부/후원	파트너십									



[UN SDGs 4]

Ensure inclusive and quality education for all and promote lifelong learning

Obtaining a quality education is the foundation to improving people's lives and sustainable development. Major progress has been made towards increasing access to education at all levels and increasing enrolment rates in schools particularly for women and girls. Basic literacy skills have improved tremendously, yet bolder efforts are needed to make even greater strides for achieving universal education goals. For example, the world has achieved equality in primary education between girls and boys, but few countries have achieved that target at all levels of education.



4. SMile 사회공헌활동

1) SMile 사회봉사단

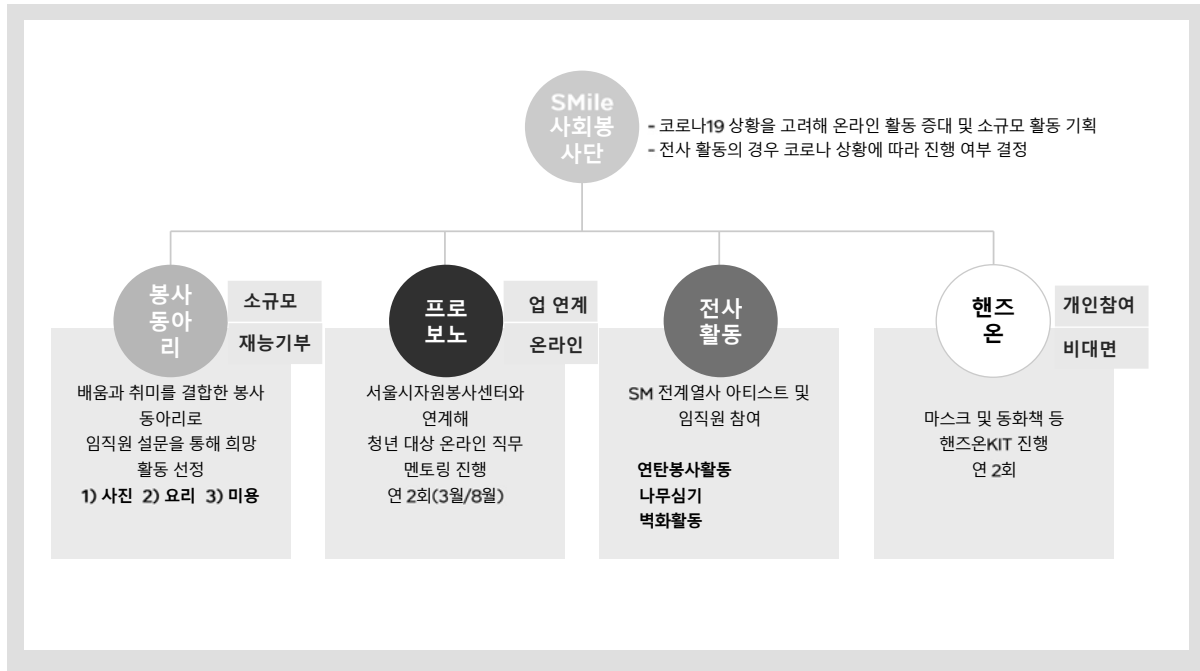
2014년 6월 발족된 SMile 사회봉사단은 월 1회(매월 둘째 토요일) 정기적으로 진행되는 봉사활동에 임직원들과 아티스트들이 자발적으로 참여해 즐거운 마음으로 봉사활동을 하고 있습니다.

SMile 사회봉사단은 아동복지시설과 장애인복지시설을 시작으로 유기동물 보호활동, 벽화 봉사 등 다양한 분야로 활동 영역을 넓히고 있습니다.



4. SMile 사회공헌활동

1) SMile 사회봉사단 : 활동 소개



4. SMile 사회공헌활동

1) SMile 사회봉사단 : 활동 소개(프로보노)

사업 기획	<ul style="list-style-type: none"> - 서울시자원봉사센터와 사전 미팅을 통한 프로그램 확인 - 임직원 대상 설문조사를 통한 참여 여부 1차 확인 및 프로그램 진행 확정, 내부 컨펌 - 각 사 역할, Time Plan 확정
사전 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 인트라넷 공지, 참가자 접수, 멘토링 가능 직무 내용 확인(SM) - 청년 모집, 참여 동기 및 질문 내용 정리/공유(서울시자원봉사센터) - 질문 공유, 소개자료 작성 지원
실행	<ul style="list-style-type: none"> - 참가자 사전 안내, 회의실 세팅 - 멘토링 진행(멘토 당 5-6명 청년 참여) - 참여 소감 나눔, 마무리, 설문 링크 전달
마무리	<ul style="list-style-type: none"> - 만족도, 참여 소감 정리내용 공유 - 보도자료 내용 확인 - 사후 콘텐츠 홍보

- 에너지를 많이 받았고, 내 직무를 돌아볼 수 있어서 좋았다.
 - 직무에 대해 돌아보고 더 열심을 낼 수 있는 계기가 되었다. 준비하고 진행하면서 청년들보다 오히려 제가 더 도움을 받았다.
 - 청년들에게 경험을 공유하고 도움을 줄 수 있어서 뿌듯했다.

프로보노님의 따뜻한 마음이 너무 좋았습니다.. 직무 관련 정보도 충분히 얻을 수 있었고, 어려운 시기에 저희의 상황에 깊게 공감해주시고 응원해주신 말씀은 기억에 오래 남을 것 같아요. 나중에 꼭 같은 회사에서 뵈실 수 있었으면 좋겠습니다.~)



4. SMile 사회공헌활동

1) SMile 사회봉사단 : 활동 소개(동아리)

사업 취지

- 임직원 관심분야에 대한 교육/실습을 통해 취미를 발전시키고, 이를 봉사활동으로 연계
- 참가자의 주도성/자발성 독려 및 참여 만족도 제고
- 소규모/고정 인원/비접촉 활동으로 코로나 상황에 대응
- 사전 설문조사를 통해 분야 확정

동아리 모집

- 인트라넷 공지를 통한 참여자 모집
- 사내 오리엔테이션을 진행하여 취지 및 계획을 설명하고 동아리 내 역할 분담
- 주요 일정, 경비 처리 등 지침 공유



4. SMile 사회공헌활동

2) 문화교육 : SMile Music Festival

음악을 통해 꿈을 키워나가는 문화소외계층 청소년들에게 SM의 전문성과 인프라를 활용하여 트레이닝, 아티스트 멘토링, 공연 초대 등을 지원하고 합동무대에서 함께 공연을 즐기는 사회공헌활동입니다.

사업 공지,
접수, 심사

대상 : 복지시설 및
기관 이용 청소년(댄스,
밴드, 합창)

참가자 발표,
OT 진행

아티스트 멘토단
영상심사

트레이닝
/멘토링
지원

주1회 트레이닝,
월 1회 멘토링 진행

합동공연
개최

의상, 메이크업 지원
합동공연 및 시상

4. SMile 사회공헌활동

2) 문화교육 : SMile Music Festival(주요 사진)

1. 영상 심사(2020. 8. 14)



2. 온라인 오리엔테이션(2020. 9. 19)



3. 댄스/보컬 온라인 트레이닝(2020. 9- 2021. 1)



4. 팀별 프로필 촬영

- 1) 일정 : 2021. 3. 4(목)-13(토)
 - 2) 장소 : 서울/부산 총 3회
 - 3) 내용 : 팀별 프로필 촬영 및 곡 영상 촬영
- 당일 헤어/메이크업, 스타일링 진행



4. SMile 사회공헌활동

3) 파트너십 : 유니세프 SMile for U 캠페인

SMile for U

베트남어린이 음악교육 지원사업

- 대상 : 베트남 어린이 1만명 (장애아동, 소수민족 포함)
- 기간 : 2016.9-2022.9
- 지원내용 : 교과교육, 커리큘럼 개발, 기자재 지원 등

SMTOWN GALA

- 시기 : 매년 연말
- 목적 : SMile for U 기금조성 및 SM사회공헌활동 대내외 알림
- 프로그램 : 보그 자선화보 촬영, 사회공헌활동 전시, 디너, Charity Auction 등

기타 캠페인 참여

- 자선음원 제작 'This is your Day'
- 자사 및 계열사 아티스트 유니세프 캠페인 참여 지원



4. SMile 사회공헌활동

3) 파트너십 : 유니세프 SMile for U 캠페인



4. SMile 사회공헌활동

3) 파트너십 : 행복얼라이언스

사회문제를 공동으로 해결하기 위한 사회공헌 네트워크



4. SMile 사회공헌활동

3) 파트너십 : 행복얼라이언스

주요 프로젝트 및 SM 참여 내용

아동의 삶의 질 향상 + a



아동 건강 증진

결식 우려 아동의 영양 불균형 해소

- 결식우려아동 도시락 및 영양간식 제공
- 식사 및 식생활 교육을 받을 수 있는 급식을 연계한 '돌봄 인프라' 모델개발 **신규**

※ 캠페인의 효과성 검증/증대를 위한 연구 추진



교육 격차 해소

다문화 아동의 방과후 활동 및 진로·체험 교육 기회 확대

- 다문화 아동 진로/체험 프로그램 개발 **신규**



장애아동 삶의 질 향상

휠체어 사용 아동의 이동권 증진

- 휠체어/이동권 증진 키트 지원
- 장애 아동/비장애인이 함께하는 체육대회
- 접근성 개선 정보 수집 및 장애 인식 개선 활동 **신규**



- 홍보대사 연계 (2018 보아, 2019~2020 이연희)
- 대중참여 캠페인 지원



4. SMile 사회공헌활동

4) 기부, 후원 : 아티스트 재능기부, 봉사활동 지원

- 음원 및 바자회 수익금 기부
- 팬들과 함께하는 생일맞이 봉사활동
- 난치병 환아들의 소원을 들어주는 Make a wish 프로젝트 참여
- 사회복지시설 및 단체 홍보대사 활동
- 공익 캠페인 참여
- 봉사활동 참여(겨울나기 연탄 배달 및 아동양육시설 방문 등)



레드벨벳 RCY 홍보대사



슈퍼주니어 동해 한국백혈병어린이재단 홍보대사



NCT 127 한국결스카우트 홍보대사



레드벨벳 아동양육시설 겨울철 김장 봉사



슈퍼주니어 결식아동을 위한 도시락 배달



SMTOWN FRIENDS 연탄배달 봉사활동



NCT DREAM 희망농구스타 재능기부공연



동방신기 포항 자진피해지역 복구지원금 기부



엑소 팬싱킹 음원수익금 기부



슈퍼주니어 규현 Make a wish 소아암 환자 만남



엑소 Make a wish 소아암 환자 만남



최시원 유니세프한국위원회 특별대표



소녀시대 유리 팬들과 함께하는 생일기념 봉사활동



소녀시대 효연 팬들과 함께하는 생일기념 봉사활동



SM엔터테인먼트 아티스트 자선바자회 수익금 기부



2021 복지리더양성교육 4강

빅데이터란 무엇인가?

이수재
서울시 빅데이터 담당 과장

데이터 과학자가 만들어 가는 세상

My Data, My Story

2020. 12



데이터 과학자가 만들어 가는 세상

목 차

I 빅데이터 시대 Data Technology Era

II 데이터 과학자란 Who is Data Scientist

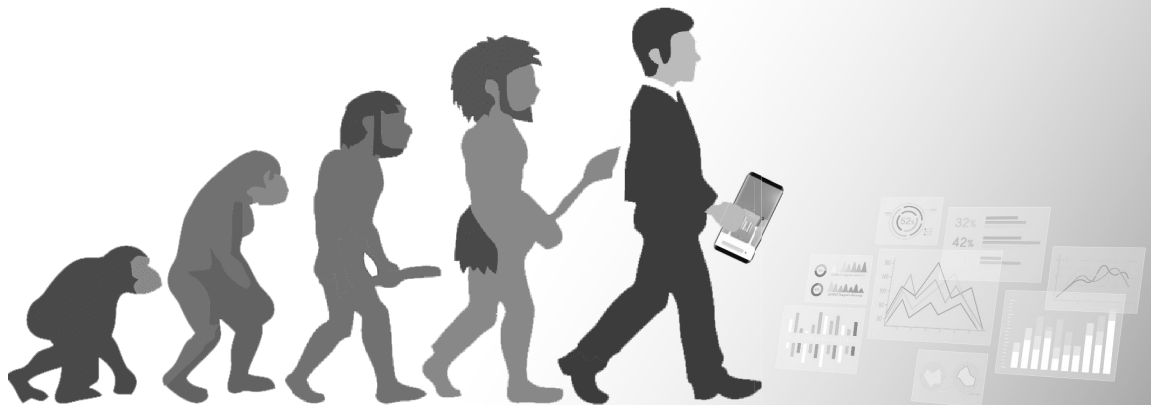


빅데이터 시대

Data Technology Era

인류의 변화

직립보행을 시작하며 지혜로운 인류는 도구를 사용하기 시작하였고 석기, 청동기, 철기를 지나 모바일 디바이스를 활용하는 시대를 맞이함



1. 호모에렉투스(Homo Erectus)

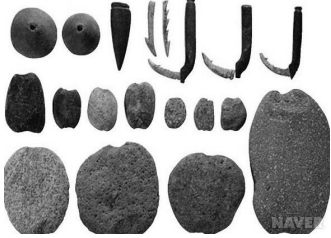
2. 호모사피엔스(Homo Sapiens)

3. 호모하빌리스(Homo Habilis)

4. 포노사피엔스(Phono Sapiens)

도구활용의 변화

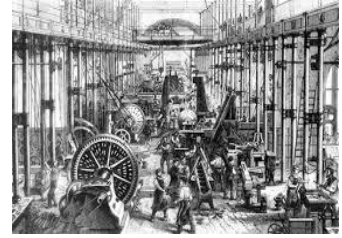
돌을 사용하며 먹이사슬의 최상위 지위를 차지한 인류는 이후 철기 시대, 기계 시대, PC의 시대를 거쳐 IoT 기반의 DT/AI 시대를 살아갈 도구가 필요



석기시대



청동기 철기 시대



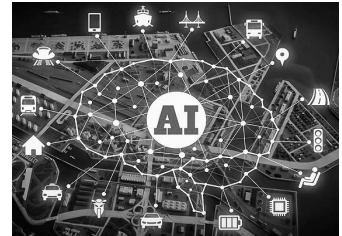
기계 시대



PC의 시대



IoT 시대



DT/AI 시대

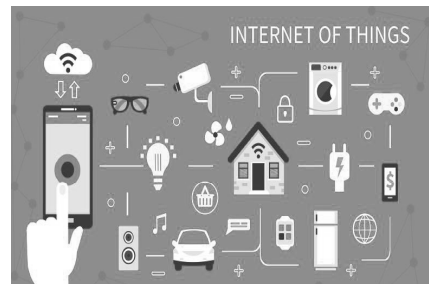
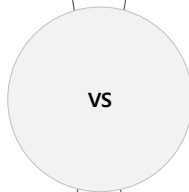
IT 시대와 DT 시대

IT시대와 DT 시대를 구분 짓는 기준은 개인이 활용 가능한 Device의 수와 수집되는 데이터를 처리할 수 있는 도구의 발달 및 해석 기술의 차이

응답하라 1988의 정봉이와 지금의 나를 비교해 본다면??



개인이 현재 있는 위치에서 세상을 연결할 수 있는 도구(Device)를 하나 갖게 된 시대



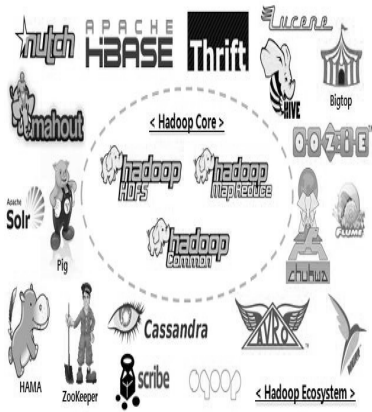
개인이 현재 있는 위치에서 세상을 연결할 수 있는 다양한 도구(Device) 갖게 된 시대

다양한 도구(Device)에서 나오는 데이터들을 활용 본인만의 관점(Perspective)로 개인의 스토리를 만들어 갈 수 있음

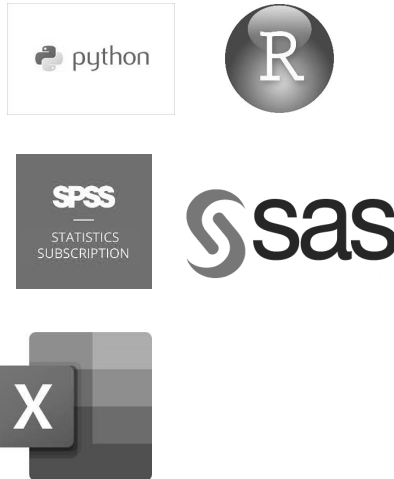
빅데이터 기술

빅데이터 기술은 수집/저장/처리, 분석, 시각화로 크게 구분할 수 있음

수집 / 저장 / 처리
(Collect / Store / Process)



분석
(Analytics)



시각화
(Visualization)



빅데이터 분석 알고리즘

빅데이터 분석에 활용되는 알고리즘은 통계학과 수학의 언어를 컴퓨터 언어로 변환한 머신 러닝, 딥러닝 등이 활용됨



- 컴퓨터 공학(Computer Science)
- 통계학(Statistics)
- 수학(Mathematics)

II

데이터 과학자란 Who is Data Scientist

데이터 분석가란

다양한 데이터(자료)를 다양한 툴(python, R, 주방기구)를 활용하여 최고의 플레이팅(시각화)를 통해 분석결과(요리) 만들어 내는 사람들

MODERN DATA SCIENTIST

Data Scientist, the savviest job of 21st century requires a mixture of multidisciplinary skills ranging from an intersection of mathematics, statistics, computer science, communication and business. Finding a data scientist is hard. Finding people who understand who a data scientist is, is equally hard. So here is a little cheat sheet on who the modern data scientist really is.

MATH & STATISTICS

- Machine learning
- Statistical modeling
- Experiment design
- Bayesian inference
- Supervised learning: decision trees, random forests, logistic regression
- Unsupervised learning: clustering, dimensionality reduction
- Optimization: gradient descent and variants

PROGRAMMING & DATABASE

- Computer science fundamentals
- Scripting languages e.g. Python
- Statistical computing package e.g. R
- Databases: SQL and NoSQL
- Relational algebra
- Parallel databases and parallel query processing
- MapReduce concepts
- Hadoop and Hive/Pig
- Custom reducers
- Experience with xaaS like AWS

DOMAIN KNOWLEDGE & SOFT SKILLS

- Passionate about the business
- Curious about data
- Influence without authority
- Hackier mindset
- Problem solver
- Strategic, proactive, creative, innovative and collaborative

COMMUNICATION & VISUALIZATION

- Able to engage with senior management
- Story telling skills
- Translate data driven insights into decisions and actions
- Visual art design
- R packages like ggplot2 or lattice
- Knowledge of any of visualization tools e.g. Flare, D3.js, Tableau

Versus

MarketingDirectory.com is a group of practitioners in the area of e-commerce marketing. Our fields of expertise include: marketing strategy and reproductive customer tracking and in the analysis, production, analysis, and measurement data monitoring and big data systems marketing channel insights in Paid Search, SEO, Social, CRM and brand.

데이터 분석가가 하는 일

알파고로 대표되는 딥러닝 분석, 구글 어시스턴트, 네이버 클로바의 자연어 처리, T-Map에 적용된 공간정보(GeoSpatial) 분석



알파고(Alpha Go)



구글 어시스턴트



네이버 Clova



SKT T-Map

데이터 분석가가 하는 일

공공, 민간의 다양한 분야에서 빅데이터 분석을 통한 문제 해결 및 혁신 사례가 만들어 짐

● 교통 분야 빅데이터 분석

4-3

도로 위에는 언제 터질지 모르는 '지뢰'가 있다

대형차량사고 발생 도로구간을 확인한 뒤 사고 발생 시 신속히 대처할 수 있는 도로 위에는 언제 터질지 모르는 '지뢰'가 있다. 이는 도로 위에는 언제 터질지 모르는 '지뢰'가 있다. 이는 도로 위에는 언제 터질지 모르는 '지뢰'가 있다.

포드, 삼성카드, 신한카드

최근 3년간 발생한 교통사고는 전년 대비 10% 이상 증가했다. 이는 도로 위에는 언제 터질지 모르는 '지뢰'가 있다. 이는 도로 위에는 언제 터질지 모르는 '지뢰'가 있다.



고속도로 4차선 이상 차량 1차선

고속도로 4차선 이상 차량 1차선 차량은 도로 위에는 언제 터질지 모르는 '지뢰'가 있다. 이는 도로 위에는 언제 터질지 모르는 '지뢰'가 있다.

간접적으로 4차선 도로, 양방향으로

간접적으로 4차선 도로, 양방향으로 차량은 도로 위에는 언제 터질지 모르는 '지뢰'가 있다. 이는 도로 위에는 언제 터질지 모르는 '지뢰'가 있다.



● 치안 분야 빅데이터 분석

1-3

범인 검거, 또 다른 수사의 시작

범인 검거, 또 다른 수사의 시작. 이는 치안 분야 빅데이터 분석을 통한 문제 해결 및 혁신 사례가 만들어 짐

범인 검거, 또 다른 수사의 시작. 이는 치안 분야 빅데이터 분석을 통한 문제 해결 및 혁신 사례가 만들어 짐

수감수 출구로 어떻게 찾아갈 것인가

수감수 출구로 어떻게 찾아갈 것인가. 이는 치안 분야 빅데이터 분석을 통한 문제 해결 및 혁신 사례가 만들어 짐



두려운 밤에는 데이터로 찾아간다

두려운 밤에는 데이터로 찾아간다. 이는 치안 분야 빅데이터 분석을 통한 문제 해결 및 혁신 사례가 만들어 짐

신속한 출구 수감수 찾는 방법

신속한 출구 수감수 찾는 방법. 이는 치안 분야 빅데이터 분석을 통한 문제 해결 및 혁신 사례가 만들어 짐



데이터 분석가가 하는 일

공공, 민간의 다양한 분야에서 빅데이터 분석을 통한 문제 해결 및 혁신 사례가 만들어 짐

○ 의료 분야 빅데이터 분석

2-1

예상해요! 유형성 질병

국민건강보험공단

원소 건강데이터가 가진 유용적인 정보 중 하나인 LBI는 어떤 환자든, 자
랑이다. 질병이 발생하면 질병의 발생을 예측하기 때문이다.
이러한 예측을 통해 환자 건강을 향상시키고, 나아가 커
갈수록 의료 비용을 절감할 수 있다. 이것이 스스로 건강을 갖고 감기를 예
방할 수 있도록 할 것인가?

당내나 다른 장난감 예측하라

국민건강보험공단 빅데이터 분석을 기반으로 2015년부터 '국민건강
보험공단' (http://www.nhi.or.kr)를 통해 5개 질병(가. 노환, 시
중독, 전신, 파킨슨)에 대해서 분석(위험, 경고, 주의, 안심)을 위한 정
도를 예측하고 있다. 국민건강보험공단 빅데이터 센터에 '가상
환자'의 사용자 기반 건강 자료를 연결하고 소셜네트워크를 통해
의 진료 동향과 질병 관련 키워드, 블로그 등의 정보를 확인할 수 있도
록 하였다.



14. 새로운 건강 데이터

SNS로 보는 건강 위험 신호

'국민건강보험서비스'는 국민건강보험단의 진료정보와 소셜네트워크
를 결합하여 질병성 예측 모델을 구축함으로써 국민 의료비 절감과 건
강 증진을 기대하고 있다. 또한, 건강이 위험하다고 하면, SNS에 관련
기재 관련 정보가 많이 있을 것이라는 추측을 바탕으로 건강 등 제
정보를 제공한다. SNS 속 텍스트와 이미지, 그리고 건강 관련 특
인한 글과 날짜에 따라 정확도가 높은 그래프를 그린다. 이것은 소
셜네트워크 진료 동향과 종합해서 사용할 수 있음을 증명한다. SNS.

많은 가는 국민건강보험서비스

많은 국민건강보험공단 건강 자료, 데이터와 자료 등의 활용성
자료와 뉴스레터 등의 데이터 수집 등 새로운 다양화하여 질병의 경
험도와 신변보호를 높일 계획이다. 아울러 질병 예방 상담을 확대 해 나
갈 것으로 국민건강 보험이 제공하는 자료를 다지고 있다.



15

○ 행정 분야 빅데이터 분석

4-4

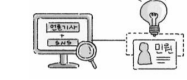
귀 기울여 듣는 시민의 목소리

민간참여를 통한 정부혁신 사업

민간 참여의 차이는 어떤 면에서 어떤, 효과를 유지 하면 등 특정
시각에 따라 변화가 예상되는 것을 말한다. 그러나 LBI는 지금과
지 않는 만큼 변화의 추이를 실시간으로 확인할 수 있는
는 아이디어를 냈다. LBI는 어떤 시도가 시민들의 만족도와 실
을 높일 수 있을 것라고 확신했다.

프로젝트, 각종 분야를 통한 각종 문제 해결

행정안전부는 포항시 최근 10여 년간의 민원 분석을 위해 인터넷
넷 기사 SNS 등을 수집했다. 이를 통해 시민의 주요 민원을 파악하
고, 민원의 경향 등을 분석하여 대응방안을 미리 마련할 수 있었다. 포
항시의 행정 안전을 위해 SNS, 인터넷, 민원이 많은 지역을 집
중 관리 시점으로 선정하여 주시 관리 해결방안을 우선순위로, 행정에
반영한다. 이렇게 빅데이터 활용의 가장 큰 장점 중 하나는 민원이
사실적으로 확산되기 전에 민원에 의한 노력으로 문제 해결을 가능
하게 할 수 있다는 점이다.



38

가장 작은 것에도 사색하는 문화

포항에서 가장 먼저 실시한 것은 행정소속이다. 민원서비스에
시민들이 작성한 민원을 분석해, 민원을 이루는 가장 작은 단위의 형
태를 분석하기 시작한 것이다. 또한 민원 서비스의 저비용 이용만을
을 한 것으로 생각해 가장 먼저 사용자 기도를 높였다. 작은
이름 빅데이터 분석대상 중 하나로 어떤 과정을 통해 최종적인 '최대
이름'이라는 한, 그 후부터 '민원'을 파악해 이를 시각화할
수 있었다. 즉, 하나의 빅데이터 어떤 단위가 있는지에 따라 이
이 사용되거나 사용함으로써 민원은 민원 파악하고 이에 내
해 선제 대응을 할 수 있게 된 것이다.

데이터, 증가나 증가나 정확하게 알려준다

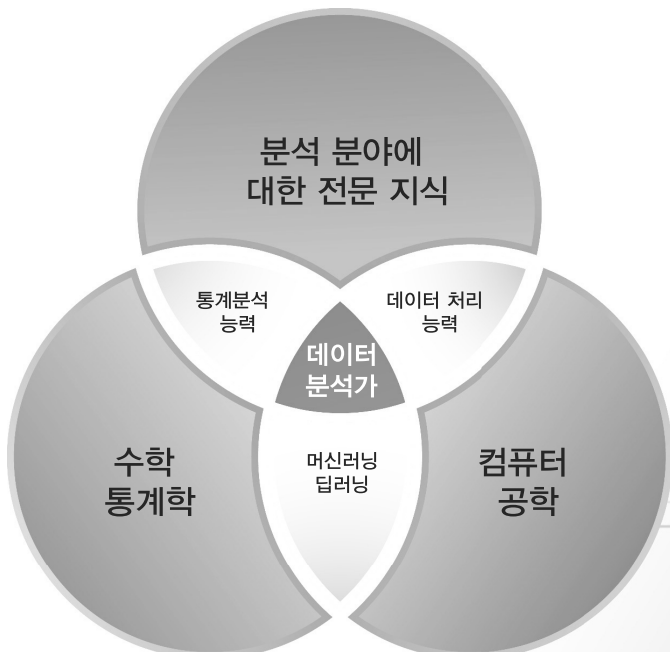
데이터에서 가장 먼저 실시한 것은 행정소속이다. 민원서비스에
시민들이 작성한 민원을 분석해, 민원을 이루는 가장 작은 단위의 형
태를 분석하기 시작한 것이다. 또한 민원 서비스의 저비용 이용만을
을 한 것으로 생각해 가장 먼저 사용자 기도를 높였다. 작은
이름 빅데이터 분석대상 중 하나로 어떤 과정을 통해 최종적인 '최대
이름'이라는 한, 그 후부터 '민원'을 파악해 이를 시각화할
수 있었다. 즉, 하나의 빅데이터 어떤 단위가 있는지에 따라 이
이 사용되거나 사용함으로써 민원은 민원 파악하고 이에 내
해 선제 대응을 할 수 있게 된 것이다.



39

무엇을 준비해야 할까

데이터 분석가는 통섭 지식 및 기술을 보유한 사람으로 다양한 분야의 지식과 기술을 섭렵해야 함

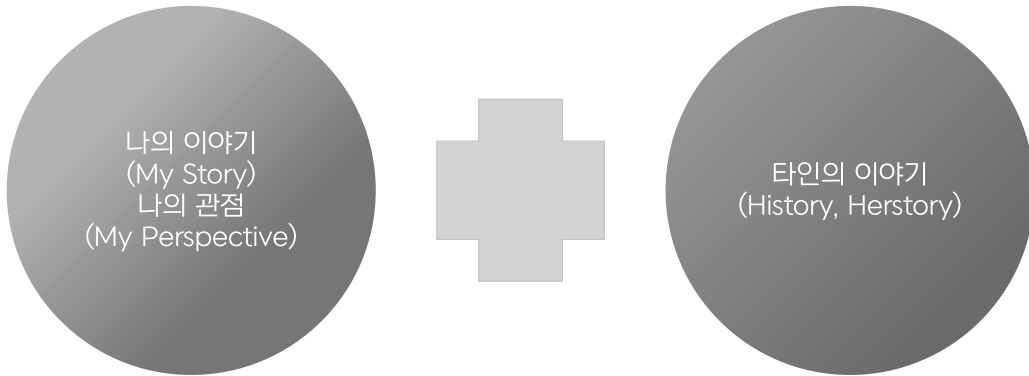


이런 사람이 있을까?



데이터 과학자에게 가장 필요한 것

내가 가지고 있는 지식과 경험을 바탕으로 한 관점을 가지고 여러 사람들과 같이 협업을 통해 스토리를 만들어 가는 능력



데이터 분석가에게 가장 필요한 것

데이터 분석가에게 가장 필요한 것은 거짓말 같은 데이터에서 분석가의 가슴을 닳은 진실을 알아보는 능력

세상에는 세 가지 종류의 거짓말이 있다. 거짓말, 새빨간 거짓말 그리고 통계다
(There are three kinds of lies: lies dammed lies, and statistics)



벤저민 디즈레일리, 영국총리
(1804~1881)

감/사/합/니/다

Thank you for your listening

2021 복지리더 양성교육

발행인 이정우

편집자 교육위원회, 사무국

발행일 2021. 6.

발행처 성남시사회복지사협회
