

Team Spotlight

Making an impact that matters

제 30 호 | 2018.2.28

“기업의 미래, 휴머니즘과 혁신적인 사고로 가치 높여야 할 때”

기업의 가치 경영과 사회혁신 모델을 제시하는 ‘딜로이트 안진 지속가능전략팀’

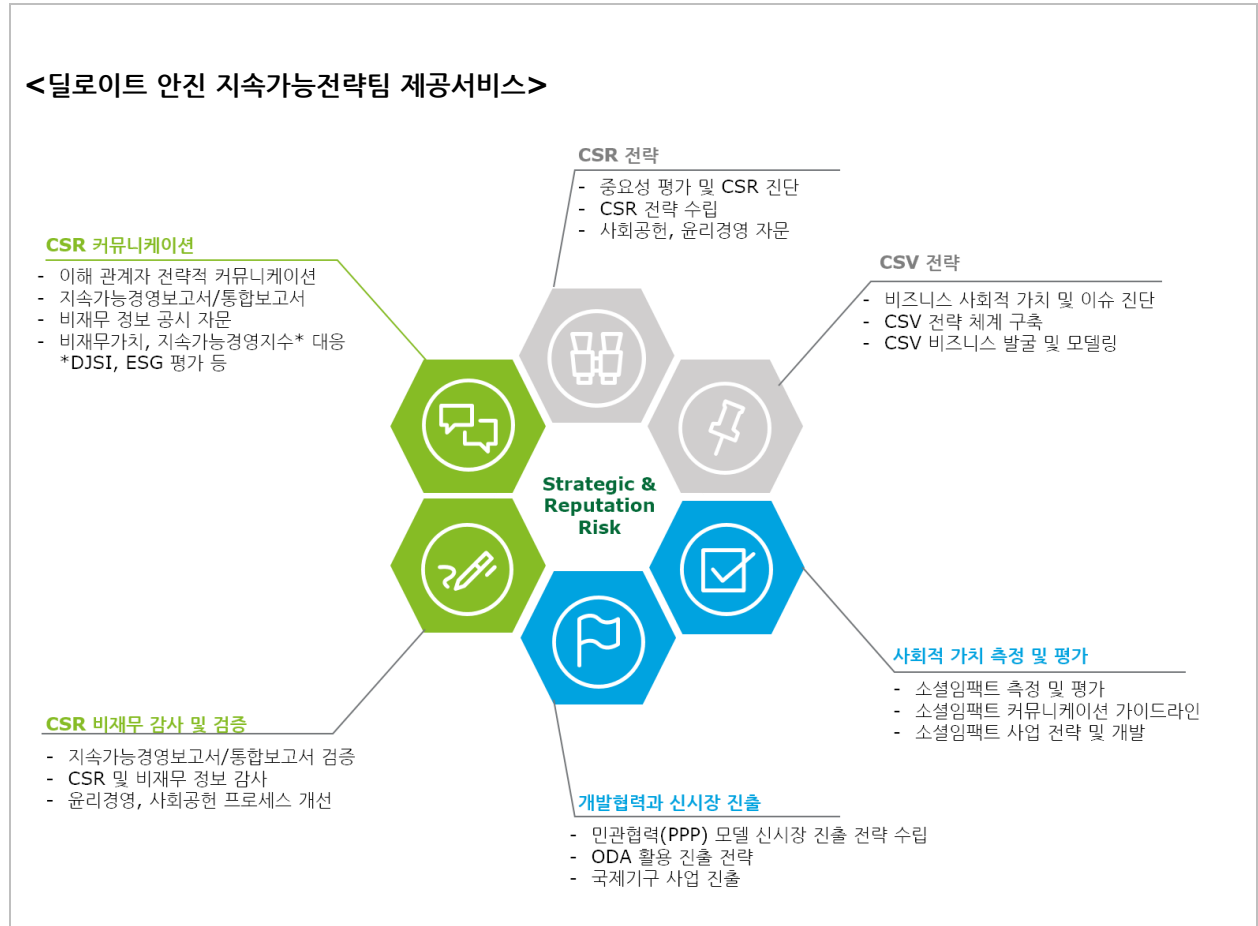
기업과 사회는 다양한 사회적, 환경적, 윤리적, 경제적 도전에 직면하고 있다. 사회 전반에 걸쳐 정책과 기술, 시장에서 이에 대한 대응책들이 전개되고 있으며, 금융기관에서 마련한 기업의 사회적 책임에 관한 지표도 상당수 증가하고 있다. 오늘날 기업의 성과와 이윤은 에너지 가격, 공급망의 범위와 탄력성, 정부기관의 규제, 여론과 같은 다양한 요소들로 인해 좌지우지되고 있다. 이와 같은 사회구조적 도전과 대응의 영향을 받지 않는 기업이나 조직은 없다.

이는 곧, 효과적인 운영과 투명한 의사소통을 위한 대응 전략의 모색이 매우 중요함을 뜻한다. 제대로 대응하지 못할 경우 리스크가 엄청난 것도 사실이며, 지속가능경영의 의무를 실천에 옮길 때 창출되는 기회 또한 상당이다. 기업의 지속가능성을 위해 무엇이 필요한지, 어떻게 하면 사회와 사람들에게 접근할 수 있는지 전략적으로 접근해서 기회를 창출해주는 딜로이트 안진회계법인의 지속가능전략팀을 만났다.

기업의 존속과 번영을 위한 통합 서비스 제공

딜로이트 안진회계법인 리스크자문본부에 속한 전략리스크 지속가능전략(Sustainability Strategy) 팀은 현재 10 여 명으로 구성된 소수 정예팀이다. 팀 구성원 대부분이 대기업, 컨설팅, 정부기관 등 다양한 조직으로부터의 경험을 쌓고, 정부 정책과 금융 및 경제 시장, 정부와 민간, 연구와 실무, 전략과 프로세스 등에 대한 전략리스크 분야의 다각적인 접근이 가능한 자원들이다.

딜로이트 안진 리스크자문본부의 전략 및 평판리스크는 크게 지배구조(Corporate Governance), 경영전략 리스크 (Strategic Risk), 브랜드 및 평판 리스크(Brand & Reputation Risk), 위기관리(Crisis Management) 및 지속가능경영(Sustainability) 분야 등 총 5 개의 서비스를 제공한다. 이 중 지속가능전략팀은 CSR 커뮤니케이션, CSR 비재무 감사 및 검증, CSR 전략, CSV 전략, 사회적 가치 측정 및 평가 그리고 개발협력과 신시장 진출 등 총 6 개 전문분야에서 서비스를 제공하고 있다.



지속가능전략팀은 기업의 책임경영에 대한 ESG(환경(environment)·사회(social)·지배구조(governance))에 대한 자문 서비스와 지속가능한 비즈니스 전략 수립을 위한 브랜드 관리 및 평판 리스크(brand & reputation Risk) 컨설팅, 사회적 가치 측정과 CSV 모델 및 전략 체계 수립, 지속가능성(sustainability) 진단 및 사회적 임팩트(social impact) 커뮤니케이션 전략 등 기업의 가치를 지속적으로 유지할 수 있는 부분에 대한 전략 컨설팅 서비스를 제공하는 것이 핵심이다. 특히, 기업의 비재무적인 사회적 가치와 재무적인 성과를 적절하게 연계하고 커뮤니케이션 전략과 연계해 기업의 브랜드 제고와 평판에 대한 통합적이면서도 체계적인 관리방향을 함께 고민해준다는 점에서 최근에 많은 고객사들과의 관계를 이어 나가고 있다.

지속가능전략팀은 CSR 전략 통합 서비스부터 경영컨설팅의 글로벌 벤치마킹/인사이트, 전략리스크 관리 방안까지 제공하는 국내 유일의 전략컨설팅 팀으로 업계에 알려져 있다. 또한, 학계 및 전문분야의 국내외 기관들과의 전략적 파트너십을 보유하고 있어 기존 컨설팅사보다 차별화된 서비스가 가능한 큰 장점을 가지고 있다.

잠깐! 이런 키워드 알고 계신가요?

ESG(환경(environment)·사회(social)·지배구조(governance))

기업이 직원과 고객, 주주, 환경에 얼마나 기여하는지, 지배 구조는 투명한지를 비재무적인 경영활동에 대해 평가하여 투자에 대한 의사결정을 하거나 기업에 대한 가치를 평가하는 틀이다.

CSR(Corporate Social Responsibility, 기업의 사회적 책임)

기업의 경영활동을 통한 지역사회와 환경에 대한 영향을 책임지는 것뿐만 아니라 생산 및 영업을 통한 이윤추구 활동 외에 법령과 윤리를 준수하고 기업의 이해관계자 요구에 적절하게 대응함으로써 사회에 긍정적 영향을 미치는 책임 있는 활동을 의미한다.

CSV(Creating Shared Value, 공유가치창출)

기업이 수익 창출 이후에 사회 공헌 활동을 하는 것이 아니라 기업 경영활동 자체가 사회적 가치를 창출하면서 동시에 경제적 수익을 추구할 수 있는 방향으로 이루어지는 행위를 말한다. CSV는 CSR과 비슷하지만 가치 창출이라는 점에서 차이가 있다. CSV는 기업의 미래 시장의 경영 전략을 제시하며, 소비자의 가치, 기업의 가치, 사회적으로 필요한 가치가 상호 조화를 이루는 기업이 정신을 요구한다.

지속가능전략

기업이 재무와 비재무적으로 건강한 성장을 할 수 있는 경영전략 컨설팅이다. 즉, 고객, 주주, 투자자 및 이해관계자에게 기업의 합리적인 가치로 수익을 내고, 사회를 건강하게 만들어가는 역할과 선순환적인 기능을 할 수 있도록 돕는 전략서비스를 말한다.

“기업의 미래 성장...사회가치 창출을 통해 비즈니스의 새로운 기회를 모색하며 기업과 지역사회가 함께하는 커뮤니케이션이 매우 중요”

기업의 필수 조건, 사회적 가치 창출...지속가능한 경쟁력 확보 노력 필요

딜로이트 안진 지속가능전략팀은 지난 해 구성된 이래 지금까지 끊임없이 성공적인 프로젝트 성공이력을 쌓아가고 있다.

최근에는 Top 5 글로벌 대기업 대상으로 투자자 커뮤니케이션 전략을 활용한 ESG 통합보고서를 기획 컨설팅하고, 그 밖에도 글로벌 책임경영의 비전과 운영체계 및 커뮤니케이션, CSR 트렌드 이슈 분석, CSV 전략체계 및 비즈니스 모델링, 이해관계자별 전략적 커뮤니케이션, 기업의 지속 가능한 통합가치에 대한 측정 등 기업 전략방향에 맞춰 여러 프로젝트를 진행하고 있다. 또한, 기업이 요구하고 있는 기업의 사회적 가치 측정과 이를 통한 비즈니스 혁신 모델의 발굴, 중장기적 사회적 임팩트 투자 연계 방안 등 기업이 장기적으로 가져야 할 가치, 비전체계 수립 및 커뮤니케이션 전략 등에 대한 기업 맞춤형 컨설팅도 하고 있다.

기업들은 고객을 통한 ‘수익 창출’ 보다는 ‘기업의 가치’를 찾고자 하는 추세로 돌아서고 있는데, 이는 저성장시대의 생존전략일 수도 있고 4차 산업혁명을 맞이하는 인간중심의 가치 실현으로의 또 다른 성장전략일 수도 있다. 또한, 재무와 비재무의 통합을 통한 지속 가능한 비즈니스의 체계 구현이나 단순하게는 계속적으로 변화하는 정부 정책과 시장에서의 기업의 기능과 역할에 대응하는 요구사항이기도 하다. 최근 많은 기업들은 사회적 책임 이슈 및 대·내외 커뮤니케이션에 대한 전문성, 글로벌 진출, 브랜드 및 평판 관리 전략, 사회적 가치 측정과 재무·비재무 통합정보관리 및 프로세스 개선에 이르기까지 기업 전략과 평판 리스크를 중장기적으로 관리하고 기업가치를 제고하는 지속가능경영 전략 서비스를 원하고 있다.

한 가지 확실한 것은, 기업들은 '건강한 비즈니스'를 통한 사회에서의 지속 가능한 경쟁력을 가지는 것에 매우 관심이 많다는 것이다. 기업은 지속 가능한 경쟁력을 위해서 현재 시점 기업이 실제로 가지고 있는 대·내외 영향(impact)에 대해서 지속적으로 측정하고 커뮤니케이션하는 방법을 알고 싶어 한다. 지속 가능한 경쟁력은 우리가 살아가는 다음 세대에서 기업이 가지고 있어야 하는 필수 조건이기 때문이다.

건강하고 더 나은 미래를 위한 힘찬 발걸음

지속가능경영은 제품의 품질이나 가격정책, 마케팅 전략을 통한 수익증대라는 경영의 전통적인 가치 외에 경영투명성과 윤리경영을 강조하고, 기업의 경영범위를 벗어난다고 여겨졌던 사회발전과 환경보호에 대한 공익적 기여를 중시한다. 이는 단순히 기업이 사회적 책임을 나누는 차원이 아니라 경제적·사회적·환경적 책임을 통해 다양한 이해관계자와 협력과 합의, 그리고 공생하는 길을 모색해야 기업의 생존과 성장도 가능하다는 문제의식에서 비롯된다.

지속가능전략팀은 재무와 비재무 리스크를 통합하는 관리체계로 기업이 가지는 가치(value)를 강화하고, 기업의 사회적 책임(CSR), 브랜드 및 평판관리를 구현한 전략 수립 서비스, 홍보 마케팅 방안을 꾸준히 개발해, 지속가능경영 서비스를 기업들과 서로 윈윈(win-win)하는 분야로 개척하는 목표를 가지고 있다.

지속가능경영은 다음 세대를 위해 기업과 사회, 인간이 공존하기 위한 마지막 보루일수도 있다. 기업의 지속가능성을 넓혀주고 기업의 이익, 사회에 기업 이익의 환원, 인간들에게는 서로 공존하고 살아있음을 보여주는 것이 우리가 가지고 있어야 할 최종 목적지일 수도 있다.



Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee ("DTTL"), its network of member firms, and their related entities. DTTL and each of its member firms are legally separate and independent entities. DTTL (also referred to as "Deloitte Global") does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/kr/about to learn more about our global network of member firms.

This communication is for internal distribution and use only among personnel of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, its member firms, and their related entities (collectively, the "Deloitte Network"). None of the Deloitte Network shall be responsible for any loss whatsoever sustained by any person who relies on this communication.

© 2018. For information, contact Deloitte Anjin LLC & Deloitte Consulting LLC