



2018  
사회공헌 백서

## CONTENTS

04

---

한 눈에 보는  
2017년 사회공헌

07

### I. 기획 및 조사 개요

1. 기획 목적
2. 조사 경과
3. 설문 내용
4. 분석 대상

13

### II. 조사결과 분석

1. 민간기업
2. 공공기관
3. 이해관계자
4. 국민인식
5. 시사점

49

---

III. 사업분야별  
사회공헌 핵심 프로그램

121

### 부록

2018년 기업 사회공헌  
활동에 관한 설문지

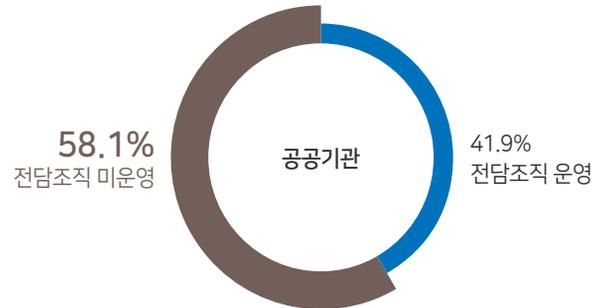
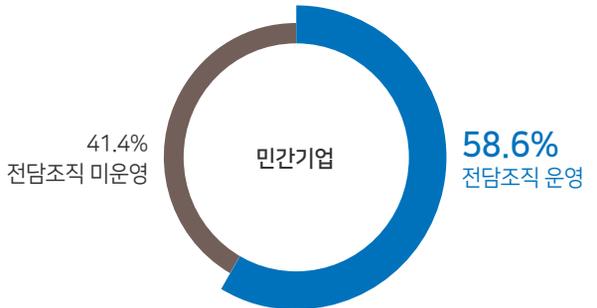
2018 사회공헌 백서의 제작을 위해  
소중한 데이터를 제공해주신  
기업 및 기관에 감사드립니다.

**[일러두기]**

1. 미래 사회공헌 의제 등 1순위, 1+2순위, 1+2+3순위까지 제시된 조사결과에서 1+2순위와 1+2+3순위는 각 순위의 합산비율을 나타내며, 합산 후 조사결과의 변동이 있는지를 보여줍니다. 1순위와 각 합산비율의 순위에서 모든 결과가 같게 나온 경우 해당 답변의 중대성이 그만큼 높음을 보여주며, 반대로 각 합산비율의 순위 결과가 1순위 결과와 다른 경우 1순위 답변 외에 다른 답변도 상대적으로 중요하다는 점을 나타냅니다. (문항의 자세한 내용은 부록 참조.)
2. 핵심 프로그램은 제출해주신 기업에서 기재하신 내용 및 방식, 사업분야를 존중하여 편집 후 가나다순으로 제시했습니다.

# 한 눈에 보는 2017년 사회공헌

## 사회공헌 조직체계

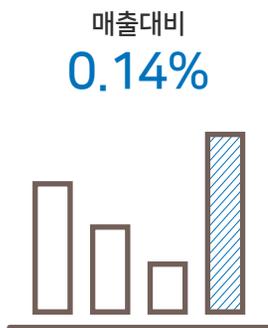


민간기업	주요 직속부서(%)	주요 인력규모(%)
전담조직 운영	홍보·커뮤니케이션: 32.8	2~5인: 63.8
	인사·총무: 13.8	10인 이상: 15.5
전담조직 미운영	총무팀: 29.3	1인 전담: 51.2
	홍보팀: 19.5	2~5인: 46.3

공공기관	주요 직속부서(%)	주요 인력규모(%)
전담조직 운영	기획·전략: 46.2	2~5인: 53.8
	홍보·커뮤니케이션, 경영지원: 각 15.4	6~9인: 23.1
전담조직 미운영	총무팀: 33.3	1인 전담: 61.1
	홍보팀, 기획팀: 각 11.1	2~5인: 33.8

## 사회공헌 현황

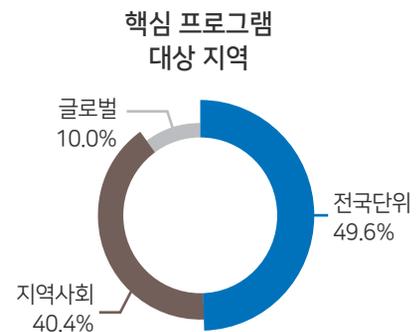
229개 기업·기관\*의  
사회공헌 활동 비용 총액  
**2조 6,689억 원**



임직원 봉사활동  
참여율  
**52.8%**

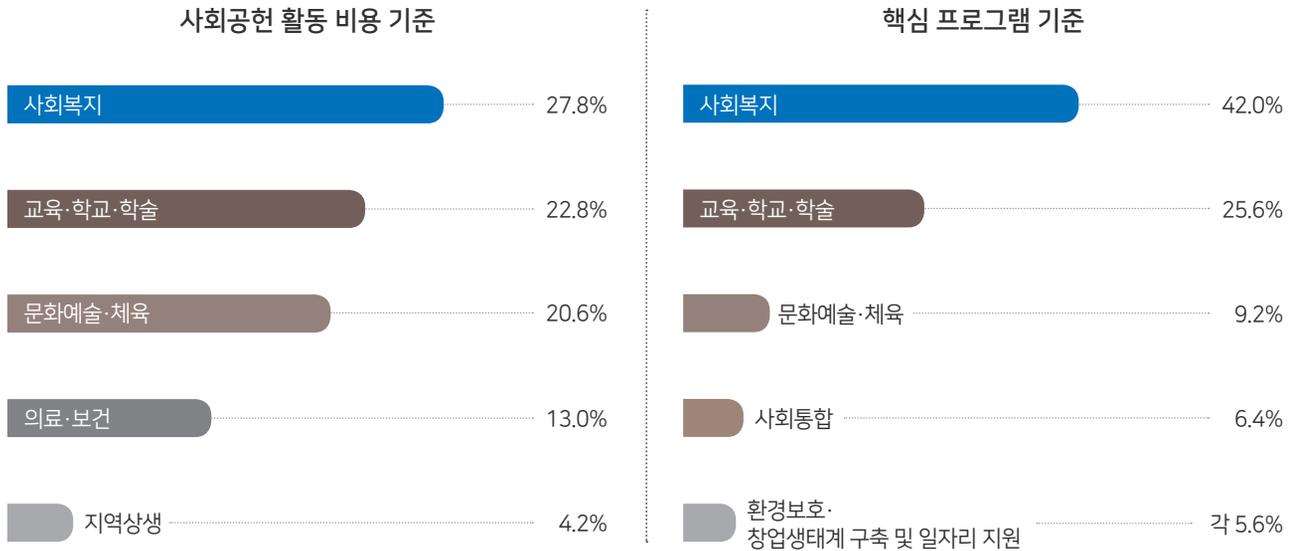


250개 핵심 프로그램  
평균 수행기간  
**7.9년**



\* 해당 문항에 응답했거나 매출액이 공시된 173개 민간기업 및 56개 공공기관

## 활동 분야 Top 5



## 미래 사회공헌 의제

국내	민간기업	공공기관	이해관계자	국민인식
1순위	교육 불평등	소득 및 주거 불안	소득 및 주거 불안	소득 및 주거 불안

글로벌	민간기업	공공기관	이해관계자	국민인식
1순위	Goal 3 건강과 웰빙	Goal 3 건강과 웰빙	Goal 3 건강과 웰빙	Goal 8 좋은 일자리와 경제성장

미래 사회공헌 의제의 전체 내용은 부록 참조



---

# 기획 및 조사 개요



---

기획 목적	08
조사 경과	
설문 내용	09
분석 대상	10

## 1. 기획 목적

- 2018 사회공헌 백서는 민간기업 및 공공기관이 수행 중인 사회공헌 현황을 종합적으로 분석하여 사회공헌 담당자 및 이해관계자에게 유용한 정보를 제공하는 것을 목적으로 함.
- 본 백서는 민간기업 및 공공기관의 사회공헌 현황과 함께 사회공헌 이해관계자의 경험과 인식, 사회공헌에 대한 국민인식 조사를 수행하여 사회공헌의 현재와 지향점에 대한 입체적인 분석과 전망 제시를 시도함.

## 2. 조사 경과

### ① 조사 기획 및 설문지 개발

- 문항 개발을 위한 예비 설문조사 진행 (5 - 6월)
- 4개 조사대상별 설문지 문항 개발 (6 - 7월)
- 전문가 자문회의를 통한 설문지 확정 (7월)

### ② 설문조사 진행

<b>민간기업</b>	조사대상: 매출 순위 1,000대 기업 조사방식: 구조화된 설문지를 이용한 온라인 및 오프라인 응답, 기타 공개자료 조사기간: 2018년 8월 - 10월
<b>공공기관</b>	조사대상: 공기업(시장형, 준시장형), 준정부기관, 기타 공공기관 330개 조사방식: 구조화된 설문지를 이용한 온라인 및 오프라인 응답, 기타 공개자료 조사기간: 2018년 8월 - 10월
<b>이해관계자</b>	조사대상: 주요 유형별 이해관계자(비영리기관, 사회적경제조직 등) 조사방식: 구조화된 설문지를 이용한 온라인 및 오프라인 응답 조사기간: 2018년 8월 - 10월
<b>국민</b>	조사대상: 전국 13개 도시(서울시, 세종시, 혁신도시)에 거주하는 성인남녀 1,304명 조사방식: 구조화된 설문지를 이용한 온라인 응답 조사기간: 2018년 8월 - 9월

#### ※ 설문 외 데이터 수집에 참고한 자료

- 은행연합회 2017 은행 사회공헌활동 보고서('사회책임금융' 부문 제외)
- 생명보험협회 및 손해보험협회 사회공헌 공시자료(2017년 결산)
- 알리오 경영공시자료
- 2018년 발간 지속가능경영보고서 등

### ③ 결과 분석

- 분석기간: 2018년 10월 - 11월
- 자문회의 2회 개최(이해관계자 및 사회공헌 담당자)

### 3. 설문 내용

설문의 자세한 내용은 부록 참고

<b>민간기업</b>	사회공헌 추진체계 (조직구성, 활성화제도, 파트너십) 2017년 사회공헌 활동 규모 (2017년 사회공헌 지출비용, 임직원 봉사활동) 2017년 사회공헌 프로그램 운영 현황 (핵심 프로그램 및 소개) 미래 사회공헌 의제 (미래 한국사회 주요 이슈 및 글로벌 이슈)
<b>공공기관</b>	사회공헌 추진체계 (조직구성, 활성화제도, 파트너십) 2017년 사회공헌 활동 규모 (2017년 사회공헌 지출비용, 임직원 봉사활동) 2017년 사회공헌 핵심 프로그램 사회공헌 관련 정부정책 미래 사회공헌 의제 (미래 한국사회 주요 이슈 및 글로벌 이슈)
<b>이해관계자</b>	파트너십 사회공헌 트렌드 인식 미래 사회공헌 의제 (미래 한국사회 주요 이슈 및 글로벌 이슈)
<b>국민</b>	사회공헌에 대한 인식 사회공헌 참여 경험 미래 사회공헌 의제 (미래 한국사회 주요 이슈 및 글로벌 이슈)

#### ※ 공통 문항 관련

- 4개 조사대상에 모두 '미래 사회공헌 의제'에 대해 질문하여 조사대상별 답변상의 유의미한 차이가 있는지 확인하고자 함
- 민간기업과 공공기관에 '사회공헌 추진체계', '2017년 사회공헌 활동 규모', '2017년 사회공헌 핵심 프로그램 소개'가 공통 문항으로 설계되었음

## 4. 분석 대상

### 민간기업

- 175개 기업의 응답 및 수집 데이터 활용

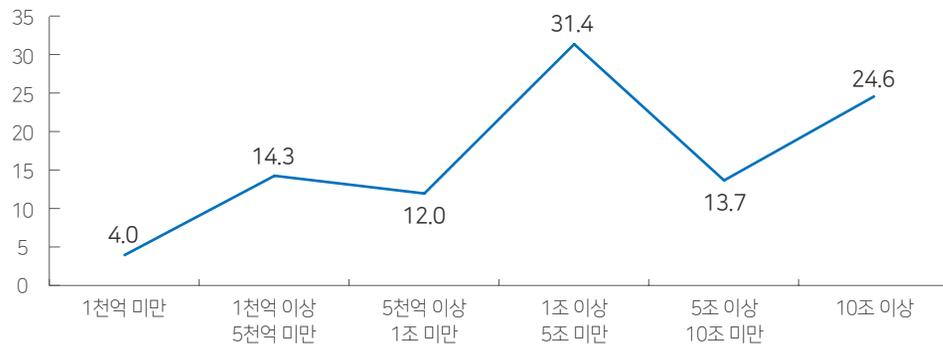
[분석 대상 기업 업종별 현황]

(단위: %)



[분석 대상 기업 매출구간별 현황]

(단위: %)

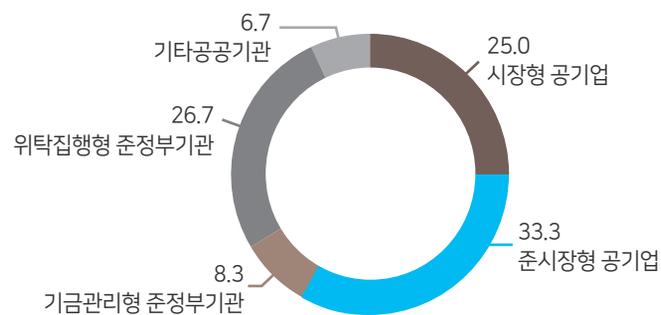


### 공공기관

- 60개 공공기관의 응답 및 수집 데이터 활용 (2018년도 공공기관 현황 기준)

[분석대상 기관 유형별 현황]

(단위: %)

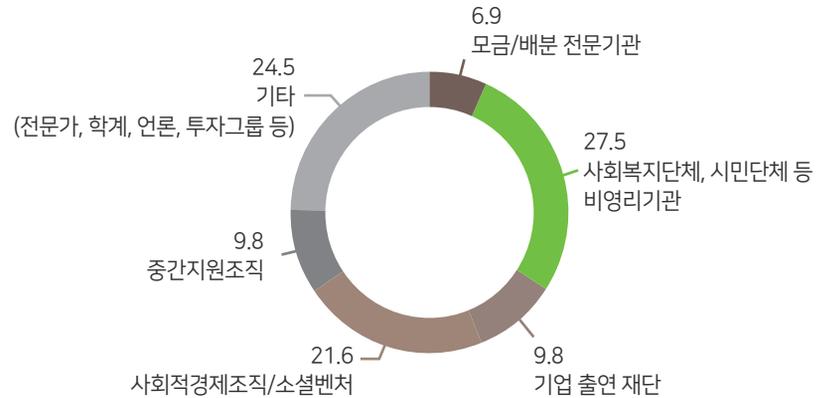


## 이해관계자

- 총 102개 기관의 응답 데이터를 활용

[응답기관 유형별 현황]

(단위: %)



## 국민

구분	내용
모집단	서울, 세종, 부산, 대구, 전남 나주, 울산, 강원도 원주, 충남 공주, 충북 진천, 전북 전주, 경북 김천, 경남 진주, 제주 서귀포에 거주하는 만 20세 이상의 성인남녀
표집방법	지역 기준 제곱근비례배분법에 의해 표본 구성 (서울과 그 외 지역 간의 인구 수 차이가 크므로 해당 차이를 줄이는 방법 활용)
표본크기	1,304개

전체	사례 수 (1,304)	남자 50.6	여자 49.4	계 100.0
<b>거주 지역</b>				
서울	(348)	54.0	46.0	100.0
세종	(58)	58.6	41.4	100.0
부산	(205)	42.0	58.0	100.0
대구	(172)	51.7	48.3	100.0
전남 나주	(35)	54.3	45.7	100.0
울산	(119)	49.6	50.4	100.0
강원도 원주	(63)	57.1	42.9	100.0
충남 공주	(35)	62.9	37.1	100.0
충북 진천	(31)	61.3	38.7	100.0
전북 전주	(90)	47.8	52.2	100.0
경북 김천	(40)	50.0	50.0	100.0
경남 진주	(63)	41.3	58.7	100.0
제주 서귀포	(45)	42.2	57.8	100.0

전체	사례 수 (1,304)	남자 50.6	여자 49.4	계 100.0
<b>연령대</b>				
20대	(247)	26.7	73.3	100.0
30대	(398)	42.7	57.3	100.0
40대	(365)	58.4	41.6	100.0
50대	(209)	66.5	33.5	100.0
60대 이상	(85)	84.7	15.3	100.0



---

## 조사결과 분석



---

### PART 1. 민간기업

사회공헌 추진체계	14
사회공헌 활동 규모	18
2017년 사회공헌 핵심 프로그램 운영 현황	20
미래 사회공헌 의제	22

# 사회공헌 추진체계

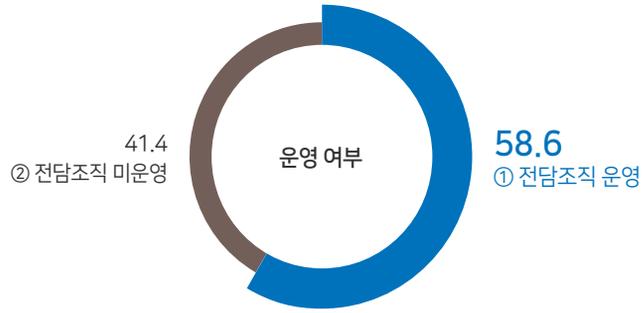
사회공헌의 추진체계는 사회공헌을 전담하는 조직의 구성과 사내에서 사회공헌을 추진하기 위해 활용하고 있는 수단들에 대한 조사로 이루어짐.

## 1. 조직

- 민간기업의 약 60%가 사회공헌 전담조직을 운영하고 있음.
- 전담조직을 운영하는 기업에서는 주로 홍보·커뮤니케이션 부서가, 전담조직을 운영하지 않는 기업에서는 주로 총무 부서에서 사회공헌을 관리하고 있음.
- 민간기업의 83%가 자원봉사단을 운영하고 있음.

### 사회공헌 전담조직 운영

(N=99, 단위: %)



#### ① 전담조직 운영

상위 직속부서 (%)	
홍보·커뮤니케이션	32.8
인사·총무	13.8
사회공헌위원회 등 별도 기구	12.1
기획·전략, 경영지원	각 8.6
기타	24.1



사회공헌 전담조직을 운영하는 기업군의 기업당 평균 매출은 10조 9,579억 원임.

#### ② 전담조직 미운영

상위 직속부서 (%)	
총무팀	29.3
홍보팀	19.5
인사팀	17.1
기획팀	12.1
기타	22.0



사회공헌 전담조직을 운영하지 않는 기업군의 기업당 평균 매출은 2조 9,824억 원임.

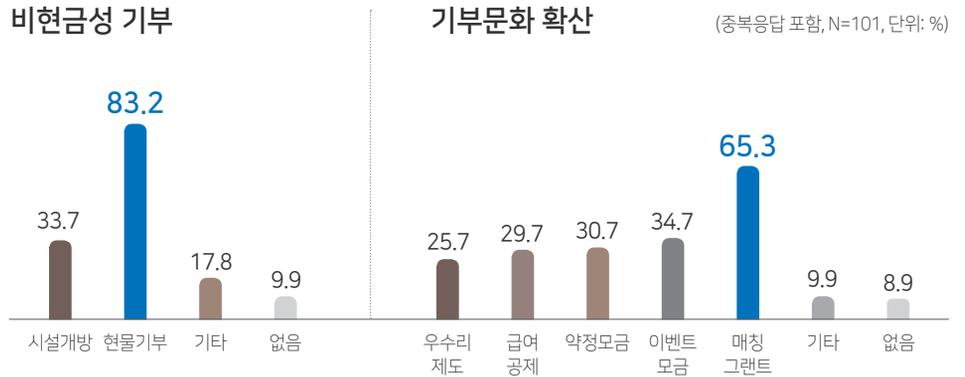
### 자원봉사단 운영

(N=100)

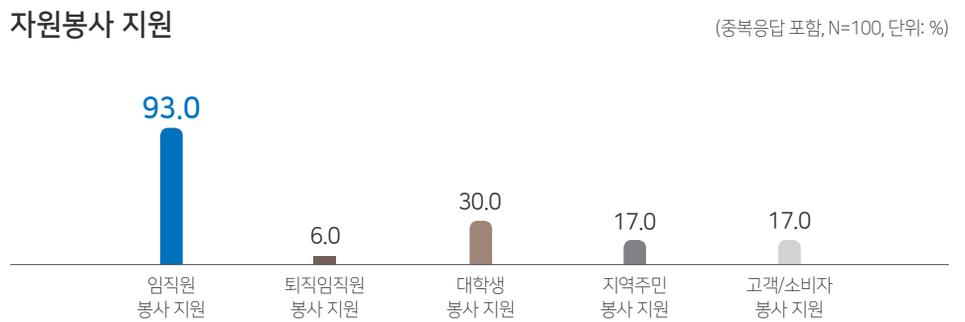


## 2. 지원제도

- 민간기업의 약 83%가 금전 기부 외에 현물기부에 나서고 있고, 65%의 기업이 사내의 기부문화 확산을 위해 임직원 기부에 대한 매칭그랜트를 운영함.



- 봉사활동 시간의 일부를 업무시간으로 인정하는 기업이 전체 응답기업의 70%에 달했으나, 최근 주 52시간 근무제의 영향으로 이에 대한 변화가 예측됨. 봉사시간, 봉사인원이 지표가 되었던 기존의 봉사활동 평가를 보완하거나 대체할 새로운 평가방식이 모색되고 있음.



### 3. 파트너십

- 기업의 사회공헌 활동은 다양한 파트너십을 통해 구현됨.
- 기업이 파트너십을 형성하는 이유는 관련 분야에서의 전문성과 투명성을 제고하기 위함임.

#### 파트너십의 목적

(중복응답 포함, N=98, 단위: %)

관련 분야 전문성 활용	사회공헌에 대한 대외적 투명성/신뢰성 확보	기부금 처리 용이	내부 전담 인력 부족
91.8	76.5	18.4	9.2

#### 주요 파트너기관 및 만족도가 가장 높았던 기관

##### 1) 주요 파트너기관

(중복응답 포함, N=98, 단위: %)

비영리기관	정부·지자체·공공기관	자사 출연재단	사회적경제조직·소셜벤처	교육·연구기관	미디어	타 기업
95.9	72.4	35.7	33.7	33.7	17.3	16.3

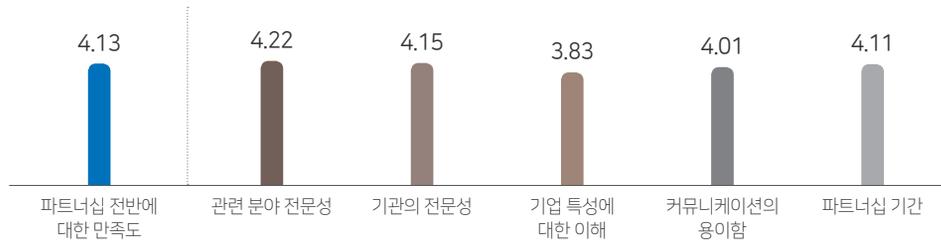
##### 2) 만족도가 가장 높았던 파트너기관

(중복응답 포함, N=98, 단위: %)

비영리기관	정부·지자체·공공기관	자사 출연재단	사회적경제조직·소셜벤처	타 기업	교육·연구기관
71.4	11.2	8.2	6.1	2.0	1.0

#### 파트너기관에 대한 항목별 만족도

(N=100, 5점 만점)



#### 파트너십 제고를 위해 필요한 사항

(중복응답 포함, N=98, 단위: %)



## 4. 평가

- 사회공헌 프로그램에 대한 평가는 대부분 결과평가(산출물 평가) 수준에서 진행되고 있음.

### 사회공헌 프로그램 단계별 평가 여부

(중복응답 포함, N=100, 단위: %)



변화평가를 수행하는 기업군의 평균 매출은 10조 9,368억 원임.

#### ※ 참고: 사회공헌 프로그램 수행 단계

단계	정의	예시
투입	사업에 사용된 사람, 물자, 자본 등	결식아동 예방을 위한 도시락 사업에 1억 원 책정
과정	성과를 얻기 위해 직접 수행	서비스 수행 (도시락 제작, 배급)
결과	사업을 통해 창출된 결과	100명에게 4개월간 도시락 중식 제공
변화	사업 결과가 만들어낸 변화	비교집단 대비 학습능력 향상, 비만위험 감소
영향	사업을 통해 발생한 사회의 변화	사업모델을 인정받아 여러 기관과 협력을 통해 사업규모를 확장하고 복지정책에 반영됨

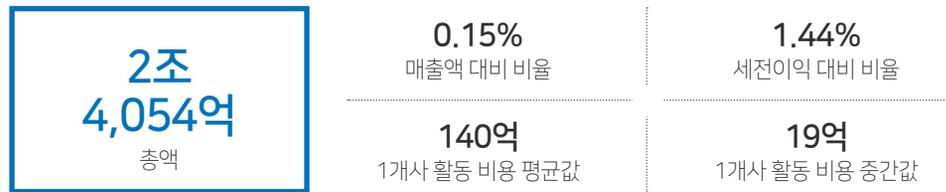
## 사회공헌 활동 규모

### 1. 2017년 사회공헌 활동 비용

- 173개 민간기업의 사회공헌 활동 비용은 2조 4,054억 원으로 매출액 대비 0.15%에 해당하는 비용을 사회공헌에 활용하고 있음. 97개 기업의 응답을 분석한 결과 절반 이상의 기업이 전년 대비 사회공헌 비용을 증액함. 매출 대비 사회공헌 지출 비율은 기업의 매출구간별로 큰 차이를 보이고 있음.

#### 사회공헌 비용 현황

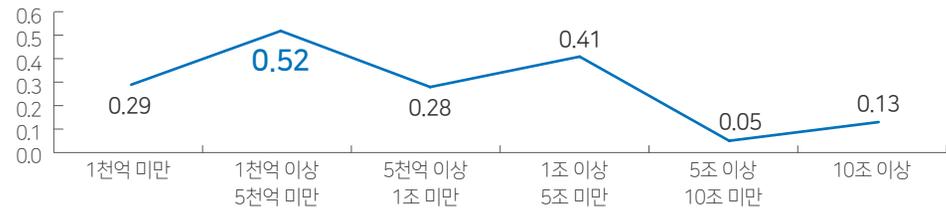
(N=173)



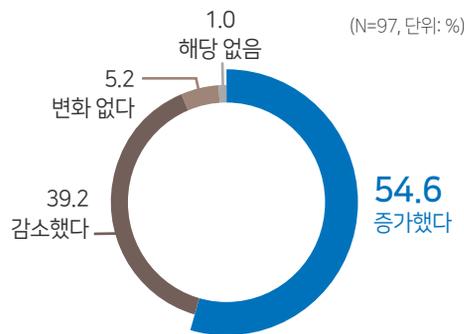
※ 매출액 및 세전이익은 연결재무제표 기준

#### 매출구간별 사회공헌 지출 비율

(N=173, 단위: %)

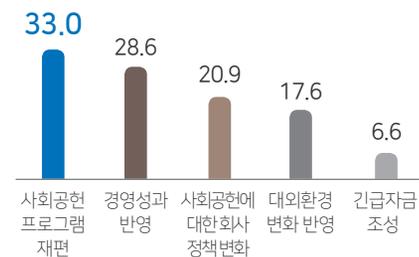


#### 전년대비 사회공헌 비용 증감 여부



#### [사회공헌 비용 증감의 원인]

(N=91, 단위: %)



- 사회공헌 비용의 증감에 영향을 주는 주된 요인은 '사회공헌 프로그램 재편'이나 '사회공헌에 대한 회사 정책 변화' 등으로 나타남.

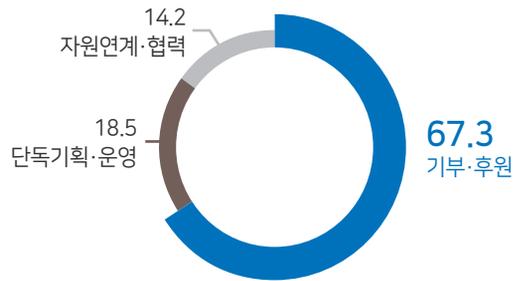
- 상대적으로 기업의 경영성과가 사회공헌 비용의 증감에 미치는 영향은 작게 나타남.

## 2. 2017년 사회공헌 활동 분야

사회공헌 활동 규모를 기부·후원, 단독기획·운영, 자원연계·협력으로 분리해서 제출한 63개 기업의 데이터 활용. 63개 기업의 평균 매출은 10조 1,842억 원임.

### 활동방식별 지출 비율

(N=63, 단위: %)



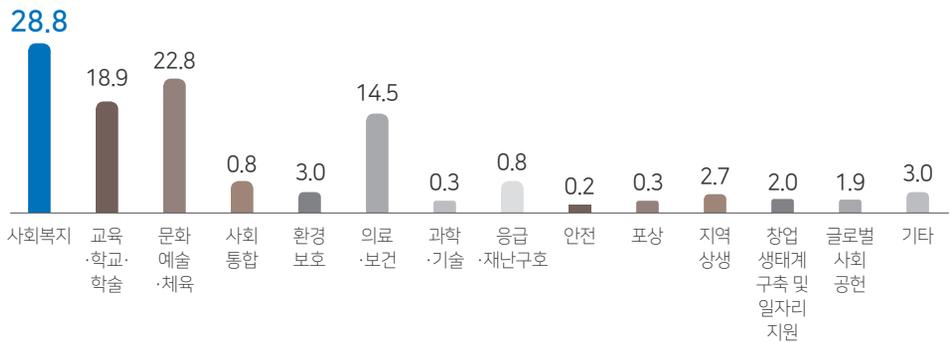
### 기부처별 비율

(N=97, 단위: %)

모금/배분 전문기관	국가 및 지방자치단체	사회복지단체 등 비영리기관	자사 출연 재단	기타
19.7	8.8	47.8	14.4	9.3

### 사업분야별 비율

(N=91, 단위: %)



- 사회공헌 활동 비용이 가장 크게 지출되는 분야는 사회복지이며, 문화예술·체육, 교육·학교·학술이 뒤를 이음.

## 3. 임직원 봉사활동

52.1% 봉사활동 참여율

6.1시간 1인당 연간 평균 봉사 시간

(N=94)

## 2017년 사회공헌 핵심 프로그램 운영 현황

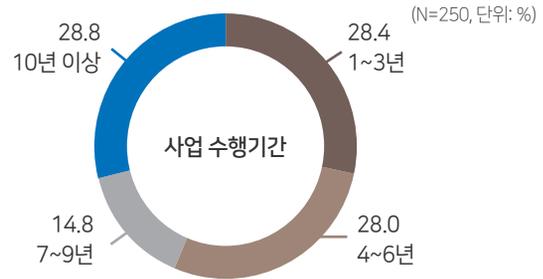
각 기업이 제출한 핵심 사회공헌 프로그램 250개에 대한 분석결과는 아래와 같음.

### 1. 사업 수행기간

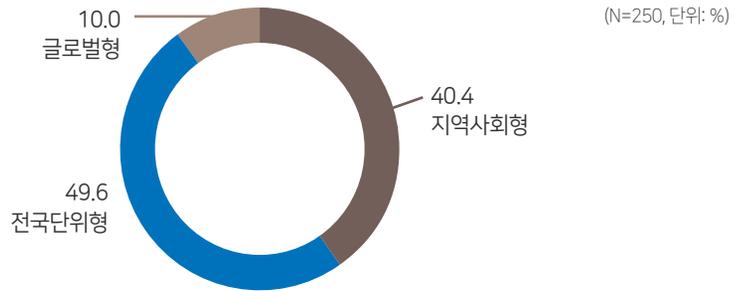
**7.9년**

평균 수행기간

2017년 민간기업 사회공헌 핵심 프로그램의 평균 수행기간은 7.9년이며, 10년 이상 장수 프로그램의 비중도 약 30%를 차지함



### 2. 사업 범위



### 3. 지원형태



#### 2017년 사회공헌 활동 비용과 핵심 프로그램 운영 현황을 비교하면,

- 기업은 주로 다양한 '기부(67.3%)'를 통해 사회공헌을 진행하나 기업의 핵심 프로그램의 경우 '자체사업(46.4%)'으로 진행하려는 욕구가 더 크게 나타남.
- 또한, 핵심 프로그램에서는 '교육·학교·학술'이 문화예술·체육보다 비중이 높게 나타나, 기업에서 교육 관련 사업에 대한 욕구가 뚜렷함을 확인함.

### 4. 사업 분야

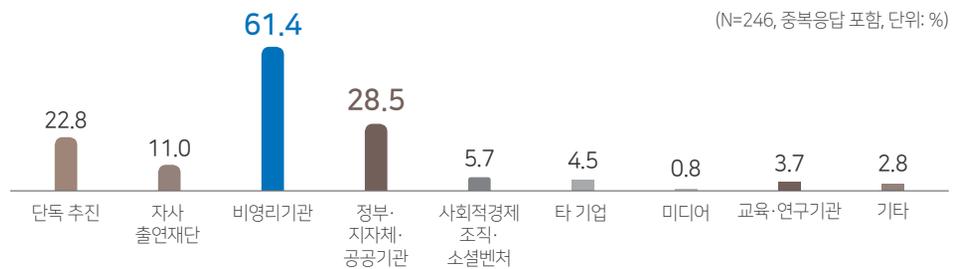


### 5. 사업 대상 및 대상별 수행기간

(중복응답 포함, N=250, 단위: %, 년)

대상	영유아	아동·청소년	청년	중·장년	노인	장애인	이주민·난민·탈북민	여성	불특정 다수 (재난·재해 등)	사회적 의인	특정 질환자	소비자	문화재	동물·환경	군인·유공자	기타
분포	1.6	42.8	9.6	1.6	10.4	12.4	3.2	3.2	5.6	0.4	1.6	1.6	1.2	3.2	0.8	19.2
기간	6.5	8.4	5.8	4.5	6.6	6.6	4.4	7.0	12.3	12	8.5	3.8	8.5	9.8	4	8.5

### 6. 파트너기관



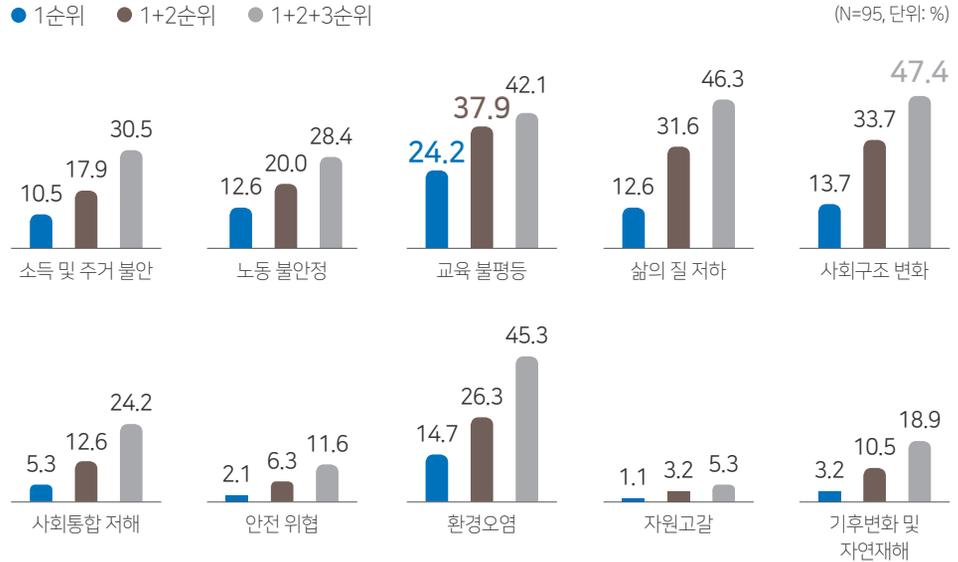
### 7. 투입 자원의 유형



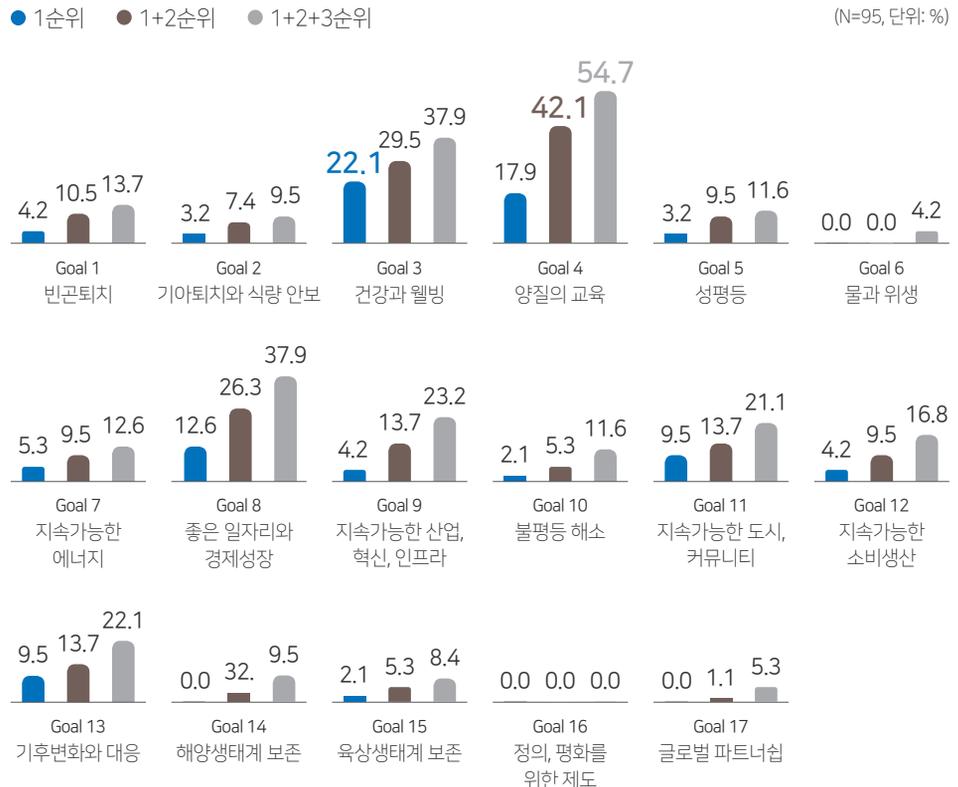
## 미래 사회공헌 의제

민간기업은 향후 기업이 관심을 가져야 할 국내 주요 이슈로 '교육 불평등', '환경오염', '사회구조 변화'를 선택함. 글로벌 이슈에서는 유엔 지속가능발전목표 가운데 'Goal 3(건강과 웰빙)'과 'Goal 4(양질의 교육)'을 주된 이슈로 선택하여 국내 및 글로벌 이슈에서 모두 교육 의제가 두드러진 관심 분야로 나타남.

### 1. 미래 한국의 중요한 사회문제



### 2. 기업이 관심을 가져야 할 글로벌 이슈



---

## 조사결과 분석



---

### PART 2. 공공기관

사회공헌 추진체계	24
사회공헌 활동 규모	28
미래 사회공헌 의제	30

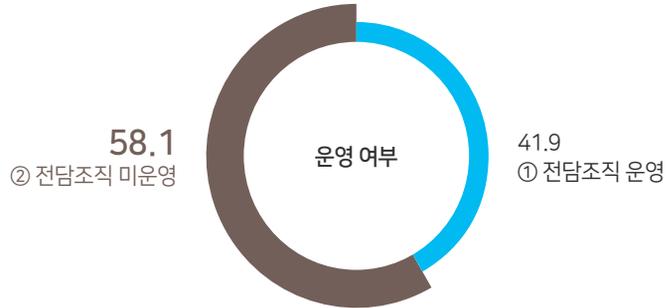
# 사회공헌 추진체계

## 1. 조직

- 공공기관 사회공헌의 약 60%가 전담조직 없이 총무부서 관할 하에 진행되고 있으며, 전담조직이 있는 경우에는 주로 기획·전략부서에서 운영하고 있음.

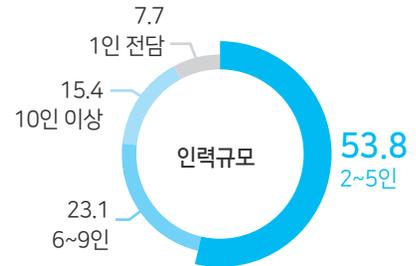
### 사회공헌 전담조직 운영

(N=31, 단위: %)



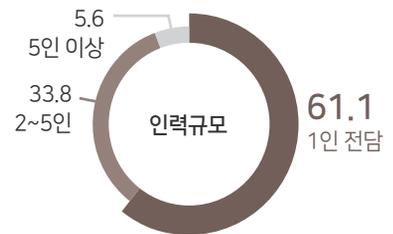
#### ① 전담조직 운영

상위 직속부서 (%)	
기획·전략	46.2
홍보·커뮤니케이션, 경영지원	각 15.4
사회공헌위원회 등 별도 기구	7.7
기타	15.4



#### ② 전담조직 미운영

상위 직속부서 (%)	
총무팀	33.3
홍보팀, 기획팀	각 11.1
인사팀	5.6
기타	38.9



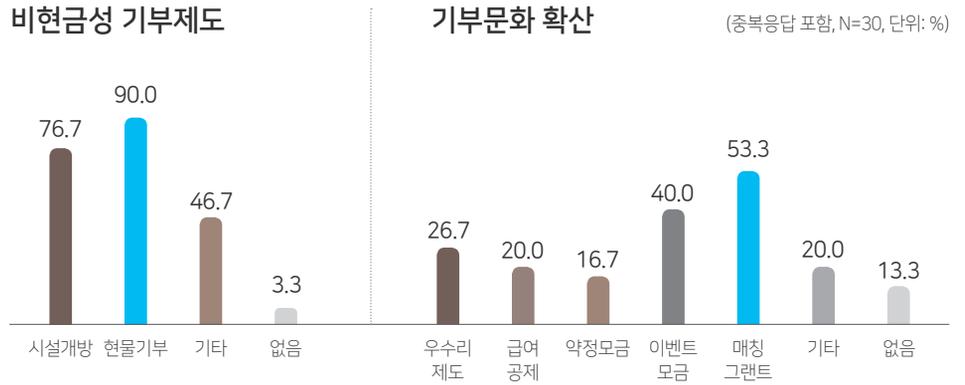
### 자원봉사단 운영

(N=30)

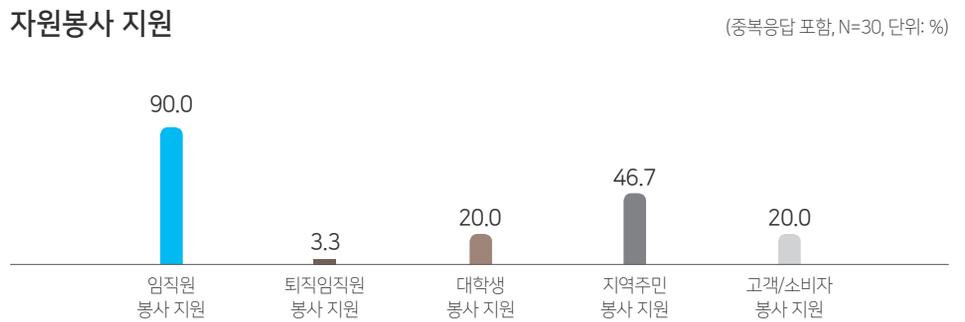


## 2. 지원제도

- 공공기관은 현금성 기부 외에 현물기부, 시설개방을 통해 사회공헌을 수행하고 있음



- 공공기관에서는 임직원 봉사 지원 외에 지역주민 봉사 지원에도 나서고 있음. 시설개방과 지역주민 봉사 지원을 통해 지역과의 신뢰를 형성하기 위해 노력함.



### 3. 파트너십

- 공공기관의 사회공헌 활동은 다양한 파트너십을 통해 구현됨.
- 파트너십을 통해 사회공헌 분야에서의 전문성과 투명성 제고를 기대함.
- 공공기관은 파트너십에 대해 대체적으로 만족하고 있음.
- 파트너십 제고를 위해 파트너십의 목표에 대한 명확한 합의, 파트너기관 간의 상호 존중과 이해, 명확한 역할 분배 등에서 개선이 요구됨.

#### 파트너십의 목적

(중복응답 포함, N=30, 단위: %)

관련 분야 전문성 활용	사회공헌에 대한 대외적 투명성/신뢰성 확보	기부금 처리 용이	내부 전담 인력 부족
90.0	70.0	10.0	13.3

#### 주요 파트너기관 및 만족도가 가장 높았던 기관

##### 1) 주요 파트너기관

(중복응답 포함, N=30, 단위: %)

비영리기관	정부·지자체·공공기관	자사 출연재단	사회적경제조직·소셜벤처	교육·연구기관	미디어	타 기업
83.3	76.7	43.3	26.7	23.3	23.3	3.3

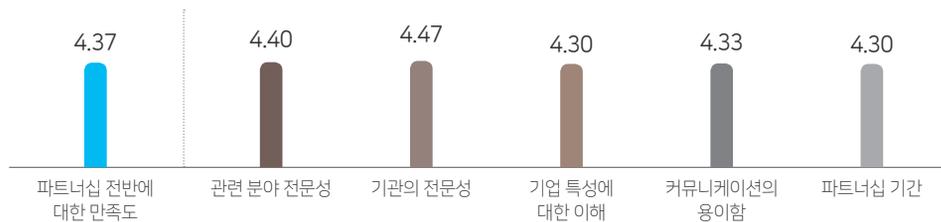
##### 2) 만족도가 가장 높았던 파트너기관

(중복응답 포함, N=30, 단위: %)

비영리기관	정부·지자체·공공기관	사회적경제조직·소셜벤처	미디어	교육·연구기관	기타
56.7	26.7	6.7	3.3	3.3	3.3

#### 파트너기관에 대한 항목별 만족도

(N=30, 5점 만점)



#### 파트너십 제고를 위해 필요한 사항

(중복응답 포함, N=30, 단위: %)

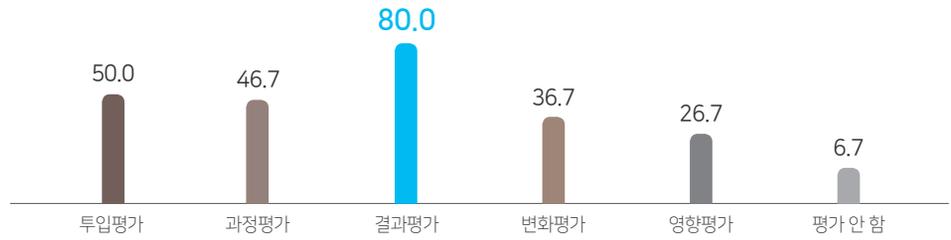


## 4. 평가

- 공공기관의 사회공헌 프로그램에 대한 평가는 대부분 프로그램의 결과물(산출물)에 대한 평가 수준에서 진행되고 있음.

### 사회공헌 프로그램 단계별 평가 여부

(중복응답 포함, N=30, 단위: %)



#### ※ 참고: 사회공헌 프로그램 수행 단계

단계	정의	예시
투입	사업에 사용된 사람, 물자, 자본 등	결식아동 예방을 위한 도시락 사업에 1억 원 책정
과정	성과를 얻기 위해 직접 수행	서비스 수행 (도시락 제작, 배급)
결과	사업을 통해 창출된 결과	100명에게 4개월간 도시락 중식 제공
변화	사업 결과가 만들어낸 변화	비교집단 대비 학습능력 향상, 비만위험 감소
영향	사업을 통해 발생한 사회의 변화	사업모델을 인정받아 여러 기관과 협력을 통해 사업규모를 확장하고 복지정책에 반영됨

## 사회공헌 활동 규모

공공기관은 그 존재 자체가 사회의 공익 증대라는 사명을 가지고 있고, 관련 법률과 제도에 의해 활동이 제약되기 때문에 민간기업의 사회공헌과는 단순 비교를 할 수 없음.

### 1. 2017년 사회공헌 활동 비용

#### 사회공헌 비용 현황

(N=56)



0.10%  
매출액 대비 비율

2.19%  
세전이익 대비 비율

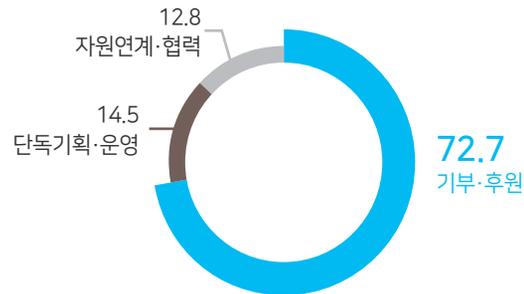
47억  
1개사 활동 비용 평균값

9억  
1개사 활동 비용 중간값

※ 매출액 및 세전이익은 연결재무제표 기준

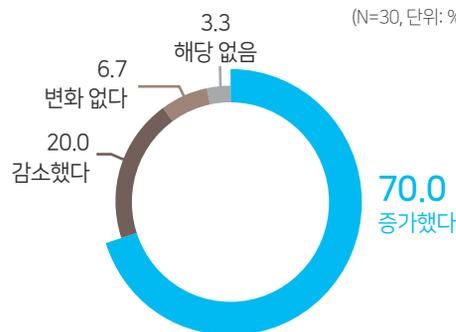
#### 활동방식별 지출 비율

(N=30, 단위: %)



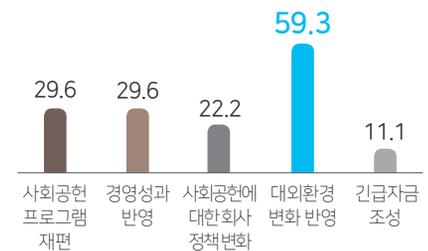
#### 전년대비 사회공헌 비용 증감 여부

(N=30, 단위: %)



#### [사회공헌 비용 증감의 원인]

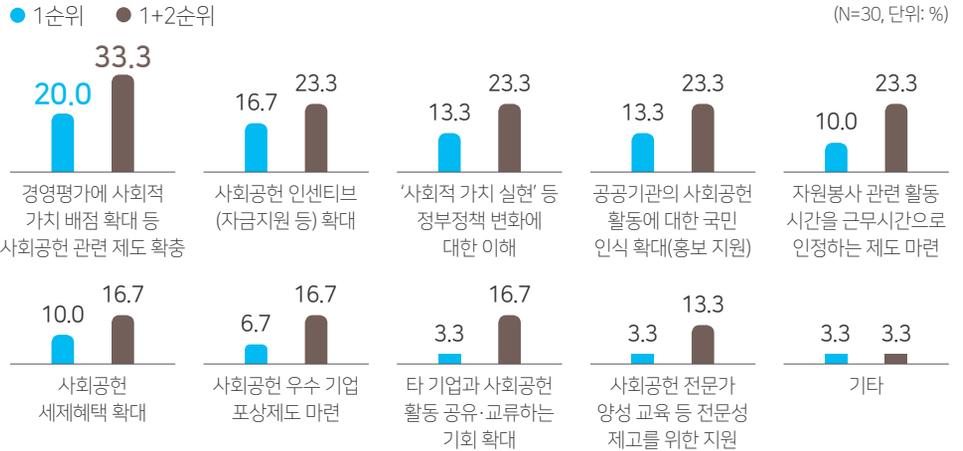
(N=27, 단위: %)



- 다수의 공공기관이 2016년과 비교해서 2017년 사회공헌 활동 비용이 '증가했다'고 응답함. 이 배경에는 공공기관의 "사회적 가치 구현"을 강조한 현 정부의 정책기조가 크게 작용한 것으로 볼 수 있음.

### 사회공헌 활성화를 위한 수단

- 공공기관은 사회공헌 활성화를 위해 정부(지자체)의 정책적 지원이 필요하다(93.3%)고 인식하고 있으며, 이를 위한 수단으로는 사회공헌의 경영평가 반영이 가장 중요하다고 보고 있음.



## 2. 2017년 사회공헌 활동 분야

### 기부처별 비율

(N=30, 단위: %)

모금/배분 전문기관	국가 및 지방자치단체	사회복지단체 등 비영리기관	자사 출연 재단	기타
16.2	19.2	52.5	1.3	10.8

### 사업분야별 비율



- 공공기관의 지방이전에 따라 '지역상생'이 사회공헌의 중요한 주제로 제기되고 있음.

## 3. 임직원 봉사활동

55.0% 봉사활동 참여율

8.2시간 1인당 연간 평균 봉사 시간

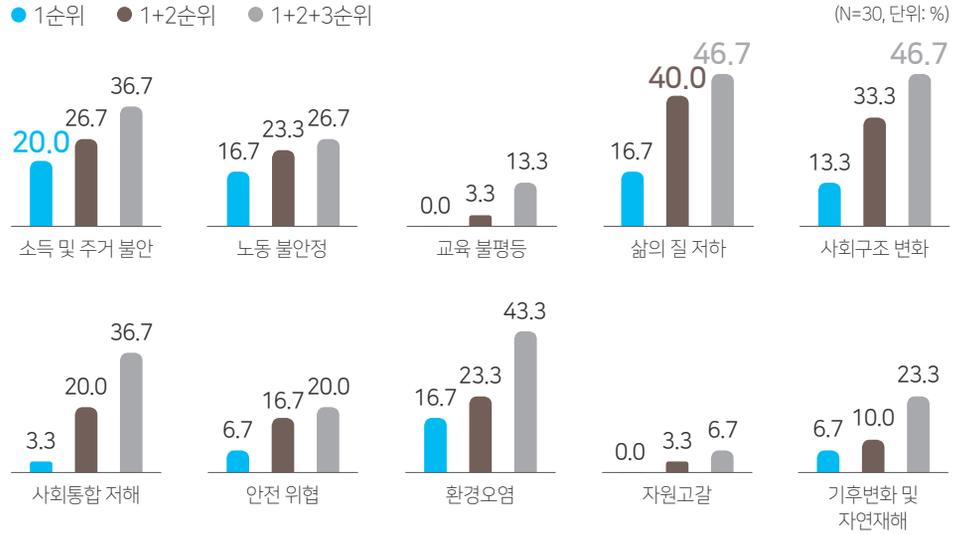
(N=30)

## 미래 사회공헌 의제

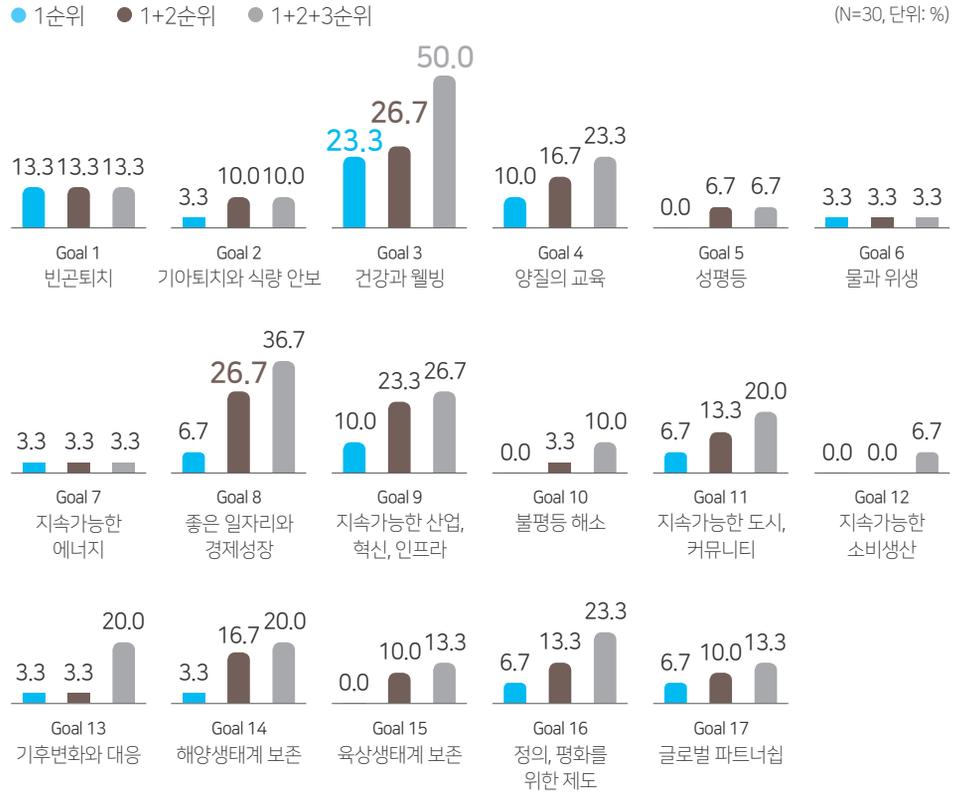
공공기관은 향후 관심을 가져야 할 국내 주요 이슈에 대해 '소득 및 주거 불안', '삶의 질 저하', '사회구조 변화' 등을 선택함.

글로벌 이슈로는 17개의 지속가능발전목표(SDGs) 가운데 'Goal 3(건강과 웰빙)'과 'Goal 8(좋은 일자리와 경제성장)'의 응답 비중이 높게 나타남. 전반적으로 경제이슈와 개인 삶의 안정성에 대한 높은 관심을 확인할 수 있음.

### 1. 미래 한국의 중요한 사회문제



### 2. 기업이 관심을 가져야 할 글로벌 이슈



---

## 조사결과 분석



---

### PART 3. 이해관계자

파트너십	32
미래 사회공헌 의제	35

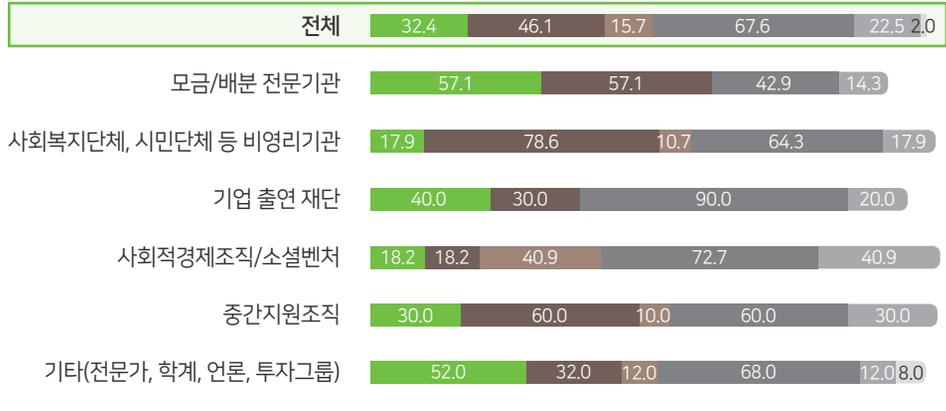
# 파트너십

## 1. 파트너십의 목적

### 파트너십(Partnership)

공동 목표를 달성하기 위해 기업과 비영리단체/사회적경제조직 등이 협력관계를 바탕으로 인적·물적 자원을 연계한 사회공헌 활동을 공동 수행하는 것

(중복응답 포함, N=102, 단위: %)

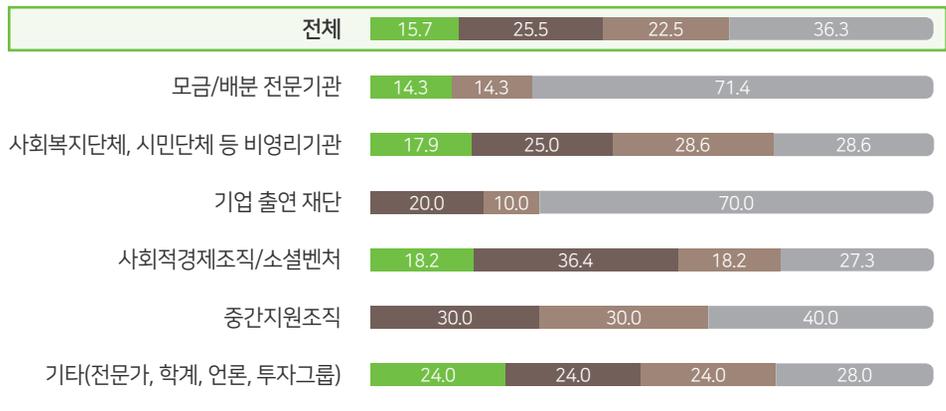


- 기업의 전문성(기술/지식 등) 활용
- 사업 규모 확대(사업수행 지역, 매출 등)
- 파트너십 경험 증가 및 포트폴리오 다양화
- 예산지원
- 사업 임팩트 확대(캠페인·제품·서비스의 인지도, 지역사회 기여도 등)
- 기타

- 기업과의 파트너십을 형성하는 가장 중요한 이유는 예산지원을 통한 단순 자본의 이전보다는 기업과의 협력을 통한 사업의 임팩트 확대에 나타남.  
 - 사회공헌 사업을 함께 수행하는 비영리기관, 기업 출연 재단, 사회적경제조직이 가진 파트너십에 대한 욕구는 각각 상이한 모습을 보임.

## 2. 파트너십 기간

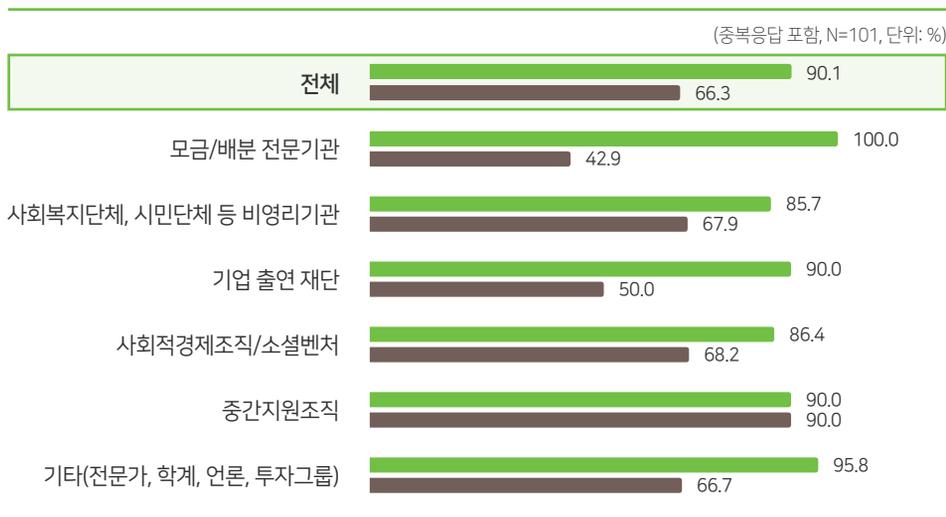
(N=102, 단위: %)



- 0~1년 미만
- 1~3년 미만
- 3~6년 미만
- 6년 이상

- 모금/배분 전문기관과 기업 출연 재단의 파트너십이 길게 유지되는 경향이 있음.  
 - 상대적으로 비영리기관과 사회적경제조직이 경험하는 파트너십의 수명이 6년 미만으로 짧게 나타나 두 종류의 조직이 기업의 사회공헌 포트폴리오 변화에 많은 영향을 받는 것을 알 수 있음.

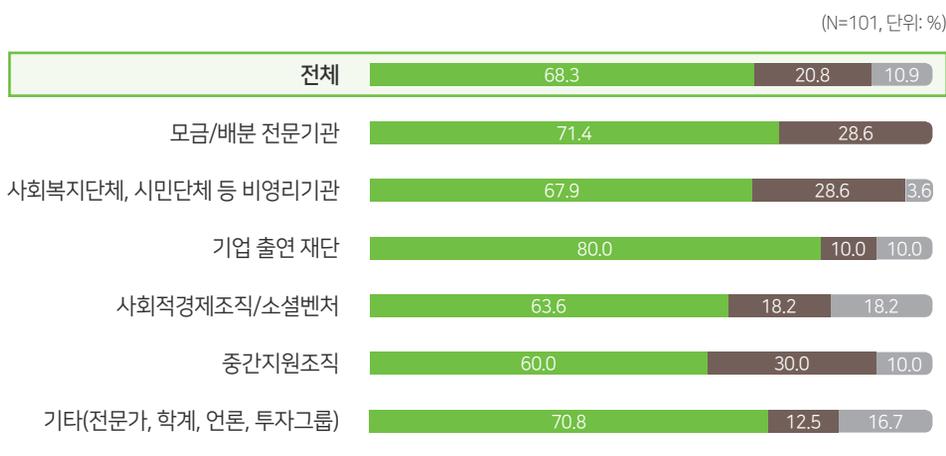
### 3. 파트너십 대상



● 민간기업 ● 공공기관

- 사회공헌의 이해관계자들이 겪는 파트너십은 민간기업에 집중되어 있음.
- 공공기관과의 파트너십 경험은 모금/배분 전문기관이나 기업 출연 재단에서 상대적으로 낮은 비중을 보임.
- 공공기관은 특히 중간지원조직과의 파트너십이 활성화되어 있음.

### 4. 파트너십 내용



● 종합적(금전적, 비금전적 등 모두 포함) ● 금전적(사업 예산 지원 등) ● 비금전적(인력, 기술, 인프라, 상품·서비스 등)

- 대부분의 파트너십은 금전적, 비금전적 지원을 포함한 종합적인 형태로 진행되고 있음.
- 사회적경제조직이 다른 조직에 비해 비금전적 지원(인력, 기술, 인프라, 상품·서비스 등)이 차지하는 비중이 높은 것으로 나타남. 예산지원을 기대하는 비영리기관과는 달리 기업과의 협력을 통한 제품 R&D, 브랜딩, 구매 등을 기대하기 때문임.

## 5. 파트너십 만족도

(N=101, 5점 만점)

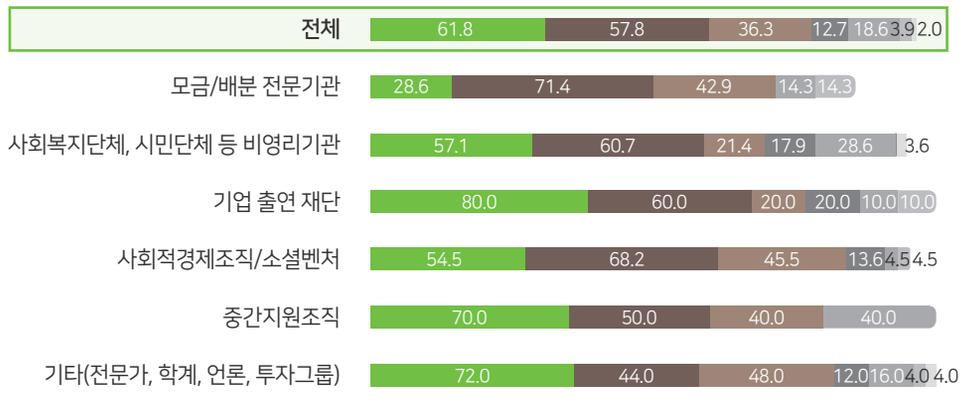
항목	전체	모금/배분 전문기관	사회복지단체, 시민단체 등 비영리기관	기업 출연 재단	사회적 경제조직/ 소셜벤처	중간지원 조직	기타 (전문가, 학계, 언론, 투자그룹)
파트너십 전반에 대한 만족도	3.69	3.00	3.61	3.80	3.62	3.90	3.88
사업 분야 전문성	3.50	2.86	3.39	3.80	3.62	3.30	3.64
기업 및 담당자의 뚜렷한 사업 의지	3.56	2.86	3.39	3.90	3.73	3.60	3.64
이해관계자에 대한 이해	3.43	2.43	3.46	4.00	3.45	3.50	3.40
커뮤니케이션의 용이함	3.46	3.29	3.39	3.90	3.36	3.40	3.52
파트너십 기간	3.63	3.86	3.43	4.20	3.68	3.60	3.52

- 파트너십 만족도의 세부항목 5개(전문성, 사업의지, 이해, 소통, 기간)에 대한 평균적인 만족도에 비해 '파트너십 전반에 대한 만족도'가 높게 나타남. 이는 실제 경험하는 파트너십에서 일부 구체적인 아쉬움은 있지만, 파트너십 그 자체가 가지고 있는 긍정적인 의미가 있는 것으로 해석됨. 파트너십 강화를 위해 세부 항목에서의 파트너십 만족도에 대한 관리가 필요함.

- 기업 출연 재단은 파트너십에 높은 만족도를 보여주고 있지만, 모금/배분 전문기관은 만족도가 낮음.

## 6. 파트너십 제고를 위해 필요한 사항

(중복응답 포함, N=102, 단위: %)

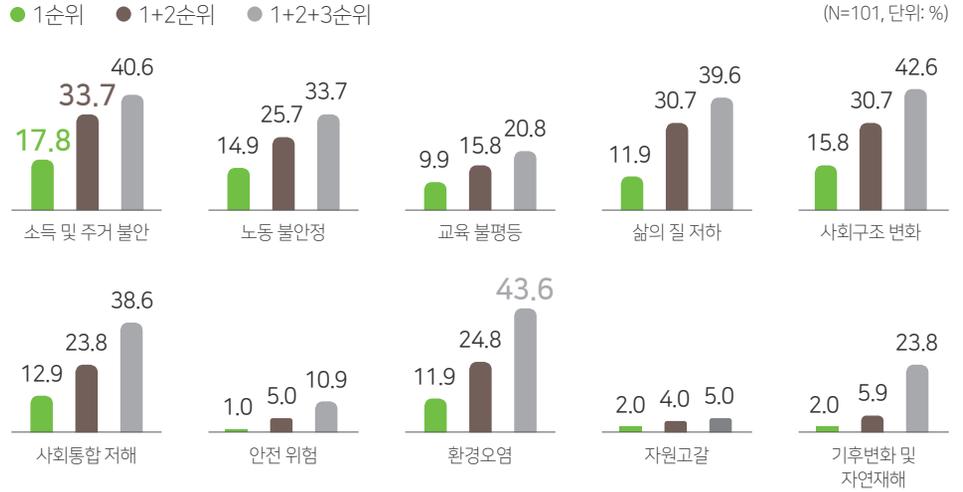


- 파트너십의 목표에 대한 공동 합의
- 공정한 자원의 분배와 사용
- 파트너기관 간의 상호존중 및 이해
- 합리적인 의사결정 과정
- 명확한 역할 분배와 책임 정립
- 합의된 기준에 의한 사업평가
- 기타

- 파트너십 제고를 위해서는 '파트너십의 목표에 대한 명확한 합의'와 '파트너기관 간의 상호 존중과 이해'가 필요하다는 응답이 높게 나타남.

# 미래 사회공헌 의제

## 1. 미래 한국의 중요한 사회문제



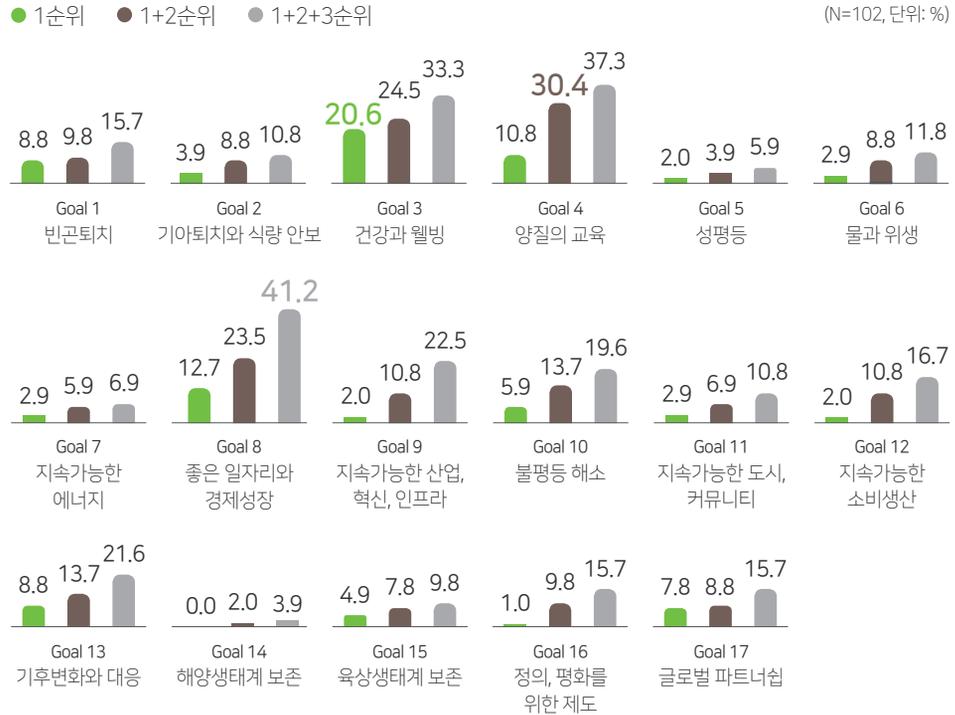
- 사회공헌 이해관계자들은 미래 한국의 가장 중요한 사회문제가 '소득 및 주거 불안'이라고 인식함.  
 - 한편, 1+2+3순위에서는 '환경오염'이나 '사회구조 변화', '삶의 질 저하', '사회통합' 등의 이슈가 제기되고 있음.

(N=101, 단위: %)

	소득 및 주거 불안	노동 불안정	교육 불평등	삶의 질 저하	사회 구조 변화	사회 통합 저해	안전 위험	환경 오염	자원 고갈	기후 변화 및 자연재해
모금/배분 전문기관	28.6	28.6	14.3	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
사회복지단체, 시민단체 등 비영리기관	18.5	3.7	14.8	22.2	3.7	18.5	3.7	11.1	0.0	3.7
기업 출연 재단	10.0	10.0	30.0	0.0	20.0	10.0	0.0	20.0	0.0	0.0
사회적경제 조직/소셜벤처	27.3	13.6	9.1	9.1	9.1	13.6	0.0	9.1	4.5	4.5
중간지원조직	10.0	20.0	0.0	20.0	30.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0
기타 (전문가, 학계, 언론, 투자그룹)	12.0	24.0	0.0	4.0	32.0	8.0	0.0	16.0	4.0	0.0

- 1순위 응답을 기준으로 기관유형별 차이를 살펴보면, 각 기관별로 중요하게 생각하는 사회문제가 다르다는 점을 발견할 수 있음.  
 - 모금/배분 전문기관과 사회적경제조직/소셜벤처에서는 '소득 및 주거 불안'이, 비영리기관에서는 '삶의 질 저하'가 가장 높게 나타난 반면, 기업 출연 재단에서는 '교육 불평등'을 가장 중요한 사회문제로 인식하고 있음.  
 - 상대적으로 사회공헌 현장을 거시적으로 바라보는 중간지원조직과 기타에서는 모두 '사회구조 변화'를 가장 중요한 사회문제로 꼽음.

## 2. 기업이 관심을 가져야 할 글로벌 이슈



(N=102, 단위: %)

	모금/배분 전문기관	사회복지단체, 시민단체 등 비영리기관	기업 출연 재단	사회적경제조직/소셜벤처	중간지원조직	기타(전문가, 학계, 언론, 투자그룹)
Goal 1	14.3	14.3	10.0	13.6	0.0	0.0
Goal 2	0.0	0.0	10.0	4.5	10.0	4.0
Goal 3	42.9	14.3	30.0	18.2	20.0	20.0
Goal 4	14.3	21.4	20.0	4.5	10.0	0.0
Goal 5	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	4.0
Goal 6	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	8.0
Goal 7	0.0	0.0	0.0	9.1	10.0	0.0
Goal 8	14.3	14.3	10.0	13.6	20.0	8.0
Goal 9	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	4.0
Goal 10	14.3	7.1	0.0	9.1	0.0	4.0
Goal 11	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	8.0
Goal 12	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	4.0
Goal 13	0.0	10.7	0.0	9.1	10.0	12.0
Goal 15	0.0	7.1	10.0	4.5	0.0	4.0
Goal 16	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0
Goal 17	0.0	3.6	0.0	0.0	20.0	20.0

- 1순위 응답을 기준으로 살펴보면 모금/배분 전문기관과 기업 출연 재단에서는 'Goal 3(건강과 웰빙)'이 현저히 높게 나타난 반면, 비영리기관에서는 유일하게 'Goal 4(양질의 교육)'가 가장 높게 나타남.
- 사회적경제조직·소셜벤처, 중간지원조직, 기타에서도 'Goal 3(건강과 웰빙)'이 각각 18.2%와 20.0%로 가장 높게 나타났으나, 'Goal 8(좋은 일자리와 경제성장)'과 차이가 크지 않거나 동일한 수치로 나타남.
- 중간지원조직과 기타에서 유일하게 'Goal 17(글로벌 파트너십)'이 가장 높게 나타남.

---

## 조사결과 분석



---

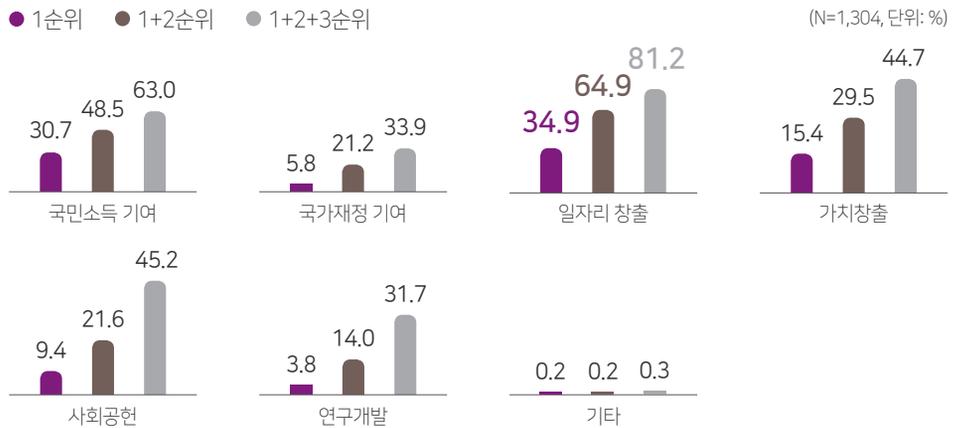
## PART 4. 국민인식

2018 사회공헌 백서는 대한민국 거주 국민 1,304명에게 10개의 질문을 던져 다양한 관점에서의 사회공헌에 대한 인식을 조사했다. 그 분석 결과를 10개의 키워드로 정리하였다.

### 키워드 1.

#### 기업의 사회적 역할은 일자리 창출이다.

2018년 국민들이 기업에게 기대하는 사회적 역할은 단연 '일자리 창출'이었다. '일자리 창출'과 '국민소득 기여'가 높은 순위에 있을 뿐만 아니라, '가치창출'(상품과 서비스 공급)보다 높게 나타났다는 것은 국민들이 체감하는 삶의 어려움이 크다는 것을 의미한다. 기업은 직접 고용을 통한 일자리 창출 외에 사회공헌 활동을 통해 다양한 계층과 연령, 부문에서 여러 유형의 일자리 창출을 지원해왔다. 앞으로도 이런 기조는 유지되어야 할 것이다.



### 키워드 2.

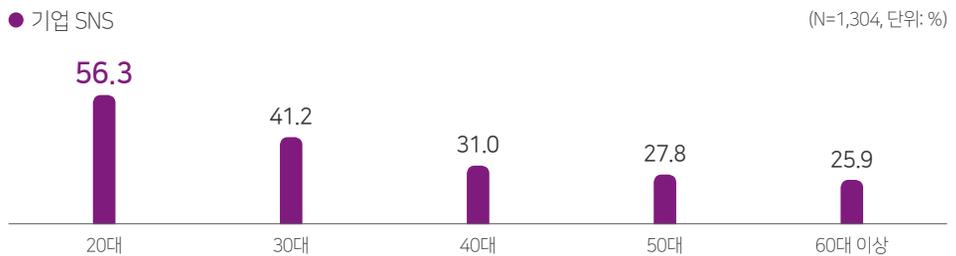
#### 절반 이상의 국민이 사회공헌에 관심이 있다.

한때는 사회공헌이 국민들에게 낯선 개념이었다. 그러나 이번 조사에서는 다른 결과가 나타났다. 국내 기업의 사회공헌 활동이나 이를 다룬 뉴스에 대한 관심이 있다고 응답한 국민이 전체 응답자의 54.1%에 달했다.

### 키워드 3.

#### 사회공헌에 대한 정보, 아직은 전통적인 미디어를 통해 접한다.

국민들이 사회공헌에 대한 정보를 접하는 채널은 '광고나 미디어(90.6%)'가 압도적이었다. 그러나 이런 정보 접근이 지속되리라는 보장은 없다. 이미 '기업 SNS(38.0%)', '상품 표시사항(29.0%)'을 통한 접근도 높은 수치를 보이고 있기 때문이다. 특히 20~30대에서는 '기업 SNS'를 통해 정보를 접하는 비중이 다른 세대에 비해 뚜렷하게 크게 나타났다.



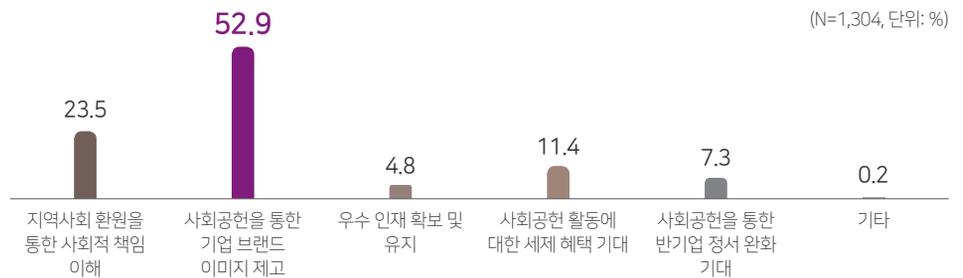
**키워드 4.**

**국민에게 익숙한 사회공헌 방식은 기부와 후원이다.**

국민들이 인지하는 사회공헌 활동은 '기부 및 후원'이 90.4%로 가장 많았으며, 그 다음으로 '자원봉사단 운영(75.6%)', '공익 연계 캠페인 및 행사 운영(66.9%)', '사회적 인프라 구축(53.0%)' 순으로 많이 인지하고 있는 것으로 나타났다.

**키워드 5.**

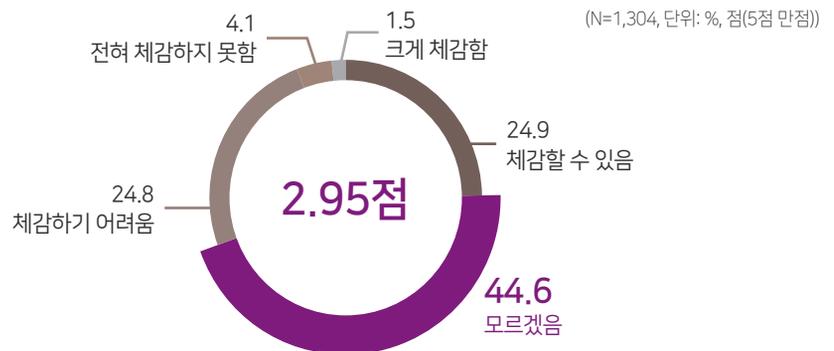
**국민의 절반은 기업이 이미지를 위해 사회공헌 활동을 한다고 생각한다.**



기업이 사회공헌을 하는 이유에 대해 절반 정도의 국민들은 '사회공헌을 통한 기업 브랜드 이미지 제고'를 꼽았다. '지역사회 환원을 통한 사회적 책임 이행'을 위해 사회공헌을 한다고 답한 비율은 그 절반 정도에 그쳤다. 사회공헌의 진정성에 대해 어떻게 국민과 소통할 수 있을지 고민이 필요하다.

**키워드 6.**

**10명 중 3명의 국민만이 사회공헌이 사회에 미치는 효과를 체감한다.**

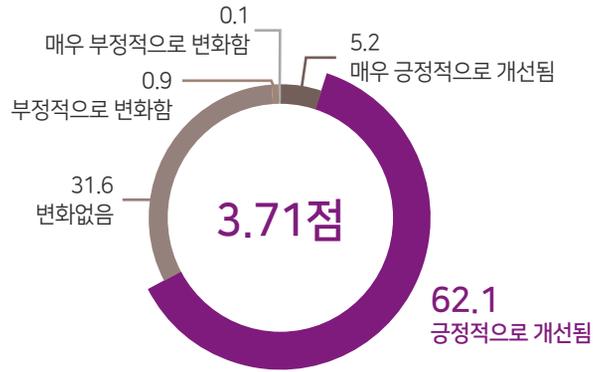


사회공헌 프로그램이 우리 사회에 긍정적인 변화를 주었는지 체감 여부에 대해 물어보았을 때, '체감한다 (크게 체감함 + 체감할 수 있음)'고 응답한 비율이 26.4%에 그쳤다. 이는 사회공헌에 관심이 있는 그룹과 없는 그룹에서 비슷하게 나타났다. 이는 사회공헌 활동의 문제일 수도 있지만, 소통방식의 문제일 수도 있다. 왜냐하면 키워드 7과 같은 결과 때문이다.

키워드 7.

사회공헌의 러브마크는 참여 경험이다.

(N=845, 단위: %, 점(5점 만점))



설문에 응답한 국민 중 64.8%가 사회공헌 활동에 직간접적으로 참여해보았다고 답했다. 그리고 참여 경험이 있는 국민 중 67.3%는 이를 통해 사회공헌에 대한 인식이 긍정적으로 바뀌었다고 답했다. 사회공헌 활동의 소통에 있어서는 일방적인 홍보보다 참여 유도가 더 유의미하다고 예상할 수 있다.

키워드 8.

국민은 구매를 통한 사회공헌 참여에 익숙하다.

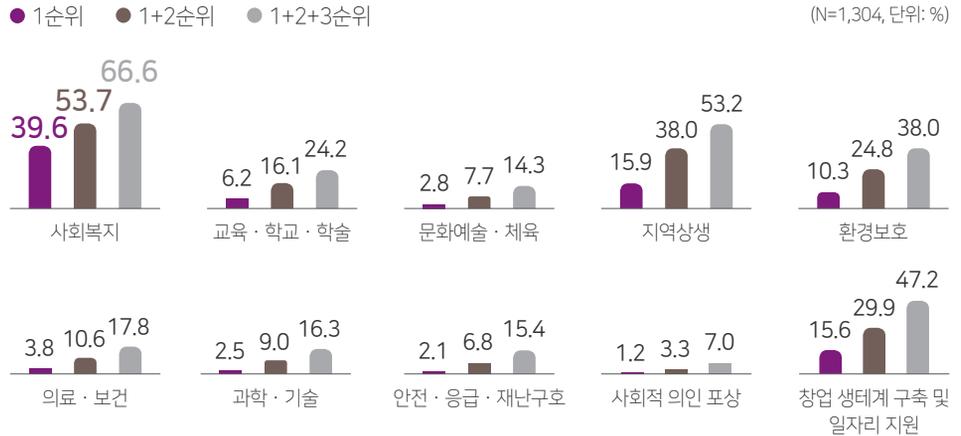
(N=845, 단위: %)



사회공헌에 참여경험이 있다고 응답한 국민(845명)의 71.7%가 제품 구매를 통해 참여했다고 응답했다. 사회공헌과 제품 매출 증대가 비례관계에 있다는 의미는 아니다. 사회공헌을 잘 하는 기업이나 사회공헌 관련 제품을 구매하는 것만으로도 사회공헌에 참여하고 있다고 생각하고 있다. 그리고 그들 중 67.3%(키워드 7 참조)는 사회공헌에 대한 인식이 개선된 것으로 나타난다. 한편, '사회공헌을 잘 하는 기업의 제품 구매' 경험이 가장 높게 나타난 연령대는 40대인 반면, '사회공헌 관련 제품'을 가장 많이 구매한 세대는 20대로 나타났다는 사실도 흥미해 볼 만하다.

### 키워드 9.

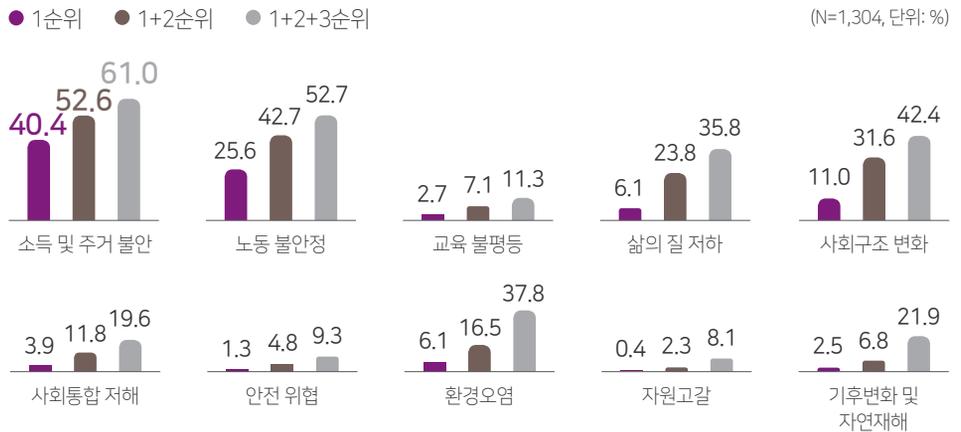
### 국민은 사회복지, 지역상생, 일자리를 사회공헌의 핵심 분야로 기대한다.



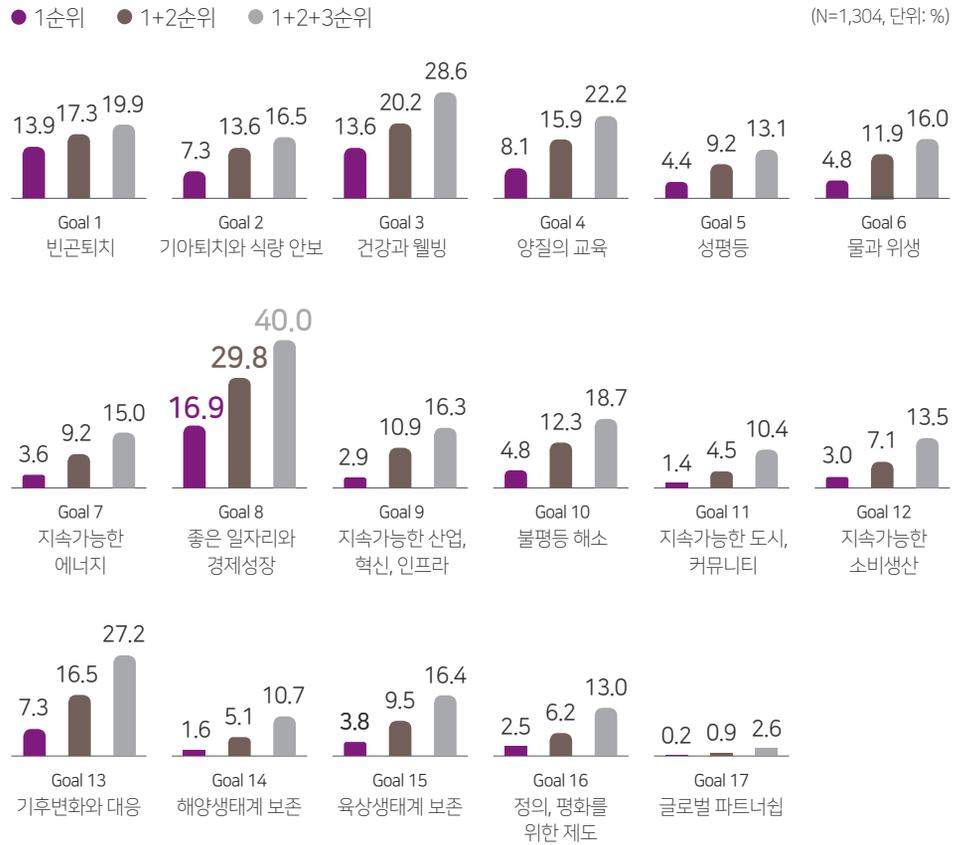
사회공헌이 기여해야 할 분야에 대해 ‘사회복지(39.6%)’, ‘지역상생(15.9%)’, ‘일자리 지원(15.6%)’ 등이 우선순위로 떠올랐다. 사회복지와 지역상생은 사회공헌의 전통적인 역할로 기대되는 분야이다. 지역상생은 응답자가 전국의 혁신도시 거주민이라는 특성에서 기인한 결과라고 판단된다. 수도권 중심의 사회공헌에서 벗어나 사업장 소재지 등 지역사회 이슈에 대해 고민을 해보아야 한다는 시사점을 준다. 일자리 지원은 앞의 조사결과(키워드 1 참조)에서 기업이 사회에 기여해야 할 분야 중 1위로 선정되기도 했다. 한편 ‘사회복지’와 ‘지역상생’은 연령대가 높을수록 높은 응답률을 보인 반면, ‘교육·학교·학술’과 ‘의료·보건’, ‘창업 생태계 구축 및 일자리 지원’은 20대에서 가장 높게 나타났다.

### 키워드 10.

### 미래 한국의 사회문제 1위는 소득 및 주거 불안, 글로벌 이슈 1위는 좋은 일자리와 경제성장이다.



미래 한국의 중요한 사회문제에 대해 물었을 때, 1순위, 1+2순위, 1+2+3순위 모두 ‘소득 및 주거 불안’을 꼽았다. 2순위와 3순위는 각각 ‘노동 불안정’과 ‘사회구조 변화’로 세 가지 집계 결과에서 동일하게 나타났다. 특히 1순위 집계 결과에서 20대가 ‘노동 불안정’에 응답한 결과(35.2%)는 평균인 25.4%보다 현저히 높게 나타났다.



지속가능발전목표(SDGs)를 기반으로 기업이 관심을 가져야 할 글로벌 이슈에 대해 물었다. 그 결과 'Goal 8(좋은 일자리와 경제성장)'이라는 응답이 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 'Goal 3(건강과 웰빙)', 'Goal 1(빈곤퇴치)', 'Goal 13(기후변화와 대응)' 순이다. 'Goal 8'이라는 응답은 특히 20대와 50대에게서 높게 나타났다. 그리고 전체적인 결과에 영향을 미치지 않는 않았으나 'Goal 5(성평등)'의 응답률은 20대에서 현저히 높게 나타난 점이 눈에 띈다.

※ 지역별 편차 관련

모든 문항에서 전국 13개 도시에서의 지역별 차이를 비교해보았으나 별도의 분석결과를 제시할 만큼의 유의미한 차이는 드러나지 않았다.

---

## 조사결과 분석



---

### PART 5. 시사점

사회공헌 생태계	44
이해관계자와 호흡하는 사회공헌	45
평가	47

2018년 사회공헌 백서는 한 가지 질문에서 시작되었다. 지금까지의 사회공헌을 어떻게 미래의 사회공헌과 연결시킬 것인가? 데이터를 분석하는 과정에서 2018 사회공헌 백서는 '생태계', '이해관계자', '평가'를 현재와 미래의 사회공헌을 연결시키는 세 가지 키워드로 파악했다.

## 1. 사회공헌 생태계

사회공헌 전담부서가 있는 기업들의 평균 매출액이 10조 9,579억 원이고, 사회공헌 프로그램 활동에 대한 변화평가(Outcome 평가)를 수행하는 기업들의 평균 매출액이 10조 9,368억 원이다. 또한 외부에서 사회공헌에 대해 정보를 알 수 있도록 공개하는 의지와 관행을 갖춘 기업들의 평균 매출액도 10조원 수준이다.

'사회공헌을 제대로 하려면 전담조직이 필요하다', '사회공헌을 잘 하려면 산출물 평가를 넘어 변화평가를 수행해야 한다'는 주장이 늘 있어왔다. 그런데 이런 주장에 최적화된 사회공헌의 물질 기반이 매출 10조원 이었던 셈이다. 매출 10조는 매경회사연감 기준 매출순위 46위 정도에 해당한다.<sup>1)</sup> 거칠게 보자면, 전담조직 구성이나 변화평가 수행은 이렇게 매출규모가 큰 기업에게 최적화된 형태의 사회공헌일 수 있다.

물론 사회공헌을 잘 하기 위한 지향점으로서 전담조직이나 변화평가는 유효하다. 실제로 작은 규모이지만 전담조직을 두거나 변화평가를 실행하는 기업들도 있다. 이런 기업들의 시도는 마땅히 존경받아야 하겠지만, 전담조직이나 변화평가가 전략적인 사회공헌에 최적화된 전제조건은 아니다.

이는 사회공헌 생태계에 대한 두 가지 생각할 거리를 제시한다.

첫 번째는 전담조직이나 변화평가 등 고도화된 사회공헌 요소를 갖출것을 요구하는 것보다 사회공헌 생태계가 건강하고 전문적인 형태로 성숙할 수 있도록 힘을 모아보는 것이 필요하다. 전담조직이 없는 기업도 외부 기관과의 파트너십을 통해 높은 수준의 사회공헌 프로그램을 진행할 수 있다. 이를 위해 중간지원조직에서 외부 기관의 역량을 강화하는 지원 사업을 펼치면 어떨까? 기업 자체에 변화평가 도구가 없지만 외부 전문기관과의 협업을 통해 변화평가를 수행해볼 수 있도록 생태계에 자극을 주는 것도 가능하지 않을까? 개별 기업 사회공헌 각각의 발전을 도울 수 있는 생태계의 성숙이 필요하다.

두 번째는 기업 규모별 사회공헌 지출 확대와 맞춤형 발전 전략의 구성이다. 매출구간별 사회공헌 지출 비율을 보면, 매출 5~10조원 그룹의 기업이 다른 그룹에 비해 비교적 낮은 것으로 나타났다. 이 그룹의 사회공헌 지출 비율이 증가할 경우, 향후 사회공헌의 새로운 성장을 이끌 수 있다는 예측이 가능하다. 과거의 사회공헌을 매출 10조 원대 기업이 이끌어왔다면, 미래의 사회공헌은 중견기업이 주도할 수 있고, 이를 통해 새로운 사회공헌 문화가 조성될 수 있다는 것이다.

### 매출구간별 사회공헌 지출 비율

(N=173, 단위: %)



또한 매출이 낮지만 사회공헌을 열심히 하는 기업이나 지역사회 발전을 위해 열심히 사회공헌을 하고 있는 기업에 대한 사회적 인정과 격려가 필요하다. 활용할 수 있는 예산 범위 내에서 사회공헌을 효율적으로 짜임새 있게 진행하는 기업들을 전국 각지에서 발굴하고, 서로 협력하고 역량을 강화할 수 있도록 지원하고 응원할 필요가 있다.

<sup>1)</sup> <http://m.mk.co.kr/yearbook/index.php?page=1&TM=Y2&MM=T1>

## 2. 이해관계자와 호흡하는 사회공헌

2018 사회공헌 백서는 사회공헌에 대한 국민 인식조사와 사회공헌 이해관계자 인식조사를 병행했다. 기업-공공기관-이해관계자-국민을 통합적으로 분석한 결과 크게 세 가지 시사점이 발견되었다.

**첫 번째**는 전통적으로 사회공헌의 핵심 테마 중 하나인 '교육 불평등'이 공공기관, 이해관계자, 국민에게서는 2차적인 사회문제로 인식되고 있다는 점이다. 민간기업은 '교육 불평등'을 미래 한국 사회의 주요 문제로 지적했으나, 민간기업을 제외한 다른 그룹들에서는 모두 '소득 및 주거 불안'을 향후 한국 사회의 주요 문제로 지적했다. 민간 기업에게 교육 불평등은 전통적인 사회공헌의 테마였다. 과거엔 높은 수준의 교육 과정을 이수한 인재를 보유하는 것이 국가 경쟁력의 핵심이었고, 미래세대에 대한 지원은 곧 교육 지원으로 받아들여졌다. 그러나 교육 수준이 상향평준화 되었고, 이렇게 성장한 인재에게 어떻게 기회를 줄 것인지가 당면 과제로 부각되고 있다. 또 대학을 졸업한 청년세대가 겪는 고통은 교육 불평등과는 다른 다차원적인 사회문제로 인식된다.

### 미래 한국의 중요한 사회문제

	국민인식(N=1,304)	민간기업(N=95)	공공기관(N=30)	이해관계자(N=101)
1순위/1순위	소득 및 주거 불안	교육 불평등	소득 및 주거 불안	소득 및 주거 불안
1순위/1+2순위	소득 및 주거 불안	교육 불평등	삶의 질 저하	소득 및 주거 불안
1순위/1+2+3순위	소득 및 주거 불안	사회구조 변화	삶의 질 저하, 사회구조 변화	환경오염

국민들은 '소득 및 주거 불안'을 가장 중요한 문제로 보고 있다. 소외계층 중심으로 지원되던 기존의 사회 복지 차원으로 해결할 수 없는 '국민 전반에 자리 잡은 삶의 불안정과 불만족에 대해 사회공헌 생태계가 어떻게 이해하고 대응할 것인가'에 대해 깊은 고민을 해보아야 한다. 국민들의 박탈감과 무기력, 갈등과 욕망이 공존하는 소득과 주거의 문제에 대한 면밀한 분석이 그 시작이 될 것이다.

**두 번째**는 파트너십 만족도에 대한 차이다. 민간기업과 공공기관의 만족도에 비해 이해관계자 그룹의 파트너십 만족도가 낮다.

### 파트너십 만족도

(단위: 점, (5점 만점))

	민간기업(N=100)	공공기관(N=30)	이해관계자(N=101)
파트너십 전반에 대한 만족도	4.13	4.37	3.69

기업과 공공기관, 비영리조직, 사회적경제조직은 서로 목적이 다르고, 일하는 방식이 다르다. 무엇을 성과로 보는지도 다르다. 서로 다른 조직이 '사회공헌'이라는 명분하에 협력체계를 구축했을 때, 가장 먼저 파악해야 할 것은 조직 간의 차이다. 조직 간의 차이가 사회공헌 프로그램에 미치는 영향과 어떤 시너지를 낼 수 있는지에 대한 열린 논의가 사회공헌 프로그램의 성패를 좌우한다. 차이를 받아들이고 존중해야만 '조직 간 이해'가 가능하다. 일반적으로 우리 조직을 이해해달라는 식의 접근은 오해를 낳을 뿐이다.

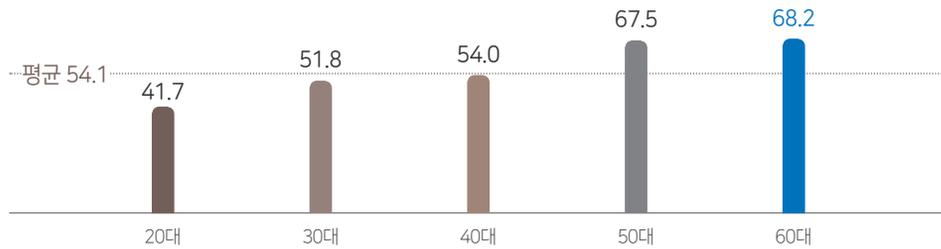
이해관계자 그룹 내의 전문가들은 '파트너 기관이 사회문제 해결을 위해 가지고 있는 고민과 제안을 기업이 함께 공감하고 실질적으로 토론하는 자세'를 좋은 파트너십의 전제조건으로 꼽았다. 파트너기관이 설정하는 의제에 대한 존중과 공감이 파트너십의 기본인 셈이다.

**세 번째**는 사회공헌의 내부 고객이라 할 수 있는 임직원과의 관계다. 사회공헌과 기업 임직원은 여러 수준에서 관계를 맺는다. 봉사활동이나 사내 모금과 같은 직접적인 관계도 있고, 사회공헌 정책에 대한 사내의 관심이나 여론과 같은 간접적인 관계도 있다.

사내 기부 확산제도나 봉사활동 제도 등을 파악하는 과정에서 임직원을 배려하고 지원할 수 있는 새로운 정책 제시가 필요함을 확인했다. 우선 '주 52시간 근무가 자리를 잡는 과정에서 기존의 봉사활동과 촉진 제도를 어떻게 수정해야 할 것인가'라는 문제가 제기되었다. 봉사활동의 성과를 임직원 참여율과 참여시간 등 양적 지표로 보고하는 것에 대한 회의적인 반응이 있었다. 사내 모금을 통해 형성된 기금의 사용처에 대해 임직원의 의사를 어떻게 반영해야 할지도 중요한 문제로 제기되었다. 사회공헌팀에서 전략적으로 의사결정을 하고 보고하던 방식에서 벗어나, 의사결정 단계에서 기금의 기부자인 임직원들의 의사를 반영하는 노력이 필요하다는 것이다. 또한 사내의 밀레니얼 세대의 등장도 주목할 만하다. 세대별로 국민 인식조사를 재분석한 결과, 밀레니얼 세대는 전반적으로 다른 세대에 비해 현행의 사회공헌에 대해 관심이 낮지만, 기성세대와는 다른 방식으로 미디어를 수용하고 공익에 참여하고 있었다. 현재의 사회공헌 전 과정을 이들의 시선에서 되돌아볼 필요가 있다.

### 국내 기업의 사회공헌 활동에 관한 관심 있음

(n=1,304 단위:%)



### 3. 평가

평가는 사회공헌 프로그램을 둘러싼 모든 이들의 약점이다. 사회공헌 프로그램이 평가가 되어야 한다는 주장에 대한 이견은 별로 없다. 그러나 효과적인 평가 수단을 찾지 못하고 있는 것이 사실이다. 민간기업과 공공기관 모두 사회공헌 프로그램에 대해 지원대상자 수혜여부를 기록한 결과(Output) 평가 중심으로 진행하고 있다. 사실상 실적정리 수준이다.

파트너 기관 역시 사회공헌 프로그램의 성과와 임팩트 평가에 대해 긍정적인 입장을 보였다. 그러나 자체적으로 평가지표를 개발하거나 외부에 있는 평가지표를 활용하는 기관은 절반 정도에 그쳤다. 평가에 대응할 수 있는 데이터를 축적하고 관리하고 있는 파트너 기관 역시 절반 수준이었다.

#### 평가 관련 시행 중인 정책(이해관계자)

(N=101, 단위: %)



사회공헌 프로그램 평가를 위해 시급한 것은 기술적으로 우수한 평가 수단을 만들기 이전에 평가에 대한 올바른 인식과 문화를 조성하는 것이다. 이는 평가를 전제로 목적 지향적인 기획을 하고, 프로그램 종료 후 평가 결과를 반영해 기존의 프로그램을 개선하는 선순환적인 가치창출을 의미한다. 평가의 '수준'을 높이는 것은 평가 문화가 조성되어야 가능한 일이다.



---

# 사업분야별 사회공헌 핵심 프로그램



---

사회복지	50
교육 · 학교 · 학술	63
문화예술 · 체육	84
사회통합	91
환경보호	96
과학 · 기술	99
응급 · 재난구호	101
안전	103
지역상생	105
창업 생태계 구축 및 일자리 지원	107
글로벌 사회공헌	112
기타	116

## 사회복지

# 현충시설 환경개선 활동

(주)LG하우시스

### 사업 성과

2015년 8월 중경임시정부청사 복원사업 지원을 시작으로 지금까지 서재필 기념관, 매헌 윤봉길 기념관, 우당 이회영 기념관, 안중근 기념관, 만해 한용운 기념관, 도산 안창호 기념관 등 총 7곳의 독립운동 관련 시설을 개보수하였습니다.

### 사업 성공요인

국가를 위해 헌신하신 애국선열의 뜻을 기리는 활동으로서 국민들로부터 지지를 많이 받는 사업입니다.

LG하우시스는 선조들의 독립운동 정신 및 호국보훈 활동이 후대에 계승되도록 2015년부터 독립운동 관련 시설 개보수를 진행하고 있습니다. 창업주부터 이어져 내려온 독립운동 지원 정신을 바탕으로 당사 자재(창호, 바닥재 등)를 활용하여 현충시설 환경개선을 진행하고 있습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

한정된 자원을 효율적으로 사용하여 보다 많은 시설이 수혜를 입을 수 있도록 지속적으로 노력하고 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

내년에도 현충시설 개보수를 지속적으로 진행할 예정입니다. 당사의 친환경 및 에너지 절약 건축자재를 통해 노후된 시설을 보다 더 안전하고 쾌적한 공간으로 탈바꿈하는 데 앞장설 것입니다. 향후에도 사업 역량을 활용한 애국 사회공헌 활동을 지속적으로 전개해 국가를 위해 헌신하신 애국선열의 뜻을 널리 알리고 후대에 계속 이어지도록 힘을 보탬 예정입니다.





## 희망메이커

SK건설(주)

### 사업 성과

전 구성원의 약 95%가 본 사업에 자발적으로 참여하고 있으며, 이를 통해 연간 600명의 아동에게 월 10만 원이라는 생활비/교육비를 지원할 수 있습니다. 또한 회사는 매칭펀드로서 같은 금액을 출연하여 명절 선물, 어린이날 선물, 혹은 기대비 용 방한 키트 지급 등 다양한 이벤트와 선물로써 수혜 가정에 혜택을 주고 있습니다.

### 사업 성공요인

첫째로 대다수의 구성원들이 월급공제를 통해 자발적으로 기부금을 출연해주었기에 사업에 필요한 기금이 마련될 수 있었고, 둘째로 서울시 내 13개 복지관과 재단에서 사업 진행에 도움을 주었기에 600명이라는 대규모 인원에 지속적 도움을 줄 수 있었습니다.

SK건설의 <희망메이커> 사업은, '기부를 통한 진정한 나눔'이라는 슬로건과 함께 사회 양극화 해소를 위해 7년째 이어져 오고 있는 SK건설의 대표 프로그램입니다. SK건설의 모든 구성원들은 서울시 강남, 구로, 도봉, 동작, 성동, 성북, 중구 등 7개 지역 600명의 저소득 가정 아동 및 청소년과 부문별, 단위 조직별로 결연되어 지속적으로 경제적, 정서적으로 후원을 하고 있습니다. 특히 타 후원과 비교되는 점은 한 번 후원아동으로 선정되면 성인이 될 때까지는 지속적으로 후원을 받게 되는 점입니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

600명의 아동에게 매달 일정 금액을 기부하는 것은 하나의 회사로서 쉬운 일이 아니었습니다. 자발적으로 성금을 지속 후원하는 회사 구성원 여러분들이 없었다면 본 사업을 지속시킬 수 없었을 것입니다. 이를 위해 지속적으로 <희망메이커> 사업 관련 커뮤니케이션을 진행하였고, 성금을 내는 분들에게 최대한의 보람을 주려 노력하고 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

<희망메이커> 사업에 한 번 혜택을 받은 아동은 성인이 될 때까지 후원을 받게 되기 때문에 해가 지날수록 후원에 둔감해지는 경향이 있습니다. 이를 극복하기 위해서는 후원가정에 다양한 자극과 새로운 프로그램을 주어 후원자와의 관계를 지속적으로 상기시킬 필요가 있습니다.

# 아동영양지원사업 Well365

삼성웰스토리(주)

### 사업 성과

- 급식 질 개선 및 아동 영양 개선: 기관 실무자 대상 설문 조사 결과, 사업에 참가하기 전과 비교하여 친환경 농산물 이용 비중이 증가하고, 부족한 예산으로 인해 제공되지 못했던 육류, 과일, 견과류 등을 구입하여 아동들이 고른 영양분을 섭취할 수 있도록 지원함
- 급식환경 개선: 식기류 교체, 보관 용구 구입 등으로 아동 위생 보건을 증진하고 안전한 급식환경 마련에 도움을 줌
- 문화체험 기회 확대: 직업 멘토링, 쿠킹 클래스 등 조리사, 영양사들이 직접 진행함으로써 해당 직종의 진로를 희망하는 아이들에게 동기부여

식음서비스업의 특성을 살려 지역아동센터에 급식비 및 급식 환경 개선금을 지원하고, 임직원 재능기부를 통하여 연 1회 요리 나눔 교실을 진행하고 있습니다.

시작 연도: 2015년 ('18년 현재 4차 연도 진행 중)

사업 기간: '18년 7~12월 (6개월)

수혜 기관: 지역아동센터총18개소(서울/용인/평택/김해/왜관 /광주 소재)

### 사업 성공요인

당사의 전문역량인 식음분야 사회공헌 사업으로 업의 연계성이 강하며, 사업대상 지역의 경우 당사의 본사 및 지사가 소재하고 있어 기업과 지역아동센터 간 파트너십을 바탕으로 급식비 지원뿐만 아니라 자원봉사 연계 등 체계적인 지원이 가능합니다. 또한, 운영비 부족으로 이용 아동에게 양질의 급식을 제공하기 어려워 본 사업이 꼭 필요한 지역아동센터를 선정하여 지원함으로써 사업효과를 극대화할 수 있었습니다.

### 시사점 및 향후 계획

전국 지역아동센터가 대부분 급식을 실시하고 있지만, 평균 급식비는 1인당 4,125원으로 여전히 매우 열악한 환경에 있어, 당사는 아동들의 건강한 성장을 지원하기 위한 본 사업을 향후에도 지속해나갈 예정입니다.





## 시각장애인 안내견 사업

삼성화재해상보험(주)

시각장애인이 스스로 독립된 삶을 영위하여 사회의 일원으로 살아갈 수 있도록 삼성화재는 1993년부터 안내견 학교를 설립하고 시각장애인 안내견 사업을 대표 사회공헌 사업으로 운영하고 있습니다. 보건복지부의 안내견 양성기관 공식인증기관이자 세계안내견협회(IGDF)의 정회원인 삼성화재안내견학교는 선진 훈련기법과 체계적 관리를 통해 매년 8~12두의 안내견을 시각장애인에게 무상 기증하고 있습니다. 또한, 안내견 번식부터 은퇴까지 펠피워커 등 자원봉사자 참여를 확대하여 생명존중과 동물 애호 사상을 전파하는 역할을 담당하고 있으며, 장애인과 장애인보조견의 사회적 인식 및 제도를 개선하기 위한 다양한 활동을 함께 진행하고 있습니다.

### 사업 성과

- 26년간 안내견의 체계적 양성 및 무상분양 실적: '94~'18년 총 213두 분양, 현 58명의 파트너(시각장애인) 활동 중
- 시민참여형 운영을 통해 장애인, 안내견 인식개선에 기여: 일반 자원봉사자가 안내견 양성과정의 50% 이상 담당 (누계 자원봉사자 총 817명)
- 시각장애인 및 안내견 인식 관련 캠페인 진행 및 법 개정 에 일조

### 사업 성공요인

- 안내견 양성을 통한 시각장애인 자립 지원
- 현 파트너 58명 중 51명이 직장 내 활발한 사회활동을 통해 대외홍보
- 시민참여형 사업 운영, 지속적인 안내견 에티켓 교육, 장애인과 안내견의 감동스토리 홍보로 사업 인지도 상승
- 안내견 소재 드라마 4편 및 뮤지컬 제작, 방송
- 안내견의 헌신적 미담 사례가 국민들에게 잔잔한 감동 선사

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

안내견의 대중교통 및 공공시설, 식당 등 다수의 출입거부 사례가 있습니다. 장애인 복지법 개정 및 지속적인 인식개선 캠페인을 통해 안내견뿐만 아니라 시각장애인을 동반하지 않은 훈련견까지 출입이 가능하도록 변경했습니다.

### 시사점 및 향후 계획

독창적인 유형의 사회공헌 사업으로 기업 브랜드 이미지에 긍정적 영향을 미치고 있습니다. 대중에게 "안내견=삼성화재"라는 명확한 인식을 정립하고 지속적인 사업운영과 캠페인을 전개할 예정입니다. 시각장애인에 대한 지속적인 지원 및 인식개선을 추진하여 시각장애인의 사회진출 및 자립을 지속 지원할 계획입니다.

## 아동·청소년 지원사업

삼양식품(주)

### 사업 성과

봉사단 활동이 처음에는 어색하고 어려웠지만, 지속적인 활동을 통해 직원들의 자부심도 높아지고, 나아가 회사의 성과에도 변화를 주는 등 지역사회도 제품과 회사에 대한 관심으로 인식변화를 가져오고 있습니다.

### 사업 성공요인

아이들과의 지속적인 관계와 소통을 통해 교감하고 봉사자가 아닌 이모, 삼촌으로 부르고 지내면서 밝고 따뜻해지는 등 바람직한 인간관계를 맺으며 함께 꿈을 키워나가고 있습니다. 활동 범위와 봉사단의 참여를 확대해 나갈 계획입니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

사업을 운영함에 있어 많은 참여 인원과 다양한 지역을 방문하지 못한 점을 고려해 다양한 지역의 많은 학생이 참여할 수 있도록 참여 회수를 늘리는 등 사업 확장으로 문제점을 해결해 나가고 있습니다. 또한, 기관 아동·청소년들의 단체생활로 개인에게 관심과 후원이 쉽지 않은 점을 고려해 1:1 멘토링 프로그램 사업으로 개인에게 지원하는 형식으로 사업을 확장해 나가고자 합니다.

### 시사점 및 향후 계획

전국적으로 '찾아가는 맛있는 쿠킹' 지원사업으로 함께 요리하고, 맛보며, 즐길 수 있는 참여형 지원사업 및 아동·청소년들 개개인을 지원할 수 있는 1:1 멘토링 사업을 계획 중이며, 장학생들과 함께 참여할 수 있는 봉사활동을 통해 지속적인 나눔을 확대할 계획입니다. 또한, 진행하고 있는 임직원 재능기부 봉사활동을 다양한 분야로 봉사단의 참여를 확대할 계획입니다.

'사람은 백 년을 살지만, 천년 후를 생각해야 한다.'는 창업이념에 따라 1961년 이후 '맛있는 나눔과 맛있는 소통으로 맛있는 세상'을 만들기 위해 꾸준히 사업을 이어가고 있습니다. 삼양식품의 사회공헌 활동인 '맛있는 나눔'은 지역아동센터 등의 아동·청소년들에게 식사 나눔, 생일파티, 송년 잔치, 체육대회, 가정의 달 외식하기 등의 활동으로 가족적인 관계를 형성하여 꿈과 희망을 전해오고 있으며, 이외에도 요리대회를 개최하여 식품 인재를 육성하고 요리 장학생 및 스키 인재 장학생 선발을 통해 지역인재 양성을 돕고 있습니다. 그 외 월 1회 전국의 지역 아동센터들을 돌며 제품 기부와 음식 나눔 활동과 학교 밖 아이들 등 희망프로그램 사업을 지원해오고 있습니다.





## 사회복지

### 아세아시멘트(주)

아세아시멘트는 이미 오랜 기간 동안 사회복지 관련 사업을 지속해오고 있습니다. 서울에서는 1988년부터 ‘한마음회’라는 봉사단체를 결성해서 봉사활동 및 직원들이 모은 회비와 성금을 매달 결손가정이나 어려운 가정을 방문해 전달해 왔으며, 당사의 제천공장에서도 ‘징검다리’라는 봉사단체가 지속적으로 활동해 왔습니다. 이런 활동을 좀 더 본격적으로 하게 된 계기는 본사 조직이 당사의 메인 공장인 제천공장으로 이전한 2011년 이후 제천공장의 봉사활동이 대한적십자사와 결연하여 2012년 ‘아세아시멘트 적십자 봉사회’를 결성하며 좀 더 체계화되었다고 할 수 있습니다.

#### 사업 성과

아세아시멘트 적십자 봉사회는 ‘사랑의 교실 지역아동센터’ 재능기부, 노인요양원과 중증 장애인 복지시설, 소년소녀가장 가정방문을 매월 정기적으로 실시하여 외부 청소 및 보수, 목욕 봉사, 말벗 해주기와 더불어 필요한 물품을 전달하고 있습니다. 또한 매년 공장 인근의 4~6가정을 선정하여 ‘사랑의 집수리 봉사’를 하고 있으며, ‘국수 나눔 봉사’도 매월 실시합니다.

#### 사업 성공요인

사업의 성공요인은 무엇보다 회사의 적극적인 지원이 밑바탕이 되었다고 할 수 있습니다. 필요하다면 근무시간에도 봉사를 할 수 있도록 지원하고 있으며, 회사에서 지원하는 지원금도 상당한 도움이 되고 있습니다. 이와 더불어 회사 직원들의 자발적인 참여를 통한 봉사 정신이 성공의 기본이라고 할 수 있습니다.

#### 추진 시애로사항 및 극복 방법

봉사 활동을 하면서 별다른 애로 사항은 없었다고 할 수 있습니다. 봉사 활동 자체가 직원들이 자발적으로 참석하는 것이 다 보니 참석한 분들이 봉사 활동에 적극적일 뿐만 아니라 자부심도 큰 편이라 매번 즐겁게 활동하고 있습니다.

#### 시사점 및 향후 계획

당사의 봉사 활동은 현재 제천공장의 직원뿐만 아니라 전국에 위치한 8개 공장의 직원들이 매월 정기적으로 지역의 노인요양원, 어린이 보육원, 결손 가정 등을 방문하여 봉사활동을 펼치고 있습니다. 이러한 봉사활동은 이미 하나의 기업문화로 자리 잡았습니다. 아세아시멘트는 앞으로도 더욱 왕성한 활동으로 지역 및 사회에 기여할 수 있는 기업이 되도록 노력하겠습니다.

# 포스코 스틸빌리지 프로젝트

(주)포스코

## 사업 성과

2018년까지 전국 총 10개 도시에 총 50채 스틸하우스 건립 및 기부하였고, 누적 총 1,055명의 자원봉사자가 43,912시간 건축 봉사에 함께 참여하였습니다. 정부에서 도움이 불가한 사각지대 사회문제를 직접적으로 해결하고 있습니다. <포스코 스틸빌리지 프로젝트>는 '17년 11월 UN 지속가능발전목표 이행에 기여하는 우수 이니셔티브로 인정받기도 했습니다.

## 사업 성공요인

기업, NGO, 정부, 지자체, 마을 주민 등 다수의 이해관계자와의 유기적 협력을 바탕으로 사업을 추진하여 각각의 다양한 이해관계자의 만족감이 높은 사업이며, 특히 수혜자 만족도가 아주 높습니다.

## 추진 시 애로사항 및 극복 방법

기준에 맞는 대상자 발굴과 선정의 어려움이 있습니다. 개인에게 큰 금액의 혜택이 지원되는 사업인 만큼, 실질적으로 개인 삶의 질 개선에 직접적으로 효과는 있으나, 다수에게 혜택이 돌아가지 못하는 부분이 있습니다.

## 시사점 및 향후 계획

사망 시 재산권 문제 등이 있는 고령 수혜자보다 아동이 포함된 가정을 포함하여 주택의 잔존가치 활용을 극대화하고, 대상자 선정기준 완화 혹은 공공 생활 시설인 그룹홈 등 사업유형을 확대할 것을 검토하고 있습니다.

포스코는 비즈니스 역량을 활용해 지역주민의 건강한 삶을 위해 주택, 학교, 브릿지 등의 인프라를 구축하고, 지역사회 문제 해결을 지원하는 사업인 <포스코 스틸 빌리지(Steel Village) 프로젝트>를 진행하고 있습니다. 특히, 국내에서는 2009년부터 전국에 화재 피해로 집이 전소되거나, 열악한 주거환경에서 거주하는 배려계층에 포스코 프리미엄 강종을 이용, 내진 설계형 스틸하우스를 건축하여 기증하는 사업을 운영하고 있습니다. 스틸하우스는 포스코 임직원, 시민 자원봉사자가 함께 건축에 참여하며, 2주 만에 완공되어 해당 가정이 안정된 일상으로 빠르게 복귀할 수 있도록 희망의 기반을 제공하고 있습니다.





## 바른먹거리

(주)풀무원푸드앤컬처

풀무원의 '생명존중'과 '이웃사랑' 정신을 바탕으로 지역사회 의 이웃을 위한 다양한 활동을 통해 로하스 가치를 실천하고 있습니다. 풀무원푸드앤컬처는 2006년부터 급식사업 매출의 일부를 이웃사랑 기금으로 조성하여 소외이웃을 위한 무료급 식 봉사활동을 실천하였으며, 2011년부터 전체 매출액의 일 부를 기금으로 조성하여 건강한 식생활 확산을 위해 바른먹거 리 나눔 및 건강한 '211식사' 실천 캠페인 등 다양한 활동을 기 획하여 지역사회 협력을 통해 이웃사랑을 실천하고 있습니다.

### 사업 성과

전국 50여 개의 로하스 디자인 봉사단은 건강한 식생활 확 산을 위해 건강 식사법 '211식 사' 실천 방법을 안내 홍보하고 있으며, 지역사회 어려운 이웃 에게는 풀무원의 바른먹거리 제품을 이용하여 식사 나눔 활 동과 풀무원 제품 나눔 활동을 진행하고 있습니다.

### 사업 성공요인

풀무원 제품과 당사의 전문 인 력들을 통해 임직원이 참여한 사회공헌 활동을 지속적으로 진 행할 수 있었으며, 현재는 고객 들의 식생활 개선을 위한 캠페 인에 주력하고 있습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

캠페인 활동 시 홍보성 상품 지 급 없이는 참여도가 저조하다 는 애로사항이 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

지역사회의 다양한 요구도에 따른 건강한 식생활 확산을 위 한 활동을 지속적으로 개발 운 영할 계획입니다.



## aT좋은이웃들

한국농수산물유통공사

〈aT좋은이웃들〉은 긴급구호가 필요한 농어촌지역 복지소의 계층을 발굴하고 기초생계를 지원해주는 사회공헌 사업입니다. 2014년 광주전남지역의 위기가정을 발굴하고 지원하는 사업으로 시작되었고 이후 지원범위를 확대하기 위하여 2017년 aT-한국사회복지협의회(SSN)-보건복지부와 업무협약을 체결, 전국단위 네트워크를 보유한 SSN 좋은이웃들 사업과 연계하여 〈aT좋은이웃들〉이라는 이름을 갖게 되었습니다. aT는 〈aT좋은이웃들〉 사업을 위해 2017년부터 5년간 매년 2억 원씩 기탁하고 있습니다.

### 사업 성과

2014년 34가정에 2천2백만 원을 지원하였고, 2015년엔 45가정에 7천1백만 원을, 2016년엔 54가정에 1억 원을 지원하였습니다. 2017년에는 18개 시·군 사회복지협의회를 통해 737명을 발굴하고, 기타 민간자원과 연계하여 2억 6천6백만 원을 식사, 생활, 주거, 의료/건강, 교육/취업 등에 지원했습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

자체적으로 시작한 위기가정지원사업은 범위와 규모가 점차 확대되면서 인력, 전문성 등의 면에서 운영상 어려움이 있었는데, 전국적으로 많은 봉사자와 연결되어있고 복지사각지대에 대한 많은 정보를 가지고 있는 한국사회복지협의회와 협업하면서 보다 많은 이들에게 그들이 꼭 필요로 하는 지원을 해 줄 수 있었습니다.

### 시사점 및 향후 계획

어려움 속에서 극단적인 선택을 하는 비극이 더 이상 발생하지 않도록 소외계층 발굴의 날 캠페인 등 복지사각지대 발굴 활동을 더욱 확대해나갈 것이며, aT 본사, 사업소, 각 지역본부의 임직원들 또한 적극적으로 발굴 및 지원 활동에 참여할 예정입니다.

# 행복나눔 프로젝트

한국전력거래소

## 사업 성과

- 기존 단순 금전기부 형태의 사회복지시설 후원 활동에서 탈피하여, 지자체 협조를 통해 복지사각지대에 놓인 개개인에게 수혜자별 맞춤형 후원이 가능
- 연말에 편중되어 있던 봉사활동을 연중으로 확대하여 직원 참여도 제고

## 사업 성공요인

사회공헌 사업 관련 인프라가 풍부한 지자체와 사회공헌 사업 경험이 풍부한 복지재단 및 사회적 기업과의 업무협업을 통해 이전의 기관 사회공헌 활동과 비교하여 다양한 사회공헌 활동을 보다 체계적으로 시도할 수 있었습니다.

사업 기간: 2018.9~2019.12

사업비: 170,000천 원

주관 기관: 한국전력거래소, 나주시

참여 기관: 전남 사회복지공동모금회, 초록우산 어린이재단 전남지역본부, (주)미항주거복지센터

사업 내용: 기관특성반영(3), 일자리 창출연계(1), 지역상생(1), 취약계층지원(1)

- 1) 희망 에너지 + 전기차 지원사업
- 2) 행복 에너지 + 주택 보수사업
- 3) 에너지 취약계층 시원한 여름나기 및 따뜻한 겨울나기 지원
- 4) 취약계층 및 미취업자 교육 및 취업지원
- 5) 지역 환경보전 활동
- 6) 다문화가정 지원(명절한마당, 가족사진촬영, 전통혼례식 지원)
- 7) 핑크박스 캠페인(여성청소년 위생용품 지원)

## 추진 시 애로사항 및 극복 방법

전기차 지원사업의 경우 지자체 보조금은 공개추첨 방식으로 이루어지기 때문에 지원 시설의 추첨 탈락 시 소요비용 증가의 애로사항이 있습니다. 사업기간 내에서 전기차 지원시기를 연기하여 다음 보조금 지원 공고가 뜰 때까지 기다렸다가 재지원하는 방법과 지자체 보조금을 포기하고 한국환경공단을 통해 신청하는 방법이 있습니다.

## 시사점 및 향후 계획

사업추진 후 불과 2개월이 경과한 상태이기 때문에 프로젝트의 성공적인 추진을 위해 계획대로 사업을 제대로 이행할 필요가 있습니다.



# 꿈에그린 도서관 지원사업

(주)한화건설

## 사업 성과

장애인의 재활 의욕을 고취시키고, 장애인의 정서적 지지가 될 수 있다는 교육적인 효과를 주고자 추진 중입니다. 2013년부터는 장애인뿐만 아니라 아동 및 저소득 임대아파트 지역 사회 주민, 다문화가정까지 지원 대상을 확대하여 사회적 소외계층에 지원하고 있습니다. 독서와 휴식을 아우르는 유희 공간을 활용하여 높은 소통 공간을 조성함으로써 수혜 기관 및 이용자들 만족도가 상당히 높습니다.

## 사업 성공요인

지원을 받는 복지기관들이 문화시설을 설치하고 싶어도 방법을 몰라 그냥 두거나, 쓸 만한 공간을 방치하는 경우가 많았습니다. 당사는 자투리 공간을 주목했고, 그 공간을 가치 있게 변화를 주고자 시도했습니다. 또한, 도서 나눔 캠페인을 통해 시민들도 좋은 책을 기부(도서의 출판연도 및 상태에 따라 기부영수증 발행)함으로써 함께 만들어 가는 도서관을 추진 중입니다.

2011년 서울 흥은동 장애인 재활시설인 그린내를 시작으로 서울시장애인복지시설협회와 함께 매년 10개 기관에 <꿈에그린 도서관>을 지원하는 프로그램입니다. <꿈에그린 도서관> 사업은 임직원 봉사활동과 기금을 통해 개관되며, 다음과 같은 활동이 수반됩니다.

- 1차 활동: 도서관 건설 공간 정비(공간정비, 책장 조립 및 기부도서 정리)
- 2차 활동: 도서관 건설(공간 리모델링, 가구 설치, 도서관 개관식)
- 3차 활동: 도서관 유지보수(사후관리)

## 추진 시애로사항 및 극복 방법

보다 좋은 공간을 조성하고, 새책의 기부를 통해 도서관을 멋지게 지원하고 싶지만, 사업 예산의 한계가 있어 지원사업을 추진하면서도 기관에 미안한 마음이 있습니다. 임직원 및 일반인을 대상으로 '꿈에그린 도서관 나눔 캠페인'을 통해 부족한 도서를 충당함으로써 부족한 책은 보충하고 있습니다.

## 시사점 및 향후 계획

당사의 아파트와 사회기반시설 건설의 강점 및 건설업의 특성을 살린 봉사활동으로, 올해 80호점, 앞으로 100호점, 200호점 등 지속적으로 도서관 지원 사업을 추진할 계획입니다.





## Make an Impact for Tomorrow

헨켈코리아(주)

헨켈은 1896년 회사 설립 이래 기업의 사회적 참여를 주요 기업 가치 중 하나로 여기며 그 동안 다양한 사회공헌 활동을 전개해왔습니다. 지난 1998년 헨켈은 직원들이 직접 사회공헌 활동을 제안하는 ‘미래에 영향을 끼치자’라는 의미의 <Make an Impact for Tomorrow (MIT)>를 헨켈의 대표적인 사회적 이니셔티브로 개설하였습니다. 헨켈은 MIT 프로젝트를 통해 직원들의 사회공헌 활동을 지지하며 그들이 주도권을 갖고 봉사에 참여할 수 있도록 격려하고 있습니다. 헨켈의 <Make an Impact for Tomorrow (MIT)> 프로젝트는 올해로 20주년을 맞이하였습니다. 지난 20년 동안 계속된 헨켈 직원들의 사회공헌 활동은 사회에 기여하고 세상을 조금씩 변화시키는 발판을 마련하고 있으며, 이러한 노력들이 모여 더욱 더 큰 영향을 가져올 수 있도록 앞으로도 헨켈의 사회공헌 활동은 계속될 것입니다.

### 사업 성과

2017년 기준 헨켈은 총 2,124개의 사회적 프로그램을 지원했습니다. 헨켈의 MIT 프로젝트 실천 사례로는 총 22명의 헨켈 직원들이 마케도니아의 불우한 이웃들을 위한 주택을 건설하기도 하고 중동의 소아암 병원에서 자원봉사를 하며 헨켈 제품과 식사를 기부하고 배포하였습니다.

### 사업 성공요인

- 직원들이 주도적으로 본인 및 동료들과 함께 참여하는 사회공헌 활동을 기획하고 매년 꾸준히 전개하여 지속적인 사회공헌 활동을 전개할 수 있었음
- 헨켈 퇴직자들도 참여 가능하여 다수의 프로젝트 전개 가능
- 헨켈은 프로젝트 심사를 통해 후원금 및 헨켈 제품 지원을 하여 사회적 소외계층을 위한 다양한 사회공헌 활동 집행 가능

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

- 직원들이 개별적으로 진행하다보니 회사 차원의 통일된 사회공헌 활동 전개가 어려움
- 국내에서는 후원한 사회단체와 가능한 지속적으로 함께 파트너십을 구축하며 프로젝트 연속성을 유지하고자 함

### 시사점 및 향후 계획

- 글로벌 차원에서 앞으로도 지속적으로 전개할 예정
- 국내에서는 소외계층 아동을 위한 사회공헌 활동을 전개하고 있음
  - 1) 자폐아동을 위한 수영교실
  - 2) 피학대 아동을 위한 심리치료실 건립
  - 3) 시각장애아동 오케스트라 악기 후원
  - 4) 입양대기아동을 위한 사운드북 제작



## 디딤돌하우스

현대엔지니어링(주)

현대엔지니어링은 2013년부터 쪽방촌 등 주거취약계층을 대상으로 주거복지에서 자활까지 통합 지원하는 <디딤돌하우스> 프로젝트를 진행하고 있습니다. 서울시와 MOU를 맺고 추진하고 있는 이 프로젝트는 일회성 후원에서 벗어나 쪽방촌 주민들에게 실질적 혜택이 돌아갈 수 있도록 지원하는 것이 특징입니다. 주거 지원(디딤돌하우스, 매입임대주택 입주 지원), 자활지원(공방형 자활작업장), 정서 지원(문화교실, 고향 방문), 시설 지원(쪽방상담소 및 공용시설 리모델링), 봉사활동(명절, 연말 나눔) 등의 사업들을 체계적이고 지속적으로 지원하고 있습니다.

### 사업 성과

- 쪽방저가재임대사업(디딤돌하우스), 매입임대주택 입주 지원을 통한 쪽방 주민들의 주거 상향 및 주변 월세 억제
- 문화교실, 고향 방문 등의 정서 지원을 통한 우울증 극복, 자립 의지 향상
- '꽃피우다' 등 공동작업장 설립을 통한 일자리 지원
- 샤워실, 화장실, 카페 등 공용 시설 리모델링 / 명절, 흑서기, 흑한기 지원
- 수상내역: 한경TV 대한민국 대표아파트

### 사업 성공요인

<디딤돌 하우스> 프로젝트는 지자체, NGO, 사회적 기업 등 다양한 민간협력 모델을 시도하여 쪽방촌이라는 주거 관련 대표적 사회문제에 대한 다양한 해결방안을 제시할 수 있었습니다. 또한, 지원하는 입장이 아니라 지원받는 수혜자 입장에서 생각하고, 일회성이 아닌 장기적으로 체계적인 계획을 통해 추진하였기에 효과적으로 추진할 수 있었습니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

쪽방촌의 특수성으로 인해 당초 계획했던 사업들 진행에 어려움이 발생했습니다. 건물이 좁고 오래되어 쪽방 건물의 리모델링에 어려움을 겪었고, 공동작업장에 참여시킬 주민참여자의 모집 등 다방면에서 어려움이 발생하였으나 지자체, 사회적 기업, 쪽방 상담소 등 다양한 이해관계자와의 협업을 통해 문제를 극복했습니다.

### 시사점 및 향후 계획

- 시사점: 단순 후원이 아닌 장기적이고 체계적인 지원과 다양한 이해관계자와의 협력이 사회에 조금이나마 변화를 일으킬 수 있을 것입니다.
- 향후 계획: 일부 효과적 사업을 강화하고 미진한 사업들은 단계적으로 출구전략 추진, 기존의 이해관계자뿐만 아니라 대학교 등 산학협력을 통해 사업을 좀 더 효과적으로 추진해 나갈 예정입니다.

## 교육 · 학교 · 학술

### 마음톡톡

GS칼텍스(주)

미래사회의 주역인 ‘아이들이 행복하지 않다’(OECD 회원국 중 행복지수 꼴찌, 2012년 학생정신 건강검진 결과)는 사회문제 인식에서 시작된 <마음톡톡>은 심리·정서 문제로 인해 학교생활과 또래 관계에 어려움을 겪는 아동·청소년에게 집단예술치료를 제공하는 GS칼텍스의 대표 사회공헌 사업입니다. 교육부 및 굿네이버스 등과 협력하여, 아동·청소년기에서 중요한 부분을 차지하는 친구 관계 속에서 예술을 통해 자아 인식과 사회성 증진을 도와 건강한 인간관계를 맺도록 돕는 전문 예술치유 프로그램을 진행하고 있습니다. 프로그램의 체계적 진단과 효과성 증진을 위해 자체 개발한 진단 도구를 통한 평가와 전문가 자문, 대조집단 조사, 이해관계자 만족도 조사 등 다각적인 노력을 통해 매년 프로그램을 업그레이드시키는 노력을 지속하고 있습니다.

#### 사업 성과

<마음톡톡>은 2013년부터 2017년까지 12,546명의 아이들에게 28,585시간의 예술치유를 제공하였으며, 자아(자아존중감, 자기성장주도성)와 사회적 기술(자기표현, 공감, 협력, 학교생활만족도) 등 <마음톡톡> 평가척도의 모든 항목에서 유의미한 개선 결과를 얻고 있습니다. (2017년 <마음톡톡> 위센터 모듈 참가자 심리변화 진단 결과)

#### 사업 성공요인

- 2년여에 걸친 철저한 사업준비
- 지속적인 사업 개선 및 업그레이드 노력
- 프로그램 퀄리티 유지를 위한 전문가 집단 확보 및 유지 노력
- 파트너십

#### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

사업 초기 목표 지향적인 기업의 일하는 방식과 비영리 및 정부 기관 등과의 관점 차이 및 소통 방식 간극으로 다소 애로사항이 있었으나, <마음톡톡> 사업의 목표와 지향점을 지속적으로 공유하고 서로의 눈높이를 맞추어 나가기 위해 소통하는 노력을 통해 극복했습니다.

#### 시사점 및 향후 계획

누적된 사업 운영 및 치료 전문성을 활용, 사회적 가치를 높이기 위한 노력을 지속할 예정입니다.



# Coding Genius

(주)LG CNS

## 사업 성과

<Coding Genius>는 2016년 4차에 걸친 파일럿 프로그램 운영을 완료하고 2017년도에 신규 론칭된 프로그램으로, 2017년에는 서울시 교육청에서 지정한 20개 중학교를 대상(수혜자 2,625명)으로 진행을 완료하였습니다. 2018년에는 정보화 소외지역인 전북 진안군, 학교폭력피해학생 교육기관인 대전 해맑음센터 등으로 확대하여 진행 중입니다. (2018년 30개 기관 3,000여 명 교육 예정)

## 사업 성공요인

<Coding Genius>는 LG CNS 임직원이 직접 학교로 찾아가 한 학년 전체를 대상으로 하루 6교시의 수업을 진행하는 프로그램입니다. 노트북/교육용 로봇 및 모든 교보재를 LG CNS가 준비하고, 중학생에게 필요한 SW 관련 다양한 체험형 모듈을 제공하여 학교로부터 환영받고 있습니다. 또한, 서울대 컴퓨터공학부와 한양대 교육공학과 감수를 완료하여 검증된 SW 교육 프로그램으로 각광받고 있습니다.

LG CNS의 대표교육기부 활동인 <Coding Genius>는 4차 산업혁명 시대의 주축이 될 청소년을 대상으로 코딩을 경험하게 하며, 다양한 경험과 자극을 통해 학생들의 꿈과 끼를 탐색하게 하는 교육 프로그램입니다. 청소년들이 IT 기본 지식 없이도 SW 개념·원리 학습을 통해 컴퓨팅적 사고력을 키우고, 복잡한 실생활에 적용 가능한 문제 해결 능력을 배양할 수 있도록 돕는 창의적이고 독창적인 융합교육을 실현합니다.

## 추진 시애로사항 및 극복 방법

임직원이 직접 전문적인 노하우를 교육하는 것은 <Coding Genius>의 큰 장점이지만, 현장에서 IT업을 수행하는 임직원들이다 보니 강의나 학생들을 다루는 방법 등은 익숙하지 않을 수 있습니다. 연간 4회의 임직원 교육을 실시하고, 교육 콘텐츠 외에도 강의/퍼실리에 이팅 기법, 청소년 이해하기 등의 내용을 전달하여 교육 준비에 만전을 기합니다.

## 시사점 및 향후 계획

LG CNS는 1) IT업 특성을 살려 2) LG CNS 임직원들이 직접 참여하는 3) 청소년 교육 활동 세 가지 추진 방향을 바탕으로 회사가 가진 전문 역량을 발휘하여 근본적인 사회문제 해결방안에 집중함으로써 미래 IT 인력 양성에 기여하여 기업의 사회적 책임을 다하려 합니다. 현재의 사회공헌 활동 외에도 중장기적 관점에서 인재 양성을 위해 다양한 프로그램을 운영할 계획입니다.





## IT 발전소

LG디스플레이(주)

2008년 경북 김천 임마누엘 영육아원을 1호점으로 2018년 해외 포함 51호점 개소했습니다. <IT 발전소>는 보육원·영육아원 등의 아동복지시설에 첨단 PC와 친환경 인테리어를 포함한 최신 IT 교육환경을 마련하는 활동으로서 소외계층 아동들의 IT 기기 활용 능력을 향상시켜 향후 취업 연계 자격증 취득 등 자립과 안정적 취업까지 긍정적인 영향을 미칠 수 있도록 노력하고 있습니다. 더불어, IT 교육 프로그램비 지원, 노후화된 시설/IT 기자재 보강 사업도 실시하는 등 시설이 조성된 이후에도 지속적인 관심과 지원을 하고 있습니다.

### 사업 성과

- 최근 3년(15년~17년) 내 <IT 발전소> 기증 시설 퇴소 아동 469명 중 328명이 자격증을 취득함(취득률 70%)
- 컴퓨터 활용능력, ITQ, 워드프로세서, 정보처리사 등 IT 관련 자격증이 주를 이루며, 이외 미용, 조리사, 검정고시 등 다양한 분야에 <IT 발전소>가 활용되었음
- 보육 시설들의 가장 큰 고민은 현재 아동들이 성인이 되어 퇴소 후 자립 여부에 대한 부분으로, <IT 발전소>는 시설아동들의 퇴소 후 건강한 자립에 기여하는 것이 큰 목적임
- 꾸준한 IT 관련 자격증 및 취업률이 증가하고 있는 상황으로, 자격증 취득을 통해 자신감을 얻는 아이들이 구직활동에도 더욱 적극적이며 직장 내 적응력도 높아지고 있는 것으로 평가됨

### 사업 성공요인

<IT 발전소>는 국내 기업 중에 10여 년 이상 지속적으로 동일 사업을 한 사례가 거의 없는 분위기 속에서 기업 단독적인 기증자 입장으로서 사업을 진행하는 것이 아니라 수혜자 관점에서 현장 목소리를 청취하고 매년 사업을 보완하면서 추진하고 있는 활동으로 평가되고 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

기존 <IT 발전소>의 기능보강에 초점을 맞추어 추진할 계획입니다.

## 젊은 꿈을 키우는 화학캠프

(주)LG화학

### 사업 성과

연 400여 명이 참여하여 총 59회 운영 및 6,800여 명이 참여했습니다. 주요 사업장이 위치한 권역별로 캠프를 실시하여 지역사회 청소년 교육 복지 증진에 기여했습니다.

### 사업 성공요인

사업장 인근 권역별을 중심으로 지역사회와의 지속적인 커뮤니케이션과 피드백을 반영한 프로그램을 개발 및 발전시켰습니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

LG화학의 대표 프로그램으로 오랜 기간 지속 운영되었으나, 대내외적으로 인지도가 부족한 점을 감안하여 회사 SNS채널(블로그, 페이스북, 홈페이지 등)을 활용하여 적극 홍보하고 대학생 멘토를 활용한 프로그램 진행을 추진하고 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

국내 청소년교육 분야의 대표적인 사회공헌 프로그램으로 자리매김하게끔 지속해서 확대 및 발전시켜나갈 예정입니다.



# Solar School Project

OCI(주)

2011년 전국 시도교육청 협조를 통해 벽오지 소재 300개 초등학교를 선정하고, 학교당 5kW의 태양광 발전 설비를 설치하여 초등학생들이 태양광 발전 체험학습을 통해 녹색에너지의 중요성을 깨우치고 원리를 이해하는 데 도움을 주고자 합니다.

## 사업 성과

2017년 12월 말 기준 인천, 강원, 전북, 경남, 전남, 충북, 충남, 제주 지역의 총 269개교에 설치를 완료했습니다.

## 사업 성공요인

친환경 에너지에 대한 사회적 관심이 높은 가운데 사업을 진행한 점이 성공요인이라고 할 수 있습니다.

## 추진 시 애로사항 및 극복 방법

학생들의 학업에 방해가 되지 않는 선에서 공사를 진행해야 했으므로, 방학 또는 주말을 이용해서 설치했습니다. 교육청과 학교의 협조가 중요합니다.

## 시점 및 향후 계획

향후 남은 31개교에 설치 완료를 목표로 하고 있습니다.



## 하인슈타인

SK하이닉스(주)

〈하인슈타인〉은 2012년부터 시작하여, 이천/청주 취약계층 및 학생을 대상으로 SW코딩교육과 올림피아드 경진대회, 과학견학 및 해외대회 참가 기회 등을 제공하여 미래 과학 인재로 성장할 수 있도록 지원하는 프로그램입니다.

### 사업 성과

- 연간교육수혜학생약1,000명
- 올림피아드 수상자 약 120명
- 과학견학 및 해외대회 참가자 약 10명

### 사업 성공요인

- 첨단IT기업의업 특성
- 상대적으로 ICT 교육 인프라가 부족한 지역사회의 니즈 충족

### 시사점 및 향후 계획

4차 산업혁명으로 SW코딩교육이 더욱 중요해짐에 따라 지속적으로 지역사회 수혜 대상을 확대해 나갈 계획입니다.





## 드림스쿨

두산인프라코어(주)

두산인프라코어는 국제구호개발 NGO인 월드비전과 함께 2012년부터 멘토링을 기반으로 하는 청소년 꿈 찾기 프로그램인 <드림스쿨>을 운영하고 있습니다. <드림스쿨>은 최대 5년간 청소년들에게 자아탐색 교육 및 진로 구체화를 위한 다양한 경험을 제공하고 있습니다. 중학생 멘티들은 2년 동안 두산인프라코어 임직원과 멘토링에 참여하며 자아 탐색 교육, 전문가 멘토링, 진로체험 활동 등에 참여합니다. 고등학생 멘티들은 '드림클럽' 활동에서 직업인을 만나는 등 자기주도적인 활동에 참여하며 꿈을 구체화합니다.

### 사업 성과

<드림스쿨>은 2018년 2월 기준으로 총 700여 명의 임직원과 청소년이 <드림스쿨> 활동에 참여하였고, 38명의 학생이 <드림스쿨>을 졸업하였습니다. 2014년, 2017년 <드림스쿨> 성과를 심층적으로 연구한 결과, 청소년 멘티와 임직원 멘토 모두 긍정적인 성장을 이룬 것으로 나타났습니다.

### 사업 성공요인

<드림스쿨>은 저소득 가정의 교육/기회/경험의 불균형을 해소하는 데 기여하고, 아동·청소년이 미래에 대한 희망적인 인지를 할 수 있도록 지원하고 있습니다.



## 두산 M.Y. Dream 청소년 진로체험교실

두산중공업(주)

다양한 진로 체험기회가 부족한 지역 청소년들에게 탐색-체험-설계 과정을 통해 진로를 선택할 수 있도록 안내하는 진로 길잡이 프로그램입니다. 2015년 지역 소외계층 학생들을 대상으로 시작하여, 창원교육지원청과 MOU를 체결하고 2016년부터는 창원지역 일반 중학교로 대상을 확대해 실시해오고 있습니다. 학생들이 관심 있는 직업에 대해 알아보고 꿈을 이루기 위해 어떤 노력을 해야 하는지 스스로 진로를 설계해 보는 탐색-체험-설계 전 과정을 체계화한 것이 특징입니다. 참여 학생들은 두산중공업의 엔지니어 체험을 비롯하여 30여 개의 직업을 체험하고 실제 직업인과 만남을 가지는 등 자기주도적으로 프로그램을 이끌어 나가도록 구성했습니다.

### 사업 성과

2017년에는 창원지역 5개 중학교 100명의 학생이 참가하여 26개 직업을 체험했으며, 3년간 20개교 300여 명의 학생이 수료하였습니다. 진로 인식 및 성숙도 조사 결과(5점 척도, 사전 3.7점 → 사후 4.1점), 학생들의 직업에 대한 지식, 정보탐색, 자기이해, 의사결정 능력 등이 향상된 것으로 파악되었습니다.

### 사업 성공요인

자유학기제 실행 등으로 일선 학교의 직업체험 니즈 증가, 과거에 비해 일찍 시작되는 진로에 대한 고민 등 시류에 맞춘 프로그램을 기획했습니다. 학교의 이론적인 교육, 통상적인 일회성 체험학습의 한계를 벗어나 탐색-체험-설계의 3단계 과정을 통해 한 학기 내 체계적인 학습 및 차별성 있고 실질적인 체험을 제공한 것이 성공요인입니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

중학교 자유학기제에 대한 높은 사회적 관심에 비해 지방의 경우 지원 체계가 미흡한 상황이며, 다양한 체험처 제공이 어렵습니다. 다양한 직업군을 보유한 하나의 체험처로서 기업 내부 인프라를 활용해 교육 기회를 제공하고, 교육지원청과 진로체험지원센터 등 교육기관과 연계하여 전문성을 높임으로써 지역사회의 지원 체계를 구축했습니다.

### 시사점 및 향후 계획

현시점의 직업 체험보다는 학생들이 미래직업에 대한 인식을 갖추고 스스로 진로를 설계해 나갈 수 있도록 돕는 체계적인 지원이 필요합니다. 2018년부터 인공지능, 빅데이터, 로봇, 3D프린터 등 4차 산업혁명 관련 직업 체험을 강화하여 운영 중이며, 두산중공업의 엔지니어 직무에 대한 체험기회를 특화한 엔지니어 체험교실도 병행해 1천여명의 학생들이 참여하는 등 진로체험 프로그램을 강화해 나가고 있습니다.

## 청소년 경제교실

삼성증권(주)

2005년, 아동·청소년의 올바른 경제관을 형성하고 합리적인 의사결정 능력을 길러 더 나은 미래를 준비할 수 있도록 하기 위해 시작된 <청소년경제교실>은 경제교육을 필요로 하는 사회복지 기관이나 시설 등 비영리기관에 자원봉사자인 강사를 파견하여 무상으로 경제교육을 진행하는 교육지원사업입니다.

### 사업 성과

전국 50개 사회복지기관이나 시설을 이용하는 초등학교 4~6학년 학생들에게 경제교육을 실시(19만 명, 7,108회 수업 진행)했습니다. 또한, <청소년경제교실> 수료 아동 중 우수 아동을 선발하여 장학금 및 문화체험 기회 제공했습니다.

### 사업 성공요인

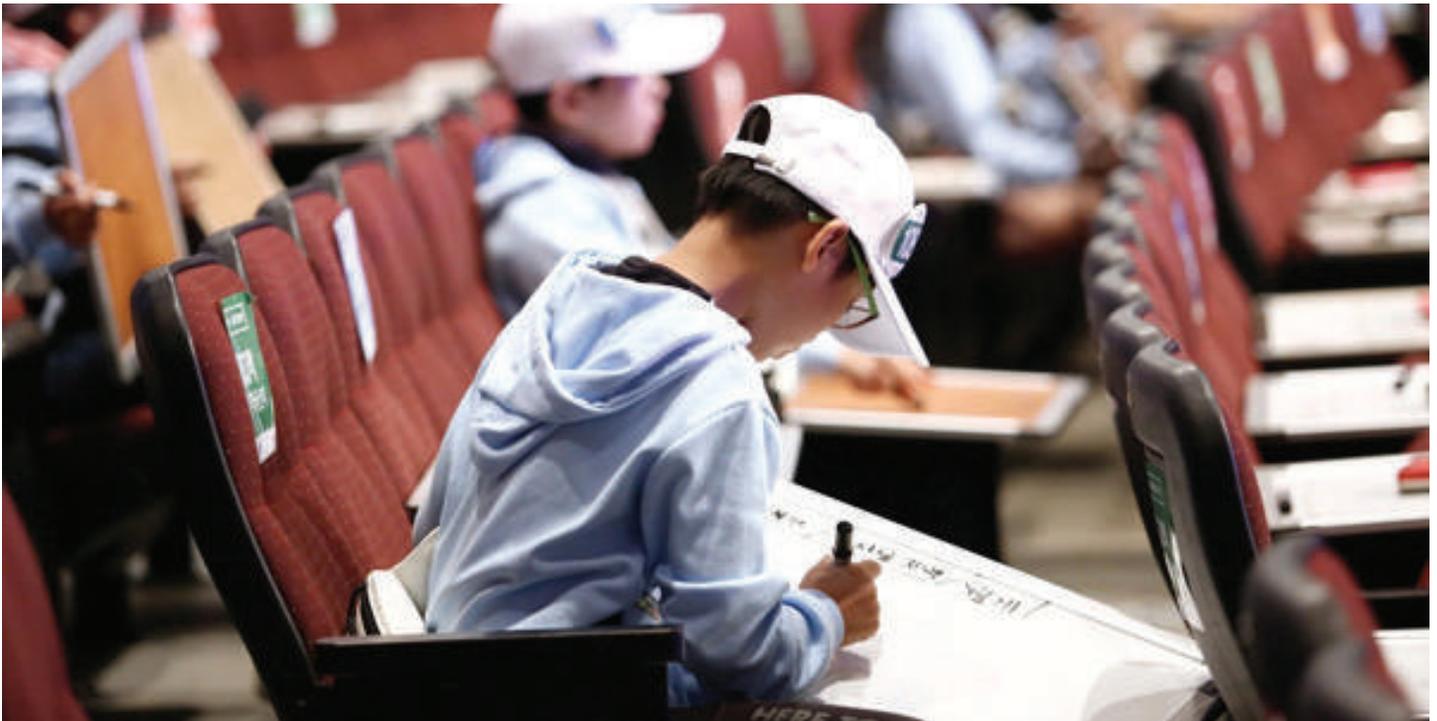
기존의 주입식 교육을 벗어나 놀이와 체험을 기반으로 하는 교육 커리큘럼을 제공함으로써 아동들의 관심과 흥미를 유발하여 효과적인 경제교육 진행이 가능했습니다. 또한, 임직원 및 삼성증권에서 운영하는 대학생봉사단을 강사로 파견함으로써 최상의 강의를 제공할 수 있었습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

지속적인 모니터링 결과 기반 평가를 통해 사업의 문제점을 파악하고 수혜자 중심의 프로그램 수정 및 계획을 했습니다.

### 시사점 및 향후 계획

향후 사업의 질적·양적 지원을 확대하여 아이들의 건강한 미래와 성장을 지원할 예정입니다.



# 삼양과 함께 미래 인재를 키우는 과학캠프

## 삼양그룹

### 사업 성과

- 일상에서 쉽게 접하지만 잘 모르는 화학의 세계를 경험하게 하고, 교실에서 할 수 없었던 탐구실험과 체험활동을 통해 유연한 문제해결력을 기르고 잠재 역량을 찾게 함
- 우리 사회의 취약계층과 소외된 아동들에게 포용적인 교육의 기회를 제공하고, 창의적인 융합사고력 증진을 통해 지속가능 발전시대의 미래 세대를 육성함
- 사업 부문과 연계한 프로그램

### 사업 성공요인

- 아이들이 흥미를 가질 수 있는 프로그램으로 구성
- 프로그램 강사 및 MC의 숙련된 진행으로 참가자 프로그램 몰입도를 높임
- 캠프 목적에 적합한 자체 연구소에서 행사를 진행하여 캠프 집중도를 높임
- 노하우가 많은 운영사와 역할 분장으로 변동 상황에 유연히 대처함

**사업 목적:** 화학사업 부문과 연계하여 학생들에게 캠프를 통해 체험교실을 열어 화학사업 및 과학에 대한 이해도를 높임

**사업 대상:** 대전지역 초등학교 5, 6학년 학생 100명(일반아동 및 사회적 배려대상자)

**행사 장소:** 대전 연수원

**기간:** 1박 2일

**파트너십:** 동아사이언스(프로그램 기획, 참가자 관리 등), 기아대책(참가자 모집)

**자원봉사:** 대학생(10여 명), 임직원(약 15명)

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

멘토-임직원 봉사자의 기본교육 외에 운영 수칙 숙지 등 역할 교육을 강화할 필요가 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

2018년의 미완점을 보완해 2019년 1월 행사를 진행할 예정입니다.





## Hello New()World

(주)신세계아이앤씨

시작 연도 : 2017년

- IT 특성화고등학교 학생 대상 'IT 기술로 사회문제 해결'을 주제로 한 해커톤 대회
- 수상팀에 서비스 개발을 위한 교육, 클라우드 펀딩 등 사후 지원

### 사업 성과

- 총 31개 팀 참여(대회 지원팀은 총 70개)
- '17년도 25개 팀 신청에서 '18년도 45개로 관심도 1.5배 증가
- 사후 지원 총 8개 팀

### 사업 성공요인

- 특성화고등학교에 직접 홍보
- 단순 기술만 겨루는 것이 아닌 사회문제, 아이디어와 결합
- 소셜벤처 창업, 사회적 기업 가라는 분야에 대한 경험, 기회 제공

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

- 애로사항: 대회 후 수상팀의 관심 저하
- 극복 방법: 클라우드펀딩 도입으로 지속적인 관심 유발

### 시사점 및 향후 계획

어른들이 생각하는 것보다 학생들의 문제 접근성, 해결방법 수준이 높습니다. 실제 프로젝트 실행까지 지원할 수 있는 방안을 검토 중입니다.



## 아주 좋은 꿈터

아주산업(주)

故 청남 문태식 아주 창업주의 생가터에 세워진 지역사회 아동·청소년들을 위한 교육 문화 공간입니다. 2017년 8월 1일 오픈한 <아주 좋은 꿈터>는 지역 내 아동·청소년들이 스스로 꿈을 키우고 희망찬 미래를 열어갈 수 있도록 ‘꿈찾기 프로그램’을 비롯한 학습 지도, 체육 활동 등 다양한 프로그램을 제공하고 있습니다. 또한, 지역 내 복지기관을 대상으로 진로교육 전문 강사를 파견하는 ‘드림서치 프로그램’과 인성교육 프로그램을 지원하여 보다 많은 아이의 전인적인 성장을 돕고자 노력하고 있습니다. 건물 내부를 작은 도서관으로 꾸며 누구나 책과 함께 머물러 갈 수 있는 지역친화시설로 개방하여 운영하고 있습니다.

### 사업 성과

- 프로그램 참여 아동 수: 330명 (2017년 8월~12월)
- 작은 도서관 이용 인원: 289명 (2017년 8월~12월)
- 단순 보육에 집중되어 있는 동대문구 복지 인프라의 한계를 뛰어넘어 프로그램 및 도서관 운영을 통한 올바른 자기 인식 및 진로 설계를 통한 성장 발판 마련

### 사업 성공요인

- 동대문구 특성상 아동·청소년 문화 공간이 적는데, 이를 보완하여 호응이 높음
- 또한, 지역 내 방과 후 교실 및 사회복지시설과 연계하여 이들을 지원하고 서로 상생하면서 도움을 줄 수 있는 네트워크 구축
- 주력 프로그램인 ‘꿈찾기 프로그램’에 대한 높은 만족도와 아동의 긍정적인 변화

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

- 생가터 공사 진행 시, 지역 주민으로부터 민원 제기로 인해 추진하는 데 어려움 발생
- 사업 필요성에 대해 설득을 지속적으로 진행하여 공감대 형성
- 오픈 이후, 지역 주민들이 참여하거나 이용할 수 있도록 다양한 프로그램 지원 및 시설 개방 진행

### 시사점 및 향후 계획

- 창업주 생가터를 오너 일가의 사익 추구 또는 기업 내부 이용 시설로 개발하지 않고 지역을 위한 교육문화공간 건립에 의의
- <아주 좋은 꿈터> 이용 인원이 증가할 수 있도록 다양한 프로그램 신규 개설
- 향후 제2의 <아주 좋은 꿈터> 개설에 노력 예정

## 보육원 청소년 지원

에쓰-오일(주)

### 사업 성과

경제적 어려움으로 학업에 집중할 수 없는 보육원 출신 대학생들이 학업에 좀 더 충실할 수 있는 기회를 제공하여 성적이 상승하였으며, 미래 취업에 대한 불안한 마음으로 진로에 어려움을 겪고 있던 고등학생들은 새로운 자격취득 및 기술교육 기회 제공으로 자신감을 갖고 자신의 진로를 설계할 수 있는 기회를 갖게 되었습니다.

### 사업 성공요인

보육원 출신 대학생들의 경제적 어려움이라는 현실적 문제를 직접적으로 해결해 주었으며, 고등학생의 경우 비용 부담으로 하고 싶어도 하지 못했던 자격취득이나 기술교육의 기회가 제공되어 수혜자들이 적극적으로 참여하였습니다.

2016년부터 당사가 처음으로 실시한 프로그램으로, 두 가지 세부 프로그램으로 구성되어 있습니다.

- 매년 보육원 출신 이공계 전문대학생 80명을 선정하여 대학 졸업 시까지 1인당 250만 원씩 장학금을 지원함
- 보육원 거주 고등학생 75명을 선발하여 향후 취업에 도움이 될 수 있는 자격 및 기술 취득 교육비로 1인당 200만 원씩 지원함

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

고등학생 자격취득 및 기술교육지원의 경우 중도 포기 또는 자격증을 취득하지 못한 경우 자격증 취득 시까지 지속적인 사례 관리 및 지원이 추가로 검토되어야 할 것이며, 한정된 예산과 수요를 고려하여 점차 지원 규모를 확대해 나갈 예정입니다.

### 시사점 및 향후 계획

보육원 청소년들에 대한 사회적 관심과 기업 후원이 매우 낮은 실정입니다. 당사는 향후 지속적인 후원과 신규 프로그램 개발을 통해 보육원 출신 청소년들이 건강한 사회인으로 성장할 수 있도록 할 예정입니다.





## 해양항만 연계 교육기부 프로그램

울산항만공사

2012년 신사옥 준공 이후 홍보관 운영 및 부두 견학, 체험 프로그램 등을 지속적으로 운영하고 있습니다.

- 대국민 부두 개방 프로그램(Open-port)으로 항만 이해 제고
- 도서 산간지역, 다문화가정 대상 프로그램 기획 및 운영 (해양항만스쿨, 열린바다학교, 일일등대체험)
- 3개 유형(UPA형, 특화형, 협업형)의 자유학기제 전문 프로그램 운영(상시 견학프로그램, 해양항만분야 집중 체험 및 진로 탐색 프로그램, 타 산업분야 연계 프로그램 등)

### 사업 성과

- 전체 교육기부 프로그램 총 68회 개최(수혜 인원 2,460명)
- 2014 울산시 교육기부 우수 기관 선정
- 2015 제4회 대한민국 교육 기부 대상 수상
- 교육기부 진로체험 기관 인증

### 사업 성공요인

지속적인 신규 프로그램 개발 및 수혜 범위 확대, 자유학기제와 연계한 프로그램 운영 및 항만 특화 프로그램 운영 등이 있습니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

프로그램 다양성 확보 측면의 애로사항이 있었으나, 타 기관과 협업하여 추진하는 프로그램을 확대함으로써 교육기부 프로그램 범위 확대 및 사업을 다각화했습니다.

### 시사점 및 향후 계획

- 프로그램 운영을 위한 내부강사 선발 및 운영(임직원 재능기부활동) 예정
- 교육기부 활동단 운영(프로그램 기획 및 운영 단계에서 시민참여) 예정

# 키즈 라이브러리

(주)이마트

문화시설이 취약한 지역의 아동들에게 자연과 숲을 테마로 한 미세먼지 없는 쾌적한 독서환경 조성과 다채로운 콘텐츠를 제공하여 아동의 정서적 안정과 창의성, 사회성 향상하는 프로그램입니다.

### 사업 성과

기존 장난감도서관 사업(2006년~, 전국 73개소 운영 중)의 업그레이드 버전으로, 더 다양한 연령층의 아동을 대상으로 한 공간을 조성했습니다.

### 사업 성공요인

- 미세먼지 없는 청정 공간
- 다양한 테마로 책을 분류하고 체험교구들을 배치하여 입체적인 글 읽기 놀이터로 조성

### 시사점 및 향후 계획

건강한 유통업 생태계 유지를 위해 전통시장 내 개관을 지속 추진하여 전통시장을 활성화하고, 아동들을 위한 특화 공간을 제공할 계획입니다.





## 헬로 드림 (Hello Dream)

(주)코오롱

### 사업 성과

매년 전국 42개 지역아동센터의 약 1,500명의 아이가 코오롱 임직원들의 재능기부와 노력 봉사로 특화 활동, 명사 특강, 소원 프로젝트, 야외 활동 등 다양한 프로그램에 참여함으로써 아이들이 자신의 꿈을 스스로 탐색하고 설계하며 이루어갈 수 있도록 지원하는 데 그 성과가 있다고 볼 수 있습니다.

### 사업 성공요인

2012년부터 현재까지 6년이 넘는 기간 동안 <헬로 드림>이 지속해서 운영된 점, 이 과정에서 지역아동센터 아이들의 성장을 코오롱 임직원들이 함께 하고 각 지역아동센터의 의견을 반영해 매년 맞춤형 프로그램으로 개선, 발전시키며 키워진 라포르 형성이 사업 성공요인이라고 볼 수 있습니다.

지역아동센터 아이들이 꿈을 발견하고 성장할 수 있도록 응원하는 코오롱그룹의 사회공헌 활동입니다. 2012년 첫발을 내딛은 후 꿈을 찾고 있는 아이들에게는 꿈을 심어주고, 꿈을 발견한 아이들에게는 누구보다 신나게 그 꿈을 이뤄나갈 수 있도록 꿈을 향한 디딤돌 역할을 하고 있습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

지역아동센터 아이들의 관점에서는 관계 형성의 이유로 고 정적으로 참여하는 특정 임직원의 방문을 희망하지만, 업무 상황이나 자발적 신청으로 해당 일자에 봉사활동이 가능한 직원이 방문하다 보니 매년 다른 봉사자가 참여하게 되는 부분이 애로사항으로 보입니다.

### 시사점 및 향후 계획

학교 교육이나 방과 후 수업에서 경험하지 못하거나 지역아동센터와 아이들이 필요로 하는 의견을 적극적으로 반영하여 <헬로 드림> 프로그램을 발전시킬 계획입니다.

## 지역아동센터 지원 (원앤원 활동)

(주)포스코건설

포스코건설 부서와 인천지역아동센터 37개소가 1:1 결연을 맺고 센터 아동·청소년들을 지원하는 활동으로, 당사 임직원들이 매월 정기적으로 지역아동센터를 방문해 도배, 장관 교체, 공부방 개보수는 물론, 예체능 교육, 독서 지도 등 학습 멘토 활동까지 전개하고 있습니다. 특히, 2018년에는 파트너십 기관인 초록우산 어린이재단과 함께 센터 아동들의 학습 욕구 충족을 위한 특성화 프로그램을 개발해 지역아동센터별 교육과정 컨설팅, 강사 섭외, 교육비 지원을 하고 있습니다.

### 사업 성과

참여 직원 수는 연평균 2,825명이며, 수혜 아동 수는 약 1,110명입니다. 바쁜 부모님을 대신해 직원들이 부모의 역할을 하며 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다.

### 사업 성공요인

포스코건설이 송도사옥으로 이전한 2010년 이후 꾸준히 실시하고 있어 아이들과 직원들 간 라포르가 충분히 형성되어 활동에 대한 서로의 만족도가 매우 높습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

정부의 주 52시간 근무제도 도입 이후 집중 근무를 해야 하는 직원들이 근무시간 중 지역아동센터 방문에 어려움이 있지만 슬기롭게 대처하고 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

지속성과 진정성으로 당사의 대표 사회공헌 활동으로 자리잡은 <원앤원 활동>에 대해 보다 아이들에게 필요한 사업을 기획하여 지원할 계획입니다.



## 희망트레이너

(주)한화갤러리아

### 사업 성과

참여 아동들의 신체 활동 사전·사후 평가 결과를 보면, 신체적 변화 외에도 건강 인식, 긍정적 경험, 운동 수행, 신체 특성 등 정서적 건강 측면에서도 유의미한 변화를 보였습니다. '16년 운영 결과를 토대로 2년 차인 '17년에는 연말 프로그램 종료 후 사후 관리 프로그램을 도입, 아동들이 꾸준한 관리를 지속할 수 있도록 보완했습니다. 현재 당사 대표 사회공헌 활동으로 자리매김했습니다.

### 사업 성공요인

실질적인 건강 관련 신체·정서적 함양 프로그램으로 아동, 학부모, 기관 참여율이 높았습니다. 올바른 식습관 정립, 자존감 증진, 스트레스 해소 등을 위한 교육을 병행하여 교육 만족도를 높였습니다. 월 1회 실생활에서 응용 가능한 임직원 참여 인성 프로그램 운영으로 내부 만족도도 제고했습니다.

한화갤러리아가 진행하고 있는 재능기부 프로그램 <희망트레이너>는 '16년부터 초록우산 어린이재단과 연계, 갤러리아백화점이 위치한 전국 5개 지역아동센터에서 저소득층 아동 90명을 대상으로 진행 중입니다. 저소득 가정 아동의 비만율이 평균보다 높다는 보건복지부 자료에 착안, 아동들의 방과 후 활동을 지원하기 위해 프로그램을 기획했습니다. 신체 활동 및 인성 함양 '교육'을 통한 건강한 대한민국의 '희망'을 양성하는 활동을 목적으로 하고 있습니다. 아동별 개별 목표 설정, 보상제도 도입 등 체계를 마련하여 참여 아동의 건강 증진과 자신감 향상을 돕고 있습니다. 주 1회 전문 트레이닝 교육과 월 1회 임직원과 함께하는 특활활동으로 구성됩니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복방법

주 1회 프로그램으로 꾸준한 참여 독려를 위한 흥미 유발 프로그램 및 강사 전문성 제고가 필요했습니다. 임직원 참여 프로그램 진행 시 아동들과 원활한 소통을 위해 아동 특성에 대한 사전 교육을 진행했습니다. 프로그램 수혜 아동의 확대를 위해 참여 아동 연차별 재선정 및 기참여 아동에 대한 사후 프로그램(가이드북)을 도입했습니다.

### 시사점 및 향후 계획

프로그램 참여 아동들이 나눔의 진정한 가치를 경험하고, 자신감 회복을 위해 수혜자에서 봉사자로의 전환을 시도, 지역별 희망나눔 봉사활동을 전개할 예정입니다. 전국 아동들이 한자리에 모이는 축제의 장을 마련하여 협동/친목을 위한 희망트레이너 페스티벌을 진행할 예정입니다. ('18년 하반기)





## 디딤돌 사업

한화종합화학(주)

2016년부터 아동과 청소년을 위한 디딤돌 프로젝트를 시작했으며, 지역아동센터와 연계해 매월 정기적으로 임직원들의 과학교실 봉사활동과 후원 활동을 펼쳐왔습니다. 과학교실수업에 전문성을 주기 위해 울산대학교 봉사동아리 학생들과 함께 봉사활동을 펼침으로써 아이들이 더 친근감을 가지고 쉽게 수업을 할 수 있도록 진행했습니다.

### 사업 성과

지역아동센터 중에서도 후원의 손길이 적은 곳을 선정하여 소외받지 않고 함께 도와주는 지역 기업이 있다는 마음을 가질 수 있도록 임직원 봉사활동 및 후원을 진행하고 있습니다. 그룹에서 함께 추진하는 한화에 솔더하기 활동을 통해서도 복지관의 아동들과 가야금을 배우는 시간을 매월 정기적으로 가짐으로써 한화그룹의 아동 예술교육 후원의 의지를 보여주는 기회로 활용하고 있습니다.

### 사업 성공요인

울산대학교 봉사동아리 봉사자들과의 연합활동이 아이들의 눈높이에 잘 맞아 과학교실 수업이 무리 없이 잘 이루어질 수 있었습니다. 대학생 봉사자들의 봉사활동 참석 호응이 좋아 희망자가 많았으며, 과학교실의 기자재 선정에도 많은 도움을 받을 수 있었던 점을 성공요인으로 보고 있습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

지역아동센터의 기관 자체 사정으로 봉사활동 센터의 변경이 일어나는 상황이 있었고, 이에 재선정해야 하는 어려움이 있었으나 초록우산 어린이재단의 도움을 받아 재선정할 수 있었습니다.

### 시사점 및 향후 계획

저소득층 아동들의 디딤돌 역할을 하고자 하는 프로젝트 목표 지역아동센터 봉사활동에 국한하지 않고, 다양한 프로그램으로 지역사회 아동과의 교류를 이어갈 계획입니다. 한화 예술더하기를 통해서 앞으로 지역사회의 아동들과의 교육의 기회를 더 많이 가짐으로써 실질적인 진로교육에도 도움을 줄 수 있는 시간으로 범위를 넓혀 활동할 계획입니다.

# 청소년 내 꿈 찾기 진로 워크숍 (학교 초청 진로교육)

한화호텔앤드리조트(주)

청소년 진로 교육을 위해 한화호텔&리조트 직업 현장을 체험하게 하는 진로 설계 집중 교육 프로그램입니다.

- **현장 직업체험형:** 한화호텔&리조트 전문직종의 다양한 직업군 재능 봉사자의 직업 현장에서 '파티쉐 체험', '아트에듀케이터' 등 학생의 흥미와 관심이 반영된 자유학기 활동 및 진로 탐색 활동 운영
- **진로 설계 전문 코칭:** 질 높은 진로 설계 전문 강사를 교육격차가 심한 지방 중소도시로 파견하여 전문 강의(강연형/대화형) 심층 진행
- **기업 현장 견학형:** '이지나눔' 심화프로그램으로 특정 전문 직업군을 희망하는 대상자를 '아쿠아리스트와의 만남'을 통해 꿈을 이룰 수 있는 한화아쿠아플라넷 63 현장 실습 방문 진로교육 실시
- **리더십 비전 진로 캠프형:** 연 1회 서울대 진로 캠프로 대학생 봉사단과 심도 깊은 대화의 시간을 가지며, 미래 진로에 대한 멘토링 활동을 진행

## 사업 성과

- 교육부 추천 진로교육부문 자유학기제 우수모범기업으로 2015~2017년 연속 교육부 총리 겸 장관상 수상
- 지역사회 청소년들이 창의적 인재로 성장하는 것을 지원하고, 미래세대 인재육성을 위해 기업의 사회적 책임 완수 및 사회적 기여 등 긍정적 효과 높이 평가받음

## 사업 성공요인

- 청소년을 위한 진로설계 교육 +인성교육 콘텐츠 개발 및 활성화: 기업 인프라 활용 레저 서비스 등 생활문화 서비스 사업을 활용한 비즈니스 연계 지역사회 협력체계 구축
- 전문 진로 설계 강사와 연계하여 한화 임직원이 봉사자로 참여해 진행하는 청소년 대상 진로체험 교육 지원 활동

## 추진 시 애로사항 및 극복 방법

- 전국 사업으로 연간 사업비 한계에 따라 지원사업 실행에 예산 한정에 따른 대상 학교 수요 대비 지원 부족
- 교육복지대상 학교 및 진로지도 교사의 관심도에 따라 대상자 모집 및 참여 일정 조정이 쉽지 않음

## 시사점 및 향후 계획

"질 좋은 교육을 교육 격차가 없도록 확대 지원 필요"  
(참고: 교육의 기회는 모든 사람에게 충분하고 평등하게 주어져야 한다(유네스코 헌장 1945). // UN SDGs 4: 모두를 위한 포용적이고 공평한 양질의 교육 보장 및 평생교육 기회를 증진한다.)





## 소녀, 달리다

현대해상화재보험(주)

사업 시행은 2013년에 시작하여 지속적으로 유지하는 프로그램입니다. 사업파트너사는 (주)와이즈웰니스이며 프로그램 기획 운영을 맡고 있습니다. 수혜 대상은 수도권 초등학교 3~6학년 여학생이며, 방과 후 24차시 수업 시간에 달리기를 매개로 하는 정서발달과 신체발달의 혼합 교육 프로그램입니다. 와이즈웰니스에서 전문 강사를 파견하여 각 학교 실내체육관 또는 운동장에서 수업이 진행됩니다. 주 2회 12주 프로그램입니다. 24차시 교육이 종료되는 시점에는 달리기 축제를 진행합니다. 수업에 참가한 학생과 학부모가 4,219.5km를 달려서 그동안 달리기 수업을 통해 향상된 체력을 검증하고 완주를 통한 성취감을 부여하고자 합니다.

### 사업 성과

반기 25개교가 자발적으로 신청하여 연간 50개 학교에 운영되어지며, 한 학교당 40명의 학생을 대상으로 교육을 진행합니다. 2017년까지 수료한 학생은 총 1만 명에 이릅니다. 수업 전후 효과측정 및 만족도 조사 결과 신체 발달 및 인성 발달이 효과적으로 상승하였습니다. 만족도 역시 학생과 학부모에게 좋은 점수를 받았습니다.

### 사업 성공요인

초등학교 여학생들이 운동하는 것을 꺼려하였으나 다양한 커리큘럼의 수업을 통해 자신감과 성취감이 생겼고, 재등록하는 학교도 늘어나고 있는 추세입니다.

### 시사점 및 향후 계획

강사 인력 부족으로 서울과 수도권으로 지역이 한정되어있으나, 향후 지방 초등학교로 확대할 수 있는 파트너사를 찾거나 교육기관의 협조를 통해 교사들도 수업을 진행할 수 있도록 전파할 계획입니다.

## 문화예술 · 체육

# 청소년 특강 (두근두근 영화학교, 토토의 작업실)

CJ CGV(주)

### 사업 성공요인

당사가 보유한 영화제작 및 상영과 관련된 지식과 기술, 경험을 통한 전문적인 교육이 가능하며 비즈니스 현장인 극장을 오픈, 지역 청소년을 위한 문화 교육의 공간으로 활용하여 수도권 외 전국 지역의 청소년들에게도 제공하고 있습니다. 또한, 각 극장의 사업 담당 직원을 대상으로 전문교육을 진행하여 체계적인 운영이 가능하도록 하고 있습니다.

2008년 문화 소외계층인 전국의 분교 초등학생을 대상으로 영화제작 교육을 진행하며 '토토의 작업실' 사업을 시작했습니다. 이후 교육부 자유학기제와 연계하여 영화제작 교육 외에도 영화 콘텐츠와 관련된 직업, 리더십, 사회문제 등 다양한 주제 특강을 진행하는 '두근두근 영화학교'와 극장의 여러 직무를 경험해보는 '멀티플렉스 직무 체험' 등 다양한 교육 프로그램을 제공하며 청소년들의 창의 인성 함양에 이바지하고 있습니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복방법

극장이라는 공간 및 수용 인원에 따른 제한된 교육 환경을 극복해야 할 필요가 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

극장 밖에서도 지속적으로 영화교육을 진행할 수 있도록 청소년 영화 특강 교재 '두근두근 영화학교'를 제작(교사용/학생용 별도 제작) 및 무상 배포하여 학교와 지역아동센터, 홈스쿨링 등 다양한 공간에서 유사 미디어 교육이 확대되도록 지원할 계획입니다. (18년 10월 발간 예정)



# 상상마당

(주)KT&G

## 사업 성과

2007년부터 11년간 약 4,300여 편의 출품작 중 280여 편의 선정작을 11,372명의 관객분들께 선보였으며, 총 38명의 감독 및 배우분들을 대상으로 영화제 시상을 진행하였습니다. 대표적으로 2014년 대단한 배우상을 수상한 배우 '김수안' 씨는 당시 시상자였던 '연상호' 감독과의 인연으로 2016년 영화 '부산행'에 출연, 현재까지 활발한 작품 활동을 하고 있습니다.

## 사업 성공요인

대부분의 독립영화가 영화 포스터 제작을 못 한다는 점에서 착안하여 2011년부터 '대단한 디자인 프로젝트'를 진행하고 있으며, 해당 프로젝트는 본선에 진출한 감독들을 대상으로 영화 포스터 제작 전문회사 및 전문가들과 매칭한 후 포스터를 제작하는 프로젝트입니다. 독립영화인들이 필요한 부분을 지원해주고 있다는 점에서 '대단한 단편영화제'가 성공할 수 있었습니다.

상상마당 사업 중 '대단한 단편영화제'(11년간 사업지속 중) 관련 내용입니다. 상상마당은 2007년부터 상상마당 홍대 지하 4층에 위치한 예술영화 전용관 운영을 통해 국내외 저예산 독립영화 및 예술영화를 관객들에게 소개하고 있으며, 매해 '대단한 단편영화제'를 통해 국내외 주목받는 단편영화 감독 및 배우분들을 지원하고 있습니다. 영화제를 통해 국내는 물론 국제영화제에서도 인정받는 작품들을 발굴하는 데 노력하고 있으며, 한국영화의 미래를 책임지게 될 신인 감독과 배우를 육성하고 있습니다.

## 추진 시 애로사항 및 극복 방법

20분 미만 단편영화의 특성상 영화 내용 일부만 공개하더라도 전체 스토리의 상당 부분을 공개하기도 하며, 반대로 소개가 미약하다면 관객들이 찾지 않을 수도 있는 상황입니다. 이를 위해 단편영화제 프로그램을 공개할 때 감독 및 배우들과의 대화시간인 GV(Guest Visit) 시간을 편성한 후 많은 부분 홍보에 활용하였습니다.

## 시사점 및 향후 계획

'대단한 단편영화제'를 통해 국내 영화계의 신진감독 지원 및 신인배우 발굴에 앞장설 수 있다는 점에서 비주류 영화계에 상상마당이 미치는 영향이 크다고 판단됩니다. 향후 국내 단편영화에 국한하기보다는 아시아권, 나아가서 유럽 유수 영화제처럼 제 3세계의 독립영화를 소개하는 역할도 KT&G 상상마당이 추진하고자 합니다.



## 해피투게더

대림산업(주)

대림미술관과 함께 문화적으로 소외된 청소년과 어린이들이 다양한 문화 활동을 경험할 수 있도록 문화예술교육 및 체험활동을 지원하고 있으며, 2009년부터 진행 중인 사업입니다.

### 사업 성과

매년 10회 이상, 400여 명의 어린이와 청소년을 대상으로 전시 관람 및 창작활동 등의 문화예술 사회공헌 프로그램을 운영 중입니다.

### 사업 성공요인

대림산업이 후원하고 지자체에서 복지단체, 학교 등을 연결하고 대림미술관에서 운영하는 파트너십이 성공요인이라고 할 수 있습니다.





## 문화공연 지원

(주)센트랄

경남메세나협회의 ‘예술지원 매칭펀드’ 사업을 통해 센트랄그룹이 예술단체에 후원하는 금액에 비례하여 경상남도에서 해당 예술단체에 추가로 후원금을 지원, 기업문화 개선 및 기업 경쟁력을 제고하며, 문화예술을 매개체로 고객과 직원을 감동시키는 데 목적이 있습니다. 2014년부터 사업을 시작하였으며, 현재로는 경남 A&B오케스트라, 고성오광대 보존회, 창동예술촌을 지원하고 있습니다.

### 사업 성과

경남 도내 문화예술단체에서는 재능을 마음껏 펼치고 싶지만, 비용적인 부분과 부족한 인프라 때문에 힘든 곳이 많습니다. 그러나 메세나 지원 사업을 통하여 비용적인 부분을 후원하고, 회사에서 가지고 있는 인프라를 바탕으로 예술단체를 지원하여 고유의 예술문화를 계승, 발전시키고 자생력을 갖출 수 있도록 하였습니다.

### 사업 성공요인

경남 지역사회에 대한 관심이 사업의 성공요인이라고 볼 수 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

문화예술단체와 지속적인 커뮤니케이션을 통해 단체의 활동 다변화를 지원하며, 자생력을 강화하여 추후에는 후원이 없더라도 더욱 발전할 수 있는 단체로 만드는 것이 목표입니다.



## 노사공동 주관 소외계층 대상 미디어체험 기회 제공

노사 공동으로 찾아가는 미디어 나눔 버스를 활용하여 발달 장애인 등 방송 소외계층에 대한 미디어체험 기회를 제공했습니다.(2017년)

- 발달장애인용 DVD 및 TV 기증
- 찾아가는 미디어 버스를 활용한 미디어체험 교육 실시

### 시청자미디어재단

#### 사업 성과

발달장애인용 DVD 및 TV 기증을 통해 방송 소외계층의 방송 접근권을 보장하는 데 기여했습니다.

#### 사업 성공요인

기관 자체 자원 활용 및 노사공동 참여로 사회공헌 활동 활성화의 기회를 조성할 수 있었습니다.

#### 추진 시애로사항 및 극복 방법

지속적, 반복적 활동 및 자원 확보 방안 마련이 필요합니다.

#### 시사점 및 향후 계획

찾아가는 사회공헌 활동으로 직접 접근이 어려운 소외계층들에게 다양한 동기부여를 제공하였고, 향후 기관 사업과 연계하여 직접 찾아가는 사회공헌 활동 계획 수립이 필요합니다.

## K2 스쿨핑 (SCHOOLPING)

케이투코리아(주)

K2는 아웃도어 활동 지원을 통해 건강한 사회를 만들고자 합니다. 아웃도어 브랜드로서 업의 특성을 반영하여 사회공헌 사업을 시작했습니다. 아웃도어 문화 사각지대에 놓인 시민들에게 캠핑 문화를 경험하는 기회를 제공하는 것으로 시작했습니다. 2013년 서울에서 시작하여 2015년 전라도 광주로 지역을 확장하였으며, 현재는 캠핑 외 에코 어드벤처, 오리엔티어링 등 아웃도어 액티비티의 다양성을 확보하여 체험 기회를 넓히고 있습니다. 소통이 필요한 시민들에게는 여럿이 하는 아웃도어 활동 속에서 소통으로 함께 하는 즐거움을 일깨워주는 프로그램을 통해 우리의 몸과 마음이 건강해지는 내일을 꿈꿉니다.

### 사업 성과

아웃도어 활동 경험이 전혀 없거나, 거의 없는 시민들에게 아웃도어 문화를 체험할 수 있는 기회를 제공합니다.

- 운영 기간: 2013~2018년 (6년 차)
- 운영 횟수: 총 560회 스쿨핑 진행 (2017년 기준)
- 수혜 인원: 총 17,371명 (2017년 기준)

### 사업 성공요인

<K2 스쿨핑>은 아웃도어 브랜드 업의 본질을 반영했습니다. 아웃도어 비즈니스 특성을 반영한 사회공헌 활동의 기획이, 실행에 필요한 업의 전문성이 CSR 실행에 중요합니다. 이는 사업이 잘 운영되도록 필요한 자원과 서비스를 적재적소에 제공할 수 있는 선순환 구조를 만듭니다.

### 시사점 및 향후 계획

K2 브랜드에서 가장 잘할 수 있는 아웃도어 활동을 개발해서 다양한 사람들이 건전한 아웃도어 문화를 경험하고, 소통할 수 있는 장을 지속적으로 마련해나갈 계획입니다.





## 희망여행 프로젝트

(주)하나투어

### 사업 성과

초기에는 저소득층(아동/청소년/가족/부부 등)에 집중하여 여행을 지원하였지만, 해를 거듭할수록 참여 대상과 지원 횟수를 확대하여 사회복지사, 아티스트, 사회혁신가 등에게 다양한 희망여행을 지원하고 있습니다. 2017년까지 전국 346개 단체, 총 5,510명에게 희망여행을 선물했습니다.

### 사업 성공요인

경제가 성장함에 따라 여행이 더 이상 사치로 인식되지 않고, 중요한 여가 활동으로 자리 잡으면서 여행의 수요가 더욱 증가하게 되었습니다. 저소득층 뿐만 아니라 사회복지사, 사회혁신가 등 여행이 필요한 여러 대상으로 지원을 확대하면서 사업의 질적, 양적 성장을 가져왔습니다. 또한, 각 대상에 따른 특별 프로그램을 함께 운영함으로써 단순 여행을 넘어 삶의 변화를 도모했습니다.

2005년부터 진행해 온 하나투어의 대표적인 사회공헌 사업입니다. 관광복지 증진과 관련, 경제적·사회적 여건 등으로 관광 활동에 제약을 받고 있는 관광 취약계층 및 여행 지원의 필요성이 있는 사회구성원에게 여행을 비롯한 문화 프로그램을 지원하고 있습니다. 단순한 금전적 지원이 아닌 정서적 지원에 초점을 맞추고 있습니다.

- 지구별 여행학교(해외)/지구별 여행학교 바칼로레아(국내): 저소득층 아동·청소년
- 가족애 재발견: 저소득층 가족
- 아주 특별한 히니문: 신혼여행을 다녀오지 못한 저소득 부부
- 에코 희망여행: 친환경 사회혁신가
- 사랑하랑: 사회복지사
- 문화예술희망여행: 아티스트

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

참여대상이 다양해지다 보니, 동일한 여행지를 가더라도 고려해야 할 점들이 달랐습니다. 파트너십을 통해 세심한 준비 과정을 거쳐 친편익률적인 여행이 아닌, 대상별 맞춤 여행 프로그램이 진행될 수 있게 했습니다. 한편, 청소년의 경우 스스로 기획하는 여행사업(지구별 여행학교\_바칼로레아)도 지원하여 여행에서 얻은 힘으로 보다 주체적인 삶을 살아갈 수 있는 기회를 제공했습니다.

### 시사점 및 향후 계획

여행으로 희망을 나누기 위해 보다 다양한 사회구성원에게 희망여행을 지원할 계획입니다. 특히, 2015년부터 시작한 문화 예술 희망여행을 더욱 활성화하여, 예술가들에게는 창작활동을 지원하고 대중에게는 예술 작품으로 탐방지역의 아름다움을 전하는 활동을 지속하고자 합니다. 굿즈(Goods) 제작과 타 분야와의 접목도 시도할 예정입니다.

## 사회통합

# SKC 해비타트와 함께하는 행복한 창

SKC(주)

SKC는 한국해비타트와 파트너십을 맺어 2017년 해비타트 집짓기 및 집수리 사업에 당사 윈도우필름 전량을 후원하고 있습니다. 전국 저소득층 가정이나 다문화가정, 독거노인가정, 아동복지시설 등의 창문에 시공하고 있는 SKC 윈도우필름은 자외선 100%, 적외선 76%을 차단합니다. 2017년 윈도우필름 후원 및 구성원 집짓기 봉사활동에 이어 2018년에는 구성원들이 윈도우필름 시공법을 배워, 집짓기 대상 가구에 윈도우필름을 직접 시공하는 시공 프로보노 활동을 시행한 바 있습니다.

### 사업 성과

당사 사업 제품인 윈도우필름을 활용하여 취약계층의 생활환경을 개선할 수 있도록 지원했습니다. 이는 당사 비즈니스와 연계한 첫 대표 사회공헌 프로그램입니다. (한국 해비타트 측에 2017년 사업 실적 및 성과 자료 요청 완료)

### 사업 성공요인

당사의 윈도우필름 제품의 장점이 취약계층의 생활환경 개선에 도움이 됩니다. 특히 여름에는 뜨거운 태양열을 막아 냉방비를 줄이고, 추운 겨울철에는 따뜻한 실내공기를 지켜내 난방비 역시 절감합니다. SKC 윈도우필름은 우리 이웃이 쾌적한 환경에서 지낼 수 있도록 든든한 힘이 될 것입니다.

### 시사점 및 향후 계획

향후에는 한국해비타트 글로벌 SITE와 연계하여, 태양열 차단이 필요한 지역의 집짓기 사업에 당사 윈도우필름을 확대 지원할 수 있도록 검토할 계획입니다.



# 다문화무역인 육성사업

대한무역투자진흥공사

다문화무역인은 KOTRA가 선발/육성하는 전문 인력으로, 결혼이주민 및 자녀, 유학생(6개월 미만 단기 교환학생 제외) 등 국내 거주 다문화 인재를 대상으로 무역 실무교육 이수 후 국내 중소, 중견기업, 외투기업 등 취업 창업을 지원하는 사업입니다. 2013년 처음 시작되었으며, 2018년 현재 제12기까지 발대했습니다.

### 사업 성과

- 2018년 기준 총 교육생: 617명
- 지속 관리 인원: 378명

### 사업 성공요인

- KOTRA의 해외 네트워크 및 마케팅 역량을 바탕으로 유관부서와의 긴밀한 협업이 이루어지고 있습니다.
- 서초여성인력개발센터: 결혼 이민자 대상 취업 관련 교육을 운영
  - 서울산업진흥원: 창업 교육
  - 정부지원금: 새일여성인턴제 총 300만 원, 청년내일채움공제 총 1,600만 원
  - 기타: 노무법, 입사서류 작성법 등 추가 교육

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

인원이 많다보니 지속적으로 관리하기가 어렵고, 육아/임신/귀국/개인 사유 등의 이유로 지속적인 연락을 희망하지 않는 분들이 있습니다. 이를 해결하기 위해 매달 수요조사 후, 희망자에 한해서 지원하고 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

다문화무역인의 단순 취업만이 아닌 창업 등 보다 다양한 프로그램을 지원할 예정입니다.





## 시각장애인 인식개선 교육 및 교감 프로그램

제이비(주)

### 사업 성과

- 2018년 현재까지 총남 도내 시각장애인 150명에게 문화/체험 기회 제공
- 문화/체험에 참여한 수혜자들의 만족도 평균 3.7점(4점 만점)으로 충남도에서 우수한 사회공헌 프로그램으로 평가 받고 있음
- 1:1 매칭으로 프로그램이 진행되어 기업 이미지 제고에 크게 기여함.

### 사업 성공요인

- 전문적이고 노하우가 많은 파트너사를 선정하여 프로그램을 진행
- 시각장애인 인식개선 교육 담당자의 스킬 우수
- JB구성원들이 사회공헌에 대한 의식 수준 높음
- 구성원들에게 교육을 통한 사회공헌이라는 아이디어가 높게 평가됨
- 전 직원 참여를 권고함으로써 봉사가 아닌 교육으로 인식됨

- JB 전 구성원 대상 시각장애인에 대한 인식개선 교육 시행 (2013년~현재까지)

- 1) 초급과정: 시각장애에 대한 이해, 시각장애인에 대한 편견과 오해에 대한 인식 개선
  - 2) 중급과정: 점자 교육, 점자블록 활용, 보행보조법
  - 3) 고급과정: 편의시설 점검, 음향신호기 점검
- 모든 과정 이수 후 시각장애인 인식개선 시민활동가로 임명, 지역사회 시각장애인에 대한 시설 개선 요청 및 인식개선 홍보
  - 시각장애인을 위한 교감 프로그램 추진 [문화체험사업]
  - 교육을 이수한 JB구성원들이 전문 보행보조자로서 다양한 프로그램에 봉사자로 활동(외암민속마을 견학, 백남준아트센터 관람, 헤이리 마을 체험 등)

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

1회에 20~30명의 봉사자가 필요하고, 주말에 교감 프로그램이 진행되기 때문에 참여자 모집 및 일정 조율이 어렵습니다. (지인 결혼, 가족 행사, 체육대회 등 개인적인 사정에 의한 변동이 많음)

### 시사점 및 향후 계획

앞으로 신입직원들을 위한 시각장애인 인식개선 교육 시행 및 기존 직원들의 리마인드 교육을 병행하여 지속해서 추진해 나갈 계획이며, 교감 프로그램 또한 새롭고 참신한 아이디어로 시각장애인에게 문화체험의 기회를 다양하게 제공할 계획입니다.

# 글동무 프로젝트

(주)제일기획

### 사업 성과

- 글동무 앱 약 3만 개의 단어 탑재 및 중국어 병기 완료
- <글동무 프로젝트> 통합 플랫폼 '글동무 홈페이지' 론칭
- '마음동무' 론칭(2016년 1월) 후 총 5개 대안학교/방과 후 공부방 대상 아동 프로그램 실시. '길동무' 프로그램으로 약 100명의 탈북학생 멘토링 진행

### 사업 성공요인

탈북 학생들이 겪고 있는 어려움을 파악하여 필요한 사항을 반영한 프로그램을 개발 및 지원했습니다.

2015년 3월 남북한 언어 격차 해소를 위한 남북한어 번역 앱 '글동무' 론칭 후 탈북 트라우마 및 남한 적응을 위한 심리정서 지원 '마음동무' 프로그램 및 학과·진로 멘토링 '길동무' 등 탈북 학생들을 위한 토탈 지원 <글동무 프로젝트>를 진행했습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

현재 제한적인 여건상 서울/경기 소재 탈북 학생들 위주로 지원되고 있지만, 향후 좀 더 많은 탈북 학생들이 직접적인 지원을 받을 수 있도록 플랫폼 확장 및 지원 확대를 검토 중입니다.

### 시사점 및 향후 계획

탈북 학생들의 의견을 반영하여 프로그램 업그레이드를 진행 중이며, 글동무 앱과 웹에 이어 글동무에 탑재된 단어를 활용하여 국내 최초 중고등학교 교과서 학습단어집 '단어통'을 출간(자연과학편, 2018년 8월)했습니다. 2019년까지 인문사회편, 대학생활편 지속해서 출간할 예정입니다.





## 북한이탈주민 지원 및 협력

한전산업개발(주)

### 사업 성과

2015년부터 매년 북한이탈주민 자녀들의 교육 후원을 통해 총 60명의 초·중·고생에게 장학금을, 총 500명의 중·고교 및 대학생들에게 온라인 외국어 교육 수강권을 전달하였습니다. 북한이탈주민 중 거주지역, 연령과 생활환경 등을 고려하여 7명의 여성을 전기 검침원으로 채용하였습니다. 또한, 회사와 협약단체(통일을 준비하는 탈북자협회)는 총 3회의 농촌 봉사활동 및 밥퍼 봉사활동을 함께 하며 더 큰 나눔을 사회에 공헌하였습니다.

### 사업 성공요인

한전산업개발(주)이 통일을 준비하는 탈북자협회와 함께 <북한이탈주민 지원 및 협력> 협약을 체결하면서 가장 중요하게 생각한 요소는 '가장 필요로 하는 도움'을 전달하는 것이었습니다. 이를 위해 15년 최초로 협약을 체결하기 전 북한이탈주민과 직접 3차례 이상 만남은 등 수혜자의 니즈를 파악하기 위해 노력했습니다. 이와 함께 관계부처에서 발표한 북한이탈주민에 대한 각종 통계자료를 통해 회사가 지원해야 하는 분야를 명확하게 선정하였습니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

북한이탈주민들은 북한에 남아 있는 가족, 남한 사회에서의 차별 등을 이유로 남한 사회에서 신분이 노출되는 것을 꺼리는 경향이 있습니다. 장학금 지급 행사, 합동 봉사활동 행사 시 회사의 홍보업무 때문에 불편을 느낄 수도 있기에 그 부분을 최소화하고 사전에 설명하는 등 동의를 구하기 위해 최선을 다했습니다.

### 시사점 및 향후 계획

2017년, 한전산업개발은 그간의 공로를 인정받아 통일부와 남북하나재단으로부터 각각 장관 표창장 및 감사패를 받았습니다. 2018년은 남과 북의 분단의 역사에서 큰 전환을 맞이하고 있는 해입니다. 국가적으로 통일을 위해 한 걸음씩 천천히 내딛고 있는 현실에서 통일시대 이후를 위한 준비는 남과 북 국민들 스스로의 몫일 것입니다. 한전산업개발은 남과 북의 이질적인 문화 차이를 최소화하고 북한이탈주민들이 우리 사회 구성원으로서 당당히 자리매김하는 것이 민간분야에서 통일을 대비하는 가장 적극적인 활동이라는 생각 아래 앞으로도 북한이탈주민들에 대한 지원을 계속 이어나갈 것입니다.

한전산업개발(주)은 2015년부터 북한이탈주민들의 경제적 자립을 지원하고 이들이 사회구성원으로서 제 역할을 수행할 때 진정한 사회통합과 통일을 앞당길 수 있다는 취지에서 <북한이탈주민 지원 및 협력> 프로젝트를 전개해 오고 있습니다. 먼저, 지원방안으로 북한이탈주민들의 최대 고민 중 하나인 자녀 교육 문제를 돕고자 매년 장학금 1,000만 원과 외국어 온라인 교육 수강권 100~200매를 아이들을 회사로 초청하여 전달하였습니다. 또한, 회사의 전기검침 인력 결원 시 북한이탈주민들을 우선 채용 노력하여 양질의 일자리 제공을 통한 경제적 지원에 앞장섰습니다. 협력방안으로 회사의 지원을 받은 북한이탈주민 단체(통일을 준비하는 탈북자협회)와 공동의 봉사활동을 통해 우리 사회의 북한이탈주민에 대한 인식개선과 사회통합을 위해 노력해 왔습니다.

## 환경보호

### 푸른별 환경학교

삼성SDI(주)

삼성SDI는 2011년부터 글로벌 소재·에너지 기업이라는 업의 특성에 맞게 아동·청소년에게 환경보호의 중요성을 가르치는 체험형 교육 활동인 <푸른별 환경학교>를 진행하고 있습니다. 여름방학에는 환경교육을 접할 기회가 적은 소외계층 아동·청소년에게 환경 교육을 제공하고자 '푸른별 환경캠프'를 운영하며, 학기 중에는 경기지역 초등학교와 지역아동센터를 대상으로 이동환경교육 차량을 활용한 '찾아가는 푸른별 환경학교'를 운영하여 교육을 보급하고 있습니다.

#### 사업 성과

본 사업은 초기 전국 5개 권역의 취약계층 아동 대상으로 체험형 환경교육 캠프로 시작하였고, 참여했던 아동·청소년의 높은 만족도로 이후 전용 학습 버스를 활용한 찾아가는 상시 교육으로 확대 전개하였습니다. 이를 통해 도서벽지 초등학교 및 지역아동센터를 찾아가 약 600여 회에 걸쳐 에너지와 기후변화에 대한 환경교육을 진행하였고, 약 17,000명의 아동·청소년에게 환경과 관련된 다양한 교육의 기회를 제공했습니다.

#### 사업 성공요인

환경학교 운영 방법으로 특화된 교육버스를 도입하여 도서벽지 산간의 소외지역을 목표로 한 점이 혁신적인 접근법이었다고 판단합니다.

#### 시사점 및 향후 계획

최근 환경 동향 및 이슈를 반영하여 기후변화·에너지·미세먼지 관련 내부 프로그램의 신규 개발을 진행하고 있으며, 지속적인 프로그램 개편을 통해 환경교육 사회공헌 사업의 선두 역할을 수행할 계획입니다.





## 우리강산 푸르게 푸르게

유한킴벌리(주)

유한킴벌리는 <우리강산 푸르게 푸르게> 캠페인을 통해 1984년부터 지난 35년 동안 시대별로 숲과 환경을 중심으로 우리 사회의 건강한 성장과 숲 환경 조성을 위해 노력해왔습니다. 제1단계(1984~2014년, 30년 나무를 심고 가꾸기)에서는 비전인 조림·육림 5천만 그루 목표를 달성하였고, 지금은 2단계(2015~2025년)사업을 진행 중입니다. 대표적 사업으로는 숲과 사람의 공존을 위해 도시공간에 숲을 조성하는 일, 북한 산림복구 및 동북아시아 사막화 방지를 위해 숲을 조성하는 일, 산림탄소상쇄를 위한 숲을 조성하는 일을 비롯하여, 신혼부부 나무 심기, 청소년 숲 체험 캠프, 시니어를 위한 산촌학교 등이 있습니다.

### 사업 성과

2014년 <우리강산 푸르게 푸르게> 캠페인은 30년을 맞이하여 대한민국 인구나 같은 5천만 그루의 나무를 심고 가꾸는 목표를 달성, 숲과 나무에 대한 인식을 제고하여 <우리강산 푸르게 푸르게> 캠페인을 국민 80% 이상이 인지하도록 했으며, 이를 통해 숲과 나무에 대한 중요성을 인식하도록 했습니다.

### 사업 성공요인

첫째로 35년간 숲과 나무를 주제로 지속적으로 추진한 점, 둘째로 파트너와 굳건한 협력이 있었다는 점, 셋째로 회사뿐만 아니라 임직원들의 적극 지지와 자발적 참여가 있었기에 가능했다고 판단합니다.

### 시사점 및 향후 계획

협력기관과 신뢰를 바탕으로 사업을 추진하는 것이 무엇보다 중요합니다. 또한, 내부 임직원과 지역주민의 참여를 통해 추진 동력을 확보하고, 국내 숲을 넘어 북한 산림복구, 동북아 지역 사막화 방지 숲 조성 등으로 확장해야만 우리 강산을 푸르게 할 수 있다고 생각합니다.



## 2018 평창 동계올림픽 환경적 개최 지원

한국임업진흥원

### 한국산림인증제도 및 산림탄소상쇄제도의 활용

2018년 평창 동계올림픽은 대회 준비부터 사후 활용까지 환경·사회·경제적으로 막대한 영향을 끼치게 되었습니다. 이에 한국임업진흥원은 올림픽 조직위원회와 협력하여 올림픽 전 과정에서 발생할 온실가스의 전량 감축을 목표로, 친환경 올림픽 개최를 지원하였습니다.

### 사업 성과

지속가능산림인증 제품 제작과 더불어 산림탄소상쇄제도를 통하여, 올림픽 운영에 발생 예상되는 온실가스 약 42,930tCO<sub>2</sub> 감축에 기여했습니다. 평창군 방림면 지역의 98.2ha 산림을 산림탄소상쇄사업으로 등록하였으며, 한국예탁결제원, 이브자리, 한국가스공사 광주전남지역본부, 한국수자원공사 수변환경처와 함께 산림탄소흡수량 기부식을 개최하여 총 1,370tCO<sub>2</sub>를 기부했습니다.

### 사업 성공요인

올림픽 행사에 필요한 홍보자료, 책자, 산림인증 보고서, 산림인증 카드 등 종이제품을 지속가능산림인증 원료로 제작하고, 제품에 지속가능산림인증 및 CoC인증 마크를 부착하여 친환경 올림픽을 홍보했습니다.

### 시사점 및 향후 계획

한국임업진흥원은 산림경영에 대한 경제·환경·사회적 평가를 위해 운영 중인 산림인증제도의 고도화를 위해 국제산림인증연합프로그램(PEFC)과 한국산림경영제도(KFCC)의 상호인정을 취득하였습니다. 이를 통해 KFCC가 해외에서도 인정됨에 따라 합법적인 목재 증명과 인증제품 수출 확대가 이루어질 전망입니다.

## 과학 · 기술

# ICT 기술을 활용한 사회공헌 활동

한국정보화진흥원

한국정보화진흥원 사회적 가치 추진단은 사회적 가치의 발굴 및 추진을 위한 전사적 추진체계로서, 경영기획실 전담부서(사회적가치팀)와 각 부서별 사회적 가치 전담인력 간 활발한 협업을 통해 수혜자와 참여자가 모두 만족하는 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다.

### 사업 성과

- 공공서비스: 민원24 등 전자정부 서비스 활용을 위한 지역사회 복지관 방문 교육, 대학생 및 스타트업 대상 공공데이터 활용 교육 등
- 정보통신: 공공·빅데이터 해커톤 및 취업 연계 경진대회, 빅데이터 기반 미래전략연구 및 우수사례 교육, 대학생 대상 ICT 기술 및 빅데이터 관련 진로 멘토링 등
- 정보격차 해소: 장애인정보통신보조기기 체험 및 보급, Mom & Girls SW체험교육 등

### 사업 성공요인

공공서비스, 정보통신, 정보격차 해소 등 기관의 전문성을 살린 사회공헌 활동의 기획과 지속적인 내·외부 네트워크 확대를 통해 수혜자와 참여자 모두가 만족하는 다양한 프로그램을 기획했습니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

부서별 특화된 사회공헌 활동을 자발적으로 기획하고 운영하여 자율성을 강화하였으며, 사회복지공동모금회, 사회복지관, 유관 공공기관 등과의 협업을 통해 다양한 사회공헌 활동의 추진이 가능해졌습니다.

### 시사점 및 향후 계획

단순 사회공헌 차원이 아닌 기관의 운영 또는 고유사업에 사회적 가치가 내포될 수 있게끔 추진체계를 공고히 하고 사회적 가치를 선도하는 공공기관이 될 수 있도록 전사적인 노력을 아끼지 않을 계획입니다.





## 장애인 헬프 앱 개발 콘테스트

현대오토에버(주)

**목적 및 배경(사업 지역 및 이해관계자에 대한 설명 포함) :** 당 사업(IT)의 특성을 살려 장애인 생활 편의 지원을 위한 핸드폰 앱 개발 지원 사업

**활동 내용 :** 대학생 및 대학원생이 앱 개발 관련 교육을 받고 실제 장애인들의 니즈를 파악하여 주제 선정, 앱 개발 후 안드로이드 마켓 등재

**시작 연도, 프로그램 기간(예정된 종료 시점), 수혜 대상, 관계 단체 :** 2017년 시작, 최소 5년('21년까지) 지속 시행 예정이며, 수혜 대상은 장애인뿐만 아니라 참여 대학생/대학원생, 관계 단체로는 파트너(NGO)인 사단법인 그린라이트 등이 있음

### 사업 성과

장애인들이 실제 생활에 편리하게 도와주는 앱 개발 8건 (2017)

### 사업 성공요인

대학생들의 참여도 등

### 시사점 및 향후 계획

사업의 규모 확대 예정

응급·재난구호

# 안동합격사과 프로젝트

(주)CJ Hello

사업 기간: 2017년 9월~12월

사업 개요: 9월 19일 안동지역 우박피해로 인한 자연재해 발생, 재난 심층 보도, 지역사회 구호 활동, 판로개척을 위한 마케팅 및 영업 촉진 활동 지원 등을 통해 우박피해 사과 40,513개 판매 결과 창출

### 사업 성과

- 봉사활동: 임직원 100여 명 및 지역민 참여(새마을부녀회/안동맘스카페/안동청년상인 등)
- 우박 맞은 사과 브랜딩: 'VIC-TROY안동합격사과'
- CJ오쇼핑 '1촌 1명품' 프로젝트 연계, 계열사 시너지 창출
- 자사 공익마케팅 연계 프로모션 진행
- 안동시 연계 안동지역 수험생 6,000여 명 대상 사과 배포

### 사업 성공요인

안동 지역사회 내 지자체, 공공기관, 지역민(지역 커뮤니티)이 협력하여, 긴급재해지원(봉사활동), 판로개척을 위한 마케팅 지원(브랜딩), 공익마케팅, 타 기업(계열사) 연계 등 지역사회와 차별화된 상생 가치를 실현했습니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

재해로 인해 긴급 지원이 필요한 상황으로, 빠른 의사결정과 사업추진이 필요했습니다. 지역사회의 문제 인식과 이를 해결하기 위한 협력단위와의 목표 합의가 사업 추진에 큰 역할을 했습니다.

### 시사점 및 향후 계획

CJ헬로는 지역사회의 문제를 해결하기 위해 지역사회(지자체, 공공기관, 시민단체, 학교, 소셜벤처, 사회적 기업 등)와 협력, 문제 발굴부터 해결방안 모색까지 진행하는 리빙랩 방식의 사회공헌 프로세스를 구축하고자 합니다.





## 안심누리사업

(주)에스원

에스원은 2007년 10월 문화재청과 흰개미 탐지견 사업 업무협약(MOU)을 체결하고, 목조건물을 훼손시키는 흰개미를 찾아내는 탐지견을 양성해 문화재 보존에 앞장서고 있습니다. 2016년 5월에는 10여 년간 탐지 활동에 기여한 탐지견(2두)의 은퇴식이 경복궁에서 성황리에 개최되었습니다.

### 사업 성과

2017년 흰개미 탐지견은 호남, 제주, 경남, 강원지역 주요 문화재를 중심으로 탐지 활동을 펼쳤으며, 9개월 동안 25차례 출동해 3,172여 개소에서 흰개미와 흰개미 흔적지를 발견하는 성과를 올렸습니다.

### 사업 성공요인

사회공헌 사업으로서 타 기업들의 진입장벽이 높으며, 정부기관인 문화재청과의 협업으로 독과점적 사회공헌을 펼치고 있습니다. 우리나라의 역사와 문화를 지키는 사업이라는 것이 지속성과 사업의 효과성 측면에서 성공적 요인으로 작용하고 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

문화재관리법에 기반하여 지속적인 사회공헌 활동 및 당사 문화재와 한옥 고객들을 대상으로 사회공헌 사업을 확장할 계획입니다. 이는 우리나라의 유구한 역사를 지키는 사회공헌 사업이라는 점에서 의미가 있으며, 보안회사인 당사의 이미지 제고에 큰 도움이 될 것으로 보입니다.

# 안전

## 세이프키즈 코리아와 함께하는 어린이 통학 안전 캠페인

에쓰-오일토탈유포탈유(주)

2010년도부터 세이프키즈 코리아와 함께 어린이 교통안전 캠페인을 아래와 같이 진행하고 있습니다.

**엔젤아이즈:** 수호천사와 같은 눈으로 어린이를 지켜보자는 의미로, 통학버스의 후방 사각지대 사고 예방에 중점을 두고 어린이집 및 유치원에 ‘안전장비’ 및 ‘안전교육’을 지원하는 활동으로서 궁극적으로 통학버스 안전에 대한 인식 개선과 사고 예방을 위한 캠페인

**엄마손캠페인:** 운전자 눈에 잘 보이는 노란 엄마손피켓(옐로 피켓)을 높이 들고 횡단보도 건너면서, 안전한 도로횡단을 학습하는 캠페인

### 사업 성과

- 전국적으로 어린이 보행 안전에 대한 인식 개선
- 어린이집과 유치원의 통학버스 안전교육으로 안전사고 예방에 기여
- 교육 자료를 제작하여 배포하고, 횡단보도 안전횡단 실습 체험교육 시행

### 사업 성공요인

- 어린이집, 유치원 및 전국 186개 초등학교 및 경찰청과의 긴밀한 협업
- 효과적인 교육 자료 개발 및 배포
- 학생뿐만 아니라 대중을 대상으로 한 인식개선 캠페인





## 태양광 안심가로등 사업

한국수력원자력(주)

전력으로 세상을 밝히는 발전회사 업에 맞춰 전국 사회적 안전 취약지역에 태양광을 이용한 안심가로등을 설치해 국민들이 안심하고 다닐 수 있게 하고 있습니다. 2014년 사업을 시작한 이래 영덕, 고창, 경주, 부산 등 전국에 모두 1,008본의 가로등을 설치했습니다. 특히, 지난해 10월에는 동계올림픽이 열리는 강원도 평창군 올림픽선수촌 일대에 90본의 가로등을 설치, 올림픽 기간 평창을 방문하는 관객과 선수들의 밤길을 밝혀주었습니다. 안심가로등을 설치한 지역의 지자체가 선정한 위기가정에 의료비와 생활비 등을 지원하는 ‘반딧불 희망 프로젝트’도 함께 진행했습니다. 2016년에는 총 156가구에 지원했으며, 2017년에도 200가구에 희망의 도움을 나누었습니다.

### 사업 성과

안심가로등으로 방범 취약지역을 밝혀 범죄예방에 큰 역할을 했다는 성과를 인정받아 지난해 10월 제2회 대한민국 범죄예방 대상에서 범죄예방활동 최우수기업으로 선정되어 대통령 표창을 수상했습니다.

### 사업 성공요인

2017년 태양광 안심가로등 설치 지역 주민 만족도 조사 결과 81.9점으로 주민 대부분이 보행 만족도가 대폭 증가했다고 답했으며, 사업의 지속적 추진을 희망했습니다. 밤길을 밝힘으로써 주민 보행 안전도가 높아졌고, 범죄예방에 크게 기여해 한수원 사회공헌 가치인 ‘우리 모두가 안전하고 행복한 세상’에 부합하며, 전력을 생산해 어두운 곳을 밝히는 업과 연계된다는 평을 들었습니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

선정된 지자체를 직접 방문하여 허용된 예산 범위 내에서 가로등을 설치하는데, 가로등 혜택을 받지 못한 일부 주민들이 민원을 제기했습니다. ‘우리 동네는 이것밖에 안 되느냐’는 불만도 있었고, 설치된 가로등을 옮겨달라는 민원도 있었습니다. 해당 민원 발생 예방을 위해 설치 전 주민들에게 사업에 대해 최대한 충분히 설명을 하고 마을 이장을 중심으로 논의하여 사업을 추진하고 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

앞으로도 전국의 어두운 밤길을 찾아 태양광 안심가로등을 설치함으로써 전 국민이 안전하고 행복한 생활을 영위할 수 있게 최선을 다할 예정입니다.

## 지역상생

# 농어촌 집 고쳐주기 사업

한국농어촌공사

농어촌 복지 취약계층 대상 주거환경 개선사업(다솜동지복지재단 연계)입니다. 농어촌 차상위계층, 기초소득자, 독거가구 등 주거 여건이 열악한 가구를 대상으로 현지 수요조사를 거쳐 대문, 벽지, 장판, 부엌, 화장실 등 수리가 필요한 부분을 지역 업체와 공사 직원들이 협업하여 주택 개보수를 시행하고 있습니다.

## 사업 성과

'09~'17년 수혜 가구 수: 1,208 가구

## 사업 성공요인

농어촌 거주민들의 실수요를 반영한 사회공헌 활동으로 수혜자들의 만족도가 높습니다.

## 추진 시애로사항 및 극복 방법

사업 규모 확대를 위한 정부의 예산지원이 필요합니다. '18년부터 국고보조금으로 별도편성, 운영 중입니다. ('18년 공사추진 52가구 총 187,500,000원)

## 시사점 및 향후 계획

- 집 고쳐주기 사업 완료 후 수혜자 만족도 조사를 통한 피드백
- 향후 예산이 허락하는 범위 내에서 공사 집 고쳐주기 확대 시행 예정



## 행복가득 水

한국수자원공사

### 사업 성과

<행복가득 水 프로젝트>는 17년 까지 전국 393개소를 대상으로 노후 수도관, 싱크대 등 노후 수도시설을 개보수하여 약 10,105명이 이용하는 물 사용 환경을 개선하였고, 임직원이 함께 참여하여 노후화된 주거 환경을 개보수하고 있습니다.

### 사업 성공요인

K-water의 업 특성을 반영한 사회공헌 활동으로 지역사회 의 사랑을 받아오고 있으며, 특히 사회적 기업을 시공업체로 선정하여 취약계층에게 일자리를 제공하고 상생발전을 지원하고 있습니다.

<행복가득 水 프로젝트>는 13년부터 K-water의 특성을 살린 대표적인 사회공헌 활동으로 저소득층 주택과 노후된 복지시설 등의 물 사용 환경과 주거환경을 개선하는 사업입니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

적정한 대상자 선정을 위해 모집방법을 부서 추천, 대국민 공모 2개 창구로 모집하고 있으며, 현장실사, 심사, 견적작업 및 시공 등 체계적으로 프로세스를 관리·운영하고 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

<행복가득 水 프로젝트>는 올해도 지역사회 소외된 사람들에게 보다 건강하고 깨끗한 물 환경을 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 앞으로도 많은 관심을 부탁드립니다.



## 창업 생태계 구축 및 일자리 지원

### 실버택배

CJ대한통운(주)

#### 사업 성과

<실버택배>는 지난 6년간 전국적으로 총 4,600개의 시니어 일자리를 창출하며 시니어 빈곤 문제 해소에 기여해 왔습니다. 특히, 카페, 제조업 같은 타 노인 일자리 사업과 달리 택배 물량을 바탕으로 하는 지속 가능한 양질의 일자리 창출을 통해 美 Fortune 'Change the World 50'에 국내 기업 최초로 사례가 선정되기도 했습니다.

#### 사업 성공요인

기존 택배 일자리에 단순히 시니어를 투입하는 것이 아니라, 시니어의 여러 특성을 고려하여 택배 배송프로세스를 개선함으로써 시니어들의 체력부담을 경감하고 배송 효율을 높인 '고령자 친화형 일자리'를 창출했습니다. 한편 '정부-지자체-민간-수행기관'이 모두 참여하는 협업체계를 주도적으로 구축함으로써 일자리 창출에 필요한 핵심역량을 하나로 결집할 수 있었습니다.

60세 이상의 시니어가 아파트 단지 내 위치한 배송거점을 중심으로 친환경 전동 배송 장비를 활용하여 택배를 배송하는 사업입니다. 2013년 보건복지부와 CJ대한통운의 MOU 체결을 시작으로 지난 6년간 총 4,600여 명의 시니어에게 지속 가능한 양질의 일자리 창출을 통해 인구 고령화에 따른 고령자 실업, 빈곤문제 해소에 기여하는 대표적인 CSV 모델입니다.

#### 추진 시애로사항 및 극복 방법

택배는 단순 배송이 아닌 대고객 서비스 사업입니다. 택배 애플리케이션을 기반으로 하는 서비스 고도화에 따라 실버택배에 참여 중인 시니어 배송원에게 요구되는 업무도 다양해지고 있습니다. 평균연령 70대 중반의 실버택배 참여자들이 서비스 수행 과정에서 겪을 수 있는 어려움을 최소화하기 위해 맞춤형 교육을 정기적으로 진행하고 있습니다.

#### 시사점 및 향후 계획

실버택배를 통해 효과성을 검증받은 아파트 거점 택배 모델을 발달장애인, 저소득층, 주부 등 일자리 취약계층으로 확산시키는 한편, 택배 전체 가치사슬(Value Chain) 영역에서 다양한 형태의 취약계층 일자리 모델을 추가로 발굴함으로써 양질의 일자리를 지속 확산시켜나갈 계획입니다.





## 도네이션 방송 따뜻한 세상 만들기

(주)GS 홈쇼핑

### 사업 성과

GS샵의 도네이션 방송 <따뜻한 세상 만들기>는 희귀·난치병 아동의 사연을 방송하고 따뜻한 관심을 호소하는 모금 방송으로 진행했습니다. 2010년부터는 '모자뜨기 키트' 판매, 공정무역 상품, 사회적 기업 상품까지 확대해 판매방송을 진행하게 됐고, 사회적 기업은 판로 확대와 상품 경쟁력을 갖출 수 있는 등 '착한 소비'를 확산시키고 있습니다.

### 사업 성공요인

GS샵의 도네이션 방송은 각계와의 협력이 있었기에 가능했습니다. 특히, 사회적 기업을 발굴하고 지원하는 데 한국사회적기업진흥원과 아름다운가게, 행복나래와 함께 파트너십으로 적극 지원하고 있습니다. GS샵은 유통회사의 강점을 살려 시장조사, 품질관리, 판로 제공 등 다각적인 지원을 아끼지 않고 있습니다.

홈쇼핑의 방송 시간은 곧 돈, 시간과 함께 기회를 기부하는 '도네이션 방송'

GS샵의 <따뜻한 세상 만들기> 프로그램이 방송 10주년을 맞았습니다. GS샵은 2006년부터 TV홈쇼핑 방송 시간의 일부를 별도로 할애하는 도네이션(기부) 방송 <따뜻한 세상 만들기>를 진행해왔습니다.

도네이션 방송은 상품 판매를 위해 방송되는 홈쇼핑 방송 시간의 일부(30분씩)를 별도로 할애해 공익적 사업에 기부하는 형태로 진행됩니다. 일반적인 홈쇼핑 방송에서 30분은 수억 원의 매출을 올릴 수 있는 시간이지만, 도네이션 방송을 진행하는 30분만큼은 나눔을 실천하는 데 쓰입니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

도네이션 방송을 통해 사회적 기업 제품들이 소비자에게 인정을 받고 판매 목표를 달성하기 위해서 제품 가격 형성, 패키징 디자인, 제품 심의 과정 등을 거쳐야 합니다. 그 과정에서 사회적 기업의 역량이 향상될 수 있도록 다각적인 측면의 지원이 필요합니다. GS샵 단독으로는 이 일을 다 진행할 수 없기 때문에 한국사회적기업진흥원, 아름다운가게, 행복나래와 협업하여 진행하고 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

도네이션 방송을 통해 '나'를 위한 소비가 아닌 '우리'를 위한 소비의 경험을 확산시키면서 고객과 함께 새로운 기부문화를 만들어나가는 TV홈쇼핑의 새로운 전형을 열어나가고자 합니다.

## 사회적 기업 발굴 및 육성

SK이노베이션(주)

### 사업 성과

사회적 기업 육성을 통해 취약 계층 정규직 일자리를 280여 개 창출했고, 지역 농가, 전통시장 등 지역 경제 활성화에 기여했을 뿐 아니라 지역 내 다른 사회적 경제 조직과 인프라 공유를 통한 추가 일자리도 창출했습니다(약 40명). 또한, 버려지는 가족시트, 에어백 등 업사이클링을 통한 환경적인 가치가 지속적으로 창출되는 기반을 마련했습니다.

### 사업 성공요인

SK가 가진 각종 유·무형의 인프라를 공유하여 사회적 기업에 필요한 경영전략, 홍보, 마케팅, 판로 개척 등을 지원하고, 분야별 구성원 전문가가 프로보노로 현장에서 밀착 지원했습니다. 일회성 자금 지원에 그치지 않고, 오랜 기간 축적한 사회적 기업 육성 노하우를 활용해 자립에 성공할 때까지 지속적인 육성을 진행했습니다.

SK이노베이션은 일회성, 시혜적 사회공헌을 지양하고 취약계층의 자립을 통한 지속가능한 행복 창출을 위해, '08년 탈북민 사회적 기업 1호 '메자닌아이팩', '메자닌에코원' 설립부터 지난 10년간 사회적 기업 활성화에 앞장서 왔습니다. '최고의 복지는 일자리 창출'이라는 말처럼, 가장 효율적이고 혁신적인 방식의 사회문제 해결 및 공유가치 창출을 위해 '13년부터는 잠재력 있는 비즈니스 모델을 발굴·육성하고 사회적 경제로 전환을 지원하는 <사회적 기업 발굴 지원사업>을 진행, 5년간 13개 사업을 지원하여 12개 사업이 사회적 기업 전환에 성공했으며, 280여 개의 취약계층 정규직 일자리를 창출했습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

비즈니스 모델 자체가 가진 한계로 더 이상 성장이 어려운 사업이 있는가 하면, 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 창출하는 안정적인 구조를 만들어야 하는 점이 가장 어려웠습니다. 오랜 기간 많은 사회적 기업을 육성하면서 생긴 노하우로 비즈니스 모델의 성공 가능성을 높이는 한편, 공공기관, 타 기업 등과 협업할 수 있는 오픈 플랫폼을 통해 문제를 해결해나갔습니다.

### 시사점 및 향후 계획

어려운 이웃에게 1억 원어치의 김치를 주면 1년간 먹을 수 있지만, 1억 원으로 김치를 만들어 판매할 수 있는 일자리를 주면 지속가능한 가치를 만들어 낼 수 있다는 것을 확인했습니다. 앞으로도 스타 사회적 기업을 육성해서 지속적으로 좋은 일자리를 만들고, 자립을 통해 스스로 또 다른 사회적 가치를 창출하는 선순환 구조를 만들어나가도록 노력할 계획입니다.





## JDC 이음일자리 사업

제주국제자유도시개발센터

### 사업 성과

중장년층 250명 일자리 창출  
(일자리 지원단 10명, 오름 매니저 272명, 푸드메신저 31명, 버스킹 공연단 9명, 도서관 사서 28명)

### 사업 성공요인

고학력 제주지역 이주민과 전문직종 퇴직 베이비붐 세대들의 전문성을 활용할 수 있는 특색 있는 제주형 중장년층 사회공헌 일자리 사업입니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

오름관리매니저 야외 근무 시 눈, 햇빛, 벌레 등 자연 환경적 요소에 의해 불평사항이 발생함에 따라 즉각 대응체계를 마련했습니다.

### 시사점 및 향후 계획

사업만족도 99.5%(사업연장 필요)에 따라 후속사업 추진 및 참여 인원을 증원할 예정입니다.

2017년 12월부터 사업기획 및 추진체계 정비하며 2018년 9월부터 추진한 사업으로, 제주형 중장년층(만 50~64세) 대상 취(창)업 활성화를 위해 <시간제 일자리 및 장년층 적합 직종 발굴 일자리 확대> 사업을 추진하고 있습니다.

# 노숙인 대상 건설기술 교육을 통한 자립기반 마련 프로젝트 <건축아카데미>

한국가스공사

## 사업 성과

- 건설기술분야 사회적 기업 육성 (‘17년 수료생 2명, ‘거리의 친구들’ 건설협동조합 창업)
- 일자리 창출 확대 (‘16년 6명, ‘17년 14명 취업, 누계 20명)

## 사업 성공요인

‘16년 시범사업 이후 ‘17년 사업 시 초급, 중급, 고급 각 과정 2개월의 체계적인 교육과정 편성을 통해 교육의 질을 향상했습니다.

사업 기간: ‘16~현재

사업 내용:

- 1) 자립을 위한 건축기술 교육 : 목공, 도배, 장판, 방수 등
- 2) 자립 의지 고취를 위한 생계비 지원(교통비 등)

프로그램: 기본기술교육, 심화교육, 작품전시회, 현장 투입  
 ※ 공사의 취약계층 에너지 절감을 위한 시설공사 사회공헌 현장에 투입하여 실전능력 배양

## 추진 시 애로사항 및 극복 방법

‘16년 시범사업 시 짧은 교육과정으로 교육 시간이 적어 수혜자들의 만족도가 떨어졌습니다. 이후 ‘17년 초급·중급·고급 각 과정을 2개월로 체계적으로 편성했습니다. ‘18년은 초급과정 이후 본인이 관심 있는 과정을 선택한 후 중·고급과정에서 집중교육을 하고 있습니다.

## 시점 및 향후 계획

지속 추진할 예정입니다. (‘18년 7월 건축아카데미 3기 개강)



## 글로벌 사회공헌

# 에티오피아 LG Hope Community

LG전자(주)

### 사업 성과

<LG Hope Community>는 취약계층 자립을 위한 세 가지 사업 성과가 있었습니다. 첫째, 'LG희망마을'을 통해 마을과 같은 채소 재배, 양계와 같은 소득 창출 사업을 통해 소득을 확보하였습니다. 둘째, 'LG-KOICA 희망직업훈련학교' 2년간 모든 졸업생이 취업/창업에 성공하였습니다. 셋째, 참전용사 후손들의 고등교육을 지속할 수 있었습니다.

### 사업 성공요인

<LG Hope Community> 성공요인은 세 가지입니다. 첫째, 에티오피아 내 농촌 주민, 청년, 참전용사 후손 등 각 타겟층의 필요를 분석하여 각 타겟층에 적합하게 지원하였습니다. 둘째, NGO, 정부, 지자체 등 다자간의 파트너십을 통해 운영하고 있습니다. 셋째, 기업의 핵심역량을 활용하여 현지의 역량 강화를 위해 노력하고 있습니다.

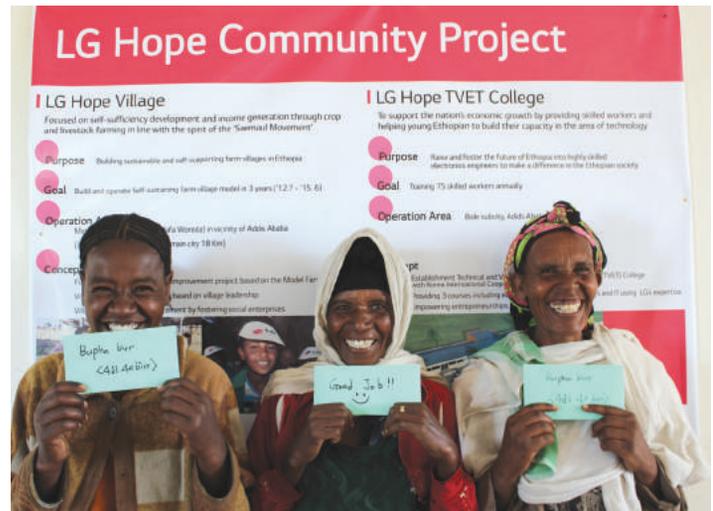
<LG Hope Community>는 2012년에 에티오피아에서 현지인들의 자립기반 조성을 지원하기 위해 시작했으며 'LG희망마을', 'LG-KOICA 희망직업훈련학교', '참전용사 후손 대상 장학금 지원 활동'을 하고 있습니다. 첫째, 'LG희망마을'은 에티오피아 수도 아디스아바바에서 60km 떨어진 농촌 마을에서 LG희망마을 내 시범농장을 조성하고 양계마이크로론, 고소득 작물 재배, 마을 자치 활동 운영 등을 통해 농업 생산성 향상을 지원하고 있습니다. 둘째, 'LG-KOICA 희망직업훈련학교'는 KOICA와 함께 2014년에 개교한 전자분야 직업훈련학교입니다. 셋째, 참전용사 후손 대상의 장학금 지원 사업을 하고 있습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

지리적으로나 문화적으로 떨어진 곳이다 보니 현지법이나 규정에 대한 사전 분석을 면밀히 진행했음에도 불구하고 문화 차이 등을 겪는 경우가 있었습니다. 이를 극복하기 위해 LG전자는 사업 초기부터 현지에 지점을 설립하여 주재원과 한국인 담당자를 파견하여 현지에 대한 이해도를 높이고 있습니다. 또한, 현지의 전문 기관과의 파트너십을 강화하였습니다.

### 시사점 및 향후 계획

<LG Hope Community>는 기업 사회공헌 활동으로는 드물게 7년째 장기간 수행되고 있는 프로그램입니다. 빈곤 퇴치, 일자리 창출과 같은 사회 이슈에 특화된 사회공헌 활동의 경우 단기적인 접근으로는 가시적인 성과를 얻기가 어렵다는 것을 확인할 수 있었습니다. 앞으로 수혜자들에게 실질적인 변화를 이끌어낼 수 있도록 지원할 계획입니다.





## Green Light Project

기아자동차(주)

〈그린 라이트 프로젝트(Green Light Project, GLP)〉는 저개발 국가의 중등교육과 직업교육, 보편적인 보건의 권리를 증진하고, 지역사회의 자립을 도모하는 기아자동차의 글로벌 사회공헌 대표사업입니다. 2012년 첫 삼을 뜬 이래 매년 1개 이상의 거점을 확대하며 현재까지 아프리카 7개 국가, 8개 지역사회에 GLP 직업훈련센터와 학교, 보건센터를 건립하고, 자동차 회사의 본분을 살려 차량을 이용한 모빌리티 프로그램을 운영 중입니다. GLP는 5년간의 후원을 통해 지속 가능한 사업 프로세스를 정립한 후 현지 지역사회에 이양하는 것을 목표로 합니다.

### 사업 성과

2017년 8월, GLP 1기 사업의 현지 이양을 통해 탄자니아 GLP스쿨은 지역 정부에 이양되어 공립학교로 운영되고, 자립사업장에서 교복 제작/판매로 수익을 창출하여 GLP스쿨 운영에 활용하는 순환구조가 정립되었습니다. 말라위 GLP 보건센터는 현지 NGO가 맡았으며, 보건소 진료 수입과 농민 대상 비료 대부사업의 수익금으로 운영자금을 확보하고 있습니다.

### 사업 성공요인

GLP는 단순 후원이 아니라 지역사회가 스스로 발전하여 자립할 수 있는 기반을 마련하는 것을 목표로 삼아 각 거점별로 5년간 투자를 지속한 것이 주요한 성공요인입니다. 또한, 글로벌 대표사업에 걸맞게 전 세계 사업장 임직원이 참여하는 그린 라이트 글로벌 봉사단을 운영하고 내부 모금 활동을 지속 전개하는 등 임직원과 호흡을 같이 한 것도 큰 도움이 되었습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

GLP는 '진정성'을 기반으로 현재 시장성이 없고, 당사의 특정 법인이 존재하지 않는 지역인 아프리카에서 사업을 추진하기로 결정하였습니다. 이에 대해 '시장성'을 우선해서 지역을 선정하는 것이 좋겠다는 내부의 견도 있었으나 지속적인 내부 커뮤니케이션과 GLP 사업 임직원 참여를 통해 공감대를 이끌어 낼 수 있었습니다.

### 시사점 및 향후 계획

2018년부터 사업 5년 차를 맞이하는 현지 이양국가들이 더욱 늘어나게 되는데, 기아자동차는 해당 지역사회가 GLP 사업을 통해 자립에 성공하고 지속가능한 삶을 만들어갈 수 있도록 철저히 준비하여 지원하고자 합니다. 또한, GLP 사업 SDGs 이니셔티브 수립 시 밝힌 바와 같이 매년 1개 거점 이상 사업지역을 꾸준히 확대해 나가도록 하겠습니다.



## 현대·코이카 드림센터

현대건설(주)

### 사업 성과

<현대·코이카 드림센터>에서는 2018년 5월 기준으로, 자동차 정비 18개월 과정 108명, 자동차도색 단기과정 34명, 플랜트 건설배관 18개월 과정 124명, 배관/용접 단기과정 118명이 교육을 제공받았습니다. 이 중 164명이 교육을 수료, 110명이 취업에 성공하였습니다. 또한, 건설/산업안전 과정을 1,698명에게 제공하여 현장 산업재해 예방에 일조했습니다.

### 사업 성공요인

<현대·코이카 드림센터> 사업의 성공요인은 계열사 및 민-관의 협업이었습니다. 그룹 내 현대자동차사와의 협력으로 이종업종(건설업, 제조업) 간의 시너지 효과를 낼 수 있었습니다. 시너지효과를 통해 베트남 학생들에게 보다 다양한 교육과정(자동차 정비 및 건설안전, 용접 등)을 제공할 수 있었습니다. 또한, 코이카와 함께 민-관 협력을 통해 사업을 수행하며 한국과 국내 기업의 현지 이미지를 제고할 수 있었습니다.

베트남 <현대·코이카 드림센터>는 교육 불균형의 해소 및 안정적인 일자리 창출을 위한 프로젝트로, 현대건설, 현대자동차가 베트남 청년들의 자립역량을 지원하기 위해 하노이공업대학교와 건설전문대학교에 자동차 및 건설 분야의 인재를 양성하기 위해 설립했습니다. 자동차정비, 차체 도색, 건설 산업 안전, 플랜트 배관 및 용접심화과정 교육을 통해 각 분야의 전문 인재를 양성하고, 양성된 고급인력을 현지 회사에 공급하여 베트남 내 취업 및 구인난을 해소하는 역할을 수행합니다. 현대건설은 드림센터의 조성 및 실습에 필요한 교육 기자재와 체험 장비를 지원했고, 약 2,500시간의 교육과정을 직접 개발하여 제공했습니다. 또한, 베트남 현장의 실무전문가를 초빙하여, 현장의 생생한 경험과 노하우를 공유했습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

<현대·코이카 드림센터>는 건설안전에 대한 필요성을 현지 베트남 노동부와 하노이공업대학에 제고하기 위해 프로젝트 시작단계부터 많은 시간을 들였습니다. 또한, 인민위원회의 승인을 받기 위해 지속적인 노력으로 사업추진을 이어나갔고, 1년 반 만에 정부승인을 통해 사업을 추진할 수 있었습니다.

### 시사점 및 향후 계획

<현대·코이카 드림센터>는 그룹 내 최초의 공동 해외 CSR 사례이며, 이종계열사 간의 첫 협력사례입니다. 또한, 국내 건설업 최초의 CSV 사례라는 점에서 그 의미가 큼니다. 현재 수료 학생들에게 취업 연계 프로그램을 통해 취업을 지원하고 있으며, 향후 현대건설은 베트남 및 동남아 지역에 현장을 개설할 경우, 드림센터의 졸업생들을 적극 고용할 예정입니다.

## 베트남 무료 진료사업 미소원정대

(주)효성

베트남 현지의 전반적인 의료 서비스 부족과, 경제적 어려움으로 의료 접근성이 떨어지는 주민들을 대상으로 수준 높은 의료 서비스를 제공하고 있습니다. 주민 및 초등학교 학생 대상으로 구강 교육, 임신부 및 결혼적령기 여성 대상으로 임신·출산교육 등 질병 및 위생 개선을 위한 교육을 시행하고 있으며, 고위험환자를 대상으로 한국 초청 또는 현지 후속치료를 시행하고 있습니다. 환자 선정은 사전신청 방식과 진료를 통한 발굴 두 가지 방식으로 접근성을 높이고 있습니다.

### 사업 성과

- 매년 2,000명 내외의 진료 서비스 및 1,000여 명 규모의 교육 서비스 제공
- 지속적이고 반복적인 진행을 통해 현지 위생 개념 등 현지 주민들의 건강에 대한 의식을 제고하고 있음
- 한국 초청 및 현지 후속치료 지원을 통해 보다 실질적인 도움을 주고 있음

### 시사점 및 향후 계획

일회성 진료를 넘어, 예방 교육 프로그램을 강화해 가며 근본적이고 지속적인 문제 해결을 지향하고 있습니다. 특정 초등학교의 특정 학년을 지속적으로 검진하고, 진료 데이터를 DB화함으로써 체계적으로 현지 주민 건강 상태를 모니터링하고, 그 내용을 진료 프로그램에 반영합니다.



## 기타

### 소주제 1: 돌봄

# 핑크리본 캠페인

(주)아모레퍼시픽그룹

#### 사업 성과

<핑크리본 캠페인>을 대표하는 '핑크런'은 2001년부터 매년 5개 지역에서 개최되어 2017년까지 약 32만 3천여 명의 참가를 통해 총 35억 원이 넘는 기부금을 전달했습니다.

#### 사업 성공요인

<핑크리본 캠페인>은 대중 캠페인으로 대중의 참여와 관심을 통해 진행되고 있습니다. 또한, 전 세대를 아우르며 자신의 몸에 대한 관심과 건강을 돌보는 습관 형성을 강조하고 있기에 대중의 큰 호응과 참여를 이끌어내고 있습니다.

<핑크리본 캠페인>은 여성이 자신의 몸에 대한 관심을 가지고 건강한 삶을 살 수 있도록 지원하는 캠페인입니다. 주요 활동으로 유방암 조기 발견의 중요성을 알리는 러닝 페스티벌 '핑크런'과 유방암 자가 검진 교육 프로그램인 '핑크투어' 활동이 있습니다.

#### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

유방암 환자의 1/3은 평상시 아무런 증상을 느끼지 못하다가 검진을 하게 되었을 때 암을 발견합니다. 이런 이유로 꾸준한 자가 검진을 강조하기 위해 '아리따운 내 가슴애 333(매월 생리가 끝난 3일 후 3개의 손가락을 펴고 3개의 원을 그리세요)'이라는 실천 메시지를 전달하고 이를 통해 자가 검진의 생활화, 조기 발견의 중요성을 강조하고 있습니다.

#### 시사점 및 향후 계획

유방암의 경우 조기 발견(0~2기) 시 완치율이 무려 90%를 상회하여 조기에 발견하는 것이 생사를 가른다고 할 수 있습니다. 앞으로도 건강을 돌보는 습관과 자신의 몸에 대한 관심을 가질 수 있도록 지원하는 국내 대표 건강 캠페인으로 자리매김할 예정입니다.





## 스스로 부모학교

이지웰페어(주)

자사가 설립한 이지웰가족복지재단을 통해, 2015년 '부모교육 이대로 괜찮은가'라는 부모교육포럼을 통해 현재 부모교육의 문제점을 해결하는 교육체계를 수립하고 이를 모델로 만든 부모교육 프로그램입니다. 부모 간의 나눔과 멘토링으로 이루어지는 새로운 부모교육의 모델로 상호교류와 공동체를 형성하여 부모의 역량을 강화시켜 자생적으로 부모로서 살아갈 수 있도록 지원하고 있습니다.

### 사업 성과

2015년부터 현재까지 전국 105개 팀, 총 647명의 부모가 교육을 이수하였으며, 현재도 자생적인 모임이 이루어지고 있습니다.

### 사업 성공요인

<스스로 부모학교>의 '부모가 내 아이의 전문가이다'라는 모토로 기존의 일방적이고 지식적인 교육이 아닌, 자기 스스로를 성찰하고 성장할 수 있는 힘을 길러주는 자리이기에 부모로서 어떤 역할을 해야 하는지도 서로가 고민을 나누며 발견합니다. 자신에 대한 자존감이 높아지므로 가족과 아이에게 안정적인 부모의 모습을 보여 가족전체의 변화를 이끌 수 있었습니다.

### 추진 시애로사항 및 극복 방법

회사 경영상의 어려움으로 조직 내 변화로 사업을 지속하기 힘든 시간도 있었으나, 사업 규모가 축소되었다고 지속한다는 것이 더 중요하다고 생각하여 매년 1기수씩 운영하고 있습니다. 또한, 지자체의 관심을 받아 2017년부터 지자체의 지원으로 추가적인 프로그램 운영을 진행할 수 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

<스스로 부모학교>의 경험담을 읽어 본 사람들은 이 프로그램이 가족의 변화에 미치는 영향을 알 수 있습니다. 작년부터 지자체에서 시행하면서 주민을 위한 프로그램으로 협의하여 진행하는 것이 주민들의 공동체 의식 구축에 중요한 역할을 한다는 것을 알게 되었습니다. 2019년부터 사업을 확대하고, 향후 이런 내용을 모아 책을 발간하는 것을 계획하고 있습니다.



## 맘스케어 봉사단

한화생명보험(주)

2014년 한화생명 여성 임직원 및 FP가 자발적으로 봉사에 참여하여 매일 보육원 아이들을 위한 놀이, 돌봄 활동을 시작했습니다. 이후 100여 명으로 확대되었고, 아동발달전문가, 아동심전 전문가 등이 함께 참여하며 아이들의 건강한 성장을 위한 활동을 지속해오고 있습니다.

### 사업 성과

- 서울 3개, 광주 2개 보육원에 매월 1회 이상, 연령별 놀이 프로그램 시행
- 아동발달전문가와 협력하여 아이들의 연령과 욕구에 맞는 활동 기획
- 보육원 퇴소 준비 청년을 위한 금융 멘토링 '청년비상금', 보육원 퇴소 후 건강한 자립을 위한 기부보험(10년 만기 보장성 보험) 무상 가입
- 양육환경 개선을 위한 보육원 종사자 힐링 프로그램 시행

### 사업 성공요인

봉사자, 전문가, 보육원 등 다자 간의 원활한 협력과 아동들의 정서적 치유를 위한 명확한 공동의 목적의식이 사업의 성공 요인이라고 할 수 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

본 활동을 통한 보육원 아동들의 정서적 변화 추이 측정 및 개선 방향을 연구할 예정입니다.

소주제 2: 플랫폼

# 아리랑 글로벌 CSR

국제방송교류재단

‘아리랑의 본질은 CSR입니다.’

아리랑국제방송은 한국을 해외에 홍보하고 국익 증진을 위한 사업목적을 가지고 여러 사회공헌 사업을 이행하고 있습니다. “CSR”의 일환으로 지속가능경영 목표인 ‘기아종식’, ‘인권’, ‘기후’ 등 지구촌의 공통이슈와 관련된 콘텐츠를 제작, 방송하여 글로벌 사회가치의 실현을 위해 적극적으로 참여하고 있습니다. 또한 함께 사는 사회 분위기 조성을 위해 다문화 가구, 외국인 근로자 등을 위한 이벤트, 외국인을 위한 한국어 교육, 세계 공용어인 영어교육 등 국제방송의 특성을 활용해 사회적 가치 실현을 방송에 녹여내는 다각적인 노력을 기울이고 있으며, CSR 전용 웹페이지를 개설하여 다문화 가구의 구성원들이 한국을 이해하고 그들에게 무엇이 필요한 것인지 대변하는 역할을 아리랑이 맡을 수 있도록 정리해놓았습니다. 앞으로 아리랑만의 비전과 철학이 담긴 CSR 활동을 지속 전개해나갈 것입니다.

### 사업 성과

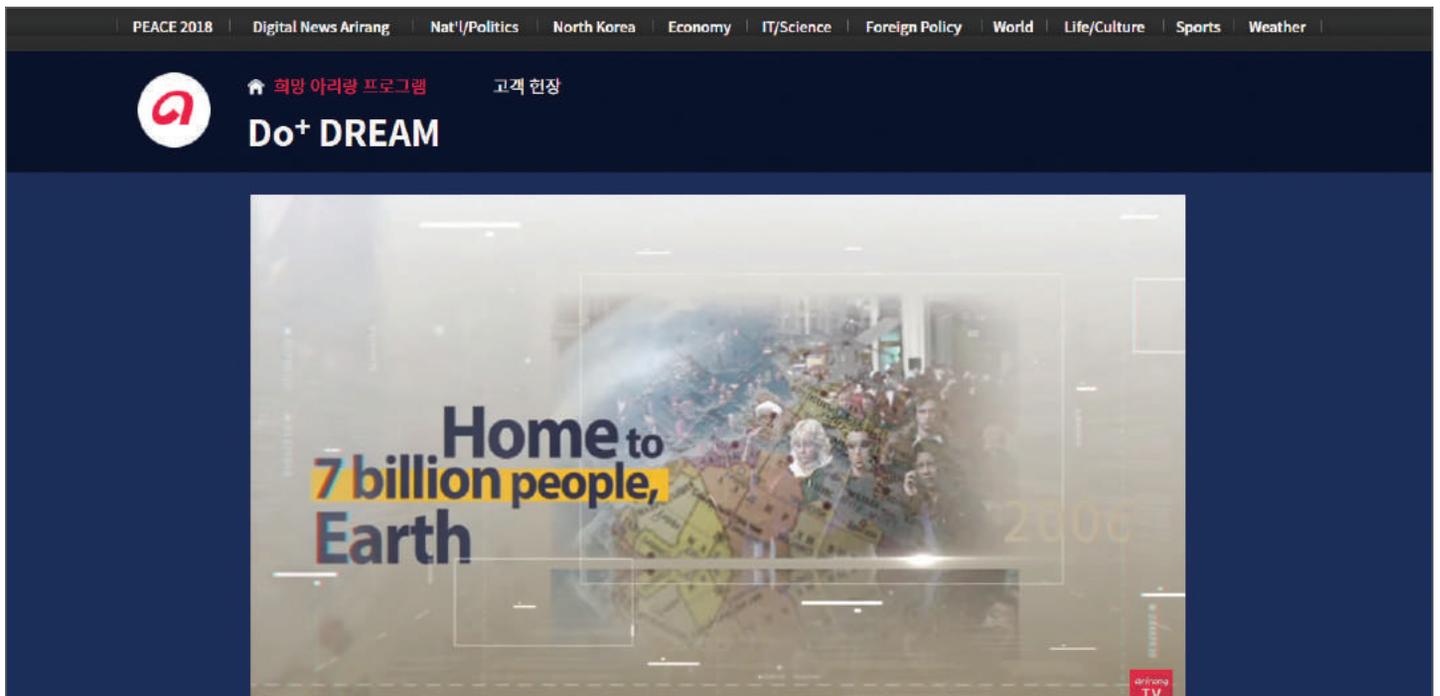
Global Citizenship with IGC  
(인천글로벌캠퍼스)

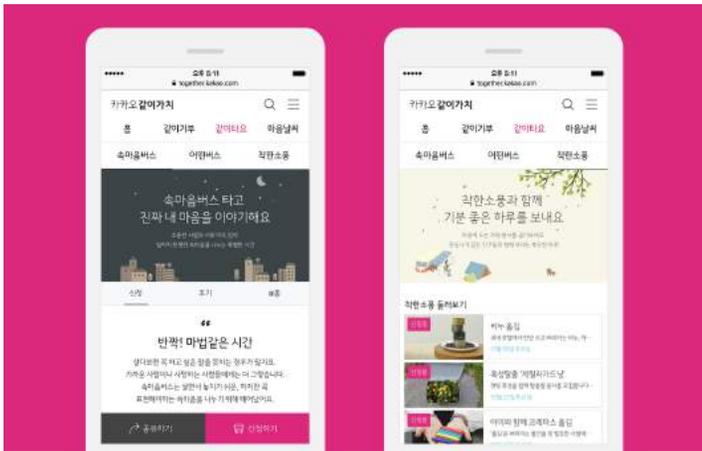
### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

글로벌 CSR에 대한 기본 개념  
이해 부족

### 시사점 및 향후 계획

개념 이해를 위한 우선적인 전  
사 교육과 관련 사업 활성화





## 카카오같이가치

(주)카카오

<카카오같이가치>는 이용자의 착한 마음을 응원하고 변화를 이끄는 카카오의 사회공헌 서비스로, 누구나 온라인 기부 프로젝트를 제안할 수 있는 오픈 플랫폼입니다. 2007년 12월 오픈하여 11년간 대표적인 온라인 모금 서비스로 성장하고 있습니다. <카카오같이가치>는 우리 사회의 다양한 공익 프로젝트를 널리 알리고 일반 시민들이 온라인을 통해 손쉽게 공익 활동에 참여할 수 있도록 합니다. 특히, 모금함에 응원, 댓글, 공유 시마다 카카오가 100원씩 대신 기부를 하는 방식으로 기부 참여 경험을 제공하여, 기부문화 확산에 기여하고 있습니다. 모금함을 통한 기부 외에도 시간 기부 활동을 소개하는 '같이타요'와 마음 건강을 진단하고 개선할 수 있도록 돕는 '마음날씨'를 오픈하는 등 서비스 영역을 확장하고 있습니다.

### 사업 성과

<카카오같이가치> 서비스를 통해 우리 사회의 1만 개의 다양한 공익 프로젝트가 모금을 받아 실행되었습니다. <카카오같이가치> 모금을 통해 지금까지 총 2,076만 건의 기부 참여가 있었고, 이를 통해 총 213억 원이 넘는 금액이 모금되었습니다. 이 중에서는 사용자들이 직접 결제하여 기부한 금액이 전체 기부금액의 64%로 가장 많은 비중을 차지합니다. (2018년 9월 20일 기준)

참고 : 카카오같이가치 서비스 통계 페이지 (<https://together.kakao.com/auroville/statistics/yearly>)

### 사업 성공요인

카카오톡을 통한 손쉬운 기부 참여를 통해 비약적으로 성장할 수 있었고, 모금함에 댓글을 달거나, 응원, 공유할 때마다 카카오가 100원씩 대신 기부하는 활동으로 기부 참여의 벽을 낮출 수 있었습니다. 또한, 누구나 기부 프로젝트를 제안할 수 있다는 것도 일반 시민들이 주체적으로 공익 활동을 하여 시민의 참여를 이끌어 내는 요인이 되었습니다.

### 추진 시 애로사항 및 극복 방법

최근 우리 사회 다수의 시민으로부터 받은 기부금을 횡령하거나 유용하는 사례들이 발생하여 온라인 모금에 있어서도 그 투명성에 대한 도전이 많습니다. <카카오같이가치>의 경우 공동모금회 등의 공익 영역의 외부 전문기관과 파트너십을 통해 모금 심사 및 결과 보고 등의 절차를 통해 공정성과 투명성을 기하고 있습니다.

### 시사점 및 향후 계획

이웃과 사회를 위한 '돌봄'의 영역으로서 더 많은 이용자가 사회를 위한 변화에 동참할 수 있도록 이용자들의 기부 경험 빈도를 높이고 자원봉사 참여를 확산시킬 수 있는 서비스를 만들어갈 예정입니다. 또한, 마음이 건강한 사회를 위한 '살핌'의 영역에서 '마음날씨' 서비스에 대한 사용자 참여도 계속 확대해 나갈 예정입니다.

---

2018년  
기업 사회공헌  
활동에 관한 설문지

---

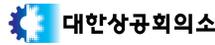
부록

---

사회공헌 추진체계	123
2017년 기업 사회공헌 활동 규모	127
2017년 사회공헌 프로그램 운영 현황	131
미래 기업 사회공헌 의제 조사	134

# 2018년 기업 사회공헌 활동에 관한 설문지 (민간기업 대상)

- 본 조사는 국내 주요 기업의 사회공헌 활동을 종합적으로 파악하여 기업 관계자들 및 이해관계자들에게 유용한 정보를 제공하는 한편, 경제계의 사회공헌 활동에 대한 국민들의 이해를 돕기 위해 기획되었습니다. 조사의 결과는 <2018 사회공헌 백서>로 발간될 예정입니다.
- 설문지는 다음과 같이 4개 파트로 구성되어 있습니다.
- (1) 사회공헌 추진체계 (조직구성, 활성화제도, 파트너십)
  - (2) 2017년 기업 사회공헌 활동 규모 (2017년 사회공헌 지출비용, 임직원 봉사활동)
  - (3) 2017년 사회공헌 프로그램 운영 현황 (핵심 프로그램 및 소개)
  - (4) 미래 기업 사회공헌 의제 조사 (미래 한국사회 주요 이슈 및 글로벌 이슈)
- 통계법 제27조에 따라 귀사의 응답은 오직 백서 제작 목적으로만 활용되며, 개별 기업의 사회공헌 내역과 이의 유관사항은 공개되지 않습니다. 응답사항은 대외적으로 절대 비밀이 보장되며, 백서 제작 후 전부 폐기됩니다.



※ 귀사의 일반 현황을 2017년 기준에서 응답해 주시기 바랍니다.

<b>A1-1. 기업명</b>			
<b>A1-2. 업종</b>	① 제조업 ⑤ 운수창고업 ⑧ 금융, 보험업 ⑪ 부동산업 ⑭ 농업·임업·어업·광업	② 전기·가스·증기·수도업 ⑥ 정보통신업 ⑨ 숙박·음식점업 ⑫ 교육 서비스업 ⑮ 지주회사	③ 건설업 ⑦ 하수·폐기물처리·환경복원업 ⑩ 과학·기술·전문 서비스업 ⑬ 예술·스포츠·여가 서비스업 ⑯ 기타
<b>A1-3. 매출액 및 세전이익</b>	① 매출액:                  억원 ② 세전이익:                억원		
<b>A1-4. 임직원 수</b>	명 (국내 법인 임직원 수에 한함)		
<b>A1-5. 기업소개</b>	① 설립연도: ② 주소: ③ 홈페이지:		

※ A2. 작성자의 연락처를 작성해 주시기 바랍니다.

성명	직위	담당부서
<b>연락처</b>	① 내선번호: ② 휴대폰 번호: ③ 이메일 주소:	

## 1. 사회공헌 추진체계

### [조직구성]

#### Q1. 귀사에는 사회공헌 수행을 위한 전담 조직이 있습니까?

※ 사회공헌 전담조직: 타 부서의 업무를 겸업하지 않고 사회공헌 업무만 수행하는 부서(팀)

- ① 그렇다 → Q1-1로 이동
- ② 그렇지 않다 (타 부서에서 사회공헌 업무를 겸직하는 경우) → Q1-3으로 이동

#### Q1-1. 귀사의 사회공헌 전담조직의 상위 직속부서를 선택해주시시오.

※보기 부서에 해당사항 없을 경우 가장 유사한 기능을 수행하는 부서를 선택해주시시오.

- ① 기획, 전략
- ② 홍보, 커뮤니케이션
- ③ 인사, 총무
- ④ 경영지원
- ⑤ 지속가능경영/CSR 사무국 또는 사회공헌위원회 등 별도 기구
- ⑥ 기타(                    )

#### Q1-2. 사회공헌 담당 인력 규모를 선택해 주십시오.

- ① 1인 전담
- ② 2~5인
- ③ 6~9인
- ④ 10인 이상

#### Q1-3. 귀사의 사회공헌 담당 인력은 어느 부서 소속입니까?

- ① 홍보팀
- ② 인사팀
- ③ 총무팀
- ④ 기획팀
- ⑤ 기타(                    )

#### Q1-4. 귀사의 사회공헌 담당 인력 규모를 선택해 주십시오.

- ① 1인
- ② 2~5인
- ③ 5인 이상

**[활성화제도]**

**Q2.** 본 조사에서는 사회공헌 활성화제도를 크게 기부, 모금, 자원봉사, 사업단계별 평가 여부 등으로 구분하고 있습니다. 귀사에서 사회공헌 활동을 활성화하기 위해 운영하고 있는 제도를 질문별로 모두 선택해주시기 바랍니다.

기부	Q2-1. 비현금성 기부제도	체크
	시설개방	
	현물기부	
	기타( )	
	없음	
모금	Q2-2. 나눔문화 촉진제도	
	우수리 제도 (월급여 천원 단위 이하의 기부)	
	급여 중 일정 비율 공제 (월급여 중 1% 자동 기부 등)	
	특정 금액 약정모금	
	이벤트 모금 (이웃돕기, 재해성금 등)	
	매칭그랜트 제도 (직원 모금에 대한 회사차원의 1:1 기금매칭)	
	기타( )	
모금제도 없음		
자원 봉사	Q2-3-1. 자원봉사단 운영 여부	
	봉사단 운영	
	봉사단 운영 안 함	
	Q2-3-2. 자원봉사 지원제도	
	임직원 봉사 지원	
	퇴직임직원 봉사 지원	
	대학생 봉사 지원	
	지역주민 봉사 지원	
	고객/소비자 봉사 지원	
	기타( )	
	없음	
	Q2-3-3. 봉사활동 활성화 제도	
	봉사활동 교육제도	
	봉사자 등록제도 (봉사 희망 직원 등록, 등록자에게 정보 제공)	
	봉사 인센티브(마일리지) 제공 (주차권 할인, 사내 매점 할인 등)	
	우수 봉사자 포상제도	
	봉사활동 여부 및 시간을 직무수행평가 반영	
	봉사시간 업무시간으로 인정	
	기타( )	
	없음	

기타	Q2-4. 이외에 귀사가 운영하고 있는 제도가 있다면 기재해주시시오. (예: 사회적기업 제품, 중소기업 제품 우선구매 제도 등)	
사업 평가 (하단의 표 참조)	Q2-5. 사회공헌 사업단계별 평가	
	평가 안 함	
	투입평가 (투입물 및 투입량에 대한 적절성 평가 등)	
	과정평가 (서비스가 계획대로 실행되었는가 등)	
	결과평가 (사업을 통해 발생한 성과 산출물은 적절한가 등)	
	변화평가 (사업을 통해 프로그램 대상자의 삶의 질이 어떻게 변화했는가 등)	
	영향평가 (사업을 통해 발생한 사회적 변화는 무엇인가 등)	

<사업평가 부분 기재 시 참고사항>

※ 본 조사에서는 사회공헌 프로그램 수행 단계를 다음과 같이 정의합니다. 귀사에서는 어느 단계까지 평가하십니까?  
(위의 표에서 Q2-5에 체크)

단계	정의	예시
투입	사업에 사용된 사람, 물자, 자본 등	결식아동 예방을 위한 도시락 사업에 1억 원 책정
과정	성과를 얻기 위해 직접 수행	서비스 수행 (도시락 제작, 배급)
결과	사업을 통해 창출된 결과	100명에게 4개월간 도시락 중식 제공
변화	사업 결과가 만들어낸 변화	비교집단 대비 학습능력 향상, 비만위험 감소
영향	사업을 통해 발생한 사회의 변화	사업모델을 인정받아 여러 기관과 협력을 통해 사업규모를 확장하고 복지정책에 반영됨

[파트너십]

※ 본 조사는 파트너십의 범위를 아래와 같이 정의합니다. 참고하시어 각 질문에 응답해 주시기 바랍니다.

**파트너십**

- 공동의 목표를 달성하기 위해 기업과 비영리단체/사회적경제조직 등이 협력관계를 바탕으로 인적·물적 자원을 연계한 사회공헌 활동을 공동 수행하는 것
- 기업이 자원을 사회공헌 프로그램 대상자에게 직접 전달하지 않고 중간지원조직(비영리기관 등)에 위탁하여 전달하는 경우 파트너십에 의한 사회공헌으로 인정

**Q3. 귀사가 사회공헌 활동을 위해 협력하는 주요 파트너기관을 모두 체크해주시시오.**

- ① 자사 출연재단
- ② 비영리기관
- ③ 정부·지자체·공공기관
- ④ 사회적경제조직, 소셜벤처
- ⑤ 미디어 (언론, 방송매체)
- ⑥ 교육·연구기관
- ⑦ 타 기업
- ⑧ 기타 ( )

**Q4. 귀사가 사회공헌 활동에서 파트너십을 맺는 이유는 무엇입니까? (2개까지 복수응답)**

- ① 관련 분야 전문성(경험/네트워크 등) 활용
- ② 사회공헌에 대한 대외적 투명성/신뢰성 확보
- ③ 기부금 처리 용이
- ④ 내부 전담 인력 부족
- ⑤ 내부설득 용이
- ⑥ 기타 ( )

**Q5. 2017년 사회공헌 사업을 위해 파트너십을 맺은 기관 중(Q3에서 응답한 선택지 가운데) 가장 만족도가 높았던 기관을 선택해주십시오.**

- ① 자사 출연재단
- ② 비영리기관
- ③ 정부·지자체·공공기관
- ④ 사회적경제조직, 소셜벤처
- ⑤ 미디어 (언론, 방송매체)
- ⑥ 교육·연구기관
- ⑦ 타 기업
- ⑧ 기타 ( )

**Q6. 위의 5번 문항에서 선택한 파트너 기관에 대한 만족도를 아래 항목별로 응답해 주시기 바랍니다.**

항목	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
파트너십 전반에 대한 만족도					
- 관련 분야 전문성					
- 기관의 투명성					
- 기업 특성에 대한 이해					
- 커뮤니케이션의 용이함					
- 파트너십 기간					

**Q7. 아래 보기 중 파트너십 제고를 위해 가장 필요한 부분은 무엇입니까? (2개까지 복수응답)**

- ① 파트너십의 목표에 대한 공동 합의
- ② 파트너 기관 간의 상호존중 및 이해
- ③ 명확한 역할 분배와 책임 정립
- ④ 공정한 자원의 분배와 사용
- ⑤ 합리적인 의사결정 과정
- ⑥ 합의된 기준에 의한 사업평가
- ⑦ 기타 ( )

## 2. 2017년 기업 사회공헌 활동 규모

※ 본 조사에서는 기업 사회공헌 활동과 비용의 범위를 아래와 같이 정의합니다. 이를 참고하여 아래 질문에 답해주시기 바랍니다.

항목	정의 및 내용
<p>기업 사회공헌 활동</p>	<p>공익을 위해 기업이 직접 수행하거나 개인 및 단체에 활동을 위탁 또는 자원과 서비스를 기부하여 수행하는 활동</p> <p>※ 기업 사회공헌으로 인정되지 않는 활동</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자사의 업무를 위한 교육 또는 연구개발 사업</li> <li>- 자사 소비자에 대한 애프터서비스 등 통상적 소비자 관계에 관련된 활동</li> <li>- 임직원 및 그 가족에 대한 복지증진 사업</li> <li>- 영리를 목적으로 한 스포츠 (프로스포츠 구단 등)</li> </ul>
<p>기업 사회공헌 비용</p>	<p>사회공헌 비용 = 기부·후원금 + 사업비용 (단독기획·운영 + 자원연계·협력)</p> <p>※ 회사 차원에서 지출한 회계상 처리 가능한 내역에 한해 집계</p> <p>(1) 기부·후원금</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현금, 현물, 재단출연금 및 후원금 포함</li> <li>- 법인의 사업에 대한 직접적인 대가 없이 금전이나 재화를 무상으로 제공하기 위해 지출하는 금액 (※ 기부금 공제 여부와 관계없이 집계)</li> </ul> <p>(2) 사업비용</p> <p>① 단독기획·운영</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업이 뚜렷한 자체 기획의지를 가지고 사회공헌 사업 운영에 지출한 비용 (운영비, 사업비, 임직원 외 사회공헌 업무 투입인력 인건비 등 포함)</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>예시</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 임직원 봉사에 사용된 각종 부대비용</li> <li>- 사회인식 개선, 사회공헌 사업참여 유도 등 사회공헌 캠페인 비용</li> <li>- 기획사, 대행사 등을 활용한 사회공헌 행사(발대식 등) 비용</li> </ul> </div> <p>② 자원연계·협력</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업이 사회공헌 사업을 기획하고, NPO 등 외부 기관에 사업 운영을 위탁하는 데 지출한 비용</li> </ul> <p>※ 사회적경제조직 등의 제품과 서비스 투자/구매 비용도 사업비용에 포함</p>
<p>기업 사회공헌 비용 불인정 항목</p>	<p>※ (기부금 공제 여부와 관계없이) 사회공헌 비용에 포함되지 않는 항목</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 임직원 및 CEO의 자발적 기금으로 마련된 사회공헌 예산의 지출 (단, 회사가 제공한 매칭기금은 사회공헌 비용에 포함)</li> <li>- 사회공헌사업의 단순 홍보를 위한 매체 홍보비 및 광고비</li> <li>- 기업이 발행한 포인트, 마일리지 (신용카드 포인트, 휴면계좌 잔액 기부)</li> <li>- 법적 의무가 있는 비용 (각종 법정기금, 정보통신기금 등)</li> <li>- 임직원 등 기업 구성원을 위한 지출 (사내복지기금 등)</li> <li>- 각종 협회 및 모임 자격 명목의 회비</li> <li>- 사회공헌 업무를 담당하는 사내 임직원의 급여</li> </ul>

**Q8. 귀사가 지출한 2017년도 사회공헌 비용을 항목별로 기재해주시기 바랍니다.**

구분		2016년(백만 원)*선택	2017년(백만 원)
기부·후원금			
사업비용	단독기획·운영		
	자원연계·협력		
합계			
비용 출처		대외 공개용 자료 (지속가능경영보고서, 홈페이지 등)	
		사회공헌 예·결산 자료	
		기타 ( )	

**Q9. 귀사의 2017년 사회공헌 비용은 2016년 대비 증가 또는 감소하였습니까?**

- ① 증가했다 → Q9-1로 이동
- ② 감소했다 → Q9-1로 이동
- ③ 변화 없다 → Q10으로 이동
- ④ 해당 없음 (2017년에 사회공헌 처음 시행 등) → Q10으로 이동

**Q9-1. 귀사의 2017년 사회공헌 비용 증감의 원인은 무엇입니까? (복수응답 가능)**

- ① 경영성과에 따른 사회공헌 지출비용 증감
- ② 사회공헌에 대한 회사 정책 변화 (SOC성 사업 착수 또는 종료, 재단 설립 등)
- ③ 사회공헌 프로그램 포트폴리오 재편 (사업 중단, 선택과 집중 등)
- ④ 대외환경 변화에 따른 사회분위기 고려 (국내정치, 정부정책, 지역이슈 등)
- ⑤ 긴급자금 조성 (국내외 재난/재해 구호 등)
- ⑥ 기타 ( )

**Q10. 2017년 지출된 기부금에 대해 기부처별 비중을 아래에 기재해 주십시오.**

(해당 없는 항목은 0으로 응답해주시시오.)

기부처	비중
① 모금·배분 전문기관 (직접 사업을 수행하기보다는 기부금을 모금, 타 단체에 배분하는 기관. 예: 사회복지공동모금회)	%
② 국가 및 지방자치단체	%
③ 사회복지단체, 시민단체 등 비영리기관	%
④ 자사 출연 재단	%
⑤ 기타 ( )	%
<b>합계</b>	<b>100%</b>

※ 본 조사에서는 기업 사회공헌 사업 분야를 아래 표와 같이 구분합니다. 기재 시 참고해주시고, 분야가 중복되는 경우 사업의 궁극적 목적을 기준으로 구분해주시기 바랍니다.

<b>사회복지</b>	사회구성원의 일정한 생활수준 유지 및 개선을 위한 복지 서비스 제공 (저소득층 지원, 주거불안 개선, 사회복지시설 지원, 보육 지원)
<b>교육·학교·학술</b>	교육시설 건립, 학습 기회 제공 등의 지원 (학교 건립, 교육기자재 지원, 장학금 및 학술연구 지원, 교육 프로그램 제공 등)
<b>문화예술·체육</b>	문화·예술·체육계의 인재양성 및 산업융성, 대중의 문화·예술·체육 향유를 위한 지원 (문화체육시설 건립 및 운영 지원, 관련 단체 및 행사 지원, 전통문화 보존 및 문화인 활동 지원 등)
<b>사회통합</b>	국내 이주민·난민·탈북민과 그 가정, 다양한 배경의 사회적 약자 및 소수자의 인권보호 및 생활환경 개선 등을 위한 지원
<b>환경보호</b>	환경보호 및 보전을 위한 지원 (환경단체 활동 지원, 환경보전 캠페인, 재활용 캠페인 등)
<b>의료·보건</b>	국민의 의료복지 증진을 목표로 한 지원 (병원 건립 및 운영 등)
<b>과학·기술</b>	과학기술을 통한 사회문제 해결, 기술의 최적화된 활용 지원 등
<b>응급·재난구호</b>	국가적 재난 시 긴급구호를 목표로 한 지원 (수해복구, 구호물품 및 성금 기탁, 재해 예방 시설 설치 및 지원 등)
<b>안전</b>	사고/재난의 예방 및 대응 훈련, 아동 대상 안전교육 등
<b>포상</b>	군인·군인가족·국가유공자 및 소방관·경찰 등 사회적 의인을 대상으로 한 사업 (포상, 기념사업, 처우개선 등)
<b>지역상생</b>	지역균형발전 및 지역사회 활성화를 도모하기 위한 지원 (지역발전 인프라 구축, 시민활동 지원, 농/산어촌 지원, 도시재생 등)
<b>창업 생태계 구축 및 일자리 지원</b>	사회적경제조직, 소상공인, 소셜벤처 등의 창업과 육성을 지원함으로써 창업 생태계를 조성하고 이를 통해 새로운 일자리를 제공하는 사업 (사회적기업 발굴 및 육성 사업, 소상공인 지원사업 등)
<b>글로벌 사회공헌</b>	해외 대상의 사회공헌 사업 (국내 법인의 활동에 한함)
<b>기타</b>	통일시대 준비 등

**Q11.** 2017년 지출된 사회공헌 활동비용을 사업 분야별로 구분해 기재해주시기 바랍니다.  
(해당 없는 항목은 0으로 응답해주시시오.)

사업 분야	기부·후원금 (백만 원)	사업비용	
		단독기획·운영 (백만 원)	자원연계·협력 (백만 원)
사회복지			
교육·학교·학술			
문화예술·체육			
사회통합			
환경보호			
의료·보건			
과학·기술			
응급·재난구호			
안전			
포상			
지역상생			
창업 생태계 구축			
및 일자리 지원			
글로벌 사회공헌			
기타			
합계			

**Q12.** 귀사의 2017년도 임직원 봉사활동(프로보노 활동 포함)의 실적을 기재해주시기 바랍니다.  
(해당 없는 항목은 0으로 응답해주시시오.)

구분	규모	비고
봉사활동 실인원	명	연 1회 이상 참여한 직원의 수 (≤ 전체 직원 수)
봉사활동 참여율	%	봉사활동 실제 참여인원 ÷ 전체 직원
1인당 연간 평균 봉사 시간	시간	봉사활동 총 시간 ÷ 전체 직원 수

### 3. 2017년 사회공헌 프로그램 운영 현황

**Q13.** 본 조사에서는 기업 사회공헌 핵심 프로그램을 다음과 같이 정의합니다. 귀사의 핵심 프로그램에 대한 세부적인 질문에 응답해주시요. (최대 3개 프로그램까지 기재)

※ 핵심 프로그램: 귀사의 다양한 사회공헌 프로그램 중에서 사업의 목적·과정·결과, 임직원 참여, 지역사회 기여도 등의 이유로 가장 중요하게 생각하는 프로그램

구분		프로그램 1	프로그램 2	프로그램 3
사업명				
사업 수행 기간	년			
사업 범위	① 지역사회형 ② 전국단위형 ③ 글로벌형			
지원형태별 구분	① 기부 ② 자체사업 ③ 투자 및 구매 ④ 임직원 봉사 ⑤ 기타( )			
사업 대상	① 영유아 (임신·출산) ② 아동·청소년 ③ 청년 ④ 중·장년 ⑤ 노인 ⑥ 장애인 ⑦ 이주민·난민·탈북민 ⑧ 여성 ⑨ 불특정 다수 (재난·재해 등) ⑩ 사회적 의인 ⑪ 특정 질환자 (희귀·난치병 등) ⑫ 소비자 ⑬ 문화재 (유·무형) ⑭ 동물·환경 ⑮ 군인·제대군인·국가유공자 등 ⑯ 기타( )			
사업 분야 (아래 표 참조)	① 사회복지 ② 교육·학교·학술 ③ 문화예술·체육 ④ 사회통합 ⑤ 환경보호 ⑥ 의료·보건 ⑦ 과학·기술 ⑧ 응급·재난구호 ⑨ 안전 ⑩ 포상 ⑪ 지역상생 ⑫ 창업 생태계 구축 및 일자리 지원 ⑬ 글로벌 사회공헌 ⑭ 기타( )			

구분		프로그램 1	프로그램 2	프로그램 3
사업 파트너십 (복수응답 가능)	① 단독 추진 ② 자사 출연재단 ③ 비영리기관 ④ 정부·지자체·공공기관 ⑤ 사회적경제조직·소셜벤처 ⑥ 타 기업 ⑦ 미디어 ⑧ 교육·연구기관 ⑨ 기타( )			
투입 자원의 유형 (복수응답 가능)	① 사람(임직원 봉사, 프로보노 등) ② 기술(자사 핵심 기술 등) ③ 인프라 ④ 자본 ⑤ 상품·서비스 ⑥ 기타( )			

※ 사업 분야(기재 시 참고)

사회복지	사회구성원의 일정한 생활수준 유지 및 개선을 위한 복지 서비스 제공 (저소득층 지원, 주거불안 개선, 사회복지시설 지원, 보육 지원)
교육·학교·학술	교육시설 건립, 학습 기회 제공 등의 지원 (학교 건립, 교육기자재 지원, 장학금 및 학술연구 지원, 교육 프로그램 제공 등)
문화예술·체육	문화·예술·체육계의 인재양성 및 산업융성, 대중의 문화·예술·체육 향유를 위한 지원 (문화체육시설 건립 및 운영 지원, 관련 단체 및 행사 지원, 전통문화 보존 및 문화인 활동 지원 등)
사회통합	국내 이주민·난민·탈북민과 그 가정, 다양한 배경의 사회적 약자 및 소수자의 인권보호 및 생활환경 개선 등을 위한 지원
환경보호	환경보호 및 보전을 위한 지원 (환경단체 활동 지원, 환경보전 캠페인, 재활용 캠페인 등)
의료·보건	국민의 의료복지 증진을 목표로 한 지원 (병원 건립 및 운영 등)
과학·기술	과학기술을 통한 사회문제 해결, 기술의 최적화된 활용 지원 등
응급·재난구호	국가적 재난 시 긴급구호를 목표로 한 지원 (수해복구, 구호물품 및 성금 기탁, 재해 예방 시설 설치 및 지원 등)
안전	사고/재난의 예방 및 대응 훈련, 아동 대상 안전교육 등
포상	군인·군인가족·국가유공자 및 소방관·경찰 등 사회적 의인을 대상으로 한 사업 (포상, 기념사업, 처우개선 등)
지역상생	지역균형발전 및 지역사회 활성화를 도모하기 위한 지원 (지역발전 인프라 구축, 시민활동 지원, 농/산어촌 지원, 도시재생 등)
창업 생태계 구축 및 일자리 지원	사회적경제조직, 소상공인, 소셜벤처 등의 창업과 육성을 지원함으로써 창업 생태계를 조성하고 이를 통해 새로운 일자리를 제공하는 사업 (사회적기업 발굴 및 육성 사업, 소상공인 지원사업 등)
글로벌 사회공헌	해외 대상의 사회공헌 사업 (국내 법인의 활동에 한함)
기타	통일시대 준비 등

**Q14-1.** 앞에서 응답하신 핵심 프로그램 중 한 가지를 선택하여 사업 내용을 기재하는 파트입니다.  
 우선 핵심 프로그램을 한 가지 선택하여 기재해주시고, 백서 수록 동의 여부에 체크해주시오.  
 동의하시는 경우, 연구진의 검토를 거쳐 <2018 사회공헌 백서>에 수록될 수 있습니다.

Q14-2. 사업명	
사업 소개 (350자 이내)	<i>(사업 시작 연도 및 진행 내용 등)</i>
사업 성과 (200자 이내)	
사업 성공요인 (200자 이내)	
추진 시 애로사항 및 극복 방법 (200자 이내)	
시사점 및 향후 계획 (200자 이내)	

**Q14-2.** <2018 사회공헌 백서>에 귀사에서 기재하신 핵심 프로그램이 수록되는 것에 동의하십니까?

[  예    아니오 ]

### 4. 미래 기업 사회공헌 의제 조사

**Q15.** 아래의 '미래 한국사회 주요 이슈' 표를 참고할 때, 귀사는 향후 기업이 어떤 사회 이슈에 관심을 가져야 한다고 생각하십니까? (중요도 순으로 3가지 선택)

1순위	2순위	3순위

미래 한국사회 주요 이슈	
경제적 불평등	1. 소득 및 주거 불안 (가계부채 증가, 경제적 취약계층 증가, 소득 양극화 심화, 전세값 폭등 등) 2. 노동 불안정 (비정규직 증가, 청년 일자리 부족, 최저 임금 문제, 노사 갈등 심화 등) 3. 교육 불평등 (공교육 붕괴, 교육비 부담, 교육격차 심화 등)
사회적 위험	4. 삶의 질 저하 (일-가정 불균형 심화, 수요에 비해 부족한 복지, 노인 소외 문제, 자살 증가 등) 5. 사회구조 변화 (저출산·고령화 심화, 1인 가구 증가, 이주민 증가, 과학기술 혁신에 따른 생활양식 변화 등) 6. 사회통합 저해 (사회적 약자에 대한 편견·차별, 세대·이념·지역갈등 심화, 정부에 대한 낮은 신뢰, 만연한 특권과 편법 등) 7. 안전 위험 (재난·사고, 북한 등 국가 안보, 먹거리 불안, 신종 질환, 개인정보 유출 등)
환경 파괴	8. 환경오염 (생화학폐기물 증가, 대기·수질·토지 오염, 온실가스 증가, 생물다양성 감소 등 생태계 파괴 등) 9. 자원고갈 (지나친 원자력 발전 의존, 석유·가스 등 화석에너지 자원 감소, 물 부족, 식량 부족 등) 10. 기후변화 및 자연재해 (지진, 홍수와 가뭄, 폭설 및 폭우, 폭염 및 한파, 대형 산불, 황사 및 미세먼지)

**Q16.** 아래의 유엔 지속가능발전목표(SDGs)를 참고할 때, 향후 기업 사회공헌 활동 관련 귀사가 관심을 갖고 있는 글로벌 이슈는 무엇입니까? (중요도 순으로 3가지 선택)

1순위	2순위	3순위

유엔 지속가능발전목표(SDGs)
Goal 1. 모든 국가에서 모든 형태의 빈곤 종식
Goal 2. 기아의 종식, 식량안보 달성, 영양상태 개선 및 지속가능한 농업 증진
Goal 3. 모든 사람의 건강한 삶을 보장하고 웰빙(well-being)을 증진
Goal 4. 모든 사람을 위한 포용적이고 형평성 있는 양질의 교육을 보장하고, 평생교육 기회를 증진
Goal 5. 성평등 달성과 모든 여성·여아의 역량 강화
Goal 6. 모든 사람이 물과 위생시설을 이용 가능하도록 지속가능한 유지관리를 보장
Goal 7. 모두에게 적정가격의 신뢰할 수 있고 지속가능하며 현대적인 에너지에의 접근을 보장
Goal 8. 모두에게 지속적·포용적·지속가능한 경제성장 및 생산적인 완전고용과 양질의 일자리 증진
Goal 9. 회복력 높은 사회기반시설을 구축하고, 포용적이고 지속가능한 산업화를 진흥하고 혁신을 장려
Goal 10. 국가내·국가간 불평등 완화
Goal 11. 포용적인·안전한·회복력 있는·지속가능한 도시와 거주지 조성
Goal 12. 지속가능한 소비 및 생산 양식 확립
Goal 13. 기후변화와 그 영향을 대처하는 긴급 대응
Goal 14. 지속가능발전을 위한 해양·바다·해양자원 보존과 지속가능한 사용
Goal 15. 육지생태계의 지속가능한 이용을 보호·복원·증진, 산림의 지속 가능한 관리, 사막화 방지, 토지황폐화 방지 및 회복, 생물다양성 손실 방지
Goal 16. 지속가능발전을 위한 평화적이고 포괄적인 사회 증진과 모두가 접근할 수 있는 사법제도, 모든 수준에서 효과적·책임성 있는·포용적인 제도 구축
Goal 17. 이행수단 강화 및 지속가능발전을 위한 글로벌 파트너십 활성화



사회공헌센터

한국사회복지협의회 사회공헌센터

04195 서울특별시 마포구 만리재로 14(공덕동 456) 한국사회복지회관 1206호  
T. 02-2077-3967 F. 02-2077-3959 Web. [www.crckorea.kr](http://www.crckorea.kr)



대한상공회의소  
지속가능경영원

대한상공회의소 지속가능경영원

04513 서울특별시 중구 세종대로 39 대한상공회의소 17층 지속가능경영원  
T. 02-6050-3814 F. 02-6050-3810 Web. [www.bisd.or.kr](http://www.bisd.or.kr)

본 백서는 비매품으로 판권은 한국사회복지협의회와 대한상공회의소 지속가능경영원에 있으며, 판권 소유자 이외에는 사용할 수 없습니다. 만약 무단으로 복제·전제하는 경우에는 저작권법에 의하여 처벌을 받게 됩니다.

**SSN** 한국사회복지협의회

 대한상공회의소

비매품/무료



9 788990 381507  
ISBN 978-89-90381-50-7