

2020 주요 기업의 사회적 가치 보고서

Contents

<요 약>

<기업의 사회적 가치 실현을 위한 활동 현황>

I. 조사개요	1
II. 분석결과	2
1. 2019년 사회공헌 지출 현황	2
(1) 사회공헌 총 지출 규모	2
(2) 사회공헌 증감 추이	3
(3) 경영성과 대비 사회공헌 지출 비율	6
(4) 분야별 지출 현황	7
2. 사회공헌 프로그램 현황	9
(1) 대표 사회공헌 프로그램 - 대상·지속기간	9
(2) 대표 사회공헌 프로그램 - 특징과 사례	11
(3) 신규 사회공헌 프로그램	17
3. 임직원 봉사활동 현황	22
4. 기업 사회공헌 인식 현황	24
5. 동반성장 및 기타 사회적가치 실현 사례	26
<부록 1> 일본 경단련 사회공헌활동에 대한 인식조사	31
<부록 2> 2019년 기업 사회공헌활동에 대한 조사표	32

- 「2020 주요 기업의 사회적 가치 보고서」는 전국경제인연합회가 1993년부터 발간해 온 「주요 기업 및 기업재단 사회공헌백서」의 기업 부문 조사에 UN SDGs 연계성 분석, 주요 기업의 사회적 가치 창출 현황 등을 추가하여 발간한 보고서입니다.
- 내용과 관련하여 의견이나 문의사항이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.
TEL : 02-3771-0151 FAX : 02-3771-0134 E-mail : pyj706@fki.or.kr

요 약

□ 2019년 사회공헌 지출 현황

- (지출액) 주요 기업 220개사가 2019년 한 해 동안 지출한 사회공헌비용 총 규모는 2조 9,927억 7,110만 원, 평균 금액은 136억 351만 원으로 조사됨
- (경영성과 대비) 매출액 대비 사회공헌 지출 비율은 0.2%, 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율은 4.0%로 나타남
- (분야별 지출 현황) 분야별로는 ‘취약계층 지원’에 대한 지출비중(33.5%)이 가장 높았으며, 이어 ‘교육·학교·학술’(10.6%), ‘문화예술·체육’(9.2%), ‘지역경제 활성화’(5.6%) 순

□ 대표 사회공헌 프로그램 현황 (1) - 대상, 추진기간, UN SDGs와의 연계성

- (사업대상) 응답기업이 밝힌 자사 대표 사회공헌 프로그램의 대상은 ‘아동·청소년’이 36.0%로 가장 많았으며, 이어 ‘지역사회’가 12.9%로 조사됨
- (추진기간) 대표 사회공헌 프로그램의 평균 나이는 9.3세로 조사되었으며, 10년 이상 지속되고 있는 프로그램은 28.2%, 5년 이상 지속되고 있는 프로그램도 60.9%에 달함
- (UN SDGs 연계성) UN SDGs의 17개 주요 목표 중에서는 ‘건강과 복지(Goal 3)’에 부합하는 사회공헌 프로그램을 가장 많이 추진(19.2%)하고 있음

□ 대표 사회공헌 프로그램 현황 (2) - 특징 (New 5W 1H)

구 분		내 용
Who	주체	임직원이 직접 기획하고 주도, 비임직원이 참여하는 프로그램 다수
When	시기	따로 시간을 내지 않고도 근무시간 활용하거나 시간과 장소에 구애받지 않는 형태 증가
to Whom	대상	취약계층·복지 사각지대 외에도 특정 계층이 아닌 지역사회 전반 등 대상 확대
What	내용	현물 기부에서 벗어나, 노하우 전수·체험기회 제공·인식개선 등 무형적 가치의 나눔
How	방법	기업이 보유한 인프라 활용, 온라인 플랫폼·디지털 기술 접목, 관련 기관과 협업
Why	목적	취약계층 지원이라는 기존 목표를 넘어 사회문제 해결·사회발전을 목표로 한 프로그램 증가

□ 신규 사회공헌 프로그램 현황

- (사업대상) 2018년 이후 신규 론칭된 사회공헌 프로그램의 30.9%가 ‘아동·청소년’을 대상으로 하고 있으며, 이어 ‘장애인’ 대상 프로그램이 12.9%로 나타남. 그밖에 ‘환경’과 ‘지역사회 발전’ 분야를 대상으로 한 프로그램이 각각 10.8%로 조사됨
- (특징) 단순 기부나 일회성 지원에 그치는 것이 아니라, 임직원 참여형 또는 소속 기업·그룹의 특성과 인프라를 활용한 프로그램들이 신규 론칭

□ 임직원 봉사활동 현황

- (참여율 및 참여시간) 분석기업의 임직원 1인당 연간 평균 봉사활동 시간은 8.0시간이며, 조사기업 3곳 중 1곳 이상(36.4%)에서 절반 이상의 임직원이 봉사활동에 참여한 것으로 나타남
- (봉사촉진제도) 주요 기업들은 임직원 봉사활동을 촉진하기 위해 임직원 주도형 봉사활동 프로그램, 자원봉사 관련 이벤트 개최 및 인센티브 제공 등 다양한 사내제도를 운영 중임

□ 기업 사회공헌 인식 현황

- (추진성과 만족도) 사회공헌 추진 성과에 대한 만족도는 ‘지역사회 기여’ 측면이 평균 4.5점(5점 만점)으로 가장 높았으며, ‘재무적 성과 연계’는 3.4점으로 가장 낮았음
- (고려사항) 사회공헌 프로그램 운영 시 기업들은 ‘지역사회가 당면한 문제 해결 및 지역 발전 기여도’(30.7%)를 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타남
- (관심분야) 기업 사회공헌 담당자들의 관심분야는 ‘취약계층 지원’(28.0%), ‘교육·학교·학술’(19.3%), ‘환경 보전’(17.5%), ‘문화예술·체육’(9.4%) 순

□ 동반성장 및 기타 사회적 가치 실현

- (사회적가치 실현 중점 분야) 기업 활동(생산~판매) 중 사회적 가치 실현을 위해 중점을 두고 있는 분야로는 ‘협력사와의 동반성장’(23.9%)이고, 이어 ‘친환경가치 실현’(20.9%), ‘준법경영 강화’(20.9%) 순
- (동반성장) 기업들은 협력사와의 동반성장을 위해 공정거래 투명성 확보, 협력사의 경쟁력 강화·유동성 지원, 소통 강화, 협력사와 동반 사회공헌 활동 등 다양한 방법으로 노력 중
- (기타) 그밖에도 기업들은 이해관계자와의 협력, 사회적 사각지대 해소, 제품·기술개발 통한 공공이익의 증진 추구, 지역사회 현안 해결 등을 통해 사회적 가치를 창출하고 있음

[인포그래픽] 기업의 사회적 가치 실현을 위한 활동 현황

□ 2019년 사회공헌 지출액, 프로그램 및 임직원 봉사활동

- 매출액 기준 500대 기업 중 245개사 분석 결과 (사회공헌 지출액은 220개사)



□ 기업의 사회공헌 인식



□ 기업의 사회적 가치 실현 인식



I. 조사개요

1. 목적

- 기업 사회공헌 실태를 종합적으로 파악해 기업의 사회적 가치 창출에 대한 국민들의 이해를 돕고, 향후 바람직한 사회공헌활동 방향 모색

2. 조사방법 및 기간

- 조사방법
 - 구조화된 설문지를 이용한 E-Mail, 팩스, 전화 조사
 - 지속가능경영보고서 등 기업별 외부공개자료 분석
(지속가능경영보고서, 통합보고서, 업종협회 사회공헌보고서, 기업 결산경영공시, 홈페이지 등)
- 조사기간: 2020년 9월 말 ~ 10월 말

3. 조사대상

- 조사대상 : 매출액 상위 500대 기업 (상장 및 외감 기업)
- 분석기업 수 : 245개사(49.0%) * 지출액 집계는 비공개 25개사를 제외한 220개사 기준

< 분석기업 업종별 분포 >

업종	제조업	금융 보험업	유통업	전기, 가스, 수도	건설업	방송 통신 정보	운수업	기술 서비스	문화 예술	기타 서비스	기타
기업 수 (비율)	97 (39.6%)	68 (27.8%)	23 (9.4%)	17 (6.9%)	16 (6.5%)	13 (5.3%)	5 (2.1%)	2 (0.8%)	2 (0.8%)	1 (0.4%)	1 (0.4%)

< 분석기업 매출액 순위 분포 >

매출액 순위	1~100위	101~200위	201~300위	301~400위	401~500위	계
기업 수 (비율)	80 (32.7%)	67 (27.3%)	38 (15.5%)	31 (12.7%)	29 (11.8%)	245 (100.0%)

* 단, 매출액 순위는 별도재무제표를 기준으로 함

* 분석기업 245개사 중 25개사는 사회공헌 지출비용 비공개

4. 조사내용

- 2019년 기업 사회공헌 지출비용 및 분야별 지출 현황, 임직원 봉사활동 실적 및 관련 제도
- 신규 및 대표 사회공헌 프로그램 현황, UN SDGs 연계성, 사회공헌 인식조사, 동반성장 및 기타 활동을 통한 사회적 가치 창출 사례 등

II. 분석결과

1. 2019년 사회공헌 지출 현황

(1) 사회공헌 총 지출 규모

- 전국경제인연합회가 실시한 「2019년 기업 사회공헌활동에 대한 조사」 결과, 주요 기업 220개사가 2019년 한 해 동안 지출한 사회공헌비용은 총 2조 9,927억 7,110만 원으로 조사됨
- 2019년 1개사 평균 사회공헌 지출 규모는 136억 351만 원이며, 분석기업의 지출 규모를 나열한 중간값은 21억 2,100만 원임
 - 평균값과 중간값에 많은 차이가 발생하는 이유는 경영성과에 기반한 사회공헌 특성상 상위 그룹과 하위그룹 간 사회공헌비용 규모 차이가 크기 때문임

< 2019년 주요 기업 사회공헌 지출 규모¹⁾ >

구 분	규 모
총 사회공헌 지출 규모(220개사)	2조 9,927억 7,110만 원
1개사 지출 규모 평균값	136억 351만 원
1개사 지출 규모 중간값	21억 2,100만 원

* 주1: 1개사 지출 규모 평균값은 총액에 대한 단순 평균으로, 개별 기업의 실제 상황과 다를 수 있음

* 주2: 1개사 지출 규모 중간값은 220개사를 지출 규모 순으로 나열할 때 중앙에 위치한 비용

- 1) 기업 사회공헌비용 기준은 2005년 전경련이 한국비영리학회와 사회공헌지표 개발 작업의 일환으로 공동 정비한 것을 2014년 기업 의견을 수렴해 재수정한 것임

기업 사회공헌비용 = ① 자율 프로그램 비용 + ② 간접 프로그램(일반기부) 비용

- ① (자율 프로그램) 각 기업이 자체 기획의지를 갖고 독자적 또는 NPO 등과 협력하는 프로그램

①-1 자체사업	외부 공익법인을 거치지 않고 기업이 단독으로 운영하는 공익사업에 투입된 예산 · 임직원 봉사에 사용된 각종 부대비용 등 사회공헌 지출 · 자체 사무국을 두고 직접 진행하는 사업비, 사회공헌 성격의 캠페인 비용 등 · 기획사나 대행사 등 활용한 사회공헌 사업 관련 행사(발대식 등) 비용 등 포함
②-2 파트너십	기업의 다양한 내부자원을 투입, 외부와 협업을 통해 진행하는 사업

- ② (간접 프로그램) 외부의 기존 프로그램에 대한 후원·협찬, 일반적 재해구호금과 같은 비지정성 기부금 등

< 기부금 처리가 될지라도 사회공헌비용에 포함되지 않는 항목 >

- 영리를 목적으로 한 스포츠(예: 프로스포츠구단 등)
- 법적 의무부담이 있는 비용(예: 각종 법정기금, 정보통신기금 등)
- 종업원 등 기업내부 구성원을 위한 지출(예: 사내복지기금 등)

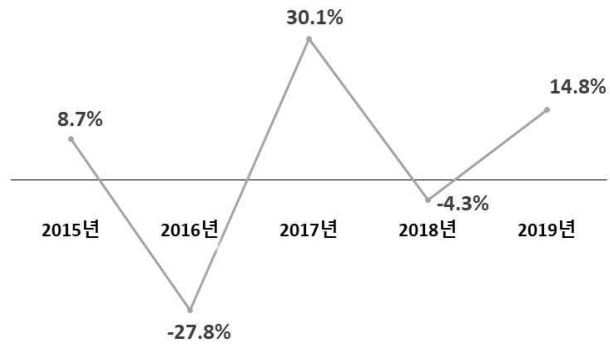
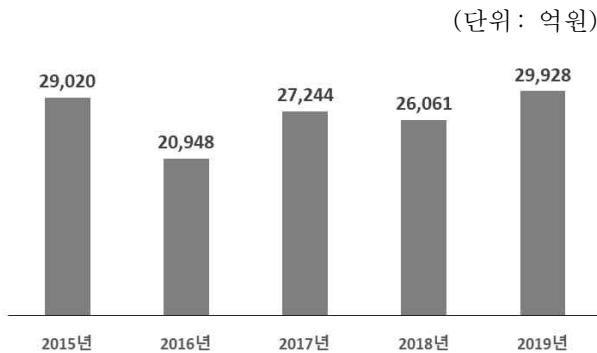
※ 기업 사회공헌비용은 “회사 차원에서 지출한 회계상 처리 가능한 내역”에 한함

(2) 사회공헌 지출 규모 증감 추이

- [총 지출 규모 추이] 2019년 사회공헌 지출비용 2조 9,927억 7,110만 원은 2018년 지출한 2조 6,060억 5,809만 원에 비해 14.8% 증가한 규모

< 최근 5개년 기업 사회공헌 지출 규모 >

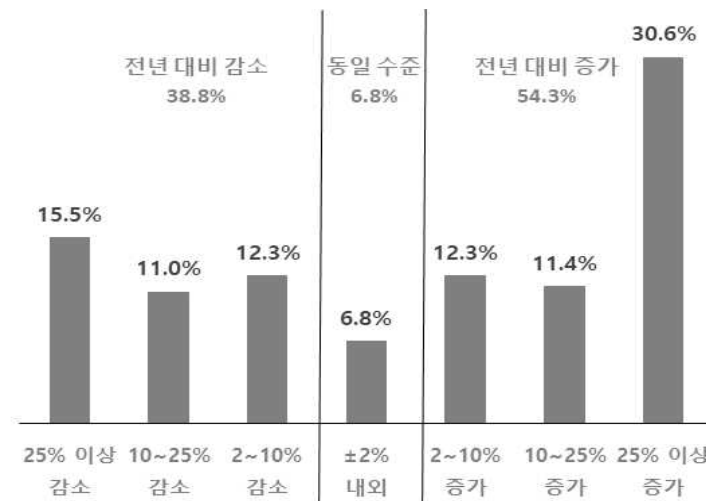
< 최근 5개년 기업 사회공헌 전년대비 증가율 >



* 주: 해당항목 분석기업 기준: ('15) 255개사, ('16) 196개사, ('17) 198개사, ('18) 206개사, ('19) 220개사

- 2018년 대비 2019년 사회공헌비용이 감소한 기업은 38.8%, 증가한 기업은 54.3%이며, 응답기업의 6.8%는 증감 규모가 $\pm 2\%$ 내외로 비슷한 수준 유지

< 2018~2019 분석기업 증감현황 분포 >



* 주: 해당항목 분석기업 기준 (219개사)

- [증감원인] 기업들은 단기적 경영성과에 영향을 받기보다 각 사의 방침과 사회적 이슈를 고려해 기존 프로그램 투자 확대·신규 프로그램 론칭 및 사회적 이슈대응을 위한 적극적인 사회공헌 활동에 나서고 있음
- (증가) 사회공헌 지출 비용이 증가한 원인으로 ①대표 및 신규 사회공헌 프로그램에 대한 투자 확대(28.7%), ②청년실업문제, 강원 산불·미세먼지 등 사회적 이슈 해결을 위한 활동(25.2%), ③재단 출연·지원금 증가(14.8%) 순으로 나타나, 기업들이 더욱 적극적으로 사회공헌 활동과 사회적 문제 해결에 나서고 있는 것으로 분석됨

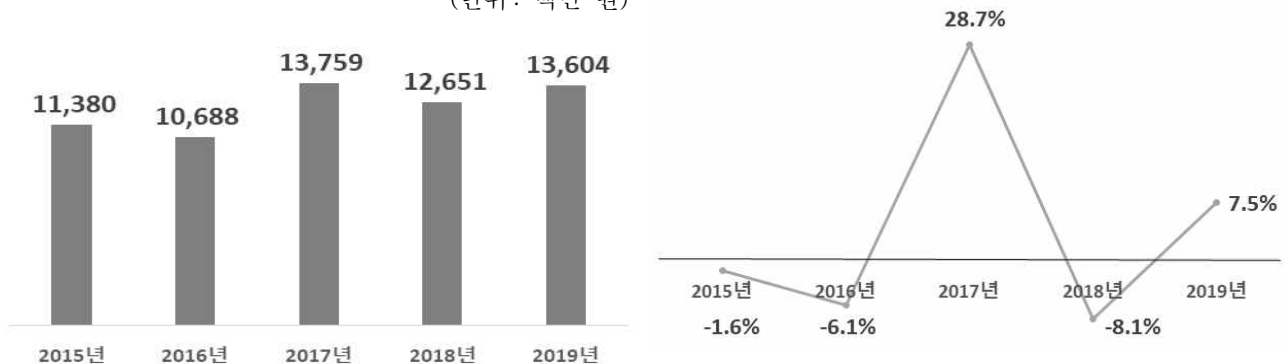
- (감소) 사회공헌 지출이 감소한 원인으로는 ①효과성 낮은 사회공헌 프로그램의 축소·중단 등 기존 프로그램에 대한 투자 감소(29.5%), ②국가적 행사 등 당해 연도 이슈 부재로 인한 비용 감소(21.3%) 순으로 나타남
- 한편, 경영성과 호전(부진)으로 인해 사회공헌 지출 비용이 증가(감소)했다는 응답은 13.9%(14.8%)에 그쳐, 기업들은 당해 경영성과에 영향을 받기 보다는 각 사의 사회공헌 방침과 사회적 이슈에 대응해 사회공헌 활동을 하고 있는 것으로 보임

□ [평균값 추이] 2019년 1개사 평균 사회공헌 지출비용은 136억 351만 원으로 2018년 126억 5,077만 원에 비해 7.5% 증가한 것으로 나타남

< 최근 5개년 기업 평균 사회공헌 규모 >

< 최근 5개년 기업 평균 사회공헌 증가율 >

(단위: 백만 원)



* 주: 해당항목 분석기업 기준: ('15)255개사, ('16)196개사, ('17)198개사, ('18)206개사, ('19)220개사

< 연도별 기업 사회공헌 지출 규모 및 증가율 추이 >

(단위: 백만 원, %)

	1998년 (147개사)	2000년도 (193개사)	2002년도 (202개사)	2004년 (227개사)	2005년 (244개사)	2006년 (202개사)	2007년 (208개사)
총 지출액 규모	332,710	706,060	1,086,594	1,228,432	1,402,510	1,804,816	1,955,642
전년도 대비 증가율	8.5%	112.2%	53.9%	13.1%	14.2%	28.7%	8.4%
평균 지출액 규모	2,263	3,658	5,379	5,412	5,747	8,979	9,402
전년도 대비 증가율	-32.1%	61.6%	47.0%	0.6%	6.2%	56.2%	4.7%

	2008년 (209개사)	2009년 (220개사)	2010년 (220개사)	2011년 (225개사)	2012년 (234개사)	2013년 (234개사)	2014년 (231개사)
총 지출액 규모	2,160,141	2,651,756	2,873,505	3,088,382	3,253,478	2,811,483	2,670,835
전년도 대비 증가율	10.5%	22.8%	8.4%	7.5%	5.3%	-13.6%	-5.0%
평균 지출액 규모	10,336	12,053	13,061	13,726	13,903	12,014	11,562
전년도 대비 증가율	9.9%	16.6%	8.4%	5.1%	1.3%	-13.6%	-3.8%

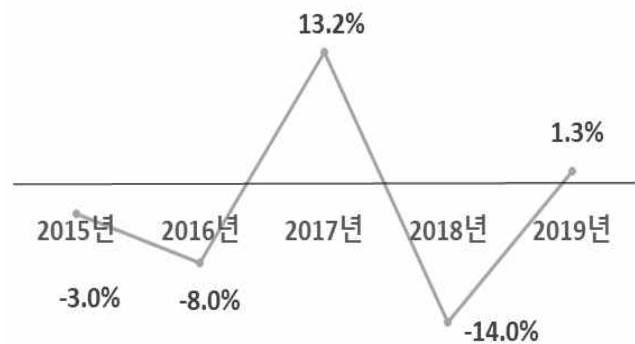
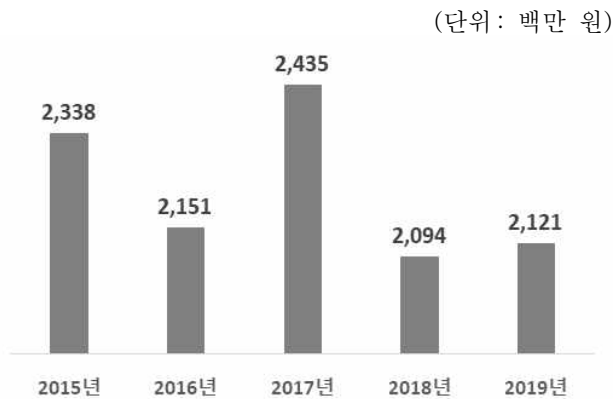
	2015년 (255개사)	2016년 (196개사)	2017년 (198개사)	2018년 (206개사)	2019년 (220개사)
총 지출액 규모	2,902,050	2,094,785	2,724,356	2,606,058	2,992,771
전년도 대비 증가율	8.7%	-27.8%	30.1%	-4.3%	14.8%
평균 지출액 규모	11,380	10,688	13,759	12,651	13,604
전년도 대비 증가율	-1.6%	-6.1%	28.7%	-8.1%	7.5%

* 주: 매해 발표한 사회공헌비용을 기준으로 기재함

□ [중간값 추이] 2019년 기업당 사회공헌 지출비용을 규모 순으로 나열했을 때 중간값은 21억 2,100만 원으로 2018년 20억 9,400만 원보다 1.3% 증가

< 최근 5개년 사회공헌 중간값 규모 >

< 최근 5개년 사회공헌 중간값 증가율 >



* 주1: 해당항목 분석기업 기준: ('15) 255개사, ('16) 196개사, ('17) 198개사, ('18) 206개사, ('19) 220개사

* 주2: 1개사 지출규모 중간값은 분석기업을 지출규모 순으로 나열한 것의 중앙에 위치하는 수치

(3) 경영성과 대비 사회공헌 지출 비율

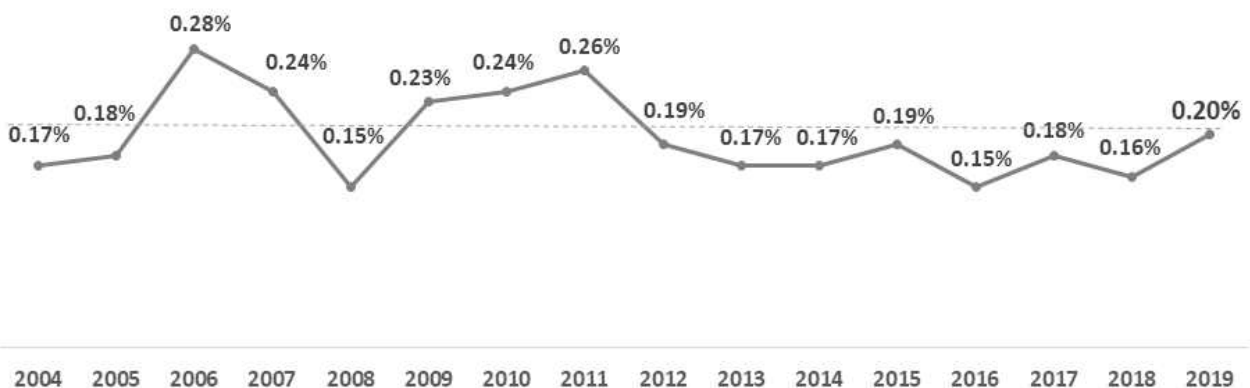
- [매출액 대비] 2019년 사회공헌활동 지출액이 전체 매출액에서 차지하는 비율은 0.2%로, 2018년도 0.16%에 비해 증가하였고 2011년 0.26% 이후 가장 높은 것으로 나타남
- 매출액 대비 사회공헌 지출 비율 분포를 보면 0.02% 미만을 사회공헌에 지출한 기업이 24.5%로 가장 많은 것으로 조사됨

< 2019 매출액 대비 사회공헌 지출 비율 분포 >

매출액 대비 사회공헌 지출 비율	1% 이상	0.5% 이상 ~ 1% 미만	0.1% 이상 ~ 0.5% 미만	0.05% 이상 ~ 0.1% 미만	0.02% 이상 ~ 0.05% 미만	0.02% 미만
기업 수(비율)	10(4.6%)	13(5.9%)	53(24.1%)	48(21.8%)	42(19.1%)	54(24.5%)

* 주 : 해당항목 분석기업 220개사 기준 : 매출액은 별도재무제표를 기준으로 하며, Kisvalue 데이터를 활용

< 연도별 매출액 대비 사회공헌 지출비율 >



* 주 : 해당항목 분석기업 기준 : ('04) 201개사, ('05) 197개사, ('06) 194개사, ('07) 205개사, ('08) 208개사, ('09) 219개사, ('10) 218개사, ('11) 222개사, ('12) 234개사, ('13) 234개사, ('14) 231개사, ('15) 255개사, ('16) 193개사, ('17) 198개사, ('18) 206개사, ('19) 220개사

- [세전이익 대비] 2019년 세전이익 대비 사회공헌 지출은 4.0%로, 2018년 1.9%에 비해 증가하였고, 2009년 4.8% 이후 가장 높은 것으로 나타남
- 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율 분포를 보면, 분석기업의 절반(50.0%)이 세전이익의 1% 이상을 사회공헌 활동에 지출해, 2018년 세전이익의 1% 이상 사회공헌 활동에 지출한 기업 비율 42.2%에 비해 7.8%p 증가
- 분석기업 220개사 중 34개사(15.5%)는 세전이익에서 적자를 기록했음에도 불구하고 사회공헌 활동을 추진한 것으로 나타남
- 세전이익 대비 사회공헌 지출이 전년에 비해 크게 증가한 이유는 분석기업들의 세전이익이 크게 감소했음에도 불구하고, 오히려 사회공헌 비용 지출은 늘었기 때문

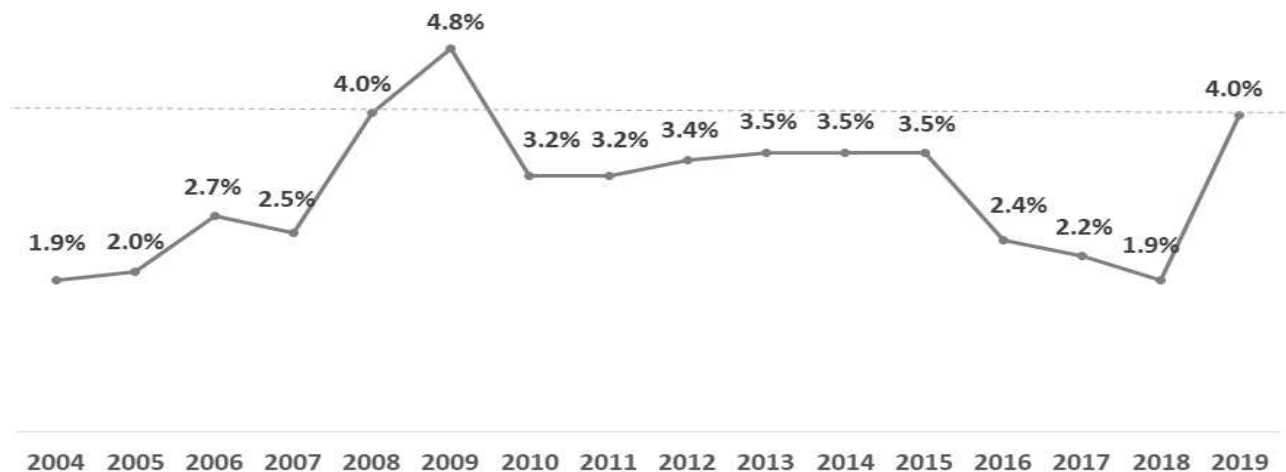
- 2019년 분석기업(220개 사)의 1개사 당 평균 세전이익은 3,424억 5,790만 원으로, 2018년 분석기업(206개사) 1개사당 평균 세전이익 6,595억 5,845만 원에 비해 48.1% 감소했으나, 1개사당 평균 사회공헌 지출액은 2018년 126억 5,077만원에서 2019년 136억 351만원으로 7.5% 증가

< 2019년 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율 분포 >

세전이익 대비 사회공헌 지출 비율	10% 이상	5% 이상 ~ 10% 미만	1% 이상 ~ 5% 미만	1% 미만	적자기업
기업 수(비율)	10(4.5%)	29(13.2%)	71(32.3%)	76(34.5%)	34(15.5%)

* 주 : 해당항목 분석기업 220개사 기준 : 세전이익은 별도재무제표를 기준으로 하며, Kisvalue 데이터를 활용

< 연도별 세전이익 대비 사회공헌 지출비율 >

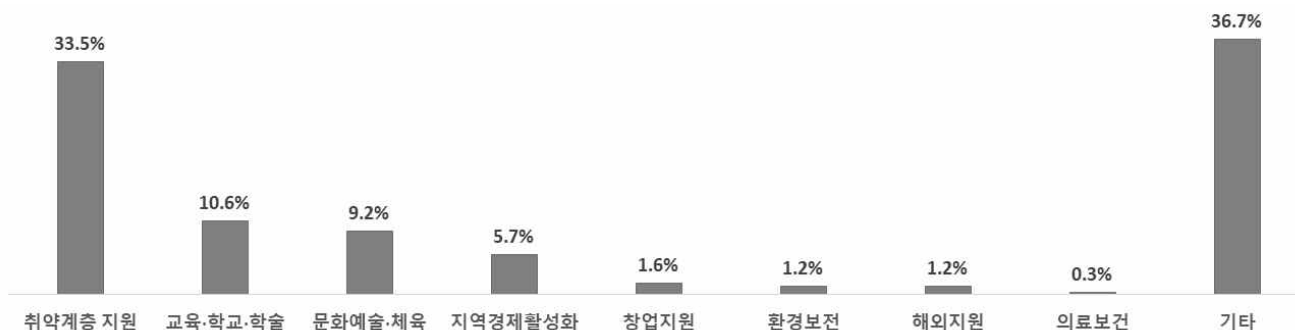


* 주 : 해당항목 분석기업 기준 : ('04) 201개사, ('05) 197개사, ('06) 194개사, ('07) 205개사, ('08) 208개사, ('09) 219개사, ('10) 218개사, ('11) 222개사, ('12) 234개사, ('13) 234개사, ('14) 231개사, ('15) 255개사, ('16) 193개사, ('17) 198개사, ('18) 206개사, ('19) 220개사

(4) 분야별 지출 현황

- 분야별 지출 현황을 보면, '취약계층 지원'에 대한 지출(33.5%)이 가장 높고, 이어서 '교육·학교·학술'(10.6%), '문화예술·체육'(9.2%), '지역경제 활성화'(5.6%) 순
- '지역경제 활성화'는 이번 조사에서 신규로 별도분석한 분야로, 지역 관광객 유치, 특산물 구입 및 전통시장 지원 등 지역 경제를 살리기 위한 활동을 활발하게 추진 중인 것으로 나타남
- '기타' 항목으로는 상생활동(동반성장, 협력사 소통 및 지원), 호국보훈 및 나라사랑 분야(군인·소방관 및 군부대 지원), 대국민 인식개선 캠페인(출산장려, 동물등록, 우울증 인식개선, 성평등, 준법정신 제고) 기타 사회단체 지원(종교, 시민단체 등) 등 다양한 부문이 포함

< 2019년 분야별 사회공헌 지출 비율 >



* 주 : 해당항목 분석기업 기준 (150개사)

< 분야별 사회공헌 지출 비율 추이 >

(단위 : %)

	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년
취약계층 지원	37.2	27.0	27.8	43.2	50.3
교육·학교·학술	35.1	23.2	24.6	20.6	17.6
문화예술 및 체육	7.4	11.2	12.6	12.3	6.6
환경 보전	1.6	2.2	1.9	1.7	1.6
해외 지원	2.3	2.2	2.4	3.2	1.5
의료 보건	2.1	6.6	5.2	4.3	3.2
기타	4.3	27.5	24.6	14.7	19.2

	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
취약계층 지원	43.8	38.3	31.7	33.9	29.5
교육·학교·학술	14.7	23.2	16.1	23.7	18.2
문화예술 및 체육	11.8	11.6	11.1	12.7	15.3
환경 보전	1.6	2.6	2.4	1.4	4.1
해외 지원	6.9	3.8	2.9	6.5	1.7
의료 보건	5.1	3.4	5.7	0.8	1.1
기타	16.0	17.2	30.2	21.0	30.1

	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
취약계층 지원	33.5	41.2	31.3	37.6	33.5
교육·학교·학술	17.5	21.9	13.1	14.7	10.6
문화예술 및 체육	16.4	20.5	21.6	11.0	9.2
환경 보전	3.7	1.2	1.3	0.9	1.2
해외 지원	1.3	3.0	1.9	1.5	1.2
의료 보건	1.6	0.4	9.4	0.4	0.3
기타	26.0	11.8	21.4	23.0	36.7
창업지원(2018년 신규)	-	-	-	10.9	1.6
지역경제 활성화(신규)					5.7

2. 사회공헌 프로그램 현황

(1) 대표 사회공헌 프로그램 - 대상, 지속 기간 및 UN SDGs²⁾와의 연계

□ [사업대상] 응답기업이 작성한 자사 대표 프로그램의 대상으로는 ‘아동·청소년’이 36.0%로 가장 많았으며, 이어 ‘지역사회 발전’이 12.9%로 조사됨

- 지역사회 발전을 대상으로 한 프로그램의 비중이 아동·청소년 대상 프로그램에 이어 2번째로 높은 것으로 나타나며 특정 대상보다는 지역 사회 전반에 영향을 끼칠 수 있는 사회공헌 프로그램을 추진하는 사례가 증가
- 전년 조사에서는 ‘지역사회 발전’을 대상으로 한 프로그램이 ‘아동·청소년’, ‘장애인’, ‘노인’ 대상에 이어 네 번째였으나, 올해 조사에서는 ‘아동·청소년’에 이어 두 번째로 많은 것으로 나타남
- 환경에 대한 관심이 높아지면서, 미세먼지 저감 사업· 주변 환경 미화· 업사이클링(재활용) 등 환경을 대상으로 한 프로그램 비중(8.6%)이 전년(5.6%)에 비해 증가

< 대표 사회공헌 프로그램 사업 대상 >

구분	아동·청소년	지역사회	장애인	노인	환경	다문화가정	청년	여성	퇴직자·중장년	기타
비율	36.0%	12.9%	9.7%	9.1%	8.6%	5.4%	4.3%	3.8%	1.1%	9.1%

* 주: 대표 프로그램 112개 기준, 중복응답 포함

□ [추진기간] 대표 프로그램의 평균 나이는 9.3세로 나타났으며, 10년 이상 지속되고 있는 프로그램은 28.2%, 5년 이상 지속되고 있는 프로그램도 60.9%에 달함

< 대표 사회공헌 프로그램 사업 추진기간 >

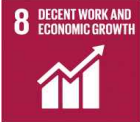
구분	1~5년	6~10년	11~15년	15년 이상
비율	39.1%	32.7%	16.4%	11.8%

* 주: 대표 프로그램 110개 기준

□ [UN SDGs와의 연계성] 주요 기업들은 UN SDGs의 17개 주요 목표 중 ‘건강과 복지(Goal 3)’에 부합하는 사회공헌 프로그램을 가장 많이 추진(19.2%)하고 있으며, 뒤이어 ‘양질의 교육(Goal 4)’(15.5%), ‘불평등 완화(Goal 10)’(12.2%) 순으로 나타남

2) UN SDGs(Sustainable Development Goals, 지속가능발전목표): 2015년 9월 UN(국제연합)총회에서 채택된 사회·환경·경제 분야 의제로, 2030년까지 지속가능한 발전을 위해 달성해야 할 인류 공동의 17개 목표 및 169개 세부목표 제시

< 대표 사회공헌 프로그램과 UN SDGs 세부목표 간 연계 비율 >

 Goal 1. 빈곤의 종식	9.4%	 Goal 7. 지속가능한 에너지	1.4%	 Goal 13. 기후행동	2.3%
 Goal 2. 기아의 종식	4.7%	 Goal 8. 양질의 일자리와 경제성장	4.2%	 Goal 14. 해양 생태계 보호	1.9%
 Goal 3. 건강과 복지	19.2%	 Goal 9. 혁신과 인프라 구축	1.9%	 Goal 15. 육상 생태계 보호	4.7%
 Goal 4. 양질의 교육	15.5%	 Goal 10. 불평등 완화	12.2%	 Goal 16. 평화, 정의 및 제도 구축	0.9%
 Goal 5. 성평등	1.9%	 Goal 11. 지속가능한 도시 및 거주지 조성	9.9%	 Goal 17. 목표 달성을 위한 파트너십	2.3%
 Goal 6. 깨끗한 물과 위생	4.2%	 Goal 12. 책임있는 소비와 생산	3.3%		

* 주1: 213개 항목 기준, 중복응답 포함. 대부분의 프로그램은 여러 가지 목표를 동시에 다룸

* 주2: 예시는 응답기업 작성내용에 기초해 대표적인 한 가지만 명기

참 고

- 주요 기업들은 글로벌 기업시민으로서 UN SDGs의 이행에 동참하기 위해 지속가능경영 보고서· 홈페이지 등 채널에서 UN SDGs 와의 연계성을 구체적으로 명시하고 있음
- 분석대상 기업 지속가능경영보고서 87개 중 74개(85.1%)가 UN SDGs 연계성을 구체적으로 명기
- 자사의 지속가능경영보고서와 공시자료, 홈페이지 등에 UN SDGs와의 연계성을 직접 밝히지 않은 기업도 대부분 SDGs의 가치를 내포하고 있음

(2) 대표 사회공헌 프로그램 - 특징과 사례

- [특징] 주요 기업들의 최근 사회공헌 프로그램 특징은 ‘NEW 5W1H’로, 프로그램 주체(회사→기업), 수행 시기(근무·여가시간 활용), 대상(취약계층→사회 전반), 내용(현물→무형적 가치)의 변화, 그리고 방법과 목적의 다양화 경향

구 분		내 용
Who	주체	임직원이 직접 기획하고 주도, 비임직원이 참여하는 프로그램 다수
When	시기	따로 시간을 내지 않고도 근무시간 활용하거나 시간과 장소에 구애받지 않는 형태 증가
to Whom	대상	취약계층·복지 사각지대 외에도 특정 계층이 아닌 지역사회 전반 등 대상 확대
What	내용	현물 기부에서 벗어나, 노하우 전수·체험기회 제공·인식개선 등 무형적 가치의 나눔
How	방법	기업이 보유한 인프라 활용, 온라인 플랫폼·디지털 기술 접목, 관련 기관과 협업
Why	목적	취약계층 지원이라는 기존 목표를 넘어 사회문제 해결·사회발전을 목표로 한 프로그램 증가

- [Who : 주체] 기업 주도 활동에서 벗어나 임직원이 직접 기획하고 주도하는 사례가 많아졌으며, 임직원뿐만 아니라 임직원 가족, 대학생, 지역주민 등 사회 구성원이 같이 참여하는 프로그램도 다수

Who : 임직원 주도 / 비 임직원 참여

<교보증권> ‘드림이 정기봉사활동’

- (목적) 임직원 봉사활동을 촉진하기 위해 임직원이 자율적으로 봉사주제를 선정해 봉사
- (내용) 임직원이 거주지역을 고려해 권역별로 지정복지단체를 선정, 개인이 희망하는 봉사 주제와 일정을 그룹웨어를 통해 자유롭게 신청하여 봉사활동 실시

<카카오> ‘다가치행동’

- (목적) 임직원의 자발적인 사회 참여 활동을 지원
- (내용) 임직원이 기획부터 실행까지 스스로가 만들어가며 회사는 실비 지원과 교육 프로그램, 봉사 연결을 지원

<한국가스공사> 온누리펀드 조성

- (목적) 임직원의 자발적인 참여를 촉진하기 위한 프로그램
- (내용) 임직원의 자발적 급여공제를 통한 온누리펀드를 조성하고, 임직원 설문조사로 사회공헌사업 선정 및 추진

<E1> ‘희망충전 봉사단’

- (목적) 임직원이 참여하는 봉사활동이 1회성 활동이 아닌 지속적이고 실질적으로 도움이 되도록 하기 위함
- (내용) 임직원이 팀단위로 기존 E1 사회공헌 프로그램을 통해 인연을 맺은 복지시설과 자매결연을 맺고 기관에서 원하는 활동을 사전에 파악 후 봉사활동에 참여하여 실질적인 도움이 되는 봉사 추진

<미래에셋대우> ‘우리가 만드는 숨쉬는 지구’

- (목적) 임직원 가족과 함께하는 지역사회 환경문제 해결 및 환경 인식 제고
- (내용) 한강공원 부지를 입양해 주기적으로 해당 부지에 임직원과 임직원가족이 참여해 나무심기 및 숲 가꾸기 활동을 하고, 행사 참석자는 개인 텀블러를 소지하는 등 플라스틱 프리 캠페인도 진행

<한국토요타자동차> ‘토요타 주말농부’

- (목적) 친환경 농업에 관심있는 사람 누구나 참여해 친환경라이프스타일 경험 및 나눔활동 체험기회 제공
- (내용) 관심있는 일반인 누구나 참여하여 농약을 쓰지 않는 친환경 농업으로 텃밭을 가꾸고 농작물을 사회 복지법인에 기부하며, 다양한 체험 활동을 할 수 있는 사회공헌 프로그램

<신한금융투자> ‘따뜻한 나눔 활동’

- (목적) 회사 차원에서 체계적이고 통합적인 사회공헌활동 추진해 나눔문화 확산 및 사회적 기업으로서의 이미지 제고
- (내용) CEO를 단장으로 하여 시민단체와 연계한 ‘열심히 봉사단’, 임직원 자녀가 함께하는 ‘주니어 봉사단’, 매년 그룹사 임직원 모두가 참여하는 자원봉사대축제 개최 통해 임직원 및 가족의 나눔 실천

<삼천리> ‘Clean Day’

- (목적) 임직원, 가족, 시민들이 모두 함께 어우러져 깨끗한 자연을 보존하고 나눔의 가치 실현
- (내용) 시화방조제, 청량산, 오산천, 지역공원 등 여러 지역에서 임직원, 가족, 시민들이 누구나 참여할 수 있는 쓰레기 줍기 환경정화활동, 식목활동, 산불예방캠페인 등 다채로운 활동 진행

<한화생명> ‘해피프렌즈’

- (목적) 청소년들에게 봉사활동의 기회를 제공하고 지역사회 문제해결 능력을 함양할 수 있도록 함
- (내용) 한화생명 해피프렌즈 청소년 봉사단을 발족해 고등학생들이 각 지역에서 다양한 봉사활동을 경험할 수 있도록 지원하고, 방학 중에는 공익 캠페인 참여를 통해 건강한 사회 건설에 앞장설 수 있도록 함

- **[When : 시기]** 사회공헌 활동을 위해 따로 시간을 내지 않고도 근무시간, 가족과의 여가 시간 활용, 시간과 장소에 구애받지 않고 어디서든 할 수 있는 사회공헌 프로그램 증가

When : 근무·여가시간 활용 / 언제든 참여

<농심> 주중 봉사활동과 유급 의무봉사제

- (목적) 봉사활동을 위해 따로 시간을 내기 부담스러운 임직원을 위해 주중 봉사활동 및 유급 봉사활동제 시행
- (내용) 주말에 문을 닫는 시설이 많아 봉사할 곳을 찾기 어렵고 주말 봉사를 부담스러워하는 임직원의 봉사활동 참여도를 높이기 위해 주중 4시간 의무적으로 봉사활동을 실시하되, 유급 처리하여 봉사활동 참여도 제고

<ABL생명보험> ‘Make a Donation’

- (목적) 사내 나눔 문화 확산을 위해 정기적 사내 기부 프로그램 운영
- (내용) 국내 여러 사회복지기관과 파트너십을 맺고 다양한 프로그램 전개. 임직원과 설계사는 이 중 원하는 프로그램을 선택해 매월 급여의 일정 금액을 기부하고, 회사도 동일한 금액을 1:1 매칭해 지원

<MetLife생명> ‘MetLife Walk to Help’

- (목적) 지역에 상관없이 누구나 손쉽게 참여하고, 건강증진과 재미를 함께 잡을 수 있도록 설계
- (내용) 임직원·고객 모두 참여할 수 있는 모바일 걷기 기부 앱을 통해 목표 걸음수를 채우면 일정 금액을 기업 재단에서 기부. 참여 독려를 위한 워킹 챌린지와 Zoom 프로그램을 통한 라이브 프로그램을 진행해 각자의 위치에서 실시간으로 함께 걷는 현장을 공유하며 소통

<GS칼텍스> ‘우리동네봉사단’

- (목적) 접근성이 좋은 곳에서 원하는 시간을 활용해 가족과 함께 봉사활동에 참여할 수 있도록 설계
- (내용) 서울 지역을 6개 권역으로 분할, 각 권역별로 복지기관을 지정해 임직원이 가족과 함께 원하는 시간에 원하는 권역에서 봉사활동에 참여할 수 있도록 함

<LG전자> ‘기부식단’

- (목적) 사내 기부문화가 확산되도록 임직원이 생활 속에서 손쉽게 기부활동에 참여할 수 있도록 기획
- (내용) 생활 속의 작은 관심을 통해 손쉽게 기부를 실천할 수 있도록 짝수달에 한 번씩 기부식단을 운영하며, 임직원이 기부식단을 선택하면 절감된 반찬금액만큼 기부금으로 조성되어 사회공헌 활동에 사용됨

- [to Whom : 대상] 소외되는 계층이 발생하지 않도록 도움이 필요한 취약계층 및 복지 사각지대를 대상으로 진행, 특정 계층이 아닌 지역사회 전반을 대상으로 한 프로그램도 증가

to Whom : 사회공헌 대상 다양화

<대성산업> ‘홀트와 함께하는 크리스마스 파티’

- (목적) 연말연시 따뜻한 관심이 필요한 분들에게 위로와 희망의 메시지를 전달
- (내용) 임직원이 연말연시 홀트 복지타운을 방문해 홀트 가족들과 음식과 선물을 나누며 크리스마스 행사를 함께 함

<세아베스틸> ‘세아 러브하우스’

- (목적) 취약계층 아동과 청소년의 학업 증진에 기여
- (내용) 매월 취약계층 가구를 선정해 공부방 도배, 장판을 교체하고 책상 및 책장 등 공부에 필요한 물품 지원

<KB생명보험> 사회복지종사자 자녀를 위한 장학금 지원

- (목적) 취약계층의 삶의 질 향상을 위해 힘쓰는 사회복지시설 종사자의 처우 개선
- (내용) 사회복지시설 종사자들의 실질적 처우 개선 및 복지증진을 꾀하고, 직업만족도를 높이기 위해 사회복지시설 종사자 자녀들에 대한 장학금 지원

<부영그룹> 국내로 유학 온 외국인 유학생 지원

- (목적) 국내로 유학 온 외국인 유학생을 지원해 글로벌 인재 육성 및 민간 외교 수행
- (내용) 국내에 유학중인 외국인 유학생 대상 학비 보조 등 장학사업 추진

<대보건설> ‘서원밸리 자선 그린 콘서트’

- (목적) 골프장 개방을 통해 지역주민에 문화향유 기회 제공 및 지역경제 활성화 기여
- (내용) 골프장을 무료 개방하여 자선콘서트와 자선바자회를 개최하여 지역민들에 문화 향유 기회 제공, 행사당일 방문자 집객으로 지역경제 활성화에 기여. 바자회 수익금은 지역 복지단체에 기부

<롯데칠성음료> ‘별 내리는 숲’ & ‘처음처럼 숲’

- (목적) 미세먼지 저감 및 지역주민이 향유할 수 있는 숲 조성, 산불피해지 복원을 위한 숲 조성
- (내용) ‘별 내리는 숲’: 미세먼지를 저감하고 시민들이 누릴 수 있는 도시 숲을 조성해 지역주민의 삶의 질 향상, ‘처음처럼 숲’: 강원도 산불 피해 지역에 복원을 위해 숲 조성

<현대자동차> 페트라 세계문화유산 보존 활동

- (목적) 세계 문화유산 보존 및 지역경제 활성화를 위한 활동
- (내용) 세계문화유산인 페트라 지역의 보존과 지역경제 활성화를 위해 유적지 내 무료 와이파이 설치, 관광 안내판 개선, 관광안내 앱 개발, 안내지도 배포, 친환경 전기버스 도입 등 관광 경쟁력 향상을 위한 활동 전개

<SK하이닉스> 지역사회 소방안전 문화 활성화 사업

- (목적) 지역사회의 소방안전 문화 활성화를 위해 다양한 지역사회 지원 활동
- (내용) 화재 취약 계층에 대한 소화기, 단독 경보기, 표식물 등의 물품지원과 초등학교 대상 안전체험교육 실시하고 지역 소방서와 연계해 안전 및 소방점검 실시

- [What : 내용] 단순한 현물 기부에서 벗어나, 노하우 전수·인식개선·체험기회 제공 등 무형적 가치를 나눌 수 있는 프로그램 추진 중

What : 무형적 가치의 나눔

<(주)한화> ‘한화 미래로 과학나라’

- (목적) 소외계층 아동 대상 과학 분야 활동 기회 제공해 아동의 자신감 고취, 임직원 자녀가 다니는 학

교 대상 과학교실 운영해 임직원의 봉사활동 참여의욕 향상 및 임직원과 자녀 간 유대관계 강화

- (내용) ‘SW 과학교육’ : 한부모·조손·저소득·차상위 가정 아동을 대상으로 SW 과학교육 진행, ‘찾아가는 과학교실’ : 임직원 자녀의 학교에서 이공계 임직원이 강사가 되어 재능기부

<두산인프라코어> ‘드림스쿨’

- (목적) 청소년의 꿈을 응원하고 문제해결능력 향상을 위해 임직원 멘토링 등 다양한 프로그램 제공
- (내용) 중고등학생을 대상으로 여름캠프, 임직원이 멘토로 참가하여 멘토링, 드림스쿨 선배들을 만나는 홈커밍데이, 꿈을 찾고 문제해결능력을 향상시킬 수 있는 다양한 기회를 제공

<삼성SDI> ‘푸른별 환경학교’

- (목적) 체험학습 기회가 부족한 미래 주역들에게 환경보호와 에너지 활용의 중요성을 알 수 있는 체험 기회 제공
- (내용) 경제적·지역적 한계 때문에 체험학습 장소가 부족한 사업장 인근 도서, 벽지, 산간지역 초등학교 대상으로 임직원이 교사로 참여해 신재생에너지 교육, 지구 온난화 체험, 친환경 이동수단 체험 등 다양한 활동 제공

<CJ CGV> ‘두근두근 영화학교’

- (목적) 청소년들의 창의·인성 함양에 이바지하고 올바르게 성장할 수 있도록 교육기회 제공
- (내용) 각 지역 극장에서 영화콘텐츠를 접목한 교육을 통해 다양한 주제를 흥미롭게 접할 수 있는 진로 체험 기회 제공, 영화에 등장하는 직업인·영화제작인·영화 관련 전문가 특강 진행

<솔브레인홀딩스> ‘행복나눔식탁’

- (목적) 지역아동센터 어린이, 청소년들과 함께 행복과 나눔의 가치 실현
- (내용) 그룹홈 가정과 지역아동센터 아동들을 주기적으로 이탈리아 레스토랑에 초청해 식사를 함께하고 호혜적인 관계를 형성하여 정서적 교감을 나눔

<종근당> ‘종근당 예술지상’

- (목적) 작품 홍보를 하기 어려운 유망한 신진작가들의 창작활동을 지원하고 전시 개최기회를 제공
- (내용) 유망한 신진작가를 발굴해 창작지원금 지원하고 전시 개최의 기회 제공하며, 작가들 간 네트워크를 쌓을 수 있도록 워크숍을 진행해 향후 신진 작가들이 다양한 분야에서 활동할 수 있는 발판을 놓아줌

<롯데백화점> ‘리조이스 캠페인’

- (목적) 우울증 인식개선 및 예방
- (내용) 현대인이 많이 겪고 있는 우울증이 단순히 개인의 문제를 넘어 사회가 같이 해결해야 할 문제라는 데 인식을 같이하고, 임직원 대상이었던 프로그램을 일반인 대상으로 확대해 고객 초청 힐링 프로그램 운영

- [How : 방법] 기업이 가지고 있는 인프라를 활용하거나, 온라인 플랫폼(SNS, 기부플랫폼 등) 활용 또는 디지털 기술을 활용하여 콘텐츠 마련, 관련 단체·기관·동종 업계와 협업하여 프로그램을 추진하는 사례도 증가

How : 추진방법 다양화

<현대엔지니어링> ‘디딤돌 하우스’

- (목적) 주거취약계층 대상 주거복지 향상부터 자립까지 지원하는 통합 프로젝트
- (내용) 건설기업으로서의 업역과 역량을 반영하여 쪽방촌 주민들이 저가의 월세로 지낼 수 있는 주거공간을 제공하고 리모델링을 통해 열악한 거주환경 개선. 지자체와 협약을 맺고 사회적기업과 협업

<현대오일뱅크> ‘K리그 드림 어시스트’

- (목적) K리그 공식후원사로서의 위치를 활용하여 축구 유망주 육성 및 사회공헌 추진
- (내용) K리그 공식후원사로서 한국프로축구연맹, 대한축구협회축구사랑나눔재단과 협업하여, K리그 전·현직 선수들과 축구선수를 지망하는 저소득가정 청소년의 정기적인 1:1 멘토링 활동 지원

<신한은행> 디지털 채널을 활용한 금융교육 플랫폼 구축

- (목적) 디지털 기반 교육 프로그램을 도입해 금융교육이 필요한 대상자들에게 효과적으로 전달
- (내용) AR/VR 기술을 활용하여 금융교육 콘텐츠를 제작하여 어린이·청소년에게 제공하고, 유튜브 채널을 활용한 온라인 금융교육센터를 오픈해 개별 맞춤형 콘텐츠를 제공해 효과적인 금융교육 실천

<삼성엔지니어링> ‘주니어 엔지니어링 아카데미’

- (목적) 기업 특성을 활용해 청소년의 공학에 대한 흥미를 높이고자 함
- (내용) 엔지니어링업의 특성을 활용해 수처리, 석유화학 에너지, 신재생 에너지 등 공학에 대한 흥미를 높이고자 마련된 청소년 교육 프로그램. 세계 청소년을 초청해 환경 및 공학에 대한 진로탐색 기회 제공. 해외에서는 임직원들이 직접 방문해 에너지 원리 등을 설명해주는 ‘찾아가는 엔지니어링 아카데미’로 운영

<삼성전자> ‘삼성 스마트스쿨’

- (목적) 디지털 교육이 부족한 전 세계 학생들에게 자사의 디바이스와 콘텐츠를 활용한 디지털 교육경험 기회 제공
- (내용) 정보접근성이 낮고 디지털 교육이 부족한 전세계 학생들에게 삼성전자의 디바이스와 콘텐츠를 기반으로 한 디지털 교육 제공

<세방전지> ‘벼룩시장’

- (목적) 임직원의 사회공헌에 대한 관심과 참여를 높여 자연스러운 사내 기부 문화 정착 유도
- (내용) 중고물품 구매 전용 홈페이지를 통해 임직원이 자유롭게 물품을 사고팔며 물품 판매 대금을 전액 기부하고, 기부처는 각 지역에 위치한 지사에서 지역사회 내에서 자율적으로 선정해, 지역경제 활성화에도 기여

<농심> ‘백산수 백혈병 환자 지원’

- (목적) 생산 제품을 활용하고, 관련 단체와 협업해 소아암 환아들을 지원
- (내용) 한국백혈병소아암협회와 협업하여 자사 생산 제품인 생수를 위생적인 물이 필요한 소아암 환아 가정에서 지원하고, 한국백혈병소아암협회 행사를 지원

<유안타증권> 금융투자업계 공동 사회공헌 행사 ‘사랑의 김치 페어’

- (목적) 금융투자업계 공동 사회공헌 행사 참여를 통해 임직원의 사회공헌 인식 고취
- (내용) 금융투자업계가 공동으로 매년 진행하는 김장행사에 임직원이 자발적으로 참여해 복지시설에 기부

- [Why : 목적] 취약계층 지원처럼 사각 지대를 없애고 불평등을 해소하는 전통적 목표와 더불어, 미세먼지 등 환경문제 해결·역량있는 창업가 발굴 등 사회문제를 해결하고 더 나아가 사회 발전을 목표로 한 프로그램 증가

Why : 사회문제 해결 및 발전 추구

<GS칼텍스> ‘마음톡톡 예술치유 프로그램’

- (목적) 아동·청소년의 심리정서 치유 활동을 통해 학교폭력과 같은 사회문제 해결
- (내용) 아동·청소년의 정서적 건강을 위해 행하던 ‘마음톡톡’ 사업을 교육부와 협약으로 사업 범위를 넓히고, 집단예술치유, 교실힐링, 학교폭력 피해학생 대상 예술치료 프로그램을 통해 학생들의 정서적 안정을 도모

<카카오> ‘100up’

- (목적) 누구나 문제를 발견하고 문제 해결자가 될 수 있도록 문제정의 역량을 높일 수 있는 프로그램
- (내용) 문제해결을 시작하는 사람들이 손쉽게 체계적으로 문제 정의를 할 수 있도록 돕기 위해 문제정의 툴킷 제작·보급하고 이를 활용한 워크숍 진행. 파트너십을 통해 다양한 팀들의 문제정의 활동을 지원

<DB손해보험> ‘엘로카펫 캠페인’

- (목적) 어린이 교통사고 예방 및 어린이 교통안전 중요성 환기
- (내용) 어린이보호구역 횡단보도 신호대기공간을 노란색으로 구획화하는 ‘엘로카펫’을 매년 100개소 이상 설치. 해당 프로그램의 효과를 검증하기 위해 전문기관에 연구를 의뢰하고 긍정적 결과를 바탕으로 정부의

지원을 받아 설치를 확대하고, 관련 부처와 협약을 맺어 협력하기로 함

<한화손해보험> ‘아이즈업(Eyes up!)’ 보행안전 교육

- (목적) 스마트폰 사용 부주의로 인한 보행 중 안전사고 예방
- (내용) 어린이들이 보행 중 스마트폰 등 전자기기를 사용하여 발생할 수 있는 부주의 사고를 예방하기 위해 올바른 보행습관을 습득할 수 있도록 하는 체험형 보행안전 프로그램

<한솔섬유> ‘Water Desalination System’

- (목적) 기후변화로 인한 지역 가뭄 및 해수 침입 문제 해결
- (내용) 해외공장이 위치한 베트남 벤제 주 지역의 주기적인 가뭄과 해수 침입 문제를 해결하기 위해 해수 담수화 시스템을 설치해 지역 주민에게 깨끗한 식수 공급

<포스코건설> ‘One & One’

- (목적) 지역사회 저출산 문제 해소 및 아이 기르기 좋은 환경 조성
- (내용) 부서와 지역아동센터 간 1:1 결연을 통해 임직원이 센터를 방문해 맞벌이 부부·한부모 가정 등 방과 후 돌봄이 필요한 아이들에게 요리, 보드게임, 스포츠 등 맞춤형 프로그램을 제공

<S-Oil> 멸종위기 천연기념물 지킴이 캠페인

- (목적) 멸종위기 천연기념물의 보호를 통한 자연유산 보전에 기여
- (내용) 보호종 관련 전문단체의 연구·보호활동을 후원하고, ‘대학생 천연기념물 지킴이단’을 운영해 발대식·캠프, ‘어린이 천연기념물 교실’에서 보호종 관련 생태교육 실시, 천연기념물 보호 관련 임직원 자원봉사활동 실시

<포스코> 클린오션 봉사단, 바다숲 조성

- (목적) 해양환경 개선 및 해양 수자원 보전
- (내용) 포스코 내 스킨스쿠버 동호회원 중심으로 클린오션 봉사단을 구성해 제철소 인근 바다에서 수중정화 활동 진행. 또한 그룹 산하 연구기관과 함께 철강 제조 과정에서 생성되는 부산물인 철강슬래그를 재료로 한 인공어초를 개발하고 바다숲 조성에 기여

<유한킴벌리> ‘우리강산 푸르게 푸르게’

- (목적) 기후변화 대응, 건강한 숲 홍보
- (내용) 최초의 숲환경 공익캠페인으로 공유지에 나무를 심고 가꾸는 사업으로, 고교생 대상 ‘그린캠프’, ‘신혼부부와 함께 나무심기’, ‘아름다운 숲 발굴 프로젝트’, 시니어 대상 ‘귀산촌 프로그램’ 등 다양한 프로그램도 함께 운영

* 주 : 응답기업 작성 내용에 기초하였으며, 보완이 필요한 부분이나 사례는 공시 보고서 등을 참조

(3) 신규 사회공헌 프로그램

- [사업대상] 2018년 이후 신규 론칭된 사회공헌 프로젝트 97개(76개사) 분석 결과, ‘아동·청소년’ 분야가 30.9%로 가장 많았으며, 이어 ‘장애인’ 분야가 12.9%, ‘환경’과 ‘지역사회 발전’ 분야가 각각 10.8%로 조사됨

< 신규 사회공헌 프로그램 사업 대상 >

구분	아동·청소년	장애인	환경	지역사회	청년	노인	다문화가정	여성	퇴직자·중장년	기타
비율	33.8%	12.9%	10.8%	10.8%	7.9%	5.8%	5.8%	4.3%	2.2%	5.8%

* 주: 신규 프로그램 97개 기준, 중복응답 포함

- 기존 프로그램들처럼 신규 프로그램 역시 아동·청소년을 대상으로 한 프로그램이 가장 많은 가운데 환경·지역사회·일자리 등 사회 전반에 고루 영향을 끼칠 수 있는 프로그램이 신규 론칭
- [특징 및 사례] 단순 기부나 일회성 지원에 그치는 것이 아니라, 임직원 참여형 또는 소속 그룹 및 기업 특성·인프라를 활용한 프로그램들이 신규 론칭

아동·청소년

<롯데칠성음료> 실종아동 찾기 ‘그린리본캠페인’

- (목적) 기업의 기존 인프라를 활용해 ‘실종 아동 찾기’ 라는 사회 문제 해결
- (내용) 실종아동 전문기관과 협약을 맺고 롯데칠성음료가 既 보유한 유통 인프라 활용, 운행 중인 물류 차량에 실종 아동 찾기 판넬을 부착하고 실종아동 찾기 캠페인 전개

<한화생명보험> ‘맘스케어 - 허그 토이’

- (목적) 무연고 시설의 36개월 미만 아동의 정서적 안정을 위한 캠페인 진행
- (내용) 기존 사회공헌 프로그램인 ‘맘스케어’의 연장 선상으로, 엄마소리를 탑재한 허그토이를 제작해 전국 시설아동에 보급. 임직원이 심장소리를 기부하고 허그토이 제작에 직접 참여

<금호타이어> 어린이 교통안전 교육

- (목적) 아동 대상 교통안전에 대한 올바른 정보 전달 및 경각심 고취
- (내용) 어린이들이 교통안전에 대한 지식을 쌓을 수 있는 프로그램, 학습키트 제공 및 온라인 학습동영상 제공

<여천NCC> 여주시 지역 청소년 석유화학 기초원리 교육

- (목적) 지역 청소년에 대해 석유화학 기초원리와 환경에 대한 지식 나눔
- (내용) 임직원의 자발적 재능기부 형태로 지역 청소년에게 석유화학 원리 교육 및 학습활동 지원

<SBI저축은행> ‘희망나눔 글로벌 원정대’

- (목적) 해외 소외계층 아이들을 위한 사회공헌 활동
- (내용) 임직원 봉사단을 구성해 해외 열악한 환경의 아동 및 시설 대상으로 봉사활동 실시

<아이에스동서> 교복지원 장학사업

- (목적) 저소득층 학생의 교복 구입 부담 경감
- (내용) 교복 지원을 위한 장학금을 기탁하여 저소득층 장학생 교복 지원

<롯데홈쇼핑> 취약계층 아동 면마스크 기부 캠페인

- (목적) 취약계층 아동의 마스크 구입 부담 경감

- (내용) 코로나19 예방을 위한 마스크를 구입하는데 어려움을 겪고 있는 취약계층 아동들을 위해, 고객이 1개의 물건을 구매할 때마다 1개의 면마스크가 취약계층 아동들에게 기부되도록 기획

<하림> ‘아침머꼬’

- (목적) 아침을 굶는 아동을 위한 아침식사 지원
- (내용) 아침식사가 필요한 아동 대상 조식 및 조식 공간 지원

장애인

<효성그룹> 장애아동의 비장애형제 나들이

- (목적) 복지의 사각지대에 놓여있는 장애 어린이의 비장애 형제 지원
- (내용) 가정과 사회의 지원에서 소외되기 쉬운 장애 어린이의 비장애 형제 대상 사회공헌 프로그램으로, 비장애형제의 나들이 활동 지원, 심리치료, 교육지원을 통해 비장애형제의 어려움을 보듬음

<신한금융투자> ‘편견을 깨는 라퐼텐 베이커리’

- (목적) 정신장애인에 대한 인식 개선 및 장애인과 비장애인의 소통의 자리 마련
- (내용) 장애인과 비장애인이 함께하는 일일 베이킹 프로그램 체험교실 및 인식개선 강의를 통해 장애인에게는 자신감을, 비장애인에게는 장애인에 대한 편견을 없애는 소통의 기회 제공

<CJ CGV> ‘가치봄’ 공동운영

- (목적) 장애인의 문화향유권 확대를 위해 장애인의 극장관람 브랜드 ‘가치봄’ 브랜드화
- (내용) 시청각장애인을 위해 매월 한글자막/화면해설 영화를 정기 상영해오던 기존 사회공헌 프로그램을 사회적 임팩트 확산을 위해 공공기관-타기업-장애인단체와 함께 공동 운영하는 공동 브랜드 ‘가치봄’으로 확대 론칭하고 공공자산화 진행

<포스코ICT> 장애인 유튜브 크리에이터 양성 교실

- (목적) 신개념 장애인의 일자리 창출
- (내용) 유튜브를 꿈꾸는 장애인들을 대상으로 유튜브 크리에이터 양성 과정을 개설해 전문적인 양성 교육을 실시하고 촬영에 필요한 시설 대관 지원 및 장애인 유튜브 크리에이터 콘텐츠 공모전 개최

<메트라이프생명> 시각장애 아동을 위한 특별한 도서 만들기

- (목적) 어디서든 원할 때 참여 가능하도록 비대면 형식의 장애인 대상 사회공헌 프로그램
- (내용) 임직원들이 ‘특별한 도서(시각장애아동을 위한 촉각, 점자, 큰글자, 음성 학습도서) 키트’를 원하는 곳으로 배송 받은 후 만들어 시각장애학교 및 장애인복지관에 기부

<한국가스공사> 장애인 시설에 친환경 수소차량 구매 지원

- (목적) 장애인들의 이동편의성을 확보하고, 저탄소형 친환경차량 제공으로 지역 환경문제에 대응
- (내용) 장애인 시설에 저탄소형 친환경 수소차량 구매를 지원해, 대중교통수단 이용이 불편한 장애인의 이동권을 보장하고 친환경차 보급으로 온실가스 감축 및 미세먼지 저감에 기여

<현대해상화재보험> ‘마음섬표’

- (목적) 장애아동과 보호자의 심리적 안정 및 삶의 질 개선 지원
- (내용) 장애아동 대상 어플리케이션을 통한 1:1 돌봄 제공, 전문 교사를 초빙해 놀이교실 운영

<OCI> ‘드림앙상블’

- (목적) 장애인들에게 안정적 일자리를 제공하고, 사회적 가치 창출에 기여
- (내용) 발달장애인 연주자들로 구성된 클래식연주단 ‘드림앙상블’을 운영해 다양한 공연의 기회 제공

<포스코> ‘만남이 예술이 되다’

- (목적) 장애 예술인의 대중화 및 장애인 자립 지원
- (내용) 장애 예술인과 유명 유튜버가 콜라보 작업 진행, 장애 예술인의 스토리 영상을 제작해 포스코 및 나눔재단 홈페이지에 게시하여 장애예술인에 대한 홍보와 장애 예술인의 활동 저변 확대

환경

<BGF리테일> ‘줍킹’

- (목적) 환경 보호와 트레킹을 접목하여 재미있는 환경 봉사활동 기획
- (내용) 임직원 및 가맹주, 가족들이 즐겁게 참여할 수 있는 친환경 봉사활동으로, 쓰레기도 줍고 트레킹도 하자는 의미의 탐방형 환경정화 캠페인. 지역을 구분하지 않고 원하는 시간과 장소에서 개별적으로 참여

<솔브레인홀딩스> ‘퍼펙트 그린데이’

- (목적) 미세먼지 등 사회적 환경문제를 해결하기 위해 임직원이 참여하는 참여형 활동 기획
- (내용) 창립기념행사로 임직원이 함께하는 나무 식재 행사를 개최해, 미세먼지 등 환경문제에 대응하고 임직원 대상 환경문제에 대한 주의와 관심을 환기

<한국동서발전> ‘EWP 에너지 1004’

- (목적) 에너지절약 행동 기부를 통해 복지시설 및 사회적 약자 태양광발전설비 지원
- (내용) 에너지 절약활동 인증샷을 SNS에 공유해 일정량 이상이 모이거나, 걸을 때마다 기부포인트가 쌓이는 어플리케이션을 활용하여 지역주민의 걸음기부를 통해 복지시설 태양광 발전설비 설치 지원

<한미약품> ‘녹색한미 캠페인’

- (목적) 기업 차원에서 환경보호에 앞장서고, 임직원 자녀 대상 환경보호 중요성 교육
- (내용) 임직원 환경지킴 서약, 폐자원 기부 캠페인, 임직원 자녀 대상 환경보호·재활용 교육, 플라스틱 ZERO 운동 전개 등 다양한 프로그램의 임직원 자원봉사, 환경보호 캠페인 전개

<롯데손해보험> 문화재 환경미화 봉사 활동

- (목적) 문화재를 깨끗하게 보전하고, 문화재의 소중함을 인식
- (내용) 임직원이 참여하는 승례문 및 덕수궁 주변 환경 미화 봉사 활동

<현대위아> ‘현대위아 초록학교’

- (목적) 초등학교 주변과 학교 내 미세먼지 저감
- (내용) 초등학교 주변에 숲을 조성하고, 교실 및 지역아동센터에 공기청정기 및 공기정화 식물 제공

<오렌지라이프생명보험> ‘오렌지 환경교실’

- (목적) 정기적인 환경교육을 통해 아동·청소년의 환경문제에 대한 인식 고취
- (내용) 기존에 실시했던 ‘오렌지 환경캠프’ 프로그램에 더해 ‘오렌지 환경교실’을 추가로 진행해 초등학생을 대상으로 전문강사가 플라스틱 재활용 방법 등 실생활에서 쉽게 적용할 수 있는 환경보호 콘텐츠 교육

<노무라금융투자> ‘클린업 프로그램’

- (목적) 임직원의 환경보호 봉사활동 장려 및 환경보호에 대한 인식 제고
- (내용) 정기적으로 임직원이 참여하는 지역 공원의 쓰레기 줍기 환경 미화 활동 개최

<코웨이> ‘청정한 공기 나눔’

- (목적) 미세먼지 증가에도 생활환경 개선이 어려운 취약계층 지원
- (내용) 지방자치단체 50곳과 학교 등 청소년 이용시설에 공기청정기 무상 지원, 관리서비스 제공

<KDB생명보험> 학교 숲 가꾸기 지원 사업

- (목적) 친환경 교육 공간 제공 및 지역주민 공유공간 제공
- (내용) 학교 숲 조성으로 미세먼지 저감에 참여, 인근 주민을 위한 커뮤니티 공간 제공을 통해 지역 상생

지역사회

<S-Oil> 울산대병원 닥터카 운영 지원

- (목적) 울산 지역사회 응급환자 긴급 지원 시스템 구축
- (내용) 울산대병원에서 자체 운영 중이었으나 재정 부담으로 운행 중단된 닥터카(중증외상환자 발생 시 현장 응급처치가 가능한 차량)에 대해 후원하여 닥터카의 안정적 운영통한 지역사회 의료 공백 우려 해소

<한국가스공사> 전통시장 및 소상공인 전자상거래 지원 사업

- (목적) 침체된 전통시장, 소상공인의 전자상거래 진출 지원으로 온라인시장 판로개척 및 자립기반 마련
- (내용) 대구지역 전통시장 및 소상공인의 온라인몰 입점 지원(상품 진단 및 분석, 상품소개서 제작, 전자상거래 교육 등) 등 온라인시장 진출 및 판로개척을 지원하여 취약계층 지원과 일자리 지키기를 연계

<신한카드> 히어로(Here + 路) 프로젝트

- (목적) 소상공인과 고객을 연결하고 지역 고유 볼거리를 제공해 지역경제 활성화 추구
- (내용) 방문자들이 읍지로를 쉽게 다닐 수 있도록 읍지로 3가를 다양한 테마별로 정리한 ‘읍지로 컬처맵’ 제작, 문화 취약계층을 위해 읍지로 지역문화를 체험하는 ‘원데이 여행지원 프로그램’을 운영. 올해는 대구 지역으로 프로젝트를 확장해 ‘서문마루’ 등 여러 볼거리를 조성하는 ‘대구로 서문시장 프로젝트’ 시행

<쌍용자동차> 직장어린이집 연계 CSR 활동

- (목적) 직장어린이집과 연계한 CSR 활동으로 지역주민 삶의 질 제고 및 지역 친화적인 기업 이미지 제고
- (내용) 임직원이 참여하여 직장어린이집 대상 시설물·전기 안전 점검, 테이프 드로잉 작업 등 재능기부 활동, 어린이집 및 주변 산책로 미화 활동 등 프로그램 운영

청년·노인·다문화·여성

<신세계인터내셔널> 대학교 교보재 후원

- (목적) 대학교에 교보재 후원을 통해 대학생 역량 지원
- (내용) 산학연계기관인 명지전문대 뷰티융합과에 교보재 후원을 통해 청년 메이크업 전문가 양성 지원

<코원에너지서비스> 대학생 대상 가스자격증 취득지원

- (목적) 대학생의 가스자격증 취득지원 프로그램을 개설해 청년실업문제 해소에 기여
- (내용) 대학생들이 방학시기에 가스자격증을 취득할 수 있도록 임직원의 전문지식 및 회사 인프라를 활용한 프로그램 개설. 가스자격증 교육 및 멘토링 시행해, 추후 업계 전문인력으로 취업할 수 있도록 지원

<한샘> 청년 스타트업 지원

- (목적) 청년 스타트업의 생산·판로 지원해 청년 실업 문제 경감
- (내용) 청년 스타트업 가구업체에 생산지원, 제품 스펙·유해성 분석 등을 지원

<포스코건설> 차세대 건설분야 스타트업 경진대회

- (목적) 청년 창업기회 제공 통한 청년실업문제 해소 및 일자리 창출
- (내용) 사내 공모로 직원들이 경험한 현장 시공상 개선 사항을 발굴하고, 이를 경진대회 참가팀에게 전달해 아이디어 선정한 후, 경진대회 참가팀들이 직원들의 멘토링을 통해 아이디어를 발전시켜 사업아이템 구체화

<대성청정에너지> 어르신 대상 무료급식 봉사활동

- (목적) 소외된 어르신 대상 임직원 자원봉사 실시해 직원들의 봉사활동 인식 제고
- (내용) 어르신 대상 무료 급식소에서 임직원이 음식만들기, 잔반정리 등 봉사활동을 실시

<메트라이프생명> 독거어르신 대상 ‘반려나무 힐링선물 챌린지’

- (목적) 독거어르신 대상 반려나무를 기부해 따뜻함 나눔
- (내용) 임직원이 원하는 곳으로 반려나무 키트를 배송 받아 나무를 심은 후 독거어르신 응원메시지를 SNS에 게시, 독거어르신에 반려나무 기부

<진에어> 다문화 가정 지원 프로그램

- (목적) 다문화 가정에 대한 관심과 지원을 통해 한국 사회 적응을 돕고 다문화가정에 대한 관심 제고
- (내용) 다문화 가정의 고향 방문 및 가족 초청, 다문화 가정의 국내 여행 지원, 다문화 가정 자녀 대상 진로 체험 시설 이용 지원

<삼성전자서비스> 이주여성 대상 IT 교육

- (목적) 이주여성의 정보화 역량 강화 및 사회 진출 지원
- (내용) 다문화가족지원 센터 내 정보화교육장 구축하고 정기적인 IT 관련 교육 진행

<롯데캐피탈> ‘As-Sister (어시스터)’

- (목적) 여성 청소년의 기본적인 삶의 질 향상 및 보건위생 분야 지원해 건강한 성장 지원
- (내용) 취약계층 여성 청소년의 위생용품 지원을 위해 학교에 위생용품 및 위생용품 자판기를 지원. 임직원이 참여하여 여성용품 지원사업 네이밍 공모, 사업 브랜드 BI 제작

<IBK기업은행> 중소기업 근로자 전용 공동직장 어린이집 설치

- (목적) 중소기업 여성근로자의 일·가정 양립 지원

- (내용) 중소기업이 밀집해있는 공단 인근에 기업의 유휴공간을 활용해 어린이집 설치 및 중소기업 근로자의 퇴근시간을 고려한 연장 운영, 보육료 등을 지원

<한화투자증권> 'Blooming Day'

- (목적) 임직원 재능기부를 통해 노인·다문화·여성 관련 사회복지시설에 기부
- (내용) 임직원이 전문 플로리스트에게 교육을 받아 플라워 박스를 만든 후 모자원, 복지관 등 기부

기타

<카카오> '카카오프로젝트100'

- (목적) 행동변화 플랫폼을 통해 부정적 행동이나 습관을 긍정적으로 변화시키고 이웃·사회를 위한 행동 독려
- (내용) 100일 간의 수행 미션을 통해 생활의 변화를 추구, 같은 미션을 지닌 사람들끼리 꾸준히 실천할 수 있도록 커뮤니티 기능 제공. 시작 시 일정 금액을 플랫폼에 맡기고 실천한 만큼 환급받고 안한 만큼 기부하도록 함

<유한킴벌리> 기부 플랫폼

- (목적) 기부 활동에 있어 더 많은 소비자의 공감과 참여를 이끌어내기 위한 기부 플랫폼 운영
- (내용) 네이버 해피빈에 유한킴벌리 기부플랫폼을 구축하여 자사 제품 기부 캠페인을 진행하였으며, 공모를 통해 단체를 선정하여 자사 제품을 기부하고, 댓글 응원 참여자에게 선물 제공

<포스코인터내셔널> 프로보노 봉사단

- (목적) 사회적 기업에 임직원 재능기부를 통해 지역사회 발전에 기여
- (내용) 임직원 프로보노 봉사단(자발적으로 재능기부하는 봉사단)을 발족해 사회적 기업들에 대한 멘토링 진행

<동양생명보험> 코로나19 긴급지원 1

- (목적) 지역 재난상황을 함께 극복하고 사각지대에 놓인 소외계층의 피해를 줄이고자 함
- (내용) 코로나19로 인한 초기 피해집중 지역인 대구지역 유치원에 긴급 방역 지원 및 대구지역 의료진을 위한 임직원 성금모금으로 의료진을 위한 의료물품 구입 지원

<유진투자증권> 코로나19 긴급지원 2

- (목적) 재난상황에서 특히 더 어려움을 겪고 있는 다양한 분야에 대한 후원
- (내용) 보육시설에 방역용품 및 의료진을 위한 간식 기부, 코로나19로 인한 피해농가에서 농특산물을 구입하여 이를 자원봉사자를 위해 기부, 코로나19 예방키트(바스크, 손세정제, 비타민, 홍삼액 등)를 제작하여 배달원에 배포

* 주1 : 응답기업 작성 내용에 기초하였으며, 보완이 필요한 부분이나 사례는 공시 보고서 등을 참조. 일부 사례는 2020년에 론칭된 프로그램

* 주2 : 동 보고서 '대표 사회공헌 프로그램'에 기 인용된 사례는 제외함

3. 임직원 봉사활동 현황

- 2019년 분석기업들의 임직원 1인당 연간 평균 봉사활동 시간은 8.0시간이며, 조사기업 3곳 중 1곳 이상(36.4%)이 임직원의 50% 이상이 봉사활동에 참여하고 있는 것으로 조사됨

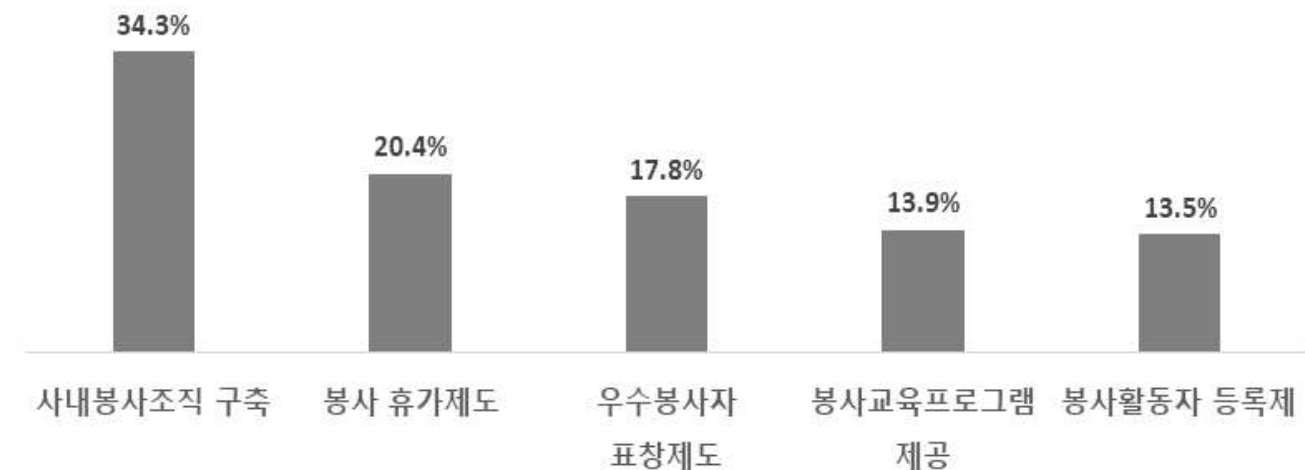
< 2019년 임직원 봉사활동 참여율 >

구분	1~25%	26~50%	51~75%	76~100%
비율	38.8%	24.8%	16.4%	20.0%

* 주 : 임직원 봉사활동 참여율 165개사, 1인당 연평균 봉사활동 시간 169개사 기준

- 기업들은 임직원 봉사활동 촉진 제도를 다양한 형태로 운영하면서, 사회공헌 활동이 자연스러운 조직문화로 정착할 수 있도록 노력하고 있음
- 분석기업의 81.2%가 어떤 형태로든 임직원 봉사활동을 지원하는 제도를 운영하고 있으며, 가장 많이 도입한 봉사지원 제도는 사내봉사단 등 ‘자체 사내 봉사 조직의 구축’(34.3%)으로 나타남

< 운영중인 임직원 봉사활동 지원 제도 >



* 주 : 해당항목 분석기업 기준(117개사), 중복응답 포함

- 기업들은 개별 상황에 맞는 특화된 봉사활동 지원제도 운영을 통해 임직원들이 사회공헌에 적극적으로 참여할 수 있는 분위기를 조성하고 있음

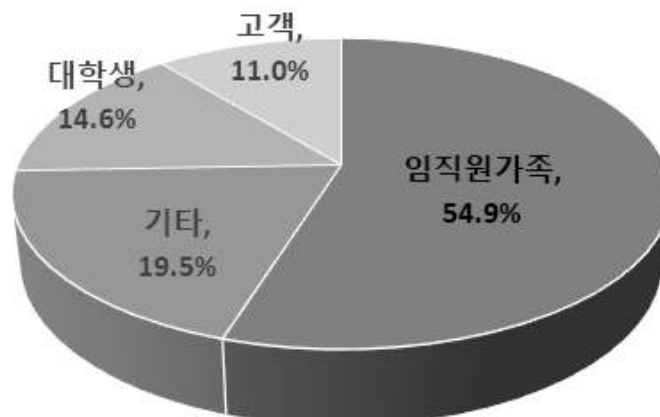
< 임직원 봉사활동 촉진제도 예시 >

구 분	예 시
손쉽게 참여할 수 있는 프로그램	· (가족과 함께하는 봉사) 임직원 가족과 함께 봉사에 참여할 수 있도록 하여, 봉사활동과 가족과의 여가시간 두 가지를 동시에 만족할 수 있는 프로그램 · (생활속에서 함께하는 봉사) 멀리 가지 않아도 집근처 기관에서 원하는 시간에 가족·지인과 함께 정기적으로 손쉽게 봉사활동에 참여할 수 있도록 프로그램 설계 · (비대면 봉사) 집에서 DIY 물품키트 제작 후 필요한 기관에 기부하는 등 집 밖에 나가지 않고도 여가시간에 손쉽게 참여할 수 있는 비대면 봉사 프로그램
봉사 참여 촉진 특화 제도	· (임직원 봉사단) 다양한 종류의 사내 봉사단을 운영해, 임직원이 각기 적성에 맞는 봉사단을 선택해 봉사에 참여할 수 있도록 설계하고 지원 · (봉사참여 의무화) ‘1인 2봉사제’, ‘필수 이수 봉사시간제’ 등 임직원으로서 의무적으로 이수해야 하는 봉사 참여제도 마련 · (정보 및 사례 공유) 회사 인트라넷·자원봉사 매칭 플랫폼 등을 활용해 봉사활동 기관정보·일정 및 후기 공유, 봉사 참여자 모집 등 참여 독려 · (DIY 봉사활동 기획) 직원들이 스스로 봉사 프로그램을 기획하면 회사가 지원
봉사활동 관련 행사 개최	· (봉사의 날) 창립기념일, 환경의 날 등 특정일을 지정해 그룹 임직원·가족·고객이 동일한 날 봉사활동 실시. 매월 특정일 또는 봉사 주간을 지정해 임직원 집중 봉사 · (봉사 대축제) 연간 정례적인 자원봉사 대축제 개최해 전 임직원의 봉사활동 참여 · (벼룩시장·직거래장터) 사내 벼룩시장 개최하고 수익금 기부, 회사 내 지역특산물 직거래 장터 열어 지역 경제 활성화 도모 · (걷기 대회) 임직원이 참여하는 걷기 대회 또는 사내 워킹 챌린지를 통해 걷는 만큼 기부해 건강과 봉사 두 가지 가치를 모두 잡을 수 있도록 함
봉사 관련 인센티브 제공	· (마일리지 제도) 봉사활동 실적에 따른 마일리지 제공 또는 학점 인정, 누적된 마일리지에 따라 시상, 온라인 복지몰에서 마일리지 사용, 비영리단체에 기부금 전달 · (시상 및 인사고과 반영) 봉사활동 실적에 따라 상위자 시상, 인사고과 가점 부여, 해외 봉사활동 인원 선발 시 가산점 부여 · (매칭기부) 임직원이 달성한 봉사시간 또는 임직원이 기부한 금액만큼 성금펀드로 적립해 기관에 기부

* 응답기업 작성내용에 기초함

- 임직원이 아닌 사람을 대상으로 봉사활동 프로그램을 운영하고 있는 기업들은 응답기업의 절반에 가까운 48.7%였으며, 가장 많은 프로그램 대상은 임직원 가족(54.9%)

< 임직원 외 봉사활동 프로그램 대상 >



4. 기업 사회공헌 인식 현황

- 기업들의 사회공헌활동 추진 성과에 대한 만족도는 ‘지역사회 기여’ 측면이 평균 만족도 4.5점으로 가장 높았으며, ‘재무적 성과 연계’는 3.4점으로 가장 낮았음

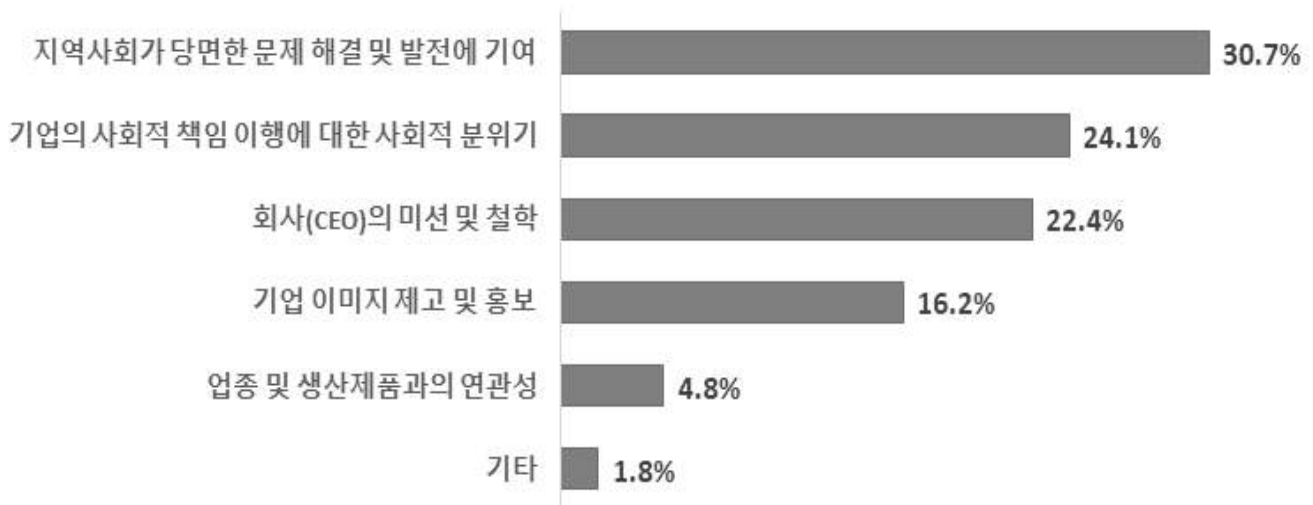
< 분야별 사회공헌 성과에 대한 만족도 >

구분	지역사회 기여	기업 이미지 개선	임직원 만족도 증가	재무적 성과 연계
만족도(5점 만점)	4.5점	4.1점	4.1점	3.4점

* 주: 해당항목 응답기업 기준(115개사)

- 사회공헌 프로그램 운영 시 기업들은 ‘지역사회가 당면한 문제 해결 및 지역 발전 기여도’를 가장 중요하게 고려(30.7%)한다고 응답함

< 사회공헌 프로그램 운영 시 주요 고려사항 >



* 주: 해당항목 분석기업 기준(115개사), 중복응답 포함

- 기업 사회공헌 담당자들은 향후 사회공헌 사업 추진 시 관심 있는 분야로 ‘취약계층 지원’(28.0%), ‘교육·학교·학술’(19.3%), ‘환경 보전’(17.5%), ‘문화예술·체육’(9.4%) 순으로 선호

- 특히, 전 세계적으로 환경에 대한 관심이 높아지며, ‘환경 보전’ 분야를 향후 관심 있는 사회공헌 분야로 꼽은 기업이 17.5%로 작년 조사(11.6%)보다 5.9%p 상승
- 전년 조사에서는 향후 관심 있는 사회공헌 사업 분야로 ‘취약계층 지원 > 교육·학교·학술 > 문화예술·체육 > 환경 보전’ 순서로 나타났으나, 올해 조사에서 ‘환경 보전’ 분야가 ‘취약계층 지원’, ‘교육·학교·학술’ 분야를 뒤이어 세 번째로 관심 있는 분야로 선정

< 관심 있는 사회공헌 분야 >

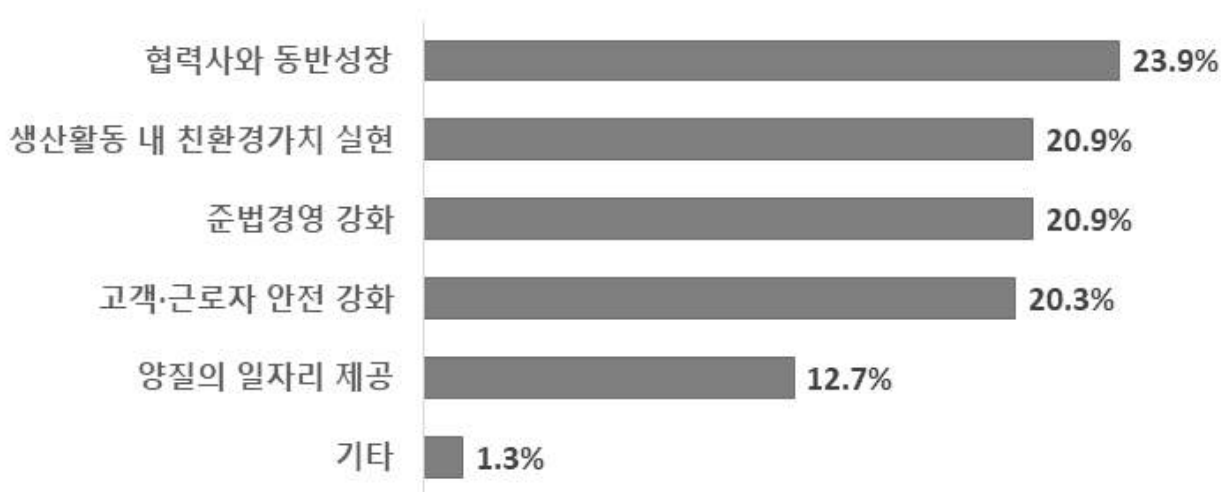
	1순위	2순위	3순위	전 체
취약계층 지원	46.9%	19.9%	16.7%	28.0%
교육·학교·학술	15.9%	23.4%	18.5%	19.3%
환경 보전	15.1%	18.9%	18.5%	17.5%
문화예술·체육	3.5%	11.7%	13.0%	9.4%
지역경제 활성화	6.2%	6.3%	12.0%	8.1%
응급·재난 구호	3.5%	11.7%	4.6%	6.6%
창업생태계 및 스타트업 지원	4.4%	11.7%	7.4%	3.9%
의료 보건	4.4%	1.8%	7.4%	3.0%
해외 지원	1.8%	2.7%	1.9%	2.1%
기타	2.7%	3.6%	-	2.1%

* 주 : 해당항목 응답기업 기준(113개사)

5. 협력사와의 동반성장 및 기타 사회적가치 창출

- 기업들이 사회공헌 활동 외에 기업 활동 전 과정에서 사회적 가치 실현을 위해 중점을 두고 있는 분야로는 ‘협력사와의 동반성장’(23.9%), ‘생산활동 내 친환경 가치 실현’(20.9%), ‘준법경영 강화’(20.9%) 순으로 조사됨

< 사회적 가치 실현을 위해 중점을 두는 분야 >



* 주: 해당항목 분석기업 기준(94개사)

- 협력사와의 동반성장(상생협력)을 통한 사회적 가치 창출 고려 여부에 대해서는 응답기업의 86.2%가 고려하고 있다고 응답

< 협력사와 동반성장을 통한 사회적 가치 창출 고려 여부 >

구분	매우 고려함	약간 고려함	별로 고려하지 않음	고려하지 않음
비율	53.2%	33.0%	10.6%	3.2%

* 주: 해당항목 응답기업 기준(113개사), 중복응답 포함

- 기업들은 대부분 협력사와 공정거래 협약 등 공정거래 투명성 확보를 위해 노력하고 있으며, 지속가능경영을 위해 노동, 인권, 안전보건, 환경 등 분야에서 협력사와 주기적으로 협의하고 있음
- 응답 기업들은 공정거래 실현, 협력사 경쟁력 강화 지원, 유동성 지원, 협력사와의 소통 활성화 등 상생협력·동반성장을 통한 사회적 가치 실현을 다양하게 모색 중

< 협력사와의 동반성장을 통한 사회적 가치 창출 예시 >

구 분	사 례
협력사와 공정거래 추구	▶ 기업들은 공정거래 가이드라인 마련, 임직원 교육, 상생경영 협약 등 협력사와의 공정거래 실현을 통한 동반성장을 위해 노력하고 있음
	<대우건설> 임직원 공정거래 교육 · 협력사 거래담당 임직원 대상으로 공정거래 관련 교육 이행 및 임직원 비윤리 상황 발생에 대한 사이버 감사실을 구축하고 익명제보 제도를 운영
	<동우화인캡> 기업행동매뉴얼·윤리경영실천지침 구체화 · 기업행동 매뉴얼과 윤리경영 실천 기준을 구체화·규정화 하여 임직원이 협력사와의 거래에서 준수해야 하는 가이드라인을 제시해, 건전한 조직풍토를 조성하고 윤리경영 실천
	<삼천리> 협력사 상생경영 협약식 개최 · ‘고객센터 상생경영 협약식’을 체결해 경영여건이 악화된 협력사와 안정적 경영환경 조성 및 직원 고용안정을 위해 노력하며 동등한 지위에서 상호협력 추구
협력사 경쟁력 강화 지원	▶ 기업들은 협력사의 경쟁력 강화를 위해 생산성 혁신 노하우 전수, 기술협력, 판로 개척, 경영 컨설팅, 안전경영 관련 현안 교육, 협력사 취업박람회 등을 시행 중
	<GS칼텍스> 생산성 혁신 고-투게더(Go Together) 지원사업 · 중소기업이 제조·생산기술과 관련된 애로사항을 해소하고 필요한 기술을 확보해 자체 경쟁력을 가질 수 있도록 R&D 역량 및 기술·제품·용역 개발 지원
	<포스코인터내셔널> 중소기업 마케팅 협업포털 · 해외진출에 어려움을 겪는 중소기업들을 위해 중소기업 마케팅 협업포털 개설
	<두산중공업> 협력사 직원 대상 직무교육 지원 · 협력사 직원 대상 전문 직원, 교육 훈련경비를 전액 지원 및 훈련 수당 및 임금을 별도 지원함으로써 교육 참여 독려
	<대상> 협력사의 CI / BI 리뉴얼 지원 · 그룹사와 협업을 통해 협력사의 CI/BI 리뉴얼을 트렌드에 맞추어 변경하도록 무상 지원. 이를 통해 협력사의 마케팅 및 영업력 강화, 매출확대에 기여
	<CJ프레시웨이> 상생협력 아카데미 · 중소 협력사 대상 미생물 분석교육, 식품안전 정책설명회 등 협력사의 식품안전 역량을 높이기 위한 다양한 교육과정 제공 통해 협력사 품질 상승 및 CJ프레시웨이 제품의 안정성 확보
	<롯데쇼핑> ‘중소기업상생관’, ‘해외시장개척단’ 운영 · 협력사의 국내외 판로개척을 지원하기 위해 온·오프라인 중소기업상생관(국내 판로지원), 해외 거점점포를 활용한 해외시장개척단(해외 판로 지원) 운영
	<코웨이> 협력사 인재 육성 교육 프로그램 운영 · 협력사 교육 및 채용 지원 프로그램 운영으로 협력사 직원 역량 강화 및 우수 인력 채용 지원
	<신세계인터내셔널> 성과공유제 · 수·위탁 기업간 공동목표 달성을 위해 성과를 수탁·위탁 기업이 공유
	<하림> 협력사 컨설팅 지원 · 협력사 대상 HACCP인증을 위한 컨설팅 및 동물복지 인증을 위한 지원
	<롯데칠성음료> 협력사와 협업 통해 콜라보 제품 개발 · 지역기업과 업무협약 또는 협업을 통해 콜라보 음료 제품 개발
	<KT&G> 협력사 복리후생 증진

	· 협력사의 복리후생 증진을 위해 상생협력 기부금을 출연하고, 잎담배 농가를 포함한 협력사 직원의 자녀 학자금 및 건강검진 등을 지원 <진에어> 협력업체 교육생 취업기회 제공 · 정비훈련교육 전문기관과 MOU를 체결하고 협약훈련업체 교육생에 취업 기회 제공하였으며, 한국항공진흥협회·인하대학교와 산학협력을 통해 인턴 채용 기회 제공
협력사 유동성 지원	▶ 협력사의 유동성 확보 및 경영 안정화를 돕기 위해 대금 조기 결제, 현금결제, 상생협력기금 운용, 동반성장 기금 출연, 자금지원 등을 시행 중 <현대위아> 동반성장 보험·펀드 조성 · 동반성장보험을 통해 협력사들이 안정적으로 매출채권을 회수할 수 있도록 지원하고, 동반성장펀드를 통해 1,2차 협력사의 경영자금을 저금리로 지원 <포스코건설> 저가제한 낙찰제 도입 · 협력사들이 적정이윤을 확보하고 건강한 건설산업 생태계 조성할 수 있도록 저가제한 낙찰제 도입해, 저가제한 기준금액을 설정해 기준금액 미만 입찰자를 제외 후 낙찰자 선정 <롯데정밀화학> 납품대금 조기·현금지급 · 신속한 대금지급으로 협력사 유동성을 지원하기 위해 납품대금 전액 현금지급, 긴급 자금이 필요한 명절·연말연시에는 대금 조기 지급 <중흥건설> 현금 대금지급 및 협력사와의 주기적 교류 · 협력사에 대한 대금을 100% 현금으로 지급하고, 주기적 교류를 통한 소통 및 기술개발 노력
소통 강화	▶ 기업들은 협력사와의 공동 목표 달성, 관계 증진, 협력을 강화하기 위해 정기적인 간담회 개최, 의견청취, 협력사와 임직원과 합동 교육 등 소통을 강화하고 있음 <솔브레인홀딩스> 협력사 협의체 구성 및 고충처리창구 마련 · 협력사와 협의체를 구성, 정기회의 진행해 파트너십 강화 및 고충처리창구로 활용 <여천NCC> 협력업체와 소통간담회 · 주기적인 소통간담회를 통해 협력강화를 위한 개선방안과 건의사항 공유 <삼성물산> 협력사 소통콘서트 · 콘서트 형식의 소통의 장으로, 상호 신뢰 및 비전 공유, 질의응답 통해 상생방안 모색 <효성그룹> 우수 협력사 시상 · 매년 우수협력사 대상 ‘올해의 자랑스러운 효성인 특별상’을 시상해 협력사와 소통강화
협력사와 함께하는 사회공헌활동	▶ 기업들은 협력사와 함께하는 사회공헌 활동을 통해 협력사와의 관계를 다지고 사회적 가치의 동반 실현을 위해 노력하고 있음 <현대오일뱅크> 협력사와 함께하는 기부활동 · 협력사와 함께 현대중공업1%나눔재단 기부를 통해 매월 임직원 급여의 1% 나눔을 함께 함 <포스코> ‘포스코 프렌즈’의 착한선결제 운동으로 지역민과 상생 활동 · 주요 공급사·협력사로 구성된 ‘포스코 프렌즈’와 함께 매출 급감으로 어려움을 겪고 있는 지역 소상공인 상점에서 선결제 후, 구매한 상품권을 취약계층에 전달 <현대엔지니어링> 협력사와 함께하는 봉사활동 1 · 협력사와 함께 흑한기 쪽방촌 물품지원 및 굿윌스토어 물품기증 캠페인 동반참여 <미래에셋대우> 협력사와 함께하는 봉사활동 2 · 협력사 임직원과 함께 정기적인 김장 담그기 행사, 김장김치는 장애인 가정에 전달

* 주1: 응답기업 작성내용에 기초함

* 주2: 대부분 기업들은 복수의 방법으로 협력사와의 동반성장을 추구하고 있으며, 표의 사례는 기업별 여러 사례 중 대표사례 1가지만 수록한 것임

- 그밖에도 기업들은 다양한 대상과 영역에 대한 사회적 가치 창출 활동을 추진 중임
- 이해관계자와의 상생협력, 사회적 사각지대 해소, 자사의 제품과 기술 개발로 공공의 이익 증진에 기여, 지역사회 현안 해결에 앞장서는 등 다양한 활동을 통해 사회적 가치를 지속적으로 창출하고자 함

〈 2019년 기타 부문 사회적 가치 창출 예시 〉

대 상	예 시
스타트업·벤처	〈IBK기업은행〉 ‘IBK 창공’ · 스타트업 혁신성장을 이끄는 창업육성플랫폼을 설치해, 스타트업을 위한 물리적 환경 제공과 더불어 맞춤형 지원 프로그램 등 다양한 프로그램 제공 〈한화생명보험〉 액셀러레이팅 프로그램 · 창업 초기, 성장, 확장, 엑시트(Exit)에 이르는 스타트업 생애주기 전 과정에 걸쳐 다양한 액셀러레이팅 프로그램을 지원하고, 투자기회 및 협업프로젝트 기회 제공
사회적 경제조직·NGO	〈한국가스공사〉 사회적경제 지원 종합플랫폼 구축 및 운영 · 사회적 경제조직을 지원하기 위한 플랫폼을 구축. 판로개척을 위해 온라인 쇼핑몰·복지물을 기획·지원하여 사회적기업이 운영하하도록 하였고, 기술지원 및 통근지원 서비스 등 종합지원 〈CJ CGV〉 NGO 브랜드관 운영 · 국내 최초 NGO브랜드관인 ‘세이브더칠드런관’ 론칭하여 아동권리증진을 위한 메시지를 관객에게 친근하게 전달하고 사회적 문제에 관심을 갖도록 함
중소기업·소상공인	〈현대위아〉 ‘NC스쿨’ · 현대위아 기술지원센터에서 정기적으로 공작기계 노하우를 전수하는 사회공헌 프로그램으로, 공작기계 활용 기술이 필요한 영세업체 직원 및 학생 대상 공작기계 활용능력 제고 지원 〈GS파워〉 지역 소상공인과 협력한 공유가치 활동 · GS파워 사회공헌활동 진행 시 필요 품목을 지역사회 소상공인으로부터 구입. 지역 이발소·세차장과 협력해 지역주민에게 이용권을 제공하고, 김장행사 시 소상공인에게 부식 구입, 독거어르신 장수사진 촬영 행사 시 소상공인으로부터 이동버스 대절 〈포스코ICT〉 임금격차운동 · 대기업과 중소기업간 상생협력을 통해 임금격차를 해소하고 건강한 산업생태계를 구축하기 위한 협약을 맺고, 운영정비인력 단가 인상으로 중소기업 복리후생지원에 기여
사회일반·지역사회	〈효성그룹〉 ‘다시 태어나기 위한 되돌림’ · 제주지역 자원순환 시스템을 구축하기 위한 프로젝트로, 제주도에 버려지는 폐트병을 수거하여 기업이 보유한 리사이클 섬유제조 기술을 활용해 리사이클 섬유인 ‘리젠제주’를 제조하여 친환경 가방 제조업체에서 가방 생산 〈미래에셋대우〉 ‘희망체인리더 워크숍’ · 희망체인봉사단이 이끄는 리더 워크숍을 정기적으로 개최해 환경문제의 현주소와 심각성을 배우고 이를 해결하기 위해 노력하는 업사이클링 기업 탐방 등 재활용에 대한 인식변화 추진 〈KT&G〉 흡연환경 개선사업 · 흡연자와 비흡연자가 함께 공존할 수 있는 사회문화 조성을 위해 유동인구가 많은 다중이용시설에 흡연실 설치, 흡연예절 캠페인·청소년 흡연예방 사업 지원

취약계층	<롯데홈쇼핑> ‘희망 수라간’ · 소외계층 반찬나눔을 위한 전용 조리시설인 ‘희망수라간’을 설립하고 매월 반찬을 만들어 소외계층에 전달하며, 임직원 봉사활동도 꾸준히 전개 <대상> ‘청정숲 가족 캠프’ · 비장애인과 가족과 시설 거주 장애인 아동의 화합과 교류를 위해 가족액자 만들기·숲 전통놀이 등 다양한 산림복지 프로그램 진행 <AIA생명> ‘드림어게인’ · 신체적 장애를 극복하고 자신의 꿈을 실현하기 위해 노력하는 국내 절단 장애인들을 위한 의족을 지원해 우리 사회에 희망의 메시지 전파 <대우건설> ‘희망의 집고치기’ · 취약계층의 주거환경을 개선하기 위해 해피타트와 협업해 주거 취약계층 가구 대상 단열작업, 도배·장판·창호·싱크대 교체, 전기공사 등 주거환경 개선 지원 <농협생명보험> 농촌순회 무료진료 · 상대적으로 의료 환경이 열악한 농촌 지역이나 경제적 형편이 어려워 진료를 받지 못하는 취약계층을 대상으로 서울대 병원과 협업해 찾아가는 무료진료 제공
청소년·청년	<현대위아> ‘스마트경진대회’ · 공작기계 가공 전문가를 꿈꾸는 학생들이 자신들의 능력을 가늠하고 경쟁할 수 있는 장을 마련해, 공작기계 기술인 양성에 기여 <두산중공업> ‘M.Y. Dream’ 청소년 진로 체험 교실 · 직업에 대한 체험기회가 부족한 지역 청소년들에게 탐색-체험-설계 과정을 통해 진로를 선택할 수 있도록 안내하는 진로 길잡이 프로그램 <대한제강> ‘SteelHeart Scholarship’ · 지역 고교생 및 대학생에 장학금을 후원해 인재양성에 기여
기타	<두산인프라코어> ‘Concept-X’ 프로젝트 · 건설현장 문제에 적극적으로 대응하기 위해 미래 건설기계 기술을 결집해 선제적으로 구현하는 프로젝트를 연구 개발. 드론을 통한 지형 측량, 데이터 자동분석, 무인 건설기계 등 공사 과정 전체를 아우르는 관제솔루션 개발 추진 <한미약품> 경제적인 약가의 개량복합신약 개발 · 경제적 약가의 개량복합신약을 개발해 국민건강보험 제장 안정화에 기여 <롯데칠성음료> 6.25 70주년 기념 민관협력 사회공헌 활동 · 6.25 70주년과 칠성사이다 70주년인 공통사항을 모티브로 하여 국가보훈처와 협력해 호국 보훈 관련 기념 스페셜 에디션 버전의 사이다를 출시. 판매수익금 일부를 6.25 70주년 콘서트와 국가유공자 복지를 위한 생수 정기배송 지원에 사용

* 주 : 응답기업 작성내용에 기초함

<부록 1> 일본 경단련, 「사회공헌활동에 대한 설문조사」 결과

□ 일본 경단련, 기업의 「사회공헌활동에 대한 설문조사」 결과 발표 (9.15)

- 경단련은 정기적으로 실시해오던 「기업 사회공헌활동 실적조사」는 2018년 이후로 중단하고 필요에 따라 비정기적으로 기업이 궁금해 하는 내용을 반영한 사회공헌 설문조사를 실시. 아래 내용은 올해 실시한 사회공헌활동 앙케이트 조사 내용을 요약한 것임

- 조사기간 : 2020년 5~6월
- 조사대상 : 총 390개 기업 조사, 178개 사 응답
- 조사내용 : 기업 사회공헌활동의 현황, 사회공헌에 대한 인식·과제· ICT 기술 활용현황 등을 조사

□ 설문조사 내용

항목	답변 내용
기업 사회공헌 활동의 의의	1위: 기업의 사회적 책임 실현의 일환 (95%) 2위: 경영이념·비전실현의 일환 (83%) 3위: 사회의 발전에 대한 공헌 (81%)
추진중인 사회공헌 활동	1위: 기부 등 금전적 지원 (93%) 2위: 직원의 자원봉사활동 (87%) 3위: 자체 사회공헌 프로그램 실시 (76%)
사회공헌활동의 추진 주체	1위: 사회공헌 활동 담당 부서 (91%) 2위: 지방 거점(지사·지점·공장 등)의 사회공헌 담당 부서 (64%) 3위: 기업이 설립한 재단 또는 비영리조직 (43%)
사회공헌 활동 변화에 영향을 준 요인	1위: UN SDGs 에 대한 고려 (50%) 2위: 기업이념 및 가치의 개정 (20%) 3위: 기업·그룹의 중장기 계획의 개정 (14%)
사회공헌 활동 추진상의 중요한 과제	1위: 사회공헌 활동에 참여하는 직원의 확대 (19%) 2위: 사업과 관련된 사회공헌 활동 (17%) 3위: 사회공헌 활동의 효과 평가 (16%)
사회공헌활동에서의 디지털 기술 활용	디지털 기술을 활용하고 있다 (63%) 디지털 기술을 활용하고 있지 않다 (34%)
사회공헌활동의 파트너	1위: NPO / NGO (82%) 2위: 공익법인(사단·재단) (77%)
사회공헌활동 파트너 선정 시 기준	1위: 자사의 기본방침·중점 분야와의 일치 (50%) 2위: 비전이나 미션에 대한 공감 (30%)
임직원 사회공헌 활동에 대한 지원	지원하고 있다 (92%)
임직원 사회공헌 활동의 지원 이유	1위: 직원에 의한 지역사회 공헌 실현 (93%) 2위: 사원의 사회적 과제 인식 제고 (71%)
코로나19 에 관한 사회공헌 활동	코로나19 관련된 지원을 하고 있다(87%) 코로나19 관련 사회공헌 형태: 물자제공(72%)
코로나19로 인한 사회공헌활동 애로사항	1위: 지원시기나 기간을 판단하기 어려움 (44%) 2위: 현장의 요구를 알 수 없음 (23%)

<부록 2> 2019년 기업 사회공헌활동에 대한 조사표

- 본 조사는 기업 사회공헌실태를 종합적으로 파악해 기업에게 유용한 자료를 제공하고, 기업의 사회적 가치 창출에 대한 국민 이해를 돕기 위해 1993년부터 정기적으로 실시하는 조사입니다.
- 귀사의 답변은 오직 통계 분석 목적으로만 활용되며, 개별사항은 절대 비밀이 보장됩니다.

기 업 명	홈페이지 주소		
업 종	①제조업 ②금융 및 보험업 ③건설업 ④전기, 가스 및 수도사업 ⑤유통업(도·소매) ⑥운수업 ⑦방송통신 및 정보서비스업 ⑧전문, 과학 및 기술서비스업 ⑨문화예술, 스포츠, 여가 관련 서비스업 ⑩기타 서비스업(교육, 시설관리 등) ⑪기타		
담당부서	담당자 성명(직위)		()
주 소 지	연락처		(사무실)
			(E-Mail)
			(Fax)

【사회공헌 지출비용】 * 아래의 작성기준을 참고하여 작성해주시기 바랍니다.

1. 2018-2019년 사회공헌 지출비용은 얼마입니까?

2018년도 사회공헌 지출비용	원
2019년도 사회공헌 지출비용	원

사회공헌 지출비용 작성기준

기업 사회공헌 비용 = 자율 프로그램 + 일반 기부

① **자율 프로그램** : 각 기업이 뚜렷한 자체 기획의지를 갖고 운영하는 프로그램

자체사업 (In-house형)	외부 공익법인을 거치지 않고 기업이 단독으로 운영하는 공익사업에 투입된 예산 · 자체 사무국을 두고 직접 진행하는 사업비, 사회공헌 성격의 캠페인 비용 · 임직원 봉사에 사용된 각종 부대비용, 독자적 사회공헌행사 등 사회공헌 지출
파트너십	귀사의 다양한 내부자원을 투입, 외부와 협업을 통해 진행하는 사업

② **일반 기부** : 외부의 기존 프로그램에 대한 후원·협찬, 일반적 재해구호금과 같은 비지정성 기부금 등 (현금 기부 + 현물 기부 포함)

[기부금 처리가 될지라도 사회공헌 비용에 포함되지 않는 항목]

- 영리를 목적으로 한 스포츠 (예 : 프로스포츠구단)
- 법적 의무부담이 있는 비용 (예 : 각종 법정 기금, 정보통신기금)
- 종업원 등 기업내부 구성원을 위한 지출 (예 : 사내복지기금)
- 비즈니스와 관련된 각종 회비 (예 : 경제단체 회비)

※ 기업 사회공헌 비용은 “회사 차원에서 지출한 회계상 처리 가능한 내역”에 한해 작성해주시기 바랍니다. (임직원 기부금 제외, 회사가 매칭한 기부금은 포함)

1-1. (증가한 경우) 2018년 대비 2019년 지출비용이 증가한 이유는 무엇입니까?

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 경영성과 호전에 따른 사회공헌예산 증가
- ② 재단 신규 설립에 따른 출연금 또는 기존 재단에 대한 지원금 증가
- ③ 특정 사업기간 진행되는 대규모 SOC성 사업 추진 (예 : 문화시설 건립)
- ④ 대표 사회공헌 프로그램에 대한 투자 증가 및 신규 론칭 (SOC성 사업 제외)
- ⑤ 긴급 구호, 국가적 행사 등 당해년도 이슈에 따른 일시적 비용 증가
- ⑥ 기타 ()

1-2. (감소한 경우) 2018년 대비 2019년 지출비용이 감소한 이유는 무엇입니까?

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 경영성과 부진에 따른 사회공헌예산 또는 인력 축소
- ② 재단 해산에 따른 출연금 정리 또는 기존 재단에 대한 지원금 감소
- ③ 특정 사업기간 진행되는 대규모 SOC성 사업 종료
- ④ 기존 프로그램에 대한 투자 감소 (효과성 낮은 사회공헌 중단, 선택과 집중 등)
- ⑤ 긴급 구호, 국가적 행사 등 당해년도 이슈 부재에 따른 비용 감소
- ⑥ 기타 ()

2. 2018-2019년 분야별 지출비용을 사업영역별로 구분하여 주시기 바랍니다.

구 분	2018년	2019년	비 고
① 취약계층 지원			취약계층의 주거, 의료 등 전반에 대해 일정 수준 이상의 생활 유지를 위한 지원, 사회복지 시설 지원, 취약계층 자립을 위한 사회적 기업 등
② 교육/학교/학술			학교 등 교육시설 건립, 교육기자재 지원, 장학금 및 학술연구 지원, 경제교실 등 교육 기부 등
③ 문화예술/체육			문화예술·체육계의 인재 양성, 일반 대중의 문화예술·체육 향유를 위한 지원, 문화·체육 시설 건립 및 운영 지원, 전통문화 보존 등
④ 환경 보전			환경단체 활동 지원, 나무심기, 환경보전 캠페인 등
⑤ 의료 보전			병원 건립·운영 지원, 의료봉사, 의약품 지원 등 일반 국민의 의료복지 증진을 위한 사업
⑥ 해외지원			해외 재해복구 활동 및 성금기탁, 저개발국 빈곤 퇴치, 해외학교 건립 및 학비 지원 등 (국내가 아닌 지역에서 벌어진 기업의 모든 사회공헌 활동)
⑦ 응급/재난구호			수해복구, 구호물품 및 성금 기탁, 재해예방 시설 설치 및 지원 등
⑧ 창업 지원			청년·중장년층 창업 및 스타트업에 대한 자금 및 인프라 지원 등
⑨ 지역경제 활성화			지역 관광객 유치, 지역 특산물 구입, 전통시장 지원 등
⑩ 기타			시민·소비자단체 지원, 양성평등·준법캠페인 등 사회의식 개혁 캠페인 등
총 계			총계 = 문항 1번 사회공헌 지출비용과 동일

※ ‘기타’에서 가장 많은 비중을 차지하는 대표사업과 금액을 구체적으로 기재해 주시기 바랍니다.

사업명		금 액	
-----	--	-----	--

【임직원 봉사활동 현황】

3. 2019년 임직원 봉사활동 실적이 있다면 성과를 기재해 주시기 바랍니다.

구 분	규 모	비 고
① 전체 직원 수	() 명	☞ 국내 직원 수 한정
② 봉사활동 실 인원	() 명	☞ 1년 중 1회라도 봉사활동에 참여한 사람으로 전체 직원 수 보다 적어야 함
③ 봉사활동 참여율	() %	☞ 봉사활동 실제 참여인원/전체 직원 수 (100%를 넘지 않음)
④ 1인당 봉사활동시간	() 시간	

3-1. 임직원 봉사활동 지원제도 여부를 기재해 주시기 바랍니다.

사내 봉사자 지원제도 (복수응답)	① 사내 봉사조직 구축 ② 봉사 교육 프로그램 제공 ③ 봉사 휴가제도(근무시간 내 봉사활동을 인정) ④ 우수 봉사자 표창제도() ⑤ 봉사활동자 등록제도(봉사활동 희망 직원들을 등록, 등록자에 관련 정보 제공 등) ⑥ 없음
자사만의 특화된 봉사 촉진제도 소개 (주관식)	· 프로그램명 : · 내용 :
임직원 외 봉사 프로그램 운영 (복수응답)	① 임직원 가족 대상 ② 대학생 대상 ③ 고객 대상 ④ 기타()

【사회공헌 인식조사】

4. 2019년 귀사의 사회공헌 사업계획에 영향을 미친 주요 요인은 무엇입니까?

1순위	2순위
-----	-----

- ① 사회공헌 관련 정부 정책 및 입법 동향 (상생 협력, 지역경제 활성화, 사회안전망 강화 정책 등)
- ② 국가적 이벤트·사건·사고 등 사회적 이슈 (국제무역·북한관련 이슈, 청년실업 등)
- ③ 사회공헌 관련 대외동향 대응 (UN SDGs, 사회적 가치 측정 시도, CSR에 대한 사회적 관심 증가 등)
- ④ 사회공헌 관련 외부(기관·지역 등)의 요청 및 외부 사회공헌 수요 고려
- ⑤ 내부요인 (기업 비전, 내부 경영·홍보전략, 사회공헌 예산·조직·인력 변동, 사회공헌활동 관련 내부평가 등)
- ⑥ 기타 ()

5. 2019년 사회공헌활동 추진 성과에 대해 어느 정도 만족하고 있습니까? (5점 만점)

구 분	매우 만족(5)	만족(4)	보통(3)	불만족(2)	매우 불만족(1)
지역사회 기여					
기업이미지 개선					
재무적 성과 연계					
임직원 만족도 증가					

6. 귀사가 사회공헌 프로그램 운영 시, 가장 중요하게 고려하는 것은 무엇입니까?

1순위	2순위
-----	-----

- ① 회사(CEO)의 미션 및 철학
- ② 기반 지역사회가 당면한 문제 해결 및 발전에 기여
- ③ 기업의 사회적 책임 이행에 대한 사회적 분위기
- ④ 기업 이미지 제고 및 홍보
- ⑤ 업종 및 자사 제품·서비스와의 연관성
- ⑥ 기타 ()

7. 향후 귀사가 관심 있는 사회공헌(자원봉사 포함) 분야는 무엇입니까? (복수응답 가능)

1순위	2순위	3순위
-----	-----	-----

- ① 취약계층 지원
- ② 교육/학교/학술
- ③ 문화예술/체육
- ④ 환경 보전
- ⑤ 의료 보건
- ⑥ 해외지원
- ⑦ 응급/재난 구호
- ⑧ 창업 생태계 및 스타트업 지원
- ⑨ 지역경제 활성화 (지역 관광 홍보, 특산품 판매 지원 등)
- ⑩ 기타 ()

8. 귀사에서 사회공헌(자원봉사 포함) 활동 외에 기업의 사회적 가치 실현을 위해 중점을 두는 분야는 무엇입니까? (복수응답 가능)

1순위	2순위	3순위
-----	-----	-----

- ① 협력사 동반성장 (상생펀드, 협력사 자금지원, 협력사 교육프로그램 등)
- ② 생산활동 내 친환경가치 실현 (환경오염물질 저감, 자원순환 및 재활용, 신재생에너지 활용 등)
- ③ 양질의 일자리 제공 (지역·취약계층 인재 채용, 기업실적과 관계없이 공채의 지속적 유지·운영 등)
- ④ 준법경영 강화 (기업 내 준법 가이드라인 강화 등)
- ⑤ 고객 및 근로자 안전 강화 (자사 제품 안전성 강화, 사업장 안전보건 관리 강화)
- ⑥ 기타 ()

【사회공헌 프로그램 상세현황】 * 각 항목별 최대 3개까지, 재단사업도 포함하여 작성
 ※ 이하 내용은 보고서에 인용·소개될 수 있습니다. 동의하십니까? (예 / 아니오)

9. 최근 1~2년 내 신규 론칭한 사회공헌 프로그램에 대해 기재해주시기 바랍니다.

프로그램명	
사업 시작년도	
사업대상 (해당부분에 V)	①아동/청소년 ②장애인 ③노인 ④다문화가정 ⑤여성 ⑥청년 ⑦퇴직자·중장년 ⑧환경 ⑨지역사회 발전 ⑩기타
사업목적	
내 용	
기대성과	

10. 귀사의 대표 사회공헌 프로그램에 대해 기재해주시기 바랍니다.

프로그램명	
사업 시작년도	
사업대상 (해당부분에 V)	①아동/청소년 ②장애인 ③노인 ④다문화가정 ⑤여성 ⑥청년 ⑦퇴직자·중장년 ⑧환경 ⑨지역사회 발전 ⑩기타
사업목적	
내 용	
UN SDGs와 연계성 (해당부분에 V)	①빈곤의 종식 ②기아의 종식 ③건강과 복지 ④양질의 교육 ⑤성평등 ⑥깨끗한 물과 위생 ⑦지속가능한 에너지 ⑧양질의 일자리와 경제 성장 ⑨혁신과 인프라 구축 ⑩불평등 완화 ⑪지속가능한 도시 및 거주지 조성 ⑫책임 있는 소비와 생산 ⑬기후행동 ⑭해양 생태계 보호 ⑮육상 생태계 보호 ⑯평화, 정의 및 제도 구축 ⑰목표 달성을 위한 파트너십
사업성과 및 사회적 가치	(사업을 통해 창출된 결과, 지원 대상 및 사회의 정량적·정성적 변화 등을 자유롭게 기재)

* [참고] UN SDGs(Sustainable Development Goals)

- 2015년 유엔총회를 통해 채택된 사회·환경·경제 분야 의제로, 2030년까지 지속가능한 발전을 위해 달성해야 할 인류 공동의 17개 목표 및 169개 세부목표

【사회적 가치 창출 사례】

11. 귀사는 협력사와 동반성장(상생협력)을 통한 사회적 가치 창출을 고려하고 있습니까?

① 매우 고려함 ② 약간 고려함 ③ 거의 고려하지 않음 ④ 고려하지 않음

11-1. (고려하는 경우) 협력사와 동반성장(상생협력)을 통한 사회적 가치 창출 사례를 기재해주시기 바랍니다.

내 용	
-----	--

12. 그밖에 귀사의 사회적 가치 창출 사례를 기재해주시기 바랍니다.

* [예시] 사회적 가치 실현을 위한 제도·교육 도입, 자체의 제품과 서비스로 공공의 이익 증진 기여, 온실가스 배출량 기준 이상 감축, 폐기물 재활용, 사회문제를 창의적으로 해결한 사례 등

프로그램명	
시작년도	
내 용	
사업성과 및 사회적 가치	(사업을 통해 창출된 결과, 지원 대상 및 사회의 정량적·정성적 변화 등을 자유롭게 기재)