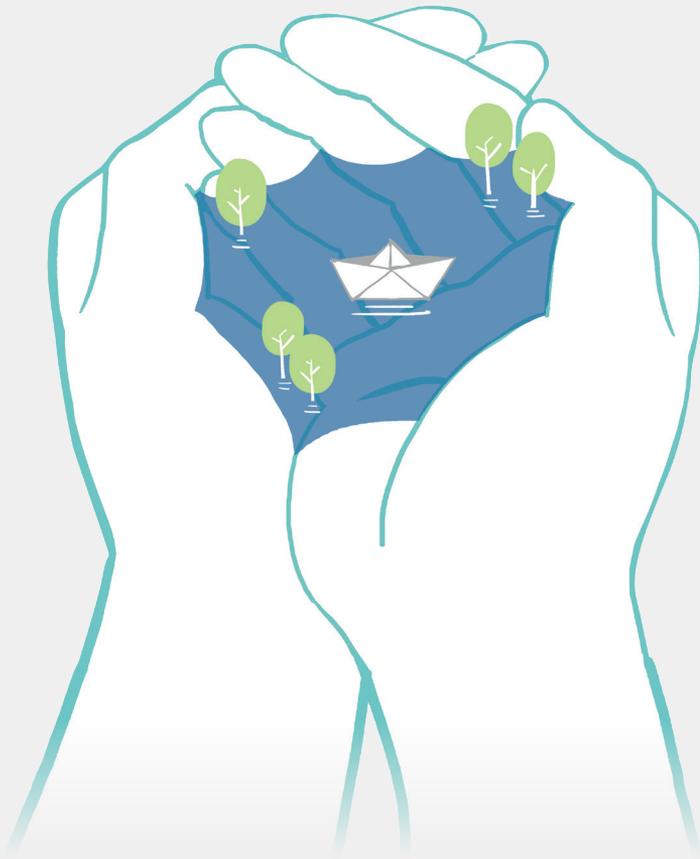


# 2022 주요 기업의 사회적 가치 보고서



# 2022 주요 기업의 사회적 가치 보고서

● 「2022 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** 02-3771-0451    **FAX** 02-6234-5317    **E-mail** yaney@fki.or.kr

**발행인** | 허창수    **편집인** | 권태신



# CONTENTS

<b>요 약</b>	<b>5</b>
<b>기업의 사회적 가치 실현을 위한 활동 현황</b>	<b>8</b>
<b>I. 조사개요</b>	<b>9</b>
<b>II. 분석결과</b>	<b>11</b>
<b>1. 2021년 사회공헌 지출 현황</b>	<b>11</b>
(1) 사회공헌 총 지출 규모	11
(2) 사회공헌 증감 추이	12
(3) 경영성과 대비 사회공헌 지출 비율	17
(4) 분야별 지출 현황	19
<b>2. 사회공헌 프로그램 현황</b>	<b>22</b>
(1) 2021년 기업 사회공헌 특징	22
(2) 대표 사회공헌 프로그램	31
(3) 신규 사회공헌 프로그램	44
<b>3. 임직원 봉사활동 현황</b>	<b>55</b>
<b>4. 기업 사회공헌 인식 및 ESG 경영</b>	<b>58</b>
<b>&lt;부록&gt; 2021년 기업 사회공헌활동에 대한 조사표</b>	<b>62</b>



# 요 약



## □ 2021년 사회공헌 지출 현황

- ◎ (지출액) 주요 기업 219개사가 2021년 한 해 동안 지출한 사회공헌비용 총 규모는 2조 9,251억 4,467만 원, 평균 금액은 133억 5,682만 원으로 조사됨
- ◎ (경영성과 대비) 매출액 대비 사회공헌 지출 비율은 0.12%, 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율은 1.4%로 나타남
- ◎ (분야별 지출 현황) 분야별로는 '취약계층 지원'에 대한 지출 비중(55.9%)이 가장 높았으며, 이어 '교육·학교·학술'(13.1%), '문화예술·체육'(11.4%), '기타'(10.2%) 순

## □ [RE:10] 10가지 키워드로 보는 기업 사회공헌 프로그램 트렌드

### [RE:10] 키워드로 보는 최근 사회공헌 트렌드

 <b>REform</b> 비대면 전환	 <b>REcycle</b> 자원순환·재활용	 <b>REspect</b> 호국보훈·경로우대	 <b>REgion</b> 지역사회 지원	 <b>RElief</b> 소외·취약계층 지원
 <b>REmedy</b> 치료·재활	 <b>REcover</b> 재해·재난 피해복구	 <b>RElation</b> 이해관계자	 <b>REward</b> 후원·보상	 <b>REcreation</b> 문화·체험

- ◎ 코로나19가 장기화되면서 기업 사회공헌 프로그램은 기존 오프라인 대면형에서 온라인 비대면형으로 전환(Reform)되며, 사회적 거리두기 여건 아래 새로운 형태의 사회공헌 활동 본격화
- ◎ 그밖에도 ESG경영 확산에 따른 업사이클링 캠페인 등 자원순환(Recycle)과 독립유공자 후손 주거환경 개선사업 등 국가유공자에 대한 예우와 존경(Respect)을 담은 활동들이 두드러짐

## □ 대표 사회공헌 프로그램 현황 - 대상, 추진기간, UN SDGs와의 연계성

- ◎ (사업대상) 응답기업들의 사회공헌 대표 프로그램은 '아동·청소년'을 대상으로 하는 사업이 38.6%로 가장 많았고, 이어 '지역사회' 10.7%, '환경' 8.6% 순으로 조사됨
- ◎ (추진기간) 대표 사회공헌 프로그램의 평균 나이는 10.9세로, 10년을 초과하여 지속되고 있는 프로그램은 39.2%, 5년 초과 프로그램도 70.7%에 달함
- ◎ (UN SDGs 연계성) UN SDGs의 17개 주요 목표 중에서는 '양질의 교육(Goal 4)'에 부합하는 사회공헌 프로그램을 가장 많이 추진(24.4%)하고 있음

## □ 신규 사회공헌 프로그램 현황

- ◎ (사업대상) 2020년~2021년 신규 론칭된 사회공헌 프로그램 중 '아동·청소년'을 대상으로 하는 프로그램이 33.0%로 가장 많았으며, '환경' 11.4%, '지역사회 발전' 9.3% 순으로 나타남
- ◎ (특징) 경기침체로 인한 취업난 해소를 위해 청년 대상 직업교육 및 창업활동 지원이 증가 (2020년 3.5% → 2021년 7.2%)

## □ 임직원 봉사활동 현황

- ◎ (참여시간) 코로나19 사회적 거리두기 지속으로 참여형 프로그램 중단이 지속되면서 임직원 1인당 연간 평균 봉사활동 시간은 2020년 5.3시간에서 2021년 4.0시간으로 감소
- ◎ (참여율) 임직원 봉사활동 참여율은 '25% 미만'이라는 응답이 46.3%로 가장 많았으나 비대면 프로그램 증가로 봉사활동 접근성이 높아져 '75% 이상~100%'라고 응답한 기업도 21.1%에 달함
- ◎ (봉사촉진제도) 주요 기업들은 임직원 봉사활동을 촉진하기 위해 사내 봉사조직을 구축하는 곳이 33.3%로 가장 많았고, 근무시간 내 봉사활동을 인정하는 봉사 휴가제도(24.0%), 우수봉사자 표창제도(19.3%) 등의 지원제도를 운영하는 것으로 조사됨

## □ 기업 사회공헌 인식 및 ESG 경영

- ◎ (추진성과 만족도) 사회공헌 추진성과에 대한 만족도는 '지역사회 기여' 측면이 평균 4.2점(5점 만점)으로 가장 높았으며, '재무적 성과 연계'는 3.3점으로 가장 낮았음
- ◎ (고려사항) 사회공헌 프로그램 운영 시 기업들은 '지역사회가 당면한 문제 해결 및 지역 발전 기여도'(33.2%)를 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타남
- ◎ (영향요인) 기업 사회공헌 담당자들은 사회공헌 사업계획 수립 시 기업비전, 경영·홍보 전략, 사회공헌 예산·조직 변동 및 사회공헌활동 관련 내부 평가 등 기업의 '내부요인'(29.3%)에 가장 크게 영향을 받는다고 응답
- ◎ (관심분야) 향후 사회공헌 사업 관심분야는 '취약계층 지원'(30.8%), '환경 보전'(24.8%), '교육·학교·학술'(16.8%), '문화예술·체육'(8.4%) 순
- ◎ (ESG경영 중점요인) 기업들은 ESG 경영에서 가장 중점을 두고 있는 분야로 '탄소배출량 감소 등 기후변화 대응'(24.3%)을 꼽았으며, 고객 및 근로자 안전 강화(17.7%), 생산활동 내 친환경 가치 실현(16.9%) 및 준법경영 강화(10.8%) 순으로 응답

## 인포그래픽

# 기업의 사회적 가치 실현을 위한 활동 현황

### □ 2021년 사회공헌 지출액, 프로그램 및 임직원 봉사활동

◎ 매출액 기준 500대 기업 중 232개사 분석 결과 (사회공헌 지출액은 219개사)



대표 사회공헌  
프로그램 평균 나이  
10.9세



신규 사회공헌 프로그램 대상  
아동 · 청소년  
33.0%

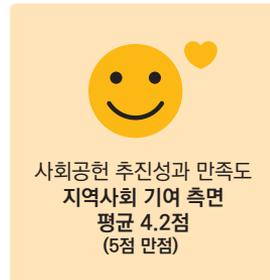
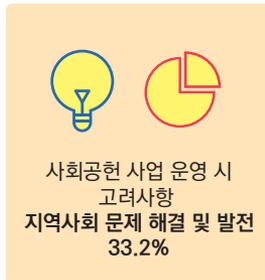


임직원 1인당  
연평균 봉사활동 시간  
4.0시간

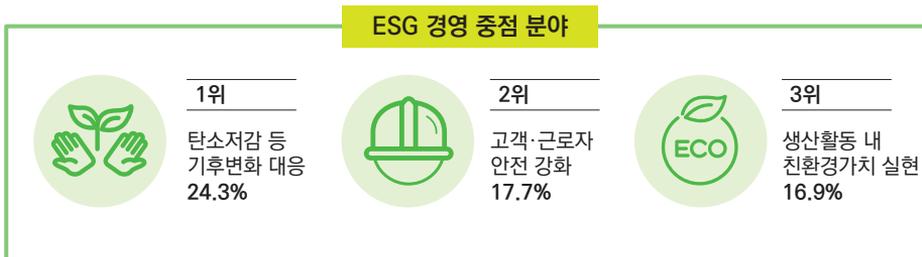


임직원 봉사활동 지원 제도  
사내 봉사조직 구축  
33.3%

### □ 기업의 사회공헌 인식



### □ 기업의 ESG 경영



# 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 : 2022년 11월 ~ 12월

## 3. 조사대상

- ◎ 조사대상 : 매출액 상위 500대 기업 (상장 및 외감 기업)

- ◎ 분석기업 수 : 232개사(46.4%) \* 지출액 집계는 비공개 13개사를 제외한 219개사 기준

〈 분석기업 업종별 분포 〉

구분	제조업	금융 및 보험업	유통업	전기· 가스· 수도	건설	방송 통신· 정보	운수업	숙박 및 음식점	기술 서비스	부동산 및 임대업	기타
기업 수	95	60	21	11	16	11	6	2	5	3	2
(비율%)	(41.0)	(25.9)	(9.1)	(4.7)	(6.9)	(4.7)	(2.6)	(0.9)	(2.2)	(1.3)	(0.9)

〈 분석기업 매출액 순위 분포 〉

매출액 순위	1~100위	101~200위	201~300위	301~400위	401~500위	계
기업 수	81	61	44	19	27	232
(비율%)	(34.9)	(26.3)	(19.0)	(8.2)	(11.6)	(100.0)

\* 단, 매출액 순위는 별도재무제표를 기준으로 함

\* 분석기업 232개사 중 13개사는 사회공헌 지출비용 비공개

## 4. 조사내용

◎ 2021년 기업 사회공헌 지출비용, 분야별 지출 현황, 임직원 봉사활동 실적 및 관련 제도

◎ 신규 및 대표 사회공헌 프로그램 현황, UN SDGs 연계성, 사회공헌 인식조사, ESG 경영·투자 등을 통한 사회적 가치 창출 사례 등

## II. 분석결과



### 1. 2021년 사회공헌 지출 현황

#### (1) 사회공헌 총 지출 규모

- 전국경제인연합회가 실시한 「2021년 기업 사회공헌활동에 대한 조사」결과, 주요 기업 219개사가 2021년 한 해 동안 지출한 사회공헌비용은 총 2조 9,251억 4,467만 원으로 조사됨
  
- 2021년 1개사 평균 사회공헌 지출 규모는 133억 5,682만 원이며, 분석기업의 지출 규모를 나열한 중간값은 20억 7,200만 원임
  
- ◎ 평균값과 중간값에 많은 차이가 발생하는 이유는 경영성과에 기반한 사회공헌 특성상 상위 그룹과 하위그룹 간 사회공헌비용 규모 차이가 크기 때문임

### 〈 2021년 주요 기업 사회공헌 지출 규모<sup>1)</sup>〉

구 분	구 모
총 사회공헌 지출 규모(219개사)	2조 9,251억 4,467만 원
1개사 지출 규모 평균값	133억 5,682만 원
1개사 지출 규모 중간값	20억 7,200만 원

\* 1개사 지출 규모 평균값은 총액에 대한 단순 평균으로, 개별 기업의 실제 상황과 다를 수 있음  
 1개사 지출 규모 중간값은 219개사를 지출 규모 순으로 나열할 때 중앙에 위치한 비용

## (2) 사회공헌 지출 규모 증감 추이

□ [총 지출 규모 추이] 2021년 사회공헌 지출비용 2조 9,251억 4,467만 원은 2020년 지출한 2조 6,122억 7,779만 원에 비해 12.0% 증가한 규모

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

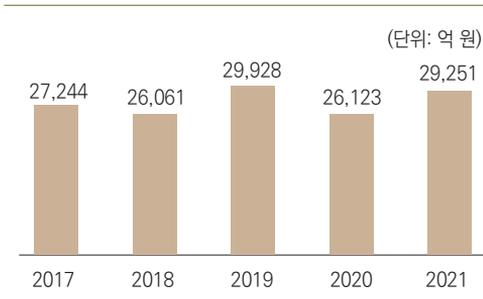
①-1 자체사업	외부 공익법인을 거치지 않고 기업이 단독으로 운영하는 공익사업에 투입된 예산 · 임직원 봉사에 사용된 각종 부대비용 등 사회공헌 지출 · 자체 사무국을 두고 직접 진행하는 사업비, 사회공헌 성격의 캠페인 비용 등 · 기획사나 대행사 등 활용한 사회공헌 사업 관련 행사(발대식 등) 비용 등 포함
②-2 파트너십	기업의 다양한 내부자원을 투입, 외부와 협업을 통해 진행하는 사업

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

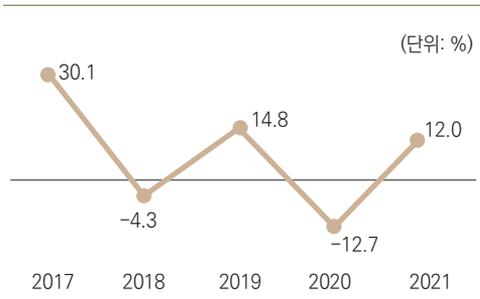
- 〈 기부금 처리가 될지라도 사회공헌비용에 포함되지 않는 항목 〉
- 영리를 목적으로 한 스포츠(예 : 프로스포츠구단 등)
  - 법적 의무부담이 있는 비용(예 : 각종 법정기금, 정보통신기금 등)
  - 종업원 등 기업내부 구성원을 위한 지출(예 : 사내복지기금 등)

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

〈 최근 5개년 기업 사회공헌 지출 규모 〉



〈 최근 5개년 기업 사회공헌 전년대비 증감률 〉

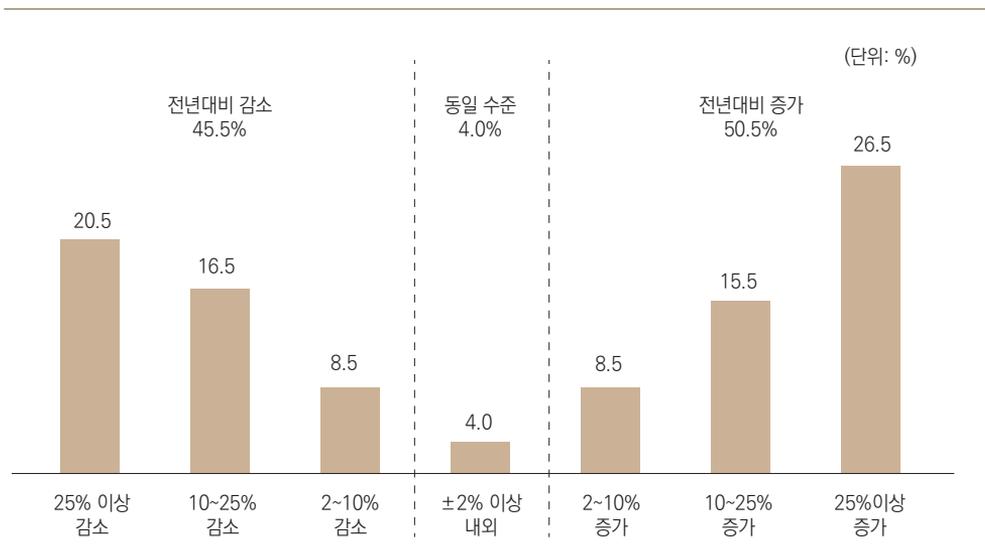


\* 해당항목 분석기업 기준 : ('17) 198개사, ('18) 206개사, ('19) 220개사, ('20) 191개사, ('21) 219개사

□ 2020년 대비 2021년 사회공헌비용이 증가한 기업은 50.5%, 감소한 기업은 45.5%, 응답기업의 4.0%는 증감규모가 ±2% 내외로 비슷한 수준 유지

◎ 사회공헌비용 증감률 분포를 보면, 전년 대비 25% 이상 증가했다고 응답한 기업이 26.5%로 가장 많았지만, 전년 대비 25% 이상 감소했다고 응답한 기업도 20.5%에 달함

〈 2020~2021년 분석기업 증감현황 분포 〉



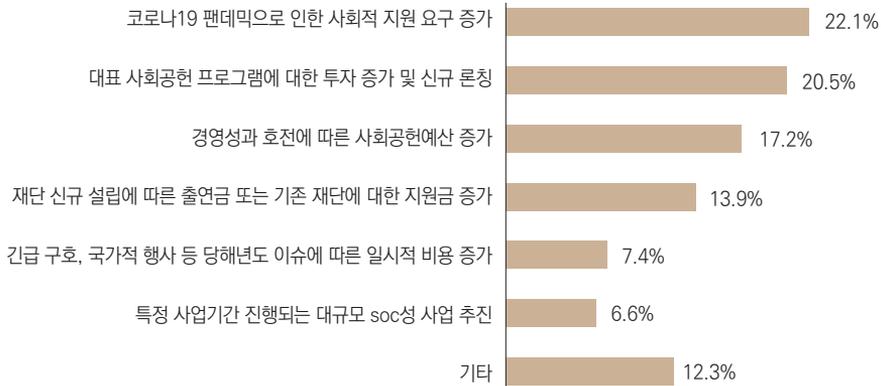
\* 해당항목 분석기업 기준 (219개사)

□ [증감원인] 2021년 기업의 사회공헌활동에 가장 큰 영향을 미친 것은 코로나19 팬데믹의 장기화로, 사회공헌비용 증가의 가장 큰 원인은 ‘코로나19 팬데믹으로 인한 사회적 지원 요구 증가’(22.1%)를, 사회공헌비용 감소의 가장 큰 원인 역시 ‘코로나19 사회적 거리두기로 인한 대면 사회공헌 프로그램 추진 어려움’(46.5%)이라고 응답한 기업이 가장 많았음

◎ (증가요인) 사회공헌 지출이 증가한 원인은 ‘코로나19 팬데믹으로 인한 사회적 지원 요구 증가’ (22.1%), ‘대표 사회공헌 프로그램에 대한 투자 증가 및 신규 론칭’(20.5%), ‘경영성과 호전에 따른 사회공헌예산 증가’(17.2%) 순으로 나타남

- 코로나19가 장기화되면서 기업들은 위축된 사회공헌활동을 대외 여건에 맞춰 재개하거나, 비대면 사회공헌 프로그램을 신설하는 경우가 증가함
- 어려운 여건에도 불구하고 재단을 신규 설립하거나 기존 재단에 대한 지원금을 늘렸다는 기업도 13.9%에 달했으며, 기타 응답(12.3%)으로는 ESG 경영 추구에 따른 사회공헌활동 확대, 비대면 사회공헌 프로그램 개발로 활동 재개 및 창립기념 사회공헌 예산 증가 등이 있음

#### 〈 2020~2021년 사회공헌비용 증가 원인 〉

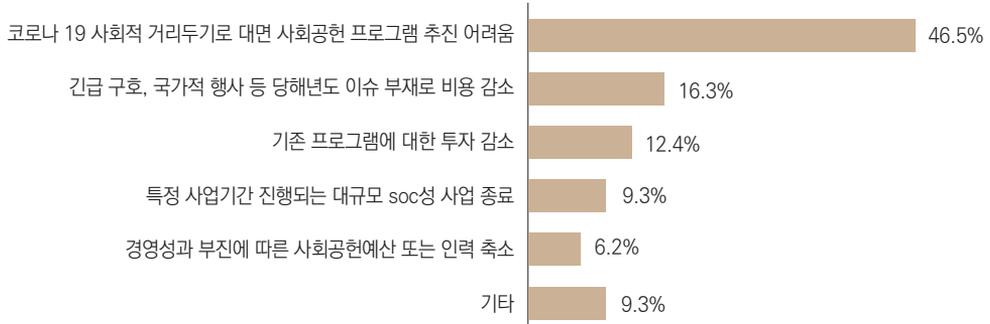


\* 해당항목 분석기업 기준 (91개사)

◎ (감소요인) 사회공헌지출 감소 원인으로는 ‘코로나19 사회적 거리두기로 인한 대면 사회공헌 프로그램 추진 어려움’(46.5%), ‘긴급 구호, 국가적 행사 등 당해연도 이슈 부재로 인한 비용 감소’(16.3%), ‘효과성 낮은 사회공헌 프로그램의 중단 등 기존 프로그램에 대한 투자 감소’(12.4%) 순으로 응답함

- 코로나19 장기화로 인해 비대면 프로그램 등을 신설한 기업들도 있었으나 주요 기업들에서 대표사업으로 운영된 참여형 프로그램이 중단된 경우가 여전히 많았으며, 코로나19 초기에 집중되었던 응급구호 지원 요구 또한 줄어든 것으로 분석

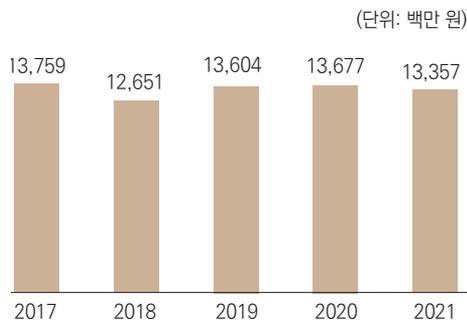
### 〈 2020~2021년 사회공헌비용 감소 원인 〉



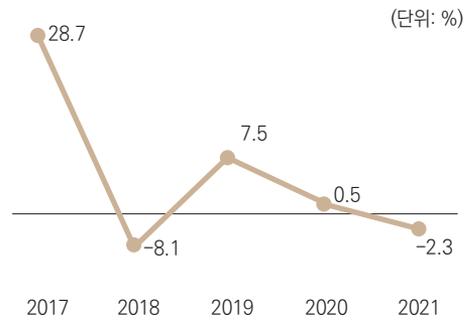
\* 해당항목 분석기업 기준(91개사)

□ [평균값 추이] 2021년 1개사 평균 사회공헌 지출비용은 133억 5,682만 원으로 2020년 136억 7,685만 원에 비해 2.3% 감소한 것으로 나타남

### 〈 최근 5개년 기업 평균 사회공헌 규모 〉



### 〈 최근 5개년 기업 평균 사회공헌 증감률 〉



\* 해당항목 분석기업 기준 : ('17) 198개사, ('18) 206개사, ('19) 220개사, ('20) 191개사, ('21) 219개사

〈 연도별 기업 사회공헌 지출 규모 및 증감률 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 증감률	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 증감률	-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 증감률	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 증감률	9.9%	16.6%	8.4%	5.1%	1.3%	-13.6%	-3.8%

	2015년 (255개사)	2016년 (196개사)	2017년 (198개사)	2018년 (206개사)	2019년 (220개사)	2020년 (191개사)	2021년 (219개사)
총 지출액 규모	2,902,050	2,094,785	2,724,356	2,606,058	2,992,771	2,612,278	2,925,145
전년도 대비 증감률	8.7%	-27.8%	30.1%	-4.3%	14.8%	-12.7%	12.0%
평균 지출액 규모	11,380	10,688	13,759	12,651	13,604	13,677	13,357
전년도 대비 증감률	-1.6%	-6.1%	28.7%	-8.1%	7.5%	0.5%	-2.3%

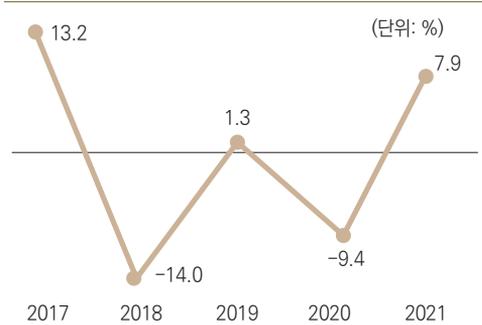
\* 매해 발표한 사회공헌비용을 기준으로 기재함

□ [중간값 추이] 2021년 기업당 사회공헌 지출비용을 규모 순으로 나열했을 때 중간값은 20억 7,200만 원으로 2020년 19억 2,054만 원보다 7.9% 증가

〈 최근 5개년 사회공헌 중간값 규모 〉



〈 최근 5개년 사회공헌 중간값 증감률 〉



\* 해당항목 분석기업 기준 : ('17) 198개사, ('18) 206개사, ('19) 220개사, ('20) 191개사, ('21) 219개사  
1개사 지출규모 중간값은 분석기업을 지출규모 순으로 나열한 것의 중앙에 위치하는 수치

### (3) 경영성과 대비 사회공헌 지출 비율

□ [매출액 대비] 2021년 사회공헌활동 지출액이 전체 매출액에서 차지하는 비율은 0.12%로, 2020년 0.18%에 비해 하락한 것으로 나타남

◎ 매출액 대비 사회공헌 지출 비율 분포를 보면 매출액의 '0.02% 이상 ~ 0.05% 미만'을 사회공헌에 지출한 기업이 24.7%로 가장 많았으며, '1% 이상'을 지출한 기업도 25개사에 달함\*

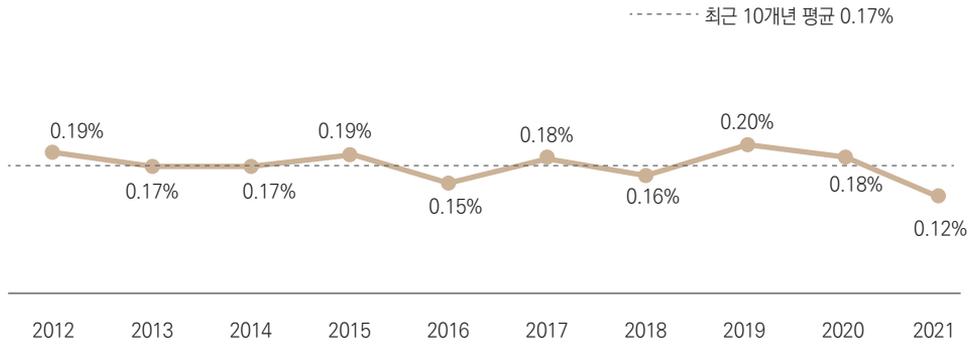
\* 2020년 매출액 1% 이상 사회공헌 지출 기업 4.7%(9개사), 분석기업 191개사 기준

〈 2021년 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)	25(11.4%)	5(2.4%)	45(20.5%)	45(20.5%)	54(24.7%)	45(20.5%)

\* 해당항목 분석기업 219개사 기준 : 매출액은 별도재무제표를 기준으로 하며, Kisvalue 데이터를 활용

### 〈 최근 10년간 매출액 대비 사회공헌 지출 비율 추이 〉



\* 해당항목 분석기업 기준 : ('12) 234개사, ('13) 234개사, ('14) 231개사, ('15) 255개사, ('16) 196개사, ('17) 198개사, ('18) 206개사, ('19) 220개사, ('20) 191개사, ('21) 219개사

□ [세전이익 대비] 2021년 세전이익 대비 사회공헌 지출 비중은 1.4%로, 2020년 3.7%에 비해 크게 감소, 최근 10년 평균 3.0% 대비 1.6%p 낮은 것으로 나타남

◎ 2021년 분석기업의 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율 분포를 보면, 세전이익의 '1% 미만'을 사회공헌에 지출하는 기업의 비중이 47.0%로 가장 많았으며, '1% 이상 ~ 5% 미만'을 지출하는 기업이 27.4%, '10% 이상' 지출하는 기업이 11.4%로 조사됨

◎ 세전이익의 '10% 이상'을 사회공헌활동에 지출한 기업이 전년 대비 약 2배 증가\*한 반면, '1% 미만' 지출 기업의 수도 크게 증가\*\*, 2020년 대비 경영여건은 개선된 반면 코로나19 장기로 사회적 거리두기가 지속되면서 사회공헌활동이 위축된 것으로 분석

\* 세전이익 대비 10% 이상: 2020년 12개사(6.3%) → 2021년 25개사(11.4%)

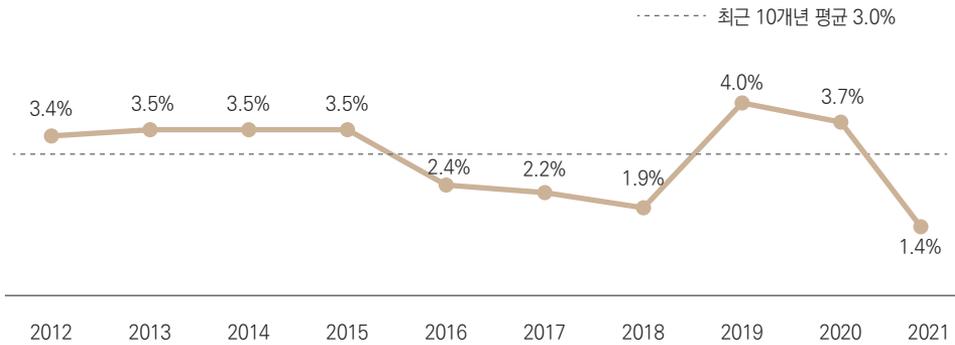
\*\* 세전이익 대비 1% 미만: 2020년 61개사(31.9%) → 2021년 103개사(47.0%)

### 〈 2021년 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)	25(11.4%)	13(6.0%)	60(27.4%)	103(47.0%)	18(8.2%)

\* 해당항목 분석기업 219개사 기준 : 세전이익은 별도재무제표를 기준으로 하며, Kisvalue 데이터를 활용

### 〈 최근 10년간 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율 추이 〉



\* 해당항목 분석기업 기준 : ('12) 234개사, ('13) 234개사, ('14) 231개사, ('15) 255개사, ('16) 196개사, ('17) 198개사, ('18) 206개사, ('19) 220개사, ('20) 191개사, ('21) 219개사

#### (4) 분야별 지출 현황

□ 분야별 지출 현황을 보면, '취약계층 지원'에 대한 지출(55.9%)이 가장 높고, 이어 '교육 · 학교 · 학술'(13.1%), '문화예술 · 체육'(11.4%), '기타'(10.2%) 순

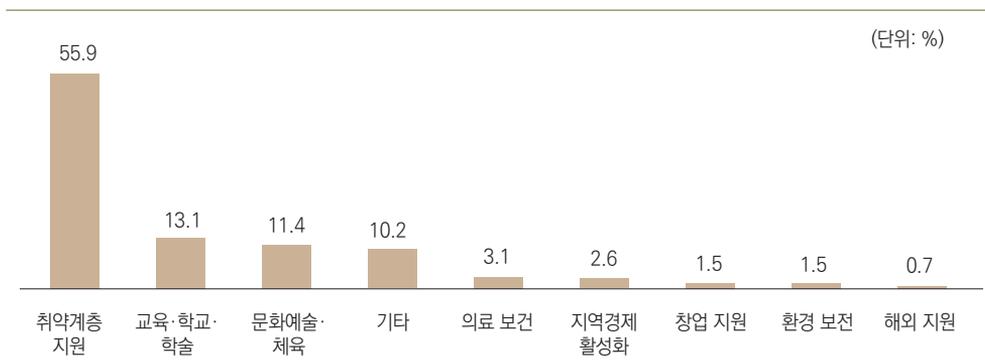
◎ '취약계층 지원' 분야의 경우 2020년 2,362억 원에서 2021년 3,379억 원으로 약 1천억 원 이 증가해 분야별 지출 비중의 절반 이상(55.9%)을 차지

◎ 의료 보건(20년 1.7% → 21년 3.1%), 지역경제 활성화(20년 2.0% → 21년 2.6%) 및 환경 보 전(20년 0.9% → 21년 1.5%) 분야의 지출 비중이 증가했지만, 교육·학교·학술(20년 24.9% → 21년 13.1%), 문화예술·체육(20년 12.1% → 21년 11.4%), 창업지원(20년 4.2% → 21년 1.5%) 및 해외지원(20년 1.5% → 21년 0.7%) 분야의 지출 비중은 줄어든 것으로 나타남

◎ 이는 코로나19 장기화와 경기침체로 늘어난 취약계층에 대한 사회적 지원 요구가 증가하면 서, 기업이 이들에 대한 대면·비대면 사회공헌활동 우선적으로 재개했으며, 기업의 ESG 경영 기조 확산에 따른 상생협력 지원이 증가했기 때문으로 분석됨

◎ 기타 분야 사업으로는 취약계층 대상 금융지원(새희망 힐링펀드), 동반성장(협력사 상생기금, 협력사 장학금, 대중소 양극화 해소 지원 등), 사회적 안전망 강화(결식아동 도시락 지원 및 바 른먹거리 교육, 범죄예방협의회 지원 등), 호국보훈(군인·군부대, 소방관·소방서 지원 등) 및 각종 사회복지단체 지원(사회복지공동모금회, 중소기업나눔재단 등) 등이 있음

### 〈 2021년 분야별 사회공헌 지출 비율 〉



\* 해당항목 분석기업 기준 (97개사)

### 〈 분야별 사회공헌 지출 비율 추이 〉

(단위 : %)

	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
취약계층 지원	27.9	43.2	50.3	43.8	38.3
교육·학교·학술	24.7	20.6	17.6	14.7	23.2
문화예술·체육	12.7	12.3	6.6	11.8	11.6
환경 보전	2.0	1.7	1.6	1.6	2.6
해외 지원	2.5	3.2	1.5	6.9	3.8
의료 보건	5.3	4.3	3.2	5.1	3.4
기타	24.9	14.7	19.2	16.1	17.1

	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년
취약계층 지원	31.7	33.9	29.5	33.5	41.2
교육·학교·학술	16.1	23.7	18.2	17.5	21.9
문화예술·체육	11.1	12.7	15.3	16.4	20.5
환경 보전	2.4	1.4	4.1	3.7	1.2
해외 지원	2.9	6.5	1.7	1.3	3.0
의료 보건	5.7	0.8	1.1	1.6	0.4
기타	30.1	21.0	30.1	26.0	11.8

	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
취약계층 지원	31.3	37.6	33.5	33.8	55.9
교육·학교·학술	13.1	14.7	10.6	24.9	13.1
문화예술·체육	21.6	11.0	9.2	12.1	11.4
환경 보전	1.3	0.9	1.2	0.9	1.5
해외 지원	1.9	1.5	1.2	1.5	0.7
의료 보건	9.4	0.4	0.3	1.7	3.1
기타	21.4	23.0	36.7	18.9	10.2
창업지원 (2018년 신규)	-	10.9	1.6	4.2	1.5
지역경제 활성화(신규)			5.7	2.0	2.6

\* 해당항목 분석기업 기준 (97개사)

응급·재난구호 비중은 기타에 포함 (2018년 0.2%, 2019년 0.3%, 2020년 4.3%, 2021년 0.7%)

## 2. 사회공헌 프로그램 현황

### (1) 2021년 기업 사회공헌 특징

□ 지난해는 2020년 시작된 코로나 팬데믹의 장기화로 기업의 사회공헌 프로그램 운영도 사회적 거리두기 여건 아래 다변화되는 경향을 보임

◎ 코로나19로 인한 방역지침 준수로 상당수 참여형 대면 프로그램의 활동이 중단되기도 했으나, 모바일 어플리케이션을 활용하거나 가정에서 기부물품을 제작하는 등 비대면 사회공헌 프로그램들이 활성화되면서 사회공헌활동에 대한 접근성이 제고되기도 함

#### [RE:10] 키워드로 보는 최근 사회공헌 트렌드



#### REform 비대면 전환

##### ▣ 유한양행: 버들과학교실, 버들진로캠프

- 지역 아동 및 제약업에 관심이 있는 중학생을 대상으로 온라인 연구소 견학 지원
- 제약바이오산업을 소개하고, 연구소 견학 동영상상을 통해 신약탄생과정 탐색
- 아동·청소년의 진로설계 지원을 통해 미래사회 인재 육성

##### ▣ 포스코홀딩스: 드림스쿨

- 수도권 지역 대비 학원 등 교육 인프라가 부족해 어려움을 겪는 포항·광양 지역의 취약계층 중·고등학생의 학습여건 개선 지원

- 기존에 오프라인으로 진행된 드림캠프를 비대면 온라인 방식으로 전환하여 사업 재개
- 온라인 교육전문기관과 협업해 검증된 우수 강사진을 통해 1:1 온라인 화상수업을 진행하고 멘토·멘티간 활발한 상호작용을 통해 참여학생들의 성적 향상에 기여

#### ■ 메트라이프생명보험: E-로운 숲 캠페인

- 종이사용이 가장 많은 보험업의 특성을 고려, 종이사용 절감을 위해 우편 안내장을 이메일로 전환하는 고객에게 친환경 화분을 제공하고, 메트라이프생명 사회공헌재단과 함께 강원도 지역에 숲을 조성하는 캠페인 진행

#### ■ 동양생명: 소아암 인식개선 온라인 캠페인

- 매년 소아암 인식개선을 위해 진행된 오프라인 청계천 걷기행사를 온라인으로 전환
- 키즈 전문 유튜브 ODG, 과나 채널 등과 함께 소아암 인식개선 영상을 제작하고, SNS를 활용해 이벤트를 개최하는 등 비대면 고객 참여형 캠페인 진행

## REcycle 자원순환·재활용

#### ■ 동국제강: DK 그린 캠페인, '라떼폰 반납하고 카페라떼 받아주세요'

- 업의 특성인 스크랩(고철) 자원순환과 연계한 자원 순환 캠페인
- 회사·임직원의 IT 불용기기, 폐휴대폰 등을 활용한 E-Waste Recycling 캠페인으로 회사와 개인정보의 완벽하고 안전한 삭제를 위해 '민트' 기업과 연계해 처리하고, 이 수익금을 활용하여 환경재단을 통해서 사업장 소재지 경북 포항, 울진 산불 피해지역 복구를 위한 나무숲 조성에 활용

#### ■ 메트라이프 생명보험: 무연고 아동을 위한 에코건강키트-업사이클링 줄넘기 만들기

- 플라스틱 등 재활용품을 이용해 줄넘기, 에코백, 바운스라켓 세트 등 새제품으로 재탄생시키는 업사이클링 자원봉사 프로젝트
- 총 1,909명의 임직원과 재무설계사, 고객 및 대학생 등이 참여해 업사이클링 키트를 완성·기부하면 전문가 검수를 거쳐 전국 24개 보육시설에 기부

#### ■ 롯데칠성음료: 소비자와 함께 하는 'Re:Green' 자원순환 캠페인

- 거래처 및 생수정기배송 고객 대상 생수페트병을 직접 수거, 에코백·유니폼 등 업사이클링 제

품으로 재탄생시켜 지속가능한 소비생태계 구축

- 서울시 내 11개 거래처와 협업, 회수된 페트병으로 영업사원 유니폼 제작·지급

#### ■ 현대제철: 커피박 재자원화 프로젝트

- 정부·지자체·NGO 등 다자간 협력을 통해 인천시에서 발생하는 커피박(커피를 만들고 남겨지는 부산물)을 수거해 화분, 벽돌, 도로 포장재 등 친환경 혁신제품으로 업사이클링하는 자원순환 체계 구축

- 지역사회 폐기물 감소 및 취약계층 일자리 창출에 기여

## REspect 호국보훈·경로우대

#### ■ 유한양행: 우리동네 건강의 벗

- 65세 이상 저소득 노인의 신체·정서적 증진 도모

- 사업장 소재지인 동작구 노인을 대상으로 지역 복지관과 공동으로 치매, 고혈압, 관절염, 우울증 등 노인성 질환 관련 건강증진 프로그램 실시

- 참여자들의 건강관리능력 향상, 우울감 완화 등 삶의 만족도가 향상

#### ■ LG넥스원: 저소득 국가유공자 지원사업

- 국가보훈처를 통해 저소득 국가유공자를 선정, 사랑의 열매와 함께 밀키트, 겨울이불 등 위문품 전달

- 호국보훈 기업이념을 바탕으로 저소득 국가유공자의 복지 증진에 기여

#### ■ 대우건설: 독립유공자 후손 주거환경 개선사업

- 열악한 주거환경에 거주하는 전국 독립유공자 후손을 대상으로 단열, 지붕, 전기배선, 도배·장판, 창호·문 교체 등 노후주택 개보수

- 한국해비타트와 함께 2021년 6세대의 노후주택 개보수(2022년 7세대 진행계획)

#### ■ 한화시스템: 장병사랑 진로취업멘토링

- 전국 군부대 일반사병을 대상으로 전역 이후 진로 및 취업분야 멘토링 실시

## REgion 지역사회 지원

### ▣ 현대해상: 도서관 마음센터

- 전국 중소병원 대상으로 환자와 보호자를 위한 도서·문화 힐링공간을 제공
- 병원 당 1,000여 권의 도서와 책장, 탁자, 의자 등 집기 지원
- 환자들의 심리치유를 위한 문화예술 프로그램 지원(그림책 심리학 등)

### ▣ 삼성생명보험: 지역청년활동가 지원

- 지방권 청년 고용창출 및 공익사업 활성화를 위해 공모사업 운영
- 지역사회 문제해결을 위해 활동하는 비영리 청년단체를 대상으로 계층별 교육, 낙후도시 재생, 지역문화예술 기획 등의 사업을 공모, 단체별로 최대 4,500만원과 컨설팅을 통한 안정적인 운영 및 단체간 네트워크 구축 지원
- 청년들이 지역에 정착하고 지역경제 활성화에 기여할 수 있는 계기 마련

### ▣ 현대일렉트릭: 자매결연 지역사회 복지시설 후원

- 경기도 성남지역 복지기관들과 자매결연을 통해 지속적 후원
- 수도권에 근무하는 임직원들의 급여나눔 등을 통해 발달 장애인 생활시설과 독거노인 생활시설 운영 및 입소자 복지 지원

## RElief 소외·취약계층 지원

### ▣ 대한항공: 추석맞이 희망나눔

- 강서구 푸드뱅크와 연계해 관내 취약계층 250가구에 약과·한과 등 명절선물 지원
- 사내봉사단원들이 포장 및 방문전달에 직접 참여하고 해당 거주지에 생활하시는 분들의 안부를 확인하는 역할도 수행

### ▣ 애터미: 한국컴패션 x 애터미 해외아동 구호활동 "기적의 시작"

- 한국컴패션과 함께 해외 아동들의 빈곤·기아 구호활동 지원
- 빈곤국가 아동의 지속가능한 지원을 위해 100억원 기부, 임직원 및 고객들에게 컴패션의 활동을 홍보하여 동참 격려

#### ■ 효성그룹: 베트남 임직원 급여나눔 아동 결연 프로그램

- 베트남 지역 취약계층인 미혼모를 대상으로 직업훈련 교육을 통해 자립 지원
- 현지에서 수행가능하고 접근 용이한 양돈/양계 교육 및 축산의료용품 등을 지원
- 미혼모 가정의 경제적 자립, 미혼모 자아존중감 형성 및 미혼모 대상 인식 개선

## REmedy 치료·재활

#### ■ 농심: '희망, 백 더하기 백' 프로그램

- 백혈병 소아암 환아 및 완치자를 대상으로 그림 공모전 진행
- 우수작 15편을 선정하여 시상, 백산수 생수라벨에 그림을 인쇄하여 수상자 가정에 전달 및 한정판으로 출시해 판매, 판매액의 2.15%(1억원) 기부
- 본인의 그림이 들어간 백산수 제품을 통해 행복해하는 모습을 보였으며, 판매금액이 한국백혈병소아암협회에 기부되어 사업비로 활용

#### ■ 푸르덴셜생명: 조혈모세포 기증 캠페인

- 혈액암 환자의 생명유지를 위한 조혈모세포 인식 확산, 기증 캠페인을 통해 혈액 기증에 대한 인지도 제고 및 생명 나눔 정신 실천
- 조혈모세포 기증 희망자 등록 캠페인, 조혈모세포 기증 인식개선 걷기 캠페인 '착한 걷기 프로젝트' 진행, 대학생 서포터즈 '조혈모프렌즈' 운영을 통한 SNS 홍보, 캐릭터 개발 등 캠페인 진행
- 임직원 1,200여 명이 조혈모세포 기증 희망 등록, 24명이 실제 기증

#### ■ 효성그룹: 장애 어린이 재활치료 및 비장애 형제자매 지원

- 사회의 도움 없이는 자활이 불가능한 장애 어린이 재활치료 후원 및 복지 사각지대에 놓인 장애 어린이의 비장애 형제자매 지원
- 장애 어린이 재활치료 및 장애 어린이 가족과 임직원 가족이 함께 하는 가족여행, 비장애 형제 교육 및 심리치료 지원, 비장애 형제 힐링 나들이 등 진행

#### ■ 중소기업은행: IBK 장학금 및 치료비 지원사업

- 중소기업 근로자 가족에게 장학금·치료비를 지원, 근로자 삶의 질 개선에 기여

- 형편이 어려운 중소기업 근로자 본인 및 고등학생·대학생 자녀를 대상으로 연2회 장학금 지원, 장학금을 받은 대학생들이 중소기업 근로자 자녀들에게 학습 멘토링을 지원하는 IBK 멘토링 사업과 연계 운영해 교육 불평등 완화에 기여
- 희귀난치병·중증질환 등으로 투병 중인 중소기업 근로자 본인과 배우자, 자녀 등을 대상으로 치료비를 지원해 의료 복지 확대에 기여

#### ■ 동양생명: 소아암 환자의 치료의지 향상을 위한 통합지원

- 소아암 환자 가족의 경제적, 정서적, 사회적 어려움 경감을 통해 치료의지를 향상시키고 어린이와 청소년 복지 향상에 기여
- 한국백혈병어린이재단과 함께 소아암 환자 치료비 지원, 완치자 장학금 지원, 소아암 완치기원 조이박스(놀이도구) 지원 및 소아암 인식개선 온라인 캠페인 추진

## REcover 재해·재난 피해복구

#### ■ 폭스바겐코리아: 산림복원 및 탄소중립 숲 조성

- 2020년 강원도 산림피해 복구를 위해 12,600그루의 나무를 심은데 이어, 2021년 강원도 태백지역에도 탄소중립 숲 조성

#### ■ 현대엔지니어링: Gift House 캠페인

- 건설사로서 업(業)의 역량을 활용한 사회공헌활동 추진
- 화재, 노후 등 재난에 놓였거나 붕괴 위험에 처한 전국의 재난위기가정을 모집·선정하고 자사의 특허기술인 모듈러 공법을 이용해 주택을 지어 선물하는 프로젝트

#### ■ 신한라이프생명보험: 포용금융

- 코로나19, 태풍피해 등 재난 피해고객을 대상으로 보험료 납입유예 상시 지원

#### ■ 애터미 : 긴급재해 구호활동 지원 시스템 구축

- 법정 구호기관인 전국재해구호협회를 통해 매년 일정 금액의 현금과 물품을 기부해 재난·재해에 대한 긴급한 지원 시스템 구축

## RElation 이해관계자

### ■ 삼성생명보험: 고객 패널 제도

- 업계 최초 고객 모니터링 제도 도입, 상품·서비스 및 각종 제도를 고객 관점에서 개선하기 위해 노력
- 2021년 코로나19로 어려운 소통 환경에서도 고객서비스 개선 제언, 보장분석 경쟁력 제고 방안, 메타버스 체험 리뷰 등 고객패널 활동 진행
- CEO·경영진과 함께 한 고객패널 컨퍼런스에서 제안된 아이디어를 반영, 제도 개선

### ■ 현대해상: 마음이 걸어요

- 모바일 앱 빅워크를 활용한 기부 챌린지로, 임직원 및 가족의 걸음수가 목표치를 달성할 경우 결식위기 아동, 학대피해 아동 등 취약계층에 후원금 기부
- 사내 나눔문화 확산 및 취약계층 아동·청소년의 건강한 성장 기여

### ■ OCI: OCI DREAM

- 장애직원이 사회구성원으로 인정받는 것을 목표로 자회사형 장애인 표준사업장 출범
- 장애인이 스스로 자립할 수 있는 환경을 조성하기 위해 안정적인 일자리 제공
- 장애인의 경제적 자립과 건강한 사회적 가치 창출에 기여

### ■ BGF리테일: 가맹점·협력사 상생강화

- 장기운영점포 상생협약을 체결, 상생펀드를 통한 대출 및 보험 가입 지원
- 동반성장지수 개선

## REward 후원·보상

### ■ 신영증권: 신영컬처 드림업

- 한국예술종합학교와 함께 하는 예술인재 양성을 위한 장학사업
- 예술인재들의 콩쿠르, 페스티벌, 영화제 참여를 위한 부대비용 및 체류비 지원을 통해 학생들이 세계 무대에 도전할 수 있도록 후원

#### ■ 부영주택: 해외 유학생 장학금 지원

- 국내로 유학 온 해외 유학생들에게 장학금을 지원
- 학비 보조가 필요하거나 성적이 우수한 유학생을 대상으로 한 장학사업을 통해 글로벌 인재 발굴·육성 지원

#### ■ 신한금융지주: 미래세대 육성과 지원

- 중국, 카자흐스탄, 우즈베키스탄, 인도 등 아시아권 8개 현지법인을 통해 해외 초·중·고·대학생을 대상으로 장학금을 지원
- 해외 학생들의 안정적인 배움의 기회 제공

#### ■ DB손해보험: 청각장애인학교 후원활동

- 장애인에 대한 사회적 관심 제고와 처우 개선을 목표로, 청각장애인학교인 충주성심학교와 자매결연 체결, 지속적인 후원 활동 진행
- 2021년에는 장학금 지원, 야구단 운영 등을 후원

#### ■ 한솔섬유: 베트남 여학생 장학사업

- 한솔섬유의 주요 생산거점인 베트남 남부 메콩 삼각주 지역이 베트남 내에서도 고등학교 과정 이수율이 가장 낮은 지역임을 감안, 아시아재단우호협회를 통해 극빈층 여고생에 2년간 학비, 교복, 도서 등을 지원

## REcreation 문화·체험

#### ■ 종근당: 종근당 오페라 희망이야기, 'Sing HOPERA! 일상으로의 초대' 등

- 코로나19 상황에서 침체된 공연예술계에 활기를 불어넣고, 지친 국민과 의료진, 보건방역 관계자, 투병 환자와 보호자들에게 안전한 예술 향유 프로그램 제공
- 워드 코로나 시대를 맞아, 방역 지침을 준수한 안전한 공연을 기획, 진행
- 유명 성악가와 뮤지컬 배우들이 참여하는 수준 높은 공연으로 힐링 지원

#### ■ 포스코건설: 지속가능한 도시구현을 위한 BEES NEEDS 도시양봉사업 “꿀벌체험”

- 세계 100대 농작물 중 71%가 벌을 매개로 수분, 벌 개체수 감소는 식량위기를 초래할 수 있어 생물다양성 보존을 위해 도시양봉사업 추진

- 미래세대 생물다양성 교육을 위해 '안녕? 꿀벌' 체험 교육을 실시하고, 생물다양성 마술쇼, 꿀 아이스크림 이벤트 등 어린이 꿀벌 축제 개최
- 미래세대가 쉽고 재미있게 생물다양성을 경험하고 올바른 가치관 정립하는 계기

#### ■ 한국항공우주산업: KAI 예비에이션 캠프

- 미래 항공우주산업 인재양성을 위해 KAI가 보유한 지적자산을 공교육에 기부
- 청소년을 대상으로 항공기에 적용되는 수학·과학 원리를 이용한 체험형 프로그램 지원 및 파스칼 원리, 부품가공, 정비 등 이론/실습 지원
- 공교육 경쟁력 강화, 첨단과학 분야 이공계 인재 육성에 기여

#### ■ GS건설: Connect Project

- 무명의 음악인, 소극단(아동극)들이 공연할 수 있도록 장소와 활동비를 지원
- 본사 로비 갤러리 공간을 무료 대관해 발달장애인 미술전시회 지원 등

## (2) 대표 사회공헌 프로그램 - 대상, 지속 기간 및 UN SDGs<sup>2)</sup>와의 연계

□ [사업대상] 2021년 응답기업이 작성한 자사 대표 프로그램의 사업대상으로는 ‘아동·청소년’이 38.6%로 가장 많았으며, 이어 ‘지역사회’(10.7%), ‘환경’(8.6%) 순

◎ ‘지역사회’와 ‘환경’은 전년도 조사에서 각각 9.4%, 5.9%로 4,5위였으나 각각 1.3%p, 2.7%p 오르며 순위도 2계단씩 상승, 이는 지난 해 코로나19로 중단되었던 사업들이 재개되거나 비대면 사업으로 전환 추진되면서 증가한 것으로 분석

◎ ‘기타’(15.0%) 대상에는 소셜벤처·사회적기업 및 창업가, 중소기업 근로자, 연구자, 문화예술 단체, 군인, 소방공무원 유가족 및 국가유공자들 포함, 코로나19 장기화로 어려워진 소상공인 및 문화예술계 지원이 증가한 것으로 분석

### 〈 대표 사회공헌 프로그램 사업 대상 〉

구분	아동·청소년	지역사회	환경	장애인	노인	청년	여성	다문화 가정	퇴직자·중장년	기타
비율	38.6%	10.7%	8.6%	6.4%	5.7%	5.7%	3.6%	3.6%	2.1%	15.0%

\* 해당항목 응답기업 81개사, 대표 프로그램 93개 기준, 사업대상 중복응답 포함

□ [추진기간] 대표 프로그램의 평균 나이는 10.9세로 나타났으며, 10년을 초과해 지속되고 있는 프로그램은 39.2%이며, 5년 초과 지속 프로그램도 70.7%에 달함

### 〈 대표 사회공헌 프로그램 사업 추진기간 〉

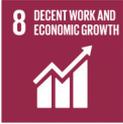
구분	1~5년	6~10년	11~15년	15년 이상
비율	29.3%	31.5%	19.6%	19.6%

\* 대표 프로그램 92개 기준

□ [UN SDGs 연계성 및 주요 사례] 주요 기업들은 UN SDGs의 17개 주요 목표 중 ‘양질의 교육(Goal 4)’에 부합하는 사회공헌 프로그램을 가장 많이 추진(24.4%), 이어 ‘건강과 복지(Goal 3)’(17.6%), ‘불평등 완화(Goal 10)’(12.5%) 순

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 세부 목표 간 연계 비율 ]

 Goal 1. 빈곤의 종식	7.4%	 Goal 7. 지속가능한 에너지	0.0%	 Goal 13. 기후행동	3.4%
 Goal 2. 기아의 종식	4.0%	 Goal 8. 양질의 일자리와 경제성장	3.4%	 Goal 14. 해양 생태계 보호	1.1%
 Goal 3. 건강과 복지	17.6%	 Goal 9. 혁신과 인프라 구축	1.7%	 Goal 15. 육상 생태계 보호	2.3%
 Goal 4. 양질의 교육	24.4%	 Goal 10. 불평등 완화	12.5%	 Goal 16. 평화, 정의 및 제도 구축	1.1%
 Goal 5. 성평등	0.6%	 Goal 11. 지속가능한 도시 및 거주지 조성	11.4%	 Goal 17. 목표 달성을 위한 파트너십	4.6%
 Goal 6. 깨끗한 물과 위생	1.7%	 Goal 12. 책임있는 소비와 생산	2.8%		

\* 대표 프로그램 83개, 176개 항목(중복응답 포함) 기준, 대부분 프로그램은 여러 목표를 동시에 다룸

### [ 참 고 ]

◎ 주요 기업들은 글로벌 기업시민으로서 UN SDGs의 이행에 동참하기 위해 지속가능경영보고서· 홈페이지 등 채널에서 UN SDGs와의 연계성을 구체적으로 명시하고 있음

- 분석기업 지속가능경영보고서 151개 중 137개(90.7%)가 UN SDGs 연계성을 구체적으로 명시
- 자사의 지속가능경영보고서와 공시자료, 홈페이지 등에 UN SDGs와의 연계성을 직접 밝히지 않은 기업도 대부분 SDGs의 가치를 내포하고 있음



## 양질의 교육(Goal 4)

### 〈신한라이프생명보험〉 신한라이프 환경교실

- ◆ (목적) 현대사회가 직면한 환경문제 실태를 전달하고 해결방안을 아동 및 청소년이 스스로 생각하고 실천할 수 있도록 하여 지속가능한 발전을 위해 실천하는 미래 인재를 육성
- ◆ (내용) 서울 및 인천지역 초등학생을 대상으로 환경에 대한 개인과 기업의 노력, 지속가능한 사회를 만드는 ESG 커리큘럼을 기획하여 환경교육 전문 강사가 온/오프라인 환경교육을 실시, 나아가 창의적 활동을 통해 환경문제가 생활에 미치는 영향을 교육 대상자들이 이해 하며 문제해결 방안을 찾을 수 있도록 지원
- ◆ (기대성과) 교육 참여 학생 89%가 신한라이프 환경교실을 통해 일상생활 속에서 지구환경을 보호하는 실천방법과 올바른 습관을 알게 되었다고 응답, 환경에 대한 관심이 참여 전 보다 높아졌다는 응답이 53.3%로 아동의 눈높이에 맞춘 환경교육 커리큘럼으로 아동이 환경 감수성을 지닌 인재로 성장할 수 있는 데 기여

### 〈엔씨소프트〉 프로젝트리(Projectory)

- ◆ (목적) 미래세대 창의성 함양
- ◆ (내용) 프로젝트(Project)와 실험실(Laboratory)의 합성어로 아이들에게 스스로 하고 싶은 자신만의 프로젝트를 실현할 수 있는 환경을 제공(멤버십 운영), 약 200여 종의 재료와 도구가 준비된 작업 공간과 녹음실, 회의실, 도서관 등 다양한 시설을 갖추어 아이들의 자기주도적 프로젝트 활동 지원
- ◆ 결과가 아닌 과정을 존중하고 다양성을 인정하는 문화 속에서 새로운 것에 대한 도전, 창의성 발휘 기회 제공
- ◆ (기대성과) 각자의 관심사를 탐색하고 도전하는 경험을 통해 청소년 참가자들의 창의적 자신감을 배양

### 〈삼양그룹〉수당상 시상

- ◆ (목적) 삼양그룹 창업주의 인재육성 정신을 계승, 발전시키기 위해 과학 및 인문학 분야에서 탁월한 업적을 세운 연구자를 선정해 시상하여 우리나라 학문 발전에 기여
- ◆ (내용) 시상 부문: 기초과학, 응용과학, 인문사회 등 3개 부문 / 시상 인원: 2명 (3개 부문에서 추천서 접수 받은 뒤 부문 상관없이 시상자 선정) / 시상 금액 : 2억원 (각각 1억원)
- ◆ (기대성과) 국내 기초과학, 응용과학, 인문과학 분야 연구 활성화 및 연구 의욕 고취, 삼양그룹 창업주 수당 김연수 회장의 산업 보국 및 인재육성 정신 계승, 기업의 사회적 책임 및 ESG 경영 실천

### 〈한국씨티은행〉배우고 체험하는 청소년 금융교실 ‘씽크머니(Think Money)’

- ◆ (목적) 청소년들이 올바른 금융가치관을 함양하여 주체적이고 지혜로운 경제활동을 하는 경제시민으로 성장
- ◆ (내용) 2006년부터 한국YWCA연합회와 함께 진행하고 있는 청소년 금융교육 프로그램, 씽크머니 전문강사들이 전국의 초·중·고등학교 및 지역아동센터를 방문하여 다양한 방식으로 금융교육 실시
- ◆ 자체 발간 교재를 이용해 학기당 12회차에 걸친 심도 높은 금융교육을 실시하는 협력 학교 프로그램과 체험형 교육인 찾아가는 씽크머니 ‘착한기업가’ 프로그램, 참가학생들이 지역사회 문제에 대한 해결 방안을 찾아보는 ‘청소년이 만드는 지속가능한 세상(Future Financial City)’ 프로그램이 운영 중
- ◆ (기대성과) 2006년부터 2021년까지 총 교육 수혜자는 582,574명, 청소년들의 올바른 금융 가치관 함양을 통하여 셀프 리더십을 개발하고 건강한 시민으로 성장할 수 있도록 지원

### 〈CJ프레시웨이〉지역아동센터 및 다문화가정 대상 쿠킹클래스

- ◆ (목적) 취약계층 대상 식습관 및 건강 음식 요리·섭취법에 대한 교육을 통해 식생활에 대한 배움과 경험의 기회 제공

- ◆ (내용) CJ프레시웨이 임직원(소속 영양사 포함)이 지역아동센터 아동 및 다문화가정 등을 대상으로 식습관 및 영양 교육, 음식 요리(과자집 만들기, 쿠키 만들기 등)에 대한 ‘쿠킹클래스’ 진행, ‘쿠킹클래스’ 활동 종료 후에는 현장에서 만든 음식 및 소정의 선물 증정
- ◆ (기대성과) 지역아동센터, 다문화가정에 당사 식품 역량 및 인프라를 활용하여 양질의 교육 프로그램을 지원함으로써 식습관 개선 등 아동들의 건강한 식생활에 기여

### 〈네이버〉 소프트웨어야 놀자

- ◆ (목적) 기업에 필요한 인재 양성, 소프트웨어 교육 확산
- ◆ (내용) 인공지능(AI)과 DATA의 기본 개념을 쉽게 배울 수 있는 다양한 교육 제공, 누구나 쉽고 편하게 소프트웨어를 배우고 가르칠 수 있도록 난이도별 영상과 다양한 주제의 교재 콘텐츠 제공



## 건강과 복지(Goal 3)

### 〈삼성생명보험〉 생명존중사업

- ◆ (목적) 자살의 심각성 전파 및 생명존중 문화 확산
- ◆ (내용) 우리 사회의 가장 큰 문제 중 하나인 자살문제 해결에 기여하기 위해 자살의 심각성을 알리고 생명존중 문화 확산을 위한 사업을 전개: ① 자살예방 토크콘서트, ② 한강대교 ‘생명의 다리’, ③ 자살예방 캠페인 ‘사람사랑 생명사랑 밤길걷기’, ④ 초·중학교 대상의 ‘청소년 생명존중교육’ 등을 전개
- ◆ (기대성과) 2015년부터 ‘청소년 생명존중 교육’을 통해 초·중학교를 방문해 누적 약 40만 명의 청소년 교육진행, 2019~2021년까지 주관사로 참여한 ‘사람사랑 생명사랑 밤길걷기’에는 약 5만명의 후원자가 참여해 SNS를 통해 우리사회에 자살의 심각성에 대해 전파, 참가자들의 후원금은 전국 자살위기 상담 지원, 자살 유가족 지원 등 자살예방사업에 기부되어 자살위기계층에 대한 실질적인 지원으로 확장

## 〈현대해상〉 아주 사소한 고백

- ◆ (목적) 학교 내 소통문화 조성을 통해 청소년 학교폭력 예방에 기여
- ◆ (내용) 수도권 중·고등학교를 대상으로 학교폭력 예방 관련 활동운영-① 고백엽서(‘엽서’를 통해 익명으로 마음 표현), ② 동아리 활동(학교폭력 예방 서약 등), ③ 체험교실(학교폭력 인지교육 및 역할극)
- ◆ (기대성과) 누적 참여인원 133,136명, 고백엽서 연평균 1만 1천장 수집

## 〈풀무원〉 어린이 바른 먹거리 교육

- ◆ (목적) 건강한 식생활 실천을 및 건강수명 증대
- ◆ (내용) ‘바른먹거리 캠페인’은 우리 사회의 올바른 식생활 문화 확립을 위해 어린이의 올바른 식습관을 길러주는 조기 식생활 교육 프로그램으로 미취학 아동, 초등학생, 학부모·자녀를 대상으로 식품표시, 영양균형, 미각, 동물복지 등 4가지 주제로 교육 진행, 2019년부터는 동물복지 교육을 개발하여 시범 교육을 진행
- ◆ 교육 영역을 ‘건강’과 ‘영양’을 주제로 나를 위한 건강한 먹거리에서 생산과 소비, 지구환경까지 고려하는 의식 있는 먹거리 교육으로 확대
- ◆ (기대성과) 누적교육인원 : 18만 9,648명(2021년 교육 880회, 인원 16,662명) 교육 참여자의 변화 유도(인지 62.9% → 82.3%, 태도 56.7% → 73.7%, 행동 59.1% → 78.3%)

## 〈라이나생명〉 전성기 캠퍼스

- ◆ (목적) 50+중장년층에게 재능 나눔의 장을 제공하여 사회공헌 활성화 및 사회참여 확대
- ◆ (내용) 재능과 경험을 가진 50+재능기부 활동가를 선발하여 활동의 장 제공, 전성기활동가의 강의 및 모임 리더 활동으로 배우고 나누는 공동체 활성화
- ◆ (기대성과) 재능과 경험을 나누는 전성기활동가 선발 및 프로그램 진행, 재능기부 전성기활동가 40명 선발, 35명 공식 활동, 월평균 26개 프로그램 운영, 접수인원 1,778명

### 〈유진투자증권〉 매칭펀드 보육원 후원

- ◆ (목적) 보육원 아동 후원
- ◆ (내용) 임직원과 회사가 정기적으로 모금한 매칭펀드를 활용하여 보육원 5개 기관에 정기적으로 후원(기획과 운영 모두 자사에서 진행), 영유아를 위한 유기농 유제품, 아동·청소년을 위한 치킨 및 피자 등을 6년간 매일/매주 보육원별 원하는 시간에 후원하고 있음
- ◆ (기대성과) 유기농 유제품 후원을 통해 영유아의 성장을 돕고 치킨, 피자 등의 특식은 아동·청소년의 기호에 맞춰 주기적으로 메뉴를 변경·후원하고 있어 만족도가 매우 높음

### 〈신세계푸드〉 찾아가는 베이킹 클래스

- ◆ (목적) 후생원 아동들의 진로상담 및 장래희망의 폭 확대
- ◆ (내용) 당사 업의 특색을 살린 프로그램, 분기 1회 구세군 서울후생원의 아동들에게 베이킹 수업 및 점심식사 제공을 통하여 진로에 대한 고민상담 및 장래희망의 폭 확대 등 기대
- ◆ (기대성과) 베이킹에 대한 흥미 유발 학생 증가 및 퇴소 후 관련 분야 취업 학생 배출 등



## 불평등 완화(Goal 10)

### 〈한화〉 포레나 도서관 지원사업

- ◆ (목적) 장애인과 비장애인이 어우러져 서로 소통하는 공간 조성
- ◆ (내용) 임직원들이 직접 도서관 조성을 위해 기존 공간 철거, 내부 공사, 가구조립, 페인트칠 등 공간 리모델링부터 책장, 도서 설치, 사후 정리까지 3단계로 나누어 독서와 휴식이 동시에 가능한 공간으로 활용 지원
- ◆ 도서관의 물리적인 공간 지원뿐 아니라, 도서관 나눔 캠페인을 통해 일반인들이 직접 도서를 기부함으로써 나눔 문화의 확산에도 기여
- ◆ (기대성과) (주)한화/건설의 대표적인 사회공헌 활동 프로그램으로 경영철학인 '함께 멀리' 정신을 바탕으로 2011년 3월 서울 서대문구 홍은동 장애인 직업재활 '그린내' 1호점을 시작으로 약 12년째 장애인과 비장애인이 어우러져 서로 소통하는 공간 조성 사업을 이어오

고 있으며, 2021년에는 100호점까지 개관. 누적 총 6만여권의 도서 지원, 연간 10개소에 도서관 조성을 지원

### 〈HDL D&I 한라〉 Move Together

- ◆ (목적) 교통약자와 사회적 약자가 이동에 불편함이 없는 사회 조성
- ◆ (내용) 시흥시 취약계층 중 이사 예정자를 대상으로 이사비용을 지원, 이삿짐센터와 시흥시 일꾼자활센터 연계
- ◆ (기대성과) 취약계층의 자활에 기여

### 〈포스코인터내셔널〉 프로보노(Pro Bono) 봉사단

- ◆ (목적) 사회적 기업, 소셜벤처 기업이 직면한 문제 해결에 기여하여 동반성장 달성
- ◆ (내용) 2020년부터 ‘프로보노 봉사단’ 발족을 통해 공생가치를 창출하는 기업시민 경영 이념을 실천, 재무, 법률, 마케팅 등 직무 전문성을 가진 프로보노(봉사자)와 사회적기업을 매칭하여 사회적기업이 당면한 문제들을 함께 해결하고자 노력, 프로보노들은 계약서 검토, 외부제안서 작성, 마케팅 등을 지원
- ◆ (기대성과) 2020~2021년 누계 실적: 사업참여 프로보노 36명, 매칭 기업 11개사, 월 1회 이상 대면 미팅을 통해 총 533시간 활동, 사회적 가치로 환산하면 약 1억원 상당

### 〈KB금융그룹〉 KB Dream Wave 2030

- ◆ (목적) ESG 경영 확산 및 미래세대 육성
- ◆ (내용) KB Dream Wave 2030은 청소년이 체계적이고 올바르게 성장할 수 있도록 지원하는 생애주기별 맞춤 멘토링 프로그램으로, 미취학 아동부터 대학생까지 성장 단계에 맞춤형 학습 및 성장 프로그램을 지원하는 ‘학습 멘토링’, 전문가 진로강연 및 디지털 인재 양성을 위한 전문교육 등을 제공하는 ‘진로 멘토링’, 장학금 지원 및 학습공간 조성 등 교육 여건 개선을 위한 ‘지원 사업’ 등을 운영

- ◆ 2012년부터 소외계층 청소년이 자신만의 공간에서 꿈과 희망을 키울 수 있도록 ‘공부방 조성사업’을 진행
- ◆ (기대성과) 2021년 말 기준 총 1,000호의 공부방 개소

### 〈현대오토에버〉 배리어프리 앱 개발 콘테스트

- ◆ (목적) 사회 취약계층 지원을 위한 모바일 앱 제작
- ◆ (내용) 대학(원)생들의 참신한 아이디어에 현대오토에버의 ICT 전문가 멘토링, 전문 앱 개발 교육 등을 통해 최종 앱을 출시하는 프로그램, 2021년 4월부터 대학생 98개 팀이 참여하여 10개월 동안 앱을 제작한 결과, 시각장애인을 위한 점자 문서 번역 앱 ‘눈길’, 청각장애인 구화교육을 위한 ‘구구절절’앱, 노인/만성질환자를 위한 영양 평가 및 식습관 개선 지원 ‘see식’앱, 시각장애인을 위한 버스 탑승 지원 앱 ‘버스로’ 앱 등 9개 앱 구현
- ◆ (기대성과) 개발된 배리어프리 앱은 구글 플레이스토어와 앱스토어에 등록, 누구나 무료로 이용하도록 지원

### 〈DL이앤씨〉 소외계층을 위한 주거환경 개선활동

- ◆ (목적) 어려운 이웃을 위해 매년 주거시설을 개선해주는 ‘행복나눔’ 활동
- ◆ (내용) 2021년 코로나19의 지속으로 어려운 상황에서도 방역수칙을 철저히 지키며 한국해비타트 서울지회와 서울, 수도권 노후주택 밀집지역과 복지단체 시설을 개선하는 ‘희망의 집 고치기’ 활동 추진
- ◆ 건설업체 직원들의 재능을 살려 도배와 장판 교체 외에도 누수 보수, 노후 소방시절 점검 및 보수, 단열작업, LED 조명 교체 등 환경을 개선하고 에너지 효율을 증진하는 활동을 진행, 또한 복지단체 시설에서는 휠체어 이용에 불편이 없도록 무장애 공간으로 시설 내부 조성

## 지속가능한 도시 및 거주지 조성(Goal 11)

### 〈포스코건설〉 화재예방 주거환경 개선 ECO Dream

- ◆ (목적) Biz역량을 접목해 취약계층 노후 주택에 대한 주거환경 개선에 새로운 모델을 제시하고 수혜자의 실질적인 삶의 질 향상에 기여
- ◆ (내용) 취약계층의 삶의 질을 향상시킬 수 있는 실질적인 주거환경 개선활동을 위해 건설부문 그룹사 참여
- ◆ ‘에너지 효율 · 화재예방 · 유니버설 디자인’ 등 각 취약계층 맞춤형 주거환경개선 추진: ① 에너지 高효율 보일러, 에너지 절감형 창호 등을 시공해 전기료, 난방비를 절감하고 탄소포인트제 가입으로 절감되는 에너지 및 탄소포인트 만큼 수혜 가정이 직접 수령, ② 장애인과 노인 등 취약계층을 위한 유니버설 디자인을 적용한 주거환경 개선, ③ 에너지 절감을 위한 에너지 세이빙 쿨루프 · 원도우 등 신소재 적용 시공
- ◆ (기대성과) 화재예방, 에너지 高효율화, 유니버설 디자인 등 다양한 사례를 접목한 주거환경 개선 활동을 통해 안전하고, 편리하고, 실질적인 에너지 비용절감으로 수혜자에 삶의 질 향상에 기여, 다양한 이해관계자 참여 및 협업을 통해(공공기관, 전문기관 및 NGO, 건설협력업체 등) 공사비 절약, 수혜자 점진적으로 확대

### 〈GS파워〉 시민 희망 콘서트

- ◆ (목적) 지역주민 응원 및 화합을 통한 위기극복을 시작으로 하는 대표 문화프로그램
- ◆ (내용) 지역주민을 대상으로 한 시민 콘서트 시행, 부천시 음악협회와 협력해 지역주민을 위한 문화의 장을 마련, 부천 복사골 문화센터에서 지역주민을 초청해 음악회 개최, 다양한 프로그램(연주, 합창/독창, 무용, 뮤지컬 등)으로 구성
- ◆ (기대성과) 코로나로 지친 지역주민을 응원하고 지역사회에서 문화활동을 통해 주민들의 만족도 상승

### 〈농심〉 청년농부 육성 프로그램

- ◆ (목적) 지역사회 활성화에 기여하고자 귀농하여 정착하고 있는 청년농부 지원
- ◆ (내용) 감자농사를 하고 있는 청년농부를 대상으로 연간 10명 선정, 연간 300만원의 영농 자금 전달, 영농교육, 경험 많은 농부를 멘토로 연결하여 영농기술 전파, 우수강사진 방문교육, 농심 감자스낵 공장 견학 등
- ◆ (기대성과) 청년농부가 생산한 감자 전량을 농심이 구매하여 농부에게 가장 절실한 판로확보를 해 주고 있으며 영농자금 지원으로 가격경쟁력 있는 감자생산으로 실질소득 증대로 연결
- ◆ 농심의 입장에서는 우수한 감자농가를 육성하여 품질 좋은 감자생산을 유도

### 〈한국남동발전〉 KOEN Sunny Together

- ◆ (목적) 에너지 빈곤층, 취약계층의 에너지 기본권 보장 및 에너지 복지 향상
- ◆ (내용) ① Sunny Place(에너지 빈곤층 건물효율 개선 사업-건물 단열, 보일러, 조명 등 주거환경 개선), ② Sunny Plant(전기 미공급가구 및 복지시설 대상 태양광발전기 지원사업), ③ Sunny Garden(복지시설 등 옥상녹화로 에너지효율 개선 및 이용자 휴게공간 제공), ④ Sunny Market(전통시장 에너지 시설 및 환경개선 사업) 추진
- ◆ (기대성과) 에너지 빈곤층, 사회적 취약계층 대상 LED 조명 설치, 노후 보일러 교체, 복지시설 등 옥상녹화로 에너지효율 개선 및 이용자 휴게 공간 제공

### 〈롯데하이마트〉 독거노인 냉/난방 가전 지원

- ◆ (목적) 복지 사각지대에 놓인 독거노인 지원
- ◆ (내용) 2014년부터 독거노인을 위한 가전제품 기증 사업을 실시, 고령자는 체온 조절 기능이 원활하지 않아 온열질환 발생 비율이 높아 폭염과 혹한 대비를 위해 2021년 여름, 전국 15개 농어촌 지역 독거노인 200가구에 선풍기를, 겨울에는 농어촌 15개 지역 독거노인 300가구에 난방용품을 제공
- ◆ 또한 코로나19 확산 예방을 위해 코로나19 위생키트도 함께 지원

## 〈OCI〉 태양광 랜턴만들기

- ◆ (목적) 업무 연계 사회공헌 추진
- ◆ (내용) 매년 태양광 랜턴 만들기 봉사활동을 수행, 2021년에는 75명의 임직원이 태양광 랜턴을 제작하여 전기가 부족한 아프리카 말라위 지역의 어린이들에게 전달



## 빈곤의 종식(Goal 1)

### 〈롯데칠성음료〉 국가보훈처 후원 저소득 국가유공자 지원 사업

- ◆ (목적) 순국선열 및 국가유공자에 대한 복지사업 실시 및 국민들의 호국정신 함양을 위한 캠페인 후원
- ◆ (내용) 6·25 70주년-사이다 70주년 기념 한정판 제품 출시 및 수익금 기부, 리멤버 1952 올림픽 호국보훈 행사 후원(전쟁의 폐허 속에서 국민에 희망을 준 헬싱키 올림픽을 재현, 호국보훈 의미 되새김), 6·25 참전 저소득 국가유공자 가정 생수배달 서비스
- ◆ (기대성과) 저소득 국가유공자 5,400 가구에 생수 정기배송 서비스, 한정판 제품 출시 통해 자사직원 뿐만 아니라 소비자들도 제품을 구매함으로써 참전영웅들의 복지지원 사업에 동참할 수 있는 기회 제공 등

### 〈롯데하이마트〉 행복 3대 캠페인

- ◆ (목적) 조손가정 아동 복지 증진
- ◆ (내용) 2006년부터 조손가정의 아동과 결연을 맺고 정기적으로 지원, 임직원의 자발적 기부로 경제적 도움을 제공, 결연아동에게 매월 정기 후원 및 입학선물 등을, 자립을 시작하는 보호 종료 아동에게는 사회진출에 도움이 되는 밥솥, 태블릿 PC 등 가전제품을 제공
- ◆ (기대성과) 2021년 총 220명에 2억 1,508만 원 기부, 나눔의 가치를 공유하여 선순환 나눔문화 확산 기여

## 〈SK가스〉 희망메이커

- ◆ (목적) 지역 저소득층 가정 아동 및 청소년 지원
- ◆ (내용) 월 정기 후원금 지급 및 수시 물품 후원 및 ‘희망메이커 School’이라는 프로그램 통해 방과후 특기 적성 및 진로와 학업 멘토링 지원
- ◆ (기대성과) 41명의 졸업생 배출, 매년 60명의 아동 및 청소년 지원



## 목표달성을 위한 파트너십(Goal 17)

### 〈KT&G〉 초기 사회혁신 창업가를 위한 인큐베이팅 플랫폼 ‘KT&G 상상플래닛’

- ◆ (목적) 청년 사회혁신 창업 지원 및 생태계 활성화
- ◆ (내용) 사회적 가치 확산 및 청년 실업 문제 해결을 위한 소셜벤처 인큐베이팅 플랫폼으로 2017년 1기를 시작으로 2020년 5기까지 운영된 KT&G ‘상상 스타트업 캠프’를 통해 사회 문제를 비즈니스로 해결하고자 하는 청년들을 지원, 약 14주 간 사회혁신 창업 방법론을 기반으로 100% 실전 목표 커리큘럼을 교육, 입문트랙(팀빌딩/사회문제 솔루션 등)과 성장트랙(경영 실무/투자/네트워킹 등)으로 과정을 구분하여 효율성을 제고
- ◆ 또한 전·현직 사회혁신 창업가 코치진의 배치로 실전 노하우 습득에 주력하고 있으며, 교육 마무리에는 성과를 발표하는 ‘더 데뷔’를 통해 업계의 주요 이해관계자를 대상으로 사업을 홍보할 수 있는 기회 제공
- ◆ 소셜벤처의 역량 강화를 통한 사회적 가치 확산 및 대내외 네트워킹을 통한 성장 유도 등 청년들의 성장을 지원하고 있으며 실제로 성과를 이뤄낼 수 있는 창업 생태계 구축에 많은 지원 추진
- ◆ (기대성과) 상상스타트업캠프 6기수 운영 결과, 112개 팀(215명)을 배출, 배출 팀들이 이룬 매출은 약 212억원, 고용효과는 831명에 달함. 그 중 38개팀이 정부 사업인 사회적 기업 육성사업에 진입

### (3) 신규 사회공헌 프로그램

□ [사업대상] 2020~2021년 신규 론칭된 사회공헌 프로젝트 61개(55개사)\*를 분석한 결과, '아동·청소년' 대상 프로그램이 33.0%로 가장 많았으며, 이어 '환경' 11.4%, '지역 사회 발전' 9.3% 순으로 조사됨

\* 응답기업(87개사)이 제출한 신규 프로그램 80개 중 사업 시작년도가 2020년~2021년에 한정해 재 집계(60개)

#### 〈신규 사회공헌 프로그램 사업 대상〉

구분	아동·청소년	환경	지역 사회	청년	장애인	노인	여성	다문화 가정	퇴직자·중장년	기타
비율	33.0%	11.4%	9.3%	7.2%	7.2%	7.2%	7.2%	4.1%	3.1%	10.3%

\* 신규 프로그램 61개 기준, 중복응답 포함

- ◎ '아동·청소년'을 대상으로 한 신규 프로그램이 2020년 50.6%에서 17.6%p 하락한 반면, '청년'은 2020년 3.5%에서 2021년 7.2%로 2배 이상 증가, 이는 경기침체로 인한 취업난 해소를 위해 청년 대상 직업 교육 및 창업 활동에 대한 지원이 증가했기 때문으로 분석
- ◎ '기타'(10.3%) 대상에는 비인기 스포츠 종목 지원을 비롯해 문화예술·체육계에 대한 지원 및 소비자, 협력사, 방송프로그램 제작 등이 있음



### 아동·청소년

#### 〈한화생명〉 맘스케어 리:사운드 컨퍼런스 및 캠페인

- ◆ (목적) 무연고 시설아동의 '정서적 골든타임' 보호
- ◆ (내용) 맘스케어는 두 번째 캠페인으로 시기술을 활용한 '맘스케어 리:사운드 A.I 캠페인'을 전개, 생후 36개월은 안정된 애착을 통해 생애 인격이 형성되는 중요한 시기이지만 1명의 보육사가 여러 아이를 돌봐야 하는 보육 시설의 특성상 충분한 사랑과 보살핌을 받기가 어려워 정서적 골든타임을 지키기 위해 캠페인을 기획

- ◆ 아이들에 대한 애정이 담긴 보육사의 편지를 시기술을 활용하여 자장가로 제작하고, 자장가 제작·편곡에는 유명 뮤지션과 실제 보육시설 출신 뮤지션, 나아가 다양한 분야의 인사들이 동참
- ◆ (기대성과) 캠페인을 통해 제작된 자장가는 각종 음악 스트리밍 사이트에 공개되고, 음원 재생 수익은 초록우산어린이재단을 통해 보육원 영아의 양육환경 개선에 사용
- ◆ '맘스케어 리:사운드 캠페인' 영상은 225만 뷰를 기록, 캠페인 웹사이트, 소셜미디어 등을 통해 대중으로부터 공감과 지지 얻음

### 〈풀무원〉 바이러스와 지구환경교실

- ◆ (목적) 바이러스 및 인수공통 감염병의 원인을 알고 감염예방법과 실천법 교육
- ◆ (내용) 바이러스와 지구환경교실은 바이러스 감염 원인과 예방수칙을 과학적 근거와 환경관 점을 결합한 차별화된 교육으로 감염병의 원인과 코로나19 감염 예방법, 인수공통 감염병의 원인과 예방법을 교육
- ◆ (기대성과) 인수공통 감염병의 근본 원인을 알고, 인간·지구·동물의 건강이 모두 연결되어 있음을 인식하며 생태계 보전을 위한 올바른 환경습관 실천

### 〈GS칼텍스〉 마음톡톡 뮤지컬 〈별이 쏟아진다〉

- ◆ (목적) 초·중·고등학교 학교폭력 예방
- ◆ (내용) '20년 사단법인 학교폭력피해자가족협의회와 함께 청소년들의 정서적 감수성을 높이고, 학교폭력에 대한 공감 능력을 길러주기 위해 '20년 뮤지컬 〈별이 쏟아진다〉를 기획·제작
- ◆ '21년부터 코로나19 상황에 따라 학교 방문공연 대신 공연영상을 제작하여 학교폭력예방 교육자료로 활용하도록 신청 학교를 대상으로 무료 배포
- ◆ (기대성과) '21년 중 전국 950개 이상 초·중·고 학생 26만여 명이 신청·관람

### 〈현대모비스〉 어린이 교통안전 교육 애플리케이션 ‘학교가는 길’

- ◆ (목적) 어린이 교통사고 및 안전사고 예방
- ◆ (내용) 2021년 하반기, 자동차에 적용되는 첨단 기술인 ‘시선 인식 기술’을 활용해 어린이들의 등·하곳길에 일어날 수 있는 다양한 위험 상황을 사전에 인지하고 예방하는 어린이 교통안전 교육용 애플리케이션인 ‘학교가는 길’을 개발, 어린이들이 가상의 교통 환경에서 여러 가지 위험 상황을 실제로 정확하게 인지했는지를 확인할 수 있도록 설계
- ◆ 코로나19의 장기화로 대면 교육이 제한적인 상황에서 학교·지역 내 어린이 교통안전 교육 방안으로 활용

### 〈솔브레인〉 어린이를 따뜻하게 솔박스

- ◆ (목적) 공주시 기초생활수급대상/차상위계층 아동·청소년들에게 방한용품 후원, 나눔가치를 지역사회에 전파
- ◆ (내용) 공주시와 직접 연계하여, 컬럼비아 뉴 벨리 다운자켓 159점을 수혜자 개별 전달
- ◆ (기대성과) 코로나19로 어려운 시기에 취약계층 아이들에게 방한용품을 전달해 따뜻한 겨울 보내기에 기여

### 〈금호타이어〉 교통사고 중증피해 유자녀 멘토링 사업(한국교통안전공단 협업)

- ◆ (목적) 교통사고로 피해를 입은 사망자 및 중증 후유장애 가족의 유자녀 지원
- ◆ (내용) 한국교통안전공단과 2021년 상반기 MOU를 체결해, 교통사고 피해 유자녀의 진로 개발과 교육, 취업을 위한 유자녀 대상 진로적성검사, 진로 컨설팅 및 EBS 교재 등 다양한 교육 커리큘럼 지원
- ◆ (기대성과) 경제적 손실로 발생될 수 있는 유자녀의 교육격차 감소

## 〈하이투자증권〉 가정의 달 취약계층 아동 대상 교육도서 기부

- ◆ (목적) 취약계층 아동 대상 교육지원
- ◆ (내용) 서울시 내 지역아동센터 100개소에 어린이 성평등 도서 100세트 기부
- ◆ (기대성과) 취약계층 어린이 교육지원을 통해 당사 ESG경영 및 윤리경영 메시지 전달

## 〈한화손해보험〉 아이즈 업 보행안전교육

- ◆ (목적) 어린이 교통사고 예방 및 올바른 보행습관 교육
- ◆ (내용) 보행 중 스마트폰, 무선이어폰 등 전자기기를 무분별하게 사용함으로써 발생할 수 있는 교통사고를 예방하는 취지에서 서울 초등학생을 대상으로 아이즈 업(Eyes up) 보행안전교육을 실시
- ◆ 길을 걸으며 주의 부족으로 주변 상황을 인지하지 못해 사고가 발생할 수 있는 상황을 직접 체험함으로써 아이들에게 올바른 보행습관을 가르치는 프로그램



## 환경

### 〈신한카드〉 ECO Zone 프로젝트

- ◆ (목적) 건강한 공원과 지구를 만들어가는 ESG 프로젝트
- ◆ (내용) ECO Zone 프로젝트는 친환경 라이프를 실천하는 그린 컨슈머가 직접 적립한 에코 포인트와 신한카드 그린 캠페인 기부금으로 건강한 공원과 지구를 만들어 가는 프로젝트
- ◆ 2021년 서울숲 공원 내 첫 번째 ECO Zone인 '우리꽃길'(1,300㎡) 조성, 우리나라 자생종 위주의 식물 보완 식재를 통한 공간 리모델링과 함께 훼손된 녹지의 식생 복원으로 조성된 새로운 개념의 선형녹지 'ECO Zone'으로 6월 환경의 날을 맞아 ECO Zone에서 건강한 시민참여 문화 확산에 기여하고자 환경 캠페인 진행
- ◆ (기대성과) 도심 미세먼지 및 열섬화현상 감소, 탄소배출량 감소, 생물다양성 보존 등

### 〈S-Oil〉 장항습지 보존 캠페인

- ◆ (목적) 자연생태계 보호를 통한 생물다양성 보존에 기여
- ◆ (내용) 장항습지 생태계 보호 활동 지원-습지내 동식물 생태 모니터링, 탐방테크, 철새 가림막 설치, 외래종 퇴치 및 환경 정화, 대국민 홍보 및 인식 증진 활동 등
- ◆ 한강 수달 복원 프로젝트 지원: 한강유역 수달 생태 조사 및 서식지 기반 마련
- ◆ (기대성과) 람사르 습지로 등록된 장항습지의 생태계 보존에 실질적으로 기여함으로써 소중한 자연유산의 보호 및 회사의 친환경 이미지 제고에 기여

### 〈아시아나항공〉 강화 매화마름 군락지 보전활동(멸종위기야생식물 매화마름 보전) (2022)

- ◆ (목적) 멸종위기야생식물인 매화마름 보전(생태계 보전활동)
- ◆ (내용) 환경부에서 멸종위기야생식물로 지정된 매화마름 보전을 위해 매화마름 서식지인 강화 매화마름 군락지를 매입하여 보전하고 있는 한국내셔널트러스트와 업무협약 체결
- ◆ 람사르 논습지로 지정된 강화 매화마름 군락지에서 재배되는 쌀 생산 및 판매. 매화마름 쌀 포장지 제작, 매화마름 군락지 보전을 위한 홍보 지원 예정
- ◆ (기대성과) 멸종위기야생식물 보전 및 확산

### 〈KT&G〉 환경 CSR 프로젝트

- ◆ (목적) 탄소저감 등 환경 관련 국내외 사회문제 해결에 기여
- ◆ (내용) 해양생태계 보호 및 탄소저감을 위한 지역 상생 프로젝트 추진
- ◆ 해양환경보호 프로젝트: 플라스틱 폐기물로 인해 해양생태계가 파괴되는 환경문제 해결을 위해 부산·경남지역에서 임직원 봉사단 총 260명이 참여하여 폐기물 약 7톤을 수거, 전문 다이버가 참여한 수중정화활동에서는 약 100kg의 수중폐기물을 수거하는 등 해변정화활동 진행, 상상마당 부산에서 정크아트 전시회를 개최하여 약 1,500명의 관람객과 환경문제에 대한 고민 나눔 지원

- ◆ 상상의 숲 조성: 임직원 성금 상상펀드를 활용해 총 2.1억 원 규모의 산림 조성, (국내) 대관령 국가숲길의 탄소중립을 위한 'KT&G 1호 숲'을 조성하고 숲 조성에 필요한 묘목은 '플로깅'(Plogging)에 참여하는 임직원 1인당 한 그루씩 적립하는 방식으로 진행
- ◆ 또한 해외 사업 진출국 중 사막화 등의 문제해결이 필요한 몽골에 자립형 도시숲, '상상의 숲'을 조성
- ◆ (기대성과) KT&G의 환경 관련 노력을 기반으로, 글로벌 탄소저감 이슈해결에 직·간접적 영향을 끼치며, 환경보호 관련 의식수준 향상 및 실질적 동참 독려에 기여

### 〈폭스바겐코리아〉 환경교육 프로그램

- ◆ (목적) 미래 인재들을 대상으로 한 환경 시민의식 제고
- ◆ (내용) 폭스바겐그룹코리아는 환경이니셔티브의 일환으로 전국 대상 초등학교에 교육 콘텐츠와 반려나무 등으로 구성된 환경교육 키트를 제공하고 학생과 교사들로 하여금 환경보호와 탄소중립의 중요성에 대해 배우고 경험할 수 있도록 지원
- ◆ 환경교육 키트에는 미 항공우주국(NASA)에서 선정한 공기정화 우수식물인 아레카야자와 관음죽이 포함되어 있으며, 국내 자생종이자 멸종위기종으로 분류되어 현재 천연기념물로 지정된 파초일엽을 포함해 학생들이 생물다양성 보전 활동의 중요성도 배울 수 있게 고안
- ◆ (기대성과) 교육 키트 2,600개, 총 수혜자 수 (학생 및 교직원) 4,236명, 총 교육 시간 (2시간/명) 8,472명

### 〈대신증권〉 다회용 컵 사용

- ◆ (목적) 자원절감 및 탄소 감축을 통한 친환경 기여
- ◆ (내용) 5층 사내 카페에서 보증금 천원을 결제하면 다회용컵을 사용한 음료 이용 후 무인 반납기를 통해 반납
- ◆ (기대성과) 다회용컵 70회를 이용하면, 소나무 한 그루를 심는 효과/지역 일자리 창출

### 〈풀무원〉 푸른바다교실

- ◆ (목적) 바다의 중요성을 알고, 바다의 오염을 해결하고 예방하는 방법을 인지
- ◆ (내용) 최근 환경 문제가 심각해짐에 따라 인간과 바다의 중요성을 인식하고 바다환경의 지속가능성을 고려한 의식있는 환경실천교육인 푸른바다교실을 진행, 사회적기업 샤인임팩트와 함께 어린이들에게 바다의 소중함을 알고, 해양쓰레기로 인한 바다의 오염과 이를 해결하고 예방하기 위한 방법을 알려주는 교육 진행
- ◆ 이론교육을 통해 인지한 학습내용을 일상에서 실천하는 팔로업 프로그램으로 ‘스쿨 클린업 캠페인’을 진행
- ◆ (기대성과) 바다오염 해결 및 예방을 위한 4가지 실천방안(줍이고/바꿔 쓰고/줍고/다시 쓰고)을 일상에서 실천



### 지역사회 발전

#### 〈포스코〉 포항 환호공원 스페이스워크

- ◆ (목적) 포항 지역 랜드마크 조형물 건립을 통한 지역경제 활성화
- ◆ (내용) 포스코가 '18년 더불어 함께 발전하는 기업시민을 경영이념으로 선포한 후 지역사회와의 상생협력은 물론 포항을 관광 명소화하여 지역경제를 활성화하는데 기여하고자 추진
- ◆ 관람객들이 작품 위를 직접 걸으면서 작품과 풍경을 감상할 수 있는 체험형 예술작품으로 철을 활용한 공공 문화예술을 통해 지역사회와의 상생의 상징이자 포항의 랜드마크로 자리를 잡아 지역 경제 활성화에 기여
- ◆ (기대성과) 포항시민보다 더 많은 인원이 스페이스워크를 방문하여 인근 숙박시설, 음식점, 죽도(수산물)시장 등 지역 상권 매출 증대에 기여, 복합문화공간으로 문화예술 체험 기회 제공

## 〈라이나생명〉 광화문원팀과 함께 하는 지역사회 지원

- ◆ (목적) 기업들의 콜렉티브 임팩트를 통한 지역상생
- ◆ (내용) 광화문 인근에 소재한 기업, 지자체, NGO들이 모여 각 기관의 자원을 활용해 지역사회에 가치있는 임팩트를 내기 위한 공동의 사회공헌 프로젝트를 위한 협의체를 출범, 약 1년간 사회적 거리두기로 인해 피해를 입은 주변 소상공인들의 상품 판매(밀키트, 꽃배달 등 소상공인 상품을 임직원과 직거래해 매출지원 및 소외계층 기부)를 지원, 정부의 거리두기 완화지침 이후에는 대규모 대면 행사(소상공인 상품 나눔장터)도 재개하며 지역상생을 위한 민관의 콜렉티브 임팩트 파워를 보여주고 있음
- ◆ (기대성과) 코로나19 이후 사회공헌사업의 패러다임을 바꾸며 지역사회와의 상생모델로 우수성을 인정받아 세종원팀, 대구원팀 등과 같이 타 지역에서 벤치마킹되고 있음

## 〈현대리바트〉 양주 국민의 숲 운영

- ◆ (목적) 산림복지공간 제공
- ◆ (내용) 산림청과 단체의숲 협약 체결을 통해 해당 조림지 관리 및 운영 진행, 해당 협약지내 가로수, 정자목 및 수국정원 등 831그루 식재, 국민의숲 안내판 및 채널싸인, 아트벤치 등 시민편의시설 조성
- ◆ (기대성과) 산림복지공간 확대를 통한 진정성 있는 친환경 활동 도모



## 청년

## 〈ABL생명보험〉 자립준비청년 사업

- ◆ (목적) 경제적 어려움을 겪는 보육시설 자립준비청년의 대학진학 또는 취업준비를 위한 지원금을 후원함으로써 균형있는 사회 발전과 미래 인적자원 성장에 기여
- ◆ (내용) 보육시설 등에서 보호가 종료되는 자립준비청년들이 복지기관 등을 떠나면 대학진학을 하거나 스스로 일자리를 알아봐야 하는 상황에 놓이지만 교통비, 의상비, 식비, 입시전형

료 등 비용이 부담스러워 면접을 포기하거나 대학진학 등에 어려움을 겪고 있어, 어린이 재단을 통해 자립준비청년 사업 후원

- ◆ (기대성과) 회사 ESG 가치 실현을 위한 미래지향적인 새로운 기부사업 진행, 후원 받은 청소년들에게 경제적 어려움으로 꿈을 포기하지 않고 자신의 역량을 펼칠 수 있는 기회를 제공함으로써 교육 공백 해소 및 균등한 기회 제공에 기여하는 동시에 보도자료 배포를 통해 기업 이미지 개선, 임직원의 나눔 문화 확산에도 기여

### 〈한국씨티은행〉 Impact Career Y(Youth)

- ◆ (목적) 혁신적인 방식으로 사회문제를 해결하고자 하는 청년들의 채용을 지원, 사회적 가치와 경제적 가치를 함께 추구하는 소셜벤처와 청년 인재들의 성공적인 취업 연결 및 안정적인 직장 생활을 지원
- ◆ (내용) ‘임팩트 커리어Y(Youth)’ 프로그램을 통해 청년들은 필요한 직무 역량 강화 교육을 받고, 커리어 포럼 및 잡페어 등 다양한 활동에 참여, 참가자들은 2주간 진행되는 공동 교육 프로그램인 부트캠프에 참여해 비즈니스 메일 작성부터 직무에 대한 이해, 조직의 특징 등 사회초년생에게 필요한 실질적 교육 이수
- ◆ 다양한 프로그램에 참여하는 청년들은 비슷한 진로를 고민하는 사람들과 서로 다양한 정보를 공유할 수 있는 커뮤니티에 참여하게 되며, 한국씨티은행의 임직원들은 커리어 포럼 등 자문 역할을 수행
- ◆ (기대성과) 사회적/경제적 가치와 혁신성을 모두 갖추고 있는 소셜벤처에서 유능한 청년들이 더 많은 기회를 찾고 창의력을 펼치며 다양한 사회 문제들을 혁신적인 방법으로 해결하는 역량을 발휘하는데 기여

### 〈현대자동차〉 H-모빌리티 클래스

- ◆ (목적) 미래 인재 양성을 통한 국가 경쟁력 강화
- ◆ (내용) 차량 전동화, 자율주행 등 미래 기술에 대한 이해 확산과 인재 육성을 위한 프로그램으로써 우수 수강생을 대상으로 심화 교육 및 채용 혜택(서류전형 면제)을 제공

- ◆ 2021년에는 연료전지, 배터리, 전력 변환, 모터 기술 등 차량 전동화 분야 학습 과정과 인 지·판단·제어 통신 및 네트워크 기술 등 자율주행 분야 학습 과정을 운영, 2022년에는 기존 차량 전동화 및 자율주행 분야 학습 뿐만 아니라 기구학·제어·센서·추정·로봇 관절각 등 로봇틱스 분야로 교육 분야를 확장 예정
- ◆ (기대성과) 총 1,550명에게 교육을 제공

## 장애인

### 〈한국투자증권〉 임직원과 함께하는 ‘걸음 기부 캠페인’

- ◆ (목적) 임직원 대상 ‘걸음 기부 캠페인’을 통한 사회공헌사업 자발적 참여의식 확산
- ◆ (내용) 임직원이 일상생활에서 누적된 걸음만큼 기부금을 적립하는 사회공헌활동으로 모바일 걸음 기부 플랫폼 ‘빅워크’를 통해 캠페인에 참여한 임직원의 걸음을 집계, 1걸음 당 1원 기부하고 적립된 기부금은 걷기 힘든 아이들에게 재활치료비와 휠체어 지원금으로 지원
- ◆ (기대성과) 코로나 상황 속에서도 임직원들이 활발하게 참여할 수 있는 비대면 사회공헌활동으로 걸음 기부 활동을 통해 직원들의 건강도 챙기면서 일상속에서 사회공헌활동에 동참할 수 있는 일석이조 효과

### 〈현대건설〉 H-그린세이빙

- ◆ (목적) 에너지 취약계층에 대한 지원 및 온실가스 감축을 통한 탄소중립 사회 실현
- ◆ (내용) 민·관·공·협[현대건설(民), 서울시(市), 한국에너지공단(公), 서울특별시사회복지협의회(協)]이 공동으로 에너지 효율을 개선하고 온실가스 배출량 감축을 위한 사회공헌 사업
- ◆ 취약계층의 에너지 복지사업(고효율 LED조명 교체, 태양광 설치 지원사업)을 지원하고, 온실가스 감축 상생협력 플랫폼(CEMP)을 연계하여 탄소배출권을 획득 및 재기부

- ◆ 2021년에는 사회복지기관 8개소, 취약계층 6가구를 대상으로 LED 조명 1,031개를 교체, 단순 탄소배출권 획득에서 끝나는 것이 아닌, 에너지 교육사업에 재기부를 통해 환경 CSR 선순환 체계를 구축
- ◆ (기대성과) 사회복지시설의 LED 조명 교체를 통해 전기요금 절감 지원, 에너지 절감에 따른 탄소배출량 절감, 온실가스 감축 인증을 통한 탄소배출권 획득, 탄소배출권 판매를 통한 에너지 교육사업 재기부

### 〈미래에셋증권〉 물품기부 캠페인

- ◆ (목적) 자원의 재순환을 통한 환경보호, 기부물품을 저렴하게 판매하여 서민경제 부담을 줄이는 동시에 장애인 고용보호 및 일자리 창출 지원, 기증물품 수거 차량 후원
- ◆ (내용) 임직원들이 가정 또는 회사에서 사용하지 않는 물품 기부를 통해 사회적 가치를 창출하고, 자원순환을 증대에 기여, 기부 받아 판매한 수익으로 장애인에게 지속적인 일자리와 급여를 제공
- ◆ 임직원의 참여자 수만큼 회사는 1만원씩 매칭 기부하여 기증물품 수거 차량 구입 후원
- ◆ (기대성과) 임직원 500명이 20개씩 기부한다면, 총 10,000점 기부 (예상 기부가 2,500만원), 생활쓰레기 2,000kg감축(물품1개 0.2kg기준), 온실가스 55,000kg 감축(티셔츠 1개 생산 시 온실가스 5.5kg 발생), 물 사용 27,000,000L 감축(티셔츠 1개 생산 시 물 2,700L사용), 장애인근로인 약 16명에게 1개월간 근로기회 제공

### 3. 임직원 봉사활동 현황

□ 2021년 분석기업들의 임직원 1인당 연간 평균 봉사활동 시간은 4.0시간으로 전년도 분석기업들의 1인당 연간 평균 봉사활동 5.3시간에 비해 소폭 감소

◎ 임직원 봉사활동 참여율은 '25% 미만'이라고 응답한 기업이 46.3%로 가장 많았는데, 기업들은 2020년에 이어 코로나19 사회적 거리두기가 지속되면서 방역지침 준수를 위해 임직원 봉사활동을 축소하였다고 응답

◎ '75% 이상~100% 미만'이라고 응답한 기업의 비중도 21.1%로 두 번째로 많았으며, 기업들은 비대면 봉사활동 프로그램 발굴·확산에 따른 접근성 제고로 신규 참여자 유입 등 참여율이 증가하였다고 응답

〈 임직원 봉사활동 참여율 〉

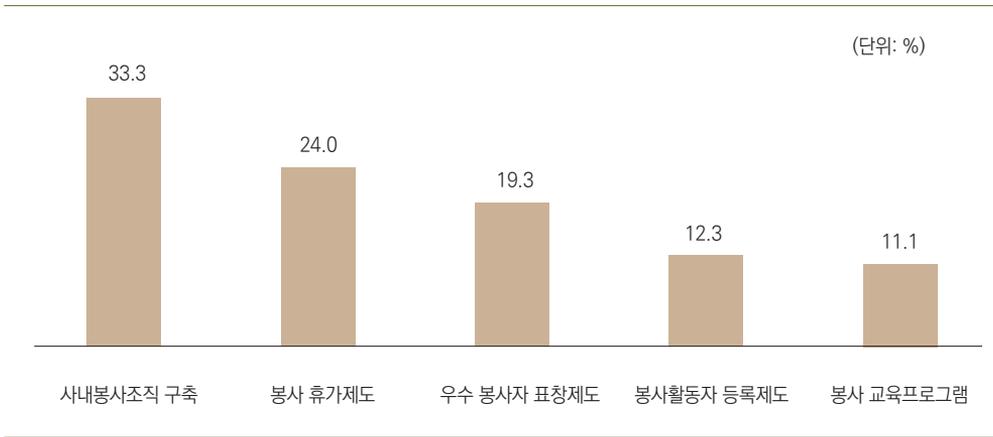
구분	25% 미만	25%이상~50% 미만	50%이상~75% 미만	75%이상~100%
비율	46.3%	20.0%	12.6%	21.1%

\* 임직원 봉사활동 참여율 95개사, 1인당 연평균 봉사활동 시간 104개사 기준

□ 기업들은 사회공헌활동이 조직문화로 정착할 수 있도록 임직원 봉사활동 촉진제도를 운영, 응답 기업의 94.0%가 1개 이상 지원제도를 운영 중인 것으로 조사됨

◎ 임직원 봉사활동 지원제도를 운영 중이라고 응답한 기업 중, '사내 봉사조직 구축'하여 운영하는 곳이 33.3%로 가장 많았고, 근무시간 내 봉사활동을 인정하는 '봉사 휴가제도' 24.0%, '우수봉사자 표창제도' 19.3% 순으로 조사됨

### 〈 임직원 봉사활동 지원 제도 〉



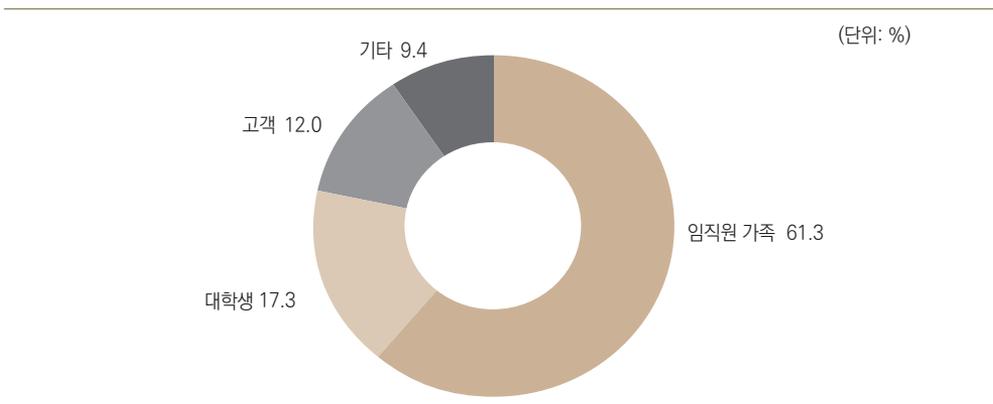
\* 해당항목 분석기업 기준(90개사), 171개 프로그램 대상(중복응답 포함)

□ 임직원이 아닌 사람을 대상으로 봉사활동 프로그램을 운영하고 있다고 응답한 기업은 64.7%였으며, 가장 많은 비중을 차지한 프로그램 대상은 '임직원 가족'(61.3%)임

◎ 이어 대학생 프로그램이 17.3%, 고객 대상 프로그램이 12.0%였으며, 협력사와 일반인 등 기타 대상 프로그램이 9.4%로 나타남

◎ 가정에서 기부물품을 제작하여 전달하는 가족 단위 사회공헌 프로그램이 늘어나고, 모바일 어플리케이션을 활용한 비대면 프로그램이 신설되면서 대학생과 일반인의 참여 제고

### 〈 임직원 외 봉사활동 프로그램 대상 〉



〈자사만의 특화된 봉사촉진제도 및 활동〉

기업명	주요 내용
GS칼텍스	▶ 사회봉사단: 자발적으로 조직된 임직원 봉사대로 환경정화·집수리·방역 봉사 활동, '20년부터 코로나19에 대응해 점자교구 키트제작 등 소규모·비대면 봉사활동 운영
하나증권	▶ ESG 앰배서더 '하나자기': 사내 부서별로 자발적 지원을 통해 사회공헌활동을 전파하고 실행
포스코건설	▶ 재능봉사단: 희망직원 신청을 받아 재능기부 봉사단 운영, 취미·자기계발이 가능한 다양한 활동 지원(아나운서, 밴드, 합창, 배드민턴, 요리, 탁구 등)
효성	▶ 효성 나눔 봉사단: 장애·비장애 통합 어린이집을 대상으로 활동하는 임직원 봉사단 운영, 평일 근무시간 내 활동 시 유급 봉사활동 인정
삼성생명보험	▶ 비대면 봉사캠페인: 전 임직원을 대상으로 5~6주간 비대면 봉사활동 프로그램 (걷기기부, 플로깅 등) 4~6개를 운영, 참여율에 따라 기부금을 적립해 지역 사회에 기부
한화생명보험	▶ 임직원과 함께 하는 'Give Green 캠페인': ESG경영 실천의 일환으로 임직원 재활용 물품 기증으로 환경보호 활동 및 장애인의 경제적 자립을 지원
한국남동발전	▶ 나눔봉사 마일리지 가점제도: 전 직원 승진 시 자력평가 점수에 봉사활동 실적 가점 부여, 사업소 내부 평가에 봉사활동 실적 반영
한국씨티은행	▶ 씨티 글로벌 지역사회 공헌의 날: 매년 하루를 지정, 전 세계적으로 임직원과 가족, 고객들이 참여하는 프로젝트 추진, 문맹퇴치, 환경보전 등 지역사회 니즈 수렴하여 진행
유한양행	▶ 임직원 누적 봉사활동 시간 기부: 임직원이 1년간 참여한 봉사활동 시간을 금액으로 환산하여 봉사단체 및 NGO 등에 기부

\* 응답기업 작성내용에 기초

#### 4. 기업 사회공헌 인식 및 ESG 경영

□ 기업들의 사회공헌활동 추진성과에 대한 만족도는 ‘지역사회 기여’ 측면이 평균 만족도 4.2점으로 가장 높았고, 이어서 기업 이미지 개선(4.1점), 임직원 만족도 증가(3.9점) 순으로 나타남

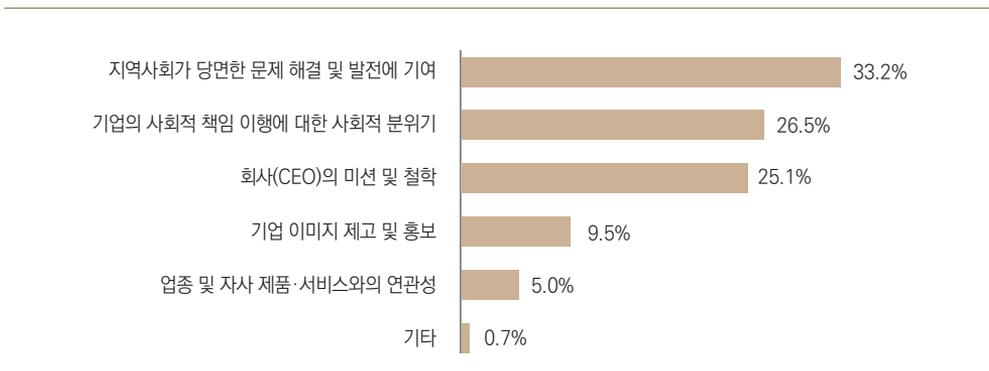
〈 사회공헌 성과에 대한 분야별 만족도 〉

구분	지역사회 기여	기업 이미지 개선	임직원 만족도 증가	재무적 성과 연계
만족도(5점 만점)	4.2점	4.1점	3.9점	3.3점

\* 주: 해당항목 응답기업 기준(95개사)

□ 기업들은 사회공헌 프로그램 운영 시 ‘지역사회가 당면한 문제 해결 및 지역 발전 기여도’를 가장 중요하게 고려(33.2%), 이어 ‘기업의 사회적 책임 이행에 대한 사회적 분위기’(26.5%)와 ‘회사(CEO)의 미션 및 철학’(25.1%) 순으로 고려한다고 응답

〈 사회공헌 프로그램 운영 시 주요 고려사항 〉



\* 해당항목 분석기업 기준(95개사)

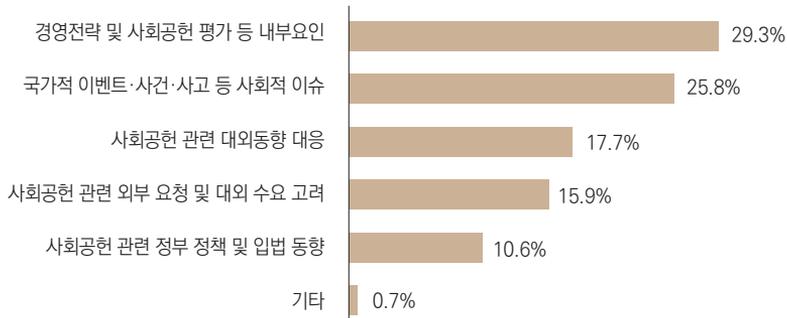
중복응답 포함, 1순위(2점), 2순위(1점) 가중치를 반영하여 합산한 수치의 비중

□ 기업 사회공헌 담당자들은 사회공헌 사업계획 수립 시 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 기업의 '내부요인'(29.3%)을 꼽음

\* 내부요인: 기업 비전, 경영·홍보 전략, 사회공헌 예산·조직 변동 및 사회공헌활동 관련 내부평가 등

◎ 다음으로 '국가적 이벤트·사건·사고 등 사회적 이슈'(25.8%), '사회공헌 관련 대외동향 대응'(17.7%) 및 '사회공헌 관련 외부 요청 및 대외 사회공헌 수요 고려'(15.9%) 순으로 응답

### 〈 사회공헌 사업계획 수립에 영향을 미치는 주요 요인 〉



\* 해당항목 분석기업 기준(95개사)

중복응답 포함, 1순위(2점), 2순위(1점) 가중치를 반영하여 합산한 수치의 비중

□ 또한 향후 사회공헌 사업 관심분야로 '취약계층 지원'(30.8%), '환경 보전'(24.8%), '교육·학교·학술'(16.8%), '문화예술·체육'(8.4%) 순으로 선호하는 것으로 나타남

◎ 특히 '환경 보전' 분야의 사회공헌에 대한 관심이 2019년 17.5%에서 2020년 22.1%, 2021년에 24.8%로 지속적으로 증가하고 있는 가운데, '문화예술·체육' 분야와 '해외 지원', '창업 생태계 및 스타트업 지원' 분야에 대한 관심도 소폭 상승\*

\* 2020년 사회공헌 관심분야: 문화예술·체육 7.7%, 해외 지원 3.3%, 창업 생태계 및 스타트업 지원 2.1%

〈 향후 관심 있는 사회공헌 분야 〉

(단위:%)

	1순위	2순위	3순위	전 체
취약계층 지원	41.3	21.6	17.5	30.8
환경 보전	28.9	22.7	16.5	24.8
교육·학교·학술	15.5	21.6	11.3	16.8
문화예술·체육	6.2	10.3	11.3	8.4
응급·재난 구호	1.0	7.2	15.5	5.5
지역경제 활성화	1.0	5.2	11.3	4.1
해외 지원	3.1	3.1	5.2	3.4
창업 생태계 및 스타트업 지원	1.0	2.1	8.3	2.6
의료 보건	1.0	4.1	3.1	2.4
기타	1.0	2.1	0.0	1.2

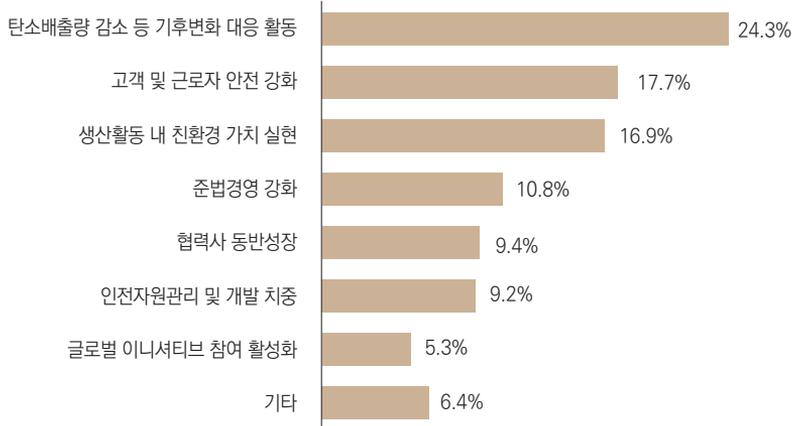
\* 해당항목 응답기업 기준(95개사)

'전체' 비율은 1순위(3점), 2순위(2점), 3순위(1점) 가중치를 반영하여 합산한 수치의 비중

□ 최근 ESG 경영 기조가 확산되면서 ESG 경영에서 가장 중점을 두고 있는 분야에 대한 설문에 기업의 24.3%가 '탄소배출량 감소 등 기후변화 대응'이라고 응답

◎ 그 밖에도 기업들은 고객 및 근로자 안전 강화(17.7%), 생산활동 내 친환경 가치 실현(16.9%) 및 준법경영 강화(10.8%)에 중점을 두고 있다고 응답, 이는 산업안전에 대한 관심과 사회적 요구 증가에 따른 것으로 분석

### 〈 ESG 경영 중점 분야 〉



\* 해당항목 응답기업 기준(89개사)

중복응답 포함, 1순위(3점), 2순위(2점), 3순위(1점) 가중치를 반영하여 합산한 수치의 비중

## ◉ 〈 부 록 〉

# 2021년 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.

기업명	홈페이지 주소		
업종	① 제조업                      ② 금융 및 보험업                      ③ 건설업                      ④ 전기, 가스 및 수도사업 ⑤ 유통업(도·소매)    ⑥ 운수업                      ⑦ 방송통신 및 정보서비스업 ⑧ 전문, 과학 및 기술서비스업                      ⑨ 문화예술, 스포츠, 여가 관련 서비스업 ⑩ 기타 서비스업(교육, 시설관리 등)                      ⑪ 기타		
담당부서	담당자 성명(직위)		(       )
주소지	연락처		(사무실)
			(E-Mail)
			(F a x)

**[ 사회공헌 지출비용 ]** \* 아래의 작성기준을 참고하여 작성해주시기 바랍니다.

1. 2020~2021년 사회공헌 지출비용은 얼마입니까?

2020년도 사회공헌 지출비용	원
2021년도 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 작성해 주시기 바랍니다.  
(임직원 기부금 제외, 회사가 매칭한 기부금은 포함)

### 1-1. (증가한 경우) 2020년 대비 2021년 지출비용이 증가한 이유는 무엇입니까?

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 경영성과 호전에 따른 사회공헌예산 증가
- ② 코로나19 팬데믹으로 인한 사회적 지원 요구 증가
- ③ 재단 신규 설립에 따른 출연금 또는 기존 재단에 대한 지원금 증가
- ④ 특정 사업기간 진행되는 대규모 SOC성 사업 추진 (예 : 문화시설 건립)
- ⑤ 대표 사회공헌 프로그램에 대한 투자 증가 및 신규 론칭 (SOC성 사업 제외)
- ⑥ 긴급 구호, 국가적 행사 등 당해년도 이슈에 따른 일시적 비용 증가
- ⑦ 기타 (                    )

### 1-2. (감소한 경우) 2020년 대비 2021년 지출비용이 감소한 이유는 무엇입니까?

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 경영성과 부진에 따른 사회공헌예산 또는 인력 축소
- ② 코로나19 사회적 거리두기로 인한 대면 사회공헌 프로그램 추진 어려움
- ③ 재단 해산에 따른 출연금 정리 또는 기존 재단에 대한 지원금 감소
- ④ 특정 사업기간 진행되는 대규모 SOC성 사업 종료
- ⑤ 기존 프로그램에 대한 투자 감소 (효과성 낮은 사회공헌 중단, 선택과 집중 등)
- ⑥ 긴급 구호, 국가적 행사 등 당해년도 이슈 부재에 따른 비용 감소
- ⑦ 기타 (                    )

2. 2020~2021년 분야별 지출비용을 사업영역별로 구분하여 주시기 바랍니다.

구분	2020년	2021년	비고
① 취약계층 지원			취약계층의 주거, 의료 등 전반에 대해 일정 수준 이상의 생활 유지를 위한 지원, 사회복지시설 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·체육시설 건립 및 운영 지원, 전통문화 보존 등
④ 환경 보전			환경단체 활동 지원, 나무심기, 환경보전 캠페인 등
⑤ 의료 보건			병원 건립·운영 지원, 의료봉사, 의약품 지원 등 일반 국민의 의료복지 증진을 위한 사업
⑥ 해외지원			해외 재해복구 활동 및 성금기탁, 저개발국 빈곤퇴치, 해외학교 건립 및 학비 지원 등 (국내가 아닌 지역에서 벌어진 기업의 모든 사회공헌 활동)
⑦ 응급/재난구호			수해복구, 구호물품 및 성금 기탁, 재해예방시설 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	금액

## [ 임직원 봉사활동 현황 ]

3. 2021년 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 봉사활동 시간	(     )시간	

3-1. 임직원 봉사활동 참여가 전년 대비 증가 또는 감소하였다면 그 이유는 무엇입니까?

(예시: 코로나19 사회적 거리두기 방역지침 준수로 인한 활동 축소, 비대면 봉사활동 확산 등 프로그램 접근성 제고에 따른 참여율 증가)

3-2. 임직원 봉사활동 지원제도 여부를 기재해 주시기 바랍니다.

사내 봉사자 지원제도 (복수응답)	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 사내 봉사조직 구축</li> <li>② 봉사 교육 프로그램 제공</li> <li>③ 봉사 휴가제도(근무시간 내 봉사활동을 인정)</li> <li>④ 우수 봉사자 표창제도(                    )</li> <li>⑤ 봉사활동자 등록제도(봉사활동 희망 직원들을 등록, 등록자에 관련 정보 제공 등)</li> <li>⑥ 없음</li> </ul>
자사만의 특화된 봉사 촉진제도 소개 (주관식)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 프로그램명 :</li> <li>· 내용 :</li> </ul>
임직원 외 봉사 프로그램 운영 (복수응답)	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 임직원 가족 대상</li> <li>② 대학생 대상</li> <li>③ 고객 대상</li> <li>④ 기타(                    )</li> </ul>

## [ 사회공헌 인식조사 ]

### 4. 2021년 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 (코로나 팬데믹, 무역·안보 관련 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. 2021년 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 (                      )

**[ 사회공헌 프로그램 상세현황 ]** \* 각 항목별 최대 3개까지, 재단사업도 포함하여 작성

※ 이하 내용은 보고서에 인용·소개될 수 있습니다. 동의하십니까? ( 예 / 아니오 )

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

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

**9. 귀사의 대표 사회공헌 프로그램에 대해 기재해주시기 바랍니다.**

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





**FKI** 전국경제인연합회