

2020

사회공헌 백서

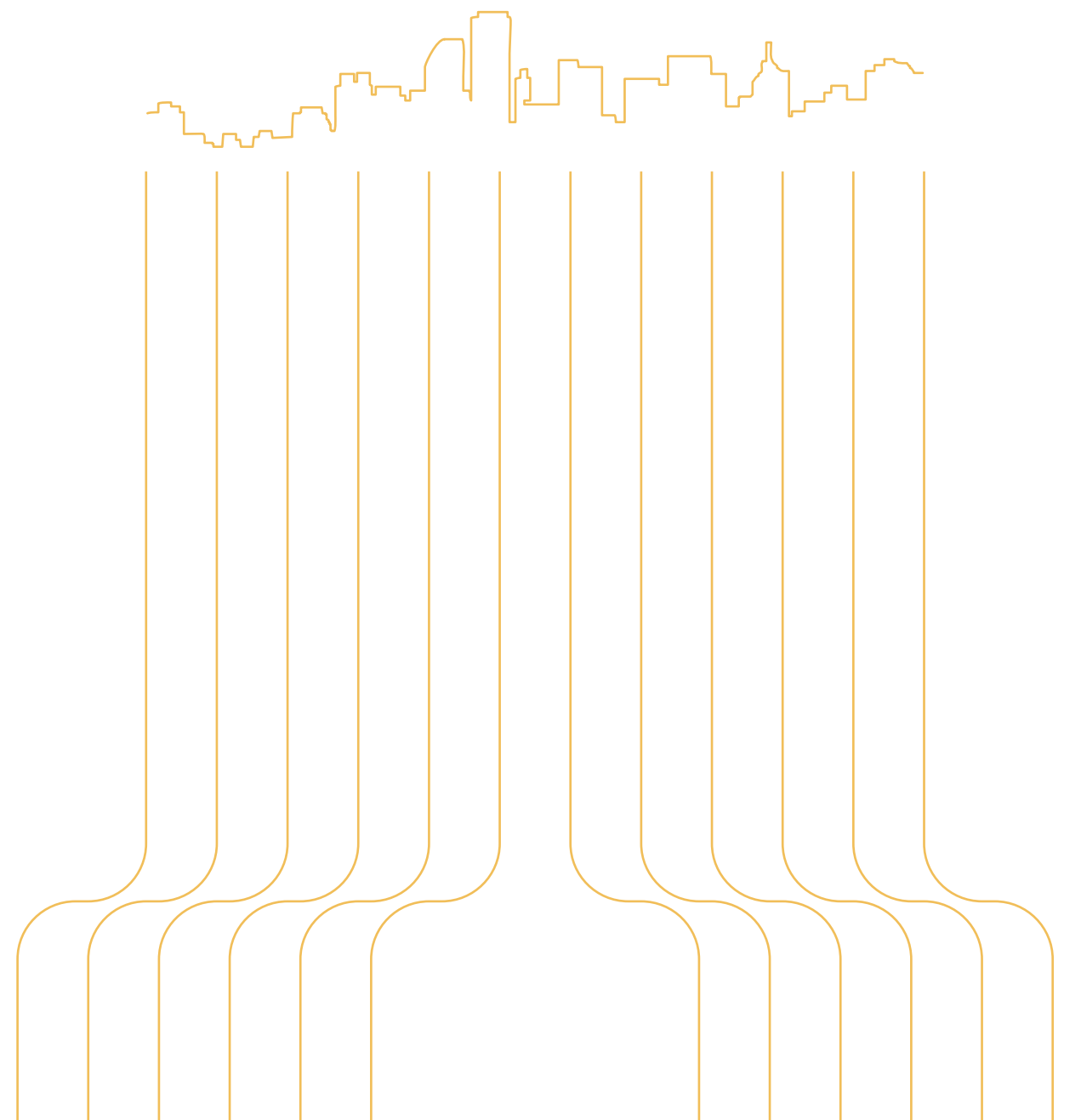
Social Gap Report



2020

사회공헌 백서

Social Gap Report



Contents

들어가며	6	배경 및 목적		
	7	연구 방법		
	10	핵심 요약		
<hr/>				
I 2020 기업 사회공헌 현황	18	100대 기업 사회공헌 규모		
	22	100대 기업 자원봉사 규모		
	23	100대 기업 사회공헌 사업대상		
	24	100대 기업 사회공헌 유형		
	25	100대 기업 사회공헌 범위		
	26	100대 기업 사회공헌 기간		
	28	100대 기업 사회공헌 투명성		
<hr/>				
II 국민이 바라본 기업 사회공헌	32	사회공헌 인식도		
	34	사회공헌 인식 채널		
	36	사회공헌 참여도		
	38	사회공헌 동기		
	40	사회공헌 체감도		
	43	사회공헌 평판		
	45	기업의 역할과 책임		
	47	사회공헌 커뮤니케이션		
<hr/>				
III 대한민국 사회공헌 미스매치	52	SDGs 목표와 과제		
		- 100대 기업이 주목한 SDGs 목표		
		- 국민이 바라는 기업의 SDGs 목표		
	58	사회공헌 이슈와 액션		
		- 100대 기업이 주목한 이슈 & 액션		
		- CEO가 된 국민의 사회공헌 평가		
<hr/>				
IV 특집 : 코로나 시대의 기업 사회공헌	68	10대 그룹 코로나 사회공헌 현황		
	70	국민이 바라본 코로나 시대의 사회공헌		
		- 코로나 시기 기업 신뢰도와 책임 평가		
		- 코로나 시기 사회공헌 평가		
	79	포스트 코로나, 사회공헌 깊이보기		
	82	[Special Section] 포스트 코로나, UNGC가 말하는 기업의 미래		
<hr/>				
V 기업 사회공헌의 미래	90	기업 사회공헌의 미래		
<hr/>				
부록	96	응답자 표본 결과 및 설문지		
	104	100대 기업 프로그램 현황		
	129	10대 그룹 코로나 사회공헌 현황		

들어가며

배경 및 목적

코로나 이후 전세계적으로 산업 전반의 변화가 가속화되고 있습니다. 모두의 지속가능한 미래를 위해 기업이 추구해야 하는 가치와 전략에 대한 패러다임 전환이 필요한 시점입니다. 한국 기업은 더 나은 미래를 위해 어떤 역할을 하고 있을까요? 국민이 바라는 기업의 역할과 과제는 무엇일까요?

‘2020년 사회공헌 백서: Social Gap Report’는 한국 기업의 사회공헌 현황과 국민이 기업에 바라는 역할과 책임을 살펴보고, 서로 간의 간극을 좁힐 수 있는 방안을 모색하고자 합니다. 국민의 니즈 및 요구를 반영한 사회공헌을 통해 기업의 역량과 자원이 사회문제 해결에 보다 효과적으로 활용될 수 있는 전략 방안 및 미래 방향성을 제안합니다.



Goal : SDGs 목표와 연계한 사회공헌 과제 분석

전세계의 빈곤 문제해결과 지속가능한 발전을 위한 공동의 목표 'SDGs(지속가능발전목표)'는 기업이 직면한 리스크를 일깨우고, 새로운 성장 기회를 발굴하는 가이드 역할을 합니다. SDGs 목표에 기반해 전략을 통합하는 기업은 인류 공동의 도전 과제에 대한 혁신적인 해법을 모색하며, 미래의 비즈니스 기회를 얻을 수 있습니다. 국내 100대 기업의 공시 데이터를 바탕으로 SDGs 17개 목표 연계성, 투명성 등 커뮤니케이션 현황을 분석합니다. 또한 국내 최초로 대국민 SDGs 인식조사를 실시하여, 기업이 주목하는 SDGs 목표와의 Gap을 살펴봅니다.

Issue : 사회문제 해결 위한 사회공헌 현황 진단

사회공헌은 우리 사회의 복잡하고 다양한 사회문제를 기업의 역량 및 자원을 활용해 해결하는 활동을 말합니다. 이에 기업은 우리 사회의 시급한 사회 이슈를 파악하고, 주요 이해관계자의 니즈를 파악하여 보다 효과적으로 문제를 해결하는 활동을 지속해야 합니다. 국민이 사회공헌을 통해 우선적으로 해결해야 한다고 꼽은 사회문제는 무엇인지, 기업이 현재 사회공헌을 통해 집중하는 사회문제는 무엇인지, 서로 간의 간극을 살펴봅니다.

Action : 사회공헌 우수 프로그램 대국민 평가

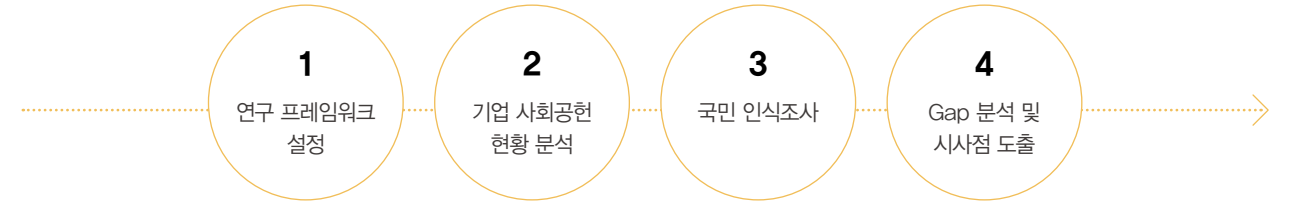
매년 수많은 기업이 다양한 사회공헌 프로그램을 기획하고 실행하고 있습니다. 우리 모두의 행복한 삶을 위해 해결해야 하는 사회문제와 연계하여, 국내 기업이 진행하고 있는 사회공헌 프로그램을 국민이 평가해봅니다. 국민이 만약 100대 기업의 CEO라면, 100억원의 사회공헌 예산을 투입할 수 있다면, 어떤 사회문제 해결을 위해 어떤 사회공헌 프로그램을 시도할 지 직접 선택한 결과를 들여다봅니다.

Resilience : 코로나 사회공헌 심층 분석

코로나 이후 달라질 삶과 산업의 변화에 많은 기업의 대비가 필요한 시점입니다. 코로나 예방 및 지원을 위해 진행된 기업의 사회공헌 활동을 파악하고, 그 특징을 분석합니다. 국민들은 코로나 시기 진행된 기업의 사회공헌 활동을 어떻게 인식하고 평가하는지, 기업 신뢰도에는 어떤 영향을 미쳤는지, 이러한 국민의 평가는 미래에 어떤 영향을 미칠지 다각도로 분석해봅니다.

연구 방법

‘2020 사회공헌 백서: Social Gap Report’는 ①연구 프레임워크 설정 ②기업 사회공헌 현황 분석 ③국민 인식조사 ④Gap 분석 및 시사점 도출 등 단계별 분석을 통해 제작되었습니다.



1 연구 프레임워크 설정

포스트 코로나 시대를 대비하며, 지속가능한 미래를 열어가는 첫 단추는 현재 수준의 정확한 진단과 미래의 명확한 목적 설정에서 시작됩니다. ‘2020 사회공헌 백서: Social Gap Report’는 기업의 현황과 국민의 니즈 간의 Gap 분석을 통해, 더 나은 사회공헌의 방향성을 찾고자 합니다. 이를 위해 우리나라 100대 기업의 현황 및 국민 인식조사 데이터를 바탕으로 ‘SDGs 목표(Goal), 사회문제(Issue), 사회공헌 활동(Social Action), 코로나 이후 회복탄력성(Resilience)’ 등 총 4가지 측면의 Gap 분석을 통해 통합적 시사점을 도출합니다.



2 기업 사회공헌 현황 분석

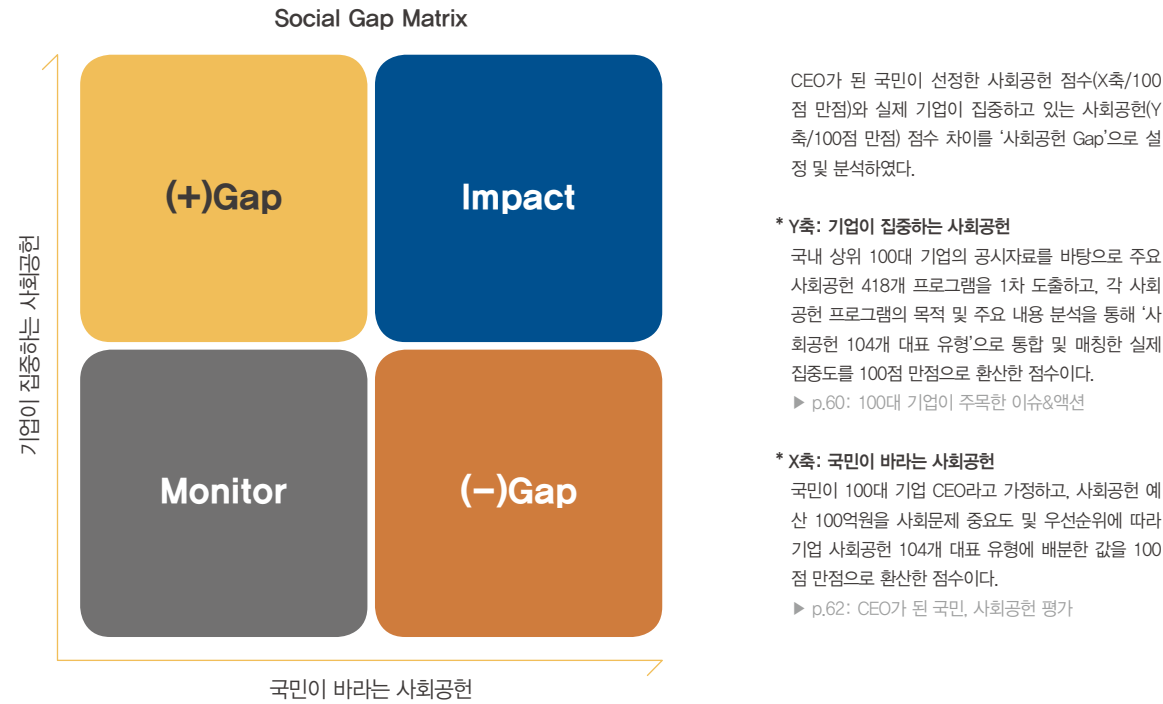
사회문제 해결을 위한 국내 기업의 다양한 액션을 파악하기 위해, 국내 상위 100대 기업의 사회공헌 현황을 분석했습니다. ①시가총액 1~130위 기업 중 매출액 500대 기업을 우선 도출한 후 전년도 조사 연계성과 기업집단 소속 여부를 고려해 최종 100대 기업을 선정하고 ②지속가능경영보고서·홈페이지·사회공헌백서·미디어 보도 자료 등 외부 공시 자료를 바탕으로 주요 대표 프로그램 418개를 도출하고 ③사회공헌 현황(규모, 대상, 유형, 범위, 기간, 투명성, SDGs 목표, 해결하려는 사회문제·이슈) 데이터를 취합 및 분석하고 ④국내 10대 그룹의 코로나 예방 및 지원을 위한 사회공헌 활동 데이터를 통합 분석하였습니다.

3 국민 인식조사

국민이 바라는 기업의 역할과 책임을 파악하기 위해, 지난 9월 전국 17개 시도 성인남녀 1,500명을 대상으로 구조화된 설문지를 이용해 인식조사(온라인·모바일)를 진행했습니다. 설문 항목은 ①SDGs 인식도와 한국 및 기업이 주목해야 하는 목표 ②기업 사회공헌 평가(사회공헌 동기, 체감도, 상기도, 참여도, 접근 채널, CEO가 된 국민의 사회문제별 프로그램 우선순위 선정) ③코로나와 기업의 역할과 책임 등으로 구성됩니다. 성별, 연령, 지역 등 인구통계별 분석과 문항간 교차분석을 통해 다각도로 응답 데이터를 분석했습니다.

4 Gap 분석 및 시사점 도출

국민이 바라는 사회공헌과 기업이 주목하는 사회공헌 간의 차이를 분석하는 'Social Gap Matrix'를 기반으로, 현재와 미래 기업이 문제 해결을 위해 집중할 액션의 방향성을 도출하였습니다. 국민이 바라는 사회문제 해결에 집중하는 기업 사회공헌 활동이 많아질수록, 모두가 행복한 사회로의 변화(임팩트)가 확산될 수 있습니다. 국민과 기업간 격차(Gap)을 줄이는 방향으로 사회문제 해결을 위한 액션 및 사회공헌이 집중돼야 할 것입니다.



Impact

국민이 바라는 사회공헌 우선순위 점수와 실제 기업의 사회공헌 집중도가 모두 높은 영역으로, 사회문제 해결을 위한 액션의 성과가 효과적으로 나타날 수 있습니다. 사회공헌 임팩트 창출 및 확산이 가능합니다.

(-)Gap

국민이 바라는 사회공헌 우선순위 점수가 높지만, 실제 기업이 주목하지 않는 영역으로 Gap이 발생하는 영역입니다. 국민의 니즈가 실제 기업의 집중도 보다 높으므로, 향후 기업은 해당 사회문제 해결에 관심을 가지고 마이너스(-)값인 사회공헌 Gap을 메워가야 합니다.

(+)Gap

국민이 후순위로 여기는 사회공헌에 현재 기업이 집중하고 있는 영역으로 Gap이 발생하는 영역입니다. 기업의 실제 집중도가 국민의 니즈 보다 높으므로, 향후 기업은 해당 사회문제 해결을 위해 투입한 역량 및 자원의 (+)값인 사회공헌 Gap을 국민이 바라는 사회공헌 방향으로 전환해야 합니다.

Monitor

국민이 바라는 사회공헌 우선순위 점수가 낮고, 실제 기업의 집중도 역시 낮은 영역입니다. 당장 국민의 니즈가 높지 않기에, 관련 사회문제의 심각성과 중요도를 꾸준히 모니터링해야 합니다. 향후 국민의 주목도가 높아질 때 기업이 가진 역량과 자원을 활용해 사회문제를 해결해야 합니다.

모두가 행복한 사회를 위해서는 현재 해결이 필요한 사회문제를 진단하고, 다양한 주체간 협력을 통해 함께 해결해 나가야 합니다. 국내 많은 기업이 역량과 자원을 활용해 다양한 사회문제를 해결하고 있습니다. 그렇다면 기업은 국민이 바라는 사회문제를 얼마나 해결하고 있을까요. 국내 상위 100대 기업의 사회공헌 공시 데이터 분석과 일반 국민 1500명 인식조사를 통해 사회공헌의 현재와 갭(Gap)을 들여다봅니다.

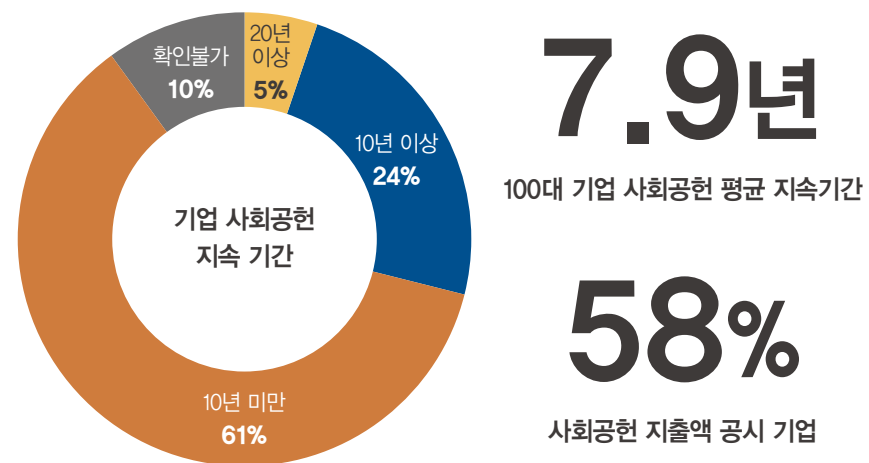
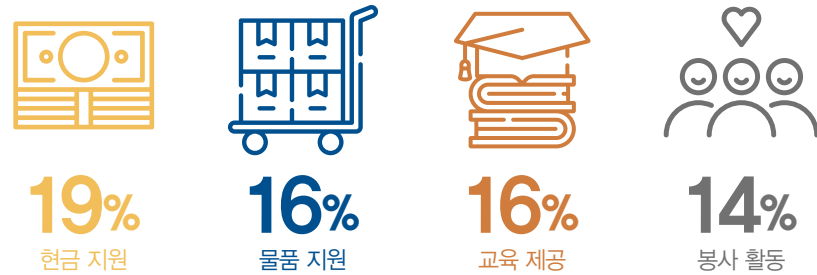


국내 100대 기업의 사회공헌 현황은

지난해 기업의 사회공헌은 어떻게 진행됐을까요?

우리나라 상위 100대 기업의 사회공헌 총 규모는 약 1조 7,950억원으로 나타났습니다. 100대 기업의 평균 사회공헌 지출액은 310억원입니다. 이는 현금(19%), 물품(16%), 교육(16%), 봉사(14%) 등의 형태로 곳곳에 지원됐습니다. 100대 기업은 평균 7.9년간 사회공헌을 지속하고 있으며, 10년 이상 사회공헌 프로그램을 진행하는 기업이 전체의 29%로 나타났습니다. 임직원 자원봉사 규모는 총 250만 7,096시간으로 전년 대비 19만 8,487시간 줄었습니다.

사회공헌 유형 Top4



임직원 자원봉사 규모

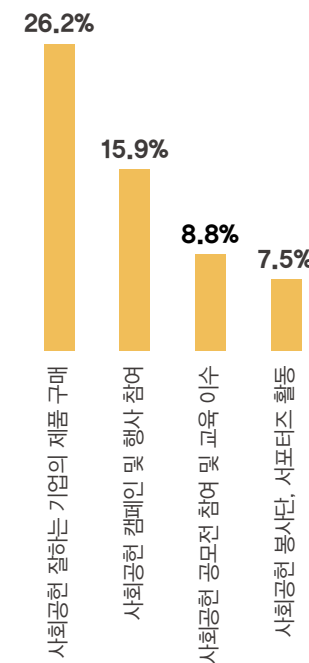


국민의 사회공헌 평가 점수는

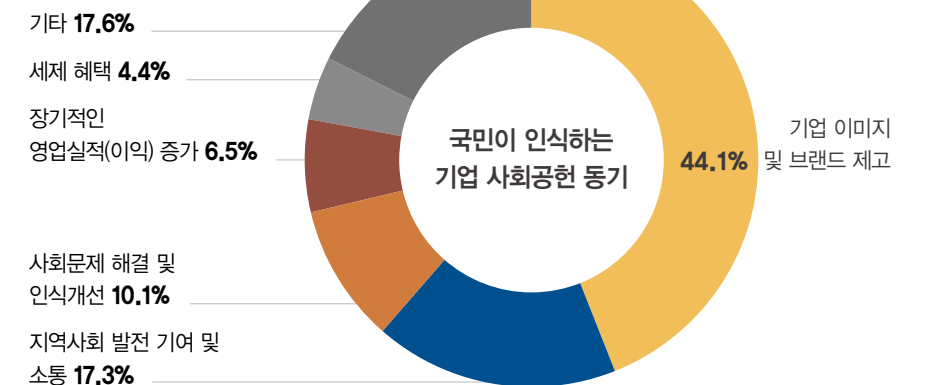
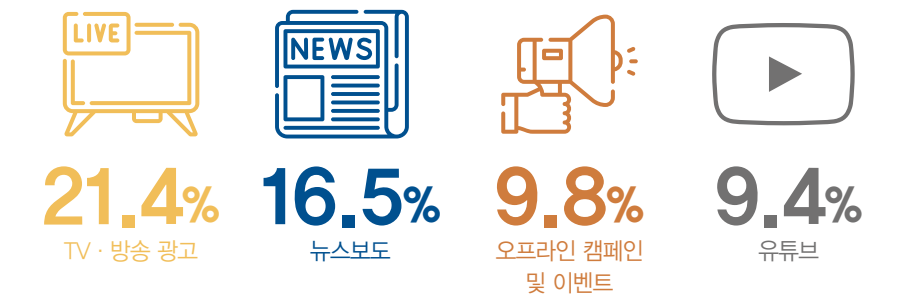
국민들은 우리나라 기업의 사회공헌을 어떻게 평가하고 있을까요?

전국 성인 남녀 1,500명 대상 설문조사 결과, 기업 사회공헌을 (잘)알고 있는 국민은 전체의 28.3%로 나타났고, 기업 사회공헌이 한국을 좋은 사회로 만드는 데 긍정적인 영향을 미쳤다는 평가는 81.2%에 달했습니다. 국민은 기업의 사회공헌 동기를 '이미지 및 브랜드 제고'로 인식하고 있으며, 주로 TV·방송 광고를 통해 사회공헌을 접하고 있습니다. 사회공헌을 잘하는 기업의 제품을 구매하거나, 사회공헌 캠페인 및 행사 등을 통해 기업 사회공헌에 참여하는 국민들이 많은 것으로 나타났습니다.

국민의 사회공헌 참여유형 Top4



국민이 사회공헌을 접하는 채널 Top4



1,795,000,000,000원
100대 기업 사회공헌 총 규모

기업이 주목한 사회공헌, 국민이 바라는 사회공헌

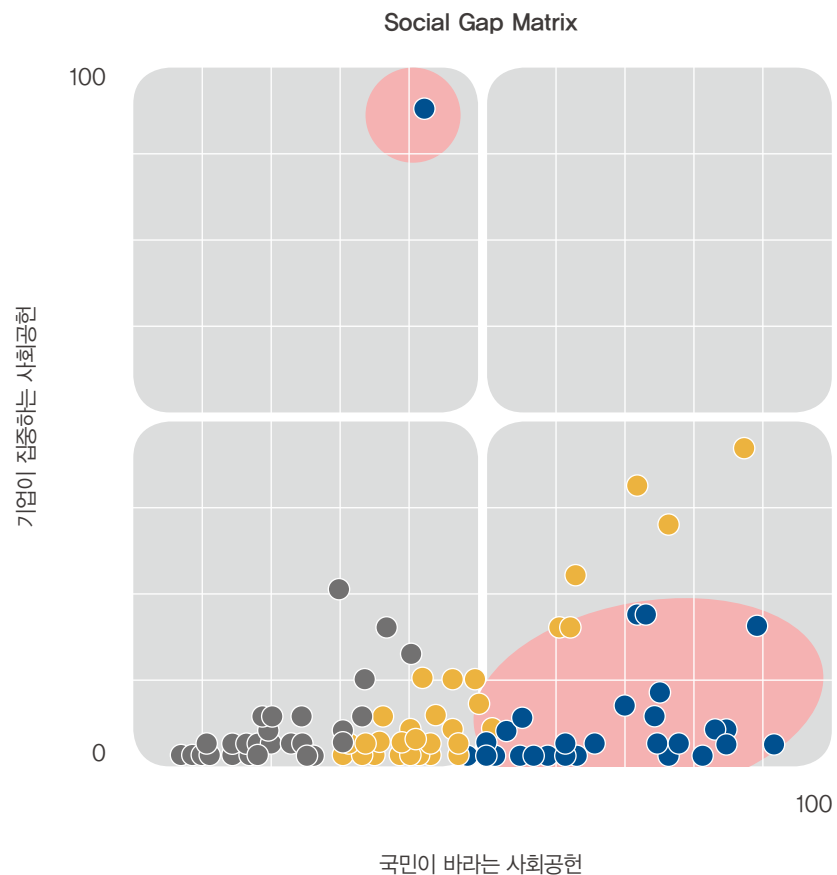
우리나라 기업은 국민의 니즈와 일치하는 사회공헌 활동을 하고 있을까요.

'2020 사회공헌 백서: Social Gap Report'는 국내 상위 100대 기업이 집중하고 있는 사회공헌과 국민이 주목하는 사회공헌 간의 갭(Gap)을 살펴봤습니다. 기업은 국민이 바라는 사회공헌에 주목하여 간극을 해소하고, 사회문제의 우선과제를 지속적으로 해결해야 합니다.

CEO가 된 국민이 꼽은 1순위 사회공헌...청년 주거 지원

현재 국민이 최우선 과제로 꼽은 사회공헌은 '취약 계층 청년을 위한 시세 이하(40~80%)의 저렴한 주택 공급, 공유 주거 및 복합 공간 제공'이었습니다. 그러나 실제 100대 기업 중 에서 이와 관련된 프로그램은 전체의 4%에 불과해, 국민의 니즈와 가장 큰 갭(-96점)을 보였습니다.

'경력 단절 및 취약계층 여성을 위한 돌봄교사·요양보호사·유튜브 크리에이터 등 취업 훈련과 일자리 마련' 사회공헌 역시 국민의 니즈와 실제 기업 활동간 격차(-88.9점)가 두 번째로 큰 것으로 나타났고, '생활 속 일회용품 저감 캠페인 사내 시행 및 대중으로의 확대' 프로그램(-87.1점)이 뒤를 이었습니다.



CEO가 된 국민이 선정한 사회공헌 점수(X축/100점 만점)와 실제 기업이 집중하고 있는 사회공헌(Y축/100점 만점) 점수 차이를 '사회공헌 Gap'으로 설정하고, Gap 점수가 50 이상인 사회공헌을 'Urgent(갭 해소 시급 영역)'으로 도출한 값이다. 국민이 더 바라는 사회공헌의 Gap은 마이너스(-)값으로, 기업이 더 집중하는 사회공헌 Gap은 플러스(+값)이 된다.

*** Y축: 기업이 집중하는 사회공헌**
국내 상위 100대 기업의 공시 자료를 바탕으로 주요 사회공헌 418개 프로그램을 1차 도출하고, 각 사회공헌 프로그램의 목적 및 주요 내용 분석을 통해 총 104개 대표 유형으로 통합 및 매칭한 실제 집중도를 100점 만점으로 환산한 점수이다.

*** X축: 국민이 바라는 사회공헌**
자신이 100대 기업 CEO라고 가정하고 사회공헌 예산 100억원을 중요도에 따라 위의 기업 사회공헌 104개 대표 유형에 배분한 값을 100점 만점으로 환산한 점수이다.

● Urgent Area
● Gap level: High (Blue), Medium (Yellow), Low (Grey)

실제 기업이 진행하는 사회공헌과 비교해 국민이 더 바라는 프로그램은 환경·에너지·기후변화 관련 이슈와 연결되는 경향을 보였습니다. CEO가 된 국민들은 저소득층 가구의 에너지 효율 개선이나 비용 절감 지원, 환경 분야의 사회적기업 지원, 미세먼지 방지 숲 조성 등 프로그램에 사회공헌 예산을 우선적으로 투입하겠다고 한 반면, 현재 기업이 진행하고 있는 사회공헌 프로그램은 매우 적었습니다.

반면, 기업은 '임직원 급여 일정액 후원 및 봉사활동을 통해 결식아동·독거노인 등 취약계층을 지원'하는 사회공헌 프로그램이 전체의 50%를 차지할 정도로 쏠림 현상을 보였습니다. 그러나 CEO가 된 국민들은 해당 사회공헌의 필요성을 상대적으로 낮게 평가해, 기업과 국민의 Gap(+58점)이 가장 높았습니다.

기업과 국민이 주목하는 사회공헌 Gap Top30: Urgent Area (해소 시급 영역)

● 국민이 더 바라는 사회공헌
● 기업이 더 집중하는 사회공헌

Gap level	프로그램 분류	Gap	국민이 바라는 사회공헌	기업이 집중하는 사회공헌	이슈 분류
1	취약계층 청년을 위한 시세 이하(40~80%)의 저렴한 주택 공급, 공유 주거 및 복합 공간 제공	-96	100	4	소득 및 주거불안
2	경력단절 여성, 취약계층 여성 위한 돌봄교사, 요양보호사, 유튜브 크리에이터 등 취업 훈련과 일자리 마련	-88.9	92.9	4	고용 및 노동 불안정
3	생활 속 일회용품 저감 캠페인 사내 시행, 대중에 확대	-87.1	89.1	2	에너지 및 자원불균형
4	저소득층 가구의 주거와 복지시설의 에너지 효율을 개선해 에너지 비용 절감 지원	-86.7	92.7	6	에너지 및 자원불균형
5	의료 취약층 대상으로 무료 건강검진을 실시하는 이동식 진료소 운영 및 서비스 지원	-85.3	91.3	6	삶의 질 저하
6	환경 분야의 사회적기업을 발굴 및 지원하는 통합 플랫폼 운영	-81.8	83.8	2	환경오염 및 기후변화
7	수도권 매립지에 미세먼지 저감 수종을 식재해 미세먼지 방지 숲 조성	-81.5	85.5	4	환경오염 및 기후변화
8	소방관, 용감한 시민, 의료인 등 의인을 발굴하고 격려 및 지원 프로그램	-78.2	82.2	4	사회통합 저해
9	청년 취업 교육, 멘토링, 컨설팅 지원, 창업 자금과 비즈니스 모델 지원	-75.5	97.5	22	고용 및 노동 불안정
10	전문 재난구조 조직을 구성해 전국 재해재난 복구와 응급의료 인력 및 구호품 지원	-73.6	81.6	8	안전 위협
11	해양 생태계 보전 위한 하천, 해안 정화 활동 및 보호 식종 식재	-70.6	82.6	12	환경오염 및 기후변화
12	직장 및 공공기관 어린이집 지원, 중소기업 근로자를 위한 공동직장 어린이집 개원	-68.6	72.6	4	급격한 사회구조 변화
13	먹을 수 있으나 판매할 수 없는 식품을 필요한 기관에 기부해 식품폐기로 인한 환경부하 감소	-67.8	69.8	2	에너지 및 자원불균형
14	친환경 교육을 통해 청소년에 올바른 생활습관 교육 및 환경의식 고취	-67.2	77.2	10	환경오염 및 기후변화
15	소방관을 위한 방화복 세탁기 개발 및 제공	-66.1	68	2	안전 위협
16	범죄피해자 가정 지원 및 주거환경 개선 지원, 범죄피해자 지원 캠페인 전개	-66	68	2	사회통합 저해
17	소외계층 아동 및 청소년 대상 음악 레슨, 장학금 지원 등 음악 유망주 발굴 및 지원	-63.9	67.9	4	교육 불평등
18	소외계층이 안심하고 살 수 있는 안심마을 조성 및 안전한 생활 환경 마련	-63.2	65.2	2	안전 위협
19	지역 소상공인과 창작자의 온라인 창업과 진출을 위한 교육, 컨설팅, 공간 지원	-61.2	63.2	2	고용 및 노동 불안정
20	위기청소년 및 소년원생 범죄예방을 위한 교육 및 취업 지원	-60.9	62.9	2	급격한 사회구조 변화
21	지역 농업인 소득 창출과 판로 개척을 위한 농산품 구매, 직거래 정터 지원 등	-59.1	61.1	2	소득 및 주거불안
22	임직원 급여 일정액 후원 및 봉사활동을 통해 결식아동, 독거노인 등 취약계층 지원	+58	41.9	100	소득 및 주거불안
23	빈곤층을 위한 집짓기, 주거 마련 지원, 마을 조성 및 건립 등	-56.2	80.2	24	소득 및 주거불안
24	청소년 대상 자살예방전문가들의 생명존중 및 자아존중 교육 실시	-55	57	2	급격한 사회구조 변화
25	소외 지역 및 저소득 가정의 결식문제 해소를 위한 1:1 자매결연, 돌봄, 상담 등 현금과 물품 지원	-54.9	78.9	24	소득 및 주거불안
26	노숙인, 쪽방 거주민 등 취약계층 일자리 창출을 위한 무료 건설 기술 교육 및 일자리 제공	-54	56	2	고용 및 노동 불안정
27	에너지 관련 교육을 통해 아동·청소년의 친환경 전력에 대한 이해 증진	-53.6	61.6	8	에너지 및 자원불균형
28	치매노인, 발달장애인 대상으로 실종방지 배회 감지기를 개발해 보급	-53.5	55.5	2	안전 위협
29	나홀로 어르신과 청년이 함께 사는 셰어하우스 건립 및 지원	-53.4	55.4	2	소득 및 주거불안
30	지하수가 오염된 농촌 지역에 유해물질 제거 기능이 있는 정수기를 지원	-52.9	58.9	6	에너지 및 자원불균형

SDGs Gap Analysis 기업이 주목한 SDGs, 국민이 바라는 SDGs

모두가 행복하고 지속가능한 미래를 위해 기업은 어떤 목표를 향해 나아가야 할까요.
유엔과 국제사회가 2030년까지 지속할 공동의 목표로 설정한 '지속가능발전목표 (SDGs · Sustainable Development Goals)' 중에서 우리나라 기업과 국민이 주목하고 있는 목표를 살펴봤습니다.

SDGs Gap



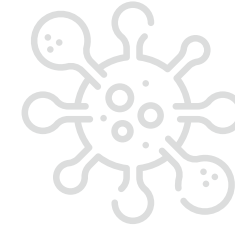
* Note: '국민이 바라는 SDGs 목표'는 전국 17개 시도, 성인 남녀 1,500명이 '기업이 주목해야 하는 SDGs 목표'로 우선순위를 선정한 결과값에 가중치를 매겨 도출하였다. '기업이 주목한 SDGs 목표'는 국내 100대 기업의 대표 사회공헌 프로그램 418개를 SDGs 목표와 매칭하고, 17개 목표별 비율을 계산하였다.

- 국민이 바라는 SDGs 목표
- 기업이 주목한 SDGs 목표

기업이 주목한 SDGs 목표와 국민이 기업의 역할로 바라는 SDGs 목표는 상이한 모습을 보였습니다.

국민과 기업간 갭(Gap)이 가장 큰 목표는 '(교육)모두에게 공평하고 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 제공(SDG 4번, 기업 21.2% vs 국민 3.7%)'으로 분석됐습니다. 교육 이슈에 대해 국민이 기대하는 기업의 역할 보다 기업의 실제 집중도가 높은 것으로 보입니다. 반면, '(산업화·혁신)포용적, 친환경적, 혁신적인 사회기반시설과 지속가능한 산업화 장려(SDG 9번)는 실제 기업의 주목도와 비교해 국민이 기업에 바라는 목표 수준이 높은 것으로 나타났습니다.

한편 기업과 국민간 격차가 가장 적은 목표는 '(육상생태)산림, 토양, 생물다양성 복원 및 생태계 보호(SDG 13번, Gap 0.3%p)'과 '(식량·농업)국민의 영양 균형과 먹거리 안전을 위한 도농유통구조 개선과 지속가능한 농업 강화(SDG 2번, Gap 1.2%p)', '(해양생태)해양쓰레기 등 오염 예방과 해양자원 생태계 보존(SDG 14번, Gap 1.9%)'로 나타났습니다. 국민과 기업 모두 육상 및 해양생태 오염 예방과 영양 및 먹거리 안전을 위한 중요성을 파악하고 우선순위에 두고 있는 것으로 분석됩니다.



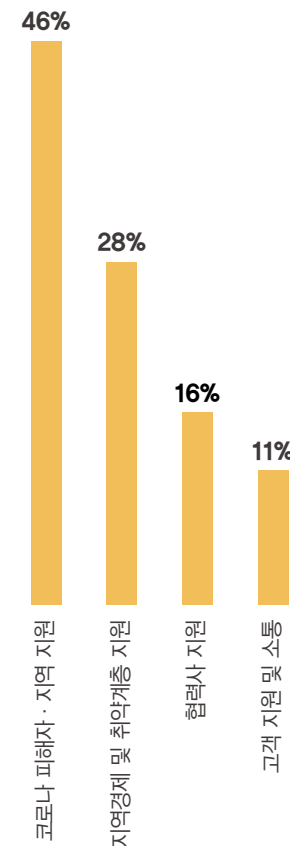
코로나19와 기업 사회공헌

전세계가 코로나19 팬데믹으로 전례없는 위기와 변화를 겪고 있습니다. 이에 기업은 코로나 바이러스 예방 및 피해 지원을 위해 다양한 사회공헌을 진행했습니다. 10대 그룹의 상반기 코로나 지원 사회공헌 규모는 약 560억원에 달하며, 국민은 이러한 기업의 코로나 지원 사회공헌에 6.35점(10점 만점)을 줬습니다. 국민들은 기업이 코로나 예방 및 해결을 돕기 위해 역할과 책임을 다해야 한다고 생각하고 있으며, 이 기간 동안 기업의 사회적책임 활동을 지켜보고, 해당 기업의 제품 및 서비스 구매 여부를 결정하겠다고 답했습니다.

56,000,000,000원

10대 그룹이 코로나 해결을 위해 지원한 사회공헌 금액 (2020년 상반기 기준)

코로나 사회공헌 유형

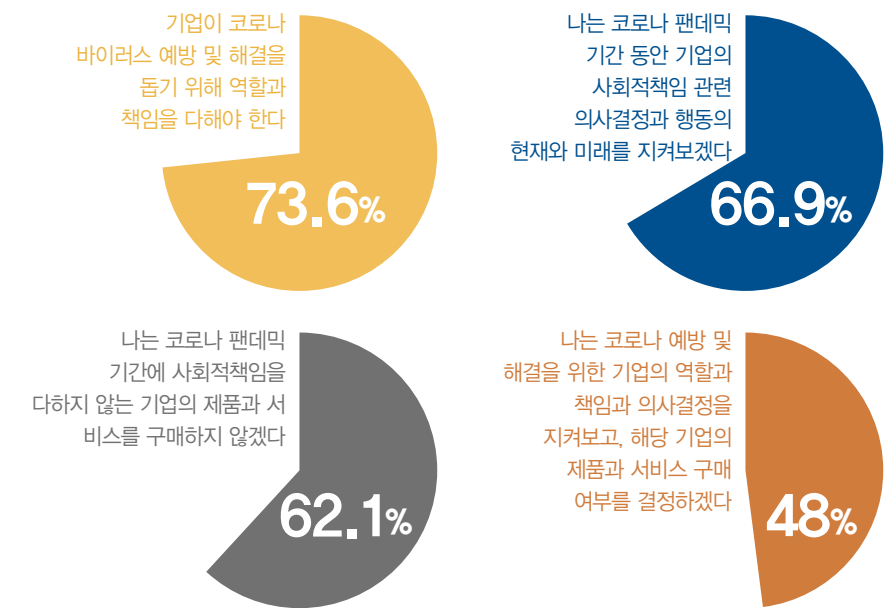


국민이 바라본 코로나 사회공헌

6.35점 3.01점

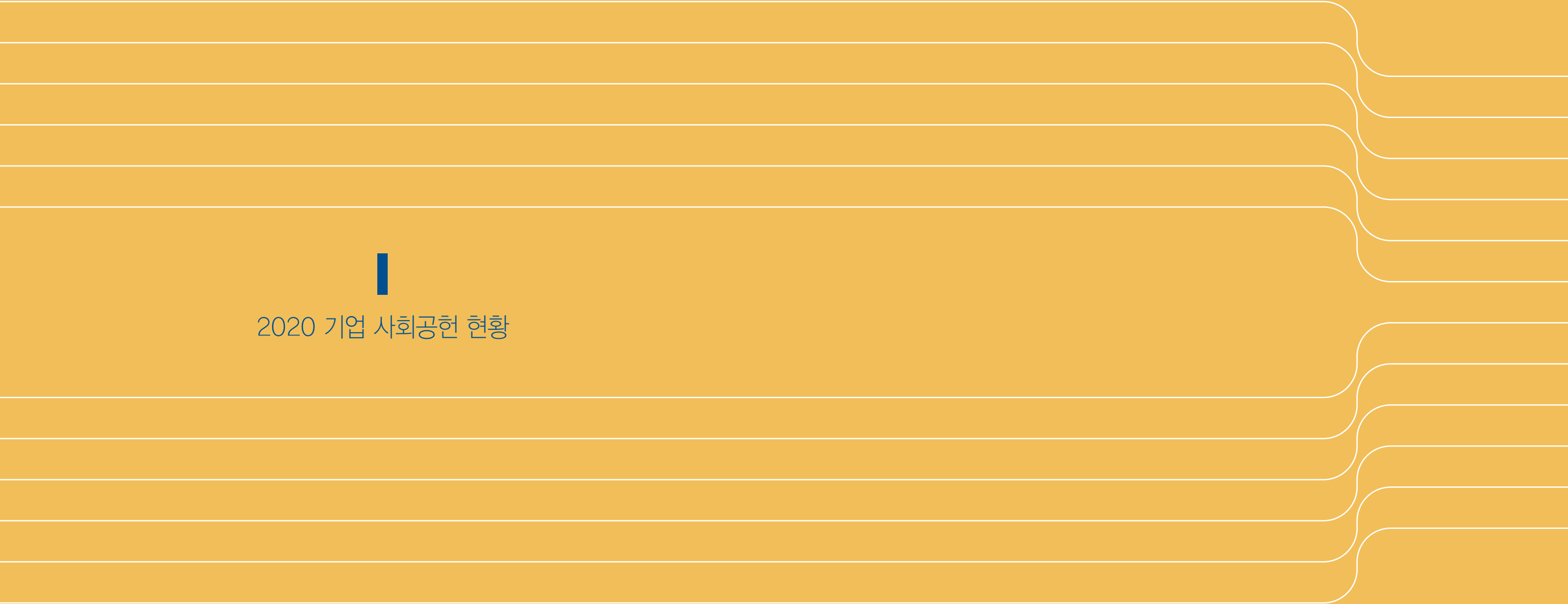
기업의 코로나 사회공헌 점수(10점 만점) 코로나 시기 기업 사회공헌 진정성 점수(5점 만점)

코로나 19와 기업의 책임에 대한 국민의 인식





2020 기업 사회공헌 현황



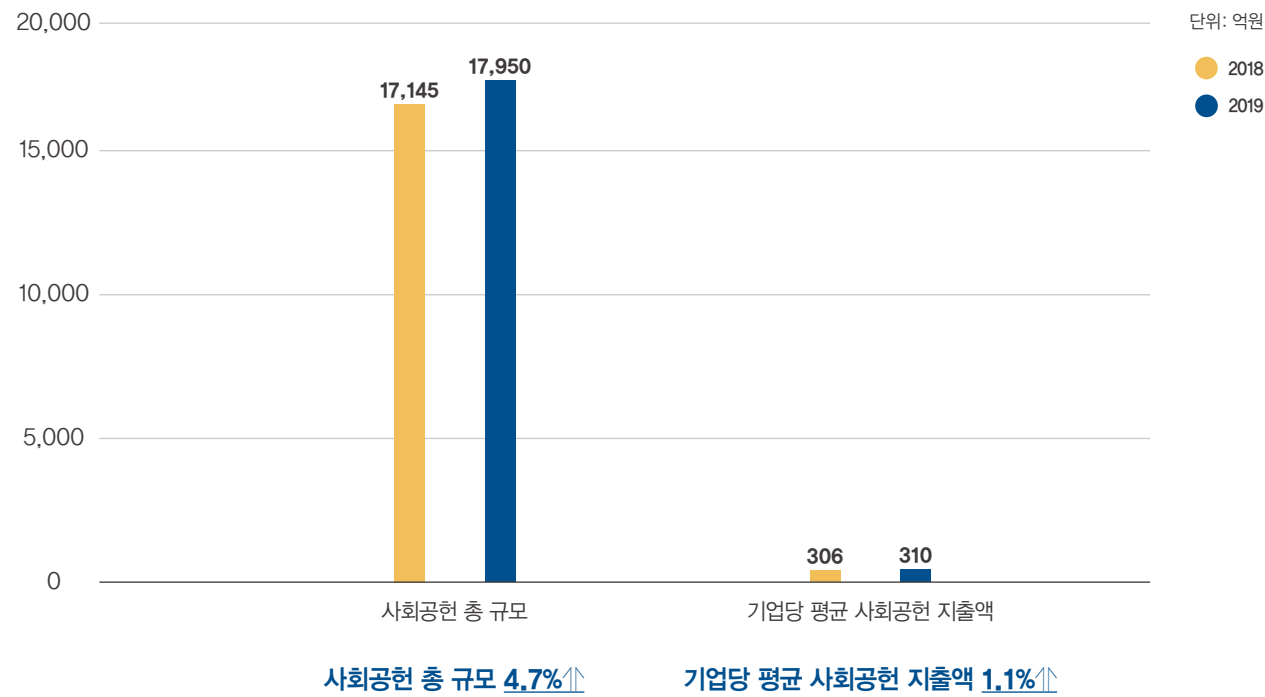
100대 기업 사회공헌 규모

국내 100대 기업이 2019년 지출한 사회공헌 규모는 어떠할까요? 기업들이 외부에 공시한 자료(홈페이지, 지속가능경영보고서, 사회공헌 백서, 미디어 보도 등)를 바탕으로 사회공헌 규모를 분석했습니다.

100대 기업의 사회공헌 총 규모²는 약 1조 7,950억원으로 나타났습니다. 1년간 평균 310억원을 사회공헌에 지출했고, 중간값³은 약 90억원에 달했습니다. 지난해에 비해 총 규모는 약 4.7%(805억원) 증가했고, 평균 지출액은 약 1.1%(3.5억원) 늘어났습니다.

100대 기업 사회공헌 총 규모	1조 7,950억원
100대 기업 평균 사회공헌 지출액	310억원
100대 기업 지출액 중간값	90억원

사회공헌 지출액과 기업당 평균 금액



1 상위 100대 기업: 1) 시가총액 1~130위 기업(2020년 7월 말 기준) 중 매출액 500대 기업(2019년 기준)을 우선 선정(우선주, 지주회사 등을 제외하되, 지주회사 중 자체 사업을 영위하는 경우를 포함하고 그외 지주사는 그룹 내 매출 1위 기업을 선정)
 2) 시가총액 1~130위 기업 또는 매출액 500위 기업(2019년 기준) 중 전년도 조사 연계성과 기업집단 소속 여부를 고려해 5개 기업을 추가 선정
 3) 이 중 사회공헌 규모를 공시하지 않은 기업을 제외해 최종 100대 기업 선정

2 홈페이지, 지속가능경영보고서, 사회공헌 백서를 통해 공시한 57개 기업의 사회공헌 총 지출액(사회공헌 지출, 투자, 비용 분배 등으로 명시된 내역)을 기준으로 산정(단, 별도 '기부 및 후원금' 공시 내역 중 사회공헌 명목의 금액은 합산하였으며, 공시자료로 판단이 불가한 내역은 제외)

3 100대 기업 중 사회공헌 지출액 중간 순위 기업의 지출액

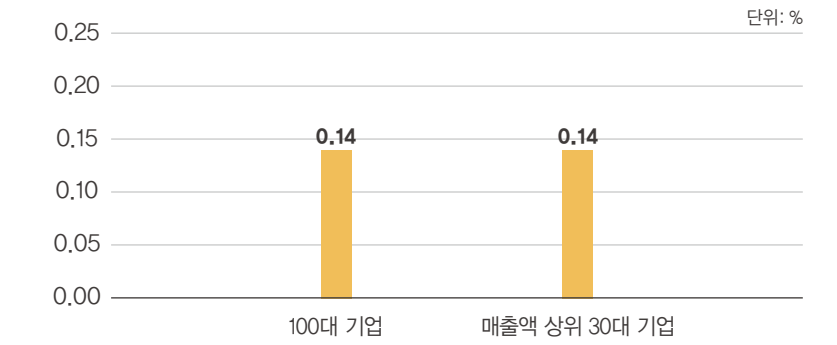
사회공헌 지출 규모 분석

국내 100대 기업의 사회공헌 지출액은 전체 매출액 중 **0.14%**를 차지했습니다(사회공헌 지출액 공시기업 58곳 대상). 매출액 기준 상위 30위 기업(공시기업 21곳 대상)의 매출액 대비 사회공헌 지출액 비율 평균은 **0.14%**로, 100대 기업과 유사한 것으로 조사됐습니다. 100대 기업의 매출액 대비 사회공헌 지출은 **0.05% 이상 0.1% 미만**이 34%로 가장 많았습니다.

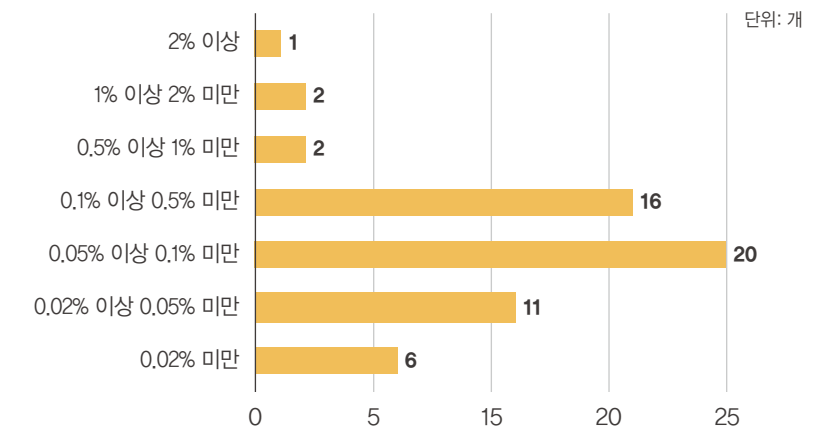
100대 기업 중 매출액 대비 사회공헌 지출 규모가 가장 큰 곳은 KT&G(2.03%, 사회공헌 지출규모 1,010억원, 매출액 4조 9,632억원)였습니다. 이어 SK이노베이션(사회공헌 지출규모 584억원, 매출액 3조 61억원), 강원랜드(사회공헌 지출규모 285억원, 매출액 1조 5,201억원) 순으로 나타났습니다.

지난해 발표된 '2019 사회공헌 백서'에서, 2018년 기준 국내 100대 기업의 매출액 대비 사회공헌 지출 규모는 0.18%로 나타나, 지난해 대비 사회공헌 지출 비율이 다소 낮아진 것으로 분석됩니다.

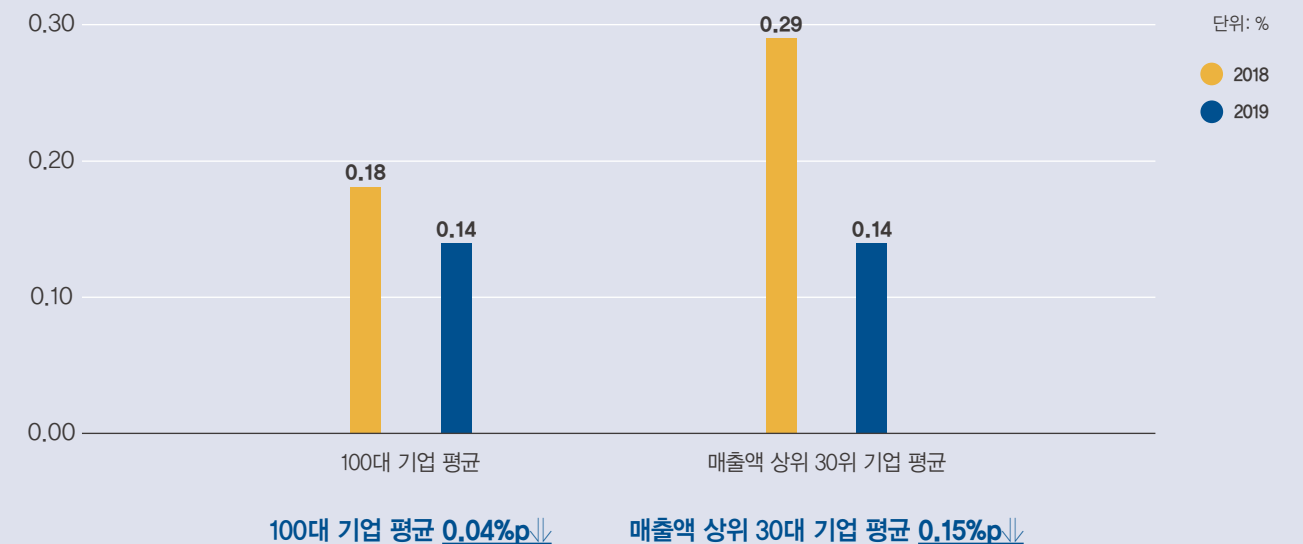
매출액 대비 사회공헌 지출액 평균



매출액 대비 사회공헌 비율 기업 분포



매출액 대비 사회공헌 지출액 평균



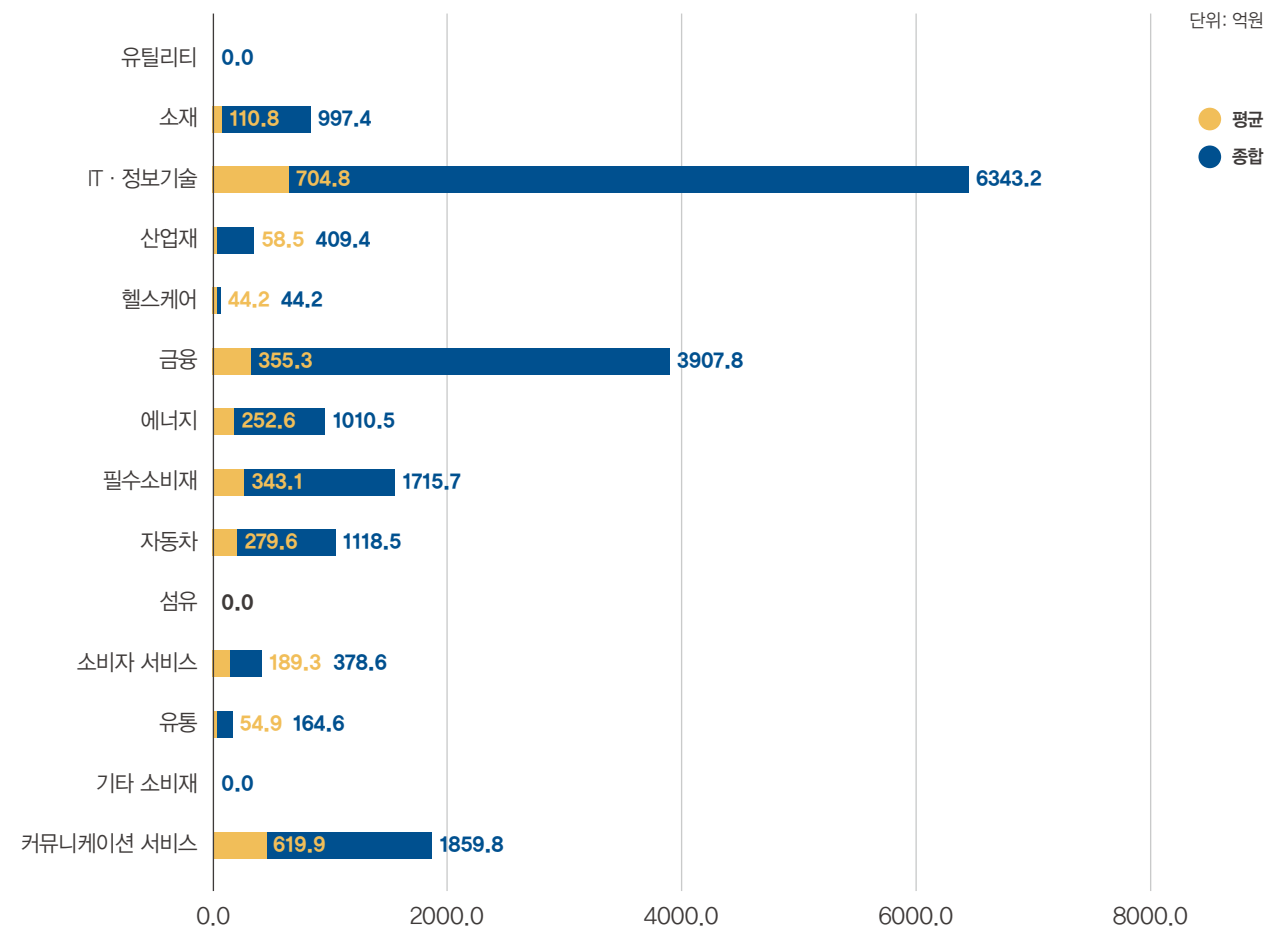
산업별 사회공헌 규모

100대 기업의 산업별⁴ 사회공헌 분석 결과, IT·정보기술 산업이 가장 많은 사회공헌 비용을 지출한 것으로 나타났습니다.

IT·정보기술은 하드웨어, 반도체, 소프트웨어 등 제품과 서비스를 제공하는 산업으로, 삼성전자, SK하이닉스, 엔씨소프트 등이 속합니다. 해당 산업 내 기업들의 사회공헌 지출액은 6,343억원으로 산업군 중 가장 높았는데, 삼성전자가 국내외에서 약 5,300억원을 지출하며 총액을 끌어올렸습니다. 이어 금융(보험·은행·자산관리·증권 등) 산업이 3,908억원, 커뮤니케이션 서비스(미디어·방송출판·엔터테인먼트 등) 산업이 1,860억원, 필수소비재 산업이 1716억원으로 뒤를 이었습니다.

산업별 사회공헌 규모는 2018년에 비해 순위 변동이 거의 없었습니다. 상위 3개 산업(IT·정보기술, 금융, 커뮤니케이션 서비스)의 순위는 동일하며, 대부분 1개 순위 이내의 작은 등락이 있었습니다. 소비자 서비스(호텔·리조트 및 레저, 교육 등) 산업은 약 379억원을 사회공헌에 지출해 2018년 기준 11위에서 8위로 순위가 3계단 상승했습니다.

산업별 사회공헌 지출액 규모



4 글로벌산업분류기준(GICS, Global Industry Classification Standard)의 11개 섹터(Level1) 및 24개 산업군(Level2)을 기준으로 10개 섹터 도출, 국내 표준산업분류를 바탕으로 최종 14개 산업군으로 재분류
*섬유, 기타 소비재 영역은 사회공헌 지출액 미공시 기업이 포함돼 확인불가

산업군 분류	산업군 분류 기준 및 내용	산업군 분류
유틸리티	수도, 전력·전기, 가스 등 공공재 등	한국전력, 한국가스공사(2)
소재	화학, 제철·제강, 건축소재, 용기 및 포장, 금속·광물, 목재·제지 등	LG화학, POSCO, 고려아연, 롯데케미칼, 포스코 케미칼, 한화솔루션, SK케미칼, 현대제철, SKC, 금호석유, 쌍용양회, 포스코인터내셔널, KCC(13)
IT·정보기술	하드웨어(통신장비, 컴퓨터 및 주변기기, 전자장비, 사무기기, 휴대폰, 보안장비 등), 반도체, 소프트웨어(어플리케이션, 시스템, IT서비스 등), 디스플레이 등	삼성전자, SK하이닉스, 삼성SDI, 엔씨소프트, 삼성에스디에스, LG전자, 넷마블, 삼성전기, LG디스플레이, LG이노텍, 효성(11)
산업재	건설, 건축자재, 전기장비, 기계, 무역, 조선, 항공, 엔지니어링, 농업, 연구/컨설팅, HR 등	현대글로벌비스, 현대건설, 삼성중공업, CJ대한통운, 에스원, 대림산업, 두산밥캣, 대우조선해양, 두산중공업, 한국항공우주, 삼성엔지니어링, GS건설, 팬오션, 현대엘리베이터, 두산인프라코어(15)
헬스케어	제약, 바이오, 의료장비 및 서비스 등	삼성바이오로직스, 셀트리온, 유한양행, 한미약품, 녹십자(5)
금융	보험, 은행, 자산관리, 기타 금융(투자·증권, 카드 등), 증권 등	국민은행, 신한은행, 삼성생명, 하나은행, 삼성화재, 우리은행, 기업은행, 미래에셋대우, DB손해보험, 삼성카드(10)
에너지	오일, 가스, 에너지시설 및 서비스 등	SK에너지, SK이노베이션, S-Oil, 현대오일뱅크, GS칼텍스, OCI(6)
필수소비재	식품·음료·주류, 생활용품 등	LG생활건강, KT&G, 아모레퍼시픽, CJ제일제당, 오리온, 이마트, 하이마트, GS리테일, BGF리테일, 오뚜기(10)
자동차	자동차, 자동차부품 등	현대차, 현대모비스, 기아차, 한온시스템, 한국타이어엔테크놀로지(5)
섬유	섬유 및 의복 등	
소비자 서비스	호텔/리조트 및 레저, 교육 등	강원랜드, 호텔신라, 대한항공(3)
유통	도소매, 온라인쇼핑, 백화점 등	삼성물산, CJ ENM, 한샘, 농심, 롯데쇼핑, 신세계(6)
기타 소비재	기타 소비재	코웨이(1)
커뮤니케이션 서비스	미디어, 방송·출판, 광고, 엔터테인먼트 등	NAVER, 카카오, SK텔레콤, KT, LG유플러스, 제일기획(6)

100대 기업 자원봉사 규모

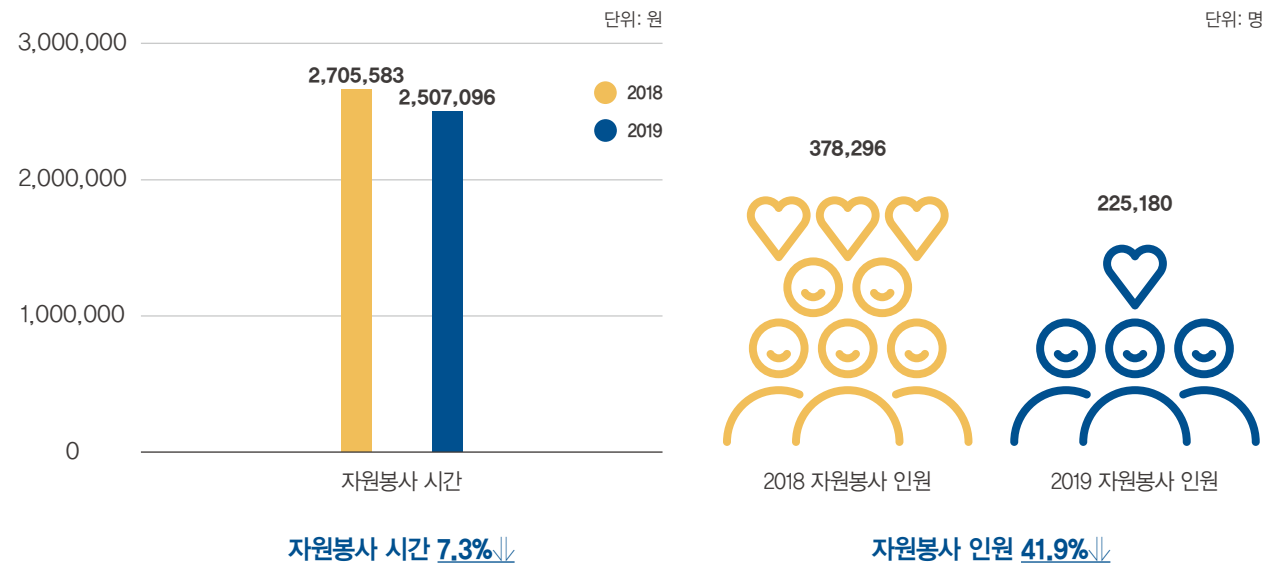
국내 100대 기업이 2019년 한 해 동안 실시한 자원봉사 규모는 어떨까요? 기업들이 외부에 공시한 자료(홈페이지, 지속가능경영보고서, 사회공헌 백서, 미디어 보도 등)를 바탕으로 자원봉사 규모를 분석했습니다.

100대 기업은 한 해 동안 총 **250만 7,096시간** 자원봉사를 한 것으로 조사됐습니다. 총합 **286년**에 달하는 기간입니다. 또한 경제적 가치로 환산하면 약 492억 3,711만원에 달합니다.² 기업 임직원들은 **22만 5,180명**이 자원봉사에 참여했습니다. 기업당 평균 5만 2,231시간 자원봉사를 했고, 평균 5,237명의 임직원들이 참여했습니다.

한편, 기업들의 자원봉사 규모는 2018년에 비해 크게 감소했습니다. 자원봉사 시간은 지난해 보다 **7.3%**(19만 8,487시간) 줄었고, 자원봉사 참여 인원은 **41.9%**(16만 2,116명) 감소했습니다.



100대 기업 자원봉사 규모 변화



1 행정안전부 자원봉사활동 실태조사(2017)에서 자원봉사의 경제적 가치를 환산한 방식에 따라 계산
[2019년 실질 월평균 임금(2,993,000원)/임금 근로자 월간 근로시간(152.4시간)=19,639.1원(시간당 평균임금), 시간당 평균임금(19,639.1원) x 총 봉사시간=491억 6,048만원]

2 일부 기업의 경우, 근무시간 중 봉사시간만을 집계한 곳도 있어, 실제는 해당 수치를 초과할 수 있음

3 전년도 공시 기업 55곳, 올해는 58개 공시 기업을 대상으로 해당 데이터를 분석한 결과값

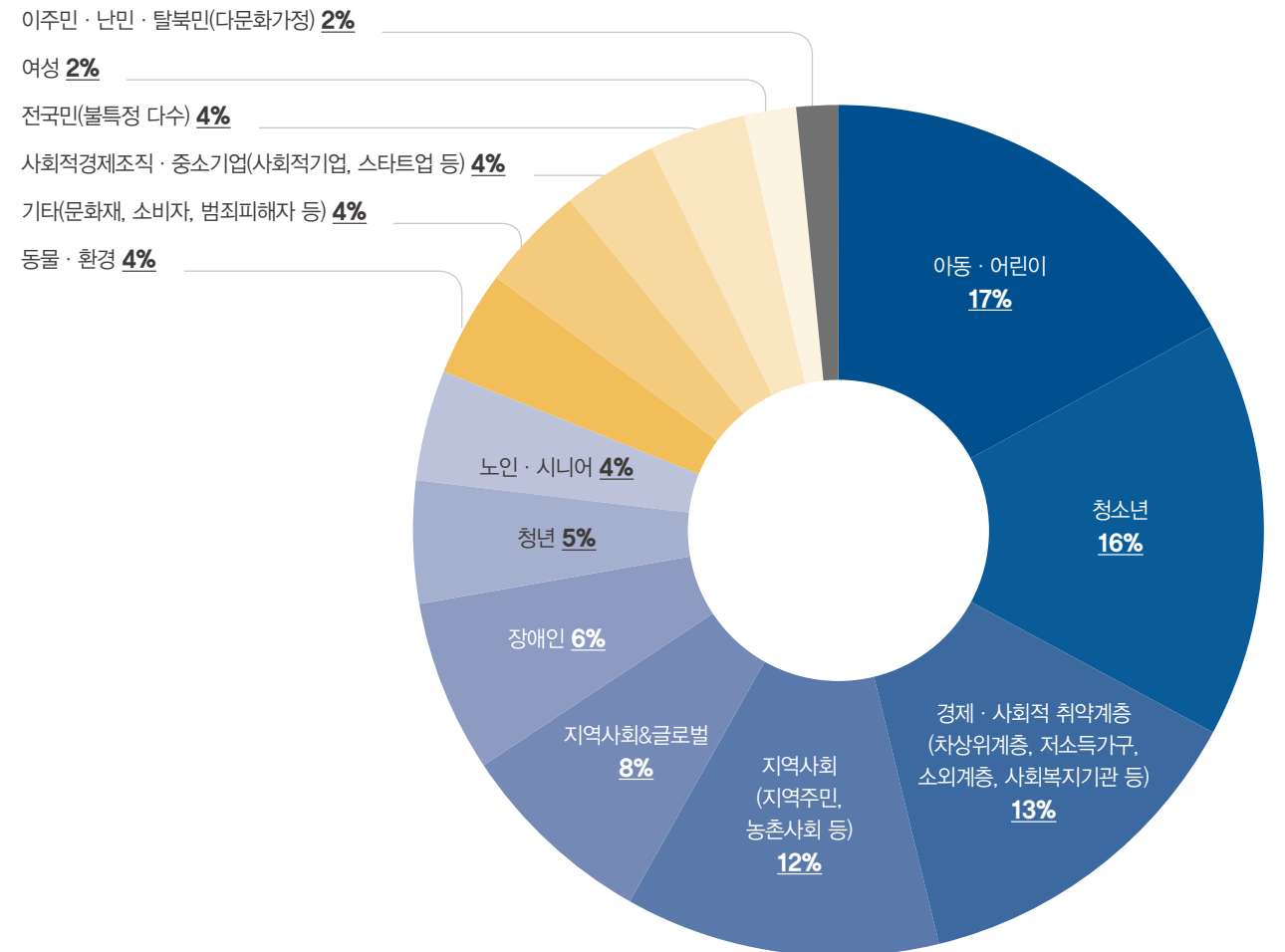
100대 기업 사회공헌 사업대상

국내 기업 사회공헌이 주목하는 대상은 누구일까요? 100대 기업이 공시한 자료를 바탕으로 사회공헌 대표 프로그램 418개를 분석했습니다. 사업 대상은 기업이 공시한 내용을 기준으로 분류했습니다.

2019년 100대 기업의 사회공헌 사업은 아동·어린이(17%)와 청소년(16%)에 가장 집중된 것으로 조사됐습니다. 기업들은 지역아동센터와 초중고교생, 특정 질환 아동 등을 대상으로 다양한 활동을 전개했습니다. 대상별 사회공헌 유형으로는 청소년의 58%, 아동·어린이의 30%에게 교육 제공형 프로그램이 집중됐습니다. 경제·사회적 취약계층(13%), 지역사회(12%) 사업이 뒤를 이었습니다.

특히 지역사회 사회공헌에 있어서는 수도권 외의 특정 지역을 대상으로 한 사업이 두드러지게 나타나고 있습니다. 기업들은 농촌 지역이나 사업장 인근 지역, 재난피해지역 등을 대상으로 사회공헌을 진행했으며, 국내에서는 봉사활동을, 해외에서는 인프라 조성 사업을 주로 진행했습니다.

사회공헌 사업 대상(N=418)



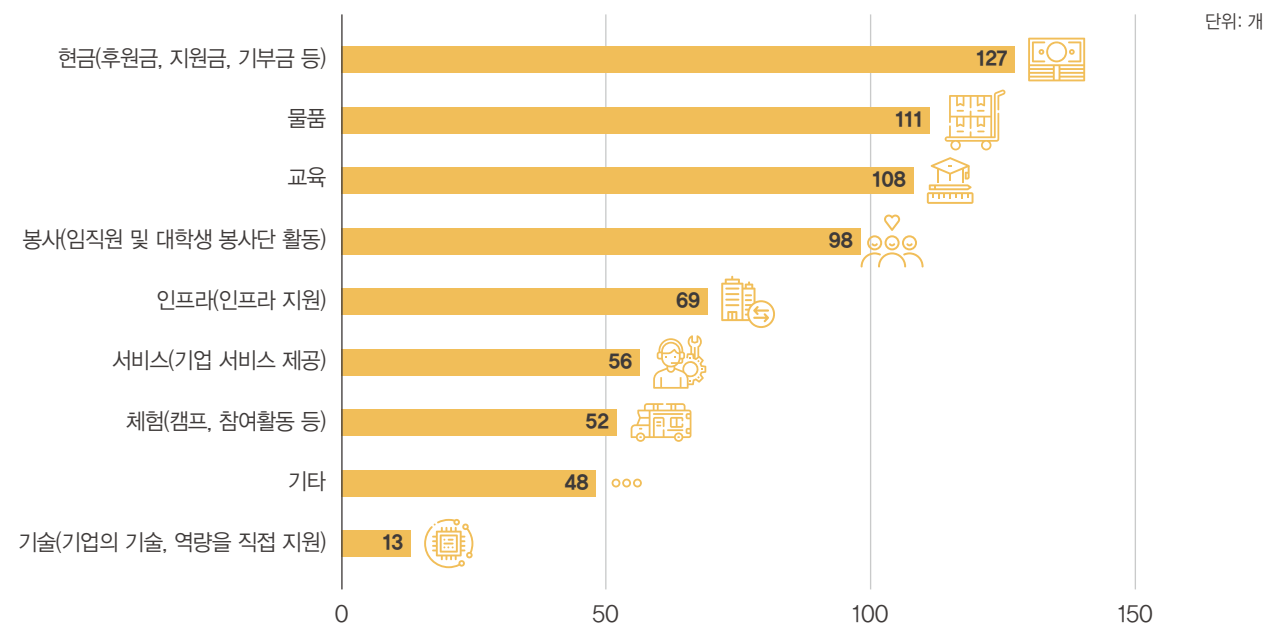
100대 기업 사회공헌 유형

국내 주요 기업들은 교육 제공에서부터 기술 지원에 이르기까지 다양한 유형의 사회공헌 사업을 진행하고 있습니다. 100대 기업의 공시 자료를 바탕으로 대표 프로그램 418개를 분석한 결과, 현금·물품·교육·봉사·체험·인프라 구축·특정 서비스 제공 등 유형의 사업이 전개됐습니다.

제공 유형은 100대 기업이 외부 공시한 유형을 기준으로 총 9개 카테고리(현금 기부, 물품 기부, 교육 제공, 봉사활동, 체험 기회 제공, 인프라 구축, 서비스 제공, 기술 제공, 기타)로 분류했으며, 프로그램 특성에 따라 유형이 중복되는 것을 감안하여, 1개 사업당 최대 2개 유형까지 통합 선택하여 분석했습니다.

100대 기업의 총 684개(중복 포함) 사회공헌 유형을 분석한 결과, 현금 기부형(19%)이 가장 많았습니다. 이어 물품 기부(16%), 교육 제공(16%), 봉사활동(14%) 순으로 고르게 분포됐습니다. 전년도 대비 추가된 유형은 '서비스 제공(8%)', '기술 제공(2%)' 으로, 최근 기업의 서비스를 무상 또는 저가에 지원하거나, 자체 자원과 기술력을 활용해 지원하는 사회공헌도 증가하고 있는 것으로 분석됩니다.

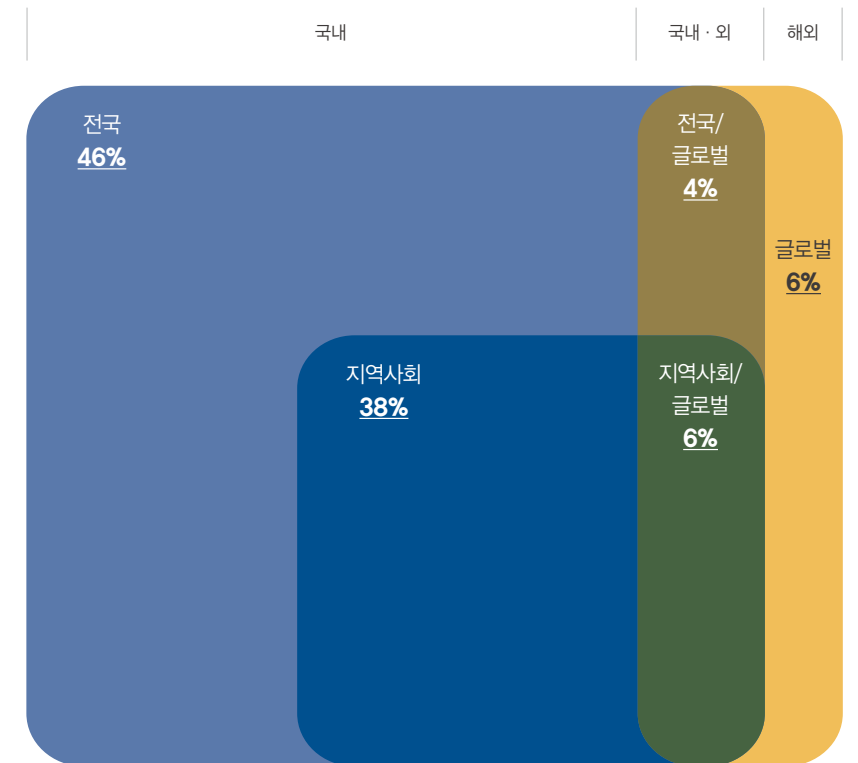
사회공헌 제공 유형(N=682)



100대 기업 사회공헌 범위

100대 기업의 외부 공시 자료를 바탕으로 대표 사회공헌 프로그램 418개를 분석한 결과, 84%의 사업이 국내에 집중돼 있었습니다. 전국 단위의 프로그램이 192개, 지역 사회 단위가 160개로 각각 46%, 38%를 차지했습니다.

반면, 국내외에서 동시 진행되는 프로그램은 10%(43개), 해외에서만 진행되는 프로그램은 5%(23개)로 나타났습니다. 국내 지역과 해외 또는 해외에서만 진행되는 프로그램의 경우, 사회공헌 유형 중 인프라를 구축하는 사회공헌 사업이 가장 많은 비율을 차지했습니다.



지역사회	국내 지역 단위의 사회공헌
전국	국내 전국 규모의 사회공헌
지역사회/글로벌	동일한 사회공헌을 국내 지역과 해외에서 함께 진행하는 경우
전국/글로벌	동일한 사회공헌을 국내 전국 단위와 해외에서 함께 진행하는 경우
글로벌	해외에서 진행되는 사회공헌

100대 기업 사회공헌 기간

국내 기업의 사회공헌 프로그램은 얼마나 지속될까요? 100대 기업의 대표 사회공헌 프로그램 418개를 분석한 결과, 기업 사회공헌은 평균 7.9년 동안 지속되고 있는 것으로 조사됐습니다.¹

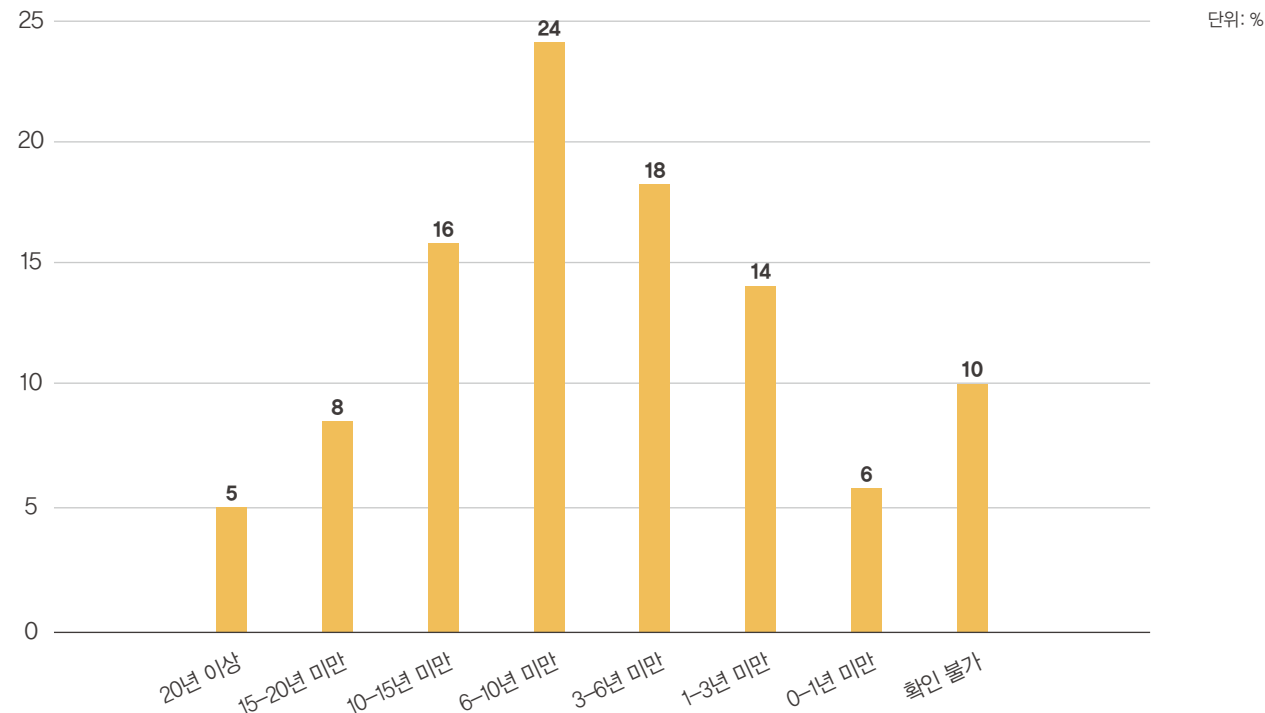
기간별로는 6년 이상 10년 미만 지속 중인 프로그램이 101개(24%)로 가장 많았습니다. 해당 프로그램들은 2012년 무렵 신설돼 현재까지 유지되고 있었습니다. 이어서 3~6년 미만(18%), 10~15년 미만(16%), 1~3년 미만(14%) 순으로 나타났습니다.

한편, 15년 이상의 장기 사회공헌 프로그램은 전체의 13%(55개)로 나타났습니다. 100대 기업 중 39곳이 15년 이상 사업을 추진해왔으며, 이중 한미약품, 삼성화재, 한샘, 현대오일뱅크는 장기 프로그램이 각각 3개였습니다.

2019년 신규 사회공헌은 전체 6%(23개)였으며, 프로그램 중 10%(41개)는 시작년도 또는 계속 수행 여부를 공시하지 않아 지속성 판단이 어려웠습니다.

100대 기업 사회공헌 사업 평균 지속기간	7.9년
15년 이상 지속된 사회공헌 비율	13%
2019년 신규 사회공헌 프로그램 수	23개

사회공헌 사업 지속성(N=418)



¹ 공시자료를 통해 사회공헌 기간을 확인할 수 있는 기업의 프로그램 377개를 대상으로 산출한 값

15년 이상 지속한 사회공헌 사업

시작연도	기업명	사업명
1983	SK에너지	제주유나이티드FC 프로축구단 운영
1984	농심	장학사업(울촌재단)
1990	고려아연	종합 사회복지사업
1991	금호석유	임직원 끝전/정액 모금 및 매칭 그랜트 성금 기부
1992	녹십자	GC녹십자 사랑의 헌혈
	오뚜기	선천성 심장병 어린이 후원
1993	삼성화재	시각장애인 안내견 지원
	삼성화재	교통사고 유자녀 지원
	대우조선해양	DSME 사회봉사단
1994	신한은행	환경사진공모전
	삼성에스디에스	smart Bridge 기부금
	쌍용양회	사회적 취약계층 지원
1995	쌍용양회	지역인재 육성
	삼성증권	나눔미 봉사단
1996	GS칼텍스	해양자원 보존활동
1997	대한항공	재단구호
	한미약품	의약품 지원
1998	오뚜기	장학사업(오뚜기함태호 재단)
	CJ제일제당	찬찬찬 프로젝트
1999	한국가스공사	은누리 장학사업 운영
2000	삼성물산	(건설) Samsung village
	한미약품	어린이 의약품 지원사업 - "마미아이 사랑의 응급약 상자" 보내기
	삼성엔지니어링	주니어 엔지니어링 아카데미
	아모레퍼시픽	핑크리본 캠페인
2001	삼성화재	삼성교통안전문화연구소
	한샘	장애인 일자리 창출
	한샘	지역사회 지원
	한샘	아동, 청소년 지원
2002	두산인프라코어	희망소학교
	삼성전기	도농상생 1사 다촌
	한화솔루션	밝은세상만들기 기금
	한미약품	의료인 공로 치하 및 격려- 한미참의료인상
2003	대림산업	문화나눔(미술관 운영)
	GS리테일	재해재난지원
	KT&G	행복네트워크 복지센터(복지재단)
	하나은행	어린이집 사업
2004	현대오일뱅크	지역사회 공헌활동
	현대오일뱅크	장학재단
	현대오일뱅크	장애인 채용 지원
	KT	소리찾기 캠페인
15년	DB손해보험	소방공무원 후원
	삼성물산	(리조트) 회귀난치성질환 아동지원
	SK이노베이션	행복나눔 사랑잇기
	한국전력	KEPCO 119 재난구조단
	LG전자	(함께하는 나눔)글로벌 헌혈캠페인
	대한항공	글로벌 플랜팅 프로젝트
	강원랜드	진폐복지사업
	포스코케미칼	임직원 자원봉사 활동
	한화솔루션	함께열리 섬사랑 지역사랑
	삼성중공업	아동/청소년 밝은 얼굴 찾아주기
	삼성중공업	농·어촌 어르신들을 위한 경로당 봉사활동
	대림산업	소망나눔(장애인 지원 및 장학재단 운영)
	녹십자	GC녹십자 사회봉사단
	한화생명	한화생명 봉사단
	현대엘리베이터	사랑지기 접수리 봉사단

100대 기업 사회공헌 투명성

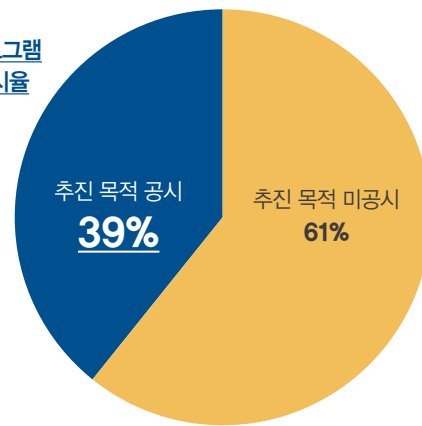
국내 기업은 사회공헌 현황을 외부에 투명하게 공개하고 있을까요? 100대 기업이 외부에 공시(홈페이지·지속가능경영 보고서·미디어 보도 등)한 사회공헌 자료를 분석한 결과, 기업들은 사회공헌 홈페이지를 통해 사업 내용과 대상 및 유형은 적극 공시하고 있는 반면, 정확한 사업 목적과 목표치, 규모와 추진 성과 등은 상대적으로 명시하고 있지 않았습니다.

100대 기업 중 65곳이 지속가능경영보고서를 발간해 자세한 사회공헌 정보를 공개하고 있었으며, 사회공헌 지출액을 공시한 기업은 58곳으로 절반 수준이었습니다. 100대 기업의 418개 프로그램 중 59%(247개)가 정량적인 성과를 공시했고, 사업 추진 목적을 밝힌 프로그램은 전체 39%(163개)로 조사됐습니다.

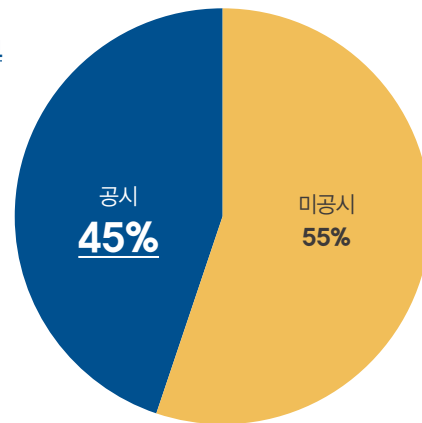
산업별로 사회공헌 공시 수준도 달랐습니다. IT·정보기술 산업은 해당 기업 중 82%가 사회공헌 지출액을 공개하고 있었습니다. 이어 자동차(80%), 소재(69%) 산업 순으로 공시율이 높았습니다. 반면 유틸리티(공공재 등)와 기타 소비자 산업은 공시율이 0%로 가장 낮았고, 헬스케어 산업도 20%에 그쳤습니다.

또한 자원봉사 시간(총 봉사시간 혹은 임직원 1인당 봉사시간)과 인원(참여인원 혹은 참여율)을 모두 공시한 기업은 45곳(규모와 인원 중 1개만 공시한 기업은 13곳)에 달했습니다. 기타 소비자 산업(해당 기업 1곳)이 자원봉사 규모를 모두 공시했고(100%), 자동차 산업이 80%, 에너지 산업이 67%로 뒤를 이었습니다. 소비자 서비스와 커뮤니케이션 서비스 기업은 자원봉사 규모를 미공시한 비율이 각각 83%로 가장 높았습니다.

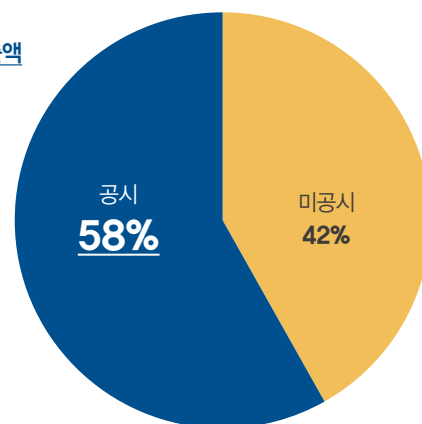
100대 기업 사회공헌 프로그램 추진 목적 공시율



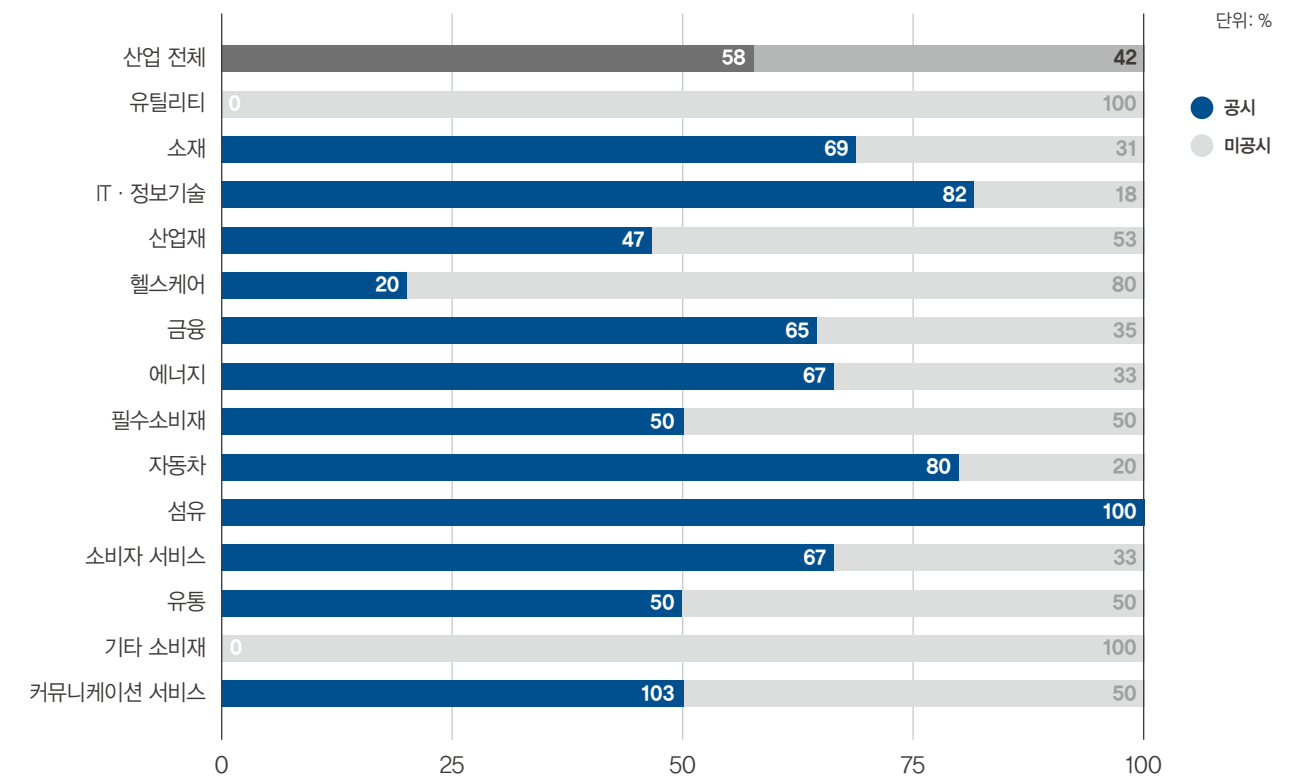
100대 기업 자원봉사 규모 공시율



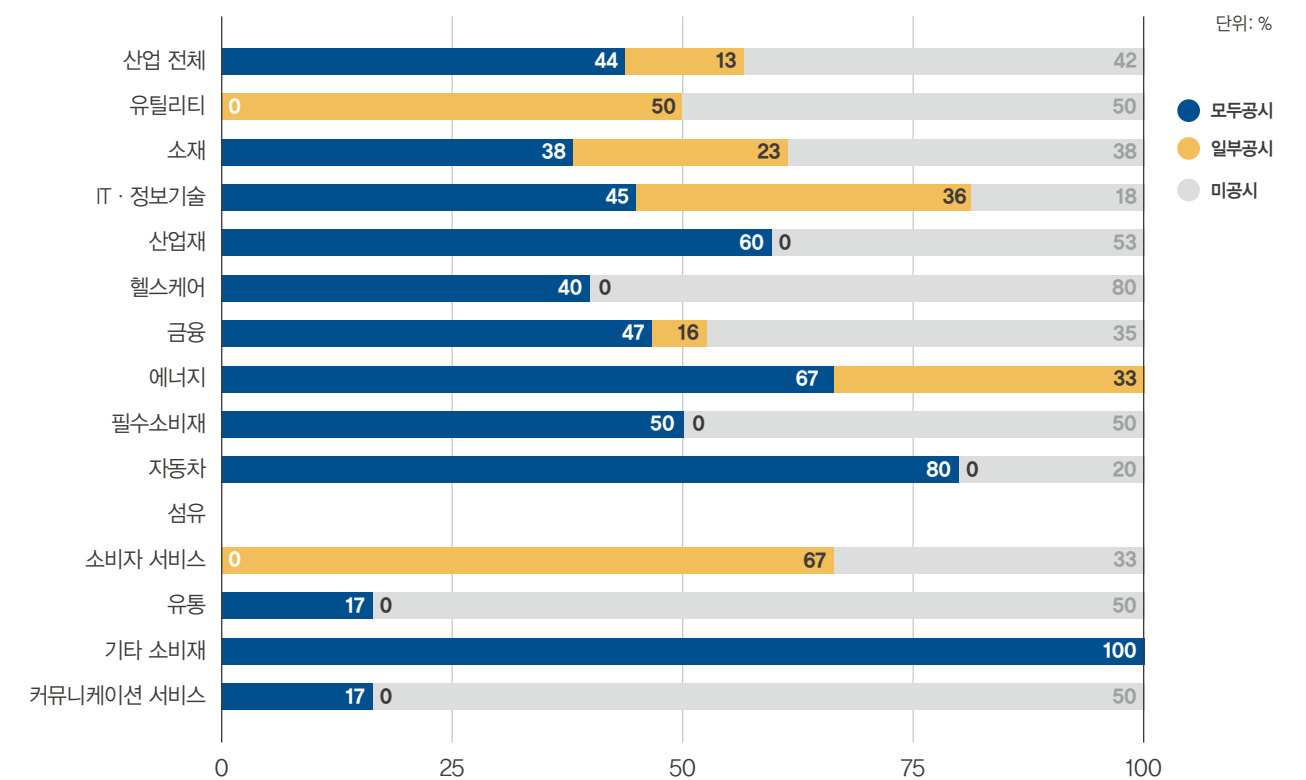
100대 기업 사회공헌 지출액 공시율



산업별 사회공헌 지출액 공시 여부

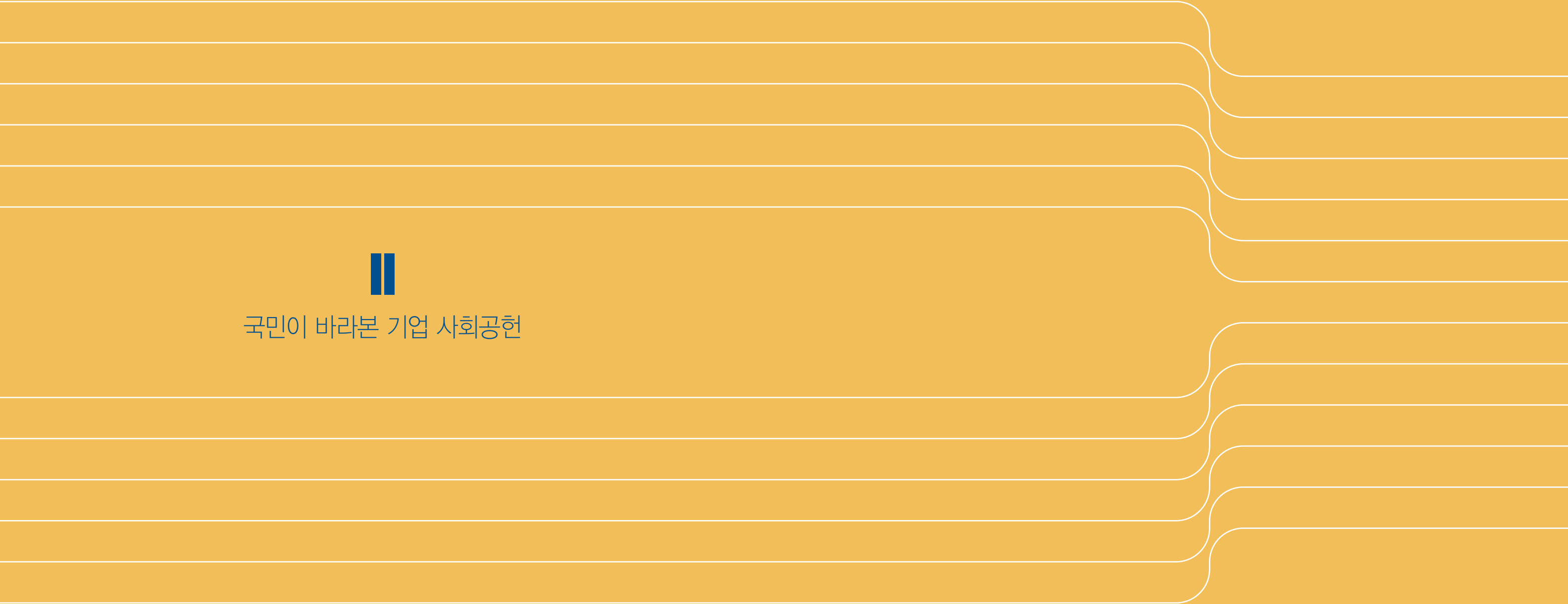


자원봉사 규모 공시 여부





국민이 바라본 기업 사회공헌



국민의 사회공헌 인식도

1조 7,863억원. 국내 100대 기업들이 2019년 한 해 동안 지출한 사회공헌 비용입니다.

국민들은 이러한 기업의 사회공헌을 어떻게 인식하고 있을까요?

전국 17개 시도 성인 남녀 1,500명을 대상으로 설문조사를 진행한 결과, 기업 사회공헌을 '들어본 적 있다'는 답변이 80.3%(1,204명)으로 지난해(79.3%, 1,190명)와 비슷한 수준으로 조사됐습니다. 대다수 국민들에게 사회공헌이 친숙하게 인식되고 있는 것으로 분석됩니다.

연령별로는 40대(83.8%)에게서 '사회공헌을 들어본 적 있다'는 답변이 가장 많았고, '사회공헌을 들어본 적 없다'는 답변은 상대적으로 20대(26.7%)에게서 가장 많았습니다.

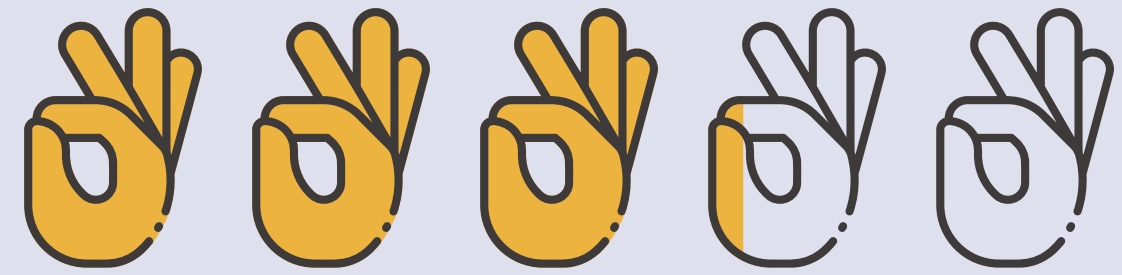
그렇다면 국민들은 사회공헌을 얼마나 알고 있을까요?

국민들의 사회공헌 이해도는 3.14점(5점 만점)으로 나타났습니다. '기업 사회공헌에 대해 얼마나 잘 알고 있느냐'는 질문에 대해 '보통이다(3점)'는 답변이 54.7%로 과반수를 넘었고, '알고 있다/매우 잘 알고 있다(4~5점)'는 의견이 28.3%로 '모른다/전혀 모른다(1~2점)'보다 높게 나타났습니다.

전체 남성의 33.1%가 사회공헌을 '알고 있다/매우 잘 알고 있다'로 여성(23.2%)보다 많았습니다. 사회공헌을 '모른다/전혀 모른다'는 답변은 20대(23.4%)에서 가장 높았고, 상대적으로 50대(30.8%)가 사회공헌을 잘 알고 있는 것으로 나타났습니다.

사회공헌에 대한 인식 및 이해도가 높은 그룹이 40~50대, 직장인으로 조사됐으며 20대, 대학(원)생으로 연령대가 낮아질수록 인식 및 이해도가 떨어지는 것으로 분석됩니다. 이러한 경향은 지난해 '2019 사회공헌 백서' 조사에서도 동일하게 나타났습니다. 앞으로 미래 세대가 주목하는 사회문제 발굴과 이들을 위한 사회공헌 및 소통 전략이 중요해질 것으로 분석됩니다.

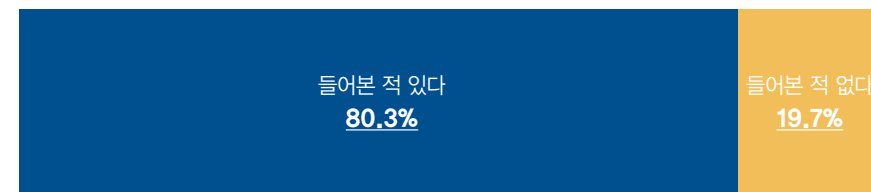
국민들의 사회공헌 이해 수준은?



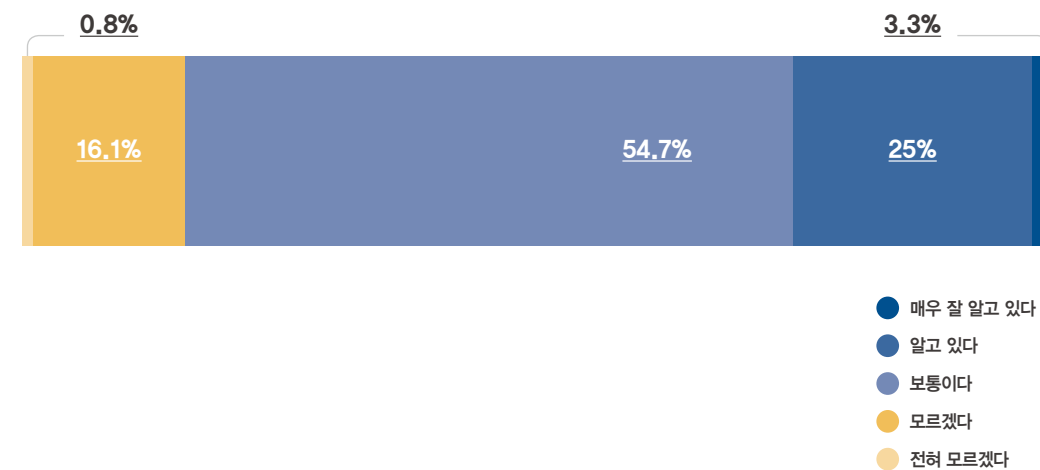
사회공헌 이해도 평균

3.14점 / 5점 만점

기업 사회공헌을 들어본 적 있다 vs 없다

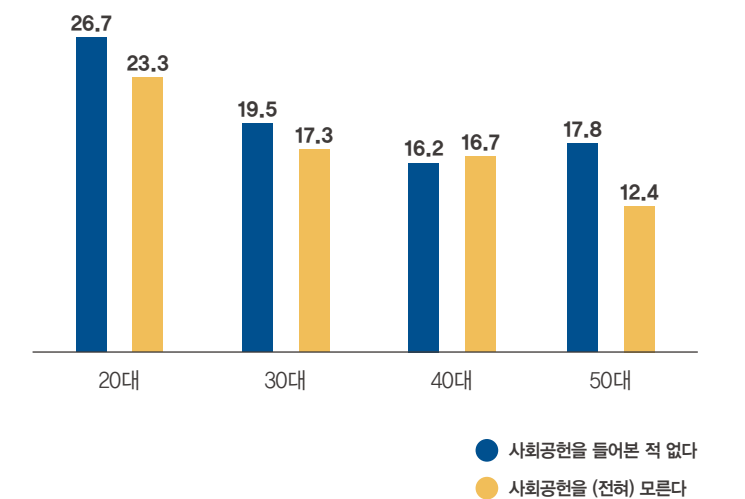


기업 사회공헌을 얼마나 알고 있나요?



연령별 사회공헌 인식 및 이해도

단위: %



국민이 사회공헌을 접하는 채널

기업 사회공헌에 대한 국민의 이해 수준은 평균 3.14점(5점 만점)으로 나타났습니다. 그렇다면 국민들은 주로 어떤 채널을 통해 기업 사회공헌을 접하고 있을까요?

국민이 사회공헌을 접하는 채널을 '기업(이 직접 운영하는) 홍보채널', '대중매체', '뉴미디어', '기타' 등 4개 카테고리로 분류하고 총 15개 채널로 세분화하여 '기업 사회공헌을 가장 많이 접하는 채널'을 순서대로 최소 1개 이상 선택하도록 했습니다.

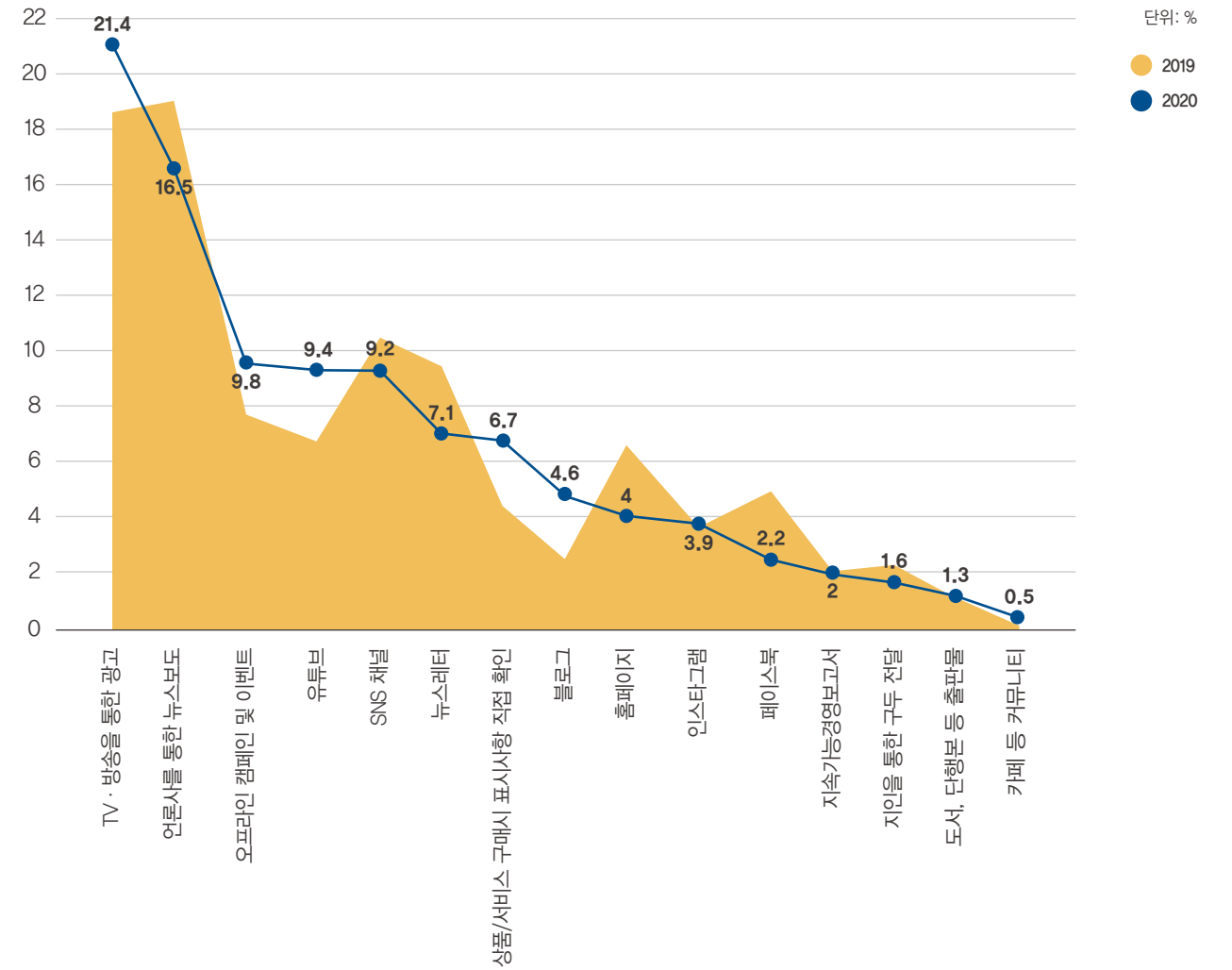
설문 결과 'TV·방송을 통한 광고(21%)'가 가장 많았고, '언론사를 통한 뉴스보도(16%)'와 '기업의 오프라인 캠페인 및 이벤트(10%)'순으로 조사됐습니다. 지난해와 비교해볼때 'TV·방송 광고(2위-1위)'가 '언론사 뉴스보도(1위-2위)'를 앞질렀고, '기업 오프라인 캠페인 및 이벤트(5위-3위)' 역시 큰 폭으로 상승했습니다. 반면 기업의 SNS채널(3위-5위)과 뉴스레터(4위-6위)의 접근성은 낮아졌습니다.

기업 SNS 채널 및 뉴스레터는 모두 2단계씩 하락했고, 뉴미디어 중에서 '유튜브(6위-4위)' '블로그(11위-8위)'의 접근성이 높아진 반면 '페이스북(8위-11위)'은 큰 폭으로 하락했습니다. 올해 국민들은 기업의 사회공헌 정보를 광고, 기업 캠페인, 유튜브를 통해 주로 접한 것으로 분석됩니다.

성별로는 남성(73.7%)이 여성(26.3%)보다 월등히 높은 비율로 '유튜브' 채널에서 사회공헌을 접하는 것으로 나타났습니다. 연령별로는 50대는 '기업 뉴스레터(41.6%)'와 '상품 및 서비스 구매시 표시 사항 직접 확인(42.5%)' 항목에서 상대적으로 높은 비율을 보였고, 20대(40%)와 30대(43.3%)는 '인스타그램'을 통한 접근성이 높게 나타났습니다. 직업별로는 '사무/기술직'의 경우 '기업 홈페이지(54.8%)'를 통해 사회공헌을 가장 많이 접하는 것으로 분석됐습니다.¹

1 사회공헌 관련 정보를 가장 많이 접하는 1순위 채널을 기준으로 성별, 연령별, 직업별 분석한 결과값

주요 채널별 사회공헌 접근성



순위	분류	채널구분	접근성(%) ²	전년도 접근성(순위)
1	대중매체	TV·방송을 통한 광고	21.4%	18.7%(2위)
2	대중매체	언론사를 통한 뉴스보도	16.5%	19.2%(1위)
3	기업 채널	오프라인 캠페인 및 이벤트	9.8%	7.8%(5위)
4	뉴미디어	유튜브	9.4%	6.4%(6위)
5	기업 채널	SNS 채널	9.2%	10.2%(3위)
6	기업 채널	뉴스레터	7.1%	9.6%(4위)
7	기업채널	상품/서비스 구매시 표시사항 직접 확인	6.7%	4.3%(9위)
8	뉴미디어	블로그	4.6%	2.4%(11위)
9	기업 채널	홈페이지	4%	6.7%(7위)
10	뉴미디어	인스타그램	3.9%	3.8%(10위)
11	뉴미디어	페이스북	2.2%	4.9%(8위)
12	기업 채널	지속가능경영보고서	2%	2%(13위)
13	기타	지인을 통한 구두 전달	1.6%	2.4%(12위)
14	기타	도서, 단행본 등 출판물	1.3%	1.3%(14위)
15	기타	카페 등 커뮤니티	0.5%	0.3%(15위)

2 소수점 둘째자리에서 반올림한 결과값

국민의 사회공헌 참여도

국민들은 어떤 형태로 사회공헌에 참여하고 있을까요?

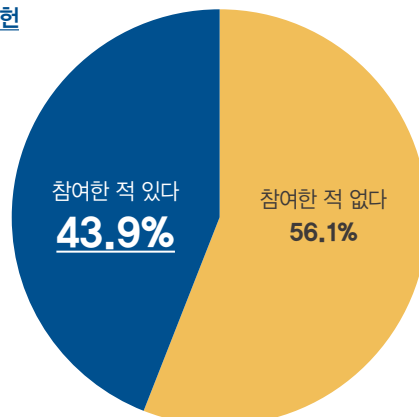
100대 기업의 고객 및 이해관계자 참여형 프로그램 분석을 통해 활동 유형을 구분하였습니다. 사회공헌 유형에 따라 국민들은 소비자(고객)가 되기도 하고, 봉사자나 수혜자가 되기도 합니다.

설문 결과 '지난 1년간 사회공헌 활동에 참여한 경험이 없다'는 답변이 56.1%로 절반이 넘었고 이는 지난해(57.1%)와 비슷한 수준으로 나타났습니다. 특히 '무직' 응답자의 76.5%, '인천' 지역 주민의 67.9%가 참여 경험이 없다고 답변했습니다. 국민이 참여할 수 있는 다양한 형태의 사회공헌 활동의 기획 및 진행이 필요할 것으로 분석됩니다.

'사회공헌을 잘하는 기업의 제품 구매(26.2%)', '사회공헌 캠페인 및 행사(15.9%)', '사회공헌 캠페인 및 행사 참여(15.9%)', '사회공헌 봉사단 및 서포터즈 활동(10.7%)' 순으로 뒤를 이었습니다.

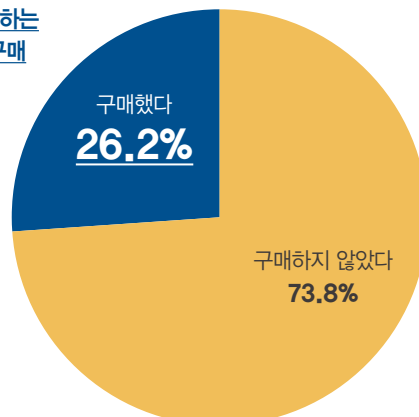
연령별로는 50대의 30.8%가 '사회공헌을 잘하는 기업의 제품을 구매한다'고 답변해 타 연령 대비 높은 응답률을 보였고, 직업별로는 기능/작업직 응답자의 26.8%가 '사회공헌 캠페인 및 행사 참여' 보기를 많이 선택했습니다. 지역별로는 상대적으로 대구 주민들이 '사회공헌 캠페인 및 행사 참여(25%)'를 많이 꼽았습니다.

국민의 사회공헌 참여도

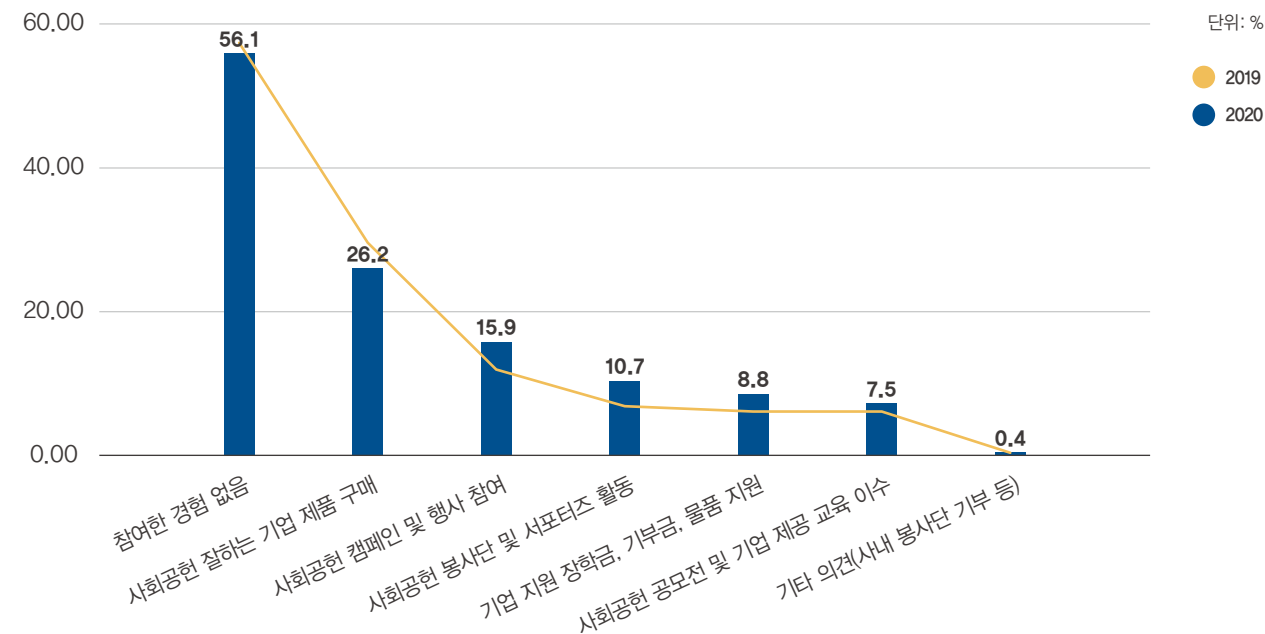


*2019년 설문조사:
'사회공헌 활동에 참여한 적 없다' 57.1%

사회공헌을 잘하는 기업의 제품 구매



*2019년 설문조사:
'사회공헌을 잘하는 기업의 제품을 구매했다' 29.6%



국민의 사회공헌 참여 만족도

국민들은 자신이 참여한 사회공헌 활동에 얼마나 만족하고 있을까요?

앞선 설문 문항에서 기업의 사회공헌 활동에 참여하거나 혜택을 받았다고 응답한 659명을 대상으로 효과성 수준을 물었습니다. 효과성을 1점(전혀 효과적이지 않다)부터 5점(매우 효과적이다)까지 분류해 조사한 결과, 사회공헌 참여 만족도(효과성)는 5점 만점에 평균 3.77점으로 나타났습니다.

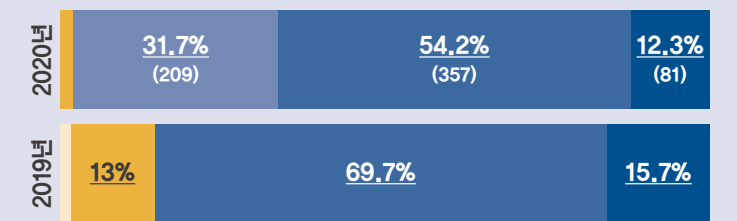
세부적으로는 '효과적이었다'는 답변이 54.2%로 가장 많았고, '매우 효과적이다(12.3%)'는 답변도 12.3%로 긍정적 평가가 66.5%로 나타났습니다. 코로나 19 등 비대면 활동의 증가로 지난해(85.4%)와 비교했을 때는 긍정적 평가가 18.9% 하락한 것으로 조사됐습니다. 성별로는 남성(69.5%), 40대(73.5%), 대학(원)생(75.9%) 응답자가 특히 동의하는 의견이 높았습니다.



사회공헌에 참여한 국민들의 만족도(효과성 평가) 점수

3.77점 / 5점 만점

사회공헌 참여 만족도(효과성 평가)



- 매우 효과적이다
- 효과적이었다
- 보통이다
- 효과적이지 않다
- 전혀 효과적이지 않다

기업 사회공헌 참여 경험에 따른 만족도 비교

어떤 사회공헌 활동에 참여했을 때 만족도 및 효과성 평가가 높게 나타났을까요?

국민들은 '사회공헌 캠페인 및 행사 참여'시 만족도(3.84점/5점 만점)가 가장 높게 나타났습니다. '사회공헌을 잘하는 기업의 제품 구매(3.8점)'와 '기업 지원 장학금, 기부금, 물품 혜택(3.77점)'이 근소하게 뒤를 이었습니다.

사회공헌 활동에 주도적으로 참여하고 그 변화를 체감할 때, 사회공헌에 대한 만족도와 효과성에 대한 평가가 높아지는 것으로 분석됩니다.

순위	사회공헌 참여 유형	2020년 (5점 만점)	2019년 (5점 만점)
1	사회공헌 캠페인 및 행사 참여	3.84	3.84
2	사회공헌 잘하는 기업 제품 구매	3.8	3.85
3	기업 지원 장학금, 기부금, 물품 혜택	3.77	3.79
4	사회공헌 봉사단 및 서포터즈 활동	3.73	3.76
5	사회공헌 공모전 참여 및 기업 제공 교육 이수	3.73	3.68
6	기타	3.33	4.25

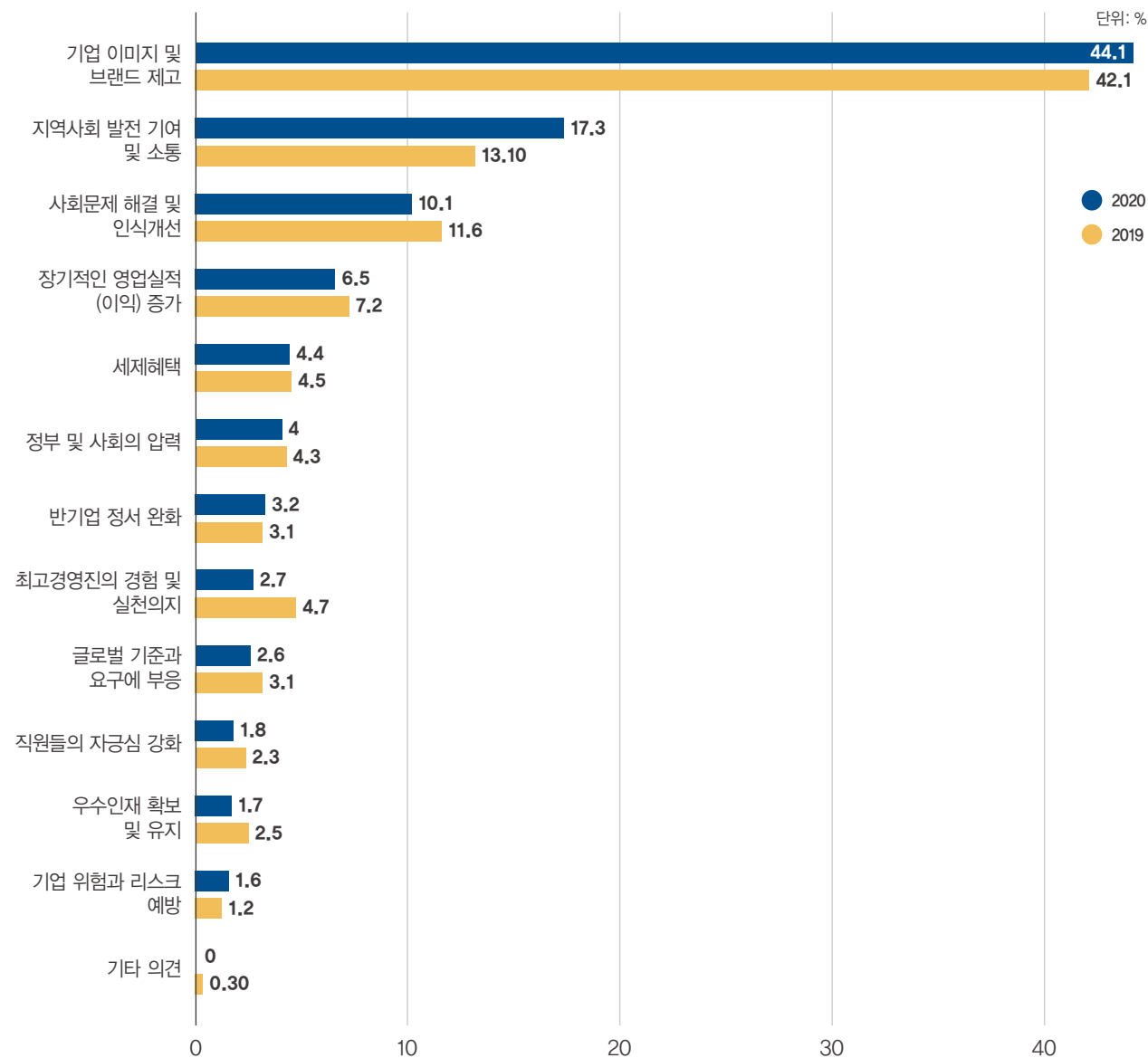
국민이 인식하는 기업의 사회공헌 동기

국민들은 기업이 사회공헌을 왜 한다고 생각할까요?

설문에 참여한 대다수 국민들이 '기업 이미지 및 브랜드 제고(44.1%)'를 위해 기업이 사회공헌을 한다고 답했습니다. '지역사회 발전 기여 및 소통(17.3%)', '사회문제 해결 및 인식개선(10.1%)', '장기적인 영업실적(이익) 증가(6.5%)' 순으로 나타났습니다. 전년도 설문조사에서 조사된 순위와 동일한 것으로 볼 때, 기업 사회공헌 동기에 대한 국민의 인식은 크게 바뀌지 않았습니다.

'기업 이미지 및 브랜드 제고' 응답률은 20대(50.8%)에서 가장 높았고, '지역사회 발전 기여 및 소통'은 상대적으로 50대(21.3%)가 많이 선택했습니다. 직업별로는 '무직 및 기타(47.7%)'에서 '기업 이미지 및 브랜드 제고'를 선택한 비율이 가장 높았고, '전업주부(24.8%)'가 '지역사회 발전 기여 및 소통'을 상대적으로 많이 꼽았습니다.

사회공헌 동기 인식도(N=1500)



깊이보기

사회공헌 이해도가 높은 국민들은 기업이 사회공헌을 하는 이유를 무엇이라고 생각할까요?

국민이 사회공헌을 알고 있는 정도를 5점 척도로 환산하여, 기업 사회공헌 동기에 대한 평균값을 비교해봤습니다. 분석 결과, 사회공헌 이해도가 높은 국민들은 '우수인재 확보 및 유지'를 사회공헌 동기로 인식하고 있었습니다. '정부 및 사회의 압력'과 '기업 위험과 리스크 예방', '글로벌 기준과 요구에 부응', '최고경영진의 경험 및 실천의지'가 뒤를 이었습니다.

국민 1,500명이 꼽은 기업 사회공헌 동기가 '기업 이미지 및 브랜드 제고(44.1%)'로 월등히 높게 나온 것과 매우 다른 결과입니다. 이는 기업 사회공헌의 목적과 이슈에 대한 충분한 고민이 국민들에게 전달될 때, 기업 사회공헌 동기에 대한 인식도 보다 긍정적으로 변화될 수 있음을 보여주는 결과입니다.

단위: 점

순위	사회공헌 동기	평균 점수 (5점 만점)
1	우수인재 확보 및 유지	3.33
2	정부 및 사회의 압력	3.32
3	기업 위험과 리스크 예방	3.25
4	글로벌 기준과 요구에 부응	3.24
5	최고경영진의 경험 및 실천의지	3.23
6	지역사회 발전 기여 및 소통	3.14
6	사회문제 해결 및 인식개선	3.14
6	장기적인 영업실적(이익) 증가	3.14
9	기업 이미지 및 브랜드 제고	3.12
10	직원들의 자긍심 강화	3.09
11	반기업 정서 완화	3.08
12	세제혜택	3

사회공헌 참여도가 높은 국민들은 기업 사회공헌 동기를 어떻게 인식할까요?

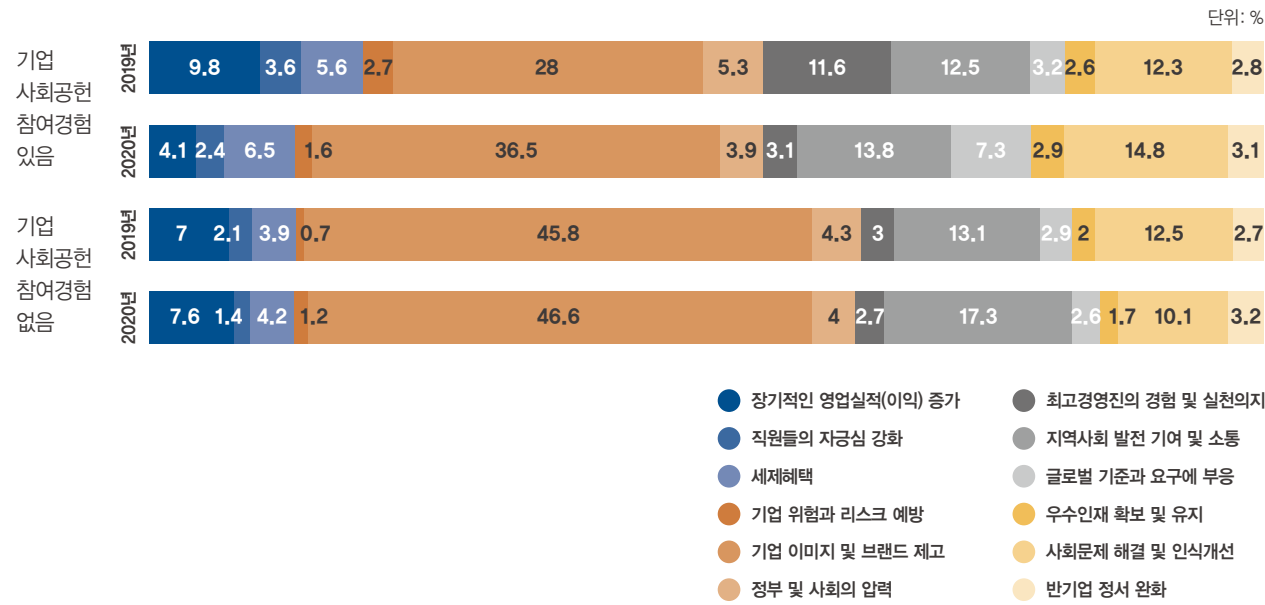
지난 1년간 기업 사회공헌 활동에 참여하거나 혜택을 받은 적이 없는 국민들은 전체의 56%로 기업이 사회공헌을 하는 이유로 '이미지 및 브랜드 제고(46.6%)'를 가장 많이 선택했습니다. '지역사회 발전 기여 및 소통(17.3%)', '사회문제 해결 및 인식개선(10.1%)'이 뒤를 이었지만 격차가 크게 벌어진 순위였습니다. 지난해 1순위였던 '이미지 및 브랜드 제고(45.8%)'와 2순위 '지역사회 발전 기여 및 소통(13.1%)' 비중이 올해 소폭 상승했습니다.

기업 사회공헌에 참여하거나 혜택을 받은 적이 있는 국민(44%) 역시 기업이 '이미지 및 브랜드 제고'를 위해 사회공헌을 한다고 답했지만, 그 비중이 36.5%로 참여 경험이 없는 국민들에 비해 약 10% 가량 적게 나타났습니다. 또한 '사회문제 해결 및 인식개선(14.8%)'이 '지역사회 발전 기여 및 소통(13.8%)'보다 많았습니다.

국민들이 사회공헌 활동에 참여할 수 있는 기회를 확대하면서, 기업이 사회공헌을 하는 이유를 함께 소통하는 전략이 필요한 시점입니다.

1 사회공헌을 '전혀 모른다(1점)~'매우 잘 알고 있다(5점)'으로 5점 척도로 평균을 낸 점수

기업 사회공헌 참여도에 따른 동기 인식 차이



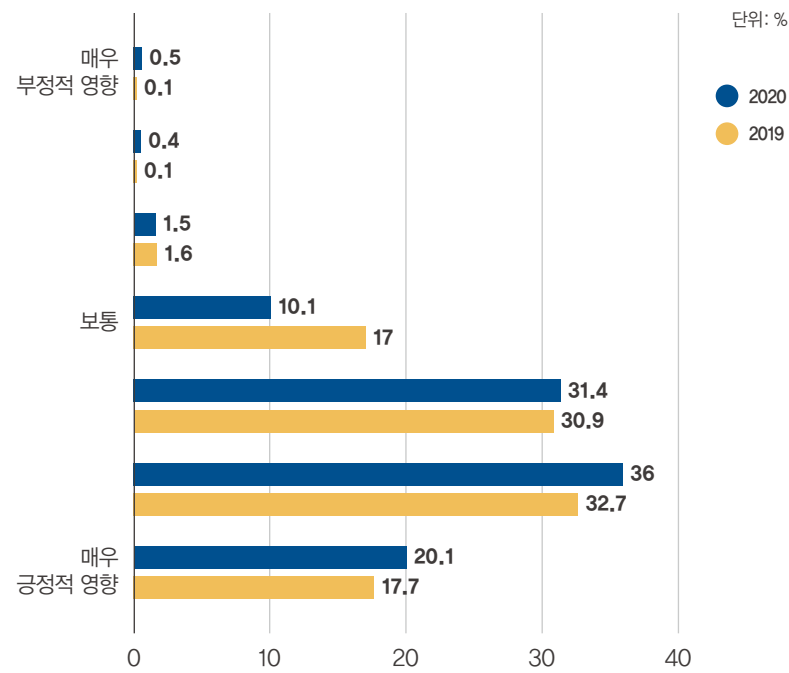
국민의 사회공헌 체감도

우리나라 국민들은 기업의 사회공헌을 얼마나 밀접하게 체감하고 있을까요?

전국 17개 시도 성인남녀 1,500명이 '기업 사회공헌 활동이 한국을 좋은 사회로 만드는데 미치는 부정적 또는 긍정적 영향'을 -3점에서 +3점까지(7점 척도) 점수로 매겼습니다. 그 결과 81.2%가 긍정적(+1점, +2점, +3점)으로 체감하고 있었습니다.

특히 20대(15.9%)에서 50대(20.1%)로 연령대가 높아질수록 사회공헌을 '매우 긍정적(+3점)'으로 체감하는 답변이 많았습니다. 지역별로는 전남(31.4%)과 충북(30.4%) 주민들이 사회공헌을 상대적으로 긍정적(+1점, +2점, +3점)으로 인식하고 있었습니다. 직업별로는 자유/전문직(25.1%)에서 매우 긍정적(+3점)인 체감도를 보였습니다. 반면, 기능/작업직 군에서는 사회공헌을 상대적으로 부정적(-3점, -2점, -1점)으로 체감하는 것으로 나타났습니다.

기업 사회공헌이 한국 사회에 미친 영향 평가(N=1500)



한편, 지난해 대비 사회공헌 체감도를 긍정적으로 답변한 응답자 평균이 87.5%에서 81.3%로 떨어진 것으로 나타나, 국민들이 느끼는 사회공헌의 긍정적 영향도가 다소 감소한 것으로 분석됩니다.

Question1.

국민이 가장 먼저 떠올린 사회공헌 프로그램은?

"한국 사회에 긍정적인 영향을 주었다고 생각하는 기업과 사회공헌 활동은 무엇인가요?"

국민 1,500명을 대상으로 사회공헌 체감도가 높은 기업명과 프로그램명을 함께 적어달라는 주관식 설문조사를 진행했습니다.

사회공헌 체감도가 높은 기업으로는 1위 삼성(19%), 2위 LG(17%), 3위 오뚜기(10%), 4위 유한킴벌리(7%), 현대차(5%) 순으로 나타났습니다. 한화(3%), SK(3%)가 근소한 차이로 뒤를 이었습니다. 그 밖에 교보, 매일유업, 스타벅스, SK하이닉스, LG생활건강, LG화학, 이마트, 카카오톡, 포스코, BMW 등이 각 1회씩 언급됐습니다.

사회공헌 프로그램명을 명확하게 언급한 답변으로는 유한킴벌리의 '우리강산 푸르게푸르게'가 가장 많았고, 삼성 '드림클래스'와 '시각장애인 안내견 학교', LG의 'LG의인상', 현대자동차 '기프트카'가 뒤를 이었습니다. 사회공헌 프로그램을 떠올리는 최초 상기도(top of mind) 비율이 지난해 7.5%에서 올해 10%로 다소 향상된 모습을 보였습니다.

국민들은 다양한 사회공헌 및 봉사활동을 해당 기업의 긍정적 이미지로 폭넓게 연결짓는 모습을 보였습니다. 1위를 차지한 삼성에 대해서는 사회활동, 저소득층 지원, 복지, 벽화봉사활동, 스포츠 후원, 인재육성, 삼성복지재단, 재능기부, 보육원 봉사, 국가이미지 개선 등의 답변이 많았습니다. 오뚜기(3위)에 대해서는 '서민경제 안정 위한 제품개발', '사회환원', '계약직 없이 정부 정직원 채용', '투명경영', '심장병 아동 수술지원' 등을 언급했습니다.

또는 자신이 직접 연관되거나 충분히 인지된 프로그램을 제시하는 경우도 많았습니다. LG 유플러스의 '독거노인 IoT 에너지미터 보급', SK하이닉스 '실버프렌드', 이마트가 SBS와 함께 진행한 특산물 소비 촉진 프로젝트 '맛남의 광장', LG화학 '재미있는 화학놀이터', LG생활건강 '빌려쓰는 지구스쿨', 카카오톡 '같이가치', 매일유업 '특수 유아식 개발', 포스코의 청춘예찬캠페인 'I am steel strong' 등이 언급됐습니다.



Question2.

국민이 사회공헌 활동을 부정적으로 체감하는 이유는?

“사회공헌 활동이 한국 사회에 부정적인 영향을 주었다고 답한 이유는 무엇인가요?”

기업 사회공헌 활동이 한국을 좋은 사회로 만드는데 부정적(-3점, -2점, -1점) 영향을 미쳤다고 답한 국민들을 대상으로 그 이유를 물었습니다.

사회공헌을 부정적으로 체감하는 이유로 ‘CSR Washing’을 지적하는 의견이 많았습니다. ‘최고경영자의 잘못을 덮기 위해’, ‘제대로 공헌하기 보다는 광고성으로 드러내기식’, ‘기업의 보여주기식’, ‘비리’ 등 부정적인 이슈를 덮거나 기업을 포장하기 위해 사회공헌을 활용한다는 인식이 많았습니다.

사회공헌의 목적을 지적하는 의견도 있었습니다. ‘기업의 이윤 극대화의 하나의 방편’, ‘기업 이익을 위해 하는 것이지 실제로 좋은 사회를 만드는데 기여하는지 모르겠다’, ‘기업만 생각하고 소비자를 생각하는지 모르겠다’, ‘무엇을 위해 하는 것인지, 사회와 환경을 정말 위하는 것인지 많은 생각을 하게 된다’, ‘자발적이지 않다고 생각돼서’, ‘기업 이미지에 치중’ 등 사회공헌을 하는 이유에 대한 의문이 해소되기 어렵다는 평가였습니다.

그 밖에 ‘생각나는 기업도 없고 와닿지도 않는다’, ‘사회공헌의 규모가 사회를 변화시키기에 너무 작다’, ‘사회공헌을 목적으로 사용한 비용은 결국 소비자 가격에 반영되고 있다고 느껴진다’, ‘기업의 가치창출이 너무 확립되게 보인다’ 등의 답변도 나왔습니다.

깊이보기

사회공헌 인식 정도 및 이해도에 따라 사회공헌 체감도가 어떻게 달라질까요?

기업 사회공헌을 ‘들어본 적 있다(80.3%)’는 국민들은 ‘한국을 좋은 사회로 만드는데 사회공헌이 긍정적인 영향을 준다(84.7%)’고 답변했습니다. 반면, 사회공헌을 ‘들어본 적 없다(19.7%)’는 국민들은 기업 사회공헌이 긍정적인 영향을 준다는 답변이 15.3%로 상대적으로 적게 나타났습니다.

기업 사회공헌을 잘 알고 있는 국민들은 기업 사회공헌이 한국을 좋은 사회로 만드는데 ‘매우 긍정적인 영향을 준다’는 답변을 39.5%로 가장 많이 했습니다.

사회공헌에 대한 인식과 이해도를 높이는 전략을 통해, 기업이 한국을 좋은 사회로 만들기 위한 노력을 더 많은 국민들이 체감할 수 있도록 해야 할 것으로 보입니다.



최고 경영자의 잘못을 덮기 위해서 사회공헌을 한다

기업의 보여주기식 활동이다

기업 이익을 위한 활동이지, 좋은 사회를 위한 활동이라고 생각되지 않는다

정말 사회와 환경을 위하는 것인지 모르겠다

기업 이미지를 위한 활동이다

와닿지 않는다

사회공헌 비용이 결국 소비자 가격에 반영된다고 생각한다

자발적이지 않다고 생각된다



국민이 말하는 사회공헌 평판

기업의 비즈니스 활동은 경제, 사회, 환경 전반에 영향을 미칩니다. 임직원, 고객 및 소비자, 협력사, 지역사회, 정부 및 지자체 등 다양한 이해관계자들과 미래세대 및 환경에 미치는 부정적인 영향을 최소화하고 긍정적인 임팩트를 높이기 위한 노력이 필요한 시점입니다. 실제로 설문 결과 기업의 사회공헌 활동 이유를 ‘이미지 제고’로 꼽는 국민들이 44%로 지난해에 이어 가장 많았고, 사회공헌의 긍정적 체감도 역시 전년 대비 6.2% 하락했습니다.

그렇다면 사회공헌에 대한 국민의 긍정적인 인식과 평가를 높이기 위해서, 기업은 어떤 책임과 역할을 다해야 할까요?

국민 1,500명을 대상으로 ‘기업이 어떠한 노력과 개선을 하면, 기업 사회공헌에 대한 당신의 생각(인식)이 현재보다 긍정적으로 바뀔 것’인지 물었습니다.

설문결과, ‘윤리경영과 부정부패(17.3%)’가 가장 높게 나타났습니다. ‘경영진 윤리 및 책임경영 실천의지(14.3%)’, ‘지역사회 소통 및 참여(13.4%)’, ‘환경 및 기후변화(11%)’가 뒤를 이었습니다. 반부패, 윤리경영 개선을 위한 국내 기업의 노력이 선행되어야 할 것으로 보입니다.

지난해에 비해 ‘경영진 윤리 및 책임경영 실천의지’가 11.2%(3위)에서 14.3%(2위)로 상승했고, 특히 ‘환경 및 기후변화’ 개선 노력은 5%(9위)에서 11%(4위)로 높아진 점에 주목합니다.

성별 및 연령에 따라 기업에 기대하는 항목에도 차이가 있었습니다. 여성의 14.3%가 남성(7.8%)에 비해 ‘환경 및 기후변화’ 개선 노력을 요구하는 것으로 나타났습니다. 20대, 30대, 50대는 ‘윤리경영과 부정부패’가 각각 17.7%, 17.5%, 18.2%로 가장 높았고, 40대는 ‘경영진 윤리 및 책임경영 실천의지(17%)’를 중요하게 인식하고 있었습니다.

직업별로는 대학생의 16.7%가 ‘환경 및 기후변화’를, 14.8%가 ‘소비자 정보 및 권익보호’를 상대적으로 많이 선택했습니다. 지난해 ‘기술 혁신 및 연구 개발(10.8%)’을 가장 중요하다고 답했으나 올해는 3.7%로 크게 하락했습니다. 무직의 경우 ‘소비자 정보 및 권익보호(16%)’를 개선이 가장 필요한 항목으로 꼽았습니다.

지역별로는 서울, 경기 등 수도권과 대구 지역에서는 ‘윤리경영과 부정부패’를 1순위로 꼽았고, 인천은 ‘환경 및 기후변화(16.7%)’와 ‘소비자 정보 및 권익보호(15.5%)’를 선택한 비율이 상대적으로 높았습니다. 경북 지역에서는 ‘기술 혁신 및 연구개발(16.2%)’을 상대적으로 중요하게 평가하고 있었습니다.

기업의 다양한 활동이 미치는 부정적인 영향을 면밀히 살피고 이를 최소화하기 위한 노력이 선행될 때, 사회공헌에 대한 국민의 평가 역시 높아질 것입니다.

여성의 14.3%

“환경 및 기후변화를 위해 노력할 때 사회공헌을 긍정적으로 평가할 것이다”



40대의 17%

“경영진 윤리 및 책임경영 실천의지를 보일 때 사회공헌을 긍정적으로 평가할 것이다”



대학생의 16.7%

“환경 및 기후변화를 위해 노력할 때 사회공헌을 긍정적으로 평가할 것이다”



인천의 16.7%

“환경 및 기후변화를 위해 노력할 때 사회공헌을 긍정적으로 평가할 것이다”



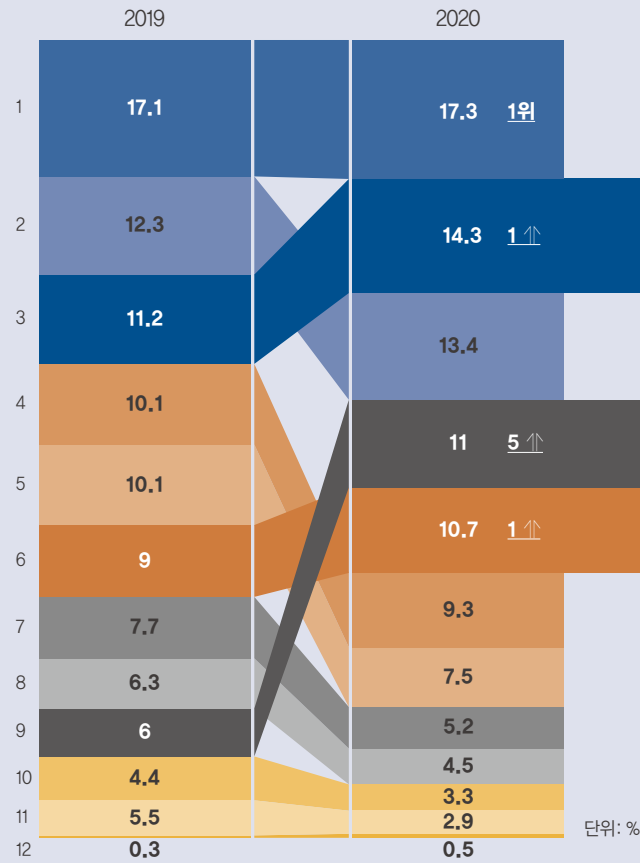
경북의 16.2%

“기술 혁신 및 연구 개발을 위해 노력할 때 사회공헌을 긍정적으로 평가할 것이다”



1 기업 사회공헌을 ‘잘 알고 있다’, ‘매우 잘 알고 있다’로 답변한 비율

사회공헌에 대한 긍정적 인식 변화를 위해 선행되어야 할 기업의 책임



단위: %(명)

순위	사회공헌보다 선행될 사회적책임	2020년	2019년
1	윤리경영과 부정부패	17.3% (259)	17.1%
2	경영진 윤리 및 책임경영 실천의지	14.3% (214)	11.2%
3	지역사회 소통 및 참여	13.4% (201)	12.3%
4	환경 및 기후변화	11% (165)	6%
5	건강한 지배구조(오너리스크, 사외이사 감사 등 투명성 강화)	10.7% (161)	9%
6	소비자 정보 및 권익보호	9.3% (140)	10.1%
7	협력사 상생 및 공정거래	7.5% (114)	10.1%
8	경제성과의 균형적 분배 (주주배당, 직원 급여 등)	5.2% (78)	6.3%
9	기술혁신 및 연구개발	4.5% (67)	7.7%
10	임직원 복지 및 노동관행	3.3% (50)	5.5%
11	제품(서비스) 안전보건	2.9% (43)	4.4%
12	기타	0.5% (8)	0.3%

깊이보기

사회공헌에 대한 이해도에 따라 기업에 대한 평판이 어떻게 달라질까요?

기업 사회공헌을 '잘 알고 있다' 또는 '매우 잘 알고 있다'고 답한 국민들은 28.3%로, 이들은 기업이 지역사회 소통 및 참여(33.5%)를 할 때 사회공헌에 대한 인식이 현재보다 긍정적으로 바뀔 것이라고 말했습니다. 또한 '임직원 복지 및 노동관행(32.4%)'과 '환경 및 기후변화(30.8%)'에 대한 기업의 역할과 책임을 중요하게 인식하고 있었습니다.

반면, 기업 사회공헌을 '모른다' 또는 '전혀 모르겠다'고 답한 국민들은 16.9%로, 이들은 '임직원 복지 및 노동관행(29.7%)'을 위한 개선을 할 때 기업 사회공헌에 대한 인식이 현재보다 긍정적으로 바뀔 것이라고 말했습니다. '지역사회 소통 및 참여(22.4%)'와 '협력사와의 상생 및 공정거래(22.1%)' 개선이 필요하다는 목소리도 나타났습니다.

사회공헌 이해도와 기업 평판

사회공헌 이해도가 높은 국민들(28.3%)

- Top1 지역사회 소통 및 참여(33.5%)
- Top2 임직원 복지 및 노동관행(32.4%)
- Top3 환경 및 기후변화(30.8%)

개선을 위한 노력을 할 때 현재보다 기업 사회공헌에 대한 인식이 긍정적으로 바뀔 것이다.

사회공헌 이해도가 낮은 국민들(16.9%)

- Top1 임직원 복지 및 노동관행(29.7%)
- Top2 지역사회 소통 및 참여(22.4%)
- Top3 협력사와의 상생 및 공정거래(22.1%)

개선을 위한 노력을 할 때 현재보다 기업 사회공헌에 대한 인식이 긍정적으로 바뀔 것이다.

좋은 사회를 위한 기업의 책임과 역할

모두가 행복하고 좋은 사회가 되기 위해 기업은 사회에서 어떤 역할과 책임을 다해야 할까요?

국민 1,500명 대상으로 기업의 역할과 책임을 중요한 순서대로 5개 선택하는 설문을 진행한 결과, '일자리 창출 및 국민소득 기여'가 32.5%(487명)으로 가장 많았고, '환경훼손(오염) 원인 해소 및 친환경 제품·서비스 제공'이 14.1%(212명), '연구 개발 및 미래혁신 기술 발전 기여'가 10.2%(153명)으로 뒤를 이었습니다.

'영업 활동 확대 및 수출 증대(3.3%)', '임직원 복지 증진 및 노동관행 개선(4.6%)', '국가 재정 기여 및 성실 세금 납부(5.6%)'가 가장 낮은 중요도를 보였습니다.

성별, 연령, 직업별로 기업에게 요구하는 책임과 역할에 큰 차이를 보였습니다.

항목별 성비를 비교 분석한 결과, 여성의 61.8%가 '환경 훼손(오염) 원인 해소 및 친환경 제품·서비스 제공'을 남성(38.2%)의 두 배 가량 높게 선택한 반면, 남성의 75.5%가 '영업 활동 확대 및 수출 증대'를 꼽아 여성(24.5%)의 세 배 가량 높은 수치를 보였습니다.



여성의 61.8%



환경 문제 해결



남성의 75.5%



영업 활동 확대와 수출 증대

20대는 '국가 재정 기여 및 성실세금 납부(27.4%)'를 가장 중요한 역할로 꼽았고, 30대는 임직원 복지 증진 및 노동관행 개선(33.3%)을, 40대는 '고객 건강·안전·정보 침해 보안 등 소비자 권익 보호(33.6%)', 50대는 '사회공헌 등 비즈니스를 통한 문제 해결(34.4%)'를 가장 많이 선택했습니다.



20대

세금



30대

직원복지



40대

고객 건강과 권익



50대

사회공헌

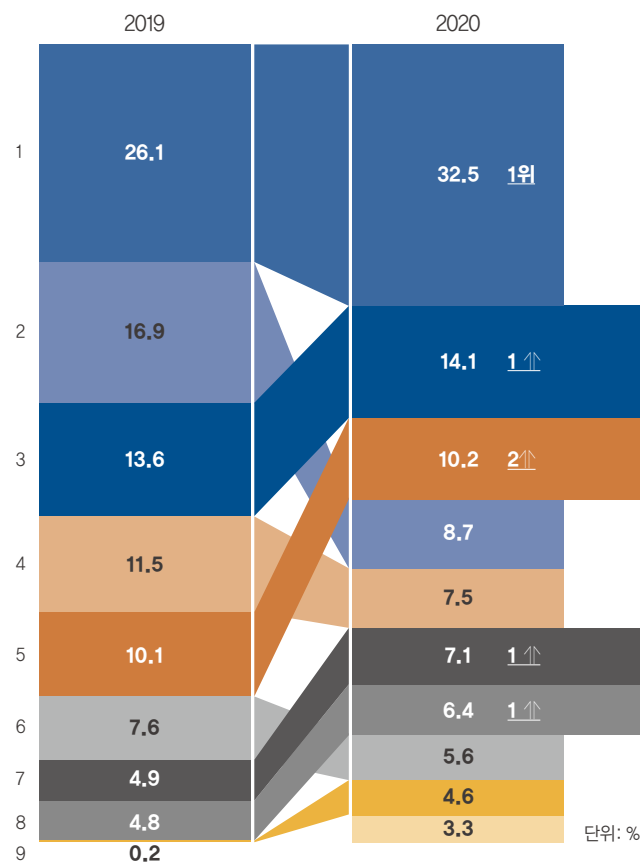
특히 '사회공헌 등 비즈니스를 통한 사회문제 해결' 항목에 대해서는 50대(34.4%)가 가장 많았고, 20대(13.5%)로 연령이 낮아질수록 중요도가 떨어지는 추이를 보였습니다.

지역별로는 경기도 지역에서 '영업 활동 확대 및 수출 증대(40.8%)' 항목을 상대적으로 중요하게 인식하고 있었고, 직업별로는 사무/기술직이 '임직원 복지 증진 및 노동관행 개선(40.6%)'을 상대적으로 많이 선택했습니다.

지난해와 비교하면 '일자리 창출 및 소득증진'이 26.1%에서 32.5%로 상승한 반면, '국가 재정 기여 및 성실세금 납부'가 지난해 5위(7.6%)에서 8위(5.6%)로 가장 큰 폭으로 하락했습니다.

또한 환경 문제 해결을 위한 기업의 역할과 책임에 국민적 관심이 지속적으로 높아지고 있으며, 고객 및 소비자 보호와 임직원 복지 증진 이슈가 상승했습니다. 한편, 상대적으로 부정부패 및 갑질 근절 이슈 중요도가 하락한 것으로 나타났습니다.

국민이 바라는 기업의 역할과 책임



순위	기업의 역할과 책임	2020년 (%)	2019년 (%)
1	일자리 창출 및 국민 소득 기여	32.5% (487)	26.1%
2	환경 훼손(오염) 원인 해소 및 친환경 제품·서비스 제공	14.1% (212)	13.6%
3	연구 개발 및 미래혁신 기술 발전 기여	10.2% (153)	10.1%
4	부정부패 근절 등 윤리/인권 경영 강화	8.7% (131)	16.9%
5	갑질 근절 및 협력사 상생 등 공정경쟁 강화	7.5% (112)	11.5%
6	고객 건강, 안전, 정보 침해 보안 등 소비자 권익 보호	7.1% (107)	4.9%
7	사회공헌 등 비즈니스를 통한 사회문제 해결	6.4% (96)	4.8%
8	국가 재정 기여 및 성실세금 납부	5.6% (84)	7.6%
9	임직원 복지 증진 및 노동관행 개선	4.6% (69)	0.2%
10	영업 활동 확대 및 수출 증대	3.3% (49)	-

1 2019년 '환경 훼손(오염) 원인해소 및 지속가능한 자원 이용' 항목과 '환경보호 활동 및 친환경 제품 서비스 제공' 항목을 2020년 하나로 통합했으며, '영업활동 확대 및 수출 증대' 항목을 2020년 신설함

데이터로 본 사회공헌 커뮤니케이션

기업을 향한 국민의 인식과 평가는 다양한 경제, 사회, 환경적 흐름과 맞아있습니다. 특히 기업의 역량과 자원을 활용해 사회문제를 해결하는 '사회공헌' 영역은 다양한 이해관계자의 니즈와 시대적 요구를 면밀히 파악해야 합니다. 국민 1,500명의 데이터를 바탕으로 사회공헌 커뮤니케이션 전략 방향을 보다 깊이있게 들여다봤습니다.

Question1. 사회공헌 이해도가 높은 국민들은 어떤 채널을 통해 사회공헌 정보를 접할까요?

사회공헌 이해도가 높은 국민들이 사회공헌 정보를 접하는 채널이 무엇인지, 교차분석을 통해 살펴봤습니다. 기업 홍보채널부터 뉴미디어, 대중매체까지 총 14개 채널별로 국민 1,500명의 이해도를 매칭하고 이를 100점 만점으로 환산했습니다.¹

분석 결과 기업에서 직접 운영하는 채널을 통해 사회공헌을 접한 국민들의 사회공헌 이해도가 상대적으로 높게 나타났습니다.

사회공헌 이해도가 높은 국민들이 가장 많이 선택한 채널은 기업이 발간하는 지속가능경영 보고서입니다. 기업 홈페이지, 기업의 상품 및 서비스 구매시 표시사항 확인, 기업 오프라인 캠페인 및 이벤트, 기업이 운영하는 SNS 채널이 뒤를 이었습니다.

언론사 뉴스보도, TV·방송을 통한 광고 채널은 평균 이하 점수에 그쳤습니다. 뉴미디어 중에서는 페이스북이 유일하게 평균 이상 점수를 받았고, 인스타그램이 SNS 채널 중에서 최하위를 기록했습니다.

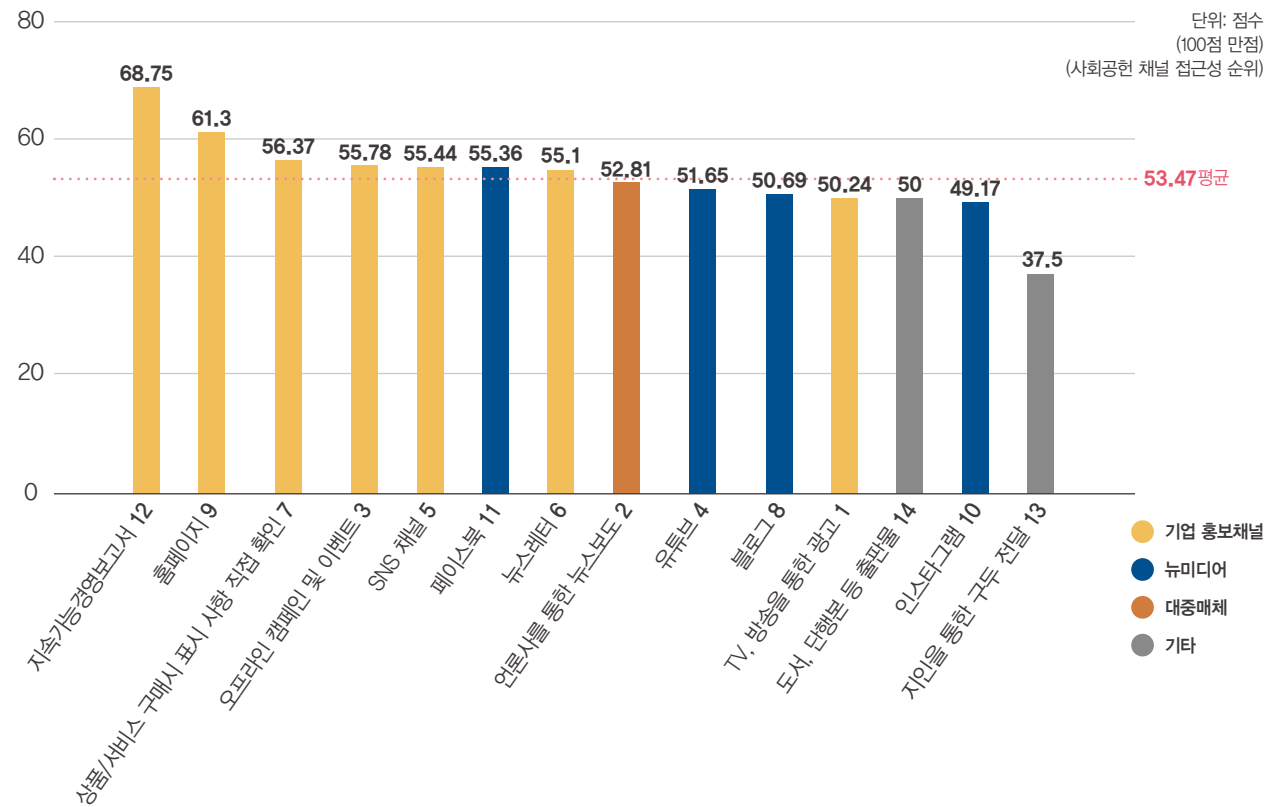
국민들의 사회공헌 인지(사회공헌을 들어본 적 있다)와 이해 수준(사회공헌을 알고 있다)에 따라 사회공헌을 접하는 채널이 매우 다른 양상을 보였습니다.

'사회공헌'이란 단어를 가장 많이 접하는 채널은 'TV·방송을 통한 광고'와 '언론사 뉴스보도'였지만, 사회공헌을 잘 알고 있다고 답한 국민들은 기업의 지속가능경영보고서, 홈페이지 등을 통해 보다 상세한 정보를 습득하는 것으로 나타났습니다.

국민들의 사회공헌 이해도를 높이기 위해서는 채널별 커뮤니케이션 전략을 다각화 해야 할 것으로 보입니다. 사회공헌 활동을 알리는 홍보 차원에서는 대중매체를 활용하되, 사회공헌의 목적과 성과 등을 충분히 전달하기 위해서는 임팩트를 담은 콘텐츠를 정성껏 제작하고, 기업이 운영하는 다양한 채널별 전략에 따라 대중들에게 확산될 수 있는 방안이 마련되어야 할 것으로 분석됩니다.

1 사회공헌을 '전혀 모르다(1점)~'매우 잘 알고 있다(5점)'으로 채널별 총점을 점수화해 100점 만점으로 환산한 값

채널별 사회공헌 이해도 점수



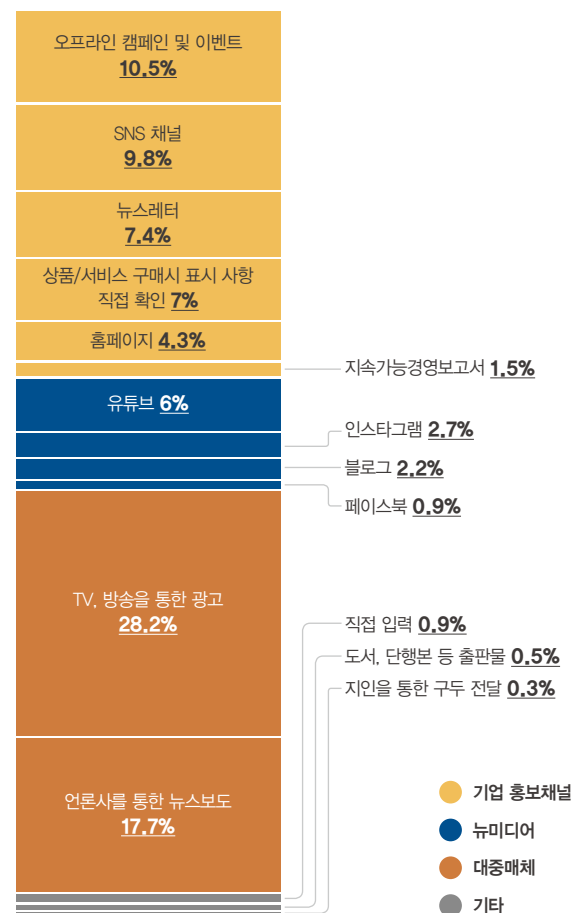
Question2.

기업이 이미지 및 브랜드 제고를 위해 사회공헌을 한다고 생각하는 국민들은 사회공헌 정보를 주로 어떤 채널을 통해 접할까요?

사회공헌을 '들어본 적 있다'고 답변한 국민 1204명 중에서 기업 사회공헌 동기를 '이미지 및 브랜드 제고'로 선택한 사람들은 582명 (48.3%)으로 절반에 가깝습니다.

기업이 이미지와 브랜드 제고를 위해 사회공헌을 한다고 생각한 국민들이 가장 많이 선택한 사회공헌 채널을 교차분석한 결과, 'TV·방송을 통한 광고(28.2%)'가 가장 많았고, '언론사를 통한 뉴스보도(17.7%)'가 뒤를 이었습니다. 대중매체를 통해 사회공헌 정보를 접하는 국민들이 상대적으로 기업의 사회공헌 동기를 '이미지 및 브랜드 제고'로 보고 있는 것입니다.

그 밖에 '생각나는 기업도 없고 와닿지도 않는다', '사회공헌의 규모가 사회를 변화시키기에는 너무 작다', '사회공헌을 목적으로 사용한 비용은 결국 소비자 가격에 반영되고 있다고 느껴진다', '기업의 가치창출이 너무 희박하게 보인다' 등의 답변도 나왔습니다.



Question3.

기업 사회공헌 체감도가 높은 국민들은 어떤 채널을 통해 사회공헌 정보를 접할까요?

기업의 사회공헌 활동이 한국을 좋은 사회로 만드는 데 긍정적인 영향을 준다고 답변한 국민들이 주로 어떤 채널을 통해 사회공헌 정보를 접하는지 데이터를 살펴봤습니다.² 기업 사회공헌 활동이 우리 사회에 '매우 부정적인 영향을 준다'부터 '매우 긍정적인 영향을 준다'까지 7점 척도로 점수를 매기고, 각 채널별로 매칭했습니다.

분석 결과, '도서·단행본 등 출판물'을 통해 사회공헌 정보를 접하는 국민들이 사회공헌을 가장 긍정적(5.8점/7점 만점)으로 생각하는 것으로 나타났습니다. '인스타그램(5.7점)'과 '언론사를 통한 뉴스보도(5.64점)', '기업의 상품 및 서비스 구매시 표시 사항 직접 확인(5.57점)', '기업 홈페이지(5.55점)'가 근소한 차이로 뒤를 이었습니다. 반면, '지인을 통한 구두 전달(5.3점)'로 사회공헌 정보를 접하는 국민들의 체감도가 가장 낮은 것으로 나타났습니다.

출판을 통해 전달되는 정보의 깊이 및 특성을 고려할 때, 사회공헌의 의미와 과정이 충분히 스토리텔링이 되면 사회문제 해결을 위한 기업의 역할이 보다 긍정적으로 체감되는 것으로 보입니다.

사회공헌 체감도가 높은 국민들이 정보를 접하는 사회공헌 채널

- 1위** 도서·단행본 등 출판물 (5.8점)
 - 2위** 인스타그램 (5.7점)
 - 3위** 언론사를 통한 뉴스보도 (5.64점)
 - 4위** 직접 확인 (5.57점)
 - 5위** 기업 홈페이지 (5.55점)
- 평균값: 5.5점 / 7점 만점

Question4.

기업 사회공헌 정보를 접하는 채널에 따라 국민이 강조하는 기업의 역할과 책임은 어떻게 달라질까요?

국민들이 사회공헌 정보를 주로 접하는 채널과 사회공헌보다 우선되어야 한다고 선택한 기업의 역할과 책임(기업이 어떠한 노력과 개선을 하면, 사회공헌에 대한 생각이 현재보다 긍정적으로 바뀔지 가장 중요한 것 1개 선택)을 매칭시켜 봤습니다.³

'윤리경영과 부정부패 문제를 개선할 때 사회공헌을 보다 긍정적으로 생각하게 될 것(204명)'이라는 국민들은 사회공헌 관련 정보를 주로 'TV·방송 광고(30.5%)'를 통해 접하고 있었습니다. '경영진 윤리 및 책임경영 실천의지가 높아질때 사회공헌을 보다 긍정적으로 생각하게 될 것(182명)'이라는 국민들은 '언론사 뉴스보도(17.6%)'를 통해 정보를 접하고 있었습니다. '지역사회 소통 및 참여를 위해 노력할 때 사회공헌을 보다 긍정적으로 생각하게 될 것(161명)'이라는 국민들은 '기업 뉴스레터(16.8%)'를 통해 정보를 주로 접하고 있었습니다. '환경 및 기후 변화 개선을 위해 노력할 때 사회공헌을 보다 긍정적으로 생각하게 될 것(130명)'이라는 국민들은 '기업의 상품 및 서비스 구매시 표시 사항을 직접 확인(13.1%)'하며 사회공헌 정보를 취득하고 있었습니다. '건전한 지배구조 개선을 위해 노력할 때 사회공헌을 보다 긍정적으로 생각하게 될 것(129명)'이라는 국민들은 '언론사 뉴스보도(17.1%)'를 통해 사회공헌 정보를 취득하고 있었습니다. '소비자 정보 및 권익 보호를 위해 노력할 때 사회공헌을 보다 긍정적으로 생각하게 될 것(116명)'이라는 국민들은 '기업 오프라인 캠페인 및 이벤트(15.5%)'를 통해 사회공헌 정보를 접하고 있다고 답변했습니다.

기업의 지배구조 및 윤리경영 등 부정적 이슈 개선에 대한 요구는 대중매체를 통해 정보를 취득하는 국민들에게서 많은 것으로 나타나, 신문 및 광고를 통한 기업의 부정적 리스크 관리와 대응이 중요할 것으로 분석됩니다. 반면, 소비자 정보 및 권익 보호를 위한 활동들은 기업의 제품 및 서비스를 통해 소통하는 것이 주효할 것으로 보이며, 사회공헌 등 지역사회 소통 활동들은 기업이 직접 운영하는 뉴스레터나 SNS 채널을 통해 적극적인 커뮤니케이션을 취할 필요성이 높을 것으로 보입니다.

2 기업 사회공헌 활동이 '매우 부정적인 영향을 준다(1점)~매우 긍정적 영향을 준다(7점)' 범위로 점수에 따라 순위를 매긴 값
3 교차분석 전체 결과 3% 이상 차이가 나는 결과값만 서술함



대한민국 사회공헌 미스매치

최근 다양하고 복잡한 사회문제가 증가하고 있습니다. 향후 우리 사회를 위협할 잠재적인 위험도 나타나고 있습니다. 기업의 역량 및 자원을 활용해 사회문제를 해결하고자 한다면, 현재 우리나라 국민들이 해결이 시급하다고 꼽은 이슈 현황을 파악하고, 목표와 과제 그리고 전략의 수립이 연계되어야 합니다. 현재 100대 기업의 사회공헌은 국민의 니즈와 얼마나 일치하고 있을까요. 국민과 기업의 미스매치 현황을 SDGs 목표와 과제, 사회문제와 이슈, 사회공헌 프로그램 등 3가지 세부 카테고리 분석해봤습니다.

SDGs 목표와 과제 : 국민과 기업의 집중도 Gap

모두가 행복한 미래를 위한 우리의 역할은 무엇일까요?

전세계의 빈곤 문제를 해결하고 지속가능한 발전을 실현하기 위해, 유엔과 국제사회가 2016년부터 2030년까지 지속할 공동의 목표를 설정했습니다. 바로 지속가능발전목표(SDGs · Sustainable Development Goals)입니다. 정부, 기업, 국제기구 등 전세계가 SDGs 17개 목표, 169개 세부과제를 실행하기 위해 노력하고 있습니다.



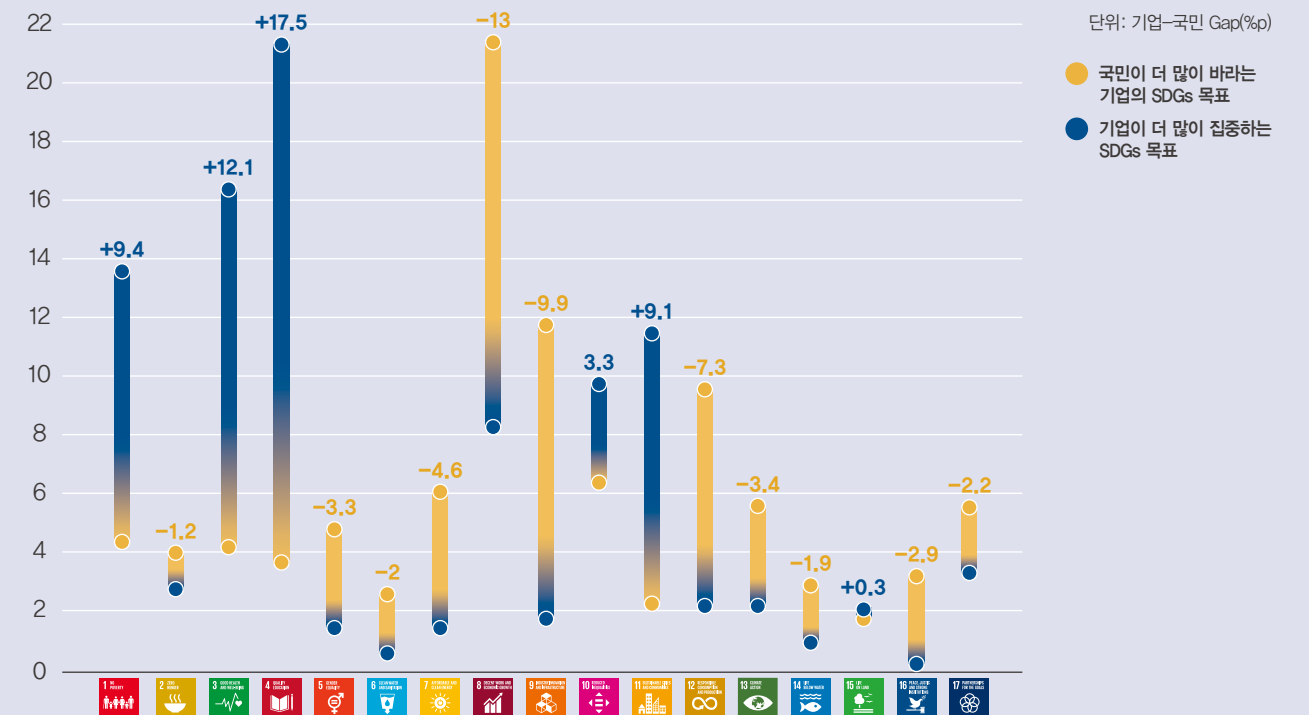
- | | |
|--|--|
| <p>1 빈곤 모든 형태의 가난과 빈곤 종식을 모든 지역에서 종식시킵니다.</p> <p>2 식량·농업 국민의 영양 균형과 먹거리 안전을 위한 도농유통 구조 개선과 지속가능한 농업을 증진합니다.</p> <p>3 건강·웰빙 국민 모두의 건강한 삶과 모든 세대의 웰빙을 증진합니다.</p> <p>4 교육 모두에게 공평하고 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회를 증진합니다.</p> <p>5 양성평등 평등한 사회 환경 조성과 모든 여성 및 여아의 역할을 강화합니다.</p> <p>6 물 모두를 위한 건강하고 안전한 물 관리와 식수 및 위생시설 등 수자원 관리를 확립합니다.</p> <p>7 에너지 모두를 위한 적정 가격의 신뢰성 있고 지속가능한 현대적인 에너지 접근을 보장합니다.</p> <p>8 일자리·경제성장 지속적, 포괄적, 지속가능한 경제성장과 모두를 위한 양질의 일자리를 증진합니다.</p> <p>9 산업화·혁신 포용적, 친환경적, 혁신적인 사회기반시설과 지속가능한 산업화 촉진합니다.</p> | <p>10 불평등 차별 관행, 정책, 법 개선 등 모든 형태의 불평등 감소와 동등한 권리를 보장합니다.</p> <p>11 도시·공간 포용적이고, 안전하며, 복원력 있는 주거 환경 과 지속가능한 도시를 조성합니다.</p> <p>12 지속가능한 소비·생산 지속가능한 소비 증진과 생산 관리 및 관련 기술/역량을 강화합니다.</p> <p>13 기후변화 기후변화 대응 및 개선 노력과 자연재해 회복력을 강화합니다.</p> <p>14 해양생태 해양쓰레기 등 오염 예방과 바다 등 해양자원생태계를 보존합니다.</p> <p>15 육상생태 산림, 토양, 생물다양성 복원 및 생태계를 보호합니다.</p> <p>16 정의·제도 폭력, 학대, 부정부패 종식 등 투명하고 정의롭고 신뢰할 수 있는 포용적 제도를 구축합니다.</p> <p>17 글로벌 파트너십 지속가능 발전을 위한 전세계 교류 협력 강화와 글로벌 파트너십을 확대합니다.</p> |
|--|--|

우리를 둘러싼 경제·사회·환경에 미치는 기업의 영향력이 갈수록 커지는 만큼, SDGs 목표 및 과제와 연계되는 기업의 역할과 책임이 주목받고 있습니다. 기업은 사람과 환경에 대한 리스크를 파악하고 완화하여, 지속가능한 발전을 뒷받침하는 핵심적인 역할을 합니다. 그렇다면, 기업은 사회의 니즈에 부합하는 SDGs 목표를 설정하고 있을까요? 국민이 바라는 '기업이 주목해야 하는 SDGs 목표'와 실제 '기업이 집중하고 있는 SDGs 목표'간의 갭(Gap)을 살펴봤습니다.

국민이 '기업이 주목해야 하는 SDGs 목표'로 꼽았지만, 현재 100대 기업 공시 분석 결과 기업으로부터 가장 주목받지 못하는 SDGs 목표는 '(일자리·경제성장)지속가능한 경제성장과 양질의 고용 및 일자리 증진(SDG 8번)'로 나타났습니다. '(산업화·혁신) 혁신적이고 지속가능한 산업 혁신(SDG 9번)'에 대한 국민의 니즈도 기업 대비 높았습니다. 장기적인 경기 침체로 인한 고용 불안과 양질의 일자리에 대한 국민의 니즈와 함께 지속가능하고 혁신적인 산업화의 필요성이 커질 것으로 분석됩니다. 이는 100대 기업 공시 분석 과정에서 기업이 사회적 책임을 다하기 위한 SDGs 목표 및 과제를 매칭한 결과로, 일자리 및 경제성장 관련 목표 연계가 다소 적게 집계된 한계가 반영된 결과이기도 합니다.

반대로 국민이 바라는 것보다 기업이 더 많이 집중하고 있는 SDGs 목표는 '(교육)모두에게 공평하고 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 제공(SDG 4번)'으로 분석됐습니다. '(건강·웰빙) 건강한 삶과 모든 세대의 웰빙 증진(SDG 3번)'에 대한 기업의 주목도 역시 높았습니다. 대기업의 교육 및 건강 지원 관련 사회공헌의 집중도가 높은 것으로 분석됩니다.

향후 기업은 국민이 바라는 목표와의 갭을 줄이는 역할과 책임에 주목해야 할 것으로 분석됩니다.



* 전국 시도, 성인 남녀 1500명이 선택한 '기업이 주목해야 하는 SDGs 목표' 우선순위를 가중치로 매긴 결과값을 '국민이 주목한 목표'로, 국내 100대 기업의 대표 사회공헌 프로그램 418개를 SDGs 목표와 매칭한 결과값을 '기업이 주목한 목표'로 취합하고, SDGs 17개 목표별 비율을 계산하여 국민이 바라는 SDGs 목표와 기업이 집중하는 SDGs 목표간 격차를 분석함

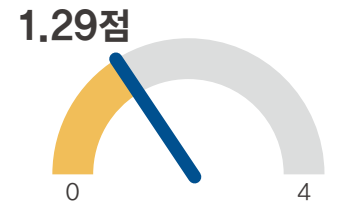
100대 기업이 주목한 SDGs 목표

모두의 지속가능한 발전을 위해 기업은 어떤 목표에 집중하고 있을까요?

국내 100대 기업이 공시하고 있는 대표 사회공헌 프로그램 418개를 SDGs 목표와 매칭하여 커뮤니케이션 현황과 집중도를 분석했습니다.

SDGs 커뮤니케이션

100대 기업의 지속가능경영보고서, 홈페이지, 미디어 등 공시 자료를 바탕으로 SDGs 공시 현황을 총 4단계로 분류해 분석했습니다. 그 결과 100대 기업의 SDGs 커뮤니케이션 평균 점수는 4점 만점에 1.29점으로 나타났습니다.

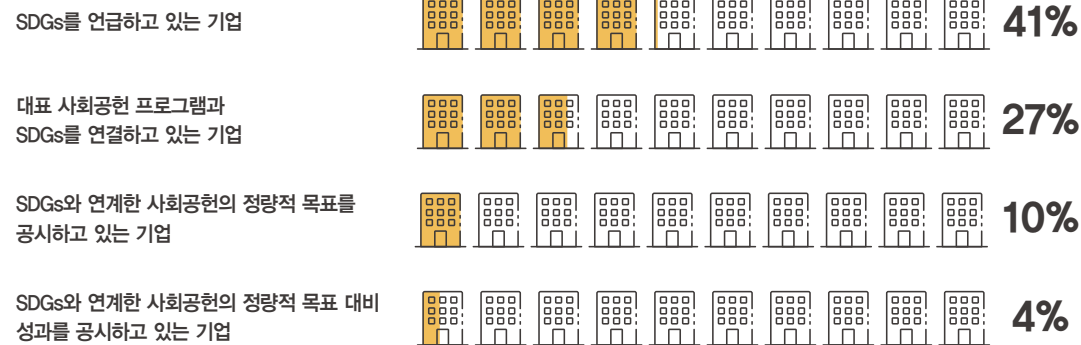


SDGs 언급 없음	0
SDGs 언급	1
SDGs와 사회공헌 프로그램 연계	2
SDGs와 사회공헌의 정량적 목표 연계 공시	3
SDGs와 사회공헌의 정량적 목표 대비 성과 공시	4

100대 기업 중에서 SDGs 목표를 언급하고 있는 기업은 총 41곳, 대표 사회공헌 프로그램과 SDGs 세부 목표를 연결한 곳은 100개 기업 중 27곳으로 나타났습니다. 그 중에서 2030년까지 수행할 SDGs 세부 과제와 연결된 사회공헌의 정량적 목표를 공시하는 기업은 10곳이며, SDGs와 연결된 사회공헌의 정량적 목표 대비 성과까지 언급하는 기업은 4곳에 불과했습니다.

SDGs 목표 및 세부 과제를 단순히 연결하는 수준을 넘어서, 우선순위에 따른 목표 설정과 가치사슬 전반에 걸친 지속가능한 비즈니스 모델과의 연계가 필요합니다. 사람과 환경에 대한 부정적인 영향을 파악하고, 사업의 중대성 및 이해관계자의 기대에 따라 우선순위 목표를 설정하고, 정량적 목표 대비 성과를 측정·관리·평가하여 기업의 약속을 공유하는 노력이 필요할 것으로 분석됩니다.

100대 기업의 SDGs 커뮤니케이션 현황



1 국내 100대 기업의 지속가능경영보고서, 홈페이지, 미디어 보도 등 공시 자료를 바탕으로, 각 기업의 전략 및 사회공헌 프로그램과 연계된 SDGs 목표를 1차로 취합함. 그 외 공시되지 않은 사회공헌 사업은 각 프로그램당 최대 4개까지 SDGs 목표를 중복 매칭하여, 총 418 사회공헌 프로그램의 673개 SDGs 목표 데이터를 분석함

2 100대 기업 중 SDGs를 언급하지 않는 기업은 0점, SDGs를 언급한 기업은 1점, SDGs와 사회공헌 목표를 연계한 기업은 2점, SDGs와 사회공헌의 정량적 목표를 공시한 기업은 3점, SDGs와 사회공헌의 정량적 목표 대비 성과를 연계 및 공시한 기업은 4점으로 분류함

기업 사회공헌이 집중된 SDGs 목표

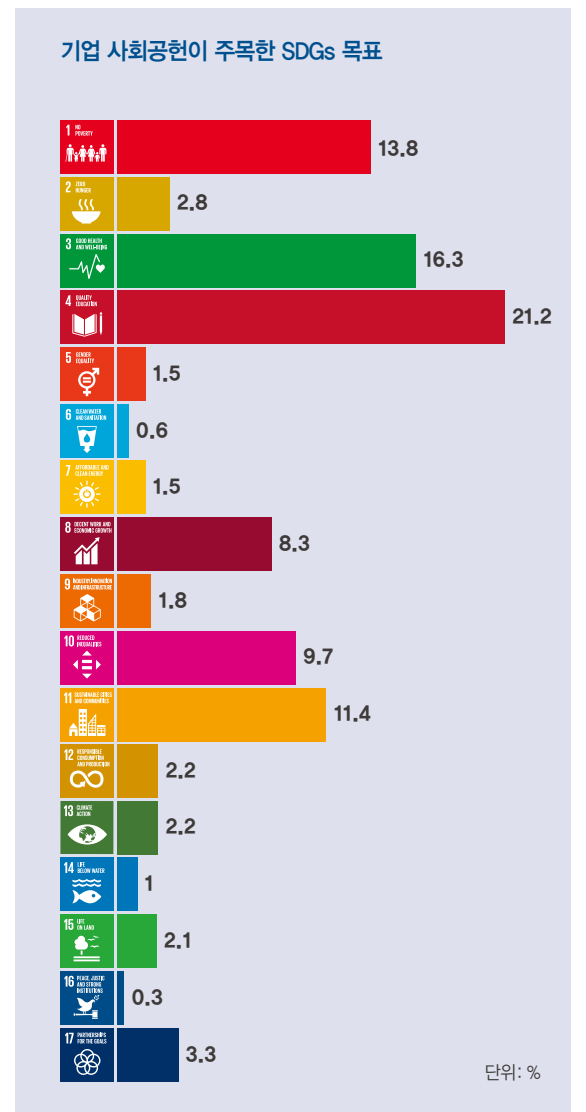
국내 100대 기업이 주목한 SDGs 목표는 무엇일까요?

지속가능경영보고서, 홈페이지, 미디어 등에 공시된 자료를 바탕으로 100대 기업의 대표 사회공헌 418개 프로그램과 연계된 SDGs 목표를 취합 및 매칭하여 분석했습니다.

100대 기업의 사회공헌이 가장 많이 집중된 SDGs 목표는 '교육'모두에게 공평하고 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 제공(SDG 4번)으로 전체 프로그램의 21.2%(143개)로 차지했습니다. '건강·웰빙'국민 모두의 건강한 삶과 웰빙 증진(SDG 3번)이 16.3%(110개)로 2위였고, '빈곤'모든 형태의 가난과 빈곤 종식을 위한 노력(SDG 1번)이 13.8%(93개)로 3위로 분석됐습니다. 반면, 사회공헌의 특성상 '정의·제도'폭력, 학대, 부정부패 종식 등 투명하고 정의로운 제도 구축(SDG 16번)과 '물'건강하고 안전한 물 관리와 수자원 보정(SDG 6번)이 각각 0.3%(2개), 0.6%(4개)로 집중도가 가장 낮았습니다.

산업 특성에 따라 기업 사회공헌의 SDGs 집중도는 어떻게 달라질까요?

유틸리티 산업은 '일자리 및 경제성장(SDG 8번)', 헬스케어 및 필수소비재 기업들은 '건강 및 웰빙(SDG 3번)'에 집중하는 모습을 보였습니다. 에너지 및 유틸리티 산업은 '빈곤(SDG 1번)' 관련 사회공헌을 가장 많이 실행하고 있으며, 자동차 및 커뮤니케이션 산업은 모든 형태의 차별 관행과 정책 및 권리 개선을 추구하는 '불평등(SDG 10번)' 관련 사업에 집중하고 있습니다. IT·정보기술, 금융 등 4개 산업이 기업의 기술 및 역량을 반영한 '교육(SDG 4번)' 사회공헌을 진행하는 등 대체로 산업의 특성을 반영한 SDGs 목표와 사회공헌 프로그램이 연계된 모습을 보였습니다.



산업군별 SDGs 순위



국민이 바라는 기업의 SDGs 목표

모두가 행복한 미래를 위한 우리의 역할은 무엇일까요?

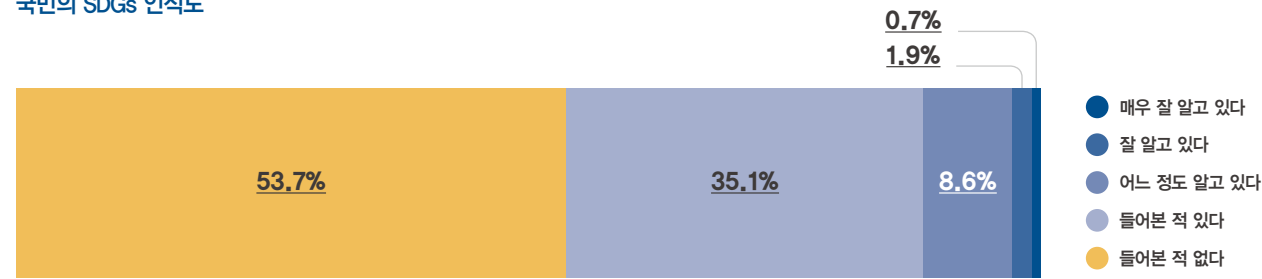
전세계의 빈곤 문제를 해결하고 지속가능한 발전을 실현하기 위해 유엔과 국제사회가 2016년부터 2030년까지 지속할 공동의 목표를 설정했습니다. 바로 지속가능발전목표(SDGs · Sustainable Development Goals)입니다. 정부, 기업, 국제기구 등 전세계가 SDGs 17개 목표, 169개 세부과제를 실행하기 위해 노력하고 있습니다.

우리나라 국민들은 지속가능발전목표를 얼마나 알고 있을까요?

전국 17개 시도 성인남녀 1,500명 중 'SDGs를 들어본 적 없다'는 답변이 53.7%로 과반을 차지했습니다. '들어본 적 있다'는 35.1%로 나타났고, SDGs를 (매우) 잘 알고 있는 국민은 전체의 2.6%에 불과했습니다. SDGs가 국가 및 기업 주도의 목표인 만큼, 개별 국민들의 인식 정도는 낮은 것으로 보여집니다.

SDGs 인식 정도를 평균값(전체 평균은 1.61점)으로 산출한 결과, 남성(1.68점)이 여성(1.53점)보다 다소 높게 나타났습니다. 연령별로는 글로벌 트렌드에 민감한 20대의 SDGs 인식 수준이 1.65점으로 가장 높았고, 40대(1.62점), 50대(1.60점), 30대(1.56점) 순이었습니다.

국민의 SDGs 인식도



국민이 우선 과제로 선택한 SDGs 목표는 무엇일까요?

모두가 행복하고 좋은 사회가 되기 위해 우리가 노력해야 하는 과제는 무엇인지, 국민들이 SDGs 17개 목표를 중요한 순으로 선택했습니다.

국민이 꼽은 최우선 과제는 '일자리 및 경제성장'지속가능한 경제성장과 양질의 고용 및 일자리 증진(SDG 8번)으로 전체의 13.5%를 차지했습니다. 2위는 '빈곤'모든 형태의 가난과 빈곤 종식을 위한 노력(SDG 1번, 10.1%), 3위는 '교육'모두에게 공평하고 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 제공(SDG 4번, 9.4%), 4위는 '기후변화'기후변화 대응 및 개선노력과 자연재해 회복력 강화(SDG 13번, 9.3%)로 뒤를 이었습니다.

그렇다면 기업이 우선해야 하는 SDGs 목표는 무엇일까요?

국민이 기업의 최우선 과제로 꼽은 SDGs 목표는 전체의 21.3%를 차지한 '일자리 및 경제성장(SDG 8번)'이었습니다. '산업화·혁신'포용적, 친환경적, 혁신적인 사회기반시설과 지속가능한 산업화 장려(SDG 9번)가 11.7%로 2위에 올랐고, '지속가능한 소비·생산'지속가능한 소비 증진과 생산관리 및 관련 기술 역량 강화(SDG 12번)가 9.5%로 3위에 올랐습니다. 이 두 과제는 앞서 살펴본 '우리 모두의 SDGs 과제'에서 각각 16위, 12위 후순위로 꼽혔던 목표로, 특히 기업이 주목하길 바라는 과제로 분석됩니다.

모두의 행복한 삶을 위해 국민이 선택한 SDGs 목표



- SDGs 1** (빈곤) 모든 형태의 가난과 빈곤 종식을 위한 노력
- SDGs 2** (식량·농업) 국민의 영양 균형과 먹거리 안전을 위한 농농유통구조 개선과 지속가능한 농업 강화
- SDGs 3** (건강·웰빙) 국민 모두의 건강한 삶과 웰빙 증진
- SDGs 4** (교육) 모두에게 공평하고 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 제공
- SDGs 5** (양성평등) 평등한 사회 환경 조성 및 여성의 역량 강화
- SDGs 6** (물) 건강하고 안전한 물 관리와 수자원 보장
- SDGs 7** (에너지) 에너지 접근성과 효율성을 높이고 신재생에너지 확대
- SDGs 8** (일자리·경제성장) 지속가능한 경제성장과 양질의 고용 및 일자리 증진
- SDGs 9** (산업화·혁신) 포용적, 친환경적, 혁신적인 사회기반시설과 지속가능한 산업화 장려
- SDGs 10** (불평등) 차별 관행, 정책, 법 개선 등 모든 형태의 불평등 감소와 동등한 권리 보장
- SDGs 11** (도시·공간) 안전하고 합리적인 주거 환경 및 교통/서비스 접근성 등 지속가능한 도시 조성
- SDGs 12** (지속가능한 소비·생산) 지속가능한 소비 증진과 생산관리 및 관련 기술/역량 강화
- SDGs 13** (기후변화) 기후변화 대응 및 개선 노력과 자연재해 회복력 강화
- SDGs 14** (해양생태) 해양쓰레기 등 오염 예방과 해양자원생태계 보존
- SDGs 15** (육상생태) 산림, 토양, 생물다양성 복원 및 생태계 보호
- SDGs 16** (정의·제도) 폭력, 학대, 부정부패 증식 등 투명하고 정의로운 제도 구축
- SDGs 17** (글로벌 파트너십) 지속가능 발전을 위한 전세계 교류협력 강화와 국제적 위상 증진

1 SDGs를 '들어본 적 없다(1점)'부터 '매우 잘 알고 있다(5점)'를 5점 척도의 평균값으로 산출함

사회공헌 이슈와 액션

우리 사회에는 수많은 문제들이 발생합니다. 갈수록 사회이슈의 복잡성과 연결성이 강화되고 있습니다. 사회문제 우선순위에 따라 역량과 자원의 효과적인 투입과 협력이 필요한 시점입니다.

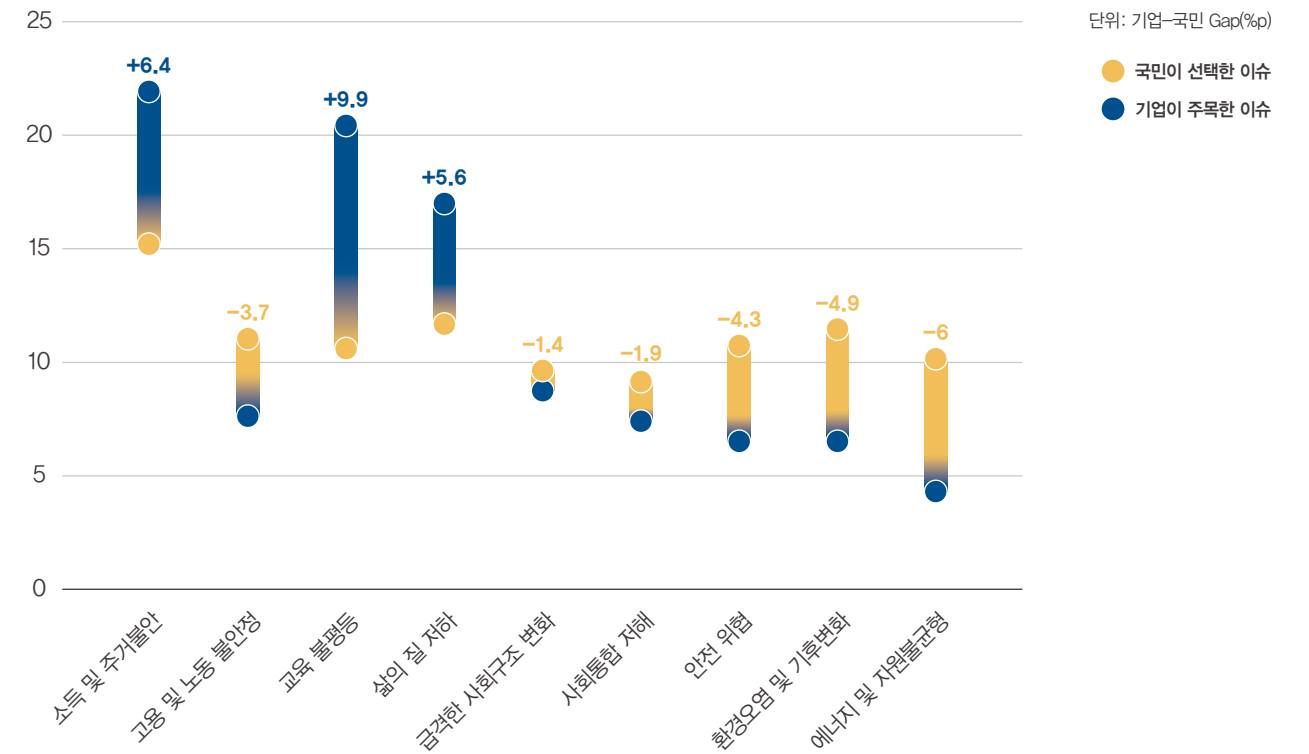
100대 기업은 1년간 1조 7,950억원에 달하는 비용을 사회문제 해결을 위해 사용하고 있습니다. 기업이 모든 문제를 해결할 순 없기에, 해결이 시급한 사회문제를 발굴하고, 역량과 자원을 활용해 사회공헌의 임팩트를 높이는 방안이 필요합니다. 국민이 주목하는 사회 이슈를 지속적으로 모니터링하고 연계하는 전략이 중요한 이유입니다.

지난 한 해 동안 기업 사회공헌이 주목한 이슈와 국민이 주목한 사회 이슈는 얼마큼 차이를 보일까요? 100대 기업의 대표 사회공헌 418개 프로그램이 집중한 이슈와 CEO가 된 국민이 100억원의 예산을 우선순위에 따라 배분한 사회공헌 프로그램별 이슈 비중의 갭(Gap)을 분석했습니다.

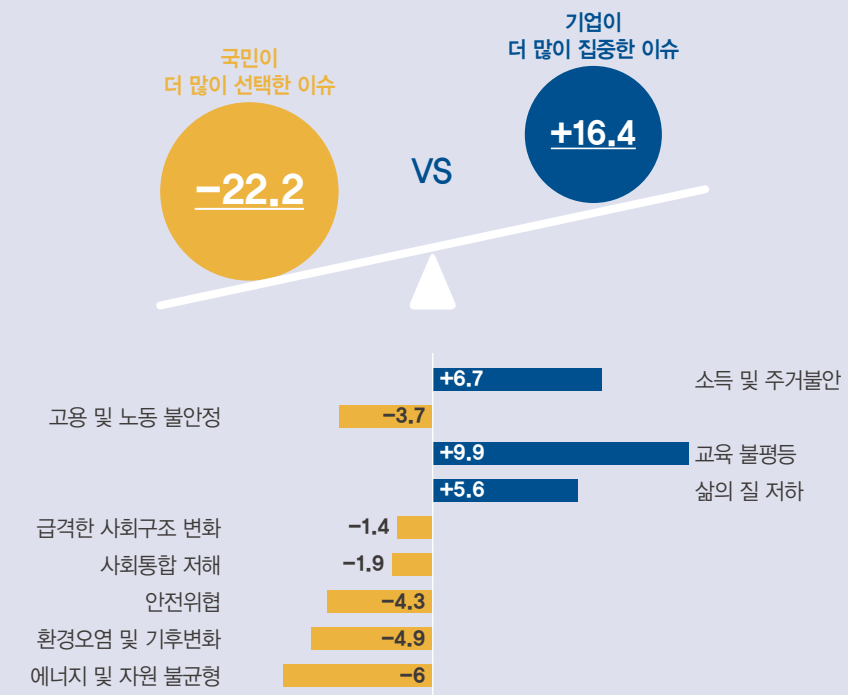
CEO가 된 국민은 '에너지 및 자원 불균형(Gap 6%)' 문제 해결을 위한 사회공헌에 기업 대비 가장 많은 예산을 투입할 것이라고 답했습니다. '환경오염 및 기후변화(Gap 4.9%)'와 '안전 위협(Gap 4.3%)'이 뒤를 이었습니다. 반면, 100대 기업은 지난 1년간 국민의 니즈 대비 '교육 불평등(Gap 9.9%)' 관련 사회공헌을 상대적으로 더 많이 실행한 것으로 나타났습니다.

앞으로 기업은 환경오염과 기후변화 위험을 해소하며 부정적 영향을 최소화하는 노력과 동시에 순환경제 및 자원순환을 위한 전략과 친환경 사회공헌 등 국민이 해결을 바라는 사회 이슈에 주목해야 할 것으로 분석됩니다.

국민과 기업이 주목한 이슈 비교



국민과 기업이 주목한 이슈 Gap



1 전국 17개 시도 성인남녀 1500명에게 '당신이 만약 100대 기업 CEO라면, 어떠한 문제 해결에 사회공헌 예산을 얼마큼 투입할 것인지'를 질문하고, 총 100억원의 예산을 사회문제별로 조정하되 총합이 100이 되도록 설정함. 주요 사회문제 카테고리과 함께 실제 100대 기업이 진행하고 있는 사회공헌 활동을 예시로 제시하고, 우리 사회의 수많은 문제들과 기업의 한정된 예산 및 자원의 한계를 고려해 우선순위를 고르라는 단서를 달고, 기업의 상황과 경영자로서의 책임을 고려하여 의사결정에 반영하도록 함.

100대 기업 사회공헌 이슈

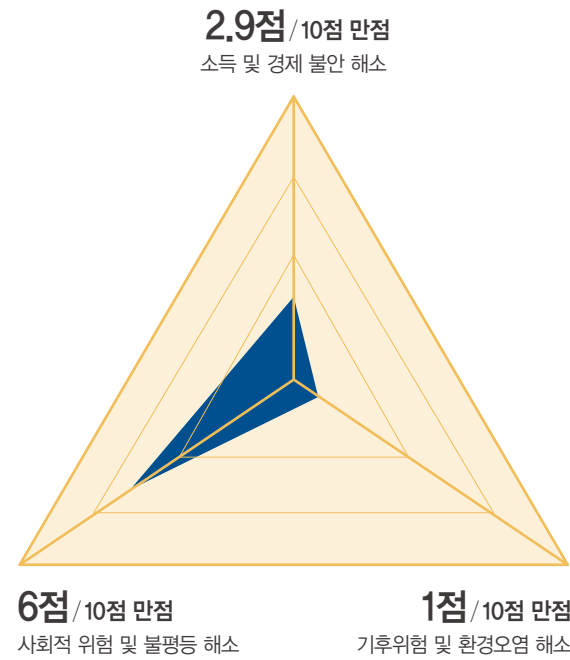
기업이 주목하는 사회문제는 무엇일까요?

국내 100대 기업의 418개 프로그램을 '2020 대한민국 사회문제' 분류 체계를 기준으로 매칭(3개 카테고리, 9개 사회문제) 테마하였습니다.

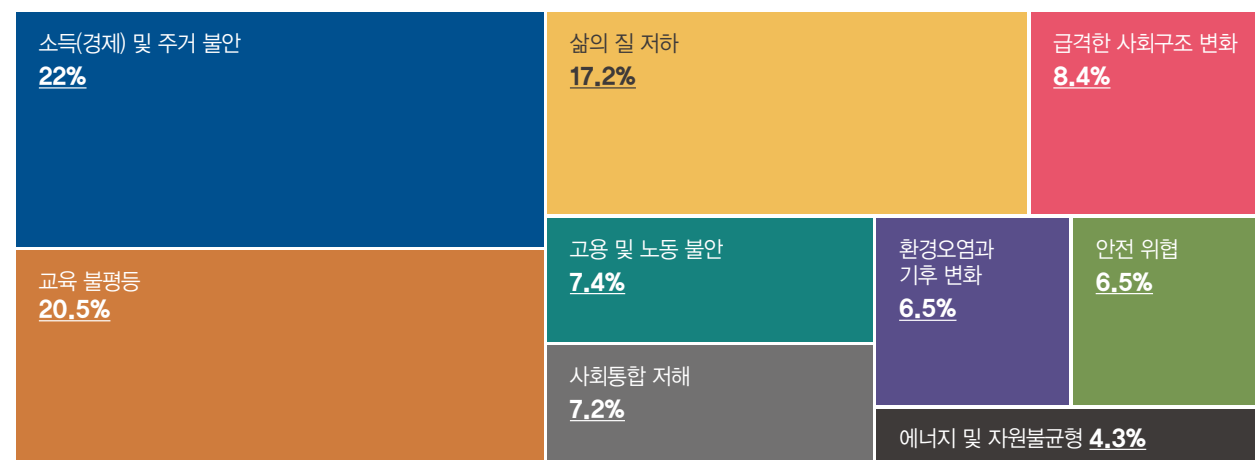
지난 1년간 국내 상위 100대 기업은 '사회적 위험 및 불평등 해소' 문제 해결을 위해 가장 많은 250개 사회공헌 프로그램을 실행했습니다. '소득 및 경제 불안 해소'를 위한 사회공헌 프로그램은 123개로 뒤를 이었고, '기후위험 및 환경오염 해소'를 위한 사회공헌은 45개로 가장 적었습니다.

또한 '소득 및 주거불안, 고용 및 노동 불안정, 교육 불평등, 삶의 질 저하, 급격한 사회구조 변화, 사회통합 저해, 안전 위협, 환경오염 및 기후변화, 에너지 및 자원 불균형' 등 총 9개 사회문제별로 매칭된 사회공헌 프로그램은 유사 및 중복 활동을 통합하여 각 문제당 최소 9개~16개씩 총 104개 사회공헌 프로그램을 도출했습니다.

분석 결과, '소득(경제) 및 주거 불안' 해소를 위한 사회공헌 프로그램이 22%(92개)로 가장 많았고, '교육 불평등' 해소를 위한 사회공헌이 20.5%(22개), '삶의 질 저하' 해결을 위한 사회공헌이 17.2%(72개)로 뒤를 이었습니다. 상대적으로 '안전 위협(6.5%)', '환경오염과 기후변화(6.5%)', '에너지 및 자원 불균형(4.3%)' 해결을 위한 사회공헌 프로그램의 비중은 적었습니다.



100대 기업 사회공헌이 주목한 사회문제



사회문제 해결을 위한 기업 사회공헌 특징을 분석하기 위해, 100대 기업 공시 데이터를 기준으로 현재 진행되고 있는 사회공헌 프로그램 418개를 9개 사회문제와 매칭하여, 유사 및 중복 활동을 통합한 104개 사회공헌 프로그램 유형을 도출하였습니다.

지난 1년간 진행된 기업 사회공헌 프로그램 유형을 사회문제 카테고리별로 분석한 결과, 소외계층 대상 현금·장학금 및 물품 지원이 가장 많았고, 기업이 가진 기술 및 역량을 활용한 자립·창업·인프라·서비스 제공형 사회공헌과 교육 및 체험형 사업이 주를 이루었습니다. 임직원 기부 및 봉사활동을 연계한 사회공헌 사업도 눈에 띄었습니다.

사회문제별 100대 기업의 Top3 사회공헌 프로그램 유형

	소득 및 주거불안	1위: 임직원 급여 일정액 후원 및 결식아동, 독거노인 등 취약계층 경제적 지원 2위: 빈곤층을 위한 집짓기, 주거 마련 지원, 마을 조성 및 건립 등 2위: 소외지역 및 저소득 가정 결식 문제 해소를 위한 돌봄, 상담 등 물품 및 현금 지원
	고용 및 노동 불안정	1위: 청년 취업 교육, 멘토링, 컨설팅 지원, 창업 자금과 비즈니스 모델 지원 2위: 사회문제 해결하는 소셜벤처 발굴 및 솔루션 지원 3위: 창업 컨설팅, 판로지원, 사업장, 투자, 해외진출 기회 마련 등
	교육 불평등	1위: 가정환경 어려운 학생들에게 장학금 전달 2위: 디지털 교육 소외 학생들에게 소프트웨어, 코딩, 과학, IT교육 및 콘텐츠 제공 3위: 청소년 및 청년 대상 직업 기술 및 진로체험 교육, 임직원 멘토링 및 진로상담
	삶의 질 저하	1위: 소외계층 환우 대상 의료비 및 수술비, 의약품 및 건강 프로그램 지원 2위: 도서지역, 노후주택 시설 보수 및 개도국 주민들의 안전한 생활 환경 조성 3위: 지역아동센터 등 복지시설 환경 조성 및 다양한 프로그램 지원
	급격한 사회구조 변화	1위: 지역에 공연, 전시, 축제, 문화예술 교육과 문화체험활동 지원 등 문화격차 해소 2위: 도농격차 해소를 위한 방범용 CCTV, 관제용 드론 등 ICT 인프라 지원 3위: 임산부 및 조부모를 위한 양육 교육 및 서비스와 돌봄 지원 3위: 무형문화재 복원 사업, 문화재 보존 활동, 전통문화를 재해석한 전시 지원
	사회통합 저해	1위: 다문화 가정 아동에게 한국의 역사 체험 및 토론 교실 운영 2위: 중증장애인, 발달장애인의 일자리 발굴 및 지원 3위: (해당 순위 프로그램 유형의 다수 중복으로 제외)
	안전 위협	1위: 교통사고 예방을 위한 투명우산 나눔, 안전운전키트 배포, 안전환경 개선 활동 등 2위: 전문 재난구조 조직 구성 등 전국 재난재해 복구와 응급의료 인력 및 구호품 지원 3위: 교통안전 정책, 제도, 교육 연구 지원 및 인식개선 활동
	환경오염 및 기후변화	1위: 해양생태계 보전 위한 하천, 해안 정화 활동 및 보호 식종 식재 등 2위: 친환경 교육을 통해 청소년에 올바른 생활습관 교육 및 환경의식 고취 3위: 몽골 등 사막화 지역에 숲 조성, 해당 지역주민 기후변화 교육 지원 3위: 국립공원에 자연재해 예방과 동식물 보호를 위한 자원봉사센터 설치, 환경정화 용품 지원 등
	에너지 및 자원 불균형	1위: 에너지 관련 교육을 통해 아동·청소년의 친환경 전력에 대한 이해 증진 2위: 지하수가 오염된 농촌 지역에 유해물질 제거 기능이 있는 정수기 지원 등 3위: 저소득층 가구의 주거 및 복지시설의 에너지 효율 개선, 에너지 비용 절감 지원 등

1 '한국인이 바라본 사회문제: 2020 인식조사&이슈분석(CSES · triplelight)'

CEO가 된 국민: 100대 기업 사회공헌 평가

당신이 100대 기업 CEO라면? 사회문제 해결을 위한 사회공헌 예산 100억원을 어떻게 배분하고 싶나요?

국민의 관심과 니즈를 반영한 사회공헌 프로그램은 무엇일까요. 실제 100대 기업이 진행하고 있는 사회공헌 프로그램을 기반으로 국민 인식 조사를 진행했습니다.

전국 17개 시도 성인남녀 1,500명에게 '당신이 만약 100대 기업 CEO라면, 어떠한 문제 해결에 사회공헌 예산을 얼마큼 투입할 것인지' 물었습니다. 총 100억원의 예산을 주고, 문제별로 비중을 조정하되, 총합이 100이 되도록 설정했습니다. 또한 주요 사회문제 카테고리과 함께 실제 100대 기업이 진행하고 있는 사회공헌 활동을 예시로 제시해, '당신이 만약 100대 기업 CEO라면, 해당 사회문제 해결을 위해 어떤 사회공헌 프로그램을 실행할 것인지' 선택하도록 했습니다. '우리 사회의 수많은 문제들과 기업의 한정된 예산 및 자원의 한계를 고려하여 우선순위를 고르라'는 단서를 달고, 기업의 상황과 경영자로서의 책임을 고려하여 의사결정에 반영하도록 했습니다.

분석 결과, 국민들은 '소득 및 주거불안' 문제해결을 위한 사회공헌 프로그램을 위해 100억 원 중 15억 3,000만원을 투입하겠다고 답했습니다. '삶의 질 저하' 문제해결에 11억 6,300만원, '환경오염 및 기후변화' 해결을 위한 사회공헌이 11억 3,700만원으로 뒤를 이었습니다.

모든 연령대에서 '소득 및 주거불안' 문제해결을 위한 사회공헌에 배정된 예산이 가장 많았지만, 2순위로 배정된 예산에는 차이를 보였습니다. 20대와 40대는 '삶의 질 저하', 30대는 '환경오염 및 기후변화', 50대는 '고용 및 노동 불안정' 문제 해결을 위한 사회공헌이 필요하다고 답했습니다.

	1순위	2순위	3순위
20대	소득 및 주거불안	삶의 질 저하	환경오염 및 기후변화
30대	소득 및 주거불안	환경오염 및 기후변화	삶의 질 저하
40대	소득 및 주거불안	삶의 질 저하	환경오염 및 기후변화
50대	소득 및 주거불안	고용 및 노동 불안정	삶의 질 저하

사회문제별로 가장 먼저 시도하겠다고 밝힌 1순위 사회공헌 프로그램은 코로나 시기에 최근 수면 위로 떠오르고 있는 이슈들과 연결되는 모습을 보였습니다.

'소득 및 주거불안' 문제 해결을 위한 사회공헌 프로그램으로는 '취약계층 청년을 위한 시세 이하 저렴한 주택 공급, 공유주거 및 복합공간 제공'이 1순위 활동으로 꼽혔습니다. '삶의 질 저하' 문제 해결을 위해서는 '소외계층 환우들 대상 의료비 및 수술비, 의약품 및 건강 프로그램 지원'처럼 의료 복지 활동이 가장 많은 선택을 받았습니다. '환경오염 및 기후변화' 해결을 위해서는 '수도권 매립지에 미세먼지 저감 수종 식재해 미세먼지 방지 숲 조성' 의지를 피력한 이들이 많았습니다.

그 밖에 청년 취업 지원, 재난 복구, 디지털 소외 학생 대상 IT 교육, 저소득층 주거 에너지 효율 개선, 중소기업 근로자 위한 공동 어린이집 개원, 의인 발굴 및 격려 등이 꼽혔습니다.

환경오염 및 기후변화 관련 사회공헌을 기대하는 국민의 관심이 높은 점이 눈에 띕니다. 기업마다 주목하는 이슈와 활용 가능한 역량 및 자원이 다른 만큼, 해당 이슈와 국민의 니즈를 반영한 사회공헌 프로그램을 기획 및 모니터링하며 진행해야 할 것으로 분석됩니다.

내가 만약 100대 기업 CEO라면... 100억 예산으로 실행할 1순위 사회공헌 프로그램은?

1	소득 및 주거불안 15억 3,000만원	 취약계층 청년을 위한 시세이하(40~80%)의 저렴한 주택 공급, 공유 주거 및 복합공간 제공
2	삶의 질 저하 11억 6,300만원	 소외계층 환우 대상 의료비 및 수술비, 의약품 및 건강 프로그램 지원
3	환경오염 및 기후변화 11억 3,700만원	 수도권 매립지에 미세먼지 저감 수종 식재 등 미세먼지 방지 숲 조성
4	고용 및 노동 불안정 11억 1,100만원	 청년 취업 교육, 멘토링, 컨설팅 지원 및 창업자금과 비즈니스 모델 지원
5	안전 위협 10억 7,800만원	 전문 재난구조 조직을 구성해 전국 재해재난 복구와 응급의료 인력 및 구호품 지원
6	교육 불평등 10억 5,400만원	 디지털 교육 기회 부족한 학생들에게 소프트웨어, 코딩, 과학 등 IT 교육 및 콘텐츠 제공
7	에너지 및 자원불균형 10억 3,300만원	 저소득층 가구의 주거와 복지시설의 에너지 효율을 개선해 에너지 비용 절감 지원
8	급격한 사회구조 변화 9억 8,300만원	 직장 및 국공립 어린이집 지원, 중소기업 근로자를 위한 공동직장 어린이집 개원
9	사회통합 저해 9억 1,100만원	 소방관, 용감한 시민, 의료인 등 의인을 발굴하고 격려 및 지원하는 프로그램

모든 직업군에서 자신이 CEO라면 100억원의 사회공헌 예산을 '소득 및 주거불안' 문제 해결을 위해 가장 많이 사용하겠다고 답했습니다. 사무/기술직, 기능/작업직, 자영업, 전업주부인 국민들은 '삶의 질 저하' 해소를 위한 사회공헌에 상대적으로 많은 예산을 투입하겠다고 했습니다. 대학(원)생과 무직인 국민들은 상대적으로 '환경오염 및 기후변화' 해소를 위한 사회공헌을 중요하게 생각하며, 판매/영업 서비스직은 '교육 불평등', 농/임/어/축산업 종사자는 '에너지 및 자원 불균형' 해소를 위한 사회공헌 예산 투입이 필요하다고 답했습니다. 공무원은 소득 및 주거불안, 교육 불평등, 고용 및 노동 불안정 문제 해결에 투입할 사회공헌 예산이 동일하게 나타났습니다.

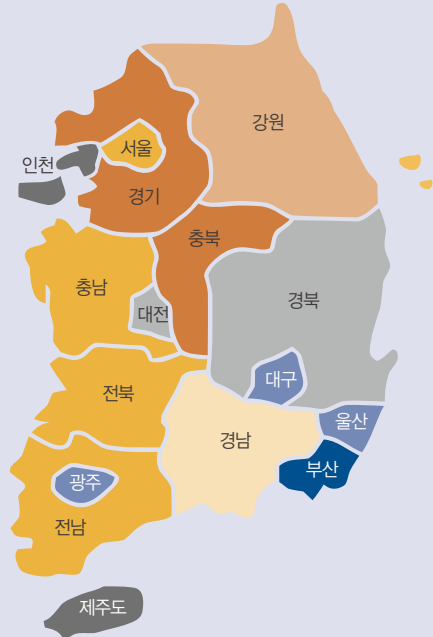
지역별 사회공헌 예산 우선 배분 이슈

지역별로는 '삶의 질 저하' 문제 해결을 위한 사회공헌 예산을 가장 많이 배분한 전남과 '교육 불평등' 해결을 위한 사회공헌을 1순위로 꼽은 제주를 제외하고는 모든 지역에서 '소득 및 주거불안' 해결을 위한 사회공헌에 가장 많은 예산을 투입하겠다고 밝혔습니다.

'소득 및 주거불안' 문제를 제외한 8개 이슈 중에서 가장 많은 사회공헌 예산을 투입한 사회문제를 지역별로 추가 분석을 진행했습니다. 분석 결과 서울·충북·전북·전남은 '삶의 질 저하' 문제 해결을 위한 사회공헌에 예산을 가장 많이 투입했고, 강원은 '사회통합 저해' 회복을 위한 사회공헌 활동의 시급성이 눈에 띄었습니다.

코로나 초기 확진자 확산으로 어려움을 겪었던 경북 지역 주민들은 '안전 위협' 문제 해결을 위한 사회공헌에 예산을 많이 투입하겠다고 밝혔고, 월성 원전 조기 폐쇄 결정으로 논란이 되고 있는 경남 지역 주민들은 '에너지 및 자원불균형'을 위한 사회공헌이 필요하다고 답했습니다. 한편, 광주·울산·전북·대구 지역 주민들은 '고용 및 노동 불안정' 문제를, 제주는 '교육 불평등' 해소를 위한 사회공헌에 가장 많은 예산을 투입하겠다고 밝혔습니다.

- 급격한 사회구조 변화
- 고용 및 노동 불안정
- 환경오염 및 기후변화
- 사회통합 저해
- 교육 불평등
- 안전 위협
- 삶의 질 저하
- 에너지 및 자원불균형

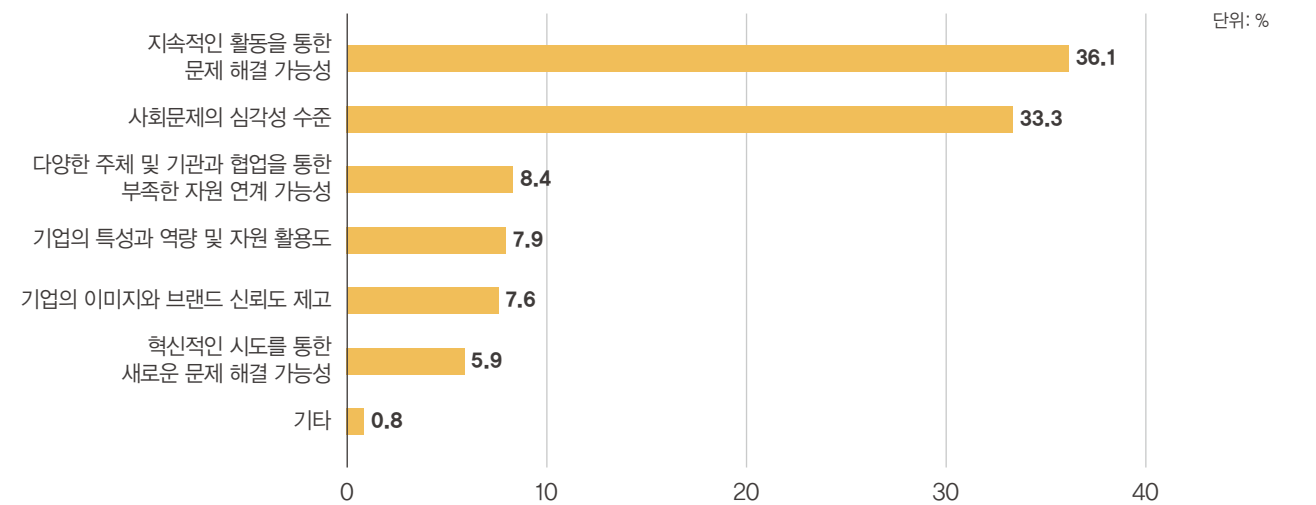











* '소득 및 주거불안' 문제를 제외한 8개 이슈 중에서 국민들이 가장 많은 사회공헌 예산을 투입하겠다고 밝힌 사회문제(전남과 제주를 제외한 모든 지역에서 소득 및 주거불안 이슈를 1위로 선택함)

사회문제별 예산 배분 Top3 사회공헌 프로그램

CEO가 된 국민들은 100억원의 예산을 사회문제별 최우선 사회공헌 프로그램에 배분할 때 '지속적인 활동을 통한 문제 해결 가능성(36.1%)'을 가장 많이 고려한 것으로 나타났습니다. '사회문제의 심각성 수준(33.3%)'이 근소한 차이로 뒤를 이었습니다. 이러한 기준을 통해 국민이 뽑은 사회문제별 최우선 사회공헌 프로그램을 살펴봅니다.

사회공헌 프로그램 우선순위 선정 기준



 소득 및 주거불안	1위: 취약계층 청년을 위한 시세 이하의 저렴한 주택 공급, 공유주거 및 복합공간 제공 2위: 빈곤층을 위한 집짓기, 주거 마련 지원, 마을 조성 및 건립 3위: 소외지역 및 저소득 가정 결식 문제 해소를 위한 돌봄, 상담 등 물품 및 현금 지원
 고용 및 노동 불안정	1위: 청년 취업 교육, 멘토링, 컨설팅 지원, 창업 자금과 비즈니스 모델 지원 2위: 경력단절 여성, 돌봄교사, 요양보호사, 유튜브 크리에이터 등 취업 훈련과 일자리 마련 3위: 지역 소상공인과 창작자의 온라인 창업과 진출을 위한 교육, 컨설팅, 공간 지원
 교육 불평등	1위: 디지털 교육 소외 학생들에게 소프트웨어, 코딩, 과학, IT교육 및 콘텐츠 제공 2위: 가정환경 어려운 학생들에게 장학금 전달 3위: 청소년 및 청년 대상 직업 기술 및 진로체험 교육, 임직원 멘토링 및 진로상담
 삶의 질 저하	1위: 소외계층 환우 대상 의료비 및 수술비, 의약품 및 건강 프로그램 지원 2위: 의료 취약층 대상 무료 건강검진 실시, 이동식 진료소 운영 및 서비스 지원 3위: 독거노인 건강 체크 인공지능 스피커, ICT 제품 제공, 생활관리사 관리 및 위급시 119 연계
 급격한 사회구조 변화	1위: 직장 및 공공기관 어린이집 지원, 중소기업 근로자 위한 공동직장 어린이집 개원 2위: 위기청소년 및 소년원생 범죄예방을 위한 교육 및 취업 지원 3위: 정보 사각지대에 있는 실버세대를 위한 금융 및 정보화 교육 제공
 사회통합 저해	1위: 소방관, 용감한 시민, 의료인 등 의인을 발굴, 격려 및 지원 프로그램 2위: 범죄피해자 가정 지원 및 주거환경 개선 지원, 범죄피해자 지원 캠페인 전개 3위: 시민들의 일상의 작은 도전을 서로 응원하는 행동 변화 플랫폼 운영 및 지원
 안전 위협	1위: 전문 재난구조 조직을 구성해 전국 재해재난 복구와 응급의료 인력 및 구호품 지원 2위: 소방관을 위한 방화복 세탁기 개발 및 제공 3위: 소외계층이 안심하고 살 수 있는 안심마을 조성 및 안전한 생활 환경 마련
 환경오염 및 기후변화	1위: 수도권 매립지에 미세먼지 저감 수종을 식재해 미세먼지 방지 숲 조성 2위: 환경 분야 사회적기업을 발굴 및 지원하는 통합 플랫폼 운영 3위: 해양 생태계 보전 위한 하천, 해안 정화 활동 및 보호 식종 식재
 에너지 및 자원 불균형	1위: 저소득층 가구와 복지시설의 에너지 효율을 개선해 에너지 비용 절감 지원 2위: 생활 속 일회용품 저감 사내 캠페인 시행 및 대중에게로 확대 3위: 먹을 수 있으나 판매할 수 없는 식품을 필요 기관에 기부해 식품폐기로 인한 환경부하 감소

* 100대 기업 공시 데이터 기준으로 현재 진행되고 있는 사회공헌 프로그램 410개를 9개 사회문제로 매칭하여, 유사 및 중복 활동을 통합한 104개 사회공헌 프로그램 유형을 도출하고, 기업명이 노출되지 않고 특정되지 않도록 활동 내용을 상세히 요약하여 설문조사를 실시함. 이는 국민들이 각 사회문제별 1~3순위로 꼽은 사회공헌 우수 프로그램임(순위 가중치 반영).

IV

특집 : 코로나 시대의 기업 사회공헌

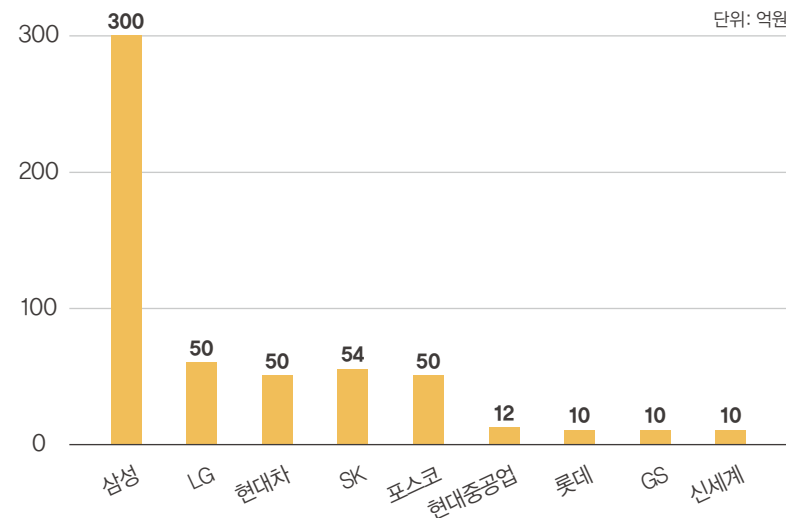


10대 그룹 코로나 사회공헌 현황

국내 10대 그룹은 코로나 해결을 위해 어떤 사회공헌을 펼쳤을까요?

2020년 전 세계를 위협한 코로나 바이러스(COVID-19)의 확산을 막고, 피해 복구를 지원하기 위해 국내 기업들도 동참했습니다. 특히 10대 그룹(삼성·현대차·SK·LG·롯데·포스코·한화·GS·현대중공업·신세계)은 코로나 확산세가 증가하던 올해 2월부터 약 560억원²의 자원을 투입한 것으로 조사됐습니다. 이는 사회복지공동모금회, 전국재해구호협회 등을 통해 대구·경북 등 국내외 피해 지역에 전달됐습니다.

10대 그룹 코로나 기부 현황



10대 그룹은 구호 성금 외에도 코로나 예방 및 해결을 위해 다양한 사회공헌 활동을 전개했습니다. 10대 그룹의 공시 자료(지속가능경영보고서, 홈페이지, 보도자료 등)를 바탕으로, 2020년 상반기 동안 진행된 주요 사회공헌 활동(총 149개)을 분석했습니다. 주요 활동은 그룹사 차원에서 진행한 프로그램과 주요 계열사의 프로그램을 대상으로 선정했습니다.

10대 그룹의 코로나 사회공헌 활동을 해결하려는 문제에 따라 총 4개 카테고리(코로나 피해자 및 피해 지역 지원, 협력사 지원, 고객 지원 및 소통, 지역경제 및 취약계층 지원)로 분류한 결과, **코로나 피해자·지역 지원** 활동이 68개(46%)로 가장 많았습니다. 10대 그룹은 의료진과 자원봉사자, 해외 피해 국가 등에 구호 성금과 의료용품, 인프라 등을 지원한 것으로 조사됐습니다. 이어 지역경제 및 취약계층 지원(28%), 협력사 지원(16%), 고객 지원 및 소통(11%) 순이었습니다.



- 코로나 피해자(지역) 지원
- 지역경제 및 취약계층 지원
- 협력사(파트너 기관) 지원
- 고객 지원 및 소통

코로나 예방 및 해결을 위한 사회공헌을 주요 대상별로 다시 분류해봤습니다. 10대 그룹은 코로나로 어려움을 겪는 **지역사회** 지원에 가장 힘썼습니다. 총 149개 사회공헌 활동 중 국내외 지역사회를 대상으로 한 활동이 30%로 제일 많았고, 올해 초 확진자 수가 크게 증가했던 대구·경북 지역을 집중 지원했습니다. 이어 사회적경제조직·중소기업(19%), 기타(15%), 전국민(불특정 다수)(13%) 순으로 분포했습니다. 기업들은 협력사·가맹점·대리점

등을 위한 금융, 서비스 지원 등으로 피해를 부담하고, 의료진과 자가격리자, 피해 공무원 등 코로나 특수성이 있는 대상들을 위한 사회공헌 활동을 펼쳤습니다.

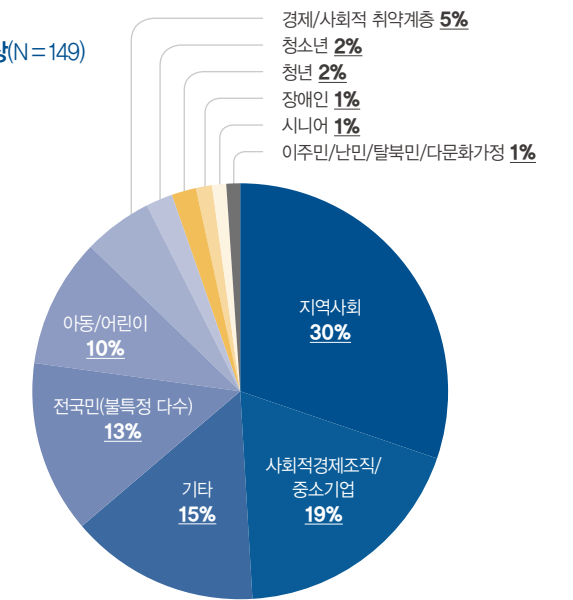
10대 그룹이 진행한 166개 사회공헌 유형을 분석³한 결과, **물품 기부(37%)**가 가장 많았습니다. 많은 기업이 코로나 유행으로 초기 품귀 현상이 일었던 마스크·손세정제·진단키트 등 위생용품과 구호 식료품, 생필품 등을 의료진·자가격리자·지역 취약계층 등에 기부했습니다. 이어 구호성금, 파트너 기관 긴급자금 지원 등 현금 기부(27%), 임시 치료시설, 자체 유통망 등 인프라 지원(13%), 무상 서비스 제공 등 서비스(9%) 순으로 나타났습니다.

10대 그룹이 2020년 상반기 전개한 코로나 사회공헌 중에는 **기업의 업(業)과 연계된** 활동이 눈에 띄었습니다. 총 149개 활동 중 23%(10대 그룹 중 6곳)가 기업의 비즈니스와 기술, 역량을 활용해 코로나 예방 및 해결에 나섰습니다. 삼성은 코로나 예방을 위한 손 씻기 앱, 위치 확인 앱, 화상회의 앱 등을 개발·지원했으며, 국내 마스크 제조 업체 4곳에 전문가를 파견해 평균 51% 생산량을 증가시켰습니다. 현대차는 러시아, 스페인 등 6개국에 의료진용 후송 차량을 기부하고 앰블런스 제작을 지원했고, LG는 오래 착용이 가능한 의료진용 전자식 마스크를 개발해 기부했습니다. 신세계는 홈쇼핑과 백화점을 통해 중소 브랜드 40여개의 판로를 지원했고, 지역 농가의 특산물을 사은품으로 매입해 지역사회를 도왔습니다.

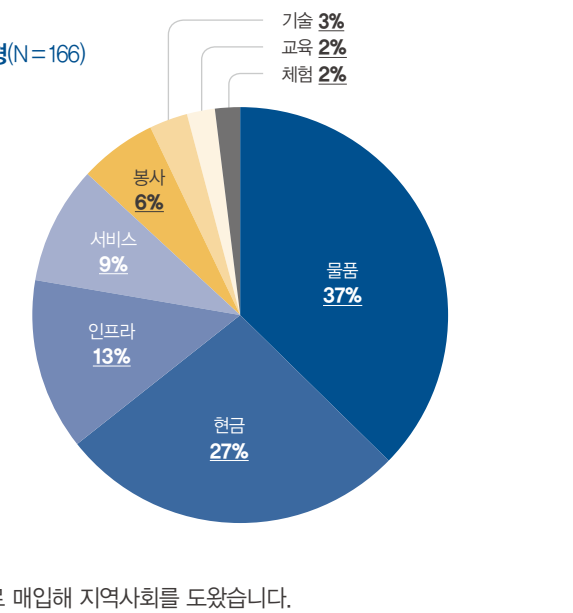
또한 **기존 사회공헌 프로그램과 연계 및 확장**해 코로나 해결에 기여한 곳도 있었습니다. 기아차는 고객이 카셰어링 서비스를 이용한 거리에 비례해 기부금을 적립하는 '굿 모빌리티 캠페인'을 통해 코로나 해결에 기여한 스타트업과 중소기업 8곳을 지원했습니다. GS는 예술 프로그램으로 청소년의 심리방역을 돕는 '마음톡톡'을 온라인에서 진행했고, 대구·경북 청소년 200명에 마음건강 키트를 전달했습니다. 롯데는 취약계층에 생필품을 지원하는 '플레저박스'를 통해 독거노인 1,500명에 마스크와 비누 등을 제공했고, 포스코는 의인을 선정하는 '포스코 히어로즈'를 통해 코로나 대처 중 순직한 공무원 자녀 2명에 장학금을 지원했습니다.

여러 주체들의 협력을 통해 코로나 해결을 꾀한 곳도 많았습니다. LG유플러스는 사육 인근인 서울 용산구의 구청, 주민센터, 교육복지센터 등과 함께 저소득층 아동 50가구를 선정하고, 마을기업이 제작한 도시락과 간식을 개교 전까지 지속적으로 공급했습니다. 롯데는 초록우산 어린이재단과 함께 전국 아동복지기관의 위기 아동 현황을 파악하고, 3,700여 아동의 가정에 식사 및 위생용품을 지원했습니다. SK는 대구의 사회적기업(동행, 서구웰푸드, 강북희망협동조합)들이 제작한 도시락을 대구·경북 지역 결식 위기 아동 1,500명 아동에게 전달했습니다.

10대 그룹 코로나 사회공헌 대상(N=149)



10대 그룹 코로나 사회공헌 유형(N=166)



1 10대 그룹 : 공정거래위원회 발표 대규모기업집단 중 1~11위(금융회사인 10위 농협 제외)
 2 10대 그룹이 2020년 상반기 그룹사 차원에서 전달한 코로나 구호 성금과 현금 기부 금액 중 추정액을 공시한 것만을 기준으로 함(관련 금액을 공시하지 않은 한화그룹은 제외)

3 각 프로그램당 최대 2개 유형씩 중복 분류함

국민이 바라본 코로나 시대의 사회공헌

1 코로나 시기 기업 신뢰도와 책임 평가

코로나 시기 국민의 기업 신뢰도 변화

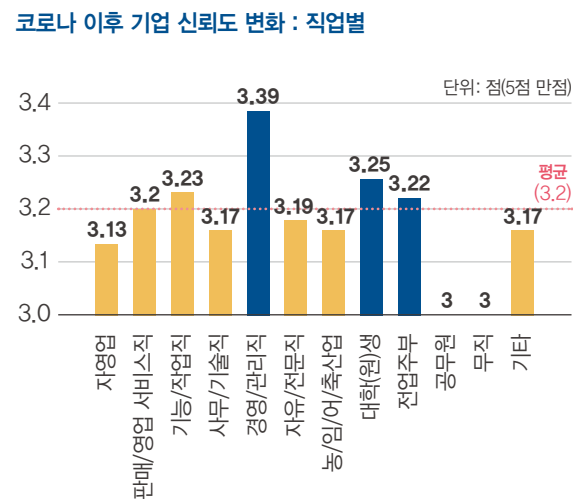
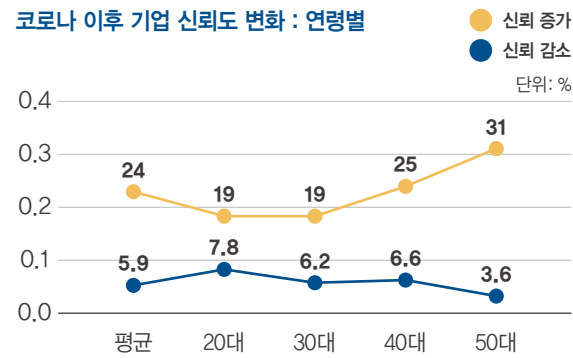
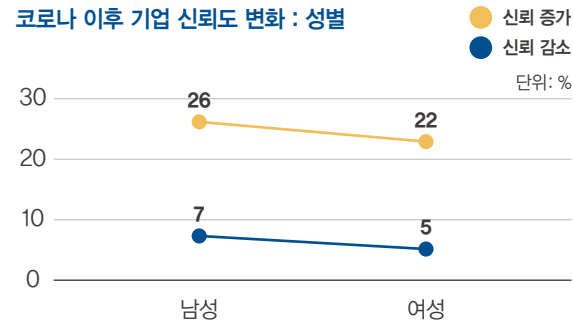
코로나19 바이러스가 전 세계를 덮친 2020년, 국민들의 기업에 대한 신뢰도는 어떻게 달라졌을까요?

전국 17개 도시 성인 남녀 1,500명을 대상으로 설문조사를 진행한 결과, 기업에 대한 신뢰도에 '변화가 없다(중립)'는 답변이 70.3%로 가장 많았습니다. 한편, 24%가 코로나 이후 기업을 더 신뢰하게 됐다고 응답했고, 6%가 신뢰가 떨어졌다고 답해, 전반적인 신뢰도 변화는 +18로 분석됐습니다.

연령별로는 50대의 31%가 코로나 이후 기업을 더 신뢰하게 됐다(매우 긍정적으로 변화했다, 긍정적으로 변화했다)고 답해, 가장 높은 비율을 보였습니다. 반면, 20대의 19%만이 기업을 더 신뢰하게 됐으며, 7.8%가 신뢰가 떨어졌다고 답해 연령이 높을 수록 신뢰도가 긍정적으로 변화한 양상을 보였습니다.

코로나 이후 기업 신뢰도 변화(전체 평균 3.2점)를 직업별 평균값을 산출한 결과, 경영 및 관리직(3.39점)의 신뢰도가 가장 긍정적으로 변했습니다. 반면, 무직(3점)과 자영업자(3.13점)의 신뢰도 변화는 가장 적었습니다. 이는 코로나로 인해 장기화된 구직난과 일자리 안정성 하락이 영향을 준 것으로 보입니다.

신뢰도 변화는 지역별로 다른 모습을 보였습니다. 전남(3.41점)과 광주(3.37점)는 신뢰도가 가장 긍정적으로 변화했고, 제주(3점) 및 세종(3점)은 변화가 거의 없었습니다. 코로나 확진자 수³ 1,2위 지역인 대구(7,197명)와 서울(6,372명)은 각각 3.22점, 3.21점으로 전국 평균(3.2점) 수준이었습니다.



1 코로나 이후 기업 신뢰도는 '매우 부정적으로 변화했다(1점)'부터 '변화없다(3점)', '매우 긍정적으로 변화했다(5점)'까지 5점 척도로 설문함
 2 긍정 응답자의 평균값에서 부정 응답자의 평균값을 뺀 값(중립 제외)
 3 질병관리청의 누적 코로나19 확진자 수, 2020년 11월 9일 0시 기준

코로나19와 기업의 사회적 책임

코로나 팬데믹(Pandemic · 대유행)으로 정부와 기업, 개인 등 사회 각 주체의 역할과 책임이 강조되고 있습니다. 국민은 코로나 시기 기업의 사회적 책임을 어떻게 인지하고 있을까요?

“기업은 코로나 바이러스 예방 및 해결을 돕기 위해 역할과 책임을 다해야 한다”

국민 1,500명을 대상으로 설문을 진행한 결과, 전체의 73.6%(1,104명)이 '기업이 코로나 바이러스 예방 및 해결을 돕기 위해 역할과 책임을 다해야 한다'고 응답했습니다.

코로나 예방 및 해결을 위한 기업의 역할과 책임에 동의하는 수준을 설문(5점 척도)한 결과, 20대(3.78점)부터 50대(4.11점)까지 연령이 높을 수록 기업의 역할 및 책임에 더 동의하는 것으로 나타났습니다. 응답별 비중을 보면, 50대의 78.7%, 40대의 77.4%가 기업에 역할과 책임을 다해야 한다고 답했고, 기업의 책임을 부정하는 비율은 20대가 7.8%로 가장 많았습니다.

직업별로는 농·임·축·수산업 종사자(4.33점)가 코로나 시기 기업의 책임을 요구하는 수준이 가장 높았고, 자영업(4.06점)과 경영 및 관리직(4.02점) 및 전업주부(4.02점) 순으로 뒤를 이었습니다. 지역별로는 충남(4.27점)과 제주(4.25점)가 전국 평균(3.95점)을 훌쩍 뛰어넘는 수준으로 기업의 역할과 책임을 중요하게 여기는 것으로 분석됩니다.

“나는 코로나 팬데믹 기간 동안 기업의 사회적책임 관련 의사결정과 활동의 현재와 미래를 지켜보겠다”

국민들은 코로나 시기 기업의 사회적책임과 역할을 얼마나 지켜보고 기억하려 할까요?

설문 결과, 국민 1,500명 중 66.9%(1,004명)가 '코로나 팬데믹 기간 동안 기업의 사회적책임과 관련된 의사결정 및 활동이 미래에 어떤 영향을 미칠지 기억하고 지켜보겠다'고 답했습니다. 해당 문장에 동의하는 수준을 설문(5점 척도)한 결과, 여성(3.85점)이 남성(3.75점)보다 더 동의하는 경향을 보였습니다. 연령별로는 50대(3.94점)의 동의 수준이 가장 높았고, 30대(3.66점)가 가장 낮았습니다(전체 평균은 3.8점).

지역별로는 코로나 이후 기업 신뢰도 점수가 가장 낮았던 제주(4.13점)와 충남(4.05점)이 기업을 향한 모니터링 의지가 가장 높은 것으로 나타났습니다.

4 '기업은 코로나 바이러스 예방 및 해결을 돕기 위해 역할과 책임을 다해야 한다'는 문장에 동의하는 수준을 '전혀 동의하지 않는다(1점)'부터 '매우 동의한다(5점)'까지 5점 척도로 설문함
 5 '나는 코로나 팬데믹 기간 동안 기업의 사회적책임과 관련된 의사결정 및 활동이 미래에 어떤 영향을 미칠지 기억하고 지켜보겠다'는 문장에 동의하는 수준을 '전혀 동의하지 않는다(1점)'부터 '매우 동의한다(5점)'까지 5점 척도로 설문함

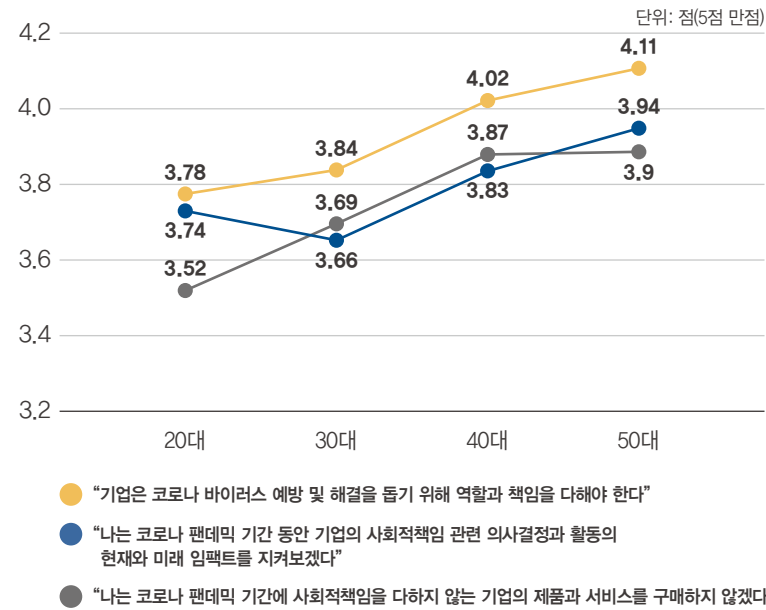
“나는 코로나 팬데믹 기간에 사회적책임을 다하지 않는 기업의 제품과 서비스를 구매하지 않겠다”

코로나 시기 기업의 무책임한 의사결정과 행동은 소비자의 구매의도에 어떤 영향을 미칠까요?

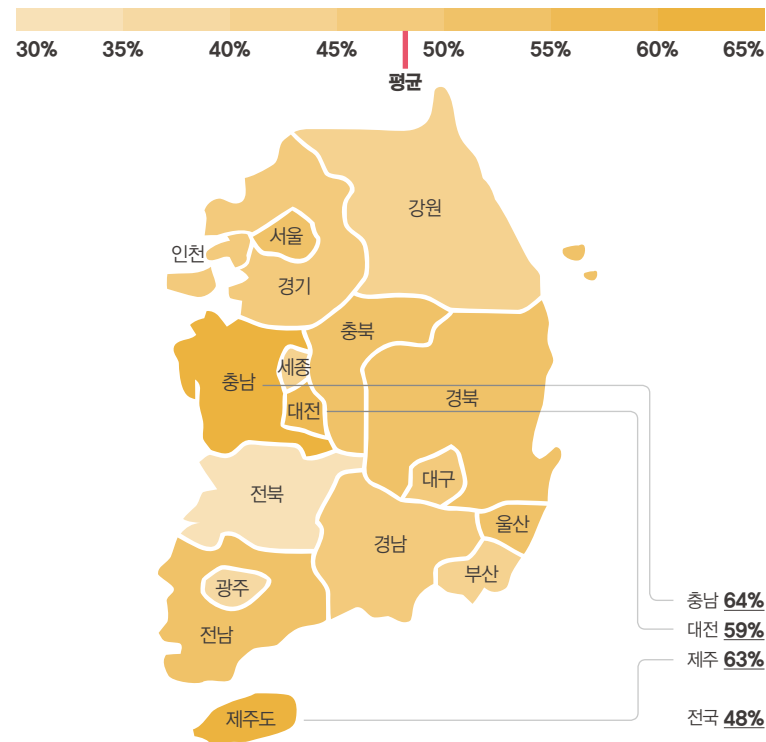
코로나 팬데믹 기간에 ‘사회적책임을 다하지 않는 기업의 제품과 서비스를 구매하지 않겠다’는 답변이 국민 1,500명 중 과반이 넘는 62.1%(932명)로 나타났습니다. 해당 문장에 동의하는 수준을 설문(5점 척도)한 결과, 남성과 여성이 모두 3.76점으로 전체 평균과 동일한 수준이었습니다. 또한 연령대가 높을 수록 코로나 시기 사회적책임을 다하지 않는 기업의 제품 및 서비스에 대한 불매 의지가 높게 나타났습니다.

직업별로는 농·임·축·수산업 종사자(4.33점)의 불매 의지가 가장 높았고, 무직(3.62점)·대학생(3.63점)·판매 및 영업직(3.69점)의 불매 의지는 상대적으로 낮은 것으로 조사됐습니다. 지역별로는 서울 응답자의 67.3%가 타 지역 대비 긍정하는 비율이 높았습니다.

코로나 시기 기업의 사회적책임과 역할 : 연령별

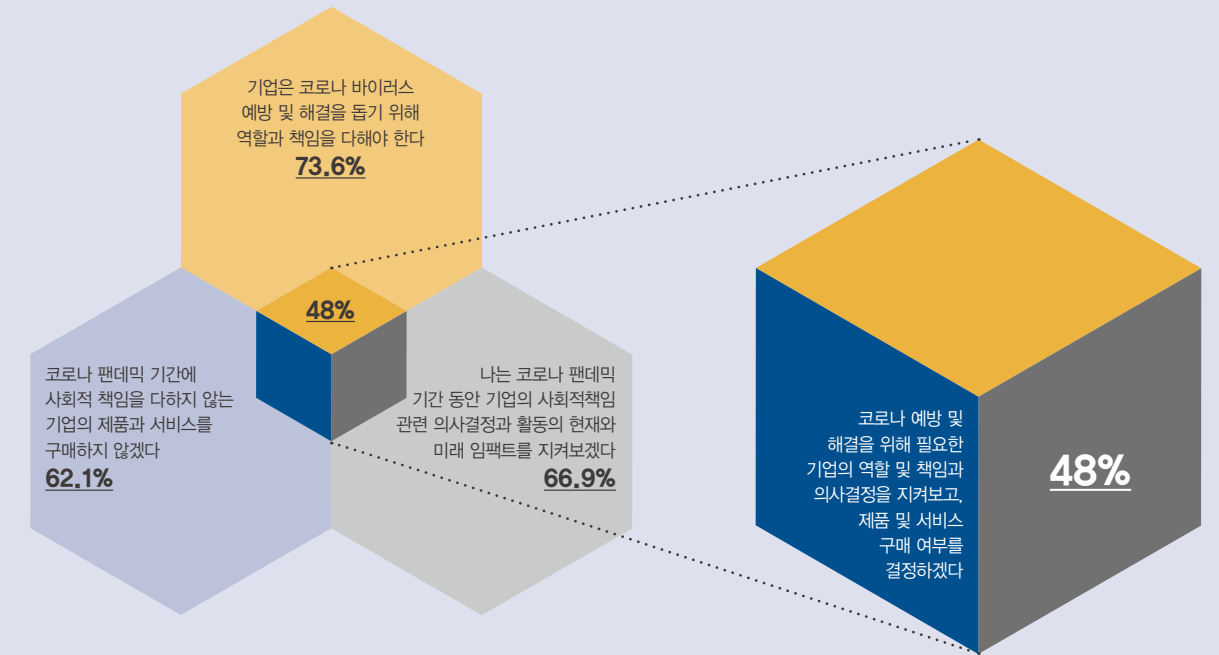


코로나 시기 기업의 사회적책임과 역할 : 지역별



6 나는 코로나 팬데믹 기간에 사회적책임을 다하지 않는 기업의 제품과 서비스를 구매하지 않겠다’는 문장에 동의하는 수준을 ‘전혀 동의하지 않는다(1점)’부터 ‘매우 동의한다(5점)’까지 5점 척도로 설문함

코로나 시기 국민이 바라본 기업의 사회적 책임



“기업은 코로나 바이러스 예방 및 해결을 돕기 위해 역할과 책임을 다해야 한다”	73.6%
“나는 코로나 팬데믹 기간 동안 기업의 사회적책임 관련 의사결정과 활동의 현재와 미래 영향을 지켜보겠다”	66.9%
“코로나 팬데믹 기간에 사회적 책임을 다하지 않는 기업의 제품과 서비스를 구매하지 않겠다”	62.1%
“코로나 예방 및 해결을 위해 필요한 기업의 역할 및 책임과 의사결정을 지켜보고, 제품 및 서비스 구매 여부를 결정하겠다”	48%

기업의 사회적 책임을 강조한 이들은 기업 활동의 임팩트에 대한 관심 또한 높은 것으로 나타났습니다. 기업이 책임을 다해야 한다고 답한 1,104명 중 81%(전체의 59%)가 ‘사회적 책임과 관련된 기업의 의사결정과 활동이 미래에 미칠 영향을 지켜보겠다’고 했습니다. 같은 응답자 중 75%(전체의 55%)는 사회적 책임을 다하지 않는 기업의 제품을 구매하지 않겠다고 답했습니다. 코로나와 관련한 기업의 사회적책임, 기업의 현재와 미래 의사결정 모니터링 의사, 제품 및 서비스 불매 의지 등 3개 문항에 모두 긍정한 국민은 48%로 절반 수준에 달했습니다.

코로나19와 같은 국가적 재난 상황에서 기업의 책임과 역할을 필요로 하는 국민들이 많은 만큼, 시기와 니즈를 고려한 지원 활동이 이뤄져야 할 것으로 분석됩니다. 또한 현재 기업의 의사결정과 행동을 기억하고, 미래에 미칠 영향을 지켜보며, 제품 및 서비스 구매 여부를 결정하겠다는 적극적 의지를 표명하는 이들이 많은 만큼 기업이 우리 사회에 미치는 영향을 지속적으로 관리 및 개선해 나가야 할 것으로 보입니다.

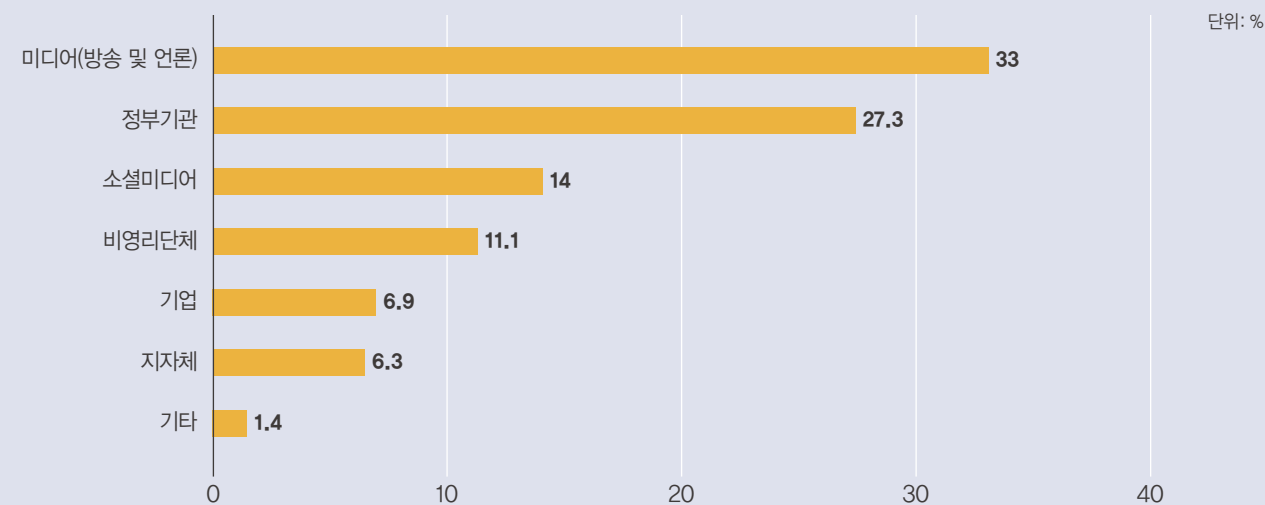
국민이 신뢰하는 코로나 사회공헌 채널

국민은 코로나 예방 및 해결을 위한 기업의 사회공헌 활동 소식을 다양한 채널을 통해 접하고 있습니다. 국민이 가장 신뢰하는 채널은 무엇일까요? 국민이 사회공헌을 접하는 채널을 총 7개 카테고리(정부기관, 지자체, 비영리단체, 미디어, 기업 홍보 채널, 소셜미디어, 기타)로 분류하고, 가장 신뢰하는 1개 채널을 선택하도록 했습니다.

설문 결과, **미디어(방송 및 언론)**를 신뢰하는 국민이 33%로 가장 많았고, 정부기관(27.3%), 소셜미디어(14%), 비영리단체(11%) 순으로 나타났습니다. 미디어의 경우, 특히 여성의 신뢰 비율이 높았으며, 전업주부와 무직 및 기타 직업군이 상대적으로 더 신뢰했습니다. 소셜미디어는 20대의 18.9%, 대학(원)생의 19.1%가 신뢰한 반면, 50대의 신뢰도는 9.5%로 가장 낮았습니다. 한편, 기업의 홈페이지, 뉴스레터 등 자체 홍보채널을 가장 신뢰하는 비율은 6.9%로 타 채널 대비 낮은 편이었습니다.

기업의 자체적인 채널을 통한 사회공헌 커뮤니케이션을 상대적으로 불신하는 만큼, 미디어 및 정부기관 등을 통해 코로나19와 같은 재난 지원 활동이 전달되는 것이 활동의 신뢰도를 높일 것으로 분석됩니다.

코로나 사회공헌 채널 신뢰도



2 코로나 시기 기업 사회공헌 평가

국민이 평가한 코로나 사회공헌 점수는?

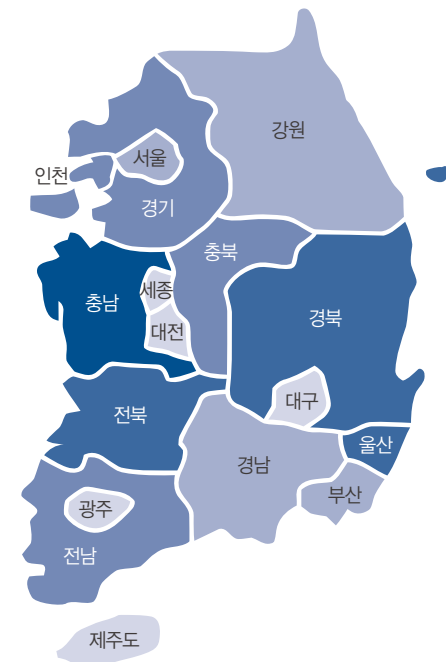
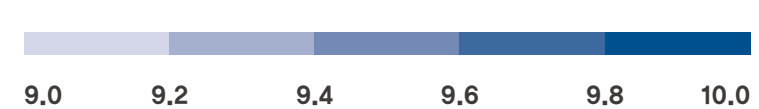
2020년 상반기 국내 기업들은 코로나 예방과 해결을 위해 다양한 사회공헌 활동을 전개했습니다. 이에 대한 국민들의 평가는 어떨까요? 설문 결과, 기업들의 코로나 사회공헌 점수는 10점 만점에 **6.35점**으로 나타났습니다. 20대와 대학(원)생이 6.41점, 6.57점으로 상대적으로 높게 평가했습니다. 지역별로는 충남이 7점으로 가장 높은 점수를 썼고, 제주도는 5.75점으로 가장 낮게 평가했습니다.

그렇다면 코로나 시기, 기업의 사회공헌 활동의 진정성 점수는 몇 점일까요? 국민 1,500명이 평가한 진정성은 5점 만점에 **3.01점**으로 '보통' 수준으로 나타났습니다. 전체의 24.5%가 '의심이 간다'고 응답했으며, 대학(원)생의 의심 정도가 타 직업군 대비 높았습니다. 지역 중에는 경남(2.76점) 및 대구(2.81점)가 가장 낮은 점수를 썼습니다.

국민이 매긴 코로나
사회공헌 점수
6.35점 / 10점 만점

코로나 시기 기업
사회공헌 활동의 진정성 점수
3.01점 / 5점 만점

지역별 코로나 사회공헌 & 진정성 점수 (총합)



순위	지역	사회공헌 점수	진정성 점수	합계
1	충남	7	3	10
2	울산	6.55	3.16	9.71
3	경북	6.54	3.11	9.65
4	전북	6.54	3.11	9.65
5	전남	6.35	3.18	9.53
6	경기	6.4	3.1	9.5
7	충북	6.35	3.13	9.48
8	인천	6.32	3.11	9.43
	전국 평균	6.35	3.01	9.36
9	부산	6.25	3.07	9.32
10	경남	6.52	2.76	9.28
11	광주	6.39	2.88	9.27
12	서울	6.3	2.93	9.23
13	강원	6.33	2.9	9.23
14	대전	6.14	3.02	9.16
15	대구	6.23	2.81	9.04
16	세종	6.17	2.83	9
17	제주도	5.75	2.88	8.63

국민이 꼽은 코로나 우수 사회공헌 Top10

국민은 코로나 사회공헌 중 어떤 활동에 가장 높은 점수를 줬을까요?

10대 그룹이 2020년 상반기 진행한 다양한 활동을 총 4개 카테고리(코로나 피해자 지원, 협력사 지원 및 협력, 고객 지원 및 소통, 지역경제 및 취약계층 지원)로 분류하고, 카테고리별로 10개씩 총 40개의 프로그램 유형을 제시했습니다. 이렇게 제시된 코로나 예방 및 지원 활동 중 최고의 사회공헌 프로그램을 선택하도록 했습니다.

설문 결과, 국민은 '피해 지역에 의료용품 및 기부금 지원' 활동을 코로나 사회공헌 1위로 꼽았습니다(순위 가치치 반영). 마스크와 손세정제 등 코로나 확산 초기에 품귀현상을 겪었던 의료용품 지원을 가장 시급하고 필요한 활동으로 인식한 것으로 보여집니다. 의료용품과 기부금 지원은 올해 상반기 10대 그룹이 공통적으로, 가장 먼저 시행한 활동이기도 합니다. 올해 초 확진자 수가 크게 증가한 대구·경북 지역을 포함한 12개 시도에서도 의료용품 지원을 가장 필요한 프로그램으로 꼽았습니다.

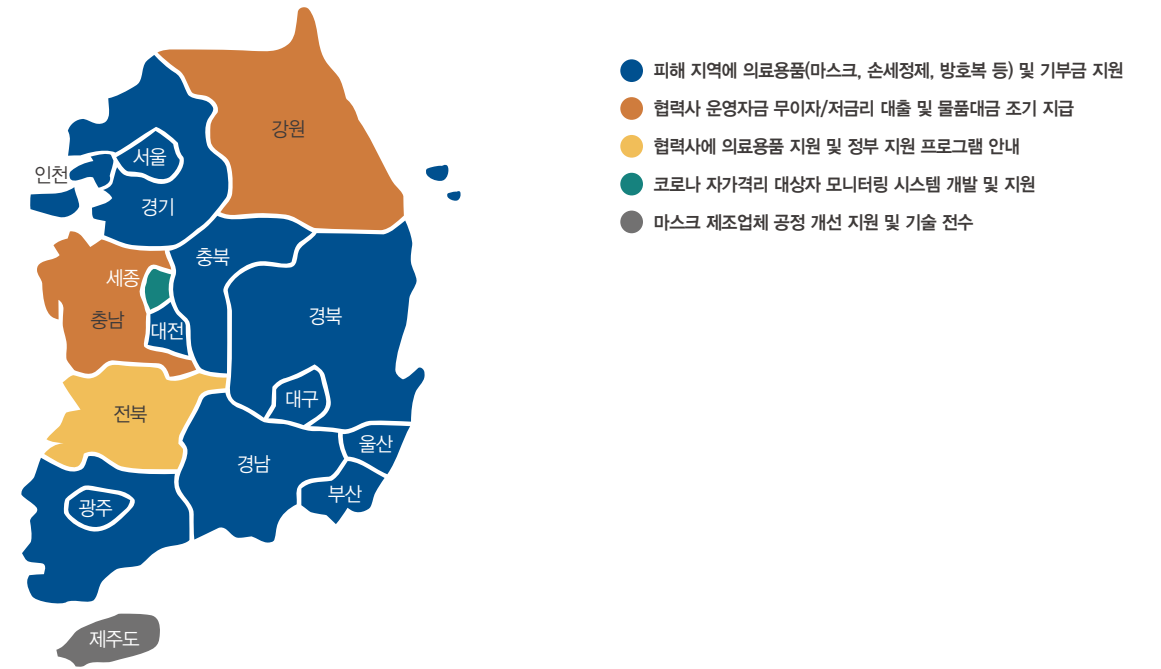
'회사 연수원을 코로나 생활치료센터로 제공(치료병상 부족)'하는 사회공헌이 2위를 차지했고, '협력사 운영자금 무이자/저금리 대출 및 물품대금 조기 지급(중소기업 경영난)'이 3위에 올랐습니다. '디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원(온라인 개학)(4위)'과 '마스크 제조업체 공정 개선 지원 및 기술연수(5위)'가 뒤를 이었습니다.

국민이 선정한 코로나 사회공헌 Top10

순위	활동	유형
1	피해 지역에 의료용품(마스크, 손세정제, 방호복 등) 및 기부금 지원	코로나 피해자(지역) 지원
2	회사 연수원을 코로나 생활치료센터로 제공	코로나 피해자(지역) 지원
3	협력사 운영자금 무이자/저금리 대출 및 물품대금 조기 지급	협력사(파트너 기관) 지원 및 협력
4	디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원	고객 지원 및 소통
5	마스크 제조업체 공정 개선 지원 및 기술 연수	협력사(파트너 기관) 지원 및 협력
6	용자고객 대상 보험료 납입과 대출원리금 상환 6개월 유예	고객 지원 및 소통
7	협력사 긴급자금 조달 및 가맹금 면제	협력사(파트너 기관) 지원 및 협력
8	온누리상품권, 화분, 농산물 구매 등 지역농가 지원	지역경제 및 취약계층 지원
9	원격근무 위한 실시간 화상회의 솔루션 앱 개발 및 지원	고객 지원 및 소통
10	소상공인 경영지원 솔루션(매장 위치 홍보, 알바관리 등) 무상 지원	지역경제 및 취약계층 지원

1 코로나 관련 사회공헌 4개 유형별 카테고리별로 가장 잘한 프로그램 1개씩을 선정한 뒤, 최종 선정된 4개 프로그램의 순위를 매기는 방식으로 진행함(1~4위)

지역별 1위 프로그램 유형



연령별 Top5 프로그램

	20대	30대	40대	50대
1위	피해 지역에 의료용품(마스크, 손세정제, 방호복 등) 및 기부금 지원			
2위	디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원	회사 연수원을 코로나 생활치료센터로 제공	회사 연수원을 코로나 생활치료센터로 제공	협력사 운영자금 무이자/저금리 대출 및 물품대금 조기 지급
3위	마스크 제조업체 공정 개선 지원 및 기술 연수	디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원	디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원	회사 연수원을 코로나 생활치료센터로 제공
4위	용자고객 대상 보험료 납입과 대출원리금 상환 6개월 유예	용자고객 대상 보험료 납입과 대출원리금 상환 6개월 유예	협력사 운영자금 무이자/저금리 대출 및 물품대금 조기 지급	마스크 제조업체 공정 개선 지원 및 기술 연수
5위	코로나 자가격리 대상자 모니터링 시스템 개발 및 지원	마스크 제조업체 공정 개선 지원 및 기술 연수	협력사 긴급자금 조달 및 가맹금 면제	소상공인 경영지원 솔루션(매장 위치 홍보, 알바관리 등) 무상 지원

CEO가 된 국민: 국민이 직접 코로나 사회공헌 예산을 쓴다면?

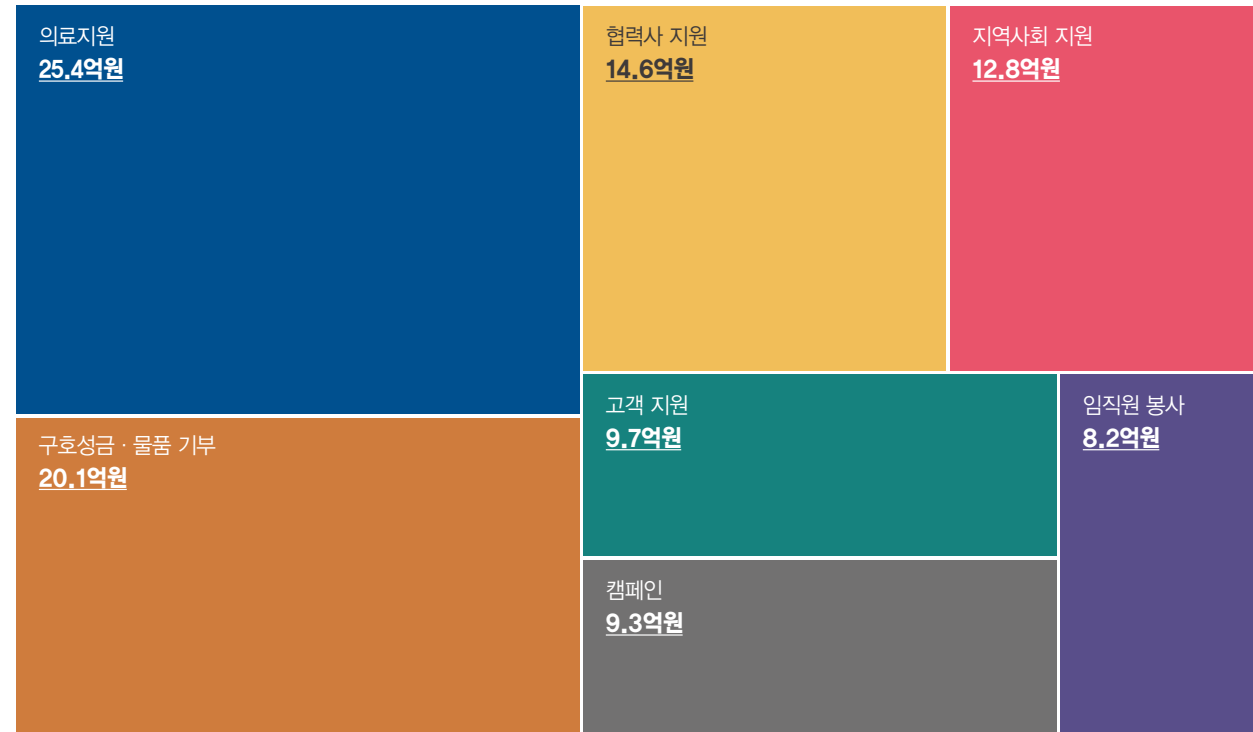
코로나 기간 동안 100대 기업의 CEO(최고책임경영자)가 된 국민은 과연 어떠한 사회공헌 활동에 주목할까요? 국민 1,500명에게 기업의 CEO가 됐다고 가정하고, 코로나 해결을 위해 사용할 수 있는 자원(비용, 시간)을 100억원씩 부여했습니다. 2020년 상반기 국내 기업들이 진행한 활동을 총 7개 카테고리(구호 성금·물품 기부, 의료지원, 협력사 지원, 고객 지원, 지역사회 지원, 임직원 봉사, 캠페인)로 분류하고, 국민들이 각 활동에 배분할 금액을 자유롭게 정하되, 총액이 100억원이 되도록 설정했습니다.

CEO가 된 국민들은 의료지원에 평균적으로 가장 많은 금액을 투입했습니다. 전체 예산의 25%(100억원 중 25억원)가 의료지원에 배분됐고, 이어 구호 성금·물품 기부(20%), 협력사

지원(15%), 지역사회 지원(13%) 순이었습니다.

예산 배분 시 가장 고려한 요소는 **코로나 문제의 심각성 수준(28.7%)**이었습니다. 이어 **코로나 문제 해결 가능성(22.7%)**, **외부 자원 연계 가능성(17.7%)**, **기업 자원 활용도(14.5%)** 순으로 나타났습니다. 국민 건강을 위협하는 코로나 팬데믹의 특성상, 의료 지원이 가장 심각하고 시급하다고 판단한 것으로 보입니다.

국민 CEO가 배분한 사회공헌 예산



- 의료지원(의료용품 제조, 코로나 진단키트, 의료 모니터링 등 관련 기술/서비스 지원)
- 구호성금·물품 기부(피해 지역 및 저소득 가구에 성금 및 위생용품과 생필품 기부)
- 협력사 지원(협력사 가맹금 감액, 운영자금 저금리 대출 등 직원보호 지원)
- 지역사회 지원(전통시장 및 소상공인 판로 지원, 아동 및 청소년 생계 및 교육 지원)
- 고객 지원(원격근무 위한 언택트 서비스 무상 제공, 제품 및 서비스 무상 제공 등)
- 캠페인(대국민 모금 및 의료진 응원 메시지 등 코로나 캠페인)
- 임직원 봉사(임직원 헌혈, 농촌 일손돕기, 구호물품 키트 제작, 방역 봉사 등)

포스트 코로나, 사회공헌 깊이보기

코로나19의 세계적 확산으로, 전국민이 유례 없는 재난 상황을 겪고 있습니다. 코로나에 대응하는 기업의 사회적책임과 역할 수행에 따라 기업에 대한 신뢰도와 국민의 인식 또한 변화할 것으로 전망됩니다. 코로나를 겪은 국민들은 어떤 프로그램을 중요하다고 평가할까요? 국민 1,500명의 데이터를 다양한 각도로 심층 분석했습니다.

Question1.

코로나 이후 기업 신뢰도가 높아진 사람들은 어떤 사회공헌 활동을 우수하다고 평가했을까요?

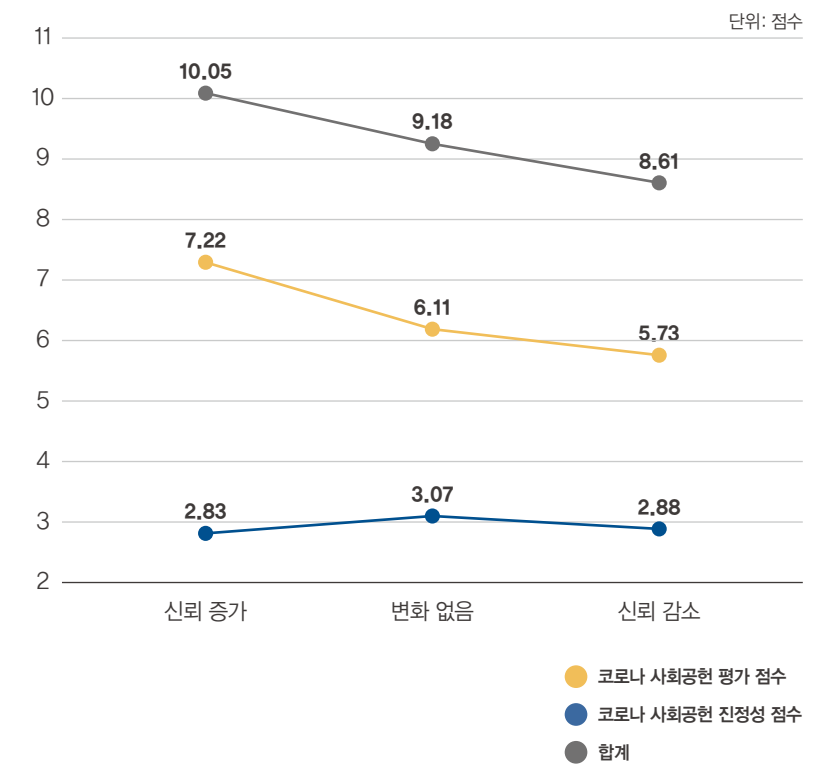
코로나 이후 기업에 대한 신뢰도가 높아진 이들은 기업의 사회공헌을 어떻게 평가했는지 교차분석을 통해 살펴봤습니다. 신뢰도 변화는 1점(매우 부정적으로 변했다)부터 5점(매우 긍정적으로 변했다)까지 5점 척도로 설문했습니다. 응답자를 신뢰도가 높아진 그룹(4~5점)과 낮아진 그룹(1~2점), 변화없음(4점) 등 3개 그룹으로 분류하고, 코로나 사회공헌에 대한 평가(10점 만점)와 매칭했습니다.

분석 결과, 코로나 전보다 기업을 더 신뢰하게 된 이들은 코로나 사회공헌에 7.22점으로 전체 평균(6.35점) 대비 높은 점수를 줬습니다. 신뢰도가 낮아진 이들은 코로나 예방 및 지원을 위한 기업의 사회공헌 활동에 5.73점을, 변화가 없는 군은 6.11점을 줬습니다.

한편, 기업에 대한 신뢰도가 높아져도 진정성에 대한 의심은 남아있었습니다. 코로나 이후 기업을 더 신뢰하게 된 이들은 코로나 사회공헌의 진정성에 대해 전체 평균(3.01점) 보다 낮은 2.83점을 줬습니다.

코로나 예방 및 지원을 위한 기업의 사회공헌을 긍정적으로 평가하지만, 기업에 대한 관심이 높은 그룹인 만큼 활동의 진정성을 더욱 면밀하게 들여다보는 것으로 분석됩니다. 기업 신뢰도에 변화가 없다고 응답한 그룹이 오히려 3.07점으로 기업의 진정성 점수가 높은 이유도, 기업을 향한 상대적인 기대치의 차이에서 비롯된 결과로 해석됩니다.

코로나 이후 기업 신뢰도 변화와 사회공헌 & 진정성 점수 비교



기업 신뢰도 변화에 따라 우수 사회공헌 활동에 대한 생각도 다를까요?

2020년 상반기 진행된 10대 그룹의 사회공헌 활동을 유사 및 중복 프로그램을 통합하여, 총 40개 유형으로 분류해, 이 중 가장 우수한 사회공헌 활동을 선택하도록 했습니다.

코로나 전보다 기업 신뢰도가 높아진 그룹(4.5점)과 낮아진 그룹(1.2점)의 'Top10 사회공헌'을 비교한 결과, 신뢰도가 높아진 그룹은 '마스크 제조업체 공정 개선 지원 및 기술 전수'와 '소상공인 경영지원 솔루션 무상 지원'과 같은, 공급망과 협력사 지원형 사회공헌을 상대적으로 우수하다고 평가했습니다. 반면, 신뢰도가 낮아진 그룹은 '온누리 상품권, 화분 등 지역농가 지원', '취업 어려워진 장애인 비대면 교육 등 화상시스템 제공'을 더 필요한 활동으로 봤습니다.

한편, 기업에 대한 신뢰도가 매우 긍정적으로 변한 국민들(5점)은 '회사 연수원을 코로나 생활치료센터로 제공'을 최우수 활동으로 꼽았습니다. '원격근무 위한 실시간 화상회의 솔루션 앱 개발 및 지원', '디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원'이 뒤를 이었습니다. 이들은 '기업 유통 플랫폼에 제품 판매 지원 및 수수료 면제', '코로나 방역 숨은 영웅 찾기 참여 고객에 매칭 기부' 등을 다른 활동보다 우수하다고 평가했습니다.

코로나 이후 기업 신뢰도 변화에 따른 우수 사회공헌 Top10

신뢰도가 증가한 사람		신뢰도가 감소한 사람	
1위	피해 지역에 의료용품(마스크, 손세정제, 방호복 등) 및 기부금 지원	피해 지역에 의료용품(마스크, 손세정제, 방호복 등) 및 기부금 지원	
2위	협력사 운영자금 무이자/저금리 대출 및 물품대금 조기 지급	협력사 운영자금 무이자/저금리 대출 및 물품대금 조기 지급	
3위	회사 연수원을 코로나 생활치료센터로 제공	회사 연수원을 코로나 생활치료센터로 제공	
4위	디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원	디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원	
5위	마스크 제조업체 공정 개선 지원 및 기술 전수*	용자고객 대상 보험료 납입과 대출원리금 상환 6개월 유예	
6위	원격근무 위한 실시간 화상회의 솔루션 앱 개발 및 지원	온누리상품권, 화분, 농산물 구매 등 지역농가 지원*	
7위	협력사 긴급자금 조달 및 가맹금 면제	원격근무 위한 실시간 화상회의 솔루션 앱 개발 및 지원	
8위	코로나 자가격리 대상자 모니터링 시스템 개발 및 지원	코로나 자가격리 대상자 모니터링 시스템 개발 및 지원	
9위	소상공인 경영지원 솔루션(매장 위치 홍보, 알바관리 등) 무상 지원*	협력사 긴급자금 조달 및 가맹금 면제	
10위	용자고객 대상 보험료 납입과 대출원리금 상환 6개월 유예	취업 어려워진 장애인 비대면 교육, 직무 시험, 기업면접 등 화상시스템 제공*	

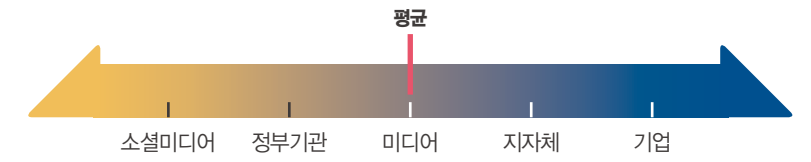
* 타 그룹 대비 상대적으로 높게 평가한 프로그램

Question2.

기업의 사회공헌 홍보 채널을 신뢰하는 사람들은 사회공헌 활동도 긍정적으로 평가할까요?

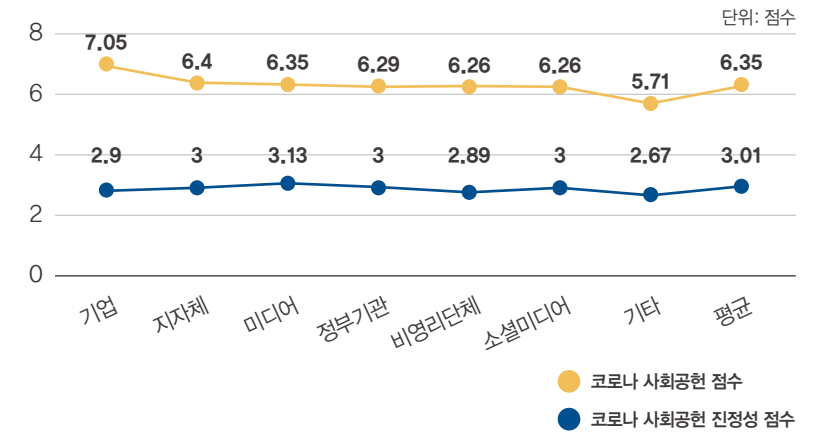
코로나 관련 홍보 채널에 대한 신뢰도와 코로나 사회공헌 평가 점수를 매칭하여 분석해봤습니다. 정부기관, 미디어, 지자체, 소셜미디어, 기업 등 각 주체별 홍보 채널 중에서 '기업' 채널을 가장 신뢰하는 이들은 7.05점(전체 평균 6.35점)으로, 코로나 관련 사회공헌 활동에

가장 후한 점수를 줬습니다. 반면, '신뢰 채널 없음 또는 기타 채널'을 꼽은 그룹은 코로나 관련 사회공헌 활동을 평균(6.35점) 이하인 5.71점으로 평가했습니다.



코로나 시기 기업 사회공헌의 진정성에 대한 평가는 어떨까요? 미디어(3.13점)를 가장 신뢰하는 응답자들은 코로나 관련 사회공헌 활동에 대해 비교적 높은 진정성 점수를 줬습니다(전체 평균 3.01점). 반면, 비영리단체(2.84점)와 기타 채널(2.67점, 신뢰 채널 없음 등)을 가장 신뢰하는 이들은 기업 사회공헌의 진정성을 더 의심하는 편이었습니다.

신뢰 채널별 코로나 사회공헌 평가



사회공헌 정보 채널에 대한 선호에 따라 우수 사회공헌 프로그램에 대한 평가는 어떻게 달라질까요?

기업이 운영하는 홍보 채널을 가장 신뢰하는 응답자들은 코로나 관련 사회공헌 프로그램 중에서 '마스크 제조업체 공정 개선 지원 및 기술 전수'와 '원격근무 위한 실시간 화상회의 솔루션 앱 개발 및 지원', '기업 유통 플랫폼에 제품 판매 지원 및 수수료 면제' 등 기업의 업(業)을 살린 활동을 상대적으로 더 우수하다고 평가했습니다.

한편, 지자체 채널을 가장 신뢰하는 이들은 '온누리 상품권, 화분, 농산물 구매 등 지역농가 지원' 활동을 Top 3 중 하나로 꼽았습니다. 정부 채널을 신뢰한 응답자들은 '협력사에 의료용품 지원 및 정부 지원 프로그램 안내'를 상대적으로 더 높게 평가했습니다.

	정부기관	지자체	비영리단체	미디어 (방송 및 언론)	기업	소셜미디어
1위	피해 지역에 의료용품(마스크, 손세정제, 방호복 등) 및 기부금 지원					
2위	회사 연수원을 코로나 생활치료 센터로 제공	디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원	협력사 운영자금 무이자/저금리 대출 및 물품대금 조기 지급	회사 연수원을 코로나 생활치료 센터로 제공	마스크 제조업체 공정 개선 지원 및 기술 전수*	디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원
3위	협력사 운영자금 무이자/저금리 대출 및 물품대금 조기 지급	온누리상품권, 화분, 농산물 구매 등 지역농가 지원*	디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원	협력사 운영자금 무이자/저금리 대출 및 물품대금 조기 지급	원격근무 위한 실시간 화상회의 솔루션 앱 개발 및 지원*	협력사 운영자금 무이자/저금리 대출 및 물품대금 조기 지급
상대적으로 고평가한 프로그램	협력사에 의료용품 지원 및 정부 지원 프로그램 안내	임직원 기부에 회사 매칭펀드 더해 전국 취약계층 지원	코로나 혈액 수급난 극복 위해 계열사 릴레이 헌혈	-	기업 유통 플랫폼에 제품 판매 지원 및 수수료 면제	취업 어려워진 장애인 비대면 교육, 직무 시험, 기업면접 등 화상시스템 제공

* 타 그룹 대비 상대적으로 높게 평가한 프로그램

코로나 19와 같은 재난 상황에서 사회공헌 프로그램을 진행할 경우, 활동별 특성을 고려한 커뮤니케이션 채널을 활용해, 더 많은 국민들과 소통할 수 있는 전략이 필요할 것으로 분석됩니다.

Special Section

포스트 코로나, UNGC가 말하는 기업의 미래

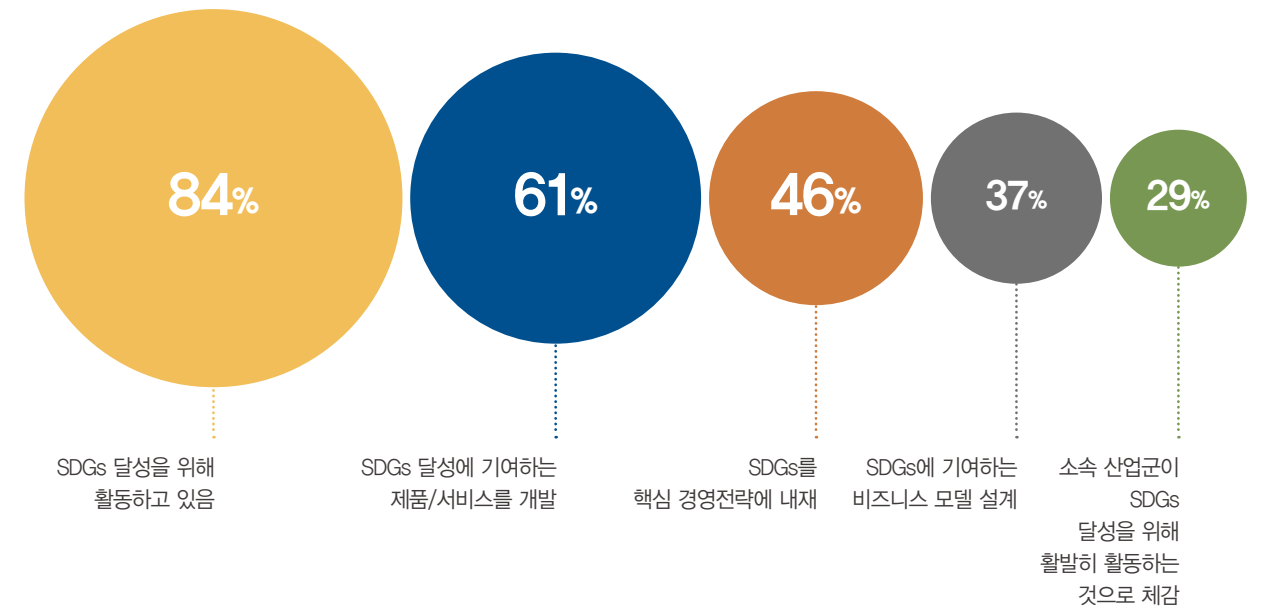
코로나 팬데믹 이후 비즈니스의 패러다임이 바뀌고 있습니다. 지속가능한 미래를 위한 기업의 역할과 책임은 무엇일까요. 유엔 글로벌콤팩트(UNGC)와 함께 유엔 지속가능발전목표(SDGs) 관련 글로벌 트렌드를 읽고, 포스트 코로나 시대에 필요한 기업의 전략을 들여다봅니다.

SDGs 글로벌 트렌드

전 세계 기업들은 지속가능발전목표(SDGs) 달성을 위해 얼마큼 노력하고 있을까요? 유엔글로벌콤팩트(UNGC)는 창립 20주년을 맞아 UNGC 회원사 약 1만 기업을 대상으로 SDGs 달성 현황에 대한 설문조사와 기업별 인터뷰를 진행했습니다.

조사 결과, 전 세계 기업의 84%가 SDGs 달성을 위해 활동하고 있었습니다. 전체의 3분의 2(61%)가 SDGs에 기여하는 제품이나 서비스를 제공하고 있었으며, 이 비율은 2019년 조사 결과(48%)에 비해 크게 늘어난 것으로 나타났습니다. SDGs를 핵심 경영전략에 내재한 기업은 46%에 달했습니다.

기업의 SDGs 달성은 현재 진행형입니다. 기업들 중 소속 산업군이 2030년까지 SDGs를 달성할 만큼 빠르게 움직인다고 느낀 기업은 29%에 불과했습니다. 대부분이 회사 운영의 임팩트(57%)에 집중한 한편, 공급업체(19%)와 원자재(10%)의 지속가능성에 대한 관심은 다소 떨어졌습니다.



1 UNGC 'Uniting Business in the Decade of Action' Report

전 세계 기업이 가장 집중한 SDGs

글로벌 1만 기업이 집중한 SDGs 목표는 무엇일까요?

기업들이 사업 유형 및 임팩트 등을 고려해 가장 우선시하는 목표를 선택한 결과, '일자리·경제성장' 지속가능한 경제성장 및 양질의 고용 및 일자리 증진(목표 8번)이 가장 많은 표를 얻었습니다. 이어 '건강·웰빙' 국민 모두의 건강한 삶과 웰빙 증진(목표 3번), '(기후 변화)기후변화 대응 및 개선 노력과 자연재해 회복력 강화(목표 13번)' 순으로 나타났습니다. 반면, '육상생태(목표 15번)', '식량·농업(목표 2번)', '해양생태(목표 14번)'를 우선하는 기업은 가장 적었습니다.

순위	SDGs 목표	비율(%)
1	일자리·경제성장(목표 8번)	65%
2	건강·웰빙(목표 3번)	55%
3	기후변화(목표 13번)	54%
...		
15	육상생태(목표 15번)	21%
16	식량·농업(목표 2번)	18%
17	해양생태(목표 14번)	13%

한편, '양성평등(목표 5번)'은 전체 5위(53%)에 올랐지만 지속적인 노력을 필요로 합니다. 양성평등 목표를 우선시하는 기업의 43%만이 이사회 30%를 여성 이사로 구성하는 등 실천적인 측면에서는 다소 저조한 것으로 나타났습니다.

산업군별 SDGs 순위

	에너지·천연자원 및 소재 산업	제조업	식음료 및 소비재 산업	헬스케어 및 생명과학 산업	이동·교통수단 산업	통신 및 통신기술 산업	금융 서비스업
1	13 CLIMATE ACTION	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH
2	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	5 GENDER EQUALITY	5 GENDER EQUALITY
3	7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	5 GENDER EQUALITY	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	5 GENDER EQUALITY	13 CLIMATE ACTION	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	13 CLIMATE ACTION

코로나 이후 주목할 이슈: Challenge & Action

2020년 코로나는 전 세계의 지속가능성에 막대한 영향을 미치고 있습니다. 학교 폐쇄·재택근무 등 환경 변화로 인해 여성과 장애인, 개발도상국 등 취약계층은 새로운 위험에 직면하고 있습니다. 코로나 기간, 10억명 아동이 학교 폐쇄로 교육중단을 겪고, 폭력과 학대에 더욱 노출됐습니다. 아동과 질환자들의 돌봄 부담은 여성들에게 가중되며, 코로나에 맞서는 보건인력 중 여성의 비율도 70%로 높습니다.

전세계 GDP는 3%로 감소했으며, 글로벌 노동시간은 2020년 3분기 17.3% 감소했습니다(전년도 4분기 대비). 기업은 코로나19 확산 속에서 어떤 역할에 주목해야 할까요.

기업이 주목할 지속가능성 주요 이슈 및 기업의 역할

	주요 통계 및 이슈	기업이 할 수 있는 역할
인권 Human Rights	10억명 광범위한 교육시설 폐쇄로 10억명 학생들이 교육 중단과 돌봄 감소를 경험하고 폭력과 학대에 취약해짐 혐오 피해 증가 특정 민족, 외국인 LGBTI, 장애인 등을 향한 낙인과 혐오가 증가	*코로나 바이러스 방역과 의료서비스 및 필수 물품을 지원 *인권 정책을 준수하고, 인권 실사를 수행하고, 필요한 경우 효과적인 구제책을 제공 *건강상태나 인종 등으로 인한 새로운 차별을 예방하고 개선하기 위해 개인 데이터 보호, 담당자 교육 등으로 대비
성평등 Gender Equality	70% 코로나 최전선에 있는 보건인력의 70%가 여성 33% 사회적 거리두기 이후 가정폭력이 33% 증가 돌봄 부담 증가 아동, 질환자 돌봄 부담이 주로 여성에게 가중됨	*코로나 관련 정책 및 대응을 위한 계획 및 의사 결정에 여성을 포함해 ESG 성과를 개선 *가치 사슬 전반에 걸쳐 여성의 고용 및 소득 보호를 지원 *부모와 보호자에게 유급 병가와 가족 및 비상 휴가, 유연한 근무 방식을 제공
기후 Climate	재원 감소 위험 코로나 대응에 많은 자원이 쓰이면서, 기후 분야에 사용될 자원의 감소 위험	*지구온도를 1.5도로 낮추는 일에 동참 *기후과학에 기반하여 탄소감축 목표를 세우고 공표하는 과학기반감축목표(SBTi) 이니셔티브를 통해 과학기반 목표를 도입 *화학연료에서 벗어나 저탄소의 탄력적인 솔루션에 투자
해양 Ocean	40% 코로나로 글로벌 무역의 90%를 차지하는 선박 운항이 타격을 입으면서, 전세계 항구 40%에서 입출항이 25% 감소 80% 80%의 관광산업이 해안지역을 기반으로 하며, 코로나 이후 관광객이 돌아오지 않을 경우 대책이 필요	*해양 관련 프로젝트에 대한 투자를 평가하여 지속가능발전목표와 전 세계 복구 및 복원력을 지원 *보다 지속 가능한 형태의 해안 및 해양 관광을 지원하기 위해 복구 기금을 활용
양질의 일자리 Decent Work	17.3% 글로벌 노동시간이 코로나 전후 17.3% 감소(2019년 4분기 대비 2020년 2분기 감소) 10.7% 글로벌 노동임금이 10.7% 감소했으며, 저소득 및 중위소득 국가에서는 15.1% 감소(2020년 1분기, 2019년 동기 대비)	*인권과 노동권에 미치는 부정적 임팩트를 식별하고 예방하며 해결하기 위해 조치 *운영 상태와 향후 계획에 대해 공급업체를 포함 노사간 개방형 커뮤니케이션을 유지
지속가능한 금융 Sustainable Finance	3% 세계 GDP가 3% 감소한 것으로 추정되며, 이는 개발도상국에 중대한 영향을 줌 1,000억 달러(\$) 코로나 대응을 위해 1000억 달러 이상의 지속가능한 기금이 조성됨	*필수 제품과 서비스가 중단될 위험이 있을 때 비즈니스 연속성을 보장하고 운영에 미치는 영향을 완화하기 위해 은행 및 투자자와 협력
반부패 Anti-Corruption	24.3% - 전세계 약 24.3%의 기업이 정부 계약 확보를 위해 선물을 제공하는 것으로 추산(세계은행) - 재정적 압박으로 재무 성과 달성과 현금 흐름 유지에의 압박 증가	*부패 행위에 대한 압력을 줄이기 위해 코로나로 인한 회사 및 직원 성과의 잠재적 변화를 고려한 재무 목표 및 인센티브 구조를 재평가
수질관리 Water Stewardship	30억명 전 세계 30억명이 집에 비누와 물로 손을 씻는 시설을 갖추지 못함 40% 2030년까지 물 수요가 공급을 40% 초과할 것으로 예상됨	*직원이 거주하는 지역 사회에 탄력적인 물 접근, 위생 및 위생 시스템을 제공 *물 부족 지역에서 물의 양, 수질 및 접근성을 다루는 물 관리 활동을 실행

2 UNGC, 'The Impact of COVID-19 on Sustainability'

Beyond 2020 : 포스트 코로나, 기업의 사회적책임과 역할 제언

1 임팩트와 공감대 반영한 SDGs 목표를 설정하라

지난 2019년 말 유엔글로벌콤팩트 한국협회가 코스피 100대 기업을 대상으로 SDGs 이행 현황 설문조사를 진행한 결과, 현재 우선순위를 두고 있는 SDGs 목표로 ▲기후변화(71%) ▲지속가능한 성장 및 양질의 일자리(55%) ▲ 교육(50%) ▲지속가능한 소비와 생산(42%)을 꼽았습니다. 이번 <2020 사회공헌 백서>에서 진행한 국민 인식조사 결과에서도 '일자리·경제성장(SDG 8번)'이 최우선 과제로 나타났고, '산업화·혁신(SDG 9번)', '지속가능한 소비생산(SDG 12번)', '기후변화(SDG 13번)' 순으로 나타났습니다. 국민과 기업 모두 우리나라에서 가장 중요한 목표로 '지속가능한 경제성장과 양질의 고용 및 일자리'에 주목하는 점을 확인할 수 있습니다. 다만 산업별 리스크와 기회가 다르고 개별 기업이 사회에 미치는 영향을 중대성 평가를 통해 고려하기 때문에, 국민과 기업 간 우선순위 다소 차이가 발생한 것으로 보입니다.

기업은 사회에 중대한 영향을 미칩니다. UNGC가 기업의 SDGs 내 재화를 위해 마련한 가이드 <SDG Compass>는 기업이 자사의 부정적인 부정적인 영향력을 최소화하고 긍정적인 영향력을 극대화하는 방향으로 우선순위를 설정하도록 권고합니다. 기업이 SDGs 17개 목표를 동일하게 고려 및 이행하기에는 여러 제약사항과 한계가 있기 때문입니다. 특히 '지속가능한 소비와 생산(SDG 12번)'의 경우 <2020년 사회공헌 백서>와 UNGC의 <코스피 100대 기업 SDGs 이행 현황 설문조사>에서 각각 3위와 4위로 비중 있는 목표로 다뤄지고 있습니다. 기업은 제품 개발 및 생산, 유통, 폐기 등 제품의 생애주기 전과정에서 지속가능한 소싱 및 제품 생산을 고려해야 합니다. 이러한 노력은 육상 및 해양 생태계를 보호하고, 탄소배출을 줄이며, 더 나아가 빈곤 종식과 포괄적 번영에서도 긍정적인 영향을 미치게 됩니다.

2 투명한 공시, 과정이 담긴 커뮤니케이션을 하라

SDGs는 시급한 사회적·환경적·경제적 과제를 해결하기 위해 세계적으로 합의된 목표들을 제시하고, 기업이 사회에 미치는 영향에 대해 외부와 커뮤니케이션 할 수 있는 공통의 언어를 제공합니다. 보고를 통해 기업은 운영 투명성을 확보하고, 투자자는 정보에 입각한 의사결정을 할 수 있으며, 정부는 기업이 자국 내 목표에 어떻게 기여하고 있는지 이해할 수 있게 됩니다. 최근 조사에 따르면 글로벌 대기업의 40%가 SDGs를 공시하고 있으며, 활동의 결과만이 아닌 해당 활동이 창출한 사회적 가치와 임팩트를 공시하는 곳이 늘고 있습니다.³ 사회적 가치를 경제적으로 환산하는 기업들도 증가하고 있습니다. <2020 사회공헌 백서>가 조사한 국내 100대 기업의 경우, 사회공헌을 SDGs와 연계해 공시한 비율은 41%였으나, 정량적 목표와 성과까지 연계한 기업은 4% 불과했습니다.

UNGC는 전 세계 기업에게 SDGs를 효과적으로 보고하기 위한 방안으로 간결성(Concise), 일관성(Consistent), 시의성(Current), 비교가능성(Comparable) 등 '4Cs 원칙'을 권고하고 있습니다.⁴ 이해관계자에게 적정 수준의 정보를 간결하게 정리해 전달하고, 일관성 있는 데이터 기준을 적용해 시간의 흐름에 따른 기업의 성과를 보여주는 것이 효과적입니다. 또한 국제적으로 통용되는 기준과 원칙에 기반한 공시는 타 기업과의 비교가능성을 높이고, ESG 투자 및 평가에 선제적인 대응이 가능합니다. 유니레버는 SDGs를 기반으로 보건 증진, 환경보호, 삶의 질 개선이라는 3가지 목표 하에 'Unilever Sustainable Living Plan(USLP)'의 9가지 세부 목표 및 달성 정도를 구체적으로 공시하고 있습니다. 개별 사회공헌 프로그램의 실행을 넘어서, 중장기 목표 및 전략 설정을 통해 이행 상황을 점검하고 개선하며, 구체적인 KPI 설정 및 관리를 통해 사회에 대한 기여를 지속적으로 확대해나가는 것이 중요합니다.

3 코로나 이후 회복탄력성 고려한 공동의 목표를 달성하라

지난 5월 유엔글로벌콤팩트 한국협회가 국내 회사들의 코로나 19 대응 사례를 분석 및 발간한 <COVID-19와 기업 지속가능성> 사례집에 따르면, 대다수 기업이 코로나19 발생 초기부터 손소독제·마스크 지원 및 비대면 채널을 활용한 교육 등 다양한 지원을 이어가고 있습니다. 보다 고무적인 점은 지난 5월 이미 많은 기업이 코로나 19 이후의 회복 계획에 대해 미리 구상하고 있다는 점입니다.

글로벌 기업들은 국제기관 등 다양한 민관협력을 통해 기업 내외부 회복 전략을 세우고 있습니다. 실제로 유엔글로벌콤팩트와 유엔개발계획(UNDP), 국제상공회의소(ICC)는 'COVID-19 민간부문 글로벌 펙실리티(COVID-19 Private Sector Global Facility)'라는 이름의 글로벌 이니셔티브를 발족했습니다. DHL그룹, 마이크로소프트, PwC 네트워크 등 민간 부문의 리더와 각국 정부가 협력해 코로나 팬데믹의 부정적 영향을 함께 극복하는 플랫폼입니다. 이러한 플랫폼을 활용하면 기업이 혼자 해결하기 어려운 다양한 지원 방안을 정부 등 다양한 주체와 함께 고민하고, 이를 통해, 다차원적이고 포괄적인 문제 해결이 가능해집니다.

코로나19로 인해 기업에 가장 큰 도전이 될 수 있는 것은 바로 '인권' 이슈입니다. 코로나19로 취약계층에게 사회·경제적인 부정적 영향이 확산되고 있습니다. 기업은 의료 서비스 및 필수 물품을 지원하는 동시에, 노동자의 건강과 안전을 보호하는데 역량을 집중해야 합니다. 전 세계 수백만개 일자리의 수면 아래 있던 취약성과 사회적 안전망 이슈가 코로나 19로 인해 떠오르고 있습니다. 글로벌 공급망의 불안정성도 높아지고 있습니다. 코로나 19로 인한 기업의 재정적 영향을 완화하기 위해 노동자의 권리와 복리후생을 희생해서는 안됩니다. 노사간 사회적 대화와 배송 및 할당량의 융통성 있는 운영으로 공급망 차원에서의 양질의 일자리 보장 역시 고려되어야 합니다.

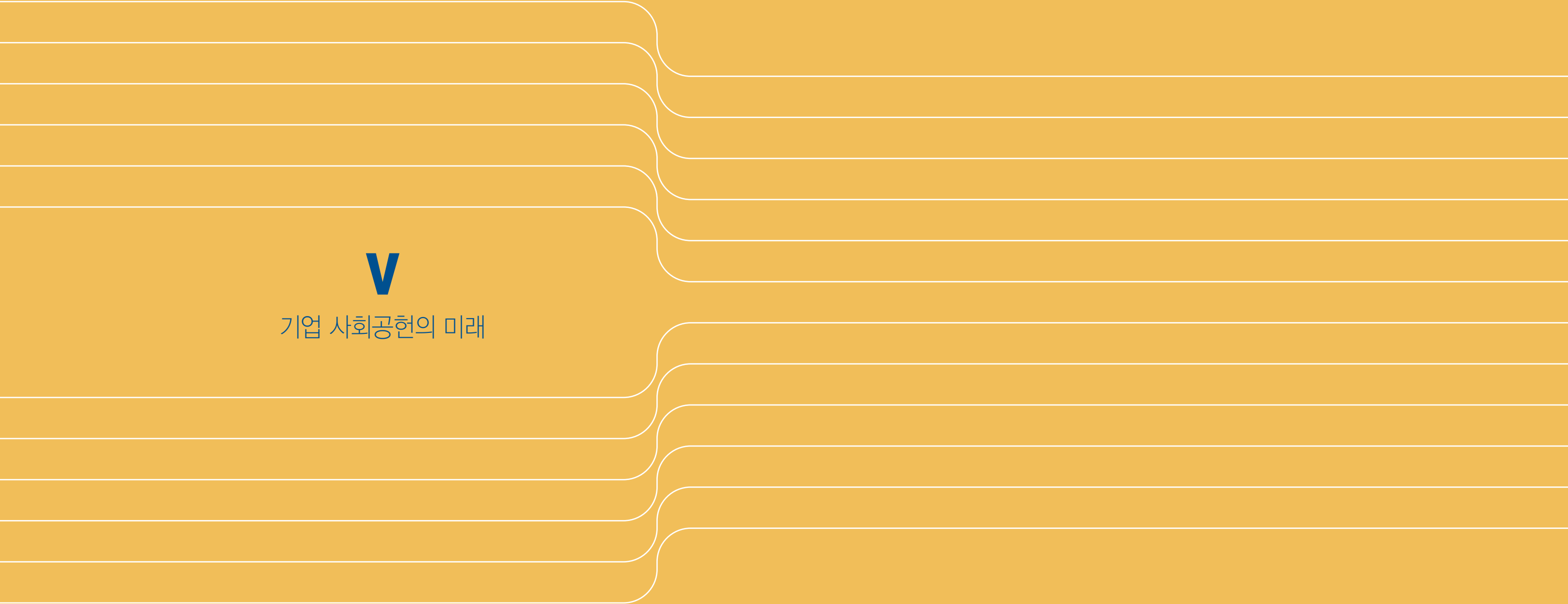
코로나19는 SDGs와 파리기후협정의 진전에 역행하는 위협을 가하고 있습니다. 전 세계가 지구 평균 기온 상승폭을 1.5도 이내로 유지하겠다는 의지를 밝히고 있지만, 전 세계의 평균 기온 상승폭은 향후 3도를 넘어설 것으로 전망됩니다. 글로벌 1000여개 기업이 가입한 '과학기반감축목표(SBTi)' 이니셔티브는 기후과학에 기반한 탄소감축 목표를 세우고 전세계 평균 기온 상승폭을 1.5도 이내로 유지하는데 동참하고 있습니다. 코로나19로 줄어든 탄소배출과 대기오염은 일시적인 현상으로 분석되는 만큼, 화석연료에서 벗어난 저탄소·탄력성 솔루션에 투자하며, 친환경적 일자리와 지속가능한 성장을 우선순위에 두어야 할 것입니다.

3 'How to report on the SDGs', KPMG(2020)

4 'Integrating the SDGs into corporate reporting : A Practical Guide', UNGC(2018)

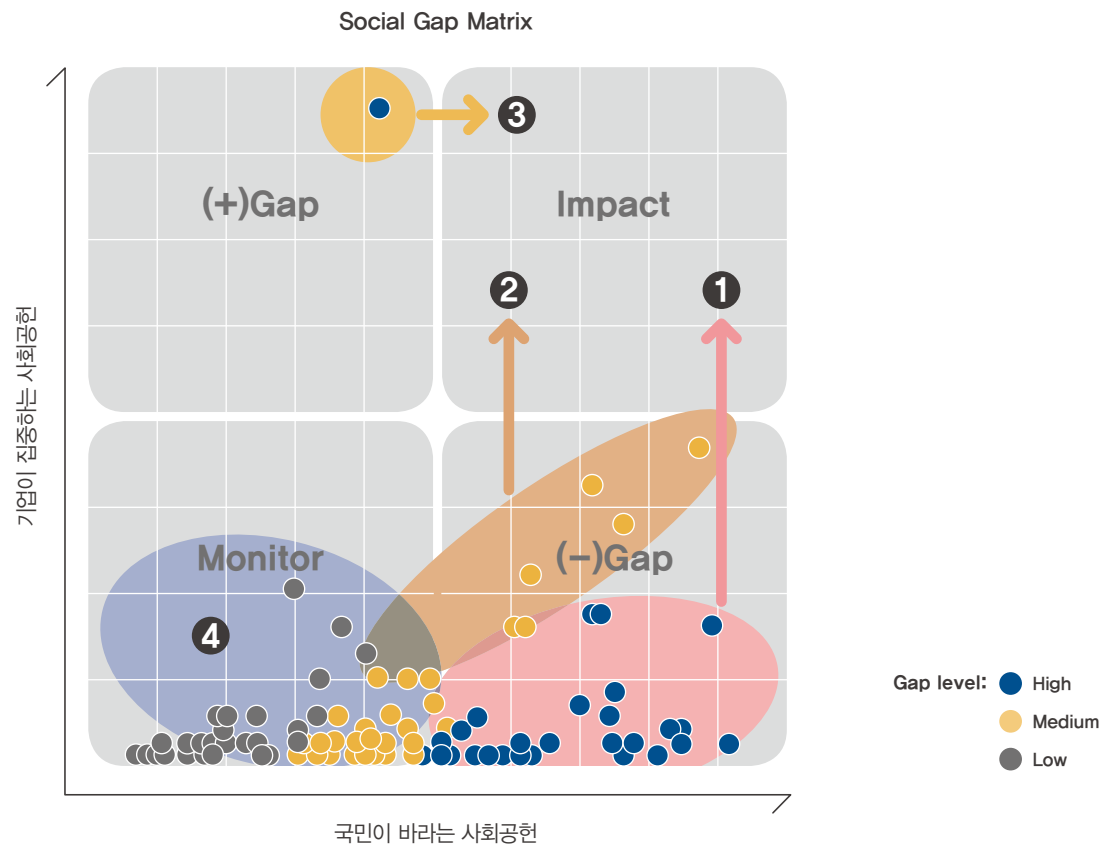
V

기업 사회공헌의 미래



기업 사회공헌의 미래

우리 모두가 바라는 미래를 위해 기업은 어떤 사회적 책임과 역할을 해야 할까요. 기업 사회공헌 현황 분석, 일반 국민 설문조사, 기업과 국민 간 Gap 진단 등 '2020 사회공헌 백서: Social Gap Report' 데이터 분석을 바탕으로 기업 사회공헌의 나아갈 방향과 종합 시사점을 도출합니다.



1 혁신과 가치를 담은 사회공헌으로 Gap 해소

국민이 바라는 사회공헌 우선순위 점수가 높지만, 기업이 주목하지 않는 사회공헌을 발굴 및 확대해야 합니다. 국민들은 '지속적인 활동을 통한 문제 해결 가능성'과 '사회문제의 심각성 수준', '다양한 주체 및 기관과 협업을 통한 부족한 자원 연계 가능성' 등 3가지 주요 요인을 기준으로 사회공헌의 우선순위를 선정 및 평가하고 있습니다. 또한 우수 프로그램으로 평가한 사회공헌은 '취약계층 청년 위한 주택 공급 및 공유 주거 제공', '경력단절 및 취약계층 여성 위한 돌봄교사, 유튜브 크리에이터 등 취업 훈련과 일자리 마련', '생활 속 일회용품 저감 캠페인 및 대중 확산' 등 소득·주거·일자리·환경 등 주요 사회문제를 보다 혁신적으로 해결하려는 기업의 노력과 가치가 담겨있는 특징을 보이고 있습니다. 앞으로 기업은 사회문제와 관련된 국민의 니즈를 면밀히 파악하고, 기존의 방식을 넘어선 혁신과 협업을 통해 사회공헌 임팩트를 확산해 나가야 합니다.

국민이 바라는 사회문제 해결에 집중이 필요한 사회공헌 유형 Top10

Gap (-) level	프로그램 분류	Gap	국민이 바라는 사회공헌	기업이 집중하는 사회공헌	이슈 분류
1	취약계층 청년을 위한 시세 이하(40~80%)의 저렴한 주택 공급, 공유 주거 및 복합 공간 제공	-96	100	4	소득 및 주거불안
2	경력단절 여성, 취약계층 여성 위한 돌봄교사, 요양보호사, 유튜브 크리에이터 등 취업 훈련과 일자리 마련	-88.9	92.9	4	고용 및 노동 불안정
3	생활 속 일회용품 저감 캠페인 사내 시행, 대중에 확대	-87.1	89.1	2	에너지 및 자원불균형
4	저소득층 가구의 주거와 복지시설의 에너지 효율을 개선해 에너지 비용 절감 지원	-86.7	92.7	6	에너지 및 자원불균형
5	의료 취약층 대상으로 무료 건강검진을 실시하는 이동식 진료소 운영 및 서비스 지원	-85.3	91.3	6	삶의 질 저하
6	환경 분야의 사회적기업을 발굴 및 지원하는 통합 플랫폼 운영	-81.8	83.8	2	환경오염 및 기후변화
7	수도권 매립지에 미세먼지 저감 수종을 식재해 미세먼지 방지 숲 조성	-81.5	85.5	4	환경오염 및 기후변화
8	소방관, 용감한 시민, 의료인 등 의인을 발굴하고 격려 및 지원 프로그램	-78.2	82.2	4	사회통합 저해
9	청년 취업 교육, 멘토링, 컨설팅 지원, 창업 자금과 비즈니스 모델 지원	-75.5	97.5	22	고용 및 노동 불안정
10	전문 재난구조 조직을 구성해 전국 재해재난 복구와 응급의료 인력 및 구호품 지원	-73.6	81.6	8	안전 위협

2 지속성·진정성을 통한 사회공헌 임팩트 창출

국민과 기업간 Gap이 상대적으로 작고, 국민이 바라는 사회공헌 우선순위 점수 만큼 실제 기업이 집중하고 있는 프로그램도 상당수 눈에 띄었습니다. 해당 영역에는 대체로 소외계층 아동 및 청소년을 위한 의료비 및 교육 지원 활동이 많았습니다. '소외계층 환우들 대상 의료비 및 수술비, 의약품 및 건강 프로그램 지원', '가정환경 어려운 학생들에게 장학금 전달', '디지털 교육 기회가 부족한 학생들에게 소프트웨어, 코딩, IT교육 및 콘텐츠 제공' 등 대부분 국내 기업들이 과거부터 꾸준히 지속하고 있는 사회공헌 유형입니다. 국민의 니즈를 반영한 사회공헌인 만큼 지속적인 지원을 통해 진정성 있는 사회공헌으로의 임팩트를 높이는 전략이 필요합니다.

국민이 바라는 사회문제 해결에 집중이 필요한 사회공헌 유형 Top10

Oppor-tunity level	프로그램 분류	Gap	국민이 바라는 사회공헌	기업이 집중하는 사회공헌	이슈 분류
1	소외계층 환우들 대상 의료비 및 수술비, 의약품 및 건강 프로그램 지원	-45.5	95.5	5	삶의 질 저하
2	가정환경 어려운 학생들에게 장학금 전달	-35	79	44	교육 불평등
3	디지털 교육 기회가 부족한 학생들에게 소프트웨어, 코딩, IT교육 및 콘텐츠 제공	-45.5	95.5	38	교육 불평등
4	청소년과 청년 대상 직업 기술 및 진로체험 교육, 임직원 멘토링 및 진로 상담	-39.4	69.4	30	교육 불평등
5	소외지역 아동 및 청소년 위한 도서 지원, 도서관 건립	-45.5	67.1	22	교육 불평등
6	저소득층과 복지시설 대상 김장 나눔, 연탄 및 난방유, 식품 등 지원 사업	-46.4	68.4	22	소득 및 주거불안
7	사회문제 해결하는 소셜벤처 발굴 및 솔루션 지원	-39.7	53.7	14	고용 및 노동 불안정
8	노인, 장애인 등 이동이 불편한 소외계층 위한 차량 제공, 전동휠체어 수리 및 여행지원	-36.6	50.6	14	삶의 질 저하
9	아동들에게 쉽고 재미있는 체험형 금융 경제 교육 프로그램 운영	-31.8	45.8	14	교육 불평등
10	대학생 멘토가 소외지역 청소년들에게 영어, 수학 등 학습, 멘토링, 캠프 지원 등	-31.8	54.7	10	안전 위협

③ 신규 사회공헌 발굴 및 연계로 기업 역량 및 자원의 전환

국민이 후순위로 여기는 사회공헌에 필요 이상의 역량 및 자원을 투입하는지, 면밀한 모니터링을 통한 방향 전환이 필요합니다. 특히 100대 기업은 '임직원 급여 일정액 후원 및 봉사활동을 통해 결식아동, 독거노인 등 취약계층 지원' 프로그램에 전체의 약 50%에 달하는 비중을 둘 정도로 집중하는 특징을 보였습니다. 임직원 기부 및 봉사활동을 연계한 신규 사회공헌 발굴을 통해, 기업의 역량과 자원을 최대한 활용해 국민이 바라는 사회문제를 해결해 나가는 전략이 필요합니다.

기업의 집중도를 줄이고 국민의 니즈에 주목해야 하는 사회공헌

Gap (+) level	프로그램 분류	Gap	국민이 바라는 사회공헌	기업이 집중한 사회공헌	이슈 분류
1	임직원 급여 일정액 후원 및 봉사활동을 통해 결식아동, 독거노인 등 취약계층 지원	+58	41.0	100	소득 및 주거불안

④ 지속적 모니터링으로 사회공헌 기회 창출

당장 국민의 우선순위에 들진 않지만, 향후 경제·사회·환경 변화로 인해 언제든 사회문제로 떠오를 수 있는 잠재 영역으로 꾸준한 모니터링이 필요합니다. 잠재 리스크 영역인 만큼 '지역아동센터 등 복지시설 환경 조성 및 교육 프로그램 지원', '도서지역 노후주택 시설 보수 및 개도국 주민들의 안전한 생활 환경 조성', '교통사고 예방을 위한 투명우산 나눔, 안전운전 키트 배포, 안전환경 개선 활동', '도농격차 해소를 위한 방법용 CCTV, 관제용 드론 등 ICT 인프라 지원' 등 안전 위협, 사회통합 저해로 인한 환경 조성 및 문화예술 사회공헌 프로그램이 상당수 눈에 띕니다. 당장 자원을 투입하진 않더라도 국민의 니즈를 지속적으로 파악하고, 필요시 기업의 역량과 자원을 활용한 사회공헌을 기획한다면 사회문제 해결의 시너지를 높이는 새로운 기회가 될 수 있습니다.

지속적인 모니터링으로 기회를 창출할 사회공헌 Top10

Monitoring level	프로그램 분류	Gap	국민이 바라는 사회공헌	기업이 집중한 사회공헌	이슈 분류
1	지역아동센터 등 복지시설 환경 조성 및 다양한 교육 프로그램 지원	-26.2	44.2	18	사회통합 저해
2	도서지역 노후주택 시설 보수 및 개도국 주민들의 안전한 생활 환경 조성	-18.4	40.4	22	삶의 질 저하
3	교통사고 예방을 위한 투명우산 나눔, 안전운전키트 배포, 안전환경 개선 활동	-22.8	36.8	14	안전 위협
4	도농격차 해소를 위한 방법용 CCTV, 관제용 드론 등 ICT 인프라 지원	-28.7	36.7	8	급격한 사회구조 변화
5	시각장애인 지팡이, 안내견 배출 및 무상 분양, 점자유도블록 제작 및 지원	-29.7	33.7	4	사회통합 저해
6	청소년 신체 건강, 인성, 사회성 발달 위한 달리기 등 스포츠 프로그램 운영	-27.7	33.7	6	안전 위협
7	지역에 공연, 전시, 축제, 문화예술 교육과 문화체험활동 지원	-5	33	28	사회통합 저해
8	미취학 영유아 애착 프로그램 및 놀이 프로그램, 보육교사 지원	-27.2	29.2	2	사회통합 저해
9	청소년 이용시설에 공기청정기를 무상 지원하고 무상 관리 서비스 제공	-26.3	28.3	2	사회통합 저해
10	미래 게임 인재 양성을 위한 교육, 멘토링, 전용 스튜디오 등 지원	-26.1	28.1	2	급격한 사회구조 변화

모두를 위한 사회공헌, 지속가능한 미래

지난해 국내 100대 기업은 약 1조 7,950억원 규모의 사회공헌 활동을 진행했습니다. 전례없는 코로나 팬데믹 상황 속에서 10대 그룹은 약 560억원을 코로나 예방 및 피해 복구를 위해 지원했습니다. 10년 이상 지속한 기업 사회공헌 프로그램도 전체의 29%, 사회공헌 평균 지속기간도 7.9년에 달합니다. 이러한 기업의 사회적 책임과 역할에 대해 국민의 81.2%가 긍정적으로 체감하고 있습니다. 코로나 시기에 진행된 기업 사회공헌의 점수는 6.35점(10점 만점), 진정성 점수는 3.01점(5점 만점)으로 보통 이상의 평가를 받았습니다. 사회공헌을 통해 사회문제를 해결하려는 기업의 노력을 이해하고 체감하고 있는 것입니다.

그러나 기업을 향한 국민의 관심이 증가하면서, 사회공헌의 투명성과 진정성에 대한 요구도 높아지고 있습니다. 국민의 절반 가량(44.1%)이 사회공헌의 동기를 '기업 이미지 및 브랜드 제고'로 인식하고 있고, 사회공헌 참여 유형 중에서는 '사회공헌을 잘하는 기업의 제품을 구매(26.2%)'하는 이들이 가장 많았습니다. 또한 코로나 팬데믹 기간 동안 기업의 사회적 책임 관련 결정과 행동을 지켜보고(66.9%), 사회적 책임을 다하지 않는 기업의 제품과 서비스를 구매하지 않겠다(62.1%)는 국민이 많습니다. 자신이 100대 기업 CEO라면 100억원의 예산으로 사회공헌을 시도할 때 '지속적인 활동을 통한 문제 해결 가능성(36.1%)'과 '사회문제의 심각성 수준(33.3%)'을 '기업의 특성과 역량 및 자원 활용도(7.9%)'나 '기업의 이미지와 브랜드 제고(7.6%)' 보다 우선순위로 고려하겠다고 답하고 있습니다.

그동안 많은 기업이 사회공헌 활동의 내용(What)과 방법(How)의 고민에 집중하느라, 사회공헌이 필요한 이유(Why)를 간과하곤 했습니다. 사회공헌의 목적을 재정의하고, 국민들이 삶의 어려움과 사회문제가 해결되는 과정을 체감할 수 있는 사회공헌 전략을 재수립할 때입니다. 그러기 위해선 국민의 니즈와 기업이 집중한 사회공헌, 사회문제에 대한 면밀한 분석과 투명한 소통이 필수적입니다. 국내 100대 기업의 사회공헌 지출액을 공시한 기업은 58%, 사회공헌의 정량적 성과를 공유한 기업은 59%, 사업 추진 목적을 밝힌 프로그램은 39%에 불과합니다. 전세계가 공동의 과제로 설정한 SDGs(지속가능발전목표) 목표와 사회공헌을 연계하고 정량적 목표를 공시한 기업은 10%, 목표 대비 성과까지 공시한 기업은 4%에 불과합니다. 사회문제의 정확한 진단과 꾸준한 모니터링, 국민을 비롯한 주요 이해관계자들과의 투명하고 진정성 있는 소통이 선행되어야 할 것입니다. 또한 사회문제와 연결된 다양한 사회공헌 액션들을 지속하면서 사회에 어떤 변화를 만들어갈 것인지, 임팩트 목표를 설정하고 이를 측정 및 커뮤니케이션 하는 노력도 더해져야 할 것입니다.

부록

대국민 기업 사회공헌 인식조사 설문지

국내 100대 기업 사회공헌 현황

10대 그룹 코로나 사회공헌 현황

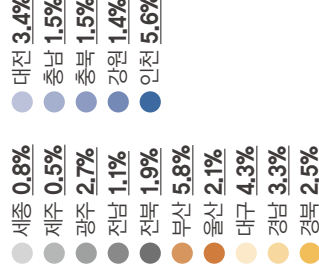
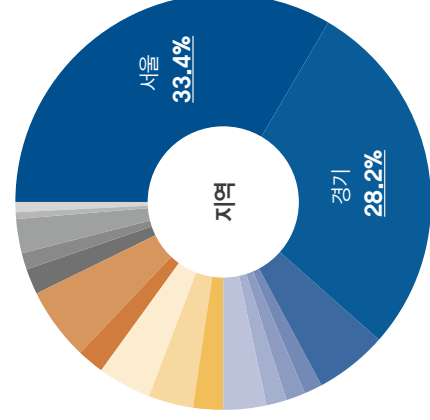
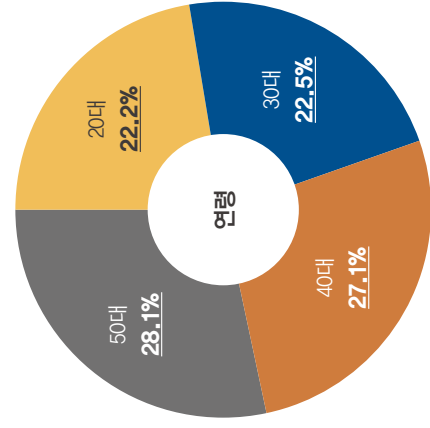
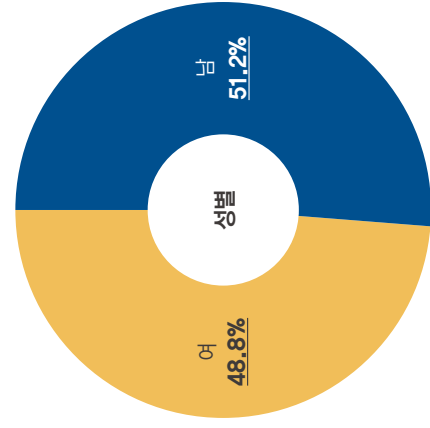
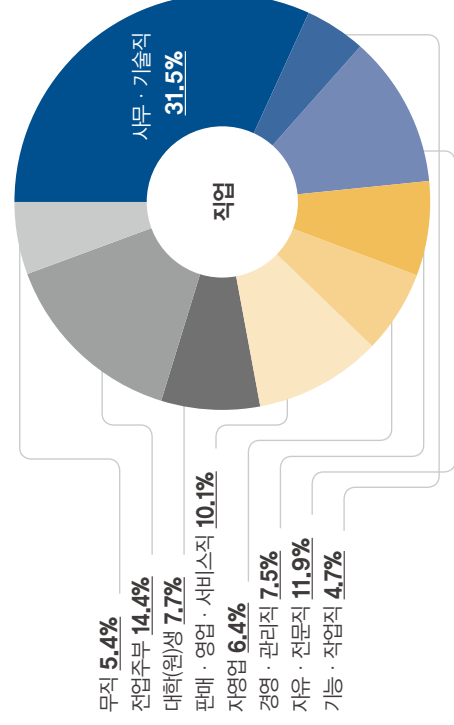


대국민 기업 사회공헌 인식조사 설문지

대국민 설문조사

- 설문 대상 : 전국 17개 시도 지역에 거주하는 성인 남녀 1,500명
- 설문 방식 : 구조화된 설문지를 이용한 온라인 · 모바일 응답
- 설문 기간 : 2020년 9월
- 표본 오차 : ±2.5%p (95% 신뢰수준)

*표집 상의 비율 할당 여부에 따라 단순임의추출 또는 층화임의추출 방식을 활용



본 설문은 우리나라를 더 좋은 사회로 만들기 위한 기업의 역할과 책임을 확인하고, 특히 기업 사회공헌에 대한 국민 인식을 조사하여 발전 방향을 모색하고자 실시합니다. 여러분의 소중한 의견은 국내 기업이 더 나은 사회공헌 활동을 할 수 있도록 '2020 사회공헌 백서(Social Gap Report)'에 반영되며, 한국사회복지협의회(www.crcrkorea.kr)와 트리플라잇(www.triplelight.co)을 통해 확인하실 수 있습니다.

Section1. 국민이 바라는 한국의 사회문제 해결 과제

Q1. 당신은 지속가능발전목표(SDGs: Sustainable Development Goals)를 알고 있나요?
(SDGs는 '단 한 사람도 소외되지 않는다'는 슬로건 하에 전세계가 2016년부터 2030년까지 지속 가능한 발전을 위해 채택한 공동의 목표로, 국가 및 기업이 더 나은 미래를 만들기 위해 노력해야 하는 17개 목표 및 169개 세부과제로 구성되어 있습니다.)

- ①들어본 적 없다 ②들어본 적 있다 ③어느 정도 알고 있다
- ④잘 알고 있다 ⑤매우 잘 알고 있다

Q2. 다음 보기로 제시된 17가지 과제는 SDGs 지속가능발전목표입니다.

- 1) (빈곤) 모든 형태의 기근과 빈곤 종식을 위한 노력
- 2) (식량·농업) 국민의 영양 균형과 먹거리 안전을 위한 도농융합구조 개선과 지속가능한 농업 강화
- 3) (건강·웰빙) 국민 모두의 건강한 삶과 웰빙 증진
- 4) (교육) 모두에게 공평하고 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 제공
- 5) (양성평등) 평등한 사회 환경 조성과 여성의 역량강화
- 6) (물) 건강하고 안전한 물 관리와 수자원 보장
- 7) (에너지) 에너지 접근성과 효율성을 높이고 신재생에너지 확대
- 8) (일자리·경제성장) 지속가능한 경제성장과 양질의 고용 및 일자리 증진
- 9) (산업화·혁신) 포용적, 친환경적, 혁신적인 사회기반시설과 지속가능한 산업화 장려
- 10) (불평등) 차별 관행, 정책, 법 개선 등 모든 형태의 불평등 감소와 동등한 권리 보장
- 11) (도시·공간) 안전하고 합리적인 주거 환경 및 교통/서비스 접근성 등 지속가능한 도시 조성
- 12) (지속가능한 소비·생산) 지속가능한 소비 증진과 생산 관리 및 관련 기술/역량 강화
- 13) (기후변화) 기후변화 대응 및 개선 노력과 자연재해 회복력 강화
- 14) (해양생태) 해양쓰레기 등 오염 예방과 해양자원생태계 보존
- 15) (육상생태) 산림, 토양, 생물다양성 복원 및 생태계 보호
- 16) (정의·제도) 폭력, 학대, 부정부패 증식 등 투명하고 정의로운 제도 구축
- 17) (글로벌 파트너십) 지속가능 발전을 위한 전세계 교류 협력 강화와 국제적 위상 증진

Q2-1. 모두가 행복하고 좋은 사회가 되기 위해 우리가 노력해야 하는 과제는 무엇이라고 생각하나요? 중요한 것을 5개 선택해주세요.

Q2-2. 모두가 행복하고 좋은 사회가 되기 위해 우리가 노력해야 하는 과제를 아래와 같이 선택 해주셨습니다. 중요한 순서대로 모두 선택해주세요.
(Q2-1에서 선택한 보기 중 순서를 입력)

Q2-3. 모두가 행복하고 좋은 사회가 되기 위해 기업이 주목해야 하는 과제는 무엇일까요? 중요한 과제 5개를 선택해주세요.

Q2-4. 모두가 행복하고 좋은 사회가 되기 위해 기업이 노력해야 하는 과제를 아래와 같이 선택 해주셨습니다. 중요한 순서대로 모두 선택해주세요.
(Q2-3에서 선택한 보기 중 순서를 입력)

Q3. 모두가 행복하고 좋은 사회가 되기 위해 기업은 사회에서 어떠한 역할과 책임을 다해야 할까요? 중요한 순서대로 5개를 선택해주세요.

- ①국가재정 기여 및 성실 세금 납부
- ②일자리 창출 및 국민 소득 기여
- ③영업 활동 확대 및 수출 증대
- ④연구 개발 및 미래 혁신 기술 발전 기여
- ⑤고객 건강, 안전, 정보 침해 보안 등 소비자 권리 보호
- ⑥감질 근절/협력사 상생 등 공정 경쟁 강화
- ⑦부정부패 근절 등 윤리/인권 경영 강화
- ⑧임직원 복지 증진 및 노동관행 개선
- ⑨사회공헌 등 비즈니스를 통한 사회문제 해결
- ⑩환경 훼손(오염) 원인 해소 및 친환경 제품/서비스 제공
- ⑪기타(직접 입력)

Section2. 기업 사회공헌 인식 및 이해도

Q4. 기업 사회공헌은 기업이 우리 사회에 미치는 영향을 인식하고, 다양한 사회문제를 해결하기 위한 활동을 말합니다. 기업이 사회공헌에 대해 들어본 적 있나요?

- ① 들어본 적 있음 ② 들어본 적 없음

Q5. 기업 사회공헌은 기업이 우리 사회에 미치는 영향을 인식하고, 다양한 사회문제를 해결하기 위한 활동을 말합니다. 기업 사회공헌에 대해 얼마나 잘 알고 있나요?

(5점 척도, 전혀 모르겠음 0점 - 보통 3점 - 매우 잘 알고 있음 5점)

Q6. 당사는 기업 사회공헌에 대한 정보를 주로 어디서 접하나요? 정보를 자주 접하시는 채널을 순서대로 1개 이상 선택해주세요. (정보를 접하지 않은 채널은 선택하지 마세요)

- ①(기업 홍보채널) 홈페이지
 ②(기업 홍보채널) 지속가능경영보고
 ③(기업 홍보채널) SNS 채널
 ④(기업 홍보채널) 뉴스레터
 ⑤(기업 홍보채널) 오피라인 캠페인 및 이벤트
 ⑥(기업 홍보채널) 상품/서비스 구매시 표시 사항 직접 확인
 ⑦(뉴미디어) 페이스북
 ⑧(뉴미디어) 인스타그램
 ⑨(뉴미디어) 유튜브
 ⑩(뉴미디어) 블로그
 ⑪(대중매체) 언론사를 통한 뉴스보도
 ⑫(대중매체) TV, 방송을 통한 광고
 ⑬(기타) 도서, 단행본 등 출판물
 ⑭(기타) 지인을 통한 구두 전달
 ⑮(기타)(직접 입력)

Q7. 기업 사회공헌은 기업이 우리 사회에 미치는 영향을 인식하고, 다양한 사회문제를 해결하기 위한 활동을 말합니다. 기업이 사회공헌을 하는 이유는 무엇일까요? 가장 큰 이유를 하나만 선택해주세요.

- ①장기적인 영입실적(이익)증가 ⑥지역사회 발전 기여 및 소통
 ②직원들의 자긍심 강화 ⑨글로벌 기준과 요구에 부응
 ③세제혜택 ⑩우수인재 확보 및 유지
 ④기업 위험과 리스크 예방 ⑪사회문제 해결 및 인식개선
 ⑤기업 이미지/브랜드 제고 ⑫반기업 정서 완화
 ⑥정부 및 사회의 압력 ⑬기타(직접 입력)
 ⑦최고경영진의 경합 및 실천의지

Q8. 당사는 지난 1년 동안 기업의 사회공헌 활동에 참여하거나, 혜택을 받은 적이 있나요? 해당 경험 이 있다면 모두 선택해주시기 바랍니다.

- ①참여한 경험 없음
 ②사회공헌을 잘 하는 기업의 제품 구매
 (사회공헌 관련 제품 구매, 수익금 일부가 기부되는 상품 구매, 친환경 제품 구매 등)
 ③사회공헌 캠페인 및 행사(오프라인 행사 참여, 기부 캠페인 등)
 ④사회공헌 봉사단(봉사활동) 및 서포터즈 활동 참여
 ⑤사회공헌 공모전 참여 및 기업에서 제공하는 교육 이수 등
 ⑥기업이 지원하는 장학금, 기부금, 물품 등 혜택을 받음
 ⑦기타(직접 입력)

Q9. 당사는 _____와 같은 기업의 사회공헌 활동에 참여하거나 혜택을 받았다고 응답해주셨 습니다. 그렇다면 위와 같은 활동들은 얼마나 효과적인 활동이었다고 생각하나요?

(5점 척도, 전혀 효과적이지 않다 0점 - 보통 3점 - 매우 효과적이다 5점)

Section3. 기업 사회공헌 평가

Q10. 기업의 사회공헌 활동은 한국을 좋은 사회로 만드는데 어떤 영향을 주나요? 왼쪽에 가까울수록 더 부정적인 영향을 주는 것을 의미하고, 오른쪽에 가까울수록 더 긍정적인 영향을 주는 것을 의미합니다.

(7점 척도, 매우 부정적 영향을 준다 -3점 - 보통 0점 - 매우 긍정적 영향을 준다 +3점)

Q11. 기업의 사회공헌 활동은 한국을 좋은 사회로 만드는데 _____한 영향을 준다고 하셨는 데요. 그렇게 생각하신 이유는 무엇인가요? (주관식 응답)

Q12. 한국 사회에 긍정적인 영향을 주었다고 생각하시는 기업 사회공헌 활동 및 캠페인이 있다면 무엇인가요? 떠오르는 기업 이름과 사회공헌 활동명을 적어주세요. (주관식 응답)

Q13. 기업이 어떠한 노력과 개선을 하면, 기업 사회공헌 활동에 대한 당신의 생각(인식)이 현재보다 긍정적으로 바뀔까요? 가장 중요하다고 생각하는 것을 하나만 선택해주세요

- ①경영진 윤리 및 책임경영 실천의지 ⑦제품(서비스) 안전보장
 ②경제성과의 균형적 분배(주주배당, 직원 급여 등) ⑧협력사와의 상생 및 공정거래
 ③간접적인 지배구조 ⑨윤리경영과 부정부패
 (오너리스크, 사외이사/감사 등 투명성 강화) ⑩임직원 복지 및 노동관행
 ④지역사회 소통 및 참여 ⑪소비자 정보 및 권익 보호
 ⑤기술혁신 및 연구개발 ⑫기타(직접 입력)
 ⑥환경 및 기후변화

Section 4. CEO가 된 국민

Q14. 당신이 100대 기업의 CEO라면, 어떤 문제를 해결하는 사회공헌 프로그램을 실행하겠습니까? <보기>에 제시된 것은 국내 100대 기업이 _____문제 해결을 위해 진행하고 있는 사회공헌 프로그램입니다.

- 1) 니홀로 어르신과 청년이 함께 사는 셰어하우스 건립 및 지원
 2) 임직원 급여 일액액 후원 및 봉사활동을 통해 결식아동, 독거노인 등 취약계층 지원
 3) 소외 지역 및 저소득 가정의 결식문제 해소를 위한 1:1 자매결연, 돌봄, 상담 등 현금과 물품 지원
 4) 저소득층과 복지시설 대상 강좌 나눔, 연탄 및 난방유, 식품 등 지원 사업
 5) 지역 농업인 소득 창출과 판로 개척을 위한 농산물 구매, 직거래 정터 지원 등
 6) 개발도상국의 빈곤 지역의 농가 소득 증대 역량 개발 등 경제적 지원 지원
 7) 빈곤층을 위한 집짓기, 주거 마련 지원, 마을 조성 및 건립 등
 8) 취약계층 청년을 위한 시세 이하(40~80%)의 저렴한 주택 공급, 공유 주거 및 복합 공간 제공
 9) 도서 및 산간 오지 지역의 스마트팜, 농업 관제 등 인프라 및 맞춤형 솔루션 제공

- 1) 결혼이주 여성을 버리스타로 채용해 일자리 마련 및 수익금으로 인식개선 캠페인 진행
 2) 청년 취업 교육, 멘토링, 컨설팅 지원, 창업 자금과 비즈니스 모델 지원
 3) 경력단절 여성, 취약계층 여성 위한 돌봄교사, 요양보호사, 유튜브 크리에이터 등 취업 훈련과 일자리 마련
 4) 노숙인, 쪽방 거주민 등 취약계층 일자리 창출을 위한 무료 간식 기술 교육 및 일자리 제공
 5) 실버 택배 전문 인력 양성 및 물류센터 구축 등을 통한 시니어 일자리 마련
 6) 창업 컨설팅, 판로 지원, 사업장, 투자, 해외 진출 기회 마련 등
 7) 사회적경제조직에 태양광 발전소 무상 건립 지원해 전력 판매 수익을 자립 재원으로 활용 지원
 8) 고객 서비스 이용 실적을 기부금으로 적립해 관련 창업기들의 초기 자금 및 제도전 지원
 9) 지역 소상공인과 창작자의 온라인 창업과 진출을 위한 교육, 컨설팅, 공간 지원
 10) 사회문제 해결하는 소셜벤처 발굴 및 솔루션 지원

- 1) 청소년들의 지역 및 사회문제 해결 위한 아이디어 발굴 및 솔루션 경진대회
 2) 디지털 교육 기회가 부족한 학생들에게 소프트웨어, 코딩, 과학, IT 교육 및 콘텐츠 제공
 3) 대학생 멘토가 소외지역 청소년들에게 영어, 수학, 소프트웨어 학습, 멘토링, 캠프 등 지원
 교육 불평등

교육 불평등

- 4) 가정환경 어려운 학생들에게 장학금 전달
- 5) 양궁, 축구 등 아이들의 스포츠 교육을 통한 유망주 발굴 및 지원
- 6) 아동들에게 쉽고 재미있는 체험형 금융 경제 교육 프로그램 운영
- 7) 소외계층 아동 및 청소년 대상 음악 레슨, 장학금 지원 등 음악 유망주 발굴 및 지원
- 8) 미래 게임 인재 양성을 위한 교육, 멘토링, 전용 스튜디오 등 지원
- 9) 소외지역 아동 및 청소년 위한 도서 지원, 도서관 건립
- 10) 청소년과 청년 대상 직업 기술 및 진로 체험 교육, 임직원 멘토링 및 진로 상담

- 1) 독거노인의 건강 현황을 인공지능 스피커, ICT 제품을 제공해 생활관리사가 관리 및 위급시 119 연계
- 2) 의료 취약층 대상으로 무료 건강검진을 실시하는 이동식 진료소 운영 및 서비스 지원
- 3) 소외계층 환우들 대상 의료비 및 수술비, 의약품 및 건강 프로그램 지원
- 4) 노인, 장애인 등 이동이 불편한 소외계층 위한 차량 제공, 전동휠체어 이동수리 및 여행 지원
- 5) 건강, 위생 등 어린이에게 필요한 건강생활습관 뮤지컬 제작 및 공연
- 6) 유방암 환자 수술비 및 검진비 지원, 유방암 인식개선 마라톤 및 일상생활 지원
- 7) 시각장애인 지팡이, 안내견 배출 및 무상 분양, 점자유도블록 제작 및 지원
- 8) 도서지역 노후주택 시설 보수 및 개도국 주민들의 안전한 생활 환경 조성
- 9) 지역아동센터 등 복지시설 환경 조성 및 다양한 교육 프로그램 지원
- 10) 아동 및 청소년의 마음건강 위한 예술 치료 및 교실 힐링 프로그램
- 11) 우울증 예방 프로그램 및 인식개선 웹툰 제작과 캠페인 진행
- 12) 청소년 신체 건강, 인성, 사회성 발달을 위한 달리기 등 스포츠 프로그램 운영

삶의 질 저하

- 1) 재능이 있지만 소외된 예술가를 발굴해 창작 활동 및 공간 지원, 라이브 영상 등으로 대중 홍보 지원
- 2) 정보 사각지대에 있는 실버세대를 위한 금융 및 정보화 교육 제공
- 3) 무형문화재 복원 사업, 문화재 보존 활동, 전통문화를 재해석한 전시 지원
- 4) 임산부 및 조부모를 위한 양육 교육 및 서비스와 돌봄 지원
- 5) 청소년 대상 자살예방전문가들의 생명존중 및 자이존중 교육 실시
- 6) 직장 및 공공립 어린이집 지원, 중소기업 근로자를 위한 공동작장 어린이집 개원
- 7) 도농격차 해소를 위한 방범용 CCTV, 관제용 드론 등 ICT 인프라 지원
- 8) 위기청소년 및 소년원생 범죄예방을 위한 교육 및 취업 지원

급격한 사회구조 변화

- 4) 운전애 두려움을 극복하고 자신감을 향상시키는 가상현실 운전체험 프로그램 운영
- 5) 교통사고 피해가정 자녀 대상 1:1진로 멘토링 및 정서적 지원
- 6) 가중한 활력이 전달되는 경로를 투명하게 확인 및 검사 가능한 앱(서비스) 개발 및 지원
- 7) 전문 재난구조 조직을 구성해 전국 재해재단 복구와 응급의료 인력 및 구조품 지원
- 8) 심폐소생술 교육 무료 지원, 임직원을 심폐소생술 전문 강사로 양성
- 9) 소방관을 위한 방화복 세탁기 개발 및 제공
- 10) 교통안전 정책, 제도, 교육 연구 지원 및 인식개선 활동
- 11) 교내 아동 보호 교실문화 조성 및 학교 폭력 예방 캠페인 지원
- 12) 산업안전 멘토링 및 중증 여객선사에 선박안전용품 전달
- 13) 실종아동 신고 시스템 도입 및 실종예방 캠페인 지원

환경오염 및 기후변화

- 1) 친환경 교육을 통해 청소년에 올바른 생활습관 교육 및 환경의식 고취
- 2) 수도권 매립지에 미세먼지 저감 수증을 식재해 미세먼지 방지 숲 조성
- 3) 청소년 이용시설에 공기청정기를 무상 지원하고 무상 관리 서비스 제공
- 4) 몽골 사막화 지역에 숲 조성, 해당 지역주민 교육 지원
- 5) 해양 생태계 보전 위한 하천, 해안 정화 활동 및 보호 식물 식재
- 6) 감성돔, 치어 등을 바다에 방류해 어족을 보존하고 지역 어민들의 소득 증대에 기여
- 7) 멸종위기종 보호를 위한 대학생 봉사단 운영, 전문단체의 연구 활동 지원
- 8) 국립공원에 자연재해 예방과 동식물 보호를 위한 자원봉사센터 설치, 환경정화 응급 지원
- 9) 환경 분야의 사회적기업을 발굴 및 지원하는 통합 플랫폼 운영
- 10) 산불, 태풍 등 피해지역에 성금과 구호 물품 지원
- 11) 환경의 소중함을 알리는 사진전, 그림대회 개최

- 1) 지하수가 오염된 농촌 지역에 유해물질 제거 기능이 있는 장수기를 지원
- 2) 상수도 시설이 미비한 개발도상국에 빗물식수화 설비를 지원해 식수 지원
- 3) 저소득층 가구의 주거와 복지시설의 에너지 효율을 개선해 에너지 비용 절감 지원
- 4) 초등학교에 태양광 발전 설비를 기부해 학생들의 친환경 전력에 대한 이해를 높이고 전기 요금 절감
- 5) 에너지 관련 교육을 통해 아동·청소년의 친환경 전력에 대한 이해 증진

- 9) 지역에 공연, 전시, 축제, 문화예술 교육과 문화체험활동 지원
- 10) 안전하고 친환경적인 생태놀이 공간 등 신개념 놀이터 설치 및 기준
- 11) 미취학 영유아 애착 프로그램 및 놀이 프로그램, 보육교사 지원
- 12) 해외 유명 박물관에 소장된 세계적인 예술가들의 작품의 한국어 가이드 서비스 지원
- 13) 도시경관사업 등 도시재생을 지원해 주민 스스로 마을의 문제를 발견하고 해결하도록 지원

- 1) 시민들이 일상의 작은 도전을 서로 응원하는 행동 변화 플랫폼 운영 및 지원
- 2) 버스 안에서 가족, 연인 등 가까운 사람과 속마음을 나누며 관계를 회복하는 프로그램
- 3) 시민들의 다양한 공익 참여를 위한 온라인 기부 및 모금 플랫폼 개발 및 운영
- 4) 다문화 가정 아동에게 한국의 역사 체험 및 토론 교실 운영
- 5) 구어로 소통이 어려운 장애인의 의사소통을 돕는 무료 앱, 특수학교에 ICT 기기 및 시설 지원
- 6) 다양성 존중, 공존 등 가치를 담은 그림책 및 동화를 출간해 학교 및 도서관에 기증
- 7) 장애인식 개선을 위해 20개국의 지체, 청각, 시각, 발달장애 청소년들의 IT 챌린지 운영
- 8) 장애청소년에게 레슨 등을 통한 문화예술 활동 지원 및 장애인 전문 오케스트라 지원
- 9) 서구 중심의 미(美)의 개념에서 아시아의 미(美)의 개념과 특성 연구 및 체험 지원
- 10) 소방관, 응급한 시민, 의료인 등 의인을 발굴하고 격려 및 지원 프로그램
- 11) 중증장애인, 발달장애인의 일자리 발굴 및 지원
- 12) 범죄피해자 가정 지원 및 주거환경 개선 지원, 범죄피해자 지원 캠페인 전개
- 13) 탈북 청소년의 교육 및 성장 지원, 진로 상담 및 연계
- 14) 청각장애 야구단 후원
- 15) 동전 기부를 통한 소액 기부 활성화 및 신규 동전 제작에 필요한 사회적 비용 절감
- 16) 장애인이 스스로 편하게 입을 수 있는 기능성 캐주얼 브랜드 론칭

- 1) 소외계층이 안심하고 살 수 있는 안심마을 조성 및 안전한 생활 환경 마련
- 2) 차매노인, 발달장애인 대상으로 실종방지 배회 감지기를 개발해 보급
- 3) 교통사고 예방을 위한 투명우산 나눔, 안전운전키트 배포, 안전환경 개선 활동

안전 위협

- 6) 제품 공병을 회수하고 생산 부산물을 활용해 예술작품을 만드는 등 창의적 재 활용
- 7) 먹을 수 있으나 판매할 수 없는 식품을 필요한 기관에 기부해 식품폐기로 인한 환경부하 감소
- 8) 제품 용기와 목재 파레트를 재활용해 만든 화분을 지역아동센터에 기부
- 9) 카페에서 버려진 커피박을 재활용하고, 관련 사회적기업에 물품 지원
- 10) 생활 속 일회용품 저감 캠페인을 회사내 시행, 대중에 확대

Q14-1. 우리 사회의 수많은 문제들과 기업의 한정된 예산 및 자원의 한계를 고려하여, 각 9개 문
제로 우선순위 사회공헌을 1위부터 3위까지 선택해주세요.

Q14-2. 다음 표에 제시된 것은 귀하께서 분야별로 1순위로 꼽은 사회공헌 프로그램입니다. 만약
당신이 국내 100대 기업 CEO(최고경영자)라면, 어떤 문제를 해결하는 사회공헌 활동을
우선적으로 시도하겠습니까? 당신이 사회문제 해결을 위해 사용할 수 있는 사회공헌 자
원(비용, 시간 등)의 총합은 100억원입니다. 배분 자원의 총합이 100이 되도록 우선순위에
따라 각 칸에 예산을 입력해주세요. (예산을 투입하고 싶지 않은 곳에는 0을 입력)

Q14-3. 앞에서 사회공헌 프로그램의 우선순위를 정할 때, 어떤 요소를 가장 많이 고려했나요?

- ① 사회문제의 심각성 수준
- ② 기업의 특성과 역량 및 자원 활용도
- ③ 지속적 활동을 통한 문제 해결 가능성
- ④ 기업의 이미지와 브랜드 신뢰도 제고
- ⑤ 혁신적인 시도를 통한 새로운 문제해법 가능성
- ⑥ 다양한 주체 및 기관과 협업을 통한 부족한 자원 연계 가능성
- ⑦ 기타(직접 입력)

〈Special Survey〉 Covid-19

Q15. 귀하께서는 코로나19 바이러스 확산 이전과 비교할 때, 기업에 대한 신뢰도가 어떻게 달라졌나요? (5점 척도, 매우 부정적으로 변했다 -2점 - 보통 0점 - 매우 효과적이다 +2점)

Q16. 당신은 아래 문장에 얼마나 동의하나요?

(5점 척도, 전혀 동의하지 않는다 0점 - 보통 3점 - 매우 동의한다 5점)

Q16-1. 기업은 코로나 바이러스 예방 및 해결을 돕기 위해 역할과 책임을 다해야 한다.

Q16-2 나는 코로나 팬데믹 기간동안 기업의 사회적책임과 관련된 의사결정 및 활동이 미래에 어떤 영향을 미칠지 기억하고 지켜보겠다

Q16-3. 코로나 팬데믹 기간에 사회적 책임을 다하지 않는 기업의 제품과 서비스를 구매하지 않겠다.

Q17. 나는 국내 기업들이 코로나 문제 해결을 위해 진행한 사회공헌 활동 수준이 10점 만점에 _____ 점이라고 생각한다. (11점 척도, 0점~10점)

Q18. 당신은 아래 문장에 얼마나 동의하나요? 나는 코로나 바이러스 예방 및 해결을 위한 기업 사회 공헌 활동의 진정성에 의심이 간다

(5점 척도, 전혀 동의하지 않는다 0점 - 보통 3점 - 매우 동의한다 5점)

Q19. 귀하께서 코로나 관련 기업의 사회적책임 및 사회공헌 활동 관련 정보·소식을 접하는 채널 중에서 가장 신뢰하는 곳을 선택하세요.

- ①정부기관 ②지자체 ③비영리단체 ④미디어(방송 및 언론) ⑤기업
- ⑥소셜미디어 ⑦기타(직접 입력)

Q20. 다음은 코로나 바이러스 예방 및 해결을 위해 국내 주요 기업이 실제 진행한 사회공헌 활동입니다.

- 4) 소상공인 경영지원 솔루션(매장 위치 홍보, 알바관리 등) 무상 지원
- 5) 취업 어려워진 장애인 비대면 교육, 직무 시험, 기업면접 등 화상시스템 제공
- 6) 지역 작가 작품 전시 및 판매 지원
- 7) 임직원이 직접 제작한 마스크, 비누 키트 등 지역사회 배포
- 8) 임직원 모바일 걷기 앱 캠페인 통해 걸음수 만큼의 기부금 지원
- 9) 지하상가, 공원, 지역아동센터 등 방역 봉사
- 10) 온라인 플랫폼 활용해 취약계층 학생 대상 예술 프로그램 지원

Q20-1. 위에 제시된 4개 분야별로 문제의 심각성과 중대성, 프로그램의 혁신성, 진정성 등을 고려하여 가장 잘했다고 생각되는 활동을 하나만 선택해주세요.

Q20-2. 아래는 귀하께서 코로나 바이러스 예방 및 해결을 위한 사회공헌 프로그램 중, 가장 잘한 활동을 분야별로 선택해주신 것입니다. 이 중에서 가장 잘했다고 생각되는 활동부터 순서대로 선택해주세요. (Q19-1~4에서 선택한 보기 중 순서를 입력)

Q21. 만약 당신이 100대 기업의 CEO(최고경영자)라면, 코로나 팬데믹 기간에 어떤 사회공헌 활동을 우선적으로 시도하겠습니까? 당신이 사회문제 해결을 위해 사용할 수 있는 사회공헌 자원(비용, 시간 등)의 총합은 100억원입니다. 배분 자원의 총합이 100이 되도록 우선순위에 따라 각 칸에 예산을 입력해주세요. (예산을 사용하고 싶지 않은 곳에는 0을 입력)

- 1) 구호성금·물품기부(피해 지역 및 저소득 가구에 성금 및 위생용품과 생필품 기부): _____원
- 2) 의료 지원 (의료용품 제조, 코로나 진단키트, 의료 모니터링 등 관련 기술/서비스 지원): _____원
- 3) 협력사 지원(협력사 가맹금 감액, 운영자금 저금리 대출 등 직원보호 지원): _____원
- 4) 고객 지원(원격근무 위한 언택트 서비스 무상 제공, 제품 및 서비스 무상 제공 등): _____원
- 5) 지역사회 지원 (전통시장 및 소상공인 판로 지원, 아동 및 청소년 생계 및 교육 지원): _____원
- 6) 임직원 봉사(임직원 헌혈, 농촌 일손돕기, 구호물품 키트 제작, 방역 봉사 등): _____원
- 7) 캠페인(대국민 모금 및 의료진 응원 메시지 등 코로나 캠페인): _____원

- 1) 피해 지역에 의료용품(마스크, 손세정제, 방호복 등) 및 기부금 지원
- 2) 회사 연수원을 코로나 생활지원센터로 제공
- 3) 코로나 예방 위한 손씻기 알림 앱 개발
- 4) 코로나 대응 중 손직한 공무원 유가족 자녀에게 장학금 지원
- 5) 코로나 피해자에게 생필품, 학용품, 식품, 심리치료 등 지원
- 6) 국민 응원메시지 새겨진 반창고 제작해 의료진에 전달
- 7) 국민이 추천한 코로나 의료진 및 봉사자에게 쿠폰 전달
- 8) 코로나 혈액 수급난 극복 위해 계열사 릴레이 헌혈
- 9) 해외 코로나 피해국가 에 한국산 진단키트 지원
- 10) 코로나 자기격려 대상자 모니터링 시스템 개발 및 지원

- 1) 마스크 제조업체 공정 개선 지원 및 기술 전수
- 2) 협력사 운영자금 무이자/저금리 대출 및 물품대금 조기 지급
- 3) 협력사 자재 조달비 및 절차 지원
- 4) 협력사 긴급자금 조달 및 가맹금 면제
- 5) 협력사에 의료용품 지원 및 정부 지원 프로그램 안내
- 6) 중소기업 전력비용 최적화 컨설팅 서비스 무상 제공
- 7) 경찰청에 실시간 유동인구 분석 서비스 무상 지원
- 8) 기업 유통 플랫폼에 제품 판매 지원 및 수수료 면제
- 9) 사옥내 입주한 중소 파트너사 임대료 지원
- 10) 코로나로 침체된 10개 패션 브랜드 소개하는 기획전 진행

- 1) 원격근무 위한 실시간 화상회의 솔루션 앱 개발 및 지원
- 2) 디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원
- 3) 사내 교육 콘텐츠를 원격수업용 강의 콘텐츠로 무료 공개
- 4) 유치원 및 어린이집 통학 차량에 무상 항공 서비스 제공
- 5) 차량 점검과 수리, 소모품 교환 및 보충 서비스 지원
- 6) 용자고객 대상 보험료 납입과 대출원리금 상환 6개월 유예
- 7) 빅데이터 기반 문자 마케팅 서비스 무료 이용 지원
- 8) 코로나 방역 숨은 영웅 찾기 참여 고객에 매칭 기부 캠페인
- 9) 코로나 예방수칙 광고 무료 송출
- 10) 따뜻한 응원의 메시지 공모전

- 1) 원격근무 위한 실시간 화상회의 솔루션 앱 개발 및 지원
- 2) 디지털 기기 없는 학생들에게 태블릿 PC 지원
- 3) 사내 교육 콘텐츠를 원격수업용 강의 콘텐츠로 무료 공개

지역경제 및 취약계층 지원

고객 지원 및 소통

Q21-1. 바로 앞에서 사회공헌 프로그램에 지원을 배분할 때, 어떤 요소를 가장 많이 고려하셨나요? 가장 많이 고려한 것을 하나만 선택해주세요.

- ①코로나 관련 문제의 심각성 수준
- ②기업의 특성과 역량 및 자원 활용도
- ③코로나나 문제 해결 가능성
- ④기업의 이미지와 브랜드 신뢰도 제고
- ⑤혁신적인 시도를 통한 새로운 문제해법 가능성
- ⑥다양한 주체 및 기관과 협업을 통한 부족한 자원 연계 가능성
- ⑦기타(직접 입력)

국내 100대 기업 사회공헌 현황

우리나라의 상위 100대 기업의 주요 사회공헌 프로그램 418개 현황을 조사했습니다.

1	상위 100대 기업:	1) 시기총액 1~130위 기업(2020년 7월 말 기준) 중 매출액 500대 기업(2019년 기준)을 우선 선정(우선주, 지주회사 등을 제외하되, 지주회사 중 자체 사업을 영위하는 경우 포함)하고 그의 자주사는 그룹 내 매출 1위 기업을 선정)	2	주요 418개 사회공헌 프로그램: 100대 기업의 지속가능경영보고서, 홈페이지를 기준으로 사회공헌 주요 테마별 대표 사회공헌 프로그램을 1개씩 선정하되 기업당 최대 5개 이내로 취합(기업이 직접 대표 프로그램이라 명시했거나 해당 활동 소개 콘텐츠 위치 및 내용의 집중도를 기준으로 최종 도출)
		2) 시기총액 1~130위 기업 또는 매출액 500위 기업(2019년 기준) 중 전년도 조사 연계성과 기업집단 소속 여부를 고려해 5개 기업을 추가 선정		
		3) 이 중 사회공헌 규모를 공시하지 않은 기업을 제외해 최종 100대 기업 선정	3	시기총액 순위는 2020년 7월 28일 기준
			4	기업 공시자료에서 구체적으로 기재된 사업 목적 및 배경 등을 바탕으로 '2020 대한민국 사회문제 부류 체계'를 기준으로 매칭한 결과임(한국이바라본 사회문제: 2020 인식조사&이슈분석, CSES · triplelight)

기업명 (시기총액 순위)	사업명	사업 개요	시작 연도	운영 기간	재광 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류*
1 삼성전자 (1)	1.1 삼성 솔브 포 투모로우	청소년들이 지역 현안 아이디어를 발굴하고 STEM(과학, 기술, 공학, 수학) 지식을 활용 해 창의적인 솔루션을 구현해보는 창의경진 프로그램	2010	9	교육	전국/글로벌	아동/어린이	교육 불평등
	1.2 삼성 스마트 스킨	정보 접근성이 낮고 디지털 교육 기회가 부족한 전세계 학생을 대상으로 삼성전자의 디바이스와 콘텐츠를 기반으로 한 디지털 교육을 제공한다.	2012	7	교육	전국/글로벌	아동/어린이	교육 불평등
	1.3 삼성 드림클래스	교육 여건이 부족한 중학생들에게 영어, 수학, 소프트웨어 학습을 지원하고, 멘토로 참가한 대학생에게 장학금을 지원하는 프로그램. 학업성취도 향상을 목표로 주중, 주말교실과 방학캠프 등 37가지 프로그램을 운영함.	2012	7	교육	전국	청소년	교육 불평등
	1.4 삼성 이노베이션캠퍼스	청년 대상 글로벌 ICT 교육 프로그램으로, 기술 인재가 되고자 하는 청년들이 ICT 기술을 습득하고, 직업 입장에서 요구되는 다양한 역량을 기를 수 있는, 장애인 여성 등 다양한 청년들에게 맞춤형 기회와 다각화된 형태의 학습을 제공한다.	2019	0	교육	글로벌	청소년	교육 불평등
	1.5 삼성 원워크	양질의 교육을 받지 못하는 해외 청소년을 위해 일석원 재능기부로 IT 기술 또는 사업적 역량을 기를 수 있는 교육 콘텐츠를 개발하고 교사연수, 취업연계 등 다양한후속 프로그램 제공함.	2010	9	봉사	전국/글로벌	지역사회&글로벌	소득(경제) 및 주거불안
2 SK하이닉스 (2)	2.1 행복 GPS	치매노인과 발달장애인 실종을 예방하고 가족들의 우려를 덜기 위해 GPS 기반의 '실종 방지 배회 감지기'-행복 GPS를 개발해 보급함.	2017	2	기술	전국	시니어	안전 위험
	2.2 실버프렌드	독거어르신들에게 AI스피커, IoT 제품을 제공하고 시스템 사용 여부를 담당 생활관리사가 전달반도록 해 효과적으로 노인들의 건강 현황을 관리할 수 있도록 함.	2018	1	물품	지역사회	시니어	삶의 질 저하
	2.3 진로멘토링 Happy Dreaming	지역사회의 중·고등학생들에게 일석원 강사가 회사 및 반도체 직무에 대한 인내와 시, IoT, VR 등 4차 산업혁명 관련 교육프로그램, 이공계열 진로 멘토링을 제공함.	2018	1	교육	지역사회	청소년	교육 불평등
	2.4 행복버스	중국 우시 지역 내 빈곤계층과 의료 취약 주민들에게 무료 건강검진을 제공하는 이동 식 진료소(CT 기반 최첨단 의료설비를 갖춘 진료소)를 운영함.	2016	3	인프라	지역사회/글로벌	지역사회&글로벌	삶의 질 저하
	2.5 행복우산	교통사고가 빈번하게 발생하는 중국 우시 지역의 학생과 선생님, 지역 내 장애인에 대해서로 교통 사고 예방을 위한 행복우산(투명우산)을 배포함.	2018	1	물품	지역사회/글로벌	지역사회&글로벌	안전 위험
3 삼성바이오로직스 (3)	3.1 소외계층 청소년 장학지원 및 멘토링 'Bio Dream Plus'사업	가정환경이 어려운 학생들에게 인턴인재육성재단을 통해 장학금을 전달하고, 임직원 봉사자들이 바이오 제약산업 소개와 진로상담 멘토링을 병행함.	2016	3	현금	지역사회	청소년	교육 불평등
	3.2 소외계층 의료비 지원 사업: 난치병 환우 치료비 지원사업 (BO Health)	지역 의료기관과 연계해 질병으로 고통받는 지역 내 소외계층 환우와 취약·난치성 질환 환자들의 의료비를 지원함.	2015	4	현금	지역사회	지역사회	삶의 질 저하
	3.3 동물원봉사동호회 임직원 봉사활동	지역사회의 안전보육원과 결연을 맺고 임직원이 매월 방문해 봉사활동을 제공하며 연말 기부금을 모아 전달함.	2014	5	봉사	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
4 NAVER (4)	4.1 파트너스케어 (프로젝트 꽃)	지역 소상공인과 창작자 등 개인들의 온라인 진출과 디지털 경쟁력 향상을 돕기 위해 교육, 컨설팅, 스튜디오 공간 등 공감을 제공하는 비즈니스 거점을 지역에 개소함.	2013	6	기타	전국	사회적경제조직/중소기업	고용 및 노동 불안정
	4.2 D-커머스 프로그램 (프로젝트 꽃)	사업자의 온라인 창업과 지속적인 성장을 위해 창업 성장단계별로 데이터 기반의 온오프라인 교육, 컨설팅, 자금지원 등 셀러 성장 프로그램을 지원함.	2018	1	교육	전국	사회적경제조직/중소기업	고용 및 노동 불안정
	4.3 해피민	공익 프로젝트를 한데 모은 온라인 플랫폼으로, 모금/기부 플랫폼과 펀딩, 공감가게, 가볼까 등 공익주체들을 위한 다양한 공익 참여 서비스를 제공함.	2005	14	인프라	전국	지역사회	사회통합 저해
	4.4 온스테이지 2.0 (네이버문화재단)	숨어 있는 문화예술 창작자를 발견하고 성장의 토양을 마련해주기 위해 실력 있는 인디 뮤지션을 발굴해 라이브 영상을 통해 대중에게 소개하는 프로그램을 운영함.	2018	1	인프라	전국	지역사회	급격한 사회구조 변화
	4.5 소프트웨어 놀자 (네이버커넥트재단)	미래세대인 아이들이 쉽고 편하게 소프트웨어를 배울 수 있도록 코딩 캠프, 인공지능 기술과 데이터를 활용한 다양한 교육 콘텐츠를 제공함.	2019	0	교육	전국	청소년	교육 불평등
5 셀트리온 (5)	5.1 부식 및 생계지원	부식 및 생계지원이 긴급한 저소득 가정을 지원함.	2018	1	물품	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
	5.2 의료복지원	가정 형편으로 인해 필요한 치료를 못하고 있는 소외계층의 의료비를 지원함.	2019	0	현금	전국	경제/사회적 취약계층	삶의 질 저하
	5.3 학자금지원	경제적인 어려움으로 학업에 곤란을 겪고 있는 학생들에게 학비를 지원함.	2018	1	현금	지역사회	청소년	교육 불평등
	5.4 절기노동사업 (셀트리온복지재단)	소외계층지원사업을 통해 나눔 대상으로 선정된 가구에 절기별 선물(쌀, 선민, 추석, 김장철)을 전달함.	2013	6	물품	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
6 LG화학 (7)	6.1 젊은 꿈을 키우는 화학캠프	사업장 인근 지역사회 청소년들에게 양질의 과학 교육을 제공하는 체험형 과학교육 프로그램, 교과과정과 연계된 실습 기회를 제공하고, 과학과 화학에 대해 눈높이를 맞추 교육을 제공해 심리적 장벽을 완화함.	2005	14	교육	지역사회	청소년	교육 불평등
	6.2 내가 만드는 세상, 재미있는 화학놀이터	사업장 인근 초등학교를 중심으로 체험형 과학 교육과 교과 과정을 연계한 과학 실험 공연을 진행하고, 연암대학교와 연계한 '미니 정원' 만들기 프로그램을 통해 자연환경의 소중함을 강조함.	2015	4	교육	지역사회	아동/어린이	교육 불평등
	6.3 그린파트너십 프로젝트	태양광 발전설비를 활용한 친환경 전력을 통해 향후 20년 간 취약계층 및 저소득층을 후원(희망Green발전소)하고, 아동청소년 복지시설의 단열재 설치 및 창호 교체 등을 지원함(그린리모델링 프로그램).	2018	1	인프라	전국	경제/사회적 취약계층	에너지 및 자연불균형
	6.4 옴은미래, LG화학이 그리는 Green 세상 (삼성 지킴이 Green Maker 봉사활동 및 밤샘생태 체험관 개관)	생물다양성 보존을 위한 임직원 봉사활동을 진행하고, 서울 마포대교 위 밤샘생태체험관을 개관함.	2017	2	봉사	지역사회	동물/환경	환경오염과 기후변화 & 자연재해
	6.5 LGSC(LG소셜캠퍼스)	친환경 분야의 사회적경제 생태계를 지원하는 통한 지원 플랫폼 친환경 사회적경제 인재를 육성하고 연인 사업(로컬블류리, 소셜토코리스트, 기본초 영화제)을 진행함.	2011	8	인프라	전국	사회적경제조직/중소기업	환경오염과 기후변화 & 자연재해

기업명 (사기통액 순위)	사업명	사업 개요	시작 연도	운영 기간	제공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류
7	카카오 (8)	7.1 엔들러그드 데이 7.2 속이머비스(카카오맵이거치) 7.3 카카오 같이거치 서비스 7.4 다거치펀드 7.5 카카오프로젝트100 (카카오임팩트)	2011	8	교육	지역사회	아동/어린이	교육 불평등
		8.1 푸른별 환경학교 8.2 푸른별 꿈꾸는 학교 8.3 푸른별 미래과학학교 2.5 행복우산 9 현대차 (10) 9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2014	5	체험	전국	전국민(불특정 다수)	사회통합 저해
		8.1 푸른별 환경학교 8.2 푸른별 꿈꾸는 학교 8.3 푸른별 미래과학학교 2.5 행복우산 9 현대차 (10) 9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2007	12	서비스	전국	전국민(불특정 다수)	사회통합 저해
		8.1 푸른별 환경학교 8.2 푸른별 꿈꾸는 학교 8.3 푸른별 미래과학학교 2.5 행복우산 9 현대차 (10) 9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2015	4	현금	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
		8.1 푸른별 환경학교 8.2 푸른별 꿈꾸는 학교 8.3 푸른별 미래과학학교 2.5 행복우산 9 현대차 (10) 9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2017	2	서비스	전국	전국민(불특정 다수)	사회통합 저해
8	삼성SDI (9)	8.1 푸른별 환경학교 8.2 푸른별 꿈꾸는 학교 8.3 푸른별 미래과학학교 2.5 행복우산 9 현대차 (10) 9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2011	8	교육	전국	아동/어린이	환경오염과 기후변화 & 자연재해
		8.1 푸른별 환경학교 8.2 푸른별 꿈꾸는 학교 8.3 푸른별 미래과학학교 2.5 행복우산 9 현대차 (10) 9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2019	0	교육	전국	청소년	에너지 및 자연불균형
		8.1 푸른별 환경학교 8.2 푸른별 꿈꾸는 학교 8.3 푸른별 미래과학학교 2.5 행복우산 9 현대차 (10) 9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2019	0	교육	전국	청소년	교육 불평등
		8.1 푸른별 환경학교 8.2 푸른별 꿈꾸는 학교 8.3 푸른별 미래과학학교 2.5 행복우산 9 현대차 (10) 9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2018	1	물품	지역사회/글로벌	지역사회&글로벌	안전 위협
9	현대차 (10)	9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2012	7	현금	전국	청년	고용 및 노동 불안정
		9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2016	3	현금	지역사회	지역사회&글로벌	환경오염과 기후변화 & 자연재해
		9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2005	14	물품	지역사회	장애인	교육 불평등
		9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2019	0	서비스	전국	전국민(불특정 다수)	안전 위협
		9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2005	14	교육	전국	청소년	안전 위협
		9.1 H-온드림 사회적기업 창연오디션 9.2 아이오닉 포레스트 9.3 행복드림커/행복드림버스 9.4 드라이빙 플러스	2018	1	인프라	글로벌	지역사회&글로벌	급격한 사회구조 변화
10	LG생활건강 (11)	10.1 반짝반짝 페리오 10.2 내츨뷰 뷰티 크리에이티브 10.3 빌리프는 지구교실 10.4 글로벌 예코리더 11 삼성물산 (12) 11.1 주니어 몰산 아카데미 11.2 Samsung village 11.3 Co(古) Together 11.4 HEARTIST: Fashion for all abilities 11.5 화귀난지(성질환 아동지원)	2017	2	체험	전국	아동/어린이	삶의 질 저하
		10.1 반짝반짝 페리오 10.2 내츨뷰 뷰티 크리에이티브 10.3 빌리프는 지구교실 10.4 글로벌 예코리더 11 삼성물산 (12) 11.1 주니어 몰산 아카데미 11.2 Samsung village 11.3 Co(古) Together 11.4 HEARTIST: Fashion for all abilities 11.5 화귀난지(성질환 아동지원)	2018	1	교육	전국	여성	고용 및 노동 불안정
		10.1 반짝반짝 페리오 10.2 내츨뷰 뷰티 크리에이티브 10.3 빌리프는 지구교실 10.4 글로벌 예코리더 11 삼성물산 (12) 11.1 주니어 몰산 아카데미 11.2 Samsung village 11.3 Co(古) Together 11.4 HEARTIST: Fashion for all abilities 11.5 화귀난지(성질환 아동지원)	2014	5	교육	전국	청소년	삶의 질 저하
		10.1 반짝반짝 페리오 10.2 내츨뷰 뷰티 크리에이티브 10.3 빌리프는 지구교실 10.4 글로벌 예코리더 11 삼성물산 (12) 11.1 주니어 몰산 아카데미 11.2 Samsung village 11.3 Co(古) Together 11.4 HEARTIST: Fashion for all abilities 11.5 화귀난지(성질환 아동지원)	2013	6	교육	전국	청소년	환경오염과 기후변화 & 자연재해
		10.1 반짝반짝 페리오 10.2 내츨뷰 뷰티 크리에이티브 10.3 빌리프는 지구교실 10.4 글로벌 예코리더 11 삼성물산 (12) 11.1 주니어 몰산 아카데미 11.2 Samsung village 11.3 Co(古) Together 11.4 HEARTIST: Fashion for all abilities 11.5 화귀난지(성질환 아동지원)	2018	1	교육	전국	청소년	교육 불평등
		10.1 반짝반짝 페리오 10.2 내츨뷰 뷰티 크리에이티브 10.3 빌리프는 지구교실 10.4 글로벌 예코리더 11 삼성물산 (12) 11.1 주니어 몰산 아카데미 11.2 Samsung village 11.3 Co(古) Together 11.4 HEARTIST: Fashion for all abilities 11.5 화귀난지(성질환 아동지원)	2000	19	인프라	전국/글로벌	지역사회&글로벌	소득(경제) 및 주거불안
		10.1 반짝반짝 페리오 10.2 내츨뷰 뷰티 크리에이티브 10.3 빌리프는 지구교실 10.4 글로벌 예코리더 11 삼성물산 (12) 11.1 주니어 몰산 아카데미 11.2 Samsung village 11.3 Co(古) Together 11.4 HEARTIST: Fashion for all abilities 11.5 화귀난지(성질환 아동지원)	2014	5	체험	전국	이주민/난민/탈북민/ 다문화가정	사회통합 저해
		10.1 반짝반짝 페리오 10.2 내츨뷰 뷰티 크리에이티브 10.3 빌리프는 지구교실 10.4 글로벌 예코리더 11 삼성물산 (12) 11.1 주니어 몰산 아카데미 11.2 Samsung village 11.3 Co(古) Together 11.4 HEARTIST: Fashion for all abilities 11.5 화귀난지(성질환 아동지원)	2019	0	물품	전국	장애인	사회통합 저해
		10.1 반짝반짝 페리오 10.2 내츨뷰 뷰티 크리에이티브 10.3 빌리프는 지구교실 10.4 글로벌 예코리더 11 삼성물산 (12) 11.1 주니어 몰산 아카데미 11.2 Samsung village 11.3 Co(古) Together 11.4 HEARTIST: Fashion for all abilities 11.5 화귀난지(성질환 아동지원)	2004	15	현금	전국	아동/어린이	삶의 질 저하
12	현대모비스 (13)	12.1 투명우산 나눔활동 12.2 주니어 공학교실 12.3 미르숲 12.4 장애인동 이동편의 지원 12.5 현대모비스 어린이양공교실	2010	9	물품	전국	아동/어린이	안전 위협
		12.1 투명우산 나눔활동 12.2 주니어 공학교실 12.3 미르숲 12.4 장애인동 이동편의 지원 12.5 현대모비스 어린이양공교실	2014	5	교육	전국	청소년	교육 불평등
		12.1 투명우산 나눔활동 12.2 주니어 공학교실 12.3 미르숲 12.4 장애인동 이동편의 지원 12.5 현대모비스 어린이양공교실	2017	2	인프라	지역사회	동물/환경	환경오염과 기후변화 & 자연재해
		12.1 투명우산 나눔활동 12.2 주니어 공학교실 12.3 미르숲 12.4 장애인동 이동편의 지원 12.5 현대모비스 어린이양공교실	2014	5	물품	전국	장애인	삶의 질 저하
		12.1 투명우산 나눔활동 12.2 주니어 공학교실 12.3 미르숲 12.4 장애인동 이동편의 지원 12.5 현대모비스 어린이양공교실	2017	2	교육	전국	아동/어린이	삶의 질 저하
13	POSCO (14)	13.1 스틸빌리지 13.2 비온드	2009	10	인프라	전국/글로벌	지역사회&글로벌	소득(경제) 및 주거불안
		13.1 스틸빌리지 13.2 비온드	2012	7	봉사	전국/글로벌	청년	교육 불평등

기업명 (사기총액 순위)	사업명	사업 개요	시작 연도	운영 기간	제공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류
14	엔씨소프트 (15)	13.3 카메오아시아 13.4 포스코 '포유드림(POSCO YOUTH DREAM) 14.1 나의 ACC 엠 14.2 동화책 출판 14.3 MIT과특별프로그램	2011	8	인프라	전국	이주민/난민/탈북민/다문화가정	고용 및 노동 불안정
	14.1 나의 ACC 엠	포스코가 설립한 사회협동조합으로, 결혼 이후 여성을 버리스타로 채용하여 안정적 인 일자리를 제공하고 경제적 자립과 성장 강화를 지원함. 프랜차이즈 수익금은 다문화 캠페인 및 새로운 일자리 창출에 전액 활용함.	2018	1	서비스	전국	청년	고용 및 노동 불안정
15	SK텔레콤 (16)	15.1 인공지능 돌봄 15.2 정보격차 해소를 위한 ICT 교육 (알기 쉬운 T·스마트폰 교실, 신나는 코딩 교실) 15.3 레드 커넥트 15.4 True Innovation 15.5 마인크래프트 게임 활용 코딩 교육	2014	5	서비스	전국	장애인	사회통합 저해
	15.1 인공지능 돌봄	구어 소통이 어려운 장애인의 의사소통을 돕는 무료 애플리케이션으로, 1000여 개의 어휘를 제공하고 다양한 스마트 기기에서 이용할 수 있음.	2018	1	물품	전국	장애인	사회통합 저해
16	SK에너지 (17)(SK)	16.1 아동/청소년 대상 에너지교육 16.2 제주유나이티드FC 프로젝트 운영	2019	0	교육	전국/글로벌	아동/어린이	교육 불평등
	16.1 아동/청소년 대상 에너지교육	전국 주요 도시의 지점 및 대리점에서 교육용 로봇 Albert를 활용해 학생들에게 코딩 교육을 진행함.	2019	0	교육	전국/글로벌	아동/어린이	교육 불평등
17	기아차 (19)	17.1 그린리더 프로젝트 17.2 초록여행 17.3 굿모빌리티 캠페인, '정초, 내·일 을 그리다'	2012	7	물품	전국	장애인	삶의 질 저하
	17.1 그린리더 프로젝트	장애인의 자유로운 여행과 경제적인 어려움을 지원하며 다양한 형태의 여행 기회를 제공하는 캠페인.	2012	7	물품	전국	장애인	삶의 질 저하
18	국민은행 (21)(KB금융)	18.1 국민은행 18.2 소호건설봉사센터 18.3 KB국민 18.4 KB국민의 맑은 하늘 숲 조성	2016	3	물품	전국	아동/어린이	안전 위협
	18.1 국민은행	초등생부터 대학생까지 성장세대를 위한 사회공헌을 운영함. 초등학교 저학년이 보행 중 발생할 수 있는 교통사고를 예방하고자 시작된 교통안전 캠페인(그린리더) 키즈캠 페인과 대학생이 직접 사회공헌을 기획하고 실행하는 프로그램(데드클로버)등.	2007	12	교육	전국	청소년	교육 불평등
19	신한은행 (22)(신한저축)	19.1 신한어린이금융체험교실 19.2 신한음악상 19.3 환경사진공모전 19.4 신한두드림스페이스 19.5 다드림 사랑방	2016	3	서비스	전국	사회적경제조직/중소기업	고용 및 노동 불안정
	19.1 신한어린이금융체험교실	우수 중소·중견기업과 구직자가 함께 참여하는 KB국민 취업박람회와 관련 교육·프 로그램을 운영해 양질의 일자리 매칭 기회를 제공함.	2011	8	인프라	전국	청년	고용 및 노동 불안정
20	삼성에스디에스 (23)	20.1 Coding Campus 20.2 smart Bridge 기부금	2016	3	교육	전국	청소년	교육 불평등
	20.1 Coding Campus	미세먼지 저감을 위해 황사 및 미세먼지 발생지인 몽골 사막과 지역이 숲을 조성함. 유 심수를 통한 주민자립을 도우며, 역량강화를 위한 주민교육과 공동체 활동을 실시함.	2018	1	물품	글로벌	동물/환경	환경오염과 기후변화 & 자연재해
21	SK이노베이션 (25)	21.1 사회적기업 발굴 지원 사업 21.2 스타 사회적기업 육성 21.3 이그윅 캠페인 21.4 앵그로브 숲 복원사업 21.5 행복나눔 사랑잇기	2013	6	현금	지역사회/글로벌	지역사회&글로벌	고용 및 노동 불안정
	21.1 사회적기업 발굴 지원 사업	사회장 소재지를 중심으로 사회적 경제 이랜드를 확충해 나가는 활동과 지속가능한 비 즈니스 모델을 발굴하고 사업화를 지원함.	2013	6	현금	지역사회/글로벌	지역사회&글로벌	고용 및 노동 불안정
22	한국전력 (26)	22.1 한국전력 119 재난구조단	2016	3	교육	전국	청소년	교육 불평등
	22.1 한국전력 119 재난구조단	초·중·고등학교 및 소년원생을 대상으로 창의력을 증진시키는 다양한 도구를 활용해 대상별 맞춤형 코딩 교육을 진행함.	2016	3	교육	전국	청소년	교육 불평등

기입명 (사기총액 순위)	사업명	사업 개요	시작 연도	운영 기간	재공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류		
23	LG전자 (27)	22.2	핵심핵심사업 지원	사회적경제조직에 태양광 발전소를 무상 지원해 전력 판매 수익을 지원 재원으로 활용 하도록 지원하고 지역 사회복지시설과 취약가구에 태양광 패널을 무상 기부함.	2016	3	인프라	지역사회	사회적경제조직/ 중소기업	고용 및 노동 불안정
		22.3	Eye Love Project (저소득층 개인수술 지원사업)	국내외 실명 위기의 취약계층 환자를 대상으로 무료 개인수술을 지원함.	2011	8	현금	지역사회/글로벌	경제/사회적 취약계층	삶의 질 저하
		22.4	사회적기업 지원(기차장출)	핀로지원, 크라우드펀딩, 인벤투 투자 등 사업주기별로 사회적경제조직을 맞춤형 지원.	2015	4	현금	전국	사회적경제조직/ 중소기업	고용 및 노동 불안정
		22.5	한전 대학생 봉사단	대학생 해외봉사단이 한국전력 해외 진출국에 파견돼 마을을 시설 보수, 현지 태양광 발 전소 지원 지원 등 다양한 봉사활동을 시행함.	2015	4	봉사	글로벌	지역사회&글로벌	소득(경제) 및 주거불안
		23.1	소방관 방화복 세탁기 기증	강원지역 대형 산불을 진화한 강원도소방본부 신하 6개 소방서에 직접 개발한 방화복 세탁기를 기증함. 방화복은 특수성으로 만들어져 손세탁이나 일반 세탁기로는 그들을 을 지우기 어려웠음.	2019	0	기술	지역사회/글로벌	지역사회	안전 위험
24	KT&G (28)	23.2	LG 이라브러리	전 세계 취약계층 아동·청소년의 취미한 교육환경을 개선하고 IT 역량 강화에 기여하 기 위해 IT 라이브리리를 개설함.	2017	2	기술	글로벌	아동/어린이	교육 불평등
		23.3	LG 소셜캠퍼스	환경 분야의 사회적기업 성공 모델을 발굴하고 육성하기 위해 무상 또는 무이자 자금 대출 등 금융지원 독립적인 사무공간 지원, 기술 컨설팅 등 성장지원, 교육과 세미나 등 인재육성 등을 제공하는 사회적경제 플랫폼.	2011	8	현금	전국	사회적경제조직/ 중소기업	환경오염과 기후변화 & 지연장애
		23.5	글로벌 한얼캠페인	글로벌 사업장 임직원 및 고객이 한얼에 참여하면 회사가 명당 민원을 기부하며, LG 전자 SNS를 통해 응원에 참여한 인원수에 따라 1000원씩을 추가 기부하고, 모금된 금 액은 장애 및 소외계층 아동에게 치료 및 재활비로 지원함.	2004	15	봉사	전국/글로벌	지역사회&글로벌	삶의 질 저하
		24.1	행복네트워크 복지센터 (복지재단)	지역 내 다양한 복지 서비스 체계와 네트워크 활동을 통해 사회복지 서비스가 잘실하 게 필요한 소외된 어려운 이웃과 지역사회를 대상으로 전문 서비스를 제공함.	2003	16	서비스	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
		24.2	KT&G 상상 스타트업 캠프	사회혁신 스타트업 창업을 꿈꾸는 청년들을 지원하기 위한 풀타임 사회혁신 스타트업 런칭 프로그램.	2017	2	서비스	전국	청년	고용 및 노동 불안정
25	넷마블 (29)	24.3	상상마당	문화 생태계 형성을 위해 공연, 전시, 축제, 체험, 문화예술 교육 등 다양한 프로그램을 운영하는 대표적 복합 문화예술공간. 창작자에게는 상상을 실현할 기회를, 향유자에게 는 새로운 아이디어와 신선한 문화예술을 접할 수 있는 환경을 제공함.	2005	14	서비스	전국	기타	급격한 사회구조 변화
		24.4	상상유니브	스팩 경영으로 힘들어하는 대학생들에게 다양한 경험과 교류의 기회를 제공하는 대학 생 대외활동 커뮤니티. 전국 13개 지역에서 프로그램을 진행하고 타 대학생들과 공유할 수 있는 교류의 장을 제공함.	2010	9	교육	전국	청년	교육 불평등
		25.1	게임문화체험관	장학생의 정보격차 감소를 위해 전국 특수학교에 모바일, 태블릿, VR체험장비, 레이 싱 기기 등을 이용할 수 있는 시설을 설치함.	2008	11	인프라	전국	장애인	사회통합 저해
		25.2	게임아카데미	게임인재를 꿈꾸는 청소년을 대상으로 게임 개발 과정을 교육하고 스스로 게임을 제작 해볼 수 있도록 전문강사 멘토링, 전용 스튜디오 등을 지원함.	2016	3	교육	전국	청소년	교육 불평등
		25.3	아카데미문고	신진작가를 발굴해 대상성 존중, 공존의 가치를 담은 그림책을 출간하고 전국 초등학교 에 배포하며 판매 수익을 도서 출판과 교육·복지기반에 전액 기부함.	2014	5	기타	전국	장애인	사회통합 저해
26	삼성전기 (30)	26.1	SEM-IRANG (샘이랑)	해외 탐방과 자기 개발 캠프(꿈이랑), 장애·비장애 통합교육(친구랑), 영어 교육과 장 학금 지원(꿈부랑) 등 청소년 인재 양성 프로그램을 운영함.	2019	0	교육	전국	청소년	교육 불평등
		26.2	hebi SEM 오케스트라	장애 청소년들이 지휘자 및 전문 음악인으로 구성된 강사진에게 1:1레슨, 합주 수업을 통해 악기를 배우는 장애인 전문 오케스트라를 운영함.	2013	6	교육	전국	청소년	사회통합 저해
		26.3	도농상생 1사 다촌	농촌 마을과 자매결연을 맺고, 농산물 펀드, 명절 직거래장터 등을 통한 판로 확보 및 핀스타이 등의 교류 활동을 함께 함.	2002	17	인프라	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
		27.1	핀크리브 캠페인 (31)	매년 전국 5개 지역에서 마라톤 대회를 개최. 참가비 전액을 유망한 환자의 수술비 지 원 및 검진 지원에 사용함(핑크리브). 유망암 조기 발견을 실천할 수 있도록 유망 자가 검 진 방법을 알려주는 찾아가는 유방건강교육 프로그램(핑크투어)을 운영함.	2001	18	교육	전국/글로벌	여성	삶의 질 저하
		27.2	메이크업유어라이프	항암 치료로 인한 갑작스러운 외모 변화로 힘들어하는 여성 암 환자들에게 피부관리, 메이크업 등으로 본래 누리던 일상생활이 가능하도록 지원하는 캠페인.	2008	11	교육	전국/글로벌	여성	삶의 질 저하
27	아모레퍼시픽 (31)	27.3	그린 사이클	다 쓴 화장품 공병을 매장에서 회수하여 리사이클링하고 제품을 생산하면서 발생하는 다양한 부산물들을 창의적으로 재활용하거나 예술 작품 등으로 업사이클링함.	2009	10	인프라	전국	동물/환경	에너지 및 자원의결핍
		27.4	성화수 Beauty from Your Culture	전통문화를 현대적으로 재해석한 진시를 통해 한국의 미를 전 세계에 알리고 수익금의 일부로 명맥이 끊겨가는 무형문화재 복원사업 등을 진행하는 문화 매세나 활동.	2006	13	인프라	전국/글로벌	기타	급격한 사회구조 변화
		27.5	아시아의 미(아모레퍼시픽재단)	서구 중심의 아름다움 개념에서 전환해 아시아의 미의 개념과 특성을 밝혀내고 아시아 연구자의 미적 체험과 미 인식에 관한 연구를 장려하는 지원사업.	2012	7	현금	전국	기타	사회통합 저해
		28.1	청소년 금융인성교육	대학생 금융봉사단이 중학교를 방문해 생애 전반의 경제활동과 금융 교육을 게임을 통 해 쉽게 설명하고 인성교육 등을 지원함.	2016	3	교육	전국	청소년	교육 불평등
		28.2	세살마을	임산부와 조부모 부모교육, 가정 보듬이 사업, 놀이 보듬이 사업, 태교음악회 등 건강하 고 행복한 가족문화를 형성하기 위한 다량하고 체계적인 양육서비스를 제공함.	2011	8	교육	전국	전국민(불특정 다수)	급격한 사회구조 변화
28	삼성생명 (32)	28.3	태극 질병예방 지원	태극 저소득층 밀집지역에 공공시설 자동제동기, 미세먼지 예방 마스크, 침단 의료장 비가 비치된 이동진료버스 등을 기증해 질병을 예방하고 보건요리를 지원함.	2012	7	물품	글로벌	지역사회&글로벌	삶의 질 저하
		28.4	청소년 생명존중교육 아이러브유	정서적 변화가 큰 사춘기의 청소년을 대상으로 생명존중의식 함양을 위해 자살예방 진 문가들이 중학교를 방문하여 생명존중 및 자아존중 교육을 실시함.	2015	4	교육	전국	청소년	급격한 사회구조 변화
		28.5	환아이로비 지원	간질린트·임직원·회사가 함께 기부하는 '하트핀드'를 재원으로 소외계층 중증·희귀 질환 등 질병으로 인한 경제적 어려움을 겪고 있는 아동 및 가정에 의료비 지원함.	2019	0	현금	전국	아동/어린이	삶의 질 저하
		29.1	어린이집 지원 (하나금융지주)	전국에 국공립 어린이집을 건립함. 농어촌·벽지·소외지역 어린이집과 장애 통합 보육 시설을 우선 투자하며, 지역 중소기업/사회적기업과 상생형 공동 직장 어린이집을 건 립함.	2003	16	인프라	전국	여성	급격한 사회구조 변화
		29.2	1사 1교 금융교육	어린이들은 은행원 체험, 화폐전시관 방문 등으로 금융 교육을 체험하고, 지역아동센터 에 DVD 저금통과 간식 등을 담은 행복상자를 전달하는 봉사활동을 실시함.	일 수 없음	없음	체험	지역사회	아동/어린이	교육 불평등
29	하나은행 (33)	29.3	Hana Happy Class 사업	미인파, 베트남, 스리랑카 등 빈곤국가 청소년들의 교육환경 개선을 위해 도서 기부 및 도서관 건립을 지원함.	2011	8	인프라	글로벌	지역사회&글로벌	교육 불평등
		30.1	삼성교통안전문화연구소	교통안전 분야 전문 연구기관으로, R&D를 기반으로 정책개발, 제도개선, 취약지역 안 전교육, 대안별 활동 등을 추진함.	2001	18	기술	전국	전국민(불특정 다수)	안전 위험
		30.2	시각장애인의 안내견 지원	시각장애인의 안전한 보행을 돕기 위해 훈련된 안내견을 배출하여 시각장애인에게 무 상 분양함.	1993	26	기타	전국	장애인	급격한 사회구조 변화

기입명 (사기총액 순위)		사업명		사업 개요		사업 범위		사업 대상		이슈 분류	
기입명 (사기총액 순위)	사업명	사업 개요	사업 범위	사업 대상	이슈 분류	시작 연도	운영 기간	제공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류
31	고려아연 (36)	30.3 교통사고 유자녀 지원	지역	전국	친금	1993	26	현금	전국	청소년	소득(경제) 및 주거불안
		31.1 종합 사회복지사업	지역	전국	물품	1990	29	물품	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
		31.2 장학사업	지역	지역사회	현금	일 수 없음	일 수 없음	없음	현금	지역사회	청소년
32	S-OI (36)	31.3 아동복지사업	지역	지역사회	체험	일 수 없음	일 수 없음	체험	지역사회	아동/어린이	삶의 질 저하
		31.4 불우이웃 지원사업	지역	전국	서비스	일 수 없음	일 수 없음	서비스	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
		32.1 영웅지원이	지역	전국	기타	2006	13	기타	전국	전국민(불특정 다수)	사회통합 저해
33	현대오일뱅크 (37) (한국조선해양)	32.2 지역사회지원이	지역	지역사회	현금	2007	12	현금	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
		32.3 환경지원이	지역	지역사회	봉사	2008	11	봉사	지역사회	동물/환경	환경오염과 기후변화 & 자연재해
		32.4 소외이웃지원이	지역	전국	현금	2006	13	현금	전국	경제/사회적 취약계층	삶의 질 저하
34	우리은행 (38) (우리금융지주)	33.1 지역사회 공헌활동	지역	지역사회	현금	2003	16	현금	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
		33.2 장학재단	지역	지역사회	현금	2003	16	현금	지역사회	청소년	교육 불평등
		33.3 임직원 자원봉사 활동	지역	지역사회	봉사	2005	14	봉사	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
35	KT (39)	33.4 공익/후원 사업	지역	지역사회	물품	일 수 없음	일 수 없음	물품	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
		33.5 장애인 채용 지원	지역	전국	기타	2003	16	기타	전국	장애인	사회통합 저해
		34.1 꿈나무 장학사업	지역	지역사회	현금	2011	8	현금	지역사회	아동/어린이	교육 불평등
36	롯데캐미칼 (40)	34.2 찾아가는 음악회	지역	지역사회	현금	2005	14	현금	지역사회	경제/사회적 취약계층	급격한 사회구조 변화
		34.3 글로벌 자원봉사단	지역	글로벌	봉사	2018	1	봉사	글로벌	지역사회&글로벌	삶의 질 저하
		35.1 IT 서포터즈	지역	전국	교육	2007	12	교육	전국	경제/사회적 취약계층	급격한 사회구조 변화
37	기입은행 (42)	35.2 소리찾기 캠페인	지역	전국	현금	2003	16	현금	전국	장애인	삶의 질 저하
		35.3 CGA Story	지역	지역사회/글로벌	인프라	2014	5	인프라	지역사회/글로벌	지역사회/글로벌	소득(경제) 및 주거불안
		35.4 KT 꿈프렌터	지역	전국	교육	2010	9	교육	전국	아동/어린이	교육 불평등
38	코웨이 (43)	36.1 매칭그랜트 운영	지역	지역사회	현금	2008	11	현금	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
		36.2 사뿐데 봉사단	지역	지역사회	봉사	2015	4	봉사	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
		36.3 보바스어린이(재활) 편한 음악놀이	지역	전국	서비스	2013	6	서비스	전국	아동/어린이	삶의 질 저하
39	기입은행 (44)	36.4 자원선순환 시범사업	지역	전국	기타	2019	0	기타	전국	동물/환경	에너지 및 자원불균형
		36.5 생계지원지원	지역	전국	물품	2009	10	물품	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
		37.1 BK친환경멘토링	지역	전국	봉사	2016	3	봉사	전국	청년	고용 및 노동 불안정
40	기입은행 (45)	37.2 BK중소기업어린이집	지역	지역사회	인프라	2018	1	인프라	지역사회	사회적경제조직/중소기업	급격한 사회구조 변화
		37.3 BK기술장멘토링	지역	전국	교육	일 수 없음	일 수 없음	교육	전국	사회적경제조직/중소기업	고용 및 노동 불안정
		37.4 친중은사랑받자	지역	전국	현금	일 수 없음	일 수 없음	현금	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
41	기입은행 (46)	38.1 착한정수기	지역	전국	물품	2015	4	물품	전국	경제/사회적 취약계층	에너지 및 자원불균형
		38.2 안심자하수	지역	전국	물품	2015	4	물품	전국	지역사회	에너지 및 자원불균형
		38.3 취약계층 환경개선사업	지역	전국	물품	2018	1	물품	전국	경제/사회적 취약계층	환경오염과 기후변화 & 자연재해
42	기입은행 (47)	38.4 창업사관학교 COWAY W! School	지역	전국	교육	2016	3	교육	전국	청년	고용 및 노동 불안정

기입명 (사기총액 순위)	사업명	사업 개요	시작 연도	운영 기간	제공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류	
39	C.제일제당 (44)	39.1 찬찬찬 프로젝트 39.2 아동건강 연계 프로그램 39.3 씨제이나눔상강교 39.4 햇반기드닝 39.5 C.제이나눔마켓	미혼 한부모 가정에 C.제일제당의 제품을 활용하여 정성과 영양을 담아 직접 조리한 반찬을 지원함.	1998	21	물품	전국	경제/사회적 취약계층 급격한 사회구조 변화	
40	오리온 (45)	40.1 교실에서 찾은 희망 캠페인 40.2 고양 오리온 오리온스 사회공헌 40.3 베테랑 고향감자 지원 프로젝트	아토피 피부질환 개선을 돕는 BYO유산균 제품을 전달하고, 자연에서 1백2일의 캠프를 통해 몸과 마음의 면역력을 높이고 가족과 소통하도록 지원함(아토피 안심캠프). 자립노숙인 지원센터에 제품을 기부해 상강교를 운영함으로써, 음식 조리에 어려움을 겪는 자립 노숙인이 안정되고 건강한 식사를 할 수 있도록 지원함. 당사는 버려진 햇반용기와 목재 파레트를 재활용 (Upcycling)해 실내용 수직정원(허브)을 만들어 지역아동센터에 기부함. 식품 패키지로 인한 환경 부하를 줄이기 위해 먹을 수는 있으나 판매할 수 없는 제품을 필요한 기관에 전달하는 프로그램. 학교 내 아동을 보호하는 교실문화를 조성하며, 학생들이 단채로 캠페인송, 플래시몹 활동 등을 연습하며 우정을 쌓는 학교폭력 예방 캠페인.	2016	3	서비스	전국	아동/어린이	삶의 질 저하
41	대한항공 (132)	41.1 글로벌 플랜팅 프로젝트 41.2 재난구호 41.3 중국 공의 도사실 41.4 세계 3대 박물관 및 유명 미술관 한국어 안내 서비스 41.5 하늘사랑 영어교실	지구나눔화 영향으로 인한 시민화와 행사 발생 방지를 위해 해외 나무심기 봉사 활동을 실시함. 국내외 인명구조를 위한 특별기나 헬기를 지원하며, 이재민들에게 필요한 구호품과 온 숭수단을 지원함. 중국 향촌지역 학교에 도사실을 만들어주고, 도사와 비자 옹호 등을 지원함. 유명 박물관(런던 대영박물관, 파리 루브르 박물관과 오르세 미술관, 스타 페테르부르크 에르미타주 박물관)에 소장된 세계적인 예술가들의 작품을 대상으로 한국어 가이드 서비스를 지원하고, 국제 문화유산 후원사업을 추진함. 방과 후 과외활동이 어려운 공학 인근 초등학교를 선정해 실생활 영어 및 해외여행을 간접 체험할 수 있는 기회를 제공함.	2019	0	물품	전국	장애인	에너지 및 자원불균형
42	한온시스템 (47)	42.1 한온시스템 CITIZEN 교육 42.2 한온시스템 CITIZEN 환경 42.3 아동 복지 43.1 U+희망도서관 43.2 두드림 U+ 오솔통장	학교 내 아동을 보호하는 교실문화를 조성하며, 학생들이 단채로 캠페인송, 플래시몹 활동 등을 연습하며 우정을 쌓는 학교폭력 예방 캠페인. 프로그램의 출 경기 시 판매하는 정 티켓 수익금을 지역 병원 난치병 환아의 치료 비로 기부하고, 연고지 내 학교에 농구용품과 골대를 기증함. 베테랑 중소 규모 감자농가 소득 증대를 위해 농기계 및 농업 효율성 · 생산성 향상을 지원함. 자구나눔화 영향으로 인한 시민화와 행사 발생 방지를 위해 해외 나무심기 봉사 활동을 실시함. 국내외 인명구조를 위한 특별기나 헬기를 지원하며, 이재민들에게 필요한 구호품과 온 숭수단을 지원함. 중국 향촌지역 학교에 도사실을 만들어주고, 도사와 비자 옹호 등을 지원함. 유명 박물관(런던 대영박물관, 파리 루브르 박물관과 오르세 미술관, 스타 페테르부르크 에르미타주 박물관)에 소장된 세계적인 예술가들의 작품을 대상으로 한국어 가이드 서비스를 지원하고, 국제 문화유산 후원사업을 추진함. 방과 후 과외활동이 어려운 공학 인근 초등학교를 선정해 실생활 영어 및 해외여행을 간접 체험할 수 있는 기회를 제공함.	2015	4	교육	전국	청소년	안전 위험
43	LG유플러스 (48)	43.1 U+희망도서관 43.2 두드림 U+ 오솔통장	학교 내 아동을 보호하는 교실문화를 조성하며, 학생들이 단채로 캠페인송, 플래시몹 활동 등을 연습하며 우정을 쌓는 학교폭력 예방 캠페인. 프로그램의 출 경기 시 판매하는 정 티켓 수익금을 지역 병원 난치병 환아의 치료 비로 기부하고, 연고지 내 학교에 농구용품과 골대를 기증함. 베테랑 중소 규모 감자농가 소득 증대를 위해 농기계 및 농업 효율성 · 생산성 향상을 지원함. 자구나눔화 영향으로 인한 시민화와 행사 발생 방지를 위해 해외 나무심기 봉사 활동을 실시함. 국내외 인명구조를 위한 특별기나 헬기를 지원하며, 이재민들에게 필요한 구호품과 온 숭수단을 지원함. 중국 향촌지역 학교에 도사실을 만들어주고, 도사와 비자 옹호 등을 지원함. 유명 박물관(런던 대영박물관, 파리 루브르 박물관과 오르세 미술관, 스타 페테르부르크 에르미타주 박물관)에 소장된 세계적인 예술가들의 작품을 대상으로 한국어 가이드 서비스를 지원하고, 국제 문화유산 후원사업을 추진함. 방과 후 과외활동이 어려운 공학 인근 초등학교를 선정해 실생활 영어 및 해외여행을 간접 체험할 수 있는 기회를 제공함.	2013	6	현금	지역사회	청소년	삶의 질 저하
44	강원랜드 (49)	44.1 하이원 장학금 44.2 사회적경제 지원 44.3 진배복지사업 44.4 주민주도형 도시재생 지원	청년들의 환경 인식 제고를 위해 환경영양을 즐기고 자연 서식지를 복구 · 정화하는 자 인봉사 활동을 실시함. 지역사회 장애아동, 자폐아동, 난치병 투병아동을 지원함. 책을 통해 학습이 어려운 장애학생을 지원하기 위해 맹학교에 CT 독서 보조공학기기를 기증하는 사업 장애가정 청소년과 임직원, 회사가 함께 기금을 적립해 고등학교 졸업시점에 지원해 청 소년의 자선행사를 돕고 멘토링, 캠프 등 진로 멘토링을 제공하는 프로그램.	2010	9	현금	전국	청소년	교육 불평등
45	미래에셋대우 (50)	45.1 글로벌 문화체험단 45.2 청소년 비전프로젝트 45.3 희망등록 도서관 45.4 청소년 문화체험동행 지원 45.5 1사 1교 금융교육 46.1 푸른꿈 환경학교 46.2 1% 나눔운동을 통한 따뜻한 나눔 46.3 임직원 자원봉사 활동 46.4 사회적기업 설립 지원	도농 격차를 해소하기 위해 방범용 CCTV, 마을방송, CCTV, 마을방송, 관제용 드론 등 ICT기술 및 인프라를 지원해 농촌 환경을 조성함. 패강지역 저소득층 중고교생, 지역 고교 출신 저소득 대학생, 사각지대 위기 청소년들의 교육 기회를 증진하고, 학업 중 생활안정을 위해 장학금을 지원함. 기업 현장 멘토링, 실형/실습 시제품 제작, 심사/협약 체결, 창업 성과 확산등을 지원해 사회적경제기업의 실질적 성장과 성장을 지원함. 거물나기 지원, 휴양프로그램 지원 등 재가진폐해자 및 오양환자들의 건강, 여가, 생활과 관련된 다양한 지원사업을 추진하며, 탄광사고 유가족을 지원함. 도시재생 해빙학교, 도시경관사업 등을 지원해 주민이 자발적으로 마을의 문제를 발견 하고 해결하도록 함. 지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2019	0	물품	전국	지역사회	급격한 사회구조 변화
46	포스코케미칼 (52)	46.1 푸른꿈 환경학교 46.2 1% 나눔운동을 통한 따뜻한 나눔 46.3 임직원 자원봉사 활동 46.4 사회적기업 설립 지원	도농 격차를 해소하기 위해 방범용 CCTV, 마을방송, CCTV, 마을방송, 관제용 드론 등 ICT기술 및 인프라를 지원해 농촌 환경을 조성함. 패강지역 저소득층 중고교생, 지역 고교 출신 저소득 대학생, 사각지대 위기 청소년들의 교육 기회를 증진하고, 학업 중 생활안정을 위해 장학금을 지원함. 기업 현장 멘토링, 실형/실습 시제품 제작, 심사/협약 체결, 창업 성과 확산등을 지원해 사회적경제기업의 실질적 성장과 성장을 지원함. 거물나기 지원, 휴양프로그램 지원 등 재가진폐해자 및 오양환자들의 건강, 여가, 생활과 관련된 다양한 지원사업을 추진하며, 탄광사고 유가족을 지원함. 도시재생 해빙학교, 도시경관사업 등을 지원해 주민이 자발적으로 마을의 문제를 발견 하고 해결하도록 함. 지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2019	0	물품	전국	지역사회	급격한 사회구조 변화
47	LG디스플레이 (53)	47.1 LGD 희망날개클럽 47.2 IT 발전소 47.3 초롱이 눈 건강 교실 48.1 연일 소외계층 아동 나눔행사 개최 48.2 홀몸 어르신 추석 선물 전달	지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2007	12	현금	전국/글로벌	청소년	급격한 사회구조 변화
48	현대카드 (56)	48.1 연일 소외계층 아동 나눔행사 개최 48.2 홀몸 어르신 추석 선물 전달	지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2016	3	교육	전국	청소년	교육 불평등
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2016	3	물품	전국	청소년	교육 불평등
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2007	12	현금	전국	청소년	급격한 사회구조 변화
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2015	4	교육	전국	청소년	교육 불평등
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2005	14	교육	지역사회	아동/어린이	환경오염과 기후변화 & 자연재해
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2013	6	현금	지역사회	지역사회&글로벌	소득(경제) 및 주거불안
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2004	15	봉사	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2018	1	현금	지역사회	사회적경제조직/중소기업	고용 및 노동 불안정
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2011	8	현금	전국	경제/사회적 취약계층	교육 불평등
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2008	11	물품	전국/글로벌	경제/사회적 취약계층	교육 불평등
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2009	10	교육	전국	아동/어린이	삶의 질 저하
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2017	2	물품	지역사회	아동/어린이	삶의 질 저하
			지역아동센터 및 아동양육시설 이용 초등학생, 중학생을 대상으로 3박 4일 중국 탐방 캠프를 지원함. 아동복지시설 이용 초등학생을 대상으로 1박 2일 메이커 교육 캠프를 진행함. 청소년들이 책을 통해 건강한 가치관을 형성하고 사고력을 키울 수 있도록 개별 환경 및 독서 수준, 장애회합 등을 고려한 맞춤형 도시를 지원함. 청소년들의 특별한 하루를 위한 문화체험활동비를 지원함. 청소년들을 대상으로 금융에 대한 올바른 이해를 돕고 진로선택에 도움을 주기 위한 다양한 금융교육을 시행함. 임직원이 환경교육 교사로 참가하는 체험학교를 운영함.	2017	2	물품	지역사회	시니어	소득(경제) 및 주거불안

기대명 (사기총액 순위)	사업명	사업 개요	시작 연도	운영 기간	재공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류	
48.3	중소 여객선사 선박안전용품 세트 기증	키페리(여객과 자동차를 싣는 정기선)를 운송 중인 중소 여객선사 '엑세스페리'에 선박 안전용품 세트 전달하여 선제적인 사고 예방을 지원함.	2019	0	물품	지역사회	기타	안전 위험	
		휴가길 '안전안전용품 세트' 무료 배포	2015	4	물품	지역사회	전국민(불특정 다수)	안전 위험	
48.5	예비 물류전문가 초청 인천 멘토링 실시	물류전문가를 꿈꾸는 학생들이 물류현장 내 산업안전에 대한 경각심을 키우고 산업 이 해도를 높일 수 있도록 멘토링을 지원함.	2019	0	교육	지역사회	청소년	고용 및 노동 불안정	
49	한화솔루션 (57)	49.1 밝은세상만들기 기금	인직원(이) 자립적으로 모은 기금으로 도움이 필요한 이웃, 사회복지시설을 후원하고 환경보호, 교육 지원 등 각종 봉사 활동을 진행함.	2002	17	현금	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
		49.2 내일을 키우는 에너지 교실	아동이 에너지와 친해질 수 있는 기회를 마련하고 태양광 자동차 만들기 활동 등을 통해 태양열 에너지 생산의 원리를 체험하도록 하는 교육 프로그램.	2013	6	교육	지역사회	아동/어린이	에너지 및 자원불균형
49.3	사내동호회 연계 봉사활동	동호회 회원들의 취미와 특기를 살린 봉사활동을 회원들이 직접 기획하고 참여함.	2007	12	서비스	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안	
49.4	한화케미칼	교육복지대상학교 아동들이 쉽고 재미있게 화학과 친해질 수 있도록 화학 수업을 진행함.	2018	알 수 없음	교육	지역사회	아동/어린이	교육 불평등	
49.5	함께 멀리 성사랑 지역사회사랑	도시 지역을 방문하여 노후 주택의 전기시설보수, 기전제품수리, 도배장판, 이미용 등을 지원하고, 화재로부터 취약한 곳에 소방서와 합동으로 화재예방교육, 소화기 및 화재경보기 등을 설치함.	2004	15	물품	지역사회	지역사회	급격한 사회구조 변화	
50	LG이노텍 (59)	50.1 주니어 소나무 교실	소재부품 기술(공학)에 역량을 가진 임직원의 재능기부를 통해 소재부품 과학교실을 운영해 청소년들에게 소재부품 기술 체험 기회를 제공함.	2014	5	교육	지역사회	청소년	교육 불평등
		50.2 이웃사랑Plus	소외이웃 지원, 장애인 지원, 지역사회 지원의 3개 분야로 사업장 인근 저소득가정, 보훈가정, 탈북민 가정, 장애인 학교 지원, 1사촌 농촌 지원 등을 전개함.	2014	5	물품	지역사회	청소년	소득(경제) 및 주거불안
51	현대건설 (60)	51.1 H-COMTECH 해외기술봉사단	대학생과 통역단원, 직원 등으로 구성된 해외기술봉사단이 해외진출국을 대상으로 교 육봉사, 문화봉사, 노후시설 보수 등 노력봉사, 기술세미나, 적정기술 제안 등을 지원함.	2017	2	교육	지역사회/글로벌	지역사회&글로벌	소득(경제) 및 주거불안
		51.2 힐스테이트 공키움 멘토링 봉사단	청소년 자립역량 강화를 위해 청소년 멘티에게 학업지도 및 진로상담을 제공하고, 대학 생 멘토들에게는 사회경험과 전공/실무에 관한 노하우와 취업상담을 제공함.	2014	5	교육	전국	청소년	교육 불평등
51.3	재난안전 교육 및 안전용품 보급 활동	재난 안전 분야에 대한 교육사업 모델을 개발하고 운영하며, 재난안전 예방을 위해 안전 용품을 개발하고 전달함.	2018	1	교육	전국	청소년	안전 위험	
51.4	문화재 자립이 임직원 봉사	1사문화재 협약을 바탕으로 정기적으로 장덕공의 참초제거와 환경정화, 수목작업 등을 통해 미관을 개선하고, 고건물을 개보수하는 활동을 진행함.	2015	4	봉사	지역사회	기타	급격한 사회구조 변화	
51.5	Green MOVE	자연재해로 인한 환경의 손실을 막고, 동식물 보호를 위해 월악산 국립공원에 자원봉사 센터를 건립함, 동식물을 보호하는 프로그램을 통해 자원봉사자에게 전문적인 교육을 제공하고, 국립공원의 환경정화를 위한 각종 용품을 비치함.	2012	7	봉사	전국	동물/환경	환경오염과 기후변화 & 자연재해	
52	유한양행 (63)	52.1 어르신 건강증진프로그램 '건강의 빛' 운영	서울 동작구 내 4개 복지관과 연계하여, 65세 이상 저소득 어르신을 대상으로 노인성 질환(치매, 고혈압, 당뇨, 관절) 관련 건강프로그램을 운영함.	2018	1	서비스	지역사회	시니어	삶의 질 저하
		52.2 의료 취약계층 의약품지원	국내외 의료취약계층에게 의약품을 전달함.	알 수 없음	알 수 없음	물품	지역사회/글로벌	시니어	삶의 질 저하
53	삼성중공업 (64)	52.3 취약계층 중심의 자원사업 (국내 지원사업)	활동 어르신, 장애인 등 소외계층을 중심으로 접수리, 냉·난방용품 지원 등 주거안정 활동을 수행함.	알 수 없음	알 수 없음	물품	지역사회	경제/사회적 취약계층	삶의 질 저하
		52.4 유일한 청소년 아카데미 개최	청소년들이 유일한 박사의 애국·애족정신 확산 프로젝트를 직접 기획하고 실천하는 아카데미를 운영함.	알 수 없음	알 수 없음	교육	지역사회	청소년	교육 불평등
53.1	이동·청소년 밝은 얼굴 찾아주기	이동·청소년 밝은 얼굴 찾아주기	국민기초생활자, 신·후천적 저소득 영구 기형 환자에게 무료 성형수술과 사회재활 프로그램 등을 통해 원활한 사회 복귀 및 건강한 사회 구성원이 될 수 있도록 지원함.	2004	15	서비스	전국	아동/어린이	삶의 질 저하
		53.2 저소득층 학생 급식·교복 지원 사업	저소득층 청소년들이 건강하고 올바르게 성장할 수 있도록 돕기 위해 매년 급식과 교복을 지원함.	2009	10	물품	지역사회	청소년	소득(경제) 및 주거불안
53.3	해외 낙후지역 아동·청소년들을 위한 자원사업	해외 빈곤지역의 아동을 보호하고 지원하며, 청소년들의 빈곤을 해결하기 위한 직업기 술학교를 지원함.	2012	7	인프라	지역사회/글로벌	아동/어린이	소득(경제) 및 주거불안	
53.4	농·어촌 어르신들을 위한 경로당 봉사활동	농·어촌지역 어르신들의 복지 증진을 위한 경로당 봉사활동을 지속적으로 실시함.	2004	15	봉사	지역사회	시니어	소득(경제) 및 주거불안	
53.5	재배마을과 상생을 위한 작거리 장터 실시	매년 추석을 맞아 지역 농업인의 소득 창출과 지역특산물 판로 개척을 위해 작거리 장터를 운영함.	2013	6	인프라	지역사회	지역사회	고용 및 노동 불안정	
54	CJ대한통운 (65)	54.1 실버택배	고령자 빈곤 문제 해소를 시니어를 위한 양질의 일자리 창출을 위해 만 60세 이상을 고용해 실버택배를 운영함.	2013	6	기타	전국	시니어	고용 및 노동 불안정
		54.2 시니어 일자리 성장 기반 조성-노인생산물류센터	전국 노인 생산품의 물류 전 과정을 통합적으로 운영·관리하는 '노인생산물류센터'로, 물류 전문 인력 배치, 창고 이용료 감면 및 택배비 인하 등의 혜택을 제공함.	2018	1	인프라	전국	시니어	고용 및 노동 불안정
54.3	장애인 일자리 창출-발달장애 인 태백	발달장애인을 위한 양질의 일자리를 창출을 위해 발달장애인 태백을 운영함. 태백자랑이 일리센터에 마련된 거점까지 물건을 싣고 오면 배송원들이 맡은 구역별로 상자를 분리, 목적지까지 택배상품을 배송하는 시스템으로 운영됨.	2015	4	기타	전국	장애인	사회통합 저해	
54.4	'달려라 행복 진동'이 들려오지 않는 장애인	교통약자인 중증장애인의 이동편의성을 높이고 경제적 부담을 최소화 할 수 있도록 임직원들이 재활학교, 장애인 복지관 등을 정기 방문하여 휠체어 점검, 소득, 세척활동 등을 시행함.	2012	7	서비스	전국	장애인	삶의 질 저하	
54.5	도시 숲 만들기	한강 시민공원 내 녹지공간에 미세먼지, 온실가스 저감을 위해 장애인, 비장애인이 한 조가 되어 장애인이 키운 포플러나무 묘목을 함께 식재함.	2015	4	기타	지역사회	동물/환경	환경오염과 기후변화 & 자연재해	
55	SK케미칼 (66)	55.1 행복한 Green School	회사 임직원이 인근 초등학교에 일일 선생님이로 직접 나서 어린이의 눈높이에 맞는 친환경 교육을 진행함.	2012	7	봉사	지역사회	아동/어린이	환경오염과 기후변화 & 자연재해
55.2	미안마 쿡스토크 (SK그룹 추진사업)	미안마에 온실가스 배출량 및 나무 떨깎기 사용량을 줄이는 동시에 조리시간을 단축할 수 있는 쿡스토크(시멘트 소재로 만들어진 난로 형태)의 조리도구를 보급함.	2018	1	물품	글로벌	지역사회&글로벌	에너지 및 자원불균형	
55.3	희망메이커	저소득 아동 및 청소년을 후원하고 멘토링 프로그램을 지원함.	2012	7	현금	지역사회	아동/어린이	교육 불평등	
56	현대제철 (67)	56.1 희망의 접수리 - 에너지 효율 사업	에너지 빈곤층 및 저소득층을 대상으로 에너지 효율 증진수리(기구)와 태양광 설비 지원 (복지시설)을 제공해 에너지 비용을 절감함.	2011	8	서비스	지역사회	지역사회	에너지 및 자원불균형
		56.2 커피바 재자연화 프로젝트	폐기물로 버려지는 커피바 활용방안을 모색하고 재자연화에 앞장서고자 커피바 수거 및 운반, 업사이클링 제품 개발, 생황폐기물 자원화를 추진함. 제품 개발 및 비즈니스 모델 구축 공모전을 시행하여 관련 사회적 기업 및 소셜벤처를 지원함.	2019	0	기술	지역사회	동물/환경	에너지 및 자원불균형
56.3	H-Steel 아틀리에	지역주민들에게 문화 향유의 기회를 제공하고, 청년 예술가들의 창작활동을 지원하고 자 체적 공공조형물을 설치함.	2018	1	인프라	지역사회	지역사회	급격한 사회구조 변화	

기입명 (사기용액 순위)	사업명	사업 개요	시작 연도	운영 기간	재공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류
56.4	필리핀 자립지원 모델 구축 사업	청년과 여성을 위한 직업훈련센터 건축과 직업훈련 교육을 진행함. 학원 중퇴자, 여성 가정 등의 교육 소외계층을 대상으로 직업훈련, 일자리 박람회, 인턴십 지원 등으로 취업을 지원. 자연재해를 예방하기 위한 안전한 건축물 제공, 노후시설 개보수 등을 지원함.	2017	2	인프라	지역사회/글로벌	지역사회&글로벌	고용 및 노동 불안정
56.5	인도 첸나이 해피 세이프 빌리지	인도 첸나이 지역을 대상으로 마을과 학교에 화장실과 배수시설을 설치하고, 학교에서 는 스마트교육 시스템과 방과 후 교육활동을 운영해 교육 환경을 개선함.	2018	1	인프라	지역사회/글로벌	지역사회&글로벌	삶의 질 저하
57.1	의약품 지원	국내외 각종 재해발생 및 난후지역의 무료 진료사업과 의료봉사활동에 필요한 의약품 을 지원. 1997년부터 북한 어린이들에게 의약품을 지원함.	1997	22	물품	지역사회/글로벌	지역사회&글로벌	삶의 질 저하
57.2	의료인 공로 치하 및 격려 - 한미임업의료인상	지역과 계층의 벽을 허물며 헌신적으로 의료봉사에 매진한 개인 또는 단체를 발굴해 공로를 치하함.	2002	17	기타	전국	기타	삶의 질 저하
57.3	어린이 의약품 지원사업 - "미미아이 사랑의 응급약 상자" 보내기	중국어 어린이를 대상으로 의약품이 담긴 사랑의 응급상자를 제작하여 북경시 및 허북성 의 고아원들과 오지 학교 등에 꾸준히 전달함.	2000	19	물품	지역사회/글로벌	지역사회&글로벌	삶의 질 저하
57.4	빛의소리 나눔콘서트	의사들로 구성된 미디어 필하모닉 오케스트라(MPO)와 함께 자선 음악회 '빛의소리 나 눠콘서트'를 통해 '빛의소리희망기금'을 조성하여 장애아동들의 문화예술활동을 지원함.	2013	6	현금	지역사회	장애인	사회통합 저해
57.5	다문화가정 아동지원사업	다문화 가정의 기본적인 생계유지와, 교육비 지원, 언어인지, 한국사탐험대, 대안학교 지원 등 우리 사회에 적응하기 위한 지원프로그램을 제공함.	2011	8	교육	지역사회	이주민/난민/탈북민/다문화가정	사회통합 저해
58.1	델로카벳	초등학교 인근 어린이 교통안전을 위한 횡단보도 안전구역을 설치하고, 델로카벳 효과 에 대한 연구영역 등을 통해 어린이 교통안전을 위한 환경을 개선함.	2016	3	현금	전국	이동/어린이	안전 위협
58.2	교통·환경 쉼터	교통 및 환경분야의 사회적 이슈 해결을 위해 참신한 솔루션을 가진 소셜벤처를 지원함.	2019	0	현금	전국	사회적경제조직/중소기업	고용 및 노동 불안정
58.3	창강장애아구단	충주성심학교 창강장애 아구단을 후원하고 친선경기 및 봉사활동 등을 통해 지속적인 로 지원함.	2013	6	현금	지역사회	장애인	사회통합 저해
58.4	회귀난치성질환	치료제가 없어서 좌절하거나 사회의 편견 때문에 상처받는 희귀·난치성질환 환우들 을 후원함.	2011	8	현금	전국	이동/어린이	삶의 질 저하
58.5	소방공무원 후원	국민의 안전을 지켜내는 소방공무원을 후원함.	2003	16	현금	전국	기타	사회통합 저해
59.1	에스원 (71)	에스원 심폐소생술(CPR)교육사업 - 안심누리 사업	2010	9	교육	전국	전국민(불특정 다수)	안전 위협
59.2	안심마를 지원사업(OPTD)-안심누리 사업	안전 사각지대에 놓인 소외계층과 지역사회를 위해 범죄예방환경디자인(셉테드, OPTD)을 활용한 안심마를 조성사업을 지원함.	2014	5	현금	전국	지역사회	안전 위협
59.3	환경미탐지견사업(에스원탐지견센터 운영)	무조문화재에 심각한 피해를 주는 환경미를 찾아 문화재를 보호하는 환경미탐지견을 양성함.	2007	12	서비스	전국	지역사회	환경오염과 기후변화 & 자연재해
59.4	희망장학금 지원사업	위기 청소년과 소년원생의 범죄예방과 재범 방지를 위해 소양교육, 장학금 지원, 취·창업 인큐베이팅 사업을 진행함.	2005	14	현금	지역사회	청소년	급격한 사회구조 변화
59.5	범죄피해자 지원개선 공익캠페인(다량안심캠페인)	범죄피해자와 가정을 지원하고 범죄 피해에 대한 인식을 개선함. 가족의 고통을 일러 사회적 관심과 후원을 높이고자 다량 안심캠페인을 실시하며, 경제적·정신적 지원을 위해 추가활강개산사업, 문화체육사업 등 다양한 활동을 진행함.	2015	4	현금	지역사회	기타	사회통합 저해
60	삼성카드 (72)	고객이 포인트 및 카드 결제로 기부한 금액을 통해 어려운 이웃을 지원함.	2016	3	서비스	전국	전국민(불특정 다수)	소득(경제) 및 주거불안
60.1	열린기부	고객이 포인트 및 카드 결제로 기부한 금액을 통해 어려운 이웃을 지원함.	2016	3	서비스	전국	전국민(불특정 다수)	소득(경제) 및 주거불안
60.2	열린소프트(열린봉사)	삼성카드 임직원의 기부금으로 소외이웃의 결혼·신혼여행지원, 문화소외계층을 위한 공유버스, 가족과 함께하는 공공디자인 봉사활동 등을 고객과 임직원이 진행함.	2018	1	봉사	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
60.3	열린세안	고객이 사회공헌 아이디어를 제안하고 직접 투표를 통해 선정하여 임직원과 함께 해당 사업을 지원하는 참여형 사회공헌 플랫폼. 고객의 추천과 투표를 통해 최종 아이디어가 선정되면, 실행 지원금으로 최대 3000만원을 지원함.	2013	6	기타	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
60.4	Young Lab	대학생이 삼성카드 멘토와 함께 마케팅 실무 체험 프로그램, 해외 탐방 프로그램 등을 체험하도록 지원함.	2014	5	체험	전국	청소년	교육 불평등
61	GS칼텍스 (73)(GS)	공간과 차우를 필요로 하는 초·중학생들을 신발해 학교 및 지역 센터에서 집단예술치유 프로그램을 진행하는 사업과 특정 중학교 1학년 전체 학생을 대상으로 같은 반 학생들을 2~3개의 집단으로 나누어 교실형링 프로그램을 진행함.	2013	6	서비스	전국	이동/어린이	삶의 질 저하
61.1	마음특독	공간과 차우를 필요로 하는 초·중학생들을 신발해 학교 및 지역 센터에서 집단예술치유 프로그램을 진행하는 사업과 특정 중학교 1학년 전체 학생을 대상으로 같은 반 학생들을 2~3개의 집단으로 나누어 교실형링 프로그램을 진행함.	2013	6	서비스	전국	이동/어린이	삶의 질 저하
61.2	GS 칼텍스 희망에너지교실	전남 여수시 지역아동센터 초·중학생들이 꿈과 비전을 키울 수 있도록 다양한 체험학습 기회를 제공함.	2010	9	체험	지역사회	청소년	에너지 및 자연불균형
61.3	GS칼텍스 사랑나눔터	지역 독거노인 등 소외 계층의 결식 문제를 해결하기 위해 무료급식소를 운영함.	2008	11	서비스	지역사회	시니어	소득(경제) 및 주거불안
61.4	해양자원 보존활동	여수시의 해양 어족 자원 보존과 지속가능한 어업 발전을 위해 감성돔, 치어 등을 바다에 방류해 지역 어민들의 소득 증대에 기여함.	1996	23	기타	지역사회	지역사회	환경오염과 기후변화 & 자연재해
61.5	예술마루	여수 지역의 문화예술 환경을 개선하고 문화 기반을 향상하기 위해 복합 문화공간을 개관함.	2006	13	인프라	지역사회	지역사회	급격한 사회구조 변화
62	한국타이어 엔터프라이즈 (74)	이동(어려운)을 겪는 사회복지기관에 버스 지원(경차)을 지원해 효율적인 복지 서비스 전 달을 지원함. 안전운전 교육, 차량이용 우수기관 인센티브 지원과 사회복지기관 차량나눔 사업을 지속함.	2008	11	물품	전국	지역사회	삶의 질 저하
62.1	차량나눔(모빌리티)	이동(어려운)을 겪는 사회복지기관에 버스 지원(경차)을 지원해 효율적인 복지 서비스 전 달을 지원함. 안전운전 교육, 차량이용 우수기관 인센티브 지원과 사회복지기관 차량나눔 사업을 지속함.	2008	11	물품	전국	지역사회	삶의 질 저하
62.2	타이어나눔(모빌리티)	전국 사회복지기관의 안전을 위해 승합차 및 기 지원 경차의 타이어 교체를 지 원함.	2010	9	물품	전국	지역사회	삶의 질 저하
62.3	티움버스(모빌리티)	이동에 어려움이 있는 사회복지기관에 버스를 지원하여 이동 편의성 제고 및 문화체험 기회를 제공함.	2013	6	물품	전국	지역사회	삶의 질 저하
62.4	따뜻한사회주택금	취약계층(청년) 등을 위한 시세이하(40~80%)의 주택 가능한 주택을 공급함.	2016	3	현금	전국	청년	소득(경제) 및 주거불안
62.5	대전지역법률취약계층실리기사업	대전시 기타중년 갑툭고기와 법률취약기 실물 3중(미선우, 송남꽃, 금부꽃)을 복원함.	2018	1	현금	지역사회	동물/환경	환경오염과 기후변화 & 자연재해
63	이마트 (76)	각 지역에 꼭 필요한 맞춤형 사회공헌활동을 기획하고 실현시키는 프로젝트.	2016	3	봉사	지역사회	지역사회	삶의 질 저하
63.1	회암마을	회암과 애너지의 소중함을 알리는 것은 물론, 어린이들이 재능과 꿈을 펼칠 수 있는 기 회를 제공함.	2016	3	기타	지역사회	이동/어린이	환경오염과 기후변화 & 자연재해
63.2	자구사랑 환경사랑 그림대회	회암과 애너지의 소중함을 알리는 것은 물론, 어린이들이 재능과 꿈을 펼칠 수 있는 기 회를 제공함.	2014	5	기타	지역사회	이동/어린이	환경오염과 기후변화 & 자연재해
63.3	이마트 델로카벳	어린이 교통안전을 위해 전국 초등학교에 이마트 델로카벳을 설치함. 델로카벳은 횡단 보도의 벽과 바닥에 펼쳐져 외부와 구별되는 공간을 형성하여 아동이 안전한 공간에 머무르게 하고, 운전자가 횡단보도 진입부의 아동을 잘 보게 하여 교통사고를 예방함.	2013	6	인프라	전국	이동/어린이	안전 위협
63.4	회암배달 캠페인	임직원 기부액과 동일한 금액을 화사도 기부(매칭)캠페인에 횡단배달마차, 장난감 도시 관 건립, 후원 아동 대상 생활비·교육비 지원, 환아 대상 치료비·수술비 후원 및 소외 청소년 대상 여성 위생용품 지원 등 다양한 지원 사업에 사용함.	2006	13	물품	전국	이동/어린이	삶의 질 저하

기명명 (사기총액 순위)	사업명	사업 개요	시작 연도	운영 기간	재공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류	
64	63.5	희망배달 마차	지역사회의 소외계층을 찾아 꼭 필요한 물품들을 지원하여 실질적 도움을 제공함. 지방자치단체에서 해당 프로그램의 대상자를 선정하고, 이마트에서는 지원 물품들과 냉동탑차, 재반 비용 등을 기부함.	2012	7	물품	지역사회	경제/사회적 취약계층 소득(경제) 및 주거불안	
	64.1	참이슬 대학생 봉사단 (79)	대학생 봉사단과 임직원들이 사회복지 시설 방문, 긴급재구조, 기초질서 지키기 캠페인 등 봉사 활동에 참여함.	2011	8	봉사	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
	64.2	지역사회 장학금	지역사회 중심으로 지역별 장학 재단을 지속적으로 지원함.	2013	6	현금	지역사회	지역사회	교육 불평등
	64.3	소외계층 사랑의 물품 지원	복지 사각지대에 놓인 소외계층을 돕기 위해 지역별로 때마다 '사랑의 쌀, 연탄, 김장' 등 나눔 행사를 지속적으로 전개함.	2011	8	물품	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
	64.4	어린이저렴이시집	어린이들을 사회적 위험요소로부터 보호하고 건강하게 성장할 수 있도록 후원금을 조성에 안전예방 활동들을 전개함.	2011	8	현금	전국	아동/어린이	안전 위험
65	64.5	중국통포지원사업	국내에 거주하고 있는 중국 통포들이 어려움을 호소하는 사인을 중심으로 의료지원, 장학지원, 상조지원 등을 지원함.	2013	6	현금	전국	이주민/난민/탈북민/ 다문화가정	사회통합 저해
	65.1	맑은나눔(환경보호 활동)	전국 각지의 산과 하천 보전을 위해 봉사 및 전국 한강 직원들로 구성된 봉사대가 지자체와 연계하여 '산 천 1거리 가꾸기'를 진행함. 분기별로 남산 야외식물원에서 생태계 교란 유해식물을 제거하는 환경정화 활동도 진행함.	2005	14	봉사	전국	동물/환경	환경오염과 기후변화 & 자연재해
	65.2	사랑나눔(인직민 봉사활동)	보육원, 요양원, 복지회 등과 연계해 봉사활동을 제공, 소외 계층을 위한 뽕 만들기, 동남아 자개발 국가 어린이들을 위한 물품 제작 등을 진행하며 전국 한정에서는 지역의 복지단체를 찾아 봉사활동을 제공함.	일 수 없음	일 수 없음	봉사	지역사회/글로벌	아동/어린이	소득(경제) 및 주거불안
	65.3	소망나눔(장애인 지원 및 장학재단 운영)	장애인, 소외계층에게 물품과 성금을 기탁하고, 장학재단을 통해 대학생들을 지원함.	2004	15	현금	전국	장애인	소득(경제) 및 주거불안
	65.4	문화나눔(미술관 운영)	미술관을 운영을 통해 현대 미술과 디자인 전시를 제공하고 국내 젊은 아티스트들의 창작 활동을 지원함. 대중들이 일상 속에서 예술을 즐길 수 있는 전시문진표를 기획함.	2002	17	인프라	전국	기타	급격한 사회구조 변화
66	65.5	행복나눔(주거환경 개선 활동)	임직원들이 직접 서울, 수도권 노후주택 밀집지역과 복지단체 시설을 개선하는 '사랑의 집 고치기'를 시행함. 도배나 정판 교체, 단열 작업과 LED 조명 교체 등 에너지 효율을 증진하는 방향으로 개선함.	2005	14	서비스	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
	66.1	교육 활동	두산법캠프는 기술 학교 장학 사업 및 등락금 지원, 중학교 장학금 기부, 인턴십 제공 등을 통한 전반적인 이공계 (Science, Technology, Engineering & Mathematics, STEM) 프로그램 교육 지원 사업	2015	4	현금	지역사회/글로벌	청년	교육 불평등
	66.2	나눔 활동	지역 특성을 고려한 다양한 사회공헌 활동을 추진하고, 임직원 봉사활동을 제공함.	2014	5	봉사	지역사회/글로벌	지역사회&글로벌	소득(경제) 및 주거불안
	67.1	한국투자증권 (84)	어린이 경제교실, 어린이 축구교실, 사랑의 김치 FAIR, 주말 봉사활동 등 봉사활동을 제 공함.	2013	6	봉사	지역사회	지역사회	삶의 질 저하
	67.2	꿈을 꾸는 아이들 프로젝트	전국 기초생활수급자 및 차상위계층 초·중·고 학생 50명에게 매월 특기 적성 개발비를 지원함.	2013	6	현금	전국	청소년	교육 불평등
67	67.3	겨울방학 결식아동 지원사업	방학중 결식아동을 지원하기 위해 전국 저소득 및 차상위계층 초등학생 400명에게 겨울방학 급식비 및 방학 중 문화체험학습 비용, 연탄 크리스마스 선물을 전달함.	일 수 없음	일 수 없음	현금	전국	아동/어린이	소득(경제) 및 주거불안
	67.4	참벗나눔 어린이 경제교실	차상위계층 및 저소득층 아이들에게 경제의 의미와 용돈 기입장 및 용돈활동용 등 다양한 프로그램 제공함.	2012	7	교육	전국	아동/어린이	교육 불평등
	67.5	FC서울과 함께하는 행복나눔 어린이 축구교실	FC서울 프로축구단 소속 선수들과 리틀FC서울 코치들이 강사로 축구 교육을 제공함. 축구의 기본기와 미니게임 등 다양한 프로그램을 운영하며, 축구화, 유니폼등을 제공함.	2011	8	체험	지역사회	아동/어린이	교육 불평등
	68.1	Dream Maker (85)	교육청과 협업해 현장 위주의 진로직업 교육을 제공함으로써 고교생의 사회진출을 지원하고, 체득한 기술을 다시 지역사회에 환원함.	2014	5	교육	지역사회	청소년	교육 불평등
	69.1	GC녹십자 사회봉사단 (86)	각 사업장별로 100여개가 넘는 봉사팀을 구성해 각 봉사팀 별 특성에 맞는 자율적 봉사활동을 전개함.	2004	15	봉사	전국	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
70	69.2	가족이 함께하는 이웃사랑 Day	임직원 가족이 함께하는 봉사활동으로, 자녀들에게 봉사정신 및 가족에 대한 소중함을 체험할 기회를 제공함.	2009	10	봉사	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
	69.3	GC녹십자 매칭그랜트	지역사회의 소외계층을 1:1 결연 제도를 통해 지원함.	2008	11	현금	지역사회	시니어	소득(경제) 및 주거불안
	69.4	GC녹십자 사랑의 한철	연 3회 사업장 별로 정기적인 한철 행사를 실시하며, 할애택고 부족 시 별도의 한철 행사를 개최함. 기증받은 한철증은 각종 질병으로 투병 중인 환자 및 후원재단에 기부함.	1992	27	기타	전국	전국민(불특정 다수)	삶의 질 저하
	69.5	장학금지원(목민과학장학재단)	미래의 과학한국을 선도해나갈 젊은 과학도들을 적극 발굴하고 장학금과 연구비를 지원함.	2005	14	현금	전국	청년	교육 불평등
	70.1	GS리테일 (87)	전국의 70여개 GS-누미 봉사단을 통해 임직원 및 고객, 경영주가 함께 봉사활동을 실천함.	일 수 없음	일 수 없음	봉사	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
71	70.2	재해재단지원	수해, 산불, 태풍, 화재 등 재난재해지역에 구호물품 등을 전달함.	2002	17	물품	지역사회	지역사회	안전 위험
	70.3	푸드뱅크 지원	식품 및 유제품, 다양한 생필품 등을 각 지역의 푸드뱅크에 기부함.	2011	8	물품	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
	70.4	북드림 캠페인	이웃들의 지식과 문화적 감성을 일깨울 수 있도록 지역사회 도서관 및 해외 이동들에 게 도시를 기부함. 당사 CEO 및 임직원부터 경영주, 고객이 함께 참여함.	2011	8	물품	지역사회/글로벌	아동/어린이	교육 불평등
	70.5	한철 캠페인	대한적십자사와 연계한 한철캠페인을 지속적으로 전개하여 배혈병, 소아암 환아를 위한 한철증을 꾸준히 기증함.	2006	13	기타	전국	아동/어린이	삶의 질 저하
	71.1	SKC 프로보노단 '해피스트'	인도유럽을 전문가로부터 사인 시공 교육을 받고, 저소득층 가정, 다문화 가정, 사회적 지 기관 등에 방문해 직접 SKC가 생산하는 윈도우 필름을 시공하는 봉사단을 운영함.	2018	1	봉사	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
72	71.2	국립 한충원 모지 정화	한충원 19묘역과 자매결연을 맺고 한화와 모역을 정화하는 봉사활동을 제공함.	2018	1	봉사	지역사회	기타	급격한 사회구조 변화
	72.1	청소년경제교실 (89)	이동·청소년들이 올바른 경제관을 형성하고 합리적인 의사 결정 능력을 기를 수 있도록 사회복지기관에 대학생 교육 강사를 파견하여 놀이와 체험 중심의 경제교육을 지원함.	2005	14	교육	전국	아동/어린이	교육 불평등
	72.2	대학생봉사단 YAHOO	경제 교육 강사로 활동하는 대학생봉사단을 선발해 이동·청소년에게 월 2회 경제교육 프로그램을 진행하고 경제관론별 캠프, 컨텐츠 개발 등 다양한 활동에 참여함.	2009	10	봉사	전국	아동/어린이	교육 불평등
	72.3	청소년공부방 꿈마루	시설이 낙후된 사회복지기관 내 공부방 조성 및 개보수를 제공하고 이동·청소년을 위한 방과후 학습, 진로 탐색, 정서 지원 등 프로그램을 제공함.	2012	7	서비스	전국	아동/어린이	교육 불평등
	72.4	나누미 봉사단	효과적인 사회공헌 활동을 위하여 봉사팀별 봉사리더 직원이 각 지역의 특성에 맞는 사회공헌 테마를 선정하여 다양한 활동을 전개함. 임직원이 매월 일정액을 기부하고, 회사가 매칭기부한 기금을 사회공헌 기부금으로 집행함.	1995	24	봉사	전국	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
72.5	소외계층 결식아동 급식지원 '해피푸드'	지역아동센터를 대상으로 결식아동·청소년들을 위한 급식 및 자립요리 학습을 지원 하는 프로그램.저매마을 농산물을 활용하여 재료를 수급하며, 지역사회의 상생 및 발전 에 기여함.	2018	1	물품	지역사회	아동/어린이	소득(경제) 및 주거불안	

기명명 (사기용액 순위)	사업명	사업 개요	시작 연도	운영 기간	제공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류	
73	금호석유 (90)	사회복지시설 휴그린 창조지원	2008	11	서비스	지역사회	장애인	소득(경제) 및 주거불안	
	73.2	중증장애인을 위한 맞춤형 보 장구 지원	2008	11	물품	지역사회	장애인	삶의 질 저하	
	73.3	시각장애인용 보장구 지원	2008	11	물품	전국	장애인	삶의 질 저하	
	73.4	임직원 끝장/장애 모금 및 매칭 그랜트 성금 기부	1991	28	현금	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안	
	73.5	자율형 임직원 봉사활동	일 수 없음	일 수 없음	봉사	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안	
74	CJ ENM (91)	DA TV	2013	6	인프라	전국	기타	급격한 사회구조 변화	
	74.2	오픈(OPEN)	2017	2	인프라	전국	청년	급격한 사회구조 변화	
75	대우조선해양 (93)	배리어프리 콘텐츠 제작 및 보급	2012	7	서비스	전국	장애인	사회통합 저해	
	75.1	DSME 사회봉사단	2012	7	인프라	지역사회/글로벌	지역사회/글로벌	급격한 사회구조 변화	
	75.2	DSME 바다식목일	2014	일 수 없음	봉사	지역사회	동물/환경	환경오염과 기후변화 & 자연재해	
	75.3	우리동네 꽃 프로젝트	2014	일 수 없음	봉사	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안	
	75.4	다솜일촌	일 수 없음	일 수 없음	봉사	지역사회	시니어	소득(경제) 및 주거불안	
75.5	천사(1004)기부	희망 임직원에게 한해 매월 급여의 '1004원'을 공제하고 모인 금액만큼 회사도 함께 기부 하는 1대1 매칭그랜트 제도를 시행함.	2014	5	현금	지역사회	시니어	소득(경제) 및 주거불안	
76	두산중공업 (94)	청년에너지프로젝트 - M.Y. Dream(마이드림) 청소년 진로 교육	2015	4	교육	전국	청소년	교육 불평등	
	76.2	산학협력 '두산반' 운영	2011	8	교육	지역사회	청소년	교육 불평등	
	76.3	지역어동센터 테마 프로그램	2014	5	교육	지역사회	아동/어린이	교육 불평등	
	76.4	사회복지관 연계 프로그램	일 수 없음	일 수 없음	봉사	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안	
	76.5	사랑의 김장 나누기	매년 지역사회와 함께 하는 사랑의 김장 나누기 활동을 실시함.	2007	12	봉사	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
77	쌍용회 (96)	의료지원	2010	9	서비스	지역사회	지역사회	삶의 질 저하	
	77.2	사회적 취약계층 지원	독거노인 및 결손가정 아동을 위해 독거노인과 소년·소녀 가정 가정을 방문해 도배 및 전기시설 보수 등 거주 안전을 위한 봉사활동을 진행함.	1994	25	봉사	지역사회	시니어	삶의 질 저하
77.3	지역인재 육성	매년 장학금 수여식을 개최하여 관내 인재 양성을 위한 장학사업을 운영하고, 쌍용동해 정학재단을 설립해 장학사업을 시작하였으며, 기름에서 발생하는 이자수익과 기부금을 더해 장학금을 지급함.	1994	25	현금	지역사회	청소년	교육 불평등	
77.4	자연재해 대응	산불, 태풍 등 자연재해로 인해 어려움을 겪는 지역민들에 상담과 옷과 생수 등의 구호 물품을 지원함.	2019	0	물품	지역사회	지역사회	환경오염과 기후변화 & 자연재해	
77.5	지역사회 환경 보전	지역사회의 건강한 환경을 조성하기 위해 쌍용회회는 사업장별로 지역특성에 맞는 생태계 보전 활동을 진행함.	일 수 없음	일 수 없음	기타	지역사회	동물/환경	환경오염과 기후변화 & 자연재해	
78	한국항공우주 (98)	독거노인/아동 생계비 지원	자소득 생활지원 가정을 돕기 위해 각 팀과 자원 세대를 11 지매결연을 맺어 서로 찾아 보고 통문을 제공함. 결연 아동과의 여행, 미래를 위한 상담, 공부에 대한 조언, 밑동무 활동 등을 진행함.	2016	3	현금	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
	78.2	관내 복지기관을 대상으로 정기적인 후원 및 봉사활동	아동복지센터, 복지기관·재단, 다문화 센터 등을 후원함.	2016	3	봉사	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
78.3	무형문화재 보존사업	사천지역의 무형문화재 5종(가산 오광대, 마도 갈방이소리, 판소리 고법, 판소리 수궁가, 진주 삼천포농악의 전통문화 확산 및 보존을 위해 사천전통문화연합회에 후원함.	2018	1	현금	지역사회	기타	급격한 사회구조 변화	
78.4	1차하천 환경정화사업	사천시의 1차하천 합약을 체결하고 사천강의 예수교에서 응상교까지 구간에 대해 하천 정화 및 환경보존 운동을 전개	일 수 없음	일 수 없음	봉사	지역사회	동물/환경	환경오염과 기후변화 & 자연재해	
78.5	학교/기자재 및 과학문고 지원 사업	시천시 관내 초·중고등학교 40개교에 교육물품, 스미트교실 구현 물품을 기증해 미래 세대 교육에 후원함.	일 수 없음	일 수 없음	물품	지역사회	청소년	교육 불평등	
79.1	NH투자증권 (99)	사내 봉사단	대표이사 직속 사회공헌단 주관으로 사업부별 봉사단을 설립하여 운영함. 임직원들의 자발적인 기부와 회사의 추가 지원으로 조성된 사회공헌 기금을 사용하고 있으며, 국내외 자원봉사, 전사 사회공헌 활동 등 다양한 봉사 활동을 수행함.	2011	8	봉사	전국/글로벌	지역사회/글로벌	소득(경제) 및 주거불안
79.2	천사펀드	임직원들이 자발적으로 매달 급여에서 일정 금액을 기부해 기금을 모으며, 사내 인터넷을 통해 임직원이 자유롭게 후원 금액과 지원 프로그램을 지정함.	2005	14	현금	전국	아동/어린이	소득(경제) 및 주거불안	

기입명 (사기총액 순위)	사업명	사업 개요	시작 연도	운영 기간	제공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류
79.3	교육/장학제도	기초 장학, 복지사업에서 소외된 복지 사각지대의 저소득층 자녀를 대상으로 장학금을 신설하여 수업료, 학교운영지원비, 급식비 등 학비 일체를 지원하고 있으며, 대학 입학 격려금을 지원함. 직원들이 멘토가 되어 학교 생활과 취업에 대한 조언을 제공함.	2005	14	현금	전국	청소년	교육 불평등
80	한샘 (100)	80.1 여성가정 자립지원 해 심리상담, 보호시설 퇴소 모자과정의 보급자리를 마련함. 80.2 장애인 일자리 창출 장애인미 사회구성원으로 자리잡을 수 있도록 장애인 판매시원을 고용함. 80.3 한샘 해버터트 '사랑의 집짓기사업' 취약계층의 주거환경 개선을 위해 서울 마포구, 경기 시흥시, 안산시의 저소득 한부모 가정과 초순가정에 필요한 가구와 생활용품 등을 매월 후원하고, KBSTV '동행 프로그램'에 후원기업으로 참여해 도시·벽지지역의 저소득 가정에 가구를 지원함.	2019	0	서비스	지역사회	여성	소득(경제) 및 주거불안
81	삼성엔지니어링 (106)	80.4 지역사회 지원 전국 취약계층의 자립지원을 위해 의료, 생계 지원을 위한 활동을 제공함. 80.5 아동, 청소년 지원 아동복지시설 아이들의 생활비를 지원하고 생일파티를 열어주는 등 아동, 청소년을 위한 다양한 지원사업을 제공함.	2001	18	현금	전국	경제/사회적 취약계층 아동/어린이	소득(경제) 및 주거불안
81.1	주니어 엔지니어링 아카데미	수처리, 석유화학 에너지, 신재생 에너지 등 저숙기능한 사회를 만드는 공학에 대한 흥미를 높이고자 마련된 체험식 청소년 교육 프로그램. 전 세계 청소년을 초청해 환경 및 공학에 대한 진로 탐색을 돕고, 한국 문화 체험 프로그램을 지원함.	2000	19	교육	글로벌	청소년	교육 불평등
81.2	글로벌 희망도서관	해외 사업 수행 국가 9개국의 사업장 인근에 희망도서관을 신·개축하며 도서관을 지원하여 문맹 퇴장에 기여함.	2012	7	인프라	글로벌	청소년	교육 불평등
81.3	강동구 삼성드림장학금	지역의 모범 청소년을 선발하여 최장 3년간 장학금을 지원하며, 지역의 저소득층 청소년에 장학금을 지원함.	2012	7	현금	지역사회	청소년	교육 불평등
81.4	키다리 아저씨 & 생명의 물	아동과 지역사회에 변화를 줄 수 있도록 국가/지방 보건사무소를 중심으로 교육, 의료보건, 재난재해, 긴급구호, 식수위생, 생계유지 등을 지원함.	2012	7	물품	지역사회/글로벌	아동/어린이	에너지 및 자원불균형
81.5	태국법인 사회공헌 - 미래 공학 인재 양성	사업장 인근 초·중학생을 대상으로 과학 실험 키트를 활용한 재미있는 방식의 체험형 교육을 제공하고, 환경 및 공학에 대한 학생들의 인식과 흥미를 제고함.	2013	6	교육	지역사회/글로벌	청소년	교육 불평등
82	한국가스공사 (107)	82.1 열 효율 개선사업 지원해 에너지 효율을 개선하고, 지역 사회직접업에 시공에 투입해 판로를 지원함. 82.2 은누리 장학사업 운영 사업장 주변 고등학생, 대학생들을 대상으로 사회적 배려계층, 성적 우수자, 예체능 우수자, 봉사 우수자 등 다양한 장학금을 지원함. 82.3 은누리 건축 아카데미 노숙인, 쪽방 거주민 등 취약계층의 일자리 창출을 위해 목공·도배·장판·빙수·단면 등 다양한 건설 무로기술 교육을 실시하고 일자리를 제공함. 82.4 안심팩토리 지역 일자리 마련과 사회적 기업 육성을 위해 HACOP 인증 공동사업장을 마련해 사회 취약계층 청소년의 상위시장 진출을 지원함.	2010	9	현금	전국	경제/사회적 취약계층 아동/어린이	삶의 질 저하
83	제일기획 (109)	83.1 금동무 프로젝트 남한여를 북한어로 바꾸어 주는 어플리케이션 '글동무', 중·고등학교 탈북 청소년들을 위한 '학민어저집' '글동무 단어통', 마음의 상처를 치유하고 보듬어주는 '마음동무' 학과와 직업 등 진로에 대해 함께 고민하는 '길동무' 등으로 탈북 청소년을 지원함. 83.2 사랑앓 버저화 광고 촬영 소품, 임직원 기부 물품, 스타 애정품을 모아 새내 판매하는 연말 버저화, 경매를 통해 기금을 조성하여 여성장애인전문 복지기관을 통해 취약계층 어린이들을 후원함.	2015	4	서비스	전국	이주민/난민/탈북민/다문화가정	사회통합 저해
83.3	Meri Class(인도법인)	열악한 교육 환경에 방치된 인도의 어린 여학생들에게 양질의 교육 기회를 제공하기 위해, 교재 및 교실 확보 등 재정지원과 학교, 교사 부족 등 교육 시스템 문제 해결을 위한 활동을 제공함.	2015	4	서비스	전국	이주민/난민/탈북민/다문화가정	사회통합 저해
83.4	1心1樹(중국법인)	베이징의 미연현을 찾아 농촌 일손돕기 봉사활동과 전자제품 등 생필품 지원을 실시함. 일 수 없음	2018	1	인프라	지역사회	사회적경제조직/중소기업	고용 및 노동 불안전
84	농심 (110)	84.1 농심 어린이날 행사 어린이날 봉사 활동을 스낵공원에서 꾸며, 어린이들에게 다양한 놀이와 선물 패키지를 증정하고 가족과 함께하는 체험 프로그램을 진행함. 84.2 사랑나눔 해피펀드 기금 임직원이 매월 월급의 일부를 기부해 모은 기금으로 저소득 가정, 독거노인, 사회복지시설, 해외 재난지역 등에 현금, 리본 등 물품을 후원함. 84.3 장학사업(울촌재단) 전국의 중, 고등학생 및 학생, 대학생들을 대상으로 학업성적이 우수하고 각 분야에 서 재능 있는 학생들을 선발, 장학금을 지급함.	2008	11	물품	지역사회	아동/어린이	삶의 질 저하
85	롯데쇼핑 (111)	85.1 Rejoice 우물중 인식 개선 및 예방 캠페인 여성우물중의 위험성을 알리고 도움이 필요한 여성들을 위해 토크콘서트, 우물중 인식 개선 캠페인 등 다양한 홍보활동을 진행하고 있으며, 힐링테라피 및 심리케어 프로그램 진행함. 캠페인 굿즈를 판매하여 수익금 전액을 싱글맘 지원금으로 기부함. 85.2 롯데아이미트 mom편한 하이드림 서로의 꿈을 응원하는 엄마와 아이에게 필요한 가전제품을 지원하는 공모 프로그램	2007	12	현금	전국/글로벌	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
85.3	사뮈대봉사단	임직원 봉사단이 봉사활동을 제공함. 점포별 활동비를 지원하고, 타 사회공헌인 우물중 인식개선 및 예방 활동에 동참함.	1984	35	현금	전국	청소년	교육 불평등
85.4	롯데백화점 롯데스쿨 설립과 식수 설비 지원	상수도 시설이 미비하고 각종 중금속으로 지하수 오염이 심한 개발도상국 내 식수 문제를 지원함. 하노이, 호치민, 자카르타 인근 빈민 지역에 각각 20여 톤 규모의 빗물 시수화 설비를 지원하여 지역주민에게 하루 1~3리터의 식수를 공급함.	2014	5	인프라	지역사회/글로벌	경제/사회적 취약계층	에너지 및 자원불균형
85.5	롯데마트 푸드 행복 나눔	전국푸드뱅크와 연계하여 점포 소재 지역의 소외계층 복지시설에 식품을 기부함.	2016	3	물품	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
86	BGF리테일 (112)	86.1 BGF 브라지 BGF리테일이 보유한 전국 유통·물류 인프라를 기반으로 재난 구호 민간 협력체계를 함께 최초로 구축하였으며, 재난 발생 시 가장 신속한 구호활동을 제공함. 86.2 사랑의 동전 모으기 캠페인 CU 플랫폼과 BGF 네트워크를 활용해 소액기부를 활성화하고 동전유통 활성화를 통해 신규 동전 제작에 필요한 사회적비용을 절감함. 86.3 BGF 사랑의 물품 나누기 푸드뱅크에 식품을 포함한 생필품을 정기적으로 기부함으로써 사회경제적 취약계층을 지원하고 기부 문화를 활성화함. 86.4 BGF 사랑의 소리 기금 임직원들이 자발적으로 금액의 끝자리를 약정기부함으로써 경제적 어려움에 있는 청각장애 아동의 인공와우수술 및 재활치료를 지원함.	2015	4	물품	지역사회	전국민(불특정 다수)	안전 위험
86.5	아동안전저킴이집	경찰청의 아동안전저킴이집 활동에 참여하고 국내 최초로 POS건금고 시스템을 구축함. 실종예방 캠페인 '아이ICU'를 시행하였으며, 아동안전 유망자를 발굴하고 포상하는 등 아동안전망을 확대함.	2011	8	현금	글로벌	아동/어린이	사회통합 저해
87	키움증권 (113)	87.1 키움증권 장학제도 학업성적이 우수하지만 경제적 여건이 어려운 학생을 대상으로 1년 등록금을 지원함.	2012	알 수 없음	현금	전국	청소년	교육 불평등
88	메리츠증권 (114)	88.1 메리츠 참사랑 봉사단 사랑의 빵 만들기 등 다양한 테마별 봉사활동에 참여함. 88.2 메리츠 증권 대학 전문투자자들에게 비해 지식이나 경험 측면에서 열위에 있는 일반인 투자자들을 대상으로 증권투자 교육을 제공함.	2007	12	봉사	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
88.2	메리츠 증권 대학	전문투자자들에게 비해 지식이나 경험 측면에서 열위에 있는 일반인 투자자들을 대상으로 증권투자 교육을 제공함.	2014	5	교육	전국	전국민(불특정 다수)	교육 불평등

기대명 (사기통액 순위)	사업 개요	사업 명명	시작 연도	운영 기간	제공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류	
89	89.1 GS건설 (115)	연말 저소득층 김장김치	매년 저소득층과 복지시설을 대상으로 김치 및 난방유를 지원함.	일 수 없음	물품	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안	
	89.2 부산 청년 우리집 셰어하우스	청년 생활비 부족과 노인 고독사 문제 등을 해결하기 위해 나홀로 아르바이트와 청년이 함께 사는 셰어하우스를 지원함.	2018	1	인프라	지역사회	청년	소득(경제) 및 주거불안	
	89.3 꿈과 희망의 공부방	어린이의 방을 깨끗하게 꾸미고, 학습 물품을 제공하여 공부할 수 있는 환경을 조성해 주며, 장학금을 지원함.	2011	8	현금	지역사회	아동/어린이	교육 불평등	
	89.4 즐거운 방과후 교실	저소득층 가정의 어린이들이 모여 공부하는 복지시설(지역아동센터) 공간을 개보수하고 학습물품을 지원함. 봉사 인직원들이 시공 봉사 및 문화체험활동 봉사활동을 제공함.	2011	8	봉사	지역사회	아동/어린이	삶의 질 저하	
	89.5 꿈과 희망의 놀이터	어린이들에게 안전한 공간을 제공하기 위해 기존 놀이터의 틀에서 벗어나 텃밭 기구기가 가능한 생태놀이 공간 등 친환경적이며 교육적으로 적합한 새로운 개념의 놀이터를 설치하고 기증함.	2011	8	인프라	지역사회	아동/어린이	급격한 사회구조 변화	
90	현대해상 (116)	90.1 소녀, 달리다	달리기, 활동게임 등으로 초등학교 3~6학년 여학생의 신체 건강과 인성, 사회성 발달을 지원하는 프로그램.	2013	6	교육	지역사회	청소년	삶의 질 저하
	90.2 청년, 세상을 뚫다	공익 분야에 관심이 있는 청년들을 강의, 멘토링, 실습 등을 통해 공익 분야 전문 자질을 키우도록 양성하는 프로그램.	2014	5	교육	전국	청년	교육 불평등	
	90.3 어린이 교통안전 뮤지컬	어린이들이 알아야 할 교통안전 지식을 뮤지컬 공연, 체험활동 등을 통해 이해하기 쉽게 전달함.	2015	4	교육	전국	아동/어린이	안전 위험	
	90.4 어린이 금융교육 뮤지컬	올바른 소비습관을 함양하고 금융을 쉽게 이해할 수 있도록 초등학교 내에서 뮤지컬 형태로 금융교육을 실시함.	2018	1	교육	전국	아동/어린이	교육 불평등	
91	신세계 (119)	91.1 희망배달 캠페인	임직원의 자발적 참여와 회사의 매칭그랜트를 통해 기금을 마련하고, 소외된 저소득층 아동들의 생활비 후원, 희망장난감 도서관 설립, 교복지원, 결연아동 초청행사 등을 지원함.	2006	13	현금	전국	아동/어린이	소득(경제) 및 주거불안
	91.2 지역행사 후원	부산 국제영화제, 광주 비엔날레 등 지역사회에서 개최되는 국제 문화·스포츠 행사를 적극적으로 후원함.	일 수 없음	일 수 없음	현금	지역사회	지역사회	급격한 사회구조 변화	
	91.3 사회적 취약계층 후원	공연 기획가 적은 사회적 취약계층의 문화예술단을 초청하여 공연기회를 제공하며, 시각장애문화예술단인 한빛예술단을 후원함.	2010	9	기타	전국	경제/사회적 취약계층	급격한 사회구조 변화	
	91.4 장학사업 및 의료비 지원사업과 봉사활동	각 사업장별로 지역내 복지시설(단체), 보육시설, 독거노인, 소년소녀 가장 등 시랑과 희망 나눔이 필요한 부문과 결연을 맺어 매월 정기 지원활동과 봉사활동을 진행함. 지역 내 중·고등학교 청소년들을 선발하여 장학금을 지급하고, 의료비 지원사업도 진행함.	일 수 없음	일 수 없음	기타	지역사회	이주민/난민/탈북민/다문화가정	사회통합 저해	
	91.5 다문화 가정 및 사회적 약자 지원	바자회 운영과 이주 노동자 센터를 대상으로 한 무료 문화공연 공연 및 다문화 아동 백화점 견학 등을 제공함.	일 수 없음	일 수 없음	기타	지역사회	아동/어린이	삶의 질 저하	
92	오뚜기 (121)	92.1 신천성 상생병 어린이 후원	경제적 이유로 수술을 받지 못한 어린이를 대상으로 한 무료 문화공연 공연 및 다문화 아동 백화점 견학 등을 제공함.	1992	27	현금	전국	아동/어린이	삶의 질 저하
	92.2 장학사업(오뚜기함태호 재단)	식품 관련 전공 대학생과 관련 연구자에 장학금 및 연구비를 지원함.	1997	22	현금	전국	청년	교육 불평등	
	92.3 굿윌스토어 지원 협력사업	장애인 자립을 위해 장애인 재활센터를 운영하는 굿윌스토어에 오후기 선물세트 조립 작업 임가공을 위탁하고, 매장에 오후기 제품을 기증하며, 물품 나눔 캠페인, 임직원 자원봉사활동 등을 진행함.	2012	7	물품	전국	장애인	소득(경제) 및 주거불안	
93	편오션 (122)	93.1 국립사릉현충원 모역 한화 봉사활동	매년 현충일을 기념하여 자매결연을 맺고 있는 모역에 한화 교재 봉사활동을 진행함.	2010	9	봉사	지역사회	기타	삶의 질 저하
	93.2 서울노인복지센터 점심 배식 봉사활동	매월 마차막, 주 금요일 점심에 임직원이 배식 및 설거지 봉사활동을 진행함.	2010	9	봉사	지역사회	시니어	소득(경제) 및 주거불안	
94	한화생명 (167)	94.1 한화생명 봉사단	한화생명 봉사단이 각 지역 봉사단체와 11 결연을 맺고 매월 정기적인 봉사활동을 진행함.	2004	15	봉사	지역사회	지역사회	소득(경제) 및 주거불안
	94.2 한화 드림플러스(엑셀러레이터)	사회구성원들의 다양한 꿈을 지원하고, 이를 실현할 수 있게 도와주는 플랫폼으로, 지식 기반 창업·취업 지원활동을 통해 4차 산업혁명을 견인할 미래인재 육성, 예비 창업가의 초기 투자부터 사업협력 및 확장, 글로벌 진출 등 스타트업 솔루션을 제공함.	2014	5	교육	전국	청년	고용 및 노동 불안정	
	94.3 한화 드림하우스	주거난, 구직난을 겪고 있는 청년을 위한 공유 주거 프로젝트로, 주거와 배움, 네트워크를 결합한 복합 공간을 제공함.	2019	0	인프라	전국	청년	소득(경제) 및 주거불안	
	94.4 한화생명 해피프렌즈	청소년 봉사단이 봉사활동을 통해 다양한 사회문제를 직접 찾아내고 창의적으로 해결함.	2006	13	채움	전국	청소년	안전 위험	
	94.5 맘스케어	혼자된 아동(보호아동)의 안정된 애착 형성을 돕고 정서적 지지기반을 확립하기 위해 영유아 애착 프로그램, 미취학 아동 놀이 프로그램, 미취학 아동 놀이 프로그램, 보육교사 교육 등을 지원함.	2014	5	교육	전국	아동/어린이	급격한 사회구조 변화	
95	현대엘리베이터 (127)	95.1 승강기 바르타기 안전 캠페인	지하철 역사 내 승강기(엘리베이터/에스컬레이터)의 안전한 탑승 방법 홍보 및 안내 캠페인을 진행함.	2009	10	기타	전국	지역사회	안전 위험
	95.2 1111차 마을 돌기 활동	농촌 지역 활성화 및 도농 상생 살신, 농촌 일손돕기, 취약계층·독거노인·지역사회 어르신 지원 등을 지원함.	일 수 없음	일 수 없음	봉사	지역사회	시니어	소득(경제) 및 주거불안	
	95.3 매칭그랜트 기금 운용	임직원과 회사 매칭그랜트 기금을 통해 지역 관내 학교 우수학생을 선발해 장학금을 지원함.	일 수 없음	일 수 없음	현금	지역사회	아동/어린이	교육 불평등	
	95.4 사랑지기 집수리 봉사단	지역사회 취약계층, 독거어르신, 장애어르신 거주시설을 대상으로 환경 개선 작업을 실시함.	2004	15	서비스	지역사회	경제/사회적 취약계층	삶의 질 저하	
	95.5 아동 복지 시설 후원	지역사회 아동 복지시설 정기 후원, 교복 및 책가방 지원, 문화체험 활동 지원, 현장 체험학습 등을 지원함.	일 수 없음	일 수 없음	체험	지역사회	아동/어린이	삶의 질 저하	
96	포스코 인터내셔널 (129)	96.1 다문화가정 및 중도입국 청소년 교육 지원	중도입국 청소년의 정서적 안정과 한국 사회 적응을 위해 한국 사회 적응에 필요한 교육과 한국어능력시험(TOPiK) 및 국적 취득 시험 준비를 지원하며, 미술·음악 심리치료를 함께 제공함.	2015	4	교육	지역사회	청소년	사회통합 저해
	96.2 우즈베키스탄 이공계 인재 육성 장학금 지원	우즈베키스탄의 과학기술인력 양성 정책에 기여하고자 일과 학업의 병행으로 학업에 집중할 수 없었던 이공계 대학생들에게 장학금을 지원함.	2018	1	현금	글로벌	지역사회&글로벌	교육 불평등	
	96.3 우즈베키스탄 소외계층 인보건 증진 활동	열악한 의료 환경과 더불어 기후 환경에 의해 시력을 잃어가는 우즈베키스탄의 소외계층 지역주민을 대상으로 실명 예방 및 인보건 증진을 위한 의료 사회공헌 활동을 진행함.	2014	5	서비스	글로벌	지역사회&글로벌	삶의 질 저하	
	96.4 인도네시아 팜 농장 지역주민을 위한 기초의료 환경 개선	팜 농장이 운영되고 있는 인도네시아 파푸아(Papua)에 보건의로 환경 개선을 위해 지역주민에게 기초 건강검진, 상담 및 치료, 약 처방 등을 지원하고, 현지 의료진 대상의 의료 관련 교육과 지역주민 대상 기초 보건의로 교육을 제공함.	2016	3	서비스	글로벌	지역사회&글로벌	삶의 질 저하	

기입명 (사기용액 순위)	사업명	사업 개요	시작 연도	운영 기간	재공 형태	사업 범위	사업 대상	이슈 분류	
96.5	인천지역 배려계층 아동을 위한 명절맞이 선물상자 제작	배려계층 아동이 따뜻한 명절을 보낼 수 있도록 명절맞이 선물상자를 제작하여 전달함. 임직원들이 직접 각종 생활 필수품과 학용품이 담긴 선물상자를 제작하고, 아동들에게 희망과 용기를 주는 메시지를 담은 나눔엽서를 나눔.	2013	6	물품	지역사회	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안	
97	호성 (148)	97.1 미소원정대	해외 의료 봉사단을 파견해 현지 지역주민에 심정혈관외과, 가정의학과, 산부인과, 치과 무료 진료 및 건강 교육활동을 실시함.	2011	8	봉사	글로벌	경제/사회적 취약계층	삶의 질 저하
97.2	온누리 사랑 챔버 오케스트라 후원	발달·지적 장애를 겪고 있는 아동과 청소년으로 구성된 오케스트라에 악기 구입, 단원 장학금 등 후원, 공연, 티칭 클래스 기회를 제공함.	2014	5	현금	전국	장애인	사회통합 저해	
97.3	나라사랑 보금자리 사업 후원	6·25 전쟁과 베트남전쟁에 참전한 국가유공자의 주거환경 개선을 위해, 낙후된 보금자리 수리를 지원함.	2012	7	현금	전국	기타	삶의 질 저하	
97.4	취약계층 여성 취업활성화 프로그램	경력단절여성, 중장년층 여성 취업을 위해 물류관리사무원, 돌봄교사 양성 과정, 요양보호사 양성 프로그램 등 취업 훈련과 구직 정보, 취업 알선 등 지원함.	2013	6	현금	전국	경제/사회적 취약계층	고용 및 노동 불안정	
98	OCI (173)	98.1 사랑의 1004 운동	임직원이 한 구좌당 1004원씩 월급에서 제하고 회사가 보태 각 사업장 별로 사회복지단체, 결식아동, 독거노인, 장애인 등에 후원하고 봉사활동을 제공함.	2006	13	현금	전국	경제/사회적 취약계층	소득(경제) 및 주거불안
98.2	Solar School Project	전국 초등학교에 태양광 발전설비를 기부해 초등학교의 태양광 발전 이해를 증진시키고 학교 전기 요금을 절감함.	2011	8	인프라	전국	아동/어린이	에너지 및 자원불균형	
98.3	OCI미술관(송암문화재단)	신진작가 지원 프로그램, 창작스튜디오 제공, 초대 개인전 개최, 지역 별별동행전 등 한국 현대미술 작가 육성 프로그램을 운영함.	2010	9	인프라	전국	기타	급격한 사회구조 변화	
98.4	사각장애인 마라톤 지원	매년 2회(봄, 가을) 가장 임직원이 시각장애인 마라톤의 가이드러너가 되어 함께 마라톤 코스를 완주함.	2009	10	봉사	전국	장애인	삶의 질 저하	
99	KCC (182)	99.1 새뜰마을사업	달동네, 쪽방촌이라 불리는 주거 지역의 인건, 위생 등 생활인프라 개선과 주민 복지 지원을 지원하는 범정부 차원의 프로젝트로, 집 수리에 필요한 각종 건축자재를 지원함.	2018	1	물품	지역사회	지역사회	삶의 질 저하
99.2	온(溫) 동네 숲으로 사업	바닥재, 창호, 보온단열재 등 주요 건축자재와 페인트를 사민에 기부해 노후주택을 개선하고 화재 등 재해 예방, 건물 에너지 효율 상승으로 냉·난방비 절약을 지원함.	2018	1	물품	지역사회	경제/사회적 취약계층	삶의 질 저하	
99.3	쿨루프 캠페인 (Cool Roof Campaign)	무더운 여름철에 대비당교자 노후 건물을 대상으로 KCC의 차열 페인트를 기부/시공 지원해 건물 자체의 에너지 절감과 냉방 효율화는 물론 도시 열섬 현상 저감, 온실가스 감축 등에 기여함.	2017	2	물품	지역사회	지역사회	삶의 질 저하	
99.4	사회취약계층 주거환경 개선 지원	소년·소녀 가장, 독거노인, 장애인, 저소득층 가구 등 사회취약계층을 대상으로 실내공기 오염 6개 항목(휘발성유기화합물, 포름알데하이드, 이산화탄소, 미세먼지, 집먼저 진드기, 곰팡이)을 진단하고, 개·보수가 필요한 곳에 자재를 기부하여 주거 환경을 개선함.	2014	5	물품	지역사회	경제/사회적 취약계층	삶의 질 저하	
99.5	교육환경 개선을 위한 청장재 지원 사업	학업 집중도 향상에 도움을 주고자 경기 여주시 여중초등학교와 이포중학교에 우수한 학습 성능의 청장재 제품 '마이텍스'와 '석고텍스'를 지원함.	2018	알 수 없음	물품	지역사회	청소년	교육 불평등	
100	두산인프라코어 (144)	100.1 드림스쿨	중학교 2학년~고등학교 3학년 청소년을 대상으로 하는 청소년 꿈찾기 프로젝트, 임직원 멘토링을 기반으로 하며, 5년간 청소년들이 진로를 탐색하고 스스로의 역량을 기를 수 있도록 지원함.	2012	7	교육	지역사회	청소년	교육 불평등
100.2	희망소학교	어린이들에게 배움의 기회를 제공하기 위해 중국 빈곤지역에 희망소학교를 건립하고, '두산 희망여행 여름캠프'를 개최함.	2001	18	인프라	글로벌	아동/어린이	교육 불평등	
100.3	주니어 공학 교실	임직원 재능기부형 봉사동아리로, 이공계 출신 임직원이 일일교사가 되어 과학키트를 활용해 쉽고 재미있게 과학원리를 가르쳐주는 활동.	2008	11	교육	지역사회	아동/어린이	교육 불평등	

10대 그룹 코로나 사회공헌 현황

국내 10대 그룹(삼성·현대차·SK·LG·롯데·포스코·한화·GS·현대중공업·신세계)은 2020년 상반기 동안 코로나 예방 및 해결을 위해 다양한 사회공헌 활동을 진행했습니다. 공시 자료를 바탕으로 분석한 약 150개 프로그램 중 주요 유형별 사례를 요약하여 담습니다.

활동명	활동 개요	재공 형태	사업 범위	사업 대상	유형
1	상상전차	코로나 구호 물품·성금 기부	한국	기타	코로나 피해자(지역) 지원
	코로나 위생용품 제조업체 생산량 증대 지원	- 마스크와 방호복 등 지원 위해 성금 기부 - 계열사 해외 지사와 법인들이 기부한 마스크를 국내로 수입해 대구지역에 지원 - 중국의 고객사가 보낸 마스크를 대구광역시의사회에 제공함	글로벌	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원
	협력사 긴급 지원(현대차)	- 국내, 폴란드 마스크 제조업체들이 설비추가 없이 생산량을 늘릴 수 있도록 제조공정 개선, 장비 세팅, 기술 전수 지원 - 고행 수급 어려움 겪는 업체를 위해 직접 금형 제작해 지원 - 진단키트업체 3곳에 스마트공장 전문가 파견해 스마트공장 보급, 보호고글 제조업체 생산량 지원	지역사회	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원
	협력사 경영 및 금융 지원	- 운영자금 무이자·저금리 대출, 물품 대금 조기 지급 - 자재 조달 시 항공물류비, 조달 절차 지원 및 각종 컨설팅 - 협력회사 지원센터 운영	기술	사회적경제조직/ 중소기업	협력사(마트너 기업) 지원
2	현대차	코로나 구호 물품·성금 기부	한국	전국민(불특정 다수)	코로나 피해자(지역) 지원
	협력사 긴급 지원(현대차)	- 부품 및 서비스 협력사 긴급자금 조달 - 대구·경북 서비스 협력사 가맹금 면제, 이의 지역 50% 감액	글로벌	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원
	의료진 및 취약계층 후송용 차량 지원	- 의료진 및 취약계층 후송을 위한 무료 택시, 차량 등 지원	글로벌	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원
	코로나 극복에 기여한 창업기업 지원(기아차)	- 그린이, 고객이 기여한 금액으로 km 수행 시마다 50원의 기부금을 기여자가 적립한 기부금을 적립하는 캠페인(숨은 영웅 챗어RUN)을 통해 기부 - IT, 방역, 기부 등으로 기여한 초기 스타트업 및 중소기업에게 지원금 전달(모빌리티 캠페인)	전국	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원
3	SK	코로나 구호 물품·성금 기부	한국	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원
	협력사 긴급 지원(현대차)	- 부품 및 서비스 협력사 긴급자금 조달 - 대구·경북 서비스 협력사 가맹금 면제, 이의 지역 50% 감액	글로벌	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원
	의료진 및 취약계층 후송용 차량 지원	- 의료진 및 취약계층 후송을 위한 무료 택시, 차량 등 지원	글로벌	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원
	코로나 극복에 기여한 창업기업 지원(기아차)	- 그린이, 고객이 기여한 금액으로 km 수행 시마다 50원의 기부금을 기여자가 적립한 기부금을 적립하는 캠페인(숨은 영웅 챗어RUN)을 통해 기부 - IT, 방역, 기부 등으로 기여한 초기 스타트업 및 중소기업에게 지원금 전달(모빌리티 캠페인)	전국	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원

활동명	활동 개요	제공 형태	사업 범위	사업 대상	유형
협력사 금융 지원(SK 하이닉스)	- 협력사 납품 대금 지급 취소 확대, 대금 지급 주기 단축	현금	전국	사회적경제조직/ 중소기업	협력사(마트너 기반) 지원
	- 코로나로 피해본 협력사에 상생펀드 가용금액 우선지원				
코로나 자기격리 대상자 모니터링 서비스 개발 및 지원(SK텔레콤)	- 별도의 기기 없이 인공지능을 활용해 자기격리, 능동감시 중인 대상자의 증상을 모니터링할 수 있는 시스템을 개발해 공공 보건 인력을 지원함	기술	전국	기타	코로나 피해자(지역) 지원
	- 카드 매출 조회, 매장위치 홍보, 알바관리 등 지역원에 필요한 매장 운영 패키지 1년 무료 지원	서비스	전국	사회적경제조직/ 중소기업	고객 지원 및 소통
4 LG	- SK텔레콤 포함 ADT캡스, SK브로드밴드 등 SK ICT 패밀리사 공동	현금	전국	경제/사회적 취약계층	코로나 피해자(지역) 지원
	- 구조 상품 기부 - 핸드워시 기부(LG생활건강)				
협력사 금융 지원(LG전자)	- 운영자금 무이자·저금리 대출 및 신속 지원	현금	전국/글로벌	사회적경제조직/ 중소기업	협력사(마트너 기반) 지원
	- 컨설팅, 무이자 자금, 구매할량 보장 등				
코로나 의료진 전자식 마스크 지원(LG전자)	- 해외 협력사에 마스크, 세정제 등 지원	물품	전국	기타	코로나 피해자(지역) 지원
	- 장시간 마스크를 착용하는 의료진을 위해 자체 기술로 개발한 알콜에 잘 맞고 호흡이 원활한 마스크를 지원				
저소득층 아동 긴급식사 지원(LG유통서비스)	- 휴교 및 돌봄기간 휴관으로 어려움에 처한 용산구 저소득층 아동을 위해 용산구 후원동의 로컬 기업이 제작한 도시락과 간식을 개학일까지 공급	물품	지역사회	아동/어린이	지역사회 및 취약계층 지원
5 롯데	- 복지시설 후원으로 돌봄공백 및 결식 위기에 처한 아동, 노인에게 식사와 위생용품 지원	현금	전국	아동/어린이	코로나 피해자(지역) 지원
	- 대구시에 즉석조리식품, 간식, 물티슈 등 키트 제공				
협력사 우선 대출 지원	- 코로나로 어려움을 겪는 협력사에 우선대출	현금	지역사회	사회적경제조직/ 중소기업	협력사(마트너 기반) 지원
독거노인 식사, 위생용품 지원 (지주, 롯데복지재단, 롯데글로벌로지스)	- 통분사각지대 있는 독거노인 위해 마스크, 비누, 생필품, 레토르트 등 16종 키트(롯데 플레저바스) 전달	물품	전국	경제/사회적 취약계층	지역사회 및 취약계층 지원
6 포스코	- 대구·경북 구급대원 위해 의료용 장갑과 살균소독제를 지원	물품	지역사회	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원
	- 구조 상품 기부(포스코 40억+계명사 10억)				
With POSCO 긴급생활장학금(포스코청암재단)	- 코로나로 부모가 실직 또는 폐업하거나, 아르바이트를 중단한 지역 대학생에게 장학금 지원	현금	지역사회	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원
	- 유종인구 많은 지역 내 지하상가, 공원 등에 방역용사(포스코건설)				
7 한화	- 지역별 방역 방역 봉사(포스코건설 등)	봉사	지역사회	청년	코로나 피해자(지역) 지원
	- 대구·경북 지역에 전국재해구호협회를 통해 마스크 전달해 의료진과 저소득층 아동, 노인 지원	물품	지역사회	기타	코로나 피해자(지역) 지원
협력사 금융지원 강화	- 상생펀드 규모 확대하고 대금지급 조건 완화(대금 마감횟수 확대, 지급기일 단축, 전액 현금 지급 등)	현금	지역사회	사회적경제조직/ 중소기업	협력사(마트너 기반) 지원
	- 동반성장 우수 협력사에 복리후생 지원 등 인센티브				
코로나 특별 지원(한화생명)	- 응저고객 대상 보행로 남인과 대출원리금 상환 6개월 유예	현금	전국	전국민(불특정 다수)	고객 지원 및 소통
	- 대구·경북 지역 재무설계사 가정에 마스크와 생필품 등 지원				
8 GS	- 구조 상품 기부	현금	전국	전국민(불특정 다수)	코로나 피해자(지역) 지원
	- 대구·경북 자기격리 대상자와 의료진에 생필품과 식료품 키트, 비티민, 홍삼 등 피로회복 물품 키트 지원				
9 현대중공업	- 온라인 플랫폼 통해 예술치료사와 중학교 1학년생들이 생방향 소통하는 집단예술프로그램을 통해 학생들의 학교 적응을 지원	체험	지역사회	청소년	지역사회 및 취약계층 지원
	- 구조 상품 기부, 대구에 봉사 둔 현대로보틱스도 따로 2억원을 기부	현금	전국	전국민(불특정 다수)	코로나 피해자(지역) 지원
농어촌 살리기 캠페인	- 농산물 판로 단절 및 가격 급락으로 어려운 농가를 돕기 위해 농수산물 구매해 임직원 식자재 활용	현금	지역사회	지역사회	지역사회 및 취약계층 지원
	- 친환경 농산물 세트 구매해 대구·경북 소재 취약계층에 전달(현대중공업그룹%나눔재단)				
임직원 농어촌 일손 돕기, 농산물 기부(현대미포조선)	- 코로나로 일손이 부족한 경북 지역 농가의 일손을 돕고, 수확한 농산물을 지역이동복지시설에 전달	봉사	지역사회	지역사회	지역사회 및 취약계층 지원
10 신세계	- 구조 상품 기부	현금	전국	전국민(불특정 다수)	코로나 피해자(지역) 지원
	- 중소 협력사에 상품 결제대금 조기지급	물품	글로벌	지역사회	코로나 피해자(지역) 지원
우수 중소 브랜드 소개하는 동행마켓(신세계백화점)	- 동반성장펀드를 통해 협력사 자금리 대출 지원(대구·경북 사업장 우선 지원)	인프라	전국	사회적경제조직/ 중소기업	협력사(마트너 기반) 지원
	- 고객에 우수 상품 소개하고, 중소기업에 판로 열어주기 위한 행사				
지역 청소년 위한 희망장학금	- 코로나로 어려움을 겪는 협력사 직원 자녀와 지역 청소년 지원 희망장학금 지원	현금	지역사회	청소년	지역사회 및 취약계층 지원
	- 기념품에 정부 지원 프로그램을 정리해 안내하고, 우선순위를 제공	교육	전국	사회적경제조직/ 중소기업	협력사(마트너 기반) 지원
정부 지원제도 안내센터 운영(이마트24)	- 전국 기행점 경영자와 근무자 위한 마스크 무상지원				

2020 사회공헌 백서

Social Gap Report

발행일	2020년 11월 30일
발행처	한국사회복지협의회
기획·제작	트리플라잇(triplelight)
협력·자문	유엔글로벌콤팩트(UNGC) 한국협회
디자인	디자인아크



한국사회복지협의회 사회공헌센터

04195 서울특별시 마포구 만리재로 14(공덕동 456) 한국사회복지회관 1206호

T 02-2077-3967 F 02-2077-3969

e-mail crc@ssnkorea.or.kr

www.crckorea.kr



트리플라잇 주식회사

04520 서울특별시 중구 세종대로 136(태평로 1가) 파이낸스센터 3층 80호

T 02-6303-0021 F 02-6303-0098

e-mail impact@triplelight.co

www.triplelight.co

ISBN 978-89-90381-77-4-1

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

Copyright © 2020 crckorea·triplelight, All rights reserved.



보건복지부



한국사회복지협의회

비매품/무료



9 788990 381774

ISBN 978-89-90381-77-4-1