

FIP-2015-0009 (통권 제219호, 2015. 11)

## 2015년 주요 기업·기업재단 사회공헌백서

ISSUE  
PAPER



## Contents

### <요 약>

I. 조사개요 .....	1
II. 조사결과 1: 2014년 기업 사회공헌활동 실태 .....	2
1. 2014년 사회공헌 지출 현황 .....	2
2. 임직원 봉사활동 및 사회공헌 추진 사내제도 도입 현황 .....	9
3. 대표 사회공헌프로그램 현황 .....	12
4. 비현금성 사회공헌활동 .....	14
5. 기업 사회공헌 인식 현황 .....	16
III. 조사결과 2: 2014년 기업재단 사회공헌활동 실태 ....	21
1. 일반 현황 .....	21
2. 2014년 지출 및 분야별 현황 .....	22
3. 대표 사회공헌프로그램 현황 및 특성 .....	28
IV. 시사점 .....	33
1. 기업 사회공헌 부문 .....	33
2. 기업재단 부문 .....	34
<부록 1> 2014년 기업 사회공헌활동에 관한 조사 .....	35
<부록 2> 2014년 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사 .....	46

- FKI Issue Paper는 경제 및 정치·사회분야에서 우리 모두가 대비해야 할 현안에 대한 문제를 제기하고 정책대안에 대한 공감대를 만들어 나가고자 발간하고 있습니다.
- 이 자료는 본회 사회공헌팀 이준섭 선임조사역 / 윤경수 조사역이 작성한 것입니다.  
내용과 관련하여 의견이나 문의사항이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.  
TEL : 02-3771-0447    FAX : 02-6234-5396    E-mail : easyrider7@fki.or.kr  
TEL : 02-3771-0256    FAX : 02-6234-5373    E-mail : kyungsoo.yoon@fki.or.kr
- 주요 기업 및 기업재단의 대표 사회공헌프로그램 사례집은 본회 홈페이지(www.fki.or.kr)에서 다운로드 받으실 수 있습니다.



## □ 2014년 기업 사회공헌활동 실태

### ○ 2014 사회공헌 지출 현황

- 주요 기업 231개사가 2014년 한 해 동안 지출한 사회공헌 규모는 2조 6,708억 3,505만 원으로 조사됨. 이는 전년 대비 3.7% 감소한 규모임
- (증감 현황) 사회공헌 규모 감소원인은 ①경영실적 부진, ②대규모 시설건립 및 지원 종료, ③재단출연금 감소 때문인 것으로 분석됨
- (경영성과 대비) 세전이익 대비 사회공헌 지출비율은 '13년 3.48%에서 3.50%로 비슷한 수준을 유지. 이는 어려운 경영환경 속에서도 우리 기업들이 사회공헌활동을 꾸준히 이어오고 있음을 보여줌
- (운영방식별 지출현황) 기업의 인적·물적 자원을 활용한 자체사업 등 자율 프로그램이 60.2%, 외부 협찬 등 간접 프로그램에 대한 지출은 39.8%로 조사됨
- (분야별 지출현황) 분야별 지출현황을 보면, 취약계층 지원에 대한 지출(29.5%)이 가장 높고, 이어서 교육·학교·학술(18.2%), 문화예술 및 체육(15.3%) 順
- (2014년 특징) 세월호 성금의 영향으로 재난재해 지원 등 일반기부가 크게 증가하였으며, 문화예술체육부문도 증가하여 2004년 이후 가장 높은 비율을 나타냄

### ○ 임직원 봉사활동 및 사회공헌 추진 사내제도 도입 현황

- (참여율 및 참여시간) 응답기업 10곳 중 5곳 이상(52.7%)이 자사 임직원의 평균 50% 이상이 참여, 봉사활동 참여임원의 1인당 연간 평균 봉사활동시간은 17시간
- (봉사촉진제도) 주요 기업들은 임직원 봉사 촉진을 위해 사내 봉사조직 구축(85.7%), 우수 봉사자 표창제도(64.0%), 봉사 휴가제도(60.0%) 등을 운영 중
- (위원회) 응답기업의 63.6%가 사회공헌위원회, CSR위원회 등 관련 위원회를 운영 중이며, 개최횟수는 분기 1회(32.5%)가 가장 많았음
- (평가시스템) 자체·외부 지표를 사용하여 사회공헌활동을 평가하는 곳이 63.2%였으며, 평가시스템을 운영하지 않는 기업은 36.8%로 나타남
- (전담부서 상위조직) 사회공헌 전담(32.7%)인 곳이 가장 많았으며, 경영지원(24.4%), 홍보(21.8%), 전략·기획(7.1%) 順으로 응답

### ○ 대표 사회공헌프로그램 현황

- (사업분야 및 대상) 대표 프로그램의 45.6%가 취약계층 지원이었으며, 이어 교육·학교·예술(23%) 順. 사업대상은 '아동·청소년'이 43.1%, 이어 '사회 일반' 22.8% 등 順

## ● ● ● 요약 ● ● ●

- (사업파트너) 해당분야에 전문성을 갖춘 NPO가 47.7%로 가장 많았으며, 기업 단독 추진 27.7%, 정부·지자체 13.7% 등 順
- (지역別) 2개 이상 광역시·도를 대상으로 하는 ‘전국단위형’이 과반수 이상(53.2%)
- (지원형태別) 소프트웨어와 하드웨어 혼합형(49.8%)이 가장 많았으며, 이는 기업들이 단순 물적 지원보다는 프로그램 연계를 통한 다각적 지원을 추진하고 있기 때문
- (사회문제 접근방식別) 인재양성을 위한 교육 등 미래 자원 육성형(36.3%)이 가장 많았으며, 이어 쪽방촌 지원 등 ‘긴급지원형’이 23.6%로 조사됨
- 최근 직접적인 예산투입보다는 기업이 보유한 전문인력, 기술, 자산 등을 사회공헌 활동과 연계하여 활용하는 ‘비현금성 사회공헌’이 주목받고 있음
  - (프로보노) 주요 기업들이 추진 중인 프로보노 활동은 대상별로 아동·청소년, 저소득 소외계층, 중소기업·사회적기업·NPO로 구분할 수 있음
  - (시설개방) 업(業)과 연계하여 대중에게 기업이 제공하는 가치에 대해 체험학습 등을 통해 이해할 수 있는 기회 제공
- 기업 사회공헌 인식 현황
  - (사회공헌 저해요인) 사회공헌 담당자들은 내부저해요인으로 ‘내부 임직원 관심 부족(19.8%)’을, 외부저해요인으로 ‘외부의 선심성 지원요구(25.4%)’를 1순위로 꼽음
  - (국민 인식제고 방안) ‘사회적 나눔문화 확산(25.9%)’과 ‘사회공헌프로그램과 기업 간 연관성 강화(24.3%)’가 가장 필요하다고 응답함
  - (사업계획 영향 요인) 올해 사회공헌 사업계획에 영향을 미친 요인으로는 ‘사회공헌과 관련된 새로운 방식(업연계형, CSV 등) 대응(60.0%)’이라는 응답이 가장 많았음
  - (파트너십) 파트너십 선호대상은 NPO(55.6%)가 가장 많았으며, 추진이유로는 파트너십 기관이 가진 관련분야의 전문성 활용(63.2%)이 1순위로 나타남. 애로사항으로 기업 특성에 맞는 사업 추진이 어렵다는 의견(39.2%)이 가장 많았으며, 이를 해소하기 위해 파트너 기관의 기업생리에 대한 이해 제고 등이 필요하다고 응답

### □ 2014년 기업재단 사회공헌 실태조사

#### ○ 사회공헌 규모

- 주요 기업재단 66개의 2014년 한 해 동안 지출한 사회공헌 규모는 전년 대비 4.5% 증가한 3조 3,378억 2,300만 원으로 조사됨
- (증감현황 및 원인) 전체 59.1%인 39개 재단의 사회공헌 지출액이 증가했으며, 이는 의료보건 재단들의 병원시설 투자 등 대규모 투자와 함께, 대표 사회공헌 프로그램에 대한 투자 증가 및 신규 프로그램의 도입에 따른 것으로 분석됨

## ● ● ● 요약 ● ● ●

### ○ 주요 사업 분야

- 기업재단들은 지출 금액 기준으로는 의료보건 분야에, 참여재단 수 기준으로는 교육·학술 분야에 가장 많이 참여하고 있는 것으로 조사
- (지출금액別) 고가의 의료장비 및 시설투자가 필요한 의료보건 분야가 기업재단들의 사회공헌 지출액의 약 90% 이상을 담당함
- (참여분야別) 해당 분야 사업비 집행여부를 기준으로 볼 때, 교육은 응답재단의 68.2%(45개)가 참여하고 있었으며, 사회복지(48.5%), 문화예술(28.8%)이 뒤를 이음

### ○ 분야별 특성

- (의료보건) 대규모 의료시설 운영으로 가장 큰 비중을 차지, 농어촌 병원설립 등 국내 의료 인프라 확충과 의료서비스 제공 등으로 국내 의료보건 분야 발전에 기여
- (교육·학술지원) 가장 오랜 역사를 가진 분야이자 가장 많은 기업재단이 참여하는 분야, 우수 인재 양성에서 시작해 국제 학술교류 지원 등 사업영역이 확장 추세
- (문화예술) 초기 시설 건립과 영재양성 등 인프라 구축 중심에서, 최근 일반 대중과 소외계층의 향유기회 증대, 대중문화 인재 육성 등 다양성과 문화 저변 확대 관심
- (사회복지) 지역사회에 대한 이해와 네트워크를 갖춘 관련 NPO와의 파트너십을 통한 지역사회 밀착형 프로그램이 추진, 교육 등 다른 분야와 결합되는 경향 나타남

## □ 시사점

### ○ 기업 사회공헌

- (내실화 추구) 사회공헌지출비용은 다소 감소하였지만, 세전이익 대비 지출비율은 비슷한 수준을 유지, 내부 임직원 봉사활동 등을 통한 내실화 추구
- (능동적·적극적 대응) 사회공헌 트렌드(업연계·CSV 등)와 정부 정책 등 변화하는 사회 이슈는 물론 세월호 등 사회적 문제에 능동적·적극적으로 대응
- (파트너십 명분·실리 추구) 전문성을 갖춘 외부 전문기관(NPO 등)과의 협업을 통해 사회공헌활동의 명분과 실리를 함께 추구
- (프로보노 확대) 비현금성 사회공헌활동으로서 기업 보유자산이나 임직원의 재능 기부 등을 통한 프로보노 활동이 업연계형 사회공헌과 연계해 점차 늘어나는 중

### ○ 기업재단 사회공헌

- (전문화) 목적사업을 중심으로 장기간 사업을 추진해온 결과, 의료·환경·교육·문화 예술 등 사업 영역에서 차별화된 성과를 거두며 전문분야를 구축하고 있음





# I. 조사개요

## 1. 조사 목적

- 기업 및 기업재단의 사회공헌 현황에 대한 조사, 분석을 통해 기업 및 기업재단의 사회공헌활동의 실상을 이해하고 향후 바람직한 사회공헌활동 방향 모색

## 2. 조사 방법

- 조사방법: 구조화된 설문지를 이용한 온라인 응답, 팩스, E-mail, 전화조사 병행
  - \* 조사대상 내 지속가능보고서 발간기업의 경우, 일부 보고서 내용 참조
- 조사기간: 2015. 7월 ~ 9월

## 3. 조사 대상 및 응답률

- 기업
  - 조사대상: 매출액 상위 500대 기업 및 본회 회원사 등 총 600개 기업
  - 응답 수: 231개사(38.5%)

< 응답기업 업종별 분포 >

업종	제조업	금융 보험업	전기, 가스 수도	유통업	건설업	방송 통신	문화 예술	운수업	기타 서비스	전문, 과학, 기술	기타
기업 수 (비율)	89 (38.5%)	61 (26.4%)	16 (6.9%)	14 (6.1%)	12 (5.2%)	12 (5.2%)	8 (3.5%)	6 (2.6%)	4 (1.7%)	2 (0.9%)	7 (3.0%)

< 응답기업 매출액 순위 분포 >

매출액 순위	1~100위	101~200위	201~300위	301~400위	401~500위	그 외	계
기업 수 (비율)	88개 (38.1%)	58개 (25.1%)	28개 (12.1%)	18개 (7.8%)	10개 (4.3%)	29개 (12.6%)	231개 (100.0%)

\* 단, 매출액 순위는 별도재무제표를 기준으로 함

- 기업재단
  - 조사대상: 87개 기업재단
  - 응답 수: 66개 재단(75.9%)

## 4. 조사 내용

- 기업: 2014년 기업의 사회공헌 규모, 사회봉사 실적 및 제도, 사회공헌 추진을 위한 사내제도, 대표 프로그램 현황, 사회공헌 인식조사 등
- 재단: 기업재단의 일반 현황, 자산 현황, 사회공헌활동 현황 및 추이

## Ⅱ. 조사결과 1: 2014년 기업 사회공헌활동 실태

### 1. 2014년 사회공헌 지출 현황

#### (1) 사회공헌 총 지출규모

□ 전국경제인연합회가 실시한 기업 사회공헌 실태조사 결과, 주요 기업 231개사가 2014년 한 해 동안 지출한 사회공헌 규모는 총 2조 6,708억 3,505만 원

< 2014년 주요 기업 사회공헌 지출규모<sup>1)</sup> >

구 분	규 모
총 사회공헌 지출규모(231개사)	2조 6,708억 3,505만 원
1개사 지출규모 평균값	115억 6,205만 원
1개사 지출규모 중간값	24억 1,006만 원

\*주: 1개사 지출규모 중간값은 189개사를 지출규모순으로 나열한 것임(전체 그룹으로 응답한 곳 제외)

- 1개사 평균 지출규모는 115억 6,205만 원이며, 응답기업의 지출규모를 나열한 중간값은 24억 1,006만 원으로 조사됨
- 평균값과 중간값에 많은 차이가 발생하는 이유는 경영성과에 기반한 사회공헌 특성상 상위그룹과 하위그룹 간 사회공헌비용 규모 차이가 크기 때문임

1) 기업 사회공헌 비용기준은 2005년 전경련이 한국비영리학회와 사회공헌지표 개발 작업의 일환으로 공동 정비한 것을 2014년 기업 의견을 수렴해 재수정한 것임

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

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

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

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

< 기부금 처리가 될지라도 사회공헌 비용에 포함되지 않는 항목 >

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

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

## (2) 사회공헌 증감 추이

□ 응답기업 231개사의 2014년 사회공헌 지출비용은 2013년 지출한 사회공헌 비용 총 2조 7,727억 원에 비해 3.7% 감소한 것으로 나타남

< 2013~2014 사회공헌 지출규모 추이 >

	2013년	2014년
사회공헌 지출비용(231개사)	2조 7,727억 6,416만 원	2조 6,708억 3,505만 원

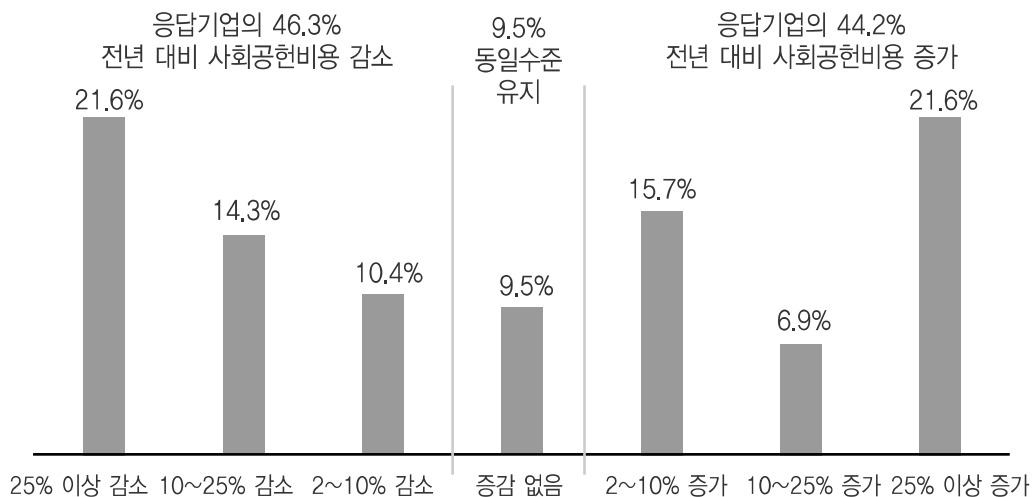
\*주: 금번 조사에서 2013년·2014년 2개 연도에 대한 사회공헌 지출비용을 조사

□ 사회공헌 규모 감소 이유로는, ① 경영성과 부진, ② 대규모 시설건립 및 지원 종료, ③ 재단출연금 감소 등을 이유로 들 수 있음

- (경영성과 부진) 세전이익 감소 등 경영실적 악화에 따라 사회공헌 지출규모 감소  
- 응답기업 231개사의 세전이익이 전년 대비 4.2% 감소하는 등 경영실적 부진
- (대규모 시설건립 및 지원 종료) 주요 기업에서 추진하던 대규모 시설건립이 완료 되거나, 약정된 지원이 종료되어 해당 부문 지출이 감소
- (재단출연금 감소) 주요 기업들의 출연재단에 대한 추가 출연이 감소 또는 종료 하거나, 재단사업에 대한 지원이 감소함

□ 2013년 대비 2014년 사회공헌비용이 증가한 기업은 44.2%, 감소한 기업은 46.3%이며, 응답기업의 9.5%는 증감 규모가 ±2% 내외로 비슷한 수준 유지

< 2013~2014 응답기업 증감현황 분포 >



\*주 1: 2014년 해당항목 응답기업 기준(231개사)

\*주 2: 동 분포는 美 CECF에서 발행한 「Giving in Numbers」에서 제시한 증감현황을 기준으로 함

## &lt; 연도별 기업 사회공헌 지출규모 및 증가율 추이 &gt;

(단위: 백만 원, %)

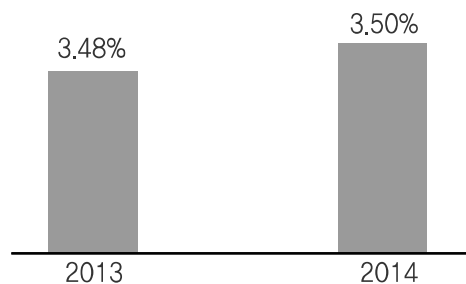
	1998년 (147개사)	2000년도 (193개사)	2002년도 (202개사)	2004년 (227개사)	2005년 (244개사)	2006년 (202개사)	2007년 (208개사)
총 지출액 규모	332,710	706,060	1,086,594	1,228,432	1,402,510	1,804,816	1,955,642
전년도 대비 증가율	8.5%	112.2%	53.9%	13.1%	14.2%	28.7%	8.4%
평균 지출액 규모	2,263	3,658	5,379	5,412	5,747	8,979	9,402
전년도 대비 증가율	-32.1%	61.6%	47.0%	0.6%	6.2%	56.2%	4.7%
	2008년 (209개사)	2009년 (220개사)	2010년 (220개사)	2011년 (225개사)	2012년 (234개사)	2013년 (231개사)	2014년 (231개사)
총 지출액 규모	2,160,141	2,651,756	2,873,505	3,088,382	3,253,478	2,772,764	2,670,835
전년도 대비 증가율	10.5%	22.8%	8.4%	7.5%	5.3%	-14.7%	-3.7%
평균 지출액 규모	10,336	12,053	13,061	13,726	13,903	12,003	11,562
전년도 대비 증가율	9.9%	16.6%	8.4%	5.1%	1.3%	-13.6%	-3.7%

\*주: 2013년 비용은 2014년에 조사한 것으로, 2013년과 동일한 샘플임

## (3) 세전이익/매출액 대비 사회공헌 지출비율

- [세전이익 대비 사회공헌 지출비율] 2014년 응답기업들의 세전이익 대비 사회공헌 지출은 3.5%로, 2013년 3.48%와 비슷한 수준을 유지
- 응답기업의 전체 사회공헌 규모는 2013년 대비 3.7% 감소하였지만, 세전이익 감소폭(▲4.2%)이 더욱 커 세전이익 대비 사회공헌지출 비율은 3.50%로 2013년 3.48%와 비교하여 비슷한 수준을 유지

## &lt; 2013~2014 세전이익 대비 사회공헌 지출비율 &gt;



\*주 1: 해당항목 응답기업 기준(231개사) / 2013년과 2014년은 동일 샘플

\*주 2: 세전이익은 별도재무제표를 기준으로 하며, Kisvalue의 데이터를 활용함

- 세전이익 대비 사회공헌 지출비율 분포를 보면, 응답기업 3곳 중 2곳 이상 (66.7%)이 세전이익의 1% 이상을 사회공헌활동에 지출하는 것으로 나타남
- 응답기업 231개사 중 26개사는 세전이익에서 적자를 기록했음에도 불구하고 사회 공헌활동을 추진한 것으로 나타남

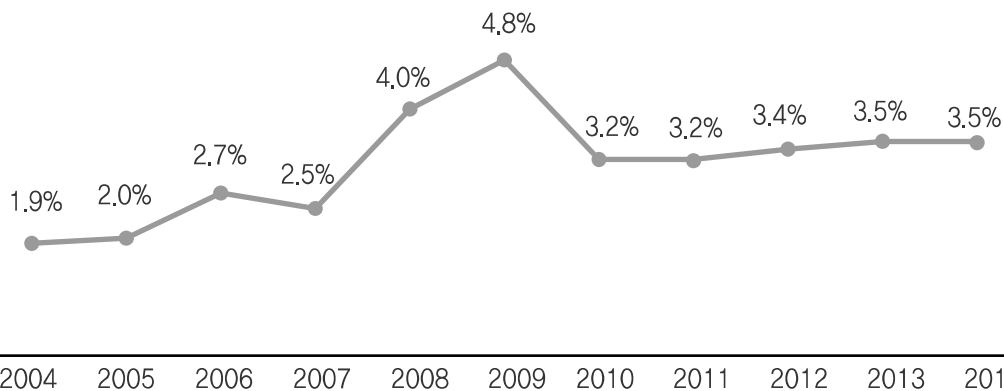
< 2014 세전이익 대비 사회공헌 지출비율 분포 >

세전이익 대비 사회공헌 지출비율	10% 이상	5% 이상 ~ 10% 미만	1% 이상 ~ 5% 미만	1% 미만	적자기업
기업 수(비율)	32(13.9%)	18(7.8%)	105(45.0%)	51(22.1%)	26(11.3%)

\*주 1: 해당항목 응답기업 기준(231개사), 세전이익은 별도재무제표 기준

- 연도별 세전이익 대비 사회공헌 지출비율을 보면, 2010년 이후 추세적으로 증가하고 있는 것으로 나타남

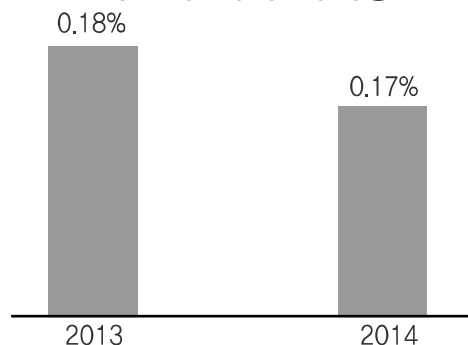
< 연도별 세전이익(경상이익) 대비 사회공헌 지출비율 >



\*주 1: 해당항목 응답기업 기준, 세전이익은 별도재무제표 기준: ('04)201개사, ('05)197개사, ('06)194개사, ('07) 205개사, ('08)208개사, ('09)219개사, ('10)218개사, ('11)222개사, ('12)234개사, ('13) 231개사, ('14) 231개사  
 \*주 2: 2004~2008년은 경상이익 대비 사회공헌 지출비율, 2009년 이후는 세전이익 대비 사회공헌 지출비율

- [매출액 대비 사회공헌 지출비율] 2014년 사회공헌활동 지출액이 전체 매출액에서 차지하는 비율은 0.17%로, 2013년도 0.18%에 비해 소폭 하락함

< 2013~2014 매출액 대비 사회공헌 지출비율 >



\*주 1: 해당항목 응답기업 기준(231개사) / 2013년과 2014년은 동일 샘플  
 \*주 2: 매출액은 별도재무제표를 기준으로 하며, Kisvalue의 데이터를 활용함

- 매출액 대비 사회공헌 지출비율 분포를 보면 0.1%~0.5%를 사회공헌에 지출한 기업이 35.9%로 가장 많은 것으로 조사됨

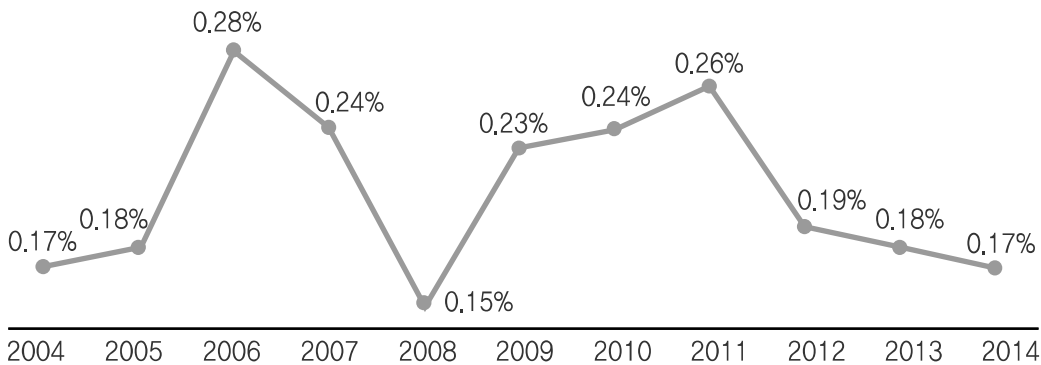
< 2014 매출액 대비 사회공헌 지출비율 분포 >

매출액 대비 사회공헌 지출비율	1% 이상	0.5% 이상 ~ 1% 미만	0.1% 이상 ~ 0.5% 미만	0.05% 이상 ~ 0.1% 미만	0.02% 이상 ~ 0.05% 미만	0.02% 미만
기업 수(비율)	15(6.5%)	18(7.8%)	83(35.9%)	39(16.9%)	54(23.4%)	22(9.5%)

\*주 1: 해당항목 응답기업 기준(231개사)

\*주 2: 매출액은 별도재무제표를 기준으로 하며, Kisvalue의 데이터를 활용함

< 연도별 매출액 대비 사회공헌 지출비율 >



\*주 1: 해당항목 응답기업 기준: ('04)201개사, ('05)197개사, ('06)194개사, ('07)205개사, ('08)208개사, ('09)219개사, ('10)218개사, ('11)222개사, ('12)234개사, ('13) 231개사, ('14) 231개사

\*주 2: 매출액은 별도재무제표를 기준으로 하며, Kisvalue의 데이터를 활용함

- 연도별 매출액 대비 사회공헌 지출비율은 2011년 이후 추세적으로 감소 중
  - 대내외 경제 불확실성이 확대됨에 따라 앞으로 기업들의 사회공헌활동도 한정된 예산 하에서 '선택과 집중'을 통한 효율성을 추구할 필요가 있음
- 우리 기업의 사회공헌 지출 수준은 일본 기업에 비해 높은 것으로 나타남
  - (세전이익 대비) 2014년 기준 세전이익 대비 사회공헌 지출비율 비교 시, 우리 기업들은 3.50%인 것에 반해 일본은 1.97%로, 한국 기업이 1.7배가량 높음
  - (매출액 대비) 매출액 대비 사회공헌 지출비율의 경우도 한국은 0.17%인 것에 반해 일본은 0.13%로 우리 기업들이 일본 기업에 비해 높음

< 2014 한일 기업의 경영성과 대비 사회공헌 지출비율 비교 >

구분	한국(a)	일본(b)	(a)/(b)
세전이익 대비 사회공헌 지출비율(%)	3.50(231개사)	1.97(329개사)	1.7
매출액 대비 사회공헌 지출비율(%)	0.17(231개사)	0.13(355개사)	1.3

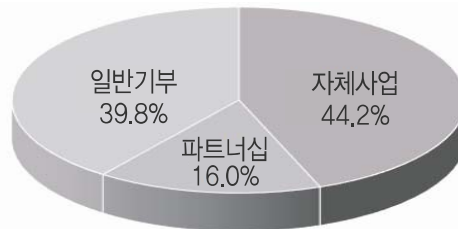
\*주 1: 해당항목 응답기업 기준(231개사), 세전이익은 별도재무제표 기준

\*주 2: 일본자료: 경단련, 2014년 사회공헌 실적조사결과

#### (4) 운영방식별 지출현황

- 사회공헌 운영방식별 지출현황을 보면, 기업의 자체사업이나 파트너십을 통한 자율 프로그램이 60.2%, 외부의 기존프로그램에 대한 협찬 등 간접 프로그램에 대한 지출이 39.8%인 것으로 나타남
- 이는 기업이 자사의 인적·물적 자원을 활용하거나, 전문성을 지닌 파트너와의 협업을 통해 직접 사회문제 해결을 위해 노력하고 있기 때문인 것으로 분석됨
- 특히, 전년대비 일반기부의 비중이 두드러지게 늘어난 것은, 2014년의 경우 세월호 관련 성금 등 국내 재난재해 관련 지원 때문임

< 2014년 운영방식별 지출현황 >



\*주: 해당항목 응답기업 기준(135개사)

구분		내용
자율 프로그램	자체사업	· 외부공익법인을 거치지 않고 기업이 단독 운영하는 공익사업에 투입된 예산 · 자체 사무국을 두고 직접 진행하는 사업비, 사회공헌 성격의 캠페인 비용 · 임직원 봉사에 사용된 각종 부대비용 등 사회공헌 지출 · 기획사나 대행사 등 활용한 사회공헌 사업 관련 행사 비용 등
	파트너십	· 기업의 다양한 내부자원을 투입, 외부와 협업을 통해 진행하는 사업
간접 프로그램(일반기부)		· 외부의 기존프로그램에 대한 후원·협찬 일반적 재해구호금과 같은 비지정성 기부금 등

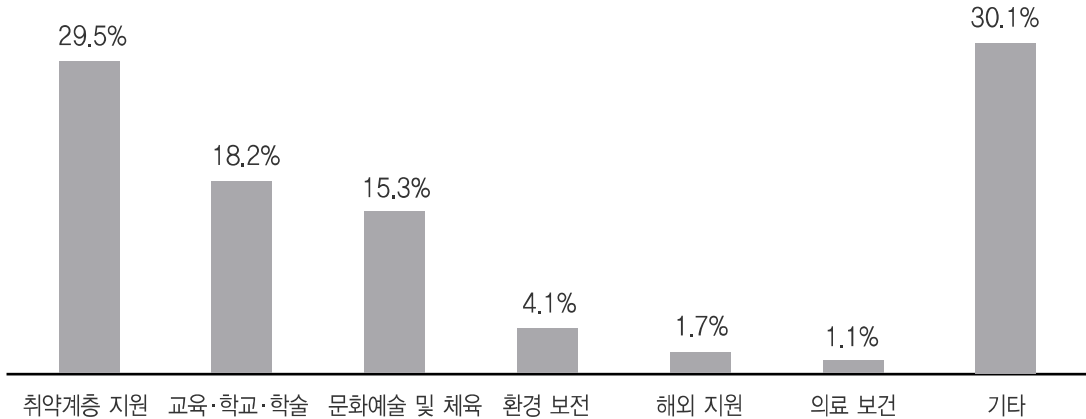
\*주: 운영방식별 구분은 일본 경단련에서 실시하는 '사회공헌활동 실적조사'의 구분방식과 동일

#### (5) 분야별 지출현황

- 분야별 지출현황을 보면, 취약계층 지원에 대한 지출(29.5%)이 가장 높고, 이어서 교육·학교·학술(18.2%), 문화예술 및 체육(15.3%) 순으로 나타남
- 금번 조사결과에서 주목할 결과는 기타 부문에 대한 지출이 2013년 21.0%에서 2014년 30.1%로 크게 증가했다는 점으로, 이에 따라 주요부문 지출 비율은 감소
  - 취약계층 지원은 가장 많은 지출을 해 온 분야로, 2013년 대비 감소했으며, 이어 교육·학교·학술 분야 역시 2013년에 비해 감소
  - 이는 세월호 피해지원 성금 등 국내 재난재해에 대한 지원이 증가한 것이 주요 원인으로 분석됨. 이외에도 동반성장기금 출연, 1사1촌 운동, 청년창업 지원 등이 포함

- 문화예술 및 체육 부문은 2013년에 비해 증가하여 2004년 이후 가장 높은 비율을 나타냈는데, 이는 공연장·미술관 등 문화 인프라에 대한 투자와 ‘문화가 있는 날’ 등 각종 전시·관람 등에 대한 수요가 확대되었기 때문인 것으로 분석
- 해외 지원의 경우, 2013년 6.5%에서 2014년 1.7%로 감소하였는데, 이는 2013년 쓰촨성 지진과 같은 해외 재난재해에 대한 지원이 감소한 영향으로 분석됨

< 2014년 분야별 사회공헌 지출비율 >



\*주: 해당항목 응답기업 기준(180개사, 1조 9,473억 원)

< 분야별 사회공헌 지출비율 추이 >

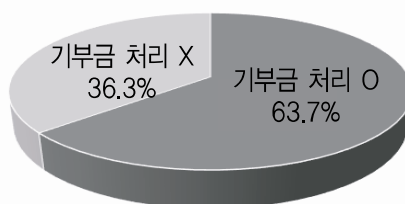
(단위: %)

분야	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
취약계층 지원	41.0	37.2	27.0	27.8	43.2	50.3	43.8	38.3	31.7	33.9	29.5
교육·학교·학술	42.6	35.1	23.2	24.6	20.6	17.6	14.7	23.2	16.1	23.7	18.2
문화예술 및 체육	9.1	7.4	11.2	12.6	12.3	6.6	11.8	11.6	11.1	12.7	15.3
환경 보전	0.7	1.6	2.2	1.9	1.7	1.6	1.6	2.6	2.4	1.4	4.1
해외 지원	0.6	2.3	2.2	2.4	3.2	1.5	6.9	3.8	2.9	6.5	1.7
의료 보건	2.2	2.1	6.6	5.2	4.3	3.2	5.1	3.4	5.7	0.8	1.1
기타	3.7	4.3	27.5	24.6	14.7	19.2	16.0	17.2	30.2	21.0	30.1

## (6) 기부금 처리

□ 기부금 처리와 관련하여, 응답 기업들이 집행한 사회공헌 지출비용 중 63.7%가 기부금 처리된 것으로 나타남

< 기부금 처리 유무 >



\* 주: 해당항목 응답기업 기준(122개사)



## 2. 임직원 봉사활동 및 사회공헌 추진 사내제도 도입 현황

### (1) 임직원 봉사활동 참여 현황 및 관련제도 도입 현황

- 2014년 임직원 봉사활동 참여율을 살펴보면, 응답기업 10곳 중 5곳(52.7%) 이상이 자사 임직원의 평균 50% 이상이 봉사활동에 참여하고 있다고 응답

< 2014년 봉사활동 인원 참여비율 >

구분	1~25%	26~50%	51~75%	76~100%
비율	24.0%	23.3%	19.4%	33.3%

\* 주: 해당항목 응답기업 기준(129개사)

- 응답기업 1인당 연간 평균 봉사활동시간은 17시간으로 조사되어, 지난 10년간 지속적으로 증가하고 있는 추세로 나타남

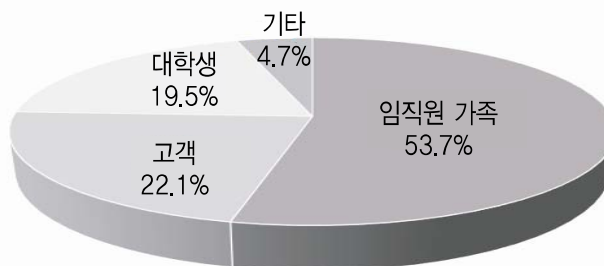
< 봉사활동 참여 임직원 1인당 평균 참여시간 추이 >

구분	2006년	2010년	2014년
시간	7	10	17

\* 주: 해당항목 응답기업 기준(129개사)

- 임직원 외 봉사프로그램의 경우, 임직원 가족(53.7%), 고객(22.1%), 대학생(19.5%) 등을 대상으로 한 프로그램을 운영 중인 것으로 나타남

< 임직원 외 봉사프로그램 대상 현황 >



\* 주: 해당항목 응답기업 기준(99개사)

#### 봉사활동 관련 전문가 의견

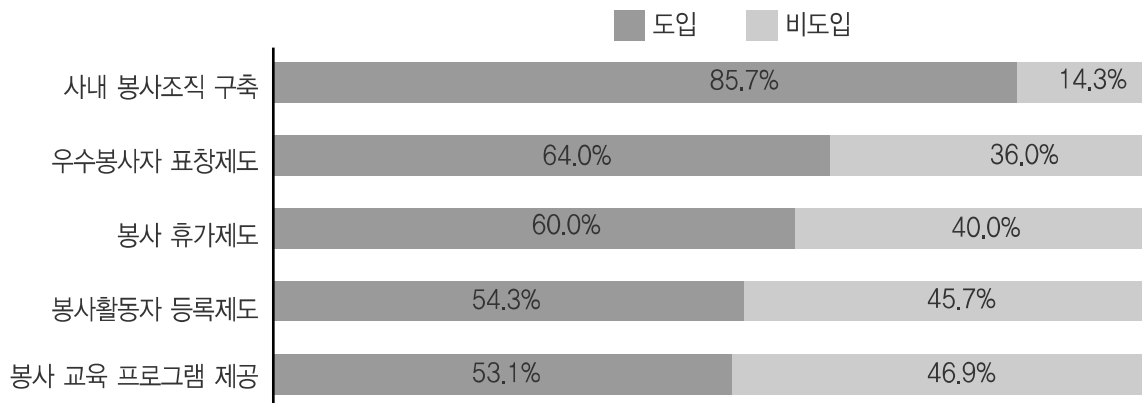
“기업 임직원들의 봉사활동이 활성화 되면서 지역사회와의 유대가 강화되고, 진정성 있는 봉사활동을 통해 임직원 자아 계발과 팀빌딩에도 많은 도움을 주고 있다”

“또한 사회적으로도 기업을 중심으로 한 봉사활동 활성화는 시민들의 봉사활동 참여의 계기가 되었고, 대기업에 취업하고자 하는 대학생들의 봉사활동 붐을 일으키는 촉매제 역할을 했다.”

- 2015 동아시아 시민사회 자원봉사 국제포럼, 송실대 정무성 교수 -

- 2014년 응답기업들은 임직원 봉사 촉진을 위해 사내 봉사조직 구축, 우수 봉사자 표창제도, 봉사 휴가제도 등을 주로 도입하고 있는 것으로 응답
  - 가장 높은 도입률을 보인 제도(85.7%)는 전사차원의 봉사조직으로, 봉사활동을 기반으로 사회공헌에 대한 임직원 관심과 참여 유도를 위해 도입한 것으로 분석

< 2014년 봉사활동 촉진제도 도입비율 >



\* 주: 해당항목 응답기업 기준(175개사)

## (2) 사회공헌 추진 사내제도 도입 현황

- [위원회] 응답기업 154개사의 63.6%가 사회공헌 관련 위원회를 운영 중
  - (개최횟수) 분기 1회(32.5%)가 가장 많았으며, 이어 필요시 개최(22.1%), 연 1회 (19.5%), 월 1회(13.0%), 반기 1회(13.0%) 順으로 나타남
  - (위원회 명칭) 사회공헌위원회, CSV위원회, CSR위원회, 사회책임위원회, 기업시민 위원회 등을 사용하고 있는 것으로 나타남
- [평가시스템] 자체·외부 지표를 사용하여 사회공헌활동을 평가하는 곳이 63.2%였으며, 평가시스템을 운영하지 않는 기업은 36.8%로 나타남

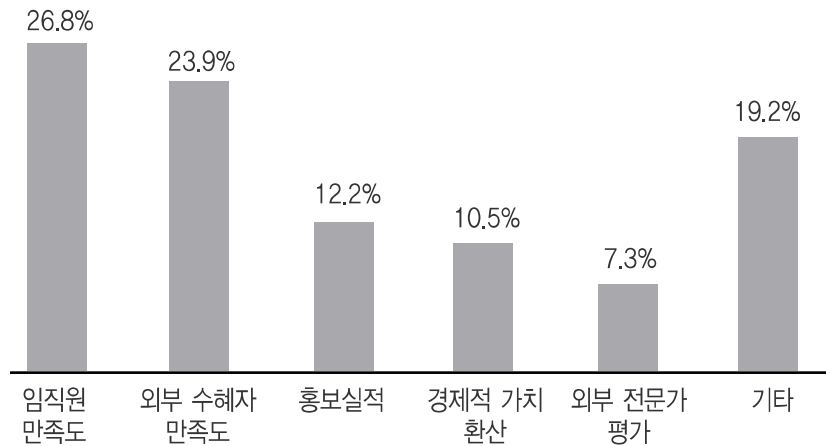
< 사회공헌 평가시스템 운영 현황 >

구분	자체 평가 지표 사용	외부 평가 지표 사용	없음
비율	60.0%	3.2%	36.8%

\* 주: 해당항목 응답기업 기준(125개사)

- 평가지표의 경우, 기업 내외부 이해관계자(임직원, 외부수혜자)의 만족도를 반영하고 있다는 응답이 전체의 절반 정도(50.7%)로 나타남
- 이외에도 홍보실적(12.2%), 경제적 가치 환산(10.5%) 등 기업 사회공헌활동에 대한 정량적인 평가지표를 도입하고 있는 것으로 나타남

< 사회공헌 평가지표 >



\* 주: 해당항목 응답기업 기준(120개사)

- 단, 사회공헌활동 평가는 기업별로 자사의 특성을 반영한 사회공헌 활동을 추진하고 있어 범용지표를 활용하기 어려운 측면이 있음
- [전담부서 상위조직] 사회공헌 전담(32.7%)인 곳이 가장 많았으며, 경영지원(24.4%), 홍보(21.8%), 전략기획(7.1%) 順으로 응답

< 사회공헌 전담부서 상위조직 현황 >

구분	사회공헌 전담	경영지원	홍보	전략기획	CEO 직속	대외(정책)	기타
비율(%)	32.7	24.4	21.8	7.1	6.4	4.5	3.2

\* 주: 해당항목 응답기업 기준(156개사)

- 전담부서를 통한 단일추진이 전문성과 효율성을 제고할 수 있다는 점에서 가장 많이 활용되고 있는 형태임
- 다만, 자사 역량을 효과적으로 활용할 수 있는 부서(경영지원, 홍보 등)와 연계 추진하거나, 기업의 핵심 전략 및 정책에 직접 반영이 가능한 방식(전략기획, CEO 직속)도 일정 비중을 갖춰 향후 이에 대한 추이에 주목해볼 필요 있음

### 3. 대표 사회공헌프로그램 현황

□ [사업분야] 응답기업의 대표 사회공헌프로그램의 45.6%가 취약계층 지원이  
있으며, 이어 교육·학교·예술 관련 프로그램이 23%로 조사됨

< 대표 사회공헌프로그램 사업 분야 >

구분	취약계층 지원	교육·학교· 예술	문화예술· 체육	의료보건	환경보전	해외지원	기타
비율(%)	45.6	23.0	9.7	7.6	5.1	3.0	6.0

\*주: 대표 프로그램 334개 기준, 중복응답 포함

□ [사업대상] 대표 사회공헌프로그램의 대상으로는 ‘아동·청소년’이 43.1%로  
가장 많았으며, 이어 ‘사회 일반’이 22.8%로 나타남

< 대표 사회공헌프로그램 사업 대상 >

구분	아동· 청소년	사회 일반	장애인	노인	환경	사회적 기업	다문화 가정	여성	기타
비율(%)	43.1	22.8	10.8	6.9	4.8	3.3	2.7	1.8	3.9

\*주: 대표 프로그램 334개 기준, 중복응답 포함

\*[사회 일반] 특정계층을 대상으로 하지 않고, 사회문제 전반 또는 일반대중을 대상으로 하는 사업  
(재난재해 긴급구호, 푸드뱅크, 특정분야 전문가 육성 등)

- [사업파트너] 해당 분야에 전문성을 갖춘 NPO를 가장 많이 선택하고 있음
- NPO를 파트너로 선택한 기업은 47.7%, 기업 단독 추진 프로그램은 27.7%, 정부·지자체와 함께 추진하는 프로그램은 13.7%로 나타남
  - 자사출연재단 협업은 4.0%로 기업재단의 경우, 기업과는 독립적으로 사업 추진

□ [지역별 현황] 2개 이상 광역시도를 대상으로 하는 ‘전국단위형’이 과반수 이상

< 대표 사회공헌프로그램 지역별 구분 >

구분	전국단위형	지역사회형	글로벌형
비율(%)	53.2	38.7	8.2

\*주: 대표 프로그램 334개 기준, 중복응답 포함

\*[전국단위형] 2개 이상의 광역시도를 대상으로 하는 프로그램

[지역사회형] 사업장이 위치한 지역 또는 특정 지역에 한정하여 운영하는 프로그램

[글로벌형] 글로벌 단위로 운영하는 프로그램이되, 관련 비용 본사 차원에서 처리

(국내 사회공헌활동비용과 무관한 해외법인의 독자적인 프로그램은 제외)

- B2C, B2B 등 사업구조별로 사회공헌 프로그램의 지역 범위가 상이함
- 주요 이해관계자가 소비자인 B2C 기업은 전국단위형 사업(68.8%) 비중이 높음

- 반면, B2B 기업은 공장 등 사업장이 위치한 지역사회를 기반으로 한 프로그램의 비중(48.5%)이 상대적으로 높은 편
- 다만, B2B 기업의 경우에도 기업 브랜드 및 대국민 인식 제고 등 차원에서 전국 단위형 사업을 상당부분(43.7%) 진행하고 있는 것으로 나타남

< 대표 사회공헌프로그램 지역별 구분 >

구분	지역사회형	전국단위형	글로벌형
B2C	22.5%	68.8%	8.7%
B2B	48.5%	43.7%	7.8%
혼용/그룹	40.8%	50.9%	8.3%

\*주: 대표 프로그램 334개 기준, 중복응답 포함

□ [지원형태별] 하드웨어와 소프트웨어 혼합형이 49.8%로 가장 많았으며, 이어 소프트웨어(27.4%), 하드웨어(22.8%) 順으로 조사됨

< 대표 사회공헌프로그램 지원형태별 구분 >

구분	하드웨어 지원	소프트웨어 지원	혼합형
비율(%)	22.8	27.4	49.8

\*주: 대표 프로그램 334개 기준, 중복응답 포함

\*[하드웨어 지원] 시설을 건립하거나 물품을 지원하는 사업(예: 도서관 건립, 쌀 지원, 장학금 지원 등)  
 [소프트웨어 지원] 특정 프로그램 중심의 지원(예: 심리치료 프로그램, 청소년 경제교육 등)  
 [혼합형] 하드웨어와 소프트웨어 동시 지원

- 대부분 사업에서 혼합형이 가장 많았으며, 이는 기업들이 단순 물적 지원보다는 프로그램 연계를 통한 다각적 지원을 추진하고 있기 때문

< 대표 사회공헌프로그램 지원형태별 구분 >

(단위: %)

구분	하드웨어 지원	소프트웨어 지원	혼합형
아동·청소년	19.7	32.4	47.9
장애인	25.7	31.4	42.9
노인	36.4	9.1	54.5
다문화가정	11.2	44.4	44.4
여성	-	50.0	50.0
환경	35.7	14.3	50.0
사회적기업	18.1	36.4	45.5
사회일반	22.4	18.4	59.2
기타	30.8	30.8	38.4

\*주: 대표 프로그램 334개 기준, 중복응답 포함

- 빈곤 문제가 심각한 노인의 경우, 생필품 지원 등 하드웨어 지원에 대한 비중이 상대적으로 높지만 한국사회 적응 및 언어교육 등에 대한 수요가 높은 다문화 가정의 경우, 소프트웨어와 혼합형태의 지원이 많은 것으로 나타남

- 여성의 경우, 시설건립·물품지원 등 하드웨어 단독형태의 지원이 없고, 아동·청소년은 자립 교육과 빈곤 문제 해결을 위한 혼합형태의 지원이 많은 것이 특징적

□ [사회문제 접근방식별] 미래자원 육성형이 36.3%로 가장 많았으며, 이어 긴급지원 (23.6%), 미래 유·무형 인프라 조성형(16.3%), 자립촉진형(14.5%) 順

< 사회문제 접근방식별 구분 >

구분	정의	비율
긴급지원형	· 쪽방촌 라면 지원 등 시급한 문제 해결을 위한 지원("물고기"를 주는 사업)	23.6%
자립촉진형	· 사회적기업 등 자립 지원("물고기 잡는 법"을 가르쳐주는 사업)	14.5%
미래자원 육성형	· 미래 인재양성을 위한 교육프로그램 운영 등 ("미래의 어부"를 키우는 사업)	36.3%
미래 유·무형 인프라 조성형	· 문화예술단체 지원, 나눔문화 확산 등 선진국가 조성을 위한 사업 ("물고기가 사는 생태계"를 가꾸는 사업)	16.3%
기타	· 고객봉사단 운영, 인식개선 캠페인 등	9.3%

\* 주: 대표 프로그램 334개 기준, 중복응답 포함

- 기업들은 미래 인재양성을 위한 교육 프로그램이나, 문화예술 단체 지원·나눔 문화 확산 등 사회적 인프라 구축을 위한 사업을 중심으로 사회공헌을 추진 중
- 다만, 국가의 복지가 미치지 못하는 영역에 있어서 기업의 다양한 자원을 활용한 긴급지원, 자립촉진 지원 활동도 여전히 중요한 비중을 차지

#### 4. 비현금성 사회공헌활동

##### 비현금성 사회공헌활동

기업이 보유한 전문인력, 기술, 자산 등을 활용한 사회공헌활동으로, 직접적인 예산 투입 이외에도 인건비 등 기회비용이 발생하게 됨. 이러한 기회비용에 대한 객관적 금액환산 공통 기준이 없어, 회계처리 등 비현금성 사회공헌활동의 비용 인식과 관련하여 향후 논의가 필요할 것으로 전망

\*[프로보노] 美 변호사들의 무료 법률상담 등에서 출발한 개념으로, 전문인력이 전문기술을 사회공헌적으로 쓰는 활동을 총칭

##### (1) 프로보노 활동

- 주요 기업들이 추진 중인 프로보노 활동은 대상별로 아동·청소년, 저소득·소외 계층, 중소기업·사회적기업·NPO로 구분할 수 있음
- (아동·청소년) 기업 사회공헌의 미래세대에 대한 관심 및 전통적으로 활발한 교육 사회공헌과 연계되어 방과 후 학교, 진로체험, 직업교육 등 미래인적자원 양성을 위한 교육분야 중심 운영 중이며, 최근 도입된 '자유학기제' 시행으로 향후 활동이 더욱 주목

### 아동·청소년 대상

**<사례1> 삼성중공업 - 도농 교육격차 해소를 위한 방과후 학교**

- 도시·농촌 간 교육격차 해소를 위해 임직원 석박사급 연구원이 거제 지역 농어촌 지역 중학생을 대상으로 영어·수학 수업 실시

**<사례2> CJ푸드빌 - 꿈★은 이루어진다**

- 서울시아동복지협회, 노원교육복지센터와 협약을 맺고 자사 보유 인력 및 인프라를 활용하여 자사 보유 브랜드인 투썸 바리스타와 뚜레쥬르 제빵사를 양성, 취업까지 연계

**<사례3> 아시아나 - 색동나래 교실**

- 청소년 대상 진로체험 교육으로 현직 기장, 사무장, 승무원 등이 해당 업무에 대한 내용을 직접 학교 현장을 방문하여 동영상과 함께 강의를 통해 진행

- (저소득·소외계층) 주거환경 개선, 소외계층 대상 체육수업 등 저소득층 삶의 질 개선을 지원하는 프로그램 중심

### 저소득층·소외계층 대상

**<사례1> 롯데건설 - 꿈과 희망을 주는 러브하우스**

- 기초 지자체와 연계, 임직원이 참여하여 저소득층 대상 주거환경 개선 봉사활동 실시

**<사례2> 포스코에너지 - 전기점검 재능봉사단**

- 한국전기안전공사와 연계, 임직원이 저소득층을 방문하여 LED 전등 교체, 노후된 배선 및 시설 정비 및 화재감지기 설치 등 봉사활동 실시

**<사례3> 대우증권 - 토네이도 탁구단**

- 자사 소속 탁구단 선수들이 성남지역 북한이탈 청소년을 대상으로 월 1회 방과 후 교실을 통해 탁구수업 실시

- (중소기업·사회적기업·NPO) 마케팅, 홍보, 회계 등 전문성이 필요한 부문에 대한 경영자문, 유통채널 확보, 전문지식 교육 등 대상기관의 역량강화 지원 중심

### 중소기업·사회적기업·NPO 대상

**<사례1> SK그룹 - 사회적 기업 대상 경영자문 제공**

- 임직원이 사회적 기업, 소셜벤처, NGO 등에 경영, 전략, 마케팅, 홍보, IT, 계약검토 등 영역에 대한 자문 제공(총 450여 개 사회적 기업 대상)

**<사례2> 롯데홈쇼핑 - 중소기업 제품 무료 방송지원**

- 중소기업유통센터와 연계, 중소기업제품의 무료방송 지원

**<사례3> 한국타이어 - '행복을 향한 드라이빙, H-Safety 드라이빙 스쿨'**

- 사회복지기관의 여성운전자 대상 안전교육 프로그램으로 차량관리 지식과 기술이 상대적으로 부족한 여성 및 초보 운전자를 대상으로, 타이어공기압과 마모한계선 점검, 오일류 및 냉각수 점검 등 차량관리 실습 위주 교육 실시

## (2) 시설개방

□ 시설개방의 경우, 업(業)과 연계하여 대중에게 기업이 제공하는 가치를 체험 학습 등을 통해 이해할 수 있는 기회를 제공하고 있음

### 시설개방 사례

**<사례1> 현대자동차 - 키즈오토파크**

- 교통약자인 어린이들의 교통사고 발생비율을 줄이기 위해 체험 중심의 교통안전교육 프로그램을 진행하는 테마파크

**<사례2> LG그룹 - 사이언스홀**

- 7세~초등학생들을 대상으로 과학의 원리를 손쉽게 만져보고 즐길 수 있도록 다양한 기회를 제공하는 '체험형 과학관'

**<사례3> KT - 꿈품센터**

- 아이들이 음악, 미술 등 예체능 특화활동이나 각종 체험활동을 할 수 있는 공간으로 각종 정보 기기와 사무용품 비치하여 무료로 이용할 수 있도록 지원

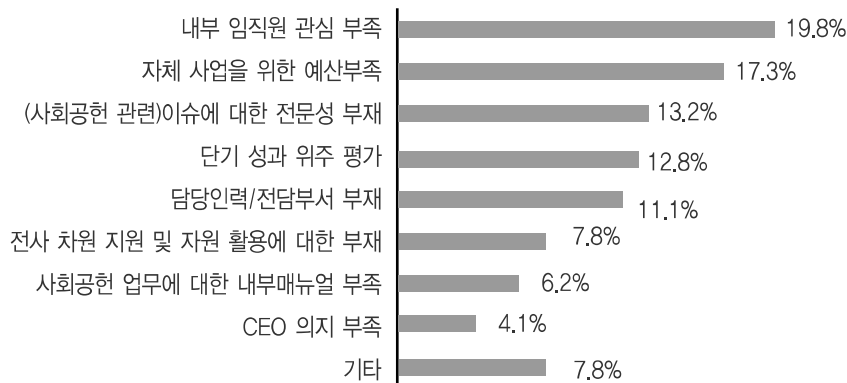
## 5. 기업 사회공헌 인식 현황

### (1) 사회공헌 저해요인

□ [내부저해요인] 사회공헌 추진 시 내부저해요인은 '내부 임직원 관심 부족 (19.8%)'과 '자체 사업을 위한 예산부족(17.3%)', '전문성 부재(13.2%)' 順

○ 사회공헌 담당자들의 응답결과, 경기불황이 지속되면서 기업 내부적으로 사회공헌의 필요성에 대한 공감대가 감소하고, 관련 예산이 줄어들어 따라 내부 임직원의 이해와 재정적인 부분에 있어 어려움이 있는 것으로 나타남

< 사회공헌 내부 저해요인 >

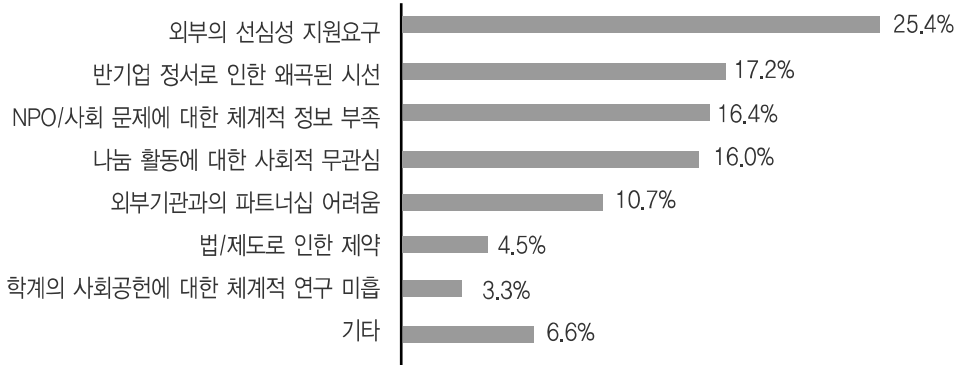


\* 주: 해당항목 응답기업 기준(125개사), 중복응답 포함



□ [외부저해요인] 대외적으로는 ‘외부의 선심성 지원요구(25.4%)’, ‘반기업 정서로 인한 왜곡된 시선(17.2%)’을 기업 사회공헌의 주요 저해요인으로 꼽음

< 사회공헌 외부 저해요인 >



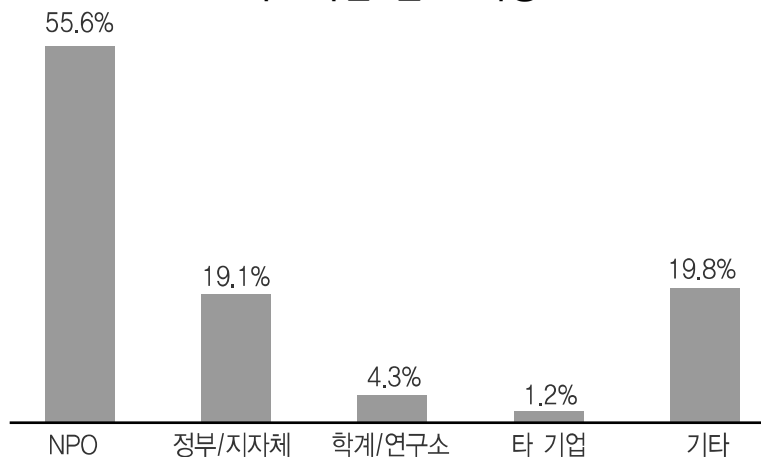
\* 주: 해당항목 응답기업 기준(124개사), 중복응답 포함

□ 기업 실무자들이 제한된 사회공헌 예산 하에서 외부 선심성 요구 대응, 기업에 대한 왜곡된 시선 등으로 ‘선택과 집중’에 어려움을 느끼고 있는 것으로 분석

(2) 파트너십 관련

□ 파트너십 선호 대상으로는 NPO(55.6%), 정부·지자체(19.1%) 順으로 응답했으며, 기타 응답으로는 사회적 기업을 꼽은 기업이 다수

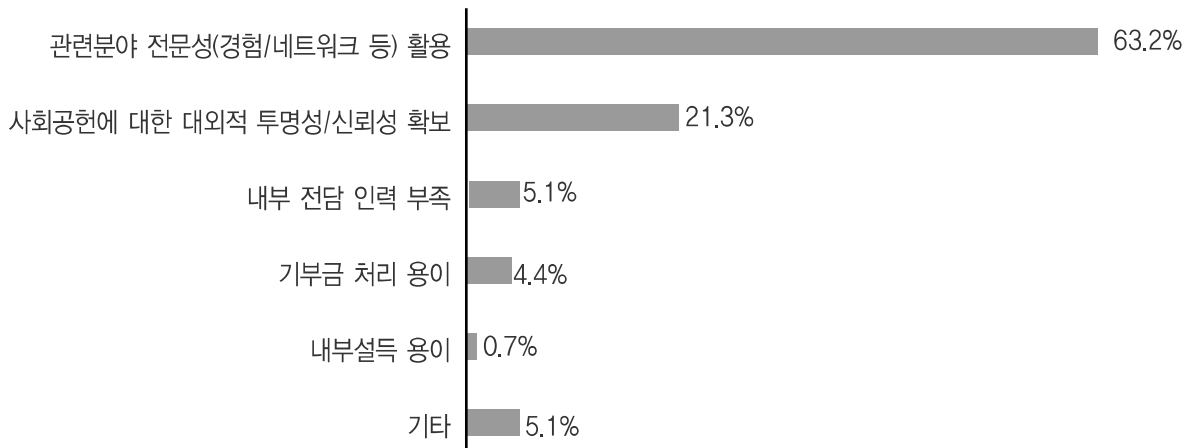
< 파트너십 선호 대상 >



\* 주: 해당항목 응답기업 기준(151개사), 중복응답 포함

□ 파트너십을 추진하는 이유로는 관련분야의 전문성 활용(63.2%)이라는 응답이 가장 많았으며, 이어 대외적 투명성·신뢰성 확보(21.3%) 등 順

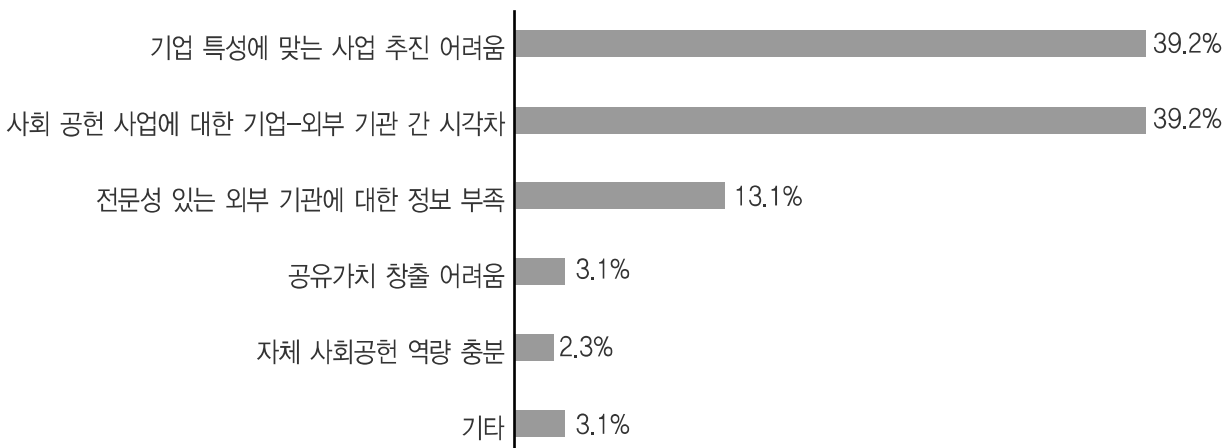
< 파트너십 추진 이유 >



\* 주: 해당항목 응답기업 기준(124개사), 중복응답 포함

- [파트너십 추진 시 애로사항] 기업 특성에 맞는 사업 추진 어려움(39.2%), 사회 공헌 사업에 대한 기업-외부기관 간 시각차(39.2%)라는 응답이 다수
- 다수의 기업이 파트너십 상대로 NPO를 선호하면서도 자사의 특성을 반영하기 어렵고, 사회공헌 사업에 대한 외부기관과의 견해차이가 발생하는 부분을 우려
- 또한, 기업 사회공헌 담당자들은 대외적 투명성/신뢰성 확보를 위해 파트너 기관의 정보에 대한 필요성을 느끼고 있는 것으로 나타남

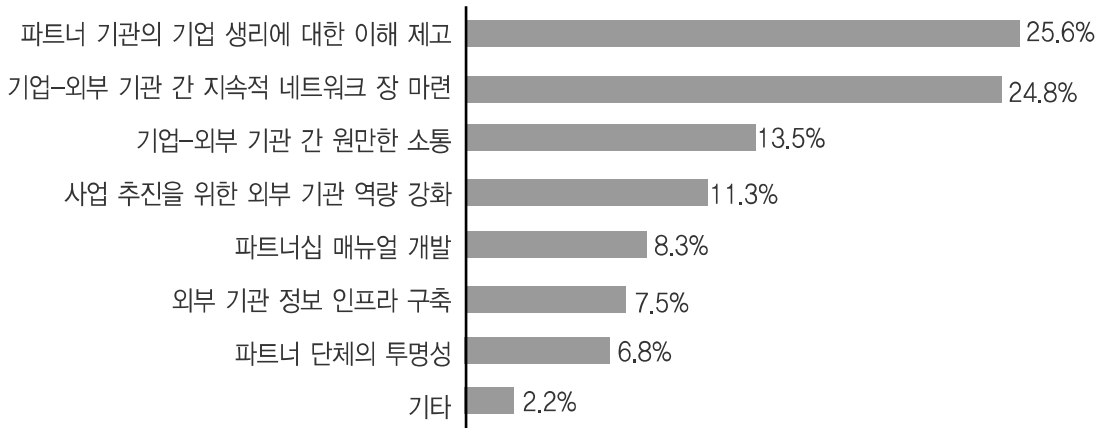
< 파트너십을 통한 사회공헌이 어려운 이유 >



\* 주: 해당항목 응답기업 기준(125개사), 중복응답 포함

- [원활한 파트너십 방안] 기업 사회공헌 담당자는 원활한 파트너십을 위해서는 파트너 기관의 기업 생리에 대한 이해 제고(25.6%)를 1순위로 꼽았음
- 사회공헌 사업에 대한 기업과 외부기관 간 시각차를 고려할 때, 기업의 노력도 중요하지만 주요 파트너인 NPO도 기업을 이해하기 위한 노력도 필요함을 시사

**< 원활한 파트너십 방안 >**

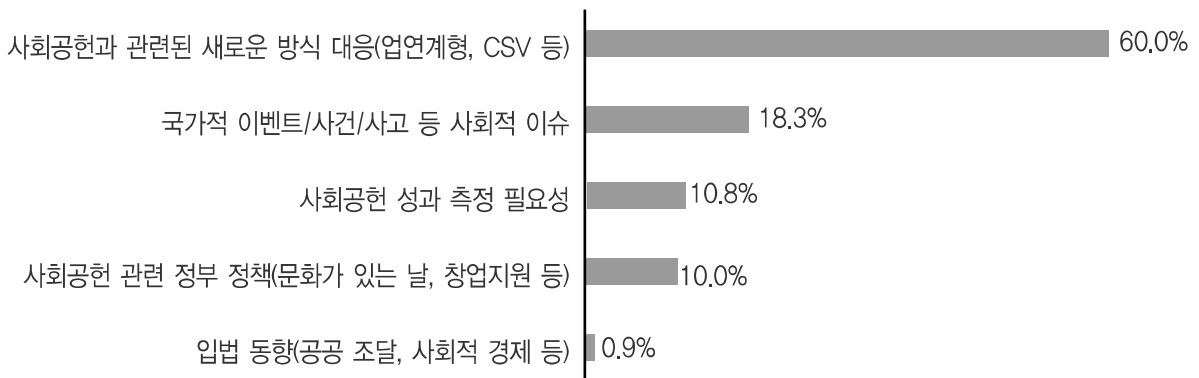


\* 주: 해당항목 응답기업 기준(125개사), 중복응답 포함

**(3) 2015년 사회공헌 사업계획에 영향을 미친 주요 요인**

- 2015년 사회공헌 사업계획에 영향을 미친 주요 요인으로는 ‘사회공헌과 관련된 새로운 방식 대응(업연계형, CSV 등)’이라는 응답이 60%에 달함
- 신규 사업계획에 영향을 미친 요인으로 새로운 방식에 대한 대응을 절반 이상이 꼽은 가운데, 이어서 국가적 이벤트/사건/사고 등 사회적 이슈(18.3%), 사회공헌 성과 측정 필요성(10.8%), 관련 정부정책(10.0%) 등으로 나타남

**< 사회공헌 사업계획에 영향을 미친 주요 요인 >**



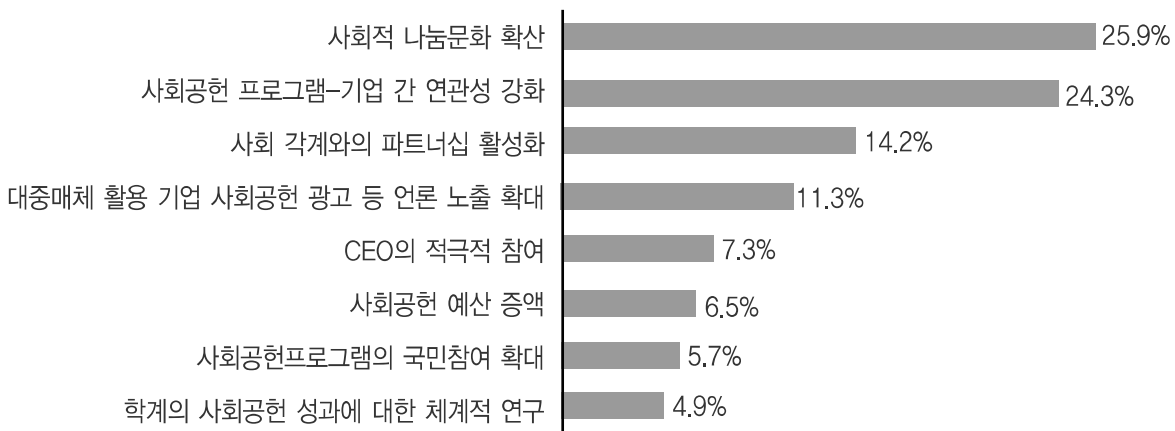
\* 주: 해당항목 응답기업 기준(120개사), 중복응답 포함

- 우리 기업들은 사회공헌 사업의 계획 수립에 있어 외부의 영향보다는 기업의 내외부 환경을 고려, 자체적으로 능동적인 대응을 하고 있는 것으로 나타남
- 또한, 응답기업 10곳 중 9곳 이상(91.5%)이 사회공헌 트렌드, 사회적 이슈 등이 기업의 사회공헌 사업계획에 긍정적인 영향을 미친다고 응답
- 이는 기업들이 사회공헌 관련 내외부적 요구를 긍정적으로 인식하고, 이를 사업계획에 반영하는 등 능동적으로 대응하고 있다는 것으로 분석할 수 있음

#### (4) 기업 사회공헌에 대한 국민인식 제고방안

- 주요 기업들은 국민인식 제고방안으로 ‘사회적 나눔문화 확산(25.9%)’과 ‘사회공헌프로그램-기업 간 연관성 강화(24.3%)’가 가장 필요하다고 응답
- 사회공헌 실무자들은 기업 사회공헌에 대한 국민적 공감대 형성을 위해 사회 전반의 나눔문화에 대한 인식 제고와 함께, 기업들도 선택과 집중을 통해 자신의 핵심 역량을 반영한 사회공헌프로그램을 추진해야 한다고 응답

< 기업 사회공헌에 대한 국민인식 제고방안 >



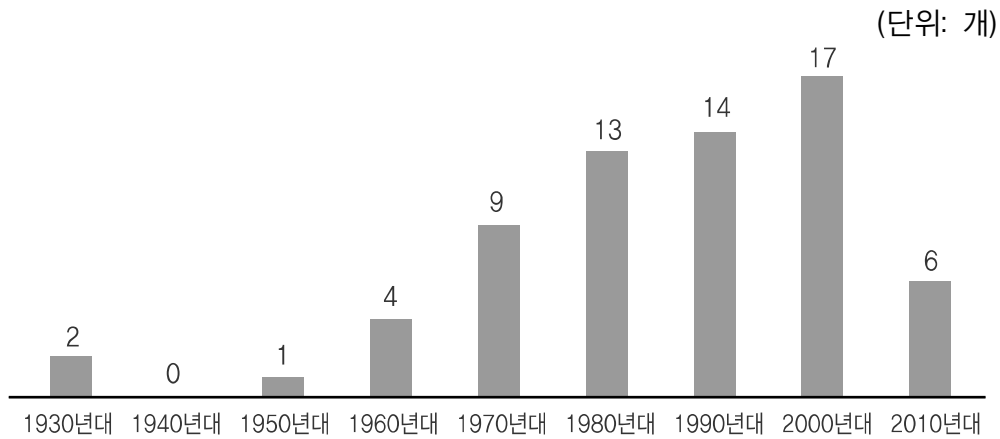
\* 주: 해당항목 응답기업 기준(125개사), 중복응답 포함

### Ⅲ. 조사결과 2: 2014년 기업재단 사회공헌활동 실태

#### 1. 일반 현황

- 2015년 사회공헌 실태조사 응답재단들의 평균 연령은 24.2세이며, 2000년 이후로도 꾸준히 재단설립이 이어지고 있음
- (설립시기) 기업재단의 효시는 1939년 설립한 장학재단인 경방육영회와 양영재단이며, 1960년대 이후 기업재단을 통한 사회공헌 활동이 본격화되기 시작함
  - 특히, 최근 에스오일과학문화재단, BMW미래재단 등 해외기업 또는 해외 자본이 많이 투입된 기업들도 재단을 통한 사회공헌 사업을 추진하는 사례가 나타나기 시작

< 연대별 설립 재단 수 추이 >



- (소재지) 대부분의 기업재단들은 주로 서울 등 수도권에 소재지를 두고 사업을 추진하고 있으며, 2000년대 이후에는 인천, 전남(여수), 강원(정선), 대구 등 출연 기업 본사 또는 사업장과 밀접한 지역에 설립하는 경우도 증가하는 추세임
  - 2000년대 이후 설립 재단인 GS칼텍스재단(전남 여수), GM한마음재단(인천), 강원랜드복지재단(강원 정선), DGB사회공헌재단(대구) 등이 지역 기반 사업을 추진 중임

□ [자산규모] 2014년 응답한 기업재단의 총 자산규모는 6조 9,674억 원으로 나타남

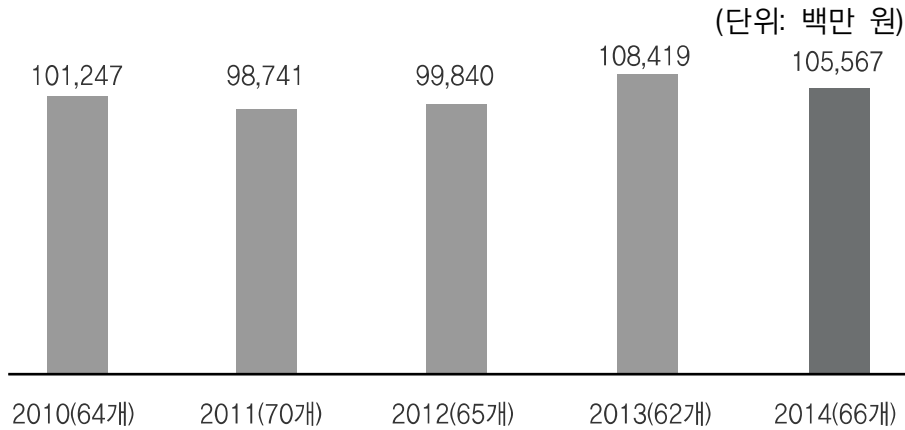
- (증감추이) 2014년 응답 기업재단의 자산규모는 2013년 대비 3.83% 증가하였으며, 전년대비 자산이 증가한 재단은 40개, 감소한 재단은 26개임

< 2013년 대비 자산 증감 현황 >

구분	증가	감소
재단 수	40	26

- (평균자산) 기업재단의 평균 자산 규모는 1,056억 원, 중간값은 213억 원으로 평균 값과 중간값의 차이 발생 원인은 상위그룹과 하위그룹 간 자산규모 차이 때문임

< 2010~2014 평균 자산변화 추이 >



- (규모별 분포) 응답재단의 77.2%가 5천억 원 미만의 자산을 보유하고 있었으며, 자산 규모가 1조 원이 넘는 거대 재단은 2개 존재하는 것으로 조사됨

< 2014년 자산규모별 재산 분포 >

자산 규모	재단 수
1조 이상	2
1000억 이상	8
500억~1000억	5
250억~500억	17
100억~250억	17
10억~100억	17

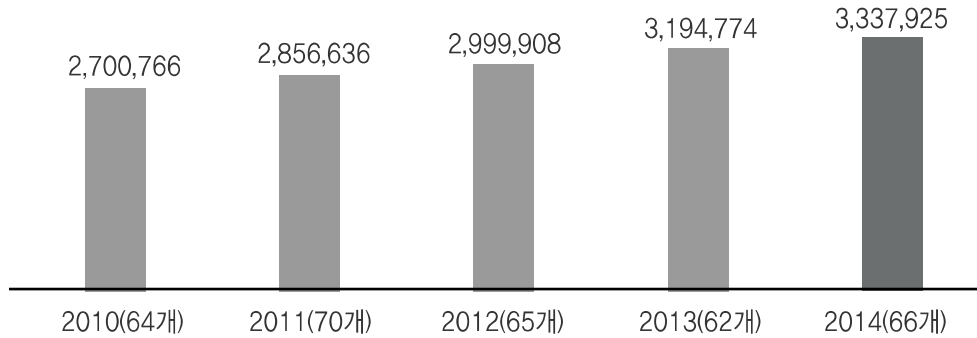
## 2. 2014년 지출 및 분야별 현황

### (1) 2014년 기업재단 사회공헌 지출액 변화

- 2014년 응답 기업재단 66개의 사업비 지출액은 총 3조 3,379억 원으로, 전년 대비 4.26% 증가한 것으로 조사됨
- 기업재단들의 전체 사업비 주요 증가요인은 병원 설비 등에 따른 일부 의료보건 분야 재단들의 대규모 투자 확대가 가장 큰 요인으로 작용함

< 2010~2014 기업재단 지출액 추이 >

(단위: 백만 원)



- 응답 기업재단의 2015년 평균 사업비 집행액은 506억 원이며 이들의 사업비 집행액 중간값은 약 18억 원으로 조사됨
  - 평균값과 중간값이 차이가 많이 발생하는 이유는 자산규모와 마찬가지로 사업비 지출액의 상위그룹과 하위그룹 간 규모 차이가 크기 때문
  - 또한, 평균 지출액 감소는 상대적으로 사업 규모가 작은 기업재단들이 금년도부터 조사에 참여한 것에 기인함

< 2010~2014 평균 지출액 추이 >

(단위: 백만 원)

2010 (64개)	2011 (70개)	2012 (65개)	2013 (62개)	2014 (66개)
42,223	42,636	46,872	51,529	50,575

- 재단별 증감현황을 분석해보면, 응답 재단 중 절반이 넘는 39개 재단이 전년도 다 많은 사업비를 지출했으며, 27개 재단은 전년도보다 지출을 줄였다고 응답함
  - 2014년 기업재단 중 사업비가 10% 이상 큰 폭으로 증가한 재단은 모두 21개였으며, 반대로 11개 재단은 10% 이상 감소함

< 2013~2014 응답 기업재단 사업비 증감현황 분포 >

(단위: 개)

25% 이상 감소	10~25% 감소	2~10% 감소	증감 폭 적음	2~10% 증가	10~25% 증가	25% 이상 증가
3	8	14	6	14	8	13

- (증가요인) 2014년 사업비가 늘어난 재단들의 증가 요인은 주로 대표 사회공헌 프로그램에 대한 투자 증가 또는 신규 프로그램 론칭으로 나타남
- (감소요인) 사업비 감소폭이 큰 재단들은 대규모 시설 투자 종료, 대표 프로그램 중심으로 사업 조정, 재단운용 수입 감소 등을 사업비 감소 요인으로 응답함

## &lt; 참고: 2014년 사업비 집행액 기준 상위 10개 재단 주요 사업 &gt;

	재단명	주요 사업
1	아산사회복지재단	아산병원 운영, 사회복지단체 지원, 저개발국가 지원, 아산학술의학상 시상 등
2	삼성생명공익재단	삼성 서울병원, 삼성 노블카운티, 삼성 어린이집 운영 등 사회복지사업
3	삼성문화재단	미술관(LFUM, 플라토, 호암미술관) 운영 및 문화예술사업
4	한국고등교육재단	장학지원(해외유학·국내 학부·대학원·한학 연수), 학술연구 및 학술교류 지원 등
5	CJ나눔재단	CJ도너스캠프(온라인 매칭펀드 조성, 청소년 교육 프로그램 등)
6	롯데장학재단	우수 학생 장학금 지원, 도서지원, 지역 아동센터 기자재 지원 등
7	LG연암문화재단	해외 연구교수 지원, 장학금 지급, LG상남도서관 운영, LG아트센터 운영 등
8	LG상록재단	철새 보호사업, 산림 복구사업 등 환경사업 등
9	삼성복지재단	삼성어린이집 운영, 사회복지 프로그램 사업비 지원 사업 등
10	두산연강재단	장학금 지급, 교사해외 학술시찰, 문예진흥 사업(두산아트센터 운영)

## (2) 2014년 기업재단 사회공헌 분야별 지출 현황

- 2014년 기업재단 사업비 집행 규모는 의료보건, 사회복지, 교육·학교·학술지원 (이하 교육) 순이었으며, 참여율을 살펴보면 교육 분야가 가장 높았고 사회복지 분야가 뒤를 이음
- 의료보건은 대형병원 운영 기업재단들의 대규모 사업비 집행으로 매년 가장 높은 비중을 차지하며, 2014년에는 신규 시설투자가 이뤄져 비중이 더욱 증가함
  - 이외 사회복지(3.5%), 교육(3.0%), 문화예술(1.9%) 분야도 기업재단들이 사회공헌 사업을 추진하는 주요 분야임

## &lt; 2014년 분야별 사업비 지출비중 &gt;

(단위: %)

의료보건	사회복지	교육	문화예술	환경	농어촌	체육	해외	응급	자립지원	기타
90.5	3.5	3.0	1.9	0.4	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4

- 참여 현황을 보면, 가장 많은 기업재단들이 교육(68.2%)에 참여하고 있었으며, 사회복지(48.5%), 문화예술(28.8%)도 많은 재단들이 사업을 추진하고 있음
- 또한, 대표 프로그램 165개 중 42.5%가 교육·학술 관련 프로그램이었으며, 사회복지지는 31.7%를 차지하여 관련 분야에 대한 기업재단들의 관심을 반영함



< 2014년 기업재단 분야별 참여 현황 >

(복수 응답, 단위: %)

교육	사회복지	문화예술	의료보건	해외	환경	응급	농어촌	체육	자립지원	기타
68.2	48.5	28.8	13.6	9.1	7.6	3.0	3.0	1.5	1.5	30.3

□ [의료] 의료보건 분야 사업추진 재단에는 병원운영 재단이 포함되어, 기업재단 전체 사회공헌 지출액의 약 90%를 차지하고 있음

- 지난해 의료보건 분야는 대형병원 시설 투자가 이루어지며 사업비가 증가함
- 기업재단들은 농어촌 등 의료취약지역 병원 건립 등 의료 인프라 공급과 함께 양질의 진료서비스를 지원하면서 국민보건 발전에 기여한 것으로 평가됨
- 또한, 대형병원 운영 외에도 치료지원 프로그램, 질병 예방캠페인 등 예방적 차원 프로그램들도 함께 이뤄지고 있음

**의료분야 사회공헌 프로그램**

- <사례1> 롯데복지재단 - 소외계층 대상 무료 의료지원 사업
- <사례2> 한국유방건강재단 - 여성 건강증진을 위한 유방암계몽캠페인 ‘핑크리본캠페인’
- <사례3> IBK행복나눔재단 - 희귀난치성중증질환 환자 치료비 지원 사업
- <사례4> 강원랜드복지재단 - 진폐 피해자 의료지원 사업

□ [사회복지] 사회복지 분야는 기업재단들의 사업비 집행 규모와 참여율 기준 모두 두 번째로 높은 분야로 NPO와의 파트너십이 가장 활발하게 이루어지고 있음

- 사회복지 분야에는 31개 기업재단들이 참여하였으며(사업비 집행 기준), 175개 대표 사회공헌 프로그램 중 55개(31.4%)가 이 분야에서 추진되고 있는 것으로 조사됨
- 취약계층 지원형 프로그램뿐만 아니라, 어린이집 운영이나 멘토링, 장학금 등 교육 사회공헌 성격을 지닌 융합형 프로그램들도 운영 중임

**교육 특성을 지닌 사회복지 프로그램**

- <사례1> 삼성생명공익재단 - 전국 23개 어린이집 운영
- <사례2> 현대백화점사회복지재단 - 순직소방관, 경찰관 자녀 학업지원금
- <사례3> DGB사회공헌재단(DGB금융그룹) - 조손가정위탁가정 아동청소년 멘토링 사업

- 대표 프로그램 분석 결과, 사회복지 분야는 다른 분야보다 외부기관과의 파트너십을 통해 사업이 진행되는 경우가 많았으며(39개), 주요 파트너십 기관으로는 NPO를 선택함(43.6%)

**< 프로그램 분야별 파트너십 방식 >**

(단위: %)

분야	NPO	출연기업	정부/지자체	학교 연구소
사회복지	43.6	17.9	15.4	23.1
교육	9.1	36.4	18.2	36.4
문화예술	10.0	10.0	10.0	70.0
이외 8개 분야	6.3	12.5	37.5	43.8

\* 주: 파트너십을 통해 추진되는 프로그램 87개 기준

□ [교육] 교육 분야는 가장 오랜 역사를 가지고 있으며, 기업 재단들이 가장 많이 관심을 갖고 사업을 추진하는 분야임

○ 교육은 최초 기업재단인 양영재단의 장학사업으로 시작되었으며, 주요 기업 창업주 등 기업재단 설립자들의 인재양성에 대한 중요성 인식과 투자 의지가 반영되어 기업재단들의 참여율이 높은 분야임

- 양영재단('39)은 지금까지도 대학생 장학금 지원, 학술연구비 지원 등을 진행하고 있음
- 교육은 기업재단들의 대표 프로그램 중 가장 큰 비중을 차지하는 분야(42.5%)이며 장학·학술 지원·학교 운영 등 다양한 프로그램들이 추진되고 있음

**기업재단 교육 사회공헌 사례**

<사례1> 양영재단(삼양) - 1939년 설립

- 최초 기업재단. 저소득층 대학생 장학금 지원

<사례2> 한국고등교육재단(SK) - 1974년 설립

- 해외유학장학제도 등을 통해 우수 인력들이 학술연구에 전념하여 세계적 석학으로 성장할 수 있도록 지원

<사례3> 롯데장학재단(롯데) - 1981년 설립

- 국내 유일 기초자연과학 분야 전문 재단으로 출범, 현재 인문·사회·예술 분야로도 대상 확대

<사례4> 포스코청암재단(포스코) - 1971년 설립

- 이공계 인력 양성 전문 장학금에서 시작, 포스코아시아펠로우십 등 지역 전문가 양성 사업까지 확대

○ 교육 분야 프로그램 대상으로는 아동·청소년이 가장 높은 비율을 차지하였으며, 일반 성인을 대상으로 하는 프로그램들도 다수 진행 중임

**< 대상별 교육 프로그램 구분 >**

대상	재단 수
아동청소년	31
사회일반	25

\* 사회일반: 취약계층 등 특정 계층이 아닌, 사회문제 전반 또는 일반대중을 대상으로 하는 사업

- 성인 대상 교육 프로그램 중에는 언론인, 유아교사 등 전문직에 종사자들을 위한 프로그램들도 있어 교육 사회공헌의 다양성을 반영함

**전문직군 대상 교육 분야 프로그램 사례**

**<사례1> LG상남언론재단 - SNU-LG Press Fellowship**

- 해외 언론인 초청 국내 연수 프로그램으로 한국사회 이해 강좌, 한국 경제 및 사회문화 전반 체험 등을 지원, 우리 기업의 해외진출 국가에 지한파 한국 전문기자를 육성

**<사례2> 서남재단 - 발도르프 유아교사 교육 프로그램**

- 국제발도르프유치원 연합과 함께 4개 주제영역(교육·방법·인지학 및 정신·예술) 분야에 대한 교육 진행, 발도르프 유아교사 양성

- 교육 분야 프로그램들은 전국 단위로 추진되는 프로그램이 많다는 점과 해외학술 및 연수 지원 등 글로벌 단위 프로그램들도 다른 분야보다 비교적 많은 특성을 보임

**< 교육 프로그램 추진 지역 범위 >**

지역 구분	프로그램 수
지역	4
전국	48
글로벌	17

□ [문화] 문화예술은 국민소득 증가로 인한 문화수요 증대로 더욱 주목을 받는 분야로 그간 우리나라 문화예술의 현대적 발전에 기여해온 것으로 평가됨

- 문화재단 설립은 기초 기반이 부족하던 1960년대 본격 시작되었으며, 1990년대까지는 문화시설 건립·음악영재 양성 등 정통 클래식 문화 인프라 구축에 집중

**< 기업재단의 문화예술 분야 사업 유형별 구분 >**

분야	내용
시설운영	삼성 호암미술관('82), 금호미술관('89), LG아트센터('00), 금호아트홀('00), CJ아지트('09), GS칼텍스 예울마루('12)
인재육성	금호 악기은행('93)·영재콘서트('98)·영아티스트콘서트('99), 삼성 악기은행('97)
교육	LG 아트클래스('08), 두산 어린이아트스쿨('12)
대중문화	CJ 튜업·크리에이티브마인즈('10), 프로젝트S('13)

\* 출처: 2014 기업·기업재단 사회공헌백서

- 기업재단이 운영하는 문화예술 시설은 전시회·공연 등을 통한 신인 예술가 발굴의 장으로도 활용되었으며, 일반 대중들의 문화 접근성 향상에도 기여한 것으로 평가됨

\* 1960년대 설립 주요 문화재단: 삼성문화재단(1965년), LG연암문화재단(1969년)

- 또한, 최근에는 지역사회에 다목적 공연을 수용할 수 있는 문화 인프라 건립도 이어지는 등 양적·질적 성장을 통해 국민의 문화 수요를 충족시키고 있음

< 기업재단 운영 문화시설 >

재단	시설	내용
삼성문화재단	호암미술관	故이병철 회장 수집 한국 미술품 전시
	리움미술관	한국 고미술품 및 국내외 근·현대 미술품 전시
LG연암문화재단	LG아트센터	음악·뮤지컬·무용 등 다양한 공연예술 대상 다목적 공연장
GS칼텍스재단	예술마루	대극장·전시실 등 문화시설과 대규모 공원으로 구성된 복합문화예술공원
두산연강재단	두산아트센터	연강홀·스페이스 111·두산갤러리 등을 통한 공연 및 전시

- 2000년대 들어서는 대중문화로도 확대되어 인재양성, 전용시설 운영 등의 프로그램을 통한 국내 문화예술 다양화 및 대중문화 발전에 기여하고 있음
- 특히, 대중문화 분야는 공연·가요 등 한류와 밀접한 인재 발굴·육성 프로그램도 있어 향후 한류 지속에 기여할 것으로 기대

대중문화 인재양성 프로그램 사례

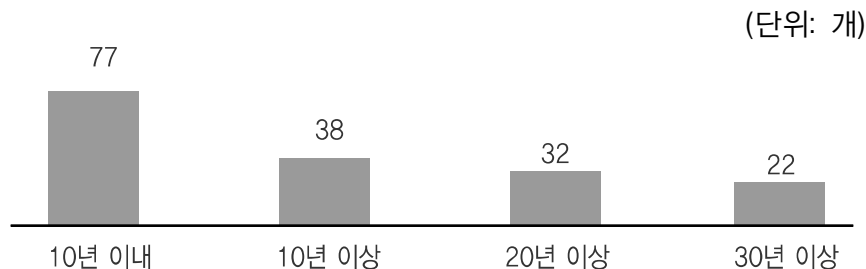
<사례> CJ문화재단 - 신인 육성 프로그램

- 튠업(Tune up - 신인뮤지션), 크리에이티브마인즈(Creative Minds - 신인 공연창작자), 프로젝트S(Project S - 신인 스토리텔러) 등 분야별 차세대 대중문화예술가 양성

3. 대표 사회공헌프로그램 현황 및 특성

- 기업재단들은 설립 목적에 근거하여 관련 프로그램을 지속적으로 추진하며 자신만의 전문 분야를 개척해나가고 있음
- 기업재단 대표 사회공헌 프로그램의 평균 연령은 만 15세로 장수 프로그램의 비중이 높으며, 30년 이상 장기 추진된 프로그램도 20개가 넘음

< 추진 기간별 현황 >



\* 주: 해당 항목 응답 대표 프로그램 169개 기준

- 특히, 장수 프로그램에는 장학사업 등 교육 분야 프로그램이 많아 이 분야에 대한 재단설립자인 기업과 기업가들의 지속적인 관심을 반영함

### 교육 분야 30년 이상 장수 프로그램 사례

#### <사례1> 수당재단 - 장학사업

- (시작) 1969년 / (누적수혜자) 12,952명
- (내용) 대학생·고등학생 중 성적이 우수하고 가정형편이 어려운 학생 대상 장학금 지원

#### <사례2> 종근당고촌재단 - 고촌장학금

- (시작) 1973년 / (누적수혜자) 6,218명
- (내용) 대학교 이상 학교에 재학하며 성적이 우수하나 가정형편이 어려운 학생 장학금 지원

#### <사례3> 한국고등교육재단 - 도서관연구소 운영

- (시작) 1974년 / (연간 이용자) 1,000여 명 이상 추산
- (내용) 국내외 전문도서·학술잡지·연구기관 자료·논문·유학 안내자료·외국어학습자료 등을 구비, 재단장학생과 연구원 및 관련분야 연구자들의 학문활동 지원

#### <사례4> 롯데장학재단 - 장학사업

- (시작) 1984년 / (누적수혜자) 36,554명
- (내용) 초중고생, 대학(원)생 중 성적이 우수하고 가정형편이 어려운 학생 지원

- 또한, 기업재단들은 대규모 투자와 장기적 관점의 추진이 필요한 사업을 지속적으로 추진해 온 결과, 특화 영역을 구축하며 성과를 거두고 있음
  - 학술, 환경, 의료 등 분야에서 기업재단들은 장기적 안목의 지속적인 투자를 통해 차별화된 성과를 이뤄가고 있는 것으로 평가받음
  - 다른 분야에서도 재단들은 설립 목적에 부합하는 다양한 사업을 통해 자신의 전문 영역을 개척하고 있음

**자신만의 영역을 구축한 기업재단**

**<사례1> 한국고등교육재단(SK) - 국제학술지원**

- 글로벌 석학 양성 및 국내외 학술교류 확대 기여

사업명	내용
국제학술교류	매년 50여 명의 아시아 학자를 초청, 1년간 국내 학자와의 협력연구 지원
아시아연구센터 설립·운영	아시아 각국 주요 학술기관에 아시아연구센터를 설립, 현지 학자들의 학술활동 지원 및 아시아 학자 간 지식협력 기반 확대
국제학술회의 지원	아시아-세계 지식인 간 학술 소통 및 지식 교류 활성화 차원 국제 학술대회 지원

**<사례2> LG상록재단 - 환경 분야**

- 환경보호 관련 국민 인식 개선 및 산림 생태계 개선 지원

사업명	내용
산림회복사업	산성우 등에 의하여 척박해진 산림 토양의 지력 회복
새집달아주기 사업	수동성(樹洞性) 조류들의 안전하게 서식하고 번식할 수 있는 환경 조성
곤지암 화담숲	식물의 생태적 연구와 보전 및 생태체험을 통한 교육 차원 수목원 조성

**<사례3> 아산사회복지재단 - 의료 분야**

- 지역 의료 인프라 구축 및 의료환경 개선, 의료발전 기여

사업명	내용
의료취약지역 종합병원 건립	의료취약지역인 농어촌 주민들을 위한 종합병원을 건립·운영 (강릉·정읍·보령·홍천·보성·영덕 등)
의료복지 사업	재단 산하 병원 인프라 및 인력 활용, 저소득층 및 의료 취약지역 주민 대상 순회진료·방문간호·진료비 지원 등 진행

□ 기업재단들의 대표 프로그램들은 주로 아동·청소년과 사회일반을 대상으로 하고 있으며, 파트너로는 학교·연구소를 선호하고 있음

○ 기업재단들의 대표 프로그램 172개를 분석해 본 결과, 아동·청소년과 사회일반이 각각 34.9%, 34.3%로 우리 기업 재단들은 미래 세대와 일반 대중을 대상으로 한 사업을 주로 추진하고 있음 (전체의 69.2%, 총 119개)

\* 사회일반: 취약계층 등 특정 계층이 아닌, 사회문제 전반 또는 일반대중을 대상으로 하는 사업

**< 대표 프로그램 대상별 비율 >**

(단위: %)

구분	아동·청소년	사회일반	노인	다문화	여성	장애인	환경	기타
비율	34.9	34.3	6.4	2.9	2.9	2.3	1.7	14.5

\* 주: 해당 항목 응답 대표 프로그램 172개 기준

- 특히, 두 대상군 모두 교육 프로그램의 비중이 가장 높았으며, 아동·청소년은 사회복지 프로그램이, 사회일반은 문화예술 프로그램이 각각 뒤를 이어, 프로그램들이 대상별 맞춤형으로 진행되는 것으로 분석

< 대상별 추진 분야 비율 >

(단위: %)

	아동·청소년	사회일반	노인	여성	장애인	다문화	환경	기타
교육	51.7	42.4	9.1	20.0	0.0	0.0	0.0	64.0
사회복지	41.7	18.6	81.8	20.0	75.0	60.0	0.0	12.0
문화예술	1.7	23.7	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	8.0
의료보건	1.7	3.4	0.0	40.0	25.0	20.0	0.0	4.0
체육	3.3	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
환경	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
농어촌	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0
해외	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0

\* 주: 해당 항목 응답 대표 프로그램 172개 기준

- 기업재단들의 대표 프로그램 중 52.3%가 파트너십을 통해 추진되고 있는 가운데, 이중 학교·연구소와 추진하는 프로그램이 18.9%로 가장 많음
- 이는 학교 당국 및 전문가의 참여와 협력이 필요한 학술연구·장학·상찬사업 등의 비중이 크기 때문이며, 교육 등 특정 전문분야에 대한 장기 프로젝트가 많은 기업재단 프로그램의 특성을 보여준다고 할 수 있음

< 추진방식별 비율 현황 >

(단위: %)

구분	단독	파트너십			
		학교·연구소	NPO	출연기업	정부·지자체
비율	47.3	18.8	13.3	10.3	10.3

\* 주: 해당 항목 응답 대표 프로그램 165개 기준

- 전체의 13.3%를 차지하는 NPO와의 협력은 주로 사회복지 분야에서 활발하게 이뤄지고 있는데, 사회복지 영역에서의 NPO들이 현장 경험과 지역사회와의 네트워크를 보유하고 있기 때문으로 분석

< NPO와 파트너십을 통해 추진되는 프로그램 비율 현황 >

(단위: %)

사회복지	교육	문화예술	자립지원	기타
77.3	9.1	4.5	4.5	4.5

\* 주: NPO와 추진되는 프로그램 22개 기준

- 기업재단들의 대표 사회공헌 프로그램들은 주로 전국 단위로 진행되고 있었으며, 1/6가량은 글로벌 단위에서 진행되고 있었음
- 전국 단위 프로그램 중 가장 많은 부분은 교육 분야 프로그램이었으며(42.5%), 지역 사회 대상 프로그램의 경우 사회복지 프로그램이 57.1%로 가장 높은 비중을 차지함
  - 기업재단 장학·학술지원 프로그램들은 대부분 전국 학생들을 대상으로 추진되고 있으며, 사회복지 프로그램들은 소외계층들을 효과적으로 지원하기 위해 특정 지역사회에 밀착하여 진행하는 특성을 반영

**< 지역단위별 비율 현황 >**

(단위: %)

구분	지역 사회	전국 단위	글로벌 단위
교육	14.3	42.5	73.9
사회복지	57.1	33.6	0.0
문화예술	14.3	9.7	13.0
의료보건	3.6	4.4	0.0
체육	7.1	0.9	0.0
환경	0.0	2.7	0.0
응급/재난구호	0.0	0.9	0.0
농어촌	0.0	2.7	0.0
해외	0.0	0.0	4.3
자립지원	3.6	1.8	0.0
기타	0.0	0.9	8.7

\* 주: 해당 항목 응답 대표 프로그램 164개 기준

- 또한, 글로벌 단위 프로그램 중 교육의 비중이 큰 것은 해외학술 지원 프로그램 등 기업재단들의 교육사업 영역이 점차 해외로 확장되고 있기 때문



## IV. 시사점

### 1. 기업 사회공헌 부문

- [진정성을 담다] 사회공헌지출비용은 다소 감소하였지만, 세전이익 대비 지출 비율은 비슷한 수준을 유지, 내부 임직원 봉사활동 등을 통한 내실화 추구
  - 응답기업의 2013년 대비 사회공헌지출비용은 3.7% 감소하였지만, 세전이익이 더 큰 폭으로 감소(▲4.2%)하며 세전이익 대비 비율은 3.50%로 비슷한 수준 유지
  - 2006년 이후, 봉사활동 참여 임직원의 연간 봉사시간이 2.5배 가까이 증가하면서, 임직원들의 사회공헌활동에 대한 진정성과 필요성에 대한 공감대 형성에 기여
- [변화에 동참하다] 사회공헌 관련 트렌드 및 정부 정책 등 변화하는 사회 이슈 물론, 사회적 문제 해결을 기업의 사업과 연계하여 능동적·적극적 대응
  - 기업 실무자들은 업연계형 사회공헌, CSV 등 최근 사회공헌 관련 트렌드에 대해 주목하고 있으며, 각종 사회적 이슈를 사회공헌활동에 반영하기 위해 노력 중
  - 2014년은 세월호 사건 등 국내 재난재해 관련 부문에 대한 지원이 크게 증가하였는데, 이는 기업들이 사회적 문제에 적극적으로 대응하고 있다는 반증
- [동반자를 찾다] 기업들은 전문성을 갖춘 외부 전문기관(NPO 등)과의 협업을 통해 사회공헌활동의 명분과 실리를 함께 추구
  - 사회공헌에 대한 전문성을 보유한 외부기관과의 협력에 대한 요구는 크지만, 사업 추진과정에서 발생할 수 있는 마찰 등을 우려하고 있는 것으로 나타남
  - 기업의 노력도 중요하지만, 사회문제를 해결해나가는 파트너로서 외부기관의 기업에 대한 이해 노력이 더해진다면 파트너십은 더욱 효과적일 수 있을 것으로 전망
- [특기를 살리다] 비현금성 사회공헌활동으로서 기업 보유자산이나 임직원의 재능기부 등을 통한 프로보노 활동이 업연계 사회공헌과 맞물려 점차 늘어나는 중
  - 미래인적자원 양성을 위한 아동·청소년 대상 교육 프로그램, 저소득층소외계층을 위한 삶의 질 개선 사업, 사회적 기업 등을 대상으로 한 역량강화 등 우리사회 전반의 경쟁력 제고를 위해 기업의 핵심역량을 투입한 사회공헌활동 추진
  - 임직원의 참여를 통한 프로보노 활동은 국민들에게 한층 더 다가갈 수 있는 사회공헌이면서, 사회공헌의 직접적인 비용 지출을 절감하고 봉사참여를 통해 임직원의 내부 역량강화도 도모할 수 있다는 측면에서 효과적인 사회공헌활동

## 2. 기업재단 부문

- [특색을 갖추다] 기업재단들은 설립 목적에 맞는 장기 사회공헌 프로그램을 추진하면서 전문화된 분야를 구축하고 있음
  - 기업과 달리 기업재단들은 경기 영향을 덜 받으며, 특정 사업을 목적으로 설립되었기 때문에 장기적 관점에서 프로그램을 추진할 수 있는 특성이 있음
  - 이에 따라, 기업재단들은 의료·환경·문화예술 등의 분야에서 인재육성, 관련 인프라 구축 등의 장기 프로그램들을 통해 두드러진 독자적 영역을 구축하고 있음
- [전문성을 활용하다] 기업재단들은 대상, 영역을 확장하며 관련 분야 발전에 기여하고 있으며, 최근에는 분야별 구분이 희미해지는 융합형 프로그램도 등장함
  - 교육 분야 사회공헌은 저소득층 우수 학생들의 장학금 지원에서 출발하여, 현재는 외국인 유학생들의 국내 수학을 지원하는 등 글로벌 인재 양성까지 관심을 기울이고 있으며, 전문 직군 등으로도 대상을 확장하여 다양한 분야의 인재양성과 학술 분야 발전에도 기여하고 있음
  - 문화예술 프로그램들도 클래식 예술 중심 인프라 구축과 인재양성에서 일반 대중과 소외계층 문화 향유를 위한 프로그램으로 이어지고 이제는 대중문화 인재 양성 프로그램이 등장하는 등 영역 확장과 방식 다양화가 이루어지는 추세
  - 또한, 지역 어린이집 건립·운영 등(사회복지-교육), 취약계층 어린이 대상 문화예술 교육(사회복지-문화예술) 등 새로운 형태의 사회공헌 프로그램도 등장

## 〈부록 1〉 2014년 기업 사회공헌활동에 관한 조사

- 본 조사는 기업의 사회공헌실태를 종합적으로 파악하여 기업 관계자들에게 유용한 자료를 제공하는 한편, 경제계의 사회공헌활동에 대한 국민들의 이해를 돕기 위해 1993년부터 정기적으로 실시하는 조사입니다. 조사결과는 「2014 기업·기업재단 사회공헌백서」 보고서로 발간될 예정입니다.
- 특히, 금년에는 기업 사회공헌활동의 변화양상을 상세히 분석하기 위해 조사표를 개편하였습니다. 조사표는 다음과 같이 크게 4개 파트로 구성되어 있습니다.
  - [1] 2014년 사회공헌 활동 (2014년도 사회공헌 지출비용, 비현금성 사회공헌 활동 현황)
  - [2] 기업 사회공헌 대표사업 및 성과 (대표 사회공헌 프로그램 등)
  - [3] 기업 사회공헌 사내제도 현황 (기업 사회공헌 조직 구성, 임직원 지원 제도 등)
  - [4] 기업 사회공헌 주요 트렌드 인식 조사 (내외부 저해요인, 제도 건의사항 등)
- 금년도 조사는 응답 편의성을 높이기 위하여 온라인 설문시스템 방식을 도입하였습니다.
- 귀사의 답변은 오직 통계 분석의 목적으로만 활용되며, 개별 사항은 대외적으로 절대 비밀이 보장됩니다.



### ♣ 귀사의 일반현황에 대해 응답해 주십시오.

<b>기업명</b>			
<b>업종</b>	①제조업 ⑤유통업(도·소매업) ⑧문화예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업 ⑩기타 서비스업(교육, 사업시설관리 등)	②금융 및 보험업 ⑥운수업	③건설업 ⑦방송통신 및 정보서비스업 ⑨전문, 과학 및 기술서비스업 ⑪협회 및 단체 ⑫기타
<b>사업구조</b>	① B2C	② B2B	③ 혼용 ④ 기타(그룹 차원 등)
<b>기업소개</b>	※ 간략한(1~2줄) 기업소개로, 동 내용은 사회공헌백서에 기업편람에 소개될 예정입니다. (예시) 전국경제인연합회는 자유시장경제 창달과 건전한 국민경제의 발전을 위하여 올바른 경제 정책을 구현하고 우리 경제의 국제화를 촉진하는 데 노력하고 있습니다.		

### ♣ 작성자의 연락처를 기재하여 주시기 바랍니다.

<b>담당부서</b>		<b>담당자 성명(직위)</b>	(     )
<b>주소지</b>	우편번호 :		
<b>연락처</b>	(사무실) (핸드폰)	<b>팩스번호</b>	(     )
<b>E-Mail</b>		<b>홈페이지 주소</b>	

# 1 2014년 기업 사회공헌 활동 현황

## [2014년도 사회공헌지출비용 현황]

### 1. 사회공헌지출비용은 얼마입니까?

- ① 2014년도 사회공헌지출비용은 얼마입니까? ( )원
- ② 2013년도 사회공헌지출비용은 얼마입니까? ( )원

\* 2014년 사회공헌지출비용이 2013년 사회공헌지출비용보다 증가한 경우, 2-1로, 감소한 경우에는 2-2로 이동

### < 기재시 참고사항 > 기업 사회공헌 비용 기준

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

#### ① 자율프로그램

: 각 기업이 뚜렷한 자체 기획의지를 갖고 독자적 또는 NPO 등과 협력·운영하는 프로그램

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

#### ② 간접 프로그램(일반 기부)

: 외부의 기존 프로그램에 대한 후원·협찬, 일반적 재해구호금과 같은 비지정성 기부금 등 (현금 기부뿐만 아니라 현물 기부 포함 등)

< 기부금 처리가 될지라도 사회공헌비용에 포함되지 않는 항목(非사회공헌적 성격의 지원) >

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

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

※ 동 기준은 2005년 한국비영리학회와 사회공헌 지표 개발 작업의 일환으로 공동으로 정비한 것을 2014년도 기업 의견을 받아 재수정한 것입니다.

### 2-1. (증가한 경우) 2013년도 대비 2014년도 사회공헌 지출비용이 증가한 이유는 무엇입니까?

1순위	2순위

- ① 경영성과 호간 진행되는 대규모 SOC성 사업 추진
- ② 재단 신규 설립에 따른 출연금 또는 기존 재단에 대한 지원금 증가
- ③ 특정 사업기간 진행되는 대규모 SOC성 사업 추진
- ④ 대표 사회공헌프로그램에 대한 투자 증가 또는 신규 론칭 (SOC성 사업 제외)
- ⑤ 긴급 구호, 국가적 행사 등 당해연도 이슈에 따른 외부비용 증가
- ⑥ 기타 ( )

2-2. (감소한 경우) 2013년도 대비 2014년도 사회공헌 지출비용이 감소한 이유는 무엇입니까?

1순위	2순위

- ① 경영성과 부진에 따른 사회공헌예산 감소
- ② 재단 해산에 따른 출연금 정리 또는 기존 재단에 대한 지원금 감소
- ③ 특정 사업기간 진행되는 대규모 SOC성 사업 종료
- ④ 기존 프로그램에 대한 투자 감소 또는 프로그램 종료 (SOC성 사업 제외)
- ⑤ 긴급 구호, 국가적 행사 등 당해연도 이슈 부재에 따른 외부비용 감소
- ⑥ 기타 ( )

3. 2014년도 사회공헌지출비용을 운영방식에 따라 구분해주시기 바랍니다.

구 분		규 모
① 자율프로그램	①-1. 자체사업	( ) 원
	①-2. 파트너십	( ) 원
② 간접 프로그램 (일반기부)		( ) 원
♣ 2014년도 총액 ① 자율프로그램 + ② 간접프로그램		자동 계산 예정

4. 2014년도 사회공헌지출비용 중 기부금 처리된 금액은 얼마입니까?

( )

5. 2014년도 사회공헌지출비용을 사업영역별로 구분해주시기 바랍니다.

대 상	자체 사업	파트너십	일반 기부	분야별 총액
① 취약계층 지원	원	원	원	원
② 교육·학교·학술	원	원	원	원
③ 문화예술체육	원	원	원	원
④ 환경 보전	원	원	원	원
⑤ 의료 보건	원	원	원	원
⑥ 해외 지원	원	원	원	원
⑦ 기 타	원	원	원	원
♣ 총액 (1-①번 항목 총액과 동일)	원	원	원	원

★ 기타 항목에서 가장 많은 비중을 차지하는 대표사업과 금액을 구체적으로 기재 바랍니다.

사업명	금 액

**< 기재시 참고사항 > 분야별 구분 기준**

- ① 취약계층 지원 : 취약계층의 주거, 의료, 문화 등 전반에 대해 일정 수준 이상의 생활 유지를 위한 지원, (사회복지학상의 개념), 사회복지시설에 대한 지원, 취약계층 자립을 위한 사회적기업 등
- ② 교육학교·학술 : 장학금, 경제교실 등 교육 기부, 대학생 봉사단, 교육기자재 지원, 학술연구비 등
- ③ 문화예술체육 : 문화예술체육계의 인재 양성 및 산업 융성, 일반 대중의 문화예술체육 향유를 위한 지원 (문화예술 및 체육 단체 지원·시설 건립·행사 지원, 문화재 복원 등)
- ④ 환경 보전 : 환경단체 활동 지원, 나무심기, 환경보전 캠페인, 재활용 캠페인 등
- ⑤ 의료 보건 : 병원 건립·운영 지원, 일반 국민의 의료복지 증진을 위한 사업
- ⑥ 해외 지원 : 해외 재해복구 지원, 저개발국 빈곤퇴치, 해외현지 한국학교 설립 등
- ⑦ 기타 : 1사 1촌, 전통시장 지원, 국내 재난재해 지원 등

※ 분야별 구분이 모호한 경우, 사업의 궁극적 목적과 지원 대상자를 기준으로 구분하여 주시기 바랍니다.  
 ex. 시각 장애인 대상 보조기기 지원 → 취약계층 지원  
 취약계층 아동 대상 문화예술 프로그램을 통한 심리 치료 → 취약계층 지원  
 장학금 지원 → 인재 양성

**[2014년도 비현금성 사회공헌활동 실적]**

6. 2014년도 사회공헌활동 중 회계상 처리가능한 내역 외에 비현금성 사회공헌활동이 있다면 작성해주시기 바랍니다.

① 프로보노 활동

활동 내용	참여인원	총 참여시간
	명	시간

①-A 프로보노활동에 대해 내부 금액 환산기준이 있는 경우, 다음의 내용을 작성해주시기 바랍니다.

금액 환산시	산식
원	

② 시설 개방

시설명	개방건수	개방시간	유료 대여시설 여부
	회	시간	
	회	시간	

②-A 시설개방에 대해 내부 금액 환산기준이 있는 경우, 다음의 내용을 작성해주시기 바랍니다.

금액 환산시	산식
원	

③ 현물 기부 (기부금 처리를 하셨더라도 기재해주시기 바랍니다)

현물 종류	총 기부수량	자사 제품 여부
	개	
	개	

③-A 현물기부에 대해 내부 금액 환산기준이 있는 경우, 다음의 내용을 작성해주시기 바랍니다.

금액 환산시	산식
원	

④ 임직원 봉사활동

구 분	규 모	비 고
① 전체 직원 수	( ) 명	☞ 국내 직원 수 한정
② 봉사활동 실인원	( ) 명	☞ 1년 중 1회라도 봉사활동에 참여한 사람으로 전체 직원 수 보다 적어야 함
③ 봉사활동 참여율	자동계산	☞ 봉사활동 인원(실제 참여) / 전체 직원 수 (100%를 넘지 않음)
④ 봉사활동 총 시간	( ) 시간	☞ 봉사활동 건당 활동시간 × 참여인원 (개인시간 기준)

\* <예시> 식목 행사에 100명 참여 / 1시간 활동 → 자원봉사 건수 1회, 자원봉사 총 시간 100시간

\* 동 기준은 2005년 한국비영리학회와 사회공헌 지표 개발 작업의 일환으로 공동으로 정비한 것임

## 2

## 대표 사회공헌 프로그램 현황

7. 대표 사회공헌 프로그램을 기재해주시고, 각 항목에 체크해주시기 바랍니다.

구분		프로그램1 ( )	프로그램2 ( )	프로그램3 ( )
①	사업 시작년도	년		
②	사업 대상	① 아동·청소년 ② 장애인 ③ 노인 ④ 다문화가정 ⑤ 여성 ⑥ 환경 ⑦ 사회적기업 ⑧ 사회 일반 ⑨ 기타(군인, 재래시장 등)		
③	사업 분야	① 취약계층 지원 ② 교육·학교·학술 ③ 문화·예술·체육 ④ 환경 보전 ⑤ 의료 보건 ⑥ 해외 지원 ⑦ 기타		
④	사업 파트너	① 단독 추진 ② 자사 출연재단 ③ NPO ④ 정부·지자체 ⑤ 기타		
⑤	지역별 구분	① 지역사회형 ② 전국단위형 ③ 글로벌형		
⑥	지원형태별 구분	① 하드웨어 지원 ② 소프트웨어 지원 ③ 혼합형		
⑦	사회문제 접근방식별	① 긴급지원형 ② 자립촉진형 ③ 미래자원육성형 ④ 미래 유무형 인프라 조성형 ⑤ 기타		



**< 기재시 참고사항 > 작성 기준****【 사업형태별 구분 】 \* 통계처리 데이터로만 활용 예정****① 지역별 구분**

지역사회형	· 사업장이 위치한 지역 또는 특정 지역에 한정하여 운영하는 프로그램
전국 단위형	· 2개 이상의 광역시/도를 대상으로 하는 프로그램
글로벌형	· 글로벌 단위로 운영하는 프로그램이되, 관련 비용 본사차원에서 처리 (국내 사회공헌활동비용과 무관한 해외법인의 독자적인 프로그램은 제외)

**② 이슈별 구분**

사회문제 해결	· 일반 대중에 영향을 미치는 사회문제 해결을 목표로 한 사업 (예, 학교폭력, 자살 등)
업종 관련 이슈	· 사업/업종 관련 이슈 해결을 목표로 한 사업 (예, 자동차-교통안전, 제조업-환경 등)
취약계층 지원	· 소외계층 및 저소득층 대상 각종 지원사업 (예, 공부방 지원사업 등)

**③ 지원형태별**

하드웨어 지원	· 시설을 건립하거나 물품을 지원하는 사업 (예, 도서관 건립, 쌀 지원, 장학금 지원 등)
소프트웨어 지원	· 특정 프로그램 중심의 지원 (예, 심리치료 프로그램, 청소년 경제교육 등)
혼합형	· 하드웨어와 소프트웨어 동시 지원

**④ 사회문제 접근방식별**

긴급지원형	· 쪽방촌 라면 지원 등 시급한 문제 해결을 위한 지원 (“물고기”를 주는 사업)
자립촉진형	· 사회적기업 등 자립 지원 (“물고기 잡는 법”을 가르쳐주는 사업)
미래자원 육성형	· 미래 인재양성을 위한 교육프로그램 운영 등 (“미래의 어부”를 키우는 사업)
미래 유무형인프라 조성형	· 문화예술단체 지원, 나눔문화 확산 등 선진국가 조성을 위한 사업 (“물고기가 사는 생태계”를 가꾸는 사업)

## 3

## 기업 사회공헌 사내제도 현황

## [기업 사회공헌 조직 및 평가 제도]

## 8. 사회공헌 촉진을 위한 전담부서 현황

사회공헌 전담부서	① 운영 중 ② 전담부서 없음
사회공헌 전담인원	(        )명
사회공헌 부서 상위 조직	① 사회공헌 전담 ② 전략·기획 ③ 홍보 ④ 대외(정책) ⑤ 경영지원(인사총무 등) ⑥ CEO 직속 ⑦ 기타

## 9. 사회공헌 관련 위원회 운영 여부

운영여부	① 운영 중 ② 운영하지 않음
위원회 명칭	
위원장(직급)	
위원회 구성	내부인사(        )명 외부인사(        )명
연간 개최 회수	① 연 1회 ② 반기 1회(연 2회) ③ 분기 1회(연 4회) ④ 월 1회(연 12회) ⑤ 기타

## 10. 사내 사회공헌 평가시스템 운영 여부

사회공헌 평가시스템 운영 여부	① 자체 평가 지표 사용 ② 외부 평가 지표 사용 ③ 없음
사회공헌 평가 지표 (복수 응답)	① 임직원 만족도 ② 외부 수혜자 만족도 ③ 홍보 실적 ④ 외부 전문가 평가 ⑤ 경제적 가치 환산 ⑥ 기타

[임직원들의 기부/봉사 지원제도]

11. 임직원 기부 촉진 제도

<p>임직원 모금제도 여부</p>	<p>① 우수리 제도(ex: 천원 단위 이하 기부)                  ② 급여 중 일정 퍼센트(1% 등)                  ③ 특정 금액 약정                  ④ 이벤트 모금                  ⑤ 기타( )                  ⑥ 없음</p>
<p>임직원 모금 운영주체 (사용처 결정 등)</p>	<p>① 사회공헌 부서                  ② 인사/총무 부서                  ③ 별도 운영위원회                  ④ 자체재단                  ⑤ 기타( )</p>
<p>임직원 모금 기부금 처리 여부</p>	<p>① 당해연도에 전액 처리                  ② 당해연도 사용분만 처리                  ③ 기부금 처리 안함</p>
<p>매칭그랜트 실시 여부</p>	<p>① 실시함 : 매칭비율( )배 *기업 매칭/임직원 기부                  ② 실시하지 않음</p>

12. 임직원 봉사지원 제도

<p>사내봉사자 지원제도 (복수응답)</p>	<p>① 사내 봉사조직 구축                  ② 봉사 교육 프로그램 제공                  ③ 봉사 휴가제도 (근무시간 내 봉사활동을 인정해주는 제도)                  ④ 우수 봉사자 표창제도 ( )                  ⑤ 봉사활동자 등록제도 (봉사활동 희망 직원들을 등록, 등록자에 관련 정보 제공)                  ⑥ 없음</p>
<p>자사 만의 특화된 봉사 촉진제도 소개 (주관식)</p>	<p>○ 프로그램 명:                  ○ 프로그램 내용:</p>
<p>임직원외 봉사프로그램 운영 (복수응답)</p>	<p>① 임직원 가족 대상                  ② 대학생 대상                  ③ 고객 대상                  ④ 기타( )</p>

## 4

## 기업 사회공헌 인식조사

## [기업 사회공헌 저해요인]

13. 귀사의 사회공헌 활동에 대한 내부 저해요인은 무엇입니까

1순위	2순위

- ① 자체 사업을 위한 예산 부족
- ② 전사 차원 지원 및 자원 활용에 대한 기획기능 부재
- ③ 사회공헌 업무에 대한 내부 매뉴얼 부족
- ④ 내부 임직원 관심부족
- ⑤ CEO 의지 부족
- ⑥ 단기 성과 위주 평가
- ⑦ 담당인력/전담부서 부재
- ⑧ (사회공헌 관련) 사회적 이슈에 대한 전문성 부재
- ⑨ 기타( )

14. 귀사의 사회공헌활동에 대한 외부 저해요인은 무엇입니까?

1순위	2순위

- ① 외부의 선심성 지원 요구
- ② 반기업 정서로 인한 왜곡된 시선
- ③ 법/제도로 인한 제약
- ④ NPO/사회 문제에 대한 체계적 정보 부족
- ⑤ 학계의 사회공헌에 대한 체계적 연구 미흡
- ⑥ 외부기관과의 파트너십 어려움
- ⑦ 나눔 활동에 대한 사회적 무관심
- ⑧ 기타( )

## [기업 사회공헌 주요 트렌드 인식]

15. 2015년 귀사의 사회공헌 사업계획에 영향을 미친 주요 요인은 무엇입니까?

- ① 사회공헌 관련 정부 정책(문화가 있는 날, 창업 지원 등)
- ② 입법 동향(공공조달, 사회적경제 등)
- ③ 국가적 이벤트/사건/사고 등 사회적 이슈
- ④ 사회공헌 성과 측정 필요성
- ⑤ 사회공헌 관련 새로운 방식 대응(CSV, 업 연계형 등)

15-1. 해당 요인이 귀사 사회공헌 사업계획에 미친 영향은 어떠했습니까?

- ① 긍정적
- ② 부정적

16. 기업 사회공헌에 대한 인식 제고에 필요한 것이 무엇이라고 생각하십니까?

1순위	2순위

- ① 대중매체 활용 기업 사회공헌 광고 등 언론 노출 확대
- ② 사회공헌프로그램의 국민 참여 확대
- ③ 사회공헌프로그램-기업 간 연관성 강화
- ④ 사회공헌 예산 증액
- ⑤ 사회 각계과의 파트너십 활성화
- ⑥ CEO의 적극적 참여
- ⑦ 사회적 나눔문화 확산
- ⑧ 학계의 사회공헌 성과에 대한 체계적 연구
- ⑨ 기타( )

[파트너십 관련]

17. 다음 중, 귀사의 사회공헌 파트너 기관으로 선호하는 대상은 무엇입니까?

- ① NPO
- ② 정부/지자체
- ③ 학계/연구소
- ④ 타 기업
- ⑤ 기타( )

18. 귀사가 사회공헌 활동에서 파트너십을 하는 이유는 무엇입니까?

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

19. 파트너십을 통한 사회공헌이 어려운 이유는 무엇입니까?

- ① 기업 특성에 맞는 사업 추진 어려움
- ② 전문성 있는 외부 기관에 대한 정보 부족
- ③ 사회공헌 사업에 대한 기업-외부 기관 간 시각차
- ④ 자체 사회공헌 역량 충분
- ⑤ 공유가치 창출 어려움
- ⑥ 기타( )

20. 외부기관과 파트너십이 원활히 추진되기 위해서 필요한 점은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 파트너십 매뉴얼 개발
- ② 사업 추진을 위한 외부 기관 역량 강화
- ③ 파트너 기관의 기업 생리에 대한 이해 제고
- ④ 기업-외부 기관 간 지속적 네트워크 장 마련
- ⑤ 외부 기관 정보 인프라 구축
- ⑥ 기업-외부 기관 간 원만한 소통
- ⑦ 파트너 단체의 투명성
- ⑧ 기타( )

## 〈부록 2〉 2014년 기업재단 사회공헌활동에 관한 조사

- 본 조사는 기업 및 기업재단의 사회공헌실태를 종합적으로 파악하여 기업 관계자들에게 유용한 자료를 제공하는 한편, 경제계의 사회공헌활동에 대한 국민들의 이해를 돕기 위해 1993년부터 정기적으로 실시하는 조사입니다.
- 특히, 금년에는 기업 재단 및 재단 사업에 대한 심층 연구를 위해 조사표를 개편하였습니다. 조사표는 다음과 같이 크게 5개 파트로 구성되어 있습니다.
  - [1] 재단 일반현황 (설립시기, 주무관청, 주요 목적사업, 출연기업, 직원 현황 등)
  - [2] 2014년도 자산 및 수입에 관한 현황 (재단 자산, 수입, 사업비 현황 등)
  - [3] 재단 사업에 관한 현황 (사업비 지출액, 분야별 사업비 집행액 등)
  - [4] 대표 프로그램 현황 (사업시작연도, 대상, 분야, 방식, 지역 구분, 성과 등)
  - [5] 출연기업과의 연계 (정책 건의사항 등)
- 금년도 조사는 응답 편의성을 높이기 위하여 온라인 설문시스템 방식을 도입하였습니다.
- 귀사의 답변은 오직 통계 분석의 목적으로만 활용되며, 개별 사항은 대외적으로 절대 비밀이 보장됩니다.



♣ 기업재단 및 작성자의 연락처를 기재하여 주시기 바랍니다.

재단명		대표 성명	
주소지	우편번호 :		
담당부서		담당자 성명(직위)	(     )
전화번호	(     )	팩스번호	(     )
E-Mail		홈페이지 주소	

☞ 추후 사회공헌백서 발송을 위해 정확한 연락처를 기재하여 주시기 바랍니다.

# 1 재단 일반현황

설립시기(0000년)	
주무관청	
주요 목적사업 (복수가능)	① 사회복지 ② 교육 ③ 문화예술 ④ 환경 ⑤ 체육 ⑥ 언론/정보 ⑦ 농촌 ⑧ 기타(        )
출연기업 (출연자)	
직원 수 (출연기업 파견자 포함)	(        ) 명

# 2 2014년 자산에 관한 현황

## 1. 자산에 관한 현황

설립 당시 (원)		
구분	2014년	2013년
기본재산 (재단을 운영하는데 기본이 되는 재산)		
보통재산 (기본 재산 이외의 모든 재산)		
자산총액(기본+보통)	자동 계산 예정	자동 계산 예정

## 2. 수입에 관한 현황

구분	2014년	2013년
재단의 자산 운용에 따른 수입 (이자수익, 배당금 등)		
관련 목적 사업 추진에 따른 수입 (입장료 등)		
출연기업으로부터의 연간 사업비 지원		
기타		

## 3

## 재단 사업에 관한 현황

## 3-1. 사업비 지출액 (단위: 원)

구분	2014년 총 지출액	2013년 총 지출액
지출액		

## 3-2. (증가시) 2013년도 대비 2014년도 사회공헌 지출비용이 증가한 이유는 무엇입니까?

1순위	2순위

- ① 출연기업 지원금 증가
- ② 대규모 SOC성 사업 신규 추진(시설 건립 등)
- ③ 대표 사회공헌 프로그램에 대한 투자 증가 또는 신규 론칭(SOC성 사업 제외)
- ④ 긴급 구호, 국가적 행사 등 당해연도 이슈에 따른 외부 지출 증가
- ⑤ 기타( )

## 3-3. (감소시) 2013년도 대비 2014년도 사회공헌 지출비용이 감소한 이유는 무엇입니까?

1순위	2순위

- ① 출연기업 지원금 감소
- ② 전년에 진행되던 대규모 SOC성 사업 종료
- ③ 기존 프로그램에 대한 투자 감소 또는 프로그램 종료(SOC성 사업 제외)
- ④ 전년에 발생했던 재난재해 등 국가적 이슈에 대한 외부 지출 감소
- ⑤ 기타( )

## 3-4. 분야별 사업비 지출액

구분	2014년 총 지출액	2014년 순사업비 (2014년 경상비 제외)
사회복지		
의료보건		
교육학교·학술		
문화예술		
체육		
환경		
응급/재난구호		
농어촌		
해외지원		
자립지원		
기타		
총계	자동 계산 예정	자동 계산 예정

\* 순사업비 = 인건비 등 경상비 제외 순 지출액



4

재단의 대표사업에 관한 현황

	프로그램1 ( )	프로그램2 ( )	프로그램3 ( )
사업시작년도			
사업대상	① 아동·청소년 ② 장애인 ③ 노인 ④ 다문화가정 ⑤ 여성 ⑥ 환경 ⑦ 사회일반 ⑧ 기타 (군인, 사회적기업 등)	① 아동·청소년 ② 장애인 ③ 노인 ④ 다문화가정 ⑤ 여성 ⑥ 환경 ⑦ 사회일반 ⑧ 기타 (군인, 사회적기업 등)	① 아동·청소년 ② 장애인 ③ 노인 ④ 다문화가정 ⑤ 여성 ⑥ 환경 ⑦ 사회일반 ⑧ 기타 (군인, 사회적기업 등)
사업분야	① 사회복지 ② 의료보건 ③ 교육·학교·학술 ④ 문화예술 ⑤ 체육 ⑥ 환경 ⑦ 응급/재난구호 ⑧ 농어촌 ⑨ 해외 ⑩ 자립지원 ⑪ 기타	① 사회복지 ② 의료보건 ③ 교육·학교·학술 ④ 문화예술 ⑤ 체육 ⑥ 환경 ⑦ 응급/재난구호 ⑧ 농어촌 ⑨ 해외 ⑩ 자립지원 ⑪ 기타	① 사회복지 ② 의료보건 ③ 교육·학교·학술 ④ 문화예술 ⑤ 체육 ⑥ 환경 ⑦ 응급/재난구호 ⑧ 농어촌 ⑨ 해외 ⑩ 자립지원 ⑪ 기타
사업 파트너	① 단독 추진 ② 출연기업 ③ NPO ④ 정부·지자체 ⑤ 학교/연구소 ⑥ 기타	① 단독 추진 ② 출연기업 ③ NPO ④ 정부·지자체 ⑤ 학교/연구소 ⑥ 기타	① 단독 추진 ② 출연기업 ③ NPO ④ 정부·지자체 ⑤ 학교/연구소 ⑥ 기타
지역별 구분	① 지역사회형 ② 전국단위형 ③ 글로벌형	① 지역사회형 ② 전국단위형 ③ 글로벌형	① 지역사회형 ② 전국단위형 ③ 글로벌형
지원형태별 구분	① 하드웨어 지원 ② 소프트웨어 지원 ③ 혼합형	① 하드웨어 지원 ② 소프트웨어 지원 ③ 혼합형	① 하드웨어 지원 ② 소프트웨어 지원 ③ 혼합형
2014년 사업규모(예산)			
(2014년 말 기준 누적 사업 규모)			
2014년 수혜자 수			
(2014년 말 기준 누적 수혜자 수)			

**5** 출연기업과의 연계

상근인력교류	① (            )명 ② 없음
재정 지원	① 있음 ② 없음
공동 프로그램 추진	① 있음 ② 없음
	*공동 추진 내용 -프로그램명 -프로그램 내용 -재단/기업 간 역할
대내외 홍보(복수 응답)	① 언론 홍보 ② 수혜자(참석자) 안내 지원 ③ 출연기업 임직원 대상 홍보 ④ 기타

**6** 재단 운영시설에 관한 현황

시설명	
위치(시군구)	
유형	① 공연장 ② 전시관(미술관 포함) ③ 도서관 ④ 체육시설 ⑤ 사회복지시설 ⑥ 어린이집 ⑦ 기타