
2025 주요 기업의 사회적 가치 보고서

2025. 12.

FKI 한국경제인협회

X-ESG 얼라이언스

Contents

<요 약>	1
I. 조사개요	3
II. 분석결과	4
1. 2024년 사회공헌 지출 현황	4
(1) 사회공헌 총 지출 규모	4
(2) 사회공헌 증감 추이	5
(3) 경영성과 대비 사회공헌 지출 비율	8
(4) 분야별 지출 현황	9
2. 사회공헌 프로그램 현황	12
(1) 기업 사회공헌 키워드	12
(2) 대표 사회공헌 프로그램	17
(3) 신규 사회공헌 프로그램	18
3. 임직원 봉사활동 현황	24
4. 기업 사회공헌 인식	28
5. ESG 경영 활동	30
6. 올해의 사회공헌	37
<참고> 2024년 기업 사회공헌활동에 대한 조사표	39

- 「2025 주요 기업의 사회적 가치 보고서」는 한국경제인협회가 1993년부터 발간해 온 「주요 기업 및 기업재단 사회공헌백서」의 기업 부문 조사에 주요 기업의 사회적 가치 창출 현황과 신규 사회공헌 동향 등을 추가하여 발간한 보고서입니다.
- 내용과 관련하여 의견이나 문의사항이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.
TEL : 02-3771-0067 FAX : 02-6234-5252 E-mail : minseo@fki.or.kr

요 약

□ 2024년 사회공헌 지출 현황

- (지출액) 주요 기업 325개사가 2024년 한 해 동안 지출한 사회공헌비용 총 규모는 5조 3,843억 9,461만 원, 평균 금액은 165억 6,736만 원으로 조사됨
- (경영성과 대비) 매출액 대비 사회공헌 지출 비율은 0.19%, 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율은 2.8%로 나타남
- (분야별 지출 현황) 분야별로는 ‘취약계층 지원’에 대한 지출 비중(31.8%)이 가장 높았으며, 이어 ‘교육·학교·학술’(16.2%), ‘문화예술·체육’(11.2%), ‘창업지원’(11.2%) 순

□ 기업 사회공헌 키워드: 지역·산업·기술 연결형 사회공헌 (LINC)

- Local co-growth + INdustry-Linked + Convergence with AI & Technology: 2024년 기업의 사회공헌은 지역 및 소상공인의 자생적 성장을 지원하는 상생 기반(L), 기업 핵심사업과 연계된 전략 기반(IN), AI·데이터·디지털 기술을 활용한 융합 기반(C)을 중심으로 더욱 뚜렷하게 발전하고 있음. 이는 기업 사회공헌이 더 이상 ‘단순 지원’에 머무르지 않고, 지역 사회-산업-기술을 유기적으로 연결하는 지속가능 가치 창출 체계로 진화하고 있음을 보여줌. 즉, 기업 사회공헌의 중심축은 ‘무엇을 지원할 것인가’에서 ‘어떻게 연결할 것인가 (LINC)’로 진화
- (Local co-growth) 사회공헌의 무게 중심이 소상공인·지역사회의 지속가능한 생태계 조성으로 확대되고 있으며, 지역 내 경제 활동 주체들의 자립 역량을 높이는 상생 모델이 강화되고 있음
- (INdustry-Linked) 기업은 단순 기부나 외부 위탁형 프로그램에서 벗어나, 자사의 기술·제품·공급망·서비스 역량을 직접 활용하여 사회문제를 해결하는 전략형 사회공헌으로 전환하고 있음
- (Convergence with AI&Technology) AI 기반 기술이 사회공헌의 기획·운영 전반에 빠르게 도입되며, 교육·돌봄·환경 등 다양한 분야에서 기술 융합형 사회공헌 모델이 확산되고 있음

□ 대표 사회공헌 프로그램 현황 - 대상, 추진기간

- (사업대상) 응답기업들의 사회공헌 대표 프로그램은 ‘아동/청소년’을 대상으로 하는 사업이 27.1%로 가장 많았고, 이어 ‘지역사회 발전’(14.8%), ‘장애인’(10.8%) 순으로 조사됨
- (추진기간) 대표 사회공헌 프로그램의 평균 나이는 9.6세로, 10년을 초과하여 지속되고 있는 프로그램은 38.5%, 15년 초과 프로그램도 18.6%에 달함

□ 신규 사회공헌 프로그램 현황

- (사업대상) 2023년, 2024년도 신규 론칭된 사회공헌 프로그램 중 ‘아동·청소년’을 대상으로 하는 프로그램이 24%로 가장 많았으며, ‘지역사회 발전’(17.3%), ‘환경’(12.1%) 순으로 나타남
- (특징) 올해 신규 사회공헌 프로그램에서 ‘아동·청소년’ 대상 비중이 24%로 가장 높게 나타난 것은, 미래세대 교육·돌봄·디지털 격차 해소 등 사회적 수요가 지속적으로 확대되는 가운데, 기업들이 보유한 기술·콘텐츠·교육 인프라를 활용해 직접적인 사회문제 해결에 기여하려는 움직임이 강화된 데 따른 것으로 분석됨

□ 임직원 봉사활동 현황

- (참여시간) 임직원 1인당 연간 평균 봉사활동 시간은 2024년 5.8시간으로 2023년(4.2시간)보다 1.6시간 증가
- (봉사촉진제도) 주요 기업들은 임직원 봉사활동을 촉진하기 위해 사내 봉사조직을 구축하는 곳은 63.7%로 전년(30.2%) 대비 높은 비중을 보였으며, 이 외에도 우수봉사자 등록제(11%), 봉사교육 프로그램(10.4%) 등 다양한 참여 촉진 제도가 운영되는 것으로 나타남

□ 기업 사회공헌 인식 및 ESG 경영

- (고려사항) 기업들은 사회공헌 프로그램 운영 시 ‘지역사회가 당면한 문제 해결 및 지역 발전 기여도’(35.1%)를 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타남
- (영향요인) 사회공헌 담당자들은 사업계획 수립에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 기업 비전, 경영·홍보 전략, 관련 예산·조직 변동 및 내부평가 등 기업의 ‘내부요인’(37.1%)을 꼽음
- (관심분야) 향후 관심 있는 사회공헌 분야로 ‘취약계층 지원’(38.0%), ‘교육/학교/학술’(14.7%), ‘환경보전’(13.9%) 및 ‘지역경제 활성화’(7.6%) 순으로 응답

□ ESG 경영 활동

- (중점이슈) 기업들이 중요하게 생각하는 지속가능경영 이슈 중 가장 많은 비중을 차지한 것은 사회(S: 42%), 환경(E: 33%), 거버넌스(G: 25%) 순으로 조사됨
- (세부이슈) 세부 이슈로는 ‘온실가스 감축 및 에너지 관리’ 선정. 다음으로는 ‘안전 및 보건’ ‘지역사회, 사회공헌’과 ‘ESG 목표, 전략 설정 및 실행체계 구축’ 순
- (애로요인) ESG 경영 추진과 관련해 기업들은 ‘지속가능성 공시 등 국내외 ESG관련 규제·정책 대응’(49.3%)을 가장 큰 어려움으로 지적

I. 조사개요

1. 목적

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

2. 조사방법 및 기간

- 조사방법
 - 구조화된 설문지를 이용한 E-Mail, 팩스, 전화 조사
 - 지속가능경영보고서 등 기업별 외부공개자료 분석
(지속가능경영보고서, 통합보고서, 업종협회 사회공헌보고서, 기업 결산경영공시, 홈페이지 등)
- 조사기간: 2025년 11월 ~ 12월

3. 조사대상

- 조사대상 : 매출액 상위 500대 기업 (상장 및 외감기업)
- 분석기업 수 : 353개사(70.6%) * 지출액 집계는 비공개 28개사를 제외한 325개사 기준

< 분석기업 업종별 분포 >

구분	제조업	금융 및 보험업	유통업	전기·가스·수도	건설	방송통신·정보	운수업	숙박 및 음식점	기술 서비스	기타 서비스	부동산 및 임대업
기업 수	168	79	29	15	18	15	16	3	6	4	0
(비율%)	(47.6)	(22.4)	(8.2)	(4.2)	(5.1)	(4.2)	(4.5)	(0.8)	(1.7)	(1.1)	(0)

< 분석기업 매출액 순위 분포 >

매출액 순위	1~100위	101~200위	201~300위	301~400위	401~500위	계
기업 수	92	79	63	60	59	353
(비율%)	(26.1)	(22.4)	(17.8)	(17.0)	(16.7)	(100.0)

- * 단, 매출액 순위는 별도재무제표를 기준으로 함
- * 분석기업 353개사 중 28개사는 사회공헌 지출비용 비공개

4. 조사내용

- 2024년 기업 사회공헌 지출비용 및 분야별 지출 현황, 임직원 봉사활동 실적 및 관련 제도
- 신규 및 대표 사회공헌 프로그램 현황, 사회공헌 인식조사, ESG 경영·투자 등을 통한 사회적 가치 창출 사례 등

II. 분석결과

1. 2024년 사회공헌 지출 현황

(1) 사회공헌 총 지출 규모

- 한국경제인협회가 실시한 「2024년 기업 사회공헌활동에 대한 조사」 결과, 주요 기업 325개사가 2024년 한 해 동안 지출한 사회공헌비용은 총 5조 3,843억 9,461만 원으로 조사됨
- 2024년 1개사 평균 사회공헌 지출 규모는 165억 6,736만 원이며, 분석기업의 지출 규모를 나열한 중간값은 약 16억 원임
- 평균값과 중간값에 많은 차이가 발생하는 이유는 경영성과에 기반한 사회공헌 특성상 상위 그룹과 하위그룹 간 사회공헌비용 규모 차이가 크기 때문임

< 2024년 주요 기업 사회공헌 지출 규모 >

구 분	규 모
총 사회공헌 지출 규모(325개사)	5조 3,843억 9,461만 원
1개사 지출 규모 평균값 ¹⁾	165억 6,736만 원
1개사 지출 규모 중간값 ²⁾	약 16억

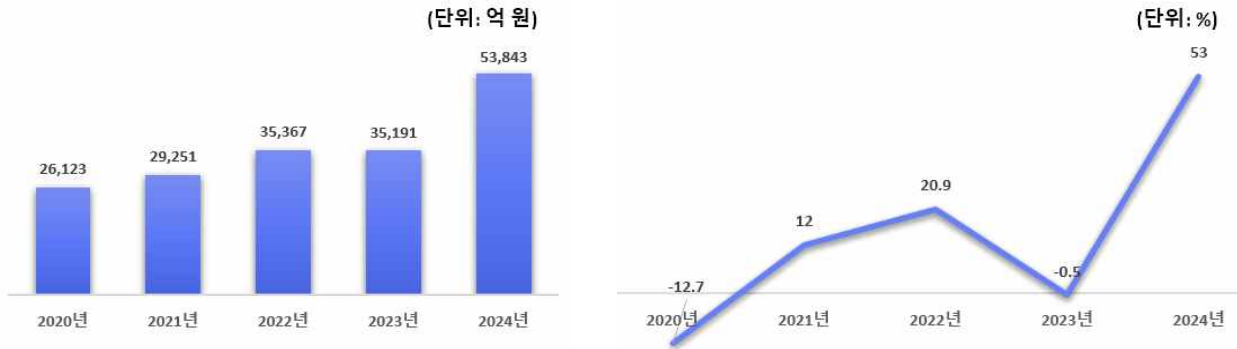
* 주1: 1개사 지출 규모 평균값은 총액에 대한 단순 평균으로, 개별 기업의 실제 상황과 다를 수 있음

* 주2: 1개사 지출 규모 중간값은 325개사를 지출 규모 순으로 나열할 때 중앙에 위치한 비용

(2) 사회공헌 지출 규모 증감 추이

□ [총 지출 규모 추이] 2024년 사회공헌 지출비용 5조 3,843억 9,461만 원은 2023년 지출한 3조 5,191억 4,418만 원에 비해 53% 증가한 규모

< 최근 5개년 기업 사회공헌 지출 규모 > < 최근 5개년 기업 사회공헌 전년대비 증감률 >



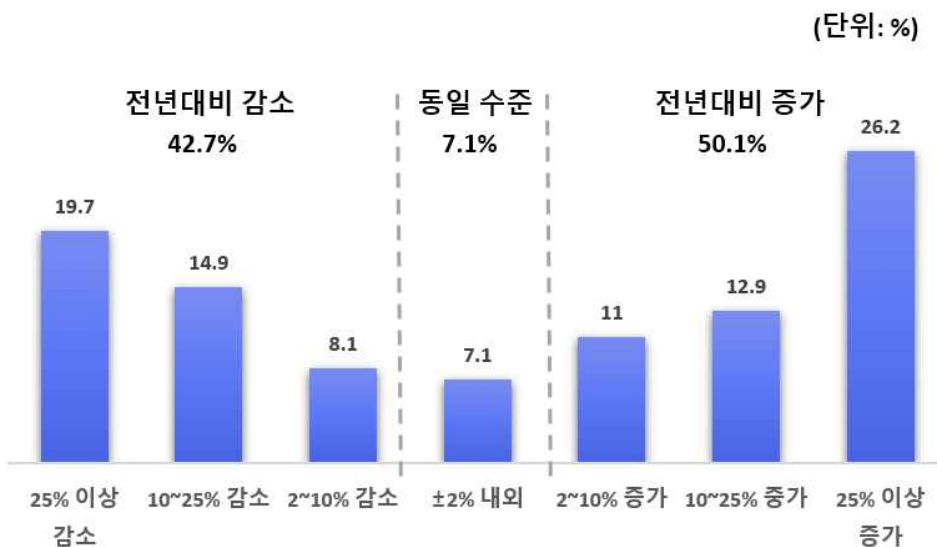
* 주1 : 해당항목 분석기업 기준 : ('20) 191개사, ('21) 219개사, ('22)260개사, ('23)219개사, ('24)325개사

* 주2 : 조사한 기업 수의 증가 영향이 있으나, 기업들의 실제 지출 확대도 반영된 결과임

□ 2023년 대비 2024년 사회공헌비용이 증가한 기업은 50.1%, 감소한 기업은 42.7%, 응답기업의 7.1%는 증감규모가 ±2% 내외로 비슷한 수준 유지

○ 사회공헌비용 증감률 분포를 보면, 전년 대비 25% 이상 증가했다고 응답한 기업이 26.2%로 가장 많았고, 전년 대비 증가한 비율은 50.1%

< 2024년 분석기업 증감현황 분포 >



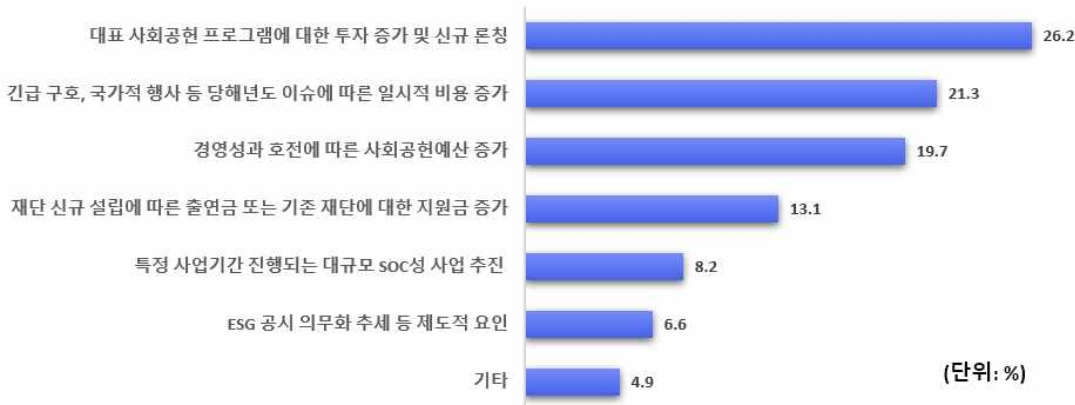
* 해당항목 분석기업 기준 (316개사)

* 그룹·지주 단위 공시 9개사는 증감산출 분석에서 제외

□ [증감원인] 2024년에는 대표 사회공헌프로그램에 대한 투자 증가 및 신규 론칭이 기업 사회공헌에 가장 큰 영향을 미친 것으로 조사되었음

- (증가요인) 사회공헌 지출이 증가한 원인은 ‘대표 사회공헌프로그램에 대한 투자 증가 및 신규 론칭’(26.2%), ‘긴급 구호, 국가적 행사 등 당해년도 이슈에 따른 일시적 비용 증가’(21.3%), ‘경영성과 호전에 따른 사회공헌예산 증가’(19.7%) 순으로 나타남
- 국내외 ESG 관련 기대수준이 높아지고 사회적 요구가 강화되면서, 기업들이 단순 기부에서 나아가 다양한 프로그램 운영을 확대하는 추세가 반영된 결과로 풀이됨

< 2024년 사회공헌비용 증가 원인 >



* 주: 해당항목 분석기업 기준 (59개사)

- (감소요인) 응답기업들은 사회공헌지출 감소 원인으로 ‘긴급 구호, 국가적 행사 등 당해년도 이슈 부재에 따른 비용 감소’(34.4%), ‘기존 프로그램에 대한 투자 감소’(19.7%), ‘경영성과 부진에 따른 사회공헌예산 또는 인력 축소’(19.7%) 순으로 응답

- 이는 지속되는 비용 부담과 경기 불확실성으로 인해 기업들이 효과가 낮은 사업을 조정하고 핵심 프로그램, 신규 프로그램 등으로 선택과 집중을 강화한 결과로 풀이됨

< 2024년 사회공헌비용 감소 원인 >

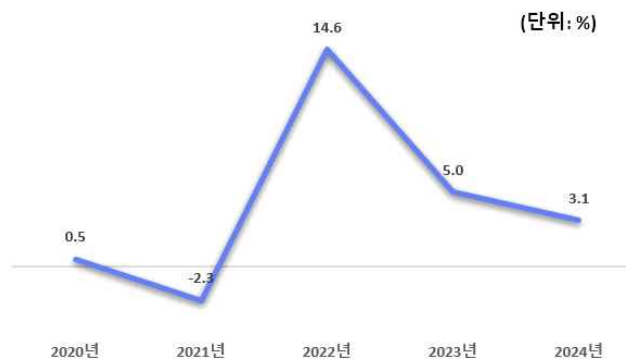
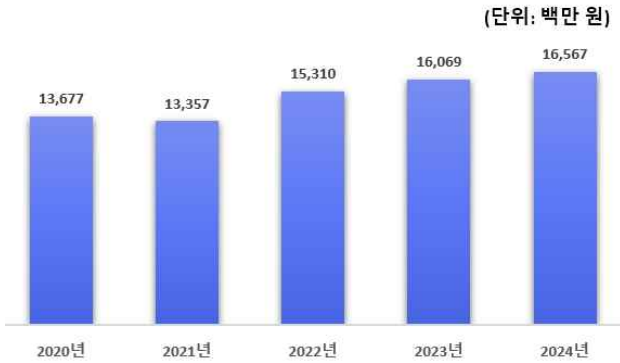


* 주: 해당항목 분석기업 기준 (61개사)

□ [평균값 추이] 2024년 1개사 평균 사회공헌 지출비용은 165억 6,736만 원으로 2023년 160억 6,915만 원과 비교해 약 3.1%가 증가한 것으로 나타남

< 최근 5개년 기업 평균 사회공헌 규모 >

< 최근 5개년 기업 평균 사회공헌 증감률 >



* 주: 해당항목 분석기업 기준: ('20) 191개사, ('21) 219개사, ('22) 260개사, ('23) 219개사, ('24) 325개사

< 연도별 기업 사회공헌 지출 규모 및 증감률 추이 > (단위: 백만 원, %)

	2004년 (227개사)	2005년 (244개사)	2006년 (202개사)	2007년 (208개사)	2008년 (209개사)	2009년 (220개사)	2010년 (220개사)
총 지출액 규모	1,228,432	1,402,510	1,804,816	1,955,642	2,160,141	2,651,756	2,873,505
전년도 대비 증감률	13.1%	14.2%	28.7%	8.4%	10.5%	22.8%	8.4%
평균 지출액 규모	5,412	5,747	8,979	9,402	10,336	12,053	13,061
전년도 대비 증감률	0.6%	6.2%	56.2%	4.7%	9.9%	16.6%	8.4%
	2011년 (225개사)	2012년 (234개사)	2013년 (234개사)	2014년 (231개사)	2015년 (255개사)	2016년 (196개사)	2017년 (198개사)
총 지출액 규모	3,088,382	3,253,478	2,811,483	2,670,835	2,902,050	2,094,785	2,724,356
전년도 대비 증감률	7.5%	5.3%	-13.6%	-5.0%	8.7%	-27.8%	30.1%
평균 지출액 규모	13,726	13,903	12,014	11,562	11,380	10,688	13,759
전년도 대비 증감률	5.1%	1.3%	-13.6%	-3.8%	-1.6%	-6.1%	28.7%
	2018년 (206개사)	2019년 (220개사)	2020년 (191개사)	2021년 (219개사)	2022년 (260개사)	2023년 (219개사)	2024년 (325개사)
총 지출액 규모	2,606,058	2,992,771	2,612,278	2,925,145	3,536,711	3,519,144	5,384,395
전년도 대비 증감률	-4.3%	14.8%	-12.7%	12.0%	20.9%	-0.5%	53.0%
평균 지출액 규모	12,651	13,604	13,677	13,357	15,310	16,069	16,567
전년도 대비 증감률	-8.1%	7.5%	0.5%	-2.3%	14.6%	5.0%	3.1%

* 주: 매해 발표한 사회공헌비용을 기준으로 기재함

(3) 경영성과 대비 사회공헌 지출 비율

□ [매출액 대비] 2024년 사회공헌활동 지출액이 전체 매출액에서 차지하는 비율은 0.19%로, 2023년 0.12%보다 증가한 것으로 나타남

* 「2024년 주요 기업의 사회적 가치 보고서」 응답기업(219개사)와 비교한 값

- 최근 3년간(2021~2023년) 매출액 대비 사회공헌 지출 비율은 0.12%의 안정적 수준을 유지함. 2024년에는 이 비율이 0.19%로 상승해, 사회공헌 활동에 대한 기업들의 투자 회복 및 확대 의지가 보여짐

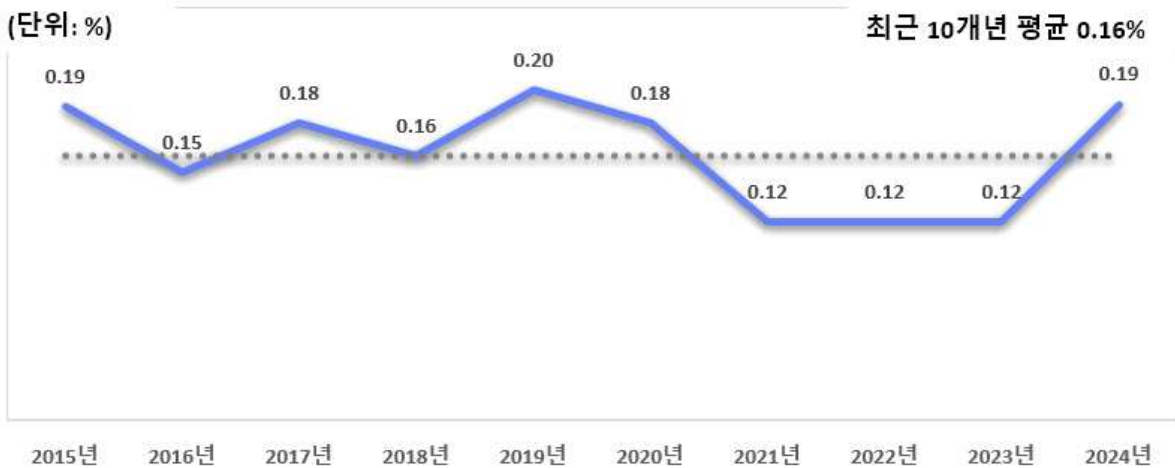
< 2024년 매출액 대비 사회공헌 지출 비율 분포 >

매출액 대비 사회공헌 지출 비율	1% 이상	0.5% 이상 ~ 1% 미만	0.1% 이상 ~ 0.5% 미만	0.05% 이상 ~ 0.1% 미만	0.02% 이상 ~ 0.05% 미만	0.02% 미만
기업 수(비율)	12(3.8%)	14(4.4%)	76(24.1%)	57(18.0%)	63(19.9%)	94(29.7%)

* 주1 : 해당항목 분석기업 316개사 기준 : 매출액은 별도재무제표 기준, 금감원 전자공시(DART) 데이터를 활용

* 주2 : 그룹·지주 단위 공시 9개사는 지출 비율 산출이 불가하여 분석에서 제외

< 최근 10년간 매출액 대비 사회공헌 지출 비율 추이 >



* 주 : 해당항목 분석기업 기준 : ('15) 255개사, ('16) 196개사, ('17) 198개사, ('18) 206개사, ('19) 220개사, ('20) 191개사, ('21) 219개사, ('22) 260개사, ('23) 219개사, ('24) 316개사

□ [세전이익 대비] 2024년 세전이익 대비 사회공헌 지출 비중은 2.8%로, 2023년 2.2%, 최근 10개년 평균 2.63% 대비 높음

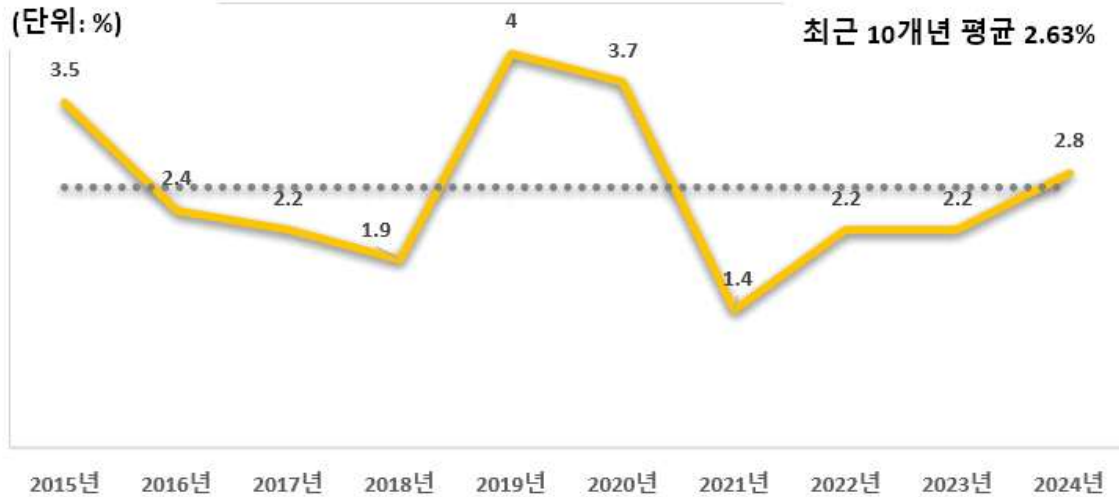
- 2024년 분석기업의 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율 분포를 보면, 1% 이상 지출한 기업이 전체의 40% 이상을 차지하는 등 일정 수준 이상의 기여가 폭넓게 이뤄진 것으로 나타남
- 또한 적자임에도 사회공헌을 수행한 기업 비중도 18%에 달함

< 2024년 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율 분포 >

세전이익 대비 사회공헌 지출 비율	10% 이상	5% 이상 ~ 10% 미만	1% 이상 ~ 5% 미만	1% 미만	적자기업
기업 수(비율)	23(7.3%)	20(6.3%)	85(26.9%)	131(41.5%)	57(18.0%)

* 주1: 해당항목 분석기업 316개사 기준: 세전이익은 별도재무제표 기준, 금감원 전자공시(DART) 데이터를 활용
 * 주2: 그룹·지주 단위 공시 9개사는 지출 비율 산출이 불가하여 분석에서 제외

< 최근 10년간 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율 추이 >

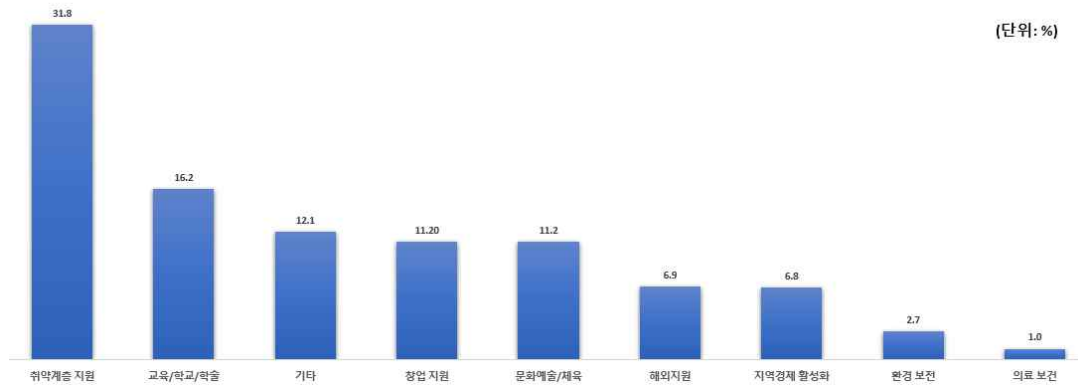


* 주: 해당항목 분석기업 기준: ('15) 255개사, ('16) 196개사, ('17) 198개사, ('18) 206개사, ('19) 220개사, ('20) 191개사, ('21) 219개사, ('22) 260개사, ('23) 219개사, ('24) 316개사

(4) 분야별 지출 현황

- 기업들은 사회공헌 지출이 가장 높은 분야로 '취약계층 지원'(31.8%)을 꼽았고, '교육·학교·학술'(16.2%), '문화예술·체육'(11.2%), '창업지원'(11.2%) 순으로 응답
 - 지출 비율이 증가한 분야에는 교육·학교·학술 지원('23년 11.2% → '24년 16.2%), 창업 지원('23년 9.6% → '24년 11.2%), 지역경제 활성화('23년 4.7% → '24년 6.8%)이 있음
 - 교육·학교·학술 및 지역경제 활성화 분야의 확대는 경기 둔화 속에서 지역·취약계층의 교육 격차와 생활여건 개선에 대한 사회적 요구가 높아진 흐름을 반영한 것으로, 기업들이 지역 기반의 지속가능성을 강화하는 방향으로 사회공헌을 재편한 결과로 풀이됨
 - 창업지원 분야의 증가 역시 예비창업자·청년을 중심으로 한 창업 생태계 조성 필요성이 커진 데 따른 것으로, 기업들은 스타트업·소셜벤처 지원을 통해 미래 혁신가 육성과 일자리 창출에 실질적 기여를 하고 있음

〈 2024년 분야별 사회공헌 지출 비율 〉



* 주: 해당항목 분석기업 기준 (56개사)

〈 분야별 사회공헌 지출 비율 추이 〉

(단위: %)

	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
취약계층 지원	43.8	38.3	31.7	33.9	29.5
교육·학교·학술	14.7	23.2	16.1	23.7	18.2
문화예술·체육	11.8	11.6	11.1	12.7	15.3
환경 보전	1.6	2.6	2.4	1.4	4.1
해외 지원	6.9	3.8	2.9	6.5	1.7
의료 보전	5.1	3.4	5.7	0.8	1.1
기타	16.1	17.1	30.1	21.0	30.1

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

	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
취약계층 지원	33.8	55.9	25.5	38.6	31.8
교육·학교·학술	24.9	13.1	16.3	11.2	16.2
문화예술·체육	12.1	11.4	13.6	15.0	11.2
환경 보전	0.9	1.5	4.1	2.1	2.7
해외 지원	1.5	0.7	12.2	6.3	6.9
의료 보전	1.7	3.1	0.5	1.1	1.0
창업지원	4.2	1.5	1.5	9.6	11.2
지역경제 활성화	2.0	2.6	13.2	4.7	6.8
기타	18.9	10.2	12.9	11.4	12.1

* 주 : 해당항목 분석기업 기준 (56개사)

2. 사회공헌 프로그램 현황

(1) 기업 사회공헌 키워드 : LINC

○ Local co-growth + INdustry-Linked + Convergence with AI & Technology:

2024년 기업의 사회공헌은 지역 및 소상공인의 자생적 성장을 지원하는 상생 기반(L), 기업 핵심사업과 연계된 전략 기반(IN), AI·데이터·디지털 기술을 활용한 융합 기반(C)을 중심으로 더욱 뚜렷하게 발전하고 있음. 이는 기업 사회공헌이 더 이상 ‘단순 지원’에 머무르지 않고, 지역사회-산업-기술을 유기적으로 연결하는 지속가능 가치 창출 체계로 진화하고 있음을 보여줌. 즉, 기업 사회공헌의 중심축은 ‘무엇을 지원할 것인가’에서 ‘어떻게 연결할 것인가(LINC)’로 진화하고 있음

□ [Local co-growth] 사회공헌의 무게 중심이 소상공인·지역 사회의 지속가능한 생태계 조성으로 확대되고 있으며, 지역 내 경제 활동 주체들의 자립 역량을 높이는 상생 모델이 강화되고 있음

○ 소상공인·지역기반 창업 지원, 유통·브랜딩·디지털 전환(DX) 역량 강화, 로컬 비즈니스 네트워크 구축 등 지역경제 성장 기반을 직접적으로 강화하는 형태의 사회공헌이 확산되고 있음

〈카카오〉 프로젝트 단골, 소상공인 디지털 전환 상생 프로그램

- (목적) 소상공인 대상 디지털 전환 및 마케팅 역량 강화 지원
- (내용) ‘프로젝트 단골’은 전통시장(단골시장), 지역 상권(단골거리), 전국 소상공인(단골 만들기 지원센터)을 대상으로 카카오톡 채널·카카오맵·온라인 판매 플랫폼을 활용한 디지털 전환 및 마케팅 역량 강화를 지원하는 상생 프로그램
- 2024년에는 ‘단골시장-우수시장 조성’ 및 ‘단골거리’ 사업을 확대하여 전통시장 212곳, 15개 지역 상권, 총 2,800명의 상인을 대상으로 현장형 디지털 교육·운영 컨설팅을 실시함. ‘단골 만들기 지원센터’를 통해 2022년부터 2024년까지 6만 6천여 명의 소상공인과 소통했으며 총 255억 원 상당 특채널 메시지 발송 비용 지원
- 소상공인이 일회성 지원이 아닌, 스스로 고객을 구축·유지할 수 있는 디지털 자생 역량을 형성한 것이 핵심 성과로 평가됨. 카카오는 향후 지원 지역·대상 범위 확대, 지역 상권별 성장 단계 맞춤형 디지털 전략 컨설팅 강화 등 소상공인의 지속가능한 지역 경제 생태계 형성을 목표로 사업을 고도화할 계획

〈신한은행〉 소상공인 상생 위해 ‘상생가게 지원사업’

- (목적) 지역사회·취약계층·소상공인 모두의 상생지원
- (내용) ‘상생가게 지원사업’은 신한은행의 지원을 바탕으로 하는 소상공인 나눔활동을 통해 어려운 이웃의 결식문제를 해결하고자 하는 프로젝트로 지역사회·취약계층·소상공인 모두가 상생하는 사회공헌 사업
- 2024년 사업은 신한은행 상생 배달앱 ‘땡겨요’에 입점했거나 입점 예정인 음식점종 소상공인을 대상으로 총 100명의 소상공인을 선발해 ▲나눔 지원금 100만 원 ▲가게운영 생계지원금 50만 원 ▲땡겨요 할인쿠폰 60만 원 등 1인당 최대 210만 원을 지원함으로써 소외된 이웃들을 위한 나눔 활동을 함께 진행
- 신한은행 해당 프로그램으로 전국 169개 사회복지시설을 통해 약 1만 2,000여 명에게 따뜻한 음식을 나누는 성과를 거두었으며 2025년 2차 사업도 이어가고 있음

〈롯데월드푸드〉 어썸바이트 캠페인

- (목적) 소상공인 지원 및 지역상권 활성화

- (내용) 지역 소상공인의 델리 메뉴를 제품화해 출시하는 상생 프로젝트 ‘어썸바이트 캠페인’을 통해 전국 각지의 샌드위치 맛집을 홍보하고 지역 상권 활성화를 도모함. 총 66곳의 샌드위치 맛집이 해당 캠페인에 참가했으며, 예선을 통과한 6개 팀이 대결을 펼쳐 부산 진구 전포동에 위치한 지역 숨은 맛집 ‘바오하우스’가 최종 우승을 거머쥐었으며, 세븐일레븐 전국 점포에 최종 우승작 ‘새우바오샌드위치’를 출시해 소비자들로부터 좋은 반응을 얻은 바 있음
- (참고) 롯데웰푸드는 지역사회와의 동반성장 문화 확산에 적극 참여한 공로를 인정받아 ‘2024 대한민국 동반성장 대상’에서 지역사회 동반성장 부문 대상을 받음

〈KT〉 나눔 플랫폼 ‘나눠정’

- (목적) 지역 농수산물 소상공인 지원을 통한 지역경제 활성화
- (내용) 2021년부터 나눔 플랫폼 ‘나눠정’을 통해 어려움을 겪고 있는 지역 농수산물 소상공인과 협업하여 지역 경제 활성화에 기여하고 있음. 2024년에는 전국 약 30명의 소상공인과 협력하여 ‘나눠정’ 앱의 온라인 장터를 무상으로 제공하였으며 이를 통해 기획전 기간 동안 약 2,000개의 지역 특산물이 판매되어 소상공인의 실질적인 매출 증대에 도움을 줌

〈하나은행〉 소상공인 사업장 대상 ESG지원 사업

- (목적) 지역 농수산물 소상공인 지원을 통한 지역경제 활성화
- (내용) 2024년 전국 약 4,100여 곳의 소상공인 사업장을 대상으로 100억 원 규모의 ESG 지원 사업. 2,475곳의 소상공인 사업장에는 노후화된 에어컨, 냉장고 등 저효율 에너지 기기를 고효율 기기로 교체하는 지원사업을 실시하였으며, 287곳의 사업장에 키오스크, 테이블오더, AI CCTV 등 디지털 전환 기기를 보급
- 1,360곳의 사업장을 대상으로 노후 간판 교체 또는 매장 내외 인테리어와 누수·방수 공사 등 실내 보수 작업을 지원. 마지막으로 104개의 소상공인 사업장에는 인테리어, 메뉴 개발, 마케팅 등 1:1 맞춤형 ‘토털 솔루션 컨설팅’을 지원

〈무신사〉 소상공인시장진흥공단과 함께 진행한 ‘온누리상품권’ 팝업스토어

- (목적) 소상공인의 판로 확대와 브랜드 노출을 지원해 지역 상권 경쟁력 강화
- (내용) 무신사는 소상공인시장진흥공단과 협력해 소상공인을 위한 팝업 스토어 공간을 마련하여 판로 확대를 지원. 2024년 10월에 열린 ‘온누리상품권’ 팝업 스토어는 20~30대 젊은 소비자에게 온누리상품권을 친숙하게 알리고, 가맹점이 직접 매장을 운영해 판매와 홍보 기회를 확보할 수 있도록 구성되었음. 팝업 공간에서는 방문객들이 구매 이벤트를 직접 경험하며 온누리상품권의 활용도를 이해할 수 있어 소상공인의 매출 증대와 신규 고객층 확보에 도움을 주었음

- [INdustry-Linked] 기업은 단순 기부나 외부 위탁형 프로그램에서 벗어나, 자사의 기술·제품·공급망·서비스 역량을 직접 활용하여 사회문제를 해결하는 전략형 사회공헌으로 전환하고 있음
- 제조·모빌리티·ICT·금융 등 산업별 특화 역량을 사회문제 해결의 핵심 자원으로 재해석하고, 기업의 혁신 인프라·인재·연구개발 역량을 지역·교육·환경·문화 분야 과제에 접목하는 사례가 증가하고 있음

<p><크래프톤> 베테그라운드</p> <ul style="list-style-type: none"> · (목적) 청소년에게 실질적 게임 개발 교육 경험 제공 · (내용) 크래프톤은 2023년부터 게임 개발에 도전하는 청소년을 대상으로 한 재능기부 프로그램 베테그라운드를 운영. 크래프톤 구성원들의 멘토링을 통해 참가자들이 게임 제작에 대한 실질적인 경험과 동기를 얻을 수 있도록 기회를 제공하고, 이를 통해 관련 학생 커뮤니티의 활성화를 지원. 국제 청소년 교육 비영리단체인 JA Korea와의 파트너십을 통해 운영되고 있는 베테그라운드는 현재까지 전국 37개교에서 참여하였으며, 팀 단위로 게임 프로젝트를 완성하는 과정을 통해 청소년들이 21세기 핵심역량을 함양할 수 있도록 돕고 있음 <p><기아> 초록여행</p> <ul style="list-style-type: none"> · (목적) 장애인들이 자유로운 여행을 경험할 수 있도록 안전하고 편리한 이동 환경 제공 · (내용) 기아는 2012년부터 모빌리티 역량을 활용해 장애인들의 이동권 향상에 기여하는 사회공헌 활동을 해 오. 전동/수동 휠체어 탑승이 가능한 장애인용 편의 차량 총 28대를 무상으로 대여함과 동시에 기사, 유류비, 여행 경비도 지원하고 있으며 전국 8대 권역에서 초록여행 사회공헌을 시행함으로써 수혜자 이용 접근성 강화함 · (참고) 그 외에도 고지대(지리산,소백산) 및 섬/바다(변산반도,한려수도) 여행 프로그램을 제공함과 동시에 장애인 인식개선을 위한 KBS라디오를 연계한 ‘초록여행 떠나요 캠페인’ 진행 <p><호텔롯데> 찾아가는 테마파크</p> <ul style="list-style-type: none"> · (목적) 장기 입원 치료 중인 어린이 환자와 가족들 대상 희망 나눔 이벤트 · (내용) 롯데월드에는 ‘찾아가는 테마파크’ 프로그램을 통해 장기 입원 치료 중인 어린이 환자와 가족들을 직접 병원에서 찾아가 희망을 나누고 있음. 1995년부터 이어온 이 프로그램은 롯데월드 엔터테인먼트팀 임직원이 참여해 깜짝 공연, 캐릭터 포토타임, 선물 전달 등을 진행. 롯데월드 어드벤처 부산은 2022년 오픈 이후 ‘어린이 날’과 ‘크리스마스’를 기념해 ‘찾아가는 테마파크’ 행사를 지속하고 있으며, 2024년 5월에는 롯데자이언츠 응원단과 합동공연을 개최함. 이를 통해 병원이라는 제한된 환경에서도 어린이들이 꿈과 희망을 잃지 않도록 따뜻한 응원을 전하고 있음 <p><한세실업> 취업 연계 봉제기술 교육 프로그램(과테말라 법인)</p> <ul style="list-style-type: none"> · (목적) 전문 봉제기술 교육을 통해 지역 인재 육성 및 지역사회 경제 안정에 기여 · (내용) 지난 2022년부터 매년 법인이 위치한 지역의 만 18세 이상 주민과 ‘천사의 집’ 학생을 대상으로 봉제기술 관련 교육 프로그램을 재능기부 형식으로 운영 중. 교육 과정이 종료된 이후에는 모든 참여자에게 기념품과 수료증을 수여하여, 추후 구직 활동 시 활용할 수 있도록 지원. 또한, 교육 참여자에 대한 평가를 실시하여 성적 우수자에게는 소정의 상품권과 함께 HANSAE PINULA, S.A. 공장 입사 시 우선 채용의 기회를 제공 · 해당 프로그램은 현재 3기까지 진행되었으며, 지역사회에 봉제기술을 보급하고 전문 인력을 육성함으로써, 현지 주민의 고용난 해소와 생활 안정에 실질적으로 기여하고 있는 것으로 긍정적인 평가를 받고 있음 <p><포스코이앤씨> 아동의 생활환경 및 보행안전을 확보하는 ‘꿈터지킴이’ 사업</p> <ul style="list-style-type: none"> · (목적) 노후된 아동복지시설 개보수 및 어린이보호구역 내 교통안전시설물 지원 · (내용) 포스코이앤씨는 ‘꿈터지킴이’ 사업을 통해 아동의 안전하고 건강한 성장을 지원. 임직원이 직접 참여해 지

역아동센터 10곳과 그룹홈 7곳의 누전·누수 보수, 난간 설치, 벽지·장판 교체, 방충망 및 가구 교체 등 생활 환경을 전반적으로 개선. 이를 통해 아이들이 지내는 공간을 보다 따뜻하고 안전한 생활공간으로 재정비

- 또한 어린이보호구역 내 안전봉과 안전울타리 설치를 지원하고, 임직원 봉사단을 중심으로 지속적인 교통안전지도 활동을 전개. 이러한 활동은 아이들의 보행로 안전 확보에 실질적인 도움을 주며, 지역사회와의 신뢰를 더욱 강화하는 기반이 되고 있음

〈씨제이프레시웨이〉 식품위생 및 산업안전 솔루션 제공 ‘동행주방’

- (목적) 지역사회 건강한 식문화 조성을 위한 사회복지시설 급식 조리실 식품위생 및 산업안전 솔루션 제공
- (내용) '23 중대이슈로 선정된 '식품안전' 관련 부정적 영향을 완화하고자 '24년부터 사회복지시설을 대상으로 식품위생 및 산업안전 솔루션을 제공. 안전 전문가가 시설에 방문해 인터뷰와 체크리스트를 기반으로 주방 내 안전 현황을 진단하고 급식조리실 환경을 개선하며 식품위생 및 산업안전 교육과 컨설팅을 지원하는 ESG 프로그램

□ **[Convergence with AI&Technology]** AI 기반 기술이 사회공헌의 기획·운영 전반에 빠르게 도입되며, 교육·돌봄·환경 등 다양한 분야에서 기술 융합형 사회공헌 모델이 확산되고 있음

- AI 음성기술·챗봇을 활용한 취약계층 돌봄·교육·소통 지원 서비스 고도화와 같이, 빅데이터·AI 등 신기술을 접목한 사회공헌 활동과 청년·소상공인 대상 AI 교육 프로그램이 확산되고 있음

〈SKT〉 AI Call 기반 돌봄 서비스

- (목적) 사회 취약계층(독거 어르신) 사회적 안전망 제공
- (내용) SKT의 AI 상담사가 전화를 걸어 대상자의 안부를 확인하고 불편사항을 청취하거나 돌봄 기관이 제공/확인하려고 하는 것을 안내하는 서비스로 대상자가 전화를 받으면 대상자 본인이 맞는지 먼저 확인한 후에 “어제 식사 잘 하셨나요?”, “오늘 몸 상태는 괜찮으세요?” 등의 안부 및 건강 상태를 확인
- 통화 종료 후에는 통화 결과, 안부 상태, 기타 불편사항 등 모니터링 결과를 지자체에 공유해 별도 복지 서비스 연계가 필요한 경우 기관 및 지자체가 효과적으로 조치할 수 있도록 도움
- (참고) 2024년에는 카카오톡, 밀알복지재단, 경기남부경찰청과 협력하여 'AI Call을 이용한 금융범죄 예방 교육' 사업을 추진하여 보이스피싱 등 금융범죄에 취약한 고령층 2,000명을 대상으로 금융범죄 예방 교육을 진행

〈엘지씨엔에스〉 AI지니어들 & AI지니어들 아카데미

- (목적) IT 꿈나무, 미래의 SW·AI 인재 육성
- (AI지니어들) IT 꿈나무 육성을 위해 서울시 교육청과 협약을 맺고 2017년부터 청소년을 대상으로 무료 SW, AI 교육 제공하고 있으며 대상을 도서산간벽지 및 취약계층 등으로 지속적인 확대 중
- 2024년에는 하남 데이터센터 인근 중학교 1학년 220여 명을 대상으로 교육 제공 / 경남 창원, 강원 인제, 경북 문경 등의 도서벽지 학교들을 직접 찾아가 교육 진행
- (AI지니어들 아카데미) 미래 SW와 AI 인재를 육성하기 위한 고등학생 대상 교육 프로그램으로 2012년부터 IT 재능이 있는 학생들을 선발해 차별화된 IT 신기술 교육과 멘토링을 제공하고 있으며 신기술 접목 창작 프로젝트를 통해 학생들의 진로 설계에 직접적·실질적 도움을 주고 있음
- 2024년에는 AI 챌린지데이를 통해 AI지니어들 아카데미 최종 프로젝트 결과물을 공유하고 우수작을 시상함

〈KT〉 사회적약자를 위한 AI 기반 소통 지원 프로그램, ‘마음TALK’

- (목적) 의사소통에 어려움을 겪는 장애인 지원
- (내용) ‘마음TALK’은 KT의 음성 기술(음성 인식/음성 합성)과 kt cloud 플랫폼을 기반으로, 농인의 나이, 성별, 구강 구조 등 개인의 신체적 특성과 가족의 음성 데이터를 수집·분석하여, 이를 바탕으로 농인의 ‘내 목소리’를

구현한 것이 특징. 농인은 마음TALK 앱을 통해 기술로 구현된 자신의 목소리로 비장애인과 실시간 대화는 물론, 원거리 통화 또한 가능. 이 외에도 음성발화가 어려운 루게릭병 환자, 뇌병변 장애인 등 다양한 사용자에게도 적용 범위를 넓혀 의사소통을 돕고 있음

〈카카오〉 소상공인 AI 전환 교육, 카카오 ‘AI 사장님 클래스’

- (목적) 전국 소상공인의 디지털 역량 격차 해소와 지속 가능한 자생력 강화를 위한 AI 실습 교육 지원
- (내용) 카카오테크 시스쿨(입문·심화) 과정을 통해 오프라인 실습형 강의 10회와 온라인 라이브 강의 2회를 운영 중이며, 전국 소상공인 누구나 참여할 수 있도록 온·오프라인 병행 체계로 운영하여 총 2,208명이 신청(오프라인 1,108명 / 온라인 1,100명)하였으며, 2025년 11월 기준 총 876명 수료(오프라인 299명 / 온라인 577명), 12월 마지막 온라인 강의 종료 시점에는 최종 약 1,300명 수료가 예상됨
- 실습 중심 커리큘럼을 통해 참여자 전원이 AI 결과물을 제작했으며, 수료생 중 일부는 직접 제작한 홍보물·메뉴 이미지를 실제 매장에 적용해 매출 상승, 고객 유입 확대 등 구체적인 변화를 경험함. 교육을 통해 배운 AI 활용법이 ‘즉시 실행 가능한 도구’로 자리 잡으며, 소상공인의 비즈니스 경쟁력 강화와 자생력 향상에 직접 기여

〈빙그레〉 ‘처음 입는 광복’ 독립운동 캠페인

- (목적) AI·문화 콘텐츠 활용을 통해 독립운동의 가치를 새롭게 전달하고 역사 인식 제고에 기여
- (내용) 빙그레는 2024년 국가보훈부와 함께 독립운동 캠페인 ‘처음 입는 광복’을 시행. 이는 옥중에서 순국해 빛바랜 죄수복으로 남은 독립운동가 87명의 마지막 사진을 AI 기술로 활용, 독립운동의 정신을 담은 빛나는 한복을 입은 모습으로 바꿔 새로운 영웅의 모습으로 기억될 수 있도록 하는 온라인 캠페인
- 이번 캠페인에서는 AI 기술로 복원한 독립운동가의 사진에 김혜순 한복 전문가와 협업한 실제 제작한복을 영상기술로 입혀 재현. 빙그레는 생존 애국지사 6명에게 감사패와 함께 캠페인을 위해 제작된 특별한 한복을 증정하였으며, 독립운동의 의미와 상징성을 한복 옷감의 색과 주요 염료로 표현하여 캠페인의 의미를 더했음

〈엔씨소프트〉 ‘나의 AAC’ 장애인 의사소통 개선

- (목적) AI 활용을 통한 장애인 의사소통의 불편함 해소 및 의사소통 장애에 대한 인식 개선
- (내용) 나의AAC는 장애인이 겪는 의사소통의 불편함을 해소하기 위해 개발한 AAC(보완대체의사소통 / Augmentative and Alternative Communication) 애플리케이션. 앱 내의 2,000여 개의 그림 상징과 다양한 목소리, 감정을 표현할 수 있는 AI 음성 서비스를 통해 의사소통을 개선할 수 있음
- 2024년 3월 ‘나의AAC’ 서비스를 전면 개편하며 사용성을 대폭 강화함. 새롭게 개편된 ‘나의AAC’ 앱은 NC AI Tech Center의 인공지능 기술을 적용한 자연스러운 AI 음성을 탑재하고, 특수교육 전문가와 협업하여 어휘의 수를 늘리고 배열을 최적화하는 등 서비스를 고도화

(2) 대표 사회공헌 프로그램 - 대상, 지속 기간

- [사업대상] 2024년 기업들이 추진한 대표 사회공헌 프로그램들은 ‘아동·청소년’을 대상으로 한 사업이 27.1%로 가장 많았으며, ‘지역사회’(14.8%), ‘장애인’(10.8%) 순
- ‘노인’과 ‘청년’ 대상 프로그램은 전년 대비 비중이 증가한 것으로 나타났으며, 이는 고령층 돌봄·건강·안전 등 사회적 지원 수요 확대와 더불어 청년층의 취·창업, 디지털 역량 강화 등 미래세대 지원 요구가 높아진 환경이 반영된 결과로 분석됨
 - ‘기타’(14.2%) 대상에는 여성 및 퇴직자·중장년을 위한 지원 프로그램 등이 포함됨

< 대표 사회공헌 프로그램 사업 대상 >

구분	아동· 청소년	지역 사회	장애인	노인	환경	청년	군경·소방 보훈	다문화 가정	중소기업 상생	기타
비율	27.1%	14.8%	10.8%	9.8%	8.2%	7.4%	3.6%	2.6%	1.6%	14.2%

* 주1: 해당항목 분석기업 229개사, 대표 프로그램 719개 기준, 사업대상 중복응답 포함

* 주2: 여성(1.2%), 퇴직자·중장년(0.4%) 기타에 포함

* 주3: 본 문항은 중복 응답을 허용하고 소수점 반올림이 적용되어, 비율 합계가 100%와 일치하지 않을 수 있음

- [추진기간] 대표 프로그램의 평균 나이는 9.6세로 나타났으며, 10년을 초과해 지속되고 있는 프로그램은 38.5%이며, 15년 초과 지속 프로그램도 18.6%에 달함

< 대표 사회공헌 프로그램 사업 추진기간 >

구분	1~5년	6~10년	11~15년	15년 이상
비율	40.5%	21%	19.9%	18.6%

* 주: 해당항목 분석기업 229개사, 대표 프로그램 719개 기준

(3) 신규 사회공헌 프로그램

□ [사업대상] 2024년 신규 론칭된 사회공헌 프로젝트 386개*(207개사)를 분석한 결과, ‘아동·청소년’ 대상 프로그램이 24%로 가장 많았으며, 이어 ‘지역사회’ 17.3%, ‘환경’ 12.1% 순으로 조사됨

* 주: 응답기업(207개사)이 제출한 신규 프로그램 중 사업 시작년도가 2023, 2024년에 한정해 집계

< 신규 사회공헌 프로그램 사업 대상 >

구분	아동·청소년	지역사회	환경	장애인	노인	청년	다문화가정	중소기업상생	군경소방보훈	기타
비율	24%	17.3%	12.1%	9.4%	8.4%	5.2%	3.2%	2.7%	1.7%	15.8%

* 주1: 신규 프로그램 386개 기준, 중복응답 포함

* 주2: 여성(1.5%), 퇴직자·중장년(0.7%) 기타에 포함

* 본 문항은 중복 응답을 허용하고 소수점 반올림이 적용되어, 비율 합계가 100%와 일치하지 않을 수 있음

- 아동·청소년과 지역사회 분야의 비중이 가장 높게 나타난 것은, 경기 둔화와 교육·돌봄 격차 심화 등으로 미래세대 보호와 지역 기반 복지 수요가 확대되면서, 기업들이 교육지원·돌봄 공백 해소·지역 인프라 개선 등의 사회공헌을 강화한 흐름이 반영된 것으로 분석됨
- ‘노인’ 대상 신규 프로그램 비중(8.4%)은 전년 대비 확대되었으며, 고령화 심화에 따른 돌봄 공백, 의료·안전 취약성 등 노년층 관련 사회문제가 부각되면서 기업들이 건강관리, 일상안전, 디지털 접근성 지원 등 노인 대상 사회공헌을 강화한 결과로 풀이됨.
- ‘기타(15.8%)’ 대상에는 여성, 중장년·퇴직자 재취업 지원 서비스, 임직원 참여형 건강기부 캠페인, 안전운전 습관 확산을 위한 캠페인 등이 있음

아동·청소년

<현대자동차> ‘호프 온 휠스’ 사업의 확장

- (목적) 소아암 연구와 치료, 일상 회복, 소아암 인식 개선 등에 대한 지원
- (내용) 자동차 판매액의 일정 금액을 기부하고 현대차가 매칭 방식으로 추가 기금을 조성해 지원하는 방식으로 2024년에는 미국뿐만 아니라 호주와 한국에서도 딜러와 함께 소아암 극복 지원 활동 진행
- (참고) 1998년부터 26년째 운영되고 있는 현대자동차 미국법인의 대표적인 사회공헌으로 딜러 네트워크 기반의 파트너십을 통해 프로그램이 전 세계로 확장되고 있음

<SK하이닉스> AI와 문화예술 연계의 ‘하이클래식 챔버 앙상블’ 창단

- (목적) 음악적 재능을 가지고 있지만 환경적인 요인으로 꿈을 키우지 못하는 청소년들 대상으로 문화예술 교육 지원
- (내용) 미래의 음악가를 꿈꾸는 청소년들에게 교육 장학금과 함께 세계적 수준의 현직 음악가로 구성된 멘토단의 멘토링 제공하고 있으며 AI를 활용한 음악 교육과 콘서트 개최 등을 통해 차별화된 문화예술 교육 지원
- (참고) 하이클래식은 지난 2013년부터 2022년까지 이어진 기초 음악 교육 지원 사업 ‘행복나눔 꿈의 오케스트라’의 후속 프로그램임. 두 프로그램의 예산은 SK하이닉스 구성원들이 자발적으로 기부하는 성

금인 ‘행복나눔기금’에서 출자하는 것으로 그 의미가 큼

*행복나눔기금: SK하이닉스 구성원들이 자발적으로 성금을 기부하면, 구성원의 기부액만큼 회사에서 기부하는 1+1 ‘매칭 그랜트’ 방식의 사회공헌 모금 프로그램

<삼성SDS> 소년원생 SW 교육

- (목적) 소년원생의 사회 복귀 지원
- (내용) 기존 한국소년보호협회와 연계해 진행하던 전국 소년원 지원 사업의 일환으로, 2023년 서울·안양 지역 소년원생 대상으로 소프트웨어 기초교육 프로그램을 운영
- (참고) 취약한 가정환경, 경제적·정서적 빈곤, 사회적 낙인 등으로 인해 사회 적응에 어려움을 겪는 소년원생들이 건강한 사회의 일원으로 성장할 수 있도록, 1993년부터 한국소년보호협회(NGO)와 연계하여 전국 소년원 지원 사업을 운영하고 있음

<신한카드> ‘기부 & 런(GIVE&RUN) 2024’ 캠페인

- (목적) 지역아동복지센터 기부
- (내용) 기존에 사내 동호회를 중심으로 임직원들이 달리기와 기부를 함께 진행하던 프로그램에 회사차원 지원으로 확대되어 진행됨. 임직원들이 캠페인 기간 동안 자율적으로 달린 거리에 비례한 금액을 기부. 2024년에는 임직원 150여명이 합산 거리 7,276km를 달성해 총 900만 원을 모금했으며 임직원들의 기부금과 회사에서의 후원금을 통해 조성한 모금액을 ‘구세군지역아동복지센터’에 기부함
- (참고) '22년 첫 번째 캠페인을 진행, 임직원 101명이 합산 거리 2,836 킬로미터를 달성하며 총 400만 원을 모금해 교육 격차 해소 및 미래 세대 육성을 위해 추진하는 아름다운 도서관 사업을 지원한 바 있음

<롯데면세점> 공동생활가정 보호 종료 청소년 자립지원

- (목적) 청소년의 건강한 자립 지원
- (내용) 롯데면세점은 2024년 사단법인 ‘들꽃청소년세상’과 업무협약을 체결하고, 공동생활가정 보호 종료 청소년의 건강한 자립을 지원하는 프로그램 운영
- 보호 종료 후 자립을 준비하는 청소년을 대상으로 보바스기념병원 건강증진센터에서 폐, CT, 초음파, 위장관 검사 등 총 83개 항목의 건강검진을 연 1회 제공하고 있으며, 검진 당일에는 롯데호텔 뷔페 레스토랑 ‘라세느’에서 영양가 높은 식사 함께 지원

<이마트> 문화시설 취약지역의 아동을 위한 ‘키즈라이브러리’

- (목적) 문화시설이 취약한 지역의 아동들을 위한 독서환경조성
- (내용) 기존 어린이장난감도서관 사업(2006년~, 전국 66개소 운영 중)의 2.0버전으로, 더 다양한 연령층의 아동 대상 체험형 라이브러리 공간 조성
- (참고) ▶미세먼지 없는 청정 공간 조성으로 지역 아동들이 마음 놓고 즐길 수 있는 도서관 ▶다양한 테마로 책과 체험교구 배치하여 입체적인 글 읽기 놀이터로 조성 ▶개관 현황 (총 12개관) : 부산 북구, 안동, 제천, 양산, 삼척, 인천, 문경, 주문진, 가평, 상주, 부산 금정, 광주 송정관, *부산119센터 25년 4월 개관

<현대해상화재보험> 초등학교 건강 지원, 렛츠무브

- (목적) 초등학교의 건강한 생활습관과 정서적 성장 지원
- (내용) 렛츠무브는 어린이의 신체활동 부족 문제에 주목해 기획된 팀스포츠 기반 교육 프로그램. 아이들은 축구, 농구, 럭비 등 다양한 스포츠를 통해 협동과 배려, 도전과 성취의 경험을 쌓고, 놀이와 움직임을 통한 건강한 생활습관과 정서적 성장을 함께 이뤄 나갈 수 있음
- 2024년 2·3·4학급의 5천여 명의 초등학교생이 렛츠무브에 참여하였으며, 12주간의 교육을 통해 심폐지구력, 유연성 등 신체활동뿐만 아니라 정서적 지표에서도 큰 향상을 보임

<삼성바이오로직스> 노사 협력을 바탕으로 한 CSR 모델 ‘나눔가게’ 출범

- (목적) 지역사회와 상생하는 기부 프로그램 (기부금을 세이브더칠드런 또는 인천시사회복지협의회에 전달)
- (내용) 임직원이 나눔가게를 이용하면 결제 금액의 5~15%가 기부금으로 적립되며, 적립된 기부금은 세이브더칠드런과 인천광역시사회복지협의회에 전달되어 지역 환아의 치료비 및 저소득층 아동·청소년의 학업 지원에 사용
- (참고) 2022년, 사원증을 태깅하면 1천원이 자동 기부되는 ‘나눔키오스크’를 도입한 데 이어 2023년에는 셀프 포토부스형 기부기기인 ‘나눔한컷’을 자체 개발해 사내에 설치하는 것을 통해 20~30대 임직원이 많은 회사 특성을 반영한 ‘즐거운 기부’ 문화 확산에 힘쓰고 있음

<포스코퓨처엠> 세종시 이색자전거 대여소 운영

- (목적) 지역 장애인의 이동 편의를 돕고 사업 운영 과정에서 장애인에게 일자리를 제공함으로써 경제적 자립과 사회 참여를 동시에 지원
- (내용) 사단법인 세종시장애인문화복지진흥회와 협력하여 공원 이용에 어려움을 겪는 장애인과 그 가족들을 위해 장애인 전용 자전거를 설치하고 대여소를 운영하는 사업을 추진

<iM뱅크> ‘대구 치맥페스티벌’ 후원

- (목적) 지역상권 및 지역경제 활성화
- (내용) iM뱅크는 ‘2024 대구치맥페스티벌’에 참여하여 지역 대표 축제의 활성화와 성공적 개최를 적극 지원
- 시중은행으로 전환 후 처음으로 참여한 이벤트로, 초대형 캐릭터 조형물, SNS 이벤트 등 다양한 프로그램을 운영하여 축제의 흥행과 시민 참여를 유도함. 비즈니스 라운지를 구성하여 에스앤에스텍 등 지역 기업 12개사에서 총 1,200여 명이 비즈니스 라운지를 찾아 바이어 상담, 직원 복지 행사 등에 활용됨
- (참고) 해당 페스티벌에는 100만명 이상이 다녀갔으며, 개최에 따른 경제적 유발 효과는 450여억원으로 추산됨

<LG헬로비전> 지역농가와 지역사회 이웃에 힘이 되는 따뜻한 소비 ‘나눔장터’

- (목적) 지역 농가와 지역사회 취약계층을 동시에 지원
- (내용) LG헬로비전은 지역 농수산물 판매 플랫폼인 나눔장터를 운영하며, 주문 1건당 1,000원을 기부금으로 적립. 2024년에는 약 2천만 원의 기부금으로 설 연휴와 겨울방학 기간 동안 성장기 아동들에게 제철 먹거리를 선물함. 아동들의 선호도를 조사해 LA갈비, 불고기, 사과즙, 찰쌀떡, 도너츠, 떡볶이, 과일 등 10종 반찬으로 제철 먹거리를 구성했으며, 아동급식카드로 간편식을 주로 구매하는 아동들을 고려해 혼자서도 쉽게 조리할 수 있도록 밀키트 형태로 준비했음. 지역민 봉사단은 직접 먹거리 세트를 제작해 150명의 아동들에게 전달했으며, LG헬로비전은 앞으로도 나눔장터를 통해 지역 농가를 지원하고 수익금 일부를 지역사회에 환원하는 상생 활동을 이어갈 계획

<GS칼텍스> 지역사회에 문화예술 인프라 지원, 여수 예술마루

- (목적) 지역사회 시민들에게 문화예술 향유 기회 제공하여 창의성, 감수성 증대
- (내용) 전남 여수 지역 복합문화예술공간으로, 여수시와 함께 여수시 망마산과 장도 일원의 약70만m²(21만여평) 부지에 조성함. 천혜의 자연 속 건축 공간을 활용하여 클래식, 오페라, 뮤지컬, 발레 등 수준 높은 문화예술 프로그램을 제공함으로써, 문화예술 인프라가 부족했던 지역사회에 새로운 패러다임을 제시함

<에스케이실트론> 지역 인재 육성, 반도체스쿨

- (목적) 민관 협력을 통해 미래 반도체 산업의 지역 인재 육성
- (내용) 경북 구미시의 핵심 산업인 반도체 산업의 지역 인재 육성을 위해 구미시, 구미상공회의소와 협력하여 고등학생 대상의 반도체 교육 및 체험 프로그램 추진. 반도체스쿨 전문 강사로 양성한 지역 대학생 및 경력보유여성이 학교를 방문하여, 연 2,000여명의 고등학생에게 게이미피케이션 콘텐츠를 활용한 반도체 산업/공정 이해 교육 및 반도체 분야 진로 설계 지원

환경

<HD현대오일뱅크> 캠핑카 오폐수 처리시설인 ‘덤프스테이션’ 구축

- (목적) 환경 영향을 저감할 수 있는 주유소 플랫폼 구축
- (내용) 부족한 캠핑카 기반 인프라 실정을 감안하여, 환경문제를 초래하는 오·폐수 및 고형 폐기물을 적절하게 처리할 수 있도록 주유수 내에 위생적이고 안전한 시설을 제공
- 2022년 강릉 샘터주유소에 정유사 최초로 캠핑카 오폐수 처리 시설을 설치하여 운영을 시작하였으며, 2023년 한국관광공사 ‘캠핑카 관련 인프라 민간 구축 지원 사업’ 공모에 최종 사업자로 선정되어 한국관광공사와 함께 전국 10개소에 캠핑카 덤프 스테이션을 추가 설치하여 운영 중

<LX인터내셔널> 중랑천 생태계 복원 활동

- (목적) 전국에서 가장 자연성이 크게 훼손된 하천 중 하나인 중랑천의 멸종위기 야생동물 보호
- (내용) 사회적협동조합 한강과 협력하여 2024년부터 향후 3년간 장기 생물다양성 보전 프로젝트 운영. 중랑천 하류를 생물들의 생추어리(피난처)로 가꾸고, 생물다양성 증진을 위한 다양한 지원 활동 중이며 특히 수달과 원앙 등 보호종의 개체 수 증가와 안정적인 서식 환경 조성에 중점을 두고 있음
- 생물 다양성 활동 1차년도 성과로, 중랑천의 생태계 및 생태교란종 조사·관리를 통해 교란 식물에 대한 모니터링과 집중 제거 활동을 진행한 바 있음

<코웨이> 생태숲 조성사업

- (목적) 생태복원 및 환경교육확산
- (내용) 코웨이는 2024년부터 환경 위기 극복과 생태계 복원을 목표로 ‘생태숲 조성사업’을 추진하고 있음. 세계자연보전연맹(IUCN)의 적색목록(Red list) 지침을 기반으로, 산림청이 보전 대상으로 지정한 멸종위기 식물, 희귀 식물, 자생 식물을 식재해 생태숲을 조성하는 활동
- 서울 구로구 본사 야외공원에 ‘코웨이 생태숲 1호’를 조성하고 총 1,750그루의 국가 보호종을 심은 바 있음

<GS파워> Green Song 환경합창대회

- (목적) 환경을 주제로 한 합창대회를 통해 환경문제를 인식하고 지속가능한 삶을 위한 책임 성찰
- (내용) Green Song 환경합창대회는 기후위기의 심각성을 알리고 생활 속 환경보호 실천을 확산하기 위해 개최한 친환경 합창 프로그램.
- 2023년 첫 개최 이후 2회째 진행되었으며, 지역 내 다양한 이웃·단체로 구성된 11개 팀(약 300명)이 참여하여. 환경관련 노래로 개사하여 연습하고 개인·팀별 친환경 미션을 수행함. 시상은 합창 실력과 미션 실천 결과를 종합해 5팀에게 주어졌으며, 환경 합창대회는 합창 활동을 통해 지역 주민의 공동체성을 강화하고, 시민의 환경 감수성과 지속가능한 삶에 대한 인식을 높이는 데 기여함

<SK에코플랜트> ‘사랑의 폐배터리’ 자원순환 캠페인

- (목적) 일상 속 폐건전지의 수거율을 높이고 재활용 촉진
- (내용) SK에코플랜트는 한국전지재활용협회와 협력하여 건전지 수거 캠페인을 진행. 구성원들이 사용한 건전지를 쉽게 분리배출할 수 있도록 사옥에 별도 폐건전지 수거함을 설치하면 한국전지재활용협회에서 수거해 재활용센터로 보내는 방식. 수거된 폐건전지는 수량에 따라 새 건전지로 교환해주며 SK에코플랜트 구성원과 지역사회 취약계층에 무료로 제공

<GS칼텍스> 시민과 함께하는 탄소 저감 활동 ‘지구톡톡’

- (목적) 탄소저감 행동도구 사용 확대
- (내용) GS칼텍스는 2023년부터 시민이 참여하는 환경친화 CSR활동 지구톡톡 캠페인을 시작해 시민들의 지속적인 탄소 저감 활동을 촉진함. 2024년은 행동도구로 ‘텀블러백’을 제작하기로 결정하여 텀블러백과 장바구니의 기능이 결합되어 있는 제품 ‘투인원(2in1) 텀블러백’을 개발함. 캠페인 기간 동안 20,000여 시민들에게 투인원 텀블러백을 제공하였으며, 텀블러백 사용을 인증하는 시민들에게 별도 이벤트를 진행하여 적극적인 행동 실천을 독려

장애인

<LG생활건강> 여성장애인 맞춤형 보조기기 지원 ‘날개달기’

- (목적) 여성의 자립과 행복 지원
- (내용) LG생활건강이 아름다운재단, 경기도재활공학서비스연구지원센터 등과 함께 여성장애인들에게 일상생활과 출산, 육아 등에 필요한 맞춤형 보조기기를 지원하는 사업
- LG생활건강의 날개달기 사업은 2020년에 처음 시작되어 서울경기 지역 여성장애인들에게 1인당 500만원 내외로 맞춤형 보조기기를 제공하는 식으로 진행. 임직원들이 기부한 급여 일부를 1:1 매칭펀드로 조성하여 사업 기금을 마련했으며 지금까지 여성장애인 112명이 보조기기를 지원받음
- (참고) LG생활건강은 날개달기 사업의 지속적인 개선을 위해 여성장애인 보조기기 욕구 및 실태조사 연구, 여성 생리혈 감지 용역연구 등을 진행하며 보다 효과적인 사업 방향을 모색

<롯데글로벌로지스> 난청 독거노인 위한 보청기 및 무선 초인등

- (목적) 장애로 어려움을 겪고 있는 독거 어르신들의 삶의 질 개선에 기여
- (내용) 사단법인 사랑의달팽이와 함께 청각장애로 어려움을 겪고 있는 저소득 난청 독거노인분들께 디지털 보청기와 무선 초인등 세트 지원
- '희망의 소리 전달' 봉사활동은 롯데글로벌로지스가 2023년부터 매년 두 차례씩 꾸준히 지원하는 활동으로, 2024년에는 서울 중구 중립종합사회복지관에서 추천받은 어르신 4분을 대상으로 진행

<엘아이지넥스원> 장애인 표준사업장 '블랑제리길' 개소

- (목적) 장애인 자립지원
- (내용) 2024년 5월, 경북 구미시 임은동에 장애인을 주축으로 카페와 베이커리를 운영하는 자회사형 장애인표준사업장인 '블랑제리길'을 개소함
- *자회사형 장애인표준사업장: 장애인에 적합한 생산·편의·부대시설을 갖추고, 장애인을 일정비율 이상 고용한 사업장
- 현재 구미 본점에는 바리스타와 제과제빵 분야에 장애인 23명과 비장애인 7명이 근무 중이며 향후 LIG넥스원의 주요 사업장인 대전과 용인에 영업점을 확대하고 장애인 채용을 늘려간다는 계획임

<우리은행> 시각장애 어린이용 점자 촉각 교구재 만들기

- (목적) 시각장애 어린이의 인지능력 향상과 점자 교육 지원
- (내용) 100여 명의 우리은행 직원들이 모여 'WOORI 가족 봉사단'의 첫 번째 사회공헌 활동으로 만든 점자 촉각 교구재는 맹학교에 보내져 시각장애 어린이의 인지능력 향상과 점자 교육에 사용될 예정
- 'WOORI 가족 봉사단'은 우리은행 직원과 가족들이 자발적인 참여로 운영하는 '사회공헌 커뮤니티'로, 해마다 단발성으로 진행해 오던 직원 가족 참여 사회공헌 활동을 올해부터는 체계적으로 관리하고 활성화하기 위해 밀알복지재단과 함께 기획

<진에어> 사랑의 목도리 만들기

- (목적) 취약계층의 정서적·물질적 지원
- (내용) 진에어 임직원들의 자발적인 참여를 통해 '목도리 키트'로 목도리를 직접 제작하며, 제작된 목도리와 혹은 방한 용품을 임직원이 포장하여 가정에 직접 방문·전달하는 방식으로 진행

<비에프리테일> 장애인 편의점 운영

- (목적) 중증장애인 일자리 창출 지원
- (내용) BGF리테일은 중증장애인의 자립과 사회참여 확대를 위해 2024년 3월 보건복지부 및 한국장애인개발원과 업무협약을 체결하고 장애인 편의점 운영을 본격화. 2024년에는 제주(제주혼디누뎀터점), 평창(국립평창청소년수련원), 부산(부산글로벌테크점) 등 총 3개 점포를 신규 개점하며 배리어프리(Barrier-Free) 환경을 한층 강화했으며, 2025년에는 성남(한국국제협력단점)을 개소하여 운영하고 있음

- 해당 점포에는 점자 안내판, 도움벨, 휠체어 이동이 가능한 동선 등 장애 친화적 시설을 도입하여 접근성을 높였으며, 가맹비 면제와 인테리어 지원을 통해 초기 운영 부담을 완화함. 또한 한국장애인고용공단과 협력해 장애인 맞춤형 교육 매뉴얼을 제작·배포함으로써 근무 환경의 안정성과 지속가능한 자립 기반을 마련하고 있음

<CJ제일제당> 굿월스토어 협력 발달장애인 교육

- (목적) 발달장애인들에게 글쓰기 역량, 기사 작성 교육을 제공
- (내용) CJ제일제당은 밀알복지재단 굿월스토어와 협력하여 발달장애인의 안정적인 일자리 창출과 경제적 자립을 지원하고 있음
- *굿월스토어: 개인 및 기업이 기증한 제품을 판매하고, 그 수익으로 장애인 직원의 급여와 일자리를 제공하는 사회적 기업
- 아울러 CJ제일제당은 2024년부터 발달장애인의 경제적 자립을 넘어 사회 구성원으로서 성장할 수 있도록 지원하기 위해, 전국 굿월스토어 근무자 중 선발된 발달장애인 직원을 대상으로 글쓰기 및 기획 역량 강화 교육 프로그램을 운영하고 있음
- 해당 점포에는 점자 안내판, 도움벨, 휠체어 이동이 가능한 동선 등 장애 친화적 시설을 도입하여 접근성을 높였으며, 가맹비 면제와 인테리어 지원을 통해 초기 운영 부담을 완화함. 또한 한국장애인고용공단과 협력해 장애인 맞춤형 교육 매뉴얼을 제작·배포함으로써 근무 환경의 안정성과 지속가능한 자립 기반을 마련하고 있음

<강원랜드> 장애인 체육선수 육성 사업

- (목적) 장애인 체육선수 대상 일자리 제공
- (내용) 강원랜드 소속 선수단 장애인 선수 고용을 통한 사회적 가치 실현, 총 26명 대상 훈련비 및 교육비를 지원함으로써 안정적인 훈련 환경을 조성하고 경기력 향상을 도모, 지원 확대를 통해 장애인 체육 활성화 및 연계 선수단의 만족도 증가

3. 임직원 봉사활동 현황

- 임직원 1인당 연간 평균 봉사활동 시간은 2024년 5.8시간으로 2023년(4.2시간) 보다 1.6시간 증가
 - 임직원 봉사활동 시간은 최근 5년 중 가장 높은 수준으로, 기업들이 봉사활동 프로그램을 안정적으로 운영하며 참여 기회를 확대해 온 것으로 나타남

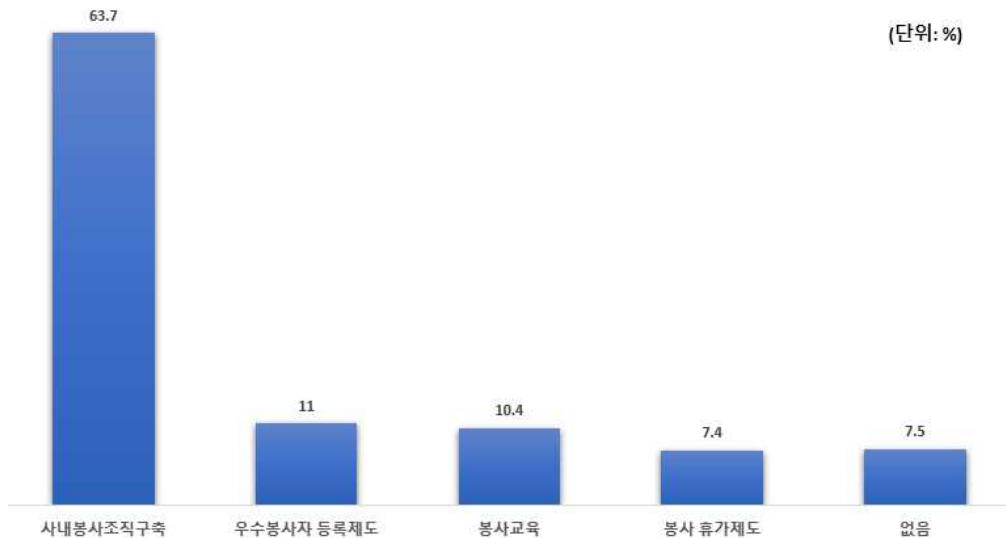
< 임직원 봉사활동 시간 >

2020년	2021년	2022년	2023년	2024년
5.3시간	4.0시간	4.2시간	4.2시간	5.8시간

* 주: 임직원 봉사활동 시간 조사 193개사 기준

- 기업들은 사회공헌활동이 조직문화로 정착할 수 있도록 다양한 임직원 봉사활동 촉진제도를 운영하고 있었으며, ‘사내 봉사조직 구축’을 꼽은 기업들이 63.7%로 가장 많았음
 - 이어 ‘우수봉사자 등록제도’(11%), ‘봉사 교육프로그램 제공’(10.4%), ‘봉사 휴가제도’(7.4%) 순으로 응답

< 임직원 봉사활동 지원 제도 >

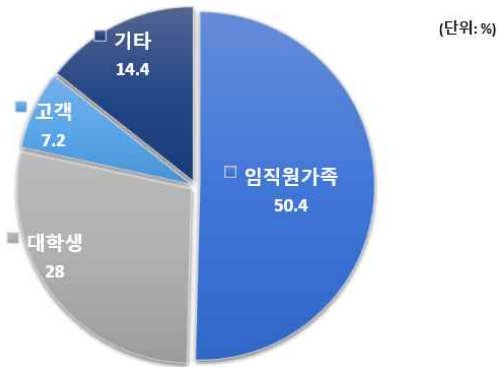


* 주: 해당항목 분석기업 기준(238개사), 311개 프로그램 대상(중복응답 포함)

□ 기업들은 임직원 아닌 사람을 대상으로 한 봉사활동도 운영하고 있었는데, ‘임직원 가족’(50.4%)을 대상으로 한 프로그램이 가장 큰 비중을 차지

○ 이어 ‘대학생’ 프로그램이 28%, 지역주민과 협력사 임직원 등 ‘기타’ 대상 프로그램이 14.4%였으며, ‘고객’ 대상 프로그램이 7.2%로 나타남

〈 임직원 외 봉사활동 프로그램 대상 〉



〈주요기업 봉사촉진제도〉

구분	주요내용
사내 봉사조직 운영 및 봉사 활동자 등록제도	<ul style="list-style-type: none"> • (LG전자) Life's Good 봉사단 : 임직원이 원하는 봉사활동을 직접 기획하는 제도로, 봉사 기관까지 직접 선정하여 봉사단으로 신청하면 활동 예산 및 봉사활동 컨설팅 등 지원. 2024년 9월에는 2023년 진행했던 몽골 초등·중학교 보수에 이어 함께 있는 고등학교의 노후 시설 개선 프로젝트를 진행 • (SK에코플랜트) 에피봉사단 : SK에코플랜트가 주도하는 자발적 봉사단. “지역사회와 미래세대를 위해”를 미션으로 주로 미래 세대와 지역사회를 위한 프로그램에 집중. 사내 홈페이지에 매달 활동 캘린더 신청하는 형식으로 운영되며 팀 단위 참여도 가능. 2025년 기준 임직원의 85%인 2,900여 명, 총 2만 시간 이상의 자원봉사 시간 달성 • (GS과워) 필신동 프렌즈 : GS과워는 사내 봉사 동호회 필신동 프렌즈를 통하여 봉사활동을 시행. 주말, 무보수 활동으로 운영되며 자원봉사에 참여하고자 하는 임직원의 의지에 기반하여 활동하고 있음. 연말에는 우수 봉사자에 대한 시상을 통하여 봉사 참여 의지를 촉진하고 있음 • (롯데칠성음료) 임직원 이새건(ESG) 펀드 : 이새건(ESG)펀드는 회사가 지원하는 금액으로 조성된 전체 기금을 챌린지 성공자 수로 나누어 임직원 명으로 기부하는 롯데칠성의 ESG 펀드. 2024년 총 107명의 임직원이 참가하였고, 63명이 성공하여 58.9%의 성공률을 달성. 인당 약 32만 원의 성공 보수를 취득하였고 총 2천만 원의 기부를 진행 • (현대오트오에버) 사회공헌협의회 : 2024년 현대오트오에버는 사회공헌 관련 원활한 내부 소통과 비즈니스 특성에 맞는 사회공헌 추진을 위해 임직원 9인으로 구성된 사회공헌협의회를 조직. 협의회에서는 사회공헌의 방향성과 운영·관리 방안을 논의

	<p>하며, 사회공헌이 체계적이고 투명하게 추진</p> <ul style="list-style-type: none"> · (LG디스플레이) 자주만나(자기 주도적으로 만드는 나만의 사회 공헌 활동) : 2023년부터 시작된 LG디스플레이의 독창적인 사회공헌 프로그램으로, 직원들이 자신만의 지식 노하우, 취미 등을 바탕으로, 사회공헌 활동을 손수 기획하고 실천할 수 있는 기회를 제공하기 위해 마련. LG디스플레이 구성원들은 환경미화, 돌봄, 교육 등의 다양한 봉사, 재능 기부를 통해 ‘자주만나’를 다채롭고 풍성하게 꾸려 나가고 있음. 2024년에는 31개 팀이 참여해 각자의 재능과 관심을 살려 지역 사회에 긍정적인 변화를 이끌어냄 · (LS일렉트릭) E-bridge : LS일렉트릭은 2022년부터 ‘Bridge to the Future(LS ELECTRIC의 미래를 위한 연결)’이라는 슬로건으로 구성원들의 소통 활성화를 위한 E-bridge 운영. E-Bridge 멤버들은 온·오프라인 수시 회의를 통해 업무와 관련한 참신한 아이디어를 발굴 및 제안하고 효율적 사고를 통한 업무 생산성 향상을 목표로 활동. 매 분기 사회공헌활동(소외계층 지원, 노인 복지 시설 배식, 해외봉사 등)에 참여하여 LS ELECTRIC의 사회적 의무 및 책임 이행에 기여
<p>우수 봉사자 표창제도</p>	<ul style="list-style-type: none"> · (포스코) 나눔마일리지: '04년도부터 임직원과 가족의 봉사활동 시간을 누적 관리해 200시간부터 5백/1천/2천/.../1만시간으로 나뉘 구간별 봉사 리워드를 제공하는 제도로, 5천시간/1만시간 이상 달성한 우수봉사자에게는 인증패와 순금 회사 배지 등을 CEO가 직접 전달하며 격려하고 명예의 전당 헌액 · (포스코이앤씨) 우수봉사자 인증패 및 인센티브 강화: 누적 봉사시간에 따른 인증패 수여(1,000hr, 700hr, 500hr 기준), '25년부터 모바일 사원증에 금·은·동 메달 표시로 인센티브 강화
<p>봉사 휴가제도</p>	<ul style="list-style-type: none"> · (한화) 유급자원봉사제도: 임직원의 근무 시간 내 봉사활동을 근무한 시간으로 인정하는 유급자원봉사제도 · (포스코) 봉사저축휴가제도: 임직원이 봉사활동 시간을 모아 다음 해에 휴가로 사용할 수 있도록 한 제도. 해당 연도에 한 봉사활동 시간의 10%를 적립하여, 다음 해 평일 봉사활동 시 사용할 수 있는 혜택 · (대한전선) 근무시간 내 봉사활동: 근무시간 내 봉사활동 진행을 통한 임직원 봉사활동 참여 독려
<p>봉사 촉진 프로그램</p>	<ul style="list-style-type: none"> · (SK증권) 본부별 ‘함께행복’ 매니저 프로그램: 각 사업부 및 조직별로 선발된 ‘함께행복 매니저’는 사내 사회공헌 Evangelist로서 다양한 사회공헌. 주요 활동으로는 영등포50 플러스센터 어르신 급식 지원, 청운보육원 아동 대상 영화 관람 등이 있으며, 지역사회의 다양한 이슈 해결을 위해 구성원 참여를 촉진 · (기아) 기부 키오스크: 기아 본사, 오토랜드 등 전사에 기부 키오스크 설치(10대) 통한 임직원 대상 장소/시간 제약 없는 사회공헌 참여 문화 조성 · (신한금융지주회사) ‘솔선수범 릴레이’: 임직원이 직접 사회문제 해결 아이디어를 제안하고 이를 바탕으로 기부와 봉사활동에 주도적으로 참여하는 구조 · (강원랜드) 봉사활동 프로젝트 공모 및 성과공유회: 봉사활동 성과 공유 및 프로젝트 공모 등을 통해 새로운 봉사활동 발굴 및 지원 · (한국씨티은행) 씨티 글로벌 지역사회 공헌의 날: 씨티는 글로벌금융기업으로서 매

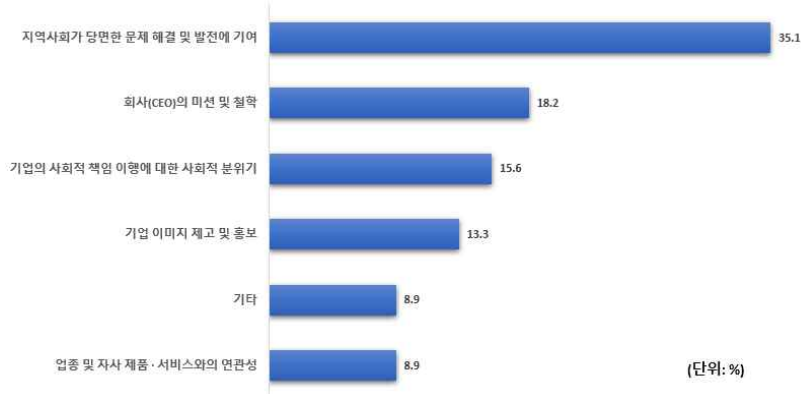
	<p>년 하루를 지정하여 전 세계적으로 임직원과 가족, 그리고 고객들이 함께 참여하는 ‘씨티 글로벌 지역사회 공헌의 날’을 운영하고 있음. 2006년에 시작하여 매년 진행되고 있는 이 활동은 환경 보호, 취약계층 지원, 금융포용, 청년 및 청소년 지원, 기타 지역의 필요에 맞는 프로젝트로 구성되어 지속가능한 사회의 구축에 기여</p> <ul style="list-style-type: none"> • (비지에프리데이) 가족 참여형 봉사: 주요 이해관계자인 점주, 임직원참여 봉사활동 뿐만 아니라, 자발적 참여 신청을 통해 가족과 함께 하는 봉사활동을 진행하고 있으며, 특히 어린 자녀들과 함께 하는 프로그램으로 구성
<p>기타 인센티브</p>	<ul style="list-style-type: none"> • (이마트) CSR포인트 및 마일리지 제도: 봉사활동 참여 시간에 따른 CSR포인트 및 CSR마일리지 제공. 포인트 적립 기준에 따른 평가 연동. 마일리지 누적 적립 시 이마트 상품권 전환 신청 가능 및 상위 누적 적립자 대상 시상 제도 운영 • (포스코퓨처엠) 봉사시 승진 가점: 2년간 봉사활동 누적 시간이 96시간 이상인 임직원에게는 승진 시 가점을 부여하여 자발적 참여를 적극 장려하고 있음 • (현대건설) CSR마일리지 제도 운영: 전사 임직원을 대상으로 매년 사회공헌활동을 독려하고자, CSR마일리지 제도를 도입하여 운영 중(2009년~현재). ▶매년 5mile/人 달성 목표 ▶사회공헌활동 실적 본부 KPI(의무) 반영중 (년 1회 평가, 연말) ▶장려제도 : 사회공헌 활동 우수 포상(대상1명, 우수상1명, 우수 부서 1팀) • (현대로템) 사회공헌 마일리지 제도: 임직원의 자발적인 사회공헌 활동 참여를 유도하고 지원하기 위해 사회공헌 마일리지 제도를 운영. 사회공헌 마일리지 제도는 개인이 사회공헌 활동에 참여할 때마다 마일리지를 적립하고 마일리지 항목에 따라 금전이나 물품 등 다양한 인센티브를 포상으로 지급하는 제도. 마일리지 적립 대상은 현혈증서 기증, 금전 기부, 환경정화 활동, 재능기부 등 모든 형태의 사회공헌 활동이 포함

* 응답기업 작성내용에 기초

4. 기업 사회공헌 인식

□ 기업들은 사회공헌 프로그램 운영 시 ‘지역사회가 당면한 문제 해결 및 지역 발전 기여도’를 가장 중요하게 고려(35.1%), 이어 ‘회사(CEO)의 미션 및 철학’(18.2%), ‘기업의 사회적 책임 이행에 대한 사회적 분위기’(15.6%) 순으로 응답

〈 사회공헌 프로그램 운영 시 주요 고려사항 〉



* 주1 : 해당항목 분석기업 기준(77개사)

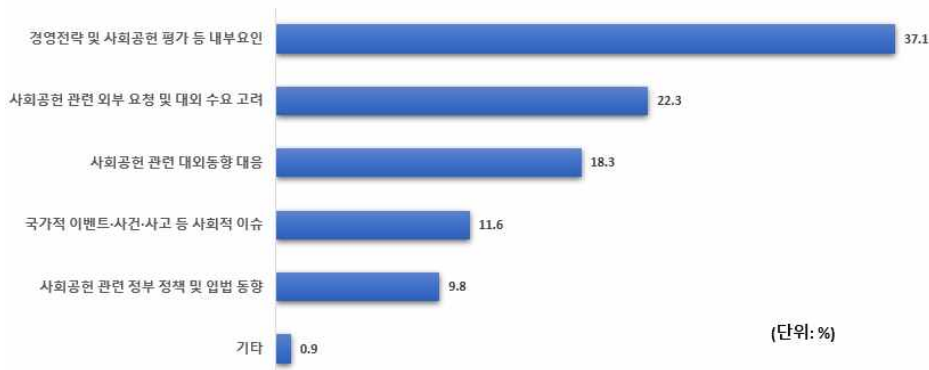
* 주2 : 중복응답 포함, 1순위(2점), 2순위(1점) 가중치를 반영하여 합산한 수치의 비중

□ 기업 사회공헌 담당자들은 사회공헌 사업계획 수립 시 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 기업의 ‘내부요인*’(37.1%)를 꼽음

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

○ 다음으로 ‘사회공헌 관련 외부 요청 및 대외 사회공헌 수요 고려’(22.3%), ‘사회공헌 관련 대외동향 대응’(18.3%) 순으로 응답

〈 사회공헌 사업계획 수립에 영향을 미치는 주요 요인 〉



* 주1 : 해당항목 분석기업 기준(76개사)

* 주2 : 중복응답 포함, 1순위(2점), 2순위(1점) 가중치를 반영하여 합산한 수치의 비중

□ 향후 관심 있는 사회공헌 분야로 ‘취약계층 지원’(38.0%), ‘교육/학교/학술’(14.7%), ‘환경보전’(13.9%) 및 ‘지역경제 활성화’(7.6%) 순으로 응답

- 2023년에 비해 관심이 높아진 분야는 ‘취약계층 지원’(’23년 37% → ’24년 38%)과 ‘지역경제 활성화’(’23년 7.4% → ’24년 7.6%), ‘응급·재난 구호’(’23년 2.8% → ’24년 4.9%), 의료 보전’(’23년 0.8% → ’24년 2%), ‘스타트업·중소기업 지원 등 상생사업’(’23년 3.0% → ’24년 4.1%) 등이 있음

< 향후 관심 있는 사회공헌 분야 >

(단위: %)

	1순위	2순위	3순위	전 체
취약계층지원	54.2	22.9	17.6	38.0
교육/학교/학술	10.8	18.1	20.3	14.7
문화예술/체육	6.0	8.4	5.4	6.7
환경보전	8.4	19.3	20.3	13.9
의료 보전	1.2	3.6	1.4	2.0
해외지원	2.4	2.4	4.1	2.7
응급/재난구호	3.6	7.2	4.1	4.9
스타트업·중소기업 지원 등 상생사업	2.4	6.0	5.4	4.1
지역경제 활성화	3.6	9.6	16.2	7.6
군·경·소방 및 보훈사업	1.2	0.0	2.7	1.0
저출산 대응산업	2.4	1.2	2.7	2.0
기타	3.6	1.2	0.0	2.2

* 주1 : 해당항목 응답기업 기준(75개사)

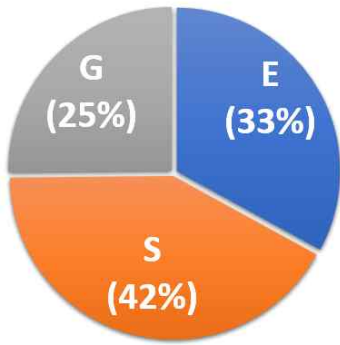
* 주2 : ‘전체’ 비율은 1순위(3점), 2순위(2점), 3순위(1점) 가중치를 반영하여 합산한 수치의 비중

5. ESG 경영 활동

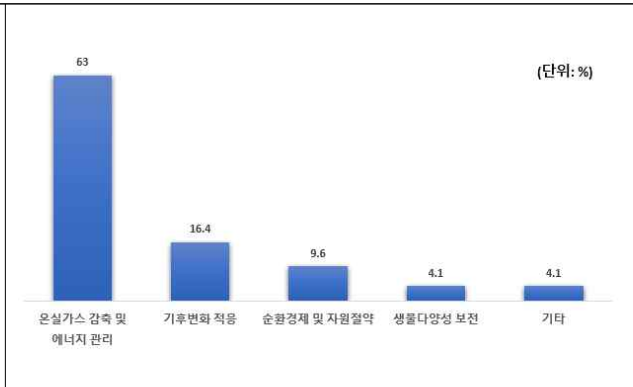
- 기업들이 중요하게 생각하는 지속가능경영 이슈 중 가장 많은 비중을 차지한 것은 사회(S:42%), 환경(E:33%), 거버넌스(G:25%) 순으로 조사됨
- 분야별 가장 중요한 이슈로는 ▷환경(E): ‘온실가스 감축 및 에너지 관리’(63.0%) ▷사회(S): ‘안전·보건’(31.5%) ▷거버넌스(G) 분야: ‘준법·윤리경영’(36.6%) 순으로 답변
- * [환경(E)] ▷온실가스 감축 및 에너지 관리(63.0%), ▷기후변화 적응(16.4%), ▷순환경제·자원절약(9.6%), ▷생물다양성 보전(4.1%), ▷기타(4.1%) 순
- * [사회(S)] ▷안전·보건(31.5%), ▷지역사회·사회공헌(26.0%), ▷고객만족·품질경영(17.8%), ▷협력사 상생 및 공급망 관리(15.1%), ▷기타(5.5%) 순
- * [거버넌스(G)] ▷준법·윤리경영(36.6%), ▷ESG 목표, 전략 설정 및 실행체계 구축(35.2%), ▷건전한 지배구조 구축(12.7%), ▷조직 내 ESG 경영 내재화(조직문화, 보상)(9.9%), ▷기타(5.6%) 순

< 지속가능경영 주요 이슈 >

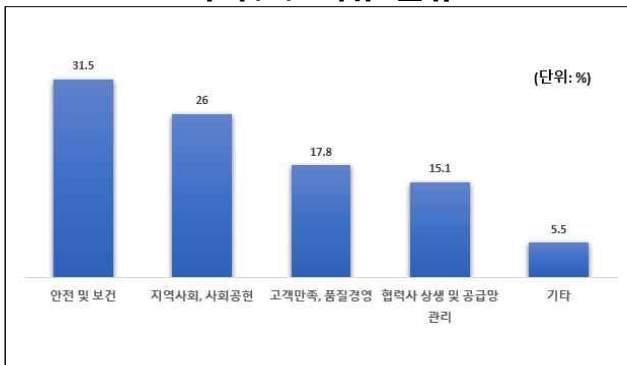
<주요 이슈 ESG 분류 >



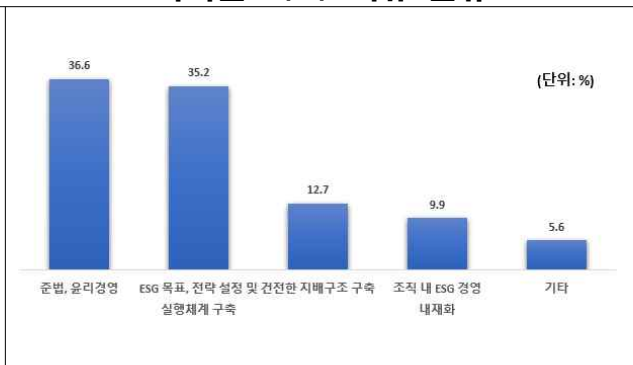
<환경(E) 이슈 분류>



<사회(S) 이슈 분류>



<거버넌스(G) 이슈 분류>



* 주 : 중요성 이슈를 표시한 72개사 이슈 3가지씩을 선별(총 216가지)해 카테고리화

- 분야별 세부 이슈로는 ‘온실가스 감축 및 에너지 관리’ 선정. 다음으로는 ‘안전 및 보건’ ‘지역사회, 사회공헌’과 ‘ESG 목표, 전략 설정 및 실행체계 구축’ 순

< ESG 분야별 주요 이슈 - 중요도 순 >

(단위 : %)

	이슈	비중	분류
1	온실가스 감축 및 에너지 관리	20.1%	E
2	안전 및 보건	12.7%	S
3	지역사회, 사회공헌	10.6%	S
4	ESG 목표, 전략 설정 및 실행체계 구축	9.5%	G
5	준법, 윤리경영	7.6%	G
6	고객만족, 품질경영	7.4%	S
7	협력사 상생 및 공급망 관리	6.5%	S
	기후변화 적응	6.5%	E
8	조직 내 ESG 경영 내재화(조직문화, 보상)	3.9%	G
9	순환경제 및 자원절약	3.5%	E
10	건전한 지배구조 구축	2.5%	G

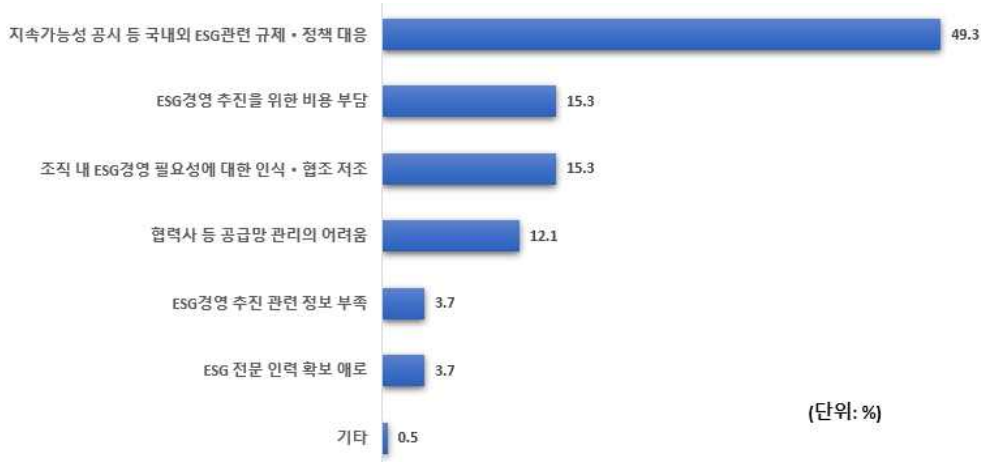
* 주1 : 해당항목 응답기업 기준 (72개사)

* 주2 : 비율은 1순위(3점), 2순위(2점), 3순위(1점) 가중치를 반영하여 합산한 점수가 전체 점수에서 차지하는 비중

- ESG 경영 추진과 관련해 기업들은 ‘지속가능성 공시 등 국내외 ESG 관련 규제·정책 대응’(49.3%)을 가장 큰 어려움으로 지적

- 그 밖에도 ‘ESG경영 추진을 위한 비용 부담’(15.3%), ‘조직 내 ESG경영 필요성에 대한 인식·협조 저조’(15.3%) 등을 애로사항으로 꼽았음

< ESG 경영 추진 관련 애로사항 >



(단위: %)

* 주1 : 해당항목 응답기업 기준 (72개사), 중복포함

* 주2 : 비율은 1순위(2점), 2순위(1점) 가중치를 반영하여 합산한 수치의 비중

< 주요 기업의 ESG 경영 사례 >

환경

<SK에코플랜트> 사업장 대상 환경감사

- 사업 수행 과정에서 발생할 수 있는 환경 리스크를 예방하기 위해 국내 모든 사업장을 대상으로 연 1회 이상 환경감사를 실시하고 있음. 54개 항목으로 구성된 체크리스트를 기반으로 부적합 사항을 도출하고, 개선 조치를 이행하며, 재발 방지를 위한 모니터링 계획 수립
- 2024년에는 국내 약 70개 사업장을 4개 권역으로 구분해 총 181건의 환경감사를 수행하였으며, 식별된 94건의 리스크에 대해서는 모두 개선 완료. 또한, 건설 현장뿐만 아니라 자회사의 특성에 맞춘 환경 수준 진단 체크리스트를 개발하여 점검 범위를 지속적으로 확대하고 있음

<동양생명보험> '무용함 속 쓸모찾기: 그린박스 캠페인'

- 2024년 6월 26일부터 7월 12일까지 약 2주간 전사적으로 '무용함 속 쓸모찾기: 그린박스 캠페인'을 전개. 본 캠페인은 일상 속에서 버려지는 물품의 재사용 가치를 재발견하고, 자원 순환 문화를 확산하기 위한 활동으로 진행되었음
- 임직원들은 의류, 생활용품, 도서 등 재사용이 가능한 물품 총 200점을 기부하였으며, 수집된 물품은 2024년 7월 16일 재단법인 '아름다운가게'에 전달됨. 이를 통해 동양생명은 불필요한 폐기물을 줄이고, 재사용을 통한 환경 보호 및 지속가능한 사회 구축에 기여

<한국타이어앤테크놀로지> 에너지 전환을 통한 탄소 배출저감

- 2024년에 에너지 전환을 통한 탄소 배출 저감에 적극적으로 참여하였으며, 다양한 방식으로 재생에너지 도입을 확대하고 있음
- (폐열에너지 활용) 대전공장에서는 기존에 보일러를 활용해 생산하던 스팀을 폐열에너지로 생산된 외부 스팀으로 대체하는 시스템을 도입함. 이로 인해 해당 비율 만큼의 탄소 배출량은 0으로 계산되어, 탄소 배출 저감을 위한 에너지원 전환을 성공적으로 달성
- (태양광 발전 도입) 이미 중국 가흥공장, 중경공장에 태양광 발전 시설을 운영하고 있으며, 금산공장 신축 창고에도 태양광 발전 도입을 계획하는 등 태양광 발전을 통해 재생에너지 비중을 확대해 나가고 있음
- (전기 전환) 공정 내 재열압착기를 전기식으로 개선해 기존 연료를 소모하는 공정을 전기로 전환하여 필요할 때만 전력을 사용하도록 함. 이러한 에너지 전환은 에너지 사용 효율성을 높이고 탄소 배출을 줄이는데 중요한 역할을 하고 있으며 향후에는 수소보일러, 가스엔진 열병합 발전 등 신기술을 도입하여 재생에너지 전환을 더욱 확대할 계획

<엘아이지넥스원> 임직원 환경 인식 제고, 'EZ 크루(이메일 클린업 지구 구하기 크루)'활동

- 2024년 11월 6일부터 2025년 1월 6일까지 약 2개월간 'EZ 크루(이메일 클린업 지구 구하기 크루)' 활동을 진행
- 이 기간 동안 임직원들은 총 380,052통의 불필요한 이메일을 삭제하여 약 1.5톤의 탄소 배출량을 절감하였으며, 이는 A4용지 약 2,500매 절약, 또한, 약 100그루의 나무가 1년 동안 흡수하는 이산화탄소량과 맞먹는 수준의 효과를 냄

<삼성에스디에스> 업무용 차량 저공해 차량 전환

- (목적) 차량 운행으로 발생하는 온실가스 배출량 저감
- (내용) 삼성에스디에스는 국내 업무용 차량을 저공해 차량으로 전환. 2030년까지 업무용 차량의 100%를 저공해 차량으로 전환하는 환경경영 전략을 수립하고 단계적 교체를 추진 중이며, 2024년까지 총 18대의 차량을 전환 완료
- 또한 저공해 차량의 수요 증가 흐름에 발맞추어 사업장 내 전기차 충전 인프라 시설을 도입함으로써 임직원들이 자발적으로 환경친화적 차량을 이용하도록 지원

<한국항공우주산업> 사업장 온실가스 감축전략

- (목적) 재생에너지 전환 및 온실가스 감축
- (내용) KAI는 온실가스 배출량 중 약 70% 이상을 차지하는 전력 사용 부문에서 감축 효과를 극대화하기 위해 친환경 재생에너지 사용 확대를 핵심 전략으로 추진. 2024년에는 사천 본사 8개 건물 지붕에 5.4MW 규모의 태양광 발전 설비를 설치 완료하고 가동 중이며, 생산된 전력은 전량 자가 소비하고 있음. 이를 통해 연간 약 6,666,373kWh의 전기를 생산하고 약 3,000톤의 온실가스 배출을 저감하는 성과를 달성
- 또한 시스템 냉난방기 온도관리 기준 수립과 건물 원격 제어 시스템을 적용하여 에너지 절감을 실현하고 있으며, 2025년에는 고효율 냉동기 설치 및 에너지 절감 활동을 통해 연간 약 400톤의 온실가스를 추가 감축할 계획

<기아> EV3 스테디카

- (목적) 재활용, 바이오 소재 적극 활용을 통한 친환경 제품 개발
- (내용) 기아는 재활용, 바이오 소재를 적극 활용해 차량의 내·외장 및 샤시 부품 부품을 설계한 연구용 차량 'EV3 스테디카'를 제작해 친환경 제품 개발을 위한 노력을 구현함. EV3 스테디카에는 일상에서 발생하는 다양한 폐자원을 차량 소재로 활용해 자원순환의 가치를 실현했으며, 예를 들어 폐차에서 회수된 플라스틱을 재활용해 프렁크 부품으로, 생활계 폐기물을 다양한 방법으로 재활용해 범퍼 및 내·외장 플라스틱으로 재탄생시킴
- 차량 외관의 루프와 가니쉬 등에 자연에서 유래한 천연 섬유와 바이오 폴리머로 구성된 복합재 제조기술을 적용했으며, 도어트림 부품에는 버려지는 해양 폐각 껍데기 활용
- EV3 스테디카에 적용된 소재 기술들은 지속적인 연구개발을 통해 품질과 양산성을 개선하고 2030년까지 실제 차량에 적용하고, 친환경 소재를 적용함으로써 자원순환을 실현하고자 함

<효성중공업> 2024년 클린데이, 사업장 인근 정화활동

- 사업장 인근 생태계 및 환경보호에 대한 책임을 인식하고, 사업장 인근 정화활동을 정례화(2023년~)/총 27개의 현장을 대상으로 '2024년 클린데이' 활동을 통해 현장 내·외부의 청결 상태를 유지하여, 악취 및 환경 유해요인 제거(2024년)
- 주요 사업장이 위치한 지역사회, 이해관계자의 친환경 인식을 확대하기 위해 환경 분야 공모전을 주최하고 환경경영 캠페인을 지속적으로 실시

<대우건설> 지역사회 리스크 관리활동

- 대우건설은 2024년에 자체 개발한 ‘지역사회 리스크 관리 시스템’을 통해 위험 요소 식별, 완화 조치, 효과성 평가, 후속 조치까지의 전 과정을 체계적으로 관리하고 있으며, 지속적인 관리가 필요한 항목은 시스템 기반으로 상시 점검 중
- 전국 56개 건설현장에서 총 932건의 위험요소를 식별, 이 중 완화 조치를 완료한 127건에 대하여 조치의 효과성을 검증하기 위한 정밀 평가 실시
- 주요 조치에는 교통안전시설 설치, 낙하물 방지망 및 소음 저감시설 설치, 비산먼지 살수작업 강화, 생활폐기물 관리체계 개선 등이 포함

<HD현대미포> 정년퇴직 예정자를 대상으로 은퇴설계교육지원

- HD한국조선해양 및 조선 자회사는 임직원이 퇴직 후에도 건강하고 안정된 삶을 유지할 수 있도록 은퇴설계 지원 교육 프로그램을 운영하고 있음. 은퇴 후 변화 관리, 생애 5대 영역(재무, 건강, 직업 등)별 검진을 통한 경력 계획 수립 등 은퇴 대상 임직원이 제2의 삶을 준비할 수 있도록 지원
- 특히 정년퇴직 예정자의 교육 니즈를 반영한 맞춤형 교육 프로그램을 운영하여 성공적인 인생 2막 설계를 위한 자가진단, 재무관리, 건강관리 등 실질적이고 체계적인 교육을 제공

<오뚜기> 사내 건강 프로그램 운영 확대

- 오뚜기는 임직원들의 스트레스 감소와 업무 집중력 향상을 위해 사내 건강 프로그램 운영
- 2024년 3월부터 6월까지 오뚜기센터에서 ‘오피스요가’, ‘티 오마카세 & 싱잉볼 테라피’, ‘팀빌딩 요가 & 아로마 테라피’, ‘볼란스 테라피’ 등 다양한 특강을 진행
- 또한 11월부터는 오뚜기센터뿐만 아니라 안양 지역(중앙연구소, 품질보증본부, 안양공장)으로 프로그램을 확대하여 주 1회 정기적으로 ‘명상 Class’를 운영하고 있음. 현재 오뚜기센터와 안양지역에서 평균 20~30명이 참여하고 있으며, 직원 만족도 향상을 위해 매회 설문조사를 실시

<한세실업> 장애인 고용확대 및 다양성 강화를 위한 문화예술팀

- 한세실업은 2024년 1월, 장애인 고용 확대 및 다양성 강화를 위한 일환으로 문화예술팀을 신설하고, 장애인 임직원 8명을 채용. 해당 팀은 재택근무 기반으로 개인별 악기 연습을 진행하며, 정기적인 합주 활동을 통해 협업과 자율성을 동시에 강화. 장애인 임직원이 자신의 역량을 충분히 발휘할 수 있는 근무환경을 조성하고 있으며, 포용과 존중의 조직문화 정착을 위한 기반을 지속적으로 확대 중

<카카오> 아동·청소년 성보호 강화를 위한 협력 및 신고체계 개선

- 카카오는 아동·청소년 성보호 정책 강화를 위하여 2024년 9월 십대여성인권센터와 업무협약을 체결. 십대여성인권센터로부터 아동·청소년 대상 성범죄를 조장하거나 유도하는 신조어 데이터 및 SNS 기반의 신종 성범죄 유형과 사례를 공유받아 카카오 서비스의 금칙어 데이터베이스를 고도화 하며 십대여성인권센터가 오픈채팅 내 아동·청소년 정책위반 행위를 확인할 시 신속히 제보할 수 있도록 핫라인을 운영하는 등 업무협업 체계를 구축하고 향후 지속적으로 아동·청소년 보호를 위해 노력

<한화비전> 내가 그린 비전(VISION)

- ‘내가 그린 비전’ 행사는 한화비전이 매년 상·하반기 두 차례 진행하는 사회공헌 활동으로, 임직원들의 자발적인 참여로 이뤄짐. 문화 소외 계층 아동들의 정서적 발달을 도모하고 문화 양극화를 해소하기 위한 취지로 마련. 2024년에는 캠핑과 피크닉을 결합한 캠프닉을 통해 아이들이 평소 접하기 어려웠던 캠핑 문화를 경험할 수 있도록 했음. 이날 행사에서 아이들은 한화비전 임직원들과 함께 보물 찾기, OX 퀴즈 등 다채로운 레크리에이션과 바비큐 파티를 즐길 수 있었음

<GS칼텍스> AI 영상분석 기술 도입을 통한 사업장 안전 강화

- 실시간 안전 모니터링 체계 구축을 위한 AI 영상기반 기능형 솔루션 적용한 CCTV 시스템 도입. AI

CCTV를 통해 감지대상영역 내 객체를 인식하고 보행규정 미준수, 보호구 미착용, 화재(연기/불꽃) 발생, 경계구역 침입 등을 감지하여 음성 안내와 알람 제공

- 폴리프로필렌(PP: Polypropylene) 및 폴리에틸렌(PE: Polyethylene) 출하 작업에 사용되는 리치 스택커와 지게차의 사고를 예방하기 위해 리치 스택커(Reach Stacker) 후방에 AI 모델을 적용한 카메라 설치하고, 바닥에 LED 불빛으로 안전거리 표시

<현대건설> 협력사 안전 인센티브 제도

- H-안전지갑 제도는 자신의 안전을 지키거나, 동료의 안전을 지키는 행위를 하였을 때, 안전 포인트를 지급하는 포인트 기반의 인센티브 제도. 근로자들은 자신의 무사고 인증, TBM 참석, 안전정보 시청, 위험요인 신고 등 안전활동 참여 시 포인트를 지급받고 있음

<HD현대사이트솔루션> ESG 연계 지역사회 생물 다양성 관련 사업 거점별 보전활동

- 거점별 주요사업장 (성남, 울산, 인천, 군산, 음성, 용인 등)에서 가까운 국립공원 또는 생태계 보전지역에 대한 봉사활동 및 보전 활동을 실행. 2024년에 HD현대사이트솔루션은 경기 성남시 탄천 태평습지생태원을 찾아 2만7천600㎡ 규모의 습지 곳곳에 퍼진 외래식물을 제거하고 방치된 나뭇가지와 잔디 폐기물 등을 수거함. 또 곤충류를 위한 인공 생물서식 공간 '비오톱'을 임직원들이 직접 제작해 설치하고, 다양한 식물을 심으며 생물다양성 보존에 힘씀

거버넌스

<LG전자> 이사회 중심 책임경영

- 건전하고 투명한 기업지배구조를 구현하기 위해 이사회 구성원의 과반수를 사외이사로 구성하며, 이들은 사외이사후보추천위원회를 통해 공정하게 선출
- 사외이사 경영 전문성 판단을 위해 이사회 역량 지표(Board Skill Matrix)를 도입하고, 전문성 제고를 위하여 회사 개요 및 이사회 운영, 이사회 역할과 법적 책임 등에 대한 교육 프로그램을 진행 및 이사 직무 수행과 관련된 주제(리스크 관리 등)로 세미나를 진행하고 있으며 '24년 이사회 평균 참석률은 97.2%

<KB국민카드> 제로트러스트(Zero Trust) 보안체계 구축

- KB국민카드는 보안 탐지·분석·대응 역량을 강화하고, 진화하는 사이버 위협에 선제적으로 대응하기 위해 2024년부터 2026년까지 3개년에 걸쳐 제로트러스트(Zero Trust) 보안 모델을 단계적으로 구축하고 있음
- 제로트러스트는 모든 사용자와 기기를 신뢰하지 않고 지속적으로 검증하는 선진 보안 프레임워크로, 내부망 접속 시에도 모든 접근 요청을 철저히 검증함으로써 계정 탈취, 내부자 위협 등 보안 사고를 효과적으로 방지할 수 있음
- 2024년에는 연결된 장비와 기기의 상태를 실시간으로 파악할 수 있는 '가시성 확보'를 핵심 목표로 설정하였으며, 사용자 단말기와 클라우드 환경에서 발생하는 위협 요소를 신속히 식별·대응할 수 있는 체계를 마련

<LX인터내셔널> ESG위원회 교육

- LX인터내셔널은 2024년 ESG위원회를 대상으로 탄소중립과 지속가능성 공시에 대한 심층 교육을 진행. 이번 교육에서는 탄소중립의 개념과 이를 달성하기 위한 실질적인 접근 방법을 중심으로, Scope 1·2·3의 정의를 명확히 하고 각 기업이 탄소배출을 측정·관리할 수 있는 구체적인 방안을 다루었음
- 또한 KSSB(한국지속가능성공시기준원)의 지속가능성 공시기준 공개초안을 검토하며, 기업이 ESG 관련 정보를 투명하게 공시하고 이를 경영에 반영할 수 있는 방법을 제시

<금호타이어> 전자투표제 도입을 통한 주주권의 보호

- 모든 주주의 의결권 및 주주권을 존중하며, 주주 편의성을 높이기 위해 2024년부터 전자투표제도를 도입해 운영
- 이를 통해 주주는 의결권 대리행사와 함께 보다 용이하게 권리를 행사할 수 있게 되었으며, 주주총회는 매 사업연도 종료 후 3개월 이내에 정기적으로 개최되고, 필요시 임시주주총회를 운영하고 있음

<대신증권> 리스크 관리 방안 정교화

- 2024년 7월 통합리스크관리시스템(TRMS) 고도화 프로젝트를 시작하여 기존 리스크 관리 시스템의 한계를 보완하고, 금융감독당국의 요구사항에 대응하고자 함
- 이를 통해 투자자산 가치평가의 정확성을 높이고, 리스크 측정을 정교화하여 경영진의 의사결정을 효과적으로 지원할 계획

<SK증권> ESG Specialist Group 운영

- SK증권은 추진하고 있는 지속가능경영의 다양한 활동과 성과를 공유하고, 앞으로 지속가능경영을 추진함에 있어서 임직원의 인식 및 현황을 확인하고자 2023년 'ESG Specialist Group'을 출범. 각 사업부 대표의 추천으로 선정된 23명의 임직원으로 구성되어 있으며 실질적인 ESG 경영 내재화를 위해 매월 점심시간을 활용하여 회의를 진행하고 있음
- 그 외에도 외부 전문가를 초빙하여 ESG 이슈에 관한 최신 트렌드를 파악하고 인식 수준을 향상하여 ESG 경영을 통한 새로운 기회를 발굴하고 있으며 SK증권 고유의 ESG 경영 실천을 통해 앞으로도 ESG 내재화를 위한 적극적인 활동을 이어나갈 예정

6. 올해의 사회공헌

2025년의 사회공헌

<카카오모빌리티> ‘기브셔틀’ 봉사여행 프로그램

- (목적) 플랫폼을 통한 상생 가치 전파
- (내용) 자원봉사와 여행이 결합된 ‘볼런투어’ 프로그램. 카카오 T앱을 통해 ▲문화재 보호 ▲생태종 보호 ▲사회적 기업 탐방 ▲농촌 지역 돕기 ▲유기동물 지원 총 5개 테마의 봉사활동 신청을 하고 이동버스 제공까지 지원하여 플랫폼 이용자들의 봉사활동 참여 접근성을 높였음. ‘기브셔틀 2024’ 봉사여행 결산 리포트에 따르면 2024년 한 해 동안 총 262명의 봉사자가 함께 했으며 이 중 42%가 기브셔틀을 통해 봉사활동에 입문한 것으로 나타남
- 2024년 기브셔틀은 5월부터 10월까지 총 5번 매번 다른 테마로 진행되었음 (5월: 문화재 지킴이 되기, 6월: 수달 서식지 보호, 7월: 친환경 제품 제작 체험, 9월: 농촌 라이프 체험 & 일손 돕기, 10월: 유기동물 지원 및 입양 돕기)

<키움증권> 청년층이 선호하는 7개 기업과 함께 자립 준비 청년 지원 ‘어른까지 얼른준비’

- (목적) 자립 준비 청년 지원
- (내용) 키움증권은 자립 준비 청년이 사회에 홀로 서게 되면서 면접, 운전, 여행, 영어 공부 등에 고민이 많다는 점을 파악해 각 분야를 대표하는 기업들과 함께 캠페인을 기획했다. 무신사(패션), 여기어때(여행), 쏘카(모빌리티), 오늘의집(인테리어), 스픽(영어교육), 미니 창고 다락(공유창고), 헬리눅스(캠핑)가 함께해 '콜렉티브 임팩트(집단적 파급력)' 방식으로 진행
- 지원은 청년들이 해당 기업의 서비스를 이용할 수 있는 지원금을 지급하는 식. 7개 기업은 자사 서비스 제공과 함께 할인, 특별 혜택 등 다양한 방법으로 캠페인에 참여

<유니클로> 장애인의류리폼 지원사업

- (목적) 장애인을 위한 개인 맞춤형 리폼 의류 지원
- (내용) 유니클로는 2019년부터 서울시, 한국여성마비복지회와 함께 진행된 본 캠페인은 옷을 통해 모든 사람의 삶을 더욱 풍요롭게 만들겠다는 철학 하에 편리한 옷으로 장애인의 더 나은 일상을 지원하고 있음. 2025년은 해당 캠페인의 7차년로 사업 진행 2019년부터 6년간 약 3,800명의 장애인에게 1만 6천여 벌의 리폼 의류를 지원해왔음. 올해는 한국여성마비복지회에 기부금 1억 1천만 원을 전달하고, 서울과 부산에 거주하는 뇌병변 및 지체 장애인 400명에게 리폼 의류를 지원할 계획

<러쉬코리아> ‘러쉬 기빙’, 키스톤 제품 출시를 통한 기부

- (목적) 자연 환경 및 핵심종 보호 관련 후원
- (내용) 러쉬코리아는 국제 생물다양성의 날을 맞아 멸종위기 핵심종 보호를 주제로 한 배쓰 밤 ‘후탄(Hutan)’ 출시. 러쉬는 제품 판매금(부가세 제외)의 75%를 인도네시아 수마트라에 기반을 둔 비영리재단 ‘에코시스템임팩트(EcosystemImpact)’에 기부하며 해당 기금은 긴꼬리원숭이를 비롯한 멸종위기종 보호와 서식지 복원 활동에 사용될 예정. ‘키스톤’은 생태계 균형을 좌우하는 핵심종에서 영감을 받아 탄생한 제품으로, 후탄 배쓰 밤은 러쉬의 첫 번째 키스톤 제품임

* 주 : 조사 참여기업이 제출한 ‘올해의 사회공헌 활동’ 응답 내용을 기반으로 작성한 사례임

- 동 데이터는 2024년 매출액 상위 500대 기업의 지속가능경영보고서를 토대로 작성되었습니다.
- 내용과 관련하여 의견이나 문의사항이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.
TEL : 02-3771-0067 FAX : 02-6234-5252 E-mail : minseo@fki.or.kr

2024년 기업 사회공헌활동에 대한 조사

- 본 조사는 기업 사회공헌실태를 종합적으로 파악해 기업에게 유용한 자료를 제공하고, 기업의 사회적 가치 창출에 대한 국민 이해를 돕기 위해 1993년부터 정기적으로 실시하는 조사입니다.
- 귀사의 답변은 오직 통계 분석 목적으로만 활용되며, 개별사항은 절대 비밀이 보장됩니다.
- 회 신 처 : E-mail. csr@fki.or.kr

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

【사회공헌 지출비용】 * 아래의 작성기준을 참고하여 작성해주시기 바랍니다.

1. 2023-2024년 사회공헌 지출비용은 얼마입니까?

2023년도 사회공헌 지출비용	원
2024년도 사회공헌 지출비용	원

사회공헌 지출비용 작성기준

기업 사회공헌 비용 = 자율 프로그램 + 일반 기부

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

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

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

[기부금 처리가 될지라도 사회공헌 비용에 포함되지 않는 항목]

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

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

1-1. (증가한 경우) 2023년 대비 2024년 지출비용이 증가한 이유는 무엇입니까?

1순위	2순위
-----	-----

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

1-2. (감소한 경우) 2023년 대비 2024년 지출비용이 감소한 이유는 무엇입니까?

1순위	2순위
-----	-----

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

2. 2023-2024년 분야별 지출비용을 사업영역별로 구분하여 주시기 바랍니다.

구분	2023년 (원)	2024년 (원)	비고
① 취약계층 지원			취약계층의 주거, 의료 등 전반에 대해 일정 수준 이상의 생활 유지를 위한 지원, 사회복지 시설 지원, 취약계층 자립을 위한 사회적 기업 등
② 교육/학교/학술			학교 등 교육시설 건립, 교육기자재 지원, 장학금 및 학술연구 지원, 경제교실 등 교육 기부 등
③ 문화예술/체육			문화예술·체육계의 인재 양성, 일반 대중의 문화예술·체육 향유를 위한 지원, 문화·체육 시설 건립 및 운영 지원, 전통문화 보존 등
④ 환경 보전			환경단체 활동 지원, 나무심기, 환경보전 캠페인 등
⑤ 의료 보전			병원 건립·운영 지원, 의료봉사, 의약품 지원 등 일반 국민의 의료복지 증진을 위한 사업
⑥ 해외지원			해외 재해복구 활동 및 성금기탁, 저개발국 빈곤퇴치, 해외학교 건립 및 학비 지원 등 (국내가 아닌 지역에서 벌어진 기업의 모든 사회공헌 활동)
⑦ 응급/재난구호			수해복구, 구호물품 및 성금 기탁, 재해예방 시설 설치 및 지원 등
⑧ 창업, 스타트업, 중소기업등 상생사업			청년·중장년층 창업 및 스타트업, 중소기업, 소상공인에 대한 자금 및 인프라 지원 등
⑨ 지역사회 기여			지역 관광객 유치, 지역 특산물 구입, 전통시장 지원 등
⑩ 보훈 사업			군, 경찰, 소방 근무자, 유공자 등 대상 보훈사업
⑪ 저출생 대응사업			돌봄지원 등 저출생 문제 해결을 위한 사회공헌사업
⑫ 기타			시민소셜단체 지원 준법캠페인 등 사회의식 개혁 캠페인 등
총 계			총계 = 문항 1번 사회공헌 지출비용과 동일

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

사업명	금액
-----	----

【임직원 봉사활동 현황】

3. 2024년 임직원 봉사활동 실적이 있다면 성과를 기재해 주시기 바랍니다.

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

3-1. 임직원 봉사활동 참여가 전년 대비 증가 또는 감소하였다면 그 이유는 무엇입니까? (예시: ESG 경영 강화 및 봉사휴가 제도 도입으로 인한 참여 확대, 또는 인력부족·업무집중 등으로 인한 참여 감소)

3-2. 임직원 봉사활동 지원제도 여부를 기재해 주시기 바랍니다.

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

【사회공헌 인식조사】

4. 2024년 귀사의 사회공헌 사업계획에 영향을 미친 주요 요인은 무엇입니까?

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

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

5. 2024년 사회공헌활동 추진 성과에 대해 어느 정도 만족하고 있습니까? (5점 만점)

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

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

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 회사(CEO)의 미션 및 철학
- ② 기반 지역사회가 당면한 사회 문제 해결 및 발전에 기여
- ③ 기업의 사회적 책임 이행에 대한 사회적 분위기
- ④ 기업 이미지 제고 및 홍보 효과
- ⑤ 업종 및 자사 제품·서비스와의 연관성, 비즈니스 기회 창출
- ⑥ 이해관계자(내외부 포함) 참여와 협력 강화
- ⑦ 지속가능성
- ⑧ 기타 ()

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

1순위		2순위		3순위	
-----	--	-----	--	-----	--

- | | | |
|------------------|--------------------------|--------------------------------------|
| ① 취약계층 지원 | ② 교육/학교/학술 | ③ 문화예술/체육 |
| ④ 환경 보전 | ⑤ 의료 보건 | ⑥ 해외지원 |
| ⑦ 응급/재난 구호 | ⑧ 스타트업·중소기업 지원 등
상생사업 | ⑨ 지역사회 기여 (지역 관광 홍보,
특산물 판매 지원 등) |
| ⑩ 군·경·소방 및 보훈 사업 | ⑪ 저출생 대응 사업 | ⑫ 기타() |

【사회공헌 프로그램 상세현황】 * 각 항목별로 아래 표 추가해 작성(재단사업 포함, 개수 제한없음)
 ※ 이하 내용은 보고서에 인용·소개될 수 있습니다. 동의하십니까? 예() 아니오()

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

프로그램명	
사업 시작년도	
사업대상 (해당부분에 V)	①아동/청소년 ②장애인 ③노인 ④다문화가정 ⑤여성 ⑥청년 ⑦퇴직자·중장년 ⑧환경 ⑨지역사회 발전 ⑩중소기업·상생 ⑪군·경·소방, 보훈대상자 ⑫기타
사업목적	
내 용	
기대성과	

9. 귀사의 대표 사회공헌 프로그램에 대해 기재해주시기 바랍니다.

프로그램명	
사업 시작년도	
사업대상 (해당부분에 V)	①아동/청소년 ②장애인 ③노인 ④다문화가정 ⑤여성 ⑥청년 ⑦퇴직자·중장년 ⑧환경 ⑨지역사회 발전 ⑩중소기업·상생 ⑪군·경·소방, 보훈대상자 ⑫기타
사업목적	
내 용	
사업성과 및 사회적 가치	(사업을 통해 창출된 결과, 지원 대상 및 사회의 정량적·정성적 변화 등을 자유롭게 기재)

12. 귀사의 ESG 경영·투자 사례에 대한 상세내용을 기재해주시기 바랍니다.

* 사회공헌 프로그램과 중복될 경우, 프로그램명만 작성

* 2개 이상인 경우, 표를 추가하여 작성

<환경(E) 부문>

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

<사회(S) 부문>

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

<거버넌스(G) 부문>

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

13. 2025년 가장 기억에 남는 사회공헌은?

* 2025년 한 해 동안 각 기업들이(본인 회사 외의 타 기업) 추진했던 프로젝트 중 가장 주목할 만한 프로젝트를 세개까지 적어주세요

프로그램명	
내 용	

프로그램명	
내 용	

프로그램명	
내 용	

- 귀중한 시간을 내어 응답해 주셔서 감사합니다 -