

# 작년 500대 기업 사회공헌에 2조6천61억 지출



지난해 매출 500대 기업의 사회공헌 지출액이 2조6천61억 원으로 조사됐다.

전국경제인연합회가 11월 12일 발표한 '2019년 주요 기업의 사회적 가치 보고서'에 따르면, 지난해 매출 500대 기업 중 설문응답 기업과 지속가능경영보고서 발간기업 등 206개사를 대상으로 조사한 결과, 사회공헌 지출액이 총 2조6천61억원으로 전년 대비 4.3% 줄었다고 밝혔다. 2016년과 비교하면 24.4% 증가했다.

전경련은 “지난해 기업의 사회공헌 지출액 총 규모가 전년 대비 줄었지만 최근 10년간 추세를 보면 꾸준히 증가하다가 2016년 일시적인 조정을 거쳐 다시 반등하는 추세에 있는 것으로 보인다”고 설명했다.

지난해 기업당 평균 사회공헌 지출액은 126억5천77만 원으로 전년 대비 8.1% 줄었고, 2016년과 대비로는 18.4% 늘었다.

분야별 지출로는 취약계층 지원에 대한 지출 비중이 37.6%로 가장 높았고, 교육·학교·학술이 14.7%, 문화예술·체육 11.0%, 창업 지원 10.9% 등의 순이었다.

특히 최근 들어 기업의 사회적 가치 창출의 일환으로 스타트업 육성과 창업가정신 교육 활동이 활발해진 것으로 나타났다. 초기 단계의 스타트업에 공간·자금·멘토링·네트워킹 등을 지원하여 자립 기반을 다지거나, 대기업과 협업을 통해 글로벌 시장 진출 기회를 제공하는 사례가 대표적이다.

삼성전자가 C랩 아웃사이드를 통해 성장 잠재력이 높은 예비 창업가와 스타트업 대상으로 사업 지원금 및 멘토링 지원을 하고 있고, 현대자동차그룹은 H-온드림 사회적기업 창업오디션으로 인큐베이팅 단계와 액셀러레이팅 단계의 유망 소셜벤처를 선발해 지원금과 창업 교육, 전문가 멘토링 및 컨설팅, 투자유치행사 등을 제공하고 있다.

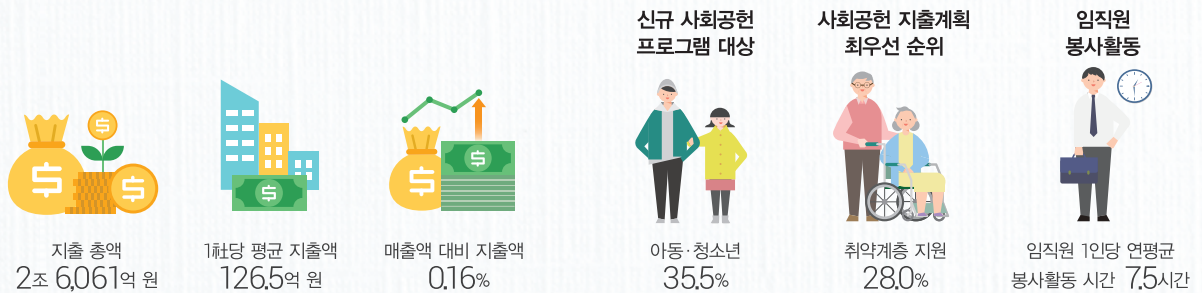
〈표〉 연도별 기업 사회공헌 지출 규모 및 증가율 추이

(단위 : 백만 원, %)

	1998년(147개사)	2000년(193개사)	2002년(202개사)	2004년(227개사)	2005년(244개사)	2006년(202개사)
총 지출액 규모	332,710	706,060	1,086,594	1,228,432	1,402,510	1,804,816
전년도 대비 증가율	8.5%	112.2%	53.9%	13.1%	14.2%	28.7%
평균 지출액 규모	2,263	3,658	5,379	5,412	5,747	8,979
전년도 대비 증가율	-32.1%	61.6%	47.0%	0.6%	6.2%	56.2%
	2007년(208개사)	2008년(209개사)	2009년(220개사)	2010년(220개사)	2011년(225개사)	2012년(234개사)
총 지출액 규모	1,955,642	216,0141	2,651,756	2,873,505	3,088,382	3,253,478
전년도 대비 증가율	8.4%	10.5%	22.8%	8.4%	7.5%	5.3%
평균 지출액 규모	9,402	10,336	12,053	13,061	13,726	13,903
전년도 대비 증가율	4.7%	9.9%	16.6%	8.4%	5.1%	1.3%
	2013년(234개사)	2014년(231개사)	2015년(255개사)	2016년(196개사)	2017년(198개사)	2018년(206개사)
총 지출액 규모	2,811,483	2,670,835	2,902,050	2,094,785	2,724,356	2,606,058
전년도 대비 증가율	-13.6%	-5.0%	8.7%	-27.8%	30.1%	-4.3%
평균 지출액 규모	12,014	11,562	11,380	10,688	13,759	12,651
전년도 대비 증가율	-13.6%	-3.8%	-1.6%	-6.1%	28.7%	-8.1%

\*주 : 매해 발표한 사회공헌비용을 기준으로 기재함

〈그림〉 사회공헌 지출액



롯데그룹은 글로벌 청년·스타트업 기업 육성 프로젝트를 통해 제품이 있어도 판로를 찾지 못해 어려움을 겪는 청년 창업가들을 대상으로 상품력 강화와 유통 노하우 전수를 위한 멘토링 활동을 하고 있다.

전경련은 또 상당수 기업이 채용 역시 사회적 가치 실현 측면에서 접근하고 있다고 소개했다. 채용 계획 수립시 지역사회 취업률 상승을 고려하고, 특히 인력 수요가 적더라도 양질의 일자리 창출 및 취업준비생들의 구직활동 연속성을 위해 상·하반기 공채를 매년 운영하는 것으로 나타났다.

전경련은 최근 사회공헌 프로그램의 트렌드를 ‘업그

레이드’(UPGRADE)로 표현했다. 업그레이드는 UN의 지속가능발전목표 연계(UN SDGs)와 사회문제 해결(Problem-solving), 환경친화적 경영 및 사회공헌활동(Green), 이해관계자 관계개선(Relationship), 사회적 가치 창출 효과 분석(Analysis), 다양한 기부 플랫폼 마련 및 활발한 기부(Donation), 미래 인재를 위한 교육 사회공헌(Education)의 약자다.

전경련은 “오랜 기간 노하우가 쌓이면서 기업 사회공헌 활동이 질적으로 진화하고 있다”며 “이를 촉진하기 위해 더 많은 관심과 격려가 필요하다”고 말했다. **KAA**

이수지 [susie@kaa.or.kr](mailto:susie@kaa.or.kr)