



제15회 기부문화심포지엄
기빙코리아 2015

1

한국 기업의 기부금 변화추이

—

연구자

최혜지 | 서울여자대학교 사회복지학과 교수,
아름다운재단 기부문화연구소 연구위원



최혜지

서울여자대학교 사회복지학과 교수
아름다운재단 기부문화연구소 연구위원

학력

이화여자대학교 사회복지학 전공
미국 워싱턴대학교 대학원 사회사업학 박사

최근 주요경력

2015.01.01-현재	한국사회복지학회 연구분과 위원장
2015.05.01-2016.04.30	한국노년학회 편집분과 위원장
2014.01.01-2015.12.31	비판과 대안을 위한 사회복지학회 총무분과 위원장
2014.09.26-2015.02.28	서울시민복지기준 운영위원회 위원
2013.04.02-2015.02.28	국가인권위원회 외국인분과 위원
2012.03.01-2014.02.28	서울시사회복지사협회 부회장

연구실적

2015

- “사회적 위험을 통해 조망한 한국 사회복지의 과거와 현재” 『압축성장의 고고학』
- “복지국가는 사적공간을 어떻게 식민화 하는가?”. 『한국사회복지학』
- “고령사회 대안 패러다임으로 연령통합의 유용성에 대한 고찰”. 『한국사회복지학』
- “OECD 국가비교를 통해 본 노인 연령통합의 좌표와 유용성”. 『사회복지정책』
- “인적자본, 사회적 자본, 우울의 최적모형 탐색과 영향관계 분석”. 『정신보건과 사회복지』
- “사회복지사의 정치참여 유형 및 현황에 관한 탐색적 연구”. 『민주사회정책』
- “사회복지사가 지각한 인권보장 수준에 영향을 미치는 요인”. 『비판사회정책』

Giving Korea 2015: 한국 기업의 기부금 변화추이

2015년 10월 28일

최혜지

서울여자대학교 사회복지학과 교수
아름다운재단 기부문화연구소

Giving Korea 2015: 한국 기업의 기부금 변화 추이

1. 분석 개요



1.1 Giving Korea 2015 조사설계

•분석설계

구분	내용		
년도별 분석대상	구분	상장	비상장
	2005	1675	13427
	2006	1754	14554
	2007	1817	20896
	2008	1850	21372
	2009	1877	19727
	2010	1919	20605
	2011	1959	21757
	2012	1994	22852
	2013	2002	24345
	2014	2023	23138
	자료출처	FN data guide	



기빙코리아

1.1 Giving Korea 2015 조사설계

•분석내용

구분	내용
기업유형별 기업규모별 기부금 변화추이	기업유형별 기부금 변화추이
	기업규모별 기부금 변화추이
	상장기업 기업규모별 기부금 변화추이
	비상장기업 기업규모별 기부금 변화추이
기업유형별 기업규모별 기부금 대비 기업이익 비율 변화추이	기업유형별 기업규모별 기부금 대비 매출액 비율 변화추이
	기업유형별 기업규모별 기부금 대비 영업이익 비율 변화추이
	기업유형별 기업규모별 기부금 대비 단기순이익 비율 변화추이
기업유형별 기업규모별 기부금과 기업이익 상관관계 변화추이	기업유형별 기업규모별 기부금과 매출액의 상관관계 변화추이
	기업유형별 기업규모별 기부금과 영업이익의 상관관계 변화추이
	기업유형별 기업규모별 기부금과 단기순이익의 상관관계 변화추이



기빙코리아

Giving Korea 2015: 한국 기업의 기부금 변화 추이

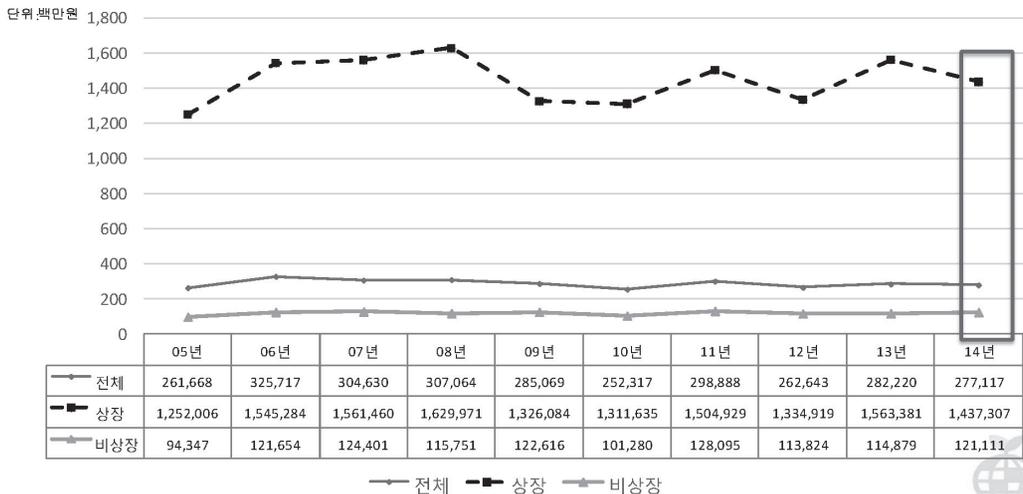
2. 기업유형별 기업규모별 기부금 변화추이



기빙코리아

기업유형별 평균기부금 추이

- 2014년 전체기업의 평균 기부액은 277백만원, 상장기업 기부액은 1,437백만원, 비상장기업 기부액은 121백만원으로 나타남
- 전체기업의 기부액 2006년 이후 감소하다 2010년을 기점으로 회복세를 보임. 2005년 대비 2014년 15% 증가함
- 상장기업은 금융위기 이후 크게 감소했으며 2010년 이후 증가를 반복하며 소폭의 증가를 보임. 2005년 대비 2014년 약 6% 증가함
- 비상장기업의 기부액은 2007년 이후 오르내림을 반복하고 있으며, 2005년 대비 2014년 약 28% 증가함



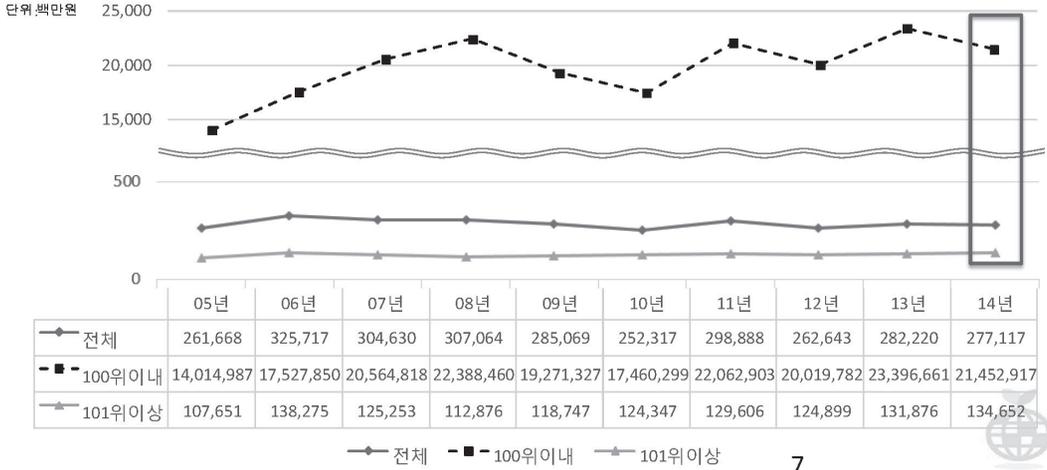
전체 상장 비상장



기빙코리아

기업규모별 기부금 추이

- 2014년 100위 이내 기업의 평균 기부액은 21,453백만원, 101위 이상 기업의 평균 기부액은 135백만원으로 나타남
- 100위 이내 기업 평균기부액은 2009년과 2010년 큰 폭으로 하락한 이후 점차 회복세를 보이고 있으며, 2005년 대비 2014년 약 23% 증가함
- 101위 이상 기업의 평균기부액은 2008년 감소한 이후 증가세를 유지하고 있으며, 2005년 대비 2014년 약 25% 증가함

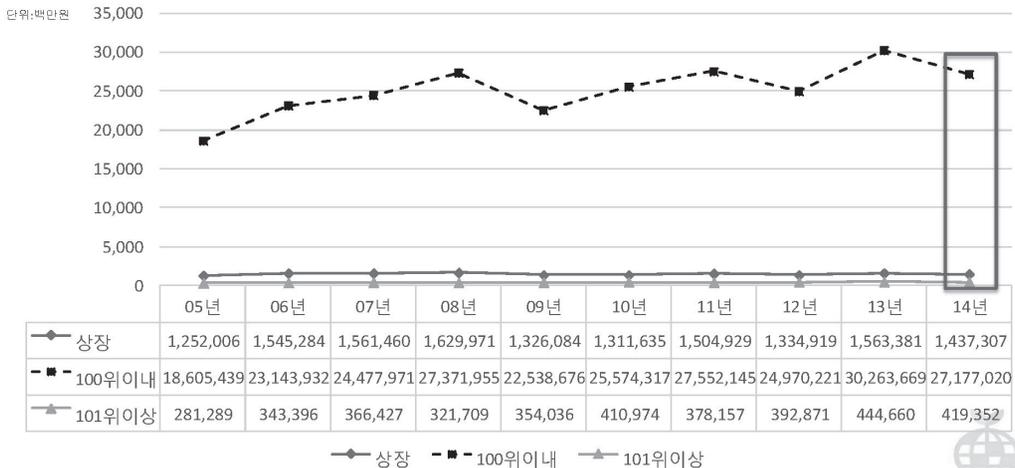


7

기빙코리아

상장기업 규모별 기부금 추이

- 2014년 상장기업 중 100위 이내 기업의 평균 기부액은 27,177백만원, 101위 이상 기업의 평균 기부액은 419백만원으로 기업규모에 따라 약 64배의 큰 차이를 보임
- 상장기업 중 100위 이내 기업의 기부액 변화추이는 증감을 반복하나 전반적으로 증가하는 경향을 보임. 2005년 대비 2014년 기부액은 46% 증가함
- 상장기업 중 101위 이상 기업의 기부액은 2010년과 2013년 큰 폭으로 증가했으며 2005년 대비 2014년 49% 증가함

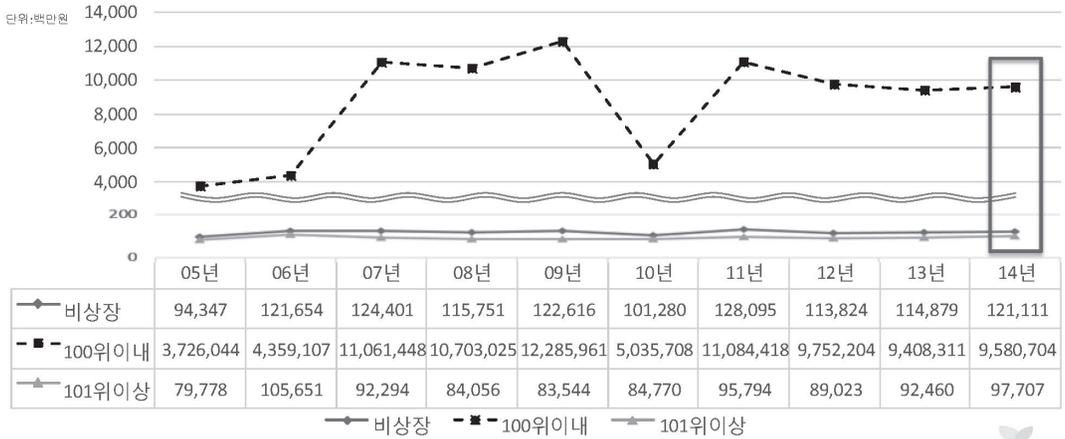


8

기빙코리아

비상장기업 규모별 기부금 추이

- 2014년 비상장기업 중 100위 이내 기업의 평균기부액은 9,581백만원, 101위 이상 기업의 평균기부액은 98백만원으로 나타남
- 비상장기업 중 100위 이내 기업의 기부액은 2006년, 2010, 2011년 큰 폭의 증가, 감소, 증가를 보이며 최근 비교적 안정됨
- 2014년 기부액은 2005년 대비 157%로 증가함
- 비상장기업 중 101위 이상 기업의 기부액은 2006년 최고치를 보인 후 증감을 반복하고 있으며 2012년 이후 증가세를 유지함
- 2005년 대비 2014년 9.8% 증가하는데 그침

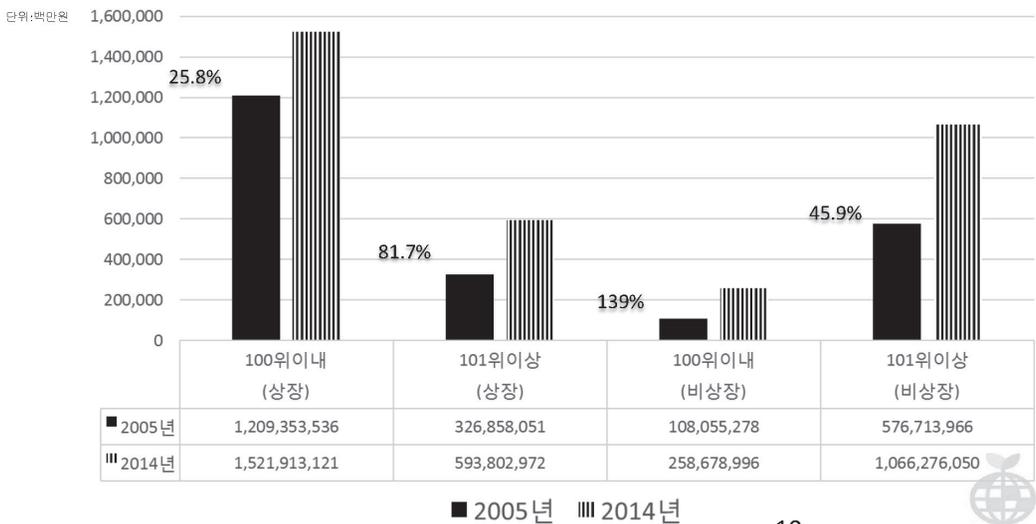


9



기업유형 및 규모별 2005 대비 2014 기부총액 증감추이

- 2005년 대비 2014년 기부총액 증감율은 상장 100위 이내가 25.8%, 상장 101위 이상이 81.7%, 비상장 100위 이내가 139%, 비상장 101위 이상이 45.9%로 나타남
- 비상장 100위 이내, 상장 101위 이상, 비상장 101위 이상, 상장 100위 이내의 순으로 높은 증가율을 보임

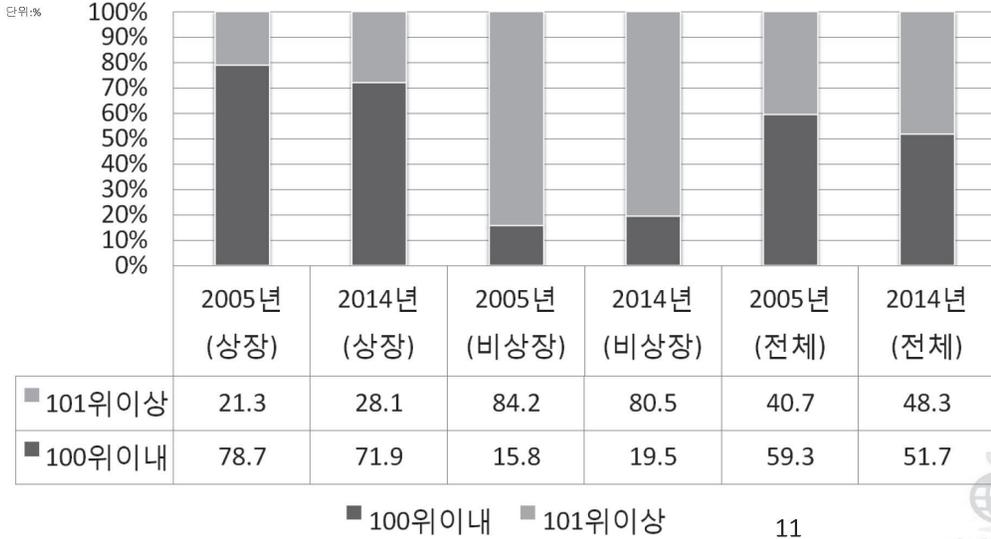


10



기업규모별 기부금 구성비 추이

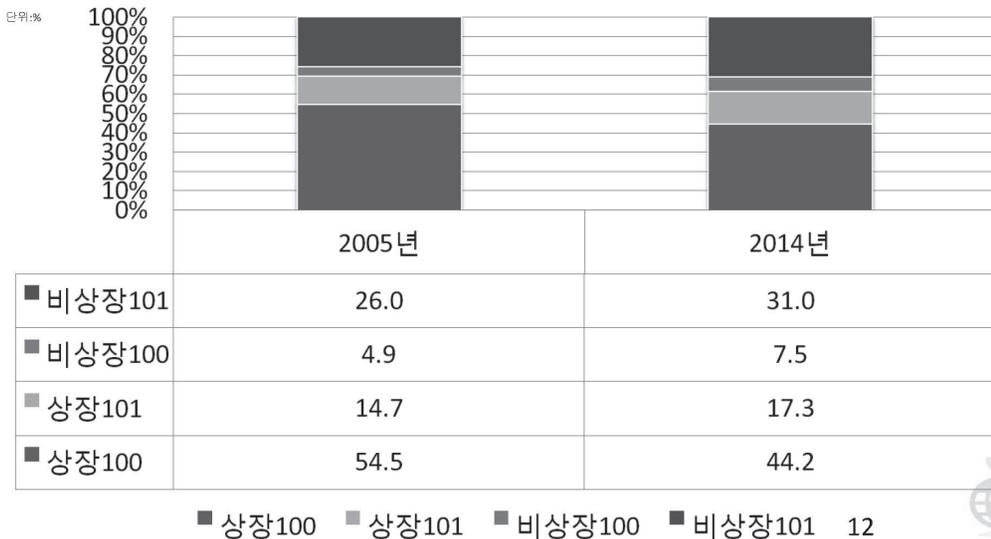
- 총기부액 중 100위 이내 기업의 기부금이 차지하는 비율은 2005년 59.3%에서 2014년 51.7%로 감소함
- 상장기업 중 100위 이내 기업의 기부금 비율은 2005년 78.7%에서 71.9%로 감소함
- 비상장기업 중 100위 이내 기업의 기부금 비율은 2005년 84.2%에서 80.5%로 감소함



기빙코리아

기업유형별 기업규모별 기부금 구성비 추이

- 총기부액 중 상장 100위 이내 기업의 기부금 비율은 2004년 54.5%에서 2014년 44.2%로 감소함
- 상장 100위 이상, 비상장 100위 이내, 비상장 101 이상 기업의 기부금 비율은 2005년 대비 2014년 증가함



기빙코리아

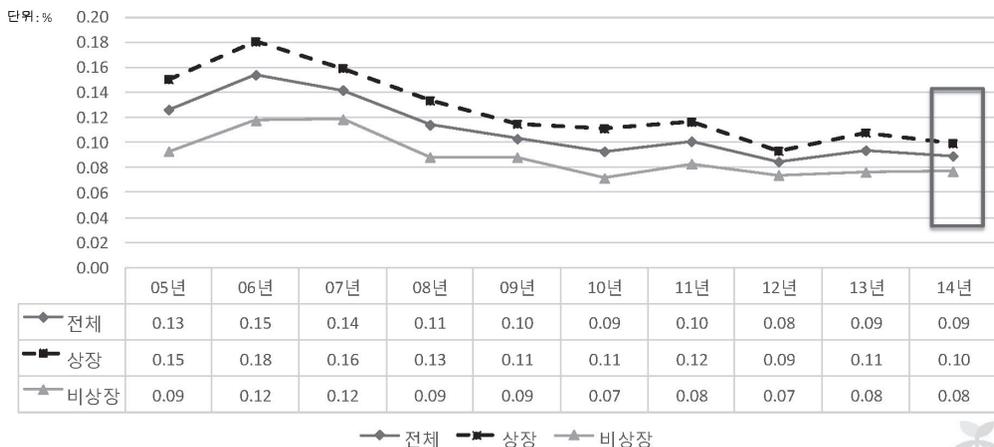
Giving Korea 2015: 한국 기업의 기부금 변화 추이

3. 기업유형별 기업규모별 기부금 대비 기업이익 비율 변화추이



기업유형별 매출액 대비 기부금 비율 추이

- 2014년 매출액 대비 기부금 비율이 전체기업은 0.09%, 상장기업은 0.10%, 비상장기업은 0.08%로 나타남
- 매출액 대비 기부금 비율의 변화 추이는 상장기업과 비상장기업 사이에 유사하게 나타남
- 기업유형에 관계없이 2006년 최고치를 보인 후 지속적으로 하락함

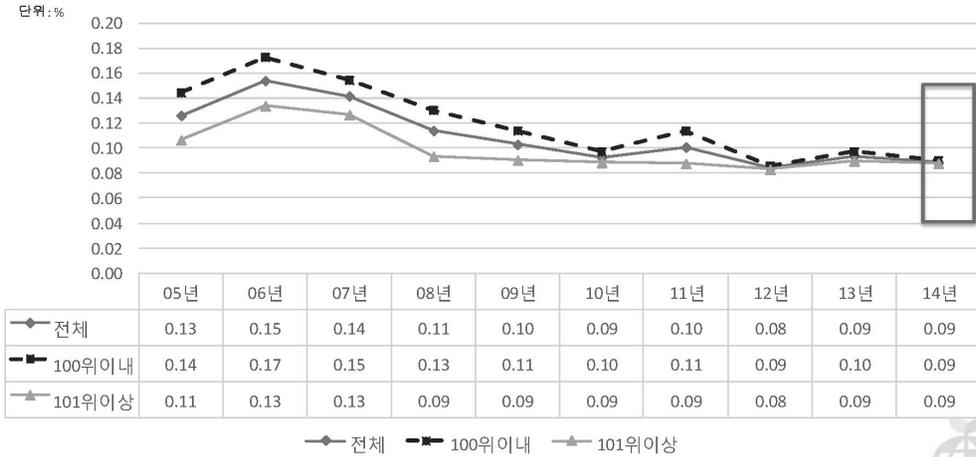


◆ 전체 ■ 상장 ▲ 비상장



기업규모별 매출액 대비 기부금 비율 추이

- 2014년 100위 이내 기업의 매출액 대비 기부금 비율은 0.09, 101위 이상 기업의 매출액 대비 기부금 비율도 0.09로 동일함
- 매출액 대비 기부금 비율의 변화는 100위 이내 기업과 101위 이상 기업 사이에 유사한 추이를 보임
- 기업규모와 관계없이 매출액 대비 기부금 비율은 전반적으로 하락세를 지속함
- 기업규모에 따른 매출액 대비 기부금 비율의 차이는 전반적으로 축소되는 경향을 보임

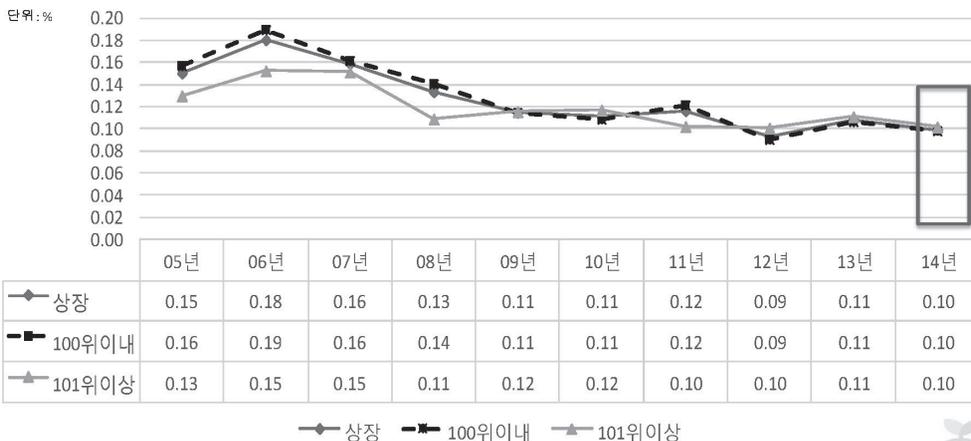


15



상장기업의 기업규모별 매출액 대비 기부금 비율

- 상장기업의 2014년 매출액 대비 기부금 비율은 기업규모별로 각각 0.10%로 나타남
- 기업규모와 관계없이 매출액 대비 기부금 비율은 전반적으로 감소하는 경향을 보임
- 100위 이내의 기업이 101위 이상 기업보다 상대적으로 큰 폭의 감소세를 보임

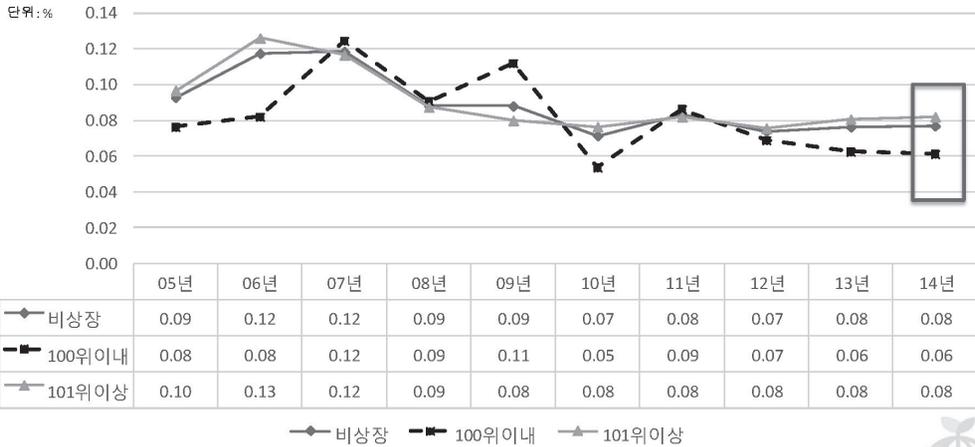


16



비상장기업의 기업규모별 매출액 대비 기부금 비율 추이

- 비상장 100위 이내 기업의 2014년 매출액 대비 기부금 비율은 0.06%, 101위 이상 기업의 동년 동수치는 0.08%임
- 기업규모와 관계없이 비상장기업의 매출액 대비 기부금 비율은 전반적으로 감소함
- 비상장 100위 이내 기업의 매출액 대비 기부금 비율은 증감의 변화폭이 매우 큼



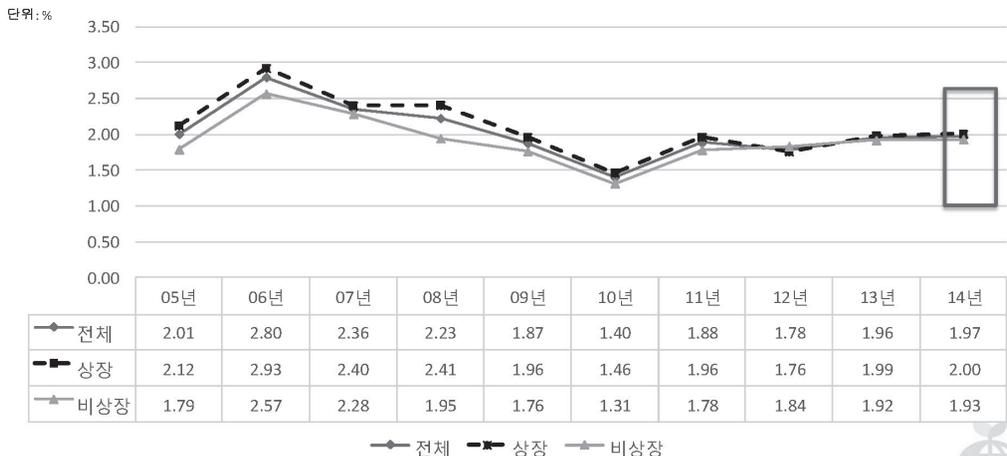
◆ 비상장 ■ 100위이내 ▲ 101위이상

17



기업유형별 영업이익 대비 기부금 비율 추이

- 2014년 전체 기업의 영업이익 대비 기부금 비율은 1.97%, 상장기업은 2.0%, 비상장기업은 1.93%임
- 상장기업과 비상장기업의 영업이익 대비 기부금 비율의 변화추이는 유사하게 나타남
- 영업이익 대비 기부금 비율은 2010년 이후 완만하게 증가함



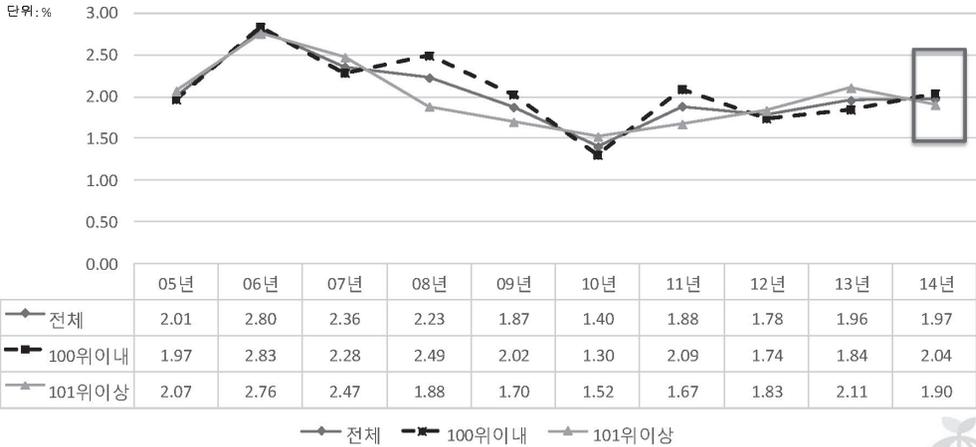
◆ 전체 ■ 상장 ▲ 비상장

18



기업규모별 영업이익 대비 기부금 비율 추이

- 2014년 100위 이내 기업의 영업이익 대비 기부금 비율은 2.04%, 101위 이상 기업은 1.90%로 나타남
- 영업이익 대비 기부금 비율은 전반적으로 M자 형 추이를 보임
- 기업규모에 따른 영업이익 대비 기부금 비율의 변화추이는 주목할만한 차이가 없음



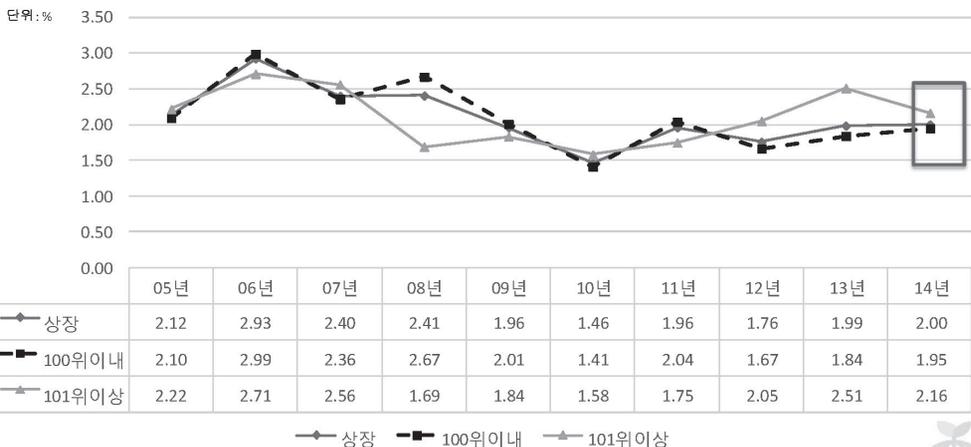
◆ 전체 ■ 100위이내 ▲ 101위이상

19



상장기업의 기업규모별 영업이익 대비 기부금 비율 추이

- 2014년 상장기업중 100위 이내 기업의 영업이익 대비 기부금 비율은 1.95%로 101위 이상 기업의 2.16%보다 낮은 비율을 보임
- 101 이상 기업은 2008년 감소한 이후 완만한 증가세를 이어옴



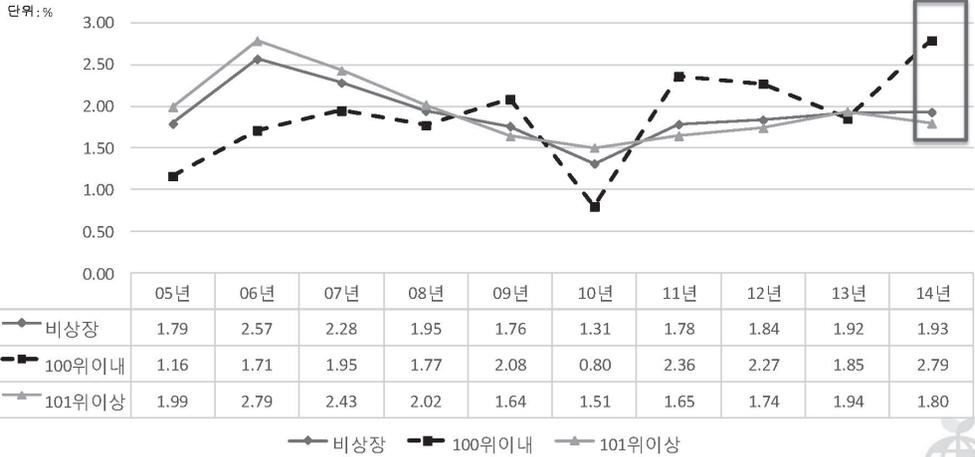
◆ 상장 ■ 100위이내 ▲ 101위이상

20



비상장기업의 기업유형별 영업이익 대비 기부금 비율 추이

- 2014년 비상장기업 중 100위 이내 기업의 영업이익 대비 기부금 비율은 2.79%로 101위 이상 기업의 1.80% 보다 높게 나타남
- 100위 이내 기업은 2010년 큰 폭으로 감소했으나 2005년 대비 2014년 영업이익 대비 기부금 비율은 2배 이상 증가함
- 101위 이상 기업은 2006년 이후 전반적인 감소세를 보임

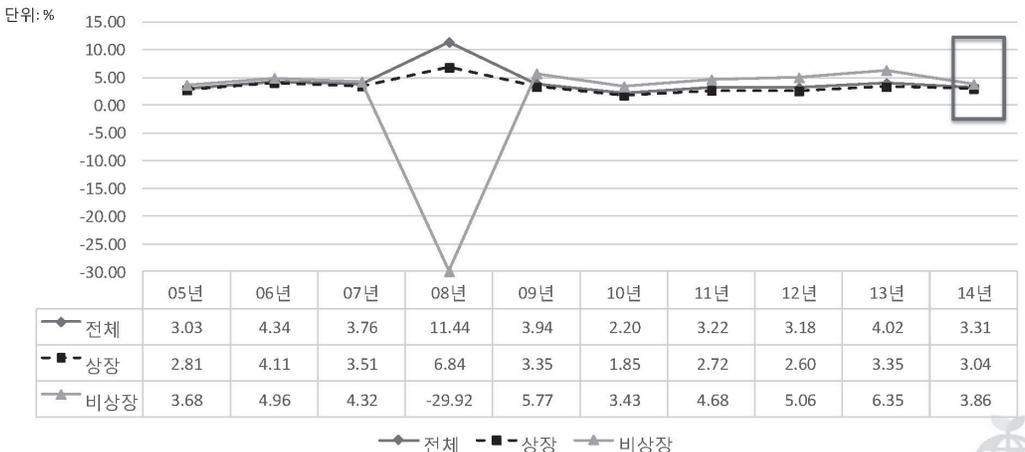


21



기업유형별 당기순이익 대비 기부금 비율 추이

- 2014년 전체기업의 당기순이익 대비 기부금 비율은 3.31%로 나타남
- 상장기업은 3.04%, 비상장기업은 3.86%로 비상장기업의 비율이 높음
- 당기순이익 대비 기부금 비율은 상장, 비상장 기업 모두에서 2008년을 제외하고 비교적 큰 변화 없음

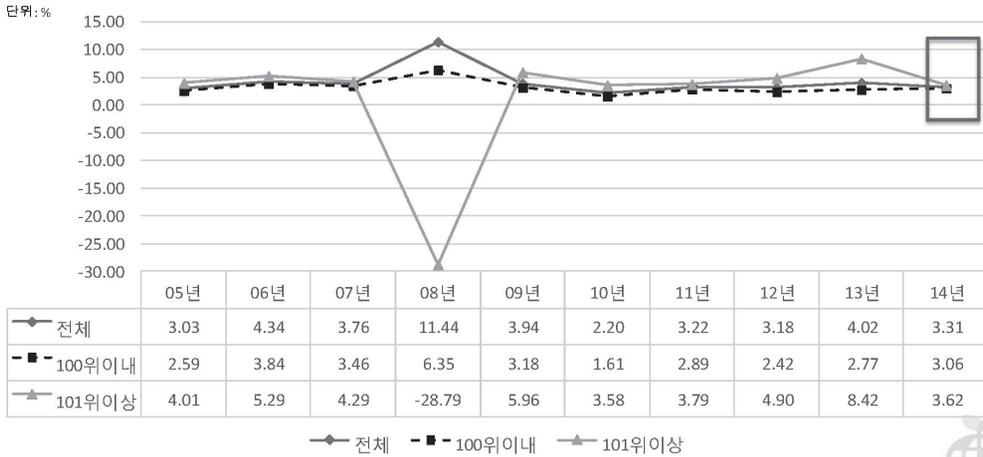


22



기업규모별 당기순이익 대비 기부금 비율 추이

- 2014년 100위 이내 기업의 당기순이익 대비 기부금 비율은 3.06%로 101위 이상 기업의 동비율 3.62% 보다 낮게 나타남
- 101위 이상기업은 2010년 이후 완만한 증가세를 보이다 2014년 큰 폭으로 감소함

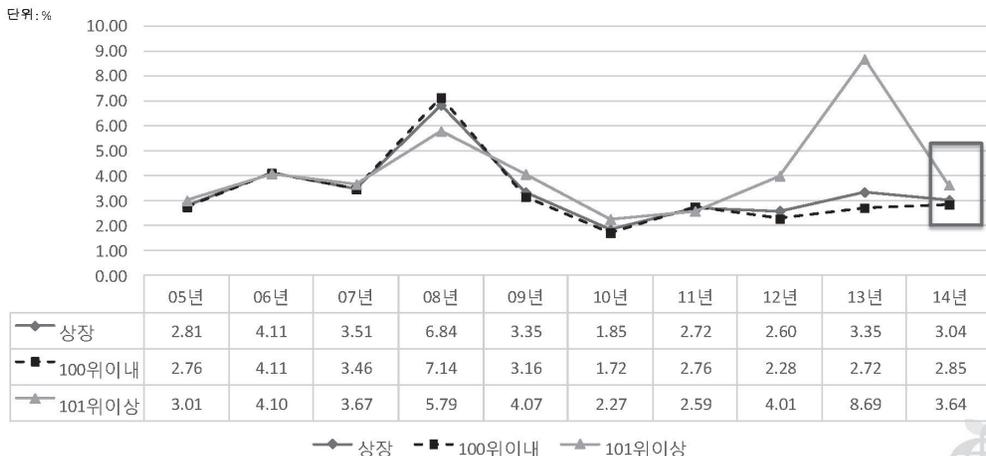


23



상장기업의 기업규모별 당기순이익 대비 기부금 비율 추이

- 2014년 상장기업 중 100위 이내 기업의 당기순이익 대비 기부금 비율은 2.86%, 비상장은 3.64%로 나타남
- 기업규모에 관계없이 상장기업의 당기순이익 대비 기부금 비율은 증감을 반복해 왔으며 2005년 대비 2014년 소폭 증가함
- 100위 이내 기업은 2008년, 101위 이상 기업은 2013년 최고치를 보임

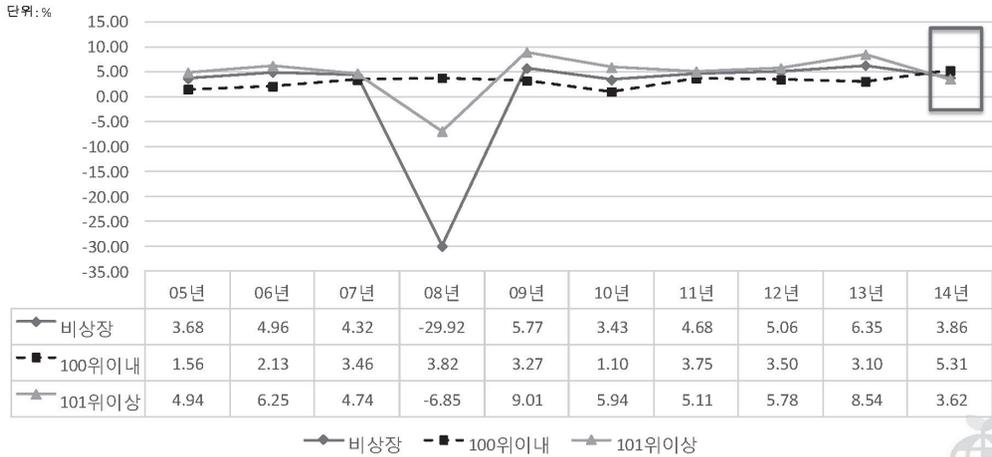


24



비상장기업의 기업규모별 당기순이익 대비 기부금 비율 추이

- 2014년 비상장기업 중 100위 이내 기업의 당기순이익 대비 기부금 비율은 5.31%로 101위 이상 기업의 3.62% 보다 높음
- 비상장기업은 100위 이내 기업의 당기순이익 대비 기부금 비율이 전반적으로 완만한 증가세를 유지하는 반면 101위 이상 기업은 상대적으로 큰 폭의 증감을 보임



25



기빙코리아

Giving Korea 2015: 한국 기업의 기부금 변화 추이

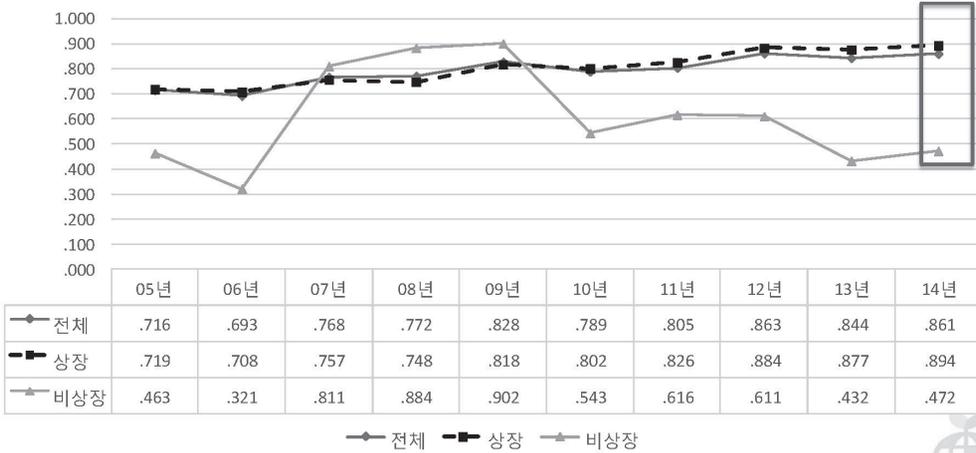
4. 기업유형별 기업규모별 기부금과 기업이익 상관관계 변화추이



기빙코리아

기업유형별 기부금과 매출액의 상관관계 추이

- 기부금과 매출액 사이의 상관관계는 전반적으로 상장기업이 비상장기업보다 높게 나타남
- 상장기업은 기부금과 매출액 사이의 상관관계가 비교적 지속적으로 증가함
- 비상장기업은 기부금과 매출액 사이의 상관관계에 뚜렷한 추이가 관찰되지 않으나 2010년 이후 상대적으로 낮아짐

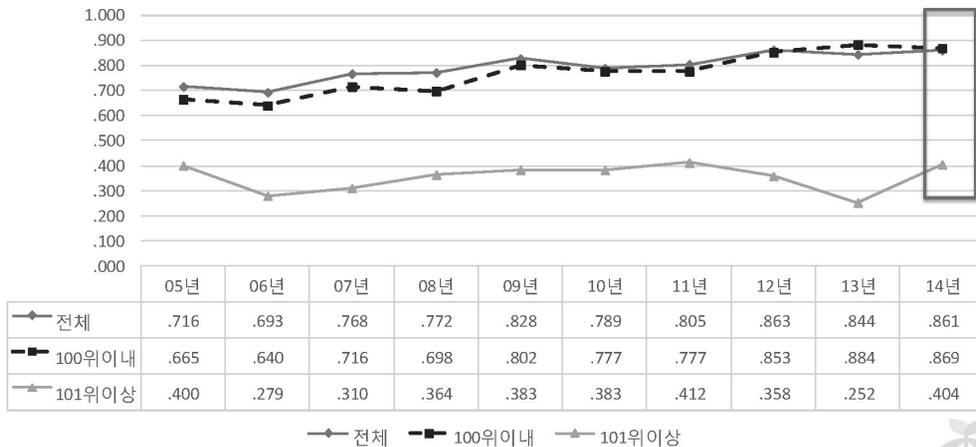


27



기업규모별 기부금과 매출액사이의 상관관계 추이

- 전체기업 중 100위 이내 기업의 기부금과 매출액 사이의 상관관계가 101위 이상 기업보다 강하게 나타남
- 100위 이내 기업의 기부금과 매출액 사이의 상관관계가 지속적으로 증가한 반면 101위 이상 기업의 상관관계는 일정한 범위 내에서 상대적으로 큰 변화 없이 유지됨

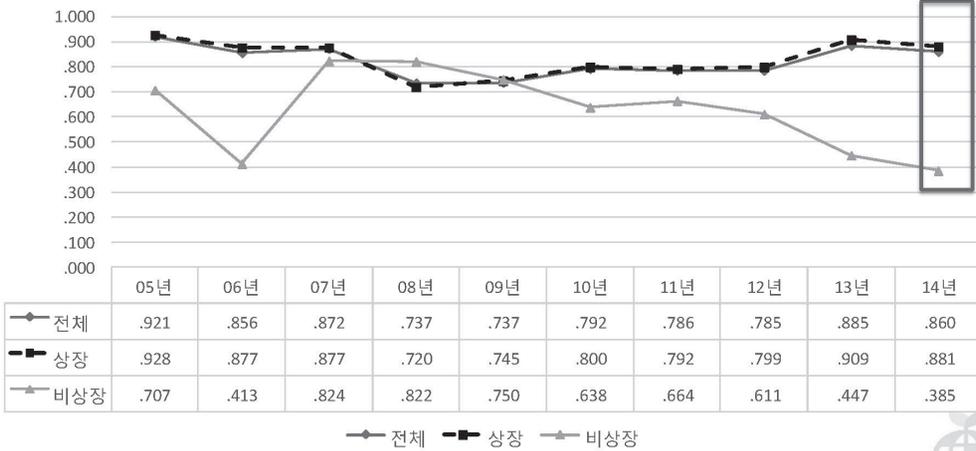


28



기업유형별 기부금과 영업이익의 상관관계 추이

- 전기간에 걸쳐 기부금과 영업이익 사이의 상관관계는 대부분 상장기업이 비상장기업보다 높게 나타남
- 2008년을 기점으로 상장기업의 상관관계는 증가세를 지속한 반면 비상장기업은 하락세를 보임

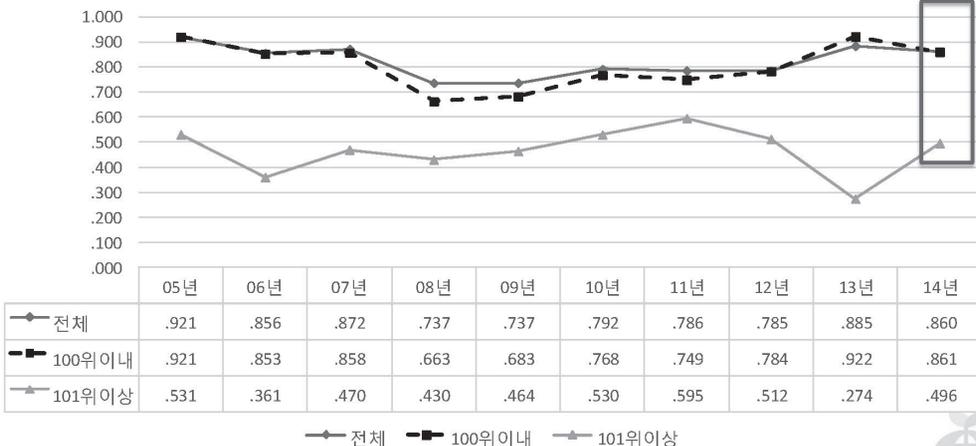


29



기업규모별 기부금과 영업이익 사이의 상관관계 추이

- 전기간 동안 기부금과 영업이익 사이의 상관관계는 100위 이내의 기업이 101위 이상의 기업보다 높게 나타남
- 기부금과 영업이익 사이의 상관관계 추이는 2010년까지 100위 이내 기업과 101위 이상 기업이 유사한 형태를 보이다 2011년 이후 상반된 양상을 보임

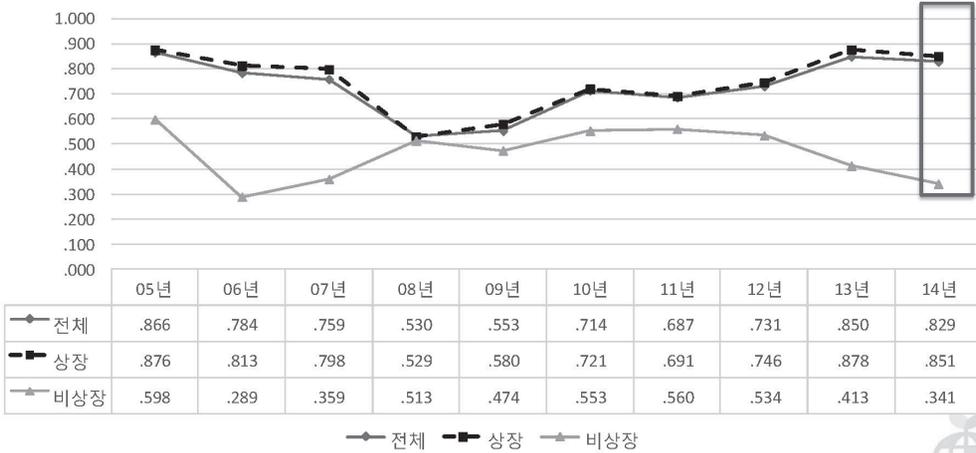


30



기업유형별 기부금과 당기순이익의 상관계수 추이

- 기부금과 당기순이익 사이의 상관관계는 전기간에 걸쳐 상장기업이 비상장기업보다 높게 나타남
- 금융위기 이후 상장기업의 상관관계는 지속적으로 증가하는 반면 비상장기업의 상관관계는 전반적으로 하락해 기업유형에 따른 상관관계 정도의 차이가 확대됨

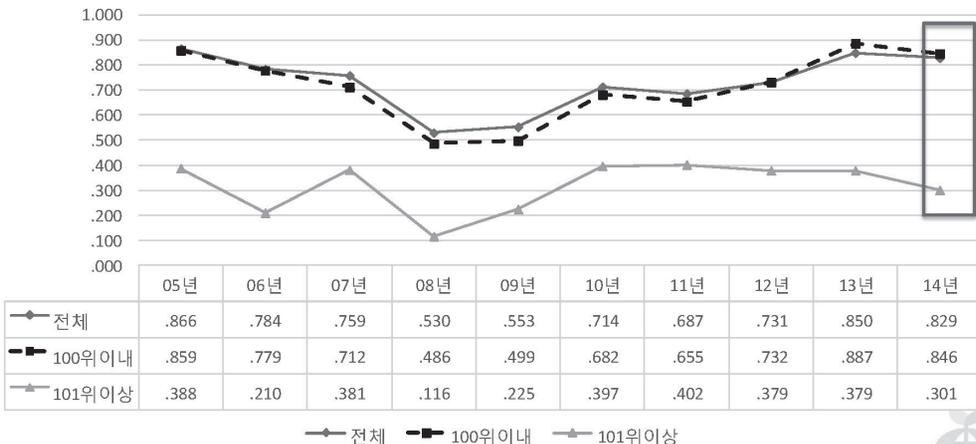


31



기업규모별 기부금과 당기순이익의 상관계수 추이

- 기부금과 당기순이익의 상관관계는 100위 이내의 기업이 101위 이상의 기업보다 전기간에 걸쳐 높게 나타남
- 기부금과 당기순이익의 상관관계 변화 추이는 100위 이내 기업과 101위 이상 기업 사이에 비교적 유사한 양상을 보임



32



Giving Korea 2015: 한국 기업의 기부금 변화 추이

5. 요약 및 함의

33



요약 및 함의

- ✓ 기업 평균기부금은 지난 10년간 기업유형에 관계없이 매년 증감을 반복했으나 제한적 범위 내에서 비교적 유사한 수준을 유지함
- ✓ 10년간 기업 평균기부금은 상장기업이 비상장기업 보다 약 10배 이상 높은 수준을 유지해 옴
- ✓ 100위 이내 기업의 기업 평균기부금은 지난 10년간 전반적인 증가추이를 보임
- ✓ 기업유형 및 기업규모별 기부총액은 비상장 100위 이내 기업이 지난 10년간 가장 높은 증가율을 보인 반면 상장 100위 이내 기업이 가장 낮은 증가율을 보임
- ✓ 이는 비상장 100위 이내 기업은 상대적으로 높은 기부 탄력성을 지닌 반면 상장 100위 이내 기업의 기부 잠재력과 기부 탄력성은 상대적으로 낮을 수 있음을 시사함
- ✓ 총 기부금 중 기업유형과 규모별 각 집단이 차지하는 비율은 상장 100위 이내 기업의 구성비 만이 지난 10년간 감소함
- ✓ 기부 절대액 차원에서 상장 100위 이내 기업이 기부금이 여전히 가장 큰 규모를 차지하나 상장 100위 이내 기업의 기부 기여도 또는 해당 기업에 대한 우리사회의 기부 의존도가 감소하고 있음을 의미함

34



요약 및 함의

- ✓ 매출액 대비 기부금 비율은 기업유형, 기업규모와 관계없이 모든 집단에서 지난 10년간 감소세를 보임
- ✓ 지난 10년간 매출액과 기부금 사이의 상관관계는 상장기업이 비상장기업 보다 높은 수준을 유지해 왔으며 상장기업의 상관관계는 완만한 증가추이를 지속해 옴
- ✓ 상장기업의 경우 지난 10년간 매출액 증가율보다 기부금 증가율이 높았기 때문에 매출액 대비 기부금 비율은 감소하나 매출액과 기부금의 상관관계는 증가한 것으로 이해됨
- ✓ 영업이익 대비 기부금 비율은 모든 집단에서 금융위기 이후 회복세가 관찰되며, 비상장 100위 이내 기업의 회복세가 가장 높음
- ✓ 영업이익과 기부금 사이의 상관관계는 상장기업의 경우 금융위기로 크게 하락한 후 회복세를 보인 반면 비상장 기업은 지속적인 하락세를 보임
- ✓ 영업이익과 기부금 사이의 상관관계는 지난 10년간 100위 이내 기업보다 101위 이상 기업이 높게 나타남
- ✓ 상장기업과 100위 이내 기업의 기부금은 매출액 및 영업이익에 영향을 받으나 비상장 기업과 101위 이상 기업의 기부금은 매출액 및 영업이익과는 상대적으로 독립적으로 결정됨을 의미함

35



기빙코리아

Giving Korea 2015:
한국 기업의 기부금 변화 추이

Thank You.



기빙코리아