

# 금융산업분야 사회공헌 실태 및 발전방안 연구

2024. 9.

배정희·한창근·정운영·이선우·기나휘·김대경



본 보고서의 연구 내용은 연구진의 의견으로 금융산업공익재단의 공식적인 의견과는 다를 수 있습니다.

# 제 출 문

금융산업공익재단 이사장 귀하

본 보고서를 「금융산업분야 사회공헌 실태 및 발전방안 연구」  
용역의 최종보고서로 제출합니다.

2024년 9월

성균관대학교 산학협력단장

《 연구 진 》

책임연구원: 배정희 (성균관대학교 사회복지학과 조교수)

공동연구원: 한창근 (성균관대학교 사회복지학과 교수)

정운영 (사단법인 금융과행복네트워크 이사장)

이선우 (국립공주대학교 사회복지학과 조교수)

기나휘 (성균관대학교 사회복지학과 박사과정생)

김대경 (성균관대학교 사회복지학과 석사과정생)

<b>I. 서론</b> .....	<b>1</b>
1. 연구의 필요성 및 목적 .....	3
2. 연구 내용 및 연구 방법 .....	4
<b>II. 연구배경</b> .....	<b>7</b>
1. 기업 사회공헌에 대한 논의 .....	9
2. 금융기관 사회공헌에 대한 논의 .....	14
3. 은행 및 금융권 사회공헌 관련 선행연구의 성과 및 한계 .....	15
<b>III. 국내·외 금융기관 사회공헌 현황 분석</b> .....	<b>19</b>
1. 국내·외 금융기관 사회공헌 현황 분석 개요 .....	21
2. 국내 금융기관 사회공헌 현황 및 특성 .....	22
3. 해외 금융기관 사회공헌 현황 및 특성 .....	38
4. 소결 .....	42
<b>IV. 금융산업분야 사회공헌 활동 인식조사</b> .....	<b>43</b>
1. 금융산업분야 사회공헌 활동 인식조사 개요 .....	45
2. 금융산업분야 사회공헌 활동 인식조사 결과 .....	48
3. 소결 .....	136
<b>V. 금융기관 이해관계자 FGI 조사</b> .....	<b>139</b>
1. 금융기관 이해관계자 FGI 조사 .....	141
2. 금융기관 이해관계자 FGI 분석 결과 .....	143
3. 소결 .....	152
<b>VI. 결론</b> .....	<b>155</b>
1. 연구의 주요 결과 .....	157
2. 금융기관 사회공헌활동 발전방향 제언 .....	160
3. 금융산업공익재단 발전방향 제언 .....	162
<b>참고문헌</b> .....	<b>169</b>
<b>부록</b> .....	<b>173</b>
부록 1. 금융기관 사회공헌 대국민 인식조사 설문지 .....	175
부록 2. 금융기관 이해관계자 FGI 질문지 .....	186

# 표차례

## /금융산업분야 사회공헌 실태 및 발전방안 연구/

〈표 I-1〉 연구내용 및 연구방법 .....	6
〈표 III-1〉 테마별 사회공헌 활동과 소셜 임팩트 .....	25
〈표 III-2〉 국내 은행 및 금융권 재단 사회공헌 활동 내용 .....	28
〈표 III-3〉 해외 주요 은행 목록 .....	38
〈표 III-4〉 해외 주요 은행 사회공헌 현황 및 특성 .....	38
〈표 III-5〉 해외 금융기관 사회공헌 현황 및 특성 심층분석 .....	40
〈표 IV-1〉 조사 설계 .....	45
〈표 IV-2〉 주요 설문조사 세부 항목 .....	46
〈표 IV-3〉 응답자 특성 .....	47
〈표 IV-4〉 은행 관련 인식 .....	49
〈표 IV-5〉 은행의 사회공헌 활동 .....	51
〈표 IV-6〉 은행의 사회공헌 이유_1순위(1) .....	53
〈표 IV-7〉 은행의 사회공헌 이유_1순위(2) .....	54
〈표 IV-8〉 은행의 사회공헌 이유_1+2+3순위(1) .....	55
〈표 IV-9〉 은행의 사회공헌 이유_1+2+3순위(2) .....	56
〈표 IV-10〉 은행의 사회공헌 활동을 위한 필요사항 .....	57
〈표 IV-11〉 은행의 사회공헌 활동 의견 .....	59
〈표 IV-12〉 은행의 주요 사회공헌 활동_사회적 가치 임팩트 투자 .....	62
〈표 IV-13〉 은행의 주요 사회공헌 활동_공정한 일자리 창출 .....	64
〈표 IV-14〉 은행의 주요 사회공헌 활동_취약계층 경제적 자립 지원 .....	65
〈표 IV-15〉 은행의 주요 사회공헌 활동_코로나19 대응 지원(재난 지원) .....	66
〈표 IV-16〉 은행의 주요 사회공헌 활동_공정한 배움의 기회 확대 .....	68
〈표 IV-17〉 은행의 주요 사회공헌 활동_문화·예술·체육 분야 불평등 해소 .....	69
〈표 IV-18〉 은행의 주요 사회공헌 활동_금융교육 지원 .....	71
〈표 IV-19〉 은행의 주요 사회공헌 활동_금융서비스 접근성 향상 .....	72
〈표 IV-20〉 은행의 주요 사회공헌 활동_기후변화 대응 및 개선 활동 .....	74
〈표 IV-21〉 은행의 주요 사회공헌 활동_기후위기 대응 협력 .....	75
〈표 IV-22〉 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야_1순위(1) .....	78
〈표 IV-23〉 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야_1순위(2) .....	79
〈표 IV-24〉 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야_1+2+3순위(1) .....	80
〈표 IV-25〉 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야_1+2+3순위(2) .....	81
〈표 IV-26〉 은행의 사회공헌 관련 정보 접근 경로_1순위 .....	83
〈표 IV-27〉 은행의 사회공헌 관련 정보 접근 경로_1+2+3순위 .....	84
〈표 IV-28〉 은행의 사회공헌 활동 의식(1) .....	86
〈표 IV-29〉 은행의 사회공헌 활동 의식(2) .....	87
〈표 IV-30〉 금융산업공익재단 인지 여부 .....	89
〈표 IV-31〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동의 인지 정도 .....	91
〈표 IV-32〉 금융산업공익재단 인지 경로_1순위 .....	93

〈표 IV-33〉 금융산업공익재단 인지 경로_1+2+3순위 .....	94
〈표 IV-34〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_취약계층 취업촉진 지원사업 .....	97
〈표 IV-35〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_취약계층 자산형성 지원사업 .....	98
〈표 IV-36〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_소비자 맞춤형 금융어드바이저 서비스 사업 ..	99
〈표 IV-37〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_어린이집 건립지원 사업 .....	101
〈표 IV-38〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_취약계층 노동자 의료지원사업 .....	102
〈표 IV-39〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_시설장애인 배리어프리 사회만들기 지원사업	103
〈표 IV-40〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_플랫폼 노동종사자 안전기반 조성사업 .....	105
〈표 IV-41〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_디지털 소외계층 지원사업 .....	106
〈표 IV-42〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_미등록 이주아동 의료지원 사업 .....	107
〈표 IV-43〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_아시아 금융산업연대 취약계층 지원(필리핀, 네 팔) .....	109
〈표 IV-44〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_아시아 지역기반 여성자립 학교급식 사업 ..	110
〈표 IV-45〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_아동공간 그린리모델링 및 기후환경 프로그램 사 업 .....	111
〈표 IV-46〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_지역아동센터 다문화교육 지원사업 .....	113
〈표 IV-47〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동_초등학교 경제금융교육사업 .....	114
〈표 IV-48〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야_1순위(1) .....	116
〈표 IV-49〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야_1순위(2) .....	118
〈표 IV-50〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야_1순위(3) .....	119
〈표 IV-51〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야_1+2+3순위(1) ..	120
〈표 IV-52〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야_1+2+3순위(2) ..	121
〈표 IV-53〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야_1+2+3순위(3) ..	122
〈표 IV-54〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈_1순위(1) .....	124
〈표 IV-55〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈_1순위(2) .....	125
〈표 IV-56〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈_1순위(3) .....	126
〈표 IV-57〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈_1+2+3순위(1) .....	127
〈표 IV-58〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈_1+2+3순위(2) .....	128
〈표 IV-59〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈_1+2+3순위(3) .....	129
〈표 IV-60〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 의식(1) .....	131
〈표 IV-61〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 의식(2) .....	132
〈표 IV-62〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 필요사항(1) .....	134
〈표 IV-63〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 필요사항(2) .....	135
〈표 V-1〉 참여자 일반적 특성 .....	142
〈표 V-2〉 FGI 분석 결과 .....	143
〈표 VI-1〉 연구의 주요 결과 .....	159
〈표 VI-2〉 금융산업공익재단 주요 프로그램 .....	162

# 그림차례

## /금융산업분야 사회공헌 실태 및 발전방안 연구/

〈그림 II-1〉 2022년 주요 기업 사회공헌 활동 결과 요약 .....	11
〈그림 II-2〉 100대 기업 2022 사회공헌 프로그램 주제 .....	12
〈그림 II-3〉 100대 기업 2022 산업군별 사회공헌 지출 .....	12
〈그림 II-4〉 사회공헌 분야 중요도에 대한 국민들의 인식 .....	13
〈그림 II-5〉 전국은행연합회의 사회공헌과 공익성 제고에 대한 약속 .....	15
〈그림 III-1〉 최근 10년 간 사회공헌활동 총금액 .....	22
〈그림 III-2〉 최근 10년 6대 영역별 사회공헌활동 총 금액 .....	23
〈그림 III-3〉 은행권 당기순이익 대비 사회공헌 금액 비율 .....	24
〈그림 III-4〉 테마별 사회공헌 활동 세부 내용 .....	24
〈그림 IV-1〉 은행 관련 인식 .....	48
〈그림 IV-2〉 은행의 사회공헌 활동 .....	50
〈그림 IV-3〉 은행의 사회공헌 이유 .....	52
〈그림 IV-4〉 은행의 사회공헌 활동을 위한 필요사항 .....	57
〈그림 IV-5〉 은행의 사회공헌 활동 의견 .....	59
〈그림 IV-6〉 은행의 주요 사회공헌 활동 인지 .....	61
〈그림 IV-7〉 은행의 주요 사회공헌 활동 도움 정도 .....	62
〈그림 IV-8〉 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야 .....	77
〈그림 IV-9〉 은행의 사회공헌 관련 정보 접근 경로 .....	82
〈그림 IV-10〉 은행의 사회공헌 활동 의식 .....	85
〈그림 IV-11〉 금융산업공익재단 인지 여부 .....	88
〈그림 IV-12〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동의 인지 정도 .....	90
〈그림 IV-13〉 금융산업공익재단 인지 경로 .....	92
〈그림 IV-14〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 인지 여부 .....	95
〈그림 IV-15〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 도움 정도 .....	96
〈그림 IV-16〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야 .....	116
〈그림 IV-17〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈 .....	123
〈그림 IV-18〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 의식 .....	130
〈그림 IV-19〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 필요사항 .....	133
〈그림 VI-1〉 은행연합회 및 은행권청년창업재단 홈페이지 .....	165
〈그림 VI-2〉 금융산업공익재단 홈페이지 .....	165

# 서론

## I

1. 연구의 필요성 및 목적
2. 연구 내용 및 연구 방법



## 1. 연구의 필요성 및 목적

기업 사회공헌은 기업의 본질적 활동인 경제적 이익추구의 활동에서 나아가, 사회의 한 구성원으로서 사회발전에 기여 하고자 하는 목적으로 수행되는 공익적 활동을 의미하는 것으로, 1990년대 이후 주요 기업들의 필수 경영 전략 중 하나로 인식되어왔다. 특히, 2000년대 들어 GRI 지속가능경영보고서 가이드라인, UN Global Compact 10대 원칙, ISO26000 등 기업의 사회적 책임에 대한 국제 표준 지침들이 제정되면서, 기업 사회공헌은 기업들의 필수사항이 되고 있다.

2023년 국내 은행들의 사회공헌 지출액은 총 1조 6,349억 원으로, 2022년 1조 2,380억 원보다 약 32% 증가한 수치이다(은행연합회, 2024). 국내 시중은행, 지방은행, 특수은행, 인터넷전문은행, 금융 관련 재단 등 금융권 기관들은 사회혁신 기업 지원, 소셜 스타트업 발굴, 취약계층 일자리 창출 및 취업지원, 정보격차 해소 사업, 금융교육, 친환경 캠페인 및 친환경 시설투자 등 다양한 사회공헌 사업들을 실시하고 있다(은행연합회, 2023). 다만, 은행권의 당기순이익 대비 사회공헌활동 비중은 지난 2018년 이후 가장 낮은 수준으로, 당기순이익에서 사회공헌활동이 차지하는 비중은 2019년 9.2%, 2020년 8.6%, 2021년 6.9%, 2022년 6.5%로 지속적으로 감소하고 있다(김유진, 2023).

한편, 최근 은행들이 예대금리차를 통해 많은 이자수익을 얻고 있음에도 불구하고 당기순이익 대비 낮은 사회공헌금액을 지출하는 점은 시민단체로부터 비판의 대상이 되어왔다. 특히, 2022년 한국은행의 기준금리 인상으로 크게 증가한 시중은행들의 순이익이 거액의 임직원 성과급 또는 퇴직금으로 사용되면서 정부와 여론으로부터 많은 비판을 받았다(김지섭·한예나, 2023). 일부 시민단체들은 IMF 외환위기 이후 부실 금융기관을 살리기 위해 공적자금 86조 9천억 원이 시중은행에 지원되었기에 시중은행은 공공성을 가지며, 지금보다 더 사회적 책임을 다할 것을 주장하고 있다(소비자주권시민회의, 2023). 또한, 2021년 기준 은행 사회공헌 금액 중 42.7%인 4,528억 원이 서민금융에 사용되었는데, ‘새희망홀씨 대출’, ‘햇살론15’,

‘햇살론 유스’, ‘햇살론뱅크’와 같은 서민금융의 금리는 7.8~15.9%로 취약계층에게 높은 금리로 돈을 빌려주며 이자수익을 얻고 있다는 비판 역시 존재한다(강서구, 2023). 경기침체와 고금리로 인해 고통받는 많은 서민들과 취약계층들을 위한 은행의 공공성 회복과 사회공헌 활동에 대한 사회적 요구가 더욱 증대되고 있는 상황이다.

2023년 금융위원회는 「은행권 경영·영업 관행·제도 개선 TF」를 구성하여 은행권의 사회공헌 활성화에 대해 논의하였다. 국내 시중은행 및 금융권 기관들이 사회공헌활동을 미래에 대한 투자로 여기는 인식의 전환, 사회공헌활동에 대한 공시 활성화 등 투명성 제고, 취약계층 지원 노력의 필요성 등이 논의되었으며(금융위원회, 2023), 향후 금융권 기관의 사회공헌 활동에 대한 사회적 압력은 더욱 높아질 것으로 판단된다.

국내 시중은행 및 금융권 기관들은 그간 다양한 사회공헌 활동들을 수행해 왔음에도 불구하고 국내 사회공헌 현황 및 평가에 대한 연구는 주로 제조업 중심의 대기업을 중심으로 이뤄져 왔다(보건복지부, 2021). 국내 은행들의 사회공헌활동 동향(구정환, 2010; 전인, 2010; 노종화, 2021), 금융기관의 사회공헌활동이 이미지 제고 또는 경영성과에 미치는 영향(정현주·이동명·최영근, 2017; 김도의·민용기, 2020), 해외사례를 통해 본 은행의 사회적책임과 시사점(김상배, 2023) 등 금융기관을 대상으로 한 연구가 소수 진행되었으나, 선행연구들은 주로 제한된 2차 자료들을 분석하였다는 점에서 최근 국내외 금융기관들의 사회공헌 활동 실태와 국민들의 인식을 종합적으로 살펴보지 못했다는 한계를 갖는다.

금융서비스를 제공하며 국민들의 자산형성에 직접적인 영향을 미치는 은행들이 사회에서 갖는 의미와 책임은 타 산업군의 기업과는 차별점을 갖는다. 또한, 최근 가계부채 증가와 저소득 취약계층의 증가는 사회적 문제로 대두되고 있으며, 금융산업계의 사회적 역할과 책임에 대한 심도 있는 논의와 합의가 필요한 상황이다. 이에, 본 연구는 은행 및 금융권 공익재단의 사회공헌 활동 현황과 이에 대한 국민 및 이해관계자들의 인식을 파악하고, 금융산업계의 사회공헌 발전방향과 금융산업공익재단의 사회공헌 전략을 제시하는 데 목적이 있다.

## 2. 연구 내용 및 연구 방법

본 연구는 세 가지 핵심 연구질문을 갖는다.

- (1) 국내·외 금융기관의 사회공헌 활동 현황은 어떠한가?
- (2) 국내 금융기관의 사회공헌 활동에 대한 국민들의 인식은 어떠한가?

(3) 국내 금융기관의 사회공헌 활동에 대한 금융권 이해 관계자들의 인식은 어떠한가?

이와 같은 연구질문에 답하기 위해 본 연구에서는 국내·외 금융기관의 사회공헌 활동 현황 분석, 대국민 인식조사, 이해관계자 FGI(포커스그룹인터뷰) 조사를 수행하였다. 이러한 다차원적 연구 활동을 통해 최종적으로는 은행 및 금융산업계의 사회공헌 활동방향에 대한 전략을 제시하고자 한다. 각 연구 별 상세 내용과 연구방법은 다음과 같다.

### 1) 국내·외 금융기관의 사회공헌 활동 현황 분석

첫째, 본 연구는 국내 및 해외의 시중은행 및 금융권 공익재단의 사회공헌 활동 현황 및 특성을 분석하였다. 국내 시중은행 및 금융권 공익재단 사회공헌 활동의 의의 및 한계를 파악하고, 향후 은행 및 금융권 공익재단의 사회공헌 전략 방향을 제시하였다. 연구방법은 은행연합회 사회공헌 활동보고서, 국내 시중은행 및 금융권 공익재단의 지속가능경영보고서, 해외 금융권 사회공헌 사례보고서 등 문헌자료, 국내외 금융기관 홈페이지 내용 등 2차 자료를 활용하여 분석을 실시하였다.

### 2) 금융기관 사회공헌 활동에 대한 대국민 인식조사

둘째, 본 연구는 국민 1,000명을 대상으로 금융기관 사회공헌 활동에 대한 인지도, 관심, 평가 등에 대해 대국민 인식조사를 실시하였다. 전문 조사업체를 활용하여 전국민을 모집단으로 비례할당(층: 성별, 연령, 지역)하여 총 1,000명의 목표표본을 대상으로 온라인 인식조사를 실시하였으며, 수집된 데이터로 통계분석을 실시하였다. 설문문항은 은행에 대한 인식, 은행 사회공헌 활동에 대한 인식, 인구 사회학적 변수에 대한 배경문항으로 구성되었다. 대국민 인식조사는 2024년 4월 성균관대학교 IRB 승인을 거쳐 진행되었으며, 2024년 4월 29일부터 5월 10일까지 약 2주간 진행되었다.

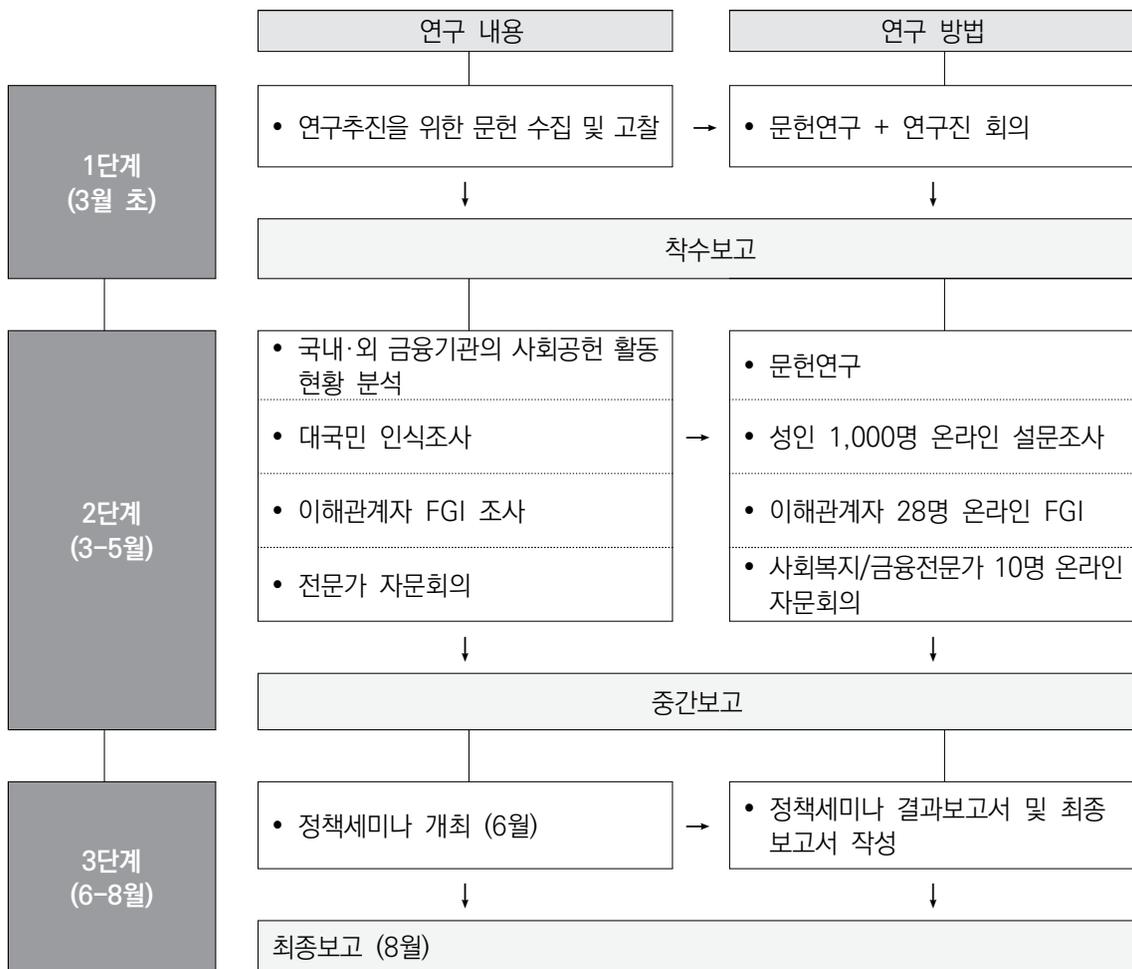
### 3) 금융기관 사회공헌 활동의 이해관계자 포커스그룹 인터뷰 조사

셋째, 본 연구는 은행 및 금융권 공익재단의 사회공헌 활동과 관련된 주요 이해관계자 28명을 대상으로 온라인 포커스그룹 인터뷰(FGI)를 실시하였다. 이해관계자로는 금융권 사회공헌 담당자, 은행 종사자, 사회복지기관 종사자, 시민사회조직 활동가 등 네 가지 영역으로 구분하여, 자문단으로부터 해당 분야의 전문가를 추천받아 인터뷰 참여자로 선정하였다. 포커스그룹

인터뷰에서는 금융권 사회공헌 활동에 대한 인식·평가 및 향후 금융권 사회공헌의 전략방향에 대한 의견을 분석하였다. 포커스그룹 인터뷰 조사는 2024년 4월 성균관대학교 IRB 승인을 거쳐 진행되었으며, 2024년 4월 30일부터 5월 14일까지 총 6회기에 걸쳐 진행되었다.

덧붙여서, 본 연구에서는 사회복지 전문가 및 금융분야 전문가 10명으로 자문단을 구성하여 연구 초기와 연구 중기에 각각 1회씩 전문가 의견을 검토하였다. 연구 초기에서는 세 가지 주요 연구내용과 연구 설계에 대해 전문가 의견을 검토하였으며, 중간 연구결과를 바탕으로 금융분야 사회공헌 전략방향에 대해 자문의견을 수렴하였다.

〈표 1-1〉 연구내용 및 연구방법



# 연구배경

## II

1. 기업 사회공헌에 대한 논의
2. 금융기관 사회공헌에 대한 논의
3. 은행 및 금융권 사회공헌 관련 선행연구의 성과 및 한계



## 1. 기업 사회공헌에 대한 논의

### 1) 기업 사회공헌의 개념과 CSR, ESG와의 관계

기업 사회공헌은 기업의 본질적 활동인 경제적 이익추구의 활동에서 나아가, 사회의 한 구성원으로서 사회발전에 기여하고자 하는 목적으로 수행되는 공익적 활동을 의미한다. 국내에서 기업 사회공헌은 기업의 사회적 책임을 뜻하는 CSR(Corporate Social Responsibility)과 유사한 개념으로 인식되고 있고 두 개념이 서로 혼용되어 사용되기도 한다. 그러나 CSR은 기업이 사회적 책임을 다하기 위해 수행하는 자발적이고 적극적인 활동과 전략을 포괄하는 광의의 개념인 반면, 기업 사회공헌은 기업의 사회적 책임을 고려하여 전략적 또는 비전략적 관점에서 실시되는 보다 구체적이고 직접적인 사회 기여 활동들을 의미한다.

1953년 Howard Bowen은 ‘기업가의 사회적 책임’이라는 저서를 통해 “기업인은 사회의 가치와 목적을 달성하기 위한 정책을 추구해야 하며, 이익과 손실이라는 것보다도 더 넓은 영역에서 기업이 행동한 결과에 대한 책임을 져야 한다.”라고 기업가의 사회적 책임을 정의하였다(Bowen, 1953). 이후 기업의 사회적 책임의 범위는 확장되어왔으며, 기업의 사회적 책임은 더욱 강조되면서 학술적으로도 체계성을 갖추기 시작하였다. 1984년 Freeman은 ‘전략경영: 이해관계자 관점(Strategic Management: A Stakeholder approach)’ 라는 책을 통해 기업은 주주뿐만 아니라 모든 이해관계자들에게 가치를 창출하는 것이 기업의 장기적 성과를 가져온다고 주장하며, 이해관계자에 대한 사회적 책임과 윤리를 강조했다(Freeman, 1984). 1990년대 들어 OECD 다국적기업 가이드라인, UN 지속가능 발전 목표(Sustainable Development Goals: SDGs), UN 글로벌 콤팩트 원칙, 글로벌 리포팅 이니셔티브, ISO 26000 등의 개발은 기업의 사회적 책임에 대한 원칙과 기준점을 제시하면서 전세계 많은 기업들에게 전략적 윤리 행동 강령으로 자리매김하였다.

한편, 2004년 UN 글로벌 콤팩트가 주도하고 9개국 18개 금융기관이 참여하여 작성된

보고서 ‘Who cares wins: Connecting Financial Markets to a Changing World’에서 ESG(Environmental, Social, and Governance)라는 용어가 처음 등장했다. 이 보고서에서는 기업들이 글로벌화되고 상호 경쟁이 치열해진 세계에서 환경, 사회, 지배구조의 요인들을 더 잘 고려하는 것이 궁극적으로 강력하고 회복력 있는 투자 시장을 만들고 사회의 지속가능한 발전에 기여할 것이라고 주장하면서, 환경·사회·지배구조와 관련된 원칙과 정책을 구현할 것을 요청하였다. 또한, 구체적으로 투자자, 규제기관, 증권거래소, NGO가 각각 기업의 ESG 확립을 위해 수행해야 할 권장사항들을 구체적으로 제시하였다(The Global Compact, 2004).

한편, 기업의 사회공헌이란 보다 구체적이고 직접적인 사회 기여 활동에 초점을 두고 있다. 국내 사회공헌 활동의 효시는 삼양사의 장학재단 설립으로 기록되고 있다. 삼양사는 1939년 국내 최초로 장학재단인 ‘양영회(현 양영재단)’를 설립하여 학생들에게 장학금과 연구비를 지원하고 있다. 이후 SK그룹의 한국고등교육재단(‘74), 현대그룹의 아산사회복지재단(‘77), 대우그룹의 대우재단(‘77; 전신 대우문화복지재단), 삼성그룹의 삼성생명공익재단(‘82), 롯데그룹의 롯데장학재단(‘83) 등 다양한 기업재단이 설립되기 시작하면서, 기업들은 사회공헌 활동을 본격적으로 확대하기 시작하였다. 기업들의 사회공헌 활동은 주로 기부형태나 기업재단을 통한 자선활동을 주축으로 발전하였으며, 기업재단의 규모가 확대되면서 사업분야가 확대되고 전문화되어 왔다(이상민, 2002). 또한 기부금이나 물품제공 외에 종업원들의 자원봉사 등 인적교류를 통한 체험방식의 공헌활동도 주를 이루었다(이상민, 2002). 최근에는 기업들이 전략적 CSR차원으로 기업의 사업수행과 관련된 자원과 지식을 지역사회와 공유하는 형태의 사회공헌 활동도 증가하고 있다.

## 2) 국내 기업 사회공헌 활동 현황

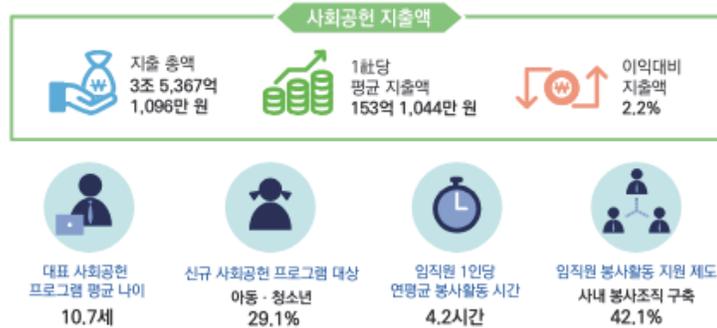
한국경제인협회가 실시한 ‘2023 주요 기업의 사회적 가치 보고서’에 따르면, 국내 주요기업 260개사가 2022년 한 해 동안 지출한 사회공헌 비용은 총 3조 5,367억 1,096만 원으로 조사되었다(한국경제인협회, 2023). 2022년 1개사 평균 사회공헌 지출규모는 153억 1,044만 원이며, 분석기업의 지출 규모를 나열한 중간값은 20억 9,800만 원이었다. 매출액 대비 사회공헌 지출 비율은 0.12%였으며, 세전이익 대비 사회공헌 지출 비율은 2.2%로 나타났다. 분야별 지출현황은 ‘취약계층 지원’에 대한 지출 비중(25.5%)이 가장 높았으며, ‘교육·학교·학술’(16.3%), ‘문화예술·체육’(13.6%), ‘지역경제 활성화’(13.2%) 순으로 나타났다(한국경제인협회, 2023). 기업 임직원들의 봉사활동은 국내 기업들의 주된 사회공헌 방식 중 하나인데, 조사 기업 중 임직원 봉사활동을 촉진하기 위해 사내 봉사조직을 구축해 둔 곳이 42.1%였으며, 근무시간

내 봉사활동을 인정하는 봉사 휴가제도(16.9%), 우수봉사자 등록제도 (16.2%)를 운영하는 곳도 있는 것으로 나타났다. 한편, 국내 및 글로벌 ESG 경영 강화 기조에 대응해 관련된 전담부서를 설치한 기업이 73.7%로 나타났으며, 담당 인력은 평균 6.3명으로 나타났다. ESG 경영전략 수립시 가장 많은 비중을 차지한 것은 환경 이슈(44.6%)였으며, 사회이슈는 39.3%, 거버넌스 이슈는 16.1%로 나타났다. 주요 내용을 요약한 인포그래픽은 다음 그림과 같다.

## 기업의 사회적 가치 실현을 위한 활동 현황

### ◆ 2022년 사회공헌 지출액, 프로그램 및 임직원 봉사활동

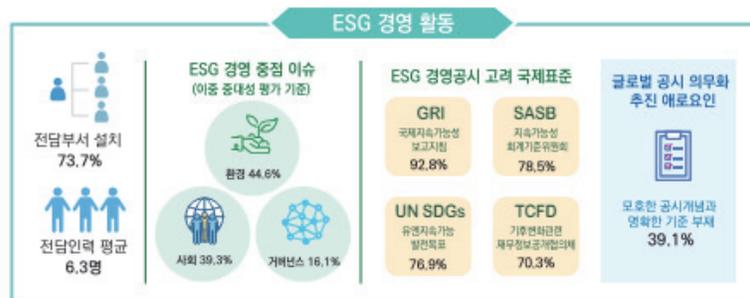
◎ 매출액 기준 500대 기업 중 299개사 분석 결과(사회공헌 지출액은 260개사)



### ◆ 기업의 사회공헌 인식



### ◆ 기업의 ESG 경영 활동

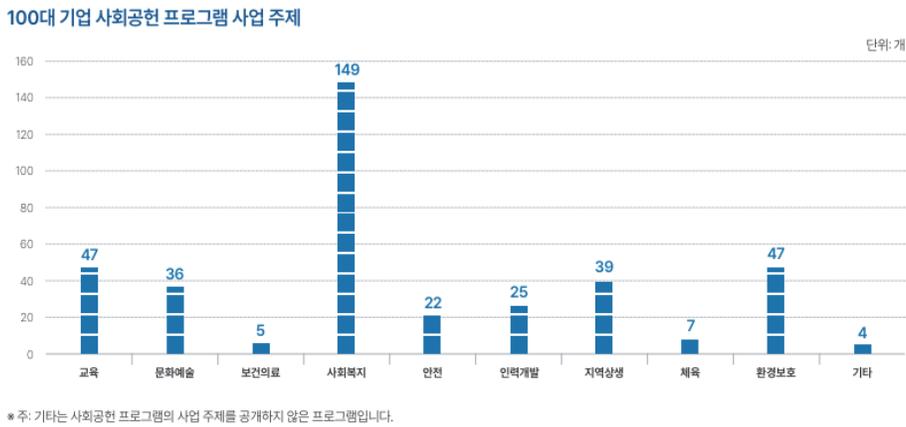


〈그림 II-1〉 2022년 주요 기업 사회공헌 활동 결과 요약

출처: 한국경제인협회(2023). 2023 주요 기업의 사회적 가치 보고서. p.8.

다음으로, 국내 100대 기업의 사회공헌에 대해 조사한 보건복지부·한국사회복지협의회 '2023 사회공헌백서'에 따르면, 100대 기업의 2022년 사회공헌 지출은 1조 9,100억 원으로

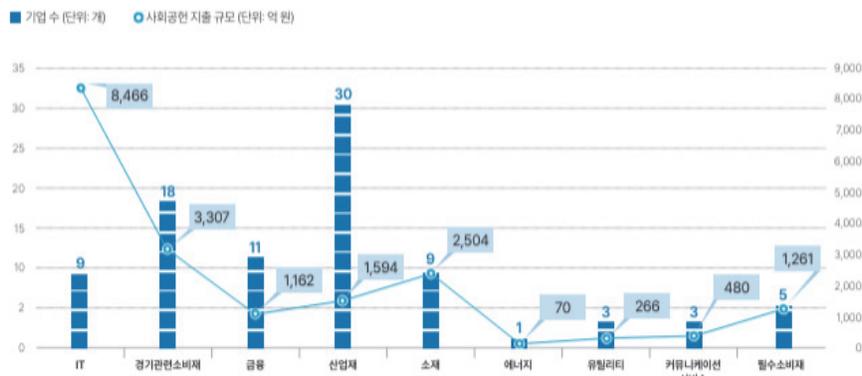
작년 대비 22% 증가한 것으로 나타났다. 기업당 평균 4.28개의 사회공헌 프로그램을 운영하는 것으로 나타났으며, 2022년 봉사에 참여하는 임직원 수는 총 19만 4,291명으로 나타났다(보건복지부, 2023). 사회공헌 영역을 살펴보면, 한국경제인협회(2023)의 조사와 유사하게 사회복지가 39%로 가장 많은 비율을 차지하였으며, 환경보호(12%), 교육(12%), 지역상생(10%)이 뒤를 이었다.



〈그림 II-2〉 100대 기업 2022 사회공헌 프로그램 주제

출처: 보건복지부·한국사회복지협의회(2023). 2023 사회공헌 백서. p.27.

산업군별 기업사회공헌 지출 분석을 살펴보면, IT 관련 기업의 사회공헌 지출이 높은 것으로 나타났으며, 기업당 평균 지출 규모도 가장 높은 것으로 나타났다(평균 941억 원). 금융업의 경우 분석에 포함된 11개 기업이 대부분 보험업이었는데, 보험업을 중심으로 한 금융업계의 사회공헌 지출 규모는 1,162억 원으로 나타났다. 기업당 평균 지출 규모는 106억 원으로, 전체 9개 산업군 중 6위에 그쳤다.



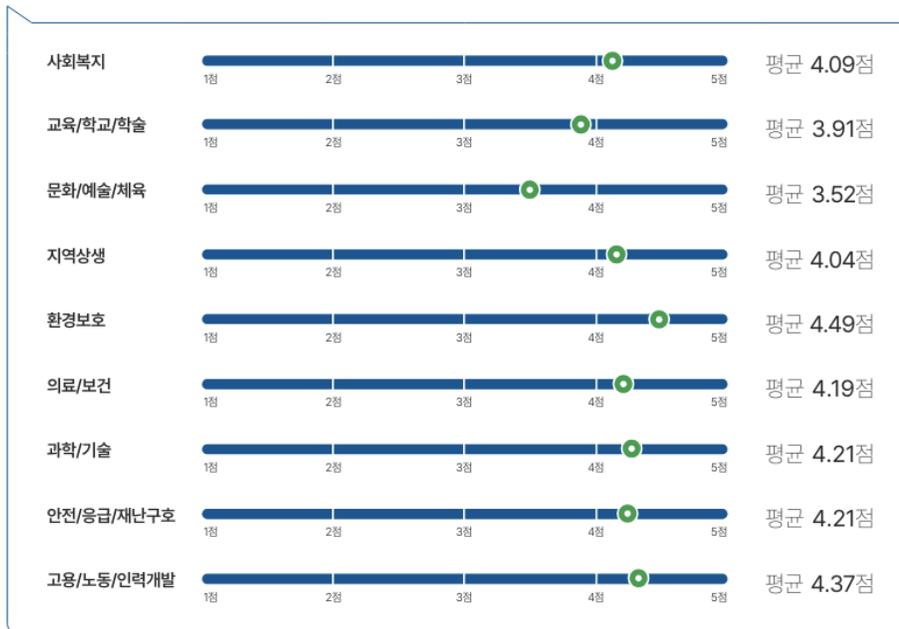
〈그림 II-3〉 100대 기업 2022 산업군별 사회공헌 지출

출처: 보건복지부·한국사회복지협의회(2023). 2023 사회공헌 백서. p.23.

### 3) 사회공헌 활동에 대한 국민들의 인식

보건복지부는 사회공헌에 대한 국민의 인식조사를 위해 1,500명에 대해 온라인 설문조사를 실시하였는데, 미래에 기업이 중요하게 인식하고 실행해야 할 사회공헌 분야의 중요도에 대해 환경보호(4.49)를 가장 중요한 분야로 꼽았다. 다음으로 고용·노동·인력개발(4.37), 과학·기술(4.21), 안전·응급·재난구호(4.21) 순으로 나타났다. 현재 기업들에서 사회공헌 활동으로 수행하고 있는 사회복지(4.09), 교육·학교·학술(3.91), 문화·예술·체육(3.52), 지역상생(4.04)은 상대적으로 그 중요성이 낮게 나타났다.

Q. 미래에 기업이 중요하게 인식하고 실행해야 할 사회공헌 분야의 중요도에 대해 어떻게 생각하십니까?  
 리커트 5점 척도(1=전혀 중요하지 않다, 5=매우 중요하다)



〈그림 II-4〉 사회공헌 분야 중요도에 대한 국민들의 인식

출처: 보건복지부·한국사회복지협의회(2023). 2023 사회공헌 백서. p.47

한편, 최근 기업들은 사회공헌 활동을 통해 기업에 대한 이미지 제고 및 제품 판매 증가 등 선순환적인 효과를 구축하고자 하는 경향이 많다. 이에 따라 기업별로 사회공헌 활동의 인지도를 높이기 위해 효과적인 사회공헌 프로그램을 핵심 사회공헌 프로그램으로 내세우며 전략적으로 관리하고 있다. 예를 들어, 삼성의 ‘삼성 청년 SW 아카데미’, 카카오의 ‘카카오 같이가치’, 현대자동차의 ‘행복드림카’, LG의 ‘사랑의 다문화학교’, 포스코의 ‘바다숲조성’과 같은 프로그램들은 국민들에게 인지도가 높은 사회공헌 프로그램들인데, 이러한 프로그램들은 기업이 가진 자원과 특성이 반영되고 오랜 기간 수행되어 왔다는 공통적인 특징을 갖는다(배정희

외, 2023). 또한, 배정희 외(2023)의 연구에서 개별 기업의 CSR 활동에 대한 인지도, CSR 활동에 대한 진정성 평가, CSR 활동 성과에 대한 평가가 해당 기업에 대한 전반적인 호감도, 제품·서비스 구매 의향, 기업 투자의향에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기업들의 사회공헌 활동에 대해 국민이 많이 인지하고 있고, 사회공헌 활동에 대해 진정성을 높게 평가하며, 사회공헌 활동 성과를 높게 평가할 경우, 해당 기업에 대한 호감도가 상승하며 제품·서비스 구매 의향이 증가하고 투자의향도 증가하여, 결과적으로 경제적 효과까지 이어질 수 있음을 시사한다.

## 2. 금융기관 사회공헌에 대한 논의

금융기관은 역시 금융환경 변화에 대응하기 위해 사회공헌 활동에 참여해 왔다. 금융기관은 은행, 보험회사, 증권회사, 자산운용사, 핀테크회사 등 다양한 기관이 포함되나, 본 연구에서는 은행을 중심으로 사회공헌 활동을 살펴본다. 우리나라 은행의 사회공헌 활동의 효시는 1993년 기업은행의 ‘녹색환경신탁’ 상품의 출시로 공익형 상품 개발이 각 은행에서 개발되기 시작한 것으로 보고되고 있다(양성국, 1998). 기업은행의 공익상품 개발 이후 외환은행 ‘녹색생명 신탁통장’, 한일은행 ‘문화예술통장’, ‘조흥은행 ‘산들바 통장’, ‘투게더 신탁’, 상업은행 ‘적십자 플러스’, 제주은행 ‘늘 푸른 가계 신탁’, 충북은행 ‘생명의 숲 통장’ 등 은행들의 다양한 공익상품들이 개발되었는데, 은행과 고객이 기금을 조성하여 환경, 문화예술, 긴급구호 등 다양한 공익사업에 기부하는 형태로 운영되었다. 예를 들어, 외환은행의 ‘녹색생명 신탁통장’은 은행이 세후순이익의 일정비율을 환경관련 사업에 기부하는 상품이었으며, 한일은행의 문화예술통장은 고객이 세후 이자의 1.0%, 은행이 예금이자의 2배를 문화예술진흥원에 후원하는 방식으로 진행되었다(양성국, 1998).

이후 1996년 조흥은행의 ‘조흥백년재단’ 설립을 계기로 은행권에서 순수한 형태의 사회공헌 사업이 본격적으로 시작되었다(양성국, 1998). ‘조흥백년재단’은 국내외 장학사업, 학술지원사업, 연구지원 사업, 문화예술지원사업을 목적으로 다양한 사회공헌 활동을 확대해 왔다(양성국, 1998). 이후 DGB대구은행의 대구은행장학문화재단(‘90), 신한은행의 신한금융희망재단(‘96), 하나은행의 하나금융나눔재단(‘05), 경남은행의 경남은행사랑나눔재단(‘05), 하나금융그룹의 하나금융공익재단(‘06), KDB산업은행의 KDB 나눔재단(‘07), IBK 기업은행의 IBK행복나눔재단(‘06), 우리금융그룹의 우리다문화장학재단(‘12) 및 우리금융미래재단(‘22) 등이 설립되면서 은행 및 금융기관들은 취약계층들을 위한 다양한 복지서비스, 문화사업, 지역사회 공헌 사업들을

수행해 오고 있다. 은행은 타 산업체 기업들과 달리 공공성이 특히 더욱 요구되고(손상호, 2005), 고객가치경영이 강조되는 산업분야이다(이명식, 2015). 사회공헌은 점차 치열해지는 글로벌 경쟁사회 내에서 은행들이 경쟁력 제고를 위해 추구해야 할 핵심적인 지속 가능 성장 전략으로 이해되고 있다.

2006년 처음 발간된 전국은행연합회의 은행 사회공헌 활동 보고서는 그 서문에 은행의 사회공헌 활동의 필요성과 목표를 다음과 같이 밝히고 있다.

은행은 경제의 혈액이자 자원배분의 중심기구로서 국가 경제와 사회발전에 폭넓게 공헌해야 할 책임을 다하기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다. 최근 들어 은행산업은 지속가능한 발전(sustainable development)을 위한 핵심 전략사업으로서의 성장이 요구되고 있으며, 이를 위해 자기규율을 바탕으로 한 책임경영의 필요성이 더욱 절실해지고 있습니다. 이에 우리 은행들은 고객과 사회에 대한 책임을 다하는 한편 금융시장의 안정과 발전을 위해 다음과 같이 노력해 나가겠습니다.

첫째, ‘고객과 함께 사회와 함께’하는 은행이 되겠습니다. 은행은 최고의 금융서비스를 제공하고 투명 경영을 적극 실천하여 고객과 상호 신뢰관계를 구축하겠습니다.

둘째, 금융시장의 안정을 위하여 최선을 다하겠습니다. 은행은 금융시장에 불안 요인이 발생하지 않도록 예방하고 중대한 문제가 발생하였을 때에는 이를 적극 해결하겠습니다.

셋째, 지속가능한 발전을 위한 지원에 힘쓰겠습니다. 은행은 지속가능 경영을 바탕으로 새로운 가치 창출과 미래의 성장 동력을 확보하여 사회 발전에 기여하겠습니다.

은행은 이와 같이 은행산업 본연의 역할 뿐만 아니라 사회적 책임과 환경적 책임을 다하기 위해 사회공헌활동을 강화하고 공익성을 제고시켜 나갈 것을 약속드리며, 이 보고서는 그 약속을 지키기 위한 첫걸음이 될 것입니다.

〈그림 II-5〉 전국은행연합회의 사회공헌과 공익성 제고에 대한 약속

출처: 전국은행연합회(2006). 은행 사회공헌활동 보고서.

이후 2006년부터 현재까지 은행연합회는 매년 사회공헌활동 보고서를 발간하면서, 개별 은행들이 개발한 공익상품 및 다양한 사회공헌 활동의 성과를 보고하고 있다.

### 3. 은행 및 금융권 사회공헌 관련 선행연구의 성과 및 한계

국내 은행 및 금융권의 사회공헌 활동에 대한 연구는 매우 제한적으로 이뤄져 왔다. 이는 국내 연구에서 사회공헌에 대한 논의가 주로 제조업 기반의 대기업을 중심으로 이뤄져 왔기

때문이다. 예를 들어, 보건복지부는 매년 한국사회복지협의회를 통해 사회공헌백서를 발간하여 국내 기업 사회공헌 활동의 전반적인 현황을 파악하고, 이에 대한 이해관계자, 실무자, 국민들의 인식을 파악한다(보건복지부, 2021; 2022; 2023). 이때 사회공헌백서는 국내 100대 기업, 35대 공기업 등을 대상으로 사회공헌 규모, 사회공헌 봉사시간, 사회공헌 대상과 범위, 사회공헌 네트워크 등을 파악하고 있는데, 이 중 100대 기업은 주로 산업재(30개), 경기관련 소비재(18개 소) 기업이다. 금융관련 기업은 11개소에 불과하며(보건복지부, 2023), 이마저도 보험 관련 기업이 대부분이다<sup>1)</sup>. 100대 기업의 매출액 대비 사회공헌 지출 비율은 금융관련 기업의 경우 0.09%에 불과하여, 전체 100대 기업의 평균인 0.16%보다 낮게 나타났으며, 필수소비재 기업(0.63%), 소재관련 기업(0.25%), IT 기업(0.23%) 보다 낮은 수치로 나타나고 있다. 그러나 이 역시 보험회사에 한정된 연구자료로서, 국내 은행 및 금융권 전반의 사회공헌 활동을 파악하기에는 어려움이 있다.

은행연합회에서는 2006년부터 2023년까지 매년 은행사회공헌보고서를 발간하고 있다. 2006년 처음 발간된 은행사회공헌보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) 가이드라인을 참고하여 수립한 ‘은행 사회공헌활동보고서 표준안’에 따라 작성되었으며, 21개 정회원기관<sup>2)</sup>의 사회공헌활동 성과를 종합한 내용을 담고 있다(전국은행연합회, 2006). 2006년 은행사회공헌 보고서에서는 문화·예술·스포츠 / 지역사회·공익 / 학술·교육 / 환경 분야 등 4대 분야로 구분하여 기업별 사회공헌 상품을 소개하고 지원금액 실적과 참여 인원을 보고하는 방식으로 국내 은행들의 사회공헌 활동에 대해 정리하였다. 그 후 인터넷전문은행 등의 출현, 은행 간 통합 등을 통해 매년 보고되는 은행의 수는 조금씩 달라져 왔으며, 사회공헌의 범위도 서민금융 / 지역사회·공익 / 학술·교육 / 메세나(문화·예술·체육) / 환경 / 글로벌 등 6대 분야로 수정되었다. 가장 최신 자료인 2023년 은행사회공헌보고서에는 시중은행<sup>3)</sup>, 지방은행<sup>4)</sup>, 특수은행<sup>5)</sup>, 인터넷전문은행<sup>6)</sup>, 기타기관<sup>7)</sup> 등 총 26개 기관의 사회공헌 현황이 분석되어 있다. 이에 따르면, 2023년 사회공헌활동 총금액은 1조 6,349억 원이며, 활동분야는 지역사회·공익(62%), 서민금융(28%), 학술·교육(4.7%), 메세나(문화·예술·체육; 3.9%), 환경(0.7%) 글로벌(0.7%) 순으로 높게 나타났다.

- 1) 삼성화재해상보험, 삼성생명보험, 현대해상 화재보험, DB손해보험, 한화생명보험, 중소기업은행, 코리아리저브보험, 동양생명보험, 한화 손해보험 등
- 2) 한국산업은행, 농협중앙회, 신한은행, 우리은행, SC제일은행, 하나은행, 중소기업은행, 국민은행, 한국외환은행, 한국씨티은행, 한국수출입은행, 수협중앙회, 신용보증기금, 대구은행, 부산은행, 광주은행, 제주은행, 전북은행, 경남은행, 기술보증기금, 한국주택금융공사
- 3) 신한은행, 우리은행, SC 제일은행, 하나은행, KB 국민은행, 한국씨티은행
- 4) DGB대구은행, BNK부산은행, 광주은행, 제주은행, 전북은행, BNK경남은행
- 5) KDB산업은행, NH농협은행, IBK기업은행, 한국수출입은행, Sh수협은행
- 6) 케이뱅크, 카카오뱅크, 토스뱅크
- 7) 신용보증기금, 기술보증기금, 한국주택금융공사, 은행연합회, 은행권청년창업재단, 금융산업공익재단

은행 및 금융기관들의 사회공헌 활동에 대한 학술적인 연구는 매우 제한적으로 존재해 왔다. 1990년대 말부터 2000년대 초반까지 은행의 사회공헌활동과 사회적 책임과 관련해서 탐색적이고 이론적인 차원에서 논의가 시작되었으며(예: 양성국, 1998; 손상호, 2005), 탐색적인 수준에서 지역은행의 지속가능경영에 대한 사례연구가 수행되기도 하였다(전인, 2010).

2010년 이후 은행 및 금융기관의 사회공헌 활동과 관련한 요인을 살펴보거나 구체적인 전략방향을 제시하는 등의 실증적 논의가 시작되었다. 송동엽·정성창(2018)은 은행의 소유구조가 사회공헌 활동에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였는데, 외국계 은행이 국내계 은행에 비해 사회공헌 활동에 투자한 금액이 유의미하게 더 적게 나타났으며, 이는 은행의 소유구조가 이해관계자들 간의 이해를 조정하여 사회공헌 활동에 영향을 미치는 것으로 결론지었다. 정현주·이동명·최영근(2017)은 금융기관의 사회공헌 활동 유형을 공익사업활동(문화·예술 체육지원 / 교육·학술지원 / 지역사회·환경보호), 자원봉사활동(사회봉사 / 전문서비스 / 위원 자문), 기부협찬활동(기부금·성금 / 프로그램 지원 / 자선구호)으로 구분하고, 은행 사회공헌활동 관련 부서에서 근무하는 담당자 총 24명을 선정하여 AHP 기법을 통해 금융기관 사회공헌 활동의 추진 우선순위를 선정하였다. 분석 결과, 공익사업활동이 상대적으로 중요하게 나타났으며, 공익사업활동 중에서도 지역사회·환경보호에 우선순위가 높은 것으로 나타났다. 즉, 금융업 사회공헌 담당자들은 지역사회 및 환경보호가 금융업계 사회공헌 활동의 중요한 영역이라고 생각하고 있었는데, 이는 다른 산업계의 사회공헌 활동 특성과 별반 다르지 않다. 다만, 금융업계 중에서도 은행업, 증권업, 보험업별로 사회공헌 선호도에 차이가 나타났다. 은행업 종사자들은 지역사회, 환경보호 항목에 대한 선호도가 높았던 반면, 증권업은 사회봉사활동, 보험업은 교육 및 학술지원 항목의 선호도가 높게 나타났다. 이는 금융업 중에서도 세부 영역에 따라 선호하거나 중요시하는 사회공헌 활동영역이 다를 수 있음을 시사한다. 매년 발간되고 있는 보건복지부의 사회공헌활동백서에 포함된 금융기관은 보험업계가 대부분을 차지하고 있음을 상기하면, 해당 사회공헌활동백서의 '금융업계' 사회공헌 현황이 은행의 사회공헌과 금융업 전체의 사회공헌 실태를 적절히 반영하지는 못할 수 있음을 시사한다.

또한, 은행의 사회공헌 활동이 결과적으로 은행의 재무적 성과와 어떻게 연결되는지 살펴본 연구도 존재한다. 김도의·민용기(2020)는 2010년부터 2017년까지 은행사회공헌활동보고서의 사회공헌 활동 자료와 금융감독원의 전자공시자료를 매칭하여 14개 은행에 대한 8년치의 관측지 자료를 수집하였으며, 이를 바탕으로 보편적 사회공헌 활동과 금융기업의 특성을 지닌 전략적 사회공헌 활동(서민금융)으로 구분하여 각 사회공헌 활동이 재무적 성과에 영향을 미치는지 살펴보았다. 분석 결과, 보편적인 사회공헌 활동은 재무성과에 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났으며, 서민금융 활동인 전략적 사회공헌 활동은 재무성과에 부(-)의 관계가 있는

것으로 나타났다. 서민금융 활동이 재무성과에 왜 부정적인 영향을 미치는지에 대해서 서술하고 있지는 않으나, 해당 연구는 은행의 보편적인 사회공헌 활동이 은행의 재무성과에도 영향을 미칠 수 있음을 보여주는 실증연구로서 의의를 갖는다.

이 외에도 노종화(2021)는 금융관련 공공기관(국민연금, 공무원연금공단, 사립학교교직원연금공단 등 13개 기관)을 대상으로 ESG 현황파악을 하고, 주로 기후변화와 관련한 위험관리 차원에서 금융권 공공기관의 대응전략을 분석하였다. 김상배(2023)는 해외사례 분석을 통해 은행의 사회적 책임과 시사점(김상배, 2023)을 살펴보기도 하였다.

이러한 선행연구들은 은행 및 금융업계의 사회공헌 활동에 대해 탐색적 차원에서 현황파악을 하는데 기여하였으며, 은행 사회공헌 활동의 필요성을 제기하였다는 점에서 의의를 갖는다. 다만, 대부분의 연구에서 정보량이 제한된 2차 자료들을 활용하여 분석하였다는 점, 사례연구 등 일반화하기 어려운 연구방법을 활용하였다는 점, 직접 설문인 경우에도 표본의 수가 작아 일반화의 어려움이 있는 점 등은 은행 및 금융업계의 사회공헌 활동과 관련된 학술적 논의의 한계로 남아있다.

금융서비스를 제공하며 국민의 자산형성에 직접적인 영향을 미치는 은행들이 사회에서 갖는 의미와 책임은 타 산업군의 기업과는 차별점을 갖는다. 또한, 최근 가계부채 증가와 저소득 취약계층의 증가는 사회적 문제로 대두되고 있으며, 금융산업계의 사회적 역할과 책임에 대한 심도 있는 논의와 합의가 필요한 상황이다. 특히 본 연구에서는 금융산업계 중에서도 그간 학술적으로 충분히 논의되지 못한 은행의 사회공헌 활동에 집중함으로써, 은행 사회공헌 활동의 발전방향을 체계적으로 제시하고자 한다.

# 국내·외 금융기관 사회공헌 현황 분석

## III

1. 국내·외 금융기관 사회공헌 현황 분석 개요
  2. 국내 금융기관 사회공헌 현황 및 특성
  3. 해외 금융기관 사회공헌 현황 및 특성
  4. 소결



## 1. 국내·외 금융기관 사회공헌 현황 분석 개요

### 1) 국내·외 금융기관 사회공헌 현황 분석의 주요 내용

먼저, 본 연구에서는 국내·외 금융기관 사회공헌 현황을 분석하였으며, 주요 내용은 다음과 같다. 첫째, 국내 은행과 금융권 공익재단의 사회공헌 활동 현황과 특성을 분석하였다. 둘째, 해외 주요 시중은행의 사회공헌 활동 현황과 특성을 분석하였다. 셋째, 국내·외 사회공헌 활동의 의의와 문제점을 파악한 후 앞으로의 사회공헌 전략 방향을 제시하였다.

### 2) 연구방법

국내·외 금융기관의 사회공헌 현황을 분석하기 위한 연구방법은 다음과 같다. 첫째, 국내 현황분석을 위해 은행연합회의 사회공헌 활동보고서(2013-2023)와 관련 논문, 보고서 등을 활용하여 내용 분석을 실시하였다. 주요 내용은 국내·외 은행 및 재단의 사회공헌 현황을 중심으로 이루어졌으며 세부적으로는 사회공헌의 규모, 테마별 사회공헌활동, 은행별 사회공헌 활동을 살펴보았다.

둘째, 해외 은행의 현황과 특성을 파악하기 위해서 은행별 지속가능 경영 보고서와 홈페이지 내용을 살펴보고 분석하였다. 주요 은행은 미국의 4개 은행(Bank of America, Citi, Truist, Sunrise)과 영국의 4개 은행(HSBC, Barclays, Lloyds Banking, Standard Chartered), 호주(ANZ), 홍콩의 1개 은행(BEA)을 포함되었다. 특히 Citi(미국)와 Lloyds Banking(영국), ANZ(호주), BEA(홍콩)의 경우는 최근 3년 사회공헌활동 보고서를 참고하여 자세히 고찰하였다.

## 2. 국내 금융기관 사회공헌 현황 및 특성

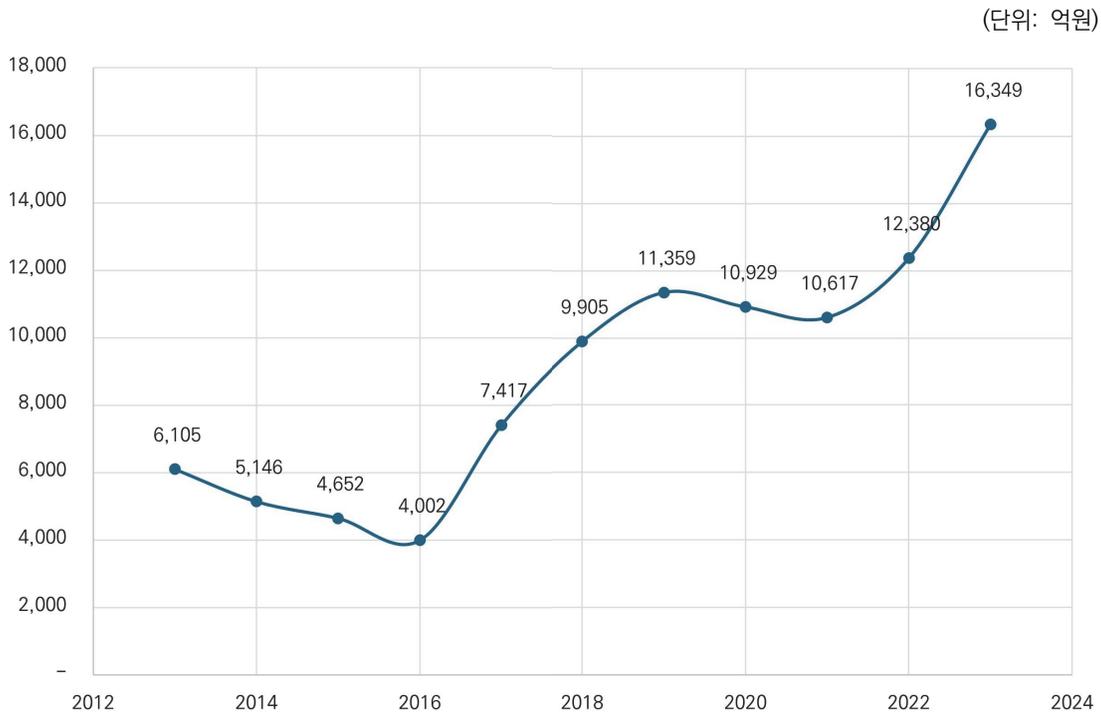
### 1) 국내 은행 및 금융권 재단 사회공헌 현황

국내 은행 및 금융권 재단의 사회공헌 현황을 파악하기 위해 은행연합회가 제공한 은행권 사회공헌보고서에 제시된 최근 10여년(2013-2023) 자료를 토대로 총 사회공헌 규모와 6대 영역별 규모에 대해 분석하였으며 그 내용은 다음과 같다.

#### (1) 사회공헌 규모

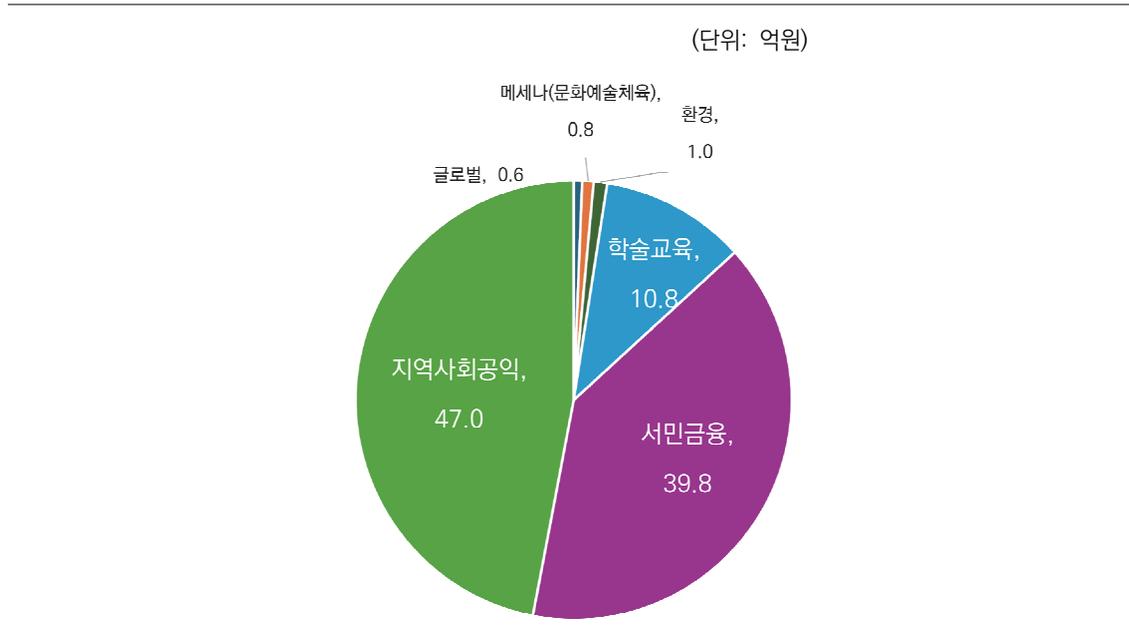
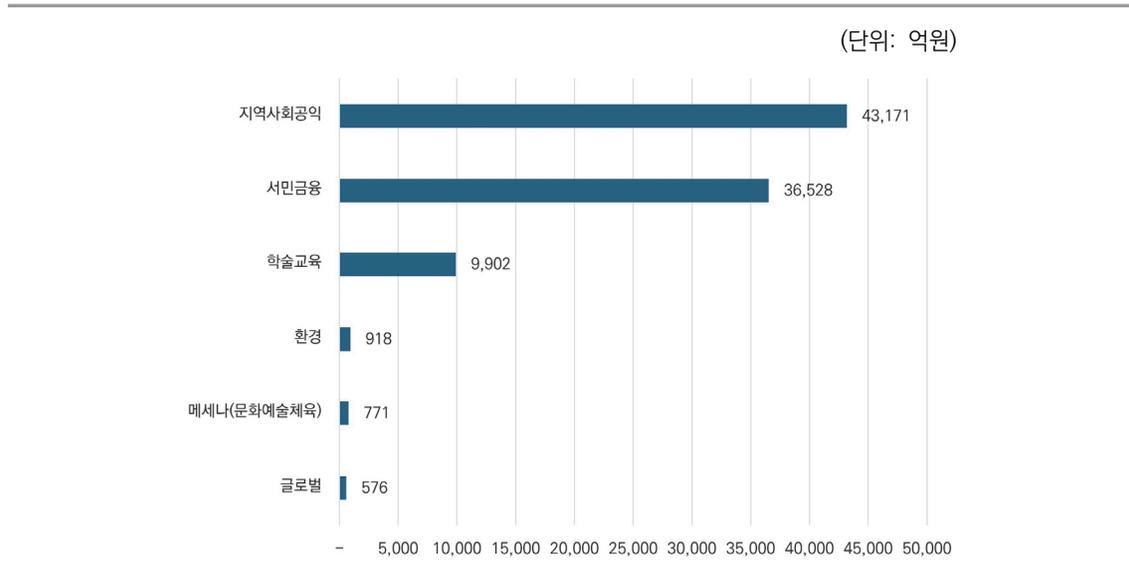
최근 10년(2013-2023년)간 사회공헌 총 규모와 6대 영역별(지역사회/공익, 서민금융, 학술 교육, 메세나(문화·예술·체육), 환경, 글로벌) 총 규모를 증점적으로 살펴보았다.

은행의 사회공헌활동 총 금액은 2013년 6,105억 원에서 감소하다가 2017년부터 꾸준히 증가추세를 보였고, 2019년 코로나19 발생 후 2021년까지 감소하다가 2023년 사회공헌활동 총금액이 1조 6,349억 원으로 조사되었다. 구체적으로 최근 10년 간 사회공헌활동 총금액 추이는 <그림 III-1>과 같다.



<그림 III-1> 최근 10년 간 사회공헌활동 총금액

다음 <그림 Ⅲ-2>는 최근 10년 간 6대 영역별 사회공헌활동 총금액을 나타낸다. 2019년에서 2022년 사이에는 코로나19 확산으로 인해 마이크로크레딧 등 서민금융활동분야 비율이 가장 높게 나타났으나, 2013년에서 2023년까지 전체적인 비율로 살펴보면 지역사회·공익활동의 규모가 가장 높고(4조 3,171억 원, 47%), 상대적으로 환경 분야(918억 원, 1%), 메세나(771억 원, 0.8%), 글로벌 분야(576억 원, 0.6%)는 저조한 것으로 나타났다.



<그림 Ⅲ-2> 최근 10년 6대 영역별 사회공헌활동 총 금액

다음 <그림 III-3>은 은행권 당기순이익 대비 사회공헌 금액 비율로, 국내 은행 통상 당기순이익의 6% 수준으로 나타났다. 사회공헌 기여의 측정은 사회공헌에 기여한 절대금액보다 해당은행의 당기순이익 중에서 얼마를 사회공헌에 지출했는지가 더 중요한 지표가 될 수 있다.

(단위 : 억원, %, %p)

구 분	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년(a)	'22년(b)	증감(b-a)
사회공헌(A)	7,417	9,905	11,359	10,929	10,617	11,305	688
당기순이익(B)	111,767	156,318	138,780	121,153	168,898	185,095	16,197
당기순이익 대비(A/B)	6.64	6.34	8.18	9.02	6.29	6.11	△0.18

<그림 III-3> 은행권 당기순이익 대비 사회공헌 금액 비율

출처: 국내은행 사회공헌 현황(2023.4.12. 금융위원회)

(2) 테마별 사회공헌활동

다음은 국내 사회공헌 활동을 테마별로 파악하기 위해 UN-SDGs(지속가능발전목표) 17개 목표와 부합되는 사회공헌활동을 다음 5가지 테마로 분류(은행연합회 기준분류)하여 각 테마가 가지는 소셜임팩트 및 SDGs 목표와의 연관성을 분석하였다. 5가지 테마별 사회공헌 활동의 세부내용은 다음 <그림 III-4>와 같다.



<그림 III-4> 테마별 사회공헌 활동 세부 내용

출처: 2021 은행 사회공헌활동 보고서 자료 참고

사회공헌 활동의 5가지 테마를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 지속가능한 사회혁신 생태계 조성으로 사회적 가치 임팩트 투자(사회혁신 기업 창업 및 성장지원, 지역사회상생, 중소기업 및 소상공인 지원)와 공정한 일자리 창출(취약계층 일자리 창출 및 취업 지원, 청소년 및 대학생 진로취업 지원) 등이 포함된다.

둘째, 사회적책임금융 확대 및 코로나19 대응이다. 여기에는 취약계층 경제적 자립 지원(소외계층 금융 부담 완화, 글로벌 지역사회발전지원, 소외계층 대상 나눔 및 봉사활동)과 코로나19 대응 지원(코로나19 피해 극복 지원, 코로나19 방역 근무자 지원) 등이 포함된다.

셋째, 기회 제공 및 문화가치 확산이다. 여기에는 공정한 배움의 기회 확대(정보격차해소, 아동돌봄, 배움 서비스지원, 공정한 학습기회제공)와 문화·예술·체육 분야 불평등 해소(비인기 스포츠 종목 활성화 및 인지도 향상, 예체능 분야 코칭 및 지원 프로그램, 메세나 및 지역 문화예술단체 지원) 등이 포함된다.

넷째, 금융교육 및 서비스 접근성 향상이다. 여기에는 금융교육지원(청소년 및 시니어 대상 금융교육, 금융권 장학 멘토사업)과 금융서비스 접근성(장애인고객, 시니어고객, 다문화 및 외국인 고객) 등이 포함된다.

다섯째, 기후행동 파트너십 강화이다. 여기에는 기후변화 대응 및 개선활동(친환경 금융상품 및 서비스, 친환경 캠페인, 친환경 시설투자)와 기후위기 대응협력(기후행동 선언, 기후변화재해 복구지원) 등이 포함된다.

이상과 같은 테마별 사회공헌활동에 따른 소셜 임팩트는 다음 <표 III-1>과 같다. 각 테마별 사회공헌활동의 내용이 사회적으로 어떻게 영향을 주는지, SDGs 목표와 연관성을 제시하였다. 은행과 은행권 재단들은 사회공헌 활동을 진행하는 경우 세부내용에 따른 소셜임팩트 측면에서 어떠한 부분들이 충분하지 않은지를 면밀히 검토 후 중단기적 계획을 세우는 것이 중요하다.

<표 III-1> 테마별 사회공헌 활동과 소셜 임팩트

테마별 사회공헌 활동	하위 영역	세부내용	소셜 임팩트	SDGs 목표
지속가능한 사회혁신 생태계 조성	사회적 가치 임팩트 투자	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회혁신 기업 창업 및 성장지원</li> <li>• 지역사회상생</li> <li>• 중소 기업 및 소상공인 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적기업 자생력 및 경쟁력 강화</li> <li>• 사회문제 해결 및 사회혁신 장려</li> <li>• 지역경제 활성화 및 소상공인 수익 향상</li> <li>• 나눔 문화 확산 및 지역사회 유대감 형성</li> <li>• 중소기업 경영 안정성 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Goal 8. 지속가능한 경제성장과 양질의 일자리 창출</li> <li>• Goal 10. 관행, 정책, 법규 등에서 모든 형태의 차별행위 예방</li> </ul>

테마별 사회공헌 활동	하위 영역	세부내용	소셜 임팩트	SDGs 목표
			<ul style="list-style-type: none"> <li>지역경제 활성화 및 소상공인 수익 향상</li> </ul>	
	공정한 일자리 창출	<ul style="list-style-type: none"> <li>취약계층 일자리 창출 및 취업 지원, 청소년 및 대학생 진로취업 지원</li> <li>사회책임금융 확대 및 코로나19 대응</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>취약계층 자립 및 경제적 안정성 확대</li> <li>맞춤형 일자리 창출</li> <li>미래 세대 취업 역량 강화</li> <li>취업난 완화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Goal 8. 지속가능한 경제성장과 양질의 일자리 창출</li> <li>Goal 10. 관행, 정책, 법규 등에서 모든 형태의 차별행위 예방</li> </ul>
사회책임 금융 확대 및 코로나19 대응	취약계층 경제적 자립 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>소외계층 금융 부담 완화</li> <li>글로벌 지역사회발전지원</li> <li>소외계층 대상 나눔 및 봉사활동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>경제적 자립 기반 마련</li> <li>저소득자, 저신용자 채무 부담 경감</li> <li>글로벌 시민의식 강화</li> <li>글로벌 안전보건 확대</li> <li>복지 사각지대 및 빈곤 해소</li> <li>결식아동, 독거노인 등 취약계층 자립 마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Goal 1. 취약계층 지원을 통한 가난, 빈곤 종식 노력</li> <li>Goal 3. 국민 모두의 건강한 삶과 웰빙 증진을 위한 노력</li> </ul>
	코로나19 대응 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19 피해 극복 지원</li> <li>코로나19 방역 근무자 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>소상공인 경제적 안정성 확보</li> <li>일상 회복 및 동반성장 촉진</li> <li>방역 근무자 피로감 해소</li> <li>보건위기 확산 방지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Goal 1. 취약계층 지원을 통한 가난, 빈곤 종식 노력</li> <li>Goal 3. 국민 모두의 건강한 삶과 웰빙 증진</li> </ul>
기회 제공 및 문화가치 확산	공정한 배움의 기회 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>정보격차해소</li> <li>아동돌봄, 배움 서비스지원</li> <li>공정한 학습기회제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>디지털 소외 해소</li> <li>소외계층에 대한 사회적 관심 증대</li> <li>아동 돌봄 공백 해결</li> <li>안정적인 배움의 기회 창출</li> <li>미래 예체능 유망주 발굴</li> <li>양질의 교육 기회 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Goal 4. 모두에게 공정한 양질의 교육 및 평생학습 기회 제공</li> <li>Goal 10. 관행, 정책, 법규 등에서 모든 형태의 차별행위 예방</li> </ul>
	문화·예술·체육 분야 불평등 해소	<ul style="list-style-type: none"> <li>비인기 스포츠 종목 활성화 및 인지도 향상</li> <li>예체능 분야 코칭 및 지원 프로그램</li> <li>메세나 및 지역 문화예술단체 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>비인기 스포츠 발전 및 활성화</li> <li>국가 스포츠 경쟁력 제고</li> <li>동계스포츠, 패럴림픽 등 관심 촉진</li> <li>예체능 분야 인재 양성</li> <li>문화예술 활성화 및 접근성 향상</li> <li>지역 예술인 및 단체 육성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Goal 4. 모두에게 공정한 양질의 교육 및 평생학습 기회 제공</li> <li>Goal 10. 관행, 정책, 법규 등에서 모든 형태의 차별행위 예방</li> </ul>
금융교육 및 서비스 접근성 향상	금융 교육 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>청소년 및 시니어 대상 금융교육</li> <li>금융권 장학 멘토사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>양질의 맞춤형 금융교육 제공</li> <li>금융업무 접근성 향상</li> <li>금융사기 피해 예방</li> <li>청소년 진로 설정에 기여</li> <li>학습환경 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Goal 4. 모두에게 공정한 양질의 교육 및 평생학습 기회 제공</li> <li>Goal 11. 합리적 주거 및 기본 공공 서비스</li> </ul>
	금융 서비스 접근성	<ul style="list-style-type: none"> <li>장애인고객</li> <li>시니어고객</li> <li>다문화 및 외국인 고객</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>금융서비스 접근성 향상</li> <li>금융서비스 이용 편의성 증대</li> <li>금융서비스 접근성 제고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Goal 4. 모두에게 공정한 양질의 교육 및 평생학습 기회</li> </ul>

테마별 사회공헌 활동	하위 영역	세부내용	소셜 임팩트	SDGs 목표
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 금융서비스 이용 편의성 증대</li> <li>• 금융 및 공공 서비스 접근성 보장</li> <li>• 금융서비스 이용 편의성 증대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제공</li> <li>• Goal 11. 합리적 주거 및 기본 공공서비스</li> </ul>
기후행동 파트너십 강화	기후 변화 대응 및 개선 활동	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 친환경 금융상품 및 서비스</li> <li>• 친환경 캠페인</li> <li>• 친환경 시설투자</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 친환경 실천 기업에 경제적 인센티브 제공 Net-Zero 달성 기여</li> <li>• 환경 이슈에 대한 관심 및 인식</li> <li>• 환경보호 실천 의식 함양</li> <li>• 오염물질 저감</li> <li>• 친환경 생태계 조성 및 보존</li> <li>• 저탄소 경제 전환 가속화</li> <li>• 환경오염 등 부정적 외부효과 감소</li> <li>• 은행 구성원 환경의식 함양</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Goal 13. 기후변화 대응 및 개선 노력</li> <li>• Goal 17. 지속가능발전을 위한 전 세계 교류 협력 강화와 국제적 위상 증진</li> </ul>
	기후 위기 대응 협력	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기후행동 선언</li> <li>• 기후변화재해복구지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 글로벌 기후대응 파트너십 강화</li> <li>• 시민 인식 증진 및 실천 촉진</li> <li>• 기업 행동변화 촉구</li> <li>• 지역사회 피해 복구 및 정상화에 기여</li> <li>• 해외 이재민 인도적 지원 활성화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Goal 13. 기후변화 대응 및 개선 노력</li> <li>• Goal 17. 지속가능발전을 위한 전 세계 교류 협력 강화와 국제적 위상 증진</li> </ul>

## 2) 국내 은행 및 금융권 재단 사회공헌 특성

### (1) 사회공헌활동 특성

다음으로, 국내 은행 및 금융권 재단 사회공헌활동을 살펴보기 위해 2013년부터 2023년 은행연합회 사회공헌활동 보고서를 참고하여 주요 사업들을 정리하였다. 은행연합회는 2013년부터 2021년까지는 각 은행별 특성에 따라 펼치고 있는 사회공헌활동을 단순히 제시하였으나 2022년부터는 각 은행의 사회공헌활동을 'UN 지속가능발전목표(SDGs)'를 기반으로 한 테마별 활동으로 연결지어 제시하고 은행별 실적도 6대 활동분야(서민금융, 지역사회·공익, 학술·교육, 메세나(문화·예술·체육), 환경, 글로벌)로 구분하여 보다 주제별로 세분화하여 제시하고 있다. 다음 <표 III-2>는 국내 은행 및 금융권 재단 사회공헌활동 중에서 최초로 시도하거나 이슈가 될만한 사회공헌 활동내용을 중심으로 정리한 표이다. 최근 10여년 동안 각 기관에서 진행된 사회공헌활동은 매우 방대하고 다양하며 반복적이어서 사회공헌 활동 모두를 제시하는 것은 어려워, 새롭게 시행되거나 중요한 핵심 사업을 중심으로 정리하였다.

〈표 III-2〉 국내 은행 및 금융권 재단 사회공헌 활동 내용

연도/은행	(1) 신한	(2) 우리	(3) 스탠다드차타드	(4) 하나	(5) 국민	(6) 씨티
2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내 최초 금융교육 전용 공간인 '청소년금융교육센터-관화문캠퍼스' 개설</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역아동센터와 저매결연, 자원봉사활동을 하며 장학금 지원, 어린이 경제신문 구독 지원사업 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'착한 도서관 프로젝트'로 국내 최초로 미술작품을 시각장애인에게 설명해주는 오디오 해설 도입</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>초등학생을 대상으로 뮤지컬 형식의 어린이 경제교육 선보임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'희망상자' 사업으로 전국 각 지역의 소외계층에게 매일 식료품 및 생필품을 전달</li> <li>여성 기업 CEO들의 학습과 네트워킹을 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>여성 기업의 역할 모델을 발굴, 교육을 통해 여성 기업의 경쟁력 향상</li> <li>여성 기업 CEO들의 학습과 네트워킹을 지원</li> </ul>
2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내 최초 금융사 전문 박물관 '한국금융사박물관'을 설립하여 문화나눔 사업 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'우리 다문화 장학재단'을 설립해 다문화 가족 자녀의 인재육성과 사회통합 기여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'드림하우스' 사업을 진행해 저소득 시각장애 아동을 위한 공부방 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'행복상자'를 제작해 소외계층 대상으로 임직원들이 직접 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'찾아가는 희망 릴레이' 봉사활동으로 금식자와 설탕자가 전국을 순회하며 소외지역을 찾아가 봉사활동 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>다문화가정 청소년을 선발하여 성직향상 프로그램과 인성교육 프로그램 실시</li> </ul>
2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>필리핀 장애인/비장애인 통합학교 증축, 정보화 교실 개설 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>임직원을 대상으로 사랑의 헌혈 캠페인을 펼침</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'찾아가는 청소년 경제교육'을 진행하며 우수 학생을 선발해 '해외경제탐방' 캠프 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>남북하나재단과 함께 새터민이 사회의 일원으로 정착할 수 있도록 학자금 및 의료비 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사단법인 '열린이사회'와 함께 외국인 근로자를 대상으로 무료 의료봉사 활동 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'씨티-JA' 특성학교 취업역량 강화 프로그램을 지원하며 특성학교 학생들의 취업 지원</li> </ul>
2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>수도권 중심의 취업역량 강화 연수 및 취업 박람회를 전국적으로 확대하여 지역 강소기업과 우수 인재 매칭 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'사회공헌캠페인'을 실시해 소외계층 지원 확대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'2016 여성금융인대상'에서 여성 인재 발굴, 육성, 양성 평등 실천, 일과 가정의 균형 장려하여 여성 경력개발 활동 실천</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'Hana Happy Class'를 통해 청소년들의 교육 환경 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'작은 도서관 사업'을 추진해 지역사회 주민에게 소통의 공간 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'씽크머니' 프로그램 후원-개인, 가족 지역사회에 올바른 금융 가치관 교육</li> </ul>
2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>'새희망홀씨 대출'과 '사잇돌 중금리 대출' 등 서민금융 분야에서 최대 금액 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'Do(두근두근) Touch'라는 최초의 비대면 플랫폼 활동, 고객참여형 사회공헌 활동 방식 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'쉐어 &amp; 케어'를 통해 활동 개선, 독거노인 생활편의 지원, 다문화/소외계층 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'지역 행복 나눔 봉사활동'을 진행해 소외된 이웃들과 아동센터 및 복지관 시설 환경 정화, 벽화 그리기 등의 나눔 실천</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'멘토링' 테마를 바탕으로 취약계층 청소년에게 다각적이고 체계적인 교육 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>우리 사회에서 여성 지위 향상을 위해 기여해 온 숨은 여성 지도자를 발굴해 '한국 여성 지도자상' 시상</li> </ul>
2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>'신한 두드림(Do Dream) 스페이스' 운영 통해 청년들의 취업과 창업 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'우리아 사랑기금'과 1만원 미만 자투리 금액을 급여에서 자동 공제하여 기부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'시각장애 인식개선 마라톤', '시각장애인 동행 프로그램' 진행해 시각장애인 문화, 체육 활동 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'하나다림캠프'를 통해 금융소외지역에서 통장 발급과 위폐 감별 업무 등의 체험 교육 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>KB국민은행-KOICA(사) 푸른아시아 업무협약을 체결하여 기후변화 대응과 미세먼지 발원지 문제 해결 방안</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기후행동 파트너십 '내일을 위한 변화'를 맺고 기후변화에 대한 인식 증진과 기업들의 행동 변화를 촉진하여 기</li> </ul>

연도/은행	(1) 신한	(2) 우리	(3) 스탠다드차티드	(4) 하나	(5) 국민	(6) 씨티	
2018					모색	후보화에 대응하기 위한 활동 등을 진행	
2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>'신한 THE Dream 사랑방' 사업으로 실버 세대를 위한 정보화 교육 및 노후 자산을 관리할 수 있도록 금융교육 제공</li> <li>'우리동네 응원 프로그램'이라는 광고 무료 프로그램을 코로나 19로 위축된 지역 상권 활성화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>글로벌 자원봉사단을 파견해 의료환경 개선을 위한 봉사활동 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'퓨처메이커스' 활동 진행해 청년층의 취업 및 창업역량 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3·1운동 및 임시정부수립 100주년을 맞아 '가슴부채' 그 이름 대한민국' 캠페인을 진행해 기부금을 독립유공자 유족회에 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'KB국민은행 헤브론 심장센터'를 건립 및 지원해 치료 및 다문화 지원 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'NGO 인턴십 프로그램'을 실시해 시민사회와 NGO를 이끌 시민사회 리더 양성</li> </ul>	
2020		<ul style="list-style-type: none"> <li>직원에게 지급되는 여성 복리후생비를 활용해 100여 원 상당의 전통시장 상품권 구입 및 배부를 통해 내수 활성화 기여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>12개 청년 소셜벤처를 선발해 코로나 19 상황을 극복하고 소셜 미션을 수행할 수 있도록 각 업체당 3천만 원 상당의 긴급 경영자금 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19 긴급대출을 비롯하여 일자리 플러스 대출 및 맞춤형 정부 정책 자금 등과 연계한 금융상품을 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>대학생 해외봉사단 '리온아띠'를 파견해 빈곤 아동 교육 지원, 한국문화교실, 보육 지원 센터 등의 봉사활동 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'임팩트 커리어Y'라는 채용 지원 프로그램으로 소셜 벤처들과의 네트워킹을 통해 청년 인재들의 취업 연결 및 직장 생활 전반 지원</li> </ul>	
2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>'신한 커리어온' 1기 프로그램을 통해 특성화고 학생들을 대상으로 취업역량 교육 실시 및 구인/구직 활동 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자영업자를 위한 위기관리 컨설팅, 창업 컨설팅, 금융 컨설팅 등 종합 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>청년 제일 프로젝트를 통해 코로나 19로 어려움을 겪는 지역사회 소외계층 경제회복을 도움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19 장기화로 인한 경력단절자, 폐업한 창업자, 사업자 등을 대상으로 특별채용 전형 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>일자리 연결 및 채용 지원금을 별도로 지급하고 2021년에 약 64억 원을 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>우리 사회의 우수한 '사회적 기업' 발굴 프로젝트로 모범 사례를 전파하는 것을 목적으로 '한국사회적기업상' 제정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>우리 사회의 우수한 '사회적 기업' 발굴 프로젝트로 모범 사례를 전파하는 것을 목적으로 '한국사회적기업상' 제정</li> </ul>
2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>혁신벤처기업 성장 지원을 위해 그룹 차원으로 조성한 ESG 분야 펀드에 출자</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기부금 4억 9000만 원을 전달하며 지역사회 어려운 이웃을 위한 나눔 실천</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'홀론' 캠페인으로 임직원들이 비대면 방식으로 버추얼 마라톤에 참여해 성금 모음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'하나 파워 온 투게더'를 실시해 지역 경제 활성화 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나 9 자기진단카드 4만여 개와 마스크 24만여 개를 긴급 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>건축 현장을 찾아 동해안 신불 이재민의 보금자리 재건을 위한 모듈형 목조주택 짓기 참여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>건축 현장을 찾아 동해안 신불 이재민의 보금자리 재건을 위한 모듈형 목조주택 짓기 참여</li> </ul>
2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>'찾아가는 금융교육 지원 실시'로 전국 아동양육시설 청년들의 안전한 자립을 위해 자립지원금 및 수당 관리 방법을 교육</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'친환경 에너지 설비지원 사업'을 실시하며 사회복지시설에 고효율 친환경에너지 설비를 지원</li> <li>어린이 대상으로 미래세대 환경교육</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>청년글로벌 멘토링 프로그램을 운영해 청년과 직원을 매칭하여 커리어에 도움을 주고, 청년 창업가들에게 멘토링 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>HANA 인생 여정 지원프로젝트'를 통해 취약계층을 위한 결혼식장 지원, 임신부 지원, 아동 양육 수당 지원</li> <li>'하나 돌봄 어린이집' 프로젝트로 안정적인 보육을 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'KB전세 안심 프로그램'을 통해 전세보증금 반환 소송의 집행권원 확보, 수수료 지원, 이자율 감면 등의 피해자 구제와 피해 예방 홍보 지원을</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'KB전세 안심 프로그램'을 통해 전세보증금 반환 소송의 집행권원 확보, 수수료 지원, 이자율 감면 등의 피해자 구제와 피해 예방 홍보 지원을</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'씨티 글로벌 지역사회 공헌의 날'을 운영해 다양성, 환경보전, 금융포용, 청년 지원의 주제로 교육 등 여러 활동을 진행</li> </ul>

연도/은행	(7) 대구	(8) 부산	(9) 광주	(10) 제주	(11) 전북	(12) 경남	(13) 한국산업은행
2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '희망 나눔 음악회'를 개최해 청소년 대상으로 교통카드와 문구류 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'BS행복한 공부방' 만들기 등을 통해 지역이동센터 시설 환경 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '착한 운전 마일리지제' 협약을 체결해 운전자가 무사고·무위반서약 실천 성공시 감경 혜택 부여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '제주통카드'라는 글씨 목상권 우대카드를 전국최초로 만들</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다문화가정을 대상으로 '온가족친정나들이'행사 후원</li> <li>• 다문화가정 자녀에게 장학금 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 은행권최초로 '제1회 경남은행사회 공헌 대상'을 개최·사회공헌에 모범이 되는 개인과 단체 발굴 시상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '사랑나누기' 캠페인 시행: 독거노인, 결혼가정 어린이 방문 지원</li> </ul>
2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 조손가정 아동 및 청소년들의 성장 과정 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '故 최동원 선수의 한국 프로야구 사상 전무후무한 기록 기념, (사)최동원기념사업회와 공동으로 제1회 개최</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가정의 달을 맞아 '광주 은행과함께하는 어린이 그림 대회' 개최</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 금융경제교육을 확대 시행해, 사회적 문제로 대두한 전자 금융사기 피해 예방 교육 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '선물꾸러미 나눔행사' 실시</li> <li>• -저소득층에게 생활필수품 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매월 무료급식 정기 봉사, 경로잔치, 김장나눔, 사랑의 특식 행사 등 봉사활동 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사랑 나누기 공연 후원 및 경제적 여건으로 문화 혜택을 받지 못하는 저소득층·장애 청소년 등을 초청하여 문화공연 감상 기회 제공</li> </ul>
2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'DGB Family봉사단'을 만들어 지역사회 나눔 문화 확산을 목표로 활동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 금융권 최초로 낙후된 구도심의 마을 재생을 위해 설립된 마을의 관리사무소 후원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'KJ 윈터랜드'를 개관해 지역 청소년과 아동을 겨울 양국 여행 선사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청정 자연유산인 제주도의 환경을 보전하기 위하여 다양한 환경 정화 활동을 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경제적 어려움, 이혼, 가족기능 약화 등으로 인해 점차 증가하고 있는 한부모가정 가족여행 기회 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '여성 백일장 및 어린이 사생 실기대회'를 개최해 지역 여성과 어린이들의 문예 창작 기회 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 장애인 재활기금 마련을 위한 바자회와 독거노인 및 이주민을 위한 무료급식 자원봉사활동 실시</li> </ul>
2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대구 서문시장 화재로 인한 중소기업 및 지역업체 자금 지원 및 피해 복구지원 성금 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 최초로 부산도시철도 2호선 경성대, 부경대 역사 계단에 'BNK 건강기부계단' 조성·기부 등 나눔문화 확산</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 내 결혼 이주여성 대상, 문화 체험과 여가 선용의 기회 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청정 자연유산 제주 환경보전을 위한 다양한 환경 정화 활동 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '커리어 캠프' 실시-대학생 취업역량 및 셀프 리더십 등 개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 태풍 차버로 피해 울산 지역 이재민을 위한 수해 복구 봉사활동</li> <li>• 피해를 입은 지역 중소기업대상 금융 지원 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'KDB 키다리 아저씨' 후원 사업- 재정적 지원이 필요한 취약계층 발굴 및 후원</li> </ul>
2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '2017 사랑의 김장나눔 행사'를 진행-소외계층의 겨울나기 도움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 어린이 교통사고 다발 지역에 안전장치인 '엘로키펻'을 설치해 안전하게 신호 대기 조성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 어린이들이 전통시장에서 물건을 직접 구입하고, 계산하는 등 경제공부 체험활동 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '1사 1교 금융경제교육을 확대 시행해 전자금융사기 피해 예방 교육 등 다양한 금융교육 활동 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '웰컴 투 코리아' 실시-감보디아 근로자들 외로움 해소 도움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'DREAM-STAR' 사업(청소년 대상 체육, 예술, 문화 등 재능을 가진 청소년 사연 취재 신문 소개 및 장학금 지원)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 람사르습지로 지정된 바섬을 찾아 생태계교란 식물을 제거하는 작업으로 자원봉사활동 및 지역사회 발전 기여</li> </ul>
2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '꽃피는 공부방' 만들기 사업'으로 저소득가정 및 환경이 열악한 아동 보육시설 학습환경 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'BNK 행복한 힐링스쿨' 교육을 실시해 청소년 문제를 뮤지컬로 풀어나가 소통의 장 형성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 창립 50주년을 맞아 감보디아 현지에서 인과 의료봉사 진행: 인질환자 38명의 수술비를 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '행복한 제주' 민들기를 시행해 제주도민을 위한 실질적인 봉사 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '생생 樂 페스티벌'을 개최해 도전과 화합, 소통문화의 정착 도움</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '지역별 김기대회'로 지역민 건강증진에 시사성 있는 활동 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '따뜻한 동행' 후원으로, 복지 사각지대의 취약계층을 발굴 및 후원</li> </ul>

연도/이행	(7) 대구	(8) 부산	(9) 광주	(10) 제주	(11) 전북	(12) 경남	(13) 한국산업은행
2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>'DGB 청소년 역사탐방'을 통해 문화·소외 청소년들 대상으로 지역의 유적지 탐방 및 역사 학습 진행</li> <li>'그린카드'를 만들어 대중교통 이용 시, 녹색제품 사용 시 에코머니 적립 및 할인</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'B-스타트업 챌린지'를 개최해 유망 창업기업을 발굴지원, 투자유치 활성화</li> <li>전통시장에 대한 시설 방역과 지역 긴급 돌봄 학교 대상으로 마스크 및 손 세정제를 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>세계수업선수권대회를 공식 후원, '광주전 릴레이 봉사활동' 진행</li> <li>코로나19 극복을 위해 직접 응원 꾸러미를 만드는 봉사활동을 진행</li> <li>긴급구조 성금으로 6억 원 후원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'1단계 1오름 가꾸기 운동'에 참여하여 산불조심 리본 달기, 등산로 정비 등 다양한 환경 정화 활동을 전개</li> <li>코로나19로 원격수업으로 대체 후 제주특별자치도 교육청과 연계해 제주도 내 초등학교 225명 가정에 긴급 생계비를 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'JB DAY'를 실시해 도민과 소통</li> <li>코로나19 피해로 전통시장을 활성화하기 위해 전통시장 장보기 나눔 행사를 통해 2,500만원 상당을 기부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>명절과 절기에 맞춤형 레이스 사랑나눔 사업으로 경남·울산 지역의 18개 시·군의 소외계층에 나눔전달</li> <li>코로나19 확진자 및 자가 격리자 집단 발생 지역 특별성금, 긴급 구호세트, 구호물품 등의 후원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'나누는 손길, 따뜻한 세상'을 위하여 이웃사랑, 교육 사랑, 문화 사랑, 나라 사랑을 실천</li> <li>'나누는 손길, 따뜻한 세상'을 만들기 위하여 이웃사랑, 교육 사랑, 문화 사랑, 나라 사랑을 실천</li> </ul>
2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>당행 어플리케이션인 'IM'샵'에 소외계층사연 소개</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'코로나 19 피해 소상공인 3無 협약보증 대출' 시행해 어려움을 겪는 지역 소상공인 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주식식품과 위생용품 등 17종으로 구성된 긴급 구호박스를 직접 제작 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역아동센터 아이들에게 '제주는행 산타원정대' 행사를 진행</li> <li>노인복지관을 방문하여 '시니어 디지털 금융교육' 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>임직원 급여 1% 성금으로 전통시장 장보기 행사 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESG 경영 실천의 하나로 '나눔 걷기 기부 챌린지' 한 달 동안 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>아동 보육시설, 장애인 복지시설, 무료 급식소 등과 자매결연을 맺고 정기 후원으로 사랑 나눔 실천</li> </ul>
2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>보건환경 지원을 위해 의료용품과 필수 의약품 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 취약계층을 대상으로 전통시장상품권, 명절 생필품 등 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'핑크 박스 나눔'으로 여성 위생용품 구입이 힘든 지역여성 청소년 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>청정 제주 플로깅 활동을 통해 환경보호 활동에 참가하고, 자원순환 캠페인 업무협약 체결</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>금융 취약계층을 대상으로 금융피해 예방 교육 및 재무 상담 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>금융 취약계층을 대상으로 금융피해 예방 교육 및 재무 상담 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'힘 자랑'서비스를 제공해 시각장애인 고객에게 보안카드가 필요 없는 서비스 제공</li> </ul>
2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>'세계 한혈의 날'기념 헌혈, 사회봉사의 중요성을 알리고, 대구지역 위기가정 후원금 전달식을 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'소아 청소년 응급의료 체계 지원 사업'을 시행</li> <li>'인프라 구축집' 프로젝트로 안정적인 보육을 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'희망이 꽃 피는 공부방' 사업으로 지역아동센터와 보육시설의 학습공간을 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자립 준비 청년을 대상으로 의료지원, 금융교육 지원, 주거지원, 정서 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>금용 취약계층을 대상으로 금융피해 예방 교육 및 재무 상담 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자립 준비 청년을 대상으로 의료지원, 금융교육 지원, 주거지원, 정서 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'비대면 나눔 걷기 기부 챌린지' 시행하여 임직원과 함께 기부</li> </ul>
2023							<ul style="list-style-type: none"> <li>'문화 사랑' 프로그램으로 비인기 문화공연, 장애인 예술가, 코로나19 피해 예술인 후원</li> </ul>

연도/은행	(14) 농협	(15) 기업	(16) 수출임	(17) 수협	(18) 신용보증기금	(19) 기술보증기금	(20) 한국주택금융공사
2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농촌 여성 결혼이민자 모국방문을 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '참! 좋은사랑의법자' 사업을 통해 소외계층 대상으로 무료 급식 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다문화 및 탈북가정의 국내 정착지원으로 경제·금융 교육 실시 등 우수 인재 육성에 기여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '사랑해이웃찾기'를 통해 명절에 어려운 이웃에게 생필품 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '1인 1나눔 계좌갯기'운동 협약을 체결해 신용보증기금명의로 별도 펀드 개설하여 후원금 적립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 본점 내 기술전문관 활용, 정기적으로 임직원의 재능기부를 통한 경제·과학 교실을 운영-소외계층 아동 후원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '보금자리봉사단' 중심으로 'HF사랑의 집' 사업을 진행, 취약계층 주택 주거환경 개선</li> </ul>
2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소외계층과 지역사회를 위해 차별화된 고객 대상으로 재능 나눔 봉사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '중소기업 희망컨설팅'으로 중소기업의 경영애로를 해결하고 무료 컨설팅 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '희망 씨앗 다문화축제'를 개최해 각국의 문화와 음식을 소개</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '아름다운가게'를 통해 쓰지 않는 헌물건, 내게는 필요 없는 물건에 새 주인을 찾아줌으로써 물건의 수명을 연장하고 환경 살리며 수익금 기부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '장차페스티벌' 개최-창직(사회구조변화와 창조적 아이디어가 결합)에 대한 대내외 인식을 공유/아이템 발굴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 과학 기술 체험관을 활용하고 경제·과학 교실을 운영하여 지역 이동 및 청소년 후원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 저소득 노인가구대상으로 쌀을 기부 및 직접 배달 봉사활동 실시</li> </ul>
2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '농촌 어르신 말벗서비스'를 통해 고령화농촌 지역의 어르신들 대상 위로 잔치와 선물 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 장애인, 독거노인 등의 소외계층을 대상-국립공원과 역사 유적지 체험 프로그램 증진에 기여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 조선족 어린이들 한글교육, 몽골 초등교사 미술교육 후원 등 국내외 NGO들의 개도국 개발 사업 후원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '사랑해 한해'를 실시하여 백혈병소아암환자와 어촌지역의 화자들에게 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 구직자 및 중소기업 간 일자리 매칭 서비스 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부산국제금융센터(BIFC) 단지 입주기관과 MOU를 체결-각기관별 체험 및 전시관 순회 '부산금융박물관 로드' 프로그램 출범</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회복지시설을 후원, 배식 봉사 등 진행</li> </ul>
2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '행복채움금융'으로 소외계층과 지역사회를 위하여 금융재테크, 우리아이 미래설계, 금융사기 예방 교육 목적으로 재능 나눔 봉사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'BK 청년희망멘토링' 사업 운영-청년 취업과 봉사활동 결합</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자매결연을 맺은 캄보디아 보병마을 초/중등학교 운영 지원을 비롯하여 어린이 한글 교육, 미술 교육 후원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한총일과 국군의 날에 미리 국립 서울 현충원을 방문모역 돌보기 자매결연 분야인 제 10묘역 한화 및 정화활동 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 장애인을 초청하여 영화와 뮤지컬을 관람하는 행사 지원 및 재능기부를 통한 과학 분야, 예술 분야 공연을 개최하고 기부 성금 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 직원과 저소득층 근로자의 자녀가 함께 연극을 보고 콘서트관람 문화체험 행사 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'HF 사랑의 집'은 취약계층 가구의 도배, 장판 교체, 화장실 수리 등 주택 개보수 지원</li> </ul>
2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '독거어르신 말벗서비스'로 농촌에 홀로 거주하고 있는 65세 이상 어르신 대상으로 고객행복센터상담사가 전화로 매주 안부 인사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'BK 행복나눔재단'을 설립해 근로자 가족과 소외계층의 복지향상 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다문화, 탈북민 대안학교 및 탈북 어린이 경제 교육 운영 등 교실 운영 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 어촌지역 초중고등학교와 결연을 맺어 금융이론교육 및 체험형 금융게임 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비인기 스포츠인 대구시실업 핸드볼팀 후원, 우수 청소년 장학금 지급</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 저소득층 홀몸노인 등 대상 무료급식 봉사활동, 한글교실 도우미, 치매어르신 말벗 등 봉사활동 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 'HF 어르신 일자리'이름 사업' 실시로 생활고 겪는 어르신에게 일자리 제공</li> </ul>

연도/은행	(14) 농협	(15) 기업	(16) 수출인	(17) 수협	(18) 신용보증기금	(19) 기술보증기금	(20) 한국주택금융공사
2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>'NH 사랑나눔 행복채움 릴레이' 테마 농촌일손 돕기, 안직원 한헬로 생명 사랑 실천 및 귀군장병 위문 활동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 학교 방문 열약한 교육환경 개선</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>아시아여성대학 재학생 초청 대외경제협력기금(EDCF) 인턴십 프로그램 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'Sh 사랑해 봉사단'이 매월 실시하는 해안가 대청소</li> <li>'바다가 보이는 금융고실' 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사회적경제기업 물품, 서비스를 통하여 지역에 필요한 맞춤형 사회공헌활동 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>직원과 취약계층 자녀들이 함께 4D 영화 관람-유대 관계를 돈독히 하는 등 문화체험 행사 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'HF 부산 환경사랑 안 전지킴이' 사업을 추진해 녹지 공간의 주민 안전시설 정비 및 설치</li> </ul>
2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>농촌 환경오염의 주원인인 폐비닐을 수거하여 쾌적한 농촌 환경을 조성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'중소기업 찾아가는 금융 아카데미' 사업을 추진하여 중소기업의 문화생활을 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>서울역 노숙인 무료 배식</li> <li>난치성질환 환우를 위한 임직원 성금 모금</li> <li>장애인 재활시설 앞 재활용품 기증 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해양 쓰레기 줄이기 위해 피서철 해수욕장(양양 캠페인)으로 아동의 생존권 보호를 위한 취지로 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>저개발국 조산아를 위한 탈모자 뜨기 및 전달 캠페인으로 아동의 생존권 보호를 위한 취지로 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>폐지 등을 수거하여 생계를 이어가는 취약계층 어르신에게 무게가 가벼운 경량 리어기를 기부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주거 취약계층 가구에 소화기, 화재탐지 및 경보기 등 소방 안전 시설 설치 및 안전 교육 실시</li> </ul>
2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>'초록사다리 캠프'를 통해 농촌지역 학생들과 다문화가정 자녀들에게 다양한 교육 기회 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>재능기부를 통해 영세 소상공인의 가게 간판 디자인부터 제작, 설치까지 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>어려움을 겪고 있는 5개 개도국(라오스, 캄보디아, 가나, 탄자니아, 에디오피아)의 코로나19 극복지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가정에서 쓰지 않는 물품을 기증하고, 명예 점원으로 아름다운 가게 매장에서 판매활동 참여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'안심마을-신용보증기금 햇빛발전소'를 통해 창출된 발전수익을 사회취약계층에 환원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>저소득층 아동들에게 마스크, 손소독제와 같은 질병예방 키트와 즉석 밥, 라면 등 결식 예방식품을 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>220 가구에 대해 도배, 장판, 조명, 안전시설 등 지원-누적 1,210 가구의 주거환경 개선</li> </ul>
2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19로 인한 외국인 근로자 입국 제한과 봉사자 감소로 인력수급이 어려운 농가 지원 봉사 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>초소 산업단지(남동·구미공단) 인근 영업점 유류공간 활용, 중소기업 근로자 전용 어린이집 개원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19 방역 현장 근무 간호사들에게 방한용품 및 건강식품지원-개도국에 한국산 방역용품 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사회복지시설 및 독거노인 등 소외이웃을 방문하여 봉사활동 및 지원물품을 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역사회 취약계층 결식예방을 위한 도시락 배달 및 후원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>무더위에 방역활동을 수행하는 보건의력180명을 격려, 건강 물품 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'노노케어(老老care)' 서비스, 'HF 행복돌봄' 서비스 실시 및 취약계층 지원</li> </ul>
2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>다재해 피해 지역에 대한 신규대출, 민기연장, 수수료 감면 등 금융지원 활동 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경·에너지경영시스템 도입 등 기후변화 대응 후 2022 '탄소경영 아너스클럽' 수상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>취약계층·장애인·이재민 지원사업 등 총 62개 사업에 약 25.1억 원 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>설과 추석 등 명절에 맞춰 어촌지역에 거주하는 소외이웃에게 생필품 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>재사용 가능한 물품을 장애편리터 굿윌스토어에 기부, 탄소 저감 및 기후변화 대응 전개</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>법률문제로 어려움을 겪고 있는 지역사회 소외계층을 대상으로 무료 법률상담 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역사회 보호 종료 청년들에게 월세 및 공공금 등 주거비 지원</li> </ul>
2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>'초록 사다리 신용지원'을 통해 농촌지역 청년들의 경제적 자립과 실질적인 금융 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'BK 희망나래'사업으로 자립 준비청년 대상 장학금, 멘토링, 취업컨설팅을 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>탈북민 창업 지원사업, 이민자의 취업교육, 파키스탄과 인도의 빈곤 아동 지원사업 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수산물 판매, 유통활성화와 어민 교육지원사업, 어업 활동 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>굿사이클링 캠페인을 통해 2749점의 물품을 전달했으며, 사회취약계층을 대상으로 도시락 지원을</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화예술 접근성이 낮은 취약계층 대상으로 문화예술 체험 기회를</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'HF 아너하우스'를 통해 귀기유공자와 후손들의 주거환경을 개선</li> </ul>

연도/은행	(21) 전국은행연합회	(22) 케이뱅크	(23) 키키오뱅크	(24) 디캠프	(25) 금융산업공익재단	(26) 토스뱅크
2013-2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 북한 어린이 대상 일본괴역 예방 집중 사업 후원</li> <li>• '밤상공동체 연탄은행' 사랑의 연탄나눔 행사에 임직원 기부 및 연탄배달 봉사활동</li> <li>• '공원의 친구들' 프로젝트를 마련 공원을 가꾸는 캠페인 진행</li> <li>• 새로운 금융교육의 일환으로, 금융빅게임 '더 로스트 시티' 선보임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 금융 취약계층이 큰 금융 혜택을 누릴 수 있는 방안을 위해 녹색소비자연대와 업무 협약 체결</li> <li>• '주니어보드(Junior Board)'를 통해 독거 어르신들을 위한 금식봉사를 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2018 평창동계올림픽 및 동계패럴림픽의 개최를 위해 발전 기금 조성 및 납부 참여</li> </ul>			
2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아세안 국가들을 대상으로 시설, 물품지원 및 공동 봉사 활동 등 은행권 글로벌 사회 공헌사업 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '주니어보드(Junior Board)'를 통해 독거 어르신들을 위한 금식봉사를 진행</li> </ul>				
2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '공원의 친구 되는 날' 행사에 참여해 가드닝 봉사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 빅데이터 기반 신용평가 모형으로 보다 저렴한 대출 상품 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청소년 및 대학 초년생들을 대상으로 다양한 형태의 금융교육 기획</li> <li>• 기부 플랫폼 '카카오키이가치'와 모금함을 개설하여 네티즌과 공유로 온라인 참여 기능 보강</li> </ul>			
2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '착한 바람 캠페인' 2019년 제1호 기부 기관으로 참여하여 후원금 2억원 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청소년과 시니어를 위한 비대면 금융교육 실시</li> <li>• 연탄 기부 진행</li> </ul>				
2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 태블릿 PC와 증강현실(AR) 기술을 활용한 IT기반 체험형 금융교육 게임 '더 로스트 시티'를 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 청소년과 시니어를 위한 비대면 금융교육 실시</li> <li>• 연탄 기부 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최저 신용자 대상으로 대출 상품 '햇살론17'을 출시: 한도 조회 및 대출 실행 경험 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 디데이(D.DAY)는 2013년부터 스타트업 생태계와 함께 성장해온 국내 최장수 디데이가 프로그램으로 총 80회 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 코로나19 이후 경제적 어려움 겪고 있는 비영리단체와 공익활동가들을 위해 긴급생활자금, 고용안정금, 단체인영비 등 융자기금을 조성</li> </ul>	

연도/은행	(21) 전국은행연합회	(22) 케이뱅크	(23) 카카오뱅크	(24) 디캐프	(25) 금융산업공익재단	(26) 토스뱅크
2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>금융교육 빅게임 '더 로스트 시티', 찾아가는 금융 뮤지컬 '유턴', 은행권 사회공헌 플랫폼 '뱅크잇' 런칭</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>청소년 디지털 금융 격차 해소</li> <li>취약계층 어르신 방한트 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>소외 계층 대상 연탄기부</li> <li>보호종료 청소년 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>오피스어워(OFFICE HOURS)를 통해 스타트업 대상으로 각 분야별 전문가의 멘토링 프로그램 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전국 장애인 거주 시설 대상, 미니멀특장차 지원-이동약자 이동 편의 제공</li> <li>채무조정 미취업청년 취업 지원 및 자산형성</li> </ul>	
2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>'그룹북킷(GROUP BOOKIT)' 프로그램 신규 오픈-학부모 교육 제공, 오피스-학부모 교육 제공, 오피스 프라인까지 확장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>정부 지원 공공임대 자기부담금 지원, 일반 전월세 보증금, 주거 개보수, 이사비, 가전·가구 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'2022 글로벌 IT 인재 육성 PC 전달식'에 참석해 노트북 100대 기부</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>스타트업 글로벌 시장 탐색과 검증된 네트워크 정보 수급을 위해 공신력 있는 글로벌 기관과의 협력을 통한 국가별, 주제별 프로그램을 기획</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>게이미피케이션 형식 금융 교육게임 개발</li> <li>아시아 지역의 차별과 불평등을 해소하기 위한 필리핀 직업훈련센터 건립 및 프로그램 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>먼저 안내하는 금리인하요구권 시행</li> <li>국내 금융사 최초로 '매달 내는 돈 낮추기' 서비스 시작</li> </ul>
2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>'체험형 금융교육 프로그램'을 바탕으로 2만 2500여명에게 교육을 실시</li> <li>'그룹북킷 프로그램'을 바탕으로 학부모 교육 제공</li> <li>'시니어디지털 금융교육' 노노케어'</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>저소득층 아동 IT교육을 지원하며 후원금 및 교육장비 제공, 아동보육지원금전달</li> <li>티르키에-시리아 지원 피해 복구 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>취약한 다지녀 국가유공자 가정에 학습환경 조성 지원, 금융사기 탐지를 위해 핀테크, 스타트업 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역협력 프로그램을 개최하여 수도권 외 지역 창업 생태계와 공생을 위해 인적, 물적 자원 연결 공유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'금융 어드바이저 서비스' 사업을 통해 청년 대상 금융교육</li> <li>디지털금융소외계층 지원사업을 통해 시니어 계층 디지털 금융교육 지원</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사회공헌 브랜드 'with Toss Bank' 런칭-청소년의 다양한 근로행태를 보여줌</li> <li>'쉬운 근로계약서' 개발</li> <li>금융사기 피해고객 구제프로그램 시행,</li> <li>비대면 종합저축 서비스 최초 시행하며 금융 취약계층의 접근성 향상</li> </ul>

(2) 국내 은행 및 금융권재단 사회공헌활동 의의와 문제점

이제까지 2013년부터 2023년 10여년 간의 국내 은행 및 금융권재단 사회공헌활동 내용을 살펴본 결과, 시기별로 공통되는 특성들이 발견되었다. 2013년부터 2015년까지는 ‘새터민, 장애인, 다문화가정 지원’이 시작되고 확산되는 시기로 ‘단일민족’이라는 인식에서 벗어나 점차 많은 이민자들이 사회에 적응하도록 하고 사회적 약자로서 장애인과 새터민들의 지원을 돕는 활동이 시작되고 확산되었다. 또한 이 시기에는 지역아동센터 아동들의 돌봄과 지속적인 교육, 청소년을 대상으로 한 금융교육의 중요성이 강조되면서 금융교육이 다수 은행들에서 활발하게 진행되기 시작했다.

2016년에서 2018년에는 ‘청년들의 취업을 장려하는 취업진로 활동’이 많았다. 청년 대상 금융교육 뿐 아니라 커리어 쌓기, 실제 창업을 할 수 있도록 자원과 컨설팅을 지원해 주는 사업들이 시행되었다. 이는 청년들의 취업 시작의 어려움을 인식하고 기업 차원에서 기업의 이미지 개선뿐 아니라 청년 세대의 성장을 위한 사회공헌활동이 많아졌다고 볼 수 있다. 또한 이 시기에는 그전에 비해 ‘기후변화 대응’ 사회공헌 활동이 확산되기 시작한다. 점점 심해지는 지구 온난화를 인식하고 이를 예방하기 위한 나무 심기, 해안가 청소, 타 기업과 연대를 통해 사회적으로 이슈화하려는 노력이 높아졌음을 알 수 있다.

다음 2019년부터 2023년까지는 미래기술혁신을 통한 4차산업혁명이 언급되면서 정보화교육과 이를 따라가지 못하는 디지털 취약계층을 위한 교육지원사업이 확산되었다. 특히 시니어들을 위한 디지털교육이 확산되고 이러한 분야는 금융교육과 금융디지털 접근성을 높이기 위한 활동이 많아졌다. 또한 코로나19로 인해 서민과 소상공인 지원과 취약계층을 위한 지원사업이 높은 비중을 차지했다. 또한 청년들의 취업진로 뿐 아니라 금융경제교육의 부재로 인해 발생하는 사회문제를 인식하고 이들의 자립을 돕는 융복합지원사업이 수행되었다. 특히 자립준비청년들에 대한 관심이 고조화되면서 취업지원과 자산지원형성을 도울 뿐만 아니라 동시에 이들에게 필요한 맞춤형 금융교육과 1:1 멘토링을 복합적으로 시행하는 사업이 확산되었다. 무엇보다 이 시기는 ESG의 인식이 고조되면서 기후변화에 적극적으로 대응하려는 사회공헌 활동들이 많아졌다.

이외에도 다양한 사회공헌활동이 시기에 상관없이 지속적으로 진행되면서 다양한 사회문제를 해결하는데 기여했지만 몇 가지 문제점을 제시할 수 있다. 첫째, <표 III-1>에서 제시한 소셜임팩트 부분에서 균형을 이루지 못하고 있는 실정이다. 특히 지역사회상생, 글로벌 지역사회발전지원, 다양한 신취약계층에게는 부족한 공정한 배움기회, 외국인근로자나 이민자에게는 부족한 금융 접근성, 기후대응분야는 상대적으로 부족하다고 볼 수 있다.

둘째, 은행별로 은행연합회 보고서가 분류한 6대 분야를 모든 은행이 골고루 진행하는 경향이

높다. 최근 몇 년 사이에는 각 은행별로 특별한 이벤트를 런칭하려는 노력이 보이지만 그 시기별로 집중되는 교육 및 장학프로그램, 재해 및 재난 지원프로그램은 거의 유사하다. 보다 문제가 되는 것은 유행처럼 진행되는 한 사업이 지속되어야 할 필요가 있음에도 불구하고 중단되는 경우가 많다(예를 들면, 4차산업혁명이 붐으로 미래기술혁신에 따른 진로교육 등은 지속적으로 청소년들에게 필요함에도 불구하고 전국에서 교육이 성행하다가 지금은 거의 진행되지 못하고, 자립준비청년들 대상 사업도 2-3년 유행처럼 확산되다가 다른 취약계층 사업으로 집중되는 경우). 이는 각 은행이 각 은행별 특성에 따라 어떠한 사회공헌활동을 하겠다는 중장기적인 로드맵이 부족하다고 볼 수 있다.

셋째, 따라서 미래지향적이고 창의적인 사회공헌활동에 대한 전략적 통합이 필요하다. 단발적인 이벤트나 캠페인에 집중하는 경향을 지양하고 지속 가능하고 장기적인 영향을 미치는 사회공헌활동의 기획이나 개발을 위한 조사, 훈련된 인력배치, 활동가들과의 소통에 많은 투자를 해야 할 것이다. 그렇게 함으로써 새로운 사회변화로 인한 사회적 격차를 줄이는데 사회공헌활동이 이바지할 것이다(예: 디지털전환에 따른 생애주기의 변화 대응역량 함양).

넷째, 방대하고 다양한 사회공헌활동이 은행과 금융권 재단의 전체적인 비즈니스 전략과 일치하지 않아, 자원이 비효율적으로 사용되거나 중복되는 문제가 발생하여 중장기플랜을 통한 장기적인 효과의 창출을 방해하고 있다. 각 은행의 ESG기업경영과 맥을 이루는 사회공헌활동을 정하고 담당자들이 바뀌어도 변하지 않을 시스템 구축이 필요할 것이다.

다섯째, 사회공헌활동에 대한 효과성 측정평가에 있어 정량적인 수치에만 의존하지 않도록 효과성 지표 개발이 중요하다. 특히 교육 부문에서는 교육 사전과 사후의 변화를 측정하는 효과성 측정을 제대로 하지 않고 만족도 정도의 측정으로 진행될 경우 그 지원의 효과성이 빨리 눈에 보이는 사회공헌활동에만 치중할 가능성이 높아져 전체적인 사회공헌 효과를 감소시킬 수 있다.

여섯째, 최근 10여년 동안 금융분야에서는 청소년들을 위한 금융교육과 시니어를 위한 금융교육이 대부분 차지하고 있고 신취약계층 청년과 일반청년들에게 새로운 분야에 대한 배움의 기회가 상대적으로 적게 나타났다. 공정한 기회 확대라는 차원에서 한 대상에게 쏠리지 않도록 하는 방안 마련이 필요할 것이다. 또한 한 대상의 자립을 위한 솔루션은 한 차원의 지원으로 해결할 수 없다. 한 대상의 지속적인 문제를 해결하기 위해서는 이들을 위한 융복합적 접근이 필요하다(예를 들면, 청년의 자립=자산+취업+교육+멘토링).

### 3. 해외 금융기관 사회공헌 현황 및 특성

다음은 해외 금융기관의 사회공헌 현황과 특성을 파악하고자 <표 III-3>에서 제시한 미국과 영국의 4개 은행, 호주와 홍콩 각각 1개 은행의 지속가능경영보고서와 홈페이지를 참고하여 살펴보았다.

<표 III-3> 해외 주요 은행 목록

국가	은행명	웹사이트
미국	Bank of America	<a href="https://investor.bankofamerica.com/annual-reports-and-proxy-statements">https://investor.bankofamerica.com/annual-reports-and-proxy-statements</a>
	CitiBank	<a href="https://www.citigroup.com/global/our-impact">https://www.citigroup.com/global/our-impact</a>
	Truist Bank	<a href="https://www.truist.com/purpose/esg/truist-corporate-responsibility-progress-2022">https://www.truist.com/purpose/esg/truist-corporate-responsibility-progress-2022</a>
	Sunrise Banks	<a href="https://2022sunrisebanksimpactreport.com/">https://2022sunrisebanksimpactreport.com/</a>
영국	HSBC	<a href="https://www.hsbc.com/who-we-are/esg-and-responsible-business">https://www.hsbc.com/who-we-are/esg-and-responsible-business</a>
	Barclays	<a href="https://home.barclays/sustainability/esg-resource-hub/reporting-and-disclosures/">https://home.barclays/sustainability/esg-resource-hub/reporting-and-disclosures/</a>
	Lloyds Banking Group	<a href="https://www.lloydsbankinggroup.com/investors/esg-information.html">https://www.lloydsbankinggroup.com/investors/esg-information.html</a>
	Standard Chartered	<a href="https://www.sc.com/en/campaigns/sustainable-banking-report-2022/">https://www.sc.com/en/campaigns/sustainable-banking-report-2022/</a>
호주	ANZ	<a href="https://www.anz.com.au/about-us/esg/reporting/">https://www.anz.com.au/about-us/esg/reporting/</a>
홍콩	Bank of East Asia	<a href="https://www.hkbea.com/html/en/bea-about-bea-sustainability-esg-reports.html">https://www.hkbea.com/html/en/bea-about-bea-sustainability-esg-reports.html</a>

분석 결과, 해외 주요 은행의 사회공헌 현황 및 특성은 다음 <표 III-4>과 같다.

<표 III-4> 해외 주요 은행 사회공헌 현황 및 특성

구분	주요 특징
Bank of America (2023)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1억 유로 규모의 첫 번째 녹색채권(Green bond) 발행</li> <li>• The Academy: 교육 프로그램, 경력 준비, 재정 관리, 기술 교육 무료 제공</li> <li>• 12억 달러 투입: 일자리, 저렴한 주택, 소규모 기업 성공 및 건강 분야 지원</li> <li>• 2억 9천만 달러 자선 투자: 직업 개발, 커뮤니티 개발, 소기업 회복력, 자연재해 및 인도적 지원</li> </ul>
Truist (2023)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Service Finance 달러 네트워크 확장: 지속 가능한 가정 개선 프로젝트(창문, 문, 단열재, 태양광 패널 등) 제공, 에너지 사용 및 비용 절감</li> <li>• 소규모 사업체 지원: 120만 달러 약속(흑인, 라틴계, 여성 소유 사업체 초점)</li> <li>• ESG 데이터 분석 사무소 설립: ESG 데이터 프레임워크 포함하여 의사결정 및</li> </ul>

III. 국내·외 금융기관 사회공헌 현황 분석

구분	주요 특징
	생산성 향상 • 탄소 회계 금융 파트너십(Partnership Carbon Accounting Financials; PCAF): 대출 및 투자의 온실가스 배출 평가 및 공개 약속
Sunrise Bank (2022)	• Pathway2Home <sup>SM</sup> 프로그램: 사회보장번호 없이 (Individual Tax Identification Number (TIN)을 사용해 주택 대출 지원, 총 15,919,974달러 상당의 65건 모기지 발행 • ImpactDeposit Fund (IDF): 트윈 시티의 저렴한 주택, 커뮤니티 개발, 소규모 비즈니스 지원, 경제 개발에 3억 3천 4백만 달러 기여 • PCAF 보고서 발표: 은행의 자금 조달 및 운영 배출량 개요, 2050년까지 탄소 중립 목표 • Adopt a Family for the Holidays Minnesota: 네 가정에 선물과 포장 용품 기부 (약 600달러)
HSBC (2023)	• 2030년까지 7500억 달러에서 1조 달러 사이의 자금 제공 및 촉진 계획 (UN SDGs와 호환) • FAST-Infra Initiative 지원: 태양광 및 풍력 프로젝트에 지속 가능성 기준 라벨 부여 • 위험, 수익성, 자금 조달 배출량을 통합한 포트폴리오 모델링 기능 개발 • 주택보험 정책에 대해 추가 비용 없이 연간 분할 납부 제공 • 2025년까지 고위 리더십에서 여성 대표성 35% 목표 (2023년 현재 34.1%)
Barclays (2023)	• 2023년부터 2030년까지 지속 가능 및 전환 금융에 1조 달러 조성 목표 • 수소, 탄소 포집, 배터리 등 기후 기술에 2027년까지 최대 5억 파운드 투자 계획 • 저탄소 교통수단 강조, 지속 가능한 항공 연료(SAF) 사용 협력
Standard Chartered (2023)	• 기후 기술 투자: 2027년까지 최대 5억 파운드 투자 계획, 21개 혁신 기업에 1억 3천8백만 파운드 투자 • Futuremakersby Standard Chartered: 1460만 달러 기부, 159,190명 비은행 청소년에게 금융교육 제공 • 지속 가능한 금융 자산 기반 31% 증가, 176억 달러 도달 (재생 에너지, 녹색 상업 부동산, 철도 프로젝트 개발 자금 포함) • 40개 국가의 주권 신용등급을 NGFS 기후 시나리오에 따라 예측하는 방법론 구축
BEA 영국지점	• 녹색 지속 가능성 경영(GSF) 포트폴리오 성장을 위해 유럽 다섯 국가에서 지속 가능성 연계 대출 참여
BEA 홍콩 지점	• 오리지널 극장 공연, 창의적인 예술 워크숍, 재활용 재료로 만든 설치 예술작품을 전시 • 장애인과 비장애인이 함께한 친환경 예술작품 창작 및 전시 및 판매 수익 자선단체 기부 • 175명 자원봉사자가 300명 노인을 위한 가정 방문, 웰빙 활동, 운동 세션, 벽화 그리기 • 호스피스 케어 운영 매뉴얼 출판, 통합 호스피스 케어 서비스 모델 개발
BEA 중국지점	• 시민 공공 복지 조직 자금 지원 프로그램 지원: 아동 자폐증, 노인, 호스피스 케어 관련 여섯 개의 NGO 프로젝트 • 상하이 어린이 의료 센터에 HK\$232,000 이상 기부하여 의료 전문가 정신건강 프로젝트 설립 • 약 1,000개의 Firefly 백팩기부, 농촌 교사 및 교장에게 온라인 교육 제공 및 26개 지역의 Firefly 센터 하드웨어 시설 업그레이드 • 생물 다양성 보존을 위해 Chongming Dongtan Bards National Natural Reserve Coast 청소: 50명 자원봉사자, 60kg 플라스틱 쓰레기 청소

구분	주요 특징
BEA 기타 지점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BEA Kuala Lumpur- Kechara식품 은행 자원봉사: 식품 수집, 분류, 배분 지원</li> <li>• BEA Macau- 'Macau Famine' 캠페인 지원: 한 끼를 거르고 기부</li> <li>• BEA Taiwan &amp; Kuala Lumpur- 나무심기 활동: Tamsui 강 하구 근처 및 Free Tree Society Bangsar Nursery에서 나무 심기 자원봉사</li> <li>• BEA Taiwan- 소외된 초등학생들에게 학용품 기부: 배낭, 배드민턴 라켓, 문구류등 1,500개 이상의 물품 제공</li> <li>• BEA Singapore- Willing Hearts에서 자원봉사: 노인, 장애인, 저소득 가정, 이주 노동자에게 11,000끼 식사 제공</li> <li>• BEA London- Macmillan Cancer Support 기금 조성을 위한 bake sale: HK\$5,800 이상 모금</li> </ul>
ANZ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 호주 아웃도어, 라이프스타일 및 스포츠 회사인 KMD Group에 환경 보호 및 사업 운영 지원</li> <li>• 2022년 12월 세계 최초 "오렌지 채권 원칙"에 따라 여성 지원을 위한 채권 발행</li> <li>• 2023년 Super Housing Partnership (SHP)와 Assemble 프로젝트 지원하여 저렴한 주택 공급</li> <li>• MySas, Synergis와 협력하여 최대 530명의 장애인을 위한 숙소 개발</li> <li>• 저소득층 근로자들이 저축 습관을 형성하고 금융 교육을 받으며, 교육 비용 지원</li> <li>• Willing Hearts와 협력하여 취약한 가정을 위해 10,000개 이상의 식사 조리 및 포장하여 기부</li> </ul>

추가적으로, 미국의 Citi Bank와 영국의 Lloyds Banking의 최근 3년 동안의 사회공헌 활동은 좀 더 심층적으로 살펴보았다. 그 결과는 <표 III-5>와 같다.

<표 III-5> 해외 금융기관 사회공헌 현황 및 특성 심층분석

구분	주요 특징	
Citi Bank	2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2030년까지 1조 달러의 지속 가능한 금융 목표</li> <li>• 태양광, 재생 에너지, 저렴한 주택 자금 조달</li> <li>• Pathways to Progress 이니셔티브: 소외된 젊은이들에게 경제적 기회 제공</li> <li>• 커뮤니티 파이낸스혁신 펀드 출시</li> </ul>
	2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 파리 협약 목표와 일치하여 2050년까지 온실가스 순 배출 제로 목표 발표</li> <li>• BURO Bangladesh에 6,800만 달러 조달: 저소득 여성에게 금융 접근 기회 제공</li> <li>• Citi Impact: 사회적 도전 과제 해결 기업에 투자(2억 달러 규모)</li> <li>• 저렴한 임대 주택 프로젝트 지원(56억 4천만 달러 대출)</li> </ul>
	2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BlueOrchardMicrofinance Fund: 1억 달러 ESG 연계 회전 신용 한도 개발, 소규모 및 중소기업 지원</li> <li>• COVID-19 관련 구호 및 경제 회복 노력에 1억 달러 기여</li> <li>• Citi Foundation: 직업 개발에 2억 달러 투자, 100만 명 청소년에게 경제 기회 제공</li> <li>• Scaling Enterprise 프로그램: 신흥 시장 저소득 개인들에게 제품 및 서비스 접근 기회 제공</li> </ul>
Lloyds Banking	2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회 주택 부문에 27억 파운드 신규 자금 지원(14억 파운드는 지속 가능한 자금)</li> <li>• Citizens Advice와의 파트너십으로 재정적으로 취약한 고객 지원</li> <li>• 디지털 격차 해소를 위해 513명에게 태블릿과 대면 교육 제공</li> <li>• 주택 보험 정책에 대해 추가 비용 없이 연간 분할 납부 제공</li> </ul>

구분	주요 특징
2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lloyds Bank 아카데미: 185,000개 소규모 기업의 디지털 역량 증진 지원</li> <li>• Regeneration Brainers와 파트너십: 4,000명 학생에게 부동산, 건설, 재생 분야 교육</li> <li>• 노숙자, 금융 학대 피해자 등 취약 그룹의 은행 계좌 개설 지원</li> <li>• Mentor Black Business 등과의 파트너십: 흑인 소유 비즈니스 성장지원 (4,000명 창업가 및 비즈니스 소유주)</li> </ul>
2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 녹색 금융 이니셔티브 확대(30억 파운드에서 50억 파운드로)</li> <li>• We Are Digital과 협력고객들에게 디지털 지원 제공(1,700대 이상의 태블릿 제공)</li> <li>• 가정 폭력 피해자 지원(116개의 자선단체)</li> <li>• 저탄소 경제로 전환 지원(69억 파운드 이상의 녹색/ESG 관련 금융 제공)</li> </ul>

위에서 고찰한 결과, 해외 주요은행의 사회공헌활동은 다음과 특성이 있는 것으로 나타났다. 첫째, 해외 주요 은행들은 대부분 글로벌 이슈에 초점을 맞춘 사회공헌활동을 진행하고 있었다. 지속 가능한 개발, 환경 보호, 글로벌 보건문제 등 유엔의 지속 가능한 발전 목표(SDGs)와 같은 국제 기준에 부합하는 프로젝트를 주로 지원하고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 지속가능성과 환경 보호에 초점을 둔 활동이 진행되고 있다. 은행들은 자체적으로 탄소 배출을 줄이는 방안을 도입하고, 지속가능한 금융상품 및 서비스를 개발하여 고객이 친환경적인 결정을 내릴 수 있도록 지원하는데 초점을 맞추고 있었다.

셋째, 혁신적 금융솔루션을 통한 금융포용성 증진을 위한 활동을 지원하였다. 저소득층, 소외계층 및 개발도상국에 대한 특별한 금융서비스(모바일 banking, 마이크로 파이낸싱, 소액 대출 서비스 등)를 제공하고 혁신적인 금융 기술을 활용하여 더 넓은 범위의 사람들에게 금융서비스를 제공하고자 노력하고 있는 것으로 나타났다.

넷째, 민간 파트너십과의 협력과 지속적인 지원을 통한 성과 도출을 지향한다. 사회공헌활동에 대한 결과는 최소 10년의 지원을 통한 효과성 검증을 진행하였다.

다섯째, 사회공헌 활동은 기업 전략의 핵심 부분으로 통합 및 내재화되어 있었으며, 사회공헌 활동이 국내처럼 별도의 부서나 팀에서 관리되지 않고 기업의 모든 부문에 걸쳐 내재화되어 있었다. 엄밀히 말하면 해외 주요 은행들의 사회공헌활동은 ESG 경영활동의 일환으로 진행되고 있었다.

## 4. 소결

본 장에서는 국내 사회공헌활동을 고찰하기 위해 은행연합회 사회공헌활동 보고서(2013-2023년)와 해외 주요 은행의 지속가능경영보고서, 홈페이지를 참고하여 살펴보았다. 이와 같은 국내/외 사회공헌활동의 특성에 기반하여 주된 문제점과 향후 국내 은행들의 사회공헌 방향성에 대해 제언하자면 다음과 같다.

국내 은행 및 금융관련 재단의 사회공헌 활동을 분석한 결과, 금융산업분야 국내 사회공헌활동은 재난지원(사회적 위기상황의 서민금융지원, 지역사회 복구를 위한 기금 마련 등)과 아동, 청소년을 위한 장학금 지원, 시설 설립, 청소년과 시니어대상 금융교육에 주력하고 있다.

둘째, 저출산과 지방소멸, 환경보호에 대한 활동은 해외 주요 은행들에 비해 매우 부족한 실정이다. 국내의 은행들도 글로벌 이슈에 부합하면서 각 은행별 특성에 맞는 중장기적인 사회공헌활동의 로드맵이 필요할 것이다. 특히 해외 사례처럼 민간과의 지속가능한 파트너십을 통해 미래지향적이고 창의적인 다양한 기획과 테마가 도출되도록 노력해야 한다.

셋째, 사회공헌활동의 성과를 단기적이고 양적(몇 명 수혜를 받았는지에 초점) 성과로만 측정하지 않고 소수라도 질적 성장을 위한 정교하고 임팩트한 측정이 필요하다. 즉 사업효과를 평가하기 위해서는 그 테마에 대한 장기적 수행과 정교화된 효과성 측정 개발을 통해 양적, 질적 접근이 동시에 이루어져야 한다.

넷째, 사회공헌분야를 일률적으로 구분(앞서 6대 활동분야)하여 모든 은행이 유사한 사회공헌 활동으로 접근하기보다는 각 은행 및 재단별 기업가치와 신념에 맞는 사회공헌활동이 지속적으로 수행되도록 하는 방안이 마련되어야 한다. 특히 기업의 지속가능경영과 부합되는 테마를 정하고 장기적으로 관리될 수 있는 사회공헌활동 시스템을 구축하는 것이 필요하다.

# 금융산업분야 사회공헌 활동 인식조사

## IV

1. 금융산업분야 사회공헌 활동 인식조사 개요
2. 금융산업분야 사회공헌 활동 인식조사 결과
3. 소결



## 1. 금융산업분야 사회공헌 활동 인식조사 개요

### 1) 조사의 배경 및 목적

본 연구에서는 국민을 대상으로 은행 및 금융산업공익재단의 사회공헌 활동에 대한 전반적인 인식을 파악하여, 향후 금융산업분야의 사회공헌 방향을 제시하고자 하였다.

### 2) 조사 설계

본 조사는 은행의 사회공헌 활동에 대해 인지하고 있는 일반 국민 1,000명을 대상으로 정량적인 설문조사를 진행했으며, 구체적인 조사 설계는 아래<표 IV-1>와 같다.

〈표 IV-1〉 조사 설계

구분	금융산업분야 사회공헌 인식조사
조사 대상	은행의 사회공헌 활동에 대한 인지자
표본수	1,000명
조사 방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 조사(패널조사)
조사 기간	2024년 5월 01일 ~ 5월 10일
조사 기관	(주)리서치앤리서치

### 3) 조사 내용

설문조사의 설문 항목은 아래<표 IV-2>와 같다.

〈표 IV-2〉 주요 설문조사 세부 항목

구 분	세부 항목
은행의 사회공헌 활동에 관한 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 은행 관련 인식</li> <li>• 은행의 사회공헌 활동</li> <li>• 은행의 사회공헌 이유</li> <li>• 은행의 사회공헌 활동을 위한 필요점</li> <li>• 은행의 사회공헌 활동 의견</li> <li>• 은행의 주요 사회공헌 활동 인지 및 만족도</li> <li>• 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야</li> <li>• 은행의 사회공헌 관련 정보 접근 경로</li> <li>• 은행의 사회공헌 활동 의식</li> </ul>
금융산업공익재단의 사회공헌 활동에 대한 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 금융산업공익재단 인지 여부</li> <li>• 금융산업공익재단 사회공헌 활동의 인지 정도</li> <li>• 금융산업공익재단 인지 경로</li> <li>• 금융산업공익재단 사회공헌 활동 인지 여부 및 활동 도움 정도</li> <li>• 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야</li> <li>• 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈</li> <li>• 금융산업공익재단 사회공헌 활동 의식</li> <li>• 금융산업공익재단 사회공헌 활동 필요사항</li> </ul>
응답자 특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성별</li> <li>• 연령</li> <li>• 지역</li> <li>• 직업</li> <li>• 배우자 유무</li> <li>• 최종학력</li> <li>• 월평균소득</li> <li>• 건강상태</li> <li>• 정치적 성향</li> <li>• 사회참여 경험(기부, 자원봉사, 생명나눔)</li> <li>• 주거래 은행 이용 형태</li> <li>• 주거래 은행 거리</li> </ul>

4) 응답자 특성

응답자 특성은 다음 <표 IV-3>과 같다.

<표 IV-3> 응답자 특성

(단위: 명, %)

구 분		사례수	비율
전 체		(1,000)	100.0
성별	남성	(508)	50.8
	여성	(492)	49.2
연령	20대 이하	(310)	31.0
	30대	(148)	14.8
	40대	(176)	17.6
	50대 이상	(366)	36.6
지역	수도권	(516)	51.6
	비수도권	(484)	48.4
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	89.8
	예	(102)	10.2
최종학력	고등학교 이하	(153)	15.3
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	73.4
	대학원 석사 재학 이상	(113)	11.3
월평균소득	300만원 미만	(204)	20.4
	300만원~500만원 미만	(315)	31.5
	500만원~700만원 미만	(241)	24.1
	700만원 이상	(240)	24.0
정치적 성향	보수	(199)	19.9
	중도	(528)	52.8
	진보	(273)	27.3
사회참여 경험	0회	(311)	31.1
	1회	(329)	32.9
	2회	(240)	24.0
	3회	(120)	12.0
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	56.9
	대면 이용	(62)	6.2
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	36.9

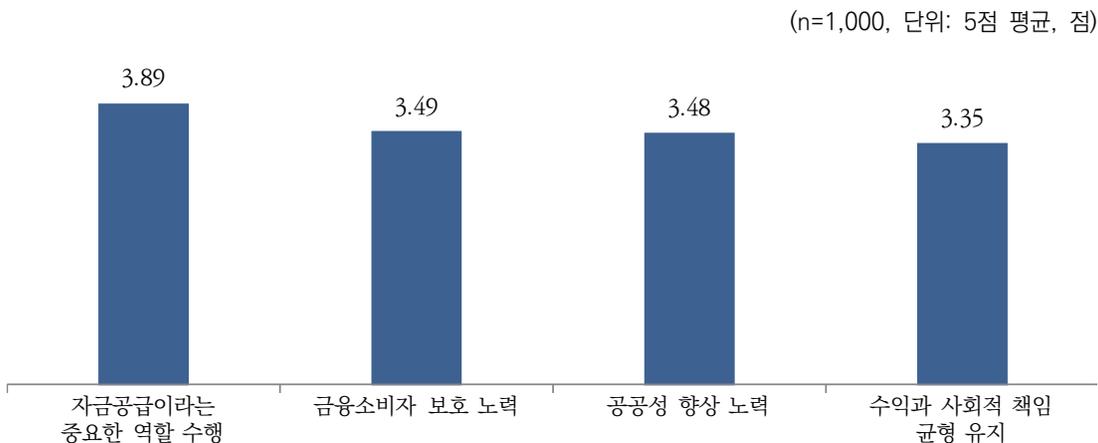
## 2. 금융산업분야 사회공헌 활동 인식조사 결과

### 1) 은행의 사회공헌 활동에 관한 인식

#### (1) 은행 관련 인식

은행 관련 인식에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-1>, <표 IV-4>와 같다. ‘자금공급이라는 중요한 역할 수행’이 3.89점으로 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘금융소비자 보호 노력’(3.49점), ‘공공성 향상 노력’(3.48점), ‘수익과 사회적 책임 균형 유지’(3.35점) 순으로 나타났다.

성별로는 ‘수익과 사회적 책임 균형 유지’에서 여성이 남성 대비 높게 나타났다. 연령별로 살펴보면, ‘자금공급이라는 중요한 역할 수행’에서 50대 이상이 높게 나타난 반면, ‘금융소비자 보호 노력’에서는 20대 이하가 높게 나타났다. ‘자금공급이라는 중요한 역할 수행’을 월평균 소득으로 살펴보면 700만원 이상(3.99점)에서 가장 높았으며, 정치적 성향으로 살펴보면 보수(4.08점)에서 가장 높게 나타났다. 주거래 은행 이용 형태로 살펴보면 대면 이용(3.55점)에서 가장 낮게 나타났다. ‘공공성 향상 노력’에 대해서는 금융권 종사 경험이 있는 경우(3.67점)가 아닌 경우(3.45점)보다 높았고, 정치 성향에 따라서는 중도(3.41점)가 다른 성향에 비해 낮았다. 사회참여 경험이 3회인 경우(3.68점) 2회 이하보다 높은 점수를 보였다. ‘수익과 사회적 책임 균형 유지’를 최종 학력에 따라 살펴보면 대학원 재학 이상인 경우(3.09점) 타 학력보다 낮았으며, 사회참여 경험으로 살펴보면 1회(3.25점)에서 가장 낮게 나타났다.



<그림 IV-1> 은행 관련 인식

〈표 IV-4〉 은행 관련 인식

(단위: 명, 점)

구 분		사례수	자금공급이라는 중요한 역할 수행	금융 소비자 보호 노력	공공성 향상 노력	수익과 사회적 책임 균형 유지
전 체		(1,000)	3.89	3.49	3.48	3.35
성별	남성	(508)	3.90	3.45	3.47	3.29
	여성	(492)	3.87	3.53	3.48	3.40
	t값	(1,000)	.75	-1.37	-.18	-2.01*
연령	20대 이하	(310)	3.82	3.62	3.54	3.52
	30대	(148)	3.72	3.53	3.50	3.45
	40대	(176)	3.82	3.40	3.41	3.32
	50대 이상	(366)	4.04	3.41	3.44	3.17
	F값	(1,000)	10.82***	3.97**	.32	9.38***
지역	수도권	(516)	3.91	3.49	3.46	3.34
	비수도권	(484)	3.86	3.49	3.49	3.35
	t값	(1,000)	1.09	.08	-.69	-.11
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	3.90	3.48	3.45	3.34
	예	(102)	3.81	3.58	3.67	3.41
	t값	(1,000)	1.10	-1.06	-2.47*	-.77
최종학력	고등학교 이하	(153)	3.85	3.61	3.54	3.56
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	3.90	3.49	3.49	3.34
	대학원 석사 재학 이상	(113)	3.88	3.34	3.29	3.09
	F값	(1,000)	.29	3.32*	3.30*	9.07***
월평균 소득	300만원 미만	(204)	3.79	3.50	3.39	3.37
	300만원~500만원 미만	(315)	3.86	3.51	3.53	3.36
	500만원~700만원 미만	(241)	3.90	3.44	3.46	3.39
	700만원 이상	(240)	3.99	3.52	3.50	3.26
	F값	(1,000)	3.11*	.46	1.28	.95
정치적 성향	보수	(199)	4.08	3.55	3.59	3.37
	중도	(528)	3.83	3.46	3.41	3.31
	진보	(273)	3.85	3.51	3.52	3.40
	F값	(1,000)	9.33***	.82	3.77*	.89
사회참여 경험	0회	(311)	3.82	3.50	3.46	3.34
	1회	(329)	3.91	3.43	3.41	3.25
	2회	(240)	3.91	3.50	3.49	3.37
	3회	(120)	3.94	3.64	3.68	3.56
	F값	(1,000)	1.39	1.83	3.12*	3.46*
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	3.87	3.46	3.46	3.33
	대면 이용	(62)	3.55	3.58	3.48	3.47
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	3.97	3.52	3.50	3.36
	F값	(1,000)	6.41**	.88	.26	.70

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

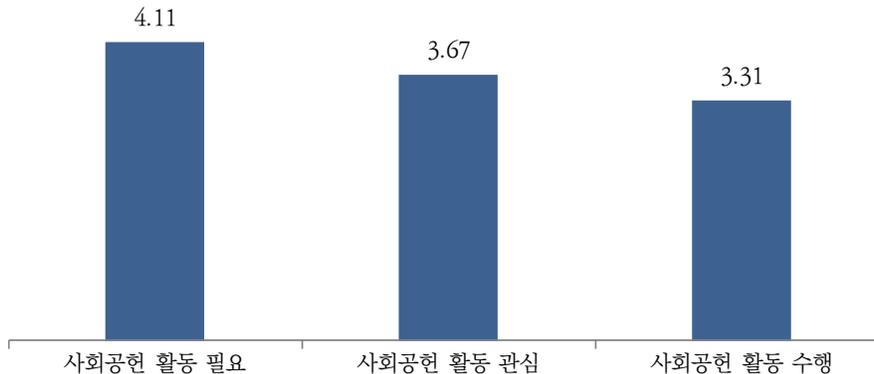
음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

(2) 은행의 사회공헌 활동

은행의 사회공헌 활동에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-2>, <표 IV-5>와 같다. ‘사회공헌 활동 필요’가 4.11점으로 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘사회공헌 활동 관심’(3.67점), ‘사회공헌 활동 수행’(3.31점) 순으로 나타났다.

‘사회공헌 활동 필요’를 연령대별로 살펴보면 50대 이상(4.34점)에서 가장 높았고, 월평균 소득으로 살펴보면, 700만원 이상(4.21점)에서 가장 높았으며, 정치 성향은 중도(4.03)에서 가장 낮았다. 또한 사회참여 경험이 3회인 경우(4.22점) 가장 높았고, 주거래 은행 이용 형태가대면 이용인 경우(3.85점) 낮게 나타났다. ‘사회공헌 활동 관심’을 연령대별로 살펴보면 50대 이상(3.80점)에서 가장 높았고, 월평균 소득은 700만원 이상(3.78점)에서 가장 높았다. 사회참여 경험에 따라서는 3회인 경우(3.82점) 가장 높았다. 주거래 은행 이용 형태로 살펴보면 온라인과 대면 모두 이용(3.80점)에서 가장 높게 나타났다. ‘사회공헌 활동 수행’을 연령대별로 살펴보면 50대 이상(3.19점)에서 가장 높았고, 최종 학력은 대학원 재학 이상(3.13점)에서 가장 높았으며, 주거래 은행 이용 형태로 살펴보면 대면 이용(3.63점)에서 가장 높게 나타났다.

(n=1,000, 단위: 5점 평균, 점)



<그림 IV-2> 은행의 사회공헌 활동

〈표 IV-5〉 은행의 사회공헌 활동

(단위: 명, 점)

구 분		사례수	사회공헌 활동 필요	사회공헌 활동 관심	사회공헌 활동 수행
전 체		(1,000)	4.11	3.67	3.31
성별	남성	(508)	4.10	3.67	3.29
	여성	(492)	4.11	3.66	3.33
	t값	(1,000)	-.23	.09	-.68
연령	20대 이하	(310)	3.97	3.53	3.38
	30대	(148)	3.92	3.55	3.45
	40대	(176)	4.03	3.72	3.29
	50대 이상	(366)	4.34	3.80	3.19
	F값	(1,000)	17.77***	7.86***	3.88**
지역	수도권	(516)	4.12	3.68	3.30
	비수도권	(484)	4.09	3.65	3.31
	t값	(1,000)	.51	.54	-.03
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	4.11	3.66	3.30
	예	(102)	4.10	3.71	3.39
	t값	(1,000)	.11	-.55	-1.00
최종학력	고등학교 이하	(153)	4.12	3.60	3.44
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	4.10	3.66	3.30
	대학원 석사 재학 이상	(113)	4.10	3.77	3.13
	F값	(1,000)	.02	1.49	3.72*
월평균 소득	300만원 미만	(204)	3.99	3.56	3.27
	300만원~500만원 미만	(315)	4.13	3.63	3.35
	500만원~700만원 미만	(241)	4.07	3.69	3.27
	700만원 이상	(240)	4.21	3.78	3.31
	F값	(1,000)	3.28*	3.16*	.43
정치적 성향	보수	(199)	4.22	3.75	3.35
	중도	(528)	4.03	3.61	3.28
	진보	(273)	4.18	3.70	3.32
	F값	(1,000)	5.87**	2.77	.47
사회참여 경험	0회	(311)	3.90	3.50	3.34
	1회	(329)	4.21	3.66	3.20
	2회	(240)	4.18	3.80	3.32
	3회	(120)	4.22	3.82	3.47
	F값	(1,000)	10.31***	8.10***	2.94*
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	4.06	3.57	3.31
	대면 이용	(62)	3.85	3.66	3.63
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	4.21	3.80	3.24
	F값	(1,000)	6.64**	9.49***	4.65*

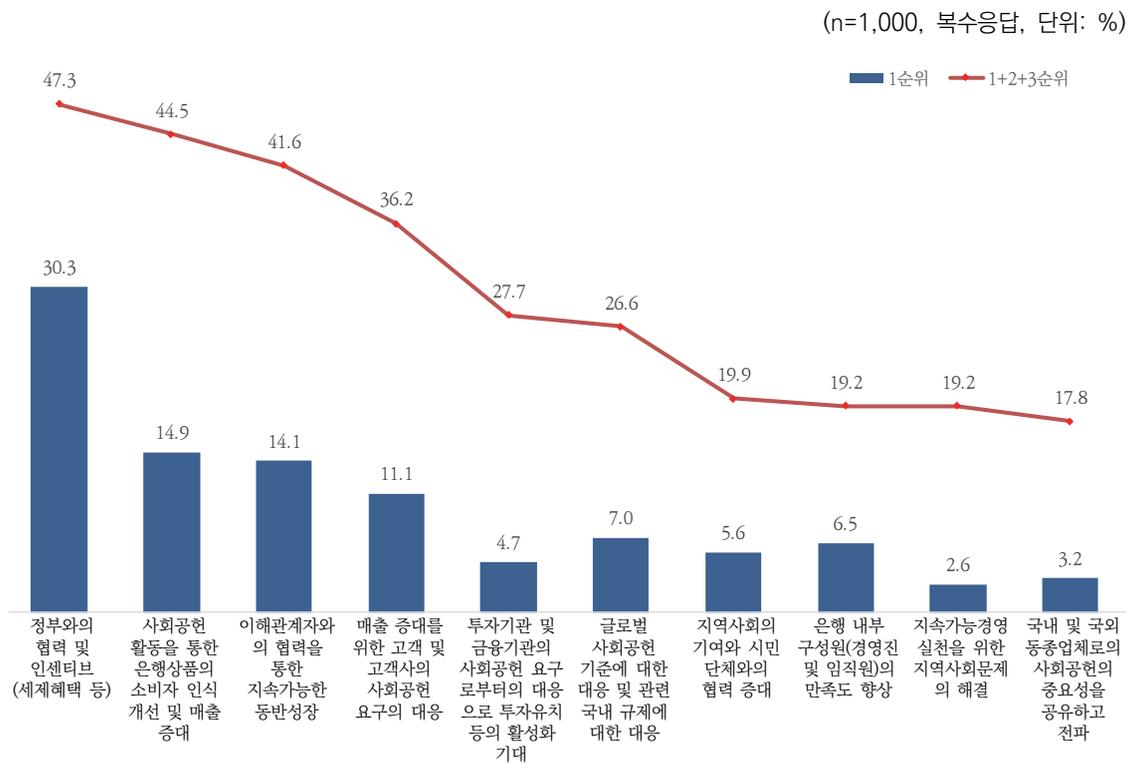
주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

(3) 은행의 사회공헌 이유

은행의 사회공헌 이유에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-3>, <표 IV-6~9>과 같다. ‘정부와의 협력 및 인센티브(세제혜택 등)’가 47.3%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘사회공헌 활동을 통한 은행상품의 소비자 인식 개선 및 매출 증대’(44.5%), ‘이해관계자와의 협력을 통한 지속가능한 동반성장’(41.6%), ‘매출 증대를 위한 고객 및 고객사의 사회공헌 요구의 대응’(36.2%) 등의 순으로 나타났다(1+2+3순위 기준).

성별로 살펴보면, 남성과 여성 모두 ‘정부와의 협력 및 인센티브(세제혜택 등)’이 가장 많은 것으로 나타났다. 연령별로 살펴보면, 50대 이상은 ‘사회공헌 활동을 통한 은행상품의 소비자 인식 개선 및 매출 증대’가 가장 많이 나타난 반면, 타 연령대에서는 ‘정부와의 협력 및 인센티브(세제혜택 등)’가 가장 많이 나타났다.



<그림 IV-3> 은행의 사회공헌 이유

〈표 IV-6〉 은행의 사회공헌 이유\_1순위(1)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	정부와의 협력 및 인센티브 (세제혜택 등)	사회공헌 활동을 통한 은행 상품의 소비자 인식 개선 및 매출 증대	이해관계자와의 협력을 통한 지속 가능한 동반성장	매출 증대를 위한 고객 및 고객사의 사회공헌 요구의 대응	글로벌 사회공헌 기준에 대한 대응 및 관련 국내 규제에 대한 대응
전 체		(1,000)	30.3	14.9	14.1	11.1	7.0
성별	남성	(508)	32.5	13.0	14.2	11.2	7.9
	여성	(492)	28.0	16.9	14.0	11.0	6.1
	$\chi^2$		15.83				
연령	20대 이하	(310)	34.5	12.9	10.0	10.6	6.1
	30대	(148)	29.7	12.8	14.9	11.5	6.8
	40대	(176)	34.7	17.0	13.1	10.8	7.4
	50대 이상	(366)	24.9	16.4	17.8	11.5	7.7
	$\chi^2$		42.11*				
지역	수도권	(516)	32.2	15.5	15.3	9.3	7.0
	비수도권	(484)	28.3	14.3	12.8	13.0	7.0
	$\chi^2$		8.91				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	30.5	15.0	14.5	11.0	7.0
	예	(102)	28.4	13.7	10.8	11.8	6.9
	$\chi^2$		7.77				
최종학력	고등학교 이하	(153)	34.0	13.1	11.8	11.1	9.2
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	30.4	15.4	13.4	11.0	6.9
	대학원 석사 재학 이상	(113)	24.8	14.2	22.1	11.5	4.4
	$\chi^2$		16.46				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	38.2	13.7	9.8	9.3	5.9
	300만원~500만원 미만	(315)	29.8	12.1	17.5	11.1	5.4
	500만원~700만원 미만	(241)	28.2	17.8	14.1	11.2	9.5
	700만원 이상	(240)	26.3	16.7	13.3	12.5	7.5
	$\chi^2$		30.44				
정치적 성향	보수	(199)	24.1	17.6	16.6	11.6	8.5
	중도	(528)	30.7	14.0	11.2	13.1	6.8
	진보	(273)	34.1	14.7	17.9	7.0	6.2
	$\chi^2$		25.75				
사회참여 경험	0회	(311)	33.8	12.9	13.2	8.4	7.1
	1회	(329)	28.6	16.7	15.2	11.2	6.4
	2회	(240)	26.3	15.8	15.0	15.0	7.5
	3회	(120)	34.2	13.3	11.7	10.0	7.5
	$\chi^2$		38.35				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	29.3	15.3	15.3	10.4	7.7
	대면 이용	(62)	27.4	11.3	16.1	11.3	9.7
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	32.2	14.9	11.9	12.2	5.4
	$\chi^2$		16.93				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

〈표 IV-7〉 은행의 사회공헌 이유\_1순위(2)

(단위: 명, %)

구분	사례수	은행 내부 구성원 (경영진 및 임직원)의 만족도 향상	지역 사회의 기여와 시민 단체와의 협력 증대	투자기관 및 금융기관의 사회공헌 요구로부터의 대응으로 투자유치 등의 활성화 기대	국내 및 국외 동종 업체로의 사회 공헌의 중요성을 공유하고 전파	지속가능 경영 실천을 위한 지역사회문제의 해결	
전 체	(1,000)	6.5	5.6	4.7	3.2	2.6	
성별	남성	(508)	7.7	5.7	4.1	2.0	1.8
	여성	(492)	5.3	5.5	5.3	4.5	3.5
	$\chi^2$		15.83				
연령	20대 이하	(310)	9.0	4.5	6.1	2.9	3.2
	30대	(148)	10.1	3.4	2.7	4.7	3.4
	40대	(176)	5.1	6.8	2.8	1.7	0.6
	50대 이상	(366)	3.6	6.8	5.2	3.6	2.7
	$\chi^2$		42.11*				
지역	수도권	(516)	5.6	4.8	5.0	2.9	2.3
	비수도권	(484)	7.4	6.4	4.3	3.5	2.9
	$\chi^2$		8.91				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	5.9	5.3	4.7	3.3	2.7
	예	(102)	11.8	7.8	4.9	2.0	2.0
	$\chi^2$		7.77				
최종학력	고등학교 이하	(153)	3.9	5.2	5.2	2.6	3.9
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	7.4	5.6	4.6	3.1	2.2
	대학원 석사 재학 이상	(113)	4.4	6.2	4.4	4.4	3.5
	$\chi^2$		16.46				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	7.8	4.9	6.4	2.9	1.0
	300만원~500만원 미만	(315)	7.6	6.0	3.8	3.2	3.5
	500만원~700만원 미만	(241)	5.0	4.1	4.6	2.5	2.9
	700만원 이상	(240)	5.4	7.1	4.6	4.2	2.5
	$\chi^2$		30.44				
정치적 성향	보수	(199)	5.0	5.5	4.5	4.0	2.5
	중도	(528)	7.4	5.1	5.5	3.0	3.2
	진보	(273)	5.9	6.6	3.3	2.9	1.5
	$\chi^2$		25.75				
사회참여 경험	0회	(311)	9.6	4.5	4.5	4.8	1.3
	1회	(329)	5.2	5.2	5.5	2.1	4.0
	2회	(240)	2.9	8.3	4.6	2.5	2.1
	3회	(120)	9.2	4.2	3.3	3.3	3.3
	$\chi^2$		38.35				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	6.5	4.7	5.1	2.8	2.8
	대면 이용	(62)	12.9	6.5	0.0	3.2	1.6
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	5.4	6.8	4.9	3.8	2.4
	$\chi^2$		16.93				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

〈표 Ⅳ-8〉 은행의 사회공헌 이유\_1+2+3순위(1)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	정부와의 협력 및 인센티브 (세제혜택 등)	사회공헌 활동을 통한 은행 상품의 소비자 인식 개선 및 매출 증대	이해관계자와의 협력을 통한 지속가능한 동반성장	매출 증대를 위한 고객 및 고객사의 사회공헌 요구의 대응	투자기관 및 금융기관의 사회공헌 요구로 부터의 대응으로 투자유치 등의 활성화 기대
전 체		(1,000)	47.3	44.5	41.6	36.2	27.7
성별	남성	(508)	45.1	44.7	43.1	37.0	27.4
	여성	(492)	49.6	44.3	40.0	35.4	28.0
연령	20대 이하	(310)	50.6	39.7	40.0	40.0	27.7
	30대	(148)	52.7	43.9	45.3	29.1	17.6
	40대	(176)	51.1	40.3	44.3	34.1	26.7
	50대 이상	(366)	40.4	50.8	40.2	36.9	32.2
지역	수도권	(516)	49.2	46.3	43.4	34.7	26.2
	비수도권	(484)	45.2	42.6	39.7	37.8	29.3
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	47.4	44.2	41.6	36.1	28.7
	예	(102)	46.1	47.1	41.2	37.3	18.6
최종학력	고등학교 이하	(153)	49.7	45.1	37.9	35.3	33.3
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	47.1	43.5	40.9	37.2	27.1
	대학원 석사 재학 이상	(113)	45.1	50.4	51.3	31.0	23.9
월평균 소득	300만원 미만	(204)	53.9	43.6	39.7	33.3	27.5
	300만원~500만원 미만	(315)	46.0	44.1	46.7	32.7	25.7
	500만원~700만원 미만	(241)	47.7	46.9	39.8	39.0	31.5
	700만원 이상	(240)	42.9	43.3	38.3	40.4	26.7
정치적 성향	보수	(199)	41.7	51.3	38.2	35.7	32.7
	중도	(528)	47.7	42.6	40.7	37.3	26.9
	진보	(273)	50.5	43.2	45.8	34.4	25.6
사회참여 경험	0회	(311)	45.7	44.7	42.8	34.4	27.0
	1회	(329)	47.7	46.8	39.2	35.0	32.8
	2회	(240)	48.3	45.4	42.5	42.1	25.4
	3회	(120)	48.3	35.8	43.3	32.5	20.0
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	45.7	46.9	43.4	37.4	27.2
	대면 이용	(62)	41.9	38.7	53.2	33.9	16.1
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	50.7	41.7	36.9	34.7	30.4

〈표 IV-9〉 은행의 사회공헌 이유\_1+2+3순위(2)

(단위: 명, %)

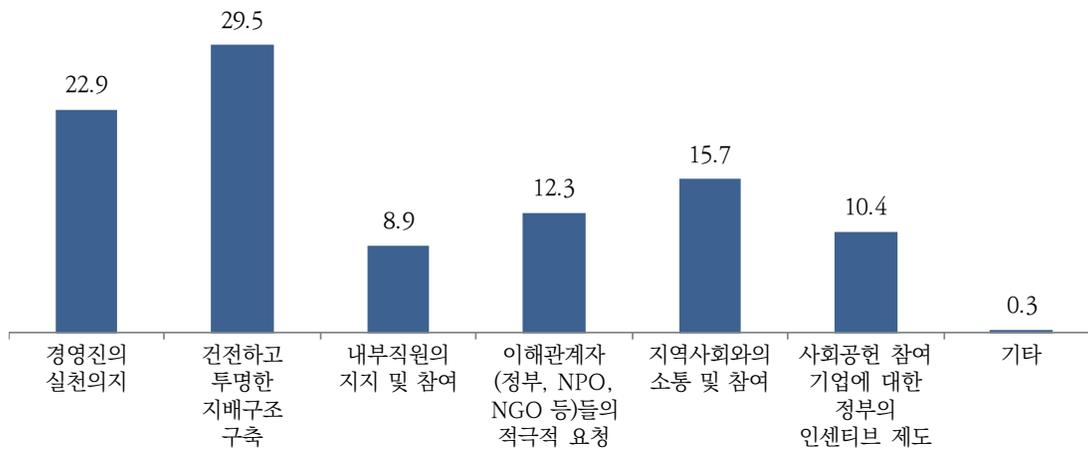
구 분		사례수	글로벌 사회공헌 기준에 대한 대응 및 관련 국내 규제에 대한 대응	지역 사회의 기여와 시민단체와의 협력 증대	은행 내부 구성원 (경영진 및 임직원)의 만족도 향상	지속가능경영 실천을 위한 지역사회문제의 해결	국내 및 국외 동종 업체로의 사회공헌의 중요성을 공유하고 전파
전 체		(1,000)	26.6	19.9	19.2	19.2	17.8
성별	남성	(508)	29.7	19.5	21.1	16.5	15.9
	여성	(492)	23.4	20.3	17.3	22.0	19.7
연령	20대 이하	(310)	22.6	17.7	22.6	19.0	20.0
	30대	(148)	32.4	20.9	23.0	16.2	18.9
	40대	(176)	27.3	21.6	22.2	17.0	15.3
	50대 이상	(366)	27.3	20.5	13.4	21.6	16.7
지역	수도권	(516)	27.5	19.6	17.1	17.6	18.4
	비수도권	(484)	25.6	20.2	21.5	20.9	17.1
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	25.7	19.9	18.2	19.9	18.2
	예	(102)	34.3	19.6	28.4	12.7	14.7
최종학력	고등학교 이하	(153)	24.8	19.0	20.3	22.2	12.4
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	28.1	20.2	19.2	18.3	18.5
	대학원 석사 재학 이상	(113)	19.5	19.5	17.7	21.2	20.4
월평균 소득	300만원 미만	(204)	24.5	19.6	26.0	17.6	14.2
	300만원~500만원 미만	(315)	27.3	20.6	19.0	19.7	18.1
	500만원~700만원 미만	(241)	22.8	19.1	17.0	16.2	19.9
	700만원 이상	(240)	31.3	20.0	15.8	22.9	18.3
정치적 성향	보수	(199)	27.1	19.6	14.6	23.1	16.1
	중도	(528)	26.1	20.1	21.6	19.7	17.2
	진보	(273)	27.1	19.8	17.9	15.4	20.1
사회참여 경험	0회	(311)	29.9	17.4	24.1	14.8	19.3
	1회	(329)	25.5	17.3	18.5	20.1	17.0
	2회	(240)	22.9	24.6	11.3	22.5	15.0
	3회	(120)	28.3	24.2	24.2	21.7	21.7
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	26.4	18.8	18.5	19.2	16.5
	대면 이용	(62)	37.1	14.5	27.4	11.3	25.8
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	25.2	22.5	19.0	20.6	18.4

(4) 은행의 사회공헌 활동을 위한 필요사항

은행의 사회공헌 활동을 위한 필요사항에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-4>, <표 IV-10>과 같다. '건전하고 투명한 지배구조 구축'이 29.5%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '경영진의 실천의지'(22.9%), '지역사회와의 소통 및 참여'(15.7%), '이해관계자(정부, NPO, NGO 등)들의 적극적 요청'(12.3%) 등의 순으로 나타났다.

성별로 살펴보면, 남성과 여성 모두 '건전하고 투명한 지배구조 구축'이 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 '사회공헌 참여 기업에 대한 정부의 인센티브 제도'는 남성(8.3%)이 여성(12.6%)보다 낮게 나타났다. 연령별로 살펴보면, 모든 연령에서 '건전하고 투명한 지배구조 구축'이 가장 많이 나타났다.

(n=1,000, 단위: %)



<그림 IV-4> 은행의 사회공헌 활동을 위한 필요사항

<표 IV-10> 은행의 사회공헌 활동을 위한 필요사항

(단위: 명, %)

구분		사례수	경영진의 실천의지	건전하고 투명한 지배구조 구축	내부 직원의 지지 및 참여	이해관계자 (정부, NPO, NGO 등)들의 적극적 요청	지역 사회와의 소통 및 참여	사회공헌 참여기업에 대한 정부의 인센티브 제도	기타
전 체		(1,000)	22.9	29.5	8.9	12.3	15.7	10.4	0.3
성별	남성	(508)	24.6	27.8	10.4	12.8	15.6	8.3	0.6
	여성	(492)	21.1	31.3	7.3	11.8	15.9	12.6	0.0
	$\chi^2$		12.74*						
연령	20대 이하	(310)	21.0	26.8	10.6	14.2	15.5	11.6	0.3
	30대	(148)	22.3	27.7	12.2	16.9	14.2	6.1	0.7
	40대	(176)	23.3	29.5	9.7	10.8	13.6	13.1	0.0

구분	사례수	경영진의 실천의지	건전하고 투명한 지배구조 구축	내부 직원의 지지 및 참여	이해관계자 (정부, NPO, NGO 등)들의 적극적 요청	지역 사회와의 소통 및 참여	사회공헌 참여기업에 대한 정부의 인센티브 제도	기타	
	50대 이상	(366)	24.6	32.5	5.7	9.6	17.5	9.8	0.3
	$\chi^2$		23.21						
지역	수도권	(516)	25.6	28.1	8.7	12.8	13.0	11.6	0.2
	비수도권	(484)	20.0	31.0	9.1	11.8	18.6	9.1	0.4
	$\chi^2$		11.26						
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	23.4	29.2	9.1	12.5	15.8	9.7	0.3
	예	(102)	18.6	32.4	6.9	10.8	14.7	16.7	0.0
	$\chi^2$		6.66						
최종학력	고등학교 이하	(153)	24.2	25.5	9.2	13.7	13.7	13.7	0.0
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	22.5	29.4	9.3	12.3	16.1	10.2	0.3
	대학원 석사 재학 이상	(113)	23.9	35.4	6.2	10.6	15.9	7.1	0.9
	$\chi^2$		18.84						
월평균 소득	300만원 미만	(204)	17.6	30.4	12.3	9.8	17.2	12.7	0.0
	300만원~500만원 미만	(315)	24.1	27.3	9.5	12.4	16.8	9.2	0.6
	500만원~700만원 미만	(241)	25.7	29.5	6.2	16.2	14.9	7.1	0.4
	700만원 이상	(240)	22.9	31.7	7.9	10.4	13.8	13.3	0.0
	$\chi^2$		23.96						
정치적 성향	보수	(199)	28.1	26.1	9.0	8.5	16.1	12.1	0.0
	중도	(528)	19.9	31.3	8.5	12.9	16.3	11.0	0.2
	진보	(273)	24.9	28.6	9.5	13.9	14.3	8.1	0.7
	$\chi^2$		14.71						
사회참여 경험	0회	(311)	22.5	27.0	8.0	14.1	15.1	12.9	0.3
	1회	(329)	25.8	30.7	8.5	10.3	14.6	10.0	0.0
	2회	(240)	20.8	30.0	10.8	10.8	16.3	10.4	0.8
	3회	(120)	20.0	31.7	8.3	15.8	19.2	5.0	0.0
	$\chi^2$		18.21						
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	25.7	27.8	9.5	11.4	14.6	10.5	0.5
	대면 이용	(62)	12.9	17.7	12.9	30.6	11.3	14.5	0.0
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	20.3	34.1	7.3	10.6	18.2	9.5	0.0
	$\chi^2$		38.67***						

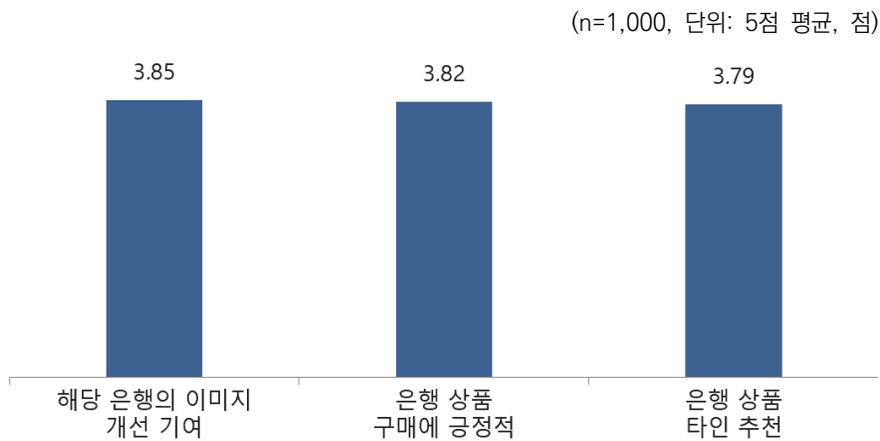
주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

(5) 은행의 사회공헌 활동 의견

은행의 사회공헌 활동 의견에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-5>, <표 IV-11>과 같다. ‘해당 은행의 이미지 개선 기여’가 3.85점으로 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘은행 상품 구매에 긍정적’(3.82점), ‘은행 상품 타인 추천’(3.79점) 순으로 나타났다.

연령별로 살펴보면, 모든 항목에서 50대 이상이 가장 높게 나타났다. 정치 성향에 따른 은행의 사회공헌 활동 의견은 보수적인 경우 모든 항목에서 타 성향에 비해 높게 나타났다. 사회참여 경험에 따른 은행의 사회공헌 활동 의견은 0회인 경우 모든 항목에서 가장 낮게 나타났으며, 3회인 경우 모든 항목에서 가장 높게 나타났다. 주거래 은행 이용 형태에 따른 은행의 사회공헌 활동 의견은 대면 이용인 경우 모든 항목에서 타 이용 형태에 비해 낮게 나타났다.



<그림 IV-5> 은행의 사회공헌 활동 의견

<표 IV-11> 은행의 사회공헌 활동 의견

(단위: 명, 점)

구 분		사례수	해당 은행의 이미지 개선 기여	은행 상품 구매에 긍정적	은행 상품 타인 추천
전 체		(1,000)	3.85	3.82	3.79
성별	남성	(508)	3.86	3.81	3.76
	여성	(492)	3.83	3.84	3.81
	t값	(1,000)	.61	-.62	-.92
연령	20대 이하	(310)	3.80	3.71	3.69
	30대	(148)	3.70	3.77	3.75
	40대	(176)	3.77	3.76	3.77
	50대 이상	(366)	3.99	3.97	3.89
	F값	(1,000)	7.32***	6.93***	3.21*

구 분		사례수	해당 은행의 이미지 개선 기여	은행 상품 구매에 긍정적	은행 상품 타인 추천
지역	수도권	(516)	3.85	3.84	3.81
	비수도권	(484)	3.84	3.80	3.76
	t값	(1,000)	.21	.95	1.09
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	3.85	3.82	3.78
	예	(102)	3.84	3.81	3.80
	t값	(1,000)	.07	.09	-.23
최종학력	고등학교 이하	(153)	3.90	3.80	3.82
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	3.83	3.81	3.79
	대학원 석사 재학 이상	(113)	3.89	3.88	3.71
	F값	(1,000)	.70	.40	.61
월평균 소득	300만원 미만	(204)	3.73	3.70	3.66
	300만원~500만원 미만	(315)	3.87	3.84	3.82
	500만원~700만원 미만	(241)	3.85	3.87	3.82
	700만원 이상	(240)	3.93	3.85	3.82
	F값	(1,000)	2.51	2.11	1.87
정치적 성향	보수	(199)	4.05	3.99	3.90
	중도	(528)	3.80	3.73	3.70
	진보	(273)	3.80	3.86	3.87
	F값	(1,000)	8.68***	8.14***	6.43**
사회참여 경험	0회	(311)	3.69	3.70	3.68
	1회	(329)	3.90	3.84	3.76
	2회	(240)	3.88	3.85	3.89
	3회	(120)	4.04	4.03	3.93
	F값	(1,000)	7.78***	4.90**	4.20**
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	3.83	3.75	3.74
	대면 이용	(62)	3.61	3.66	3.53
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	3.92	3.96	3.89
	F값	(1,000)	4.07*	9.03***	6.27**

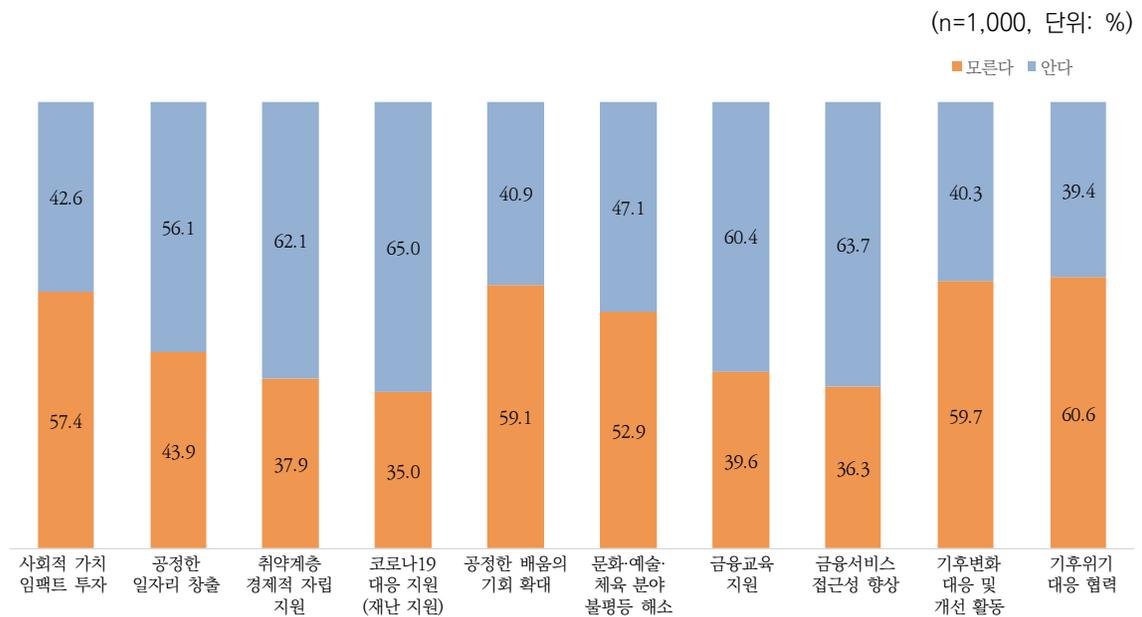
주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

(6) 은행의 주요 사회공헌 활동 인지 및 도움 정도

은행의 주요 사회공헌 활동에 대한 인지 정도를 살펴보면 다음 <그림 IV-6~7>, <표 IV-12~21>과 같다. 은행의 주요 사회공헌 활동 인지정도 조사에서는 ‘코로나19 대응 지원(재난 지원)’에 대한 인지가 65.0%로 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘금융서비스 접근성 향상’(63.7%), ‘취약계층 경제적 자립 지원’(62.1%), ‘금융교육 지원’(60.4%) 등의 순으로 나타났다.

‘사회적 가치 임팩트 투자’는 남성, 50대 이상, ‘공정한 일자리 창출’은 여성, 50대 이상, ‘취약계층 경제적 자립 지원’은 여성, 50대 이상, ‘코로나19 대응 지원(재난 지원)’은 여성, 50대 이상, ‘공정한 배움의 기회 확대’는 여성, 20대 이하, ‘문화·예술·체육 분야 불평등 해소’는 남성, 50대 이상, ‘금융교육 지원’은 여성, 50대 이상, ‘금융서비스 접근성 향상’은 여성, 50대 이상, ‘기후변화 대응 및 개선 활동’은 여성, 50대 이상, ‘기후위기 대응 협력’은 여성, 50대 이상에서 인지도 높게 나타났다.

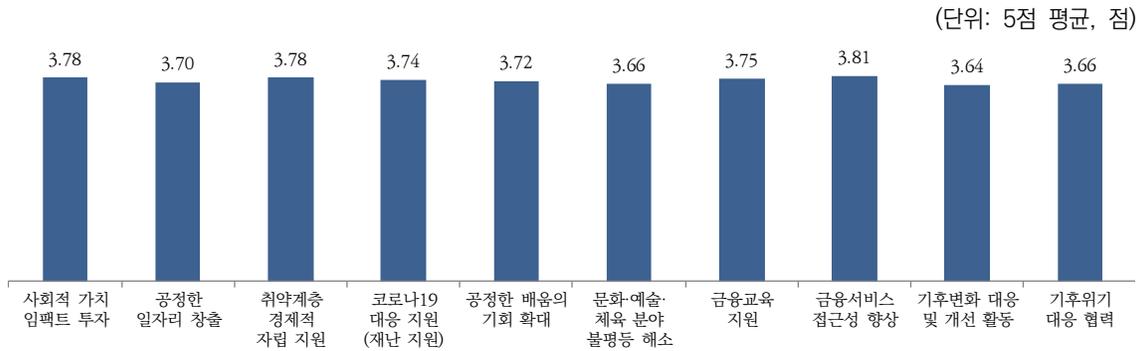


<그림 IV-6> 은행의 주요 사회공헌 활동 인지

은행의 주요 사회공헌 활동에 대한 도움 정도에 대해 살펴보면, ‘금융서비스 접근성 향상’이 3.81점으로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘취약계층 경제적 자립 지원’/‘사회적 가치 임팩트 투자’(각각 3.78점), ‘금융교육 지원’(3.75점), ‘코로나19 대응 지원(재난 지원)’(3.74점) 등의 순으로 나타났다.

‘사회적 가치 임팩트 투자’는 여성, 30대, ‘공정한 일자리 창출’은 여성, 30대, ‘취약계층 경제적 자립 지원’은 여성, 30대, ‘코로나19 대응 지원(재난 지원)’은 여성, 50대 이상, ‘공정한

배움의 기회 확대'는 여성, 50대 이상, '문화·예술·체육 분야 불평등 해소'는 남성, 50대 이상, '금융교육 지원'은 여성, 30대, '금융서비스 접근성 향상'은 여성, 20대 이하, '기후변화 대응 및 개선 활동'은 여성, 50대 이상, '기후위기 대응 협력'은 여성, 50대 이상에서 도움 정도가 가장 높게 나타났다.



〈그림 IV-7〉 은행의 주요 사회공헌 활동 도움 정도

'사회적 가치 임팩트 투자'를 안다고 응답한 비율은 사회참여 횟수가 0회(30.2%)보다 3회(68.3%)에서 높게 나타났고, 주거래 은행 이용 형태가 대면 이용(37.1%)보다 온라인과 대면 모두 이용(48.2%)에서 높게 나타났다.

〈표 IV-12〉 은행의 주요 사회공헌 활동\_사회적 가치 임팩트 투자

(단위: 명, %)

구 분	인지 여부			도움 정도					
	사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균	
전 체	(1,000)	57.4	42.6	(426)	4.0	26.3	69.7	3.78	
성별	남성	(508)	56.5	43.5	(221)	4.5	30.8	64.7	3.72
	여성	(492)	58.3	41.7	(205)	3.4	21.5	75.1	3.84
	$\chi^2/t값$	.35			-1.63				
연령	20대 이하	(310)	62.9	37.1	(115)	6.1	30.4	63.5	3.69
	30대	(148)	59.5	40.5	(60)	1.7	30.0	68.3	3.87
	40대	(176)	54.0	46.0	(81)	4.9	27.2	67.9	3.74
	50대 이상	(366)	53.6	46.4	(170)	2.9	21.8	75.3	3.84
	$\chi^2/F값$	7.16			1.19				
지역	수도권	(516)	57.9	42.1	(217)	4.1	26.3	69.6	3.80
	비수도권	(484)	56.8	43.2	(209)	3.8	26.3	69.9	3.76
	$\chi^2/t값$	.13			.55				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	58.2	41.8	(375)	3.7	26.7	69.6	3.78
	예	(102)	50.0	50.0	(51)	5.9	23.5	70.6	3.80
	$\chi^2/t$ 값	2.54			-.22				
최종학력	고등학교 이하	(153)	62.7	37.3	(57)	1.8	31.6	66.7	3.77
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	57.1	42.9	(315)	4.4	25.7	69.8	3.77
	대학원 석사 재학 이상	(113)	52.2	47.8	(54)	3.7	24.1	72.2	3.85
	$\chi^2/F$ 값	3.06			.26				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	60.3	39.7	(81)	7.4	27.2	65.4	3.68
	300만원~500만원 미만	(315)	57.8	42.2	(133)	3.8	28.6	67.7	3.77
	500만원~700만원 미만	(241)	59.3	40.7	(98)	4.1	27.6	68.4	3.78
	700만원 이상	(240)	52.5	47.5	(114)	1.8	21.9	76.3	3.88
	$\chi^2/F$ 값	3.44			1.10				
정치적 성향	보수	(199)	56.3	43.7	(87)	2.3	20.7	77.0	3.90
	중도	(528)	60.2	39.8	(210)	4.3	27.6	68.1	3.76
	진보	(273)	52.7	47.3	(129)	4.7	27.9	67.4	3.74
	$\chi^2/F$ 값	4.25			1.25				
사회참여 경험	0회	(311)	69.8	30.2	(94)	3.2	27.7	69.1	3.85
	1회	(329)	63.2	36.8	(121)	2.5	25.6	71.9	3.80
	2회	(240)	46.3	53.8	(129)	5.4	27.1	67.4	3.70
	3회	(120)	31.7	68.3	(82)	4.9	24.4	70.7	3.80
	$\chi^2/F$ 값	68.74***			.83				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	60.5	39.5	(225)	4.0	25.3	70.7	3.78
	대면 이용	(62)	62.9	37.1	(23)	13.0	39.1	47.8	3.35
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	51.8	48.2	(178)	2.8	25.8	71.3	3.84
	$\chi^2/F$ 값	7.74*			2.05				

주: \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘공정한 일자리 창출’인지 여부는 사회참여 횟수가 0회(44.7%)보다 3회(77.5%)에서 높게 나타났다. 도움 정도는 월평균 소득 700만원 이상(3.87점), 보수 성향(3.93점)에서 높게 나타났으며, 대면 이용(3.59점)에서 가장 낮게 나타났다.

〈표 IV-13〉 은행의 주요 사회공헌 활동\_공정한 일자리 창출

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	43.9	56.1	(561)	9.3	27.3	63.5	3.70
성별	남성	(508)	46.9	53.1	(270)	10.4	31.1	58.5	3.66
	여성	(492)	40.9	59.1	(291)	8.2	23.7	68.0	3.74
	$\chi^2/t$ 값	3.65			-1.03				
연령	20대 이하	(310)	43.9	56.1	(174)	6.9	31.6	61.5	3.70
	30대	(148)	45.9	54.1	(80)	6.3	28.8	65.0	3.75
	40대	(176)	49.4	50.6	(89)	15.7	21.3	62.9	3.70
	50대 이상	(366)	40.4	59.6	(218)	9.6	25.7	64.7	3.69
	$\chi^2/F$ 값	4.22			.09				
지역	수도권	(516)	43.2	56.8	(293)	10.6	23.5	65.9	3.71
	비수도권	(484)	44.6	55.4	(268)	7.8	31.3	60.8	3.69
	$\chi^2/t$ 값	.20			.25				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	44.5	55.5	(498)	9.4	26.7	63.9	3.70
	예	(102)	38.2	61.8	(63)	7.9	31.7	60.3	3.68
	$\chi^2/t$ 값	1.48			166				
최종학력	고등학교 이하	(153)	38.6	61.4	(94)	10.6	27.7	61.7	3.63
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	44.7	55.3	(406)	7.9	28.8	63.3	3.74
	대학원 석사 재학 이상	(113)	46.0	54.0	(61)	16.4	16.4	67.2	3.57
	$\chi^2/F$ 값	2.16			1.21				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	46.6	53.4	(109)	13.8	25.7	60.6	3.60
	300만원~500만원 미만	(315)	45.4	54.6	(172)	8.1	36.6	55.2	3.63
	500만원~700만원 미만	(241)	46.1	53.9	(130)	9.2	27.7	63.1	3.68
	700만원 이상	(240)	37.5	62.5	(150)	7.3	17.3	75.3	3.87
	$\chi^2/F$ 값	5.32			2.81*				
정치적 성향	보수	(199)	38.7	61.3	(122)	5.7	20.5	73.8	3.93
	중도	(528)	47.3	52.7	(278)	10.4	28.8	60.8	3.64
	진보	(273)	41.0	59.0	(161)	9.9	29.8	60.2	3.63
	$\chi^2/F$ 값	5.66			4.86**				
사회참여 경험	0회	(311)	55.3	44.7	(139)	8.6	29.5	61.9	3.66
	1회	(329)	44.7	55.3	(182)	10.4	28.6	61.0	3.63
	2회	(240)	38.8	61.3	(147)	9.5	25.9	64.6	3.73
	3회	(120)	22.5	77.5	(93)	7.5	23.7	68.8	3.86
	$\chi^2/F$ 값	41.41***			1.48				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	46.4	53.6	(305)	9.2	31.8	59.0	3.61
	대면 이용	(62)	37.1	62.9	(39)	15.4	30.8	53.8	3.59
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	41.2	58.8	(217)	8.3	20.3	71.4	3.84
	$\chi^2/F$ 값	3.70			4.40*				

주: \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘취약계층 경제적 자립 지원’ 인지 여부는 여성(65.2%)이 남성(59.1%)보다 높았으며, 50대 이상(68.6%)에서 가장 높았고 30대(55.4%)에서 가장 낮게 나타났다. 또한 정치 성향이 중도인 경우(55.5%) 타 성향보다 낮게 나타났다. 사회참여 횟수가 0회인 경우(46.9%)보다 3회인 경우(78.3%) 인지도가 높게 나타났으며, 주거래 은행 이용 형태가 대면 이용(54.8%)에서 가장 낮고 온라인과 대면 모두 이용(68.3%)에서 가장 높게 나타났다. 도움 정도는 주거래 은행 이용 형태가 대면 이용인 경우(3.50점) 가장 낮게 나타났다.

〈표 IV-14〉 은행의 주요 사회공헌 활동\_취약계층 경제적 자립 지원

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	37.9	62.1	(621)	7.4	24.8	67.8	3.78
성별	남성	(508)	40.9	59.1	(300)	9.3	26.7	64.0	3.72
	여성	(492)	34.8	65.2	(321)	5.6	23.1	71.3	3.84
	$\chi^2/t$ 값	4.07*			-1.66				
연령	20대 이하	(310)	40.0	60.0	(186)	6.5	28.0	65.6	3.75
	30대	(148)	44.6	55.4	(82)	7.3	20.7	72.0	3.87
	40대	(176)	42.0	58.0	(102)	6.9	30.4	62.7	3.74
	50대 이상	(366)	31.4	68.6	(251)	8.4	21.5	70.1	3.80
	$\chi^2/F$ 값	11.21*			.50				
지역	수도권	(516)	38.4	61.6	(318)	7.2	24.2	68.6	3.81
	비수도권	(484)	37.4	62.6	(303)	7.6	25.4	67.0	3.76
	$\chi^2/t$ 값	.10			.76				
금융권 중사 경험 여부	아니오	(898)	37.9	62.1	(558)	7.2	24.2	68.6	3.79
	예	(102)	38.2	61.8	(63)	9.5	30.2	60.3	3.71
	$\chi^2/t$ 값	.01			.58				
최종학력	고등학교 이하	(153)	36.6	63.4	(97)	6.2	27.8	66.0	3.78
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	39.1	60.9	(447)	7.2	24.4	68.5	3.80
	대학원 석사 재학 이상	(113)	31.9	68.1	(77)	10.4	23.4	66.2	3.70
	$\chi^2/F$ 값	2.31			.40				
월평균소득	300만원 미만	(204)	42.6	57.4	(117)	9.4	28.2	62.4	3.67
	300만원~500만원 미만	(315)	38.7	61.3	(193)	8.8	24.9	66.3	3.73
	500만원~700만원 미만	(241)	36.9	63.1	(152)	5.9	23.0	71.1	3.82
	700만원 이상	(240)	33.8	66.3	(159)	5.7	23.9	70.4	3.89
	$\chi^2/F$ 값	3.90			1.95				

구 분	인지 여부			도움 정도					
	사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균	
정치적 성향	보수	(199)	30.2	69.8	(139)	7.9	21.6	70.5	3.84
	중도	(528)	44.5	55.5	(293)	5.8	28.7	65.5	3.76
	진보	(273)	30.8	69.2	(189)	9.5	21.2	69.3	3.77
	$\chi^2/F값$	20.77***			.43				
사회참여 경험	0회	(311)	53.1	46.9	(146)	8.9	23.3	67.8	3.73
	1회	(329)	35.6	64.4	(212)	6.1	26.9	67.0	3.78
	2회	(240)	29.6	70.4	(169)	6.5	24.9	68.6	3.78
	3회	(120)	21.7	78.3	(94)	9.6	22.3	68.1	3.88
	$\chi^2/F값$	51.60***			.60				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	41.1	58.9	(335)	7.8	26.3	66.0	3.74
	대면 이용	(62)	45.2	54.8	(34)	14.7	35.3	50.0	3.50
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	31.7	68.3	(252)	6.0	21.4	72.6	3.87
	$\chi^2/F값$	9.92**			3.63*				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘코로나19 대응 지원(재난 지원)’ 인지 여부는 정치 성향의 경우, 중도(58.3%)에서 낮게 나타났고, 사회참여 경험은 0회(52.1%)에서 가장 낮고, 3회(83.3%)에서 가장 높게 나타났다. 도움 정도는 40대(3.55점)에서 가장 낮았고 50대 이상(3.84점)에서 가장 높았으며, 수도권(3.81점)이 비수도권(3.67점)보다 높았고, 은행 대면 이용(3.27점)이 타 이용 형태보다 낮게 나타났다.

〈표 IV-15〉 은행의 주요 사회공헌 활동\_코로나19 대응 지원(재난 지원)

(단위: 명, %)

구 분	인지 여부			도움 정도					
	사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균	
전 체	(1,000)	35.0	65.0	(650)	6.9	26.0	67.1	3.74	
성별	남성	(508)	36.8	63.2	(321)	7.5	28.7	63.9	3.70
	여성	(492)	33.1	66.9	(329)	6.4	23.4	70.2	3.78
	$\chi^2/t값$	1.49			-1.25				
연령	20대 이하	(310)	36.1	63.9	(198)	8.6	25.8	65.7	3.70
	30대	(148)	39.2	60.8	(90)	5.6	30.0	64.4	3.76
	40대	(176)	37.5	62.5	(110)	10.0	31.8	58.2	3.55
	50대 이상	(366)	31.1	68.9	(252)	4.8	22.2	73.0	3.84
	$\chi^2/F값$	4.19			3.35*				

IV. 금융산업분야 사회공헌 활동 인식조사

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
지역	수도권	(516)	36.8	63.2	(326)	6.1	23.3	70.6	3.81
	비수도권	(484)	33.1	66.9	(324)	7.7	28.7	63.6	3.67
	$\chi^2/t$ 값	1.56			2.23*				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	35.2	64.8	(582)	6.9	26.5	66.7	3.73
	예	(102)	33.3	66.7	(68)	7.4	22.1	70.6	3.78
	$\chi^2/t$ 값	.14			-.44				
최종학력	고등학교 이하	(153)	30.1	69.9	(107)	5.6	29.9	64.5	3.79
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	36.4	63.6	(467)	6.6	24.6	68.7	3.76
	대학원 석사 재학 이상	(113)	32.7	67.3	(76)	10.5	28.9	60.5	3.55
	$\chi^2/F$ 값	2.50			2.27				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	32.4	67.6	(138)	10.1	29.0	60.9	3.60
	300만원~500만원 미만	(315)	38.4	61.6	(194)	6.2	24.7	69.1	3.79
	500만원~700만원 미만	(241)	38.6	61.4	(148)	4.7	28.4	66.9	3.72
	700만원 이상	(240)	29.2	70.8	(170)	7.1	22.9	70.0	3.80
	$\chi^2/F$ 값	7.20			1.93				
정치적 성향	보수	(199)	27.1	72.9	(145)	7.6	19.3	73.1	3.84
	중도	(528)	41.7	58.3	(308)	7.5	29.2	63.3	3.66
	진보	(273)	27.8	72.2	(197)	5.6	25.9	68.5	3.78
	$\chi^2/F$ 값	21.88***			2.76				
사회참여 경험	0회	(311)	47.9	52.1	(162)	8.6	29.6	61.7	3.64
	1회	(329)	34.3	65.7	(216)	6.0	23.6	70.4	3.78
	2회	(240)	28.3	71.7	(172)	7.0	29.7	63.4	3.69
	3회	(120)	16.7	83.3	(100)	6.0	19.0	75.0	3.89
	$\chi^2/F$ 값	45.26***			2.35				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	36.9	63.1	(359)	7.0	25.1	68.0	3.75
	대면 이용	(62)	40.3	59.7	(37)	13.5	45.9	40.5	3.27
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	31.2	68.8	(254)	5.9	24.4	69.7	3.79
	$\chi^2/F$ 값	4.07			6.72**				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘공정한 배움의 기회 확대’ 인지 여부는 여성(44.9%)이 남성(37%)보다 높게 나타났고, 최종학력은 대학 재학 및 졸업(36.7%)에서 가장 낮았고 고등학교 이하(50.3%)에서 가장 높았으며, 정치적 성향에서는 중도 성향(36.4%)에서 가장 낮았다. 사회참여 횟수에 따른 은행의 사회공헌활동 인지정도를 비교해 보면, 0회(30.9%)에서 인지도가 가장 낮았고 3회(67.5%)에서 가장

높았으며, 도움 정도는 주거래 은행 이용 형태가 대면 이용인 경우(3.27점) 가장 낮게 인식하는 것으로 나타났다.

〈표 IV-16〉 은행의 주요 사회공헌 활동\_공정한 배움의 기회 확대

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	59.1	40.9	(409)	7.6	29.6	62.8	3.72
성별	남성	(508)	63.0	37.0	(188)	9.0	30.9	60.1	3.64
	여성	(492)	55.1	44.9	(221)	6.3	28.5	65.2	3.79
	$\chi^2/t$ 값	6.47*			-1.69				
연령	20대 이하	(310)	58.1	41.9	(130)	7.7	31.5	60.8	3.68
	30대	(148)	60.8	39.2	(58)	5.2	31.0	63.8	3.76
	40대	(176)	60.2	39.8	(70)	12.9	27.1	60.0	3.63
	50대 이상	(366)	58.7	41.3	(151)	6.0	28.5	65.6	3.79
	$\chi^2/F$ 값	.43			.74				
지역	수도권	(516)	60.5	39.5	(204)	6.4	28.9	64.7	3.77
	비수도권	(484)	57.6	42.4	(205)	8.8	30.2	61.0	3.68
	$\chi^2/t$ 값	.82			1.05				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	59.9	40.1	(360)	7.2	30.0	62.8	3.73
	예	(102)	52.0	48.0	(49)	10.2	26.5	63.3	3.69
	$\chi^2/t$ 값	2.40			.25				
최종학력	고등학교 이하	(153)	49.7	50.3	(77)	6.5	27.3	66.2	3.82
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	61.3	38.7	(284)	7.7	31.0	61.3	3.69
	대학원 석사 재학 이상	(113)	57.5	42.5	(48)	8.3	25.0	66.7	3.77
	$\chi^2/F$ 값	7.22*			.71				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	59.8	40.2	(82)	9.8	35.4	54.9	3.57
	300만원~500만원 미만	(315)	59.4	40.6	(128)	4.7	30.5	64.8	3.79
	500만원~700만원 미만	(241)	61.8	38.2	(92)	8.7	28.3	63.0	3.67
	700만원 이상	(240)	55.4	44.6	(107)	8.4	25.2	66.4	3.80
	$\chi^2/F$ 값	2.14			1.42				
정치적 성향	보수	(199)	53.8	46.2	(92)	3.3	27.2	69.6	3.85
	중도	(528)	63.6	36.4	(192)	9.4	30.7	59.9	3.68
	진보	(273)	54.2	45.8	(125)	8.0	29.6	62.4	3.70
	$\chi^2/F$ 값	9.53**			1.18				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
사회참여 경험	0회	(311)	69.1	30.9	(96)	5.2	38.5	56.3	3.63
	1회	(329)	61.1	38.9	(128)	10.2	28.1	61.7	3.69
	2회	(240)	56.7	43.3	(104)	7.7	22.1	70.2	3.79
	3회	(120)	32.5	67.5	(81)	6.2	30.9	63.0	3.81
	$\chi^2/F값$	49.20***			.94				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	61.9	38.1	(217)	8.3	29.5	62.2	3.70
	대면 이용	(62)	51.6	48.4	(30)	13.3	56.7	30.0	3.27
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	56.1	43.9	(162)	5.6	24.7	69.8	3.85
	$\chi^2/F값$	4.61			5.78**				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘문화·예술·체육 분야 불평등 해소’ 인지 여부는 30대(37.2%)에서 가장 낮고 50대 이상(53%)에서 가장 높았으며, 월평균 소득은 300만원 미만(41.7%)에서 가장 낮고 700만원 이상(55%)에서 가장 높게 나타났다. 사회참여 횟수는 0회(34.7%)보다 3회(65.8%)에서 높게 나타났고, 주거래 은행 이용 형태가 온라인 이용인 경우(43.8%) 가장 낮았고, 온라인과 대면 모두 이용하는 경우(52.6%) 가장 높게 나타났다. 도움 정도는 주거래 은행 이용 형태가 대면 이용인 경우(3.21 점) 가장 낮게 인식하는 것으로 나타났다.

〈표 IV-17〉 은행의 주요 사회공헌 활동\_문화·예술·체육 분야 불평등 해소

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	52.9	47.1	(471)	9.8	29.1	61.1	3.66
성별	남성	(508)	51.8	48.2	(245)	8.2	31.4	60.4	3.66
	여성	(492)	54.1	45.9	(226)	11.5	26.5	61.9	3.65
	$\chi^2/t값$	.53			.03				
연령	20대 이하	(310)	56.5	43.5	(135)	8.1	37.0	54.8	3.58
	30대	(148)	62.8	37.2	(55)	9.1	32.7	58.2	3.69
	40대	(176)	50.6	49.4	(87)	16.1	25.3	58.6	3.56
	50대 이상	(366)	47.0	53.0	(194)	8.2	24.2	67.5	3.74
	$\chi^2/F값$	12.94**			1.32				

구 분	인지 여부			도움 정도					
	사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균	
지역	수도권	(516)	54.3	45.7	(236)	11.4	26.7	61.9	3.67
	비수도권	(484)	51.4	48.6	(235)	8.1	31.5	60.4	3.65
	$\chi^2/t$ 값	.80			.23				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	53.0	47.0	(422)	10.2	28.0	61.8	3.66
	예	(102)	52.0	48.0	(49)	6.1	38.8	55.1	3.61
	$\chi^2/t$ 값	.040			.37				
최종학력	고등학교 이하	(153)	52.9	47.1	(72)	9.7	26.4	63.9	3.68
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	53.4	46.6	(342)	9.6	30.1	60.2	3.65
	대학원 석사 재학 이상	(113)	49.6	50.4	(57)	10.5	26.3	63.2	3.67
	$\chi^2/F$ 값	.58			.04				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	58.3	41.7	(85)	11.8	32.9	55.3	3.54
	300만원~500만원 미만	(315)	54.0	46.0	(145)	10.3	24.8	64.8	3.69
	500만원~700만원 미만	(241)	54.8	45.2	(109)	8.3	31.2	60.6	3.66
	700만원 이상	(240)	45.0	55.0	(132)	9.1	29.5	61.4	3.69
	$\chi^2/F$ 값	8.91*			.61				
정치적 성향	보수	(199)	49.2	50.8	(101)	5.9	27.7	66.3	3.77
	중도	(528)	56.4	43.6	(230)	8.7	31.7	59.6	3.64
	진보	(273)	48.7	51.3	(140)	14.3	25.7	60.0	3.59
	$\chi^2/F$ 값	5.64			1.25				
사회참여 경험	0회	(311)	65.3	34.7	(108)	9.3	28.7	62.0	3.63
	1회	(329)	51.4	48.6	(160)	10.6	31.3	58.1	3.58
	2회	(240)	48.3	51.7	(124)	8.9	28.2	62.9	3.71
	3회	(120)	34.2	65.8	(79)	10.1	26.6	63.3	3.77
	$\chi^2/F$ 값	38.33***			1.08				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	56.2	43.8	(249)	7.6	30.5	61.8	3.68
	대면 이용	(62)	54.8	45.2	(28)	21.4	42.9	35.7	3.21
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	47.4	52.6	(194)	10.8	25.3	63.9	3.69
	$\chi^2/F$ 값	7.08*			3.76*				

주: \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘금융교육 지원’ 인지 여부는 30대(53.4%)에서 가장 낮고, 50대 이상(66.1%)에서 가장 높게 나타났으며, 월평균 소득 300만원 미만(52.0%)에서 가장 낮고, 700만원 이상(70.0%)에서 가장 높게 나타났다. 사회참여 횟수가 0회인 경우(45.0%) 가장 낮고 3회인 경우(77.5%)가 가장 높게 나타났다. 도움 정도는 40대(3.52점)에서 가장 낮고, 30대(3.82점)에서 가장 높게 인식하였다.

〈표 IV-18〉 은행의 주요 사회공헌 활동\_금융교육 지원

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	39.6	60.4	(604)	8.3	26.7	65.1	3.75
성별	남성	(508)	41.3	58.7	(298)	8.7	30.2	61.1	3.68
	여성	(492)	37.8	62.2	(306)	7.8	23.2	69.0	3.82
	$\chi^2/t$ 값	1.31			-1.95				
연령	20대 이하	(310)	43.5	56.5	(175)	7.4	28.0	64.6	3.79
	30대	(148)	46.6	53.4	(79)	8.9	22.8	68.4	3.82
	40대	(176)	38.6	61.4	(108)	14.8	28.7	56.5	3.52
	50대 이상	(366)	33.9	66.1	(242)	5.8	26.0	68.2	3.80
	$\chi^2/F$ 값	10.15*			2.96*				
지역	수도권	(516)	39.5	60.5	(312)	8.7	24.7	66.7	3.76
	비수도권	(484)	39.7	60.3	(292)	7.9	28.8	63.4	3.74
	$\chi^2/t$ 값	.00			.27				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	39.9	60.1	(540)	8.7	26.7	64.6	3.73
	예	(102)	37.3	62.7	(64)	4.7	26.6	68.8	3.91
	$\chi^2/t$ 값	.26			-1.47				
최종학력	고등학교 이하	(153)	43.8	56.2	(86)	4.7	29.1	66.3	3.90
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	39.5	60.5	(444)	8.6	25.9	65.5	3.74
	대학원 석사 재학 이상	(113)	34.5	65.5	(74)	10.8	28.4	60.8	3.62
	$\chi^2/F$ 값	2.35			1.90				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	48.0	52.0	(106)	7.5	26.4	66.0	3.79
	300만원~500만원 미만	(315)	42.2	57.8	(182)	11.5	24.7	63.7	3.70
	500만원~700만원 미만	(241)	38.6	61.4	(148)	6.1	33.8	60.1	3.69
	700만원 이상	(240)	30.0	70.0	(168)	7.1	22.6	70.2	3.83
	$\chi^2/F$ 값	16.33***			.88				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
정치적 성향	보수	(199)	34.2	65.8	(131)	5.3	19.1	75.6	3.90
	중도	(528)	43.0	57.0	(301)	9.6	29.2	61.1	3.68
	진보	(273)	37.0	63.0	(172)	8.1	27.9	64.0	3.75
	$\chi^2/F값$	5.77			3.06*				
사회참여 경험	0회	(311)	55.0	45.0	(140)	7.9	28.6	63.6	3.79
	1회	(329)	37.4	62.6	(206)	9.7	26.7	63.6	3.66
	2회	(240)	31.3	68.8	(165)	5.5	29.7	64.8	3.79
	3회	(120)	22.5	77.5	(93)	10.8	18.3	71.0	3.83
	$\chi^2/F값$	53.11***			1.09				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	40.2	59.8	(340)	7.6	25.9	66.5	3.75
	대면 이용	(62)	51.6	48.4	(30)	20.0	33.3	46.7	3.37
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	36.6	63.4	(234)	7.7	26.9	65.4	3.80
	$\chi^2/F값$	5.24			1.78				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘금융서비스 접근성 향상’ 인지 여부는 20대 이하(59%)에서 가장 낮고 50대 이상(69.7%)에서 가장 높게 나타났으며, 월평균 소득 300만원 미만(57.8%)이 가장 낮고 700만원 이상(70.4%)에서 가장 높게 나타났다. 또한 중도(58.3%)에서 가장 낮게 나타났으며, 사회참여 경험 0회(48.6%)에서 가장 낮고, 3회(80%)에서 가장 높게 나타났다. 도움 정도는 정치 성향의 경우, 보수(3.98점)에서 가장 높고, 주거래 은행 이용 형태에서는 대면 이용(3.21점)에서 가장 낮게 나타났다.

〈표 IV-19〉 은행의 주요 사회공헌 활동\_금융서비스 접근성 향상

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	36.3	63.7	(637)	6.6	24.6	68.8	3.81
성별	남성	(508)	38.4	61.6	(313)	7.3	25.2	67.4	3.77
	여성	(492)	34.1	65.9	(324)	5.9	24.1	70.1	3.86
	$\chi^2/t값$	1.94			-1.35				
연령	20대 이하	(310)	41.0	59.0	(183)	4.9	23.0	72.1	3.93
	30대	(148)	39.9	60.1	(89)	4.5	33.7	61.8	3.74
	40대	(176)	37.5	62.5	(110)	12.7	29.1	58.2	3.63

IV. 금융산업분야 사회공헌 활동 인식조사

구 분	인지 여부			도움 정도					
	사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균	
	50대 이상	(366)	30.3	69.7	(255)	5.9	20.8	73.3	3.84
	$\chi^2/F$ 값	9.49*			2.63				
지역	수도권	(516)	36.6	63.4	(327)	6.7	24.2	69.1	3.84
	비수도권	(484)	36.0	64.0	(310)	6.5	25.2	68.4	3.79
	$\chi^2/t$ 값	.05			.77				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	36.1	63.9	(574)	7.0	24.6	68.5	3.79
	예	(102)	38.2	61.8	(63)	3.2	25.4	71.4	4.02
	$\chi^2/t$ 값	.18			-1.92				
최종학력	고등학교 이하	(153)	35.9	64.1	(98)	3.1	25.5	71.4	3.89
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	36.8	63.2	(464)	6.3	25.0	68.8	3.83
	대학원 석사 재학 이상	(113)	33.6	66.4	(75)	13.3	21.3	65.3	3.60
	$\chi^2/F$ 값	.43			2.70				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	42.2	57.8	(118)	7.6	21.2	71.2	3.85
	300만원~500만원 미만	(315)	35.2	64.8	(204)	7.8	28.9	63.2	3.73
	500만원~700만원 미만	(241)	39.4	60.6	(146)	4.8	25.3	69.9	3.86
	700만원 이상	(240)	29.6	70.4	(169)	5.9	21.3	72.8	3.86
	$\chi^2/F$ 값	8.88*			1.04				
정치적 성향	보수	(199)	25.6	74.4	(148)	4.7	17.6	77.7	3.98
	중도	(528)	41.7	58.3	(308)	5.2	26.6	68.2	3.82
	진보	(273)	33.7	66.3	(181)	10.5	27.1	62.4	3.66
	$\chi^2/F$ 값	17.18***			5.39**				
사회참여 경험	0회	(311)	51.4	48.6	(151)	5.3	29.1	65.6	3.76
	1회	(329)	33.4	66.6	(219)	6.4	21.0	72.6	3.86
	2회	(240)	28.8	71.3	(171)	8.2	25.1	66.7	3.74
	3회	(120)	20.0	80.0	(96)	6.3	25.0	68.8	3.92
	$\chi^2/F$ 값	51.73***			1.22				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	37.6	62.4	(355)	4.8	24.8	70.4	3.84
	대면 이용	(62)	46.8	53.2	(33)	30.3	30.3	39.4	3.21
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	32.5	67.5	(249)	6.0	23.7	70.3	3.86
	$\chi^2/F$ 값	5.64			5.21**				

주: \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘기후변화 대응 및 개선 활동’ 인지 여부는 30대(33.8%)에서 가장 낮고 50대 이상(46.4%)에서 가장 높았으며, 정치 성향은 중도인 경우(36.6%) 가장 낮게 나타났다. 사회참여 경험이 0회(31.5%)에서 가장 낮았고, 3회(64.2%)에서 가장 높게 나타났다. 도움 정도는 남성(3.54점)보다 여성(3.74점)이 더 높게 인식하는 것으로 나타났다.

〈표 IV-20〉 은행의 주요 사회공헌 활동\_기후변화 대응 및 개선 활동

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	59.7	40.3	(403)	11.4	28.5	60.0	3.64
성별	남성	(508)	60.4	39.6	(201)	14.4	30.3	55.2	3.54
	여성	(492)	58.9	41.1	(202)	8.4	26.7	64.9	3.74
	$\chi^2/t$ 값	.23			-1.99*				
연령	20대 이하	(310)	64.5	35.5	(110)	14.5	22.7	62.7	3.65
	30대	(148)	66.2	33.8	(50)	12.0	38.0	50.0	3.58
	40대	(176)	58.5	41.5	(73)	13.7	26.0	60.3	3.55
	50대 이상	(366)	53.6	46.4	(170)	8.2	30.6	61.2	3.69
	$\chi^2/F$ 값	11.45**			.41				
지역	수도권	(516)	61.8	38.2	(197)	10.7	28.4	60.9	3.72
	비수도권	(484)	57.4	42.6	(206)	12.1	28.6	59.2	3.57
	$\chi^2/t$ 값	2.00			1.50				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	60.4	39.6	(356)	11.2	28.9	59.8	3.65
	예	(102)	53.9	46.1	(47)	12.8	25.5	61.7	3.60
	$\chi^2/t$ 값	1.58			.33				
최종학력	고등학교 이하	(153)	55.6	44.4	(68)	5.9	32.4	61.8	3.72
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	60.4	39.6	(291)	12.7	27.5	59.8	3.63
	대학원 석사 재학 이상	(113)	61.1	38.9	(44)	11.4	29.5	59.1	3.57
	$\chi^2/F$ 값	1.31			.35				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	63.2	36.8	(75)	16.0	24.0	60.0	3.56
	300만원~500만원 미만	(315)	57.1	42.9	(135)	14.1	26.7	59.3	3.60
	500만원~700만원 미만	(241)	63.1	36.9	(89)	4.5	39.3	56.2	3.64
	700만원 이상	(240)	56.7	43.3	(104)	10.6	25.0	64.4	3.75
	$\chi^2/F$ 값	3.97			.67				
정치적 성향	보수	(199)	54.3	45.7	(91)	6.6	28.6	64.8	3.79
	중도	(528)	63.4	36.6	(193)	14.5	29.5	56.0	3.55
	진보	(273)	56.4	43.6	(119)	10.1	26.9	63.0	3.67
	$\chi^2/F$ 값	6.75*			1.95				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
사회참여 경험	0회	(311)	68.5	31.5	(98)	10.2	31.6	58.2	3.54
	1회	(329)	62.6	37.4	(123)	16.3	24.4	59.3	3.59
	2회	(240)	56.3	43.8	(105)	11.4	31.4	57.1	3.64
	3회	(120)	35.8	64.2	(77)	5.2	27.3	67.5	3.84
	$\chi^2/F값$	40.74***			1.52				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	61.3	38.7	(220)	10.5	28.6	60.9	3.66
	대면 이용	(62)	53.2	46.8	(29)	20.7	24.1	55.2	3.45
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	58.3	41.7	(154)	11.0	29.2	59.7	3.65
	$\chi^2/F값$	2.03			.59				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘기후위기 대응 협력’ 인지 여부는 30대(30.4%)가 가장 낮았으며, 사회참여 경험 3회(62.5%)에서 가장 높게 나타났다. 도움 정도는 정치 성향이 보수적인 경우(3.93점) 높게 인지했다.

〈표 IV-21〉 은행의 주요 사회공헌 활동\_기후위기 대응 협력

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	60.6	39.4	(394)	10.9	31.5	57.6	3.66
성별	남성	(508)	61.8	38.2	(194)	12.9	34.5	52.6	3.59
	여성	(492)	59.3	40.7	(200)	9.0	28.5	62.5	3.72
	$\chi^2/t값$	.63			-1.32				
연령	20대 이하	(310)	64.2	35.8	(111)	11.7	27.0	61.3	3.66
	30대	(148)	69.6	30.4	(45)	13.3	33.3	53.3	3.58
	40대	(176)	57.4	42.6	(75)	20.0	29.3	50.7	3.52
	50대 이상	(366)	55.5	44.5	(163)	5.5	35.0	59.5	3.74
	$\chi^2/F값$	11.50**			.96				
지역	수도권	(516)	60.7	39.3	(203)	10.3	30.5	59.1	3.71
	비수도권	(484)	60.5	39.5	(191)	11.5	32.5	56.0	3.60
	$\chi^2/t값$	.00			1.11				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	61.0	39.0	(350)	11.7	32.6	55.7	3.64
	예	(102)	56.9	43.1	(44)	4.5	22.7	72.7	3.82
	$\chi^2/t값$	.66			-1.25				

구 분	인지 여부			도움 정도					
	사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균	
최종학력	고등학교 이하	(153)	53.6	46.4	(71)	7.0	29.6	63.4	3.75
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	61.6	38.4	(282)	11.7	32.3	56.0	3.65
	대학원 석사 재학 이상	(113)	63.7	36.3	(41)	12.2	29.3	58.5	3.56
	$\chi^2/F값$	3.90			.52				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	63.7	36.3	(74)	13.5	32.4	54.1	3.51
	300만원~500만원 미만	(315)	58.7	41.3	(130)	13.1	30.0	56.9	3.68
	500만원~700만원 미만	(241)	63.5	36.5	(88)	8.0	34.1	58.0	3.66
	700만원 이상	(240)	57.5	42.5	(102)	8.8	30.4	60.8	3.74
	$\chi^2/F값$	3.10			.80				
정치적 성향	보수	(199)	57.3	42.7	(85)	5.9	25.9	68.2	3.93
	중도	(528)	63.3	36.7	(194)	13.4	34.0	52.6	3.54
	진보	(273)	57.9	42.1	(115)	10.4	31.3	58.3	3.66
	$\chi^2/F값$	3.32			5.09				
사회참여 경험	0회	(311)	70.1	29.9	(93)	9.7	35.5	54.8	3.59
	1회	(329)	63.2	36.8	(121)	15.7	26.4	57.9	3.67
	2회	(240)	56.3	43.8	(105)	10.5	33.3	56.2	3.59
	3회	(120)	37.5	62.5	(75)	5.3	32.0	62.7	3.81
	$\chi^2/F값$	41.41***			1.00				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	61.2	38.8	(221)	10.0	31.7	58.4	3.67
	대면 이용	(62)	56.5	43.5	(27)	14.8	40.7	44.4	3.44
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	60.4	39.6	(146)	11.6	29.5	58.9	3.67
	$\chi^2/F값$	.53			.72				

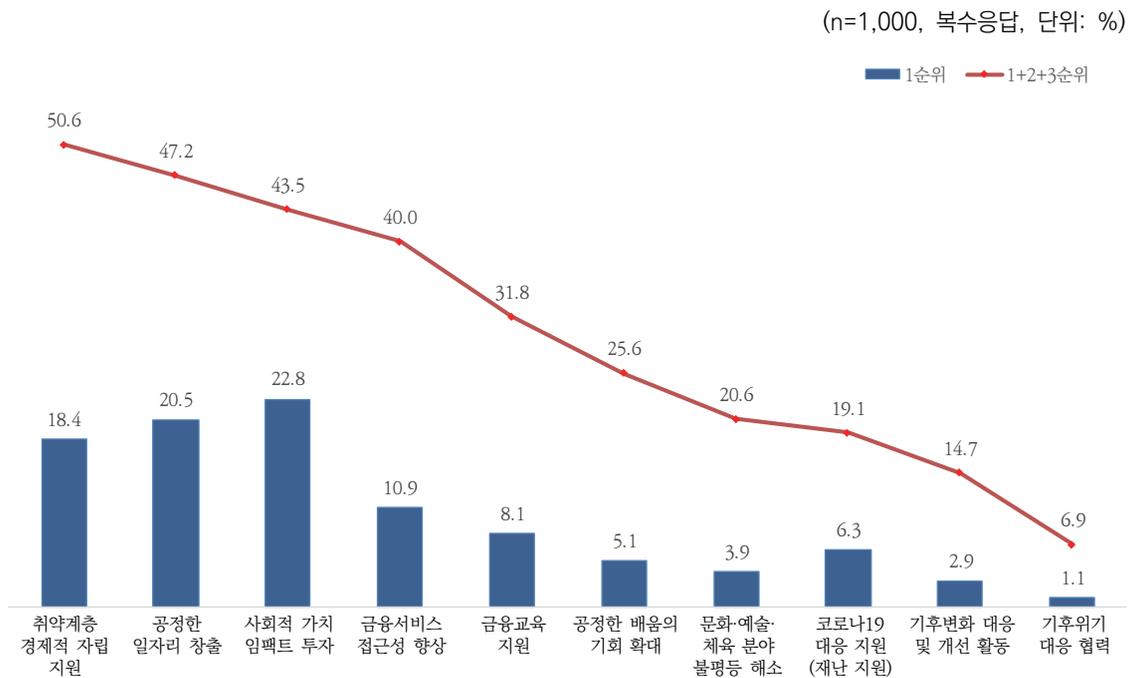
주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

(7) 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야

은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요한 분야에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-8>, <표 IV-22~25>와 같다. ‘취약계층 경제적 자립 지원’이 50.6%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘공정한 일자리 창출’(47.2%), ‘사회적 가치 임팩트 투자’(43.5%), ‘금융서비스 접근성 향상’(40.0%) 등의 순으로 나타났다(1+2+3순위 기준).

성별로 살펴보면, 남성과 여성 모두 ‘취약계층 경제적 자립 지원’이 가장 많은 것으로 나타났다. 연령별로 살펴보면, 20대 이하는 ‘공정한 일자리 창출’가 가장 많이 나타난 반면, 타 연령에서는 ‘취약계층 경제적 자립 지원’이 가장 많은 것으로 나타났다. ‘사회적 가치 임팩트 투자’는 남성(26.4%)이 여성(19.1%)보다 높고, 정치 성향으로 살펴보면 보수(18.6%)에서 가장 낮고 진보(25.6%)에서 가장 높게 나타났다. ‘금융 서비스 접근성 향상’은 월평균 소득으로 살펴보면 700만원 이상(17.1%)에서 가장 높게 나타났다. ‘금융교육 지원’은 연령대별로 살펴보면 40대(4.5%)에서 가장 낮고, 30대(14.2%)에서 가장 높게 나타났다.



<그림 IV-8> 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야

〈표 IV-22〉 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야\_1순위(1)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	사회적 가치 임팩트 투자	공정한 일자리 창출	취약계층 경제적 자립 지원	금융 서비스 접근성 향상	금융교육 지원
전 체		(1,000)	22.8	20.5	18.4	10.9	8.1
성별	남성	(508)	26.4	19.3	17.5	8.5	8.1
	여성	(492)	19.1	21.7	19.3	13.4	8.1
	$\chi^2$		19.77*				
연령	20대 이하	(310)	24.8	20.6	12.3	8.7	9.0
	30대	(148)	18.9	20.9	19.6	9.5	14.2
	40대	(176)	27.3	19.3	21.6	11.4	4.5
	50대 이상	(366)	20.5	20.8	21.6	13.1	6.6
	$\chi^2$		56.42***				
지역	수도권	(516)	22.5	20.0	18.2	11.4	9.7
	비수도권	(484)	23.1	21.1	18.6	10.3	6.4
	$\chi^2$		14.11				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	22.8	20.0	18.6	10.8	8.5
	예	(102)	22.5	24.5	16.7	11.8	4.9
	$\chi^2$		4.96				
최종학력	고등학교 이하	(153)	20.3	21.6	18.3	10.5	6.5
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	23.8	20.6	18.3	10.2	8.0
	대학원 석사 재학 이상	(113)	19.5	18.6	19.5	15.9	10.6
	$\chi^2$		11.80				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	26.0	23.0	16.7	5.4	6.9
	300만원~500만원 미만	(315)	23.5	21.3	17.5	9.5	9.8
	500만원~700만원 미만	(241)	24.1	22.8	15.8	11.2	6.6
	700만원 이상	(240)	17.9	15.0	23.8	17.1	8.3
	$\chi^2$		46.32*				
정치적 성향	보수	(199)	18.6	24.1	20.1	12.1	6.5
	중도	(528)	22.9	19.5	16.3	12.1	8.9
	진보	(273)	25.6	19.8	21.2	7.7	7.7
	$\chi^2$		33.65*				
사회참여 경험	0회	(311)	25.4	17.7	18.0	9.6	7.7
	1회	(329)	21.9	20.1	20.1	10.6	6.7
	2회	(240)	19.6	25.4	15.8	12.5	11.7
	3회	(120)	25.0	19.2	20.0	11.7	5.8
	$\chi^2$		38.53				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	22.8	19.7	19.0	9.7	9.5
	대면 이용	(62)	37.1	14.5	14.5	6.5	4.8
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	20.3	22.8	18.2	13.6	6.5
	$\chi^2$		28.40				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

〈표 IV-23〉 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야\_1순위(2)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	코로나19 대응 지원 (재난 지원)	공정한 배움의 기회 확대	문화·예술·체육 분야 불평등 해소	기후변화 대응 및 개선 활동	기후위기 대응 협력
전 체		(1,000)	6.3	5.1	3.9	2.9	1.1
성별	남성	(508)	7.3	5.1	4.9	2.2	0.8
	여성	(492)	5.3	5.1	2.8	3.7	1.4
	$\chi^2$		19.77*				
연령	20대 이하	(310)	8.1	7.4	5.5	1.9	1.6
	30대	(148)	6.8	4.7	4.7	0.7	0.0
	40대	(176)	5.7	5.1	2.8	1.1	1.1
	50대 이상	(366)	4.9	3.3	2.7	5.5	1.1
	$\chi^2$		56.42***				
지역	수도권	(516)	4.3	6.0	4.5	2.5	1.0
	비수도권	(484)	8.5	4.1	3.3	3.3	1.2
	$\chi^2$		14.11				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	6.1	5.1	4.0	2.8	1.2
	예	(102)	7.8	4.9	2.9	3.9	0.0
	$\chi^2$		4.96				
최종학력	고등학교 이하	(153)	8.5	6.5	2.6	3.9	1.3
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	6.3	4.6	4.2	2.9	1.1
	대학원 석사 재학 이상	(113)	3.5	6.2	3.5	1.8	0.9
	$\chi^2$		11.80				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	10.3	4.4	2.5	4.4	0.5
	300만원~500만원 미만	(315)	6.7	4.8	3.8	1.9	1.3
	500만원~700만원 미만	(241)	5.4	5.0	4.6	2.9	1.7
	700만원 이상	(240)	3.3	6.3	4.6	2.9	0.8
	$\chi^2$		46.32*				
정치적 성향	보수	(199)	4.0	3.5	4.0	4.5	2.5
	중도	(528)	8.5	4.4	4.4	2.5	0.6
	진보	(273)	3.7	7.7	2.9	2.6	1.1
	$\chi^2$		33.65*				
사회참여 경험	0회	(311)	9.3	4.8	5.1	1.0	1.3
	1회	(329)	6.4	6.4	2.1	4.3	1.5
	2회	(240)	3.8	4.2	3.8	2.9	0.4
	3회	(120)	3.3	4.2	5.8	4.2	0.8
	$\chi^2$		38.53				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	6.0	5.1	4.0	3.2	1.1
	대면 이용	(62)	4.8	8.1	9.7	0.0	0.0
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	7.0	4.6	2.7	3.0	1.4
	$\chi^2$		28.40				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

〈표 IV-24〉 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야\_1+2+3순위(1)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	취약계층 경제적 자립 지원	공정한 일자리 창출	사회적 가치 임팩트 투자	금융 서비스 접근성 향상	금융교육 지원
전 체		(1,000)	50.6	47.2	43.5	40.0	31.8
성별	남성	(508)	52.2	45.9	46.5	37.8	26.4
	여성	(492)	49.0	48.6	40.4	42.3	37.4
연령	20대 이하	(310)	45.5	48.4	42.9	34.8	34.5
	30대	(148)	46.6	41.9	41.2	41.2	39.9
	40대	(176)	56.3	50.0	44.9	40.9	31.8
	50대 이상	(366)	53.8	47.0	44.3	43.4	26.2
지역	수도권	(516)	50.0	46.3	42.6	42.6	34.3
	비수도권	(484)	51.2	48.1	44.4	37.2	29.1
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	51.3	46.8	43.9	39.4	32.4
	예	(102)	44.1	51.0	40.2	45.1	26.5
최종학력	고등학교 이하	(153)	52.9	47.1	43.1	33.3	28.8
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	48.9	47.1	43.3	40.5	32.3
	대학원 석사 재학 이상	(113)	58.4	47.8	45.1	46.0	32.7
월평균 소득	300만원 미만	(204)	47.5	48.0	44.6	33.3	32.4
	300만원~500만원 미만	(315)	50.5	50.8	46.3	37.8	31.7
	500만원~700만원 미만	(241)	48.5	44.8	39.0	44.0	33.6
	700만원 이상	(240)	55.4	44.2	43.3	44.6	29.6
정치적 성향	보수	(199)	51.8	45.2	43.2	41.7	34.7
	중도	(528)	47.5	49.2	43.8	40.5	30.9
	진보	(273)	55.7	44.7	43.2	37.7	31.5
사회참여 경험	0회	(311)	52.4	46.9	45.7	37.0	29.9
	1회	(329)	50.5	45.6	45.6	42.2	30.4
	2회	(240)	45.0	48.8	38.3	43.8	34.6
	3회	(120)	57.5	49.2	42.5	34.2	35.0
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	50.4	45.2	42.9	38.8	35.0
	대면 이용	(62)	48.4	50.0	50.0	33.9	22.6
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	51.2	49.9	43.4	42.8	28.5

〈표 Ⅳ-25〉 은행의 주요 사회공헌 활동 발전/개선을 위해 필요 분야\_1+2+3순위(2)

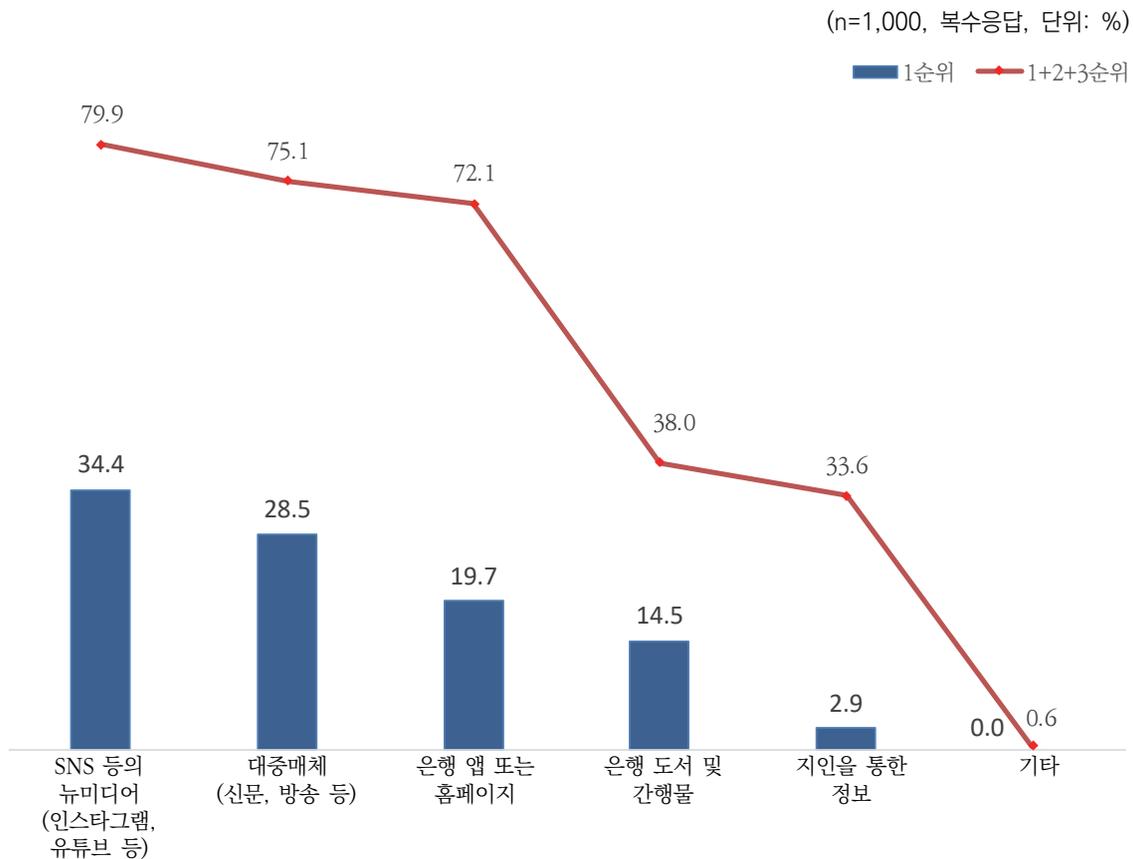
(단위: 명, %)

구 분		사례수	공정한 배움의 기회 확대	문화·예술· 체육 분야 불평등 해소	코로나19 대응 지원 (재난 지원)	기후변화 대응 및 개선 활동	기후위기 대응 협력
전 체		(1,000)	25.6	20.6	19.1	14.7	6.9
성별	남성	(508)	27.0	23.2	21.3	14.4	5.5
	여성	(492)	24.2	17.9	16.9	15.0	8.3
연령	20대 이하	(310)	27.4	22.3	25.2	12.6	6.5
	30대	(148)	33.8	21.6	23.0	7.4	3.4
	40대	(176)	22.2	21.6	11.4	14.2	6.8
	50대 이상	(366)	22.4	18.3	16.1	19.7	8.7
지역	수도권	(516)	24.8	22.3	17.6	13.4	6.0
	비수도권	(484)	26.4	18.8	20.7	16.1	7.9
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	24.9	20.6	18.0	15.3	7.3
	예	(102)	31.4	20.6	28.4	9.8	2.9
최종학력	고등학교 이하	(153)	24.2	20.3	26.1	13.1	11.1
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	26.0	20.8	19.2	15.3	6.5
	대학원 석사 재학 이상	(113)	24.8	19.5	8.8	13.3	3.5
월평균 소득	300만원 미만	(204)	24.5	21.1	24.5	17.2	6.9
	300만원~500만원 미만	(315)	23.5	21.3	22.2	9.5	6.3
	500만원~700만원 미만	(241)	29.0	22.8	17.0	16.6	4.6
	700만원 이상	(240)	25.8	17.1	12.5	17.5	10.0
정치적 성향	보수	(199)	24.1	16.6	14.6	20.6	7.5
	중도	(528)	24.4	22.0	21.4	13.4	6.8
	진보	(273)	28.9	20.9	17.9	12.8	6.6
사회참여 경험	0회	(311)	22.8	23.5	23.2	13.5	5.1
	1회	(329)	27.1	17.6	17.0	15.8	8.2
	2회	(240)	27.9	20.4	18.3	16.3	6.7
	3회	(120)	24.2	21.7	15.8	11.7	8.3
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	25.7	22.0	19.7	14.6	5.8
	대면 이용	(62)	35.5	19.4	29.0	4.8	6.5
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	23.8	18.7	16.5	16.5	8.7

(8) 은행의 사회공헌 관련 정보 접근 경로

은행의 사회공헌 관련 정보 접근 경로에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-9>, <표 IV-26~27>과 같다. ‘SNS 등의 뉴미디어(인스타그램, 유튜브 등)’가 79.9%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘대중매체(신문, 방송 등)’(75.1%), ‘은행 앱 또는 홈페이지’(72.1%), ‘은행 도서 및 간행물’(38.0%), ‘지인을 통한 정보’(33.6%) 등의 순으로 나타났다(1+2+3순위 기준).

성별로 살펴보면, 남성과 여성 모두 ‘SNS 등의 뉴미디어(인스타그램, 유튜브 등)’이 가장 많은 것으로 나타났다. 연령별로 살펴보면, 50대 이상은 ‘대중매체(신문, 방송 등)’가 가장 많은 것으로 나타난 반면, 타 연령에서는 ‘SNS 등의 뉴미디어(인스타그램, 유튜브 등)’가 가장 많은 것으로 나타났다. 구체적으로 SNS 등의 뉴미디어에서는 20대 이하(44.8%), 진보(42.1) 성향, 사회참여 경험 2회(41.7%)에서 가장 높고, 대중매체에서는 20대 이하(13.9%)가 가장 낮으며 50대 이상(44.3%)이 가장 높게 나타났다. 은행 도서 및 간행물에서는 주거래 은행 이용 형태가 대면 이용(24.2%)의 경우 가장 높게 나타났다.



<그림 IV-9> 은행의 사회공헌 관련 정보 접근 경로

〈표 Ⅳ-26〉 은행의 사회공헌 관련 정보 접근 경로\_1순위

(단위: 명, %)

구 분		사례수	SNS 등의 뉴미디어 (인스타그램, 유튜브 등)	대중매체 (신문, 방송 등)	은행 앱 또는 홈페이지	은행 도서 및 간행물	지인을 통한 정보
전 체		(1,000)	34.4	28.5	19.7	14.5	2.9
성별	남성	(508)	33.5	26.8	19.7	16.5	3.5
	여성	(492)	35.4	30.3	19.7	12.4	2.2
	$\chi^2$		5.77				
연령	20대 이하	(310)	44.8	13.9	20.6	17.4	3.2
	30대	(148)	35.8	22.3	20.3	17.6	4.1
	40대	(176)	29.5	26.7	25.0	16.5	2.3
	50대 이상	(366)	27.3	44.3	16.1	9.8	2.5
	$\chi^2$		88.90***				
지역	수도권	(516)	34.1	30.0	20.7	12.6	2.5
	비수도권	(484)	34.7	26.9	18.6	16.5	3.3
	$\chi^2$		4.69				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	33.4	29.6	19.7	14.1	3.1
	예	(102)	43.1	18.6	19.6	17.6	1.0
	$\chi^2$		8.63				
최종학력	고등학교 이하	(153)	34.0	22.2	22.9	16.3	4.6
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	35.3	29.2	18.5	14.3	2.7
	대학원 석사 재학 이상	(113)	29.2	32.7	23.0	13.3	1.8
	$\chi^2$		8.47				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	39.2	21.6	17.2	18.1	3.9
	300만원~500만원 미만	(315)	34.0	28.9	18.7	14.9	3.5
	500만원~700만원 미만	(241)	31.5	31.5	22.8	12.4	1.7
	700만원 이상	(240)	33.8	30.8	20.0	12.9	2.5
	$\chi^2$		14.25				
정치적 성향	보수	(199)	35.7	32.7	19.1	10.6	2.0
	중도	(528)	29.9	28.8	21.2	16.7	3.4
	진보	(273)	42.1	24.9	17.2	13.2	2.6
	$\chi^2$		17.17*				
사회참여 경험	0회	(311)	28.3	29.3	20.9	18.0	3.5
	1회	(329)	32.5	33.1	19.5	12.5	2.4
	2회	(240)	41.7	25.0	19.6	11.3	2.5
	3회	(120)	40.8	20.8	17.5	17.5	3.3
	$\chi^2$		22.38*				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	35.3	27.4	18.5	16.0	2.8
	대면 이용	(62)	37.1	21.0	12.9	24.2	4.8
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	32.5	31.4	22.8	10.6	2.7
	$\chi^2$		16.59*				

주: \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

〈표 IV-27〉 은행의 사회공헌 관련 정보 접근 경로\_1+2+3순위

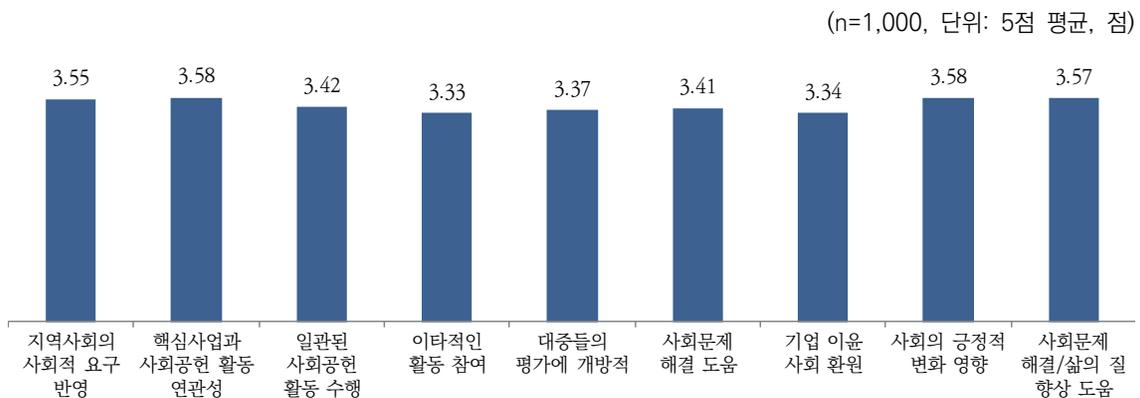
(단위: 명, %)

구 분		사례수	SNS 등의 뉴미디어 (인스타그램, 유튜브 등)	대중매체 (신문, 방송 등)	은행 앱 또는 홈페이지	은행 도서 및 간행물	지인을 통한 정보	기타
전 체		(1,000)	79.9	75.1	72.1	38.0	33.6	0.6
성별	남성	(508)	79.9	71.7	74.0	38.8	34.3	0.4
	여성	(492)	79.9	78.7	70.1	37.2	32.9	0.8
연령	20대 이하	(310)	83.5	65.5	71.6	35.5	42.3	0.3
	30대	(148)	77.0	71.6	73.0	42.6	35.1	0.0
	40대	(176)	77.8	73.3	75.6	42.0	30.7	0.6
	50대 이상	(366)	79.0	85.5	70.5	36.3	27.0	1.1
지역	수도권	(516)	79.3	76.9	74.2	34.7	33.7	0.6
	비수도권	(484)	80.6	73.1	69.8	41.5	33.5	0.6
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	79.4	75.3	71.8	37.9	34.2	0.7
	예	(102)	84.3	73.5	74.5	39.2	28.4	0.0
최종학력	고등학교 이하	(153)	83.7	73.2	69.3	33.3	39.2	0.0
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	79.2	74.7	72.6	38.6	34.1	0.4
	대학원 석사 재학 이상	(113)	79.6	80.5	72.6	40.7	23.0	2.7
월평균 소득	300만원 미만	(204)	79.9	70.6	68.6	41.2	38.7	0.0
	300만원~500만원 미만	(315)	81.3	74.9	67.3	37.8	37.8	0.3
	500만원~700만원 미만	(241)	80.9	72.2	78.0	35.3	30.7	2.1
	700만원 이상	(240)	77.1	82.1	75.4	38.3	26.7	0.0
정치적 성향	보수	(199)	82.9	84.4	71.4	32.7	27.6	0.0
	중도	(528)	77.3	72.2	74.4	41.1	33.9	0.6
	진보	(273)	82.8	74.0	68.1	35.9	37.4	1.1
사회참여 경험	0회	(311)	75.2	73.0	70.4	40.5	39.2	0.3
	1회	(329)	83.0	78.7	71.4	36.5	28.6	1.5
	2회	(240)	79.2	73.8	75.0	37.9	33.3	0.0
	3회	(120)	85.0	73.3	72.5	35.8	33.3	0.0
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	79.8	74.5	71.4	39.7	33.2	0.5
	대면 이용	(62)	77.4	62.9	61.3	51.6	45.2	0.0
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	80.5	78.0	75.1	33.1	32.2	0.8

(8) 은행의 사회공헌 활동 의식

은행의 사회공헌 활동 의식에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-10>, <표 IV-28~29>와 같다. ‘핵심사업과 사회공헌 활동 연관성’과 ‘사회의 긍정적 변화 영향’이 각각 3.58점으로 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘사회문제 해결/삶의 질 향상 도움’(3.57점), ‘지역사회의 사회적 요구 반영’ (3.55점), ‘일관된 사회공헌 활동 수행’(3.42점) 등의 순으로 나타났다.

‘지역 사회의 사회적 요구 반영’을 사회참여 경험으로 살펴보면 3회(3.77점)에서 가장 높게 나타났다. ‘핵심 사업과 사회공헌 활동 연관성’을 정치 성향으로 살펴보면 중도(3.48점)에서 가장 낮게 나타났다. ‘일관된 사회공헌 활동 수행’을 사회참여 경험으로 살펴보면 3회(3.64점)에서 가장 높게 나타났다. ‘이타적인 활동 참여’를 성별로 살펴보면 여성(3.39점)이 남성(3.28점)보다 높고, 지역으로 살펴보면 비수도권(3.41점)이 수도권(3.26점)보다 높게 나타났다. 최종학력으로 살펴보면 대학원 재학 이상(3.10점)에서 가장 낮게 나타났고, 사회참여 경험으로 살펴보면 3회(3.63점)에서 가장 높게 나타났다. ‘대중들의 평가에 개방적’을 연령으로 살펴보면 50대 이상(3.28점)에서 가장 낮게 나타났다. ‘사회문제 해결 도움’을 성별로 살펴보면 여성(3.46점)이 남성(3.35점)보다 높고, 연령대별로 살펴보면 50대 이상(3.31점)에서 가장 낮게 나타났다. ‘기업 이윤 사회 환원’을 연령대별로 살펴보면 50대 이상(3.20점)에서 가장 낮게 나타났다. ‘사회의 긍정적 변화 영향’을 성별로 살펴보면 여성(3.64점)이 남성(3.51점)보다 높게 나타났다. ‘사회문제 해결/삶의 질 향상 도움’을 정치성향으로 살펴보면 보수(3.73점)에서 가장 높게 나타났으며, 사회참여 경험으로 살펴보면 1회(3.46점)에서 가장 낮게 나타났다.



<그림 IV-10> 은행의 사회공헌 활동 의식

〈표 IV-28〉 은행의 사회공헌 활동 의식(1)

(단위: 명, 점)

구 분		사례수	지역사회의 사회적 요구 반영	핵심사업과 사회공헌 활동 연관성	일관된 사회공헌 활동 수행	이타적인 활동 참여	대중들의 평가에 개방적
전 체		(1,000)	3.55	3.58	3.42	3.33	3.37
성별	남성	(508)	3.52	3.55	3.38	3.28	3.33
	여성	(492)	3.58	3.61	3.46	3.39	3.41
	t값	(1,000)	-1.38	-.99	-1.39	-2.05*	-1.43
연령	20대 이하	(310)	3.61	3.61	3.45	3.39	3.43
	30대	(148)	3.52	3.58	3.48	3.43	3.52
	40대	(176)	3.51	3.47	3.45	3.32	3.35
	50대 이상	(366)	3.53	3.60	3.37	3.26	3.28
	F값	(1,000)	1.05	1.09	.74	1.66	2.42*
지역	수도권	(516)	3.51	3.57	3.39	3.26	3.34
	비수도권	(484)	3.60	3.58	3.46	3.41	3.40
	t값	(1,000)	-1.83	-.16	-1.28	-2.65**	-1.08
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	3.54	3.57	3.42	3.33	3.36
	예	(102)	3.60	3.63	3.47	3.37	3.46
	t값	(1,000)	-.68	-.61	-.51	-.48	-1.03
최종학력	고등학교 이하	(153)	3.62	3.59	3.41	3.48	3.48
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	3.55	3.58	3.45	3.34	3.37
	대학원 석사 재학 이상	(113)	3.46	3.53	3.28	3.10	3.27
	F값	(1,000)	1.41	.20	1.66	5.67**	1.71
월평균 소득	300만원 미만	(204)	3.55	3.50	3.29	3.34	3.37
	300만원~500만원 미만	(315)	3.54	3.57	3.46	3.37	3.39
	500만원~700만원 미만	(241)	3.46	3.62	3.42	3.30	3.31
	700만원 이상	(240)	3.65	3.62	3.49	3.32	3.42
	F값	(1,000)	2.23	.95	1.96	.23	.68
정치적 성향	보수	(199)	3.63	3.73	3.41	3.38	3.41
	중도	(528)	3.51	3.48	3.39	3.29	3.36
	진보	(273)	3.56	3.65	3.49	3.38	3.37
	F값	(1,000)	1.72	7.53***	1.03	1.28	.19
사회참여 경험	0회	(311)	3.50	3.48	3.38	3.28	3.42
	1회	(329)	3.50	3.55	3.36	3.25	3.25
	2회	(240)	3.57	3.66	3.46	3.37	3.43
	3회	(120)	3.77	3.73	3.64	3.63	3.49
	F값	(1,000)	4.05**	3.25*	3.34*	5.72***	3.56*
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	3.54	3.54	3.44	3.33	3.36
	대면 이용	(62)	3.56	3.58	3.44	3.55	3.56
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	3.56	3.63	3.39	3.30	3.36
	F값	(1,000)	.04	1.27	.45	1.85	1.86

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

〈표 IV-29〉 은행의 사회공헌 활동 의식(2)

(단위: 명, 점)

구 분		사례수	사회문제 해결 도움	기업 이윤 사회 환원	사회의 긍정적 변화 영향	사회문제 해결/삶의 질 향상 도움
전 체		(1,000)	3.41	3.34	3.58	3.57
성별	남성	(508)	3.35	3.29	3.51	3.53
	여성	(492)	3.46	3.38	3.64	3.61
	t값	(1,000)	-1.98*	-1.48	-2.39*	-1.49
연령	20대 이하	(310)	3.51	3.45	3.60	3.60
	30대	(148)	3.44	3.43	3.63	3.55
	40대	(176)	3.39	3.34	3.56	3.51
	50대 이상	(366)	3.31	3.20	3.54	3.57
	F값	(1,000)	3.19*	4.30***	.60	.49
지역	수도권	(516)	3.40	3.32	3.57	3.58
	비수도권	(484)	3.42	3.36	3.58	3.55
	t값	(1,000)	-.37	-.61	-.21	.53
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	3.40	3.32	3.58	3.56
	예	(102)	3.46	3.44	3.55	3.59
	t값	(1,000)	-.69	-1.15	.34	-.29
최종학력	고등학교 이하	(153)	3.45	3.39	3.54	3.63
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	3.40	3.35	3.59	3.57
	대학원 석사 재학 이상	(113)	3.35	3.18	3.53	3.48
	F값	(1,000)	.42	1.83	.38	1.15
월평균 소득	300만원 미만	(204)	3.39	3.37	3.53	3.54
	300만원~500만원 미만	(315)	3.39	3.29	3.59	3.57
	500만원~700만원 미만	(241)	3.39	3.32	3.49	3.55
	700만원 이상	(240)	3.45	3.38	3.67	3.60
	F값	(1,000)	.35	.55	1.99	.17
정치적 성향	보수	(199)	3.51	3.39	3.68	3.73
	중도	(528)	3.37	3.30	3.56	3.50
	진보	(273)	3.40	3.37	3.53	3.57
	F값	(1,000)	1.89	.81	2.23	5.36**
사회참여 경험	0회	(311)	3.33	3.36	3.58	3.57
	1회	(329)	3.35	3.28	3.56	3.46
	2회	(240)	3.49	3.36	3.57	3.67
	3회	(120)	3.58	3.40	3.63	3.65
	F값	(1,000)	3.50*	.67	.19	3.54*
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	3.39	3.31	3.57	3.52
	대면 이용	(62)	3.55	3.56	3.61	3.56
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	3.41	3.34	3.57	3.64
	F값	(1,000)	1.00	1.90	.07	2.22

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

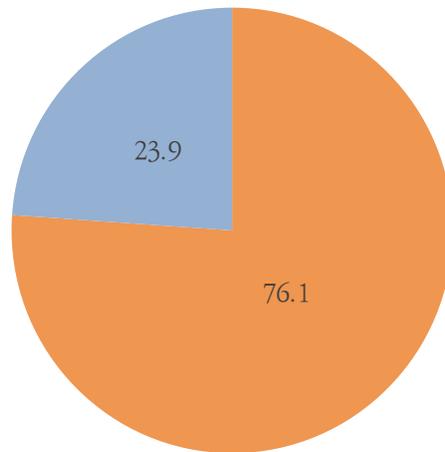
## 2) 금융산업공익재단의 사회공헌 활동에 관한 인식

### (1) 금융산업공익재단 인지 여부

금융산업공익재단의 인지 여부에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-11>, <표 IV-30>과 같다. ‘모른다’가 76.1%로 ‘안다’(23.9%) 대비 많은 것으로 나타났다. 금융권 종사 경험이 있는 사람(39.2%)이 없는 사람(22.2)에 비해 인지하고 있는 비율이 높게 나타났다. 정치성향으로 살펴보면 보수(18.6%)보다 진보(31.5%)에서 더 높게 나타났다. 사회참여 경험으로 살펴보면 0회(15.4%)보다 3회(45.8%)에서 더 높게 나타났다.

(n=1,000, 단위: %)

■ 모른다 ■ 안다



<그림 IV-11> 금융산업공익재단 인지 여부

〈표 Ⅳ-30〉 금융산업공익재단 인지 여부

(단위: 명, %)

구 분		사례수	모른다	안다
전 체		(1,000)	76.1	23.9
성별	남성	(508)	76.2	23.8
	여성	(492)	76.0	24.0
	$\chi^2$		.00	
연령	20대 이하	(310)	76.1	23.9
	30대	(148)	77.7	22.3
	40대	(176)	72.7	27.3
	50대 이상	(366)	77.0	23.0
	$\chi^2$		1.49	
지역	수도권	(516)	76.9	23.1
	비수도권	(484)	75.2	24.8
	$\chi^2$		.41	
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	77.8	22.2
	예	(102)	60.8	39.2
	$\chi^2$		14.65***	
최종학력	고등학교 이하	(153)	78.4	21.6
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	75.2	24.8
	대학원 석사 재학 이상	(113)	78.8	21.2
	$\chi^2$		1.22	
월평균 소득	300만원 미만	(204)	78.4	21.6
	300만원~500만원 미만	(315)	77.5	22.5
	500만원~700만원 미만	(241)	73.9	26.1
	700만원 이상	(240)	74.6	25.4
	$\chi^2$		1.90	
정치적 성향	보수	(199)	81.4	18.6
	중도	(528)	78.0	22.0
	진보	(273)	68.5	31.5
	$\chi^2$		12.84**	
사회참여 경험	0회	(311)	84.6	15.4
	1회	(329)	80.2	19.8
	2회	(240)	70.4	29.6
	3회	(120)	54.2	45.8
	$\chi^2$		51.36***	
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	78.6	21.4
	대면 이용	(62)	67.7	32.3
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	73.7	26.3
	$\chi^2$		5.43	

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

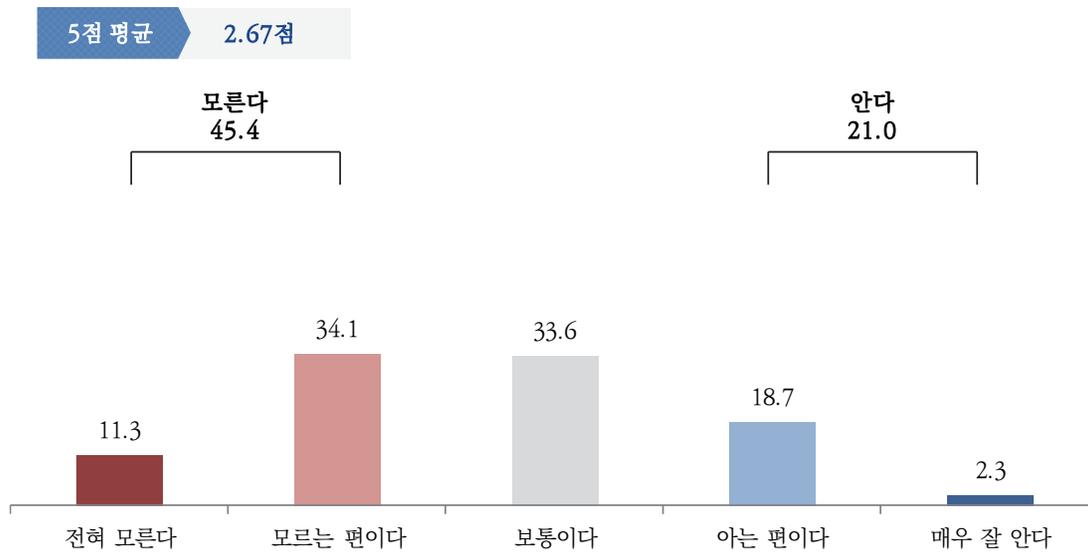
음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

(2) 금융산업공익재단 사회공헌 활동의 인지 정도

금융산업공익재단 사회공헌 활동에 대한 인지 정도를 살펴보면 다음 <그림 IV-12>, <표 IV-31>과 같다. '모르는 편이다'가 34.1%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '보통이다'(33.6%), '아는 편이다'(18.7%), '전혀 모른다'(11.3%), '매우 잘 안다'(2.3%) 순으로 나타났다.

성별로 살펴보면, 남성(2.73점)이 여성(2.60점) 대비 인지도가 높게 나타났다. 연령별로 살펴보면, 40대 인지도(2.87점)가 타 연령 대비 높게 나타났다. 금융권 종사 경험 여부로 살펴보면, 금융권에 종사한 경우(3.09점) 그렇지 않은 경우(2.62점)보다 높게 나타났다. 최종 학력은 대학원 석사 재학 이상(2.40점)이 가장 낮게 나타났다. 정치 성향은 진보적인 경우(2.78 점) 인지도가 높게 나타났다. 사회참여 경험으로 살펴보면 3회(3.15점)에서 가장 높게 나타났으며 주거래 은행 이용 형태가 대면 이용인 경우(3.34점) 가장 높게 나타났다.

(n=1,000, 단위: %)



<그림 IV-12> 금융산업공익재단 사회공헌 활동의 인지 정도

〈표 Ⅳ-31〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동의 인지 정도

(단위: 명, %)

구 분		사례수	모른다	보통이다	안다	5점 평균
전 체		(1,000)	45.4	33.6	21.0	2.67
성별	남성	(508)	41.9	35.0	23.0	2.73
	여성	(492)	49.0	32.1	18.9	2.60
	t값	2.18*				
연령	20대 이하	(310)	47.1	31.9	21.0	2.64
	30대	(148)	39.9	36.5	23.6	2.73
	40대	(176)	34.7	39.8	25.6	2.87
	50대 이상	(366)	51.4	30.9	17.8	2.57
	F값	4.08**				
지역	수도권	(516)	46.7	30.8	22.5	2.64
	비수도권	(484)	44.0	36.6	19.4	2.69
	t값	-.88				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	47.1	33.7	19.2	2.62
	예	(102)	30.4	32.4	37.3	3.09
	t값	-4.64***				
최종학력	고등학교 이하	(153)	42.5	39.2	18.3	2.73
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	43.6	34.5	21.9	2.69
	대학원 석사 재학 이상	(113)	61.1	20.4	18.6	2.40
	F값	4.85**				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	45.6	35.3	19.1	2.64
	300만원~500만원 미만	(315)	47.9	30.8	21.3	2.67
	500만원~700만원 미만	(241)	42.7	35.3	22.0	2.68
	700만원 이상	(240)	44.6	34.2	21.3	2.67
F값	.09					
정치적 성향	보수	(199)	55.3	27.1	17.6	2.53
	중도	(528)	41.7	40.7	17.6	2.66
	진보	(273)	45.4	24.5	30.0	2.78
	F값	3.63*				
사회참여 경험	0회	(311)	43.4	42.4	14.1	2.58
	1회	(329)	54.1	30.4	15.5	2.52
	2회	(240)	45.4	26.3	28.3	2.74
	3회	(120)	26.7	34.2	39.2	3.15
	F값	14.08***				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	47.1	34.4	18.5	2.60
	대면 이용	(62)	16.1	43.5	40.3	3.34
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	47.7	30.6	21.7	2.66
	F값	16.42***				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

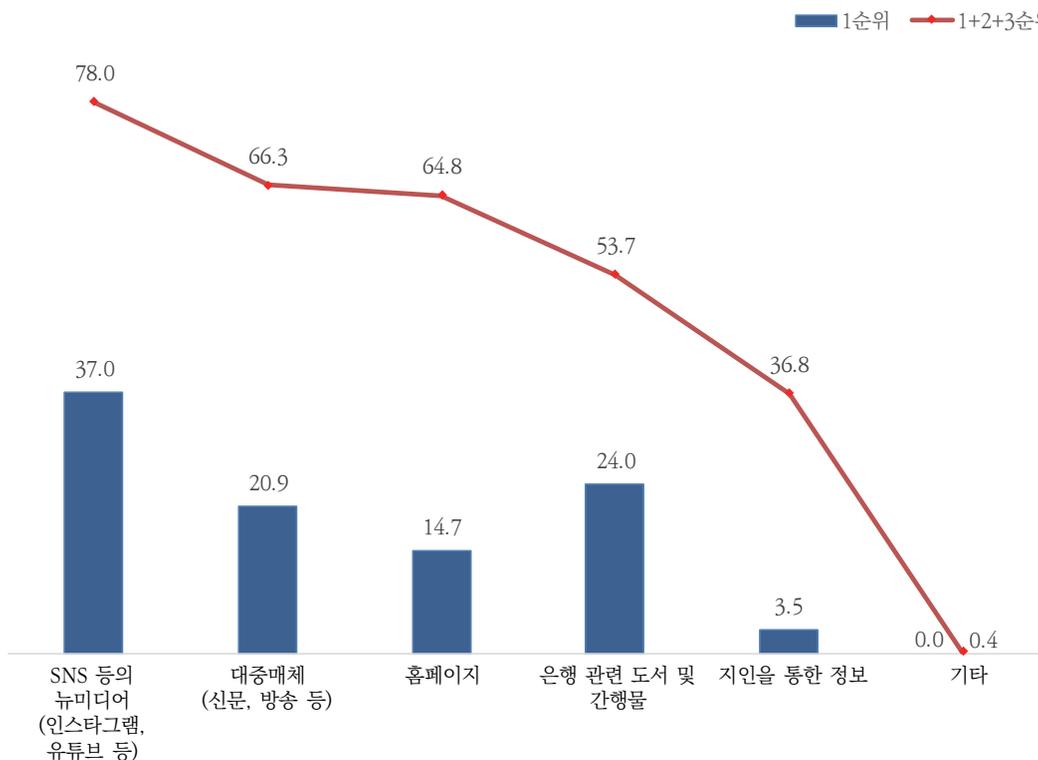
음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

(3) 금융산업공익재단 인지 경로

금융산업공익재단 인지 경로에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-13>, <표 IV-32~33>과 같다. 'SNS 등의 뉴미디어(인스타그램, 유튜브 등)'가 78.0%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 '대중매체(신문, 방송 등)'(66.3%), '홈페이지'(64.8%), '은행 관련 도서 및 간행물'(53.7%), '지인을 통한 정보'(36.8%) 등의 순으로 나타났다(1+2+3순위 기준).

성별로 살펴보면, 남성과 여성 모두 'SNS 등의 뉴미디어(인스타그램, 유튜브 등)'가 가장 많은 것으로 나타났다. 연령별로 살펴보면, 모든 연령에서 'SNS 등의 뉴미디어(인스타그램, 유튜브 등)'가 가장 많은 것으로 나타났다. 구체적으로 30대는 SNS 등의 뉴미디어(41.6%)가 가장 높았으며, 50대는 대중매체(30.3%)가 타 연령대에 비해 높게 나타났다. 사회참여 경험으로 살펴보면, 0회인 경우 대중매체가 14.8%로 낮았으나 2회인 경우는 27.5%로 상대적으로 높게 나타났다.

(금융산업공익재단 사회공헌 활동 인지자, n=546, 복수응답, 단위: %)



<그림 IV-13> 금융산업공익재단 인지 경로

〈표 IV-32〉 금융산업공익재단 인지 경로\_1순위

(단위: 명, %)

구 분		사례수	SNS 등의 뉴미디어 (인스타그램, 유튜브 등)	은행 관련 도서 및 간행물	대중매체 (신문, 방송 등)	홈페이지	지인을 통한 정보
전 체		(546)	37.0	24.0	20.9	14.7	3.5
성별	남성	(295)	36.3	25.8	19.7	14.9	3.4
	여성	(251)	37.8	21.9	22.3	14.3	3.6
	$\chi^2$		1.43				
연령	20대 이하	(164)	39.0	28.0	9.8	17.1	6.1
	30대	(89)	41.6	29.2	13.5	13.5	2.2
	40대	(115)	32.2	21.7	27.8	15.7	2.6
	50대 이상	(178)	36.0	19.1	30.3	12.4	2.2
	$\chi^2$		34.05***				
지역	수도권	(275)	36.0	24.0	20.7	15.3	4.0
	비수도권	(271)	38.0	24.0	21.0	14.0	3.0
	$\chi^2$		.73				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(475)	37.1	24.2	20.0	14.9	3.8
	예	(71)	36.6	22.5	26.8	12.7	1.4
	$\chi^2$		2.65				
최종학력	고등학교 이하	(88)	29.5	23.9	23.9	17.0	5.7
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(414)	37.9	24.4	20.0	14.3	3.4
	대학원 석사 재학 이상	(44)	43.2	20.5	22.7	13.6	0.0
	$\chi^2$		5.90				
월평균 소득	300만원 미만	(111)	35.1	30.6	11.7	17.1	5.4
	300만원~500만원 미만	(164)	36.0	26.2	18.9	16.5	2.4
	500만원~700만원 미만	(138)	39.9	20.3	23.9	13.8	2.2
	700만원 이상	(133)	36.8	19.5	27.8	11.3	4.5
	$\chi^2$		17.88				
정치적 성향	보수	(89)	39.3	20.2	24.7	13.5	2.2
	중도	(308)	35.7	24.7	22.1	14.3	3.2
	진보	(149)	38.3	24.8	16.1	16.1	4.7
	$\chi^2$		4.83				
사회참여 경험	0회	(176)	40.9	27.8	14.8	11.4	5.1
	1회	(151)	32.5	19.9	24.5	19.9	3.3
	2회	(131)	33.6	19.8	27.5	16.0	3.1
	3회	(88)	42.0	29.5	17.0	10.2	1.1
	$\chi^2$		22.53*				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(301)	38.5	25.6	20.3	13.3	2.3
	대면 이용	(52)	28.8	32.7	17.3	15.4	5.8
	온라인과 대면 모두 이용	(193)	36.8	19.2	22.8	16.6	4.7
	$\chi^2$		9.27				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

〈표 IV-33〉 금융산업공익재단 인지 경로\_1+2+3순위

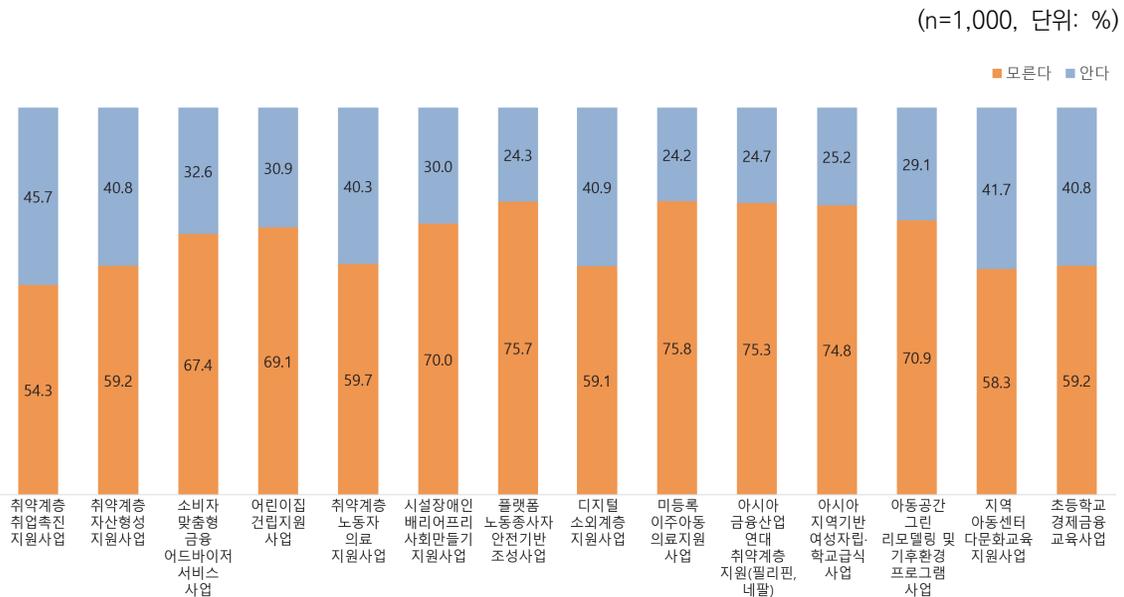
(단위: 명, %)

구 분		사례 수	SNS 등의 뉴미디어 (인스타그램, 유튜브 등)	대중 매체 (신문, 방송 등)	홈 페이지	은행 관련 도서 및 간행물	지인을 통한 정보	기타
전 체		(546)	78.0	66.3	64.8	53.7	36.8	0.4
성별	남성	(295)	76.6	62.7	67.1	55.3	37.6	0.7
	여성	(251)	79.7	70.5	62.2	51.8	35.9	0.0
연령	20대 이하	(164)	74.4	62.2	65.2	54.9	42.1	1.2
	30대	(89)	77.5	59.6	67.4	60.7	34.8	0.0
	40대	(115)	80.9	60.9	69.6	53.9	34.8	0.0
	50대 이상	(178)	79.8	77.0	60.1	48.9	34.3	0.0
지역	수도권	(275)	74.2	62.2	70.9	54.9	37.5	0.4
	비수도권	(271)	81.9	70.5	58.7	52.4	36.2	0.4
금융권 종사 경험 여부	아니오	(475)	77.9	66.1	63.4	55.4	36.8	0.4
	예	(71)	78.9	67.6	74.6	42.3	36.6	0.0
최종학력	고등학교 이하	(88)	78.4	67.0	70.5	46.6	35.2	2.3
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(414)	78.3	65.0	64.7	53.9	38.2	0.0
	대학원 석사 재학 이상	(44)	75.0	77.3	54.5	65.9	27.3	0.0
월평균 소득	300만원 미만	(111)	77.5	63.1	64.0	54.1	40.5	0.9
	300만원~500만원 미만	(164)	75.0	64.0	63.4	60.4	37.2	0.0
	500만원~700만원 미만	(138)	79.0	63.8	66.7	50.7	39.1	0.7
	700만원 이상	(133)	81.2	74.4	65.4	48.1	30.8	0.0
정치적 성향	보수	(89)	78.7	73.0	66.3	52.8	29.2	0.0
	중도	(308)	77.6	64.9	66.2	54.9	36.0	0.3
	진보	(149)	78.5	65.1	61.1	51.7	43.0	0.7
사회참여 경험	0회	(176)	80.1	60.8	64.8	57.4	35.8	1.1
	1회	(151)	78.8	68.9	65.6	49.0	37.7	0.0
	2회	(131)	74.0	73.3	61.8	54.2	36.6	0.0
	3회	(88)	78.4	62.5	68.2	53.4	37.5	0.0
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(301)	78.1	66.8	64.8	52.2	37.5	0.7
	대면 이용	(52)	73.1	55.8	71.2	59.6	40.4	0.0
	온라인과 대면 모두 이용	(193)	79.3	68.4	63.2	54.4	34.7	0.0

(4) 금융산업공익재단 사회공헌 활동 인지 여부 및 도움 정도

금융산업공익재단 사회공헌 활동 인지 및 도움 정도에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-14~15>, <표 IV-34~47>과 같다. 우선 활동 인지 여부를 중점으로 살펴보면, ‘취약계층 취업촉진 지원사업’이 45.7%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘지역아동센터 다문화교육 지원사업’(41.7%), ‘디지털 소외계층 지원사업’(40.9%), ‘취약계층 자산형성 지원사업’/‘초등학교 경제금융교육사업’(각각 40.8%) 등의 순으로 나타났다. 반면, ‘미등록 이주아동 의료지원 사업’은 24.2%로 가장 낮게 나타났다.

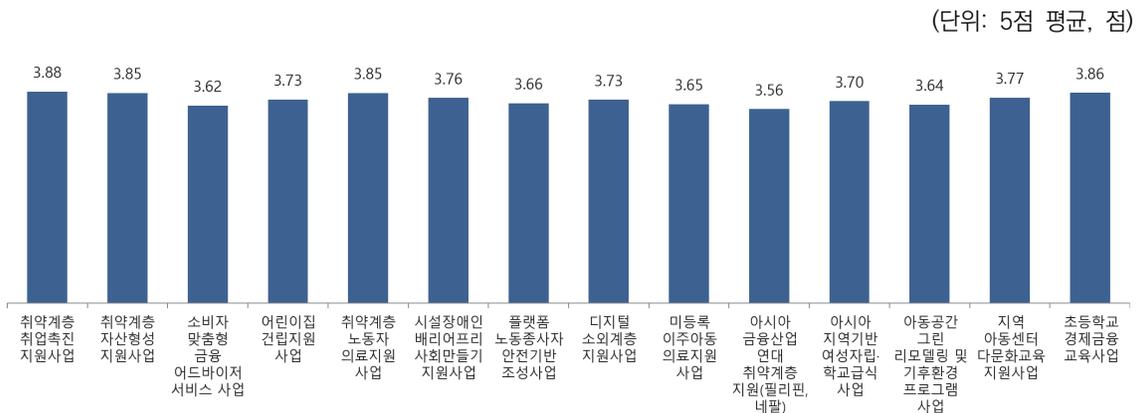
‘취약계층 취업촉진 지원사업’, ‘취약계층 자산형성 지원사업’, ‘어린이집 건립지원 사업’, ‘아시아 금융산업연대 취약계층 지원(필리핀, 네팔)’, ‘지역아동센터 다문화교육 지원사업’은 여성과 50대 이상에서 인지도가 높게 나타났다. ‘소비자 맞춤형 금융어드바이저 서비스 사업’, ‘디지털 소외계층 지원사업’, ‘미등록 이주아동 의료지원 사업’은 남성과 50대 이상에서 인지도가 높게 나타났다. ‘취약계층 노동자 의료지원사업’은 남성과 20대 이하에서, ‘시설장애인 배리어프리 사회만들기 지원사업’은 여성과 40대에서, ‘플랫폼 노동종사자 안전기반 조성사업’은 남성과 40대이상에서, ‘아시아 지역기반 여성자립·학교급식 사업’은 여성과 40대에서, ‘아동공간 그린 리모델링 및 기후환경 프로그램 사업’은 남성과 40대에서, ‘초등학교 경제금융교육사업’은 여성과 40대에서 인지도가 높은 것으로 나타났다.



<그림 IV-14> 금융산업공익재단 사회공헌 활동 인지 여부

다음으로 금융산업공익재단 사회공헌 활동 도움 정도에 대해 살펴보면, ‘취약계층 취업촉진 지원사업’이 3.88점으로 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘초등학교 경제금융교육사업’(3.86점), ‘취약계층 노동자 의료지원사업’/‘취약계층 자산형성 지원사업’(각각 3.85점), ‘지역아동센터 다문화교육 지원사업’(3.77점) 등의 순으로 나타났다. 반면, ‘아시아 금융산업연대 취약계층 지원(필리핀, 네팔)’은 3.56점으로 가장 낮게 나타났다.

성별로 살펴보면, ‘아시아 지역기반 여성자립·학교급식 사업’은 여성 대비 남성이 높은 것으로 나타난 반면, 다른 금융산업공익재단 사회공헌 활동의 도움 정도는 여성이 높은 것으로 나타났다. 연령별로 살펴보면, ‘취약계층 취업촉진 지원사업’은 20대 이하, ‘어린이집 건립지원 사업’, ‘취약계층 노동자 의료지원사업’, ‘시설장애인 배리어프리 사회만들기 지원사업’, ‘플랫폼 노동종사자 안전기반 조성사업’, ‘미등록 이주아동 의료지원 사업’, ‘아시아 지역기반 여성자립·학교급식 사업’, ‘아동공간 그린리모델링 및 기후환경 프로그램 사업’은 30대, ‘취약계층 자산형성 지원사업’, ‘소비자 맞춤형 금융어드바이저 서비스 사업’, ‘디지털 소외계층 지원사업’, ‘아시아 금융산업연대 취약계층 지원(필리핀, 네팔)’은 40대, ‘지역아동센터 다문화교육 지원사업’, ‘초등학교 경제금융교육사업’은 50대 이상이 높은 것으로 나타났다.



〈그림 IV-15〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 도움 정도

‘취약계층 취업촉진 지원사업’ 인지 여부를 사회참여 경험에 따라 살펴보면 0회(29.6%)에서 가장 낮고, 3회(70.8%)에서 가장 높았으며, 주거태 은행 이용 형태로 살펴보면 온라인과 대면 모두 이용(51.2%)에서 가장 높은 것으로 나타났다.

〈표 Ⅳ-34〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_취약계층 취업촉진 지원사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	54.3	45.7	(457)	4.8	20.6	74.6	3.88
성별	남성	(508)	55.5	44.5	(226)	4.9	22.1	73.0	3.87
	여성	(492)	53.0	47.0	(231)	4.8	19.0	76.2	3.88
	$\chi^2/t$ 값	.61			-.15				
연령	20대 이하	(310)	56.8	43.2	(134)	3.7	23.9	72.4	3.91
	30대	(148)	58.8	41.2	(61)	1.6	29.5	68.9	3.85
	40대	(176)	54.0	46.0	(81)	9.9	12.3	77.8	3.83
	50대 이상	(366)	50.5	49.5	(181)	4.4	18.8	76.8	3.88
	$\chi^2/F$ 값	4.05			.21				
지역	수도권	(516)	56.6	43.4	(224)	5.8	18.8	75.4	3.87
	비수도권	(484)	51.9	48.1	(233)	3.9	22.3	73.8	3.88
	$\chi^2/t$ 값	2.25			-.18				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	54.9	45.1	(405)	5.4	20.2	74.3	3.87
	예	(102)	49.0	51.0	(52)	0.0	23.1	76.9	3.96
	$\chi^2/t$ 값	1.28			-.81				
최종학력	고등학교 이하	(153)	49.0	51.0	(78)	1.3	19.2	79.5	4.03
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	54.8	45.2	(332)	4.8	22.0	73.2	3.86
	대학원 석사 재학 이상	(113)	58.4	41.6	(47)	10.6	12.8	76.6	3.74
	$\chi^2/F$ 값	2.55			2.96				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	60.3	39.7	(81)	6.2	29.6	64.2	3.74
	300만원~500만원 미만	(315)	50.2	49.8	(157)	3.8	19.7	76.4	3.96
	500만원~700만원 미만	(241)	56.4	43.6	(105)	3.8	18.1	78.1	3.89
	700만원 이상	(240)	52.5	47.5	(114)	6.1	17.5	76.3	3.86
	$\chi^2/F$ 값	5.89			1.33				
정치적 성향	보수	(199)	53.8	46.2	(92)	3.3	13.0	83.7	3.99
	중도	(528)	55.7	44.3	(234)	4.7	24.4	70.9	3.84
	진보	(273)	52.0	48.0	(131)	6.1	19.1	74.8	3.87
	$\chi^2/F$ 값	1.00			1.21				
사회참여 경험	0회	(311)	70.4	29.6	(92)	4.3	20.7	75.0	3.93
	1회	(329)	55.3	44.7	(147)	4.8	23.1	72.1	3.84
	2회	(240)	44.6	55.4	(133)	6.8	18.0	75.2	3.84
	3회	(120)	29.2	70.8	(85)	2.4	20.0	77.6	3.93
	$\chi^2/F$ 값	72.37***			.46				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	57.8	42.2	(240)	4.6	22.9	72.5	3.86
	대면 이용	(62)	54.8	45.2	(28)	7.1	32.1	60.7	3.57
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	48.8	51.2	(189)	4.8	15.9	79.4	3.95
	$\chi^2/F$ 값	7.38*			2.90				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘취약계층 자산형성 지원사업’ 인지 여부는 금융권 종사 경험이 없는 경우(39.4%)보다 있는 경우(52.9%)에서 높았고, 사회참여 경험으로 살펴보면 0회(27.7%)에서 가장 낮고, 3회(59.2%)에서 가장 높게 나타났다.

〈표 IV-35〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_취약계층 자산형성 지원사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	59.2	40.8	(408)	7.4	23.0	69.6	3.85
성별	남성	(508)	60.2	39.8	(202)	6.9	25.2	67.8	3.81
	여성	(492)	58.1	41.9	(206)	7.8	20.9	71.4	3.89
	$\chi^2/t$ 값	.46			-.87				
연령	20대 이하	(310)	59.0	41.0	(127)	5.5	29.1	65.4	3.85
	30대	(148)	68.2	31.8	(47)	8.5	31.9	59.6	3.70
	40대	(176)	60.2	39.8	(70)	11.4	14.3	74.3	3.97
	50대 이상	(366)	55.2	44.8	(164)	6.7	19.5	73.8	3.84
	$\chi^2/F$ 값	7.53			.87				
지역	수도권	(516)	60.1	39.9	(206)	8.3	18.9	72.8	3.87
	비수도권	(484)	58.3	41.7	(202)	6.4	27.2	66.3	3.83
	$\chi^2/t$ 값	.34			.42				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	60.6	39.4	(354)	7.6	21.5	70.9	3.86
	예	(102)	47.1	52.9	(54)	5.6	33.3	61.1	3.78
	$\chi^2/t$ 값	6.93**			.65				
최종학력	고등학교 이하	(153)	57.5	42.5	(65)	1.5	24.6	73.8	4.05
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	58.2	41.8	(307)	8.1	23.8	68.1	3.80
	대학원 석사 재학 이상	(113)	68.1	31.9	(36)	11.1	13.9	75.0	3.89
	$\chi^2/F$ 값	4.24			2.03				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	60.3	39.7	(81)	12.3	25.9	61.7	3.74
	300만원~500만원 미만	(315)	59.4	40.6	(128)	3.1	25.8	71.1	3.97
	500만원~700만원 미만	(241)	61.8	38.2	(92)	8.7	18.5	72.8	3.85
	700만원 이상	(240)	55.4	44.6	(107)	7.5	21.5	71.0	3.79
	$\chi^2/F$ 값	2.22			1.31				
정치적 성향	보수	(199)	62.3	37.7	(75)	6.7	17.3	76.0	4.01
	중도	(528)	59.1	40.9	(216)	7.4	25.9	66.7	3.79
	진보	(273)	57.1	42.9	(117)	7.7	21.4	70.9	3.86
	$\chi^2/F$ 값	1.28			1.83				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
사회참여 경험	0회	(311)	72.3	27.7	(86)	7.0	31.4	61.6	3.73
	1회	(329)	59.0	41.0	(135)	8.1	20.7	71.1	3.82
	2회	(240)	51.7	48.3	(116)	9.5	19.8	70.7	3.87
	3회	(120)	40.8	59.2	(71)	2.8	22.5	74.6	4.01
	$\chi^2/F값$	44.66***			1.37				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	58.9	41.1	(234)	7.3	24.4	68.4	3.82
	대면 이용	(62)	62.9	37.1	(23)	8.7	39.1	52.2	3.57
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	59.1	40.9	(151)	7.3	18.5	74.2	3.93
	$\chi^2/F값$	.38			1.95				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘소비자 맞춤형 금융어드바이저 서비스 사업’ 인지 여부를 사회참여 경험에 따라 살펴보면 0회(25.1%)에서 가장 낮았고, 3회(50%)에서 가장 높았으며, 주거래 은행 이용 형태로 살펴보면 대면 이용(43.5%)에서 인지 여부가 가장 높게 나타났으나 도움 정도는 가장 낮게 나타났다(3.26점).

〈표 IV-36〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_소비자 맞춤형 금융어드바이저 서비스 사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	67.4	32.6	(326)	8.9	34.4	56.7	3.62
성별	남성	(508)	65.9	34.1	(173)	9.8	35.3	54.9	3.55
	여성	(492)	68.9	31.1	(153)	7.8	33.3	58.8	3.69
	$\chi^2/t값$	1.00			-1.38				
연령	20대 이하	(310)	71.6	28.4	(88)	6.8	36.4	56.8	3.67
	30대	(148)	66.2	33.8	(50)	8.0	36.0	56.0	3.66
	40대	(176)	67.0	33.0	(58)	8.6	29.3	62.1	3.67
	50대 이상	(366)	64.5	35.5	(130)	10.8	34.6	54.6	3.55
	$\chi^2/F값$	4.03			.48				
지역	수도권	(516)	69.0	31.0	(160)	10.6	31.3	58.1	3.64
	비수도권	(484)	65.7	34.3	(166)	7.2	37.3	55.4	3.60
	$\chi^2/t값$	1.23			.48				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	68.2	31.8	(286)	9.4	35.3	55.2	3.58
	예	(102)	60.8	39.2	(40)	5.0	27.5	67.5	3.88
	$\chi^2/t$ 값	2.26			-1.93				
최종학력	고등학교 이하	(153)	66.7	33.3	(51)	3.9	37.3	58.8	3.71
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	67.8	32.2	(236)	9.7	32.6	57.6	3.62
	대학원 석사 재학 이상	(113)	65.5	34.5	(39)	10.3	41.0	48.7	3.51
	$\chi^2/F$ 값	.29			.51				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	69.1	30.9	(63)	14.3	36.5	49.2	3.41
	300만원~500만원 미만	(315)	65.1	34.9	(110)	5.5	36.4	58.2	3.72
	500만원~700만원 미만	(241)	69.7	30.3	(73)	9.6	38.4	52.1	3.51
	700만원 이상	(240)	66.7	33.3	(80)	8.8	26.3	65.0	3.75
	$\chi^2/F$ 값	1.69			2.53				
정치적 성향	보수	(199)	65.8	34.2	(68)	1.5	36.8	61.8	3.76
	중도	(528)	70.3	29.7	(157)	10.2	36.9	52.9	3.52
	진보	(273)	63.0	37.0	(101)	11.9	28.7	59.4	3.67
	$\chi^2/F$ 값	4.60			2.00				
사회참여 경험	0회	(311)	74.9	25.1	(78)	7.7	37.2	55.1	3.62
	1회	(329)	70.2	29.8	(98)	12.2	30.6	57.1	3.57
	2회	(240)	62.5	37.5	(90)	7.8	36.7	55.6	3.59
	3회	(120)	50.0	50.0	(60)	6.7	33.3	60.0	3.75
	$\chi^2/F$ 값	28.35***			.55				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	71.5	28.5	(162)	6.2	32.1	61.7	3.75
	대면 이용	(62)	56.5	43.5	(27)	22.2	37.0	40.7	3.26
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	62.9	37.1	(137)	9.5	36.5	54.0	3.54
	$\chi^2/F$ 값	11.24**			4.42*				

주: \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘어린이집 건립지원 사업’ 인지 여부를 사회참여 경험에 따라 살펴보면 0회(19%)에서 가장 낮았고 3회(50%)에서 가장 높게 나타났으며, 도움 정도를 주거래 은행 이용 형태로 살펴보면 대면 이용에서 가장 낮게 나타났다(3.22점).

〈표 IV-37〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_어린이집 건립지원 사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	69.1	30.9	(309)	10.4	23.9	65.7	3.73
성별	남성	(508)	69.3	30.7	(156)	12.8	25.0	62.2	3.65
	여성	(492)	68.9	31.1	(153)	7.8	22.9	69.3	3.82
	$\chi^2/t$ 값	.02			-1.60				
연령	20대 이하	(310)	69.4	30.6	(95)	12.6	29.5	57.9	3.66
	30대	(148)	70.3	29.7	(44)	6.8	29.5	63.6	3.80
	40대	(176)	69.3	30.7	(54)	14.8	14.8	70.4	3.74
	50대 이상	(366)	68.3	31.7	(116)	7.8	21.6	70.7	3.77
	$\chi^2/F$ 값	.22			.27				
지역	수도권	(516)	68.8	31.2	(161)	13.7	21.7	64.6	3.70
	비수도권	(484)	69.4	30.6	(148)	6.8	26.4	66.9	3.78
	$\chi^2/t$ 값	.05			-.74				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	69.6	30.4	(273)	11.4	24.2	64.5	3.70
	예	(102)	64.7	35.3	(36)	2.8	22.2	75.0	3.97
	$\chi^2/t$ 값	1.03			-1.89				
최종학력	고등학교 이하	(153)	66.7	33.3	(51)	5.9	29.4	64.7	3.88
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	69.2	30.8	(226)	11.1	23.5	65.5	3.71
	대학원 석사 재학 이상	(113)	71.7	28.3	(32)	12.5	18.8	68.8	3.66
	$\chi^2/F$ 값	.78			.75				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	68.1	31.9	(65)	7.7	32.3	60.0	3.66
	300만원~500만원 미만	(315)	68.3	31.7	(100)	8.0	21.0	71.0	3.81
	500만원~700만원 미만	(241)	73.4	26.6	(64)	18.8	28.1	53.1	3.47
	700만원 이상	(240)	66.7	33.3	(80)	8.8	17.5	73.8	3.91
	$\chi^2/F$ 값	2.99			2.87*				
정치적 성향	보수	(199)	66.8	33.2	(66)	7.6	16.7	75.8	3.92
	중도	(528)	71.8	28.2	(149)	10.7	26.8	62.4	3.67
	진보	(273)	65.6	34.4	(94)	11.7	24.5	63.8	3.70
	$\chi^2/F$ 값	3.85			1.64				
사회참여 경험	0회	(311)	81.0	19.0	(59)	5.1	35.6	59.3	3.78
	1회	(329)	73.3	26.7	(88)	11.4	21.6	67.0	3.69
	2회	(240)	57.5	42.5	(102)	14.7	18.6	66.7	3.70
	3회	(120)	50.0	50.0	(60)	6.7	25.0	68.3	3.82
	$\chi^2/F$ 값	59.01***			.29				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	71.5	28.5	(162)	8.0	25.9	66.0	3.80
	대면 이용	(62)	62.9	37.1	(23)	21.7	30.4	47.8	3.22
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	66.4	33.6	(124)	11.3	20.2	68.5	3.74
	$\chi^2/F$ 값	3.95			3.73*				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘취약계층 노동자 의료지원사업’ 인지 여부를 최종학력에 따라 살펴보면 대학원 재학 이상(28.3%)에서 가장 낮게 나타났고, 사회참여 경험으로 살펴보면 0회(19%)에서 가장 낮고, 3회(50%)에서 가장 높게 나타났다. 도움 정도는 정치적 성향이 보수적인 경우(4.04점) 다른 성향에 비해 높게 나타났다.

〈표 IV-38〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_취약계층 노동자 의료지원사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	59.7	40.3	(403)	5.2	23.1	71.7	3.85
성별	남성	(508)	58.7	41.3	(210)	5.2	26.2	68.6	3.80
	여성	(492)	60.8	39.2	(193)	5.2	19.7	75.1	3.91
	$\chi^2/t값$	.46			-1.28				
연령	20대 이하	(310)	57.1	42.9	(133)	9.0	23.3	67.7	3.75
	30대	(148)	64.9	35.1	(52)	0.0	30.8	69.2	3.92
	40대	(176)	63.1	36.9	(65)	3.1	26.2	70.8	3.88
	50대 이상	(366)	58.2	41.8	(153)	4.6	19.0	76.5	3.91
	$\chi^2/F값$	3.69			1.11				
지역	수도권	(516)	62.2	37.8	(195)	5.6	24.1	70.3	3.83
	비수도권	(484)	57.0	43.0	(208)	4.8	22.1	73.1	3.88
	$\chi^2/t값$	2.79			-.56				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	60.5	39.5	(355)	5.1	23.4	71.5	3.85
	예	(102)	52.9	47.1	(48)	6.3	20.8	72.9	3.85
	$\chi^2/t값$	2.16			-.01				
최종학력	고등학교 이하	(153)	51.6	48.4	(74)	4.1	24.3	71.6	3.97
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	59.5	40.5	(297)	5.7	22.2	72.1	3.83
	대학원 석사 재학 이상	(113)	71.7	28.3	(32)	3.1	28.1	68.8	3.81
	$\chi^2/F값$	10.89**			1.02				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	62.7	37.3	(76)	9.2	19.7	71.1	3.83
	300만원~500만원 미만	(315)	58.4	41.6	(131)	3.8	24.4	71.8	3.90
	500만원~700만원 미만	(241)	59.3	40.7	(98)	5.1	25.5	69.4	3.79
	700만원 이상	(240)	59.2	40.8	(98)	4.1	21.4	74.5	3.88
	$\chi^2/F값$	1.05			.44				
정치적 성향	보수	(199)	59.3	40.7	(81)	2.5	17.3	80.2	4.04
	중도	(528)	61.4	38.6	(204)	5.9	26.5	67.6	3.77
	진보	(273)	56.8	43.2	(118)	5.9	21.2	72.9	3.86
	$\chi^2/F값$	1.59			3.18*				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
사회참여 경험	0회	(311)	73.3	26.7	(83)	7.2	20.5	72.3	3.86
	1회	(329)	59.9	40.1	(132)	4.5	21.2	74.2	3.89
	2회	(240)	52.1	47.9	(115)	5.2	27.8	67.0	3.79
	3회	(120)	39.2	60.8	(73)	4.1	21.9	74.0	3.89
	$\chi^2/F값$	50.77***			.36				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	60.6	39.4	(224)	3.6	25.4	71.0	3.87
	대면 이용	(62)	56.5	43.5	(27)	14.8	25.9	59.3	3.56
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	58.8	41.2	(152)	5.9	19.1	75.0	3.88
	$\chi^2/F값$	.60			2.04				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘시설장애인 배리어프리 사회 만들기 지원사업’ 인지 여부는 정치 성향이 진보적인 경우 (36.3%) 다른 성향에 비해 높았고, 사회참여는 0회(19.9%)에서 가장 낮고, 3회(52.5%)에서 가장 높게 나타났다. 도움 정도는 주거래 은행 이용 형태가 대면 이용인 경우, 다른 이용 형태에 비해 낮게 나타났다(3.25점).

〈표 IV-39〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_시설장애인 배리어프리 사회만들기 지원사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	70.0	30.0	(300)	8.7	25.3	66.0	3.76
성별	남성	(508)	70.1	29.9	(152)	7.9	28.9	63.2	3.71
	여성	(492)	69.9	30.1	(148)	9.5	21.6	68.9	3.82
	$\chi^2/t값$	.00			-1.03				
연령	20대 이하	(310)	70.6	29.4	(91)	12.1	23.1	64.8	3.76
	30대	(148)	73.0	27.0	(40)	0.0	27.5	72.5	3.98
	40대	(176)	65.9	34.1	(60)	13.3	18.3	68.3	3.73
	50대 이상	(366)	70.2	29.8	(109)	6.4	30.3	63.3	3.71
	$\chi^2/F값$	2.10			.90				
지역	수도권	(516)	72.3	27.7	(143)	9.8	28.0	62.2	3.72
	비수도권	(484)	67.6	32.4	(157)	7.6	22.9	69.4	3.80
	$\chi^2/t값$	2.66			-.79				

구 분	인지 여부			도움 정도					
	사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균	
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	70.6	29.4	(264)	8.3	26.9	64.8	3.74
	예	(102)	64.7	35.3	(36)	11.1	13.9	75.0	3.92
	$\chi^2/t$ 값	1.52			-1.09				
최종학력	고등학교 이하	(153)	68.6	31.4	(48)	8.3	22.9	68.8	3.94
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	69.9	30.1	(221)	8.6	24.9	66.5	3.73
	대학원 석사 재학 이상	(113)	72.6	27.4	(31)	9.7	32.3	58.1	3.71
	$\chi^2/F$ 값	.50			1.07				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	73.0	27.0	(55)	14.5	25.5	60.0	3.67
	300만원~500만원 미만	(315)	67.3	32.7	(103)	6.8	25.2	68.0	3.81
	500만원~700만원 미만	(241)	70.1	29.9	(72)	6.9	23.6	69.4	3.79
	700만원 이상	(240)	70.8	29.2	(70)	8.6	27.1	64.3	3.74
	$\chi^2/F$ 값	2.07			.29				
정치적 성향	보수	(199)	74.9	25.1	(50)	8.0	18.0	74.0	3.80
	중도	(528)	71.4	28.6	(151)	7.9	28.5	63.6	3.79
	진보	(273)	63.7	36.3	(99)	10.1	24.2	65.7	3.71
	$\chi^2/F$ 값	7.85*			.29				
사회참여 경험	0회	(311)	80.1	19.9	(62)	11.3	19.4	69.4	3.81
	1회	(329)	74.5	25.5	(84)	10.7	26.2	63.1	3.68
	2회	(240)	62.1	37.9	(91)	7.7	24.2	68.1	3.77
	3회	(120)	47.5	52.5	(63)	4.8	31.7	63.5	3.83
	$\chi^2/F$ 값	54.22***			.39				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	72.2	27.8	(158)	8.2	27.2	64.6	3.75
	대면 이용	(62)	61.3	38.7	(24)	20.8	33.3	45.8	3.25
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	68.0	32.0	(118)	6.8	21.2	72.0	3.88
	$\chi^2/F$ 값	4.28			5.02**				

주: \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘플랫폼 노동종사자 안전기반 조성사업’ 인지 여부는 금융권 종사 경험이 있는 경우(34.3%) 높게 나타났고 사회참여 경험은 0회(15.8%)보다 3회(48.3%)에서 높게 나타났다. 또한 주거래 은행 이용 형태로 살펴보면 온라인 이용(21.3%)에서 가장 낮게 나타났다. 도움 정도를 성별로 살펴보면 남성(3.54점)보다 여성(3.81점)이 높게 나타났으며, 정치적 성향으로 살펴보면 보수에서 가장 높게 나타났다(3.90점).

〈표 IV-40〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_플랫폼 노동종사자 안전기반 조성사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	75.7	24.3	(243)	9.5	28.8	61.7	3.66
성별	남성	(508)	73.2	26.8	(136)	12.5	31.6	55.9	3.54
	여성	(492)	78.3	21.7	(107)	5.6	25.2	69.2	3.81
	$\chi^2/t$ 값	3.43			-2.28*				
연령	20대 이하	(310)	76.8	23.2	(72)	13.9	22.2	63.9	3.68
	30대	(148)	76.4	23.6	(35)	8.6	25.7	65.7	3.71
	40대	(176)	73.3	26.7	(47)	10.6	31.9	57.4	3.60
	50대 이상	(366)	75.7	24.3	(89)	5.6	33.7	60.7	3.66
	$\chi^2/F$ 값	.78			.12				
지역	수도권	(516)	76.6	23.4	(121)	9.1	27.3	63.6	3.70
	비수도권	(484)	74.8	25.2	(122)	9.8	30.3	59.8	3.62
	$\chi^2/t$ 값	.42			.66				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	76.8	23.2	(208)	9.1	31.3	59.6	3.65
	예	(102)	65.7	34.3	(35)	11.4	14.3	74.3	3.74
	$\chi^2/t$ 값	6.19*			-.54				
최종학력	고등학교 이하	(153)	71.2	28.8	(44)	6.8	27.3	65.9	3.70
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	76.4	23.6	(173)	8.7	29.5	61.8	3.69
	대학원 석사 재학 이상	(113)	77.0	23.0	(26)	19.2	26.9	53.8	3.42
	$\chi^2/F$ 값	1.97			.94				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	77.9	22.1	(45)	13.3	31.1	55.6	3.53
	300만원~500만원 미만	(315)	73.7	26.3	(83)	4.8	25.3	69.9	3.82
	500만원~700만원 미만	(241)	77.6	22.4	(54)	13.0	31.5	55.6	3.54
	700만원 이상	(240)	74.6	25.4	(61)	9.8	29.5	60.7	3.66
	$\chi^2/F$ 값	1.91			1.37				
정치적 성향	보수	(199)	74.4	25.6	(51)	0.0	27.5	72.5	3.90
	중도	(528)	78.6	21.4	(113)	8.8	33.6	57.5	3.59
	진보	(273)	71.1	28.9	(79)	16.5	22.8	60.8	3.61
	$\chi^2/F$ 값	5.79			3.29*				
사회참여 경험	0회	(311)	84.2	15.8	(49)	8.2	34.7	57.1	3.65
	1회	(329)	80.2	19.8	(65)	15.4	26.2	58.5	3.54
	2회	(240)	70.4	29.6	(71)	11.3	29.6	59.2	3.55
	3회	(120)	51.7	48.3	(58)	1.7	25.9	72.4	3.95
	$\chi^2/F$ 값	57.36***			2.53				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	78.7	21.3	(121)	5.8	33.9	60.3	3.65
	대면 이용	(62)	69.4	30.6	(19)	31.6	15.8	52.6	3.26
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	72.1	27.9	(103)	9.7	25.2	65.0	3.75
	$\chi^2/F$ 값	6.82*			1.28				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘디지털 소외계층 지원사업’ 인지 여부를 연령대에 따라 살펴보면 50대 이상(46.7%)에서 가장 높게 나타났으며, 사회참여 경험은 0회(30.2%)에서 가장 낮고, 3회(62.5%)에서 가장 높게 나타났다. 도움 정도는 최종 학력이 고졸 이하인 경우(3.97점) 가장 높게 나타났고, 정치 성향은 중도(3.60점)에서 가장 낮게 나타났다.

〈표 IV-41〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_디지털 소외계층 지원사업

(단위: 명, %)

구 분	인지 여부			도움 정도					
	사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균	
전 체	(1,000)	59.1	40.9	(409)	8.6	27.1	64.3	3.73	
성별	남성	(508)	58.1	41.9	(213)	8.9	28.6	62.4	3.70
	여성	(492)	60.2	39.8	(196)	8.2	25.5	66.3	3.76
	$\chi^2/t$ 값	.45			-.68				
연령	20대 이하	(310)	59.7	40.3	(125)	12.0	28.0	60.0	3.69
	30대	(148)	66.2	33.8	(50)	8.0	28.0	64.0	3.72
	40대	(176)	64.2	35.8	(63)	9.5	20.6	69.8	3.79
	50대 이상	(366)	53.3	46.7	(171)	5.8	28.7	65.5	3.74
	$\chi^2/F$ 값	10.17*			.20				
지역	수도권	(516)	58.5	41.5	(214)	9.8	27.6	62.6	3.70
	비수도권	(484)	59.7	40.3	(195)	7.2	26.7	66.2	3.76
	$\chi^2/t$ 값	.15			-.66				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	59.0	41.0	(368)	8.4	27.2	64.4	3.73
	예	(102)	59.8	40.2	(41)	9.8	26.8	63.4	3.73
	$\chi^2/t$ 값	.02			-.02				
최종학력	고등학교 이하	(153)	58.8	41.2	(63)	3.2	20.6	76.2	3.97
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	59.3	40.7	(299)	10.0	27.1	62.9	3.68
	대학원 석사 재학 이상	(113)	58.4	41.6	(47)	6.4	36.2	57.4	3.70
	$\chi^2/F$ 값	.04			2.70				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	62.7	37.3	(76)	9.2	27.6	63.2	3.71
	300만원~500만원 미만	(315)	57.1	42.9	(135)	10.4	29.6	60.0	3.68
	500만원~700만원 미만	(241)	62.7	37.3	(90)	8.9	23.3	67.8	3.76
	700만원 이상	(240)	55.0	45.0	(108)	5.6	26.9	67.6	3.78
	$\chi^2/F$ 값	4.55			.27				
정치적 성향	보수	(199)	57.8	42.2	(84)	4.8	16.7	78.6	3.96
	중도	(528)	60.0	40.0	(211)	10.4	32.7	56.9	3.60
	진보	(273)	58.2	41.8	(114)	7.9	24.6	67.5	3.79
	$\chi^2/F$ 값	.42			5.40**				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
사회참여 경험	0회	(311)	69.8	30.2	(94)	7.4	34.0	58.5	3.65
	1회	(329)	61.1	38.9	(128)	8.6	21.9	69.5	3.77
	2회	(240)	53.3	46.7	(112)	9.8	27.7	62.5	3.65
	3회	(120)	37.5	62.5	(75)	8.0	26.7	65.3	3.87
	$\chi^2/F값$	41.67***			1.23				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	61.0	39.0	(222)	6.8	28.8	64.4	3.76
	대면 이용	(62)	58.1	41.9	(26)	15.4	30.8	53.8	3.42
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	56.4	43.6	(161)	9.9	24.2	65.8	3.74
	$\chi^2/F값$	2.00			1.64				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘미등록 이주아동 의료지원 사업’ 인지 여부를 정치적 성향으로 살펴보면 진보(30.4%)에서 가장 높게 나타났고, 사회참여 경험으로 살펴보면 0회(15.8%)에서 가장 낮고, 3회(46.7%)에서 가장 높게 나타났다.

〈표 IV-42〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_미등록 이주아동 의료지원 사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	75.8	24.2	(242)	10.3	30.6	59.1	3.65
성별	남성	(508)	74.4	25.6	(130)	9.2	34.6	56.2	3.61
	여성	(492)	77.2	22.8	(112)	11.6	25.9	62.5	3.70
	$\chi^2/t값$	1.09			-.71				
연령	20대 이하	(310)	77.1	22.9	(71)	15.5	31.0	53.5	3.55
	30대	(148)	79.7	20.3	(30)	3.3	36.7	60.0	3.80
	40대	(176)	74.4	25.6	(45)	11.1	35.6	53.3	3.53
	50대 이상	(366)	73.8	26.2	(96)	8.3	26.0	65.6	3.73
	$\chi^2/F값$	2.53			.93				
지역	수도권	(516)	75.4	24.6	(127)	11.8	28.3	59.8	3.66
	비수도권	(484)	76.2	23.8	(115)	8.7	33.0	58.3	3.63
	$\chi^2/t값$	.10			.21				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	76.5	23.5	(211)	10.0	32.2	57.8	3.62
	예	(102)	69.6	30.4	(31)	12.9	19.4	67.7	3.84
	$\chi^2/t$ 값	2.37			-1.17				
최종학력	고등학교 이하	(153)	71.2	28.8	(44)	9.1	27.3	63.6	3.84
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	76.3	23.7	(174)	10.9	31.0	58.0	3.60
	대학원 석사 재학 이상	(113)	78.8	21.2	(24)	8.3	33.3	58.3	3.67
	$\chi^2/F$ 값	2.37			1.12				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	77.5	22.5	(46)	13.0	37.0	50.0	3.54
	300만원~500만원 미만	(315)	73.0	27.0	(85)	9.4	34.1	56.5	3.66
	500만원~700만원 미만	(241)	76.8	23.2	(56)	8.9	25.0	66.1	3.68
	700만원 이상	(240)	77.1	22.9	(55)	10.9	25.5	63.6	3.69
	$\chi^2/F$ 값	1.97			.24				
정치적 성향	보수	(199)	78.4	21.6	(43)	9.3	20.9	69.8	3.86
	중도	(528)	78.0	22.0	(116)	12.9	34.5	52.6	3.53
	진보	(273)	69.6	30.4	(83)	7.2	30.1	62.7	3.71
	$\chi^2/F$ 값	7.89*			2.16				
사회참여 경험	0회	(311)	84.2	15.8	(49)	4.1	36.7	59.2	3.71
	1회	(329)	80.9	19.1	(63)	14.3	28.6	57.1	3.59
	2회	(240)	69.2	30.8	(74)	13.5	35.1	51.4	3.50
	3회	(120)	53.3	46.7	(56)	7.1	21.4	71.4	3.86
	$\chi^2/F$ 값	55.44***			1.62				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	76.8	23.2	(132)	9.1	31.1	59.8	3.67
	대면 이용	(62)	69.4	30.6	(19)	10.5	47.4	42.1	3.37
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	75.3	24.7	(91)	12.1	26.4	61.5	3.67
	$\chi^2/F$ 값	1.76			.87				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘아시아 금융산업연대 취약계층 지원’ 인지 여부를 사회참여 경험으로 살펴보면 0회(14.8%)에서 가장 낮고, 3회(44.2%)에서 가장 높게 나타났다. 도움 정도를 주거래 은행 이용 형태로 살펴보면 대면 이용에서 가장 낮게 나타났다(3.10점).

〈표 IV-43〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_아시아 금융산업연대 취약계층 지원(필리핀, 네팔)

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	75.3	24.7	(247)	10.9	35.2	53.8	3.56
성별	남성	(508)	75.4	24.6	(125)	8.8	38.4	52.8	3.54
	여성	(492)	75.2	24.8	(122)	13.1	32.0	54.9	3.58
	$\chi^2/t$ 값	.01			-.38				
연령	20대 이하	(310)	75.5	24.5	(76)	15.8	30.3	53.9	3.55
	30대	(148)	74.3	25.7	(38)	13.2	31.6	55.3	3.50
	40대	(176)	77.8	22.2	(39)	10.3	35.9	53.8	3.59
	50대 이상	(366)	74.3	25.7	(94)	6.4	40.4	53.2	3.57
	$\chi^2/F$ 값	.88			.07				
지역	수도권	(516)	76.6	23.4	(121)	9.1	38.8	52.1	3.56
	비수도권	(484)	74.0	26.0	(126)	12.7	31.7	55.6	3.56
	$\chi^2/t$ 값	.90			.05				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	75.8	24.2	(217)	10.1	36.4	53.5	3.57
	예	(102)	70.6	29.4	(30)	16.7	26.7	56.7	3.47
	$\chi^2/t$ 값	1.36			.57				
최종학력	고등학교 이하	(153)	79.1	20.9	(32)	6.3	31.3	62.5	3.88
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	74.7	25.3	(186)	12.4	35.5	52.2	3.50
	대학원 석사 재학 이상	(113)	74.3	25.7	(29)	6.9	37.9	55.2	3.59
	$\chi^2/F$ 값	1.40			2.17				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	77.9	22.1	(45)	13.3	35.6	51.1	3.51
	300만원~500만원 미만	(315)	72.4	27.6	(87)	9.2	36.8	54.0	3.56
	500만원~700만원 미만	(241)	76.3	23.7	(57)	12.3	33.3	54.4	3.56
	700만원 이상	(240)	75.8	24.2	(58)	10.3	34.5	55.2	3.59
	$\chi^2/F$ 값	2.39			.05				
정치적 성향	보수	(199)	78.4	21.6	(43)	9.3	18.6	72.1	3.79
	중도	(528)	76.3	23.7	(125)	5.6	41.6	52.8	3.61
	진보	(273)	71.1	28.9	(79)	20.3	34.2	45.6	3.35
	$\chi^2/F$ 값	3.96			2.82				
사회참여 경험	0회	(311)	85.2	14.8	(46)	13.0	45.7	41.3	3.30
	1회	(329)	76.9	23.1	(76)	14.5	28.9	56.6	3.58
	2회	(240)	70.0	30.0	(72)	8.3	36.1	55.6	3.58
	3회	(120)	55.8	44.2	(53)	7.5	34.0	58.5	3.72
	$\chi^2/F$ 값	44.95***			1.64				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	76.1	23.9	(136)	7.4	33.1	59.6	3.69
	대면 이용	(62)	66.1	33.9	(21)	28.6	42.9	28.6	3.10
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	75.6	24.4	(90)	12.2	36.7	51.1	3.47
	$\chi^2/F$ 값	3.02			4.38*				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘아시아 지역기반 여성자립·학교 급식사업’ 인지 여부를 정치 성향으로 살펴보면 진보(31.1%)에서 가장 높게 나타났고, 사회참여 경험로 살펴보면 0회(15.8%)에서 가장 낮고, 3회(47.5%)에서 가장 높게 나타났다. 주거래 은행 이용 방식에 따라서는 대면 이용에서 가장 높게 나타났다(43.5%).

〈표 IV-44〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_아시아 지역기반 여성자립·학교급식 사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	74.8	25.2	(252)	9.9	28.6	61.5	3.70
성별	남성	(508)	75.4	24.6	(125)	8.8	25.6	65.6	3.78
	여성	(492)	74.2	25.8	(127)	11.0	31.5	57.5	3.62
	$\chi^2/t값$	.19			1.36				
연령	20대 이하	(310)	74.2	25.8	(80)	16.3	25.0	58.8	3.58
	30대	(148)	80.4	19.6	(29)	10.3	24.1	65.5	3.86
	40대	(176)	71.6	28.4	(50)	8.0	30.0	62.0	3.74
	50대 이상	(366)	74.6	25.4	(93)	5.4	32.3	62.4	3.74
	$\chi^2/F값$	3.50			.83				
지역	수도권	(516)	76.7	23.3	(120)	11.7	25.0	63.3	3.73
	비수도권	(484)	72.7	27.3	(132)	8.3	31.8	59.8	3.68
	$\chi^2/t값$	2.14			.36				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	75.5	24.5	(220)	10.0	29.5	60.5	3.69
	예	(102)	68.6	31.4	(32)	9.4	21.9	68.8	3.78
	$\chi^2/t값$	2.30			-.50				
최종학력	고등학교 이하	(153)	70.6	29.4	(45)	15.6	26.7	57.8	3.58
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	75.3	24.7	(181)	8.8	27.6	63.5	3.73
	대학원 석사 재학 이상	(113)	77.0	23.0	(26)	7.7	38.5	53.8	3.73
	$\chi^2/F값$	1.84			.47				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	75.0	25.0	(51)	15.7	21.6	62.7	3.59
	300만원~500만원 미만	(315)	73.0	27.0	(85)	9.4	30.6	60.0	3.73
	500만원~700만원 미만	(241)	73.9	26.1	(63)	6.3	38.1	55.6	3.65
	700만원 이상	(240)	77.9	22.1	(53)	9.4	20.8	69.8	3.83
	$\chi^2/F값$	1.89			.65				
정치적 성향	보수	(199)	76.4	23.6	(47)	6.4	21.3	72.3	3.89
	중도	(528)	77.3	22.7	(120)	7.5	32.5	60.0	3.72
	진보	(273)	68.9	31.1	(85)	15.3	27.1	57.6	3.58
	$\chi^2/F값$	7.08*			1.72				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
사회참여 경험	0회	(311)	84.2	15.8	(49)	18.4	26.5	55.1	3.49
	1회	(329)	79.9	20.1	(66)	6.1	27.3	66.7	3.79
	2회	(240)	66.7	33.3	(80)	10.0	33.8	56.3	3.60
	3회	(120)	52.5	47.5	(57)	7.0	24.6	68.4	3.93
	$\chi^2/F값$	59.41***			2.43				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	75.7	24.3	(138)	7.2	26.8	65.9	3.78
	대면 이용	(62)	56.5	43.5	(27)	25.9	22.2	51.9	3.37
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	76.4	23.6	(87)	9.2	33.3	57.5	3.69
	$\chi^2/F값$	11.86**			2.08				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘아동공간 그린리모델링 및 기후환경 프로그램 사업’ 인지 여부를 정치 성향으로 살펴보면 진보(36.5%)에서 가장 높게 나타났고, 사회참여 경험으로 살펴보면 0회(18.6%)에서 가장 낮고, 3회(46.7%)에서 가장 높게 나타났다.

〈표 IV-45〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_아동공간 그린리모델링 및 기후환경 프로그램 사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	70.9	29.1	(291)	9.3	32.0	58.8	3.64
성별	남성	(508)	70.9	29.1	(148)	12.2	31.8	56.1	3.59
	여성	(492)	70.9	29.1	(143)	6.3	32.2	61.5	3.69
	$\chi^2/t값$	.00			-.86				
연령	20대 이하	(310)	74.2	25.8	(80)	8.8	36.3	55.0	3.59
	30대	(148)	74.3	25.7	(38)	7.9	26.3	65.8	3.74
	40대	(176)	66.5	33.5	(59)	13.6	37.3	49.2	3.53
	50대 이상	(366)	68.9	31.1	(114)	7.9	28.1	64.0	3.70
	$\chi^2/F값$	4.88			.73				
지역	수도권	(516)	70.3	29.7	(153)	7.8	37.3	54.9	3.59
	비수도권	(484)	71.5	28.5	(138)	10.9	26.1	63.0	3.69
	$\chi^2/t값$	.16			-.89				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	71.0	29.0	(260)	8.8	33.5	57.7	3.63
	예	(102)	69.6	30.4	(31)	12.9	19.4	67.7	3.71
	$\chi^2/t$ 값	.09			-.46				
최종학력	고등학교 이하	(153)	69.9	30.1	(46)	10.9	26.1	63.0	3.72
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	70.6	29.4	(216)	8.8	34.3	56.9	3.63
	대학원 석사 재학 이상	(113)	74.3	25.7	(29)	10.3	24.1	65.5	3.62
	$\chi^2/F$ 값	.75			.21				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	74.0	26.0	(53)	11.3	26.4	62.3	3.58
	300만원~500만원 미만	(315)	73.0	27.0	(85)	9.4	35.3	55.3	3.64
	500만원~700만원 미만	(241)	68.5	31.5	(76)	9.2	34.2	56.6	3.61
	700만원 이상	(240)	67.9	32.1	(77)	7.8	29.9	62.3	3.71
	$\chi^2/F$ 값	3.37			.28				
정치적 성향	보수	(199)	71.4	28.6	(57)	0.0	35.1	64.9	3.81
	중도	(528)	74.1	25.9	(137)	12.4	34.3	53.3	3.53
	진보	(273)	64.5	35.5	(97)	10.3	26.8	62.9	3.70
	$\chi^2/F$ 값	8.04*			2.33				
사회참여 경험	0회	(311)	81.4	18.6	(58)	12.1	24.1	63.8	3.72
	1회	(329)	75.4	24.6	(81)	6.2	33.3	60.5	3.64
	2회	(240)	60.0	40.0	(96)	9.4	35.4	55.2	3.58
	3회	(120)	53.3	46.7	(56)	10.7	32.1	57.1	3.64
	$\chi^2/F$ 값	51.43***			.29				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	73.5	26.5	(151)	7.3	34.4	58.3	3.65
	대면 이용	(62)	61.3	38.7	(24)	25.0	29.2	45.8	3.29
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	68.6	31.4	(116)	8.6	29.3	62.1	3.70
	$\chi^2/F$ 값	5.56			2.06				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘지역아동센터 다문화교육 지원사업’ 인지 여부를 연령대에 따라 살펴보면 50대 이상(48.6%)에서 가장 높게 나타났고, 금융권 종사 경험이 있는 경우(51%) 높게 나타났으며, 사회참여 경험은 0회(28%)에서 가장 낮고, 3회(65.8%)에서 높게 나타났다. 도움 정도를 지역으로 살펴보면 비수도권(3.85점)이 수도권(3.68점)보다 높게 나타났다.

〈표 IV-46〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_지역아동센터 다문화교육 지원사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	58.3	41.7	(417)	7.2	26.1	66.7	3.77
성별	남성	(508)	59.4	40.6	(206)	7.8	28.2	64.1	3.71
	여성	(492)	57.1	42.9	(211)	6.6	24.2	69.2	3.82
	$\chi^2/t$ 값	.56			-1.34				
연령	20대 이하	(310)	65.2	34.8	(108)	9.3	32.4	58.3	3.65
	30대	(148)	63.5	36.5	(54)	5.6	24.1	70.4	3.76
	40대	(176)	56.3	43.8	(77)	11.7	26.0	62.3	3.74
	50대 이상	(366)	51.4	48.6	(178)	4.5	23.0	72.5	3.85
	$\chi^2/F$ 값	15.20**			1.26				
지역	수도권	(516)	61.0	39.0	(201)	9.0	24.4	66.7	3.68
	비수도권	(484)	55.4	44.6	(216)	5.6	27.8	66.7	3.85
	$\chi^2/t$ 값	3.31			-2.03*				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	59.4	40.6	(365)	7.1	25.5	67.4	3.76
	예	(102)	49.0	51.0	(52)	7.7	30.8	61.5	3.79
	$\chi^2/t$ 값	4.02*			-.18				
최종학력	고등학교 이하	(153)	54.9	45.1	(69)	7.2	27.5	65.2	3.87
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	58.4	41.6	(305)	7.2	26.2	66.6	3.74
	대학원 석사 재학 이상	(113)	61.9	38.1	(43)	7.0	23.3	69.8	3.81
	$\chi^2/F$ 값	1.35			.69				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	60.3	39.7	(81)	9.9	25.9	64.2	3.73
	300만원~500만원 미만	(315)	57.5	42.5	(134)	4.5	24.6	70.9	3.84
	500만원~700만원 미만	(241)	61.8	38.2	(92)	8.7	30.4	60.9	3.68
	700만원 이상	(240)	54.2	45.8	(110)	7.3	24.5	68.2	3.77
	$\chi^2/F$ 값	3.34			.65				
정치적 성향	보수	(199)	54.8	45.2	(90)	6.7	20.0	73.3	3.89
	중도	(528)	58.3	41.7	(220)	6.4	28.6	65.0	3.75
	진보	(273)	60.8	39.2	(107)	9.3	26.2	64.5	3.70
	$\chi^2/F$ 값	1.72			1.19				
사회참여 경험	0회	(311)	72.0	28.0	(87)	6.9	34.5	58.6	3.70
	1회	(329)	59.6	40.4	(133)	10.5	21.8	67.7	3.74
	2회	(240)	50.8	49.2	(118)	7.6	24.6	67.8	3.73
	3회	(120)	34.2	65.8	(79)	1.3	26.6	72.2	3.95
	$\chi^2/F$ 값	58.57***			1.41				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	60.8	39.2	(223)	6.7	27.4	65.9	3.74
	대면 이용	(62)	56.5	43.5	(27)	18.5	33.3	48.1	3.41
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	54.7	45.3	(167)	6.0	23.4	70.7	3.87
	$\chi^2/F$ 값	3.48			2.52				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

‘초등학교 경제금융 교육사업’ 인지 여부를 사회참여 경험으로 살펴보면 0회(24.4%)에서 가장 낮고, 3회(64.2%)에서 가장 높게 나타났다.

〈표 IV-47〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동\_초등학교 경제금융교육사업

(단위: 명, %)

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
전 체		(1,000)	59.2	40.8	(408)	6.4	21.6	72.1	3.86
성별	남성	(508)	61.0	39.0	(198)	7.6	21.2	71.2	3.80
	여성	(492)	57.3	42.7	(210)	5.2	21.9	72.9	3.90
	$\chi^2/t$ 값	1.42			-1.22				
연령	20대 이하	(310)	63.2	36.8	(114)	7.9	22.8	69.3	3.82
	30대	(148)	61.5	38.5	(57)	5.3	26.3	68.4	3.84
	40대	(176)	55.7	44.3	(78)	10.3	19.2	70.5	3.77
	50대 이상	(366)	56.6	43.4	(159)	3.8	20.1	76.1	3.93
	$\chi^2/F$ 값	4.36			.79				
지역	수도권	(516)	57.4	42.6	(220)	8.2	23.6	68.2	3.79
	비수도권	(484)	61.2	38.8	(188)	4.3	19.1	76.6	3.93
	$\chi^2/t$ 값	1.49			-1.68				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	59.4	40.6	(365)	6.6	22.5	71.0	3.83
	예	(102)	57.8	42.2	(43)	4.7	14.0	81.4	4.05
	$\chi^2/t$ 값	.09			-1.58				
최종학력	고등학교 이하	(153)	58.8	41.2	(63)	3.2	25.4	71.4	4.03
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	59.4	40.6	(298)	6.7	20.8	72.5	3.84
	대학원 석사 재학 이상	(113)	58.4	41.6	(47)	8.5	21.3	70.2	3.74
	$\chi^2/F$ 값	.05			1.88				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	64.7	35.3	(72)	6.9	19.4	73.6	3.86
	300만원~500만원 미만	(315)	59.0	41.0	(129)	7.0	30.2	62.8	3.78
	500만원~700만원 미만	(241)	57.3	42.7	(103)	5.8	19.4	74.8	3.85
	700만원 이상	(240)	56.7	43.3	(104)	5.8	14.4	79.8	3.95
	$\chi^2/F$ 값	3.58			.85				
정치적 성향	보수	(199)	55.8	44.2	(88)	2.3	19.3	78.4	3.95
	중도	(528)	60.6	39.4	(208)	6.7	23.6	69.7	3.82
	진보	(273)	59.0	41.0	(112)	8.9	19.6	71.4	3.84
	$\chi^2/F$ 값	1.40			.79				

구 분		인지 여부			도움 정도				
		사례수	모른다	안다	사례수	도움 되지 않음	보통	도움 된다	5점 평균
사회참여 경험	0회	(311)	75.6	24.4	(76)	5.3	28.9	65.8	3.84
	1회	(329)	56.8	43.2	(142)	8.5	19.7	71.8	3.81
	2회	(240)	52.9	47.1	(113)	5.3	19.5	75.2	3.89
	3회	(120)	35.8	64.2	(77)	5.2	20.8	74.0	3.90
	$\chi^2/F값$	66.28***			.28				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	61.7	38.3	(218)	5.0	21.1	73.9	3.89
	대면 이용	(62)	56.5	43.5	(27)	11.1	22.2	66.7	3.59
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	55.8	44.2	(163)	7.4	22.1	70.6	3.85
	$\chi^2/F값$	3.39			1.50				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

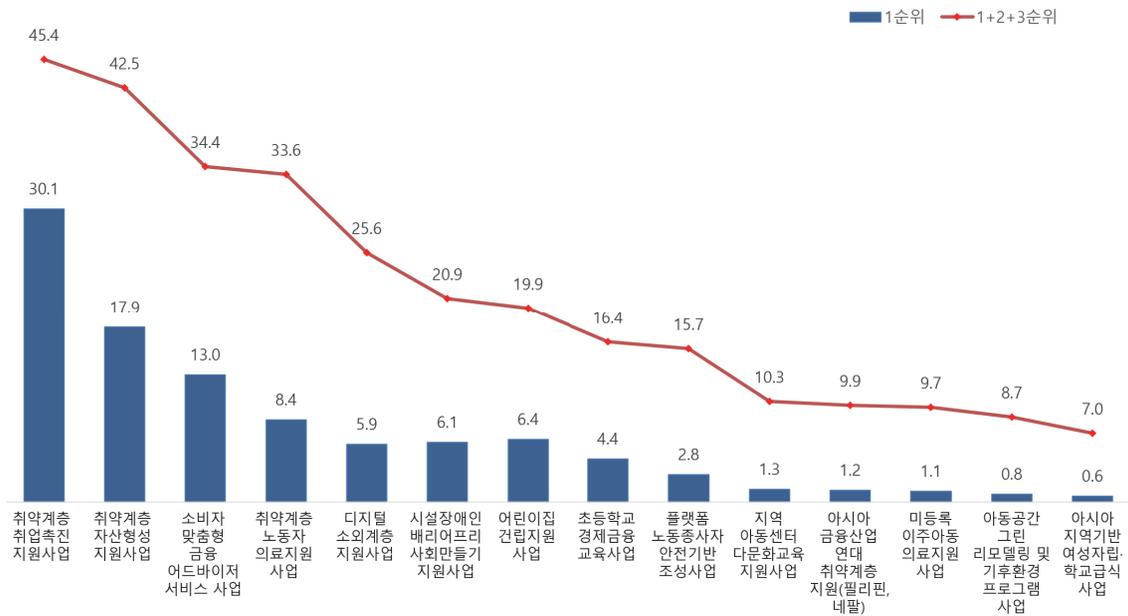
음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

(5) 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야

금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-16>, <표 IV-48~53>과 같다. ‘취약계층 취업촉진 지원사업’이 45.4%로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘취약계층 자산형성 지원사업’(42.5%), ‘소비자 맞춤형 금융어드바이저 서비스 사업’(34.4%), ‘취약계층 노동자 의료지원사업’(33.6%), ‘디지털 소외계층 지원사업’(25.6%) 등의 순으로 나타났다(1+2+3순위 기준).

성별로 살펴보면, 남성과 여성 모두 ‘취약계층 취업촉진 지원사업’이 가장 많은 것으로 나타났다. 사회참여 경험에 따라 살펴보면 0회인 경우(13.5%) 경험이 있는 사람보다 낮은 것으로 나타났다. ‘소비자 맞춤형 금융어드바이저 서비스 사업’에서는 사회참여 경험이 3회인 경우(18.3%) 이하의 횟수보다 높게 나타났다. ‘어린이집 건립 지원사업’은 월평균 소득이 700만원 이상인 경우(12.1%) 상대적으로 높게 나타났다.

(n=1,000, 복수응답, 단위: %)



〈그림 IV-16〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야

〈표 IV-48〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야\_1순위(1)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	취약계층 취업촉진 지원사업	취약계층 자산형성 지원사업	소비자 맞춤형 금융 어드바이저 서비스사업	취약계층 노동자 의료지원 사업	어린이집 건립지원 사업
전 체		(1,000)	30.1	17.9	13.0	8.4	6.4
성별	남성	(508)	33.7	18.1	11.4	7.7	6.9
	여성	(492)	26.4	17.7	14.6	9.1	5.9
	$\chi^2$		17.28				
연령	20대 이하	(310)	34.8	17.4	9.4	7.4	6.5
	30대	(148)	23.0	17.6	14.9	9.5	6.8
	40대	(176)	35.2	15.3	15.3	8.5	8.5
	50대 이상	(366)	26.5	19.7	14.2	8.7	5.2
	$\chi^2$		48.56				
지역	수도권	(516)	29.8	19.2	11.4	7.8	7.0
	비수도권	(484)	30.4	16.5	14.7	9.1	5.8
	$\chi^2$		10.22				

IV. 금융산업분야 사회공헌 활동 인식조사

구 분	사례수	취약계층 취업촉진 지원사업	취약계층 자산형성 지원사업	소비자 맞춤형 금융 어드바이저 서비스사업	취약계층 노동자 의료지원 사업	어린이집 건립지원 사업	
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	29.8	18.2	13.3	8.1	6.2
	예	(102)	32.4	15.7	10.8	10.8	7.8
	$\chi^2$	5.41					
최종학력	고등학교 이하	(153)	35.9	15.7	10.5	9.2	5.2
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	29.6	18.5	13.4	8.2	6.3
	대학원 석사 재학 이상	(113)	25.7	16.8	14.2	8.8	8.8
	$\chi^2$	18.14					
월평균 소득	300만원 미만	(204)	34.3	20.6	10.8	8.8	2.9
	300만원~500만원 미만	(315)	33.7	17.8	13.3	8.3	4.4
	500만원~700만원 미만	(241)	27.8	19.1	13.7	10.4	6.2
	700만원 이상	(240)	24.2	14.6	13.8	6.3	12.1
	$\chi^2$	55.18*					
정치적 성향	보수	(199)	27.1	18.1	12.1	7.5	7.5
	중도	(528)	30.1	17.4	13.4	8.5	7.0
	진보	(273)	32.2	18.7	12.8	8.8	4.4
	$\chi^2$	18.92					
사회참여 경험	0회	(311)	30.9	13.5	15.4	10.3	8.0
	1회	(329)	28.9	22.2	9.7	7.6	4.9
	2회	(240)	30.4	16.7	11.7	9.2	4.6
	3회	(120)	30.8	20.0	18.3	4.2	10.0
	$\chi^2$	63.52**					
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	30.2	18.1	11.8	9.7	6.7
	대면 이용	(62)	37.1	22.6	14.5	4.8	4.8
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	28.7	16.8	14.6	7.0	6.2
	$\chi^2$	18.35					

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

〈표 IV-49〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야\_1순위(2)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	시설장애인 배리어 프리사회 만들기 지원사업	디지털 소외계층 지원사업	초등학교 경제금융 교육사업	플랫폼 노동종사자 안전기반 조성사업	지역 아동센터 다문화교육 지원사업
전 체		(1,000)	6.1	5.9	4.4	2.8	1.3
성별	남성	(508)	5.1	5.3	3.1	3.5	1.2
	여성	(492)	7.1	6.5	5.7	2.0	1.4
	$\chi^2$		17.28				
연령	20대 이하	(310)	7.7	4.8	3.9	3.5	0.6
	30대	(148)	8.1	8.1	4.7	4.1	1.4
	40대	(176)	2.8	5.1	2.8	1.1	1.1
	50대 이상	(366)	5.5	6.3	5.5	2.5	1.9
	$\chi^2$		48.56				
지역	수도권	(516)	6.4	7.0	4.3	2.9	1.4
	비수도권	(484)	5.8	4.8	4.5	2.7	1.2
	$\chi^2$		10.22				
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	6.2	6.1	4.5	2.6	1.3
	예	(102)	4.9	3.9	3.9	4.9	1.0
	$\chi^2$		5.41				
최종학력	고등학교 이하	(153)	7.8	4.6	4.6	2.6	1.3
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	5.6	6.0	4.0	3.0	1.5
	대학원 석사 재학 이상	(113)	7.1	7.1	7.1	1.8	0.0
	$\chi^2$		18.14				
월평균 소득	300만원 미만	(204)	5.4	5.4	6.4	1.5	1.0
	300만원~500만원 미만	(315)	6.3	5.7	3.5	3.8	1.6
	500만원~700만원 미만	(241)	5.0	6.2	4.6	1.7	0.8
	700만원 이상	(240)	7.5	6.3	3.8	3.8	1.7
	$\chi^2$		55.18*				
정치적 성향	보수	(199)	5.5	8.0	5.0	2.5	1.5
	중도	(528)	5.5	5.9	4.5	3.6	0.9
	진보	(273)	7.7	4.4	3.7	1.5	1.8
	$\chi^2$		18.92				
사회참여 경험	0회	(311)	5.5	5.5	3.9	1.9	1.0
	1회	(329)	7.0	7.6	4.0	4.0	1.8
	2회	(240)	7.1	6.3	7.5	2.1	0.8
	3회	(120)	3.3	1.7	0.8	3.3	1.7
	$\chi^2$		63.52**				
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	6.2	5.3	4.6	3.0	1.1
	대면 이용	(62)	6.5	1.6	1.6	3.2	0.0
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	6.0	7.6	4.6	2.4	1.9
	$\chi^2$		18.35				

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

〈표 IV-50〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야\_1순위(3)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	아시아 금융산업 연대 취약계층 지원 (필리핀, 네팔)	미등록 이주아동 의료지원 사업	아동공간 그린 리모델링 및 기후환경 프로그램 사업	아시아 지역기반 여성자립· 학교급식 사업
전 체		(1,000)	1.2	1.1	0.8	0.6
성별	남성	(508)	1.6	1.2	0.6	0.6
	여성	(492)	0.8	1.0	1.0	0.6
	$\chi^2$		17.28			
연령	20대 이하	(310)	1.9	0.6	0.0	1.3
	30대	(148)	0.0	2.0	0.0	0.0
	40대	(176)	0.6	1.1	1.7	0.6
	50대 이상	(366)	1.4	1.1	1.4	0.3
	$\chi^2$		48.56			
지역	수도권	(516)	1.2	1.0	0.6	0.2
	비수도권	(484)	1.2	1.2	1.0	1.0
	$\chi^2$		10.22			
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	1.2	1.1	0.8	0.6
	예	(102)	1.0	1.0	1.0	1.0
	$\chi^2$		5.41			
최종학력	고등학교 이하	(153)	1.3	0.0	0.7	0.7
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	1.4	1.4	0.7	0.7
	대학원 석사 재학 이상	(113)	0.0	0.9	1.8	0.0
	$\chi^2$		18.14			
월평균 소득	300만원 미만	(204)	1.5	0.5	0.0	1.0
	300만원~500만원 미만	(315)	0.0	0.6	0.6	0.3
	500만원~700만원 미만	(241)	1.2	1.2	1.7	0.4
	700만원 이상	(240)	2.5	2.1	0.8	0.8
	$\chi^2$		55.18*			
정치적 성향	보수	(199)	2.0	2.0	0.5	0.5
	중도	(528)	0.8	0.9	0.9	0.4
	진보	(273)	1.5	0.7	0.7	1.1
	$\chi^2$		18.92			
사회참여 경험	0회	(311)	1.3	1.6	0.6	0.6
	1회	(329)	0.3	0.6	1.2	0.3
	2회	(240)	0.8	1.3	0.4	1.3
	3회	(120)	4.2	0.8	0.8	0.0
	$\chi^2$		63.52**			
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	1.2	1.2	0.7	0.4
	대면 이용	(62)	1.6	0.0	0.0	1.6
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	1.1	1.1	1.1	0.8
	$\chi^2$		18.35			

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

〈표 IV-51〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야\_1+2+3순위(1)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	취약계층 취업촉진 지원사업	취약계층 자산형성 지원사업	소비자 맞춤형금융 어드바이저 서비스사업	취약계층 노동자 의료지원 사업	디지털 소외계층 지원사업
전 체		(1,000)	45.4	42.5	34.4	33.6	25.6
성별	남성	(508)	47.4	44.9	34.6	33.3	23.2
	여성	(492)	43.3	40.0	34.1	33.9	28.0
연령	20대 이하	(310)	48.4	39.7	31.0	30.6	25.8
	30대	(148)	38.5	39.9	33.1	33.1	24.3
	40대	(176)	47.7	43.2	42.6	34.7	22.7
	50대 이상	(366)	44.5	45.6	33.9	35.8	27.3
지역	수도권	(516)	45.0	43.4	32.9	33.7	27.3
	비수도권	(484)	45.9	41.5	36.0	33.5	23.8
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	45.3	43.5	34.9	33.1	25.8
	예	(102)	46.1	33.3	30.4	38.2	23.5
최종학력	고등학교 이하	(153)	48.4	44.4	34.6	35.3	24.2
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	45.5	41.7	33.4	33.4	25.3
	대학원 석사 재학 이상	(113)	40.7	45.1	40.7	32.7	29.2
월평균 소득	300만원 미만	(204)	47.1	44.6	27.9	35.8	27.0
	300만원~500만원 미만	(315)	47.9	44.1	38.4	31.7	21.3
	500만원~700만원 미만	(241)	46.1	39.8	33.2	37.3	25.7
	700만원 이상	(240)	40.0	41.3	35.8	30.4	30.0
정치적 성향	보수	(199)	41.2	40.7	31.7	35.7	27.1
	중도	(528)	46.6	41.5	36.0	33.3	24.1
	진보	(273)	46.2	45.8	33.3	32.6	27.5
사회참여 경험	0회	(311)	45.0	42.1	38.6	34.4	25.4
	1회	(329)	48.0	42.9	28.0	32.5	27.7
	2회	(240)	43.3	41.3	35.0	35.4	25.0
	3회	(120)	43.3	45.0	40.0	30.8	21.7
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	45.5	41.8	33.2	33.0	25.7
	대면 이용	(62)	43.5	46.8	38.7	24.2	19.4
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	45.5	42.8	35.5	36.0	26.6

〈표 Ⅳ-52〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야\_1+2+3순위(2)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	시설장애인 배리어 프리사회 만들기 지원사업	어린이집 건립지원 사업	초등학교 경제금융 교육사업	플랫폼 노동종사자 안전기반 조성사업	지역 아동센터 다문화 교육 지원사업
전 체		(1,000)	20.9	19.9	16.4	15.7	10.3
성별	남성	(508)	20.9	21.1	11.8	16.5	9.6
	여성	(492)	20.9	18.7	21.1	14.8	11.0
연령	20대 이하	(310)	25.2	19.0	15.5	18.1	7.1
	30대	(148)	21.6	26.4	14.9	16.2	10.1
	40대	(176)	14.8	20.5	15.9	13.1	11.9
	50대 이상	(366)	19.9	17.8	18.0	14.8	12.3
지역	수도권	(516)	20.3	21.9	18.2	15.7	9.7
	비수도권	(484)	21.5	17.8	14.5	15.7	11.0
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	20.5	20.0	16.9	15.6	10.0
	예	(102)	24.5	18.6	11.8	16.7	12.7
최종학력	고등학교 이하	(153)	24.2	19.6	15.7	14.4	9.2
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	20.6	20.4	15.5	16.2	10.6
	대학원 석사 재학 이상	(113)	18.6	16.8	23.0	14.2	9.7
월평균 소득	300만원 미만	(204)	20.1	14.7	16.7	18.6	7.4
	300만원~500만원 미만	(315)	21.0	24.1	14.0	13.3	15.2
	500만원~700만원 미만	(241)	22.4	14.9	16.2	16.2	8.3
	700만원 이상	(240)	20.0	23.8	19.6	15.8	8.3
정치적 성향	보수	(199)	20.1	17.6	21.6	14.1	15.1
	중도	(528)	20.1	22.3	16.7	16.5	8.9
	진보	(273)	23.1	16.8	12.1	15.4	9.5
사회참여 경험	0회	(311)	20.9	21.5	15.8	14.5	7.4
	1회	(329)	22.2	19.1	18.2	18.2	11.9
	2회	(240)	20.0	20.8	16.7	12.9	11.7
	3회	(120)	19.2	15.8	12.5	17.5	10.8
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	22.0	19.2	17.9	15.3	10.4
	대면 이용	(62)	27.4	27.4	4.8	19.4	4.8
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	18.2	19.8	16.0	15.7	11.1

〈표 IV-53〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 중 발전/개선 필요한 분야\_1+2+3순위(3)

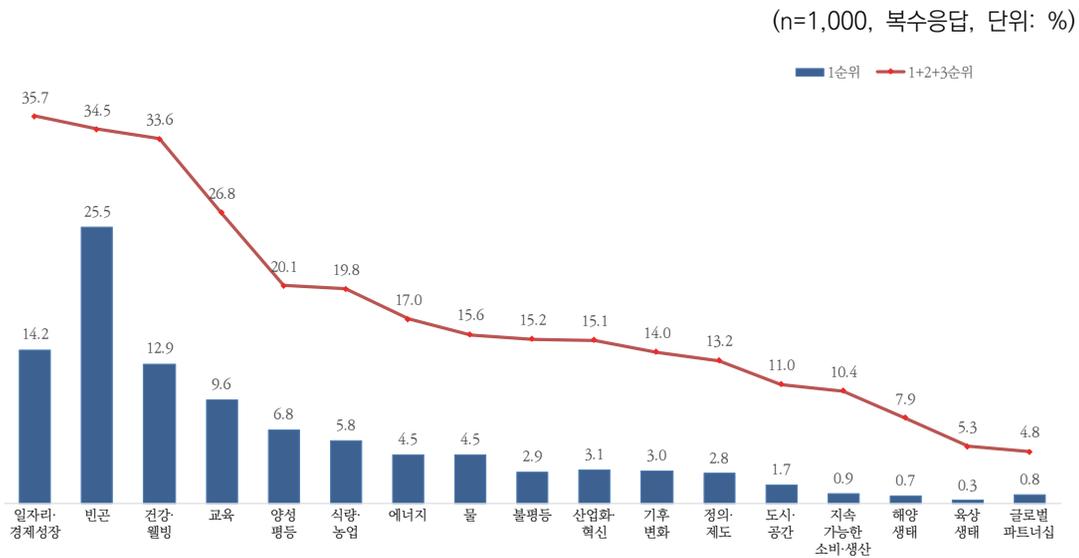
(단위: 명, %)

구 분		사례수	아시아 금융산업연대 취약계층 지원 (필리핀, 네팔)	미등록 이주아동 의료지원 사업	아동공간 그린 리모델링 및 기후환경 프로그램 사업	아시아 지역기반 여성자립· 학교급식 사업
전 체		(1,000)	9.9	9.7	8.7	7.0
성별	남성	(508)	10.2	12.2	8.3	5.9
	여성	(492)	9.6	7.1	9.1	8.1
연령	20대 이하	(310)	11.0	11.9	6.5	10.3
	30대	(148)	13.5	11.5	10.1	6.8
	40대	(176)	8.0	8.0	10.8	6.3
	50대 이상	(366)	8.5	7.9	9.0	4.6
지역	수도권	(516)	8.7	9.1	7.8	6.2
	비수도권	(484)	11.2	10.3	9.7	7.9
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	9.6	9.2	8.2	7.2
	예	(102)	12.7	13.7	12.7	4.9
최종학력	고등학교 이하	(153)	8.5	5.9	9.2	6.5
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	11.0	10.1	8.7	7.5
	대학원 석사 재학 이상	(113)	4.4	12.4	8.0	4.4
월평균 소득	300만원 미만	(204)	11.8	9.3	8.8	10.3
	300만원~500만원 미만	(315)	8.6	8.3	5.7	6.3
	500만원~700만원 미만	(241)	10.4	10.8	12.9	5.8
	700만원 이상	(240)	9.6	10.8	8.3	6.3
정치적 성향	보수	(199)	9.0	12.1	8.5	5.5
	중도	(528)	10.6	8.0	8.5	7.0
	진보	(273)	9.2	11.4	9.2	8.1
사회참여 경험	0회	(311)	10.0	10.6	6.1	7.7
	1회	(329)	7.9	8.8	7.3	7.3
	2회	(240)	9.6	10.0	12.5	5.8
	3회	(120)	15.8	9.2	11.7	6.7
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	9.5	10.0	9.0	7.6
	대면 이용	(62)	12.9	12.9	8.1	9.7
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	10.0	8.7	8.4	5.7

(6) 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈

17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-17>, <표 IV-54~59>와 같다. ‘일자리·경제성장’이 35.7%로 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘빈곤’(34.5%), ‘건강·웰빙’(33.6%), ‘교육’(26.8%), ‘양성평등’(20.1%), ‘식량·농업’(19.8%) 등의 순으로 나타났다(1+2+3순위 기준).

성별로 살펴보면, 남성은 ‘빈곤’이 29.7%로 여성보다 높은 응답을 보였다.



<그림 IV-17> 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈

〈표 IV-54〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈\_1순위(1)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	빈곤	일자리·경제 성장	건강·웰빙	교육	양성 평등	식량·농업
전 체		(1,000)	25.5	14.2	12.9	9.6	6.8	5.8
성별	남성	(508)	29.7	13.4	12.0	9.6	4.1	6.5
	여성	(492)	21.1	15.0	13.8	9.6	9.6	5.1
	$\chi^2$	37.43**						
연령	20대 이하	(310)	25.5	13.9	11.0	9.7	8.1	5.5
	30대	(148)	20.9	12.2	10.1	12.2	12.2	7.4
	40대	(176)	27.8	9.7	12.5	9.1	9.1	5.7
	50대 이상	(366)	26.2	17.5	15.8	8.7	2.5	5.5
	$\chi^2$	63.51						
지역	수도권	(516)	23.6	14.7	12.6	11.0	6.2	7.2
	비수도권	(484)	27.5	13.6	13.2	8.1	7.4	4.3
	$\chi^2$	19.27						
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	26.2	14.5	12.2	9.6	6.9	5.3
	예	(102)	19.6	11.8	18.6	9.8	5.9	9.8
	$\chi^2$	15.31						
최종학력	고등학교 이하	(153)	30.1	15.0	12.4	7.2	2.6	3.9
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	25.3	13.9	12.5	9.9	7.5	6.5
	대학원 석사 재학 이상	(113)	20.4	15.0	15.9	10.6	8.0	3.5
	$\chi^2$	35.56						
월평균 소득	300만원 미만	(204)	29.9	12.3	11.8	10.3	8.3	6.4
	300만원~500만원 미만	(315)	26.7	13.7	12.4	10.2	7.9	7.6
	500만원~700만원 미만	(241)	24.1	15.4	12.9	9.1	6.2	3.7
	700만원 이상	(240)	21.7	15.4	14.6	8.8	4.6	5.0
	$\chi^2$	39.51						
정치적 성향	보수	(199)	23.1	18.6	13.6	7.5	3.0	5.0
	중도	(528)	26.9	13.3	13.1	9.5	6.6	6.4
	진보	(273)	24.5	12.8	12.1	11.4	9.9	5.1
	$\chi^2$	33.91						
사회참여 경험	0회	(311)	28.3	14.1	10.3	10.0	8.4	5.1
	1회	(329)	24.6	16.1	14.3	9.4	5.8	4.3
	2회	(240)	22.1	13.8	13.3	10.4	5.4	7.9
	3회	(120)	27.5	10.0	15.0	7.5	8.3	7.5
	$\chi^2$	38.23						
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	25.7	14.6	10.2	10.4	7.6	5.4
	대면 이용	(62)	25.8	6.5	21.0	8.1	6.5	11.3
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	25.2	14.9	15.7	8.7	5.7	5.4
	$\chi^2$	43.05						

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

〈표 Ⅳ-55〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈\_1순위(2)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	물	에너지	산업화·혁신	기후 변화	불평등	정의·제도
전 체		(1,000)	4.5	4.5	3.1	3.0	2.9	2.8
성별	남성	(508)	4.7	3.3	3.3	2.0	3.3	2.4
	여성	(492)	4.3	5.7	2.8	4.1	2.4	3.3
	$\chi^2$	37.43**						
연령	20대 이하	(310)	6.1	5.5	2.6	2.9	3.2	2.9
	30대	(148)	4.7	4.1	2.0	0.0	4.1	2.0
	40대	(176)	2.8	4.0	5.7	4.0	2.8	3.4
	50대 이상	(366)	3.8	4.1	2.7	3.8	2.2	2.7
	$\chi^2$	63.51						
지역	수도권	(516)	4.5	4.1	3.5	2.3	2.1	3.9
	비수도권	(484)	4.5	5.0	2.7	3.7	3.7	1.7
	$\chi^2$	19.27						
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	4.3	4.7	3.1	3.0	2.7	2.9
	예	(102)	5.9	2.9	2.9	2.9	4.9	2.0
	$\chi^2$	15.31						
최종학력	고등학교 이하	(153)	7.2	5.9	2.0	2.6	2.6	2.6
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	4.4	4.2	3.3	3.4	2.3	2.9
	대학원 석사 재학 이상	(113)	1.8	4.4	3.5	0.9	7.1	2.7
	$\chi^2$	35.56						
월평균 소득	300만원 미만	(204)	5.4	2.9	2.0	2.9	3.4	2.0
	300만원~500만원 미만	(315)	3.5	3.5	3.5	1.6	3.2	1.9
	500만원~700만원 미만	(241)	4.6	5.8	2.5	4.1	1.7	3.7
	700만원 이상	(240)	5.0	5.8	4.2	3.8	3.3	3.8
	$\chi^2$	39.51						
정치적 성향	보수	(199)	5.5	2.0	4.5	3.0	5.0	4.0
	중도	(528)	4.0	4.9	2.8	3.0	2.1	2.8
	진보	(273)	4.8	5.5	2.6	2.9	2.9	1.8
	$\chi^2$	33.91						
사회참여 경험	0회	(311)	4.2	4.2	4.5	2.3	2.3	1.9
	1회	(329)	4.9	4.6	2.1	4.0	2.7	3.3
	2회	(240)	4.6	5.0	2.9	2.5	2.5	3.8
	3회	(120)	4.2	4.2	2.5	3.3	5.8	1.7
	$\chi^2$	38.23						
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	4.0	5.4	3.7	3.0	3.7	2.3
	대면 이용	(62)	8.1	4.8	1.6	0.0	0.0	0.0
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	4.6	3.0	2.4	3.5	2.2	4.1
	$\chi^2$	43.05						

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

〈표 IV-56〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈\_1순위(3)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	도시·공간	지속가능한 소비·생산	글로벌 파트너십	해양생태	육상생태
전 체		(1,000)	1.7	0.9	0.8	0.7	0.3
성별	남성	(508)	2.8	1.0	0.6	1.0	0.2
	여성	(492)	0.6	0.8	1.0	0.4	0.4
	$\chi^2$	37.43**					
연령	20대 이하	(310)	1.3	1.0	0.3	0.3	0.3
	30대	(148)	4.7	1.4	0.7	0.7	0.7
	40대	(176)	1.1	0.6	1.1	0.6	0.0
	50대 이상	(366)	1.1	0.8	1.1	1.1	0.3
	$\chi^2$	63.51					
지역	수도권	(516)	1.4	1.2	0.8	0.8	0.2
	비수도권	(484)	2.1	0.6	0.8	0.6	0.4
	$\chi^2$	19.27					
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	1.8	1.0	0.9	0.7	0.2
	예	(102)	1.0	0.0	0.0	1.0	1.0
	$\chi^2$	15.31					
최종학력	고등학교 이하	(153)	2.6	0.7	1.3	1.3	0.0
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	1.4	1.0	0.5	0.7	0.3
	대학원 석사 재학 이상	(113)	2.7	0.9	1.8	0.0	0.9
	$\chi^2$	35.56					
월평균 소득	300만원 미만	(204)	1.0	0.0	0.5	0.5	0.5
	300만원~500만원 미만	(315)	2.2	1.0	0.6	0.6	0.0
	500만원~700만원 미만	(241)	2.5	1.2	1.7	0.4	0.4
	700만원 이상	(240)	0.8	1.3	0.4	1.3	0.4
	$\chi^2$	39.51					
정치적 성향	보수	(199)	1.5	1.5	1.5	0.5	0.0
	중도	(528)	1.7	0.8	0.6	0.9	0.6
	진보	(273)	1.8	0.7	0.7	0.4	0.0
	$\chi^2$	33.91					
사회참여 경험	0회	(311)	1.9	1.3	1.0	0.3	0.0
	1회	(329)	0.9	1.2	0.6	0.9	0.3
	2회	(240)	2.5	0.4	0.8	1.3	0.8
	3회	(120)	1.7	0.0	0.8	0.0	0.0
	$\chi^2$	38.23					
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	1.2	0.9	0.5	1.1	0.4
	대면 이용	(62)	4.8	0.0	1.6	0.0	0.0
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	1.9	1.1	1.1	0.3	0.3
	$\chi^2$	43.05					

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

〈표 Ⅳ-57〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈\_1+2+3순위(1)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	일자리 ·경제 성장	빈곤	건강· 웰빙	교육	양성 평등	식량· 농업
전 체		(1,000)	35.7	34.5	33.6	26.8	20.1	19.8
성별	남성	(508)	35.2	39.0	32.3	30.5	16.5	22.0
	여성	(492)	36.2	29.9	35.0	23.0	23.8	17.5
연령	20대 이하	(310)	38.7	32.3	28.4	26.8	24.5	19.7
	30대	(148)	31.1	27.7	31.1	24.3	28.4	18.9
	40대	(176)	27.3	37.5	35.2	29.0	18.2	26.1
	50대 이상	(366)	39.1	37.7	38.3	26.8	13.9	17.2
지역	수도권	(516)	36.6	32.9	32.8	27.3	18.2	20.9
	비수도권	(484)	34.7	36.2	34.5	26.2	22.1	18.6
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	37.0	35.2	33.0	25.9	19.9	19.7
	예	(102)	24.5	28.4	39.2	34.3	21.6	20.6
최종학력	고등학교 이하	(153)	35.3	35.3	34.6	24.2	19.0	24.8
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	35.3	34.9	33.5	27.2	20.6	19.6
	대학원 석사 재학 이상	(113)	38.9	31.0	32.7	27.4	18.6	14.2
월평균 소득	300만원 미만	(204)	33.8	37.3	29.4	27.9	26.0	25.5
	300만원~500만원 미만	(315)	37.5	35.6	34.9	24.4	22.5	21.9
	500만원~700만원 미만	(241)	35.3	35.3	34.4	30.3	14.5	17.0
	700만원 이상	(240)	35.4	30.0	34.6	25.4	17.5	15.0
정치적 성향	보수	(199)	39.7	30.2	33.7	28.6	11.6	16.1
	중도	(528)	36.2	36.0	35.8	24.4	20.8	20.8
	진보	(273)	31.9	34.8	29.3	30.0	24.9	20.5
사회참여 경험	0회	(311)	33.1	38.9	32.8	27.3	22.8	23.2
	1회	(329)	38.9	34.3	35.3	27.4	18.8	16.1
	2회	(240)	35.8	30.0	30.8	26.7	17.1	16.3
	3회	(120)	33.3	32.5	36.7	24.2	22.5	28.3
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	36.7	36.2	30.4	29.5	20.9	19.7
	대면 이용	(62)	29.0	29.0	50.0	14.5	29.0	33.9
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	35.2	32.8	35.8	24.7	17.3	17.6

〈표 IV-58〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈\_1+2+3순위(2)

(단위: 명, %)

구 분		사례수	에너지	물	불평등	산업화·혁신	기후 변화	정의·제도
전 체		(1,000)	17.0	15.6	15.2	15.1	14.0	13.2
성별	남성	(508)	17.1	15.9	15.0	14.8	10.2	13.2
	여성	(492)	16.9	15.2	15.4	15.4	17.9	13.2
연령	20대 이하	(310)	15.5	13.5	18.1	16.8	11.0	13.2
	30대	(148)	19.6	18.2	16.2	14.2	8.8	12.8
	40대	(176)	18.8	18.2	13.6	14.2	13.6	10.8
	50대 이상	(366)	16.4	15.0	13.1	14.5	18.9	14.5
지역	수도권	(516)	16.7	14.0	14.1	16.5	14.1	15.1
	비수도권	(484)	17.4	17.4	16.3	13.6	13.8	11.2
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	16.7	14.5	15.0	15.5	14.5	13.8
	예	(102)	19.6	25.5	16.7	11.8	9.8	7.8
최종학력	고등학교 이하	(153)	17.0	20.9	12.4	9.8	16.3	13.1
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	16.3	15.8	15.0	15.8	13.9	12.4
	대학원 석사 재학 이상	(113)	21.2	7.1	20.4	17.7	11.5	18.6
월평균 소득	300만원 미만	(204)	16.2	15.7	13.7	15.2	11.8	11.3
	300만원~500만원 미만	(315)	12.4	16.2	13.3	14.3	10.8	13.7
	500만원~700만원 미만	(241)	19.9	15.8	13.7	14.5	15.8	12.9
	700만원 이상	(240)	20.8	14.6	20.4	16.7	18.3	14.6
정치적 성향	보수	(199)	13.1	16.6	19.6	15.6	12.6	18.6
	중도	(528)	16.7	16.1	14.8	13.6	14.2	11.7
	진보	(273)	20.5	13.9	12.8	17.6	14.7	12.1
사회참여 경험	0회	(311)	14.5	16.4	13.8	17.7	8.7	13.2
	1회	(329)	19.5	13.4	15.8	11.2	16.4	14.3
	2회	(240)	18.8	17.5	14.6	16.7	17.1	14.2
	3회	(120)	13.3	15.8	18.3	15.8	15.0	8.3
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	17.2	13.0	15.6	14.4	13.4	13.4
	대면 이용	(62)	22.6	30.6	11.3	17.7	3.2	0.0
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	15.7	17.1	15.2	15.7	16.8	15.2

〈표 IV-59〉 17개 지속가능발전 목표 중 반드시 해결이 필요한 이슈\_1+2+3순위(3)

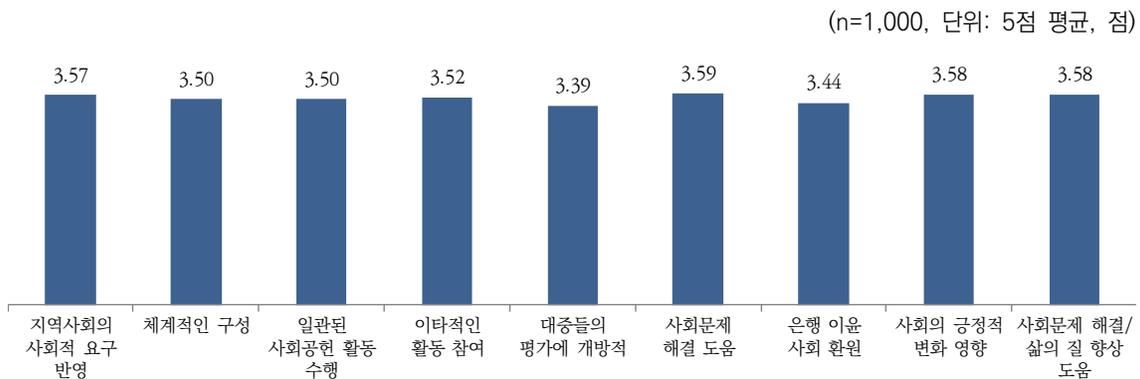
(단위: 명, %)

구 분		사례수	도시·공간	지속가능한 소비·생산	해양생태	육상생태	글로벌 파트너십
전 체		(1,000)	11.0	10.4	7.9	5.3	4.8
성별	남성	(508)	11.8	10.0	7.1	4.9	4.3
	여성	(492)	10.2	10.8	8.7	5.7	5.3
연령	20대 이하	(310)	13.5	10.0	8.1	6.1	3.9
	30대	(148)	17.6	12.2	8.1	6.1	4.7
	40대	(176)	7.4	10.8	10.2	3.4	5.7
	50대 이상	(366)	7.9	9.8	6.6	5.2	5.2
지역	수도권	(516)	12.6	10.7	6.0	5.4	6.0
	비수도권	(484)	9.3	10.1	9.9	5.2	3.5
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	11.0	10.0	8.2	5.1	4.9
	예	(102)	10.8	13.7	4.9	6.9	3.9
최종학력	고등학교 이하	(153)	7.2	13.1	6.5	6.5	3.9
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	11.7	10.1	8.0	4.9	4.9
	대학원 석사 재학 이상	(113)	11.5	8.8	8.8	6.2	5.3
월평균 소득	300만원 미만	(204)	8.8	9.8	7.4	5.9	4.4
	300만원~500만원 미만	(315)	14.9	8.9	7.6	6.3	4.8
	500만원~700만원 미만	(241)	10.8	10.0	8.7	5.8	5.4
	700만원 이상	(240)	7.9	13.3	7.9	2.9	4.6
정치적 성향	보수	(199)	11.1	11.6	7.5	5.0	9.0
	중도	(528)	10.0	10.8	8.1	5.3	4.5
	진보	(273)	12.8	8.8	7.7	5.5	2.2
사회참여 경험	0회	(311)	9.6	10.9	8.0	4.2	4.8
	1회	(329)	10.9	10.9	7.6	5.5	3.6
	2회	(240)	12.1	10.4	8.3	7.5	6.3
	3회	(120)	12.5	7.5	7.5	3.3	5.0
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	10.0	11.8	7.7	5.4	4.6
	대면 이용	(62)	16.1	4.8	4.8	1.6	1.6
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	11.7	9.2	8.7	5.7	5.7

(7) 금융산업공익재단 사회공헌 활동 의식

금융산업공익재단 사회공헌 활동 의식에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-18>, <표 IV-60~61>과 같다. ‘사회문제 해결 도움’이 3.59점으로 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 ‘사회문제 해결/삶의 질 향상 도움’/‘사회의 긍정적 변화 영향’(각각 3.58점), ‘지역사회의 사회적 요구 반영’(3.57점) 등의 순으로 나타났다. 반면 ‘대중들의 평가에 개방적’은 3.39점으로 가장 낮은 것으로 나타났다.

성별로 살펴보면, 여성은 ‘체계적인 구성’(3.56점), ‘일관된 사회공헌 활동 수행’(3.55점), ‘사회문제 해결 도움’(3.65점), ‘사회의 긍정적 변화 영향’(3.65점) 항목에서 남성보다 높은 점수를 보였다. 정치적 성향으로 살펴보면 ‘체계적인 구성’(3.44점)과 ‘은행 이윤 사회 환원’(3.38점) 항목에서 중도인 경우 상대적으로 낮게 평가했다. 사회참여 경험이 3회인 경우 ‘지역사회의 사회적 요구 반영’(3.76점), ‘일관된 사회공헌 활동 수행’(3.68점), ‘이타적인 활동 참여’(3.72점), ‘사회문제 해결 도움’(3.73점), ‘은행 이윤 사회 환원’(3.61점), ‘사회문제 해결/삶의 질 향상 도움’(3.73점) 항목에서 2회 이하의 사회참여 경험에 비해 높게 나타났다.



<그림 IV-18> 금융산업공익재단 사회공헌 활동 의식

〈표 IV-60〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 의식(1)

(단위: 명, 점)

구 분		사례수	지역사회의 사회적 요구반영	체계적인 구성	일관된 사회공헌 활동수행	이타적인 활동참여	대중들의 평가에 개방적
전 체		(1,000)	3.57	3.50	3.50	3.52	3.39
성별	남성	(508)	3.53	3.44	3.44	3.51	3.37
	여성	(492)	3.61	3.56	3.55	3.53	3.41
	t값	(1,000)	-1.85	-2.23*	-2.05*	-.34	-.67
연령	20대 이하	(310)	3.54	3.55	3.54	3.54	3.46
	30대	(148)	3.50	3.45	3.56	3.57	3.45
	40대	(176)	3.53	3.45	3.49	3.43	3.34
	50대 이상	(366)	3.63	3.50	3.44	3.53	3.34
	F값	(1,000)	1.65	.79	1.14	.91	1.35
지역	수도권	(516)	3.56	3.46	3.49	3.51	3.37
	비수도권	(484)	3.57	3.54	3.50	3.54	3.42
	t값	(1,000)	-.18	-1.56	-.15	-.57	-.81
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	3.57	3.49	3.48	3.52	3.37
	예	(102)	3.59	3.61	3.61	3.51	3.54
	t값	(1,000)	-.29	-1.35	-1.43	.14	-1.73
최종학력	고등학교 이하	(153)	3.56	3.46	3.51	3.53	3.40
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	3.57	3.52	3.50	3.54	3.40
	대학원 석사 재학 이상	(113)	3.54	3.42	3.42	3.42	3.31
	F값	(1,000)	.14	.76	.47	.93	.50
월평균 소득	300만원 미만	(204)	3.51	3.45	3.42	3.51	3.41
	300만원~500만원 미만	(315)	3.57	3.50	3.54	3.50	3.38
	500만원~700만원 미만	(241)	3.53	3.46	3.44	3.50	3.36
	700만원 이상	(240)	3.65	3.59	3.56	3.57	3.42
	F값	(1,000)	1.45	1.28	1.56	.36	.22
정치적 성향	보수	(199)	3.66	3.64	3.49	3.59	3.42
	중도	(528)	3.52	3.44	3.45	3.49	3.38
	진보	(273)	3.60	3.52	3.59	3.53	3.39
	F값	(1,000)	3.03*	4.01*	2.74	.99	.16
사회참여 경험	0회	(311)	3.46	3.43	3.41	3.44	3.34
	1회	(329)	3.55	3.49	3.46	3.47	3.34
	2회	(240)	3.64	3.54	3.57	3.60	3.44
	3회	(120)	3.76	3.63	3.68	3.72	3.58
	F값	(1,000)	5.87***	1.89	4.41**	4.04**	2.61
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	3.54	3.47	3.50	3.53	3.37
	대면 이용	(62)	3.56	3.32	3.53	3.50	3.50
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	3.62	3.57	3.48	3.51	3.41
	F값	(1,000)	1.38	2.81	.15	.09	.71

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

〈표 IV-61〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 의식(2)

(단위: 명, 점)

구 분		사례수	사회문제 해결 도움	은행 이윤 사회 환원	사회의 긍정적 변화 영향	사회문제 해결/ 삶의 질 향상 도움
전 체		(1,000)	3.59	3.44	3.58	3.58
성별	남성	(508)	3.54	3.42	3.50	3.56
	여성	(492)	3.65	3.47	3.65	3.60
	t값	(1,000)	-2.11*	-.85	-2.74**	-.78
연령	20대 이하	(310)	3.66	3.51	3.63	3.60
	30대	(148)	3.56	3.39	3.55	3.61
	40대	(176)	3.53	3.45	3.46	3.49
	50대 이상	(366)	3.57	3.40	3.59	3.59
	F값	(1,000)	1.13	1.04	1.63	.69
지역	수도권	(516)	3.59	3.45	3.59	3.57
	비수도권	(484)	3.59	3.43	3.57	3.58
	t값	(1,000)	.04	.39	.36	-.24
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	3.58	3.44	3.57	3.59
	예	(102)	3.69	3.45	3.62	3.51
	t값	(1,000)	-1.16	-.12	-.52	.84
최종학력	고등학교 이하	(153)	3.63	3.40	3.56	3.52
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	3.59	3.46	3.59	3.59
	대학원 석사 재학 이상	(113)	3.53	3.38	3.49	3.55
	F값	(1,000)	.42	.58	.79	.50
월평균 소득	300만원 미만	(204)	3.57	3.34	3.57	3.55
	300만원~500만원 미만	(315)	3.56	3.45	3.55	3.58
	500만원~700만원 미만	(241)	3.61	3.41	3.55	3.51
	700만원 이상	(240)	3.63	3.54	3.65	3.67
	F값	(1,000)	.46	1.87	.76	1.49
정치적 성향	보수	(199)	3.61	3.47	3.65	3.66
	중도	(528)	3.55	3.38	3.55	3.55
	진보	(273)	3.66	3.54	3.58	3.58
	F값	(1,000)	1.55	3.25*	1.13	1.15
사회참여 경험	0회	(311)	3.47	3.34	3.50	3.47
	1회	(329)	3.60	3.42	3.59	3.57
	2회	(240)	3.66	3.52	3.60	3.65
	3회	(120)	3.73	3.61	3.68	3.73
	F값	(1,000)	3.59*	3.31*	1.46	3.50*
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	3.58	3.43	3.58	3.57
	대면 이용	(62)	3.68	3.50	3.37	3.53
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	3.60	3.46	3.60	3.60
	F값	(1,000)	.39	.27	1.97	.19

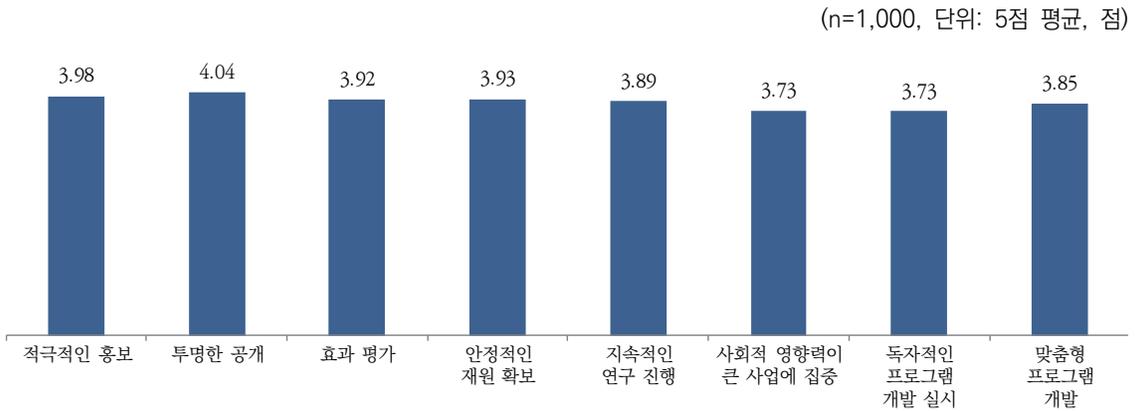
주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

(8) 금융산업공익재단 사회공헌 활동 필요사항

금융산업공익재단 사회공헌 활동 필요사항에 대해 살펴보면 다음 <그림 IV-19>, <표 IV-62~63>과 같다. '투명한 공개'가 4.04점으로 가장 높은 것으로 나타났고, 다음으로 '적극적인 홍보'(3.98점), '안정적인 자원 확보'(3.93점), '효과 평가'(3.92점) 등의 순으로 나타났다. 반면, '사회적 영향력이 큰 사업에 집중'과 '독자적인 프로그램 개발 실시'는 각각 3.73점으로 가장 낮게 나타났다.

성별로 살펴보면, 여성이 '적극적인 홍보'(4.05점), '안정적인 자원 확보'(3.99점), '독자적인 프로그램 개발 및 실시'(3.80점) 항목에서 남성보다 필요성이 높게 나타났다. 모든 항목에서 50대 이상이 타 연령대보다 필요성을 높게 인식하고 있었고 정치성향이 중도인 경우, '독자적인 프로그램 개발 및 실시' 항목을 제외한 모든 항목에서 보수나 진보적인 사람보다 필요성을 낮게 인식했다. 또한 사회참여 경험이 0회인 경우, 1회 이상보다 모든 항목에서 점수가 낮았으며, 대면으로 주거래 은행을 이용하는 경우, 다른 이용 형태에 비해 모든 항목에서 필요성이 낮게 나타났다.



<그림 IV-19> 금융산업공익재단 사회공헌 활동 필요사항

〈표 IV-62〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 필요사항(1)

(단위: 명, 점)

구 분		사례수	적극적인 홍보	투명한 공개	효과 평가	안정적인 재원 확보
전 체		(1,000)	3.98	4.04	3.92	3.93
성별	남성	(508)	3.92	4.00	3.89	3.88
	여성	(492)	4.05	4.09	3.96	3.99
	t값	(1,000)	-2.69**	-1.66	-1.33	-2.08*
연령	20대 이하	(310)	3.95	3.98	3.83	3.87
	30대	(148)	3.84	3.89	3.85	3.84
	40대	(176)	3.91	3.95	3.81	3.84
	50대 이상	(366)	4.10	4.20	4.08	4.07
	F값	(1,000)	5.24***	6.97***	7.43***	5.68***
지역	수도권	(516)	3.99	4.04	3.95	3.94
	비수도권	(484)	3.97	4.05	3.90	3.93
	t값	(1,000)	.52	-.16	.86	.09
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	3.99	4.06	3.93	3.94
	예	(102)	3.85	3.93	3.89	3.89
	t값	(1,000)	1.63	1.37	.41	.57
최종학력	고등학교 이하	(153)	4.03	4.00	3.84	3.86
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	3.95	4.04	3.92	3.93
	대학원 석사 재학 이상	(113)	4.11	4.11	4.07	4.04
	F값	(1,000)	2.43	.48	2.53	1.50
월평균 소득	300만원 미만	(204)	3.92	3.99	3.85	3.86
	300만원~500만원 미만	(315)	3.99	4.02	3.93	3.89
	500만원~700만원 미만	(241)	3.98	4.02	3.95	3.93
	700만원 이상	(240)	4.01	4.15	3.95	4.05
	F값	(1,000)	.56	1.66	.66	2.85*
정치적 성향	보수	(199)	4.18	4.23	4.01	4.07
	중도	(528)	3.90	3.97	3.83	3.85
	진보	(273)	4.00	4.04	4.04	3.99
	F값	(1,000)	10.05***	6.13**	7.14***	6.47**
사회참여 경험	0회	(311)	3.82	3.88	3.71	3.81
	1회	(329)	4.08	4.13	3.95	3.99
	2회	(240)	4.02	4.15	4.06	4.00
	3회	(120)	4.06	4.01	4.13	3.97
	F값	(1,000)	6.62***	6.03***	11.08***	3.91**
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	3.97	4.03	3.88	3.89
	대면 이용	(62)	3.68	3.34	3.60	3.66
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	4.04	4.18	4.05	4.04
	F값	(1,000)	5.94**	25.79***	9.79***	8.14***

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

〈표 IV-63〉 금융산업공익재단 사회공헌 활동 필요사항(2)

(단위: 명, 점)

구 분		사례수	지속적인 연구 진행	사회적 영향력이 큰 사업에 집중	독자적인 프로그램 개발/실시	맞춤형 프로그램 개발
전 체		(1,000)	3.89	3.73	3.73	3.85
성별	남성	(508)	3.84	3.70	3.66	3.81
	여성	(492)	3.94	3.76	3.80	3.88
	t값	(1,000)	-1.84	-.98	-2.62**	-1.26
연령	20대 이하	(310)	3.86	3.65	3.62	3.78
	30대	(148)	3.73	3.56	3.61	3.68
	40대	(176)	3.79	3.78	3.73	3.80
	50대 이상	(366)	4.03	3.85	3.86	3.99
	F값	(1,000)	7.09***	5.17**	5.75***	6.75***
지역	수도권	(516)	3.91	3.74	3.71	3.86
	비수도권	(484)	3.87	3.72	3.75	3.84
	t값	(1,000)	.62	.50	-.65	.38
금융권 종사 경험 여부	아니오	(898)	3.91	3.74	3.73	3.84
	예	(102)	3.75	3.64	3.72	3.89
	t값	(1,000)	1.87	1.15	.16	-.59
최종학력	고등학교 이하	(153)	3.88	3.71	3.74	3.80
	2~3년제, 4년제 대학 재학 및 졸업	(734)	3.87	3.72	3.72	3.85
	대학원 석사 재학 이상	(113)	4.02	3.83	3.76	3.90
	F값	(1,000)	1.65	.87	.13	.55
월평균 소득	300만원 미만	(204)	3.88	3.57	3.72	3.82
	300만원~500만원 미만	(315)	3.84	3.72	3.67	3.80
	500만원~700만원 미만	(241)	3.88	3.80	3.76	3.84
	700만원 이상	(240)	3.98	3.81	3.77	3.94
	F값	(1,000)	1.30	3.38*	.80	1.38
정치적 성향	보수	(199)	3.99	3.84	3.84	3.99
	중도	(528)	3.82	3.65	3.68	3.80
	진보	(273)	3.96	3.82	3.74	3.84
	F값	(1,000)	4.90**	5.50**	2.53	4.30*
사회참여 경험	0회	(311)	3.74	3.60	3.59	3.70
	1회	(329)	3.94	3.73	3.75	3.90
	2회	(240)	4.01	3.83	3.85	3.93
	3회	(120)	3.92	3.88	3.80	3.93
	F값	(1,000)	6.16***	4.61**	4.77**	4.93**
주거래 은행 이용 형태	온라인 이용	(569)	3.87	3.71	3.70	3.81
	대면 이용	(62)	3.56	3.27	3.45	3.63
	온라인과 대면 모두 이용	(369)	3.98	3.85	3.82	3.94
	F값	(1,000)	7.74***	12.36***	5.80**	5.45**

주: \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

음영은 집단 차이가 유의미한 경우, 집단 내 가장 높은 점수 또는 낮은 점수를 의미함.

### 3. 소결

본 조사는 금융산업분야 사회공헌 활동에 대한 국민의 전반적인 인식을 확인하고, 향후 금융산업분야 사회공헌의 방향성을 제시하기 위해 실시하였다. 일반 국민 1,000명이 조사에 참여하였으며, 분석의 주요 결과 및 논의점은 다음과 같다.

첫째, 은행의 사회공헌에 대한 국민의 관심과 기대가 높은 상황에서 국민의 평가는 상대적으로 낮은 점수를 보였다. 특히, 은행의 주요 사회공헌 활동에 대한 개별적 평가(3.64~3.81점)보다 은행의 사회공헌에 관한 전체적인 인식(평가) 수준(3.34~3.58점)은 낮은 것으로 나타났다. 구체적으로는 “은행은 사회 문제에 관심이 많고, 이타적으로 사회공헌 활동에 참여하고 있다”, “은행은 사회공헌 활동을 통해 기업 이윤을 사회에 환원하고 있다”는 항목에서 점수가 낮게 나타났다. 이러한 결과는 국민의 경우 사회공헌 및 사회환원에 관한 은행권의 보다 적극적인 활동을 기대하고 있으나 현재의 평가는 상대적으로 낮다는 것을 의미하고 있다.

둘째, 금융산업공익재단 인지도는 23.9%로, 금융산업공익재단의 사회공헌 활동 인지도는 21.0%로 나타났다. 이러한 결과는 설문조사 대상으로 은행의 사회공헌 활동을 (보통이상 수준으로) 알고 있는 국민으로 했음에도 불구하고 낮은 수치다. 따라서 금융산업공익재단은 재단 자체의 인지도를 올리기 위한 홍보뿐만 아니라 재단에서 수행 중인 다양한 사회공헌 활동의 인지도를 높이기 위한 노력이 필요하다. 조사에 따르면, 금융산업공익재단의 사회공헌 활동을 접하는 경로로 SNS가 가장 높게 나타났다. 또한 은행 관련 도서 및 간행물 역시 높은 비율을 보여 은행권에서 운영 중인 SNS를 적극 활용하여 홍보활동을 보다 더 적극적으로 진행할 필요가 있다.

셋째, 금융산업공익재단에서 수행하고 있는 사회공헌 활동들이 사회문제 해결에 도움이 되는지를 물어본 결과 ‘취약계층 취업촉진사업’ 3.88점, ‘초등학교 경제금융 교육사업’ 3.86점, ‘취약계층 자산형성 지원사업’, ‘취약계층 노동자 의료지원 사업’ 각 3.85점 순으로 나타났다. 전반적으로 취약계층을 위한 사회공헌 활동에 대한 평가가 높게 나타났으며, 이는 금융산업공익재단의 사회공헌 활동 발전과 개선을 위해 필요한 분야 순위에서도 비슷한 결과를 보여주고 있다. 따라서 금융산업공익재단은 취약계층을 위한 사회공헌 활동을 수행하는 금융산업 분야의 대표적인 재단으로서의 역할과 방향성을 확립한다면 향후 재단 사회공헌 활동의 일관성을 확보할 수 있을 것이다.

넷째, 국민은 한국이 좋은 사회가 되기 위해 해결해야 하는 문제로 빈곤을 1순위로 꼽았으며 다음은 일자리 및 경제성장, 건강 및 웰빙 순이었다. 이와 같은 결과는 2023년 일반 기업들을 대상으로 했던 사회공헌백서의 결과와 상이한데, 이는 국민이 금융산업 분야에 요구하는 역할과

일반기업에 기대하는 역할에 차이가 있음을 보여주고 있다. 또한 현재 금융산업공익재단에서 수행하는 사회공헌 활동과의 비교 및 차이점을 진단하고 이를 통해 재단이 국민의 욕구에 맞는 새로운 프로그램을 개발해야 함을 시사하고 있다. 이러한 프로그램 개발하는 과정은 금융산업공익재단만의 flagship 사회공헌 프로그램으로 이어질 필요가 있으며 이러한 개발에 보다 더 적극적인 투자와 관심이 집중될 필요가 있다.

마지막으로, 금융산업공익재단의 발전적인 사회공헌 활동을 위해 수행해야 하는 일로는 '사회공헌 활동과 관련된 내용을 투명하게 공개해야 한다' 4.04점, '사회공헌활동을 위해 적극적으로 홍보를 해야 한다' 3.98점, '사회공헌 활동을 하기 위해 안정적인 재원 확보를 해야 한다' 3.93점으로 나타났다. 종합해볼 때, 재단은 대표적인 사회공헌 활동 프로그램 개발과 함께, 적극적인 홍보, 투명한 내용공개 등의 사회공헌 선순환 구조를 구축하여 맞춤형 사회공헌 활동 그리고 사회적 임팩트를 향상시키는 사회공헌 활동의 발전을 도모할 필요가 있다.



# 금융기관 이해관계자 FGI 조사



1. 금융기관 이해관계자 FGI 조사
2. 금융기관 이해관계자 FGI 분석 결과
3. 소결



## 1. 금융기관 이해관계자 FGI 조사

### 1) 조사 개요

본 연구는 금융산업분야 및 금융산업공익재단의 사회공헌 활동에 대한 인식과 향후 전략 방안을 모색하기 위해, 주요 이해관계자를 대상으로 FGI(Focus Group Interview: 초점 집단 인터뷰)를 실시하였다. 주요 이해관계자로는 은행 및 금융권 종사자, 사회복지 분야 전문가, 시민사회 활동가 등을 선정하였다. 인터뷰 대상자는 금융산업공익재단 및 각계 전문가의 추천을 받아 모집되었다. 최종적으로 은행 및 금융권 종사자 12명, 시민사회 및 사회복지 전문가 16명 등 총 28명이 인터뷰 조사에 참여하였다.

본 연구는 본격적인 인터뷰 조사에 앞서, 연구 윤리에 따라 모든 참여자에게 연구의 목적 및 절차를 충분히 설명하고 서면 동의서를 받았다. 또한 인터뷰 진행 과정에서 참여자가 언제든지 조사를 중단하거나 참여를 철회할 수 있음을 알렸으며, 인터뷰 내용을 녹화하는 것에 대해 명확히 고지하고 동의를 구했다. 연구 참여자들의 개인정보가 담긴 문서와 인터뷰 녹화 파일 등 전체 연구자료는 외부에 유출되지 않도록 철저히 보안 관리하였다. 이러한 연구 윤리적 고려를 바탕으로, 본 연구는 성균관대학교 기관생명윤리위원회(IRB)의 심의를 통과하여 연구계획 승인을 받았다(IRB 승인번호: 2024-04-070).

FGI 조사를 위해 4~6명으로 5개 그룹(은행 및 금융권 종사자 2개, 시민사회 및 사회복지 전문가 3개)을 구성하였으며, 그룹별로 1회씩 총 5회의 FGI 조사가 온라인 회의 플랫폼 줌(Zoom)을 통해 비대면으로 진행되었다. 또한 FGI 조사를 보완하기 위해 추가적으로 2건의 개인인터뷰 조사와 4건의 서면인터뷰 조사가 수행되었다. 각 인터뷰 조사는 평균적으로 약 90~120분간 소요되었다.

본 연구의 FGI 조사는 반구조화된 인터뷰(semi-structured interview) 방식으로 수행되었다. 이를 위해 참여자 일반적 특성, 금융권 기관의 사회공헌 활동, 금융산업공익재단 사회공헌

활동 등에 관해 묻는 사전 질문지를 배포하였다. 사전 질문지에 답변한 내용을 바탕으로 추가 질문을 통해 참여자의 세부 의견 및 인식 등을 심층적으로 조사하였다.

## 2) 연구참여자 일반적 특성

연구참여자들의 성별, 연령(만 나이), 학력, 활동영역 등 일반적 특성을 조사하여 정리한 결과는 <표 V-1>과 같다. 전체 참여자 28명 중 46.4%(13명)가 남성이었으며 53.6%(15명)은 여성이었다. 참여자들의 평균 연령은 45.8세(최소 29세, 최대 65세)였으며, 모든 참여자가 대학교 졸업 이상의 학력을 보유한 것으로 응답하였다. 참여자의 활동영역으로는 시민사회와 은행 및 금융권이 각각 42.9%(12명)의 비중을 차지하였고, 사회복지 분야에서 14.3%(4명)의 참여자가 활동하고 있는 것으로 나타났다.

<표 V-1> 참여자 일반적 특성

구분	성별	연령	학력	활동영역
참여자 1	여성	41	대학원 이상	사회복지
참여자 2	여성	59	대학원 이상	사회복지
참여자 3	여성	49	대학교 졸업	시민사회
참여자 4	여성	46	대학교 졸업	사회복지
참여자 5	여성	43	대학원 이상	시민사회
참여자 6	여성	29	대학원 이상	시민사회
참여자 7	여성	45	대학원 이상	사회복지
참여자 8	여성	59	대학교 졸업	시민사회
참여자 9	여성	39	대학원 이상	시민사회
참여자 10	남성	46	대학교 졸업	시민사회
참여자 11	남성	46	대학교 졸업	시민사회
참여자 12	남성	48	대학원 이상	시민사회
참여자 13	여성	43	대학교 졸업	시민사회
참여자 14	남성	55	대학원 이상	시민사회
참여자 15	여성	40	대학교 졸업	은행 및 금융권
참여자 16	여성	39	대학원 이상	시민사회
참여자 17	여성	54	대학교 졸업	시민사회
참여자 18	남성	46	대학교 졸업	은행 및 금융권
참여자 19	남성	50	대학원 이상	은행 및 금융권
참여자 20	여성	39	대학교 졸업	은행 및 금융권

구분	성별	연령	학력	활동영역
참여자 21	남성	37	대학원 이상	은행 및 금융권
참여자 22	남성	40	대학교 졸업	은행 및 금융권
참여자 23	남성	44	대학교 졸업	은행 및 금융권
참여자 24	여성	39	대학교 졸업	은행 및 금융권
참여자 25	남성	65	대학원 이상	은행 및 금융권
참여자 26	남성	51	대학원 이상	은행 및 금융권
참여자 27	남성	41	대학교 졸업	은행 및 금융권
참여자 28	남성	49	대학원 이상	은행 및 금융권

## 2. 금융기관 이해관계자 FGI 분석 결과

인터뷰를 통해 수집된 자료를 분석하여 범주화한 결과는 <표 V-2>와 같다. 참여자들의 인터뷰 내용은 크게 “금융권 사회공헌 활동의 중요성 및 인식”, “금융권 사회공헌 활동의 전략 및 방향”, “금융산업공익재단의 역할과 발전방안” 등 세 가지 주제로 구분되었다. 또한 각각의 주제별로 2~3개의 세부 소주제를 도출하였으며, 소주제마다 해당하는 인터뷰 내용을 정리하였다.

<표 V-2> FGI 분석 결과

대주제	소주제	인터뷰 내용 요약
1. 금융권 사회공헌 활동의 중요성 및 인식	금융권 사회공헌 활동의 중요성	기업의 사회적 책임 차원에서 금융권의 사회공헌 활동이 매우 중요함.
		금융 소비자의 생활이 금융과 밀접하게 연결되어 있다는 점에서 높은 수준의 공공성이 요구됨.
		은행 및 금융기관의 이익에 관한 지역사회 환원 및 상생에 대한 사회적 요구가 높아짐.
		금융권 사회공헌 활동의 규모는 이미 충분히 큰 편이며 더 이상의 사회적 책임을 요구하는 것은 적절하지 않다고 봄.
	금융권 사회공헌 활동에 관한 부정적인 인식과 원인	은행 및 금융기관의 사회공헌 활동 규모에 비해 체감도가 상대적으로 낮음.
		금융권 사회공헌 활동의 내용이 국민이 기대하는 수준의 공공성과 신뢰성을 충족시키지 못함.
		금융권 사회공헌 활동이 단발적이거나 일회성 이벤트 성격으로 진행되는 사례가 많음.

대주제	소주제	인터뷰 내용 요약
II. 금융권 사회공헌 활동의 전략 및 방향	금융권 사회공헌 활동에 요구되는 전략	은행 및 금융기관에 관한 편향된 언론 보도가 부정적인 인식을 확산시킨 측면이 존재함.
		은행 및 금융기관의 강점과 특성을 반영한 사회공헌 활동을 계획하고 추진해야 함.
		시민사회 및 사회복지 영역의 다양한 조직과 파트너십을 구축하여 사회공헌 활동의 효과성을 높여야 함.
	금융권 사회공헌 활동이 추구해야 할 방향	금융권 사회공헌 활동에 대한 인식을 개선하기 위한 다양한 노력이 요구됨.
		금융교육 및 금융피해 방지 등 금융소비자 역량 강화를 위한 프로그램을 중점적으로 수행할 필요가 있음.
		사회적 취약계층에 초점을 맞춘 사회공헌 활동을 강화하여 공공성 및 신뢰성을 높여야 함. 각각의 은행 및 금융기관을 대표하는 사회공헌 활동을 지속적으로 수행해야 함.
III. 금융산업공익재단의 역할과 발전방안	금융산업공익재단에 관한 낮은 인식 수준	상대적으로 운영 기간이 짧기 때문에 금융권 종사자들도 금융산업공익재단을 잘 모르는 경우가 많음.
		금융산업공익재단이 정확히 어떤 사업들을 수행하는지 정보에 접근하기 어려움.
	금융산업공익재단이 수행해야 할 역할	금융산업계 사회공헌 활동의 전반을 지원하고 전략을 수립할 필요가 있음.
		은행 및 금융기관 사회공헌 활동의 구심점 역할을 수행해야 함. 새로운 사회공헌 프로그램을 개발하고 보급하거나, 파트너십을 지원하는 역할이 요구됨.
	금융산업공익재단의 향후 발전방안	사업의 종류를 늘리기 보다 전문성을 강화할 필요가 있음.
		기관의 규모와 인력 등을 확대할 필요성이 있음. 직접사업보다는 지원사업이나 사회공헌 활동에 관한 연구, 금융권 사회공헌 프로그램 개발 등에 초점을 두어야 함.

### 1) 금융권 사회공헌 활동의 중요성 및 인식

#### (1) 금융권 사회공헌 활동의 중요성

인터뷰 참여자들은 전반적으로 은행 및 금융기관의 사회적 책임에 관한 요구가 증가하고 있음을 인식하고 있었으며, 이에 따라 금융권 사회공헌 활동의 중요성에 대해 공감하고 있는 것으로 확인되었다. 금융권이 사회적 책임을 다하고, 수익의 일부를 사회에 환원하는 것이 금융기관의 지속 가능성과 신뢰를 강화하는 데 중요하다는 관점이 인터뷰 내용을 통해 확인되었다.

기본적으로는 기업의 사회적 책임 관점에서 당연히 사회공헌 활동은 중요한데 특히 이제 최근 금융권 같은 경우에는 워낙 순이익이 증가하면서 사회적으로 금융권이 기존보다 더 많이 지역 환원과 상생을 해야 한다라는 사회적 요구도 사실은 있는 것 같습니다. (참여자 7)

소비자들의 모든 생활이 금융과 떨어져서는 생활이 안 되는 그래서 대출도 받고 카드도 사용하고 그다음에 전자결제하고 모든 것이 이 금융 사회에서 소비자들 생존하게끔 되어 있는데 이 부분에 대한 우리 사회의 준비 정도 그리고 이 부분에 대한 금융권의 사회적 책임을 얼마만큼 잘하고 있는가 이 부분에 대한 진단이 필요하다라는 거죠. (참여자 8)

코로나19를 거치면서 금융권의 사회적 역할에 대해서 욕구가 상당히 높아진 거는 아마 다들 공감하실 텐데요 ...(중략)... 그 사이에 금융권은 자산 규모도 되게 커지고 수익률이 크게 높아졌다는 이런 뉴스들을 이제 대중들이 접하면서 심리적 박탈감이 좀 더 커지지 않았나 그러면서 오히려 금융권의 사회적인 어떤 역할에 대한 책임에 대한 것들이 요구가 훨씬 더 커졌다 생각을 좀 했어요. (참여자 13)

저희가 은행업이나 뭐 그런 걸 업을 영위하기 위해서 그런 사회공헌 활동을 내세우는 게 참 중요하다고 생각하고 있거든요 ...(중략)... 은행업을 지속적으로 운영하려고 하면 당연히 이런 공헌 활동들이 중요하다고 생각을 해요. (참여자 18)

사회공헌 활동은 중요하다 그리고 그거는 이제 영리를 결국에는 이런 시민과 국민들에게서 얻은 많은 수익 부분에 일정 부분은 다시 사회로 환원하는 것이 중요하다고 생각을 하고 있습니다. (참여자 24)

동시에 은행 및 금융기관에 종사하고 있는 일부 참여자들의 경우에는, 규모적인 측면에서 금융기관들이 이미 많은 사회공헌 활동을 수행하고 있다고 보았다. 또한 다른 산업 분야에 비해 금융권에 대해 더욱 높은 수준의 사회적 책임을 요구하는 흐름은 적절하지 않다고 답변하기도 했다.

기본적으로 은행은 사실 영리 기업이거든요. 영리 기업이 해마다 1조 원 가까이 사회공헌 사업에 진출한다라는 것은 사실 다른 해외 사례를 보더라도 충분히 많이 하고 있다라고 저는 생각을 하고 있고요. 다만 이제 좀 아쉬운 부분은 규모적인 측면에서는 이제 충분히 많이 하고 있다고 보여지는데 ...(중략)... 사실 좀 더 은행들이 사회적 책임을 잘 하고 있는지 보려면 단순히 그 해에 얼마를 썼습니까 아니라 세부적으로 이런 활동들을 하고 있다라는 측면에서도 좀 관심을 갖고 봐야지 이게 좀 객관적인 평가가 될 것 같은데요. (참여자 22)

사실 절대적인 금액이라든가 매출액 대비 어떤 비율이라든가 이런 것이 사실 제가 봤을 때는 글로벌 기준으로 봤을 때 우리나라 그 기준이 상당히 높은 수준이거든요 ...(중략)... 매출 수익의 어떻게

보면 비율이 상당히 지금 좀 높은 부분 다른 산업에 비해서 많이 기여를 하고 있다라고 이제 저는 개인적으로는 생각합니다. (참여자 19)

사실 은행이나 금융권이라고 해서 어떤 별도의 그룹이라고 해서 이렇게 사회공헌을 더 집중해야 된다는 주의는 아닌 것 같아요. 그러니까 어느 정도의 사회에서 영리를 취하고 있는 이런 기업 대규모의 기업들 같은 경우에는 일정 부분 사회공헌을 하는 것이 맞다라고 생각하고는 있으나 그게 꼭 금융권이라고 해서 더 해야 된다는 생각을 하고 있지는 않습니다. (참여자 24)

## (2) 금융권 사회공헌 활동에 관한 부정적인 인식과 원인

많은 인터뷰 참여자들은 은행 및 금융기관의 사회공헌 활동에 대해 사회 전반에 걸쳐 부정적인 인식이 자리잡고 있으며, 규모에 비해 국민들이 체감하는 수준이 낮은 상태임을 지적하였다.

고객과의 접점이 엄청 높은 산업이기 때문에 이제 충분하지 않다라는 생각이 개인마다 느끼는 게 좀 큰 것 같아요. 그러니까 이자율 감면이나 이런 것도 모아놓으면 엄청 큰 비용이지만 실제로 개개인이 느끼는 비용으로는 몇 만 원 몇십만 원 몇천 원 수준이기 때문에 이제 개인별로는 충분치 않다 라고 이제 생각할 수 있다라는 측면이 하나 있는 것 같고요. (참여자 12)

은행연합회 보고서를 보게 되면 은행권들이 상당히 많은 금액 그리고 다양한 분야에 거의 전 사회공헌 부문을 하고 있음에도 불구하고 많은 따가운 눈초리를 받고 있는 부분들이 있다는 거는 굉장히 좀 아쉬운 부분이다라는 생각이 들고요. (참여자 14)

금융권이 정말 이익 창출이 최대였다고 하는 데 대비 사회공헌은 너무 미약하다 ... (중략)... 사회적 압박에 의해서 그냥 체면 치레로 하는 게 아닌가 ...(중략)... 또 금융 소비자 피해가 발생했을 때 이 금융권이 실질적으로 어떤 대처를 하고 있나 그리고 어떠한 대안을 제시를 하고 있고 얼마만큼 사회적 책임에 있어서 주체로 나서는가라고 했을 때 안 보이는 거죠. 미약하다기보다는 아예 안 보인다고 저는 보는 거거든요. (참여자 8)

인터뷰 참여자들은 이러한 부정적인 인식이 확산된 배경과 원인으로 금융권 사회공헌 활동의 공공성 및 신뢰성 부족, 단발적이거나 일회성 이벤트 성격의 사업 수행, 언론 보도의 편향성, 홍보 부족 등을 언급하였다.

결국에 단발성 사업 혹은 정말 브랜딩을 위해서 진행하고자 하는 그런 사업들은 지속 가능하게 이루어지지 않을뿐더러 어떠한 나중에 이제 재무적 가치로 환산을 하거나 장기적으로 그 결과를 분석을 해보았을 때는 결코 좋은 이미지로 돌아오지도 않고 좋은 영향도 미칠 수 없을 거라는 생각이 좀 많이 들었습니다. (참여자 7)

은행에 최고 경영자 CEO를 뽑을 때 어떻게 여러 가지 사회적 윤리적 책임을 다하는 그런 부분까지 이렇게 감미해가지고서는 뽑는지 모르겠지만은 저희들이 봤을 적에는 아직 그런 부분이 부족하고 실적 위주 또 힘에 의한 논리에 의해서 CEO들이 이렇게 선출되고 하다 보니까 그냥 안 할 수는 없고 사회공헌 활동에 일정 부분 기여하고 또 보여주기식으로 사회공헌 활동을 하고 있지 않나 그런 부분이 있는데 ...(중략)... 여러 가지로 이제 그런 부분에 있어가지고 왜 그러면은 그런 부분들이 정착되지 않고 많은 부분에 사회 공감대를 형성하지 못하고 금융기업 양쪽으로는 굉장히 많아 보이는 것 같은데 수익 대비 사회공헌 활동은 적게 보이는 거죠. (참여자 25)

지속적으로 안 한다는 게 아니라 왜냐하면 은행에서 홍보를 할 때 지속적으로 하는 부분을 홍보하지는 않거든요. 보통 신규 새로운 거 특이한 거 그런 게 뉴스에도 나오고 그런 게 좀 이슈화가 되는 게 대부분이라서 보통 그런 부분은 홍보 포인트로 잡고 저희가 홍보하는 부분이 있고요. (참여자 21)

사실 이게 항상 사회공헌 이슈가 나오다 보면 항상 여론이 우호적이지 않더라고요. 그게 이제 은행업 자체라는 게 기본적으로 꼭 필요한 서비스를 제공하지만 어쨌든 부정적인 인식과 여론이 조성되어 있다 보니 사회공헌이라는 것을 바라봤을 때도 똑같이 보고 있다고 생각이 되고요 ...(중략)... 대신 이제 우리들이 이런 걸 하고 있는나라는 것들을 이제 계속 알리는 작업이 필요하지 않을까 그래서 이제 홍보에 대해서 좀 신경을 많이 쓰고 있는 상황이고요. (참여자 22)

대출을 통한 이자 수익이라든지 이런 부분들로 은행권이 모두 유지가 될 거라고 생각을 하지만 실질적으로는 이자 수익만이 은행권을 유지하고 지탱하는 데 대부분을 차지하고 있지는 않습니다. 오히려 그 이자 수익 외에 좀 더 장기적인 또는 추가적인 수익을 얻기 위해서 은행원들이 굉장히 고강도의 영업 활동을 하고 있기 때문에 그거에 따른 부분들을 고려한다면 꼭 은행이라고 해서 또는 그게 쉽게 돈을 번다라고 그거는 약간 외부에서의 시각인 것 같아요. (참여자 24)

해외 같은 경우에는 어떤 캠페인을 시작하게 되면 그 캠페인을 9년 10년 이렇게 장기로 끌고 그럴기 때문에 저 금융기관은 저 일을 하는구나 이렇게 되는데 ...(중략)... 이게 이제 a라는 어떤 프로젝트를 하다가 정권이 5년 만에 완전 바뀌어서 b라는 프로젝트를 또 하게 되고 그러다가 또 c라는 프로젝트를 하게 되고 그러다가 또 정부에서 요청하는 또 다른 걸 또 하게 되고 이렇게 되면 이게 정권에서 요구하는 건 다 하는 거지만 결국은 그게 분절되는 거거든요. (참여자 23)

## 2) 금융권 사회공헌 활동의 전략 및 방향

### (1) 금융권 사회공헌 활동에 요구되는 전략

금융권 사회공헌 활동에 관한 부정적인 인식과 원인과 연결하여 인터뷰 참여자들은 은행 및 금융기관의 강점 및 특성을 반영한 사회공헌 활동, 여러 조직과의 파트너십에 기반한 사회공헌 활동, 금융권 사회공헌 활동에 관한 홍보 및 인식 개선을 위한 노력 등의 전략을 제안하였다.

배분도 그렇고 활동의 영역도 그렇고 정말 전문적인 곳들이 현장에 오면 비영리 조직도 많고 그런데 그런 곳하고 한번 좀 간담회라든가 이런 것들을 좀 해보면서 좀 지혜를 더 모으면 좋지 않을까라는 고민을 했고 ...(중략)... 그리고 지역사회를 되게 고민을 해 봤으면 좋겠다. 오히려 큰 단위는 그렇게 또 고민을 많이 못한다고 하더라도 지역마다 지점들도 있고 이럴 때는 지역사회 안에서 금융 교육이라든가 지역사회의 소상공인이라든가 이런 부분을 조금 장기적으로 이분들이 지역사회에서 어쨌든 일자리를 만들어줘야지 또 지역이 활기를 띠잖아요. (참여자17)

은행권도 홍보에 대해서 좀 신경을 많이 쓰고 있는 상황이고요. TV 광고까지는 아니더라도 여러 가지 노력들에 대해서 좀 요즘 흔히 말하는 요즘 트렌드 방식대로 알리는 방법도 고민하고 있고 그런 부분에 대해서 좀 신경을 많이 써야 되지 않을까라는 생각을 저도 갖고 있습니다. (참여자 22)

## (2) 금융권 사회공헌 활동이 추구해야 할 방향

전략에 관한 제언과 구분하여, 인터뷰 참여자들은 중장기적인 관점에서 금융권 사회공헌 활동이 지향해야 할 방향을 제시하였다. 대표적으로 금융소비자 역량 강화를 위한 노력, 사회적 취약계층 및 지역사회에 초점을 둔 사회공헌 활동 강화, 은행 및 금융기관의 사회공헌 활동의 지속적 수행 등이 이에 해당되었다.

금융 정책은 단발성 금융 정책이 지금 너무 많다라는 생각을 많이 했어요. 지속적으로 해야 되는데 ...(중략)... 이런 부분들을 정책당국이나 금융기관이 머리를 맞대고 고민해서 협업해서 ...(중략)... 우리가 사회 취약계층 금융 취약계층이라고 얘기하는데 저희들은 그분들을 위해서 할 수 있는 부분들을 찾아서 한다고 그러면은 훨씬 더 우리 소외계층이나 또 금융을 필요로 하는 사람들에게 도움을 주어서 금융경제 교육이 지속적으로 활동하는 그런 계기를 만들어야 되지 않겠나 이렇게 생각을 해봅니다. (참여자 25)

아무래도 지금은 좀 단발성 사업들이 중점적으로 수행되는 분위기이다 보니까 ...(중략)... 이게 단순히 막 1년, 2년 이렇게 해서는 성과가 좀 나지 않는 경우가 많거든요. 그래서 좀 사업들을 사업의 특성들을 좀 고려를 해서 이것이 이제 충분히 좀 사람들에게 유의미한 변화를 이끌어낼 수 있을 만한 그런 기간 동안 진행이 될 수 있도록 좀 장기적으로 가져가는 사업들이 많아졌으면 좋겠다라는 생각은 좀 항상 가지고 있었던 것 같습니다. (참여자 6)

금융권이라는 것은 지역 곳곳에 은행이 다 있잖아요. 그러면 이 금융권이 사회공헌을 할 때 지역 소멸에 관심을 가져야 된다는 생각을 하나 했고 ...(중략)... 지금 서민 생활이 무너지고 있는 거잖아요. 물가가 엄청나게 올라서 장을 못 봐요. 사실은 너무 무서워서 그리고 공공요금 계속 올라가는 거잖아요. 그럼 이런 부분에 개입해야 된다. (참여자 8)

인기 있는 사업이라든가 관심 있는 사업 잠깐만 해가지고 단발성으로 끝나는 게 아니라 중장기적으로 간다고 하면 함께 사회 문제들을 해결하는 데 좀 도움이 될 수 있을 거라고 생각이 들고 금융이 아무래도 이제 서민의 자산을 다루는 곳이기 때문에 사회적 약자 측면에서 그들을 어떻게 금융 안으로 접근할 수 높일 수 있을까라는 생각을 가진 좀 사업들도 같이 꾸려나가면 조금 더 이 금융 사회공헌 사업이 인지도가 좀 더 확산되고 높아질 수 있지 않을까 싶습니다. (참여자 5)

사실 이제 기관장이 CEO가 바뀔 때마다 본인이 중요하다고 생각하는 분야에 있어서 이제 사회공헌을 이제 좀 많이 바꾸는 경향이 있습니다. 그러다 보니까 이게 좀 사회공헌이 되게 좀 단기간에 끝나는 경우가 좀 많아요 ...(중략)... OO은행 같은 경우는 싱가포르 헤드쿼터에서 이제 직접 사회공헌을 하는 케이스가 어떤 게 있냐면 마라톤을 하거든요. 마라톤을 10년 넘게 계속 하고 있습니다. 그러니까 사실 싱가포르 사는 사람들 같은 경우는 이제 OO은행이 얼마를 했냐라기보다는 마라톤이나 이런 걸 하게 되면 OO은행을 좀 연상하게끔 된다는 거죠. (참여자 22)

단기성으로 진행되는 사회공헌으로는 사실 이루기가 어렵고 최소한 5년에서 10년 정도로 좀 집중력 있게 측정 가능한 사회 가치들을 창출해내는 그런 사회공헌 사업을 해야만 좀 국민들께서 체감하시고 그를 통해 이제 공공성의 회복을 혹은 사회적 인식 개선을 노려볼 수 있지 않을까라는 생각입니다. (참여자 20)

### 3) 금융산업공익재단의 역할과 발전방안

#### (1) 금융산업공익재단에 관한 낮은 인식 수준

시민사회 및 사회복지 영역의 참여자뿐만 아니라 은행 및 금융권 참여자의 상당수가 금융산업 공익재단에 관해 잘 알지 못한다고 언급하였으며, 이러한 금융산업공익재단의 낮은 인식 수준 문제를 시급히 개선해야 한다고 지적하였다.

사업적으로 관련이 있기 전까지는 재단에 대해서는 좀 많이 알지 못했던 것 같아요. 근데 아까 초기에 말씀해 주신 것처럼 사실 이 재단이 만들어진 지도 얼마 되지도 않았고 아직까지는 이제 이제 막 사업들을 시작을 하고 체계화를 시키고 있는 단계라는 생각이 들어서 그러지 않을까라는 생각이 좀 들었습니다. (참여자 6)

#### (2) 금융산업공익재단이 수행해야 할 역할

인터뷰 참여자들은 금융산업공익재단이 수행해야 할 역할로 금융산업계 사회공헌 활동의 전반을 지원해야 함을 강조했다. 또한 기관명에 ‘금융산업’이 포함되는 만큼 금융권 사회공헌 활동에 구심점 역할을 수행해야 하며, 구체적으로는 새로운 사회공헌 프로그램의 개발 및 보급과 파트너십에 관한 지원 역할이 요구된다고 보았다.

금융산업공익재단이 사실 다른 금융권의 공익재단들하고 좀 특이한 부분이 사실 33개 금융기관의 금융 노사가 다 같이 함께 기금을 조성한 거거든요. 그러다 보니까 금융노조하고 사측이 다 참여하는 어떤 좀 그리고 그게 33개 금융기관의 노사가 다 이제 참여하는 좀 특별한 형태의 특성이 있는 재단인데요. 그걸 좀 잘 살린다면 사실 지금 금융권에 앞에서 쪽 말씀해 주셨던 그런 한계라든지 그런 것들을 좀 극복할 수 있는 오히려 구심점으로서의 역할도 할 수 있지 않을까 이제 그런 부분들을 좀 생각을 해봤고요 ...(중략)... 금융산업공익재단은 지금 인력이 굉장히 적거든요. 담당 인력들이 정말 적은 인력으로 굉장히 많은 사업들을 하고 있는데 이제 그런 부분들에 있어서 좀 보완할 수 있는 방안들도 좀 마련이 필요하지 않을까 그런 생각을 제안을 해봅니다. (참여자 4)

금융산업공익재단은 특히 이제 금융 노사가 같이 출연하는 기관들입니다. 그래서 지금은 은행연합회가 어찌 보게 되면 사회공헌의 약간 허브의 역할을 하시는데 금융산업공익재단의 그 기능이 하나 탑재가 되면 굉장히 좋겠다라는 생각이 들고요. (참여자 14)

### (3) 금융산업공익재단의 향후 발전방안

금융산업공익재단의 미션 및 비전, 추진전략, 주요 사업 등에 관한 내용을 토대로 인터뷰 참여자들은 사업의 종류를 늘리기보다 차별성 및 전문성을 강화하는 데 중점을 두어야 한다고 언급했다. 또한 현재 기관 규모가 수행하고 있는 사업과 향후 요구되는 역할에 비해 작으므로 기관 규모의 확대가 필요하다고 보았다. 이와 더불어 개별 은행 및 금융기관들이 주로 수행하고 있는 직접사업보다, 사회공헌 성과 측정이나 프로그램 개발 등에 초점을 둔 활동에 중점을 두어야 한다는 의견도 있었다. 이 밖에도 재단의 미션 및 비전의 명확화, 국외 사례 벤치마킹 등의 선도적 역할, 금융권 사회공헌활동의 중복 조정과 새로운 영역의 개발 등이 주요 방안으로 도출되었다.

지금 이미 충분히 굉장히 많은 걸 하고 있는데 여기서 뭔가 조금 더 중점적으로 해야 될 기능을 조금 찾는 거는 아직까지는 조금 더 과부하가 오지 않을까 지금 현재 가지고 올해 시작한 사업들을 조금 더 잘 마무리하고 체계적으로 잘 관리한 다음에 여기서 조금 더 지원이 필요한 사업을 선별하고 이제 조금 관리하고 확대하는 과정에서 재단이 조금 포커싱을 맞춰지는 사업이 결정되지 않을까 재단의 방향이 결정되지 않을까라는 생각이 들었어요. 이미 지금 너무 많은 사업을 하고 있는데 여기서 조금 더 뭔가를 발굴하는 건 조금 어렵지 않을까라는 생각이 들었습니다. (참여자 15)

금융산업에 다양한 사회공헌들이 있는데 이것들을 각자 자기가 연구를 하게 되면 다 자기 팔이 안으로 굽게 돼 있거든요. 그 성과가 무조건 잘 나오게 설계가 될 수밖에 없는데 그런 부분에서 좀 객관적인 연구 분야를 가져가서 좀 평가할 수 있는 그런 역할이 좀 할 수 있지 않을까 이런 생각이 들기도 하고 그래서 이제 금융산업공익재단이 어떻게 보면 여기에서 진행됐던 사업이나 연구들이 하나의 금융산업에서 앞으로 향후 나아가야 할 어떤 미래가 되는 어떤 기준점이 되면 좋겠다라는 생각을 좀 하게 됩니다. (참여자 12)

저는 이제 여러 이미 금융권들이 개별적으로 하고 있는 그런 사회공헌 사업의 축소판같이 느껴지긴 마찬가지로 그런 느낌을 받긴 했었거든요 ...(중략)... 대부분 가장 중점적으로 어떤 사회공헌을 할지 조금 결정할 때 고려하는 부분들은 대부분은 이제 업의 특성이 제일 많은 것 같아요. 그래서 본인들 업에도 맞고 사회에도 어쨌든 그게 파급력 그다음에 상생할 수 있는 사업들을 찾는 것들을 가장 우선적으로 보통은 많이 생각을 하시거든요 ...(중략)... 근데 지금 여기 금융산업공익재단에서 하고 있는 사업들을 봤을 때는 이제 굉장히 너무 이제 다양성을 추구하다 보니까 그냥 여러 가지 사회적 이슈가 되고 있는 사업들을 나열한 것 같은 느낌이 있기는 해서 ...(중략)... 이제 큰 타이틀에서는 좀 집중을 하고 세부 사업 내용들은 좀 가지치기를 해서 선택과 집중을 하는 것들이 조금 더 좋지 않을까라는 생각을 하긴 했습니다. (참여자 7)

금융산업공익재단의 미션이 지속 가능한 사회를 만드는 데 기여한다예요. 그래서 어떤 사회를 만들고 싶은 것인가는 빠져 있거든요. 근데 이제 그게 금융산업공익재단이 앞으로 이렇게 다양한 이해관계자들이 있고 금융에 있어서의 어떤 사회적 역할 사회적 가치 그것들이 없는 게 지금 미션에서 그대로 드러난다고 생각이 들고, 그렇기 때문에 앞으로 그래서 비전은 금융산업공익재단이 이런 미션을 가지고 어떤 사회를 만들 것인가에 대한 비전이 이 과정에서 합의는 안 될 것 같고요. 합의는 굉장히 어려울 것 같지만 다양한 이해관계자들과 어떤 비전을 가지고 갈 것인가가 좀 저는 논의되는 것이 좋겠다 좀 그런 생각은 듭니다. (참여자 3)

신규 사업이나 대상을 발굴하는 것보다 좀 기존 사업의 지속성을 높이거나 좀 중장기적인 성과를 측정하고 이렇게 관리할 수 있도록 하는 방식으로 이렇게 좀 더 사업이 이렇게 좀 가져가실 수 있으면 좋을 것 같고 ...(중략)... 어떤 제도라든지 이런 개선에도 같이 학술 지원이라든지 연구라든지 ...(중략)... 이런 문화를 조금 개선하는 제도를 개선하는 그런 역할들도 좀 해주시면 좋겠다라는 생각이 듭니다. (참여자 9)

국외 금융사들이 또 어떻게 사회공헌 사업을 하는지도 정말 금융산업공익재단 같은 곳에서 미리 좀 벤치마킹을 하셔서 은행권들한테 이렇게 좀 알려드리고 여기서 벤치마킹할 수 있고 정말 효과를 낼 수 있는 부분들을 그런 알려드리는 어떤 선도자적인 역할을 좀 해주셨으면 하는 것도 금융산업공익재단의 사회공헌 사업을 진행 함에 있어서 좀 바라는 바입니다. (참여자 10)

금융산업계에 있어 사회공헌 활동의 어떤 거점으로서 역할을 좀 해 나갈 필요성 홍보라든지 인식 개선이라든지 또 앞서 말씀하신 것처럼 각 개별 은행들이 혹은 각 개별 금융기관들이 다 각자 각자 어떤 필요에 의해서 아니면 어쩔 수 없이 하다 보니 중복되는 부분들 이런 것들을 좀 조정하거나 새로운 사회공헌 활동 영역을 좀 개발하거나 하는 역할을 금융산업공익재단이 좀 할 필요가 있지 않나 저는 개인적으로 그렇게 느꼈습니다. (참여자 19)

### 3. 소결

본 연구에서는 금융산업분야 및 금융산업공익재단 사회공헌 활동의 주요 이해관계자를 대상으로 FGI 조사를 실시하였다. 은행 및 금융권 종사자 12명, 사회복지분야 및 시민사회 활동가 16명 등 총 28명의 이해관계자가 인터뷰 조사에 참여하였다. 총 5회에 걸쳐 진행된 인터뷰 조사 내용을 범주화하여 분석한 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 연구 참여자들의 인터뷰 조사 내용은 크게 “금융권 사회공헌 활동의 중요성 및 인식”, “금융권 사회공헌 활동의 전략 및 방향”, “금융산업공익재단의 역할과 발전방안” 등 세 가지 주제로 구분되었으며, 각각의 주제별로 2~3개의 세부 소주제가 도출되었다. 이를 통해 주요 이해관계자가 인식하는 금융산업분야 사회공헌 활동 현황과 향후 사회공헌 활동의 전략 방안을 모색할 수 있었다.

둘째, 연구 참여자들은 금융권 사회공헌 활동의 중요성에 대해 기업의 사회적 책임 차원에서 높은 수준의 이해를 보였으며, 은행 및 금융기관의 공공성에 대해 공감하고 있었다. 이에 따라 금융권에서 지역사회로의 이익 환원 및 상생에 대한 사회적 요구가 증가한 것으로 인식하고 있었다. 다만 참여자의 활동영역에 따라 금융권 사회공헌활동의 충분성에 대한 의견은 다소 엇갈렸다. 대부분의 시민사회 및 사회복지분야 참여자들은 금융권 사회공헌활동의 질적·양적 확대가 필요하다고 보았으나, 여러 은행 및 금융권 참여자들은 오히려 타영역에 비해 금융권의 사회공헌활동 규모가 크고 국제적으로도 국내 은행의 사회공헌활동 지출이 많은 편이라 답하였다.

셋째, 대부분의 연구 참여자들은 금융권 사회공헌 활동에 관한 부정적 인식을 인지하고 있었으며, 이러한 부정적 인식을 초래한 원인에 대해 여러 의견을 제시하였다. 우선 금융권 사회공헌 활동에 지출하는 비용의 규모가 타영역에 비해 적지 않음에도 국민들이 인식하는 사회공헌 체감 수준이 낮다고 보았다. 이러한 원인으로는 사회공헌 활동 프로그램 내용이 국민이 기대하는 수준의 공공성과 신뢰성을 충족하지 못하는 경우가 많고, 단발적이며 일회성의 사회공헌 프로그램 비중이 높기 때문이라 지적하기도 했다. 반면, 은행 및 금융기관에 종사하는 참여자들 일부는 금융권 사회공헌 활동이 충분히 잘 수행되고 있음에도 편향된 언론 보도로 인해 부정적인 측면만 부각되고 있음을 문제로 언급하기도 했다.

넷째, 연구 참여자들은 금융권 사회공헌 활동에 요구되는 전략으로 타영역의 사회공헌 활동과 차별화, 시민사회 및 사회복지 영역과의 파트너십 강화, 인식 개선을 위한 다양한 노력 등을 제시하였다. 구체적으로는 금융권의 전문성에 기반한 사회공헌 활동을 수행해야 하며, 개별 기관이 단독적으로 사업을 수행하기 보다 파트너십을 구축함으로써 사회공헌 활동의 효과성을 높여야 한다는 것이다. 또한 홍보 및 인식 개선을 위한 여러 노력을 통해 금융권 사회공헌

활동이 높은 수준의 성과를 달성하고 있음을 널리 알릴 필요가 있다고 보았다.

다섯째, 인터뷰 조사를 통해 금융권 사회공헌 활동이 증장기적으로 추구해야 할 방향에 대한 의견도 확인되었다. 연구 참여자들은 금융소비자의 역량 강화, 사회적 취약계층 중심의 사회공헌 활동 추진, 은행 및 금융기관 고유의 지속적인 사회공헌 활동 수행 등이 지향되어야 함을 강조하였다.

여섯째, 연구 참여자들은 금융산업공익재단의 역할과 발전방안에 있어, 기관 및 기관 주요 사업에 관한 인식 수준을 높여야 함을 우선적으로 요구하였다. 또한 금융산업계 사회공헌 활동 전반을 지원하는 역할, 은행 및 금융기관의 사회공헌 문화를 선도하는 구심점 역할, 새로운 프로그램의 개발·보급과 파트너십 지원 등의 역할을 수행해야 함을 제언했다. 특히 향후 발전방안에 있어 사업의 질적 성장, 기관의 인력 및 예산 확대 등이 언급되었다. 마지막으로 직접사업보다 다른 개별 은행 및 금융기관이 수행하기 어려운 사회공헌 성과 측정 등의 연구와 사회공헌 프로그램 개발 등에 초점을 두어야 한다고 보았다.

본 연구의 FGI 조사는 금융권 사회공헌활동의 주요 이해관계자로부터 금융권 사회공헌활동의 중요성, 공공성, 신뢰성 등에 관한 인식 및 의견을 확인하고, 금융산업공익재단에 기대하는 역할과 발전방안을 도출했다는 점에서 의의가 있다. 더 나아가 본 연구의 질적 연구결과를 기반으로 다수의 이해관계자를 모집하여 양적 연구를 실시하거나, 본 연구의 국내·외 금융기관 사회공헌 현황 분석과 대국민 인식조사 결과를 함께 활용하여 교차 분석을 수행하는 등 향후에도 꾸준히 후속 연구를 추진하는 노력이 요구되는 바이다. 금융권 사회공헌활동에 관한 지속적이며 계획적인 연구 수행을 통해 금융권 사회공헌활동의 꾸준한 발전을 기대할 수 있을 것이다.



# 결론

# VI

1. 연구의 주요 결과
2. 금융기관 사회공헌활동 발전방향 제언
3. 금융산업공익재단 발전방향 제언



## 1. 연구의 주요 결과

본 연구의 주요 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 최근 10년 간(2013년~2023년) 국내 은행들의 사회공헌 활동의 특징과 경향성을 살펴보기 위해 은행연합회의 사회공헌활동 보고서를 분석한 결과, 국내 은행들은 사회적 가치 임팩트 투자, 공정한 일자리 창출, 취약계층 경제적 자립지원 등 총 10개 분야<sup>8)</sup>에 걸쳐 다양한 사업을 실시해 왔으나 전반적으로 재난지원 사업(사회적 위기 상황의 서민금융 지원, 지역사회 복구를 위한 기금 마련 등), 아동·청소년을 위한 장학금 지원 및 시설설립 사업, 청소년 및 시니어 대상 금융교육에 집중하고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 국내 은행들의 사회공헌 활동을 살펴보면, 각 개별 은행이 하나의 사업을 꾸준히 진행하기 보다는 시기별로 유형 및 집중되는 사업이 있는 것으로 나타났다. 가령, 2013-2015년에는 새터민 및 이민자들에 대한 금융교육이 활발하게 진행되었으며, 2016-2018년에는 청년들의 취업을 장려하는 취업지원 활동이 활발하게 진행되었다. 또한, 이 시기부터 기후변화 관련 은행권의 사회공헌 활동이 시작되면서 나무심기, 해안가 청소 등의 사회공헌 활동이 시작되었다. 2019-2023년에는 4차 산업혁명관련 정보화 교육과 디지털 취약계층을 위한 교육지원 사업이 확산되기 시작하였다.

셋째, 국내 은행들의 사회공헌 활동들을 살펴보면 은행연합회가 분류한 6대 분야<sup>9)</sup>를 모든 은행이 골고루 진행하고 있는 경향이 있었는데, 금융 산업계 전반적으로 살펴보면 다수의 은행이 중복되거나 유사한 서비스를 제공하는 경향이 나타나고 있었다. 또한, 사회공헌 활동에 대한 효과성 측정 평가 역시 만족도 정도의 수준으로 진행되는 등 사회공헌 활동의 성과에 대한 평가가 적절히 이뤄지고 있지 않은 것으로 나타났다.

8) 사회적 가치 임팩트 투자, 공정한 일자리 창출, 취약계층 경제적 자립 지원, 코로나19 대응 지원, 공정한 배움의 기회 확대, 문화·예술·체육 분야 불평등 해소, 금융교육지원, 금융서비스 접근성, 기후변화 대응 및 개선활동, 기후위기 대응협력

9) 지속가능한 사회혁신 생태계 조성, 사회적임 금융 확대 및 코로나19 대응, 기회 제공 및 문화 가치 확산, 금융교육 및 서비스 접근성 향상, 기후행동 파트너십 강화

넷째, 해외 주요 은행들의 사회공헌 활동들을 살펴보면, 해외 은행들은 별도의 사회공헌 활동을 진행하기 보다는 ESG 기업 경영활동의 핵심 영역으로 통합·내재화되어 진행되고 있었다. 이에 따라, UN SDG 등 국제 기준에 부합한 프로젝트를 진행하고 있는 것으로 나타났으며, 은행의 주요 사업과 관련하여 사회공헌 활동들이 이뤄지고 있었다. 예를 들어 은행 운영 과정의 탄소 발자국을 줄이는 방안을 도입하고, 금융 포용성을 높이기 위해 금융 기술을 활용하여 혁신적 금융 솔루션을 개발하고 있었다(모바일 뱅킹, 마이크로 파이낸싱, 소액대출 서비스 등). 또한, 민간조직과의 파트너십을 통해 장기적으로 사업을 수행하고 최소 10년 이상의 사업 수행을 통해 효과성 검증을 진행하는 것으로 나타났다.

다섯째, 금융 산업분야 사회공헌활동에 대해 국민 1,000명을 대상으로 인식조사를 한 결과, 은행의 사회공헌에 대해 국민들이 높은 관심과 기대를 갖고 있는 것으로 나타났으나 은행 사회공헌 활동에 대한 평가는 보통 수준인 것으로 나타났다. 국민들은 은행의 사회공헌 활동 확산을 위해 건전하고 투명한 지배구조 구축, 경영진의 실천 의지, 지역사회와의 소통 및 참여가 중요하다고 인식하고 있었다. 또한 국민들은 은행의 사회공헌 활동 영역으로 사회적 가치 임팩트 투자, 공정한 일자리 창출, 취약계층 경제적 자립 지원, 금융서비스 접근성 향상 등의 사업이 특히 더욱 필요하다고 인식하고 있었다.

여섯째, 금융산업공익재단에 대한 국민 인식조사 결과, 금융산업공익재단 인지도는 23.9%, 금융산업공익재단 사회공헌 활동 인지도는 21%로 나타났다. 금융산업공익재단의 사업 중 ‘취약계층 취업촉진사업’, ‘초등학교 경제금융 교육사업’, ‘취약계층 자산형성 지원사업’ 등 취약계층 및 금융 관련 사업에 대해 국민들이 긍정적으로 평가하였으며, 향후 이러한 사업 영역이 필요하다고 인식하고 있었다. 금융산업공익재단의 발전을 위해서 국민들의 ‘사회공헌 활동과 관련된 내용의 투명한 공개’, ‘사회공헌 활동을 위한 적극적인 홍보’, ‘사회공헌 활동을 위한 안정적인 재원 확보’가 중요하다고 인식하였다.

마지막으로, 포커스그룹 인터뷰를 통해 은행 및 금융권 종사자 12명, 사회복지 및 시민사회 영역 활동가 16명 등 총 28명의 전문가를 대상으로 금융권 사회공헌 활동에 대한 인식을 살펴본 결과, 대부분의 전문가들이 은행 및 금융기관의 공공성에 대해 높게 공감하고 있는 것으로 나타났다. 금융권 사회공헌 활동에 대해 일반 국민들이 부정적으로 인식하고 있는 이유는 단발성·일회성의 사회공헌 프로그램이 많고, 금융권의 사회공헌 활동 프로그램 내용이 국민이 기대하는 수준의 공공성과 신뢰성을 충족하지 못하기 때문으로 인식되었다. 전문가들은 금융권의 사회공헌 활동은 타 영역의 사회공헌 활동과 차별화하여 금융권 고유의 전문성에 기반한 사회공헌 활동을 수행할 필요가 있으며, 사회복지 및 시민사회 영역과의 파트너십을 강화하여 사회공헌 활동의 효과성을 높여야 한다고 인식하였다. 홍보 및 인식 개선을 통해

금융권 사회공헌 활동의 성과를 알리는 것도 중요한 과제로 제기되었다. 또한 전문가들은 금융기관의 사회공헌 활동이 중·장기적으로 금융소비자의 역량 강화, 사회적 취약계층 중심의 사회공헌 활동, 은행 및 금융기관 고유의 지속적인 사회공헌 활동을 중점적으로 고려해야 한다고 인식하고 있었다. 또한, 전문가들은 금융산업공익재단이 금융산업계 사회공헌 활동 전반을 지원하는 역할, 은행 및 금융기관의 사회공헌 문화를 선도하는 구심점 역할, 새로운 프로그램의 개발·보급과 파트너십 지원 등의 역할을 해야 한다고 인식하고 있었으며, 이를 위해서 기관의 인력 및 예산 확대, 금융권 사회공헌 성과 측정 등의 연구역량 강화, 개별 은행 및 금융기관이 수행하기 어려운 사회공헌 활동 개발 및 수행 등이 필요하다고 언급하였다.

결론적으로, 국내 은행 및 금융기관들은 그간 상당한 금액을 투자하며 다양한 분야의 사회공헌 활동을 해 왔으나, 사회공헌 활동의 영역이 제한적이라는 점, 금융기관의 강점과 자원을 충분히 활용하고 있지 못하고 있다는 점, 사회공헌 활동들이 국민들의 기대에 미치지 못한다는 점 등은 국내 은행 및 금융기관 사회공헌 활동의 주요한 한계로 파악되었다. 국내 은행 및 금융기관들은 사회공헌 활동의 한계에 대해 인식하고, 보다 효과적인 사회공헌 활동 전략에 대해 구상할 필요가 있다.

〈표 VI-1〉 연구의 주요 결과

연구의 주요 결과	
1	최근 10년간 국내 은행들의 사회공헌 활동은 재난지원 사업(사회적 위기 상황의 서민금융 지원, 지역사회 복구를 위한 기금 마련 등), 아동·청소년을 위한 장학금 지원 및 시설설립 사업, 청소년 및 시니어 대상 금융교육에 집중
2	국내 은행들의 사회공헌 활동은 각 개별 은행이 하나의 사업을 꾸준히 진행하기 보다는 시기별로 유행 및 집중되는 사업 경향성이 발견됨
3	국내 은행들은 다양한 분야의 사회공헌 활동을 골고루 진행하고 있는 경향이 있었으며, 중복되거나 유사한 서비스를 제공하는 비효율성의 문제 발생하고 있음
4	해외 주요 은행들의 사회공헌 활동들을 살펴보면, 해외 은행들은 별도의 사회공헌 활동을 진행하기 보다는 ESG 기업 경영활동의 핵심 영역으로 통합·내재화되어 진행 중
5	국민들은 은행의 사회공헌 활동 영역으로 사회적 가치 임팩트 투자, 공정한 일자리 창출, 취약계층 경제적 자립 지원, 금융서비스 접근성 향상 등의 사업이 특히 더욱 필요하다고 인식
6	금융산업공익재단 인지도는 23.9%였으며, 취약계층 및 금융 관련 사업에 대해 국민들이 긍정적으로 평가
7	전문가들은 타 영역의 사회공헌 활동과의 차별화되는 금융권 고유의 전문성에 기반한 사회공헌 활동을 수행할 필요가 있으며, 사회복지 및 시민사회 영역과의 파트너십을 강화하여 사회공헌 활동의 효과성을 높여야 한다고 인식

## 2. 금융기관 사회공헌활동 발전방향 제언

위의 주된 분석 결과를 바탕으로, 본 연구에서는 11명의 전문가들<sup>10)</sup>을 대상으로 금융기관의 사회공헌 활동 발전방향에 대해 자문회의를 실시하였다. 연구의 주요 결과와 자문회의 결과를 종합하여, 은행을 중심으로 한 금융기관들의 사회공헌 발전 방향에 대해 제언하자면 다음과 같다.

첫째, 은행 및 금융기관 사회공헌 활동의 궁극적인 목표는 금융산업이 본연의 기능 때문에 발생할 수 밖에 없는 “부의 격차”를 완화하고, “금융 포용성”을 증진시키는 데 초점을 둘 필요가 있다. 은행은 예금 및 대출을 주요 업무로 하는 기관으로써, 은행업의 특성상 선별적으로 자원을 배분할 수 밖에 없는데, 이 과정에서 은행은 필연적으로 개인 간 및 기업 간 금융상품 이용의 격차를 발생시킨다. 따라서 은행의 사회공헌 활동은 은행업의 본질적인 수익 창출 구조로 인해 금융상품에서 배제되는 개인과 기업을 후속적으로나마 지원함으로써, 개인 간 및 기업 간 부의 격차를 완화하는 것에 명확히 초점을 둘 필요가 있다. 예를 들어 씨티그룹, 웰스파고와 같은 해외 주요 은행들은 금융접근성의 확대를 위해 흑인기업에 대해 대출 지원을 하거나 흑인, 히스패닉 등 소수인종에 대한 금융교육 활동을 수행하면서 금융 취약계층들의 금융 접근성을 높이기 위해 노력하고 있다. 국내 은행들 역시 오랜 기간 서민금융을 통해 취약계층에 대한 금융접근성을 제고해 왔으나, 이주민, 고령자, 저소득층, 장애인, 사회초년생 등 다양한 금융 취약계층을 발굴하고 사회공헌 활동을 통해 적극적으로 금융 포용성을 증진시키는데 초점을 맞출 필요가 있다.

둘째, 은행 및 금융기관의 사회공헌 활동은 은행 고유의 사무와 별도로 시행되는 시혜적 취약계층 지원 사업이 아니라 기업의 핵심 ESG 경영전략 중 하나로 통합되어, “장기적으로 탄탄한 금융소비자”를 양성하는 것을 목표로 진행될 필요가 있다. 탄탄한 금융소비자의 양성은 일부 대기업이나 자산가에 의존하는 것이 아니라, 장기적 관점에서 금융취약계층 전반에 대한 지원 및 역량강화가 함께 할 때 궁극적으로 가능하다. 이는 단순히 금융취약계층에 대한 시혜적인 지원을 넘어서서, 은행이 장기적으로 더 많은 신용도 높은 고객을 확보하는데 기여하며, 이는 은행의 수익 창출로 연결된다. 최근 온라인 banking이 증가하면서 은행점포 및 ATM 기기가 급속도로 감소하고 있으며, 이는 디지털 기기에 익숙하지 않은 고령자, 도서 산간 지역 거주자 등의 금융접근성을 위협하고 있다. 또한 메신저피싱, 보이스피싱 등을 통한 금융사기가 증가하고 있으며, 특히 사회 초년생인 20대와 고령자인 60대 이상의 피해가 두드러지게 나타나고 있다(금

10) 사회복지 전문가 6명, 금융 전문가 5명

용감독원, 2023). 금융소비자들을 위협하는 다양한 문제들을 사전에 예방하고, 금융 피해자들을 구제하기 위한 혁신적인 사회공헌 프로그램들을 개발하고 실시할 필요가 있다. 이러한 사회공헌 프로그램들은 금융기관 고유 업무와 맞닿아 있는 것으로써, 일시적이고 한시적인 행사나 기부가 아닌 지속적이고 장기적인 사업전략으로 설계될 필요가 있다.

셋째, 임팩트 투자 등 사회적 금융 지원을 강화할 필요가 있다. 본 연구 결과에 따르면, 일반국민 및 전문가들은 은행 및 금융기관이 본연의 역할과 자원을 활용하면서 사회에 기여할 수 있는 특별한 영역으로 임팩트 투자를 매우 중요하게 인식하고 있었다. 사회적 금융이란 사회적 가치를 창출할 목적으로 사회적경제기업 등에 투자·융자·보증을 함으로써 자금을 지원하는 금융 활동을 의미한다. 이 중 임팩트 투자는 기업의 재무 수익률 뿐만 아니라 기업의 사회적·환경적 임팩트를 고려하여 투자를 결정하는 사회적 금융으로써, 최근 전 세계적으로 임팩트금융 운용자산의 규모는 증가하여 2022년 기준 1조 1,640억 달러에 이른다(GIIN, 2022). 국내에서 임팩트 투자 및 사회적 금융은 초기단계로, 절대적인 자금 공급량이 부족할 뿐만 아니라 관련 생태계도 충분히 형성되지 않은 상황이다. 또한, 국내 사회적 금융은 정부 및 공공재원을 중심으로 중소기업 및 서민 정책금융 지원체계 내에서 수행 중이며, 민간 재원의 양적 성장은 미미한 수준이다(한국사회 가치연대기금, 2024). 2023년 은행연합회 사회공헌 활동 보고서에 따르면, 사회혁신 기업 창업 및 성장 지원에 9개 은행이 총 2,956억 원을 지원하여 총 2,000개사가 지원을 받은 것으로 나타났으나(은행연합회, 2023), 직접 펀드를 조성하여 투자를 진행하는 은행은 소수이며, 대부분 경영 컨설팅 및 창업 교육 등 간접 지원의 방식으로 이뤄지고 있다. 사회혁신 기업 창업 및 성장지원에 소요된 예산은 2023년 은행 사회공헌 금액 1조 6,349억 원의 약 18%에 해당하는 금액이나, 은행들은 보다 적극적으로 사회적기업 및 소셜벤처 등에 투자하는 임팩트 투자를 강화할 필요가 있다. 국내외 다양한 임팩트 투자기관들과의 연계·협업도 필요할 것이다.

넷째, 은행 및 금융기관들은 각 조직의 고유한 정체성을 나타낼 수 있는 특화된 사회공헌 활동의 지속적 운영이 필요하다. 현재 국내 은행들의 사회공헌 활동들은 중·장기적으로 이뤄지기 보다는 일시적인 행사로 그치거나 2-3년간의 짧은 기간 동안 시행되고 새로운 사업으로 변경되는 경향이 있는 것으로 나타났다. 또한, 특정 사업을 브랜드화하기 보다는 은행연합회의 5대 분야 모든 사업들에 골고루 자원을 배분함으로써 타 산업계 사회공헌 활동과 크게 다르지 않은 유사 사업들이 시행되고 있었다. 그러나 많은 기업 사회공헌 선행연구에서 밝혀져 왔듯이, 시민들로부터 개별 기업의 사회공헌 활동에 대한 인지도를 높이기 위해서는 일정 기간 동일한 사업을 꾸준히 시행하는 것이 필요하다. 특정 시점의 정책 수요나 욕구를 반영하는 것도 필요하겠지만, 개별 은행들이 중요시 생각하는 핵심 가치와 사회공헌 활동의 목표에 대한 명확한 이해를 바탕으로 중·장기적인 사업을 개발하고 유지·확대할 필요가 있다.

다섯째, 은행의 사회공헌 활동에 대한 적극적인 홍보가 필요하다. 은행의 사회공헌 규모는 지난 10년간 꾸준히 증가해 왔으며, 2023년 총 1조 6,349억 원으로 조사되었다(은행연합회, 2023). 2022년 기준 국내 100대 기업의 사회공헌 지출 규모가 1조 9,100억 원, 35대 공기업 사회공헌 지출 규모가 2,166억 원인 것을 고려하면(보건복지부·한국사회복지협의회, 2023), 은행권에서 상당한 규모의 사회공헌 지출이 있다는 것을 알 수 있다. 그러나 본 연구에 따르면 은행권 사회공헌 활동에 대해 사람들의 인지도와 평가는 낮은 편으로 나타났다. 이는 일반 시민들이 은행들의 사회공헌 활동에 대해 접할 기회가 부족하기 때문인 것으로 추정해 볼 수 있다. 은행의 사회공헌 활동 홍보는 해당 서비스가 필요한 취약 계층들에게 적절한 정보를 제공하고 다양한 정부 및 민간 기관들과 협업할 수 있는 기회를 창출할 수 있다는 점에서 반드시 필요하다. 개별 금융기관의 정체성을 잘 나타낼 수 있는 핵심 사회공헌 활동의 수립과 이에 대한 적절한 홍보가 이뤄진다면, 은행의 사회공헌 활동에 대한 국민들의 인식도 더욱 긍정적으로 변화할 수 있으리라 예상된다.

### 3. 금융산업공익재단 발전방향 제언

금융산업공익재단은 33개 금융기관 노사가 공동으로 2,000억원의 기금을 출연하여 2018년 10월 4일에 출범한 공익재단이다. 금융산업 노사 합의를 통해 조성한 사회공헌 기금으로 금융산업 발전, 노사관계의 선진화, 일자리 창출, 취약계층 지원 등 사회공헌사업을 수행함으로써 국민경제 발전에 기여함을 목적으로 한다(금융산업공익재단 정관 제1조). 상시근로자 수는 9명이다(은행연합회, 2023). 금융산업공익재단은 서민·사회책임금융, 지역사회·공익, 글로벌, 환경, 학술·교육, 문화예술·체육 등 6개 분야에서 사업을 진행하고 있으며, 2024년을 기준으로 핵심적으로 진행되고 있는 14개 프로그램은 다음 표와 같다.

〈표 VI-2〉 금융산업공익재단 주요 프로그램

프로그램		프로그램 내용
1.	서민·사회책임금융	취약계층 취업촉진 지원사업 채무조정 미취업청년, 한부모가정, 자립준비청년, 북한이탈주민, 플랫폼노동종사자, 이주배경 청년/노동자를 대상으로 자격증 취득 지원, 직업훈련 이수, 자영업 컨설팅을 지원하여 취창업을 통한 경제생활을 지원하는 사업
2.		취약계층 자산형성 지원사업 채무조정 미취업청년, 한부모가정, 자립준비청년, 북한이탈주민, 플랫폼노동종사자, 이주배경 청년/노동자를 대상으로 적금 납입금액의 20%를 응원매칭으로 지원하여 자산형성의 기회를 제공하는 사업

프로그램		프로그램 내용
3.		소비자 맞춤형 금융어드바이저 서비스 사업 청년 맞춤형 금융 상담 서비스를 제공하여 청년들의 올바른 금융 태도 형성, 맞춤형 재무 상담, 중·장기 자산관리 및 재무 설계를 지원하는 사업
4.	지역사회·공익	어린이집 건립지원 사업 일·가정 양립사업의 일환으로 보육 취약지역의 영유아와 장애아들이 우선 이용할 수 있는 어린이집 설치 지원을 통해 안전하고 쾌적한 보육환경을 조성하는 사업
5.		취약계층 노동자 의료지원사업 직업상 장기간의 재활치료 및 외래진료를 받기 어려운 노동자들을 대상으로한 의료 지원 사업
6.		시설장애인 배리어프리 사회만들기 지원사업 미니멀 특장차 지원을 통해 시설 장애인의 자유로운 지역 사회 생활과 이동 편의를 제공하며 노후화된 장애인시설을 개인의 프라이버시가 보장되는 유닛단위의 거주공간으로 바꿀 수 있도록 리모델링 공사를 지원하는 사업
7.		플랫폼 노동종사자 안전기반 조성사업 사회안전망이 상대적으로 미비한 배달라이더, 택배노동자, 대리운전자 등 플랫폼·프리랜서 종사자들의 안전한 노동환경 조성을 위한 택배차량 안전물품 배포 및 플랫폼노동자 쉼터 조성 및 운영 사업
8.		디지털 소외계층 지원사업 전국 디지털 취약 노년층 대상으로 수준별, 맞춤형 디지털 교육 및 디지털 문해교육사 양성과정을 통한 디지털 취약계층 지원사업
9.		미등록 이주아동 의료지원 사업 부모와 아동의 상황상 경제적 어려움과 건강보험 가입 불가능 등의 이유로 의료서비스를 이용할 수 없는 미등록 아동들에게 의료서비스를 제공하여 아동들이 기본적인 권리를 누릴 수 있도록 지원하는 사업
10.	글로벌	아시아 금융산업연대 취약계층 지원사업 (필리핀, 네팔) 필리핀 마닐라 빈민지역 주민 대상 직업훈련 교육 및 생계 지원 프로그램을 제공하여 스스로 경제적 자립을 통해 빈곤으로부터 벗어날 수 있도록 지원하는 사업과 함께 네팔 룸비니내 성구분화장실 건립을 지원하여 지역사회 보건 위생 증진에 기여하는 사업
11.		아시아 지역기반 여성자립·학교급식 사업 스리랑카 현지의 여성 영농인들을 대상으로 농업 및 양계 훈련을 제공하고 여성 영농인 자립 및 경제생활 지원과 함께 이를 통해 생산된 지역 농산물을 활용한 영양가 있는 학교급식을 지역 아동들에게 제공하는 사업
12.	환경	아동공간 그린리모델링 및 기후환경 프로그램 사업 지역아동센터 공간의 열효율 및 에너지 효율 개선공사를 통해 아동들의 생활환경 개선과 탄소배출 저감 기여를 통한 기후위기 대응사업
13.	학술·교육	지역아동센터 다문화교육 지원사업 문화다양성 감수성 및 세계시민의식을 함양하여 아동들이 다름이 아닌 차이를 인정, 수용, 존중하는 법을 배우며 지역사회의 건강한 구성원으로 성장할 수 있도록 지원하는 교육 사업
14.		초등학교 경제금융교육사업 기초적인 금융과 경제활동에 대한 교육을 바탕으로 경제 주체로서 기본 소양을 함양하고 금융 및 경제생활을 건강하게 영위해 나가기 위한 교육 사업

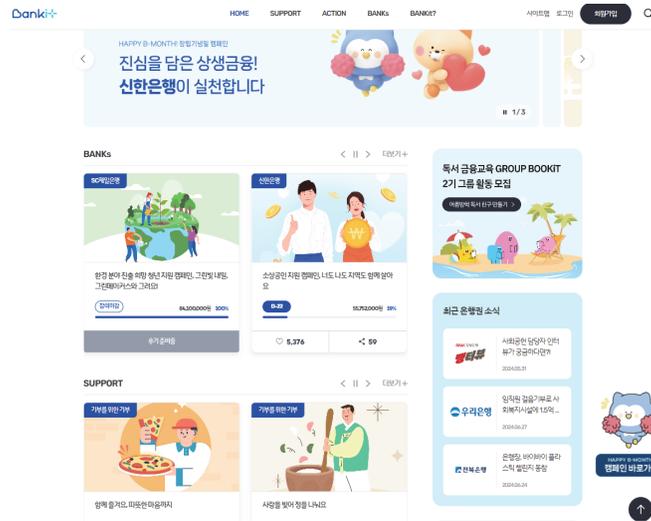
본 연구 결과와 전문가들의 자문 의견을 바탕으로 금융산업공익재단의 발전방향에 대해 제언하자면 다음과 같다.

첫째, 금융산업공익재단은 금융기관 노사가 공동으로 출자하며 다양한 사회공헌 활동을

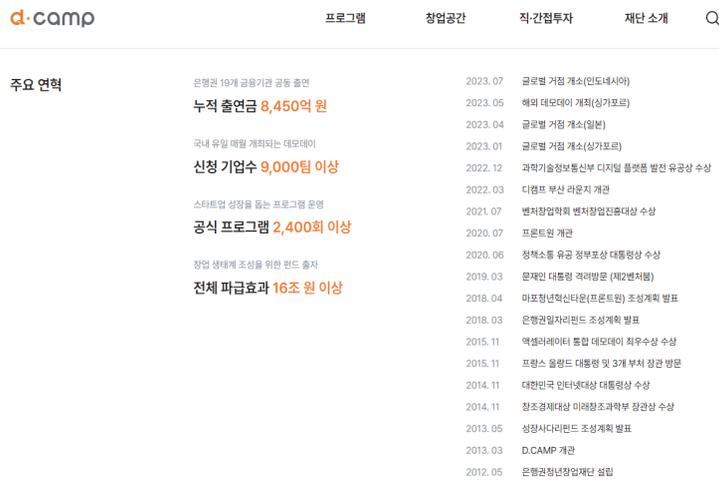
전문적으로 수행하기 위해 설립된 매우 독특한 조직으로, 설립 취지와 특성에 맞게 사회공헌 활동들을 구성할 필요가 있다. 은행 산업분야에서 금융산업공익재단과 유사한 기능을 하는 조직으로 은행연합회와 은행권청년창업재단이 있다. 은행연합회는 1928년 설립되어 2023년 기준 125명의 임직원 수를 가진 조직으로, 시중은행·특수은행·지방은행 등 23개 정사와 34개의 준사원으로 구성된 비영리 사단법인이다. 은행권 사회공헌 플랫폼 ‘뱅크잇(BANKiT)’, 아동 대상 온라인 독서 금융교육 프로그램 ‘플레이북잇(PLAY BOOKiT)’, 시니어 디지털 금융교육 등을 실시하고 있으며, 매년 은행 사회공헌보고서를 발간하고 있다(은행연합회, 2023). 한편, 은행권청년창업재단은 19개 금융기관이 8,450억원을 출연하여 2012년 설립되었으며, 2023년 현재 44명의 임직원들로 구성되어 있다. 초기 스타트업의 직·간접 투자, 스타트업 성장지원, 스타트업 입주공간 지원 등 스타트업 육성과 창업 생태계 확대를 위한 사업을 주로 실시한다. 은행권 통합 데모데이 프로그램을 운영하여 은행권이 스타트업 선발과 심사 과정에 공동으로 참여하고 있으며, 지역 스타트업 생태계 네트워크 행사, 글로벌 교류·협력 프로그램 등을 운영하고 있다. 은행연합회가 은행 사회공헌의 플랫폼 역할, 은행권청년창업재단이 은행권을 중심으로 한 스타트업 투자의 플랫폼 역할을 하고 있는 것으로 파악된다. 반면, 금융산업공익재단은 취약계층에 대한 직접 사업을 중심으로 사업을 운영한다는 점에서 은행연합회 및 은행권청년창업재단과 차별점을 갖는다. 그러나 이러한 직접 사업들은 개별 은행들의 사회공헌 사업들과 유사한 경우가 많은 것으로 나타났다. 은행연합회, 은행권청년창업재단, 개별 은행들의 사회공헌 활동과 중복되지 않으면서도 33개의 금융기관 노사의 공동출연이라는 최대의 장점과 자산을 활용할 수 있도록 사회공헌 프로그램을 보완할 필요가 있다. 특히 많은 전문가들은 금융산업공익재단이 다양한 사업을 동시에 진행하기보다는 핵심 영역의 사업에 집중할 필요가 있으며, 공신력 있는 비영리조직과의 적극적인 연대가 필요하다고 제안하였다. 이러한 연구결과를 종합적으로 고려해 볼 때, 금융산업공익재단은 핵심사업에 대한 명확한 인식을 바탕으로 사업의 내용을 보완해 나갈 필요가 있다. 현재 금융산업공익재단의 정관 제4조 1항에서는 10가지 목적사업<sup>11)</sup>을 제시하고 있는데, 10가지 목적사업 중 재단이 특히 중점을 두고 있는 핵심사업에 대한 명확한 인식이 필요할 것으로 사료된다.

11) 일자리 창출 및 청년실업 해소를 위한 지원 사업/ 여성, 장애인, 고령자 등 고용 취약계층에 대한 고용안정 및 능력개발 지원 사업/ 저소득 근로자(working poor)의 고용안정 및 능력개발 지원 사업/ 외국인 근로자 및 다문화가정 지원 사업/ 금융소비자 보호 및 장학사업/ 구조조정지역 등 지방 소외계층 및 금융 취약계층 지원 사업/ 거점별 보육시설 설치 지원 사업/ 청년 일자리 관련 조사 및 연구개발 지원 사업/ 기타 재단의 목적 달성을 위한 사회공헌 사업 등

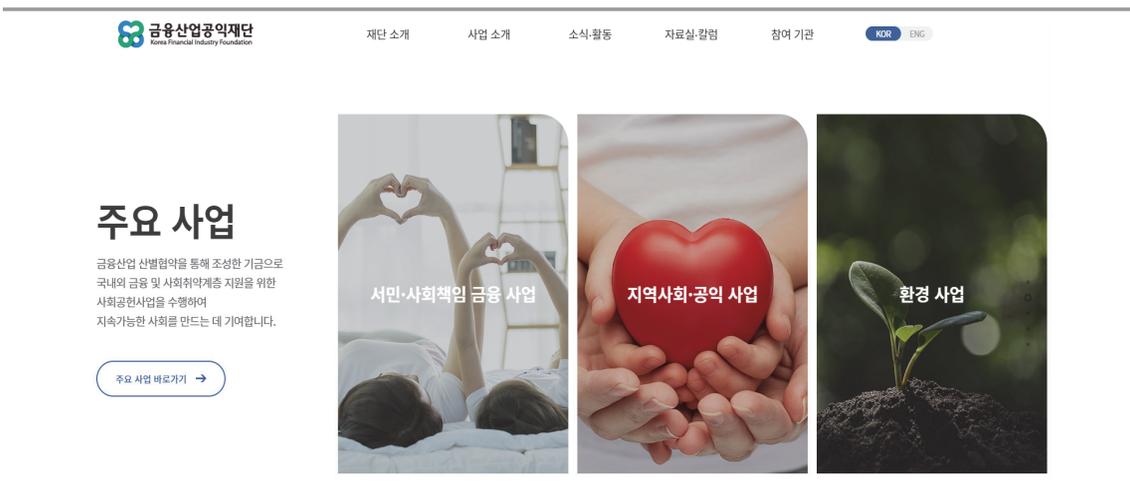
은행연합회 운영뱅크잇 홈페이지(https://www.bankit.kr/)



은행권청년창업재단 홈페이지 (https://dcamp.kr)



〈그림 VI-1〉 은행연합회 및 은행권청년창업재단 홈페이지



〈그림 VI-2〉 금융산업공익재단 홈페이지

둘째, 금융산업공익재단의 핵심사업으로 은행 및 금융권의 사회공헌 활동 전반에 도움이 될 수 있도록 금융 및 금융권 사회공헌 활동에 대한 연구 사업을 고려할 필요가 있다. 구체적으로 은행 및 사회공헌 활동 전반의 성과에 대한 연구, 은행 사회공헌 유형화 및 모델 수립 연구, 금융과 관련된 금융 리더십 지수 개발 연구 등이 이뤄질 수 있다. 금융 포용성을 확대하기 위한 목적으로 전 국민을 대상으로 하는 대규모 조사를 격년 단위로 추진한다면, 데이터 기반 금융정책 및 서비스 개선에 많은 도움이 될 수 있다. 이러한 연구는 개별 은행이나 금융기관이 직접 수행하기에는 전문성의 어려움이 있고, 정부 및 지자체가 지속적으로 추진하기에도 비용 부담이 있기 때문에, 금융산업공익재단이 금융감독원 등 공공기관과 협력하여 연구 기능의 역할을 수행한다면 금융산업계 전반과 금융 포용성 확대에 많은 도움을 줄 수 있을 것이다. 금융산업공익재단 정관 제4조 1항 10에서는 목적사업으로 ‘기타 재단의 목적 달성을 위한 사회공헌 사업 등’이 포함되어 있는데, 재단의 목적이 ‘금융산업 발전, 노사관계의 선진화, 일자리 창출, 취약계층 지원 등 사회공헌사업을 수행함으로써 국민경제 발전에 기여(정관 제1조)’라는 점을 고려해 볼 때, 연구사업의 수행은 금융산업의 발전과 취약계층 지원 등에 전반적으로 기여할 수 있는 사업이 될 것으로 사료된다.

셋째, 금융기관-금융노사-비영리조직-공공기관을 연결하는 통합적 협력 네트워크 체계를 구축하는 간접 지원의 역할을 강화할 필요가 있다. 금융산업공익재단은 역사가 오래되지 않았으나 짧은 기간동안 다양한 비영리조직 및 사회복지조직과 업무를 수행해 왔으며, 향후 이러한 네트워크 관계는 더욱 확대·강화될 것으로 예상된다. 금융산업공익재단은 비영리조직 및 사회복지 조직과의 연계 및 네트워크를 더욱 활발하게 구축하여, 은행의 사회공헌 사업과 재원이 필요한 비영리조직들을 효과적으로 연계하는 네트워크 역할을 수행할 수 있다. 현재 은행연합회가 은행 사업자들을 중심으로 네트워크 구축의 역할을 하고 있으나, 금융산업공익재단은 은행 뿐만 아니라 금융노조, 금융업계 종사자 등을 포함하여 보다 폭넓은 네트워크의 형성 및 중심점 역할을 할 수 있으리라 생각된다.

넷째, 특색있는 플래그십 사업의 개발이 필요하다. 현재 금융산업공익재단은 취약계층 취업촉진 지원사업, 취약계층 자산형성 지원사업, 소비자 맞춤형 금융어드바이저 서비스 사업 등 서민금융과 관련하여 많은 사업들을 수행하고 있다. 이러한 다양한 사업들 중 금융산업공익재단의 대표할 수 있는 플래그십 사업의 선정·개발과 전략적인 홍보가 필요하다. 만약 현재 진행되는 사업 외에 새로운 사업을 개발한다면, 사회적 가치 임팩트 투자 및 격차 해소가 일반국민 및 전문가들이 공통적으로 언급하고 있는 영역으로, 적극적으로 고려해 볼 필요가 있다. 현재 시중 은행 중 사회적가치 임팩트 투자를 전문적으로 하고 있는 조직은 없으며, 은행권청년창업재단 역시 임팩트 투자보다는 일반 스타트업 투자의 성격을 강하게 갖는다. 금융산업공익재단은

사회공헌 사업을 수행하는 기관이므로, 임팩트 투자에 초점을 맞춘 사업을 개발 및 확대할 필요가 있다. 또한, 격차 해소를 위해 국내 작은 도서관이나 은행 점포 등을 활용하여 금융교육 사업을 실시하는 등 보다 접근성 있는 금융 교육, 찾아가는 금융교육을 실시할 수도 있다. 최근 증가하고 있는 보이스피싱 및 메신저피싱 등 금융사기에 대응하기 위한 혁신적인 사업 프로그램 등도 고려할 수 있을 것이다.

다섯째, 현재 운영되고 있는 다양한 사업들이 구체적으로 어떠한 로직모형을 통해 단기적, 중·장기적으로 사회적 임팩트를 창출할 수 있는지에 대해 보다 면밀하고 구체적인 설계와 평가가 필요하다. 금융산업공익재단은 2019-2022년 사업 보고서, 2023년 연차보고서 발간을 통해 재단의 주요 성과에 대해 보고해 왔다(금융산업공익재단 2023, 2024). 사업보고서 및 연차보고서의 발간은 금융산업공익재단에서 실시하고 있는 다양한 사업들의 내용과 성과를 일반 시민 및 이해관계자들과 공유한다는 점에서 매우 바람직하다고 할 수 있다. 다만, 다양한 영역에서 실시되고 있는 많은 사업들이 전체적으로 금융산업공익재단의 비전과 미션을 달성하는데 어떠한 단기적, 중·장기적 효과를 가져 오는지에 대해서는 명확히 이해하기 어렵다는 점, 사업 성과가 주로 양적인 산출물(output) 지표를 중심으로 이뤄져 있어 실제 참여자들의 변화(outcome)에 대한 성과를 확인하기 어렵다는 점은 아쉬운 부분이다. 현재 이뤄지고 있는 주요 사업들은 모두 사회적으로 중요하고 의미가 있지만, 각각의 활동들이 어떠한 사회적 성과를 창출하고 있으며 재단의 미션과 어떻게 연결되는지 보다 체계적으로 검토하고 다양한 이해관계자들과 소통할 필요가 있다.



## 참고문헌

- 강서구(2023). “고객 돈으로 생색” 사회공헌의 두 얼굴. 더스쿠프 2023년 10월 567호.
- 구정환(2010). 국내은행의 사회공헌활동 동향과 시사점. 금융 포커스.
- 금융감독원(2023). 2022년 보이스포싱 피해현황 및 주요 특징. 금융감독원 보도자료 2023. 4.21.
- 금융산업공익재단 홈페이지 <http://kfif.or.kr/>
- 금융산업공익재단(2024). 금융산업공익재단 2023 연차보고서.
- 금융산업공익재단(2023). 2019-2022 금융산업공익재단 사업보고서.
- 금융위원회(2023). 국내은행 사회공헌 현황.
- 금융위원회(2023). 제5차 은행권 경영·영업 관행·제도 개선 TF 실무작업반 논의 결과. 금융위원회 보도참고자료(2023.4.13.)
- 김도의·민용기(2020). 은행의 사회적 책임 활동이 경영성과에 미치는 영향: 가시성의 조절효과를 중심으로. 2019 한국서비스경영학회 하계 학술대회발표문집.
- 김상배(2023). 해외 사례를 통해 본 은행의 사회적 책임과 시사점. 금융경제동향. 금융경제연구소.
- 김유진(2023). 작년 사회공헌에 1.2兆 쓴 은행...주인 없는 ‘휴면예금’ 활용 논란은 여전. 조선비즈 (2023.10.30.)
- 김지섭·한예나(2023). 손쉬운 이자 장사로 36조 벌었다, 은행 ‘성과급 돈잔치’. 조선일보 (2023.11.02.).
- 노종화(2021). 금융 관련 공공기관의 ESG경영 현황. 이슈&분석. 경제개혁연구소.
- 배정희·이상우·이승미·김대경(2023). 주요 기업의 CSR 프로그램 대국민 인식조사 연구. 한국사회복지학회.
- 뱅크잇 홈페이지 <https://www.bankit.kr>
- 보건복지부(2021). 2021 사회공헌 백서.
- 보건복지부(2022). 2022 사회공헌 백서.
- 보건복지부(2023). 2023 사회공헌 백서.
- 소비자주권시민회의(2023). 최근 5년간 시중은행 사회공헌 실태조사 결과. 소비자주권시민회의 보도자료(2023.9.8.)
- 손상호(2005). 은행의 공공성과 사회적 책임. 2005년 KIF 금융논단 모음집.

- 양성국(1998). 은행의 사회공헌활동에 대한 연구.  
 은행권청년창업재단 홈페이지 <https://dcamp.kr>
- 이명식(2015). 금융서비스의 고객가치 중심경영 : IBK 기업은행의 사례, 서비스마케팅저널, 8:1, 51-63.
- 이상민(2002). 기업의 사회적 책임: 미국과 한국 기업의 사회공헌활동 비교.
- 전국 은행연합회(2006). 은행 사회공헌활동 보고서 2006.
- 전국 은행연합회(2013). 은행 사회공헌활동 보고서 2013.
- 전국 은행연합회(2014). 2014 은행 사회공헌활동 보고서.
- 전국 은행연합회(2015). 2015 은행 사회공헌활동 보고서.
- 전국 은행연합회(2016). 2016 은행 사회공헌활동 보고서.
- 전국 은행연합회(2017). 2017 은행 사회공헌활동 보고서.
- 전국 은행연합회(2018). 2018 은행 사회공헌활동 보고서.
- 전국 은행연합회(2019). 2019 은행 사회공헌활동 보고서.
- 전국 은행연합회(2020). 2020 은행 사회공헌활동 보고서.
- 전국 은행연합회(2021). 2021 은행 사회공헌활동 보고서.
- 전국 은행연합회(2022). 2022 은행 사회공헌활동 보고서.
- 전국 은행연합회(2023). 2023 은행 사회공헌활동 보고서.
- 전인(2010). 대구은행의 지속가능경영에 관한 사례연구: 경영사학 25(2), 131-159.
- 정현주·이동명·최영근(2017). 금융기관의 사회공헌활동을 통한 이미지 제고 전략적 방안 제시. 한국경영공학회지. 22(2), 57-69.
- 한국경제인협회(2023). 2023 주요 기업의 사회적 가치 보고서.
- 한국사회가치연대기금 홈페이지 <https://www.svsfund.org/social-fund/status>
- ANZ 홈페이지 <https://www.anz.com.au/about-us/esg/reporting/>
- Bank of America 홈페이지 <https://investor.bankofamerica.com/annual-reports-and-proxy-statements>
- Bank of East Asia 홈페이지 <https://www.hkbea.com/html/en/bea-about-bea-sustainability-esg-reports.html>
- Barclays 홈페이지 <https://home.barclays/sustainability/esg-resource-hub/reporting-and-disclosures/>
- Bowen, H. R. (1953). Social responsibility of the businessman. New York: Harper & Row.
- Citigroup 홈페이지 <https://www.citigroup.com/global/our-impact>

- Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach, Boston, Pitman. Cambridge university press.
- GIIN (2022). GIINsight: Sizing the impact investing market 2022. Retrieved from <https://thegiin.org/publication/research/impact-investing-market-size-2022/>
- Hkbea 홈페이지 [https://www.hkbea.com/pdf/en/about-bea/Sustainability/ESG%20Reports/BEA\\_2022%20ESG%20Report\\_ENG.pdf](https://www.hkbea.com/pdf/en/about-bea/Sustainability/ESG%20Reports/BEA_2022%20ESG%20Report_ENG.pdf)
- HSBC 홈페이지 <https://www.hsbc.com/who-we-are/esg-and-responsible-business>
- Lloyds Banking Group 홈페이지 <https://www.lloydsbankinggroup.com/investors/esg-information.html>
- Standard chartered 홈페이지 <https://www.sc.com/en/campaigns/sustainable-banking-report-2022/>
- Sunrise Banks 홈페이지 <https://2022sunrisebanksimpactreport.com/>
- The Global Impact (2004). Who cares wins: Connecting financial markets to a changing world.
- Truist 홈페이지 <https://www.truist.com/purpose/esg/truist-corporate-responsibility-progress-2022>



# 부록

부록 1. 금융기관 사회공헌 대국민 인식조사 설문지

부록 2. 금융기관 이해관계자 FGI 질문지



ID

## 금융산업공익재단 사회공헌 대국민 인식조사

안녕하십니까? 귀하의 무궁한 발전을 기원합니다.

본 조사는 국민을 대상으로 은행 및 금융산업공익재단의 사회공헌 활동에 대한 국민들의 인식을 파악하여, 향후 금융기관의 사회공헌 활동을 향상시키는 데 목적이 있습니다. 본 조사는 통계법 제33조(비밀의 보호)와 제34조(통계종사자 등의 의무)에 따라, 비밀이 보장되며 연구의 목적으로만 활용됩니다. 응답해주신 분들에게는 000을 지급해 드립니다. 조사에 소요되는 시간은 00분이며 잠시 시간을 내어 참여해주시길 부탁드립니다. 감사합니다.

2024. 04.

〈연구기관〉

금융산업공익재단·성균관대학교  
산학협력단

〈조사수행기관〉

(주)리서치앤리서치

**SQ1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?**  
 ① 남성                      ② 여성

**SQ2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? (만 \_\_\_\_\_ 세)**

**SQ3. 현재 거주하는 지역은 어디에 해당하십니까?**  
 ① 서울특별시      ② 부산광역시      ③ 대구광역시      ④ 인천광역시  
 ⑤ 광주광역시      ⑥ 대전광역시      ⑦ 울산광역시      ⑧ 세종특별자치시  
 ⑨ 경기도              ⑩ 강원특별자치도 ⑪ 충청북도          ⑫ 충청남도  
 ⑬ 전북특별자치도 ⑭ 전라남도          ⑮ 경상북도          ⑯ 경상남도          ⑰ 제주특별자치도

**SQ4. 현재 귀하의 직업은 무엇입니까?**  
 ① 관리자              ② 전문가 및 관련 종사자      ③ 사무 종사자      ④ 서비스 종사자  
 ⑤ 판매 종사자      ⑥ 농림어업 숙련 종사자      ⑦ 기능원 및 관련 기능 종사자  
 ⑧ 장치·기계 조작 및 조립 종사자      ⑨ 단순노무 종사자          ⑩ 직업군인  
 ⑪ 무직                  ⑫ 전업주부                  ⑬ 학생                  ⑭ 기타(                  )

SQ4-1. 최근 1년 간 귀하는 금융권에 종사하십니까?  
 ① 아니오                      ② 예

**SQ5. 귀하는 은행의 사회공헌 활동에 대해 얼마나 알고 계십니까? (보통이다 이상만 설문참여)**  
 ① 전혀 모른다      ② 모르는 편이다      ③ 보통이다          ④ 아는 편이다      ⑤ 매우 잘 안다

**A. 은행의 사회공헌 활동에 관한 인식**

※ 아래의 설명을 읽고 질문에 응답해주세요.

사회공헌은 은행을 포함한 기업들이 이익의 일부를 활용해 사회문제의 해결, 사회적 약자의 보호, 국민의 권익증대와 환경보호를 위해 행동하는 것을 의미합니다. 이를 위해 은행은 기부, 봉사활동, 자선 사업부터 창업 지원까지 다양한 활동을 펼치고 있습니다.

**AQ1. 다음은 은행과 관련하여 귀하의 생각을 묻는 문항입니다. 귀하의 생각과 일치하는 곳을 체크해 주십시오.**

항목	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
1. 은행은 실물경제에 자금공급이라는 중요한 역할을 수행하고 있다	①	②	③	④	⑤
2. 은행은 금융소비자 보호에 노력하고 있다	①	②	③	④	⑤
3. 은행은 공공성을 향상시키는 노력을 하고 있다	①	②	③	④	⑤
4. 은행은 수익성과 사회적 책임에 대한 균형을 유지하고 있다	①	②	③	④	⑤

**AQ2. 다음은 은행의 사회공헌 활동과 관련하여 귀하의 생각을 묻는 문항입니다. 귀하의 생각과**

일치하는 곳을 체크해 주십시오.

항목	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
1. 나는 은행이 사회공헌 활동을 해야 한다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
2. 나는 은행의 사회공헌 활동에 관심이 있다	①	②	③	④	⑤
3. 나는 은행이 사회공헌 활동을 잘 수행하고 있다고 생각한다	①	②	③	④	⑤

AQ3. 귀하는 은행이 사회공헌을 하는 이유가 무엇이라고 생각하십니까? 가장 주된 이유 순으로 3가지 선택해 주십시오.

1순위	2순위	3순위
-----	-----	-----

- ① 정부와의 협력 및 인센티브(세제혜택 등)
- ② 은행 내부 구성원(경영진 및 임직원)의 만족도 향상
- ③ 이해관계자와의 협력을 통한 지속가능한 동반성장
- ④ 글로벌 사회공헌 기준에 대한 대응 및 관련 국내 규제에 대한 대응
- ⑤ 매출 증대를 위한 고객 및 고객사의 사회공헌 요구의 대응
- ⑥ 사회공헌 활동을 통한 은행상품의 소비자 인식 개선 및 매출 증대
- ⑦ 국내 및 국외 동종업체로의 사회공헌의 중요성을 공유하고 전파
- ⑧ 지역사회의 기여와 시민단체와의 협력 증대
- ⑨ 투자기관 및 금융기관의 사회공헌 요구로부터의 대응으로 투자유치 등의 활성화 기대
- ⑩ 지속가능경영 실천을 위한 지역사회문제의 해결

AQ4. 귀하는 은행이 적극적인 사회공헌 활동을 하기 위해 무엇이 필요하다고 생각하십니까?

- ① 경영진의 실천의지
- ② 건전하고 투명한 지배구조 구축
- ③ 내부직원의 지지 및 참여
- ④ 이해관계자(정부, NPO, NGO 등)들의 적극적 요청
- ⑤ 지역사회와의 소통 및 참여
- ⑥ 사회공헌 참여기업에 대한 정부의 인센티브 제도
- ⑦ 기타(\_\_\_\_\_)

AQ5. 다음은 은행의 사회공헌 활동과 관련하여 귀하의 의견을 묻는 문항입니다. 귀하의 의견과 일치하는 곳을 체크해 주십시오.

항목	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
1. 은행의 사회공헌 활동이 해당 은행의 이미지를 개선하는 데 기여하고 있다	①	②	③	④	⑤
2. 적극적으로 사회공헌을 하는 은행의 상품(예적금, 투자, 보험, 대출 등)을 구매할 생각이 있다	①	②	③	④	⑤
3. 적극적으로 사회공헌을 하는 은행의 상품(예적금, 투자, 보험, 대출 등)을 다른 사람들에게 추천할 생각이 있다	①	②	③	④	⑤

※ 은행의 주요 사회공헌 활동에 대한 귀하의 의견을 물어보고자 합니다.

※ 아래 표는 다양한 은행에서 실시하는 주요 사회공헌 프로그램에 대한 내용입니다. 아래 프로그램들을 살펴보고, 질문에 답해주시기 바랍니다.

〈표 1〉 은행의 사회공헌 프로그램

프로그램	프로그램 내용
1. 사회적 가치 임팩트 투자	사회혁신 기업 창업 및 성장 지원, 중소기업 및 소상공인 지원, 지역사회 상생(은행 소재지 특성에 맞는 사회공헌 활동 실행을 통한 지역 경제 및 사회 활성화) ex) SC제일은행: Women in FinTech 아카데미, 우리은행: 소상공인 창업아카데미 등
2. 공정한 일자리 창출	취약계층 일자리 창출 및 취업 지원, 청소년 및 대학생 진로취업 지원 ex) 하나은행: 하나 파워온 세컨드 라이프, KB국민은행: 청년 IT 아카데미 등
3. 취약계층 경제적 자립 지원	소외계층 금융부담 완화, 소외계층 대상 나눔 및 봉사활동, 글로벌 지역사회 발전 지원 ex) 신한은행: 우즈베키스탄 해외 의료봉사, 한국시티은행: 희망의 집짓기 등
4. 코로나19 대응 지원 (재난 지원)	코로나19 피해 극복 지원, 코로나19 방역 근무자 지원 ex) 하나은행: 하나 파워 온 투게더, DGB대구은행: 건강한 겨울나기 마스크 지원 사업
5. 공정한 배움의 기회 확대	정보격차 해소, 공정한 학습기회 제공, 아동돌봄, 배움 서비스 지원 ex) 전북은행: JB희망의 공부방, KDB산업은행: 청소년 장학사업 등
6. 문화·예술·체육 분야 불평등 해소	비인기 스포츠 종목 활성화 및 인지도 향상, 메세나 및 지역 문화예술단체 지원, 예체능 분야 코칭 및 지원 프로그램 ex) 제주은행: 제주지역 육상 꿈나무 지원, NH농협은행: 지역아동 초청 야구관람 등
7. 금융교육 지원	청소년, 청년 및 시니어 대상 금융교육, 금융권 장학 멘토링 ex) 광주은행: 외국인을 위한 금융거래 피해 예방 교육, 신한은행: 시니어 대상 디지털 금융교육 등
8. 금융서비스 접근성 향상	장애인, 다문화 및 외국인, 시니어 고객을 위한 인프라 구축 ex) KB국민은행: KB 시니어 라운지, IBK기업은행: 시니어, 외국인 고객을 위한 बैं킹서비스 등
9. 기후변화대응 및 개선 활동	친환경 금융상품 및 서비스, 친환경 캠페인, 친환경 시설 투자 ex) SC제일은행: 글로벌 친환경 자원봉사 캠페인, 토스뱅크: 페이퍼 제로 정책 등
10. 기후위기 대응 협력	기후행동 선언, 기후변화 재해 복구 지원 ex) 우리은행: 탄소중립 실천 캠페인, DGB대구은행: 산불 피해지역 재해 복구 지원 등

AQ6. 귀하는 **은행의 주요 사회공헌 활동**에 대해서 알고 계십니까? 또한, '② 안다'고 응답하신 경우, 해당 사회공헌 활동에 대해 어떻게 생각하십니까?

※ 전혀 몰랐던 경우 '①모른다'로, 들어본 적 있거나 알고 있었던 경우 '②안다'로 응답해 주십시오.

※ 프로그램에 대한 자세한 설명은 상단의 프로그램 안내문을 참조해 주십시오.

사회공헌 활동	AQ6-1. 인지 여부 <small>(모든 항목을 모른다고 응답한 경우 AQ7로 이동)</small>		AQ6-2. 사회문제 해결에 도움 정도				
	모른다	안다 <small>(AQ6-2로 이동)</small>	① 전혀 도움이 되지 않는다	② 도움이 되지 않는 편이다	③ 보통 이다	④ 도움이 되는 편이다	⑤ 매우 도움이 된다
1. 사회적 가치 임팩트 투자	①	②	①	②	③	④	⑤
2. 공정한 일자리 창출	①	②	①	②	③	④	⑤
3. 취약계층 경제적 자립 지원	①	②	①	②	③	④	⑤
4. 코로나19 대응 지원(재난 지원)	①	②	①	②	③	④	⑤
5. 공정한 배움의 기회 확대	①	②	①	②	③	④	⑤
6. 문화·예술·체육 분야 불평등 해소	①	②	①	②	③	④	⑤
7. 금융교육 지원	①	②	①	②	③	④	⑤
8. 금융서비스 접근성 향상	①	②	①	②	③	④	⑤
9. 기후변화 대응 및 개선 활동	①	②	①	②	③	④	⑤
10. 기후위기 대응 협력	①	②	①	②	③	④	⑤

AQ7. 귀하는 **은행에서 수행하고 있는 주요 사회공헌 활동 중**, 사회문제를 해결하고 사회공헌이 발전하거나 개선하기 위해 노력이 더 필요한 분야가 무엇이라고 생각하십니까? 필요도 순으로 3가지 선택해주시시오.

※ <표 1>의 내용을 참고하여 표 내의 프로그램 번호로 응답하여 주십시오.

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

AQ8. 귀하는 어느 경로로 **은행의 사회공헌 관련 정보**를 가장 많이 접하십니까? 가장 많이 접하신 경로 순으로 3가지를 선택해주시시오.

① 은행 도서 및 간행물	② SNS 등의 뉴미디어(인스타그램, 유튜브 등)
③ 은행 앱 또는 홈페이지	④ 대중매체(신문, 방송 등)
⑤ 지인을 통한 정보	⑥ 기타 ( )

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



- ※ 다음으로, 금융산업공익재단의 주요 사회공헌 활동에 대한 귀하의 의견을 물어보고자 합니다.  
 ※ 아래 표는 금융산업공익재단에서 실시하는 주요 사회공헌 프로그램에 대한 내용입니다. 아래 프로그램들을 살펴보고, 질문에 답해주시기 바랍니다.

〈표 2〉 금융산업공익재단의 사회공헌 프로그램

프로그램		프로그램 내용
1.	서민·사회 책임금융	취약계층 취업촉진 지원사업 채무조정 미취업청년, 한부모가정, 자립준비청년, 북한이탈주민, 플랫폼노동종사자, 이주배경 청년/노동자를 대상으로 자격증 취득 지원, 직업훈련 이수, 자영업 컨설팅을 지원하여 취창업을 통한 경제생활을 지원하는 사업
2.		취약계층 자산형성 지원사업 채무조정 미취업청년, 한부모가정, 자립준비청년, 북한이탈주민, 플랫폼노동종사자, 이주배경 청년/노동자를 대상으로 적금 납입 금액의 20%를 응원매칭으로 지원하여 자산형성의 기회를 제공하는 사업
3.		소비자 맞춤형 금융어드바이저 서비스 사업 청년 맞춤형 금융 상담 서비스를 제공하여 청년들의 올바른 금융 태도 형성, 맞춤형 재무 상담, 중·장기 자산관리 및 재무 설계를 지원하는 사업
4.	지역사회· 공익	어린이집 건립지원 사업 일·가정 양립사업의 일환으로 보육 취약지역의 영유아와 장애아들이 우선 이용할 수 있는 어린이집 설치 지원을 통해 안전하고 쾌적한 보육환경을 조성하는 사업
5.		취약계층 노동자 의료지원사업 직업상 장기간의 재활치료 및 외래진료를 받기 어려운 노동자들을 대상으로 한 의료 지원 사업
6.		시설장애인 배리어프리 사회만들기 지원사업 미니멀 특장차 지원을 통해 시설 장애인의 자유로운 지역사회 생활과 이동 편의를 제공하며 노후화된 장애인시설을 개인의 프라이버시가 보장되는 유닛단위의 거주공간으로 바꿀 수 있도록 리모델링 공사를 지원하는 사업
7.	글로벌	플랫폼 노동종사자 안전기반 조성사업 사회안전망이 상대적으로 미비한 배달라이더, 택배노동자, 대리운전자 등 플랫폼·프리랜서 종사자들의 안전한 노동환경 조성을 위한 택배차량 안전물품 배포 및 플랫폼노동자 쉼터 조성 및 운영 사업
8.		디지털 소외계층 지원사업 전국 디지털 취약 노년층 대상으로 수준별, 맞춤형 디지털 교육 및 디지털 문해교육사 양성과정을 통한 디지털 취약계층 지원사업
9.		미등록 이주아동 의료지원 사업 부모와 아동의 상황상 경제적 어려움과 건강보험 가입 불가능 등의 이유로 의료서비스를 이용할 수 없는 미등록 아동들에게 의료서비스를 제공하여 아동들이 기본적인 권리를 누릴 수 있도록 지원하는 사업
10.	아시아 지역기반 여성자립·학교급식 사업	아시아 금융산업연대 취약계층 지원 (필리핀, 네팔) 필리핀 마닐라 빈민지역 주민 대상 직업훈련 교육 및 생계지원 프로그램을 제공하여 스스로 경제적 자립을 통해 빈곤으로부터 벗어날 수 있도록 지원하는 사업과 함께 네팔 룸비니 내 성구분 화장실 건립을 지원하여 지역사회 보건 위생 증진에 기여하는 사업
11.		아시아 지역기반 여성자립·학교급식 사업 스리랑카 현지의 여성 영농인들을 대상으로 농업 및 양계 훈련을 제공하고 여성 영농인 자립 및 경제생활 지원과 함께 이를 통해 생산된 지역 농산물을 활용한 영양가 있는 학교급식을 지역 아동들에게 제공하는 사업
12.	환경	아동공간 그린리모델링 및 기후환경 프로그램 사업 지역아동센터 공간의 열효율 및 에너지 효율 개선공사를 통해 아동들의 생활환경 개선과 탄소배출 저감 기여를 통한 기후위기 대응사업
13.	학술·교육	지역아동센터 다문화교육 문화다양성 감수성 및 세계시민의식을 함양하여 아동들이 다름

프로그램		프로그램 내용
14.	지원사업	이 아닌 차이를 인정, 수용, 존중하는 법을 배우며 지역사회의 건강한 구성원으로 성장할 수 있도록 지원하는 교육 사업
	초등학교 경제금융교육사업	기초적인 금융과 경제활동에 대한 교육을 바탕으로 경제 주체로서 기본 소양을 함양하고 금융 및 경제생활을 건강하게 영위해 나가기 위한 교육 사업

BQ4. 귀하는 금융산업공익재단의 주요 사회공헌 활동에 대해서 알고 계십니까? 또한, '㉔ 안다'고 응답하신 경우, 해당 사회공헌 활동에 대해 어떻게 생각하십니까?

※ 전혀 몰랐던 경우 '㉑모른다'로, 들어본 적 있거나 알고 있었던 경우 '㉔안다'로 응답해 주십시오.

※ 프로그램에 대한 자세한 설명은 상단의 프로그램 안내문을 참조해 주십시오.

사회공헌 활동	BQ4-1. 인지 여부 (모든 항목을 모른다고 응답한 경우 BQ5으로 이동)	BQ4-2. 사회문제 해결에 도움 정도							
		모른다	안다 (BQ5-2 로 이동)	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕	
				전혀 도움이 되지 않는다	도움이 되지 않는 편이다	보통 이다	도움이 되는 편이다	매우 도움이 된다	
1.	서민·사회 책임금융	취약계층 취업촉진 지원사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
2.		취약계층 자산형성 지원사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
3.		소비자 맞춤형 금융어드바이저 서비스 사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
4.	지역사회· 공익	어린이집 건립지원 사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
5.		취약계층 노동자 의료지원사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
6.		시설장애인 배리어프리 사회만들기 지원사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
7.		플랫폼 노동종사자 안전기반 조성사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
8.	글로벌	디지털 소외계층 지원사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
9.		미등록 이주아동 의료지원 사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
10.		아시아 금융산업연대 취약계층 지원(필리핀, 네팔)	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
11.	아시아 지역기반 여성자립·학교급식 사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕	
12.	환경	아동공간 그린리모델링 및 기후환경 프로그램 사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
13.	학술·교육	지역아동센터 다문화교육 지원사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕
14.		초등학교 경제금융교육사업	㉑	㉒	㉑	㉒	㉓	㉔	㉕

BQ5. 귀하는 금융산업공익재단에서 수행하고 있는 주요 사회공헌 활동 중, 사회문제를 해결하고 사회공헌이 발전하거나 개선해야 하기 위해 노력이 더 필요한 분야가 무엇이라고 생각하십니까? 필요도 순으로 3가지 선택해주시시오.

※ <표 2>의 내용을 참고하여 표 내의 프로그램 번호로 응답하여 주십시오.

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

BQ6. 다음은 유엔이 제시한 17개 지속가능발전 목표입니다. 귀하가 생각하시기에 한국을 좋은 사회로 만들기 위해 반드시 해결이 필요한 이슈는 무엇인가요? 중요도 순으로 3가지 선택해주세요.

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

- ① (빈곤) 모든 형태의 가난과 빈곤 종식을 위한 노력
- ② (식량·농업) 기아의 종식과 영양상태 개선 및 지속가능한 농업 증진
- ③ (건강·웰빙) 국민 모두의 건강한 삶과 웰빙 증진
- ④ (교육) 양질의 교육을 보장하고 평생교육 기회를 증진
- ⑤ (양성평등) 평등한 사회 환경 조성 및 여성의 역량강화
- ⑥ (물) 건강하고 안전한 물 관리와 수자원 보장
- ⑦ (에너지) 에너지 접근성과 효율성을 높이고 신재생에너지 확대
- ⑧ (일자리·경제성장) 지속가능한 경제성장 및 양질의 고용 및 일자리 증진
- ⑨ (산업화·혁신) 포용적이고 지속가능한 산업화 증진 및 혁신 장려
- ⑩ (불평등) 국가 내·국가 간 불평등 완화
- ⑪ (도시·공간) 포용적·안전한 회복력 있는 지속가능한 도시와 거주지 조성
- ⑫ (지속가능한 소비·생산) 지속가능한 소비 및 생산 양식 확립
- ⑬ (기후변화) 기후변화와 그 영향의 대처 노력
- ⑭ (해양생태) 해양쓰레기 등 오염 예방과 해양자원생태계 보존
- ⑮ (육상생태) 산림, 토양, 생물다양성 복원 및 생태계 보호
- ⑯ (정의·제도) 폭력, 학대, 부정부패 종식 등 투명하고 정의로운 제도 구축
- ⑰ (글로벌 파트너십) 지속가능 발전을 위한 국제적 교류 협력 강화

BQ7. 귀하는 금융산업공익재단의 사회공헌 활동에 대해서 어떻게 생각하십니까?

※ 프로그램에 대한 자세한 설명은 상단의 프로그램 안내문을 참조해 주십시오.

항목	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
1. 금융산업공익재단의 사회공헌 활동은 지역사회 사회의 요구를 반영하고 있다	①	②	③	④	⑤
2. 금융산업공익재단의 사회공헌 활동은 체계적으로 구성되어 있다	①	②	③	④	⑤
3. 금융산업공익재단은 오랫동안 일관되게 사회공헌 활동을 수행해 왔다	①	②	③	④	⑤
4. 금융산업공익재단은 사회 문제에 관심이 많고, 이타적으로 사회공헌 활동에 참여하고 있다	①	②	③	④	⑤
5. 금융산업공익재단의 사회공헌 활동은 대중들의 평가에 개방적이다	①	②	③	④	⑤

항목	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
6. 금융산업공익재단은 사회문제 해결을 돕고 있다	①	②	③	④	⑤
7. 금융산업공익재단은 사회공헌 활동을 통해 은행 이윤을 사회에 환원하고 있다	①	②	③	④	⑤
8. 금융산업공익재단의 사회공헌 활동은 우리 사회의 긍정적 변화를 가져오고 있다	①	②	③	④	⑤
9. 금융산업공익재단의 사회공헌이 사회문제 해결과 삶의 질 향상에 도움이 된다	①	②	③	④	⑤

BQ8. 귀하는 향후 **금융산업공익재단의 발전적인 사회공헌 활동을** 수행하기 위해 각 항목에 대해서 어떻게 생각하십니까?

항목	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
1. 금융산업공익재단은 사회공헌 활동을 위해 적극적으로 홍보를 해야 한다	①	②	③	④	⑤
2. 금융산업공익재단은 사회공헌 활동과 관련된 내용들을 투명하게 공개해야 한다	①	②	③	④	⑤
3. 금융산업공익재단은 수행하는 사회공헌 활동의 효과를 평가해야 한다.	①	②	③	④	⑤
4. 금융산업공익재단이 사회공헌 활동을 하기 위해 안정적인 자원 확보를 해야 한다	①	②	③	④	⑤
5. 금융산업공익재단은 사회공헌 활동과 관련한 연구를 지속적으로 진행해야 한다.	①	②	③	④	⑤
6. 금융산업공익재단은 사회공헌 활동 중 사회적 영향력이 큰 사업에 집중해야 한다	①	②	③	④	⑤
7. 금융산업공익재단은 재단만의 독자적인 사회공헌 활동 프로그램을 개발·실시해야 한다.	①	②	③	④	⑤
8. 금융산업공익재단은 사회공헌 활동 대상자의 욕구에 맞춘 프로그램을 개발해야 한다.	①	②	③	④	⑤

### C. 응답자 특성

CQ1. 귀하는 현재 배우자가 있습니까?

① 아니오(사별, 별거 등)

② 예(동거, 사실혼 등)

CQ2. 귀하의 최종학력은 무엇입니까? (중간에 학교를 그만둔 경우는 '졸업'이 아닙니다.)

구분	중학교 졸업 이하	고등학교 졸업	2~3년제 대학 재학 및 졸업	4년제 대학 재학 및 졸업	대학원 석사 재학 이상
본인	①	②	③	④	⑤

〈최종학력〉

- 중간에 학교를 그만둔 경우는 졸업이 아님
- 대학을 두 개 이상 졸업한 경우는 고학력을 기준으로 응답
- 의대 6년제도 4년제 대학 졸업으로 응답

CQ3. 가구의 세후 월평균소득(근로소득, 사업소득, 자본소득, 공적이전소득, 사적이전소득, 기타소득 포함)은 얼마입니까?

항목	응답							
	① 100만원 미만	② 100만원~ 200만원 미만	③ 200만원~ 300만원 미만	④ 300만원~ 400만원 미만	⑤ 400만원~ 500만원 미만	⑥ 500만원~ 600만원 미만	⑦ 600만원~ 700만원 미만	⑧ 700만원 이상
가구의 월평균 세후 소득	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧

CQ4. 귀하의 평소 건강상태는 어떠합니까?

- ① 매우 나쁘다    ② 나쁜 편이다    ③ 보통이다    ④ 건강한 편이다    ⑤ 매우 건강하다

CQ5. 귀하는 자신이 정치적으로 어느 정도 진보적 또는 보수적이라고 생각하십니까?

- ① 매우 보수적    ② 다소 보수적    ③ 중도    ④ 다소 진보적    ⑤ 매우 진보적

CQ6. 귀하는 최근 1년간 다음과 같은 사회참여를 1회 이상 경험하신 적이 있습니까?

사회참여	CQ6.	
	아니오	예
1. 기부(개인 현금기부, 개인 물품기부 등)	①	②
2. 자원봉사	①	②
3. 생명나눔(헌혈, 장기기증 등)	①	②

CQ7. 귀하는 최근 1년간 주거래 은행을 주로 어떻게 이용하십니까?

- ① 온라인 이용(홈페이지, 은행사 앱 등)    ② 대면 이용    ③ 온라인과 대면 모두 이용

CQ8. 귀하의 주거래 은행은 귀하의 거주지에서 얼마나 떨어져 있습니까?

- ① 도보로 15분 이내    ② 도보로 15~30분 이내    ③ 도보로 30~45분 이내  
④ 도보로 45~60분 이내    ⑤ 도보로 1시간 이상

부록 2

금융기관 이해관계자 FGI 질문지

이해관계자 FGI 조사 사전 질문지

안녕하세요. 본 연구는 금융산업공익재단 주관으로 성균관대학교 산학협력단이 수행하고 있는 연구(연구책임자: 배정희 교수)입니다. 본 연구는 은행 및 금융권 공익재단의 사회공헌활동 현황과 인식을 파악하고, 금융산업계의 사회공헌 발전방향을 제시하는 데 그 목적이 있습니다. 이를 위해 이해관계자 분들의 의견수렴이 매우 중요하다고 판단하여, FGI 조사를 기획하게 되었습니다. 본격적인 FGI 조사에 앞서 사전 질문지를 드리오니 질문 내용에 대해 자유롭게 답변 부탁드립니다. 감사합니다.

〈참여자 일반적 사항〉

아래의 항목들에 대해 응답을 부탁드립니다.

1	성별	1) 남성      2) 여성
2	연령	만 (      )세
3	학력	1) 고등학교 졸업 이하 2) 대학교 졸업      3) 대학원 이상
4	소속 및 직위	
5	귀하의 사회공헌 관련 업무 또는 사업 내용 (간략히 기술)	

- 다음은 은행 및 금융권 공익재단 등 금융권 기관의 사회공헌활동에 관련한 질문입니다. 아래 질문 내용에 대한 귀하의 의견을 응답해 주십시오.

1. 귀하께서는 은행 및 금융권 공익재단 등 금융권 기관의 사회공헌활동이 중요하다고 생각하십니까? 그 이유는 무엇입니까?
2. 귀하께서는 다른 영역의 기업들에 비교했을 때 금융권 기관의 사회공헌 활동이 부족하다고 생각하십니까? 그 이유는 무엇입니까?
3. 금융권 기관들은 사회혁신 기업 지원, 소셜 스타트업 발굴, 취약계층 일자리 창출 및 취업지원, 금융교육, 친환경 캠페인 등을 수행하고 있습니다. 귀하께서 보셨을 때, 금융권 기관들이 더욱 중점적으로 수행해야 할 사회공헌활동 분야가 있다면 무엇입니까? 그 이유는 무엇입니까?
4. 금융권 기관들이 다양한 사회공헌활동을 수행하고 있음에도 사회공헌 지출 규모나 활동 내용에 대해 비판적인 시각도 존재하는 것이 사실입니다. 귀하께서 보셨을 때, 공공성 회복과 사회적 인식 개선을 위해 금융권 기관들에 요구되는 노력이 있다면 무엇이라고 생각하십니까?
5. 귀하께서 알고 계신 금융권 기관의 사회공헌활동 중 인상 깊거나 바람직한 사례로 소개하고 싶은 사업이 있다면 간략히 설명해 주십시오.
6. 귀하께서 알고 계신 금융권 기관의 사회공헌활동 중 개선이 필요하거나 지양해야 할 사례로 소개하고 싶은 사업이 있다면 간략히 설명해 주십시오.

- 다음은 금융산업공익재단에 관련한 질문입니다. 아래 질문 내용에 대한 귀하의 의견을 응답해 주십시오.

7. 귀하께서는 금융산업공익재단에 대해 잘 알고 계십니까?

- ① 매우 잘 알고 있다.                      ② 잘 아는 편이다.                      ③ 보통이다.
- ④ 잘 모르는 편이다.                      ⑤ 전혀 모른다.

8. 금융산업공익재단의 미션은 “금융산업 산별협약을 통해 조성한 기금으로 국내외 금융 및 사회취약계층 지원을 위한 사회공헌사업을 수행하여 지속가능한 사회를 만드는 데 기여한다”입니다. 이를 달성하기 위한 추진전략은 아래 그림과 같습니다. 귀하께서는 추진전략이 적절하다고 보십니까?



- ① 매우 적절하다.                      ② 적절한 편이다.                      ③ 보통이다.
- ④ 적절하지 않은 편이다.                      ⑤ 매우 적절하지 않다.

9. 금융산업공익재단의 미션과 추진전략에 관한 세부적인 의견이 있으시다면 말씀해 주십시오.

10. 금융산업공익재단에서 수행하고 있는 6대 사회공헌 영역은 아래 그림과 같습니다.

금융산업공익재단에서 설정한 6대 사회공헌 영역에 관한 세부적인 의견이 있으시다면 말씀해 주십시오.



11. 금융권 기관들의 사회공헌활동과 관련하여 향후 금융산업공익재단이 중점적으로 수행해야 할 기능 및 역할에 관한 의견을 말씀해 주십시오.

성실히 응답해 주셔서 감사합니다.