

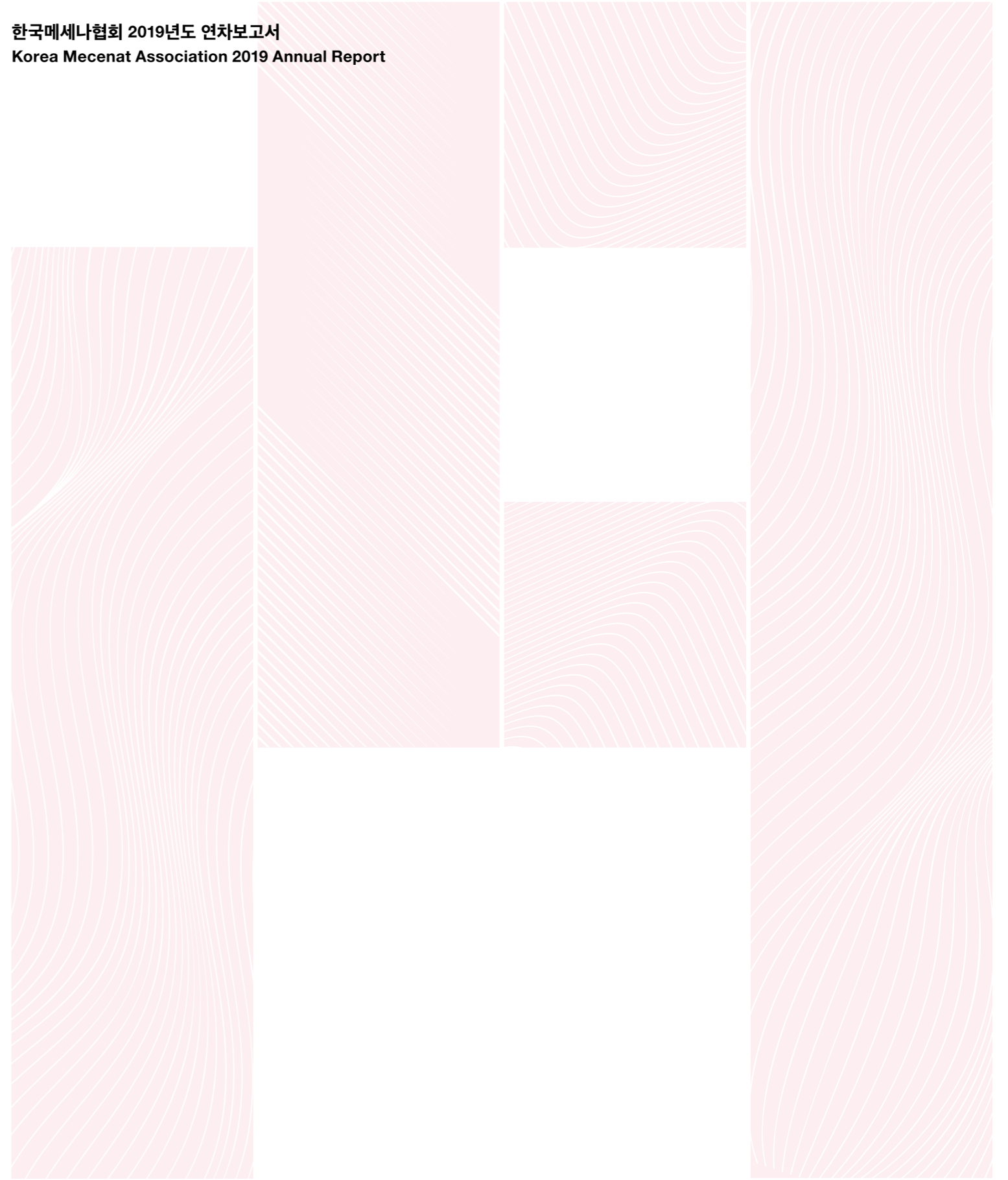
경제와
문화예술의
동반발전
한국메세나협회

2 0 1 9

한국메세나협회
2019년도 연차보고서



한국메세나협회 2019년도 연차보고서
Korea Mecenat Association 2019 Annual Report



KOREA MECENAT ASSOCIATION 2019 ANNUAL REPORT

인사말씀 03

개요

한국메세나협회 04
연혁 06
운영 조직 08
임원진 09
주요사업 현황 10

주요사업

기업과 예술의 만남 사업 14
문화공헌 사업 22
조사·연구 및 학술 사업 42
한국메세나대회 44
정책 연계 사업 49
회원서비스 50
홍보 51

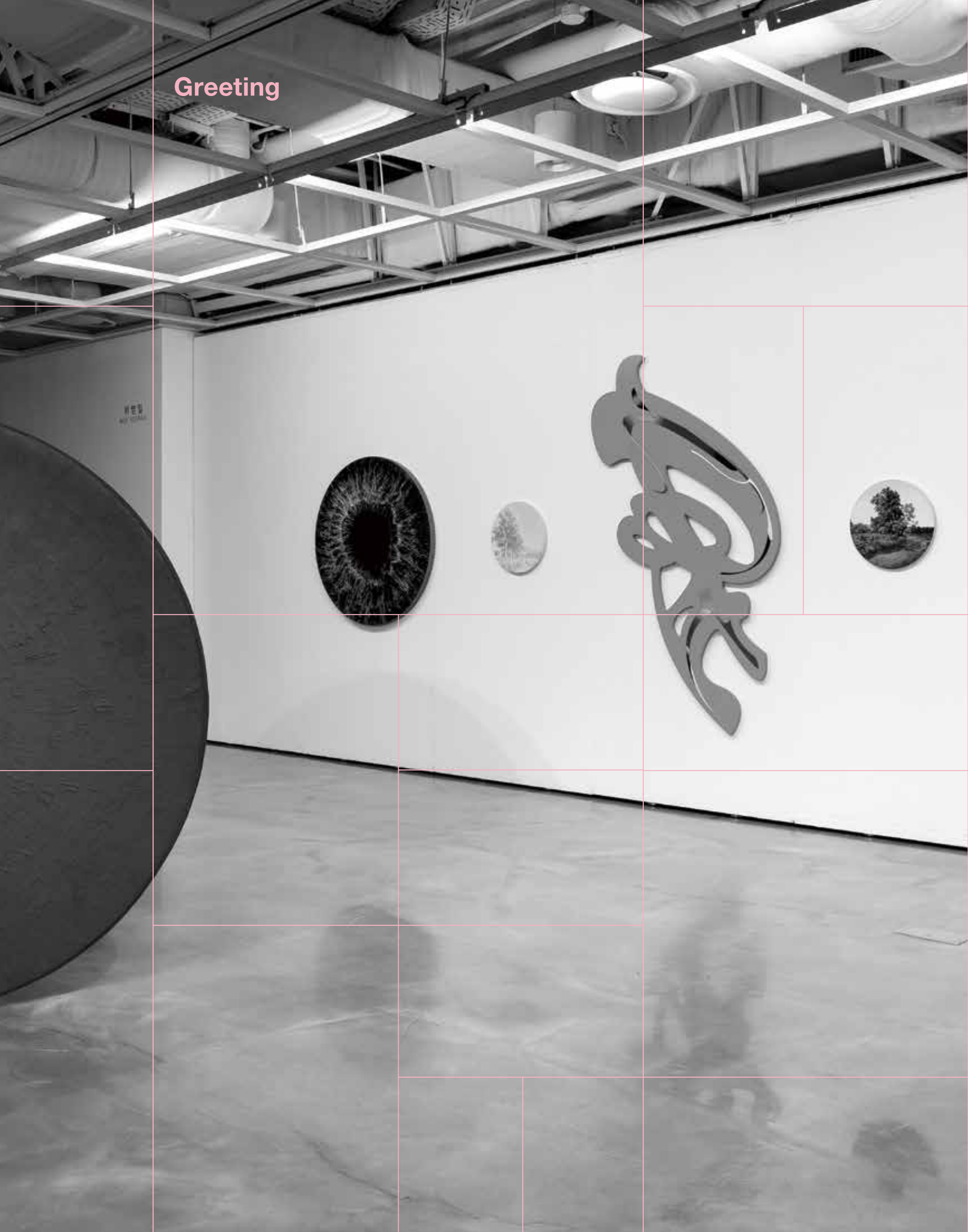
2019년도 수지결산 54
2019년도 신규가입 회원사 56

메세나 활동은 미래를 위한
가치투자입니다.

Supplement

2019년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사 60
언론보도 78
회원사 98

Greeting



지금껏 경험하지 못했던 코로나19 사태로 인해 전 국민이 힘든 시간을 보내고 있는 가운데 우리 기업들의 어려움도 가중되는 요즘입니다. 이런 위중한 시기에도 불구하고 우리나라 문화 예술 발전을 위해 깊은 관심과 지원을 아끼지 않으시는 기업과 회원 여러분께 진심으로 감사드립니다.

한국메세나협회는 2019년 한 해 동안 기업과 예술의 만남, 문화공헌사업 등을 통해 예술발전과 문화 격차 해소에 기여해왔습니다.

우리 기업들의 애정과 협력이 사업을 이끌어가는 데 큰 힘이 되었습니다. 진심으로 감사드리며, 한국메세나협회는 기업, 예술계와 함께 대한민국이 문화선진국으로 발돋움할 수 있도록 더욱 노력하겠습니다.

‘2019년 한국메세나협회 연차보고서’의 자료들이 기업과 예술이 동반 성장하는데 기초 자료로 활용되고, 더 나아가 기업의 예술지원 활동이 보다 활발해지는 밑거름이 되기를 기대합니다.

감사합니다.

2020년 8월
한국메세나협회 회장

김영호

Overview



한국메세나협회는 문화예술계 지원으로 사회공헌에 뜻을 함께 하고자 하는 기업체(법인)를 회원으로 운영되는 비영리 사단법인(문화체육부장관 허가 제55호)입니다.

설립목적

- 대한민국의 문화예술에 대한 인식을 제고하고 문화예술 인구의 저변을 확대시켜 경제와 문화예술의 균형 발전에 기여

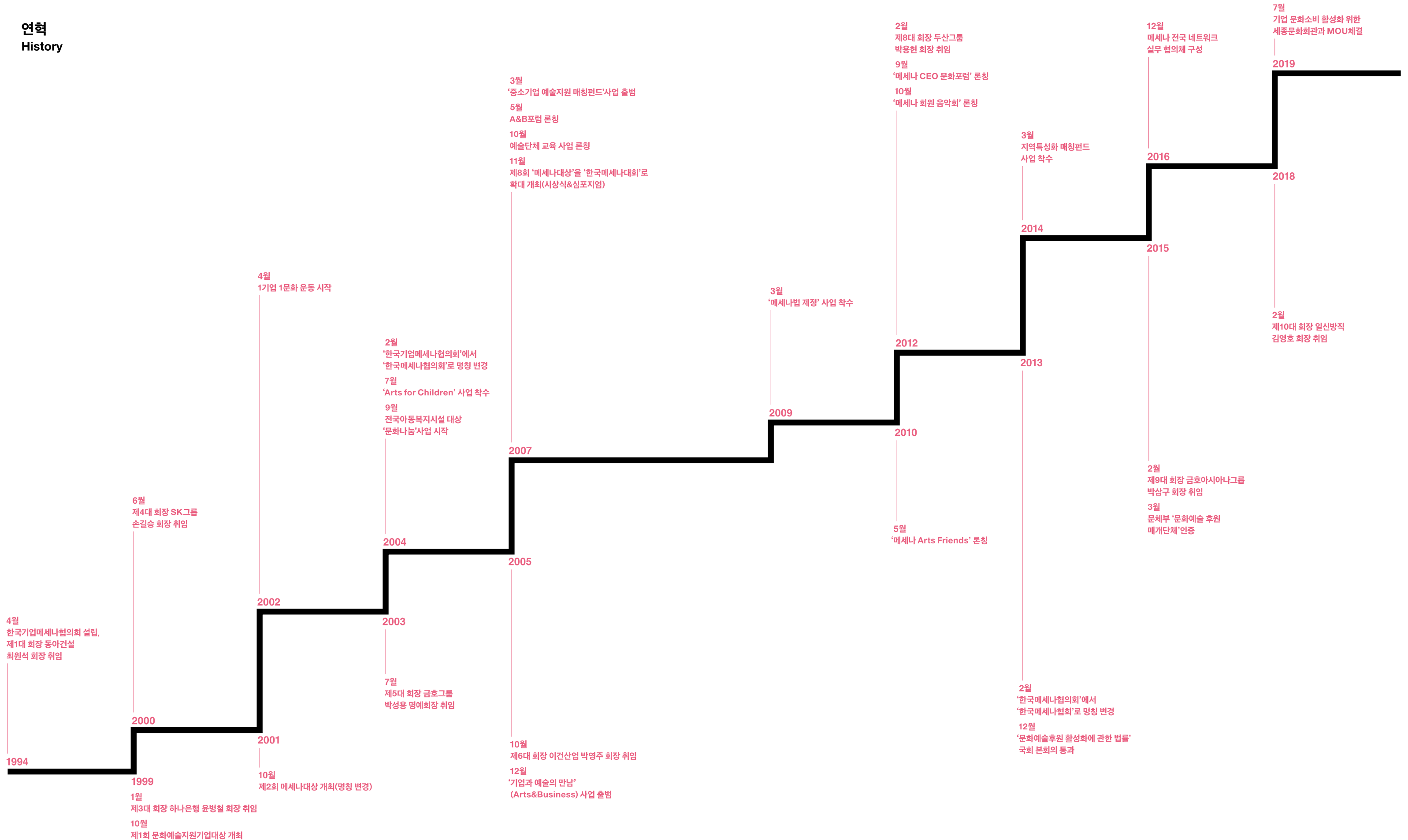
미션

- 우리나라 기업과 문화예술의 상생에 기여
- 메세나 확산을 위한 사회적 분위기 조성
- 기업과의 협력을 통해 소득, 계층, 지역간 문화적 불균형 해소

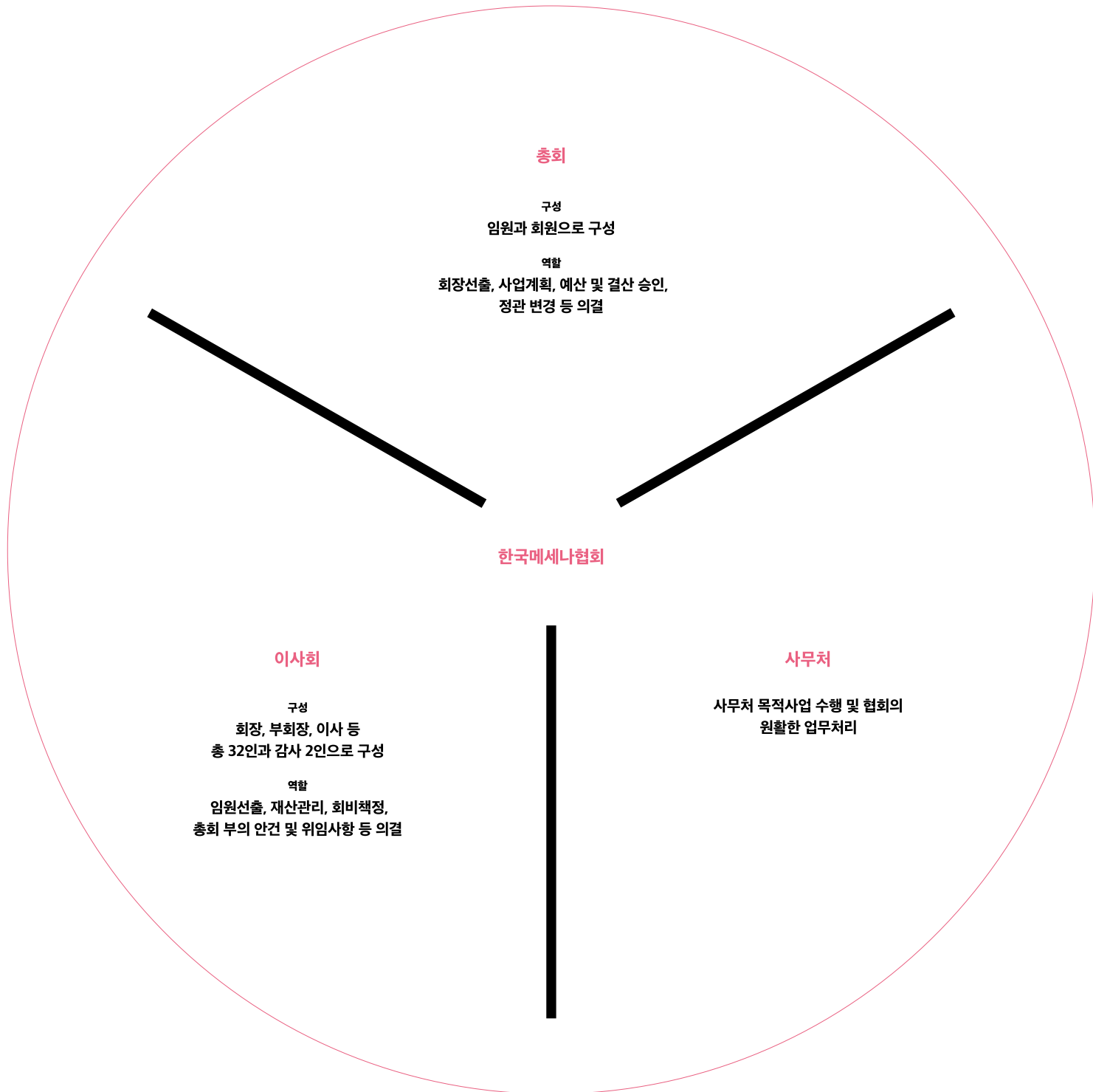
핵심활동

- 메세나 운동의 주체가 되어 기초예술분야 지원
- 효율적 지원방안 연구 및 보급
- 기업의 문화예술 지원 촉진을 위한 법제와 정책 건의
- 모범적인 문화예술 지원 기업에 대한 사회적 관심 환기
- 문화예술계 진흥을 위한 사회공헌 활성화 방안 모색

연혁
History



운영 조직
Operating Organization



임원진
Directors & Executives

구분	회사명	성함	직함
고문	두산연강재단	박용현	이사장
	이건산업	박영주	회장
명예회장	금호아시아나그룹	박삼구	회장
회장	일신방직	김영호	회장
	교보생명보험	신창재	회장
	(주)노루출딩스	한영재	회장
	동성코퍼레이션	백정호	회장
	벽산엔지니어링	김희근	회장
	삼성미술관(삼성문화재단)	홍라희	前관장
	삼양출딩스	김 윤	회장
	설원량문화재단	양귀애	이사장
	세아제강	이순형	회장
	(주)유니드	이화영	회장
	종근당	이장한	회장
	코오롱그룹	이종열	前회장
	크라온-해태제과	윤영달	회장
	파라다이스문화재단	최윤정	이사장
	풍산그룹	류 진	회장
	한미약품	송영숙	회장
	한화갤러리아	서영민	前고문
	현대해상화재보험	정몽윤	회장
효성	조현준	회장	
부회장(18)	고려당	정재호	사장
	금호아시아나문화재단	서현재	전무
	(주)두산	민은식	상무
	디자인하우스	이영혜	사장
	사라	안윤정	사장
	(주)신세계	차정호	대표이사
	이건출딩스	안기명	부회장
	전국경제인연합회	권태신	상근부회장
	한국문화예술위원회	박종관	위원장
	한국예술문화단체총연합회	이범현	회장
이사(13)	한성자동차	울프 아우스프룽	사장
	LG연암문화재단	정창훈	전무
	SK SUPEX추구협의회 Social Value위원회	이형희	위원장
	일신방직	윤윤식	전무
	한미회계법인	김기균	상무
	한미회계법인	김기균	상무

(기업명 가나다순, 2020.06.30. 기준)

주요사업 Primary Business

사업명	추진방향	세부활동
기업과 예술의 만남 Arts & Business	결연 파트너십 구축 지원·컨설팅 · 기업의 효율적인 메세나 활동을 위한 각종 정보 제공 및 카운슬링 · 기업 예술단체간 교류 사업 기획 및 운영 지원 · 국제 메세나 유관기관 협력	· 기업과 예술의 만남 사업 · 예술지원 매칭펀드 사업 · 지역 특성화 매칭펀드 사업 · 문화 소비 활성화 사업 · 대외협력 사업

사업명	추진방향	세부활동
문화공헌 사업 Outreach Mecenat	찾아가는 메세나 · 예술체험 기회 제공을 통한 지역 및 사회계층간 문화적 불평등 해소	· 종근당, 오페라 희망이야기 · 크라운해태 K-arts 달콤한 국악 · 현대자동차그룹 군인의 품격 · 효성과 함께하는 나눔티켓 · CJ 스테이지업 문화나눔 · 메트라이프생명 사회공헌재단 The Gift

사업명	추진방향	세부활동
문화예술교육 사업 Arts for Children	· 문화적으로 소외된 아동·청소년에게 문화향유 및 문화예술교육의 기회를 제공하여 정서적 역량 강화 지원	· 크라운해태 K-arts 국악캠프 · 한성자동차 드림그림 · 한화손해보험 위기탈출 안전교육 · 한화예술더하기 · 한화청소년오케스트라 · 현대자동차그룹 아트드림 콩쿠르 · 현대차 정몽구 재단 온드림 창의예술교육 교사연수 · CJ 튜업 음악교실 · KT&G복지재단 아름드리 음악미술교실 · LG 꿈꾸는 프로듀서 · LG 사랑의 아트스쿨 · 두산청소년아트스쿨 · 포스코1%나눔 아트스쿨 · GS칼텍스 취준동고동락

사업명	추진방향	세부활동
예술단체 역량 강화	· 문화예술 개인 및 단체를 위한 마케팅, 판로 개척 지원을 통해 안정적 성장 기반 제공	· H-온드림 사회적기업 창업오디션 인큐베이팅, 엑셀러레이팅

사업명	추진방향	세부활동
한국메세나대회 Mecenat Awards	메세나대상 시상식 & 기업과 예술의 만남 결연식 · 지속적인 예술지원활동을 통해 문화예술 발전에 기여한 기업 및 개인을 선발하여 시상 · 시상식을 통해 사회 전반에 예술후원의 분위기를 확산하고 홍보	· 메세나대상 시상식(대상, 문화공헌상, 창의상, Arts & Business상, 메세나인상 등 5개 부문 시상) · 기업과 예술의 만남 결연식

사업명	추진방향	세부활동
회원서비스 Member Service	회원 네트워크 및 문화예술체험 · 회원사 메세나 실무자 네트워킹을 통한 정보교류 · 문화예술체험을 통해 메세나에 대한 관심 유도	· 메세나 CEO문화포럼 · A&B포럼 · Arts Friends · 메세나 예술무대

사업명	추진방향	세부활동
홍보 Public Relations	온오프라인 홍보 · 기업의 문화예술 지원에 대한 인식 확산 및 메세나 활성화를 위한 홍보 활동	· 언론홍보 · 계간 <메세나> 발행 · 온라인 홍보(뉴스레터, SNS) · 연차보고서 발행 · 기자간담회 개최

사업명	추진방향	세부활동
학술·조사사업 Research & Academic	자료조사 및 정보 제공 · 기업의 예술지원 및 협력에 필요한 조사 데이터 제공 · 문화예술 지원 확대를 위한 정보 자료 제공 · 메세나 활성화를 위한 법제도 개선 방안 연구	· 기업의 문화예술 지원현황 조사 · 기업 예술지원 확대를 위한 정책방안 연구 · 기업 예술지원 효과 분석 · 문화예술 후원 관련 사례집 발간

Primary Business



기업과 예술의 만남 사업은 한국메세나협회와 한국문화예술위원회가 공동으로 기업과 예술단체의 전략적 파트너십을 추진하고자 마련한 프로그램이다. 기업과 예술단체의 협력을 통해 양자 간의 상생의 기반을 도모하고, 단발성 지원에서 벗어나 장기적인 지원을 통해 다양한 프로그램을 개발하고자 한다. 2006년 첫 출범 이후 2019년까지 누적 지원건수는 1,677건, 누적 지원금액은 750억 원이다.

대기업 결연

기업이 문화예술단체의 창작 활동 및 운영을 지원하도록 협력하는 프로그램

44^건

34^억 4,000^{만 원}

예술지원 매칭펀드

예술단체의 창작활동을 돕기 위해 기업이 예술단체에 지원하는 금액에 비례하여 정부에서 추가로 기금을 지원하는 매칭 그랜트(Matching-Grant) 사업

126^건

34^억 7,000^{만 원}

지역 특성화 매칭펀드

예술지원 활동의 수도권 편중 현상을 해소하고 지역 문화예술 활성화를 위한 특화지원 프로그램

25^건

8^억 6,000^{만 원}

예술지원 매칭펀드

예술지원 매칭펀드는 한국메세나협회와 한국문화예술위원회가 공동으로 추진하는 '기업과 예술의 만남(Arts & Business)' 사업의 일환이다. 기업이 예술단체에 지원하는 금액에 비례하여 정부에서 추가로 기금을 지원하는 매칭 그랜트(Matching-Grant) 방식으로 운영된다. 본 사업은 기업-예술단체 간 장기적인 파트너십 구축을 장려하고 예술단체의 창작활동에 필요한 금전적 지원을 하고 있다. 상대적으로 재정여건이 부족한 중소·중견기업의 지원금에 정부지원을 추가함으로써 참여 기업의 재정 부담은 감소하고 예술단체는 보다 큰 혜택을 누릴 수 있다는 점에서 다른 지원 사업과 차별화되어 있다.



지역 특성화 매칭펀드

지역 특성화 매칭펀드는 예술 활동의 수도권 편중 현상을 해소하고 지역 문화예술 활성화를 위한 특화지원 프로그램이다. 전국 광역시도 문화재단이 주관하는 공공 문화예술 프로젝트에 해당 지역 소재 기업이 지원하는 금액에 비례하여 공공펀드(한국문화예술위원회 문예진흥기금)를 추가로 지원하는 매칭 그랜트 사업이다. 지방 중소·중견·공기업의 메세나 활동 참여를 통해 지역에 특화된 예술활동을 육성하는 데 기여하고 있다. 2020년에는 참여 대상을 기초지역 문화재단 및 전국 공공 문화예술기관으로 확대해 진행한다.



대기업 결연

대기업 결연은 기업이 문화예술단체의 창작 활동 및 운영을 지원하도록 협력하는 프로그램이다. 협회가 보유한 예술단체 데이터베이스를 통해 기업에게 적합한 파트너를 추천하고, 이를 통해 기업과 예술단체가 장기적으로 파트너십을 이어갈 수 있도록 컨설팅하고 있다. 이 사업을 통해 예술단체들은 기업의 사회공헌, 마케팅, 경영전략 차원에서 협력자로 자리매김하고 있다.



기업과 예술의 만남 결연식

기업과 예술의 만남 결연식은 한 해 동안 사업에 참여한 기업과 예술단체 관계자들이 파트너십을 공고히 하고 교류의 시간을 가지는 뜻깊은 자리이다. 우리 기업들의 메세나 활동을 언론에 알리고 사회여론의 관심을 환기하는 역할을 하고 있다. 2019년 기업과 예술의 만남 결연식은 11월 20일 수요일 조선히호텔에서 진행된 메세나대상 시상식과 함께 개최되었다.



중소·중견기업 메세나 활성화 사업

'중소·중견기업 메세나 활성화 사업'은 문화예술과 후원에 관심있는 중소·중견기업인 네트워크 발족을 통해 메세나 저변 확대하고자 기획되었다. 2018년 중소·중견기업인 그룹인 '네오메디치 포럼'을 발족해 분기별 1회 포럼을 운영하고 있다. 현재 30여 명의 기업인이 회원으로 활동 중이며 향후 중소·중견기업들이 주도하는 예술후원 그룹으로 추진하고자 한다.



대기업 결연 현황

기업	예술단체
메트라이프생명 사회공헌재단	코리아 아트빌리티 체임버
대창스틸	서울모테트음악재단
파라다이스문화재단	현대무용그룹 뭉
한국파마	노블아트오페라단
LG연암문화재단	극단 실한
한국남동발전	소나무브라스밴드
KT&G장학재단	한국예술영재교육원
실원랑문화재단	페스티벌 오원
대원문화재단	서울스프링실내악축제
종근당	아트스페이스 휴
크라온·해태제과	아트공감
LG생활건강	국립국악원
아시아나항공	아시아나국제단편영화제
한국전력공사	뉴서울필하모닉오케스트라
현대중공업	USP챔버오케스트라
신세계백화점	한빛예술단
일신문화재단	서울모테트음악재단
올림푸스한국	세종문화회관
현대차 정몽구 재단	영아티스트포럼엔페스티벌
롯데월드	쇼콰이어그룹 하모나이즈
신한은행	다문화극단 샬러드
CJ문화재단	화음챔버오케스트라
금호타이어	한국표현예술문화협회
한화생명	바샤르 콘서트 오케스트라
태광산업	행복나무플러스
파라다이스문화재단	열혈예술청년단
오비맥주	극단imd
현대해상화재보험	더불어배움
현대백화점	서울국제조각페스타
GS칼텍스재단	여수심포니오케스트라
두산인프라코어	클럽M
신세계디에프	한국전통문화전당
한진중공업(건설부문)	아트브릿지
LG연암문화재단	두덴스시어터
메트라이프생명 사회공헌재단	AUX
대원문화재단	평창대관령음악제
종근당	MIRI오페라단
크라온·해태제과	서울아리랑페스티벌
LG생활건강	강은일 해금플러스
LG생활건강	해금연주단 꽃별
한국전력공사	프라이필하모닉오케스트라
일신문화재단	돌꽃컴퍼니
롯데월드	눈썰미아트앤디자인
금호타이어	ACOM

44^건

지역 특성화 매칭펀드 현황

지역	기업	사업명
서울문화재단	올림푸스한국	영동한사진관
세종시문화재단	한국중부발전 세종발전본부	여민락 콘서트
	한국지역난방공사 세종지사	
	농협은행 세종영업본부	
	티켓소켓코리아	
	신신제약	
	금성백조주택	
충남문화재단	시티문화재단	문화소외지역 학생 문화예술탐방
		충남 무형문화재 활성화 사업 '문화연음'
	에터미	꿈의 오케스트라 공주
충북문화재단	벽산문화재단	스쿨오브樂 'Next Classic'
광주문화재단	싱크닥터	유네스코 미디어아트 창의도시 광주프로젝트
경남문화예술진흥원	농협은행 경남영업부	진주국제 재즈페스티벌
	코틴기획	
	한국도로공사 부산경남본부	우포자연미술제
	한국수자원공사 남강지사	곤양비봉내축제
	서경타니골프앤리조트	
제주메세나협회	농협은행 제주특별자치도청지점	제주 in(人) 도르라트릭
	한국마사회 제주지부	
	한국전력거래소	
	제이티	
	그린힐사운드	ART Bin 프로젝트
대구문화재단	한국산업단지공단	안심창조밸리 연꽃마을축제
	한국가스공사	
	반야월연꽃마을협동조합	
울산문화재단	경남은행	시민의 축제 - 무엇이든 예술이 된다.

25^건

예술지원 매칭펀드 현황

기업	예술단체
디와이엘씨디	극단 아리랑
대양기술	극단 오징어
건흥레미콘	뮤직씨어터 슈바빙
유런하이테크	코리아국제발레콩쿠르조직위
사람과문화건축사사무소	극단 수
정헌재단(동일방직)	컬처마케팅그룹
자이크로	조이매직
맥이엔에스	씨어터백
디즈텍	극단 힛마루
대명복지재단	비바초예술매니지먼트
필룩스	본조형연구소
필룩스	극단 즐거운사람들
지승건설턴트	연우무대
스타제이엔터테인먼트	물나무에듀
서진캠	아마도예술공간연구소
아이엘씨	BNK부산은행조은극장
제이투케이글로벌	극단 연
지중공영	한국세필화연구소
오성정보통신	아카데미열정과나눔
야후건기	한국연극협회 전주지부
세원특수금속	이원아트팩토리
씨엔에스	광주오페라단
친에이치알	유쾌한상상
고흥건설	문화락
벽산파워	세종솔로이스츠
MAP한타인종합 건축사사무소	모스틀리뮤직
실크로드시앤티	운명화무용단
복일	티비이엔티
복일	음악창작집단툼방
위주테크	창작그룹코스모스
비에스엠	서울나눔뮤직그룹
해리어나	극단 이야기협동조합
에스엠이엔지	극단 해프닝
디에이치리소시스	극단 사계
로드워크	극단 청맥
이안세무법인	트러스트무용단
크리앤조이	광화문국제아트페스티벌
티제이티솔루션	극공작소 마방진
GMK커뮤니케이션	더 매지션
노래의섬	예술무대산
컴퍼니	국제연극연구소HUE
이에스메디텍	홍정희오페라단
제일기계	그랜드오페라단

기업	예술단체
아세코코리아	아트프로젝트보라
아세코코리아	모던테이블
세무법인한맥	아트스테이지다울
상원구조기술사사무소	서울오라토리오
주원종합건설	극단 창
씨에스텍	야단법석
에이치케이	행복나무플러스
세방	고래야
중앙아트	천송재단
파워씨에스	이매진디아츠팩토리
대일건설	소환사
유구이앤씨	엠컬처스
쏘일테크	극단 시선
티에스티	극단 구리거울
전일의료재단	극단 여정
이건창호	아름지기
짐모아	위너스컴퍼니
동성코퍼레이션	아트쇼부산
동성코퍼레이션	부산심포니오케스트라
삼진스틸	서울윈드앙상블
신화건설	바리이엔티
중앙제관	솔오페라단
에스지오	유네스코남인천협회
디포그	대안공간 아트포럼리
영도벨벳	구미오페라단
크라온해태홀딩스	한국음악협회
케이옥션	마린컬처
캐럿글로벌	노름마치예술단
돌실나이	은세계씨어터컴퍼니
투스라이프	극단 다이얼로거
보미양만	벨디뮤직
노루홀딩스	심포니송
현대회계법인	극단 참배우연구소
코노바코리아	나무시어터연극협동조합
신한아팩스	극단 비바서커스
진성기전	극단 따뜻한사람
뉴스킨	서울튜티앙상블
선한목자병원	최훈차과이어
노래의섬	예술인
비엔피엔지니어링	극단 이야기
에스엘네트웍스	부산가야금연주단
스파크인터내쇼날	프라이필하모닉오케스트라
콩세알	극단 어떤사람
구주제약	한국동요음악협회

기업	예술단체
설화엔지니어링	나인스토리
웨이브랩에스티디	레스큐피쉬
지앤지	플레이몽
대일건설	새서울기획
에이치비상사	과수원뮤지컬컴퍼니
퀀텀이엔엠	장수상회문전사
디즈텍	부산메트로폴리탄필하모닉
아세아세무법인	뉴서울오페라단
엔비에이치오토파트	프렌즈오브뮤직
한모기술주식회사	토카아트
대성이엔지	엠에스엠시
두원이엔지	김자경오페라단
폴리웍스오디오	동화
세고스	자하미술관
알앤디에셋	코리아아르츠그룹
모트해상손해사정	아트브릿지
태산이엔엘	극단 버섯
아름다운강산	배우공동체 자투리
이에스메디텍	창작중심 단디
일성해운	우리노래팔침이
바다출판사	복합문화공간 예무
실내건축젠	발레STP협동조합
신한기연	코리에이티브테이블 석영
필에드	사단법인 마당
원비즈시스템	경계없는 예술센터
경남스틸	경남오페라단
대창스틸	서울모테트음악재단
자연머금	호남오페라단
주신공영	닷미술관
다산아이엔씨	밀레니엄심포니오케스트라
트윈클컴퍼니	한국현대무용협회
진성테크	대건챔버과이어
한국파마	노블아트오페라단
벽산엔지니어링	한국페스티벌앙상블
GMK커뮤니케이션	극단 라임
웅진스테고	코리아챔버오케스트라
현대회계법인	극단 아신아트컴퍼니
에몬스가구	베세토오페라단
엘리트식품	잔치마당

126^건

문화공헌 사업
Cultural Contribution Business

문화공헌 사업은 메세나에 대한 사회적 인지도를 높이고 기업의 문화공헌 활동 참여를 유도하기 위해 시작되었다. 소외계층을 대상으로 문화예술 향유 기회를 제공하기 위해 공연 및 예술교육을 진행하는 ‘찾아가는 메세나’와 ‘Arts for Children’을 기획해 사업을 진행하고 있다.

기업 사회공헌의 새로운 트렌드 제시와 더불어 역량 있는 예술단체와 예술가, 예술강사를 발굴하고 지원함으로써 예술을 통한 지역사회 발전이라는 메세나 본연의 역할을 충실하게 수행해 왔으며, 2012년부터는 젊은 예술전공자 및 예술가들의 자립 기반 마련을 위한 예술단체 역량 강화 사업을 추가로 진행하고 있다.

2019년 한해 동안 15개 기업과 18개 문화공헌 사업이 진행되었고, 이를 통해 29,513여 명이 문화예술 혜택을 누렸다.

찾아가는 메세나
문화예술을 접하기 어려운 문화소외계층을 직접 찾아가 예술체험의 기회를 제공하는 문화나눔 프로그램

64 회

17,377 명

Arts for Children
소외계층 어린이와 청소년을 위한 문화예술 교육사업

17,888 회

15,131 명

예술단체 역량 강화
젊은 예술인들의 창작 활동 증진 및 자립기반 마련을 위해 운영되고 있는 사업

56 회

88 명

찾아가는 메세나

음악, 뮤지컬, 합창, 오페라, 국악 등 다양한 예술나눔 프로그램이 전국 곳곳에서 진행 중이다.

**메트라이프생명 사회공헌재단
The Gift**
메트라이프생명 사회공헌재단
횡수 7회 | 수혜인원 3,957여 명

효성과 함께하는 나눔티켓
효성
횡수 7회 | 수혜인원 1,100여 명

종근당, 오페라 희망이야기
종근당
횡수 27회 | 수혜인원 3,000여 명

CJ 스테이지업 문화나눔
CJ
횡수 5회 | 수혜인원 820명

현대자동차그룹 군인의 품격
현대자동차그룹
횡수 13회 | 수혜인원 8,000명

크라운해태 K-arts 달콤한 국악
크라운해태
횡수 5회 | 수혜인원 500명

종근당, 오페라 희망이야기



'종근당 오페라 희망이야기'는 2012년부터 병원에 직접 찾아가 환자들과 가족, 병원 관계자들에게 오페라 음악을 선사하고 이를 통해 정서적 치유를 유도하는 프로그램이다. 병원 로비음악회로 진행되는 '오페라&콘서트'와 어린 환우들을 위한 '키즈오페라' 2가지 프로그램으로 구성되어 있다. '키즈오페라'는 매년 새로운 작품을 창작하여 다양한 콘텐츠로 어린이 환자들을 만나고 있다. 2019년에는 병원 및 특수학교 등 총 27회 오페라 공연을 펼쳤다.



크라운해태 K-arts 달콤한 국악



'크라운해태 K-arts 달콤한 국악'은 크라운-해태제과가 지원하는 국악영재들이 국악예술단체인 락음국악단, 동락연희단과 함께 문화소외지역 초등학교를 찾아가는 공연 프로그램이다. 방문 공연을 통해 어린이들에게는 다소 낯선 국악을 익숙한 공간에서 체험하게 하고 해설이 있는 공연을 통해 국악을 보다 친근하게 느낄 수 있는 기회를 제공하였다.



현대자동차그룹 군인의 품격



'현대자동차 군인의 품격'은 2012년부터 시작해 8년째 진행되고 있는 현대자동차그룹의 대표적인 군 사회공헌 사업으로 약 8천명의 국군 장병들과 함께 했다. 군인의 품격은 인생의 가장 중요한 시기에 국가 안보를 위해 힘쓰는 대한민국의 군 장병에게 품격있는 공연을 제공해 우리나라의 미래를 이끌어갈 인재들의 문화적 소양을 넓히고자 기획되었다. 음악 공연뿐 아니라 청년들에게 영감을 줄 수 있는 유명강사의 강연 등을 함께 진행해 큰 호평을 받았다.



효성과 함께하는 나눔티켓



'효성과 함께하는 나눔티켓'은 평소에 공연 관람이 쉽지 않은 문화소의 계층에게 양질의 공연 관람 기회를 제공하는 사업이다. 2019년에는 1,100명의 관람객을 초청해 육군 창작 뮤지컬 <귀환>을 관람했다. 뮤지컬 <귀환>은 6·25전쟁 전사자 유해발굴사업을 주제로 민족 역사상 가장 불행했던 전쟁과 분단의 역사와 함께 희생된 모든 이들의 넋을 기리는 창작 뮤지컬이다.



CJ 스테이지업 문화나눔



2017년 시작한 'CJ 스테이지업 문화나눔 프로그램'은 대학로 공연장에서 청소년들이 문화체험을 하게 함으로써 공연예술분야의 진로탐색 기회를 제공하고 공연, 무대예술에 대한 흥미를 고취시키고자 기획되었다. 2019년에는 CJ문화재단 스테이지업 공간지원작품으로 선정된 뮤지컬 <오!박사>의 2개 작품을 선정해 관람을 진행했으며, 배우와의 Q&A 시간을 통해 양질의 인프리가 부족해 문화체험의 기회가 적은 학교의 학생들에게 다양한 문화를 접할 수 있는 기회를 제공하는 역할을 했다.



메트라이프생명 사회공헌재단 The Gift



메트라이프생명 사회공헌재단 'The Gift'는 2019년에 론칭되어 퓨전국악밴드 'AUX', 장애·비장애 종합오케스트라 '코리아 아트빌리지 체임버 오케스트라' 두 단체를 지원하고 있다. 역량있는 문화예술단체를 발굴해 지원하고, 나눔티켓을 통해 문화소외계층에게 다양한 장르의 문화예술공연 향유 기회를 제공함으로써 이들과 정서적으로 소통하고 감정을 교류하며 문화예술 격차를 해소하는데 기여하고 있다.



Arts for Children

예술체험 캠프, 전시회 개최, 청소년 진로체험, 장르별 영재 육성 등 다양한 형태의 프로그램을 시행하고 있다.

CJ 특업 음악교실
CJ
횡수 3개, 기관별 정기교육 40회, 교실음악회 1회씩
수혜인원 청소년 45명(뮤지션 18명)

크라운해태 K-arts 국악캠프
크라운해태
횡수 1회 | 수혜인원 140여 명

KT&G복지재단 아름드리 음악미술교실
KT&G복지재단
횡수 수도권 531개, 지역아동센터별 28회씩
수혜인원 5,300명

GS칼텍스 취준동고동락 GS칼텍스
횡수 3회(2월 7월 8월 각 1회)
수혜인원 400명

LG 사랑의 아트스쿨
(주)LG, LG연암문화재단, LG아트센터
횡수 음악교실 24회, 연극교실 24회, 무용교실 24회 | 수혜인원 1,604명

한화청소년오케스트라
한화
횡수 교육 258회, 재능나눔공연 2회, 정기연주회 2회 | 수혜인원 57명(천안·청주 지역)

한성자동차 드림그림
한성자동차
횡수 16회 | 수혜인원 중고생 멘티 40명, 대학생 멘토 40명

현대자동차그룹 아트드림 콩쿠르
현대자동차그룹
횡수 25~30회 | 수혜인원 5명

현대차 정몽구 재단 온드림 창의예술교육 교사연수
현대차 정몽구 재단
횡수 창의예술교육 연수 2회(4박 5일 혹은 2박 3일), 학교 현장 적용 수업 30회 | 수혜인원 연수 수혜 : 총 160명의 초·중교사 / 응용수업 수혜 : 약 900명 이상의 초·중학생

LG 꿈꾸는 프로듀서
(주)LG, LG연암문화재단, LG아트센터
횡수 공연관람 2회, 찾아가는 진로교육 60회
수혜인원 1,885명

한화손해보험 위기탈출 안전교육
한화손해보험
횡수 104회(13개 협력기관별 8회씩)
수혜인원 초등학생 324명(임직원 봉사자 365명)

두산청소년아트스쿨
(주)두산, 두산연강재단 두산아트센터
예술캠프
횡수 1회 | 수혜인원 31명
창작워크숍
횡수 27회(화곡, 연기·연출, 무대미술 장르별 9회) | 수혜인원 63명

포스코1%나눔 아트스쿨
포스코
횡수 센터별 20회 (포항 59개, 광양 17개 센터) | 수혜인원 1,029명

한화예술더하기
한화
횡수 전국 45개 협력기관(중학교/복지기관)별 정기교육 18회씩, 재능나눔 1회씩 | 수혜인원 1,100명

크라운해태 K-arts 국악캠프



'크라운해태 K-arts 국악캠프'는 평소에 문화예술을 접하기 쉽지 않은 지역의 학교 및 지역아동센터 어린이들을 초청해 국악, 연극, 뮤지컬, 미술 등 다양한 장르를 접하게 하는 여름방학 특별 프로그램이다. 국악기 체험을 비롯하여 길놀이, 봉산탈춤과 같은 전통연희, 과자로 그림그리기, 국악뮤지컬 감상, 역사연극체험 등 어린이들의 감수성을 자극하는 다채로운 융합 프로그램을 진행하여 즐거움과 추억을 선사했다.



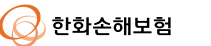
한성자동차 드림그림



'한성자동차 드림그림'은 미술적 재능을 지닌 학생을 지원하여 미술대학 진학 및 아티스트의 꿈을 실현하도록 도와주는 미술영재 장학사업이다. 예술적 재능과 꿈은 있으나, 환경적인 요인으로 예술교육에 전념하기 어려운 중고생을 선발하여 장학금 지원, 멘토링 프로그램을 지원했다. 선발된 장학생에게는 2명의 멘토가 생긴다. 미술에 대한 실질적인 조언과 도움을 줄 수 있는 대학생 멘토와 한성자동차 임직원으로 구성된 앰버서더 멘토가 함께 미술영재의 성장을 돕고 있다.



한화손해보험 위기탈출 안전교육



'위기탈출 안전교육'은 아동들에게 즐거운 무용 수업을 통해 안전의식을 기르고 위기상황에서 스스로의 안전을 지킬 수 있는 노하우를 체득할 기회를 제공하기 위해 기획되었다. 한번 몸으로 익힌 것은 쉽게 잊혀지지 않는다는 점에 착안한 이 프로그램은 무용과 놀이를 접목해 몸을 직접 움직이면서 배울 수 있는 장점이 있다. 또한 임직원 봉사자들이 함께 참여해 교육효과를 높이고 있다. 일상 속에서 접하게 되는 여러 상황별(학교·놀이터·몰놀이·화재·지진상황 등) 안전대피 요령들이 아동들에게 큰 도움이 된다는 피드백이 있었다.



한화예술더하기



'한화예술더하기'는 3년마다 프로그램을 업그레이드하며 매 시즌 새로운 모습으로 예술교육을 진행하고 있다. 2009년부터 2017년까지는 초등학교를 위한 예술교육이었고, 2018년부터 중학교 자유학기제 프로그램, 청소년복지시설 방과후 활동, 교육지원청 연계 수업 등 진로탐색 컨셉으로 특화된 수업으로 기획했다. 교육 콘텐츠 및 아이디어가 참신하고 중학생들과 원활히 소통할 수 있는 청년 예술가를 강사진으로 구성함은 물론, 한화그룹 임직원 봉사자들도 직군별 직업 및 업무 소개 봉사활동을 병행하는 등 청소년 진로탐색에 도움이 될 수 있는 다양한 장치들이 마련되어 큰 호응을 얻었다.



한화청소년오케스트라



‘한화청소년오케스트라’는 악기를 한번도 만져본 적 없는 청소년에게 악기의 세계를 알려주고 오케스트라를 결성해 함께하는 음악의 즐거움을 느끼게 하는 공동체 인성교육 프로그램이다. 악기 연주에 어려서부터 해야한다는 고정관념을 깨고, 의지만 있으면 누구든 음악을 할 수 있다는 자신감을 심어주며, 합주 등 공동 예술 활동을 통해 청소년들의 사회 적응 능력을 키우는 것이 이 프로그램의 목표다.



현대자동차그룹 아트드림 콩쿠르



‘현대자동차그룹 아트드림 콩쿠르’는 가정 형편으로 음악가의 꿈을 펼치기 어려운 학생들에게 실질적인 지원을 통해 전문 음악인으로 성장할 수 있는 기회를 제공하는 프로그램이다. 본 콩쿠르에 선발된 학생들은 1년간 레슨비 및 장학금 지원을 통해 전문 음악 교육을 받을 수 있으며, 문화예술체험 활동을 통해 학생들이 예술가로 성장할 수 있는 폭넓은 역량을 기를 수 있도록 다양한 지원을 아끼지 않는다.



현대차 정몽구 재단 온드림 창의예술교육 교사연수



‘현대차 정몽구 재단 온드림 창의예술교육 교사연수’는 ‘교사가 변해야 아이들도 변한다’는 생각으로 시작된 프로그램이다. 교과서에 없는 창의적인 교육안을 교육자 스스로 개발 하도록 돕는 교사 연수 프로그램이다. 영국의 예술교육 전문 사회적기업 아티즈(Artis)가 워크숍 진행과 멘토링을 맡아 한국 교육 현장에서도 활용 가능한 창의교육 방법들을 공유하고 계획하는 데 도움을 주었다. 연수를 통해 발굴된 수업안 중 우수한 수업안을 뽑아 실제 수업에서 연수의 결과물을 구현할 수 있도록 지원한다.



CJ 튜업음악교실



위기 청소년 대상 문화나눔활동인 ‘CJ 튜업음악교실’은 문화소의 청소년의 건강한 인격 형성을 목표로 2017년부터 나사로 청소년의 집, 서울북부준법지원센터 등 청소년 시설에서 밴드 음악 교육을 진행했다. CJ문화재단의 신인 대중음악인 발굴·지원 프로그램 ‘튜업’출신의 인디 뮤지션들과 ‘대중음악장학생’들이 강사로 참여해 재능기부를 펼치는, 대표적인 나눔의 선순환 사례로 자리잡고 있다.



KT&G복지재단 아름드리 음악미술교실



'KT&G복지재단 아름드리 음악미술교실'은 사회적 배려가 필요한 아동들을 위한 문화복지 차원의 예술교육으로 올해는 서울·경기·인천 권역의 지역아동센터 531곳에 예술강사를 파견했다. 크게는 음악과 미술 장르부터 세부 프로그램으로는 회화·공예·통합미술 활동과 타악교육·음악·놀이·국악까지 다채로운 콘텐츠들이 제공되었다. 문화예술교육을 통한 공동체 의식 함양, 공감 능력과 커뮤니케이션 스킬 향상, 자발적 참여 및 다양성 존중 등의 효과로 참여 아동은 물론 학부모와 교사들의 만족도도 매우 높았다.



LG 꿈꾸는 프로듀서



'LG 꿈꾸는 프로듀서'는 창의적 인재육성을 위한 공연예술분야에 특화된 진로 탐색 프로그램이다. 해외공연 예술분야 전문가와의 만남을 통해 해외 공연시장의 현황 및 직업 세계를 간접적으로 체험할 수 있는 기회를 제공했다. 또한 수준 높은 공연 관람을 통해 예술적 안목을 키우고 정서적 함양에 기여하고 있다. 공연예술 분야의 실무 담당자가 학교를 직접 찾아가는 진로 교육도 함께 진행했다.



LG 사랑의 아트스쿨



'LG 사랑의 아트스쿨'은 아동·청소년 대상 창의성 발달을 위한 문화예술교육 프로그램으로 창의성, 상상력 향상 수업을 지향하고 있다. 음악교실의 경우, 강서양치교육지원청과 협업을 통해 예술교육이 필요한 초등학교를 대상으로 클래식음악에 대한 이해를 도왔고, 연극 및 무용교실의 경우, 전국 중학교의 자유학년제 시행에 맞춰 창의성과 상상력을 깨워내는 프로그램으로 진행되었다.



두산청소년아트스쿨



2018년 시작한 '두산청소년아트스쿨'은 청소년들을 위한 문화예술분야 직업체험을 위해 기획되었다. 미래 예술가 양성을 목표로 기획된 이 사업은 10대와 20대를 위한 프로그램으로 나누어 진행된다. 10대 청소년들이 참여한 캠프에서는 두산아트센터 투어 및 공연관람을 통해 공연예술분야의 직업군 체험 시간을 제공하였으며, 20대 예술전공자 및 전공희망자를 위한 워크숍에서는 희곡, 연기연출, 무대미술 분야의 젊은 예술가와 함께하는 프로그램을 진행하였다.



포스코1%나눔 아트스쿨



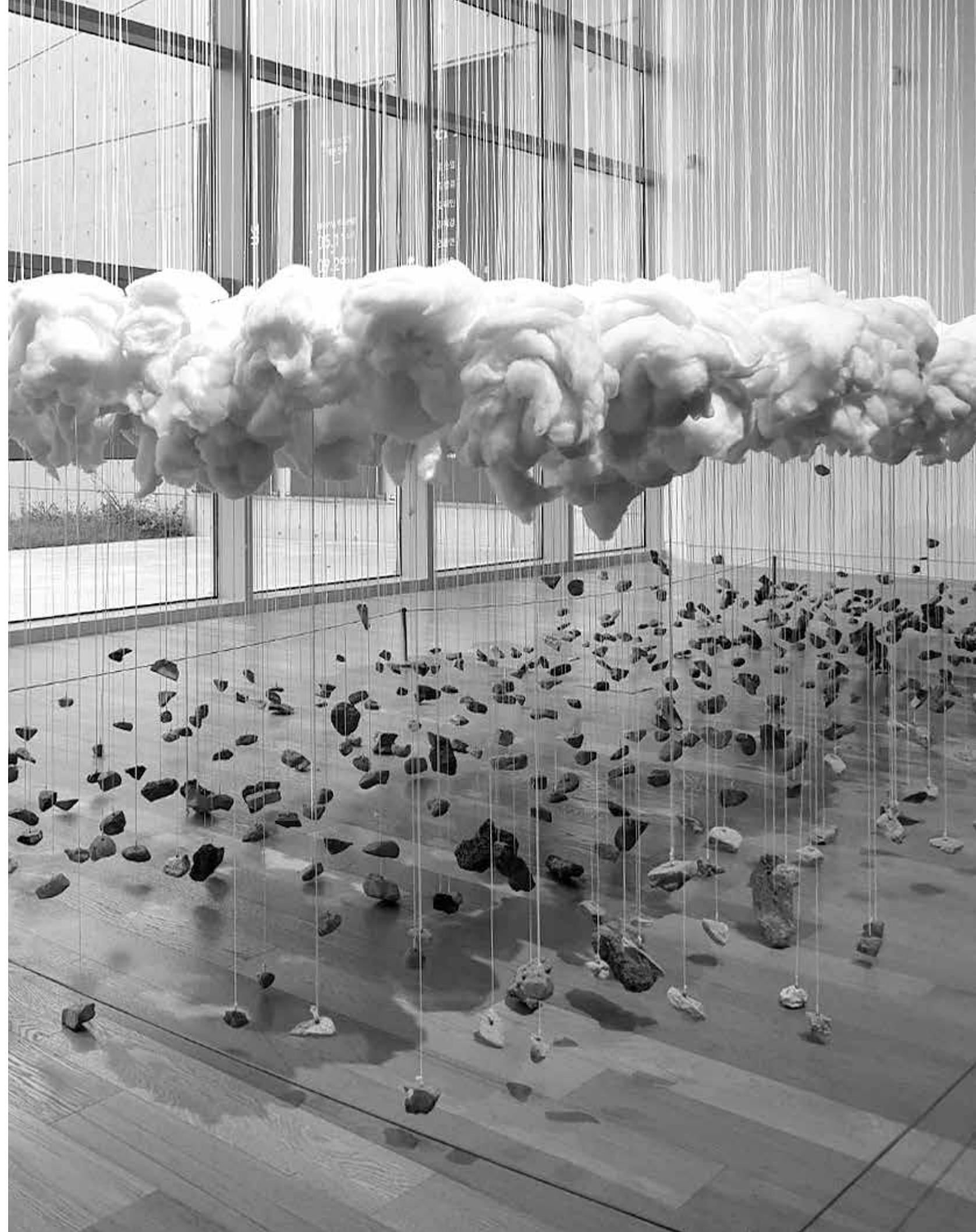
'포스코1%나눔 아트스쿨'은 포스코1%나눔재단과 함께 포항과 광양 지역아동센터의 아동들을 위해 공예, 무용, 문학, 미술, 식품조각, 영화, 음악 등 다채로운 장르의 예술교육 기회를 제공하고 있다. 아동들은 예술을 향유하는 소비자에 그치지 않고 다양한 체험과 창작 활동을 통해 자신이 살고 있는 지역사회를 탐구하고 지역사회에 도움이 될 수 있는 방법을 찾아 실천하는 능동적인 창작자로서의 경험을 했다.



GS칼텍스 취준동고동락



'GS칼텍스 취준동고동락'은 GS칼텍스와 함께 2018년에 시작한 신규사업이다. 취업준비생들을 위한 정서 안정 취업캠프로, 취업 불안감을 겪는 20대 청년들과 2박3일간 함께 동고동락했다. 양질의 문화예술 프로그램과 유명 인사들의 특강 및 멘토링은 취업준비생들에게 새로운 에너지를 불어넣어 주었고, 취업을 위한 역량강화에 긍정적으로 기여했다는 평가를 받았다.



예술단체 역량 강화

2012년부터 시작된 본 사업은 예술분야 사회적기업가의 실무능력을 향상시키고 성공적인 비즈니스 모델을 개발하여 안정적인 예술 활동을 펼칠 수 있도록 지원하고 있다.

H-온드림 사회적기업 창업오디션
현대차 정몽구 재단, 현대자동차그룹
횡수 56회(10개 기업, 각 5회 이상 멘토링,
공통교육 6회) | 수혜인원 88여 명

H-온드림 사회적기업 창업오디션

'H-온드림 사회적기업 창업오디션'은 사회문제의 혁신적·창의적 해결 아이디어를 가진 사회적기업가의 발굴과 육성을 통해 청년들의 새로운 고용창출에 기여하고 지속 가능한 사회적기업 생태계를 만들어가고자 기획된 프로그램이다. 이 사업은 2012년부터 2019년까지 총 8차(8기 펠로 선발 및 육성)에 걸쳐 진행되었으며, 1년간 공동사업 계획수립 및 멘토링, 자본자원, 세무·회계·법률 등 실질적인 지원을 제공했다. 한국메세나협회는 문화예술 분야 사회적기업의 운영과 마케팅, 판로 개척을 지원하고 있다.





‘기업 근로환경의 변화와 문화예술의 미래’ 세미나

한국메세나협회는 ‘기업 근로환경 변화와 문화예술 생태계 조성 방향’이라는 주제로 2019년 10월 29일 서울 을지로 페럼타워에서 공동 세미나를 개최했다. 문화예술 기획자, 기업 관계자 등 100여 명이 참석한 이번 세미나는 한국메세나협회, 경남메세나협회, 대구메세나협회의, 제주메세나협회 등 4개의 문화예술 후원매개단체들이 공동으로 진행한 사업이다. 이 세미나는 주52시간 근무제 도입에 따른 경영환경의 변화와 문화예술의 미래에 대한 기초발제로 시작해, 문화예술 협력을 통해 이와 같은 변화에 대응하는 기업의 사례를 공유했다.

2019 기업의 문화예술 지원 현황 조사

기업의 문화예술 지원 현황 조사는 2019년 3월부터 7월까지 4개월 동안 국내 매출액 상위 500대 기업 및 기업 출연 문화재단, 한국메세나협회 회원사 등 총 682개사를 대상으로 실시하였다. 설문 응답 기업은 350개사로 51.5%의 응답률을 보였으며, 그 중 127개사(회원사 67개사, 비회원사 60개사)가 지난해 문화예술 분야 지원 실적이 있는 것으로 집계되었다. 최종 집계결과는 본 조사결과에 한국문화예술위원회의 조건부기부금 기탁 실적을 합해 산출되었다. 2019년도 우리나라 기업의 문화예술 지원 규모는 2,081억 4천4백만 원으로 2018년(2,039억 5천4백만 원) 대비 2.1%(41억 9천만 원) 증가한 것으로 집계되었다.(부록 자료 참조)

한국메세나협회는 1999년부터 시작한 메세나대상 시상식을 통해 우리나라 문화예술 발전에 공헌한 기업, 기업인을 발굴해 시상하고 있다. 기업과 문화예술의 상호보완적 지원을 유도하기 위해 기획된 메세나대상은 기업들의 문화예술에 대한 지속적이고 효율적인 지원 활동을 홍보하는 역할을 하고 있다. 기업과 예술계가 만나 화합하는 축제의 장으로 자리 잡고 있는 메세나대상 시상식은 2007년 한국메세나대회로 확대하여 운영하고 있으며 2016년부터 '기업과 예술의 만남 결연식'을 동시에 개최하고 있다.



메세나대상 시상식 & 기업과 예술의 만남 결연식

<제20회 한국메세나대회>가 2019년 11월20일 오후 5시 조선호텔 그랜드 볼룸에서 개최되었다. '메세나대상 시상식'과 '기업과 예술의 만남 결연식'을 통해 우수 문화 기업들의 메세나 활동을 살펴보고 예술후원의 가치를 다시 한번 되새겨 볼 수 있는 기회였다. 메세나대상 시상식 20회를 맞아 '마에케 나스와 기업 메세나'라는 주제로 연세대 김상근 교수의 특별 오픈닝 강연이 진행되었다. 메세나의 기원에 대한 해박하고 유쾌한 강연이 메세나를 이해 하는 데 큰 도움이 되었다는 평을 들었다.

한 해 동안 맺어진 기업과 예술단체의 파트너십을 격려하는 자리인 '기업과 예술의 만남 결연식'에서는 종근당과 아트스페이스 휴, 재단법인 노래의 섬 과 예술무대 산이 각각 대기업과 예술지원 매칭펀드 우수 결연커플로 선정 되어 기념패를 받았다. 메세나대상 시상식에서는 부산 예술발전예 큰 견인 차 역할을 한 부산은행이 대상, 예술의전당 교향악축제를 지속 후원한 한 화생명보험이 문화공헌상을, 국내 최초의 사진전문 미술관인 한미사진미술관을 설립, 운영해온 한미약품이 창의상을 수상했다. 대전 선양소주 제조 사인 맥키스컴퍼니 조웅래 회장이 지역인 문화체험 사업을 펼쳐 메세나인 상 수상의 영광을 안았으며 기업과 예술단체가 올바른 파트너십의 본보기를 보여준 돌실나리와 은세계씨어터컴퍼니가 Arts&Business상을 받았다. 피아니스트 김종해의 정교하고도 파워풀한 축하연주도 인상적이었다. 이날 행사에는 한국메세나협회 김영호 회장을 비롯한 협회 임원들과 김정 배 문화체육관광부 문화예술정책실장, 매일경제 손현덕 대표이사 등 정, 재 계 주요인사와 문화예술 단체 대표, 수상사와 회원사 관계자 등 320여 명이 참석하였다.

대상
부산은행



BNK 부산은행

1967년 설립된 부산은행은 부산에 본점을 둔 지역을 대표하는 금융기업이다. 부산은행은 지역 사회와의 상생 발전을 위한 문화예술, 사회복지, 교육, 장학, 체육 등 폭넓고 지속적인 지원을 아끼지 않고 있다. 특히 1996년 부산국제영화제를 최초 기획단계에서부터 참여해 태동시켰으며, 24년째 후원을 이어오고 있다. 부산국제영화제는 부산은행의 지원에 힘입어 아시아를 대표하는 세계적인 국제영화제로 성장했다. 부산은행은 부산-경남지역의 주요 문화예술 행사, 축제 및 예술기관들을 지속 후원하고 있다. 특히 부산불꽃축제는 2005년부터 후원을 이어와 연간 100만 명 이상이 부산을 찾게 하는 원동력이 되고 있다. 또한 경남지역 차세대 청년작가 육성 프로그램을 운영하여 다양한 젊은 예술가들과 함께 학교, 복지관 등에 찾아가는 메세나를 시행하고 있다. 부산시내 3개 지점에 미술관을 설치하여 신진작가의 전시를 개최, 무료로 관람하게 하고 있다. 2010년 부터는 연주 단원 5명을 직원으로 채용하여 실내악단을 창단해 지역 문화 발전은 물론, 예술인 고용창출까지 기여하는 등 독자적인 지역 메세나 기업으로 주목받고 있다.

문화공헌상
한화생명보험



한화생명

한화생명보험주식회사는 2000년부터 예술의 전당 교향악축제를 단독 후원하며 클래식 대중화에 앞장서고 있다. 예술의전당 교향악축제는 전국의 오케스트라와 국내외 저명 솔리스트들을 한자리에 모아 공연하는 국내 최대의 클래식 축제이다. 한화생명이 교향악축제를 후원하면서 일반적인 오케스트라 공연 티켓에 비해 현저히 저렴한 1~4만원의 관람요금을 유지할 수 있었다. 이를 통해 클래식에 대한 거부감을 낮추어 다양한 계층의 관객이 공연장을 찾을 수 있는 기반을 마련하였다. 지금까지 50만 명의 관객이 교향악축제를 찾은 것으로 기록되고 있다. 예술의전당 교향악축제는 지역 오케스트라들에게 공연의 기회를 제공하고, 관객들에게는 지역 오케스트라를 재발견하는 기회를 선사했다는 평을 듣고 있다. 또한 예술의전당 마티케 콘서트인 '한화생명과 함께하는 11시 콘서트'를 지속 후원해 예술의전당 대표 공연 브랜드로 자리매김하는데 기여했다. 이는 예술단체와 기업간의 성공적인 동반성장 사례이자 모범사례로 손꼽히고 있다.

창의상
한미약품



Hanmi 한미약품

전문 의약품 제조회사인 한미약품은 한국 사진 문화발전을 위하여 비영리재단인 가현문화재단을 설립하고, 17년간 한국 사진예술 발전을 위한 사업을 다각도로 진행해 오고 있다. 시각 매체로서의 사진의 중요성을 인식하지 못했던 2003년에 국내 최초의 사진 전문 미술관인 한미사진 미술관을 개관해 지금까지 300여 회의 기획 전시를 개최했다. 또한 사진사적으로 의미 있는 국내외 사진가들을 발굴해 개인전, 단체전 등 지금까지 400여 회 이상의 전시를 지원해 왔다. 전시뿐 아니라 국제 교류, 사진역사 아카이빙, 출판, 학술연구, 예술교육 등 다방면으로 사업을 진행하며 사진예술 발전에 기여하고 있다. 연 평균 1만여 명이 방문하는 사진 전문 미술관으로 성장한 한미사진미술관은 한국 사진계를 대표하는 의미있는 문화공간으로 손꼽히고 있다. 이 밖에도 한미약품은 의사와 환자를 테마로 사진전, 수필 공모전, 장애아동 음악교육 지원을 위한 콘서트 개최 등 다양한 메세나 사업을 진행하고 있다.

메세나인상
맥키스컴퍼니
조용래 회장



맥키스컴퍼니

충남 대표 소주 제조회사인 맥키스컴퍼니의 조용래 회장은 2006년부터 지역민을 위하여 계족산 황톳길을 조성해 운영하고 있다. 2004년 (구) 선양소주를 인수한 조용래 회장은 지역 주민들과 함께할 수 있는 사회공헌 활동을 고민하다가 우연히 맨발로 산길을 걸을 수 있는 황톳길을 만들기로 결심하였다. 조 회장은 돌길이었던 계족산에 질 좋은 황토를 공수해 14.5km에 달하는 황톳길을 조성했다. 매년 2,000톤의 황토를 새롭게 뿌리고 유지, 관리하고 있으며 황톳길 관리에만 연간 10억 원이 투입되고 있다. 계족산 황톳길은 이제 연 100만 명이 찾는 관광 명소가 되었다. 그뿐만 아니라 2007년부터 계족산 숲속음악회장에서 4월부터 10월까지 매주 토요일마다 '이제 우린 함께하는 뽀뽀(funfun)한 클래식 숲속 음악회'를 무료로 개최하고 있다. 온 가족이 함께 즐길 수 있는 음악회로 손꼽히며 매회 500여 명 이상의 관람객들이 참여하고 있다. 조용래 회장은 이 밖에도 문화소외계층을 위한 '찾아가는 힐링 음악회'를 연간 130여 회 무료로 진행하고 있으며 학교, 교도소, 군부대, 사회복지 시설 등 문화소외지역을 방문해 아름다운 선율을 선사하고 있다.

Arts & Business상
돌실나이 & 은세계씨어터컴퍼니



돌실나이 × **은세계씨어터컴퍼니**
Eunsegye Theater Company

돌실나이는 우리 전통 의복을 현대 생활에 맞게 새로운 감각으로 재현하며 우리 옷의 대중화를 실현하고 있는 브랜드이다. 돌실나이와 은세계씨어터컴퍼니는 2001년 의상협찬으로 첫 인연을 맺었다. 은세계씨어터컴퍼니의 창단 초기부터 지원해온 돌실나이는 2008년부터 예술지원 매칭펀드를 통해 예술단체를 적극적으로 지원하고 있다. 이러한 지원에 힘입어 은세계씨어터컴퍼니는 꾸준한 창작활동을 할 수 있게 되었고, 20년 가까이 생명력을 유지할 수 있었다. 제작 기반의 안정을 찾은 은세계씨어터컴퍼니는 창작 활동 뿐 아니라 '무지개빛 청개구리 연극교실' 등 사회 취약계층을 위한 교육 활동을 진행하고 있다. 은세계씨어터컴퍼니는 돌실나이 임직원을 위한 예술강좌, 돌실나이 고객 단체관람 후 백스테이지 투어 등의 프로그램을 제공하며 협력 관계를 돈독히 하고 있다. 또한 향후 돌실나이가 운영하는 갤러리 '날이'를 활용, 공예·미술·복식 등을 스토리화 한 프로그램을 함께 만들어 갈 계획이다. 돌실나이와 은세계씨어터컴퍼니는 중소기업과 예술단체간의 진정성 있는 결연 사례로 손꼽히고 있다.

**‘기업과 예술의 만남’
올해의 베스트 커플**

‘기업과 예술의 만남’ 사업에 장기간 참여하여 모범적인 파트너십을 보여준 커플들에게 주어진다. 대기업과 중소·중견기업 부문으로 나눠 선정하고 있으며, 선정된 커플에게는 ‘기업과 예술의 만남’ 결연식에서 기념패를 수여하고 있다.



정책 연계 사업



종근당 & 아트스페이스 휴

대기업 결연

종근당은 한국메세나협회와 대안공간 '아트스페이스 휴'와 함께 '기업과 예술의 만남' 결연을 맺고 '종근당 예술지상' 프로젝트를 후원하고 있다. 매년 세 명의 지원 작가를 선정해 2012년부터 2019년까지 총 24명의 작가를 지원했으며, 선정된 작가들에게 3년간 1인당 연간 1천만 원을 지원하고 지원 마지막 해에는 기획전 개최 기회를 제공한다. '종근당 예술지상'은 종근당이 젊은 예술가들의 창작활동과 전시기회를 지원함으로써 한국 현대미술 발전에 이바지하고, 작가들이 작품 활동에만 전념할 수 있는 환경을 만들자는 이장한 회장의 제안에 따라 2012년에 마련됐다. '종근당 예술지상'은 이미 가능성을 인정받은 작가들이 본격적으로 성장할 수 있도록 돕는 2차 지원 프로그램이며, 한 단계 더 도약할 수 있는 플랫폼을 제공한다. 또한 일회성 지원에 그치지 않고 지속적인 후원으로 우리 미술계를 이끌어 나갈 중추적인 커뮤니티로 발전시켜 나간다는 계획이다.

재단법인 노래의 섬 & 예술무대 산

중소·중견기업 결연

재단법인 노래의 섬은 남이섬 내 노래박물관 운영 및 공연, 전시, 축제 등을 기획하는 공익재단으로, 2015년부터 '예술무대 산'의 레퍼토리 개발을 지원하며 인형극 활성화에 기여하고 있다. '예술무대 산'에는 작품의 완성도를 높이는 기회를 제공하고, 남이섬은 고객 관리에 도움을 받고자 매년 2~4개 작품을 남이섬의 가족 단위 방문객을 대상으로 공연할 수 있도록 함으로써 대표적인 '기업과 예술의 만남' 사례로 꼽힌다. 특히 가지고 있는 재능을 사회에 환원하고 인형극의 대중화를 위해 재학생 10명 내외의 농·어촌 지역 분교를 찾아가 학생들에게 인형극을 보여주고 직접 인형극을 공연할 수 있도록 1박 2일 교육프로그램을 진행하고 있다. 지금까지 110여 곳을 방문, 1,000명이 넘는 학생들에게 특별한 경험을 선사했다.

문화접대비 활성화 사업

'문화접대비 활성화 사업'은 기업들의 문화접대를 활성화해 조직문화에 유연성을 더하고 청탁금지법 등의 시행으로 위축된 기업들의 예술소비를 유도해 예술시장 활성화에 기여하고자 진행되었다. 2019년에는 중소기업중앙회와 협력해 '중소기업 문화접대비 지원 사업'을 운영하며 대기업보다 접대비 비율이 높은 중소기업이 문화접대비 제도를 적극 활용하도록 유도했다. 또한 세종문화회관과 MOU를 체결해 기업 회계 담당자 초청행사를 공동 개최하며 기업의 문화소비 활성화 및 건전한 접대 문화 조성을 위해 협업했다. 1,000개 기업들을 대상으로 한 리서치에서는 문화접대비에 대한 기업들의 실질적인 사용현황을 파악하고 문화접대 증대방안에 대해 모색했다. 매일경제 기획기사를 통해 기업들의 문화접대비 제도 우수 활용 사례를 소개했으며, CBS 라디오 등을 통해 캠페인을 진행하고 다양한 홍보활동을 진행했다.

회원서비스



메세나 CEO 문화포럼

메세나 CEO 문화포럼은 회원사 대표 및 임원들을 초청해 경영과 문화예술 관련 강연을 함께 하는 네트워크 프로그램이다. 연 2회 조찬 행사로 진행되며 명사의 특강을 통해 기업인에게는 경영의 영감을 제공한다. 기업인들의 고급 정보 교류의 장으로 자리매김하고 있는 메세나 CEO 문화포럼은 2018년부터 '우리시대 예술가 시리즈'라는 주제로 강연을 기획해 2019년 5월 서울음대 신수정 명예교수, 10월 미술가 이불을 초청해 큰 호응을 얻었다.



A&B포럼

A&B포럼은 Arts & Business 사업의 확대 및 활성화를 도모하고, 결연기업 및 문화사업 담당자들의 문화예술지원 관련 업무에 도움을 주기 위해 2007년 발족된 정보·학술 네트워크 프로그램이다. 기업과 예술의 만남(A&B) 사업과 문화공헌 사업 참여 기업, 회원사 사회공헌 담당자들로 구성되어 있으며 국내외 대표적인 메세나 및 문화마케팅 실무 책임자 모임으로 자리 매김하고 있다. 연 4회 개최되며 활발한 정보 교류의 장으로 활용되고 있다.



Arts Friends

Arts Friends는 다양한 장르의 전문 예술가들을 기업에 파견하여 예술가들의 창의적 열기를 직접 체험할 수 있게 제공하는 회원서비스 프로그램으로 연 20회 진행되었다. 이 프로그램을 통해 회원사 내부 직원의 문화예술에 대한 관심도가 높아졌다는 평을 듣고 있다. 직원들의 창의성 개발 및 직무 교육으로도 활용되고 있으며 공연을 통해 스트레스 해소, 조직문화 개선 등의 도움을 주었다. 2019년도에 총 20회 진행하였다.



메세나 예술무대

메세나 예술무대는 문화사업 및 사회공헌을 담당하는 회원사 임직원과 예술의 가치를 공유하고자 기획된 프로그램이다. 2012년 시작된 이래 회원사 임직원뿐만 아니라 가족, 지인, 동료들과 함께하는 음악회로 진행해 왔다. 2019년에는 정통 클래식 기획공연인 '회원 음악회'에 변화를 주어 정통 클래식과 창작 뮤지컬 관람으로 이원화 하여 공연 장르 선택의 폭을 넓혔다. 10월 19일 롯데콘서트홀에서 클래식 <서울시향 '장미브 티보데의 생상스'> 공연을, 대학로 컬처스페이스 엔유에서 뮤지컬 <김종욱 찾기> 공연을 진행해 회원사 담당자 가족들의 좋은 평을 얻었다.

홍보

언론홍보

메세나 활동의 중요성과 효과에 대해 알리고, 기업의 적극적인 참여를 유도하기 위해 협회 소식 및 회원사 메세나 활동에 관한 자료를 언론사에 제공했다. 이를 통해 기업의 예술지원에 대한 대중의 관심을 불러일으키기 위한 메세나 사례 발굴에 적극 임하고 있다. 메세나 홍보는 사회 전반 문화예술 지원에 대한 분위기를 고조시키는 촉매제 역할을 하고 있다.

온라인 홍보

한국메세나협회는 매달 온라인 뉴스레터 발행과 SNS의 상시 운영을 통해 협회 소식과 문화사업 현장, 회원사 소식 등을 전하고 있다. 매달 마지막 목요일에 발행하는 <Mecenat Zoom In>은 협회 행사 및 기업과 협력하여 진행되는 문화사업, 회원사가 진행하는 메세나 활동들을 다룬다. 셋째 주 목요일 발행되는 <A&B Plus>는 기업·예술단체 결연소식과 해외 메세나 소식 등을 전달한다. 더불어 2019년부터 인스타그램을 개설해 메세나의 가치와 협회 활동, 회원사 활동 등을 전하며 소통을 하고 있다.

계간 <메세나> 발간

계간 <메세나>는 협회 창립 첫해부터 발행해온 잡지로 매호 1만 부씩 발간하며, 회원사, 문화예술 단체, 정부기관, 공연장, 박물관, 도서관 등에 발송하고 있다. 회원사 임직원, CEO 및 문화예술 관계자뿐 아니라 문화예술에 관심을 갖고 있는 대중으로 독자층이 확대 되면서, 계간 <메세나>의 발행 방향 역시 협회 사업소식 뿐 아니라 메세나에 대한 이해를 높일 수 있는 심도 깊은 콘텐츠로 반경을 넓혀나가고 있다.



연차보고서 발행

협회 연간 활동 및 결산을 보고하는 연차보고서를 해마다 발행한다. 연차보고서는 협회 회원사 및 유관 기업, 도서관, 공공기관 등에 1,000부 배포했다.

2019 Financial Statements
Newly Registered Members



재무상태표

(단위 : 원)

과목	제 26(당) 기 2019/01/01 ~ 2019/12/31		제 25(전) 기 2018/01/01 ~ 2018/12/31	
	금액		금액	
자산				
I. 유동자산	2,731,817,566		2,854,028,205	
(1)당좌자산	2,731,817,566		2,854,028,205	
보통예금	2,705,869,036		2,789,969,976	
미수금	20,448,530		53,383,749	
선급금	5,500,000		10,674,480	
(2)재고자산	0		0	
II. 비유동자산	85,334,118		49,011,584	
(1)투자자산	0		0	
(2)유형자산	37,733,118		594,488	
비품	61,132,800		19,651,000	
감가상각누계액	23,399,682	37,733,118	19,056,512	594,488
(3)무형자산	1,000		817,096	
상표권	1,000		817,096	
(4)기타비유동자산	47,600,000		47,600,000	
임차보증금	47,600,000		47,600,000	
자산총계	2,817,151,684		2,903,039,789	
부채				
I. 유동부채	1,615,364,174		1,887,707,604	
미지급금	113,403,503		171,504,238	
예수금	6,086,190		5,722,639	
부가세예수금	5,472,727		9,400,000	
선수금	1,463,001,194		1,678,740,527	
예수제세	27,400,560		22,340,200	
II. 비유동부채	0		0	
부채총계	1,615,364,174		1,887,707,604	
자본				
I. 자본금	0		0	
II. 자본잉여금	0		0	
III. 자본조정	0		0	
IV. 기타포괄손익누계액	0		0	
V. 이익잉여금	1,201,787,510		1,015,332,185	
미처분이익잉여금	1,201,787,510		1,015,332,185	
(당기순이익)				
당기 : 186,455,325원				
전기 : 216,757,870원				
자본총계	1,201,787,510		1,015,332,185	
부채및자본총계	2,817,151,684		2,903,039,789	

손익계산서

(단위 : 원)

과목	제 26(당) 기 2019/01/01 ~ 2019/12/31		제 25(전) 기 2018/01/01 ~ 2018/12/31	
	금액		금액	
1. 수입		15,188,890,966		15,025,158,099
A&B사업(국고기금)	2,108,099,051		2,002,569,085	
A&B사업(중소기업 매칭)	1,904,000,000		1,911,500,000	
대기업결연사업	2,009,125,000		2,195,581,000	
문화공헌사업	7,571,431,872		6,715,354,372	
회비수입	770,727,273		733,800,000	
사업합찬금	310,727,370		317,219,992	
기타사업	8,010,400		899,959,020	
지정후원금(회원사)	506,770,000		249,174,630	
2. 지출		15,005,453,724		14,811,221,594
인건비	642,937,126		566,185,714	
직원급여	431,980,837		380,777,402	
상여금	123,904,345		113,708,714	
퇴직급여	87,051,944		71,699,598	
일반관리비	673,904,176		660,189,442	
복리후생비	64,968,820		50,796,060	
접대비	16,012,850		20,000,780	
통신비	24,918,948		25,278,765	
세금과공과금	86,226,975		71,657,266	
지급임차료	93,387,900		92,356,000	
도서인쇄비	94,933,147		116,134,280	
행사진행비	150,465,940		143,799,383	
지급수수료	17,504,401		17,539,268	
회의비	16,157,450		18,016,060	
유지보수비	19,207,295		22,009,900	
용역비	27,699,996		25,463,758	
업무추진비	15,927,470		15,831,040	
기타관리비	46,492,984		41,306,882	
사업비	13,688,612,422		13,584,846,438	
A&B사업비(국고기금)	2,088,099,921		2,002,569,356	
A&B사업비(중소기업 매칭)	1,904,000,000		1,911,500,000	
대기업결연사업비	2,009,125,000		2,195,581,000	
문화공헌사업	7,111,469,201		6,280,197,348	
기타사업비	69,148,300		945,824,104	
지정후원사업	506,770,000		249,174,630	
3. 총수익		183,437,242		213,936,505
4. 기타 수입		3,032,188		2,821,365
5. 기타 지출		14,105		0
6. 당기순이익		186,455,325		216,757,870

2019년도 신규가입 회원사



필룩스/필룩스조명박물관

관장 구안나 | 가입일 2019.01.31

필룩스는 조명을 중심으로 한 기업으로 2010년 중소기업 문화경영대상을 수상하는 등 문화경영을 실천하는 기업이다. 조명박물관을 운영하며 다양한 문화예술교육활동과 전시를 개최하고 있다. 매년 5월 5일 빛나는 어린이축제, 빛공해사진 UCC공모전 등으로 우리 사회를 더 건강하고 아름답게 하는 활동에 적극적으로 참여하고 있다. 문화가 기업을 더욱 바르게 하고 예술이 기업을 더욱 발전, 지속시킨다는 신념을 갖고 있다.



지알이파트너스 자산운용 주식회사

대표이사 송정현, 강정구 | 가입일 2019.02.01

GRE파트너스 자산운용 주식회사는 국내 최초 상업시설 특화 자산운용사로서 100여 개의 개발 및 컨설팅을 통한 국내 최다의 상업시설 개발 및 운영 경험, 국내 최초 상업시설 전문 부동산펀드의 운용경험을 보유하고 있다. 이러한 전문 역량을 토대로 대구 덕산동 삼성생명 빌딩과 마포구 서교동 삼성화재 빌딩을 인수하여 저층부 업무공간을 상업공간으로 개발 운영하는 가치투자펀드 투자 상품을 출시하는 등 성공적인 투자를 이끌어가고 있다.



로얄&컴퍼니(주)/갤러리로얄

대표 김세영 | 가입일 2019.02.20

로얄&컴퍼니(주)는 1970년 창립 이래 40여 년 간 물과 관련된 생활문화산업이라는 외길을 걸어온 독심 있는 욕실전문기업이다. 2006년 준공한 논현동 서울 사옥에 현대적인 느낌의 '갤러리 로얄'을 오픈하여 국내 최대 규모의 욕실제품 전문 전시장인 목간을 비롯, 북카페, 와인바, 미술전시장 등을 갖추고, 무료 문화강좌, 아트 퍼포먼스와 같은 행사를 통한 문화사업에도 지속적인 관심을 기울이고 있다.



돌실나이

대표이사 김남희 | 가입일 2019.04.12

돌실나이는 우리의 전통 의복을 현대 생활에 어우러지는 감각으로 재현하여 우리 옷의 대중화를 실현하고 있는 브랜드다. 1995년 설립, 우리 옷 문화를 일구어온 한 길로 25주년을 맞이하였다. 돌실나이는 우리 옷을 일상에서 보다 편안하게 입을 수 있도록 노력하고 있다. 아름다운 우리 문화 이야기 담긴 우리옷을 경쾌한 실루엣과 다양한 소재로 풀어냈다는 평을 듣고 있다.



남이섬교육문화그룹(주)

대표이사 민경우 | 가입일 2019.02.08

남이섬교육문화그룹(주)은 남이섬의 문화적 토양을 기반으로 공연, 전시, 축제, 공모전 등 다양한 문화사업과 교육 프로그램, 국제교류를 펼치고 있다. 대표적인 활동으로, 2005년 덴마크의 동화작가 한스 크리스티안 안데르센 탄생 200주년을 기념하며 열었던 <남이섬세계책나라축제(Nami Island International Children's Book Festival)>를 2년마다 남이섬에서 개최하고 있다. 또한 그림책을 사랑하는 세계의 일러스트레이터들에게 폭넓은 창작과 발표의 기회를 제공하는 국제 그림책 일러스트레이션 공모전 <나미쿰쿠르(NAMI COUNCOURS)>를 주관하고 있다.



(주)대창스틸

회장 문창복 | 가입일 2019.02.15

(주)대창스틸은 POSCO의 철강제품 지정판매점(SSC, STEEL SERVICE CENTER)으로서 국내완성차 업체, 주요자동차 부품사 및 가전업체 등에 철강소재를 공급하고 있다. 또한, 국내 최대 철강이중바닥재 생산업체로 국내 우수 건설기업들과 파트너사로서 위상을 확보하고 있으며, 신사업부문으로 경강선재 제조업과 전기차 제조업체인 (주)대창모터스의 투자를 진행하고 있다. 2014년 코스닥시장 상장법인으로서 주주의 이익실현을 최우선으로 하며, '고객을 위한 가치창조', '인간존중', '사회공헌'을 모토로 고객과 더불어 동반 성장하는 소재가공 전문기업이다.



기아자동차

대표이사 박한우 | 가입일 2019.04.16

기아자동차는 '인간중심적이고 환경친화적인 혁신 기술과 포괄적 서비스를 기반으로 최상의 이동성을 구현하여 삶을 더욱 편리하고 즐겁게 영위할 수 있는 새로운 공간을 제공한다.'는 비전을 수립하였다. 2008년 사회적책임경영(CSR)을 선포하고 핵심실천과제인 환경경영과 신뢰경영, 사회공헌의 정착과 확산을 위해 주력하고 있다.



(주)코스모스악기

대표이사 민관기 | 가입일 2019.04.29

(주)코스모스악기는 1972년에 설립된 국내 최대의 악기 판매업체다. 현재, 서초동, 낙원악기 상가, 부산, 대구, 광주 및 대전에 매장을 운영하고 있으며, 세계적인 악기업계 전문지 'Music Trade'가 선정한 세계 유명악기 판매사에도 랭크된 판매회사로 전 세계 100여 유명악기회사로부터 12,000여종의 악기와 부품을 직수입하여 공급하는 세계적으로도 보기 드문 악기 판매 회사로 발전하였다. 한국악기업계의 선구자적 책임과 사명감으로 제2의 도약을 위해 힘찬 발걸음을 내딛고 있다.

Supplement



Reading Guide

응답사와의 합의에 의거하여, 본 조사는 총 지원 규모, 문화예술 분야별 지원 규모, 문화재단 지원 총액, 기업 지원 총액, 산업군별 지원 총액에 한해 금액을 공개하되, 기업 및 문화재단의 개별 지원 금액은 발표하지 않습니다.

-
- 1. 조사 대상** · 국내 매출액 기준 500대 기업(매경회사연감 자료 기준) 및 기업 출연 문화재단 또는 한국메세나협회 회원사 등 총 682개사
-
- 2. 조사 응답: 350개사 (응답률: 51.5%)** · 127개 응답사: 2019년 문화예술 지원 실적 있음
· 223개 응답사: 지원 실적 없음
-
- 3. 지원 실적 포함 내용** · 문화예술과 관련 있는 공연, 전시회, 심포지엄 등의 개최
· 문화예술 활동과 관련 있는 단체·개인에 자금, 인력, 현물, 장소, 기술 등의 지원
· 문화예술 분야와 복지, 교육, 환경 분야 등을 연계한 복합 프로그램
· 문화예술 지원 및 활용을 통한 마케팅 활동
· 그 외 문화예술 지원이라고 여겨지는 활동
· 기업이 한국문화예술위원회에 기탁한 조건부기부금
-
- 4. 지원 실적 제외 내용** · 문화예술 요소를 포함하고 있지 않은 레저, 스포츠, 학술연구, 복지, 교육, 환경문제 등의 활동 및 지원
· 대중음악, 흥행성 콘서트 등 상업적 목적의 활동
· 판매촉진을 주목적으로 하는 활동(예: 광고, 제품, 이벤트 등)
-
- 5. 용어** · 직접조사: 본 협회가 682개사를 대상으로 직접 실시한 설문조사
· 간접조사: 한국문화예술위원회를 통해 집계된 조건부기부금 납부 실적
· 조건부기부금: 기업이 특정 공익 법인(한국문화예술위원회, 사회복지공동모금회 등)에 특정 문화예술단체 지원 조건으로 기탁하는 기부금
· 직접지원
1) 문화예술단체에 대한 기업의 직접지원 및 후원
2) 공연, 전시회 등 기업의 자체 기획 프로그램 운영
3) 기업 또는 재단의 자체 인프라 운영
· 간접지원
한국문화예술위원회를 통해 조건부기부금 형태로 지정 기탁하는 지원

2019년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사

Part 1. '2019년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사' 기본 분석

1. 조사 개요

본 조사는 2020년 3월 초부터 6월 초까지 3개월 동안 국내 매출액 상위 500대 기업 및 기업 출연 문화재단, 한국메세나협회 회원사 등 총 682개사를 대상으로 실시하였다. 설문 응답기업은 350개사로 51.5%의 응답률을 보였으며, 그 중 127개사(회원사 67개사, 비회원사 60개사)가 2019년도 문화예술 분야 지원 실적이 있는 것으로 집계되었다. 최종 집계 결과는 본 조사 결과에 한국문화예술위원회(이하 '문예위')의 조건부기부금 기탁 실적을 합해 산출되었다.

2019년도 조사 개요

구분	한국메세나협회 직접조사	한국문화예술위원회 조건부기부금
조사대상	682	-
응답기업수	350	-
지원기업수	127	420

2. 지원 규모

2019년도 우리나라 기업의 문화예술 지원 규모는 2,081억 4천4백만 원으로 2018년(2,039억 5천4백만 원) 대비 2.1%(41억 9천만 원) 증가한 것으로 집계되었다. 이는 총 547개 기업(한국메세나협회 직접조사 결과 지원 실적이 있는 127개 기업 + 문예위에 기부한 420개 기업)이 1,431건의 사업에 지원한 금액으로, 기업(재단 포함) 직접지원금 1,913억 7천6백만 원과 문예위 기부금 167억 6천8백만 원의 합산금액이다.

지원 총액의 증가는 한국문화예술위원회를 통한 조건부기부금 증가와 공공미술 사업 분야 지원이 확대된 것이 주요 원인으로, 특히 공공미술 사업 관련 기부금이 47억 2천6백 원으로 큰 비중을 차지했다. 2017년 이후 감소세를 보였던 지원기업수, 지원건수가 증가세로 전환하였고, 다양한 기업들이 예술 지원 주체로 참여하였다는 점에서 문화예술계에 긍정적인 영향으로 해석된다.

2019년도 기업의 문화예술 지원 규모①

(단위: 백만원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	전년 대비(%)
지원기업수	497	532	515	547	▲ 6.2
지원금액	202,581	194,312	203,954	208,144	▲ 2.1
지원건수	1,463	1,415	1,337	1,431	▲ 7.0

한국메세나협회가 직접 조사한 기업의 지원 현황(문예위 기부금 제외)을 살펴보면, 350개 응답기업 중 문화예술 지원 실적이 있는 기업은 127개사로, 이들은 2019년 한 해 동안 812건에 1,913억 7천6백만 원을 지원한 것으로 나타났다. '기업당 평균 지원 금액(지원 금액 합계÷지원기업수)'은 전년 대비 9.3% 감소한 15억 7백만 원이며, '건당 평균 지원 금액(지원 금액 합계÷지원건수)'은 6.2% 감소한 2억 3천6백만 원, '기업당 평균 지원건수'는 전년 대비 3.3% 감소한 6.4건이었다.

② 문예위 조건부기부금 실적 제외 현황

2019년도 한국메세나협회 '직접조사' 기업의 지원 현황②

(단위: 백만원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	전년 대비(%)
지원기업수	120	118	115	127	▲ 10.4
지원금액	191,517	184,118	191,029	191,376	▲ 0.2
지원건수	861	799	760	812	▲ 6.8
기업당 평균 지원금액	1,596	1,560	1,661	1,507	▼ 9.3
건당 평균 지원금액	222	230	251	236	▼ 6.2
기업당 평균 지원건수	7.2	6.8	6.6	6.4	▼ 3.3

이 중 한국메세나협회 회원사의 지원 실적은 67개사 1,792억 9천6백만 원으로 문예위 기부금을 제외한 기업 지원 금액(1,913억 7천6백만 원)의 93.7%를 차지하였으며, 지원건수도 656건으로 전체 812건 중 80.8%라는 높은 점유율을 나타냈다. 회원사의 '건당 평균 지원 금액'은 비회원사 대비 약 3.5배, '기업당 평균 지원 금액'은 비회원사의 약 13.3배에 이르는 것으로 조사되었다.

2019년도 한국메세나협회 '직접조사' 기업 중 '회원사 지원 비중'

(단위: 백만원)

구분	회원사	비율(%)	비회원사	비율(%)
지원기업수	67	52.8	60	47.2
지원금액	179,296	93.7	12,080	6.3
지원건수	656	80.8	156	19.2
건당 평균 지원금액	273.3	-	77.4	-
기업당 평균 지원금액	2,676.1	-	201.3	-

기업들이 문예위에 기탁한 조건부기부금 지원 현황③을 살펴보면, 420개 기업이 총 167억 6천8백만 원을 지원한 것으로 집계되었다. 한국메세나협회 직접조사와의 중복실적을 포함한 조건부기부금의 규모는 총 443개사가 651건의 사업에 180억 6천9백만 원을 지원한 것으로 나타나 지원 금액은 전년 대비 20.9% 증가하였다.

2019년도 한국문화예술위원회 조건부기부금 지원 현황④

(단위: 백만원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	전년 대비(%)
지원기업수	397	439	418	420	▲ 0.5
지원금액	13,019	13,661	14,943	18,069	▲ 20.9
지원건수	627	660	629	651	▲ 3.5
건당 평균 지원금액	20.8	20.7	23.8	27.1	▲ 14.0
기업당 평균 지원금액	32.8	31.1	35.7	39.9	▲ 11.7

③ 본 조사에서 집계한 문예위 조건부기부금 167억 6천8백만 원은 문예위에 기부된 전체 조건부기부금 중 본 조사의 기준에 부합하는 지원 금액을 집계한 것임

④ 한국메세나협회가 실시한 '직접조사'에서 '지원 실적 있음'으로 응답한 기업이 문예위의 조건부기부금으로 지원금을 처리한 건수가 합산된 수치

① 한국메세나협회 '직접조사' 실적과 한국문화예술위원회(이하 '문예위') '조건부기부금' 실적의 합산 결과

3. 지원 내용 분석

기업의 문화예술 분야별 지원금액을 살펴보면 인프라 지원 금액이 1,139억 3천2백만 원으로 가장 높게 집계되었다. 그 다음으로 미술전시(238억 4천8백 만 원), 클래식(177억 4천4백만 원), 문화예술교육(171억 8천4백만 원) 등의 순이었다.

인프라에 대한 지원 규모(1,139억 3천2백만 원)는 전년 대비 4.6% 감소하였으나 문화예술 지원 총액 중 54.7%의 비중을 보이며 여전히 기업의 지원이 가장 집중되는 분야로 나타났다. 지원 규모는 최근 10년간 지속적인 증가세를 보여 왔으나 이번 조사 결과 감소세로 돌아섰다. 주요 감소 원인은 대형 공연장, 복합문화공간 등을 운영하는 기업 및 문화재단의 사업 운영비 축소 영향으로 분석된다. 인프라 분야 지원 내용에서는 기업이 운영하는 갤러리, 대형 공연장, 복합문화공간 등의 기획 프로그램 및 시설 운영에 대한 지원 비중이 높았다.

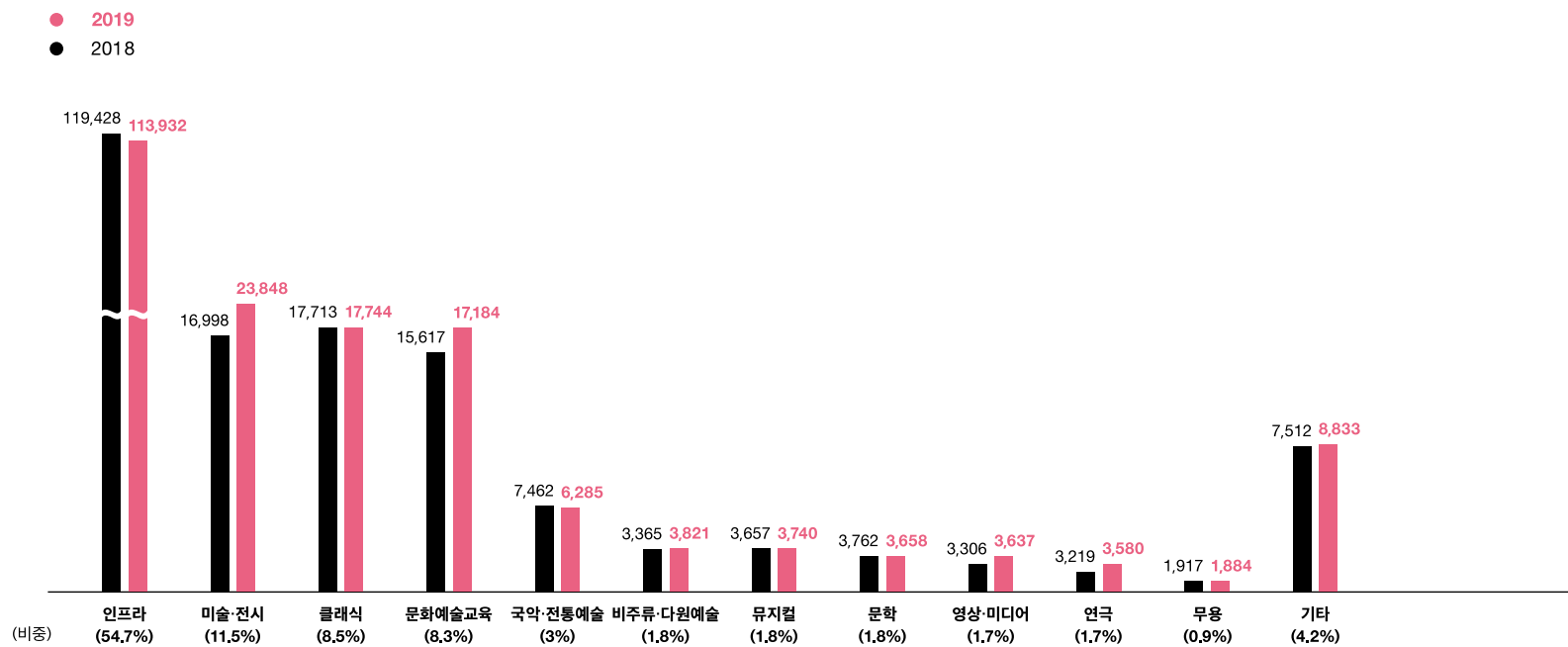
미술·전시(238억 4천8백만 원) 분야 지원금액은 전년 대비 40.3% 증가하며 지원 비중이 높게 나타났다. 이와 같은 증가 세는 한국문화예술위원회 조건부기부금 확대 영향이 가장 컸으며 전년도 조사 결과 축소되었던 유통업계 기업의 문화예술 융합 프로젝트 및 갤러리 기획 프로그램, 숙박·레저 업계 기업의 전시 사업 등의 활성화 따른 것으로 나타났다.

오케스트라, 오페라, 합창, 음악축제 등에 대한 지원이 포함된 클래식(177억 4천4백만 원) 분야는 전년 대비 0.2% 증가하였다. 이는 전체 지원 금액이 3천1백만 원 증가한 것으로 증가폭이 크지 않았다.

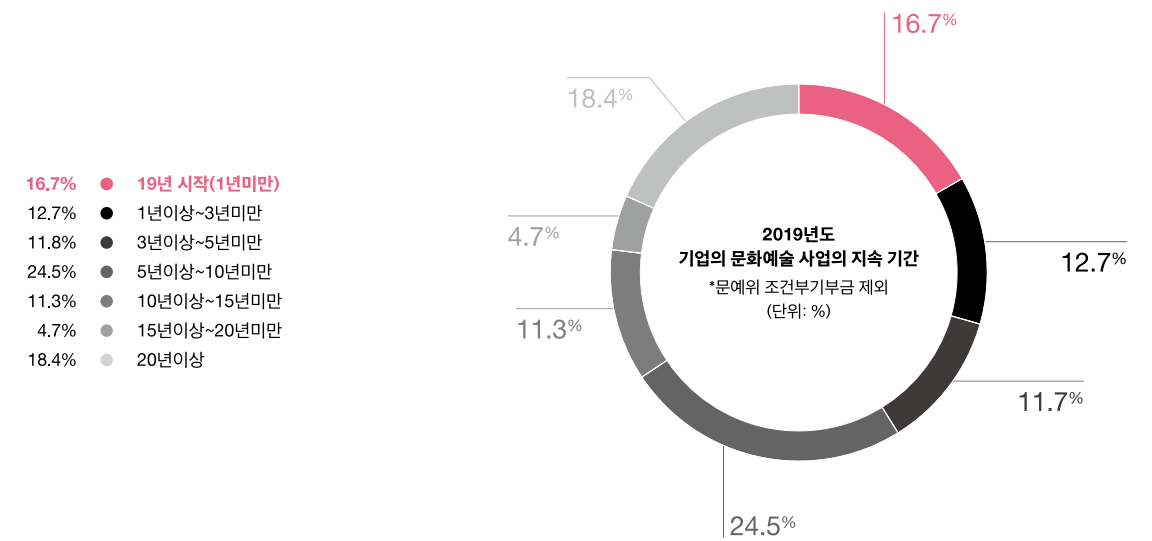
문화예술교육(171억 8천4백만 원) 분야는 전년도 대비 10.0% 증가하였다. 문화예술교육에 대한 지원은 2015년 이후 지속적인 증가세를 보이고 있다. 이는 기업 및 문화재단이 자체적으로 운영하는 복합문화공간에서의 상시 교육 프로그램과 소외계층을 찾아가는 예술교육, 예술영재 장학사업 등 아동·청소년 대상 문화공헌 사업을 확대하고 있는 데 따른 것으로 분석된다. 문화예술교육 사업은 체계적인 교육 커리큘럼을 구성하고 사업 성과의 중장기적 평가를 통해 지원 효과를 측정하는 등 장기적인 관점에서 기획, 운영되고 있어 지원 규모도 지속적으로 확대되고 있는 것으로 나타났다.

비주류·다원예술(13.6%), 뮤지컬(2.3%), 영상·미디어(10.0%), 연극(11.25%)분야는 전년 대비 지원 규모가 증가하였으나 여전히 전체 지원 규모에서 차지하는 비중이 크지 않았다. 국악·전통예술(-15.8%), 문학(-2.8%), 무용(-1.7%) 분야는 전년 대비 감소하였다.

2018년, 2019년도 기업의 문화예술 분야별 지원금액 (단위: 백만원)

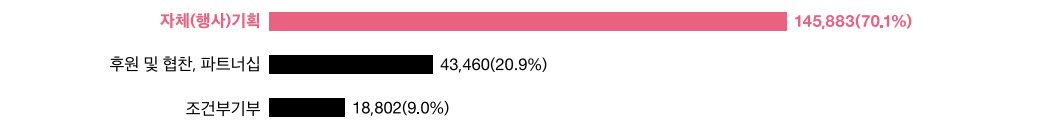


기업의 문화예술 사업의 지속 기간을 분석한 결과, 2019년에 처음 시작한 '1년 미만' 신규 지원 사업 비율이 16.7%, '1년 이상' 지속 지원 사업 비율은 83.3%로 기존 지원 사업을 유지한 경우가 전년 대비 17.7% 증가하고 신규 사업은 감소한 것으로 나타났다. 특히 '5년 이상' 장기 지속 지원 사업의 비중이 58.9%로 전년 대비 20.7% 증가한 것으로 조사되어 기업 문화예술 지원활동의 지속성이 확대되었음을 확인할 수 있다. 한편 이와 같은 결과는 기업들이 경기 침체와 까다로워진 기부금 지출 및 후원 관련 내부 규정 강화에 따라 신규 지원 사업을 추진하기 보다는 기존 지원 사업 유지에 집중하고 있다고 유추할 수 있다.



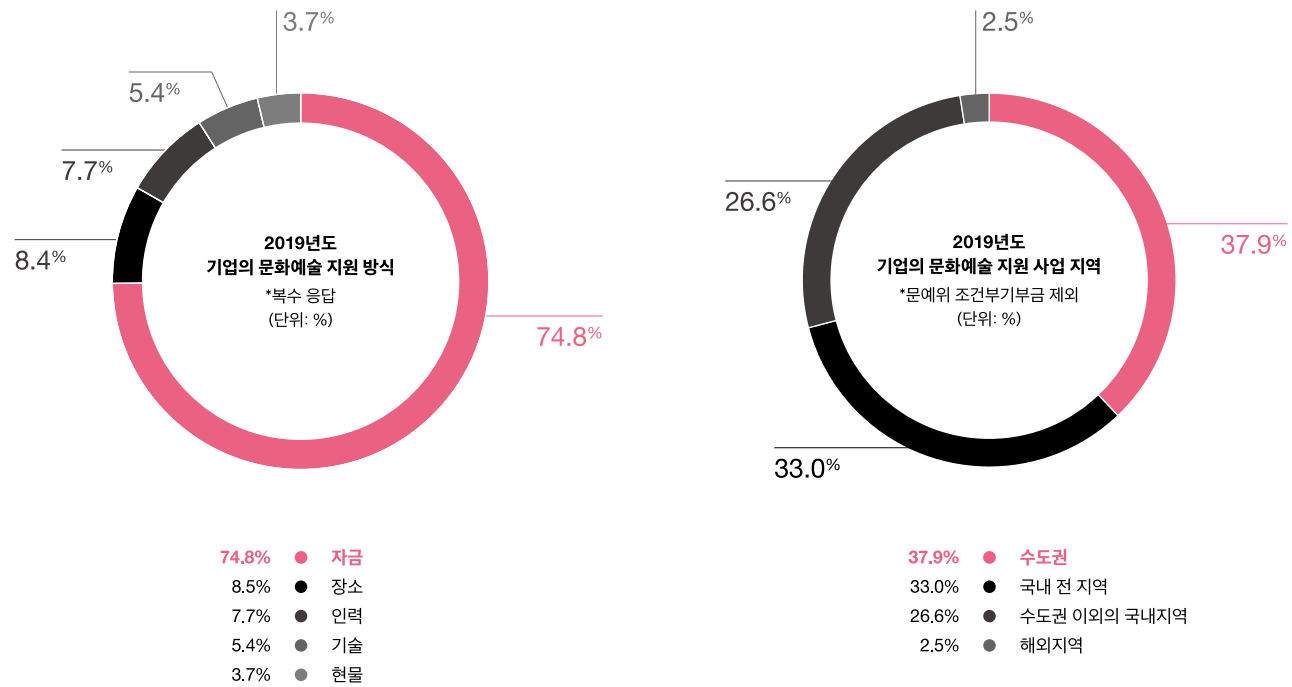
기업의 문화예술 지원 유형별 금액을 살펴보면, 기업이 자체적으로 기획한 프로그램을 통해 지원한 규모가 전년 대비 자체 기획의 지원 금액은 17억 3천3백만 원 증가한 1,458억 8천3백만 원(70.1%)으로 가장 큰 비중을 차지하였다. 문화예술단체의 공연, 전시에 대한 직접적인 후원·협찬 및 파트너십을 통한 지원 규모는 434억 6천만 원(20.9%)으로 전년 대비 45억 5천4백만 원 증가하였으나, 전체 지원 규모에서 차지하는 비중은 1.5% 증가하여 문화예술계와의 파트너십을 통한 지원 비중은 전년도와 비슷한 수준을 유지하였다. 한국문화예술위원회 등 기관에 대한 조건부기부금은 188억 2백만 원(9.0%)으로 집계되어 전년 대비 13.5% 증가하였다.

2019년도 기업의 문화예술 지원 유형별 금액 (단위: 백만원)



기업의 문화예술 지원 방식으로는 응답기업의 74.8%가 금전 지원을 하였고, 그 외에 기업의 공연시설, 로비, 유희 공간 등 자체 시설 무상 대여를 통한 장소 지원 8.5%, 직원들의 자원봉사 등 인력 지원 7.7%, 기술 지원 5.4%, 현물 지원이 3.7%의 순으로 나타났다. 기업의 문화예술 지원 방식에 대한 구성 비율은 최근 다년 간의 조사 결과 유사한 비율을 보이고 있으며 이와 같은 결과는 새로운 예술 협력 방식으로써 금전적 지원 외에도 물적, 인적, 기술력 등 비금전적 자원을 다각적으로 활용할 필요가 있음을 시사한다.

기업의 문화예술 지원 사업 지역에 대한 분석 결과, '수도권(서울, 경기, 인천)' 대상 사업이 37.9%로 가장 높은 비율을 차지하였고, '국내 전 지역' 대상 사업 33.0%, '수도권 이외의 국내지역' 대상 사업 26.6%, '해외' 2.5%의 순으로 조사되었다. '수도권' 대상 사업은 전년도 대비 유사한 비중을 보였고, '국내 전 지역' 대상 사업은 10.9% 증가하였다. 반면 '수도권 외 지역' 대상 사업은 11.2% 감소하여 수도권 외 특정 지역을 대상으로 한 사업 보다는 전국 단위로 수혜 지역을 확장한 사업의 비중이 높아진 것으로 나타났다.



4. 지원 주체별 분석

기업들이 출연한 문화재단의 2019년도 지원 총액은 997억 원으로 전체 문화예술 지원 금액의 47.9%를 차지하며 전년도 대비 비중이 3.5% 감소한 수치로 집계되었다.

이 가운데 지원 규모 상위 재단의 지원 내용을 살펴보면, **삼성문화재단**이 '삼성미술관 리움', '호암미술관' 운영과 지속적인 문화예술 지원 사업을 진행하여 문화재단 중 지원 규모가 가장 컸다. 이어 2위에 오른 **롯데문화재단**은 '롯데콘서트홀'을 통해 다양한 클래식 기획 공연을 진행하고, '롯데뮤지엄'을 통해 국내외 유명 미술 작가들의 전시와 '신진작가 공모전'을 통해 국내 시각 예술인들의 창작활동 기회 확대에 기여하였다. **LG연암문화재단**은 'LG아트센터'를 중심으로 다양한 글로벌 기획 공연 콘텐츠를 선보였고, 문화예술교육과 체험을 병행하여 청소년들의 진로탐색 및 정서함양을 돕는 '꿈꾸는 프로듀서', '사랑의 아트스쿨' 등의 문화사업을 진행하여 전년도에 이어 3위를 기록하였다. 4위에 오른 **두산연강재단**은 서울과 뉴욕의 '두산갤러리'를 통해 신진 현대미술 작가를 지원하고, '두산아트센터'에서 강연과 공연, 전시를 동시에 즐길 수 있는 '두산인문극장' 등 대표적인 기획 프로그램을 운영하고 있다. **현대차 정몽구 재단**은 5위에 올랐다. 정몽구 재단은 농산어촌 아동 청소년 대상 예술교육 프로젝트 '온드림 예술교실', 음악 영재를 발굴·지원하는 '온드림 앙상블', 지역 문화향유 기회 확대를 위한 강원도 계촌마을 클래식 축제 및 동편제마을 국악 거리축제 등 대부분의 사업을 장기적으로 확대 진행하였다.

GS칼텍스재단은 전남 여수 'GS칼텍스 예술마루'를 통해 국내외 다양한 예술가와 단체의 공연과 다양한 문화 프로그램을 지역 사회와 공유하며 6위에 올랐다. 7위를 기록한 **금호아시아나문화재단**은 클래식 분야 지원에 앞장 서는 대표적인 재단으로서 20년 이상 장기적으로 '금호아트홀' 운영과 국내 음악 영재 및 음악가 육성 지원사업을 진행하고, '금호미술관'과 창작스튜디오, '금호시민문화관'을 통해 예술인들의 창작 활동과 시민 문화권 확대에 기여하였다. 8위에 오른 **CJ문화재단**은 복합문화 플랫폼 'CJ아지트' 운영과 음악, 연극, 뮤지컬 장르 창작자 지원 프로그램을 통해 새로운 문화콘텐츠 생산에 기여하고, 장기 결연을 통한 예술단체 활동 지원 등 다양한 문화공헌 사업을 진행하였다. 이번 조사에서 9위를 기록하며 새롭게 순위권에 오른 **KT희망나눔재단**은 서울 목동 KT 체임버홀에서 '토요일 오후의 클래식' 사업을 통해 시민들을 위한 클래식 정기 공연과 음악교육 프로그램을 진행하였다. 이어 **대산문화재단**이 문학 분야 지원에 매진하며 10위에 올랐다. 한국 문학의 대표 작품을 선정·시상하는 '대산문학상'을 27회째 운영하고, 해외 낭독회, 번역 지원 등을 통해 국내외에 한국 문학의 우수성을 알리는 데 앞장서고 있다.

2019년도 문화예술 지원 상위 10개 재단 (※지원 금액은 응답재단의 요청에 따라 공개하지 않음)

순위	2019년
1	삼성문화재단
2	롯데문화재단
3	LG연암문화재단
4	두산연강재단
5	현대차 정몽구 재단
6	GS칼텍스재단
7	금호아시아나문화재단
8	CJ문화재단
9	KT희망나눔재단
10	대산문화재단

개별기업의 지원 현황을 살펴보면 상위 20개 기업의 문화예술 지원 총액은 855억 3천7백만 원으로 문화재단을 제외한 개별기업 지원 총액(1,092억 4천4백만 원)의 78.3%를 점유하는 것으로 나타났다. 개별기업 중에서는 **KT&G**가 전년도에 이어 지원 규모가 가장 컸다. **KT&G**는 서울, 논산, 춘천 지역의 대표 문화플랫폼인 복합문화공간 'KT&G 상상마당'을 중심으로 음악, 디자인, 인문학, 사진 등 다양한 문화클래스를 상시 운영하고 있다. 또한 시각예술, 다원예술 등 비주류 장르에 대한 지원으로 국내 문화예술계의 다양성을 확장하는 데 기여하였다. 2위에 오른 **현대백화점**은 다양한 아티스트와 협업으로 디자인 제품 개발 및 문화공간을 조성하고, 고객들의 문화향유 기회 확대를 위해 점포 내 문화홀과 '갤러리 H'를 지속적으로 확장 운영하였다. **현대자동차**는 국군 장병들의 문화공연 체험과 정서 함양을 위한 '군인의 품격', 연극, 뮤지컬 인재 육성을 위한 'H-스타 페스티벌' 등의 문화공헌 사업을 진행하고, 국내 문화예술 콘텐츠의 홍보와 판로 개척을 위한 '제주 해비치 아트 페스티벌', 국립현대미술관, 영국 테이트 모던 등 국내외 예술 인프라 운영을 지원하여 3위에 올랐다.

10위권에서는 **부산은행**이 부산 신창동에 위치한 'BNK부산은행 갤러리'를 중심으로 지역 예술인들의 창작 기회를 확대하고, 지역 사회와 함께 하는 다양한 문화 공연과 축제를 개최하였다. **대림산업**은 '대림미술관' 운영을 지원하며 미술의 대중화에 기여하였고, **삼성화재**는 장애인 청소년과 장애인 예술단체의 공연과 창작 활동을 지원하였다. 또한 **한국전력공사**는 '한전아트센터'를 운영하고 클래식 인재 육성을 위한 '한전음악공쿠르', 클래식 음악단체와의 결연을 통한 '희망·사랑 나눔 콘서트' 등 문화공헌 활동을 진행하였다.

20위권에서는 **파라다이스세가사미**가 ‘인천 파라다이스 시티 호텔’ 전체를 하나의 복합 예술 공간으로 조성하고 품격 있는 미술 전시와 문화 프로그램을 진행하여 처음 순위에 올랐다. **포스코**는 12위로 ‘포스코 갤러리’와 ‘효자아트홀’ 운영, 지역 예술단체 활동과 포항국제아트페스티벌, 불빛미술대전 등 지역 예술 발전을 위한 다양한 지원 활동을 진행하였다. 13위를 기록한 **한화생명**은 기업 임직원 자원봉사 프로그램과 연계한 아동 예술교육 사업 ‘한화 예술더하기’, 국내 클래식 음악의 대중화와 저변 확대를 위한 ‘교향악축제’, 지역 사회를 찾아가는 ‘팝&클래식 여행’ 등 문화공헌 활동을 펼쳤다.

이어 국악 등 전통예술 분야 지원 사업을 중점적으로 펼친 **크라운-해태제과**, ‘신한갤러리’를 통한 미술 장르 저변 확대에 기여하고 클래식 유망주 육성을 위해 12회째 ‘신한음악상’을 운영한 **신한은행**, ‘KT 체임버홀’과 ‘KT 체임버 오케스트라’ 운영을 통해 클래식의 대중화와 저변 확대에 기여한 **KT**, 예술을 통해 아동·청소년의 정서적 안정과 치유를 돕는 ‘마음톡톡’ 사업을 지속적으로 지원한 **GS칼텍스**, ‘한미사진미술관’을 통해 신진 작가 전시 지원 등 국내 사진예술계 저변 확대에 기여한 **한미약품**과 ‘아모레퍼시픽미술관’을 운영하며 미술 분야 지원을 이어가고 있는 **아모레퍼시픽**, 청소년전문문화경연, 시문학 및 국제문학포럼 등을 지원한 **교보생명** 등도 전년도에 이어 20위권에 올랐다.

2019년도 문화예술 지원 상위 20개 기업(※지원금액은 응답기업의 요청에 따라 공개하지 않음)

순위	2019년
1	KT&G
2	현대백화점
3	현대자동차
4	신세계백화점
5	롯데백화점
6	현대중공업
7	부산은행
8	대림산업
9	삼성화재
10	한국전력공사
11	파라다이스세가사미
12	포스코
13	한화생명
14	크라운-해태제과
15	신한은행
16	KT
17	GS칼텍스
18	한미약품
19	아모레퍼시픽
20	교보생명

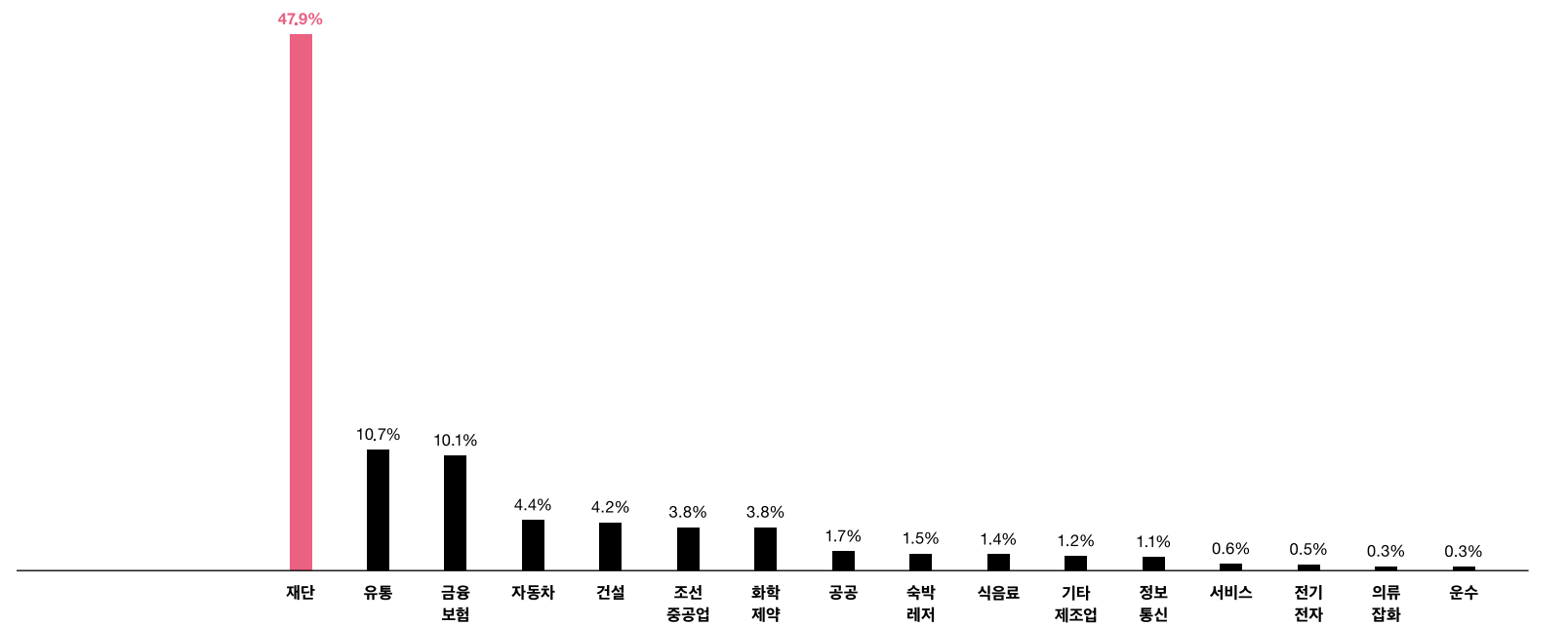
산업군별 지원 금액을 살펴보면, 재단이 997억 원으로 전체 지원 금액 가운데 47.9%를 차지하며 가장 높은 비중을 나타냈다. 이어 유통 10.7%, 금융·보험 10.1%, 자동차 4.4%, 건설 4.2%, 조선·중공업과 화학·제약 각각 3.8% 등의 순이었다. 산업군별 지원 금액에서 재단의 비중은 전년 대비 4.9% 감소하였고 기타 제조 업계의 지원 규모 감소가 두드러졌다.

2018년, 2019년도 산업군별 지원 비중

(단위: 백만원)

업종	2019년		2018년	
	금액	비율(%)	금액	비율(%)
재단	99,700	47.9	104,752	51.4
유통	22,199	10.7	20,645	10.1
금융·보험	21,122	10.1	18,901	9.3
자동차	9,209	4.4	6,700	3.3
건설	8,640	4.2	6,490	3.2
조선·중공업	7,994	3.8	10,422	5.1
화학·제약	7,899	3.8	5,011	2.5
공공	3,438	1.7	2,821	1.4
숙박·레저	3,042	1.5	861	0.4
식음료	2,843	1.4	4,679	2.3
기타 제조업	2,594	1.2	16,511	8.1
정보통신	2,385	1.1	2,234	1.1
서비스	1,158	0.6	1,695	0.8
전기·전자	996	0.5	820	0.4
의류·잡화	668	0.3	578	0.3
운수	602	0.3	390	0.2
미디어	26	0.0	5	0.0
기타	13,629	6.5	440	0.2
합계	208,144	100.0	203,954	100.0

* 재단의 경우 산업군 분류 항목에는 해당되지 않으나, 문화예술 분야에 대한 그룹 차원의 통합지원 속성상 개별 업종과의 지원 비중을 비교한 것임



5. 결론

이번 조사 결과 2019년 기업의 문화예술 지원 총액은 2,081억 4천4백만 원이며, 지원기업수는 547개사, 지원건수는 1,431건으로 집계되었다. 전년도 조사 결과와 비교하여 지원 금액은 2.1%, 지원건수와 지원기업수는 각각 7.0%, 6.2% 증가한 수치이다. 기업의 문화예술 지원 금액은 전년도 조사에서 처음 2,000억 원을 넘어섰고 2019년, 또 다시 1996년 본 조사 시작 이래 최대 규모를 기록하였다.

지원 총액이 증가한 것은 한국문화예술위원회 조건부기부금 확대와 유통·숙박·레저 업계 기업과 자산신탁사들의 미술 분야 지원 확대가 주요 원인으로, 특히 자산신탁사들의 공공미술 사업 관련 기부금이 47억 2천6백 원으로 큰 비중을 차지하였다. 이와 같은 조사 결과는 부동산 업계 활황에 따라 관련 기업들의 공익 활동이 증가한 것이 원인으로 추정된다. 2017년 이후 감소세를 보였던 지원기업수와 지원건수가 증가세로 전환했고, 이는 다양한 예술 지원 주제에 의해 지원 활동이 활성화 되었다는 측면에서 문화예술계에 긍정적 영향으로 평가된다.

기업 문화재단을 통한 지원금액은 전년 대비 4.9% 감소한 997억 원으로 전체 문화예술 지원 총액의 47.9%의 비중을 차지하였다. 문화재단 지원금액은 2000년대 들어 꾸준히 증가해 2018년 전체 지원 총액의 과반수를 넘어섰으나 이번 조사에서 감소세로 돌아섰다. 이는 2018년부터 진행된 공익법인 실태조사와 관련법 개정 등 제도적 변화에 따른 혼란으로 모기업 및 관련 계열사의 출연금과 기부금을 통해 지원 사업을 운영하는 문화재단의 활동이 위축된 영향으로 분석된다.

대표적인 문화예술 지원 창구 역할을 해온 문화재단의 지원 규모가 감소한 반면 개별기업이 직접 예술계에 지원한 금액은 10.1% 증가한 1,092억 4천4백만 원으로 나타났고 이 결과는 기업들이 문화재단을 통한 활동 외에 직접 사업을 통한 지원에 더욱 집중한 것으로 해석할 수 있다. 이러한 여파는 지원 총액에서 가장 큰 비중을 차지하고 문화예술 활동의 플랫폼 역할을 하는 인프라 분야 지원금액 감소로도 이어졌다. 기업이 문화재단 지원을 축소하고 이에 따른 영향으로 문화재단은 자체 운영하는 갤러리, 복합문화공간 등에서 진행하는 사업 운영비를 줄여 인프라 분야 지원금액이 54억 9천7백만 원 감소한 것으로 나타났다.

사회적으로 공익법인 운영의 투명성이 강조되면서 공익법인의 관리·감독 강화를 위한 추가적인 제도가 도입되고 있다. 기업이 공익법인에 출연한 재산은 공공재산으로써 관련 법규에 따라 고유목적에 부합하는 방향으로 사용되어야 한다. 그러나 공익법인에 대한 규제 일변도의 정책은 민간부문 주요 예술 지원 주체인 기업 문화재단의 사업을 위축시킬 수 있고, 건전한 공익재단의 활발한 공익 활동을 저해할 우려가 있다. 따라서 기업재단의 역할을 위축시키는 규제를 완화하여 공익법인들의 기여 확대를 촉진하는 합리적인 정책과 제도적 뒷받침이 필요한 시점이다.

2020년 코로나19 바이러스의 확산으로 문화예술계는 위기에 직면해 있다. 사회적 거리두기의 영향으로 공연, 전시, 축제 등 대면 방식의 전통적 예술 활동 자체가 불가능한 상황에서도 예술가와 예술단체들은 온라인 콘텐츠 개발, VR 전시 등 비대면 방식의 활동을 통해 뉴노멀 시대에 대응하고 있다. 이에 대한 정부의 지원도 확대되고 있으나 새로운 방식의 예술 활동에 대한 준비 과정이 부족한 상황에서 대응을 위한 시간적, 물리적 한계가 나타나고 있다.

최근 3년간 문화예술 지원 규모는 소폭이나마 지속적인 증가세를 보이고 있으나 코로나19 사태가 장기화될 경우 기업들의 문화예술 지원 활동 또한 위축될 우려가 크다. 2020년 상반기 국내 매출액 상위 11개 기업이 금융감독원 전자공시시스템에 공시한 반기보고서에 따르면 2020년 상반기 기부금은 작년 같은 기간보다 기업별 최대 70% 이상 감소한 것으로 나타났다.

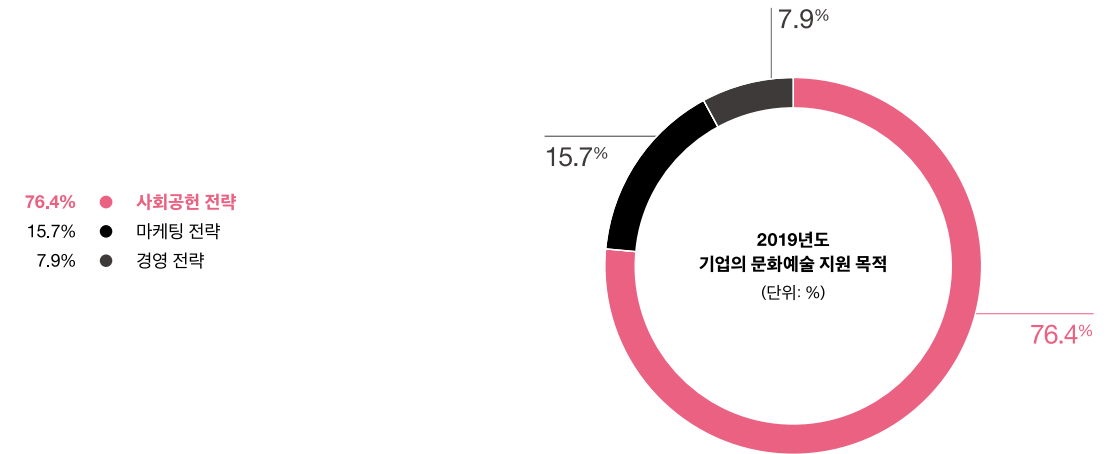
다만 이러한 우려 상황에서도 기업은 사회적 책임을 다하기 위해 사회 위기 극복에 필요한 지원 활동을 펼칠 것으로 보인다. 2011년 동일본 대지진 이후 일본 도요타자동차는 지진 피해를 입은 도호쿠 지역에서 다양한 예술 치유 프로젝트를 진행하기도 했다. 이에 문화예술계도 기업의 호혜적 예술 지원을 기대하기보다는 문화예술이 지닌 창의성과 정서적 치유 기능을 발휘한 콘텐츠를 개발하여 기업이 재난 여파로 지친 사회와 국민을 위해 추진하는 공익 사업에 협력하는 등 기업 경영 활동의 파트너로서 상생 전략을 모색할 필요가 있다. 기업은 자금 지원 방식 외에도 기업이 지닌 혁신 기술 등 유무형의 자산을 활용하여 4차 산업혁명과 코로나 시대의 흐름에 따른 비대면 예술 활동에 협력할 수도 있다. 또한 정부와 관계 부처는 이러한 시대적 변화와 위기 해결을 위한 민간 차원의 예술 협력 활동이 활성화될 수 있도록 이에 대한 지원 방안을 제시할 필요가 있다.

이와 같이 기업과 문화예술계, 정부가 상생을 위한 혁신적 협력 방안을 도모하여 다양한 시대 변화에 함께 대응해 나감으로써 사회 위기 극복과 국민의 문화적 삶을 증진에 기여할 수 있기를 기대해본다.

Part 2. '2019년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사' 세부 분석

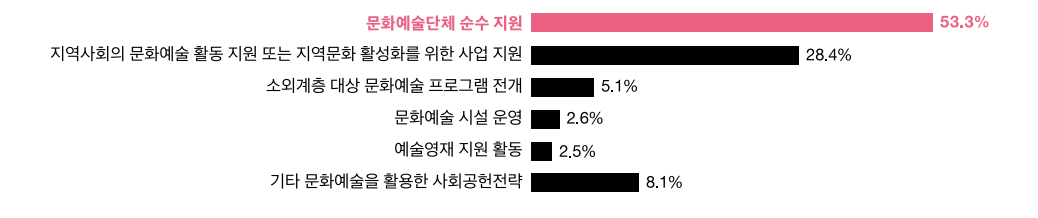
1. 기업의 문화예술 지원 목적 및 내용

기업의 문화예술 지원 목적에 대해 살펴보면, 사회공헌 전략 차원의 지원이 76.4%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 다음으로 마케팅 전략 15.7%, 경영 전략 7.9% 순이었다. 문화예술을 사회공헌 전략의 수단으로 활용하는 기업의 비중은 전년도 81.0%에서 소폭 하락하였으나 기업이 문화예술을 활용하는 대표적인 유형으로 조사되었다.



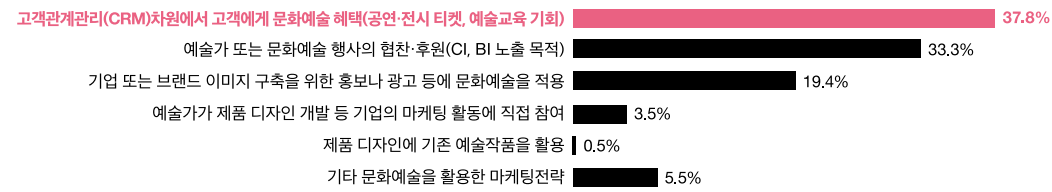
사회공헌 전략의 활동내용을 세부적으로 살펴보면, '문화예술단체 순수 지원'이 전년 대비 5.1% 증가하여 53.3%, '지역사회의 문화예술 활동 지원 또는 지역문화 활성화를 위한 사업 지원' 28.4%, '기타 문화예술을 활용한 사회공헌전략' 8.1%, '소외계층 대상 문화예술 프로그램 전개' 5.1%, '문화예술 시설 운영' 2.6%, '예술영재 지원 활동' 2.4%의 순이었다. '문화예술단체 순수 지원' 비중이 과반 이상으로 나타난 것은 기업의 메세나 활동이 일방향의 호혜적 지원에 집중되어 있어, 기업의 문화예술을 활용한 사회공헌 전략을 보다 다각화할 필요성이 있음을 보여주는 결과로 해석할 수 있다. '지역사회의 문화예술 활동 지원 또는 지역문화 활성화를 위한 사업 지원', '소외계층 대상 문화예술 프로그램 전개' 비율은 전년도 조사 결과와 비슷한 비중을 유지한 반면 '예술영재 지원 활동'은 전년 대비 3.0% 감소하였다.

2019년도 기업의 문화예술 지원 목적의 '사회공헌전략' 활동 세부 내용 (단위: %)



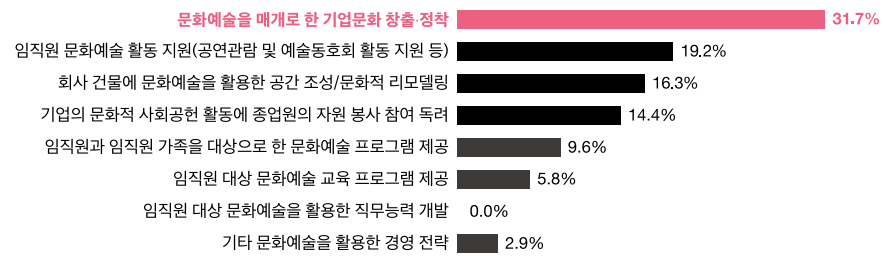
마케팅 전략의 활동내용을 살펴보면 '고객관계관리(CRM)차원에서 고객에게 문화예술 혜택(공연·전시 티켓, 예술교육 기회 등) 제공' 37.8%, '예술가 또는 문화예술 행사의 협찬·후원(CI, BI 노출 목적)'이 33.3%, '기업 또는 브랜드 이미지 구축을 위한 홍보나 광고 등에 문화예술 적용' 19.4%, '기타 문화예술을 활용한 마케팅 전략' 5.5% 등의 순이었다. 초청 전시, 음악회 등과 같은 '고객관계관리(CRM)차원에서 고객에게 문화예술 혜택(공연·전시 티켓, 예술교육 기회 등) 제공' 목적의 활동이 전년 대비 14.9% 감소하였으나 전년도에 이어 마케팅 전략에서 가장 주요한 목적으로 나타났다. 기업이 마케팅 전략의 일환으로 외부 예술가 또는 문화예술 행사에 협찬·후원하는 비중이 2018년 43.0% 급감한 데 이어 2019년도에도 0.7% 감소한 반면 기업의 브랜드 이미지 구축을 위한 홍보 활동에 문화예술을 접목한 경우는 2018년과 2019년에 각각 4.1%, 7.6% 증가세를 보였다. 이와 같은 결과는 기업들이 단순 후원사 표기 등 전통적 방식의 마케팅 전략을 넘어 문화예술을 마케팅 활동의 콘텐츠로서 활용하는 전략을 확대하고 있는 것이 주요 원인으로 분석된다.

2019년도 기업의 문화예술 지원 목적의 '마케팅전략' 활동 세부 내용 (단위: %)



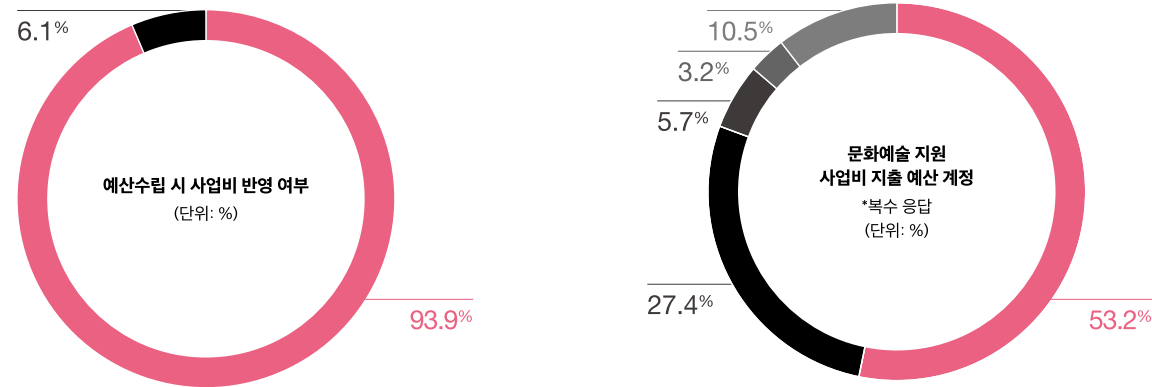
경영전략의 활동내용을 살펴보면, '문화예술을 매개로 한 기업문화 창출/정착' 31.7%, '임직원 문화예술 활동 지원(공연관람 및 예술동호회 활동 지원 등)' 19.2%, '회사 건물에 문화예술을 활용한 공간조성(문화적 리모델링)' 16.3%, '기업의 문화적 사회공헌 활동에 임직원의 자원 봉사 참여 독려' 14.4%, '임직원과 임직원 가족을 대상으로 한 문화예술 프로그램 제공' 9.6% 등의 순으로 나타났다. 이 중 '회사 건물에 문화예술을 활용한 공간조성(문화적 리모델링)' 목적의 문화예술 지원 비율이 전년 대비 15.3% 상승하며 가장 주요한 경영전략 활동으로 나타났다. 이는 다양한 아티스트와의 협업을 통한 매장 공간 개선, 사옥 내 전시 공간 구성 등 일상 속 문화예술 향유 기회 확대와 기업 이미지 제고, 임직원의 창의적이고 혁신적인 업무 분위기 조성을 위한 활동이 증가한 결과로 해석된다.

2019년도 기업의 문화예술 지원 목적의 '경영전략' 활동 세부 내용 (단위: %)



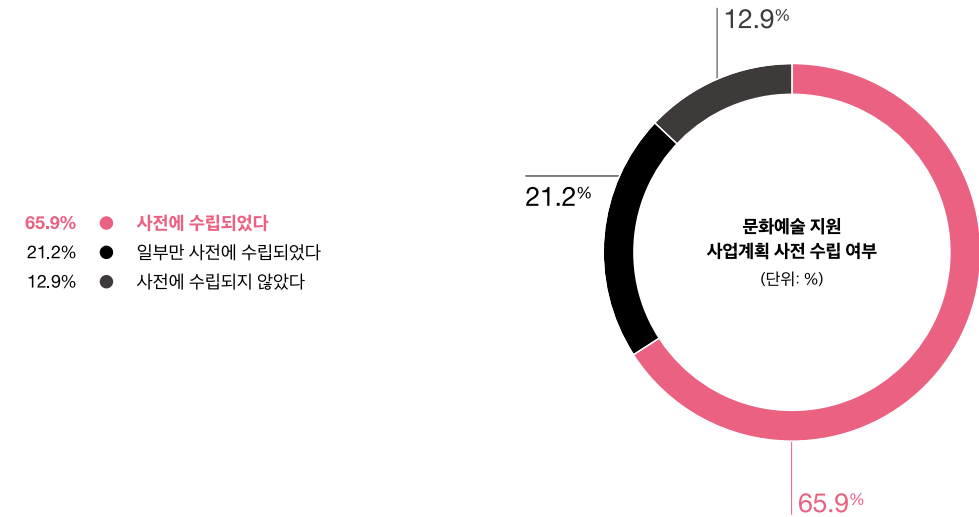
문화예술 지원 사업비를 예산수립시 반영하는지에 대한 여부는 응답기업의 93.9%가 예산 수립 시 문화예술 지원 사업비를 '반영한다'고 답하였다.

문화예술 지원 사업비가 지출되는 예산 계정으로는 '사회공헌비(기부금)'가 53.2%, '마케팅비(홍보비 포함)' 27.4%, '판관비' 5.7%, '복리후생비' 3.2%, 순으로 나타났다.



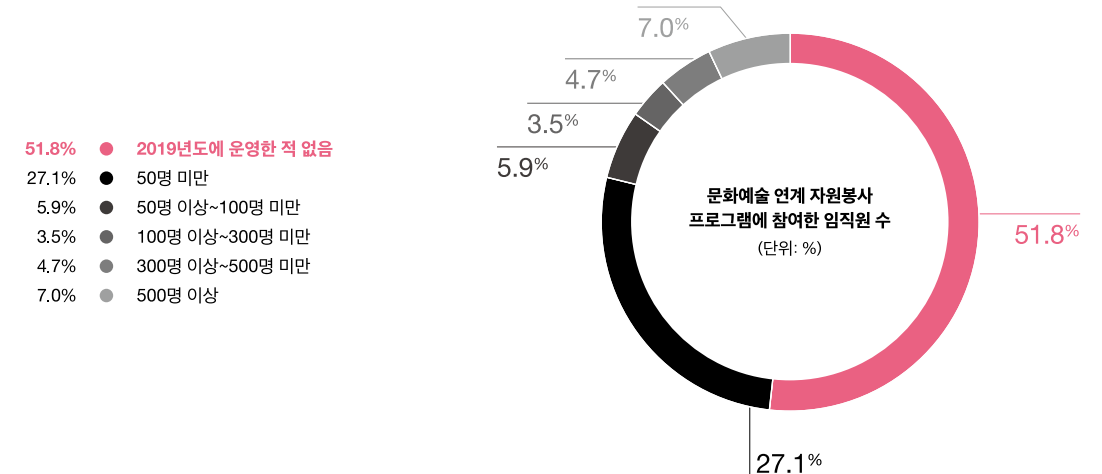
- 93.9% ● 반영한다
- 6.1% ● 반영하지 않는다
- 53.2% ● 사회공헌비(기부금)
- 27.4% ● 마케팅비(홍보비 포함)
- 5.7% ● 판관비
- 3.2% ● 복리후생비
- 10.5% ● 기타

문화예술 지원 사업계획 사전 수립 여부에 관한 질문에는 응답기업의 65.9%가 '사전에 수립되었다'고 응답하였으며, 21.2%는 '지원한 사업 중 일부만 사전에 수립되었다'고 응답하였다. 문화예술 지원 사업의 사전 수립 비율은 전년 대비 8.8% 감소하였지만, 사업비가 예산 수립 시 반영된 비율이 전년 대비 0.3% 상승한 것으로 나타나 전반적인 기업의 문화예술 지원 활동이 사전 계획 수립을 통해 체계적으로 운영되고 있음을 나타낸다.



- 65.9% ● 사전에 수립되었다
- 21.2% ● 일부만 사전에 수립되었다
- 12.9% ● 사전에 수립되지 않았다

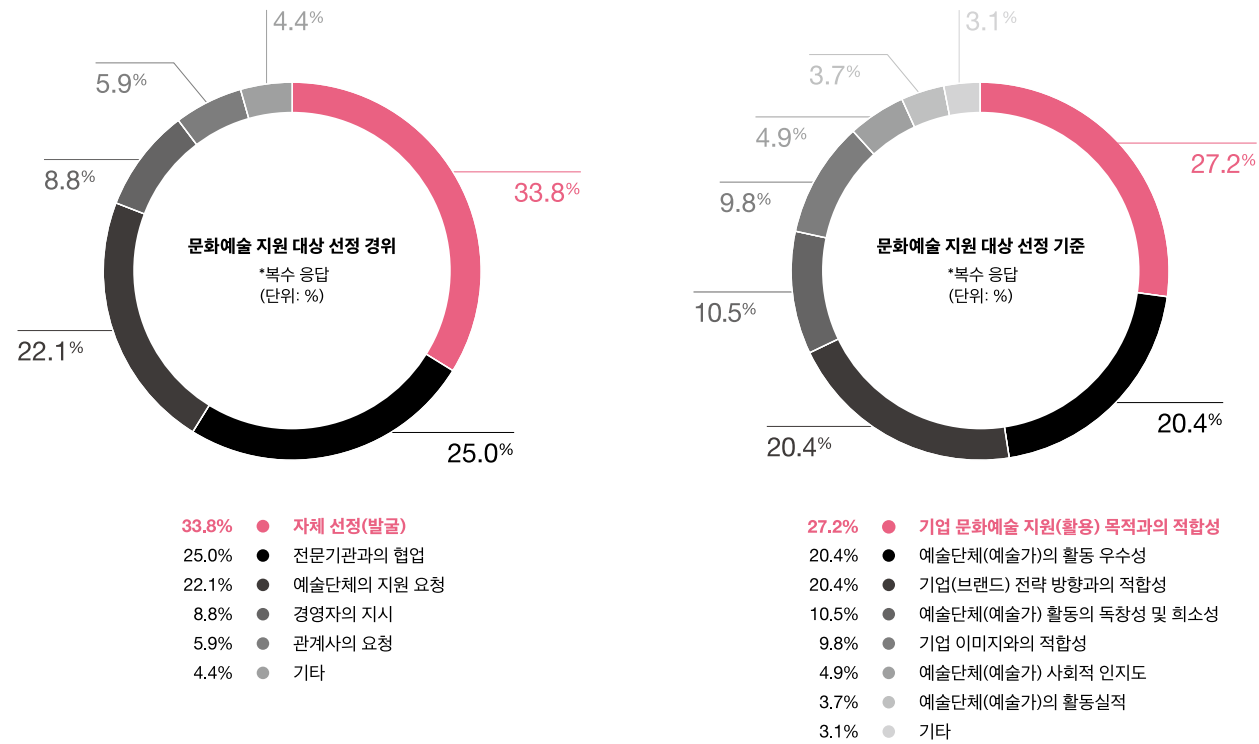
문화예술 연계 자원봉사 프로그램에 참여한 임직원의 수에 대한 조사 결과, '2019년도에 문화예술 연계 자원봉사 프로그램을 운영하지 않았다'는 응답이 51.8%로 가장 많았고, 해당 프로그램을 운영한 경우 참여 임직원 수가 '50명 미만'이 27.1%, '50명 이상 100명 미만' 5.9%, '100명 이상 300명 미만' 3.5%, '300명 이상 500명 미만' 4.7%, '500명 이상' 7.1%로 조사되었다. 기업의 문화예술 연계 자원봉사 프로그램 운영 비율이 전년 대비 5.5% 감소하였으나 대기업을 중심으로 차별화된 사회공헌 전략과 조직 관리의 일환으로 봉사 프로그램에 문화예술을 지속적으로 활용하고 있는 것으로 나타났다.



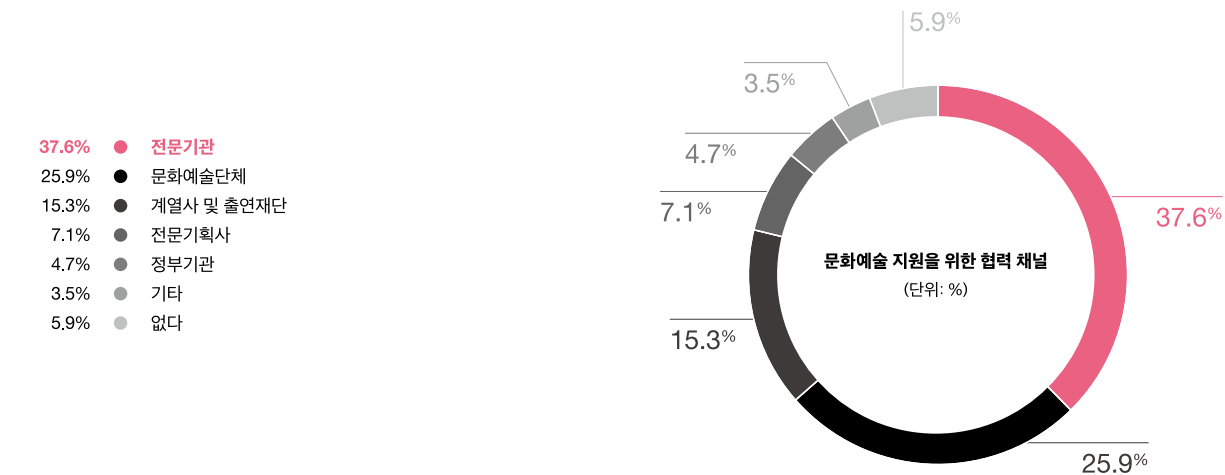
- 51.8% ● 2019년도에 운영한 적 없음
- 27.1% ● 50명 미만
- 5.9% ● 50명 이상~100명 미만
- 3.5% ● 100명 이상~300명 미만
- 4.7% ● 300명 이상~500명 미만
- 7.0% ● 500명 이상

문화예술 지원 대상 선정 경위는 '자체 선정'이 33.8%로 가장 높았고, '전문기관과의 협업' 25.0%, '예술단체의 지원 요청' 22.1%, '경영자의 지시' 8.8%, '관계사의 요청' 5.9% 순으로 나타났다.

지원 대상 선정 기준으로는 '기업의 문화예술 지원 목적과의 적합성'이 27.2%로 가장 많았고, '예술단체의 활동 우수성'과 '기업 전략 방향과의 적합성'이 각각 20.4%, '예술단체 활동의 독창성 및 희소성' 10.5%, '기업 이미지와의 적합성' 9.9%, '예술단체의 사회적 인지도' 4.9%, '예술단체의 활동실적'이 3.7%의 순으로 문화예술 지원 대상을 선정하는 것으로 조사되었다. 전년도에 이어 '기업의 문화예술 지원 목적과의 적합성'과 함께 '기업 전략 방향과의 적합성'을 고려하여 지원 대상을 선정한다는 응답이 가장 높게 나타났다. 이는 기업이 문화예술을 지원함에 있어 일방향적 순수 지원 활동에 그치는 것이 아니라 기업이 추구하는 경영 목적 달성에 문화예술이 기여할 수 있기를 기대하고 있음을 나타내는 결과로 해석된다.

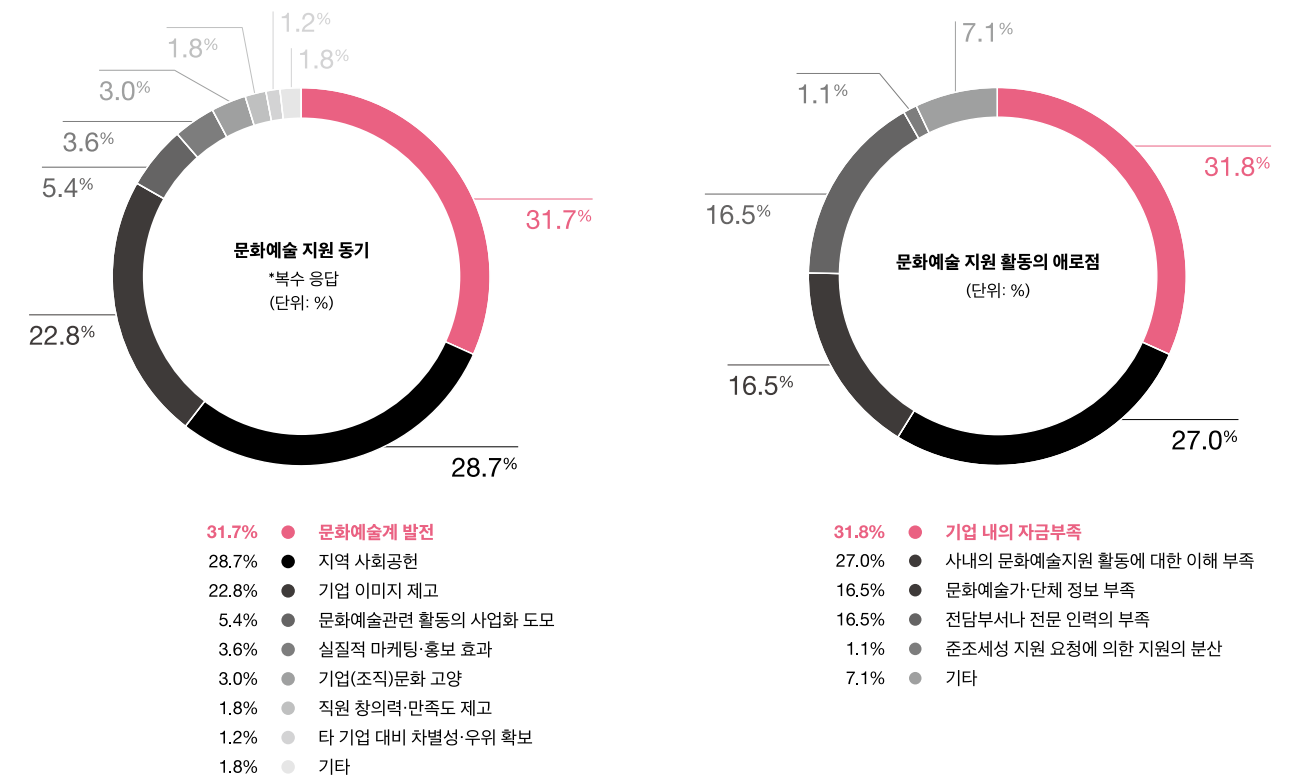


문화예술 지원을 위한 협력 채널로는 '전문기관'이 37.6%, 로 가장 많았고, 다음으로 '문화예술단체'가 25.9%, '계열사 및 출연재단' 15.3%, '전문기획사' 7.1%, '정부기관' 4.7% 등으로 조사되었다. '협력단체가 없다'고 응답한 경우는 5.9%로 나타났다.



문화예술 지원 동기로는 '문화예술계 발전' 31.7%, '지역 사회공헌' 28.7%, '기업 이미지 제고' 22.8% 등의 순으로 나타났다. 이 결과는 기업의 문화예술 지원 활동은 문화예술계 활성화에 기여하는 것뿐만 아니라 문화예술을 통해 지역 사회와 소통, 화합함으로써 기업의 긍정적 이미지를 형성하는 사회공헌 전략으로도 활용되고 있음을 보여준다.

응답기업들은 문화예술 지원 활동의 애로점을 '기업 내 자금 부족' 31.8%, '사내의 문화예술 지원 활동에 대한 이해 부족' 27.0%, '문화예술가·단체 정보 부족' 과 '전담부서나 전문 인력의 부족'이 각각 16.5% 등의 순으로 꼽았다. '기업 내 자금 부족'이 가장 주요한 애로점으로 조사된 것은 저성장 시대와 경기 침체로 인해 기업들이 본연의 경영 성과와 직접적으로 연결될 수 있는 사업에 집중하고 있는 상황을 반영한 것으로 분석된다.



2. 문화예술 지원 사업의 효과 평가

기업의 문화예술 지원 활동 효과는 기업 정당성, 시장 우위, 임직원 혜택의 세 가지 측면으로 분류할 수 있다. 이 세 가지 효과를 유형별로 분석한 결과 '기업 정당성 효과'가 7점 만점에 5.8점으로 가장 높았고, '시장 우위 효과' 5.1점, '임직원 혜택 효과' 4.8점으로 분석되었다. 기업의 문화예술 지원 활동은 모든 측면에서 긍정적인 성과를 나타냈다.

기업의 문화예술 지원 활동 효과(7점 척도)

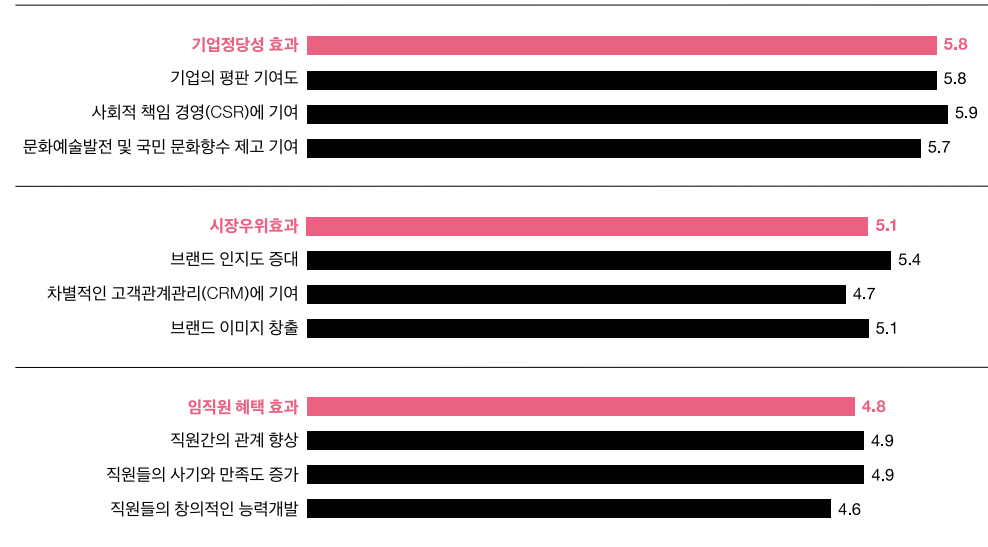
항목	부정(%)	보통(%)	긍정(%)	평균(7점 만점)	
기업 정당성 효과	기업 평판에 기여	1.2	29	69.8	5.8
	사회적 책임 경영(CSR)에 기여	1.2	23.3	75.6	5.9
	문화예술 발전 및 국민 문화향수 증가에 기여	1.2	30.3	68.6	5.7
시장 우위 효과	브랜드 인지도 증대	2.4	47.7	50	5.4
	차별적인 고객관계관리(CRM)에 기여	10.5	57	32.5	4.7
	브랜드 이미지 창출	4.7	44.2	51.1	5.1
임직원 혜택 효과	임직원간의 관계 향상	7	55.8	37.2	4.9
	임직원들의 사기와 만족도 증가	5.8	58.1	36	4.9
	임직원들의 창의적인 능력개발	8.1	60.5	31.4	4.6

이에 대한 세부 내용을 유형별로 살펴보면 **기업의 정당성 효과** 차원에서는 '사회적 책임 경영(CSR)에 기여'가 5.9점으로 가장 높게 나타났고, '기업 평판에 기여' 5.8점, '문화예술 발전 및 국민 문화향수 증가에 기여'가 5.7점으로 나타났다. 최근 4년간의 조사 결과 문화예술 지원 효과를 '사회적 책임 경영에 기여'로 인식하는 응답 점수가 가장 높았으며, 앞서 '기업의 문화예술 지원 목적'에 대한 응답 결과에서도 사회공헌 전략 차원의 지원이 가장 높은 비율을 보인 것을 고려할 때 기업은 주로 사회공헌 전략 차원에서 문화예술을 지원하고 이에 대해 긍정적인 효과가 있었다고 평가하는 것으로 해석된다.

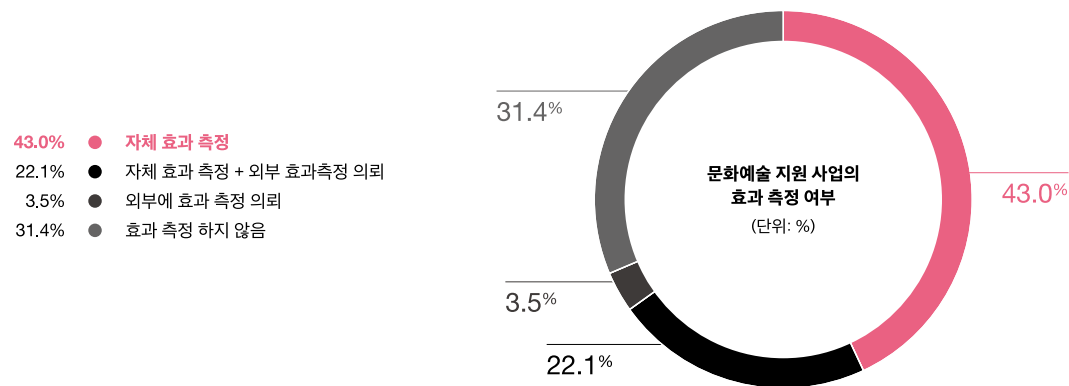
시장 우위 효과 차원에서는 '브랜드 인지도 증대'가 5.4점, '브랜드 이미지 창출'이 각각 5.1점, '차별적인 고객관계관리(CRM)에 기여' 4.7점으로, 기업이 브랜드 이미지 관리 전략에 있어 문화예술 지원 활동이 긍정적 효과를 창출하는 것으로 인식하는 비율이 가장 높게 나타났다.

임직원 혜택 효과 차원에서는 '임직원간의 관계 향상'과 '임직원들의 사기와 만족도 증가'가 각각 4.9점, '직원들의 창의적인 능력개발' 4.6점의 순이었다. 이는 문화예술이 임직원간 관계, 임직원과 조직간 관계에도 긍정적 영향을 미치는 것으로 인식하고 있음을 나타내는 결과이다.

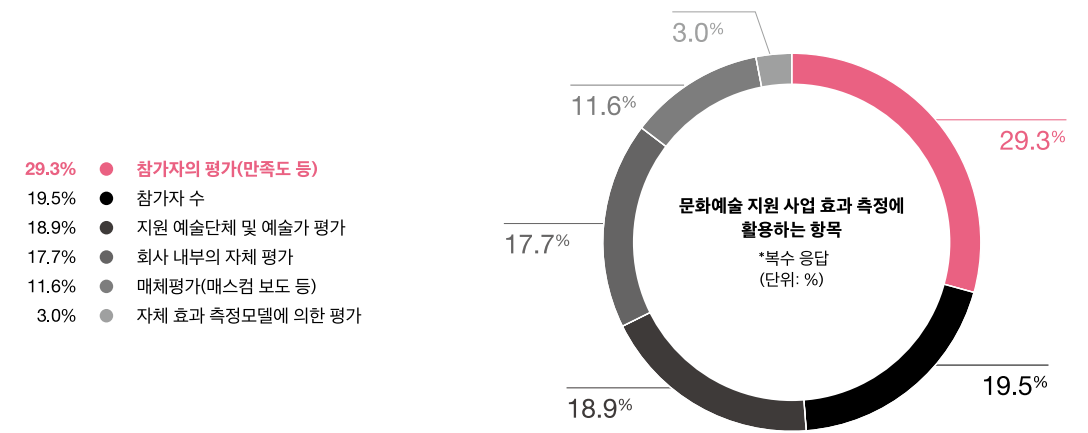
문화예술 지원 활동의 유형별 효과(7점 척도)



문화예술 지원 사업의 효과 측정에 대한 설문 결과, '자체 효과 측정을 하고 있다'는 응답이 43.0%, '자체 및 외부 효과 측정' 22.1%, '외부에 효과 측정 의뢰' 3.5% 순으로 나타나 문화예술 지원 사업에 대한 효과 측정 비율이 68.6%로, 전년 대비 11.3% 증가하였다. 이 결과는 기업이 문화예술을 지원하며 가시적 효과를 기대하는 것뿐만 아니라 객관적 지표를 통해 지원 효과를 평가 분석하는 추세를 나타낸다.



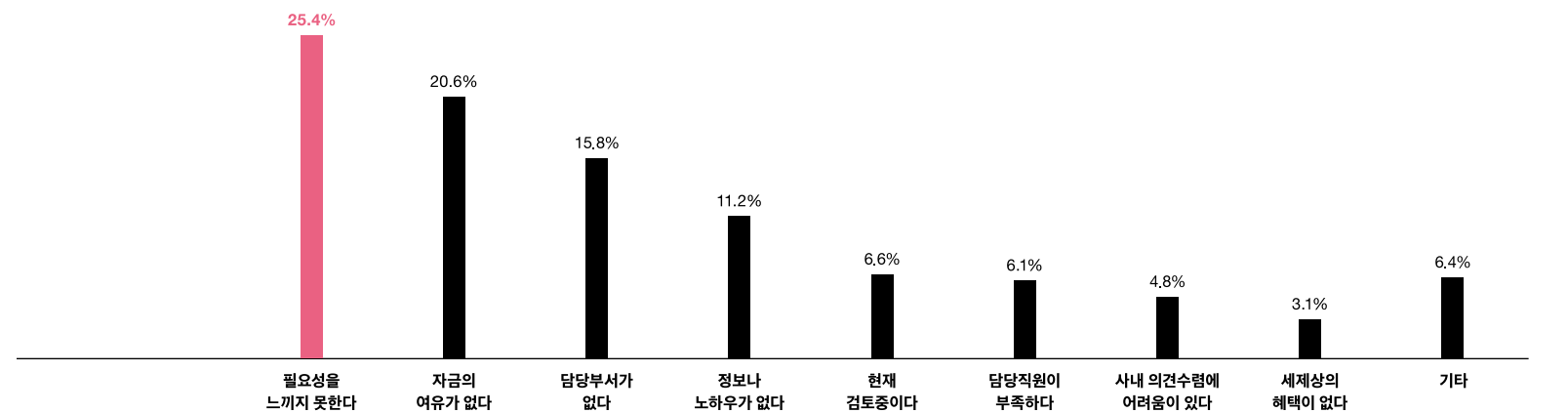
문화예술 지원 사업의 효과 측정 항목으로는 '참가자의 평가' 29.3%, '참가자 수' 19.5%, '지원 예술단체 및 예술가 평가' 18.9%, '회사 내부의 자체 평가' 17.7%, '매체평가' 11.6% 등의 순으로 조사되었다.



3. 2019년도 문화예술 지원 미실시 기업의 인식

문화예술 지원 활동을 실시하지 않는다고 응답한 기업들을 대상으로 그 이유를 조사하였다. 조사 결과 '필요성을 느끼지 못한다' 25.4%, '자금의 여유가 없다' 20.6%, '담당부서가 없다' 15.8%, '정보나 노하우가 없다' 11.2%, '현재 검토 중이다' 6.6%, '담당직원이 부족하다' 6.1%, '사내 의견수렴에 어려움이 있다' 4.8% 등의 순으로 미실시 이유가 조사되었다.

문화예술 지원 활동 미실시 기업이 가장 많이 응답한 미실시 이유와 지원 실적이 있는 기업들이 응답한 문화예술 지원활동의 애로사항이 유사한 결과를 보였다. 또한 '기업 경영에 실질적인 도움이 되는 세계 혜택 등 제도적 지원이 필요하다' 등의 의견이 다년간 지속적으로 조사되고 있다. 이와 같은 결과는 지원 활동 실시 여부와 관계없이 전반적인 기업들이 문화예술 지원 필요성에 대한 인식 부재와 자금 여력 부족으로 인해 문화예술 지원에 참여하거나 지원 활동을 확대하지 못하고 있음을 의미한다. 또한 문화예술 지원의 긍정적 효과에 대한 인식 개선과 함께 문화예술을 지원하는 기업들의 사회적 기여 활동에 대한 예우 차원에서 경영 활동에 직접적인 도움이 되는 인센티브를 제공하는 등 기업의 참여를 유도할 수 있는 실질적인 방안 모색의 필요성 보여준다.



연도	분야									분야									연도	
	공연예술	축제·행사	클래식	연극	뮤지컬	무용	미술·전시	영상·미디어	인프라	전통·민속	국악	전통예술	국악·전통예술	문학	문화예술교육	비주류·다원예술	기타	총 계		(지원건수)
1996	25,596	-	-	-	-	-	22,351	3,866	42,289	10,272	-	-	-	1,740	-	-	5,580	111,694	1,183	1996
1997	27,429	-	-	-	-	-	31,897	2,371	34,628	4,527	-	-	-	1,786	-	-	10,500	113,138	1,128	1997
1998	5,801	-	-	-	-	-	21,284	1,561	49,500	3,560	-	-	-	1,097	-	-	8,681	91,484	662	1998
1999	11,417	791	-	-	-	-	18,161	3,971	94,943	1,189	-	-	-	2,427	-	-	3,273	136,172	1,160	1999
2000	14,147	4,817	-	-	-	-	10,184	1,875	17,342	117	-	-	-	2,376	9,508	-	1,417	61,783	1,050	2000
2001	9,825	1,530	-	-	-	-	2,303	1,613	64,065	347	-	-	-	2,276	187	-	10,452	92,598	1,034	2001
2002	16,618	2,028	-	-	-	-	1,900	1,685	34,500	294	-	-	-	1,062	627	-	13,279	71,993	987	2002
2003	59,525	17,185	-	-	-	-	7,425	5,545	54,888	1,464	-	-	-	1,402	1,084	-	3,221	151,739	4,395	2003
2004	26,775	9,917	-	-	-	-	96,549	428	25,181	448	-	-	-	2,276	3,693	-	5,755	171,022	2,711	2004
2005	-	-	30,163	5,011	-	4,875	80,269	3,730	36,863	-	2,386	2,974	-	3,116	5,943	-	4,730	180,060	2,816	2005
2006	-	-	29,172	5,644	-	2,182	61,503	4,104	45,316	-	1,595	3,728	-	4,444	11,633	-	14,697	184,018	3,182	2006
2007	-	-	22,512	1,671	3,962	1,568	11,594	4,731	76,609	-	1,872	2,980	-	9,491	19,735	-	30,905	187,630	2,402	2007
2008	-	-	22,439	2,113	3,958	2,633	30,499	1,113	35,146	-	1,832	1,522	-	1,360	37,587	-	25,784	165,985	2,389	2008
2009	-	-	18,441	2,858	3,587	4,515	37,167	3,404	32,778	-	921	1,135	-	3,252	32,654	-	16,979	157,690	2,706	2009
2010	-	-	22,022	3,669	4,611	2,524	40,654	3,663	39,895	-	1,645	3,036	-	3,884	34,634	-	13,264	173,501	1,940	2010
2011	-	-	21,385	4,001	4,601	2,752	10,585	4,662	77,488	-	2,297	3,148	-	3,379	19,662	-	8,728	162,690	1,608	2011
2012	-	-	15,093	2,060	3,586	2,342	8,106	4,457	85,679	-	2,531	4,292	-	4,102	23,470	-	4,554	160,272	1,357	2012
2013	-	-	20,651	3,748	4,401	1,725	9,521	3,670	97,249	-	5,271	2,649	-	2,459	19,800	-	4,180	175,323	1,832	2013
2014	-	-	20,495	4,952	5,112	2,817	12,695	4,582	98,934	-	6,133	2,475	-	4,417	10,719	-	3,854	177,185	1,659	2014
2015	-	-	20,142	5,370	5,655	3,243	16,496	4,071	95,892	-	6,680	3,136	-	3,546	11,015	-	5,278	180,523	1,545	2015
2016	-	-	16,560	4,613	4,349	2,087	17,271	3,511	118,487	-	-	-	9,639	2,852	11,221	3,684	8,306	202,581	1,463	2016
2017	-	-	17,759	4,273	3,426	1,374	17,767	2,652	111,663	-	-	-	8,804	4,125	11,226	4,371	6,872	194,312	1,415	2017
2018	-	-	17,713	3,219	3,657	1,917	16,998	3,306	119,428	-	-	-	7,462	3,762	15,617	3,365	7,512	203,954	1,337	2018
2019	-	-	17,744	3,580	3,740	1,884	23,848	3,637	113,932	-	-	-	6,285	3,658	17,184	3,821	8,833	208,144	1,431	2019
전년 대비	-	-	▲ 0.2	▲ 11.2	▲ 2.3	▼ 1.7	▲ 40.3	▲ 10.0	▼ 4.6	-	-	-	▼ 15.8	▼ 2.8	▲ 10.0	▲ 13.6	▲ 17.6	▲ 2.1	▲ 7.0	

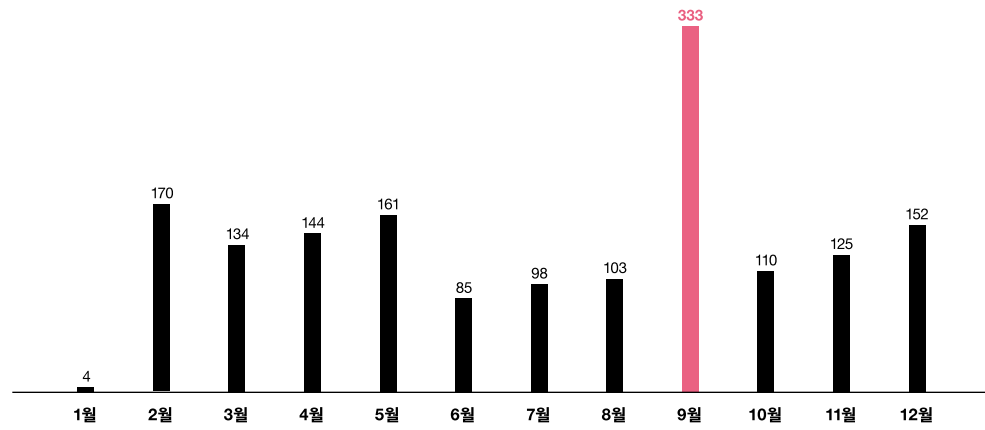
- 공연예술, 축제·행사: 2005년부터 클래식, 국악, 무용, 연극으로 세분화하여 집계
- 뮤지컬: 2007년부터 연극분야에서 분리하여 별도로 집계
- 미술·전시: 2007년부터 목적, 용도별로 집계 분산^⑤
- 인프라: 2009년부터 인프라 건립비용 제외
2011년부터 기업 운영 갤러리 지원사업을 인프라 운영비로 집계^⑥
- 문화예술교육: 2014년부터 유통업계의 문화센터 교육실적 제외
- 국악: 2016년부터 전통예술과 합산하여 집계
- 전통예술: 2016년부터 국악에 합산하여 집계
- 비주류·다원예술: 2016년부터 집계

⑤ 미술관의 컬렉션 비용은 인프라 분야의 미술관 운영비용으로 산정, 개별기업의 미술품 구입, 설치 및 전시비용 포함

⑥ 기업이 운영하는 갤러리의 경우, 미술·전시 분야에 대한 직접지원이라기 보다 인프라 운영을 위한 비용으로 분류

언론보도

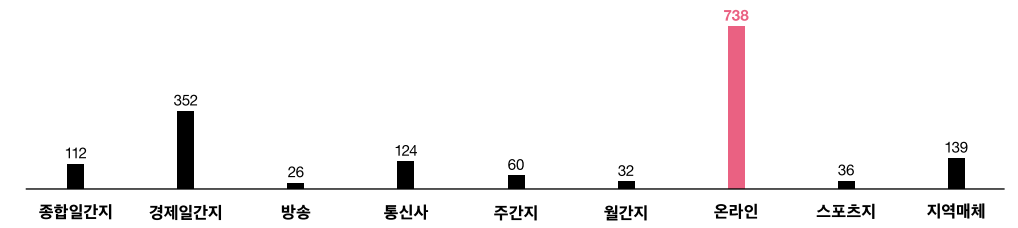
1. 월별 집계(2019.1~2019.12)



월별 언론홍보 집계표

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
건수	4	170	134	144	161	85	98	103	333	110	125	152	1,619
퍼센트	0.2%	10.5%	8.3%	8.9%	9.9%	5.3%	6.1%	6.4%	20.6%	6.8%	7.7%	9.4%	-

2. 매체별 집계

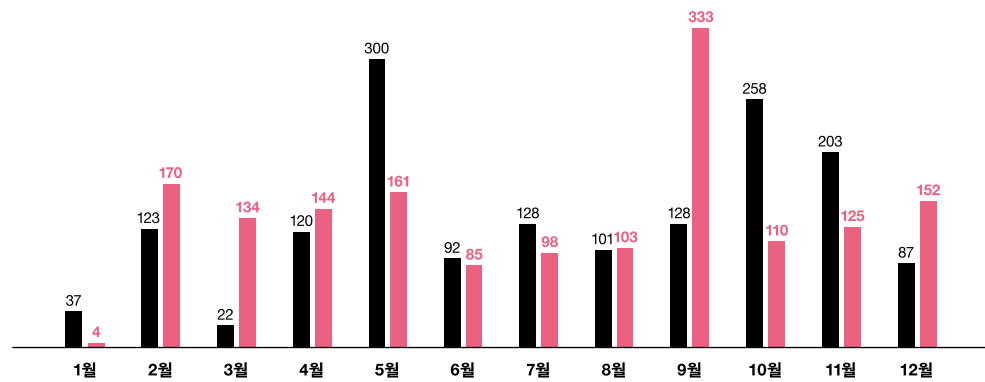


매체별 언론홍보 집계표

구분	종합일간지	경제 일간지	방송	통신사	주간지	월간지	온라인	스포츠	지역 매체	합계
건수	112	352	26	124	60	32	738	36	139	1,619
퍼센트	6.9%	21.7%	1.6%	7.7%	3.7%	2.0%	45.6%	2.2%	8.6%	-

1.1. 전년 대비 월별 집계

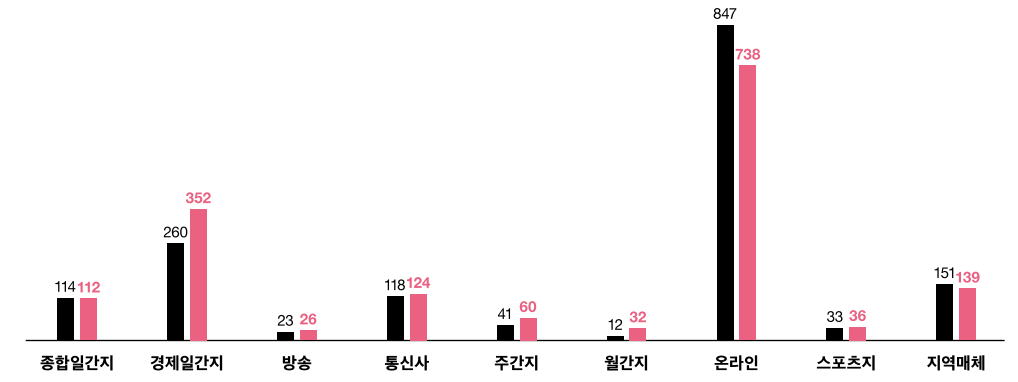
● 2019
● 2018



2018~2019 월별 언론홍보 집계표

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2018	37	123	22	120	300	92	128	101	128	258	203	87
2019	4	170	134	144	161	85	98	103	333	110	125	152

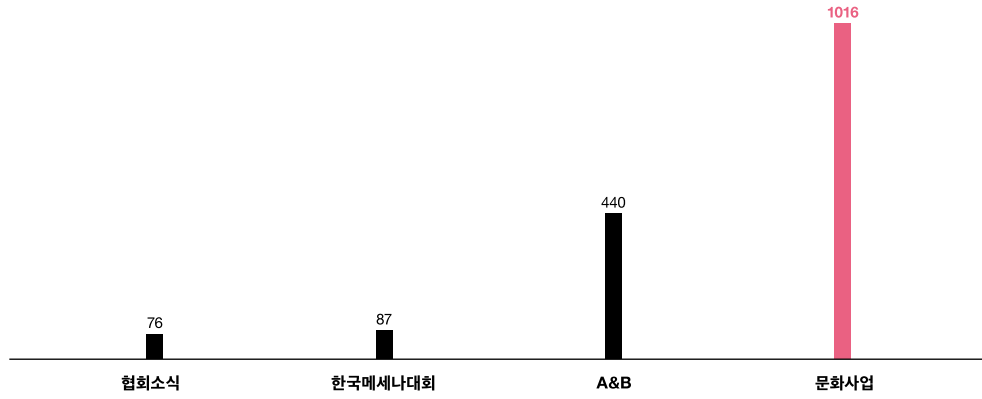
2.1. 전년 대비 매체별 집계



2018~2019 매체별 언론홍보 집계표

구분	종합일간지	경제 일간지	방송	통신사	주간지	월간지	온라인	스포츠	지역 매체
2018	114	260	23	118	41	12	847	33	151
2019	112	352	26	124	60	32	738	36	139

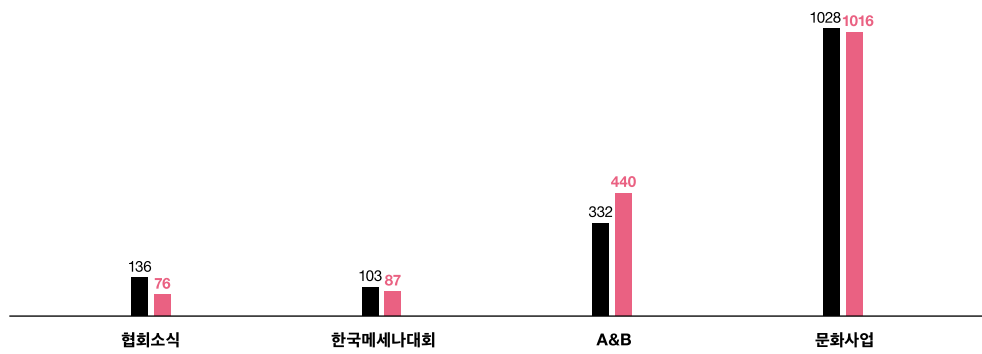
3. 사업별 집계



사업별 언론홍보 집계표

구분	협회소식	한국메세나대회	A&B	문화사업	합계
건수	76	87	440	1,016	1,619
퍼센트	4.7%	5.4%	27.2%	62.8%	-

3.1. 전년 대비 사업별 집계



2018~2019 전년대비 사업별 언론홍보 집계표

구분	협회소식	한국메세나대회	A&B	문화사업
2018	136	103	332	1,028
2019	76	87	440	1,016

2019 주요 언론보도 스크랩

한국일보 2019년 02월 14일 27면 (인물)

메세나협회 부회장에 최운정 파라다이스재단 이사장



한국메세나협회(회장 김영호)는 13일 이사회를 열고 최운정(사진) 파라다이스문화재단 이사장을 협회 부회장으로 선임했다고 밝혔다. 최 이사장은 2009년부터 파라다이스문화재단에 부임해 신진 미술작가를 위한 복합문화공간 '파라다이스 집(PARADIS ZIP)'과 미술작품 2,700여점을 설치한 리조트 '파라다이스시티' 등 새로운 형태의 문화예술 플랫폼을 구축했다. 이 공로로 지난해 제27회 몽블랑 문화예술 후원자상 한국 수상자로 선정된 바 있다.

(5.7~9.0)cr

세종문화회관·메세나협, 기업 문화소비 활성화 MOU

세종문화회관과 한국메세나협회가 기업의 문화소비 활성화를 위한 업무협약을 체결했다. 김성규 세종문화회관 사장과 김영호 메세나협회장이 참석한 가운데 지난 3일 열린 협약식에서 두 기관은 이번 업무협약을 통해 기업의 문화소비 활성화 및 건전한 접대문화 조성을 위해 다양한 협력을 진행할 예정이다. 한국메세나협회는 국공립 공연예술기관으로 선 세종문화회관과 최초로 협약을 맺었다.

양 기관은 기업의 문화소비를 늘리기 위해 문화접대비제도 활성화를 위한 기업담당자 공연 및 전시관람 행사를 공동 추진하고 공연, 전시, CEO(최고경영자)아카데미 등 기업들을 위한 다양한 참여혜택 제공, 기업 메세나 활동 활성화 및 예술기부 확대를 위해 적극 협력하기로 했다.

김성규 세종문화회관 사장(왼쪽)과 김영호 한국메세나협회장. /사진 제공=세종문화회관

배성민 기자 baesm100@

한국경제 2019년 03월 28일 32면 (인물)

메트라이프생명, 예술단체 지원·문화격차 해소 나선다

메세나협회와 '더 기프트' 활동 시작 메트라이프재단, 지원금 2억원 전달 송영록 사장 "지역문화발전 계기 마련"



메트라이프코리아재단(이사장 송영록·사진 오른쪽)이 한국메세나협회와 손잡고 새로운 문화예술 사회공헌활동에 나선다. 메트라이프코리아재단은 지난 26일 서울 역삼동 메트라이프생명 본사에서 메세나협회와 함께 시작하는 문화예술 사회공헌활동인 '더 기프트'를 지원하기 위한 후원금 전달식을 했다. 재단은 이날 2억원의 후원금을 메세나협회에 전달했다. 메트라이프코리아재단은 메트라이프생명이 운영하는 사회공헌재단이다. 메트라이프코리아재단은 '더 기프트'를 통해 문화예술단체 발굴·지원과 문화격차 해소에 나선다. 우선 장애인, 청년 등으로 구성된 문화예술단체를 발굴하고 이들의 공연을 지원해 예술 인재들이 성장할 수 있는 기반을 제공할 예정이다. 또 행사 초청 공연, 대형 무대 공연 등 지속적인 공연 경험을 쌓을 기회를 주고 음악 창작활동 지원과 같은 실질적 성장을 도울 계획이다. 올해는 장애인·비장애인 통합 오케스트라 사회적 협동조합인 '코리아 아트빌리티 체임버'와 한국 전통음악을 현대적으로 재구성한 창작공연을

지역사회의 문화적 격차를 해소할 수 있도록 다양한 장르의 공연 관람 기회도 제공할 예정이다. 특히 문화 소외계층 및 저소득 가정에 양질의 문화예술 공연 관람 기회를 제공함으로써 문화적 육구를 충족시키고 더욱 행복한 삶을 누릴 수 있도록 지원할 방침이다. 재단 이사장을 맡은 송영록 메트라이프생명 사장은 지원금 전달식에서 "문화예술은 많은 사람이 함께 정서적 소통과 감동을 나눌 수 있는 매개체이자 창의적 경영의 원동력"이라며 "새롭게 시작하는 문화예술 사회공헌활동을 통해 우리 지역사회에 따뜻한 정서가 자리잡고 지역문화가 발전하는 계기가 마련되길 기대한다"고 말했다.

시정현 기자 ceoseo@hankyung.com (17.3~10.9)cr

몰라서 못하고, 알아도 안한다... '문화접대' 기업 1.7%뿐

이제는 문화로 인사합시다 ①
**유용대신 '문화선물'하면
 법인세 감면·비용지원까지
 제도 모르는 기업 87% 달해**

맛집에서 즐기는 점심 식사, 카부츠 점심 파다. 파다네 뮤지컬을 관람하는 문화 송년회... 송년회 시선이 돌아오면서 직장인들 사이에 화제가 되고 있는 '기념 송년회'의 변신이다. 1990년 대에는 제비였으면서도 부담 없는 송년회를 즐겼다. 기업들이 고객을 초청하거나 영적여행을 대상으로 공연·전시·영화 관람 등을 즐기는 문화 송년회가 대세가 되고 있는 이유다.

이런 트렌드 변화 속에서도 국내 기업 중 절반 가량은 문화접대비 지원에 주는 정부 제도의 혜택과 공제 혜택을

라 제대로 활용하지 못하고 있다는 조사 결과가 나왔다.

'문화접대비 제도'란 기업 접대비 한도가 초과할 때 문화접대비 지출한 금액의 20%까지 비용으로 추가 인정해 법인세 부담을 줄여주는 것으로 2007년부터 시행하고 있다. 특히 올해부터는 (12월 10일까지) 기업 문화접대비 지출액의 50%까지 최대 100만원 한도에서 정부에서 비용을 지원해주는 사업도 분치고 있다. '중소기업 문화접대비 지원 사업'이다.

기업이 유승·황을 전대할 줄이고 공연·전시·경기 관람 등 문화예술을 통해 즐겨 있는 접대를 늘리도록 돕기 위해 도입됐다. 하지만 최근 한국메세나협회(회장 김경희)가 국내 주요 기업 100곳을 대상으로 설문조사한 결과 문화접대비 제도를 알고 있는 기업은 불과 13.2%에 그친 것으로 나타났다.

알고 있으나 활용하지 않는다는 기업도 132개 기업 중 12.9%에 달했다. 1000개의 조사 대상 기업 중 실제로 문화접대비 제도를 활용한 기업은 177개에 그친 것이다. 조사 대상 1000개 기업의 평균 매출액은 약 206억 원이었고, 평균 접대비는 약 6900만 원이었다. 접대비 비율은 1억 원 이상 지출한 기업이 1 곳이었다. 접대비 지출 중 문화접대비 비율은 0.215%에 불과했다.

문화접대비를 시행한 17개 기업 중에는 공연, 전시, 박물관 입장권을 선불한 기업이 10개였고, 영화관람권은 5개 기업, 음반·도서를 구입한 기업은 7개였다. 올해 2월부터 100만원 이하 미술품 구입도 문화접대비로 인정되고 있다.

만, 실제로 활용한 기업은 전무였다. 이 제도를 활용하지 않는 이유에 대해서는 '문화접대의 방식을 생각해 본 적이 없어서'라는 응답이 35.7%였고, '고객이 문화접대를 원하지 않아서'라는 응답도 26.1%에 달했다. '문화접대 의미가 있으나 구체적인 방법을 몰라서'라는 응답도 7.8%였다. '지방에서 출결 수 있는 문화 콘텐츠 공원이 없어서'라는 의견도 있었다.

문화접대 활용 시 대외사찰으로는 '교과서의 취향 파악이 힘들다'는 응답이 10개사도 가장 많았다. 기업의 34.9%는 '문화접대의 사회적 인식 개선'이 확대에 도움이 될 것이라고 응답했고, 26.8%는 '재치해와 확대'가 도움이 될 것이라고 응답했다. 이는 기업의 접대 문화를 '직원들'을 끄고 보는 인식이 많아 공연·전시 티켓 등을 구입하는 비율이 문화접대비 대상. 복리후생비·마



케팅 등 다른 명목 비용 지출을 더 선호한다는 현실이 제약을 크다는 것을 보여준다. 평균 접대비 지출액 0.31%에 불과한 접대비 한도를 초과한 금액에 대해 세액 감면을 해주는 제도의 혜택을 보기가 쉽지 않다는 것이다.

A34면 계속
 김슬기 기자

베토벤·모차르트와 함께한 문화송년회

이제는 문화로 인사합시다 ②

"제가 영화 '세계'에서 가장 좋아하는 장면은 양조위와 텡웨이기가 식당에서 처음 만나는 순간입니다. 그때 흘러나오는 음악이 프랑스의 인터메조 118-2번입니다. 말년의 거장이 인생의 회한과 사랑의 갈망을 담은 음악이죠. 영화 덕분에 이 음악을 더 좋아하게 됐습니다."

최병서 동덕여대 경제학과 명예교수가 빈 여행기를 프랑스의 선율에 포갰다. 20여 명의 기업인·학자 등 참석자들은 시가 5억 원에 달하는 최고급 오디오를 통해 음악을 듣는 호사도 누렸다.

지난 4일 밤 서울 강남구 청담동 하이파이 클럽에서 열린 문화예술 리더십 포럼 '네오 메디치 포럼'의 문화송년회 자리에서다.

지난해부터 2번째 이어지고 있는 '네오 메디치 포럼'은 한국메세나협회가 결성한 인문 예술을 즐기고 배우는 모임이다. 강경구 GRE파트너스자산운용 대표, 계명대 HK 대표, 구인나 필룩스 조명박물관 관장, 김세영 갤러리 로얄 대표, 김소민 밌트코리아 지사장, 민관기 코스모스악기 대표 등 기업인은 물론 김성규 세종문화회관 대표, 홍승천 한국예술종합학교 교수 등 문화예술



최병서 동덕여대 경제학과 명예교수가 빈과 음악을 주제로 강연하고 있다. (사진 제공=한국메세나협회)

메세나협회 '네오 메디치 포럼'
음악·인문학 강연으로 한해 매듭

계 인사까지 29명이 어울어 함께했다.

2월 뮤지컬 '플레시 댄스', 5월 대한민국의오페라페스티벌의 '나비부인', 9월 정명훈과 드레스덴 슈타츠키벨레 공연 등을 함께 감상했고, 올해를 마무리하는 송년회로 인문학 강연 프로그램을 준비했다.

최 교수는 올해 색 책 '음악으로 짠 비엔나'에 얽힌 이야기를 들려줬다. 빈을 대표하는 음악가인 베토벤과 모차르

트, 슈베르트, 팔리의 음악과 인생 이야기가 이어졌다.

최 교수는 "여행을 다닐 때는 마음 보인다는 말을 좋아하지 않는다. 그건 책에서 배운 걸 확인만 하는 수동적인 자세다. 적극적인 자세로 만나야 볼 수 있는 것을 찾는 것도 의미 있다. 내 눈에만 보이는 게 있다. 그런 걸 찾아보라고 권하고 싶다. 와인이나 미술이든 음악이든 호기심이 있는 한, 자기만의 스토리를 여행에서 찾을 수 있다"고 말했다.

와인과 음악감상, 예술에 대한 이야기가 흘러넘치는 송년회였다. 김관경 니우피플 대표는 "올해 이 모임을 통해

많은 추억을 쌓았고, 좋은 공연도 많이 즐겼다. 내년이 더 기대된다"고 송년회를 하게 된 소감을 말했다. 포럼 멤버들은 지인을 초청해 문화송년회를 즐기기도 했다.

손님으로 초대된 빈지애 케어티스트 대표는 "연말이라 여러 송년회에 참석하고 있는데 이렇게 우아한 분위기에서 음악을 듣고, 배우는 게 있는 송년회라서 특별했다"고 말했다.

한국메세나협회는 올해도 '문화접대비 제도'를 알리기 위해 상담과 홍보를 이어가고 있다. 기업들이 문화송년회를 통해 후원할 예술단체를 찾을 때는 매칭도 성사시켜준다. 기업들에게 문화접대비 제도 등을 더 알리기 위해 올해는 문화송년회를 직접 열게 된 것이다.

'문화접대비 제도'란 기업 접대비 한도가 초과할 때 문화접대비로 지출한 금액의 20%까지 비용으로 추가 인정해 법인세 부담을 줄여주는 것으로 2007년부터 시행하고 있다. 특히 올해부터는 (12월 10일까지) 기업 문화접대비 지출액의 50%까지 최대 100만원 한도 내에서 정부에서 비용을 지원해주는 '중소기업 문화접대비 지원 사업'도 함께 시행되고 있다. 문의 (02) 784-0952 김슬기 기자

"예술가 후원, 대기업만 할 수 있는 건 아니죠"

이제는 문화로 인사합시다 ③

**100만원 한도 50%까지 지원
 "거래처 직원 공연장 초대
 함께 즐기고 후원까지 1석3조"**

서울 세호에 베토벤을 한가운데 자리한 힐튼호텔에서 열리는 별채 성찬회를 맞은 분위기였다. 지난 10일 저녁 이곳 화이트우드에서 열린 베토벤 유정필의 크리스마스 콘서트 '메리 루나' 공연은 중소기업 예술가와 피리리에도 뜻깊은 공연이었다. 거래처 직원 50여 명을 초대 한 문화송년회 자리였기 때문이다.

프리카장사원 무대에서 능률스러운 쇼맨십으로 이날 객석을 들었다 놔둔 유정필 대표는 이날 첫 곡으로 개필 '와이트 크리스마스'를 골랐다. 공연은 내내 송년 분위기로 가득했고 4인조 밴드 코이오르스, 스트라노, 원자해, 소리꾼 소은과 함께 국악, 가요, 클래식 등 장르를 넘나드는 공연을 이어갔다.

100분의 공연을 마치며 유정필 대표는 영문 첫 곡으로 '블라데'를 선택했다. '블라데는 스페인어로 '남다'라는 뜻입니다. 세세에는 모두가 날아오르길 기원하며 부르겠습니다."

객석이 뜨겁게 달아오르자 마지막 곡으로 '베르스 나비디도'가 이어졌다. 빨간색 신디 오자를 쓰고 모든 음악가가 다 무대에 올라 마지막 곡을 소

**중소 문화접대비 지출액
 100만원 한도 50%까지 지원
 "거래처 직원 공연장 초대
 함께 즐기고 후원까지 1석3조"**

향했다.

서울대 상연과의 비르셀로니 라세우 콘서트마로리를 졸업한 유정필 대표는 KBS로 향하던 서울시장 등과 공연했고, 오케라 '라트라베아' '라보렐' 등 주연을 거친 인기 성악가다. 그의 번째 한 에스와이피리리 대표 안연은 오래 전 스페인에서 맺어졌다. 비르셀로니에서 활동하던 시절 유정필 테너를 알게 됐는데 그때부터 개인적으로 후원을 했다. 비 대표는 "회사 문화 접대비 제도를 통해 공연을 후원한 건 처음이다. 지원 제도를 통해서 50만원 미만의 20명을 지원받았다. 연말에 공연을 즐기고 거래처에도 선물을 하고 음악에서 힘든 클래식 공연도 지원하고 1석 3조다. 이렇게 해보니 예술가를 돕는 일이

대기업 회장님만 할 수 있는 게 아니더라고요"라고 말했다.

공연을 기획한 필리피나와 김태희 국장은 "중소기업 문화접대비 지원 사업"이 있다고 해서 신청을 했는데, 연말 공연 성수기에 객석을 다 채우기가 쉽지 않은 와중에 많은 도움을 받았다"고 말했다. 이날 초대를 받은 거래 기업회 이

전하 부장(52)은 노모와 할, 부인까지 온가족이 공연장을 찾았다. 그는 "두 번째 그의 공연을 보게 됐는데 유정필 테너가 너무 노래를 잘하고 재미있더라. 이번에는 가족과 함께 왔다. 음악적인 말이 끝무르듯 진공하고 있어서 더 뜻깊은 공연이었다"고 말했다.

한국메세나협회는 올해도 '문화접대비 제도'를 알리기 위해 상담과 홍보를



유정필 테너가 4인조 밴드 코이오르스와의 연주에 맞춰 크리스마스 캐럴을 열창하고 있다. (사진 제공=유정필)

이어지고 있다. 기업들이 문화송년회를 통해 후원할 예술단체를 찾을 때는 매칭도 성사시켜준다. 에스와이피리리는 그동안 모스틀리피로니 등을 예술 지원 매칭펀드를 통해 후원해온 메세나 기업이다. 올해는 문화 접대를 통해 새로운 방식의 매칭에 도전했다.

'문화접대비 제도'란 기업 접대비 한도가 초과할 때 문화접대비로 지출한

금액의 20%까지 비용으로 추가 인정해 법인세 부담을 줄여주는 것으로 2007년부터 시행하고 있다. 특히 올해부터는 (12월 10일까지) 기업 문화접대비 지출액의 50%까지 최대 100만원 한도에서 정부에서 비용을 지원해주는 '중소기업 문화접대비 지원 사업'도 함께 시행되고 있다. 문의 (02) 784-0952 김슬기 기자

"뜻깊은 문화 송년회... 나를 위한 선물"

이제는 문화로 인사합시다 ④

**두산인프라코어·현대백화점
 문화접대 참석자들 큰 호응**

지난 10월 18일 두산인프라코어 인천공장 글로벌센터 로비에서 깊어가는 가을에 어울리는 음악회가 열렸다. 임직원과 가족, 협력사 인원 200여 명을 초청한 '인친 가을 음악회'다.

이 음악회에는 두산인프라코어가 문화예술 활성화를 위해 지난해 12월 기업과 예술의 만남사업을 통해 메세나 결연을 한 클래식 악단 '클림M'이 함께 했다. 특별 게스트로 소프라노 김



11월 28일 현대백화점 본점 김치파크에서 열린 문화송년회.

하나, 가수 소리새도 함께해 클래식과 가요가 어우러진 풍성한 무대를 선보였다. 공연 도중 끝은 10주년을 맞은 두산 가족의 사연도 소개됐다. 박정훈

선연연구원은 "오늘 음악회가 아이에게는 첫 클래식 공연"이라며 "회사에서 좋은 기회를 마련해 준 덕에 아이에게 문화생활을 선물할 수 있어 소중한 시간이었다"고 소감을 전했다.

이날 손동인 사장은 인사말을 통해 "오늘 음악회로 직원들이 맘 풀려 알하는 공간이 아름다는 선물과 가족의 따뜻한 마음으로 가득 찬 듯하다"며 "연주자들이 정성껏 준비한 음악회를 통해 가족과 함께 풍성하고 즐거운 저녁이 되기를 바란다"고 말했다. 두산인프라코어는 2014년부터 지역사회를 포함한 회사 내·외부에 문화예술 지원 기회를 제공하고 예술단체 지원을 위해 메세나 결연 단체와 음악회를 열어

오고 있다.

지난 11월 28일 현대백화점 본점 김치파크 공연장에서도 현대백화점을 대표하는 명예의전당 에이스메이저 25명을 초대한 문화 송년회가 열렸다. 현대 브랜드 협력사 인원 17명과 현대백화점 대표와 임원도 함께 했다. 소프라노 강수경, 바리톤 박성훈이 오케라 '사랑과 열정', 뮤지컬 '마이 페어 레이디' 등 음악을 회사 직원들 사연을 담은 공연으로 선보여 박수갈채를 받았다. 이날 송년회에 참석한 한 매니저는 "일하면서 별도로 시간을 내지 못했는데, 이런 행사를 통해 따뜻한 문화적 혜택을 누린 것 같다. 간만에 스트레스트 해소되고, 나를 위한 선물을 준 것 같다"고 말했다. 이렇게 국내 대기업들도 문화 송년회를 통해 자사 직원과 거래처를 모두 초청해 즐기는 뜻깊은 송년회를 보내고 있었다.

한국메세나협회는 올해도 '문화접대비 제도'를 알리고 있다. 기업들이 문화 송년회를 통해 후원할 예술단체를 찾을 때는 매칭도 성사시켜준다.

'문화접대비 제도'란 기업 접대비 한도가 초과할 때 문화접대비로 지출한 금액의 20%까지 비용으로 추가 인정해 법인세 부담을 줄여주는 것으로 2007년부터 시행하고 있다. 특히 올해부터는 (12월 10일까지) 기업 문화접대비 지출액의 50%까지 최대 100만원 한도에서 정부에서 비용을 지원해주는 '중소기업 문화접대비 지원 사업'도 함께 시행되고 있다. 문의 (02) 784-0952 김슬기 기자 (서리즈 글)

“문화가 미래”... 공연·영화 신인 창작자 지원

지난 3일 서울 문화재단 대극장에서 열린 공연 지원 사업 시상식이 있었다. 문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다. 문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다. 문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다.



문화재단이 연극·영화 신인 창작자를 지원하는 프로그램인 '11시 콘서트' 시상식 모습. 문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다.

문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다. 문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다. 문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다.

문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다. 문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다. 문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다.

문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다. 문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다. 문화재단은 공연·영화 신인 창작자 지원 사업을 통해 문화계 신인 창작자를 지원하고 있다.

브런치 즐기며 '11시 콘서트'... 15년째 클래식 선율

한화생명

한화생명의 대표적인 메세나 활동은 '한화생명'과 함께하는 예술의전당 11시 콘서트다. 11시 콘서트는 예술의전당에서 매일 둘째 주 목요일 오전 11시에 열린다. 한화생명 후원으로 2004년부터 15년째 관객들에게 아름다운 선율을 전하고 있다. 또한 한화생명 고객을 위해 초청해 아름다운 공연을 즐길 기회를 제공한다. 공연 중간에 무료로 커피를 제공한다. 브런치 케이터링 서비스도 즐기면서 여유를 만끽할 수 있다.



한화생명은 2004년부터 15년째 예술의전당 '11시 콘서트'로 클래식 음악을 시민들에게 전하고 있다.

'11시 콘서트' 프로그램은 일반적인 클래식 음악회와 다름다. 교향곡 및 협주곡의 주요 악장 및 다양한 관현악곡 연주 프로그램으로 한 음악회에서 여러 레퍼토리를 감상할 수 있다. 1년에 한두 번은 오페라 하이라이트 혹은 발레 갈라 공연을 오케스트라 연주와 함께 선보이기도 한다. '11시 콘서트'에선 해설자 역할이 중요하다. '11시 콘서트'의 현재 해설자는 비슬리스트 김성진이다. 부드럽고 따뜻한 음색으로 '11시 콘서트' 연주자들을 해설해 주고 있다. 해설과 함께 대형 프로젝터로 사진 및 영상 등의 다양한 자료를 보여 주기도 한다. 음악의 주요 멜로디를 직접 피아노로 시연할 때도 있다. 클래식 음악을 전혀 접하지 않았거나 다소 어렵다고 느꼈던 관객이 좀 더 편안하게 음악을 접할 수 있는 기회다.

프로그램으로 자리매김했다며 "한화생명 고객들에게 문화를 향유할 좋은 기회로도 사용된다"고 말했다. "한화와 함께하는 교향악축제"는 한화그룹이 2000년부터 후원하고 있는 대표적인 문화·예술 사회공헌 활동이다. 1989년 예술의전당 음악당 개관 1주년 기념으로 첫선을 보인 교향악축제는 클래식계 중에서도 가장 큰 벽을 허물고 다양한 레퍼토리를 소개한다. 국내 음악계의 연주소와 미래를 함께 살피고 있는 국내 대표 클래식축제다. 교향악축제는 해를 거듭할수록 각 지역 교향악단들의 창작 성향을 유도하고 국내 음악가들에게 다양한 연주 무대 기회를 제공하고 있으며, 꾸준히 국내 우수 창작 레퍼토리를 소개하는 등 국내 클래식계 발전의 중추 역할을 수행하고 있다. 또한 고장에서부터 근대, 현

한화생명 관계자는 "한화생명이 후원하는 '11시 콘서트'는 예술의전당 간판 프

대음악까지 아우르는 프로그램으로 관객들에게 매년 색다른 감동과 즐거움을 제공하고 있다. 한화생명 관계자는 "한화생명 고객들에게 문화를 향유할 좋은 기회로도 사용된다"고 말했다. "한화와 함께하는 교향악축제"는 한화그룹이 2000년부터 후원하고 있는 대표적인 문화·예술 사회공헌 활동이다. 1989년 예술의전당 음악당 개관 1주년 기념으로 첫선을 보인 교향악축제는 클래식계 중에서도 가장 큰 벽을 허물고 다양한 레퍼토리를 소개한다. 국내 음악계의 연주소와 미래를 함께 살피고 있는 국내 대표 클래식축제다. 교향악축제는 해를 거듭할수록 각 지역 교향악단들의 창작 성향을 유도하고 국내 음악가들에게 다양한 연주 무대 기회를 제공하고 있으며, 꾸준히 국내 우수 창작 레퍼토리를 소개하는 등 국내 클래식계 발전의 중추 역할을 수행하고 있다. 또한 고장에서부터 근대, 현

박성민 기자 myoon@herkyung.com (17.3-19.9)in

기업, 문화예술 교육 지원 40% 늘려... '제2의 조성진·김설진' 발굴

(박아니스트) (현대무용가)

"무용수가 되려면 무엇보다 해야 할 게 뭐냐?" "무용 할 작품을 올리려면 얼마나 준비해야 하나?" "무용수 100여 명이 손을 들고 만나며 질문을 쏟아냈다. 지난 5월 서울 예술동 LG아트센터에서 열린 무용 공연 '제2의 조성진·김설진'을 준비하는 예술인들과의 만남이었다. LG아트센터는 '제2의 조성진·김설진'을 준비하는 예술인들과의 만남이었다. LG아트센터는 '제2의 조성진·김설진'을 준비하는 예술인들과의 만남이었다.



LG아트센터 '제2의 조성진·김설진'을 준비하는 예술인들과의 만남이었다. LG아트센터는 '제2의 조성진·김설진'을 준비하는 예술인들과의 만남이었다. LG아트센터는 '제2의 조성진·김설진'을 준비하는 예술인들과의 만남이었다.



LG, 4년에 찾아가는 전로교육 아티스트에선 지원·작곡 알려줘 한화는 청년 예술가 강사진 구성 클래식·미술 등 18개 장르 수업 미래 세대와 점점 늘리는 기업들 자유학기제 활용해 재능 키워줘

연극 등 다양한 분야에 걸쳐 지원하고 있다. LG아트센터는 '제2의 조성진·김설진'을 준비하는 예술인들과의 만남이었다. LG아트센터는 '제2의 조성진·김설진'을 준비하는 예술인들과의 만남이었다. LG아트센터는 '제2의 조성진·김설진'을 준비하는 예술인들과의 만남이었다.

문화예술교육 지원 사업은 '한화생명'과 함께하는 예술의전당 11시 콘서트다. 11시 콘서트는 예술의전당에서 매일 둘째 주 목요일 오전 11시에 열린다. 한화생명 후원으로 2004년부터 15년째 관객들에게 아름다운 선율을 전하고 있다. 또한 한화생명 고객을 위해 초청해 아름다운 공연을 즐길 기회를 제공한다. 공연 중간에 무료로 커피를 제공한다. 브런치 케이터링 서비스도 즐기면서 여유를 만끽할 수 있다.



한화 '청소년오케스트라' 음악캠프 개최 한화그룹의 '한화청소년오케스트라' 2019 음악 캠프가 7일부터 9일까지 우주 테컨도원에서 열리고 있는 가운데 참가 청소년들이 8일 연습에 매진하고 있다. 2014년부터 시작한 한화청소년오케스트라는 청주와 천안지역 청소년들을 위한 음악 교육 프로그램으로 전문강사의 매주 2회 그룹레슨과 영상물 교육 등이 진행된다. 한화그룹 제공 (11.9*7.5cr)



'크라운해태 국악캠프' 개최

한국메세나협회(회장 김영호)와 크라운해태제과(회장 윤영달)는 지난 12일부터 2박3일 일정으로 경기 양주 크라운해태인수원에서 여름방학 문화체험 프로그램인 '크라운해태 국악캠프'를 열었다. 2014년 시작된 이 캠프는 문화 소외지역 어린이를 초청해 국악기 체험, 국악 뮤지컬 관람, 전통연희 체험 등 기회를 제공한다. 미술·역사교실 등도 연다. 올해에는 대전, 구리, 파주, 인천 등 4개 지역, 7개 지역아동센터에서 136명의 어린이를 초청했다. (5.6*9.5cr)

사랑의 손길 잡은 미술 꿈나무들, 재능 기부로 사회에 보답

한성자동차 드림그림 장학사업 지난 7월 26일 서울대입학연예, 한성자동차(대표 최영호)는 '드림그림 장학사업'을 통해 미술 꿈나무들을 지원한다. 이번 장학사업은 한성자동차가 지난 7월 26일 서울대입학연예, 한성자동차(대표 최영호)는 '드림그림 장학사업'을 통해 미술 꿈나무들을 지원한다. 이번 장학사업은 한성자동차가...

'제1회 '2019 무지개 음악제' 다른 지휘관 10명 가운데 최영호는 작곡가 안기환씨에게 '유아용악기 연주교과서'를 발간할 것을 권유해달라'고 부탁했다. 최영호는 '제1회 무지개 음악제'를 주관하는 안기환씨에게 '유아용악기 연주교과서'를 발간할 것을 권유해달라'고 부탁했다. 최영호는 '제1회 무지개 음악제'를 주관하는 안기환씨에게 '유아용악기 연주교과서'를 발간할 것을 권유해달라'고 부탁했다.



이들에게 사랑의 보탬을 줄어준 건 '드림그림' 장학사업이다. 드림그림은 한성자동차가 지난 7월 26일 서울대입학연예, 한성자동차(대표 최영호)는 '드림그림 장학사업'을 통해 미술 꿈나무들을 지원한다. 이번 장학사업은 한성자동차가...

힐링 선물한 '2019 미르숲 음악회'

현대모비스

현대모비스가 충북 진천에 조성한 친환경 생태숲인 미르숲에서 '2019 미르숲 음악회'를 개최했다. 이번 음악회는 '퍼퓸-포레스트(Perfume-Forest)'라는 콘셉트로 미르숲을 방문하는 방문객에게 음악적 향수를 선사했다.



현대모비스가 조성한 친환경 생태숲인 미르숲 내 야외 음악당에서 1000여 명이 참석한 가운데 '2019 미르숲 음악회'가 열렸다. [사진 현대모비스]

현대모비스는 가을이 다가오는 가을을 맞아 사회공헌활동의 일환으로 다양한 장르와 세대를 아우르는 음악으로 함께 즐길 수 있도록 이달 중 두 차례 공연을 준비했다. 지난 12일에는 가수 인순이와 밴드 봉이의 무대가 진행됐다. 또 19일에는 가수 신효빈과 트리너트 필하모닉 오케스트라, 팝페라 앙상블 DS의 협연이 펼쳐졌다.

현대모비스는 음악회 전후로 다양한 숲 체험 행사도 재공했다. 미르숲은 현대모비스가 진천군과 함께 지역사회 발전과 미래 세대를 위한 자원 보존 및 복원을 위해 99만1735㎡(약 30만 평) 규모로 조성한 친환경 생태숲이다. 중앙일보디자인=송민순 기자 (13.9*12.2cr)



온드림 창의예술교육 교사연수 현대차 정몽구 재단, 80명 참가

현대차 정몽구 재단은 지난 5~9일 경기 양평군에 있는 블루비스타에서 교사들에게 예술을 활용한 창의적인 교육법을 소개하는 '온드림 창의예술교육 교사연수' 행사(사진)를 열었다. 이번 연수는 영국 예술교육 비영리재단 '아티즈(Artists)' 강사진이 진행했다. 2004년 설립된 '아티즈'는 음악, 무용, 연극 등 다양한 예술활동을 통해 창의적인 학습을 가능하게 하는 교육기법을 개발해 보급하고 있다. 이번 연수에서는 심사를 통해 선발된 초·중등 교사 80명이 각각 기본 연수반과 심화 연수반으로 나눠 영국 강사진으로부터 학습 연수를 받았다. 이야기 만들기, '음악과 비자를 느끼고 움직여보기', '공연 만들기' 등 다양한 창의적 지도방식과 예술활동을 통한 소통법을 배웠다. 재단은 이후 이들 교사에게 온라인 멘토링을 지원하고, 우수사례를 사례집으로 만들어 교육 현장에 배포할 계획이다. (5.6*15.9cr)

메세나협회·효성, 나눔티켓 지원

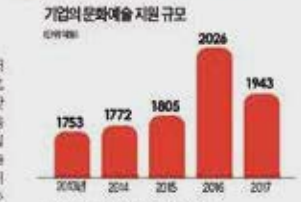


한국메세나협회(회장 김영호·사진)와 효성그룹은 지난 18일 '효성그룹 문화소외계층 뮤지컬 나눔티켓 지원사업'을 시작했다. 나눔티켓 사업은 문화 소외계층을 위해 공연 관람 기회를 제공하는 프로그램이다. 올해는 뮤지컬 '귀환의 제적비와 나눔티켓' 사업을 위해 1억원을 지원했다. (5.6*5.7cr)

어려움 속에서도 울려 퍼진다 기업과 예술의 '아름다운 하모니'



지난 5월 서울 잠실 롯데콘서트홀에서 열려 30주년을 맞은 '대전음악제가 열렸다. 음악학회는 6월, 안현, 9월 광주, 10월 부산, 11월 대구로 이어졌다. 여권을 약하는 '합법건축자재 전문기업'이 1990년 10월 제1회 아카데미아 육군 5중주단을 초청하면서 시작됐다. 회사 직원과 가족을 초청하던 음악회는 이제 모두에게 열린 무로 음악회로 자리잡았다.



기업	재단
1 KT&G	1 삼성재단
2 현대자동차	2 현대재단
3 SK에너지	3 LG에너지재단
4 SK이노베이션	4 삼성아산재단
5 현대중공업	5 한국문화재단

도 배내려야 할 여는 넘어지고 있다. 무엇보다 서울과 수도권에 집중된 문화 인프라를 바탕으로 기업에 집중해 양상하고 있다. 현대차 정몽구 재단은 다문화 20명 규모의 '문화예술 지원'을 통해 '아름다운 하모니'를 실현하고 있다. 아름다운 하모니를 실현하는 기업은 '아름다운 하모니'를 실현하고 있다. 아름다운 하모니를 실현하는 기업은 '아름다운 하모니'를 실현하고 있다.



이전처럼 많은 기업이 후원하던 예술 활동은 이제 문화 지원을 넘어 문화 예술을 향유하는 층의 재원이 넓어지고 주류가 아닌 예술가들도 지원을 받아 창작활동에 전념할 수 있었다. 하지만 양자급지급 시 등 등으로 문화향유를 줄이면서 기업의 예술 활동이 위축될 것이라는 우려가 나온다. 우리는 부분적으로 현실이 되고 있다.

기업에서도 기업들의 수혜자였던 예술가들은 유망한 미래 대신 문화 예술을 향유하는 층의 재원이 넓어지고 주류가 아닌 예술가들도 지원을 받아 창작활동에 전념할 수 있었다. 하지만 양자급지급 시 등 등으로 문화향유를 줄이면서 기업의 예술 활동이 위축될 것이라는 우려가 나온다. 우리는 부분적으로 현실이 되고 있다.

GS칼텍스는 100여명을 넘어 여수에 공연장을 지원했다. 2018년 개관한 '여수문화예술공간 GS칼텍스 예술극장'은 100여명이 넘는 대극장에 거의 전시장까지 갖춘 복합 문화예술공간이다. 예술극장 자체 기획 공연과 전시에 자력해당한다. 여수, 다문화가족 등 문화 소외계층을 지원하는 '문화예술 지원'도 펼치고 있다.



현대차그룹은 지난 23일 서울 영등포구 이도도 글래드호텔에서 H-온드림 사회적기업 창업오디션 8기 시상식 및 사업발표회를 개최했다.

어디든 도움 원하는 이들과 희망을 나누다

● 현대자동차그룹

현대차그룹이 활발한 상생경영으로 지역 및 지역주민들에게 희망을 주는 기업으로 거듭나고 있다. 지난 2003년 이래 본격적인 사회공헌 사업을 펼치고 있는 현대차그룹은 ▲2008년 상생의 노사문화 구축과 협력 사와의 동반성장을 위한 '사회책임경영' 선도 ▲2009년 글로벌 기업시민으로서 사회적 책임을 강조하는 '사회책임헌장' 제정 ▲2013년 일자리 창출, 청년 리더 양성, 임직원 해소 등의 '5년 중점과제' 추진 ▲2016년 사회 취약계층의 창업과 자립 지원 및 기업사 특성을 활용한 신규 사회공헌사업 강화 등 미래지향적인 사회적 가치를 창출하기 위해 체계적으로 노력하고 있다. 정몽구 현대차그룹 회장은 2007년 말 '해비치사회공헌문화재단'을 설립했다.

사회적기업·다문화가정·중년 등 일자리 창출과 자립기반 지원

2011년에는 재단명을 '현대차 정몽구 재단'으로 이름을 변경했다. 정몽구 회장의 사저 출연액은 총 8,500여원에 이른다. 지난해 말 기준 재단은 11년간 총 1,594억원을 사회공헌 사업에 집행했으며, 직간접 수혜 인원만 해도 무려 64만 명에 달한다. 현대차그룹과 현대차 정몽구 재단은 지난 8년간 H-온드림 사회적기업 창업 오디션을 통해 총 211개의 사회적기업에 지원금과 경영 멘토링, 구매연결, 협력사업 추진을 통해 총 1,420개의 일자리를 창출하는 성과를 달성했다. 또 신중년 일자리 창출을 위해 2018년 7월 서울시 50+재단, 사회적기업 상생우

리와 함께 '웃음 5060'을 출범했다. 현대차그룹은 다문화가정 등기에도 적극적이다. 지난해 11월 tbs교통방송, 초록우산어린이재단과 함께 서울 마포구 tbs교통방송국에서 '다문화가정 수기 공모전 고향방문 지원금 전달식'을 가졌다. 우수작으로 선정된 다문화가정 20가족들에게 고향방문 지원금(300만원 상당)의 여행상품권, 고급 여행용 가방 등 총 7,000만원 규모의 상품을 지원했다. 이 밖에도 현대차그룹은 글로벌 사회공헌활동을 폭넓게 펼치고 있다. 가자 동차는 아프리카 탄자니아, 말라위, 케냐, 모잠비크, 우간다, 에티오피아, 르완다 등 총 7개국에 교육, 의료, 문화적 혜택이 소외된 빈곤 지역을 중심으로 복지 타진문 마련해 주민들의 자립을 돕는 중장기 글로벌 사회공헌사업 '그린 라이프 프로젝트'를 진행하고 있다.

최고는 아니어도 최선을 다한... 가장 아름다운 화음



지난 17일과 18일 충남 천안시 대포산청소년수련관. 청주시 청소년수련관에서 선보인 '한화청소년오케스트라'는 2019 정기공연에서 프롬 연주자에 맞지 않은 실력을 선보였다. 사진은 17일 천안시 대포산청소년수련관에서 '한화청소년오케스트라'가 연주하고 있는 모습.

한화

한화의 오라리(리날도) 중 마지막 '올레 레소사(Lascia ch'io pianga)'의 도입부가 합미로 바이올린으로 시작됐다. 진지한 표정의 바이올린 연주자들은 능숙하게 활을 움직였다. 이하고 소프라노, 소프라노의 아름다운 목소리가 개성을 가득 채웠다. 서정적이고 아름다운 오케스트라의 연주와 관객들의 박수 갈채가 쏟아졌다.

지난 17일과 18일 충남 천안시 대포산청소년수련관. 청주시 청소년수련관에서 선보인 '한화청소년오케스트라' 2019 정기공연의 현장을 모습이다. 한화청소년오케스트라 단원들은 이날 어느 프롬 연주자에 맞지 않은 실력을 선보였다. 6년째 정예한 한화청소년오케스트라와 함께 수줍은 천원 연주자에 맞지 않게 말연설을 할 수 있었다.

한화청소년오케스트라는 한화그룹과 한국에 세나협회가 함께 기획한 음악교육 프로그램으로 천안과 청주 지역 청소년들에게 정통 클래식 악기

를 가르치고 있다. 한화그룹은 2014년부터 레소스틀레시 음악을 즐기기 어려운 문화소외지역 청소년들에게 클래식 악기를 가르치고 연주회에 참여할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 한화청소년오케스트라는 양양발 교향, 오케스트라 활동을 통해 '함께 완성해 가는 음악'을 목표로 공동체 인성교육을 지향한다. 누구나 악기를 배울 수 있게 하고, 자신감을 심어주는데 교육의 목적이 있다. 현재 천안지역 35명, 청주시와 익산시 지역의 청소년들이 연 18시간 이상의 전문적이고 체계적인 음악 수업을 받고 있다.

지난 17일 천안시 대포산청소년수련관. 3일 청주시 청소년수련관에서 진행된 정기연주회는 1년 간의 수업을 마무리하는 특별한 시간이었다. 지휘자 재인식의 지휘로 '올레 레소사(Lascia ch'io pianga)'를 비롯해 차이코프스키 '첼로가게 인형 모음곡', 영화 '올리버! OST 'Whole New World', 영화 'We are the Champion', 'Bohemian Rhapsody' 등의 명작을

천안·청주 기한 한화청소년오케스트라 6년째 육성
56명으로 구성... 전문적 음악수업 지원 몸 길러줘
연말연 정기연주회, 프롬단원 댄치는 열정 신세

한화, 문화예술 지원 넓힐 메세나 사회공헌 활발
교향악축제-한화클래식-한화 팝스클래식 등 지속



한화청소년오케스트라 단원들이 연주자 출신 후 기념촬영하고 있다.

를 연주해 관객들의 뜨거운 박수갈채를 받았다. 특히 이번 정기연주회에서는 한화청소년오케스트라를 거쳐 음악대학에 진학한 신세 단원인 이영규(한화청소년오케스트라 1기, 목조대 2학년) 교과 최지은(한화청소년오케스트라 1기, 충남대 1학년) 양이 명예단원으로 참여해 자신들의 재능을 기부하는 특별한 시간을 가졌다. 함께 오케스트라에서 활동하던 동료이자 선배로서 후배 단

원들의 연주 역량을 향상시킬 수 있도록 힘을 실어 주었다. 이영규 교은 "한화청소년오케스트라 단원으로 참여했던 과정은 정말 소중한 추억이고 값진 경험이었다"면서 "후배 단원들에게 음악을 하고자 할 의지만 있다면 할 수 있다는 말을 전하고 싶다"는 소감을 밝혔다. 한화그룹은 앞으로도 음악교육 프로그램인 '한

화청소년오케스트라', '한화청소년 대상 문화예술 사관인 한화예술대학기, 무교리리 최고의 클래식 음악 축제인 '교향악축제', 클래식 음악 애호가들을 위한 고분격 공연인 '한화클래식', 작품성과 대중성을 갖춘 작품을 자양도시에 선보이는 '한화 팝스클래식' 등으로 문화예술 분야의 재능을 넓히는 한화 문화예술 발전에 기여하는 사회공헌 프로그램을 지속할 계획이다.

제약산업의 현대화 이끈 선구자... 종근당 창업주 이종근 회장

고촌 탄생 100주년 기념식서 경영철학과 업적 기려

우리나라 기술산업의 효시가 돼 제약산업의 현대화에 큰 족적을 남긴 종근당 창업주 고촌(高村) 이종근(李鍾根) 회장의 생애는 고촌 탄생 100주년을 맞이하는 현대까지도 제약업계는 물론 우리나라 경제계에도 커다란 족적이 되고 있다.

이 회장은 종근당 창업 이후 한평생을 제약업에 몰두해 불가능에 도전해 새로운 성과를 이뤘다. 글로벌 수입에 의존하던 때 자체 생산의 필요성을 절감하고 원료에서 완제품까지 생산 공정의 계열화를 이뤘다. 1968년 정부에서조차 불가능하다고 생각했던 미국 식품의약품(FDA) 승인을 국내 최초로 획득함으로써 한국 제약업에 미치는 세계의 시선을 바꿔 놓은 일 등이 대표적이다.

그 정신을 기리기 위해 종근당은 9일 서울 서초구 대우호텔에서 '종근당 창업주 고촌 이종근 회장 탄생 100주년 기념식'을 가졌다.

이날 기념식은 이종근 회장을 비롯해 종근당과 가족사 임직원 350여 명이 참석했다. 기념 영상 상영을 시작으로 추도예배, 회고, 헌정 영상 상영과 축하 공연 등의 순서로 진행됐다.

극명방송 이사장 김성환 목사의 집례로 추도예배가 진행된 후 종근당 정직 임지림과 종근당 고촌재단 장영성 등 10명이 이 회장과 관련된 일화와 감사의 인사를 전하는 회고영상에 상영됐다.

태평양물 오수원 회장은 회고영상에서 "1960년대 항생제를 수입에 의존하던 시대에 종근당이 글로벌제약을 생산을 시작한 이래로 많은 이들이 병을 고칠 수 있었다"며 "이종근 회장님은 해외 출장 때마다 바쁜 시간을 쪼개 손수 입사를 보내주시며 후배들에게 선진문화를 소개하고 큰 꿈을 갖게 해주셨다"고 회고했다.

마지막으로 생전 모습과 유령을 복원한 이 회

"항생제 수입 의존했던 1960년대 글로벌제약을 생산 시작 많은 사람들의 병 고치게 해 주"

장이 홀로그램으로 구현돼 참석자들에게 인사할 예정이다. 참석자들은 이 회장의 메시지를 통해 창업 당시의 초심을 다지고 종근당의 발전을 위해 최선을 다할 것을 다짐했다.

이장근 회장은 인사말을 통해 "이종근 회장은 도전과 열정으로 불가능을 가능성으로 바꾸고 불우한 이웃에 대한 배려도 잊지 않았던 참재인"이라며 "오늘 기념식에 담긴 이종근 회장의 철학과 경영이념, 업적 등을 찾아서 공감하고 그 가르침을 마음에 새기길 바란다"고 말했다. 이날 행사장 코너에는 종근당이 문화예술 발



9일 서울 서초구 대우호텔에서 열린 '종근당 창업주 고촌 이종근 회장 탄생 100주년 기념식'에서 종근당 이장근 회장이 인사말을 하고 있다. 종근당 제공

전을 위해 선진 직장을 지원하는 프로그래밍 '종근당 예술지상' 작가 10명이 이 회장 탄생 100주년을 기념해 헌정된 그림 10점이 전시돼 참석자들의 이목을 끌었다. "꽃잎이 울리는 콘서트"는 작품을 헌정한 유정창 작가는 "사람들의 병과 아픔을 치료하기 위

해 제약업에 평생을 헌신한 이종근 회장 발자취를 되짚어 보며 깊은 인상을 받았다"며 "이종근 회장이 뜻이 콩소리가 돼 세상에 울려 퍼지길 바란다"는 염원을 그림에 담았다"고 의미를 전했다. 앞서 종근당은 27일 고촌 이종근 회장 탄생 100주년 기념 신약개발 심포지엄을 개최했다.

이날 행사는 제약계 전문가와 종근당 임직원들이 참석한 가운데 평생 약업보국을 실천한 이 회장의 업적과 도전정신을 기리고 신약 개발을 향한 의지를 계승해 글로벌 혁신산업을 개척하는 자리로 마련됐다. www.kongjundang.com



고촌 이종근 회장

◀종근당의 전신은 1941년 세워진 공보약방이다. 공보약방은 이후 종근당(약)·종근당(화학)을 거쳐 1969년 종근당(제약)이 됐다.

한경에세이

송영록 메타리브생명 대표



함께하는 '문화예술 향유'

기업의 사회적 책임은 고용과 투자를 늘리는 것이 기본이다. 다음으로 기업 본연의 역할은 충실이 더디게 상품과 서비스를 이용하는 시민들의 편의와 행복에 기여하는 것이다. 사회는 통해 리스크를 이윤과 가치를 사회에 다시 돌려주는 것도 중요 역할 중 하나인 것이다. 우리 회사도 그런 취지에서 2006년 사립복지재단을 설립하고 지속적으로 다양한 사회공헌활동을 하고 있다.

올해부터는 메타리브 생명의 집짓기, 가족지원봉사, 지역사회봉사 등 기존 나눔봉사활동과 같은 보편적 사업 외에 더해 문화소외계층을 위한 다양한 문화예술 사회공헌활동을 시작했다.

지난주에는 한경에세이문화재단 메타리브재단이 공동으로 주관한 단팥나눔 행사도 있었다. 한예연, 노연, 이노, 한 무모 가정과 다문화 가정, 독립유공자 등 전국에서 모인 다양한 문화소외계층 100여 명이 예술인전망 소책자극장 1층을 가득 채웠다. 재단의 자원봉사활동에 참여했던 임지림과 함께서 모교 가족, 우의들과 함께할 수 있는 다양한 문화 예술활동이 더욱 활성화되기를 바란다. 그렇게 우리 사회가 조금 더 많이 예술을 품어내는 여유롭고 따뜻한 공동체를 되기를 기대해 본다.

다육 의미 깊은 것은 과거 봉사활동이던 이들과 봉사활동을 했던 사람들이 무대를 향해 '함께'라는 단어를 보며 문화의 향기에 흥취를 느낄 수 있었다 것이다. 무대를 향해 함께 웃고, 한창이고, 어깨를 나누고, 감동의 눈물 흘리는 모습을 보며 현장감이 살아난 것 같았다. 문화예술을 즐기는 것은 좋은 것을 바라보는 것과 같은 즐거움과 감동을 느낀 것이다. 같은 시간, 같은 공간에서 함께 문화와 예술을 향유하는 것이야말로 한 사회 구성원 간 공동체 의식을 더 깊게 할 수 있다는 생각이 들었다.

문화예술을 즐기는 것은 좋은 것을 바라보는 것과 같은 즐거움과 감동을 느낀 것이다. 같은 시간, 같은 공간에서 함께 문화와 예술을 향유하는 것이야말로 한 사회 구성원 간 공동체 의식을 더 깊게 할 수 있다는 생각이 들었다.

문화예술을 즐기는 것은 좋은 것을 바라보는 것과 같은 즐거움과 감동을 느낀 것이다. 같은 시간, 같은 공간에서 함께 문화와 예술을 향유하는 것이야말로 한 사회 구성원 간 공동체 의식을 더 깊게 할 수 있다는 생각이 들었다.

예술 후원, 정책 개선도 좋지만 국민의 '문화 사랑'이 먼저

유주현 기자 yjoo@joongAng.co.kr

세계적인 경기 불황 여파로 문화예술에도 타격을 받고 있다. 유럽 선진국들의 경우 정부지원은 제한되고 민간의 역할이 커지는 추세지만, 한국 사회는 아직 문화예술 후원에 대한 관심이 미미하다. 최근 발표된 "2018년 기업 문화예술 지원 현황 조사"에 따르면 2017년 대비 지원 건수의 지원 기업수가 각각 5.6%, 3.2% 감소한 것으로 드러났다. 지속 가능한 예술 생태계를 위해 보다 적극적인 기업의 참여 확대가 요구되는 상황이다. 중앙 SUNDAY는 문화예술을 통한 사회공헌에 앞장서고 있는 우수기업들을 소개한다.

"예쁘잖아요"
대답이 민중적이다. 늘 봄바람을 대는 이유가 될지 그럴까한 이유를 잘 알지도 않네. 김희근(73) 혁신엔지니어링 회장은 아무 꾸밈이 없다. 1000원 가까운 미술품을 보유한 이른바 100만원 한국문화예술위원회의 예술나무포럼 회장, 세종문화회관 이사장, 예술경영지원센터 이사장, 한국국제협력단(KOICA) 조직지원원 등을 겸하고 있는 문화예술계 온전한 '부타라' 여사이다. 정중하고 고상한 '회장님'과의 대화가 어려울 지라 겁먹었다. 민중이었다. 유쾌하고 매력적인 노년 사의 구수한 입말엔 풍채상이 있었다.

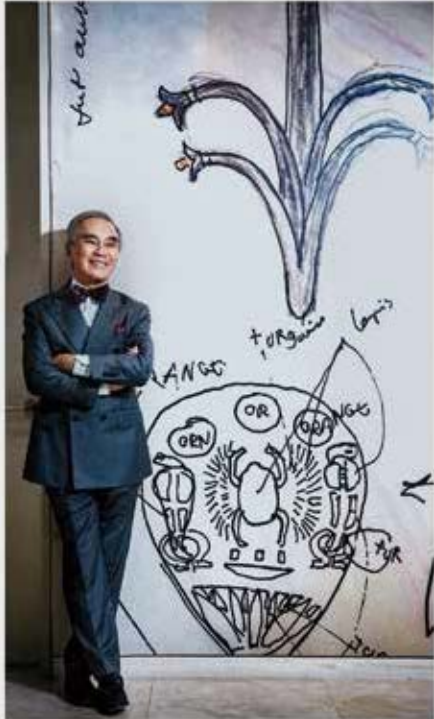
구로구에 있는 사옥도 김희근에게 올렌트 기증의 막대한 이미지라는 거리가 멀다. 마치 미술관인 것 같고, 회화와 개인 컬렉션을 전시해 놓고, 흥미다 마틴인 "열린 도서관"에는 예술관련 서적이 배속이다. 임직원들은 문화예술에 "틀리 싸워" 있다고 있는 셈이다.
"제가 혁신전설 대표를 오래 했잖아요. 험한 상업에 뛰어들다보니 싫어 감각 애착이거든요. 직원들은 저보다 더 감각 있고 혜택도 맞는 사람들이잖아요. 작품을 사줄만큼 뛰어나고, 누가 보아도 잘 대우하는 거니까."

"돈 벌기보다 문화소양 기르는 직원에 해"
김 회장은 본인보다 공인이나 전시, 문화예술관련 회의 참석에 더 배려한다. 스스로 "하루 일과와 회로가 무뎠다" 라고 했고, 한 직원의 표현을 받으면 "문화예술에 매착시킨 분"이다. 회사 창립 40주년을 맞은 지난해에도 KIAF 조직위원으로서 행사를 치르고, 서울시장 공연에도 앞장서며 나누었다. 인사팀을 다스리면 예술경영지원센터 회의 등을 하러 가야 한다. "직원들이 미대, 음대 나온 분들이 많았어요. 나이 드니까 전시회, 음악회 한다고 도와 달라깝게 한다잖아. 하다보니 이렇게 됐죠. 무슨 큰 뜻을 들은 건 아니에요."

혁신그룹 장인주 2세로 태어나 배덕 받고 싶었지만, '갑수자' 인생에도 꼭 필요 있었어요. 1977년 위원회 때 주식들이 났고 그땐에서 꽃겨웠고, 저까지 사담했던 아내도 먼저 세상을 떠났어. 공적적인 사업확장에서 사회공헌으로 삶의 모자름을 전연하게 된 이유야. "내가 죄다 주었는데 주식은 다 뺏기고

예술의 생활화가 곧 시민의 교양 개인들 편당이 생겨나게 해줘야 기업 지원, 지속가능성에 초점을

IMF 때 주식 뺏기고 그땐서 피습 아내도 잃고 인생 풀이켜 보게 돼 '문화예술에 미치게 된 분' 소리 들어



김희근 혁신엔지니어링 회장. 그림은 김희근 회장의 작품 중 하나인 '문화예술에 미치게 된 분'이다. 김희근 회장

러하는 작가들은 언 듭습니다. 올해는 콜롬비아 이민 3세로 후원하는데, 작품을 LA카운티미술관에 기증하게 됐어요. 해외 유명미술관에 우리 작가의 유레이신지도도 간접적으로 도와주는 게 좋은 것 같아요."
메세나계의 큰손으로서 예술 생태계에 대한 아쉬움도 토로했다. 정부 지원만 믿고 순수하게 예술을 사랑하는 문화가 없으니 채급만 축내게 되고, 진정한 예술의 생활화는 요원하다는 쓴소리다. "세계에 우리나라 같은 데가 없어. 오케스트라, 오페라, 미술관 전부 다 나뉠돈을 쓰잖아요. 국민 세금으로 나라가 생리하는 건데, 나쁜 겁니다. 몇 년 전 런던에 한석회지가 만든 뮤지컬 '발명'을 보러갔는데, 해외인데도 꼭 참다 군요. 이렇게 유명한데도 참으니 영국인들은 해다른 뮤지컬이런 지방에서 돈 모아서 버스 타고 보러 온대요. 그게 예술 사랑이죠. 우리 회사 대표들도 꼭 봐야 할 것 같아요."

"문사자" 양성이 예술 융성에 이어져
그가 주장하는 예술의 생활화는 교양과 동의어다. 좋은 시민을 양성해 내는 것이 곧 예술이 융성한 사회를 만드는 지름길이라는 데가다. "다행히 이제 KIAF에 김경숙 여사가 와서 그림 4점을 사가셨어요. 옛사람들이 먼저 해야 될 거부터가 되는 거죠. 문화부 예산이 많아지는 게 문화강국이라고 착각하는 사람들이 있는데, 문화는 기부 예가 하기 전에 정산자해야 되고, 잡 근제 산책을 하다보면 동산으로 쓰러가게 됐어요. 내가 죽고 다니니 정산자 정갈과 정계할 사주대요. 그런 게 문화죠."

예술 후회 활성화를 마냥가지다. 세제 혜택 같은 정책 개선도 필요하지만 국민의 "연대정답"이 먼저라고 했다. 예술은 결국 개인 후원으로 발전하는 것이다. "정부-기업-개인 돈이 다 필요 한데, 개인 후원은 경기가 나빠도 흔들리지 않거든요. 개개인의 편당이 생애하게 해주고, 기부문화도 글로벌 스탠다드로 가는 노력을 해야 해요. 기업들이 앞을 벌리는 데 의의를 두는데, 온 있으면 앞 벌리는 건 원조. 정치는 지속 가능성이예요. 나라가 건강해지고 사람들이 곳 사티온이 되도록 문화엔팅에 돈을 써야 합니다. 마흔 전에 CEO가 된 사람들의 끝도별 모음이 있거든요. 축복받은 사람들에게 선배로서 이런 얘기를 해주고 그렇게 살도록 이끌어가는 게 제 미션이라고 생각해요."

1000억을 잃었어요. IMF에 간사한 게 뭣까나 알아 없었으니까 인생을 돌아보게 된 거예요. (웃음) 집사장이 아들 때 그 사할 회장으로 자서전을 썼는데, 과거를 정리하다 보니 미래가 날더군요. 남은 인생 어떻게 살까 생각했더니, 대입이 변화했어요. 사람은 다 같아요. 가진 건 다 주고 가야 해요. 동물과 차이가 그거 아닌가요?"
그에게서는 특별한 시간감이 느껴졌다. 상류층과 오라카를 리더들이 문화예술에 돈을 쓰도록 이끄는 것이 소임이란다. 문화예술에 대한 집착이 가까운 열정은 유려와 사임으로 해와해 머물면서 버텼다. "역사 깊은 나라의 부자들은 대화가 필요요. 책 얘기로 시작해 상향을 드러내고, 그와 관계된 공연 얘기를 나누어주세요. 그들은 어떻게 그런 습관을 들였을까요. 우리 부자들은 아파트 줄거



혁신엔지니어링 임직원들. 김희근 회장이 인사팀을 이끌고 있다. 사진: 박선경 기자

글로벌 무대 휩쓰는 K아티스트... 그 뒤에는 메세나



올해 초 개봉한 영화 '더 파이널리스트'는 국내 클래식 팬들 사이에서 화제를 모았다. 영화는 소프라노, 차이콥스키 콩쿠르에 이어 세계 3대 콩쿠르에 걸치는 유서 깊은 콘서트 지베스 콩쿠르의 모든 것을 담은 첫 다큐멘터리였다.

2019 메세나 대상
올 차이콥스키 콩쿠르서 남자상과 부문 김기훈
첼로 부문 문태국 수상

동이나 지원자만 의미의 프랑스로 계승해 널리 쓰이고 있다. 국내에서도 마에카나스 후손들의 은공으로 이차림 예술가들이 세계 무대로 뻗어나가고 있다.

불황에도 아깝없는 문화사랑
기업들 작년 2039억원 지원

오늘날 메세나 활동은 국내 기업이 중요한 사회공헌활동(CSR)으로 자리 잡았다. 김경희와 장희성이 기업 경쟁력으로 떠오르는 시대를 맞아 기업은 예술과 손잡고 날개를 달고 있다. 기업의 적극적인 후원으로 문학·클래식·미술 등 순수예술 분야에서도 현유는 심상치 않은 바람을 일으키고 있다.

앞하고 독일 하노버, 비슈타 석사 과정에 재학 중이다. 2016~2019년 독일 하노버 국립오페라단에서 솔리스트로 활동했다.

한국메세나협회(회장 김경희)가 지난 7월 30일 발표한 '2018년 기업 문화예술 지원 현황 조사' 결과에 따르면 2018년 우리나라 기업의 문화예술 지원 규모는 전년 대비 5% 증가한 2039억5400만원으로 집계됐다. 지난해 대비 4년 지원 금액이 6년 만에 감소한 바 있지만, 불황 속에서도 기업들이 1년 만에 지원율 다시 늘린 것이다.

이제쯤 올 한 해도 한국의 많은 젊은 예술가 한 세계에서 남보를 열려왔다. 한국을 빛낸 젊은 아티스트들의 활약은 기업들의 든든한 메세나 지원이 있었기에 가능한 일이었다.

다만 지난해 지원 기업 수는 전년에 비해 5.6% 줄어든 515개사. 지원 건수는 전년에 비해 3.2% 감소한 1337건으로 집계됐다.

올해 10주년을 맞이한 차이콥스키 국제 콩쿠르에서는 김기훈이 남자상과 부문 2위를 수상했다. 김기훈은 연세대 음대를 수석으로 출

복이 이번 조사에서는 기업 출연 문화재단을 통한 지원금이 2017년 대비 182억2000만원 증가해 전체 문화예술 지원 총액 중 51.4%인 1047억5200만원을 차지했다. 2000년대 초

반 30%대에 머물던 재단 지원 비중이 2017년(40.6%) 이후 꾸준히 증가해 2018년 처음으로 전체 지원 총액의 50%를 넘어선 것이다. 기업 출연 재단 부문은 삼성미술관 리움 등을 운영하고 있는 삼성문화재단이 1위를 기록했고, 롯데문화재단, LG엔터테인먼트, 두산인강재단, 금호아시아나문화재단이 2~5위에 올랐다.

기업의 문화예술 분야 지원 금액을 살펴보면 수도권 지역이 상위 3개 기업 문화재단이 늘어나면서 인프라스트럭처 지원 금액이 전년 대비 7.0% 증가한 1104억2800만원으로 가장 높게 집계됐다. 그다음으로 충청서(177억1300만원), 미술-전시(169억9800만원) 등이 뒤를 이었다. 문화예술교육(156억1700만원) 분야는 전년에 비해 39.1%라는 높은 증가세를 보였다. 기업들이 문화재단을 중심으로 소외계층 예술교육, 예술영재 장학사업 등을 확대하는 추세인 것으로 해석된다. 김승기 기자



2019
MECENAT
AWARDS

2019 메세나대상 '부산은행'

제20회 메세나대상의 대상 수상사로 부산은행이 선정됐다. 부산의 대표적인 축제인 부산국제영화제를 1996년부터 23년 동안 지원해왔고 부산국제연극제, 부산국제무용제, 부산국제아트페어 등을 후원하며 부산 지역 문화 발전을 이끌어온 공로를 인정받았다.

부산은행은 올해 특히 부산국제영화제, 부산 중구청과 힘을 합쳐 아트시네마를 조성해 영화 상영 등 상시적인 문화 예술 프로그램을 운영할 예정이다.

매일경제신문과 한국메세나협회(회장 김영호)는 20일 서울 웨스틴조선호텔에서 제20회 메세나대상 시상식을 열고 대상의 영예를 차지한 부산은행을 비롯해 문화예술 발전에 기여해온 기업과 개인에게 상을 수여한다.

문화공헌상은 '한화와 함께하는 교

향악축제'를 20년간 후원하며 국내 클래식 발전과 대중화에 기여한 한화생명에게 돌아갔다. 교향악축제는 예술의전당이 기획한 프로그램으로 20년간 50만명 넘는 관객이 찾았다. 기업과 예술단체의 성공적인 동반 성장 사례이자 국내를 대표하는 모범적인 메세나활동으로 손꼽힌다.

창의상은 2003년 한국 최초 사진미술관인 한미사진미술관을 개관해 지금까지 적극적으로 문화사업을 펼치고 있는 한미약품이 받는다. 메세나인상은 대전 계족산 숲속에서 무료 음악회 '뽀뽀한 클래식'을 열어온 조용래 맥키스컴퍼니 회장이 받는다. 아트&비즈니스상은 돌실나이의 은세계씨어터컴퍼니가 공동으로 받는다. 돌실나이는 은세계씨어터컴퍼니 연극을 지속적으로 후원하고 있으며, 공동으로 '무지개빛 청개구리 연극교실'을 운영하며 청소년들 꿈을 키워주고 있다. 김슬기 기자

Arts&Business상 / 돌실나이&은세계씨어터컴퍼니

방과후 '연극교실'로 소외계층 학생들 자존감 높여

기업의 지원을 받은 예술단체가 도시 외곽현황을 두세 개 되는 것만큼 비싼 집값이나 사재도 없을 것이다. 은세계씨어터컴퍼니와 돌실나이의 관계가 그렇다. 10년이 넘는 세월 동안 돌실나이의 든든한 후원을 받은 은세계씨어터컴퍼니는 연극 '무지개빛 청개구리 연극교실'을 운영하며 청소년의 꿈을 키워주고 있다.

두 단체의 연연은 오래전부터 지속돼 왔다. 배하늘에 위치한 돌실나이는 은세계씨어터컴퍼니 직을 활동에 필요한 의상을 지원해준다. 2006년 한국메세나협회의 '기업과 예술의 만남' 프로젝트를 참여하게 됐다. 지금까지 한국메세나협회 예술지원재단을 통해 돌실나이에서 은세계씨어터컴퍼니로 지원한 금액은 약 2억원, 한 톨 지원도 1500만원에 달한다.

일관된 지원이 가능했던 것은 돌실나이의 경영철학 때문이다. 우리나라 전체를 현대적인 디자인으로 대변하라는 데 크게 기여한 돌실나이는 설립부터 예술기업 정책을 자니고 있었다. 이에 돌실나이는 기업 거장과 은세계씨어터컴퍼니의 문화적 환경을 접하며 아티스트의 계기를 마련했다.

돌실나이의 포부를 통해 은세계씨어터컴퍼니는 다양한 작품 창작활동의 기반을 다질 수 있었다. 연극 '오일라'의 그림자극단 '꿈이집', 나비극단 '날인들'이 '다이어제인 프롬 더 문', '어른 왕자' '어느 작곡가의 기억' '달빛의 신비' 등 작품을 '꽃 손아래 아시나' 등 연극 편들에게 널리 알려진 작품을 극장까지 올렸다.



은세계씨어터컴퍼니가 지역 학생들을 위해 진행하는 '무지개빛 청개구리 연극교실'.

극단 단원들이 연기 지도

무대 올릴 때까지 함께해

다취학 아동·초등생 위해

10개 지역서 그림자 연극

양사, 예술 지원 범위 넓혀

가장 고무적인 부분은 은세계씨어터컴퍼니에서 시외곽인 주제로 선정했다는 것이다. 청소년이 연극의 제작과 상연 과정을 경험할 수 있도록 한 '무지개빛 청개구리 연극교실'이 대표적이다. 은세계씨어터컴퍼니는 2010년대 초반부터 송파구

무지개빛 청개구리 지역아동센터에서 이 프로그램을 진행해왔다. 방과 후 시간을 지역아동센터에서 보내는 중·고등학생을 대상으로 은세계씨어터컴퍼니를 가르쳐 주고, 최종적으로 무대에 올리는 것까지 함께해왔다. 일주일에 2~3시간 정도 연극의 소감을 경험하는 시간을 통해 학생들은 서로 칭찬을 더하고, 자존감을 높이는 계기를 갖는다.

"신나는 예술여행 사업(한국문화예술위원회 후원)은 또 다른 사례다. 전국 10개 지역을 순회하며 '오일라'의 그림자극단 '이동준 공작'을 공연한다. '오로'로 유명한 독일 마티엘 연극의 동등 소울을 격려한 이 작품은 소외된 계층을 구원한다

는 소재를 일제적인 그림자 연극으로 표현함으로써 미취학 어린이와 초등학생이 집중도를 높였다. 이같은 은세계씨어터컴퍼니 연출가는 "행복부터 사울까지 권극이 아동센터와 어린이집, 초등학교에 가서 60분 정도 공연을 한다"며 "관객이 많은 학교에서는 전체 6학년까지 100명 정도 관람한다"고 밝혔다.

행수 두 기업은 협력 범위를 넓혀갈 예정이다. 부산 돌실나이가 운영하는 연극 등 영역의 '남이'를 한층 업그레이드한다. 은세계씨어터컴퍼니는 클러의 '남이'의 공간에서 공연과 관련한 문화예술 콘텐츠 함께 개발에나갈 계획도 갖고 있다.

박정영 기자

메세나인상 / 조용래 맥키스컴퍼니 회장

"황톳길서 '숲속음악회'... 자연과 사람 이어줬죠"

"문화와 예술을 나누며 더불어 행복한 지역사회를 만들기 위한 고민과 노력을 멈추지 않습니다."

대문 총통을 대표 무로기업인 맥키스컴퍼니 조운래 회장은 예술계와 인연이 깊다. "소주 한 병만 마시는 것보다 사람들의 마음을 얻는 게 더 중요하다고 생각했고, 앞으로는 대중을 즐겁게 해주는 일로 소울을 강화해나가겠다"며 이같이 밝혔다.

조 회장은 "다양한 나눔을 통해 사회는 온 삶과 보람과 즐거움을 동시에 누릴 수 있다"며 "수준 높은 문화예술 지원 활동에 함께 지역사회와 함께 호흡하며 살아가는 기업으로, 지역 예술인과 가깝게 소통할 수 있는 기업으로 거듭나겠다"고 말했다. 그러면서 그는 "문화예술은 세대와 세대를 이어주는 훌륭한 매개체이고 다양한 포은 삶을 누릴 수 있는 기회"라며 "맥키



대전 계족산서 주말 무료공연

피아노 연주 감상 힐링명소도

교도소·군부대로 음악회 확대

학생들 위한 멘토 프로그램도

지역주민 생각하는 소주회사

문화콘텐츠기업으로 변신 꿈

스컴퍼니의 사회공헌활동은 문화예술 분야 확대·강화될 것"이라고 강조했다.

조 회장은 지역민이 좋아하고 즐겨봐할 만한 일들을 찾아내 자신이 생각할 수 있게 실정에 옮긴 기업연대로 유명하다. 힐링을 사다가 대한계족산 14.0km 송갈에 힐링음악회를 조성하고 산에서 피어노 연주회 강강배는는 생각으로 피어노 연주회를 옮겨놓고 '뽀뽀한 클래식'이라는 무료 음악회를 주말마다 열고 있다.

이렇게 문화 나눔을 실천한 지가 13년이나 됐다. 700여 차례 열린 공연에 참여 관람객만 7만명이 넘는다. 힐링명소도

로, 교사들을 위해 공연과 함께 공연을 선보이는 '힐링 명소도 프로그램'도 2011년부터 운영되고 있다. 지금까지 130여 개 학교 10만명 이상 학생이 함께했다.

조 회장은 "힐링음악을 관건이라고 부를 정도로 많은 내용이 들어가지만 하나도 빠지지 않고 처음 사람과 무관하게 메세나 활동을 시작했지만 결과적으로 지역문화 발전에도 이바지하고 기업 경영에 도움이 됐다는 측면에서 공유 가치 창출(CSV) 경영 효과를 거뒀다"며 "오랫동안 전통성을 갖고 한 일이 지역 주민들에게 사회적·경제적 이익을 주고 덕분에 신뢰도 얻으면서 신소 나쁜 소주 '이제우'를 더 잘 할 것"이라며 "지역사회와 상생할 수 있는 힘이 됐다"고 말했다.

그러면서 그는 "지역사회 문화예술 진흥의 미래이자 주역이 될 예술가들이 많이 있지만 아직은 재능을 발휘하지 못하고 있다"며 "한국예술 대전시연합회와 '기업 1대1 예술인 후원' 캠페인에 동참하는 등 지역 예술 인재를 지원 무대를 마련하는 한편 클래식 지면을 확대해나가는 데도 힘쓰겠다"고 임지를 밝혔다.

조 회장은 최근 수 50시간 근무제 시행과 워라밸(일과 삶의 균형)을 추구하는 트렌드는 맥키스컴퍼니에 기피되고 했다. 그는 "메세나 활동은 우수한 예술단체나 예술가를 발굴해 지원함으로써 문화예술 발전에 기여하는 등 사회 문화기업으로 성장할 수 있는 방법"이라며 "여가생활을 즐기려는 사람들이 늘어난다는 것은 새로운 방식으로 공유하고 즐길 수 있는 문화 콘텐츠 사업 분야에 발전 가능성이 무궁무진하게 열린 것"이라고 설명했다.

조 회장은 "맥키스컴퍼니가 그림을 제작하는 것으로 만든 신개념 테라피인 '명물리'에 대한 유성운전관공투구 내에 최근 선보인 신개념 문화 기업인 '대이온아트'도 그 일환"이라며 "재보통 형태의 문화산업 관련 먹거리를 더 많이 내놓는 일에 몰두해 대한민국 대표 문화 콘텐츠 기업으로 우뚝 서는 한편 K문화 세계화에 힘쓸 것"이라고 강조했다.

대/조정영 기자

회원사 명단

회장사

일신방직

부회장사

교보생명보험
(주)노루홀딩스
동성코퍼레이션
벽산엔지니어링
삼성미술관(삼성문화재단)
삼양홀딩스
설원량문화재단
세아제강
(주)유니드
종근당
코오롱그룹
크라온-해태제과
파라다이스문화재단
풍산그룹
한미약품
한화갤러리아
현대해상화재보험
효성

이사사

고려당
금호아시아나문화재단
(주)두산
디자인하우스
사라
(주)신세계
이건홀딩스
전국경제인연합회
한국문화예술위원회
한국예술문화단체총연합회
한성자동차
LG연암문화재단
SK SUPEX추구협의회 Social Value위원회

회원사

가나아트갤러리
강원랜드
경남스틸
공간그룹
광주요
금융투자협회
금호건설
금호고속
금호고속 유스케어
금호미쓰이화학
금호석유화학
금호타이어
금호폴리켄
금호피앤비화학
기아자동차주식회사
나라삼양감속기
나라통상(주)
(주)나우피플
남이섬교육문화그룹(주)
네이버문화재단
네이처스웨일리코리아
(주)노루비케미칼
(주)노루오토코팅
(주)노루페인트
녹십자
뉴서울 컨트리클럽
뉴스킨 코리아(주)
뉴욕제과
(주)다진
대림산업
대성산업가스
대신증권
대우건설
(주)대창스틸
대한상공회의소
대한제분
(주)대한항공
더페이스샵코리아
(주)돌살나이
동서식품
동아제약
동아출판
동일FnG(주)
두산건설
두산연강재단
두산인프라코어
두산중공업
로얄&컴퍼니(주)
롯데렌터카
롯데문화재단

롯데백화점
(주)마케팅큐레이터 그룹
메리츠화재해상보험
(주)모나미
문화유산국민신탁
미디어월
법률사무소 C&B
베이글카페
보령제약(주)
본아이에프(주)
볼보건설기계코리아
(주)브레드가든
빌모트 건축사무소 한국지사
삼성SDI
삼성SDS
삼성물산
삼성생명
삼성서울병원
삼성엔지니어링
삼성전자
삼성중공업
삼성증권
삼성카드
삼성화재해상보험(주)
(주)삼양인터내셔널
삼익문화재단
삼일회계법인
(주)삼화에프앤에프
(재)서울시립교향악단
서울예술기획
서울옥션
(주)성도GL
(주)세원특수금속
세일ENS
세화예술문화재단
소니코리아
(재)송원문화재단
(주)스파크인터내셔널
신라교역
신성씨에스
신한금융투자
신한은행
신한카드
아시아나HDT(주)
아시아나에어포트(주)
아시아나항공
(주)아이피케이
(주)에스원
영앤윙섬 주식회사
오리콤

오비맥주 주식회사
오성정보통신
올림푸스한국(주)
(주)우진
우진건설(주)
원마운트
월드리츠개발주식회사
원포시스(주)
유안타증권
유중아트센터
이건산업
(주)이수화학
인산죽염 주식회사
인터파크 큐브릿지
인하대학교 문화예술교육원
일진문화재단
재단법인 송강재단
제우인베스트먼트(주)
제일기획
조선히텔
종이문화재단
지알이파트너스자산운용주식회사
지앤히어링코리아
청림출판
컨슈머타임스
케이옥션
(주)코리아 투모로우
(주)코스모스악기
코카콜라음료
(주)크레디아프로젝트
(주)클라우드나인마케팅
태영건설
템퍼코리아 유한회사
퍼시스
페르페티 반 멜 아시아퍼시픽
포스코ICT
필룩스
(사)한국FPSB
한국경영자총협회
한국공항공사
한국광고주협회
한국국제교류재단
한국남동발전
한국무역협회
한국서부발전
한국수력원자력
한국암웨이
한국전력공사
한맥도시개발
한미회계법인

한빛문화재단
한세실업
(주)한진
(주)한화
한화생명
한화손해보험
한화솔루션
현대백화점
현대자동차
현대중공업 현대예술관
현대차 정몽구 재단
(주)호텔롯데
(주)호텔롯데 면세점
호텔신라
홈플러스
환경시설관리주식회사
휠라코리아
휴맥스
BMW코리아(주)
BNK경남은행
BNK부산은행
CJ문화재단
DI동일(주)
GA KOREA smart city & resort
GS칼텍스 에올마루
(주)HK
HSD엔진
IBK기업은행
(재)KBS교향악단
KB국민은행
KEB하나은행
KT
KT&G
LG생활건강
LG전자
LG화학
LH
OCI
POSCO
SK건설
SK네트웍스
SK증권
SK텔레콤
SK해운
SM삼환기업
TCC스틸

총 228개 사
(기업명 가나다순, 2020년 8월 현재)

발행처 사단법인 한국메세나협회
발행일 2020년 8월
발행인 김영호
편 집 경영기획팀
디자인 (주)디자인인트로 www.gointro.com
주 소 서울시 영등포구 은행로 37(여의도동 13-31)
기계산업진흥회관 본관 6층
전 화 02-761-3101~2
팩 스 02-784-0953