

경제와
문화예술의
동반발전

한국메세나협회

2 0 1 8

한국메세나협회 2018년도 연차보고서

한국메세나협회
Korea Mecenat Association



한국메세나협회
2018년도 연차보고서

Korea Mecenat Association
2018 Annual Report



Contents ●

CEO 인사말 ● p.02

개요 ● p.04

주요사업 ● p.12

기업과 예술의 만남 ①

문화공헌 사업 ②

조사·연구 및 학술사업 ③

한국메세나대회 ④

정책 연계 사업 ⑤

회원서비스 ⑥

홍보 ⑦

2018년도 수지결산 ● p.46

2018년도 신규가입 회원사 ● p.48

Supplement ●

2018년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사 ● p.52

언론보도 ● p.68

회원사 ● p.86

메세나 활동은
미래를 위한
가치투자입니다.

* 본 연차보고서에 사용된 사진은 협회 사업 현장 사진들입니다.

Greeting from CEO

우리나라 문화예술 발전을 위해 지원을 아끼지 않으시는 모든 기업인과 회원 여러분께 깊은 감사를 드립니다.

주 52시간 근무제가 확대 시행되면서 일과 삶의 균형을 의미하는 ‘워라벨’의 중요성이 높아지고 있습니다. 근로시간 단축은 임직원들의 여가시간 확대로 이어지고, 이로 인해 삶의 질이 향상될 것이라는 기대가 큼니다.

우리 사회의 변화가 큰 가운데, 기업들도 구성원들에게 행복한 일터를 제공하기 위한 방법을 찾아가야 할 때입니다. 기업문화 개선을 위해 문화접대비 제도를 적극 활용하고, 임직원 간의 소통 효과를 높이는 문화 프로그램을 활성화하는 것도 좋은 수단이라고 생각합니다. 문화예술을 기업 활동에 활용하게 되면 활력있고 창의적인 기업문화 조성에도 큰 도움이 될 것입니다. 기업의 문화소비는 공연 티켓 등 예술 상품 구매를 통해 예술계를 간접적으로 지원하게 되어, 기업과 예술계 모두에게 긍정적인 영향을 줄 수 있습니다.

한국메세나협회는 지난해부터 문화접대비를 적극적으로 활용할 수 있도록 정보를 제공하는 등 기업의 문화소비를 활성화하기 위한 노력을 기울이고 있습니다. 문화소비 활성화를 위해 회원사와 메세나 활동에 관심이 있는 기업인 여러분들께서 동참해 주실 것을 당부 드립니다.

본회는 경제와 예술의 협력을 통해 우리나라가 문화 선진국으로 가는 초석을 놓을 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. 또한 기업 메세나 확산을 위한 사회적 분위기와 정책적인 여건을 지속적으로 조성해 나가겠습니다. 회원사 여러분의 많은 관심과 성원을 부탁드립니다.

아무쪼록 ‘2018 한국메세나협회 연차보고서’의 자료들이 기업과 예술의 동반 발전에 기초자료로 활용되고, 더 나아가 기업의 예술지원 활성화에 유용한 도구로 쓰이기를 바랍니다. 감사합니다.

2019년 7월
한국메세나협회 회장

김영호

개요

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

설립목적 Purpose

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

미션 Mission

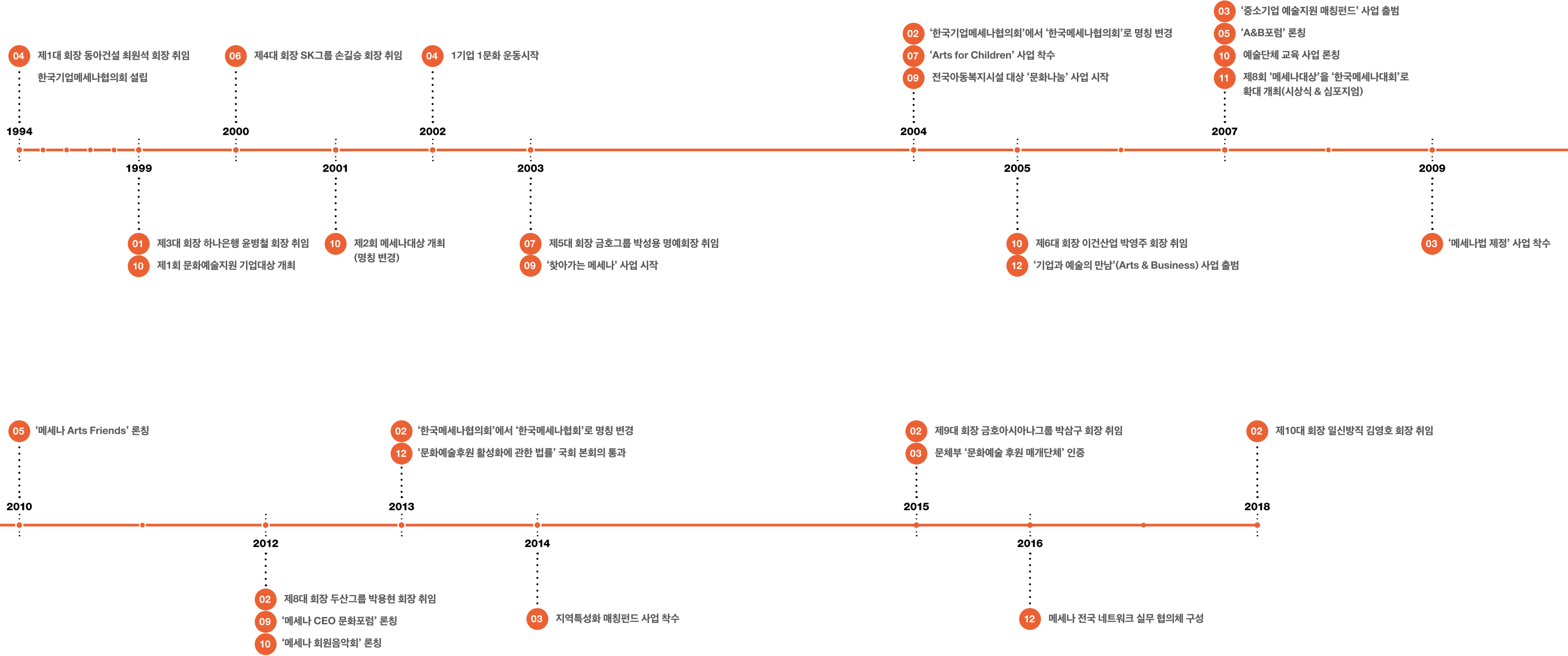
- 우리나라 기업과 문화예술의 상생에 기여
- 메세나 확산을 위한 사회적 분위기 조성
- 기업과의 협력을 통해 소득, 계층, 지역간 문화적 불균형 해소

MECENAT

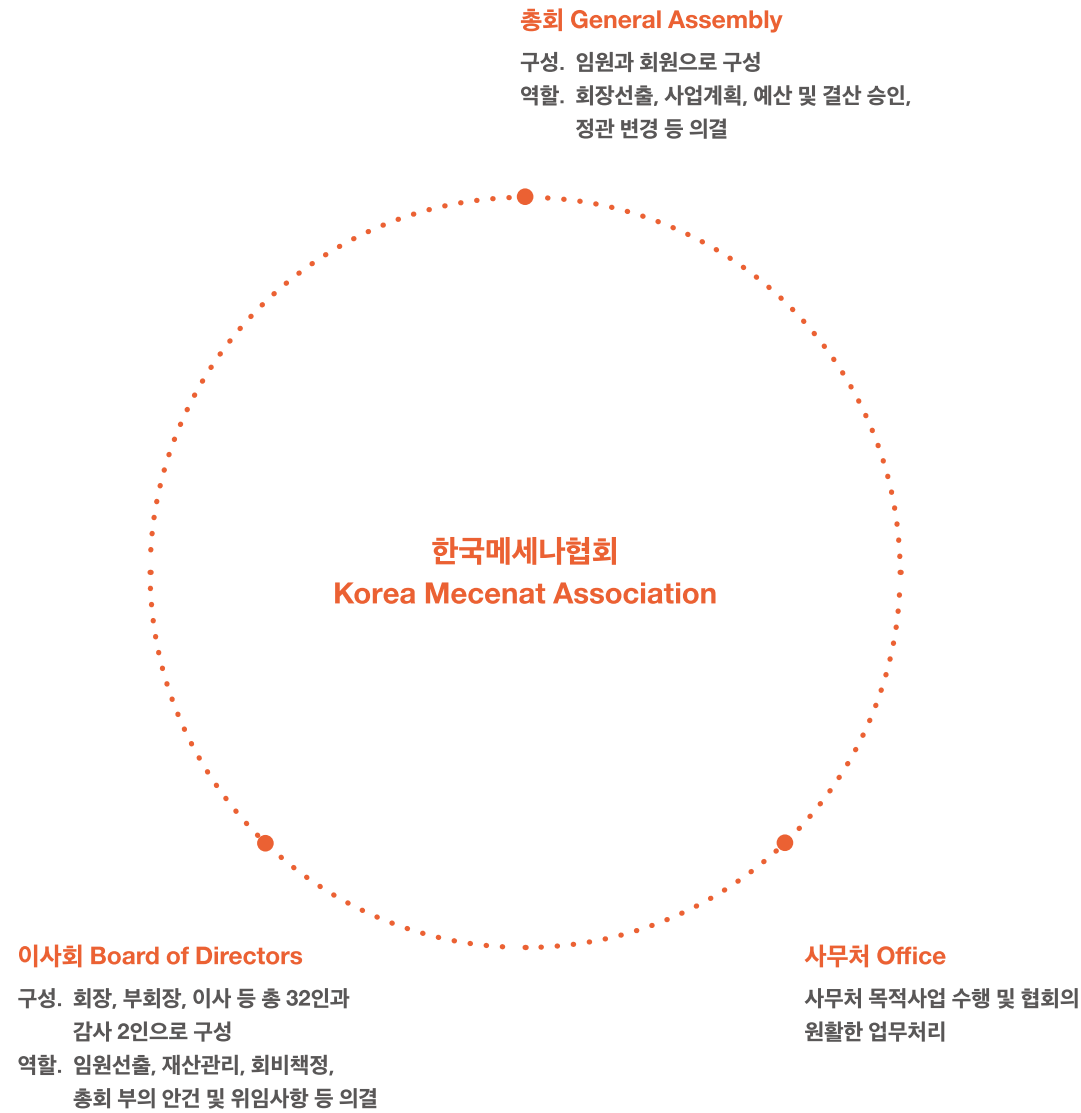
핵심활동 Core Activity

- 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	임원사명	성명	직위
고문	이건산업	박영주	회장
	두산연강재단	박용현	이사장
명예회장	금호아시아나그룹	박삼구	회장
회장	일신방직	김영호	회장
	교보생명보험	신창재	회장
	(주)노루홀딩스	한영재	회장
	동성코퍼레이션	백정호	회장
	벽산엔지니어링	김희근	회장
	삼성미술관	홍라희	前 관장
	삼양홀딩스	김 윤	회장
	실원량문화재단	양귀애	이사장
	세아제강	이순형	회장
	(주)유니드	이화영	회장
	종근당	이장한	회장
	코오롱그룹	이용열	前 회장
	크라온-해태제과	윤영달	회장
	파라다이스문화재단	최윤정	이사장
	풍산그룹	류 진	회장
	한화갤러리아	서영민	前 고문
	현대해상화재보험	정몽윤	회장
	효성	조현준	회장
	가현문화재단	송영숙	이사장
	고려당	정재호	사장
금호아시아나문화재단	서현재	전무	
(주)두산	민은식	상무	
디자인하우스	이영혜	사장	
이사	사라	안윤정	사장
	(주)신세계	장재영	대표이사
	이건홀딩스	안기명	부회장
	전국경제인연합회	권태신	상근부회장
	한국문화예술위원회	박종관	위원장
	한국예술문화단체총연합회	하철경	회장
	한성자동차	울프 아우스프룽	사장
	LG연암문화재단	남상건	부사장
	SK SUPLEX 추구협의회 소셜밸류위원회	이형희	위원장
감사	한미회계법인	김기균	상무
	일신방직	윤윤식	전무

(기업명 가나다순, 2019. 6. 30. 기준)

주요사업 Primary Business

기업과 예술의 만남

ARTS & BUSINESS

..... 결연 파트너십 구축 지원·컨설팅

추진방향

- 기업의 효율적인 메세나 활동을 위한 각종 정보 제공 및 카운슬링
- 기업 예술단체간 교류 사업 기획 및 운영 지원
- 국제 메세나 유관기관 협력

세부활동

- 기업과 예술의 만남 사업
- 예술지원 매칭펀드 사업
- 지역 특성화 매칭펀드 사업
- 문화 소비 활성화 사업
- 대외협력 사업

문화공헌 사업

OUTREACH MECENAT

..... 찾아가는 메세나

추진방향

- 예술체험 기회 제공을 통한 지역 및 계층간 문화적 불평등 해소

세부활동

- 종근당, 오페라 희망이야기
- 크라운해태 K-arts 달콤한 국악
- 현대모비스 미르숲 콘서트
- 현대자동차그룹 군인의 품격
- 효성과 함께하는 나눔티켓
- CJ 스테이지업 문화나눔
- LG 사랑의 나눔티켓

..... 예술단체 역량 강화

추진방향

- 문화예술 개인 및 단체를 위한 마케팅, 판로 개척 지원을 통해 안정적 성장의 기반 제공

세부활동

- H-온드림 사회적기업 창업 오디션

ARTS FOR CHILDREN

..... Arts for Children

추진방향

- 문화적으로 소외된 아동, 청소년에게 문화향유 및 문화예술교육의 기회를 제공해 정서적 역량 강화 지원

세부활동

- 금호타이어 나를 찾아줘
- 두산청소녀아트스쿨
- 크라운해태 K-arts 국악캠프
- 한성자동차 드림그림
- 한화예술더하기
- 한화손해보험 위기탈출 안전교육
- 한화청소년오케스트라
- 현대자동차그룹 아트드림 공쿠르
- 현대차 정몽구 재단 온드림 창의예술교육 교사 연수
- CJ 튜업 음악교실
- KT&G 복지재단 아름드리 음악미술교실
- LG 꿈꾸는 프로듀서
- LG 사랑의 아트스쿨
- LG 사랑의 음악학교
- LG 영메이커 아카데미 & 페스티벌

조사·연구 및 학술사업

RESEARCH & ACADEMIC

..... 자료조사 및 정보 제공

추진방향

- 기업의 예술지원 및 협력에 필요한 조사 데이터 제공
- 문화예술 지원 확대를 위한 정보 자료 제공
- 메세나 활성화를 위한 법제도 개선 방안 연구

세부활동

- 기업의 문화예술 지원 현황 조사
- 기업 예술지원 확대를 위한 정책방안 연구
- 기업 예술지원 효과 분석
- 문화예술 후원 관련 사례집 발간

한국메세나대회

MECENAT AWARDS

..... 메세나대상 시상식 & 기업과 예술의 만남 결연식

추진방향

- 대한민국의 문화예술 발전에 기여한 기업 및 개인을 선발해 시상

세부활동

- 메세나대상 시상식 개최 (대상, 문화공헌상, 창의상, Arts & Business상, 메세나인상 등 5개 부문 시상)
- 기업과 예술의 만남 결연식 동시개최

회원서비스

MEMBER SERVICE

..... 회원 네트워크 및 문화예술체험

추진방향

- 회원사 메세나 실무자 네트워킹을 통한 정보교류
- 문화예술체험을 통해 메세나에 대한 관심 유도

세부활동

- 메세나 CEO문화포럼
- A&B포럼
- Arts Friends
- 회원음악회

홍보

PUBLIC RELATIONS

..... 온·오프라인 홍보

추진방향

- 기업의 문화예술 지원에 대한 인식 확산 및 메세나 활성화를 위한 홍보 활동

세부활동

- 언론홍보
- 계간 <메세나> 발행
- 온라인 홍보(뉴스레터, SNS)
- 연차보고서 발행
- 기자간담회 개최



www.pearson.com

기업과 예술의 만남 Arts & 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 출범 이후 2018년까지 누적 지원건수는 1,482건, 누적 지원금액은 약 673억원이다.

대기업 결연

38 건

34 억

8,000 만원

예술지원 매칭펀드

126 건

34 억

3,000 만원

지역 특성화 매칭펀드

27 건

10 억

1,000 만원



대기업 결연

'대기업 결연'은 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. 파트너십을 통해 서로 협력하며 상호 발전에 기여한다는 점에서 큰 호응을 얻고 있다.



예술지원 매칭펀드

'예술지원 매칭펀드'는 한국메세나협회와 한국문화예술위원회가 공동으로 추진하는 '기업과 예술의 만남 (Arts & Business)' 사업의 일환이다. 기업이 예술단체에 지원하는 금액에 비례하여 정부에서 추가로 펀드를 지원하여 예술단체의 창작 활동을 돕는 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 매칭펀드'는 예술 활동의 수도권 편중 현상을 해소하고 지역 문화예술 활성화에 특화된 지원 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 지역의 예술 활동을 육성하는 데 기여하고 있다.



기업과 예술의 만남 결연식

'기업과 예술의 만남 결연식'은 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. 2018년 기업과 예술의 만남 결연식은 11월 28일 화요일 웨스틴 조선호텔에서 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 저변을 확대하고자 기획되었다. 2018년 '네오 메디치 포럼'을 발족해 분기별 포럼을 운영하고 있으며 현재 30여명의 기업인이 회원으로 활동 중이다. 향후 중소·중견기업들이 주도하는 예술후원 그룹으로 발전 추진하고자 한다.

대기업 결연 현황

기업	예술단체
현대자동차그룹	국립국악원
두산인프라코어	CLUB M
종근당	MIRI오페라단
현대중공업	USP챔버오케스트라
현대백화점	강남심포니오케스트라
LG생활건강	국립국악원
오비맥주	극단imd
한국전력공사	뉴서울필하모닉오케스트라
신한은행	다문화극단 셀러드
한국남동발전	소나무브라스밴드
크라운해태제과	서울아리랑페스티벌
한국동서발전	소나무브라스밴드
대원문화재단	서울스프링실내악축제
(주)다진	함신익과 심포니 송
아시아나항공	아시아나국제단편영화제
크라운해태제과	아트공간
그랜드코리아레저	아트브릿지
종근당	아트스페이스 휴
롯데월드	에이드런
GS칼텍스재단	여수심포니오케스트라
한세에스24홀딩스	예술의전당
그랜드코리아레저	오즈하우스
일신문화재단	월드아트오페라단
올림푸스한국	예술의전당
LG생활건강	강은일 해금플러스
정현재단	재즈파크
한국수력원자력	제이피컴퍼니
현대백화점	춘천마임축제
LG연암문화재단	캐주얼클래식
실원랑문화재단	페스티벌 오원
대원문화재단	평창대관령음악제
한국전력공사	프라임필하모닉오케스트라
한화생명	필 스트링 앙상블
KT&G장학재단	한국예술영재교육원
신세계백화점	한빛예술단
LG생활건강	해금연주단 꽃별
태광산업	행복나무플러스
CJ문화재단	화음챔버오케스트라

예술지원 매칭펀드 현황

기업	예술단체
하비스	문화뱅크
동성코퍼레이션	아트쇼부산
오성정보통신	아카데미 열정과 나눔
실크로드시엔티	윤명화무용단
지승컨설팅트	연우무대
코람바이오텍	이솔리스띠
대양기술	극단 오징어
듀오	글로리아오페라단
진성테크	대건챔버과이어
에몬스가구	강화지베세토오페라단
서진캠	아마도예술공간
용진스테코	코리안챔버오케스트라
진성기전	극단 따뜻한사람
필룩스	극단 즐거운사람들
필룩스	본조형연구소
유구이앤씨	엠컬처스
에스디이엔지	극단 시선
트윈클컴퍼니	한국현대무용협회
주신공영	닷미술관
맥이엔에스	씨어터백
노루홀딩스	함신익과 심포니 송
한국파마	노블아트오페라단
비에스엠	서울나눔뮤직그룹
티제이티솔루션	극공작소 마방진
에스엘네트웍스주식회사	부산가야금연주단
NVH오토파트	프렌즈오브뮤직
대창스틸	서울모테트음악재단
법무법인 율촌	뉴코리아필하모닉오케스트라
익스퍼에스	극단 더늬
마리몬드	캔파운데이션
세무법인 한맥	아트스테이지다울
노래의섬	예술무대 산
이에스메디텍	홍정희오페라단
크리앤조이	광화문국제아트페스티벌
노래의섬	예술인
건흥레미콘	뮤직씨어터슈바빙
티엔엘다산아트	서남권문화예술협회
벽산파워	세종솔로이스츠
벽산파워	한국페스티벌앙상블
씨에스텍	야단법석
캐럿글로벌	노름마치예술단
영도벨벳	구미오페라단

기업	예술단체
이안세무법인	트러스트무용단
자연머금	호남오페라단
다우텍스	그랜드오페라단
세원특수금속	클래식칸앙상블
돌실나이	은세계씨어터컴퍼니
GMK커뮤니케이션	극단 라임
삼진스틸산업	서울윈드앙상블
위주테크	창작그룹 코스모스
자이크로	조이매직
선한목자병원	최훈차과이어
엘리트식품	잔치마당
고흥건설	문화락
케이옥션	간송미술문화재단
케이옥션	우컴퍼니
해리아나	극단 이야기협동조합
세원특수금속	이원아트팩토리
로봇에프앤비	우리별이야기
모든해상	아트브릿지
한모기술	토카아트
투스라이프	극단 다이얼로거
케이파산업	더원아트코리아
상원구조기술사사무소	극단 창
전일의료재단	서울오라토리오
신한아펙스	극단 여정
디와이엘씨디	극단 바버서커스
비아이피	부산심포니오케스트라
티스케이프	스토리팜
디에이치리소시스	극단 사계
코노바코리아	나무씨어터연극협동조합
두리상사	한국연극배우협회부산광역시지회
법무법인 덕민	제비꽃다방
에스엠이엔지	극단 너나들이
스위트스페이스	코리아투모로우
짐모아	위너스컴퍼니
스타제이엔터테인먼트	물나무예두
제이엔오	극단 동그라미그리기
아성산업	공연집단 바람길
아세코코리아	아트프로젝트 보라
KFC	코리아국제현대무용공쿠르
아세아세무법인	뉴서울오페라단
보미양만	벨디뮤직

기업	예술단체
원비즈시스템	경계없는예술센터
세방주식회사	고래야
씨엔에스	광주오페라단
조은인푸드	극단 가탄
다담	극단 구리거울
필에드	사단법인 마당
뉴스킨코리아	서울튜티앙상블
이건창호	아름지기
마성선박	전미속무용단
대호개발	정형일 발레크리에이티브
엠에이피한터인	코리아아르츠그룹
종합건축사사무소	
지중공영	한국세필화연구소
플레이즈파크	헬로우뮤지움
현대회계법인	극단 아신아트컴퍼니
대일건설	소환사
다산아이앤씨	밀레니엄심포니오케스트라
비즈폼	문화기획단 무대공감
웨이브랩에스티디	레스큐피쉬
인터비전테크놀로지	음악그룹 the 툰
아인스메탈	모스틀리뮤직
새벽을 여는 사람들	플레이몽
스파크인터내쇼날	프라임필하모닉오케스트라
도밍고	한국오라토리오싱어즈
대성이엔지	극단 버섯
조은인푸드	극단 예결
제이투케이글로벌	극단 연
성한산업	코리아솔로이츠오케스트라
태강	연극열전
중앙아트제이앤에이뮤직	천송재단
교동식품	대전연예총
부스타코리아	GROUND ZERO PROJECT
알래스카인디고	우리노래 펼침이
대명복지재단	비바츠예술매니지먼트
HK	행복나무플러스
필링크	HB기획
로댐스파워	배우공동체자투리
대항병원	우리술포니문화예술단
시코코리아	과수원뮤지컬컴퍼니
시흥장례원	아리수
메덱스의료재단	서울윈드앙상블
위주테크	극단 글로벌극장
인산씨앤씨	솔오페라단

지역 특성화 매칭펀드 현황

기관명	기업명	사업명
서울문화재단	올림푸스한국	영동한 사진관
	조아제약	프로젝트A & 프로젝트 도담도담
경기도미술관	제이엔비글로벌기획	동두천 캠프부산 공공미술 프로젝트
	KEB하나은행	
	농협세종본부	
세종문화재단	이택산업	어민락 콘서트
	신한은행	
	세종공주축협	
	세종침단산업단지	
	하나투어 문화재단	꿈의 오케스트라, 공주
충남문화재단	에터미	
	벽산문화재단	벽산문화재단과 함께하는 스킨오브樂 'Next Classic'
	대구은행	大明-아트로드 명소화 사업
대구문화재단	경안플랜트	
	대경맥주	희망인재 프로젝트
	동화주택	
	대양건설	
광주문화재단	뷰티스맑은피부과의원	유네스코 미디어아트 창의도시 광주 프로젝트
	수원요양병원	
	수원센트럴병원	
	한국남동발전	진주국제제즈페스티벌
경남문화예술진흥원	코틴기획	
	한국수자원공사남강댐관리공단	곤양면 비봉내 축제
	서경타니골프앤리조트	
	한국마사회제주지부	
제주메세나협회	제주은행	찾아가는 공연장 「두르라 트럭」 시즌 II
	농협은행	

문화공헌 사업

Cultural Contribution
Business

문화공헌 사업은 메세나에 대한 사회적 인지도를 높이고 기업의 문화공헌 활동 참여를 유도하기 위해 시작되었다. 소외계층을 위한 공연 및 예술교육을 통해 문화예술 향유 기회를 제공하기 위해 '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. 2018년 한해 동안 14개 기업과 21개 문화공헌 사업이 진행되었고, 이를 통해 3만여 명이 문화예술 혜택을 누렸다.

찾아가는 메세나

70 회

17,700 명

예술지원 매칭펀드

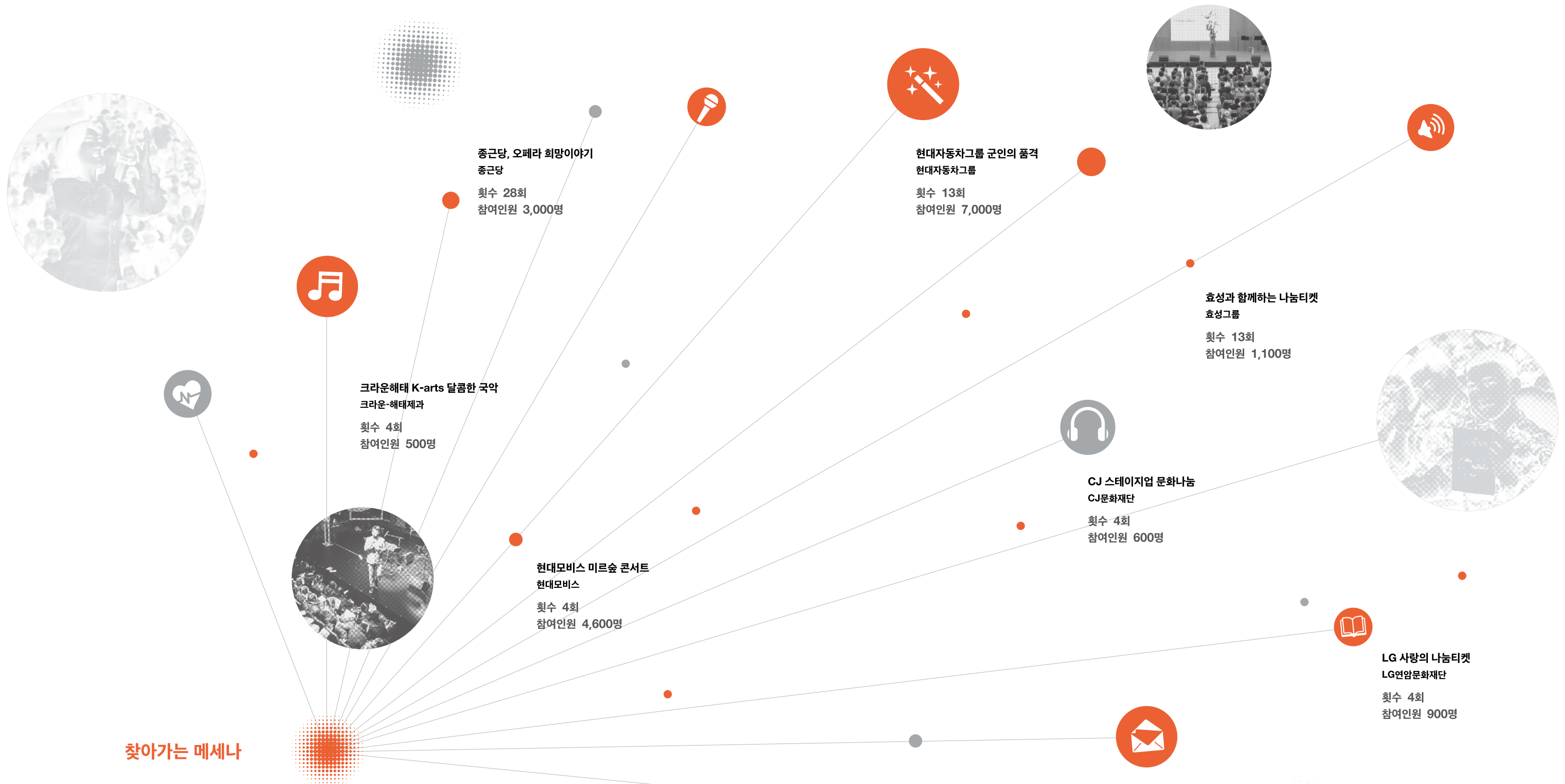
13,921 회

11,160 명

예술단체 역량 강화

27 건

30 명



지리적, 환경적 요인으로 문화예술을 접하기 어려운 문화소외계층을 직접 찾아가 예술체험의 기회를 제공하는 문화나눔 프로그램이다. 음악, 뮤지컬, 합창, 오페라, 국악 등 다양한 예술나눔 프로그램이 전국 곳곳에서 진행 중이다.



중근당, 오페라 희망이야기



‘중근당, 오페라 희망이야기’는 2014년부터 전국의 병원을 직접 찾아가 환우와 가족, 병원 관계자들에게 오페라 음악을 선사하고 이를 통해 정서적 치유를 유도하는 프로그램이다. 병원 로비음악회로 진행되는 ‘오페라 & 콘서트’와 소아환우를 위한 ‘키즈오페라’ 2가지 프로그램으로 구성되어 있다. ‘키즈오페라’는 매년 새로운 작품을 창작하여 다양한 콘텐츠로 어린이 환우들을 만나고 있다. 2018년에는 병원 및 소외 지역 초등학교 등 총 28회 오페라 공연을 펼쳤다.



크라운해태 K-arts 달콤한 국악



‘크라운해태 K-arts 달콤한 국악’은 크라운-해태제과가 지원하는 국악 영재들이 락음악단, 국악연희단인 동락연희단과 함께 문화소외지역 초등학교를 찾아가는 공연 프로그램이다. 방문 공연을 통해 어린이들에게는 다소 낯선 음악인 국악 공연을 익숙한 공간에서 직접 체험하게 함으로써, 국악에 대한 거리감은 줄이고 해설이 있는 공연을 통해 국악을 보다 친근하게 느낄 수 있는 기회를 제공하고자 기획되었다.



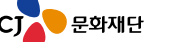
효성과 함께하는 나눔티켓



‘효성과 함께하는 나눔티켓’은 평소에 공연을 관람하기 쉽지 않은 문화소외계층에게 양질의 공연 관람 기회를 제공하는 사업이다. 전국 6개 도시에서 1,100명의 관람객을 초청해 뮤지컬 <신흥무관학교>를 관람했다. 지역아동센터 및 아동청소년 보호시설 단체를 비롯해 순직장병 유가족 및 독립운동가 유관기관들에게도 공연관람 기회를 제공했다. 뮤지컬 <신흥무관학교>는 제70주년 국군의 날을 기념해 육군본부에서 제작한 창작 뮤지컬이다.



CJ 스테이지업 문화나눔



2017년 시작한 ‘CJ스테이지업 문화나눔 프로그램’은 청소년들이 대 학교 공연장에서 문화체험을 함으로써 공연예술분야 진로탐색의 기회를 제공하고 공연, 무대예술에 대한 흥미를 고취시키고자 기획되었다. 2018년에는 연출가와 뮤지컬 배우가 작품의 히스토리와 제작 과정, 관람 예절 등을 설명하는 사전 워크숍 후 CJ문화재단의 지원을 받고 있는 튜입 뮤지션들의 공연을 관람 했다. 뒤이어 뮤지컬 <안녕, 크로아티아> 관람하고, 공연 후 뮤지컬 출연진, 연출가 등 예술가와의 만남이 진행해 양질의 인프라가 부족해 문화체험의 기회가 적은 학교의 학생들에게 다양한 문화를 접할 수 있는 기회를 제공하는 역할을 했다.



현대모비스 미르숲 콘서트



‘현대모비스 미르숲 콘서트’는 지역민과 숲 내방객을 위한 문화예술 향유 프로그램이다. 미르숲은 현대모비스가 친천군과 함께 100억여원을 투자해 직접 조성한 친환경 생태숲이다. 현대모비스는 숲 조성 이후 숲을 찾은 관람객을 위한 음악 공연을 진행했다. 숲을 찾은 관람객들이 다양한 장르와 세대를 아우르는 음악인 팝페라, 재즈, 대중음악 등의 공연을 진행했다. 봄과 가을 각 2회씩 총 4회에 걸쳐 진행 되었으며 지역주민을 위한 특별한 야외 음악회로 자리매김하고 있다.



현대자동차그룹 군인의 품격



‘현대자동차 군인의 품격’은 2012년부터 시작해 7년째 진행되고 있는 현대자동차그룹의 대표적인 군 사회공헌 사업으로 약 7만명의 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 줄수있는 유명가사의 강연 등을 함께 진행해 큰 호평을 받았다.



LG 사랑의 나눔티켓



‘LG 사랑의 나눔티켓’은 평소에 공연을 관람하기 쉽지 않은 문화소외 계층에게 양질의 공연 관람 기회를 제공하는 사업이다. 이 사업은 지역아동센터, 아동청소년 보호시설 단체 등 문화소외계층을 초청해 공연관람 기회를 제공하고 있다. 2018년도에는 아트서커스 <서커폴리스>, 조수미 콘서트 <One Night in Paris>, 뮤지컬 <마틸다>, 발레 <호두까기 인형> 등 다양한 장르의 공연을 900여 명에게 제공했다.

Arts for Children은 어린이와 청소년을 위한 문화예술 교육 사업으로, 특히 문화소외계층을 위한 교육을 진행하고 있다. 예술체험 캠프, 음악교육, 청소년 진로체험, 장르별 영재 육성 등 다양한 프로그램을 시행하고 있다.



크라운해태 K-arts 국악캠프
크라운-해태제과
횃수 1회
참여인원 140명

한성자동차 드림그림
한성자동차
횃수 15회
참여인원 80명



한화예술더하기
한화
횃수 330회
참여인원 2,800명

현대자동차그룹 아트드림 공모전
현대자동차그룹
횃수 20회
참여인원 7명

한화청소년오케스트라
한화
횃수 262회
참여인원 63명

두산청소년아트스쿨
(주)두산, 두산연강재단
횃수 17회
참여인원 270명

한화손해보험 위기탈출 안전교육
한화손해보험
횃수 104회
참여인원 662명

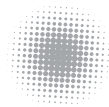


Arts for Children

LG 사랑의 음악학교
LG연암문화재단
횃수 13회
참여인원 666명



KT&G복지재단
아름드리 음악미술교실
KT&G복지재단
횃수 13,052회
참여인원 5,020명



LG 영메이커 아카데미 & 페스티벌
LG연암문화재단
횃수 9회
참여인원 1,080명



LG 꿈꾸는 프로듀서
LG연암문화재단
횃수 6회
참여인원 1,056명

LG 사랑의 아트스쿨
LG연암문화재단
횃수 28회
참여인원 143명



현대차 정몽구 재단
온드림 창의예술교육 교사 연수
현대차 정몽구 재단
횃수 21회
참여인원 80명

CJ 튜업음악교실
CJ문화재단
횃수 40회
참여인원 80명





두산청소년아트스쿨  (주)두산  두산연강재단

2018년 새롭게 시작한 '두산청소년아트스쿨'은 청소년들에게 문화예술분야 직업체험을 위해 기획되었다. 미래 예술가 양성을 목표로 기획된 이 사업은 10대와 20대를 위한 프로그램으로 나누어 진행된다. 10대 청소년들에게는 두산아트센터 투어 및 공연관람을 통해 공연예술분야의 직업군 체험 시간을 제공하며, 20대 예술전공자 및 전공희망자를 위해 젊은 예술가와 함께하는 워크숍을 진행하고 있다.



크라운해태 K-arts 국악캠프  CROWN 

'크라운해태 K-art 국악캠프'는 평소에 문화예술을 접하기 쉽지 않은 복지관, 지역아동센터의 어린이들을 초청해 국악, 연극, 무용, 미술 등 다양한 장르를 접하게 하는 여름방학 특별 프로그램이다. 단순히 악기 체험에서 벗어나 길놀이, 우리 장단 배우기, 사물놀이, 봉산탈춤 등 전통연희들을 직접 배워보면서 어린이들이 우리 음악의 즐거움을 느끼게 했다. 이 밖에도 연극으로 역사 배우기, 단청 그리기, 스트리트 댄스 배우기 등 어린이들의 감수성을 자극하는 다채로운 프로그램을 진행했다.



현대자동차그룹 아트드림 공쿠르 

'현대자동차그룹 아트드림 공쿠르'는 가정 형편으로 음악가의 꿈을 펼치기 어려운 학생들에게 실질적인 지원을 하여 전문 음악인으로 성장할 수 있는 기회를 제공하는 프로그램이다. 본 공쿠르에 선발된 학생들은 1년간 레슨비, 문화예술체험 등의 실질적인 지원을 받아 음악교육을 받을 수 있다. 또한 공연 기회를 제공하여 다양한 연주를 할 수 있도록 함으로써 전문음악가로 성장하는 발판을 마련해 주고 있다.



한화예술더하기  Hanwha

'한화예술더하기'는 3년마다 프로그램을 업그레이드하며 매 시즌 새로운 모습으로 예술교육을 진행하고 있다. 2009년부터 2017년까지는 초등학생을 위한 예술교육이었고, 2018년부터 중학생 대상 프로그램으로 업그레이드 했다. 2018년에는 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.



한성자동차 드림그림  한성자동차 


'한성자동차 드림그림'은 미술적 재능을 지닌 학생을 지원하여 아티스트의 꿈을 실현하도록 도와주는 미술영재 장학사업이다. 예술적 재능과 꿈이 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 희망멘토 1인, 한성자동차 임직원으로 구성된 멤버서터 멘토가 함께 미술영재의 성장을 돕고 있다.



한화손해보험 위기탈출 안전교육  한화손해보험

'한화손해보험 위기탈출 안전교육'은 아동들이 무용 수업을 통해 안전의식을 기르고 위기상황에서 스스로의 안전을 지킬 수 있게 하기 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(교통안전·놀이·물놀이·화재·지진상황 등) 안전대피 요령들이 아동들에게 큰 도움이 된다는 피드백이 있었다.



한화청소년오케스트라  Hanwha


'한화청소년오케스트라'는 악기를 한번도 만져본 적 없는 청소년에게 악기의 세계를 알려주고 오케스트라를 결성해 함께하는 음악의 즐거움을 느끼게 하는 공동체 인성교육 프로그램이다. 악기 연주는 어려서부터 해야한다는 고정관념을 깨고, 의지만 있으면 누구든 음악을 할 수 있다는 자신감을 심어주며, 합주 등 공동 예술 작업을 통해 청소년들이 사회적 적응력을 키우는 것이 이 프로그램의 목표다.



현대차 정몽구 재단 온드림 창의예술교육 교사 연수  정몽구 재단 

'현대차 정몽구 재단 온드림 창의예술교육 교사 연수'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 튜입음악교실 

위기 청소년 대상 문화나눔활동인 'CJ 튜입음악교실'은 지난 2012년 CJ문화재단이 음악을 통한 문화소의 청소년의 건강한 인격 형성을 목표로 시작한 프로그램이다. 한국메세나협회는 2017년부터 살레시오청소년센터, 나사로 청소년의 집, 북부보호관찰소 등 청소년 교화 시설에서 수업을 진행했다. CJ문화재단의 신인 대중음악인 발굴·지원 프로그램 '튜입' 출신의 인디 뮤지션들과 CJ음악 장학사업의 장학생인 버클리 음대 출신의 뮤지션이 강사로 참여해 재능기부를 펼치는, 대표적인 나눔의 선순환 사례로 자리잡고 있다.



KT&G복지재단 아릅드리 음악미술교실 

'KT&G복지재단 아릅드리 음악미술교실'은 사회적 배려가 필요한 아동들을 위한 문화복지 차원의 예술교육으로, 서울·경기·인천 권역의 지역아동센터 502곳에 예술강사를 파견했다. 크게는 음악과 미술 장르, 세부 프로그램으로는 회화·공예·통합미술 활동과 타악교육·음악놀이·국악 등의 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 사랑의 음악학교 

'LG와 함께하는 사랑의 음악학교'는 전문 클래식 연주자가 학교를 방문하여 살아있는 연주를 들려줌으로써 학생들이 자연스럽게 클래식 음악에 대한 이해도를 높이고 감상법 및 공연 관람 예절을 배울 수 있는 프로그램이다. 강서지역 문화예술 소외 청소년들이 학교현장과 지역 사회에서 문화예술을 배우며 향유할 수 있는 토대를 마련했다는 평을 듣고 있다.



LG 영메이커 아카데미 & 페스티벌 

'LG 영메이커 아카데미 & 페스티벌'은 창의성과 상상력을 개발하는 차원을 넘어, 학생들의 메이커로의 주체적인 성장을 위해 수준 높은 예술과학 융합 교육 프로그램을 제공한다. 2016년부터 LG연암문화재단과 함께 시작한 이 사업은 영메이커 아카데미를 통해 예술과학 융합교육을 진행한다. 교육을 받은 학생들이 'LG 영메이커 페스티벌'에 참여해 수업 내용을 페스티벌을 방문한 어린이들에게 소개하고 있다. 2018년에는 '미래도시'라는 주제로 페이퍼아트를 활용한 미래도시 건축, 조립과 코딩을 모두 경험할 수 있는 자율 주행자동차를 만들어 보는 시간을 가졌다.



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 중학생 대상 예술 교육 프로그램으로 상상력 향상 수업을 지향하고 있다. 이 사업은 전국 중학교의 자유학기제 시행에 맞춰 다양한 진로 교육과 함께 청소년들의 창의성과 상상력을 자극하고, 꿈을 찾는 데 도움을 주고자 한다. 서울 및 수도권 지역 중학교 1학년 학생들을 대상으로 진행했으며 불광중학교, 백석중학교, 신갈중학교 등 6개 학교 143명의 학생이 참여했다. 이 사업은 현대무용을 통해 몸을 움직이며 배우는 '내 몸 탐구생활'과 미션을 수행하며 만드는 즉흥연극 '말하는 대로' 등 2개 프로그램을 진행했다.



예술단체 역량 강화

젊은 예술인들의 창작 활동 증진 및 자립기반 마련을 위해 운영되고 있는 사업이다. 2012년부터 시작된 본 사업은 예술분야 사회적 기업가의 실무능력을 향상시키고 성공적인 비즈니스 모델을 개발하여 안정적인 예술 활동을 펼칠 수 있도록 지원하고 있다.



H-온드림 사회적기업 창업 오디션 HYUNDAI MOTOR GROUP **현대차 정몽구 재단** Chung Mong-Koo Foundation

‘H-온드림 사회적기업 창업 오디션’은 사회문제의 혁신적·창의적 해결 아이디어를 가진 사회적기업가의 발굴과 육성을 통해 새로운 고용창출에 기여하고 지속 가능한 사회적기업 생태계를 만들어가고자 기획된 프로그램이다. 이 사업은 2012년부터 2018년까지 총 7차에 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.

조사·연구 및 학술사업

Research & Academic Business



'지역문화 활성화를 위한 기업과 예술계의 역할' 세미나

한국메세나협회는 전국 메세나 단체와 함께 '지역문화 활성화를 위한 기업과 예술계의 역할'이라는 주제로 2018년 11월 2일 서울 을지로 페럼타워에서 공동 세미나를 개최했다. 문화예술 기획자, 기업 관계자 등 100여 명이 참석했다. 이 세미나는 한국메세나협회, 경남메세나협회, 대구메세나협의회, 제주메세나협회 등 4개의 문화예술 후원 매개 단체들이 협력해 진행하는 첫번째 사업이다. 지역 메세나의 나아갈 방향에 대한 기초발제로 시작해, 다양한 지역 문화공헌 사업 사례를 듣고 메세나 활동의 전격적 확산을 위한 협력 방안을 논의하는 장이 되었다.

2018 기업의 문화예술 지원 현황 조사

기업의 문화예술 지원 현황조사는 2018년 3월 초부터 6월 초까지 3개월 동안 국내 매출액 상위 500대 기업 및 기업 출연 문화재단, 한국메세나협회 회원사 등 총 645개사를 대상으로 실시되었다. 설문 응답 기업은 370개사로 57.3%의 응답률을 보였으며, 그 중 115개사(회원사 78개사, 비회원사 37개사)가 지난해 문화예술 분야 지원 실적이 있는 것으로 집계되었다. 최종 집계결과는 본 조사결과에 한국문화예술위원회의 조건부기부금 기탁 실적을 합해 산출되었다.

2018년도 우리나라 기업의 문화예술 지원 규모는 2,039억 5천4백만 원으로 2017년(1,943억 1천2백만 원) 대비 5.0%(96억 4천2백만 원) 증가한 것으로 집계되었다.(부록 자료 참조)

한국메세나대회 Mecenat Awards



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. 메세나대상 시상식은 2007년 한국메세나대회로 확대하여 운영하고 있으며 2016년부터 기업과 예술의 만남 결연식과 동시개최 하고 있다.



메세나대상 시상식 & 기업과 예술의 만남 결연식

2018년 11월 29일 오후 5시 웨스틴 조선호텔에서 2018 한국메세나대회를 개최했다. 메세나 정신을 되새기고, 기업과 예술계가 만나는 자리였다. 제19회 메세나대상 시상식에 앞서 기업과 예술의 만남 결연식을 함께 개최했다.

한국메세나협회와 한국문화예술위원회가 주최하는 '2018 기업과 예술의 만남 결연식'은 한해 동안 기업과 예술단체와의 파트너십을 격려하는 자리이다. 결연식에서 현대중공업과 USP챔버오케스트라, 노루홀딩스와 '함신익과 심포니 송'이 각각 대기업과 중소·중견기업 우수결연커플로 선정되어 기념패를 받았다.

뒤이어 문화예술 발전과 국민의 예술향유 향상에 기여하고 있는 기업과 인물을 선정해 그 공로를 기리는 '제19회 메세나대상 시상식'이 진행되었다. 기업 부분에서는 대상 동서식품, 문화공헌상 LG생활건강, 창의상 에이치케이가 수상의 영광을 안았으며, 메세나인상은 동성코퍼레이션 백정호 회장 회장이 수상했다. 기업과 예술 간의 올바른 파트너십을 보여준 오성정보통신과 '아카데미 열정과 나눔'이 Arts & Business상을 수상했다.

이날 행사에는 문화체육관광부 도종환 장관, 한국메세나협회 김영호 회장, 매경미디어그룹 장대환 회장 등 주요 인사 및 문화예술 관계자, 수상사 등 330여 명이 참석하여 성황리에 마무리되었다.

2018 메세나대상 수상 기업

대상

동서식품



동서식품은 1989년부터 현재까지 29년간 '삶의 향기 동서문학상'을 운영하며 한국문학 발전에 큰 기여를 하고 있다. 동서문학상은 격년제로 개최되고 있으며, 국내 최대 규모이자 국내 유일의 여성 신인 문학상이다. 수상자에게는 상금과 함께 수상작 <월간 문학>에 수록하게 하여 신인 여성 작가들에게 등단의 기회를 제공하고 있다. 후원의 기회는 적은 문학 장르, 특히 여성 문학인 후원 사업은 진정성 있는 메세나로 평가 받고 있다. 또한 등단 이후 문학기행, 특강, 합평회, 멘토링 등 다양한 후속 프로그램을 통해 지속적으로 창작활동을 이어 갈 수 있도록 돕고 있다. 동서식품은 또한 2008년부터 매년 '동서 커피 클래식'을 통해 전주, 춘천, 대구, 창원, 청주 등 지방 도시 주민들을 위한 무료 클래식 공연을 제공하고 있다. '동서 커피클래식'이 진행되는 지역의 어린이 오케스트라를 선정 하여 악기와 연습실을 지원하고 전문 음악인과의 마스터 클래스를 지원하는 '맥심 사랑의 향기'를 병행해 어린이들의 꿈을 실현시키고 있다. 문화기업의 예술 지원 본보기가 되고 있는 동서식품은 앞으로도 문화와 음악 발전을 위한 지원을 지속할 계획이다.

문화공헌상

LG생활건강



LG생활건강은 '궁'과 '왕실 여성 문화' 그리고 '전통'을 주제로 한 문화예술 콘텐츠 후원 사업을 통해 우리나라 궁중문화를 보존하고, 널리 알리기 위해 노력하고 있다. LG생활건강은 '더 히스토리 오브 후 궁중 문화 캠페인'의 일환으로 2015년부터 문화재청과 협약을 맺고 한국을 대표하는 4대 궁의 보존 관리 사업에 적극 동참하고 있다. 왕실 여성문화를 전파하기 위한 미디어 아트, 복합 문화 체험 전시, 해금 공연 등 다양한 예술 프로그램들을 진행하여 큰 호응을 얻고 있다. '더 스토리 오브 후 궁중 문화 캠페인'은 내국인은 물론 한국을 방문하는 외국인들에게도 전통 예술과 궁중문화를 접하게 하여 한국의 미를 알리는 역할을 했다. 또한 2006년부터 '해금예찬'을 통해 해금 연주 단체를 후원하고 있다. 이는 기업 브랜드와 전통 예술과의 전략적 후원을 통한 문화마케팅의 성공 사례로 손꼽히고 있다. LG생활건강은 앞으로도 한국적인 아름다움을 널리 전파하는 메세나 기업으로의 면모를 계속 이어갈 것이다.

메세나인상

백정호 회장
동성코퍼레이션



동성코퍼레이션은 화학분야 신소재개발로 우리 생활 속에 다양한 솔루션을 제공하는 융복합 소재 전문기업이다. 동성코퍼레이션의 백정호 회장은 부산의 지역경제 활성화와 국가 경제 발전에 기여함은 물론, 음악, 미술 등 문화 전반에 걸쳐 꾸준한 후원을 진행하고 있다. 드러내기보다는 진심을 담아 실천하는 것에 중점을 둔 백정호 회장의 선행에서 진정한 메세나인의 모습을 볼 수 있다. 부산 영화의전당 마티네 콘서트가 초창기 자리 잡을 수 있도록 도왔으며, 부산을 대표하는 국제 아트페어로 성장한 아트부산 후원에도 앞장서 부산지역 예술 발전에 큰 기여를 하고 있다. 또한 백정호 회장은 1986년 故 백제갑 선대회장 때부터 후원하던 월천청소년문예대상을 통해 30년 넘게 청소년 문예창작 지원을 해오고 있으며, 인하대학교에 월천출과 월천라운지를 조성했다. 수년간 평창대관령음악제와 바이올리니스트 클라라 주미 강을 후원해 클래식 음악 저변확대를 위한 활동을 꾸준히 해왔다. 폭넓은 메세나 활동을 해온 백정호 회장의 행보는 존경받는 메세나인으로 큰 귀감이 되고 있다.

창의상

에이치케이(HK)



에이치케이(HK)는 산업용 소재 고밀도 레이저 빔과 전자응용 공작기계 제조업체로서 2012년부터 음악을 통한 사회공헌 활동을 활발히 펼치고 있다. 에이치케이는 음악을 통해 청소년들에게 꿈과 희망을 주고 자립기반을 만들어 주고자 비영리 사단법인 행복나무 플러스에서 진행하는 '삶과 나눔 콘서트'를 6년째 후원하고 있다. 에이치케이는 음악단체를 지원하고, 그 음악회 수익금으로 보호시설 학생들에게 장학금을 지원하고 있으며 아동보호 시설 출신 중 시설 퇴소 이후 생계가 어려운 대학생들의 학자금과 그룹홈 아동들의 음악교육 사업에 사용하고 있다. 기업과 예술과 수혜 청소년 등 삼각관계가 이상적으로 조화를 이루고 있는 좋은 사례이다. 또한 에이치케이 임직원과 함께 공연을 관람하여 메세나의 의미를 직원들에게 전달하고 애사심이 높아지는 효과가 있었다. 에이치케이이라는 중소기업의 모범적인 문화공헌 활동은 타 중소기업들의 큰 본보기가 되고 있다.

Arts & Business상

오성정보통신 & 아카데미 열정과 나눔



전남 무안에 있는 정보통신시스템 제조 및 설계 시공사 오성정보통신은 클래식 공연단체인 '아카데미 열정과 나눔'과 2015년부터 결연을 맺고 광주, 전남 지역을 중심으로 클래식 공연을 개최해 오고 있다. 타 지역에 비해 클래식 공연의 기회가 상대적으로 적은 전남 지역민에게는 단비 같은 공연이라는 평을 받고 있다. 아카데미 열정과 나눔은 '음악의 열정(Passion)을 청중과 함께 나누다(Sharing)'는 취지로 2012년 설립된 클래식 단체이다. '아카데미 열정과 나눔'은 기업의 지원에 힘입어 클래식을 바탕으로 다양한 음악 콘텐츠를 개발하고 레퍼토리로 발전시켜 관객들의 귀를 즐겁게 하고 있다. 또한 '아카데미 열정과 나눔'은 오성정보통신 임직원들을 위한 음악 공연과 함께 매월 클래식 강의를 진행해 직원들의 문화적 소양을 높이는 일에도 적극적으로 동참하고 있다. 오성정보통신과 '아카데미 열정과 나눔'은 지방 중소기업과 예술단체의 진정성있는 결연의 모범을 보이고 있다.

기업과 예술의 만남 결연식 올해의 베스트 커플



현대중공업 & USP 챔버 오케스트라

대기업 결연

2007년 11월 창단할 당시 예술에 대한 새로운 기업투자 모델로 주목 받은 'USP(Ulsan String Players)챔버오케스트라'는 현대중공업이 기업 메세나 활동의 일환으로 울산대학교와 협약을 맺고 창단 지원한 음악단체이다. 2008년 제1회 정기연주회를 시작으로 USP챔버오케스트라는 수준 높은 프로그램에 국내외 유명 연주자들이 참여하여 지속적인 성장을 거듭했다. 10여 년간의 지속적인 음악활동을 통해 울산지역 대표 실내 관현악단으로 성장했다. 전체 단원 중 울산대 졸업생을 70% 이상으로 하여 오케스트라를 구성해 매년 정기연주회와 기획 연주회 등 활동을 하면서 울산대학교 및 지역사회 문화향유 기회 확산, 현대중공업 등 기업 현장의 임직원 문화복지 향상에 기여 하고 있다.

노루홀딩스 & 함신익과 심포니 송

중소·중견기업 결연

(주)노루홀딩스는 함신익과 심포니 송이 마스터즈 시리즈를 통해 품격 있는 음악을 제공할 수 있도록 지원하고 있다. 마스터즈 시리즈는 동북 3국의 음악인들이 상호 교류하는 프로그램이다. 이 프로그램은 성별, 학력, 경력, 나이 등의 차별 없이 오직 실력만으로 겨루는 협연자 공쿠르를 신설해 젊은 음악인들을 발굴하고, 롯데콘서트홀 무대에 데뷔하게 하고 있다. 또한 2015년부터는 왕바디트릭을 클래식 음악 무대로 개조하여 새로운 개념의 'The Wing'이라는 공연을 시작했다. "We are Your Symphony" 라는 캐치프레이즈를 걸고 왕바디트릭으로 문화소외계층을 찾아 전국 방방곡곡을 누비며 새로운 세대를 위한 공연을 하고 있다. 이 사업을 통해 50여 곳을 방문, 20만 명이 넘는 관객에게 클래식 음악을 선물했다.

정책 연계 사업

Policy & Business

문화접대비 활성화 사업

'문화접대비 활성화 사업'은 기업들의 문화접대를 활성화해 조직문화에 유연성을 더하고 청탁금지법 등의 시행으로 위축된 기업들의 예술소비를 유도해 예술시장 활성화에 기여하고자 진행되었다. 협회의 기업 네트워크를 활용해 문화접대비를 알리고, 문화접대비 및 청탁금지법 관련 기업 리서치를 시행해 문화접대비에 대한 실질적인 기업들의 동향을 파악했다. 또한 2018년 12월 매일경제와 함께 캠페인을 진행해 문화접대비 제도를 잘 활용하고 있는 기업의 사례와 함께, 실질적인 의미에 대해 되짚어보는 시간을 가졌다. 주요 기업 회계 담당자 대상 초청행사를 개최하고 지역 메세나 매개기관, 중소기업진흥공단 등 유관기관과 협력해 다양하고 폭넓은 홍보활동을 진행했다.

기업, 주점대신 공연장에 협력사 초대... "문화로 소통, 손발이 척척"

문화로 인사잡시다 11월 특집호 '책잡장터'

기업의 문화접대 방식은 '주점'에서 '공연장'로 바뀌고 있다. 문화로 인사잡시다 11월 특집호 '책잡장터'는 문화로 인사잡시다 11월 특집호 '책잡장터'를 통해 기업들의 문화접대 방식을 소개하고 있다. 문화로 인사잡시다 11월 특집호 '책잡장터'는 문화로 인사잡시다 11월 특집호 '책잡장터'를 통해 기업들의 문화접대 방식을 소개하고 있다.

“워라밸 시대, 문화접대비 활용해 기업경쟁력 높여야”

문화로 인사잡시다 11월 특집호 '책잡장터'

워라밸 시대에 기업들은 문화접대비를 활용하여 기업경쟁력을 높여야 한다. 문화로 인사잡시다 11월 특집호 '책잡장터'는 문화로 인사잡시다 11월 특집호 '책잡장터'를 통해 기업들의 문화접대 방식을 소개하고 있다.

회원서비스

Member Service



메세나 CEO 문화포럼

‘메세나 CEO 문화포럼’은 회원사 대표 및 임원들을 초청해 경영과 문화예술 관련 강연을 함께 하는 네트워크 프로그램이다. 연 2회, 조찬 행사로 진행되는 이 포럼은 명사의 특강을 통해 기업의 대표에게는 경영의 영감을 제공하고, 음악영재들의 연주를 통해 예술후원의 가치를 전달하고 있다. 기업인들의 고급 정보 교류의 장으로 자리매김하고 있는 메세나 CEO 문화포럼은 2018년부터 ‘우리시대 예술가 시리즈’라는 주제로 4월 국립발레단 강수진 예술감독, 10월 한국연극인 복지재단 윤석화 이사장과의 아트토크를 진행해 큰 호응을 얻었다.



A&B포럼

‘A&B포럼’은 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. 2018년에는 조찬강연 외에도 인천 파라다이스시티 탐방 등 특별 프로그램을 추가 진행해 새로운 문화공간을 둘러보는 시간을 가졌다.



Arts Friends

‘Arts Friends’는 다양한 장르의 전문 예술가들을 기업에 파견하여 예술가들의 창의적 열기를 직접 체험할 수 있게 제공하는 회원서비스 프로그램으로 연 20회 진행되었다. 아카펠라, 여행강의, 예술강연 등 다양한 콘텐츠로 창립기념회, 사회공헌 봉사활동, 런치콘서트 등의 기업 내부 활동에 활력을 주고있다. 이 프로그램을 통해 회원사 내부 직원의 문화예술에 대한 관심이 높아졌다는 평을 듣고 있다. 직원들의 창의성 계발 및 직무 교육으로도 활용되고 있는 Arts Friends는 공연을 통해 스트레스 해소, 조직문화 개선 등의 도움을 주어 회원사의 참여가 높다.



회원음악회

‘회원음악회’는 문화사업 및 사회공헌을 담당하는 회원사 임직원과 예술의 가치를 공유하고자 기획된 프로그램이다. 2012년 시작된 이래 회원사 임직원뿐만 아니라 가족, 지인, 동료들과 함께 하는 음악회로 진행 하고 있다. 2018년 10월 17일 일신홀에서 진행된 2018 회원음악회는 실내악 연주단체인 트리오 제이드를 초청, 가을의 정취를 물씬 느낄 수 있는 수준 높은 공연을 진행하였다.

홍보

Public Relations

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 전반에 문화 예술 지원에 대한 분위기를 고조시키는 촉매 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 진행하는 문화사업, 회원사가 진행하는 메세나 활동들을 다룬다. 셋째 주 목요일 발행되는 <A&B Plus>는 기업·예술단체 결연소식과 해외 메세나 소식 등을 전달한다. 더불어 2012년부터 페이스북과 유튜브 채널을 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.

2018

**Financial
Statements**

**Newly Registered
Members**



재무상태표

과목	제 25(당) 기 2018. 01. 01~2018. 12. 31		제 24(전) 기 2017. 01. 01~2017. 12. 31	
	금액		금액	
(단위: 원)				
자산				
I. 유동자산		2,854,028,205		3,264,110,249
(1)당좌자산		2,854,028,205		3,264,110,249
보통예금		2,789,969,976		3,230,587,280
미수금		53,383,749		32,616,069
선급금		10,674,480		906,900
(2)재고자산		0		0
II. 비유동자산		49,011,584		51,543,950
(1)투자자산		0		0
(2)유형자산		594,488		1,492,662
비품	19,651,000		19,651,000	
감가상각누계액	19,056,512	594,488	18,158,338	1,492,662
(3)무형자산		817,096		2,451,288
상표권		817,096		2,451,288
(4)기타비유동자산		47,600,000		47,600,000
임차보증금		47,600,000		47,600,000
자산총계		2,903,039,789		3,315,654,199
부채				
I. 유동부채		1,887,707,604		2,517,079,884
미지급금		171,504,238		123,027,663
예수금		5,722,639		4,838,163
부가세예수금		9,400,000		6,800,000
선수금		1,678,740,527		2,362,330,338
예수제세		22,340,200		20,083,720
II. 비유동부채		0		0
부채총계		1,887,707,604		2,517,079,884
자본				
I. 자본금		0		0
II. 자본잉여금		0		0
III. 자본조정		0		0
IV. 기타포괄손익누계액		0		0
V. 이익잉여금		1,015,332,185		798,574,315
미처분이익잉여금		1,015,332,185		798,574,315
(당기순이익)				
당기: 216,757,870원				
전기: 189,459,244원				
자본총계		1,015,332,185		798,574,315
부채및자본총계		2,903,039,789		3,315,654,199

손익계산서

과목	제 25(당) 기 2018. 01. 01~2018. 12. 31		제 24(전) 기 2017. 01. 01~2017. 12. 31	
	금액		금액	
(단위: 원)				
1. 수입		15,025,158,099		12,314,334,502
AB사업(국고기금)		2,002,569,085		2,126,291,896
AB사업(중소기업 매칭)		1,911,500,000		1,958,000,000
대기업결연사업		2,195,581,000		1,781,733,000
문화공헌 사업		6,715,354,372		4,469,734,344
회비수입		733,800,000		756,300,000
사업협찬금		317,219,992		248,769,641
기타사업		899,959,020		687,305,621
지정후원금(회원사)		249,174,630		286,200,000
2. 지출		14,811,221,594		12,117,172,210
인건비		566,185,714		531,597,673
직원급여		380,777,402		337,261,910
상여금		113,708,714		119,471,684
퇴직급여		71,699,598		74,864,079
일반관리비		660,189,442		579,430,421
복리후생비		50,796,060		42,936,840
접대비		20,000,780		19,338,662
통신비		25,278,765		26,824,054
세금과공과금		71,657,266		70,603,280
지급임차료		92,356,000		102,696,000
도서인쇄비		116,134,280		100,134,180
행사진행비		143,799,383		90,022,724
지급수수료		17,539,268		14,856,978
회의비		18,016,060		13,667,190
유지보수비		22,009,900		21,495,100
용역비		25,463,758		25,412,603
업무추진비		15,831,040		13,883,807
기타관리비		41,306,882		37,559,003
사업비		13,584,846,438		11,006,144,116
A&B사업비(국고기금)		2,002,569,356		2,132,091,911
A&B사업비(중소기업 매칭)		1,911,500,000		1,958,000,000
대기업결연사업비		2,195,581,000		1,781,733,000
문화공헌 사업		6,280,197,348		4,092,777,454
기타사업비		945,824,104		743,110,251
지정후원사업		249,174,630		298,431,500
3. 총수익		213,936,505		197,162,292
4. 기타 수입		2,821,365		14,389,466
5. 기타 지출		0		22,092,514
6. 당기순 이익		216,757,870		189,459,244

2018년도 신규가입 회원사



가현문화재단

이사장. 송영숙 | 가입일. 2018. 2. 8.

(재)가현문화재단은 문화예술의 대중화와 적극적인 활동의 지원 및 활성화를 위해 창립한 재단으로 2003년에 국내 최초 사진전문 미술관인 한미사진미술관을 개관한 후, 한국 사진계를 위해 많은 활동을 펼쳐왔다. 전시를 비롯하여 작가지원 및 학술, 출판, 국제 교류 등의 활동을 하는 한편, 사진 문화예술의 활성화를 위해 활동하는 문화예술 단체들을 후원함으로써 상호 협력체계를 형성하고 함께 성장할 수 있는 기회를 가지는데 설립 목적이 있다.



이상일문화재단

이사장. 이상일 | 가입일. 2018. 3. 23.

이상일문화재단은 순수예술의 대중화를 통한 사회적 책임을 실천하고자 하는 일진그룹 이상일 회장의 철학에 따라 설립됐다. 재능있는 창작 예술인 양성, 문화예술의 대중화, 소외계층 지원 등 다양한 문화사업을 통하여 보다 폭넓은 사회공헌 활동에 노력을 기울이고 있다.



(주)마케팅큐레이터 그룹

대표. 정의정 | 가입일. 2018. 11. 15.

(주)마케팅큐레이터 그룹은 제조·유통·커뮤니케이션 마케팅 전문가들이 클라이언트의 비즈니스 문제를 시장과 소비자 관점에서 재정의하고 해석해 토탈마케팅 솔루션을 선별, 실행하고 있다.



월드리츠개발주식회사

대표. 김종식 | 가입일. 2018. 12. 14.

월드리츠개발주식회사는 소규모 부동산의 개발 및 시행을 진행하며 특히 도심지 낙후 건물의 리모델링 및 재개발에 대해 소수의 자산가로 부터 투자를 받아 수익을 분배하는 방식으로 사업을 진행한다.



빌모트 건축사무소 한국지사

지사장. 김소민 | 가입일. 2018. 7. 13.

Wilmotte & Associés는 건축가이자 도시 계획가, 디자이너인 장 미셸 빌모트(Jean-Michel Wilmotte)에 의해 1975년에 설립된 국제적인 건축회사다. 프랑스 파리 본사 외에도 니스, 영국, 이탈리아, 한국 등에 지사를 두고 있다. 28개국 100개 이상의 프로젝트에 걸쳐 활동하고 있다.



(주)코리아 투모로우

대표. 김금희 | 가입일. 2018. 11. 12.

한국 시각예술의 글로벌 프로모션을 위해 2009년 출범한 (주)코리아 투모로우는 미국, 영국, 홍콩, 인도네시아, 프랑스 등 다양한 국가의 예술가, 큐레이터, 철학자들과 협력해 왔다. 매년 30명~50명이 참가하는 하나의 거대한 통합 플랫폼이자 브랜드로 자리잡은 코리아 투모로우는 다양한 기획자들의 세부 기획전을 통해 새로운 개념, 작품, 작가를 소개하기 위한 전시, 세미나, 교육 프로그램을 운영하고 있다.



(주)세원특수금속

대표이사. 심금택 | 가입일. 2018. 12. 26.

(주)세원특수금속은 고기능성 특수동합금을 개발·생산하는 전문기업이다. 원자재 입고에서 주조, 열처리, 압연 및 인발, 완제품 포장까지 원스톱으로 생산할 수 있는 라인을 갖추고 있다.



(주)오성정보통신

대표이사. 이만선 | 가입일. 2018. 12. 28.

(주)오성정보통신은 IP영상시스템, IP방송솔루션, 스마트안내판(Smart Signature), IT솔루션 등을 생산하고 있으며 기업부설연구소를 통해 제품 연구와 품질 향상을 위해 끊임없이 노력하고 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 지원금액은 발표하지 않습니다.

1. 조사 대상

· 국내 매출액 기준 500대 기업(매경회사연감 자료 기준) 및 기업 출연 문화재단 또는 한국메세나협회 회원사 등 총 645개사

2. 조사 응답: 370개사(응답률: 57.3%)

· 115개 응답사: 2018년 문화예술 지원 실적 있음
· 255개 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 645개사를 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

자료, 통계분석 및 감수
수원대학교 경영학과 임승희 교수

리서치
한국갤럽조사연구소

2018년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사

Part 1. ‘2018년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사’ 기본 분석

1. 조사 개요

본 조사는 2019년 3월 초부터 6월 초까지 3개월 동안 국내 매출액 상위 500대 기업 및 기업 출연 문화재단, 한국메세나협회 회원사 등 총 645개사를 대상으로 실시하였다. 설문 응답기업은 370개사로 57.3%의 응답률을 보였으며, 그 중 115개사(회원사 78개사, 비회원사 37개사)가 2018년도 문화예술 분야 지원 실적이 있는 것으로 집계되었다. 최종 집계 결과는 본 조사 결과에 한국문화예술위원회(이하 ‘문예위’)의 조건부기부금 기탁 실적을 합해 산출되었다.

2018년도 조사 개요

구분	한국메세나협회 직접조사	한국문화예술위원회 조건부기부금
조사대상	645	-
응답기업수	370	-
지원기업수	115	400

2. 지원 규모

2018년도 우리나라 기업의 문화예술 지원 규모는 2,039억 5천4백만 원으로 2017년(1,943억 1천2백만 원) 대비 5.0%(96억 4천2백만 원) 증가한 것으로 집계되었다. 이는 총 515개 기업(한국메세나협회 직접조사 결과 지원 실적이 있는 115개 기업 + 문예위에 기부한 400개 기업)이 1,337건의 사업에 지원한 금액으로써 기업(재단 포함) 직접지원금 1,910억 2천9백만 원과 문예위 기부금 129억 2천5백만 원의 합산금액이다.

2018년도 지원 실적이 전년도에 비해 증가한 주요 원인은 기업 문화재단을 통한 지원 확대와 관련한 것으로 해석된다. 2016년까지 꾸준히 증가하던 문화재단을 통한 지원은 2017년도 조사 결과 전년 대비 약 54억 7천만 원 감소하였으나, 이번 2018년도 조사에서는 전년 대비 약 182억 7천만 원이 증가하였다. 이와 같은 증가세는 기업 문화재단의 신규 인프라 개관에 따른 지원금 증가와 함께 청탁금지법 및 공익법인 관련 제도의 모호한 해석 등으로 위축되었던 재단 활동이 일부 정상화된 영향으로 추정할 수 있다.

2018년도 기업의 문화예술 지원 규모^①

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	전년 대비(%)
지원기업수	609	497	532	515	▼ 3.2
지원금액	180,523	202,581	194,312	203,954	▲ 5.0
지원건수	1,545	1,463	1,415	1,337	▼ 5.6

한국메세나협회가 직접 조사한 기업의 지원 현황(문예위 기부금 제외)을 살펴보면, 370개 응답기업 중 문화예술 지원 실적이 있는 기업은 115개사로, 이들은 2018년 한 해 동안 760건에 1,910억 2천9백만 원을 지원한 것으로 나타났다. ‘기업당 평균 지원금액(지원금액 합계÷지원기업수)’은 전년 대비 6.5% 증가한 16억 6천1백만 원이며, ‘건당 평균 지원금액(지원금액 합계÷지원건수)’은 9.3% 증가한 2억 5천1백만 원, ‘기업당 평균 지원건수’는 전년 대비 2.8% 감소한 6.6건이었다.

2018년도 한국메세나협회 ‘직접조사’ 기업의 지원 현황^②

(단위: 백만원)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	전년 대비(%)
지원기업수	114	120	118	115	▼ 2.5
지원금액	169,930	191,517	184,118	191,029	▲ 3.8
지원건수	930	861	799	760	▼ 4.9
기업당 평균 지원금액	1,491	1,596	1,560	1,661	▲ 6.5
건당 평균 지원금액	182	222	230	251	▲ 9.3
기업당 평균 지원건수	8.2	7.2	6.8	6.6	▼ 2.8

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

② 문예위의 ‘조건부기부금’ 실적 제외 현황

이 중 한국메세나협회 회원사의 지원 실적은 78개사 1,867억 2천3백만 원으로 문예위 기부금을 제외한 기업 지원금액(1,910억 2천9백만 원)의 97.7%를 차지하였으며, 지원건수도 677건으로 전체 760건 중 89.1%라는 높은 점유율을 나타냈다. 회원사의 ‘건당 평균 지원금액’은 비회원사 대비 약 5.3배, ‘기업당 평균 지원금액’은 비회원사의 약 20.6배에 이르는 것으로 조사되었다.

2018년도 한국메세나협회 ‘직접조사’ 기업 중 ‘회원사 지원 비중’

(단위: 백만원)

구분	회원사	비율(%)	비회원사	비율(%)
지원기업수	78	67.8	37	32.2
지원금액	186,723	97.7	4,306	2.3
지원건수	677	89.1	83	10.9
건당 평균 지원금액	275.8	-	51.9	-
기업당 평균 지원금액	2,393.9	-	116.4	-

기업들이 문예위에 기탁한 조건부기부금 지원 현황^③을 살펴보면, 400개 기업이 총 129억 2천5백만 원을 지원한 것으로 집계되었다. 한국메세나협회 직접조사와의 중복실적을 포함시킨 조건부기부금의 규모는 총 418개사가 629건의 사업에 149억 4천3백만 원을 지원한 것으로 나타나 지원금액은 전년 대비 9.4% 증가하였다.

2018년도 한국문화예술위원회 조건부기부금 지원 현황^④

(단위: 백만원)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	전년 대비(%)
지원기업수	511	397	439	418	▼ 4.8
지원금액	13,519	13,019	13,661	14,943	▲ 9.4
지원건수	654	627	660	629	▼ 4.7
건당 평균 지원금액	20.7	20.8	20.7	23.8	▲ 14.8
기업당 평균 지원금액	26.5	32.8	31.1	35.7	▲ 14.9

3. 지원 내용 분석

기업의 문화예술 분야별 지원금액을 살펴보면 인프라 지원금액이 1,194억 2천8백만 원으로 가장 높게 집계되었다. 그 다음으로 클래식(177억 1천3백만 원), 미술·전시(169억 9천8백만 원), 문화예술교육(156억 1천7백만 원) 등의 순이었다.

인프라에 대한 지원 규모(1,194억 2천8백만 원)는 전년 대비 7.0% 증가하여 문화예술 지원 총액 중 58.6%의 비중을 보이며 기업의 지원이 가장 집중되는 분야로 나타났다. 인프라에 대한 지원 규모 증가의 주요 원인은 수도권 지역에 신규 개관한 대형 전시관에 대한 지원의 영향으로 파악된다. 인프라에 대한 지원 내용에서는 기업이 설립한 미술관과 복합문화공간 등의 기획 프로그램 및 시설 운영에 대한 지원 비중이 높았다.

오페라, 합창, 음악축제 등에 대한 지원이 포함된 클래식(177억 1천3백만 원) 분야는 전년 대비 0.3% 감소하였다. 이는 전체 지원금액이 4천6백만 원 감소한 것으로 감소폭이 크지 않았다. 전통적으로 기업의 지원이 활성화된 클래식 분야는 2016년 청탁금지법 시행 후 기업의 후원·협찬이 위축되어 지원 규모가 감소 추세를 보였으나, 이후 법 적용 기준이 명확해짐에 따라 기업의 지원 규모가 점차 회복되고 있는 추세이다.

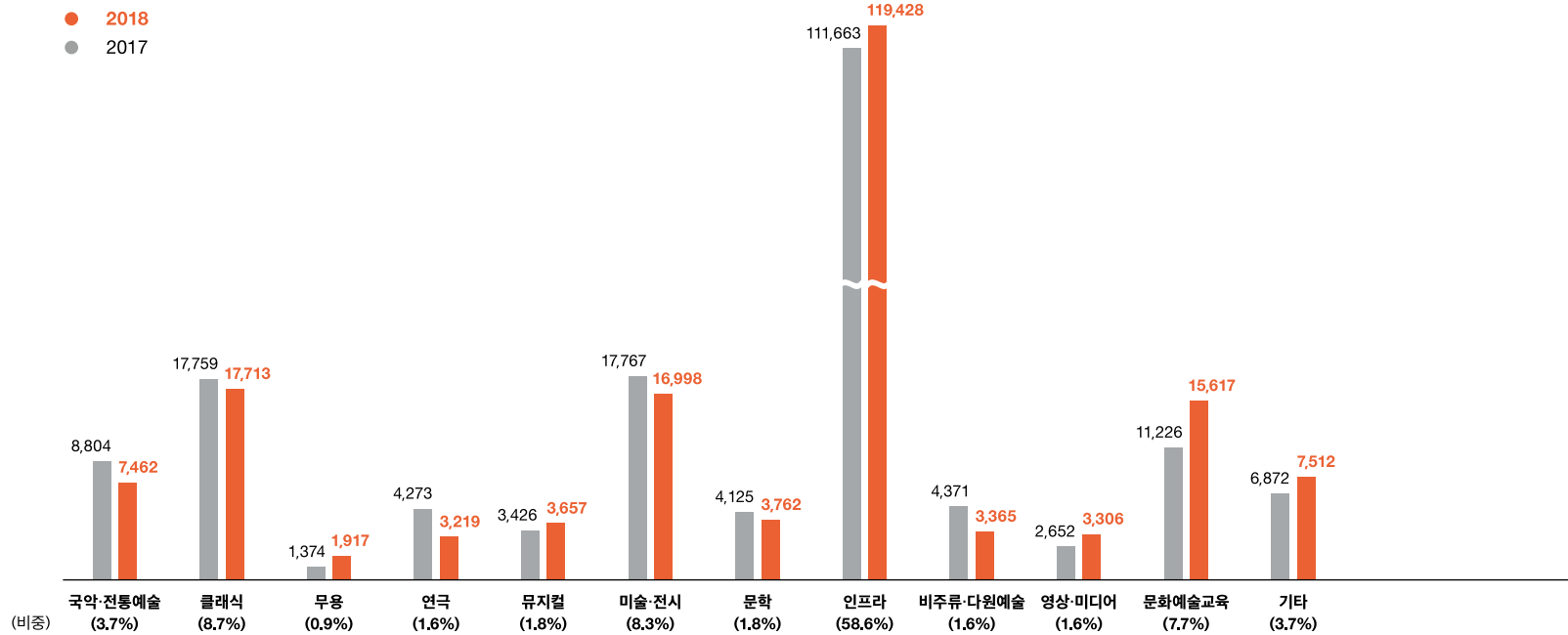
미술·전시(169억 9천8백만 원) 분야는 전년 대비 4.3% 감소하였다. 이와 같은 감소세는 유통업계와 기업 운영 미술관 등이 진행하던 외부 대형 미술전시 후원, 미술 콘텐츠를 융합한 프로젝트 행사 등이 일부 축소된 것이 주요 원인으로 분석된다. 반면 유통업계가 운영하는 백화점 등 매장 내 중·소규모 초청 전시는 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타났다.

문화예술교육(156억 1천7백만 원) 분야는 전년도에 비해 39.1%의 높은 증가세를 보였다. 문화예술교육에 대한 기업들의 관심과 지원은 2015년 이후 지속적으로 증가하고 있는 추세이다. 이와 같은 증가 추세는 기업이 운영하는 복합 문화공간의 상시 교육 프로그램과 문화재단을 중심으로 한 소외계층 예술교육, 예술영재 장학사업 등 아동·청소년 대상 사업의 확대와 관련한 것으로 해석된다. 특히 예술 영재를 발굴·지원하는 사업들은 5년 이상 장기적으로 운영되고 있는 경우가 많고 지원 규모도 점차 확대되고 있는 것으로 나타났다.

뮤지컬(6.7%), 영상·미디어(24.7%), 무용(39.5%)분야는 전년 대비 지원 규모가 증가하였으나 여전히 전체 지원 규모에서 차지하는 비중이 크지 않았다. 국악·전통예술(-15.2%), 문학(-8.8%), 연극(-24.7%) 분야는 전년 대비 감소하였고, 2016년부터 집계를 시작한 비주류·다원예술(-23.0%) 분야는 이번 조사에서 처음 감소세로 전환되었다.

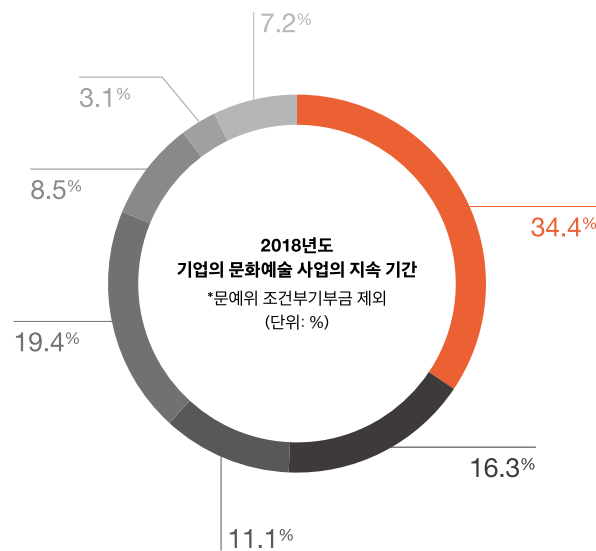
2017년, 2018년도 기업의 문화예술 분야별 지원금액

(단위: 백만원)



기업의 문화예술 사업의 지속 기간을 분석한 결과, 2018년에 처음 시작한 '1년 미만'의 신규 지원 사업 비율이 34.4%, 1년 이상 지속 지원 사업 비율은 65.6%로 조사되었다. 1년 이상 지속 지원 사업 비율이 전년 대비 3.5% 감소하였고, 10년 이상 지속된 장기 사업의 비율은 18.8%로 1.4% 감소한 것으로 나타났다. 이는 기업의 문화예술 지원 사업의 약 50%가 3년 미만의 신규 사업으로 장기 사업의 비율은 다소 감소하고 있음을 보여주는 결과로, 기업의 문화예술 지원에 대한 보다 장기적 관점의 전략적 사고가 필요함을 시사한다.

- 34.4% ● 1년 미만
- 16.3% ● 1년이상~3년미만
- 11.1% ● 3년이상~5년미만
- 19.4% ● 5년이상~10년미만
- 8.5% ● 10년이상~15년미만
- 3.1% ● 15년이상~20년미만
- 7.2% ● 20년이상

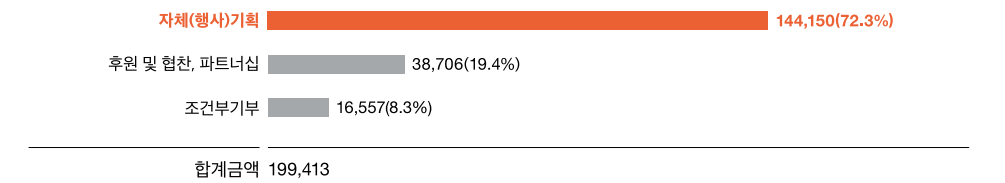


⑤ 지원 유형별 금액의 총합계는 2018년 기업의 문화예술 지원 총액인 2,039억 5천4백만 원과 일치해야 하나, 47건의 무응답으로 총액보다 45억 4천1백만 원이 적은 1,994억 1천3백만 원으로 집계됨

기업의 문화예술 지원 유형별 금액을 살펴보면, 기업이 자체적으로 기획한 프로그램을 통해 지원한 규모가 1,441억 5천만 원(72.3%)으로 가장 큰 비중을 차지하였다. 전년 대비 자체 기획의 지원금액은 91억 6천4백만 원 증가하였으며, 이는 기업이 운영하는 문화예술 인프라에 대한 지원 증가로 자체 기획 프로그램이 확대된 것이 주요 원인으로 해석된다. 문화예술단체의 공연, 전시에 대한 직접적인 후원·협찬 및 파트너십을 통한 지원 규모는 387억 6백만 원(19.4%)으로 분석되었다. 이는 전년 대비 14억 원 증가한 수치로, 청탁금지법 적용기준의 모호성 등으로 2016년도 대비 86억 3천6백만 원 감소하였던 2017년 지원 규모가 소폭 회복된 것으로 나타났다. 문예위 등의 기관에 대한 조건부기부금은 165억 5천7백만 원(8.3%)으로 집계되어 전년도와 비슷한 지원 규모를 유지하였다.⑤

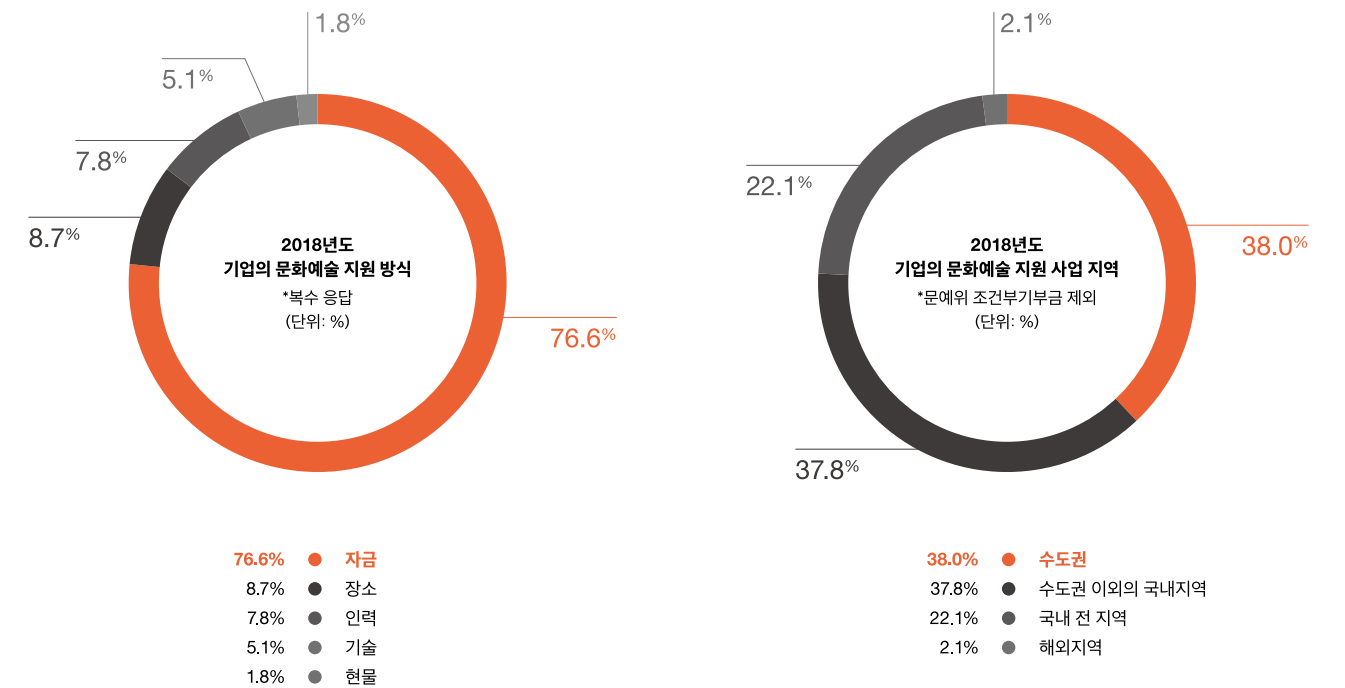
2018년도 기업의 문화예술 지원 유형별 금액

(단위: 백만원)



기업의 문화예술 지원 방식으로는 응답기업의 76.6%가 금전 지원을 하였고, 그 외에 기업의 공연시설, 로비, 유희 공간 등 자체 시설 무상 대어를 통한 장소 지원 8.7%, 직원들의 자원봉사 등 인력 지원 7.8%, 기술 지원 5.1%, 현물 지원이 1.8%의 순으로 나타났다. 기업의 문화예술 지원 방식에 대한 구성 비율은 전년도 조사 결과와 유사한 비율을 보였으며, 이러한 결과는 금전적 지원 외에도 물적, 인적, 기술력 등 비금전적 자원을 다각적으로 활용하는 새로운 방식의 문화예술 지원 프로그램이 필요함을 의미한다.

기업의 문화예술 지원 사업 지역에 대한 분석 결과, '수도권(서울, 경기, 인천)' 대상 사업이 38.0%로 가장 높은 비율을 차지하였고, '수도권 이외의 국내지역' 대상 사업 37.8%, '국내 전국' 대상 사업 22.1%, '해외' 2.1%의 순으로 조사되었다. 이는 '수도권' 대상 사업이 2.3% 감소하고, '수도권 외 지역'과 '전국' 대상 사업이 1.7% 증가한 수치로, 수도권에 편중된 기업 문화예술 지원 사업의 수혜 지역이 다소 확대되었음을 나타낸다.



4. 지원 주제별 분석

기업들이 출연한 문화재단의 2018년도 지원 총액은 1,047억 5천2백만 원으로 전체 문화예술 지원금액의 51.4%를 차지하며 전년 대비 비중이 6.9% 증가한 수치로 집계되었다.

이 가운데 지원 규모 상위 재단의 지원 내용을 살펴보면, **삼성문화재단**이 '삼성미술관 리움', '호암미술관' 운영 및 다양한 문화예술 지원 사업을 진행하여 전년도에 이어 1위에 올랐다. 2위에 오른 **롯데문화재단**은 '롯데콘서트홀'에 이어 2018년 1월 '롯데뮤지엄'을 신규 개관하여 해외 유명 현대미술 작가들의 전시를 개최하고, 역량 있는 국내 시각 예술인을 공모하여 창작활동을 지원하였다. **LG연암문화재단**은 'LG아트센터'를 통해 세계적인 공연예술을 차별화된 기획으로 선보이고, 청소년들의 진로탐색 및 정서함양을 위해 '꿈꾸는 프로듀서', '사랑의 음악학교', '사랑의 아트스쿨' 등의 문화공헌 사업을 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 기획 프로그램을 운영하였다. **금호아시아나문화재단**은 '금호아트홀'을 중심으로 음악 영재와 젊은 음악가들을 발굴·육성하고, '금호미술관'과 창작스튜디오, '금호시민문화관' 운영 등을 통해 창작 활동과 일상 속 문화예술 향유 기회 확대에 기여하며 5위에 올랐다.

GS칼텍스재단은 전남 여수에 위치한 'GS칼텍스 예올마루'를 통해 국내외 다양한 아티스트를 초청하여 수준 높은 문화예술 콘텐츠를 제공하는 등 지역 문화예술 활성화에 기여하며 6위에 올랐다. 7위에 오른 **CJ문화재단**은 복합문화 플랫폼 'CJ아트'를 운영하고, 대중적인 트렌드를 이끄는 참신한 콘텐츠 발굴을 위한 음악, 연극, 뮤지컬 장르 창작자 지원 프로그램, 위기 청소년들의 건강한 정서 함양을 돕는 '툰업 음악교실' 등 문화공헌 사업 등을 진행하였다. 이어 8위에 오른 **현대차 정몽구 재단**은 소외지역 문화 확산을 위해 농산어촌 초등학교 대상 찾아가는 예술교육 사업 '온드림 예술교실', 강원 평창 계촌마을 등에서 클래식과 국악 축제 등을 지원하는 '예술세상 마을 프로젝트' 등을 진행하였다. 또한 전국 초·중등 교사를 대상으로 '교사 창의예술교육 연수'를 개최하여 교사들의 학습 지도력 향상과 창의 교육 확산에 기여하였다. **대산문화재단**은 문학 분야에 대한 지속적인 지원으로 작년에 이어 9위에 올랐다. 매년 한국문학의 대표 작품을 선정, 시상하는 '대산문학상'을 26회째 운영하고, 해외 낭독회, 번역 지원 등을 통해 국내외에 한국 문학의 우수성을 알리는 데 앞장서고 있다. 이번 조사에서 새롭게 순위권에 진입한 **삼익문화재단**은 '삼익아트홀'을 운영하며 가능성을 지닌 음악가들에게 공연 기회를 제공하고, 다양한 음악단체 및 축제 지원, 역량 있는 음악 영재를 위한 장학사업 등을 꾸준히 펼치고 있다.

2018년도 문화예술 지원 상위 10개 재단(※지원금액은 응답재단의 요청에 따라 공개하지 않음)

순위	2018년
1	삼성문화재단
2	롯데문화재단
3	LG연암문화재단
4	두산연강재단
5	금호아시아나문화재단
6	GS칼텍스재단
7	CJ문화재단
8	현대차 정몽구 재단
9	대산문화재단
10	삼익문화재단

문화재단을 제외한 개별기업의 지원 현황을 살펴보면, **KT&G**가 전년도에 이어 1위를 유지하였다. KT&G는 서울, 논산, 춘천에 위치한 복합문화공간 'KT&G 상상마당'을 중심으로 음악, 디자인, 인문학, 사진 등 다양한 문화클래스를 상시 운영하며 지역의 중요한 문화플랫폼 역할을 하고 있다. 또한 국내 문화예술계의 다양성을 확장하고자 상대적으로 지원이 부족한 시각예술, 다원예술 등 비주류 장르에 대한 지원도 이어가고 있다. 2년 연속 2위에 오른 **현대백화점**은 고객들의 문화향유 기회 확대를 위해 점포 내 문화홀과 '갤러리 H'를 지속적으로 확장 운영하고, 다양한 아티스트와 협업을 통한 문화 공간 조성, 디자인 제품 개발 등 활발한 아트마케팅을 진행하였다. 이어 울산 '현대예술관'을 운영하는 **현대중공업**이 3위에 올랐다. '현대예술관'을 통해 지역 연고 예술단체의 공연 무대를 지원하고 다양한 문화 공연을 선보여 시민들의 일상 속 문화권 확대에 기여하였다. 특히 지역 음악단체인 USP첼버오케스트라 장기 지원 등 지역 문화예술 발전에 기여한 공로를 인정받아 '2018 한국메세나대회 베스트 커플상'을 수상하였다.

현대자동차는 4위에 오르며 상위권에 진입하였다. 국립현대미술관, 영국 테이트 모던 등 국내외 미술 분야 인프라 운영을 지원하고, 차세대 연극·뮤지컬 인재 발굴 사업 'H-스타 페스티벌', 국내 문화예술 콘텐츠의 홍보와 판로 개척을 위한 '제주 해비치 아트 페스티벌' 등에 대한 지원을 활발히 펼쳤다.

10위권에서는 **부산은행**이 부산 신창동에 위치한 'BNK부산은행 갤러리'를 중심으로 지역 예술인들의 창작활동을 지속 지원하고, 지역 주민들이 함께 즐길 수 있는 다양한 문화나눔 공연, 지역 축제 등을 후원하였다. 또한 **포스코**는 포항 지역의 문화 거점 역할을 하는 '포스코 갤러리'와 '효자아트홀'을 운영하고, 지역 예술단체 활동과 포항국제아트페스티벌, 불빛미술대전 등 지역 예술 발전을 위한 다양한 지원 활동으로 새롭게 10위권에 진입하였다.

20위권에서는 **한화생명**의 활동이 두드러졌다. 임직원 자원봉사 활동과 연계한 소외계층 아동 예술교육 사업 '예술더하기', 국내 클래식 음악의 대중화와 저변 확대를 위한 '교향악축제' 등을 지속적으로 운영하며 11위에 올랐다. 이어 '신한음악상'을 10회째 운영하며 클래식 유망주 육성에 지속적으로 기여해온 **신한은행**이 12위, 클래식 전용공간 'KT 체임버홀'을 통해 미래세대의 학생들에게 상시 음악교육 프로그램을 제공하고, KT체임버오케스트라의 활동 지원으로 문화나눔 공연을 활발히 진행한 **KT**가 13위로 조사되었다.

이어 다양한 비영리 단체들과 함께 아동·청소년의 정서적 안정을 돕는 예술치유 프로그램 '마음톡톡' 등 문화공헌 사업을 펼친 **GS칼텍스**, 서울 용산 신사옥 내 '아모레퍼시픽미술관'을 운영하며 미술 분야 지원을 이어가고 있는 **아모레퍼시픽**, '대림미술관' 운영을 지원하며 트렌디한 전시를 통해 미술의 대중화에 기여하고 있는 **대림산업**, '한전아트센터'를 운영하고 클래식 음악단체와의 결연을 통해 '희망·사랑 나눔 콘서트' 등 문화공헌 활동을 펼친 **한국전력공사**, '한미사진미술관'을 통해 신진 작가 전시 지원 등 국내 사진예술계 저변 확대에 기여한 한미약품과 청소년전통문화경연, 시문학 및 국제문학포럼 등을 지원한 **교보생명** 등도 전년도에 이어 20위권에 올랐다. **한성자동차**는 미술 영재 장학사업 '드림그림'을 통해 장학금 지원, 문화체험 활동, 현직 작가와의 멘토링 및 공동 작업, 아트 페어 참가, 미술 전공 대학생 멘토 매칭 등을 지원하며 처음 20위권에 진입하였다.

한편, 이들 상위 20개 기업의 문화예술 지원 총액은 794억 7천3백만 원으로 문화재단을 제외한 개별기업 지원 총액(992억 3백만 원)의 80.1%를 점유하는 것으로 나타났다.

2018년도 문화예술 지원 상위 20개 기업(※지원금액은 응답기업의 요청에 따라 공개하지 않음)

순위	2018년
1	KT&G
2	현대백화점
3	현대중공업
4	현대자동차
5	롯데백화점
6	부산은행
7	신세계백화점
8	크라운-해태제과
9	삼성화재
10	포스코
11	한화생명
12	신한은행
13	KT
14	GS칼텍스
15	아모레퍼시픽
공동16	대림산업
공동16	한국전력공사
18	한미약품
19	교보생명
20	한성자동차

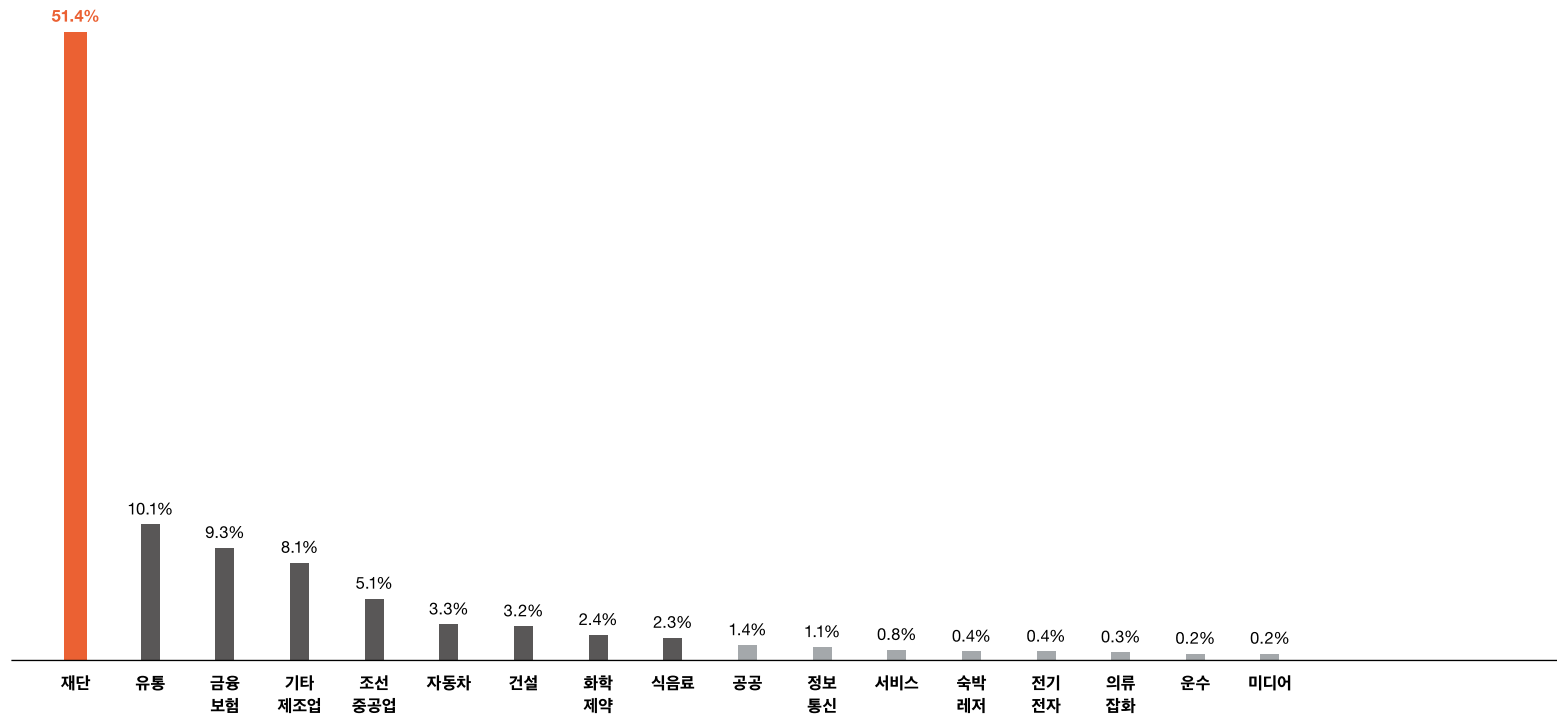
산업군별 지원금액을 살펴보면, 재단이 1,047억 5천2백만 원으로 전체 지원금액 가운데 51.4%를 차지하며 가장 높은 비중을 나타냈다. 그 뒤를 이어 유통 10.1%, 금융·보험 9.3%, 기타 제조업 8.1%, 조선·중공업 5.1%, 자동차 3.3%, 건설 3.2% 등의 순이었다. 산업군별 지원금액에서 재단의 비중은 전년도 44.5%에서 51.4%로 증가하였고, 전체 지원 규모의 과반수 이상을 차지하며 기업의 문화예술 지원 활동의 주요 창구 역할을 하고 있는 것으로 나타났다.

2017년, 2018년도 산업군별 지원 비중

(단위: 백만원)

업종	2018년		2017년	
	금액	비율(%)	금액	비율(%)
재단	104,752	51.4	86,476	44.5
유통	20,645	10.1	22,824	11.7
금융·보험	18,901	9.3	18,650	9.6
기타 제조업	16,511	8.1	20,009	10.3
조선·중공업	10,422	5.1	9,774	5.0
자동차	6,700	3.3	7,039	3.6
건설	6,490	3.2	4,079	2.1
화학·제약	5,011	2.4	5,345	2.8
식음료	4,679	2.3	4,764	2.5
공공	2,821	1.4	4,299	2.2
정보통신	2,234	1.1	3,737	1.9
서비스	1,695	0.8	2,207	1.1
숙박·레저	861	0.4	1,592	0.8
전기·전자	820	0.4	422	0.2
의류·잡화	578	0.3	908	0.5
운수	390	0.2	441	0.2
미디어	5	0.0	18	0.0
기타	440	0.2	1,729	0.9
합계	203,954	100.0	194,312	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 2018년 기업의 문화예술 지원금액은 2,039억 5천4백만 원이며, 지원기업수는 515개사, 지원건수는 1,337건으로 집계되었다. 이를 전년도 조사 결과와 비교해보면 지원금액은 5.0% 증가, 지원건수와 지원기업수는 각각 5.6%, 3.2% 감소한 수치이다. 2018년도 기업의 문화예술 지원금액은 1996년 본 조사 시작 이래 최대 규모이다. 이는 지속적인 경기 불황과 2016년 시행된 청탁금지법의 영향으로 2017년 들어 감소세를 보였던 기업의 문화예술 지원금액이 다시 증가한 결과이다. 다만, 세부 조사 결과를 살펴보면 대형 문화공간 개관 등에 따른 문화재단의 인프라 운영비 증가가 전체 지원 규모 상승을 주도한 것으로 분석되어 문화예술 지원금액의 증가가 문화예술계와의 파트너십을 통한 협력 활동과 순수 창작활동에 대한 직접지원 확대로 이어졌다고 해석하기는 어려워 보인다.

이번 조사에서 기업 문화예술 지원의 주요 창구인 문화재단을 통한 지원금액이 전년 대비 182억 7천6백만 원 증가하여 전체 지원금액의 51.4%를 차지하였다. 지원 내용 측면에서도 문화재단이 운영하는 복합문화공간 등 인프라 분야 지원 비중이 전년 대비 7.0% 증가한 58.6%로 나타나 타 분야 지원 비중과 큰 격차를 보였다. 반면 개별 기업이 자체 기획 또는 후원·협찬, 조건부기부금 등을 통해 문화예술계에 직접지원한 금액은 전년 대비 86억 3천4백만 원 감소하였고, 후원·협찬 및 파트너십을 통한 공연, 전시 등의 지원 규모는 14억 원 증가하는 데 그쳤다. 이는 총 지원금액의 증가로 인한 문화예술계의 실질적인 영향은 크지 않았다고 유추할 수 있는 결과이다. 다만, 인프라 분야 지원이 증가한 점은 문화예술계의 활동 플랫폼과 국민의 문화접근성이 확대되는 긍정적인 결과로 해석된다.

문화예술 지원건수는 2013년 이후 지속적인 감소 추세이며, 지원기업수는 2016년 이후 매년 500개사 내외로 집계되어 뚜렷한 변화 추이를 보여주지 못하고 있다. 또한 최근 3년간의 조사에서 대기업을 중심으로 한 지원 상위 20개 기업의 지원금액이 개별 기업 지원 총액의 80% 이상을 점유하여 소수의 지원 주체에 의존적인 구조적 특성이 나타났다. 지속적인 경기 침체와 경제 저성장 국면이 고착화되면서 이러한 소수 지원 주체의 비중이 절대적인 문화예술 지원 구조에 대한 우려가 커지고 있다. 이와 같은 지원 구조에서는 대기업 등 주요 문화예술 지원 기업의 경영 활동이 위축될 경우 전반적인 문화예술 지원 규모도 영향을 받을 수밖에 없다. 이에 보다 안정적이며 지속가능한 지원 생태계가 조성될 수 있도록 다양한 지원 주체의 참여 활성화를 위한 방안 마련이 시급하다. 지원 주체의 확대를 위해서는 무엇보다 중소·중견기업의 참여가 활성화되어야 한다. 다만, 중소기업의 경우 문화예술 지원에 관심과 의지가 있더라도 재정적 한계로 인해 참여가 쉽지 않아 이에 대한 세제 지원 등의 제도적 뒷받침이 필수적이다.

기업의 문화예술 지원 참여 확대를 위해서는 기업과 문화예술계, 정부, 지역 사회의 이해관계자간 상호 발전적 인식도 함께 자리 잡아야 한다. 기업의 문화예술 지원이 기업의 자원을 사회와 문화예술계에 단순 환원하는 일방향의 호혜 활동이 아니라, 상생적 상호작용을 통해 지원을 받은 문화예술계가 기업의 경영 측면의 욕구도 충족시켜주는 협력 활동이 될 수 있도록 각계의 노력이 필요하다. 이러한 인식 변화와 단순 금전적 문화예술 지원의 패러다임을 위해서는 기업의 문화예술 지원 방식을 다양화할 필요가 있다. 기업은 경영 활동에 문화예술을 접목하여 간접적인 지원 효과를 창출하는 지원 방식을 활용할 수 있다. 이와 같은 간접 지원 활동에 도움을 주는 제도적 장치가 마련되어 있다. 대표적으로 2007년부터 기업이 문화예술을 활용한 접대에 지출한 금액을 접대비 한도의 20%까지 추가 비용으로 인정하여 법인세 부담을 줄여주는 문화접대비 제도가 시행되고 있다. 점차 음주접대 등 전통적 접대문화를 지양하는 사회적 분위기가 형성되고 있는 상황에서 문화접대비 제도를 활용하는 것은 기업 이미지를 제고하고 사회 전반에 건전한 접대문화를 조성하는 데 일조하는 사회공헌의 전략적인 효과도 누릴 수 있다.

사회 변화에 따라 기업이 문화예술을 간접적으로 지원할 수 있는 방식도 다양해지고 있다. 한국은행과 통계청의 '2018년 가계동향조사' 결과 문화서비스, 관광, 취미활동 등의 지출금액이 67조 2천여억 원으로 2011년 이후 가장 큰 증가율을 보였고, 특히 주 52시간 근무제가 도입된 2018년 3분기부터 문화예술, 교양, 운동 관련 교육비 지출이 증가하였다. '2018년 문화향수 실태조사' 결과에서도 우리 국민의 문화예술 관람률은 81.5%로, 2003년 관람률 조사 이래 처음으로 80%대에 진입하는 긍정적 신호가 나타났다. 이처럼 여가시간의 확대로 국민들의 문화예술 체험 활동이 증가하는 추세에 맞춰 기업이 복리후생 차원에서 임직원의 문화향유 활동을 지원한다면 내부고객의 복지 증진 효과와 함께 문화소비를 활성화하여 문화예술계의 자생력을 높이는 촉매제 역할을 할 수 있다.

기업의 문화소비 활성화로 전반적인 문화예술 지원이 확대되기 위해서는 문화예술계의 협력도 필요하다. 과거 기업의 문화예술 지원 사업은 선의에 의한 지원에 머물렀으나, 점차 문화예술 지원 사업이 경영적 성과에 미치는 실질적인 효과를 측정하는 움직임이 확대되고 있다. 또한 이번 조사 결과 기업들은 문화예술 지원 대상을 선정할 때 지원 사업 목적과의 적합성을 가장 우선적으로 고려하는 것으로 나타났다. 기업이 문화예술을 지원하지 않은 이유로는 지원의 필요성을 느끼지 못하기 때문이라는 응답이 가장 많았다. 이 결과는 기업의 경영 목적에 부합하는 매력 있는 콘텐츠와 프로그램을 개발하는 등 기업의 지원과 소비를 이끌어 내기 위한 문화예술계의 노력이 선행되어야 하고, 이러한 노력을 통해 문화예술 지원 당위성에 대한 인식이 확립되어야 기업의 지원도 확대될 수 있다는 것을 시사한다.

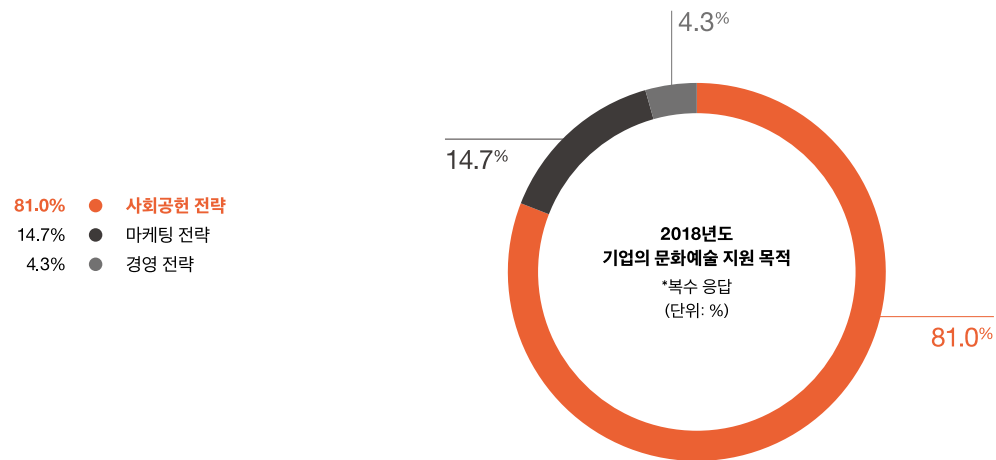
이와 같이 기업과 문화예술계가 상생적 협력을 도모하며 사회의 다양한 변화에 함께 대응해 나감으로써 국민의 문화적 삶을 증진하고, 사회의 건강한 발전이 이루어질 것을 기대해본다.

⑥ 본 설문 문항부터 마지막 문항(문화예술지원 미실시 이유)까지의 결과는 '직접조사' 설문에 응답한 기업들의 조사 결과임

Part 2. '2018년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사' 세부 분석⑥

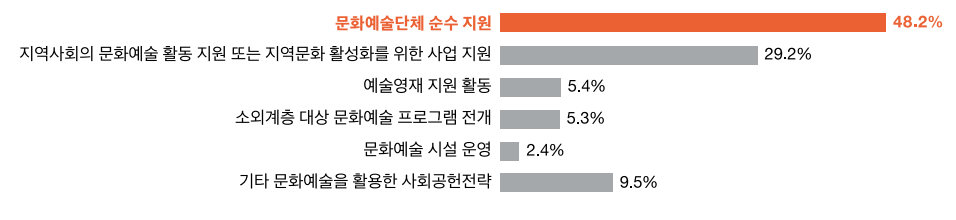
1. 기업의 문화예술 지원 목적 및 내용

기업의 문화예술 지원 목적에 대해 살펴보면, 사회공헌 전략 차원의 지원이 81.0%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 다음으로 마케팅 전략 14.7%, 경영 전략 4.3% 순이었다. 문화예술을 사회공헌 전략의 수단으로 활용하는 기업의 비중은 전년도 75.6%에서 소폭 상승하며 기업이 문화예술을 활용하는 대표적인 유형으로 조사되었다.



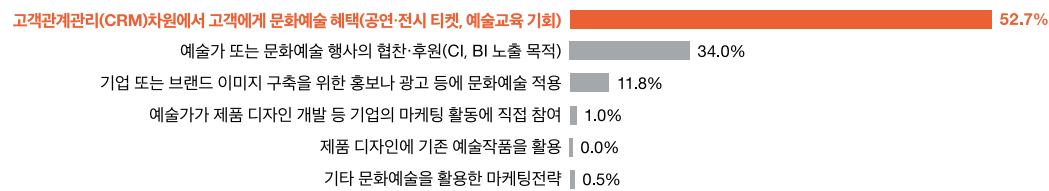
사회공헌 전략의 활동내용을 세부적으로 살펴보면, '문화예술단체 순수 지원' 48.2%, '지역사회의 문화예술 활동 지원 또는 지역문화 활성화를 위한 사업 지원' 29.2%, '예술영재 지원 활동' 5.4%, '소외계층 대상 문화예술 프로그램 전개' 5.3%, '문화예술 시설 운영' 2.4%의 순이었다. 2017년도에 11.4%의 증가 추세를 보였던 '지역사회의 문화예술 활동 지원 또는 지역문화 활성화를 위한 사업 지원'의 비율은 2018년도 조사 결과에서도 비슷한 수준으로 유지되고 있어, 지역사회에 기반 한 기업의 문화예술 사회공헌 활동의 노력이 지속되고 있는 것으로 나타났다.

2018년도 기업의 문화예술 지원 목적의 '사회공헌전략' 활동 세부 내용 (단위: %)



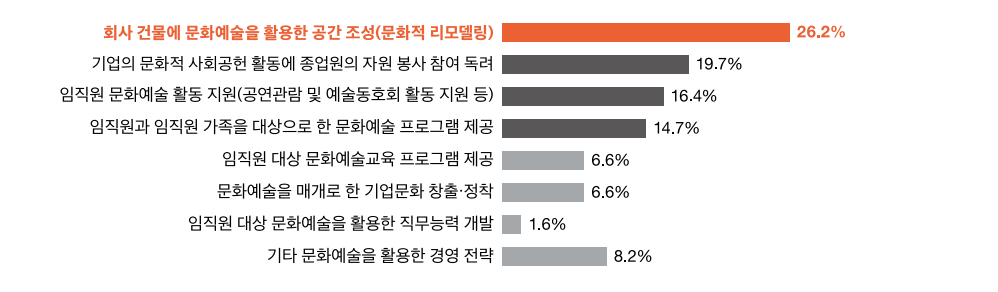
마케팅 전략의 활동내용을 살펴보면 '고객관계관리(CRM)차원에서 고객에게 문화예술 혜택(공연·전시 티켓, 예술교육 기회 등) 제공' 52.7%, '예술가 또는 문화예술 행사의 협찬·후원(CI, BI 노출 목적)'이 34.0%, '기업 또는 브랜드 이미지 구축을 위한 홍보나 광고 등에 문화예술 적용' 11.8% 등의 순으로 높은 비중을 보였다. 유통업계를 중심으로 점포 내 갤러리와 문화홀을 통한 초청 전시, 음악회 등 고객 대상 문화예술 체험 행사의 증가로 '고객관계관리(CRM)차원에서 고객에게 문화예술 혜택(공연·전시 티켓, 예술교육 기회 등) 제공' 비율이 전년 대비 39.6% 증가하며 두드러진 상승세를 보였다. 반면 이와 같은 고객관계관리 차원의 문화예술 활동이 대부분 자체 기획으로 진행되면서 외부 '예술가 또는 문화예술 행사의 협찬·후원(CI, BI 노출 목적)' 비율이 42.1% 감소한 것으로 나타났다.

2018년도 기업의 문화예술 지원 목적의 '마케팅전략' 활동 세부 내용 (단위: %)



경영 전략의 활동내용을 살펴보면, '회사 건물에 문화예술을 활용한 공간조성(문화적 리모델링)' 26.2%, '기업의 문화적 사회공헌 활동에 임직원의 자원 봉사 참여 독려' 19.7%, '임직원 문화예술 활동 지원(공연관람 및 예술동호회 활동 지원 등)' 16.4%, '임직원과 임직원 가족을 대상으로 한 문화예술 프로그램 제공' 14.7% 등의 순으로 나타났다. 이 중 '회사 건물에 문화예술을 활용한 공간조성(문화적 리모델링)' 목적의 문화예술 지원 비율이 전년 대비 15.3% 상승하며 가장 주요한 경영 전략 활동으로 나타났다. 이는 다양한 아티스트와의 협업을 통한 매장 공간 개선, 사옥 내 전시 공간 구성 등 방문 고객들의 문화예술 향유 기회 확대와 기업 이미지 제고, 임직원의 창의적이고 혁신적인 업무 분위기 조성을 위한 활동이 증가한 결과로 해석된다.

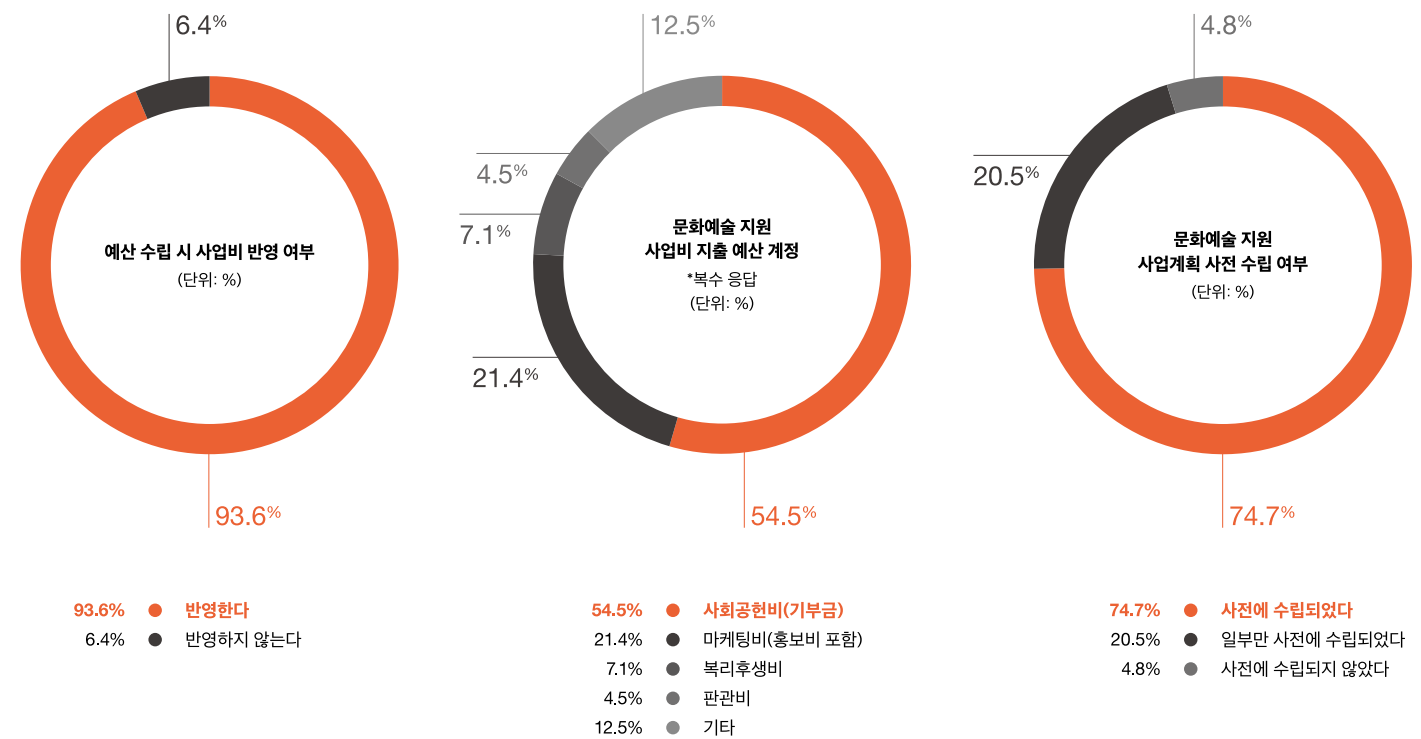
2018년도 기업의 문화예술 지원 목적의 '경영전략' 활동 세부 내용 (단위: %)



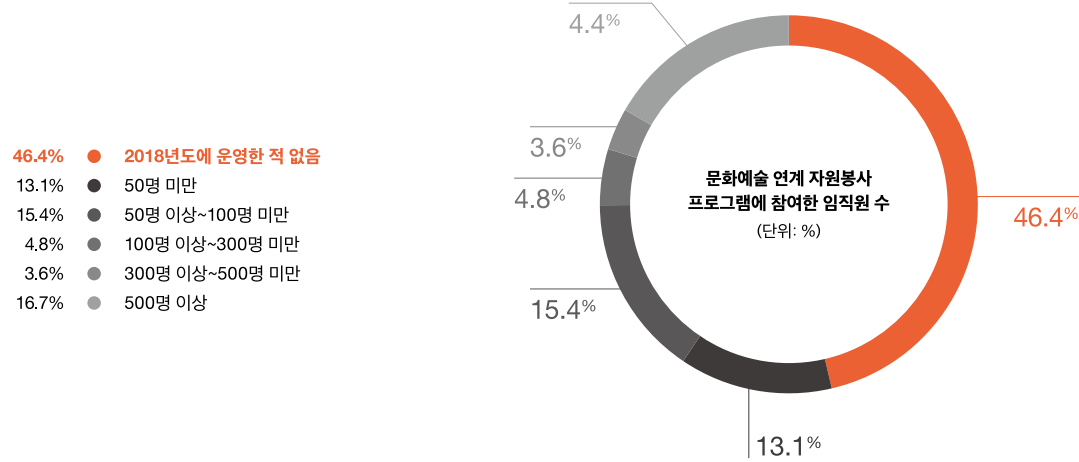
문화예술 지원 사업비를 예산수립시 반영하는지에 대한 여부는 응답기업의 93.6%가 예산 수립 시 문화예술 지원 사업비를 '반영한다'고 답하였다.

문화예술 지원 사업비가 지출되는 예산 계정으로는 '사회공헌비(기부금)'가 54.5%, '마케팅비(홍보비 포함)' 21.4%, '복리후생비' 7.1%, '판관비' 4.5% 순으로 나타났다.

문화예술 지원 사업계획 사전 수립 여부에 관한 질문에는 응답기업의 74.7%가 '사전에 수립되었다'고 응답하였으며, 20.5%는 '지원한 사업 중 일부만 사전에 수립되었다'고 응답하였다. 문화예술 지원 사업의 사전 수립 비율은 전년 대비 0.6% 증가하였고, 사업비가 예산 수립 시 반영된 비율이 전년 대비 0.5% 상승한 것으로 나타나 전반적인 기업의 문화예술 지원 활동이 사전 계획 수립을 통해 체계적으로 운영되고 있음을 나타낸다.

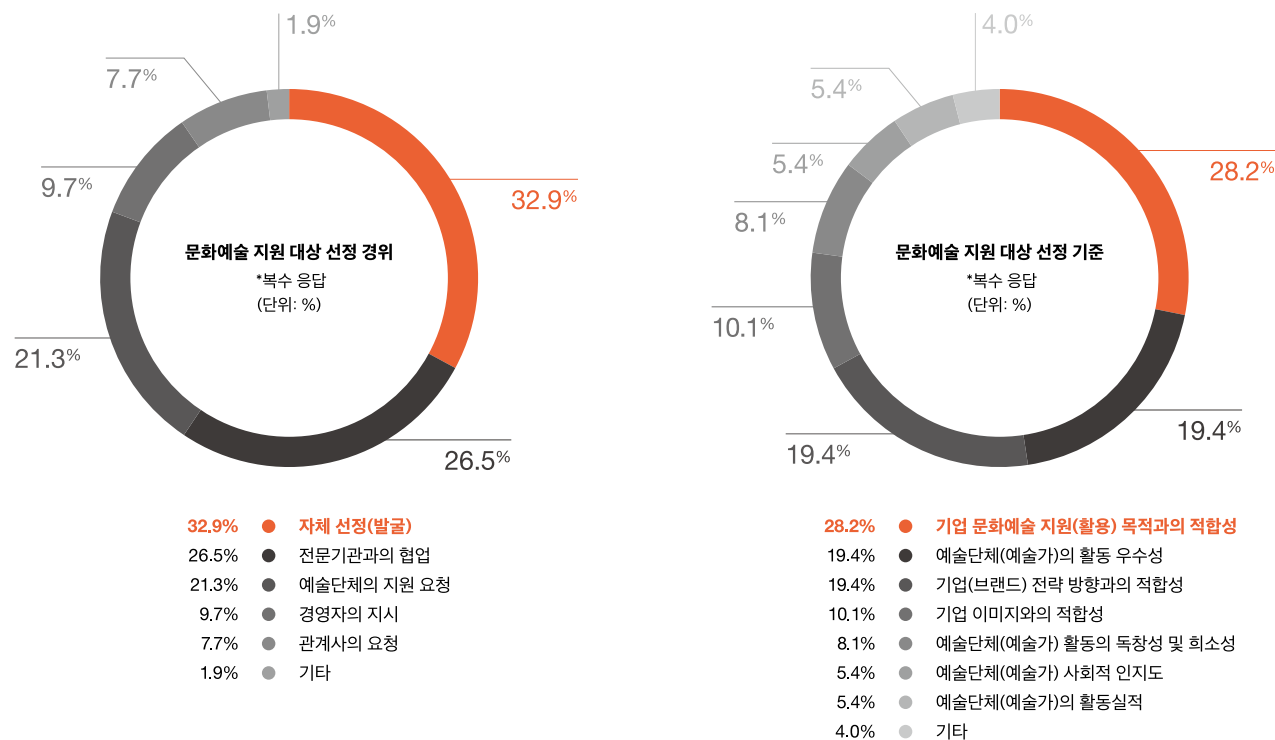


문화예술 연계 자원봉사 프로그램에 참여한 임직원의 수에 대한 조사 결과, '2018년도에 문화예술 연계 자원봉사 프로그램을 운영하지 않았다'는 응답이 46.4%로 가장 많았고, 해당 프로그램을 운영한 경우 참여 임직원 수가 '500명 이상' 16.7%, '50명 이상 100명 미만' 15.4%, '50명 미만'이 13.1%, '100명 이상 300명 미만' 4.8%, '300명 이상 500명 미만' 3.6% 순으로 조사되었다. 기업의 문화예술 연계 자원봉사 프로그램 운영 비율이 전년 대비 9.7% 증가한 점은 사회공헌 활동과 조직 관리를 효과적으로 융합하기 위해 문화예술을 활용하는 기업이 늘어나고 있음을 나타낸다. 또한 500명 이상 대규모의 임직원이 참여한 경우가 16.7%로 가장 높게 나타나 임직원 수가 많은 대기업 및 중견 기업을 중심으로 문화예술 연계 자원봉사 프로그램 운영이 증가한 것으로 해석된다.



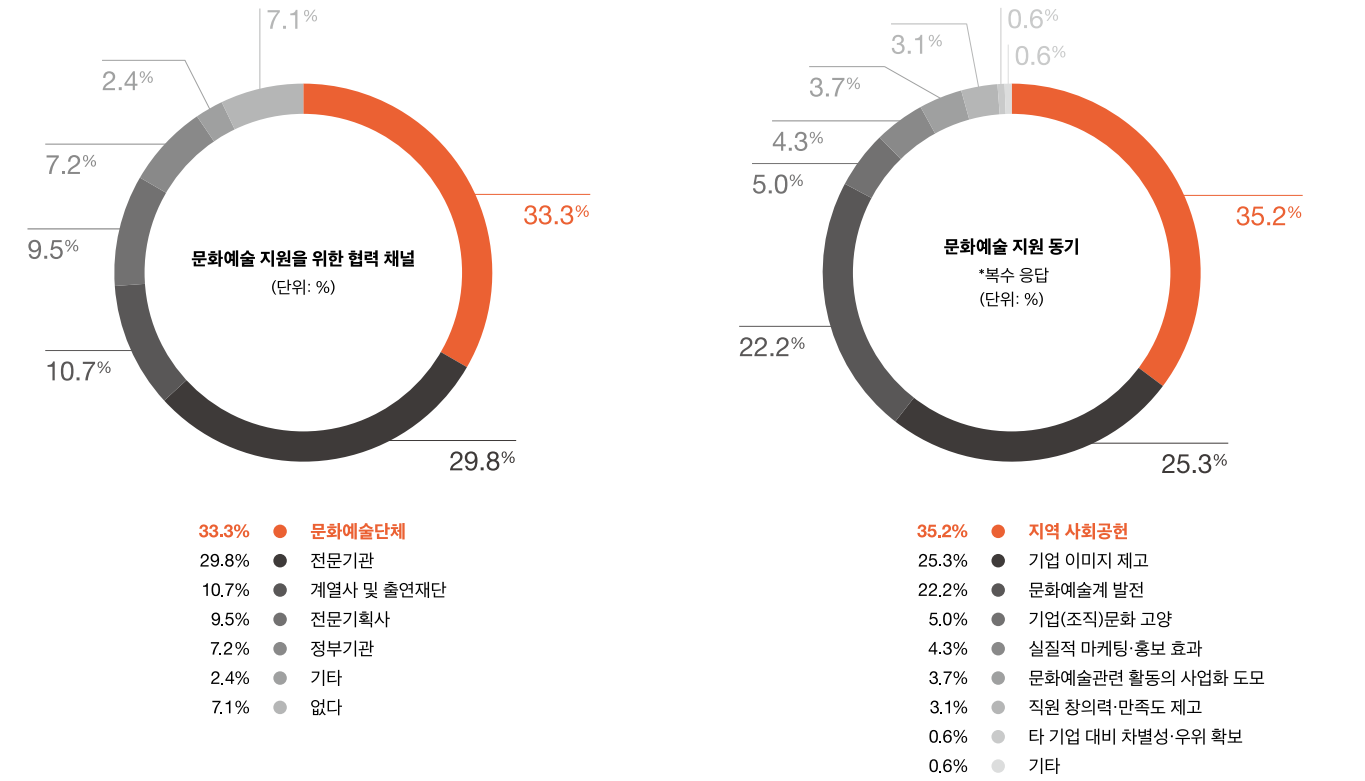
문화예술 지원 대상 선정 경위는 '자체 선정'이 32.9%로 가장 높았고, '전문기관과의 협업' 26.5%, '예술단체의 지원 요청' 21.3%, '경영자의 지시' 9.7%, '관계사의 요청' 7.7%의 순으로 나타났다.

지원 대상 선정 기준으로는 '기업의 문화예술 지원 목적과의 적합성'이 28.2%로 가장 많았고, '예술단체의 활동 우수성'과 '기업 전략 방향과의 적합성'이 각각 19.4%, '기업 이미지와의 적합성' 10.1%, '예술단체 활동의 독창성 및 희소성' 8.1%, '예술단체의 사회적 인지도'와 '예술단체의 활동실적'이 각각 5.4%의 순으로 문화예술 지원 대상을 선정하는 것으로 조사되었다. 전년 대비 '기업 전략 방향과의 적합성'의 고려 비율이 5.6% 상승하며 변화가 가장 두드러졌다. 이는 기업이 전략적 관점에서 문화예술을 활용하는 문화경영 활동에 대한 인식이 확산되고 있음을 나타내는 결과로 해석된다.

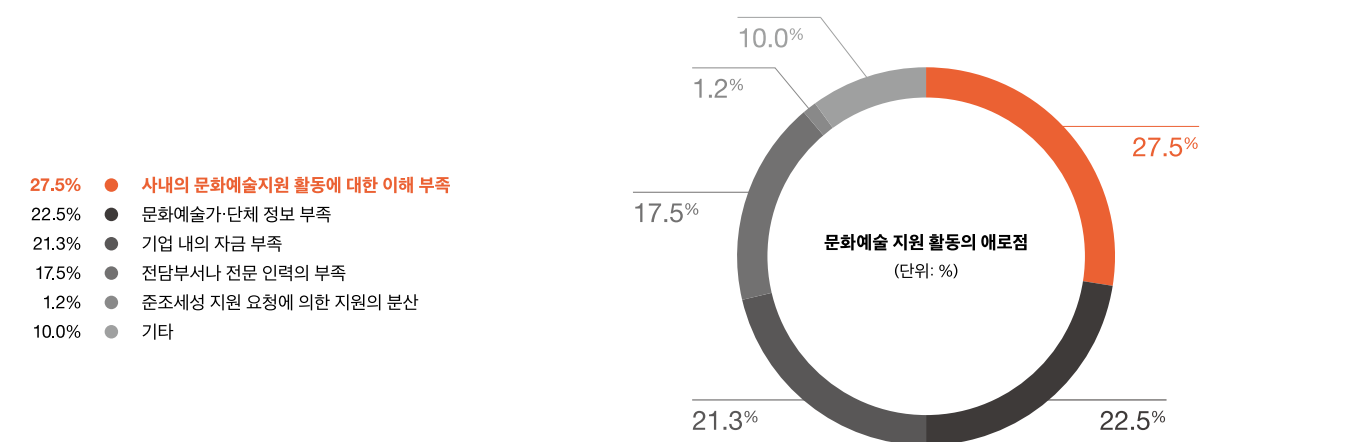


문화예술 지원을 위한 협력 채널로는 '문화예술단체'가 33.3%로 가장 많았고, 다음으로 '전문기관'이 29.8%, '계열사 및 출연재단' 10.7%, '전문기획사' 9.5%, '정부기관' 7.2% 등으로 조사되었다. '협력단체가 없다'고 응답한 경우는 7.1%로 나타났다.

문화예술 지원 동기로는 '지역 사회공헌' 35.2%, '기업 이미지 제고' 25.3%, '문화예술계 발전' 22.2% 등의 순으로 나타났다. 이 결과는 기업이 문화예술계 및 지역 사회와의 상생 목적을 위해 문화예술 지원하고 있으며, 이를 통한 긍정적인 기업 이미지 창출을 기대하고 있음을 보여준다.



응답기업들은 문화예술 지원 활동의 애로점으로 '사내의 문화예술 지원 활동에 대한 이해 부족' 27.5%, '문화예술가·단체 정보 부족' 22.5%, '기업 내 자금 부족' 21.3%, '전담부서나 전문 인력의 부족' 17.5% 등의 순으로 꼽았다. '문화예술 지원 활동에 대한 이해 부족'이 가장 주요한 애로점으로 조사된 것은 기업의 문화예술 지원 활동 촉진을 위해 문화예술 지원의 긍정적 효과와 중요성에 대한 인식 제고가 선행되어야 함을 나타내는 결과이다.



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 5.6점으로 가장 높았고, '시장 우위 효과'와 '임직원 혜택 효과'는 각각 4.9점으로 분석되었다. 기업의 문화예술 지원 활동은 모든 측면에서 긍정적인 성과를 나타냈다.

기업의 문화예술 지원 활동 효과(7점 척도)

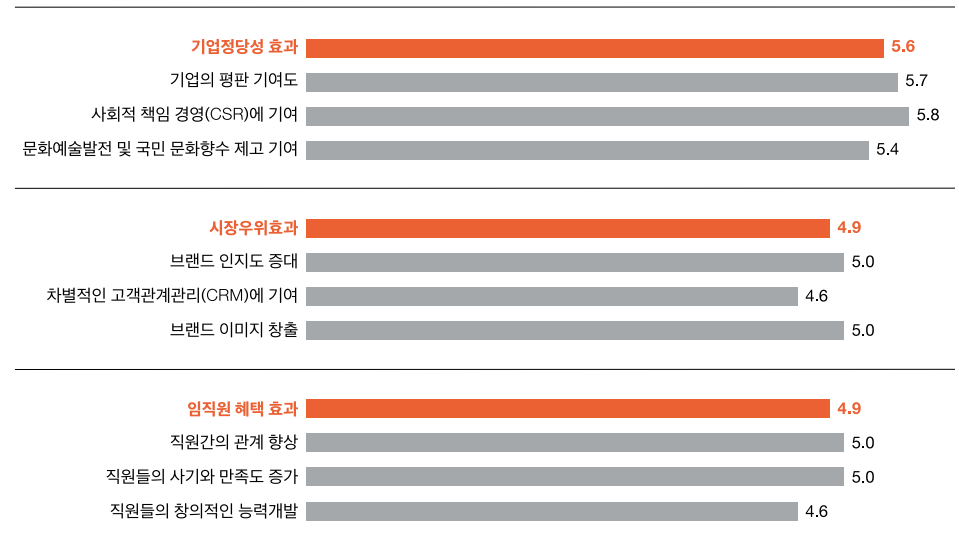
항목	부정 (%)	보통 (%)	긍정 (%)	평균 (7점 만점)	
기업 정당성 효과	기업 평판에 기여	0	33.3	66.7	5.7
	사회적 책임 경영(CSR)에 기여	0	28.4	71.6	5.8
	문화예술 발전 및 국민 문화향수 증가에 기여	1.2	44.4	54.4	5.4
시장 우위 효과	브랜드 인지도 증대	6.1	49.4	44.4	5.0
	차별적인 고객관계관리(CRM)에 기여	8.6	64.2	27.2	4.6
	브랜드 이미지 창출	8.6	51.9	39.5	5.0
임직원 혜택 효과	임직원간의 관계 향상	8.6	48.1	43.2	5.0
	임직원들의 사기와 만족도 증가	7.5	50	42.5	5.0
	임직원들의 창의적인 능력개발	11.3	62.5	26.3	4.6

이에 대한 세부 내용을 유형별로 살펴보면 기업의 정당성 효과 차원에서는 '사회적 책임 경영(CSR)에 기여'가 5.8점으로 가장 높게 나타났고, '기업 평판에 기여' 5.7점, '문화예술 발전 및 국민 문화향수 증가에 기여'가 5.4점으로 나타났다. 최근 3년간의 조사 결과 문화예술 지원 효과를 '사회적 책임 경영에 기여'로 인식하는 응답 점수가 가장 높았으며, 최근 3년간의 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'와 '브랜드 이미지 창출'이 각각 5.0점, '차별적인 고객관계관리(CRM)에 기여' 4.6점으로, 기업이 브랜드 이미지 관리 전략에 있어 문화예술 지원 활동이 긍정적 효과를 창출하는 것으로 인식하는 비율이 가장 높게 나타났다.

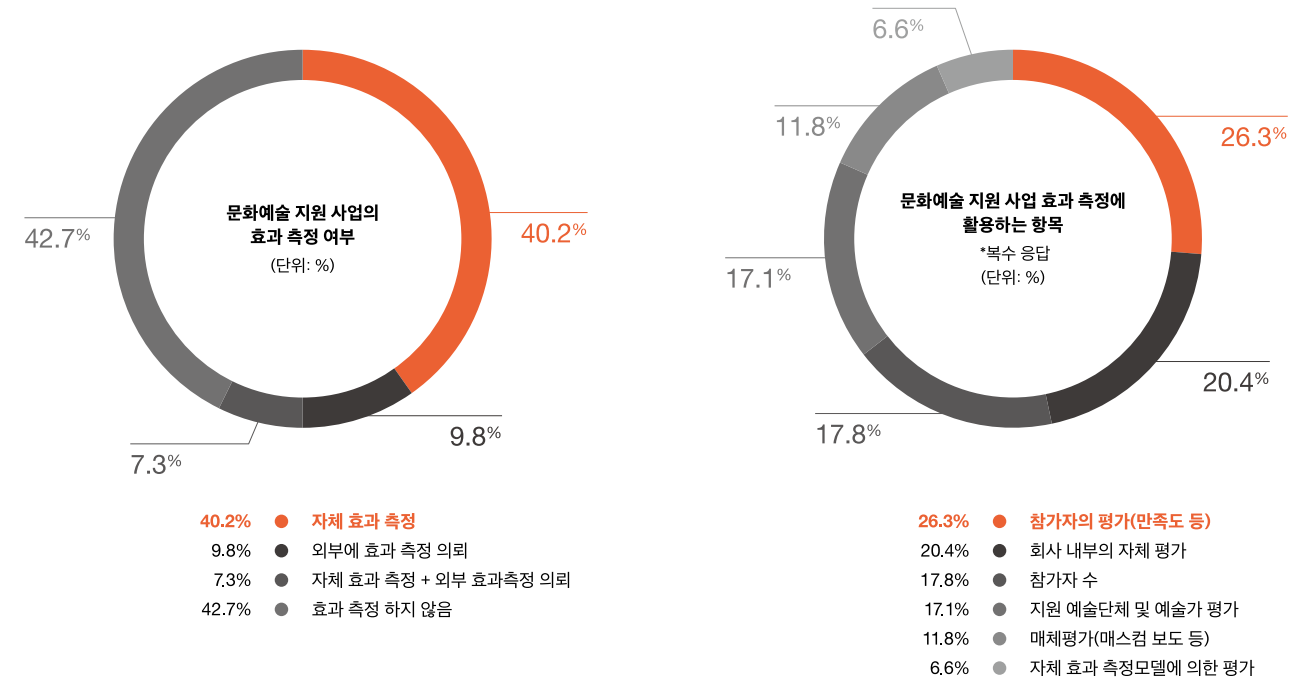
임직원 혜택 효과 차원에서는 '임직원간의 관계 향상'과 '임직원들의 사기와 만족도 증가'가 각각 5.0점, '임직원들의 창의적인 능력개발' 4.6점의 순이었다. 이는 문화예술이 임직원간 관계, 임직원과 조직간 관계에도 긍정적 영향을 미치는 것으로 인식하고 있음을 나타내는 결과이다.

문화예술 지원 활동의 유형별 효과(7점 척도)



문화예술 지원 사업의 효과 측정에 대한 설문 결과, '자체 효과 측정을 하고 있다'는 응답이 40.2%, '외부에 효과 측정 의뢰' 9.8%, '자체 및 외부 효과 측정' 7.3% 순으로 나타나 문화예술 지원 사업에 대한 효과 측정 비율이 57.3%로, 전년 대비 16.3% 감소하였다. 기타 의견으로는 '문화예술 지원 사업은 정량화된 평가 척도가 부족하여 평가 프로세스 구축이 어렵다', '문화예술의 특성상 정성적 평가에 대한 의존도가 높아 체계적이고 특화된 효과 측정 방안이 필요하다' 등의 응답이 있었다.

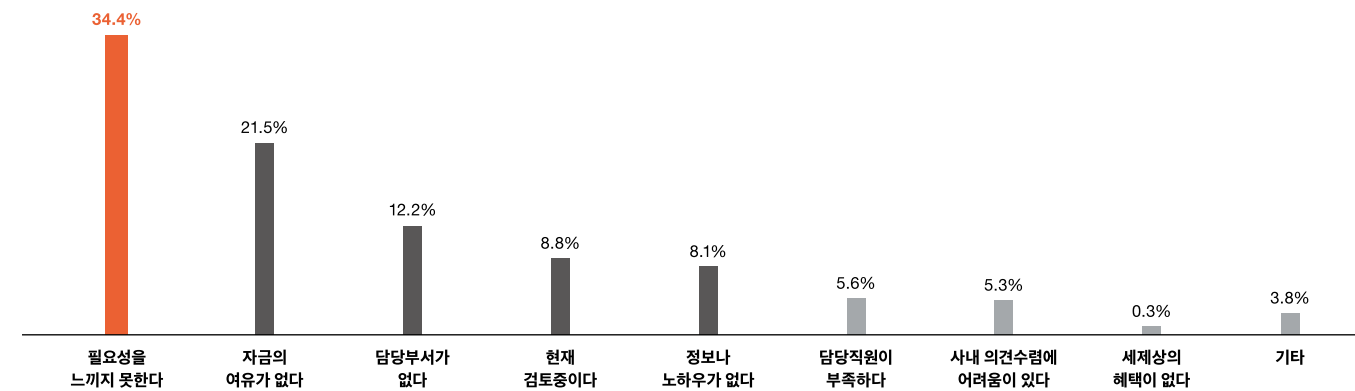
문화예술 지원 사업의 효과 측정 항목으로는 '참가자의 평가' 26.3%, '회사 내부의 자체 평가' 20.4%, '참가자 수' 17.8%, '지원 예술단체 및 예술가 평가' 17.1%, '매체평가' 11.8% 등의 순으로 조사되었다.



3. 2018년도 문화예술 지원 미실시 기업의 인식

문화예술 지원 활동을 실시하지 않는다고 응답한 기업들을 대상으로 그 이유를 조사하였다. 조사 결과 '필요성을 느끼지 못한다' 34.4%, '자금의 여유가 없다' 21.5%, '담당부서가 없다' 12.2%, '현재 검토 중이다' 8.8%, '정보나 노하우가 없다' 8.1%, '담당직원이 부족하다' 5.6%, '사내 의견수렴에 어려움이 있다' 5.3% 등의 순으로 미실시 이유가 조사되었다.

전년도 조사에 이어 이번 조사에도 문화예술 지원 필요성에 대한 인식 부재가 기업이 문화예술 지원 활동을 실시하지 않는 주요 이유로 나타난 것은 문화예술 지원 활동이 창출하는 긍정적 가치에 대한 인식 제고 방안이 필요함을 의미하는 결과이다.



연도별 기업의 문화예술 지원현황: 1996~2018년

(단위: 백만원)

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	-	-	-	-	1,740	-	-	5,580	111,694	1,183	1996
1997	27,429	-	-	-	-	-	31,897	2,371	34,628	-	-	-	-	1,786	-	-	10,500	113,138	1,128	1997
1998	5,801	-	-	-	-	-	21,284	1,561	49,500	-	-	-	-	1,097	-	-	8,681	91,484	662	1998
1999	11,417	791	-	-	-	-	18,161	3,971	94,943	-	-	-	-	2,427	-	-	3,273	136,172	1,160	1999
2000	14,147	4,817	-	-	-	-	10,184	1,875	17,342	-	-	-	-	2,376	9,508	-	1,417	61,783	1,050	2000
2001	9,825	1,530	-	-	-	-	2,303	1,613	64,065	-	-	-	-	2,276	187	-	10,452	92,598	1,034	2001
2002	16,618	2,028	-	-	-	-	1,900	1,685	34,500	-	-	-	-	1,062	627	-	13,279	71,993	987	2002
2003	59,525	17,185	-	-	-	-	7,425	5,545	54,888	-	-	-	-	1,402	1,084	-	3,221	151,739	4,395	2003
2004	26,775	9,917	-	-	-	-	96,549	428	25,181	-	-	-	-	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
전년 대비	-	-	▼ 0.3	▼ 24.7	▲ 6.7	▲ 39.5	▼ 4.3	▲ 24.7	▲ 7.0	-	-	-	▼ 15.2	▼ 8.8	▲ 39.1	▼ 23.0	▲ 9.3	▲ 5.0	▼ 5.6	

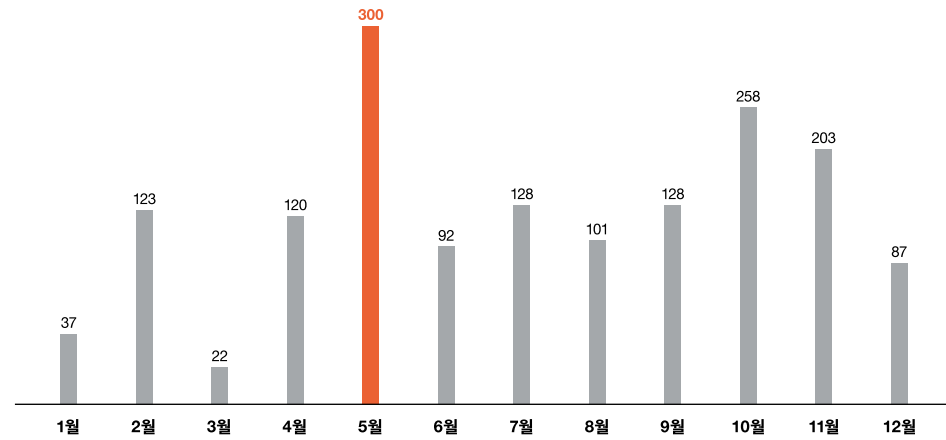
- 공연예술, 축제·행사: 2005년부터 클래식, 국악, 무용, 연극으로 세분화하여 집계
- 뮤지컬: 2007년부터 연극분야에서 분리하여 별도로 집계
- 미술·전시: 2007년부터 목적, 용도별로 집계 분산^⑦
- 인프라: 2009년부터 인프라 건립비용 제외
2011년부터 기업이 운영하는 갤러리 지원 사업을 인프라 운영비로 집계^⑧
- 문화예술교육: 2014년부터 유통업계의 문화센터 교육 지원 사업은 집계에서 제외
- 국악: 2016년부터 전통예술과 합산하여 집계
- 전통예술: 2016년부터 국악에 합산하여 집계
- 국악·전통예술: 2016년부터 집계
- 비주류·다원예술: 2016년부터 집계

⑦ 미술관의 컬렉션 비용은 인프라 분야의 미술관 운영비용으로 산정, 개별기업의 미술품 구입, 설치 및 전시비용 포함

⑧ 기업이 운영하는 갤러리의 경우, 미술·전시 분야에 대한 직접지원이라기 보다 인프라 운영을 위한 비용으로 분류

언론보도

1. 월별 집계(2018.1~2018.12)

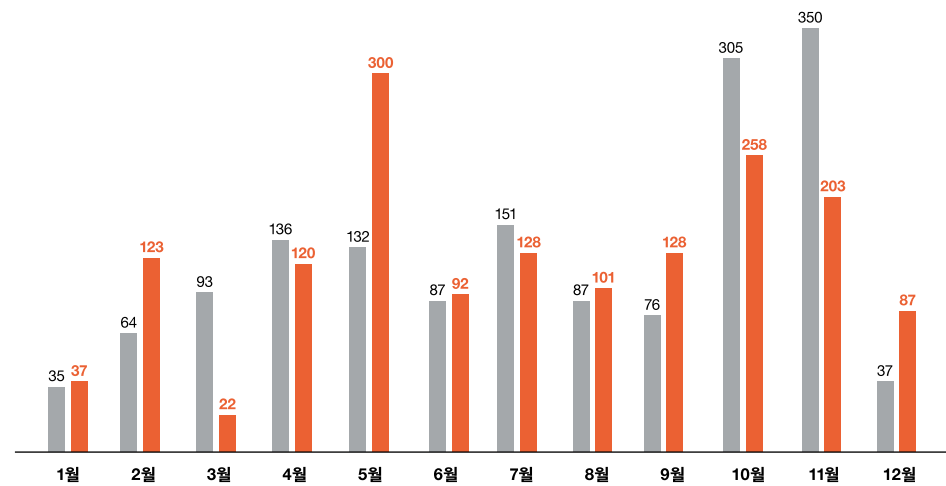


월별 언론홍보 집계표

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
건수	37	123	22	120	300	92	128	101	128	258	203	87	1,599
퍼센트	2.3%	7.7%	1.4%	7.5%	18.8%	5.8%	8.0%	6.3%	8.0%	16.1%	12.7%	5.4%	-

1.1. 전년 대비 월별 집계

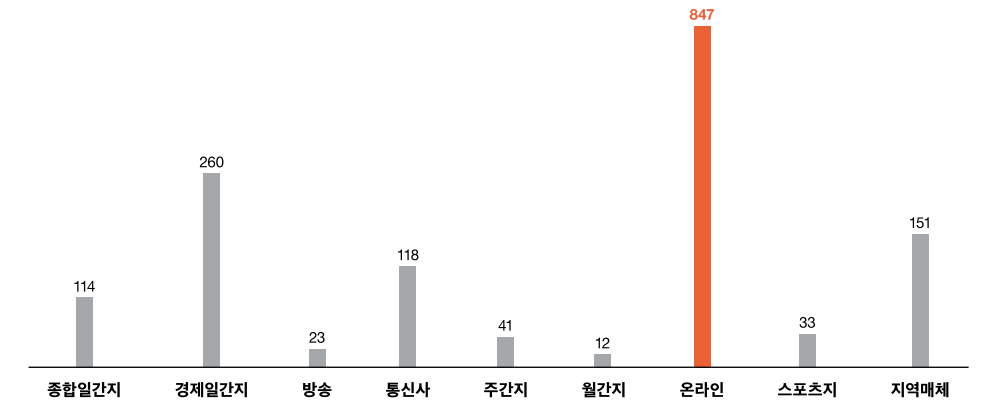
● 2018
● 2017



2017~2018 월별 언론홍보 집계표

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2017	35	64	93	136	132	87	151	87	76	305	350	37
2018	37	123	22	120	300	92	128	101	128	258	203	87

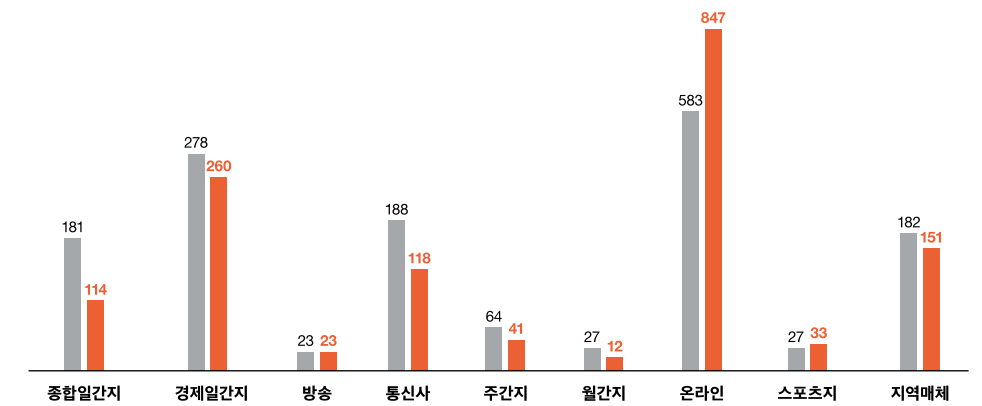
2. 매체별 집계



매체별 언론홍보 집계표

구분	종합일간지	경제 일간지	방송	통신사	주간지	월간지	온라인	스포츠	지역 매체	합계
건수	114	260	23	118	41	12	847	33	151	1,599
퍼센트	7.1%	16.3%	1.4%	7.4%	2.6%	0.8%	53.0%	2.1%	9.4%	-

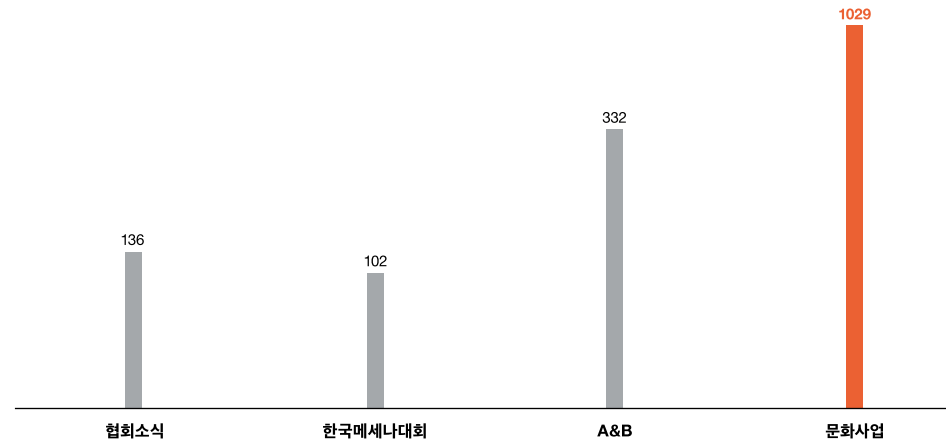
2.1. 전년 대비 매체별 집계



2017~2018 매체별 언론홍보 집계표

구분	종합일간지	경제 일간지	방송	통신사	주간지	월간지	온라인	스포츠	지역 매체
2017	181	278	23	188	64	27	583	27	182
2018	114	260	23	118	41	12	847	33	151

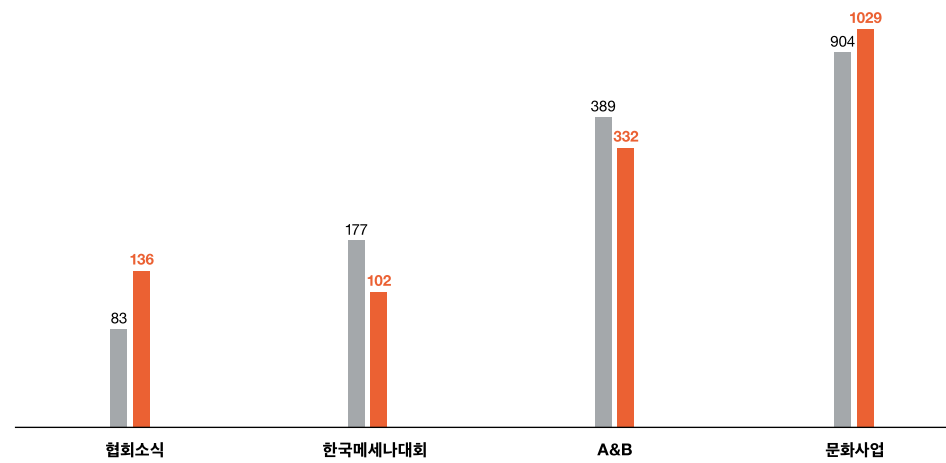
3. 사업별 집계



사업별 언론홍보 집계표

구분	협회소식	한국메세나대회	A&B	문화사업	합계
건수	136	102	332	1,029	1,599
퍼센트	8.5%	6.4%	20.8%	64.3%	-

3.1. 전년 대비 사업별 집계



2017~2018 전년대비 사업별 언론홍보 집계표

구분	협회소식	한국메세나대회	A&B	문화사업
2017	83	177	389	904
2018	136	103	332	1,029

2018 주요 언론보도 스크랩

현대차정몽구재단 주최 '창의예술 교육연수' 가보니

“예술 통한 창의수업 노하우 배워요”

5명의 교사가 하얀 전지를 사이에 두고 둘러앉았다. 손에 든 맥직펜으로 기하학적 무늬를 그려 날대니 각자 위치로 흩어져 의자를 잡는다. 그런데 이들의 의자가 상상치 않다. 한 명은 쓰레기통을 부여잡고 두경을 애달는가 하면, 또 다른 이는 양손에 킴 종이컵 두 개를 부딪히고 비비며 따칠음을 낸다. 또 한 명은 벽에 달라붙어 손톱으로 벽을 긁고 소다병기를 반복한다. 이들이 내는 소리는 엄연히 직접 즉각한 악보에 따라 완성된 오케스트라다. 다만 악보가 도형으로 이뤄졌다는 점, 의자가 주변에서 흔히 접할 수 있는 사물이라는 점이 특이할 뿐이다.

22일 강원도 춘천 상삼마루 나비홀에서 열린 '제2회 창의예술 교육연수' 현장은 전국 각지에서 모인 초·중등교사, 예술교사 등 50명이 뿜어내는 열기로 후끈 달아올랐다. 올해로 2회를 맞은 '창의예술 교육연수'는 현대차 정몽구 재단이 주최하고 한국메세나협회가 주관하는 행사로 4박5일간 영국의 예술교육 전문기관 아티즈(Artis)의 예술인 출신 강사들과 함께 교육현장에 즉각 적용 가능한 창의교육을 실습해보는 자리다.

첫날이 지난 약 4시간에 걸쳐 진행된 수업 과정은 격렬했다. 20~60대까지 다양한 연령대의 남녀 교사들은 몸으로 사물과 공간, 장면을 표현해보는 '연극 발단' 수업부터 소리의 질감과 리듬, 파동 등을 몸소 체험하고 이를 도형 악보로 만들어 보는 '음악 발단' 도형악보를 몸짓으로 표현하는 '음악임 발단' 수업까지 소화하며 시종일관 분주하게 움직였다. 교과목은 ▲드라마 ▲소리 ▲몸짓 등 새 가지로 연수 초기에는 개별 과목을 실습하는데 집중하다가 연수 후반에는 각 과목을 융합, 이야기를 만들고 몸짓과 소리로 장면을 구성하는 '영화 만들기' 과제를 수행하게 된다.

커리큘럼만 보면 이같은 예술 체험이 국어, 수학, 과학 등 각기 다른 교과목에 어떻게 접목될 수 있을지 상상하기 어려운 것이 사실이다. 이에 대해 나이젤 메이 나드 아티즈 공동대표는 "아티스트는 재능의 불꽃을 올바른 방향으로 이끄는 사립"이라며 "예술을 접목한 창의교육의 핵심은 비언어요소로 아이들의 호기심을 자극하는 동시에 아이를 스스로 배움의 주권을 갖도록 하는데 있다"고 소개했다.

실제로 아티즈는 "예술을 통해 교육을 변화한다"는 비전으로 영국 런던, 맨체스터, 버밍엄 등의 지역에서 매주 5만명 이상의 학생을 대상으로 창의예술 교육을 진행하고 있다. 특수학급 교사인 경기도 여주 천남초등학교 강동희 교사는 "예술교육의 힘은 단순히 미술이나 음악을 배우는 게 아니라 소통의 언어를 배우는 데 있다는 걸 느꼈다"며 "비언어 소통 방식을 집중적으로 배워 아이들의 몸짓을 더 잘 이해하는 게 이번 연수의 목표"라고 소개했다. 경기도 인양 관악초등학교의 조경자 교사는 "1~2학년 학생을 대상으로 그림책을 활용한 토론수업 교수법을 고민하던 중 이번 연수에서 힌트를 얻었다"며 "돌아가면 그림책 스토리를 정복의 동적으로 만들어내 몸의 언어로 토론하는 법을 실험해보고 주변 교사들에게도 전파해볼 계획"이라며 웃었다.

이미 첫째 참가자들은 각 학교와 지역에서 창의예술 교육 진도사 역할을 톡톡히 하고 있다. 지난해 참가자인 분당초등학교 한영숙 수석 교사는 "1년간 전교생을 대상으로 진행한 창의예술교육 경험을 바탕으로 본교는 물론 티고, 타 지역 교사들을 대상으로 한 연수과정을 개설해 창의예술교육을 확산하겠다"는 의지를 밝히기도 했다. /춘천=서은영기자 supia927@sedaily.com



‘한화 예술 더하기’ 프로그램에 참석해 민화를 그린 어린이가 31일 서울 동대문디자인플라자에서 열린 성과 발표회에서 전시된 작품을 설명하고 있다. 2009년부터 한국메세나협회와 함께 운영해 올해로 10년째를 맞는 한화 예술 더하기는 현재까지 125개 협력기관 아동 3,000여명과 한화 임직원 1만1,550명, 67개 예술교육단체 강사 325명이 참여해 5,938회의 수업이 진행됐다. 사진제공 한화그룹

한화그룹, ‘한화예술더하기’ 9주년 행사 “아동·청소년에 문화예술 지원”

청년 예술가에게는 일자리

한화그룹이 한국메세나협회와 함께 하는 ‘한화예술더하기’가 9년간의 성과를 발표하는 행사를 개최했다.

한화예술더하기는 한국메세나협회와 함께 2009년부터 10년째 아동·청소년들을 대상으로 지역 협력기관, NPO, 한화그룹 임직원 등 다양한 관계자들이 협업해 진행하는 문화예술 사회공헌 프로그램이다.

행사는 31일부터 다음 달 4일까지 총 5일간 동대문디자인플라자(DDP) 살림터 3층 디자인나눔관에서 진행되며, 유관기관 및 기업 관계자, 예술전공 대학생, 한화예술더하기 협력기관, 예술단체 사업장 관계자들

이 참여해 성과보고회를 비롯한 전망에 대한 정보 보고 등을 공유할 예정이다.

김상일 한화그룹 사회봉사단 파장은 “한화예술더하기를 통해 아동과 한화 임직원, 협력기관 실무자들의 문화예술에 대한 관심과 수용도가 높아졌다”면서 “특히, 예술강사들의 고용 안정과 경력 개발에 기여하며 성공적인 기업의 사회공헌 프로그램으로 자리매김 됐다”고 설명했다.

이어 “향후에도 한화예술더하기는 사회 진출에 어려움을 겪고 있는 청년 예술가들의 일자리 창출에 기여하고, 사회적 현안 및 문제 해결에 직간접적으로 기여해 나갈 계획이다”고 덧붙였다. 류정훈 기자 jungh216@



봄은 어디에나 피어난다. 롯데월드 사북대봉사단이 14일 오전 서울 잠실 석촌호수에 있는 굴다리에서 지난해 선보인 ‘꿈과 빛이 가득한 송파’를 주제로 한 벽화 보수작업을 진행하고 있다. ‘드림 Art’ 굴다리 벽화 프로그램은 롯데월드 어드벤처가 지역사회 미관 개선을 위해 지난해 봄 송파구청, 한국메세나협회, 눈썰미아트와 연계해 잠실호수교 아래 굴다리 두 곳에 벽화를 그린 사회공헌활동이다. 롯데월드 제공

“김영란법 예외조항 뒤 문화예술 지원토록 해야”

김영호 신임 한국메세나협회장

“부정청탁금지법(김영란법) 시행 후 많은 기업들이 문화예술 지원을 축소하고 있습니다. 법의 취지는 공감하지만 문화예술의 가치가 평가절하돼서는 안 된다고 생각합니다. 문화예술 지원 확대를 위해 노력하겠습니다.”

지난 2월 한국메세나협회장으로 취임한 김영호(74·사진) 일신방직 회장이 18일 서울 중구 한국프레스센터에서 열린 기자간담회에서 이렇게 밝혔다. 한국메세나협회는 1994년 대한상공회의소 등 경제 5단체가 기업 후원을 기반으로 경제와 예술의 균형 발전에 기여하고자



만든 비영리 사단법인이다. 현재 242개사가 활동하고 있다.

김 회장은 “김영란법 예외조항을 뒤서 문화예술을 지원할 수 있도록 해야 한다”고 주장

했다. “법에 의하면 선물을 5만원 이내로 하게 돼 있어 공연 티켓도 사기 어렵다”며 “10만원으로 상한액을 올리든가 제한을 완화하도록 메세나에서 교섭하겠다”고 덧붙였다. 그는 “오페라 등 순수예술 공연은 제작비가 워낙 많이 들어 표가 다 팔려도 적자인 구조”라며 “풀린 표라도 다 팔 수 있게 기업들이 티켓을 구매할 수

있으면 좋겠다”고 말했다.

또 “문화접대비가 도입된 지 10년이 넘었는데도 인지도가 낮아 제대로 활용되지 못하고 있다”며 “문화소비를 활성화할 수 있도록 인식 개선을 진행할 예정”이라고 밝혔다. 문화접대비는 기업이 도서관, 음반, 공연·전시·스포츠 관람권을 구입하면 기존 접대비 한도의 20% 범위에서 추가로 비용을 인정해 세제 혜택을 주는 제도다.

김 회장은 최근 근로시간 단축을 두고 “기업도 직원들의 여가시간이 늘어난 만큼 문화 욕구를 충족시킬 수 있도록 협력하길 바란다”고 강조했다.

손에 꼽히는 미술 컬렉터로 알려진 김 회장은 현대 미술과 음악 분야에 대한 후원 활동을 꾸준히 하고 있다.

권준협 기자 gaon@kmib.co.kr

“예술·기업 상생협력 더욱 확대되길”

도종환 장관, 메세나협회 간담회 문화예술 후원 활성화 등 논의

송은아 기자



“예술과 기업의 상생협력이 더욱 확대되기를 기대합니다.”

도종환 문화체육관광부 장관은 27일 서울 종로의 한 음식점에서 열린 한국메세나협회 회장단 초청 간담회에서 “예술의 바탕이 되는 인간의 창의성과 감수성은 기업의 경영 혁신과 건전한 조직문화 형성에도 큰 역할을 한다”며 이같이 말했다.

도종환 문화체육관광부 장관(오른쪽 두 번째)이 27일 한국메세나협회 회장단과 가진 간담회에서 인사말을 하고 있다. 문체부 제공

이날 간담회는 지난달 16일 발표된 ‘문화비전 2030’과 ‘새 예술정책’ 주요 내용을 공유하고 문화예술 후원 활성화 및 예술과 기업의 협업 확대안을 논의하고자 열렸다.



금호타이어 초등생 진로 교육 금호타이어(대표 김종호)는 최근 서울 성북구 송곡초교에서 한국메세나협회와 함께 '나를 찾아줘'라는 주제로 예술적 소질을 표현하는 직업·진로 체험교육을 실시했다. 금호타이어는 지난 5월부터 오는 11월까지 상·하반기 진로체험 교육을 진행한다. (금호타이어 제공)

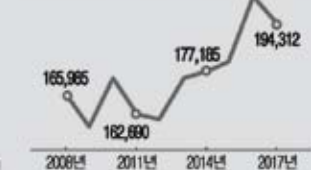
청탁금지법 쇼크... 기업 메세나 6년만에 줄었다

2017년 메세나 현황 조사

지원액 4.1% 줄어 1943억
기업부문에서는 KT&G
재단은 삼성문화재단 1위

청탁금지법의 영향으로 지난해 국내 기업의 문화예술 후원 규모가 6년 만에 줄어든 것으로 나타났다.
한국메세나협회(회장 김영호)가 27일 발표한 '2017년 기업의 문화예술 지원 현황 조사' 결과에 따르면 2017년도 우리나라 기업의 문화예술 지원 규모는 2016년 대비 4.1% 감소한 1943억1200만원으로 집계됐다. 기업의 문화예술 지원 규모가 감소한 건 6년 만이다. 지원 규모뿐 아니라 지원 건수도 2016년 대비 3.3% 감소한 1415건으로 나타났다. 이는 메세나협회 회원사 등 총 382개 기업을 대상으로 한 조사 결과다.

2008-2017년 기업 문화예술 지원 규모 (단위=백만원)



특히 지난해 기업이 문화예술단체의 공연, 전시를 지원하는 후원·협찬·파트너십 등에 투입된 금액은 373억원으로 2016년 대비 18.8%나 줄어든 것으로 집계됐다. 2016년 시행된 청탁금지법으로 인해 선물 상한액 5만원을 초과하는 공연 초대, 티켓 구매를 조건으로 한 협찬 활동 등이 위축된 결과로 보인다. 미술관과 콘서트홀 등 문화예술 인프라 지원 금액 역시 2016년 대비 5.8%가 줄어들었다. 메세나협회는 "'미르·K-스포츠재단' 사태 이후 기업들이 기부금 집행에 대한 내부

2017년 문화예술 지원 상위 재단·기업

순위	재단	기업
1	삼성문화재단	KT&G
2	롯데문화재단	현대백화점
3	LG안암문화재단	롯데백화점
4	금호아시아나문화재단	신세계백화점
5	두산연강재단	현대중공업

기준을 강화하고, 기부금을 축소할 것도 영향을 미쳤을 것으로 보고 있다"고 설명했다. 조선업과 철강산업의 불황으로 조선 및 중공업 산업군의 지원 규모가 46억9200만원 감소한 것도 기업 메세나 위축에 영향을 미친 것으로 나타났다.
지원 주제별 현황을 살펴보면, 기업 부문에서는 흥대, 춘천, 논산 등에서 상상마당을 운영하고 있는 KT&G가 1위를 차지했고, 현대백화점, 롯데백화점, 신세계백화점, 현대중공업이 차례로 2~5위를 차지했다. 개별 기업의 문화예술 지원 총액은 1078억3500만원(55.5%)이다. 기업 출연 재단 부문은 삼성문화재단

이 1위를 기록했고, 롯데문화재단, LG안암문화재단, 금호아시아나문화재단, 두산연강재단이 2~5위에 올랐다. 기업 출연 재단을 통한 총지원금액은 864억7600만원으로 집계됐다. 2016년 대비 6%(54억7000만원)가 감소한 수치다.
지원 분야별로는 인프라 지원액이 전년 대비 5.8%가 줄어든 1116억6300만원으로 집계됐음에도 가장 많은 비중을 차지했다. 미술·전시(177억6700만원)와 클래식(177억5900만원) 분야는 전년 대비 지원금액이 늘어났다. 문화예술교육 분야는 112억2600만원으로 전년도와 유사한 수준으로 나타났다.
이 밖에도 비주류·다원 예술(18.6%)과 문학(44.6%) 분야는 전년 대비 지원 규모가 증가했다. 상대적으로 기업의 지원이 취약한 분야인 국악·전통 예술(-8.7%), 연극(-7.4%), 뮤지컬(-21.2%), 영상·미디어(-24.5%), 무용(-34.2%)에 대한 지원은 2016년에 이어 지난해에도 감소했다. 김슬기 기자

한화, 무주 태권도원에서 '청소년오케스트라 음악캠프'

한화그룹은 한국메세나협회와 함께 8일부터 2박 3일간 전북 무주 태권도원에서 '2018 한화청소년오케스트라 음악캠프'를 진행한다고 9일 밝혔다.

한화청소년오케스트라는 2014년부터 한화그룹이 평소 클래식 악기를 접하기 어렵고 배울 기회가 적은 충청 지역 중·고교생들을 대상으로 진행하는 문화사회공헌 활동 프로그램이다.

이번 음악캠프에는 한화청소년오케스트라 5기 단원으로 활동 중인 충청 지역 중·고교생 50명을 비롯해 강사와 스태프 등 총 80여명이 참가했다. 캠프에 참가한 오케스트라 단원들은 캠프기간 재능나눔 공연과 정기연주회에서 선보일 곡을 중심으로 현악과 관악 파트별 연습을 비롯해 합주 연습과 앙상블 연습



2018 한화청소년오케스트라 음악캠프에 참가한 학생들이 지휘에 맞춰 합주연습을 하고 있다. 한화그룹 제공

에 집중했다. 아울러 청소년 인문특강과 문화체험, 공연관람 프로그램 등을 함께 하며 문화예술적 소양을 키우는 시간도 가졌다.

한화청소년오케스트라 5기 단원들은 향후 지역 복지시설 대상 재능나눔 공연과 천안·청주 지역 정기연주회 활동을 통해 지역 문화예술 향유계층 저변 확대에도 기여할 계획이다.

김준엽 기자 snoopy@kmb.co.kr



동서식품, 음악 꿈나무들에 악기 선물 동서식품이 12일 서울 노원구 신상계초등학교에서 '제11회 맥심 사랑의 향기' 행사를 열고 악기를 기증했다. 김창수 동서식품 부사장(앞줄 왼쪽 세 번째)과 이봉에 신상계초 교장(네 번째), 최상인 동서식품 홍보실장, 이충관 한국메세나협회 사무처장 등이 악기 전달식을 마친 뒤 기념촬영하고 있다. 동서식품 제공



병동에 울려 퍼진 오페라 힐링을 선물하다

충근당 문화나눔 프로그램 '오페라 희망이야기'

"지금 이 순간- 떠벌치란- 날 묶어왔던 사슴을 벗어 단단다-"
지난 5일 신촌 세브란스병원 본관 3층 보노에 귀에 익은 노래소리가 울려 퍼졌다. 건어 무대 위에서 무지별 "자립 앤 헤어드"의 대표곡 "지금 이 순간"을 열창하는 이들은 환자(환상)를 "B", 무대 앞 100여 개는 환자와 보호자들로 이어 반석이었다. 음악을 듣고 오아는 사람들이 객석을 둥글게 에워쌌다. 병원 뒤편 커 자는 본색처럼 되는 순간이었다.
이날 펼쳐진 공연은 충근당의 문화나눔 프로그램인 '오페라 희망이야기' 행운에서 오렌 시간을 보충해 리는 환자와 가족들에게 음악으로 희망을 전달해자는 여장한 충근당 과장의 제안에서 시작된 프로그램으로, 6번째 이어지고

문화와 예술 접목한 나눔 실현 전국 병원 돌며 6년째 순회 공연 익숙한 멜로디로 청중 사로잡아 가수 알파 노래면 다같이 합창도 환자-가족들에게 '치유의 시간'

었다. 전문 배우와 연주자들이 구성된 공연 팀이 전국 주요 병원을 찾아가 매년 30여가량 공연을 한다. 익숙한 오페라 곡들로 채워진 '오페라콘서트' 입원 중인 아이들이 노래와 유희를 따라 하며 공연을 즐기도록 무대인 '거즈 오페라' 등 크게 두 가지 형태로 펼쳐진다. '오페라콘서트' 보 열한 이날 공연에서 첫 주자로 나선 김태희(충근당 DG)는 "그런데 바로 '내 손 도리(가공주는 잘 못 이루고)' '오! 헤어져' 등 익숙한 음악으로 사람들이 발길을 붙잡았다. 다음 공연자인 제이본 우주호가 오페라 '카르멘' 중 '푸우사의 노래'를 부르자 관객들이 비자에 맞춰 손뼉을 치며 호응했다. 김태희도 목소리로 오페라 '모이오와 클라'의 '공수에 살고 싶어'를 독창한 소프라노

장자에도 큰 박수를 받았다. 마지막 초대 가수인 '장비'의 등장과 객석의 분위기는 더 뜨겁게 달아올랐다. 양씨는 "환자를 돌리다라는 노래를 관객들과 함께 합창하며 공연의 대미를 장식했다. 한 시간 남짓 이어진 공연이 끝난 뒤, 모여 있던 청중들은 하나 둘 병실로, 진료실로 발길을 돌렸다. 일련한 지 4일 전 완공(50)되는 "중심 먹고 산책 삼아 코미코 내리왔는데, 이렇게 합창 공연을 보게 될 줄 몰랐다"면서 "정말 '힐링'이 됐고, 앞으로 이런 공연이 더 많았으면 좋겠다"고 말했다. 환자뿐 아니라 병원 직원들 예까지도 "기쁨에 대비"와 같은 공연이었다. 세브란스 병원 앙상블 내과전문의는 "매일 수요일은 환자와 보호자를 만나는 의료진과 병원 직

원들은 상당한 육체적·정신적 피로에 시달린 다"며 "이런 공연이 잠시나마 건강과 스트레스를 내려놓는 시간이 됐을 것"이라고 말했다. 충근당과 함께 공연을 기획한 한국메세나협회의 신승호 문화사업팀 차장은 "환자들이 기뻐하는 모습을 보면서 무대에 서는 아티스트들도 보람과 기쁨을 느꼈다"면서 "한편 병원에서 공연했던 이들이 주인의 프로그램에 참여하는 이유"라고 설명했다. 충근당 측은 "예술과 환자 와 가족에게 희망을 선물하는 '오페라 희망이야기'와 같은 문화나눔 프로그램들을 장기적으로 아어나가자는 게 경영진의 생각"이라고 밝혔다. "충근당, 오페라 희망이야기"는 을 연달히 지 김원태병원, 부산대병원, 제주대병원 등에서 14회 더 진행된다. 한승희 태권도원 기자



현대차, 13개 부대에서 '2018 군인의 품격' 콘서트 현대차그룹은 국방부, 한국메세나협회, 사회복지공동모금회와 함께 11월까지 전국 13개 부대 7000여명의 군 장병을 대상으로 뮤지컬, 오페라, 인문학 토크 콘서트를 선보이는 '2018 군인의 품격'을 진행한다고 24일 밝혔다. 지난 8월 16일 경기도 양주 육군 제2사단에서 군 장병들이 조승연 작가의 인문학 콘서트를 관람하고 있다.

“그림으로 마음 다스려 학교폭력 예방”

금호타이어, 미술치료교육
성서중 200명 학생 대상

금호타이어(대표 김중호)가 23일 서울 마포구 성서중학교 1학년 7개 학급 200여명의 학생들을 대상으로 학교폭력 예방을 위한 '청소년 미술치료' 교육을 실시했다. (사진)

금호타이어가 청소년 사회문제 예방 교육의 일환으로 실시하는 '그림으로 마음읽기'는 미술활동을 통해 학생들의 심리를 치료하는 기법이다. 미술치료 프로그램은 학생들의 인성 및 사회성 함양에 도움을 줄 뿐만 아니라 학업 스트레스를 줄이고 집단 따돌림 등의 학교폭력을 예방하는 데 도움을 준다고 알려져 있다.

금호타이어는 서울시 교육복지 우선 사업 시행학교 중 2개교를 선정, 이미



지난 5월 첫번째 미술치료 프로그램을 진행한 바 있으며, 주요 경찰서 주관 청소년 학교폭력 예방교육과 동일한 커리큘럼으로 운영하고 있다. 프로그램에 참가한 학생들은 전문강사들에게 미술치료와 개별 상담과의 차이점에 대한 설명을 듣고 직접 참여하는 활동

을 통해 올바른 소통방법과 학교폭력 예방을 위해 필요한 노력 등을 배우는 한편 자포자기와 토론을 통해 자기 자신을 비롯한 감정인자와 표현의 중요성을 체험했다.

미술치료와 같은 예술치료는 자신의 내면세계를 표현하여 감정적 스트레스

를 해소하고, 심리적 치유를 통해 정서적 장애를 극복하는 치료 방식의 일종으로 학교를 비롯해 병원, 경찰서 등 관공서 및 공공 기관에서도 많이 이루어지고 있다. 해외에서는 미국 911 테러(2001년), 보스턴 마리톤 폭탄 테러 사건(2013년) 등의 피해자들이 사고의 트라우마를 극복하는 데 활용되기도 했다.

오선근 금호타이어 경영지원팀장은 "금호타이어는 2016년부터 청소년 진로체험 교육으로 사전활동 및 무용활동 등을 실시해오고 있으며, 서울시 중학교들의 추가 수업 요청에 따라 분야를 넓혀 심리치료의 일종인 미술치료까지 확대했다"며 "앞으로도 적극적인 교육기부 활동을 통해 청소년 정서 발달에 도움이 되고 다양한 문화예술 체험의 기회를 제공할 수 있도록 힘쓰겠다"고 말했다. 송진우 기자 sjw@ekn.kr

광주문화재단 기업메세나 프로젝트, 안유자 '찬란한 존재의 빛' 전시



안유자 작 '찬란한 존재의 빛'

빛을 통해 본 찬란한 존재들

오는 29일까지 미디어 338-빛의 설치 등 15개 작품 선보

'빛으로 만나는 찬란한 존재들.' 광주문화재단은 안유자 작가 '찬란한 존재의 빛' 전시를 오는 29일까지 빛고을아트스페이스 2층 미디어338에서 진행한다.

이번 전시는 광주문화재단이 '2018한국메세나협회 지역특성화 매칭펀드 사업'에 선정돼 매칭펀드 7천만원과 지역 내 중소·중견기업에서 유치한 기부금 7천만원, 총 1억4천만원으로 진행되는 '유네스코 미디어아트 창의도시 광주' 프로젝트의 두 번째 전시다.

안 작가는 이번 전시에서 레이저 빛과 3D 렌더링을 활용한 설치 미디어작품 15점을 선보인다. 특히 '찬란한 존재의 빛'을 주제로 한 레이저 설치작품은 3D렌더링과 조명작업을 통해 작은 빛의 뿔뿔에도 그 존재감이 드러난다.

전시 주제인 '찬란한 존재의 빛'은 지난해 안유자 작가가 기업메세나 프로젝트를 통해 진행했던 작품 주제인 '빛의 세계'를 주제와 방향성을 확장시켜 새롭게 보여준 것으로 더욱 의미가 깊다.

광주문화재단 기업메세나 프로젝트는 공공기관 외에 외부 재원인 기업기부금을 유치해 진행되는 프로젝트로, 안 작가는 지난해에 이어 2년 연속 참여해 기업의 적극적인 후원을 이끌어 냈다.

이들 통해 안 작가는 작품 활동 기반을 다지며 작품 세계를 성장시켜 나갈 수 있었고, 기업은 작가와의 1:1 후원을 통해 기업의 문화경영을 활성화하고 예술계의 자립기반 강화에 기여하는 문화예술 파트너십을 이뤄냈다.

안 작가는 "이번 전시에서는 빛을 통해 현실세계와 가상세계를 넘나드는 찬란한 존재를 느끼며 관람자가 존재의 실체와 본질을 마주하려는 경험을 제공하고자 한다"고 말했다. [김옥경기자 ugyhk2@hanmail.net](mailto:ugyhk2@hanmail.net)



20일 천안 한국교원대 교원문화관에서 '한화청소년오케스트라 2018 정기연주회'가 열렸다.

한화그룹 제공

함께라 더 예쁜 아이들의 앙상블

한화그룹과 한국예세나협회가 공동 기획한 음악교육 프로그램 '한화청소년 오케스트라'의 정기 연주회가 20일 청주 한국교원대 교원문화관에서 열렸다.

'한화청소년 오케스트라'는 한화그룹의 클래식 음악에 대한 관심과 후원을 대표하는 프로그램이다.

평소 클래식 음악을 접하기 어려운 청소년들에게 1년여 간의 악기교육, 연주회 참가 등의 기회를 제공하는 취지로 시작했다. 오케스트라는 또래와 합주 등을 통해 함께 완성해 가는 음악의 즐거움을 최우선을 목표로 하는 공동체 인성교육이기도 하다. 특히 지역 내 커뮤니티 문화운동 확산으로 이

한화청소년 오케스트라 정기연주회 합주로 배우는 '공동체 인성교육' 지역민 문화예술 기회 확대 특목

이제 문화예술을 누리는 계층 확대에 역할을 하고 있다.

이날 공연에선 충청 지역 중·고등학생 50여명으로 이뤄진 오케스트라 단원들이 지난 1년간 갖고 닦은 실력을 뽐냈다. 지휘자 채은석과 함께 천안 현악앙상블 34명과 청주 관악앙상블 17명 등 총 51명이 연주에 참여했다.

지난 3월부터 연간 70여회의 개별 레슨과 그룹 레슨을 통해 실력을 갈고

닦은 청소년오케스트라는 350여명의 관객 앞에서 가곡 '그리운 금강산', 마이클 잭슨의 'Heal the World' 등 다양한 장르의 음악을 선보였다.

이 밖에도 소프라노 김수현, 테너 채관석 등 성악가들도 함께 참여해 공연을 더욱 빛냈다. 공연을 마친 청소년오케스트라 단원들은 내달 12일 천안 태조산 중앙소방학교에서 진행되는 위문공연인 송년연주회를 위해 또 다시 연습에 매진할 예정이다.

한화그룹 관계자는 "앞으로도 다양한 영역에서 창의적이며 지속적인 행보를 통해 나눔과 상생활동을 지속적으로 실천해 나갈 것"이라고 말했다.

이정훈 기자 chanyun@occtoday.co.kr

창작 아이디어, 액수에 갇히지 않게... 지속 지원으로 예술가에 날개 달아준다

작가 창작 지원 프로그램 '중군당 예술지상'

"예술가가 꾸준히 작업하기 위해서는 세 가지 역할이 필요하다. 첫째는 예술가의 작업을 알아보고 세상에 소개하는 기획자와 평론가, 둘째는 작품을 보러 전시장에 오는 관객, 셋째는 예술가가 작품을 제작할 수 있도록 경제적으로 지원하는 후원자입니다." 지난 1일 관악문 세종문화회관 미술관 1관에서 열린 '2018 제9회 중군당 예술지상' 전시회에서 만난 위영일 작가는 "어 세 가지 역할이 예술가가 발전과 무리함에 위축되지 않고 굳건히 작품 활동을 하도록 이끄는 원동력"이라 말했다.

중군당 예술지상은 중군당과 한국예세나협회, 아트스페이스 류가 2012년부터 함께 진행해온 대표 작가 창작 지원 프로그램이다. 매년 작가 3명을 선정해 연간 1000만원의 창작 자금과 연말 전시의 기회를 제공한다. 막 예술계에 발을 들인 신진 작가가 아니라, 주요 창작 매진 프로그램과 여러 전시회에 참여해 실력을 인정받은 작가들이 대상이라는 점이 특별하다. 작가 선정과 전시 기회를 주도하는 김노원 아트스페이스 류 대표는 "후이어도 아니고, 시니어도 아니고 애매한 작가들이 성장할 수 있도록 지원해야 소위 '스타 작가'가 나올 수 있다"면서 "한국 미술계의 미래를 본연하게 만드는 것이 예술지상 프로그램의 목적"이라고 설명했다.

이번 전시는 2018년 제9회 중군당 예술지상 지원 작가로 선정된 박광수·김수현·위영일 작가가 3년간 이어온 작업물을 소개하는 자리로 마련됐다. 지난해 낸드 '백오의 '토미코'(TOMIKO)' 유유리(유유리)를 흑백 드로잉에 나비(나비)로 작업해 화제가 됐던 박광수 작가는 중추는 또한 특유의 모놀리thic 분위기는 '검은 숲속' 연작을 선보였다. 김수현 작가는 사실적으로 묘사한 꽃, 옷, 인물 조각상을 오프라에 붙여 조형한 대명사와 '오' 연작으로 전시장을 압도했다.



매년 작가 3명 선정해 지원 창작금부터 전시 기회까지 중군당, 5년째 후원 진행 한국 미술계 발전에 이바지 내년 5월 특별기획전 열어

위영일 작가는 전통 회화를 향한 비관과 의심에서 출발한 작업으로 전시장을 채웠다. 작품 제작 매뉴얼을 만들고 주사위를 던져 나온 결과에 따라 그림을 그리는 '알레고리컬 페인팅 매뉴얼(Aleatorik Painting Manual)' 프로젝트, 관객의 위치에 따라 보이는 풍경이 달라지도록 투명 아크릴판을 층층이 겹쳐 설치한 '로컬 레이어(Local Layer)' 연작 등이 대표적이다. 김노원 대표는 "세 작가가 모두 자신만의 작품 세계를 구축하며 꾸준히 주제 의식을 확장해나가고 있다"고 평가했다.

예술가에 대한 장기 지원 프로그램은 작가들의 작업에 큰 영향을 미쳤다. 위영일 작가는 "그동안 시도하지 않았던 설치 작업을 구상할 수 있었던 것도 경제적 지원으로 용감하게 도전할 수 있었기 때문"이라고 했다. "배경이 달라지도록 투명 아크릴판을 층층이 겹쳐 설치한 '로컬 레이어(Local Layer)' 연작 등이 대표적이다. 김노원 대표는 "세 작가가 모두 자신만의 작품 세계를 구축하며 꾸준히 주제 의식을 확장해나가고 있다"고 평가했다.



수잔나 일리야 12일부터 세종문화회관 미술관 1관에서 열린 '2018 제9회 예술지상' 전시회 개막식에서 위영일 작가의 작품을 감상하고 있다. 이 전시회 개막식을 계층 김수현 작가의 '검은 숲속' 연작, 위영일 작가의 '로컬 레이어' 연작이 함께 전시될 예정이다.



넬했다. 중군당은 내년 5월 제 10회부터 50일까지 예술지상에 선정된 작가 14명의 신작을 한자리에 모아 특별 기획전을 열 예정이다. 중군당 관계자는 "이처럼 중군당 최정호는 예술계 발전에 있어서 예술에 관심과 애정이 있다"면서 "예술계 발전에 있어서 예술계 발전에 이바지할 계획"이라고 밝혔다.

한승희 대안미술 기자

메세나대상에 동서식품 ... 문학상 개최·클래식 음악지원 공로

한국메세나협회(회장 김영호)는 제19회 메세나대상 대상 수상자로 동서식품을 선정했다고 29일 밝혔다. 29년 동안 여성 신인 문학상인 '삶의 향기 동서문학상'(사진)을 통해 문학 발전에 기여하고, 클래식 음악계를 지원한 공로를 인정받았다.

메세나대상은 문화예술 발전과 국민의 예술향유 제고에 기여한 기업과 인물에게 주는 상으로 대상을 포함, 5개 부문을 시상한다. 문화공헌상은 해금 연주자를 후원하고 문화재청과 궁중 문화 캠페인을 펼친 LG생활건강에 돌아갔다. 창의상은 클래식 자선 연주회를 후원 해온 HK가, 메세나인상은 부산 영화의전당 마티네콘서트, 아트부산, 평창 대관령음악제 등을 후원해온 백



정호 동성코퍼레이션 회장이 받았다. 아트&비즈니스상은 오성정보통신과 아카데미 열정과 나눔이 공동으로 받았다. 시상식은 이날 오후 5시 서울 웨스틴조선호텔에서 열렸다.

이윤주 기자

현대중·USP 오케스트라, '한국메세나대회' 베스트커플상

'현장음악회', '찾아가는 음악회' 등 매년 문화나눔 프로그램 적극 참여 클래식지변 확대와 문예발전 기여

현대중공업이 어려운 경영환경 속에서도 문화예술에 꾸준한 지원을 펼쳐 주목받고 있다.

현대중공업은 지난달 29일 서울 웨스틴조선호텔에서 한국메세나협회 주관으로 열린 '2018 한국메세나대회'에서 USP(Ulvan String Players) 합체 오케스트라(이하 'USP')와 함께 메세나기업의 문화예술 지원 활동을 오랫동안 모범적으로 해오고 있는 기업과 예술단체에게 주는 '베스트 커플상'을 수상했다.

이번 수상은 현대중공업이 USP 창단 이후 지속적인 지원을 펼치고 있고, USP는 활발한 연주활동으로 클래식계의 재능 확대와 지역 문화예술 발전에 기여한 공로를 인정받은 결과로 평가된다.

USP는 현대중공업이 기업 메세나 활



현대중공업은 지난달 29일 USP 합체 오케스트라와 함께 '2018 한국메세나대회'에서 '베스트 커플상'을 받았다. 왼쪽부터 이경우 현대예술관장, USP 합체 오케스트라 총괄리더 이동우 울산대 교수, 박종관 한국문화예술위원회 위원장, 김영호 한국메세나협회 회장.

동의 일환으로 지난 2007년 울산대학교와 함께 창단한 클래식 연주단체다. USP는 매년 정수영 현대 장엄자 추모 음악회와 송년음악회를 비롯해, 울산과

전국에서 단독, 혹은 조인트 콘서트를 여는 등 왕성한 활동을 하고 있다. 또 생신현장과 생활공간을 찾아가 음악을 들려주는 '현장음악회', '찾아가는 음악회'

등 문화나눔 프로그램에 적극 참여하고 있는 등 왕성한 활동을 하고 있다. 또 생신현장과 생활공간을 찾아가 음악을 들려주는 '현장음악회', '찾아가는 음악회'에서 문화예술에 대한 지원은 꾸준히

펼치고 있어 눈길을 끈다. USP 외에도 현대예술관 등 문화센터를 운영하며 문화예술 인프라 투자와 공연 및 전시, 소외계층 문화나눔, 예술단체 육성, 평생학습 등 다양한 문화예술 지원을 하고 있다.

이를 통해 현대중공업은 한국메세나협회가 매년 발표하는 '기업의 문화예술 지원 현황 조사'에서 수차례 1위에 오른 것을 비롯해 대에 최상위권에 이름을 올리고 있다.

지난 2007년에는 '한국메세나 대상'도 수상한 바 있다.

올해 개관 20주년을 맞은 현대예술관은 지금까지 국내·외의 수준 높은 악보 850여편을 무대에 올리며 산업도시 울산에서 문화예술의 요람 역할을 하고 있다.

올해도 세계적인 피아니스트 조성진과 선우예광의 첫 울산 콘서트 등 20여편의 굵직한 공연을 유치해 잇따라 매진을 기록하는 등 지역 문화예술계에 새로운 바람을 불어넣고 있다.

고은정 기자 kwonj@hju.com

회원사 명단

회장사

일신방직

부회장사

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

이사사

가현문화재단
 고려당
 금호아시아나문화재단
 (주)두산
 디자인하우스
 사라
 (주)신세계
 이건설홀딩스
 전국경제인연합회
 한국문화예술위원회
 한국예술문화단체총연합회
 한성자동차
 LG연암문화재단
 SK SUPEX추구협의회 소설밸류위원회

회원사

가나아트갤러리
 강원랜드
 경남스틸
 공간그룹
 광주요
 금융투자협회
 금호건설
 금호고속
 금호미쓰이화학
 금호석유화학
 금호타이어
 금호폴리켄
 금호피앤비화학
 금호홀딩스
 기아자동차주식회사
 나라삼양감속기
 나라통상(주)
 (주)나우피플
 남이섬교육문화그룹(주)
 네이버문화재단
 네이처스웬밀리코리아
 (주)노루비케미칼
 (주)노루오토코팅
 (주)노루페인트
 녹십자
 뉴서울 컨트리클럽
 뉴스킨 코리아(주)
 뉴욕제과
 다보성고미술전시관
 (주)다진
 대림산업
 대성산업가스
 대신증권
 대우건설
 (주)대창스틸
 대한상공회의소
 대한제분
 (주)대한항공
 더페이스샵코리아
 도서출판 '삶과 꿈'
 (주)돌실나이
 동서식품
 동아쏘시오홀딩스
 동아출판
 동일FnG(주)
 동일방직
 두산건설
 두산연강재단
 두산인프라코어
 두산중공업
 로얄&컴퍼니(주)
 롯데렌터카

롯데문화재단
 롯데백화점
 르노삼성자동차
 (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
 삼암커뮤니케이션즈
 (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
 영앤윙십 주식회사

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

한미약품
 한미회계법인
 한빛문화재단
 한세실업
 (주)한진
 (주)한화
 한화생명
 한화손해보험
 한화케미칼
 현대백화점
 현대자동차
 현대중공업 현대예술관
 현대차 정몽구 재단
 (주)호텔롯데
 (주)호텔롯데 면세점
 호텔신라
 흥플러스
 환경시설관리주식회사
 휠라코리아
 휴맥스
 BMW코리아(주)
 BNK경남은행
 BNK부산은행
 CJ문화재단
 GA KOREA Outlet & Resort
 GS칼텍스 예술마루
 (주)HK
 HSD엔진
 IBK기업은행
 (재)KBS교향악단
 KB국민은행
 KDB생명
 KEB하나은행
 KT
 KT&G
 LG생활건강
 LG전자
 LG화학
 LH
 OCI
 POSCO
 SK건설
 SK네트웍스
 SK에너지
 SK증권
 SK텔레콤
 SK해운
 SM삼환기업
 TCC스틸



발행처 사단법인 한국메세나협회
발행일 2019년 7월
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