

2017

문화국가를 향한 경제와 예술의 동행
한국메세나협회

한국메세나협회 2017년도 연차보고서

2017

한국메세나협회 2017년도 연차보고서
Korea Mecenat Association 2017 Annual Report

인사말 Greeting 003p	개요 Overview 1. 한국메세나협회 2. 연혁 3. 운영 조직 4. 임원진 5. 주요사업 현황 004p
주요사업 Primary Business 1. 기업과 예술의 만남 사업 2. 문화공헌 사업 3. 한국메세나대회 4. 회원서비스 5. 홍보 6. 학술·조사사업 012p	2017년도 수지결산 Financial Statements 2017 048p
2017년도 신규가입 회원사 Newly Registered Member 2017 052p	

메세나 활동은
미래를 위한
가치투자입니다.

2017년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사 Annual Survey on the Status of Corporate Support for the Arts 056p	언론보도 Press Release 1. 2017 언론보도 현황 2. 2017 언론보도 스크랩 072p
회원사 Members 086p	



매년 이어지는 문화예술계의 세계무대 약진은
어려운 여건에도 메세나 활동에
함께 해주신 회원사 여러분 덕분입니다.



2017년 문화예술계는 낭보가 끊이지 않았습니다. 작곡가 최재혁은 제72회 제네바국제음악콩쿠르 작곡 부문에서 우승을, 소프라노 이해진이 독일 쾰른에서 열린 쾰른국제음악콩쿠르에서 우승을 해 주목을 받았습니다. 선우예권이 한국인 최초로 반 클라이번 국제 피아노 콩쿠르에 우승하는 등 기악 부문에서도 기쁜 소식이 이어졌습니다. 미술계에서는 김환기 화백의 작품이 65억 5000만 원에 낙찰되며 국내 작품의 경매 최고가를 경신 하며 단색화의 위력을 과시하기도 했습니다. 또한 홍콩에서도 김환기 화백의 작품이 39억 원에 낙찰되어 큰 화제를 모았습니다. K-아트가 전 세계로 뻗어 나가고 있습니다.

그러나 지난해 우리나라 기업의 문화예술 지원 규모는 2016년 대비 4.1% 감소한 것으로 집계되었습니다. 장기적으로 이어지는 경기침체와 사회적 이슈로 인해 예술후원이 어려워졌음을 보여주는 증거입니다. 어려운 상황이지만 꾸준한 문화예술 지원으로 문화강국으로서의 위상이 굳건해질 수 있도록 힘을 모아주시기 바랍니다.

저희 한국메세나협회는 2017년 한 해 동안 기업과 예술의 만남, 문화공헌사업 등을 통해 많은 기업과 메세나 활동을 함께해 예술발전은 물론, 문화 격차 해소에도 기여해 왔습니다. 회원사 여러분의 애정과 협력이 협회 사업을 이끌어가는 데 큰 힘이 되었습니다. 진심으로 감사드리며, 한국메세나협회는 회원사와 함께 대한민국이 문화선진국으로 발돋움 할 수 있도록 더욱 노력하겠습니다.

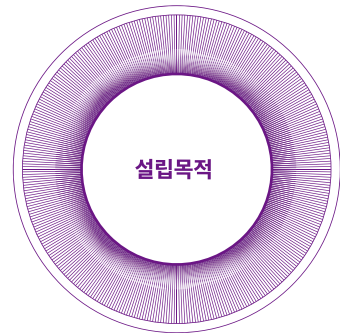
‘2017년 한국메세나협회 연차보고서’에 수록된 자료들이 기업과 예술의 동반성장을 위한 기초자료로 활용되고, 더 나아가 예술지원 활동이 활발해지는 밑거름이 되기를 기대합니다. 문화예술에 대한 회원 여러분의 더 큰 관심과 애정을 부탁드립니다.

2018년 7월
한국메세나협회 회장

김영호

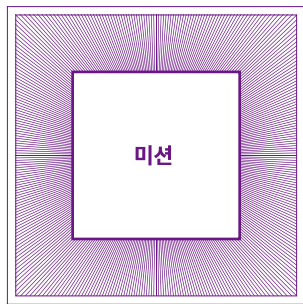


Overview



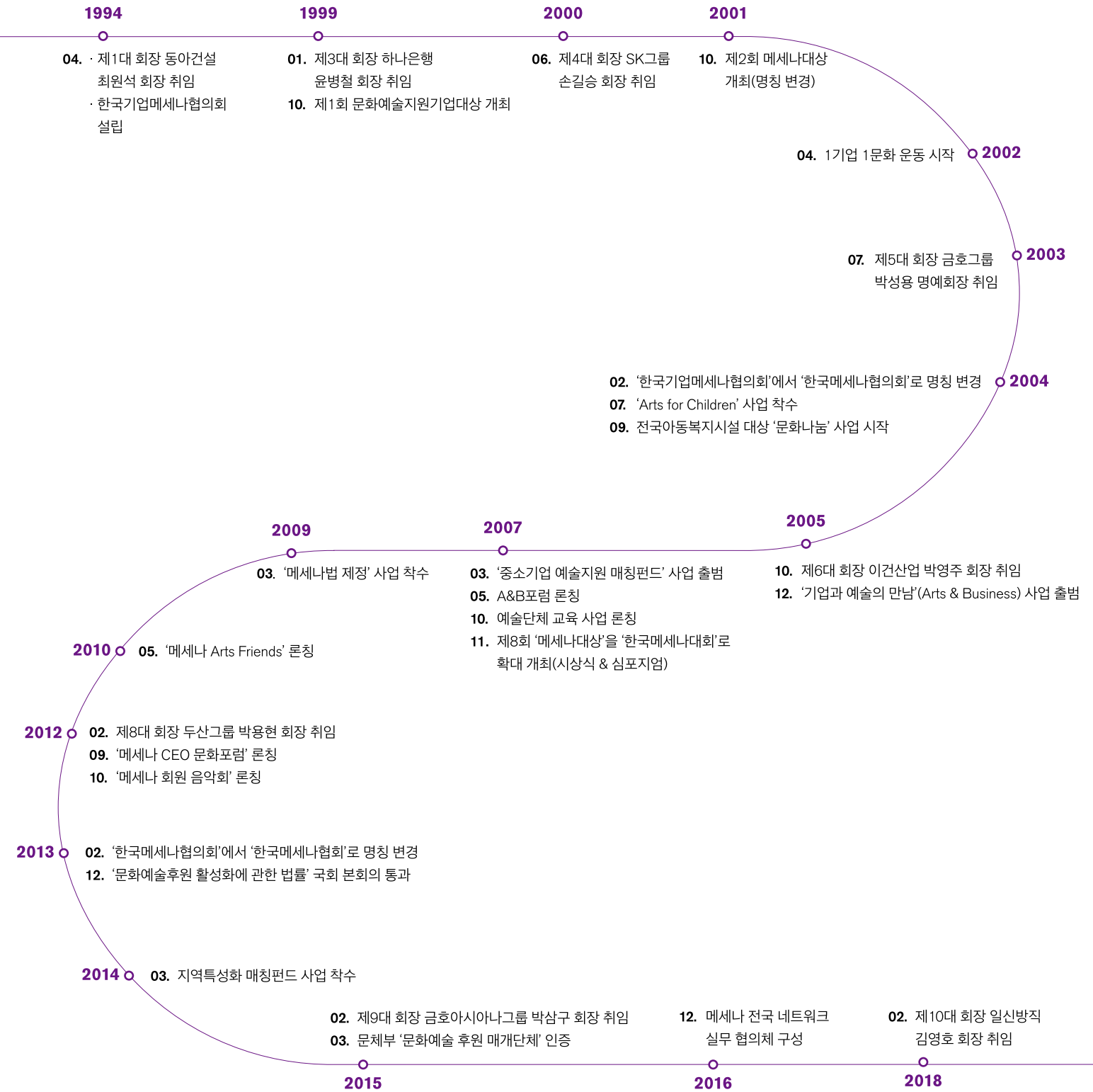
문화예술계 지원으로 사회공헌에 뜻을 함께 하고자 하는 기업체(법인)를 회원으로 운영되는 비영리 사단법인(문화체육부장관 허가 제55호)

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



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

- 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



운영 조직
Operating Organization



총회
General Assembly

구성
임원과 회원으로 구성

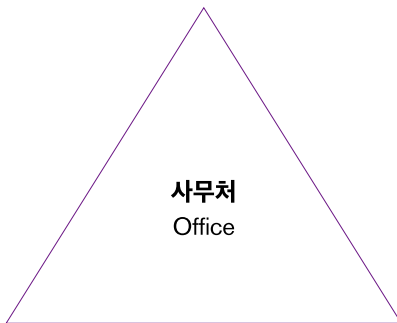
의결사항
회장선출, 사업계획, 예산 및 결산 승인, 정관 변경 등 의결



이사회
Board of Directors

구성
회장, 부회장, 이사 등
총 32인과 감사 2인으로 구성

의결사항
임원선출, 재산관리, 회비책정, 총회 부의 안건 및 위임사항 등 의결



사무처
Office

기능
목적사업 수행 및 협회의 원활한 업무처리

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
	노루홀딩스	한영재	회장
	동성코퍼레이션	백정호	회장
	벽산엔지니어링	김희근	회장
	삼성미술관	홍라희	前 관장
	삼양홀딩스	김 윤	회장
	설원량문화재단	양귀애	이사장
	세아제강	이순형	회장
	유니드	이화영	회장
	종근당	이장한	회장
	코오롱그룹	이용열	회장
	크라온-해태제과	윤영달	회장
	풍산그룹	류 진	회장
	한화갤러리아	서영민	고문
	현대해상화재보험	정몽윤	회장
	가현문화재단	송영숙	이사장
	고려당	정재호	사장
	금호아시아나문화재단	김용연	고문
	디자인하우스	이영혜	사장
사라	안윤정	사장	
신세계	장재영	대표이사	
이사	이건홀딩스	안기명	부회장
	전국경제인연합회	권태신	상근부회장
	파라다이스그룹	전필립	회장
	한국문화예술위원회	최창주	직무대행
	한국예술문화단체총연합회	하철경	회장
	한성자동차	울프 아우스프룽	사장
	효성	조현준	회장
	LG연암문화재단	남상건	부사장
	POSCO	곽정식	전무
	SK SUPEX추구협의회 사회공헌위원회	최광철	위원장
감사	삼일회계법인	한덕철	부대표
	일신방직	윤윤식	전무

(기업명 가나다순, 2018.6.30 기준)

주요사업 현황
Primary Business

01

기업과 예술의 만남
Arts&Business



**결연 파트너십 구축
지원·컨설팅**

추진방향

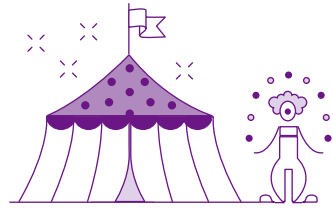
- 기업의 효율적인 메세나 활동을 위한 각종 정보 제공 및 카운슬링
- 기업 예술단체간 교류 사업 기획 및 운영 지원
- 국제 메세나 유관기관 협력

세부활동

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

02

문화공헌 사업
Cultural Contribution Business



찾아가는 메세나

추진방향

- 예술체험 기회 제공을 통한 지역 및 사회계층간 문화적 불평등 해소

세부활동

- CJ 스테이지업 문화나눔
- 종근당, 오페라 희망이야기
- 크라운해태 K-arts 달콤한 국악
- 현대자동차그룹 군인의 품격

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

추진방향

- 문화적으로 소외된 아동, 청소년에게 문화향유 및 문화예술교육의 기회 제공을 통한 정서적 역량 지원

세부활동

- CJ문화재단 전국청소년연극제 수상작 초청공연
- CJ 튜업 음악교실
- LG 영메이커 아카데미 & 페스티벌
- LG 꿈꾸는 프로듀서
- LG 나는 배우다
- 금호타이어 나를 찾아줘
- 두산어린이아트스쿨
- 케이옥션 CSR Lab
- 크라운해태 K-arts 국악캠프
- 한성자동차 드림그림
- 한화예술더하기
- 한화손해보험 위기탈출 안전교육
- 한화청소년오케스트라
- 현대자동차그룹 아트드림 콩쿠르
- 현대차 정몽구 재단 교사 창의예술교육 연수

03

한국메세나대회
Mecenat Awards



**메세나대상 시상식 &
기업과 예술의 만남 결연식**

추진방향

- 대한민국의 문화예술 발전 및 우수 예술 활동에 기여한 기업 및 개인을 선발 및 시상

세부활동

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

04

회원서비스
Member Service



**회원 네트워크 및
문화예술체험**

추진방향

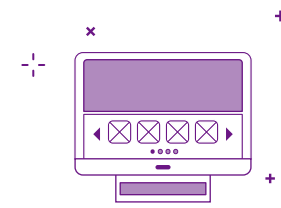
- 회원사 메세나 실무자 네트워킹을 통한 정보교류
- 문화예술체험을 통해 메세나에 대한 관심 유도

세부활동

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

05

홍보
Public Relations



온·오프라인 홍보

추진방향

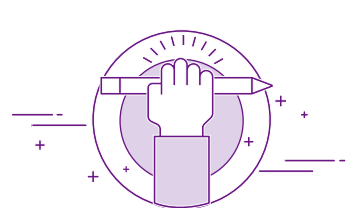
- 기업의 문화예술 지원에 대한 인식 확산 및 메세나 활성화를 위한 홍보 활동

세부활동

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

06

학술·조사사업
Academic & Research



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 지원현황 조사
- 기업 예술지원 확대를 위한 정책방안 연구
- 기업 예술지원 효과 분석
- 문화예술 후원 관련 사례집 발간



Primary

Business

기업과 예술의 만남 사업 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 첫 출범 이후 2017년까지 누적 지원건수는 1,291건, 누적 지원금액은 592억 8천 2백만 원이다.

대기업 결연

기업이 문화예술단체의 창작 활동 및 운영을 지원하도록 협력하는 프로그램이다.

38

건

31.7,500

억 만 원

예술지원 매칭펀드

기업이 예술단체에 지원하는 금액에 비례한 금액을 정부에서 추가로 지원하여 예술단체의 창작 활동을 돕는 매칭그랜트(Matching-Grant) 사업으로 운영된다.

135

건

35.4,300

억 만 원

지역 특성화 매칭펀드

예술지원 활동의 수도권 편중 현상을 해소하고 지역 문화예술 활성화를 위한 특화지원프로그램이다

27

건

12.3,900

억 만 원



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. 파트너십을 통해 서로 협력하며 상호 발전에 기여한다는 점에서 큰 호응을 얻고 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·공기기업의 메세나 활동 참여를 통해 지역에 특화된 예술활동을 육성하는 데 기여하고 있다.



예술지원 매칭펀드

예술지원 매칭펀드는 한국메세나협회와 한국문화예술위원회가 공동으로 추진하는 '기업과 예술의 만남 (Arts & Business)' 사업의 일환이다. 기업이 예술단체에 펀드를 지원하는 금액에 비례하여 정부에서 추가로 지원하여 예술단체의 창작 활동을 돕는 매칭그랜트(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.



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. 2017년 기업과 예술의 만남 결연식은 11월 28일 화요일 웨스틴 조선호텔에서 진행된 메세나대상 시상식과 함께 개최되었다.

대기업 결연 현황

기업	예술단체
현대백화점	춘천마임축제
대원문화재단	서울스프링실내악축제
롯데월드	눈썰미아트앤디자인
설원랑문화재단	페스티벌 오원
한국서부발전	노블아트오페라단
인천국제공항공사	화희오페라단
대원문화재단	평창대관령음악제
인천대교	화희오페라단
한진중공업	아트브릿지
종근당	MIRI오페라단
한국전력공사	프라임필하모닉오케스트라
한화생명	올라 비올라
오비맥주	극단imd
한국전력공사	뉴서울필하모닉오케스트라
LG생활건강	해금연주단 꽃별
CJ문화재단	화음첼버오케스트라
아시아나항공	아시아나국제단편영화제
정현재단	재즈파크
현대중공업	USP첼버오케스트라
LG생활건강	국립국악원
종근당	아트스페이스 휴
GS칼텍스재단	여수심포니오케스트라
현대자동차그룹	국립국악원
한국암웨이	한국조각가협회 성남지부
LG생활건강	강은일 해금플러스
두산인프라코어	플림앙상블
(주)두산	서울튜티앙상블
현대백화점	강남심포니오케스트라
설원랑문화재단	임동혁과 친구들
설원랑문화재단	경기필하모닉오케스트라
크라온-해태제과	서울아리랑페스티벌
신세계백화점	한빛예술단
LG연암문화재단	극단 북새통
신한은행	다문화극단 셀러드
금호타이어	기믹스
케이옥션	아트 소란
태광산업	행복나무플러스
크라온-해태제과	아트공감

예술지원 매칭펀드 현황

기업	예술단체
대양기술	엠제이플래닛
필룩스	오렌지컴퍼니
피피엘엔컴퍼니	스튜디오뮤지컬
필룩스	본조형연구소
두메산골 영농조합법인	꼭두
노루출딩스	심포니송
원비즈시스템	경계없는예술센터
지엠케이커뮤니케이션	극단 라인
테마랜드	극단 버섯
벽산파워	세종솔로이스츠
성정문화재단	조이오브스트링스
신한스틸	극단 톱마루
지승컨설턴트	연우무대
노래의섬	두들쟁이타래
보드웰인베스트먼트컴퍼니	HB기획
자이크로	조이매직
HK	행복나무플러스
에몬스가구	베세토오페라단
에이치투인터랙티브	이슬리스피
진성테크	대건첼버과이어
자연머금	호남오페라단
티스케이프	스토리팜
오토인더스트리	극단 독립극장
새벽을 여는 사람들	플레이몽
이건창호	아름지기
썬푸드	트리니티이앤엠
케이피산업	더원아트코리아
굿컴퍼니	국제연극연구소 H.U.E
바이올푸드	극단 걸판
건흥레미콘	뮤직씨어터 슈바빙
듀오	글로리아 오페라단
법무법인 길상	과수원뮤지컬컴퍼니
로템스파워	배우공동체 자투리
오성정보통신	아카데미 열정과 나눔
이디아	극단 오늘
실크로드시엔티	윤명화무용단
한일탱크터미널	트러스트무용단
아세코코리아	아트프로젝트 보라
웅진스테코	코리아첼버오케스트라
보미양만주식회사	벨디뮤직
대항병원	우리숨소리문화예술단
벽산파워	한국페스티벌앙상블
아세코코리아	모던테이블
유구이엔씨	엠컬처스
지중공업	한국세필화연구소
벽산엔터프라이즈	WTFM
주원종합건설	한국연극배우협회 부산지회

기업	예술단체
히트러너	제이케이 ENT
캐럿글로벌	노름마치예술단
MAP한터인종합 건축사사무소	코리아아르츠그룹
엘라스코	문화놀이터 동화
두리상사	극단 사계
다우텍스	그랜드오페라단
동진기업	서울아리랑페스티벌
이에스메디텍	홍정희오페라단
노래의 섬	예술무대 산
위주테크	창작그룹 코스모스
디포그	대안공간 아트포럼리
로봇에프앤비	라이브
한국파마	노블아트오페라단
돌살나이	은세계씨어터컴퍼니
서진캠	아마도예술공간연구소
주신공업	닷미술관
바른웨딩	극단 마중물
현대시트	드림위드앙상블
세원특수금속	클래시칸앙상블
세원특수금속	이희문컴퍼니
모든해상	아트브릿지
필링크	김자경오페라단
씨에스텍	야단법석
고흥건설	문화락
트윈클컴퍼니	한국현대무용협회
에이랜드	갤러리팩토리
인성엔프라	잔치마당
다산아이엔씨	밀레니엄심포니오케스트라
에스엘네트웍스	부산가야금연주단
법무법인 올촌	뉴코리아필하모닉오케스트라
투스라이프	극단 다이얼로거
녹색환경	루체뮤직소사이어티
호텔베르누이웨딩	미디어아트플랫폼
부립건설	극단 바바서커스
진도레미콘	아트스테이지 다울
현대회계법인	극단 아신아트컴퍼니
선한목자병원	최훈차과이어
한빛소방	브러쉬씨어터
삼화일렉콤	극단 해프닝
경남스틸	경남오페라단
신도리코삼성사	나무씨어터
로알엔컴퍼니	백제가야금연주단
맥이엔에스	씨어터백
지메스테크놀로지	문화뱅크
이연생활뷰티	와이즈발레단
정원로지스	극단 논다

기업	예술단체
네오테크주식회사	국악중심 연
서번산업엔지니어링	아트쇼부산
에이스종합관리	극단 가탄
유남전기	자하미술관
세븐엔젤스홀딩스	모스틀리오케스트라
이에스메디텍	창작중심 단디
애플클로젯	케이뮤지컬컴퍼니
대명복지재단	비바츠예술매니지먼트
스타제이엔터테인먼트	브랜드아키텍츠
으뜸세무법인	뉴서울오페라단
종합건축사사무소 이공	국악단 소리개
대창스틸	서울모테트합창단
센트럴노무법인	극단 마방진
주원종합건설	극단 창
디아와이엘씨디	극단 아리랑
건영	서울무용제조직위원회
KFC코리아	코리아국제현대무용콩쿠르
대영코어텍	영남오페라단
스톤사운드웍스	공연예술제작소 비상
삼진정밀	마당패우금치
BSM	서울나눔뮤직그룹
운생동건축사사무소	제비꽃디방
네이처스웨밀리코리아	프라임필하모닉오케스트라
엠에이치 건설	코리아팝소오케스트라
웨이브랩에스티디	레스큐피쉬
삼양수출포장	전미속무용단
교동식품	대전민예총
애플전기	장수상회
해리어나	극단 해몽
시흥장례원	아리수
메덱스의료재단	서울원드앙상블
위주테크	극단 글로브극장
인산씨앤씨	솔오페라단
대양기술	극단 오징어
금성물류	보성덤빙이문화복원연구원
영도벨벳	구미오페라단
리부라더스	서울오라토리오
세종산업	미당
블루컴	BS부산은행조은극장
동성진흥	서울그랜드합창단
엘모어	서울튜티앙상블

지역 특성화 매칭펀드 현황

재단	기업	예술단체/예술가
서울문화재단	울림푸스한국	아티스트 105호
	조아제약	잠실창작스튜디오
경기문화재단	비책	엔젤링윈드오케스트라
		연천여성합창단
강원문화재단	벽산문화재단	골드트리가족관악앙상블
		세종솔로이스츠
대구문화재단	한국가스공사	트리오드 서울
		안성희&코멘
경남문화예술진흥원	신용보증기금	한국페스티벌앙상블
	파워엔터테인먼트	CM심포니오케스트라
충남문화재단	한국수자원공사 남강댐관리단	풍류21
	서경타니골프앤리조트	아르소바
광주문화재단	LH	개명대 뮤지컬 갈라팀
	한국중부발전	토즈댄스
제주메세나협회	신원	희망인재 프로젝트 장학생 그룹
	엠엔푸드	극단 1972
제주메세나협회	한국마사회 제주지부	비봉내축제조직위원회
		한국예총 사천지회
		김근재
		충남예총
		이매리
		안유자
		정가희
		디오디오
		파트로보체
		비아젯
		제주스트리트오르케스타

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 예술진공자 및 예술가들의 자립 기반 마련을 위한 예술단체 역량 강화 사업을 추가로 진행하고 있다. 2017년 한해 동안 12개 기업과 17개 문화공헌 사업이 진행되었고, 이를 통해 2만여 명이 문화예술 혜택을 누렸다.

찾아가는 메세나

지리적, 환경적 요인으로 문화예술을 접하기 어려운 문화소외계층을 직접 찾아가 예술체험의 기회를 제공하는 문화나눔 프로그램이다.

51 회

10,650 명

Arts for Children

어린이와 청소년을 위한 문화예술 교육 사업으로, 특히 소외계층을 위한 교육을 진행하고 있다.

729 회

13,033 명

예술단체 역량 강화

젊은 예술인들의 창작 활동 증진 및 자립기반 마련을 위해 운영되고 있는 사업이다.

8 팀

찾아가는 메세나
Outreach Mecenat

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



종근당, 오페라 희망이야기
종근당

27회 3,000명

CJ 스테이지업 문화나눔
CJ문화재단

10회 2,600명

크라운해태 K-arts 달콤한 국악
크라운-해태제과

4회 350명

현대자동차그룹 군인의 품격
현대자동차그룹

10회 4,700명



CJ 스테이지업 문화나눔

CJ스테이지업 문화나눔은 문화예술을 가까이 접하기 어려운 문화소외지역 청소년들을 위한 문화나눔 프로그램이다. 이 사업은 크게 2가지로 나뉘는데 하나는 공연장으로 청소년들을 초청해 관람하게 하는 '청소년 초청 문화나눔'과 학교로 직접 찾아가 작품을 보여주는 '뮤지컬 투어', 2가지로 진행되었다. 10월 13일부터 20일 사이, 총 3회에 걸쳐 연극 '조제, 호랑이 그리고 물고기들'에 서울경기권 5개 학교 450명의 청소년을 초청했고, 12월 11일부터 2주간 강릉, 원주, 포천 등의 학교를 방문해 공연을 진행했다.



크라운해태 K-arts 달콤한 국악

크라운해태 K-arts 달콤한 국악은 크라운-해태제과가 지원하는 국악영재들이 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.



종근당, 오페라 희망이야기

종근당, 오페라 희망이야기는 2014년부터 병원에 직접 찾아가 환우와 가족, 병원 관계자들에게 오페라 음악을 선사하고 이를 통해 정서적 치유를 유도하는 프로그램이다. 환우 및 가족을 위해 진행하는 로비오페라와 소아환우를 위한 키즈오페라 2가지 프로그램으로 구성되어 있다. 2017년에는 병원, 복지기관 등 총 27곳에서 오페라 공연을 펼쳤다.



현대자동차그룹 군인의 품격

현대자동차 군인의 품격은 2012년부터 시작해 5년째 진행되고 있는 현대자동차그룹의 대표적인 군 사회공헌 사업으로 약 5만명의 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. 2017년에는 전국 육·해·공 10개 부대를 방문했다.



한화에슬더하기
한화그룹

102회 8,030명

금호타이어 나를 찾아줘
금호타이어

19회 255명

CJ문화재단 전국청소년
연극제 수상작 초청공연
CJ문화재단

2회 35명

CJ 튠업 음악교실
CJ문화재단

40회 78명

한화청소년오케스트라
한화그룹

238회 65명

한화손해보험 위기탈출 안전교육
한화손해보험

104회 756명

두산어린이아트스쿨
(주)두산, 두산연강재단

4회 137명



크라온해태 K-arts 국악캠프
크라온-해태제과

1회 130명

한성자동차 드림그림
한성자동차

13회 80명



LG 영메이커 아카데미 & 페스티벌
LG연암문화재단

12회 186명

LG 꿈꾸는 프로듀서
LG연암문화재단

2회 2,000명

LG 나는 배우다
LG연암문화재단

16회 686명

현대차 정몽구 재단
교사 창의예술교육 연수
현대차 정몽구 재단

1회 50명

현대자동차그룹
아트드림 콩쿠르
현대자동차그룹

20회 9명

케이옥션 CSR Lab
케이옥션

105회 536명

Arts for Children

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



CJ문화재단 전국청소년연극제 수상작 초청공연

CJ문화재단 전국청소년연극제 수상작 초청공연은 전국청소년연극제의 대상, 최우수상 수상작을 대학로 무대에 올리는 프로젝트이다. 청소년연극제에 참여할 정도로 연극에 열정적인 청소년들에게 전문가와의 협업을 통해 실력을 한 단계 발전시키고, 전문 공연장에서 공연함으로써 청소년들이 다방면의 예술적 경험을 쌓게 하기 위해 기획되었다. 전국청소년연극제에서 대상, 최우수상을 수상한 2개 학교를 선정, 연극의 본산인 대학로 CJ아지트 공연장에서 다시 한번 무대에 올렸다.



LG 영메이커 아카데미 & 페스티벌

LG 영메이커 아카데미는 예술·과학 융합형 창의교육 프로그램이다. 아카데미를 통해 학생들은 바람개비의 원리, 키네틱아트, 코딩을 활용한 전자악기 등 주위에서 쉽게 접할 수 있는 간단한 과학기술과 예술을 응용한 교육 프로그램을 접할 수 있었다. 수업에 참여한 학생 중 일부는 LG와 함께하는 영메이커 페스티벌에 참여해 관람객들과 함께 워크숍을 진행했다.



CJ 튠업 음악교실

위기 청소년 대상 문화나눔활동인 CJ 튠업 음악교실은 지난 2012년 CJ문화재단이 음악을 통한 문화소외 청소년의 건강한 인격 형성을 목표로 시작한 프로그램이다. 다문화청소년 대안학교인 서울다솜관광고등학교 재학생들로 시작했으며, 2017년부터 살레시오청소년센터, 나사로 청소년의 집, 북부보호관찰소 등 청소년 교화시설로 확대해 운영하였다. CJ문화재단의 신인 대중음악인 발굴·지원 프로그램 '튠업' 출신의 인디 뮤지션들이 강사로 참여해 재능기부를 펼치는, 대표적 인 나눔의 선순환 사례로 자리잡고 있다.



LG 꿈꾸는 프로듀서

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





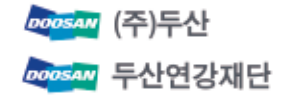
LG 나는 배우다

LG 나는 배우다는 청소년과 함께 하는 연극 교육 및 제작 프로그램으로, 청소년들이 전문 극단과 연극 교육부터 실제 공연을 제작하는 과정을 함께하면서 연극의 모든 것을 체험할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 이 프로그램에 참여하는 청소년들은 완성된 공연으로 문화소외지역 방문공연을 진행해 재능나눔의 기회를 가졌다.



두산어린이아트스쿨

두산어린이아트스쿨은 전교생 200명 미만의 전국의 도농복합도시 소규모 학교의 4~6학년생을 대상으로 기획된 문화예술 교육 프로그램이다. 2박3일 동안 공연 및 전시 관람, 예술가와 함께 하는 워크숍 등 문화소외지역 아동들이 함께 문화예술을 체험할 수 있도록 구성했다. 예술은 멀리 있는 것, 특별한 재능을 가진 사람이 하는 것이라는 편견을 없애고 그 누구라도 일상에서 예술을 체험하고 즐길 수 있게 하는 예술교육 프로그램을 지향하고 있다.



금호타이어 나를 찾아줘

금호타이어 나를 찾아줘는 2016년부터 진행한 예술 분야 중학생 진로탐색교육 프로그램이다. 사진, 무용, 영상 장르를 중심으로 한 문화예술교육을 통해 예술계의 다양한 직업에 대한 이해를 돕고, 창의적인 창작활동 기회도 제공했다. 시각예술, 무용 통합수업을 통해 DSLR 카메라를 활용한 사진 촬영과 라이트 페인팅, 무용 수업을 통한 다양한 활동을 바탕으로 참여 학생들은 사진작가, 연출가, 큐레이터, 안무가, 무용수, 영상감독 등의 직업을 직간접적으로 체험할 수 있었다.



케이옥션 CSR Lab

케이옥션 CSR Lab은 케이옥션이 매년 1월에 진행하는 사랑나눔 경매 수익금으로 운영되는 문화예술 사회공헌 프로그램으로 한국메세나협회와 6년간 진행해 온 미술영재 육성사업인 케이옥션 주니어 아티스트의 후속사업이다. 이 사업은 기존 영재교육 프로그램에서 탈피해, 보다 많은 이들에게 사회공헌 활동의 결과가 영향을 미칠 수 있는 시스템을 구축했다. 케이옥션 CSR Lab은 미술교육 프로그램인 아트 챌린지와 공연 프로그램인 갤러리 콘서트 두 가지로 운영되었다.





크라운해태 K-arts 국악캠프

크라운해태 K-art 국악캠프는 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.



한화예술더하기

한화예술더하기는 한화그룹과 한국메세나협회가 지난 2009년부터 진행해 온 문화예술교육 활동이다. 2009년부터 2011년까지는 국악, 미술, 연극, 음악 등 4개 장르에 대한 전문교육으로 진행하였으며, 2012년부터 2014년까지는 환경을 테마로 무용, 사진, 연극, 디자인, 미디어아트 등 9가지의 예술장르에 대해 다채로운 교육 및 체험의 기회를 제공했다. 2015년부터 2017년까지 정기교육 외에도 찾아가는 예술교실을 운영해 전국의 학교, 복지기관 등의 이용자를 위한 전통공연관람과 창작체험 기회도 제공하고 있다.



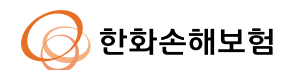
한성자동차 드림그림

한성자동차 드림그림은 미술적 재능을 지닌 학생을 지원하여 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 희망멘토 1인, 한성자동차 임직원으로 구성된 앰버서더 멘토가 함께 미술영재의 성장을 돕고있다.



한화손해보험 위기탈출 안전교육

위기탈출 안전교육은 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 점에서 착안한 이 프로그램은 무용과 놀이를 접목해 참여아동과 임직원 봉사자들에게 큰 호응을 얻고 있다. 수업을 통해 배운 내용을 긴박한 위기상황에 보다 빠르게 적용할 수 있어 교육효과도 높다.





한화청소년오케스트라

한화청소년오케스트라는 악기를 한번도 만져본 적 없는 청소년에게 악기의 세계를 알려주고 오케스트라를 결성해 함께하는 음악의 즐거움을 느끼게 하는 공동체 인성교육 프로그램이다. 악기 연주는 어려서부터 해야 한다는 고정관념을 깨고, 의지만 있으면 누구든 음악을 할 수 있다는 자신감을 심어주며, 합주 등 공동 예술 작업을 통해 청소년들이 사회 적응 능력을 키우는 것이 이 프로그램의 목표다.



현대차 정몽구 재단 교사 창의예술교육 연수

현대차 정몽구 재단 교사 창의예술교육 연수는 '교사가 변해야 아이들도 변한다'는 생각으로 시작된 프로그램으로, 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.



현대자동차그룹 아트드림 콩쿠르

현대자동차그룹 아트드림 콩쿠르는 가정 형편으로 음악가의 꿈을 펼치기 어려운 학생들에게 실질적인 지원을 하여 전문 음악인으로 성장할 수 있는 기회를 제공하는 프로그램이다. 본 콩쿠르에 선발된 학생들은 일년간 레슨비, 문화예술 체험 등의 실질적인 지원을 받아 음악교육을 받을 수 있다. 또한 공연 기회를 제공하여 다양한 무대 경험을 할 수 있게 함으로써 전문음악가로 성장하는 발판을 마련해 주고 있다.





H-온드림 사회적기업 창업 오디션
현대자동차그룹, 현대차 정몽구 재단

25개 팀 중 8개 팀

예술단체 역량 강화

Arts Organizations Develop Business

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



H-온드림 사회적기업 창업 오디션

H-온드림 사회적기업 창업오디션은 사회문제의 혁신적·창의적 해결 아이디어를 가진 청년 사회적기업가의 발굴과 육성을 통해 청년들의 새로운 고용창출에 기여하고 지속 가능한 사회적기업 생태계를 만들어가고자 기획된 프로그램이다. 이 사업은 2012년부터 2017년까지 총 6차에 걸쳐 진행되었으며, 1년간 공동사업 계획수립 및 멘토링, 자본자원, 세무·회계·법률 등 실질적인 지원을 제공했다. 지금까지 120여 개 청년 사회적기업의 성장을 지원해왔다. 한국메세나협회는 문화예술 분야 사회적기업의 운영과 마케팅, 판로 개척을 지원하고 있다.

HYUNDAI
MOTOR GROUP

현대차
정몽구 재단
Chung Mong-Koo Foundation

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. 기업과 예술계가 만나 화합하는 축제의 장으로 자리 잡고 있는 메세나대상 시상식은 2007년 한국메세나대회로 확대하여 운영하고 있으며 2016년부터는 기업과 예술의 만남 결연식과 동시개최 하고 있다.

메세나대상 시상식 & 기업과 예술의 만남 결연식 & 문화예술후원우수기관 인증식

11월 28일 오후 5시 웨스틴 조선호텔에서 2017 한국메세나대회를 개최했다. 메세나 정신을 되새기고, 기업과 예술이 만나는 최대 축제인 한국메세나대회는 제 18회 메세나대상 시상식에 앞서 문화예술후원우수기관 인증식, 기업과 예술의 만남 결연식을 함께 개최했다.

문화체육관광부와 한국문화예술위원회의 주최로 진행되는 '문화예술후원우수기관 인증식'에는 총 7개 기업이 문화예술후원우수기관으로 선정되었다. 뒤이어 한국메세나협회와 한국문화예술위원회가 주최하는 '2017 기업과 예술의 만남 결연식'을 진행, 한해 동안 기업과 예술단체와의 파트너십을 격려하는 자리를 가졌다. 아시아나항공과 아시아나국제편영화제, 한일탱크터미널과 트러스트무용단이 각각 대기업과 예술지원 매칭펀드 우수 결연커플로 선정되어 기념패를 수여했다.

또한 문화예술 발전과 국민의 예술향유 향상에 기여하고 있는 기업과 인물을 선정해 그 공로를 기리는 메세나대상 시상식이 진행되었다. 기업 부분에서는 대상 CJ문화재단, 문화공헌상 한성자동차, 창의상 한국남동발전이 수상의 영광을 안았으며, 메세나인상은 이용열 코오롱 회장이 수상했다. 마지막으로 기업과 예술 간의 올바른 파트너십을 보여준 조광요턴과 솔로페라단이 Arts & Business상을 수상했다. 이날 행사에는 도종환 문화체육관광부 장관, 박삼구 한국메세나협회 회장, 장대한 매경미디어그룹 회장 등 경제계 주요 인사 및 문화예술 관계자, 수상사 등 340여 명이 참석하여 성황리에 마무리되었다.



2017 메세나대상 수상기업



CJ문화재단

대상

창작 뮤지컬, 영상, 비주류 음악, 전통예술 등
젊은 창작자 육성 및 위기 청소년 예술교육 등 장기적, 다각적 진행

시나리오 작가 지원 '스토리업', 비주류 음악 지원 '튠업' 등을 통해 젊은 예술인들의 꿈이 실현되도록 돕고 있는 CJ문화재단은 예술지원 사업을 통해 육성한 콘텐츠의 저작권과 소유권은 창작자에게 귀속시킴으로써 예술인들의 자생기반을 마련해 주기 위한 노력을 기울이고 있다. 또한 'CJ아지트 광흥창'과 'CJ아지트 대학로'를 운영해 젊은 문화예술인들의 창작공간이자 관객들에게는 다양한 장르의 문화예술 콘텐츠를 제공할 수 있도록 노력하고 있다. 또한, 2012년부터 '튠업 음악교실'을 통해 소년원, 보호관찰소 등 위기 청소년들이 우리 사회의 건강한 구성원으로 자랄 수 있도록 돕고 있다. 현재까지 786명의 청소년이 참여했으며 연말공연을 통해 자존감 향상 등의 사회적인 효과를 거두고 있다. 이외에도 판소리 명창과 뮤지션의 창작 작업을 지원해 국악이 세계 속의 월드뮤직으로 발전할 수 있도록 돕는 등 후원 사각지대의 젊은 예술가들을 적극적으로 지원하며 우리나라 문화예술 발전과 문화다양성 증진에 기여하고 있다.



한성자동차

문화공헌상

저소득층 미술영재 장학사업 '드림그림'
다년간 다각 지원 통해 예술가로 성장할 수 있는 발판 마련

독일 메르세데스 벤츠 수입 판매사인 한성자동차는 미술 장학생들을 고등학교를 졸업할 때까지 재정적, 교육적 지원을 하고 있다. 드림그림은 학생들이 장학금과 함께 미술 전공 대학생과의 1:1 멘토링, 유명 아티스트와 함께하는 미술교육, 여름 미술 캠프, 문화예술체험 등 다양한 프로그램을 통해 예술가로 성장할 수 있는 기틀을 마련하고 있다. 2012년 20명의 장학생, 20명의 멘토로 시작된 드림그림 사업은 2015년 장학생과 멘토를 두 배로 늘려 40명의 장학생과 40명의 멘토가 다양하고 활발한 미술 활동을 하고 있다. 또한, 장학생들의 정서적 성장을 돕기 위해 한성자동차 임직원 멘토단인 '드림그림 앰버서더' 등 총 120명이 함께 활동하고 있다. 2014년에는 서울문화재단과의 MOU를 통해 매년 낙후된 지역 개선 사업, 서울거리예술 축제 등 다양한 콜라보레이션 프로젝트를 통해 장학생의 재능나눔이라는 선순환 구조를 만들고 있다.



한국남동발전

창의상

지역주민과 임직원이 함께하는 하모니 합창단 운영 등을 통해
지역주민 문화예술 향유 지원

영흥발전본부를 비롯하여 삼천포, 분당, 영동, 여수 5개 발전소를 운영하는 한국남동발전은 매년 12월 영흥 하모니합창단의 정기연주회 및 지역 공연을 하고 있으며, 7년간 7천여 명의 관객과 만나 예술의 기쁨을 함께했다. 또한 자사 전력홍보관을 통해 마당놀이, 송년음악회, 뮤지컬 공연 등 다양한 예술공연을 선보여 한해 12만 명의 시민들이 방문할 정도로 많은 사랑을 받고 있다. 삼천포본부에서는 발전소 인근 주민들과 함께하는 문예한마당잔치를 지원하고 있고, 청소년들의 건강한 정서함양을 위하여 미술대회, 서예대회 및 음악공연 등도 함께 펼치고 있다. 그 외에도 사업소 인근 청소년합창단, 초등학교 오케스트라 공연 등의 문화예술 공연 활동을 지원해 발전소 주변 지역에 다양한 문화 혜택 제공을 위해 큰 노력을 기울이고 있다.



이웅열 코오롱 회장

메세나인상

문화예술 나눔공간 '스페이스K' 운영으로
청년작가 지원 및 지역주민에 문화 향유의 기회 제공

1998년부터 2008년까지 코오롱 본사가 있는 과천에 시민을 위한 '코오롱 분수 문화마당'을 만들어 클래식, 뮤지컬, 아동극, 마술쇼 등 무료 공연을 선보이며 예술인들과 지역사회가 하나 되는 장을 만들어왔다. 또한, 2000년에 150억 원을 들여 대구 달서구 두류공원에 코오롱 야외음악당을 설립, 대구시에 기증해, 대구에서 손꼽히는 시민 문화공간으로 사랑받고 있다. 2011년 과천 본사 로비에 '스페이스K'를 개관, 신진 작가들과 저평가 작가들에게 전시를 지원하며 본격적인 미술 지원을 하고, 연말 자선전시 'Charity Bazaar'展(체리티 바자전)을 개최해 수익금 전액을 자선재단에 기부하고 있다. 이웅열 코오롱 회장은 현재 서울시 강서구 마곡동에 '스페이스K 마곡'을 건립해 서울시에 기증하는 방안을 추진하고 있으며, 2019년 개관을 목표로 준비 중이다.





조광요턴 & 솔오페라단

Arts & Business상

오페라 전문단체 창작 지원 및 일반인 오페라 향유 기회 제공

조선·해양 플랜트 산업 등에 사용되는 특수도료를 생산하는 조광요턴은 2009년부터 부산을 대표하는 오페라단인 솔오페라단을 지원하고 있다. 조광요턴의 임직원 가족들은 솔오페라단이 주최하는 공연을 관람하고, 공연에 앞서 오페라와 클래식에 대한 재미있는 강의에 참여해 오페라와 클래식에 대한 이해를 높이고 있으며, 이를 통해 임직원들에게 자사에 대한 자긍심을 고취해 건전하고 밝은 기업문화를 만들어 왔다. 조광요턴의 지원에 힘입어 솔오페라단 또한 수준 높은 공연을 꾸준히 제작하여 무대에 올리는 데 열중할 수 있었고, 그 결과 대한민국 오페라대상, 예술의 전당 예술대상 최우수작품상, 예술의전당 예술대상 최다 관객상을 받는 쾌거를 거두었다.



대기업 결연

아시아나항공-아시아나국제단편영화제(ASIFF)

아시아나항공은 국내 최대 규모의 국제단편영화제인 아시아나국제단편영화제를 15년째 지원하고 있다. 상대적으로 대중의 관심이 적은 단편영화의 상영 기회를 확대하고 문화 다양성을 장려하여 한국영상산업의 발전에 기여하고자 지원을 시작했다. 15년 동안 이어진 지원을 통해 아시아국제단편영화제는 실력 있는 감독들의 등용문이자 우수한 작품을 발굴하는 장으로써 자리매김했다. 또한, 매년 영화제의 우수작들을 국내 다양한 지역의 관객이 무료로 관람할 수 있도록 ‘순회상영전’을 개최하여 지역 문화 활성화에도 일조하고 있다. 나아가 아시아나항공의 차별화된 기내 서비스로서 영화제 우수작을 상영하고, 임직원의 문화복지를 위해 정기적으로 사내 상영회를 진행하는 등 비주류 문화예술의 저변 확대와 문화 나눔을 위해 다양한 노력을 기울이고 있다.

중소·중견기업 결연

한일탱크터미널-트러스트무용단

다른 순수예술에 비해서도 여건이 열악한 우리나라 현대무용계에서 단연 돋보이는 공연활동을 펼치고 있는 트러스트무용단이 예술지원 매칭펀드를 통해 한일탱크터미널과 연을 맺은 것은 지난 2013년부터이다. 트러스트무용단은 한일탱크터미널의 든든한 후원 아래 매년 작품성 뛰어난 대형공연을 선보이며 현대무용계의 주목을 받고 있다. 항만하역업체인 한일탱크터미널 역시 트러스트무용단으로부터 임직원 자녀 무용교육 프로그램과 임직원이 참여하는 요가교실 등을 제공받으며 예술지원 효과를 톡톡히 누리고 있다. 트러스트무용단은 공연활동 외에도 전국의 사회복지시설을 순회하며 장애인들의 정서발달을 촉진하는 프로그램인 ‘신나는 춤 나들이’를 시행하며 나눔활동에도 모범을 보이고 있다.



회원서비스 Member Service

회원사 CEO 및 임직원들이 문화예술 관련 업무 및 개인적 소양에 실질적인 도움이 될 수 있도록 다양한 프로그램을 제공하고 있다. 또한 문화공헌 관련 정보 교류 프로그램 개발, 문화예술 체험, 네트워크 형성 등을 위해 노력하고 있다.



메세나 CEO 문화포럼

메세나 CEO 문화포럼은 회원사 대표 및 임직원들을 초청해 경영과 문화예술 관련 강연을 함께하는 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 2017년 5월 24일 연세대 신동업 교수, 9월 13일 모네상스 강신장 대표의 강연으로 진행되었다.



A&B포럼

A&B포럼은 Arts & Business 사업의 확대 및 활성화를 도모하고, 결연 기업 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 국내의 대표적인 메세나 및 문화마케팅 실무 책임자 모임으로 자리 매김하고 있다. 연 4회 개최되며 활발한 정보 교류의 장으로 활용되고 있다.



메세나 Arts Friends

메세나 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.



메세나 회원음악회

메세나 회원음악회는 문화사업 및 사회공헌을 담당하는 회원사 임직원과 예술의 가치를 공유하고자 기획된 프로그램이다. 2012년 시작된 이래 회원사 임직원뿐만 아니라 가족, 지인, 동료들과 함께하는 음악회로 진행 하고 있다. 2017 회원음악회는 평소 접하기 어려운 수준 높은 공연에 회원사를 초청했는데, 금호아트홀에서 6월 1일 피아니스트 '프랑수아 프레데리크 기'의 베토벤 소나타 공연을 관람했다.

홍보 Public Relations

한국메세나협회 소셜네트워크서비스
 F 페이스북 www.facebook.com/mecenat.korea
 U 유튜브 www.youtube.com/koreamecenat

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 문화예술 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 In은 협회 행사 및 기업과 협력하여 진행하는 문화사업, 회원사가 진행하는 메세나 활동들을 다룬다. 셋째 주 목요일 발행되는 A&B Plus는 기업-예술단체 결연소식과 해외 메세나 소식 등을 전달한다. 더불어 2012년부터 페이스북과 블로그, 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 뿐만 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.

학술·조사사업 Academic & Research



‘문화예술과 기업경쟁력’ 세미나

한국메세나협회는 2017년 10월 31일 ‘문화예술과 기업경쟁력: 기업-정부-예술가 3각 파트너십’ 세미나를 광화문 교보생명빌딩 컨벤션홀에서 개최했다. 기업이 문화예술 지원활동을 하게 될 때 기업의 발전에 어떤 영향을 미치는지 점검하고, 문화정책의 유형, 문화 선진국들의 문화예술 지원 정책에 관한 연구 결과를 발표하는 자리였다. 기업 관계 부서 담당자, 문화예술 기관 종사자, 예술단체 대표 등 200여 명이 참여한 가운데 진행되었다. 이번 세미나는 기업의 메세나 활동 활성화를 통해 기업경쟁력을 향상시킬 다양한 방안을 모색하고, 세제 혜택과 같은 정책적 지원이 매우 중요함을 확인할 수 있는 시간이었다.

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 644개사를 대상으로 실시되었다. 설문 응답기업은 382개사로 59.3%의 응답률을 보였으며, 그 중 118개사(회원사 76개사, 비회원사 42개사)가 지난해 문화예술 분야 지원 실적이 있는 것으로 집계되었다. 최종 집계결과는 본 조사결과에 한국문화예술위원회의 조건부기부금 기탁 실적을 함께 산출되었다. 2017년도 우리나라 기업의 문화예술 지원 규모는 1,943억 1천2백만 원으로 2016년(2,025억 8천1백만 원) 대비 4.1%(82억 6천9백만 원) 감소한 것으로 집계되었다. (부록 자료 참조)



Financial Statements

재무상태표

(단위: 원)

과목	제 24(당)기 2017. 01. 01.~ 2017. 12. 31.		제 23(전)기 2016. 01. 01.~ 2016. 12. 31.	
	금액		금액	
자산				
I. 유동자산		3,264,110,249		1,376,526,186
(1)당좌자산		3,264,110,249		1,376,526,186
보통예금		3,230,587,280		1,354,504,526
미수금		32,616,069		20,742,620
선급금		906,900		1,279,040
(2)재고자산		0		0
II. 비유동자산		51,543,950		54,527,903
(1)투자자산		0		0
(2)유형자산		1,492,662		2,842,423
비품	19,651,000		19,651,000	
감가상각누계액	18,158,338	1,492,662	16,808,577	2,842,423
(3)무형자산		2,451,288		4,085,480
상표권		2,451,288		4,085,480
(4)기타비유동자산		47,600,000		47,600,000
임차보증금		47,600,000		47,600,000
자산총계		3,315,654,199		1,431,054,089
부채				
I. 유동부채		2,517,079,884		821,939,018
미지급금		123,027,663		83,675,488
예수금		4,838,163		4,882,884
부가세예수금		6,800,000		3,900,000
선수금		2,362,330,338		709,200,836
예수제세		20,083,720		20,279,810
II. 비유동부채		0		0
부채총계		2,517,079,884		821,939,018
자본				
I. 자본금		0		0
II. 자본잉여금		0		0
III. 자본조정		0		0
IV. 기타포괄손익누계액		0		0
V. 이익잉여금		798,574,315		609,115,071
미처분이익잉여금		798,574,315		609,115,071
(당기순이익)				
당기: 189,459,244원				
전기: 237,096,563원				
자본총계		798,574,315		609,115,071
부채및자본총계		3,315,654,199		1,431,054,089

손익계산서

(단위: 원)

과목	제 24(당)기 2017. 01. 01.~ 2017. 12. 31.		제 23(전)기 2016. 01. 01.~ 2016. 12. 31.	
	금액		금액	
1. 수입		12,314,334,502		11,740,866,769
AB사업(국고기금)	2,126,291,896		1,993,802,900	
AB사업(중소기업 매칭)	1,958,000,000		1,741,000,000	
대기업결연사업	1,781,733,000		2,068,585,000	
문화공헌 사업	4,469,734,344		4,308,438,408	
회비수입	756,300,000		775,300,000	
사업협찬금	248,769,641		270,500,000	
기타사업	687,305,621		70,039,461	
지정후원금(회원사)	286,200,000		513,201,000	
2. 지출		12,117,172,210		11,508,036,972
인건비	531,597,673		567,073,005	
직원급여	337,261,910		389,311,169	
상여금	119,471,684		112,411,710	
퇴직급여	74,864,079		65,350,126	
일반관리비	579,430,421		617,431,761	
복리후생비	42,936,840		47,466,250	
집대비	19,338,662		14,352,660	
통신비	26,824,054		26,679,953	
세금과공과금	70,603,280		64,838,857	
지급임차료	102,696,000		100,696,000	
도서인쇄비	100,134,180		102,504,372	
행사진행비	69,198,010		115,955,452	
지급수수료	14,856,978		15,139,770	
회의비	13,667,190		12,735,098	
유지보수비	21,495,100		38,456,900	
용역비	25,412,603		23,108,898	
업무추진비	13,883,807		10,895,099	
총회비	20,824,714		14,115,217	
기타관리비	37,559,003		30,487,235	
사업비	11,006,144,116		10,323,532,206	
A&B사업비(국고기금)	2,132,091,911		1,999,161,871	
A&B사업비(중소기업 매칭)	1,958,000,000		1,741,000,000	
대기업결연사업비	1,781,733,000		2,068,585,000	
문화공헌 사업	4,092,777,454		3,881,910,905	
기타사업비	743,110,251		122,214,930	
지정후원사업	298,431,500		510,659,500	
3. 총수익		197,162,292		232,829,797
4. 기타 수입		14,389,466		7,223,632
5. 기타 지출		22,092,514		2,956,866
6. 당기순 이익		189,459,244		237,096,563

KBS교향악단

사장 박희성 가입일 2017.2.24

KBS교향악단은 1956년 창단되어 2012년 9월 전문예술경영체제를 갖춘 재단법인으로 새롭게 출범했다. 정기연주회, 기업초청 연주회, 찾아가는 음악회 등 매년 100여 회 이상의 공연으로 클래식 보급에 기여하고 있다. 세계적인 지휘자인 요엘 레비가 음악감독으로 선임된 이후 국내뿐만 아니라 세계적으로도 보다 활발한 활동을 펼치고 있다.



현대해상화재보험

대표이사 이철영·박찬중 가입일 2017.7.20

현대해상화재보험은 1955년 3월 해상보험 전업회사로 보험업에 진출했다. 이후, 손해보험산업의 선두주자로서 해상, 화재, 자동차, 특종, 장기, 연금 및 퇴직보험 등 손해보험 전 부문에 걸쳐 사회안전망 역할을 충실히 수행해 오고 있다. 현대해상은 상품개발, 언더라이팅, 보상서비스 등 모든 경영활동 중심에 고객만족을 최우선에 두고 고객과 주주, 임직원, 지역사회 그리고 국가에 대한 사회적 책임을 다하는 기업이 되기 위해 최선을 다하고 있다.



한국서부발전

사장 김병숙 가입일 2017.3.29

한국서부발전은 2001년 4월 2일 한국전력공사에서 분사, 설립된 발전 전문 공기업이다. 태안발전본부를 비롯하여 평택, 서인천, 군산 등 4개 발전단지에 국내 총 발전설비 용량의 약 10%에 해당하는 10,725MW의 설비를 보유하고 있다. 양질의 전기를 안정적, 경제적으로 공급하여 국가경제발전과 국민생활 향상에 기여하기 위해 노력하고 있으며 협력기업 및 중소기업과의 상생, 동반성장을 통해 건강한 기업생태계 환경을 조성하고, 다양한 사회공헌활동을 지속하고 있다.



한미약품

대표이사 우종수, 권세창 가입일 2017.9.15

‘인간존중, 가치창조’. 모든 사람들의 생명과 건강을 지키고 삶의 질을 향상시키기 위해 새로운 가치를 창조해내는 것이 한미약품 제1의 사명이다. 한미약품은 이같은 경영이념을 바탕으로 인류 건강증진에 기여할 수 있는 비즈니스 모델을 개발함으로써 지속 가능하고 건강한 사회적 기업으로 성장하기 위해 최선을 다하고 있다.



· 2017년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사
· 언론보도
· 회원사



Supplement



Reading Guide

본 조사는 응답사와의 합의에 의거하여 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 644개사

2. 조사 응답: 382개사 (응답률: 59.3%)

- 118개 응답사: 2017년 문화예술 지원 실적 있음
- 264개 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 644개사를 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

2017년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사

Part 1. '2017년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사' 기본 분석

1. 조사 개요

본 조사는 2018년 3월 초부터 6월 초까지 3개월 동안 국내 매출액 상위 500대 기업 및 기업 출연 문화재단, 한국메세나협회 회원사 등 총 644개사를 대상으로 실시하였다. 설문 응답기업은 382개사로 59.3%의 응답률을 보였으며, 그 중 118개사(회원사 76개사, 비회원사 42개사)가 2017년도 문화예술 분야 지원 실적이 있는 것으로 집계되었다. 최종 집계 결과는 본 조사 결과에 한국문화예술위원회(이하 '문예위')의 조건부기부금 기탁 실적을 합해 산출되었다.

2017년도 조사 개요

구분	한국메세나협회 직접조사	한국문화예술위원회 조건부기부금
조사대상	644	-
응답기업수	382	-
지원기업수	118	415

2. 지원 규모

2017년도 우리나라 기업의 문화예술 지원 규모는 1,943억 1천2백만 원으로 2016년(2,025억 8천1백만 원) 대비 4.1%(82억 6천9백만 원) 감소한 것으로 집계되었다. 이는 총 533개 기업(한국메세나협회 직접조사 결과 지원 실적이 있는 118개 기업 + 문예위에 기부한 415개 기업)이 1,415건의 사업에 지원한 금액으로써, 기업(재단 포함) 직접지원금 1,841억 1천8백만 원과 문예위 기부금 101억 9천4백만 원의 합산금액이다.

2017년도 지원 실적이 전년도에 비해 감소한 주요 원인으로는 문화재단을 통한 지원이 감소했기 때문으로 해석된다. 문화재단은 기업의 예술지원의 주요 창구로 재단을 통한 지원은 전년도까지 지속적인 증가세를 보였으나, 이번 조사에서는 문화재단을 통한 지원이 전년 대비 약 54억 7천만 원 감소하였다. 이와 같은 감소세는 경기 침체와 함께 2016년 '미르·K-스포츠재단' 사태 이후 기업들의 기부금 지출 기준 및 절차 강화와 기부금 축소에서 기인한 것으로 해석된다. 시가 총액 상위 25개 기업의 기부금 총액이 2016년 8,684억 원에서 2017년 7,420억 원으로 14.5% 감소하였다는 금융감독원 공시에 근거할 때 기업의 기부금 총액 감소는 문화예술 지원금액의 감소와도 관련이 있을 것으로 추정된다.

2017년도 기업의 문화예술 지원 규모 ①
(단위: 백만 원)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	전년 대비(%)
지원기업수	559	609	497	533	▲ 7.2
지원금액	177,185	180,523	202,581	194,312	▼ 4.1
지원건수	1,659	1,545	1,463	1,415	▼ 3.3

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

한국메세나협회가 직접 조사한 기업의 지원 현황(문예위 기부금 제외)을 살펴보면, 382개 응답기업 중 문화예술 지원 실적이 있는 기업은 118개사로, 이들은 2017년 한 해 동안 799건에 1,841억 1천8백만 원을 지원한 것으로 나타났다. '기업당 평균 지원금액(지원금액 합계÷지원기업수)'은 전년 대비 2.2% 감소한 15억 6천만 원이며, '건당 평균 지원금액(지원금액 합계÷지원건수)'은 3.8% 증가한 2억 3천만 원, '기업당 평균 지원건수'는 전년 대비 6.0% 감소한 6.8건이었다.

2017년도 한국메세나협회 '직접조사' 기업의 지원 현황 ②
(단위: 백만 원)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	전년 대비(%)
지원기업수	111	114	120	118	▼ 1.7
지원금액	167,443	169,930	191,517	184,118	▼ 3.9
지원건수	1,035	930	861	799	▼ 7.2
기업당 평균 지원금액	1,508	1,491	1,596	1,560	▼ 2.2
건당 평균 지원금액	161	182	222	230	▲ 3.8
기업당 평균 지원건수	9.3	8.2	7.2	6.8	▼ 6.0

이 중 한국메세나협회 회원사의 지원 실적은 76개사 1,762억 2천4백만 원으로 문예위 기부금을 제외한 기업 지원금액(1,841억 1천8백만 원)의 95.7%를 차지하였으며, 지원건수도 691건으로 전체 799건 중 86.5%라는 높은 점유율을 나타냈다. 회원사의 '건당 평균 지원금액'은 비회원사 대비 약 3.4배, '기업당 평균 지원금액'은 비회원사의 약 12.3배에 이르는 것으로 조사되었다.

2017년도 한국메세나협회 '직접조사' 기업 중 '회원사 지원 비중' ③
(단위: 백만 원)

구분	회원사	비율(%)	비회원사	비율(%)
지원기업수	76	64.4	42	35.6
지원금액	176,224	95.7	7,894	4.3
지원건수	691	86.5	108	13.5
건당 평균 지원금액	255.0	-	73.1	-
기업당 평균 지원금액	2,318.7	-	188.0	-

기업들이 문예위에 기탁한 조건부기부금 지원 현황 ④을 살펴보면, 415개 기업이 총 101억 9천4백만 원을 지원한 것으로 집계되었다. 한국메세나협회 직접조사와의 중복실적을 포함시킨 조건부기부금의 규모는 총 439개사가 660건의 사업에 136억 6천1백만 원을 지원한 것으로 나타나 지원금액은 전년 대비 4.9% 증가하였다.

2017년도 한국문화예술위원회 조건부기부금 지원 현황 ④
(단위: 백만 원)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	전년 대비(%)
지원기업수	477	511	397	439	▲ 10.6
지원금액	12,702	13,519	13,019	13,661	▲ 4.9
지원건수	674	654	627	660	▲ 5.3
건당 평균 지원금액	18.8	20.7	20.8	20.7	▼ 0.5
기업당 평균 지원금액	26.6	26.5	32.8	31.1	▼ 5.1

- 문예위의 '조건부기부금' 실적 제외 현황
- 본 조사에서 집계한 문예위 조건부기부금 136억 6천1백만 원은 문예위에 기부된 전체 조건부기부금 중 본 조사의 기준에 부합하는 지원금액을 집계한 것임
- 한국메세나협회가 실시한 '직접조사'에서 '지원 실적 있음'으로 응답한 기업이 문예위의 조건부기부금으로 지원금을 처리한 건수가 합산된 수치

3. 지원 내용 분석

기업의 문화예술 분야별 지원금액을 살펴보면 인프라 지원금액이 1,116억 6천3백만 원으로 가장 높게 집계되었다. 다음으로 미술·전시(177억 6천7백만 원), 클래식(177억 5천9백만 원), 문화예술교육(112억 2천6백만 원) 등의 순이었다.

인프라(1,116억 6천3백만 원)에 대한 지원 규모는 전년도에 비해 5.8% 감소하였으나 문화예술 지원 총액 중 57.5%의 비중을 보이며 2016년에 이어 기업의 지원이 가장 집중되는 분야로 나타났다. 인프라에 대한 지원 내용에서는 기업이 세운 미술관과 복합문화공간 등의 운영에 대한 직접지원 비중이 가장 높았다.

미술·전시(177억 6천7백만 원) 분야는 전년 대비 2.9% 소폭 증가하였으며, 전년도(+4.7%)에 이어 증가세를 보였다. 이러한 증가 추세는 유통업계를 중심으로 미술 장르와의 아트콜라보레이션이 지속적으로 이루어졌고, 미술상 후원, 작가 전시 및 미술축제 지원 등의 미술 분야 기초 지원 활동도 꾸준히 이어지고 있기 때문으로 해석된다. 특히 이번 조사에서는 공공미술 프로젝트, 전시 초청 등 사회공헌 사업에 미술을 활용해 지원한 사례가 두드러졌다.

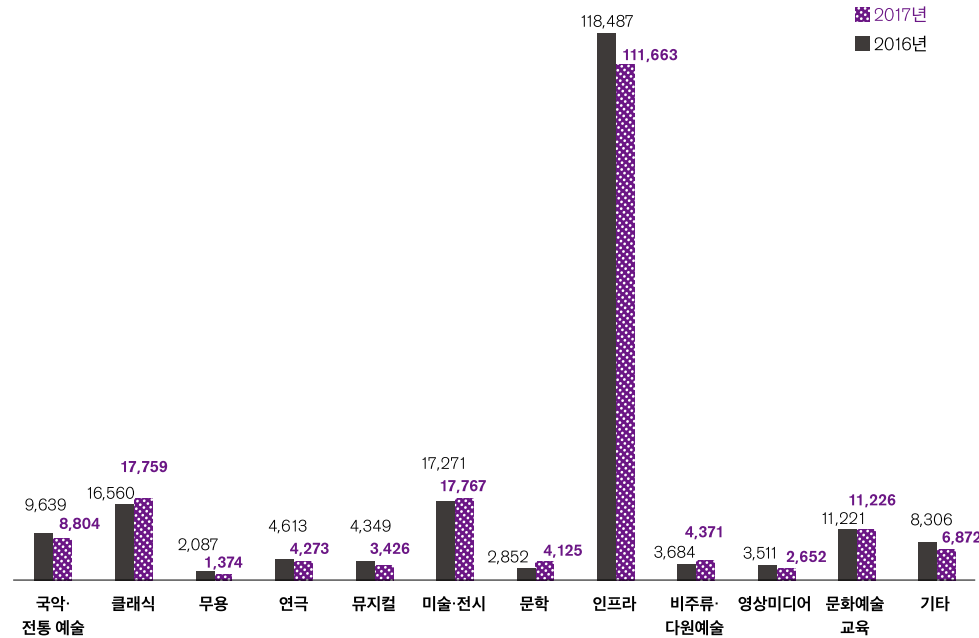
오페스트라, 오페라, 합창, 음악축제 등에 대한 지원이 포함된 클래식(177억 5천9백만 원) 분야도 전년 대비 7.2% 증가하였다. 전통적으로 기업 후원이 많은 클래식 분야는 2016년 청탁금지법 시행의 영향으로 지원 규모가 17.8% 감소하였으나, 국민권익위원회의 유권 해석 등으로 법 적용 기준이 명확해짐에 따라 중단됐던 기업의 지원 활동이 점차 회복되는 추세인 것으로 보인다.

문화예술교육(112억 2천6백만 원) 분야는 전년도와 비슷한 지원 규모를 유지하였다. 전체적인 문화예술 지원 감소세에도 불구하고 문화예술교육에 대한 기업들의 관심은 여전히 높은 수준을 보였고, 문화재단을 중심으로 소외지역 예술교육과 문화예술 동아리 지원 등 아동·청소년 대상 교육 사업이 지속적으로 이루어졌다. 또한 이번 조사에서는 초·중등 교사를 대상으로 한 문화예술 매개자 교육과 성인 대상 문화 아카데미 사업 등 기업의 문화예술교육 지원 범위가 다양해지고 있는 것으로 나타났다.

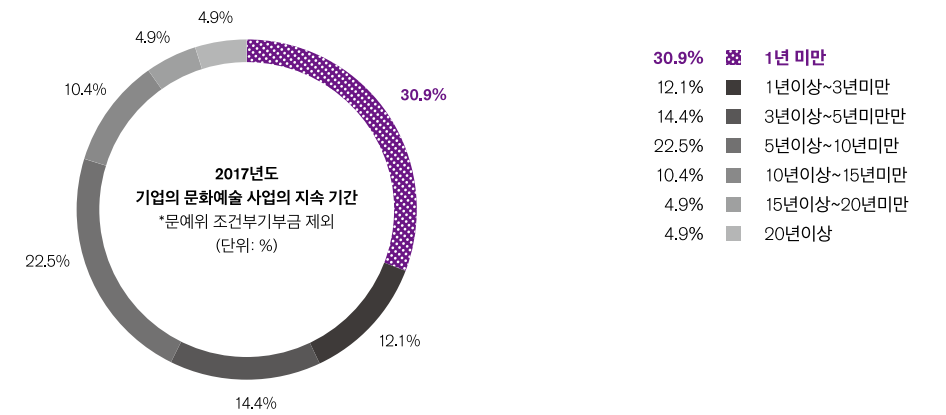
비주류·다원예술(+18.6%)과 문학(+44.6%) 분야는 전년 대비 지원 규모가 증가하였다. 2016년부터 클래식 분야에서 분리해 집계하고 있는 비주류·다원예술 분야(재즈, 크로스오버, 인디밴드, 복합장르 등 융복합 예술장르)의 지원금액은 43억 7천1백만 원으로 집계되었는데, 이는 사회 전반적인 융복합 문화의 확산 추세에 따라 문화예술 장르의 경계와 영역의 통합적 접근이 예술계에도 반영된 결과로 보인다. 문학 분야에서는 문학인 기념문학제, 문학포럼 등 각종 행사에 대한 지원이 확대되었다.

반면, 상대적으로 기업의 지원이 취약한 분야인 국악·전통예술(-8.7%), 연극(-7.4%), 뮤지컬(-21.2%), 영상·미디어(-24.5%), 무용(-34.2%)에 대한 지원은 2016년에 이어 감소세가 지속되고 있는 것으로 조사되었다.

2016년, 2017년도 기업의 문화예술 분야별 지원금액
(단위: 백만 원)

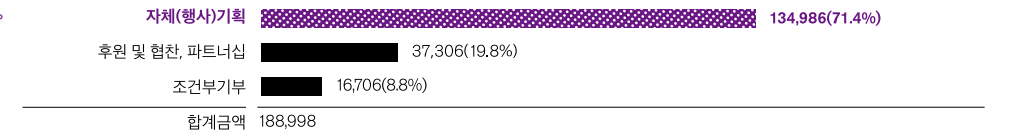


기업의 문화예술 사업의 지속 기간을 분석한 결과, 2017년에 처음으로 시작한 '1년 미만'의 신규 지원 사업 비율이 30.9%, 1년 이상 지속 지원 사업 비율은 69.1%로 조사되었다. 1년 이상 지속 지원 사업 비율이 전년 대비 10.6% 증가하였고, 10년 이상 지속된 장기 사업의 비율도 20.2%로 6.9% 증가한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 문화예술 지원 활동을 지속적인 기업 활동으로 인식하는 전략적 접근이 확산되고 있기 때문으로 해석된다.



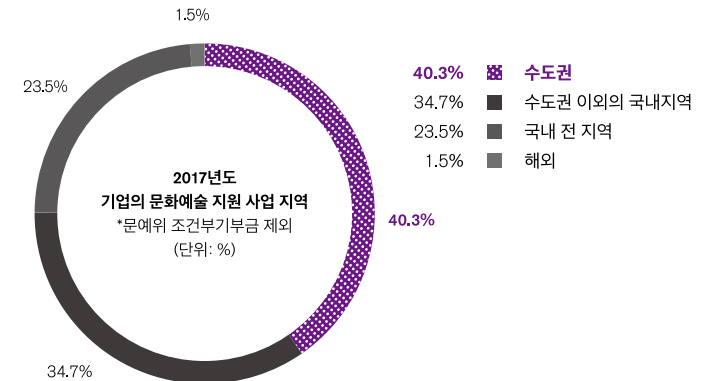
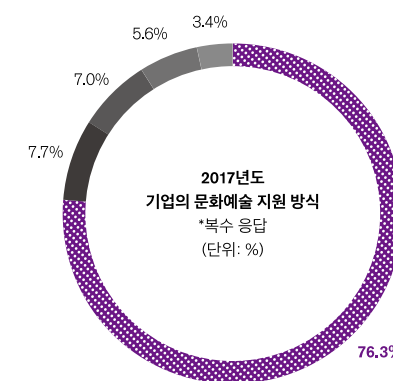
기업의 문화예술 지원 유형별 금액을 살펴보면, 기업이 자체적으로 기획한 프로그램을 통해 지원한 규모가 1,349억 8천 6백만 원(71.4%)으로 가장 큰 비중을 차지하였다. 자체기획의 비중이 상대적으로 높게 나타난 것은 기업이 직접 운영하는 문화예술 인프라에 대한 지원금액이 포함되어 있기 때문으로 해석된다. 문화예술단체의 공연, 전시에 대한 직접적인 후원·협찬 및 파트너십을 통한 지원 규모는 373억 6백만 원(19.8%)으로 나타났다. 이는 전년 대비 86억 3천6백만 원(-19.8%) 감소한 수치로, 2016년 청탁금지법 시행으로 후원·협찬의 형태로 제공되는 공연 티켓 등을 마케팅 및 접대에 활용해왔던 기업들의 활동이 위축된 결과로 추정된다. 문예위 등의 기관에 대한 조건부기부금은 167억 6백만 원(8.8%)으로 집계되어 전년도와 비슷한 지원 규모를 유지하였다.

2017년도 기업의 문화예술 지원 유형별 금액
(단위: 백만 원)



기업의 문화예술 지원 방식으로는 응답기업의 76.3%가 금전 지원을 하였고, 그 외에 기업의 공연시설, 로비, 유희 공간 등 자체 시설 무상 대어를 통한 장소 지원 7.7%, 직원들의 자원봉사 등 인력 지원 7.0%, 기술 지원 5.6%, 현물 지원이 3.4%의 순으로 나타났다. 이는 전년도 조사 결과와 유사한 수치를 기록한 것으로 금전적 지원 외에도 물적, 인적, 기술력과 같은 비금전적 지원을 다각적으로 활용하는 새로운 방식의 문화예술 지원 프로그램이 필요함을 나타낸다.

기업의 문화예술 지원 사업 지역에 대한 분석 결과, '수도권(서울, 경기, 인천)' 대상 사업 40.3%로 가장 높은 비율을 차지하였고, '수도권 이외의 국내지역' 대상 사업 34.7%, '국내 전국' 대상 사업 23.5%, '해외' 1.5%의 순으로 조사되었다. 이는 수도권 대상 사업이 전년 대비 4.5% 감소하고, 수도권 외 지역과 전국 대상 사업 5.9% 증가한 수치로 기업 문화예술 지원 사업의 수혜 지역이 확대되고 있음을 나타낸다.



5. 지원 유형별 금액의 총합계는 2017년 기업의 문화예술 지원 총액인 1,943억 1천2백만 원과 일치해야 하나, 68건의 무응답이 있어 총액보다 53억 1천4백만 원이 적은 1,889억 9천8백만 원으로 집계됨

4. 지원 주체별 분석

기업들이 출연한 문화재단의 2017년도 지원 총액은 864억 7천6백만 원으로 전체 문화예술 지원금액의 44.5%를 차지하며 전년 대비 6.0% 감소한 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. 이어 **롯데문화재단**이 2016년 개관한 '롯데콘서트홀' 운영을 통해 국내 공연문화 수준 향상을 위한 지원 사업을 이어가며 2위를 유지하였다. **LG연암문화재단**은 'LG아트센터'를 통해 세계적인 트렌드를 이루는 공연예술을 선보이고, 청소년들의 진로탐색 및 정서함양을 위해 '꿈꾸는 프로듀서', '나는 배우다' 등의 문화공헌 사업을 진행하여 전년도와 같은 3위를 기록하였다. 4위에 오른 **금호아시아나문화재단**은 '금호아트홀' 운영을 중심으로 음악 영재와 젊은 음악가 지원 사업을 지속하고, 미술관과 창작스튜디오를 통해 역량 있는 신진 작가들을 발굴하여 창작 활동을 지원하였다. **두산연강재단**은 '두산아트센터'에서 강연과 공연, 전시를 동시에 관람할 수 있는 '두산인문극장' 등 참신한 기획프로그램을 운영하고, 서울과 뉴욕의 '두산갤러리'를 통해 신진 현대미술 작가들의 국내외 활동을 지원하여 5위에 올랐다.

10위권 내의 재단으로는 **CJ문화재단**이 복합문화 플랫폼인 'CJ아트'와 음악, 연극, 뮤지컬 등 다양한 장르의 창작자 지원 프로그램을 통해 새로운 문화예술 콘텐츠를 선보이고, 예술의 대중화와 비주류·다원예술 장르 지원에 앞장서며 6위에 올랐다. CJ문화재단은 또한 음악교육을 통해 위기청소년들의 건강한 정서 함양을 돕는 '튜업 음악교실' 등 문화공헌 사업도 진행하였다. 이어 **GS칼텍스재단**이 7위를 기록하였다. 여수에 위치한 'GS칼텍스 예술마루'를 중심으로 국내외 유수 아티스트들을 초청해 수준 높은 작품과 공연을 선보여 지역 문화예술의 거점 역할을 하였다. 전년도에 이어 8위에 오른 **현대차 정몽구 재단**은 농산어촌 초등학생들을 위한 예술교육 프로그램 '온드림 예술교실'과 강원도 평창 계촌마을 등 지역 마을에서 예술축제와 예술교육을 진행하는 '예술세상 마을 프로젝트' 등을 통해 일상 속 문화 확산에 기여하였다. **대산문화재단**은 한국문학을 대표하는 작품을 선정, 시상하는 '대산문학상'을 25회째 운영하고, 서울국제문학포럼, 한국문학 번역 지원 등 문학 장르 저변 확대를 위한 사업을 꾸준히 펼치며 이번 조사에서도 9위를 기록하였다. 새롭게 순위권에 진입한 **SBS문화재단**은 방송 콘텐츠의 기초가 되는 미술 분야의 발전을 위해 국립현대미술관과 함께 '올해의 작가상'을 운영하며 역량 있는 신진 작가를 발굴하고, 창작 활동을 담은 다큐멘터리 제작과 국립현대미술관 전시, 해외 활동을 지원하였다.

2017년도 문화예술 지원 상위 10개 재단
(※지원금액은 응답재단의 요청에 따라 공개하지 않음)

순위	2017년
1	삼성문화재단
2	롯데문화재단
3	LG연암문화재단
4	금호아시아나문화재단
5	두산연강재단
6	CJ문화재단
7	GS칼텍스재단
8	현대차 정몽구 재단
9	대산문화재단
10	SBS문화재단

2017년도 문화예술 지원 상위 20개 기업
(※문화재단 제외, 지원금액은 응답기업의 요청에 따라 공개하지 않음)

순위	2017년
1	KT&G
2	현대백화점
3	롯데백화점
4	신세계백화점
5	현대중공업
6	현대자동차
7	부산은행
8	크라온-해태제과
9	KT
10	삼성화재
11	한화생명
12	신한은행
13	아모레퍼시픽
14	포스코
15	대림산업
16	GS칼텍스
17	한국전력공사
18	한미약품
19	교보생명
20	한국수력원자력

문화재단을 제외한 개별기업의 지원 현황을 살펴보면, **KT&G**가 전년도에 이어 1위를 유지하였다. 서울, 논산, 춘천에 위치한 복합문화공간 'KT&G 상상마당'을 중심으로 대중과 창작자 모두를 위한 음악 유통 플랫폼 역할을 하며 각 지역에서 문화향유 기회를 폭넓게 제공하였다. 또한 음악, 디자인, 인문학, 사진 등 다양한 문화클래스를 상시 운영하고, 국내 문화예술계의 새로운 가치창출을 위해 공연, 시각예술 등 비주류 분야 신진 예술가를 발굴하여 창작활동을 지원하였다. 전년도에 이어 상위권 기업 중 유통업계의 활발한 활동이 눈에 띈다. **현대백화점**과 **롯데백화점**, **신세계백화점**은 점포 내 문화홀과 갤러리 운영을 지속 확대하여 고객들에게 품격 있는 문화콘텐츠를 제공하고, 다양한 예술가들과 아트콜라보 제품을 제작하는 등 아트마케팅 활동을 진행하였다.

10위권에는 **부산은행**과 **KT**가 새롭게 진입하였다. **부산은행**은 부산 신창동 소재 옛 본점 건물을 활용한 'BNK부산은행 갤러리'를 통해 지역 전업예술인들의 전시 기회를 확대하여 창작의지를 높이고, 시민들을 위한 다양한 문화나눔 공연과 예술축제를 지원하였다. 복합문화공간 'KT스퀘어'와 클래식 전용공간 'KT체임버홀'을 운영하는 **KT**는 KT체임버홀에서 정기 프로그램 '토요일 오후의 클래식'을 진행하며, 음악 공연과 함께 초등학생 대상 공연장 투어, 악기체험 프로그램 등으로 미래세대에게 음악의 재미와 가치를 전달하였다.

20위권에는 신한은행과 아모레퍼시픽의 활동이 두드러졌다. **신한은행**은 '신한음악상'을 9년째 지속하며 클래식 유망주들이 대한민국을 대표하는 음악인으로 성장할 수 있도록 세계무대 진출을 지원하였다. **아모레퍼시픽**은 서울 용산에 새로운 본사를 증건하며 국내외 다양한 건축, 예술가들과 협업하고, '아모레퍼시픽미술관'을 통해 한국 고미술 회화 보존 사업 등을 지원하였다. 또한 17년째 '미장센 단편영화제'를 후원하고, 전통 문화의 가치를 지키기 위해 실화수 'Beauty from Your Culture' 캠페인을 진행하였다. '효자아트홀' 운영과 지역 예술축제 지원을 통해 지역 문화 활성화에 기여한 **포스코**와 '대림미술관' 운영을 지원하며 다양한 전시를 통해 문화나눔 사업을 펼친 **대림산업**, 국내 사진예술계 저변 확대 위해 '한미사진미술관' 운영을 지원하며 역량 있는 사진예술가들에게 전시 기회를 제공한 **한미약품**과 청소년전통문화공연, 시문학 및 국제문학포럼 등을 지원한 **교보생명** 등도 전년도에 이어 20위권에 올랐다. **한국수력원자력**은 시민들이 일상 속에서 각종 공연과 문화예술 정보를 보다 쉽게 접할 수 있도록 지역문화재단의 문화가 있는 날 공연과 문화예술 전광판 운영 등을 지원하며 처음 20위권에 진입하였다.

한편, 이들 상위 20개 기업의 문화예술 지원 총액은 868억 8천9백만 원으로 문화재단을 제외한 개별기업 지원 총액(1,078억 3천5백만 원)의 80.6%를 점유하는 것으로 나타났다.

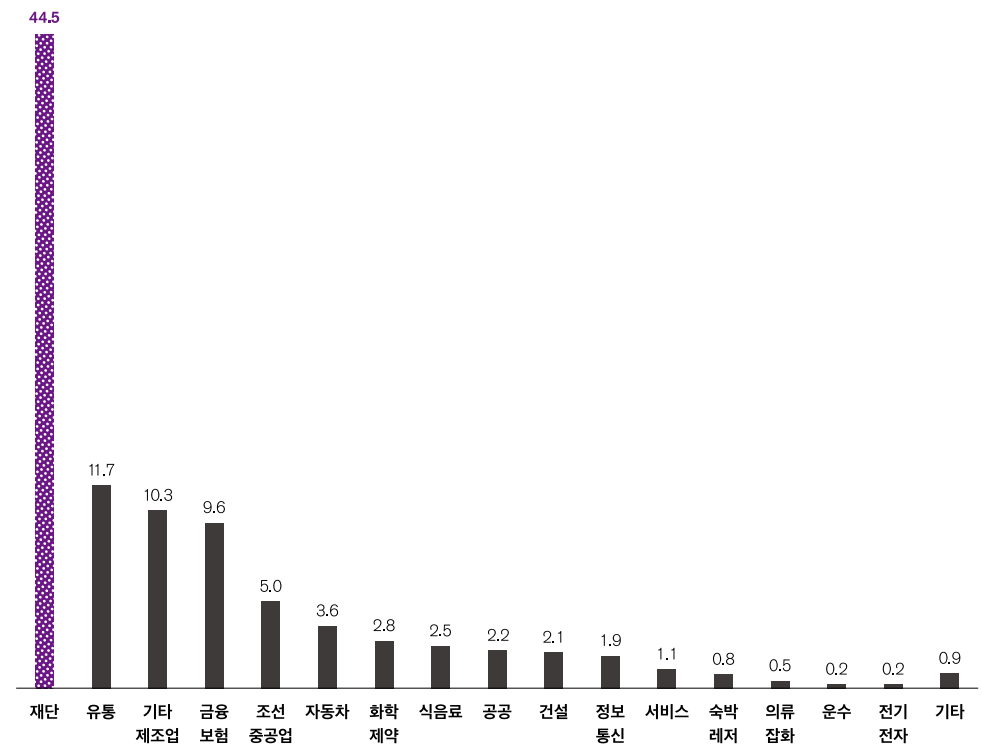
산업군별 지원금액을 살펴보면, 재단이 864억 7천6백만 원으로 전체 지원금액 가운데 44.5%를 차지하며 가장 높은 비중을 나타냈다. 그 뒤를 이어 유통(11.7%), 기타 제조업(10.3%), 금융·보험(9.6%), 조선·중공업(5.0%), 자동차(3.6%) 등의 순이었다. 산업군별 지원금액에서 재단의 비중은 전년도 45.4%에서 44.5%로 다소 감소했으나 여전히 전체 지원 규모의 상당 부분을 차지하며 기업의 문화예술 지원 활동의 주요 창구 역할을 하고 있는 것으로 나타났다.

2016년, 2017년도 산업군별 지원 비중
(단위: 백만 원)

업종	2017년		2016년	
	금액	비율(%)	금액	비율(%)
재단	86,476	44.5	91,948	45.4
유통	22,824	11.7	24,897	12.3
기타 제조업	20,009	10.3	20,601	10.2
금융·보험	18,650	9.6	19,127	9.4
조선·중공업	9,774	5.0	14,466	7.1
자동차	7,039	3.6	6,233	3.1
화학·제약	5,345	2.8	2,420	1.2
식음료	4,764	2.5	5,906	2.9
공공	4,299	2.2	3,119	1.5
건설	4,079	2.1	4,132	2.0
정보통신	3,737	1.9	3,284	1.6
서비스	2,207	1.1	1,284	0.6
숙박·레저	1,592	0.8	1,935	1.0
의류·잡화	908	0.5	348	0.2
운수	441	0.2	475	0.2
전기·전자	422	0.2	1,546	0.8
미디어	18	0.0	6	0.0
기타	1,729	0.9	854	0.5
합계	194,312	100.0	202,581	100.0

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

2017년도 산업군별 지원금액 비율
(단위: %)



5. 결론

이번 조사 결과 2017년 기업의 문화예술 지원금액은 1,943억 1천2백만 원이며, 지원기업수는 533개사, 지원건수는 1,415건으로 집계되었다. 이를 전년도 분석 결과와 비교해보면 지원금액은 4.1%, 지원건수는 3.3% 감소하였으며, 지원기업수는 7.2% 증가한 수치이다.

이번 조사의 특징은 2012년(1,602억 7천2백만 원) 이후 지속적인 증가 추세에 있던 기업의 문화예술 지원금액이 2017년에 들어 처음으로 감소세를 보였다는 점이다. 지원금액의 감소는 크게 세 가지 요인이 영향을 미친 것으로 분석된다. 우선 지원 유형별 조사 결과 후원·협찬·파트너십을 통한 지원이 전년도보다 86억 원(-19.8%) 감소한 것으로 나타났다. 이는 자체 기획 및 조건부기부를 통한 지원이 전년도와 동일한 수준인 것과 대비되는 것인데, 청탁금지법의 본격 시행으로 고객 초청 및 티켓 구매를 대가로 한 기업의 후원·협찬이 위축된 것이 주요 원인으로 분석된다. 청탁금지법이 예술계에 끼치는 부정적인 영향이 확인된 것이다.

다음으로는 문화재단을 통한 기업의 지원 규모가 감소한 것을 꼽을 수 있다. 문화재단은 기업의 문화예술 지원의 주요 창구로 2010년 이후 지원 비중과 규모가 꾸준한 성장세를 보였으나, 올해 조사에서는 전년 대비 54억 7천2백만 원이 감소한 것으로 나타났다. 마지막으로 조선업과 철강 산업의 불황으로 인해 조선 및 중공업 산업군에서의 지원 규모가 46억 9천2백만 원 감소한 것도 올해 지원금액 감소에 영향을 미친 것으로 나타났다. 다만, 전체적인 지원금액 감소 추세에도 불구하고 지원기업수가 전년 대비 7.2% 증가한 것으로 나타났는데, 이는 기업들의 소액 지원 활동이 증가했기 때문으로 분석된다. 지원 규모의 부침에도 불구하고 문화예술 지원에 대한 기업의 관심도와 참여도가 전반적으로 높아지고 있음을 보여주는 긍정적인 신호로 해석된다.

기업의 문화예술 지원 규모가 감소세로 접어든 2017년 이후에도 저성장 및 경기 불황이 지속되고 기업 기부에 대한 부정적 인식들이 남아있는 상황에서 기업의 문화예술 지원에 대한 전망은 그리 밝지 않은 상황이다. 따라서 기업과 문화예술계가 직면한 어려운 상황을 지혜롭게 타개해 나가며 기업과 문화예술 분야가 상생할 수 있는 실질적 방안 모색이 절실하게 요구된다.

이러한 방안 모색을 위해서는 메세나 활동에 대한 기업과 문화예술계의 인식 전환이 우선적으로 필요하다. 기업과 문화예술계의 상생적 협업은 양자 간의 상호발전에 기여한다. 따라서 기업의 예술지원에 대한 패러다임을 일방향적인 호혜적 자산 활동에서 쌍방향의 상생 활동으로 전환하기 위한 노력을 기울여야 한다. 또한 정부도 기업과 문화예술계의 파트너십 형성을 통한 가치 창출을 도울 수 있는 토대 마련을 위한 노력을 함께 해야 한다. 무엇보다 시급한 것은 기업의 문화예술 지원은 활성화하되 저해 요인은 억제시킬 수 있는 정책적 뒷받침이다.

기업의 문화예술 지원을 독려하는 제도적 방안으로 대표적인 것이 문화접대비 제도이다. 2007년 처음 시행된 이 제도는 기업이 거래처를 위해 사용하는 문화접대비에 대해 접대비 한도액의 20%까지 추가로 비용으로 인정해주는 세제 혜택 제도이다. 그러나 2012~2016년의 5년간 법인이 신고한 접대비 중에서 문화접대비의 비중은 0.06%에 불과할 만큼 실제 활용 비율은 매우 미미하다. 문화접대비 제도가 활용되고 있지 못한 주요 원인은 제도에 대한 낮은 인지도를 꼽을 수 있다. 2017년도 한국문화예술위원회가 실시한 조사 결과에 따르면 문화접대비 제도를 알고 있는 기업의 비율은 38.6%에 불과하였다. 따라서 기업의 문화예술 활용을 촉진하고 예술시장 확대에 기여해 예술계에 대한 간접적인 효과를 가질 수 있도록 마련된 본 제도에 대한 적극적인 홍보를 통해 제도의 실질적 활용을 넓혀나갈 필요가 있다.

이번 조사 결과 기업의 문화예술 지원의 75%는 사회공헌 목적에 따른 것으로 집계되었는데, 2012년 이후 처음으로 기업의 문화예술 지원금액이 줄어들었다는 사실에서 알 수 있듯 사회공헌 차원의 기업 예술지원 활동은 갈수록 녹록치 않은 환경을 맞이하게 될 것으로 예상된다. 기업 후원에 대한 의존도가 큰 예술계 입장에서는 대안을 고민해야 하는 시점인데, 막연히 기업의 선의에 기대기보다는 문화접대, 문화회식 등 기업이 현실적으로 필요로 하는 부분을 문화예술로 충족시켜주며 기업의 문화소비를 늘려나가는 방법을 고민할 필요가 있다.

그런데 이와 같은 예술계의 노력에 걸림돌로 작용하는 것이 2016년부터 시행된 청탁금지법이다. 현실적으로 기업들의 구매력을 자극할 수 있는 대형 공연의 티켓 가격이 청탁금지법 선물 상한액인 5만 원을 훌쩍 넘어가는 상황에서, 기업들의 문화접대를 활성화하자는 주장 자체가 실현되기 어려운 환경인 것이다.

최근 정부에서는 청탁금지법 시행 이후 어려움을 호소하는 농축수산업계의 요구를 받아들여 이들 분야에 한해 예외조항을 적용하는 시행령 개정안을 발표한 바 있다. 우리 사회에서 차지하는 중요도와 법 시행 이후 겪고 있는 어려움 등을 감안할 때 이와 같은 법 시행과정의 유연성이 문화예술 분야에까지 확대될 필요가 있다는 것이 예술계는 물론이고 건전한 문화소비를 늘리고자 하는 기업들의 바람이며, 이를 위한 제도의 합리적 보완 방안에 대한 공론화가 필요한 시점이다.

이와 같은 기업, 문화예술, 정부의 파트너십 구축을 통해 상생적 협력을 확대하고 경제적, 정치적, 제도적 난제들 속에서도 문화예술계와 기업의 지속 가능한 발전이 이루어질 것을 기대해본다.

Part 2. '2017년도 기업의 문화예술 지원 현황 조사' 세부 분석

1. 기업의 문화예술 지원 목적 및 내용

기업의 문화예술 지원 목적에 대해 살펴보면, 사회공헌전략 차원의 지원이 75.6%로 가장 높은 비율을 차지하였고, 다음으로 마케팅전략 20.7%, 경영전략 3.7% 순이었다. 문화예술을 사회공헌전략의 수단으로 활용하는 기업의 비중은 전년도 72.7%에서 소폭 상승하며 문화예술을 이용한 기업의 사회공헌전략은 기업이 문화예술을 활용하는 대표적인 유형으로 조사되었다.

사회공헌전략의 활동내용을 세부적으로 살펴보면, '문화예술단체 순수 지원' 43.9%, '지역사회의 문화예술 활동 지원 또는 지역문화 활성화를 위한 사업 지원' 31.4%, '소외계층 대상 문화예술 프로그램 전개' 5.9%, '문화예술 시설 운영' 4.9%, '예술영재 지원 활동' 3.0%의 순이었다. 특히 이번 조사에서는 지역사회의 문화예술 활동 지원 또는 지역문화 활성화를 위한 사업 지원의 비율이 전년 대비 11.4% 상승하여 문화예술을 연계한 사회공헌 활동을 통해 지역간 문화격차 해소와 문화 저변 확대를 위한 의미 있는 노력을 하고 있는 것으로 나타났다.

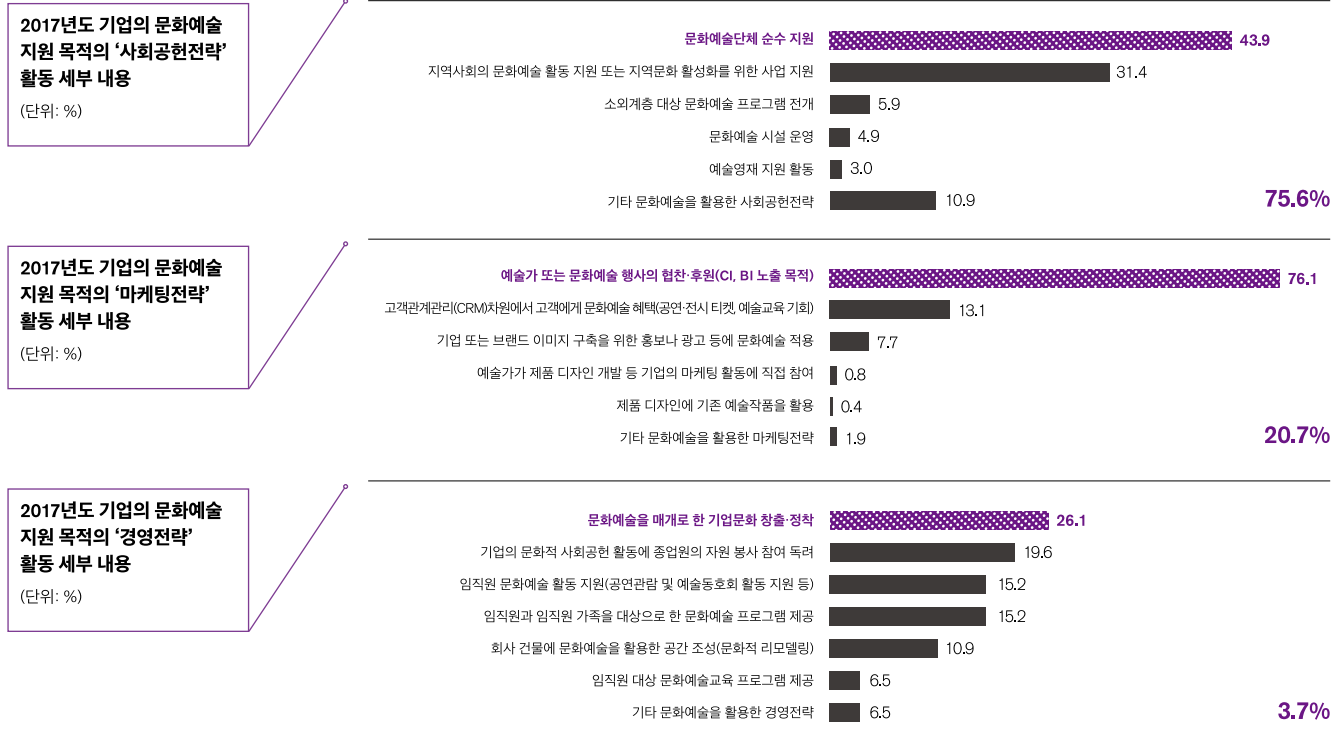
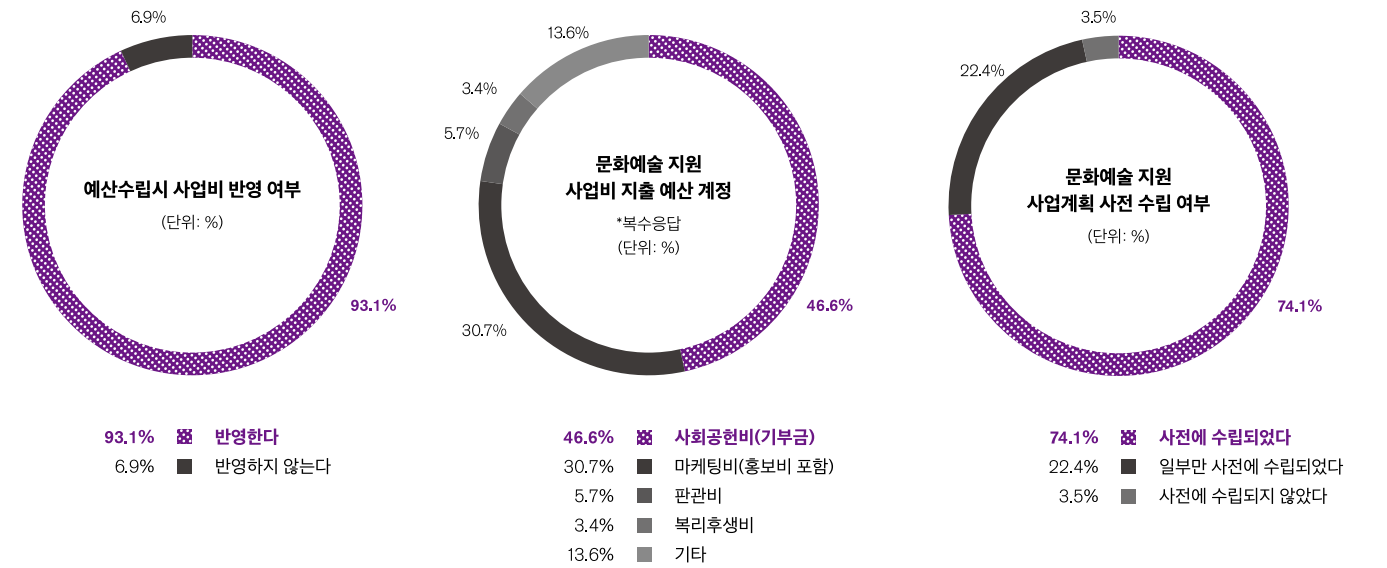
마케팅전략의 활동내용을 살펴보면, '예술가 또는 문화예술 행사의 협찬·후원(CI, BI 노출 목적)' 76.1%, '고객관계관리(CRM)차원에서 고객에게 문화예술 혜택(공연·전시 티켓, 예술교육 기회 등) 제공' 13.1%, '기업 또는 브랜드 이미지 구축을 위한 홍보나 광고 등에 문화예술 적용' 7.7% 순으로 높은 비중을 차지하였다. CI 및 BI 노출 또는 브랜드 이미지 구축을 위한 커뮤니케이션 활동으로 문화예술을 활용하는 경우가 전년도에 이어 가장 주요한 마케팅전략 세부 활동으로 나타났으며, 고객에게 공연·전시 티켓을 제공하는 등 고객관계관리 차원에서 문화예술을 활용한 비율은 전년 대비 7.3% 증가하며 두드러진 상승세를 보였다.

경영전략의 활동내용을 살펴보면, '문화예술을 매개로 한 기업문화 창출·정착' 26.1%, '기업의 문화적 사회공헌 활동에 임직원의 자원 봉사 참여 독려' 19.6%, '임직원 문화예술 활동 지원(공연관람 및 예술동호회 활동 지원 등)'과 '임직원과 임직원 가족을 대상으로 한 문화예술 프로그램 제공'이 각각 15.2% 등의 순으로 나타났다. 올해 조사에서는 문화예술을 매개로 한 기업문화 창출·정착 목적의 문화예술 지원 비율이 전년 대비 13.1% 상승하며 이번 조사에서 가장 주요한 경영전략 활동으로 나타났다. 이는 문화예술이 창의적이고 혁신적인 기업문화를 조성함에 있어 긍정적인 효과를 창출한다는 측면에서 문화경영 활동에 대한 기업의 관심이 확대되고 있음을 시사하는 결과로 해석된다.

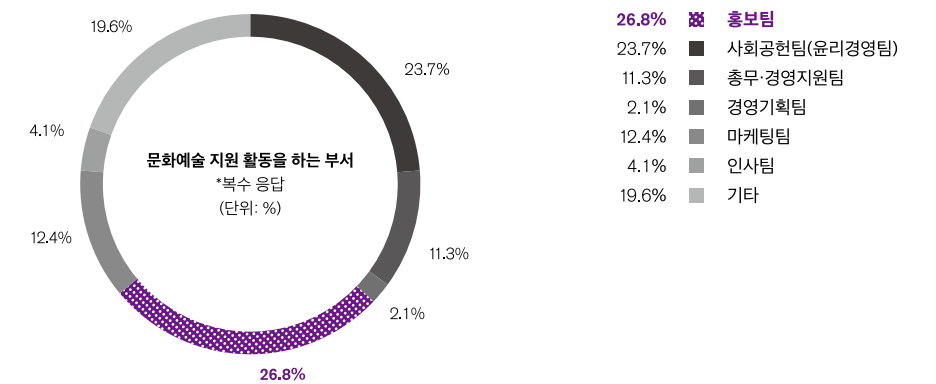
문화예술 지원 사업비를 예산수립시 반영하는지에 대한 여부^⑥는 응답기업의 93.1%가 예산수립시 문화예술 지원 사업비를 '반영한다'고 답하였다.

문화예술 지원 사업비가 지출되는 예산 계정으로는 '사회공헌비(기부금)'가 46.6%, '마케팅비(홍보비 포함)' 30.7%, '판관비' 5.7%, '복리후생비' 3.4%의 순으로 나타났다.

문화예술 지원 사업계획 사전 수립 여부에 관한 질문에는 응답기업의 74.1%가 '사전에 수립되었다'고 응답하였으며, 22.4%는 '지원한 사업 중 일부만 사전에 수립되었다'고 응답하였다. 문화예술 지원 사업의 사전 수립 비율은 전년 대비 5.2% 상승한 74.1%에 달하고, 사업비가 예산수립시 반영된 비율이 전년 대비 1.3%가 증가한 93.1%로 나타난 것은 기업의 문화예술 지원 활동이 체계적으로 이루어지고 있음을 나타낸다.



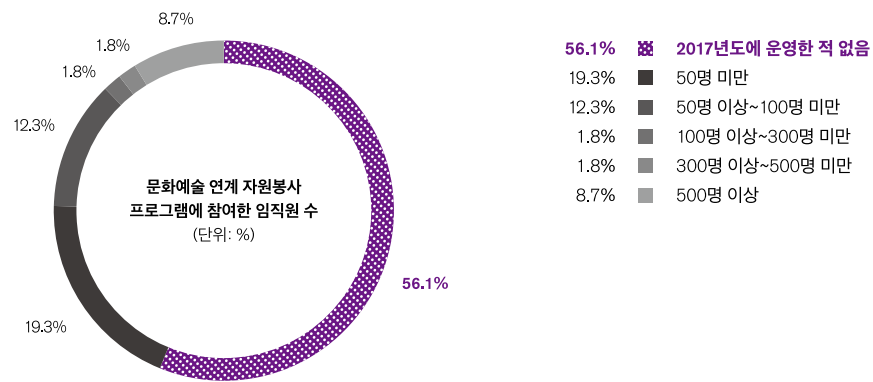
문화예술 지원 활동을 하는 부서를 복수응답으로 살펴본 결과 '홍보팀' 26.8%, '사회공헌팀(윤리경영팀)' 23.7%, '마케팅팀' 12.4%, '총무·경영지원팀' 11.3%, '인사팀' 4.1%, '경영기획팀' 2.1%의 순으로 조사되어 기업의 다양한 부서에서 문화예술을 지원 또는 활용하고 있는 것으로 나타났다.



6. 본 설문 문항부터 마지막 문항(2017년도 문화예술 지원 미실시 이유)까지의 결과는 '직접조사'설문에 응답한 기업들의 조사 결과임

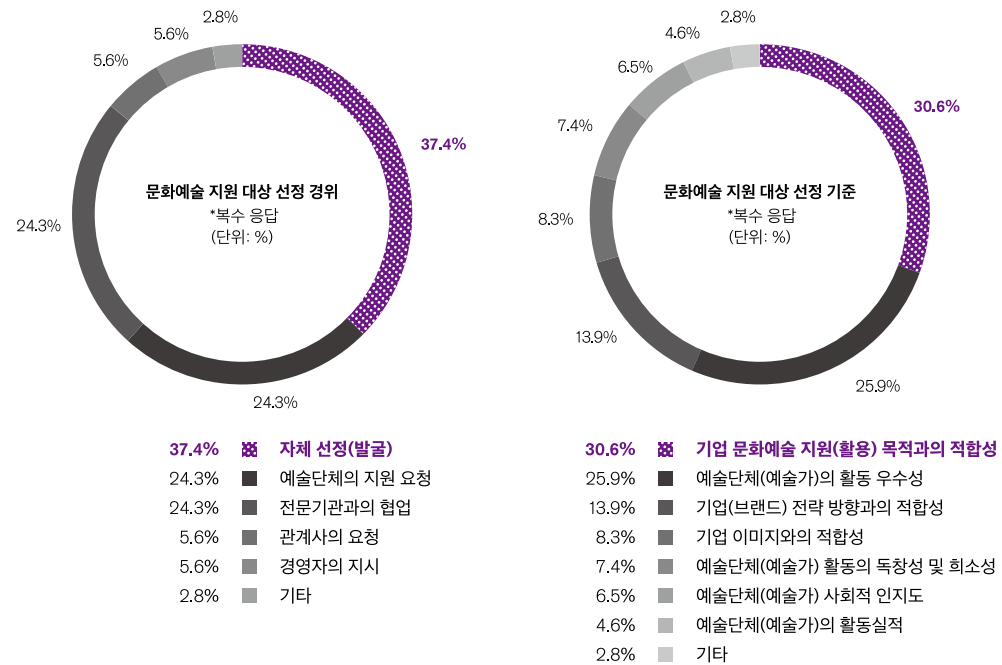
문화예술 연계 자원봉사 프로그램에 참여한 임직원의 수에 대한 조사 결과, '2017년도에 문화예술 연계 자원봉사 프로그램을 운영하지 않았다'는 응답이 56.1%로 가장 많았으며, 해당 프로그램을 운영한 경우 참여 임직원 수가 '50명 미만'이 19.3%, '50명 이상 100명 미만' 12.3%, '500명 이상' 8.7%, '100명 이상 300명 미만'과 '300명 이상 500명 미만'이 각각 1.8%의 순으로 조사되었다.

기업의 문화예술 연계 자원봉사 프로그램 운영 비율은 전년 대비 4.6% 증가하였으나, 여전히 과반수 이상의 기업이 해당 프로그램에 대한 운영 실적이 없고 프로그램 운영 기업 중에서도 50명 미만 소수 임직원이 참여한 경우가 19.3%로 가장 높게 나타났다. 이 분석 결과는 기업 임직원의 자원봉사 프로그램 참여 독려와 문화예술 연계를 통한 전략적 활용 방안 모색이 필요함을 보여준다.



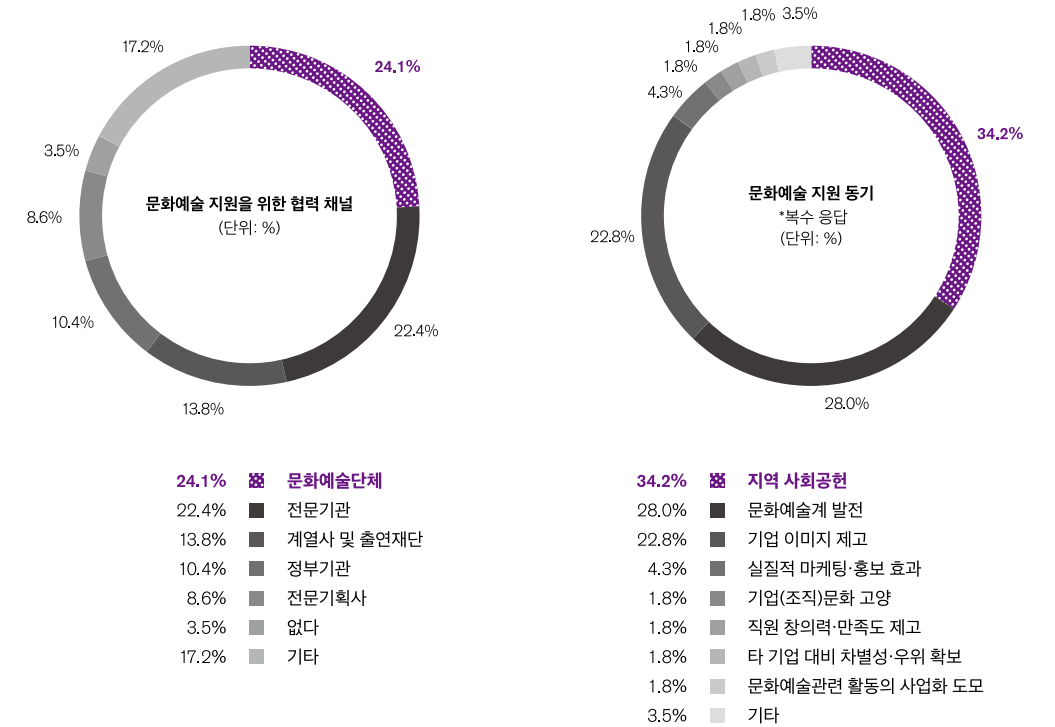
문화예술 지원 대상 선정 경위는 '자체 선정'이 37.4%로 가장 높았고, '예술단체의 지원 요청'과 '전문기관과의 협업'이 각각 24.3%, '관계사의 요청'과 '경영자의 지시'는 각각 5.6%의 순으로 나타났다.

지원 대상 선정 기준으로는 '기업의 문화예술 지원 목적과의 적합성'을 30.6%로 가장 크게 고려하고, '예술단체의 활동 우수성' 25.9%, '기업 전략 방향과의 적합성' 13.9%, '기업 이미지와의 적합성' 8.3%, '예술단체 활동의 독창성 및 희소성' 7.4%, '예술단체의 사회적 인지도' 6.5%, '예술단체의 활동실적' 4.6%의 순으로 문화예술 지원 대상을 선정하는 것으로 조사되었다.

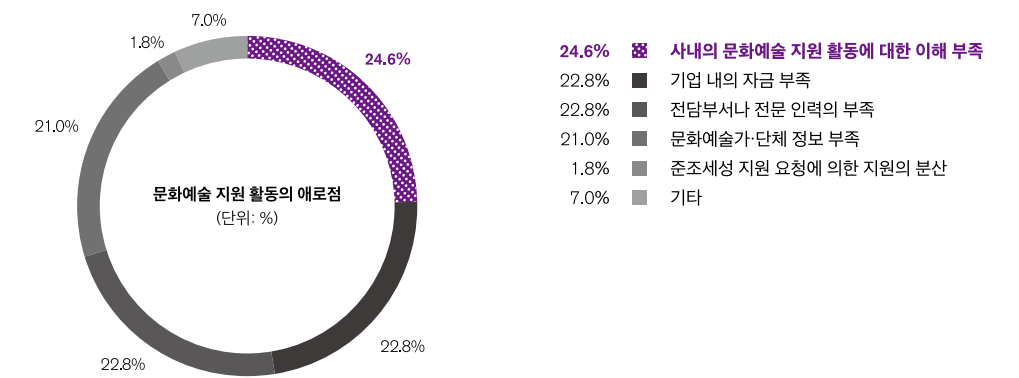


문화예술 지원을 위한 협력 채널로는 '문화예술단체'가 24.1%로 가장 많았고, 다음으로 '전문기관' 22.4%, '계열사 및 출연재단' 13.8%, '정부기관' 10.4%, '전문기획사' 8.6% 등으로 조사되었다. '협력단체가 없다'고 응답한 경우는 3.5%로 나타났다.

문화예술 지원 동기로는 '지역 사회공헌' 34.2%, '문화예술계 발전' 28.0%, '기업 이미지 제고' 22.8% 등의 순으로 나타났다. 이 결과는 기업이 예술계 및 지역사회와의 상생을 목적으로 문화예술을 지원하고, 문화예술을 활용함에 있어 기업 이미지에 긍정적 효과를 기대하고 있음을 보여준다.



응답기업들은 문화예술 지원 활동의 애로점을 '사내의 문화예술 지원 활동에 대한 이해 부족'(24.6%), '기업 내 자금 부족'(22.8%)과 '전담부서나 전문 인력의 부족'(22.8%), '문화예술가-단체 정보 부족'(21.0%) 등의 순으로 꼽았다. 기타 의견으로는 문화예술에 대한 사회적 관심 부족, 이해도가 있는 특정 계층에게만 한정되어 소비되는 공연시장의 특성 등의 내용이 있었다.



2. 문화예술 지원 사업의 효과 평가

기업의 문화예술 지원 활동 효과는 기업의 정당성, 시장 우위, 임직원 혜택의 세 가지 측면으로 분류할 수 있다. 이 세 가지 효과를 유형별로 분석한 결과 '기업의 정당성 효과'가 7점 만점에 5.9점으로 가장 높았으며, '시장 우위 효과' 5.2점, '임직원 혜택 효과' 5.1점으로 분석되었다. 기업의 문화예술 지원 활동은 기업 정당성, 시장 우위, 임직원 혜택의 각 측면에서 모두 긍정적인 성과를 나타냈다.

기업의 문화예술 지원 활동 효과 (7점 척도)

항목	부정 (%)	보통 (%)	긍정 (%)	평균 (7점 만점)	
기업 정당성 효과	기업 평판에 기여	1.8	28	70.2	5.9
	사회적 책임 경영(CSR)에 기여	0	19.3	80.7	
	문화예술 발전 및 국민 문화향수 증가에 기여	0	31.5	68.5	
시장 우위 효과	브랜드 인지도 증대	1.8	43.8	54.4	5.2
	차별적인 고객관계관리(CRM)에 기여	7.1	47.4	45.6	
	브랜드 이미지 창출	7.1	40.4	52.6	
임직원 혜택 효과	직원간의 관계 향상	5.3	45.7	49.1	5.1
	직원들의 사기와 만족도 증가	5.3	50.9	43.9	
	직원들의 창의적인 능력개발	5.3	59.7	35.1	

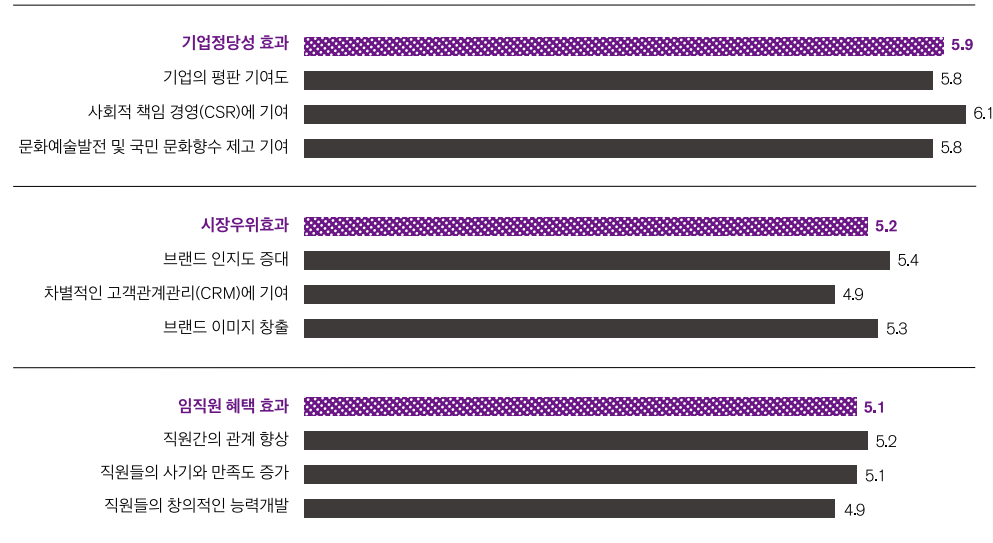
이에 대한 세부 내용을 유형별로 살펴보면,

기업의 정당성 효과 차원에서는 '사회적 책임 경영(CSR)에 기여'가 6.1점으로 가장 높게 나타났고, '기업 평판에 기여'와 '문화예술 발전 및 국민 문화향수 증가에 기여'가 각각 5.8점으로 나타났다. 문화예술 지원 효과를 '사회적 책임 경영에 기여'로 인식하는 응답 점유가 가장 높게 나타난 것은 앞서 '2017년도 기업의 문화예술 지원 목적'의 응답 결과와 더불어 기업이 문화예술 지원 활동을 사회적 책임의 일환으로 접근하고 있음을 보여 주는 결과이다.

시장 우위 효과 차원에서는 '브랜드 인지도 증대' 5.4점, '브랜드 이미지 창출' 5.3점, '차별적인 고객관계관리(CRM)에 기여' 4.9점으로, 기업이 차별화된 브랜드 이미지 창출 등 브랜드 관리에 있어 문화예술 지원 활동이 긍정적 효과를 발휘하는 것으로 인식하는 비율이 가장 높게 나타났다.

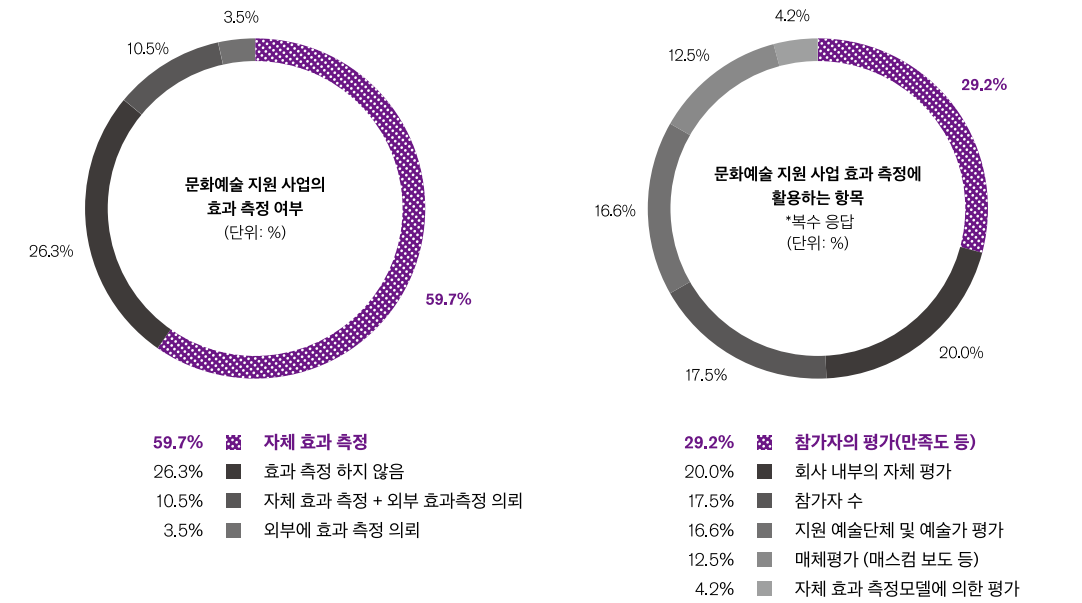
임직원 혜택 효과 차원에서는 '직원간의 관계 향상'이 5.2점으로 가장 높게 나타났고, '직원들의 사기와 만족도 증가' 5.1점 '직원들의 창의적인 능력개발' 4.9점의 순이었다. 이 결과는 문화예술이 임직원간 관계, 임직원과 조직간 관계에도 긍정적 영향을 미치는 것으로 해석된다.

문화예술 지원 활동의 유형별 효과 (7점 척도)



문화예술 지원 사업의 효과 측정에 대한 설문 결과, '자체 효과 측정을 하고 있다'는 응답이 59.7%, '자체 및 외부 효과 측정' 10.5%, '외부에 효과 측정 의뢰' 3.5%로 어떤 형태로든 문화예술 지원 활동의 효과를 측정한다는 응답이 73.7%로 조사되었다. 효과 측정 실시 비율이 전년 대비 4.8% 상승하였고, 사전 계획 하에 문화예술 지원 활동을 수행한다는 응답 비율도 전년 대비 상승한 것으로 나타난 조사 결과는 기업들이 문화예술 지원 활동을 사업 실행 전 계획-실행-실행 후 효과 측정의 단계를 거치는 체계적인 기업 활동의 일환으로 인식하고 있음을 드러낸다.

문화예술 지원 사업의 효과 측정 항목을 질문한 결과, '참가자의 평가' 29.2%, '회사 내부의 자체 평가' 20.0%, '참가자 수' 17.5%, '지원 예술단체 및 예술가 평가' 16.6%, '매체평가가 12.5%' 등의 순으로 조사되었다.

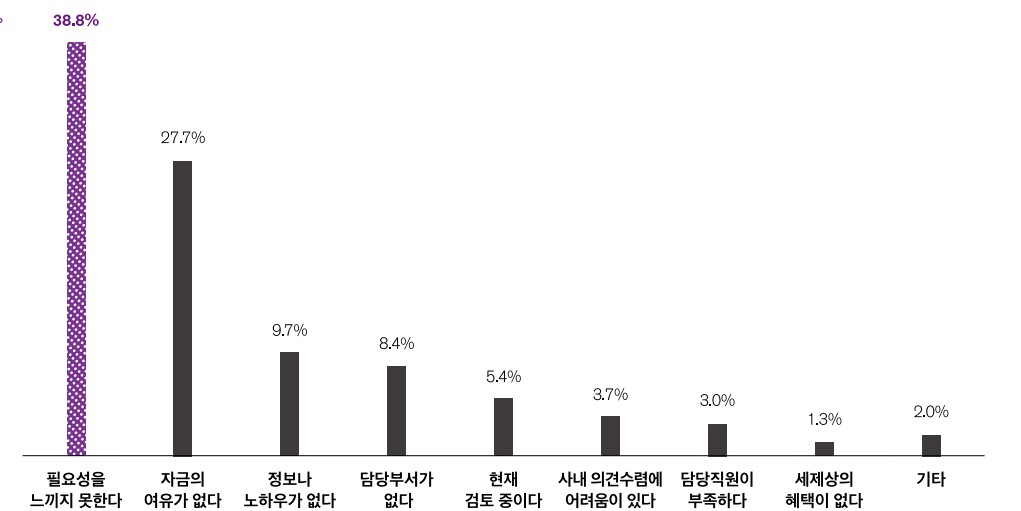


3. 2017년도 문화예술 지원 미실시 기업의 인식

끝으로 문화예술 지원 활동을 실시하지 않는다고 응답한 기업들을 대상으로 그 이유를 조사하였다. 조사 결과 '필요성을 느끼지 못한다' 38.8%, '자금의 여유가 없다' 27.7%, '정보나 노하우가 없다' 9.7%, '담당부서가 없다' 8.4%, '현재 검토 중이다' 5.4%, '사내 의견수렴에 어려움이 있다' 3.7%, '담당직원이 부족하다' 3.0% 등의 순으로 조사되었다.

문화예술 지원 필요성에 대한 인식 부재가 기업이 문화예술 지원을 하지 않는 주요 이유로 분석된 결과는 기업의 문화예술 지원 활성화를 위해서는 무엇보다 문화예술 지원 활동이 기업의 가치를 높이고 사회 전반에 긍정적 효과를 창출하는 활동이라는 인식 형성이 선행되어야 함을 나타낸다.

2017년도 문화예술 지원 미실시 이유 (복수 응답, 단위: %)



연도별 기업의 문화예술
지원현황: 1996~2017년

(단위: 백만 원)

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	총계		(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
전년 대비	-	-	▲ 7.2	▼ 7.4	▼ 21.2	▼ 34.2	▲ 2.9	▼ 24.5	▲ 5.8	-	-	-	▼ 8.7	▲ 44.6	-	▲ 18.6	▼ 17.3	▼ 4.1	▼ 3.3	

- 공연예술, 축제·행사 : 2005년부터 클래식, 국악, 무용, 연극으로 세분화하여 집계
- 뮤지컬 : 2007년부터 연극분야에서 분리하여 별도로 집계
- 미술·전시 : 2007년부터 목적, 용도별로 집계 분산②
- 인프라 : 2009년부터 인프라 건립비용 제외
2011년부터 기업이 운영하는 갤러리 지원 사업을 인프라 운영비로 집계③
- 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 직접지원이러기 보다 인프라 운영을 위한 비용으로 분류

2017 언론보도 현황

1. 월별 집계

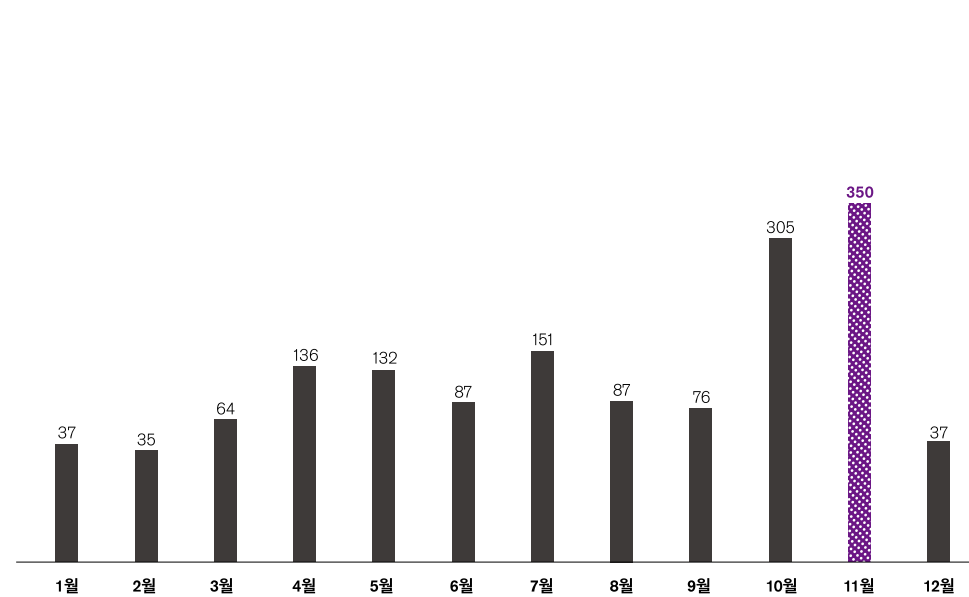
1.1 전년 대비 월별 집계

1) 주요현황

- 월별 편차가 컸던 2016년에 비해, 주요 사업이 개시하는 3월 이후부터 9월까지 언론 노출 현황이 비교적 고르게 분포함
- 9월말~10월초로 약 10일간 이어지는 추석 연휴의 여파로 각종 사업 진행이 10월에 집중됨. 이로 인해 9월에 비해 10월 노출이 급증함

2) 향후 과제

- 사업이 종료하는 12월부터 새롭게 시작하는 그 다음회 3월에 이르기까지 메세나 관련 언론 홍보 이슈 개발 필요함
- 연말 결산 기사, 연초 전망과 관련한 주요 트렌드를 제시하는 기사 유도 필요



구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
건수	35	64	93	136	132	87	151	87	76	305	350	37	1,553
퍼센트	2.3%	4.1%	6.0%	8.8%	8.5%	5.6%	9.7%	5.6%	4.9%	19.6%	22.5%	2.4%	-

2. 매체별 집계

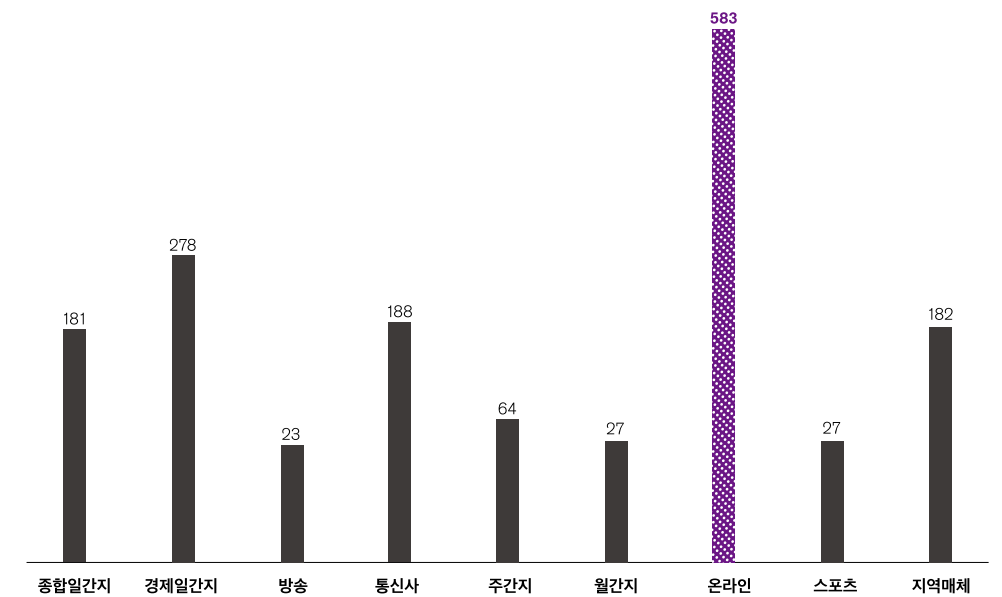
2.1 전년 대비 매체별 집계

1) 주요현황

- 온라인 매체는 해마다 편차는 있으나 가장 높은 빈도(37.5%)로 노출되는 매체임
- 그 다음으로는 경제일간지가 17.9%, 통신사가 12.1%를 차지함
- 사업에 참여하는 기업이 속한 사업군에 특화된 온라인 매체의 비중이 높은 편
- 수도권 외 지역의 사업이 많은 편이며, 지역 매체 수가 늘어나고 있는 상황이라 지역매체에서의 노출 역시 꾸준히 증가하고 있음

2) 향후 과제

- 온라인 매체의 수가 매년 증가함에 따라 지속적인 매체 모니터링과 관리가 필요
- 고전적인 매체인 일간지, 방송 등을 통한 노출이 이어질 수 있도록 다양한 기획기사 시도
- 월간지, 주간지에 적합한 아이템 개발을 통해 노출 빈도 증대 노력 필요



구분	종합일간지	경제일간지	방송	통신사	주간지	월간지	온라인	스포츠	지역	합계
건수	181	278	23	188	64	27	583	27	182	1,553
퍼센트	11.7%	17.9%	1.5%	12.1%	4.1%	1.7%	37.5%	1.7%	11.7%	-

3. 사업별 집계

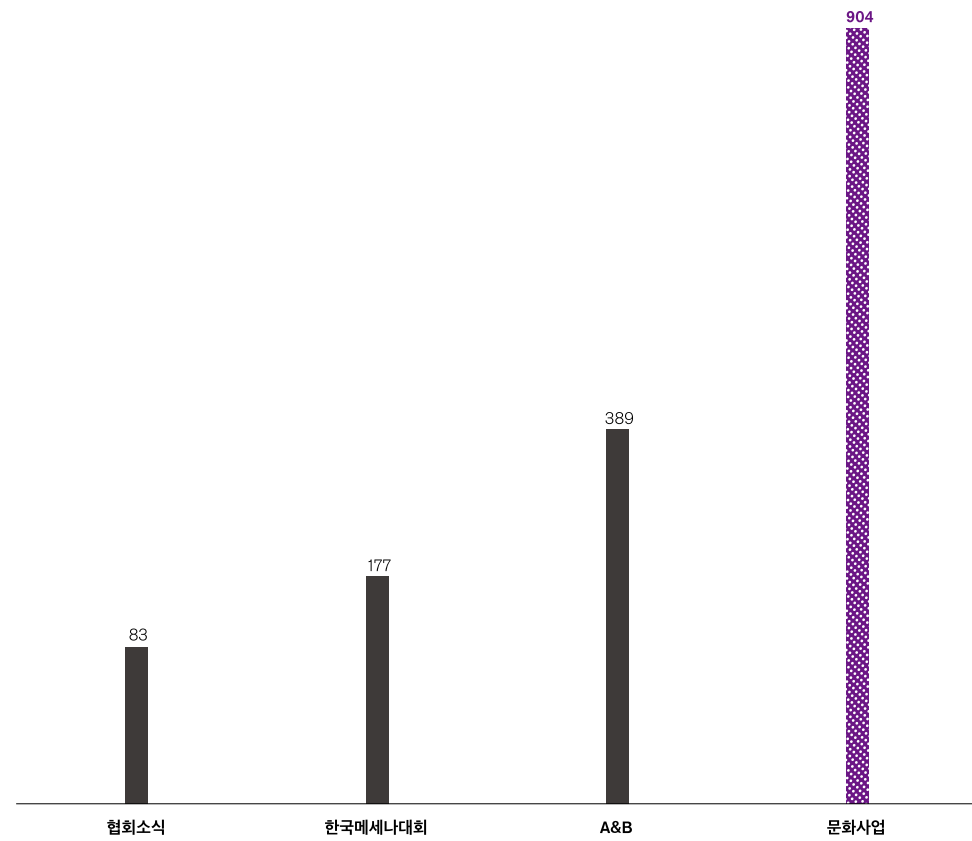
3.1 전년 대비 사업별 집계

1) 주요현황

- 문화사업(904건) > A&B회(389건) > 한국메세나대회(177건) > 협회소식(83건)
- 문화사업의 비중이 전체 노출건수에서 차지하는 비중이 58%에 달함
- 김영란법 1주년 관련한 기획기사에 협회에서 발표한 연구결과 자료들이 인용되면서 A&B 관련 노출 건수가 증가함
- 한국메세나대회의 경우 문화예술후원 우수기관 및 매개기관 관련 노출이 지난해에 비해 건수가 줄어 이와 관련한 기사 노출 건수가 다소 감소함

2) 향후 과제

- '메세나'의 중요성과 앞으로의 경향을 담은 기사들 개발
- 기업 홍보팀과의 협력을 통해 홍보 채널을 다양화, 노출을 증대시키고자 함
- 사업에 연계된 기관들과의 협력, 보도자료 공동배포로 매체 관심 유도



구분	협회소식	한국메세나대회	A&B	문화사업	합계
건수	83	177	389	904	1,553
퍼센트	5.3%	11.4%	25.0%	58.2%	-

2017 언론보도 스크랩

기업과 예술의 만남

대기업 결연 - 롯데월드



롯데월드 샷데봉사단, 석촌호수 굴다리 벽화길 조성

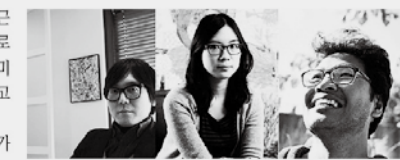
서울 잠실 석촌호수 주변의 굴다리가 회사한 벽화(사진)로 새 단장했다. 롯데월드 샷데봉사단은 11일 "서울 잠실 석촌호수의 동호와 서호를 연결하는 호수로 아래 굴다리 2곳에 '꿈과 별'을 주제로 벽화길을 조성했다"고 밝혔다. 석촌호수는 지역주민에게 산책로, 연인들에게 데이트 장소로 이름 난 명소지만 유독 굴다리의 길만은 낙후된 분위기를 벗어나지 못했다. 이를 개선하기 위해 롯데월드 샷데봉사단과 송파구청 공무원, 지역의 아플·청소년 등이 가로 50m, 세로 4m 길이와 굴다리 길 전체 작업이 나섰고 35일간 작업을 벌여 이날 대규모 벽화를 완성했다. 롯데월드의 박동기 대표는 "앞으로도 송파구의 낙후, 유향 공간을 미술로 변모시키는 작업인 드림 Art' 사회공헌활동을 꾸준히 이어가 지역 발전에 기여할 것"이라고 밝혔다. 손원천 기자 angle@seoul.co.kr

기업과 예술의 만남

대기업 결연 - 종근당 예술지상

유창창·전현선·최선 '종근당 예술지상' 작가 선정

종근당출판스가 '종근당 예술지상 2017' 작가로 유창창·전현선·최 선 미술작가 3명을 선정했다고 17일 밝혔다. '종근당 예술지상'은 가능성을 인정받은 신진 미술작가들에게 창작활동과 전시기회를 지원하는 프로젝트다. 종근당출판스의 '종근당 예술지상 2017' 작가로 선정된 유창창, 전현선, 최 선 작가(왼쪽부터). /사진 제공=종근당출판스



종근당출판스는 미술계 전문가들의 2차례 비공개 심사를 거쳐 예술적 역량과 독창성, 발전 가능성 등을 고려해 최종 3명을 선발했다. '종근당 예술지상 2017'에 선정된 작가들에게 1인당 연간 1000만원의 창작지원금이 3년간 지원된다. 지원 마지막 해인 2019년에는 '종근당 예술지상 기획전' 개최 기회를 제공한다. 올해 선정된 전현선 작가는 "'종근당 예술지상' 작가로 선정돼 안정된 환경에서 예술작업에 집중할 수 있게 돼 매우 기쁘다"며 "이번 기회를 발판으로 작업에 집중해 더욱 깊이 있는 작품을 선보이겠다"고 말했다. 종근당출판스는 2012년부터 한국메세나협회, 대안공간 '아트스페이스 휴' 두 단체와 함께 '기업과 예술의 만남'(Art & Business) 결연을 맺고 '종근당 예술지상'을 후원해왔다. 매년 3명을 선발해 올해까지 총 18명의 작가가 지원받았다. 한편 2015년 지원작가로 선정된 안경수·이재영·장재민 3명의 작가는 오는 10월 18일부터 31일까지 세종문화회관 세종미술관에서 열리는 '제4회 종근당 예술지상 기획전'을 통해 작품을 선보인다. 이침영 기자 chaming@

기업-시민-예술인 잇는 메세나 스타트

광주문화재단, 1억1천여만원 규모 예술지원 매칭 펀드 시작

광주문화재단이 지역 기업, 시민이 내는 기부금에 똑같은 금액을 더해 지역 예술인이나 단체의 창작활동을 지원하는 예술지원 매칭 펀드사업을 본격 시작한다.

광주문화재단은 최근 한국메세나협회 지역특성화 매칭 펀드 사업에 '유네스코 미디어아트 창의도시 광주 프로젝트' (이하 광주 프로젝트)가 선정, 지역 기업의 기부금에 따라 프로젝트에 참여하는 미디어아트 작가들에게 지원금 7천500만원을 매칭할 수 있게 됐다.

광주 프로젝트는 지역 중소·중견기업과 지역 미디어아트 작가나 단체를 1대 1로 연결하는 관계형성 메세나 프로그램으로 미디어아트 창의벨트조성사업 대상 9개 권역의 공공장소에 미디어아트 작품을 설치·전시하는 공공형 프로젝트로 진행된다.

지역특성화 매칭 펀드 지원금 7천500만원은 지역 중소·중견기업 기부금 유치금액 정도에 따라 최종 기부액이 결정되며, 재단은 이달말까지 프로젝트에 참여할 지역 기업체와 미디어아트 작가를 최종 확정하기 위해 기업 기부금 유치에 힘쓰고 있다.

이번 프로젝트 참여기업에는 ▲문화보통10000센터 내 미디어영상 '기부의 숲'에 기업체 전시 ▲재단 홍보 채널(재단 발행 문화예술정보지, 보도자료 등)을 활용을 통한 기업 이미지 제고 ▲광주 미디어아트 플랫폼(6개 미디어아트 관공례저 특화 공간)을 연계한 기업체 홍보 등 혜택이 제공된다.

오는 31일까지 미디어아트작가나 단체의 프로젝트 신청서를 접수 받아 한국메세나협회의 심의를 거친 뒤 지역 기업으로부터 유치한 기부금만큼 재단 메세나 지원금을 매칭하여 6월 말 최종 지원할 예정이다.

이와 함께 광주문화재단은 지역문화예술인과 공동 상생을 위한 문화예술 펀딩 프로젝트 '만세 만세 만(萬)만(滿)계' (이하 만만계)도 진행한다.

전례 협동조직인 계모임에서 착안한 '만만계'는 지역 문화예술인이나 단체가 특색 있는 문화예술 프로젝트를 제안하고 일정기간 동안 재단과 함께 네이버 해피빈 모금과 오프라인 모금활동을 통해 뜻을 함께하는 회원들을 모집해 재원을 조성한다.



문화보통10000센터에서 '지역특성화 매칭 펀드사업' 회의중인 미디어아티스트.

100만 원 이상 모금액이 달성되면 재단은 그 모금액에 1:1 매칭 이자액을 더해 최종 지원하게 된다. 이자액 매칭은 사업비 4천만원이 소진될 때까지 진행된다.

제안 프로젝트는 '보듬어 드림' (문화예술 소외계층 지원), '문화가 든, 문화 가든' (순수예술 창작분야), '나는 하나의 작은 씨앗에서 시작되었다' (신진 예술가 지원 분야) 등 세 가지 분야로 모든 장르가 참여 가능하다.

프로젝트 신청서는 광주문화재단 홈페이지(www.gjcf.or.kr)에서 다운받을 수 있고, 오는 26일까지 이메일(gjcf_give@gjcf.or.kr)로 접수하면 된다.

이윤주기자



메세나대상 시상식 28일 서울 중구 웨스틴조선호텔에서 열린 제18회 메세나대상 시상식에서 수상자들과 시상자들이 기념촬영을 하고 있다. 왼쪽 앞줄부터 시계 반대 방향으로 박영주 이견산업 회장, 손경식 CJ 회장, 도종환 문화체육관광부 장관, 박삼구 한국메세나협회 회장, 장대한 매경미디어그룹 회장, 권영빈 KBS교향악단 이사장, 울프 아우스트롬 한성자동차 대표, 이용열 코오롱 회장, 손광식 한국남동발전 대표, 김희근 벽산엔지니어링 회장, 민희경 CJ그룹 사회공헌추진단 단장, 이소영 솔오페라단장, 양창호 조광오피 대표. <김재훈 기자>



'제18회 메세나대상' 대상 수상 기업인 CJ문화재단의 창작뮤지컬 '판'.

한국메세나협회 제공

CJ문화재단 '메세나대상' 메세나인상엔 이용열 회장

송은아 기자 sea@segye.com



'제18회 메세나대상'의 대상 수상 기업으로 CJ문화재단(이사장 이재현)이 선정됐다고 한국메세나협회가 28일 밝혔다. CJ문화재단은 다양한 장르의 젊은 예술가들이 시장에 진출할 수 있도록 꾸준히 지원해 온 공로를 인정받았다.

문화공헌상은 저소득층 미술영재 장학사업 '드림그림'을 수년간 지원한 한성자동차(대표이사 울프 아우스트롬)가, 메세나인상은 문화예술 나눔공간 '스페이스K' 운영으로 예술가를 지원하고 지역주민에게 문화 체험 기회를 제공한 이용열(사진) 코오롱 회장이 수상했다.



지난 11일 서울 대우구 CJ이마트 광충점에서 열린 튠업음악교실 공연에서 사단법인 '세상을 품은 아이들'의 청소년들이 '아빠지'를 열창하고 있다. CJ그룹 제공

CJ문화재단, 청소년 대상 '튠업 음악교실'

CJ문화재단은 지난 11일 서울 파로구 CJ이마트 광충점에서 위기 청소년 대상 문화나눔활동 '튠업 음악교실' 공연을 개최했다고 12일 밝혔다.

지난 2012년 시작된 튠업 음악교실은 음악을 통한 문화소외 청소년의 건강한 인격 형성을 목표로 한다. 다문화 청소년 대안학교 사립다산관공립고등학교 재학생들을 대상으로 시작해 2013년부터 법무부의 함께 고봉중고등학교(서울소년원) 등 청소년 교화시설

로 확대해 운영 중이다.

이번 공연에는 고봉중고등학교, 서울대부초·호원중학교, 나사로청소년의집, 세상을 품은 아이들 등 4곳의 시설에서 청소년 70여명이 출연 무지개색과 함께 무대에 올라 지난 5개월간 갖고 있던 기쁨을 표했다.

박삼구 법무부 장관도 참석해 CJ문화재단에 감사의 표정을 표했고 청소년들을 격려했다.

최용순기자 cys@

금호타이어 서울 남대문중서 무용·시각예술



금호타이어는 최근 서울 성북구 남대문중학교를 방문해 무용·시각 예술 교육 '나를 찾아줘'를 실시했다. 이 교육은 자유학기제 도입에 맞춰 한 학기당 총 10회(20시간)에 걸쳐 진행된다. <금호타이어 제공>



효성병원, 임산부를 위한 이색 태고 오페라 대구 효성병원(병원장 박경동)은 지난달 30일 별관 드림홀에서 중근당과 함께 임산부를 위한 이색 태고 오페라 '안녕~ 팔작!'을 공연했다.



한화, 장애청년 국악연주단과 '땀띠' 공연

한화그룹이 20일 장애인의 날을 맞아 충북 세종시 금호중학교에서 장애청년 국악연주단 '땀띠'의 사물놀이 공연을 함께했다.

이번 공연은 금호중학교의 장애학생들에 대한 비장애 학생들의 '장애 이해교육'이 목적이다. 이를 위해 금호중학교는 한화그룹과 한국메세나협회가 공동으로 운영하는 '한화 찾아가는 예술교실'을 신청했다.

90분간 펼쳐진 신명나는 땀띠의 공연은 단원들의 진정성 있는 스토리 소리가 더해져 학생과 교직원들에게 감동을 선사해 큰 호평을 받았다.

안병화 금호중학교 교장은 '장애와 비장애의 벽을 허물 수 있도록 유익한 사회공헌 프로그램을 운영하고 있는 한화 찾아가는 예술교실'에 감사하다고 소감을 덧붙였다.

한화그룹은 '한화에슬더하기' 프로그램을 통해 전국의 21개 초등학교 및 복지기관들의 400여 명 어린이들에게 매주 한 번씩 기아급, 전통무용, 사물놀이 등 전통문화 예술교육을 진행하고 있다. 한화그룹 임직원들이 기금의 50%를 기부하고, 나머지 50%를 회사에서 지원하고 있다.

최정호 기자/chojh@heraldcorp.com



한화청소년오케스트라가 지난 13일 충북 청주 한국교원대 교원문화관에서 정기연주회를 열고 있다. 한화그룹 제공

한화청소년오케스트라 '화합·열정의 하모니'

오보에의 선율이 객석으로 퍼져나가고 단원들이 함께 향모니를 이뤄 완곡을 완성해 나간다. 4년 국 오케스트라인 한화청소년오케스트라의 음악 수준이 어느 전무단체 못지 않게 발전했다.

한화그룹과 한국메세나협회가 함께 기획한 음악교육 프로그램인 한화청소년 오케스트라는 지난 11일 충남 공안 태조산 청소년수련관과 13일 충북 청주 한국교원대 교원문화관에서 두 차례 정기연주회를 열었다.

이날 학생들은 보시나의 '세빌리아의 여발사 시곡', 영화 사운드트랙부터의 '도레 비솔', 오페라 자니 스키키의 '오 사명하는 나의 아버지' 등의 곡들을 연주해 뜨거운 박수갈채를 받았다. 소프라노 박지홍, 테너 채근석, 청주 CBS 앰배서더가어가 함께 참여한 공연의 의미를 더했다.

원안과 청주의 문화소외 청소년들에게 풍요로운 악기를 가르치는 음악 교육 프로그램인 한화청소년 오케스트라는 2014년 시작했다. 이 사업은 악기 수업을 통해 평소 클래식 음악을 접하기 어려웠던 청소년들에게 클래식 악기를 가르치고 연주회에 참여할 수 있는 기회를 제공하고 있다.

이날 공연의 라이더는 청주 쿼터 앙상블에 참여하고 있는 이장규 학생의 무대였다. 이 군이 솔로연주로 뛰어난 연리로 모리코네의 '가브리엘의 오보에 (영화 미션 OST)'는 관객뿐 아니라 함께 수업에 참여한 모던 오케스트라 단원들에게도 큰 감명을 남겼다.

한화청소년오케스트라는 18일 충북 서청주 요양원과 내달 21일 충남 천안 모스마리나성 등에서 지역 어르신들을 위한 재능나눔 연주회를 진행할 예정이다. 정재인 기자

임직원 '매칭그랜트' 기부... 따뜻한 나눔

한화

정지혜 기자 wisdom@segye.com

한화는 기관이나 단체에 대한 재정적 지원과 더불어 임직원이 함께 참여하는 사회공헌활동을 적극 펼치고 있다. 각 사업장 분야별로 특화된 다양한 공익활동과 전략적 사회공헌활동을 통해 기업가치를 높이고 있다. 임직원들이 자발적으로 기부한 기금이 회사가 해당 금액의 150%를 추가로 기부하는 '매칭그랜트 제도'를 시행하고 있으며, 임직원들이 언제라도 소외된 이웃들을 찾아 자원봉사를 할 수 있도록 유급자원봉사 제도를 운영하고 있다.

대표적인 임직원 자원봉사활동 사업은 한화의 전 사업장이 함께하는 '그룹공동 자원봉사 프로그램'이다. 이 가운데 2009년부터 시행 중인 '한화에슬더하기'가 유명하다. 한화에슬더하기는 아동 문화예술교육 프로그램이자 한화 임직원들이 참여하는 문화봉사활동이다. 아동들에게는 다양한 문화예술 교육 및 체험의 기회를 제공하고 임직원들에게는 즐거운 자원봉사 및 성장의 기회를 부여한다. 아동들이 창의적 인재로 성장할 수 있도록 지원하고 임직원 참여도가 높은 점 등을 높이 평가받아 2011년 한국메세나대상 시상식에서 대상을 수상하기도 했다.

매년 가을 한강에서 펼쳐지는 '서울세계꽃축제'도 한화의 대표적인 문화복지 프로그램으로, 우리나라를 대표하는 문화축제로 자리매김했다. 최근 다문화가정, 소외계층 등을 초청해



한화의 대표적인 임직원 자원봉사 프로그램인 '한화에슬더하기'에서 문화예술교육 참가자들이 국악공연을 즐기고 있다. 한화 제공

행사를 더욱 풍성하게 만들며 그 의미를 더해가고 있다. 스포츠 분야에서는 1986년 창단된 프로야구단 한화이글스가 야구 팬들의 많은 사랑을 받고 있다. 비인기 종목인 사격 진흥을 위해 '갤러리아사격단'을 창단한 한화는 '한화 회장배 전국 사격대회'를 통해 우수한 선수들을 배출해 올림파, 아시안게임 등 각종 국제 대회에서 활약하도록 지원하고 있다.

해피선샤인(Happy Sunshine) 캠페인은 비즈니스와 연계한 한화의 대표적인 친환경 사회공헌 프로그램으로, 국내에서는 복지시설 대상 태양광 발전설비를 지원하고 있다. 2011년부터 시작해 총 180개 복지시설에 1275kW 규모의 태양광 발전설비를 지원했는데, 이는 1년 동안 어린 소나무 20만 그루 이상을 심는 효과와 유사하다. 태양광 발전설비를 지원받은 기관들은 전기료 절감의 실질적 이익뿐만 아니라 절약된 관리운영비를 또 다른 복지서비스에 활용할 수 있어 나눔이 나눔을 낳는 선순환 구조를 만들었다.

이 캠페인은 국내뿐 아니라 해외에서도 활발하게 진행되고 있다. 한화는 태양광을 통한 사

익화 방지를 위해 동을 설계해주 자연보호구역에 23만그루의 나무를 심어 '한화 태양의 숲 1호'를 조성한 것을 시작으로 '한화 태양의 숲' 캠페인을 지속적으로 추진하고 있다. 2013년부터는 중국청소년발전기금회와 함께 중국의 빈곤지역 학교에 태양광 발전설비를 기증하는 '한화-희망공정 해피선샤인' 캠페인을 통해 후베이성 우평현 지역의 위양관진 초등학교와 칭하이성 다둥현 지역의 세거우향 의명학교에 각각 30kW 규모의 지붕형(Roof-Top) 태양광 발전설비를 무상으로 기증, 설치한 바 있다.

이밖에도 공교육 활성화와 창의적 인재 육성을 위한 교육 기부에도 앞장서며 국가경쟁력 강화에 적극 기여하고 있다. 1975년 복일학원을 설립하고 북인고·북양여고를 운영하는 등 국가인재 육성에 남다른 관심을 갖고 있는 한화는 2011년부터 국가의 우수 과학인재 발굴 및 육성에 기여하고자 국내 최대 규모의 과학연구단체인 '한화 사이언스 챌린지'를 개최해 오고 있다. 매년 1, 2차에 걸친 예선을 통해 본선 진출 30개팀을 선발 후 3개월간의 연구과정을 거쳐 본선 및 시상식을 진행한다.

● 현대차그룹, ‘H-온드림 사회적 기업 창업오디션’ 성과 발표

“국내 최대 규모 사회적 기업으로 육성”

현대차그룹과 현대차 정몽구 재단이 지난 19일 오프라인에서 임시정 고용노동부 실장, 오광성 사회적기업진흥원장, 유영학 현대차 정몽구 재단 이사장, 사회적기업 대표 및 관계자 200여명이 참석한 가운데 ‘H-온드림 사회적기업 창업오디션 6기의 시상식 및 사업발표회를 개최하고 지난 성과를 발표했다.

현대차그룹과 현대차 정몽구 재단은 지난 5월부터 4개월간 예선과 본선을 실시했으며, 이날 최종적으로 육성 프로그램에 참여할 25개의 창업팀을 선정했다.

각 팀은 앞으로 24개월 동안 최고 1억 원의 지원금과 함께 다양한 창업교육 및 전문가 컨설팅 등의 지원을 받게 됐다.

이날 행사에서는 ‘사업을 통해 어떻게 사회적 문제를 해결할 것인가’를 주제로 각 팀의 사업발표회가 이어졌다.

제조유통분야에서는 대나무 칫솔을 생산, 판매하는 ‘다림노아’가 베트남 대나무생산지의 현지여성 60명을 고용하고 월 10만 개의 칫솔을 생산해 베트남 대나무 생산지 주민들의 빈곤문제 및 전세계적 플라스틱 폐기물 문제를 해결할 계획이라고 밝혔다. 정보통신분야의 ‘뉴티스트릭스’는 취약계층을 대상으로 소프트웨어 테스트를 양성, 고용에 전담테스트를 제공하는 사업 모델을 선보였으며, 문화예술분야에 온누리국악예술인행동조합은 국악 청년예술인들의 안정된 일자리와 지역연계 홍보 콘텐츠를 발표했다.

임서정 고용노동부 실장은 인사말을 통해 “본 사업은 정부와 기업, 선배 사회적기업가들이 힘을 모아 현장에 필요한 지원을 해줄 수 있는 좋은 기회”라며, “정부도



이제 발표한 사회적경제 활성화방안의 이행제도를 조속히 시행하고, 기업의 사회적공헌과 사회적기업의 상생을 위해 돕겠다”고 말했다. 현대차 정몽구 재단 유영학 이사장은 “재단과 현대차그룹은 H-온드림을 통해 우리나라의 역량 있는 사회적기업을 지속적으로 발굴하여 청년 및 사회 취약계층의 창업지원과 일자리 창출에 기여할 수 있도록

모의 사회적기업 육성프로그램으로, ▲창업교육 및 컨설팅 ▲팀당 최대 1억 원의 자금지원 ▲성공한 사회적기업의 1:1 멘토링 등 체계적인 프로그램을 제공해 많은 결실을 맺었다.

지난 2013년 2기 지원팀으로 선정된 ‘마리몬드’는 위안부 할머니들의 미술작품을 기반으로 한 패션, 디자인 상품을 제작 판매해, 영업이익의 50%를 피해자 할머니들을 돕는데 기부하고 있으며, 선정 당시 매출액 연 1000만원이었던 기업 규모는 지원을 통해 폭발적으로 성장하면서 2017년 연 100여 명의 매출을 바라보는 국내 대표 사회적기업으로 성장했다.

또한 같은 해 선정된 ‘두손잡이’는 노숙인의 경제적 자립 및 일자리 창출을 위한 종이웃걸이 제작사업으로 시작해 올해는 온라인 셀러들을 위한 전문 물류대행 서비스를 선보이며 2017년 현재 연 매출 40여을 목표로 하는 기업으로 거듭났다.

한편 이날 현대차그룹은 ‘H-온드림 사회적기업 창업오디션’을 포함해 2012년부터 2017년까지 진행된 다양한 사회적기업 창업 및 일자리창출 지원성과를 발표했다.

현대차그룹은 발표에서 ▲사회적기업 설립지원 ▲사회적기업 선발 및 육성 ▲사회적 경제 생태계 활성화 등 3가지 분야에 지난 5년간 총 260여 만을 투자해 282개의 창업팀을 지원했고 이로 인해 1917명의 일자리를 창출했다고 밝혔다.

2012년 처음 시작된 이 사업은 현재까지 150여 팀을 선발·육성한 국내 최대규모

를 노력하겠다”고 밝혔다. 올해 6기째를 맞이한 ‘H-온드림 사회적기업 창업오디션’은 현대차그룹과 현대차 정몽구 재단이 고용노동부, 한국사회적기업진흥원, 시민법인 씨즈, 한국메세나협회와 6년에 걸쳐 실시하고 있는 민간 전문기관과의 협력 모델이다. 2012년 처음 시작된 이 사업은 현재까지 150여 팀을 선발·육성한 국내 최대규모

이승택 기자 seung3080@naver.com

기업메세나 지원액은 늘었지만...

메세나협, 지난해 결산해보니

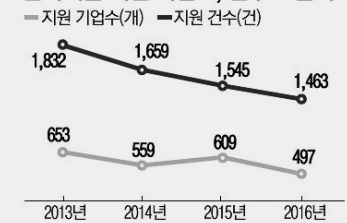
문화예술 2025억 지원...12.2% ↑

롯데홀 등 인프라·시설 증가 탓

지원 기업·건수는 모두 줄어

“김영란법에 영향받았다” 24%

문화예술 지원 기업도, 건수도 줄어



지난해 국내 기업들의 문화예술 부문 지원은 김영란법 영향을 받아 크게 위축된 것으로 나타났다.

금액으로는 늘었지만 인프라 지원 부분을 제외하면 기업들의 문화예술 지원은 실질적으로 감소세를 나타냈다. 국내 기업들의 예술 지원이 문화예술 자체에 대한 지원보다 공연장 운영 등과 같은 하드웨어에 집중되고 있기 때문으로 분석된다.

특히 클래식, 연극, 뮤지컬 등의 공연업계에서는 기업의 후원 및 협찬 중단으로 공연 제작과정에서 어려움을 겪고 있다. 실제로 최근 공연업계에서는 기업후원 유치 실패로 공연이 취소된 사례가 나오기도 했다.

한국메세나협회(회장 박삼구)가 19일 발표한 ‘2016년 기업의 문화예술 지원 현황 조사’에 따르면 지난해 국내 기업이 메세나에 지출한 금액은 2025억8100만원으로 2015년 대비 12.2% 증가한 것으로 집계됐다. 이는 총 497개 기업이 1463건의 사업에 지원한 금액이다. 조사 이후 처

음으로 2000억원을 돌파했다.

하지만 지원 기업은 609개에서 497개로, 지원 건수는 1545건에서 1463건으로 각각 18.4%, 5.3% 줄었다.

작년 잇단 정치적 악재와 ‘부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률(청탁금지법)’ 시행 등에 따라 기업의 문화 소비 심리가 위축된 것으로 풀이된다.

지원 총액 증가에 큰 영향을 미친 분야는 기업 문화재단을 통한 지원 금액의 증가였다. 기업 문화재단을 통한 지원 비중은 해마다 증가하고 있으며, 2016년 지원 총액은 919억4800만원으로 전년 대비 130억원가량 증가했다.

메세나협회는 “특히 2016년도 하반기 롯데콘서트홀을 개관하며 메세나 활동을 확대한 롯데문화재단이 처음으로 2위로 뛰어오르며 지난해 국내 기업 메세나 지출 총액을 끌어올린 것으로 보인다”고 분석했다.

기업별로는 서울, 논산, 춘천에 복합 문화공간 ‘상상마당’을 운영하며 지역문

화 활성화에 기여하고 있는 KT&G의 지원 금액이 가장 많았고, 그 뒤를 현대중공업, 롯데백화점, 신세계백화점, 현대백화점 등이 이었다. 기업 출연 재단 부문은 삼성미술관 리움 등을 운영하는 삼성문화재단이 1위를 차지했다.

그 뒤는 롯데문화재단, LG연암문화재단, 금호아시아나문화재단, GS칼텍스재단 순이었다.

개별 기업의 문화예술 지원 총액은 1106억3300만원(54.6%)이다. 분야별 지원 금액을 살펴보면 공연장·전시공간 운영 등 인프라 지원액이 1184억8000만원으로 가장 높게 집계됐다.

그다음으로 미술·전시(172억7000만원), 클래식(165억6000만원), 문화예술교육(112억2000만원) 등의 순이었다.

이들 기업을 대상으로 한 설문조사에 따르면 2016년도 9월부터 시행된 ‘부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률’도 기업 메세나 위축에 일부 영향을 준 것으로 확인됐다.

청탁금지법이 2016년도 하반기 메세나 활동에 영향을 미쳤는지에 대한 설문 응답 기업의 23.8%가 문화예술 지원 관련 지출을 축소하거나 중단했다고 답했으며, 2017년 지출 금액에 영향을 미치고 있다는 답변이 17.7%를 차지했다.

조사는 지난 3~5월 국내 매출액 500대 기업과 기업 출연 문화재단, 한국메세나협회 회원사 등 모두 686개사(응답률 60.3%)를 대상으로 했다.

김슬기 기자

회원사 Members

2018년 6월 31일 기준(가나다 순)

회장사

일신방직

부회장사

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

이사사

가현문화재단
고려당
금호아시아나문화재단
디자인하우스
사라
(주)신세계
이건홀딩스
전국경제인연합회
파라다이스그룹
한국문화예술위원회
한국예술문화단체총연합회
효성
한성자동차
POSCO
SK SUPEX추구협의회 사회공헌위원회
LG연암문화재단

회원사

가나아트갤러리
간삼건축
강원랜드
경남스틸
공간종합건축사무소
광주요
금융투자협회
금호건설
금호고속
금호타이어
금호홀딩스
금호미쓰이화학
금호석유화학
금호폴리켄
금호피앤비화학
김영사
나라삼양갑속기
나라통상(주)
(주)나우피플
네이버문화재단
네이처스웨밀리코리아
(주)노루비케미칼
(주)노루오토코팅
(주)노루페인트
녹십자
뉴서울 컨트리클럽
뉴스킨 코리아(주)
뉴욕제과
다보성고미술전시관
(주)다진
대림산업
대상
대상문화재단
대성산업가스
대신증권
대우건설
대한상공회의소
대한제분
(주)대한항공
더페이스샵코리아
도서출판 '삶과 꿈'
동서식품
동아쏘시오홀딩스
동아출판
동일방직
동일FnG(주)
두리비전
(주)두산
두산 산업차량(주)
두산건설
두산엔진(주)
두산연강재단
두산인프라코어

두산중공업
롯데렌터카
롯데문화재단
롯데백화점
르노삼성자동차
메리츠화재해상보험
(주)모나미
목천김정식문화재단
문화유산국민신탁
미디어월
미래에셋대우
법률사무소 C&B
베이글카페
보령제약(주)
본아이에프(주)
불보건설기계코리아
(주)브레드가든
빌모트건축회사 한국지사
삼성SDI
삼성SDS
삼성물산
삼성생명
삼성서울병원
삼성엔지니어링
삼성전자
삼성중공업
삼성증권
삼성카드
삼성화재해상보험(주)
(주)삼양인터내셔널
삼익문화재단
삼일회계법인
(주)삼화에프앤에프
삼환기업
삼암커뮤니케이션즈
(재)서울시립교향악단
서울예술기획
서울옥션
(주)성도GL
세일ENS
세화예술문화재단
소니코리아
(재)송원문화재단
(주)스파크인터내쇼날
신라교역
신성씨에스
신한금융투자
신한은행
신한카드
아시아나HDT(주)
아시아나에어포트(주)
아시아나항공
아이엔지생명

(주)아이피케이
(주)에스원
영앤윙섬 주식회사
오리콤
오비맥주 주식회사
올림푸스한국(주)
와이에스케이미디어
우리종합금융
(주)우진
우진건설(주)
원마운트
원암문화재단
원포시스(주)
유안타증권
유중아트센터
이상일문화재단
이건산업
인산죽염 주식회사
인터파크 큐브릿지
인하대학교 문화예술교육원
재단법인 송강재단
제우인베스트먼트(주)
제일기획
조선히텔
조은시스템
종이문화재단
주식회사 차오름에프앤비
지앤히어링코리아
청림출판
카카오
컨슈머타임스
케이옥션
코카콜라음료
크레디아프로젝트
(주)클라우드나인마케팅
태영건설
퍼시스
포스코ICT
프라임개발
필립모리스
(사)한국FPSB
한국GM
한국경영자총협회
한국공항공사
한국공항주식회사
한국광고주협회
한국국제교류재단
한국남동발전
한국마사회
한국무역협회
한국방송광고진흥공사
한국서부발전
한국수력원자력

한국암웨이
한국에탁결제원
한국전력공사
한맥도시개발
한미회계법인
한미약품
한빛문화재단
한세실업
(주)한진
(주)한화
한화생명
한화손해보험
한화케미칼
현대백화점
현대자동차
현대중공업 현대예술관
현대차 정몽구 재단
(주)호텔롯데
(주)호텔롯데 면세점
호텔신라
홈플러스
환경관리주식회사
휠라코리아
휴맥스
BMW코리아(주)
BNK 경남은행
BNK 부산은행
CJ문화재단
GA KOREA Outlet & Resort
G칼텍스재단
(주)HK
IBK기업은행
(재)KBS교향악단
KB국민은행
KDB생명
KEB 하나은행
KT
KT&G
LG생활건강
LG전자
LG화학
LH
LMS
OCI
SK건설
SK네트웍스
SK에너지
SK증권
SK텔레콤
SK해운
TCC동양

발행처 사단법인 한국메세나협회
발행일 2018년 7월
발행인 김영호
편집 경영기획팀
디자인 (주)디자인인트로 www.gointro.com
주소 서울시 영등포구 은행로 37(여의도동 13-31) 기계산업진흥회관 본관 6층
전화 02-761-3101~2
팩스 02-784-0953