



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

제주형(型) 메세나활동 모델
구축을 위한 연구

제주대학교 행정대학원

행정학과 일반행정전공

조 선 희

2017년 12월



제주형(型) 메세나활동 모델 구축을 위한 연구

지도교수 황 경 수

조 선 회

이 논문을 행정학 석사학위 논문으로 제출함

2017년 12월

조선회의 행정학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장

박 병 옥



위 원

황 경 수



위 원

최 대 식



제주대학교 행정대학원

2017년 12월



A Research on the Establishment of a Jeju Type Mecenat Activity Model

Cho Sunhee

(Supervised by professor Hwang, Kyung Su)

This thesis submitted in partial fulfillment of the
requirement for the degree of Master of Social Science

2017. 12.

This thesis has been examined and approved.

Department of Public Administration
GRADUATE SCHOOL OF PUBLIC ADMINISTRATION
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

- 목 차 -

I 서론	1
1. 연구 목적 및 배경	1
2. 연구 방법	2
II 선행연구 고찰	3
1. 선행연구 고찰	3
1) 문화투자론	3
2) 기업시민론의 재인식을 통한 지속가능경영론	3
3) 문화마케팅론	4
4) 문화경영론	5
2. 연구 흐름도 및 분석의 틀	6
III 한국 메세나활동 사례 분석 및 시사점	8
1. 메세나 개념 정의	8
2. 한국 메세나활동 사례 분석	9
1) 한국메세나협회	10
2) 경남메세나협회	14
3) 울산메세나운동추진위원회	20
4) 광역문화재단의 메세나사업 추진 현황	21
3. 시사점	28
IV 제주 메세나활동 분석 및 제주형(型) 모델 구축을 위한 조건 및 정책제언	30
1. 제주 메세나활동 분석	30
1) 제주메세나운동본부 시기	30
2) 제주메세나협회 태동기	35
3) 제주메세나협회 탄생과 활동	39
2. 제주형(型) 메세나 모델 구축을 위한 조건	47
1) 지자체의 적극적 예산 지원	47
2) 회원 기업에 대한 세제혜택 및 인센티브제도 시행	49
3) 회원 기업의 확대 및 조직 안정화	51
4) 문화예술단체의 수동성 및 소극성 극복	54

3. 제주형(型) 메세나 모델 구축을 위한 정책제언	59
1) 기업과의 동업의식, 팔길이 원칙 적용의 예산 지원	60
2) 제주특별자치도 특별법에 메세나활동 촉진을 위한 규정 도입	62
3) 지방정부, 도내주재 공기업, 지역 경제단체, 언론 등 메세나 거버넌스 구성	63
4) 문화예술단체의 ‘먼저 찾아가는’ 운동 전개	65
 V 결론	 68
 참고문헌	 70
Abstract	74

표 목차

<표 1> 각 지역 메세나협의회 창립 현황	10
<표 2> 한국메세나협회 주요사업	11
<표 3> 경남메세나협회 주요사업	15
<표 4> 경남메세나협회 2013년도 주요사업	16
<표 5> 울산메세나운동추진위원회 매칭펀드사업 추진현황.....	20
<표 6> 광역문화재단 메세나사업 추진현황	22
<표 7> 광역문화재단 메세나 기부 방식 및 시스템	23
<표 8> 광역문화재단 메세나사업의 세부 현황	24
<표 9> 서울문화재단의 예술제휴사업	26
<표 10> 한국 메세나활동 비교 분석표	29
<표 11> 메세나결연이 여타의 문화예술지원사업과 다른 점	31
<표 12> 제주메세나운동 여건 분석	31
<표 13> 제주메세나운동본부 사업 실적(2011.12.~2015.12.)	33
<표 14> 제주메세나협회 설립 1차 시도 추진경과(2014.3.~12.)	35
<표 15> 제주메세나협회 설립 2차 시도 추진경과(2015.8.~12.)	38
<표 16> 제주메세나협회 주요사업	41
<표 17> 제주메세나협회 유형별 결연실적	42
<표 18> 제주메세나활동 분석	46
<표 19> 메세나활동 지원 관련 법률 및 제주특별자치도 조례 내용	48
<표 20> 제주특별자치도의 예산 지원 추이	49
<표 21> 프랑스와 일본의 메세나활동 지원제도	50
<표 22> 한국의 메세나활동 지원제도	51
<표 23> 제주지역 메세나운동 기반 사례	53
<표 24> 제주메세나협회 회원기업의 업종 현황	53
<표 25> 제주메세나 결연 실적 총괄	55
<표 26> 제주 문화예술인 공공·민간영역 지원 현황	56
<표 27> 제주 문화예술인 공공·민간영역 지원 세부내역	56
<표 28> 제주 문화예술단체 현황	57
<표 29> 제주메세나협회 장르별 결연현황	58
<표 30> 제주형(型) 메세나활동 모델 구축을 위한 조건	59
<표 31> “예술가에게 가장 필요한 지원은 무엇인가”라는 질문에 “창작 지원(기금) 및 수혜자의 확대”라고 응답한 비율	60

<표 32> 「제주특별자치도 문화예술 재능기부 및 후원 활성화 지원 조례」 전문 …62
 <표 33> 성공적인 파트너십을 위해 예술단체가 노력해야 할 것들 ……66

그림 목차

<그림 1> 본 연구의 흐름도 ……7
 <그림 2> 분석의 틀 ……7
 <그림 3> (사)제주메세나협회 조직도 ……40

<국문 초록>

제주형(型) 메세나활동 모델 구축을 위한 연구

조 선 희

지도교수 황경수

제주대학교 행정대학원 행정학과 일반행정 전공

본 연구의 목적은 제주지역에 적합한 메세나활동 모델을 모색하는 데에 있다. 문화예술 창작·향유 지원과 환경 조성은 이미 국가와 지방정부의 주요기능 중 하나로 인식되고 있음에도 공공부문의 재정이나 국가예산만으로는 다양한 문화예술을 지원하는 데에는 한계가 있다. 문화예술에 대한 공공 지원의 보완재로서 기업의 메세나활동이 주목 받는 까닭이 여기에 있다.

이에 제주지역의 기업과 문화예술 환경에 적합한 모델에 대한 연구의 필요성이 존재한다. 본 논문에서는 한국에서 전개되고 있는 메세나활동의 현황을 살펴보고 지역에서 메세나활동이 활성화되기 위해 어떤 조건들이 필요한지 분석하였다. 이를 바탕으로 제주지역의 특성과 환경에 적합한 메세나활동 모델 구축을 위한 정책을 제언하였다.

분석 대상은 기업(인)이 주도하여 활발하게 메세나활동을 전개하고 있는 한국메세나협회 및 경남메세나협회, 지방정부가 주도하여 메세나활동을 견인하고 있는 울산메세나운동추진위원회, 지방정부 출연기관인 광역문화재단들이 추진하고 있는 메세

나사업들이었다. 분석 요소는 메세나활동 조직의 구성과 특성, 국가 및 지방정부의 재정적 지원 여부, 메세나 기업에 대한 세제혜택 및 인센티브 제공 여부, 문화예술단체 대상 메세나 교육 실시 여부 등이었다.

분석 결과 메세나활동 활성화를 위한 중요한 전제조건은 기업(인)이 주체가 되어야 한다는 사실과 국가 및 지방정부의 적극적 예산 지원임을 확인할 수 있었다. 이 같은 분석의 틀을 통해 제주 상황을 살펴볼 때, 제주메세나협회에 대한 제주특별자치도의 예산 지원은 미흡한 실정이며, 회원기업의 참여도도 낮은 실정이다. 이를 극복하기 위해서는 제주형(型) 메세나활동 모델 구축이 시급하다.

본 논문이 제시한 정책 제언의 첫 번째는 제주특별자치도가 ‘팔길이 원칙’을 적용한 예산 지원에 보다 적극적이어야 한다는 것이다. 둘째, 제주특별자치도 특별법에 메세나활동을 촉진하는 규정을 도입하고 셋째, 도내 주재 공기업과 경제단체 및 언론기관 등과 ‘메세나 거버넌스’를 구성할 것을 제안한다. 마지막으로 문화예술단체들도 일방적 수혜자의 입장에서 벗어나 메세나활동의 적극적 수행자로서의 역할을 다 하기 위한 태도 개선과 역량 강화가 필요하다.

본 연구가 제언하는 정책들은 제주형(型) 메세나활동의 활성화의 전제임과 동시에 그 지속가능성을 담보하는 조건이기도 하다. 메세나활동을 매개로 한 제주도 향토기업과 지역 문화예술계의 상생과 동행은 곧 도민의 문화예술 향유 기회의 확대로 귀결된다. 결국 제주형(型) 메세나활동 모델의 구축과 실현은 단순히 기업이 재정적으로 열악한 문화예술계를 지원하는 데에서 끝나지 않고 경제와 문화예술의 균형적 성장을 돕는 일이며 제주특별자치도의 문화경쟁력을 키우는 길인 것이다.

주제어 : 한국 메세나, 지역 메세나, 제주형(型) 메세나

I 서론

1. 연구의 목적 및 배경

본 연구의 목적은 지역 메세나 활성화에 필요한 요소들을 짚어보고 제주형(型) 메세나 모델을 찾아보는 데에 있다. 1994년 전국경제인연합회를 비롯한 5개 경제단체, 23개 기업인, 문화예술인 6인이 발기인으로 참여하여 한국기업메세나협의회(2004년 한국메세나협의회로, 2013년 한국메세나협회로 협회 명칭 변경)를 창립한 지 올해로 23년째를 맞고 있음에도 지역사회로 넓게 확산되지 못하고 있는 것이 우리의 현실이다.

2007년 한국메세나협회에 이어 지역에서는 처음으로 경남메세나협회가 창립되어 척박한 지역 메세나의 프런티어 역할을 해오고 있다. 지역 메세나 생존 자체가 무척 어려운 현실을 감안할 때 중앙 중심, 대기업 중심의 한국메세나 운동사에 경남메세나협회의 탄생과 활약은 그 의미가 깊다 하겠다. 그로부터 8년 뒤인 2015년 제주메세나협회가 우여곡절 끝에 창립됨으로써 서울과 경남에 이어 지역 메세나의 가능성을 보여주는 사례를 만들어가고 있는 중이다. 경제규모나 향토기업들의 환경이 상대적으로 열악할 수밖에 없는 제주에서 전국 세 번째로 명실상부한 협회가 만들어졌다는 사실은 메세나운동을 준비 중인 타 지역에 시사하는 바가 적지 않다.

한국적 상황 혹은 각각의 지역사회가 처한 상황에서 메세나의 성격과 지향성을 규정하기란 간단하지는 않다. 그러나 통상적 의미에서 메세나를 기업의 사회적 책무의 하나로서 문화예술적 공헌이라고 규정할 때 그 필요성만큼은 여전히 유효하다. 정부예산을 비롯한 공공부문의 재정만으로 다양한 문화예술을 지원하는 데에는 한계가 있기 때문에 비정부 부문의 재원을 이끌어낼 수 있는 방안을 강구하는 것은 매우 중요할뿐더러 문화예술에 대한 기업의 지원과 투자를 유도하는 것은 주요한 문화정책과제 중의 하나라 할 수 있다(이흥재·김해동 등, 1997). 특히 문화예술 창작·향유지원과 환경조성 등에 사용돼 온 문예진흥기금의 고갈은 문화예술에 대한 공공 지원의 보완재로서 기업의 메세나활동에 주목하게 만드는 이유가 되고 있다. 공연장, 박물관, 미술관 등의 입장료에 일정액을 부과하던 모금수입이 문예진흥기금의 가장 큰 재원을 이루었으나 2003년 기금 모금 방식이 위헌 판결을 받아 2004년 1월부터 모금은 중단된 상태이다. 지난 10여 년 간 별다른 재정 확충 없이 지원사업비 부족분을 문예기금 적립금에서 사용해왔고 결국 2004년 5273억 원에 달했던 문예진흥기금은 10년 새 90% 감소했고, 2017년 잔액은 고작 422억 원에 그치고 있다. 이마저 2018년에는 바닥날 것으로 예상된다. 이에 따라 문예진흥기금을

주요 재원으로 추진해온 공공부문의 문화예술 창작지원은 새로운 대안을 모색하지 않으면 안 되는 위기를 맞고 있다.

문화예술 지원에 민간자본을 끌어들이야 하는 국가적 필요나 기업의 윤리적 책무(Noblesse Oblige)에 대한 강조만으로 이윤 창출이 본질적 목적인 기업에게 적극적 메세나 활동 참여를 역설하는 것은 한계가 있다¹⁾. 메세나 활동에 대한 기업의 인식과 태도의 전환만큼이나 문화예술인(단체)들의 적극적인 인식과 태도의 개선이 필요하며 양자가 상생과 협력의 관계를 유지할 수 있도록 조율자로서의 행정(국가 또는 지방정부)의 역할이 필수적이라 할 수 있다. 이에 본 연구는 제주 메세나 활성화를 위해 기업과 지방정부, 문화예술단체의 상호 역할을 모색하면서 제주지역에 적합한 메세나 모델 구축 방안을 모색하였다.

2. 연구 방법

본 연구는 문헌 연구를 통해 관련 이론과 선행연구를 검토하는 비교분석방법론으로 한국의 메세나 운동을 정리하고 제주지역에 주는 시사점을 도출하였다. 이를 위해 일정한 분석의 틀을 정하여 그 범위 내에서 국내외 사례를 분석하였다. 사단법인 형태로 메세나 활동을 전개하고 있는 서울과 경남, 제주가 주요 분석 대상이며, 이외에도 시도는 하였으나 불발에 그친 몇몇 지역의 사례 분석을 통해 지역 메세나 활성화의 필수적인 요인들을 살펴보았다. 여기에 덧붙여 독립 법인의 형태는 아니지만 광역 문화재단들에서 수행하고 있는 메세나 사업 분석을 통해 현실적으로 추진 가능한 지역 메세나 형태도 고찰하였다.

제주형(型) 메세나 모델 모색이라는 본 연구의 목적에 충실하고자 제도적 접근을 중심으로 연구하였다. 메세나 활동은 기업의 문화예술 지원 영역이기 때문에 행태적 접근도 중요하지만 정책 및 제도적 접근을 통해 제주에 최적화된 메세나 시스템 구축 방안을 제안했다.

1) 황경수는 「제주메세나운동의 여건 분석과 추진방안」(『제주문화예술정책연구』, 2011, 제주문화예술재단)에서 기업의 문화예술에 대한 지원은 5~50%에 이르는 무거운 상속 또는 증여세를 면제받기 위해 문화예술 지원재단을 설립하여 운영하거나 재단 활동에 재산 출연(기부활동) 등 경제적 동기로 시작되었음을 언급했다.

II 선행연구 고찰

1. 선행연구 고찰

메세나의 의미는 관점에 따라, 시대에 따라, 주체의 활동 양상에 따라 다양하게 해석되어 왔다. 기업의 메세나 활동의 성격을 정확하게 파악하기 위해서는 기업의 구체적인 메세나 활동 동기와 효과에 대한 선행 연구들을 살펴볼 필요가 있다.

1) 문화투자론

양현미·김소영(2002) 등은 1980년대 후반에 이르러 전반적인 경기 침체 속에서 공익성보다는 자사의 실익에 보다 직접적으로 연관된 방식으로 기업 메세나가 변모했음을 지적했다. 이전의 자선적 동기가 완전히 배제되었다고는 할 수 없지만 회사의 이윤창출에 직접적인 도움이 되도록 예술을 마케팅 전략에 활용하는 방식이 기업메세나의 지배적 방식이 되었다는 것이다. 이 같은 변화는 기업에 여유자금이 있어서 부수적으로 예술지원을 하는 것이 아니라 기업의 목표가 이윤의 극대화라고 할 때 기업과 예술이야말로 진정한 경제 파트너라는 사고의 전환을 반영하다고 보았다. 기업의 미래를 위한 투자 개념으로 보는 것이 곧 문화투자론적 관점에서의 메세나이다. 이들의 연구는 기업메세나 활동을 문화투자로 규정한, 호주문화인문학재단(Australian Foundation for Culture & Humanities)이 아서 앤더슨사(Arthur Andersen)와 공동으로 발간한 보고서 『기업에서 예술과 문화의 작용-기업의 문화투자 가이드(Making Arts & Culture Work in Business-The Business Case for Cultural Investment Guide)』(1999)에 주목한다. 이 보고서에 따르면 문화투자의 상업적 혜택을 크게 기업의 정당성(corporate legitimacy), 시장 우위(market advantage), 종업원에 대한 혜택(employee benefits)의 세 가지 범주로 밝히고 있다. 이에 대한 실증분석 결과 기업 측면에서는 기업 이미지 제고, 시장 측면에서는 기업 인지도 제고, 그리고 종업원 측면에서는 고객과의 관계증진과 같은 네트워킹 효과가 크게 나타나는 것으로 보고되고 있다.

2) 기업시민론의 재인식을 통한 지속가능경영론

채원호·손호중(2004) 등은 기업도 사회의 구성원이므로 사회발전에 기여해야 할 책임이 있다는, 기업과 사회의 동반자적 관계를 설명하는 기업시민론에서 한 발 더 나아가 기업의 지속가능한 경영(Corporate Sustainable Management) 차원에서 메세나에 대한 적극적 역할을 주문하고 있다. 곧 CSR(Corporate Social

Responsibility)에 대한 비판과 재인식을 통해 CSM(Corporate Sustainable Management)으로의 이행을 제안하고 있는 것이다.

주순이(2017) 역시 기업의 지속가능성과 메세나와의 관계를 고찰, 분석함에 있어 기업은 사회적·환경적 책임을 전략적으로 활용하여 경쟁우위를 창출하고 기업 가치를 높이는 한편 제품의 국제 경쟁력을 확보하는 데 활용할 수 있음을 밝히고 있다. 지속가능 경영에 있어 무엇보다 중요한 요소가 조직원이라는 점을 강조하고 메세나에 대한 조직과 개인의 관심도가 메세나 참여의지를 매개하여 조직 충성, 조직 신뢰, 조직 애착 등 조직문화 강화에 미치는 영향 관계 분석을 통해 조직원들의 정서적 유대감과 동료와의 관계 강화, 업무 몰입 등 구체적인 조직원 효과를 이끌어 낼 수 있음을 증명하고 있다. 이를 위해 기업이 참여 중심의 메세나 프로그램으로 조직원들의 관심과 동참을 유도하면서 기업 이미지와 기업 가치의 이해, 감성적이고 창의적인 교육 등 다양한 측면에서 메세나 효과를 획득할 수 있도록 고려할 것을 주문하고 있다.

3) 문화마케팅론

양현미·양지연(1995) 등은 1980년대 후반으로 접어들면서 기업의 예술지원은 회사의 이윤창출에 직접적인 도움이 되도록 예술을 마케팅 전략에 적극적으로 활용하는 방향으로 변모하였다고 분석했다. 그 이전에도 기업의 예술지원은 언제나 그 기저에 어떤 형태와 정도로든 기업의 사리를 염두에 두고 이뤄져왔던 것도 사실이지만, 특히 90년대를 지나면서 많은 기업들이 자사의 이윤창출에 기여한다는 확신이 없는 한 기부를 하지 않는 경우가 빈번해졌다는 것이다. 필랜트로피와 마케팅의 목표에 동시에 부합되는 분야로 기업이미지 향상, 광고, 판촉활동, 섭외활동을 지적인 코틀러와 앤더슨(1991)의 연구를 소개하고 있다. 이 4개 분야는 전형적인 마케팅의 중심분야로서 기업은 예술이나 문화행사의 스폰서가 되는 등의 지원방식을 통해 마케팅 목표를 효과적으로 달성할 수 있다는 것이다.

이홍재(1997)도 이러한 형식의 문화예술과 마케팅의 결합은 예술에 대한 기업의 일방적인 시혜 관계를 떠나서 기업과 예술 양자 모두의 이해 관계를 동시에 만족시키는 상호 동등하고 호혜적인 관계로 발전할 수 있는 가능성이 열리게 되었음을 지적하고 있다. 이 같은 변화의 원인으로서는, 예술이 기업환경과 기업문화에 기본적인 지원을 제공하는 원천이라는 이유도 있겠지만 보다 중요한 것으로는 기업의 입장에서 볼 때 점차 늘어나는 예술에 대한 수요와 예술이 지역경제에 미치는 긍정적이고 잠재적인 과급효과가 상당히 매력적인 시장으로 떠오르고 있다는 것을 들고 있다.

4) 문화경영론

문화마케팅론에서 더 나아가 최근 화두가 되고 있는 것이 문화경영론이다. 김성규(2011)는 ‘문화예술’이라는 감성코드를 활용한 대중과의 전략적 커뮤니케이션이라 할 수 있는 문화마케팅론에서 한 발 더 나아가 지속가능한 기업을 위한 경영전략으로서, 문화라는 수단을 활용하여 보다 고차원의 고객 감동과 직원의 동기 유발 및 자기계발을 추구함으로써 기업의 전반적 가치를 창출하는 문화경영론을 최근의 경영 화두로 분석하고 있다. 김선화(2009)도 기업이 느끼는 문화경영의 필요성에 대해, △환경변화에 따른 경영가치 변화 △차별화된 경영 및 마케팅 전략의 요구 △기업마케팅에서의 활용 △글로벌 마케팅 전략수단 △인재양성 및 조직문화 개발 △사회공헌을 통한 기업이미지 제고 등으로 정리하고 있다. 김성규(2011)는 문화마케팅은 대부분의 사례에서 보듯이 기업이 필요에 의해 선택한 것이었으며, 예술을 지원해주는 것이 아니라 기업이 필요로 하고 부족한 것을 문화예술이 채우도록 하는 것이라고 지적하고 따라서 기업에 필요한 것을 어떻게 제공해 줄 것인가에 대한 문제는 예술단체의 몫으로서 기업의 문화마케팅에 예술단체가 어떻게 접목될 수 있는가에 대한 고민이 필요하다고 보았다.

이상에서 살펴본 것처럼 메세나에 대한 연구는 1990년대 중반부터 본격적으로 이루어졌고 2000년대 초반까지 연구의 초점은 주로 메세나의 동기와 효과 분석을 통한 기업의 메세나 활성화 방안이었다. 그러나 “폭넓은 시민 한 사람 한 사람에 의한 문화예술을 비롯한 현대적 공익활동에 대한 적극적인 관여”라는 최근의 메세나 경향성을 상기할 때 지역 향토기업을 중심으로 한 메세나 활동과 지역 시민들의 동참을 이끌어내기 위한 연구는 그다지 활발하지 않은 실정이다. 특히 현재 17개 광역 시·도 가운데 3개 지역에만 메세나협회가 창립되어 활동 중인 현실을 감안할 때 지역 메세나 활성화 방안 논의가 보다 활발하게 진행되어야 할 것이다.

양현미·양지연(1995)은 공공지원이 감소함에 따라 기업메세나 활동에 대한 정부의 정책적 관심이 증가하고 있다고 지적한 바 있다. 국민들의 급격한 문화수요 확대와 문화복지국가 건설을 위한 정책사업의 증대에 부응하기 위해 정부는 공공재원과 함께 민간재원, 그 중에서도 기업메세나의 확대에 대해 정책적 관심을 기울이지 않을 수 없다는 것이다. 지방화와 함께 지방자치단체의 문화사업이 확대되고 있으며 이러한 재원확보를 위해 기업메세나가 요청될 것이며 초기단계에서는 지자체의 공공문화사업에 기업이 후원자 내지는 협찬자가 되는 방식이 될 것으로 내다봤다. 비록 규모는 작지만 중소기업이 지역사회 내에서 하는 메세나활동이 점차 중요해지고 있음을 전망한 바 있다. 이 같은 전망에 기초하여 기업메세나 활성화를 위한 정책방향으로 △기업메세나 관련 조세지출제도 개선 △공동출자제도의 도입 △공기업

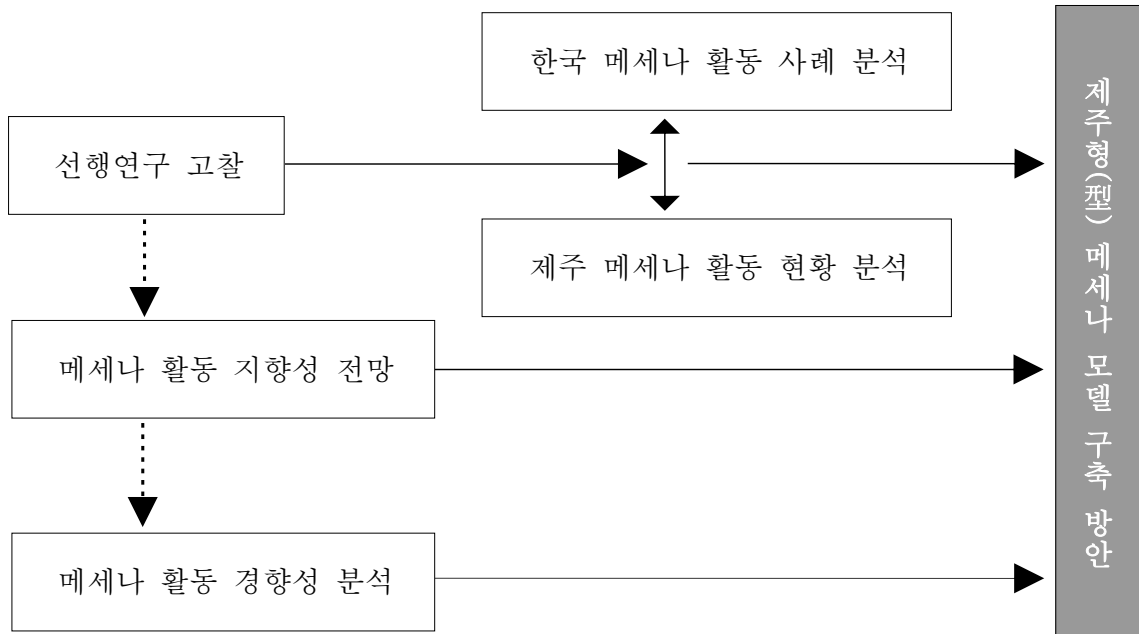
의 메세나활동 의무화 △기업메세나협회의 촉매기능 강화 등을 제안하였다. 이러한 제안은 현재 활성화되지 못하고 있는 지역 메세나의 기반 마련에 여전히 유의미한 제안이다. 특히 공기업의 메세나활동 의무화는 기업 규모가 작고 메세나에 대한 인식이 부족한 지역의 경우 매우 적절한 제안이다.

2. 연구 흐름도 및 분석의 틀

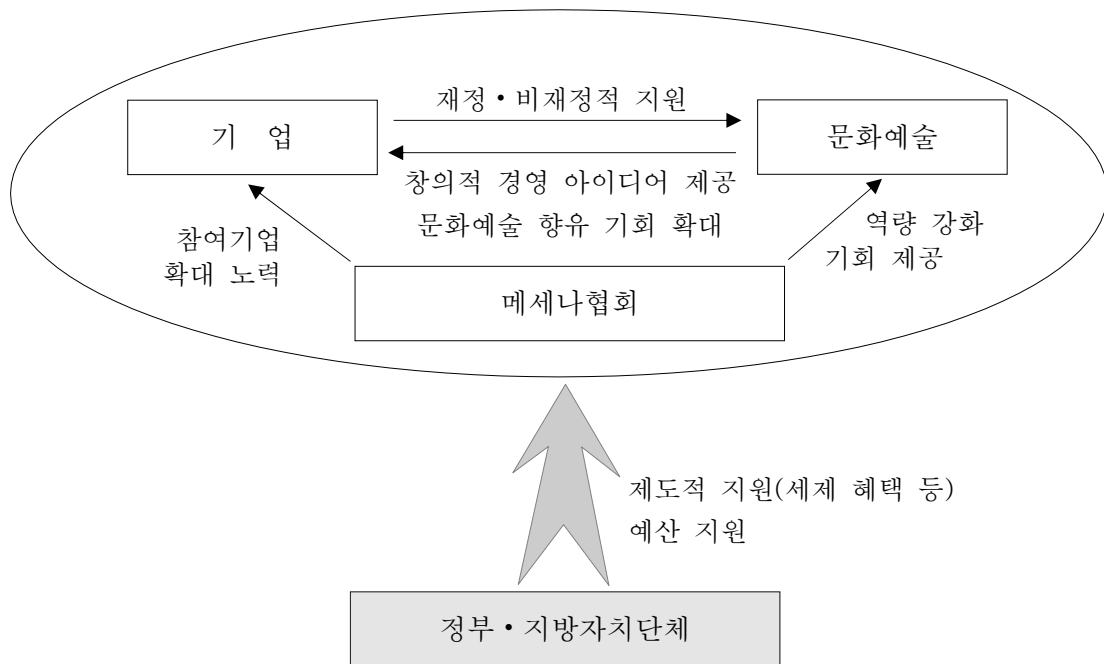
지역 메세나활동의 현황과 문제를 파악하기 위해 제주지역의 메세나활동에 관한 본격적인 선행연구라 할 수 있는, 김명범·황경수(2009)의 『메세나 운동의 제주지역 도입방안에 관한 연구』와 한상우(2013)의 『경남메세나 5년의 성과와 향후 과제』, 관련 보고서, 각 지역의 언론보도 내용을 토대로 지역 현황을 살펴보았다. 한국메세나협회가 매년 발간하고 있는 연차보고서를 활용, 한국 메세나 현황을 파악하고 이를 여타 지역 메세나활동과 비교 분석하였다.

메세나활동은 기업과 문화예술계의 직접적인 관계가 그 주축을 이루지만 결국 이를 협력, 지원하는 중앙정부 및 지방정부와의 유기적 관계가 그 성과를 좌우한다 할 수 있다. 따라서 △메세나조직의 구성과 특성 △메세나 매칭사업에 대한 공공의 지원 여부 △조직 운영에 대한 공공의 예산 지원 여부 △회원기업에 대한 세제혜택 및 인센티브 제도 시행 여부 △문화예술단체 대상 메세나 교육 시행 여부 등의 여섯 가지 요소를 중심으로 비교 분석했다. 제주메세나활동의 현황 또한 이 틀에 근거하여 분석하고 향후 지속가능한 제주형(型) 메세나 모델 구축 방안을 모색하였다. 본 연구의 흐름도 및 분석의 틀은 다음과 같다.

<그림 1> 본 연구의 흐름도



<그림 2> 분석의 틀



III 한국 메세나활동 사례 분석 및 시사점

1. 메세나 개념 정의

메세나(Mecenat)는 로마시대 문화예술 보호운동에 앞장섰던 재상 가이우스 클리니우스 마에케나스(Gaius Cilnius Maecenas)의 이름에서 유래한 프랑스어로 ‘예술과 문화, 과학에 대한 두터운 보호와 원조’(문예진흥원, 1993)를 의미한다. 마에케나스는 시인 호러스(Horace), 버질(Virgil), 프로페르즈(Properz) 등에게 대가 없이 물질적, 재정적 지원을 아끼지 않았고 당대 예술가들의 예술창작 활동을 적극적으로 후원하여 로마의 예술을 풍요롭게 만들었다. 외교관이자 대지주였던 마에케나스의 이 같은 조건 없는 후원(Patronage)은 노블리스 오블리주(Noblesse Oblige)의 선구적 사례이자 어떠한 구체적 반대급부에 대한 기대 없이 이타(利他)주의적 목적으로 문화 및 사회의 여러 분야를 지원하는 활동이라는 메세나(Mecenat)의 근간을 이룬다.

현대에 이르러 기업의 예술지원 활동을 지칭하는 몇 가지 용어들을 구분하고 각각의 용어가 갖는 뉘앙스를 정확하게 이해함으로써 다양한 기업 예술지원 활동의 중심 이념을 정립하는 시도가 이루어졌다. 양현미·양지연(1995) 등은 엄격한 구분 없이 혼용되는 유사 개념들을 박애주의에 근거한 필랜트로피(philanthropy), 예술가에 대한 후원과 보호의 의미가 강한 패트로니지(patronage), 문화예술 후원을 통해 기업의 이미지를 높이기 위한 기업 활동을 의미하는 메세나(mecenat), 기업의 뜻에 부합하는 문화예술 행사에 경제적으로 부조하는 협찬으로서의 스폰서십(sponsorship), 문화예술과 기업의 동등한 입장을 강조하는 파트너십(partnership) 등으로 구분하였다.

『한국메세나협회 20년사(2014)』에 따르면, 1994년 한국기업메세나협의회는 설립 당시 ‘메세나’라는 용어를 사용한 데 대하여, “‘메세나’라는 다소 생소한 외래어를 사용하는 데 대한 부담 문제가 제기되었으나, ‘지원’이나 ‘후원’ 같은 용어를 사용할 경우 종래와 같이 기업의 일방적 지원이라는 뉘앙스가 남게 되므로 새로운 용어를 사용하여 개념을 정착시키자는 데 의견이 모아졌다.”고 밝혔다. 즉 ‘기업메세나협회’는 “기업과 문화예술이 서로 호혜적인 입장에서 보완적으로 협력하기 위한 기업들의 모임이며, ‘메세나’는 ‘기업의 이윤 추구 목적이 아닌 공익적 문화사업 및 대외적을 문화예술과 협력하고 지원하는 활동’”으로 정의하고, 어느 일방에 의한 단순 후원이나 지원이 아닌, 기업과 예술이 함께 도움을 주고받으며 상생할 수 있는 방법을 도모하자는 의지를 표출하였다. 양현미·양지연(1995) 등은 이를 ‘동등한

상호 호혜관계에 기초한 기업의 문화예술 후원활동'이라고 정의하고, 여기서의 상호 호혜관계란 기업은 합리적인 경영마인드를 문화예술단체에 전수하고, 문화예술계는 기업에 창의적인 해법을 제공하는 상보적 역할로 이해했다.

이처럼 메세나의 의미는 광범위하게 사용되고 있다. 이는 곧 메세나의 주체가 다양해지고 그 대상 또한 광범위해지는 것을 뜻한다고 이흥재(1997)는 해석한다. 프랑스를 비롯한 유럽에서는 그동안 문화예술의 주요한 보호자였던 국가 중심에서 지방자치단체로 확대되고 나아가 기업의 참가를 요구하며 최종적으로는 시민 한 사람 한 사람에게까지 다원화하고자 하는 움직임이 메세나라는 이름으로 확대되고 있다는 것이다. 이런 점에서 최근의 메세나와 필렌트로피는 “폭넓은 시민 한 사람 한 사람에게 의한 문화예술을 비롯한 현대적 공익활동에 대한 적극적인 관여”를 지향하는 시도로 이해할 수 있다고 밝히고 있다.

2. 한국 메세나활동 사례 분석

한국 메세나활동의 시초는 1994년 출범한 한국기업메세나협회이다. 그러나 명칭이 ‘한국’기업메세나협회일 뿐 일반적인 경우처럼 각 지역 협회의 중앙 총회격의 위상이나 성격은 아니었다. 그 당시 지역 메세나운동의 단초는 보이지 않았다. 그로부터 거의 10년이 지난 2003년에야 전북메세나협회가 만들어졌다. 이어 2004년 1월에는 광주에서, 2005년에는 강원에서 잇따라 협회가 창립되었다. 그리고 2007년 부산메세나진흥원과 경남메세나협회, 울산메세나운동추진위원회가 첫 발을 뚫고 이듬해인 2008년 충북메세나협회가 창립되었다.

이렇듯 2003년에서 2008년에 이르는 사이 전국 곳곳에서 메세나의 새싹이 힘차게 돋아나는 분위기였다. 그러나 현재까지 활발하게 활동을 전개하고 있는 곳은 경남메세나협회 한 곳 뿐이고 울산의 경우 여전히 지자체의 사업으로 추진되고 있으며, 부산의 경우 순수민간 주도의 부산메세나진흥원이 명맥을 이어가고 있을 뿐 현재 대부분 활동이 중단된 상태이다. 그럼에도 경남과 부산, 울산 세 지역에서 메세나운동의 출범을 알린 2007년은 지역메세나 운동의 원년이라 부를 만하다.

협회가 창립에까지 이르렀으나 그 결실을 보지 못하고 문을 닫아야 했던 많은 지역 협의회에는 복합적인 속사정이 존재한다. 다만 한 가지 분명한 것은 기업(인)의 자발성과 적극성이 결여된 상태에서는 운동의 지속력을 담보하기 어렵다는 사실이다. 언론(충청투데이, 2009.2.24.)에서는, 충북의 경우 충북도가 기업과 문화의 접목이라는 의욕적인 목표를 내세우고 경제인, 기업인, 언론인, 의료인, 금융인, 예술단체 등 30여 명의 위원으로 충북메세나협회를 창립했지만 이렇다 할 성과 없이

유명무실하게 되어 관 주도 메세나운동의 한계를 드러냈다고 보도한 바 있다. 광주 역시 꽤나 선도적으로 협의회를 구성하였지만 초기 기반 마련에 실패하여 추진 동력 없이 흐지부지된 상태이다. 메세나운동의 성공 여부는 결국 기업(인)의 자생적 조직화라 할 수 있다. 한국메세나협회를 비롯해서 경남, 울산, 제주의 경우가 이를 반증한다 하겠다.

<표 1> 각 지역 메세나협의회 창립 현황

구분	서울	전북	광주	강원	부산	경남	울산	충북	제주
창립 시기	1994	2003.6.	2004.1.	2005.12.	2007.8.	2007.7.	2007.8.	2008.7.	2011.12.
창립 당시 명칭	한국 기업 메세나 협의회	전북 메세나 협의회	광주 메세나 협의회	강원 메세나 협의회	부산 메세나 진흥원	경남 메세나 협의회	울산 메세나 동추진위원회	충북 메세나 협의회	제주 메세나 운동본부
현재 명칭	한국 메세나 협회	-	-	-	"	경남 메세나 협회	"	-	제주 메세나 협회
활동 여부	○	×	×	×	○	○	○	×	○
성격	기업(인) 주도	-	-	-	사회문화단체 '부산포럼' 중심 순수민간주도	기업(인) 주도	지자체 주도	-	제주문화예술재단 주도→기업(인) 주도

자료: 무등일보(2004.1.28.), 전북일보(2016.2.27.), 충북공보관실 자료(2008.7.28.), 강원일보(2005.12.20.), 부산메세나진흥원 홈페이지(www.busanmecenat.or.kr), 광주일보(2008.2.12., 2008.2.20., 2008.6.10.), 울산종합일보(2007.6.18.), 울산신문(2007.12.28.), 충청투데이(2009.2.24.) 참고, 재구성

1) 한국메세나협회

한국기업메세나협의회는 1994년 '문화예술에 대한 인식을 제고하고 문화예술 인구의 저변을 확대시켜 경제와 문화예술의 균형발전에 기여함'을 목적으로 설립되어 2004년 한국메세나협의회로, 2013년 한국메세나협회(이하 '한국협회')로 명칭이 변경되었다. 한국메세나협회 2016 연차보고서에 따르면 한국협회는 다음과 같이 역

합과 특징을 명시하고 지금까지 활동을 이어오고 있다.

- 메세나운동의 주체가 되어 단체 및 개인으로 운영되는 순수문화계 지원 유도
- 효율적 지원방안 연구 및 보급
- 기업의 문화예술 지원 촉진을 위한 법제와 정책 건의
- 모범적인 문화예술 지원 기업에 대한 사회적 관심 환기
- 회원 기업의 개성에 맞는 지원 방법과 규모 존중
- 문화예술계 진흥을 위한 사회공헌 활성화 방안 모색

이는 기업의 문화예술계 지원을 고유 활동영역으로 합과 동시에 이의 확산을 위한 연구 및 정책적 기능이 지속가능한 메세나활동의 전제조건임을 명확하게 제시하고 있는 셈이다. 출범 10년만인 2004년 7월 어린이를 위한 문화예술교육사업 ‘Arts for Children’ 사업을 시작했고, 2005년 12월에는 ‘기업과 예술의 만남(Art & Business)’사업을, 2007년 3월에는 ‘예술지원 매칭펀드’를 시작했다. 2016년 연차보고서를 참고로 한국협회의 주요사업 내용을 살펴보면 <표 2>와 같다.

<표 2> 한국메세나협회 주요사업

구분	내용	추진 방향	실적(2016년)
기업과 예술의 만남	대기업 결연	- 기업이 문화예술단체창작활동 및 운영을 직접 지원 - 협회 보유 DB를 통해 기업에게 적합한 파트너 추천 - 기업과 예술단체가 장기적 파트너십을 이어가도록 컨설팅	37건/ 4,186백만원
	예술지원 매칭펀드	- 한국문화예술위원회와 공동추진 - 기업의 예술단체 지원금에 비례한 금액을 정부가 추가 지원하는 매칭그란트 - 장기적 파트너십 구축 장려	124건/ 3,320백만원
	지역특성화 매칭펀드	- 예술활동의 수도권 집중 해소, 지역문화예술 활성화를 위한 특화지원 - 광역시도 문화재단 주관 공공문화예술프로젝트에 해당지역 기업(중소/중견/공기업)지원금액에 비례하여 공공펀드(한국문화예술위원회 문예진흥기금) 추가 지원하는 매칭그란트	34건/ 1,251백만원

문화공 헌사업	찾아가는 메세나	공연 관람을 통한 지역 및 사회계층간 문화적 불평등 해소	58회/ 12,810명
	Arts for Children	문화적으로 소외된 아동, 청소년에게 문화향유 및 문화예술교육 기회제공을 통한 문화적 감수성 계발	454회/ 13,867명
	예술단체 육성	문화예술 개인 및 단체 지원을 통해 문화예술 인프라 구축 노력과 문화선진국으로의 발판 마련	180회/ 60명
한국 메세나 대회	시상식 & 결연식 & 인증식	대한민국의 문화예술 발전 및 우수 예술활동에 기여한 개인 및 기업 선발, 시상	메세나 대상 5기업
홍보	온-오프라인 홍보 및 계간지 발간	기업의 문화예술 지원에 대한 인식 확산 및 메세나 활성화를 위한 홍보	
조사연 구 출판	현황통계조사 및 관련서적 발간	- 기업의 예술지원 및 협력에 필요한 조사 데이터 제공 - 문화예술 지원 확대를 위한 정보 자료 제공	
학술교 류	워크숍 개최 및 네트워킹	- 메세나 활성화를 위한 법제도 개선 방안 연구 - 예술단체에 필요한 마케팅, 비즈니스 교육 제공	

자료 : 한국메세나협회 2016년 연차보고서 참고, 재구성

한국협회의 대표적 사업이라 할 수 있는 ‘기업과 예술의 만남’ 사업은 한국협회와 한국문화예술위원회가 공동으로 기업과 예술단체의 전략적 파트너십을 추진하기 위해 마련한 프로그램이다. 기업과 예술단체의 협력을 통해 양자 간의 상생 기반을 도모하고, 단발성 지원에서 벗어나 장기적인 지원을 통해 다양한 프로그램을 개발하는 데에 목적이 있다.

2006년 본격적 출범 이후 2015년까지 대기업 283건, 중소·중견기업 808건 등 총 1,091 건의 결연이 성사되었고 그 규모는 513억 원에 이른다.²⁾ ‘기업과 예술의

2) 한국메세나협회의 2015년도 협회 활동을 정리한 연차보고서에 보고된 집계액이다.

만남' 사업의 일환으로 추진되고 있는 '예술지원 매칭펀드'는 기업이 예술단체에 지원하는 금액에 비례한 금액을 정부에서 추가로 지원(문화체육관광부 → 한국문화예술위원회 → 한국메세나협회)하여 예술활동을 돕는 매칭그란트(Matching-Grant)로 운영된다. 상대적으로 재정여건이 열악한 중소·중견기업의 지원금에 정부 지원을 추가함으로써 참여기업의 재정부담은 감소하고 예술단체는 보다 큰 혜택을 누릴 수 있다는 점에서 다른 지원사업과 차별화를 보인다.

한국협회가 실시한 2016년도 기업의 문화예술 지원 현황조사³⁾에 따르면 기업의 문화예술 지원 목적이 사회공헌 전략 차원이라는 응답이 72.2%로 나타났다. 사회공헌전략의 활동 내역으로는 문화예술단체 순수지원이 51.2%, 지역사회의 문화예술 활동지원 또는 지역문화 활성화를 위한 지원사업 20%으로 나타났다. 하지만 응답기업들은 문화예술 지원활동의 애로점으로 기업 내 자금부족(26.2%)을 가장 많이 꼽았다. 정부 지원금 추가라는 매칭그란트가 현실적으로 기업 참여를 이끌어내는 요소로 작용할 수 있음을 보여준다 하겠다.

『한국메세나협회 20년사(2014)』에 따르면, 한국협회의 매칭펀드 규모는 사업 첫해 6억 원에서 시작해 2013년에는 10억 원으로 증대되었다. 참여기업 수는 27개 기업에서 90개 기업을 수직상승하였으며, 펀드 대비 기업지원금의 비중도 계속 증가하여 초창기 1:1 비율이던 것이 거의 1:2 비율로까지 확대되었다. 이에 따라 기업지원금과 펀드를 합한 예술계 지원금액도 급격히 늘어나 첫해 12억 원이던 지원금이 2013년에는 22억 원에 달하게 되었다.⁴⁾

한국협회는 정부로부터 매칭펀드 지원은 받고 있지만 협회 운영비는 회원기업의 회비로 충당하고 있다. 홈페이지에 소개된 236개 회원 기업 가운데 한국항공공사를 비롯한 공기업은 9개사이다. 회원기업의 메세나지원에 대한 세제혜택으로 법인의 경우, 이월결손금을 차감한 소득의 10%까지 손비로 안정하고 있으며 개인은 연간 소득금액의 30%까지 소득공제가 가능하다.

한국협회는 기업과 예술단체를 각각 대상으로 하는 프로그램을 운영함으로써 메세나 인식 제고를 돕고 메세나 역량 강화에 이바지하고 있다. 2012년부터 시작한 회원사 CEO문화포럼은 양질의 정보를 제공할 수 있는 초청특강 중심의 정부, 국회, 언론계 등의 유력인사들과의 네트워크 구축을 도모하고 있다. 예술단체들을 대

3) 2017년 3월초부터 6월초까지 한국 매출액 상위 500대 기업 및 기업 출연 문화재단, 한국메세나협회 회원기업 등 총 686개사를 대상으로 실시한 이 현황조사에 응답 기업은 414개사였다.

4) 한국메세나협회는 '예술지원 매칭펀드' 사업의 대상을 애초에는 중소기업만으로 국한했으나 2011년부터 중견기업까지 참여 가능하도록 문호를 대폭 확대했다. 이는 중견기업의 비중이 점점 커지는 우리 경제의 구조 변화를 반영한 제도개선이었다. 2014년부터는 기존의 예술단체에 더해 개인예술가도 지원 대상에 추가함으로써 문학, 미술과 같은 개인 창작영역이 큰 혜택을 누리게 되었다.

상으로, 매년 예술계의 기획·마케팅·홍보 역량 강화를 지원하는 예술단체 비즈니스스쿨은 이 분야의 기업 노하우를 전달하기 위한 기업·예술 간 지식나눔 프로젝트이다. 한국협회는 지역 협회의 중앙 총회격으로서의 협회가 아닌 단위 협회이면서도 영향력은 대한민국을 아우른다 할 수 있다. 일단 참여기업이나 기업인 수가 방대하고 그만큼 사업 영역이나 재정규모가 타 지역과는 비교가 되지 않기 때문이다. 그럼에도 한국문화예술위원회를 통한 정부의 재정지원이 사업 추진의 든든한 배경이 되고 있음을 볼 때 지역 메세나 활성화를 위해서는 정부 및 지자체의 재정지원이 중요한 요소라는 것을 알 수 있다.

2) 경남메세나협회

지역 메세나활동의 선구자라 할 만한 경남메세나협회(이하 ‘경남협회’)는 ‘문화예술을 통한 아름다운 사회공헌’을 목적으로 2007년 10월에 출범하였다. 협회의 주요 역할로,

- 경제와 문화예술이 상생하도록 지원하고, 기업과 문화예술의 상호보완적인 파트너십 관계 구축방안 강구
- 기업별 특성과 부합되는 전문적인 문화마케팅 방안을 제시하여 문화기업으로서의 이미지 구축을 지원하고, 문화예술 지원을 통한 사회적 책임 완수와 공헌의 성공 모델 제시
- 기업의 사회공헌으로 문화예술 발전과 도민의 문화복지 향상에 기여 등을 설정하였다.

김민지(2015)는 거의 유일한 지역 기반의 문화예술 후원조직으로서 기업과 예술단체의 결연, 기부금 확대라는 양적 확장을 도모하면서도 지역기업에 맞는 예술 지원과 문화 경영의 사례들을 개발하고 예술의 힘을 다양한 기업과 임직원들이 체험하게 하는 활동을 통해 지역 메세나활동의 방향을 제시하는 매우 의미 있는 사례라고 평가했다.

경남협회의 창립까지 추진 주체는 경상남도였다. 공익성 추구하고 회원 확보, 홍보 등에 유리할 것으로 판단한 결과였다. 그럼에도 창립에 가장 큰 기여를 한 것은 지역의 대표 은행인 경남은행이었다. 초대 회장을 경남은행장이 맡아 지역 향토기업들을 메세나활동으로 끌어들이는 산파 역할을 하였다. 창립 당시 사무국을 경남은행 본점 내에 설치하였고 사무국장도 경남은행 간부가 겸임하였다. 창립 당시 회원은 79명이었으나 2017년 현재 홈페이지를 통해 소개하고 있는 회원 수는 181명이다. 협회 주요사업은 <표 3>과 같다.

<표 3> 경남메세나협회 주요사업

사업명	사업내용		추진방법
기업과 예술의 만남	기업과 문화예술단체 결연		중소기업이 문화예술단체에 지원하는 금액에 비례하여 경상남도가 해당 단체에 추가지원하는 매칭 그란트
회원사 문화서비스	찾아가는 공연	회원이사가 필요로 하는 전시와 공연을 기획하여 찾아가는 서비스 제공	공연기획 및 공연비 지원
	미술작품 대여	경남 작가들의 미술작품을 기업들에 대여, 전시(6개월 단위, 1점 이상 작품 대여)	회원기업의 경우 미술작품 대여료로 연간 100만원까지 지원
	예술동아리 지원	기업의 예술동아리 결성 및 활성화 지원	회원기업의 예술동아리 활동비 지원(예술강사료, 예술동아리 공연비, 예술 관련 봉사활동비 지원:1사당 연간 100만원 이내 지원)
	문화공감	회원사에 문화예술 공연 관람 기회 제공	회원사에 문화예술 공연 티켓 제공
	경남메세나 포럼	회원사 메세나 실무자로 포럼 구성	연 1~2회 개최, 회원들 간 친목도모 및 정보교류
문화나눔사업	행복한 나눔공연	문화소외 주민에게 문화예술 체험 기회 제공	찾아가는 서비스
	즐거운 나눔티켓	청소년들에게 문화예술 체험 기회 제공	무료티켓 제공
경남메세나상 시상	기업의 문화예술 지원에 대한 인식 제고, 메세나 참여동기 부여		경남 문화예술 발전 공헌한 개인과 기업 발굴. 시상

자료 : 경남메세나협회 홈페이지(www.gnmecenat.or.kr) 참고, 재구성

경남협회 출범 5년의 성과와 향후 과제를 연구한 경남발전연구원의 보고서(한상우, 2013)에 따르면 2013년 5대 목적사업으로, △기업과 예술의 만남 결연팀 증가 △찾아가는 메세나사업의 확대 △메세나활동 동참세력 확장 △세계메세나대회 개최 관련 조사연구사업 등을 계획, 추진하였다. 기업과 문화예술단체의 결연은 단순한 후원이 아닌 상호발전을 위한 기업과 예술의 만남(Art & Business)사업으로 추진되고 도내 문화소외계층에게 문화향유 기회를 제공하는 문화나눔사업, 지역의 고유 문화예술 또는 문화예술인의 업적 조명 등의 조사 연구사업이 주요 내용을 이룬다. 경남협회의 가장 대표적이고 차별화된 사업은 미술작품 대여라 할 수 있다. 기업-작가-경남협회의 대여약정 체결로 이루어지는 이 사업은 기업에는 미술작품 감상 기회를 제공하고 지역 미술인에게는 창작의욕을 고취시킴으로써 지역 미술문화 활성화에 기여하고 있다. 예술단체는 기업의 예술경영(문화경영, 창조경영)을 돕고 기업은 예술단체에 재정적 지원을 함으로써 윈-윈(win-win)하는 상생의 선례가 되고 있다. 2013년 주요사업 내용을 살펴보는 일은 2017년 현재 경남협회가 여전히 견지하고 있는 추진방향과 방법을 읽는 데에 매우 유효하다.

<표 4> 경남메세나협회 2013년 주요사업

사업명	추진방향	시행방법
기업과 예술의 만남	<ul style="list-style-type: none"> - 기업과 예술의 전략적 파트너십 지원프로그램 - 기업의 단기적이고 일방적인 문화예술 후원활동에서 벗어나 기업과 문화예술단체가 결연을 통해 지속적인 상호발전을 추구하고자 함 - 기업은 문화예술단체에게 현금 및 현물 지원, 사내 여유공간이나 인력 등을 제공하여 창작활동에 더욱 전념하도록 하고, 문화예술단체는 기업에게 직원이나 직원 가족을 위한 공연 제공, 사내 임직원 예술교육, 기업 문화프로그램 운영 등 	<p>대기업 24팀 중소기업 76 팀 총 100개 팀 결연</p>
문화나눔사업	<ul style="list-style-type: none"> - 문화소외계층의 삶의 터전으로 직접 찾아가 문화예술행사를 진행함으로써 도민 문화향유 기회를 넓히는 계기 마련 - 기업의 후원을 받거나 협의회 예산으로 	<ul style="list-style-type: none"> - 문화예술단체 역량 조사 및 우수공연단체 조사 - 기업의 후원을 받음 - 학교, 복지시설 등 직접

		문화예술단체의 우수한 공연 및 문화예술행사, 문화예술교육 등을 문화소외계층의 삶의 터전으로 직접 찾아가 선보임으로써 기업은 문화마케팅 홍보효과를 누릴 수 있고 문화예술단체는 창조적 역량을 내보일 수 있는 무대를 마련	방문하여 문화예술행사 무료 체험 기회 제공 - 경남은행과 사랑나눔재단의 특식, 경로잔치 등 공동으로 추진
	즐거움 나눔 티켓	- 문화예술을 접하기 어려운 도내 어린이와 청소년들에게 유익한 문화예술 활동을 체험할 수 있는 기회 제공 - 아이들의 정서 함양과 문화예술에 대한 이해를 높이는데 기여 - 기업의 후원을 받거나 협의회 자체 예산으로 문화소외계층의 어린이와 청소년들이 우수한 문화예술을 체험해볼 수 있도록 티켓 제공	- 경남 도내 문화예술센터에서 주관하는 우수공연 관람 및 체험
연구 및 홍보 사업	지역 문화 메세나 특화사업	- 지역의 고유 문화예술 또는 문화예술인의 업적을 발굴, 재조명 및 보전사업을 지원함으로써 지역 문화예술을 고양·계승하기 위함 - 지역 고유의 문화예술 인프라 또는 지역 출신 특정 예술인 및 단체 활동을 지원하고 재조명하여 후세에 온전히 보전될 수 있도록 함	- 수준 높은 전국대회 대통령상 앙코르 공연 지원 - 예술의 전당 기획전시 지원 - 지역예술인 창작지원 - 기타 열악한 지역창작 예술인/단체 지원
	경남 지역 발전 협의회 행사시 공연 협찬	- 영향력 있는 주요기관장으로 구성되어 경남 발전의 중추적 기능을 수행하는 경남발전협의회 회원을 지역 우수공연에 초청하여 문화향유 기회를 제공함과 동시에 메세나협의회 위상과 활동 영역 확대를 위해 노력 - 경남발전협의회 정기 모임과 연계하여 경남지역 내 우수공연 기회 제공	- 경남지역의 대표적인 우수 공연물을 선정하여 회원의 단체 관람 지원
	조사 연구	- 성공적인 세계메세나대회 개최	- 세계메세나대회 개최 관련 조사연구

<p>경남메세나 대회</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 메세나 활동 우수기업 등에 대한 시상, 회원 기업의 메세나활동 홍보 및 문화예술 동아리 발표회 등 한 해의 경남메세나 활동을 총정리하고 기업과 예술이 함께 하는 축제의 장을 마련하고자 함 - 모범적인 기업메세나 활동으로 문화예술 발전에 공헌한 기업과 개인을 발굴하여 그 공로에 대한 시상과 함께 지역 문화예술영재에 대한 장학금 지원 등 경남메세나 1년을 총정리하는 사업 	<ul style="list-style-type: none"> - 모범적인 메세나활동을 해온 기업과 기업인을 대상으로 공모·시상
---------------------	---	--

자료 : 한상우(2013), 「경남메세나 5년의 성과와 향후 과제」, 경남발전연구원

보고서는 경남지역 메세나활동의 필요성을 무엇보다도 문화예술인과 문화예술단체의 경제적 어려움에서 찾고 있다. 이는 경남문화재단이 2012년 지역의 문화예술인 1,500명을 대상으로 실시한 경남지역 문화예술인 실태조사에서 밝혀진 지역 문화예술인의 경제적 현황에 근거한다. “문화예술활동에 있어서 가장 절실히 필요한 것이 무엇인지”에 관해서 “창작·발표활동 지원”이 39.9%로 가장 높았고, 그 다음으로 “문화예술에 대한 인식 개선” 20.2%, “직·간접적인 기초생계지원” 20.1%, “문화예술 전문교육 기회” 17.3% 순으로 나타났다. 결국 경제적 지원에 대한 요구가 가장 절실한 것으로 나타났으며 이는 비단 경남 지역에만 국한된 문제는 아닌 것으로 생각된다. 이 같은 현실적 어려움 속에서 문화예술 창작활동을 하는 예술인이나 예술단체에 대한 직접적인 경제적 지원과 기타 간접적인 활동지원은 문화예술인의 창작활동을 지속가능케 하고 활동을 장려하는 직접적인 효과를 가져 온다는 것이다. 이는 바로 지역 문화예술 발전과 경쟁력 강화로 이어지며 궁극적으로는 지역민의 문화향유 제고로 나타남을 강조하고 있다.

그러나 경남 지역 기업의 메세나활동이 지역 내 문화예술 전 장르에 대한 고른 지원은 아닌 것으로 나타나 지역 메세나 활성화 방안 모색에 시사하는 바가 적지 않다. 경남협회의 5년의 성과를 분석하기 위해 2013년 3월, 24개 기업과 33개 지원수혜 문화예술단체를 대상으로 실시한 설문조사에 따르면, 서양음악 분야에 지원하는 기업이 21.8%로 가장 많은 것으로 나타났다. 미술·전시 분야 지원은 15.2%, 문화예술교육 및 국악 분야 지원 기업은 각각 13%, 11%로 조사되었다. 무용, 연극, 뮤지컬, 영상·미디어 분야 지원은 모두 각각 6.5%, 문학 및 인프라 지원은 각각 4.3%로 조사되었다. 전통예술분야의 예술단체 지원은 2.2%로 가장 낮았다. 결국 기업이 지원하는 문화예술 장르가 서양음악이나 미술에 편중되어 있음을 보여주는

것이다.

이는 기업이 문화예술 지원 대상을 선정하는 데 있어서 가장 큰 기준으로 ‘기업 문화예술지원 목적 및 기업이미지와 적합성’(62.5%)을 꼽으면서도, ‘기업이 문화예술지원을 통해서 무엇을 얻고자 하는지’에 대해 응답 기업의 12.5%만이 ‘문화예술계 발전 도모’라고 답한 결과를 그대로 반영한 것이라 할 수 있다. 문화예술계의 전반적인 발전을 도모하려는 의지는 있으나 결국 현실적으로 지원 단체를 결정하게 하는 요인은 기업 이미지와의 적합성이라는 것으로 분석될 수 있다. 반면 예술단체들은 ‘지원의 가장 부족한 점이 무엇인지’에 대한 질문에 33.3%가 ‘지원이 적다고 느낀다’고 응답했다. ‘지원이 적다’고 느끼는 것은 물론 지원액이 충분치 않다는 것이겠지만 장르 간 지원의 불균형에서 느끼는, 상대적 박탈감의 표현으로 해석될 수도 있는 대목이다.

기업의 메세나활동만으로 지역 문화예술계의 재정적 어려움을 해결할 수는 없으나 기업이 원하는 효과를 볼 수 있는 분야에 집중적으로 투자하는 경향성과 현실을 보여준다 하겠다. 경남메세나 6주년 전문가 좌담회(경남신문, 2013.12.2.)에서도 균등한 문화예술 발전을 위해서는 적절한 조정이 필요하다는 의견이 제시되었다. 그 조정자의 역할을 누가 할 것인가, 기업의 문화예술지원의 현실적 한계를 극복할 수 있는 대안은 무엇인가, 이 문제들에 대한 적절한 해결책 제시가 시급한 실정이다.

이 문제 해결에 있어 중요한 과제로 꼽히는 것이 협의회 자체의 기능 강화이다.⁵⁾ 지원사업도 중요하지만 메세나 관련 조사·연구·교육 기능 강화가 필요하다는 것이다. 지역의 문화예술 활동 실태와 메세나 지원 관련 조사활동, 조세제도 및 관련 법률제도 개선 방안 도출 등 메세나 활동 관련 조사와 연구기능 강화가 중요하다는 지적이다. 협회 차원의 회원기업이나 예술단체를 대상으로 하는 문화예술 경영의 전문성 강화 교육 프로그램 운영을 통해 문화예술 경영과 문화마케팅 등 기업과 문화예술단체 간 협력네트워크 강화도 중요한 과제라는 입장이다.

경남협회 역시 <표 3>에서 알 수 있듯이 지자체 매칭펀드 사업을 추진, 경남도가 대기업과 중소기업의 문화예술 지원을 장려하는 차원에서 보조금을 지원하고 있다. 예술지원 매칭펀드의 경남도 지원 금액은 건별 최저 금액과 최고 금액 범위 내 및 기업지원금 범위 내에서 매칭펀드심의위원회에서 결정된다. 기업지원금과 경남도의 매칭비율은 1:1이며 기업지원금의 최저 금액은 3백만 원, 경남도 지원금의 최고 한도액은 15백만 원이다. 2008년 2억7천만 원이던 지원 규모는 2017년 6억 원으로 늘어났다.

경남협회 홈페이지에 따르면, 경남협회의 회원기업은 경남개발공사 등 2개 공기

5) 한상우(경남발전연구원)는 2013년 12월 2일 경남신문이 주최한 경남메세나 6주년 전문가 좌담회에서 경남메세나협회의 기능 강화를 주문하였다.

업 포함 181개사이며 경남도로부터 협회 운영비를 지원 받고 있다. 2017년도 경남도의 운영비 지원액은 1억 5천만 원이었다. 경남협회는 회원기업 메세나 실무자들로 경남메세나포럼을 구성하여 메세나에 대한 인식 제고, 지역문화예술 관심 확대 및 향후 적극적인 활동참여를 유도하고 있다. 한편 예술단체 워크숍을 정기적으로 열어 모범적 교류활동을 펼쳐온 기업과 예술단체의 사례를 공유하고 지방보조금 사용지침, 매칭펀드 사업 안내, 정산 교육 등 메세나사업 전반에 대한 교육을 진행하고 있다.

3) 울산메세나운동추진위원회

울산메세나운동추진위원회는 2007년 6월 울산시 행정부시장을 위원장으로 두고 20명의 위원들로 구성되어 첫 해 5개 기업과 5개 문화예술단체로 1차 자매결연을 체결하였다. 울산은 대표적 산업도시로서 한때 ‘공해도시’라는 오명의 대명사였지만 태화강 개발 사업 등을 진행하면서 생태도시의 이미지를 심은 데 이어 창조적인 문화도시를 도시 마케팅 키워드로 삼아 여러 의미 있는 정책들을 추진하였다. 그 중의 하나로 울산시가 적극적으로 추진한 것이 메세나운동이다. 1기업1문화예술단체 지원을 통해 문화활동의 생산성을 높여 시민들에게 다양한 문화를 접하게 하겠다는 목표 아래 기업사랑·문화사랑 홍보 활동을 전개하면서 출범시킨 것이 울산메세나운동추진위원회(이하 ‘추진위원회’)이다.

추진위원회는 기업과 문화예술계와의 협력 알선, 울산메세나운동 선도기업 및 우수기업체 선정, 기업의 문화예술지원에 관한 정보수집 및 배포, 기업의 문화예술지원 활동을 위한 여건 조성, 메세나운동 활성화 방안 및 홍보활동 등을 전개하고 있다. 역시 울산의 경우도 중소기업의 메세나 참여 부담을 덜어주기 위해 중소기업이 문예단체에 지원하는 금액에 따라 차등으로 울산시가 추가 지원하고 있다. 울산 메세나운동 매칭펀드 사업 추진현황은 <표 5>와 같다.

<표 5> 울산메세나운동추진위원회 매칭펀드사업 추진현황

년도	건수	금액
2008년	4건	10,800천원
2009년	7건	24,400천원
2010년	8건	26,800천원
2011년	10건	26,600천원

자료 : 울산광역시 보도자료(2016.3.21.) 발취, 재구성

울산광역시 보도자료(2016.3.21.)에 따르면, 2015년까지 결연 누계는 총 72개 기업체, 70개 문예단체였으며 문예단체가 기업체와 자율적으로 협약을 체결할 경우 1개 사업 당 기업체 기부금의 50%를 시비로 추가 지원하고 있다. 울산 역시 메세나 결연의 주요 대상이 가시효과가 큰 일부 우수 공연문예단체에 집중되어 있어 극복해야 할 과제라는 것이 지역 언론의 지적이다(경상일보, 2009.1.2.). 이와 더불어 일부 문예단체의 경우 기업체와의 결연은 원하면서 이렇다 할 적극적인 활동 없이 행정기관이 나서서 결연을 맺어주기만을 기대하는 소극적인 행태도 문제점으로 지적되었다. 위에서 살펴본 바와 같이 일부 장르 지원 집중으로 인한 쏠림현상은 비단 울산이나 경남만의 문제가 아니라는 점에서 향후 제주 지역 메세나활성화 방안 모색 시 간과해서는 안 될 문제이다.

공단과 기업체가 많아 타 지역에 비해 조건은 양호한 것으로 보이나 하청기업이 차지하는 비율이 높아 소비자와의 거리감이 있고 따라서 기업인들이 직접적인 메세나 필요성에 대한 인식이 약하다는 것이 울산의 입지적 조건이라 할 수 있다. 행정기관이 적극적으로 나서서 메세나운동을 주도한 이유이기도 하다.

행정기관이 주도하면서도 비교적 타 시도에 비해 지속적 활약을 펼치고 있다는 점이 곧 울산 메세나활동의 장점이면서 단점으로 이해되기도 한다. 경남과 같은 시점에 출발하였으나 출발선이 달랐던 까닭에 아직까지는 기업 주도형 메세나운동에는 이르지 못하고 있고 있기 때문이다. 여러 가지 사정이 열악한 지역의 경우 관이 주도하여 메세나운동을 추진하면 기업 참여가 안정적으로 이뤄진다는 이점이 작용하기도 하지만, 기업의 소극성을 극복하기 어렵고 그로 인한 추진 동력의 약화로 자발적 지속성을 담보하기 어렵다는 점은 여전히 단점으로 남을 수밖에 없다. 뿐만 아니라 예술단체 대상 메세나 역량 강화 프로그램 등을 적극적으로 추진하기 어려워 장기적으로 볼 때 예술단체의 능동성을 이끌어내는 데 한계가 있다.

4) 광역문화재단의 메세나사업 추진 현황

전국 광역문화재단의 경우 대부분 자체 사업의 일환으로 메세나업무를 추진하고 있다. 2014년 13개 광역문화재단 가운데 7개 재단이 메세나사업을 진행 중이었고 이 중 5개 재단이 정부나 지자체 매칭펀드를 운영하였다. 이를 정리하면 <표 6>과 같다.

<표 6> 광역문화재단 메세나사업 추진 현황(2014.3. 기준, 단위 천원)

구분	사업 명칭	조직 구성 (인원)	'13년 모금액	'14년 모금액	제휴 기업 수	매칭펀드 운영 여부
전남	-	-	15,000	-	1개	-
제주	제주메세나 운동본부	재단 부설기구 (정1,계1)	162,000	75,000	25개 기업 (28개 단체)	-
경기	문화이음	문화이음 사무국 (정2,계2)	570,000	800,000	-	-
강원	-	미래기획팀 (정2,계1)	510,000	600,000	14개 기업 (지속기부사)	한국문화 예술위원회 지역매칭펀드
광주	-	-	80,000	-	2개 기업	-
인천	-	-	80,000	-	-	-
서울	서울메세나 지원사업	문화제휴팀 (정4,계2)	790,000	900,000	38개 기업	서울시 지역매칭펀드
충북	-	-	-	-	-	-
충남	-	-	-	-	-	-
대전	-	-	-	-	-	-
대구	문화나눔	문화기획부 (정1)	210,000	300,000	5개 기업	한국문화 예술위원회 지역매칭펀드
경남	두레박 프로젝트 문화우물	문화정책부 (정1)	105,000	200,000	-	한국문화 예술위원회 지역매칭펀드
부산	메세나활성 화지원사업	문예진흥팀 (정1)	470,000	600,000	41개 기업	부산시 지역매칭펀드

자료 : 시도문화재단협의회(현 한국광역문화재단연합회) 내부 자료 참고, 재구성

2017년 현재 17개 광역 시·도 중 경북을 제외하고 16개 지자체 출연으로 문화재단이 설립, 운영되고 있다. 최근 들어 설립된 신생 문화재단은 전북문화관광재단(2015년), 세종시문화재단(2016년), 울산문화재단(2017년) 등이다. 전북문화관광재단 홈페이지에는 2017년 전북 문화상생 메세나사업이 소개되어 있다. 지역 내 기업과 문화예술단체의 결연 및 후원체계를 마련하고 기업의 문화예술 지원활동에 대한 정책 수립과 사업 운영을 목적으로 하는 이 사업은 ‘재단과 기업 간 문화상생(메세나) 협약을 통하여 순수 또는 지정기부를 함으로써 문화예술단체(인)의 안정적인 창작기반 제공’과 ‘기부를 통하여 도민들의 문화예술 향유기회 확대 및 선순환적 문화생태계 조성’을 추진 방향으로 삼고 있다.

세종시문화재단의 경우도 홈페이지를 통해 기업과 개인을 대상으로 문화예술단체 지정기부금과 세종시문화재단 기본재산으로 편입되어 재단 사업 추진에 쓰이는 일반기부금으로 활용되는 메세나 사업을 소개하고 있다.

울산문화재단 역시 2017년 사업비 7천만 원으로, 문화예술단체에 대한 현금기부가 가능한 법인(기업체)과 전문예술법인 및 단체(개인 불가)를 대상으로 한 메세나 사업 추진을 알렸다. 이들 세 지역의 문화재단 역시 지역 메세나활동의 필요성과 중요성에 입각하여 기업들의 참여를 유도하고 있지만 자리를 잡기까지는 시간이 걸릴 것으로 보인다.

메세나 사업을 추진하고 있는 광역 문화재단의 운영 방식과 기부 시스템은 재단이나 지역의 상황과 여건이 반영된 산물이라 할 수 있다. 대체적으로 메세나사업에 참여하는 개인이나 기업이 지원 대상 문예단체를 지정하는 지정기부금과 정부 또는 지자체 매칭펀드를 운영하고 있다. 대구문화재단을 비롯한 몇몇 재단의 경우 일반기부금 또는 순수기부금, 조건부 기부금 제도 운영을 통해 문예단체와의 결연이나 지원이 아닌, 재단 목적사업 추진의 민간자본으로 활용하고 있다. 각 광역문화재단의 메세나 기부방식과 시스템을 정리하면 <표 7>과 같다.

<표 7> 광역문화재단 메세나 기부방식 및 시스템(2014.3. 기준)

구분	운영 방식	기부 시스템
제주	제주메세나운동본부를 통한 기업의 지정 기부	기업 및 개인의 지정기부금 신청 접수 및 지정 문화예술단체 교부
경기	기부 목적사업 기획 및 운영	일반기부금, 지정기부금, 조건부 기부금, 순수기부금
강원	재단 자체사업 지정기부, 기부목적 기획사업, 재능기부	대관령국제음악제 지정기부, 소액기부 ARS 및 클라우드 펀딩 기획 중

대전	재단 자체사업 매칭방식, 예술가(단체) 공모방식	지정기부금, 예술매칭펀드, 크라우드 펀딩
인천	-	예술단체 대상 기부금품 모집 교육 사업
서울	서울메세나지원사업(예술단체 매칭) 재단사업 후원(조건부 기부)을 통한 제휴	기부 약정을 통한 기업 후원, 정기후원 진행 중, 2014 기부플랫폼 오픈 예정
대구	재단 자체사업 매칭방식, 기부목적사업 기획 및 운영, 예술단체 제휴	소액기부 ARS, 1만원의 예술충전, Culture Honors, 크라우드 펀딩, 지역 매칭펀드
경남	조건부/순수기부금, 조건부 기부금에 한해서 목적사업 등 가능	소액기부 진흥원 멤버십 제도, 문화우물회원(5천원~2만원), 후원기업 명칭 사용제 1천만 원 이상
부산	재단 자체사업 매칭방식, 기업체 지정기부 및 미지정 방식-병행	지역매칭펀드, 소액기부 ARS 추진 중

자료: 시도문화재단협의회(현 한국광역문화재단연합회) 내부 자료 참고, 재구성

<표 7>에서 알 수 있듯이 광역문화재단 메세나 사업은 주로 예술가 지원이나 문화예술활동 지원을 중심으로 추진되고 있다. 경남이나 대구의 경우, 보다 지역현실에 맞게, 지역에서 필요로 하는 세부사업들을 추진하고 있다는 점을 특징으로 들 수 있다. 경남은 예술가 지원 외에 소수문화 지원, 지역문화 전문인력 양성사업, 마을문화자원 기금 등을 진행 중이다. 대구는 예술지원매칭펀드 외에 문화도시운동, 대구생활예술축제, 문학출판지원, 공연예술종합연습실 임대료 지원 등 자체사업을 진행하고 있다. 비교적 특징을 드러내고 있는 몇몇 광역문화재단의 메세나 사업 세부 현황은 <표 8>과 같다.

<표 8> 광역문화재단 메세나 사업의 세부 현황(2017.11. 기준)

구분	재원	주요활동	비고
서울문화재단	개인과 기업 기부금,	- 재단/기업 파트너십을 통해 문화예술분야 우수창작활동 지원	

	재단 매칭기금	<ul style="list-style-type: none"> - 기업의 공공형 문화예술 프로젝트 활성화 - 매칭기금지원형(예술단체) : 기업지원액에 최대 100% (2천만원 한도) 매칭지원 - 프로젝트지원형(문화예술을 업으로 하지 않는 모든 기업, 대기업/중소기업/공기업)대상 : 서울메세나 네트워크 프로그램 초청 등 	
		<ul style="list-style-type: none"> - 서울메세나 아츠워크 (기업-예술단체와 2012년부터 시작한 캠페인) - 서울메세나 아트살롱 (정기적으로 메세나 및 예술후원에 대한 교육, 워크숍, 체험 등 진행. 기업과 문화예술계 소통 네트워크) 	
부산문화재단	시비, 기업 기부금	<p>부산에서 이뤄지는 문화예술활동에 대해 법인 기업의 기정기부금에 시비 매칭 지원</p> <ul style="list-style-type: none"> - 일반형 메세나매칭지원 - 기업메세나 맞춤지원 	<p>일반형 메세나매칭지원과 기업메세나 맞춤지원 (2016년 : 25개 기업-34개 문예단체 지원, 시민236명 기부 참여, 기업체 기부금 423백만원, 매칭지원금 253백만원)</p>
경남문화진흥원	개인과 기업의 기부금	<ul style="list-style-type: none"> - 예술가지원 기금 - 예술다리기금(소수문화) - 문화기획자 육성기금(지역문화 전문인력양성) - 꿈키움기금(마을문화자원) 	<p>2014년 : 매칭펀드 기업기부금 77백만원</p>
대구문화재단	개인과	<ul style="list-style-type: none"> - 문화도시운동, 대구생활예술축제, 	<p>2016년 :</p>

	기업의 기부금	문학출판지원, 공연예술종합 연습실 임대료 지원 등 자체사업 - 예술지원매칭펀드	총 사업비 995백만원
--	---------	---	-----------------

자료 : 서울문화재단(www.sfac.or.kr), 부산문화재단(www.bsfc.or.kr),
경남문화예술진흥원(www.gcaf.or.kr), 대구문화재단(www.dgfc.or.kr) 참고, 재구성

이 가운데 서울문화재단의 예술제휴사업은 좀 더 자세히 들여다 볼 필요가 있다. 기업이 예술단체를 지원하는 기부금에 재단이 매칭하여 추가 지원함으로써 민간기업과 공공 재단의 파트너십을 확보하는 ‘서울메세나지원사업’도 눈여겨볼 만하지만 무엇보다도 재정적 지원의 차원을 넘어 사회문제 해결에 한 발 더 나아간 결연 형태와 내용을 보여주고 있기 때문이다.

낙후된 구로디지털단지를 대상으로 한 프로젝트로 지역 문제 해결에 적극적으로 동참하거나, 기업의 특성(제약회사, 첨단기술 보유업체, 카메라 제조사 등)과 서서울 교육센터, 잠실창작스튜디오, 서교예술실험센터, 서울예술치유허브, 금천예술공장 등 재단이 운영하고 있는 공간들을 기반으로 기업과 예술의 융합을 시도함으로써 시너지 효과 창출은 물론 예술의 사회적 역할과 가치 확산의 계기를 마련하고 있다. 물론 서울문화재단이 여타의 광역 문화재단과 단순 비교할 수 없이 좋은 여건과 뛰어난 역량을 보유하고 있다는 전제 아래 추진 가능한 사업들이긴 하지만 대부분의 지역메세나 활동이 일회성·단발성 지원을 벗어나야 하는 과제를 안고 있는 만큼 유의미한 방향 제시로 판단된다. 서울문화재단이 추진하고 있는 예술제휴사업을 살펴보면 <표 9>와 같다.

<표 9> 서울문화재단의 예술제휴사업

예술제휴	내용	방식 및 세부사업
미션	기업의 성장	기업과 재단의 파트너십
	대중의 공감	
	예술가치 확장	
원칙	정합성	양 기관 핵심역량의 정합성 추구
	조화	공공성과 대중성의 조화 추구
	시너지	양 기관 지속가능한 성장을 위한 시너지 추구

종류	서울메세나 얼라이언스	
	서울메세나지원사업	기업이 예술단체를 지원하는 기부금에 재단이 매칭, 지원 → 공공-민간 파트너십을 통한 문화예술 진흥(PPP in Arts : Public-Private Partnership in Arts) 장려
	예술후원 캠페인	시민 후원 → 예술기부의 대중적 확산과 우수예술프로젝트에 대한 지원 강화
프로세스	STEP 1	기부 문의
	STEP 2	상담/방문
	STEP 3	기업의 니즈 파악
	STEP 4	프로젝트 협의
	STEP 5	기부형태 결정(순수/조건부/지정기탁)
	STEP 6	기부 약정/협약(지정기부금 영수증 발급)
	STEP 7	사업진행/홍보
	STEP 8	결과 보고
	STEP 9	지속적인 사후 관리
사례	공공미술회 새로워지는 '우리마을 도시게릴라프로젝트 in 구로'	한성자동차×재단 : 기업 후원을 통해 낙후된 구로디지털단지역 출구 및 주변 인근시장 노점상 등 환경개선 → 구로공단 여성노동자 출신의 제작의상 패션쇼, 예술야시장 등 지역주민 대상 프로그램 운용
	공공미술회 새롭게 만드는 '어린이/청소년 예술공간 서서울예술교육센터'	한성자동차×재단 : 유휴공간을 리모델링하여 어린이/청소년 대상의 예술교육공간 마련, 환경개선을 위한 공공미술프로그램 진행
	장애어린이의 꿈과 기업의 Value	(주)조아제약×잠실창작스튜디오 : 한국 최고 팝아티스트들과 장애아동들의 1:1

Chain의 ‘아름다운 상생 프로젝트 A’	멘토링으로 약 5~6개월간의 예술교육 시행·창작 과정 및 결과물의 활용에 있어 기업 전략과의 시너지 도모
기업의 업에 충실한 주제로 프로젝트 공모 진행 ‘영뚱한 사진관’	올림푸스한국(주)×서교예술실험센터 : 카메라 기업과 홍대 지역의 청년문화, 신진 예술가가 만나 취업난이라는 사회적 이슈를 예술적으로 재해석한 공공 프로젝트
암 환우 대상 예술치유프로젝트 ‘초록나무 프로그램’	사노피-아벤티스코리아×서울예술치유허브 : 암 환우 및 생존자들의 치료 후 삶의 질 향상을 위한 예술치유 프로그램 → 예술+ 의료 융합(질병치료 의약품 개발 및 연구 기업과 예술치유 전문창작공간의 예술치료사 지원)
기업과 미디어아트가 만나 혁신을 창조하다 ‘다빈치 아이디어 프로젝트’	(주)누리봄×금천예술공장 : 기술과 예술, 기능과 미학의 경계에 위치한 ‘기술기반 예술창작’ 지원프로그램. 기업의 첨단기술과 예술가의 상상력이 만나 예술작품으로 창작함으로써 예술가에게는 창작의 기회를, 기업은 보유기술의 인지도 상승으로 이어지는 효과 창출

자료 : 서울문화재단 홈페이지(www.sfac.or.kr) 참고, 재구성

3. 시사점

한국메세나협회, 경남메세나협회, 울산메세나운동추진위원회 등이 추진하고 있는 한국 메세나활동을 분석한 결과 유일한 공통점이 정부나 지자체로부터 예산을 지원 받아 매칭사업을 하고 있다는 사실임을 알 수 있다. 한국협회와 경남협회의 경우 대기업, 공기업, 중견기업, 중소기업 등 기업 중심으로 구성되어 기업인 주도형의 조직 특성을 보이는 반면 울산위원회는 울산광역시와 주도하고 있다. 경남도의 경우 경남협회에 매칭예산과 함께 협회 운영 경비를 지원하고 있으나 한국협회의 경우 자생적 운영을 하고 있다. 기업주도형 협회와 행정기관 주도형 기구가 상이한

것은 메세나기업 대상 인센티브 적용과 문화예술단체 대상 메세나역량강화 교육 실행 여부였다. 협회의 경우 기업과 문화예술단체와 직접적 관계를 갖고 매개 역할을 수행하기 때문에 메세나기업에 대한 혜택 부여에 적극적이며, 문화예술단체의 능동성을 끌어내기 위해 노력하고 있는 것으로 보인다. 한국 메세나활동을 조직 구성, 조직 특성, 공공의 예산 지원, 기업에 대한 인센티브 부여, 문화예술단체 역량강화 등의 요소별로 비교분석하면 <표 10>과 같다.

<표 10> 한국 메세나활동 비교분석표

구분	한국메세나협회	경남메세나협회	울산메세나운동 추진위원회
조직 구성	서울 및 수도권 대기업·중소기업 중심 (9개 공기업 포함)	지역기업 중심 (2개 공기업 포함)	지방정부 추진
조직 특성	기업(인) 주도형	기업(인) 주도형	지방정부 주도형
공공의 메세나 예산지원	정부(한국문화예술위원회) 매칭펀드	지자체 매칭펀드	지자체 매칭펀드
공공의 운영 예산지원	-	지자체 운영비 지원	지자체 예산
회원 기업에 대한 인센티브 제도	- 법인은 이월결손금차감한 소득의 10%까지 손비로 인정 - 개인은 연간 소득금액의 30%까지 소득공제 가능	- 법인은 이월결손금차감한 소득의 10%까지 손비로 인정 - 개인은 연간 소득금액의 30%까지 소득공제 가능	-
예술단체 대상 메세나 교육	예술단체 워크숍 연간 운영	예술단체 워크숍 연간 운영	-

자료 : 한국메세나협회(www.mecenat.or.kr), 경남메세나협회(www.gnmecenat.or.kr),
울산메세나 추진위원회 활동 관련 신문보도기사 참고, 재구성

IV 제주 메세나활동 분석 및 제주형(型) 모델 구축을 위한 조건 및 정책제언

1. 제주 메세나활동 분석

1) 제주메세나운동본부 시기

2011년 12월, 민선5기(2010~2014) 공약 실천을 위해 제주문화예술재단(이하 '제주재단') 내 부설 기구로 제주메세나운동본부(이하 '운동본부')가 설치되었다. 공약 자체가 '재단 내 운동본부 설치'로 명시되어 있기도 했지만 한국메세나협회와 경남메세나협회처럼 당장 협회를 창립시키기에는 무리가 있다는 현실적 판단에 따른 것이기도 했다. 제주재단은 운동본부 발족 관련 보도자료(2011.12.27.)에서 운동본부의 설치 목적을 문화예술단체와 기업의 결연시스템 운영을 통해 쌍방이 상생하는 기반을 마련하는 데에 있다고 밝혔다.

운동본부는 재단 내 기구로 설치되었기 때문에 재단 이사장이 운동본부장을, 재단 사무처장이 운동본부 사무국장을 겸임하고, 재단 기획팀장이 별도의 직원을 두고 실무를 챙기는 체계로 운영되었다.

운동본부 출범 당시 보도자료(2011.12.28.)에 따르면, 운동본부장을 겸임하게 된 양영흠 제주재단 이사장(2010년~2013년)은 “열악한 재정 상태를 스스로 해결하기 어려운 문화예술단체에 대한 기업의 지원을 이끌어내는 것이 일차적 목표”라며 “무엇보다도 단기적이고 일회적으로 끝나기 쉬운 일반적 기업 후원과는 달리 지원 대상 단체가 안정적인 조건에서 자생력을 갖출 수 있도록 최소 1년간 지원을 원칙으로 하겠다.”고 밝혔다. 이와 함께 운동본부 안정화를 통해 메세나에 대한 대내외적 인식이 제고되고 기업의 적극적인 참여가 가능해질 시기를 향후 2~3년 이내로 내다보고 도내 기업들의 자율적인 협의체로서 제주메세나협회를 설립하겠다는 구상을 밝혔다.

운동본부는 제주도로부터 사업비와 운영비 1억 원을 지원받아 2012년 1월 본격적인 활동에 들어갔다. 2012년 7월 운동본부는 도내 언론인 기자간담회를 열고 제주 메세나활동의 여건 분석과 아울러 운동본부의 역할, 향후 방향성에 대해 발표했다. 자료에 따르면, 운동본부가 추진하게 될 기업-예술 결연(Art & Business)과 기존의 문화예술지원사업의 차이점을 다음과 같이 정리하고 있다.

<표 11> 메세나 결연이 여타의 문화예술 지원사업과 다른 점

	기존 문화예술 지원사업	메세나 결연 사업
지원 기간	특정 행사 및 특정 시기에 일시적 지원	1년 이상의 결연으로 장기간 지원 가능
지원 및 교류의 지속성	지원의 일회성으로 인해 해단 지원이 끝나면 관계도 종료	장기간의 결연으로 꾸준한 상호교류를 통해 관계의 지속성 유지
기업과 단체의 위상	기업으로부터 일방적 후원을 받기 때문에 단체는 '을'의 입장이 되기 쉽거나 소극적, 일방적 수혜자의 위치에 머무름	단체가 기업으로부터 지원을 받는 만큼 기업에게 문화예술적 협력을 함으로써 대등한 파트너로서 교류 가능
특징	행사 후원과 협찬에 편중되어 일회성 이벤트 성격이 강함	결연이라는 책임 있는 형식을 통해 상호신뢰를 바탕으로 장기간 협력 가능

자료 : 제주메세나운동본부 기자간담회 자료(2012.7.26.) 인용

이는 곧 운동본부가 기존의 문화예술지원 사업에서 벗어나 '장기 지원과 협력', '상호교류', '파트너십', '상호신뢰'라는 키워드에 주목하고 있음을 보여준다. 이와 함께 제주의 메세나운동의 기초 여건에 대해서도 분석한 바, 작은 경제규모와 향토기업들의 열악한 경영상황으로 인한 문화예술 지원의 어려움과 메세나운동에 대한 인식 부족과 문화향유 인프라 부족을 약점으로 들었다. 반면 문화예술과 연계할 수 있는 서비스업 비중이 높고, 타 지역에 비해 기업과의 접근이 용이한 사회구조와 메세나운동에 끌어들이 수 있는 제주 이전 기업이 늘고 있다는 점이 기회요인으로 제시되었다.

<표 12> 제주 메세나운동 여건 분석

약점(Weakness)	기회(Opportunity)
<ul style="list-style-type: none"> - 경제규모가 작다 - 향토기업들의 경영환경이 열악하다 - 메세나운동에 대한 인식이 부족하다 - 문화향유 인프라가 부족하다 	<ul style="list-style-type: none"> - 문화예술과 연계 가능한 서비스업 비중이 높다 - 지역사회 구조가 타 지역에 비해 기업과의 접근이 용이하다 - 제주로 이전하는 유망기업들이 늘고 있어 메세나 참여 기회를 넓힐 수 있다

자료 : 제주메세나운동본부 기자간담회 자료(2012.7.26.) 인용

2010년 기준 제주 지역내 총생산은 전국 대비 0.88%(10조3,180억 원)에 불과하고 기업경기지수 또한 저조(업종전망 71, 채산성 71, 자금사정 84)하여 문화예술 지원에 대한 관심이 떨어지는 것으로 분석하였다.⁶⁾ 결국 도내 기업 중 상당수가 기업 경영 자체에 어려움을 겪고 있는 까닭에 문화예술에 지원할 만한 여유가 없다는 것이다. 여기에 메세나에 대한 인식 부족으로 인해 바로 효과를 나타내기 어려운 문화예술 지원에 대한 참여 동기가 발생하기 어려운 점과 지원 기업에 대한 다양한 문화예술적 지원 및 상호교류 프로그램을 만들 수 있는 역량이 충분치 않다는 점 또한 약점으로 판단하였다.

그럼에도 도내 전체 산업 중 서비스업종이 68.3%(2010년 기준, 자료 출처 한국은행)를 차지하고 있어 고객만족이라는 서비스업의 기본적인 목표를 메세나를 통한 문화예술과의 결합으로 극대화시킬 수 있다는 점은 기회요인으로 분석하고 있다. 특히 제주의 경우 지역기업과 도민들과의 관계가 밀착된 지역 사회구조상 특성으로 인해 메세나운동 추진을 위한 접근이 비교적 용이하다는 점과 다음, 넥슨 등 유망 기업들의 제주 본사 이전 또는 사업 확장 추세도 기회요인으로 들고 있다. 이전 기업들의 제주 정착 초기에 지역사회와의 커뮤니티 구축을 위해 메세나운동을 제안할 경우 효과적인 co-work가 가능할 것으로 기대한 것이다.

이 같은 여건 분석을 토대로 운동본부는 지역경제의 작은 규모에 적합한 메세나운동 모델 개발과 메세나 인지도 확산을 통해 예상되는 약점을 극복하는 약점-기회 전략을 구사하겠다고 밝혔다. 더불어 기업뿐만 아니라 문화예술단체와 도민들의 의식 전환을 위해 참여기업의 메세나활동을 적극적으로 홍보하고 기업과 예술단체가 활용할 수 있는 문화마케팅 전략 디자인과 관련 프로그램 기획을 운동본부의 주요 역할로 규정하였다.

황경수(2011)는 지방정부의 지원이 민간 부문의 역할을 위축시킬 수도 있지만 초창기에는 지방정부가 출연한 기관이 지방정부와 민간 부문을 연결시키는 형태를 취하는 것이 바람직하다고 강조했다. 구체적으로 제주재단이 주축이 되어 제주상공회의소와 협의체를 구성하고 민간부문의 지원을 유도하는 방안을 제시하였다. 첫째, 운동본부는 기업과 예술단체를 직접 연결시켜주는 역할을 최고의 목표로 삼아 끊임 없이 추진해야 하고 둘째, 중소기업 예술지원 매칭펀드를 운용하여 예술지원의 현실성을 담보해야 하며 셋째, 한국메세나협회 사업처럼 소외계층, 소외지역, 소외아동 등을 찾아가서 문화예술 프로그램을 제공하는 공헌사업의 다리 역할을 해야 한다는 것이다. 이를 위해서는 각 주체들의 인식전환이 필요하다고 강조하였다. 무엇

6) 지역내총생산(Gross regional domestic product)는 시도 단위별 생산액, 물가 등 기초통계를 바탕으로 일정기간 해당지역의 총생산액을 추계하는 종합경제지표이다. 기업경기지수(Business Survey Index)는 기업체가 느끼는 체감경기를 나타내며 100을 기준으로 이보다 낮으면 경기악화를 예상하는 기업이 호전될 것으로 보는 기업보다 많음을 의미한다.

보다도 예술에 대한 사회적 인식 전환이 필요하다고 보았다. 창조도시를 만들기 위해서는 예술가가 필요하고 그들이 활동할 수 있는 예술적 인프라가 필요하기 때문에 이에 대한 사회적 인식이 전제되어야 한다는 것이다. 기업의 인식변화도 중요한 요소로 꼽았다. 제주 지역 기업들도 메세나운동을 통해 기업의 이미지를 제고시키고 기업의 발전에 기여할 수 있다는 인식을 공유해야 한다는 것이다. 뿐만 아니라 예술계도 기업의 지원이 예속을 가져온다는 인식에서 벗어날 필요가 있다는 점을 강조하였다. 이와 함께 정부도 ‘승수효과’가 바로 나타나지 않는 문화 부문에 대한 투자는 미뤄도 된다는 식의 인식에서 벗어나 미래를 위한 투자로서 문화예술 투자에 적극적으로 나설 것을 주문하고 있다.

그러나 기업의 자발적 참여로 만들어진 독자적 조직이 아닌 운동본부로는 이와 같은 기대 역할을 충분히 수행하기 어려웠던 것으로 보인다. 본격적으로 결연이 시작되었던 2012년 11개 기업(개인)과 10개 단체, 2013년에는 16개 기업과 14개 단체, 2014년 19개 기업과 19개 단체, 2015년에는 29개 기업과 28개 단체 결연 실적을 보였다. 이들 중 대부분이 기업의 지정기부였고, 한국마사회제주지역본부가 운동본부에 공모를 의뢰하여 추진한 결연사업(2012년, 2013년)이 지역사회에 반향을 일으킨 경우였다. 한국마사회제주지역본부는 2012년 도내 극단에 3,500만원을 지원하여 연극을 제작, 발표하게 하였고, 2013년 운동본부의 공모를 통해 두 개의 단체를 선정, 문화소외지역을 찾아가는 작은 콘서트를 10여 차례 연 것은 모범적인 사례로 인정된다. 한국마사회제주지역본부는 2016년에도 3개 단체에 4,100만원을 지원, 공연 기획 제작을 도왔다.

<표 13> 제주메세나운동본부 사업 실적(2011.12.~2015.12.)

연도	내용	결연 건수/결연액	예산(도출연금)
	합계	75개 기업-71개 단체 /646,850,000	170,000,000
2011.12.	제주메세나운동본부 출범	-	100,000,000
2012	제주메세나운동본부 사업 설명회	11개 기업-10개 단체 /149,000,000	-
	제주메세나운동본부 기자간담회		
	찾아가는 메세나 실무교육		
	문화예술단체 메세나 설명회		

	한국마사회제주경마공원 메세나 업무협약 체결 - 자작나무숲, 제주문화기획연구소의 '작은 음악회' 순회 개최		
	구좌메세나추진위원회 업무협약 체결		
2013	(주)대우건설 메세나 업무협약 체결	16개 기업-14개 단체 /162,000,000	50,000,000
	(주)엔엑스씨 메세나 업무협약 체결		
	(주)KCTV제주방송 메세나 업무협약 체결		
	제주메세나콘서트 개최 - '장필순의 가을'(10.11.) - 가곡의 밤 '국화 이야기'(10.26.) - '말로의 따뜻한 겨울'(12.27.)		
	문화예술단체 대상 후원자 개발 및 모금워크숍		
2014	농협은행 메세나 업무협약 체결 및 농협은행 메세나전시회 - 서양화가 고재만 초대전(3월) - 제주 사진작가 작품전(7월) - 서양화가 명연숙 초대전(8월)	19개 기업-19개 단체 /75,300,000	20,000,000
	제주메세나운동본부 기자간담회		
	(가칭)제주메세나협회 설립 추진위원 회 구성		
2015	(가칭)제주메세나협회 설립 민관 TFT 구성, 운영	29개 기업-28개 단체 /259,800,000	
	(사)제주메세나협회 설립 발기인 총회 개최		
	(사)제주메세나협회 창립 총회 개최		

자료 : 제주메세나운동본부 내부 자료 참고, 재구성

운동본부는 기업 및 문화예술계, 도민사회의 메세나 붐업을 목표로 설치되었지만 자체 동력을 갖추지 못한 태생적 한계로 인해 크게 활성화되지는 못했다. 제주특별자치도 금고 은행을 비롯한 몇 개 기업으로부터 지정기부금을 받아 예술단체에 전달하는 형식을 벗어나지 못했던 것이다. 운동본부는 발족 4년 째 접어든 2014년부터 본격적으로 기업인 주도의 협회 창립을 준비하기 시작했다.

2) 제주메세나협회 태동기(2014년~2015년)

운동본부의 내부 자료에 따르면, 제주메세나협회가 창립되기까지 두 번의 시도가 있었다. 1차 시도는 2014년 제주특별자치도와 제주상공회의소, 제주문화예술재단(제주메세나운동본부)이 삼각체제로 제주메세나협회 설립을 위한 TFT를 구성, 운영한 시기에 해당된다. 기업의 적극적 참여를 유도하기 위해서는 행정의 역할이 중요하다는 판단 아래 도 문화정책과와 민간단체인 제주상공회의소, 출연기관인 제주문화예술재단의 제주메세나운동본부로 민관 TFT를 꾸려 실무협의 과정에 들어갔다. 3월에 구성되어 8월까지 운영된 TFT에서는 제주메세나협회 설립 기본계획을 수립하고 △도 문화정책과는 행정적·재정적 협력 및 지원업무 △제주상공회의소는 기업(인)의 의견 수렴 및 설립추진위 구성, 협회 설립 받기인 섭외·확보, 회원기업 확보 등 기업 관련 업무 △제주재단 및 운동본부는 문화예술단체 연계 관련 업무를 담당하기로 역할 분담하였다. 9월에는 협회 설립추진위원회와 소위원회를 구성하여 12월까지 모두 일곱 차례 회의를 개최하였다. 설립추진위원회는 향토기업과 제주이전기업, 제주예총과 민예총, 도 문화정책과, 학계, 언론계 등 7인으로 구성되었다. 추진 경과를 살펴보면 <표 14>과 같다.

<표 14> 제주메세나협회 설립 1차 시도 추진 경과(2014.3.~12.)

일정	주요 추진사항		논의 내용
3.28.	제주메세나협회 설립 TFT	1차 회의	- 사단법인 협회 설립을 목표로 실무 추진 - 한국메세나협회, 경남메세나협회 등 운영 실태 조사 : 지자체 운영비 보조 현황 및 중소기업 매칭펀드 운용 사례 - 역할에 따른 업무 분담
4.10.		2차 회의	- 경남메세나협회 설립 절차 스터디 - 설립추진위원회 구성 등 전반적인 속도 조절 필요 : 6·4지방선거 후 도의회 문화관광스포츠위원회장 참여 유도 등 - 설립추진위원회 및 소위원회 구성 등 밀착업 및

			기존 운동본부 사업의 활성화 노력
5.16.		3차 회의	- 협회 설립을 위한 절차 연내 완료 1) 협회 창립준비위원회 구성안 확정 및 역할 분담 2) (가칭)창립준비위원회 구성 일정 협의 3) 발기인 관련 협의
8.22.		4차 회의	4) 창립 시기 협의
9.19.	제주메세나협회 설립추진위원회	1차 회의	-설립추진위원장 및 부위원장 호선 : 위원장-향토기업인, 부위원장-제주 이전기업 본부장
9.30.	제주메세나협회 설립추진위원회	1차 회의	- 협회 정관(안) 및 사무국 구성안, 예산 조달 방안 등 세부 실무 협의
10.7.	소위원회	2차 회의	
10.10.	제주메세나협회 설립추진위원회	2차 회의	- 협회 정관(안) 및 사무국 구성안, 사무국 공간 설치 등 협의
10.14.	제주메세나협회 설립추진위원회 소위원회	3차 회의	- 협회 운영규정(안) 및 중점사업 관련 협의
10.21.	제주메세나협회 설립추진위원회	3차 회의	- 협회 발기인 리스트 정관(안) 검토
11.3.	제주메세나협회	5차 회의	- 발기인 참여 유도를 위한 역할 분담 - 발기인 총회 및 협회 창립시기 등 향후 일정 논의
11.18.	설립 TFT	6차 회의	
12.9.	협회 설립 발기인 사전회의		- 정관 및 사업계획안, 2015년도 예산안 등 사전 논의 - 설립추진위에 제주은행 및 농협 실무 담당자 참여
12.11.	제주메세나협회 설립 TFT	7차 회의	- 2015년도 제주상공회의소 회장단 교체에 따른 일정 조율 - 참여 예상기업의 협회 회비 및 결연비용 2015년 도 예산 반영 관련 실무 협의

자료 : 제주메세나운동본부 내부 자료 참고, 재구성

이렇듯 1년 가까운 기간 동안 협회 설립을 위해 민관이 협력하여 적극적으로 준

비과정을 거쳤지만 결국 협회 설립에는 이르지 못했다. 6월 지방선거가 치러진데다 제주상공회의소 회장단 임기 만료 시점(2015.4.)이 다가옴에 따라 당시 회장단에서는 협회 설립 문제를 차기 신임 회장단에게 넘겨줘야 한다는 의견이 강력하게 제시되었기 때문이었다. 결국 2015년 6월 신임 회장단과의 간담회에서 제주상공회의소 측은 기업의 경영상태가 열악한 상황에서 메세나협회 설립을 주도하기에는 부담스럽다는 입장을 표명함으로써 협회 설립 1차 시도는 무산되고 말았다. 경제규모가 작고 경영상태가 열악한 지역에서 기업인들이 발 벗고 나서서 메세나운동을 주도한다는 것이 얼마나 지난한가를 보여주는 사례라 할 수 있다.

협회 설립을 위한 2차 시도는 2015년 8월부터 진행되었다. 이때 기업 측 파트너는 제주경영자총협회(제주경총)와 제주신용보증재단(보증재단)이었다. 제주경총은 제주상공회의소와 회원이 대부분 중복될 만큼 탄탄한 경제인 단체로서 회원 기업 확보를 적극적으로 분담하고 나섰다. 여기에 제주도 출자기관인 보증재단이 동참함으로써 1차 시도 때와는 비교할 수 없는 추진력을 얻게 되었다. 제주재단과 제주경총, 보증재단의 삼각편대가 다시 꾸려지고 실무 테이블이 마련되면서 협회 설립은 가속도가 붙었다. 신속한 업무 추진을 위해 도 문화정책과를 포함한 TFT가 다시 구성되어 9월 한 달 숨 가쁜 진행을 거쳐 10월에 비로소 (사)제주메세나협회 발기인 총회가 열렸다. 발기인 명단에는 ㈜한라산을 비롯한 8개 향토기업 대표들과 함께 제주은행·농협·한국은행 등의 3개 금융기관, 제주개발공사·제주관광공사·제주컨벤션센터 등 5개 공기업 및 출자기관 대표들이 나란히 이름을 올렸다. 롯데·신라 면세점과 항공사 간부들이 참여한 것도 제주 기업환경의 특색이 반영된 결과라 할 수 있다.

여기에 예술계 2인, 법조계 1인, 학계 1인, 언론계 1인, 행정 1인 등 총 26명의 발기인들은 10월 15일 총회를 열고 (사)제주메세나협회 설립취지를 밝혔다. “기업들이 자발적으로 힘을 모아 제주 문화예술에 대한 수평적·상호적 결연으로써 사회에 공헌하는 것에 목적을 둔다. 메세나에 동참하는 기업은 문화예술단체에게 경제적 도움을, 메세나 지원을 받는 문화예술단체는 다양한 문화예술활동으로써 기업에게 도움을 준다. 이는 경제와 예술의 균형적 상호작용에 이바지하고 결국 제주도민의 문화예술적 삶의 질을 한층 향상시키는 길이 될 것이다.”는 것이 그 요지였다. 그 해 12월 28일 창립총회를 열고 (사)제주메세나협회의 태동을 세상에 알렸다. 초대 회장으로 이동대 제주은행장이 추대되었다.

2차 시도가 협회 창립이라는 결실을 맺게 된 것은 적극적 구심점 역할을 담당한 경제인 단체 제주경총에 힘입은 바 크다 할 수 있다. 또한 제주도 공기업을 비롯해서 출자출연기관을 발기인으로 끌어들이는 등 적극 지원한 보증재단의 역할도 큰 몫을 했다. 제주도는 2015년도 예산에 협회 매칭사업과 운영을 위해 1억 5천만 원

을 반영했다. 제주재단은 협회의 조속한 연착륙을 도모하고 운영비를 절감하기 위해 재단 내에 협회 사무국을 설치하고 운동본부 업무를 담당해 온 재단 직원을 협회 사무국장으로 겸임토록 하였다. 만성적 인력 부족을 겪고 있는 문화재단이 협회 사무국 직원 겸임을 허락한 것은 최대한의 협회 지원책이었다 할 수 있다. (사)제주메세나협회(이하 ‘제주협회’)는 이렇듯 철저한 민·관 협력과 협조 아래 탄생할 수 있었다. 제주협회 설립 과정을 정리하면 <표 15>와 같다.

<표 15> 제주메세나협회 설립 2차 시도 추진 과정(2015.8.~12.)

일정	주요 내용
8월	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 제주메세나협회 설립 추진을 위한 관계기관 회의 <ul style="list-style-type: none"> - 구성 <ul style="list-style-type: none"> · 제주경영자총협회 · 제주신용보증재단 · 제주문화예술재단 - 내용 : 2차 TFT 구성 및 운영기간, 역할분담 협의(9월~창립 총회 개최까지) <ul style="list-style-type: none"> · 제주경영자총협회와 제주신용보증재단 : 기업인의 의견 수렴 및 발기인, 회원기업 확보 · 제주특별자치도 : 행정·재정적 협력 및 지원 업무 · 제주문화예술재단 : 문화예술계 연계 업무
9월	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 제주메세나협회 설립 추진 2차 TFT 구성 <ul style="list-style-type: none"> - 구성 기관 <ul style="list-style-type: none"> · 제주특별자치도 문화관광스포츠국 · 제주경영자총협회 · 제주신용보증재단 · 제주문화예술재단 - 인원 : 각 기관 대표자 및 실무자 등 8명 - 역할 : 협회 설립 기본계획 수립 ◇ 제주메세나협회 설립 준비추진위원회 구성 계획 수립 <ul style="list-style-type: none"> - 구성 <ul style="list-style-type: none"> · 제주자치도 추천 5명 · 제주경총 및 보증재단 추천 8명 · 제주문화예술재단 추천 5명

	<ul style="list-style-type: none"> - 인원 : 20명 내외 - 역할 <ul style="list-style-type: none"> · 발기인 섭외 및 발기인대회, 창립 총회 준비 · 정관(안) 작성 및 검토 · 사무공간 확보 · 직원 확보 등
10월	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 제주메세나협회 설립 관련 기관장 간담회 <ul style="list-style-type: none"> - 참석자 <ul style="list-style-type: none"> · 제주경영자총협회 회장 · 제주신용보증재단 이사장 · 제주문화예술재단 이사장 · 제주메세나운동본부 사무국장 - 내용 <ul style="list-style-type: none"> · 제주메세나협회 창립 발기인 확정 (기업인 10명, 문화예술단체 대표 2명, 학계 1명, 언론계 1명, 행정 1명 등) · 발기인 대회 일정 확정(2015.10.15.) ◇ (사)제주메세나협회 발기인 총회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 일시 : 10.15. - 발기인 : 26명(기업인 10명, 금융계 3명, 공기업·기관 5명, 예술계 2명, 문화계 1명, 언론계 1명, 학계 1명, 법조계 1명, 행정 1명, 문예재단 1명)
12월	<ul style="list-style-type: none"> (사)제주메세나협회 창립총회 개최(12.18.) <ul style="list-style-type: none"> - 초대 회장에 이동대 회장(제주은행장) 추대 - 회장단 구성(부회장 4명, 이사 18명, 감사 2명) - 회원(기업 및 개인) 97명

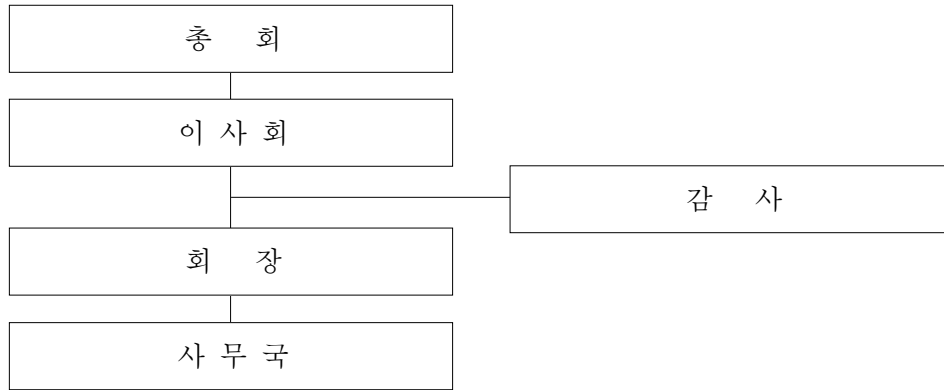
자료 : 제주메세나운동본부 내부 자료 참고, 재구성

3) 제주메세나협회 탄생과 활동(2016년 1월~)

2011년 12월 제주재단 내 부설기구로 운동본부가 설치된 지 만 4년 만에 마침내 사단법인 제주협회가 창립되었다. 실제 활약 중인 협회로만 치자면 전국 세 번째 메세나협회라 할 수 있다. 제주협회 이사회는 초대회장인 제주은행장을 비롯하여 4

명의 부회장과 2명의 감사, 18명의 이사로 구성되었다.

<그림 3> (사)제주메세나협회 조직도



2016년 1월 법인 설립 인가를 받고, 7월 기획재정부 지정기부금단체 지정, 11월 문화체육관광부 문화예술후원매개단체 인증을 거치면서 제주협회는 본격적인 활동에 들어갔다. 2016년 9월과 12월, 매칭그란트 사업의 결실이라 할 수 있는 기업과 예술단체의 결연식을 개최함으로써 메세나활동을 대외적으로 홍보하였다.

2017년 2월에는 메세나 콘서트와 함께 기업인과 문화예술인 초청 신년하례회를 열어 도내 기업과 문화예술계를 잇는 가교로서의 제주협회의 위상을 대내외적으로 보여주었다. 한국메세나협회의 지역특성화매칭펀드 사업 공모에서 선정된, 찾아가는 공연장 ‘드르라 트릭’ 콘서트는 8월부터 10월까지 도내 곳곳에서 도민과 관광객을 만났다. 10월 문화예술단체들을 대상으로 역량강화 워크숍을 여는 한편 11월에는 제1회 메세나 CEO 포럼을 개최하였다. 협회 창립 2년째를 맞아 제주협회는 기업과 문화예술계, 도민을 대상으로 다양한 사업들을 추진하고 있다.

제주협회 홈페이지에 소개된 회원기업은 2017년 11월 현재 91개로서, 기업의 메세나운동을 확산하고 기업과 예술의 상호작용을 통한 장기적이고 전략적인 지원체계를 구축함으로써 문화예술의 가치를 널리 전파하는 데에 목표를 두고 활약 중이다.

제주협회의 주요 사업은 크게 두 가지로 요약된다. 하나는 메세나 활성화사업이다. 제주특별자치도(이하 ‘제주도’)로부터 매칭예산을 지원받아 추진하는 매칭그란트 사업과 기업의 적극적인 메세나 참여를 이끌어내기 위한 아트 앤 비즈니스(Art & Business) 결연사업이 그것이다. 2016년 처음으로 시작된 매칭그란트 사업은, 제주도의 메세나 매칭 예산 5천만 원과 기업 지원금 5천만 원, 총 1억 원의 지원금으로 추진되었다. 제주도는 2017년, 전년 대비 2배의 예산인 1억 원을 매칭 예산으로 지

원하여 총 2억 원의 매칭그란트 사업이 추진되었다. 이 외에도 기업의 지정기부금으로 진행되는 뜻깊은 동행사업은 2016년 9천5백20만 원, 2017년 1억4천2백20만 원의 결실을 맺었다.

또 다른 하나는 메세나 확산사업으로서 회원기업 CEO를 대상으로 하는 제주메세나 CEO포럼, 회원기업 문화프로그램 향유지원 사업, 메세나 아카이빙 및 홍보가 그 주된 내용이다.

<표 16> 제주메세나협회 주요 사업

구분	사업명	추진 목적	추진 방법
메세나 활성화 사업	제주메세나 매칭그란트 사업	- 기업과 예술의 만남을 통해 상생의 파트너십 구축 - 기업의 문화경쟁력 향상과 문화예술단체의 안정적 창작 환경 마련	- 기업이 예술단체에 지원하는 금액에 제주특별자치도가 1대1로 추가지원 - 단체는 최저 600만원~최고 1,800만원, 개인은 최저 200만원~최고 600만원 지원
	뜻깊은 동행사업		- 기업의 지정기부
	Arts & Business 결연식	- 기업과 예술단체 간 결연을 통해 상호발전 기회 마련 - 기업의 사회공헌 및 예술단체의 경쟁력과 자생력 강화	- 기업과 예술단체의 결연을 대내외적으로 기념하고 선포 하는 공식행사로 추진
메세나 확산 사업	제주메세나 CEO 포럼	- 회원기업 CEO들에게 고급 문화경영정보와 지식 제공 - 회원기업 CEO들의 소통·협력 네트워크 구축	- 회원기업 CEO 대상 예술공연 관람 및 전문가 초청강연 - 회원기업 CEO들의 예술경영 마인드 제고를 위해 정기적 개최
	회원기업 문화 프로그램 향유 지원사업	- 기업과 예술의 만남을 통한 직장문화 개선 - 문화예술 향유를 통해 메세나에 대한 관심 제고	- 임직원 창의성 교육, 사내 예술동호회 코칭, 직장 문화 프로그램 기획 지원 - 다양한 문화예술 체험기회 제공
	메세나 아카이빙 및 홍보	- 기업, 예술단체, 도민의 메세나 인식 확산 도모	- 메세나 활동 DB구축 - 결과물 공유 - 다양한 메세나 콘텐츠 개발, 지원

자료 : 제주메세나협회 홈페이지(www.jimecenat.or.kr) 참고, 재구성

<표 16>에서 알 수 있듯이 제주협회가 추진하고 있는 기업과 예술단체의 지원방식은 두 가지로 구별된다. 하나는 2016년부터 본격적으로 추진하기 시작한 매칭그란트사업으로서 제주협회가 공모를 주관하여 단체를 선정, 기업과 결연을 매개한다. 다른 하나는 운동본부 시기부터 주요사업이었던 기업의 지정기부이다. 기업이 먼저 단체를 선정한 후 지정기부하는 방식으로서 곧 상호 인지 혹은 신뢰관계 속에서 결연의 대상이 결정된다. 제주도의 매칭 예산은 2016년 대비 2017년 200% 증액되었다. 지정기부금의 경우도 66%의 성장세를 보였다.

<표 17> 제주메세나협회 유형별 결연 실적(2016년~2017년 11월)

유형	연도	결연기업	결연단체	총 지원금
매칭 그란트	2016	(주)제주사랑렌트카	동네 오케스트라화북	18,000,000
		(주)넥스트이지		
		(주)제주카카오렌트카	한라윈드양상블	6,000,000
		비원	(사)국악연희단 하나아트	18,000,000
		(주)제주냉동물류	(사)제주필하모닉색소폰 오케스트라	2,000,000
		한국마사회 제주지역본부	버스킹TV	18,000,000
		제주은행	오페라연구소	20,000,000
		더 핀란드	제주팝스오케스트라	9,000,000
		평화사	극단 파노가리	9,000,000
		제주에너지공사		
	합계	100,000,000		
	2017	엠블랑제주투어	(사)제주필하모닉색소폰 오케스트라	3,000,000

	더 핀란드	제주팝스오케스트라	5,000,000
	(주)제주사랑렌트카	동네 오케스트라화북	18,000,000
	(주)넥스트이지		
	비원	(사)국악연희단 하나아트	18,000,000
	(주)제주유리의성	제주통기타모임	4,000,000
	(주)삼영교통		
	(주)한라산	크리에이티브모닝스	16,000,000
	대국해저관광 (주)서귀포잠수함		
	한국마사회 제주지역본부	드라마센터 코지	10,000,000
		제주어로 노래하는 제라진 소년소녀합창단	10,000,000
	(주)제주유리의성	제주 人캐릭터 팝아트	4,000,000
	월드산업개발	개인	6,000,000
		개인	6,000,000
	(주)바람의 언덕	디오디오	8,000,000
	(주)몽생이	간사	16,000,000
	대국해저관광 (주)서귀포잠수함	자작나무숲	4,000,000
	(주)삼다	애월문학회	4,000,000
	제주특별자치도 개발공사	프라임필하모닉오케스트라	12,000,000
		백록수필문학회	6,000,000
		제주오페라연구소	6,000,000
		사단법인 하음	6,000,000
		카메라타	6,000,000

			개인	4,000,000
		제주에너지공사	개인	6,000,000
		제주관광공사	상상놀이터	11,000,000
		농협중앙회	개인	6,000,000
		합계	200,000,000	
지정기부	2016	농협도청지점	제주시축제관광협의회(들불축제, 남단방어축제)	
			(주)제주불교신문	
			신성동문합창단(콘서트)	
			신성학원동문회(콘서트)	
			(사)제주언론학회	
			제주청소년과학탐구회(청소년과학문화축제)	
			(사)제주영화제	
			Art2Life in Jeju(미술 전시)	
			한림마두포축제조직위원회(축제)	
			제주지구JC특우회(문화행사)	
			(사)제주도한글서예사랑모임(서예 전시)	
			4·3희생자유족회(문화 행사)	
		(주)유너스	최남단방어축제위원회(최남단 방어축제)	
		제주롯데면세점	한국작가회의 제주도지회 (찾아가는 문학행사)	
		한국전력거래소 제주지부	동네오케스트라 화북	
		(주)대진에스시아니	한국실험예술정신(koPAS)	
(주)인포마인드				

		(주)제주도시가스	
		서귀포내과	
		주식회사 한미	
		네오피델리티주식회사	
		주식회사 하옴음	동네오케스트라 화북
		구좌농업협동조합	구좌읍합창단
		합계	95,200,000
2017	농협도청지점	맥크린치신부 기념사업회(다큐멘터리제작)	
		제주시관광축제위원회(들불축제, 왕벚꽃축제, 고사리축제)	
		한글서예묵연회(한글서예전시)	
		한국문인협회 제주도지회(문학행사)	
		한국불교태고종제주교구신도회(초중고 서예백일장)	
		(사)영남도민회(사랑나눔 콘서트)	
		제주대학교 총학생회(아라대동제)	
		한라대학교 총학생회(한라축제)	
		(주)아트제주(아트페어)	
		제주도한글서예사랑모임(서예전시)	
		예래동주민자치위원회(마을축제)	
		제주관광대학 총학생회(탐모라축제)	
		칠선녀축제위원(축제)	
		(사)제주영화제	
	제주은행	탐라미술인협회(미술제)	
	(주)아트제주(아트페어)		

		(주)이엔에이파트너스(제주비엔날레)
	(주)엔엑스씨	(주)이엔에이파트너스(제주비엔날레)
	(사)서귀포 매일올레상점가 진흥사업협동조합	서귀포문화뺏데리충전소(미친댄스파티)
	송재영자연통합의원	국악단 가향
	아로마라인(주)	
	삼영식품원료공업(주)	
	개인	
	개인	
	한국마사회 제주지역본부	의귀리 마을회(마을축제)
	합계	142,000,000

자료 : 제주메세나협회 홈페이지(www.jjmecenat.or.kr) 및 협회 내부 자료 참고, 재구성

<표 17>에서 알 수 있듯이 점차적으로 결연 케이스와 결연액이 증가세를 보이고 있는 것은 상당히 고무적이라 할 수 있다. 특히 제주특별자치도개발공사를 비롯해서 제주에너지공사, 제주관광공사 등 공기업의 참여는 지원 규모와는 별개로 매우 긍정적으로 평가될 만하다. 여기에 한국마사회제주지역본부와 제주은행, 농협은행의 경우처럼 제주를 기반으로 경제활동을 전개하는 기업의 메세나 참여 역시 매우 바람직한 사례로 보인다. 또한 1년 지원에 끝나지 않고 연속 지원을 통해 단체의 자생력과 경쟁력 강화를 돕고 있는 기업의 메세나 활동도 눈여겨 볼만하다. (주)제주사랑렌트카, (주)넥스트이지, 비원, 더 핀란드 등의 중소기업들이 동네오케스트라 화북, (사)국악연희단 하나아트, 제주팝스오케스트라 등의 단체와 각각 2년째 결연을 맺어 오고 있기 때문이다.

이상에서 살펴본 제주협회의 활동을 분석하면 다음과 같다.

<표 18> 제주메세나활동 분석

조직 구성	지역 기업 + 지역 공기업 및 출자출연기관
조직 특성	민관 협치형
공공의 메세나예산 지원	제주도로부터 매칭예산 지원받음

공공의 운영 예산 지원	제주도로부터 협회 운영 경비 지원받음
회원기업에 대한 인센티브 적용	- 법인은 이월결손금을 차감한 소득의 10%까지 손비로 인정 - 개인은 연간 소득 금액의 30%까지 소득공제 가능
예술단체 대상 메세나교육	예술단체 대상 메세나역량 강화 워크숍 연간 실시

자료 : 제주메세나 홈페이지(www.jjmecenat.or.kr) 참고, 재구성

2. 제주형(型) 메세나활동 모델 구축을 위한 조건

본격적 활약 2년 차에 접어든 제주협회는 아직 신생 협회라 할 수 있다. 그러나 운동본부 시기까지 감안한다면 ‘메세나’라는 개념이 제주에 도입된 지 만 6년의 시간이 흘렀다. 그럼에도 아직까지 그 지평은 확장되기에 역부족이고 내실 또한 미흡한 실정이다. 지원 장르 쏠림 현상, 일회성 행사 지원, 회원 정제, 기업의 소극적 참여, 제주도의 예산 지원 부족, 문화예술단체들의 수동적 태도 등은 초창기에 나타날 수 있는 이슈라 할 수도 있지만 이를 극복할 수 있는 대안이 마련되지 않는다면 제주 메세나활동의 지속성과 발전가능성은 불투명할 수밖에 없다. 다음은 제주형(型) 메세나활동 모델을 구축하기 위해 필요한 조건들이다.

1) 지자체의 적극적 예산 지원

「문화예술후원 활성화에 관한 법률(2014.1.28.제정)」에 따라 국가와 지방자치단체로부터 필요한 경비를 지원 받기 위해서는 우선적으로 문화예술후원매개단체 인증이 필수적이다. 제주협회는 2016년 11월 문화체육관광부로부터 문화예술후원매개단체 인증을 받았다. 제주도 출연기관인 제주재단의 부설 기구였던 운동본부 시기인 2011년 12월부터 2015년 12월까지 제주도로부터 사업비 및 운영비로 예산 지원을 받아왔지만 사단법인 제주협회가 예산 지원을 받기 위해서는 문화체육관광부의 인증이 필요했기 때문이다.

이에 앞서 2016년 9월 제주도는 「제주특별자치도 문화예술 재능기부 및 후원 활성화 지원 조례(이하 지원 조례)」를 제정하였다. 지원 조례 제5조는 ‘문화예술 재능기부 및 후원의 활성화를 위하여 예산의 범위 내에서’ 사업 경비를 지원할 수 있도록 규정하고 있다. 문화예술 후원 활성화 관련 조례는 전북도, 경북도에 이어 제주도가 세 번째로 제정하였고 2017년 11월 현재 경기도까지 전국 4개 지역에서 시행 중이다.

<표 19> 메세나활동 지원 관련 법률 및 제주특별자치도 조례 내용

구분	주요 내용
<p>문화예술후원 활성화에 관한 법률 (2014.1.28. 제정)</p>	<p>제2조(정의) 4. ‘문화예술후원매개단체’란 문화예술후원을 매개하거나 지원하는 등 문화예술후원 관련 업무를 수행하는 비영리법인 또는 단체로 제5조제1항에 따라 문화체육관광부의 인증을 받은 단체를 말한다.</p> <p>제3조(국가와 지방자치단체의 책무) ① 국가와 지방자치단체는 문화예술후원의 활성화에 필요한 시책을 마련하고, 국민의 문화예술후원을 적극적으로 권장·보호 및 육성하여야 하며, 이에 필요한 재정적 지원을 할 수 있다.</p> <p>제8조(문화예술후원매개단체의 육성·지원) ① 국가와 지방자치단체는 문화예술 진흥을 위하여 문화예술후원매개단체를 육성·지원할 수 있다. ② 국가와 지방자치단체는 예산의 범위에서 문화예술후원매개단체의 운영에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다. ③ 제1항에 따른 문화예술후원매개단체의 육성·지원 등에 필요한 사항은 대통령령 또는 조례로 정한다.</p>
<p>제주특별자치도 문화예술 재능기부 및 후원 활성화 지원 조례 (2016.9.28.제정)</p>	<p>제3조(도지사의 책무) 제주특별자치도지사(이하 “도지사”)는 도민의 문화예술을 진흥시키기 위해 문화예술 분야의 재능기부 및 후원의 활성화를 위한 여건을 조성하고 지원시책을 마련하기 위해 노력하여야 한다.</p> <p>제5조(재정지원) 도지사는 문화예술 재능기부 및 후원의 활성화를 위하여 예산의 범위에서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업에 대하여 필요한 경비를 지원할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 문화예술 재능기부 및 후원의 활성화를 위한 프로그램 연구 및 개발 2. 문화예술 재능기부 및 후원의 활성화를 위한 결연사업 3. 문화예술 재능기부 및 후원 문화 네트워크 구축 및 활성화 홍보사업 4. 문화예술 재능기부 및 후원 활성화를 위한 문화시설 이용

자료 : 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」 및 「제주특별자치도 문화예술 재능기부 및 후원 활성화 지원 조례」에서 발췌, 인용

이로써 제주협회가 합법적으로 국가와 지방자치단체로부터 필요 경비를 지원 받을 수 있는 제도적 장치는 마련되었다고 할 수 있다. 그러나 제도적 장치 마련과는 별개로 지원 규모는 ‘예산의 범위’에 따라 결정되는 현실적 어려움이 뒤따르고 있는 실정이다.

제주도는 2016년 제주협회의 매칭예산과 운영비로 총 1억2천만 원을, 2017년에는 총 2억1천만 원을 지원하였다. 57%의 증가율이다. 그러나 2017년 11월 현재, 제주특별자치도 2018년 예산편성안을 보면 제주협회 매칭예산 반영 예정액은 2017년과 같은 2억1천만 원으로서 예산 동결을 예고하고 있다. 창립 3년째를 맞아 협회의 조직적 안정화와 더불어 활발한 대내외적 활동을 추진해야 하는 시점에서 이러한 제주도의 예산 지원은 매우 미흡한 것으로 보인다. 따라서 보다 활발한 메세나활동을 유도하기 위해서는 지자체의 적극적 예산 지원이 절실하다.

<표 20> 제주특별자치도의 예산 지원 추이

구분	2016년도	2017년도	2018년도(예정)
매칭그란트 사업비	50,000천원	100,000천원	100,000천원
협회 운영비	70,000천원	110,000천원	110,000천원
계	120,000천원	210,000천원	210,000천원

자료 : 제주메세나협회 내부자료 및 제주특별자치도 2018년도 예산 편성안 참고, 재구성

2) 회원기업에 대한 세제혜택과 인센티브제도 시행

기업의 메세나 참여를 유도하기 위해서는 실질적인 세제혜택과 인센티브 제도 도입이 필요하다. 이병훈(2015)은 경남메세나를 발전시키는 실질적인 방안으로 신진작가 육성 확대, 산·학·관 네트워크 강화와 함께 세제혜택·인센티브, 펀드 조성 및 지원활동 다양화를 제시했다.⁷⁾

메세나활동이 활발하게 전개되고 있는 국가들은 기업과 민간 분야의 메세나 참여를 강화하기 위한 다양한 법과 제도를 마련하고 있다. 특히 프랑스는 매출액의 0.5% 한도 내에서 기업 문화예술 지원금의 60%를 세액 공제하는 내용의 파격적 세제혜택을 담은 메세나법을 2003년 제정했다. 일본의 경우도 민간 기부를 촉진할 목적으로 1994년부터 조성인정제도를 운영하고 있다. 이 제도는 기업메세나협회의 인정을 받은 문화예술활동에 대해 기업이나 개인이 메세나협회를 통해 기부를

7) 2015년 10월 20일 경남메세나협회와 창원대는 ‘경남메세나 발전 방안 마련을 위한 토론회’를 공동개최했다. 이날 창원대 이병훈 교수는 ‘경남메세나의 현재와 앞으로의 발전방안’에 대해 발제하였다.

할 경우 세제상의 우대조치를 받는 것을 골자로 하고 있다.

<표 21> 프랑스와 일본의 메세나 지원제도

구분	내용	
프랑스	1979년	프랑스 기업메세나협의회 설립
	1987년	메세나 진흥에 관한 법률 제정 : 개인 및 법인의 기부금에 대한 세제 개선, 공익 재단의 세금 감면 등
	2003년	메세나와 재단 및 협회에 관한 법률 제정 : 기업이 문화예술활동에 지원한 금액의 60%를 세액에서 감면 (최대매출액 0.5%) → 이 법으로 인해 프랑스 기업들이 메세나 관련 조직을 정비하는 등 메세나 경영을 크게 제고하는 계기가 됨
	2007	공익성 기부금 지출에 대한 세제혜택 - 법인이 공익적 기부금은 지출하는 경우 : 기부금의 60%를 세액공제(매출액의 0.5% 한도), 초과액은 5년간 이월 가능 - 개인이 공익적 기부금을 지출하는 경우 : 기부금의 66%를 세액공제(과세소득의 20% 한도, 매출액의 0.5% 한도). 초과액은 5년간 이월 가능. 구체목적 운영 비영리 단체를 위한 기부금은 75% 공제
일본	1990년	일본 기업메세나협의회 설립
	2002년	예능법인에 관한 예능보수 등의 원천징수제도의 폐지(소득세) 인정 NPO법인의 요건의 완화(소득세, 법인세)
	2004년	문화예술관계법인에 대한 개인 기부 세제혜택의 확충 (공제대상액을 소득의 25%에서 30%로 인상)(소득세)
	2005년	문화예술관계법인에 대한 개인 기부 세제혜택의 확충 (적용하한액을 1만 엔에서 5천 엔으로 인하)(소득세)
	2006년	문화예술관계법인에 대한 개인으로부터의 기부세제의 확충 (공제대상액을 소득의 30%에서 40%로 인상)(소득세)
	2007년	문화예술관계법인에 대해, 법인으로부터의 기부세제의 확충 (손실액 계산한도액을 일반 법인의 2배에서 2.7배 정도까지 확충)(법인세)

2008년	공익법인이 보유하는 전통예술의 공개시설에 대해 비과세조치의 창설 (고정자산세 등)
2010년	문화예술관계법인에 대한 개인 기부세제의 확충 (적용하한액을 5천 엔에서 2천 엔으로 하향 조정)(소득세)

자료 : 한상우(2013), 「경남메세나 5년의 성과와 향후 과제(경남발전연구원)」 및 허은영(2009), 「문화 예술 분야 기부 활성화를 위한 정책적 지원방안 연구(한국문화관광연구원) 참고, 재구성

우리나라에서도 일명 ‘메세나법’이라 불리는 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」이 2014년 1월 제정됨으로써 메세나활동에 참여하는 기업에 대한 세제혜택의 법적 근거가 마련되었다. 문화예술 부흥과 기업의 예술투자 독려를 위해 제정된 이 법률에 따라 ‘조세특례제한법’, ‘지방특례제한법’, 그 외 조세관계 법률이 정하는 바에 따라 국세 및 지방세를 감면할 수 있게 되었다. 그러나 아직 조세특례제한법의 개정이 이뤄지지 않아 빠른 시일 내에 해결해야 할 숙제로 남아 있다.

<표 22> 한국의 메세나활동 지원제도

구분	내용
문화예술후원 활성화에 관한 법률 (2014.1.28.제정)	제9조(조세와 감면) 국가와 지방자치단체는 문화예술후원을 장려하기 위하여 문화예술후원자 및 문화예술후원매개단체에 대하여 「조세특례제한법」, 「지방세특례제한법」, 그 밖의 조세 관계 법률에서 정하는 바에 따라 국세 및 지방세를 감면할 수 있다.
조세특례제한법 (제시되고 있는 일부개정안)	- 기업의 문화예술기부금 10% 세액 공제 - 문화 예술을 활용한 기업의 교육훈련비에 대해 대기업 10% 및 중소기업 20% 세액 공제 - 기업이 지출한 문화접대비에 대해 접대 한도액의 10%범위 내에서 전액 손금 산입

3) 회원기업의 확대 및 조직의 안정화

기업 이미지 제고, 문화예술을 통한 사회 공헌, 지역 문화예술 진흥, 직장 문화 개선 및 조직원 충성도 고양, 도민의 문화예술 향유 기회 제공 등 기업이 메세나활

동에 참여하는 동기는 다양하다. 이러한 참여 동기들이 충족되고 지속적으로 동기 부여가 이뤄질 때 기업의 자발적이고 능동적인 참여가 확대될 수 있을 것이다. 그런 점에서 2015년 12월 창립된 제주협회가 활성화되기 위해서는 기업들의 적극적 참여 확대가 관건이라 할 수 있다.

창립 당시 개인 포함 97명이던 제주메세나 회원은 2017년 현재 101명에 불과하다. 창립 발기인 중심으로 회원 모집에 나서 짧은 기간에 회원 확보는 성공했지만 2년 동안 기업의 참여는 정체되어 있는 것을 보여준다. 이는 제주 지역사회의 특성을 보여주는 일면으로서 제주 고유의 ‘수놓음 정신’⁸⁾에서 비롯된 ‘부조’ 성격의 참여를 보여준다. 초기 회원 확보가 ‘잘 알고 있는’ 기업인의 권유에 따라 일종의 ‘부조’ 형태로 이뤄졌다는 뜻이다. 결국 내발적 동기에 의한 참여라기보다는 품앗이 형태의 참여였기 때문에 일정한 회원 확보로써 조직 창립은 가능했지만 그 이후 확장성에는 걸림돌이 되고 있는 것으로 판단된다.

이는 김명범·황경수의 「메세나운동의 제주지역 도입방안에 관한 연구(2009)」에서도 잘 드러난다. 제주지역에 메세나운동을 도입하기 위해 자선(Philanthropy)으로서의 메세나, 후원(Patronage)으로서의 메세나, 협찬(Sponsorship)으로서의 메세나, 파트너십(Partnership)으로서의 메세나 등 이론적 고찰에 근거해서 제주지역의 메세나 환경을 분석하였다.

2005년 제주 4·3을 소재로 한 제주 최초 장편 극영화 「끝나지 않은 세월」은 18명의 스태프와 주연, 조연, 보조출연을 포함한 총 30여 명이 무보수로 제작에 참여하였으며, 도민 6백 여 명이 「끝나지 않은 세월을 사랑하는 모임」을 자발적으로 구성하여 극적으로 상영에 이르게 한 것을 자선(Philanthropy)으로서의 메세나로 분류했다.

제주지역 시민 50여 명이 창단한 시민밴드 ‘한라윈드앙상블’에 대한 지역 업체의 연습실 제공은 후원(Patronage)으로서의 메세나 사례로 꼽고 있다. 연습실을 구하지 못해 어려움을 겪다가 지역 업체인 신진교통이 무상으로 차고지를 연습실로 제공함으로써 시민밴드는 든든한 후원자를 얻게 되었고 이에 대한 보답으로 최초로 공단 내 음악회를 열기도 했던 사례를 소개했다.

1995년에 시작되어 제주뿐 아니라 국내외적으로 명성이 자자한 ‘제주국제관악제’의 경우 2003년부터 매년 억 대의 후원금을 지원하는 제주은행이 있었기에 가능한 성장과 발전이었다는 점에서 제주 지역의 협찬(Sponsorship)으로서의 메세나 환경을 소개하고 있다.

8) 수놓음 정신은 제주 공동체 사회의 근간을 이루는 문화로서 품앗이 형태의 상호 부조를 뜻한다. 김명범·황경수(2009)는 「메세나운동의 제주지역 도입방안 연구」에서 “제주 지역은 수놓음 정신을 바탕으로 한 공동체 연대의식과 높은 지연·혈연·학연 중심의 연고주의적 사회분위기가 결합하면서 자선(Philanthropy)과 후원(Patronage)의 메세나 기반이 강한 것”으로 분석했다.

파트너십(Partnership)으로서의 메세나의 경우 본질적인 파트너십 이론에는 완벽하게 부합되진 않는다는 전제 아래 도내 방송국과 금융권이 공동한 개최한 특별음악회의 사례를 들고 있다.

이를 통해 제주의 경우 지역 특성상 그리고 도민 정서상 자선(Philanthropy), 후원(Patronage), 협찬(Sponsorship), 파트너십(Partnership) 등 각각의 동기에 의한 메세나운동 기반 조성의 가능성이 존재함을 보여주고 있다.

<표 23> 제주지역 메세나운동 기반 사례

메세나 동기	메세나 구체적 사례	메세나 주체
자선(Philanthropy)	영화 「끝나지 않은 세월」	채외 각계 인사 및 도민
후원(Patronage)	한라윈드양상블	신진교통
협찬(Sponsorship)	제주국제관악제	제주은행
파트너십(Partnership)	KBS 특별음악회	제주KBS, 농협제주지역본부

자료 : 김명범·황경수(2009), 「메세나운동의 제주지역 도입방안에 관한 연구」에서 인용

그럼에도 제주협회가 회원 기업의 확장에 어려움을 겪고 있는 또 다른 원인은 기업의 영세성과 이로 인한 메세나 필요성 인식 및 전략의 부재라 할 수 있다. 제주협회의 회원 가운데 개인을 제외한 91개 기업의 면면을 살펴보면 향토기업 가운데 비교적 경영규모가 큰 (주)한라산이나 금융권(3개)을 빼고는 메세나 지원을 통한 기업 이미지 제고가 비교적 용이한 서비스업 관련 기업은 호텔(2개), 관광·여행·레저(7개), 요식업(4개), 렌터카업(2개) 등에 불과하다. 이들 기업의 경우도 매칭그란트 사업에 적극적으로 참여하고 있는 형편은 아닌 것으로(<표 16> 참조) 보인다. 즉 소비자와의 대면성이 강한 기업의 경우라도 대상 소비자층에 적합한 이미지 제고를 위한 메세나 전략은 거의 부재하다는 것을 알 수 있다. 향후 제주협회가 극복해야 할 과제로서, 메세나활동 참여 기업의 편익 증대 및 홍보가 필요한 이유이기도 하다.

<표 24> 제주메세나협회 회원기업의 업종 현황

구분	참여 기업 수
호텔	2
요식	3

개발/건설/건축사무소	17
관광/레저	8
렌터카	2
농업법인	4
교통/항공	7
일반기업	23
병원	4
금융	4
협동조합	1
법무법인	1
공기관/공기업	8
특수 기업	2
예술단체	2
경제인단체	1
기타	2
계	91

자료 : 제주메세나협회 홈페이지(www.jjmecenat.or.kr) 참고, 재구성

4) 문화예술단체의 수동성 및 소극성 극복

2017년 제주재단이 펴낸 『제주문예연감』에 따르면, 제주 도내에는 대략 480여 개 문화예술 단체가 활동하고 있는 것으로 파악된다. 이들 중 대다수가 제주재단의 지역협력형사업에 지원하여 공적 자금을 지원받아 각 장르의 특성에 맞는 활동을 전개하고 있다. 제주협회 자료에 따르면 운동본부가 본격적으로 활동을 시작한 2012년 1월부터 2017년 11월 현재까지 기업의 지정기부금을 받거나 매칭그란트 지원을 받은 단체는 총 163개에 이른다(누적 통계, 중복 포함). 전체 단체의 약 3분의 1이 메세나를 통해 지원을 받은 셈이다.

<표 25> 제주메세나 결연 실적 총괄(2012년~2017년, 단위 천원)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017.11. 현재	계	비고
기업(개인)	11	16	19	29	38	54	167	중복 포함
단체	10	14	19	28	38	54	163	
지원금	149,750	162,000	75,300	259,800	236,200	342,200	1,225,250	

자료 : 제주메세나협회 내부 자료 참고, 재구성

김민지(2015)가 지적한 것처럼 사실 많은 민간 예술단체들은 준폐의 위기에서 벗어나지 못하고 있으며 현재의 예술활동 중심 재원 조성만으로는 자생력 확보와 존속이 거의 불가능한 실정이다. 때문에 공공재원에 의존하여 소액다건 지원을 받아 겨우 발표 기회를 마련하면서 한 해 한 해 연명하고 있다시피 한 것이 제주를 비롯한 대부분의 지역 문예단체의 현실이다. 국고와 지방비 매칭의 지역협력형사업이나 메세나 결연을 통해서 지원을 받지 않으면 안 될 만큼 문화예술단체들은 열악한 환경에 놓여 있다.

제주특별자치도가 2015년 실시한 문화예술인 실태조사⁹⁾에 따르면, 대상자 766명 가운데 예술활동과 관련하여 2014년 한 해 동안 정부 및 공공기관이나 기업, 개인 후원자 등으로부터 지원을 받은 적이 있다고 응답한 경우가 17.1%(131명,164회)로 나타났다. 보고서에 따르면, 공공지원은 120회, 민간지원은 44회(26.8%) 받은 것으로 나타나 공공 영역에서의 지원 비중이 높은 것으로 나타났다. 공공지원의 경우 제주도의 직접지원이 26회(15.9%), 간접지원(제주시, 서귀포시, 제주문화예술재단)은 94회(57.3%)로 조사되었다. 이들이 지원받은 세부 내역을 살펴보면 창작활동 지원(기금 등)이 71.8%로 압도적이었으며, 창작공간 지원, 창작 관련 인력 지원, 교육/연수 등 역량강화 지원 등이 뒤를 이었다.

9) 제주특별자치도와 제주문화예술재단 간 연구용역 계약에 따라 2015년 ‘창작 여건 개선을 위한 문화생태지도 구축사업’ 연구가 진행되었다. 문화예술인 766명을 대상으로 설문조사와 FGI(Focus Group Interview)를 토대로 예술창작자(생산자)의 창작여건에 대한 실태 연구가 이루어졌다.

<표 26> 제주도내 문화예술인 공공·민간영역 지원 현황(2014.1.~12.)

합계	공공				민간	
	제주도 직접 지원		제주도 간접지원 (제주시,서귀포시, 제주문화예술재단)		기업, 개인, 기타	
	횟수	비율(%)	횟수	비율(%)	횟수	비율(%)
164	26	15.9	94	57.3%	44	26.8

자료 : 창작여건 개선을 위한 문화생태지도 구축사업 보고서(제주특별자치도, 2015)
참고, 재구성

<표 27> 제주도내 문화예술인 공공·민간영역 지원 세부 내역(2014.1.~12.)

구분	창작활동	창작공간	창작 관련 인력	교육/연수 등 역량강화	기타	무응답 (모름)
비율 (%)	71.8	8.5	2.8	8.5	7.0	1.4

자료 : 창작여건 개선을 위한 문화생태지도 구축사업 보고서(제주특별자치도, 2015)
참고, 재구성

지역 메세나운동이 활성화되기 위해서는 기업의 적극적 참여 못지않게 중요한 것이 예술단체의 적극적이고 전향적인 역할이지만 생존 자체가 절박한 상황에서 각 기업의 니즈에 맞추어 창의적 문화예술 프로그램을 수행해야 하는 매칭그란트 사업에 적극성을 띠기란 결코 쉬운 일이 아니다. 조건 없는 기업의 지원이나 혜택만을 바라거나 행정기관이 나서서 지원 기업을 찾아 연결시켜주기만을 기다리는 문화예술단체들이 많은 것도 이 때문이다.

이 같은 상황이 비단 제주만의 문제가 아닌 것은 대구경북연구원이 발표한 대경 CEO브리핑(제351호, 2013.2.20.)을 봐도 알 수 있다. 이 자료는 예술계의 메세나 인식 현황을 △기업의 경영 및 마케팅 시스템에 대한 이해도 부족 △기업을 파트너로 인식하고 혜택을 우선 제공하려는 의지 부족 △기업과의 만남을 후원 이외에 창의적으로 확장하려는 의지 부족 △기업 메세나를 담당할 수 있는 예술단체 내부 역량 및 인력 부족 등으로 분석하였다.

대부분의 문화예술단체들이 겪고 있는 재정적 어려움은 예산 부족으로 인한 기획, 제작 부재 → 작품 수준 저하 → 관객 외면이라는 악순환을 낳고 있다. 문화예술단체들의 ‘주면 받는’, ‘받기만 하는’ 소극성과 수동성은 여기에서 비롯된다고 볼 수 있다.

특히 제주의 경우 음악 장르 지원 쏠림 현상이 두드러지게 나타나고 있어 예술단체들의 보다 적극적이고 능동적인 태도 전환이 절실한 실정이다.

<표 28> 제주 문화예술단체 현황

장르	단체 수
연극	11
연예	1
영상	5
음악	155
전통예술	53
건축	3
다원 및 문화 일반	22
도립	5
무용	22
문학	45
미술	80
사진	43
서예	34
종합	3
계	482

자료 : 제주문예연감(제주문화예술재단, 2017) 참고, 재구성

제주협회의 2년 간 결연현황을 살펴보면 유형을 불문하고 결연율이 가장 높은 장르는 음악으로 나타났고(총 28건, 1억6천8백30만 원), 다음이 축제(총 15건, 1억7

백만 원)였다. 일회성 문화행사나 음반 발매, 이벤트와 같은 기타 장르의 경우 14건에 8천3백만 원이 지원되었다. 다음으로 전통, 미술, 오페라, 문학, 다원예술, 연극 순으로 나타났다.

<표 29> 제주메세나협회 장르별 결연 현황(2016년~2017년 11월)

장르	매칭그란트		지정기부		총 지원액	비고
	2016	2017	2016	2017		
음악	6	16	5	1	168,300,000	
미술	-	1	2	3	27,000,000	
문학	-	2	1	1	23,000,000	
전통	1	1	-	5	40,200,000	
오페라	1	1	-	-	26,000,000	
연극	2	1	-	-	19,000,000	
다원	-	2	6	1	21,900,000	
축제	-	-	5	10	107,000,000	영화제, 대학축제, 마을축제, 지역특화축제등
기타	-	3	5	6	83,000,000	일회성 행사, 음반 발매 등

자료 : 제주메세나협회 내부 자료 참고, 재구성

음악 장르 쏠림 현상은 음악 장르에 대한 기업의 선호도가 특히 높아서라기보다는 음악 단체가 타 장르에 비해 월등히 많기 때문인 것으로 풀이된다. 따라서 매칭그란트 공모 과정에서 여느 장르보다 음악단체들의 응모 비율이 높을 수밖에 없는 것이다. 물론 전통, 연극, 오페라, 다원예술 등도 공연예술분야의 범주에 포함되지만 이들에 비해 음악단체의 경우가 정기 연주회 등 지속적인 이벤트를 생산해내기 때문에 기업의 접근성을 감안할 때 음악단체 지원 쏠림 현상을 초래하게 되는 단초가 되는 것이다. 때문에 문화예술단체들의 메세나역량을 강화시키는 일이 매우 중요하며, 특히 음악 외 장르 단체들이 기업과의 메세나 결연을 위해 보다 적극성과 능동성을 배양해야 할 것으로 보인다.

이상과 같이 살펴 본 제주형(型) 메세나활동 모델 구축을 위한 조건별 내용과 역할 주체를 정리하면 다음과 같다.

<표 30> 제주형(型) 메세나활동 모델 구축을 위한 조건

구분	내용	역할 주체
예산 지원	참여기업의 부담 경감과 문화예술단체의 창작지원 및 수혜자 확대를 위한 매칭그란트 사업 예산 및 제주메세나협회 운영 경비 지원체계 마련	제주특별자치도
세제혜택 및 인센티브 제공	기업의 메세나활동 참여 유도를 위한 조세특례 제한법 개정 필요	정부 제주특별자치도
회원기업 확대 및 조직의 안정화	- 회원기업 확대를 위한 다각적 노력 필요 - 기업의 메세나 필요성 인식 제고 기회 마련 및 메세나 지원 전략 제공	참여 기업 및 제주메세나협회
문화예술단체의 수동성 및 소극성 극복	- 기업의 니즈에 적합한 프로그램 수행 능력 배양 - 음악 외 장르 예술단체들의 기업 접근성 제고 노력	문화예술단체

3. 제주형(型) 메세나활동 모델 구축을 위한 정책제언

일견 ‘메세나’는 기업들이 먼저 시작하고, 더 많이 노력하고, 더 많이 ‘베풀어야’ 하는 것으로 인식되기 쉽다. 그러나 ‘메세나’는 어느 일방의 시도나 노력만으로 활성화될 수 없다. 기업의 상대방에 문화예술이 존재한다면 그 둘을 잇는 매개(메세나협회와 같은 조직체)가 필요하고, 정부나 지자체가 이 구조를 든든하게 받쳐주어야 한다. 곧 ‘메세나’는 기업↔문화예술↔정부(지방정부)의 균형과 결속의 정도에 그 질과 넓이와 깊이가 결정된다 할 수 있다. 여기에서 기업이란 일반 기업뿐 아니라 정부 또는 지자체가 출자한 공기업을 포함하며, 정부 또는 지자체의 역할 범위는 예산 지원은 물론 행정적·제도적 지원을 아우른다.

앞서 살펴 본 제주형(型) 메세나 모델을 구축하기 위한 조건들을 전제로 하여 정부 및 지자체의 예산 및 제도적 지원, 메세나활성화를 위한 조직의 구성 형태, 문화

예술단체의 메세나 인식 제고의 측면에서 정책 제언을 하고자 한다.

1) 기업과의 동업의식, ‘팔길이 원칙’ 적용의 예산 지원

제주 메세나활성화를 위해서는 제주도의 재정적 지원이 무엇보다도 중요하다. 안정기에 진입하지 못한 제주협회의 현실을 감안할 때 더욱 그 중요성은 강조될 수밖에 없다. 제주도의 재정적 지원은 두 가지로 살펴볼 수 있다.

첫째, 매칭그란트사업 예산 지원이다. 이는 특히 메세나활동 초창기에 기업의 부담을 경감시킴으로써 기업의 참여를 이끌어내는 결정적 요인이 된다. 기업의 참여가 커질수록 민간부문의 재원이 확보됨으로써 지자체 재원만으로는 충족시키기 어려운 문화예술 지원의 보완책이 될 수 있다는 점에서도 지자체의 매칭그란트사업 예산 지원은 중요하다. 제주도가 2015년 실시한 문화예술인 실태조사에 따르면, 예술인에게 가장 필요한 지원이 무엇인냐는 질문에 ‘창작지원(기금) 및 수혜자의 확대’라는 응답이 각 장르별 응답 가운데 1위를 차지했다. 예술인의 활동에 필요한 지원으로서 우수작품 유통 지원, 발표지원 및 공간의 확대, 온라인 서비스 지원, 공연시설 확대 및 수준개선, 홍보/마케팅 등 프로모션 지원, 커뮤니티활동 지원 등의 응답보다 월등한 비율을 차지하고 있는 것이 창작지원(기금) 및 수혜자의 확대로 나타났다.

<표 31> “예술가에게 가장 필요한 지원은 무엇인가”라는 질문에
“창작지원(기금) 및 수혜자의 확대”라고 응답한 비율

장르	응답자 수(중복응답)	응답비율
문학	359명	45.1%(149명)
시각예술	419명	35.8%(150명)
공연예술	524명	30.7%(161명)
전통예술	85명	24.7%(21명)
영상·미디어	26명	34.6%(9명)

자료 : 창작여건 개선을 위한 문화생태지도 구축사업 보고서(제주특별자치도, 2015)
참고, 재구성

이렇듯 많은 예술인들이 가장 필요한 지원이라 여기고 있는 ‘창작지원(기금) 및 수혜자의 확대’를 충족시키기 위해서는 제주도나 제주재단이 추진하고 있는 지원사

업 외의 대안을 필요로 한다. 가장 현실적인 대안으로서 민간 영역에서의 메세나 지원을 확대시키기 위해서는 제주도의 매칭그랜트사업 예산 지원이 필수적이다. 그러나 제주도가 지원한 매칭그랜트사업 예산 지원은 2016년 5천만 원, 2017년 1억 원 규모에 그쳤다. 문화정책 목표를 ‘문화예술섬 조성’에 두고 있는 제주도는 2018년 문화예술예산으로 3.2%를 편성¹⁰⁾ 하였지만 제주협회 매칭그랜트사업 지원 예산은 2017년과 동일한 1억 원에 불과하였다.

제주도의 예산 지원 규모는 곧 제주메세나활동의 규모를 의미한다고 해도 과언이 아니다. 매칭그랜트 사업비의 경우 지원되는 예산에 비례해서 기업의 지원금 규모가 결정되기 때문이다. 따라서 기업의 보다 활발한 지원을 끌어내기 위해서는 지자체의 예산 규모의 적정성이 담보될 필요가 있다. 지역 경제의 규모가 다르긴 하지만 경남도의 경우 2012년 매칭 지원비가 6억 원에 달했고, 울산의 경우도 이미 2011년에 1억 원을 훌쩍 넘었으며, 광역문화재단 메세나사업 추진 현황(<표6> 참조)을 보더라도 제주의 경우는 현저하게 소액 지원이 이루어지고 있음을 알 수 있다.

황경수(2011)는 민간 부문의 기부 의욕을 고취시키기 위해서는 지자체의 지원과 민간 기부 간의 균형이 중요하다고 강조한 바 있다. 특히 제주 지역의 경우 민간 부문의 기부를 유도하기 위해서 제주도의 출연이 중요하다고 밝혔다. 제주도는 보다 과감한 예산 지원을 추진함으로써 지역 기업의 메세나활동 동참을 이끌어내고, 문화예술생태계의 자생력 강화를 도모함으로써 도민의 문화예술 향유기회 확대에 노력해야 할 것이다.

둘째, 제주협회 운영 경비 지원이다. 회원 가입 정체현상을 보이고 있는 제주협회의 영세한 경영을 도와 협회의 연락처를 도모하기 위해서는 운영 경비 지원이 필수적이다. 뿐만 아니라 도민 인식 전환을 위한 홍보 사업 추진이나 문화예술교육사업 발굴 등 협회의 사업영역 확장과 다양성 확보를 위해서도 반드시 필요하다.

예산 지원에서 지켜져야 할 원칙이 있다. 이른바 ‘팔길이 원칙(arm’s length principle)’¹¹⁾이다. 제주도가 예산은 지원하되 ‘팔 길이만큼 거리를 두고’ 간섭은 하지 않아야 협회와 문화예술계의 독립성과 자율성이 보장될 것이기 때문이다. 제주도가 지원한 예산은 협회를 거쳐 결국 예술계 및 도민사회로 환류되기 때문에 ‘팔길이 원칙’이 지켜질 때 예술계의 자율성이 보장되고 제주 메세나활동의 지속 가능성을 담보하게 되는 것이다.

10) 제주특별자치도는 2018년 예산 5조297억을 편성했으며 이 가운데 문화예술예산은 약 1천6백 억원으로 3.2% 정도를 차지한다.

11) 영국의 예술행정가 존 피크(John Pick)가 『예술행정론』에서 역설한 ‘팔길이 원칙(arm’s length principle)’은 1945년 영국이 예술 지원 대상을 선정하고 지원하는 예술평의회를 창설할 때 정치권력과 관료로부터 거리를 두기 위해 채택한 정책이다.

2) 제주특별자치도 특별법에 메세나활동 촉진을 위한 규정 도입

제주 메세나활동의 활성화를 위해서는 향후 지방세 차원에서의 세금 감면 방안이나 기타 인센티브 제공 방안을 적극 강구해야 한다. 이를 위해서는 제주특별자치도 특별법에 메세나활동 촉진을 위한 규정을 도입할 필요가 있다. 뿐만 아니라 2016년 제정된 「제주특별자치도 문화예술 재능기부 및 후원 활성화 지원 조례」 개정을 검토, 개정해야 한다. 조례 제7조(포상)에 따르면 ‘도지사는 문화예술 재능기부 및 후원활성화에 참여하거나 공이 있는 개인, 법인 또는 단체에 대하여는 「제주특별자치도 포상 조례」에 따라 포상할 수 있다.’ 포상에 국한시킬 것이 아니라 지방세 차원의 세금 감면 방안을 비롯해 좀 더 폭넓은 인센티브제도를 도입할 수 있도록 개정해야 할 것이다.

이와 함께 제4조(기본계획 수립)에 따라 연도별 기본계획을 수립하고 그에 따른 시책을 수립, 시행함으로써 「제주특별자치도 문화예술 재능기부 및 후원 활성화 지원 조례」의 취지를 충분히 살릴 수 있어야 한다. 이 과정에서 민간 기구인 제주협회와 제주특별자치도가 협력하여 기본계획을 수립하고 그에 따른 시책을 수립, 시행함으로써 ‘메세나 민관 협치 모델’을 구축할 수 있을 것이다.

<표 32> 「제주특별자치도 문화예술 재능기부 및 후원 활성화 지원 조례」 전문

제1조(목적) 이 조례는 도민의 문화예술 진흥 및 문화예술 분야의 기부문화를 활성화하여 도민의 삶의 질 향상에 이바지함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “재능기부”란 문화예술 분야의 관련 재능을 보유한 개인, 법인 또는 단체가 지역사회와 소외계층을 위하여 무보수성, 자발성, 공익성, 비영리성의 원칙하에 시간과 노력을 제공하는 행위를 말한다.
2. “문화예술기부후원센터”란 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」 제5조에 따라 인증 받은 단체를 말한다.
3. “문화예술”이란 「문화진흥법」 제2조제1항에 따른 문화예술 및 「문화재보호법」 제2조 제1항제2호에 따른 문화재를 말한다.

제3조(도지사의 책무) 제주특별자치도지사(이하 “도지사”라 한다)는 도민의 문화예술을 진흥시키기 위해 문화예술 분야의 재능기부 및 후원의 활성화를 위한 여건을 조성하고 지원시책을 마련하기 위해 노력하여야 한다.

제4조(기본계획 수립) ①도지사는 문화예술 재능기부 및 후원의 활성화를 위하여 연도별

기본계획을 수립하고 그에 따른 시책을 수립·시행하여야 한다.

② 제1항에 따른 기본계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 문화예술 재능기부 및 후원 활성화를 위한 교육 및 홍보 방안
2. 문화예술 분야의 관련 재능을 보유한 개인, 법인 또는 단체의 기부 및 후원 네트워크 구축 방안
3. 문화예술 재능기부 및 후원 활성화를 위한 프로그램 개발과 지원 방안
4. 그 밖에 문화예술 재능기부 및 후원 활성화를 위해 필요한 사항

제5조(재정지원) 도지사는 문화예술 재능기부 및 후원의 활성화를 위하여 예산의 범위에서 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사업에 대하여 필요한 경비를 지원할 수 있다.

1. 문화예술 재능기부 및 후원의 활성화를 위한 프로그램 연구 및 개발
2. 문화예술 재능기부 및 후원의 활성화를 위한 결연사업
3. 문화예술 재능기부 및 후원 문화 네트워크 구축 및 활성화 홍보사업
4. 문화예술 재능기부 및 후원 활성화를 위한 문화시설 이용

제6조(문화예술기부후원센터 설치 및 위탁) ①도지사는 문화예술 지원 및 활성화를 위해 “문화예술기부후원센터(이하 “센터“라 한다)를 설치·운영할 수 있다.

② 도지사는 센터 운영을 위하여 필요하다고 판단될 경우에는 「문화예술후원 활성화에 관한 법률」, 「문화진흥법」 등 관련 법령에 따라 민간 위탁할 수 있다.

③ 도지사는 적절한 서비스를 제공할 수 있도록 센터 운영에 필요한 경비를 예산의 범위 내에서 지원할 수 있다.

제7조(포상) 도지사는 문화예술 재능기부 및 후원 활성화에 참여하거나 공이 있는 개인, 법인 또는 단체에 대하여는 「제주특별자치도 포상 조례」에 따라 포상할 수 있다.

제8조(시행규칙) 이 조례의 시행에 필요한 사항은 규칙으로 정한다.

부칙

이 조례는 공포한 날부터 시행한다.

3) 지방정부, 도내 주재 공사, 지역 경제인단체, 언론 등 ‘메세나 거버넌스’ 구성 메세나활동이 제주사회에 보다 탄실하게 뿌리를 내리기 위해서는 참여 기업의 확대가 우선적으로 요구된다. 이를 위해서는 참여 대상을 보다 다양화할 필요가 있다. 제주에는 이렇다할만한 규모를 갖춘 기업이 부재한 대신 중소 규모의 서비스, 관광, 레저 관련 기업들이 주종을 이루기 때문에 이들을 대상으로 한 적극적 메세나 유인책이 강구될 필요가 있다. 제주 지역의 특성상 항공사, 제주 이전 기업 등의 참여

유도도 적극적으로 이뤄져야 한다. 제주 연고의 출향 인사 혹은 연고 기업을 대상으로 대대적인 홍보활동을 강화해야 한다. 이처럼 참여 기업과 개인의 대상 확대가 원활하게 이뤄지기 위해서는 앞서 살핀 제도적 지원이 전제되어야 할 것이다.

기업 층이 그다지 두텁지 않은 제주의 경우 개인 기부자의 확대는 제주형(型) 메세나 모델의 하나로서 제시될 수 있는 바, 의사, 약사, 변호사 등 전문직 개인이 참여할 수 있도록 문호를 개방해야 한다. 허은영(2009)은 개인 한 사람이 내는 액수가 기업 한 군데가 내는 후원금보다 훨씬 적다하더라도 개인 기부를 지속적으로 추진해야 하는 이유로, ‘한 문화예술단체에 비록 소액이지만 여러 개인이 기부를 한다는 것은 그만큼 그 단체가 사회구성원으로부터 지지를 받는다는 것을 의미하기 때문’이라고 밝히고 있다. 다수의 소액기부자를 확보하는 것은 단순한 재정적 보완의 의미를 뛰어넘어 사회로부터 해당 단체가 지지를 받는다는 것을 상징할 수 있다는 것이다. 실제로 미국 비영리단체들은 전체 예산중에서 일정 비중 이상을 다수의 기부자로부터 얻어야 공익자선단체로 인정받는 사실을 환기시키고 있다.

김명범·황경수(2009)는 “제주 지역 기업의 영세성을 인한 기업의 메세나 참여에 한계가 있는 상황에서 제주국제자유도시개발센터와 같은 정부투자기관, 제주특별자치도개발공사, 제주관광공사 등 지방공기업은 새로운 후원자가 될 수 있다. 제주 지역 내 정부투자기관과 공기업이 중추적 역할을 하기 위해서는 지역사회 공헌노력을 구체적으로 지역사회주민 문화 복지 증진을 위한 공헌노력으로 변경해야 한다.”고 제시하였다. 제주특별자치도 특별법과 조례를 통해서 공기업의 수익, 혹은 예산의 일정 비율을 기부하여 메세나활동에 참여할 수 있도록 하는 방안을 강구해야 한다는 것이다.

현재 제주협회에는 제주특별자치도개발공사, 제주관광공사를 비롯한 지방공기업과 출자기관, 정부투자기관 한국마사회제주지역본부 등 8개사가 동참하고 있으며, 지역사회에 큰 영향력을 발휘하고 있는 제주국제자유도시개발센터(JDC)의 경우 향후 회원 가입이 기대되고 있다.

제주도 공기업 및 출자출연기관, 제주도 주재 국가 공기업들은 단순히 회원기업으로만 참여할 것이 아니라 제주도와 지역 경제단체, 언론 등과 더불어 메세나 거버넌스를 구성할 필요가 있다. 공공성과 공익성이 강한 행정과 공기업, 공공기관, 언론기관 등 메세나 거버넌스를 구성함으로써 지역의 문화예술을 진흥시키고, 지역 경제와 문화예술의 균형적 발전에 기여하도록 해야 한다.

이와 함께 회원 기업의 역할 제고 방안 마련도 중요하다. 제주협회 회원 기업의 경우 전적으로 현금 지원만 하고 있는 실정이어서 오히려 이 점이 기업 참여의 폭을 좁히는 결과를 낳는 요인으로 지적되기도 하기 때문에 지원 방법의 다각화를 고려해야 한다. 기업 내 유희공간을 예술단체의 연습실이나 사무공간으로 지원하거나

예술단체의 공연 및 전시행사에 직원 및 가족이 진행도우미 역할을 맡는 등 현물이나 현금 지원이 아닌 비물질적(비재정적) 지원방법의 다양화를 시도할 필요가 있는 것이다. 예술단체의 효율적·합리적 경영을 돕기 위한 지원으로서 경영노하우를 지도하거나 정례적인 협력 네트워크를 시도하는 것도 상생을 위한 지원방법의 사례이다. 이를 위해서는 제주협회가 기업과 문화예술단체 간 충실한 매개자로서 역할을 할 수 있는 자체사업의 발굴과 운영에 적극적으로 나설 필요가 있다.

4) 문화예술단체의 ‘먼저 찾아가는’ 운동 전개

문화예술단체는 메세나활동의 수혜자인 동시에 역할 수행자이다. 메세나의 취지가 기업의 문화예술을 통한 문화예술의 진흥과 동시에 쌍방의 상생과 협력에 있는 것임을 상기할 때 문화예술단체는 결코 일방적인 수혜자일 수만은 없기 때문이다. 이들이 창작하고 진작시킨 문화예술의 결실은 다시 기업을 비롯한 일반 문화예술 향유자에게 환류되는 순환구조를 이룬다. 기업의 지원 → 문화예술의 진흥 → 문화예술 향유 기회 확대라는 선순환구조를 구축하기 위해서는 무엇보다도 문화예술단체의 막중한 책임감과 역할 분담이 요구된다. 따라서 문화예술단체는 열악한 재정환경을 기업의 지원을 통해 해소하고, 그 대가로 기업에게 창의적 경영이 가능하도록 아이디어를 제공하거나 프로그램 실행에 협력 지원해야 할 의무가 있다.

이 같은 문화예술단체의 역할을 성실히 수행해 낼 수 있는 역량을 강화하기 위해서는 지속적인 학습과 훈련이 필요하다. 전문성 배양 및 제고와 더불어 메세나활동의 주축으로서의 사회적 책무 수행을 돕는 역량강화 워크숍, 기업의 메세나 담당자와의 지속적 네트워크, 메세나 관련 정보 및 기업 정보의 수집, 단체 내 메세나 관련 업무의 전담자 지정 등을 통해 기업과의 상호 신뢰관계를 구축해야 한다. 이것들이 가능해지려면 무엇보다도 문화예술단체들의 태도 개선이 필요하다.

문화예술단체들이 창의적인 창작활동을 유지, 확대하기 위해서는 무엇보다도 열악한 재정여건이 해소, 개선되어야 한다. 공적 자금 지원만으로는 한계가 있는 상황에서 기업 메세나활동과 기부를 통한 민간 부문의 지원을 끌어내는 것은 결코 지자체가 나선다고 해서 가능한 일은 아니다. 지자체는 메세나 시스템을 견고하게 하기 위한 재정적, 제도적 역할을 담당하는 것일 뿐, 결국 기업으로 하여금 긍정적인 ‘메세나 마인드’를 갖게 만드는 것은 문화예술단체의 몫이다. 창작물을 통해 감동을 주고, 그것이 사회적 반향을 일으킬 수 있어야 기업의 ‘메세나 마인드’를 움직일 수 있을 것이다.

‘주면 받고 안 주면 말고’, ‘당연히 받고’, ‘알아서 주면 받고’ 식의 태도로는 기업과 지자체가 아무리 노력한다 해도 메세나활동은 활성화될 수 없다. 중요한 것은 문화예술단체들의 ‘먼저 찾아가는’ 적극적이고 능동적인 태도이다. 기업과 도민사회

에 기여할 수 있는 프로그램이나 더 나아가 지역 문화예술계에 긍정적인 효과를 불러일으킬 수 있는 창의적 아이디어로 메세나활동을 이끌어내야 한다. 문화예술단체는 기업과 대등한 위상에서 유기적으로 협력하는 상생의 주체이기 때문이다.

김성규(2011) 역시 문화예술단체들의 전향적인 태도 전환의 필요성을 제기하면서 문화예술단체들이 기업과의 접촉 시 △‘돈’으로 접근하지 말 것 △기업의 스케줄에 맞출 것 △기업의 사회공헌 활동에만 초점을 맞추지 말 것 △첫 술에 배부를 생각을 하지 말 것 △관심을 갖고 기업에 대한 정보를 꾸준히 수집할 것 △기업의 needs를 파악하고 충족시킬 것 등을 주문하였다. 이를 인용, 정리하면 다음과 같다.

<표 33> 성공적인 파트너십을 위해 예술단체가 노력해야 할 것들

<p>돈으로 접근하지 말라</p>	<p>처음부터 돈으로 접근하면 절대 안 된다. 사람이나 시설 등으로 접근해야 한다. 기업이 보유하고 있는 강의실, 회의장 등을 의미 있게 사용하는 방법을 제안한다면 기업은 훨씬 더 긍정적으로 검토할 것이다. 기업이 생산하거나 판매하고 있는 제품과 연계한 활동도 금전적인 접근보다 수월하고 바람직하다.</p>
<p>자기 스케줄에 맞추지 말라</p>	<p>예술단체의 공연 일정에 맞추어 기업을 접촉하려 하면 안 된다. 대기업의 경우 대부분 전년도 말 이전에 이미 사업이 결정된다. 예술단체가 접촉하고자 하는 기업의 특성을 파악하고 기업의 일정에 맞추어 제안하고 접촉해야 한다.</p>
<p>기업의 사회공헌 활동에만 초점을 맞추지 말라</p>	<p>기업에서는 다양한 경영활동이 이루어지고 있으면, 예술단체가 기업과 연계할 수 있는 분야는 기부 또는 사회공헌 활동 말고도 훨씬 더 다양하다. 지역과의 교류가 필요한 기업의 경우 지역주민을 위한 음악회를 개최하기도 하고 기업 내에 예술 관련 동호회가 운영되고 있거나 음악 감상, 전시회 관람, 독서 등 다양한 직원 교양교육을 실시하고 있으므로 단체의 전문성을 발휘할 수 있는 기회를 포착해야 한다.</p>
<p>첫 술에 배부를 수 없다</p>	<p>‘기업은 예술을 모른다’, ‘기업은 너무 상업적이다’, ‘기업에 접촉하려면 고위층을 알아야 한다’ 등과 같은 생각을 예술단체들은 하기 쉽다. 그러나 성공적인 파트너십을 구축하기 위해서는 예술단체와 기업의 네트워크가 우선되어야 한다. 네트워크 구축은 최소한 3년에서 5년 정도의 시간이 걸린다. 꾸준한 노력이 필요하다.</p>
<p>관심을 갖고 기업에 대한 정보를 꾸준히 수집하라</p>	<p>기업이 예술을 이해하고 예술단체에 대한 정보를 파악하고 관리하는 것을 기대할 수는 없다. 예술단체는 기업과 만나기 이전부터 기업에 대한 많은 조사와 연구를 할 필요가 있다. 기업의 신제품 출시 정보도 필요하고 예술단체가 보유한 콘텐츠의 정확한 데이터도 필요하다.</p>

기업의 needs를 파악하고 충족시켜라	예술단체가 기업에게 줄 수 있는 혜택(benefit)이 무엇인가 고민해야 한다. 기업에게 줄 수 있는 혜택은 무궁무진하지만 제대로 활용하지 못하는 경우가 많다. 기업이 필요로 하는 많은 것을 예술단체가 제공해 줄 수 있을 때 비로소 일방적 수혜가 아니라 파트너십이 형성된다.
-----------------------	---

자료 : 김성규(2011), 「기업의 문화경영의 본질과 문화예술단체가 갖춰야 할 조건(제주문화예술정책연구 제10집)」 발췌, 인용

V 결론

본 연구는 제주 지역에 적합한 메세나활동 모델을 모색하는 데에 목적을 두었다. 이를 위해 메세나 관련 선행연구 고찰을 통해 일반적인 메세나활동의 지향성 및 경향성을 분석하고, 한국 각 지역에서 전개되고 있는 메세나활동 현황과 특징들을 제주 현황과 비교 분석하였다. 검토 대상은 한국메세나협회, 경남메세나협회, 제주메세나협회, 울산메세나운동추진위원회, 전국 광역 문화재단 등이다. 분석 요소는 메세나활동의 조직의 구성과 특성, 정부나 지자체의 예산 지원(매칭지원 예산 및 메세나 조직 운영비 지원), 메세나 참여 기업들에 대한 인센티브 제공 여부, 메세나 참여 문화예술단체 대상 메세나 교육 실시 여부 등 여섯 가지다.

그 결과 한국메세나협회와 경남메세나협회는 기업(인)주도형으로, 정부와 지자체의 예산을 지원받으면서 참여 기업에 대해 법률이 허락하는 범위 내에서의 세제혜택을 부여하고 있으며, 활발하게 문화예술단체들을 대상으로 메세나 역량을 강화하기 위한 노력들을 하고 있음을 알 수 있었다. 이에 반해 지자체주도형으로 분류될 수 있는 울산메세나운동추진위원회의 경우 기업과 문화예술단체의 결연에 매칭예산을 편성, 집행하고 있으나 메세나 참여 기업들에 대한 인센티브 제공이나 문화예술단체 대상 교육 실시에 한계가 있어 적극적이고 자발적인 기업(인)주도형 메세나 추진기구 구성이라는 과제가 남아있다고 할 수 있다.

제주메세나협회는 기업(인)과 지자체, 지자체 출연기관(제주문화예술재단 및 제주신용보증재단)이 상호 협력하여 메세나활동을 추진하는 민관협치형의 조직 특성을 보이고 있다. 제주특별자치도로부터 매칭예산과 협회 운영비를 지원받고 있으며 회원기업에 대한 인센티브 역시 법률이 정하는 범위 내에서 부여하고 있으며 문화예술단체 대상 메세나 교육도 실시되고 있다. 그러나 지역의 특성이 제대로 반영된 지속가능한 ‘제주형(型)’ 메세나활동 모델을 구축하기 위해서는 전제되어야 할 몇 가지 조건이 필요해 보인다. 즉, 지자체의 적극적인 예산 지원과 참여기업에 대한 실질적이고 효과적인 세제혜택과 인센티브가 주어져야 하며, 이와 함께 내부의 역량 강화를 위해 회원기업의 확대 및 조직 안정화, 참여 문화예술단체의 적극성과 자발성을 유도할 필요가 있는 것이다.

이에 대한 정책제안으로서, 제주특별자치도가 기업과의 동업의식에서 출발한 예산 지원책이 마련해야 하며 여기에는 반드시 ‘팔길이 원칙’이 지켜져야 함을 제시했다. 뿐만 아니라 지방세 차원에서의 적극적인 세제혜택과 인센티브 제공을 위해서 제주특별자치도 특별법에 제주 메세나활동 촉진을 위한 내용을 담아야 할 것이다. 2016년에 제정된 「제주특별자치도 문화예술 재능기부 및 후원 활성화 지원 조례

에 따라 문화예술 재능기부 및 후원 활성화를 위한 기본계획 수립과 실행과정에서 제주메세나협회와 협력 및 연대할 수 있도록 제도적 장치를 보완할 필요가 있음을 제안하였다. 이와 연장선상에서 제주특별자치도와 지역 주재 공사, 경제인단체, 언론 등이 ‘메세나 거버넌스’를 구축함으로써 메세나활동을 통해 지역사회를 발전적으로 변화시킬 수 있는 실질적인 역할을 해야 할 것이다. 마지막으로 메세나활동의 수혜자이면서 동시에 역할 수행자로서 지역의 문화예술단체들이 지금까지의 소극성과 수동성에서 벗어나 자발적으로 ‘먼저 찾아가는 운동’을 전개할 것을 제안하였다.

이상과 같이 본 연구는 지금까지 제주 지역에서 전개되어 온 메세나활동 역사를 바탕으로 현황을 파악하면서 지속적으로 발전 가능한 메세나활동 모델 구축을 위해 반드시 갖추어야 할 조건들과 이를 실현하기 위한 정책 제안으로 이루어져 있다. 이는 제주의 메세나활동의 실체를 구체적으로 분석한 최초의 연구라는 의미가 있다. 그러나 본 연구는 지역 기업(인)들이 구체적으로 어떤 동기에 의해 메세나활동에 참여하고 있는지, 그 동기가 충족되었는지, 충족되지 않았다면 그 이유는 무엇인지, 메세나 지원을 경험한 문화예술단체들은 현실적으로 어떤 성과를 얻을 수 있었는지, 향후 제주 메세나활동이 보다 심화, 확장되기 위해서는 어떠한 내외부적 여건을 필요로 하는지에 대한 실증적인 조사와 고찰이 미흡하다는 한계를 지니고 있다. 따라서 향후 제주 메세나활동에 관한 연구는 각 주체들의 현실적 상황을 파악하고 서로 주고받을 수 있는 혜택(Benefit)을 촉진하는 정책 제안으로 진일보할 필요가 있다.

참고문헌

<논문>

- 김선화 (2009), 「새로운 문화경영기법 사례분석 및 중소기업 도입방안 연구」, 중소기업연구원
- 김성규 (2011), 「기업의 문화경영의 본질과 문화예술단체가 갖춰야 할 조건」, 『제주문화예술정책연구 제10집』, 제주문화예술재단
- 김명범·황경수 (2009), 「메세나운동의 제주지역 도입방안에 관한 연구」, 『탐라문화 제35호』, 제주대학교 탐라문화연구소
- 김민지 (2015), 「지역 메세나발전이 문화융성을 이끈다」, 『경남메세나 voi.019』, 경남메세나협회
- 김재중 (2012), 「예술기부가 왜 필요한가」, “문화예술기부활성화를 위한 대전문화재단 제5회 정책세미나” 발제문
- 안희민 (2011), 「지역 메세나운동의 활성화 방안」, 『제주문화예술정책연구 제10집』, 제주문화예술재단
- 양현미·김소영 (2002), 「기업메세나 운동의 효과 분석」, 한국정책개발원
- 양현미·양지연 (1995), 「기업메세나 활성화 방안」, 한국정책개발원
- 이병훈 (2015), 「경남메세나의 현재와 앞으로의 발전방안」, “경남메세나협회·창원대 공동주최 경남메세나 발전 방안 마련을 위한 토론회” 발제문
- 이충관 (2012), 『지역재단과 기업의 문화예술공헌사업 활성화 방안』, “문화예술 기부활성화를 위한 대전문화재단 제5회 정책세미나” 발제문
- 이흥재 (1997), 「기업의 문화예술활동 조사연구」, 한국문화정책개발원
- 채원호·손호중 (2004), 「기업메세나의 동기와 공공성」, 『한국사회와 행정연구』, 서울행정학회
- 한상우 (2013), 「경남메세나 5년의 성과와 향후 과제」, 경남발전연구원
- 허은영 (2009), 「문화예술 분야 기부 활성화를 위한 정책적 지원방안 연구」, 한국문화관광연구원
- 황경수 (2011), 「제주메세나운동의 여건분석과 추진방안」, 『제주문화예술정책연구 제10집』, 제주문화예술재단
- 황경수 (2017), 「제주메세나운동의 지평확장과 주체 간 선순환구조 확대 방안」, “2017 문화예술단체 역량강화 워크숍” 발표문, 제주메세나협회

<단행본>

- 김승현 (2009), 『문화, 경영을 만나다』, 김영사
김중순 (2001), 『문화를 알면 경영전략이 선다』, 일조각
박신의 (2015), 『문화예술경영-복합학문으로서의 전망』, 이음스토리
임상오 (2002), 『문화경제학 만나기』, 김영사
용호성 (2002), 『예술경영』, 김영사
주순이 (2017), 『지속가능을 위한 메세나, 그리고 조직원』, 서울경제경영

<보고서>

- 경남문화예술인 실태조사 (2012), 경남문화재단
대경CEO브리핑 제351호 (2013), 대구경북연구원
창작여건 개선을 위한 문화생태지도 구축사업 보고서 (2015), 제주특별자치도
한국메세나협회 2010 연차보고서 (2011), 한국메세나협회
한국메세나협회 2015 연차보고서 (2016), 한국메세나협회
한국메세나협회 2016 연차보고서 (2017), 한국메세나협회
한국메세나협회 20년사 (2014), 한국메세나협회
제주문화예술정책연구 제10집 (2011), 제주문화예술재단
2017제주문예연감 (2017), 제주문화예술재단

<신문기사>

- 강원일보, 2005.12.20.
경남도민일보, 2015.10.29.
경남매일, 2015.5.20.
경남신문, 2013.12.2., 2017.5.15.
경상일보, 2009.1.2., 2011.7.25.
광주일보, 2008.6.10., 2008.2.12., 2008.2.19., 2008.2.20.
뉴스시스, 2017.3.19.
매일경제, 2002.2.24.
무등일보, 2004.1.28.
시사제주, 2016.12.25., 2017.10.23.
연합뉴스, 2016.3.21.

울산광역매일, 2015.4.5.
 울산신문, 2007.12.28.
 울산제일일보, 2008.9.29.
 울산종합일보, 2007.6.18.
 전북일보, 2016.2.27.
 제주의소리, 2015.10.15., 2016.12.26., 2017.3.19.
 제주일보, 2016.12.26.
 충북인뉴스, 2008.5.1.
 충청투데이, 2009.2.24.
 포커스데일리, 2009.10.19.
 한라일보, 2016.10.31., 2017.7.20.
 헤드라인제주, 2016.9.6., 2017.3.19.

<웹사이트>

강원문화재단	http:// www.gwcf.or.kr
경기문화재단	http://www.ggcf.kr
경남메세나협회	http://www.gnmecenat.or.kr
경남문화예술진흥원	http://www.gcaf.or.kr
광주문화재단	http://www.gjcf.or.kr
대구문화재단	http://www.dgfc.or.kr
대전문화재단	http://www.dcaf.or.kr
부산메세나진흥원	http://www.busanmecenat.or.kr
부산문화재단	http://www.bsfc.or.kr
서울문화재단	http://www.sfac.or.kr
세종시문화재단	http://www.sjcf.or.kr
울산광역시	http://www.ulsan.go.kr
울산문화재단	http://uacf.or.kr
인천문화재단	http://www.ifac.or.kr
전남문화관광재단	http://jact.or.kr
전북문화관광재단	http://jbct.or.kr
제주메세나협회	http://www.jjmecenat.or.kr
제주문화예술재단	http://www.jfac.kr
제주특별자치도	http://www.jeju.go.kr

충남문화재단 <http://www.cacf.or.kr>
충북문화재단 <http://www.cbfc.or.kr>
한국메세나협회 <http://www.mecenat.or.kr>

Abstract

A Research on the Establishment of a Jeju Type Mecenat Activity Model

Academic Advisor : Hwang Kyung-soo
Major: General Administration,
Graduate School of Public Administration,
Jeju National University

The main purpose of this paper is to come up with an appropriate Mecenat activity model for the Jeju region. Even though the creation of cultural arts, support for its enjoyment as well as its environment forming have already been acknowledged as one of the main functions of the nation and local government, there is a limit in terms of supporting various cultural arts solely with just the public finances or national budget. This is the very reason why support activities implemented by corporations or corporate foundations as a supplement for the public subsidy regarding cultural arts has been receiving a lot of focus. As such, there is definitely a need to carry out a research on the appropriate model that is customized for the Jeju region's corporations and its surrounding cultural arts environment.

In this paper, the current status of the Mecenat activities that are being carried out domestically has been looked into and an analysis was made to ascertain exactly what the conditions would be in order for Mecenat activities to become more active within the region. Based on the findings, a proposal was put forward for the establishment of a Mecenat activity model appropriate for the Jeju region's special characteristics and environment.

The targets for analysis were the Korea Mecenat Association as well as Gyeongnam Mecenat Association which were activated by the corporations themselves, the Ulsan Mecenat Campaign Promotion Committee which is spearheading the Mecenat activities under the leadership by the local government, and several other Mecenat businesses led by metropolitan cultural foundations originally financed by local governments. The elements of the analysis included the composition and characteristics of the Mecenat activity organization, whether it was being financially supported by the state as well as the local government, provision of incentives as well as tax benefits to the Mecenat corporation, whether they carried out educational training regarding Mecenat activities to culture and arts foundations and so on.

The results of the analysis illustrated that the important premise for an activation of the Mecenat activities is first, that the corporation itself must be the main agent in this venture and second that the state as well as the local government should be affirmative in its budget support. When this analytical frame was used to view the current situation in Jeju, the budget support by the Jeju Special Self Governing Province to the Jeju Mecenat Association was perceived to be insufficient and the participation of member corporations was quite low. In order to overcome this challenge, there is an urgent need to establish a Jeju type Mecenat activity model.

The first proposal that this paper is suggesting is that the Jeju Special Self Governing Province should be more aggressive in its budget support rather than just relying on the incumbent 'arms length principles'. Secondly, it should implement regulations which encourage Mecenat activities within the Special Laws of the Jeju Special Self Governing Province. Thirdly, it is suggested that a 'Mecenat Governance' be set up amongst public

corporations, economic organizations and media corporations that are located within Jeju. Finally, it is necessary for the cultural arts foundations to emancipate themselves from being just passive recipients and take on an active role in becoming Mecenat activists while reforming their attitudes and strengthening their capabilities.

The policies suggested by this paper are first the activation of a Jeju type Mecenat activity model and this itself is the underlying premise for the sustainability of the pertaining region. Coexistence and hand in hand cooperation between Jeju Island local corporations and local cultural arts community through Mecenat activities will directly lead to the expansion of opportunities for enjoyment of culture and arts by the citizens. Ultimately, the construction and realization of a Jeju type Mecenat activity model will not just stop at supporting the financially poor cultural arts industry, but will trigger a balanced growth of the economy and cultural arts. It is the road to increasing cultural competitiveness of Jeju Special Self-governing province.

Keywords: Korean Mecenat, Regional Mecenat, Jeju type Mecenat Model

