

문화체육관광분야

사회적경제 활성화 연구



문화체육관광부

제 출 문

문화체육관광부 장관 귀하

본 보고서를 「문화체육관광분야 사회적경제 활성화 연구」의 보고서로 제출합니다.

2019년 5월

한국문화관광연구원
원장직무대행 김 향 자

●●● 연구수행기관

한국문화관광연구원

●●● 연구진

연구책임

연수현 | 한국문화관광연구원 연구원

공동연구

김상훈 | 한국스포츠정책과학원 책임연구위원

김미옥 | 한국스포츠정책과학원 선임연구위원

박주영 | 한국문화관광연구원 연구위원

연구참여

민지혜 | 한국문화관광연구원 위촉연구원

전문가 자문단

고진수 | 광운대학교 도시계획부동산학과 교수

김광원 | 한국스포츠교육희망나눔 사회적협동조합 이사장

나효우 | 사회적기업 (주)작한여행 대표

문보경 | 사회투자지원재단 상임이사

박정현 | 한국사회적기업진흥원 협동조합본부 과장

변형석 | (주)트래블러스맵 대표이사, 한국사회적기업중앙협의회 상임대표

이동원 | 오산스포츠클럽 사무국장

이문기 | 사회적기업 대가야체험캠프 대표이사

이상진 | 한국사회혁신금융(주) 대표이사

전찬복 | 사회적기업 헬스디자인(주) 대표

정윤주 | 사회적기업 (주)위누 이사

정진 | 한국생활체육 사회적협동조합 이사장

조한솔 | 동네방네협동조합 대표

허미호 | 사회적기업 (주)위누 대표

홍사웅 | 예술경영지원센터 예술경제지원본부장

제1장 서론	1
제1절 연구의 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	4
제2절 연구의 범위 및 방법	5
1. 연구의 범위	5
2. 연구의 방법	6
제2장 사회적경제 개념 및 정책 현황	9
제1절 사회적경제 개념과 역사적 흐름	11
1. 개념 이해	11
2. 역사적 흐름	19
제2절 한국 사회적경제 정책 현황	24
1. 유형 및 특성	24
2. 정책지원 현황	31
제3절 주요국 사회적경제 정책 현황	48
1. 영국	48
2. 프랑스	60
3. 캐나다	64
4. 일본	67
5. 미국	69
제3장 문화체육관광분야 사회적경제 이해	73
제1절 문화예술과 사회적경제	75
1. 문화예술의 사회적 가치와 역할	75
2. 문화예술분야 사회적경제 정책 흐름	80
3. 국내외 사례	86
제2절 스포츠와 사회적경제	95
1. 스포츠의 사회적 가치와 역할	95
2. 체육분야 사회적경제 정책 흐름	98
3. 국내외 사례	100

제3절 관광과 사회적경제	111
1. 관광의 사회적 가치와 역할	111
2. 관광분야 사회적경제 정책 흐름	114
3. 국내외 사례	117
제4장 문화체육관광분야 사회적경제조직 현황	127
제1절 현황 분석 개요	129
1. 일반현황	129
2. 현황 분석 내용 및 범위	130
제2절 문화체육관광분야 사회적기업 현황	133
1. 일반현황	133
2. 사회적 성과	140
3. 경제적 성과	155
제3절 문화체육관광분야 협동조합 현황	174
1. 전체현황	174
2. 문화체육관광분야 현황	176
제4절 문화체육관광분야 마을기업 현황	178
1. 전체현황	178
2. 문화체육관광분야 현황	181
제5절 문화체육관광분야 자활기업 현황	185
1. 전체현황	185
2. 문화체육관광분야 현황	187
제5장 문화체육관광분야 사회적경제 활성화를 위한 정책방안	191
제1절 현황 진단을 통한 주요 의제 도출	193
1. 사회적 가치 인정과 사회적경제 이해	193
2. 조직 운영 역량 제고	195
3. 맞춤형 지원 제도 구축	197
4. 법·제도 정비	199
5. 민간 협력 및 소통	201

제2절 문화체육관광분야 공통 정책 방안	203
1. 문화체육관광분야 사회적경제 범위의 확대	203
2. 문화체육관광형 부처형 예비 사회적기업 지정 제도 도입	205
3. 문화체육관광분야 사회적경제 전담 지원 체계 구축	208
제3절 분야별 주요 정책 과제	213
1. 문화 분야	213
2. 체육 분야	223
3. 관광 분야	241
참고문헌	247

〈표 2-1〉 유럽 EMES 네트워크의 사회적경제 정의	13
〈표 2-2〉 사회적경제기업(조직) 유형별 법적 근거 및 담당 부처	25
〈표 2-3〉 현재 국회에 계류중인 사회적경제 관련 법안 현황	27
〈표 2-4〉 사회적경제기업(조직) 부처별 조직 유형 및 법령	28
〈표 2-5〉 17개 시도 사회적경제 관련 조례 현황	29
〈표 2-6〉 사회적경제조직의 정의 및 특성	30
〈표 2-7〉 사회적경제조직 유형별 주요 지원정책	31
〈표 2-8〉 사회적기업 지원제도	31
〈표 2-9〉 협동조합 지원제도	33
〈표 2-10〉 한국 사회적경제조직 자금 지원 제도	34
〈표 2-11〉 2019 신용보증기금의 사회적경제기업 보증프로그램 내용	36
〈표 2-12〉 사회적경제조직 평가모형 지표구성 내용	37
〈표 2-13〉 2019년 제1차 (예비)사회적기업 및 사회적협동조합 시설·운영비 대출지원 사업 ..	38
〈표 2-14〉 2019 소상공인 정책자금 융자계획 사업 내용	39
〈표 2-15〉 2019 중소기업진흥원 신성장기반자금	41
〈표 2-16〉 서울시 사회투자자금 사업 내용	43
〈표 2-17〉 사회적경제조직 참여 확대를 위한 제도 개선 조치 내용	46
〈표 2-18〉 문화·체육·관광 분야 주요 시설 생활SOC 공급 목표	47
〈표 2-19〉 영국의 사회적경제조직의 형태	52
〈표 2-20〉 영국 사회적기업 규모 현황	54
〈표 2-21〉 영국 사회적기업 종사자 수	54
〈표 2-22〉 영국 사회적기업의 사업부문	55
〈표 2-23〉 사회적 기업의 잠재적 위협 요소	55
〈표 2-24〉 영국 사회적기업 설립 연수	56
〈표 2-25〉 영국 사회적기업의 법률적 형태	56
〈표 2-26〉 영국 여성 사회적기업 비율	57
〈표 2-27〉 영국 다문화 사회적기업 비율	58
〈표 2-28〉 영국 취약지역에 위치한 사회적기업	58
〈표 2-29〉 영국 사회적기업의 자원조달 형태	59
〈표 2-30〉 프랑스 사회적경제 주요 네트워크	62
〈표 2-31〉 프랑스 사회적경제조직 법적 형태	63
〈표 2-32〉 캐나다 사회적경제조직의 개념	64
〈표 2-33〉 캐나다 사회적경제 주요 네트워크	66
〈표 2-34〉 일본의 사회적기업 지원 체계	68
〈표 2-35〉 일본의 사회적기업 지원 방법	68
〈표 2-36〉 일본의 사회적경제조직 유형	68
〈표 2-37〉 일반기업과 자선기관과의 차이	69
〈표 2-38〉 미국의 사회적기업 관련 학위 과정 개설 사례	70
〈표 2-39〉 미국 사회적경제기업의 유형	71

〈표 3-1〉 문화예술의 사회에 대한 기여	77
〈표 3-2〉 OECD 사회적 대상(Social Target) 영역	78
〈표 3-3〉 예술경영지원센터 문화예술분야 사회적경제 지원사업 연혁	83
〈표 3-4〉 2019년 예술경영지원센터 문화예술분야 사회적경제 지원사업 추진	84
〈표 3-5〉 문화비전 2030 방향 및 주요 과제	85
〈표 3-6〉 프랑스 사회적기업연합조직, 신필로(SCINTILLO) 개요	86
〈표 3-7〉 조합원 카테고리별 가입대상 및 조건	89
〈표 3-8〉 Glasgow Life의 2017/18 수입	102
〈표 3-9〉 Glasgow Life의 2013/14 지출	103
〈표 3-10〉 2017/18 Glasgow Life의 서비스 유형별 이용자 현황	103
〈표 3-11〉 타카츠종합스포츠클럽 SELF의 수입·지출	104
〈표 3-12〉 한국생활체육사회적협동조합 운영수지	106
〈표 3-13〉 한국스포츠교육희망나눔 사회적협동조합 프로그램 운영성과	107
〈표 3-14〉 한국스포츠교육희망나눔 사회적협동조합 운영수지	107
〈표 3-15〉 (주)헬스디자인의 서비스 공급 성과	109
〈표 3-16〉 (주)2018년 오산스포츠클럽 운영수지	110
〈표 3-17〉 영국 공동체 이익회사, Onion Collective CIC 개요	117
〈표 3-18〉 일본 NPO 법인, 세키젠 니기와의 야시키	119
〈표 3-19〉 한국 영농조합법인 버들인	121
〈표 3-20〉 한국 수-레인보우협동조합	123
〈표 4-1〉 주요 사회적경제 조직 현황	129
〈표 4-2〉 문화체육관광분야 사회적기업 현황 분석 내용	130
〈표 4-3〉 경영공시 대상 및 항목	131
〈표 4-4〉 문화체육관광분야 협동조합 현황 분석 내용	131
〈표 4-5〉 문화체육관광분야 마을기업 현황 분석 내용	132
〈표 4-6〉 문화체육관광분야 자활기업 현황 분석 내용	132
〈표 4-7〉 2017 표준산업분류 및 사업보고서에 따른 문화체육관광분야 사회적기업수	133
〈표 4-8〉 문화체육관광분야 사회서비스 업종 구분	134
〈표 4-9〉 인증유형, 조직형태별 전체 사회적기업 및 문화체육관광분야 사회적기업수	136
〈표 4-10〉 '17년 지역별 전체 사회적기업 및 문화체육관광분야 사회적기업수	136
〈표 4-11〉 '17년 문화체육관광분야 인증연도별 지원금 및 기타영업외 수익 평균, 중위값 및 기업 수	137
〈표 4-12〉 문화체육관광분야 인증유형별 지원금 및 기타영업외 수익 평균, 중위값 및 기업 수	138
〈표 4-13〉 문화체육관광분야 조직형태별 지원금 및 기타영업외 수익 평균, 중위값 및 기업 수	139
〈표 4-14〉 연도별 문화체육관광분야 지원금 및 기타영업외 수익 평균, 중위값 및 기업 수 ..	139
〈표 4-15〉 연도별 유급근로자 수 및 취약계층 유급근로자 수	140
〈표 4-16〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 지역별 전체 및 취약계층 유급근로자수 ..	142
〈표 4-17〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 인증연도별 전체 및 취약계층 유급근로자수 ..	143
〈표 4-18〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 전체 유급근로자수	144

〈표 4-19〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 취약계층 유급근로자수	144
〈표 4-20〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 전체 유급근로자수	145
〈표 4-21〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 취약계층 유급근로자수	145
〈표 4-22〉 연도별 전체 및 취약계층 유급근로자 평균임금	146
〈표 4-23〉 '17년 문화체육관광분야 지역별 전체 및 취약계층 유급근로자 평균임금	147
〈표 4-24〉 '17년 문화체육관광분야 인증연도별 전체 및 취약계층 유급근로자 평균 임금 및 근로시간	148
〈표 4-25〉 '15~'17년 문화체육관광분야 인증유형별 전체 유급근로자 평균 임금 및 근로시간	148
〈표 4-26〉 '15~'17년 문화체육관광분야 인증유형별 취약계층 유급근로자 평균 임금 및 근로시간	149
〈표 4-27〉 '15~'17년 문화체육관광분야 조직형태별 전체 유급근로자 평균 임금 및 근로시간	149
〈표 4-28〉 '15~'17년 문화체육관광분야 조직형태별 취약계층 유급근로자 평균 임금 및 근로시간	149
〈표 4-29〉 문화체육관광분야 사회적기업 연도별 사회서비스 제공기업 수	150
〈표 4-30〉 사회적기업 연도별 사회서비스 수혜 인원	150
〈표 4-31〉 문화체육관광분야 사회적기업 연도별, 지역별 사회서비스 제공기업 수 및 수혜 인원	151
〈표 4-32〉 전체 및 문화체육관광분야 사회적기업 연도별 사회적목적 재투자 기업 수 및 금액	152
〈표 4-33〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증연도별 사회적목적 재투자 기업 수 및 평균금액	152
〈표 4-34〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 사회적목적 재투자 기업 수 및 평균금액	153
〈표 4-35〉 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 사회적목적 재투자 기업 수 및 평균금액	153
〈표 4-36〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 사회적목적 재투자 기업 수 및 총액	154
〈표 4-37〉 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 매출액 평균 및 중위값	156
〈표 4-38〉 연도별 매출액(평균 및 중위값) 대비 매출원가 비중	157
〈표 4-39〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 지역별 평균 매출 및 기업수, 중위값	157
〈표 4-40〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증연도별 최근 3개년 평균 매출액	158
〈표 4-41〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 최근 3개년 평균 매출액	158
〈표 4-42〉 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 최근 3개년 평균 매출액	159
〈표 4-43〉 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 공공 매출액 평균 및 중위값	161
〈표 4-44〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 지역별 공공시장 평균 매출액 및 기업수, 중위값	162
〈표 4-45〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증연도별 최근 3개년 평균 공공시장 매출액	163

〈표 4-46〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 최근 3개년 평균 공공시장 매출액	163
〈표 4-47〉 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 최근 3개년 평균 공공시장 매출액	164
〈표 4-48〉 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 민간시장 매출액 평균 및 중위값	166
〈표 4-49〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 지역별 민간시장 평균 매출액 및 기업수, 중위값	167
〈표 4-50〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증연도별 최근 3개년 평균 민간시장 매출액	168
〈표 4-51〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 최근 3개년 평균 민간시장 매출액	168
〈표 4-52〉 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 최근 3개년 평균 민간시장 매출액	169
〈표 4-53〉 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 영업이익 및 당기순이익 총액	169
〈표 4-54〉 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 평균 영업이익 및 당기순이익	170
〈표 4-55〉 문화체육관광분야 사회적기업의 인증연도별 최근 3개년 평균 영업이익 및 당기순이익	172
〈표 4-56〉 문화체육관광분야 사회적기업의 인증유형별 최근 3개년 평균 영업이익 및 당기순이익	172
〈표 4-57〉 문화체육관광분야 사회적기업의 조직형태별 최근 3개년 평균 영업이익 및 당기순이익	173
〈표 4-58〉 문화체육관광분야 사회적기업의 지역별 평균 영업이익 및 당기순이익	173
〈표 4-59〉 마을기업 지정현황	178
〈표 4-60〉 연도별 마을기업 현황(개소, 고용인원, 매출액)	179
〈표 4-61〉 2016 마을기업 업종별 현황	179
〈표 4-62〉 2016 마을기업 법인형태별 현황	179
〈표 4-63〉 마을기업 업종별 현황: 2016-18년 비교	180
〈표 4-64〉 시도별 마을기업 수 현황: 2016-18년 비교	180
〈표 4-65〉 2018 업종별 문화체육관광분야 마을기업 수	181
〈표 4-66〉 2016 법인형태별 전체 및 문화체육관광분야 마을기업수	183
〈표 4-67〉 2018년 지역별 전체 및 문화체육관광분야 마을기업 수	184
〈표 4-68〉 자활기업 업종별 현황	185
〈표 4-69〉 자활기업 법인형태별 현황	186
〈표 4-70〉 연도별 자활기업	186
〈표 4-71〉 연도별 자활기업 현황	186
〈표 4-72〉 2018 법인형태별 전체 및 문화체육관광분야 자활기업	188
〈표 4-73〉 2018년 지역별 전체 및 문화체육관광분야 자활기업수	188
〈표 4-74〉 2018 업종 분류 내 문화체육관광 분야 자활기업 현황	189
〈표 5-1〉 문화체육관광분야 전통적 사회적경제조직 포함 수정(안)	204
〈표 5-2〉 문화분야 부처형 예비 사회적기업의 참여기회 확대(안)	207
〈표 5-3〉 문화체육관광분야 총괄지원센터 및 중간지원조직의 주요 역할(안)	211
〈표 5-4〉 자원봉사활동 기본법[시행 2017. 7. 26.] [법률 제14839호] 제7조	213
〈표 5-5〉 범부처 자원봉사활동 인증관리제도 개관	214

〈표 5-6〉 사회복무요원 배정 순위	215
〈표 5-7〉 사회복무분야별 임무	216
〈표 5-8〉 2020년 사회복무요원 각 부처별 신규 신청 및 확대 가능 분야	217
〈표 5-9〉 사회서비스 분야 중앙부처 복무 분야	218
〈표 5-10〉 문화분야 사회적경제 활성화를 위한 협의체, 협력기관 대상(안)	221
〈표 5-11〉 국민체육센터 운영주체 현황	225
〈표 5-12〉 공공 및 민간체육시설 추이	225
〈표 5-13〉 기존 시설 위탁 대상 공공체육시설 현황	227
〈표 5-14〉 국민체육센터 스포츠클럽 위탁 운영 현황	228
〈표 5-15〉 자체 체육시설 설치 및 운영 민간 위탁 관련 조례 사례	229
〈표 5-16〉 국민체육기금지원을 통한 생활SOC 공공체육시설 공급계획	230
〈표 5-17〉 생활밀착형 국민체육센터 평가기준 및 지표(기준)	231
〈표 5-18〉 장애인 생활밀착형 국민체육센터 평가기준 및 지표(기준)	232
〈표 5-19〉 생활밀착형 및 장애인 생활밀착형 국민체육센터 평가기준 및 지표(변경안)	232
〈표 5-20〉 프로그램형 사회적경제조직 지원사업 구성(안)	236
〈표 5-21〉 프로그램형 지원사업 심사 주요 내용(안)	237
〈표 5-22〉 2017년 체육시설업체 기금용자	239
〈표 5-23〉 스포산업 산업분류와 스포츠교육기관	240
〈표 5-24〉 2017년 스포츠 서비스업체 기금용자 기준	240

그림목차

[그림 1-1] 연구 수행 절차	7
[그림 2-1] 사회적경제조직의 변화	13
[그림 2-2] 사회적경제: 상호작용적 접근	14
[그림 2-3] 사회적경제조직의 효용성	18
[그림 2-4] 세계적 신자유주의 발흥: 탐욕의 경제, 시장과 국가의 실패	20
[그림 2-5] 국내 사회적경제조직의 변천과정	23
[그림 2-6] 다양한 사회적경제조직의 유형 분류	24
[그림 2-7] 생활SOC 비전 및 핵심과제	45
[그림 2-8] 사회적기업 구분을 위한 의사결정나무(Decision Tree)	51
[그림 2-9] 영국 고용기업과 1인 기업의 기업 유형 점유율	53
[그림 3-1] 문화예술분야 사회적경제조직 지원정책의 흐름	82
[그림 3-2] 프랑스의 문화 스타트업 주요 사례	88
[그림 3-3] SMart의 예술프로젝트 사례	90
[그림 3-4] Art in Cafes 사업(좌)과 2019 MyLondon 달력 표지 사진(우)	92
[그림 3-5] 제1회 전국 발달장애인 음악 축제 Great Music Festival 우승 공연(좌)과 평창 동계올림픽, 패럴림픽 1주년 기념 평화음악회 초청 콘서트 모습(우)	93
[그림 3-6] 2018 청계천 업사이클 페스티벌 사진(좌)과 2017 아트업서울 페스티벌 사진(우)	94
[그림 3-7] 영국 스포츠 사회적기업 GLL의 로빈훗모델	101
[그림 3-8] 한국생활체육사회적협동조합의 위탁운영시설	105
[그림 3-9] 한국스포츠교육희망나눔의 주요 활동	106
[그림 3-10] (주)헬스디자인의 주요 활동	108
[그림 3-11] (주)헬스디자인의 민간기업 스포츠 건강서비스	109
[그림 3-12] (주)헬스디자인의 기타 건강서비스	109
[그림 3-13] 영국 Onion Collective CIC의 주요 활동	118
[그림 3-14] 여수 영농조합법인버들인의 주요 활동	123
[그림 3-15] 여수 수-레인보우협동조합의 주요 활동	125
[그림 4-1] 연도별 전체 및 문화체육관광분야 사회적기업 수 비교	135
[그림 4-2] '17년 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 취약계층 유급근로자 고용기업수	141
[그림 4-3] 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 매출 총액	155
[그림 4-4] '17년 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 매출액 분포 기업수	156
[그림 4-5] 연도별 전체 및 문화체육관광분야 사회적기업의 공공시장 매출 총액	160
[그림 4-6] '17년 전체 및 문화체육관광분야 사회적기업의 공공시장 매출액 분포 기업수 ·	161
[그림 4-7] 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 민간시장 매출 총액	165
[그림 4-8] '17년 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 민간시장 매출액 분포 기업수	166
[그림 4-9] '17년 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 영업이익 분포별 기업수	170

[그림 4-10] '17년 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 당기순이익 분포별 기업수	171
[그림 4-11] 전체 협동조합 설립현황	174
[그림 4-12] 일반협동조합 지역별 설립현황	174
[그림 4-13] 사회적 협동조합 부처별 설립현황	175
[그림 4-14] 일반 협동조합 경영공시 현황	175
[그림 4-15] 협동조합 증가 추이	176
[그림 4-16] 일반 협동조합 경영공시 현황	177
[그림 4-17] 문화체육관광부 사회적 협동조합 평균매출 및 평균 영업이익	177
[그림 4-18] 연도별 전체 및 문화체육관광분야 마을기업 수	182
[그림 4-19] 연도별 전체 및 문화체육관광분야 자활기업 수	187
[그림 5-1] 예비 사회적기업 지정	205
[그림 5-2] 문화체육관광분야 사회적경제 전담 지원 체계	209
[그림 5-3] 사회복무요원 소집 현황	217
[그림 5-4] 스포츠 사회적기업과 정부·지자체 파트너십	223
[그림 5-5] 스포츠 사회적기업과 지역공동체 파트너십	224
[그림 5-6] 체육활동참여율 추이(1989~2019, 주1회 이상)	226
[그림 5-7] 기존 공공체육시설 위탁 운영 사업 방식	228
[그림 5-8] 스포츠 사회적경제조직과 공공기관과의 파트너십	233
[그림 5-9] 스포츠 사회적경제조직과 민간 스포츠시장	235

제1장



서론

제1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구 배경

■ 현 정부의 사회적경제 중요성 인식 및 활성화 위한 적극적 노력

- 문재인 정부는 2017년 6월 청와대 대통령비서실 내 사회적경제비서관을 신설하고, 7월 「100대 국정과제」와 10월 「일자리정책 5개년 로드맵」 발표를 통해 사회적경제 활성화를 주요 과제 중 하나로 제시함
- 이후 2018년 3월 정부 헌법개정안 발의에도 협동조합 등 사회적경제의 진흥을 위한 국가의 의무를 강조하였음
- 이러한 국가의 사회적경제 활성화 의지에 따라 ‘사회적경제 활성화 방안(2017.10)’, ‘사회적금융 활성화 방안(2018.02)’, ‘사회적경제 인재양성 종합계획(2018.07)’ 등을 통해 부처별로 적극적인 정책과 사업을 진행하고 있음

■ 사회적 가치, 공유경제, 사회자본 등 사회적경제를 둘러싼 다양한 이슈 등장

- 사회적 가치 실현을 위한 공공기관들의 노력이 본격화되고, 민간 기업들도 사회적 책임에 대한 논의에서부터 사회적 가치 실현까지 경영전략으로 수립하는 등의 시도가 시작되고 있음
- 공정관광, 공유경제 등의 시장이 확대되고, 기존 비영리영역에서도 사회문제 해결에 대한 직접적으로 참여하는 주체들이 등장하기 시작함

■ 문화·체육·관광 분야 특성에 맞는 사회적경제 활성화 정책 필요

- 문화·체육·관광 분야 사회적기업은 전체 10% 이상을 차지하고 있으며, 양적으로도 꾸준히 증가하고 활동영역도 다양해지고 있음
- 또한 사회적 약자의 삶의 범위를 확장하고, 삶의 질을 높이하고자 하는 문화·체육·관광 부문 사회적경제조직의 새로운 시도들이 인정받고 있음
- 이에 문화·체육·관광 분야에서 활동하는 사회적경제조직에 대한 실질적인 지원과 지속가능한 생태계 마련을 위한 정책 방안이 필요한 상황임

2. 연구 목적

■ 사회적경제에 대한 정책적 개념 이해 및 흐름 분석

- 사회적경제와 사회적경제조직에 대한 개념 및 가치 분석
- 국내 사회적경제의 역사적 흐름과 정책 현황 분석
- 해외 사회적경제의 역사적 흐름과 정책 현황 분석

■ 문화·체육·관광의 사회적 역할과 사회적경제 정책 분석

- 각 분야의 사회적 역할과 의미 분석
- 각 분야의 사회적경제 정책 현황 분석
- 각 분야의 국내외 사회적경제조직들의 활동·참여 사례 및 활동 분석
- 문화·체육·관광 분야의 사회적경제 이슈 파악

■ 국내 문화·체육·관광 분야 사회적경제조직 현황 분석

- 국내 문화·체육·관광 분야의 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업 등 사회적경제조직 현황 파악
- 지역별·분야별 사회적경제조직 규모, 기관 유형, 법적 성격, 사업유형, 인력, 재정 및 경영 실적, 공공민간 지원금 수혜 여부 등 실태 파악
- 국내 문화·체육·관광 분야 사회적경제조직들의 활동·참여 사례 및 활동 분석

■ 문화·체육·관광 분야 사회적경제 활성화 방안 모색

- 문화·체육·관광 분야 사회적경제 활성화를 위한 공통 방안 도출
- 각 분야별 사회적경제 활성화 방안 도출
- 각 분야별 사회적경제 지원정책 및 정책과제 도출

제2절 연구의 범위 및 방법

1. 연구의 범위

■ 대상적 범위

- 사회적경제조직에 대한 탐구는 공제회에서부터 소셜벤처까지 다양하게 접근할 수 있으나, 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업 등을 집중적으로 분석함
- 문화·체육·관광 분야의 사회적경제조직으로 한정하나, 교육 등 타 산업·분야와의 연계 혹은 융합에 대한 범위도 일부 포함

■ 시간적 범위

- 사회적경제 관련 이론 분석 및 선행 연구 분석에 있어 19세기 초부터 현재까지 시간적 범위 제한을 두지 않고 분석함
- 문화·체육·관광 분야 사회적경제조직의 정책 및 현황, 통계 분석을 위해 2015년에서 2017년까지 3년간 자료를 활용하였으며, 2018년과 2019년에 발표된 자료가 있는 경우 별도로 최신 기준으로 분석하였음

■ 내용적 범위

- 사회적경제의 역사적 흐름과 정책 분석
- 문화·체육·관광 분야별 사회적경제 정책 분석
- 문화·체육·관광 분야 사회적경제조직 사례 분석
- 문화·체육·관광 분야 사회적경제조직(사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업 등) 실태분석 및 현황진단
- 문화·체육·관광 분야 사회적경제 활성화 방안 도출
- 문화·체육·관광 분야 사회적경제 지원정책 및 정책과제 도출

2. 연구의 방법

가. 연구 수행 방법

■ 연구추진팀 구성 및 운영

- 연구원에서 각 분야 연구진 구성 및 전문분야별 전담연구 진행
- 연구과정 피드백 및 결과도출을 위해 연구자문 및 전문가 워크숍 운영
- 연구영역 전반에서 연구자와 자문단이 협업하여 최종 연구결과 도출

■ 연구문헌 및 관련 이론 등 담론에 대한 제반 검토

- 사회적경제 관련 선행연구와 관련 문헌 검토 및 분석
- 국내 사회적경제 관련 법·제도 검토 및 분석
- 사회적경제 관련 정책 및 사업의 국내 동향 조사 및 분석
 - 문화체육관광부의 사회적경제 관련 사업
 - 타 부처의 문화·체육·관광 분야 사회적경제 관련 사업

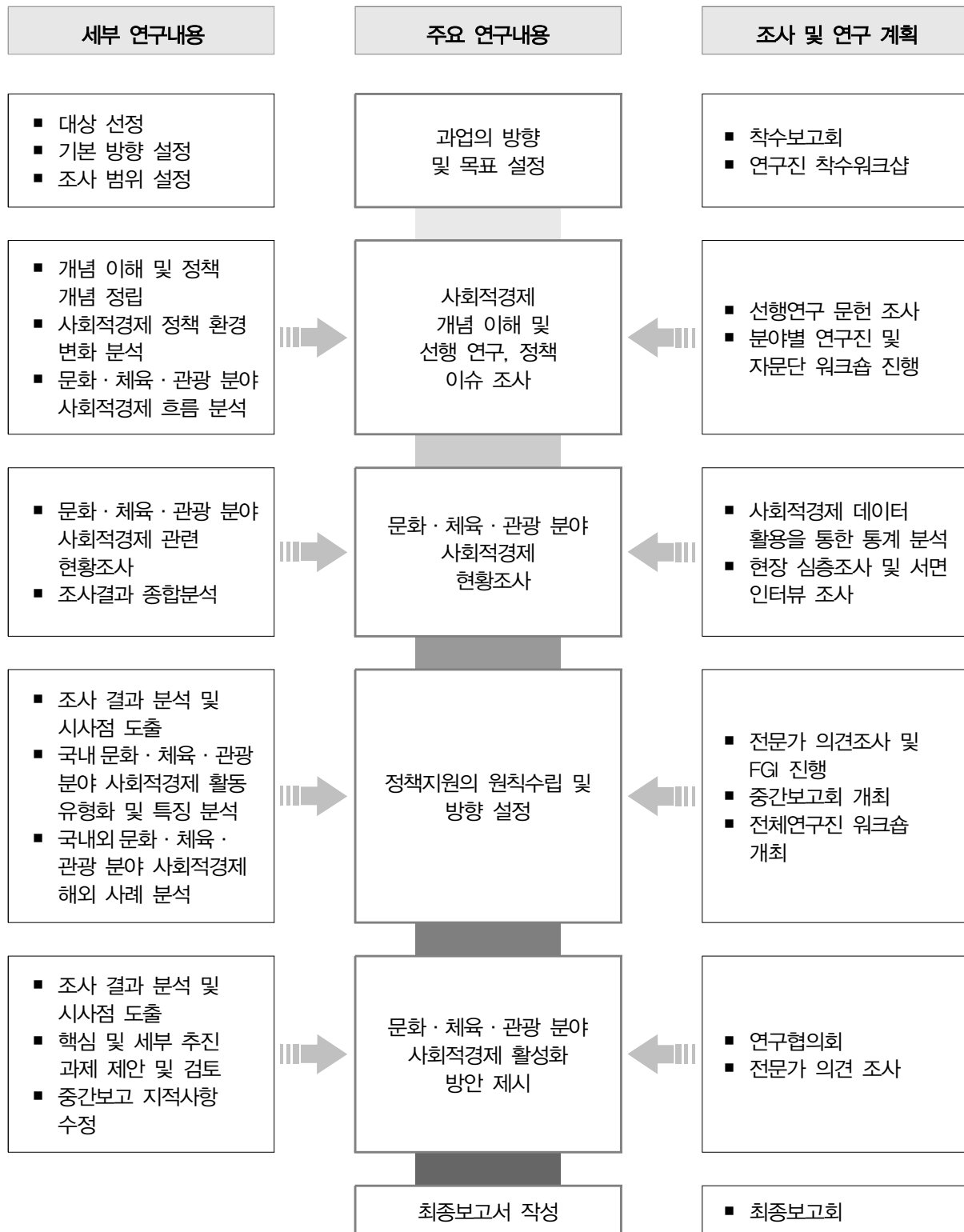
■ 국내·외 문화·체육·관광 사회적경제 활성화 사례 및 현황 검토 및 분석

- 국내의 문화·체육·관광 분야 사회적경제조직 현황 분석을 통해 성과 등에 대해 종합적으로 파악
- 국외의 문화·체육·관광 분야 사회적경제 활성화 정책 사례 검토 및 분석
- 실제 현장에서 발생하는 문제점 및 주요 이슈 검토 및 분석

■ 전문가 자문단 구성 및 운영을 통한 의견수렴

- 사회적경제 중간지원 조직/사회적금융관련 조직/도시재생/생활SOC사업 등 각 분야별 전문가 자문단을 구성하여 자문 및 의견 수렴
- 사회적경제 관련 공공 및 민간의 사업과 활동에 대한 의견 및 실행 경험 등에 대해 그 결과를 연구에 반영하여 연구 수행의 실효성 및 현장성 확보

나. 연구 수행 절차



[그림 1-1] 연구 수행 절차

제2장



사회적경제 개념 및 정책 현황

제1절 사회적경제 개념과 역사적 흐름

1. 개념 이해

가. 사회적경제의 정의

1) ‘사회적경제’ 용어의 등장

- 사회적경제에 대한 논의는 국가별 연구자 혹은 정책입안자들에 따라서 제3섹터(the Third Sector), 비영리조직(non-profit organizations) 혹은 자원활동조직(voluntary organizations) 등으로 다양하게 발전되어 왔으며, 정확하게 하나로 합의된 정의는 없음
- 사회적경제라는 용어는 19세기 초 프랑스에서 자유주의자 샤를르 뒤누아에(Charles Dunoyer)에 의해 처음 등장하였음
- 이후, 프랑스 경제사상가인 샤를 지드(Charles Gide)는 “협동이야말로 비인간적인 자본주의 시장경제에 대한 대안이며 사적 이윤을 폐지하고 이윤을 공유할 수 있는 방안”이라고 주장하면서 사회적경제를 제시하였는데, 이 용어가 오히려 현대적 의미에 가깝다고 볼 수 있음
- 프랑스는 자원활동조직들과 협동조합, 그리고 공제조합 등의 조직들을 포괄하는 개념으로 사회적 경제 혹은 연대의 경제라는 용어를 사용하였음
- 미국에서는 주로 비영리조직 혹은 독립부문(independent sector)이라는 용어를 사용하는 반면, 영국은 최근 들어 사회적경제라는 용어를 사용하나 전통적으로 자원활동조직이라는 용어를 선호하였음

2) 다양한 사회적경제의 정의

■ 벨기에 왈론사회적경제위원회(Conseil wallon de l'économie sociale, 1990)

- 주로 협동조합의 형태를 가지는 회사, 공제회, 자치조직(어소시에이션에 의해서 수행되는 경제활동)이라고 규정하였음
- 다음과 같은 네 개의 원리에 배태된 연대, 자율성, 시민성의 가치에 기반을 둔 결사체 기반 경제조직으로 규정
 - ① 이윤을 축적하기보다는 구성원 또는 커뮤니티에 서비스를 우선적으로 제공
 - ② 자율적 경영
 - ③ 민주적 의사결정 과정
 - ④ 자본에 대해 사람과 노동을 우선시하며 이윤의 재분배

■ 영국 DTI(UK Governments' Department of Trade and Industry, 2002)

- 사회적 목적을 우선적으로 추구하는 기업으로서 주주나 소유주를 위한 이윤 극대화를 추구하기 보다는 창출된 수익을 사회적 목적 달성을 위해 주로 기업 자체 또는 지역 사회에 재투자하는 기업의 활동

■ 드푸르니(2004)

- 사회적경제는 법적·제도적 차원과 규범적 차원이라는 이중적 접근을 통해 규정
- 법적·제도적 차원: 협동조합, 상호공제조합, 결사체라는 법적 지위를 포함함
- 규범적 차원: 구성원이나 공공을 위한 목표, 경영의 자율성, 민주적인 의사결정과정, 수익배분에 있어서 자본보다 사람과 노동을 중시라는 4가지 원칙 포함

■ OECD(2007)

- 국가와 시장사이에 존재하면서 사회적 요소와 경제적 요소를 모두 가진 조직들을 의미함
- 여기에는 협동조합, 공제회, 사회적기업, 비영리단체, 일반 재단 및 사단법인 등 모두 포괄하고 있음

■ ILO(2008)

- '사회 및 연대(SSE, Social and Solidarity Economy)의 경제'라고 정의함. 정부, 시장 및 사회적경제조직과 비영리 단체 등의 다양한 주체가 광범위하게 연대하고 있는 사회경제적 생태환경을 의미함

■ 폴라니(Polanyi, 2009)

- 사회적경제를 상호배려 정신에 입각한 호혜성의 원리, 나눔을 원칙으로 하는 재분배의 원리가 작동한 경제로 봄
- 사회적경제에서 가장 중요한 3가지 요소(① 구성원 또는 공공의 이익을 위한 사회적 목적, ② 자본에 의해 이윤 배분이 제한되고 사람을 중심에 두는 의사결정, ③ 자본과 권력의 힘으로부터 자유로운, 민간이 주도하는 자율성)

■ 유럽 EMES¹⁾ 네트워크(2015)

- '경제적 목적'과 '사회적 목적'만이 아니라 내부의 거버넌스까지 포함한 새로운 개념 규정하면서 하이브리드 조직의 개념을 주장함

1) EMES: Emergence of Social Enterprise in Europe의 프랑스어식 약자

〈표 2-1〉 유럽 EMES 네트워크의 사회적경제 정의

경제적 목적	사회적 목적
<ul style="list-style-type: none"> • 재화와 서비스의 지속적 생산 및 판매 • 상당 정도의 경제적 리스크 • 최소한의 유급노동 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회(공동체) 기여 목적 • 시민그룹의 주도로 설립 • 제한적인 이윤배분
거버넌스	
<ul style="list-style-type: none"> • 높은 수준의 자율성 • 자본소유에 기반하지 않는 의사결정권 • 다양한 이해관계자의 참여적 성격 	

■ 딜로이트(2018)

- 사회적경제는 매출 성장과 수익 창출을 결합하여 사회환경과 이해관계자의 네트워크를 존중하고 지원하는 조직의 활동이며, 이 활동은 우리 사회의 만들어가는 트렌드에 관심을 기울이고, 투자하며, 적극적으로 참여하는 것을 포함함
- 또한 사회적경제조직(social enterprise)은 조직 내외부로부터 훌륭한 시민이 되도록 책임을 지고 조직의 모든 수준에서 적극적으로 협업을 장려해야한다고 주장함



자료: 2018 Deloitte Global Human Capital Trends.

[그림 2-1] 사회적경제조직의 변화

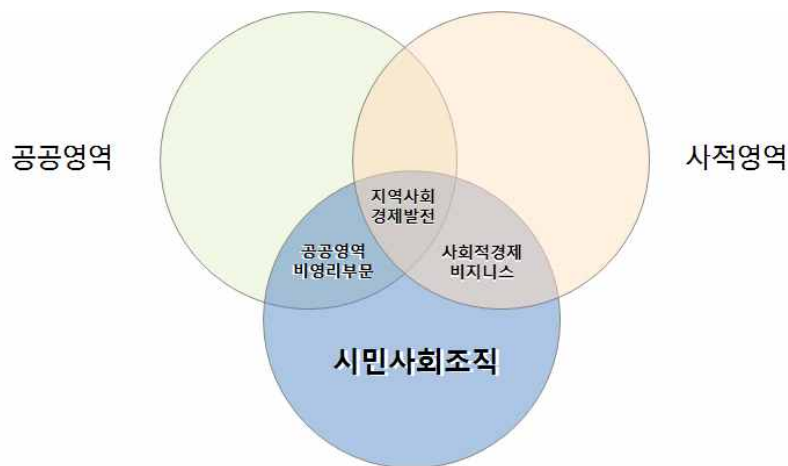
■ 한국 사회적경제 기본법안(2019)

- 우리나라에서는 “사회적경제”를 양극화 해소, 지역경제 선순환, 양질의 일자리 창출과 사회서비스 제공 등 사회통합과 공동의 이익 추구를 위해 사회적경제조직이 수행하는 모든 경제적 활동으로 정의하고, “사회적가치”를 공공의 이익과 공동체 발전에 기여할 수 있는 가치로서 양질의 일자리 창출, 취약계층의 고용기회 증진, 지역경제의 활성화, 상생협력 및 공정거래, 윤리적 생산과 유통, 근로·생활환경의 안전, 환경의 지속가능성 보전, 민주적 의사결정과 국민참여를 포함하는 것으로 정의함(안2019005, 제3조제1호 및 제2호)

나. 사회적경제의 범위와 원리

1) 사회적경제 범위

- 사회적경제는 순수하게 배타적인 활동으로부터 사람 중심의 참여적이고 민주적인 가치를 가진 모든 사회적 목적을 향상시키기 위한 상업적 활동을 하는 조직들까지의 광범위한 활동을 포함함 (Payne & Burnside, 2003)
- 이 정의는 제3부문과 유사한 개념을 가지고 있음
- 사회적경제는 민간시장부문과 공공부문 사이에 존재하는 활동 영역으로 규정되며, 일반적으로 자원활동, 지역사회조직, 재단, 노동조합, 종교집단, 주택조합, 협동조합 등 사회적기업 조직들을 포함함(Yorkshire Forward & Partners, Mc-Manus, 2004)
- 사회적경제의 중심축을 민간영역, 공공영역, 시민사회영역의 교차부분인 지역사회 경제발전으로 놓고 이 세 영역의 역동적인 상호작용으로 설명
- 이 세 영역은 폐쇄적이거나 획일적인 시스템이 아니라 유연하며 역동적임. 사회적 관계로 이해하는 것이 필요함



자료: Quarter, Jack & Mook, Laurie(2010).

[그림 2-2] 사회적경제: 상호작용적 접근

- 사회적경제 영역은 제1체제의 이윤지향적인 민간상업시장 영역과 제2체제의 공공 서비스의 비상업적 계획경제 영역, 그와는 별도로 존재하는 사회적 목적을 지향하는 제3체제의 영역 중에서 시장지향적인 상업적 활동영역에 해당됨
- 비영리조직 중에서 사회적기업에 친화력을 가진 부문은 옹호조직이나 보조금을 위한 재단보다는 생산지향적 조직들임(프랑스어권: 정부재원에 크게 의존하는 조직이나 수익사업을 하지 않는 비영리조직 제외)
- 사회적경제에 대한 규정들이 명확하게 제3부문 전체를 포괄하는 개념도 아니며, 하나의 정형화된 조직적 모델을 대표하는 것도 아니라는 점에서 개념상의 혼란이 존재함

2) 사회적경제 원리

- 사회적경제의 모태는 시민사회 또는 제3섹터라고 볼 수 있으며, 원리는 다음과 같이 제시할 수 있음
 - 국가로부터의 자율성
 - 인간중심(Primacy of human)
 - 지역사회 우선(Community over profit): 사회적 니즈에 대한 대응
 - 호혜, 협동, 연대, 상호성의 원리
 - 자발성, 포용, 참여, 민주적 의사결정과정: 자발적이고 개방적 구성원에 의해 민주적 통제
 - 자원의 다원성(시장, 비시장, 비금전적 경제)
 - 배당제한(Limit on profit distribution)
 - 하이브리드 조직(Social element+economic element)
 - 시장과 국가 사이에 존재(Inhibit b/t market and state)
- 사회적경제는 연대, 자율성, 시민성에 의해 마련된 경제적 시도들에 기초한 연합으로 구성됨(드푸르니, 1991; 2004)
 - 이윤보다는 구성원들 혹은 지역공동체 이해를 위한 일차적 목적
 - 공공프로그램과는 다른 독립적인 경영(국가나 시장으로부터 자율적 운영)
 - 민주적인 의사결정과정
 - 이윤의 분배에 있어서 자본보다는 사람들과 노동자들에게 주어진 우선권으로 요약
 - 경제민주주의, 지역공동체의 임파워먼트 실천 포함

다. 사회적경제 역할과 기능(OECD)

1) 사회적 배제에 대한 상향적이고 지역적 접근

- 지역 주민들을 사회적기업, 협동조합, 지역 파트너십 프로젝트 등에 참여시킴으로써 밑으로부터의 방식으로 지역의 니즈를 해결함
 - 다중 이해관계자의 협력을 이끌어내고 동원하는 역할
- 기존의 사회적불평등, 사회적배제로 인한 문제, 고령화로 인한 문제에 완충작용을 함
- 소규모 사회형태에서의 민감성, 복잡성에 대한 이해가 높음
 - 유럽의 경우, 이민자 유입이 노동시장에 미치는 영향은 매우 중요한 사회적 이슈임
 - 빈민지역 형성: 사회적경제조직들은 다인종, 다문화, 다종교 지역에서 역할을 함
- 거시적 규모의 문제와 지속가능성에 대한 질문속에서 현실적으로 대응함
 - 9/11 테러, 민족주의, 지식기반의 산업 성장, 글로벌리즘, 연금위기 등 매크로수준의 토론과 정부 간의 협상으로 더 많은 관심이 쏠리는 현상이 발생함
 - 유럽연합 기구들이 펀딩프로젝트를 통해 사회적경제를 확대할 수 있는 파워가 축소 되기도 함

2) 노동활성화와 사회적일자리 프로그램에서의 역할

- 정부지원을 통한 한시적 일자리를 만드는데 역할을 함
- 전국적인 노동 활성화 프로그램, 한시적인 직업훈련, 노동 통합, 직업 알선 등의 프로그램에 참여함

3) 지역의 미충족된 사회적 니즈를 충족시키면서 사회서비스를 통해 새로운 일자리 창출

- 서비스의 사각지대에서 사회서비스의 기업적 생산자 역할을 하며 지역의 니즈에 맞는 지역화된 서비스를 제공함
 - 기존에 표출되지 않았던 새로운 서비스 니즈도 촉진
- 신규 일자리와 지역 소득 승수효과의 지속적인 원천이 됨(호혜와 연대에 기초한 배분)
- 일자리 창출과 주민의 소득증대효과 - 소득의 선순환
- 서비스 격차 해소와 시민 자본을 창출함
- 그러나 정부 자금에의 의존으로 정부와의 서비스 계약자이자 극빈층에 대한 서비스 전달자로 역할이 축소되기도 함

4) 사회적 자본 형성

- 시민의 목소리, 민주적 참여, 지역주민의 임파워먼트 등을 중요시하여 연대, 신뢰, 포용 등 사회적 자본을 형성함
- 권력의 분산, 밑으로부터의 참여와 민주주의, 소외그룹의 목소리를 위한 플랫폼을 제공함(근로자 권리, 젠더 포용, 가족친화정책)
- 신자유주의 이데올로기에 대한 대안으로서의 역할. 연대적 근로, 사회적·분배적 정의, 삶의 질, 자유시장의 요구에 대해 삶의 질과 환경의 중요성을 강조함
 - 예로, 유럽의 일자리나 개발을 위한 (아래로부터의) 지역 파트너십
- 사회적경제는 복잡성을 가지고 있어 그 결과를 예단하기 어려우나, 다양한 이해관계자 포함하여 다양한 맥락에서 진행되고 아직도 진화하고 있음

라. 사회적경제의 효용성

1) 경제, 사회, 재정적 측면의 통합

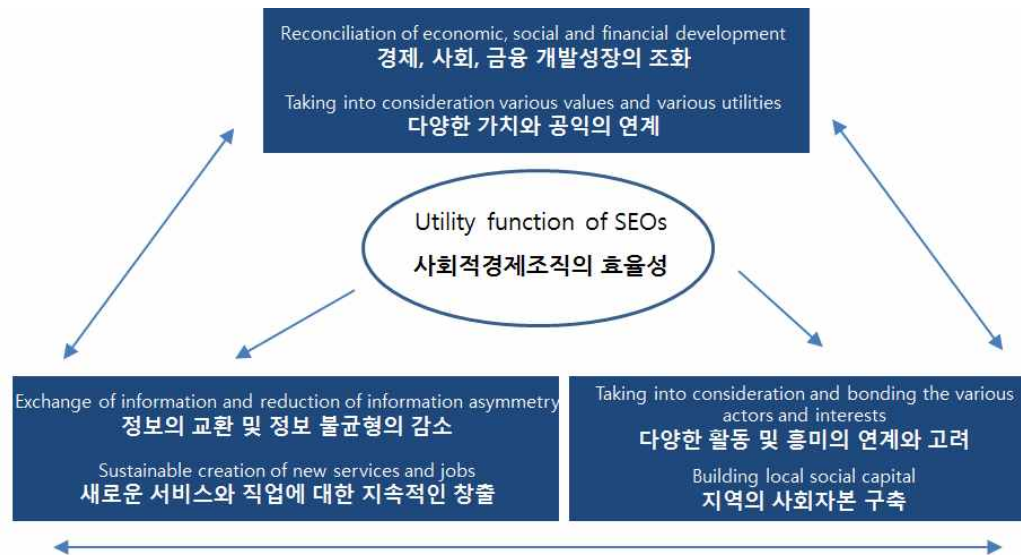
- 외부효과의 내부화(internalizing external effects)
- 경제적 측면과 사회적 측면을 결합함
 - 프랑스의 Les entreprises d'insertion, 이탈리아의 Centre for Co-operative & Community-Based Economy 등
- 사회적경제조직이 전통적인 재정 환경을 갖게 하기 위한 중재함
 - The French National Association for Entitlement to Credit의 소상공인을 위한 융자를 제공하는 새로운 툴 도입 등
- 마이크로크레딧
 - 사회적경제조직들이 마이크로프로젝트들을 위해 은행과 유사한 역할을 함
 - 전문성 부족으로 인한 불충분한 펀드 공급을 보완
 - 사회적, 직업적 배제와 싸우는 방법(장기실업자 창업 등) 중 하나로 꼽을 수 있음
 - 멤버들 사이의 신뢰와 자원봉사 정신이 필요(거래비용이 없음)함

2) 정보비대칭 문제 해소 및 일자리 창출

- 비대칭 정보를 해소함
 - 사회서비스(관계서비스)에서 정보(서비스 질에 대한)의 비대칭 문제
 - 사회적경제조직은 사회적 목적(배당제한), 또는 소비자가 회원이자 경영자인 성격으로 인해 관계서비스에서 공급자와 소비자를 연결가능하고 소비자의 니즈에 민감. 정보의 부족 보완

○ 사회적경제의 일자리 창출 능력

- 사회적경제의 일자리 창출 역할은 지역개발에서 중요
- 직접고용, 간접고용, 사회적경제 프로젝트의 파급효과로 인한 일자리 창출
- 일자리 알선 및 직업 훈련 등의 프로그램실행 등을 통해 일자리 창출
- 상대적 이점: 무료자원을 활용, 조직혁신으로 생산비용 절감, 지역의 틈새니즈 충족



자료: 정선희(2018).

[그림 2-3] 사회적경제조직의 효용성

2. 역사적 흐름

가. 사회적경제의 세계적 흐름

1) 상호공제회 또는 공제조합(mutual)의 시작: 19세기 유럽

- 산업혁명과 더불어 시작된 자본주의의 발달은 노동자들의 삶을 피폐하게 만들었고, 이에 노동자들은 자구책으로 공동구매 조직을 결성하여 사망, 질병, 장애, 실직 등의 위험으로부터의 피해를 최소화하고자 함
- 유럽에서는 대체로 18세기 초부터 20세기 전반에 이르기까지 공제조합, 협동조합, 그리고 민간 차원의 결사체들이 등장하고 꾸준히 확산됨
- 19세기 협동조합운동이 시작됨

2) 1929년 대공황과 케인즈주의

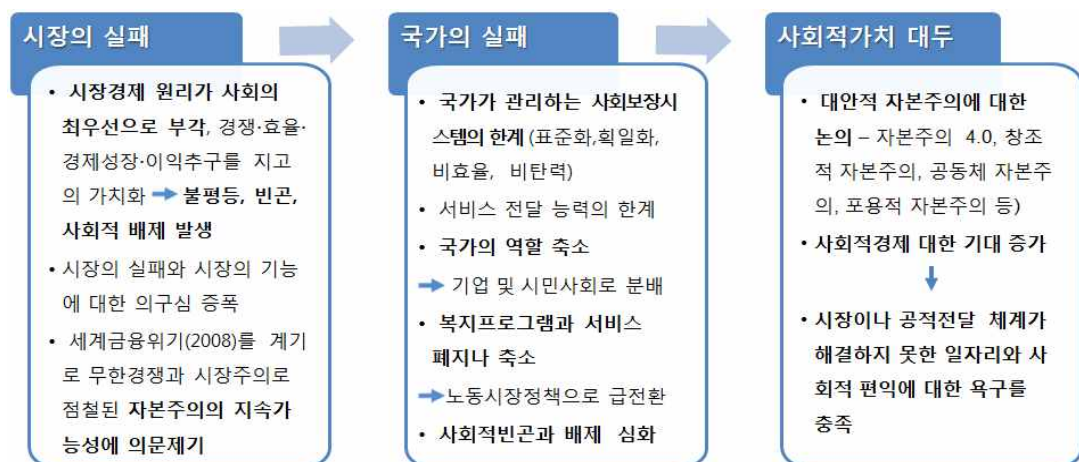
- 고전파는 당시 대공황의 실업에 대하여 조만간에 초과공급은 자연스럽게 해소될 것으로 낙관 하였으나 실업률은 더욱 악화되었음
- 반면에 케인즈는 단순히 노동시장의 문제로 보지 않고, 국민경제 전체적인 관점에서 구조적인 문제로 접근하였음
- 즉, 국민경제 전체의 수요가 부족하여 불균형이 생기고 이는 시장의 자기조정 기능을 상실하여 시장실패를 한 것으로 파악하여 정부의 개입이 필요함을 역설하였음
- 수정자본주의: 정부는 적절한 재정정책과 통화정책을 혼합하여(policy mix) 경제안정화 정책을 실시하고 빈민정책, 구호사업, 공공근로 사업, 사회안전망 구축 등 경제적 약자들을 위한 정부의 역할을 강조함

3) 복지국가의 성립과 사회적경제의 쇠퇴: 20세기 유럽

- 2차 대전 이후 복지국가가 확대되면서 국가 중심의 복지서비스 제공에 따라 사회적경제조직의 역할은 한계에 다다름
- 20세기 전반까지 협동조합, 공제조합, 결사체들은 시장 속으로 들어가거나 혹은 국가 제도로 편입되었고 사회개혁의 중심은 산업국들의 경제적 성장에 의해 좌우됨
- 협동조합과 공제회는 경제의 일부로 간주되고 급진적 노동운동은 쇠퇴함
- 1970년대 새로운 움직임이 나타나기 전까지 사회적경제조직들도 쇠퇴함

4) 복지국가의 위기와 사회적경제의 부활: 20세기 후반

- 시장실패: 1970년대 말 오일쇼크 이후 경기침체, 경제구조조정, 대량실업, 빈곤확대
- 국가의 실패: 복지국가 위기에 따라 복지서비스전달능력의 한계
- 복지국가는 지속적 경제성장과 완전고용의 달성, 사회적 권리의 보장에 근간을 둠
- 각기 다른 경로를 걸어오던 프랑스의 민간 조직들은 1970년, 자신들의 사회적 영향력과 대정부 협상력을 높이기 위해 연대기구 ‘공제조합·협동조합·민간단체 전국연락위원회’(CNLAMCA)를 결성하고, 1977년 ‘사회적경제’라는 옛 용어를 채택
- 1981년 미테랑의 사회당 정부가 들어서자 세계 최초로 사회적경제라는 용어를 채택한 행정부의 공식기구(DIES)가 만들어짐. 이후 이 개념은 유럽연합을 통해 다른 나라들로 확산되기 시작
- 1989년 유럽연합(EU)의 집행기구인 유럽위원회는 경제정책 부서 안에 사회적경제국(Social Economy Unit)을 신설



[그림 2-4] 세계적 신자유주의 발흥: 탐욕의 경제, 시장과 국가의 실패

5) 신자유주의의 사회적 훼손과 ‘사회적인 것’의 복원 필요성

- 개인선택의 자유, 자기계발, 자기의존성을 통한 개인의 성취를 강조. 선택과 결과의 개별화 등이 진행되면서 시장을 넘어 일상적인 삶의 논리도 경쟁과 수익성 위주로 재편되었음
- 이에 사회적인 것은 경제적인 것으로 대체하여, 사회적인 것을 경제의 잔여영역으로 축소되는 경향을 보임
- 최근 시장과 국가의 실패가 전면에 부상하면서 그 대안을 모색하는 과정에서 ‘사회적인 것’에 대한 논의가 부상함
- 경제를 사회적으로 재구성하자는 논의, 경제적 행위의 사회성을 강조하면서 가장 적극적 의미의 사회적경제는 시장만능에 대응하는 사회적 가치를 회복하여 경제를 전반적으로 재구성하려는 시도라고 주장하기도 함

나. 한국의 사회적경제의 역사적 흐름

1) 한국 사회적경제의 역사적 특징

- 한국의 사회적경제의 역사적 조직화 과정에는 단절이 존재함
- 1920년대부터의 조직화 시도 일제 탄압으로 소멸
 - － 해방 후 관제협동조합 조직화함
- 구사회적경제와 신사회적경제의 확연한 구분이 형식적, 내용적으로 나타남
 - － 구사회적경제는 1차 산업 중심, 신용사업 중심(국가의 경제개발시기, 강력한 통제)임
 - － 신사회적경제는 고용 창출, 서비스 제공, 지역재생 및 공동체 구축 등 다양한 결합(신자유주의, 인구학적 변화, 사회서비스 수요급증 등)함
- 한국의 사회적경제의 성장은 시민사회의 성장과 밀접한 관계가 있음
 - － 민주화의 진전에 따른 시민사회의 성장, 정부가 제도적 기반 마련, 시민사회 확산됨
- 한국의 사회적경제의 성장에 있어 국가의 역할이 매우 큼
 - － 정부의 법적 근거마련과 정부의 적극적 역할이 사회적경제 성장의 주요동력이 됨
⇒ 사회적경제의 규모화로 이어짐
- 국가적 수준에서 사회복지가 본격적인 정책적 관심의 대상이 되기 시작한 시기에 관심을 받음(유럽과의 차이)
 - － 사회복지 체계 마련과 관련, 사회적경제 발전을 위한 토대 미비한 가운데 등장함
 - － 미흡한 사회보장체계는 사회적경제 발전의 장애요인으로 작용하고 있음

2) 구사회적경제

- 농협, 수협, 산림조합, 신협, 새마을금고, 생산자협동조합 또는 신용협동조합들임
- 관제협동조합이라는 비판, 규범적 원리 적용이 힘들다는 비판이 존재
- 그러나 국제협동조합연맹(ICA)에 가입

■ 농협과 수협

- 농협: 해방 후 농업 발전이라는 국가적 관심에 의해 만들어짐
- 수협: 일제강점기 조선수산업회가 개편되어 1962년 수산업협동조합법이 제정되면서 수산업협동조합이라는 체제로 재편

■ 산림조합, 신협과 새마을금고

- 산림조합: 1961년 산림법이 제정되면서 산림조합과 대한산림조합연합회로 승계

- 신탁: 1960년에 성가신용협동조합과 가톨릭중앙신용협동조합이 창립하면서 등장
- 새마을금고: 1961년의 군사쿠데타 후 출범한 관변단체인 재건국민운동의 활동이 배경임. 재건국민운동은 마을금고를 역점사업으로 채택해 급성장함

3) 신사회적경제

- 생협, 자활기업, 사회적기업, 마을기업, 농어촌공동체회사, 협동조합 등
- 신사회적경제로 규정할 수 있는 조직들은 1990년대 이후 우리 사회에 모습을 드러내기 시작하여, 2000년대 이후 급속도로 성장(생협은 70년대)
- 시민사회 기반이 특징임
- 마이크로크레딧, 지역통화활동조직, 노동자자주관리기업 등 제도를 기반으로 하지 않는 조직도 있으나 양적으로는 적음

■ 생협

- 1985년에 조직된 안양의 바른생협과 1986년부터 사업을 시작한 한살림에서부터 현재의 생협 형태가 만들어짐
- 1999년에 이르러서야 소비자생활협동조합법이 제정되어 제도적 기반을 마련
- 친환경농산물 직거래를 주요 사업으로 함
- 의료생활협동조합과 공동육아협동조합 등의 사회적 욕구에 대응하여 영역 확대

■ 자활기업

- 1990년대 도시빈민밀집지역에서 조직되었던 노동자협동조합운동을 뿌리로 함
- 1996년부터 정부는 자활지원센터 시범사업을 진행함
- 이 사업은 1999년 국민기초생활보장법의 제정과 함께 자활사업으로 제도화하고, 지역자활센터를 주요 인프라로 하며, 자활근로사업을 기반으로 해서 자활기업을 창업시키는 시스템을 갖추게 됨

■ 사회적기업

- 사회적기업은 자활사업과 2003년에 시작된 사회적일자리 창출사업의 경험을 바탕으로 함
- 2007년 사회적기업육성법이 제정되면서 제도적 근거를 마련함
- 고용노동부 주무부처(인증), 각 지자체 및 부처(예비)
- 한국사회적기업진흥원을 중앙단위 지원조직으로 하고 광역단위민간위탁기관을 둠

■ 마을기업

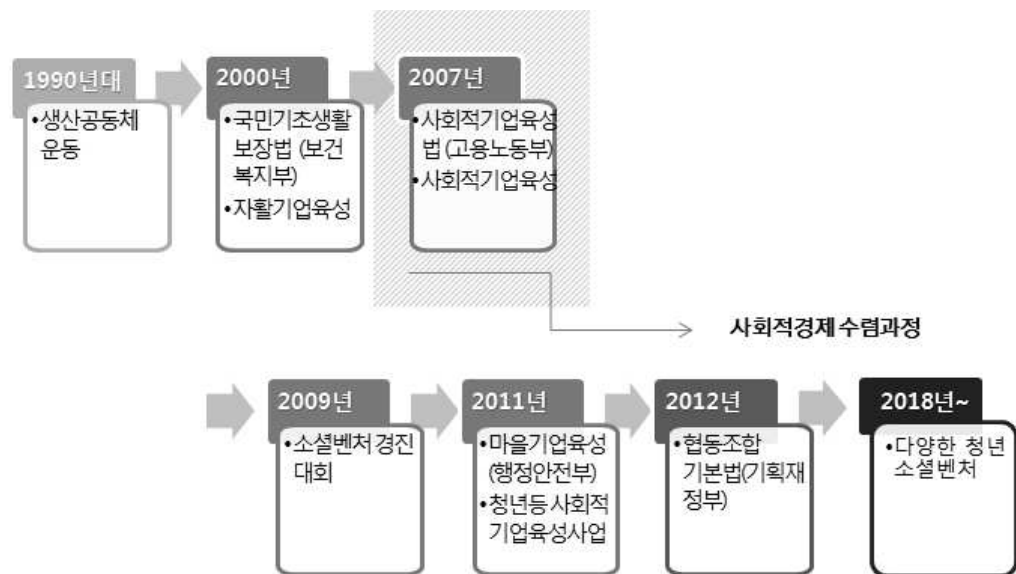
- 마을기업은 이명박 정부 시절 ‘커뮤니티 비즈니스’ 시범사업과 ‘희망근로사업’, ‘자립형 지역공동체 사업’ 등에 그 뿌리를 둠
- 2011년부터 마을기업이라는 명칭으로 최종 확정
- 2013년 도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법에 법적 근거를 마련함

■ 농어촌공동체회사

- 이명박 정부 시절 농어촌 활성화를 위해 커뮤니티 비즈니스 또는 사회적기업 개념을 도입하고자 한 사업임(농림수산식품부)
- 농어촌 주민의 자발적 참여와 기업경영방식을 접목하여 지역자원 활용함으로써 지역 일자리와 소득창출, 서비스 공급하여 지역문제 해결하고 지역활성화를 목적으로 함

■ 협동조합

- 협동조합은 2012년 협동조합기본법의 시행으로 본격화됨
- 협동조합기본법 제정 이전에 존재했던 각 개별 협동조합법에 입각해 설립되었거나 설립될 협동조합은 동 법이 적용되지 않음
- 협동조합기본법은 협동조합을 (일반)협동조합과 사회적협동조합으로 구분함



[그림 2-5] 국내 사회적경제조직의 변천과정

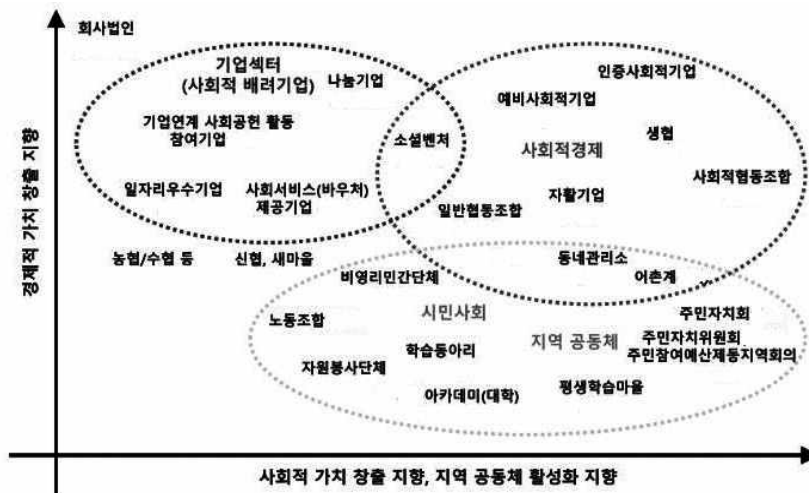
제2절 한국 사회적경제 정책 현황

1. 유형 및 특성

가. 한국 사회적경제의 유형

1) 한국 사회적경제 조직의 범위

- 사회적기업, 협동조합, 자활기업, 마을기업, 장애인표준사업장, 대안금융조직, 공정무역조직 등 다양한 형태의 조직이 포함될 수 있으며, 사회적 가치 창출, 지역과 공동체 활성화를 지향하는 정도와 경제적 가치 창출에 노력하는 정도에 따라 다음과 같이 유형을 분류해 볼 수 있음



자료: 제3차 사회적경제정책포럼 자료 재정리.

[그림 2-6] 다양한 사회적경제조직의 유형 분류

- 강병원의원이 대표 발의한 법안에 의하면, 사회적경제의 기본원칙을 아래와 같이 5개 원칙으로 제시하고 있음
- ① 사회적경제조직은 공동체 구성원의 공동 이익과 사회적가치를 추구하여야 한다.
 - ② 사회적경제조직은 자율적이고 독립적이어야 하며 투명하게 운영되어야 한다.
 - ③ 사회적경제조직은 민주적이고 개방적인 운영구조를 가져야 하며 다양한 이해관계자의 참여를 촉진하여야 한다.
 - ④ 사회적경제조직은 이익의 사용 및 배분에 있어 구성원 전체의 공동이익과 사회적 목적의 실현을 위하여 우선적으로 사용하도록 노력하여야 한다.
 - ⑤ 사회적경제조직은 지역공동체 개발과 지역순환경제 발전을 위해 상호간 협력을 강화하고 지역사회 발전에 기여하여야 한다.

- 또한, 사회적경제기업(사회적경제조직)을 “사회적 가치를 추구하면서 재화 및 용역의 구매·생산·판매·소비 등 영업활동을 하는 사회조직”으로 규정하고 있으며, 18개 이상의 유형으로 구분하고 있음

〈표 2-2〉 사회적경제기업(조직) 유형별 법적 근거 및 담당 부처

구분	사회적경제조직	법적 근거	담당 부처
1	사회적기업	「사회적기업 육성법」 제2조제1호 「고용정책기본법」 제28조	고용노동부
2	예비 사회적기업	「사회적기업 육성법」 제5조의2 「고용정책기본법」 제28조	고용노동부
3	협동조합, 협동조합연합회	「협동조합 기본법」 제2조	기획재정부
4	사회적협동조합, 사회적협동조합 연합회	「협동조합 기본법」 제2조	기획재정부
5	마을기업	「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」 제2조제1항제9호	행정안전부
6	자활기업	「국민기초생활 보장법」 제18조	보건복지부
7	농어인법인·조합·회사·단체	「농어업인의 삶의 질 향상 및 농어촌지역 개발촉진에 관한 특별법」 제19조의4	농림축산식품부
8	소비자생활협동조합·연합회· 전국연합회	「소비자생활협동조합법」 제2조	공정거래위원회
9	지역농업협동조합, 지역축산업협동조합, 품목별·업종별 협동조합, 농업협동조합중앙회	「농업협동조합법」 제2조	농림축산식품부
	조합공동사업법인	「농업협동조합법」 제112조의2	농림축산식품부
10	지구별 수산업협동조합, 업종별 수산업협동조합, 수산물가공 수산업협동조합, 수산업협동조합중앙회	「수산업협동조합법」 제2조	해양수산부
	조합공동사업법인	「수산업협동조합법」 제113조의2	해양수산부
11	지역산림조합, 품목별·업종별 산림조합, 산림조합중앙회	「산림조합법」 제2조	산림청
	조합공동사업법인	「산림조합법」 제86조의2	산림청
12	업연초생산협동조합, 업연초생산협동조합중앙회	「업연초생산협동조합법」 제2조	기획재정부
13	신용협동조합, 신용협동조합회	「신용협동조합법」 제2조	금융위원회
14	새마을금고, 새마을금고중앙회	「새마을금고법」 제2조	행정안전부
15	중소기업협동조합, 사업협동조합, 협동조합연합회, 중소기업중앙회	「중소기업협동조합법」 제3조	중소벤처기업부
16	우수문화사업자	「문화산업진흥 기본법」 제15조	문화체육관광부
17	기타	소셜벤처	
18	기타	그 밖에 대통령령으로 정하는 법인, 단체	—

자료: 사회적경제기본법(안) 강병원 의원 대표 발의(안), 2019005.

- 사회적경제 유형에서 대표적으로 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업 등 4개 형태의 조직을 들 수 있음
 - 사회적기업은 인증사회적기업, 지역/부처형 예비 사회적기업으로 구분되며, 인증사회적기업의 유형에는 일자리제공형, 사회서비스제공형, 혼합형, 기타형, 지역사회공헌형이 있음. 부처형 예비 사회적기업은 고용노동부, 농림축산식품부, 문화재청, 보건복지부, 산림청, 여성가족부, 통일부, 환경부 등 8개 부처가 실시하고 있음
 - 협동조합은 재화 또는 용역의 구매·생산·판매·제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역 사회에 공헌하고자 하는 사업조직이며, 일반협동조합과 사회적협동조합으로 나뉨
 - 마을기업은 지역주민이 각종 지역자원을 활용한 수익사업을 통해 공동의 지역문제를 해결하고, 소득 및 일자리를 창출하여 지역공동체 이익을 효과적으로 실현하기 위해 설립·운영하는 마을단위의 기업임. 지역농산물 가공·판매업종이 절반 이상을 차지하며, 자립형이 대부분임
 - 자활기업은 2인 이상의 수급자 또는 차상위자가 상호협력하여 조합 또는 사업자의 형태로 탈빈곤을 위한 자활사업을 운영하는 업체를 지칭하며, 5대 표준화사업(간병, 집수리, 청소, 폐자원활용, 음식물 재활용) 등에 집중 분포되어 있음

2) 한국 사회적경제 관련 법 현황

■ 헌법 및 사회적경제 기본법

- 사회적경제 관련 조항이 포함되어 있지 않지만, 2018년 3월 문재인 대통령이 발의한 개헌안에 ‘사회적경제’ 관련 내용이 포함되어 있음
 - 제130조 ① 국가는 중소기업과 소상공인을 보호·육성하고, 협동조합의 육성 등 사회적경제의 진흥을 위하여 노력해야 한다.
 - ② 국가는 중소기업과 소상공인의 자조조직을 육성해야 하며, 그 조직의 자율적 활동과 발전을 보장한다.
- 20대 국회(2016~2020)에서는 「사회적경제 기본법안」, 「공공기관의 사회적 가치 실현에 관한 기본법안」, 「사회적경제기업 제품의 구매촉진 및 판로지원에 관한 특별법안」 등 사회적경제 관련 다양한 법안이 발의되었으나, 대부분 계류중임

〈표 2-3〉 현재 국회에 계류중인 사회적경제 관련 법안 현황

(2019.02.27. 기준)

의안 번호	의안명	제안자 구분	제안일자
2001596	사회적경제기업제품구매촉진및판로지원에관한특별법안(서형수의원등22인)	의원	2016.08.16
2001614	사회적경제기본법안(윤호중의원등27인)	의원	2016.08.17
2001624	공공기관의사회적가치실현에관한기본법안(김경수의원등51인)	의원	2016.08.17
2002616	사회적경제기본법안(유승민의원등15인)	의원	2016.10.11
2008070	사회적기업육성법일부개정법률안(임이자의원등10인)	의원	2017.07.19
2009920	공공기관의사회적가치실현에관한기본법안(박광온의원등21인)	의원	2017.10.26
2010018	사회적기업육성법일부개정법률안(김상훈의원등10인)	의원	2017.11.06
2010470	사회적기업육성법일부개정법률안(정성호의원등15인)	의원	2017.11.29
2011513	사회적기업육성법일부개정법률안(위성곤의원등10인)	의원	2018.01.24
2014027	사회적기업육성법일부개정법률안(송옥주의원등10인)	의원	2018.06.26
2014190	사회적기업육성법일부개정법률안(김광수의원등11인)	의원	2018.07.03
2017429	사회적기업육성법일부개정법률안(황주홍의원등10인)	의원	2018.12.10
2017781	사회적농업육성법안(서삼석의원등23인)	의원	2018.12.27
2018118	사회적기업육성법일부개정법률안(전현희의원등11인)	의원	2019.01.09
2018914	사회적기업 육성법 일부개정법률안(이용득의원 등 11인)	의원	2019.02.2
2019005	사회적경제 기본법안(강병원의원 등 10인)	의원	2019.03.06
2019725	사회적기업 육성법 일부개정법률안(서형수의원 등 10인)	의원	2019.04.10
2019746	사회적기업 육성법 일부개정법률안(이규희의원 등 10인)	의원	2019.04.11
2020103	사회적기업 육성법 일부개정법률안(이철규의원 등 11인)	의원	2019.05.01

자료: 의안정보시스템(<http://www.likms.assembly.go.kr/>, 검색일: 2019.02.26.)

■ 부처별 사회적경제조직 유형 및 법령

○ 총 10개의 부처가 30개 이상의 사회적경제와 관련된 조직을 담당하고 있음

〈표 2-4〉 사회적경제기업(조직) 부처별 조직 유형 및 법령

구분	부처	조직 유형	법령
1	고용노동부	사회적기업	「사회적기업 육성법」
		예비 사회적기업	
2	기획재정부	협동조합, 협동조합연합회	「협동조합 기본법」
		사회적협동조합, 사회적협동조합 연합회	
		엽연초생산협동조합, 엽연초생산협동조합중앙회	「엽연초생산협동조합법」
3	행정안전부	마을기업	「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」
		새마을금고, 새마을금고중앙회	「새마을금고법」
4	보건복지부	자활기업	「국민기초생활 보장법」
5	공정거래위원회	소비자생활협동조합 · 연합회 · 전국연합회	「소비자생활협동조합법」
6	농림축산식품부	농어인법인 · 조합 · 회사 · 단체	「농어업인의 삶의 질 향상 및 농어촌지역 개발촉진에 관한 특별법」 제19조의4
		지역농업협동조합, 지역축산업협동조합, 품목별 · 업종별 협동조합, 농업협동조합중앙회	「농업협동조합법」
		조합공동사업법인	
7	해양수산부	지구별 수산업협동조합, 업종별 수산업협동조합, 수산물가공 수산업협동조합, 수산업협동조합중앙회	「수산업협동조합법」
		조합공동사업법인	
8	산림청	지역산림조합, 품목별 · 업종별 산림조합, 산림조합중앙회	「산림조합법」
		조합공동사업법인	
9	금융위원회	신용협동조합, 신용협동조합회	「신용협동조합법」 제2조
10	중소벤처기업부	중소기업협동조합, 사업협동조합, 협동조합연합회, 중소기업중앙회	「중소기업협동조합법」 제3조

자료: 사회적경제기본법(안) 강병원 의원 대표 발의(안), 2019005.

■ 지자체 사회적경제 관련 조례

- 2019년 3월 말 현재 광역지방자치단체 기준 17개 행정구역 중 충청북도와 대전을 제외한 15개 지역에서 사회적경제 관련 조례를 모두 제정하여 시행하고 있음

〈표 2-5〉 17개 시도 사회적경제 관련 조례 현황

No.	시도	법명	시행일
1	서울	서울특별시 사회적경제 기본 조례	2016
2		서울특별시 사회적경제기업 제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 조례	2015
3	부산	부산광역시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례	2018
4	대구	대구광역시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례	2018
5	인천	인천광역시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례	2018
6		인천광역시 사회적경제기업 생산제품 구매촉진 및 판로개척 지원에 관한 조례	
7	광주	광주광역시 사회적경제활동 지원 조례	2018
8		광주광역시 사회적경제기업 제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 조례	2017
9	대전	없음	-
10	울산	울산광역시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례	2019
11	경기	경기도 사회적경제 육성 지원에 관한 조례	2015
12		경기도 사회적경제기업 설치 및 운영 조례	2018
13	강원	강원도 사회적경제 육성 지원에 관한 조례	2018
14	충북	없음	-
15	충남	충청남도 사회적경제 육성지원에 관한 조례	2016
16		충청남도 사회적경제제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 조례	2016
17	전북	전라북도 사회적경제 기본 조례	2018
18	전남	전라남도 사회적경제 육성과 지원에 관한 조례	2017
19		전라남도 사회적경제기업 제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 조례	2017
20	경북	경상북도 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례	2017
21	경남	경상남도 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례	2018
22	제주	제주특별자치도 사회적경제 기본 조례	2016
23	세종	세종특별자치시 사회적경제 육성 지원에 관한 조례	2017

자료: 법제처 국가법령정보센터 홈페이지(www.moleg.go.kr, 검색일: 2019.03.26.)

- 기초지방자치단체, 교육청 조례 및 시행규칙까지 포함하면 약 191개가 시행중임
- 「사회적경제 기본법」이 제정되기 이전임에도 불구하고 개별 지방자치단체 차원에서 「사회적경제 기본 조례」, 「사회적기업 육성 및 지원에 관한 조례」, 「사회적경제 활성화 지원에 관한 조례」, 「사회적경제기업 제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 조례」, 「사회적경제기업 설치 및 운영조례」 등 다양한 사회적경제 조례들이 제정되어 시행중임

3) 한국 사회적경제조직의 유형별 특성

- 대표적 사회적경제 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업의 4개 유형을 중심으로 각각의 정의와 특성은 다음과 같이 정리할 수 있음

〈표 2-6〉 사회적경제조직의 정의 및 특성

조직유형 (소관부처)	정의 및 특성
사회적기업 (고용노동부)	<ul style="list-style-type: none"> - 인증사회적기업: 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 일정 기준에 따라 인증을 받은 기업(사회적기업육성법) - 지역형 예비 사회적기업: 사회적 목적 실현, 영업활동을 통한 수익창출 등 사회적기업으로서의 실체를 갖추고 있으나 수익구조 등 일부 요건을 충족하지 못하고 있는 기업을 사회적기업으로 육성하기 위하여 자치단체장이 지정한 기업(고용노동부, 2019) - 부처형 예비 사회적기업: 사회적 목적 실현, 영업활동을 통한 수익창출 등 사회적기업 인증을 위한 최소한의 요건을 갖추고 있는 기업으로서, 중앙행정기관의 장이 지정하여 장차 요건을 보완하는 등 사회적기업 인증을 목적으로 하는 기업(고용노동부, 2019)
협동조합 (기획재정부)	<ul style="list-style-type: none"> - 일반협동조합: 재화 또는 용역의 구매·생산·판매·제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역 사회에 공헌하고자 하는 사업조직(협동조합기본법) - 사회적협동조합: 위 협동조합 중 지역주민들의 권익·복지 증진과 관련된 사업을 수행하거나 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 영리를 목적으로 하지 아니하는 협동조합(협동조합기본법)
마을기업 (행정안전부)	<ul style="list-style-type: none"> - 지역주민이 각종 지역자원을 활용한 수익사업을 통해 공동의 지역문제를 해결하고, 소득 및 일자리를 창출하여 지역공동체 이익을 효과적으로 실현하기 위해 설립·운영하는 마을단위의 기업(행정안전부, 2019)
자활기업 (보건복지부)	<ul style="list-style-type: none"> - 저소득 실업자의 경제적 자활(자립)과 일자리 창출을 목표로 생산활동을 하는 기업(국민기초생활보장법) - 2인 이상의 수급자 또는 차상위자가 상호협력하여 조합 또는 사업자의 형태로 탈빈곤을 위한 자활사업을 운영하는 업체(보건복지부, 2018)

2. 정책지원 현황

가. 유형별 정책 지원제도

- 사회적경제조직을 위한 정책적 지원은 유형별로 상이하나 크게 직접지원과 간접지원으로 구분할 수 있음
 - 직접지원은 인건비, 사회보험료, 사회개발비 지원, 창업자금 지원 등으로 직접적인 재정적 지원이 주를 이룸
 - 간접지원은 판로지원, 교육 및 홍보지원, 운영 지원, 금융(융자, 투자)지원, 세제지원 등을 들 수 있음
- 사회적경제조직의 유형별 주요 지원 정책은 다음과 같이 정리할 수 있음

〈표 2-7〉 사회적경제조직 유형별 주요 지원정책

구분	직접 지원	간접 지원	
		공통	개별
사회적기업	인건비, 사회보험료, 사업 개발비	판로지원, 교육 및 홍보, 컨설팅, 창업 및 운영 지원, 정책자금 융자 등	세제(법인세, 소득세, 부가세 감면, 기부금 인정 등) 모태펀드 운영 등
협동조합	사업 개발비		사업 및 시설자금 융자
마을기업	사업비, 사업 개발비		
자활기업	인건비, 사업 개발비, 창업자금, 컨설팅비용		

1) 사회적기업 지원제도

- 인증사회적기업을 지원하는 제도에는 인건비(전문인력지원과 일자리창출지원), 사업개발비, 4대 사회보험 지원, 세제지원과 같은 직접지원과 경영컨설팅, 공공기관우선구매권고, 판로개척, 금융지원 등의 간접지원이 있음
- 예비 사회적기업은 사회보험료 지원, 공공기관우선구매 권고 등과 같은 일부 항목을 제외하고 인증사회적기업과 같은 형태의 지원을 받지만 지원 내용과 정도에는 차이가 있음

〈표 2-8〉 사회적기업 지원제도

지원제도		주요 내용	지원대상	
			예비	인증
재정 지원	전문인력 채용지원	• 사회적기업이 전략기획, 회계, 마케팅 등 사업 운영에 필요한 전문인력 고용 시 인건비 지원 • 지원금은 200만원~250만원 한도로 일부 수혜기관 자부담 * 자부담률: - 예비 사회적기업 10%(1차년도)→20%(2차년도)	○	○

지원제도	주요 내용	지원대상	
		예비	인증
	<ul style="list-style-type: none"> - 인증사회적기업 20%(1차년도)→30%(2차년도)→50%(3차년도) • 지원인원: * 고령자 전문인력 채용시 1명 추가 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 예비 사회적기업 1명 - 인증사회적기업 2명(50인 이상 사회적기업은 3명) • 지원기간: 예비 사회적기업 2년, 인증사회적기업 3년 		
(예비) 사회적기업 일자리 창출 지원	<ul style="list-style-type: none"> • (예비)사회적기업이 사회적일자리 창출사업 참여시 참여자 인건비 지원 • 당해연도 최저임금 기준 지원금 지급(사업주 부담분 사회보험료 포함) <ul style="list-style-type: none"> 〈'18년 이전 인·지정 기업〉 * 취약계층 지역자율사업으로 추가지원 <ul style="list-style-type: none"> - 예비 사회적기업: 1년차 70%, 2년차 60% - 사회적기업: 1년차 60%, 2년차 50%, 3년차 30% 〈'19년 이후 인·지정 기업〉 * 취약계층 20%p 추가지원 <ul style="list-style-type: none"> - 예비 사회적기업: 1~2년차 각 50% - 사회적기업: 1~3년차 각 40% • 지원인원: 최대 50인 • 지원기간: 예비 사회적기업 2년, 인증사회적기업 3년 	○	○
사업개발비 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적기업의 기술개발, R&D, 홍보 및 마케팅 등 경영능력 향상을 위한 사업비 지원 • 지원한도: 연간 1억원(예비 사회적기업, 사회적협동조합, 마을기업, 자활기업 5천만원), 최대 3억원 • 자부담: 지원회차에 따라 총사업비의 일정비율 이상을 자부담 <ul style="list-style-type: none"> * 지원회차에 따른 자부담 비율: 1회차 10%→2회차 20%→3회차 30% 	○	○
사회보험료 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 사업주 부담 4대 사회보험료 일부 지원(4년간) • 지원인원: 최대 50인 한도 	-	○
경영지원	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적기업의 성장단계에 따라 지원주제, 내용, 컨설팅기관 매칭방식 등을 다양화하여 맞춤형 지원 • 지원한도: 총 5회(연간 1회), 예비 사회적기업은 연1천만원 이내 <ul style="list-style-type: none"> - 표준형: 3~10백만 - 자율형(지속성장형/공동형): 지원금액 제한 없음 * 기존 기초 컨설팅은 기초경영지원사업으로 개편·분리 • 자부담: 신청(계약)금액에 따라 금액 구간별 10~40% 	○	○
공공기관 우선구매 권고	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적기업이 생산하는 생산품이나 서비스의 우선 구매를 권고 <ul style="list-style-type: none"> * 대상(중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률): 국가기관, 자치단체, 공공기관 등 841개소(18년) 	-	○
시설비 등 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적기업의 설립·운영에 필요한 부지 구입비·시설비 등을 지원·용자하거나 국·공유지 임대 등 지원 <ul style="list-style-type: none"> * 미소금융, 중소기업 정책자금, 희망드림론 협약보증, 사회적기업 상시특별보증, 사회적기업 정책성 특례보증 등 	△ (미소 금융은 예비도 포함)	○
세제지원	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적기업에 법인세, 소득세 3년간 100%, 그 후 2년간 50% 감면 • 취득세, 등록면허세 50% 감면, 재산세 25% 감면 • 개인지방소득세 3년간 100%, 그후 2년간 50% 감면 • 사회적기업이 제공하는 의료보건 및 교육용역에 대해 부가가치세 면제 	-	○
모태펀드	<ul style="list-style-type: none"> • 고용노동부 모태펀드 출자 및 민간출자자 참여를 통해 사회적기업투자조합 결성 및 (예비)사회적기업 등에 투자(5개 조합, 290억원 규모) <ul style="list-style-type: none"> * '19년도 제6호 투자조합 결성 예정 	○	○

자료: 고용노동부(2019).

2) 협동조합 지원제도

- 협동조합은 중소기업의 형태로서 소상공인시장진흥공단, 신용보증재단중앙회, 신용보증기금, 중소기업진흥공단 등을 통하여 다양한 지원제도를 활용할 수 있음
- 대출지원이 주를 이루고 있으나, 교육, 설립·인가지원, 경영지원, 판로지원, 권역별 중간지원기관, 국제교류지원 등 다양한 지원제도도 존재함
- 사회적경제조직으로서 사회적기업, 마을기업, 자활기업 등 인증 및 인가제도를 활용하여 다양한 지원사업에 접근할 수 있음

〈표 2-9〉 협동조합 지원제도

지원분야	주요 내용
교육	• 협동조합 맞춤형 아카데미, 협동조합 임원교육, 협동조합 코디네이터 교육과정 등을 통해 협동조합 운영내실화와 네트워크 구축 유도
설립·인가지원	• 수시 상담과 자문을 통해 설립·전환 및 운영 지원 • 협동조합형 인큐베이팅 지원과 활동비 지원으로 청년협동조합 창업지원
경영지원	• 운영 시 발생하는 법무, 회계, 세무 등의 문제에 대해 전문가 자문 • 경영지원단의 현장 방문 컨설팅 제공
판로지원	• 상품자문단을 운영하여 유망상품 발굴 및 홍보, 협동조합 판로지원 DB구축 • 협동조합 상호거래 강화와 유통채널 진출지원을 통해 시장진입 지원
중간지원기관	• 권역별 중간지원기관을 확대해 현장밀착형 지원체계 구축
국제교류	• 협동조합 활동가 및 연구자 등의 역량 강화를 위한 해외연수 추진

자료: 한국사회적기업진흥원 홈페이지(www.socialenterprise.or.kr) 자료 참조.

3) 자활기업 지원제도

- 자활기업은 창업지원, 사업자금 융자, 국/공유지 우선 임대, 국가 또는 지방자치단체의 조달구매시 자활기업 생산물 우선구매, 창업컨설팅지원, 기초생활보장 수급자 채용시 인건비, 시설비, 사업개발비 지원, 우수자활기업 지원 등을 받을 수 있음
- 또한 우수 자활사업단을 예비 자활기업으로 지정하여 사업지원을 하고 있으며, 예비자활기업으로 지정될 경우 1년간 정부지원 사업비가 확대되고, 점포임대 지원, 자금대여, 시설투자비 등 자활기금²⁾을 활용한 지원도 자활기업 수준으로 확대하여 지원받을 수 있음

4) 마을기업 지원제도

- 마을기업으로 지정되면 최대 3년간 1억 원을 지원받을 수 있으며, 유통판로 개척, 마케팅·홍보 등 사업의 성장을 위해 필요한 자금으로 사용할 수 있음

2) 자활기금은 자활사업의 원활한 추진을 위해 국고보조금, 출연금, 자활근로 수익금 등을 재원으로 지방자치단체에서 조성 운용하는 기금임

- 행정안전부로부터의 자금지원은 별도 자부담이 발생하는데, '청년참여형 마을기업'으로 선정되면 자부담 비율이 경감(20% → 10%)되고, 지역제한 기준이 완화(70% → 50%)되는 혜택을 시행 중임
- 마을기업 지정 전 준비과정을 지원하는 제도인 예비마을기업으로 지정 시에는 최고 1천만 원까지 지원받을 수 있음

나. 사회적금융³⁾ 지원제도

- 융자, 보증, 투자, 기금, 펀딩 등 다양한 채널을 통해 사회적경제조직에의 자금을 지원받을 수 있음

〈표 2-10〉 한국 사회적경제조직 자금 지원 제도

구분	사업명	내 용	주 체
일반 대부	미소금융 (‘08년~)	<ul style="list-style-type: none"> • 발전가능성이 높은 사회적기업을 발굴하여 임대차보증금, 시설·운영자금 등을 지원 • (대출조건) 복지사업자별 상이, 한도 1억원 이내 • (상환) 원리금 분할상환(복지사업자별 상이) • (실적) ’16년 6.9억원, ’17년 2.5억원, ’18년 13억원 	민간사업 수행기관(10개소) :열매나눔재단, 신나는조합 등
	중소기업 정책자금 (‘10년~)	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적기업을 포함한 중소기업에 시중금리보다 낮은 금리로 융자 • (대출한도) 60억원(수도권 이외 기업은 70억원) • (대출금리) 정책자금기준금리에 연동 • (실적) ’16년106억원, ’17년 225억원, ’18년 386억원 	중소기업 진흥공단
신용 보증 대부	사회적경제기업 전용특별보증 (‘12년~)	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적기업에 특화된 상시 특례보증 운용 • (한도) 4억원 이내 • (보증비율) 100% / (보증료율) 연 0.5% • (대출조건) 금리 약 3%, 대출기간 5년 이내 • (실적) ’16년 14억원, ’17년 12억원, ’18년 145억원 • (수행주체) 지역신용보증재단 (보증상대처: 특례보증 취급을 위해 협약을 체결한 금융회사: 국민기업농협신한우라하나 등) ※ 본 특례보증은 지역에 관계없이 전국 공통 적용되는 상품이며, 지자체 별 사회적경제기업 관련 별도 보증상품 운영 	지역신용 보증재단
	사회적기업 나눔보증 (‘12년~)	<ul style="list-style-type: none"> • 정부 핵심정책분야 지원시책으로 사회적기업, 1인창조기업 등에 신용보증 공급 • (한도) 3억원 이내 • (보증비율) 100% / (보증료율) 연 0.5% • (대출조건) 금리 약 4%, 대출기간 5년 이내 • (실적) ’16년 26.8억원, ’17년 54.5억원, ’18년도 769억원 	신용보증기금
	도시재생 기금	<ul style="list-style-type: none"> • 도시재생 활성화구역에서 시설조성에 필요한 비용 융자 • (한도) 총 사업비의 70~80% • (금리) 1.5%, 최장 10년 • (실적) ’18년 526억원, ’19년 예산 610억원 	주택도시 보증공사

3) 한국에서 사회적금융은 보조·기부행위가 아닌 투자·융자·보증 등 회수를 전제로 사회적기업이나 협동조합, 자활기업, 마을기업 등 사회적경제기업에 자금을 지원하는 금융활동을 포함하여, 사회문제 해결과 사회적 가치 창출을 위해 운영되는 금융을 뜻함

구분	사업명	내 용	주 체
투자	모태펀드 (’11년~)	• 민간자본시장을 활용한 사회적기업에 대해 투자	(주)한국벤처투자
	사회가치연대기금	• 사회적경제조직 인내자본 공급 • 임팩트 사회적 목적 프로젝트 지원 • 사회적금융 중개기관 육성·시장기반 구축	한국사회가치 연대기금
	사회적기업 공제기금	• 사회적기업 공제기금, 기업 및 개인대출 운영	한기협 공제사업단, 한국사회혁신금융(주)
	임팩트 투자펀드	• 사회적경제기업 사업(창업)자금 조달 및 역량 강화	크레비스
	클라우드펀딩 (’15년~)	• 다수 소액투자자로부터사업자금 등 조달, – 클라우드펀딩 플랫폼 지원, 펀딩 교육, 펀딩 대회, 수수료 지원, 투자오디션, 민간 투자 유치 프로그램, 사회적금융 대출연계 등 • 18년도 실적 – (펀딩금액) 1,151,309천원, (성공기업 수/프로젝트 수) 65개 / 69개, (최고 투자금액) 후원형 142,740천원, 증권형 100,000천원, 대출형 85,000천원	고용부, 진흥원

자료: 한국사회적기업진흥원.

1) 신용보증기금

■ 사회적기업 나눔보증, 협동조합 희망보증, 마을기업 두레보증·자활기업 초록보증⁴⁾

- 40여년 간 중소기업 금융지원을 한 신용보증기금은 2012년 사회적기업 신용보증제도를 도입하여 사회적경제기업의 자금조달을 지원함
- 2018년 전국에 8개 사회적경제 전담팀을 설치하고, 매년 1,000억 원씩 2022년까지 5년간 사회적경제기업에 신용보증 5,000억 원을 공급할 계획을 발표함
 - 2018년 11월 기준 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업 등 사회적경제조직에 1,032억 원의 보증을 제공함
 - 같은 해 담보능력이 부족한 기업에 보증서를 발급하고, 지원한 보증 규모는 약 160억 원 수준임
- 신용보증기금 사회적경제팀을 통해 사회적기업(협동조합, 마을기업 포함)의 운전자금 및 사업장 임차, 시설자금을 3억 원 한도내에서 100% 전액 보증함
 - 보증기간은 5년 이상 장기 운용을 원칙으로 하며, 근보증의 경우에는 1년 이내 운용하며, 사회적기업 소재지 기준으로 각 지역의 신용보증기금 사회적경제 전담팀에서 보증을 관할함

4) 신용보증기금 홈페이지(<https://www.kodit.co.kr>, 검색일: 2019.05.08.)

〈표 2-11〉 2019 신용보증기금의 사회적경제기업 보증프로그램 내용

구분	내용	
대상기업	사회적기업 나눔보증 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> 「사회적기업 육성법」에서 규정한 사회적기업 지방자치단체에서 지정한 예비 사회적기업으로서 중소기업 정부 부처에서 지정한 예비 사회적기업으로서 중소기업
	협동조합 희망보증 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> 「협동조합기본법」에 의한 ‘협동조합’(‘사회적협동조합’을 포함) 소매업, 유망서비스업을 영위하는 경우에는 요건(주)를 충족 주) 소매업: 협동조합의 매입(고정자산 매입은 제외) 중 소속 조합원으로 부터의 매입 비중이 50% 이상인 경우에 한함
	마을기업 두레보증	<ul style="list-style-type: none"> 행정안전부장관이 지정한 마을기업
	자활기업 초록보증	<ul style="list-style-type: none"> 국가 또는 지방자치단체 명의를 인정서를 보유한 자활기업
대상자금(공통)		<ul style="list-style-type: none"> 사업을 위한 운전자금 및 사업장 임차자금, 시설자금
보증한도	사회적기업 나눔보증 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> 사회적경제기업 보증 운용 프로그램 보증금액 기준 같은 기업당 3억원 이내 <ul style="list-style-type: none"> ○ 운전자금: 최근 1년간 매출액의 1/2 또는 향후 1년간 예상매출액의 1/2 (1억원 이하는 매출액 검토 제외) ○ 시설자금: 해당 시설의 필요자금 범위내 ※ 기보, 재단 거래업체 지원 가능
	협동조합 희망보증 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> “매출액 한도”와 “출자금 한도” 중 적은 금액에서 기보·재단의 운전자금보증금액을 차감한 금액 (50백만원 이하는 한도 사정 생략 가능) <ul style="list-style-type: none"> ○ 매출액 한도: 다음 중 선택 적용 <ul style="list-style-type: none"> ① 최근 1년간 매출액 × 1/2 ② 향후 1년간 추정매출액 × 1/2 ○ 출자금 한도: 출자금의 3배
	마을기업 두레보증/ 자활 기업 초록보증	<ul style="list-style-type: none"> 사회적경제기업 보증 운용 프로그램 보증금액 기준 같은 기업당 1억원 이내 ※ 운전자금 한도사정: “최근 1년간 매출액 또는 향후 1년간 추정매출액의 1/2”에서 기보·재단의 운전자금보증금액을 차감한 금액 (30백만원 이하는 한도 사정 생략 가능)
보증료(공통)		<ul style="list-style-type: none"> 연 0.5%
보증비율(공통)		<ul style="list-style-type: none"> 100% 전액보증
보증기간(공통)		<ul style="list-style-type: none"> 5년 이상 장기 운용 원칙(협의 조정 가능), 근보증의 경우 1년 이내 운용
보증 취급 기간	사회적기업 나눔 보증 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> 2012.03.02. ~ 보증재원 소진시까지
	협동조합 희망 보증 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> 2013.09.30. ~ 보증재원 소진시까지
	마을기업 두레 보증/자활기업 초록보증	<ul style="list-style-type: none"> 2017.10.25. ~ 보증재원 소진시까지

자료: 신용보증기금홈페이지(<http://https://www.kodit.co.kr>, 검색일: 2019.05.08.)

■ 사회적금융 평가모형 개발⁵⁾

- 신용보증기금과 한국사회적기업진흥원이 ‘일반형 평가모형’과 ‘일반 및 사회적협동조합 평가모형’을 연구·개발 중에 있음
 - ‘사회적경제조직으로서 부합성(사회적 가치를 만들어낼 만한 목적, 운영기반, 운영성과 등이 있는지)’, ‘금융지원을 위한 타당성(기업의 대표가 경영능력이 있는지, 기업이 업종에서 경쟁력이 있는지, 대출한 돈을 갚을 능력이 있는지)’ 등 두 가지 영역을 기준으로 평가
- 사회적 가치 및 경제적 가치 측정을 위한 운영의 특수성 반영
 - 인권, 노동, 사회적 약자지원 등 ‘공공기관의 사회적 가치 실현에 관한 기본법안’(이하 기본법)에 제시된 13가지 사회적 가치를 사회적경제기업의 특성에 맞게 조정해 측정 가능한 가치로 재구성하고자 함(예: 기본법에 ‘노동권의 보장과 근로조건의 향상’으로 규정된 ‘노동’이라는 가치의 경우 ‘최저임금 보장’이나 ‘동일가치 동일임금 실현’ 여부를 평가하는 방식 등)
 - 경제적 가치의 경우 매출액증가율, 영업이익증가율, 매출총이익률, 이자보상배율, 차입금 의존도, 조합원 환원 (일반 협동조합의 경우) 등 최소한의 핵심지표만을 모형에 반영함(예: 영업이익률 대신 매출총이익률을 적용하여, 사회적경제기업들이 영업이익을 계상하기 전에 이익을 사회적으로 환원하는 특성을 고려)

〈표 2-12〉 사회적경제조직 평가모형 지표구성 내용

구분	일반형		협동조합형	
사회적경제기업으로서 부합성 평가	기업철학	기업 미션의 사회적 가치	조합철학	조합미션의 명확성
		사업계획서의 구체성/현실성		사업계획서의 구체성/현실성
		경영자 마인드		경영자 마인드
	참여/배려 및 연대	의사결정의 적절성	참여/배려 및 연대	의사결정의 적절성
		구성원 처우 노력		구성원 처우 노력
		외부 기관 협력 및 연대		타 조합과의 협력 및 연대
	사회가치 지향	환경보존 및 윤리 준수	조합원 편익	조합원 편익 향상
		제품/서비스의 사회적 가치 지향		네트워크 활성화
금융지원을 위한 타당성 평가	사회환원	환원 노력	지역사회 상생	조합운동을 통한 지역사회 상생 노력
	경영역량	대표자 역량	경영역량	대표자 역량
		법정교육의 노력 및 실적		법정교육의 노력
		법정외 교육의 노력 및 실적		직무교육의 노력
	운영활동	제품 경쟁력	운영활동	협동조합 운영 교육 노력
		서비스 경쟁력		조합원 사업이용률
				조합원수 증가율
				구매의 적절성

5) 한겨레 ‘대출심사에 사회적 가치까지 반영하는 사회적금융 평가모형 나와’, 2018.12.04. 기사 발췌
(http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/872949.html, 검색일: 2019.01.21.)

구분	일반形		협동조합形	
		판매활동의 적절성		제품경쟁력
		홍보의 적절성		서비스 경쟁력
				판매활동의 적절성
				홍보의 적절성
	재무상태	매출액증가율	환원 및 지속	조합원 환원
		영업이익증가율		매출액증가율
		매출총이익률		매출총이익률
		영업이익/이자비용		매출총이익/이자비용
		차입금의존도		차입금의존도

자료: 사회적경제기업 평가모형 공청회 자료(2018.11.30.)

2) 서민금융진흥원

■ (예비)사회적기업, 사회적협동조합 대출지원사업⁶⁾

- 사회적기업 지원기관을 통해 사회적기업(사회적협동조합)에 운영자금을 대출형태로 간접지원하고 있음
- 사업수행기관은 열매나눔재단, 민생경제정책연구소, 신나는조합, 함께일하는사람, 피피엘, 한국사회투자, 한국사회적기업중앙협의회 공제사업단, 한국사회혁신금융, 제주사회적경제 네트워크, 동작신탁 등이 있음
- 사업수행기관별로 지원내용은 상이하나, 고용노동부 인증사회적기업, 서울시·경기도 예비 사회적기업, 사회적협동조합을 대상으로 최대 1억 원(최대 연8%, 최대 6년)의 한도로 대출을 지원하고 있음

〈표 2-13〉 2019년 제1차 (예비)사회적기업 및 사회적협동조합 시설·운영비 대출지원 사업

구분	내용
지원금액	<ul style="list-style-type: none"> • 사업장 구입 또는 임대자금: 최대 1억원 • 시설비: 최대 1억원 • 운영자금: 최대 1억원 * 각각의 항목별로 신청가능하나 총 신청금액이 1억을 초과할 수 없음
지원내용	<ul style="list-style-type: none"> • 사업장 구입 또는 임대자금: 사업장 부지 구입비 또는 임대차보증금 • 시설비: 기계장비구입, 차량구입, 시설보수 및 인테리어 등 • 운영자금: 상품 및 원자재 구입비, 홍보비 등 * 운영자금에 인건비 항목은 포함되지 않음(인건비 사용 불가)
지원금리	<ul style="list-style-type: none"> • 대출기간 2년 이하: 3.5%(고정금리) • 대출기간 2년 초과~5년 이하: 3.9%(고정금리)
상환방법	<ul style="list-style-type: none"> • 6개월 거치 후 54개월 원리금균등분할상환

자료: 열매나눔재단홈페이지(<http://www.merryyear.org>, 검색일: 2019.01.17.)

6) 서민금융진흥원 홈페이지(www.kinfra.or.kr, 검색일: 2019.01.21.)

2) 소상공인시장진흥공단

■ 소상공인 정책자금 융자계획 사업

- 소상공인을 대상으로 성장기반자금, 경영안정자금 등을 지원해주고 있으며, 컨설팅이나 교육을 이수하는 조건의 지원이 포함되어 있음
 - 경영안전자금의 경우 일반경영 안전자금, 사회적기업 전용자금, 청년고용 특별자금 등이 있음
 - 사회적기업 전용자금은 협동조합 기본법 또는 중소기업협동조합법에 의거하여 설립된 협동조합이 지원가능 대상임
- 대상업종은 숙박 및 음식점업(표준산업분류코드 55~56), 도매 및 소매업(45~47), 일부서비스업(76, 90~91, 95~96)만 가능하도록 한정하고 있음

〈표 2-14〉 2019 소상공인 정책자금 융자계획 사업 내용

구분	내용		
지원 규모	1조 9500억 원		
대상 (공통)	<p>[소상공인 보호 및 지원에 관한 법률]상 소상공인: 상시근로자 5인 미만 업체 (제조업, 건설업, 운수업, 광업: 상시근로자 10인 미만 업체) [일반경영안정자금 지원 확대]</p> <p>소상공인이 일자리안정자금 수급으로 인하여 상시근로자가 5인이상 10인 미만이 되는 경우 일반경영안정자금에 한하여 지원 가능(단 긴급경영안정자금, 소상공인긴급자금, 소상공인특별경영안정자금은 제외)</p> <p>※ 대상업종: 숙박 및 음식점업(표준산업분류코드 55~56), 도매 및 소매업(45~47), 일부서비스업(76, 90~91, 95~96)만 가능</p> <p>* 제외업종: 유흥 향락 업종, 전문 업종 등</p>		
대상 (세부)	성장기반자금	소공인 특화자금	제조업을 영위하는 10인 미만의 소공인 (직접대출)
		성장촉진 자금	(직접대출) 업력 3년 이상 소상공인 (대리대출) - 업력 3년 이상 소상공인 - 업력 3년 이상, 소상공인 컨설팅 이수
	경영안정자금	일반경영 안정자금	(일반경영) 업력 1년 이상 소상공인
			(경영초기) 업력 1년 미만이고 중소벤처기업부 장관이 정한 교육과정을 수료한 소상공인*(대리대출)
			* 중소벤처기업부 인정교육 12시간 이상 수료
			(경영초기) 사관학교 졸업생 중 창업자(직접대출)
			(소상공인긴급) 고용노동부 일자리 안정자금 수급 소상공인 사업주
			(사업전환) “소상공인 재창업패키지” 교육을 이수한 소상공인
			(소상공인특별) 고용노동부 지정 고용위기지역, 산업통상자원부 지정 산업위기대응특별지역으로 지정된 지역 소재 소상공인, 조선사 소재 지역 *전북 군산시, 전남 영안군, 전남 목포시, 전남 해남군, 경남 고성군, 경남 통영시, 경남 거제시, 경남 창원시, 경남 김해시, 경남 사천시, 울산 동구, 울산 남구, 울산 울주군, 부산 영도구, 부산 사하구, 부산 중구, 부산 강서구 ※ 해당 지역에 한해 여관업(55102) 지원 가능

구분		내용	
		사회적기업 전용자금	(간접경영) 재해확인증을 발급받은 소상공인 * 정책자금 확인서 발급없이 진행 ▪ (간접경영) 포함 지진피해
			(협동조합) 협동조합 기본법 또는 중소기업협동조합법에 의거하여 설립된 협동조합(직접대출)
			(성공불용자금) 생활혁신형 창업지원사업에 선정된 소상공인 중 창업업체 (직접대출)
			특별자금 (청년고용) 대표자가 만 39세 이하인 사업자 또는 과반수 이상 청년근로자(만39세이하) 고용기업 또는 최근1년 이내 청년 고용기업
			(청년특별1) '19년 청년 근로자(만39세이하) 1명 고용기업 (청년특별2) '19년 청년 근로자(만39세이하) 2명 이상 고용기업
지원 금리 (매분 기별 변동)	성장기반 자금	소공인특화자금	연 2.77%
		성장촉진자금	연 2.57% 3년 이내 컨설팅 이수 시 연 2.37% (대리대출에 한함)
	경영안정자금	일반경영 안정자금	(일반경영) 연 2.77% 단, 장애인기업 연 2.00%(고정금리) (창업초기) 연 2.77% (소상공인간접) 연 2.50%(고정금리) (사업전환) 연 2.37% (소상공인특별) 연 2.00%(고정금리) (간접경영) 연 2.00%(고정금리) * (간접경영) 포함 지진피해 1.50%(고정금리)
		사회적기업 전용자금	(협동조합) 연 2.57%
		성공불용자금	
		청년고용특별자금 - 청년고용특별자금1 - 청년고용특별자금2	(청년고용) 연 2.57% (청년고용) 연 2.37% (청년고용) 연 2.17%
상환방 법	- 대출한도: 업체당 최고7천만원 이내장애인, 사업전환자금, 청년고용특별자금 1억원 이내 성장촉진자금 2억원(운전자금 1억원) 이내 소공인특화자금 5억원(운전자금 1억원) 이내 협동조합 전용자금 5억원(운전자금 1억원) 이내 성공불용자금 2천만원 이내 - 대출기간: 5년(거치기간 2년 포함) 장애인 7년(거치기간 2년 포함) 협동조합 전용자금은 5년(거치기간 2년 포함) 성공불용자금은 5년(거치기간 3년 포함) 상환방식(대리대출) 거치 기간 후 상환 기간 동안 대출금액의 70%, 3개월 마다 금균등분할상환하고 30%는 상환기간 만료 시에 일시 상환 (직접대출) 거치기간 후 매월 원금균등분할상환 - 대출 취급은행(18개): 경남, 광주, 국민, 기업, 농협, 대구, 부산, 산업, 새마을금고, 수협, 신한, 신한중앙회, 우리, 전북, 제주, 한국스탠다드차타드, 한국씨티, KEB하나		

자료: 소상공인시장진흥공단홈페이지(<http://www.semash.or.kr>, 검색일: 2019.01.17.)

3) 중소기업진흥원

■ 중소기업 정책자금 중 ‘신성장기반자금’

- 사업성과 기술성이 우수한 성장유망 중소기업의 생산성향상, 고부가가치화 등 경쟁력 강화에 필요한 자금을 지원하여 성장 동력 창출을 위해 지원하고 있음
- 용자규모는 8,800억 원이며, 시설자금과 시설도입 후 소요되는 초기 가동비인 운전자금을 지원하고 있음
- 사회적경제기업(사회적기업 및 예비 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업)의 경우, 보건업(86) 영위기업도 정책자금 지원대상에 포함됨
- 3개 이상의 중소기업이 규합하여 협동화실천계획의 승인을 통해 협동화협업사업 승인을 얻었거나, 2개 이상의 중소기업이 규합하여 협업사업계획의 승인을 얻은 자를 대상으로 협동화협업사업을 지원하고 있는 것이 특징적임

〈표 2-15〉 2019 중소기업진흥원 신성장기반자금

구분	내용
대상 (공통)	<p>* 최근 3년 이내 혁신성장유망자금을 2회 이상 지원받은 기업은 용자제외(단, 수출향상(최근 1년간 직수출실적 50만불 이상이며 20% 이상 증가), 최근 1년간 10인 이상 고용창출, 최근 1년간 10억원 이상 시설투자 기업(금회 포함)이 신청하는 시설 및 운전자금에 대해서는 횡수제한 적용 예외)</p> <p>* 사업승계, 법인전환 등으로 업력 7년 미만이나, 최초 창업한 기업의 사업개시일로부터 업력 7년 이상인 기업은 혁신성장유망자금으로 용자 혁신성장유망(일반, 협동화, 산업경쟁력강화), 제조현장스마트화자금으로 구분(혁신성장유망) 『중소기업기본법』 상의 업력 7년 이상 중소기업, 협동화; 협업사업 승인기업, 한중FTA에 취약 업종(별표15) 영위기업</p> <p>* 협동화협업사업 지원: 3개 이상의 중소기업이 규합하여 협동화실천계획의 승인을 얻은 자 또는 2개 이상의 중소기업이 규합하여 협업사업계획의 승인을 얻은 자(업력 제한 없음)</p> <p>* 산업경쟁력강화: 업력 7년 이상의 한중FTA 취약업종(별표15) 영위기업(제조현장스마트화) 스마트공장 추진기업 중 ‘스마트공장 보급사업’ 등 참여기업*, 4차 산업혁명 관련 신산업·신기술 영위기업, ICT기반 생산 효율화를 위한 자동화 시설 도입기업</p> <p>* 스마트공장 보급사업 및 생산현장디지털화 사업 등</p> <p>* 정책자금 용자대상 업종이라도 상시근로자수 기준 등에 따라 소상공인에 해당하는 경우 용자 제외대상. 단, 신시장진출지원자금, 제조업 영위 기업, 전략산업 영위기업, 사회적경제기업, 수출기업(최근 1년간 직수출실적 10만불 이상), GMD 및 매칭 중소기업에 해당하는 경우 상시근로자 수에 관계없이 정책자금 지원 대상에 포함</p> <p>* 사회적경제기업(사회적기업 및 예비 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업)의 경우, 보건업(86) 영위기업도 정책자금 지원대상에 포함</p>
용자범위	<p>생산설비 및 시험검사장비 도입 등에 소요되는 자금</p> <p>정보화 촉진 및 서비스 제공 등에 소요되는 자금</p> <p>공정설치 및 안정성평가 등에 소요되는 자금</p> <p>유통 및 물류시설 등에 소요되는 자금</p> <p>무역수출 안전시설 설치 등에 소요되는 자금</p> <p>자가 사업장 건축자금, 토지구입비, 임차보증금</p> <p>* 토지구입비는 건축허가가 확정된 사업용 부지 및 산업단지 등 계획입지의</p>

구분	내용
	<p>입주계약자 중, 6개월 이내 건축착공이 가능한 경우에 한함 (협동화협업사업승인기업은 건축허가 조건 적용 배제)</p> <p>자가 사업장 확보(매입, 경·공매)자금</p> <p>* 자가 사업장 확보지금은 사업영위 필요에 따라 기업당 3년 이내 1회로 한정 지원 조성공사비(협동화 및 협업사업 승인기업에 한함)</p> <p>기타 생산성 향상, 생산 환경 개선 및 후생복지시설 등에 소요되는 자금</p>
	<p>운전자금</p> <p>위 시설자금을 융자받은 기업 중 시설도입 후 소요되는 초기 가동비(시설자금의 50% 이내)</p> <p>* 지식서비스산업(별표7), 협동화 및 협업사업 승인 기업, 국토교통부 인증 우수 물류기업, 사회적경제기업은 제품생산비용, 제품 개발비용, 시장개척비용에 소요되는 운전자금을 시설자금과 별도로 융자 가능 (단, '산업경쟁력강화', '제조현장스마트화자금'은 시설자금과 별도 융자 불가)</p> <p>* 사회적경제기업은 사회적기업(사회적기업육성법) 및 예비 사회적기업, 협동조합(연합회)/사회적협동조합(협동조합기본법), 마을기업(행정안전부 지침), 자활기업(국민기초생활보장법) 등임</p>
지원내용	<p>대출금리</p> <p>정책자금 기준금리(변동)에서 0.5%p 가산</p> <p>* 협동화·협업사업 승인기업 지원, 제조현장스마트화자금, 국가핵심기술 보유 중소기업 지원은 정책자금 기준금리 적용</p>
	<p>대출기간</p> <p>시설자금: 10년 이내(거치기간 4년 이내 포함)</p> <p>* 시설자금 신용대출은 거치기간 3년 이내</p> <p>* 협동화 및 협업사업 승인기업: 10년 이내(거치기간 5년 이내 포함)</p> <p>운전자금: 5년 이내(거치기간 2년 이내 포함)</p>
	<p>대출한도</p> <p>개별기업당 융자한도 (운전자금 연간 5억원 이내)</p> <p>* 협동화(협업화) 승인기업, 수출향상기업(최근 1년간 직수출실적 50만불 이상이며 20% 이상 증가), 최근 1년간 10인 이상 고용창출 기업, 최근 1년간 10억원 이상 시설투자기업(금회 포함), 경영혁신 마일리지 500마일리지 사용기업, 제조현장스마트화자금의 운전자금은 연간 10억원 이내</p>
	<p>대출방식</p> <p>중진공 직접대출 또는 금융회사 대리대출</p>

자료: 중소기업진흥원 홈페이지(www.sbc.or.kr/, 검색일: 2019.01.17.)

4) 기타: 서울시

■ 서울시 사회투자자금

- 아시아 최초 민관공동재원, 다양한 사회문제 개선을 위한 사회적 투자 방식의 기금 운용으로
정부와 시민의 복지재정 부담을 줄이고 삶의 질 향상에 기여하기 위해 서울시와 민간의 협력으로
구성된 총 1,000억 원의 기금으로 사회적기업 융자사업, 소셜하우징 융자사업, 중간지원기관
협력사업, 사회적프로젝트 융자사업 등이 있음

〈표 2-16〉 서울시 사회투자기금 사업 내용

구분	사회적기업 용자사업	소셜하우징 용자사업	중간지원기관 협력사업	사회적프로젝트 용자사업
목적	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적경제기업의 자금조달 기회를 확대하여 운영 안정화에 기여 	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적경제기업의 주택사업 참여 기회 확대 • 다양한 유형의 공공·민간 임대주택 공급 활성화 추구 	<ul style="list-style-type: none"> • 중간지원기관과 협력하여 사회적금융 활성화 및 저변 확대 추구 • 중간지원기관의 재용자를 통하여 사회적가치 창출기업의 지속가능한 성장을 도모하여 사회적경제, 사회적금융의 선순환구조 구축 	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 프로젝트를 지원하여 사회적가치 창출 및 사회문제 해결 추구
신청 자격	<ul style="list-style-type: none"> • (예비)사회적기업, 협동조합, 마을기업, 소셜벤처 등 - 서울소재기업 	<ul style="list-style-type: none"> • (예비)사회적기업, 협동조합 등 임대주택 공급(예정)자 - 서울소재기업 	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적 금융을 수행하는 비영리법인, 영리법인(수행 대상은 서울 소재에 한함) 	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적프로젝트를 수행하는 비영리법인, 영리법인(프로젝트 수행 및 대상 지역은 서울에 한함)
세부 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 경영합리화자금 • 매출조건부 운전자금 • 사회적경제 지원기관 연계융자 • 기타 시설자금, 사업 개발비 등 운전자금 	<ul style="list-style-type: none"> • 건설사업: SH공사에 매각 목적의 주택을 신축, 리모델링하는 사업 • 임대사업: 민간의 임대, 전대 목적의 주택 공급 사업 	<ul style="list-style-type: none"> • 서울시 사회투자기금과 기관 자부담액을 매칭하여 '서울특별시 사회투자기금의 설치 및 운용에 관한 조례'에서 정한 바에 따라 수행 • 시 기금 융자한도와 매칭 비율을 조정한 시범사업 운용 	<ul style="list-style-type: none"> • 서울시에 추후 확장 가능성 등 사회적 가치 창출 효과가 발생할 수 있는 사업 <p>*예시: 서울시 2030 계획의 주요 5대 분야인 복지/여성/교육, 산업/일자리, 역사/문화, 도시공간/정비교통, 환경/에너지/안전 프로젝트 등</p>

다. 최근 한국 사회적경제 정책적 흐름

1) 현 정부의 사회적경제 중요성 인식 및 활성화 위한 적극적 노력

- 문재인 정부는 2017년 6월 청와대 대통령비서실 내 사회적경제비서관을 신설하고, 7월 「100대 국정과제」와 10월 「일자리정책 5개년 로드맵」 발표를 통해 사회적경제 활성화를 주요 과제 중 하나로 제시함
- 이후 2018년 3월 정부 헌법개정안 발의에도 협동조합 등 사회적경제의 진흥을 위한 국가의 의무를 강조하였음
- 이러한 국가의 사회적경제 활성화 의지에 따라 '사회적경제 활성화 방안(2017.10)', '사회적금융 활성화 방안(2018.02)', '사회적경제 인재양성 종합계획(2018.07)' 등을 통해 부처별로 적극적인 정책과 사업을 진행하고 있음

[참고] 정부의 사회적경제 활성화 방안 주요 내용

☞ 사회적경제 활성화대책 수립 추진

- 사회적경제 활성화 방안(17.10.18) - 시급한 과제를 중심으로 인프라 확충 + 진출분야 확대
- 사회적금융 활성화 방안(18.2.8) - 시급한 과제를 중심으로 인프라 확충 + 진출분야 확대
- 소셜벤처 활성화 방안(18.5.16) - 소셜벤처 허브구축, 청년창업 활성화
- 사회적경제 인재양성 종합계획(18.7.3) - 인재유입, 전문인재 육성, 사회적경제 교육 확대

☞ 사회적금융 활성화

- 사회가치연대기금(3,000억원) 설립 지원 → 생태계 촉매 역할
- 신용보증기금 사회적경제 지원계정(5,000억원) 신설
- 기술신용보증기금 보증지원(5,000억원)
- 중소기업, 소상공인 정책자금(600억원)
- 사회투자펀드(300억원)
- 임팩트펀드(5,000억원)

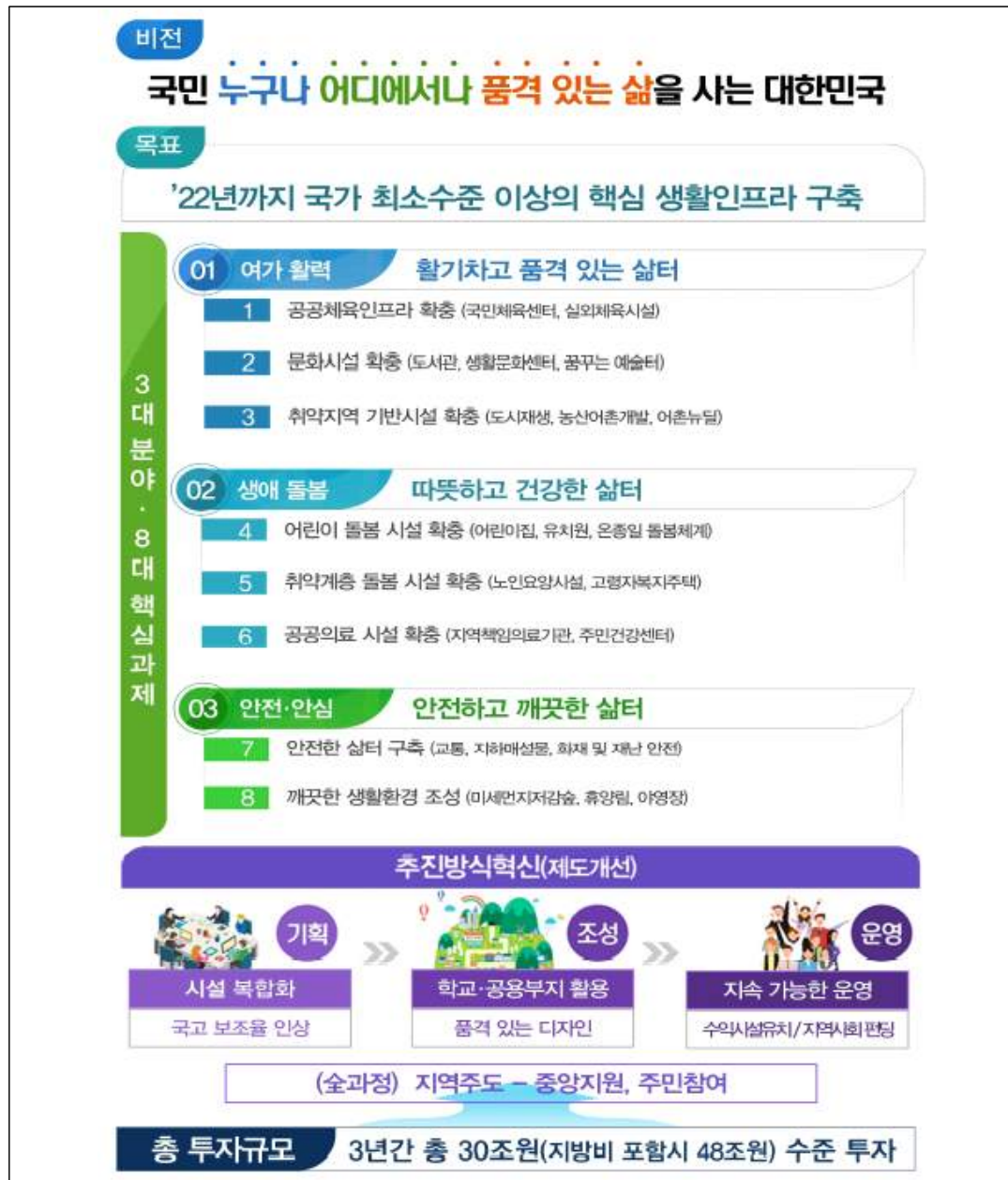
☞ (재)사회가치연대기금 설립(18.12.27)

- 정부의 '사회적 금융 활성화 방안(18.2.8)'의 일환으로 민간 협력을 통해 설립된 사회적 금융 도매 기금임
- 기금설립을 민간이 주도하고 정부가 협력하는 민관협력 방식으로 조성
- 핵심사업 목표
 - 사회적경제 조직의 성장과 규모화를 위해 필요한 인내자본 공급
 - 사회성과보상사업(SIB) 등 사회문제 예방과 해결을 목적으로 하는 사회적 목적 프로젝트 지원
 - 사회적 금융 중개기관 육성 및 시장기반 구축 등
- 5년간 약 3천억 원 규모의 재원을 마련

2) 생활SOC추진계획을 통한 사회적경제조직 참여 기회 확대

- 정부는 보육·복지·문화·체육시설 등 일상생활과 밀접한 인프라의 양적·질적으로 확충을 통해 국민의 삶이 질을 개선하기 위해 2018년부터 생활SOC 정책을 추진하고 있음
 - 생활SOC는 사람들이 먹고, 자고, 자녀를 키우고, 노인을 부양하고, 일하고 쉬는 등 일상생활에 필요한 모든 인프라를 지칭하는 개념으로 보육·의료·복지·교통·문화·체육 시설, 공원 등 일상생활에서 국민의 편익을 증진시키는 모든 시설이 포함됨(생활밀착형 사회기반시설 정책협의회 설치 및 운영에 관한 규정(총리훈령))
- 2018년 8월 대통령의 생활SOC에 대한 과감한 투자확대 지시 이후 범정부 추진을 위해 국무총리 소속으로 생활SOC 정책협의회(의장 국무조정실장, 14개부 차관 및 3개청 차장 위원)가 설치운영되고 있으며, 국무조정실에 관계부처 합동 생활SOC추진단이 설치되어 관련 정책, 자원, 법령·제도 등 기능을 수행하고 있음
- 생활SOC정책은 추진목표, 중점추진분야, 분야별 세부 과제를 담은 3개년 계획(2019~2022년)을 수립하여 해당 시설을 2022년까지 집중 투자할 예정이며, 공공체육인프라 확충이 8대 핵심과제중 하나임

- 생활SOC 3개년 계획의 비전은 “국민 누구나 어디에서나 품격 있는 삶”을 사는 대한민국으로 활기차고 품격 있는 삶터, 따뜻하고 건강한 삶터, 안전하고 깨끗한 삶터를 3개 분야로 설정
- 8대 핵심과제는 공공체육인프라, 문화시설, 취약지역 기반시설, 어린이 돌봄 시설, 취약 계층 돌봄 시설, 공공의료 시설 확충, 안전한 삶터 구축, 깨끗한 생활환경 조성이 포함됨



자료: 생활SOC추진단(2019). 「생활SOC3개년 계획」.

[그림 2-7] 생활SOC 비전 및 핵심과제

- 핵심과제에 포함된 시설들은 국가최소 수준(수요인구와 접근성 기준 등) 대비 서비스 소외지역에 시설공급의 우선순위를 분석하는 방법을 도입하였고, 시설 복합화, 학교·공공부지 활용, 지속 가능한 운영 등 제도 개선 방안도 마련하고 있음

〈표 2-17〉 사회적경제조직 참여 확대를 위한 제도 개선 조치 내용

항목	관련 근거 및 주요 내용
사회적기업 지방세 감면 적용기간 연장 (2018. 12. 31 → 2021. 12. 31)	지방세특례제한법 제22의4 개정(2019. 1. 1 시행) 사회적기업 고유업무 부동산 취득세 50%, 재산세 25%, 법인등기 등록면허세 50%
사회적기업에 대한 입찰 가점 확대 (0.5점 → 1점)	지방자치단체 입찰시 낙찰자 결정기준(예규) 개정(2018. 1. 1 시행) 사회적기업, 사회적협동조합, 자활기업, 마을기업 해당 「종합심사낙찰제 심사기준」개정(기재부 예규), ‘사회적 책임’ 항목 가점 확대(1점→2점 / 2018. 4. 1 시행)
사회적경제기업에 대한 수의계약 확대 (2천만원 이하 계약 → 5천만원 이하)	지방계약법 시행령 제25조 개정(2018. 07. 24시행) 국가계약법 시행령 개정(2→5천만원 / 2019. 3. 5 시행)
사회적경제기업에 대한 행정재산 사용· 수익 허가시 수의계약 가능 및 사용료 감면	공유재산법 제13조, 제17조(2019. 06. 05 시행) (현행) 일반입찰(최고가 낙찰), 사용료 감면 없음 (개선) 수의계약 가능, 사용료 감면(조례로 50%)

자료: 생활SOC추진단(2019). 「생활SOC3개년 계획」.

- 생활SOC 완공 이후 실제 사회적경제 조직이 시설 운영기관으로 선정될 수 있도록 유도
 - ※ 지자체 협조
 - (운영기회 보장) 기획·설계 등에 참여한 사회적경제 조직의 경우 시설운영 위탁 참여시 입찰가점 등 반영
 - 운영권 위탁은 사회적경제 기업에 대한 입찰가점 또는 5천만 원 이하 수의계약제도 활용 및 인센티브(입찰가점), 사업계획서 심사 가이드라인 제공 등
 - (인센티브 제공) 사회적경제 조직이 시설 운영주체로 선정된 생활 SOC에 문화예술·체육 프로그램 등 관련 사업 집중 지원
 - * (문화예술) 유아 문화예술교육, 창의예술교육 랩 및 생활문화사업 등
 - ** (체육) 생활체육지도자 배치, 장애 생활체육교실, 공공스포츠클럽 운영 지원 등
 - (우수사례 확산) 사업기획부터 운영단계까지 지역주민 및 사회적경제 조직이 적극 참여하여 성공한 사례를 중심으로 발굴·확산
- 문화·체육·관광 분야와 관련된 핵심과제는 다음과 같음
 - 활기찬 삶을 위한 공공체육인프라 확충: 국민체육센터와 실외체육시설의 확충을 통해 국민이 언제 어디서든 다양한 체육활동을 마음껏 누릴 수 있음
 - 품격있는 삶을 위한 문화시설 확충: 공공도서관을 기반으로 정보 불평등을 해소하고, 생활문화센터를 통해 예술활동 참여 등 능동적인 문화체험의 기회를 가질 수 있음

- 편안하고 깨끗한 생활환경 조성: 생활속 위해로부터 안전하고, 스트레스에서 벗어나 쉴 수 있는 곳이 곳곳에 확충되어 여가를 즐길 수 있음

〈표 2-18〉 문화·체육·관광 분야 주요 시설 생활SOC 공급 목표

분야	주요시설	현재(2017년 12월 기준)	2022년(착수기준)
문화분야	공공도서관	1,042개 (1개소당 5만명)	1,200여개 (1개소당 4.3만명)
	작은도서관	6,058개 (1개소당 8.5천명)	6,700여개 (1개소당 7.6천명)
	생활문화센터	141개 (시군구당 0.6개소)	300여개 (시군구당 1.3개소 이상)
	꿈꾸는 예술터	5개	15개
	메이커 스페이스	65개	360여개
체육분야	수영장	406개(1개소당 12.6만명) 접근성 22분(9.1km)	600여개(1개소당 8.5만명) 접근성 15분(6km)
	체육관	963개(1개소당 5.3만명) 접근성 13분(5.5km)	1,400여개(1개소당 3.4만명) 접근성 10분(4km)
	야구장	269개(1개소당 19만 명)	400여개(1개소당 13.7만명)
	축구장	2,542개(1개소당 2만 명)	2,640여개(1개소당 1.67만명)
	노인건강 (게이트볼)	1,479개	1,600여개
	레저스포츠 (인공암벽장)	39개	50여개
관광분야	국립공원 야영장	40개	50여개
	숲속야영장	3개	10여개
	야영장 총수	2,097개 (1개소당 2.4만명)	2,150여개 (1개소당 2.3만명)

자료: 생활SOC추진단(2019). 「생활SOC3개년 계획」.

제3절 주요국 사회적경제 정책 현황

1. 영국

가. 영국 사회적경제의 개념의 등장과 역사적 흐름

1) 개념의 유래

- 영국은 전 세계에서 사회적경제가 가장 활성화된 곳 중 한 곳으로 다양한 사회적경제조직의 종류만큼이나 영국 사회적경제의 정의는 다양함
- 자원봉사 단체와 지역사회 단체, 재단, 여러 종류의 협회 등을 포함하는 제3섹터를 사회적경제로 이해했던 유럽대륙들과 달리 영국은 자원부문(Voluntary Sector)라는 개념을 보편적으로 사용하기 시작하였고, 이에 사회적경제조직에 자선단체나 자조조직까지 포괄하여 사용하였음
- EMES 정의와 Social Enterprise Coalition(SEC)의 정의가 어느 정도 알려져 있지만, 영국에서 가장 통용되고 있는 정의는 Social Enterprise Unit이 제시한 ‘사회적경제(Social Enterprise)은 성장하고 있는 사회적경제의 일부’라는 개념임
- 영국은 사회적기업을 i) 분명한 사회적 목적, ii) 지속적이고 자생 가능한 영속성을 위한 영업활동 영위, iii) 수익의 상당부분을 설립 취지인 사회적 목적을 위해 재투자하는 것으로 개념을 설정함

2) 제도화의 역사

- 영국 사회적경제의 뿌리는 중세 이후 교회조직의 교육 및 빈민구제를 위한 활동 등 자선 및 박애 정신에서 시작되었다고 볼 수 있으며, 산업혁명 이후 우애조합과 협동조합과 같은 노동자 계급에 바탕을 둔 상호주의 전통을 통해 본격적으로 발현되기 시작했다고 볼 수 있음
- 1890년과 1910년 사이에 협동조합과 상호공제조합은 전성기를 맞았으나, 20세기 들어와 국가중심적 정책 기조 하에서 국가정책의 보완적인 역할에 머무르게 됨
- 영국 노동당 정부의 ‘제3의길’을 통해 토니블레어 총리가 경제적 목적과 사회적 목적의 융합을 강조함으로써 사회적기업에 대한 화두를 던지고, 이후 정책 방향에 많은 영향을 끼침
- 1999년 영국 재무성은 기업과 사회적 배제(Enterprise and Social Exclusion) 보고서를 발표하면서 영국 지역재생을 위해 사회적기업의 육성을 중요하게 논의하였음
- 2001년 통상산업부 내에 사회적기업국을 설치하였고, 2002년 사회적기업 성공전략과 2006년 사회적기업 실행계획을 발표하여 사회적기업 육성에 정부 정책을 구체화하였음

- 2005년 7월 지역공동체 이익회사법(CIC: Community Interest Company)을 제정하여 사회적기업에 대한 법적 지원체계를 구축함
- 2006년 총리실 내 제3섹터 지원처(OTS: Office of the Third Sector)가 설립되고 제3섹터 담당장관을 임명함
- 2010년 총선을 통해 보수당 주도의 연정 정부가 탄생하면서 OTS를 시민사회청(Office for Civil Society)으로 변경하고, 시민사회청이 영국정부내 사회적기업 지원 업무를 담당함
- 2010년 연정 정부는 <보다 강한 시민사회 만들기: 자원단체와 지역단체, 자선단체, 사회적기업을 위한 전략(Building a stronger civil society: a strategy for voluntary and community groups, charities and social enterprises)>을 발간하고, 제3섹터의 성장, 특히 기존의 정부가 제공하는 공공 서비스를 운영하기 위한 비전을 제시함
- 2012년 「공공서비스(사회적 가치)법(The Public Services(Social Value) Act, 2012)」을 통해 사회적 가치의 중요성을 강조함
- 웨일즈, 스코틀랜드, 북아일랜드 등 지방 자치정부도 중앙정부의 사회적경제조직에 대한 정책 기조와 동시에 개별 전략과 접근방법을 마련해오고 있음

나. 영국 사회적경제 정책지원과 특징

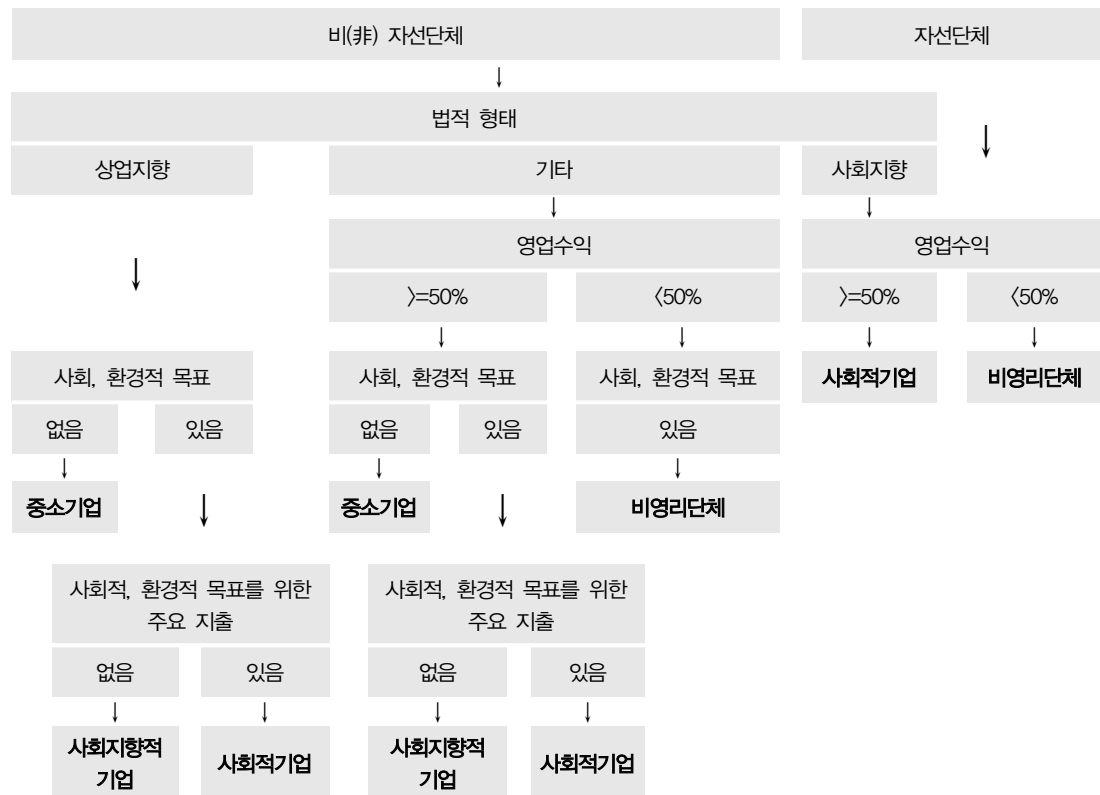
1) 공공 정책 및 지원

- 영국은 정책 지원을 위해 일반 영리기업과 사회적기업의 차이를 다음과 같이 명시하고 있음
 - 법적 지위 및 지배구조의 차이, 주된 목표가 이익을 추구함이 아닌 사회적 목적의 실현, 사회적인 활동과 상업 활동이 결합된 형태, 단일품목보다는 다품종 생산, 교부금과 지원금의 혼합적 사용, 사회적 목적 실현을 위해 시작된 경우가 많이 때문에 전문성의 부족 등
- 영국의 사회적경제조직은 다양한 네트워크를 구축할 수 있으며, 상품과 서비스 개발, 비즈니스 모델 정비와 사업계획의 재정비, 사회적경제조직 설립에 필요한 법적 지원, 멘토 연계, 사회적기업가 역량개발, 투자 매칭, 소셜 임팩트 측정 등의 다양한 부분에서 지원을 받을 수 있음
- 사회적경제조직의 주요 네트워크 기관은 Buzzbank와 Big Society Capital을 들 수 있음
 - Buzzbank는 2011년 출범한 영국 내 사회적경제조직과 자선단체 지원에 특화된 크라우드 펀딩 플랫폼이며, 2014년 Trillion Fund(그린에너지 크라우드 펀딩 플랫폼)과 병합하여, 2015년까지 약 73개 프로젝트 63만 파운드를 지원(대출, 보조금 형태)했음
 - Big Society Capital은 영국의 Social impact investment 시장 성장을 위해서 정부가 직접 만든 독립적인 금융기관으로 사회적 투자 분야(Social Impact Investment)의 정보와 경험을 공유하고 벤치마킹 사례를 널리 알리고 나아가 정부의 사회적 금융 정책을 선도하는 역할을 하고 있음

- 영국은 보조금, 마이크로 그랜트, 챌린지펀드, 벤처 필란트로피스트 등을 통해 자금을 지원하고 있음
 - 보조금은 상환의무가 있는 자금을 활용하기에는 사업 분야의 위험성이 높거나 실험적인 요인이 높은 경우, 기업의 지속성을 확보하기 위해서 대규모 자산에 대한 자본 투자가 필요한 경우, 거래행위를 함에 있어서 원래 영리 기업이라면 지불할 필요도 그리고 지불하기도 힘든 거래 비용을 감당해야만 하는 경우 등에 활용됨
 - 마이크로 그랜트(Micro Grants)는 소액대출이나, 소액규모의 자금만을 대출받는 것이 아니고 사업 아이디어를 확장하고 추진시켜 나가기 위한 네트워크와 멘토링, 피드백 등 다양한 지원을 함께 추진하고 있음
 - 챌린지펀드(challenge fund)는 프로젝트성 펀딩으로 특정한 금액의 보조금이 공시되고 가장 적합한 솔루션을 제 시한 챌린저에게 자금이 수여되는 형태로 진행되고 있음
 - 벤처 필란트로피스트(Venture Philanthropists)는 주로 장기적인 관점에서 진정성을 가지고 사회적 문제를 해결하기 위해서 노력하는 기업들에게 벤처 자선사업가가 조성한 펀드의 자금을 지원하는 자선자금 형태로 진행되고 있음

2) 사회적경제조직 유형

- 기본적으로 영국 정부의 자선사업감독위원회(Charity Commission)에 등록되어 있는 자선 단체의 경우 별도의 검증절차 없이 사회적 목적을 지닌 조직으로 인정하고 있음
- 자선단체 중 수입의 50% 이상이 영업활동을 통해 창출되는 경우 사회적기업으로 간주하며, 50% 이하일 시에는 일반 비영리단체로 구분함
- 이에 더하여, 최근 시장의 동향을 반영하고자 의사결정나무(Decision Tree) 방법론을 통해 상업 지향적인 일반 중소기업과 사회적 목적을 지닌 기업의 구분을 시도하였음
- 비(非)자선단체의 경우, 법적 형태를 시작으로 하여 사회적, 환경적 목표와 이를 위한 주요 지출 유무를 통해 사회적기업을 구분한 것을 확인할 수 있음



자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.22.

[그림 2-8] 사회적기업 구분을 위한 의사결정나무(Decision Tree)

- 영국은 각 조직이 사회적경제조직으로서의 목적을 실현하는데 가장 적합한 형태가 선호되어야 한다는 일반적인 인식을 가지고 있음
 - － 영국 내 사회적경제조직의 1/3은 최근에 설립되었으며, 조직의 영업활동은 다양한 분야에서 이뤄지고 있으나 정부를 상대로 하는 공공부문의 서비스 제공이 50% 이상을 차지하고 있음
 - － 영국의 사회적경제조직은 범위가 다양하여 주택, 금융서비스, 건축, 운송, 물류, 제조, 문화, 상점, 카페, 재활용, 그린에너지, 미디어, 보건/사회 서비스 등의 영역에서 활발하게 활동을 이어나가고 있음
- 사회적경제조직의 종류는 다음과 같이 법적 형태에 따라 구분할 수 있음

〈표 2-19〉 영국의 사회적경제조직의 형태

법적 형태	자선단체 가능여부	주요 특징	비중
비법인 단체 (Unincorporated Association)	가능	법인격이 부여되지 않은 업체	1%
보증 책임 주식회사 (CLG: Company Limited by Guarantee)	가능	파산 시 출자자들이 보증인으로서 유한책 임을 지니지 않는 주식자본이 없는 유한 책임회사	51%
자선사업법인 (CIO: Charitable Incorporated Organisation)	가능	기업등록소가 아닌 자선사업관리위원회에 등록해야 하는 유한책임형 회사	신규
유한 책임 주식회사 (CLS: Company Limited by Share)	불가능	이윤추구의 일반적 형태	12%
산업공제조합 (IPS: Industrial and Provident Society)	불가능	영국 신용협동조합이 선정하고 금융행위 규제청(FCA)의 규제를 받는 협동조합의 법적 형태	19%
유한 책임형 공동체이익회사 (Community Interest Company, CIC Limited by share)	불가능	사회적 목적을 지닌 유한책임회사로 이윤 배분에 제한이 있음	17%
보증 책임형 공동체이익회사 (Community Interest Company, CIC Limited by Guarantee)	불가능		
주식회사 (PLC: Public Limited Company)	불가능	주식거래를 통해 공개적으로 거래 가능한 주식회사	1%

○ 공동체이익회사(Community Interest Companies, CICs)

- 사회적기업이 상업활동을 할 수 있다는 인식 때문에 사회적기업은 자선단체로 등록할 수 없었고, 보조금과 투자가 혼용된 방식으로 운영되어야 했는데 이는 ‘공동체이익 회사’라는 특별한 법적 구조의 개발로 이어짐
- 공동체이익회사는 다음의 3가지 요소(① 등록서류에서 기관의 사회적 목적이 명시된다. ② 자선단체 및 다른 공동체이익회사를 제외하고는 공동체이익회사의 자산 배분을 규제할 수 있는 자산동결이 항목으로 포함된다. ③ 공동체이익회사의 주식은 투자자가 회사 주식을 소유하게 허락하나, 이익의 분배에 있어 한계가 설정되어 있다.)를 지니고 있음

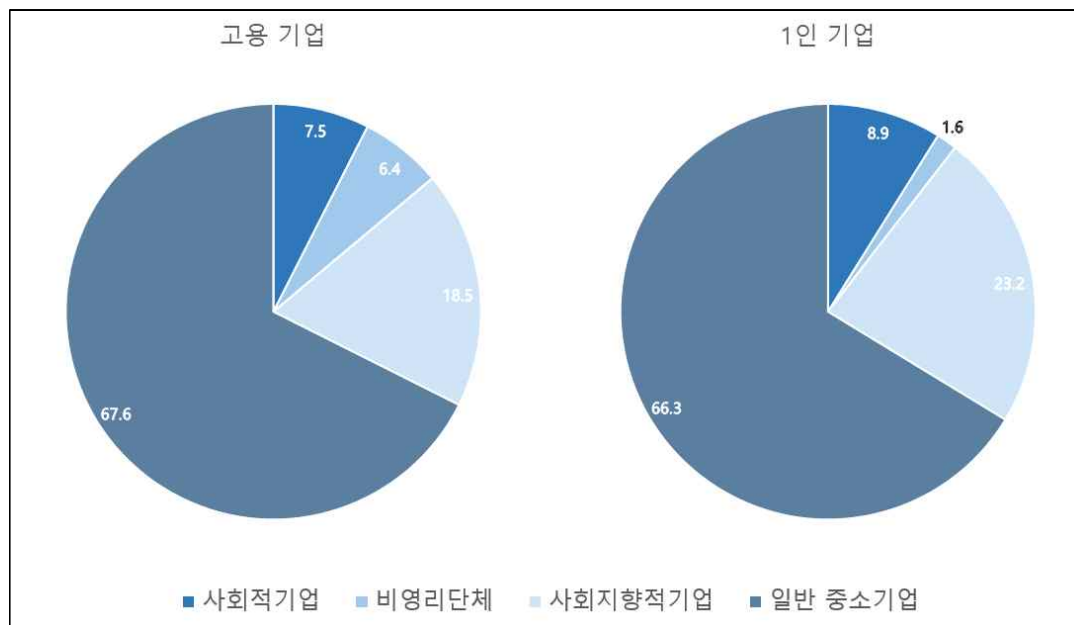
○ 자선기업(Charitable Companies)

- 자선기업은 사회적기업이 추구하는 사회적 목적에 대해 보다 엄격히 규제하며, 일반적으로 자선단체로 등록하는 것이 보조금 및 기부금 확보에 좋으나, 사회적 투자를 유치하기는 어려움
- 자선기업은 다음의 3가지 요소(① 활동 수익을 배당할 수 없다: 자선기업은 보통 유한 책임형이 아닌 보증 책임형이다. ② 자선적 목적을 위해서만 자산을 운영할 수 있다. ③ 자선단체로서의 이해를 극대화하는 방향으로 운영되어야 한다.)를 지니고 있음

다. 영국의 사회적경제 현황

1) 중소기업 내 기업유형의 점유율

- 영국 중소기업의 약 4%가 비영리단체로 추산되고 있음
- 중소기업의 22%는 사회/환경적 목표를 갖고 있지만, 이를 위한 주요 지출은 이루어지고 있지 않은 사회 지향적 기업으로 나타남
- 중소기업의 약 67%는 사회/환경적 목표 보다, 수익 창출을 주요 목적으로 한 상업적 중소기업으로 나타남



자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.22.

[그림 2-9] 영국 고용기업과 1인 기업의 기업 유형 점유율

2) 사회적기업 규모

- 2017년 영국의 사회적기업의 수는 총 471,000개로 추정되고 있음
- 약 371,000개의 사회적기업이 '1인 기업' 형태로 운영되고 있으며, 그 비율은 78.8%를 차지하고 있음
- 고용이 이루어지는 사회적기업 중 소형기업(직원 수 1~9명)이 14.7%로 가장 높은 비율을 지니고 있으며, 중형기업(직원 수 50~249명)의 기업은 0.7%로 가장 낮았음

〈표 2-20〉 영국 사회적기업 규모 현황

구 분	총 중소기업 수(개)	사회적기업(%)	사회적기업 수(개)	비율(%)
1인기업 (직원수 0)	4,172,185	8.9	371,000	78.8
소형기업 (직원수 1~9)	1,081,425	6.4	69,000	14.7
중소형기업 (직원 수 10~49)	203,550	13.2	27,000	5.8
중형기업 (직원 수 50~249)	33,310	10.2	3,000	0.7
합 계	5,490,470	8.6	471,000 ⁷⁾	100

자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.29.

3) 사회적기업 종사자 수

- 영국 사회적기업의 총 종사자 수는 약 1,441,000명으로 나타남
- 사회적기업의 피고용인의 수는 1,069,300명으로 추정되고 있으며, 중소기업(직원 수 10~49명)에서 약 50%의 고용창출을 이루고 있음
- 사회적기업의 근로주 및 파트너의 수는 40,700명으로 나타나고 있으며, 1인 사회적기업에서는 약 331,000명의 근로주와 파트너가 종사하는 것을 확인 할 수 있음

〈표 2-21〉 영국 사회적기업 종사자 수

(단위: 명)

구 분		사회적기업 종사자 수
피고용인	소형기업(직원 수 1~9)	222,800
	중소형기업(직원 수 10~49)	515,400
	중형기업(직원 수 50~249)	331,100
소계	1,069,300	
근로주 및 파트너 (Working Owner and Partners)	소형기업(직원 수 1~9)	29,900
	중소형기업(직원 수 10~49)	9,400
	중형기업(직원 수 50~249)	1,400
소계	40,700	
1인기업	근로주 및 파트너 (Working owner and partners)	331,000
합계	1,441,000	

자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.30.

7) Social Enterprise: Market Trends 2017에 따르면, 올림 계산법으로 인하여 영국 사회적기업 총 합계에 1,000개의 오차범위가 발생함

4) 사회적기업의 사업부문

- 사회적기업의 31.5%는 사회 및 기타 서비스 부문(교육, 보건, 예술)에서 적극적인 활동을 보이는 반면, 일반 중소기업은 8%로 가장 낮은 비율을 차지하고 있음
- 일반 중소기업은 사업서비스 분야에서 34.8%의 활동을 보이고 있는 반면, 사회적기업에서는 약 8.2%로 가장 낮게 나타남
- 이처럼, 사회적기업과 일반 중소기업은 주요 사업부문에서 분명한 차이를 보이고 있으며, 영국의 사회적기업은 교육, 보건, 예술 등에 관한 사회서비스에 높은 관심을 지니고 있는 것을 확인할 수 있음

〈표 2-22〉 영국 사회적기업의 사업부문

사업부문	중소기업(SME) 비율(%)	사회적기업 비율(%)
사회 및 기타 서비스 (교육, 보건, 예술 등)	8.0	31.5
소매/유통	22.2	24.7
음식/숙박서비스	9.8	17.8
생산	25.3	17.8
사업서비스	34.8	8.2
합계	100	100

자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.33.

- 사회적기업의 잠재적 위험 요소는 다음과 같이 언급되고 있으며, 몇 가지 예외를 제외하고 중소기업에도 비슷한 문제로 나타남

〈표 2-23〉 사회적기업의 잠재적 위험 요소

유형	비율(%)	유형	비율(%)
시장경쟁	61	구인/기술	39
정부규제/관료주의	58	직장 연금	28
세금	49	브렉시트	28

자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.9 수정 사용.

- 사회적기업은 주로 정부규제와 관료주의를 큰 장애로 인식하고 있음

5) 사회적기업 설립 연수

- 10년 이상 지속되는 사회적기업의 비율은 72.2%로, 일반 중소기업에 비해 약 10% 높은 수치를 보이고 있음
- 0~10년 이하의 사회적기업은 일반 중소기업에 비해 약 10% 낮게 나타남

〈표 2-24〉 영국 사회적기업 설립 연수

설립 연수	중소기업(SME) 비율(%)	사회적기업 비율(%)
0~10년	38.0	27.8
10년 이상	62.0	72.2
합계	100	100

자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.32.

6) 사회적기업의 법률적 형태

- 사회적기업의 43.7%는 유한회사로 운영되고 있으며, 사회적기업의 법률적 형태 중 가장 높은 비율을 차지하고 있음
- 다음으로는 개인 기업이 14.1%, 자선단체 12.7%, 합자회사 8.5% 순으로 나타남
- 사회적기업과 일반 중소기업 간의 법률적 형태 비율의 비교는 표본이 적고, 법적 형태의 유형이 많아 유의미한 결과를 지니기 어려운 한계가 있음

〈표 2-25〉 영국 사회적기업의 법률적 형태

구분	중소기업(SME) 비율(%)	사회적기업 비율(%)
개인기업 (Sole Proprietorship)	24.7	14.1
유한회사 (Private Limited Company)	60.3	43.7
주식회사 (Public Ltd Company)	2.3	1.4
합자회사 (Partnership)	6.0	8.5
유한책임회사 (Limited Liability Partnership)	2.1	1.4
보증책임유한회사 (Private Company Limited by Guarantee)	2.8	7.0
공동체이익회사 (Community Interest Company)	0.0	7.0
공제회 (Friendly Society)	0.0	0.0
산업공제조합 (Industrial and Provident Society)	0.0	0.0
무한책임회사 (Private Unlimited Company)	0.6	0.0
외국기업 (Foreign Company)	0.0	0.0
합동기업 (A trust)	0.0	1.4

구분	중소기업(SME) 비율(%)	사회적기업 비율(%)
비법인단체 (An Unincorporated Association)	0.0	0.0
커뮤니티이익증진조합 (Community Benefit Society)	0.0	0.0
자선단체 (Charitable un-/Incorporated Organisation)	0.0	12.7
기타/알 수 없음/응답거부	1.2	2.8
합계	100	100

자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.35.

7) 여성 사회적기업

- 여성 사회적기업의 비율은 13.9%로 일반 중소기업과 큰 차이를 보이지 않고 있음
- 여성이 경영권에 참여하고 있는 사회적기업의 비율은 58.3%, 일반 중소기업의 비율은 52%로 나타나고 있어 사회적기업에서 여성의 활동이 상대적으로 활발한 것을 알 수 있음(여성기업, 양성기업, 남성중심기업 비율 총합)
- 특히, 일반 중소기업에 비해 사회적기업에서 남성이 전적으로 경영권을 지닐 가능성이 현저히 낮게 나타나고 있음 주목할 만 함(25.0% 대 45.9%)

〈표 2-26〉 영국 여성 사회적기업 비율

구 분	중소기업(SME) 비율(%)	사회적기업 비율(%)
여성기업 (Women-led)	14.2	13.9
양성기업 (Equality-led)	30.0	23.6
남성중심기업 (Women in Minority)	7.8	20.8
남성기업 (Entirely Male-led)	45.9	25.0
알 수 없음	2.0	16.7
합계	100	100

자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.36.

8) 다문화 사회적기업

- 창업/경영자 또는 경영팀의 50% 이상이 소수인종 출신인 다문화 사회적기업은 8.3%로 추정되고 있음
- 사회적기업과 일반 중소기업 간의 다문화 기업 비율에는 유의미한 차이를 보이고 있지 않으나, '알 수 없음'이라는 응답을 한 데서 상대적으로 높은 차이를 보이고 있음

〈표 2-27〉 영국 다문화 사회적기업 비율

구 분	중소기업(SME) 비율(%)	사회적기업 비율(%)
다문화기업 (MEG-led)	8.6	8.3
비(非)다문화기업 (Not MEG-led)	89.4	75.0
알 수 없음	2.1	16.7

자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.37.

9) 취약지역 사회적기업

- 취약지역이란 보건, 고용, 소득, 교육, 범죄, 주거 환경 등의 사회적 지표를 통해 영국 내 지역을 구분한 것으로, 가장 취약한 지역 20%에서 가장 취약하지 않은 지역 20%까지 5분위로 나누어 측정함
- 사회적기업의 32.9%는 가장 취약한 지역(1)에 위치하고 있으며, 두 번째로 가장 취약한 지역(2)에 9.6%가 위치하는 것으로 나타남
- 그러나 적은 수의 표본에 따른 것이기 때문에 임시적인 추세로 해석해야 하며, 가장 빈곤한 지역에 다수의 사회적기업이 위치한 이유는 명확하지 않음. 다만, 취약지역의 사회적 활성화의 필요성이 커지면서 사회적기업의 수요가 증가하는 등 다양한 사회적 요구가 있을 수 있는 것으로 추측해 볼 수 있음

〈표 2-28〉 영국 취약지역에 위치한 사회적기업

구 분	중소기업(SME) 비율(%)	사회적기업 비율(%)
가장 취약한 지역(1)	13.4	32.9
(2)	21.9	9.6
(3)	24.9	13.7
(4)	22.2	32.9
가장 취약하지 않은 지역(5)	17.6	11.0

자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.34.

10) 재원조달 형태

- 사회적기업 중 64.3%는 리스/임차구매를 통해 재원을 조성하고 있으며, 이는 가장 재원조달 형태 중 가장 높은 비율로 나타나고 있음
- 은행당좌차월과 은행대출을 통한 재원 조성이 각각 7.1%의 비율을 차지하고 있음
- 정부보조금을 통해 재원을 마련하는 사회적기업의 비율은 7.1%로, 금융권으로부터의 재원 조달 비율보다 낮게 나타나고 있음
- 그럼에도 불구하고, 사회적기업은 일반 중소기업에 비해 정부보조금에 높은 의존도를 보이는 것을 확인할 수 있음
- 그러나 사회적기업의 재원조달 형태는 적은 표본으로 인해 유의미한 통계적 내용을 확립하기에는 다소 어려움이 있음

〈표 2-29〉 영국 사회적기업의 재원조달 형태

구 분	중소기업(SME) 비율(%)	사회적기업 비율(%)
은행당좌차월 (Bank Overdraft Facility)	29.8	7.1
은행대출 (Bank Loan)	39.5	7.1
상업저당대출 (Commercial Mortgage)	4.4	0.0
리스/임차구매 (Leasing or Hire Purchase)	5.3	64.3
정부 보조금 (Government Grant or Scheme)	2.6	7.1
기타 대출	2.6	0.0
기타 재원	14.9	14.0
알 수 없음/응답 거부	0.9	0.0

자료: DCMS(2017), Social Enterprise: Market Trends 2017, p.48.

2. 프랑스

가. 프랑스 사회적경제의 개념의 등장과 역사적 흐름

1) 개념의 유래

- 프랑스의 사회적경제 개념은 19세기 전반 학문의 영역에서 최초로 등장
- 1830년 샤를르 뒤노아에(Charles Dunoyer)의 <Nouveau traite d'Economie Sociale> (사회적경제에 대한 실험약)라는 책에서 처음 사용
 - 프랑스 공상적 사회주의자들의 영향을 받아 공익, 공공선, 혹은 연대 등의 가치를 실현하기 위한 구체적인 활동의 연장선상에서 이해되었음
- 1885년 프랑스 최초 소비자협동조합연맹 창설, 1898년 공제조합 헌장이 채택
- 1900년대 열린만국박람회(Palais de l'economie sociale)를 계기로 이론적인 지식의 영역에서 구체적인 활동 영역으로 확장
 - 이 시기 샤를르 지드(Charles Gide)는 사회적경제를 기업(기업의 사회적 공헌), 결사체(노동조합, 협동조합, 상호공제조합), 공공규제(사회적 입법 등) 등 세 가지 범주로 구분
- 1901년부터 '협회' 결성의 자유가 보장되기 시작하고, 이후 교육운동, 엠마우스협회, 노동자 자주경영, 여성운동, 공정거래운동 등 사회의 각 분야에서 다양한 형태의 조직이 만들어지고 운영됨
- 1970년대, 상호공제조합, 유사성격의 민간단체를 총괄한 개념으로 '사회적경제조직'이라는 단어가 처음으로 사용⁸⁾
- 1980년 '사회적경제 헌장(Charter of Social Economy)'에서 사회적경제의 개념의 공식적으로 공표됨

'사회적경제'는 '활동의 범위에 제한이 없으나, 지역사회나 조직 구성원들에 대한 서비스를 제공하는 것을 이윤추구보다 중시하고, 1인1표 원칙이 근거한 민주적 거버넌스를 추구하며, 개인에 대한 이윤 재분배에 관해 제한을 가지고 있는 여러 조직들의 집합체'로 인식된다고 정의하고 있음

프랑스 '사회적경제 헌장(Charter of Social Economy)'

- 1990년대 제도화된 사회적경제에 대한 비판으로 시민의 참여를 통한 경제민주화에 기여하는 활동 전체로 넓게 사용되는 '연대경제(economie solidaire)' 개념이 등장
- 2014년 제도화된 조직으로서의 사회적경제와 새로이 등장한 연대경제를 결합하여 '사회연대경제(economie sociale solidaire, 이하 ESS)'라는 개념으로 사용하고 있음⁹⁾

8) 사회적경제에 대한 프랑스의 전통은 범위적인 측면에서 영리와 비영리를 구분하는 것이 아니라, 주요 목적이 개인 주주에게 이윤을 보장하는 것에 대해 반대하면서 집합적 자산의 안정에 두는 사회적경제조직과 자본주의조직을 구분하는 것임

9) 사회적경제와 연대경제는 서로 같듯이 존재했으나, 2000년대 들어 프랑스 정부가 사회적기업 및 제3섹터를 활성화할 목적으로 관련부서를 신설하기로 결정함. 녹색당 출신 아스코에(Hascoet)가 책임자로 등용되면서 광범위한 지역별 논의 및 자문과정을 거친 후 직위를 '사회연대경제 장관'으로 확정하면서 화합의 장을 마련함. 2012~2014년에 처음으로 사회연대경제 특임장관을 두었고 2014~2017년

2) 제도화의 역사

- 프랑스는 사회적경제가 산업혁명이 일어난 18세기에서 19세기에서 태동했으며, 일상적인 경제활동에서 나타났으며 경제학자 알라스와 프랑스 소비협동조합의 이론학자인 샤를르 지드의 학문적 연구를 바탕으로 성장
- 1947년 협동조합법 제정으로 협동조합 부문이 양적 규모와 다양성에서 성장
- 1970년에 협동조합과 공제조합이 연합한 후, 1976년에 결사체까지 확장하고, 1980년에 '전국 공제조합·협동조합·결사체위원회(CNLAMCA: Comité National de Liaison des Activités Mutualistes Coopératives et Associatives)'가 창설
- 1980년에 CNLAMCA는 '사회적경제 헌장' 제정 후, 1981년 사회당 정부가 '사회적경제 대표부'를 만들면서 사회적경제가 본격적으로 법의 규제대상이 됨
 - 이 헌장은 민주적 의사결정(제1조), 수익의 공정한 배분 및 공익을 위한 투자(제5조), 인간 중심의 가치지향(제6조 및 제7조) 등을 사회적경제의 핵심가치로 규정하고 있음
- 1991년 CNLAMCA는 '사회적경제조직은 인간에 봉사하기 위한 연대의지에 따라 설립되었으며, 창출된 이윤은 인간을 위한 봉사에 사용하는 것을 우선으로 한다'는 선언문 발표
- 1998년 반소외법의 제정으로 '경제활동을 통한 노동통합(IAE: Insertion par l'activité économique)'을 목표로 하는 다양한 형태의 조직(노동통합기업, 인력소개민간단체, 지역관리 기업 등)들이 제도적으로 인정받으며, 공식적인 고용정책의 파트너로서 역할을 수행하면서 각종 지원 혜택을 받음
- 2002년 사회적협동조합 형태의 공익협동조합(SCIC: Sociétés coopératives d'intérêt collectif)법 제정
 - 경제적 생산 분야와 공익적 생산 분야가 교집합을 이루는 사업에 연관된 다양한 참여자들이 구성한 연대체제를 규정하는 법으로 복지 서비스와 같은 사회적 연대와 연관된 부문의 발전과 사회적 고용 창출을 목적으로 한 사업 분야이며, 의료, 교육, 문화, 환경 보호 등 모든 사회적경제 활동을 통한 수요 충족을 목표로 함
- 2014년 프랑스 사회연대경제법(Loi sur l'économie sociale et solidaire)¹⁰⁾을 제정
 - 이 법에서 제시하는 세 가지 원칙은 사회적경제기업은 단순이익만 쫓으면 안 되며, 의사결정 구조가 참여를 보장한 민주적 운영이어야 하고, 기업 활동으로 발생한 이윤 중 일부는 사회유보금으로 남겨야 한다는 것임
- 2017년 '사회연대경제법 시행령'을 통해 환경부 장관 소속으로 사회연대경제와 사회혁신 고등판무관을 신설함

5월까지의 상공업을 담당하는 비서관이 사회연대경제 업무를 담당함

10) Loi n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire.

나. 프랑스 사회적경제 정책지원과 특징

1) 공공 정책 및 지원

- 사회적 조항을 도입하여 공공조달 입찰 참여 시 우대해주고 있음
 - 사회적 조항(Social Clause)은 모든 재화와 서비스에 대한 공공조달 입찰 참여시에 사회적경제기업을 우대해주는 제도임
 - 사회적 조항을 활용한 예로는 장기 실직자로 구성된 근로자와 함께 프로젝트를 제공하려는 건설 분야의 입찰자를 우대해주는 것을 들 수 있음
- 사회적경제조직에 적용가능한 EU 구조기금 사용이 가능함
 - 사회적기업에 적용가능한 EU기금으로는 유럽 사회 기금(ESF: European Social Funds), 유럽 지역 개발 기금(ERDF: European Regional Development Fund) 등이 있음
 - 아비즈(Avise), 프랑스 액티브(France Active) 등의 중개기관을 통해 EU 기금에 접근성을 증대하는 방법도 존재함
- 지역 정부 간 협력(네트워크)을 통하여 사회적경제 발전을 위한 다양한 지원 정책을 펼치고 있음
 - 프랑스 지자체 이니셔티브는 다른 EU회원국과 비교할 때 수가 많고 중요성이 큼
 - 지자체는 2년에 1회 이상 사회적경제조직에 대한 회의를 개최, 지역발전과 사회적경제 조직의 발전을 함께 검토해야한다고 기본법에 명시되어 있음
 - 이데클릭 솔리대르 등과 같은 직접적인 보조금 형태의 지원도 있음

〈표 2-30〉 프랑스 사회적경제 주요 네트워크

구분	청년, 리더 및 사회적경제센터	아비즈	리우스
조직명	Centre des Jeunes, Dirigeants et Acteurs, de l'Economie Sociale, CJDES	Avise	Réseau Interuniversitaire d'Economie sociale et solidaire, RIUESS
조직 개요 및 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 1985년에 설립 • 사회적경제 참여자들이 경험을 공유할 수 있는 네트워킹 플랫폼을 제공하고 컨퍼런스를 개최 	<ul style="list-style-type: none"> • 2002년에 설립 • 모든 유형의 사회 경제 조직을 지원 • 사회적경제에서 신규 기업의 수 증대, 대내외 역량 강화를 통한 기업의 성과 향상, 신규 일자리 창출 목적 	<ul style="list-style-type: none"> • 대학 네트워크로 많은 연구자들이 RIUESS의 회원 • 대학교에서 사회적 연대 경제 관련 석사 프로그램을 개설

자료: KOTRA(2018) 재정리.

- 사회적 투자 등의 다양한 정책 의제를 통한 사회적 금융 지원을 실시하고 있음
 - 프랑스 액티브(France Active)와 공공 지원 기관, 공공 투자 은행(PBI: Public Bank for Investment) 및 예금 및 위탁 펀드(CDC: Caisse des Dépôts et Consignations) 등 사회적 투자는 프랑스의 정책 어젠 다에서 중요한 이슈

- ESS에 관한 기본법(2014)에서도 파이낸싱 이슈 명시
- 세금 인센티브: 기업에서 비영리 단체에 기부하는 금액의 50%가 법인세에서 면제. 개인은 기부 금액의 66%까지 세금 공제 혜택을 받을 수 있음
- 연대 금융(Solidarity finance): 피난솔(Finansol), 프랑스 악티브(Le groupe associative France Active), 임팩트 펀드(Impact Fund), 책임 투자 펀드(Responsible Investment Funds), 벤처 자선 (Venture philanthropy), 협동조합 은행(Cooperative Bank), 기존 은행, 그리고 시갈(CIGALES) 운동, 크라우드 펀딩, 노베스(NovESS) 등 기타 연대 활동이 있음

2) 사회적경제조직 유형 및 현황

- 전통적인 법적 형태는 협동조합(Cooperatives), 상호공제조합(Mutual Societies), 협회(Associations), 재단(Foundation)이 있음
 - 협동조합은 약 8,500여개, 상호공제조합은 813개, 재단은 474개로 파악되며, 전체 사회적경제조직 수는 16만 개, 사회적 연대경제(ESS) 전체는 22만 1천 개로 추정됨
 - 조합원 수는 약 230만 명으로 총 고용대비 10.5%에 육박하는 비중을 차지하고 있음
 - 기업이 고용한 유급 상근 근로자의 경우 협회(Association)이 78%로 가장 많이 차지하고 있으며, 협동조합(Cooperatives) 13%, 상호공제조합(Mutual Societies) 5.6%, 재단(Foundation) 3.1% 순으로 나타났음
- 또한 2014년 ESS에 관한 기본법이 채택됨에 따라 사회적 가치창출(Social Utility)이 목적인 상업회사도 법적형태로 인정함

〈표 2-31〉 프랑스 사회적경제조직 법적 형태

협회 (Associations)	협동조합 (Cooperatives)	상호공제조합 (Mutual Societies)	재단 (Foundations)
<ul style="list-style-type: none"> • 1명 이상의 유급 근로자를 고용하고 사적 또는 공적 자금을 의한 재화 및 용역의 판매에서 오는 수입이 최소25%인 경우 	<ul style="list-style-type: none"> • ‘1인 1표’ 규칙을 준수하고 법적 형식, 활동영역, 규모 및 명시적 목표에 따라 공동이익, 조합원의 이익을 추구하는 조직 	<ul style="list-style-type: none"> • 투자 수익을 달성하기 보다는 가입 회원의 니즈를 충족시키기 위해 탄생한 자발적 조직, 일반 보험회사에서 고위험 고객으로 서비스가 배제될 수 있는 사람들에게 건강, 사회서비스, 보험서비스를 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 기부자가 사회적 목표를 가진 프로젝트에 자금을 지원하는 비영리 단체
연대기업 (ESUS: Solidarity Enterprises of Social Utility)			
<ul style="list-style-type: none"> • 사회적 가치(취약성, 배제 및 불평등 퇴치, 시민권 교육, 지속가능한 개발)를 추구하는 경제활동을 하는 조직, 균등한 임금 정책을 가지고 있어야 하며, 이익잉여금은 사회적 가치 추구에 우선적으로 투자함 			

자료: KOTRA(2018) 재정리.

3. 캐나다

가. 캐나다 사회적경제의 개념의 등장과 역사적 흐름

1) 개념의 유래

- 캐나다는 사회적경제 혹은 사회적기업이라는 용어를 사용하기 이전부터 각 지역 사회에서 유사한 개념의 활동이 존재해옴

〈표 2-32〉 캐나다 사회적경제조직의 개념

구분	주요 내용
온타리오 주정부	<ul style="list-style-type: none"> • 비영리 단체의 목적을 위해 재투자되는 소득을 창출 • 사회적, 환경적, 문화적, 경제적 가치 창출
퀘벡 상티에	<ul style="list-style-type: none"> • 이익 창출만을 목적으로 하기 보다 지역과 회원에게 봉사 • 정부 관리가 아닌 독립적인 관리 • 민주적 의사 결정, 자본보다 사람과 일을 우선 • 참여, 권한 위임, 개인 및 공동 책임의 원칙
캐나다 사회적 금융 연구 보고서	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적기업을 공공 이익을 위한 서비스나 재화를 시장 매커니즘을 활용하여 제공하는 기관 및 사업체

- 캐나다 지역사회경제개발 네트워크(CCEDNet)은 캐나다의 사회적경제가 지속 가능한 농업, 신재생 에너지, 빈곤 감소, 이민자 정책, 마이크로 금융, 노동 시장 개발, 원주민 자립, 사회 통합, 지역 경제 개발, 천연 자원 관리 등 다양한 영역에 걸쳐 유의미한 영향력을 미치고 있다고 발표함

2) 제도화의 역사

- 연방정부는 자선단체에 적용되는 소득세법을 제외하고, 사회적경제조직에 대한 연방정부 차원의 정책은 거의 없으며, 전국적인 대담과 주요 인사의 참여 유도를 위한 사회적경제 라운드테이블을 구성하여 운영하고 있음
 - 2004년 사회적경제 지원 발표 등
- 퀘벡정부는 사회경제개발공사와 지역사회센터로 대표될 수 있는 지역 기반 정책을 세우고 있음
 - 특히 정부 및 기업 실패가 두드러지는 특정 사업 부문에 지원하고 있음
- 온타리오 정부는 2012년에 사회적기업 부서를 신설하면서 사회적기업 전략 보고서 발간 등을 통해 적극적으로 지원하고 있음
 - 온타리오 사회적기업 4대 전략은 연결·협력·대화, 서비스 및 솔루션 제공, 사회적기업 브랜드화, 사회적 금융 활성화 등임

- 마니토바는 2011년 사회적기업 규제 지원을 위해 브리티시 컬럼비아 사회적혁신 위원회를 만들었으며, 2015년 혁신적인 사회적기업 정책을 담은 '마니토바 사회적기업 전략' 보고서를 발산하였음
 - 매년 4월 22일을 원주민 사회적기업의 날로 지정함
 - 마니토바 사회적기업 6대 전략은 기업이 실력 향상, 자본 및 투자 확보, 시장 기회 확대, 사회적기업의 가치 홍보, 관련 제도 설계, 공동체 참여 및 네트워크 지원 등임

나. 캐나다 사회적경제 정책지원과 특징

1) 공공 정책 및 지원

- 캐나다는 5개 주요 지역(애틀란틱 캐나다, 퀘벡, 온타리오, 캐나다 서부 및 북부 지역)으로 나누어져 사회적경제 관련 정책지원과 특징이 상이함
 - 애틀란틱 캐나다는 사회적경제조직에 대한 개념적 합의는 부족하나, 역사와 지역에 대한 강한 자부심을 가지고 있음
 - 퀘벡은 사회적기업보다는 사회적경제 개념을 선호하는 편이며, 정부와 사회적경제조직 간 긴밀한 협력을 통해 이미 상당한 성과를 거두고 있음
 - 온타리오는 역사적으로 캐나다의 경제와 금융의 중심지로서 지역 특성이 사회적기업에 반영되어 기업 운영 측면이 상당히 강조되는 편임
 - 캐나다 서부는 역사적으로 지역정부보다는 연방 정부의 역할이 강조되고 있으며, 사회적 혁신 영역도 지역 정부와 독립적으로 이루어지고 있음
 - 캐나다 북부는 원주민 커뮤니티들이 사회적기업을 만들고 있다는 점이 특징이며, 아직 역사적으로 원주민, 사회적 배제 등 극복 과제가 많이 있음
- 또한 입법부가 연방정부, 주 및 지역 정부, 지방정부, 원주민 정부 등 다양한 단계를 통해 각 주요 지역에서 역할을 하고 있음
 - 연방정부는 사회적기업을 육성하기 위한 계획을 짜고, 주정부는 법인법이나 세법에 집중하는 편임
 - 지역정부는 제한적으로 참여하고 있으며, 반대로 원주민 정부는 광범위한 참여를 통해 제도적 문화적 상충점을 해결하고자 노력함
- 1970년에는 정부나 지역사회가 전통적으로 사회적경제조직의 주요 지원기관으로서 역할을 하고 있었으며, 이에 사회적경제조직의 재단기금과 정부기금 의존도가 높은 편이었음
- 이후 1990년대 들어서 개인 투자자들의 참여가 시작되면서 자금의 자료도 다각화되고 있으며, 최근에는 재단기금 다음으로 개인 기부 및 투자가 가장 주요 자본으로 자리잡음

2) 사회적경제조직 유형 및 현황

- 사회적경제조직을 협동조합, 비영리단체, 지역개발조직, 원주민 사업, 소셜미션을 가진 기업 등으로 유형을 구분하고 있음

〈표 2-33〉 캐나다 사회적경제 주요 네트워크

구분	협동조합	비영리단체	지역개발조직	원주민 사업	소셜미션기업
법적 형태	• 협동조합	• 비영리단체 • 자선단체 • 비공식단체	• 지역 기업 • 지역소유조직 • 협회	• 비영리단체 • 영리기업 • 비법인 기업 • 파트너십	• 영리기업 • 비법인 기업 • 파트너십 • 지역에 기여하는 기업
구성원	• 개인	• 회원	• 정부	• 원주민	• 공공 • 개인

자료: KOTRA(2018) 재정리.

- 특히 비영리단체 중 자선단체와 원주민 사업 등에서 영리기업까지도 사회적경제조직 범주로 포함하고 있는 것이 특징적임
- 캐나다는 사회적경제를 ‘제3섹터’로 부르는 것이 일반적이며, 캐나다 전체 경제활동인구의 11%(200만명)를 차지하고 있음(세계 2위)
- 약 9,200개 협동조합과 비영리 기관의 경제 활동은 GDP의 8%에 달함
- 네트워크는 상티에와 캐나다 지역사회경제개발네트워크(CCEDNet)이 대표적임
 - 상티에는 1996년 퀘벡에서 만들어진 네트워크로 퀘벡 지역의 사회적경제 이해관계자들을 연결하며 사회적경제조직의 사업에 대한 지원 방안을 마련하는 것을 목표로 하고 있음
 - 캐나다 지역사회경제개발네트워크는 1999년에 창립하였으며, 지역별로 사회적경제 조직이 정착할 수 있도록 노하우를 축적하고 공유하고 있음

4. 일본

가. 일본 사회적경제의 개념의 등장과 역사적 흐름

1) 개념의 유래

- 일본에서는 ‘사회적경제조직’을 정의하는 법 체계가 따로 마련되어 있지 않기 때문에 명확하게 합의된 정의는 없음
- 시대적 흐름으로 보면 1970년대부터 고도로 성장한 경제의 부작용이 점차 내재화되어 1980년대에는 생활협동조합을 통한 시민 사업, 시민 자본이 태동하기 시작함
- 1990년대에는 본격적으로 커뮤니티 중심의 다양한 프로젝트가 활발히 나타나기 시작했다고 볼 수 있으나, 이러한 움직임이 가진 문제점은 다양한 사회적 문제해결을 위한 좋은 취지와 의도에도 불구하고 지속가능성을 보장하기 어렵다는 점이었음
- 2000년대 이후 이러한 사회 문제는 극대화 되었으나, 경제가 부흥하지 못해 정부의 재정 지출로 사회 문제를 해결하는 것이 어려워지던 시점에 사회적경제 개념이 대두되어 사회적경제조직을 활용한 사회 문제 해결에 대한 논의가 본격적으로 진행되기 시작함

2) 제도화의 역사

- 일본은 현재까지도 재정 적자로 감소하는 공공 재화와 복지 서비스를 사회적기업으로 아웃소싱함으로써 더 효과적이고 경제적으로 달성해내기 위한 노력을 지속하고 있음
- 일본 정부는 경제적 자립을 요구하지는 않는 유럽형의 사회적기업 모델보다는 자생적인 경제적 자립을 강조하는 미국형 사회적기업의 모델을 선택하여 발전시켜 왔다고 볼 수 있음

나. 일본 사회적경제 정책지원과 특징

1) 공공 정책 및 지원

- NPO(Non-Profit Organization)에 대한 지원의 일환으로 사회적기업에 대한 지원이 이루어지고 있음
 - － 정책 전담기구 또한 따로 있지 않고 내각부, 경제산업성, 관동경제산업국, 후생노동성, 도도부현 등 관계부처 간의 협력을 통해 다양한 부분에서 지원하고 있음

〈표 2-34〉 일본의 사회적기업 지원 체계

분류	내용
법률	사회적기업법 없음 특정비영리활동촉진법(NPO법)
정책전담기구	전담기구 없음 관계부처 협력(내각부, 경제산업성, 관동경제산업국, 후생노동성, 도도부현)
중간지원조직	NPO센터
관련 조직 네트워크	정부, 지방자치단체, NPO, 시민, 민간기업 사회적기업 관련 네트워크가 다양하게 존재, 긴밀한 유기적 관계

자료: 조상마·김진숙(2014). 「일본, 홍콩, 한국의 사회적기업 지원체계 및 지원방법 비교연구」. 재구성.

- 일본의 사회적기업 지원의 방법을 크게 분류하면 직·간접적인 재정지원, 사업경영 지원, 기타 홍보 지원 등이 있으며, 현재 일본의 중앙정부 차원의 사회적기업 지원은 주로 내각부와 경제산업성에 의해 이루어지고 있음

〈표 2-35〉 일본의 사회적기업 지원 방법

구분	관련 정부부처	중간지원조직	관련 조직 네트워크
재정지원	직접	일부 지방 정부에 의해 소규모 지원	
	간접	세제, 금융	재정지원중개 대부
사업경영지원	인력 교류 프로그램, 경영 컨설팅, 마케팅, 조사 및 자료 수집, 심포지엄, 세미나, 네트워킹 연결		
기타 지원	형식적 홍보 (중앙정부차원)	적극적 홍보 (NPO센터, 도도부현, 지역사회 연계)	

자료: 조상마·김진숙(2014). 「일본, 홍콩, 한국의 사회적기업 지원체계 및 지원방법 비교연구」. 재구성.

- 내각부에서는 2010년 3월부터 시작된 ‘지역사회 고용창조 사업’의 일환으로 ‘사회적기업 인큐베이션 사업’, ‘사회적기업 인재창출 인턴십 사업’을 통해 사회적기업에 지원함
- 경제산업성은 소셜 비즈니스 추진 이니셔티브, 지역 신사업 활성화 중간지원 기능강화 사업, 커뮤니티 비즈니스 노하우 이전 지원사업, 농상공 연계 등 촉진인재 창출사업 등을 통해 사회적기업을 지원함

2) 사회적경제조직 유형 및 현황

- 일본의 사회적경제조직은 NPO, 협동조합, 유한책임회사, 임의단체, 재단 및 사단, 사회복지법인 등을 모두 포괄하고 있음

〈표 2-36〉 일본의 사회적경제조직 유형

비영리 조직 형태	중간형태	영리 조직 형태
<ul style="list-style-type: none"> • NPO법인 • 사회복지법인 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 중간법인 • 협동조합 등 	<ul style="list-style-type: none"> • 사회지향형기업(벤처기업) • 사회적 사업을 전개하는 일반기업(기존기업)

- 일본의 전체 NPO법인 중 약 4만개 이상이 다양한 분야에서 활동 중이며, NPO를 포함한 비영리 기관의 경제활동은 대략 GDP의 8%에 이른다고 추정함

5. 미국

가. 미국 사회적경제의 개념의 등장과 역사적 흐름

1) 개념의 유래

- 미국에서는 거대 정부를 반대하는 전통에서부터 비영리조직이 발달하게 되었으며, 이러한 비영리조직의 벤처사업에서부터 사회적기업의 역사적 뿌리를 가지게 됨
 - 오래전부터 시민의식을 기반으로 자발적인 참여에 의한 단체가 발달하였으며, 이러한 시민의식은 전통적으로 자선사업에 대한 호혜적인 기부문화를 조성할 수 있도록 함
 - 다양한 영역에서 지원된 기부금은 비영리단체의 재정적 기초가 되었으며, 제3섹터의 영역 내에서 다양한 재단의 발달을 촉진시켜 지금의 사회적경제조직의 기원이 되었음
- 기업의 사회공헌과 같이 사회공익적 활동을 하는 영리기업에서부터 사회적 미션 실현을 위해 상업적인 활동을 하는 비영리조직에 이르기까지 광범위한 스펙트럼을 가짐

〈표 2-37〉 일반기업과 자선기관과의 차이

	일반 기업	사회적기업	전통적 자선기관
목적	• 이익/이윤 극대화 또는 주식가치 극대화	• 사회적 목적 충족하기 위한 수익 창출	• 사회적 목적 충족
책임성	• shareholder에 대한 책임성	• stakeholder에 대한 책임	• stakeholder에 대한 책임
비즈니스 전략	• 이윤극대화, 시장점유율 극대화	• 지역사회/고객에 대한 서비스, 손익분기 또는 사회적 목적 충족을 위해 잉여 창출	• 수혜자에 대한 가치 최대화
고용	• 이윤의 최대화를 위해 근로자 • 수와 임금수준의 최소화	• 고용이 사회적 목적일 수 있음.	• 수혜자에 대한 가치를 최대할 수 있을 정도 • 자원봉사자 활용
오너십	• 주주들/투자자들에 의해	• 사회적 오너십	• 사회적 오너십
고객/지역사회	• 판매를 극대화할 수 있는 '니즈'에 대한 민감성	• 이해 관계자들에게 책임 • 판매를 극대화할 수 있는 '니즈'에 대한 민감성	• 서비스 사용자 지향적
자본	• 민간영역, 이윤으로 펀딩 • 주식가치의 변동	• 민간/공공	• 기부/공공
잉여금	• 오너&주주	• 사회적 목적	• 없음

2) 제도화의 역사

- 어린이와 청소년, 노인, 장애인을 위한 각종 서비스를 비롯하여 주거환경 개선사업, 영유아 보육, 지역사회 복지와 환경개선 사업은 물론 직업 훈련과 취업 알선에 이르기까지 다양한 사회 공공서비스 제공의 역할을 하고 있음
- 정부주도적으로 사회적경제 관련 제도화는 비영리기관의 역사화 그 흐름을 같이 하고 있다고 볼 수 있음
- 미국은 사회적경제와 고등 교육기관과의 연계가 매우 특징적이며, 주요 대학에서 사회적기업 관련 학위과정을 개설한 점이 특징적임

〈표 2-38〉 미국의 사회적기업 관련 학위 과정 개설 사례

학교 및 전공	과목 및 수업 내용
Duke University (Center for the Advancement of Social Entrepreneurship-MBA)	과목명: Social Entrepreneurship 총 6개의 모듈로 강의를 구성, 사회적 가치 창출, 자금조달과 재무구조, 사회적영향의 평가, 사회적 혁신 등 사회적기업과 관련한 기본지식을 사례연구와 실습, 전문가 초청강연을 통해 전달
Columbia University (Social Enterprise Program-MBA)	과목명: Social Entrepreneurship 총 6개의 모듈로 강의를 구성, 사례연구와 실습, 전문가 초청강연을 통해 사회적기업에 관한 기본 지식을 전달 팀 프로젝트로 GSVC(Global Social Venture Competition)대회에 참가하는 것이 특징
Harvard University (The Social Enterprise Initiative-MBA)	과목명: Global Marketing Consulting for Social Enterprise 마케팅 분석 및 기회 포착, 마케팅 전략 구상 및 마케팅 프로그램의 구체화 등 총 3단계 모듈로 강의 구성 수업과 더불어 실제로 인도 소재 사회적기업을 방문해 마케팅 전략 컨설팅 제공
Harvard University (Extension School-MBA)	과목명: Effective Leadership of Social Enterprise 총 5개의 모듈로 강의를 구성, 사례연구와 토론, 효과적인 사회적기업, 비영리단체에 대한 리더십 형태로 진행 대부분의 시간에 실무자를 초청해 당면한 문제에 대해 함께 고민함으로써 실무능력을 배양
Harvard University (Extension School-경영자과정)	과목명: Social Entrepreneurship 사회적기업의 개념 형성, 사회적 가치, 사회변화의 모형, 사회변화의 7가지 전략, 자금 제공 모형, 기회 등의 내용을 사례연구, 토의를 통해 학습
Stanford University (Center for Social Innovation-MBA)	과목명: Entrepreneurship in the Social Sector 총 7개의 모듈로 강의를 구성, 사회적기업의 관리와 설립에 경영기술을 도입하는 것을 목적으로 경제적·인적 자원의 동원, 성장관리, 동맹 맺기 등 사회적기업 영역에서의 기업가적 지식에 대해 사례연구 및 토의를 진행
Stanford University (Center for Social Innovation-교육학석사)	과목명: Leading Social Change: Educational and Social Entrepreneurship 사회적 변화 가운데 발생하는 기회와 도전 과제를 분석하여 대응 전략을 수립하는 역량 제고, 다양한 주제에 대한 토의와 사례 연구 및 전문가 초청 프로그램으로 강의 구성

자료: KOTRA(2018) 재정리.

나. 미국 사회적경제 정책지원과 특징

1) 공공 정책 및 지원

- 미국의 경우는 정부의 사회서비스에 대한 개입 수준이 매우 낮은 편이며, 대부분의 사회서비스는 시장이나 제3섹터에 의해 제공됨
 - － 영리기업과 사회적경제조직과의 파트너십이 잘 이루어지고 있으며, 대표적인 예로는 스타벅스가 EcoLogic Finance에 총 500만 달러를 장기 저리로 투자하는 협력 체계(2002년~2005년)를 들 수 있음
- 연방정부는 사회적경제조직이 사회적 목적을 수행하는 활동을 원활하게 수행할 수 있도록 보조금을 지급하거나, 제3섹터와 계약을 체결하여 공공부문 내 특정 사업을 민간기관에게 위탁하는 형태의 지원을 하고 있음
- CDFI(Community Development Finance Institutions)를 통해 자산규모 2억 5천만 달러 이상의 대형은행들은 낙후지역에 대출, 지역투자, 각종 금융서비스의 활동에 참여하고 있음

2) 사회적경제조직 유형 및 현황

- 미국의 사회적경제조직은 근로통합 사회적기업, 노동자 협동조합, 저수익 유한책임회사, 공익회사, 유연목적회사 등 크게 5가지 형태로 나누어볼 수 있음

〈표 2-39〉 미국 사회적경제기업의 유형

구분	내용
근로통합 사회적기업 (WISEs: Work Integration Social Enterprises)	취약계층을 위한 자체 직업재활제도에 정부의 재정 지원을 받는 동시에 재화 및 서비스 시장에서 경쟁력 있는 사업을 추진 취약계층 근로자들에게 소프트 기술교육, 하드 기술훈련, 근로경험을 함께 제공하는 것이 목적
노동자 협동조합 (Worker Cooperative)	투자자 소유법인: 의결권과 투자자 소유 주식의 순 장부가액에 기초한 경제적 이익에 대한 권리를 가짐 노동자 소유 협동조합: 주식은 재산권보다는 인격권을 내포/노동자가 해당 회사에서 근무 종업원주주제도(ESOP: Employee Stock Ownership Plan): 노동자들이 주식의 대부분을 소유하지만 주식은 재산권으로서 노동자나 외부인이 매매
저수익 유한책임회사 (L3C: Low-Profit Limited Liability Company)	이윤의 극대화가 아닌 낮은 이익이지만 사회적 이익추구를 목적으로 하는 LLC에 준하는 법인의 형태 L3C 목적: 재단으로부터 저수익 투자를 유치함으로써 사회적 사명에 공감하는지 여부에 관계없이 주류 투자자들에게 시장이율을 제시하는 투자처를 제공
공익회사 (Benefit Corporation)	공익회사 인정: 공익(General Public Benefit)을 위한다는 요건을 충족 기업의 이사는 주주의 이익과 당해 회사 및 자회사와 공급업자 등 근로자의 이익과 공익으로서 소비자의 이익을 고려하여야 하며, 그 외 지역공동체와 사회적 배려 및 지역과 지구환경을 고려할 의무가 부과

구분	내용
유연목적회사 (Flexible Purpose Corporation)	이사로 하여금 무엇이 회사에게 최선의 이익이 되는지를 결정할 수 있도록 한 것 회사와 주주의 이익을 고려함에 있어 특정 목적을 고려하는 것 허용(특정 목적: 자선 내지 공공적 목적으로 비영리법인이 수행하도록 허용된 경우 또는 당해 회사의 근로자, 공급업자, 고객, 채권자, 공동체, 사회 또는 환경에 단기 혹은 장기적 불이익을 감소시키거나 긍정적인 영향을 촉진시키기 위한 경우)

자료: KOTRA(2018) 재정리.

- 미국 전체 노동인력 중 비영리 기관 근무 인력은 860만 명에 달하며, 14%의 비율을 차지하고 있음
- 미국 내에서 운영하고 있는 비영리 기관은 100만 개 이상이며, 이 기관의 경제활동은 GDP의 7%를 차지함

제 3 장



문화체육관광분야 사회적경제 이해

제1절 문화예술과 사회적경제

1. 문화예술의 사회적 가치와 역할

가. 문화예술의 가치

1) 문화예술의 다양한 가치

- Throsby(2001)는 문화(cultural object, institution or experience)를 구성하는 문화적 가치를 미적 가치(aesthetic), 영적(spiritual), 사회적 가치(social), 역사적 가치(historic), 상징적 가치(symbolic), 정통적 가치(authenticity value)로 나누고, 이러한 문화적 가치가 가격, 지불의사 등으로 표현되는 사람들의 선호로 이해하는 경제적 가치를 결정하는 데 핵심적인 역할을 한다고 주장함
- 가치기반경제를 강조하는 아르조 클래머는 문화예술의 가치를 크게 i) 경제적 가치(economic value), ii) 사회적 가치(social value), iii) 문화적 가치(cultural value)로 나누었으며, 경제적 가치, 사회적 가치, 문화적 가치들이 모두 상호 연결되어 있기 때문에 어떤 방식으로 다른 가치와 관계를 이룰 수 있는가를 살피는 것이 중요하다고 주장함
- 영국 문화정책백서(The Culture White Paper, 2016)은 문화의 가치를 i) 본질적(intrinsic) 가치: 개인적 웰빙에 긍정적인 영향을 끼치고 이를 통해 삶의 만족도가 높아지고, ii) 사회적(social) 가치: 건강, 교육, 커뮤니티 결속 등의 사회적 혜택을 가지며, iii) 경제적(economic) 가치: 경제적 부흥 및 일자리 창출을 가져온다고 설명함
- 미국 AHRC(Arts & Humanities Research Council, 2016)는 문화의 가치를 i) 성찰적 개인(the reflective individual), ii) 참여적 시민: 시민성의 매개와 시민참여(the engaged citizen: civic agency & civic engagement), iii) 공동체, 도시재생, 공간(communities, regeneration and space), iv) 경제: 영향, 혁신 그리고 생태계(economy: impact, innovation and ecology), v) 건강, 고령화 그리고 웰빙(health, ageing and wellbeing), vi) 교육 속에서의 예술 (Arts in education)로 제시함

2) 문화예술의 본질적 가치와 효과

- 문화예술의 본질적 가치를 통해 문화자본이 증가하고, 정체성이 강화되며, 문화적 가치관을 확산시키고, 개인적 웰빙에 긍정적으로 기여하여 삶의 만족도가 높아지는 효과를 볼 수 있음
- 문화예술의 본질적 가치는 그림을 보고 느끼는 정서적인 자극이나 만족감 등을 예로 들 수 있으며, 단순한 재미를 느끼는 초기 단계와 심미안을 갖게 되는 2차 단계, 그리고 이를 통하여 자기실현의 욕구를 달성할 수 있다는 3차 단계로 구성됨

- 그 외에 본질적 가치가 아닌 문화예술을 통하여 획득하게 되는 부차적인 혜택을 가리키는 파생적 가치를 본질적 가치와 연결 지어 생각할 수 있음
- 여기에는 지적능력이 향상되는 인지적 혜택과, 사회적 능력이 향상되는 혜택과 건강에 혜택을 보는 신체적 혜택 등을 가리키며 이는 나아가 문화예술의 사회적 가치로 판단하는 견해도 있음

나. 문화예술의 경제적 가치

1) 문화예술의 경제적 가치와 효과

- 문화예술의 경제적 가치를 통해 소득 증대, 고용 창출, 마케팅 강화, 투자 촉진, 성장잠재력 제고, 사회적 비용 감소 등의 효과를 볼 수 있음
- 문화예술과 경제의 상호관계에 대한 논의는 경제와 다른 영역과의 관계에 대한 인식에 비해 상대적으로 늦게 시작되었음
- 영국은 창조산업 육성에 대한 계획을 발표하면서 문화예술이 국가경제의 성장동력으로 작용한다는 경제적 가치 측면도 함께 강조하고 있으며, 미국은 정부의 문화예술에 대한 지원 정당성을 찾기 위한 이론적 근거로 문화예술의 경제적 가치와 영향에 대한 연구를 지속적으로 진행함
- 영국(2013)은 문화예술의 경제적 가치와 효과를 보다 실증적으로 접근하여 직접 효과(direct impact): 문화예술기관의 총수입 등, 간접 효과(indirect impact): 공급자 등에 대한 문화예술 기관의 지출 등, 유도효과(induced impact): 문화예술기관 종사자들의 지출 등으로 경제적 효과를 확인할 수 있다고 발표함

2) 문화예술의 경제적 영향

- 미국은 2014년 기준 비영리적 분야뿐만 아니라 상업적 및 영리적 분야의 예술 및 교육 종사자, 개인 예술가를 모두 포함하고 있는 통계 결과에 따르면, 이들 분야가 미국 경제에 7,296억 달러(약 786조 원) 규모를 기여하고, 이는 미국 전체 국내총생산(GDP)의 4.2%를 차지하며 교통, 관광, 농업 및 건설 산업보다 더 큰 비중을 차지하고 있다고 발표함
- 2015년 기준 전체 비영리 예술 산업은 예술 및 문화 기관의 지출(638억 달러)과 관객들의 행사 관련 지출(1,025억 달러)의 합인 총 1,663억 달러 규모의 경제적 활동을 창출함
- 경제적 활동으로 인해 460만 개에 상당하는 정규직 일자리(FTE 기준)가 창출되었으며 해당 주, 지방 및 연방 정부는 문화예술 부문의 예산 할당액 50억 달러를 훨씬 넘는 275억 달러에 달하는 수익을 벌어들임
- 문화예술기관들이 창출한 230만 개의 일자리 중 115만 개는 기관의 직접 지출에 의해 창출된 것으로, 미국 전체 노동력의 0.83%를 차지함
- 이는 다른 분야의 일자리 창출 규모와 비교해 봤을 때 미국 노동력에 상당히 큰 부분을 차지하고 있음을 알 수 있으며, 결론적으로 예술 기관들은 법조계나 공공안전 분야에

비해 일자리 창출도가 더 크다고 할 수 있음(예: 경찰 0.48%, 변호사 0.44% 등)

- 영국은 2017년 기준 문화부(DCMS: Department for Digital, Culture, Media & Sport)와 연관 분야¹¹⁾가 영국 전체 경제에서 2,677억 파운드를 기여하고, 이는 영국 총부가가치(GVA: Gross Value Added)의 14.6%를 차지한다고 발표함
- 같은해 DCMS 분야에서 540만개의 일자리가 있었고, 영국 전체 일자리 중 16.4%를 차지하는 규모이며, 이 중 창조산업과 문화 분야로 한정하여 살펴보면 총 270만개의 일자리가 영국 전체 일자리 중 8%를 차지하고 있음

다. 문화예술의 사회적 가치

1) 문화예술의 사회적 가치와 효과

- 문화예술의 사회적 가치를 통해 건강 증진, 인적자본 제고, 사회적 자본 및 사회응집력 제고, 범죄예방, 환경개선 등의 효과를 볼 수 있음
- 1997년 유럽문화발전태스크포스(The European Task Force on Culture and Development)는 문화예술의 사회적 기여를 직접적 사회 영향, 간접적 사회 영향으로 구분하여 제시하였음

〈표 3-1〉 문화예술의 사회에 대한 기여

구분	내용
직접적 사회 영향	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술이 ‘사회적으로 가치 있는’ 활동으로 사람들의 사고를 ‘고양’시키고 그들의 심리 및 사회 복지에 긍정적으로 기여하며, 감수성을 발달시킴
간접적 사회 영향	<ul style="list-style-type: none"> • 예술은 공공 편의시설을 만족스럽게 하거나 활기 넘치게 만듦으로써 사회적 환경을 풍요롭게 함 • 예술은 ‘문명화’ 효과와 사회적 조직(아마추어 예술 등)의 자원이 됨 • 예술 활동은 창의성을 고무함으로써 기존의 사유 방식을 넘어서게 하고 혁신을 가능케 함 • 예술작품과 문화 산물은 커뮤니티의 집단적 ‘기억’이며, 미래 세대를 위한 창의적이고 지적인 아이디어를 보존하는 데 기여함 • 문화예술 제도는 삶의 질을 개선하고, 도시 영역에서 개인적 안전을 강화하며 길거리 폭력과 범죄를 감소시킴

자료: The European Task Force on Culture and Development(1997); 문화정책논총(2013) 재인용.

- 가치기반경제를 강조하는 클래머는 문화예술의 사회적 가치는 사회적 관계를 구성하는 기본 단위인 개인, 공동체 간의 신뢰, 우정, 사랑, 정체성, 공감 등의 가치들이 증진되는 데에 있어서 각 단위들의 다양한 문화적 습속, 제도, 신념, 활동과 산물들이 미치는 영향을 총괄하는 것이라고 봄(Arjo Klamer, 2001)
- 이와 같이 문화예술을 통하여 개인이 느끼는 만족과 기쁨이 공감능력을 확장하고 인식능력을 신장시켜 사회적 연대나 공동체적 의미를 형성하게 된다는 주장은 문화예술의 창작 혹은 향유 활동이 새로운 감각의 경험과 정서적 만족을 넘어서 사회적 역할을 하고 있다고 볼 수 있음

11) DCMS 분야는 시민사회, 창조산업, 문화 분야, 디지털분야, 게임, 스포츠, 통신, 관광을 포함하는 분야임

2) 사회적 과제와 사회적 가치

- 전 세계적으로 공통적으로 발생하고 있는 사회 문제는 인구, 노동, 환경, 인권 문제와 빈부격차, 정보화 등의 문제를 들 수 있으며, 이에 OECD는 이러한 사회 문제를 해결하기 위한 사회적 과제로 문화, 예술을 들고 있음
 - OECD는 이러한 사회 문제를 해결하기 위한 사회적 과제에 대해 지역사회(Community), 문화(Culture), 예술(Arts), 고령화(Ageing), 장애(Disability), 보건(Health), 아동과 가족(Children and Families), 공공질서와 안전(Public Order and Safety), 주거(Housing), 실업(Unemployment), 교육과 훈련(Education and Training), 농업(Agriculture), 환경과 에너지(Environment and Energy), 수자원 확보와 위생(Water and Sanitation), 금융서비스(Financial Services), 정보통신기술(ICT: Information & Communication Technology) 등 총 16개 영역으로 구분하고 있음(OECD, 2015)
- OECD는 사회적 과제를 해결하기 위하여 사회적 가치를 증대시켜야 할 분야 16개를 전통적 자선사업 영역과 임팩트 투자에 적합한 영역, 기타 등으로 구분하여 제시하였으며, 여기에서 문화와 예술을 전통적 자선사업 영역으로 구분하였음
 - 전통적 자선의 방식으로 접근이 이루어지는 영역으로 문화 및 예술로부터의 소외 문제를 다루는 문화와 예술, 그리고 지역 및 공동체의 전반적인 삶의 질을 개선하기 위한 지역사회 등 3개 분야를 제시함
 - 그러나 실제 임팩트투자 또는 자선사업 등 어떤 방법의 지원이 적합할지 여부는 해당 사업의 구체적 내용에 따라 달라질 수 있어 명확한 구분은 어려울 수 있음

〈표 3-2〉 OECD 사회적 대상(Social Target) 영역

구분	사회적 대상(Social Target) 영역
전통적 자선사업 영역	지역사회(Community)
	문화(Culture)
	예술(Arts)
사회적 임팩트 투자 영역	고령화(Ageing)
	장애(Disability)
	보건(Health)
	아동과 가족(Children and Families)
	공공질서와 안전(Public Order and Safety)
	주거(Housing)
	실업(Unemployment)
	교육과 훈련(Education and Training)
기타 영역 (주류 영역과 연계)	농업(Agriculture)
	환경과 에너지(Environment and Energy)
	수자원 확보와 위생(Water and Sanitation)
	금융서비스(Financial Services)
	정보통신기술(ICT: Information & Communication Technology)

자료: OECD(2015), Social Impact Investment: Building the Evidence Base, OECD Publishing, Paris. p.63.

- 하지만 최근 문화예술 분야는 AI, ICT 등의 기술을 통하여 혁신적으로 활동 범위를 넓혀나가고 있고, 시장적 경쟁력까지 갖출 수 있는 환경으로 변화하고 있다는 점에서 전통적인 자선사업 영역으로만 구분하기는 어렵다고 볼 수 있음

3) 사회적 문제와 사회적 과제 해결을 위한 문화예술

- 저출산과 고령화, 청년실업률 상승, 계층격차 확대 등과 같은 사회문제가 지속되면서 문화예술의 사회적 역할은 더욱 주목받기 시작하였고, 사회문제 해결을 위한 문화예술의 사회적 활동범위 또한 사회적경제, 마을공동체, 지역재생 등의 여러 분야로 그 기능과 역할이 확대됨
- 일부 문화예술분야 전문가들은 이러한 사회문제 해결에 목적을 두고 있는 예술 활동을 ‘사회적 예술’ 또는 ‘소셜아트’라 칭함
 - 예로, 2000년대 초반 시작된 <생활문화공동체 조성사업>, <마을미술프로젝트>, <인문학 마을> 등의 프로젝트는 문화예술을 통해 지역사회의 발전뿐만 아니라 공동체 지향적인 삶, 일상적 예술 활동을 통한 재미, 예술교육을 통한 치유와 회복 등을 이루어내면서 사회발전의 원동력으로 작용하고 있음
- 이와 같은 문화예술활동은 침체된 지역사회에 활력을 불어넣어 새로운 일자리를 창출하는 등의 직접적인 이익을 가져다주면서 그와 동시에 지역구성원들이 함께 문화예술을 향유하면서 공동체가 회복되는 것과 같은 간접적인 이익도 가져옴
- 또한 문화예술은 지역사회 구성원들의 참여를 이끌어낼 수 있고, 사회적 계층이나 지위의 고하에 상관없이 모두에게 동등한 권리를 부여할 수 있다는 점에서 사회적 취약계층에게 새로운 기회를 제공함
- 따라서 문화예술은 다양한 계층의 공감대를 이끌어내 공동체 의식을 강화시켜 지역 내 갈등을 해소하며, 이는 결국 사회발전과 직결된다고 주장하기도 함

2. 문화예술분야 사회적경제 정책 흐름

가. 문화예술분야 사회적경제조직의 개념과 등장

1) 문화예술분야 사회적경제조직의 개념

- 문화예술분야에서 사회적경제조직은 “공연, 음악, 미술, 종합예술, 전통문화, 지역문화 등 문화 예술활동을 중심으로 사회적 서비스 제공 및 일자리 창출 등과 같은 사회적 목적 추구 및 영리 활동을 수행하는 기업”이라고 정의됨(류정아, 2011)
- 정부의 문화예술복지를 위한 대리인 역할이나, 혹은 시장경제 속에서 문화예술 활동을 매개로 소셜미션을 추구하는 협의의 조직으로 이해하는 경우도 있음
- 정부 지원금에 대한 의존도를 줄이고 스스로 수익을 창출할 수 있는 잠재력을 통해 조직의 독립성과 경영의 자유, 창조성, 예술활동에 대한 경제적 이익을 창출한다는 점에서 이전의 조직과는 다르다는 주장도 있음(Grace McQuilten & Anthony White, 2015)
- 현재까지 하나의 명확한 문장으로 정의 내려져 있지는 않지만 사회적경제조직의 소셜미션(사회적 목적)이 그 조직의 존립과 직접적으로 연결되는 가장 중요한 가치여야 한다는 점은 분명함

2) 국내 문화예술분야 사회적경제조직의 등장배경

- 국내에서는 문화예술인들의 고용 발판을 마련한 실업극복재단의 ‘신나는 문화학교’ 등과 같이 사회적 활동을 수행하는 조직들이 일찍부터 존재하였으나, 2007년 사회적기업 육성법 시행과 함께 정부가 사회적기업 육성을 주도하기 시작하면서부터 문화예술분야에서도 사회적경제조직에 대해 본격적으로 관심을 갖기 시작함
- 2008년 발생한 세계금융위기의 여파로 지역·계층 간 격차, 고령화, 청년실업 등 여러 방면에서 사회문제가 대두되면서 사회는 더욱 더 공동체적 연대감을 지향하게 되었고, 이런 사회 분위기 속에서 문화예술분야의 사회적경제조직의 활동이 확산됨

3) 문화예술분야 사회적경제조직의 기능과 역할

- 문화예술분야의 사회적경제조직들은 다양한 형태로 대상, 목적, 필요에 따라 사업목적을 세우고, 이를 달성하기 위해 활동하고 있음
- 이 조직들의 활동은 국가나 시장이 해결할 수 없는 사회적 문제를 문화예술을 통하여 해결하고, 이러한 사회적 문제 해결을 위해 문화예술인들이 적극적으로 참여하면서 일자리를 창출하는 역할도 담당하고 있음
- 또한, 지역 내 흩어진 문화예술 자원들을 발굴하여 새로운 수요를 창출하고, 지속적이고 단단한 네트워크를 구축해 지역공동체를 활성화시키는 역할도 함

- 이는 지역과 사회가 함께 성장하고, 지역사회 구성원이 창의력을 바탕으로 성장하는 원동력으로 작용하게 하는 것을 목표로 함

나. 국내 문화예술분야 사회적경제조직에 대한 지원정책의 흐름

1) 전문예술법인·단체 지정 및 육성 제도를 통한 사회적경제조직 지원

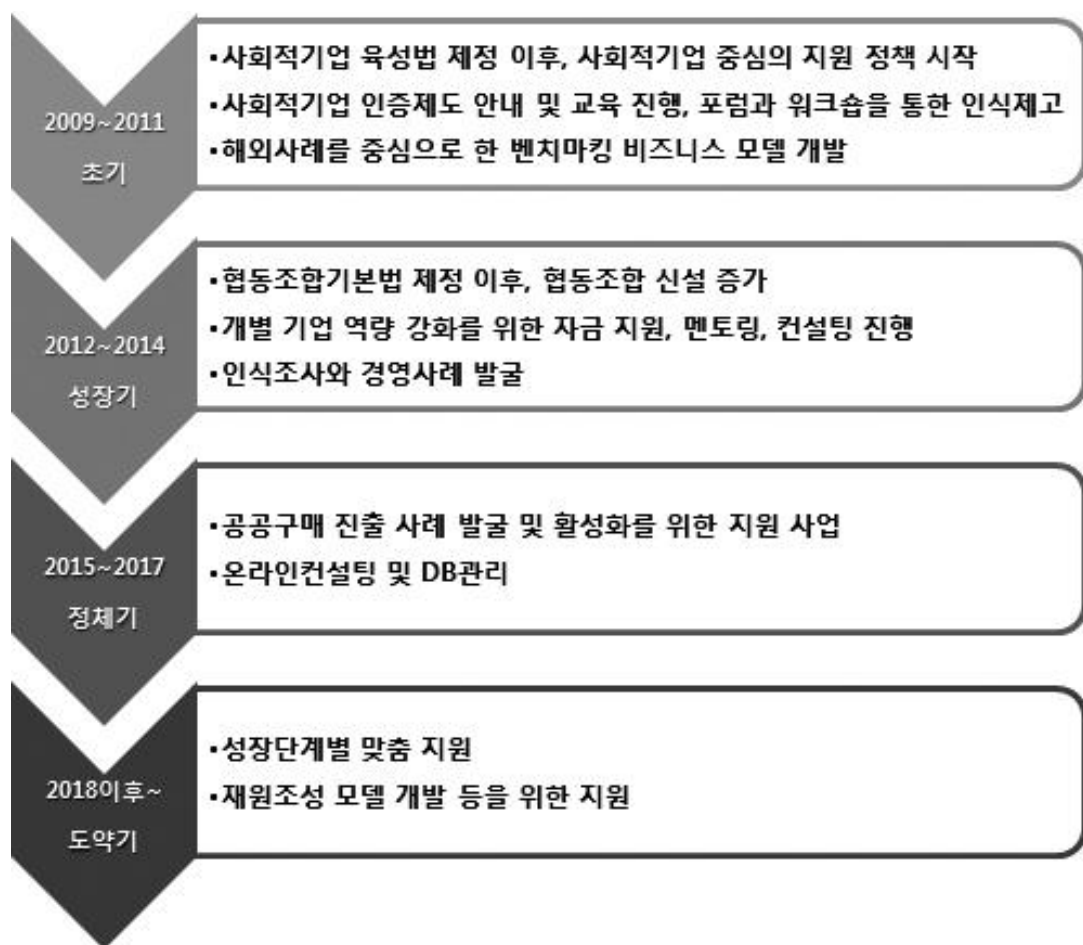
- 전문예술법인·단체 지정 및 육성 제도는 문화예술 분야에서 주요 공연예술단체들이 법인격이 없는 임의단체나 비영리법인의 형태를 취하고 있어 자생력과 경쟁력을 갖추는 데 제약요인으로 작용하고 있는 상황에서 법인격이나 단체 성격과 관계없이 국가 및 지방자치단체가 단체의 전문성을 인정해 세제 혜택 등 제도적 지원장치를 마련해주려는 취지에서 도입되었음(2000년)
- 예술성과 더불어 공익적 가치에 대한 관심이 높아지고, 공공영역과 시장영역의 중간에 놓여있으면서 공공이나 시장이 해결하지 못하는 사회·경제적 문제 해결에 기여하는 중요한 기관으로 역할하는 문화예술분야 활동단체가 증가함
- 전문예술법인·단체는 2007년 사회적기업 육성제도가 생기기 전부터 사회적 역할을 통해 사회 자본을 창출하는 사회적경제조직으로서 역할을 해왔다고 볼 수 있음
- 2001년 문화체육관광부의 지정을 시작으로 17개 광역시도에서 이 제도를 시행하고 있으며, 2019년 4월 현재까지 지정이 유효한 전문예술법인·단체가 총 1,197개로 파악됨
- 전문예술인단체 지정기부금단체로 지정되어 세금공제 혜택을 받거나, 기부금품 공개모집이 가능 해지고, 상속세 및 증여세 면제, 고유목적사업준비금 손금산입 가능 등의 지정에 따른 혜택이 있음

2) 문화예술분야 사회적경제조직의 정책적 흐름

- 2007년 사회적기업육성법이 제정된 이후, 문화체육관광부와 고용노동부가 MOU를 체결하면서 양 부처의 협력으로 200개 이상의 사회적기업과 3,000여개 사회적일자리를 창출하겠다는 계획 발표함
- 이후 예술경영지원센터가 고용노동부로부터 사회적기업 문화예술분야 전문특화지원기관으로 지정되면서 본격적으로 사회적기업을 위한 지원사업을 펼치기 시작함
- 협동조합기본법이 제정된 2012년 이후에는 사회적기업뿐만 아니라 협동조합까지 영역을 확대 하였음
- 최근 들어 사회적경제 영역에 마을기업, 자활기업, 소셜벤처까지 포괄하는 노력으로 정책 간 칸막이를 해소하는 시도를 하고 있음

3) 문화예술분야 사회적경제조직의 지원 사업의 특징

- 사회적경제관련 지원사업 초기에는 사회적기업 제도와 그와 관련된 지원사업에 대한 안내와 교육을 중심으로 사업이 진행되었고, 조사연구나 DB구축을 시작하면서 박람회나 포럼 등을 통하여 인식 확산에 주력함
- 중기 이후에는 자금지원, 멘토링, 컨설팅 등 개별 기업이 성장할 수 있는 직접적인 지원사업을 진행
- 최근 들어서는 직접 지원사업과 더불어 기업이 스스로 재정모델을 구축할 수 있도록 돕거나 경영안정화를 위한 전략 구상에 지원하는 등 새로운 지원 사업을 개발하려는 단계에 들어섬



자료: 한국문화관광연구원(2018), 「문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능성 연구」.

[그림 3-1] 문화예술분야 사회적경제조직 지원정책의 흐름

〈표 3-3〉 예술경영지원센터 문화예술분야 사회적경제 지원사업 연혁

연도	주요 내용
2009년	<ul style="list-style-type: none"> • [조사연구] 전략분야 사회적기업 육성을 위한 실태조사(문화예술분야)(고용부)
2010년	<ul style="list-style-type: none"> • '10년도 사회적기업 문화예술분야 민간위탁지원사업(고용부) - [교육컨설팅] 문화예술분야(예비) 사회적기업 교육컨설팅 - [설명회] 문화예술분야(예비)사회적기업 인증 설명회 - [워크숍] 문화예술분야(예비) 사회적기업가 워크숍 - 문화예술분야(예비) 사회적기업 온라인 컨설팅 - 권역별 사회적기업 지원기관 연계 서비스 제공 등
2011년	<ul style="list-style-type: none"> • '11년도 사회적기업 전문(문화예술분야) 지원사업(고용부) - [교육] 문화예술분야 사회적기업 - 지속가능한 기업모델 창출 - [포럼] 문화예술분야(예비)사회적기업 네트워크 포럼 - [행사] 문화예술 사회적기업 체험마당 및 마켓&포럼 - [조사연구] 문화예술 사회적기업 실태조사
2012년	<ul style="list-style-type: none"> - [포럼] 2012 문화예술 사회적기업 네트워크 포럼(총 4회) 〈예술교육을 통한 문화예술단체의 사회적 목적 실현 방법〉 〈문화예술 사회적기업이 꿈꾸고 일구는 생태적 모델〉 〈우리시대의 하이브리드, 문화예술 사회적기업의 길 찾기〉 〈예술에 더하는 사회적 가치, 공연예술 사회적기업의 경영전략과 생존방식〉
2013년	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술사회적기업 및 협동조합 활성화 지원사업(문체부) - [교육컨설팅] 문화예술(예비)사회적기업 역량강화 - [설명회] 문화예술분야 협동조합 설명회 - [행사] 문화예술 사회적기업 네트워크 포럼, 협동조합 심포지엄 - [조사연구] 문화예술분야 사회적기업 실태 및 협동조합 인식조사
2014년	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술 사회적경제 활성화 지원사업(문체부) - [경영멘토링] 기업별 전담 컨설턴트 배치 1:1 경영멘토링 - [자금지원] 멘토링 참여기업 자금지원(5개기업, 각 10백만 원) - [행사] 문화예술분야 사회적경제 마켓&포럼 - [행사] 문화예술분야 협동조합 이야기 콘서트 - [조사연구] 문화예술분야 사회적기업 경영 사례 연구
2015년	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술 사회적기업 및 협동조합 활성화 지원사업(문체부) - [컨설팅] 문화예술분야 사회적기업 및 협동조합 경영컨설팅 - [멘토링] 기업별 전담 컨설턴트 배치 1:1 경영 멘토링 운영 - [자금지원] 멘토링 참여기업 자금지원(7개 기업, 각 10백만 원) - [워크숍] 지원단체 구성원 역량강화 - [행사] 문화예술분야 사회적경제 마켓&포럼 - [조사연구] 문화예술 사회적기업 실태 및 공공구매 진출 사례조사
2016년	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술분야 사회적기업 및 협동조합 활성화 지원사업(문체부) - [공공구매 활성화] 문화예술분야 공공구매 수요정보 연계제공 서비스 및 상품개발 멘토링, 개발비 지원, 공공구매 상품개발 시연 워크숍 운영
2017년	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술분야 사회적경제 온라인 컨설팅 및 DB관리 • (신규)예술기획사 사업개발 지원(사회적기업 선정50%)
2018년	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술분야 사회적경제 활성화 지원(문체부) - [경영활성화]경영 안정화를 위한 멘토링 및 사업개발비 지원 - [재원조성] 재원조성 모델개발 및 매출 증대를 위한 자금 지원

자료: 한국문화관광연구원(2018), 「문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능성 연구」.

- 2018년 문화예술 사회적경제조직 14개 기업이 경영활성화 지원 사업인 신규 비즈니스 모델 구축 및 시범사업에 참여하였으며, 10개 기업이 재원조성 모델 개발 지원 사업에 참여하였음
- 2019년 문체부는 국민 삶의 질을 높이는 4대 전략과제 중 ‘맞춤형 지원 통한 문화·체육·관광 및 콘텐츠 산업 육성’에서 ‘문화예술분야 사회적경제 활성화 지원’으로 39억 원 예산을 증액 편성하였음

〈표 3-4〉 2019년 예술경영지원센터 문화예술분야 사회적경제 지원사업 추진

전체					
<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술 사회적경제 실태조사 • 문화예술 사회성과 측정지표 개발 • 문화예술 사회적경제 경영 컨설팅 					
예비창업자		초기기업	성장·성숙기업	공통	
창업아이디어 경진대회	창업지원 실패사례교육	인큐베이팅지원	엑셀러레이팅 지원	(공)기업협력 지원	임팩트투자 지원
사회적경제 창업 아이디어 발굴	초기기업 창업 전반 지원	비즈니스모델 개발 지원	비즈니스모델 확대지원	(공)기업 협력사업	임팩트투자 유치

자료: 예술경영지원센터 내부 자료.

4) 문화비전 2030 ‘문화를 통한 창의적 사회혁신’

- 수립배경
 - 과도한 노동시간, 자유시간의 부족, 임금격차 등으로 문화여가시간은 물론 기본 휴식 시간도 확보하지 못하고 경쟁·효율을 중시하는 일 중심의 사회가 문제로 인식됨
 - 경제양극화에 따른 소외, 지위·위계 등 힘의 불균형에 따른 불공정, 세대·젠더 간 갈등 문제 해결이 필요함
 - 4차 산업혁명의 도래 및 사회혁신 주체의 확장(예술가 → 모든 개인) 등으로 기회이자 위기가 될 수 있는 사회변화가 반영된 정책수요가 발생함
 - 개별화·협소화 된 기본 문화정책에 대한 평가와 새로운 대응을 위한 새로운 문화정책의 근본적인 전환과 혁신적이고 장기적인 문화비전이 필요하게 됨
- 비전과 가치
 - 비전: “사람이 있는 문화”
 - 가치: 자율성, 다양성, 창의성

○ 방향 및 주요 과제

〈표 3-5〉 문화비전 2030 방향 및 주요 과제

방향	주요과제
1. 개인의 자율성 보장	① 개인의 문화권리 확대 ② 문화예술인·종사자 지위와 권리 보장 ③ 성평등 문화의 실현
2. 공동체의 다양성 실현	④ 문화다양성의 보호와 확산 ⑤ 공정하고 다양한 문화생태계 조성 ⑥ 지역문화분권 실현
3. 사회의 창의성 확산	⑦ 문화자원의 융합역량 강화 ⑧ 미래와 평화를 위한 문화협력 확대 ⑨ 문화를 통한 창의적 사회 혁신

자료: 문화체육관광부 새문화정책준비단, 「문화비전 2030 사람이 있는 문화」. 2018.05.16.

○ 사회적경제 연계 지점

- 사회적경제조직을 활용한 문화비전2030 실현을 통해 공정하고 다양한 문화생태계를 조성하고, 미래와 평화를 위한 민과 관의 문화협력을 확대함으로써, 문화를 통한 창의적 사회혁신을 가능하게 할 수 있음

3. 국내외 사례

가. 국외 사례

1) 프랑스 사회적기업연합조직, 신틸로(SCINTILLO)

■ 개요

- 2010년 설립한 SCINTILLO는 Groupe SOS의 자회사로 음악, 미술, 영화, 언론, 이벤트, 커뮤니케이션 등 문화 분야에서 활동하는 사회적기업 연합조직임
- 문화관련 산업의 발전을 위한 재무, 행정, 법률 서비스를 지원하고 있음

[참고] Groupe SOS

18,000명의 직원과 550개 시설 및 서비스를 보유하고 있는 프랑스 대표적 사회적기업임. SOS 그룹의 사명은 모든 사람들이 자신의 배경과 수입에 관계없이 교육, 주택, 사회 통합, 전문적 통합, 건강관리에 대한 액세스 등 필수적인 필요와 관련된 양질의 서비스를 이용할 수 있게 하는 것임. 9억 5천만 유로 매출을 창출하는 이 기업은 청소년, 직업, 연대, 건강, 노후, 문화, 생태, 국제 등의 8개 분야에서 새로운 혁신적 방법을 통해 근본적인 문제해결과 광범위한 사회적 영향을 미치고 있음

자료: <http://www.groupe-sos.org>

〈표 3-6〉 프랑스 사회적기업연합조직, 신틸로(SCINTILLO) 개요

구 분	내 용
조직명	SCINTILLO
활동지역	프랑스 전역
법적형태	사회적기업(Groupe SOS의 자회사)
설립년도	2010년
설립배경	자금확보가 어려운 예술적 창조작업과 대중을 연결하는 중간역할의 필요성을 인식하여, 다양한 조직간의 협업을 통한 지속적 생태계를 구현하기 위하여 설립
주요 활동	문화관련 재무, 행정, 법률 서비스 및 스타트업인큐베이팅, 조직간 네트워킹 지원 등

자료: <http://scintillo.eu/fr/>와 2018 KOTRA 해외 사회적경제기업 성공사례를 바탕으로 재정리.

■ 설립 배경

- 예술적 작업에 대한 투자는 많은 리스크를 동반하기 때문에 투자자를 찾고 자금확보하는 것이 굉장히 중요한 도전과제이기 때문에 이런 예술적인 창조 작업과 대중 사이를 연결하는 가능한 모든 중간 역할을 담당하고 있음
- 음악, 미술, 영화, 언론, 이벤트, 커뮤니케이션 등 문화 분야에서 활동하고 있는 다양한 조직, 단체와 협업을 기본으로 하고 있으며, 제후를 맺은 기업의 지속가능한 생태계를 위하여 지원하고 있음

- 스타트업 인큐베이팅을 통해 혁신적 문화 프로젝트를 진행하면서 더 많은 문화사업들이 자생할 수 있는 생태계를 만들고자 노력하고 있음

■ 주요 활동(연계 기관)

○ 문화서비스 제공

- European Lab: 유럽연합의 지원(2011)으로 창설되어 유럽을 기반으로 한 문화, 창조, 혁신, 뉴미디어 및 기업가 정신 등을 연구하고, 정책을 설계하고, 새로운 비즈니스 모델을 개발하고 있음
- Medici.tv: 매년 100개 이상의 라이브 이벤트를 방송하고, 잘츠부르크 페스티벌, 베를린 필하모닉 콘서트 중계 등을 하고 있으며, 온라인에서 접근할 수 있는 방송 중 세계에서 가장 많은 클래식 음악 카탈로그를 보유하고 있음
- Tsugi: 전자음악 및 새로운 트렌드에 대한 독립 잡지사를 통해 프랑스, 벨기에 스위스 등 유럽 전역에 3만부 이상 배포하고 있음
- Reggaevibes: 레게, 스카 등 자메이카 관련 모든 음악의 뉴스를 전하는 격월 잡지로 정기적인 설문조사도 함께 진행하며, 음악운동이나 관련 주제(스포츠, 예술, 정치 등)에 대한 주제도 다루고 있음
- Culture Next: 전자 및 인디음악, 영상 제작, 디지털 문화, 이미지, 그래픽, 뮤지컬 등 대중 제작자와 함께 혁신적이고 도전적인 프로그램을 제공하고 있으며, 어린이를 위한 이벤트, 예술 프로젝트, 콘서트, 축제 등 다양한 이벤트를 진행할 수 있는 공간을 중심으로 역할을 하고 있음
- Alimentation Générale: 음식과 관련된 모든 정치적, 사회적, 경제적, 문화적 문제를 다루는 독립 잡지이며, 디지털 플랫폼을 활용하여 음식과 환경, 생물다양성, 맛 등 전문지식을 공유하고 있음

○ 문화시설 운영

- FAR: 직접 운영하는 영화관이나 문화공간 등에서 전시 등 다양한 형태를 통해 수익을 창출하고 있음
- Trabendo: 라디오헤드, 메탈리카 등 유명한 예술가 등이 거쳐간 공연장으로 젊은 관객에게 다양한 공연과 프로그램을 제공
- Espace Tchif: 약 300명 규모의 관객이 관람이 가능한 무대를 중심으로 극장, 콘서트, 어린이쇼 등을 개최하는 공간으로 활용되고 있으며, 기업 및 문화프로젝트와 창업센터 역할을 위한 준비도 진행 중임

○ 문화분야 스타트업 육성

- Creatis: 프랑스 파리 이외에도 유럽 지역에 문화기업가를 위한 거주 및 작업공간 (Creatis)를 만들고 관리하고 있으며, 자금조달 지원 및 디지털 자료 등의 서비스를

제공하여 문화예술분야 창업을 위한 지원을 하고 있음

- H7: 디지털 기술을 중심으로 한 벤처기업을 지원하고 있음

- 문화산업 분야의 소셜임팩트 설문조사나 고객 경험에 기반하여 측정하고 있으며, 문화 분야의 스타트업을 육성하는 인큐베이팅 프로그램을 운영하고 있음
- 스타트업 인큐베이팅 프로그램을 통해 230여개의 혁신적 문화 프로젝트를 진행하고 있음



SCINTILLO Group Creatis



Creatis Far 그랜드 오픈 사진

자료: 신타로 홈페이지(<http://www.groupe-sos.org/structures/1162/Scintillo>, 검색일: 2019.04.25.)

[그림 3-2] 프랑스의 문화 스타트업 주요 사례

■ 재정 지원

- 비교적 보수적이고, 시장이 작은 문화 분야에서 비즈니스를 하기 때문에 로비 등 정치적인 이유로 재정적 지원에 어려움이 많았음
- 또한 대형 사업자보다 영세한 규모의 회사들이 많기 때문에 프로젝트를 수행하기 위한 적절한 파트너를 찾기 어려운 문제도 있었음
- 직접적인 정부지원은 받지 못했지만, 스타트업 인큐베이터에 대해서는 프랑스 정부와 파리시의 도움을 받았음
- 초기에는 자기자본이 없었기 때문에 자금 조달에 어려움이 있었으나, Groupe SOS에 합류 (2015.12)하면서 자금 조달이 용이해짐

2) 벨기에 문화부문 협동조합, SMarT

■ 개요

- 1998년 벨기에에서 문화예술인을 위한 공제회사로 시작된 이후 유럽 9개국으로 확산된 프리랜서 예술가 협동조합 모델이며, 2016년 12월에 사회적목적 협동조합으로 전환하여 조합원 가입을 의무화함
- 벨기에 이외에 프랑스(2009), 스웨덴(2012), 오스트리아·독일·스페인·이탈리아·네덜란드 (2013), 헝가리(2014) 등에도 서비스를 제공하고 있음

- 동일한 가치와 목표를 가지고 지역 파트너와 협력하여 유사한 서비스를 개발하는 자매기관 네트워크라고 지칭할 수 있음
- 문화예술인들이 자신의 사업체를 설립, 운영할 필요가 없이 자영업자나 독립적 프리랜서의 지위로 있는 것보다 낮은 비용으로 안정적인 사회보험 혜택을 받을 수 있음
- 행정, 회계, 재무, 법무 등의 계약과 사업관리를 맡고, 창작활동을 위한 공간, 장비, 네트워크 등의 인프라를 서비스함. 또한 지불보증기금, 사회보험 등의 혜택을 제공하고, 비즈니스 관련 각종 서비스를 제공하고 있음

■ 운영 방식

- 예술인의 지위 향상과 사회보장 관련 법제도 개선, 저작권 등 창작활동의 안정성을 강화하자는 목표로 '예술인의 전국 플랫폼(PFNA: Plateforme nationale des Artistes)'을 구축함
- 전국 12개 지부를 두고 있으며, 총 178명의 직원이 근무(2016년 18명 신규채용)하고 있으며, 이 중 상근직은 148명(건설턴트가 72명)임
- 현재 12,600여 명의 조합원이 가입되어 있으며, 조합원은 카테고리A(이용자, 개인사업자, 독립노동자), 카테고리B(공급자, 발주기관, 전문 파트너기관 등)에 따라 가입조건이 상이함

〈표 3-7〉 조합원 카테고리별 가입대상 및 조건

	가입대상	가입조건
카테고리 A	이용자, 개인사업자, 독립노동자	출자금 30유로(1주 최소단위) * 과거 회비는 25유로
카테고리 B	공급자, 발주기관, 전문 파트너기관, 스마트 고용(직원, 인턴, 프리랜서, 학생) 등	전 해의 연간소득(세전) 기준, 소득의 1%에 기초해 계산하여 출자금 납부 * 2016년 31,000유로였을 경우 1%는 310유로, 310유로는 30유로로 딱 떨어지지 않으므로 300유로로 계산하여 10주를 출자금으로 납부하는 방식

자료: 2017년 서울시사회적경제지원센터 아카데미 사업 교안 인용.

- 협동조합으로 전환(2016년)하면서 SMart는 참여 거버넌스 조직, 지속가능한 사업모델, 이용자 범주 확대 등의 목적 구현을 위해 운영 본부, 행정재무본부, 전략과 개발 본부, 정보 서비스 본부 등 4개 본부로 조직구조를 재편함

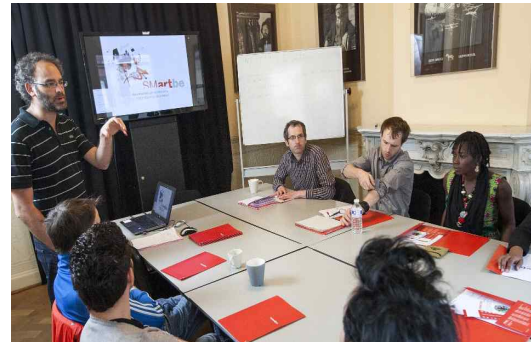
■ 사업 내용 및 운영 성과

- 주요 사업은 크게 계약관리 서비스와 사업관리 서비스로 나누어 진행하며, 계약관리 서비스는 프리랜서 회원과(프리랜서에게 사업을 의뢰한) 고객 사이에서 이뤄지고 스마트는 고용계약서 작성, 고용 및 사회보험 신고 등 위임받은 행정 업무 처리 등을 진행함
- 사업관리 서비스에는 행정, 회계, 재무, 온라인 즉각 대응 관리, 보수 및 용역비 입금(7일 이내), 선금 지급 및 부가세 환급, 미지급금(체불 임금)에 대한 보증기금 운영, 법률 지원, 포괄 보장보험, 저작권료 청구, 보조금 관리, 협약(계약) 관련 자문 등이 포함됨

- 그 외 보험서비스, 코워킹공간 임대, 교육, 크라우드펀딩 플랫폼 등을 제공하고 있음
- 총 매출의 6.5%(프랑스의 경우 8.5%)를 서비스 수수료로 청구하여 조직의 운영재원을 마련하고 있으며, 이는 SMart 총 수입의 42.3%를 차지하고 있음
- 2016년까지 총 75,000명(누적 합계)이 SMart의 서비스를 접했으며, 21,244명(최소 1일 계약 포함)이 서비스를 이용
- SMart를 통한 단기계약으로 595,940 근로시간이 신고되었으며, 이는 2,709개의 상근직에 해당함



SMart스웨덴 예술프로젝트 교육 사진



SMart베를린 예술프로젝트 교육 사진

자료: (좌)<https://smartse.org/sv/smart-courses/>, (우)<http://www.rootsnroutes.eu/activities-id225>

[그림 3-3] SMart의 예술프로젝트 사례

3) 영국 문화부문 사회적기업, 카페아트(Cafe Art)

■ 개요

- 노숙자들이 그들의 예술작품을 통해 서로 연결되고 더 넓은 지역사회와 소통하는 것으로 2012년 노숙자 자선단체를 통해 노숙자들의 작품을 런던의 한 카페에 전시하면서 시작됨
- 노숙자들이 예술활동을 통해 자신감을 갖고, 그들의 작품을 카페에 전시하거나 달력을 제작하는 등 사회적경제 활동에 적극적으로 참여하게 함으로써 같은 상황에 처해있는 다른 노숙자들을 돕게 하는 데에 있음
- 현재까지 앨런 앤 오버리(Allen & Overy), 크리스티(Christie's), 시티그룹(Citigroup), 가디언(The Guardian), 이케아(Ikea), 서더크 대성당(Southwark Cathedral) 등에서 전시를 열고 있음
- 또한 카페아트는 사진 콘테스트를 통해 입상한 사진으로 달력을 제작하여 판매하고 있음
- 세계 주요도시와 국제교류를 시도하고 있으며 매년 노숙자의 날(10월10일)을 즈음하여 열리는 프리아트마켓과 기업에 작품을 대여하는 사업도 진행 중임

■ 운영 방식 및 사업 내용

- 두 명의 디렉터 폴(Paul Ryan)과 마이클(Michael Wong), 그리고 자원봉사자들에 의해 운영되고 있으며, 작품을 전시해주는 지역 카페와 노숙자 자선단체들의 역할도 매우 중요함
- 아트인카페(Art in Cafes) 사업을 통해 짧게는 몇 주에서부터 길게는 몇 달까지 노숙자들의 그림을 지역 카페에 전시하고, 노숙자를 대상으로 사진대회를 개최하고 입상한 사진으로 달력을 제작해 판매하는 마이런던(MyLondon) 프로젝트, 아트마켓 사업, 국제교류사업(This is Where I live), 민간 기업에게 작품을 대여하거나 판매하는 사업(Home is Where the Art is) 등을 진행하고 있음
 - 런던의 모든 노숙자 자선단체에 속한 예술가들을 연결시켜 그들의 작품을 대중에게 선보이며, 이를 통해 수익을 창출할 수 있는 기회를 만들어내고 있음
 - 또한 예술가들이 자체적으로 재원을 조성하고 또 그 기금으로 다른 자선단체를 돕게 만드는 것이 중요한 역할임
- 카페아트 수익의 80%는 예술가들에게, 20%는 사업에 재투자되고 있음
 - 2012년부터 2016년까지는 고객이 작품을 구매한 경우 작품 판매가의 100%를 예술가에게 지급하였으나 2016년 3월 예술가전시위원회가 만들어지며 작품 판매가의 20%를 전시사업에 재투자하게 되었음

■ 운영 성과

- 영국 노숙자관련단체들의 상부기관인 홈리스링크(Homeless Link)의 후원을 받고 있으며, 영국왕립사진협회(Royal Photographic Society)는 다른 도시에서도 마이런던프로젝트가 진행될 수 있도록 다리 역할을 해주고 있음
- 이외에도 단체와 기업의 후원이 많이 이루어지고 있으며, 자원봉사자와 전문가의 재능기부가 운영에 가장 큰 역할을 하고 있음
 - 런던의 갤러리, 세인트폴 대성당과 크리스티(Christie's), 스피탈필즈마켓(Spitalfields E1 Market), 큐빅호텔(Qbic Hotel) 등이 달력판매, 사진대회 및 전시대회를 위한 공간을 제공해주고 있음
 - 참가자들에게 식사를 제공해 준 프렛(Pret a Manger), 카메라 장비와 인쇄에 도움을 준 후지필름(FujiFilm)과 스내피스냅스(Snappy Snaps Muswell Hill) 등 수많은 기업들의 후원을 받고 있음
 - 개인의 재능이나, 공간, 물품 후원 등과 더불어 기부금으로 재원을 마련할 수 있도록 지원하며, 자원봉사 활동으로 카페아트의 운영을 돕고 있음
- 2015년 3월에는 신생 사회적기업을 위한 빌드잇(Build It) 기금을 통해 £15,000를 지원받았고, 8~9월에는 크라우드펀딩 플랫폼인 킥스타터(Kickstarter)를 통해 700명이 넘는 사람들에게 후원금을 받았음

- 2017년부터는 여러 기금지원사업에 적극적으로 지원하기 시작하여 2017년 10월부터 2018년 까지 7,050 파운드(약 1,100만원)의 지원금을 받았으나 아직까지는 수입의 대부분이 마이런던 달력 판매 수익을 통해 채워지고 있음



자료: 카페아트 홈페이지(<https://www.cafeart.org.uk>, 검색일: 2019.05.30.)

[그림 3-4] Art in Cafes 사업(좌)과 2019 MyLondon 달력 표지 사진(우)

나. 국내 사례

1) 한국 문화분야 사회적기업 · 사회적협동조합, 드림위드앙상블

■ 개요

- 국내 최초 발달장애인 클라리넷 앙상블 드림위드앙상블은 발달장애 청소년을 전문 연주자로 성장시키고 전문 연주활동을 통해 직업재활의 터전을 마련하고, 장애에 대한 인식을 개선시키고자 노력하고 있음
- 드림위드앙상블은 사단법인의 형태로 2015년에 설립되었으며, 사회적협동조합 설립인가(2015, 문화체육관광부), 전문예술법인 지정(2015, 문화체육관광부), 사회적기업 인증(2016, 고용노동부)을 받아 운영되고 있음

■ 운영 성과

- 재무적 성과로는 2017년 기준 매출규모 236백만 원, 당기순이익 75백만 원임
- 공연 횟수는 2017년 기준 총 72회, 연주거리 5,344km, 총관객수 14,940명, 공연시간 2,900분을 기록함
- 발달장애 청소년을 전문연주자로 성장시켜 일자리를 창출하고, 직업인으로서의 역할을 감당함으로써 사회참여에 앞장서고 구성원과 가족 및 지역사회에 행복한 공동체를 만들어가는데 기여하고 있음
- 발달장애인의 연주 및 강연, 교육 등 음악을 통하여 장애인에 대한 편견 해소, 장애인식 개선 등을 실천하고 있음

- 2018년 SK사회성과 인센티브 최종 기관으로 선정되었으며, 제5회 우수 사회적기업어워드 수상, 2018 사회적기업 육성 유공자 포상 등 사회적 가치를 실현하는 기업으로 인정받고 있음



자료: 드림위드양상블 홈페이지(<http://www.dreamwith.or.kr>, 검색일: 2019.05.01.)

[그림 3-5] 제1회 전국 발달장애인 음악 축제 Great Music Festival 우승 공연(좌)과 평창 동계올림픽, 패럴림픽 1주년 기념 평화음악회 초청 콘서트 모습(우)

2) 한국 문화분야 사회적기업, 주식회사 위누

■ 개요

- 위누는 대중과 예술 사이의 거리를 좁혀 누구나 예술작품을 경험하고 소비할 수 있는 중저가의 예술시장을 만들고, 신진 작가가 경제 활동을 하며 작업을 영위할 수 있도록 기반을 마련하는 예술 공유 서비스 기업임
- 위누(weenu)는 We enable you의 약자로, 99%의 예술가와 99%의 대중의 만남을 가능하게 만드는 플랫폼을 지향하겠다는 의미를 담고 있음
- 2007년 창업 이후 사회 이슈를 풀어내는 전시, 축제와 온라인 예술 경험 서비스를 제공하는 기업으로 성장하고 있음
- 2010년 서울형 사회적기업으로 선정, 2013년 고용노동부 사회적기업 인증을 받고, 2014년 행복나눔재단의 임팩트 투자를 유치함

■ 사업 내용

- 2011년부터 서울시립미술관을 비롯해 유니세프, 영국문화원 등 여러 기관, 기업과 함께 예술 교육프로그램을 진행해오고 있으며, 2012년부터 지금까지 젊은 예술가들이 참여하는 환경예술 축제인 '아트업 페스티벌'을 주최해오고 있음
- 네이버와 '헬로아티스트' 프로젝트를 통해 신진작가를 발굴하여 소개하기도 하였으며, 현대자동차와 함께 '브릴리언트 30'이라는 아트마케팅을 통해 국내외의 역량있는 작가와 큐레이터의 전시를 소개하고 해외에 알리는 역할을 함

- 지금까지 위누의 예술프로그램을 통해 1,200여명이 넘는 신진 아티스트와 350만 명 가까운 대중이 만날 수 있는 장을 펼쳤고, 이를 통해 예술가들이 대중과 호흡하는 지속적인 창작 기반을 조성하고자 하였음
- 2017년부터 서울시와 함께 공간 기반 문화예술 커뮤니티 ‘아트업 서울’ 프로젝트를 진행하고 있으며, 현재 혁신파크와 성수동 2곳에 아트업 서울 커뮤니티 공간을 운영하고 있음



자료: (좌)<http://www.enbnews.org/news/articleView.html?idxno=13367> (우)아트업서울 인스타그램계정@artupseoul

[그림 3-6] 2018 청계천 업사이클 페스티벌 사진(좌)과 2017 아트업서울 페스티벌 사진(우)

제2절 스포츠와 사회적경제

1. 스포츠의 사회적 가치와 역할

가. 개인적 가치

1) 국민의 건강 및 체력 증진

- 규칙적인 스포츠 활동은 국민 개개인의 신체 건강과 체력을 증진시키는 역할을 함
 - 규칙적인 스포츠 활동은 신체의 에너지 균형을 맞추으로써 개인의 건강을 증진시키는 효과가 있으며, 하루에 30~40분씩 주 5일 정도 조깅을 하면 9년 가량의 수명 연장 효과가 있음
 - 하루 15분 정도의 운동을 한 사람들은 전혀 하지 않은 사람들에 비해 사망률이 14%나 낮았고, 기대수명도 3년 연장되는 효과가 발생함
- 규칙적인 스포츠 활동은 개인의 인지기능을 향상시킴
 - 신체활동이 거의 없던 노인들이 꾸준한 신체활동을 한 노인들에 비하여 인지능력 노화가 진행되었고, 유소년 시기의 운동 참여는 인지기능 및 학업수행력을 향상시켰음
 - 4세에서 18세까지의 학생을 대상으로 한 신체활동과 인지 능력 관계 연구에서 스포츠는 지각기술, IQ, 성취도, 언어능력, 수학, 학업준비성에 긍정적인 영향을 미치기도 했음

2) 체육/스포츠활동을 통한 삶의 질 향상

- 체육활동은 신체적 건강과 체력뿐만 아니라 체육활동 자체의 즐거움과 체육활동을 통한 정서적 안정감과 행복을 증진시킴으로써 개인의 삶의 질을 향상시키는 역할을 함
 - 체육활동은 규칙적인 운동 및 가족과 자신의 건강 수준은 행복지수를 결정하는 요인으로 작용하며, 운동 참여는 정서와 삶을 긍정적으로 변화시켜 심리적 행복감에 기여하기도 함
 - 장기간에 걸친 낮은 강도의 운동은 우울증 및 불안장애 해소 등 정서적 안정에도 기여하는데 이는 체육활동이 연령과 건강상태와는 무관하게 공통적으로 불안을 제거하는 효과가 있기 때문임
 - 체육활동은 뇌의 감정적인 행동조절을 자극해 기쁨을 느끼게 해주고, 삶의 만족도를 증가시키며, 긍정적 정체성을 형성하는데도 기여할 뿐 아니라, 자신에 대한 긍정적인 이미지도 형성해 줌

나. 사회적 가치

1) 지역주민과 국민의 사회통합

- 체육은 스포츠 이벤트 등을 통해 지역주민들이 결속하고 국민들을 하나로 통합시키는 역할을 함
 - 2002년 한일월드컵은 새로운 거리 응원 문화를 정착시키며 전 국민적 공감대를 형성하는 등 사회 통합에 기여한 바 있음

2) 국가 이미지 제고

- 체육은 대외적으로 국가의 이미지와 국격을 제고할 수 있음
 - 우리나라는 동·하계 올림픽, 아시안게임, 월드컵 등의 대규모 국제 스포츠 이벤트를 성공적으로 개최하였으며 이는 국제적으로 우리나라의 국가 이미지 제고에 기여하였음

3) 평화구현

- 체육은 정치외교적으로 세계평화에 기여할 수 있음
 - 1988년 서울올림픽에는 16년 만에 동서양 진영이 모두 참가하여 냉전체제의 종식과 화합의 시작을 알리는 계기가 되었음
 - 2018년 평창동계올림픽에서의 남북 공동입장 및 여자 아이스하키 단일팀 구성은 남북 교류의 토대를 마련하는 계기가 되었으며, 스포츠 교류를 통한 한반도 평화 기여의 사례로 평가됨

4) 사회적 자본(social capital)

- 체육은 페어플레이(fair play) 정신, 팀워크, 매너, 규칙(rule) 준수 등을 통하여 스포츠에 참여하는 청소년 등 개인의 사회성을 향상시킴으로써 청소년 폭력 및 범죄 예방에 긍정적인 효과가 있음
 - 체육활동으로 청소년의 친사회적 행동이 발달하고, 반사회적 범죄행동에는 저항하는 성향이 발달함
- 체육은 활동이 사람들의 사회적 네트워크를 발전시키는 역할을 함
 - 대인관계기술과 자기성찰기술을 향상시키고, 청소년의 소속감을 증진시키는 역할도 할 뿐 아니라, 다른 배경을 가진 사람들을 융화시키면서 언어적, 문화적 장애를 극복하는 데에도 기여함

다. 경제적 가치

1) 국민들의 의료비 지출 절감효과

- 체육활동은 개인의 건강 증진을 통해 의료비 지출 감소, 결근율 감소, 생산성 향상 등의 경제적 효과를 발생시킴
 - 주 2~3회의 스포츠 활동은 1인당 연간 46만원, 국가적으로는 11조원의 경제적 효과가 발생함¹²⁾

2) 노동생산성 향상

- 체육활동은 근로자의 건강을 향상시킴으로써 산업체 근로자들의 노동생산성을 향상시킴
 - 미국 건강증진행위위원회(Health PAC)의 실험결과, 건강관리 서비스를 제공한 기업이 대조군과 비교할 때 결근율이 14% 낮은 것으로 나타나 건강 증진에 따른 노동생산성을 향상시키고 이는 관련 산업의 경쟁력을 향상시킴

3) 경제성장 동력

- 스포츠산업은 생활수준의 향상과 스포츠에 대한 높은 관심으로, 저성장 기조 속에서 새로운 성장 동력으로 부상하고 있음
- 우리나라의 스포츠산업은 2016년 기준 매출액 68조 4,320억 원으로 전년 대비 5% 증가하며 성장세를 지속하고 있음

12) 박일혁, 강준호, 남병호, 이영훈, 김연수, 이기봉, & 이상아. (2007). 규칙적인 체육활동 참여의 경제적 효과. 서울대학교 스포츠산업연구센터.

2. 체육분야 사회적경제 정책 흐름

가. 문화체육관광부 스포츠산업 중장기계획

- 문화체육관광부는 2018년에 「2019~2023 스포츠산업 중장기 발전계획」을 수립하였으며, 체육분야에서는 처음으로 정부가 사회적경제조직 육성계획을 수립하였으며, 그 내용은 아래와 같음

1) 스포츠 사회적경제조직 창업지원

■ 사업 개요

- 문화체육관광부는 스포츠 분야 사회적경제조직 육성을 위해 전국에 사회적경제조직 창업지원 센터를 2개소(수도권 1개소, 비수도권 1개소) 설치할 예정임
 - 사회적경제조직 창업지원센터는 사회적경제조직 창업 및 운영컨설팅, 수익모델 개발 지원 등 종합적 지원 및 예비 창업자 대상 기업운영, 시설관리 교육 등 실무 교육을 병행해서 추진할 예정임
- 창업지원센터 운영기반 조성
 - 창업지원센터 세부 운영계획 수립, 창업지원센터 평가기준 수립 및 선정
 - 창업지원센터 운영 및 교육 프로그램 개발
 - 창업지원센터, 지자체, 지역 융·복합 거점센터, 국민체육진흥공단 등 창업지원센터 협력 네트워크 구축

■ 스포츠 사회적경제기업 창업지원센터 운영 내용

- 스포츠 기업가정신 함양 교육사업
 - 스포츠 기업가정신 교육과정 및 교재개발 ⇨ 스포츠학과 강사 교육과정 개발지원 ⇨ 스포츠 기업가정신 강사를 위한 교육방법 교육(Teacher of Teacher) ⇨ 스포츠 기업가정신 교과목 교육 ⇨ 교육성과 정기적 평가 및 피드백 ⇨ 교육과정 및 교육방법 개선
- 스포츠기업 창업 및 Start-up 지원 사업
 - 예비창업자 모집 ⇨ 일반중소기업, 사회적기업, 협동조합 유형별 창업교육 ⇨ 스포츠기업 Start-up 지원 사업으로 선택적 연계를 실시
- 스포츠기업 Start-up 지원
 - 스포츠기업 Start-up 지원 사업 대상자 선발 ⇨ 문체부 및 타 부처 창업지원프로그램과 연계 ⇨ Start-up 기업을 위한 컨설팅 ⇨ 예비 스포츠융합혁신기업 확인제도 지원

○ 스포츠 창업기업 보육센터사업

- 보육센터 입주기업 모집 및 선발(예비 스포츠융합혁신기업 및 확인 스포츠융합혁신기업 우선 입주) ⇒ 지역기반 유망 스포츠기업 발굴 ⇒ 입주기업을 위한 보육서비스 제공 + 창업기업을 위한 BM개발, 마케팅지원, 판로개척 등 지원

2) 부처형 예비 사회적기업 육성**■ 과제 내용**

- 문화체육관광부 부처형 예비 사회적기업 선정기준 수립 및 선정
- 비즈니스 컨설팅 등 예비 사회적기업 맞춤형 지원
 - 사회적경제기업 창업지원센터는 사회적경제조직 창업 및 운영컨설팅, 수익모델 개발 지원 등 종합적 지원 및 예비 창업자 대상 기업운영, 시설관리 교육 등 실무 교육을 지원

■ 문화체육관광부 부처형 예비 사회적기업 지정 요건

- 부처형 예비 사회적기업으로 지정되기 위해서는 공통적으로 조직형태, 유급근로자 고용, 사회적 목적 실현, 배분 가능한 이윤의 사회적 목적을 위한 사용과 같은 조건이 있어야 하며, 각 부처별로 추가조건을 요구
 - 스포츠 기업가정신 교육과정 및 교재개발 ⇨ 스포츠학과 강사 교육과정 개발지원

3) 사회적경제조직의 공공체육시설 위탁운영 활성화**■ 사업 개요**

- 스포츠 사회적경제조직 등을 통한 민간위탁 운영 확대로 공공 체육시설 서비스 질 제고 및 일자리 창출 도모
- 스포츠 사회적경제조직 등을 통한 민간위탁 운영 확대로 체육 분야 사회적경제조직 육성과 만성적인 공공 체육시설 운영적자 해소

■ 사업 내용

- 중앙정부 또는 지자체 공공체육시설을 사회적경제조직에게 위탁운영
- 2019년부터 추진되는 신규 생활 SOC 공공체육시설을 스포츠 사회적경제조직에게 위탁 운영 추진
- 생활 SOC 선정평가기준에 사회적경제조직 위탁운영 항목을 포함시켜 지자체가 생활 SOC 신청단계부터 사회적경제조직 위탁운영을 포함한 신청계획서 작성 유도
- 지자체가 사회적경제조직에게 생활SOC 위탁운영시 운영비의 일부(50% 이상) 지원하도록 선정조건 설정

3. 국내외 사례

가. 해외 사례

1) 영국 스포츠 부문 사회적기업, GLL(Greenwich Leisure Limited)

■ 개요

- GLL은 1993년 런던 지역의 그리니치 의회가 지자체 재정지출을 삭감함에 따라 지역의 7개 레저스포츠센터가 파트너십을 체결함으로써 설립한 영국에서 스포츠 분야의 최초의 사회적기업
- 자선단체 성격의 스포츠 사회적기업(Charitable Social Enterprise)이며, 스포츠 분야 최초로 사회적기업 인증마크를 획득(2010년)하였고, 스포츠 분야 최초로 영국 정부의 빅소사이어티상(Big Society Award)을 수상함(2011년)

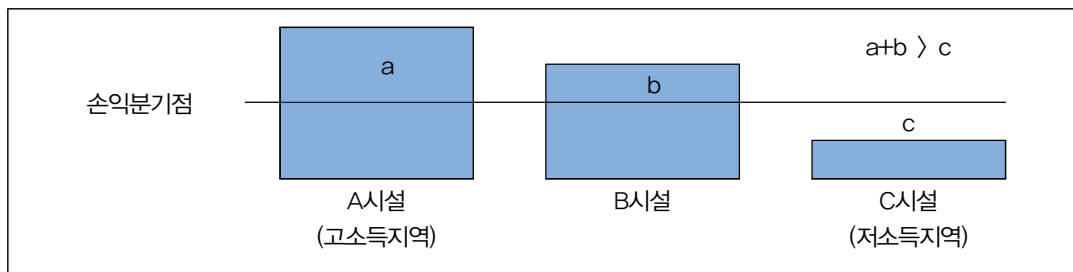
■ 운영목적

- 더 좋은 서비스(Better Service)
 - 연령, 소득수준, 지역, 장애유무 등에 관계없이 모든 지역 주민들이 쉽고 편리하게 이용할 수 있는 서비스 제공. 스포츠, 신체활동, 문화 프로그램 및 서비스 제공
- 더 좋은 비즈니스(Better Business)
 - 새로운 서비스 상품 및 시장 개발을 통해 사업의 안정적 운영, 운영 효율성 제고, 가용한 자원의 활용 극대화, 장기적인 파트너십, 레저스포츠시설과 도서관 시설에 대한 지속적 투자
- 더 좋은 사람(Better People)
 - 더 좋은 인력 교육훈련, 더 좋은 보수, 직무능력 함양, 지역대학과 연계한 직원 교육
- 더 좋은 공동체(Better Community)
 - 지역의 자원봉사자, 스포츠클럽, 정부기관 등과의 협업을 통한 지역 공동체의 라이프 스타일, 건강 및 삶의 질 향상에 기여, 환경적 지속가능성 추구

■ 운영성과

- 30개 이상 지자체와 파트너십 체결을 통하여 250개 이상 공공 스포츠시설 위탁운영, 57개 도서관 위탁운영
 - 2015년 기준 연간 매출 3,333억원(225백만 파운드),
 - 영업이익 65억원(4.4백만 파운드), 인건비는 전체 영업비용의 52%
 - 2013년 트리오도스(Triodos)은행으로부터 74억원(5백만 파운드) 펀드 유치
 - 회원 650,000명, 연간 방문객 4,000만명
 - 학생 60,000명 대상 수상안전교실 운영

- 스포츠 참여 취약계층 대상 프로그램: 여학생 스포츠교실 11,000개, 7,000개 장애인 스포츠교실, 60세 이상 노인 스포츠클럽 운영
- 60개 종목의 2,000명의 꿈나무 선수들에게 훈련지원금 지급
- 450개 이상의 지역 스포츠 이벤트 개최
- 정부가 적극적으로 지원하는 영국의 경우 인건비와 운영비를 지원하지만 다양한 지원방안 중 하나에 불과하며, 오히려 다양한 민간자본의 투자를 유도
 - 정부와 지자체가 공공체육시설을 사회적경제조직에 위탁운영할 경우 하나의 사회적경제 조직에게 하나의 공공체육시설만 위탁하는 것이 아니라 다수의 공공체육시설을 함께 위탁함으로써 규모의 경제를 통한 원가절감과 운영효율화를 통하여 수익을 극대화할 수 있음
- 영국의 사회적기업 GLL(Greenwich Leisure Limited)은 30개 이상 지자체와 파트너십 체결을 통하여 약 250개의 공공 스포츠시설과 57개 도서관 위탁운영하고 있으며, 2015년 기준 연간 매출 3,333억원(225백만£)과 65억원(4.4백만£)의 영업이익을 달성하였음



[그림 3-7] 영국 스포츠 사회적기업 GLL의 로빈훗모델

- GLL의 로빈훗모델은 다수의 공공체육시설을 위탁운영함으로써 소득수준과 인구밀도가 높은 도심 지역 스포츠시설에서 달성한 초과수익으로 저소득 지역의 공공체육시설 운영적자를 보전함으로써 GLL 전체적으로는 흑자운영이 가능하게 하는 운영모델임
 - [그림 3-7]에서 보는 바와 같이 만약 지역의 특정 스포츠 사회적기업이 스포츠 시설 A와 시설B를 동시에 운영할 경우 A시설에서 발생하는 수익 a와 B시설에서 발생하는 수익 b를 거두었을 경우, 두 시설에서 발생한 수익 (a+b)를 저소득 지역의 소외계층을 위해 재투자할 경우 비록 C시설에서 c만큼의 손실이 발생할 지라도 (a+b)가 c보다 크기 때문에 흑자경영이 가능함과 동시에 저소득 지역 및 계층에 대한 스포츠 서비스 공급을 확대할 수 있음
 - GLL은 고소득 지역과 저소득 지역 체육시설 서비스 요금을 차별화하여 저소득, 소외 지역에서 운영되는 시설의 이용료는 고소득지역 스포츠시설 이용료의 2분의 1 수준으로 책정하여 저소득계층의 스포츠 참여를 지원하면서도 도심의 고소득 지역에서 남긴 수익으로 저소득 빈곤지역 시설 운영적자를 보전함

- 만약 저소득지역 공공체육시설을 지자체가 직접 운영할 경우 만성적 운영적자를 극복하기 어려우며(정부실패), 민간시장에 맡길 경우 운영적자로 인해 민간기업이 참여하지 않게 됨으로써(시장실패), 시장실패와 정부실패를 극복할 수 있는 운영모델임

2) 영국 스포츠 부문 사회적기업, 글라스고 라이프(Glasgow Life)

■ 개요

- Glasgow Life는 스포츠 사회적기업으로서 스포츠/피트니스 프로그램, 수영장, 아웃도어 활동, 음악/예술 등 문화 사업, 도서관 및 박물관, 청소년 프로그램 등 다양한 스포츠 프로그램을 운영하고 있음

■ 운영성과

- 2017/18년 수입은 1억 897만 3천 파운드(1,625억원)를 기록함
 - 이 중 가장 큰 비중을 차지하는 수입원은 글라스고시와의 계약에 의한 공공서비스 수수료가 7,354만 9천 파운드(1,097억원)으로 전체 수입의 67.5%를 차지하였으며, 레저 및 문화 활동 수입이 2,725만 4천 파운드(406억원)으로 전체 수입의 25.0%를 차지하였음
- 수입 중 보조금 및 기부금은 143만 2천 파운드(21억원)으로 전체 수입의 1.3%에 불과하여 정부 지원이나 기부금에 대한 의존도가 거의 없으며, 공공서비스 공급에 따른 서비스 수수료 수입으로 안정적인 수입을 확보하고 있음
- 수입 비중을 보면, 글라스고시와의 계약에 의한 공공서비스 수수료가 60.4%로 가장 높았고, 레저 및 문화활동 21.5%, 보조금 및 기부금 12.7%, 사회적기업 자체 사업을 통한 수익 5.3%, 이자 수입 0.1% 순임

〈표 3-8〉 Glasgow Life의 2017/18 수입

수입 내역	금액(1,000파운드)	비중(%)
보조금 및 기부금(Grants & Donations)	1,432	1.3
공동체이익회사(Community Interest Company)	6,698	6.1
레저 및 문화활동(Leisure and Cultural Activities)	27,254	25.0
이자 수입(Interest)	40	0.1
공공서비스 수수료(Service Fee - Glasgow City Council)	73,549	67.5
합계	108,957	100

자료: GlasgowLife(2018). Annual Review and Performance Report 2017/18.

- 2017/18년 지출은 1억 895만 7천 파운드(1,624억원)을 기록하였으며, 지출 내역으로는 레저 및 문화활동 지출이 1억 143만 2천 파운드(1,513억원)로 전체 지출의 93.1%를 차지하였으며 공동체 이익회사 714만 1천 파운드(106억원)으로 6.5%, 운영비 38만 4천 파운드(5.7억원)로 0.4%를 차지함

〈표 3-9〉 Glasgow Life의 2013/14 지출

내역	금액(1,000파운드)	비중(%)
운영비(Governance)	384	0.4
공동체이익회사(Community Interest Company)	7,141	6.5
레저 및 문화활동(Leisure and Cultural Activities)	101,432	93.1
합계	108,957	

자료: GlasgowLife(2018). Annual Review and Performance Report 2017/18.

- 2017/18년 글라스고라이프의 총 서비스 이용자 수는 18,306,442명이며, 스포츠 서비스 이용자가 6,267,699명으로 전체의 34.2%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 도서관 5,001,378명(27.3%), 박물관 3,928,297명(21.5%) 순으로 높은 비중을 차지함

〈표 3-10〉 2017/18 Glasgow Life의 서비스 유형별 이용자 현황

수입 내역	이용자 수(명, %)
글라스고 커뮤니티(Glasgow Community)	1,500,653(8.2)
글라스고 예술, 음악, 문화 시설(Glasgow Arts, Music & Cultural Venues)	824,087(4.5)
글라스고 도서관(Glasgow Libraries)	5,001,378(27.3)
글라스고 박물관(Glasgow Museums)	3,928,297(21.5)
글라스고 스포츠(Glasgow Sport)	6,267,699(34.2)
공공서비스 이벤트(Glasgow Events)	784,328(4.3)
합계	18,306,442(100)

자료: GlasgowLife(2018). Annual Review and Performance Report 2017/18.

- 정부와 지자체 중심의 공공서비스 공급체계는 공공부문의 비효율성과 경기불황이 겹치면서 대규모 재정적자를 초래하였으며, 공공서비스 공급주체를 기존의 중앙정부와 지방정부가 직접 공급하던 공공서비스 공급체계를 사회적경제주체를 통한 공급체계로의 전환을 꾀함
 - 영국 사회적기업 육성 정책의 핵심 성공비결은 공공시장 개방을 통한 시장창출과 안정적 수입원 확보임
 - 영국은 공공 서비스시장 개방을 통하여 사회적기업들의 서비스 공급 시장창출을 통하여 안정적 수입원 확보 → 수익의 재투자 → 서비스 품질 개선 → 일자리 창출 → 지역경제활성화 → 정부 재정지출 절감의 선순환 구조를 만들어 내고 있음
- 사회적경제조직 육성은 사회적기업, 협동조합 등 사회적경제조직을 정부의 지원 대상이 아닌 공공서비스 공급을 위한 파트너로서 인식하는 것이 중요하며, 파트너십(계약) 체결과정에서 정부와 지자체는 사회적경제조직에서 서비스 공급 위탁 수수료를 지불하고 이는 사회적경제조직의 가장 중요한 수입원이 됨

3) 일본 스포츠 부문 NPO법인 타카츠종합스포츠클럽 SELF

■ 개요

- 타카츠종합스포츠클럽 SELF는 2006년에 설립되어 NPO법인 자격을 취득하였음
- 중학교내에 클럽하우스를 보유하고 있으며 2006년부터 5년간 가와사키시의 공공스포츠센터 지정관리자로 지정되었음
- 직원은 총 113명이며, 회원은 총 1,317명(유아 37명, 초등학교생 691명, 중학생 165명, 성인 424명)
- 월회비는 성인 1,000엔, 중학생 이하 500엔이며 연회비 할인 제도를 운영하고 있으며 스포츠교실은 총 28종목에 43개 스포츠교실을 운영하고 있음
- 타카츠종합스포츠클럽 SELF는 학교와 연대하여 지역의 중학교 체육시설을 활용함으로써 거점 시설을 확보하는데, 오후 4시 이후에 전교생이 퇴교함으로써 클럽이 학교 체육시설을 활용할 수 있고, 학교수업과도 협력하여 체험수업, 방재교육 등을 담당하고 있음
- 또한 학교출신 지역주민들과 학부모들 중심으로 클럽활동에 참여함으로써 학교 주변지역의 안전 및 방법 효과도 있음

■ 운영성과

- 클럽의 2012년 기준 연간 수입은 249,348,000엔으로, 지정관리자 수입이 전체의 72%로 가장 높은 비중을 차지하며, 회비 수입은 5%에 불과하여 위탁사업(조성금 위탁사업, 지정관리자, 학교시설관리 위탁) 수입이 전체 수입의 95% 차지하는 구조임
- 타카츠종합스포츠클럽 SELF와 같은 공공체육시설 지정관리사업의 효과는 클럽으로서는 지역의 인재 고용, 안정적인 수입원 확보, 활동시설 확보의 장점이 있고, 지자체로서는 서비스와 이용 편리성을 향상시키는 동시에 경비절감과 이용자 증가의 효과가 발생

〈표 3-11〉 타카츠종합스포츠클럽 SELF의 수입·지출

항목	수입(천엔)	비중(%)	지출(천엔)
회비	13,408	5	인건비 비품구입비 수도광열비 외주비 등
조성금 위탁사업	27,340	11	
지정관리자 수입	178,800	72	
학교시설관리 위탁	29,800	12	
합계	249,348	100	234,458

자료: 타카츠종합스포츠클럽(2013), 「2012년 결산보고서」.

- 일본은 지정관리자제도를 통하여 공공체육시설을 비영리법인에 위탁운영함으로써 사회적기업의 안정적 수입 확보와 일자리 창출을 달성함
 - 공공부문의 비효율성과 그로 인한 재정적자를 해결하기 위하여 중앙정부나 지자체가 직접 공공서비스를 공급하는 것이 아니라 운영이 투명하고 민주적인 의사결정구조를

가지며 공익목적의 성격이 강한 사회적경제조직에게 공공서비스 공급을 위탁함으로써 공공서비스의 품질을 유지하면서도 서비스 공급의 효율성을 개선함으로써 공공서비스의 공공성과 수익성을 동시에 달성할 수 있었음

나. 국내 사례

1) 한국 스포츠부문 사회적협동조합, 한국생활체육사회적협동조합

■ 개요

- 한국생활체육사회적협동조합은 2013년에 협동조합으로 설립되었고, 2016년 문화체육관광부의 사회적협동조합 승인을 받아 지자체의 공공체육시설을 위탁운영하는 시설형 사회적경제조직이라고 할 수 있음
- 수영 종목 중심의 사회적협동조합으로 안양시의 공공 수영장과 스쿼시장을 위탁운영하고 있으며, 2017년에는 국민안전처로부터 LSK 수상구조사 교육기관으로 선정되었음
- 운영 프로그램으로는 연령별 수영 교실과 스쿼시교실을 운영하고 있으며, 주요 행사와 교육 프로그램으로 국제 생존수영 캠프, 초등학교 생존수영 교육, 민간자격교육 프로그램으로 생존수영 지도자, 수상인명구조요원 교육, 심폐소생술 지도자, 생존수영 지도자 교육을 수행하고 있음



수영장

스쿼시장

[그림 3-8] 한국생활체육사회적협동조합의 위탁운영시설

- 국가자격 교육으로 수상구조사 자격교육과 국가자격시험 검정평가관 활동을 하고 있음
- 대회 개최로는 지역대회로 경기도 장애인수영 어울림생활체육대회 수영/스쿼시 어울림생활체육 대회를 개최하였고 전국대회로는 전국수상구조사대회를 개최하였음

■ 운영성과

- 한국생활체육사회적협동조합의 등록회원 수는 2018년 기준 1,210명이며 연간 시설 이용자 수는 약 150,000명임
- 운영 수입은 2015년 554,028천원에서 2018년 628,021천원으로 13%p 증가 하였으며, 지출은

2015년 608,159천원에서 2018년 617,930천원으로 1.6%p 증가 하여 2018년부터 흑자운영으로 전환하였음

〈표 3-12〉 한국생활체육사회적협동조합 운영수지

(단위: 천원)

구분	2015	2016	2017	2018
수입	554,028	630,027	616,165	628,021
지출	608,159	636,515	675,438	617,930
운영수지	-54,131	-6,488	-59,273	10,091

2) 한국 스포츠부문 사회적협동조합, 한국스포츠교육희망나눔

■ 개요

- 한국스포츠교육희망나눔 사회적협동조합은 프로농구 선수 출신의 은퇴선수가 2015년 문화체육관광부 스포츠산업 창업 보육대상자로 선정되어 2016년 교육부로부터 사회적협동조합으로 인가
- 설립목적은 농구를 통한 장애인과 청소년들 대상으로 스포츠교육 프로그램을 운영하는 프로그램 중심형 사회적경제조직임
- 2016년 발달장애농구단 SC 창단, 대한체육회와 함께하는 스포츠캠프, 2017년 전문 농구선수 아카데미, 대상트스포츠재단과 함께하는 발달장애학생 대상 농구교실과 부모공감 농구캠프, 여학생 학교스포츠클럽, 2018년 발달장애인 농구캠프, KSCC 은퇴선수 세미나 등 개최



발달장애농구단



발달장애농구교실



여학생농구교실



부모공감농구캠프

[그림 3-9] 한국스포츠교육희망나눔의 주요 활동

■ 운영성과

- 프로그램 참가자 대상은 발달장애인, 전문(은퇴) 선수, 저소득층 청소년, 이탈위기 청소년, 여학생 등 다양한 계층을 대상으로 하고 있지만 주로 장애인 청소년들과 저소득 취약계층 청소년들을 대상으로 함
- 프로그램 참가자들은 2016년 546명, 2017년 7,540명, 2018년 1,655명으로 공모사업 등 외부 지원금 수주 규모에 따라 프로그램 참가자 규모가 불규칙함

〈표 3-13〉 한국스포츠교육희망나눔 사회적협동조합 프로그램 운영성과

(단위: 명)

구분	2016년	2017년	2018년
1. 프로그램 참가자	546	7540	1655
2. 서비스공급대상자	발달장애인, 전문(은퇴)선수, 저소득층청소년	발달장애인, 이탈위기청소년, 여학생, 전문(은퇴선수)	발달장애인, 저소득층청소년
- 발달장애농구교실	290	1,000	1,485
- 전문(은퇴)선수	56	50	50
- 이탈위기청소년		1,690	
- 취약계층 청소년	200		120
- 여학생		4,800	

- 2018년 기준 수입은 110,000천원, 지출은 81,000천원이었으며, 수입은 공모사업 지원비, 기부금, 회비 등이며, 지출은 공모사업 사업비, 자체사업 운영비, 사무실 운영비로 구성됨

〈표 3-14〉 한국스포츠교육희망나눔 사회적협동조합 운영수지

(단위: 천원)

수입	금액	지출	금액
공모사업 지원비	40,000	공모사업 사업비	44,600
기부금	20,000	자체사업 운영비	27,000
회비 등	50,000	사무실 운영비	10,000
합계	110,000	합계	81,000

- 자체 스포츠시설을 보유하지 않고 있는 프로그램 중심 사회적협동조합이기 때문에 외부 지원금 의존도가 높으며 이는 취약한 재정수입 구조의 원인이 됨

3) 한국 스포츠부문 사회적기업, (주)헬스디자인

■ 개요

- (주)헬스디자인은 2015년에 설립된 주식회사로서 정부 부처 및 지자체 연계형 스포츠서비스를 공급하고 있으며 고용노동부 부처형 예비 사회적기업으로 지정되었으며, 주식회사의 형태로 예비 사회적기업으로 지정되었음

- 2016년 울산광역시 남구와 울주군으로부터 맞춤형운동지도 서비스사업단으로 지정되었으며, 2017년 근로복지공단으로부터 산재관정 근로자 재활운동센터로 지정되었음
- 시설은 본사의 사무실과 강사교육실 및 회의실을 보유하고 있으며, 자체 체육시설을 보유하지 않고 있으며, 찾아가는 서비스 형태로 지자체의 복지회관, 민간기업의 체육시설, 교육원 및 연수원을 활용하여 스포츠 서비스를 공급하는 독특한 운영모델임
- 인력현황은 총 15명으로 정규직 5명과 비정규직 10명으로 구성되었음

■ 운영성과

- 지자체 및 체육단체 위탁 스포츠 서비스 프로그램으로 발달장애인 기능증진 운동 프로그램과 지역 보건소 대상 운동교실을 운영하고 있음



(a) 지자체 위탁: 발달장애인 기능증진 운동프로그램



(b) 지역 보건소: 지역주민 스포츠교실

[그림 3-10] (주)헬스디자인의 주요 활동

- 민간기업 스포츠 건강 서비스 공급
 - 울산지역의 지역적 특성에 맞춰 지역 기업에 찾아가서 스포츠 서비스를 공급하고 있으며, 산업체 근로자들의 건강 및 질환예방 관리 서비스 프로그램을 공급하고 있음



(a) 민간기업 노동조합 조합원(근로자) 대상
건강증진 프로그램

(b) 민간기업 근로자 대상 근골격계 질환
예방관리 운동 프로그램

[그림 3-11] ㈜헬스디자인의 민간기업 스포츠 건강서비스

- 지역 학교의 청소년 및 여학생 대상 바른자세 걷기교실 및 비만교실, 토요 스포츠교실을 운영하고 있음



(a) 지역 학교 자세교정 및 청소년 비만교실

(b) 대한체육회 위탁 여학생 바른자세 걷기 교실

[그림 3-12] ㈜헬스디자인의 기타 건강서비스

- 서비스 공급 대상이 산업체 근로자, 공무원, 교원, 시민, 장애인, 청소년, 노인, 학생에 이르기까지 다양한 계층을 대상으로 스포츠 건강관리 서비스를 공급하고 있음
 - 스포츠 건강관리 서비스 참여자 수는 2017년 11,280명(기업 11,080명, 학교/장애인 200명), 2018년 11,050명(기업 10,750명, 학교/장애인 300명)

〈표 3-15〉 ㈜헬스디자인의 서비스 공급 성과

구분	2017	2018
서비스공급대상자	산업체 근로자, 교원, 공무원, 시민, 장애인, 노인, 학생	공무원, 산업체 근로자, 교원, 장애인, 노인, 학생
기업	11,080명	10,750명
학교/장애인	200명	300명
합 계	11,280명	11,050명

4) 한국 스포츠부문 스포츠클럽, 오산스포츠클럽

■ 개요

- 오산스포츠클럽은 사회적기업 또는 협동조합과 같은 사회적경제조직으로서 인증받지는 않았지만 비영리법인으로서 수익을 배당하지 않는다는 점에서 사회적경제조직의 성격을 가지고 있음
- 오산스포츠클럽은 2014년 문화체육관광부로부터 종합형 스포츠클럽으로 선정 되었으며, 2016년부터 오산시의 공공체육시설을 위탁운영하고 있음

- 2019년 현재 오산시로부터 물향기문화체육센터, 오산체력인증센터, 맑음터공원 체육시설을 위탁운영하고 있으며, 12개 종목에서 44개 프로그램을 운영 중임
- 총 42명의 인력이 있으며, 정규직 12명, 비정규직 27명, 공익근무요원 3명이 종사 하고 있음
 - 공익근무요원 3명은 공공스포츠클럽에서 공익근무할 수 있는 공공시설로 지정을 받아 근무할 수 있도록 되었으며, 공익근무요원은 체육전공자로서 스포츠 프로그램 지도자로 공익근무를 하고 있기 때문에 공익근무로서 군복무를 해결하고 체육전공을 살리고 지도자 경험을 쌓을 수 있는 기회가 되며, 공공스포츠클럽으로서는 관련분야 전공자를 인력으로 활용할 수 있는 장점이 있음

■ 운영성과

- 체육시설 이용자 수는 2016년 1,172명에서 2017년 1,321명, 2018년 1,223명으로 증가하였음
- 오산스포츠클럽의 회원은 2016년 826명에서 2018년 993명으로 증가하였으며, 준회원은 같은 기간 346명에서 314명으로 감소하였음
- 2018년 기준 운영수입은 1,678,547천원이었으며, 지출은 1,572,360천원으로 운영 수지 흑자를 기록하였음

〈표 3-16〉 (주)2018년 오산스포츠클럽 운영수지

(단위: 천원)

구 분	수입	지출
오산시 지방보조금	130,000	128,814
맑음터공원 민간위탁	82,675	79,667
국민체력100 체력인증센터	159,900	153,952
G-스포츠클럽	162,000	133,927
선수저변확대	150,000	128,319
자체수익	993,972	947,681
합 계	1,678,547	1,572,360

- 2016년 기지자체 체육시설 위탁운영 전후 효과를 비교해 보면 2016년 3월 기준 위탁운영 전 프로그램 및 이용자 수는 전체 프로그램 41개, 전체이용자 413명에서 2018년 12월 기준 프로그램 45개, 전체이용자 695명으로 증가하였음
- 위탁운영 전후 운영수지 변화를 비교해 보면, 2016년 이전 연간 매출액이 255백만 원에서 위탁운영 후 2018년 연간 매출액이 355백만 원으로 증가함

제3절 관광과 사회적경제

1. 관광의 사회적 가치와 역할

가. 관광의 기본 개념 및 가치

1) 관광의 개념 및 가치

- 국제연합세계관광기구(UNWTO: United Nation World Tourism Organization)에서 관광자를 정의한 바에 따르면, 관광이란 즐거움, 위락, 휴가, 스포츠, 친구 및 친지, 방문, 업무, 회합, 회의, 건강, 연구, 종교 등을 목적으로 방문국을 최소한 24시간 이상 또는 1박 이상, 1년 이하 체류하는 행위를 의미함
- 관광은 관광객, 관광자원, 관광사업자, 지역주민, 지역사회, 지역환경 등 관광과 관련된 모든 구성요소 간의 관계 및 상호작용에서 발생하는 복합현상으로 정의할 수 있음(Goeldner, Ritchie & McIntosh, 2000)
- 이와 같이 관광은 매우 다양한 형태로 나타날 수 있음. 공급 측면에서 보면 어떠한 주체가 어떠한 방식으로 관광자원을 개발하느냐, 관광사업을 운영하느냐 등에 따라 지역의 경제, 사회, 환경, 문화 등에 긍정적인 영향을 미칠 수도 있고, 부정적인 결과를 야기할 수도 있음
- 수요 측면에서도 관광 소비가 지역에 얼마나 파급되느냐, 어느 부문에 집중되느냐 등에 따라 관광 환경을 변화시킬 수 있음

2) 관광개발의 개념 및 가치

- 개발이라는 용어가 사회·경제적·시대적 변화에 따라 다양한 의미로 사용됨. 시간이 지남에 따라 개발은 물리적 행위나 경제적 측면뿐 아니라 양적·질적 변화와 성장, 발전을 포함하는 개념으로 의미가 확대됨
- 개발이란 희망하는 방향으로의 변화를 위한 성장과 발전을 추구하는 의도적·계획적인 모든 활동 또는 과정을 의미함(이석호·최창규, 2015)
- 관광개발의 개념은 개발주체, 목적 등에 따라 다른 관점에서 정의할 수 있음
 - － 관광개발이란 관광객의 욕구를 충족시키기 위해 각종 관광 관련시설과 서비스를 공급 또는 강화시키는 것임(Pearce, 1989; 이석호·최창규, 2015 재인용)
 - － 관광개발이란 관광객과 지역사회 및 지역주민의 삶의 질을 향상시키는 일련의 과정을 의미함(Gartner, 1996; 이석호·최창규, 2015 재인용)
 - － 관광개발이란 관광자원을 관광자가 가능한 한 이용하기 용이하도록 함과 동시에 관광자들을 적극적으로 유치하며 또 한편으로는 교통시설, 숙박시설, 식음시설 등을 경영함

으로써 관광육구 충족을 통하여 관광자의 복지를 증진시키며, 나아가 그 지역의 발전도 도모하는 일력의 행위를 의미함(박석희, 2000; 이석호·최창규, 2015 재인용)

- 종합적으로 관광 개발은 관광 자원의 가치를 창출하고 증대하는 과정이며, 이를 통해 관광객의 수요를 충족시키고 지역주민의 삶의 질을 향상시키며 지역경제의 성장과 발전을 도모하기 위한 계획적인 활동으로 볼 수 있음

나. 관광의 경제적 가치

1) 관광산업의 개념 및 가치

- UNWTO는 관광산업을 숙박, 음식, 쇼핑, 운송, 문화, 스포츠, 레저, 지역 특화 산업 등 소비산업 전반에 걸쳐 있는 것으로 확대하여 인식하고 있음
- 또한 유엔 무역개발회의(UNCTD: United Nations Conference on Trade and Development)는 관광산업을 외래방문객 및 국내여행객들에 의해 주로 소비되는 재화와 서비스를 생산하는 산업적, 상업적 활동의 총체로 정의를 내리고 있음
- TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2019 WORLD 보고서에 따르면 세계 관광산업의 GDP 총기여 규모는 2018년 기준 8조 8천억 달러로 전체 GDP의 약 10.4%를 차지하며, 고용 기여 비중은 전체 고용의 약 10%(3억 19백만 명)정도를 차지함

다. 관광의 사회적 가치

1) 관광개발의 사회적 역할

■ 관광자원의 보호

- 아름다운 자연환경에 아무런 관광시설이나 기반시설이 갖추어지지 않은 상태에서 무분별하게 관광수요가 발생할 경우, 관광객의 각종 활동으로 인해 자연환경이 훼손될 수 있음
- 관광개발을 통해 체계적인 관광자원의 이용을 도모함으로써 관광자원을 보호할 수 있음

■ 주민의 삶의 질 향상

- 관광개발은 관광객의 관광 만족도 향상을 위해 교통시설, 공공시설, 편의시설, 사회·문화시설 등의 개발을 수반함. 관광개발 과정에서 조성한 시설은 주민들의 생활환경을 개선하고 삶의 질을 향상시킴

■ 관광객의 만족 증대

- 사회·경제적 환경과 개인 가치관의 변화에 따라 관광객의 수요가 다양하고 복잡해짐. 관광개발을 통해 관광객들에게 다양한 관광 공간과 프로그램을 제공함으로써 관광객의 수요를 충족시키려는 노력이 이루어짐

■ 지역경제 활성화

- 관광개발은 여러 부문의 개발과 관광객의 소비를 유발함. 관광 상품과 서비스의 거래를 통해 관광 및 관련 기업의 매출 증대, 고용 창출, 소득 및 세수 증대 등의 경제적 파급효과를 나타냄. 이로써 지역경제를 활성화함

■ 국토의 효율적 이용 및 균형 발전

- 관광개발을 통해 국토의 효율적 이용과 지역 균형 발전을 꾀함. 타 산업 기반이 없어 낙후한 지역의 경우, 관광개발을 균형 발전을 위한 수단으로 활용함

2) 주민공동체 주도 관광의 사회적 역할

■ 지역자원을 활용한 지역 고유의 콘텐츠 개발

- 지역전통과 문화유산 등 지역자원이 무분별하게 개발되지 않게 보존하고 관리하면서 문화적 가치 발굴과 이벤트 창출 등 지역 고유의 관광콘텐츠를 개발함

■ 지역(관광) 문제의 대응

- 사회가 복잡해지고 다원화됨에 따라 관광객의 수요는 빠르게 변화함. 지역에서는 지역 과소화, 공동화, 상권의 쇠퇴, 커뮤니티의 붕괴 등의 다양한 문제가 발생함. 이에 대해 지방자치단체나 관련한 중앙행정기관의 정책 추진만으로는 효과적으로 대응하기 어려움. 창의성과 전문성을 보유한 관광기업(조직)이 지역관광 문제에 유연하게 대응함으로써 문제를 해결할 수 있음

■ 지역 공동체 활성화

- 지역자원에 대한 주민의 관심과 이해를 증진시켜 주민 주도 활동을 촉진하거나, 새로운 주체 형성을 도모함으로써 지역공동체의 관계를 개선함. 이를 통해 지역 공동체 회복과 지역 활성화를 꾀함

■ 가치소비, 공정관광에 대한 사회적 인식 확대

- 지역주민이 주도하고 지역 고유의 자원을 활용한 관광 상품과 서비스를 개발하여 관광객과 지역주민의 지속적인 관계를 형성함. 지역의 특성을 이해하고 배려, 공유하려는 대안적 가치를 추구하는 사회 분위기 형성에 기여함

■ 지역관광의 지속가능성 제고

- 관광개발로 인한 이익이 특정인에게 집중되는 형태나 무리한 관광자원화로 인한 난개발 등 지역관광의 지속가능성을 저해하는 움직임에 대해 대응함. 지역사회 구성원의 공익을 추구하는 입장에서 지역관광이 추진될 수 있도록 하며 이로써 지속가능한 지역관광 활성화를 가능케 함

2. 관광분야 사회적경제 정책 흐름

- 사회적경제 정책으로서 추진한 것은 아니지만, 생태관광과 공정관광, 주민공동체 기반 관광이 사회적 가치와 역할 관점에서 일부 공통성을 갖고 있음
- 생태관광은 “환경을 보전하고 지역주민의 복지를 증진시키는 자연지역으로의 책임 있는 여행”으로 정의함(Epler Wood, 2000; 김성진, 2002 재인용)
- 문화체육관광부는 생태관광 육성사업을 2000년부터 추진함. 갯벌, 철새도래지, 습지, 동굴 등 자연 그대로의 모습을 감상하고 체험하고자 하는 국민들의 생태관광수요에 부응하기 위해 지방자치단체의 생태관광 개발사업을 지원함
- 공정관광은 공정무역의 개념을 관광분야에 적용한 것으로, 대량관광에 대한 비판과 고유한 관광경험을 추구하는 욕구가 결합된 개념임. 지역의 문화와 경제 발전에 도움이 되면서 환경도 보호할 수 있는 방식의 관광 행태를 의미함. 즉, 관광객이 책임의식을 가지고 윤리적인 관광소비와 공정한 관광거래를 통해 공정한 분배를 실현한다는 의미임(한국관광공사, 2011)
- 덤핑관광 제재 조치 등 공정한 관광거래 환경 조성을 위한 정책을 추진한 바 있으나, 사회적경제 생태계 구축을 목적으로 한 공정관광 정책은 추진된 바 없음
- 본 연구에서는 주민공동체 기반 관광 활성화를 촉진하는 문화체육관광부 ‘관광두레사업’과 2019년 고용노동부 사회적기업 관광 특성화 사업을 살펴봄

가. 관광두레사업(2013년~현재)

1) 사업 개요

■ 사업배경

- 관 주도, 하드웨어 조성 위주의 관광 정책에서 벗어나 주민 주도, 콘텐츠 운영 중심의 정책 패러다임 전환을 추구함
- 사회적 가치를 실현하고 경제적 이익을 도모하는 주민사업체를 창업 및 경영 개선함으로써 지역 내 관광의 혜택을 파급하고 지속가능한 관광을 유도함

■ 사업목적

- 지역주민 공동체가 주도하여 지역을 방문하는 관광객을 대상으로 숙박, 식음, 여행알선, 체험, 기념품 등의 관광사업을 경영하는 관광사업체를 성공 창업하고 자립 발전하도록 지원함
- 관광두레 주민공동체 간 네트워크를 형성함으로써 공동체 의식을 함양하고 지역관광을 활성화 하는데 주요 목적이 있음

■ 사업추진체계

- 문화체육관광부가 기본계획 수립과 예산을 담당하고, 한국문화관광연구원 관광두레사업단이 사업을 총괄 운영함. 한국관광공사 일자리기획팀에서 관광두레사업을 통해 창업한 주민사업체의 홍보·마케팅 역량 강화와 홍보를 담당함
- 관광두레사업 대상지역인 기초지방자치단체에서는 관광두레프로듀서(PD)가 사업책임자로서, 그리고 행정과 주민을 연결하는 중간지원자로서 역할함. 주민공동체 발굴부터 창업 및 안정성장 단계에 이르기까지 맞춤형 역량 강화를 위한 지원을 연계함

■ 사업내용

- 관광두레PD 선발 및 역량 강화
- 주민공동체 발굴, 사회적 미션 달성과 수익성을 갖춘 관광사업계획 수립
- 주민공동체별 단계별·맞춤형 역량 강화(교육, 멘토링, 선진지견학 등)
- 창업 및 경영개선 시범사업 추진
- 홍보·마케팅, 네트워크 강화
- 성과 평가 및 관리

2) 사업 현황 및 주요 성과

■ 주민공동체 발굴 및 관광사업체 성장

- 2013년 8월부터 2019년 1월까지 374개의 주민공동체를 발굴하였으며, 이 가운데 72개가 창업 및 안정성장 단계로 발전함

■ 주민공동체 인식 변화 및 공동체 활성화

- 2017년(상반기, 210명)과 2018년(상반기, 201명), 관광두레사업에 참여 중인 주민(주민사업체별 2명)들을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 관광두레사업 참여를 통해 공동체의식 향상, 협력 강화, 자발성과 주민의식 향상 등이 나타났다고 응답함
 - 공동체 의식 향상: 2017년 78.7점 → 2018년 80.4점
 - 공동의 목표 달성을 위한 협력 강화: 2017년 80.9점 → 2018년 82.8점
 - 자발성과 주민의식 향상: 2017년 80.3점 → 2018년 81.8점

■ 지역 일자리 창출과 매출을 통한 지역경제 활성화

- 관광두레사업을 통해 창업 또는 경영개선 과정에 있는 주민사업체는 2019년 1월말 기준 795명을 고용함

- 관광두레 주민사업체의 2018년 총 매출액은 약 130억 원 규모임. 관광두레 주민사업체는 주민 스스로 사업체를 경영하며 지역자원을 활용한 상품과 서비스를 제공하기 때문에, 매출액의 상당 부분이 지역 내 순환함

■ 사회적 미션과 경제적 이익 실현

- 지역 내 고령자, 결혼이주여성 등 취약계층의 일자리 창출뿐 아니라 황폐화되어 가는 다랭이논의 문제 해결 등 사회적 미션을 달성하는 주민사업체를 육성함
- 지역 고유의 자원을 활용하고, 관광수요에 맞는 상품 개발과 혁신을 통해 경제적 이익을 실현함으로써 주민사업체의 지속가능성을 확보함

나. 고용노동부 사회적기업가 육성사업(2019년 관광특화 부문 운영)

1) 사업 개요

■ 사업목적

- 사회적 목적 실현과 창업의 전 과정을 지원하여 사회 문제를 창의적인 방법으로 해결해 나가는 사회적기업가를 발굴하고 육성함

■ 지원대상

- 예비창업자, 창업 후 2년 미만 기업, 재도전 창업자
- 관광특화의 경우 여행업, 숙박, 액티비티, 플랫폼 등 관광비즈니스 전 분야 업종을 대상으로 함

■ 지원내용

- (창업 자금) 최소 1,000만 원~최대 5,000만 원까지 차등 지원함
 - 평균 3,000만 원 내외의 창업자금을 지원함
- (창업 공간) 창업활동에 필요한 사무공간 및 기본 사무집기를 제공함
- (멘토링) 상시 상담을 제공하는 담임 멘토링과 경영 등 분야별 전문가의 전문 멘토링을 제공함
- (창업 교육) 사회적기업가 정신 및 창업과정에 필요한 교육을 제공함
- (사후 관리) 지역사회 및 민간자원 연계, 교육, 컨설팅 등 후속 지원 프로그램을 제공함

2) 사업 현황

- 고용노동부 사회적기업가 육성사업 가운데 관광특화 부문의 운영은 2019년 처음 시도함. 관광특화 부문은 사회적기업인 트러블러스맵에서 주관함

3. 국내외 사례

가. 국외 사례

1) 영국 공동체 이익회사, Onion Collective CIC

■ 사례 개요

- 영국 남서부 서머셋(somerset)주에 위치한 와체트(watchet)의 상업적 마리나 부두 개발사업의 실패를 계기로, 지역사회 공동의 이익을 추구하기 위해 2013년 설립한 공동체회사임
- 관광을 비롯하여 지역개발, 공동체 활동 등의 다양한 프로젝트의 계획 수립, 컨설팅 등을 수행함

〈표 3-17〉 영국 공동체 이익회사, Onion Collective CIC 개요

구 분	내 용
조직명	Onion Collective CIC
활동지역	영국 남서부 서머셋주에 위치한 와체트 지역
법적형태	공동체 이익 회사(CIC: Community Interest Company)
설립년도	2013년
설립배경	지역의 마리나 부두 개발사업이 공동체 이익이 배제된 채 상업적 개발로 실패하자, 지역사회 스스로 지역의 미래와 발전을 도모하고자 조직 설립
주요 활동	관광, 지역개발, 공동체 활동, 계획수립, 컨설팅 등

자료: <https://www.onioncollective.co.uk>를 바탕으로 재정리.

■ 설립 배경

- 영국 남서부 서머셋주에 위치한 와체트 지역의 마리나 부두 개발사업이 공동체 이익이 배제된 채 상업적 개발로 실패하자, 이를 계기로 Onion Collective CIC를 2013년 설립함
- 지역사회에 도움이 되지 않는 상업적 개발을 그냥 두고 보지 않고, 지역의 자원과 기술을 최대한 모아 지역사회가 어떠한 발전을 이룰지 지역사회 스스로 결정하고자 조직을 설립함
 - ‘와체트의 보다 강한 미래를 위해 무엇이 필요한가’를 주제로 2개월의 시간 동안 지역주민과 전문가 등이 함께 모여 논의함

■ 주요 활동

- 와체트 방문자센터와 보트 박물관 운영
 - 공동체 사업의 일환으로 기존 보트 박물관을 개조하여 와체트 방문자센터를 조성하고, 보트 박물관을 성공적으로 리뉴얼해 2016년 7월에 오픈함
 - 건물과 토지는 구 의회에서 지역사회 자산으로 이전되었고, 지역사회영향완화기금(Community Impact Mitigation Fund)와 신탁기금재단(Trusthouse Charitable Foundation)에서 자금을 지원함

- 방문자센터에서 관광서비스와 다양한 이벤트, 활동을 운영함
- 와체트 관광 딜리버리(Watchet Tourism Delivery)
 - 방문자센터를 기반으로 지역관광 프로그램을 제공함. 여기에는 20개가 넘는 지역 단체, 기업, 지역 협의체인 Watchet's Coastal Community Team을 비롯하여 지역 내 여러 파트너와 긴밀히 협력하는 것을 포함함
 - 명확한 관광 전략, 방문자 정보, 문헌, 출판물 등을 전달함
 - 이상의 업무는 와체트 관광객 유치와 투자를 목적으로 와체트 경제 계획(Watchet Economic Plan)에 따라 추진함
- 와체트 이스트 키(East Quay, Watchet) 개발 계획 수립
 - 서머셋 서부 의회(West Somerset Council)로부터 마리나 부두에 대한 개발계획 권한을 부여받아 워크샵과 스튜디오, 갤러리, 레스토랑, 취사 가능한 숙박 시설 등을 구상함. 지역문화 공간으로서의 와체트 이스트 키 개발에 대한 콘셉트와 디자인을 수립함



와체트 방문자 센터



Onion Collective의 커뮤니티 프로젝트

자료: Onion Collective CIC 홈페이지(<https://www.onioncollective.co.uk/>, 검색일: 2019.05.20.)

[그림 3-13] 영국 Onion Collective CIC의 주요 활동

■ 재정 지원

- Big Lottery's Awards For All의 지원으로 지역 내 유휴 공간을 누구나 사용할 수 있는 공공 공간으로 변형함
- 영국 내에서도 조직의 활동을 인정받아, 커뮤니티 비즈니스 활동을 지원하는 공익신탁 Power To Change의 기금을 받음

■ 운영 성과

- 공공자산의 지역사회 이전
 - 와체트 방문자센터와 보트 박물관은 Onion Collective의 첫 공동체 주도 사업임. 이를 거점으로 지역 관광 서비스를 제공하고 있으며, 조직 활동의 기반이 됨

- 사회적경제 조직의 초기 활동 기반을 위해 거점 공간을 지원할 필요가 있음
- 조직 간의 연대, 협력
 - Onion Collective는 지역 협의체의 일원으로 참여하며 방문객 및 투자 유치를 위해 관광 전략을 수립하는 등 다양한 지역 연계 협력 프로젝트에 참여함
 - 지역의 관광 경제 및 산업은 특정 조직의 활동만으로 변화 혹은 발전을 꾀하기 어려움. 조직 간의 연대, 협력이 원활한 구조를 만들 필요가 있음
- 지역 공동체 이익 공유에 기반 한 지역 관광 개발 계획 수립
 - Onion Collective는 시 의회로부터 개발 계획 권한을 부여받아 지역 주민과 수개월 간의 협의를 거쳐 마리나 부두에 대한 관광 개발 계획을 수립함. 계획 수립 시, 지역의 공동체 이익 공유를 최우선으로 고려함
 - 지역 관광 개발 계획 수립 시, 지역사회와의 협의를 도출하고 지역 공동의 이익이 담보되어야 지속가능한 관광 발전이 가능함
 - 지역에 대한 계획 수립과 결정을 행정 내에서만 하는 것이 아니라 직접적인 당사자인 지역 내 다양한 주체들이 의견을 제시하고, 심의·결정할 수 있는 구조를 갖추어야 함. 사회적경제 조직이 이러한 역할을 수행할 수 있도록 할 필요가 있음

2) 일본 NPO 법인, 세키젠 니기와의 야시키

■ 사례 개요

- 상점가의 도로 확장과 경제 환경 변화에 따라 메이지시대에 건립한 지역의 전통적 상가 건물인 ‘세키젠 주점’이 사라질 위기에 처하자, 건물을 보존하여 후세대에게 전달하기로 지역주민이 뜻을 모아 NPO 법인을 설립함

〈표 3-18〉 일본 NPO 법인, 세키젠 니기와의 야시키

구 분	내 용
조직명	NPO법인 세키젠 니기와의 야시키
활동지역	일본 아키타현 카즈노시
법적형태	NPO법인
설립년도	2002년
설립배경	메이지시대의 전통적 상가 건물인 ‘세키젠 주점’ 보존을 목적으로 지역주민들이 모여 NPO법인을 설립
주요 활동	관광객 안내, 예술문화 이벤트의 개최, 아침 시장의 관리 및 운영

자료: 박주영(2015).

■ 설립 배경

- 아키타현을 대표하는 메이지시대의 전통적 상가 건물인 ‘세키젠 주점’이 상점가의 도로 확장과 경제적인 상황으로 사라질 위기에 처하자, 지역주민들은 세키젠 주점 건물을 보존하여 후세에게 전달하기로 뜻을 모아 NPO 법인을 2002년 설립함
 - 아키타현 카즈노시 하나와(秋田県鹿角市花輪) 지역은 카즈노시의 중심시가지에 위치하며, 작은 상가 건물들이 모여 있는 전통적인 마을 경관을 보유
 - 1983년부터 시작된 도시계획도로 확장 공사로 전통 경관이 사라지는 한편 인구감소·고령화로 인해 지역이 쇠퇴하기 시작
 - 이러한 환경 변화 아래, 「세키젠」은 건물 보존을 위하여 7,000명의 서명을 모아 카즈노시에 ‘세키젠 주점’의 보존과 활용을 요구

■ 주요 사업 내용

- 전통적인 상가 건물 보존 및 활용을 통한 지역 활성화
 - 지역에 위치한 메이지시대의 전통적인 상가 건물 2채를 보존하고 활용함으로써 지역을 활성화하는 활동을 수행
 - 초기에는 건물 보존 운동으로 시작하였으나, 건물의 보존에 그치지 않고 건물을 활용해 관광객을 유치함으로써 지역 활성화를 꾀함
- 주민 및 관광객을 위한 문화·예술 프로그램의 진행
 - 전통 건물의 지속 보존과 건물을 이용한 문화·예술 사업을 수행함
- 카즈노시 아침 시장 지정관리 업무 위탁
 - 2009년 카즈노시로부터 아침 시장의 지정관리자 업무를 위탁받아 시장과 출점자의 관리 및 아침 시장 운영, 시장 신문을 발간하고 있음

■ 재정 지원

- 도로 확장공사로부터 상점 건물을 지키고자 대출금과 지역주민 등의 기부금으로 이전 공사를 실시함. 당초 시의 지원을 요청하였으나 이루어지지 않음. 이후 상점 건물의 지속적인 보존 활동과 건물을 활용한 문화·예술 사업 추진 덕분에 2006년 국가의 유형 문화재로 등록됨
- 2010년 정부의 ‘시가지재생 NPO 등 지원 보조금’ 사업에 응모하여 사업비를 지원받음
- 2010년부터 문화청의 문화재예술진흥보조금사업에 채택되어 멸종 위기인 자초의 재배, 자초를 이용한 염색을 위한 연구를 진행

■ 운영 성과

○ 전통 건축물의 보전과 현명한 이용

- 도로 확장 공사로 인해 사라질 위기에 처한 지역 고유의 전통 건축물을 보존하고자 지역주민이 모여 운동을 펼침. 이를 통해 해당 건축물이 국가 유형문화재로 등록되었으며, 지역의 새로운 관광자원으로 활용됨
- 지역자원에 대한 가치 인식을 토대로 지역사회 발전을 위한 방안을 모색할 수 있도록 지역 내 다양한 이슈 생산 환경을 조성할 필요가 있음. 관련 교육과 정보 제공 등을 고려할 수 있음 → 지역자원 조사, 지역사회 역량 강화

○ 공공시설에 대한 운영·관리 위탁

- 세키젠은 일본의 지정관리자 제도를 통하여 아침 시장의 위탁 운영을 맡음. 일반적으로 공공시설에 대한 지정관리자 제도는 운영관리의 예산 절감과 민간에 의한 이용자 서비스 향상을 도모하기 위해 추진함
- 특히 일본은 지역문화관광시설 운영 주체로 NPO법인과 주민조직 등이 활발히 활동하는데 주목할 필요가 있음
- 사회적경제조직의 안정적인 운영을 위해서는 공공시설 위탁 운영 등과 같은 안정적인 재원 구조 마련이 필요함

나. 국내 사례

1) 여수 영농조합법인버들인

■ 사례 개요

- 한 때 번성했던 마을을 되살리고자 주민들이 힘을 모아 2015년 영농조합법인을 설립하고, 여수시가 폐교를 매입해 리모델링한 ‘금오도 야영장’을 위탁 운영함

〈표 3-19〉 한국 영농조합법인 버들인

구 분	내 용
조직명	영농조합법인 버들인
활동지역	한국 전라남도 여수시 금오도
법적형태	영농조합법인
설립년도	2015년
설립배경	‘우리 마을은 우리가 살린다’는 의지로 마을 주민들이 힘을 모아 법인을 설립하고, 여수시가 폐교를 매입해 야영장으로 리모델링한 시설을 위탁 운영
주요 활동	금오도 캠핑장 관리 및 운영, 해양레저 및 농어촌 체험 프로그램 운영

자료: 문화체육관광부·한국문화관광연구원(2018), 「주민이 만든 진짜여행 두 번째 이야기」 여수 관광두레 스토리브로셔 바탕으로 재정리.

■ 설립배경

- 여수시 금오도는 해안가의 절벽을 따라 만들어진 18.5km의 벵랑길로 유명한 섬임. 여수 사투리로 ‘비렁길’이라 불리며 깎아지른 절벽 너머에 다도해가 펼쳐져 관광객이 많이 찾음
- 대유·소유마을은 한때 금오도에서 가장 번성한 마을이었음. 하지만 금오도에서 유명한 비렁길 코스에 포함되지 않아 관광버스가 마을을 지나쳐 가는 것을 보기만 하게 됨
- 2015년, ‘우리 마을은 우리가 살린다’는 생각으로 대유·소유마을 주민들이 힘을 모아 영농조합 법인을 설립함
 - － 여수시가 2000년에 문을 닫은 폐교를 매입해 야영장으로 리모델링(2014년7월 착공, 2015년 2월 완공)하자, 이를 마을공동체 사업으로 위탁운영 하고자 법인을 설립함

■ 주요 사업 내용

- 캠핑장 운영
 - － 다양한 사이즈(3×5, 5×7, 4×4)의 나무데크와 오토캠핑 등 열세 개 사이트에서 캠핑, 오토캠핑, 글램핑 등을 운영함
 - － 폐교를 리모델링한 시설로서 교실에 온돌을 깔고 침대를 넣어 게스트하우스 형태의 숙박시설(여섯 개 룸)을 운영함
 - － 옥상매점, 지역특산물 판매장 등 부대시설을 운영함
- 해양레저체험, 농어촌체험 프로그램 운영
 - － 카약, 스노클링, 바다낚시, 호핑투어 등 해양레저체험을 운영함
 - － 방풍나물 채취, 통발, 이강망(썰물 때 설치해 밀물 때 들어온 고기를 가둬두는 그물) 등 농어촌체험 프로그램을 운영함

■ 재정 및 관련 지원

- 여수시가 2000년 문을 닫은 여남초등학교 유포분교를 매입(3억 원)하였고, 국비와 시비 7억 원을 투입하여 야영장으로 리모델링함
- 섬에 조성한 야영장을 주민 스스로 운영하고자, 관련 역량을 키우고 영농조합법인을 설립하는 과정은 관광두레PD와 관광두레사업의 지원을 토대로 함
 - － 법무 멘토링, 캠핑장 운영 전문가 현장 컨설팅, 선진지 견학 등
- 2015년 5월, 금오도 야영장 운영 조례를 제정하고 같은 해 9월 위수탁 계약을 체결함
 - － 관광두레PD를 중심으로 마을주민, 지자체 관계자, 전문가 등의 협의를 거쳐 조례를 마련
 - － 조례 조문 중 수탁자 선정에 지역제한 공모 등을 규정

■ 운영 성과

- 지역 유희시설인 폐교 활용
 - 여수시는 지역 유희시설인 폐교를 야영장으로 리모델링하여 지역 관광객의 숙박 거점으로 활용하게 함
- 조례 제정을 통해 마을공동체의 시설 위수탁 기반 마련
 - 2015년 5월, ‘금오도 야영장 관리 및 운영 조례’를 제정함
 - 조례 제10조에 관리운영의 위탁, 제11조에 수탁자 선정을 규정함. 수탁자 선정은 공개모집을 원칙으로 하되, 야영장 운영의 특수성 및 효율성, 지역경제 활성화를 위해 지역제한 등 모집조건을 제한할 수 있도록 규정함
- 마을공동체 주체를 시설 운영주체로 육성
 - 관광두레사업을 통해 캠핑장 및 체험프로그램 운영, 법인 설립 등을 위한 역량 강화 지원을 받아 시설 운영주체로서 성장함



영농조합버들인 구성원



금오도 야영장 전경

자료: 문화체육관광부, 한국문화관광연구원(2017), 「관광두레, 주민이 만든 진짜여행 두 번째 이야기」 여수 스토리브로서.

[그림 3-14] 여수 영농조합법인버들인의 주요 활동

2) 여수 수-레인보우협동조합

■ 사례 개요

- 여수 지역 다문화여성들이 지역사회의 일원으로 자리 잡을 수 있도록 경제적 자립을 돕는 데 뜻을 함께 한 여수시민들이 협동조합을 구성함. 관광두레사업 지원을 통해 ‘여수1923’이라는 여행자식당을 열고, 다문화여성들에게 안정적 일자리를 제공함

〈표 3-20〉 한국 수-레인보우협동조합

구 분	내 용
조직명	수-레인보우협동조합
활동지역	한국 전라남도 여주시
법적형태	협동조합

구 분	내 용
설립년도	2015년
설립배경	여수 지역 다문화여성들의 경제적 자립을 돕는 데 뜻을 함께 한 여수시민들이 모여 비영리단체를 구성해 다문화레스토랑을 운영하다가 지원에 의존한 비영리사업의 한계에 직면. 관광두레사업을 통해 협동조합을 설립하고 여행자식당을 창업
주요 활동	여행자식당 '여수 1923' 운영

자료: 문화체육관광부, 한국문화관광연구원(2016), 「관광두레, 주민이 만든 진짜여행」 여수 관광두레 수-레인보우협동조합 스토리브로서 바탕으로 재정리.

■ 설립 배경

- 2008년 여수 지역 다문화가족 지원 봉사자 모임으로 '수-레인보우'가 구성되었고, 2010년 다문화 이주여성들과 함께 다문화 레스토랑 '리틀아시아'를 오픈함. 2011년 '리틀아시아'를 확장 이전하고, 2013년 사단법인 가건모 여수지부 수-레인보우 사업단과 '리틀아시아'사업자를 등록함. 하지만 지원에만 의존한 비영리사업의 한계, 기존 매장 계약 만료 등으로 2014년 '리틀아시아' 폐점
- 관광두레사업을 계기로, 뒤에서 다문화 이주여성을 지원만 하던 봉사자들이 전면에 나서 협동조합을 설립하고, 지속가능한 수익사업을 고민함. 지속가능한 수익사업이 되어야 다문화여성들에게 안정적 일자리를 제공할 수 있다는 점에 공감함

■ 주요 사업 내용

- 여수 한상차림 여행자식당 '여수 1923' 운영
 - 여수항이 개항하던 1923년의 여수를 상징하고, 여수 시민들이 근대화 시절부터 즐겨먹던 돼지고기 간장조림, 해물돌솥밥, 간장게장 등 메인 요리와 갯김치, 서대회 무침, 봄동, 마른새우와 멸치 등 여수에서 나는 재료를 활용한 메뉴를 개발해 판매함
 - 여수를 찾는 1인 여행자가 증가하고 있는 추세인데 비해, 대부분의 식당이 2인 이상 주문 가능한 데 착안하여 1인 정식메뉴를 개발·판매함
- 쿠킹클래스 '여수부엌' 운영
 - 여수의 맛을 직접 요리로 체험해 볼 수 있는 쿠킹클래스 운영
- 여수 원도심 여행자거리 활성화
 - 공화동 게스트하우스, 카페, 주민 등과 함께 여행자거리 활성화를 위한 프로그램과 행사 기획 및 참여
 - '여수 1923'에서 일하던 다문화여성들이 협동조합을 구성해, '여수 1923' 바로 옆 점포를 임대해 맞닿은 찻집을 오픈함. 여수 원도심과 관광지를 연결하는 거점 역할 수행

■ 재정 및 관련 지원

- 관광두레사업 지원
 - 2014년 관광두레 주민사업체로 선정되어 관광두레PD의 밀착 지원과 함께 법무 멘토링,

메뉴 개발 멘토링, 공간 디자인 멘토링, 브랜드 멘토링 등을 지원받음. 이를 통해 협동조합을 설립하고 2015년 11월 ‘여수 1923’ 식당을 개업함

- 개업 이후에도 신 메뉴 개발, 홍보·마케팅 등을 지원받음

○ 사회적기업 지원

- 시설 및 운영자금 2천만 원(2018년11월 한국수출입은행 후원금) 지원
- 전문인력 지원 등

■ 운영 성과

○ 사회적 가치를 실현하며 소비자 수요에 부합한 사업 운영으로 원도심 거리 활성화 및 관광지와의 연결 거점 역할 수행

- 다문화여성의 경제적 자립을 통해 사회 구성원으로서의 안정적 삶을 지원하기 위한 비영리단체 활동에서 협동조합 설립 이후 차별화된 사업 계획 수립과 운영을 통해 여수를 대표하는 여행자 식당으로 성장
- 많은 관광객들이 여수 1923을 방문하며, 자연스레 원도심 거리 활성화에 기여함. 또한 원도심 거리의 주민들과 게스트하우스, 카페 등의 상인들과 함께 거리 활성화 행사 등을 기획함

○ 다문화여성들이 사업 경영 주체로 성장

- ‘여수 1923’에 근무하던 다문화여성들이 협동조합을 구성해 찻집을 오픈함에 따라 피고용자에서 실제 경영 주체로 성장



수-레인보우협동조합 구성원



여수 1923 메뉴

자료: 문화체육관광부, 한국문화관광연구원(2016), 「관광두레, 주민이 만든 진짜여행」 여수 관광두레 수-레인보우협동조합 스토리브로셔.

[그림 3-15] 여수 수-레인보우협동조합의 주요 활동

제4장



문화체육관광분야 사회적경제조직 현황

제1절 현황 분석 개요

1. 일반현황

- 본 연구에 포함된 인증 사회적기업, 예비 사회적기업, 협동조합, 자활기업, 마을기업별 설립 현황은 다음과 같음

〈표 4-1〉 주요 사회적경제 조직 현황

구 분	인증 사회적기업 (2018)	예비사회적기업 (2018.12.)	협동조합 2018.12.)	자활기업 (2018.12.)	마을기업 (2018.03.)	합계
전체	2,123	1,566	14,550	1,214	1,514	20,967
문화체육 관광분야	293 (13.8%)	344 (22.0%)	1,312 (9.0%)	15 (1.2%)	269 (17.8%)	2,233 (10.7%)

자료: 한국사회적기업진흥원(내부자료 포함), 협동조합, 중앙자활센터, 행정안전부 홈페이지.

* 합계는 각 사회적경제조직의 수를 단순 합산한 숫자임(조직간 중복이 있으나, 고려하지 않음)

- 인증 사회적기업 2,213개 중 문화체육관광분야는 293개로 13.8%의 비율을 차지하고 있고, 예비 사회적기업 1,566개 중 문화체육관광분야는 344개로 22.0%의 비율을 차지함
- 협동조합은 전체 14,550개 중 문화체육관광분야는 1,312개로 9.0%의 비중을 보임
- 자활기업은 전체 1,214개 중 문화체육관광분야는 15개로 1.2%의 비율을 보여 타 사회적경제조직 보다 문화체육관광분야의 기업수와 비율이 현저하게 적음
 - 자활기업은 환경 분야 26.4%, 집수리 분야 17.1%, 돌봄 분야 8.9% 순으로 나타남
- 마을기업은 전체 1,514개 중 문화체육관광분야는 269개로 17.8%의 비중을 보여 자활기업과 협동조합 보다는 높은 비율을, 인증 사회적기업과 예비 사회적기업과는 비슷한 수준의 비율을 보여줌

2. 현황 분석 내용 및 범위

- 본 연구에서 문화체육관광분야 사회적경제조직의 현황을 분석하기 위하여 인증 사회적기업, 협동조합, 자활기업, 마을기업 등을 주요 분석 대상으로 삼았음

가. 사회적기업

1) 인증 사회적기업

- 인증 사회적기업은 매 회계연도 4월 말 및 10월 말 직전 연도의 성과 및 회계 결산자료를 사회적기업 육성법(제17조)에 근거하여 사업보고서를 제출하도록 되어 있음
- 이와 같은 사업보고서를 분석한 한국사회적기업진흥원의 내부 자료를 토대로 분석하였으며, 본 연구에서는 2015~2017년까지 3년간의 인증 사회적기업 사업보고서 자료를 중심으로 살펴보았음
- 구체적인 분석 내용은 다음과 같음

〈표 4-2〉 문화체육관광분야 사회적기업 현황 분석 내용

구 분	주요 내용
일반 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적기업 범위와 수 • 지원금 및 기타영업외 수익
사회적 성과	<ul style="list-style-type: none"> • 근로자 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 전체 유급근로자 및 취약계층 유급근로자 수 - 전체 유급근로자 및 취약계층 유급근로자 임금 및 근로시간 • 사회서비스 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 사회서비스 제공기업과 수혜인원 • 사회적목적 재투자 현황 <ul style="list-style-type: none"> - 사회적목적 재투자 기업 및 금액
경제적 성과	<ul style="list-style-type: none"> • 매출액 <ul style="list-style-type: none"> - 공공시장 매출액 - 민간시장 매출액 • 영업이익 및 당기순이익

자료: 한국사회적기업진흥원 내부자료(2017년 12월말 기준).

* 현황 분석은 연도별, 인증유형별, 조직형태별, 지역별 등으로 진행함

- 인증 사회적기업의 현황 자료는 문화, 체육, 관광 분야 전체의 데이터를 기준으로 분석하고 있으며, 자료의 한계성으로 인해 분야별 비교 분석은 포함되지 않았음

2) 예비 사회적기업

- 예비 사회적기업 역시 사업보고서를 제출하도록 되어 있으나 사후관리가 전국의 17개 광역자치 단체와 중앙부처로 나누어져 있어 데이터의 관리와 분석의 수준이 관리주체 별로 차이가 있어 유의미한 분석 결과를 얻어 내기에 어려움이 있음
- 따라서, 경제적, 사회적성과를 제외하고 주요 분석 결과에서 지정 현황만 제시함

나. 협동조합

- 협동조합은 2018년 8월 기준 데이터를 활용하였으며, 협동조합 홈페이지에서 제공하는 경영공시 자료와 한국사회적기업진흥원 내부자료를 토대로 분석하였음
- 협동조합은 운영사항의 공개가 법적으로 의무화 되어 일정 규모 이상의 일반협동조합 및 일반 협동조합연합회와 모든 사회적협동조합 및 사회적협동조합연합회의 주요 경영정보를 공개하게 되어 있음
- 경영공시 대상 및 항목은 다음과 같으며, 사회적협동조합의 경우는 경영공시가 의무사항이나 실제로 2018년 8월 자료는 전체 1,047개 중 435개(41.5%)만이 경영공시 자료를 제공하고 있음

〈표 4-3〉 경영공시 대상 및 항목

구 분	경영공시 대상
일반협동조합 일반협동조합연합회	<ul style="list-style-type: none"> • 조합원 수가 200인 이상 • 직전 사업 연도의 결산보고서에 적힌 납입 출자금 총액이 30억원 이상
사회적협동조합 사회적협동조합연합회	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 사회적협동조합 및 사회적협동조합연합회

자료: 기획재정부 협동조합 홈페이지(www.coop.go.kr, 검색일: 2019.05.27.).

* 경영공시자료는 총회의 의결을 거쳐 기획재정부 협동조합 홈페이지에 게재

- 위에서 제시한 수집가능 범위내의 자료를 중심으로 분석을 진행함

〈표 4-4〉 문화체육관광분야 협동조합 현황 분석 내용

구 분	주요 내용
일반 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 협동조합 범위와 수 <ul style="list-style-type: none"> – 일반협동조합, 사회적협동조합
경영공시 분석	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적협동조합 재정성과 <ul style="list-style-type: none"> – 매출액, 영업이익 • 사회적협동조합 근로자 현황 <ul style="list-style-type: none"> – 전체 유급근로자, 취약계층 유급근로자 수

자료: 기획재정부 협동조합 홈페이지(www.coop.go.kr, 검색일: 2019.05.10.), 공공데이터 포털 홈페이지(www.data.go.kr, 검색일: 2019.04.30.), 사회적기업진흥원 내부자료.

다. 마을기업

- 마을기업은 행정안전부 홈페이지내 정책자료실에서 마을기업의 일반현황에 대해 자료를 공개하고 있으나, 정기적인 공시자료는 아니며 고용인원이나 매출에 대한 정보는 없음
- 본 연구에서는 행정안전부 홈페이지에 게재된 2015년, 2016년, 2018년 3년간의 자료를 중심으로 분석하고자 하였으며, 법인형태와 같은 일부 정보는 2016년 자료에만 있어 정확한 비교는 어려움

〈표 4-5〉 문화체육관광분야 마을기업 현황 분석 내용

구 분	주요 내용
일반 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 마을기업 범위와 수 <ul style="list-style-type: none"> - 연도별, 업종별, 법인형태별, 지역별 등

자료: 행정안전부 홈페이지(<https://www.mois.go.kr/frt/sub/a06/b06/village/screen.do>, 검색일: 2019.05.01.).

라. 자활기업

- 자활기업은 보건복지부 중앙자활센터 홈페이지 자료실에서 '자활기업 리스트'에 대해 자료를 공개하고 있으나 정기적인 공시자료는 아니며, 기업명, 주소지, 수행기관, 업종, 사업자 구분, 연락처 등만 포함하고 있음(고용인원이나 매출에 대한 정보 없음)
- 보건복지부에서 매년 발행하는 「보건복지백서」의 '자활지원 프로그램' 중 '자활기업'의 성과에서의 자료를 활용하였음
 - 간병돌봄/청소소독/집수리/폐자원·재활용/음식물·도시락/서비스세차/기타 7개 항목으로 구분한 자활기업의 숫자현황과 그 비율 등
- 본 연구에서는 중앙자활센터의 2016년, 2018년 2년간의 '자활기업 리스트'와 2015년, 2016년, 2017년 3년간의 「보건복지백서」내 자활기업 부분을 참고하여 분석하였음

〈표 4-6〉 문화체육관광분야 자활기업 현황 분석 내용

구 분	주요 내용
일반 현황	<ul style="list-style-type: none"> • 자활기업 범위와 수 <ul style="list-style-type: none"> - 업종별, 법인형태별, 연도별, 지역별 등

자료: 보건복지부 보건복지백서(2016, 2018), 중앙자활센터 자활기업 리스트(2015-2017).

제2절 문화체육관광분야 사회적기업 현황

1. 일반현황

가. 문화체육관광분야 사회적기업 범위

- 문화체육관광분야의 사회적기업은 고용노동부의 인증 사회적기업 범위 내에서 표준산업분류에 따른 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업과 사업보고서에 보고된 사회서비스 제공유형에 따른 문화·예술, 관광·운동, 기타로 분류된 기업을 포함함

〈표 4-7〉 2017 표준산업분류 및 사업보고서에 따른 문화체육관광분야 사회적기업수

(단위: 개소, '17. 12기준)

표준산업분류 \ 사업보고서상 사회서비스 제공 유형	문화·예술	관광	운동	기타	합계	
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업(R)	89	29	14	47	179	288
기타 업종	76	38	-	-	114	

자료: 한국사회적기업진흥원 내부자료(2017.12).

* 총합은 293개 이나, 기타 업종 중 문화·예술과 관광·운동 중복제공 기업 5개소를 제외한 288개를 문화체육관광분야의 사회적기업 수로 보기로 함

- 2017년 12월 기준으로 사회적기업 중 표준산업분류상 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업은 전체 1,825개 중 179개로 9.8%의 분포를 보이고 있음
- 이는 제조업(28.1%), 도소매 음식 숙박업(15.0%), 교육 서비스업(10.5%) 다음으로 높은 비율을 차지하는 것으로 나타남

[참고: 사회서비스의 범위]

사회서비스는 개인 또는 사회 전체의 복지증진 및 삶의 질 제고를 위해 사회적으로 제공되는 서비스로서
 - 교육·보건·사회복지·환경·문화 분야의 서비스 그 밖의 보육서비스, 예술·관광 및 운동서비스, 산림 보전 및 관리서비스, 간병 및 가사지원 서비스, 문화재 보존 및 활용관련 서비스, 청소 등 사업시설관리 서비스, 인력공급 및 고용알선 등 고용서비스 등 이에 준하는 서비스를 말함(「사회적기업 육성법」 제2조 제3호 및 같은법 시행령 제3조)

- 한국표준산업분류의 P,Q,E,R,N,S,T,A 중 해당 업종(11개) 해당

- 그 외 '개인 또는 사회 전체의 복지 증진 및 삶의 질 제고'를 위해 사회적으로 제공되는 서비스에 해당할 경우 위원회 심의를 통해 인정

- 문화·예술, 관광 및 운동 서비스의 경우는 문화·예술 활동과 레저·관광 및 운동 등과 같이 삶의 질 증진에 관련한 서비스라고 정의할 수 있으며, 여행보조서비스, 창작 및 예술관련 서비스업, 공연 단체 등을 예로 들 수 있음

- 다음은 문화체육관광분야의 사회서비스 분야를 서비스표준산업분류표상 업종코드 및 한글명으로 제시한 표임

〈표 4-8〉 문화체육관광분야 사회서비스 업종 구분

분야	개요	표준산업분류표상 업종코드 및 한글명
문화예술, 관광 및 운동 서비스	문화·예술 활동과 레저·관광 및 운동 등과 같이 삶의 질 증진에 관련한 서비스	N752 여행사 및 기타 여행보조 서비스업
		N7521 여행사업
		N7529 기타 여행 보조 및 예약 서비스업
		R 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업(90~91)
		R90 창작, 예술 및 여가관련 서비스
		R901 창작 및 예술관련 서비스업
		R9011 공연시설 운영업
		R9012 공연단체
		R9013 자영 예술가
		R9019 기타 창작 및 예술관련 서비스업
		R902 도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업
		R9021 도서관, 기록보존소 및 독서실 운영업
		R9022 박물관 및 사적지 관리 운영업
		R9023 식물원, 동물원 및 자연공원 운영업
		R9029 기타 유사 여가관련 서비스업
		R91 스포츠 및 오락관련 서비스업
		R911 스포츠 서비스업
		R9111 경기장 운영업
		R9112 골프장 및 스키장 운영업
		R9113 기타 스포츠시설 운영업
		R9119 기타 스포츠 서비스업
		R912 유원지 및 기타 오락관련 서비스업
		R9121 유원지 및 테마파크 운영업
		R9122 오락장 운영업
		R9123 수상오락 서비스업
		R9129 그 외 기타 오락관련 서비스업

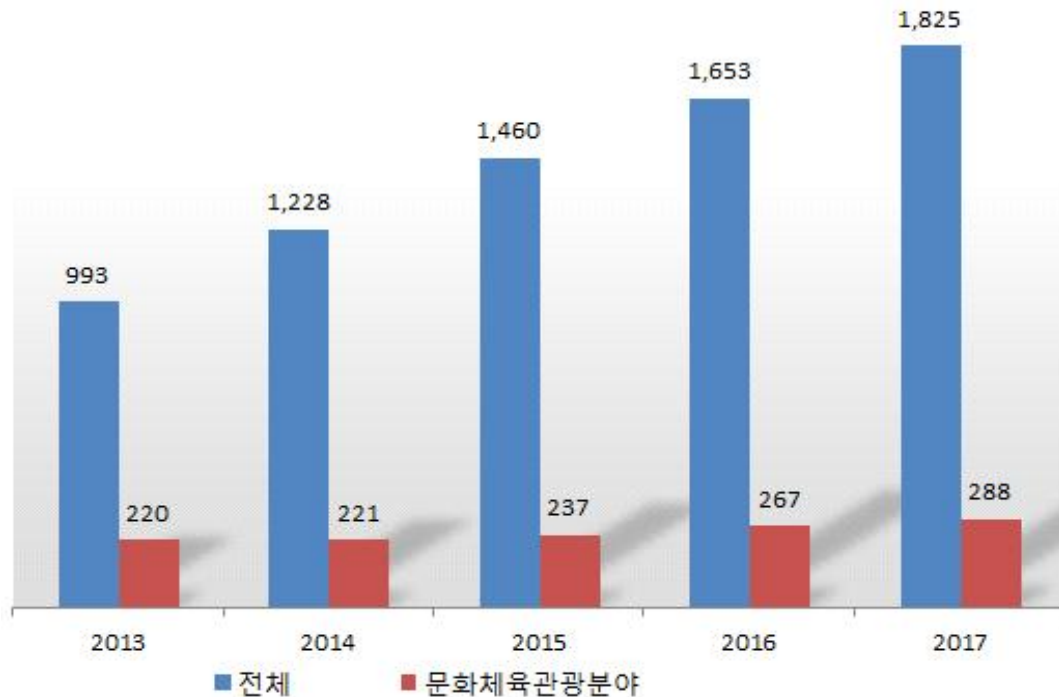
자료: 한국사회적기업진흥원(2019), 사회적기업 인증 업무지침 p.71-72.

나. 사회적기업 수 현황

1) 연도별 현황

- 연도별 전체 사회적기업 대비 문화체육관광분야 사회적기업 개수를 비교해 본 결과 2013년 전체 993개 중 220개로 22.2%의 높은 비중을 차지하던 것이, 2017년 전체 1,825개 중 288개로 15.8%의 비중으로 줄어든 것으로 나타남
- 같은 기간 대비 전체 사회적기업은 83.8% 증가한 것으로 나타났으나, 문화체육 관광분야 사회적기업은 33.2% 증가에 그쳐 증가율은 전체 대비 크게 못 미치는 결과를 보여 주고 있었는데, 이는 신규로 진입하는 문화체육관광분야 사회적기업의 숫자가 감소하였기 때문인 것으로 보임

(단위: 개)



[그림 4-1] 연도별 전체 및 문화체육관광분야 사회적기업 수 비교

2) 인증유형, 조직형태별 현황

- 2017년 인증유형별 문화체육관광분야 사회적기업 분포는 전체 288개 중 일자리제공형이 123개로 42.7%의 분포를 보였으며 다음으로 기타형이 92개(31.9%)로 순으로 나타나 두 유형이 전체의 74.7%를 차지하고 있음을 확인할 수 있음
- 또한 일자리제공형과 기타형은 문화체육관광분야에서 2016년 대비 2017년 각각 8개와 10개의 기업이 신규로 인증받았는데, 이는 타유형에 비해 많은 숫자임
- 이는 사회적기업에게 있어 취약계층에게 일자리를 제공하는 것이 여전히 중요한 사회적목적임을 보여주고 있고, 다양하고 혁신적인 사회적목적들을 갖는 사회적기업비중이 지속적으로 늘어나고 있는 현재 추세를 반영하고 있는 것으로 보임
- 조직형태별 문화체육관광분야 사회적기업의 분포는 2015년 대비 2017년 상법상회사는 90개에서 137개로 52.2%가 증가하였고, 협동조합 또한 14개에서 27개로 92.9% 증가하였음
- 반면, 민법상법인, 비영리민간단체, 사회복지법인인 같은 기간 대비 감소하거나 증가숫자가 2개 이하인 것으로 나타남

〈표 4-9〉 인증유형, 조직형태별 전체 사회적기업 및 문화체육관광분야 사회적기업수

(단위: 개소)

구 분		2015		2016		2017	
		전체	문화체육관광	전체	문화체육관광	전체	문화체육관광
인증 유형	일자리제공형	1,024	99	1,151	115	1,255	123
	사회서비스제공형	88	22	103	26	113	26
	혼합형	150	29	164	29	170	27
	지역사회공헌형	44	10	65	15	87	20
	기타형	154	77	170	82	200	92
조직 형태	상법상회사	891	90	1,017	121	1,135	137
	민법상법인	238	82	243	79	240	72
	비영리민간단체	105	48	98	38	122	46
	사회복지법인	85	1	84	2	70	3
	(사회적)협동조합	66	14	125	22	183	27
	기타	75	2	86	5	75	3
전체		1,460	237	1,653	267	1,825	288

3) 지역별 현황

- 2017년 전체 사회적기업 1,825개 중 서울지역에 소재한 사회적기업이 318개로 17.4%를 차지하고 있으며, 문화체육관광분야 사회적기업은 전체 288개 중 서울지역에 63개(21.9%)가 소재하고 있어 저전체 사회적기업에 비해 높은 것으로 나타남
- 문화체육관광분야 사회적기업 중 서울 소재 기업이 63개인데 반해 서울보다 인구가 많은 경기도는 소재 기업이 32개로 절반 밖에 되지 않는 것으로 나타남
 - 이는 경기도내 인구밀도가 떨어지는 농업지역에 문화체육관광분야 사회적기업이 적게 위치해있기 때문으로 보임

〈표 4-10〉 '17년 지역별 전체 사회적기업 및 문화체육관광분야 사회적기업수

(단위: 개소)

구 분	전체	문화체육 관광분야
서울	318	63
부산	86	17
대구	63	15
인천	107	21
광주	92	21
대전	50	11
울산	68	5
세종	10	2
경기	310	32
강원	102	13
충북	83	6
충남	88	16
전북	114	19

구 분	전체	문화체육 관광분야
전남	90	14
경북	120	16
경남	83	11
제주	41	6
전체	1,825	288

다. 지원금 및 기타영업외 수익 현황

〈표 4-11〉 '17년 문화체육관광분야 인증연도별 지원금 및 기타영업외 수익 평균, 중위값 및 기업 수
(단위: 천원)

구 분		정부 지원	기업 후원	모기관 지원	일반 기부	기타 영업외 수익	전체 지원금
2007	평균	122,860	2,294,291	—	656,502	70,796	1,431,557
	기업수	2	2	—	3	5	5
	중위값	122,860	2,294,291	—	47,461	9,187	52,485
2008	평균	13,672	—	—	855	2,051	11,451
	기업수	2	—	—	1	3	3
	중위값	13,672	—		855	1,393	4,801
2009	평균	168,742	87,327	53,514	185,787	11,026	277,819
	기업수	5	3	1	1	4	5
	중위값	46,225	28,148	53,514	185,787	4,945	79,921
2010	평균	43,089	109,610	—	25,075	8,170	58,532
	기업수	21	3	—	11	23	29
	중위값	19,602	137,677		17,372	637	30,008
2011	평균	46,163	21,016	—	77,837	1,723	59,191
	기업수	11	3	—	6	16	18
	중위값	27,738	23,114		6,579	206	28,100
2012	평균	91,005	54,683	—	35,544	11,393	120,954
	기업수	19	7	—	10	17	22
	중위값	12,239	12,000	—	14,356	989	33,243
2013	평균	88,587	22,572	—	24,621	20,509	103,474
	기업수	28	5	—	10	21	32
	중위값	48,971	17,500		13,137	1,920	61,634
2014	평균	72,852	18,500	—	7,395	6,725	78,182
	기업수	30	4	—	4	20	31
	중위값	48,428	14,500		2,700	759	55,048
2015	평균	93,103	21,149	—	31,811	5,605	102,081
	기업수	42	2	—	5	26	42
	중위값	77,901	21,149		22,835	1,002	83,787
2016	평균	121,121	42,978	—	33,468	12,264	137,701
	기업수	42	3	—	6	25	42
	중위값	92,113	33,035	—	32,525	666	102,641
2017	평균	67,363	2,884	—	10,797	4,264	57,257
	기업수	31	2	—	3	25	39
	중위값	50,723	2,884	—	4,449	357	52,172
전체	평균	85,881	176,149	53,514	65,374	10,587	119,566
	기업수	233	34	1	60	185	268
	중위값	55,981	21,557	53,514	16,274	844	61,196

- 2017년 인증연도별 지원금 현황을 분석해 보면 2007년 인증기업 5개소의 경우 전체지원금 평균이 14억 3천 백만원으로 2016년 인증 기업의 평균 약 10배의 지원을 받은 것으로 나타남
- 또한, 2009년과 2012년 인증기업도 전체 평균보다 높은 지원금을 받은 것을 볼 때 일자리지원금 및 사업화개발비 지원 종료 후에도 지속해서 정부와 기업으로부터 지원이 이루어지는 것으로 보임
- 이는 문화체육관광분야 사회적기업도 초기 인증 받은 몇 몇 기업에 정부와 기업, 일반 기부 등의 지원이 집중되어 있다는 것을 볼 수 있음
- 또한, 문화체육관광분야 사회적기업이 지속 가능성을 높이기 위해서는 정부나 민간의 후원이 중요한 한 축이 되는 것으로 보임

〈표 4-12〉 문화체육관광분야 인증유형별 지원금 및 기타영업외 수익 평균, 중위값 및 기업 수

(단위: 천원)

구 분		정부 지원	기업 후원	모기관 지원	일반 기부	기타	전체 지원금
일자리 제공형	평균	77,649	73,534	53,514	22,094	9,163	85,991
	기업수	106	6	1	18	72	114
	중위값	56,286	41,876	53,514	6,925	1,064	61,660
사회서비 스제공형	평균	116,523	13,217	—	23,524	7,159	105,936
	기업수	20	6	—	4	16	25
	중위값	85,890	11,690	—	25,074	1,325	73,672
혼합형	평균	81,020	25,823	—	32,180	18,575	103,566
	기업수	22	6	—	8	18	25
	중위값	31,818	26,518	—	15,133	1,768	67,788
지역 사회 공헌형	평균	78,094	17,500	—	26,441	1,634	79,940
	기업수	18	1	—	3	10	19
	중위값	66,219	17,500	—	18,670	145	64,457
기타형	평균	93,445	353,076	—	114,590	12,080	182,169
	기업수	67	15	—	27	69	85
	중위값	55,440	25,000	—	25,025	637	52,172
전체	평균	85,881	176,149	53,514	65,374	10,587	119,566
	기업수	233	34	1	60	185	268
	중위값	55,981	21,557	53,514	16,274	844	61,196

- 2017년 인증유형별 지원금 현황을 분석해 보면 전체 평균은 1억 천 9백만 원이며, 유형별로는 기타형이 가장 많은 평균 1억 8천 2백만 원, 다음으로 사회서비스 제공형 과 혼합형은 평균 1억 5백만 원, 1억 3백만 원, 일자리제공형과 지역사회 공헌형은 1억 원에 미치지 못한 것으로 나타남
- 인증유형별 정부지원은 금액에 유의미한 차이가 나타나지 않았고, 기업후원에서는 기타형이 평균 3억 5천 3백만 원으로 타 유형에 비해 최대 약 20배 이상 지원받은 것으로 나타남
 - 이는 인증제도 초기 기타형으로 인증을 받은 소수 기업이 기업후원의 상당부분을 받았기 때문으로 보임

〈표 4-13〉 문화체육관광분야 조직형태별 지원금 및 기타영업외 수익 평균, 중위값 및 기업 수

(단위: 천원)

구 분		정부 지원	기업 후원	모기관 지원	일반 기부	기타	전체 지원금
상법상회사	평균	76,505	59,168	-	8,556	6,119	79,606
	기업수	114	12	-	4	89	126
	중위값	58,765	35,838	-	4,054	844	59,672
민법상법인	평균	111,821	377,490	-	105,684	13,375	223,903
	기업수	58	13	-	30	45	68
	중위값	49,519	17,298	-	16,905	1,115	58,012
비영리 민간단체	평균	71,179	43,478	-	18,610	6,262	76,285
	기업수	35	6	-	16	32	43
	중위값	53,740	11,920	-	8,561	134	67,788
사회복지 법인	평균	352,497	6,002	53,514	98,350	2,847	305,780
	기업수	1	1	1	2	1	2
	중위값	352,497	6,002	53,514	98,350	2,847	305,780
(사회적) 협동조합	평균	78,083	52,414	-	27,910	27,545	98,643
	기업수	23	2	-	8	16	26
	중위값	57,692	52,414	-	22,835	2,772	62,387
기타	평균	81,673	-	-	-	84,038	110,474
	기업수	2	-	-	-	2	3
	중위값	81,673	-	-	-	84,038	62,052
전체	평균	85,881	176,149	53,514	65,374	10,587	119,566
	기업수	233	34	1	60	185	268
	중위값	55,981	21,557	53,514	16,274	844	61,196

- 2017년 조직형태별 지원금 현황을 분석해 보면 사회복지법인이 평균 3억 5백만 원으로 가장 높고, 민법상 법인이 2억 2천 3백만 원으로 두 번째 높은 것으로 확인됨
- 이는 사회복지법인, 민법상 법인은 기부금을 모집할 수 있어 정부지원과 기업후원, 일반기부가 모두 높게 나타난 것으로 판단됨

〈표 4-14〉 연도별 문화체육관광분야 지원금 및 기타영업외 수익 평균, 중위값 및 기업 수

(단위: 천원)

구 분		정부 지원	기업 후원	모기관 지원	일반 기부	기타	전체 지원금
2015	평균	89,393	54,999	20,905	30,914	6,124	99,309
	기업수	207	28	2	57	227	234
	중위값	72,596	20,834	20,905	13,953	573	77,824
2016	평균	91,299	56,808	21,844	36,519	16,738	107,274
	기업수	233	35	2	53	7	238
	중위값	62,856	25,471	21,844	11,361	10,018	68,382
2017	평균	85,881	176,149	53,514	65,374	10,587	119,566
	기업수	233	34	1	60	185	268
	중위값	55,981	21,557	53,514	16,274	844	61,196

- 연도별 지원금 현황을 분석해 보면 2015년 기업당 평균 9천 9백 만원에서 2016년 1억 7백만 원, 2017년 1억 1천 9백만 원으로 매년 약 10%씩 증가하고 있음
- 특히, 2017년은 전년대비 기업후원과 일반기부가 약 2배 이상 증가하여 새정부 출범 이후 사회적경제에 대한 민간부분의 관심이 증가한 것으로 보임

2. 사회적 성과

가. 근로자 고용 현황

- 2018년 12월 기준 2,123개의 인증 사회적기업 중 1,427개가 취약계층¹³⁾에게 일자리를 제공하는 것을 주요 목적으로 하여 인증을 받은 일자리제공형 사회적기업으로 전체 사회적기업 중 일자리제공형이 67.2%를 차지
- 대다수의 사회적기업이 추구하는 사회적 목적이 취약계층에게 일자리를 제공하여 이들을 지역 사회에 통합하는 것으로 이는 사회적기업 기본법이 시행된 이후 가장 중요한 사회적 목적으로 추구하고 왔으며, 문화체육관광분야 사회적기업도 취약계층 2017년 기준 일자리제공형이 43.3%로 비중이 가장 높은 유형임

■ 유급근로자 및 취약계층 유급근로자 수 현황 비교

〈표 4-15〉 연도별 유급근로자 수 및 취약계층 유급근로자 수

(단위: 명)

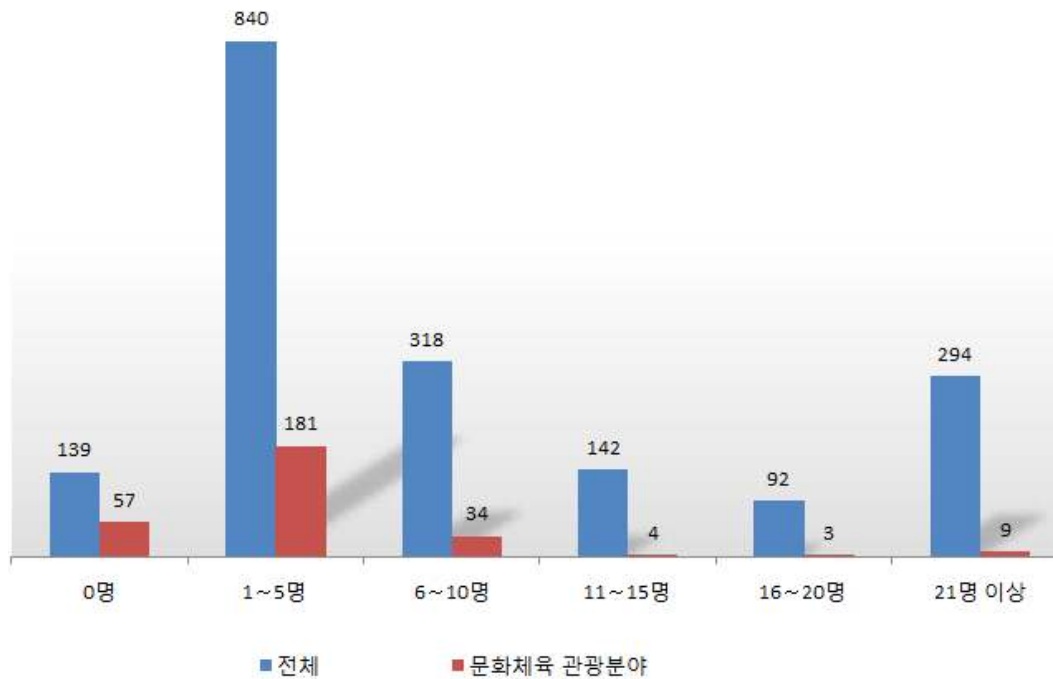
구 분		2015	2016	2017
전체	전체 근로자	34,220	39,195	41,917
	취약계층	21,096	23,858	25,529
	기업당 평균 근로자	23.4	23.7	23
	기업당 평균 취약계층 근로자	14.4	14.4	14
문화체육 관광분야	전체 근로자	2,222	2,947	2,759
	취약계층	1,006	1,240	1,187
	기업당 평균 근로자	9.38	11.04	9.58
	기업당 평균 취약계층 근로자	4.24	4.64	4.12

- 전체 사회적기업이 고용한 유급근로자 및 취약계층 근로자는 2015~2017년 사이 매년 증가하고 있으나 문화체육관광분야 사회적기업의 경우 2016년은 전년 대비 큰폭으로 증가하였다가 2017년 다시 감소한 것으로 나타남
- 기업당 평균 근로자 및 취약계층 근로자 수는 전체 사회적기업의 경우 2015~2017년 변화가 거의 없었으나 문화체육관광분야 사회적기업은 2016년은 전년대비 증가하였다가 2017년 다시 감소한 것으로 나타남
- 2017년 기준 전체 사회적기업 유급근로자 41,917명 대비 문화체육관광분야의 사회적기업 유급근로자는 2,759명으로 6.6%를 차지하고 있고, 취약계층 근로자는 전체 25,529명 대비 1,187명으로 4.6%를 차지하여 문화체육관광분야 기업수 비중(약 15.8%)에 비해 고용효과가 더 적은 것으로 나타내고 있음

13) 취약계층은 ① 저소득자, ② 고령자, ③ 장애인, ④ 성매매피해자, ⑤ 청년 또는 경력단절여성 중 고용촉진지원금 지급대상자, ⑥ 북한이탈주민, ⑦ 가정폭력피해자, ⑧ 한부모가족 보호대상자, ⑨ 결혼이민자, ⑩ 갱생보호대상자, ⑪ 범죄구조피해자, ⑫ 그 밖의 취약계층 등 12가지 유형으로 구성됨(사회적기업육성법 시행령 제2조).

■ 취약계층 유급근로자 고용기업 수 현황 비교

(단위: 개소)



[그림 4-2] '17년 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 취약계층 유급근로자 고용기업수

- 2017년 기준 문화체육관광분야 사회적기업 288개 중 238개 기업은 취약계층을 5명 이내(0명 포함)로 고용하였으며 그 비율은 82.6%임
- 전체 사회적기업 1,825개 중 979개 기업이 취약계층을 5명 이내(0명 포함)로 고용하여 53.6%의 분포를 보여, 문화체육관광분야에 비해 취약계층 고용비율은 떨어지는 것으로 나타남
- 특히, 문화체육관광분야 57개 기업은 취약계층을 한명도 고용하지 않은 기업으로, 6명 이상 고용한 50개 기업보다 많음

■ 지역별 전체 및 취약계층 유급근로자 수 비교

- 2017년 문화체육관광분야 전체 근로자의 절반에 가까운 약 46%가 서울, 인천, 경기 등 수도권 지역에 집중되어 있어 지역적 편중을 나타냄
- 2017년 문화체육관광분야 사회적기업 중 근로자를 가장 많이 고용한 지역은 서울, 광주, 대전 순으로 나타났으나, 기업당 평균 근로자가 많은 지역은 대전, 서울, 제주 순의 분포를 보임
- 취약계층 근로자 고용 역시 서울, 광주, 경기 순으로 나타났고 기업당 평균 취약계층 근로자 고용은 대전, 제주, 광주 순으로 전체 근로자 평균 고용 순위와 다른 분포를 나타냄
- 광주와 대전은 전체 사회적기업의 지역별 취약계층 유급근로자 비중과 비교했을 때, 문화예술분야 취약계층 근로자 비중이 높은 편이며, 반대로 경기는 훨씬 적은 비중을 차지하고 있음을 확인할 수 있음

〈표 4-16〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 지역별 전체 및 취약계층 유급근로자수

(단위: 명)

구 분	문화체육관광분야				전체
	전체 근로자		취약계층 근로자		취약계층 근로자
	기업당 평균근로자	총근로자 (비율)	기업당 평균근로자	총근로자 (비율)	총근로자 (비율)
서울	14.8	933 (33.8%)	3.1	194 (16.3%)	4,503 (17.6%)
부산	5.5	94 (3.4%)	2.4	40 (3.4%)	1,394 (5.5%)
대구	9.1	136 (4.9%)	4.9	73 (6.1%)	521 (2.0%)
인천	5.9	124 (4.5%)	2.9	61 (5.1%)	1,581 (6.2%)
광주	11	230 (8.3%)	6.8	143 (12.0%)	997 (3.9%)
대전	20	220 (8.0%)	9.5	104 (8.8%)	329 (1.3%)
울산	6.4	32 (1.2%)	2	10 (0.8%)	693 (2.7%)
세종	5.5	11 (0.4%)	2.5	5 (0.4%)	487 (1.9%)
경기	6.7	215 (7.8%)	3.8	120 (10.1%)	6,469 (25.3%)
강원	7.1	92 (3.3%)	4.3	56 (4.7%)	1,544 (6.0%)
충북	7.5	45 (1.6%)	4.7	28 (2.4%)	991 (3.9%)
충남	7.8	124 (4.5%)	5.1	82 (6.9%)	1,032 (4.0%)
전북	7.2	136 (4.9%)	2.8	53 (4.5%)	1,705 (6.7%)
전남	5.1	71 (2.6%)	2.9	40 (3.4%)	572 (2.2%)
경북	9.3	149 (5.4%)	6	96 (8.1%)	1,211 (4.7%)
경남	5.8	64 (2.3%)	2.6	29 (2.4%)	975 (3.8%)
제주	13.8	83 (3.0%)	8.8	53 (4.5%)	525 (2.1%)
전체	9.6	2,676 (100%)	4.1	1,134	25,529 (100%)

■ 인증연도별 전체 및 취약계층 유급근로자 수 비교

- 문화체육관광분야의 사회적기업은 초기에 인증 받은 기업일수록 기업당 고용인원이 더 큰 것으로 나타났으나 취약계층 근로자의 고용은 기업 인증연도와는 무관한 것으로 나타남
- 특히, 2007~2009년에 인증 받은 기업 16개는 기업당 평균 42.5명의 근로자를 고용하였으며, 이 중 8.4명의 취약계층이 근로하고 있음
- 이는 최근 2015~2017년에 인증 받은 130개 기업이 평균 5.8명을 고용하는 것 보다 4배나 많은 수치임
- 취약계층 고용도 평균 3.3명에 불과해, 평균적으로 기업당 5.1명을 더 고용하고 있는 것으로 나타남
- 원인으로서는 기타형이나 지역사회공헌형과 같은 인증유형의 다양화로 인해 나타난 결과로 볼 수 있음

〈표 4-17〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 인증연도별 전체 및 취약계층 유급근로자수
(단위: 명)

구 분	전체 근로자		취약계층 근로자	
	총근로자	기업당 평균근로자	총근로자	기업당 평균근로자
2007	510	102.0	34	6.8
2008	63	15.8	33	8.3
2009	108	15.4	67	9.6
2010	270	9.0	122	4.1
2011	98	4.7	37	1.8
2012	241	9.6	86	3.4
2013	285	8.4	140	4.1
2014	258	7.6	148	4.4
2015	340	7.6	188	4.2
2016	347	8.3	206	4.9
2017	239	5.8	126	3.1
전체	2,759	9.6	1,187	4.1

■ 인증유형별 전체 및 취약계층 유급근로자 수 비교

〈표 4-18〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 전체 유급근로자수

(단위: 명)

구 분	2015		2016		2017	
	총 근로자	기업당 평균 근로자	총 근로자	기업당 평균 근로자	총 근로자	기업당 평균 근로자
일자리 제공형	953	9.6	1,176	10.2	1,237	10.1
사회서비스 제공형	339	15.4	499	19.2	187	7.2
혼합형	270	9.3	210	7.2	187	6.9
지역사회 공헌형	78	7.8	102	6.8	138	6.9
기타형	582	7.6	960	11.7	1,010	11.0
전체	2,222	9.4	2,947	11.0	2,759	9.6

- 인증유형별로 문화체육관광분야 사회적기업의 2015~2017년 전체 유급근로자를 살펴보면 일자리제공형과 지역사회공헌형은 전체 근로자는 증가하였으나 기업당 평균 근로자는 3개년간 유의미한 차이를 찾기 어려울 정도로 비슷한 수준을 유지한 것으로 나타남
- 이에 반해 사회서비스 제공형과 혼합형은 전체 근로자 수가 감소하였으며, 기업당 평균 근로자 수도 감소하는 추세를 보여주어 향후에도 감소가 예상됨

〈표 4-19〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 취약계층 유급근로자수

(단위: 명)

구 분	2015		2016		2017	
	총 근로자	기업당 평균 근로자	총 근로자	기업당 평균 근로자	총 근로자	기업당 평균 근로자
일자리 제공형	571	5.8	691	6.0	753	6.1
사회서비스 제공형	97	4.4	178	6.8	71	2.7
혼합형	115	4.0	99	3.4	76	2.8
지역사회 공헌형	46	4.6	54	3.6	84	4.2
기타형	177	2.3	218	2.7	203	2.2
전체	1,006	4.2	1,240	4.6	1,187	4.1

- 인증유형별로 문화체육관광분야의 2015~2017년 취약계층 유급근로자를 살펴보면 전체 유급 근로자와 마찬가지로 일자리제공형과 지역사회공헌형은 전체 취약계층 근로자는 증가하였으나 기업당 평균 취약계층 근로자는 3개년간 유의미한 차이를 찾기 어려울 정도로 비슷한 수준을 유지한 것으로 나타남
- 이에 반해 사회서비스 제공형과 혼합형은 전체 취약계층 근로자 수가 감소하였으며, 기업당 평균 근로자 수도 감소하는 추세를 보여주어 향후에도 감소가 예상됨

■ 조직형태별 전체 및 취약계층 유급근로자 수 비교

〈표 4-20〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 전체 유급근로자수

(단위: 명)

구 분	2015		2016		2017	
	총 근로자	기업당 평균 근로자	총 근로자	기업당 평균 근로자	총 근로자	기업당 평균 근로자
상법상회사	682	7.6	1,162	9.6	1,123	8.2
민법상법인	821	10.0	1,213	15.4	1,032	14.3
비영리 민간단체	383	8.0	237	6.2	213	4.6
사회복지 법인	45	45.0	50	25.0	145	48.3
(사회적)협동조합	270	19.3	265	12.0	230	8.5
기타	21	10.5	20	4.0	16	5.3
전체	2,222	9.4	2,947	11.0	2,759	9.6

- 조직형태별로 문화체육관광분야 사회적기업의 2015~2017년 전체 유급근로자를 살펴보면 전체 근로자는 상법상회사, 민법상법인, 협동조합 순으로 전체 고용이 많았으며 기업당 평균근로자는 사회복지법인, 민법상법인, 협동조합 순으로 나타남

〈표 4-21〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 취약계층 유급근로자수

(단위: 명)

구 분	2015		2016		2017	
	총 근로자	기업당 평균 근로자	총 근로자	기업당 평균 근로자	총 근로자	기업당 평균 근로자
상법상회사	315	3.5	597	4.9	601	4.4
민법상법인	407	5.0	410	5.2	260	3.6
비영리 민간단체	191	4.0	113	3.0	106	2.3
사회복지 법인	37	37.0	39	19.5	110	36.7
(사회적)협동조합	48	3.4	71	3.2	102	3.8
기타	8	4.0	10	2.0	8	2.7
전체	1,006	4.2	1,240	4.6	1,187	4.1

- 조직형태별로 문화체육관광분야 사회적기업의 2015~2017년 취약계층 유급 근로자를 살펴보면 전체 근로자는 상법상회사, 민법상법인, 사회복지법인 순으로 전체 취약계층 고용이 많았으며 기업당 평균 취약계층 근로자는 사회복지법인이 타 조직형태보다 월등하게 높은 수치를 나타냄

나. 임금 및 근로시간 현황

■ 연도별 평균임금 및 근로시간

- 2015년부터 2017년에 걸쳐 전반적으로 임금이 소폭 상승한 것으로 나타났으며, 근로시간은 전반적으로 짧아진 것으로 나타남
- 연도별 인증사회적기업 유급근로자의 평균임금을 분석해 보면 전체 유급근로자 평균임금은 2015년에 비해 2017년 11.9% 증가한 것으로 나타났으며, 취약계층 근로자는 이보다 적은 7.2%가 증가하였음
- 문화체육관광분야의 사회적기업 근로자의 평균임금을 분석해 보면 2017년 유급근로자 평균임금 1백 48만 2천원으로 전체 사회적기업 유급근로자 평균임금 보다 14만 1천원이 낮았으며, 이는 2015년 동일분석 결과 차이 10만 7천원 보다 소폭 증가한 것임
- 이를 볼 때, 문화체육관광분야 사회적기업의 임금수준이 전체 대비 임금수준 보다 낮고, 그 격차도 시간이 지난 수록 조금씩 커지는 것으로 판단됨

〈표 4-22〉 연도별 전체 및 취약계층 유급근로자 평균임금

(단위: 천원, 시간)

구 분		2015		2016		2017	
		평균임금	평균 근로시간	평균임금	평균 근로시간	평균임금	평균 근로시간
전체	전체 근로자	1,451	35.6	1,535	34.5	1,623	34.1
	취약계층 근로자	1,319	35.1	1,347	34.1	1,414	33.2
문화체육 관광분야	전체 근로자	1,344	35.9	1,426	35.1	1,482	34.3
	취약계층 근로자	1,236	35.8	1,297	34.5	1,359	33.8

■ 지역별 평균임금 및 근로시간

- 2017년 지역별 문화체육관광분야 근로자 평균임금을 분석해 보면 세종, 대전, 충남 순으로 충청권 기업이 높은 수준을 보였으며, 울산, 경북, 대구의 경상권 기업이 가장 낮은 임금 수준을 보임
- 2017년 지역별 문화체육관광분야 평균 근로 시간을 분석해 보면 전남과 강원, 충남과 같은 비수도권, 비광역시가 근로시간이 전체 평균시간 보다 전반적으로 높으며 이에 반해 울산, 서울, 부산 대구 등 수도권과 광역시는 전체 평균보다 근로시간이 낮게 나타남
- 광주 지역은 전체 근로자 평균임금과 취약계층 근로자 평균임금보다 높은 수준을 유지하고 있었으며, 전국에서 유일하게 취약계층 근로자 평균임금이 전체 근로자 평균임금보다 높은 것으로 나타남
- 강원 지역의 경우는 전체 평균임금에 못미치는 수준에 임금이 위치하나, 평균 근로시간보다 훨씬 많은 시간을 근무하는 것으로 나타남

- 가장 높은 평균 임금을 받는 지역별 취약계층 근로자 고용 지역과 가장 짧은 시간 근무하는 취약계층 근로자를 고용하는 지역 상위 5위권에 세종 지역이 유일하게 모두 랭크되었음
- 이는 세종시가 지역 중 가장 취약계층 근무 환경이 좋은 편임을 유추할 수 있음

〈표 4-23〉 '17년 문화체육관광분야 지역별 전체 및 취약계층 유급근로자 평균임금

(단위: 천원)

구 분	평균임금		평균근로시간	
	전체 근로자	취약계층 근로자 (순위)	전체 근로자	취약계층 근로자 (순위)
서울	1,572	1,383 (9)	33.5	31.7 (1)
부산	1,356	1,326 (12)	33.1	31.6 (5)
대구	1,347	1,265 (14)	33.8	33.3 (8)
인천	1,526	1,410 (6)	35.5	35.5 (12)
광주	1,522	1,549 (1)	36.4	37.9 (18)
대전	1,635	1,427 (4)	35.7	36.5 (14)
울산	1,304	977 (17)	30.0	25.3 (2)
세종	1,674	1,521 (2)	34.5	31.5 (4)
경기	1,414	1,241 (15)	30.7	29.9 (3)
강원	1,459	1,330 (11)	37.3	36.7 (16)
충북	1,529	1,421 (5)	34.0	33.7 (9)
충남	1,589	1,473 (3)	36.7	36.5 (15)
전북	1,444	1,393 (8)	35.2	35.6 (13)
전남	1,508	1,403 (7)	37.9	37.5 (17)
경북	1,305	1,184 (16)	32.3	31.7 (6)
경남	1,476	1,291 (13)	36.6	34.0 (11)
제주	1,421	1,366 (10)	33.3	33.2 (7)
전체	1,482	1,359	34.3	33.8

■ 인증연도 및 인증유형별 평균 임금 및 근로시간

- 2017년 인증연도별 문화체육관광분야 전체 근로자의 평균 임금을 분석해 보면 2007년 인증을 받은 기업이 전체 평균보다 47.0% 높은 임금을 지급하고 있는 것으로 나타남
- 전체 근로자의 평균 근로시간은 2011년, 2008년에 인증을 받은 기업 순으로 낮으며, 전반적으로는 인건비 지원을 받고 있는 최근 3개년 내에 인증 받은 기업이 근로시간이 높은 것으로 나타남

〈표 4-24〉 '17년 문화체육관광분야 인증연도별 전체 및 취약계층 유급근로자 평균 임금 및 근로시간
(단위: 천원, 시간)

구 분	전체 근로자		취약계층 근로자	
	평균임금	평균 근로시간	평균임금	평균 근로시간
2007	2,178	34.4	1,756	32.3
2008	1,167	30.5	517	21.7
2009	1,743	33.5	1,253	31.0
2010	1,456	33.5	1,362	32.1
2011	1,217	29.9	944	24.3
2012	1,437	33.3	1,357	33.5
2013	1,435	33.9	1,356	32.9
2014	1,442	34.6	1,301	33.3
2015	1,557	36.3	1,428	36.4
2016	1,583	35.3	1,441	34.8
2017	1,455	35.0	1,433	36.4
전체	1,482	34.3	1,359	33.8

■ 인증유형별 평균 임금 및 근로시간

- 2015~2017년 문화체육관광분야 인증유형별 전체 유급근로자와 취약계층 유급 근로자의 평균 임금 및 근로시간을 분석해보면, 전체적으로 근로시간은 시간이 지남에 따라 감소하는 추세를 보였으며, 인증유형 중 지역사회공헌형이 일자리 제공형 등 보다 평균임금 및 근로시간이 높은 것으로 나타남

〈표 4-25〉 '15~'17년 문화체육관광분야 인증유형별 전체 유급근로자 평균 임금 및 근로시간
(단위: 천원, 시간)

구 분	2015		2016		2017	
	평균 임금	평균 근로시간	평균 임금	평균 근로시간	평균 임금	평균 근로시간
일자리 제공형	1,295	36.5	1,404	35.4	1,429	34.3
사회서비스제공형	1,345	35.4	1,472	34.3	1,524	33.2
혼합형	1,213	34.9	1,304	33.7	1,419	32.7
지역사회 공헌형	1,279	36.4	1,518	38.9	1,562	37.2
기타형	1,466	35.8	1,467	34.5	1,543	34.4
전체	1,344	35.9	1,426	35.1	1,482	34.3

〈표 4-26〉 '15~'17년 문화체육관광분야 인증유형별 취약계층 유급근로자 평균 임금 및 근로시간

(단위: 천원, 시간)

구 분	2015		2016		2017	
	평균 임금	평균 근로시간	평균 임금	평균 근로시간	평균 임금	평균 근로시간
일자리 제공형	1,201	36.1	1,282	35.0	1,324	33.6
사회서비스제공형	1,070	33.2	1,327	33.0	1,417	32.6
혼합형	1,165	35.1	1,232	32.7	1,299	31.1
지역사회 공헌형	1,193	35.8	1,482	38.6	1,455	36.7
기타형	1,397	36.5	1,307	34.1	1,407	35.0
전체	1,236	35.8	1,297	34.5	1,359	33.8

■ 조직형태별 평균 임금 및 근로시간

- 2015~2017년 문화체육관광분야 조직형태별 전체 유급근로자와 취약계층 유급근로자의 평균 임금 및 근로시간을 분석해 보면 기타 형태와 (사회적)협동 조합이 타 조직형태보다 평균임금 및 근로시간이 높은 것으로 나타남

〈표 4-27〉 '15~'17년 문화체육관광분야 조직형태별 전체 유급근로자 평균 임금 및 근로시간

(단위: 천원, 시간)

구 분	2015		2016		2017	
	평균 임금	평균 근로시간	평균 임금	평균 근로시간	평균 임금	평균 근로시간
상법상회사	1,355	36.1	1,507	35.8	1,548	35.1
민법상법인	1,297	35.5	1,312	33.4	1,365	32.1
비영리 민간단체	1,342	35.9	1,423	35.7	1,418	34.5
사회복지 법인	1,495	35.7	1,661	36.0	1,423	35.3
(사회적)협동조합	1,464	37.4	1,456	37.0	1,559	35.5
기타	1,894	38.9	1,074	29.8	1,663	36.3
전체 평균	1,343	35.9	1,426	35.1	1,482	34.3

〈표 4-28〉 '15~'17년 문화체육관광분야 조직형태별 취약계층 유급근로자 평균 임금 및 근로시간

(단위: 천원, 시간)

구 분	2015		2016		2017	
	평균 임금	평균 근로시간	평균 임금	평균 근로시간	평균 임금	평균 근로시간
상법상회사	1,267	35.8	1,336	34.9	1,412	34.5
민법상법인	1,156	35.1	1,189	32.5	1,238	31.3
비영리 민간단체	1,307	36.8	1,352	36.0	1,269	33.3
사회복지 법인	1,323	34.8	1,313	35.0	1,100	34.7
(사회적)협동조합	1,256	36.6	1,412	38.1	1,454	35.9
기타	1,160	40.0	1,083	29.8	1,723	36.7
전체	1,236	35.8	1,297	34.5	1,359	33.8

다. 사회서비스 현황

■ 연도별, 지역별 사회서비스 제공기업 수 및 수혜인원

- 전체 사회적기업 중 사회서비스를 제공하는 기업수는 2015년부터 2017년까지 지속적으로 감소하고 있으며, 이는 일자리 제공형, 지역사회공헌형, 기타형의 경우에는 사회서비스 제공 실적을 의무적으로 작성하지 않아도 되는 이유가 영향을 준 것으로 추정됨(사회서비스제공형과 혼합형만 반드시 작성)
- 문화체육관광분야 사회적기업은 전체 사회적기업에 비해 훨씬 많은 기업이 사회서비스를 제공하고 있는 것으로 나타나고 있음
- 2017년 기준 전체 사회적기업 중 사회서비스를 제공하는 기업 수는 62.4%를 차지했으나, 문화체육관광분야 사회적기업은 83.3%를 차지하고 있어 20%이상의 차이를 나타냄

〈표 4-29〉 문화체육관광분야 사회적기업 연도별 사회서비스 제공기업 수

(단위: 개소)

구 분		2015	2016	2017
전체 사회적기업	기업수	1,460	1,653	1,825
	사회서비스제공 기업수 (비율)	1,072 (73.4%)	1,150 (69.6%)	1,139 (62.4%)
문화체육관광분야 사회적기업	기업수	237	267	288
	사회서비스제공 기업수 (비율)	211 (89.0%)	239 (89.5%)	240 (83.3%)

- 3년간 전체 및 문화체육관광분야 사회적기업 중 사회서비스제공형과 혼합형의 사회서비스 수혜 인원을 분석해 보면 전체 사회적기업의 사회서비스 수혜인원은 증가하는 추세이나 문화체육관광 분야는 지속적으로 감소한 것으로 나타남
- 이는 문화체육관광분야 신규 인증 사회적기업 중 사회서비스제공형과 혼합형의 증가가 3년간 2개에 그치고 기존 사회적기업의 사회서비스 제공 인원도 감소한 것이 원인으로 판단됨

〈표 4-30〉 사회적기업 연도별 사회서비스 수혜 인원

(단위: 명)

구 분	2015	2016	2017
전체 사회적기업	2,194,508	2,346,809	2,789,157
문화체육관광분야 사회적기업	597,550	414,871	322,119

* 사회서비스제공형, 혼합형 사회적기업만 포함

- 3년간 문화체육관광분야 사회적기업 중 사회서비스제공형, 혼합형의 지역별 사회서비스 제공기업 수를 분석해 보면 서울과 경기도가 전체 수혜인원의 38%를 차지하는 등 수도권의 사회서비스 집중도가 큰 것으로 분석되었고 서울 다음 대전의 수혜인원이 많은 것으로 나타났음

〈표 4-31〉 문화체육관광분야 사회적기업 연도별, 지역별 사회서비스 제공기업 수 및 수혜 인원

(단위: 개소, 명)

구 분	2015		2016		2017	
	제공 기업수	수혜 인원	제공 기업수	수혜 인원	제공 기업수	수혜 인원
서울	9	82,701	12	90,145	12	68,846
부산	7	26,848	7	19,913	9	36,927
대구	2	5,768	2	4,925	1	4,036
인천	5	327,510	6	14,411	4	3,266
광주	2	9,554	3	15,727	3	26,544
대전	2	37,147	2	68,816	3	67,151
울산	3	11,090	2	41,346	1	520
세종	—	—	—	—	—	—
경기	4	22,643	4	50,390	4	53,459
강원	2	4,162	2	1,507	3	2,546
충북	1	19,790	1	12,075	1	13,340
충남	1	6,841	1	6,674	1	6,002
전북	2	12,163	4	68,332	4	14,964
전남	3	16,272	3	11,371	1	2,973
경북	4	9,353	2	866	2	14,628
경남	2	3,718	2	3,631	3	1,917
제주	1	1,990	1	4,742	1	5,000
전체	50	597,550	54	414,871	53	322,119

* 사회서비스제공형, 혼합형 사회적기업만 포함

연도별, 지역별 사회적목적 재투자 기업 수 및 금액

- 사회적기업육성법 제3조 3항에서 사회적기업이 “영업활동을 통하여 창출한 이익을 사회적기업의 유자확대에 재투자하도록 노력하여야 한다.”고 규정하고 있으며, 상법에 따른 회사 및 합자조합인 경우에는 “회계연도별로 배분 가능한 이윤이 발생한 경우에는 이윤의 3분의 2 이상을 사회적 목적을 위하여 사용할 것”(동법 제8조 7항)이라고 규정하고 있음
- 사회적 목적 재투자 범위¹⁴⁾에는 ① 지역사회 환원, ② 설비재투자, 기술개발 또는 사업확장을 위한 추가인력 고용, ③ 취약계층 근로자의 급여인상 등 근로여건 개선, ④ 직업훈련 프로그램 개발(이를 위한 적립금 허용), ⑤ 공익을 위한 기부 등이 포함됨
- 최근 3년간 인증 사회적기업의 사회적 목적 재투자 금액의 변화 추세를 분석해 보면, 2015년에는 약 1천억 원 수준이었던 사회적 목적 재투자 금액은, 2016년에 1천 2백억 원으로 증가하였다가, 2017년에는 약 7백억 원으로 크게 감소함

14) 기업의 대표, 임원, 직계존비속에 대한 성과급 지급은 재투자범위에서 제외하며, 특정 종교조직으로 기부하거나 선교 사업에만 사용하는 것 역시 사회적 재투자로 인정하지 않음

- 반면 문화체육관광분야 사회적기업은 2015년에 30억 원 수준에서 2016년 120억 원으로 4배 가까이 증가하였고, 2017년에는 약 56억 원으로 큰폭으로 감소하였음
- 2015년에 전체 사회적기업 대비 문화체육관광분야의 사회적목적 재투자 금액 비율이 3%에 그치다가 2017년에 8%까지 상승하였고, 이에 기업수도 2배가량 증가한 것을 알 수 있음

〈표 4-32〉 전체 및 문화체육관광분야 사회적기업 연도별 사회적목적 재투자 기업 수 및 금액
(단위: 개소, 천원)

구 분	2015		2016		2017	
	기업수	금액	기업수	금액	기업수	금액
전체	620	100,000,486	562	118,640,212	601	69,523,077
문화체육관광분야	68	3,063,655	95	12,428,412	115	5,644,394

* 사회적 목적 재투자를 한 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

- 인증연도별 문화체육관광분야 사회적기업의 사회적목적 재투자 기업 수 및 평균금액을 분석해 보면 2017년 인증 기업을 제외하고는 초기 2007년과 2008년에 인증을 받았던 기업이 높은 평균 금액을 보였으며, 사회적목적 중 일자리 창출목적에 가장 많은 기업이 재투자를 실행한 것으로 나타났음

〈표 4-33〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증연도별 사회적목적 재투자 기업 수 및 평균금액
(단위: 개소, 천원)

구 분	전체		일자리창출		사회서비스제공		구성원 성과급		지역사회 재투자		기타	
	기업 수	평균 금액	기업 수	평균 금액	기업 수	평균 금액	기업 수	평균 금액	기업 수	평균 금액	기업 수	평균 금액
2007	3	483,720	1	54,340	1	72,365	1	1,000	1	30,000	1	1,293,454
2008	1	55,654	-	-	-	-	1	55,394	1	260	-	-
2009	3	10,626	-	-	-	-	-	-	2	15,390	1	1,100
2010	6	22,956	-	-	1	12,000	3	40,159	3	1,585	1	500
2011	6	8,564	1	22,080	3	4,095	1	1,900	3	4,907	1	400
2012	8	50,475	5	39,602	1	30,000	5	25,051	3	4,465	3	12,380
2013	12	39,733	9	39,855	7	7,075	4	16,143	1	4,000	-	-
2014	10	40,390	3	7,523	4	41,450	7	25,254	2	401	3	12,650
2015	22	29,979	6	45,179	12	16,964	9	10,645	7	9,523	6	3,737
2016	25	28,381	12	23,374	12	8,528	18	13,130	12	7,340	4	573
2017	19	66,476	9	40,128	6	113,422	11	13,994	6	10,071	1	7,000
전체	115	49,082	46	34,096	47	28,264	60	17,191	41	7,655	21	66,774

* 사회적 목적 재투자를 한 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

- 인증유형별 문화체육관광분야 사회적기업의 사회적목적 재투자 기업 수 및 평균금액을 분석해 보면 일자리제공형이 가장 많은 사회적목적 재투자 기업 수를 보였으며, 기타형이 가장 많은 평균 금액을 재투자한 것으로 나타났음

〈표 4-34〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 사회적목적 재투자 기업 수 및 평균금액

(단위: 개소, 천원)

구 분	전체		일자리창출		사회서비스제공		구성원 성과급		지역사회 재투자		기타	
	기업수	평균 금액	기업수	평균 금액	기업수	평균 금액	기업수	평균 금액	기업수	평균 금액	기업수	평균 금액
일자리 제공형	56	32,084	27	33,690	24	8,345	32	17,373	18	4,790	11	4,057
사회서비스제공형	9	17,050	3	20,943	4	19,680	3	2,766	1	3,000	2	300
혼합형	9	26,120	3	12,067	5	10,620	3	28,342	4	7,353	1	31,340
지역사회 공헌형	8	62,408	5	50,480	4	30,215	3	15,018	3	20,767	2	9,325
기타형	33	89,694	8	38,418	10	87,545	19	17,745	15	8,862	5	261,407
전체	115	49,082	46	34,069	47	28,264	61	17,191	42	7,655	21	66,774

* 사회적 목적 재투자를 한 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

- 조직형태별 문화체육관광분야 사회적기업의 사회적목적 재투자 기업 수 및 평균금액을 분석해 보면 민법상법인과 사회복지법인이 각각 1억원, 9천9백만원으로 가장 많은 평균 재투자 금액을 나타냈으며, 비영리민간단체가 2천7백만원으로 가장 적은 평균 재투자 금액을 보고함

〈표 4-35〉 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 사회적목적 재투자 기업 수 및 평균금액

(단위: 개소, 천원)

구 분	전체		일자리창출		사회서비스제공		구성원 성과급		지역사회 재투자		기타	
	기업수	평균 금액	기업수	평균 금액	기업수	평균 금액	기업수	평균 금액	기업수	평균 금액	기업수	평균 금액
상법상 회사	71	39,628	29	27,151	25	39,203	38	19,601	27	7,173	18	5,978
민법상 법인	18	102,895	8	45,957	8	10,082	8	8,826	6	6,622	1	1,293,454
비영리 민간단체	12	27,767	4	29,219	8	19,175	3	18,257	3	2,655	1	200
사회복지 법인	1	99,332	1	72,384	-	-	1	26,948	-	-	-	-
(사회적) 협동조합	13	42,012	4	56,024	6	19,047	10	13,429	5	14,500	1	1,000
기타	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
전체	115	49,082	46	34,096	47	28,264	60	17,191	41	7,535	21	66,774

* 사회적 목적 재투자를 한 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

- 2017년 지역별 문화체육관광분야 사회적기업의 사회적목적 재투자 기업 수 및 총액을 분석해 보면 서울과 경기도가 가장 많은 기업이 재투자를 하였으며 금액도 10억원 이상으로 나타남

- 광역시도 중 부산(17개소)과 울산(5개소)이 재투자 기업이 존재하지 않았으며, 이 중 부산은 17개 기업 모두 재투자를 하지 않아 타 지역에 비해 저조한 수치를 나타냄

〈표 4-36〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 사회적목적 재투자 기업 수 및 총액
(단위: 개소, 천원)

구 분	재투자 기업수	재투자 금액
서울	25	1,917,813
부산	—	—
대구	5	53,050
인천	6	221,617
광주	13	280,651
대전	6	97,854
울산	—	—
세종	1	12,200
경기	18	1,037,112
강원	9	605,166
충북	5	183,341
충남	10	623,995
전북	2	22,038
전남	5	156,592
경북	5	229,279
경남	4	104,354
제주	1	99,332
전체	115	5,644,394

* 사회적 목적 재투자를 한 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

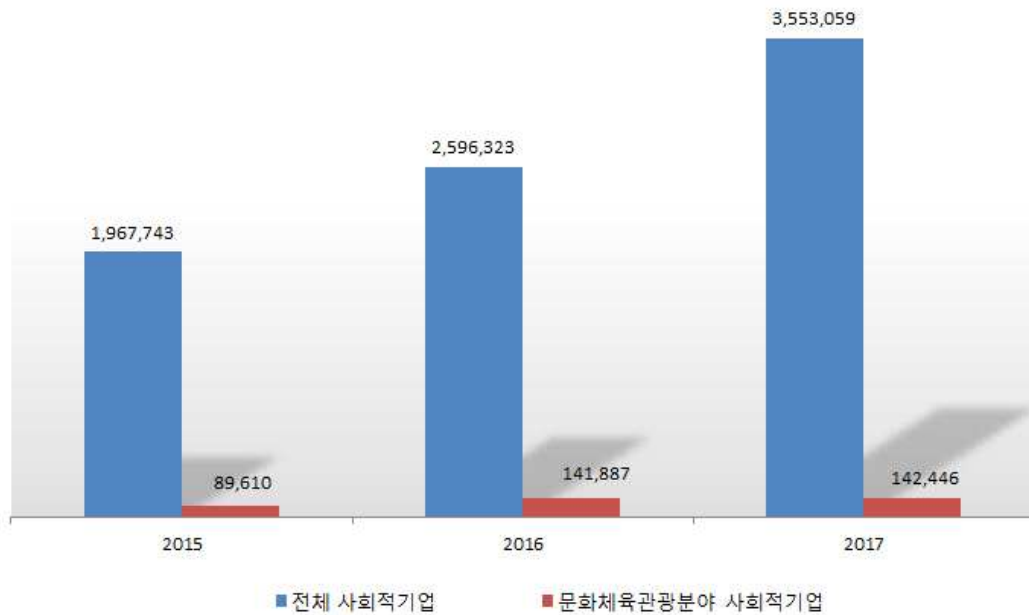
3. 경제적 성과

가. 매출액 현황

■ 연도별 매출액

- 전체 사회적기업의 연도별 매출 총액은 2017년을 기준으로 약 3조 5천억 원이며, 이 중 문화체육관광분야 사회적기업의 매출 총액은 약 1,424억 원으로 약 4.1%를 차지함

(단위: 백만원)



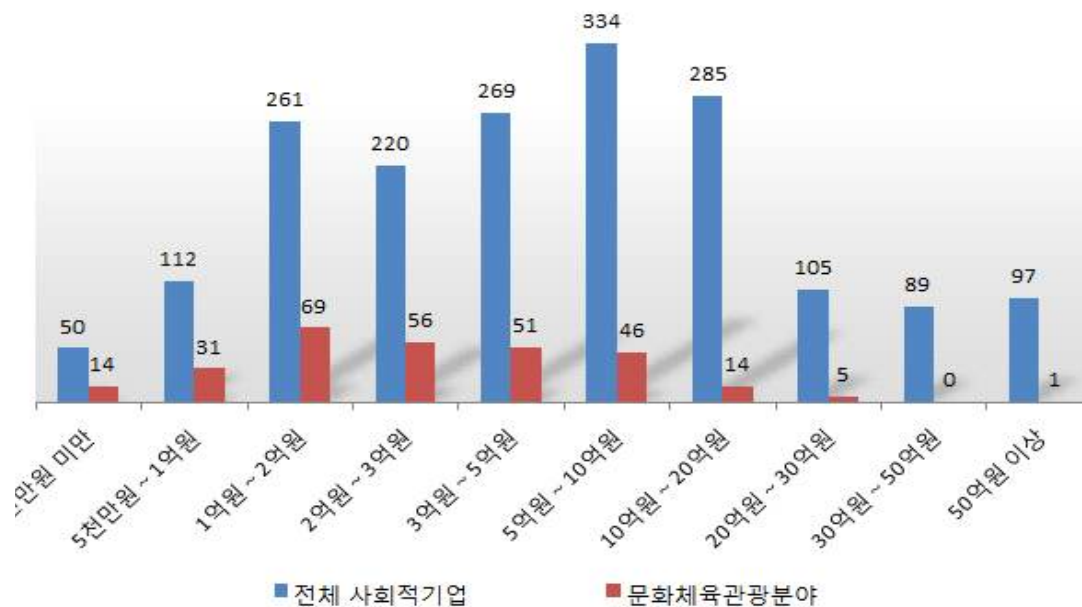
* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

[그림 4-3] 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 매출 총액

■ 매출액 분포별 기업수

- 전체 사회적기업 중 가장 많은 매출액 분포 기업수를 보인 구간은 5억 원~10억 원 으로 334개 기업이 이에 해당하였으나, 문화체육관광분야 사회적기업은 1억원~2억원 구간에 69개의 기업이 해당되어 가장 많은 매출액 분포 기업수를 보임
- 전체 사회적기업 중 2017년 매출액이 5억원 이하인 기업은 912개로 설문에 응답한 전체 1,822개의 50.0%가 이에 해당하나 문화체육관광분야 사회적기업은 221개로 설문에 응답한 전체 287개의 77.0%가 이에 해당됨

(단위: 개소)



* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

** 해당 항목에서 전체 사회적기업은 1,822개, 문화체육관광분야 사회적기업은 287개만이 응답함

[그림 4-4] '17년 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 매출액 분포 기업수

연도별 매출액 평균 및 중위값

〈표 4-37〉 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 매출액 평균 및 중위값
(단위: 천원)

구 분	2015		2016		2017	
	매출액 평균	중위값	매출액 평균	중위값	매출액 평균	중위값
전체 사회적기업	1,352,401	443,636	1,582,159	480,677	1,950,087	498,042
문화체육 관광분야	379,703	237,143	535,424	246,178	496,329	234,684

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

- 전체 사회적기업은 2015~2017년 평균 매출액이 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있으나 문화체육관광분야 사회적기업은 2016년 대비 2017년 평균 매출이 감소한 것으로 나타남
- 2017년 기준 전체 사회적기업 평균 매출인 19억원 5천만원 대비 문화체육관광분야 사회적기업의 평균 매출 4억 9천만원은 4분의 1에 불과해 큰 차이를 보여주고 있음

연도별 매출액 대비 매출원가 비중

- 연도별 매출액(평균 및 중위값) 대비 매출원가의 비중을 보면, 평균 기준일 때 매출액 대비 매출원가 비중은 2015년에 62.7%에서 2016년 61.9%, 2017년 60.4%로 매년 하락하였고, 문화체육관광분야도 각각 2015년 48.1%, 2016년 39.7%, 2017년 35.1%로 더 큰 폭으로 하락하고 있음

- 이러한 추세는 매출액에서 매출원가가 차지하는 비중이 줄어들고 매출총이익율이 개선되어 기업의 수익성이 향상되고 있다고 유추할 수 있음

〈표 4-38〉 연도별 매출액(평균 및 중위값) 대비 매출원가 비중

(단위: %)

구 분	2015		2016		2017	
	매출 원가/ 매출액 평균	매출 원가/ 매출액 중위값	매출 원가/ 매출액 평균	매출 원가/ 매출액 중위값	매출 원가/ 매출액 평균	매출 원가/ 매출액 중위값
전체 사회적기업	62.7%	71.3%	61.9%	67.6%	60.4%	66.6%
문화체육관광분야	50.8%	48.1%	39.7%	38.1%	35.1%	28.2%

* 매출원가가 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 지역별 평균 매출 및 중위값

- 지역별 문화체육관광분야 사회적기업의 평균 매출은 서울, 대전, 제주 순으로 나타났으며, 중위값이 높은 지역은 대전, 서울, 충북 순으로 나타남
- 서울은 유일하게 문화체육관광분야 사회적기업 평균매출이 10억원을 넘는 지역이며 62개의 문화체육관광분야 사회적기업이 위치하고 있어 전국에서 가장 많은 기업이 소재하고 있는 지역임
- 세종을 제외한 지역 중 울산과 충북 순으로 가장 문화체육관광분야 사회적기업이 적으며 경남은 평균 매출이 유일하게 1억원 대를 보이고 있음

〈표 4-39〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 지역별 평균 매출 및 기업수, 중위값

(단위: 천원)

구 분	평균	기업수	중위값
서울	1,070,513	62	348,354
부산	206,577	17	177,206
대구	518,336	15	324,670
인천	310,429	21	161,746
광주	390,400	21	287,246
대전	769,450	11	572,142
울산	236,869	5	225,074
세종	286,140	2	286,140
경기	277,862	32	201,153
강원	254,485	13	232,931
충북	337,764	6	334,358
충남	477,803	16	261,484
전북	242,169	19	201,307
전남	232,058	14	157,925
경북	292,107	16	220,324
경남	154,542	11	131,655
제주	625,790	6	253,217
전체	496,329	287	234,684

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 인증연도별 평균 매출액

- 인증연도별 문화체육관광분야 사회적기업의 평균 매출을 살펴보면 2007년이 인증받은 기업이 2017년 기준 74억 9천만 원으로 가장 많은 매출을 보이고 있으며, 최근 인증 받은 기업일수록 평균 매출이 떨어지는 것으로 나타남
- 정부지원이 끝나는 인증 후 3년이 지난 시점에도 생존해 있는 기업의 경우에는 오래된 기업일수록 매출이 지속적으로 상승하는 것으로 나타남

〈표 4-40〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증연도별 최근 3개년 평균 매출액

(단위: 천원)

구 분	2015	2016	2017
2007	1,024,085	6,624,937	7,490,418
2008	488,142	232,365	502,064
2009	739,150	808,592	903,284
2010	365,476	543,646	484,918
2011	346,891	360,941	258,038
2012	430,910	424,672	419,142
2013	324,735	296,189	403,166
2014	331,636	409,809	386,001
2015	332,259	424,932	356,135
2016	—	285,724	311,312
2017	—	—	272,894
전체	379,703	535,424	496,329

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 인증유형별 평균 매출액

- 인증유형별 문화체육관광분야 사회적기업의 평균 매출을 살펴보면 일자리제공형은 2015~2017년 동안 매출이 꾸준히 상승하고 있으며 이에 반해 타유형은 2016년 대비 2017년에 매출이 감소하는 추세를 보이고 있음
- 기타형 사회적기업은 3년간 약 6억 6천만 원의 평균 매출을 기록하고 있어 모든 유형 중에 가장 높은 평균 매출을 보이고 있음

〈표 4-41〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 최근 3개년 평균 매출액

(단위: 천원)

구 분	2015	2016	2017
일자리제공형	297,294	402,963	410,615
사회서비스제공형	530,202	743,295	381,597
혼합형	343,730	263,855	303,191
지역사회공헌형	306,680	321,021	289,441
기타형	464,621	787,315	744,074
전체	379,703	535,424	496,329

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 조직형태별 평균 매출액

- 조직형태별 문화체육관광분야 사회적기업의 평균 매출을 살펴보면 민법상법인만이 2015~2017년 동안 매출이 꾸준히 상승하고 있음
- 사회복지법인은 2017년 기준 약 14억 원의 평균 매출을 올리고 있어 타 조직형태 보다 월등하게 높은 매출을 보여주고 있음

〈표 4-42〉 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 최근 3개년 평균 매출액

(단위: 천원)

구 분	2015	2016	2017
상법상회사	374,849	478,326	408,634
민법상법인	374,243	792,045	808,676
비영리민간단체	252,155	238,184	261,166
사회복지법인	421,328	1,456,013	1,415,901
(사회적)협동조합	818,664	495,819	451,777
기타	786,937	163,083	196,106
전체	379,703	535,424	496,329

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 연도별 공공시장 매출 총액

- 2017년 전체 사회적기업의 공공시장 매출액은 약 1조 2천억 원으로 전체 사회적기업 매출액 3조 5천억 원의 34.3%를 차지하고 있으며, 문화체육관광분야 사회적기업 공공시장 매출액 약 444억 원은 문화체육관광분야 사회적기업의 전체 매출액 약 1,424억 원의 31.2%를 차지하고 있음
- 이를 볼 때 전체 매출액 대비 공공시장 매출액 비율은 전체 사회적기업과 문화체육 관광분야 사회적기업 사이에 큰 차이가 없는 것으로 나타남
- 다만, 전체 사회적기업의 공공시장 매출액은 2015~2017년 동안 꾸준히 증가한 것에 비해, 문화체육관광분야 사회적기업의 공공시장 매출액은 2016년 대비 2017년에 약 34억 원 가량이 감소함

(단위: 백만원)



* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

[그림 4-5] 연도별 전체 및 문화체육관광분야 사회적기업의 공공시장 매출 총액

■ 공공시장 매출액 구간 별 기업 수

- 전체 사회적기업 1,825개 중 공공시장 매출액이 있다고 응답한 기업은 1,227개로 67.2%만이 공공시장 매출액이 발생한 것으로 나타남
- 반면 문화체육관광분야 사회적기업 중 공공시장 매출액이 발생했다고 응답한 기업은 209개소로 72.6%로 나타나, 문화체육관광분야에서 공공시장이 상대적으로 높은 비중을 차지하고 있음
- 전체 사회적기업 중 공공시장 매출액이 30억원 이상인 기업은 99개이나, 문화체육 관광분야 사회적기업은 한 개도 없어 규모의 경제를 통해 공공시장에 진출하는 것에 어려움이 존재함

(단위: 개소)



* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

** 해당항목에서 전체 사회적기업은 1,277개, 문화체육관광분야 사회적기업은 209개만이 응답함

[그림 4-6] '17년 전체 및 문화체육관광분야 사회적기업의 공공시장 매출액 분포 기업수

연도별 공공시장 매출액 평균 및 중위값

- 전체 사회적기업은 2015~2017년 공공 매출액 평균이 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있으나 문화체육관광분야 사회적기업은 2016년 대비 2017년 공공 매출액 평균이 감소한 것으로 나타남
- 2017년 기준 전체 사회적기업 공공 매출액 평균 9억 9천만원 대비 문화체육관광분야 사회적기업의 공공 매출액이 평균 2억 1천만원으로 약 1/5 수준임을 알 수 있음
- 이를 볼 때 재화에 비해 상대적으로 서비스는 공공 시장에 진출하는데 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남

〈표 4-43〉 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 공공 매출액 평균 및 중위값

(단위: 천원)

구 분	2015		2016		2017	
	공공매출액 평균	중위값	공공매출액 평균	중위값	공공매출액 평균	중위값
전체 사회적기업	860,406	260,021	950,343	276,943	991,452	311,746
문화체육관광분야	217,491	113,355	243,027	103,500	212,613	116,531

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 지역별 평균 공공시장 매출액 및 중위값

- 지역별 문화체육관광분야 사회적기업의 공공시장 평균 매출을 해당 설문에 응답한 209개 기업을 대상으로 살펴보니, 대전, 광주, 제주 순으로 나타났으며, 중위값이 높은 지역은 세종을 제외한 대전, 충북, 강원 순으로 나타남
- 대전은 유일하게 문화체육관광분야 사회적기업 공공시장 평균매출이 5억 원, 중위값 4억 원을 넘는 지역이고, 공공시장 평균 매출이 1억 원 이하인 지역도 7개나 되는 것으로 나타남

〈표 4-44〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 지역별 공공시장 평균 매출액 및 기업수, 중위값
(단위: 천원)

구 분	평균 매출액	기업수	중위값
서울	232,330	51	150,806
부산	127,613	12	92,658
대구	92,030	10	61,469
인천	192,380	16	66,438
광주	349,234	11	129,181
대전	541,720	7	405,218
울산	119,251	4	67,821
세종	165,219	2	165,219
경기	204,871	25	120,082
강원	223,324	6	206,466
충북	236,530	4	220,874
충남	207,719	12	87,560
전북	173,953	14	110,983
전남	165,894	12	46,848
경북	193,251	12	103,990
경남	98,302	7	55,000
제주	320,704	4	118,910
전체	212,613	209	116,531

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 인증연도별 평균 공공시장 매출액

- 인증연도별 문화체육관광분야 사회적기업의 2017년 평균 공공시장 매출을 살펴보면 초기 2007년과 2008년 인증기업이 각각 평균 3억 8천 5백만 원과 5억 7천 5백만 원으로 가장 높은 공공시장 매출을 보였으며 최근에 인증 받은 기업은 상대적으로 낮은 매출을 나타내고 있음

〈표 4-45〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증연도별 최근 3개년 평균 공공시장 매출액

(단위: 천원)

구 분	2015	2016	2017
2007	171,834	639,220	385,862
2008	475,238	346,035	575,725
2009	237,266	373,289	103,206
2010	217,760	365,183	263,263
2011	203,501	218,462	112,565
2012	261,900	179,596	244,385
2013	199,531	145,401	241,336
2014	120,473	175,846	179,990
2015	231,267	358,896	303,856
2016	—	140,616	152,817
2017	—	—	130,406
전체	217,491	243,027	212,613

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 인증유형별 평균 공공 매출액

- 2015~2017년 인증유형별 문화체육관광분야 사회적기업의 평균 공공 매출을 살펴보면 지역사회 공헌형이 2017년에 가장 높은 평균 공공매출을 올려 2015년에 비해 2.7배 증가한 것으로 나타났고 일자리제공형은 2017년 공공매출이 2015년에 비해 1.7배가 증가하였음
- 이는, 지자체와 공공기관의 사회적기업 우선구매가 지역사회에 공헌하고 일자리 창출을 목적으로 한 사회적기업을 대상으로 이루어지고 있는 트렌드를 반영한 것으로 판단됨
- 다만, 공공시장에서 사회서비스 제공형의 최근 평균 매출액 감소가 가장 높다는 것은 향후 정책 개발에 있어 보완할 필요가 있을 것으로 보임

〈표 4-46〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 최근 3개년 평균 공공시장 매출액

(단위: 천원)

구 분	2015	2016	2017
일자리 제공형	145,044	206,952	244,506
사회서비스 제공형	385,746	539,177	222,194
혼합형	215,913	127,435	157,455
지역사회 공헌형	93,453	168,705	252,024
기타형	253,240	238,894	182,608
전체	217,491	243,027	212,613

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 조직형태별 평균 공공시장 매출액

- 2015~2017년 조직형태별 문화체육관광분야 사회적기업의 평균 공공 매출을 살펴보면 협동조합의 공공 매출 감소폭이 가장 큰 것으로 나타났으며, 반면 사회 복지법인이 가장 크게 증가한 것으로 나타났음

〈표 4-47〉 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 최근 3개년 평균 공공시장 매출액

(단위: 천원)

구 분	2015	2016	2017
상법상회사	202,365	290,320	255,429
민법상법인	247,269	226,562	173,110
비영리 민간단체	143,114	123,186	182,796
사회복지 법인	—	12,100	543,769
(사회적)협동조합	435,518	318,315	129,954
기타	—	90,437	67,786
전체	217,491	243,027	212,613

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 연도별 민간시장 매출액

- 2017년 전체 사회적기업의 민간시장 매출액은 약 2조 3천억 원으로 전체 사회적기업 매출액 3조 5천억 원의 65.8%를 차지하고 있으며, 문화체육관광분야 사회적기업 민간시장 매출액 약 980억 원은 문화체육관광분야 사회적기업의 전체 매출액 약 1천 4백 2십 4억 원의 68.8%를 차지하고 있음
- 이를 볼 때 전체 매출액 대비 민간시장 매출액 비율은 전체 사회적기업과 문화체육 관광분야 사회적기업 사이에 큰 차이가 없는 것으로 나타남
- 전체 사회적기업의 민간시장 매출액은 공공시장과 마찬가지로 2015~2017년 동안 꾸준히 증가하였고, 문화체육관광분야 사회적기업의 공공시장 매출액이 2016년 대비 2017년에 약 34억 원 가량이 감소했던 것과 달리 민간시장은 약 40억원 가량 증가함

(단위: 백만원)



* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

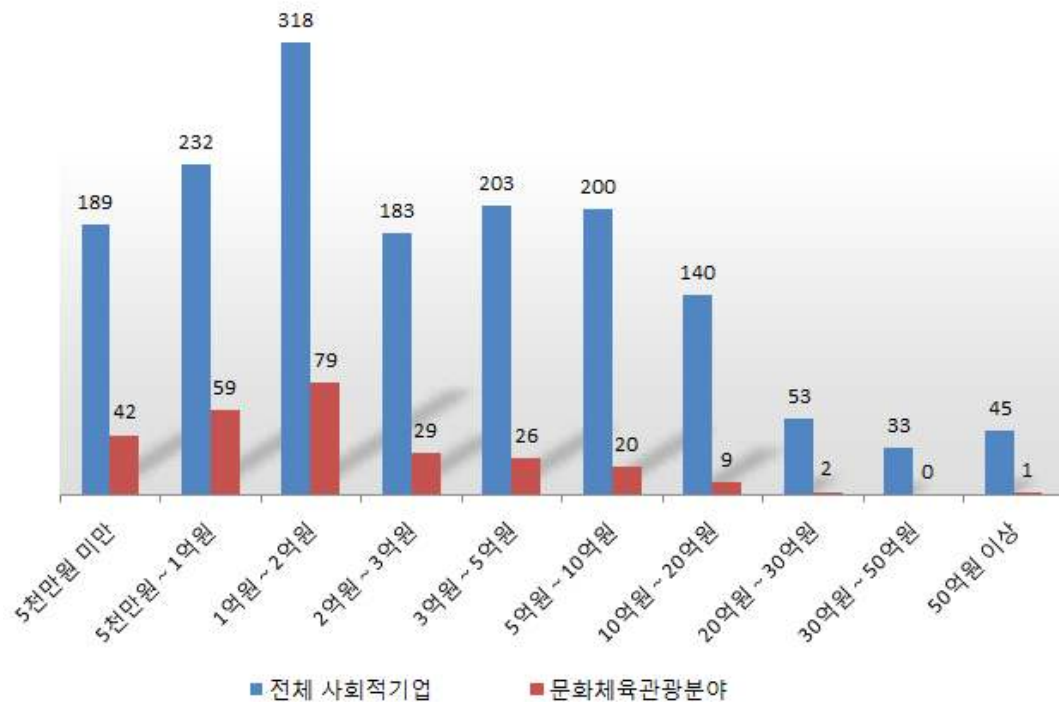
** 해당항목에서 전체 사회적기업은 1,596개, 문화체육관광분야 사회적기업은 267개만이 응답함

[그림 4-7] 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 민간시장 매출 총액

■ 민간시장 매출액 구간 별 기업수

- 전체 사회적기업 1,825개 중 민간시장 매출액이 있다고 응답한 기업은 1,596개로 전체의 87.5%만이 민간시장 매출액이 발생한 것으로 나타남
- 반면 문화체육관광분야 사회적기업 중 민간시장 매출액이 발생했다고 응답한 기업은 267개소로 92.7%로 나타남
- 전체 사회적기업과 문화체육관광분야의 사회적기업은 모두 1억원에서 2억원 사이 매출액 달성 기업이 가장 많이 분포하고 있음
- 전체 사회적기업 중 민간시장 매출액이 30억원 이상인 기업은 78개이나, 문화체육 관광분야 사회적기업은 단 한 개 기업만이 존재하고 있음

(단위: 개소)



* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

** 해당항목에서 전체 사회적기업은 1,596개, 문화체육관광분야 사회적기업은 267개만이 응답함

[그림 4-8] '17년 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 민간시장 매출액 분포 기업수

연도별 민간시장 매출액 평균 및 중위값

- 전체 사회적기업은 2015~2017년 민간시장 매출액 평균이 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있으나, 문화체육관광분야 사회적기업은 2016년 대비 2017년 민간시장 매출액 평균이 감소한 것으로 나타남
- 2017년 기준 전체 사회적기업 민간시장 매출액이 평균 14억 6천만원인데 비해, 문화체육관광분야 사회적기업의 민간시장 매출액 평균 3억 6천만원은 약 4분의 1에 불과해 큰 차이를 보여줌
- 이를 볼 때 공공시장 매출과 같이, 재화에 비해 상대적으로 서비스는 민간시장에 진출하는데 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남

<표 4-48> 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 민간시장 매출액 평균 및 중위값

(단위: 천원)

구 분	2015		2016		2017	
	민간 매출액 평균	중위값	민간 매출액 평균	중위값	민간 매출액 평균	중위값
전체 사회적기업	891,579	214,003	1,067,097	238,872	1,464,002	230,730
문화체육관광분야	241,781	141,102	388,476	145,136	367,080	126,078

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 지역별 평균 공공시장 매출액 및 중위값

- 지역별 문화체육관광분야 사회적기업의 민간시장 평균 매출을 해당 설문에 응답한 267개 기업을 대상으로 살펴보니, 서울, 대구, 대전 순으로 나타났으며, 중위값이 높은 지역은 세종을 제외한 대구, 서울, 충남 순으로 나타남
- 서울은 유일하게 문화체육관광분야 사회적기업 민간시장 평균매출이 9억이 넘으며, 이는 두번째로 공공시장 평균 매출이 높은 대구지역보다 두배나 많은 수치임
- 공공시장 평균 매출이 1억 원 이하인 지역은 경남지역 1개로 나타남

〈표 4-49〉 '17년 문화체육관광분야 사회적기업 지역별 민간시장 평균 매출액 및 기업수, 중위값

(단위: 개소, 천원)

구 분	평균	기업수	중위값
서울	973,624	56	209,679
부산	116,497	17	91,005
대구	489,625	14	353,041
인천	163,853	21	101,610
광주	207,468	21	142,848
대전	467,191	10	140,692
울산	141,468	5	85,933
세종	120,921	2	120,921
경기	134,636	28	68,371
강원	164,030	12	147,327
충북	180,078	6	159,053
충남	343,482	15	176,200
전북	127,405	17	119,410
전남	104,840	12	74,456
경북	168,194	14	117,580
경남	91,986	11	116,049
제주	411,988	6	134,307
전체	367,080	267	126,078

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 인증연도별 민간시장 평균 매출액

- 인증연도별 문화체육관광분야 사회적기업의 2017년 평균 민간시장 매출을 살펴보면 초기 2007년 인증기업이 평균 72억 5천 8백만 원으로 가장 높은 민간시장 매출을 보였으며 최근에 인증 받은 기업은 상대적으로 낮은 매출로 나타남

〈표 4-50〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증연도별 최근 3개년 평균 민간시장 매출액
(단위: 천원)

구 분	2015	2016	2017
2007	886,618	7,438,549	7,258,901
2008	191,118	118,696	93,693
2009	580,973	584,618	851,681
2010	213,936	295,548	301,922
2011	176,168	207,543	180,888
2012	221,814	287,412	253,317
2013	210,159	196,899	239,820
2014	260,105	292,564	266,796
2015	217,839	187,822	149,971
2016	—	200,202	203,329
2017	—	—	207,234
전체	241,781	388,476	367,080

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 인증유형별 민간시장 평균 매출액

- 인증유형별 문화체육관광분야 사회적기업의 평균 민간시장 매출액을 살펴보면 기타형이 2017년에 가장 높은 평균 공공매출을 올린 것으로 나타남
- 혼합형을 제외한 모든 인증유형이 2016년도 민간시장 평균 매출과 비교하여 2017년 매출이 감소하였고, 그 감소폭은 사회서비스제공형이 1억 4,400만원으로 가장 크게 나타남
- 이는, 일정 비율 이상의 취약계층의 참여가 필수인 사회서비스제공형의 특성상 민간시장에서 경쟁력을 얻기가 쉽지 않기 때문인 것으로 판단됨

〈표 4-51〉 문화체육관광분야 사회적기업 인증유형별 최근 3개년 평균 민간시장 매출액
(단위: 천원)

구 분	2015	2016	2017
일자리 제공형	221,993	281,193	263,229
사회서비스제공형	305,139	373,188	228,497
혼합형	186,360	186,471	188,886
지역사회 공헌형	250,608	174,809	111,581
기타형	271,283	656,941	652,820
전체	241,781	388,476	367,080

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

■ 조직형태별 민간시장 평균 매출액

- 조직형태별 문화체육관광분야 사회적기업의 2017년 평균 민간시장 매출을 살펴보면 사회복지법인의 민간시장 평균 매출 감소폭이 전년도에 비해 가장 큰 것으로 나타났으며, 반면 기타형이

가장 크게 증가한 것으로 나타났음

〈표 4-52〉 문화체육관광분야 사회적기업 조직형태별 최근 3개년 평균 민간시장 매출액

(단위: 천원)

구 분	2015	2016	2017
상법상회사	254,053	296,431	251,693
민법상법인	216,257	672,394	727,768
비영리 민간단체	141,838	158,553	122,097
사회복지 법인	421,328	1,443,913	872,132
(사회적)협동조합	580,126	272,545	364,191
기타	786,937	108,821	150,915
전체	241,781	388,476	367,080

* 매출액이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

나. 영업이익 및 당기순이익 현황

- 2016년 이전 인증 사회적기업의 회계처리 가이드라인에 따르면 정부 지원금은 영업외수익에 포함되어 영업이익에 반영되지 않았으나, 2016년 일반기업 회계기준에 따라 회계처리 방식이 변경되었음
- 일반기업 회계기준의 제17장에 따르면, 기업에 대한 정부 지원금이 특정의 비용을 보전할 목적으로 지급되는 경우 특정의 비용과 상계 처리하도록 되어있기 때문에 이에 따라 인증 사회적기업에 대한 고용노동부의 핵심 지원 항목인 인건비 지원, 사업개발비 지원, 사회보험료 지원 등을 해당 비용과 상계 처리하도록 회계처리 방식이 변경됨

■ 연도별 영업이익 및 당기순이익 비교

- 2015~2017년 전체 및 문화체육관광분야 사회적기업의 영업이익 및 당기순이익 총액을 분석해 보면 전체 사회적기업의 당기순이익 총액은 2017년이 약 615억 원으로 2015년 473억 원 보다 30.0% 증가하였음
- 문화체육관광분야 사회적기업의 2017년 당기순이익 총액 역시 2015년 보다 약 546.6%로 급격하게 증가하였음

〈표 4-53〉 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 영업이익 및 당기순이익 총액

(단위: 천원)

구 분	2015		2016		2017	
	영업 이익	당기순이익	영업 이익	당기순이익	영업 이익	당기순이익
전체 사회적기업	-	47,302,740	-9,148,268	43,534,362	17,790,487	61,510,654
문화체육관광분야	-	560,881	-7,930,328	609,823	-6,513,792	3,626,428

* 영업이익(손실) 및 당기순이익(손실)이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

** 2016년 회계처리기준 변경으로 인해 2015년 영업이익 자료 비교 불가

- 2015~2017년 전체 및 문화체육관광분야 사회적기업의 영업이익 및 당기순이익 평균을 분석해 보면 전체 사회적기업의 경우 영업이익은 2015년 3천 2백만 원에서 2017년 3천 3백만 원으로 크게 개선사항이 없음
- 반면 문화체육관광분야 사회적기업의 경우 영업손실이 감소, 당기순이익은 증가하는 추세를 보이고 있음

〈표 4-54〉 연도별 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 평균 영업이익 및 당기순이익
(단위: 천원)

구 분	2015		2016		2017	
	영업 이익	당기순이익	영업 이익	당기순이익	영업 이익	당기순이익
전체 사회적기업	-	32,399	-5,534	26,336	9,748	33,704
문화체육관광분야	-	2,387	-29,926	2,328	-22,617	12,680

* 영업이익(손실) 및 당기순이익(손실)이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

** 2016년 회계처리기준 변경으로 인해 2015년 영업이익 자료 비교 불가

■ 영업이익 분포별 기업 수 비교

- 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 영업이익 분포별 기업수를 분석해 보면 전체 1,825개 중 영업이익이 발생한 기업은 1,008개 기업으로 약 55.2%를 차지하고 있으며, 문화체육관광분야 사회적기업의 경우 전체 288개 중 135개가 영업이익이 발생하여 약 46.9%의 수치를 나타내어 크게 차이는 없는 것으로 보임
- 다만 전체 사회적기업 중 1억 원이상 영업이익이 발생하는 기업 비중은 약 12.2%로 문화체육관광분야 사회적기업 4.5%와 차이가 7.7%이상 나는 것으로 파악됨
- 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 평균 영업이익 차이는 1억 원이상 발생하는 기업 수의 차이로 인해 발생하는 것으로 보임

(단위: 개소)



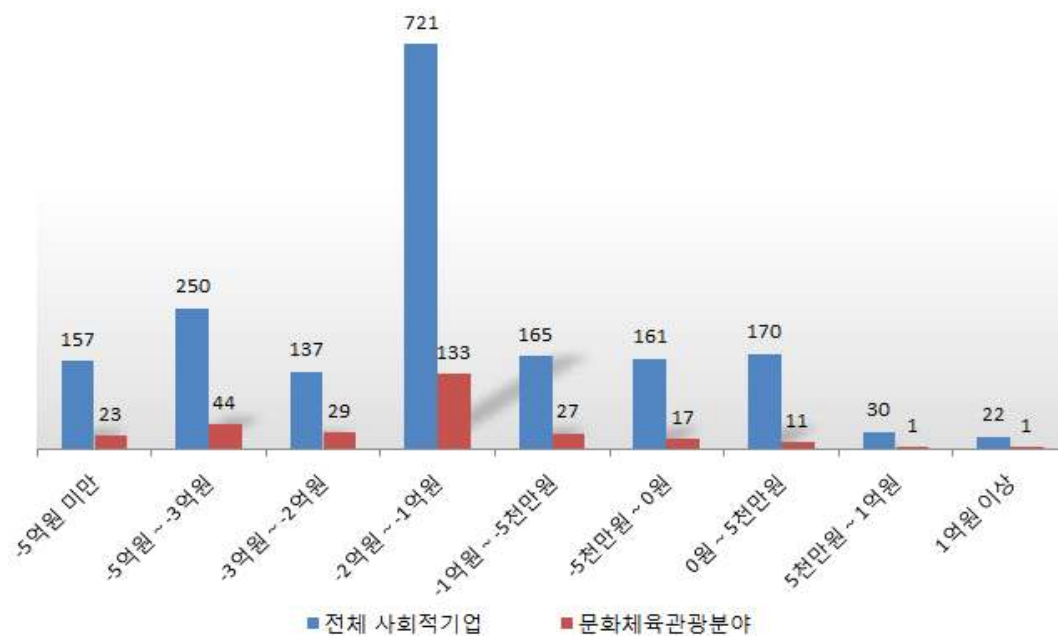
* 영업이익(손실) 및 당기순이익(손실)이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

[그림 4-9] '17년 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 영업이익 분포별 기업수

■ 당기순이익 분포별 기업 수 비교

- 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 당기순이익 분포별 기업수를 분석해 보면 2억에서 1억 사이의 당기순손실이 발생한 사회적기업이 가장 많은 것으로 나타남
- 당기순손실이 발생한 전체 사회적기업의 비율은 해당 설문에 응답한 기업수의 약 87.8%에 해당되었으며, 문화체육관광분야는 약 95.5%가 이에 해당된 것으로 나타남

(단위: 개소)



* 영업이익(손실) 및 당기순이익(손실)이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

[그림 4-10] '17년 전체 사회적기업과 문화체육관광분야 사회적기업의 당기순이익 분포별 기업수

■ 인증연도별 평균 영업이익 및 당기순이익 비교

- 문화체육관광분야 사회적기업의 인증연도별 최근 3개년 평균 영업이익 및 당기순이익을 분석해보면 재정지원사업 종료 후 당기순이익 및 영업이익이 급격하게 감소하는 추세를 보이다가 재정지원사업 종료 2년 후 부터는 다시 회복하는 추세를 보임
- 이는 사회적기업은 재정지원사업 종료 후 데스밸리(Death Valley, 죽음의 계곡)¹⁵⁾를 겪고 이를 극복한 후에는 다시 생존 가능성을 높이는 것으로 판단됨
- 이를 통해 재정지원 사업 종료 직후 지원 정책의 필요성이 존재함

15) 데스밸리(Death Valley, 죽음의 계곡)는 창업사업화 과정에서 자금조달, 시장진입 등 어려움을 겪는 시기를 뜻함

〈표 4-55〉 문화체육관광분야 사회적기업의 인증연도별 최근 3개년 평균 영업이익 및 당기순이익
(단위: 천원)

구 분	2015		2016		2017	
	영업 이익	당기 순이익	영업 이익	당기 순이익	영업 이익	당기 순이익
2007	-	29,127	- 37,487	- 23,723	132,390	209,225
2008	-	- 4,522	- 15,048	- 4,270	- 110,734	4,805
2009	-	- 68,816	- 130,499	9,729	- 66,320	26,809
2010	-	- 6,294	- 55,224	3,270	- 16,862	8,521
2011	-	- 11,884	- 25,318	- 15,593	8,386	20,083
2012	-	- 5,883	- 40,464	- 4,109	- 100,584	20,461
2013	-	1,689	- 58,267	- 5,737	- 66,318	- 1,679
2014	-	15,821	- 21,049	7,893	- 8,924	- 4,675
2015	-	20,982	- 7,132	10,323	- 4,749	9,336
2016	-	-	- 9,166	11,275	- 14,214	11,828
2017	-	-	-	-	- 1,349	11,568
전체	-	2,387	-29,926	2,328	- 22,617	12,680

* 영업이익(손실) 및 당기순이익(손실)이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

** 2016년 회계처리기준 변경으로 인해 2015년 영업이익 자료 비교 불가

■ 인증유형별 평균 영업이익 및 당기순이익 비교

- 문화체육관광분야 사회적기업의 인증유형별 최근 3개년 평균 영업이익 및 당기순이익을 분석해보면 혼합형, 지역사회공헌형을 제외하고 모든 유형에서 영업이익은 감소하고 당기순이익은 증가하는 재무 개선을 보이고 있음

〈표 4-56〉 문화체육관광분야 사회적기업의 인증유형별 최근 3개년 평균 영업이익 및 당기순이익
(단위: 천원)

구 분	2015		2016		2017	
	영업 이익	당기 순이익	영업 이익	당기 순이익	영업 이익	당기 순이익
일자리 제공형	-	- 2,228	- 23,060	5,174	- 13,364	11,843
사회서비스제공형	-	16,778	- 31,064	- 15,964	- 19,650	12,072
혼합형	-	- 6,351	- 40,279	4,231	- 42,231	10,473
지역사회 공헌형	-	- 3,372	- 10	47,077	- 5,457	14,368
기타형	-	8,359	- 40,837	- 4,413	- 33,801	14,260
전체	-	2,387	- 29,926	2,328	- 22,617	12,680

* 영업이익(손실) 및 당기순이익(손실)이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

** 2016년 회계처리기준 변경으로 인해 2015년 영업이익 자료 비교 불가

■ 조직형태별 평균 영업이익 및 당기순이익 비교

- 문화체육관광분야 사회적기업의 조직형태별 최근 3개년 평균 영업이익 및 당기순이익을 분석해보면 사회복지법인과 기타조직형태를 제외하고 모든 유형에서 영업이익은 감소하고 당기순이익은 증가하는 재무 개선을 보이고 있음

〈표 4-57〉 문화체육관광분야 사회적기업의 조직형태별 최근 3개년 평균 영업이익 및 당기순이익

(단위: 천원)

구 분	2015		2016		2017	
	영업 이익	당기 순이익	영업 이익	당기 순이익	영업 이익	당기 순이익
상법상회사	-	- 1,751	- 14,378	13,873	- 2,757	12,656
민법상법인	-	893	- 45,316	- 966	- 40,440	23,293
비영리 민간단체	-	- 4,002	- 46,009	- 15,337	- 27,085	- 2,065
사회복지 법인	-	- 77,810	63,142	59,322	- 390,747	42,409
(사회적)협동조합	-	63,493	- 43,767	- 22,994	- 24,913	11,231
기타	-	11,576	- 1,578	6,699	- 44,541	- 24,489
전체	-	2,387	- 29,926	2,328	- 22,617	12,680

* 영업이익(손실) 및 당기순이익(손실)이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

** 2016년 회계처리기준 변경으로 인해 2015년 영업이익 자료 비교 불가

■ 지역별 평균 영업이익 및 당기순이익 비교

- 2017년 문화체육관광분야 사회적기업의 지역별 평균 영업이익 및 당기순이익을 분석해보면 평균 당기순이익이 높은 지역은 서울과 제주, 광주 순으로 나타났으며 평균 영업이익이 높은 지역은 세종과 광주 순으로 나타났음
- 지역별로 사회적기업의 조직형태, 사업유형, 영역 등에 대한 심층조사가 필요함

〈표 4-58〉 문화체육관광분야 사회적기업의 지역별 평균 영업이익 및 당기순이익

(단위: 천원)

구 분	평균 당기순이익	평균 영업이익
서울	34,768	- 15,558
부산	- 3,144	- 27,400
대구	5,975	- 4,938
인천	18,332	- 9,883
광주	24,370	11,252
대전	16,647	- 86,606
울산	18,126	1,132
세종	14,748	17,267
경기	- 11,642	- 40,702
강원	- 5,181	- 13,020
충북	16,362	4,453
충남	17,860	3,158
전북	- 8,275	- 69,494
전남	6,559	- 10,510
경북	6,108	- 535
경남	304	- 32,427
제주	34,453	- 147,129
전체	12,680	- 22,617

* 영업이익(손실) 및 당기순이익(손실)이 있는 기업만을 대상으로 분석(무응답, 0기업 제외)

** 2016년 회계처리기준 변경으로 인해 2015년 영업이익 자료 비교 불가

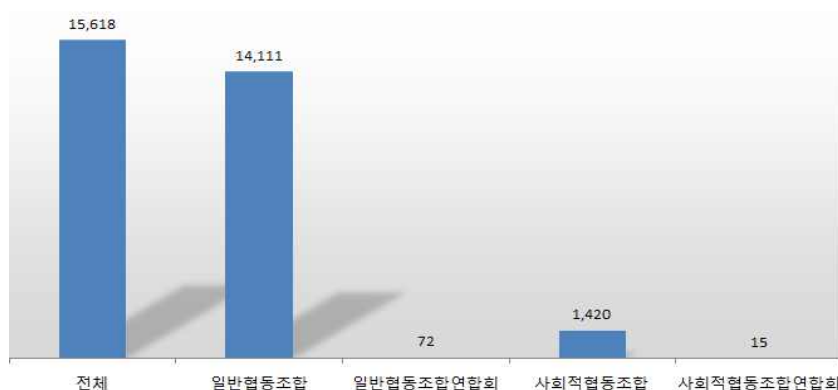
제3절 문화체육관광분야 협동조합 현황

1. 전체현황

■ 전체 협동조합(일반, 사회적협동조합)의 수

- 현재기준 협동조합은 일반협동조합 14,111개, 일반협동조합연합회 72개, 사회적 협동조합 1,420개, 사회적협동조합연합회 15개로 총 15,618개소가 운영 중에 있음

(단위: 개소)
(기간: 2012.12.01.~현재)

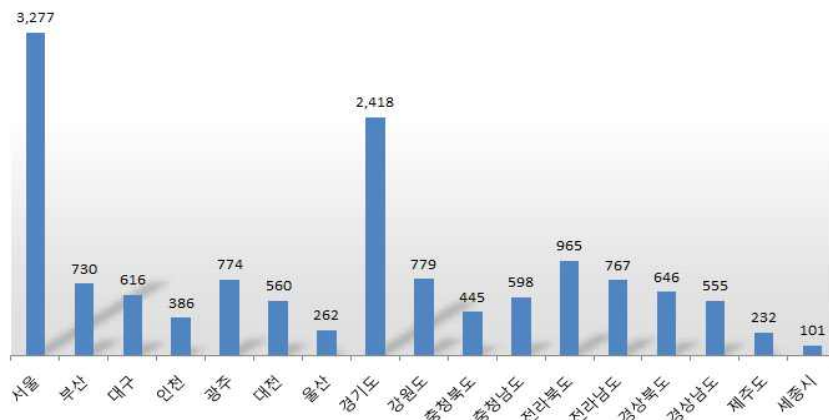


자료: 기획재정부 협동조합 홈페이지(<http://www.coop.go.kr>, 검색일: 2019.06.07.)

[그림 4-11] 전체 협동조합 설립현황

- 일반협동조합이 가장 많은 지역은 서울로 3,277개소가 설립 및 운영 중이며, 다음으로 많은 지역은 경기도로 2,418개, 가장 적은 지역은 세종시로 101개소가 설립되었음

(단위: 개소)
(기간: 2012.12.01.~현재)

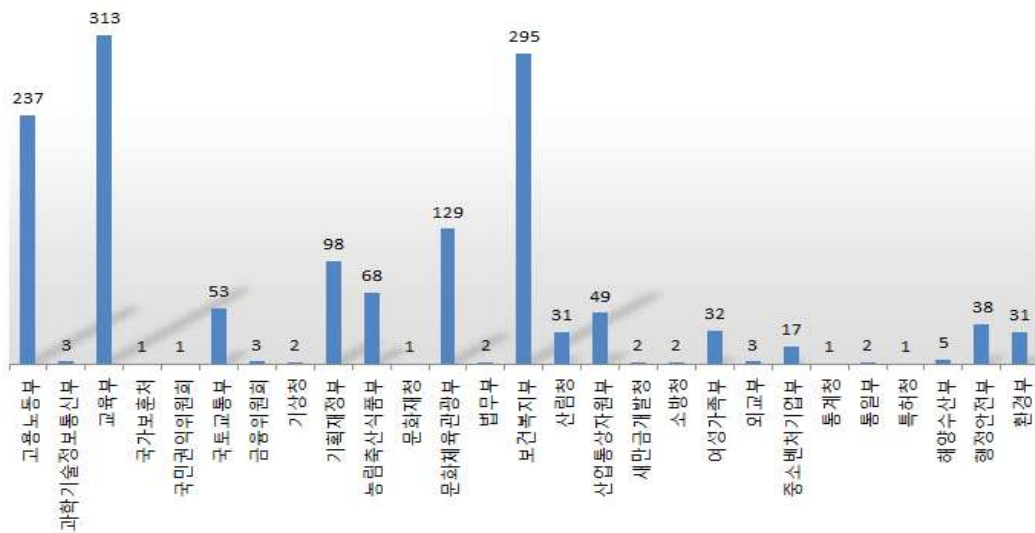


자료: 기획재정부 협동조합 홈페이지(<http://www.coop.go.kr>, 검색일: 2019.06.07.)

[그림 4-12] 일반협동조합 지역별 설립현황

- 부처별 사회적 협동조합 설립현황을 살펴보면, 교육부가 313개소 로 가장 많고 보건복지부(295개), 고용노동부(237개), 문화체육관광부(129개) 순으로 많음
- 사회적 협동조합의 누적설립 현황이 100개 미만, 30개 이상인 부처는 기획재정부(98개), 농림축산식품부(68개), 국토교통부(53개), 산업통상자원부 (49개), 행정안전부(38개), 여성가족부 (32개), 환경부(31개)·산림청(31개) 순임
- 사회적 협동조합의 누적설립 현황이 1개소에 불과한 부처는 국가보훈처, 국민권익 위원회, 문화재청, 통계청, 특허청 등 총 5개 부처임

(단위: 개소)
(기간: 2012.12.01.~현재)

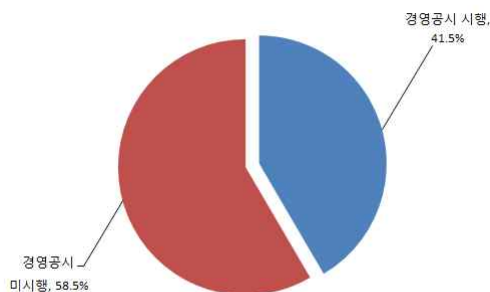


자료: 기획재정부 협동조합 홈페이지(<http://www.coop.go.kr>, 검색일: 2019.06.07.)

[그림 4-13] 사회적 협동조합 부처별 설립현황

- 일반 협동조합은 조합원이 200인 이상 또는 직전년도 출자총액이 30억 원 이상의 조합이, 사회적 협동조합은 전체 조합이 경영공시가 의무이나 실제 사회적 협동조합 1,047개 중 435개 41.5%만 경영공시 실행(2018년 8월 기준)

(단위: %)



자료: 한국사회적기업진흥원 내부자료(2018.08. 기준)

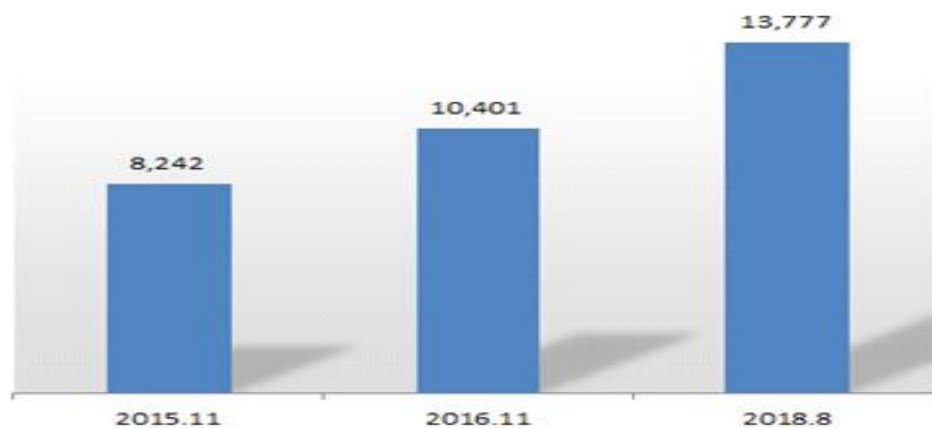
[그림 4-14] 일반 협동조합 경영공시 현황

2. 문화체육관광분야 현황

■ 문화체육관광분야 협동조합(일반, 사회적협동조합)의 수

- '18년 8월 기준 전체 협동조합(일반, 사회적협동조합) 13,777개이며, 이 중 사회적협동조합은 1,047개임
- 전체 협동조합 중 문화체육관광분야는 1,219개를 차지하고 있으며, 8.8%에 해당하는 규모임
- 사회적협동조합 1,047개 중 문화체육관광부 인가 사회적협동조합은 88개로 8.4%를 차지함
- '18년 8월 기준 인가 사회적협동조합 1,047개 1,219개 중 문화체육관광부 인가 사회적협동조합은 88개로 전체 대비 8.5%에 해당함
- 협동조합의 전체 수를 살펴보면 2015년부터 현재까지 지속적으로 증가하는 추이를 나타냄

(단위: 개소)



자료: 한국사회적기업진흥원 내부자료

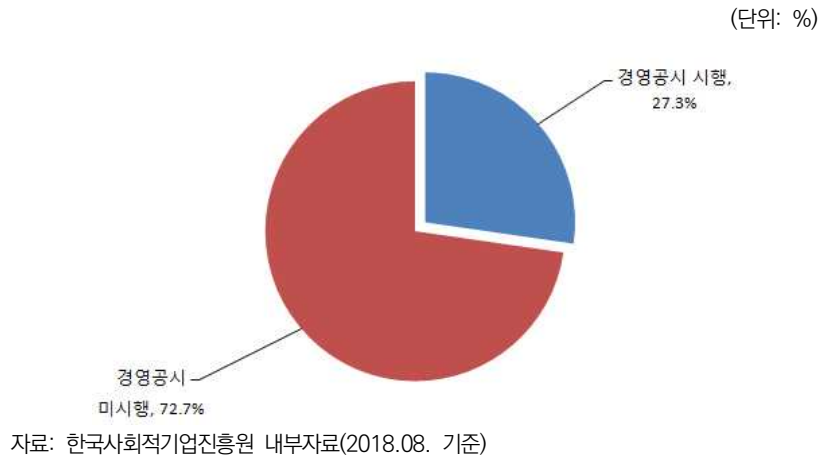
[그림 4-15] 협동조합 증가 추이

■ 유급근로자 현황

- 고용인원은 2018년 8월 기준 평균 9명이며 이 중 취약계층은 평균 1명으로 취약계층 고용인원은 인증 사회적기업 대비 1/14에 불과함*
- 사회적협동조합도 2018년부터 사회적기업과 동일하게 인건비 지원사업에 참여 가능하여 취약계층 고용이 증가할 것으로 예상

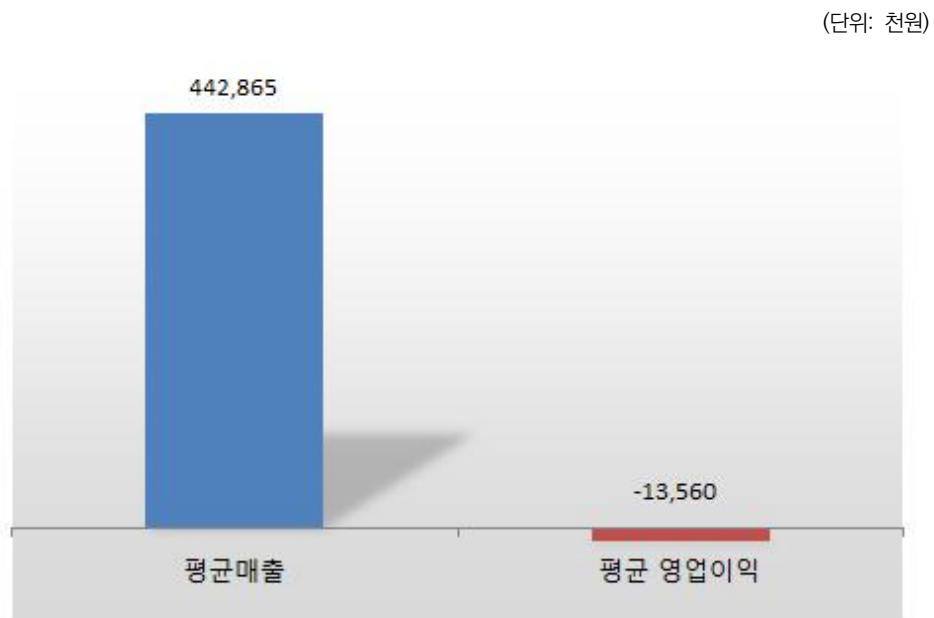
■ 매출액 및 영업이익 현황

- 문화체육관광부 사회적 협동조합은 2018년 8월 기준 88개 중 33개 기업이 경영공시를 실행하였음



[그림 4-16] 일반 협동조합 경영공시 현황

- 2018년 8월 기준 경영공시 자료를 분석한 결과 문화체육관광부 사회적 협동조합 33개 기업의 평균 매출은 442,865천원이며, 평균 영업이익은 -13,560천원임



[그림 4-17] 문화체육관광부 사회적 협동조합 평균매출 및 평균 영업이익

제4절 문화체육관광분야 마을기업 현황

1. 전체현황

- 마을기업은 행정안전부에서 2009년 시행된 「희망근로프로젝트」의 2010년 후속사업의 일환으로, 「자립형 지역공동체사업」이란 이름의 시범사업으로 시작 되었음
- 이후 2010년 12월 「마을기업 육성계획」을 수립한 후, 2011년부터 본격적으로 추진되어 오고 있음

■ 마을기업 지정현황

- 지금까지 총 1,813개소를 지정하였으며, 지정취소된 299개소를 제외하면 2018년 3월 기준 1,514개소가 운영중에 있음(2018년 3월 기준)

〈표 4-59〉 마을기업 지정현황

(단위: 개소)

구분	계	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지정	1,813	170	385	263	382	166	129	104	126	88
지정취소	299	-	5	26	50	36	36	69	61	16

자료: 행정안전부, 「2019년 마을기업 육성사업 시행 지침」, 2019.

- 마을기업은 사업이 시작된 이래 꾸준한 증가 추세에 있으며, 2011년부터 2013년까지 수백개 이상의 큰폭의 증가세를 보이다가, 사업이 안정기에 들어선 2014년부터 100여개 이하로 소폭으로 증가하는 양상을 보임

■ 연도별 마을기업 고용현황

- 전체 고용인원과 평균고용인원, 그리고 전체 매출액과 평균매출액도 꾸준히 증가함(2018년은 고용인원 및 매출액 자료 없음)
 - 평균고용인원은 2011년 5.7명에서 2017년 12.0명으로 2배 이상 증가했으며, 매출액은 2011년 197억에서 2017년 1,599억으로 8배 가까이 증가함

〈표 4-60〉 연도별 마을기업 현황(개소, 고용인원, 매출액)

(단위: 개소, 명)

구 분	'11년	'12년	'13년	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년
마을기업수	550	787	1,119	1,249	1,342	1,446	1,442	1,514
고용인원/ 평균	3,145/ 5.7	6,533/ 8.3	10,177/ 9	10,281/ 8	11,513/ 8.6	16,101/ 11	17,438/ 12	—
매출액/ 평균	197억/ 36백	492억/ 63백	737억/ 66백	1,003억/ 80백	1,183억/ 88백	1,266억/ 88백	1,599억/ 1.1억	—

자료: 행안부홈페이지(www.moi.go.) 내 '마을기업 육성현황' 2017.12.11. 등록 자료, '전국마을기업현황' 2018년 3월기준 자료, '통계지표 마을기업 고용인원 및 매출액' 2017.12.31. 기준 문서자료(구글검색) 재구성.

- 업종별로 보면 일반식품(42.8%) 전통식품(15.6%), 관광체험(13.5%) 순으로 많음

〈표 4-61〉 2016 마을기업 업종별 현황

(단위: %)

업종 유형	계	일반 식품	전통 식품	관광 체험	공예품	재활용	교육	문화 예술	물류 배송	의류 신발	사회 복지	에너 지	유통 기업	기타
비율	100	42.8	15.6	13.0	5.6	2.1	4.4	3.8	1.3	1.1	0.4	0.4	0.1	5.7

자료: 행정안전부, '2019년 마을기업 육성사업 시행 지침', 2019.

■ 법인형태별 마을기업 현황

- 법인형태로 보면 영농조합법인(41.0%), 협동조합(23.9%) 순으로 많음

〈표 4-62〉 2016 마을기업 법인형태별 현황

(단위: %)

구분	계	영농조합 법인	협동조합	주식회사	사단법인	영어조합 법인	농업회사 법인	유한회사	기타
비율	100	41.0	23.9	21.7	2.8	1.1	1.8	1.1	6.6

자료: 행정안전부, '2019년 마을기업 육성사업 시행 지침', 2019.

■ 업종별 마을기업 현황

- 마을기업을 업종별로 비교해보면 2016년 1,446개에서 2018년 1,514개로 전체 68개의 마을기업이 증가함
- 가장 많이 증가한 업종은 일반식품(46개)이며, 기타(30개), 유통기업(22개), 문화 예술(14개), 순으로 증가함
- 가장 많이 감소한 업종은 재활용(28개)이며, 이어서 공예품(8개), 관광 체험(7개) 순으로 감소함

〈표 4-63〉 마을기업 업종별 현황: 2016-18년 비교

(단위: 개소, %)

업종 연도	계 (%)	일반 식품	전통 식품	관광 체험	공예품	재활용	교육	문화 예술	물류 배송	의류 신발	사회 복지	에너지	유통 기업	기타
2016	1,446 (100)	619 (42.8)	226 (15.6)	188 (13.0)	85 (5.9)	78 (5.4)	64 (4.4)	55 (3.8)	19 (1.3)	16 (1.1)	6 (0.4)	6 (0.4)	2 (0.1)	82 (5.7)
2018	1,514 (100)	665 (43.9)	226 (14.9)	181 (12.0)	77 (5.1)	50 (3.3)	65 (4.3)	69 (4.6)	15 (1.0)	19 (1.3)	6 (0.4)	5 (0.3)	24 (1.6)	112 (7.4)
증감	68	46	0	-7	-8	-28	1	14	-4	3	0	-1	22	30

자료: 행안부홈페이지(www.moi.go.) 내 '마을기업 육성현황' 2017.12.11. 등록 자료, 「2019 마을기업 육성사업 시행지침」 자료 재구성.

■ 지역별 마을기업 현황

- 시도별 마을기업 현황을 비교해보면 보면, 2018년 기준으로 경기도가 175개로 가장 많고, 그 뒤를 전남 148개, 충남 127개 순으로 많음
- 2016년과 비교하여 마을기업이 가장 많이 증가한 시도는 충남으로 18개의 기업이 증가했으며, 가장 많이 감소한 시도는 부산으로 10개의 기업이 감소함

〈표 4-64〉 시도별 마을기업 수 현황: 2016-18년 비교

(단위: 개소, %)

구분 연도	계	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
2016	1,446	101	85	87	62	57	53	33	15	175	106	79	109	105	135	105	111	28
	(비율) 100	7.0	5.9	6.0	4.3	3.9	3.7	2.3	1.0	12.1	7.3	5.5	7.5	7.3	9.3	7.3	7.7	1.9
2018	1,514	97	75	82	60	60	54	37	24	175	118	83	127	104	148	120	118	32
	(비율) 100	6.4	5.0	5.4	4.0	4.0	3.6	2.4	1.6	11.6	7.8	5.5	8.4	6.9	9.8	7.9	7.8	2.1
증감	-4	-10	-5	-2	3	1	4	9	0	12	4	18	-1	13	15	7	4	

자료: 행안부홈페이지(www.moi.go.) 내 '마을기업 육성현황(2016년 말 기준)' 2017.12.11. 등록 자료, '전국마을기업현황*2018년 3월 기준' 자료를 재구성.

2. 문화체육관광분야 현황

■ 문화체육관광분야 마을기업 범위

- 문화체육관광분야 마을기업의 범위는 행정안전부에서 공고한 「전국 마을기업 현황」(2018.3. 기준)에서 확인할 수 있는 13가지 마을기업 유형분류 중 문화예술, 공예품, 관광체험을 의미함
- 마을기업 분류 유형에는 ① 공예품, ② 관광체험, ③ 교육, ④ 기타, ⑤ 문화예술, ⑥ 물류배송, ⑦ 사회복지, ⑧ 에너지, ⑨ 유통기업, ⑩ 의류신발, ⑪ 일반식품, ⑫ 재활용, ⑬ 전통식품 이 있음

■ 업종별 문화체육관광분야 마을기업 현황

- 유형분류를 기준으로 한 2018년 문화체육관광분야 마을기업의 수는 327개임
- 이는 전체 마을기업 1,514개중 21.6%의 비율을 차지함
- 문화체육관광분야 마을기업 327개중 130개 기업이 서비스업이며, 이는 문화체육관광분야 마을기업 전체의 39.8%를 차지하는 비율임

〈표 4-65〉 2018 업종별 문화체육관광분야 마을기업 수

(단위: 개소, '18. 3월 기준)

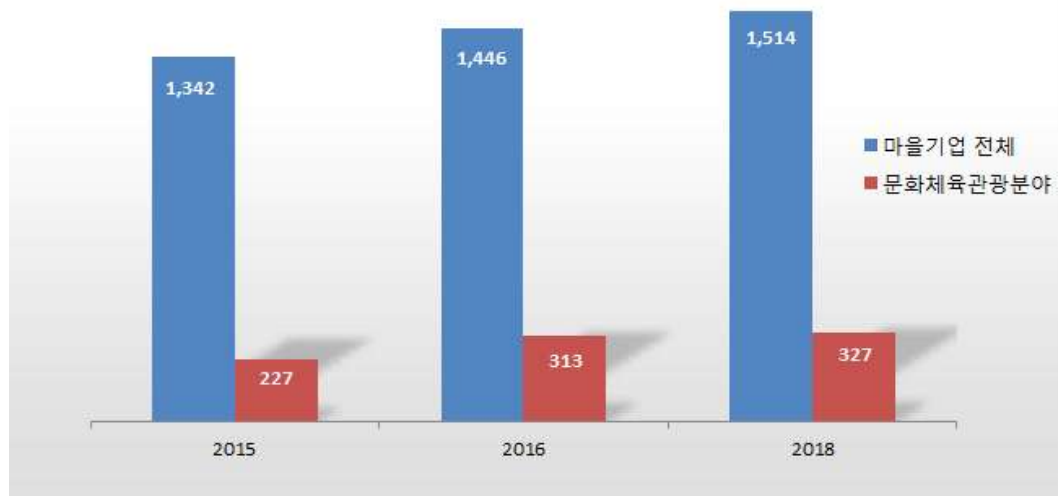
업종 \ 유형	공예품	관광체험	문화예술	체육	합계
공예품	8	—	—	—	8
도매 및 소매	14	13	—	—	27
도매 · 소매업	4	6	4	—	14
제조 · 제조업 · 도소매	31	5	—	—	36
도예 · 목제품 제조	4	—	—	—	4
서비스업	10	77	43	—	130
인테리어가구 및 소품	1	—	—	—	1
홈패션제조	1	—	—	—	1
가족휴양지	—	1	—	—	1
관광 · 관광 · 생태체험	—	15	—	—	15
교육 · 체험 · 서비스	—	5	3	—	8
글램핑	—	1	—	—	1
농사 · 농업 · 농촌 · 농산물	—	23	—	—	23
문화관광	—	1	—	—	1
선인장가공	—	1	—	—	1
숙박업	—	8	—	—	8
음식 · 식품체험	—	2	—	—	2
체육시설업	—	3	—	—	3
체험관광 · 체험학습	—	10	—	—	10
공연 · 공연기획	—	—	3	—	3
출판 · 영상 · 방송	—	—	2	—	2
공연, 전시, 출판, 디자인, 영화, 문화기획	—	—	12	—	12
기타(관광체험)	—	10	—	—	10
기타(공예품)	4	—	—	—	4
기타(문화예술)	—	—	2	—	2
합계	77	181	69	—	327

자료: 행안부홈페이지(www.moi.go.) 내 '마을기업 육성현황' 2017.12.11. 등록 자료.

■ 연도별 문화체육관광분야 마을기업 현황

- 전체 마을기업은 2015년 1,342개, 2016년 1,446개, 2017년 1,514개로 그 중 문화체육관광분야는 각각 17%, 22%, 22%를 차지하고 있음
- 최근 들어 그 증가세가 둔화되긴 했으나 문화체육관광분야의 마을기업은 지속적으로 증가하고 있음을 확인할 수 있음

(단위: 개소)



[그림 4-18] 연도별 전체 및 문화체육관광분야 마을기업 수

■ 유형 및 조직형태별 마을기업 현황¹⁶⁾

- 2016년 법인형태별로 문화체육관광분야 마을기업을 살펴보면, 전체 1,446개 마을기업 중 가장 많은 법인유형은 '영어농조합 및 법인'으로 107개로 집계되었으며 이는 문화체육관광분야 마을기업의 34.1%의 비율을 차지함
- 두 번째로 많은 법인유형은 '주식회사'로 87개 27.7%의 비율을 차지함
- 세 번째로 많은 법인유형은 '협동조합'으로 72개 22.9% 비율을 차지함
- 세부적으로 문화예술 및 공예분야는 '주식회사'와 '협동조합'이, 관광체험 분야는 '영어농조합 및 법인'이 많은 것으로 나타남

16) 현황분석을 위한 가장 최신의 세부 자료인 2016년을 기준으로 분석함

〈표 4-66〉 2016 법인형태별 전체 및 문화체육관광분야 마을기업수

(단위: 개소)

구 분	전체	문화체육관광분야				
		공예품	관광체험	문화예술	체육	합계
개인기업	1	-	-	-	-	0
관습에 따른 조합	1	-	1	-	-	1
기타	34	1	4	-	-	5
기타(비영리법인)	1	-	1	-	-	1
농업법인	2	-	-	-	-	0
농업조합법인	1	-	-	-	-	0
농업회사	3	-	-	-	-	0
농업회사법인	22	-	2	-	-	2
다유형협동조합	1	-	-	-	-	0
단체	10	-	3	-	-	3
마을공동체	2	-	1	-	-	1
마을회	1	-	-	-	-	0
민간단체	1	-	-	-	-	0
법인 및 법인간주단체	6	-	-	1	-	1
비법인	14	1	3	-	-	4
비영리법인, 단체, 민간단체, 사회적협동조합	12	2	1	-	-	3
사단법인	53	3	10	5	-	18
사회복지법인	4	-	-	-	-	0
사회적 협동조합	2	-	-	-	-	0
영어농 조합, 법인	605	9	96	2	-	107
운영위원회	2	-	1	1	-	2
유한회사	13	2	2	-	-	4
임의단체(상인회)	1	-	-	-	-	0
재단법인	5	1	-	-	-	1
조합법인	2	-	-	-	-	0
주식회사	347	31	32	24	-	87
합명회사	1	-	-	-	-	0
협동조합	286	31	22	19	-	72
내용없음	13	-	1	1	-	2
전체	1,446	81	180	53	-	314

■ 지역별 문화체육관광분야 마을기업 현황

- 2018년 문화체육관광분야 마을기업이 가장 많이 소재해 있는 지역은 경기(49개, 15.0%), 충남(32개, 9.8%), 경북(30개, 9.2%) 순임
- 유형별 구분에서 보면, 관광체험은 모든 지역에 소재해있는데 반해 체육은 마을기업에서 찾아볼 수가 없고, 문화예술은 강원, 충북, 제주 지역을 제외하고 고루 분포해 있음
- 마을기업 전체적으로는 특별시, 광역시, 특별자치시도와 같은 도시지역보다는 그 외 농어촌지역을 중심으로 활성화되어 있음
- 문화체육관광분야에서 관광체험 유형이 도시보다는 농어촌지역을 중심으로 활성화 되어있는데 비해, 공예품은 전 지역에 고루 분포되어있음

〈표 4-67〉 2018년 지역별 전체 및 문화체육관광분야 마을기업 수

(단위: 개소)

구 분	전체	문화체육 관광분야				
		문화예술	공예품	관광체험	체육	합
서울	97	7	10	3	—	20
부산	75	8	2	9	—	19
대구	82	9	4	5	—	18
인천	60	5	6	3	—	14
광주	60	5	6	3	—	14
대전	54	7	3	4	—	14
울산	37	3	2	3	—	8
세종	24	3	1	2	—	6
경기	175	8	8	33	—	49
강원	118	—	4	19	—	23
충북	83	—	4	9	—	13
충남	127	2	6	24	—	32
전북	104	—	6	13	—	19
전남	148	4	4	14	—	22
경북	120	5	7	18	—	30
경남	118	3	4	12	—	19
제주	32	—	—	7	—	7
전체	1,514	69	77	181	—	327

제5절 문화체육관광분야 자활기업 현황

1. 전체현황

- 자활기업은 2인 이상의 수급자 또는 저소득층이 상호협력하여, 조합 또는 공동사업자의 형태로 탈빈곤을 위한 자활사업을 운영하는 업체로서, 국민기초생활 보장법에 의한 자활기업 요건을 갖추고 보장기관으로부터 인정을 받은 기업임
- 국민기초생활보장법 개정에 따라 2012년 8월 2일부터 '자활공동체'를 '자활기업'으로 명칭을 변경하고, 설립 요건을 사업자 등록 상 2인 이상의 공동 사업자에서 1인 이상의 사업자로 완화됨
- 현재 자활기업은 보건복지부의 자활지원사업 중 일부로, 자활사업 참여자의 근로능력과 수준을 점진적으로 향상시켜 궁극적으로 자립을 목표로 ① Gateway / 자활사례관리 → ② 자활근로 / 취업 지원 → ③ 자활기업 / 직업 알선·창업지원프로그램 등을 제공함

■ 자활기업 운영현황

- 2018년 12월 기준 1,214개소가 운영 중에 있음

〈표 4-68〉 자활기업 업종별 현황

구분	기업 수	비율
건강증	1	0.1
공산품생산	5	0.4
기타	2	0.2
교육훈련	1	0.1
농산물생산·가공	28	2.3
배송·운전	127	10.5
도시락,반찬	1	0.1
사회서비스	113	9.3
생활용품생산	47	3.9
세탁	30	2.5
수산물생산·가공	1	0.1
식자재납품	1	0.1
식품생산	67	5.5
위탁생산	6	0.5
유통·판매	56	4.6
음식점	142	11.7
이·미용·건강	5	0.4
인력파견	1	0.1
재활용·수선	57	4.7

구분	기업 수	비율
집수리	214	17.6
청소	282	23.2
축산물생산·가공	8	0.7
취미·여가	5	0.4
해당없음	4	0.3
홍보물·미디어	7	0.6
환경정비	3	0.2
계	1214	%

자료: 중앙자활센터홈페이지(<http://www.cssf.or.kr>, 검색일: 2019.03.08.)에서 자활기업 현황(2018.12.131. 기준) 자료 재구성.

■ 법인형태별 자활기업 운영현황

- 법인형태로 보면 개인사업자(65.2%), 법인사업자-주식회사(17.7%), 협동조합(11.0%), 법인사업자-유한회사(5.7%) 순으로 많음

〈표 4-69〉 자활기업 법인형태별 현황

(단위: 개소, %)

구분	계	개인	개인사업자	농업회사 법인	법인사업자- 유한회사	법인사업자- 주식회사	사회적 협동조합	협동조합
전체	1,214	2	792	1	69	215	2	133
비율	100	0.2	65.2	0.1	5.7	17.7	0.2	11.0

자료: 중앙자활센터홈페이지(<http://www.cssf.or.kr>, 검색일: 2019.03.08.)에서 자활기업 현황(2018.12.131. 기준) 자료 재구성.

■ 연도별 자활기업 운영현황

〈표 4-70〉 연도별 자활기업

구분	'15년	'16년	'17년 ¹⁷⁾	'18년
자활기업수(개소)	1,339	1,149	1,100	1,214
고용인원(명)/평균	7,776/6	7,600/7	11,029/10	—
매출액(백만원)/평균	118,283	—	166,200	—

자료: 중앙자활센터홈페이지(<http://www.cssf.or.kr>, 검색일: 2019.03.08.)에서 자활기업 현황(2018.12.131. 기준) 자료와 「2014 자활백서」(2014), 「2015 자활백서」(2015), 「2016 자활백서」(2016), 재단법인 중앙자활센터 참고.

〈표 4-71〉 연도별 자활기업 현황

(단위: 개소, %)

기준연도	계	간병돌봄	청소소독	집수리	폐자원 재활용	음식물/ 도시락	서비스/ 세차	기타
2015.12	1,339 (100)	152 (11.4)	293 (21.9)	256 (19.1)	58 (4.3)	203 (15.1)	104 (7.8)	273 (20.4)
2016.12	1,149 (100)	151 (13.1)	237 (20.6)	152 (13.2)	67 (5.8)	129 (11.2)	47 (4.1)	366 (32.0)
2017.12.	1,055 (100)	144 (13.6)	258 (24.5)	184 (17.4)	67 (5.8)	129 (11.2)	47 (4.1)	366 (32.0)

자료: 보건복지부, 「2015 보건복지백서」, 「2016 보건복지백서」, 「2017 보건복지백서」.

17) 보건복지부, 「자활기업으로 2만여 개 일자리 만든다」 2018.07.25.등록 보도자료 참고

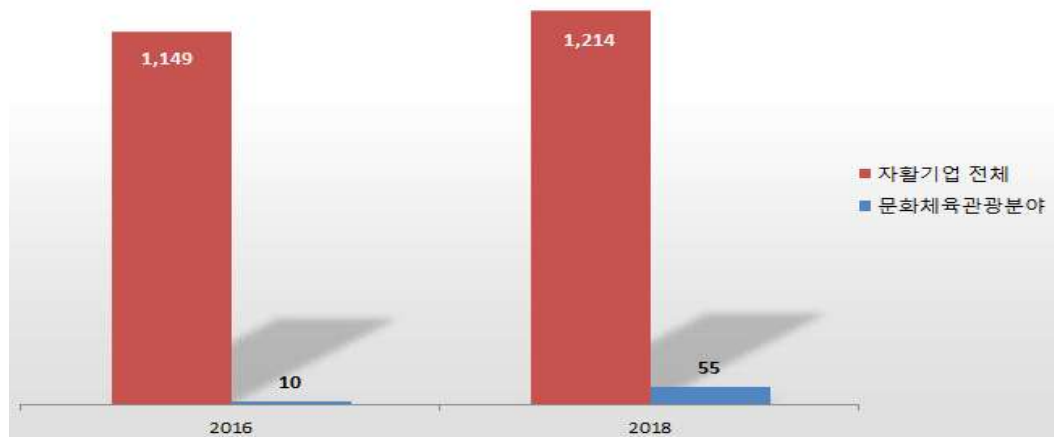
2. 문화체육관광분야 현황

■ 문화체육관광분야 자활기업 범위

- 문화체육관광분야 자활기업의 범위는 중앙자활센터에서 공고한 「자활기업 리스트」(2018.12. 기준)에서 확인할 수 있는 21가지 자활기업 업종을 살펴보고자 하였으나, 사회적기업이나 마을기업과 달리 문화예술, 공예품, 관광체험 명시가 되어있지 않음
- 개별로 업종을 살펴본 결과, '생활용품 생산' 카테고리를 공예로 볼 수 있어 문화예술로 포함시키고, 그 외 문화체육관광분야로 볼 수 있는 사업을 하는 자활기업을 포함함
 - 자활기업 업종은 ① 공산품생산, ② 기타/해당없음, ③ 농산물생산·가공, ④ 배송·운전, ⑤ 사회서비스, ⑥ 생활용품생산, ⑦ 세탁, ⑧ 수산물생산·가공, ⑨ 식품생산, ⑩ 위탁생산, ⑪ 유통·판매, ⑫ 음식점, ⑬ 이·미용·건강, ⑭ 인력파견, ⑮ 재활용·수선, ⑯ 집수리, ⑰ 청소, ⑱ 축산물생산·가공, ⑲ 취미·여가, ⑳ 홍보물·미디어, ㉑ 환경정비 등이 있음

■ 연도별 문화체육관광분야 자활기업 현황

(단위: 개소)



[그림 4-19] 연도별 전체 및 문화체육관광분야 자활기업 수

- 문화체육관광분야 자활기업은 2016년 10개소에서 2018년 55개소로 5배 이상 증가하였는데, 주로 공예를 중심으로 한 생활용품 생산업종이 85.0%를 차지함

■ 유형 및 조직형태별 문화체육관광분야 자활기업 현황

〈표 4-72〉 2018 법인형태별 전체 및 문화체육관광분야 자활기업

(단위: 개소)

구 분	2018				
	전체	문화체육관광			
		문화	체육	관광	합계
개인사업자	794	37	1	2	42
농법회사법인	1	—	—	—	—
법인사업자	284	9	—	—	9
사회적 협동조합	2	—	—	—	—
협동조합	133	4	—	1	4
전체	1214	50	1	3	54

- 2018년 법인형태별 문화체육관광분야 자활기업은 전체 개인사업자가 42개로 가장 많고, 법인이 9개, 협동조합이 4개로 운영되고 있음
- 문화분야는 개인사업자가 39개로 가장 많은 법인 형태를 차지하고 있으며, 그 다음 많은 형태가 법인사업자 9개로 법인형태간 차이가 많이남
- 체육분야는 단 1개 기업으로 개인사업자임(헬스장)
- 관광분야는 전체 3개 자활기업에서 개인사업자가 2개, 협동조합이 1개의 법인형태로 나타남

■ 지역별 문화체육관광분야 자활기업 현황

〈표 4-73〉 2018년 지역별 전체 및 문화체육관광분야 자활기업수

(단위: 개소)

구 분	전체	문화체육관광분야			
		문화	체육	관광	소계
서울	150	4	—	—	4
부산	84	4	—	—	4
대구	45	6	—	—	6
인천	45	2	—	—	2
광주	57	1	—	—	1
대전	22	—	—	—	—
울산	19	—	—	—	—
세종	10	—	—	—	—
경기	185	7	—	—	7
강원	73	4	—	—	4
충북	59	1	—	—	1
충남	59	—	—	—	—
전북	106	5	—	1	6
전남	86	3	1	—	4
경북	110	7	—	1	8
경남	84	4	—	—	4
제주	20	2	—	1	3
전체	1,214	50	1	3	54

- 2018년 전체 마을기업 1,214개 중 가장 많은 150개(12.4%) 자활기업이 경기지역에 분포되어 있으며, 이어서 서울(150개, 12.4%), 경북(110개, 9.1%), 전북(106개, 8.7%) 등의 순으로 많은 수가 전국적으로 분포되어 있음

〈표 4-74〉 2018 업종 분류 내 문화체육관광 분야 자활기업 현황

(단위: 개소, %)

업종구분	전체	문화체육관광분야			
		문화	체육	관광	소계
청소	282	—	—	—	—
집수리	214	—	—	—	—
음식점	142	—	—	—	—
배송·운전	127	—	—	—	—
사회서비스	113	—	—	—	—
식품생산	67	—	—	—	—
재활용·수선	57	—	—	—	—
유통·판매	56	—	—	—	—
생활용품생산	47	47	—	—	47
세탁	30	—	—	—	—
농산물생산·가공	28	—	—	—	—
기타	10	—	—	—	—
축산물생산·가공	8	—	—	—	—
홍보물·미디어	7	—	—	—	—
위탁생산	6	—	—	—	—
공산품생산	5	3	—	—	3
이·미용·건강	5	—	—	—	—
취미·여가	5	—	1	3	4
환경정비	3	—	—	—	—
수산물생산·가공	1	—	—	—	—
인력파견	1	—	—	—	—
전체	1,214	50	1	3	54

자료: 중앙자활센터홈페이지(<http://www.cssf.or.kr>, 검색일: 2019.0308.)

제5장



문화체육관광분야 사회적경제 활성화를 위한 정책방안

제1절 현황 진단을 통한 주요 의제 도출

1. 사회적 가치 인정과 사회적경제 이해

가. 사회적 및 경제적 가치추구 혼선

- 사회적 문제를 해결한다는 사회적 가치를 추구하는 동시에 수익창출을 포함한 경제적 가치를 동시에 추구해야 하는 미션을 모두 달성하는 것이 어려움
- 사회적목적실현에 대한 의무는 있지만, 조직을 평가받기 위해서는 오히려 경제적 가치를 중심으로 바라보는 경향이 있음

❖ 주요 현장의 목소리

– “사회적경제조직은 사회문제를 해결하는 동시에 수익도 창출해야 한다는 미션을 가지고 있어요. 그러나 전체 사회적경제조직을 평가할 때에는 경제적 가치 창출에 더 초점을 맞추고 있는 것 같아요. 아무래도 문화예술분야에 있는 사회적경제조직들은 이 부분에서 가장 힘들어 하는 것 같아요. 문화예술을 통한 사회적 가치 실현을 더 강조할 수 있다면 경제적 가치 창출이 자연스럽게 따라올까요.”

- 또한 사회적경제조직 내에서도 사회적문제 해결을 위한 미션을 정확히 설정해 놓고 구성원 전체가 이해하고 있는 경우가 생각보다 많지 않음

나. 초중고, 대학교 교육과정 내 사회적경제 관련 과정 전무

- 공정성과 이타심이 시민활동과 기업활동 속에서 등장하는 사회적경제에 대한 내용을 초·중·고등 교육에서 찾아보기 어려움
- 우리나라에서는 문화예술, 체육과 같은 전공은 창작과 실기를 위주로 하기 때문에 기업가정신, 기획, 마케팅, 유통, 창업 등과 같은 교육을 진행하는 학교가 거의 전무함
- 훌륭한 아티스트 혹은 스포츠전문가 되기 위한 덕목 중 하나로 비즈니스마인드를 가르치는 관련 학과는 거의 드물다고 할 수 있음
- 관련 학과를 졸업하고 해당 분야에서의 아이디어를 실현할 수 있는 실전 창업을 위해서 별도의 교육이 필요한 상황임

❖ 주요 현장의 목소리

– “문화예술분야 사회적경제조직 창업자가 문화예술 전공자가 아닌 경우가 많아요. 아마도 창업 혹은 비즈니스관련 수업이 부족하고, 창작 위주의 수업이 대부분인 우리나라 교육과정에서 당연한 결과일 수 있어요. 아이디어를 실현시킬 수 있는 스킬을 키우는 교육이 필요하다고 생각해요.”

– “저는 사업팀을 시작한 후에 제가 무용이 베이스라서 경영 행정이나 엑셀을 전혀 만져본 적도 없고 PPT를 해본 적도 없었어요. 많이 부족하다고 느꼈고 창업을 위해 00대학교에서 사회적기업 리더과정 1년 간 공부했어요. 그곳에서 지금의 사업 파트너들을 만나게 되었어요.”

다. 창업 이후 관련 종사자의 사회적경제 인식 부족

- 사회적기업가 육성사업이나, 창업지원 사업 등을 통해 사회적경제에 대한 교육을 많이 진행하고 있으나, 실질적으로 도움이 되기보다 형식적으로 이루어지고 있음

❖ 주요 현장의 목소리

- “창업교육은 창업에 실제적인 도움이 되는 것보다, 교육을 위한 교육진행이 많아 실질적 도움이 되지 않는 부분이 많아요. 컨설팅도 마찬가지고요.”
- “사회적경제와 관련된 교육도 되게 고정된 내용이 바뀌지 않고 이어지고 있다는 생각이 들어요.”
- “직원들에게 협동조합에 대한 교육은 또 다른 스트레스인 것처럼 받더라고요. 협동조합 책을 읽어봐라 협동조합이 이렇다 교육을 가라. 또 하나의 업무인 거죠. 저는 그렇게 보고 있어요.”
- “사회적경제조직 혹은 기업창업가와 소상공인 창업가는 준비 단계부터 성장과정까지 많은 부분에서 차이가 있어요. 그러나 현재의 창업교육이나 심화과정들을 분석하다 보면, 피겨스케이팅 코치가 스피드 스케이팅 선수를 선발하고 가르치는 것 같아요. 같은 빙판, 스케이트를 타지만 완전히 다름에도 불구하고 현재 청년창업 정책들이 이러한 현실들을 제대로 파악하거나 고치려고 하지 않는다는 점이 안타깝죠.”

- 문화예술분야에서 근무하는 사람이나 예술가들 중에서도 사회적경제에 대한 개념을 정확히 알고 있는 사람이 많지 않으며, 단순히 지원사업에 접근을 용이하게 해줄 수 있는 또 하나의 자격증 혹은 면허증 같은 개념으로 이해하고 있을 만큼 행정정책 영역으로 국한되어 있음

❖ 주요 현장의 목소리

- “우리 직원들도 여러 정책 행정 관련 토론을 해보면 사회적경제 자체에 대해 큰 흥미를 느끼지 못해요. 그렇게 교육을 습득하는게 사실 크게 어렵지 않은 행정적 개념으로 숙지하고 가는 것 같고요.”
- “문화예술 분야에서 종사하는 사람들은 사회적기업, 소셜벤처, 협동조합 같은 사회적경제에 대한 개념을 대부분 몰라요. 그래서 내가 전파하고 있는 상황이에요.”
- “제가 사회적기업 운영한지 10년이 넘는데도 제 주변 친구들이나 가족들은 아직도 사회적기업이 어떤 기업인지 알지 못하는 것 같아요. 사회적기업에 대한 이해가 부족한 것일 수도 있겠지만, 문화예술분야에서는 특히나 그 경계가 모호한 것 같아요.”
- “협동조합 전환할 때 무용하는 팀이 사회적기업이라고 하니까 갑자기 와서 00을 내놔라. 그렇게 예비형량자 취급받고요. …(중략)… 사회적기업들한테 자부심 있게 일하게 해줘야 한다고 생각해요.”

2. 조직 운영 역량 제고

가. 사회적경제조직 내 행정전문인력 및 관련 교육 부족

- 사회적경제조직을 운영하기 위해 요구되는 행정 및 사무능력이 현장인력 수준에 비해 높음

❖ 주요 현장의 목소리

- “사회적기업 운영시 받는 지원에 비해 자격기준이나 절차가 너무 복잡하고 업무가 과다하다고 느껴요.”
- “사회적기업보다 공익근무요원 배치기관으로 병무청을 통해 인증 받는 것이 혜택이 더 많은 것 같아요.”

- 행정교육프로그램 지원이나 행정 및 지원절차 등의 간소화에 대한 고려가 필요함

❖ 주요 현장의 목소리

- “처음 해보는 청년이나 노인분들이 사업계획서 작성에 어려움이 많은 편이에요”
- “직접 사업을 진행해보니 사회적기업에서 행정부터 전문성을 가진 인력이 거의 없어요.”

- 체육 분야의 경우, 전문선수 출신인이 많기 때문에 시설에 대한 지식이 뛰어나지만, 행정이나 보일러, 전기 등의 운영관리 재교육 프로그램이 필요함

❖ 주요 현장의 목소리

- “저희는 강사부터 안내, 보일러 관리 까지 전문운동선수 출신이 하고 있기 때문에 운동 분야 외 필요한 관련 교육사업이 있었으면 좋겠어요.”

- 또한 지방은 체육프로그램에 대한 수요가 높고, 지자체 및 기업간의 소통이 원활히 이루어지는 편이나 막상 일할 전문인력이 매우 부족하며, 전공자라 하더라도 교육강사로 육성하기 위한 교육과정이 필요함

나. 사회적경제조직 근로자의 잦은 이직

- 창업을 위한 기업가정신이나 관련 교육의 부족과 더불어 사회적경제조직에 근무하는 인력 수급의 문제도 심각한 편임
- 조직의 성장을 위해서는 능력 있는 인재 수급이 필수요소인데, 조직과 함께 성장해나갈 인재를 찾기도 어렵고, 찾는다고 하더라도 이직률이 높은 편임

❖ 주요 현장의 목소리

- “현재 지속적으로 정규직 인력을 채용하고 있지만, 평균 3~6개월 정도 근무하다가 이직하는 경우가 많아요. …(중략)… 문화예술 공공기관으로 이직하기 위해 거쳐 가는 정도로 생각하는 친구들이 많다고 느껴요. 채용공고를 올리면 수많은 이력서가 도착하지만 정말로 구직을 하는 사람은 절반도 안 되는 것 같아요.”

- 초기 창업 단계에서 성장단계로 진입하고 안정단계까지 올라서는 중견기업이 많이 탄생하지 않고 있는 점과 연관 지을 수 있음
- 조직의 영세함 혹은 불안정성이 근로자의 이직으로 이어지고, 고용자는 경영 부담이 가중되는 상황이 발생하고 있음

❖ 주요 현장의 목소리

- “사회적경제가 뭔지도 모르고 입사하는 친구들이 많아요. 사실 이런 부분을 경영자가 교육으로 채워주고, 기업문화를 만들어 가야하는데 어렵죠. 당장 회사가 굴러가려면 해야 하는 일들이 너무 많은 거예요. 회사가 조금만 어렵다거나 다른 좋은 구직의 기회가 되면 바로 이직하는 현실이 안타깝죠.”

다. 근로자 구성원의 지속적인 성장을 위한 지원제도 부족

- 중견관리자급 이상의 인력들은 조직과 함께 성장할 수 있는 분야별, 단계별, 다양한 교육 프로그램이 절실함
- 진입 이후 필요한 교육과정 이외에도 스스로 조직진단을 통해 당면한 과제들을 해결하고 성장할 수 있는 역량을 키울 수 있는 지원이 필요함
- 단순 학습과정을 통한 교육이 아닌 조직과 조직의 구성원으로서 필요한 의사결정 및 문제해결 기술을 향상시킬 수 있는 훈련 등이 필요함

❖ 주요 현장의 목소리

- “처음에 창업하면 사회적경제에 대한 교육은 여러번 받았던 것 같아요. 교육이 너무 지겹다고 느끼다가, 어느 순간 오히려 교육이 고된 시점이 오더라구요. 개념이해와 실무를 넘어서 조직을 진단하고 조직이 처한 어려움과 장애를 뛰어넘는 과정에서 많이 외로웠어요. 물론 직원들과 함께 고민하고 결정해야 하는 것이 맞겠지만..(중략)...교육을 넘어서 그 이상 뭔가가 필요한 시점이었죠.”

3. 맞춤 지원 제도 구축

가. 분야의 다양한 운영특성에 대한 이해 저조

- 예술가와 기획자, 전문 선수 등의 전문성을 이해하고 프리랜서 근무 및 프로젝트 단위의 근무형태를 반영한 지원제도 혹은 임금단가의 현실화가 필요함

❖ 주요 현장의 목소리

- “전문인력에 대한 현실적인 예산배정도 이루어졌으면 좋겠어요. 단가가 너무 낮게 책정되고 그러면 전문성있는 인력을 유지하기 어렵거든요.”

❖ 주요 현장의 목소리

- “사회적경제 안에서 인건비 및 인력지원이 핵심이라고 볼 수 있는데, 문화예술 안에서의 인력은 일반 기업에서 말하는 인력과는 다르다는 것을 인정해 주어야 해요. 인건비 지원을 받는 대상자는 기획자나 매개인력들이고, 예술가들도 보통 상근 근무를 하지 않는 프리랜서인 경우죠. …(중략)… 일정치 않은 근무시간과 프로젝트 단위로 진행되는 사업에서 인건비 지원은 받기도 어려울 뿐더러 정산의 문제가 항상 존재한다고 생각해요.”

❖ 주요 현장의 목소리

- “기획자가 회사에 7명이에요. 예술가들을 밖에서 픽업해요. 픽업그룹이 많은데 우리가 이번 년도에 4대보험은 아니지만 수익을 벌게 해준다 하는데 4대보험이 안 되면 일자리 창출이 안 된다고 하더라고요. 프리랜서에 대해서 개념을 잘 해야 할 거 같아요.”

- 분야 특성을 반영한 지원 프로그램은 그나마 매우 한정적이어서 경쟁률이 높아 지원받기 어려운 구조임

나. 공공시장에의 진입 어려움

- 공공구매 담당자의 이해부족 및 서비스의 협소함으로 인해 문화예술분야의 공공시장 진출에 한계가 존재함

❖ 주요 현장의 목소리

- “선생님 말씀처럼 다른 데는 공공구매 플랫폼이 많아서 제품 프린터 제조 잉크부터 해서 A4용지까지 그런 게 쪽 있는데 그런 게 상품. 여기에서 문화예술 포함해서 교육 이런 데는 그렇게 하기 애매한 거예요.”

- 영세한 규모의 문화예술분야 사회적경제조직이 대부분이기 때문에 공공기관 입찰참여시 불리하게 적용되는 점이 많다는 의견이 있음

❖ 주요 현장의 목소리

- “서울시 입찰을 거의 안 들어가요. …(중략)… 직원수, 자격증 관련 전문가 점수가 너무 커서 작은 기업은 직원수가 10명 이상부터 시작하지만 저희는 마이너스가 되고요. 자격증도 저는 전공이 박사(무용)까지 나왔는데 홍보, 기획, 마케팅 관련한 게 있고 기술점수만 있어서 그런 것에서 입찰하면 기술점수에서 마이너스 5점부터 시작해서 못 들어가요.”

다. 조직의 성장단계별 맞춤 지원 정책 부재

- 창업단계에서의 지원과 정책에 비해 창업이후 육성 및 전문화 과정에 대한 제도가 부족하며, 특히 사람 중심이고 표준화가 어려운 문화예술분야의 초기 지원사업은 사업개발비 위주로만 이루어지고 있는 실정임
- 창업 이후 시장에 안정적으로 정착할 수 있도록 하는 광의의 유통 채널 지원체계가 미흡하며, 신규기업들이 매출을 확보하고 거래처를 만드는 과정에서 어려움을 많이 겪고 있음
- 초기에는 운영비 확보가 어렵고, 성장기에는 민간재원을 확보하기 어려운 것은 조직 성장 단계에 따라 필요한 지원 정책이 합리적으로 설계되어 시행되고 있지 않음

❖ 주요 현장의 목소리

- “청년들은 취업을 준비하면서 평균 5년에서 6년이란 시간을 투자해야하는데, 창업이라는 직업을 선택하면서도 단 6개월도 준비하지 않는 경우가 많은게 현실이에요. 창업에 대한 준비운동과 사전 준비 없이 창업이라는 마라톤을 완주해 나가는 쉽지 않을 것이라는 생각이 들어요.”

- 내실있는 사회적경제조직을 육성하기 위한 보다 장기적인 지원계획이 필요함

❖ 주요 현장의 목소리

- “작년에 강원도 사회적기업 전수조사를 해보니 창업은 많이 했는데, 이후에 이어지는 활용정책이 없더라구요.”
- “이제는 창업단계를 넘어 육성이후의 과정이 필요한 단계라고 생각해요. 또 육성이후 전문화시키는 과정도 필요하다고 생각해요.”

4. 법·제도 정비

가. 현실적인 제도적 지원방안 마련

- 창업시기의 사회적경제조직 지원에만 그칠 것이 아니라 이후 부과되는 세금 등에 대한 혜택도 필요함

❖ 주요 현장의 목소리

- “오산스포츠클럽의 경우 3년간 9억원의 문화부지원을 받았지만, 최근 국세청에서 부가가치세 3년치 2억원을 납부하라고 통보받았어요.”

- 사업의 운영에 제약이 될 수 있는 모든 제도 내 요건들을 면밀하게 살펴볼 필요가 있음

❖ 주요 현장의 목소리

- “사업진행과정에서 불법이거나 하는 이유로 제한받는 것도 많아요, 이런 부분을 완화할 수 있는 방안을 개발해 주었으면 해요.”

나. 분야의 특성을 반영한 성과 지표 부재

- 사회적 성과를 측정하는 지표가 구체적이지 않아서 타 부처나 민간 지원대상에서 경쟁력을 잃는 경우가 많음
- 현재 관련 기관 및 기업들도 사회적 가치 측정에 대한 이해도가 낮은 편이며, 사회적 가치 안에서도 문화예술의 특수성을 인정받기 굉장히 어려운 상황임
- 기업 스스로 이를 증명하고, 발굴하는 적극적인 태도를 위해서 정부의 역할이 필요함

❖ 주요 현장의 목소리

- “일반적으로 통용되고 있는 사회적 가치 지표나 사회성과 인센티브제도 내에서는 문화예술에 대한 특성을 반영한 지표는 찾아보기 어려워요. 특히 사업개발, 판로 등 지원과 관련한 사회적 가치나 경제적 파급력 등의 관점에서 다른 제조업, IT분야의 기업과 경쟁한다면 문화예술분야는 거의 승산이 없다고 보면 돼요.”

다. 재원조달의 어려움

- 비영리를 목적으로 하는 법인과 단체의 경우에는 더욱 자본접근성이 떨어짐
 - 최근에 많이 변경되기 했으나 그간 신용보증기금의 경우에는 영리를 목적으로 하는 법인과 단체만 지원가능 했었음
 - 소상공인협동조합 협업사원지원도 영리 및 수익사업만 가능함. 노란우산공제의 경우에도 소기업·소상공인이 폐업에 대비해 사업재기 및 생활안정 자금을 마련할 수 있도록 지원해

주는 제도를 운영하고 있으나, 역시 비영리법인의 대표자는 대상에서 제외하고 있음

- 협동조합의 경우 신규사업의 추진을 위해 투자계획을 가진 협동조합은 출자이외에는 회사채 발행이나 투자모집이 불가하기 때문에 자원조달이 어려움
- 투자, 보증, 융자 등의 자원조달에 어려움을 겪고 있으며, 특히 경제적 성과를 중심으로 평가되고 이루어지는 투자의 경우는 소수의 기업/단체를 제외하면 거의 불가능함

❖ 주요 현장의 목소리

- “50군데가 넘는 VC를 찾아다니고, 문체부 주관의 다양한 투자지원 프로그램에 공모하여 투자자를 만났지만 현실적으로 투자로 이어지기는 어려운데 현실이죠.”

- 사회적경제조직의 이름 아래 다양한 분야와 업종이 진입 가능하도록 제도권의 이해도가 떨어짐

❖ 주요 현장의 목소리

- “작년 창업이후 사업 확대를 위해서 처음 대출을 받아봤어요. 그 과정에서 게스트하우스라는 이유로 대출이 힘들었고, 사회적기업에 대한 이해가 부족해서 힘들었다. 이런 것을 보면 정책연결성이 필요해 보여요.”

5. 민관 협력 및 소통

가. 지자체의 소통 및 지역사회의 이해 부족

- 분야 특성상 지자체와 함께 하는 사업이 많아 지자체와의 소통이 중요하나, 그러나 창업시 약속했던 일정이나 조건의 변경이 일방적으로 통보되거나 지역주민이 아니라는 이유로 비난받는 경우도 있음

❖ 주요 현장의 목소리

- “지자체에서 사업시행시 논의된 일정등이 지켜지지 않아 난감했던 적도 있고, 남는 것 없이 운영하는데도 지역외지인이라는 이유만으로 비난받기도 해요. 세부적인 사업운영과정에서 지자체 담당자와 소통하는 과정이 부족한 거죠.”

나. 위탁운영시 지자체 갑질 피해 빈번

- 사회적경제조직이 체육시설을 위탁운영 시, 지자체에서 재계약을 명분으로 지자체가 운영에 간섭을 하고, 간섭받은 운영적자를 근거로 재계약 하지 않는 경우도 있음
- 많은 지자체의 사회적경제조직 운영에 대한 이해도가 낮아 소통에 어려움이 많아, 이를 방지하기 위한 ‘공무원을 위한 위탁운영 관리 가이드라인’ 제작 등이 필요함

❖ 주요 현장의 목소리

- “보조금 없이 위탁운영중인데, 메르스와 수질관리를 위한 사용인원 제한 등으로 적자운영에 들어서게 되었어요. 우리 잘못이 아닌데도, 지자체는 이를 내세워 재계약이 불가하다고 통보해왔어요.”
- “지자체와의 원활한 관계 운영을 위해 지자체 이름으로 공모사업도 준비해 주었고, 수회 선정되어서 최선을 다했지만 돌아온 것은 행정처분이었어요.”

다. 공정한 경쟁 구조 부족

- 체육분야 사회적경제조직들은 공모사업에서 지역체육회와 경쟁하게 됨
- 대부분 지역체육회는 지자체장 혹은 관련인사와 유착관계에 있는 경우가 많아 경험도 없이 설립한 단체로 공정한 경쟁 없이 사업이나 예산 공모를 독점하여 민간 사회적경제조직이 성장할 수 있는 기회를 뺏음

❖ 주요 현장의 목소리

- “지역 체육회가 인맥을 활용해 경험 없이 사업을 따간다면 예산을 독점하여 사업의 본질을 흐리는 등 민간이 성장하는 기회를 뺏고 있다고 생각하는 사람이 많아요.”

라. 전문성이 부족한 시설의 증가로 운영 어려움

- 최근 체육분야 복합시설이 증가하고, 향후 생활SOC 설립이 예정되어있는 상황에서 설계 전 전문선수출신의 전문가 자문을 제도화하는 것이 필요함
- 설계이후 위탁운영 시 공공시설에 맞지 않은 시설설계로 개선도 쉽지 않고(위탁운영중이기 때문에), 운영성과 제고의 걸림돌이 됨

❖ 주요 현장의 목소리

- “복합시설 사례로 지자체와 문화부에서 보러오시기도 했는데- 현실은 옷장이 모자라 수영장에 사람을 더 못받고, 수영장은 퍼블릭에 적합하지 않는 악품을 쓰지 않는 방식이라 관리가 어려우며, 보일러는 용량이 턱없이 부족한 상황이지요.”

마. 생활SOC 활성화를 위해 부분위탁 운영에 대한 찬반의견

- 체육분야 시설의 부분위탁 운영에 대해서는 사회적경제조직에 대한 기회 확대 측면에서는 찬성하나, 운영주체간의 갈등 등의 이유로 반대하는 의견도 있었음

❖ 주요 현장의 목소리

- “현재 활동할 수 있는 기회와 시설이 부족한 상황에서 좋은 기회가 될 수 있을 것 같아요.”
- “그런 제안은 현장을 모르는 사람들이 합리적이라 생각해서 한다고 생각해요. 기본적으로 각 주체 간 불협화음이 심각하고, 책임소재가 불분명하고, 이용자도 혼란스럽게 될 수 있어요.”

제2절 문화체육관광분야 공통 정책 방안

1. 문화체육관광분야 사회적경제 범위의 확대

가. 분야별 기존 활동 조직에 대한 사회적경제 활동 인정

- (전문예술법인·단체) 문화예술분야에서는 전문예술법인·단체가 예술성과 더불어 공익적 가치에 대한 관심이 높아지고, 공공영역과 시장영역의 중간에 놓여있으면서 공공이나 시장이 해결하지 못하는 사회·경제적 문제 해결에 기여하는 중요한 기관으로 역할하는 사회적경제조직으로서 역할을 해왔음
 - 현재 예비 사회적기업 지정 시, 조직형태 중 하나로 「문화예술진흥법」 제7조에 의해 지정된 전문예술법인·단체, 전문예술법인이나 단체가 포함되어 있음
 - 2019년 4월 12일 기준으로 지정이 유효한 전문예술법인·단체는 총 1,197개로 파악됨
- (스포츠클럽) 스포츠분야에서는 공공스포츠클럽이 다양한 연령·계층의 지역 주민이 원하는 종목을 저렴한 비용으로 즐길 수 있는 조직으로 대부분 비영리사단법인으로 운영하는 사회적경제조직으로서 역할을 해왔음
 - 공모사업을 통해 공공스포츠클럽으로 선정되면 3년간 연 2~3억원을 지원 받고 3년 경과 후 회비 및 기업 후원 등으로 자립 추진을 해야하는 도전과제가 있음
 - 현재 총 63개(13년 8개, 14년 9개, 15년 12개, 16년 7개, 17년 20개, 18년 7개)가 운영 중임
- (관광두레 주민사업체) 관광분야에서는 관광두레사업을 통해 창업 및 경영개선을 완료한 주민사업체 가운데 사회적 미션을 수행하고 안정적으로 관광사업을 운영하고 있는 주민사업체로 성장한 사회적경제조직이 활동하고 있음
 - 2013년 8월부터 2019년 1월까지 374개의 주민공동체를 발굴하였으며, 이 가운데 72개가 창업 및 안정성장 단계로 발전함

나. 법안 개정을 통한 문화체육관광분야 사회적경제 기존 조직 범위 확대

- 2019년 3월에 강병원 의원의 대표발의안인 사회적경제 기본법안(의안번호 19005)의 문화체육관광분야의 사회적경제조직에 대한 인정은 매우 소극적으로 접근하고 있음
 - 이 법안에서는 사회적경제기업(사회적경제조직)을 “사회적 가치를 추구하면서 재화 및 용역의 구매·생산·판매·소비 등 영업활동을 하는 사회조직”으로 규정하고 있으며, 18개 이상의 유형으로 구분하고 있음(제 3조 3)

- 이 중 문화체육관광분야 사회적경제조직은 「문화산업진흥 기본법」 제15조에 근거한 ‘우수문화사업자’가 유일함

○ 전문예술법인·단체, 공공스포츠클럽, 관광두레 주민사업체 등을 사회적경제조직의 한 유형으로 추가하으로서 문화체육관광분야의 전통적 사회적경제조직을 포괄하는 지원 정책을 설계할 수 있음

〈표 5-1〉 문화체육관광분야 전통적 사회적경제조직 포함 수정(안)

구분	사회적경제조직	법적 근거	담당 부처
1	사회적기업	「사회적기업 육성법」 제2조제1호 「고용정책기본법」 제28조	고용노동부
2	예비 사회적기업	「사회적기업 육성법」 제5조의2 「고용정책기본법」 제28조	고용노동부
3	협동조합, 협동조합연합회	「협동조합 기본법」 제2조	기획재정부
4	사회적협동조합, 사회적협동조합 연합회	「협동조합 기본법」 제2조	기획재정부
5	마을기업	「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」 제2조제1항제9호	행정안전부
6	자활기업	「국민기초생활 보장법」 제18조	보건복지부
7	농어인법인·조합·회사·단체	「농어업인의 삶의 질 향상 및 농어촌지역 개발촉진에 관한 특별법」 제19조의4	농림축산식품부
8	소비자생활협동조합·연합회· 전국연합회	「소비자생활협동조합법」 제2조	공정거래위원회
9	지역농업협동조합, 지역축산업협동 조합, 품목별·업종별 협동조합, 농업협동조합중앙회	「농업협동조합법」 제2조	농림축산식품부
	조합공동사업법인	「농업협동조합법」 제112조의2	농림축산식품부
10	지구별 수산업협동조합, 업종별 수산업협동조합, 수산물가공 수산업 협동조합, 수산업협동조합중앙회	「수산업협동조합법」 제2조	해양수산부
	조합공동사업법인	「수산업협동조합법」 제113조의2	해양수산부
11	지역산림조합, 품목별·업종별 산림조합, 산림조합중앙회	「산림조합법」 제2조	산림청
	조합공동사업법인	「산림조합법」 제86조의2	산림청
12	업연초생산협동조합, 업연초생산협동조합중앙회	「업연초생산협동조합법」 제2조	기획재정부
13	신용협동조합, 신용협동조합회	「신용협동조합법」 제2조	금융위원회
14	새마을금고, 새마을금고중앙회	「새마을금고법」 제2조	행정안전부
15	중소기업협동조합, 사업협동조합, 협동조합연합회, 중소기업중앙회	「중소기업협동조합법」 제3조	중소벤처기업부
16	우수문화사업자	「문화산업진흥 기본법」 제15조	문화체육관광부
17	전문예술법인 및 단체	「문화예술진흥법」 제10조	문화체육관광부
18	공공스포츠클럽	「생활체육진흥법」 제9조	문화체육관광부
19	기타	관광두레 주민사업체	문화체육관광부
20	기타	소셜벤처	
21	기타	그 밖에 대통령령으로 정하는 법인, 단체	-

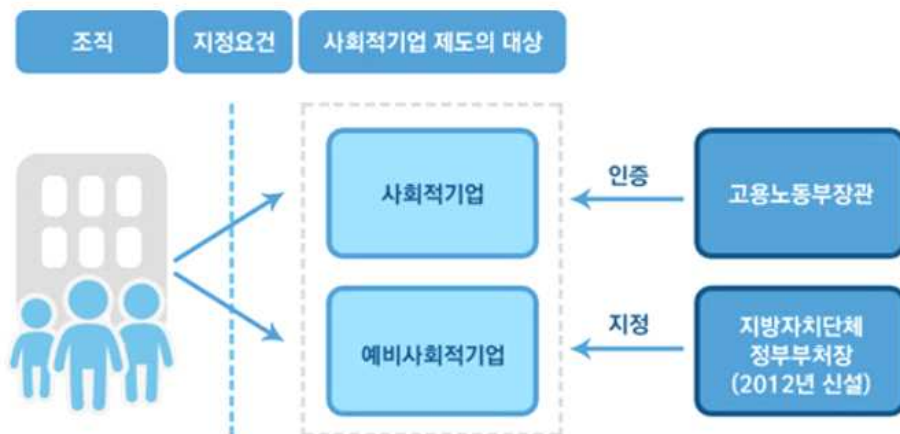
자료: 사회적경제기본법(안) 강병원 의원 대표 발의(안), 2019005.를 토대로 재구성.

2. 문화체육관광형 부처형 예비 사회적기업 지정 제도 도입

1) 추진배경 및 필요성

■ 부처별 예비 사회적기업 지정 제도의 현황 및 역할

- 다양한 분야의 사회적기업 육성을 위해 중앙부처 중심으로 소관분야에 특화된 예비 사회적기업을 발굴할 필요성이 제기되면서 이에 따라 2012년부터 중앙부처가 부처별 육성모델을 통한 예비 사회적기업을 지정할 수 있게 됨
 - － 2013년 부처형 예비 사회적기업 지정제도 및 사회적기업 인증추천제도 운영지침(2013.1. 고용노동부)’이 마련되었고, 현재 고용노동부, 국토교통부, 농림축산식품부, 문화재청, 보건복지부, 산림청, 여성가족부, 통일부, 환경부에서 실시 중임



자료: 예술경영지원센터 홈페이지(www.gokams.or.kr)

[그림 5-1] 예비 사회적기업 지정

- 최근 인증 요건이 자원과 연계됨에 따라 까다롭고, 자생적으로 활동하는 다양한 유형을 포괄하지 못한다는 문제제기에 따라 사회적기업 인증, 지정제도가 등록제로 전환을 계획하고 있으며, 이에 인증 요건이 완화되고 있음
 - － 등록제의 전환이 부실·위장 사회적기업의 등장, 사회적기업 신뢰성 훼손 등의 문제들이 제기되고 있어 부처형 예비 사회적기업 지정을 통하여 재정지원사업에 대한 기업을 초기에 발굴하고 육성할 수 있음
 - － 부처형 예비 사회적기업의 지정이 의미를 갖는 것이 아니라, 지정이후 부처의 적극적인 지원과 관리, 부처별 우선구매 및 공공시장 개방 등의 후속 지원이 더욱 중요함
 - － 또한 중간지원조직이 보유하고 있는 역량을 활용해 지정 이후 사회적 가치 측정에 대한 역할을 부여하고 이를 통해 재정지원사업 대상 기업을 선별하는 기능을 수행하도록 하는 것이 중요함

■ 분야에 특화된 사회적경제조직 육성을 위한 지원 제도 필요

- (문화예술분야) 2009년부터 예술경영지원센터가 문화예술분야의 특성을 반영하여 컨설팅, 홍보·마케팅, 재원조성 지원 등을 중심으로 지원사업을 지원해왔으나, 전체 문화예술분야 사회적경제조직 수에 비하면 수혜 대상이 매우 한정적이었음
- (스포츠분야) 체육분야 사회적경제조직은 현재 협동조합, 예비 사회적기업 등 소수의 기업만이 운영되고 있기 때문에 사회적경제조직을 창업할 수 있도록 지원하는 제도가 부족함
- (관광분야) 2013년부터 추진한 문화체육관광부의 '관광두레사업'이라는 정책사업 외에 관광분야에 특화된 사회적경제조직을 육성하고 활성화할 수 있는 지원 제도가 부재함

2) 추진방안

■ 문화체육관광형 예비 사회적기업 지정 제도 도입

- '문화체육관광형 예비 사회적기업 운영지침'을 수립하여 문화체육관광분야 사회적기업을 육성할 수 있는 기반을 마련
 - 기존의 인증제에서 요구하는 취약계층 지원 유형보다 공동 창업, 1인 기업 등 유급 근로자를 고용하지 않는 기업 등 창의적이고 혁신적인 방법으로 활동하는 문화체육관광 분야의 많은 기업들도 사회적기업으로 인정받을 수 있게 됨('창의·혁신적인 방식을 통한 사회 문제의 해결' 유형 신설)
- 고용부 및 지자체가 추진하는 사회적기업 재정 지원 사업의 참여자격을 부여, 사업화 지원비 지원 대상 선정, 주택도시보증금 수요자 중심형 기금 융자상품 실행을 위한 보증 심사 시 가점 부여 등의 부처 자체 지원 사항 등도 추가로 고려할 수 있음
- 예비 사회적기업 지정 제도 도입으로 사회적경제조직과 관련하여 기 구축된 추진체계 및 지원 기관과의 협업을 통해 시너지를 창출할 수 있음

■ 문화체육관광형 예비 사회적기업의 공공시장 활동기회 확대

- 문체부 및 유관기관 등의 공공시장 활동 참여를 위한 인센티브나 우선권 제공
 - 문화체육관광부 혹은 유관기관이 실시하고 있는 지원사업에 참여기회제공, 가점부여, 우선 협상 등의 다양한 인센티브를 제공할 수 있음
- 컨설팅, 홍보·마케팅, 재원조성관련 프로그램 참여 지원
 - 단순히 프로그램 참여기회만을 확대하는 것이 아니라 컨설팅, 비즈니스모델 개발, 실패사례교육 등 맞춤형 인큐베이팅 지원과 엑셀러레이팅 지원 등이 함께 진행되어야 조직의 성장에 긍정적 영향을 미칠 수 있음

〈표 5-2〉 문화분야 부처형 예비 사회적기업의 참여기회 확대(안)

구분	지원사업	참여기회	가점 부여	우선 협상	비고
문화체육관광형 예비 사회적기업 지정 후	생활문화동호회 생활문화공동체	√	√		공모지원시 가점 부여
	어르신문화프로그램	√			참여 대상 명시
	문화가 있는날 '청춘마이크'	√	√		주관단체 선정시 우선 고려
	공연예술연습공간 조성	√	√		우선사용권 부여 안내
	토요문화학교	√	√		공모지원시 가점 부여
문화체육관광형 예비 사회적기업 지정 전	창의적인문실험 (living lab)	√	√		우수사례 선정시 가점(추천서)부여
	전통문화예술단 파견		√		우수사례 선정시 가점(추천서)부여
	문화적도시재생	√	√	√	민관협력 방식의 사업추진 표준모델 설계('19년)
	문화도시		√	√	문화도시센터(추진단) 해산시, 소셜벤처 등 사회적경제 조직으로 흡수
	생활문화지원센터	√	√	√	민관협력 방식의 사업추진 표준모델 설계('19년)

■ 스포츠시설 관리 및 서비스 제공 주체로서 민간 참여 확산과 역량 향상

- 유형은 서비스 형태에 따라 시설형 및 프로그램형으로 구분하여 지원
 - 스포츠시설 관리 및 서비스 제공 주체로서 민간 참여 확산과 역량 향상에 기여할 수 있고, 스포츠서비스 시장 생태계 조성을 위해 예비 사회적기업 육성 및 일자리 창출할 수 있음
- 스포츠인프라 관리를 넘어 경영 단계 진입으로 스포츠산업 육성에 기여

■ 관광분야 부처형 예비 사회적기업 지정 유도

- 관광분야 사회적경제 조직 육성 정책 중 하나인 관광두레사업을 통해 창업 및 경영개선을 완료한 주민사업체 가운데 사회적 미션을 수행하고 안정적으로 관광사업을 운영하고 있는 주민사업체를 대상으로 예비 사회적기업 지정 시, 서류 심사를 면제함
 - 사회적 가치와 경제적 가치를 모두 충족하는 주민사업체는 예비 사회적기업 지정을 우대할 수 있음
- 국제공헌(공정무역), 공유경제(쉐어하우스) 등의 창의적이고 혁신적인 방식의 사회문제 해결 관광분야 사회적기업을 육성할 수 있음

3. 문화체육관광분야 사회적경제 전담 지원 체계 구축

1) 추진배경 및 필요성

■ 중간지원조직의 역할

- 사회적경제조직 육성을 위한 창업지원, 인력양성, 정보제공, 시설 위탁사업 등 사업의 성공적인 운영과 관리지원을 위해서는 해당 업무를 전담하여 지원할 수 있는 중간지원조직 설치운영이 반드시 필요함
- 중간지원조직이란 일반적으로 비영리적 목적을 띤 조직들을 위한 지원서비스 조직을 의미한다. 1970년대 말 1980년대 초 비영리기구들의 조정자로서 정부의 파트너로 인식되면서부터 보편화 되기 시작했음
- 공공과 시장의 실패가 나타난 분야에 비영리조직의 활동이 활발해지면서 지역, 활동분야, 기능 영역별로 비영리조직 간의 조정 및 비영리조직의 역량강화를 위한 정부와 민간의 중간단계 조직이 생겨났는데 이러한 조직을 중간지원조직이라고 함

■ 분야 특수성을 이해하는 중간지원조직의 필요성

- 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업 등 사회적경제 영역에서 사회가 안고 있는 다양한 문제를 해결하고자 하는 문화 분야 조직 혹은 구성원과 정부를 연결하는 중간지원조직 역할의 중요성은 지속적으로 강조되고 있음
- 중간지원조직은 다양한 이해관계자를 연결하고, 네트워크를 구축하는 등 현장을 지원하면서도 정부의 사무를 위탁받아서 수행하는 행정 전달 체계 역할을 하기도 함
- 현재 사회적경제 중간지원조직은 부처별로 나뉘어 설치되어 운영 중에 있으며, 각 지자체도 조례로 사회적경제지원센터를 설치하여 중간지원조직의 기능으로 역할을 하고 있음
 - － 고용노동부와 기획재정부는 사회적기업과 협동조합을 지원하는 권역별 통합지원기관을, 행정안전부는 마을기업지원기관을, 보건복지부는 자활기업을 지원하는 자활센터 등을 각각 운영하고 있음
 - － 사회적기업의 경우 고용부 산하에 사회적기업 인증과 육성사업 등을 담당하는 한국사회적기업진흥원이 있고, 전국 17개 권역별로 통합지원기관이 선정돼 운영되고 있음
- 이렇게 다양한 사회적경제 중간지원조직이 존재하고 있으나, 현재 문화체육관광부는 문화분야 사회적경제를 지원하는 중간지원조직을 별도로 구성하여 운영하지 않음

■ 분야별 사회적경제 지원을 위한 ‘연계 조직’ 파악

- (문화예술) 예술경영지원센터는 문화분야의 사회적경제 현장의 변화를 가장 가까이에서 체감할 수 있는 곳으로서 중간지원조직 역할을 하고 있음

- 예술경영지원센터는 문화분야 사회적경제 조직의 시초부터 관련 지원사업을 전담해오면서 전문적인 중간지원조직으로서 자리매김하였음
- 주요사업인 예술단체 전문화 지원, 예술경영 인력양성, 예술시장 조사연구, 예술행사 평가, 예술의 산업화 추진 등 중에 사회적경제 영역은 예술단체 전문화 지원에 일부 포함되어 있음
- (스포츠) 국민체육진흥공단은 스포츠산업 진흥을 위한 정부 사업 지원 기관으로서 스포츠산업 경쟁력 강화 지원사업, 스포츠산업 시장개척 지원사업, 스포츠산업 전문인력 양성 사업 뿐만 아니라 창업지원센터 지원사업을 추진하고 있음
 - 스포츠 사회적경제조직 육성지원을 위한 중간지원조직으로서 기관이 역량, 인력, 스포츠 산업 관리지원 노하우 등을 고려할 때 중간지원조직으로서 가장 적합한 기관이며, 사회적경제조직 지원과 기존 스포츠산업 지원과의 연계를 통한 시너지효과를 창출할 수 있음
- (관광) 한국관광공사는 관광기업 육성, 창업지원 및 전문인력 양성 교육 등을 담당하는 지역관광 지원센터를 2019년 1곳, 이후 권역별 확대 계획을 갖고 있어 관련 연계 조직으로 볼 수 있음
 - 다만 한국관광공사에서는 관광기업 지원센터 운영을 대행할 위탁사업자를 공모하여 해당 업무를 수행하는 형태이기 때문에 사회적경제 지원과 안정적인 총괄 역할 수행을 위한 협의가 필요함
 - 한국문화관광연구원 부설기관으로 (가칭)지역관광창업연구센터 설립을 진행 중임. 한국문화관광연구원이 2013년부터 관광두레사업을 총괄 운영한 경험을 갖추고 있는 바, 해당 부설기관을 관광분야 사회적경제 지원 전문기관으로 지정하는 것을 고려할 수 있음

2) 추진방안

■ 기본방향

- 총괄지원센터(Umbrella Organization)을 통해 지역 혹은 부문별 중간지원조직을 발굴·지원함
- 사회적경제조직의 활성화를 위해 다양한 방법을 기획하고 실천하며, 지역의 현안 해결을 공동으로 모색하는 현장형 중간지원조직을 지원함



[그림 5-2] 문화체육관광분야 사회적경제 전담 지원 체계

■ 총괄지원센터 구성

- 총괄지원센터는 지역 단위 혹은 부문별 중간지원조직을 발굴하고 그들이 효과적으로 사업을 추진할 수 있도록 지원하며 성과 관리를 총괄할 수 있는 전문 조직체로 구성하며, 기능별·분야별로 전문화된 중간지원조직의 발굴과 육성을 목표로 함
 - － 문화체육관광부 사회적경제조직 지정 및 승인 지원, 문화체육관광 예비 사회적기업 지정 지원(사전 상담 및 컨설팅 등), 사회적협동조합 승인 지원, 지역 단위 혹은 부문별 중간지원조직 사업 지원, 성과 관리 등을 총괄함
 - (1안) 각 분야별 연계 조직 내 ‘사회적경제지원본부’ 신설
 - － 분야별 ‘연계 조직’으로 파악했던 예술경영지원센터, 국민체육진흥공단, 한국관광공사/(가칭)지역관광창업연구센터 등 연계 조직 내에 사회적경제지원본부를 신설하는 방안
 - － 현재 각 기관에서 담당하고 있는 사회적경제 관련 업무를 본부신설을 통해 조직구조 재편과 역할 추가 등이 필요할 수 있음
 - － 사회적경제지원본부는 협력·자원연계팀, 조사·가치평가팀, 지정·제도지원팀 등으로 구성하여 운영할 수 있음
 - (2안) 분야별 연계 조직을 통한 인가 지정
 - － 문화체육관광부는 ‘문화체육관광분야 사회적경제지원센터’를 각 분야별 연계 조직(예술경영지원센터, 국민체육진흥공단, 한국관광공사(가칭)지역관광창업연구센터 등)으로 지정하여 신설하는 방안
 - － 연계 조직내에 별개의 조직이 신설되는 방안이며, 이는 조직의 기존 운영방안과 조직체계를 많이 변경하지 않고, 전문적인 별도의 조직으로 운영할 수 있음
- [참고 사례]** 과학기술인협동조합지원센터는 과학기술정보통신부가 한국여성과학기술인지원센터를 과학기술인협동조합지원센터로 지정하여 신설된 조직임
- (3안) 문화체육관광 사회적경제지원 총괄센터 신설
 - － 문화체육관광분야 전체를 아우르는 사회적경제지원총괄센터를 신설하여, 각 분야간 융합과 연계 사업 활동이 가능할 수 있는 유연한 사업지원 조직을 운영
 - － 분야별로 각각 조직되는 중간지원조직을 통합하여 관리하여, 효율적인 운영이 가능해지며 공동으로 할 수 있는 통합지원 프로세스를 갖출 수 있음
 - － 조직의 신설은 관련 법제도적 검토 및 제·개정, 조직 설립 타당성 검토, 조직 설립 공감대 형성 등 일련의 과정을 거쳐야 하므로, 총괄 기능을 담당할 수 있는 기존 기관(조직)을 지정하는 것이 현실적인 방안일 수 있음

■ 중간지원조직 발굴 및 지원

- 문화체육관광분야 사회적경제조직의 창업 지원, 지속 성장을 위한 전문 컨설팅 지원, 인적자원 육성, 융자 및 프로젝트파이낸싱 지원 등 단계별, 부문별, 또는 지역 단위 현장 밀착형 지원 등으로 구분하여 해당 역할을 수행할 중간지원조직을 발굴 및 지원함
 - 다양한 분야와 영역의 사회적경제조직이 중간지원조직으로서 기능할 수 있음
 - 각각의 중간지원 내용별로 대상 규모와 소요예산을 고려하여 중간지원조직의 운영비와 사업비를 지원함
- 각 내용별로 공모를 통해 중간지원사업을 위탁하는 형태를 고려할 수 있으며, 중장기적으로는 중간지원조직이 지원 사업에 의존하지 않고 독자적인 사업을 운영하여 자립 경영할 수 있도록 관련 역량과 기반을 마련할 수 있도록 해야 함
- 전문 중간지원조직 통하여 사회적경제조직의 창업부터 지속적 성장에 이르기까지 사업 프로세스 관점에서 단계별 지원 사항을 체계화하고, 다양한 부문의 입체적인 지원을 제공할 수 있음

〈표 5-3〉 문화체육관광분야 총괄지원센터 및 중간지원조직의 주요 역할(안)

	구분	사업 내용
총괄지원센터	법,제도 개선	- 지원근거 마련을 위한 법,제도 개선 (협의체와의 협업)
	연구, 조사, 평가	- 사회적경제 조직 실태조사 및 관련 연구 진행 - 사회적가치 측정틀 개발 및 운영 성과 평가
	지정, 인가 등 제도 지원	- 부처형 예비 사회적기업 지정, 사회적협동조합 인가 등을 위한 제도적 지원 업무
	육성 지원	- 기능별 · 분야별로 전문화된 중간지원조직의 발굴과 육성
중간지원조직	교육지원	- 교육기관 대상 관련 교육 과정 지원 - 관련 분야 지자체 공무원, 관계자 교육 지원 - 조직 경영 교육, 리더 교육, 회계/세무 교육, 마케팅 등 전문 교육 지원
	경영지원	- 사회적경제 조직 설립을 위한 단계별 고려사항, 설립절차 및 서류작성 안내, 비즈니스모델 설계 등 - 단계별, 분야별 개별 상담, 전화상담 및 방문상담 등의 서비스 제공 - 사업기획 · 경영 · 마케팅, 세무 · 회계 · 법률 등 컨설팅
	정보지원	- 자원봉사 시스템 도입을 통한 자원봉사자 활용 DB구축 및 매칭 - 생활SCO등 위탁운영시 공공부문 파트너십을 지원하는 중간 매개 역할
	금융지원	- 재원조달, 재원모델 접근 등 사회적금융 접근성 제고 지원
	확산지원	- 대학, 기업, 타부처 등 잠재 수요기관 등을 대상으로 사업 발굴 및 연계(공동 · 협력 사업모델 개발) - 문화분야 사회적경제 조직 DB구축, 온/오프라인 게재, 우수사례 발굴, 네트워킹 포럼 개최(국제교류 등)

■ 창업지원센터

- 문화체육관광분야 중 사회적경제조직이 가장 적은 스포츠분야를 중심으로 중간지역조직 중 지역 단위 현장 밀착형 지원 등을 진행할 수 있는 사회적경제 창업지원센터를 설립하는 방안도 고려할 수 있음
 - 문화체육관광부의 2018 스포츠산업 중장기계획에서 기존의 6개 창업지원센터를 확대하여 신규로 4개의 창업지원센터를 추가 설치할 계획임
 - 신규 4개 창업지원센터 중 2개(수도권 지역 1개소, 비수도권 1개소)를 사회적경제조직 중심의 창업지원센터로 지정을 고려할 수 있음
 - 스포츠 사회적경제조직 창업지원센터는 기존의 창업지원센터와 스포츠산업 창업지원 중간지원조직인 국민체육진흥공단과의 네트워크 구축을 통하여 기존 창업지원센터의 운영 노하우 공유 등 협력사업을 추진할 수 있음

■ 스포츠 사회적경제조직 창업지원센터의 주요 업무 설정

- 사회적경제조직 창업지원센터의 주요 역할은 사회적경제조직 교육 프로그램 개발, 창업 및 보육 지원, 사후 관리 및 운영지원으로 구성됨
- 사회적경제조직 창업 교육과정은 1단계 사회적경제조직 기업가 역량강화 교육, 2단계 사회적경제조직 창업 및 Start-up 교육, 3단계 보육사업으로 구성됨
 - 1단계 사회적경제조직 기업가 역량강화 교육은 기업가 정신 및 기업경영에 대한 이해, 사회적경제조직, 스포츠산업, 정책 및 제도에 대한 교육으로 구성됨
 - 2단계 사회적경제조직 창업 및 Start-up 교육은 기업의 이해, 기업창업 실전전략, 비즈니스 모델 개발 및 사업화 전략, 창업 포트폴리오 작성, 기업경영 실무, 창업기업의 투자유치, 회계세무 교육, 현장체험 및 멘토링 프로그램으로 구성됨
 - 3단계 보육사업은 2단계 교육 평가를 통하여 선발된 우수 예비 사회적경제조직 창업자들을 대상으로 창업공간 제공, 사업비 지원, 전문 멘토링 제공을 통하여 창업초기 기업이 안정적 성장기반을 구축할 수 있도록 보육지원을 제공함
- 사후 관리지원 서비스는 창업 및 보육 지원이 종료된 예비 또는 창업 사회적경제조직을 대상으로 지자체 및 공공기관 등 지역사회 및 민간자원 연계지원과 지속적인 성장을 위한 교육, 컨설팅 등 후속 지원 프로그램을 제공함

제3절 분야별 주요 정책 과제

1. 문화 분야

가. 자원봉사자 활용 시스템 구축

1) 추진배경 및 필요성

- 자원봉사는 사회적으로 가치 있는 활동임과 동시에 경제적인 파급효과가 큰 활동이며, 최근 단순 노동력 제공에서 전문기술이 적용된 재능기부와 전문봉사까지 영역이 확대되고 있음
 - － 2018년 한국보건사회연구원의 연구에 따르면 우리나라 전체 자원봉사활동의 경제적 파급 효과는 최소 1조 9,641억 원에서 최대 1조 8,447억 원이고, 부가가치 유발액은 최소 863.3억 원에서 최대 1조 4,477억 원으로 추정됨
- 자원봉사활동기본법 제7조에 따르면 자원봉사의 활동 범위를 문화·관광·예술 및 체육 진흥을 위한 활동을 포함하여 15개를 명시하고 있음

〈표 5-4〉 자원봉사활동 기본법[시행 2017. 7. 26.] [법률 제14839호] 제7조

자원봉사활동 기본법 제7조(자원봉사활동의 범위)
1. 사회복지 및 보건 증진에 관한 활동 2. 지역사회 개발·발전에 관한 활동 3. 환경보전 및 자연보호에 관한 활동 4. 사회적 취약계층의 권익 증진 및 청소년의 육성·보호에 관한 활동 5. 교육 및 상담에 관한 활동 6. 인권 옹호 및 평화 구현에 관한 활동 7. 범죄 예방 및 선도에 관한 활동 8. 교통질서 및 기초질서 계도에 관한 활동 9. 재난 관리 및 재해 구호에 관한 활동 10. 문화·관광·예술 및 체육 진흥에 관한 활동 11. 부패 방지 및 소비자 보호에 관한 활동 12. 공명선거에 관한 활동 13. 국제협력 및 국외봉사활동 14. 공공행정 분야의 사무 지원에 관한 활동 15. 그 밖에 공익사업의 수행 또는 주민복리의 증진에 필요한 활동

- 자원봉사활동이 민간 자체적으로 이루어져 인증이나 확인에 대한 필요성이 존재하지 않았으나, 최근 정부가 민간 자원봉사활동에 시민의 적극적이고 지속적인 참여를 독려하기 위해 시간인증제, 인증관리제도 등을 도입하였음
 - － 문화체육관광부는 한국문화원연합회의 총괄운영을 통해 문화체육자원봉사 ‘문화품앗이’ 포털을 운영하여 자원봉사활동을 인증관리하고 있으며, 최근 행정안전부가 운영하고 있는 자원봉사종합포털 1365와 실적 연계 서비스를 시작하였음

〈표 5-5〉 범부처 자원봉사활동 인증관리제도 개관

구분	행정안전부	보건복지부	문화체육관광부	여성가족부
주관	자원봉사센터	한국사회복지협의회	한국문화원연합회	청소년활동진흥센터
포털	1365자원봉사포털 (1365기부포털도 운영)	사회복지 자원봉사포털 VMS	문화체육자원봉사 문화품앗이	청소년자원봉사 포털 Dovol
인증관리 프로그램	1365 자원봉사시스템	사회복지 자원봉사인증관리 시스템	문화체육자원봉사 매칭시스템 문화품앗이	청소년자원봉사 터전인증제 시스템
보상	<ul style="list-style-type: none"> - 인증서 발급 - 포상, 상패 부여 - 점포 할인, 공공시설 이용할인 - 상해보험 가입 	<ul style="list-style-type: none"> - 인증서 발급 - 그린·실버·골드 배지 수여 - 훈·포상 추천 및 표창 수여 - 사이버대학교 장학금 및 등록금 감면 - 상해보험 가입 	<ul style="list-style-type: none"> - 인증서 발급 - 전문 분야 활동내용 관리 - 마일리지 제공 - 우수봉사자·봉사단·활동기관 선정 및 시상 	<ul style="list-style-type: none"> - 인증서 발급 - 포상 - 인센티브 제공 - 우수봉사자 등 - 상해보험 가입
도입시기	2011년	2001년	2014년	2000년
법적근거	<ul style="list-style-type: none"> - 자원봉사활동 기본법 - 자원봉사활동 기본법 시행령 - 지자체 조례 	<ul style="list-style-type: none"> - 사회복지사업법 - 사회복지사업법 시행령 - 사회복지자원봉사관리규정 - 인증관리규정 	<ul style="list-style-type: none"> - 지역문화진흥법 - 자원봉사활동 기본법 	<ul style="list-style-type: none"> - 청소년활동진흥법

자료: 한국보건사회연구원(2016), 자원봉사자의 사회적·경제적 가치분석 재정리

행정안전부 1365 자원봉사 <http://www.nanumkorea.go.kr>

사회복지자원봉사인증관리 <http://www.vms.or.kr>

문화체육자원봉사 <http://csv.culture.go.kr>

청소년자원봉사 <http://dovol.youth.go.kr>

- 국외 문화 분야 사회적경제 조직은 자원봉사활동을 적극적으로 활용하여 사업운영의 효율성과 노동생산성을 높이고 있으나, 한국의 문화 분야 사회적경제 조직의 자원봉사 인력 활용은 부족한 실정임

- 2018년 한국문화관광연구원의 연구에 따르면 문화예술분야 사회적경제 조직의 13.9%만이 자원봉사자를 활용하고 있음(연수현, 2018)

2) 추진방안

■ 문화예술분야 사회적경제조직을 자원봉사 활동처 인정 및 등록

- 문화예술분야의 사회적경제조직이 자원봉사 활동처로서 인정을 해주고, 자원봉사 인증관리 포털에 등록할 수 있도록 유인
- 자원봉사자들이 사회적경제조직의 활동에 참여하면서 사회적경제에 대한 이해를 높이고 사회적경제조직의 구성원으로 사회적 가치 창출에 긍정적 역할을 할 수 있음

■ 문화예술분야 사회적경제조직에 대한 정확한 정보 구축과 제공

- 자원봉사 활동처에 대한 정확한 정보 구축과 제공은 자원봉사활동을 하고자 하는 개인과 기업에게 중요한 요소이기 때문에 조직의 특징과 더불어 투명성을 제고할 수 있는 회계지표 등을 탑재하고, 기부금이나 기업활동에 대한 정보를 제공해야하는 유인으로 작용할 수 있음
- 정확하고 투명한 사회적경제 조직의 정보는 자원봉사 활동 유인으로 직결되기 때문에 조직의 성장과 운영 효율성에 긍정적인 효과를 가져다줄 것으로 기대함
- 문화분야 사회적경제 조직이 자원봉사 활동처로서 역할을 할 때, 자원봉사자의 근무시간을 화폐가치로 환산하여 조직의 성과로 인정하는 등의 인센티브 제도가 추가 설계된다면, 유인효과가 더욱 클 것임
- 경영공시의 활성화는 문화예술분야 사회적경제조직의 데이터베이스 구축에도 매우 효과적으로 역할을 할 것이며, 문화예술분야의 사회적경제조직이 창출하는 사회적 가치에 대한 인정도도 높아질 것으로 기대할 수 있음

나. 사회복지요원 인력 활용을 위한 체계 마련

1) 추진배경 및 필요성

■ 사회복지요원 장기 대기자 증가로 인한 소집 적체 문제 지속

- 3년 이상 대기가 1만1천여명 소집면제 대상병역 판정검사에서 사회복지요원으로 판정됐으나 복무기관에 배치되지 못하고 3년 이상 대기하는 이들이 1만 1000여명에 이른 것으로 추산 (서울신문, 2018.12.19.)

[참고] “사회복지요원(구 공익근무요원 중 행정관서요원)”이란 국가기관, 지방자치단체, 공공단체 및 사회복지시설의 공익목적 수행에 필요한 사회복지, 보건의료, 교육문화, 환경안전 등의 사회서비스 업무 및 행정업무 등의 지원을 위한 병역의무의 한 형태로 운영하는 제도입니다[「병역법」 제26조제1항제1호·제2호 및 「사회복지요원 복무관리 규정」(병무청 훈령 제1546호, 2018. 12. 20. 발령·시행) 제2조제3호].

- 사회복지요원은 주로 사회복지, 보건의료, 교육·문화, 환경·안전, 행정 등의 분야에서 근무함
 - － 복무기관은 사회복지시설, 국가기관, 지방자치단체, 공공단체 순으로 배정하며, 복무분야는 사회복지, 보건의료, 교육문화, 환경안전, 행정지원 순으로 함

〈표 5-6〉 사회복지요원 배정 순위

복무기관		사회복지시설	국가기관	자치단체	공공단체
복무분야	사회복지	1	2	3	4
	보건의료		5	6	7
	교육문화 환경안전		8	9	10
	행정지원 업무		11	12	13

자료: 병무청 2020년도 사회복지요원 배정기준 및 신청서류(병무청고시 2019-1호).

- 문화예술 분야에서는 문화재 관리, 문화원/문화재단/문화회관/박물관 등 시설관리 지원 등에 사회복무를 신청할 수 있음

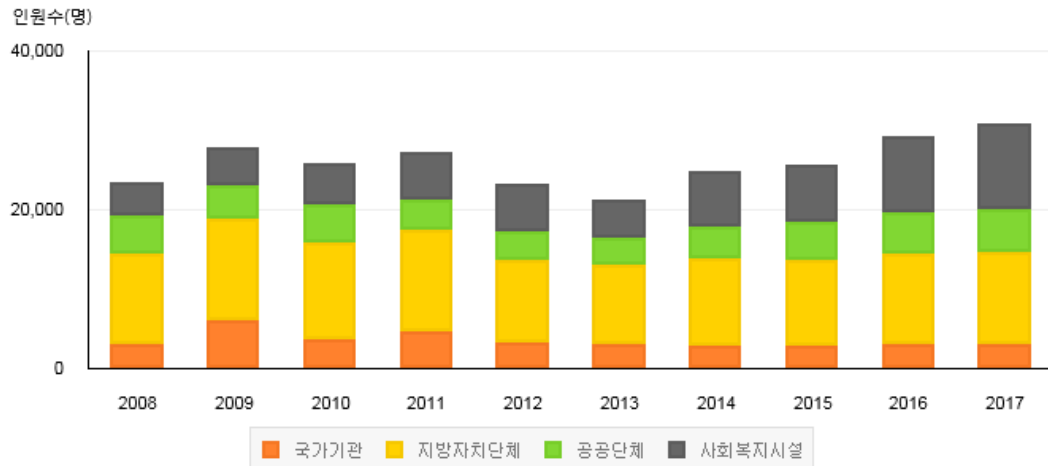
〈표 5-7〉 사회복무분야별 임무

업무	복무분야	임무
사회복지	사회복지시설 운영 지원	사회복지시설 입소 노인 및 장애인 등에 대한 활동·목욕·취식 등 수발업무 지원, 복지시설 프로그램 운영, 시설 및 물품관리, 복지사무 등을 지원하거나 이에 관련된 부수업무를 겸임 (사회복지관련 공공단체) 사회복지업무에 관한 지원 또는 관련 부수업무를 겸임
	지방자치단체 사회복지 업무 지원	지방자치단체의 저소득층 물품전달 업무 등 사회복지 담당업무를 지원 하거나 이에 관련된 부수업무를 겸임
보건의료	국민건강 보호·증진 업무 지원	방역·소독·식품위생 등 주민건강사업 활동 등을 지원하거나 이에 관련된 부수업무를 겸임
	환자 구호업무 지원	약품관리·119응급구조·환자이동 등 의료지원 활동 등을 지원하거나 이에 관련된 부수업무를 겸임
교육문화	교과·특기적성 지도 등 학습 지원	초·중·고 학교 또는 교육청에 소속되어 학생에 대한 교과·특기적성 지도, 학습활동, 등·하교 지도 등을 지원하거나 이에 관련된 부수업무를 겸임
	초·중·고 장애학생 활동 지원	초·중·고 학교 또는 교육청에 소속되어 장애학생에 대한 학습활동·승하차 지도·취식 등을 지원하거나 이에 관련된 부수업무를 겸임
	문화재 관리 지원	궁·능 등 유형 문화재를 보호·감시하거나 이에 관련된 부수업무를 겸임
환경안전	환경 보호·감시 지원	산림방재·녹지정화, 하천·해양·대기·토양 등 오염방지, 취·정수장 등을 보호·감시하거나 이에 관련된 부수업무를 겸임
	재난·안전 관리 지원	자연재해(지진·태풍·홍수·해일·가뭄 등)나 인재(화재 및 주택붕괴 등 안전사고)의 예방·관찰·지도, 사회질서(재래시장 등)를 유지하거나 이에 관련된 부수업무를 겸임
행정	일반행정 지원	사회서비스업무 및 행정기관 경비지원 분야 외의 사무보조·민원안내·상담 등을 하거나 관련 부수업무를 겸임
	행정기관 경비 지원	관공서 등 시설의 방호·경비 등을 수행하거나 이에 관련 부수업무를 겸임

자료: 병무청 홈페이지(<https://www.mma.go.kr>)

■ 사회복무요원 소집 적체 문제 해결을 위한 소요 확대 노력

- 사회복무요원 소집 적체를 해소하고, 대상자가 적기에 병역을 이행할 수 있도록 지역별로 소요 확대를 위하여 노력하고 있음



자료: 병무청, 병무통계연보.

[그림 5-3] 사회복지무요원 소집 현황

- 사회복지기관·분야별 소요 인원이 확대될 수 있도록 홍보하고 있으며, 소요확대를 위하여 지방자치단체합동 성과평가지표에서 사회복지무요원 수요확대 실적을 도입하고, 신규 활용 분야를 발굴하고 있음

〈표 5-8〉 2020년 사회복지무요원 각 부처별 신규 신청 및 확대 가능 분야

구분	지방자치단체	교육청	경찰청	소방청
신규 분야	재래시장질서유지지원 CCTV 모니터요원	학교지킴이	범죄활동예방 민원안내	환자구호활동

자료: 병무청 홈페이지(<https://www.mma.go.kr>)

2) 추진방안

■ 문화체육관광부 사회복지무요원 활용 제도 도입

- 최근 사회서비스 제공기관이 사회적경제 조직화가 가능하도록 정책적으로 지원하고 있음
 - － 사회서비스 제공기관의 경쟁력은 일자리 질, 나아가 사회서비스 시장의 품질까지 이어지는 중요한 문제라고 볼 수 있는데, 결국 사회서비스 제공기관의 사회적경제 조직화는 여러 정부지원 등을 통해 경쟁력 확보의 기회를 제공할 뿐만 아니라, 상호협력의 조직문화는 좋은 일자리를 유인함으로써 사회서비스 품질의 제고 가능성을 높인다는 의의를 지님

〈표 5-9〉 사회서비스 분야 중앙부처 복무 분야

중앙부처 (관련부서)	사회서비스 분야	
	지방자치단체 복무분야	사회복지시설 복무분야
보건복지부 (사회서비스지원과)	사회복지업무 지원 (읍·면·동) 국민건강 보호·증진 업무 지원(보건소)	사회복지시설운영지원 (복지시설) ※ 『사회복지사업법』 제2조에 따라 설치된 사회복지시설 중 노인, 아동, 장애인, 어린이 집, 정신질환자, 노숙인, 사회복지관, 결핵 ·한센시설, 지역자활센터, 푸드뱅크 등
환경부 (조직성과담당관)	환경보호·감시 지원 (시·군·구)	—
여성가족부 (청소년자립지원과)	사회복지업무 지원 (시·군·구)	사회복지시설운영지원 (복지시설) ※ 『사회복지사업법』 제2조에 따라 설치된 사회복지시설 중 여성가족부 소관 (제2조 제1호 마,사,자,가,하,버,퍼) 여성, 청소년, 한부모가족, 다문화가정, 가정폭력, 성폭력, 성매매시설
소방청 (소방정책과)	119응급구조·환자이동, 환자구호업무 지원 (소방서)	—
문화재청 (안전기준과)	궁·능 등 문화재관리 지원 (시·군·구)	’16년부터 사회복지무원 활용 중단
산림청 (운영지원과)	환경보호·감시지원 (시·군·구)	

자료: 병무청 2020년도 사회복지무원 배정기준 및 신청서류(병무청고시 2019-1호).

- 특히 사회서비스 분야는 문화예술서비스를 포함하고 있기 때문에 문화체육관광부가 사회복지무원 활용 제도 도입을 고려할 수 있음
 - 문화체육관광부의 사회서비스 주요 내용으로는 통합문화이용권, 스포츠강좌이용권, 장애인·어르신 문화프로그램 등이 포함될 수 있으며 도서관·박물관·미술관 등 문화시설 운영 또한 사회서비스에 포함됨
 - 사회서비스 유형 중 한국보건사회연구원(2015)의 사회서비스 수요·공급 실태조사에 따르면 전체 10개 유형 중 문화서비스 유형이 20% 가까이 차지하고 있음을 확인할 수 있음
 - 이는 사회서비스 영역에서 문화시설을 위탁운영하고 있거나 관련 영역에 활동하고 있는 사회적경제조직이 사회복지무원 제도를 통해 인력을 활용하는 기회로 이어질 수 있음

■ 문화체육관광부 사회적경제조직의 사회복지무원 지원 확대

- 사회복지무원은 사회적경제 조직에 대한 인식을 높일 수 있으며, 사회복지형태로 근무하면서 문화 분야의 사회적경제시스템에 대한 경험을 쌓을 수 있음
- 또한 사회적경제 조직은 사회복지무원을 통해 젊은 청년인력을 공급받을 수 있으며, 이를 통해 일련의 숙련된 문화형 인력을 배출할 수 있음

- 결과적으로 사회복무요원으로 근무하면서 경험한 것을 토대로 사회적경제로 진로를 결정하는 계기를 마련해주며, 문화 분야 사회적경제에 대한 이해와 근무 경력을 기반으로 진로 선택을 할 수 있게 됨

[참고: 경기 오산 스포츠클럽 사회복무요원 활용 사례]

- 오산 스포츠클럽은 2016 전국 클럽 중 최초로 병무청으로부터 사회복무요원을 지원받아 인건비를 절감하고 있음
- 스포츠클럽의 공공성을 지속적으로 설득하여 인정을 받게 된 첫 사례로 이는 문화체육관광분야에서의 사회적경제조직에게 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대할 수 있음
- 또한 사회복무요원을 지원받아 조직의 인건비 절감 효과뿐만 아니라, 체대 출신의 사회복무요원이 유소년 축구 취미반 수업도 직접 진행하면서 사회복무요원의 진로설계와 체험의 기회를 제공하는 측면에서도 좋은 평가를 받고 있음

다. 사회적 금융 접근성 제고를 위한 방안 마련

1) 추진배경 및 필요성

■ 문화분야 사회적경제조직의 안정적 운영을 위한 자금 확보 필요

- 문화분야 사회적경제조직이 창업단계에서부터 성장단계, 그리고 안정화 단계까지 지속적으로 운영을 유지하기 위해서는 자금 확보가 필수적 요소임
- 문화체육관광분야에서 조성하고 있거나, 관리하고 있는 펀드 혹은 기금 등을 활용하여 문화 분야 사회적경제조직의 안정적 운영을 위한 지원 체계를 마련할 수 있음

■ 문화분야 사회적경제조직의 활동과 영향을 인정할 수 있는 사회적 가치 측정의 중요성이 대두되고 있음

- 사회적경제조직의 성장과 함께 사회적 가치와 사회적 영향에 대한 관심이 증가하고, 사회적경제 조직에 대한 투자 여부를 위한 중요한 기준으로 사회적 가치의 중요성이 커지고 있음
- 조직간의 상호평가를 위한 사회적 가치 측정 및 평가 지표가 아닌, 자가진단형으로 사회적 성과지표를 도입하거나, 활용 목적 및 사업 특성에 따라 관점별로 유연하게 적용가능한 지표, 혹은 각 조직의 상황에 맞는 지표를 골라서 구성할 수 있도록 하는 지표은행형식의 사회적가치 측정지표 등 다양한 모델로 개발되고 있음

2) 추진방안

■ 문화체육관광부 소관 기금 및 펀드 투자 및 융자 대상 확대

- 기금 융자 대상에 관광분야 사회적경제조직을 포함하도록 하거나, 사회적경제 활성화를 위해 특별융자 지원을 실시하는 방안을 고려할 수 있음

- 뮤지컬·연극 등 다양한 분야에 재원을 공급, 예술단체 및 기업 활성화를 위해 조성 예정인 ‘공연예술 전문펀드’에서 투자대상에 문화분야 사회적경제조직을 포함하거나, 사회적경제조직을 위한 특별 투자 계정을 조성할 수 있음

참고 공연예술 전문펀드 조성(안)

- (출자/결성규모) 1차(’19년), 2차(’21년) 각 200억원 규모 2개 펀드 조성
 - 총 400억원: 정부 출자 300억원(75%), 민간 100억원(25%)
- (목적) 공연콘텐츠 및 공연기업 성장을 위한 전용펀드 조성
- (투자대상) 공연관련 기업 및 프로젝트에 60% 이상 투자, 단, 창작공연예술에 결성액의 50% 이상 투자
 - * 향후 업계 의견을 반영하여 인정범위 조정

■ 문화분야 사회적경제조직의 사회적 성과 영향 측정 지표 개발

- 사회적금융의 접근성 제고를 위한 문화 분야 사회적 가치 측정과 평가제도 마련
 - 사회적 가치측정치표(SVI), 임팩트 자가진단 지표, 사회적책임 평가지표, 사회적 금융 평가 지표 등 사회적경제와 관련된 사회적 가치, 성과, 영향 등의 평가/측정 지표들의 목적성, 활용성들을 분석
 - 이를 통해 문화 분야 사회적 가치과 성과를 인정받고 영향을 측정할 수 있는 지표 개발을 할 수 있음

라. 문화 분야 지원을 위한 사회적경제 협의체 구성

1) 추진배경 및 필요성

- 사회적경제 조직과 문화체육관광부, 관계 기관간의 연대를 통해 문화분야의 사회적경제 시장과 생태계를 상호 경험하고, 현황과 문제점을 공유하는 네트워크가 부족한 상황임
- 공공-민간-공동체 파트너십과 교류·협력 네트워크를 통해 구성원들의 비즈니스를 활성화하고, 문화분야 사회적경제 공동체 발전기반 마련이 필요함
- 조직과 구성원간의 연대와 협업을 통해 문화 분야 사회적경제 조직의 지속가능모델을 구축하고 관련 제도를 개선할 수 있음
 - 행정지원부터 자금조달까지 다양한 역할을 하는 중간지원조직의 업무가 지속적으로 가중되고 집중되면서 사회적경제 조직의 네트워크 조성, 사회적경제 의제 및 주체 발굴, 사회적경제 기반이나 협력 생태계 조성 등에 대한 사업이나 지원을 설계하고 투자하기 어려운 구조로 변하고 있음
 - 장기적인 시각과 긴 호흡으로 문화 분야의 사회적경제 조직이 지속가능할 수 있는 생태계 구축에 대한 논의를 사회적경제 협의체를 통해서 충분히 구현할 수 있을 것으로 판단

2) 추진방안

■ 다양한 형태의 협의체를 구성

- 문체부, 문체부 소속/산하기관, 연구기관, 대학, 사회적경제 조직, 중간지원조직으로 구성된 지원협의체를 구성하고, 협력기관과의 파트너십 체계를 마련

〈표 5-10〉 문화분야 사회적경제 활성화를 위한 협의체, 협력기관 대상(안)

구분	기관명	협의체	협력기관	비고
소속기관 (17)	한국예술종합학교		✓	교육 연계
	국립국악고등학교		✓	교육 연계
	국립국악중등학교		✓	교육 연계
	국립전통예술고등학교		✓	교육 연계
	국립전통예술중학교		✓	교육 연계
	국립중앙박물관		✓	
	국립중앙도서관		✓	
	해외문화홍보원		✓	
	국립국악원	✓		
	국립민속박물관		✓	
	대한민국역사박물관		✓	
	국립한글박물관		✓	
	국립중앙극장		✓	
	국립현대미술관		✓	
	한국정책방송원		✓	
	국립아시아문화전당	✓		
	예술원사무국	✓		
산하 공공기관 (34)	한국관광공사	✓		중간지원조직
	국민체육진흥공단	✓		중간지원조직
	한국문화예술위원회	✓		
	영화진흥위원회	✓		
	한국언론진흥재단	✓		
	한국콘텐츠진흥원	✓		
	예술의전당		✓	
	정동극장		✓	
	국립박물관 문화재단		✓	
	세종학단재단		✓	
	한국예술인복지재단	✓		
	한국문화예술회관연합회		✓	
	한국문화예술교육진흥원	✓		
	한국영상자료원		✓	
	한국출판문화산업진흥원	✓		

구분	기관명	협약체	협력기관	비고
	한국문학번역원		✓	
	아시아문화원	✓		
	영상물등급위원회			
	게임물관리위원회			
	한국저작권위원회			
	한국도박문제관리센터			
	대한체육회	✓		
	국민생활체육회	✓		
	태권도진흥재단	✓		
	대한장애인체육회	✓		
	국제방송교류재단	✓		
	국악방송		✓	
	예술경영지원센터	✓		중간지원조직
	한국공예디자인문화진흥원	✓		
	한국문화정보원	✓		
	한국문화관광연구원	✓		중간지원조직
	한국문화진흥(주)			
	그랜드코리아레저(주)			
	한국체육산업개발(주)	✓		

자료: 문화체육관광부 홈페이지, 검색일: 2019.02.28.

한국행정학회, 「문화체육관광부 산하 공공기관 발전 방안 연구」, 2016.

- 그 이외에도 부문협의체, 업종협의체, 지역협의체 등 다양한 형태의 협의체를 구성하고 협의체 간에도 유기적으로 연계할 수 있는 체계를 구축해야함
- 문체부 사회적경제 조직 육성을 위한 정책방향 설정, 정책과제 발굴, 사회적경제조직 육성을 위한 협력, 현장문제 해결 등의 기능을 수행할 수 있는 권한과 의무를 동시에 제공할 수 있는 설계가 필요함
- 문화예술분야 관련 교육기관과의 파트너십을 통하여, 순수예술 및 창작 관련 학과 혹은 교육과정에서도 사회적경제에 대한 이해, 기업가정신, 사회적가치 창출 등에 대한 교육을 제공할 수 있음
- 문화예술분야 사회적경제조직의 국제교류, 해외판로 개척 등의 사업을 진행시에도 해외문화홍보원, 세종학당, 국제방송교류재단 등의 기관과의 협업으로 실질적인 지원을 제공할 수 있음

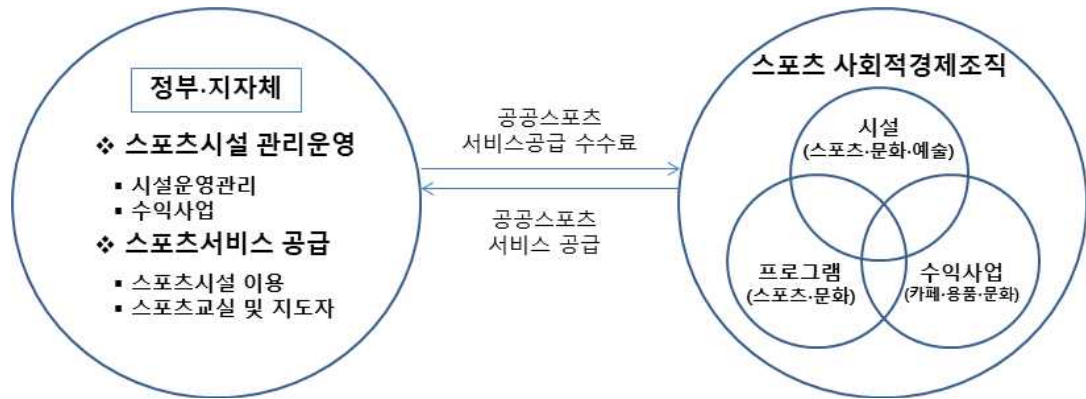
2. 체육 분야

가. 시설형 사회적경제조직 지원사업: 공공체육시설 위탁운영

1) 추진배경 및 필요성

■ 정부 및 지자체: 공공체육시설 위탁운영을 통한 서비스 전달체계 개선 필요

- 정부와 지자체는 공공부문에서 스포츠 시설 설립 및 운영, 스포츠 교실 및 강사 운영과 같은 스포츠 서비스 공급 주체이나 영국과 일본 등 선진국에서는 공공부문의 비효율성으로 인하여 만성적인 운영적자가 발생하여 효율적으로 공공서비스를 공급할 주체로서 사회적경제조직에게 공공 스포츠시설을 위탁운영하고 있음



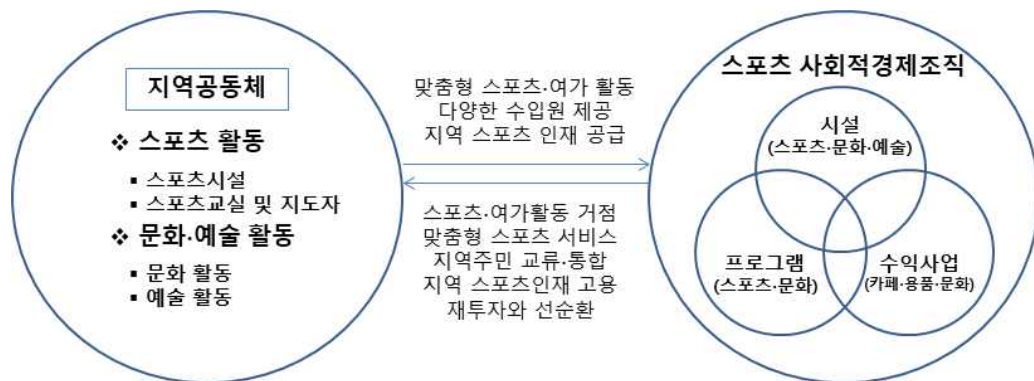
자료: 김상훈(2014), 「사회적기업 육성방안 연구」, 한국스포츠정책과학원.

[그림 5-4] 스포츠 사회적기업과 정부·지자체 파트너십

- 정부가 직접 시설과 프로그램을 운영하기 보다는 스포츠 사회적기업을 통하여 서비스를 공급함으로써 정부와 지자체는 예산을 절감할 수 있고, 스포츠 사회적기업은 수익을 창출하고 그 수입을 서비스에 재투자함으로써 지역사회 실정에 맞는 서비스를 공급할 수 있음
- 이 때, 정부와 지자체는 공공 스포츠시설 및 프로그램 위탁운영에 따른 수수료를 지급함으로써 직접운영비 보다는 낮은 비용으로 이전과 동일 수준 또는 더 나은 맞춤형 서비스를 공급할 수 있게 되고 사회적경제조직은 안정적인 수입원을 확보할 수 있음
- 스포츠 사회적경제조직은 기업은 정부와 파트너십을 형성하여 공공 스포츠 시설을 운영·관리할 뿐만 아니라 다양한 수익사업을 통하여 매출을 증진시키는 것이 매우 중요함
 - 영국의 스포츠 사회적기업들은 수익사업의 일환으로 카페, 레스토랑, 웨딩홀, 도서관, 어린이 놀이시설 등을 운영하여 새로운 수익과 일자리를 창출

■ 지역공동체: 맞춤형 스포츠서비스 공급을 통한 서비스 품질 제고

- 스포츠 사회적경제조직은 지역 공동체의 주민들을 대상으로 다양한 스포츠 활동 관련 서비스와 문화·예술 활동 서비스를 공급할 수 있으며 이는 기존 스포츠 시설과 프로그램을 운영하는 공공스포츠시설 기능과 동일함
- 스포츠 사회적경제조직은 스포츠 시설을 활용하여 연령별·성별·계층별 맞춤형 스포츠 프로그램을 공급할 수 있으며, 시설을 활용하여 스포츠 프로그램 뿐만 아니라 다양한 문화·예술 서비스를 지역주민들에게 공급함으로써 다양한 수입원을 확보하여 지속가능하고 안정적으로 기업을 운영할 수 있음. 이 과정에서 필연적으로 지역의 스포츠 인재를 지도자 및 관리자로 채용하여 지역에서 일자리를 창출할 수 있게 됨



자료: 김상훈(2014), 「사회적기업 육성방안 연구」, 한국스포츠정책과학원.

[그림 5-5] 스포츠 사회적기업과 지역공동체 파트너십

- 지역 주민들의 입장에서는 스포츠 사회적경제조직이 스포츠 활동뿐만 아니라 문화·예술 활동을 포함한 여가활동의 지역 거점 역할을 하게 됨
 - 스포츠 사회적경제조직이 스포츠 시설뿐만 아니라 다양한 수익사업의 형태로 카페, 레스토랑, 문화·예술 시설 및 서비스가 동일한 공간 내에서 집적된 형태로 공급되기 때문에 동일한 공간 내에서 다양한 여가활동을 가족, 친구, 이웃들과 함께 할 수 있는 장점이 있음
 - 가족과 지역주민들이 교류함으로써 지역주민들의 결속을 강화시키고 통합시킬 수 있는데 이는 정부와 지자체 입장에서 매우 중요한 정책적 목표를 달성할 수 있는 매개체 역할을 할 수 있게 됨
- 영국과 일본에서는 스포츠 사회적경제조직이 이러한 다양한 스포츠·문화·예술 활동 서비스 공급을 통해 창출된 이익이 대부분 서비스 질 제고와 인력교육 및 트레이닝에 재투자되기 때문에 보다 수준 높은 서비스를 공급할 수 있음
 - 이러한 재투자가 지역의 인재를 고용하게 되어 새로운 일자리를 창출할 수 있는 선순환 구조를 만들어 내기 때문에 스포츠 사회적기업에 대한 지역 주민들의 만족도도 매우 높음

■ 스포츠 시설 기반확보를 통한 안정적 운영여건 확보 가능

- 스포츠 사회적경제조직은 강사파견, 프로그램 운영, 용품 판매, 이벤트 개최 등 다양한 활동을 통해 운영되고 있으나 스포츠 교실, 강사파견 등 프로그램 운영수입은 한정적이므로 안정적 수입원 창출이 가능한 사업 발굴 필요
- 프로그램 운영을 위해 시설이 필수적이나 자체 시설을 소유하기에는 대규모 재원이 소요되므로 학교 및 지역의 공공체육시설 활용이 필요
- 그러나, 대표적인 공공체육시설인 국민체육센터의 경우에도 완공된 180개 시설 중 지자체가 직접 관리 운영하는 시설이 97개소(53.6%)이며, 위탁운영 시에도 지방공기업에 위탁하는 경우가 51개소(61.4%)에 이르러 전체 시설의 82.0%가 공공부문에서 운영되고 있음

〈표 5-11〉 국민체육센터 운영주체 현황

운영주체 구분		개소수	비율
지자체 직영		97	53.9%
위탁	지방공기업	51	28.3%
	체육회	16	8.9%
	기타 민간위탁	16	8.9%
	합계	83	46.1%
합계		180	100.0%

자료: 한국스포츠정책과학원 내부 자료.

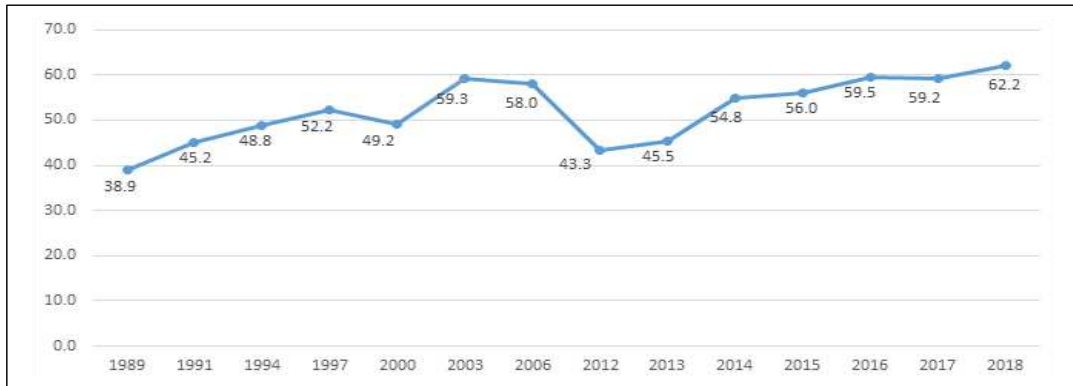
- 특히, 최근 5년간 체육시설 공급 현황을 살펴보면 민간 체육시설은 소폭 증가한데 반해 공공 체육시설은 156.9%, 9,770개가 증가하였는데 인프라의 양적 확대와 더불어 스포츠 서비스의 질적 개선을 위한 관리운영 방식의 변화 필요
- 공공부문 운영은 프로그램 및 전문성 부족, 운영자 중심 운영체제로 이용자 만족도 제고 및 효율적 관리운영을 위해 민간 위탁 확대가 필요한 상황임

〈표 5-12〉 공공 및 민간체육시설 추이

구분	2012년	2017년	증가 시설 수	증감율
체육시설업	56,442개	58,884개	2,462개	104.4%
골프연습장	9575개	9965	390개	104.1%
종합체육시설업	236개	245	9개	103.8%
공공체육시설	17,157개	26,927개	9,770개	156.9%
체육관	738개	1010개	272개	136.9%
수영장	320개	406개	86개	126.9%

자료: 문화체육관광부(2013, 2018) 전국 등록·신고체육시설업 현황, 문화체육관광부(2018) 전국 공공체육시설 현황.

- 생활체육 참여인구가 지속적으로 증가추세에 있고 정부도 국민의 삶의 질 개선을 위해 생활체육 시설을 비롯한 생활SOC 확충 계획을 수립하고 있어 향후 공공체육시설에 대한 수요와 공급은 더욱 증가할 것으로 예상되므로 스포츠시설에 대한 관리운영 방식의 변화와 개선을 위한 토대가 마련되어야 할 시점임



자료: e-나라지표, 국민생활체육참여율.

[그림 5-6] 체육활동참여율 추이(1989~2019, 주1회 이상)

- 선진국과 같이 공공 스포츠 시장을 개방하여 사회적경제조직을 활용하면 일자리 창출, 스포츠시설 서비스 질 개선 및 공공스포츠시설 서비스 시장 개방을 통한 정부 재정부담을 완화 효과를 기대할 수 있음
- 공공체육시설에 대한 서비스질 향상 및 효율적 관리운영 차원에서도 스포츠 사회적경제조직을 통해 주역주민들이 맞춤형 서비스를 공급받을 수 있고 전문인력을 활용할 수 있는 방안 마련이 요구됨

2) 추진방안

■ 공공체육시설 개방 모델 도입

- 공공체육시설 개방 모델은 스포츠시설 및 서비스를 공급하는 주체인 지자체가 양적·질적으로 보다 나은 스포츠 서비스를 공급하기 위하여 제3섹터인 사회적경제조직과 파트너십을 형성하여 공공 스포츠 서비스를 공급하는 모델임
- 파트너십을 통하여 정보와 지자체는 공공부문 재정지출 부담을 완화하면서 사회적기업 육성 및 공공서비스 고급시장에 참여를 촉진하고 지역의 일자리 창출과 지역경제 활성화를 추진하는 것임
- 스포츠 사회적경제조직은 스포츠 시설 이용 및 지도자 서비스 공급을 핵심적인 비즈니스 콘텐츠로 하고 있으나 스포츠시설 및 지도자 서비스 공급만으로는 안정적인 수입을 확보하기 매우 어려우므로 지속적이고 안정적인 수입원 확보를 위해 지자체와 파트너십을 형성하는 것임

- 단, 공공 스포츠 서비스를 공급하기 위해서는 최소한의 질적 수준이 보장되어야 하는데 스포츠 사회적경제조직은 이미 스포츠시설 운영과 지도자 서비스를 공급하고 있었기 때문에 양질의 스포츠 서비스를 공급할 수 있는 역량을 보유하고 있어 지자체 입장에서도 매력적인 파트너십으로 볼 수 있음
- 더 나아가, 수익을 투자자에게 배분하지 않고 재투자하기 때문에 서비스 질 개선을 물론 수익의 재투자를 지역의 저소득 지역 및 계층에 재투자함으로써 정부 나 민간부문이 공급할 수 없었던 시장실패 문제를 해결하고 스포츠서비스 소외 문제 해결에도 효과적임

■ 위탁운영 대상 가능 시설

- 공공체육시설은 종목 및 시설 유형에 따라 다양한 형태로 조성되고 있으나 대형시설의 경우 대부분 전문체육시설로 유지관리를 많은 비용이 필요하고 대회 및 훈련을 위해 제한적으로만 활용되고 있어 스포츠 사회적기업이 위탁하는데 한계가 있음
- 스포츠 사회적경제조직 위탁 시설은 다양한 프로그램 운영을 통해 서비스 수준을 제고할 수 있고 수익 창출을 통해 재투자가 가능한 시설로 한정할 필요가 있음
 - 제공 서비스 성격: 생활체육 프로그램 운영을 통한 공공서비스 제공 가능 시설
 - 운영 안정성: 전국에 다수 분포되어 운영 기회 보장
 - 사회적경제조직 확장성: 향후 지속적 시설 확대로 위탁 운영 기회 확대 가능
- 기존 공공체육시설 중 제공 서비스 성격과 미래 확장성을 고려하면 생활체육관과 수영장 등 실내시설과 축구장, 야구장, 테니스장이 위탁 시설로 적절함
 - 생활체육관은 농구, 배구 등 구기 종목과 수영, 볼링, 에어로빅, 헬스 등 생활체육 종목의 각종 체육시설이 복합 설치된 체육관으로 올림픽 기념국민생활관, 국민체육센터, 시민체육관, 구민체육센터, 농어민 문화·체육센터, 농어촌 복합체육시설 등이 포함됨

〈표 5-13〉 기존 시설 위탁 대상 공공체육시설 현황

시설 유형		시설 수	비고
실내시설	생활체육관	536	수영, 헬스, 배드민턴, 농구, 요가 등 다양한 종목 프로그램 운영 가능
	수영장	406	연령별, 계층별 프로그램 운영 가능 다목적실 설치 시 다양한 종목 운영 가능
실외시설	축구장	984	연령별, 수준별 프로그램 운영 가능
	야구장	264	연령별, 수준별 프로그램 운영 가능
	테니스장	772	연령별, 수준별 프로그램 운영 가능

자료: 문화체육관광부(2018). 전국 공공체육시설 현황.

- 국민체육센터와 같은 생활체육관은 현재에도 민간단체 및 스포츠클럽이 운영하고 있고 이용자가 많아 수요 확보에 용이한 시설임

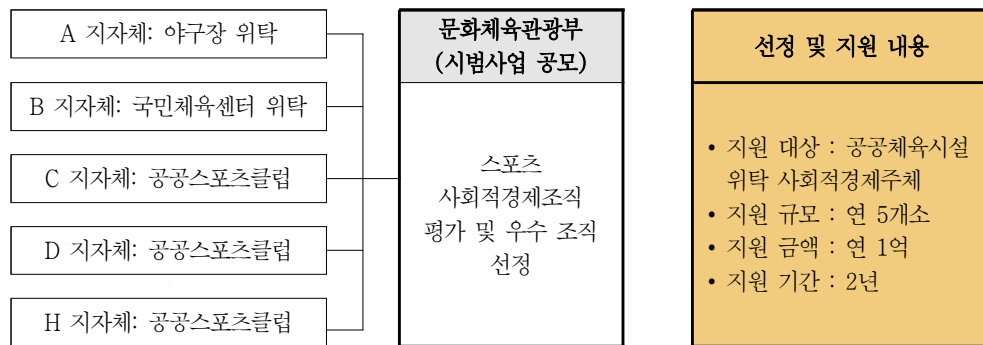
〈표 5-14〉 국민체육센터 스포츠클럽 위탁 운영 현황

시설명	비고
다누림센터	(사)신나는 사상 스포츠클럽
남구국민체육센터	대구남구스포츠클럽
광주동구국민체육센터	(사)광주광역시 거점스포츠클럽
물향기문화체육센터	(사)오산스포츠클럽
사천국민체육센터	사천스포츠클럽

자료: 한국스포츠정책과학원 내부 자료.

■ 우수 스포츠 사회적경제조직 지원(공공스포츠클럽의 전환 유도)

- 우수 스포츠 사회적경제 조직 지원 사업은 지자체 보유 공공체육시설을 위탁 운영하고 있는 스포츠 사회적경제조직을 지원하는 것임
- 지원 사업은 매년 5개소를 선정, 운영비 1억 원씩 2년간 총 2억 원을 지원



[그림 5-7] 기존 공공체육시설 위탁 운영 사업 방식

- 특히, 이 지원 사업을 통해 문화체육관광부가 추진하고 있는 공공스포츠클럽을 사회적경제조직으로 전환을 유도할 필요가 있음
- 공공스포츠클럽은 다양한 연령·계층의 지역 주민이 원하는 종목을 저렴한 비용으로 즐길 수 있는 조직으로 대부분 비영리사단법인으로 운영되고 있으며, 공모사업을 통해 공공스포츠클럽으로 선정되면 3년간 연 2~3억원을 지원 받고 3년 경과 후 회비 및 기업 후원 등으로 자립 추진
 - 공공스포츠클럽 공모사업은 지자체와 지방체육회가 대한체육회에 공모를 신청하는 것으로 공모에 참여하는 기관/단체가 직접 공공스포츠클럽을 운영하는 것이 아니며, 선정 기관은 공모 선정 후 비영리사단법인(또는 사회적협동조합) 형태의 공공스포츠클럽을 선정
 - 지원 내역: 3년간 연 2~3억원 지원(인구 20만 이상 대도시형 3억원, 인구 20만 미만 중소도시형 2억원 지원), 3년 경과 후 회비, 기업 후원 등으로 자립 추진
 - 평가 및 관리: 1년차 컨설팅 중심, 2년차 이상 연 2회 성과평가 실시, 우수클럽 해외 연수 등 인센티브 제공, 부진클럽 지원 중단

- 운영 현황: 63개(13년 8개, 14년 9개, 15년 12개, 16년 7개, 17년 20개, 18년 7개)
- 문화체육관광부는 2013년부터 공모사업을 통해 육성해오고 있으나 공공스포츠클럽의 자체수입(외부지원 없이 강습료, 임대료, 사용료 형태로 확보한 스포츠클럽 수입금) 비중은 55.0%, 총 비용 대비 약 61.2% 수준에 그치고 있어 지자체 등 외부 지원이 없을 경우 운영이 어려운 실정임(대한체육회, 공공스포츠클럽 성과평가, 제도개선 및 경영컨설팅 보고서, 2018)
- 저렴한 이용료, 높은 인건비 및 운영비용이 소요되는 공공스포츠클럽 운영구조를 고려할 때 공공스포츠클럽의 자립을 위해서는 추가 지원이 요구됨

■ 관련 조례 개정 및 위탁 제도 개선

- 안정적 위탁 환경 조성을 위해 해당 지자체 체육조례 개정(안) 제시 및 위탁료 지급 기준을 검토하여 위탁 환경이 개선될 수 있도록 지원함
- 현재 공공체육시설 민간 위탁 관련 기존 지자체 조례는 위탁기간, 대상, 재계약 조건 등이 위탁자에게 불리한 경우가 많아 제도 개선이 필요
- 포천시는 조례에서 체육시설 위탁기간이 2년으로 타 지자체에 비해 매우 짧으며, 강릉시는 체육 관련 단체 및 개인으로 위탁대상을 한정하고 있어 기간과 대상 관련 개선이 요구됨

〈표 5-15〉 자체 체육시설 설치 및 운영 민간 위탁 관련 조례 사례

지자체	비고
경기도 포천시 체육시설 관리 및 운영 조례	제21조(위탁관리) ① 시장은 체육시설의 효율적인 관리 및 활용을 위하여 체육관련 단체·협회, 법인 또는 개인 등에 위탁하여 운영하게 할 수 있다. ② 시장은 제1항에 따라 위탁관리 및 운영하게 할 때에는 시설 등에 대한 관리책임, 위탁기간, 그 밖의 관리운영에 필요한 사항에 대하여 계약을 체결하여야 하며, 효율적인 관리를 위하여 지도·감독을 하여야 한다. ③ 제2항의 위탁기간은 2년으로 한다. 다만, 시장이 필요하다고 인정할 때에는 그 기간을 연장할 수 있다. ④ 시장은 시설관리 및 운영상 필요하다고 판단될 때에는 위탁관리에 필요한 경비의 일부를 예산의 범위에서 지원할 수 있다.
강원도 강릉시 체육시설 관리 및 운영 조례	제24조(관리 및 운영 위탁관리) ① 시장은 체육시설의 효율적인 관리와 활용을 위하여 체육관련 단체·법인 또는 개인에게 위탁하여 운영하게 할 수 있다. ② 제1항에 따른 관리위탁 시 위탁방법 및 위탁료의 산정은 「공유재산 및 물품 관리법」 제27조 및 「공유재산 및 물품 관리법 시행령」 제21조를 준용한다. <개정 2018. 12. 27.> ③ 제1항에 따른 위탁기간은 5년 이내로 한다.
조례 개정(안)	(체육시설 관리·운영의 위탁) ① 지방자치단체장은 체육시설 관리운영에 필요하다고 인정할 경우에는 체육시설의 전문적 관리와 이용을 촉진하기 위하여 필요하면 그 체육시설의 운영과 관리를 스포츠 사회적기업, 스포츠클럽 등 개인이나 단체에 위탁할 수 있다. ② 제1항에 따른 위탁기간은 5년 이내의 범위 안에서 체육시설별로 그 운영여건에 따라 당해 계약으로 정하되, 위탁기간을 연장하고자 하는 때에는 수탁자의 관리능력 등을 평가한 후 갱신할 수 있다.

나. 시설형 사회적경제조직 지원사업: 생활SOC 체육시설 위탁운영

1) 추진배경 및 필요성

■ 생활SOC 중점투자시설에 생활밀착형국민체육센터 등 체육시설이 포함

- 공공체육인프라는 국민의 활기찬 삶과 생활체육 수요 충족을 위한 생활밀착형 체육시설 공급을 확대하는 것으로 목표로 생활밀착형 국민체육센터(수영장 및 체육관 복합시설) 등 실내체육시설과 야구장, 축구장 등 실외체육시설을 집중 공급할 예정임
 - 체육관은 현재 접근성 13분에서 10분으로 수영장은 22분에서 15분으로 단축시키기 위해 수영장과 체육관이 복합된 생활밀착형 국민체육센터 모델로 공급
- 생활 SOC 운영 주체로서 사회적경제 조직 참여 기회 확대
 - 특히, 국민체육센터 등 신규 조성('19년도) 공모시 사회적경제 조직에 의한 민간위탁 운영방식 채택할 수 있도록 유도
 - 공모 신청시 사회적경제 조직과의 운영에 대한 공동협약서* 첨부(가점) 등 공모 가이드라인 및 사업대상 선정 기준에 반영
 - 공공스포츠클럽 사례: 공공스포츠클럽 공모시 시설운영 보장을 위한 협약서 첨부
- 체육관과 수영장이 복합화된 생활밀착형국민체육센터 등 실내시설은 국민체육기금지원을 통해 2022년까지 약 394개소가 대규모로 공급될 예정이므로 향후 사회적경제주체가 적극적으로 위탁 운영에 참여할 필요가 있음(공급규모는 예산에 따라 조정 될 수 있음)
- 신규로 조성되는 생활SOC시설의 경우 조성단계에서부터 스포츠 사회적경제조직의 위탁 운영을 유도할 수 있는 장치를 마련하여 위탁 운영 기회를 확대하고 새로운 시장을 창출할 필요가 있음

〈표 5-16〉 국민체육기금지원을 통한 생활SOC 공공체육시설 공급계획 (단위: 개소)

시설명	2020년	2021년	2022년	합계
생활밀착형국민체육센터	73	48	30	151
장애인생활밀착형국민체육센터	30	30	30	90
개방형 다목적 체육관	20	20	20	60
근린형 생활체육관	31	31	31	93
합 계				394

자료: 생활SOC추진단(2019. 생활SOC 시설 복합화 설명자료).

- 생활SOC 3개년 계획에서는 생활SOC시설을 지역주민이 주도적으로 계획하고 운영하기 위해 사회적경제조직 참여 확대방안도 포함되어 있으므로 참여 환경은 지속적으로 개선될 것으로 예상됨
- 사회적경제조직 참여를 위한 주요 제도 개선 방안은 사회적경제조직 지방세 감면 적용기한 연장, 입찰 가점 확대, 사회적경제기업에 대한 수의계약 확대와 공유재산법 개정을 통한 행정재산 사용·수익 허가 시 수의계약 및 사용료 감면이 시행될 예정임

2) 추진방안

■ 생활SOC 대상 시설 공모 지표 반영

- 조성단계부터 스포츠 사회적경제조직 운영을 유도하기 위해서는 공모사업 선정지표에 반영하는 것이 필요함
- 현재 생활밀착형 국민체육센터 및 장애인생활밀착형 국민체육센터 공모사업 평가기준에서는 도시재생 뉴딜사업 및 새뜰마을 사업 연계, 스포츠클럽 운영, 지역장애인체육회 위탁 운영 시 가산점을 2~5점 부여하고 있음
- 생활밀착형 국민체육센터 및 장애인생활밀착형 국민체육센터 지원사업은 공모사업 형태로 추진되므로 공모사업 평가지표 또는 가점 부여 방식으로 반영할 수 있음
- 평가지표 반영 시에는 평가항목 중 관리운영계획에 조성 후 사회적경제조직이 운영할 수 있도록 MOU를 체결한 경우 긍정적 평가가 이루어 질 수 있도록 평가 기준을 제시하고, 가점을 부여방식은 최종 평가 후 사회적경제조직 운영 계획 시 5점 내외의 가산점을 부여하는 방식임
- 최종 결과 가산점 부여시 현재 평가지표를 수정하지 않아도 되고 특정 요소를 한정해서 평가에 영향을 미칠 수 있으므로 가산점 방식에 항목을 추가하는 것이 바람직할 수 있음

〈표 5-17〉 생활밀착형 국민체육센터 평가기준 및 지표(기준)

구분	평가항목	평가지표
정량 평가 (70)	지역 여건	생활체육시설 수요 현황(사각지대 및 인구 과밀지역 수요)
		사업부지 읍·면·동 인구현황(입지여건)
	사업계획의 타당성	시설 및 규모의 적정성
		부지 확보 여부
	사업추진 준비성	지역주민 의견수렴 여부(설문조사, 의회 협의여부 등)
		체육시설 안전관리 역량
정성 평가 (30)	사업계획의 타당성	재원투자계획
	사업추진 준비성	시설 관리운영 계획
		사업추진 의지

※ 정책방향에 부합하는 지역 선정을 위해 문화체육관광부 및 타부처 정책사업 연계를 위해 공공스포츠클럽 위탁 및 도시재생 뉴딜 사업 가점부여(최종평가에 가산)

- 공공스포츠클럽 위탁 운영: 공공체육시설로서의 기능 강화와 공공스포츠클럽 육성을 위한 안정적 시설 제공 측면을 고려하여 공모사업 신청 시 사업계획서에 기존 공공스포츠클럽에 의한 위탁운영이 이루어질 것을 명시할 경우 가점 부여
- 도시재생 뉴딜 사업 연계: 생활밀착형 국민체육센터 공모사업 선정 시에도 정책방향 호응을 유도하기 위해 부지 및 사업내용이 도시재생 뉴딜사업에 포함되어 있을 경우 가점 부여

자료: 문화체육관광부(2018), 「생활밀착형국민체육센터 모델개발 및 추진방안 연구」, 한국스포츠정책과학원.

〈표 5-18〉 장애인 생활밀착형 국민체육센터 평가기준 및 지표(기준)

구분	평가항목	평가지표
정량 평가 (70)	지역 여건	생활체육시설 수요 현황(수요확보 여부)
		사업부지 읍·면·동 인구현황(입지여건)
	사업계획의 타당성	시설 및 규모의 적정성
	사업 준비성	부지확보 여부
		체육시설 안전관리 역량
정성 평가 (30)	사업계획의 타당성	시급성 및 필요성
		재원투자계획
		사업추진효과(파급효과)
	사업 준비성	관리운영계획
		사업추진 의지

- ※ 정책방향에 부합하는 지역 선정을 위해 지역장애인체육회 위탁 운영 및 도시재생 뉴딜 사업 가점부여(최종평가에 가산)
- 지역장애인체육회 위탁 운영: 지역단위 장애인체육회는 해당 지역의 장애인 생활체육활성화를 위해 반드시 필요한 전달체계의 요소이므로, 지역장애인체육회를 위탁 운영 기관으로 선정할 경우 가점 부여(5점)
 - 도시재생 뉴딜 사업 및 새뜰마을 사업 연계: 생활밀착형 국민체육센터 공모사업 선정 시에도 정책방향 호응을 유도하기 위해 부지 및 사업내용이 도시재생 뉴딜사업 또는 새뜰마을 사업에 포함되어 있을 경우 가점 부여(2점)

자료: 문화체육관광부(2018), 「기초자치단체 단위 장애인형 국민체육센터 건립 타당성 조사」, 한국스포츠정책과학원.

〈표 5-19〉 생활밀착형 및 장애인 생활밀착형 국민체육센터 평가기준 및 지표(변경안)

구 분	가산점 평가지표
생활밀착형 국민체육센터	<p>※ 정책방향에 부합하는 지역 선정을 위해 문화체육관광부 및 타부처 정책사업 연계를 위해 공공스포츠클럽 위탁 및 도시재생 뉴딜 사업 가점부여(최종평가에 가산)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 공공스포츠클럽 위탁 운영: 공공체육시설로서의 기능 강화와 공공스포츠클럽 육성을 위한 안정적 시설 제공 측면을 고려하여 공모사업 신청 시 사업계획서에 기존 공공스포츠 클럽에 의한 위탁운영이 이루어질 것을 명시할 경우 가점 부여 - 도시재생 뉴딜 사업 연계: 생활밀착형 국민체육센터 공모사업 선정 시에도 정책방향 호응을 유도하기 위해 부지 및 사업내용이 도시재생 뉴딜사업에 포함되어 있을 경우 가점 부여 - 스포츠 사회적경제조직 위탁 운영: 공공체육시설로서의 기능 강화와 스포츠 사회적경제조직 육성을 위해 공모사업 신청 시 사업계획서에 스포츠 사회적경제조직에 의한 위탁운영이 이루어질 것을 명시할 경우 가점 부여
장애인 생활밀착형 국민체육센터	<p>※ 정책방향에 부합하는 지역 선정을 위해 지역장애인체육회 위탁 운영 및 도시재생 뉴딜 사업 가점부여(최종평가에 가산)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 지역장애인체육회 위탁 운영: 지역단위 장애인체육회는 해당 지역의 장애인 생활체육 활성화를 위해 반드시 필요한 전달체계의 요소이므로, 지역장애인체육회를 위탁 운영 기관으로 선정할 경우 가점 부여(5점) - 도시재생 뉴딜 사업 및 새뜰마을 사업 연계: 생활밀착형 국민체육센터 공모사업 선정 시에도 정책방향 호응을 유도하기 위해 부지 및 사업내용이 도시재생 뉴딜사업 또는 새뜰마을 사업에 포함되어 있을 경우 가점 부여(2점) - 스포츠 사회적경제조직 위탁 운영: 공공체육시설로서의 기능 강화와 스포츠 사회적경제조직 육성을 위해 공모사업 신청 시 사업계획서에 스포츠 사회적경제조직에 의한 위탁 운영이 이루어질 것을 명시할 경우 가점 부여(5점)

다. 프로그램형 사회적경제조직 지원사업: 공공시장

1) 추진배경 및 필요성

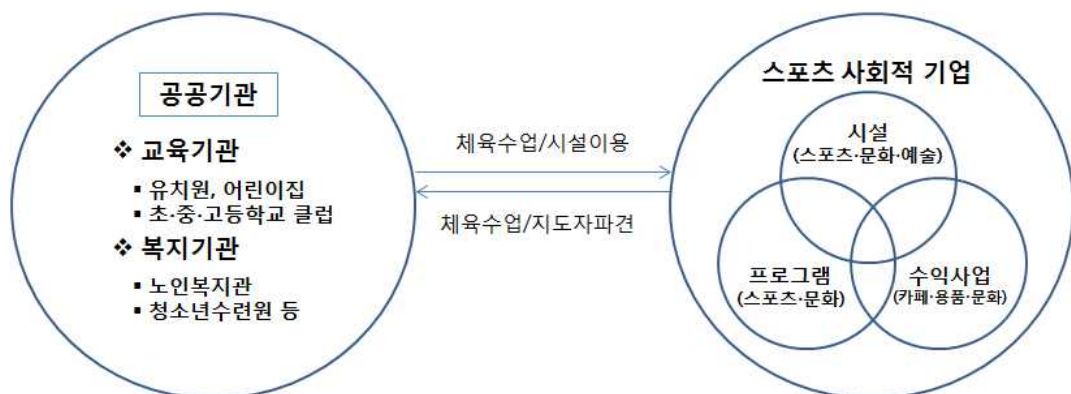
■ 프로그램형 사회적경제조직 맞춤형 지원사업 개발

- 시설형 스포츠 사회적경제조직 육성 지원사업은 스포츠시설 개방을 통한 공공체육시설 위탁운영, 공공체육시설을 보유하고 있는 공공스포츠클럽의 사회적경제조직 전환지원, 생활SOC 체육시설 위탁운영 지원사업으로 구성됨
 - 시설형 스포츠 사회적경제조직 지원사업은 시설을 기반으로 하기 때문에 시설운영, 프로그램운영, 그 외 수익사업을 통한 수입원의 다양화로 인해 상대적으로 안정적인 수입을 확보할 수 있음
- 반면, 체육시설을 보유하고 있지 않거나 위탁운영하지 않는 프로그램형 사회적경제조직은 시설형 사회적경제조직에 비해 상대적으로 안정적인 수입을 확보하기 어려우며, 스포츠 서비스시장에서 사업화 초기단계에서부터 안정적인 운영이 가능하기 까지는 정부의 지원이 반드시 필요함

2) 추진방안

■ 공공 스포츠서비스 공급주체 육성을 통한 서비스 전달체계의 효율화

- 스포츠 사회적경제조직은 공공 스포츠시설을 직접 위탁 관리·운영하는 스포츠 시설 내에서 뿐만 아니라 외부의 기관, 특히 공공기관들을 대상으로 스포츠 프로그램 및 강사 파견과 같은 프로그램 기반 스포츠 서비스를 공급할 수 있음
- 공공기관은 주로 교육기관과 복지기관으로 구성되며, 교육기관은 초·중·고교를 비롯하여 유치원, 어린이집 등 보육기관, 자체 스포츠활동 커리큘럼이 없는 대안학교 등이 있으며, 복지기관으로는 노인복지관, 청소년수련원 등이 있음



자료: 김상훈(2014), 「사회적기업 육성방안 연구」, 한국스포츠정책과학원.

[그림 5-8] 스포츠 사회적경제조직과 공공기관과의 파트너십

- 학교는 체육시설과 방과후 스포츠 교실에 프로그램과 지도자를 공급하고 있으며, 스포츠 강사와의 계약은 개인별 계약체결로 인하여 파트타임 형태로 계약이 이루어지고 있으며, 이는 복지기관도 동일한 상황임
 - 스포츠강사 개인과의 계약체결, 파트타임으로 인한 낮은 임금수준과 고용의 불안정성으로 인하여 학교 스포츠강사는 직업 안정성이 취약한 상태임
- 현재의 개인 스포츠강사 중심의 학교 스포츠서비스 공급체계에서 서비스 공급주체를 사회적기업, 협동조합 등 사회적경제조직이 참여할 수 있도록 함으로써 법인에 소속되어 안정적이고 양질의 일자리를 창출하는 것이 중요함
- 영국 런던의 대표적 스포츠 사회적기업인 GLL은 1993년 최초 설립 당시 7개의 스포츠센터가 파트너십을 체결함으로써 프로그램과 인력을 공유 및 공동운영함으로써 사업운영의 규모의 경제로 인해 강사 등 인력공유를 통해 스포츠서비스 공급비용을 절감하고 프로그램 공유를 통하여 지역 주민의 다양한 니즈에 대응하는 맞춤형 스포츠서비스를 공급함으로써 효율적인 운영과 수익 극대화를 달성하였음
- 영국 런던의 스포츠 사회적기업 데코럼(Dacorun)은 지역의 15개 학교와 파트너십을 체결하여 학교 정규 체육수업을 위해 협력하고 있으며, 학교 방과후 스포츠 활동을 위해 자체 시설을 사용하도록 하고 있으며 지도자를 직접 파견하기도 함. 학교와의 협력을 위해 학교 스포츠 코디네이터가 전담하여 프로그램을 운영하고 있음
- 일본의 종합형 지역스포츠클럽의 지도자를 학교운동부에 파견하거나, 학교 운동부 활동의 일부를 클럽으로 이관해서 운영하고 있으며, 체육수업 관련 지도자도 파견하고 있음

■ 공공기관과의 파트너십을 통한 프로그램/서비스 제공

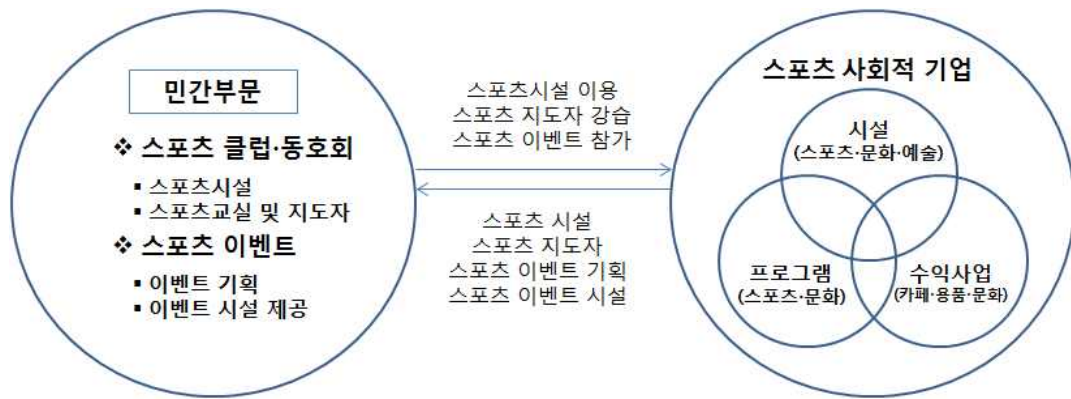
- 스포츠 사회적경제조직은 유치원, 어린이집, 초·중·고등학교와 같은 교육기관을 대상으로 체육수업 및 방과후 체육활동 프로그램에 대한 강사 파견 서비스 공급할 수 있음
- 복지기관의 경우 노인복지관이나 청소년 수련원의 체육활동 프로그램을 공급할 수 있음
- 노인이나 유아의 경우 스포츠 사회적기업이 보유한 시설까지 이동이 불편하기 때문에 복지관이나 유치원 등 자체 시설을 활용하여 스포츠 교실 프로그램을 공급할 수 있으며, 이는 수요자에게 스포츠 서비스에 대한 접근성을 향상시켜 줌으로써 맞춤형 서비스를 제공할 수 있음

라. 프로그램형 사회적경제조직 지원사업: 민간시장

1) 추진배경 및 필요성

■ 스포츠클럽 및 리그·이벤트 서비스 지원 필요

- 민간 스포츠시장에서도 스포츠 사회적경제조직은 스포츠클럽, 동호회, 사회인 스포츠와 관련하여 스포츠 리그 및 이벤트 개최뿐만 아니라 스포츠 강사 파견 및 교육프로그램을 운영할 수 있음



자료: 김상훈(2014), 「사회적기업 육성방안 연구」, 한국스포츠정책과학원.

[그림 5-9] 스포츠 사회적경제조직과 민간 스포츠시장

- 민간 스포츠시장에서 생활체육 동호회와 클럽, 사회인 스포츠 시장에서 지도자 수요가 지속적으로 증가하고 있으며, 개인적인 네트워크 차원에서 지도자 수급이 이루어지고 있는데, 이 시장을 스포츠 사회적기업의 형태로 체계적으로 육성하는 것이 필요
- 스포츠 사회적경제조직이 보유하고 있는 시설 및 지도자 인프라를 통하여 민간부문에서 발생하는 서비스 수요에 대해 대응할 수 있으며 만약 공공부문에서 지도자를 공급하는 것은 전국적인 범위와 규모 면에서 예산상의 제약이 매우 심할 수밖에 없음
- 영국 스털링의 스포츠 사회적기업 Active Stirling은 제휴를 맺은 지역의 스포츠클럽들의 네트워크를 지원하고 있으며, 스털링지역에서 청소년스포츠, 스포츠이벤트, 학교스포츠이벤트 관련 스포츠클럽을 지원하였으며, Stirling 지역에 스포츠클럽 개발 및 설립을 위한 지역스포츠 허브를 설치하고, 코치 트레이닝 및 지도자 파견 서비스를 공급하고 있음. 지역 초등학교 테니스클럽 대회, 골프클럽 대회, 유도클럽 대회 등 스포츠 이벤트를 개최하며, 스포츠클럽 육성을 위한 펀드도 지원하고 있음

2) 추진방안

■ 민간 기업 연계 스포츠서비스 프로그램 공급

- 스포츠클럽, 동호회, 사회인 스포츠와 관련하여 스포츠 리그 및 이벤트 개최뿐만 아니라 스포츠 강습 프로그램을 운영할 수 있으나, 민간시장에서 정부가 직접적으로 기업을 대상으로 스포츠활동을 지원하는 것은 한계가 있음
- 따라서, 민간기업을 대상으로 스포츠서비스 프로그램을 공급하는 사회적경제조직을 지원함

마. 프로그램형 사회적경제조직 지원사업: 사업유형별 접근

1) 구성 내용

■ 사회적경제조직의 스포츠서비스 프로그램 사업화 지원사업 구성

- 공공 스포츠서비스 프로그램 사업화 지원사업은 사업유형별로는 사회문제 해결형 지원사업 취약계층 스포츠서비스 프로그램 사업화지원과 네트워크 혁신형 지원사업 스포츠서비스 네트워크 사업화지원으로 구성
- 민간 스포츠서비스 프로그램 사업화 지원사업은 기업연계형 스포츠서비스 프로그램 사업화 지원
- 자금지원은 사회적경제조직 대상 융자지원사업으로 기존 융자사업대상에 사회적경제조직 포함

〈표 5-20〉 프로그램형 사회적경제조직 지원사업 구성(안)

사업유형	지원사업	주요 내용	지원대상	지원규모	지원기간	총예산
사회문제 해결형	취약계층 스포츠 서비스 프로그램 사업화지원	취약계층(아동/청소년/노인), 학생, 장애인, 다문화가정 등 대상 스포츠 프로그램 운영지원	(예비)사회적기업 사회적협동조합	최대 5천만원	2년 (1+1)	10억원 (10개)
네트워크 혁신형	스포츠서비스 네트워크 사업화지원	공동 사업 및 서비스 프로그램 개발, 스포츠 프로그램 및 인력 공유 (sharing), 공동마케팅 등 사회적경제 조직 간 협력사업 지원	사회적경제조직 컨소시엄 (2개 이상)	최대 1억원	2년 (1+1)	10억원 (5개)
민간기업 연계형	기업연계형 스포츠서비스 프로그램 사업화지원	지역의 민간기업 대상 스포츠서비스 프로그램 공급 사업화 지원	(예비)사회적기업 사회적협동조합 사회적경제조직 컨소시엄	최대 5천만원	2년 (1+1)	10억원 (10개)
자금지원	융자지원	기존의 스포츠산업 융자사업 대상에 사회적경제조직 포함 연구개발 및 사업화 자금 융자	(예비)사회적기업 사회적협동조합 사회적경제조직 컨소시엄	최대 3억원	5년 (거치기간 2년)	-

■ 사회적경제조직의 스포츠서비스 프로그램 사업화 지원사업 심사 기준

- 프로그램형 사회적경제조직 지원사업 심사기준은 기본적으로 사업의 필요성, 조직역량, 사업 계획의 적절성, 기대효과 등 4개 주요 항목으로 설정할 수 있음
- 심사내용은 공공 스포츠서비스 프로그램과 민간 스포츠서비스프로그램과 큰 구조는 비슷하나, 각각의 특성을 반영할 수 있는 내용을 추가할 수 있음
- 또한 사업 유형별로 심사 기준의 각각의 항목의 배점을 달리하여 프로그램의 특성을 정확하게 반영할 수 있도록 설계가 필요함
- 기존에 동일사업으로 국가의 재정지원을 받은 기업(중복지원 불가), 과거 정부지원금 부정수급으로 적발된 기업 또는 영업활동과 관련하여 법령위반으로 사회적 물의를 일으킨 기업의 경우 신청제한

〈표 5-21〉 프로그램형 지원사업 심사 주요 내용(안)

항목	심사내용
사업의 필요성	<ul style="list-style-type: none"> • 지원사업 취지 및 목적과의 부합성 • 사업의 필요성 및 적합여부 • 사업의 특징 및 차별성
조직역량	<ul style="list-style-type: none"> • 사업목표 달성에 적합한 조직구성 • 참여조직의 전문성 및 수행 역량 • 사업추진 체계의 적절성 및 안정성 • 컨소시엄 네트워크 협력사업 추진체계의 적절성 및 안정성
사업계획의 적절성	<ul style="list-style-type: none"> • 목표 및 추진전략의 논리성 • 민간기업 참여 및 사업의 지속가능성 • 사업계획 실현가능성 및 구체성 • 예산계획의 타당성
기대효과	<ul style="list-style-type: none"> • 사업의 스포츠 참여 및 진흥 효과 • 지원사업 이후 참여조직의 성장가능성 • 지원성과의 사회적 가치 및 파급효과

2) 사업유형별 세부내용

■ 사회문제 해결형: 사회적경제조직 취약계층 스포츠서비스 프로그램 사업화 지원

- (지원 내용) 취약계층 아동, 청소년, 노인, 학생, 장애인, 다문화 가정 대상 스포츠 서비스 프로그램을 운영하는 사회적경제조직의 서비스 프로그램의 사업화 지원
 - 예시) 복지기관 발달장애 청소년 대상 스포츠활동 및 체력·건강 교실 프로그램 운영 사회적경제조직 지원
 - 학교 등 교육기관과, 복지기관 등 공공기관과의 연계를 통하여 스포츠 서비스 프로그램을 공급하는 사회적경제조직의 프로그램 사업화 지원
- (지원 대상) (예비)사회적기업, 사회적협동조합 등 사회적경제조직 및 비영리법인
- (지원 규모) 사회적경제조직당 연간 최대 5천만원을 지원하며 1차년 중간평가를 통하여 2차년도 5천만원까지 지원하는 1+1 형태의 지원
 - 총 10개의 사회적경제조직을 지원하여 2년간 총사업비 10억원 지원

■ 네트워크 혁신형: 사회적경제조직 스포츠서비스 네트워크 사업화 지원

- (지원 내용) 사회적경제조직 간 네트워크 구축 및 협업을 통해 공동사업 개발 또는 공공 서비스 프로그램을 개발함으로써 새로운 혁신적 스포츠서비스 비즈니스모델을 개발하여 수요자 중심의 맞춤형 서비스시장 창출 및 공급
 - 네트워크 구축 및 협업을 통하여 규모의 경제 달성에 의한 비용절감 및 신규 수익창출
 - 개별 사회적경제조직이 보유한 프로그램 및 강사 등 전문인력의 공유(sharing)를 통해 운영비 절감 등 비용효율적 사업운영

- (지원 대상) 2개 이상의 (예비)사회적기업, 사회적협동조합 등 사회적경제조직 및 비영리법인이 참여하는 사회적경제조직 컨소시엄
- (지원 규모) 사회적경제조직 컨소시엄당 연간 최대 1억원을 지원하며 1차년 중간평가를 통하여 2차년도 1억원원까지 지원하는 1+1 형태의 지원
 - 총 5개의 사회적경제조직 컨소시엄을 지원하여 2년간 총사업비 10억원 지원

■ 민간기업 연계형: 기업연계형 스포츠서비스 프로그램 사업화 지원

- (지원 내용) 지역의 민간기업 대상 스포츠서비스 프로그램을 공급하는 사회적경제조직의 프로그램 사업화 지원
 - 교육기관 및 공공기관 대상 스포츠서비스 프로그램 공급과 별도로 민간시장에서 기업과 연계하여 스포츠서비스 프로그램 사업화 지원으로 민간시장에서 사회적경제조직이 새로운 스포츠서비스 시장을 창출하고 수익사업을 발굴할 수 있도록 지원함
 - 민간기업 근로자 대상 체력·건강증진 프로그램 또는 직장 스포츠클럽 대상 스포츠교실 등 서비스 프로그램은 민간기업 근로자의 스포츠참여 증진을 통하여 스포츠참여 저변을 확대할 수 있으며, 기업의 경우 근로자 복리후생 지원과 연계하여 근로자의 체력·건강 증진을 통한 삶의 질 향상과 생산성 향상을 기대할 수 있는 윈윈(win-win)의 상생 프로그램임
 - 예시) 울산시의 예비 사회적기업 헬스디자인은 산업단지라는 지역적 특성에 맞춰 지역의 4개 민간기업과 연계하여 2017년 11,080명, 2018년 10,750명의 기업 근로자들을 대상으로 기업의 스포츠시설을 활용하여 산업체 근로자 대상 맞춤형 건강 및 질환예방 관리 서비스 프로그램을 공급하였음
 - 기존의 사회적경제조직은 주로 공공시장에서 사회적 공헌 또는 지역사회 공헌 중심의 서비스 프로그램을 공급하였으나, 민간시장에서 기업 대상 스포츠서비스 프로그램 공급을 사업화함으로써 사회적경제조직이 민간시장에서도 서비스 공급주체로 성장할 잠재력이 매우 큼
- (지원 대상) (예비)사회적기업, 사회적협동조합 등 사회적경제조직과 사회적경제조직 컨소시엄 및 비영리법인
- (지원 규모) 사회적경제조직당 연간 최대 5천만원을 지원하며 1차년 중간평가를 통하여 2차년도 5천만원까지 지원하는 1+1 형태의 지원
 - 총 5개의 사회적경제조직 컨소시엄을 지원하여 2년간 총사업비 10억원 지원

바. 스포츠 사회적경제조직 국민융자지원

■ 사업 필요성

- 사회적경제조직은 창업초기 (예비)사회적기업 또는 사회적협동조합으로서 정부지원을 받음으로써 사업의 안정화를 달성할 수 있으나 정부지원이 종료된 이후에 자생적으로 성장할 수 있는 투자여력이 부족하여 융자제도를 통한 자금지원이 필요함
- 정부는 국내 스포츠산업체의 생산장려 및 경쟁력 확보를 위하여 국민체육진흥법 제17조(체육용구의 생산 장려 등)에 따라 생산 장려품목에 지정된 업체와 우수체육용구 생산 지정업체에 국민체육진흥기금을 융자하고 있으며, 체육시설의 설치·이용에 관한 법률에서 정한 모든 종목시설과 스포츠경기업, 스포츠 마케팅, 스포츠 정보업(스포츠 이벤트업 포함)에 설비 및 연구개발 자금을 융자하고 있음
 - 그러나, 사회적경제조직은 최근에 성장하기 시작한 경제주체로서 스포츠산업 융자 대상에 포함되어 있지 않음
- 국민체육진흥기금 스포츠산업융자는 영리기업을 대상으로 하고 있으나 사회적경제조직은 비영리 법인의 성격을 가지고 있으나 수익의 투자자 배분을 하지 않고 재투자할 뿐 기본적으로 영리활동을 하고 있기 때문에 스포츠산업융자 대상에 포함하는 것이 필요함

〈표 5-22〉 2017년 체육시설업체 기금융자

융자 대상		융자분야	융자한도액	상환기간
체육 시설 업체	등록체육시설 등	시설설치 자금	30억원	10년 (거치기간 4년 포함)
	신고체육시설 등		20억원	
	등록체육시설 등	개·보수자금	10억원	5년 (거치기간 2년 포함)
	신고체육시설 등			
	회원제에서 대중제 전환 골프장	시설설치자금 및 개보수 자금	85억원	10년 (거치기간 4년 포함)
	스포츠산업진흥시설 지정 프로스포츠단 연고 경기장	개·보수자금	50억	10년 (거치기간 4년 포함)

자료: 문화체육관광부(2018), 「2017 스포츠산업백서」.

- 시설형 스포츠 사회적경제조직은 체육시설업 대상 기금융자사업의 대상에 포함되므로 자금수요가 발생할 때 체육시설업 융자를 활용할 수 있으나, 프로그램형 사회적경제조직은 스포츠서비스업 융자대상 업종인 스포츠경기업, 스포츠마케팅업, 스포츠정보업에 해당되지 않음
- 스포츠산업 실태조사 산업분류 기준 스포츠서비스업은 스포츠경기업, 베팅업, 마케팅업, 미디어업, 정보서비스업, 교육기관, 게임개발공급업, 여행업으로 구성되며, 이 중 사회적경제조직은 스포츠 교육기관에 해당됨

〈표 5-23〉 스포산업 산업분류와 스포츠교육기관

산업 중분류	소분류	예시
스포츠 경기서비스업	<ul style="list-style-type: none"> • 스포츠경기업 • 기타 스포츠베팅업 • 회원권 대행 판매업 • 기타 스포츠 마케팅업 	<ul style="list-style-type: none"> • 스포츠복권 발행 및 판매업 • 스포츠 에이전트업 • 스포츠 마케팅 대행업
스포츠 정보서비스업	<ul style="list-style-type: none"> • 스포츠 신문발행업 • 스포츠 잡지 및 정기간행물 발행업 • 스포츠 관련 라디오, 지상파, 유선 방송업 • 스포츠 관련 프로그램 공급업 	
스포츠 교육기관	• 스포츠 교육기관	태권도학원, 축구교실
	• 기타 스포츠 교육기관	바둑교실 등
기타 스포츠 서비스업	• 스포츠 게임 개발 공급업	
	• 스포츠 여행업	

자료: 문화체육관광부(2018), 「2017 스포츠산업실태조사」.

■ 사업 내용

- 스포츠서비스업 대상 기금 융자대상 산업으로 사회적경제조직(스포츠교육업)을 포함시키는 것이 필요함
 - － 스포츠산업 기금융자사업 대상은 우수체육용구 생산업체, 체육시설업, 스포츠서비스업으로 구성됨
- 융자한도액은 3억원으로 5년(거치기간 2년)으로 융자지원함

〈표 5-24〉 2017년 스포츠 서비스업체 기금융자 기준

융자 대상		융자분야	융자 한도액	융자기간	융자이율
스포츠 마케팅 및 정보업체	공고일 현재 스포츠 경기업, 스포츠 마케팅업, 스포츠 정보업을 1년 이상 운영 하고 있는 자로서 스포츠단체, 대회조직 및 대회자체에 대한 마케팅 권리를 획득한 자 및 스포츠 출판업, 스포츠방송업, 스포츠 인터넷업, 스포츠소프트웨어 개발업 등 스포츠정보업을 운영하고 있는 자	설비자금	10억원	10년 (거치기간 2년)	공공자금관리 기금융자계정 변동금리 (‘17.1분기 1.62%)
		연구개발 자금	3억원	5년 (거치기간 2년)	
신규	스포츠교육업(사회적경제조직)	연구개발 및 사업화 자금	3억원	5년 (거치기간 2년)	상동

자료: 문화체육관광부(2018), 「2017 스포츠산업백서」 재구성.

3. 관광 분야

가. 계획 공모형 문화관광시설 운영·관리 위탁 추진

1) 추진배경 및 필요성

■ 민간에 의한 지역문화관광시설의 운영 효율화 필요

- 지자체가 조성하여 운영하고 있는 지역문화관광시설 가운데 상당수는 이용객 감소에 따른 시설 저활용에 따른 재정부담 가중의 문제를 겪고 있음
- 이러한 시설의 경우 지역사회 거점 공간으로의 활용과 함께 운영 전문성을 강화해 시설 활용도를 제고할 경우, 시설의 공공성과 사회적 가치를 강화하는 방안이 될 수 있음

■ 관광분야 사회적경제조직의 사업 기반 마련 필요

- 관광분야 사회적경제조직의 창업 및 운영 과정에서 진입장벽 혹은 제약요인 중 하나는 초기 사업성 확보 등 사업 기반을 어떻게 마련하느냐에 있음
- 이상의 진입장벽, 제약요인을 해소하기 위해 관광분야 사회적경제조직을 대상으로 지자체가 조성한 문화관광시설 등에 대한 위탁운영에 대한 우선권을 부여할 필요가 있음

2) 추진방안

■ 관광분야 사회적경제조직 대상 문화관광시설 운영·관리 계획 공모

- 운영이 잘 안 되는 지역의 관광지 및 지역문화관광시설에 대해 사회적경제조직이 개선 아이디어와 운영 프로그램 계획을 제안하도록 함
- 사회적경제조직이 제안한 계획에 대해 사회적 가치, 위탁운영 효과성 등을 토대로 대상자를 선정함
- 지자체가 이러한 위탁 사업에 활발히 참여하도록 유도하기 위해, 지원 지자체에 대해 관광지, 문화관광시설에 대한 리모델링 비용 등을 국비 지원함
- 공모를 통해 선정된 사회적경제조직은 해당 시설을 5년 간 운영하도록 보장함으로써 안정적 사업 운영 기반을 마련할 수 있도록 함. 5년 이후 운영관리 성과를 평가하여 운영 기간 연장 혹은 운영주체 변경을 추진함
- 대한민국 관광 혁신전략에 포함한 체류형 여행지 육성 사업의 일환으로, 지자체가 사업유형(핵심, 연계활용, 역량강화)에 맞춰 지역 특화 자원을 활용한 관광사업을 패키지 형태로 공모하고, 정부는 계획수립부터 관리운영까지 단계별 사업비 및 컨설팅을 지원함(관계부처 합동, 2019)

〈참고 자료〉

* (1년차) 기본계획 수립비, (2년차) 설계비, (3~4년차) 공사비·감리비, (5년차) 상품개발·홍보

사업유형	세부 사항(예시)
핵심사업	유휴·노후시설 리모델링, 관광지 재생 등
연계활용사업	다양한 관광자원 연계한 관광상품개발, 체험프로그램 구성
역량강화사업	창업시설, 일자리사업, 홍보마케팅 등

* 예) 웰니스 특화단지 조성(지자체 신청): 핵심(체류형 숙박시설 조성, 숲속 힐링시설 조성, 노후단지 재생을 통한 푸드 그린마을 조성), 연계(힐링명상 프로그램 운영), 역량강화(마을기업 설립)

자료: 관계부처 합동, 2019, “대한민국 관광 혁신전략”

■ 산·학·연·관 협력 지역관광 혁신 프로젝트

- 2019년 신규로 “산·학·연·관 협력 지역관광 혁신 프로젝트(주최, 주관: 문화체육관광부, 한국관광공사)”가 추진됨
 - － 지역관광의 혁신 생태계 구축을 위하여 산·학·연·관 주체 간 협력을 통해 지역 관광 활성화의 직면 과제를 혁신할 수 있는 새로운 프로젝트를 발굴·육성함
 - － 산·학·연·관 컨소시엄 사업단이 사업의 지원 대상임. 지역 관광 활성화 및 경쟁력 강화를 위해 기존 지역 관광산업 또는 시장의 문제점을 해결하고 관광 편익을 제고할 수 있는 지속가능한 프로젝트를 기획·실행할 수 있는 교육기관(대학 등), 기업, 연구원, 지역(지자체 및 지역관광진흥기구) 중 2개 이상의 주체가 참여하여 설립한 법인격이 있는 컨소시엄 또는 업무협약 체결을 통해 법인격으로 발전할 수 있는 컨소시엄 사업단
- 지자체와 지역 내 사회적경제조직이 협력하여 지역 관광의 문제를 해결할 수 있도록 산·학·연·관 협력 강화 및 프로젝트 기획·실행 초기 사업화를 지원함
 - － 2019년에는 최소 8개의 프로젝트를 선정할 예정이며, 1개 프로젝트 당 최대 100백만원의 사업비를 지원함
- 지자체와 낙후된 지역 관광(단)지 및 관광자원, 유휴시설을 새로운 관광명소로 혁신하기 위해 산·학·연·관 주체가 협업하는 지역 내 ‘관광자원 혁신형’ 사업, 새로운 관광시장 창출과 지역 맞춤형 특화 관광상품 개발·운영 등을 위해 산·학·연·관 주체가 협업하는 ‘관광상품 혁신형’ 사업, 지역 주요 관광산업 분야의 인적 서비스 역량 제고, 관광객의 이용편의를 위한 교통, 숙박 등의 수용태세 개선 등과 관련해 산·학·연·관 주체가 협업하는 ‘관광서비스 혁신형’ 사업, 지역 조례 혹은 지역 내 협회 차원에서 가능한 제도개선 사업으로 이를 통해 지역 내 관광상품 및 콘텐츠, 관광산업을 보호·육성할 수 있는 ‘제도 혁신형’ 사업 등이 가능함
 - － 관광분야 사회적경제 조직이 기업 주체로서 적극적으로 참여해 구상해 볼 수 있음

〈참고 자료〉

* 산·학·연·관 협력 지역관광 혁신 프로젝트 사업 예시

① 지역 내 관광자원 혁신형 사업

- 낙후된 지역 관광(단)지 및 관광자원, 유휴시설을 새로운 관광명소로 혁신하기 위해 산·학·연·관 주체가 협업하는 사업(이 경우, 자본보조 유형 사업은 자부담으로 추진 필수)
- 문화예술, ICT 기술을 접목한 새로운 체험 콘텐츠 개발, 관광자원 혁신을 위한 리빙랩(Living Lab*) 프로젝트 추진 등
- 지자체는 공간 제공 및 프로젝트 운영 지원, 교육기관은 전문 기술 및 인력 제공, 기업은 신규 콘텐츠 제작 및 운영 등을 위해 협업

* 리빙랩(Living Lab) 프로젝트는 공간 활성화를 위해 지역 예술인 및 관련기관이 상주하며 지속적인 콘텐츠 개발, 프로그램 운영, 연구개발 등을 진행하는 프로젝트

② 관광상품 혁신형 사업

- 새로운 관광시장 창출, 지역 맞춤형 특화 관광상품 개발·운영 등을 위해 산·학·연·관 주체가 협업하는 사업
- 의료관광, 한류관광, 생태관광 등 기존 관광상품의 매력성 및 차별성을 강화한 사업 혹은 해당 지역에서만 체험할 수 있는 이색 콘텐츠 발굴 등
- 지역 내 관광소재 및 스토리를 활용하여 새로운 ICT 기술과 접목한 OSMU(One Source Multi Use) 콘텐츠 등을 개발하는 사업 등

③ 관광서비스 혁신형 사업

- 지역 주요 관광산업 분야의 인적 서비스 역량 제고, 관광객의 이용편의를 위한 교통, 숙박 등의 수용태세 개선 등과 관련해 산·학·연·관 주체가 협업하는 사업
- 지역 내 교통, 관광자원, 관광시설을 통합 이용할 수 있는 지역형 관광패스 사업 유형 혹은 지역 내 숙박업소 디자인, 경관 개선 등을 위해 지역 대학 및 예술인 단체 등과 협업하는 사업 등
- 그 외 관광상품 및 관광시설의 온·오프라인 접근성 개선을 위한 서비스 플랫폼 구축형 사업 등

④ 제도 혁신형 사업

- 지역 관광을 저해하는 제도적 요소를 개선, 운영하기 위해 산·학·연·관 주체가 협업하는 사업
- 지역 조례 혹은 지역 내 협회 차원에서 가능한 제도개선 사업으로 이를 통해 지역 내 관광상품 및 콘텐츠, 관광산업을 보호·육성할 수 있는 사업

⑤ 이외 지역관광 활성화를 위한 혁신적 요소를 포함한 기타 사업 등

- 단, 아래와 같은 사업은 지원사업에서 제외
 - ▶ 일회성 캠페인 및 행사성 사업 등 단순 홍보마케팅 사업
 - ▶ 유사 지원사업을 통해 추진 중인 사업(사업의 성과가 동일한 경우 불가, 단, 기 지원 받은 사업을 확대하여 신규 비즈니스 모델 창출 사업 가능)

자료: 한국관광공사, 2019, “2019년 산학연관 협력 지역관광 혁신 프로젝트 지원 사업” 공모신청 안내서

나. (유휴 관광자원 활용 및 민간위탁 문화관광시설) 정보 플랫폼 구축

1) 추진배경 및 필요성

■ 관광분야 사회적경제조직의 사업 운영을 위해 정보의 비대칭 해결 필요

- 관광분야 사회적경제조직이 창업을 하고 안정적으로 사업을 운영하기 위해서는 정책 지원, 관련 법적 규제, 자금 운용, 세무·회계를 비롯하여 연계 네트워크 형성 등 다양한 정보가 필요함
- 하지만 각종 정보가 산발적으로 제공되고 있으며, 관련한 지식이 부족한 경우에는 정보 수집이 용이하지 않음

■ 사회적경제조직이 활용 가능한 관광 자원에 대한 정보 필요

- 숙박, 식음, 체험 등의 관광 사업은 특히 공간 마련에 소요되는 비용이 큼. 따라서 관광분야 사회적경제조직이 초기에 해당 사업 영역에 진입하기에 경제적 부분이 제약요인으로 작용함
- 공공에서 조성한 공간 가운데 공공에서 직영하고 있는 시설의 경우 상당수가 운영·관리에 어려움을 겪고 있으므로, 이를 사회적경제조직이 전문성을 갖춰 운영할 경우 지역발전 측면에서 시너지효과를 낼 수 있음
- 관광분야 사회적경제조직이 안정적으로 관광 사업을 운영하기 위해서는 사업에 활용 가능한 공간 등에 대한 정보가 필요함

2) 추진방안

■ 관광분야 사회적경제 정보 플랫폼 구축

- 홈페이지를 개설하여 관광분야 사회적경제조직이 활용할 수 있는 지원 제도, 중앙정부 및 지자체 정책 사업, 세제 지원, 각종 혜택 등 다양한 정보를 체계화하여 제공함
- 특히 신규 사업 발굴 및 사업 영역 확장을 위한 정보로서, 관광사업 공간으로 활용할 수 있는 유휴자원에 대한 정보나 민간위탁이 가능한 지역문화관광시설에 대한 정보를 제공함. 이를 위해 해당 지역 내 관련 자원의 조사가 필요함
- 플랫폼을 통해 민간위탁으로 관리·운영하고자 하는 지역문화관광시설과 지역문화관광시설의 운영 주체가 되고자하는 관광분야 사회적경제조직을 연결함
- 이 밖에 관광분야 사회적경제조직들이 여러 분야의 사업 운영과 관련한 정보를 원활히 공유할 수 있도록 함. 즉 지역사회에 맞는 사회적경제조직이 활용할 수 있는 틈새시장에 대한 정보를 제공함

다. 관광분야 사회적경제 활성화를 위한 표준 조례(안) 개발

1) 추진배경 및 필요성

■ 관광분야 사회적경제 활성화를 위한 법적 근거 필요

- 관광분야 사회적경제조직이 지역관광 사업을 원활히 운영하기 위해서는 관련 행정적·재정적 지원 근거를 마련하는 제도적 장치가 필요함. 중장기적으로 관광진흥법 개정을 통해 해당 근거를 마련할 필요가 있음
 - 2018년 12월 24일 신설한 관광진흥법 47조의7에 관광산업 진흥 사업을 위한 법적 근거를 마련함(2019년 6월 25일 시행). 산업적 관점에서는 본 조항을 근거로 창업과 지역특화 사업 발굴, 인재 육성 등 관련 지원이 가능함
- 단기적으로는 지자체 단위에서 사회적경제 생태계 조성을 위한 법적 근거 마련을 위해 조례 제·개정을 유도할 필요가 있음
- 조례에 의거하여 관광분야 사회적경제 활성화를 위한 전략과 기본계획을 수립하고, 관련 계획을 이행할 수 있도록 해야 함

■ 관광분야 사회적경제 활성화를 위해 지역의 역할 중요

- 현행 관광진흥법 제48조4항에 따르면 지방자치단체의 장은 관광객의 유치, 관광복지의 증진 및 관광 진흥을 위하여 관광자원 개발, 상품 개발, 유희자원 활용 등의 사업을 추진할 수 있음
- 현행 지방자치단체의 관광 진흥 조례에는 사회적경제조직이 지역관광 주체로 활동할 수 있도록 촉진할 수 있는 내용은 미비함

2) 추진방안

■ 관광분야 사회적경제 활성화 표준조례(안) 개발

- 관광분야 사회적경제조직의 육성과 지원에 필요한 사항을 규정한 표준조례(안)를 마련함으로써, 관련 분야 활성화에 관심이 높은 지자체의 활용을 유도함. 지역별 관광분야 사회적경제 활성화를 위한 여건 차이를 최소화함
- 문화관광시설의 관리·운영 수탁에 대한 법적 근거를 포함함. 예컨대, ‘지방자치단체의 장은 사회적경제 활성화를 위해 지역문화관광시설의 관라운영을 사회적경제조직에 위탁할 수 있다’는 조항을 포함함
- 또한 사회적경제 조직을 대상으로 시설 사용료의 면제 및 감경 사항을 규정함
- 이 외에도 현장의 목소리를 비롯해 다양한 이해관계자 등을 대상으로 세미나, 간담회, 정책토론회 등의 의견 수렴을 거쳐 표준조례(안)에 담을 항목과 내용, 기준 등을 마련함

라. 관광분야 사회적경제 조직 대상 금융 지원

1) 추진배경 및 필요성

■ 관광사업의 안정적 운영을 위한 자금 필요

- 관광사업은 비수기와 성수기가 분명한 특징이 있으며, 주중에는 수요가 적어 상시 운영하는 데 애로가 많음
- 관광 트렌드가 빠르게 변화하고 있어, 소비자 수요에 부합한 시설이나 상품을 제공하기 위하여 시설 개보수, 상품 개발 등에 소요되는 비용이 발생함

■ 관광분야 사회적경제 조직이 금융 지원을 받을 방안 부족

- 관광진흥개발기금의 융자 지원 대상 업종은 「관광진흥법」 제3조에 의한 관광사업자로서 전통적 관광사업 외의 영역에서 활동하는 경우에는 융자 지원 대상에 불포함

2) 추진방안

■ 관광진흥개발기금 융자 대상 확대

- 매년 문화체육관광부가 ‘관광진흥개발기금법 제5조 및 관광진흥개발기금 관리 및 운용요령 제2조’의 규정에 따라 관광진흥개발기금 융자지원지침을 공고함. 상반기와 하반기 외에 지역경제 침체 등 특별 사안에 대해 특별융자 지원 지침을 공고하기도 함
 - 사회적경제 활성화를 위해 특별융자 지원을 실시하는 방안을 고려할 수 있음
- 기금 융자 대상에 관광분야 사회적경제 조직을 포함하도록 함. 예를 들어 관광두레 주민사업체 혹은 문화체육관광형 예비 사회적기업을 융자대상에 포함함
 - 2019년 상반기 관광진흥개발기금 융자지원지침에는 관광진흥법에 따른 관광사업자 외에 대한민국 테마여행 10선 지역 내 우수 일반음식점과 숙박업(한국관광 품질인증업소)를 포함함

■ 영세 관광사업자 신용보증 및 대출 지원 대상 확대

- 2019년 4월, 문화체육관광부와 신용보증재단중앙회, 농협은행 간 업무협약을 체결하고 영세 관광사업자 대상으로 300억 원 규모의 신용보증 및 융자 지원을 위한 정책금융서비스를 실시함
 - 업무협약으로 담보가 부족한 관광사업체도 신용보증을 통해 관광진흥개발기금을 융자 받을 수 있도록 함
 - 관광사업자는 지역신용보증재단에서 발급하는 보증서를 농협에 제출하면 업체당 5천만 원 이내에서 기존의 관광진흥개발기금 융자와 동일한 조건으로 융자를 받을 수 있음. 특히 기존 절차에 비해 지원 절차가 간소화되어 관광사업자는 지역신용보증재단을 방문해 보증서를 수령한 후 농협을 통한 대출 절차만으로 융자를 받을 수 있어 소요되는 시간이 단축됨
- 영세 관광사업자의 범위에 전통적 관광사업 외에 관광분야 사회적경제조직이 포함될 수 있도록 협의가 필요함

참고문헌

■ 학술 · 논문 · 연구보고서

- KDB산업은행경제연구소(2018), 해외의 사회적기업 현황과 주요 사례
고용노동부(2019), 2019년 사회적기업 인증 업무지침
관계부처합동(2018), 사회적 금융 활성화 방안, 2018.02.08.
_____(2019), 대한민국 관광 혁신전략, 2019.04.02.
_____(2019), 생활SOC 3개년계획(안) (2020~2022), 2019.04.05.
국무조정실 생활SOC추진단(2019), 생활SOC 시설 복합화 설명자료
국무조정실(2017), 사회적 가치 실현을 위한 평가 방안 연구, 한국행정학회
기획재정부(2017a), 사회적협동조합 민간위탁 활성화 연구, 사단법인 한국행정학회
_____(2017b), 2017년 협동조합 실태조사, 한국보건사회연구원
김상훈(2013), 스포츠부문 사회적기업 타당성 연구, 한국스포츠정책과학원
김성진(2002), 생태관광 진흥방안 연구, 한국문화관광연구원
김세훈(2015), 문화예술분야의 경제적 가치측정 연구 경향 분석, 문화산업연구, 15(3), 9-19
김영욱, 오수학(2017), 운동 참여자의 신체적 자기개념과 행복감의 관계에 관한 메타분석, 한국체육학회지, 56(3), pp. 179-191.
류정아(2011), 문화예술분야 사회적기업 국내외 사례 조사 및 활성화 방안, 한국문화관광연구원
문화체육관광부(2012), 녹색관광 활성화 전략, 한국문화관광연구원
_____(2013), 전국 등록 · 신고 체육시설업 현황
_____(2014), 스포츠 사회적기업 육성방안 연구, 한국스포츠정책과학원
_____(2018), 2017 스포츠산업 실태조사
_____(2018), 2017 스포츠산업백서, 한국스포츠정책과학원
_____(2018), 기초자치단체 단위 장애인형 국민체육센터 건립 타당성 조사, 한국스포츠정책과학원
_____(2018), 생활밀착형 국민체육센터 모델개발 및 추진방안 연구, 한국스포츠정책과학원
_____(2018), 전국 공공체육시설 현황
_____(2018), 전국 등록 · 신고 체육시설업 현황
_____(2019), 2019~2023 스포츠산업중장기계획
문화체육관광부, 한국문화관광연구원(2016), 「관광두레, 주민이 만든 진짜여행」
_____(2017), 「관광두레, 주민이 만든 진짜여행 두 번째 이야기」
박석희(2000), 「신관광자원론」, 일신사
박신의(2013), '예술의 사회적 영향' 연구 분석과 정책적 함의, 문화정책논총/27(1), 56-75, 한국문화관광연구원
박주영(2014), 지역문화관광시설 관리 · 운영 개선방안, 한국문화관광연구원
_____(2015) 관광부문 제3섹터 현황 진단과 정책 방향에 관한 기초연구, 한국문화관광연구원
보건복지부(2015), 2015 보건복지백서
_____(2016), 2016 보건복지백서
_____(2017), 2017 보건복지백서

- _____ (2017), 사회서비스분야 사회적경제 활성화 방안 연구, 한국보건사회연구원
- 서울대학교 스포츠산업연구센터(2007), 규칙적인 체육활동 참여의 경제적 효과
- 양현미(2007), 문화의 사회적 가치, 한국문화관광연구원
- 연수현(2018), 문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능성 연구, 한국문화관광연구원
- 영국문화원(2015), 영국의 사회적기업
- 오산스포츠클럽. 내부자료
- 이석호, 최창규(2015), 관광개발론, 한국방송통신대학교출판문화원
- 이철선 · 이연희 · 남상호 · 김진희(2016), 자원봉사자의 사회적경제적 가치분석, 한국보건사회연구원
- 정광민, 오유라(2017), WTTC 통계 심층 분석 연구, 문화체육관광부
- 정선희(2018), 사회적경제 이해, 강의자료
- (주)헬스디자인. 내부자료
- 코트라(2018), 해외 사회적경제기업 성공사례
- 타카츠종합스포츠클럽(2013) 2012년 결산보고서
- 한국관광공사(2011), 모두가 행복한 서울관광 만들기: 공정관광, 한양대학교 산학협력단
- 한국노동연구원(2017), 2017년 사회적기업 실태조사
- 한국법제연구원(2013), 프랑스의 사회적경제(ESS)에 관한 규범적 의미 해석 연구
- 한국보건복지인력개발원(2018), 사회서비스제공기관 사회적경제 조직화 매뉴얼
- 한국보건사회연구원(2015), 2015년 사회서비스 수요·공급 실태조사
- _____ (2017), 사회서비스분야 사회적경제 활성화 방안 연구
- _____ (2017), 제3차 사회적기업 육성 기본계획 수립을 위한 기초연구
- 한국생활체육사회적협동조합. 내부자료
- 한국스포츠교육희망나눔 사회적협동조합. 내부자료
- 행정안전부(2019), 2019 마을기업 육성사업 시행지침
- Americans for the Arts(2014), 10 Reasons to Support the Arts, AFTA.
- Araujo, D., Davids, K., & Hristovski, R. (2006). The ecological dynamics of decision making in sport. *Psychology of sport and exercise*, 7(6), 653–676.
- Arts & Humanities Research Council(2016) 「Understanding the value of arts & culture: The AHRC Cultural Value Project」
- DCMS(2017), Market Trends 2017 report
- Defourny, Jacques & Favreau, Louis & Laville, Jean-Louis(2004), Tackling Social Exclusion in Europe: The Contribution of the Social Economy, *LABOUR AND INDUSTRY*, Vol.14 No.3.
- Defourny and Nyssens(2012), “The EMES Approach of Social enterprise in a Comparative Perspective” , EMES European Research Network Working Paper, no. 12/03.
- Deloitte(2018), The rise of the social enterprise, 2018 Deloitte Global Human Capital Trends.
- Ekeland, E., Heian, F., Hagen, K. B., Abbott, J. M., & Nordheim, L. (2004). Exercise to improve self-esteem in children and young people. *The Cochrane Library*.
- Ennis, C. D. (1999). Creating a culturally relevant curriculum for disengaged girls. *Sport, Education and*

- Society, 4(1), 31–49.
- Ericsson, I. (2017). Effects of increased physical education and motor skills acquisition on scholastic performance. *Idrottsforum.org*, 1–20.
- European Commission(2013), Social economy and social entrepreneurship.
- _____(2015a), A map of social enterprises and their eco-systems in Europe.
- _____(2015b), Proposed Approaches to Social Impact Measurement.
- European Task Force on Culture and Development, Council of Europe(1997), *In from the margins: a contribution to the debate on culture and development in Europe*, Strasbourg: Council of Europe; Stationery Office.
- Gilman, R. (2001). The relationship between life satisfaction, social interest, and frequency of extracurricular activities among adolescent students, *Journal of Youth and Adolescence* 30(6), 749–767.
- Global Impact Investing Network(2018), Annual Impact Investor Survey
- Goeldner, G., Ritchie, B. & McIntosh, R.(2000), *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*(8th Ed.). New York: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Holden, J.(2004). *Capturing Cultural Value: How culture has become a tool of government policy*. Lodon: Demos. Holden, J.(2006). *Cultural Value and the crisis of legitimacy*. London: Demos.
- ILO(2008), 2008 Declaration on Social Justice for a Fair Globalization.
- Keim, M. (2003). *Nation building at play: Sport as a tool for social integration in post-apartheid South Africa* (Vol. 4). Meyer & Meyer Verlag.
- Kirkcaldy, B. D., Shephard, R. J., & Siefen, R. G. (2002). The relationship between physical activity and self-image and problem behaviour among adolescents. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 37(11), 544–550.
- Klamer, Arjo. (1996), *The Value of Culture*, Amsterdam, Amsterdam University Press.
- _____(2004), *Social, Cultural and Economic Values of Cultural Goods*, Cultural and Public Action. V. Rao and M. Walton, eds., Stanford University Press.
- McEwen, B. S., & Stellar, E. (1993). Stress and the individual: Mechanisms leading to disease. *Archives of Internal Medicine*, 153(18), 2093–2101.
- McQuillen, Grace. (2015). *Impact and sustainability in art based social enterprises*.
- OECD(2007), *Social Economy: Building Inclusive Economics*.
- _____(2015), *Social Impact Investment: Building the Evidence Base*, OECD Publishing, Paris
- Petruzzello, S. J., Landers, D. M., Hatfield, B. D., Kubitz, K. A., & Salazar, W. (1991). A meta-analysis on the anxiety-reducing effects of acute and chronic exercise. *Sports Medicine*, 11(3), 143–182.
- Polanyi, Karl (2009), *The Great Transformation: the Political and Economic Origins of Our Time*, Boston.
- Quarter, Jack & Mook, Laurie. (2010). *An Interactive View of the Social Economy*. Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research.
- Reeves, M.(2002), *Measuring the economic and social impact of the arts: a review*. London: Arts council of England.
- Social Enterprise UK(2017), *The future of Business: State of Social Enterprise Survey 2017*

- _____ (2018), Hidden Revolution: Social Enterprise in 2018
- The Canadian CED Network(2015), Manitoba Social Enterprise Strategy.
- The European Task Force on Culture and Development(1997), Report on the effects of Culture, Commission, DG X, Brussels
- Throsby, David. (2001) Economics and Culture. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tucker, L. A. (2017). Physical activity and telomere length in US men and women: An NHANES investigation. Preventive medicine, 100, 145–151.
- Wen, C. P., Wai, J. P. M., Tsai, M. K., Yang, Y. C., Cheng, T. Y. D., Lee, M. C., ... & Wu, X. (2011). Minimum amount of physical activity for reduced mortality and extended life expectancy: a prospective cohort study. The Lancet, 378(9798), 1244–1253.
- Wiley, J. Z., Gardener, H., Caunca, M. R., Moon, Y. P., Dong, C., Cheung, Y. K., ... & Wright, C. B. (2016). Leisure-time physical activity associates with cognitive decline The Northern Manhattan Study. Neurology, 86(20), 1897–1903.

■ 뉴스기사 및 인터넷 자료

- 서울경제, ‘3년 이상 장기대기’ 사회복지무요원 1만 1천여명, 내년 병역 면제, 2018.12.18.
(<https://www.sedaily.com/NewsView/1S8ll4S9W8/GE04>)
- 문화체육관광부 누리집, “2019 상반기 관광진흥개발기금 융자지원지침” (www.mcst.go.kr),
한겨레 ‘대출심사에 사회적 가치까지 반영하는 사회적금융 평가모형 나와’, 2018.12.04.
(http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/872949.html)
- 한국관광공사, “2019년 산학연관 협력 지역관광 혁신 프로젝트 지원 사업” 공모신청 안내서
(<http://kto.visitkorea.or.kr/kor/notice/news/noti.kto>)
- 한국전력, 『2018 한전KDN 사회적경제 기업 경영개선 지원사업』 공고문

■ 홈페이지

- 고용노동부 www.moel.go.kr
- 관광두레 tourdure.mcst.go.kr/user/nd35622.do
- 기획재정부 www.mosf.go.kr
- 드림위드양상블 www.dreamwith.or.kr
- 문화체육관광부 www.mcst.go.kr
- 문화체육자원봉사 csv.culture.go.kr
- 병무청 www.mma.go.kr
- 보건복지부 www.mohw.go.kr
- 사회복지자원봉사인증관리(사회복지자원봉사인증관리) www.vms.or.kr
- 서민금융진흥원 www.kinfa.or.kr
- 소상공인시장진흥공단 www.semas.or.kr

스마트(SMart) smartse.org
스트리트와이즈오페라(Streetwise opera) www.streetwiseopera.org
신용보증기금 www.kodit.co.kr
신틸로(SCINTILLO) www.groupe-sos.org
아츠임팩트펀드(Arts Impact Fund) artsimpactfund.org
어니언 콜렉티브(Onion Collective CIC) www.onioncollective.co.uk
열매나눔재단 <http://www.merryyear.org>
예술경영지원센터 www.gokams.or.kr
의안정보시스템 likms.assembly.go.kr
주식회사 위누 weenu.com
중소기업벤처부 www.smba.go.kr
중소기업진흥원 www.sbc.or.kr
중앙자활센터 www.cssf.or.k
청소년자원봉사 dovol.youth.go.kr
카페아트(Cafe Art) www.cafeart.org.uk
한국사회적기업진흥원 www.socialenterprise.or.kr
행정안전부 www.mois.go.kr

문화체육관광분야 사회적경제 활성화 연구

발 행 처 문화체육관광부

연구기관 한국문화관광연구원

발 행 일 2019년 5월

인 쇄 처 더크리홍보주식회사

ISBN : 979-11-6357-122-3093300