인천광역시 문화기반의 사회적경제 현황 조사 연구

인천문화재단
INCHEON FOUNDATION FOR ARTS & CULTURE

제 출 문

본 보고서를 “인천광역시 문화기반의 사회적경제 현황조사 연구”의
최종 보고서로 제출합니다.

2021. 11. 30.

수행기관

더좋은경제사회적협동조합

책임연구원

김 용 구	더좋은경제사회적협동조합 이사장

공동연구원

현 광 일	더좋은경제사회적협동조합 이사
전 철 원	모씨네 사회적협동조합 이사장
박 종 찬	더좋은경제사회적협동조합 팀장

※본 연구 결과는 연구진의 견해로서 인천문화재단의 입장과는 다를 수 있습니다.

- 목 차 -

제1장 연구개요 ····· 3
제1절 연구배경 및 필요성 ····· 3
1. 연구배경 및 필요성 ····· 3
2. 연구방향 ····· 3
3. 연구범위 ····· 3
제2절 연구내용 및 추진전략 ····· 4
1. 연구내용 ····· 4
2. 추진전략 ····· 5
3. 기대효과 ····· 5

제2장 이론 및 문헌연구 ····· 8
제1절 문화예술의 다양한 가치 ····· 8
1. 문화예술의 가치 ····· 8
2. 문화예술의 사회적 가치 ····· 11
제2절 문화예술과 사회발전 ····· 14
1. 문화예술과 사회발전 ····· 14
2. 사회적 문제 해결을 위한 문화예술 ····· 15
3. 문화예술과 UN의 지속가능발전목표(SDGs) ····· 17
4. 문화예술의 경제적 효과 ····· 19
5. 문화정책-문화도시 ····· 20
제3절 사회적경제 ····· 22
1. 자본주의 경제와 불평등 ····· 22
2. 사회적경제 개념과 종류 ····· 24
제4절 문화예술 분야 사회적 경제기업 ····· 26
1. 문화예술 분야 범주 ····· 26
2. 문화예술 분야 사회적 경제기업의 개념 ····· 30
3. 문화예술 분야 사회적 경제기업의 특성 ····· 30
4. 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황 ····· 31
5. 문화예술 분야 사회적 경제기업 지원정책 ····· 32
6. 문화예술 분야 사회적경제 해외 사례 ····· 35

제3장 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황 ····· 42
제1절 조사 범주 ····· 42
1. 문화예술 범주 ····· 42
2. 사회적 경제기업 범주 ····· 42
제2절 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황 ····· 43
1. 사회적기업 현황 ····· 43
2. 협동조합 현황 ····· 47
3. 마을기업 현황 ····· 51
4. 자활기업 현황 ····· 52
제3절 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 매출 현황 ····· 53
1. 사회적기업 매출 현황 ····· 53
2. 협동조합 매출 현황 ····· 55
3. 마을기업 매출 현황 ····· 55
제4절 인천시 문화예술 분야 사회적기업 고용 현황 ····· 56
제5절 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 사회적 가치 지표 ····· 57
1. 사회적 가치 지표 ····· 57
2. 지표별 사회적 가치 ····· 59
3. 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 사회적 가치 지표 ····· 60
제6절 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황조사 ····· 61
1. 일반개요 ····· 61
2. 조직운영 ····· 62
3. 사회적기업경제기업 지원사업 ····· 64
4. 자금조달 ····· 66
5. 애로사항 ····· 67
6. 개선사항 ····· 68
제7절 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 사례 ····· 70
1 인천 자바르떼 ····· 70
2. 잔치마당 ····· 72
3. 모씨네 사회적협동조합 ····· 74
4. 문화놀이터 뜻 ····· 75

제4장 요약 및 결론 ····· 78
제1절 요약 ····· 80
1. 문화의 다양한 가치와 사회발전 ····· 80
2. 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황 ····· 81
3. 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 사회적 가치 지표 ····· 83
4. 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황조사 ····· 84
제2절 결론 ····· 85

[참고문헌] ····· 88

[부록] ····· 93

<그 림>

<그림 1-1> 추진전략 ····· 5
<그림 2-1> 문화예술과 발전의 관계 ····· 15
<그림 2-2> 존 혹스(Jon Hawkes)의 지속가능한 발전을 위한 문화 ····· 19
<그림 2-3> 문화예술 분야 사회적경제 활성화 정책 ····· 32
<그림 3-1> 인증 사회적기업 수(2021.09) ····· 47
<그림 3-2> 2019-2021.09 시도별 사회적기업 인증 수 ····· 47
<그림 3-3> 인천시 법인기업 매출액 증가율 ····· 53
<그림 3-4> 업종 및 조직형태 ····· 62
<그림 3-5> 사회적 경제기업 운영 성과 ····· 62
<그림 3-6> 협업 관계 ····· 63
<그림 3-7> 주요 협업 모델 ····· 63
<그림 3-8> 사회적성과 지표 설정 여부 ····· 64
<그림 3-9> 일자리 창출지원 사업 도움 여부 ····· 64
<그림 3-10> 사업개발비 지원 사업 도움 여부 ····· 64
<그림 3-11> 전문인력 지원 사업 도움 여부 ····· 65
<그림 3-12> 사회적 경제기업 인프라(공간,설비) 지원 사업 도움 여부 ····· 65
<그림 3-13> 홍보, 마케팅 지원 사업 도움 여부 ····· 65

<그림 3-14> 기타, 자원연계 ····· 66
<그림 3-15> 지금까지 자금조달 방법 ····· 66
<그림 3-16> 향후 1-2년 이내 자금조달 방법 ····· 66
<그림 3-17> 1-2년 이내 필요한 자금 용도 ····· 67
<그림 3-18> 자금조달 관련 애로사항 ····· 67
<그림 3-19> 지원사업 신청시 애로사항 ····· 67
<그림 3-20> 지원사업 개선사항 ····· 68
<그림 3-21> 향후 문화예술 사회적 경제기업에 필요한 부분 ····· 68

< 표 >

<표 1-1> 연구내용 ····· 4
<표 2-1> 문화예술의 사회적 기여 ····· 11
<표 2-2> 문화예술의 본질적 혜택 및 도구적 혜택 ····· 12
<표 2-3> 문화예술의 사회적 가치 ····· 13
<표 2-4> OECD 사회적 대상(Social Target) 영역 ····· 16
<표 2-5> OECD 사회적 대상(Social Target) 영역 SDGs 이전 시기 국제사회 의제 관련 ····· 17
<표 3-1> 문화예술 분야 범주 ····· 42
<표 3-2> 군구별 사회적기업 수 ····· 43
<표 3-3> 조직형태별 군구별 사회적기업 ····· 44
<표 3-4> 사회목적별 사회적기업 유형 ····· 44
<표 3-5> 유형별 사회적기업 분류 ····· 44
<표 3-6> 인천시 문화예술 분야 사회적기업 세부업종 ····· 45
<표 3-7> 군·구별 문화예술 분야 사회적기업 세부업종 ····· 46
<표 3-8> 전국 협동조합 수 ····· 48
<표 3-9> 군구별 (사회적)협동조합 수 ····· 49
<표 3-10> 업종별 (사회적)협동조합 수 ····· 49
<표 3-11> 업종별 군구별 (사회적)협동조합 수 ····· 50
<표 3-12> 군구별 사회적목적 유형별 사회적협동조합 수 ····· 51
<표 3-13> 마을기업 현황 ····· 51
<표 3-14> 연도별 마을기업 지정 현황 ····· 52
<표 3-15> 조직형태별 마을기업 현황 ····· 52

<표 3-16> 유형별 마을기업 현황 ····· 52
<표 3-17> 자활기업 현황 ····· 52
<표 3-18> 문화예술 분야 사회적기업 매출액 ····· 53
<표 3-19> 시장별 평균 매출액 ····· 54
<표 3-20> 지원금 비율(정부지원, 민간지원) 비교 ····· 54
<표 3-21> 문화예술 분야 협동조합 매출액 ····· 55
<표 3-23> 문화예술 분야 마을기업 업종별 매출액 ····· 55
<표 3-24> 문화예술 분야 사회적기업 업종별 고용현황 ····· 56
<표 3-25> 분야예술 분야 사회적기업 고용형태별 고용현황 ····· 56
<표 3-26> 문화예술 분야 사회적기업 임금현황 ····· 57
<표 3-24> 문화예술 분야 협동조합 고용현황 ····· 57
<표 3-27> 사회적 가치 측정 지표 ····· 58
<표 3-28> 2020년 인천시 사회적 경제기업 재정지원 사업 신청기업 ····· 59
<표 3-29> 사회적 가치 지표3(사회적 가치 지향성) ····· 59
<표 3-30> 사회적 가치 지표6 (사회적 환원 노력도) ····· 60
<표 3-31> 인천시 재정지원 심사에 참여한 사회적 가치 지표 점수 ····· 61

제1장 연구개요

제1장 연구개요

제1절 연구배경 및 필요성

1. 연구배경 및 필요성

○ 사회적경제 활성화가 지역 경제 활성화의 대안 중 하나로 대두
○ 공공 기반의 사회적 일자리 창출 등의 효과 기대
○ 지역 문화 활성화를 지향하면서 사회적경제 효과를 달성하기 위한 문화적 대안 마련이 필요한 시점
○ 인천 지역 내 문화예술 기반의 사회적경제 관련 현황에 대한 기초조사로 향후 본격적 연구를 위한 토대 마련

2. 연구방향

○ 사회적경제 및 문화예술 분야 관련 기존 정책 및 선행연구를 통해서 시사점 도출
○ 인천시 사회적 경제기업 및 문화예술 분야 현황 분석을 통해 문제점 분석
○ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 설문조사 실시하여 요구사항 분석
○ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 임원들과 간담회 실시하여 현황 및 제안사항 파악
○ 중간보고를 통해 연구결과 보완

3. 연구범위

○ 공간적 범위 : 인천광역시 문화예술 분야 사회적 경제기업
○ 시간적 범위 : 2020년 12월 기준
○ 내용적 범위

▸사회적경제 정책 및 문헌연구
▸인천시 사회적 경제기업 현황분석
▸인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 설문조사
▸인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 임원 간담회
▸인천시 문화예술 분야 사회적경제 활성화 방안 제시

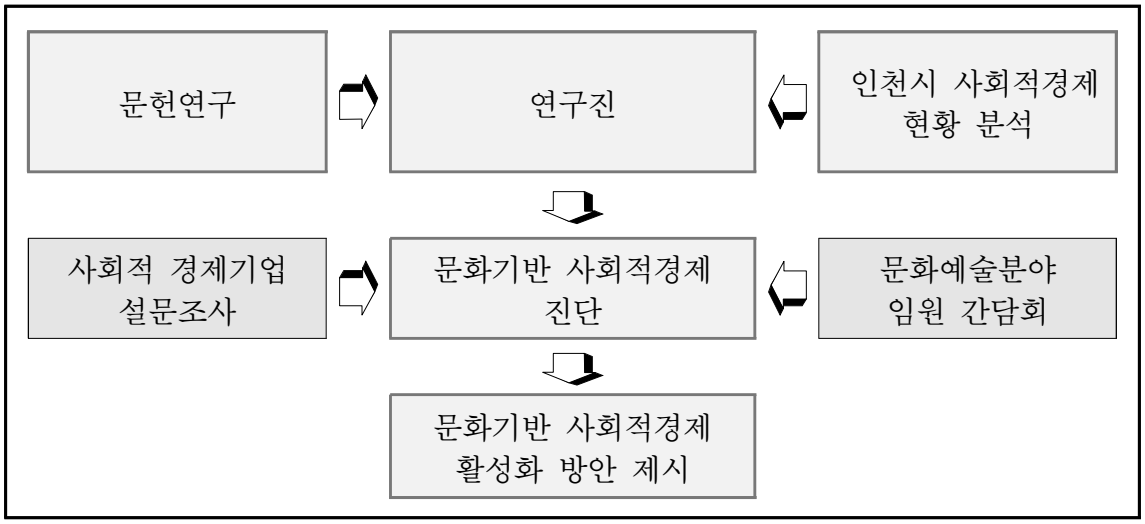
제2절 연구내용 및 추진전략

1. 연구내용

<표 1-1> 연구내용

구분	연구내용
정책동향 문헌연구	◦ 문화예술의 가치 · 문화예술의 가치 · 문화예술과 사회발전 ◦ 사회적 경제 개념 및 관련 제도 · 사회적 경제 개념 · 사회적 경제 관련 국가 정책 ◦ 문화예술 분야 사회적 경제기업 · 문화예술 분야 사회적 경제 정책동향 ◦ 문화예술 분야 사회적 경제 문헌연구 · 이슈별, 주제별, 쟁점별 연구동향 정리
인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황 분석	◦ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황 분석 · 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 재정 및 고용 현황 · 사회적 가치 지표와(SVI)와 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 사회적 가치 지표 · 성과 및 문제점 등 현황분석
설문조사 사례조사	◦ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 설문조사 · 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 이메일 조사 · 업종, 성과 및 애로 사항, 개선사항 등 · 사례 분석 ◦ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 임원 간담회 · 사회적 경제기업 애로사항, 정책 분석 등 · 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 사례 조사
요약 및 결론	◦ 문헌연구, 현황분석, 설문조사 및 사례조사를 통해 이슈정리 · 요약 및 결론

2. 추진전략



<그림 1-1> 추진전략

3. 기대효과

○ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황 파악

○ 문화예술 분야 사회적 경제기업의 사회적 가치 측정을 통해 문화예술 중요성 제고

○ 인천시 문화예술 분야 사회적경제 활성화 필요성 제시

제2장 이론 및 문헌연구

제2장 이론 및 문헌연구

제1절 문화예술의 다양한 가치

1. 문화예술의 가치

○ 문화 인류학자 더글라스(Mary Douglas)에 따르면, “살아 있는 생물체 중에 오로지 인간만이 자기 환경을 적극적으로 조성하며 오로지 그들만의 환경이 문화적 건립체(cultural construct)이다” [1]즉, 인간은 사회적 힘의 지배나 적용을 받는 수동적인 대상이 아니라 자신이 속한 사회적 환경을 구성하는 적극적인 주체이다. 그래서 문화이론은 인간의 선택이 사회적 맥락에 의해 이루어지기도 하면서 이와 반대로 사회적 맥락을 이루는 것을 전제로 하고 있음

○ 대체로 문화의 의미를 가치, 신념, 규범, 합리화, 상징, 이념 등 정신적 산물로 보거나, 다른 한편으로는 이를 어느 특정한 민족의 사회관계와 정신적 산물을 포함한 총체적 생활방식(way of life)으로 두 가지 범주로 정의하고 있음

○ 문화는 기본적으로 사회 구성원들의 사회관계와 그들이 공유하고 있는 신념과 가치의 상호작용에서 형성되는 것이며, 더 나아가 사회구성원들이 자신의 가치를 제도로 구현함으로써 문화는 어느 특정한 생활방식으로 나타남

- ▸문화는 사회 구성원들이 모여서 어떻게 자신의 관계를 정립할 것이며, 어떤 가치를 지향할 것이며, 총체적으로 어떻게 공존할 것인가에 대한 그들 나름대로의 해답을 내포하고 있음

○ 사회 근간에 뿌리를 두고 있는 가치는 제도화함으로써 구성원들의 의식을 지배하게 되며 이들이 각 기능을 수행하기 위해 어떻게 상호작용을 할 것인가에 대한 기준이 되고 있음

- ▸따라서 그 가치가 사회 전반에 걸쳐서 구현됨으로써 어떻게 서로 연관되고 보완되는지는 각 제도마다 수행하는 기능은 다르다 해도 다양한 제도들의 유기적인 관계로 인해 사회 전체를 운영하는 광범위한 틀을 만들게 된다. 이것이

1) Douglas, M(1982), "Cultual Bias", In the Active Voice: Routledge: 183-254, 정용덕 외(1999), 신제도주의 연구,138-139.

총체적 생활방식이라고 함

○ 문화이론은 사회관계와 가치의 상호작용으로 사회가 어떻게 형성되면서 지속적으로 유지되고 지탱되는 것뿐만 아니라, 이와 똑같은 상호작용으로 사회가 어떻게 변화하는지에 대해서도 설명하고 있음. 즉, 문화이론은 사회의 연속성과 가변성을 동시에 설명할 수 있는 개념적 틀이라 할 수 있음

▸ 예컨대 가치의 변화는 기존 가치와 새로운 사회관계의 발전과의 갈등을, 그리고 사회관계의 변화는 기존 사회관계와 새로이 대두된 가치와의 갈등을 의미한다. 이로 인해 새로운 사회관계와 가치의 상호작용이 시작되고 이를 바탕으로 새로운 생활방식이 형성되기 시작함

○ 트로비(Throby)는 문화를 구성하는 문화적 가치를 미적 가치(aesthetic), 영적 가치(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 이해되는 경제적 가치를 결정하는 데 핵심적인 역할을 한다고 주장함

○ 아르조 클레머(Arjo Klamer)는 문화예술의 가치를 크게 ⅰ) 경제적 가치(economic value), ⅱ) 사회적 가치(social value), ⅲ) 문화적 가치(cultual value)로 구분하였으며, 경제적 가치, 사회적 가치, 문화적 가치들이 모두 상호 연결되기 때문에 어떤 방식으로 다른 가치와 관계를 이룰 수 있는가를 살피는 것이 중요하다고 주장함

○ 전통적 의미의 경제학으로 담아내기 어려운 문화예술의 가치를 설명하기 위하여 문화경제학이 등장하였으며 문화경제학에서는 문화예술이 창출하는 다양한 가치(경제적 가치, 사회적 가치, 문화적 가치, 예술적 가치 등)에 대한 종합적 고려를 시도하고 있음

▸ 문화예술은 상상력과 창의력이라는 무형의 재화를 증진시키고 전파하여 개인적 측면에서 삶의 질을 향상시키며 또한 시민들의 높은 예술 감각과 수준은 산업 경쟁력을 강화하여 경제발전에 기여한다고 함

○ 클라머에 따르면 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 습관, 제도, 신념, 활동과 산물들이 미치는 영향을 총괄하는 것이라고 주장함

○ 이와 같이 문화예술을 통하여 개인이 느끼는 만족과 기쁨이 공감능력을 확장하고 인식능력을 신장시켜 사회적 연대나 공동체적 의미를 형성하게 된다는 주장

은 문화예술의 창작 혹은 향유 활동이 새로운 감각의 경험과 정서적 만족을 넘어서 사회적 역할을 하고 있다고 볼 수 있음

○ 경제협력개발기구(OECD)는 2013년에 발표한 「예술을 위한 예술인가(Art for Art's Sake)?」란 연구보고서에서 예술의 기능과 역할에 주목하고 있다. 어려서 예술교육을 받은 사람들이 다양한 직업영역에서 창조적 역량을 발휘하는 것에 주목하고, 예술교육은 예술가를 만들기 위한 것이 아니라, 더 넓은 의미 있는 것을 만들 수 있다는 점을 강조하고 있음

○ 이러한 예술의 기능과 역할에 주목하는 사례는 영미권에서 적용되고 있는 펠드만(Burke Feldman)의 「원칙에 기반한 예술교육(Discipline-based arts education, DBAE)」에서도 찾아볼 수 있다. 이러한 예술교육의 목적은 예술가와 예술비평가와 같이 생각하는 법을 배울 수 있게 하기 위한 것으로, 예술교육이 "젊은 사람들에게 무엇인가를 만드는 일, 언어를 효과적으로 사용하고 이해하는 능력, '문명화된 삶'이 계속될 수 있는 가치에 대한 심오한 만족감을 부여"하는데 이바지 한다고 보고, 예술교육의 도구화를 강조하고 있음

○ 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

○ 특히 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 본질적인 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 판단되는 견해도 있음

○ 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(economic: impact, innovation and ecology), ⅴ) 건강, 고령화 그리고 웰빙(health, ageing and wellbeing), ⅵ) 교육 속에서의 예술(Arts in education)로 제시하였음

2. 문화예술의 사회적 가치

○ 1997년 유럽문화발전테스크포스(The European Task Force on Culture and Development)는 문화예술의 사회적 기여를 직접적 사회 영향, 간접적 사회 영향으로 구분하여 제시하였음[2)]

<표 2-1> 문화예술의 사회적 기여

구분	내용
직접적 사회 영향	◦ 문화예술이 '사회적으로 가치 있는' 활동으로 사람들의 사고를 '고양' 시키고 그들의 심리 및 사회 복지에 긍정적으로 기여하며, 감수성을 발달시킴
간접적 사회 영향	◦ 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 넘어 혁신을 가능케 함 ◦ 예술작품과 문화 산물은 커뮤니티의 집단적 '기억'이며, 미래 세대를 위한 창의적이고 지속적 아이디어를 보존하는 데 기여함 ◦ 문화예술 제도는 삶의 질을 개선하고, 도시 영역에서 개인적 안전을 강화하여 길거리 폭력과 범죄를 감소시킴

○ 미국의 정책연구기관인 RAND 예술연구센터에서는 문화예술이 가져오는 혜택을 본질적 혜택(intrinsic benefits)과 도구적 혜택(instrument benefits)으로 구분하고 이를 체계적으로 구분하였음

▸ 본질적 혜택은 문화예술을 통해서 개인 또는 사회가 얻는 혜택으로 감동, 즐거움과 같은 개인적 차원, 타인을 이해하는 공감능력의 향상, 사회성의 향상과 같은 확산적 차원, 사회적 연대감의 강화와 같은 공공적 차원으로 구성됨

2) The European Task Force on Culture and Development(1997): 문화정책논총(2013).

▸ 도구적 혜택은 문화예술을 수단으로 하여 달성될 수 있는 다른 영역에서의 효과로, 문화예술이 아닌 다른 방법으로도 달성이 가능한 혜택으로 개인적 차원의 인지능력 향상, 확산적 차원에서 태도와 행동 개선 및 건강 증진, 그리고 공공적 차원의 사회적 효과 및 경제적 효과 등으로 구성됨

<표 2-2> 문화예술의 본질적 혜택 및 도구적 혜택

<본질적 혜택>
◦ 개인적 차원 · 감동(captivation): 예술작품에서 받는 깊은 느낌 · 즐거움 ◦ 확산적 차원 · 타인을 이해할 수 있는 공감능력의 향상 · 사물과 현상에 담긴 의미를 파악하는 인지능력의 향상 ◦ 공공적 차원 · 공감을 통한 사회적 연대감 조성 · 공동체 정체성 표현 촉진
<도구적 혜택>
◦ 개인적 차원 인지능력 향상 · 성적, 학업실적 향상 · 읽기와 수학 등 기본학습 능력 및 창의력 향상 · 학습태도와 가치관의 개선 ◦ 확산적 차원: 태도와 행동 개선 · 자기 통제, 자신감 개발, 학업관련 행동 개선 · 책임과 의무 인식 및 수용 등 일반적 가치관 계발 · 비행청소년들을 순화하고 재사회화하는 효과 ◦ 확산적 차원: 건강 증진 · 치매 노인환자의 정신/신체적 건강 회복 · 정신 장애자, 지체장애자, 파킨슨 병자, 급성 우울증 환자의 회복 촉진 · 간호사, 자원봉사자들의 스트레스 해소와 능률 향상 · 수술, 분만, 치과 환자의 불안 해소 ◦ 공공적 차원: 사회적 효과 · 구성원들 간 교류를 촉진, 지역 정체감 조성, 사회 자본 형성 · 시민단체, 자원봉사 활동 활성화 · 리더쉽과 인간관계 능력 계발하여 공동체의 조직역량 강화 ◦ 공공적 차원: 경제적 효과 · 직업 효과: 예술 프로그램 및 조직 통한 고용 및 매출 증가 · 간접 효과: 인구나 기업의 유인 효과 등 · 공공재 효과: 지역사외의 질과 주민의 삶의 질 향상, 후대를 위한 문화유산 등

- ▸도구적 혜택은 비즈니스와 테크놀로지를 활용하여 사회문제의 혁신적 해결방법을 만들어내는 사회적 경제기업의 입장에서 문화예술도 사회문제를 해결하는 하나의 유용한 도구가 될 수 있음을 시사하고 있음
- ▸개인적 차원, 확산적 차원, 공공적 차원 등 가치가 사회적으로 확산되는 개념은 문화예술이 창출하는 긍정적 외부효과에 대한 이론적 근거를 제공하고 있음

○ 영국 예술인문위원회의 연구(2016)에서는 문화예술 산업이 발전한 영국에서는 문화예술의 사회적 가치에 대한 다양한 연구 진행하였음. 이러한 연구의 목적은 정부의 예산집행 등에 있어서 정책결정자들이 문화예술의 잠재적 가치를 고려하도록 하기 위한 것임. 이들은 문화예술의 효과를 엄밀하게 입증하기 위한 방법론(robust methodology)을 찾기 어렵다는 점과 문화예술의 파급효과가 사회 전반에 광범위하게 퍼진다는 점을 지적하고 있음

○ 문화적 가치 프로젝트(Cultural Value Project)는 기존의 “본질적 혜택”을 강조하는 학파와 “도구적 혜택”을 강조하는 학파 간의 경계를 허물고, 문화예술의 혜택이 경제적 혜택만으로 좁게 해석되는 것을 경계하고 있음

○ 문화예술의 사회적 가치는 다음과 같음[3)]

<표 2-3> 문화예술의 사회적 가치

개인적 성찰 (Reflective Individuals)	자신에 대한 이해, 공감능력 향상, 다양성 존중
시민 참여 (Engaged Citizen)	투표 등 정치 참여 촉진, 정치적 상상력 촉진, 소수 의견의 대변, 기후변화운동에 참여
갈등 해소 (Peace-Building)	트라우마 치료, 갈등 해소
지역사회 삶 (Cites and urban life)	공간의 활용, 도시 재생, 창의적 지역 창출(젠트리피케이션), 경험경제, 공간 운영, 지역 사회의 문화예술, 지방 문화
경제성 (Economic benefit)	혁신, 문화생태계, 관광, 모객
건강 (Health and Wellbeing)	노령화, 삶의 질, 정신 건강, 치료, 건강한 환경, 지역사회 기반 문화와 보건, 삶의 질, 노령화와 치매
교육 (Education)	인지적 능력, 자신감, 동기, 문제해결, 커뮤니케이션 능력

3) 문화체육관광부(2018), 사람이 있는 문화, 예술이 있는 삶: 새 예술정책(2018~2022).

제2절 문화예술과 사회발전

1. 문화예술과 사회발전

○ 1982년 '세계문화정책회의(World Conference on Cultural Policies)'에서 발표된 「세계문화정책선언(Declaration of the World Cultural Policies)」은 문화와 경제발전 및 사회발전과의 관계를 명시함

▸문화를 사회조직, 가치와 신념 체계를 포괄하는 개념으로 정의함

○ 2010년과 2011년 유엔총회 결의안은 발전에 있어서 문화도 포함되어야 함을 명시함

▸문화의 관점에서 지속가능한 발전을 달성하기 위한 연구, 정보 공유, 정책 개발, 국가와 지역 내 협력 강화 등을 강조

○ 2012년 브라질 리우에서 개최된 Rio+20 정상회의 선언문에서는 문화의 중요성, 문화다양성, 문화유산, 문화관광 등을 언급하면서 지속가능한 발전에 있어서 문화의 가치와 역할을 명시함

○ 2013년 중국 항저우 회의에서는 2015년 수립되는 지속가능발전목표에 문화가 반드시 포함될 것을 권고하는 「항저우 선언(The Hangzhou Declaration: Placing Culture at the Heart of Sustainable Development Policies)」을 발표함

○ 최근에도 문화예술이 사회발전의 수단으로써 국제사회에서 그 중요성이 높아지는 추세임

▸시민들의 참여, 공동체 역량 강화, 갈등 해소, 인권 증진, 사회소외계층에 대한 기회 제공 등 다양한 역할에 대하여 이해의 폭이 넓어지고 있음

▸문화예술의 직접적 역할 뿐만 아니라, 간접적 역할에 대한 논의도 활발해짐

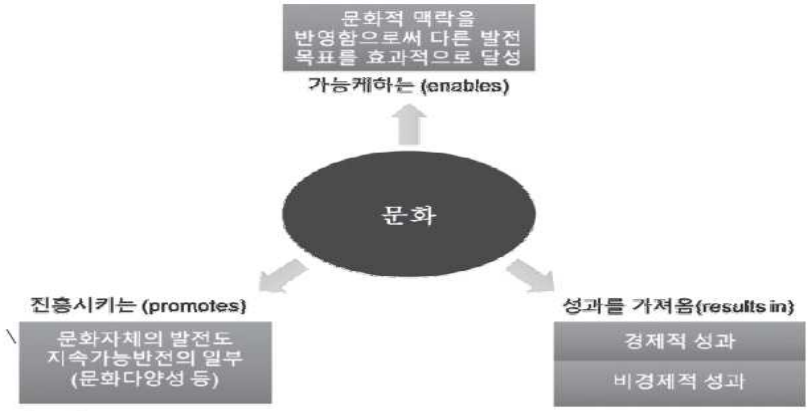
○ 유네스코(2012)에서 제시한 문화예술과 사회발전의 관계는 <그림 2-1>과 같음

▸문화예술은 경제적 혜택과 금전으로 치환되지 않는 비금전적 혜택 등 다양한 성과를 “가져와”(result in) 사회발전에 기여함. 이는 문화예술 산업이 창출하는 경제적 가치와 함께 문화예술이 창출하는 사회적, 문화적 가치를 포괄함 예컨대 문화예술 활동을 통하여 사회적 포용과 평등, 다양성 등에 기여함

▸또한 문화예술은 간접적으로 사회발전을 “진흥(promotes)”시킴. 문화는 그 자

체로 지속가능한 발전의 일부임. 문화예술은 그 자체로 특정한 분야이기도 하지만, 다른 모든 분야에 적용되는 크로스 커팅(cross-cutting)적인 요소도 가지고 있음

- 마지막으로 문화예술은 사회의 효과적 발전을 "가능케 하는(enables)" 요소임 문화예술의 힘을 활용하여 개인적 차원에서의 인식과 행동변화 뿐만 아니라 사회적 차원의 바람직한 변화를 기대할 수 있음
- 문화예술은 사람들의 생활양식(way of life)에 영향을 미치고, 근본적 가치관과 의식에 영향을 줌으로써 사회발전에 필요한 다양한 조건들을 충족시키며 사회의 성장에 필요한 여건과 환경을 조성하는 핵심요소라고 할 수 있음



(출처: UNESCO(2012), Culture : A driver and an enabler of sustainable development, Working Paper of UN System Task Team on the Post-2015 UN Development Agenda. p. 8)

<그림 2-1> 문화예술과 발전의 관계

2. 사회적 문제 해결을 위한 문화예술

○ 전 세계적이며 공통적으로 발생하고 있는 사회 문제로 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 자선 사업 영역으로 구분하였음

<표 2-4> OECD 사회적 대상(Social Target) 영역[4)]

구분	사회적 대상(Social Target) 영역
전통적 자산 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)
기타영역 (주류 영역과 연계)	◦ 농업(Agriculture), 환경과 에너지(Environment and Energy), 수자원 확보와 위생(Water and Sanitation), 금융서비스(Financial Services), 정보통신기술(ICT: Information & Communication Technology)

○ 저출산과 고령화, 실업률 상승, 불평등 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

○ 문화예술 활동은 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

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

3. 문화예술과 UN의 지속가능발전목표(SDGs)

○ 2015년 9월 25일, 160여개 정상들을 포함해 193개 UN 회원국 대표들이 만장일치로 승인한 지속가능발전목표(Sustainable Development Goals; SDGs)는 2016년부터 2030년까지 15년간 유엔과 국제사회가 달성해야 할 사회과제 해결을 목표로 설정

- ▸SDGs는 전 세계 정부, 기업, 시민사회 등 이해관계자들의 폭넓은 의견수렴과 논의를 거쳐 만들어졌으며, 국제 사회가 함께 달성해야 할 17개 목표(goals)와 169개의 세부목표(targets)로 구성되어 있음
- ▸경제성장, 사회적 포용, 지속가능한 환경의 3대 분야를 유기적으로 아우르고 있으며, 누구도 소외되지 않는 사회를 꿈꾼다는 의미를 담은 “Leave no one behind”라는 슬로건을 표방함
- ▸SDGs의 17개 목표가 문화예술과 직간접적인 관련성이 있다는 점에서 문화예술은 여전히 SDGs 달성에 있어서 중요한 의미를 가진다고 볼 수 있음

<표 2-5> OECD 사회적 대상(Social Target) 영역 SDGs 이전 시기 국제사회 의제 관련[5)]

구분	내용
유네스코 핵심 화합과 선언의 주요 담론	◦ 문화 발전 ◦ 문화 다양성 보호와 증진
스톡홀름 회의 이후 문화 분야 국제회의 의제	◦ 문화 발전 ◦ 문화 다양성과 문화민주주의 ◦ 도시와 커뮤니티의 발전 및 도시 간 • 국가 간 대화와 협력 ◦ 정체성과 창조산업 및 미래기술
SDGs 체제 준비를 위한 문화 분야 국제회의 의제	◦ 문화와 발전(지속가능한 발전) ◦ 문화 다양성과 창조성(문화민주주의) ◦ 문화와 경제(창조경제, 창조산업) ◦ 문화와 평화(문화 간 대화) ◦ 인류 문명과 문화유산(문화유산 보존 • 활용) ◦ 문화융합과 미래(새로운 기술)
SDGs의 문화의제 관련 내용	◦ 문화다양성 ◦ 개발도상국의 문화유산 활용 지원 ◦ 지속가능한 관광 ◦ 평화의 문화 ◦ 지속가능한 경제 발전
UNESCO 「문화정책의	◦ 지속가능한 문화 거버넌스 체계 지원

5) 이상열, 정종은(2017), 미래 문화정책의 방향과 과제, 한국문화관광연구원, p,47.

재구성」 (Reshaping Cultural Polices) 4대목표	◦ 문화상품과 서비스 균형 및 예술가와 문화 전문인력 이동성 충전 ◦ 지속가능한 발전체제와 문화의 통합 ◦ 인권과 기본적 자유 증진
UCLG 「문화 21실천」 (Culture 21 Actions) 9대 책무	◦ 문화권 ◦ 문화유산, 다양성 및 창조성 ◦ 문화와 교육 ◦ 문화와 환경 ◦ 문화와 경제 ◦ 문화, 형평성 그리고 사회적 포용 ◦ 문화, 도시계획 그리고 공공 공간 ◦ 문화, 정보 그리고 지식 ◦ 문화 거버넌스

○ SDGs는 다양한 기관에서 사회적 가치와 미래를 위한 전략적 기준으로서 활용되고 있을 뿐만 아니라 사회적 가치를 추구하는 활동의 사회성과 분석, 측정, 평가할 때 가장 많이 쓰이는 기준으로서의 국제적 위상을 가지고 있음

▸ 비영리조직, 재단, 사회적경제 조직 등 소셜 부문은 물론 정부 및 공공기관 등 공공 부문, 영리기업 등 민간 부문에서 널리 활용되고 있음

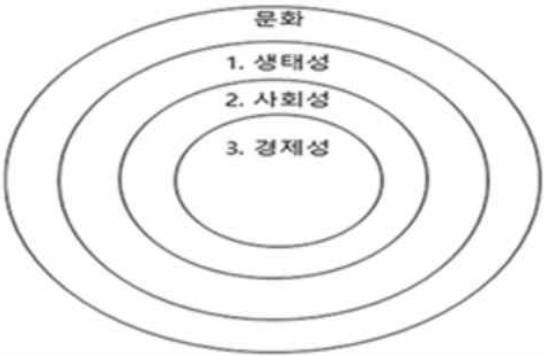
▸ 영리기업은 SDGs를 통해 경영환경의 변화를 가늠하고, 기업을 둘러싼 전 세계 이해관계자 및 사회와 시장의 필요를 인식하고 대응하고 있음. 영리기업은 SDGs를 비즈니스와 연계하고 이행하여 새로운 성장 및 비즈니스 기회를 발견하고 사업 리스크를 줄이는 한편, 다양한 이해관계자와 원활한 소통에 활용하고 있음

▸ 전 세계적으로 지속가능한 비즈니스 모델은 2030년까지 12조 달러의 경제적 기회와 3억 8천여 개의 일자리를 창출할 것으로 예상되며 기업이 SDGs를 기업 전략에 통합할 경우 경제 전반에서 8조 달러의 부가적인 가치가 발생할 수 있을 것으로 기대됨[6)]

▸ 글로벌기업들은 SDGs를 기업전략에 내재화하는 추세이며, SDGs 연계채권 발행, 연기금 및 투자자 의사결정 시 SDGs 적용, SDGs 관련 공시 등도 민간영역에서 주요 이슈로 대두되고 있음

○ 오스트레일리아 연구자이면서 활동가인 존 혹스(Jon Hawkes)는 지속가능한 발전을 위해 경제성, 사회성, 생태성을 아우르는 네 번째 범주인 ‘문화’를 제안하였음

6) Business and Sustainable Development Commission, 2017.



<그림 2-2> 존 혹스(Jon Hawkes)의 지속가능한 발전을 위한 문화

○ 2015년 70차 유엔총회는 '문화를 위한 의제 21'을 보완하고, 이를 더욱 효과적으로 만들기 위해 시민권, 문화 그리고 지속가능한 발전 사이의 상호의존성을 높이고, 달성 가능한 그리고 측정 가능한 행위와 약속을 지원할 수 있는 글로벌 프레임워크를 제공하기 위해 「우리는 문화가 포함된 미래」라는 공동 성명을 발표하였음

▸ 이 성명서에는 시민과 함께 그리고 시민을 위한 정책을 실행하고 발전시킬 때 지방정부 역할의 중요성을 강조하고, 지역문화 정책의 강화를 제안하고 있으며, 지역발전모델의 기초 단위로서의 문화통합을 제안하고 있음

4. 문화예술의 경제적 효과

○ 문화예술의 경제적 가치를 통해 소득 증대, 고용 창출, 마케팅 강화, 투자 촉진, 성장 잠재력 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 성장 동력으로 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

○ 영국은 문화예술의 경제적 가치와 효과를 보다 실증적으로 접근하여 직접 효과(direct impact): 문화예술기관의 총수입 등, 간접 효과(indirect impact): 공급자들에 대한 문화예술기관의 지출 등, 유도효과(induced impact): 문화예술기관 종사자들의 지출 등으로 경제적 효과를 확인할 수 있다고 발표함(2013)

○ 영국은 2017년 기준 문화부(DCMS: Department for Digital, Culture, Media & Sport)와 연관 분야가 영국 전체 경제에서 2,677억 파운드를 기여하고, 이는 영국 총부가가치(GVA: Gross Value Added)의 14.6%를 차지한다고 발표함

- 같은 해 문화부(DCMS)에서 540만 개의 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

○ 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 1,663역 달러 규모의 경제적 활동을 창출함
- 경제적 활동으로 인해 460만 개에 상당하는 정규직 일자리)가 창출되었으며 해당 주, 지방 및 연방 정부는 문화예술 부문의 예산 할당액 50억 달러를 훨씬 넘는 275억 달러에 달하는 수익을 벌어들임
- 문화예술기관들이 창출한 230난 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 문화예술 기관들은 법조계나 공공안전 분야에 비해 일자리 창출이 더 크다고 할 수 있음.(예: 경찰 0.48%, 변호사 0.44% 등)

5. 문화정책-문화도시

○ 문화도시 사업모델은 도시 문화에 관한 종합적 계획 및 기획과 경영을 통하여 새로운 사회성장 및 발전 구조와 효과를 만들고자 하는 것임

- 지난 2019년 12월 30일, 지역문화진흥법에 근거하는 제1차 문화도시가 법적으로 정식 지정되면서 문화도시 정책과 사업이 실제로 본격적인 추진 궤도에 올랐음

▸이는 우리나라에서 문화도시 개념과 사업을 도입한 2004년의 지역거점 문화도시 추진 이후 약 15년 만이며, 2014년 지역문화진흥법이 제정되고 그에 따른 문화도시 정책이 준비된 이후 약 5년, 동시에 2018년 5월 정식의 문화도시 정책의 추진 공표 이후 약 2년 만의 결과임

○ “도시의 문화계획을 통한 사회발전 프로젝트”라 요약할 수 있으며, 최종적인 목표는 지역사회가 공유하는 고유의 문화가치, 철학을 바탕으로 문화와 사회가 연결되는 가치사슬에 기반해 문화기반 사회생태계를 구축하여 도시의 문화 브랜드를 생성하여, 지역이 새롭게 발전할 수 있는 사회효과를 발현한 것임[7)]

○ 최근 우리 사회에서 현재 도시의 가능성과 공동체성 회복을 위해 문화예술적 활동을 통한 공동체회복 실험들이 각광받고 있으며, 특히 지방자치단체 중심으로 새로운 도시 브랜딩 방식으로서 ‘마을만들기 사업’이 활발하게 시행되고 있음

▸2012년 8월 서울시는 <서울시 5개년 마을공동체기본계획>을 발표하고, ‘마을정책’ 시작을 표면화하였고, 부산시는 <산복도로 르네상스> 사업으로 <꽃마을 문화예술전시관>을 개관하며 행복한 <창조마을 만들기>를, 경기도도 <융합적 마을만들기>사업을 시작하는 등 마을공동체 회복을 위한 문화예술프로젝트의 붐 현상이 나타남

○ 따라서 주민들의 생활과 밀착된 공간(시장, 장터 등)에 예술공동작업장이나 시장 속 예술도서관 등이 나타나고, 예술가와 주민, 상인들이 함께 예술작품을 유통하고 만들고 전시하거나, 시장 활성화를 위해 예술가가 함께 프로그램을 개발하는 등 유감이 강해지는 여러 활동들이 계속적으로 강화될 것임

7)조광호(2020), 문화·관광 인사이트, 한국문화관광연구원, 제142호

제3절 사회적경제

1. 자본주의 경제와 불평등

○ 원래 경제의 어원은 오이코스(oikos) 집을 뜻하는 말과 노미아(nomia)라는 관리의 뜻의 고대 그리스 합성어로 오이코노미아(oikonomia)에서 유래되어 집안 살림을 관리 하는 말을 의미함

▸시장은 경제 일부로 사람들의 살림살이에서 발생한 문제점 해결하는 것으로 인식됨

▸경제적 행위는 사회적 관계에서 배태(나옴)되어 나왔으며 사회적 의무가 중요

○ 11-13세기 십자군 전쟁으로 상인계급의 성장으로 도시 상인세력 지배권이 확대 되고, 상인들은 길드라는 조합을 결성하여 상인이 중간계급으로 성장

○ 물가상승 및 모직 수공업 발달에 따른 양모가격 상승으로 봉건영주들은 지대의 수입이 줄어들자 농작물 대신에 수익을 더 얻을 수 있는 양을 치는 목장으로 바꾸기 위해 농경지에 울타리를 설치하여 농인들은 생계를 잃고 쫓겨남

○ 농민들은 도시로 대거 유입되어 값싼 노동력이 생기고, 남미 인도 등 넓은 해외시장이 개척되기 시작

○ 1760-1780년 방적기가 개발되고, 1770-1780년 증기기관 발명, 1800-1910년 증기선 및 철도 교통 혁명이 도래하여 제1차 산업혁명이 일어남

▸기계가 새로운 문명을 창출하고, 의식주 등에 모든 영역 영향을 미치게 되어 경제적 거래는 개인의 사적 이득으로 취급되며 사회적의무가 아닌 것으로 취급되어 경제=시장 의미함

○ 1920년 자본주의 경제는 시장의 자기조정 능력 기능이 붕괴되어 자본주의 한계가 도래

○ 시장실패 와 국가실패[8)]

▸시장이 완전하지 못하여 효율적으로 자원이 분배되지 못하는 것을 시장실패(market failure)라고 한다. 자본주의 시장이 태어날 때부터 갖고 있는 약점이다. 이러한 시장실패의 원인은 우선 시장 자체가 완전경쟁 조건을 모두 다 갖추지 못한 데서 비롯된다. 무엇보다 시장에는 독과점이 있어 강자가 약자의

8) 김하운(2021.09.30), 사회적경제 어디로 가야할까, Incheon Social Economy Report 제2호, 더좋은사회적경제사회적협동조합.

이익을 탈취해 간다. 환경의 영향도 크게 받는다. 대부분의 지역에서는 전기가 귀한 줄 모르지만 외딴 섬 지역에서는 늘 전기가 아쉬울 수도 있다. 부잣집에서 태어난 사람은 아무래도 고급교육을 받고 자란다. 사람에 따라 갖고 있는 경제정보가 다르고 활용역량에도 차이가 난다. 많이 알고 잘 활용하는 사람이 장사에 앞서 가는 것은 뻔한 이치다. 이런 차이가 쌓이고 쌓이다 보니 빈부격차가 상당해진다. 결국 자본주의 시장경제에는 불평등이 존재할 수밖에 없다

- ▸시장실패를 치유하기 위한 국가의 개입은 직접적 개입과 간접적 개입으로 구분한다. 국가의 직접적인 개입은 조세제도와 세출제도로 나타난다. 우선 빈부에 따라 걷는 세금에 차이를 두어 빈부격차의 일부를 시정한다. 그리고는 빈부에 따라 세출을 달리하여 또다시 빈부격차를 시정한다. 이에 비해 간접적인 개입은 시장질서에 대한 규제로 나타난다. 독과점규제, 시장진입제한 완화를 위한 공정거래규제, 내부정보 독점에 의한 시장교란을 막기 위한 자본시장규제 등등... 수많은 규제가 존재한다. 그러나 국가의 개입도 성공을 보장하지 못한다. 우선, 집단별 이해상충이 심하다. 정치적 타협으로 해결하지만 항상 합리적인 것은 아니다. 정부가 갖고 있는 정보나 통계가 완전하다는 보장도 없다. 정도의 차이가 있을 뿐 정부실패(government failure) 역시 필연적

○ 시장 경제와 인간 경제[9)]

- ▸기계가 새로운 문명을 창출하고, 경제적 거래는 개인의 사적 이득으로 취급되며 경제=시장 의미함(경제는 사회적의무가 아닌 사적이득으로 취급)
- ▸과거에는 시장이 사람들의 살림살이에서 발생한 문제들을 해결해 왔지만 이제는 시장이 사람들의 문제를 해결하는데 오히려 방해를 초래하고 있음
- ▸칼 폴라니는 시장은 사회에 속한 일부의 영역이며, 다양한 형태의 사회조직들을 통하여 경제체제를 이룬 사회는 결코 시장에 의하여 지배될 수 없으며 사회보호에 관하여 경제활동에서 이루어지는 여러 가지 방식의 출현을 예측하였음
- ▸사회적기업, 마을기업, 공정무역, 협동조합, 자활기업과 같은 경제활동은 오늘날 부상되고 있는 새로운 경제조직이다. 이러한 조직들의 궁극적인 목표는 인간존엄성의 회복이다. 즉, 여기서 경제활동이란 사람들의 사회생활에서 발생한 어려움이나 문제점을 해결하는 것으로 '인간의 경제'를 의미함

○ 자본주의 경제는 시장실패와 정부실패의 결과로 나타나는 소득분배의 불평등이 심화되고 빈부격차가 심화되면서 불평등이 국제사회의 주요 이슈가 되고 있음

9) 진희선·송재룡(2013), 칼 칼 폴라니의 '전환적' 사회경제 사상에 대한 고찰-시장경제에서의 사회적 가치를 중심으로, 사회사상과문화 제28집, pp. 267-315.

○ 국제사회는 불평등을 완화하면서도 지속적인 성장을 할 수 있는 새로운 모델로 '포용적 성장(inclusive growth)'이라는 개념을 도입하였음

▸ 포용적 성장에 대한 정의는 '사회구성원 전체를 위한 기회를 창출하고 금전적, 비금전적인 의미에서 증대된 결과를 사회 전체적으로 공정하게 분배하는 경제 성장'이라고 함[10)]

▸ 포용적 성장의 핵심내용은 지속적인 성장, 성장의 속도 및 방향, 빈곤감소, 소득불평등과 분배, 일자리 창출, 직업훈련 및 교육, 공정한 기회와 참여, 사회 안전망 확충 등을 포함

▸ 포용적 성장은 기존의 신자유주의 경제모델이 해결하지 못한 저성장 및 양극화 문제를 극복하고 지속적인 성장을 꾀할 수 있는 대안으로 기대

2. 사회적경제 개념과 종류

○ 사회적경제는 지역사회의 문제해결을 위해서 경제적 수단을 활용하는 조직으로 영리기업과 비영리 조직 중간 형태의 제3섹터라고도 한다. 즉 영리기업과 비영리조직 간의 중간 형태로 사회문제해결을 추구하면서 동시에 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업·조직이라고 지칭함

○ 사회적경제란 공공이익과 공동체 발전에 기여하기 위한 사회적 가치를 추구하기 위해 민주적 운영과 원리를 가진 경제활동을 하는 경제조직으로 정의

○ 사회적경제는 정부주도의 관료제의 문제점과 시장주도의 신자유주의 등 현대사회의 복잡한 문제들을 효과적으로 해결하기 대안으로 사회적 가치를 강조하고 있음

▸ 사회적 가치는 '인권, 노동권, 안전한 근로환경, 사회적 약자 배려, 양질의 일자리, 지역사회 활성화 및 지역경제 공헌, 민주적 의사결정과 참여 실현 등 공공이익과 공동체 발전에 기여하는 가치'로 정의 됨

○ 연구자들마다 다르지만 우리나라에서는 사회적경제는 사회적기업, 마을기업, 자활기업, 협동조합, 소셜벤처 등으로 구분

○ 사회적기업에 대한 개념은 국가나 시대에 따라 다양하게 정의되나 '구성원의 참여'를 바탕으로 '국가와 시장의 경계'에서 '사회적 가치'를 추구하며 '경제적 활동'을 한다는 공통점을 가지고 있으며, 좀 더 넓게는 제3섹터(the third sector), 비영리조직(non-profit organization), 자원활동조직(voluntary organization) 등

10) 김용구, 정영수(2019), 포용적 성장과 사회적경제, 다인아트.

과 유사한 개념

○ 유럽에서는 1970년대 후반에 복지국가의 위기를 극복하기 위한 과정에서 나타났으며, 미국에서는 1980년대 비영리기관이 정부로부터 재정적인 자립을 하기 위해 영리사업을 시작하면서 시작됨[11)]

○ Borzaga & Defourny(2004)는 주로 제3부문에서 나타나는 것으로 전통적인 의미의 기업형태가 아닌 협동조합, 주식회사, 교육, 문화, 복지분야의 비영리조직, 비정부 기구 등이 공익성과 수익성을 동시에 추구하며 사업을 실행하는 조직형태로 정의

○ 우리나라의 경우는 1997년 IMF 외환위기 이후 사회문제를 해결하고 일자리 창출과 사회서비스를 제공할 목적으로 시작되었으며 2007년 사회적기업육성법 제정을 통해 본격적으로 활성화되기 시작하였음[12)]

▸ 정부는 2011년부터 예비사회적기업 제도를 운영하고 있는데 사회적기업 인증을 위한 최소한의 법적 요건을 갖추고 있으나, 일부 요건을 충족하지 못하고 있는 기업을 지방자치단체장이 지정하여 향후 사회적기업 인증이 가능한 기업을 예비사회적기업이라 한다. 또한 중앙부처장이 지정하여 사회적기업 인증을 목적으로 하는 기업을 부처형 예비사회적기업이라 지칭함

○ 마을기업은 지역 주민이 각종 지역 자원을 활용한 수익사업을 통해 공동의 지역 문제를 해결하고, 소득 및 일자리를 창출하여 지역공동체 이익을 효과적으로 실현하기 위해 설립, 운영하는 마을 단위의 기업을 말함[13)]

○ 협동조합은 일반협동조합과 사회적협동조합으로 분류 한다[14)]. 일반협동조합은 2012년 제정된 협동조합기본법 제2조 제1항에 따라서 재화 또는 용역의 구매, 생산, 판매, 제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역사회에 공헌하고자 하는 사업조직을 말한다. 사회적협동조합은 협동조합기본법 제2조 3호에 따라 지역주민들의 권익, 복리 증진과 관련된 사업을 수행하거나 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 영리를 목적으로 하지 아니하는 협동조합을 말함

○ 자활기업은 국민기초생활보장법에 따라서 지역자활센터의 자활근로사업을 통해 수급자 또는 저소득층 주민들이 공동사업자 형태로 운영되는 기업을 지칭[15)]

---

11) 김희송(2016). 한국사회적기업진흥원, 2020; Defourny & Nessens.
12) 고용노동부 주무부서
13) 행정안전부 주무부서
14) 기획재정부 주무부서

○ 소셜벤처는 개인 또는 소수의 기업가가 사회문제를 해결할 혁신적인 아이디어를 사업화하기 위해 설립한 신생기업을 말함[16)]

○ 인천시는 「사회적경제육성 및 지원에 관한 조례」에 의거 인천형 예비사회적기업을 연 2회 이상 심사를 거쳐 인천형 예비사회적기업을 지정해 오고 있음

제4절 문화예술 분야 사회적 경제기업

1. 문화예술 분야 범주

1) 문화예술진흥법

○ 문화예술진흥법 제2조(정의)에 따라, 1. “문화예술”이란 문학, 미술(응용미술을 포함한다), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예(演藝), 국악, 사진, 건축, 어문(語文), 출판 및 만화를 말한다.

2. “문화산업”이란 문화예술의 창작물 또는 문화예술 용품을 산업 수단에 의하여 기획·제작·공연·전시·판매하는 것을 업(業)으로 하는 것을 말한다.

3. “문화시설”이란 문화예술 활동에 지속적으로 이용되는 다음 각 목의 시설을 말한다. 가. 「공연법」 제2조제4호에 따른 공연장 등 공연시설 나. 「박물관 및 미술관 진흥법」 제2조제1호 및 제2호에 따른 박물관 및 미술관 등 전시시설 다. 「도서관법」 제2조제1호에 따른 도서관 등 도서시설 라. 「문학진흥법」 제2조제5호에 따른 문학관 마. 문화예술회관 등 공연시설과 다른 문화시설이 복합된 종합시설 바. 예술인이 창작활동을 영위하기 위한 창작공간으로서 다중이용에 제공되는 시설 또는 예술인의 창작물을 공연·전시 등을 하기 위하여 조성된 시설 사. 그 밖에 대통령령으로 정하는 시설

2) 문화산업진흥법

○ 문화산업진흥법 제2조 정의에서 “문화산업”이란 문화상품의 기획·개발·제작·생산·유통·소비 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업을 말하며, 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 포함한다.

15) 보건복지부 주무부서
16) 중기벤처부 주무부서

가. 영화・비디오물과 관련된 산업

나. 음악・게임과 관련된 산업

다. 출판・인쇄・정기간행물과 관련된 산업

라. 방송영상물과 관련된 산업

마. 문화재와 관련된 산업

바. 만화・캐릭터・애니메이션・에듀테인먼트・모바일문화콘텐츠・디자인(산업 디자인은 제외한다)・광고・공연・미술품・공예품과 관련된 산업

사. 디지털문화콘텐츠, 사용자제작 문화콘텐츠 및 멀티미디어 문화콘텐츠의 수집・가공・개발・제작・생산・저장・검색・유통 등과 이에 관련된 서비스를 하는 산업

아. 대중문화예술산업

자. 전통적인 소재와 기법을 활용하여 상품의 생산과 유통이 이루어지는 산업으로서 의상, 조형물, 장식용품, 소품 및 생활용품 등과 관련된 산업

차. 문화상품을 대상으로 하는 전시회・박람회・견본시장 및 축제 등과 관련된 산업. 다만, 「전시산업발전법」 제2조제2호의 전시회・박람회・견본시장과 관련된 산업은 제외한다.

카. 가목부터 차목 까지의 규정에 해당하는 각 문화산업 중 둘 이상이 혼합된 산업

3) 한국표준산업분류

○ 한국표준산업분류는 유엔의 국제표준산업분류에 기초하여 산업관련 통계자료의 정확성, 비교성을 확보하기 위하여 1963년 3월에 광업과 제조업 부문에 대한 산업분류를 제정하였고, 이듬해 4월에 제조업 이외 부문에 대한 산업분류를 추가로 제정함으로써 우리나라 표준산업분류 체계를 완성하였음

○ R 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업(90-91)

▸이 대분류에는 창작, 예술 및 여가관련 서비스업과 스포츠 및 오락관련 서비스업을 포함[17)]

・90 창작, 예술 및 여가관련 서비스업

・901 창작 및 예술관련 서비스업

・9011 공연시설 운영업

17) 스포츠 업종(91)은 제외

· 90110 공연시설 운영업

극장, 음악당 및 기타 실연극을 공연하는 시설을 운영하면서 자체 제작한 오페라, 연극, 음악회 등을 공연하는 산업활동

· 9012 공연단체

· 90121연극단체

실황극을 공연하는 공연단체를 운영하는 산업활동을 말한다. 이 사업체는 극장시설을 소유할 수 있음

· 90122 무용 및 음악단체

무용 및 음악단체를 운영하는 산업활동

· 90123 기타 공연단체

기타 공연 예술단체를 운영하는 산업활동

· 9013 자영 예술가

독립적으로 예술활동에 종사하는 예술가의 산업활동

· 90131 공연 예술가

배우, 가수, 성악가, 무용수, 스턴트맨 등 공연에 직접 참가하여 자신의 신체를 이용한 예술 행위를 하는 독립된 공연 예술가

· 90132 비공연 예술가

독립적으로 비공연 예술활동에 종사하는 예술가

· 9019 기타 창작 및 예술관련 서비스업

직접 공연 행위를 수행하지 않고 공연과 관련된 서비스를 제공하는 산업활동

· 90191 공연 기획업

공연 예술 행사를 기획, 조직 및 관리하는 산업활동. 이 사업체는 공연시설을 소유할 수 있음

· 90192 공연 및 제작관련 대리업

영화, 텔레비전, 연극 제작을 위하여 제작자의 주문에 따라 연기자를 공급하는 배역 서비스와 영화 제작, 연극 제작, 스포츠 또는 기타 공연물 제작 관련

· 90199 그 외 기타 창작 및 예술관련 서비스업

공연 기획, 공연 및 제작관련 대리를 제외한 기타 창작 및 예술관련 서비스를 제공하는 산업활동

· 902 도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업

· 9021 도서관, 기록 보존소 및 독서실 운영업

· 90211 도서관 및 기록 보존소 운영업

열람시설을 갖추고 도서 열람 서비스를 제공하는 도서관, 시청각실, 자료센터, 기록 보존소 등을 운영하는 산업활동을 말한다. 이 사업체는 기록물들을 인터넷 등으로 제공할 수 있다.

· 90212 독서실 운영업

숙박시설 없이 일반 대중을 대상으로 각종 도서를 읽을 수 있는 장소를 제공하는 산업활동을 말한다.

· 9022 박물관 및 사적지 관리 운영업

일반 대중이 관람할 수 있는 미술관, 예술관, 순수 또는 응용 과학관, 일반 박물관, 고궁 및 사적지 등을 운영하는 산업활동을 말한다.

· 90221 박물관 운영업

일반 대중에게 미술 공예품, 조각품, 순수 과학물, 응용 과학물, 문화재 등을 진열하여 관람시키는 일반 또는 전문 박물관 시설을 운영하는 산업활동

· 90222 사적지 관리 운영업

역사적인 유적지, 전적지, 사적지, 고궁 등 사적 명소를 보존·전시하는 산업활동을 말한다.

· 9023 식물원, 동물원 및 자연공원 운영업

· 90231식물원 및 동물원 운영업

일반 대중이 관람할 수 있도록 산식물 및 산동물을 일정 시설에서 보존·관리하는 산업활동을 말하며, 관람 목적의 수족관 운영도 포함

· 90232 자연공원 운영업

자연 지역의 보존 및 전시에 종사하는 산업활동

· 9029 기타 유사 여가관련 서비스업

· 90290 기타 유사 여가관련 서비스업

달리 분류되지 않은 유사 여가관련 산업활동

2. 문화예술 분야 사회적 경제기업의 개념

○ 문화예술 분야 사회적 경제기업은 "문화예술 활동을 중심으로 사회문제를 해결하려는 활동을 통해 영리를 추구하는 기업"[18]으로 "공연, 음악, 미술, 종합예술, 전통문화, 지역문화 등과 같은 문화예술 활동을 중심으로 사회서비스를 제공하거나 일자리 창출 등과 같은 사회적 목적을 추구하면서 영리활동을 수행하는 조직"을 지칭함 [19]

○ 해외에서는 정부지원금이나 기부금에 의존도를 줄이면서 생산과 제작, 보급과 같은 예술활동을 통해 독립성과 창조성을 드러내며 스스로 수익을 창출할 수 있는 잠재력을 가진 조직을 문화예술 사회적기업으로 간주하면서, 제도적이고 상업적인 요구에 보다 독립적으로 활동하며, 제품을 생산·판매하는 환경이나 이익배분에 있어서 투명하게 진행되는 과정을 특성으로 들고 있음[20]

○ 이들이 해결하려는 문제는 크게 '문화예술 활동을 통해 사회문제를 해결하려는 유형'과 '문화예술 분야의 사회문제를 해결하려는 유형'으로 구분하고 있음(예술경영지원센터, 2020)

- ▸ 전자에 속한 조직들은 보편적인 사회문제, 예를 들자면 사회복지를 증진시키거나 환경문제 등을 해결하려는 유형이고, 후자는 문화예술 분야의 고용문제나 공정거래 등과 같은 내부의 구조적인 문제들, 일례로 예술인들의 일자리나 복지문제 등과 같이 제도적이거나 사회적인 문제를 해결하고자 활동함

3. 문화예술 분야 사회적 경제기업의 특성

○ 창작(생산)-유통(매개)-향유(소비)는 문화예술의 일반구조로써 문화예술이 생산에서 소비로 이어지기까지 본질적으로는 창의성과 심미적 활동에 바탕을 둔 지적재산 이면서, 상징적 의미체계를 갖춘 문화산업이라는 점, 그리고 예술시장이 존재하고 있다는 것이 특징임

○ 문화예술 분야 사회적 경제기업의 주요사업 분야는 예술기획·제작, 문화예술교육, 축제·행사 기획 및 대행, 예술창작 등

18) 연수현(2018),문화예술분야 사회적 경제기업의 지속가능성 연구, 한국문화관광연구원.
19) 류정아(2011),문화예술분야 사회적기업 국내외 사례 조사 및 활성화 방안, 한국문화관광연구원.
20) Grace McQuilten & Anthony White, 2015.

- ▸문화예술 분야 사회적 경제기업은 창작활동 중심으로 일반 서비스업처럼 일정 근무시간에 작업하는 공정을 거치지 않으며, 예술 관련 창작품 역시 제조업 상품과는 다른 특성을 지님. 이들의 사회적 목적 실현 방법도 고용창출을 제외하고, 다수가 '공연'과 '교육'을 주요 채널로 활용하고 있음
- ▸문화예술 분야 사회적 경제기업은 예술의 사회적 가치 창출을 목적으로 지속가능한 경제적 자립을 추구하는 기업이자, 예술 본연의 사회적 가치와 더불어 내부, 지역, 더 나아가 사회 전반을 대상으로 한 혁신적인 비즈니스 모델을 보유한 기업이라 할 수 있음
- ▸최근에는 예술을 활용하여 다양한 사회경제적 가치를 창출하는 문화예술 분야 사회적 경제기업이 증가하고 있으며, 전통적인 기초예술(순수예술)과 대중적인 상업예술이 기술과 미디어에 의해 융·복합 되고 있음
- ▸문화예술을 개인의 취향·취미의 영역에서 향유·소비하는 방식에서 나아가 지역사회의 이슈·문제에 참여하여 해결하거나 새로운 아이디어·서비스를 경제적 가치로 창출하는 등 문화와 사회서비스 영역 간의 경계가 허물어지고 있음

4. 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황

○ 2019년 문화체육관광부의 문화예술 분야 사회적 경제기업 실태조사에 따르면, 국내 사회적 경제기업 중에서 문화예술과 관련된 기준으로 사업을 영위하는 조직은 1,350개로 사회적 경제기업 전체 6.0%를 차지

- ▸주요사업 분야는 문화예술교육(17.9%), 문화예술기획·제작(16.5%), 예술창작(14.5%), 축제·행사 기획 및 대행(14.5%), 영화·영상·미디어 제작 및 상영(19.3%), 전통공예·문화유산(6.6%), 지역자원 활용 및 도시재생(5.6%), 공공미술 및 공공디자인(1.9%) 등으로 나타남
- ▸활동 장르는 공연예술(30.7%)과 시각예술(27.5%)이 과반수이상을 차지했으며, 복합(12.1%), 영화/영상(7.2%), 전통문화(6.8%), 문학(5.5%), 출판(3.9%), 건축(1.2%), 사진(0.8%)과 만화(0.7%), 기타(3.5%) 순으로 나타남
- ▸매출현황은 1천만 원 미만(7.1%), 1-5천만 원(14.8%), 5천-1억(15.2%), 1-2억(14.5%), 2-3억(8.5%), 3-5억(8.6%), 5-10억(6.6%), 10억 원 이상(3.6%)으로 나타났으며, 연간 매출액은 27,017만 원이며, 평균 종사자 수는 총 7.2명으로 나타남

5. 문화예술 분야 사회적 경제기업 지원정책

1) 문화예술 분야 사회적경제 활성화를 위한 지원 정책(2019)[21]

비전	사회적경제와 함께 행복한 문화국가

목표	◇ 문화 분야 사회적경제 확산 및 지속가능한 문화 일자리 확대 ◇ 사람 중심의 문화 생태계 조성 및 지역사회 활력 제고

전략1. 문화 분야 특화 지원체계를 본격 가동합니다.	
1	예비사회적기업 지정 제도 도입 및 전담 지원조직 운영
2	창업부터 성장까지 단계별 맞춤 지원 및 전문 인력 양성
3	사회적가치 측정체계 마련 및 금융 접근성 제고

전략2. 지역·주민·사회적경제가 함께 문화를 창출합니다.	
4	문화인력의 일자리 여건 개선을 위한 혁신적 사업모델 확산
5	사회적경제조직 참여를 통한 지역 문화 자산 활용도 제고
6	수요자 맞춤형 생활문화프로그램 확산

전략3. 연대와 협업으로 문화의 사회적 가치를 확산합니다.	
7	공공·민간·사회적경제조직 간 다각적 협력체계 구축
8	문화 분야 사회적경제 인식 제고

래

<그림 2-3> 문화예술 분야 사회적경제 활성화 정책

○ 예비사회적기업 지정 제도 도입 및 전담 지원조직 운영

- ▸문화체육관광형 예비사회적기업 지정제도를 도입하여 문체부 사업 및 문화시설 운영 참여, '사회적기업가 육성사업'과의 연계를 통해 문화예술 분야 특화형 창업팀 발굴 및 예비사회적기업으로 지정·관리
- ▸분야별 특화된 전담 중간지원조직 운영인 예술경영지원센터 내에 사회가치 창출팀 신설하여 사회적 경제기업 본격 육성

○ 창업부터 성장까지 단계별 맞춤 지원 및 전문인력 양성

- ▸문화예술 성장단계별 지원을 지역 문화재단 연계 상담 병행
- ▸예술경영아카데미 과정 수강 연계 기업가 양성 교육

21) 관계부처합동(2019.9.3), 사회적경제 활성화를 통한 문화서비스·일자리 창출방안.

○ 문화분야 사회적 가치 측정체계 마련 및 금융 접근성 제고

- ▸문화예술 분야 사회적 경제기업 실태조사 및 사회적 경제기업이 창출하는 사회적 가치 측정지표 개발로 외부 재원조달 기회 증대
- ▸기업진단을 통해 투자 유치제안 컨설팅, 투자기관 연결 주선 및 투자 유치대회 개최

○ 문화 인력의 일자리 여건 개선을 위한 혁신적 사업모델 확산

- ▸프리랜서 위주의 일자리 특성을 반영, 예술인 창작 여건 개선과 안정적 활동을 지원하는 예술인 프리랜서 협동조합

□ ▸주민 수요에 맞는 생활 SOC 및 문화시설 활성화를 위해 운영주체로 지역 사회적경제 조직 참여 유도

○ 수요자 맞춤형 생활문화프로그램 확산

- ▸문화격차 해소 및 청년예술인 활동 지원을 위한 문화 프로그램 운영에 사회적 경제기업 참여 확대

○ 공공·민간·사회적 경제기업 간 다각적 협업체계 구축

- ▸문화분야 사회적경제 협의체 구성·운영
- ▸기관별 인프라와 전문인력을 활용하여, 공공기관 및 사회적 경제기업과의 협업 사업 추진 및 우수사례 확산
- ▸기업과의 협업 관계망을 활용, 기업-사회적 경제기업 인적교류 촉진 및 협력사업 등 후원 유도

○ 문화분야 사회적경제 인식 제고

- ▸사회적 경제기업의 공공판로 개척 지원
- ▸문화 분야 사회적경제 성과 및 가치 확산

2) 문화예술 분야 사회적경제 관련 주요 사업(2021)[22]

○ 문화예술 분야 사회적경제 활성화 지원

- ▸문화예술 활동을 통해 사회문제를 혁신적으로 해결하는 사회적경제조직 발굴 및 사회적경제 조직 단계별 맞춤형 지원을 통한 활성화
- ▸사업규모는 2021년 2,644백만 원
- ▸지원대상은 문화예술분야 (예비)사회적기업, (사회적)협동조합, 소셜벤처 등

22) 한국사회적기업진흥원(2021), 2021년 사회적경제 관련 주요사업 안내자료.

▸사업내용은 문화예술 분야 사회적경제 창업 및 사업화 지원

· 창업 아이디어 발굴 및 창업과정 지원

· 초기기업 사업기반 구축

· 성장·성숙기 기업 사업도약 지원

○ 토요문화학교 운영

▸문화예술 기반시설과 연계한 문화예술교육 프로그램을 지원하여 학교 밖 주말 문화예술교육 향유 및 기회 확대

▸지원대상은 문화예술기반 단체

▸지원규모는 22개소

▸사업내용은 아동·청소년 및 그 가족이 참여하는 문화기반시설과 연계하여 주말 문화예술교육 프로그램 운영 및 신규 프로그램 개발·연구

○ 작은 미술관 조성 및 운영지원

▸문화예술 소외지역에 작은미술관을 조성·운영함으로써 지역 예술가, 단체들을 발굴하고 국민의 시각예술 향유기회를 확대

▸사업규모는 700백만 원

▸지원대상은 작은미술관을 조성하거나 운영중인 단체

▸사업내용은 작은미술관 신규조성, 지속운영, 전시활성화 지원

○ 작은 도서관 독서문화프로그램 운영

▸작은 도서관에서 매월 마지막 주를 문화가 있는 날로 정해 독서문화프로그램을 운영하여 작은도서관 활성화 지원

▸사업규모는 200백만 원

▸지원대상은 전국 작은도서관 70개관

▸사업내용은 도서관 특성을 살린 '문화가 있는 날 브랜드 프로그램' 기획·운영

▸권역별 워크숍을 실시하여 작은 도서관과 문화예술전문가의 본 사업에 대한 이해 증진과 협력관계 고취로 참여도와 효율성 증대

6. 문화예술 분야 사회적경제 해외 사례

○ 프랑스, 꽁빠뇽나쥬 극단 연합

▸기관 개요

· 꽁빠뇽나쥬 극단 연합은 1997년 리옹에서 창단한 이후 론알프스 지역 (Rhone-Alpes) 젊은 연극인들의 연극 교육 및 취업지원을 담당. 노동통합을 위한 자활고용주 그룹(Groupement d'Employeurs pour l'Insertion et la Qualification, GEIQ)기관 인증을 받은 이 극단에서는 3년 주기로 극단원들을 모집하며, 교육 후 파트너 극단들과의 협약을 통해 극단원들의 예술 활동이 지속될 수 있도록 함

□ ▸주요 시사점

· 꽁빠뇽나쥬 극단은 신진 연극인들을 대상으로 한 연극직업교육을 주요 업무로 하고 있으면서 예술 활동과 노동시장을 연결하기 위해 노력. 이것은 취미활동에 가까운 아마추어 연극인에 대한 교육과는 명백히 구분됨. 이러한 교육을 통해 불안정한 고용시장에 놓인 젊은 연극인들이 확실한 직업을 가질 수 있도록 하는 것이 목표. 단순한 '협업'과 강압적 지속이 아닌 배우와 극단 사이에 형성된 강한 유대를 통해 젊은 연극인들이 전문 배우가 될 수 있도록 지원. 결과적으로 꽁빠뇽나쥬의 교육생들은 83%라는 높은 재취업률 기록

· 꽁빠뇽나쥬는 또한 여러 극단과의 연합 활동을 기반으로 교육하며, 기존 꽁빠뇽나쥬 출신 배우들의 적극적인 참여로 운영된다는 점을 주목할 만 함. 지역사회 기반의 활발한 활동을 실시하고 있다는 점도 긍정적인 대목

· 극단 꽁빠뇽나쥬의 경우 운영비용의 대부분은 중앙 정부 및 지역정부의 보조금 프로그램을 통해 충당하고 있을 정도로 정부보조금 의존도가 높음. 또한 3년 교육 프로그램에서 약 10여 명의 극단원이 선정된다는 점에서 수혜를 받는 연극인의 수가 매우 적다는 점도 한계점

○ 영국, 콕팟 아츠

▸기관 개요

· 콕핏 아츠는 런던의 중서부 홀본(Holborn)과 남동부 뎁포트(Deptford) 두 곳에 있는 건물을 기반으로 공예작가와 디자이너들을 육성하고 있는 영국의 사회적기업. 이곳에 입주한 작가들은 패션, 섬유, 판화, 도자기, 가구, 스테인드글라스 등을 기반으로 하고 있으며 170개의 작업실을 보유하고 있음

□ ▸주요 시사점

· 콕핏 아츠는 가장 먼저 예술가가 기업가로서의 역량을 발굴하고 개발할 수 있는 지원을 한다는 점에서 큰 의의. 콕핏 아츠에서 제공되는 서비스들을 통해 예술가들은 그들 고유의 비즈니스를 만들기 위한 준비를 할 수 있고, 사업의 진행 과정에서도 예상치 못한 상황에 대한 대비를 각 분야 전문가들과 함께 해결할 수 있는 구조를 갖춤. 이로써 경영·관리 업무에 어려움을 느끼는 전문 예술인들이 예술적 역량을 상업화하여 자립할 수 있는 환경을 조성

· 예술 전체 장르 중 소외분야인 공예 활성화에 기여. 공예분야의 경우 도제식의 기술전수 기반으로 성장했기 때문에 대중에게는 예술의 한 분야보다는 장인활동의 하나로 인식되는 경향이 있음. 콕핏 아츠는 이러한 환경에서 공예를 예술의 한 분야로 자리 잡게 하기 위한 활동에 초점. 대중들에게는 공예의 예술성을 소개하는 다양한 행사를 개최하며, 정부 및 학계에는 공예가 예술분야로 자리 잡을 수 있는 기반을 조성하기 위한 옹호 활동을 지속

- 콕핏아츠는 입주기한을 정해놓지 않음으로써, 공예가들이 안정적인 사업기반을 구축할 때까지 집중적 지원을 하지만, 이 점이 수혜자 수를 제한한다는 점에서 한계가 있음. 그러나 입주작가와 담당 스태프들에 따르면 이런 한계에도 불구하고 입주공예가들의 확실한 자립을 이루어 내는 것이 콕핏 아츠의 근본적 목표이기 때문에 입주자들을 단기적으로 순환하는 시스템은 고려하지 않음

○ 벨기에, 스마트

▸기관 개요

· 프리랜서를 지원하는 협동조합으로 1998년에 설립. 영상, 미술, 음악, 문학, 공연, 연극, 무용 등 모든 예술분야의 프리랜서를 대상으로 계약 관리, 법적 안전, 행정 편의와 간소화 서비스 등을 제공. 이 조합은 문화예술인협회, 대행사무소, 제작사, 기금, 사무국 등 필요한 사업조직을 갖추어, 다양한 법률, 행정업무와 사회보장 서비스를 지원하여 문화예술인들이 자신의 창작활동에 집중할 수 있도록 도움

□ ▸주요 시사점

· 스마트는 벨기에 브뤼셀을 기반으로 시작하였지만 현재는 유럽 전역에 지부를 가지고 있는 다국적 기업으로 성장. 또한 이 과정이 사업규모 및 경제규모를 확장 시키려는 목적에서 생겨난 것이 아닌, 이용자들의 요구와 참여에서 자발적으로 이루어졌으며 이것은 지역을 기반으로 하는 문화기업가 정신과 연결. 즉, 이용자(예술분야 프리랜서)의 요구와 어려움, 지원이 필요한 분야 등에 대

한 끝없는 고민과 실행이 현재의 스마트의 성장의 기반. 스마트의 경제적 자립도 눈 여겨 볼 필요가 있음. 사회적기업(협동조합모델)으로서 자립경영 하면서 여전히 윤리적 가치에 기반하여 본래의 사회적 목적에 충실할 있다는 좋은 사례

· 반면 스마트의 거대한 규모는 사업을 진행하는데 단점으로 작용할 수 있음. 지역기반의 사회적기업으로서 이용자들의 의견과 문제에 빠르게 대응하기 위해서는 때로는 민첩한 이동성 및 결단력이 필요할 때가 있지만, 스마트의 규모가 커지면서 한계가 노출됨. 이를 보안하기 위해 중앙의 운영방침보다는 각 지부의 현장에 기반하는 자율운영에 노력을 기울이고 있음

◯ 미국, 스노우시티아트

▸기관 개요

· 스노우시티아트는 소아병동환자들에게 예술교육 및 공연전시 기회를 제공하는 시카고 유일의 병원 기반 비영리 예술교육 전문기관으로, 장기 입원으로 인해 학교에 가지 못하고 학업에 지장을 받는 아이들(3세에서 22세)에게 미술, 공연, 음악, 영상, 창의적 글쓰기 등 예술을 기반으로 교육기회를 제공하는 것이 사업의 주요 목표. 주 5일 4곳의 협력병원 아동병동에서 10명의 예술가교사에 의해 일대일 또는 소규모로 각자의 병실 또는 원내 별도로 설치된 아이디어랩(Idea Lap, medical free zone)에서 워크숍을 진행. 2003년부터 시카고 공립학교 시스템과의 공식 협력 하에 학생들의 프로그램 이수 기록을 학교 성적에 정식 반영시킬 수 있도록 지원하고 있음

□ ▸주요 시사점

· 오랜 협력관계와 다양한 파트너십을 통해 사업 영역을 확장해 왔으며 학계와 사업 영역 내 다양한 인증 및 인정을 받고 있으나 비영리 단체로서 경제적 자생력을 갖추는 것은 여전히 난제 □

· 예술교육은 미국 내, 특히 일리노이 주 내, 문화예술영역에서 가장 많은 주목과 지원을 받는 분야로 스노우시티아트가 “예술교육”기관이기 때문에 예술교육 또는 교육에 초점을 둔 재단과 기업, 개인들로부터 기부금을 유치하는 것이 가능. 만약 교육적 요소가 부재했다면 기부금 유치 및 지원관계 유지가 보다 어려웠을 것이라 예상

· 그러나 재정적, 운영적 부분에서 뿐만이 아니라 스노우시티아트가 생각하고 부여 하는 기관의 예술적, 교육적, 사회적 가치가 정부 또는 민간후원재단의 초점과 항상 일치하는 것은 아니라는 점도 어려움이자 운영 면에서 겪는 한계점

· 다른 문화예술기관들과 마찬가지로 인건비가 큰 비중 차지. 소규모 정직원을

제외 하고는 연봉이 아닌 시급제, 또한 외부회계, 정부, 기술, 연구팀을 고용하고 있으며 큐레이션 서비스 진행에도 외부 인력이 필요해 아웃소싱을 통한 인건비 지출이 큼

· 비영리 예술기관이자 교육기관으로 무료로 제공되는 프로그램이기 때문에 고정적인 수입 발생이 어려움. 큐레이션 서비스나 상품 판매를 통해 부가적인 수익을 올리고 있으나 이는 실질적으로는 마케팅적인 접근법으로 인한 사회적기업적 접근법이자 기관의 미션을 위한 방법이지 주요 수익창출의 수단은 아님. 수익 산출이 어렵고, 불규칙적인 수입 조달에 의해 정부, 기관의 후원금과 협력병원으로부터의 지원에 의지할 수밖에 없는 한계가 있음

· 예술, 교육, 의료부분에 대한 미국 정부의 지원 축소, 개인 및 재단의 기부금 세금공제에 대한 세제개혁안 등 계속되는 정책 변화로 인해 많은 문화예술기관이 어려움을 겪고 있는 것이 현실, 스노우시티아트는 올해까지는 국립예술기금의 지원금부터 기존 대부분의 기관들로부터 받고 있던 기부금을 유지하는 것이 가능 했으나 장기적으로 안정적인 지원금 확보에 영향이 있을 수 있을 것으로 예상

· 연방 정부 차원의 정책 변화도 문제이지만, 주나 시정부 및 지역의 주요 후원기관의 정책 변화가 보다 크게 영향을 미침. 최근 일리노이 내 문화예술의 주요 후원기관이 이었던 Chicago Community Trust가 갑작스럽게 문화예술 분야 지원 철회를 결정하면서 기관의 지원을 받아오던 크고 작은 문화예술기관들의 운영에 적지 않은 영향

· 병원 기반 프로그램으로 프라이버시와 보안 범위 하에 학생들의 정보에 접근하며, 또한 의식적으로 학생들의 건강 상태가 프로그램 평가의 기준에 포함되지 않도록 하고 있음. 이러한 접근법은 공평하고 장벽 없는 프로그램 제공이라는 장점을 지니도록 해주지만 동시에 프로그램 효과에 대한 평가를 어렵게 만드는 요소이기도 함

· 스노우시티아트 프로그램의 영향력에 대한 분석이 쉽지 않으며, 이는 후원금·기부금 요청 시에 한계점으로 작용. 병원 및 의과대학 교수, 학생들과 협력 하에 연구 디자인 중에 있으나, 유사 기관이 부재하고 건강예술 영역에 있는 기관들의 연구범위에도 한계와 차이가 있어 쉽지 않은 상황

· 스노우시티아트도 병원이나 기관 내 학생들의 작품을 큐레이팅하는 부수적인 사회적 수익사업을 진행하고 있고, 비영리예술기관이 부가적인 활동으로 얻을 수 있는 수익에 대한 이해는 있지만, 현재 비영리 문화기관들이 영리사업부문을 확장하는 것에는 한계가 존재

· 미국의 문화예술 분야 그리고 비영리부문 전체의 특징 또는 문제점은 비슷한

목적으로 유사한 사업을 진행하는 기관의 수가 많다는 점. 스노우시티아트 처럼 비영리 예술교육기관이 아니더라도 예술프로그램을 제공하는 병원이나 기타 기관들이 모두 한정된 자원을 두고 경쟁을 해야 하는 상황. 미국 정부 내 예술분야에 대한 관심이 아주 높지 않은 상황에서 비슷한 목적이나 미션을 공유하는 타 영역 기관과의 협력 등은 가능하기는 하나 성공이 보장되지 않고 또 한편으로는 유사기관들과는 경쟁을 하게 되는 환경이 많은 문화예술기관들의 안정적인 운영에 걸림돌로 작용하기도 함

○ 캐나다, 아트스케이프

▸기관 개요

· 예술가와 문화를 통한 지역사회 활성화에 초점을 두고 공간임대, 교육 및 예술 프로그램을 제공하는 비영리 도시 개발 기관. 사업의 주요 초점은 1) 저소득층 예술가들을 위한 안정된 거주, 작업, 전시 공간 제공, 2) 지역 커뮤니티를 위한 문화 공간 개발. 버려진 공공건물을 매입하여 예술가들을 위한 저렴한 작업실 겸 거주시설, 또한 전시공간으로 재생하거나 교육, 문화, 상업 행사 등을 위한 복합문화공간으로 조성하여 지역 커뮤니티 활성화에 기여

□ ▸주요 시사점

· 아트스케이프는 문화 예술기관의 특히 비영리 문화예술 영역 안에서의 경제적 독립성과 안정성, 지속 가능성은 중요한 가치라고 설명

· 연방·주·지방정부와의 긴밀한 협력관계는 중요, 하지만 높은 재정적 의존도는 기관의 지속적 독립적 활동 및 성장에 제약. 정책 변화에 따라 민감하여 정부 자산 내에서만 운영하는 사업은 도리어 제약이 많을 수 있음. 경제적 독립성이 기반이 된 지속 가능성을 키우는 것이 필요

· 정부와의 긴밀한 협력관계란 단순히 재정적인 지원만을 의미하지 않음. 주·지방정부의 역할은 사업에 필요한 기반 구조 제공, 협력업체 연결, 프로젝트에 대한 신속한 승인 등 아트스케이프 같은 단체가 사업을 효율적이고 효과적으로 진행하는 데에 도움

· 다양하고 다차원적인 협력관계가 중요. 지역 사회 내 다양한 영리·비영리기관들과의 파트너십은 성장과 지속 가능성의 기반. 협력관계가 시작되는 다양한 통로와 이를 적극적으로 활용할 수 있는 방법 모색이 중요

제3장 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황 분석

제3장 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황

제1절 조사 범주

1. 문화예술 범주

○ 문화예술을 진흥하기 위해 제정한 문화예술진흥법을 기반으로 하여, 이와 관련된 문화예술 분야 법규 및 유사연구에 활용되는 문화예술 분야 및 한국표준산업분류를 포함하여 범주를 구성[23)]

<표 3-1> 문화예술 분야 범주

구분	문화예술 분야 범주
문화예술진흥법	· 문학, 어문, 출판, 만화, 미술·응용미술, 사진, 건축, 음악, 무용, 연극, 영화, 연예, 국악
문화산업진흥법	· 출판·인쇄·정기간행물, 만화, 미술품, 공예품, 디자인, 음악, 공연 영화·비디오물, 대중문화예술산업, 방송영상물, 문화재, 전통상품, 게임, 광고, 캐릭터, 애니메이션, 에듀테인먼트, 디지털문화콘텐츠
예술경영지원센터 사회적경제 조직의 사업내용	· 예술교육, 축제 기획, 문화체험, 문화재, 문화유산
한국표준산업분류	· R 예술 여가관련 서비스업(90)

2. 사회적 경제기업 범주

○ 2020년 12월 기준 인천시 사회적기업, 마을기업, 협동조합, 자활기업 현황 및 매출, 고용, 사회적 가치 지표 분석[24)]

○ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 설문조사 및 사례분석

23) 사회적기업이 신청당시와 다르게 지정·인증 후 업종추가, 업종 변경하는 경우가 있어 2019년 문화예술관광부 문화예술 분야 사회적 경제기업 사업 분야가 다를 수 있음

24) 소셜벤처는 자료가 없어 제외함

제2절 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황

1. 사회적기업 현황

○ 2020년 12월 기준 인천시 인증 및 예비사회적기업은 전체 241개소, 인증사회적기업 170개소, 예비사회적기업 71개소(지역형 52개소[25], 부처형 26개소)로 나타남

▸ 예비사회적기업의 경우는 지자체 단체장(인천광역시장)이 지정기간을 3년으로 정하고 있으며, 3년 이내에 사회적기업으로 인증되지 못하면 지정 만료되어 예비사회적기업에서 제외됨

○ 2020년 12월 기준 군·구별 인증 및 예비사회적기업을 보면 미추홀구 50개소(20.7%), 남동구 49개소(20.3%), 서구 31개소(13.1%), 연수구 25개소(10.4%), 계양구 23개소(9.5%), 부평구 21개소(8.7%), 동구 14개소(5.8%), 중구 9개소(3.7%), 강화군 10개소(4.1%), 옹진군 8개소(3.3%) 순으로 나타남

<표 3-2> 군구별 사회적기업 수

2020년				
군/구	예비	인증	총합계	비율
중구	2	7	9	3.7%
동구	5	9	14	5.8%
미추홀구	18	32	50	20.7%
연수구	10	15	25	10.4%
남동구	19	30	49	20.3%
부평구	3	18	21	8.7%
계양구	1	22	23	9.5%
서구	10	21	31	13.1%
강화군	3	7	10	4.1%
옹진군	0	8	8	3.3%
합계	71	170	241	100.0%

자료: 인천시, 단위: 개소, %

❍ 조직형태별 현황은 상업상 회사 172개소(71.4%)로 가장 많고 협동조합 34개소(14.1%), 민법상 법인 17개소(7.1%), 농업회사 법인 8개소(3.3%), 비영리단체 7개소(2.9%), 사회복지 법인 3개소(1.2%)로 나타남

25) 2020년도 12월 말 기준 인천형 예비사회적기업 수는 인증전환, 지정만료, 폐업 등을 제외한 현황임

<표 3-3> 조직형태별 군·구별 사회적기업

조직형태	총합계	중구	동구	미추홀구	연수구	남동구	부평구	계양구	서구	강화군	옹진군
총합계	241	9	14	50	25	49	21	23	32	10	8
상법상 회사	172	7	12	36	22	33	10	19	23	2	8
협동조합	34	1	1	8	2	10	5	2	4	1	
비영리민간단체	7			2		2	3				
사회복지 법인	3			1	1		1				
농업회사 법인	8					1	1			6	
민법상 법인	17	1	1	3		3	1	2	5	1	

자료: 인천시, 단위: 개소

○ 사회적목적별 유형 현황은 일자리제공형 153개소(63.5%), 지역사회공헌형 11개소 (4.6%), 혼합형 13개소(5.4%), 사회서비스제공형 12개소(5.0%), 기타 창의·혁신형 52개소(21.6%)로 나타남

<표 3-4> 사회목적별 사회적기업 유형

사회적목적 유형	총합계	중구	동구	미추홀구	연수구	남동구	부평구	계양구	서구	강화군	옹진군
총합계	241	9	14	50	25	49	21	23	32	10	8
일자리제공형	153	6	10	25	13	35	15	19	18	7	5
지역사회공헌형	11			3	2	1	1			2	2
혼합형	13		2	2	2	3			4		
사회서비스제공형	12	1	1	2	3	2	1	1			1
기타(창의·혁신)형	52	2	1	18	5	8	4	3	10	1	

자료: 인천시, 단위: 개소

○ 문화예술진흥법 및 문화산업진흥법, 예술경영지원센터 사회적경제 조직의 세부 사업내용에 따라 인천시 문화예술 분야 사회적기업 현황은 다음과 같음

<표 3-5> 유형별 사회적기업 분류

문화예술 분야	기업 수	형태	
		예비	인증
문화예술	20	6	14
출판 · 영상	11	6	5
교육서비스[26]	24	11	13
총합계	55	23	32

자료:더좋은경제사회적협동조합, 단위: 개소

▸ 세부 업종으로 분류하면 문화예술은 공연기획, 행사대행 6개소, 출판·영상은 영상물 제작 4개소, 교육서비스는 공예 및 숲체험 3개소로 높게 나타남[27]

26) 예컨대 공예업종의 경우 공예제작·판매 보다는 공예체험 및 교육 등이 주요매출로 집계되어 교육서비스 업종 분류하였으며, 문화예술 교육도 같은 경우에 해당.

<표 3-6> 인천시 문화예술 분야 사회적기업 세부업종

세부 업종[28]	문화예술	출판 영상, 도서	교육서비스	총합계
공연기획, 행사대행	6			6
공연예술	3			3
교육(지역바우처)			1	1
교육(공예)			3	3
교육(다문화)			1	1
교육(대안)			1	1
교육(도자기)			1	1
교육(목공)			1	1
교육(방과후)			1	1
교육(비대면)			1	1
교육(산림)			1	1
교육(상담, 돌봄)			1	1
교육(생태텃밭)			1	1
교육(숲체험)			3	3
교육(영상미디어)			1	1
교육(전통예절)			1	1
교육(중국어 문화)			1	1
교육(체험)			1	1
교육(피아노)			1	1
교육(하브루타)			1	1
교육(학교교육지원)			1	1
교육(흡연예방)			1	1
극단	1			1
도서판매		3		3
디자인		1		1
디지털컨텐츠 개발		1		1
문화예술 기획,공연	3			3
문화예술 교육	1			1
문화컨텐츠 개발	1			1
벽화		1		1
영상물 제작		4		4
영화관	1			1
영화제작	1			1
출판업		1		1
퓨전국악	1			1
한지공예	1			1
행사대행업	1			1
합계	20	11	24	55

자료: 더좋은경제사회적협동조합, 단위:개소

○ 세부 업종을 군·구별로 보면 남동구 14개소, 미추홀구 13개소, 서구 7개소, 동구 6개소, 계양구 및 연수구 4개소, 중구 3개소, 강화군 1개소로 나타남

27) 2020년 12월 31일 기준임. 예비사회적기업의 경우 지정기간이 만료되면 사회적기업에서 제외됨

28) 예비사회적기업은 신청 당시 사업분야를 교육, 보건, 사회복지, 환경, 문화·예술, 보육, 산림보존 및 관리, 가사·간병, 문화재보존, 청소 및 사업시설관리, 고용서비스, 제조, 유통, 기타 선택하여 신청, 인증사회적기업은 사업중에서 주매출을 중심으로 한국표준사업분류에 따라 직접 기입.

<표 3-7> 군·구별 문화예술 분야 사회적기업 세부업종

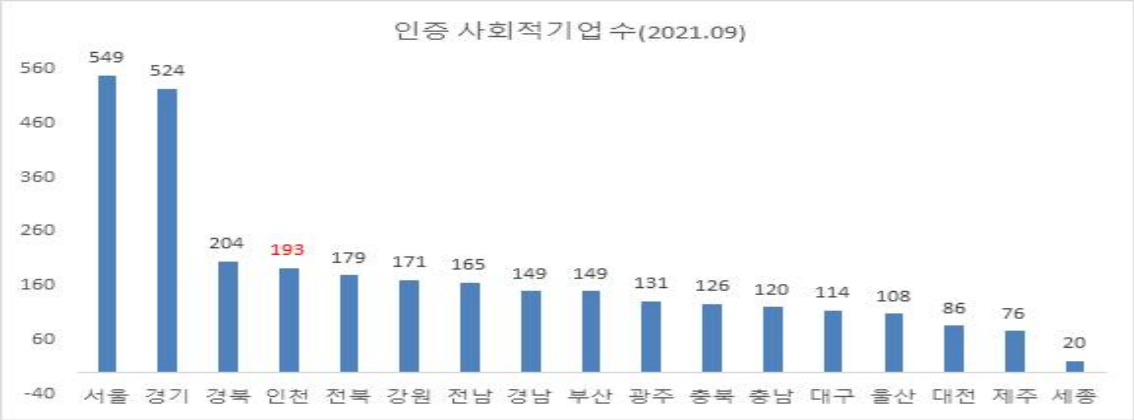
세부 업종	강화군	계양구	남동구	동구	미추홀구	부평구	서구	연수구	중구	총합계
공연기획, 행사대행		1	3		2					6
공연예술					1	2				3
교육(공예)				2	1					3
교육(지역바우처)									1	1
교육(다문화)		1								1
교육(대안)							1			1
교육(도자기)				1						1
교육(목공)				1						1
교육(방과후)			1							1
교육(비대면)							1			1
교육(산림)					1					1
교육(상담, 돌봄)					1					1
교육(생태텃밭)			1							1
교육(숲체험)			3							3
교육(영상미디어)					1					1
교육(전통예절)							1			1
교육(중국어문화)									1	1
교육(체험)								1		1
교육(피아노)								1		1
교육(하브루타)		1								1
교육(학교교육지원)								1		1
교육(흡연예방)					1					1
극단			1							1
도서판매			2		1					3
디자인					1					1
디지털컨텐츠 개발							1			1
문화예술 기획,공연	1					1	1			3
문화예술 교육					1					1
문화컨텐츠 개발		1								1
벽화			1							1
영상물 제작			1		2		1			4
영화관				1						1
영화제작				1						1
출판업							1			1
퓨전국악								1		1
한지공예									1	1
행사대행업			1							1
합계	1	4	14	6	13	3	7	4	3	55

자료: 더좋은경제사회적협동조합, 단위: 개소.

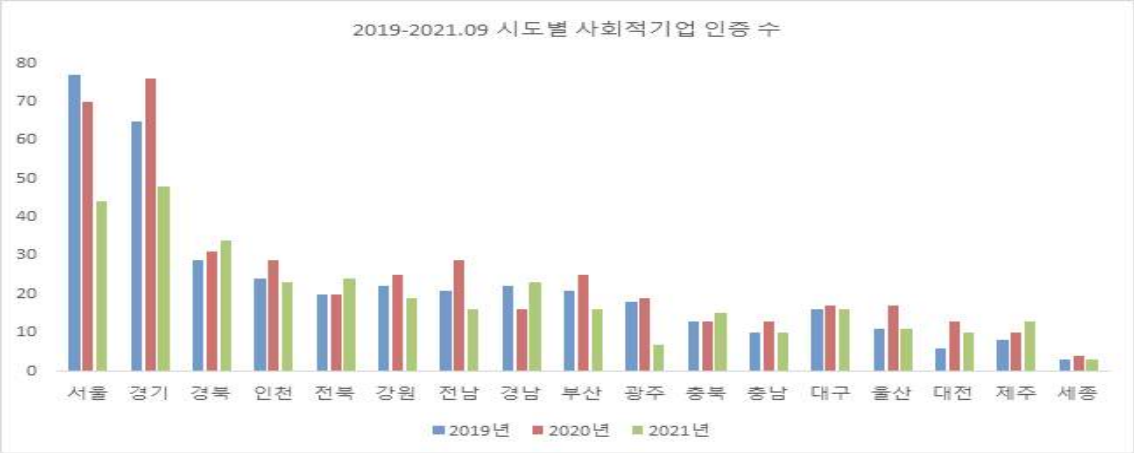
○ 최근 4년간 인천시 인증사회적 기업 수는 크게 증가하고 있음

- 2021년 9월 현재 인증사회적 기업 수는 서울 549개소, 경기 524개소, 경북 204개소, 인천 193개소로 인천은 4위를 기록하고 있음
- 2018년 23개소, 2019년 24개소, 2020년 29개소, 2021년 9월 현재 23개소가

고용노동부로부터 사회적기업으로 인증받았음



<그림 3-1> 인증 사회적기업 수(2021.09)



<그림 3-2> 2019-2021.09 시도별 사회적기업 인증 수

2. 협동조합 현황

○ 2020년 12월 기준 전국의 (사회적)협동조합은 전체 19,491개소 일반협동조합 16,818개소, 사회적협동조합 2,569개소로 나타남[29)]

▸ 서울시는 4,431개소(22.7%), 경기 3,568개소(18.3%), 전북 1,275개소(6.5%)이며, 인천시는 560개소(2.9%)로 최하위를 기록함

29) 협동조합 중에서 사업을 운영하고 있는 협동조합은 50% 미만으로 나타남

<표 3-8> 전국 협동조합 수

	사회적 협동조합	사회적협동조합 연합회	일반협동조합	일반협동조합 연합회	총합계	비율
서울	630	6	3,761	34	4,431	22.7%
경기	611	5	2,944	8	3,568	18.3%
전북	113	-	1,160	2	1,275	6.5%
강원	150	-	944	-	1,094	5.6%
전남	105	1	963	2	1,071	5.5%
광주	71	1	869	4	945	4.8%
경북	136	1(이종)	798	1	936	4.8%
부산	61	1	847	8	917	4.7%
경남	170	1	725	3	899	4.6%
충남	79	1	753	2	835	4.3%
대전	96	3	650	6	755	3.9%
대구	59	-	693	3	755	3.9%
충북	73	-	530	5	608	3.1%
인천	99	-	460	1	560	2.9%
울산	56	-	300	1	357	1.8%
제주	39	1	276	1	317	1.6%
세종	21	-	145	2	168	0.9%
합계	2,569	21	16,818	83	19,491	

자료: coop.go.kr, 개소, %

○ 2020년 12월 기준 인천시 (사회적)협동조합은 전체 558개소, 일반협동조합 460개소, 사회적협동조합 98개소로 나타남[30)]

- ▸2019년과 비교하여 전체 협동조합은 17.2%(82개소), 세부항목으로 일반협동조합 15.0%(60개소), 사회적협동조합 28.9%(22개소) 증가하였음
- ▸일반협동조합의 설립추세는 2014년 80개소 설립 이후 매년 감소하여 2016년 43개소로 46.2% 감소하였으나, 2017년 이후 증가추세로 전환하여 2020년 52개소 설립되어 2017년 대비 20.9% 상승함
- ▸사회적협동조합 설립추세는 매년 변동성이 크지만, 2018년 이후 사회적협동조합 설립추세가 크게 증가하여 인천은 99개소로(3.8%) 전국 17개시도 중에서 8위를 기록하여 일반협동조합 2.9%보다 높은 편

○ 2020년 12월 기준 군·구별 일반협동조합을 보면 남동구 89개소(19.3%), 부평구 73개소(15.9%), 미추홀구 66개소(14.3%), 서구 57개소(12.4%), 연수구 42개소(9.1%) 순으로 나타남

- ▸군·구별 사회적협동조합을 보면 부평구 21개소(21.4%), 남동구 18개소(18.4%), 미추홀구 17개소(17.3%), 연수구 11개소(11.2%), 서구 10개소(10.2%) 순으로 나타남

30) 전체 560개소 중에서 협동조합 이름 중복, 협동조합 연합회 제외하고 총 558개소

<표 3-9> 군구별 (사회적)협동조합 수

군 구	사회적	일반	총합계	비율
남동구	18	89	107	19.2
부평구	21	73	94	16.8
미추홀구	17	66	83	14.9
서구	10	57	67	12.0
연수구	11	42	53	9.5
계양구	8	34	42	7.5
중구	6	36	42	7.5
강화군	2	29	31	5.6
동구	4	20	24	4.3
옹진군	1	14	15	2.7
합계	98	460	558	100.0

자료: www.coop.go.kr, 단위: 개소, %

○ 2020년 12월 기준 한국표준산업분류에 따라 업종별 (사회적)협동조합을 보면 도·소매 144개소(25.8%), 교육서비스 91개소(16.3%), 보건 35개소(6.3%), 농·어·임업 34개소(6.1%), 사업시설관리, 제조업 각 33개소(각 5.9%), 개인서비스 32개소(5.7%) 순으로 나타남[31)]

<표 3-10> 업종별 (사회적)협동조합 수

업종 별	기업수	비율
개인서비스	32	5.7%
건설	21	3.8%
교육 서비스	91	16.3%
금융·보험	1	0.2%
농·어·임	34	6.1%
도·소매	144	25.8%
보건	35	6.3%
부동산	7	1.3%
사업시설관리	33	5.9%
숙박·음식	23	4.1%
예술·여가	24	4.3%
유통	19	3.4%
자기소비	1	0.2%
전기·가스·수도	10	1.8%
전문·과학	16	2.9%
제조	33	5.9%
출판·영상	23	4.1%
하수·폐기물	11	2.0%
총합계	558	100.0%

자료: www.coop.go.kr, 단위: 개소, %

○ 2020년 군구별, 업종별 (사회적)협동조합을 보면 남동구는 도·소매업(31개소), 교육 서비스업(21개)로 높은 비중을 차지하고 있으며, 사업시설관리(9개), 제조

31) 협동조합의 경우는 한국표준산업분류에 따라 업종별로 분류

업(8개)로 타 군·구 대비 높은 비중을 차자하고 있음

- 부평구 또한 도·소매업(26개), 교육서비스업(14개)로 높은 비중을 차지하며, 개인서비스업(11개), 보건업(9개)로 타 군·구 대비 높은 비중을 차지함
- 미추홀구는 출판·영상업(8개)로 타 군·구 대비 높은 비중을 차지하고, 옹진군은 농·어·임업(6개)로 타 군·구 대비 높은 비중을 차지하고 있음

<표 3-11> 업종별 군구별 (사회적)협동조합 수

업종	총계	강화군	계양구	남동구	동구	미추홀구	부평구	서구	연수구	옹진군	중구
개인서비스	32	0	2	3	2	4	11	6	3	0	1
건설	21	0	1	6	1	2	5	1	5	0	0
교육 서비스	91	4	4	21	1	20	14	9	14	0	4
금융·보험	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
농·어·임	34	5	2	4	1	3	4	4	2	6	3
도·소매	144	12	15	31	9	16	26	20	9	1	5
보건	35	0	2	6	1	4	9	3	5	1	4
부동산	8	0	1	2	0	1	0	0	1	1	2
사업시설관리	32	0	3	9	3	3	5	2	4	0	3
숙박·음식	23	3	2	1	1	3	3	2	3	2	3
예술·여가	24	1	3	2	1	6	2	1	1	2	5
유통	19	1	0	2	0	3	2	6	1	0	4
자기소비	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
전기·가스·수도	10	0	0	3	1	1	1	2	0	1	1
전문·과학	16	0	1	4	0	2	2	3	2	0	2
제조	33	3	2	8	1	6	7	5	1	0	0
출판·영상	23	1	2	2	2	8	2	2	2	0	2
하수·폐기물	11	1	2	1	0	1	1	1	0	1	3
합계	558	31	42	107	24	83	94	67	53	15	42

자료: www.coop.go.kr, 단위: 개소

○ 사회적 목적 유형별로 보면 지역사업형이 35개소, 취약계층 고용형 18개소, 취약계층 사회서비스제공형 17개소, 위탁사업형이 11개소, 혼합형이 8개소, 기타 공익증진형이 2개소 순으로 나타남

- 비율로 보면 지역사업형이 35.7%, 취약계층 고용형이 18.4% 취약계층 사회서비스제공형이 17.3%, 위탁사업형 11.2%, 혼합형 8.2%, 기타 공익증진형이 2.0%를 차지함
- 군구별 사회적 목적 유형별을 보면 미추홀구 및 부평구는 지역사업형과 취약계층 사회서비스제공형이 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 계양구와 서구는 취약계층 고용형의 비중이 높게 나타남. 위탁사업형과 혼합형의 비중은 남동구가 가장 높은 것으로 나타남

<표 3-12> 군구별 사회적 목적 유형별 사회적협동조합 수

현황	지역 사업형	취약계층 사회서비스제공형	취약계층 고용형	위탁사업형	기타공익 증진형	혼합형	기타 32)
강화군	2	0	0	0	0	0	0
계양구	3	0	6	0	0	0	0
남동구	5	2	1	5	0	4	1
동구	2	0	1	0	0	0	0
미추홀구	6	4	2	2	0	2	1
부평구	8	6	2	1	2	1	1
서구	3	1	5	0	0	1	0
연수구	5	2	0	2	0	0	2
옹진군	0	0	0	0	0	0	1
중구	1	2	1	1	0	0	1
합계	35	17	18	11	2	8	7

자료: www.coop.go.kr, 단위: 개소

3. 마을기업 현황33)

○ 2020년 11월 기준 인천시 마을기업은 전체 60개소로 예비마을기업 4개소, 육성형 마을기업은 56개소로 나타남

▸ 군구별 현황은 남동구 및 부평구 9개소, 옹진군 8개소, 연수구 7개소, 서구 및 강화군 6개소 순으로 나타남

<표 3-13> 마을기업 현황

구 분	계	중구	동구	미추홀	연수	남동	부평	계양	서구	강화	옹진
계	60	5	3	3	7	9	9	4	6	6	8
예 비	4	1				2					1
육성형	56	4	3	3	7	7	9	4	6	6	7

자료: 인천시, 개소

○ 연도별 마을기업 선정 및 지정 현황은 2017년 15개소, 2018년 및 2019년 11개소, 2020년 13개소를 지정하였음

32) 폐업, 연락두절, 법인미등기 등 자료가 없는 사회적협동조합 7개소
33) 인천시 자료, 2020.11.

<표 3-14> 연도별 마을기업 지정 현황

구 분		계	2017	2018	2019	2020
계		50 [34]	15	11	11	13
예 비		14	6	1	4	3
육성형		33	9	9	6	9
	신 규	18	5	5	2	6
	재지정	12	4	3	3	2
	고도화	3		1	1	1
우 수		3		1	1	1

자료: 인천시, 단위: 개소

○ 조직 형태별 마을기업 현황은 협동조합 22개소, 주식회사 20개소, 영농조합 9개소로 나타남

<표 3-15> 조직형태별 마을기업 현황

구 분	계	협동조합	주식회사	영농조합	영어조합	재단법인	사단법인	단체	기타
개 소	60	22	20	9	1	1	1	2	4

자료: 인천시, 단위: 개소

○ 서비스 유형별 현황은 식품 22개소, 공예 8개소, 문화예술 5개소 등으로 나타남

<표 3-16> 유형별 마을기업 현황

구 분	계	식품	교육	공예	문화예술	관광체험	재활용	사회복지	기타
개 소	60	22	10	8	5	4	3	2	6

자료: 인천시, 단위: 개소

4. 자활기업 현황

○ 2020년 12월 기준 인천시 자활기업은 38개소이며, 업종별로 청소 12개소, 집수리 7개소, 가사간병 4개소, 택배 4개소 순으로 나타남

<표 3-17> 자활기업 현황

업종	제조	건설	택배	카페	집수리	서비스업	배송	가사간병	조리	홍보물	특수학교	청소
기업수	1	2	4	2	7	1	2	4	1	1	1	12

자료: 인천광역자활센터, 단위: 개소

34) 2017년 이후부터 지정된 마을기업

제3절 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 매출 현황

1. 사회적기업 매출 현황

○ 2020년 12월 기준 인천시 사회적기업(236개소[35]) 총 매출액은 189,936,822천원이며, 평균 매출액은 825,812천원, 중위값은 342,335천원으로 나타남

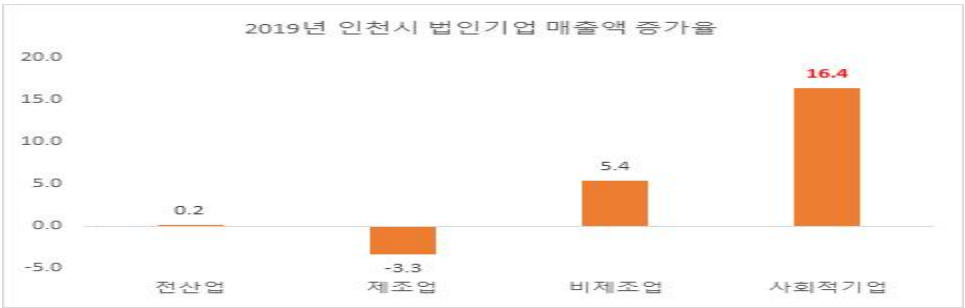
▸ 평균매출액을 보면 문화예술 210,246천원, 출판영상, 도서 730,150천원, 교육서비스 184,188천원으로 나타남

<표 3-18> 문화예술 분야 사회적기업 매출액

문화예술 분야	총 매출액	평균 매출액	중위값	기업 수
인천시 사회적기업 전체	189,936,822	825,812	342,335	236
문화예술	4,204,925	210,246	139,234	20
출판 영상, 도서	8,031,653	730,150	234,015	11
교육서비스	4,420,507	184,188	97,721	24

자료: 더좋은경제사회적협동조합, 단위:천원, 개소

○ 2019년 인천시 법인기업 매출액과 사회적기업 매출액 증가율을 비교해 보면 비제조업 5.4% 증가한 반면에 사회적기업은 16.4%로 증가하여 사회적기업 매출액이 크게 증가하고 있음[36]



<그림 3-3>인천시 법인기업 매출액 증가율

○ 2020년 사회적기업의 매출액을 시장별로 구분해보면 문화예술은 공공시장에서 90,362천원, 민간시장에서 119,884천원, 출판영상, 도서는 공공시장에서

35) 2020년 12월 기준 사회적기업중에서 지정만료, 취소, 자료가 없는 사회적기업 제외
36) 자료: 한국은행, 더좋은경제사회적협동조합

140,741천원, 민간시장에서 589,409천원, 교육서비스는 공공시장에서 98,924천원, 민간시장에서 85,264천원으로 나타남

▸ 평균매출액 기준으로 민간시장 대비 공공시장 매출액 비율을 보면, 전체 사회적기업 37.7%, 문화예술 43.0%, 출판영상, 도서 19.3%, 교육서비스 53.7%로 문화예술 및 교육서비스 업종은 공공시장 의존성이 높은 편

<표 3-19> 시장별 평균 매출액

문화예술 분야	공공시장		민간시장		공공시장 비율	기업 수
	평균 매출액	중위값	평균 매출액	중위값		
인천시 사회적기업 전체	311,471	5,964	514,342	5,964	37.7	236
문화예술	90,362	122,004	119,884	156,976	43.0	20
출판 영상, 도서	140,741	133,057	589,409	142130	19.3	11
교육서비스	98,924	68,399	85,264	112,080	53.7	24

자료: 더좋은경제사회적협동조합, 단위:천원, %, 개소

○ 2020년 사회적기업이 지원받은 지원금을 정부지원금과 민간지원금으로 구분해 보면 문화예술은 정부지원금 42,414천원, 민간지원금 2,817천원, 출판영상, 도서는 정부지원금 60,568천원, 민간지원금 1,022천원, 교육서비스는 정부지원금 34,583천원, 민간지원금 3,927천원으로 나타남

▸ 평균 매출액 기준으로 정부지원금 및 민간지원금 비율을 비교해보면 문화예술 93.8%, 출판 영상, 도서 98.3%, 교육서비스 89.8%로 정부지원금 비율이 높은 편으로 나타남

<표 3-20> 지원금 비율(정부지원, 민간지원) 비교

문화예술 분야	정부지원금		민간지원금		정부지원금 비율	기업 수
	평균 매출액	중위값	평균 매출액	중위값		
인천시 사회적기업 전체	55,470	27,704	8,481	0	86.7	236
문화예술	42,414	33,745	2.817	0	93.8	20
출판영상, 도서	60,568	45,179	1,022	0	98.3	11
교육서비스	34,583	13,800	3,927	0	89.8	24

자료: 더좋은경제사회적협동조합, 단위:천원, %, 개소

2. 협동조합 매출 현황

○ 2019년 12월 기준 협동조합 총 매출액은 43,043,979천원이며 평균 매출액은 371,068천원으로 나타남[37)]

▸평균 매출액을 보면 문화예술 344,315천원, 출판 영상, 도서 1,698,699천원, 교육서비스 20,357천원으로 나타남[38)]

<표 3-21> 문화예술 분야 협동조합 매출액

문화예술 분야	매출액	평균 매출액	중위값	개소
인천시 협동조합 전체	43,043,979	371,068	88,258	116
문화예술	1,032,944	344,315	112.824	3
출판 영상, 도서	5,096,098	1,698,699	378,661	3
교육서비스	8,331,425	260,357	78,537	36

자료: 더좋은경제사회적협동조합 단위: 천원, 개소

3. 마을기업 매출 현황

○ 2019년 12월 기준 마을기업 총 매출액은 5,672,263천원이며, 평균 매출액은 113,445천원으로 나타남

▸마을기업 업종별 평균 매출액을 보면 교육서비스업 92,494천원, 휴게음식점 28,109천원, 여행 탐험 119,000천원, 기념품 57,093천원으로 나타남

<표 3-23> 문화예술 분야 마을기업 업종별 매출액

문화예술 분야	총 매출액	평균 매출액	기업 수
인천시 마을기업 전체	5,672,263	113,455	50[39)]
기념품	57,093	57,093	1
여행 탐험	119,000	119,000	1
휴게음식점[40)]	112,434	28,109	4
교육서비스	369,975	92,494	4

자료: 인천시 단위: 천원, 개소

37) 2019년 전체 협동조합 476개소 중에서 약 50% 미만이 사업을 진행하고 있으며, 그중에서 매출이 파악된 116개소. 매출액으로 평균 매출액 차이가 큰 편임
38) 사회적협동조합은 경영공시 자료를 기준으로 일반협동조합은 자체조사
39) 2019년 12월 기준, 전체 60개소 중에서 폐업, 자료 미제출, 영업중단, 매출 없음 제외한 50개 마을기업
40) 문화예술인들이 문화예술 활동을 하면서 사업자는 휴게음식점으로 등록하는 경우 있음

제4절 인천시 문화예술 분야 사회적기업 고용 현황[41]

○ 2020년 12월 기준 인천시 사회적기업 전체 근로자수는 2,879명이며 문화예술 88명, 출판 영상, 도서 60명, 교육서비스 100명으로 나타남

▸평균 근로자 경우는 전체 사회적기업 12.5명, 문화예술 4.4명, 출판 영상, 도서 5.5명, 교육서비스 4.2명 순으로 나타남

▸2020년 취약계층 고용 근로자 비율은 69.4%로 나타남

<표 3-24> 문화예술 분야 사회적기업 업종별 고용현황

문화예술 분야	총 고용	취약계층	일반고용	평균 근로자	기업 수
인천시 사회적기업 전체	2,879	1,998	881	12.5	236
문화예술	88	45	43	4,4	20
출판 영상, 도서	60	23	37	5.5	11
교육서비스	100	55	45	4.2	24

자료: 더좋은경제사회적협동조합, 단위: 명, 개소

○ 사회적기업 평균 근로자수 중에서 취약계층 근로자수를 보면 전체 취약계층 근로자 8.7명, 문화예술 2.3명, 출판 영상, 도서 2.1명 교육서비스 2.3명 순으로 나타남

▸문화예술 분야 취약계층 평균 근로자수가 적은 이유는 문화예술 분야는 다른 업종보다 취약계층 서류를 증빙하기 어려운 결과로 예상됨

<표 3-25> 분야예술 분야 사회적기업 고용형태별 고용현황

문화예술 분야	평균 근로자	취약계층	비취약 계층	기업 수
인천시 사회적기업 전체	12.5	8.7	3.8	236
문화예술	4.5	2.3	2.2	20
출판 영상, 도서	5.5	2.1	3.4	11
교육서비스	4.2	2.3	1.9	24

자료: 더좋은경제사회적협동조합, 단위: 명, 개소

○ 사회적기업 평균 임금(주 40시간 기준)을 보면 전체 평균 임금 2,078천원, 문화예술 1,896천원, 출판 영상, 도서 2,152천원, 교육서비스 1,817천원으로 나타남

▸전체 평균임금 100% 기준으로 문화예술 91.2%, 출판 영상, 도서 103.5%,

41) 마을기업, 자활기업의 경우 고용인원 자료가 없어 사회적기업 고용인원만 분석

교육서비스 87.4%로 나타나, 문화예술 및 교육서비스 업종은 평균임금이 낮은 편

<표 3-26> 문화예술 분야 사회적기업 임금현황

문화예술 분야	평균 임금	중위값	전체평균대비 임금 비율	기업 수
인천시 사회적기업 전체	2,078	2,044	100	236
문화예술	1,896	1,935	91.2	20
출판 영상, 도서	2,152	2,101	103.5	11
교육서비스	1,817	1,986	87.4	24

자료: 더좋은경제사회적협동조합, 단위: 천원, %, 개소

○ 2019년 12월 기준 협동조합 전체 근로자수는 176명이며 문화예술 8명, 출판 영상, 도서 25명, 교육서비스 143명으로 나타남

▸ 평균근로자 경우는 전체 근로자는 4.5명, 문화예술 2.7명, 출판 영상, 도서 8.3명 교육서비스 4.3명으로 나타남

<표 3-24> 문화예술 분야 협동조합 고용현황

문화예술 분야	총 고용	취약계층	정규직	평균 근로자	기업 수
인천시 협동조합 전체	176	69	105	4.5	116
문화예술	8	4	8	2.7	3
출판 영상, 도서	25	16	25	8.3	3
교육서비스	143	49	72	4.3	36

자료: 더좋은경제사회적협동조합, 단위: 명, 개소

제5절 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 사회적 가치 지표

1. 사회적 가치 지표

○ 사회적 가치 지표(SVI: Social Value Index)란 경제적인 회계가 측정할 수 없는 공공의 이익과 공동체 발전 등에 기여하는 가치를 의미하며, 사회적 가치 실현은 공동체의 발전을 위한 공인(Public interest)의 실현을 의미 함

○ 한국사회적기업진흥원은 사회적 경제기업이 창출하는 사회적 가치 수준을 측정하여 사회적 경제 분야의 재정지원 사업 및 기업 선정 시 사회적 가치 측정 도구로 활용되거나 심사 시 참고자료로 활용될 수 있도록 사회적 가치 지표

(Social Value Index)를 개발하였음

▸지표는 전체 14개 지표로 사회적 성과(60점), 경제적 성과(30점), 혁신 성과(10점)로 구성되어 있음. 다른 지표와 다른 점은 사회적 성과 관점이 60점으로 나타남

▸사회적기업의 사회적 가치(SVI) 측정 지표는 다음 표와 같음

<표 3-27> 사회적 가치 측정 지표

관점	법주	영역	측정 지표	배점
사회적 성과 (60)	조직미션 (7)	사회적 미션(7)	1. 사회적 가치 추구 여부	2
			2. 사회적 성과 관리체계 구축여부	5
	사업활동 (33)	주사업 활동의 사회적 가치(15)	3. 사업활동의 사회적 가치 지향성 (비계량 지표)	15
		사회적경제 생태계 구축(8)	4. 사회적 경제기업과의 협력 수준	4
			5. 지역사회와의 협력 수준	4
		사회적목적 재투자(10)	6. 사회적 환원 노력도(비계량지표)	10
	조직운영 (20)	운영의 민주성(5)	7. 참여적 의사결정 비율	5
		근로자 지향성(15)	8. 근로자 임금 수준	10
			9. 근로자 역량강화 노력	5
경제적 성과 (30)	재정성과 (30)	고용창출 및 재정성과(25)	10, 고용성과	10
			11. 매출성과	10
			12. 영업성과	5
		노동성과(5)	13. 노동생산성	5
혁신성과 (10)	기업혁신 (10)	혁신성(10)	14. 혁신노력도(비계량지표)	10
계		14개 지표		100

자료: 한국사회적기업진흥원, 2019.

○ 2020년 인천시 사회적 경제기업이 재정지원 사업[42]을 신청한 1차 71개소, 2차 64개소, 3차 13개소, 중복지원 51개소를 대상으로 사회적 가치 지표를 측정하였음

▸인증사회적기업 73개소, 예비사회적기업 71개소, 사회적협동조합 3개소, 마을기업 1개로 나타남

○ 일자리 창출사업 및 사업개발비 신청기업은 사회적 가치(SVI) 측정지표 중에서 지표3-사업활동의 사회적 가치 지향성(비계량 지표, 15점), 지표6-사회적환원 노력도(비계량지표, 10점), 지표14-혁신노력도(비계량지표, 10점)를 측정하였음

▸인천시는 사회적 경제기업 재정심사에 사회적 가치 지표 점수를 반영하고 있음

○ 2020년 군·구별 신청기업별, 재정지원 사업 신청기업은 다음 표와 같음

42) 재정심사 경우, 예비사회적기업은 지정 기간 3년 안에 2년, 인증사회적기업은 5년 안에 3년 기한으로 재정지원을 받고 있음

<표 3-28> 2020년 인천시 사회적 경제기업 재정지원 사업 신청기업

군구	신청기업					재정지원 사업		
	총합계	마을기업	사회적 협동조합	예비	인증	일자리 창출	사업개발비	공통
중구	9	-	1	4	4	2	5	2
동구	4	-	-	3	1	-	2	2
미추홀구	31	-	-	24	7	6	15	10
연수구	22	-	2	9	11	4	9	9
남동구	33	-	-	19	14	8	10	15
부평구	11	1	-	2	8	2	5	4
계양구	14	-	-	-	14	8	3	3
서구	16	-	-	8	8	3	10	3
강화군	7	-	-	2	5	3	1	3
옹진군	1	-	-	-	1	1	-	-
합계	148	1	3	71	73	37	60	51

자료: 인천시, 더좋은경제사회적협동조합

2. 지표별 사회적 가치

1) 지표3: 사업활동의 사회적 가치 지향성(비계량 지표, 15점)

○ 지표3은 사회적 경제기업의 모든 활동은 우선적으로 사회적 가치를 지향해야 하며, 이를 확인하기 위해 사업 활동에서의 사회적 가치 지향성을 확인하는 지표

<표 3-29> 사회적 가치 지표3(사회적 가치 지향성)

판단기준	착안사항
내부운영의 사회가치(5점)	◦ 취약계층 고용 및 임금수준: 제시된 '참고자료2'와 비교하여 취약계층 고용 및 임금수준을 기재 · (고용) '19.12월말 기준 고용보험내역 상 유급근로자 중 취약계층 수 · (임금) '19.12월 임금대장 상 취약계층 근로자의 평균임금 ◦ 사회적 가치 실현노력(기타)): 취약계층 고용의무가 없는 기업은 기업의 내부운영상 사회적 가치 실현수준 등을 기재 · 기업이 추구하는 사회적 가치 및 미션·비전 등에 따라 추진한 관련 활동 및 기타 추가내용을 기재하고, 해당내용에 대한 증빙자료 구비 ◦ 근로자 보건 및 안전: 근로자 보건·안전 위한 노력도 기재 · 증빙자료: 기업차원에서의 직원 대상 무료건강검진 및 정기적인 보건·위생·안전교육 실시 내역 유무 등 ◦ 고용의 질: 기업 고용정책 및 근로환경 개선 노력도 기재 · 증빙자료: 취업규칙 내 취약계층 및 여성근로자 차별금지 조항, 일·가정양립 정책 및 유연근무제 활용사례, 근로자 작업환경 개선활동 사례 등
외부 운영 (제품·서비스 및 이용자)의 사회가치(10점)	◦ (제품·서비스의 사회가치) 기업이 제품·서비스를 생산·판매하는 각 과정에서 발생되는 사회적가치 수준을 서술 ◦ (이용자의 사회가치) 기업이 생산하는 제품·서비스를 이용자가 사용함으로써 발생되는 사회적가치 수준을 서술 ◦ (기타 사회가치) 상기 항목 외 제품·서비스 및 이용자와 관련된 사회적 가치를 자유롭게 기재하고, 그 수준을 서술

2) 지표6: 사회적 환원 노력도(비계량 평가, 10점)

○ 지표6의 사회적 환원 노력도는 사회적 경제기업이 금전적 또는 비금전적으로 사회적 환원에 관한 노력을 측정하는 지표

▸측정기준은 기업 내, 외부 운영에 대한 투자, 자원 등 수익의 활동내역 및 주된 사업의 활동 이외의 비금전적인 조직의 역량 활용내역 및 수준을 측정기준으로 비계량 측정으로 배점은 10점

<표 3-30> 사회적 가치 지표6 (사회적 환원 노력도)

판단기준	착안 사항
조직내부운영을 위한 수익의 활용(4점)	◦ 부가적인 일자리 창출 ◦ 구성원 성과급 ◦ 교육훈련비 ◦ 시설투자비
조직외부활동을 위한 수익의 활용(4점)	◦ 지역사회 재투자 ◦ 사회서비스 제공내역
기타(비금전적)조직의 역량 활용(2점)	◦ 주 사업영역 외에 조직의 비금전적 자원(인력·시간 등)을 활용한 내역 (봉사활동, 재능기부 등)유무와 수준 측정

3. 재정지원 심사에 참여한 사회적 경제기업 사회적 가치 지표

○ 2020년 인천시 재정지원 심사에 참여한 148개 사회적 경제기업 중에서 문화예술 7개소, 출판 영상, 도서 3개소, 교육서비스 11개소에 대한 사회적 가치 지표 점수는 다음과 같음

○ 지표3 주업종의 사회적 가치 지향성(15점 만점)은 문화예술 11.4점. 출판 영상, 도서 12.3점, 교육서비스 10.8점으로 나타남

▸문화예술 및 출판 영상, 도서 분야는 인천시 재정지원 심사에 참여한 사회적 경제기업 전체 평균보다 사회적 가치 지향성이 높은 것으로 나타남

○ 지표6 사회적 환원노력도(10점 만점)는 문화예술 7.0점. 출판 영상, 도서 5.0점, 교육서비스 6.5점으로 나타남

▸문화예술 분야 경우는 인천시 재정지원 심사에 참여한 사회적 경제기업 전체 평균보다 사회적 환원 노력도가 높은 것으로 나타남

<표 3-31> 인천시 재정지원 심사에 참여한 사회적 가치 지표 점수

문화예술 분야	지표 3		지표 6		기업 수
	점수	100점 환산	점수	100점 환산	
재정심사 전체	11.1	74.0	6.5	65.0	148
문화 예술	11.4	76.0	7,0	70,0	7
출판 영상, 도서	12.3	82.0	5.0	50.0	3
교육서비스	10.8	72.0	6.5	64.5	11

자료: 더좋은경제사회적협동조합, 단위: 지표3 15점 만점, 지표6 10점 만점, 기업수

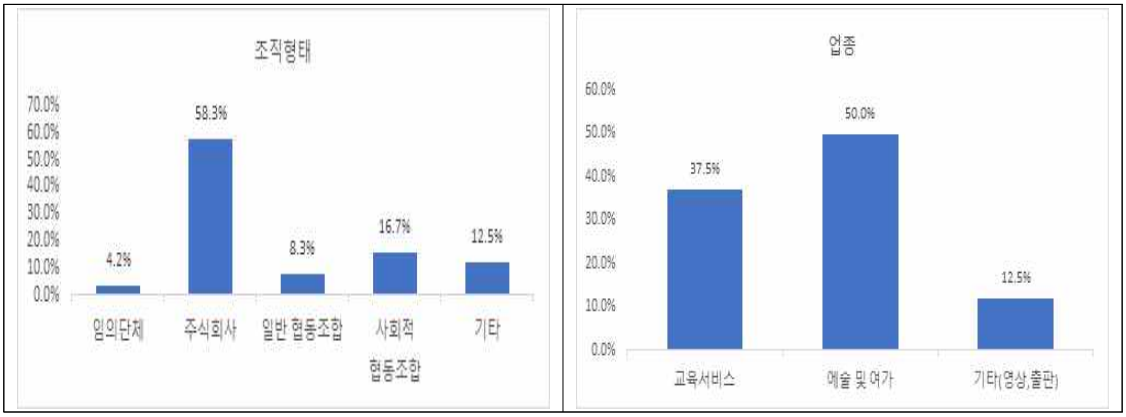
제6절 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황조사

1. 일반개요

○ 2020년 12월 기준 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업에 대한 정량적 분석의 한계를 보완하기 위해 설문조사를 실시하였음[43)]

- 설문기간은 2021.08.10-08.20 이며, 설문 방법은 E-mail 설문조사 및 대표자 간담회를 실시함[44)]
- 문화예술진흥법 및 문화산업진흥법, 예술경영지원센터 사회적경제 조직의 세부 사업내용에 따라 인천시 사회적 경제기업 중에서 문화예술, 교육서비스, 기타(출판 영상)를 대상으로 설문조사를 실시하여 총 30개 기관에서 응답하였고, 그중에서 응답이 부적절하거나 분석 대상 업종이 아닌 기업을 제외하고 총 25개 사회적 경제기업을 대상으로 분석하였음
- 조직형태는 주식회사 58.3%, 협동조합 25.0%, 기타 12.5%, 임의단체 4.2% 순으로 나타남
- 한국표준산업분류상 업종 분류를 보면 예술 및 여가 50.0%, 교육서비스 37.5%, 기타(출판 영상) 12.5%로 나타남
- 사회적 경제기업 이외에 사업 활동과 별도의 법·제도 지정 등록 유형을 보면 전문예술법인 및 단체지정 8.3%, 대중문화예술 기획 8.3%, 벤처기업 인증 4.2%, 기타 20.8%, 해당사항 없음 58.3%로 나타남

43) 문화체육관광부(2019), 문화예술 사회적경제 실태조사 참고하여 설문지 작성
44) 2021년 8월 현재 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업



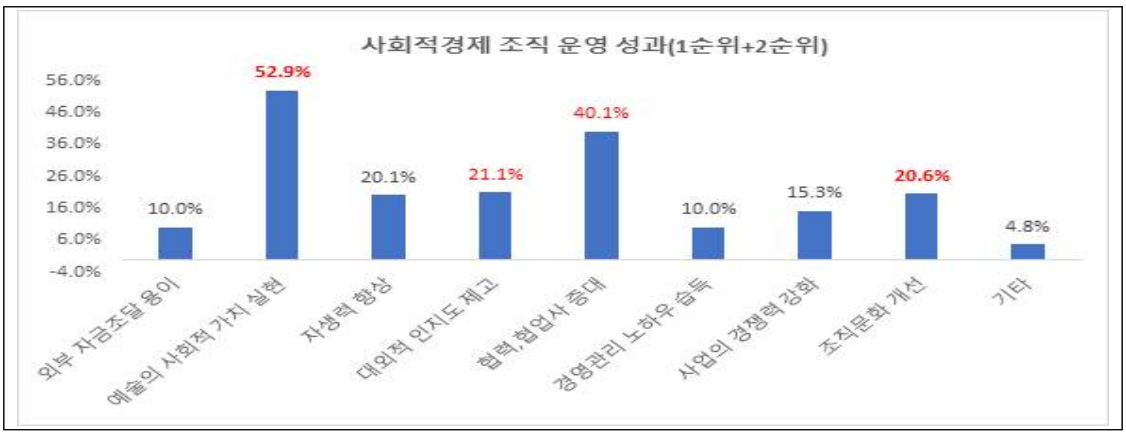
<그림 3-4> 업종 및 조직형태

2. 조직운영

○ 문화예술 분야 사회적 경제기업은 일반예술 기업·단체와 차이가 있음이 79.2%로 나타남

○ 문화예술 분야 사회적 경제기업은 예술과 사회적 경제 가치를 동시에 추구(94.4%) 하는 것으로 나타나, 사회적 경제 가치 추구가 일반예술 기업·단체와 다른 점

○ 사회적 경제기업으로 운영한 성과를 보면, 예술의 사회적 가치 실현 52.9%, 협력·협업사 증대 40.1%, 대외적 인지도 제고 21.1%, 조직문화 개선 20.6% 순으로 나타남



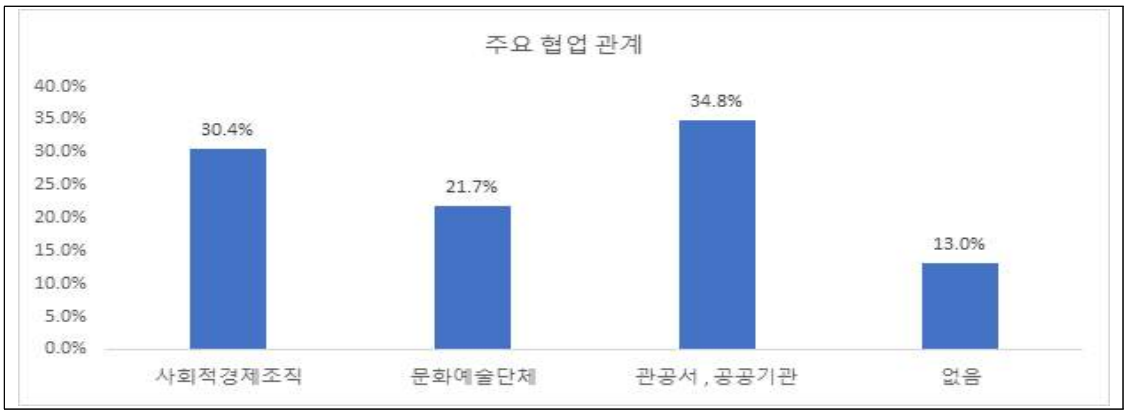
<그림 3-5> 사회적 경제기업으로 운영 성과

▸ 예술의 사회적 가치 실현(52.9%)은 2020년 인천시 재정지원 심사에 참여한 사회적 경제기업의 사회적 가치 측정 결과에서 사업활동의 사회적 가치 지향성(사회적 가치 지표3)에서 문화예술 분야 11.4점(15점 만점)으로 나타나 같은

결과를 지지하고 있음

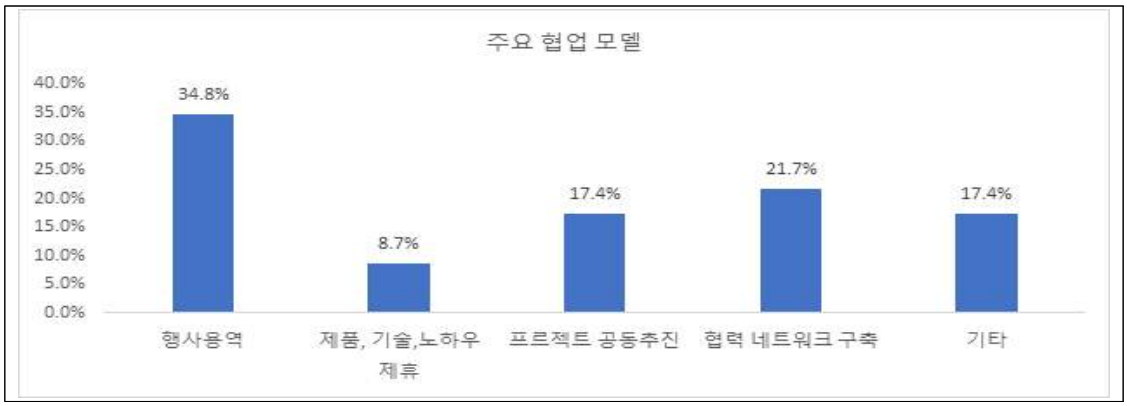
- ▸협력·협업사 증대(44.9%)는 사회적 경제기업의 사회적 가치를 지향하는 지역 내 기관, 단체 등과 협력 수준(사회적 가치 지표5)은 5.7점(10점 만점)으로 같은 결과를 지지하고 있음[45]
- ▸조직문화가 개선(20.6%)의 경우는 잔치마당 서광일 대표에 의하면 "대표는 경영하고 기획자와 회계 분야는 전문 인력을 지원받아 채용하여, 예술단원을 예술창작에 몰입할 수 있도록 했다. 매년 25회 이상의 문화나눔 공연을 통해 사회공헌활동을 지속할 수 있다"라고 말함[46]

○ 사회적 경제기업은 사회적 경제조직(30.4%), 문화예술단체(21.7%), 관공서, 공공기관(34.8%) 등과 협업을 하는 것으로 나타남



<그림 3-6> 협업 관계

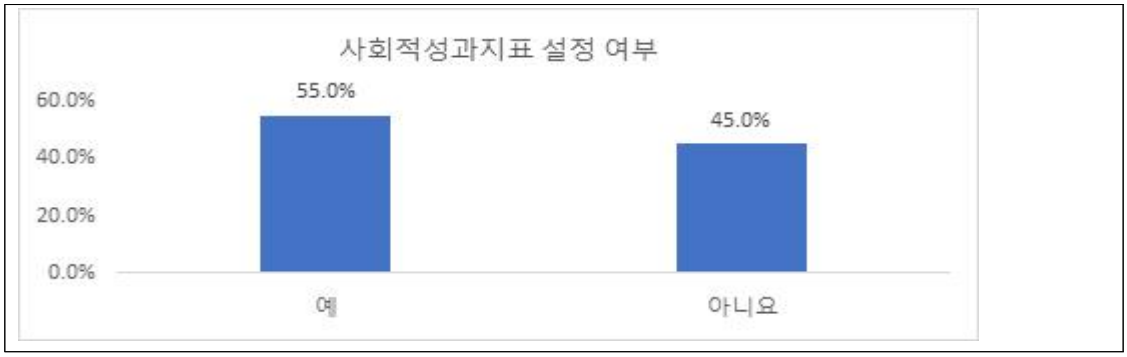
○ 주요 협업 모델은 행사용역(34.8%), 협력 네트워크 구축(21.7%), 프로젝트 공동추진(17.4%)등으로 나타남



<그림 3-7> 주요 협업 모델

45) 더좋은경제사회적협동조합(2019.12), 2018년 인천시 사회적기업 분석 보고서
46) 이찬영(2021), 비영리 문화예술 임의단체 사회적 경제기업 전환유형 연구-인천광역시 중심으로-, 인천대학교 문화대학원.

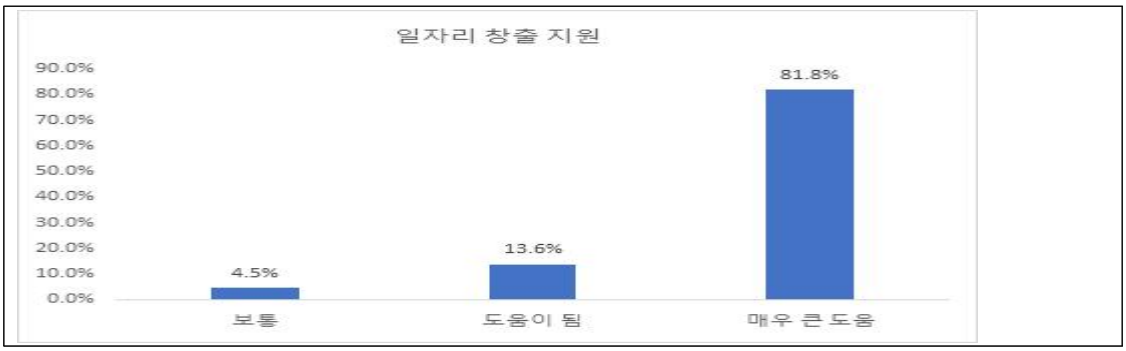
○ 사회적 경제기업은 사회적성과 측정 지표를 55.0%만 설정하고 있어 사회적 성과 측정 지표 설정이 필요한 실정임



<그림 3-8> 사회적성과 지표 설정 여부

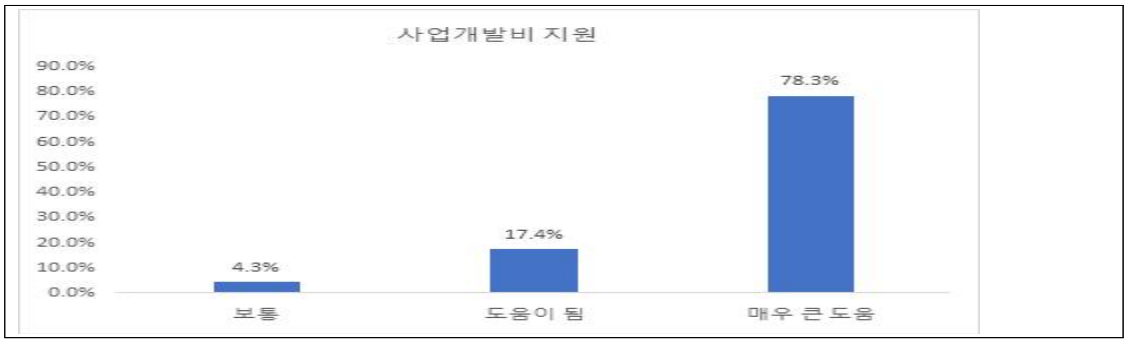
3. 사회적 경제기업 지원사업

○ 정부가 사회적 경제기업에 지원하는 일자리 창출지원 사업은 매우 큰 도움(81.8%)이 되는 것으로 나타남



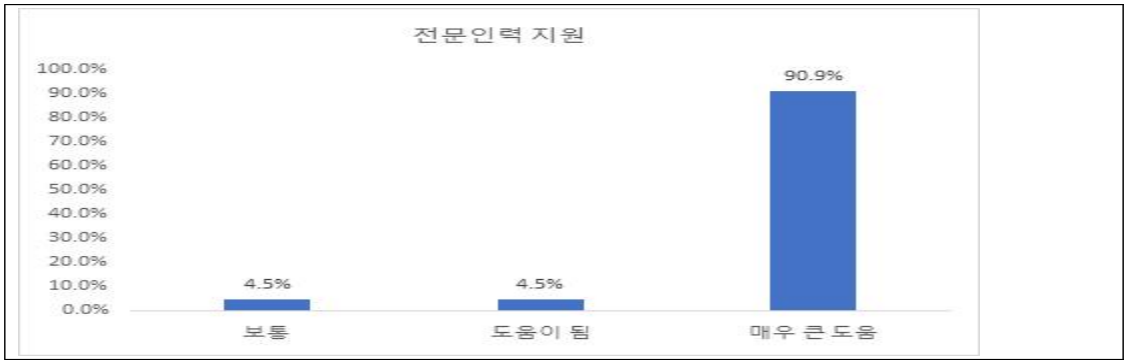
<그림 3-9> 일자리 창출지원 사업 도움 여부

○ 정부가 사회적 경제기업에 지원하는 사업개발비 지원 사업은 매우 큰 도움(78.3%) 되는 것으로 나타남



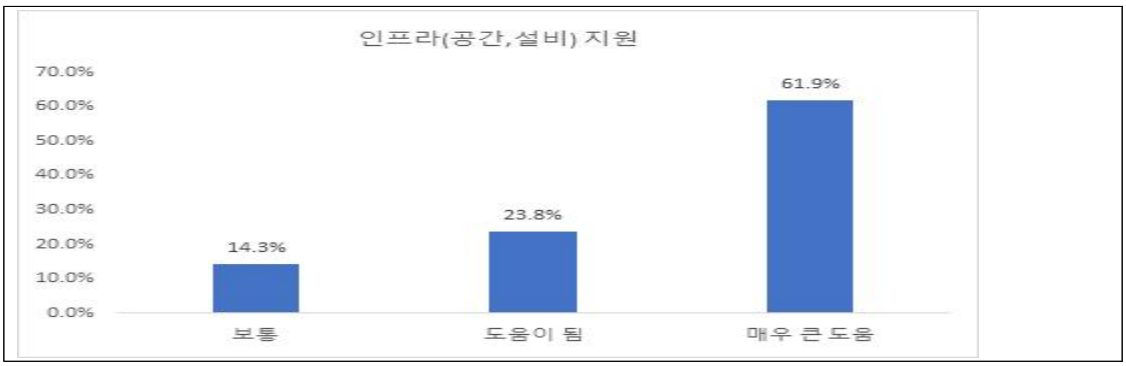
<그림 3-10> 사업개발비 지원 사업 도움 여부

○ 정부가 사회적 경제기업에 지원하는 전문인력 지원사업은 매우 큰 도움(90.9%) 되는 것으로 나타남



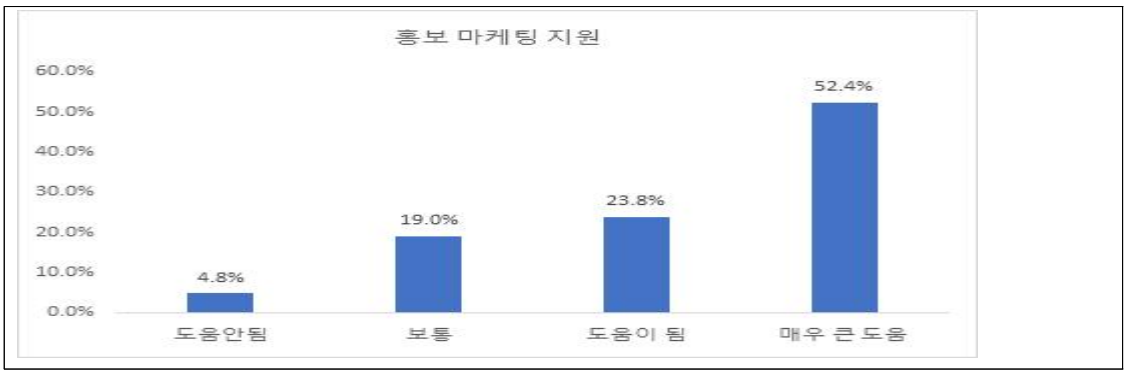
<그림 3-11> 전문인력 지원 사업 도움 여부

○ 정부가 사회적 경제기업에 지원하는 인프라(공간, 설비) 지원 사업은 매우 큰 도움(61.9%), 도움이 되었음(23.8%)으로 도움이 되는 것으로 나타남



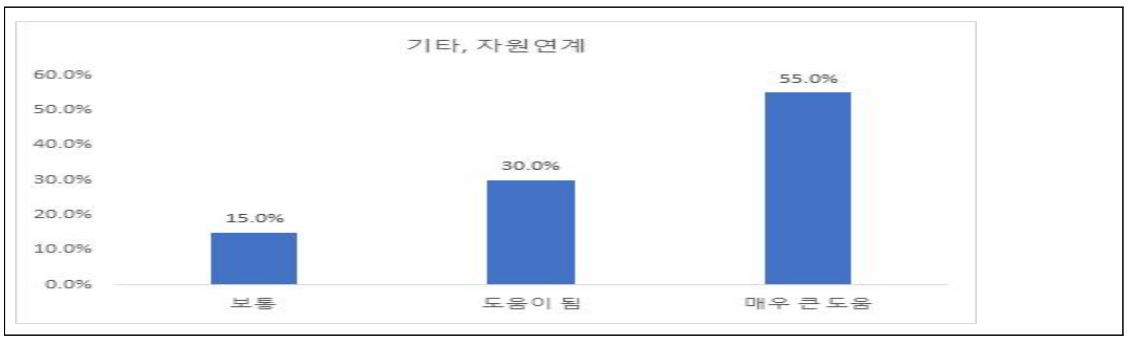
<그림 3-12> 사회적 경제기업 인프라(공간,설비) 지원 사업 도움 여부

○ 정부가 사회적 경제기업에 지원하는 홍보, 마케팅 지원 사업은 매우 큰 도움(52.4%), 도움이 되었음(23.8%)으로 도움이 되는 것으로 나타남



<그림 3-13> 홍보, 마케팅 지원 사업 도움 여부

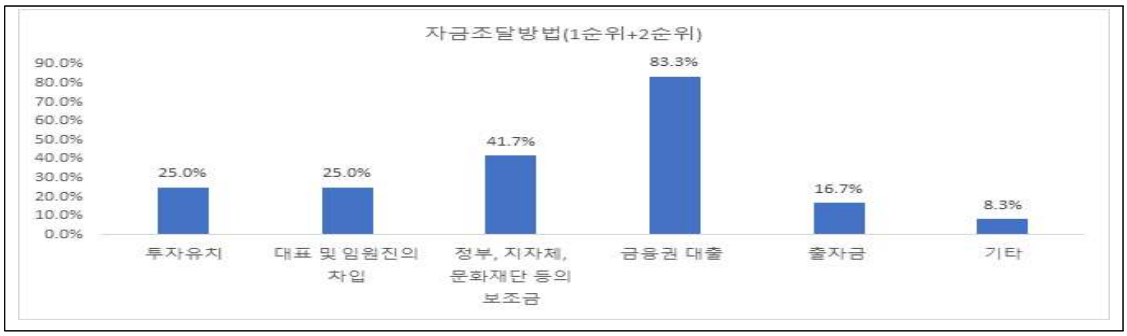
○ 정부가 사회적 경제기업에 지원하는 기타, 자원연계 지원 사업은 매우 큰 도움이 (55.0%), 도움이 되었음(30.0%)으로 도움이 되는 것으로 나타남



<그림 3-14> 기타, 자원연계 지원 사업 도움 여부

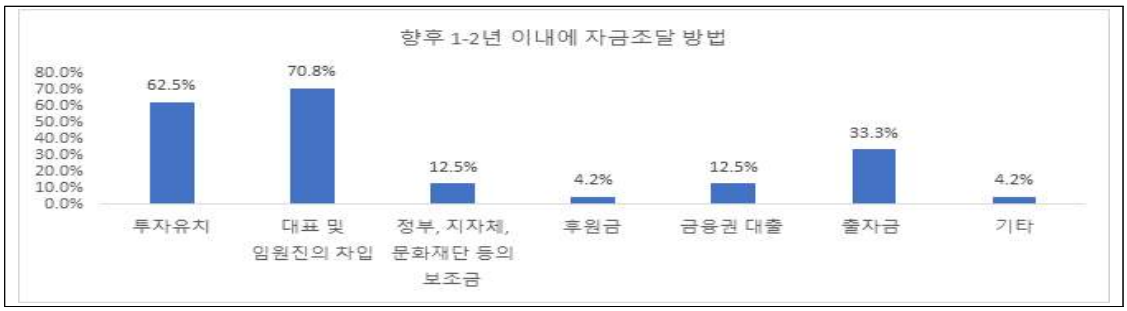
4. 자금조달

○ 현재까지 자금 조달 방법은 투자유치 및 대표, 임원진의 차입 25.0%, 정부, 지자체, 문화재단 등 보조금 41.7%, 금융권 대출 83.3% 순으로 나타남



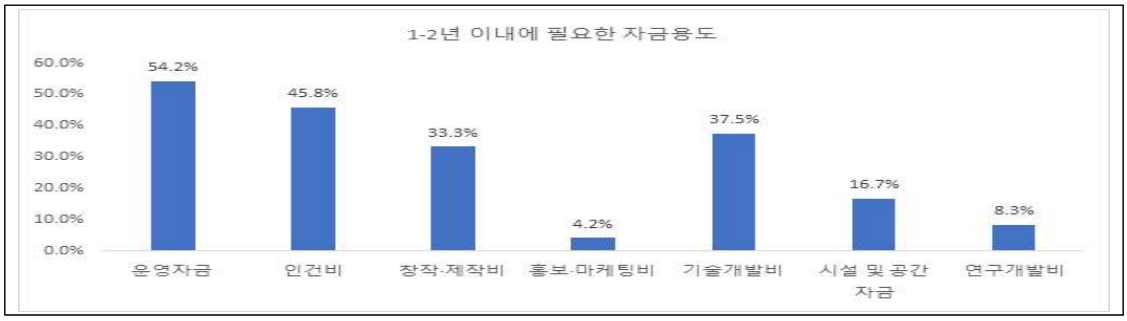
<그림 3-15> 지금까지 자금조달 방법

○ 향후 1~2년 이내에 필요한 추가 자금 조달 방법은 투자유치 62.5%, 대표 및 임원진의 차입 70.8%, 정부, 지자체 문화재단 등 보조금 12.5%, 금융권대출 12.5%, 출자금 33.3% 순으로 나타남



<그림 3-16> 향후 1-2년 이내 자금조달 방법

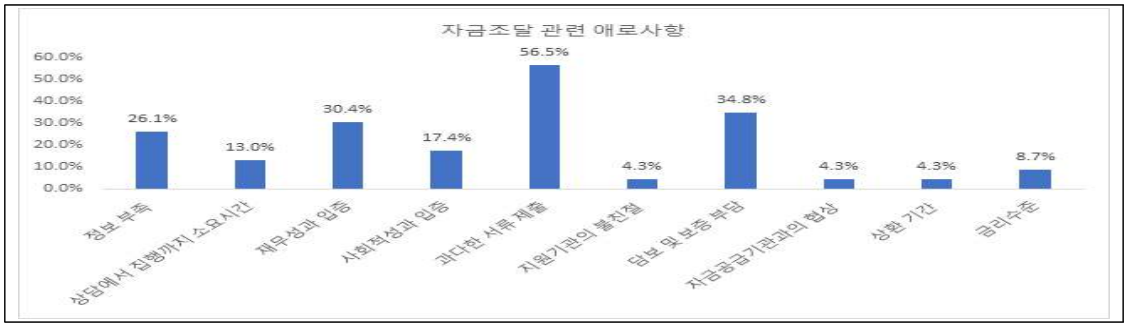
○ 1-2년 내에 필요한 자금 용도는 운영자금 54.2%, 인건비 45.8%, 창작제작비 33.3%, 기술개발비 37.5%, 시설 및 공간자금 16.7% 순으로 나타남



<그림 3-17> 1-2년 이내 필요한 자금 용도

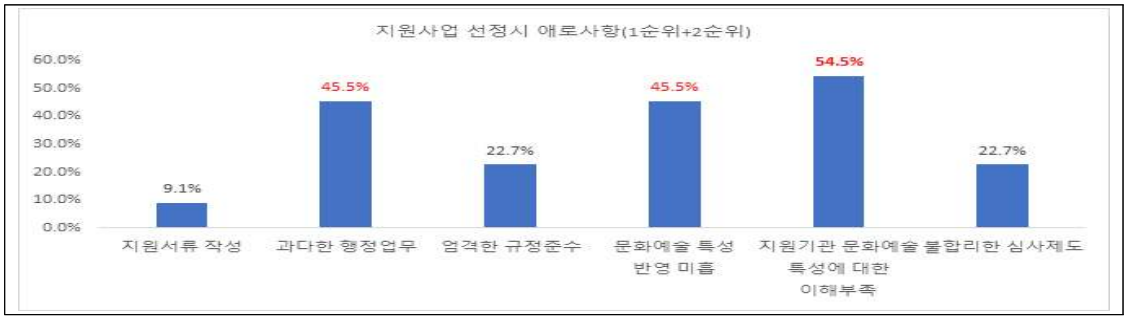
5. 애로사항

○ 자금조달 관련 애로사항은 정보 부족 26.1%, 재무성과 입증 30.4%, 과다한 서류제출 56.5%, 담보 및 보증 부담 34.8% 순으로 나타남



<그림 3-18> 자금조달 관련 애로사항

○ 정부의 사회적 경제기업의 지원사업 신청시 애로사항은 과다한 행정 업무 45.5%, 문화예술 반영 미흡 45.5%, 지원기관 문화예술 특성에 대한 이해부족 54.5%, 불합리한 심사제도 22.7%, 엄격한 규정 준수 22.7% 순으로 나타남

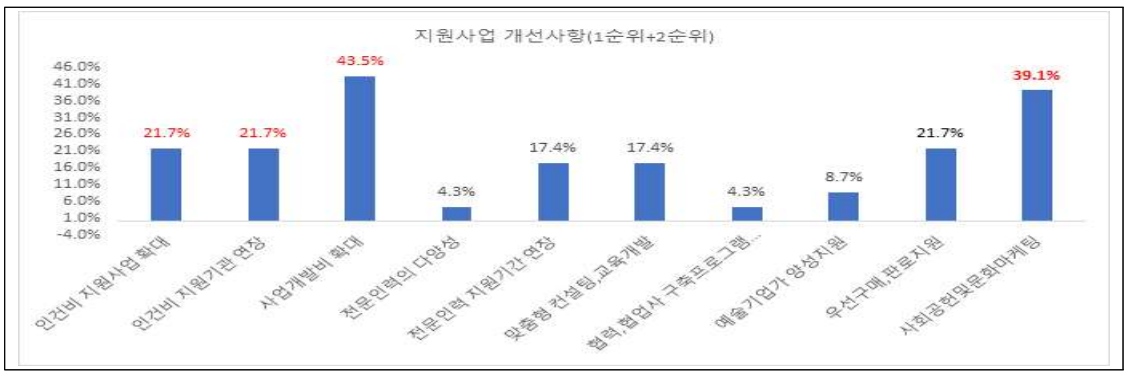


<그림 3-19> 지원사업 신청시 애로사항

○ 기타 대표자 간담회에서 “행정업무가 과다하다”, “신청에서 집행까지 시간이 많이 경과 된다”, “사회성과 측정이 현실적인 못하다”, “심사위원이 비전문적이다”, “지속적인 지원 필요하다” 등이 애로사항으로 답변하였음

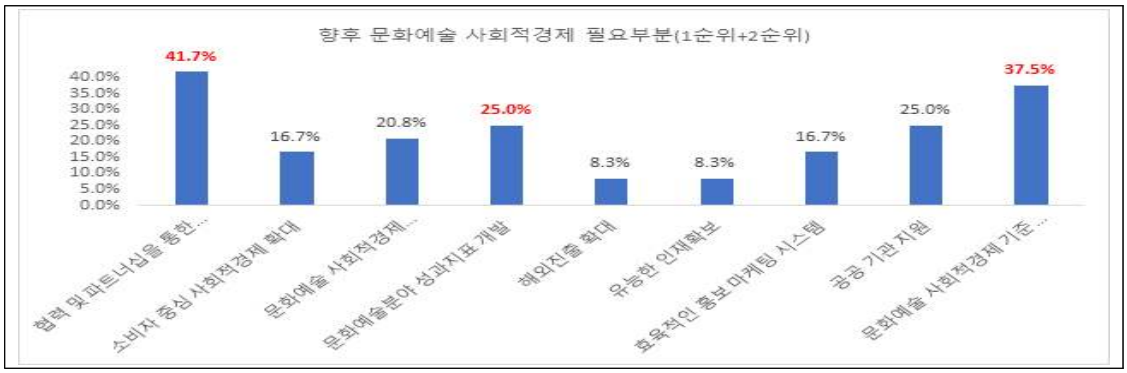
6. 개선사항

○ 사회적 경제기업의 지원사업 개선사항은 인건비 확대 및 인건비 연장(21.7%), 사업개발비 확대(43.5%), 사회적기업 우선구매, 판로지원(21.7%), 사회공헌 및 문화마케팅(39.1%) 순으로 나타남



<그림 3-20> 지원사업 개선사항

○ 향후 문화예술 사회적 경제기업에 필요한 부분은 협력 및 파트너십을 통한 비즈니스 확장(41.7%), 문화예술 사회적 경제 기준 마련(37.5%), 문화예술분야 성과지표 개발(25.0%), 공공기관 지원(25.0%) 순으로 나타남



<그림 3-21> 향후 문화예술 사회적 경제기업에 필요한 부분

○ 기타 대표자 간담회에서 “프로그램 공모시 적정한 인건비 책정이 필요하다”, “프로그램 기획비 지원이 필요하다”, “문화예술 지원 단계적 로드맵 필요하다”,

"컨설팅 중심 심사방법 개선이 필요하다", "심사기준 명확성이 필요하다" 고 답변하였음

○ 향후 인천시 사회적 경제기업은 인천문화재단에게 "현재 문화예술교육은 강사비만 지원하고 있는데, 기획비, 프로그램 운영비, 교육훈련비 지원이 필요하다", "사회공헌 사업(찾아가는 문화활동)이 필요하다", "문화예술 조직과 후원기관, 기업 등 메세나 활동의 플랫폼 역할이 필요하다", "그동안 성과가 좋은 사업을 스케일업 방식으로 지원이 필요하다", "문화재단 내에 사회적경제 전담 직원이 필요하다"고 지원이 필요하다고 응답하였음

제7절 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 사례

1 인천 자바르떼

(1) 기관소개

○ 자바르떼는 '예술가와 시민들이 함께 문화예술을 만들고 즐기는 삶과 문화의 공동체'를 만드는 것을 주된 사회적 목적으로 하고 있으며, 주요 사업은 풍물공연, 기획운영 및 관련 문화예술교육, 굿즈 판매 등이 있음

2) 사회적 경제 조직 설립 및 전환 이유

○ 자바르떼는 서울본사, 경기지부, 인천지부를 묶어 광역형 사회적기업이 인증되었음

○ 2004년 '신나는 문화학교 자바르떼'는 소외계층에게 문화예술의 참여 기회를 예술가들에게는 일자리를 제공한다는 목적으로 설립되어 서울, 경기 안산, 인천에서 문화예술교육 사업과 찾아가는 문화공연을 진행하였음

○ 2007년 보건복지부 사업 위탁 운영, 인천지역의 문화예술단체 등과 연대 활동 등 독자적인 운영을 하다 2009년 9월에 인천시에 비영리민간단체 등록을 하고, 재정지원의 축소로 사업이 위축되면서 이를 극복하기 위한 방안으로 사회적기업으로 전환한다. 2010년 10월 고용노동부에서 사회적기업으로 인증을 받았고, 2012년 단체의 명칭을 '신나는 문화학교 자바르떼 인천지부'에서 '인천 자바르떼'로 변경함

- ▸ 인천 자바르떼는 2008년 광역형 사회적기업으로 서울, 경기 안산 자바르떼와 함께 '신나는 문화학교 자바르떼'를 설립 운영하였음. 하지만 모법인의 지부라는 한계로 다양한 문화예술 재정지원, 사회적경제 분야 재정지원, 공공분야에서의 마케팅이 어려워 독자적으로 '비영리민간단체'를 등록하고 사회적기업으로 전환하였음

(3) 사회적 경제기업 지원 시 불만 요인

○ 모법인에서 독립한 지부였기 때문에 일자리 지원을 받지 못했으나, 전문인력 과 사업개발비는 지원받을 수 있었음

(4) 고용 관련 애로 사항

○ 초기 고용을 지속하는 게 쉽지 않았다. 많을 땐 20명 가까이 있었는데, 지금은 3~4명 정도의 상근자가 있다. 비영리단체 활동을 했던 사람들이라 사업모델을 찾고 수익을 올리는 게 매우 어려웠다. 비즈니스 모델이란 개념 자체에 대한 이해가 많이 부족했고, 지금도 많은 문화예술 분야에서 사회적경제로 전환한 기관이나 단체들은 이 부분에 대한 애로사항이 많은 편

○ 또한 예술가들과 경영단위가 부딪히는 점이 많았다. 독립적인 자기 창작활동을 하는 사람들이 많다 보니 다양하고 지속적인 협업 과정을 만들기 어려웠다. 예술가 고용이라는 것이 명분은 좋으나 이를 지속시키기는 참 어려웠다. 이런 상황에서 고용을 유지하려면 공공기관에서 지원의 필요성이 필요함

(5) 정책제언

□ 국가 및 인천시

○ 행정과 회계는 문화예술 활동을 한 사람들에게 특히 어려운 영역이다. 인건비 지원 종료 이후에도 전문인력 고용을 장기적으로 지원하는 방안이 필요함

○ 세무, 노무, 법무 등에 관한 간접 지원이 필요하다. 기초나 광역지원센터 같은 곳에서 기업이 필요할 때마다 상담을 상시적으로 가능했으면 좋겠음

○ 인천시는 사회적경제 예산을 확대해야 한다. 현재 예산들도 행사 위주인 점이 아쉽다. 사회적 경제기업들의 네트워크(협의회) 운영을 안정적으로 만들어 줘야 한다. 실무자가 안정적으로 일할 수 있게 지원을 해야 함

○ 국가가 사회적경제지원센터, 지원기관 등을 단년 사업으로 위탁운영하는 건 문제다. 다년사업으로 안정성을 만들어줘야 지원기관이 신규기업 발굴, 육성을 하고 기존 기업들을 지원하는 사업들에 지속성을 발휘할 수 있음

○ 현재 인천에서 국가공기업인 인천항만공사, 인천국제공항공사, 한국환경공단, 수도권매립지공사 등이 운영하고 있는 인천 사회적 금융 활성화 공동기금(I-SELF)에 지방공기업도 참여하여 인천시 사회적 금융을 확대해야 함

□ 인천문화재단

○ 문화예술단체들이 사회적기업으로 전환할 때 고민이 많은 편으로, 인천문화재단은 사회적 경제기업에 대한 인센티브 확대가 필요

○ 문화예술 사회적 경제기업들의 협업 프로젝트와 같은 활동을 지원하면(공모가 아닌 방식으로) 함께 모여서 협업을 통해 새로운 사업을 만들 수 있는 계기가

필요함

○ 문화예술단체들이 사회적경제로 전환하는 것에 대한 컨설팅, 지원 등을 전략적 지원 방안이 필요함

▸문화예술단체들이 사실 사회적 경제에 대해 잘 모르고 있기 때문에 기존 경험자들을 통해 다양한 현실에 대해 컨설팅을 받을 수 있게 하는 것도 중요함

2. 잔치마당

(1) 기관소개

○ 전통연희단 잔치마당은 '가장 한국적인 것이 가장 세계적인 것'이라는 신념 위에 1992년 창단하여, 풍물 공연기획 등 사업을 통해 우리 문화를 널리 알리는 활동을 하여 왔음. 1997년 전국 최초로 부평풍물대축제를 기획 연출하였음

(2) 사회적 경제 조직 설립 및 전환 이유

○ 잔치마당은 2010년 5월 인천시 문화예술 분야에서 최초로 인증받은 사회적기업이다. 인천시에 등록된 비영리민간단체이면서 인천시 지정 전문예술단체로 비영리 문화예술 임의단체 겸하고 있음

○ 잔치마당은 부평풍물축제 참여를 계기로 상근단원을 채용했다. 조직의 안정적 운영을 위해 다양한 단체운영 재정지원을 받으려 했으나 실질적인 공공의 지원이 거의 이뤄지지 않았다. 재정이 어려운 속에서 상근단원들은 창작, 공연, 교육을 하면서 기획, 홍보, 마케팅 등 여러 가지 역할을 나눠 할 수밖에 없어서 창작과 공연에 대한 전문성을 떨어지는 효과가 나타남

○ 이런 상황 속에서 단원들의 안정적인 일자리 제공을 통한 창작활동 여건을 마련하고, 창작 및 공연과 기획 및 홍보마케팅 영역의 분업화를 이루고, 공공기금에 의존하는 비율을 낮춰 자생력을 확보하기 위한 방안으로 사회적 기업 전환을 하게 되었음

(3) 사회적 경제기업 지원 시 불만 요인

○ 사회적기업 재정지원 기간이 끝난 이후 기업들에게 다양한 성장지원이 필요함. 예컨대 올해 처음으로 실시한 중기벤처부의 사회적기업 성장지원이나 지역사회 문제 해결을 위한 간접지원 사업이 필요함

(4) 고용관련 애로 사항

○ 지원기간이 끝난 기업들에게도 전문인력 고용을 지속해서 지원하면 좋겠다. 특히 기획이나 홍보 마케팅 전문인력이 있기 때문에 예술단원들이 작품창작과 교육에 몰두할 수 있는데, 문화예술 단체들의 경우 이 영역의 전문인력 고용이 쉽지 않은 편

(5) 정책제언

□ 국가 및 인천시

○ 사회적 경제기업의 제품 혹은 서비스를 지속적으로 홍보 마케팅 할 수 있는 사업개발비는 지원을 지속하는 정책이 필요함

□ 인천문화재단

○ 인천 지역에서 활동하는 문화예술단체를 대상으로 사회적 경제기업으로 변화 확대할 수 있는 아카데미를 운영이 필요함

- ▸일반 문화예술단체에서 사회적 경제기업으로 전환하는 의미, 현실적 어려움, 사회적경제 조직으로써 발전시켜가야 하는 내용 등을 경험자에게 상세히 조언을 받을 수 있는 내용으로 구성

○ 문화예술 분야 사회적 경제기업들은 규모가 작아 사회공헌활동과 직접적으로 연결하기 어려움이 있어 인천문화재단이 문화예술 분야 사회적 경제기업들과 사회공헌 활동을 하고자 하는 인천의 기업들을 연결시키는 플랫폼이 필요함

- ▸현재 잔치마당은 초등학교에 방문하여 환경관련 연극 공연을 하며, 환경교육 책자를 초등학교 보급하고 있는데, 소성주가 후원하고 있으나 어려움이 많은 편

○ 문화누리카드를 활성화하여 문화예술 분야 사회적 경제기업 활성화

- ▸현재 홈플러스 인하대점 사회적경제 복합매장 ‘두레온’에 사회적 경제기업 문화누리카드 공동홍보관을 설치 운영하고 있으며 문화체험 강좌인‘사회적경제와 함께 문화를 누리GO’를 개설하여 문화예술 분야 사회적 경제기업 제품과 서비스를 판매·홍보를 하고 있음

3. 모씨네 사회적 협동조합

(1) 기관소개

○ 모씨네 사회적협동조합의 MOCINE의 의미는 Moving(가슴을 뭉클하게 하는)+Cinema(영화)의 합성어로, '사람들이 있는 삶의 현장을 향해 움직이고, 여성주의 실천적 대화로 소통'한다는 뜻을 가짐. 주된 사업으로 영화제작 및 미디어 교육 등이 있음

(2) 사회적경제 조직 설립 및 전환 이유

○ 모씨네 사회적협동조합은 '인천여성영화제조직위원회'라는 비영리민간단체로부터 출발하였음. 2005년부터 시작한 인천여성영화제를 전문적으로 운영하고, 일상 속에서 영화를 매개로 하는 여성주의 담론의 확장을 실천하기 위해 2012년 말 예비 사회적기업 지정을 받고 사회적기업 활동을 시작함

○ 2013년 말 사회적기업 인증 후 영화교육, 인쇄 디자인, 영상제작 등 사업 영역이 확장되면서 사업의 방향과 내용을 함께 결정하고 사업에 직접 참여하는 회원조직의 필요성을 느끼게 되었고, 2015년 비영리민간단체에서 사회적협동조합으로 전환하였음

○ 기업명이 '인천여성영화제'라는 행사명과 겹치면서 초래하는 혼란을 피하기 위해 2016년 법인명이자 기업명을 '모씨네 사회적협동조합'으로 전환

(3) 사회적 경제기업 지원 시 불만 요인

○ 사회적 경제기업 지원에 대한 불만은 없으나, 다만 지원이 이뤄지는 시기에 소셜미션, 비지니스 모델 개발이라는 개념을 좀 더 잘 이해하고 준비할 수 있는 간접지원(컨설팅과 같은)이 필요하다는 생각은 하고 있음

(4) 고용관련 애로 사항

○ 모씨네 사회적협동조합은 함께 일하는 조합원이 20명을 넘는다. 조합원 연수입이 높은 조합원도 있는데, 이러한 조합원은 기업의 고용 실적에 포함되지 않음

▸ 협동조합 형태의 사회적기업들은 조합원들과 다양한 방식으로 함께 일을 기획하고 집행하는 것이 조직원리상 맞다. 그렇기 때문에 조합원들의 다양한 수입

활동에 기여하는 기업활동을 성과로 인정하고 더욱 확대할 수 있도록 뒷받침하는 제도가 필요

(5) 정책제언

□ **국가 및 인천시**

○ 국가적으로 사회적기업의 양을 늘리는 정책 방향에서 질적 성장을 이루기 위한 정책 방향의 보완이 필요함

- 새로운 사회적 경제기업을 탄생시키는 건 필요하지만, 그렇게 탄생된 기업들이 지원기간 종료 후 문을 닫는 일을 반복하게 두는 건 사회에 좋지 않다. 지원기간이 종료된 이후의 기업들이 성장을 위한 발돋움을 하기 위한 재도약 지원을 확대할 필요가 있음

○ 인천시는 사회적 경제기업을 중견기업으로 성장시키는 정책 필요

- 중견기업으로 성장한 사회적 경제기업이 신규 사회적기업들과 함께 인천의 사회적 경제를 이끌어가는 주춧돌이 될 수 있기 때문
- 이를 위해 인천시는 지역 내 사회적 경제기업들의 가치와 역량을 실증적으로 확인하는 작업을 시작으로 다층복합적인 지원 모델이 필요
- 필요시 공간지원일 수 있고, 시설 운영 위탁일 수 있고, 대규모 용역발주일 수도 있음

□ **인천문화재단**

○ 문화예술 분야 사회적 경제기업은 창작과 예술인 일자리, 예술교육, 생활예술 등 지속가능성을 만들어 낼 수 있는 기반이 될 수 있어 지속적 지원 필요

- 기존의 시각에서 나아가 문화 발전을 위한 정책적 방향으로 사회적 경제를 바라볼 필요가 있음

4. 문화 놀이터 뜻

(1) 기관소개

○ 협동조합 꿈꾸는 문화놀이터 뜻은 '청년들의 창의적이고 다양한 공연예술과 네트워크를 통해 지역문제를 해결'하고자 하는 목적으로 설립되었음. 문화예술에 종사하는 청년들이 인천을 떠나는 것을 막고, 인천에도 대학로 같은 공간을 만

들고자 함. 문화기획 및 공연, 문화예술교육을 주력 사업으로 하고 있음

(2) 사회적경제 조직 설립 및 전환 이유

○ 비영리문화예술 임의단체를 설립부터 청년들이 문화예술 활동을 통해 지역사회에 공헌하고자 하는 목표

▸ 그러나 임의단체 활동으로 청년들이 생존에 필요한 경제적 안정성을 갖기는 어려웠다. 사회적 가치도 추구하면서 경제적 안정을 갖추려다 보니 사회적경제 조직 전환이 가장 자연스러웠음

○ 처음 지역공동체와 청년들의 협업에 관한 관심으로 활동을 시작했기 때문에 협동조합 법인격으로 마을기업을 시작하게 되었고, 마을기업 지원이 종료된 후 치열한 내부 논의를 거쳐 다양한 지원과 제도적 안정성이 있는 사회적기업으로 전환하게 되었음

○ 년차를 더하면서 지원사업에 대한 의존도를 낮추려는 방향성을 갖고 있었는데, 사회적기업으로 전환하면 지원사업에 좀 더 종속되는 것이 아니냐는 걱정이 내부에서 진통을 겪을 만큼 의견 차이가 존재했음.

▸ 협동조합 구성원들 사이에 길고 진지한 토론을 통해 사회적기업 전환 후에도 소셜 미션에 집중하면서 생태계를 빨리 구축하는 방향으로 사업을 하자는 방향으로 함께 결정

(3)사회적 경제기업 지원 시 불만 요인

○ 문화놀이터 뜻은 마을기업과 사회적기업 과정에서 적절한 지원을 받았고 기업을 성장시킬 수 있는 기초를 만들 수 있었음

○ 사회적기업 설립을 홍보하면서 실제로 지원받는 내용을 과장해서 홍보하고 있는 점은 바뀌어야 함

▸ 육성단계에 있는 사회적 기업들에게 사업개발비와 인건비 지원의 현실적 내용을 사실 그대로 알려줘야 하며, 사회적 기업이 되면 무조건 최대 지원을 받을 수 있는 줄 알고 시작하는 기업들이 있는 편

(4) 고용관련 애로 사항

○ 최근에 코로나 때문에 기업 운영이 어려워지면서 재정지원을 받던 직원을 권고사직을 해야 하는 상황이 있었다. 그런데 권고사직을 했다는 이유로 지원이 삭

감되었는데, 시대적 상황에 맞춰 지원에 대한 기준을 유연한 적용이 필요함

○ 문화예술 분야는 정규직 고용보다 계약직 단기 고용이 훨씬 잘 맞는 곳일 수 있다. 이에 대한 적절한 대안이 필요함.

(5) 정책제언

□ 국가 및 인천시

○ 사회적 경제에 대한 지원이 신규기업 육성과 인증이라는 수치에 집중하는 경향이 강하다. 기존에 기업을 세우고 긴 시간 지역에서 기업을 운영하고 있는 선배 기업들은 지원으로부터 배제되고 있는 상황. 특히 설립 이후 7년이 지난 기업들은 지원 영역이 아예 없는 편

○ 사실 7년이라는 시간 동안 회사를 성장시키고 그 뒤에도 쉽게 무너지지 않을 만큼 운영하고 있는 기업이라면 지역사회에서의 가치와 가능성을 더 크게 성장시키기 위한 지원을 할 필요가 있음

- ▸ 그렇게 했을 때 선배 기업들이 유니콘 기업이 되거나 지역사회에 좀 더 많은 공헌을 할 가능성이 있다. 특히 문화예술 분야 자립을 위한 민간시장이 거의 없는 상황에서 무조건 자립하라고 하는 건 문제임

□ 인천문화재단

○ 이번 현황조사가 형식적이지 않으면 좋겠다. 인천문화재단이 사회적 경제기업들과 협업을 진행하는 형태의 적극적인 정책이 필요함

- ▸ 예술경영지원센터에서는 문화예술 부문 사회적 경제조직에 특화한 지원사업이 있다. 인천문화재단에서도 이와 같은 형태의 지원이 필요함

○ 사회적 경제기업들이 보조금사업이나 지원사업의 중간지원 조직 역할의 필요성을 느끼고 있는데 이에 대한 검토가 필요함.

제4장 요약 및 결론

제4장 요약 및 결론

제1절 요약

1. 문화의 다양한 가치와 사회발전

○ 영국 문화정책백서(The Culture White Paper, 2016)에서 문화의 가치를 본질적 (intrinsic) 가치, 사회적(social) 가치, 경제적(economic) 가치로 분류함

○ 미국 정책연구기관인 RAND예술연구센터에서는 문화예술이 가져오는 혜택을 본질적 혜택(intrinsic benefits)과 도구적 혜택(instrument benefits)으로 구분하여 서술함

- ▸개인적 차원, 확산적 차원, 공공적 차원 등 가치가 사회적으로 확산되는 개념은 문화예술이 창출하는 긍정적 외부효과에 대한 이론적 근거를 제공하고 있음
- ▸도구적 혜택은 비즈니스와 테크놀로지를 활용하여 사회문제의 혁신적 해결방법을 만들어내는 사회적 경제기업의 입장에서 문화예술이 사회문제를 해결하는 하나의 유용한 도구가 될 수 있음을 시사하고 있음

○ 문화예술과 사회발전의 관계에서 문화예술은 경제적 혜택과 금전으로 치환되지 않는 비금전적 혜택 등 다양한 성과를 “가져와” 사회발전에 기여하고, 간접적으로 사회발전을 “진흥”시키고, 사회의 효과적 발전을 “가능케 하는” 요소로 개인적 차원에서의 인식과 행동변화 뿐만 아니라 사회적 차원의 바람직한 변화를 기대할 수 있다고 하였음(유네스코,2012).

- ▸문화예술은 사람들의 생활양식 등에 영향을 미치고, 근본적 가치관과 의식에 영향을 줌으로써 사회발전에 필요한 다양한 조건들을 충족시키며 사회의 성장에 필요한 여건과 환경을 조성하는 핵심 요소라고 할 수 있음

○ 문화예술은 상상력과 창의력이라는 무형의 재화를 증진시키고 전파하여 개인적 측면에서 삶의 질을 향상시키며 또한 시민들의 높은 예술 감각과 수준은 산업 경쟁력을 강화하여 경제발전에 기여함

○ 전 세계적으로 발생하고 있는 사회 문제는 불평등, 노동, 환경, 인권 문제와 빈부격차, 정보화 등의 문제를 들 수 있으며, 이에 OECD는 이러한 사회 문제를

해결하기 위한 사회적 과제로 문화 예술을 제시하고 있음

○ 문화예술은 지역사회 구성원들의 참여를 이끌어낼 수 있고, 사회적 계층이나 모두에게 동등한 권리를 부여할 수 있다는 점에서 사회적 취약계층에게 새로운 기회를 제공함

○ 사회적 경제는 지역사회의 문제 해결을 위해서 경제적 수단을 활용하는 조직으로 영리기업과 비영리 조직 중간 형태의 제 3섹터라고도 한다. 즉 영리기업과 비영리조직 간의 중간 형태로 사회문제 해결을 추구하면서 동시에 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업·조직이라고 지칭함

○ 문화예술 분야 사회적 경제기업은 "문화예술 활동을 중심으로 사회문제를 해결하려는 활동을 통해 영리를 추구하는 기업"으로 "공연, 음악, 미술, 종합예술, 전통문화, 지역문화 등과 같은 문화예술 활동을 중심으로 사회서비스를 제공하거나 일자리 창출 등과 같은 사회적 목적을 추구하면서 영리활동을 수행하는 조직"을 지칭하고 있음

2. 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황

○ 문화예술을 진흥하기 위해 제정한 문화예술진흥법, 문화산업진흥법, 예술경영지원센터 사회적 경제조직의 사업내용 및 한국표준산업분류를 포함한 범주를 바탕으로 2020년 12월 기준 사회적 기업, 마을기업, 협동조합, 자활기업에 대한 현황 및 매출, 고용, 사회적 가치 지표를 분석하였음

○ 2020년 12월 기준 인천시 인증 및 예비사회적기업은 전체 241개소, 인증사회적 기업 170개소, 예비사회적기업 71개소로 나타남

○ 2020년 12월 기준 인천시 문화예술 분야 사회적기업은 문화예술 20개소(예비 6개소, 인증 14개소), 출판 영상, 도서 11개소(예비 6개소, 인증 5개소), 교육서비스 24개소(예비 11개소, 인증 13개소)로 나타남

- ▸세부업종을 보면 문화예술은 공연기획 및 행사대행 6개소, 공연예술 3개소, 문화예술 기획, 공연 3개소 등이며, 출판 영상, 도서는 영상물 제작 4개소, 도서판매 3개소이며, 교육서비스는 공예 및 숲체험 3개소 등이 높게 나타남

○ 2020년 12월 기준 인천시 (사회적)협동조합은 전체 558개소, 일반협동조합 460개소, 사회적 협동조합 98개소로 나타남

○ 2020년 11월 현재 인천시 마을기업은 전체 60개소로 예비마을기업 4개소, 육

성형 마을기업은 56개소로 나타남

○ 2020년 12월 기준 인천시 사회적기업(236개소[47]) 총매출액은 189,936,822천원이며, 평균 매출액은 825,812천원, 중위값은 342,335천원으로 나타남

▸문화예술 평균매출액 210,246천원, 출판 영상, 도서 730,150천원, 교육서비스 184,188천원으로 나타남

○ 2020년 사회적기업의 매출액을 시장별로 구분해보면 문화예술은 공공시장에서 90,362천원, 민간시장에서 119,884천원, 출판영상, 도서는 공공시장에서 140,741천원, 민간시장에서 589,409천원, 교육서비스는 공공시장에서 98,924천원, 민간시장에서 85,264천원으로 나타남

▸평균매출액 기준으로 민간시장 대비 공공시장 매출액 비율을 보면, 인천시 전체 사회적기업 37.7%, 문화예술 43.0%, 출판영상, 도서 19.3%, 교육서비스 53.7%로 문화예술 및 교육서비스 업종은 공공시장 의존성이 높은 편

○ 2020년 사회적기업이 지원받은 지원금을 정부지원금과 민간지원금으로 구분해보면 문화예술은 정부지원금 42,414천원, 민간지원금 2,817천원, 출판 영상, 도서는 정부지원금 60,568천원, 민간지원금 1,022천원, 교육서비스는 정부지원금 34,583천원, 민간지원금 3,927천원으로 나타남

▸평균매출액 기준으로 정부지원금 및 민간지원금 비율을 비교해보면 문화예술 93.8%, 출판영상, 도서 98.3%, 교육서비스 89.8%로 정부지원금 비율이 높은 편으로 나타남

○ 2019년 12월 기준 마을기업 총 매출액은 5,672,263천원이며, 평균매출액은 113,445천원으로 나타남

▸여행 탐험 119,000천원, 수공예품 12,745천원, 교육서비스 92,484천원 순으로 나타남

○ 2020년 12월 기준 인천시 사회적기업 전체 근로자수는 2,879명이며 문화예술 88명, 출판, 영상 도서 60명, 교육서비스 100명으로 나타남

▸평균 근로자 경우는 전체 사회적기업 12.5명, 문화 예술 4.4명, 출판 영상, 도서 5.5명, 교육서비스 4.2명 순으로 나타남

○ 사회적기업 평균 근로자수 중에서 취약계층 근로자수를 보면 인천시 전체 사회적기업 취약계층 근로자 8.7명, 문화예술 2.3명, 출판 영상, 도서 2.1명 교육서비스 2.3명 순으로 나타남

47) 2020년 12월 기준 사회적기업중에서 지정만료, 취소, 자료가 없는 사회적기업 제외

▸문화예술 분야 취약계층 평균 근로자수가 적은 이유는 문화예술 분야는 다른 업종보다 취약계층에 대한 서류 증빙이 어려운 결과로 예상됨

○ 사회적기업 평균 임금(주 40시간 기준)을 보면 인천시 전체 사회적기업 평균 임금 2,078천원, 문화예술 1,896천원, 출판 영상, 도서 2,152천원, 교육서비스 1,817천원으로 나타남

▸인천시 전체 사회적기업 평균임금을 100%기준으로 문화예술 91.2%, 출판 영상, 도서 103.5%, 교육서비스 87.4%로 나타나, 문화예술 및 교육서비스 업종은 평균임금이 낮은 편

3. 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업의 사회적 가치 지표

○ 한국사회적기업진흥원은 사회적 경제기업이 창출하는 사회적 가치 수준을 측정하여 사회적 경제분야의 재정지원 사업 및 기업 선정 시 사회적 가치측정 도구로 활용되거나 심사 시 참고자료로 활용될 수 있도록 사회적 가치 지표(Social Value Index)를 개발하였음

○ 2020년 사회적 기업 재정지원 사업을 신청한 전체 148개 사회적 경제기업을 대상으로 사회적 가치 지표를 측정하였음

▸지표3 사회적 기업의 모든 활동은 우선적으로 사회적 가치를 지향해야 하며, 이를 확인하기 위해 사업 활동에서의 사회적 가치 지향성을 확인하는 지표

▸지표6 사회적 환원 노력도는 사회적 기업이 금전적 또는 비금전적으로 사회적 환원에 관한 노력을 측정하는 지표

○ 2020년 인천시 재정심사에 참여한 148개 사회적 경제기업 중에서 문화예술 7개소, 출판 영상, 도서 3개소, 교육서비스 11개소에 대한 사회적 가치 지표 점수를 측정하였음

○ 지표3 주업종의 사회적 가치 지향성 경우는 문화예술 11.4점. 출판 영상, 도서 12.3점, 교육서비스 10.8점으로 나타남

▸문화예술 및 출판 영상, 도서 업종은 인천시 재정심사에 참여한 사회적 경제기업 전체 평균보다 사회적 가치 지향성이 높은 것으로 나타남

○ 지표6 사회적 환원 노력도 경우는 문화예술 7.0점. 출판 영상, 도서 5.0점, 교육서비스 6.5점으로 나타남

▸문화예술 분야는 인천시 재정심사에 참여한 사회적 경제기업 전체 평균보다 사회적 환원 노력도가 높은 것으로 나타남

4. 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업 현황조사

○ 2020년 12월 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업에 대한 정량적 분석의 한계를 보완하기 위해 설문조사를 실시하였음

▸설문기간은 2021.08.10-08.20 이며, 설문 방법은 E-mail 설문조사 및 대표 간담회를 실시함

○ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업은 예술과 사회적 가치를 동시에 추구하는 것으로(94.4%) 나타나 일반 예술 기업·단체들과 차별성이 존재

○ 사회적 경제기업으로 운영 결과 예술의 사회적 가치 실현(52.9%), 협력·협업사 증대(40.1%), 대외적 인지도 제고(21.1%), 조직문화 개선(20.6%) 등이 성과로 나타남

▸예술의 사회적 가치 실현은 2020년 인천시 재정심사에 참여한 사회적 경제기업의 사회적 가치 측정 결과에서 사업활동의 사회적 가치 지향성(지표3)에서 문화예술 분야 11.4점(15점 만점)으로 나타나 같은 결과를 지지하고 있음

▸협력·협업사 증대는 사회적 경제기업의 사회적 가치를 지향하는 지역 내 기관, 단체 등과 협력 수준을 측정기준으로 배점은 5.7점(10점 만점)으로 같은 결과를 지지하고 있음

▸조직문화가 개선은 비영리 문화예술 임의단체에서 사회적 경제기업으로 전환하면 조직이 안정화되고, 업무를 체계적으로 역할 분담할 기회를 얻을 수 있다는 결과를 지지하고 있음

· 잔치마당 서광일 대표는 “대표는 경영하고 기획자와 회계 분야는 전문인력을 지원받아 채용하여, 예술단원을 예술창작에 몰입할 수 있도록 했다. 매년 25회 이상의 문화나눔 공연을 통해 사회공헌활동을 지속할 수 있다”라고 말함[48)]

○ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업은 사회적경제 조직(30.4%), 문화예술단체(21.7%), 관공서, 공공기관(34.8%) 등과 협업을 하는 것으로 나타남

48) 이찬영(2021), 비영리 문화예술 임의단체 사회적 경제기업 전환유형 연구-인천광역시 중심으로-, 인천대학교 문화대학원.

▸주요 협업 모델을 보면 행사용역(34.8%), 협력 네트워크 구축(21.7%), 프로젝트 공동 추진(17.4%) 등으로 나타남

○ 정부가 사회적 경제기업에 지원하는 재정사업(일자리 창출지원, 사업개발비, 전문인력 지원, 인프라지원, 홍보마케팅, 자원연계)은 도움이 되는 것으로 나타남

▸특히 전문인력 지원 사업은 90.9%로 가장 높게 나타남

○ 사회적 경제기업의 자금 조달 방법은 투자유치 및 대표, 임원진의 차입, 정부, 지자체, 문화재단 등 보조금, 금융권 대출에 의존하는 것으로 나타남

▸자금조달 관련 애로사항은 재무성과 입증 어려움, 과다한 서류제출, 담보 및 보증 부담 등으로 나타남

▸1-2년 내에 필요한 자금 용도는 운영자금, 인건비, 창작제작비, 기술개발비 등이 필요한 것으로 나타남

○ 지원사업 개선사항은 인건비 확대 및 인건비 연장, 사업개발비 확대, 사회적기업 우선구매 및 판로지원, 사회공헌 및 문화마케팅 등으로 나타남

○ 향후 필요한 부분은 협력 및 파트너쉽을 통한 비즈니스 확장, 문화예술 사회적 경제 기준 마련, 문화예술 분야 성과지표 개발, 공공기관 지원 등으로 나타남

○ 대표자 간담회에서 “프로그램 공모시 적정한 인건비 책정이 필요”, “프로그램 기획비 지원이 필요”, “문화예술 지원에 대한 단계적 로드맵 필요”, “컨설팅 중심 심사방법 개선”, “심사기준 명확성” 등 개선이 필요하다고 답변하였음

▸향후 인천시 사회적 경제기업은 인천문화재단에게 “현재 문화예술교육은 강사비만 지원하고 있는데, 기획비, 프로그램 운영비, 교육훈련비 지원이 필요하다”, “사회공헌 사업(찾아가는 문화활동)이 필요하다”, “문화예술 조직과 후원기관, 기업 등 메세나 활동의 플랫폼 역할이 필요하다”, “그동안 성과가 좋은 사업을 스케일업 방식으로 지원이 필요하다”, “문화재단 내에 사회적경제 전담 직원이 필요하다”고 필요하다고 응답하였음

제2절 결론

○ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업은 예술과 사회적 가치를 동시에 추구하고 있는 것으로 나타남

▸문화예술 분야 사회적 경제기업은 예술의 사회적 가치 창출을 목적으로 지속가능한 경제적 자립을 추구하는 기업이며, 예술의 사회적 가치와 더불어 사회

전반을 대상으로 한 혁신적인 비즈니스 모델을 보유한 사회적 경제기업이라는 특징을 지니고 있음

○ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업은 총 매출액 31,776,059천원(사회적 기업 16,657,085천원, 협동조합 14,460,467천원, 마을기업 658,507천원)의 경제적 활동을 창출하며, 전체고용 424명(사회적기업 248명, 협동조합 176명) 일자리를 창출하고 있어 사회발전에 기여하고 있음

○ 정부가 사회적 경제기업에 지원하는 재정지원 사업(일자리창출 지원, 사업개발 지원, 전문인력 지원 등)은 사회적 경제기업에 도움이 되고 있는 것으로 나타남

▸ 연구에 의하면 정부의 일자리 창출 지원은 사회적기업 전체 총고용, 전문인력 지원은 사회적기업 전문인력 고용, 일자리 창출지원금은 사회적기업 총매출액에 통계적으로 유의한 결과를 미치고 있는 것으로 나타나[49] 같은 결과를 지지하고 있음

○ 설문조사 및 사례조사에서 문화예술 분야 사회적 경제기업은 정부의 재정지원 기간이 끝난 사회적 기업들에게 계속 지원을 원하고 있는데, 현재 정부의 재정지원 사업 중 '재참여'요건을 완화하고 지원 확대가 필요함

재참여
◦ 지원이 종료된 인증 사회적기업 중 최대지원기간 종료 후 36개월이 지난 시점에도 일자 리창출사업을 통해 창출한 일자리를 유지하고 있고, '사회적가치 지표'를 활용하여 창출 한 사회가치 수준이 '탁월 또는 우수' 하다고 확인된 기업은 재참여 가능 ※ 사회적기업이 컨소시엄 등을 통해 지역사회문제를 해결하는 경우, 중증장애인, 노숙인, 도박·알콜중독자, 갱생보호자, 보호종료아동 등 극 취업애로계층을 고용하는 경우, '사 회적가치 지표 중 사회적 가치'에 한정하여 평가할 수 있고, 지원 종료기간에 관계없이 재참여 가능. 고용노동부(2021년도 사회적기업 재정지원사업 업무지침)

○ 비영리 임의단체에서 사회적 경제기업으로 전환하면 예술의 사회적 가치 실현, 지역 내 기관, 단체 등과 협력 수준이 활발하고, 조직문화가 개선되는 것으로 나타나, 비영리 임의단체가 사회적 경제기업으로 전환하는 프로그램이 필요

○ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업은 정부 의존성이 높고, 평균임금도 낮은 편으로 민간기업 및 공기업 등과 연계한 다양한 비즈니스 모델 개발이 필요함

49) 더좋은경제사회적협동조합(2019), 2018년 인천광역시 사회적기업 분석 보고서.

- ▸ 최근 기업들의 환경, 사회, 기업 지배구조(Environmental, social and corporate governance, ESG)가 경영화두로 등장하여 이 부분과 연계한 다양한 비즈니스 모델이 필요함
- ▸ 문화예술 분야 사회적 경제기업들과 사회공헌 활동을 하고자 하는 기업들을 연결시키는 플랫폼 개발이 필요함

○ 인천시 문화예술 분야 사회적 경제기업은 자금조달의 어려움이 많은 편으로 나타나 사회적 금융을 활성화 방안이 필요함

- ▸ 현재 인천항만공사, 한국환경공단, 수도권매립지관리공사, 인천국제공항공사 4개 국가 공공기관이 운영하는 인천사회적 금융 활성화 공동기금(I-SELF)에 지방공기업 및 인천문화재단이 참여하여 사회적 금융 확대가 필요함

○ 단순한 공모사업보다는 협력 및 파트너십 활동 통한 사회문제 해결형 문화예술 분야 사업이 필요하며, 문화예술 분야 성과지표 도입이 필요한 것으로 나타남

○ 프로그램 공모시 적정한 인건비 책정이 필요하다고 느끼며, 공모심사를 컨설팅 심사 방법으로 개선이 필요하며

○ 문화예술 조직과 후원기관, 기업 등을 연결이 가능한 메세나 창구가 필요한 것으로 나타났으며, 그동안 성과가 좋은 사업은 스케일업 방식으로 지원을 원하고 있는 것으로 나타남

[참고문헌]

[참고문헌]

관계부처합동(2019.9.3), 사회적경제 활성화를 통한 문화서비스·일자리 창출방안.

김용구(2019), 포용적 성장과 사회적경제, 다인아트.

김하운(2021.09.31), 사회적경제 어디로 가야할까, Incheon Social Economy Report 제2호, 더좋은사회적경제사회적협동조합.

더좋은경제사회적협동조합(2019), 2018년 인천광역시 사회적 기업 분석 보고서.

더좋은경제사회적협동조합(2020), 2019년 인천광역시 사회적 기업 분석 보고서.

더좋은경제사회적협동조합(2020), 2020년 인천광역시 사회적 경제 기초조사 및 통계구축, 인천광역시 사회적 경제지원센터.

류정아(2011), 문화예술분야 사회적기업 국내외 사례 조사 및 활성화 방안, 한국문화관광연구원.

문화관광연구원(2019), 문화예술 분야 사회적 경제기업의 지속가능성 연구, 문화관광연구원.

문화정책논총(2013), The European Task Force on Culture and Development (1997).

문화체육관광부(2019), 문화체육관관광분야 사회적 경제 활성화 방안연구보고서, 문화체육관광부.

문화체육관광부(2018), 사람이 있는 문화, 예술이 있는 삶: 새 예술정책.

문화체육관광부, 문화산업진흥 기본법

문화체육관광부, 문화예술진흥법

문희원(2020), 문화예술분야 사회적 기업 연구동향에 대한 탐색적 연구, 문화예술경영학회 2020 문화예술경영학연구 Vol.13 No.1.

연수현(2018), 문화예술분야 사회적 경제기업의 지속가능성 연구, 한국문화관광연구원.

이상열·정종은(2017), 미래 문화정책의 방향과 과제, 한국문화관광연구원, p,47.

이찬영(2021), 비영리 문화예술 임의단체 사회적 경제기업 전환유형 연구-인천광역시 중심으로-, 인천대학교 문화대학원.

인천문화재단(2019), 인천 문화의 현재와 미래를 고민합니다: 2019 인천문화포럼 분과별 오픈포럼.

조광호(2020), 문화·관광 인사이트, 한국문화관광연구원, 제142호.

진희선·송재룡(2013), 칼 폴라니의 '전환적' 사회경제 사상에 대한 고찰-시장경제에서의 사회적 가치를 중심으로, 사회사상과 문화 제28집, pp. 267-315.

카이스트(2018), 사회적 경제 활성화 방안 연구 최종보고서_카이스트.

한국사회적기업진흥원(2019), 2019년 사회적 가치 지표(SVI) 활용 매뉴얼.

한국사회적기업진흥원(2021), 2021년 사회적 경제 관련 주요사업 안내자료.

한국표준산업분류(2017), 통계청.

한양대학교(2019), 문화예술 사회적 경제기업 사회성과 측정 지표 개발 연구보고서_한양대학교.

현광일(2020), 포스트코로나 시대 예술과 정치, 살림터.

(재)예술경영지원센터(2019), 2019 문화예술 사회적 경제기업 사회성과 측정 지표 개발 연구, (재)예술경영지원센터.

(재)예술경영지원센터(2020), 2019 문화예술 사회적 경제 실태조사, (재)예술경영지원센터.

Douglas, M(1982), "Cultual Bias", In the Active Voice: Routledge: 183-254, 정용덕 외(1999), 신제도주의 연구,138-139.

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

[부록]

〔부록〕

2020년 12월 31일 기준 인천시 문화예술 분야 사회적기업[50)]

연번	형태	기업명	문화예술 분야[51)]	소재지	사회목적유형	주종목
1	인증	㈜몬스터레코드	문화예술	계양구	기타(창의・혁신)형	공연기획, 행사대행
2	인증	(주)비아이이	문화예술	계양구	기타(창의・혁신)형	문화컨텐츠 개발
3	인증	협동조합꿈꾸는문화놀이터뜻	문화예술	남동구	지역사회공헌형	공연기획, 행사대행
4	인증	음악극단콩나물(주)	문화예술	남동구	기타(창의・혁신)형	극단
5	인증	㈜엘림엔터테인먼트	문화예술	남동구	일자리제공형	행사대행업
6	인증	㈜씨네아트영상	문화예술	동구	일자리제공형	영화제작
7	인증	인천미림극장(주)	문화예술	동구	일자리제공형	영화관
8	인증	㈜공감	문화예술	미추홀구	일자리제공형	공연기획, 행사대행
9	인증	㈜문화바람	문화예술	미추홀구	일자리제공형	공연기획, 행사대행
10	인증	아트커뮤니티아비투스 (구 구보댄스)	문화예술	부평구	일자리제공형	공연예술
11	인증	전통연희단잔치마당	문화예술	부평구	기타(창의・혁신)형	공연예술
12	인증	인천 자바르떼	문화예술	부평구	기타(창의・혁신)형	문화예술 기획,공연
13	인증	(주)더원아트코리아	문화예술	서구	일자리제공형	문화예술 기획,공연
14	인증	㈜퓨전국악단구름	문화예술	연수구	사회서비스제공형	퓨전국악
15	인증	인천서점협동조합	출판 영상,도서	남동구	일자리제공형	도서
16	인증	협동조합 빨간오두막	출판 영상,도서	미추홀구	일자리제공형	영상물제작
17	인증	사회적협동조합도서관학교	출판 영상,도서	미추홀구	일자리제공형	도서
18	인증	㈜유니디자인경영연구소	출판 영상,도서	서구	기타(창의・혁신)형	디지털컨텐츠 개발
19	인증	(주)체리코끼리	출판 영상,도서	서구	기타(창의・혁신)형	영상물제작
20	인증	㈜메이커스	교육서비스	계양구	일자리제공형	교육(다문화)
21	인증	드림업에듀케어㈜	교육서비스	계양구	사회서비스제공형	교육(하브루타)
22	인증	(주)반디숲	교육서비스	남동구	혼합형	교육(숲체험)
23	인증	마루한사회적협동조합	교육서비스	남동구	일자리제공형	교육(방과후)
24	인증	생태텃밭협동조합	교육서비스	남동구	일자리제공형	교육(생태텃밭)
25	인증	㈜전통도깨비	교육서비스	동구	일자리제공형	교육(공예)
26	인증	㈜흙마을	교육서비스	동구	일자리제공형	교육(도자기)
27	인증	㈜빛과향	교육서비스	동구	혼합형	교육(공예체험)
28	인증	모씨네사회적협동조합	교육서비스	미추홀구	일자리제공형	교육(영상미디어)
29	인증	㈜한국공예전승협회	교육서비스	미추홀구	일자리제공형	교육(공예)
30	인증	㈜청청프로젝트연구소	교육서비스	미추홀구	기타(창의・혁신)형	교육(상담,돌봄)

50) 지정만료, 인증취소, 예비에서 인증시 업종변경 되는 경우가 있어 2021년 10월 현재와 다른 경우가 있음

31	인증	사회적협동조합엠커뮤니티	교육서비스	중구	혼합형	교육(지역바우처)
32	인증	㈜차이나브이중국어마을	교육서비스	중구	사회서비스제공형	교육(중국어 문화)
33	예비	협동조합 청풍	문화예술	강화군	기타(창의・혁신)형	문화예술 기획
34	예비	㈜청솔기획	문화예술	남동구	혼합형	공연기획, 행사대행
35	예비	(주)구월엔터테인먼트	문화예술	남동구	일자리제공형	공연기획, 행사대행
36	예비	㈜은하수미술관	문화예술	미추홀구	기타(창의・혁신)형	문화예술교육
37	예비	㈜아이리아	문화예술	미추홀구	기타(창의・혁신)형	공연예술
38	예비	한지생각이닥㈜	문화예술	중구	기타(창의・혁신)형	한지공예
39	예비	㈜왓츠더웨더	출판 영상,도서	남동구	기타(창의・혁신)형	영상물제작
40	예비	협동조합 마중물문화광장	출판 영상,도서	남동구	기타(창의・혁신)형	도서
41	예비	네오맨(NEOMAN)	출판 영상,도서	남동구	기타(창의・혁신)형	벽화
42	예비	(주)플러스프레스	출판 영상,도서	미추홀구	기타(창의・혁신)형	디자인
43	예비	㈜터칭스튜디오	출판 영상,도서	미추홀구	사회서비스제공형	영상물제작
44	예비	㈜애드밸(구바람꽃출판사)	출판 영상,도서	서구	기타(창의・혁신)형	출판업
45	예비	사단법인한국숲교육협회	교육서비스	남동구	사회서비스제공형	교육(숲체험)
46	예비	㈜ 농업회사법인 풀내음밤나무숲	교육서비스	남동구	일자리제공형	교육(체험)
47	예비	서흥꿈세움교육사회적협동조합	교육서비스	동구	일자리제공형	교육(목공)
48	예비	경인산림복지협동조합	교육서비스	미추홀구	일자리제공형	교육(산림)
49	예비	㈜샤크플러스	교육서비스	미추홀구	기타(창의・혁신)형	교육(흡연예방)
50	예비	한국전통문화예절원협동조합	교육서비스	서구	일자리제공형	교육(전통예절)
51	예비	(주)한국스마트치료협회)	교육서비스	서구	기타(창의・혁신)형	교육(비대면)
52	예비	사회적협동조합하늘샘배움터	교육서비스	서구	기타(창의・혁신)형	교육(대안)
53	예비	(주)학교네	교육서비스	연수구	기타(창의・혁신)형	교육(학교교육지원)
54	예비	㈜반음올림	교육서비스	연수구	기타(창의・혁신)형	교육(피아노)
55	예비	㈜프로젝트연	교육서비스	연수구	일자리제공형	교육(체험)

51) 문화예술진흥법. 문화산업진흥법을 기반으로 하여, 이와 관련된 문화예술 분야 법규 및 유사연구에 활용되는 문화예술 범주를 기반으로 하여 구분하였음

설문지

조사지역 (　　)구	설문지 No.				
문화기반 사회적경제 현황조사 연구용역					
안녕하십니까? 인천문화재단의 의뢰로 더좋은경제사회적 협동조합에서는 문화 기반 사회적 경제 활성화를 위해서 “문화기반 사회적경제 현황조사 연구용역” 연구를 진행하고 있습니다. 귀하께서 응답하신 내용은 통계법 제 32조 및 제 33조에 의거하여 연구 및 사회적경제 이외의 목적으로는 절대 사용되지 않음을 알려드립니다. 바쁘시더라도 적극 협조해 주시면 대단히 감사하겠습니다. 더좋은경제 사회적협동조합					
문의 : 더좋은경제 사회적협동조합					

SQ1.기관/단체명			
SQ2.기관/단체명주소			
SQ3. 응답자 성명		SQ3.1.지위	①대표 ②상임임원 ③사무국장 ④기타(　　)
SQ4. 연락처	사무실(　　), 휴대전화 (　　), e-mail(　　)		

다음은 귀 기관/단체에 관한 일반 질문들입니다.

A1. 귀 기관/단체 법적 조직 형태는 무엇입니까?

1. 임의단체 2. 비영리 사단법인 3. 비영리 재단법인 4. 상법상 영리법인(주식회사), 5. 일반협동조합
6 사회적협동조합, 7. 기타 (_____)

A2. 사회적경제 외에 기관/단체 사업 활동과 관련된 별도의 법·제도 지정·등록 유형은 무엇입니까?

1. 전문예술법인·단체 지정 2. 대중문화예술기획업 3. 벤처기업 인증 4. 기타 (_____)
5. 해당 없음

A3. 산업 분류상 기관/단체가 해당하는 곳은? (한국표준산업분류 기준)

1. 교육 서비스업　2. 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업, 3.보건업 및 사회복지 서비스업,
4. 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업 5. 기타 (_____)

다음은 사회적경제 조직운영 관련 질문들입니다.

B1. 일반예술기업·단체와 문화예술 분야 사회적경제 조직간에는 차이가 있다고 생각하십니까?

1. 차이 있다 2. 차이 없다 → B2로 이동

B1-1. 일반예술기업·단체와 비교해서 문화예술 분야 사회적경제 조직은 어떠한 점이 가장 큰 차이를 보인다고 생각하십니까?

1. 재무적 이익 중시 2. 예술과 사회적경제 가치 동시 추구 3. 사회적 금융(투·융자) 확대
4. 인적·물적·사회적 인프라 활용 5. 자생력 향상 6. 기타 (_____)

B2. 지금까지 문화예술 분야 사회적경제 조직을 운영한 결과·성과로서 만족하는 점은 무엇입니까? 우선 순서대로 2순위까지 기재해 주십시오(번호만)

1순위		2순위	

1. 외부 자금조달 용이 2. 예술의 사회적 가치 실현 3. 자생력 향상 4. 대외적 인지도 제고
5. 공공조달, 공공구매를 통한 판로 확장 6. 협력·협업사 증대
7. 경영관리 노하우 습득 8. 사업의 경쟁력 강화 9. 조직문화 개선, 10. 기타 (_____)

B3. 귀사의 주요 협업 관계는 어디입니까?
1. 사회적경제 조직 2. 문화예술단체 3.관공서, 복지시설, 공공교육기관
4. 없음→ B4로 이동 5. 기타(_____)
* 협업: 타 조직과 함께 팀을 이뤄 계획부터 실행하는 과정에 함께 일을 수행하는 것

B3-1. 귀사의 주요 협업 모델은 무엇입니까?
1. 행사용역 2. 제품·기술·노하우 제휴 3. 프로젝트 공동추진 4. 협력 네트워크 구축
5. 기타(_____)

B4. 귀사는 창출한 사회적 성과를 측정하기 위한 지표가 명확하게 정리되어 있습니까?
1. 예 2. 아니오 → B5로 이동

B4-1. 귀사가 측정할 수 있는 사회적 성과 측정지표는 무엇입니까?
(주관식 : 복수의 측정지표 제시 가능)

B5. 향후 문화예술 분야 사회적경제 조직에 필요한 부분은 무엇입니까? 우선 순서대로 2순위까지 기재해 주십시오.

1순위		2순위	

1. 기업간 협력 및 파트너십을 통한 비지니스 확장 2. 소비자 중심형 사회적경제 확대
3. 문화예술 사회적경제 금융·투자 확대 4. 문화예술 분야에 맞는 성과지표 개발
5. 사업자이면서 근로자가 결합된 프리랜서 협동조합 설립 6. 해외진출 확대
7. 유능한 인재확보 8. 자신을 효율적으로 알릴 수 있는 홍보 마케팅 시스템
9. 공공 기관의 지원 10. 문화예술을 특화할 수 있는 문화예술 사회적경제 기준 필요
11. 기타 (_____)

다음은 사회적경제 자금조달에 관련 질문들입니다.

C1. 귀사는 지금까지 자금 조달은 어떻게 하셨습니까? 우선 순서대로 2순위까지 기재해 주십시오.

1순위		2순위	

1. 투자유치 2. 대표 및 임원진의 차입 3. 정부, 지자체, 문화재단 등의 보조금 4. 후원금 5. 금융권 대출 6. 출자금 7. 기타 (_____)

C2. 귀사는 향후 1~2년 이내에 추가적인 자금이 필요하십니까?
1. 필요하다 2. 필요없다 → C3로 이동

C2-1. 귀사가 향후 1~2년 이내에 필요한 추가 자금 조달 방법으로 고려하는 것은 무엇입니까? 우선 순서대로 2순위까지 기재해 주십시오.

1순위		2순위	

1. 투자유치 2. 대표 및 임원진의 차입 3. 정부, 지자체, 문화재단 등의 보조금 4. 후원금 5. 금융권 대출 6. 출자금 7. 기타 (_____)

C2-2. 귀사가 향후 1~2년 이내에 필요한 자금의 주요 용도는 무엇입니까? 우선 순서대로 2순위까지 기재해 주십시오.

1순위		2순위	

1. 운영자금 2. 인건비 3. 창작·제작비 4. 홍보·마케팅비 5. 기술개발비 6. 시설 및 공간 자금
7. 연구개발비 8. 차입금 대환 9. 기타 (_____)

C3. 평소 자금 조달과 관련해 느끼는 애로사항은 무엇입니까? 우선 순서대로 2순위까지 기재해 주십시오.

1순위		2순위	

1. 정보 부족 2. 상담에서 집행까지 소요시간 3. 재무성과 입증 4. 사회적 성과 입증
5. 과다한 서류 제출 6. 지원기관의 불친절 7. 담보 및 보증 부담 8. 자금공급기관과의 협상
9. 상환 기간 10. 금리 수준, 10. 기타 (_____)

다음은 사회적경제 지원사업에 관련 질문들입니다.

D1. 귀사가 사회적경제 조직의 지원사업 중에서 지원받은 내용에 모두 ○표 해 주십시오.
D1-1. [지원받은 내용 각각에 대해] 귀사가 지원받은 사회적경제 조직의 지원사업은 사업운영에 얼마나 도움이 되었습니까?

내용	D1. 지원 여부		D1-1. 도움 정도				
			전혀 도움 안 됨	도움 안 됨	보통	도움이 됨	매우 큰 도움
일자리창출 인건비 지원	예	아니요	①	②	③	④	⑤
사업개발비 지원	예		①	②	③	④	⑤
전문인력 인건비 지원	예		①	②	③	④	⑤
컨설팅 지원	예		①	②	③	④	⑤
교육 지원	예		①	②	③	④	⑤
인프라(공간, 설비 등) 지원	예		①	②	③	④	⑤
투자·융자 지원	예		①	②	③	④	⑤
홍보마케팅 지원	예		①	②	③	④	⑤
기타 자원연계 지원	예		①	②	③	④	⑤

D2. 사회적경제 조직의 지원사업 신청 시 애로사항은 무엇입니까? 우선 순서대로 2순위까지 기재해 주십시오.

1순위		2순위	

1. 지원 서류 작성 2. 과다한 행정업무 3. 엄격한 규정 준수 4. 높은 경쟁률 5. 문화예술 특성 반영 미흡 6. 지원기관의 문화예술 특성에 대한 이해 부족 7. 불합리한 심사제도 및 심사위원 선정
7. 기타 (_____)

D3. 향후 귀사의 사업운영에 다음의 지원 내용이 얼마나 필요하다고 생각하십니까?

내용	D3. 필요성 정도				
	전혀 필요 하지 않음	필요 하지 않음	보통	조금 필요함	매우 필요함
일자리창출 인건비 지원	①	②	③	④	⑤
사업개발비 지원	①	②	③	④	⑤
전문인력 인건비 지원	①	②	③	④	⑤
세제 감면	①	②	③	④	⑤
성과에 따른 인센티브	①	②	③	④	⑤
컨설팅 지원	①	②	③	④	⑤
교육 지원	①	②	③	④	⑤
인프라(공간, 설비 등) 지원	①	②	③	④	⑤
투자·융자 지원	①	②	③	④	⑤
홍보 마케팅 지원	①	②	③	④	⑤
기타 자원연계 지원	①	②	③	④	⑤
공공구매 우선 판로지원	①	②	③	④	⑤

D4. 문화예술 분야의 특성을 고려한 지원사업이 되려면 개선되어야 하는 점은 무엇입니까?
우선 순서대로 2순위까지 기재해 주십시오.

1순위		2순위	

1. 인건비 지원사업 확대 2. 인건비 지원기간 연장 3. 사업개발비 확대 4. 전문인력의 다양성
5. 전문인력 지원기간 연장 6. 문화예술 맞춤형 컨설팅·교육 개발 7. 컨설팅·교육 기회 확대
8. 사무실, 창작공간 등 공간 지원 확대 9. 투자·융자 참여 기회 확대 10. 협력·협업사 구축 프로그

램 확대, 11. 지원정보의 충분한 홍보 12. 불합리한 심사제도 13. 해외진출지원 확대
14. 예술기업가 양성지원 15. 공공구매, 우선구매 제도 등 판로개척 16 (공)기업 사회공헌 후원 및 문화마케팅 연계지원, 17. 기타 (_____)

문화기반의
사회적경제 현황조사 연구

발행인
최병국

발행일
2021. 11. 30.

발행처
인천문화재단

기획
정책협력실

진행 / 편집
더좋은경제사회적협동조합

수행처
더좋은경제사회적협동조합

ISBN

문의
인천문화재단 032-455-7182
더좋은경제사회적협동조합
032-446-9492
E-mail. agiko3@ifac.or.kr /
www.ifac.or.kr / www.incheonse.or.kr

ⓒ 본 보고서의 저작권은 인천문화재단과 더좋은경제사회적협동조합에 있습니다. 인용할 때에는 반드시 출처를 명기하여 주시기 바랍니다. 공공누리에 따라 이용자는 출처를 표시하면 무료로 이용할 수 있으나 상업적 목적으로 이용하거나 원저작물의 변형이용, 2차 가공을 금지합니다.

OPEN
공공누리 공공저작물 자유이용허락