

삶과 문화를 튼튼하게 해주는 사단법인 기업 메세나 협의회

기무라노리코(木村典子) 문화 코디네이터

culture'art
일본에서는 예술문화 지원활동을 위한 사단법인 기업 메세나 협의회가 1990년에 설립되어 '메세나(Mecenat)'라는 단어가 일반적으로 알려지게 됐다. 그리고 지금은 다양한 사업을 통해 메세나 활동에 있어서의 문화예술이라는 개념이 질적 변화를 맞이하고, 이제까지 예술가나 예술단체들에 대한 지원이라고 생각했던 메세나가 대중 속에도 뿌리내리기 시작했다.

일본에서 기업에 의한 메세나 활동이 본격화된 것은 1960년에 들어서라고 볼 수 있다. 전후(戰後)에 사회 및 경제적인 혼란기를 거쳐 고도경제성장기에 들어가면서 기업들이 사회공헌 활동에 적극적으로 나서겠다는 자세를 내걸으며 경제와 조직의 이익뿐만이 아닌 또 하나의 기업의 얼굴 만들기를 시작한 것이다. 고도경제성장기를 거쳐 눈부시게 발전한 기업들은 기업시민(企業市民)으로서 사회로부터 용인받는 기업이 아니고는 영속할 수 없다는 생각에서 이익을 환원하고 사회에 이바지하는 중요성을 인식했기 때문이다. 그 일환으로 일본의 주요기업들의 모임인 경제단체연합회(經濟團體連合會)는 경상이익의 1% 이상을 사회공헌에 돌린다는 '1% 클럽'을 발족시키고 회원 각사에 호소했다. 또 기업의 메세나 활동, 즉 예술문화 지원활동의 추진을 위한 환경정비를 해나갈 사단법인 기업 메세나 협의회가 1990년에 설립되어 '메세나(Mecenat)'라는 단어가 일반적으로 알려지게 됐다.

사단법인 기업 메세나 협의회

1990년에 출범한 사단법인 기업 메세나 협의회(이하 기업 메세나 협의회)는 올해 15년 주년을 맞이하여 현재 정회원 146단체와 문화재단을 포함한 준회원 39단체, 총 185단체가 참여하고 있다. 그 15년을 보면 일본 경제는 거품 경기를 구가하다가 1990년 중반 이후 심각한 불경기를 겪어 왔다. 그러나 기업 메세나 협의회는 그 속에서도 꾸준히 그 폭을 넓히면서 문화예술에 기여하고 있다고 볼 수 있을 것이다.

지방으로 메세나 운동이 확산되면서 일본의 기업 메세나의 질도 크게 변했다고 볼 수 있다. 초기의 기업이 메세나 활동에 기업의 이름을 전면적으로 내세워 음악회나 연극공연, 미술전 등에 지원하는 형식으로 기업자체의 광고와 이미지 만들기라는 느낌이 강했다면, 불경기에 들어가면서 이름을 건 거액의 경제적인 지원보다 기술이나 인재, 장소를 제공하는 형식이 늘어나고 메세나 활동의 지원영역 넓어졌다.

Return Profits

〈표1〉 활동건수와 메세나 활동비(단위: 만엔)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
메세나 활동건수	1,556	1,783	1,655	2,288	2,359	2,560	2,560	2,753
1회사당(평균)	5.9	6.7	6.4	6.6	6.3	6.5	6.2	6.5
메세나 활동비	1,978,807	2,147,871	1,965,389	1,834,119	1,758,029	2,126,398	2,242,717	2,325,698
1회사당(평균)	17,590	12,280	11,830	9,517	6,212	6,645	6,389	6,252

1996년에는 지방문화의 진흥과 활성화를 위해 지역의 예술문화 활동을 지원하는 12단체가 참여하여 전국 메세나 조직연락회를 발족하였다. 이 연락회는 지방에서도 메세나에 대한 관심이 높아지면서 1998년에 전국 메세나 네트워크로 이름을 개칭하여 현재 16단체가 모여 지방 메세나 운동을 선도하고 있다. 또 2003년에는 오사카를 중심으로 하는 간사이(關西) 사무소가 개설되어 지역의 기업과 문화예술단체를 연결하는 역할을 하고 있다. 그것은 동경에 집중되어 있는 문화예술을 지방으로도 확산시키고자 하는 일본 정부의 문화정책과 호흡을 맞추고 있는 부분이 있다고 본다.

지방으로 메세나 운동이 확산되면서 일본의 기업 메세나의 질도 크게 변했다고 볼 수 있다. 초기의 기업이 메세나 활동에 기업의 이름을 전면적으로 내세워 음악회나 연극공연, 미술전 등에 지원하는 형식으로 기업자체의 광고와 이미지 만들기라는 느낌이 강했다면, 불경기에 들어가면서 이름을 건 거액의 경제적인 지원보다 기술이나 인재, 장소를 제공하는 형식이 늘어나고 메세나 활동의 지원영역 넓어졌다. 현재 '지방의 메세나'라

는 영역으로 더욱 지리적인 확장을 보이면서 문화예술 뿐만 아니라 각 지방의 전통음식이나 전통 공예 등으로 지원 대상의 영역의 폭도 넓어지고 있다. 그것은 메세나 활동에 있어서의 문화예술이라는 개념이 질적 변화를 맞이하고 있고, 이제까지 예술가나 예술단체들에 대한 지원이라고 생각했던 메세나가 대중 속에서도 뿌리내리기 시작했다는 것이다. 그것과 함께 익숙해지지 않았던 '메세나'라는 단어가 우리에게 좀 더 가까이 느껴지기도 한다.

사단법인 기업 메세나 협의회의 사업

기업 메세나 협의회의 기업 예술문화지원 사업은 크게 여섯 개 부문으로 나눌 수 있는데, 각 사업을 간략하게 소개한다.

1) 개발/보급

- 세미나, 심포지엄: 협의회 회원과 일반 사람들을 대상으로 메세나는 물론 예술문화의 여러 문제까지 폭넓은 주제로 세미나 및 심포지엄을 개최

- 메세나 코디네이터: 메세나나 예술문화의 기반정비에 관한 각종 프로그램개발에의 협조 및 강사 등의 인재를 파견

- 전국 메세나 네트워크: 전국의 메세나 단체와의 상호 교류

2) 조사/연구

- 메세나 활동 실태조사: 기업의 메세나 활동의 실태 및 의식을 조사하여 『메세나 백서』, 데이터 베이스 '메세나 비' (온라인 웹 사이트) 등에 공개

- 재단의 메세나 활동 실태조사: 기업재단 중에서 예술 문화와 관련이 있는 단체를 조사하여 공개

- 기업 메세나 협의회 조사 및 연구 활동의 실적: 기업 메세나뿐만 아니라 문화정책, 아트 매니지먼트 등 예술 문화 지원 전반에 대한 조사나 연구를 실시

3) 정보제공

- 데이터베이스 '메세나비'

- 기관지 『메세나 note』(격월)

- 정보 라이브러리(도서관)

4) 시상

- 메세나 어워드: 우수한 메세나 활동을 실시한 기업이나 기업재단을 시상

5) 국제교류

- 국제교류: 세계 각국의 메세나 협의회와 교류하는 것과 함께 정보교환, 국제회의 참가, 해외 시찰단을 파견

6) 지원인정

- 지원인정제도: 문화과학상에서 특정공익증진법인(特定公益増進法人)의 인가를 받아 예술문화에 대한 민간 기부금을 촉진하는 조성인정제도를 실시. 협의회의 조성 선정위원회에서 인정받은 예술문화활동에 기업이나 개인이 협의회를 통해 기부하면 세제상 우대 조치를 받음

위의 내용을 보면 한국 메세나 협의회의 활동과 크게 다른 점이 없을 것이다. 단 좀 더 활동의 지리적 영역과 틀과 질이 확장되어 있으며, 각 기업들의 활동이 다양하고 특징이 있는 것이다. 메세나 어워드 수상 사업을 살펴보면 각 기업의 개성 있는 활동을 알 수 있는데, 다음은 그런 기업들의 구체적인 활동 내용을 소개한다.

각 기업의 개성이 넘치는 메세나 활동

1) 아사히 비루 주식회사

아사히 비루 주식회사는 1949년에 설립된 맥주를 주판 매물로 하는 회사이다. 사회 내에 아사히 비루 메세나를

두고, (1)예술문화지원활동, (2)사회공헌활동, (3)예술 문화재단, (4)학술진흥재단, (5)미술관 등의 5분야에서 메세나 활동을 하고 있다. 특히 2002년부터 개최하고 있는 <아사히 아트 페스티벌>은 일본열도를 연결시켜 각 지사의 직원들이 적극적으로 참여하면서 지방 사람들과 함께 만들고 있는 흥미로운 활동이다. (<http://www.asahibeer.co.jp/csr/philanthropy/>)

▶NPO(Non-Profit Organizations)단체와의 연대 <아사히아트 페스티벌> (다원예술)

이 페스티벌은 홋카이도부터 오키나와까지 전국 약 20개의 아트 NPO 단체나 시민 그룹을 연결시켜 장르를 넘은 여러 기획을 추진하는 아트 페스티벌이다. 여름 약 1달 동안, 전국 30개 이상의 도시나 마을에서 개성이 있는 다채로운 아트 프로젝트가 실시된다. '시민의 주체적인 참여에 의한 아트 페스티벌'을 콘셉트로 아사히 비루 주식회사와 시민들이 함께 2002년부터 개최하고 있다. 수상 버스에서의 댄스 퍼포먼스나 쌀가게를 개축한 카페, 술 창고 등 기성의 예술 공간이 아닌 장소에서 그 지방에 밀착한 기획들이 시도된다. 또 단순히 관람할 뿐만 아니라 창조의 프로세스에 시민들이 참여하는 커뮤니티케이션을 중요시 하는 내용의 기획들이 많다. 특히 전국 6개 도시에서 개최되는 <전국 아사히 비루 로비 콘서트>에서는 각 지사의 직원들이 기획 첫 단계에서 참여하여 시민들과 함께 축제를 만들고 있다.

(<http://www.panasonic.co.jp/ccd/servic-j.htm>)

2) 마쯔시타 전기산업 주식회사

마쯔시타 전기산업 주식회사는 1918년에 설립된 전기 관련회사이다. 사회공헌활동의 일환으로 예술문화, NPO 단체 등에 대한 지원을 비롯해서 여러 자체 재단을 통해 메세나 활동을 하고 있다. 특히 1995년부터 매년 공연하고 있는 <아이들에 위한 세익스피어 시리즈>에 대한 지원은 10년이나 지속되고 있다. 이 시리즈는 동경 글로브좌라는 극장이 주최하고 있었는데, 2002년에 극장 경영자가 바뀌면서 시리즈 자체가 중단될 위기

에 당면했다. 그러나 마쓰시타 전기산업 주식회사의 지원으로 아이들을 위한 셰익스피어 컴퍼니가 창단되어 현재도 공연을 하고 있다.

▶아이들을 위한 셰익스피어 시리즈(연극공연)

셰익스피어 작품의 재미와 보편성을 아이들에게 전하려고 원작을 과감하게 재구성하여 이해하기 쉬운 대사와 속도감 있는 무대로 호평을 받고 있다. 2000년부터는 지사와 관련업체가 협조하면서 지방공연을 추진하고 있다. 또 지원이나 학생 봉사자가 티켓 판매, 무대설치, 공연진행 등 공연기획 작업에 적극적으로 참여하여 늘 싼 가격으로 티켓을 판매하기 때문에 온 가족이 부담 없이 관람할 수 있는 것이 또 하나의 매력이다. 그 이외에도 지방 NPO와 함께 무대 뒤를 본 적이 없는 지방 아이들을 위해 준비과정이나 리허설을 구경할 수 있는 워크숍도 열고 관객의 육성도 시도하고 있다.

3) 도요타 자동차 주식회사

도요타 자동차 주식회사는 1937년에 설립된 자동차회사이다. 회사의 사회공헌활동의 일환으로 음악과 미술을 중심으로 메세나 활동을 하고 있다. 그 속에서도 2002년부터 개최되고 있는 'TOYOTA Choregraphy Award(도요타 안무상)'는 경연 형식의 무용공연이며 상과 상금을 도요타 자동차 주식회사가 제공하고 있다. 이 상은 아직 5회에 지나지 않지만 일본 국내에서 늘 화제가 되어 젊은 안무가와 무용 팀을 세상에 밀어내는 무용상으로 그 자리를 차차 굳히고 있다. 또 예술문화에 대한 메세나 활동은 아니지만 2001년에 한국에 진출하면서 일본 연구에 뜻을 둔 한국의 젊은 연구자들을 대상

으로 장학금을 지원하고 있다.

(http://www.toyota.co.jp/jp/community_care/)

▶TOYOTA Choregraphy Award(무용)

차세대 안무가의 발굴과 육성을 목표로 도요타 자동차 주식회사와 세타가야 퍼블릭 씨어터가 공동으로 2001년에 창립한 안무가상. 최종심사회에서는 선정위원회를 거쳐 선정된 8팀의 안무가가 작품을 공연하는데 일반 관객들도 관람할 수 있다. 차세대 안무가상을 수상한 안무가는 다음 해에 세타가야 퍼블릭 씨어터에서 공연 장소를 제공받고, 도요타 자동차 주식회사로부터 작품 제작비의 일부로 200만 엔을 받는다. 또 수상 후 2년 이내에 해외공연을 나갈 경우, 항공비 및 무대 운반비로 총 100만 엔까지 도요타 해외 서포트에서 지급된다.

일본의 사단법인 기업 메세나 협의회를 중심으로 그 속에서 활동하고 있는 기업의 메세나 형식을 구체적으로 살펴봤다. 요즘 지방 메세나가 활성화되면서 앞으로 더욱 기업 메세나에 대한 보편성과 친근감이 생길 거라고 생각한다. 그것이 우리 삶과 예술문화를 튼튼하게 만들어주는 기초가 되기를 바란다. 🍀

※ 참고자료

『보라빛 섬 이야기』(오선찬, 국학자료원, 1996)

사단법인 기업 메세나 협의회 홈페이지

아사히 비루 주식회사 홈페이지

마쓰시타 전기사업 주식회사 홈페이지

도요타 자동차 주식회사 홈페이지